



해외 주요국 프랜차이즈 법률정보 조사 대만 Taiwan

2020.12



| | |
|--|-----------|
| I. 외식기업의 해외진출 절차와 유형 | 08 |
| 1. 해외진출 절차 | 08 |
| 가. 해외진출 기본절차..... | 09 |
| 나. 진출절차별 주요내용..... | 10 |
| 2. 해외진출 유형 | 13 |
| 가. 마스터 프랜차이즈..... | 13 |
| 나. 합자(합작) 투자..... | 14 |
| 다. 직접 진출..... | 15 |
| 라. 국제 가맹..... | 15 |
| 3. 해외진출 시 자주 묻는 질문 | 17 |
| | |
| II. 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황 | 26 |
| 1. 국가개요 및 경제현황 | 26 |
| 가. 국가개요..... | 26 |
| 나. 경제현황..... | 26 |
| 다. 사회·문화·지리적 현황..... | 29 |
| 2. 외식시장 현황 및 트렌드 | 33 |
| 가. 외식시장현황..... | 33 |
| 나. 외식시장 트렌드..... | 33 |
| 3. 프랜차이즈 산업현황 | 35 |
| 가. 프랜차이즈 시장현황..... | 35 |
| 나. 프랜차이즈 관련 정책..... | 36 |
| 다. 프랜차이즈 기관 및 단체..... | 36 |
| | |
| III. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 | 42 |
| 1. 프랜차이즈 관련 법률 | 42 |
| 가. 프랜차이즈 법률과 개요..... | 42 |
| 나. FTC(Fair Trade Commission Disposal Directions)지침..... | 42 |
| 다. 프랜차이즈 관련 주요내용..... | 50 |
| 라. 프랜차이즈 관련 분쟁사례..... | 59 |
| 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용 | 70 |
| 가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용..... | 70 |

2020 해외 주요국프랜차이즈 법률정보 목 차

| | |
|----------------------------------|------------|
| 나. 합자(합작) 투자 계약절차와 내용..... | 134 |
| 다. 표준가맹계약의 주요내용..... | 135 |
| 3. 상표등록 등 지식재산권..... | 171 |
| 가. 지식재산권 법률과 제도..... | 171 |
| 나. 지식재산권 분쟁사례..... | 193 |
| 4. 기업설립 절차와 외국인투자..... | 197 |
| 가. 기업설립 절차..... | 197 |
| 나. 외국인투자..... | 201 |
| 5. 세무 및 노무..... | 204 |
| 가. 세무..... | 204 |
| 나. 노무..... | 207 |
| 6. 식당 및 식품관련 법률과 제도..... | 215 |
| 가. 식당개업절차..... | 215 |
| 나. 식품관련 주의해야 할 내용..... | 217 |
| 7. 수출입 절차..... | 218 |
| 가. 관세..... | 218 |
| 나. 통관절차..... | 220 |
| 다. 식재료 조달방안..... | 222 |
| 8. 부동산 및 기타 제도..... | 225 |
| 가. 부동산 정책..... | 225 |
| 나. 기타 제도..... | 225 |
| IV. 외식프랜차이즈 기업의 진출전략..... | 228 |
| 1. 적합한 진출방식..... | 228 |
| 가. 진출유형별 비교..... | 228 |
| 나. 적합한 진출방식 선정요소..... | 231 |
| 다. 적합한 방식 선정을 위한 고려사항..... | 233 |
| 2. 마스터 프랜차이즈 진출단계방안..... | 239 |
| 가. 해외진출 준비단계..... | 240 |
| 나. 해외진출 확정단계..... | 245 |
| 다. 현지개업 준비단계..... | 250 |
| 라. 해외사업 관리단계..... | 257 |

표 목차

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 표 1-1 진출 시 고려해야 하는 법률 및 제도..... | 08 |
| 표 1-2 해외매장 사업 유형..... | 13 |
| 표 2-1 주요경제지표..... | 26 |
| 표 2-2 민간 소비 및 물가 전망..... | 27 |
| 표 2-3 10대 수입대상국(2019년)..... | 28 |
| 표 2-4 대만 외식시장 규모(매출액 기준)..... | 33 |
| 표 2-5 대만 프랜차이즈 매출규모..... | 35 |
| 표 3-1 파트너 탐색 지원사업..... | 72 |
| 표 3-2 마스터 계약금..... | 90 |
| 표 3-3 1개 가맹점 개설시 받는 계약금 규모..... | 90 |
| 표 3-4 가맹점 개설시 별도 로열티 규모..... | 91 |
| 표 3-5 출원 상의 제도 비교..... | 173 |
| 표 3-6 회사 설립 형태 비교표..... | 198 |
| 표 3-7 정부 지원금 및 인센티브 관련 주요 프로그램..... | 202 |
| 표 3-8 식재료 수출시 애로사항(복수응답)..... | 222 |
| 표 3-9 한국산 식재료 구입시 애로사항(복수응답)..... | 222 |
| 표 3-10 한국산 식재료 구입방법(복수응답)..... | 223 |
| 표 4-1 진출유형별 비교..... | 228 |
| 표 4-2 기타 프랜차이즈 기업의 해외진출 방식 특징..... | 229 |
| 표 4-3 진출기업의 해외진출 방식..... | 235 |
| 표 4-4 마스터 프랜차이즈 진출단계별 중요 내용..... | 239 |
| 표 4-5 현지 매장 프로모션 현황..... | 257 |

그림 목차

| | |
|---|-----|
| 그림 3-1 정보 공개 내용..... | 53 |
| 그림 3-2 공개해야 할 프랜차이즈 정보 목록 (일반인용 상세 버전)..... | 54 |
| 그림 3-3 정보 공개 기간..... | 56 |
| 그림 3-4 대만 공정거래위원회 계약 주요내용..... | 141 |
| 그림 3-5 발명 특허 심사 및 행정 구제 흐름도..... | 174 |
| 그림 3-6 신규 특허 심사 및 행정 구제 흐름도..... | 175 |
| 그림 3-7 디자인 특허 심사 및 행정 구제 프로세스 흐름도..... | 176 |
| 그림 3-8 상표 검토 및 행정적 구제 절차..... | 179 |



I

외식기업의 해외진출 절차와 유형

대만 Taiwan



I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

1. 해외진출 절차

외식 프랜차이즈 기업이 해외에 진출하는 절차는 진출 국가, 보유 아이템, 진출 기업의 역량 등에 따라 매우 다양하지만, 본 책에서는 외식 프랜차이즈 기업이 해외에 진출하는 단계를 크게 ①해외진출준비, ②해외진출확정, ③현지개업준비, ④해외사업관리로 4단계로 구분하여 각 단계별로 발생할 수 있는 법률과 제도를 중심으로 기술함(참조, 해외진출 외식기업 실무매뉴얼(MAPPS), a 한국농수산식품유통공사)

해외진출은 자금, 인력, 시간 등 기업의 많은 자원을 투입하게 되어, 실패할 경우 기업 입장에서는 큰 Risk를 지게 됨. 이러한 Risk를 줄이기 위해서 해외진출을 희망하는 기업은 사전에 해외진출단계별로 필요한 정보조사와 준비가 필요함

특히 해외 진출 준비과정에서 가장 큰 애로사항으로 '진출희망 국가 법적 규제 파악'이 32.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '식재료 통관기준 및 절차 파악' 16%, '한국산 식재료 공급유통망 구축' 13%로 나타남(참조, 2019년 외식기업해외진출실태조사, 농림축산식품부, a 한국농수산식품유통공사)

본 책은 해외진출 단계별 절차와 진출희망 국가의 법적 규제나 통관절차 등 '현지 법률과 제도'를 중심으로 기술함

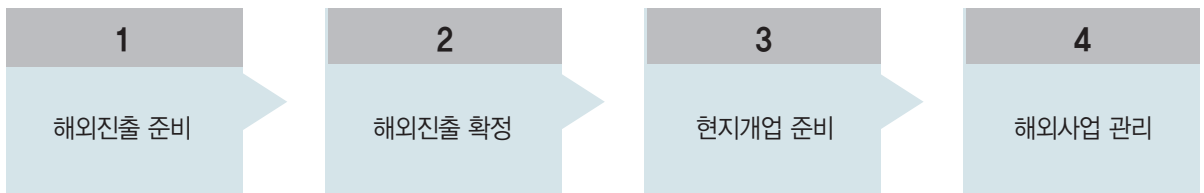
대만의 경우 프랜차이즈에 관한 직접적인 법률은 없고 계약자유의 원칙을 존중하고 있지만, 가맹본부와 가맹점사업자간의 공정한 거래질서를 위하여 公平交易委員會(FTC)에서는 '가맹점 정보 공개 지침(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)'을 두어 사전에 가맹점 운영에 필요한 정보를 제공하도록 하고 있어 진출 전에 충분한 숙지가 필요함

표 1-1 진출 시 고려해야 하는 법률 및 제도

| 법률 및 제도 | 주요항목 | 비고 |
|-------------|--|---|
| 프랜차이즈 관련 법률 | 프랜차이즈 등록 조건 프랜차이즈 등록 필수 여부 프랜차이즈 등록 시기 | 국가별 프랜차이즈 등록절차나 조건에 차이가 있음 |
| 계약 관련 법률 | 계약 시 고려사항 마스터 프랜차이즈 계약 파트너 선정 주의사항 | 마스터 프랜차이즈 유형이나 합작투자자의 경우 파트너 선정과 관리가 중요 |
| 노동 관련 법률 | 현지인 채용 비중 노동법 및 고용법 | 법률 준수하지 않을시 처벌이 강한 국가들이 있으므로 주의 |
| 세무 관련 법률 | 법인세를 포함한 기타 세금 자금 송금 관련 사항 | 국내 송금 시 세금 비중 확인 필수 |

| | | |
|------------------|------------------------------|---|
| 수출입 관련 법률 | 수출할 식재료 및 물품에 대한 점검 관세 관련 사항 | 원재료나 설비 등의 조달 시 통관절차나 인허가에서 국가별, 지역별로 다를 수 있음 |
| 상표 등 지식재산권 관련 법률 | 브랜드 상표등록 지식재산권 보호 방안 | 해외진출 전 브랜드 및 특허, 홈페이지등록 등 지식재산권 보호제도가 필요함 |
| 투자 관련 법률 | 외국인 투자 제한 기업설립 절차 | 진출 형태가 변동될 가능성이 있음 |
| 부동산 관련 법률 | 부동산 계약 관련 법률 임대차 보호 관련 법률 | 현지인이 아닌 외국인의 경우 토지소유 등에서 제한이 있을 수 있음 |
| 외식 및 식품 관련 법률 | 식당개업절차 | 국가별 식당을 개업절차와 허가절차가 다름 |

가. 해외진출 기본절차



해외진출 절차는 진출을 검토하고 기초정보를 조사하는 '①해외진출 준비단계', 조사를 통해 해외진출이 확정되면 철저한 현지 시장조사, 현지 파트너선정 또는 현지 법인설립 등의 '②해외진출 확정단계', 그리고 실제 현지에서 매장을 운영하기 위한 '③해외개업 준비단계', 마지막으로 가맹점모집 등 현지에서 프랜차이즈사업을 운영하는 '④해외사업 관리단계'로 크게 4단계로 구분할 수 있음

이러한 해외진출 절차는 앞에서 언급했듯 진출 국가, 보유 아이템, 진출 기업의 역량 등에 따라 달라질 수 있으며 특히 진출유형(방법)에 따라 진출절차에서 차이가 날 수 있음

해외 진출유형(방법)은 '①마스터 프랜차이즈', '②합자(합작) 투자', '③직접 진출', '④국제 가맹' 등이 있으며, 각 진출유형에 따라 진출절차와 중요 요소가 달라짐

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

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

투자 코스트와 Risk가 높은 「직접진출 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계', '②해외진출 확정단계', '③해외개업 준비단계', '④해외 사업 관리단계' 모두가 필요하며, 해외진출 사업계획, 시장조사, 매뉴얼과 교육, 메뉴뿐만 아니라 현지 매장운영에 필요한 메뉴 및 식재료 시스템 구축, 점포 인허가 취득 및 시공, 매장인력 채용 및 교육 등이 중요한 요소가 될 수 있음

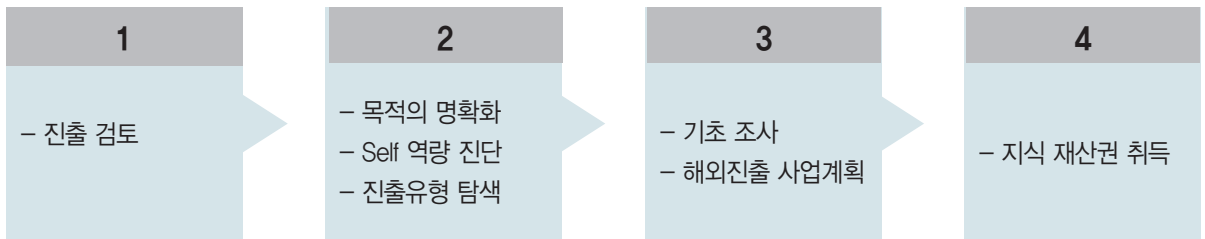


TIP

- 해외진출 단계별 자세한 내용을 원할 경우 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출 외식기업 실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」참조하길 권함
- aT한국농수산물유통공사 > The외식 : www.atfis.or.kr

나. 진출 절차별 주요내용

(1) 해외진출준비

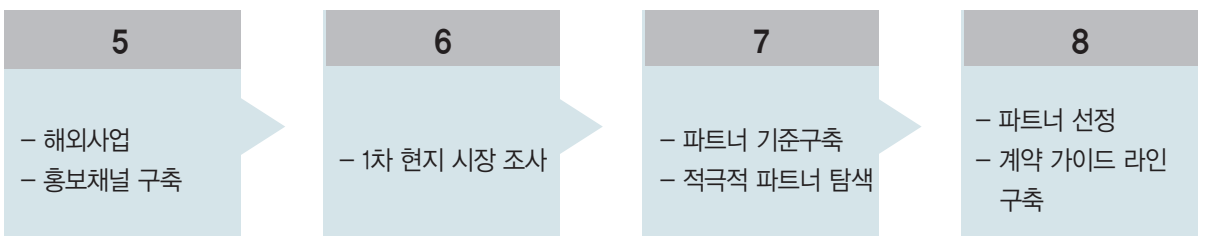


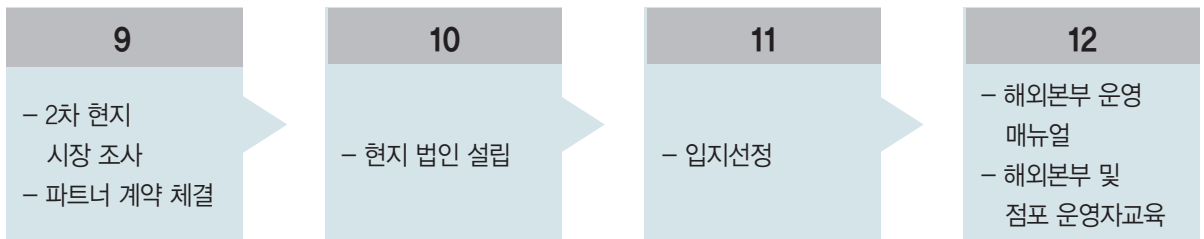
해외진출 준비단계에서는 내부적 분석, 외부적 분석을 통해 진출국과 진출방식을 결정하는 단계임

이 단계에서 고려해야 하는 법률 및 제도는 진출기업의 브랜드와 노하우 등 지식재산권을 보호할 수 있는 '상표 및 특허등록절차'와 진출기업의 '내부적 분석'(아이템, 역량, 인원, 자금 등)과 진출하고자 하는 국가의 '외부적 분석'(진출국 기초조사 등)을 통한 사업 계획을 작성하고 진출방법을 결정하는 것임

진출국을 결정할 때 필요한 기초조사 사항은 '현지 시장규모', '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

(2) 해외진출확정



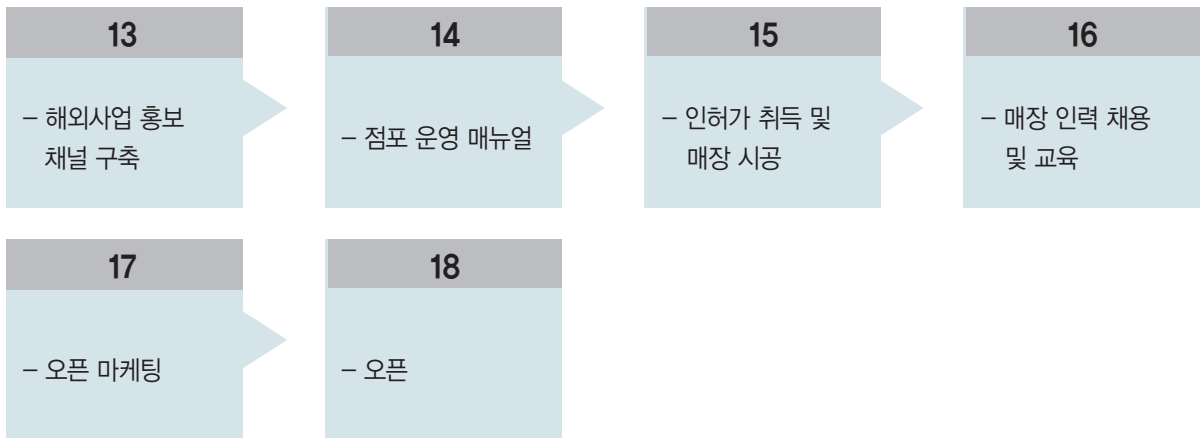


해외진출 준비단계는 해당국가에 점포를 개업하기 전까지의 단계로 구체적인 사업계획, 시장조사, 파트너 선정, 해외에 법인설립 등의 절차가 있음

이 단계에서 고려해야 하는 법률 및 제도는 '마스터 프랜차이즈', '합자(합작) 투자'의 경우 '**파트너 선정과 계약체결**', '합자(합작) 투자'와 '직접 진출'의 경우 '**법인설립과 운영**'을 들 수 있음

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

(3) 현지개업준비



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

그러나 '마스터 프랜차이즈' 경우에도 사업계획, 파트너 선정과 계약, 매장운영 매뉴얼 작성 등을 위하여 진출국가의 매장운영에 필요한 기본적인 외식관련 법률과 인허가 사항, 운영조건 등은 꼭 고려해야 함

이 단계에서 고려해야 하는 법률 및 제도는 매장운영에 필요한 '**세무 및 노무관련 법률**', '**인허가사항과 부동산 관련 제도**', '**식품 관련 법률**'을 들 수 있음

진출기업은 이 단계에서 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 것인지도 결정하는 것이 중요함

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

(4) 해외사업관리

19

- 글로벌 수퍼바이징
- 사업 확장
- 청산 및 철수

현지에서 외식 프랜차이즈 사업을 진행하는 단계로 가맹점모집 및 가맹계약관계, 분쟁해결, 청산 및 철수 등의 절차가 있음

이 단계에서 고려해야 하는 법률 및 제도는 매장운영에 필요한 **'프랜차이즈 관련 조건과 법률'**, **'가맹점과의 계약'**, **'철수 시 필요한 절차'**를 들 수 있음

최근 모든 국가에서 프랜차이즈 산업이 중요한 위치를 차지하고 있으며 관련 제도나 법률도 속속 제정 또는 개정되고 있어, 진출 전에 관련 프랜차이즈 관련 제도나 법률을 반드시 숙지해야 함

2. 해외진출 유형

진출유형에 따라 진출절차나 중요 고려사항 등이 달라질 수 있어, 사업계획 수립 시 어떤 방식으로 진출 할지 진출유형을 선정하는 것이 중요함. 현실에서는 프랜차이즈 기업이 적극적으로 사업계획을 수립하고 진출을 진행하기도 하지만, 반대로 해외 바이어나 외국기업이 접촉하여 오는 경우도 종종 있음

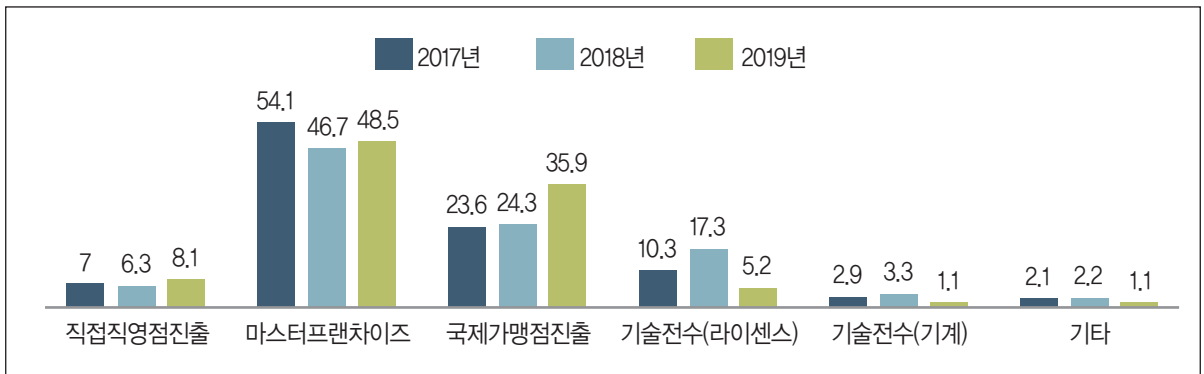
본 책에는 해외진출 유형을 계약방식이나 파트너 유무, 투자여부 등에 따라 다음의 4가지 유형으로 분류함

- 가. 마스터 프랜차이즈
- 나. 합자(합작) 투자
- 다. 직접 진출
- 라. 국제 가맹

해외진출 유형(방식)으로는 ‘마스터 프랜차이즈’가 48.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘국제 가맹’이 35.9% 다음을 차지하고 있음

표 1-2 해외매장 사업 유형

(단위: %)



2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, aT한국농수산식품유통공사]

가. 마스터 프랜차이즈

(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

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

(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

※ 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

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 시행 착오를 거치게 되거나 이에 문제가 있을시 사업 확장이 어려울 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 극대화 할 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 제약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

※ 최근 해외진출 동향

최근 해외진출시 마스터 프랜차이즈, 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 계약자가 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 권리를 부여하는 단계별 계약 형태도 이루어지고 있음

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



TIP

- 해외진출유형의 구체적인 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS (Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함

3. 해외진출 시 자주 묻는 질문

(1) 외식기업의 해외진출 절차와 유형

자주하는 질문

Q. 해외진출에 관한 상담과 정보를 받고자 합니다. 어디에 문의해야 하나요?

- A.**
- aT한국농수산물유통공사 KATI (농식품수출정보) : 해외시장 맞춤형조사 지원, 현지화지원사업 지원, 수출입통계안내, 국내외 수출입정보제공, www.kati.net
 - aT한국농수산물유통공사 > The외식(외식산업정보) : 해외진출실무매뉴얼, 외식사업정보, 외식지원사업, 외식글로벌, www.atfis.or.kr
 - KOTRA : 프랜차이즈 해외 진출 지원(KOTRA 지식서비스팀 02-3460-7613), 지역 전문가 육성 과정 및 글로벌 마케팅, 해외전문 인력 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 지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역지식재산센터 대표번호 1661-1900)
 - 한식진흥원 : 해외 한식 교육 및 해외 진출 전문 인력 교육, 한식당 컨설팅 등(한식진흥원 교육사업팀 02-6300-2052)
 - 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)

Q. 해외진출절차, 해외진출방법(유형)은 어디에서 알 수 있나요?

- A.**
- 해외진출에 관한 절차와 내용을 알고 싶은 기업은 aT한국농수산물유통공사의 「해외진출 외식기업 실무매뉴얼 MAPPS (Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」 꼭 참조하길 권함 (aT한국농수산물유통공사 > The외식 : www.atfis.or.kr)
 - MAPPS는 일반적인 진출유형 및 진출절차가 상세히 나와 있어, 해외진출을 희망하는 기업은 우선 MAPPS의 내용을 숙지하고, 진출하려는 국가별로 시장조사 등을 진행하길 권함

Q. 해외진출 방법(방식)에는 어떤 것이 있나요?

- A.**
- 일반적으로 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 직접진출, 국제가맹 방식의 4가지 방식으로 구분할 수 있으나, 현실적으로는 이러한 방식이 복합적으로 진행되는 등 다양한 방식으로 운영되고 있음
 - ▶ 본 책의 「1. 외식기업의 해외진출 절차와 유형」 2. 해외진출 유형,과 「IV. 외식프랜차이즈 기업의 진출전략」 1. 적합한 진출방식」 참조

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

Q. 메뉴(아이템)의 현지화와 차별화 중 어느 것이 중요한가?

- A.**
- 현지화와 차별화의 적절한 조화가 필요
 - 진출국의 고객성향이나 소비트렌드에 따라 메뉴의 수정이나 개발을 하는 “현지화”도 필요하며, 한류 등의 트렌드와 기업의 경쟁력 있는 요소를 현지에도 충실하게 운영하는 “차별화” 유지도 필요함

(2) 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

자주하는 질문

Q. 진출국은 어떻게 선정하나요?

- A.**
- 기업이 외국에 테스트 매장을 내거나 해외박람회 참가, 정부지원사업 참가하는 등 적극적으로 해외진출을 기획하기도 하지만, 해외 바이어(파트너)가 해당 기업의 사업 아이템을 파악하고 접근하는 경우도 많음
 - 해외진출 국가 선정 시 우선 고려사항으로는 '현지 시장의 규모'가 51.9%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '한류 등 한국 문화에 대한 선호도' 36.5%, '지리적 접근성' 21.2%를 차지함. 특히 '교민(한국인) 진출 현황'은 18.3% 점차 감소하는 것으로 나타남(참조. 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. a한국농수산식품유통공사)
- ▶본 책의 「IV. 외식프랜차이즈 기업의 진출전략」 1. 적합한 진출방식」 참조

Q. 진출국의 프랜차이즈 현황이나 정보는 어떻게 알 수 있나요?

- A.**
- '대만 프랜차이즈협회'(ACFPT, www.franchise.org.tw)나 '프랜차이즈 및 가맹협회'(TCFA, www.tcfa.org.tw)을 통하여 대만의 프랜차이즈 관련 소식과 정보를 알 수 있음
 - 대만의 경우 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)에서 프랜차이즈를 규율하기 때문에 公平交易委員會(FTC)-www.ftc.gov.tw를 통해서도 프랜차이즈관련 정보를 얻을 수 있음
- ▶본 책의 「II. 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황」 3. 프랜차이즈 산업현황」 다. 프랜차이즈 기관 및 단체」 참조

(3) 프랜차이즈 관련 법률과 제도

자주하는 질문

Q. 프랜차이즈 관련 법률이 있는가요?

- A.**
- 대만의 경우, 프랜차이즈를 직접 규제하는 법률은 없음
 - 다만, FTC에서 公平交易法(Fair Trade Act)을 통하여 불공정행위를 감시하고 있으며, 公平交易法을 보완하는 '가맹점 정보 공개 지침'을 두고 있어, 이를 지키지 않으면 불공정거래행위로 제재를 받을 수 있음
- ▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 > 1. 프랜차이즈 관련 법률」 참조

Q. 프랜차이즈 사업을 하기 위한 조건이 있습니까?

- A.**
- 프랜차이즈 사업을 하기 위한 인허가나 등록제도는 없음
 - 다만, '가맹점 정보 공개 지침'에 따라 계약체결 전 기업과 아이템, 계약조건 등에 관한 정보를 제공하여야 함
 - 프랜차이즈 사업 전에 기업 지식재산권을 보호하기 위한 상표등록이나 특허등록은 반드시 진행하여야 함
- ▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 > 1. 프랜차이즈 법률 > 가. 프랜차이즈 법률과 개요」 참조

Q. 진출국의 프랜차이즈 관련 기관은 어떤 곳이 있나요?

- A.**
- '대만 프랜차이즈협회'(ACFPT, www.franchise.org.tw), '프랜차이즈 및 가맹협회'(TCFA, www.tcfa.org.tw), 公平交易委員會 (FTC, www.ftc.gov.tw)
- ▶본 책의 「Ⅱ. 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황」 > 3. 프랜차이즈 산업현황 > 다. 프랜차이즈 기관 및 단체」 참조

Q. 진출국에서 가맹점 모집이나 운영 시 주의해야 하는 것 어떤 것이 있나요?

- A.**
- 대만은 프랜차이즈 운영에 적용되는 특정 법률이나 규정이 없기 때문에 가맹본부와 가맹점사업자의 권리와 의무는 가맹계약 자체에 의해 규제됨
 - 다만, 가맹계약의 타당성과 집행에는 대만의 公平交易法(Fair Trade Act)이 적용되어 재판매 격 제한, 차별대우 등의 불공정성 문제에 주의해야 하며, 특히 FTC의 '가맹점 정보 공개 지침'에 따라 계약 전에 가맹점사업자에게 정보를 공개하여야 함
- ▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 > 다. 프랜차이즈 관련 주요 내용」 참조

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

Q. 파트너와 마스터 프랜차이즈 계약은 어떻게 하나요?

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

계약 체결시 계약내용은 반드시 전문가 검토를 거쳐야 함

▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 참조

Q. 계약체결 전 하는 양해각서(MOU)는 무엇인가요?

A.

- MOU는 양 기관간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서임

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

- MOU 체결은 법률적인 강제성은 없음

▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈 계약서는 어떻게 만들어야 하나요?

A.

마스터 프랜차이즈 계약은 일반 계약과 달리 독점권부여, 로열티 수취방법, 원부재료 조달방법, 지식재산권보호, 인력파견, 가맹점 개설 및 운영, 관련 법률 등 격지 간에 파트너 관리방안이 필요함

▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용」 참조

Q. 현지에서 직원을 고용할 때 주의해야 할 점은 어떤 것이 있나요?

A.

- 대만에서 현지인을 고용하여 프랜차이즈를 운영하기 하기 위해서 프랜차이즈 기업은 대만 새로운 회사 또는 지사를 설립해야 함. 따라서 프랜차이즈 기업은 새로운 회사 또는 지사를 설립하기 전에 대만에 대한 투자에 대해 경제부의 투자위원회 (IC)로부터 사전 승인을 받아야함

- 대만에서 모든 직원-고용주 관계는 근로기준법(LSA)에 의해 의무적으로 규제됨. 특히 최근(2020.1.1.) 대만에서 근로자 보호를 강화하는 민사소송법 특별법 「노동사건법(Labor Incident Act)」이 공포되어 시행되고 있음

▶ 본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 5. 세무 및 노무」 나. 노무」 참조

Q. 상표등록 등 지식재산권 보호는 어떻게 해야 하나요?

- A.**
- 대만 경제부(Ministry of Economic Affairs) 산하의 '특허청(Taiwan Intellectual Property Office 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw)'에서 지식재산권 업무를 관할하고 있음
 - 지식재산권 보호 관련 지원제도
 - : KOTRA 해외 지식재산권 보호 사업 - 해외지식재산센터(IP-DESK)
 - : 특허청 지역지식재산센터 - 글로벌 IP 기업 지원육성사업 (글로벌 IP 강소기업 육성을 위해 지식재산권 관련 종합지원 실시)
 - ▶ 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 3. 상표등록 등 지식재산권」 참조

Q. 진출국에 직접 진출해서 기업을 설립하려고 합니다. 어떤 절차가 있나요?

- A.**
- 외국인투자 유치를 목적으로 대만은 일반적으로 외국인 투자자가 주식을 취득할 때 외국 프랜차이즈 기업을 제한하지 않음. 다만, 대만에 법인을 설립하는 경우 외국인투자에 대한 사전 승인이 필요함
 - 대만에서 프랜차이즈를 하기 위하여 외국 프랜차이즈 기업은 현지 대만인이나 대만기업과 합작 투자를 설립하거나 대만인에게 경영권을 부여할 필요는 없음. 민법, 회사법, 조세법 등 대만의 사업을 관장하는 기본법 외에 프랜차이즈사업을 규제하는 직접적인 법률은 없음
 - ▶ 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 4. 기업설립 절차와 외국인투자」 참조

Q. 물류는 어떻게 해야 하나요?

- A.**
- 대만의 경우 통관이나 수출에 있어서의 규제 장벽이 높아, 가능한 현지에서 최대한 식자재 공급과 운영을 하는 것이 바람직함
 - 수출 관련 정보제공(농식품수출정보 www.kati.net)
 - 관리·법률체계, 통관절차, 통관비용, 통관 시 제출서류, 기타 통관제도, 관세제도, 주요품목 수입규정, 최근이슈
 - 관세청 해외통관지원센터(www.customs.go.kr)
 - 통관 애로 해소, 관련된 해당국 재외공관 및 KOTRA, 무역협회, 주요 해외무역지점, 외국상공회의소 등의 연락처 검색
 - ▶ 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 7. 수출입 절차」 참조

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

(4) 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

자주하는 질문

Q. 해외진출 방법은 어떻게 선정해야 하나요?

A.
- 해외 진출유형(방식)을 결정하기 위해서는 우선 진출기업의 내부분석과 진출시장의 외부분석을 통해 자신의 기업에 맞는 진출 방식을 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
- 다만, 본 책에서는 외부요소 특히 진출국의 법률과 제도를 중심으로 기술함
▶본 책의 「I. 외식기업의 해외진출 절차와 유형」 2. 해외진출 유형」과 「IV. 외식프랜차이즈 기업의 진출전략」 1. 적합한 진출방식」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈로 진출하려고 할 때, 어떻게 준비해야 할까요?

A.
마스터 프랜차이즈 진출 방식은 해외진출 단계(해외진출준비▶해외진출확정▶현지개업준비▶해외사업관리) 중 해외진출준비 단계와 해외진출확정 단계로만 구성됨. 특히 해외진출확정 단계에서 '파트너 선정'과 '파트너와 계약'이 특히 중요함
▶본 책의 「III. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용」와 「IV. 외식프랜차이즈 기업의 진출전략」 2. 마스터 프랜차이즈 진출단계방안」 참조

Q. 합자투자 방식으로 진출하려고 할 때, 어떤 절차가 있나요?

A.
합자투자 진출 방식은 해외진출 단계 중 해외진출준비 단계와 해외진출확정 단계, 해외사업관리 단계가 중요함. 합자투자 방식 역시 해외진출확정 단계에서 '파트너 선정'과 '파트너와 계약'이 중요하며, 현지국가에서 기업설립과 운영이 중요하며, 특히 사업 철수도 사전에 고려하여야 함
▶본 책의 「III. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 나. 합자(합작) 투자 계약절차와 내용」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈와 합작투자를 위한 파트너 탐색은 어떻게 하나요?

A.

- 주로 해외프랜차이즈 박람회나 무역사절단 등에 참여하여 파트너를 탐색하는 것이 일반적임

: 농수산물유통공사의 '해외 프랜차이즈 박람회 지원'

: KOTRA의 '무역사절단 지원', '해외 전시회 한국관 참가', '해외 비즈니스 출장 지원'

- 현실에서는 해외 바이어나 외국기업이 접촉하여 오는 경우도 종종 있어, 이를 대비하여 홈페이지의 영문페이지와 영문 신청서 (APPLICATION), 영문 회사홍보물(R)을 준비하는 것이 바람직함

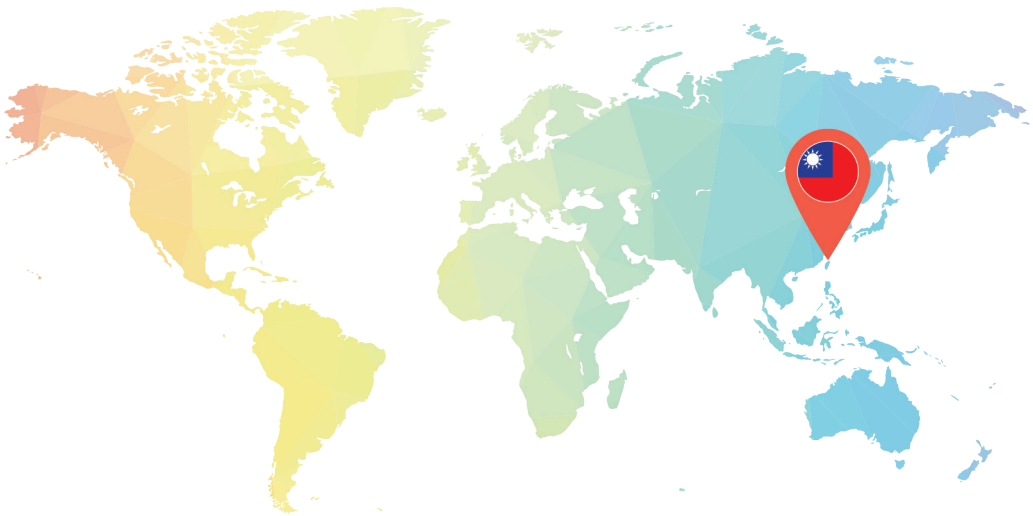
▶본 책의 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용」 참조



II

국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

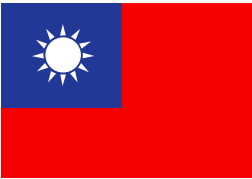
대만 Taiwan



II 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

1. 국가개요 및 경제현황

가. 국가개요



동중국해에 위치한 대만(臺灣·Taiwan)은 “中華民國(Republic of China)”을 공식 국호로 사용 있음. 일본의 류큐 제도(琉球諸島, 유구 제도)와 중국 대륙, 필리핀의 가운데에 위치한 교통 요지임. 대만은 국공 내전에서 중국 공산당에게 밀린 중국 국민당이 1949년 난징시의 국민정부를 타이베이시로 전격 이전하면서 중화민국의 중심지가 됨. 다만 중화인민 공화국은 하나의 원칙에 따라 1945년 연합국의 반환 결정은 자국에 귀속한다고 주장하며 대만에 대한 일체의 영유권을 주장하고 있음

정치 체제는 입헌 민주 공화제로 삼민주의에 근거한 민주 공화제를 채택하고 5권 분립(행정, 입법, 사법, 고시, 감찰) 체제를 유지하고 있음

대만은 건실한 자유시장 경제로 1960년대부터 정부 주도하에 수출 주도형 성장 전략과 중소기업을 중심으로 하는 안정적인 경제 발전을 추진하고 있는 아시아태평양 지역의 경제 부국임

- 명칭 : 中華民國(Republic of China), 台灣(Taiwan)
- 위치 : 동중국해
- 면적 : 35,980km² (남한의 약 1/3), 대만을 포함, 평후(澎湖), 진먼(金門), 마주(馬祖) 등의 79개 도서로 구성
- 인구 : 23,603,121명(세계 55위, 2019년 기준, 타이베이 266만명)
- 수도 : 타이베이 (Taipei, 269만 명)
- 정체 : 입헌민주공화제
- 언어 : Mandarin(북경어,공용어), 민난어(대만 방언), 객가어(중국 남방지역 방언)
- 종교 : 도교 64%, 불교 15%, 기독교 15%, 천주교 4%
(2019년 종교시설 수 기준)
- 인종 : 대만성인(84%), 대륙본토(14%), 고산족(2%)
- 주요도시(주요상권)
수도 : 臺北(Taipei)
까오슝(Kaohsiung), 타이중(Taichung), 타이난 (Tainan), 기룽(Keelung)

나. 경제현황

(1) 경제동향

표 2-1 주요경제지표

| 주요 지표 | 단위 | 2017 | 2018 | 2019(추정) | 2020(추정) |
|-----------|-------|--------|--------|----------|----------|
| 실질성장률 | % | 3.08 | 2.46 | 2.46 | 2.58 |
| 명목GDP | 십억 달러 | 574.9 | 590.0 | 582.2 | 598.1 |
| 1인당 명목GDP | 달러 | 24,408 | 25,026 | 24,677 | 25,332 |
| 실업률 | % | 3.76 | 3.76 | 3.66 | 3.66 |

| | | | | | |
|-------------|----------|---------|---------|---------|---------|
| 소비자물가상승률 | % | 0.62 | 1.35 | 0.67 | 0.82 |
| 재정수지(GDP대비) | % | -1.98 | -1.92 | -1.91 | -1.89 |
| 총수출 | 백만 달러 | 317,249 | 335,909 | 331,742 | 343,623 |
| 총수입 | 백만 달러 | 259,266 | 286,333 | 286,534 | 297,548 |
| 무역수지 | 백만 달러 | 57,983 | 49,576 | 45,208 | 46,075 |
| 경상수지 | 백만 달러 | 82,839 | 68,262 | 68,501 | 68,051 |
| 환율(연평균) | 현지국/US\$ | 30.44 | 30.16 | 31.23 | 31.47 |
| 해외직접투자 | 억 달러 | 208.22 | 227.92 | 56.47* | - |
| 외국인직접투자 | 억 달러 | 77.79 | 116.71 | 35.61* | - |

주: *는 2019년 상반기 실적

[자료: 제주계총처, 제주투자심의위원회(투자), IMF WEO(실업률, 재정·경상수지), kotra]

○ 경제성장률

- 2020년 2.58% 성장 전망(2019.8.16. 발표 자료 기준)
- 미·중 무역분쟁, 국제 유가·원자재가격 등 외부 불확실 요인에도 내수확대 정책, 신기술 발달에 따른 공공·민간 부문 투자가 경제성장을 견인 전망하나, 코로나 19 영향에 의해 경제전망 불투명함

○ 교역

- 2020년 수출입은 각각 3%대 증가 전망
- 미·중 무역분쟁 속에도 세계 교역량 증가(2019년 대비 3.7% 증가, IMF 2019년 7월 발표 기준), 반도체 업계의 기술적 우위, 신기술(5G, AI, IoT 등) 발달은 호조 요인

○ 투자

- 2020년 3.56% 증가 전망
- 민간 부문은 반도체, 해상 풍력발전, 5세대 이동통신 분야가 투자 확대를 견인
- 공공 부문은 투자환경 개선 정책, 미래건설프로젝트 등 정부 사업 집중 추진에 힘입어 성장 예상
- 대만 정부는 코로나 19 이후 2021~2024년 경제성장 목표를 2.6~3.4%로 설정하고 신산업 육성과 디지털 전환을 통한 목표 달성 예정

○ 소비

표 2-2 민간 소비 및 물가 전망

(단위 : 억 달러, %)

| | | 2019(추정) | 2020(추정) |
|-------|------------|----------|----------|
| 민간 소비 | 금액 | 3,114 | 3,190 |
| | 실질 성장률 | 2.03 | 2.05 |
| 물가 | 소비자 물가 상승률 | 0.67 | 0.82 |
| | 도매 물가 상승률 | -1.02 | 0.49 |

II 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

주: '금액'은 연도별 환율 전담치 기준(2019년 31,23대만달러, 2020년 31.47대만달러)

[자료: 행정원 주계총처, kotra]

- 2020년 민간 소비 성장률은 2019년 수준을 유지 예상
- 최저임금 인상 등으로 가처분 소득이 증가한 반면 인구 고령화·저출산 등 구조적 요인이 성장세를 일부 상쇄
- 세계적인 수요 부진으로 국제 원자재 가격이 하락하면서 도매물가지수도 하락세. 2020년에는 기저효과로 소폭 증가
- 도매물가는 소비자물가 상승을 억제해 연간 1%에 못 미치는 상승률을 보일 전망

(참조. 2020 국가별진출전략(대만)_KOTRA)

(2) 경제 특성

- 공업에서 서비스업으로 산업구조 변화
 - 1987년 7월 대만 정부는 기업의 대외투자를 허용하기 시작했고 1988년 6월에는 중국이 대만기업에 대한 투자우대정책을 실시하여 대만 공업의 중국 이전 가속화에 따라 1988년을 분기점으로 공업 비중이 감소하고 서비스업 비중이 증가
- 중소기업 중심의 건실한 경제발전
 - 100만 여개의 기업 중 90% 이상이 중소기업으로서 중소기업에 우호적인 경영환경이 경제발전의 원동력이 되었으며, 가족 경영체제, 화교 상권 네트워크가 큰 도움이 됨
 - 경쟁력 있는 중소기업을 바탕으로 컴퓨터, 정보통신 등의 OEM 수출을 통해 세계 IT 분야에서 높은 시장 점유율을 유지하고 있음. 다만, 조선, 자동차 등 거대 집약산업과 반도체 등 첨단산업은 불리한 약점이 있음
- (중국, 일본, 미국) 3대 수입국에 경제의존도 높음

표 2-3 10대 수입대상국(2019년)

| 순위 | 국가명 | 금액(백만 달러) | 비중(%) | 증감률(%) |
|----|---------|-----------|-------|--------|
| 1 | 중국 | 57,387 | 20.1 | 6.7 |
| 2 | 일본 | 4,037 | 15.4 | -0.3 |
| 3 | 미국 | 34,83 | 12.2 | 5.2 |
| 4 | 한국 | 17,734 | 6.2 | -9.2 |
| 5 | 말레이시아 | 10,380 | 3.6 | 11.6 |
| 6 | 호주 | 10,063 | 3.5 | 5.3 |
| 7 | 독일 | 9,403 | 3.3 | -5.7 |
| 8 | 싱가포르 | 7,924 | 2.8 | -5.9 |
| 9 | 네덜란드 | 7,879 | 2.8 | 102.9 |
| 10 | 사우디아라비아 | 7,728 | 2.7 | -10.2 |
| 총액 | | 285,721 | 10.0 | 0.3 |

자료원 : 재정부 관무서

- 중국, 일본, 미국 3개 국가의 수입 비중이 거의 절반(48%) 차지함
- 특히 2002년부터 중국(홍콩 포함)이 미국을 제치고 대만의 제1 무역대상국으로 부상하였고 대만기업들의 대중 투자 확대 및 생산 기지 이전 등으로 지속적으로 투자가 되고 있음
- 미국은 1994년 9월 'TIFA(무역 투자 기본협정)'를 체결, 대만의 2위 교역 파트너(수출 3위, 수입 3위)
- 일본은 2011년 9월 '대만-일본 투자 협의' 체결, 매년 상호 경제무역 회의, 산업협력교류회의 증가

○ 단교 상태이지만 민간 경제교류 활발

- 1992년 8월 한-중 수교에 따라 대만과는 단교 상태임
- FTA 같은 정부 차원의 경제협력 기제는 없으나 민간에서 산업 간 교역이 활발함
- 대만은 한국의 6위 교역 파트너이자 6위 수출 대상 지역으로 대(對)대만 교역(2018년)의 61%는 자본재, 35%는 원자재로 산업 간 교역으로 협력함

○ 한류가 중국·동남아로 뻗어 나갈 수 있었던 한류의 발상지

- 대만과는 단교 상태임에도 상호 관광객이 연간 100만 명을 초과하고 있으며, 대만 내 한류 양상은 초기의 팬덤 위주에서 전방위적(한국어 학습, 한국 음식·식품 등)으로 대중화 확산 추세에 있음
- 한류 기반 소비재 수출 증가에 따라 최근 10년 간(2008~2018) 소비재 교역액은 연평균 7.7% 성장, 같은 기간 교역총액의 연평균 성장률(5.4%)을 상회했고, 2018년 소비재 교역액은 14억7천만 달러로 역대 최고치에 달함

다. 사회·문화·지리적 현황

(1) 사회·문화적 현황

(가) 정치현황

- 대만의 정치 체제는 입헌 민주 공화제로 삼민주의에 근거한 민주 공화제를 채택, 국가 원수는 總統(President)이며 5권 분립(행정, 입법, 사법, 고시, 감찰) 체제이고, 입법권을 갖는 의회는 정수 113명 4년 임기의 단원제(입법원)임
- 제2차 세계 대전이 종료된 1945년에 연합국을 통해서 중화민국에 반환되었다가 국공 내전에서 중국 공산당에게 밀린 중국 국민당이 1949년 난징시의 국민정부를 타이베이시로 전격 이전하면서 중화민국의 중심지가 됨
다만 중화인민 공화국은 하나의 원칙에 따라 1945년 연합국의 반환 결정은 자국에 귀속한다고 주장하고 있으며, 이에 따라 대만을 23번째 성(省)으로 규정하고 대만에 대한 일체의 영유권을 주장하고 있음
- 대만은 대한민국의 최초 수교국(1948년 8월)이었으나 1992년 8월 한-중 수교에 따라 대만과는 단교 상태임. FTA 같은 정부 차원의 경제협력 기제는 없으나 민간에서 산업 간 교역이 활발하여 2018년 기준, 대만은 한국의 6위 교역 파트너이자 6위 수출 대상 지역으로 대(對)대만 교역(2018년)의 61%는 자본재, 35%는 원자재로 산업 간 교역으로 협력
한(韓) 전국경제인연합회와 대만 국제경제합작협회(CIECA) 공동 주최로 '한-대만 경제협력위원회'를 매년 개최하며 민간 차원의 교류 지속, 2019년 상호 방문 250만명(방한 대만인 : 126만명 / 대만 방문 한국인 124만명), 우리교민이 약 8,300명(2019.9월) 재한 대만인 약 32,000명임

II 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

(나) 사회 · 문화적 현황

○ 인종

- 대만인은 수천 년 전부터 대만에 살고 있는 원주민 소수민족(고산족)과 중국대륙에서 건너온 한족(본성인/내성인, 약 95%)으로 나눌 수 있음
- 고산족은 마레이, 폴리네시아어족에 속하며 한족 중국인인 본성인과 구별되며, 이들은 본래 대만에서 '기원한 민족으로 한족이 아님
- 한족은 청조시대 이전에 대만으로 건너온 본성인과 중국 공산당과의 싸움에 패하여 중국에서 탈출하여 건너온 외성인으로 나눌 수 있으며, 외성인은 소수에 불과하지만 외성인의 지배에 본성인들은 일부 반감을 갖고 있음
- 원주민 중 상당수는 한족과 동화되었는데 그들의 후손들은 생활 습관이나 외모상으로 한족과 거의 구분이 되지 않기 때문에 현재 대만에서 '원주민'으로 간주되지는 않는 경향이 있음

○ 독자적 정체성

- 대부분의 대만인들은 엄연히 한족 중국인 혈통이지만 이들은 중국 대륙이 아닌 '타이완'으로서의 독자적 정체성이 강하며, 또한 중국인으로서 여겨지는 것에 대해서 거부감을 느낌. 극단적인 경우 자신이 '중국계'임을 부정하는 대만인들도 있을 정도임
- 외성인들 중에서는 자신이 대만인임과 동시에 중국인이라는 정체성을 갖고 있다고 생각하는 경우도 있지만, 반면 본성인들 중에서는 자신이 오로지 대만인이라고 말하기도 함
- 따라서 대만인을 중국인이라 부르거나, 중국인으로 오해하는 것은 대만인들에게 굉장한 무례가 될 수 있음. 일상생활에서는 대개 중국인이라기보다는 대만인으로 통함

○ 언어

- 언어는 베이징관어(Mandarin, 북경어)를 공용어로 하며 타이완어나 고산어도 쓰임
- 타이완어 또는 대만어(臺灣語) 또는 타이어는 민난어에서 파생된 방언으로, 타이완에서 가장 널리 쓰이는 언어임. 민난어는 중국어의 방언으로 주로 중국 푸젠성과 타이완에서 쓰임. 민(閩)은 푸젠성의 약칭으로, 언어가 사용되는 지리적 위치에 따라서 푸젠에서는 장저우어(漳州語), 취안저우어(泉州語), 샤먼어(廈門語)로 나뉘며, 푸젠 이외의 지역에서는 타이완어(臺灣語/臺灣) · 차오저우어(潮州語) · 하이난어(海南語)로 구분함

(다) 인구현황

○ 인구밀도는 높으나 급속한 경제발전으로 고용이 증가하고 여성취업률이 높아 실업률은 낮은 편임

○ 대만도 저출산으로 2019년말 기준 호적등록인구가 총 2천360만3천121명으로 전년에 비해 1만4천189명 증가로 인구 1천명당 0.6% 증가에 그친 것으로 대만 사상 가장 낮은 인구증가율을 보임. 대만 국가발전위원회는 '인구 예측' 자료에서 총인구가 오는 2021년에 2천361만4천여명으로 정점에 달했다가 이듬해부터 마이너스 성장세를 보일 것으로 예측한 바 있음 (참조. 자유시보)

○ 특히 연령별로 배우자가 있는 여성의 비율은 20~24세 구간의 경우 지난 1978년 41.39%에서 2018년에는 4.31%, 25~29세는 80.23%에서 19.86%, 30~34세는 91.33%에서 48.08%로 각각 큰 폭으로 감소한 것으로 조사돼 대만인의 만혼 성향이 갈수록 높아진 것으로 나타남

○ 지역별로 수도권 일대(타이베이시, 신베이시)에 인구의 28%가 밀집해 있음

- 연령대별로는 25~64세의 현재 소비 주역이 60%, 24세 이하 미래 소비 주역이 25% 비중을 차지하고 있음. 남녀성비는 2013년에 역전되었으며 2019년 기준 남·녀 인구는 각각 1,170만여 명과 1,189만여 명으로 여자가 남자보다 19만 명 이상 많음. 2030년에는 이 격차가 49만 명을 넘을 것으로 보임(참조. 내정부 호정사, 행정원 발전위원회)

(2) 지리적 현황과 상권

(가) 지리적 현황

- 대만은 동중국해(북위 21° 53' 50" ~ 25° 18' 20", - 동경 120° 01' 00" ~ 121° 59' 15")에 위치해 있으며, 일본의 류큐 제도(琉球諸島, 유구 제도)와 중국 대륙, 필리핀의 가운데에 위치한 교통 요지임
- 면적은 35,980km²(세계 139위, 남한의 약 1/3)로 대만을 포함, 평후(澎湖), 진먼(金門), 마주(馬祖) 등의 79개 도서로 구성되어 있음
- 지형은 대부분이 산악지대로 구성(경작가능 면적 비율 : 24%)되어 있음
- 기후는 아열대성 해양기후(여름 33°C, 겨울 13°C 평균)로 길고 무더운 여름과 짧고 습한 겨울이 특징이며, 6~9월중 태풍내습(1년 평균 7~8회), 연평균 강수량 2,515mm, 연 평균 습도 77%임
- 대만은 '불의 고리'라고 불리는 환태평양 조산대에 위치해 지진 다발지역으로 연 평균 70~100회 크고 작은 지진 발생하고 있음

(나) 주요 도시

- 타이베이(Taipei)
 - 면적: 272km²
 - 인구: 2019년 말 기준 2,645,041명
 - 대만의 수도로 상업이 발달해 있음. 백화점, 편의점, 대형 마트, 슈퍼마켓 등 소매유통채널이 운집해 있고, 타이베이 외곽의 신베이(New Taipei) 인구까지 합산 시 대만 인구의 28%(666만 명)가 수도권에 밀집해 있음
- 타이중(Taichung)
 - 면적: 2,215km²
 - 인구: 2019년 말 기준 2,815,261명
 - 중부 지역 중심 도시로 중소형 가족기업 위주의 경공업, 기계 산업이 밀집해 있음
- 가오슝(Kaohsiung)
 - 면적: 2,952km²
 - 인구: 2019년 말 기준 2,773,198명
 - 남부 지역 중심 도시로 대만 최대 국제 항구인 가오슝항이 있음. 원료/발주권을 보유한 철강/석유화학 분야 대기업 아래 하청업체가 피라미드식 구조로 형성되어 있음

II 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황



TIP

- 주 타이베이 대한민국 대표부 (<http://overseas.mofa.go.kr/tw-ko/index.do>) 사이버기업서비스에서 게시판으로 '기업애로사항', '통상환경(제도, 법률)정보', '현지진출방문정보' 등 궁금한 내용을 문의 가능

2. 외식시장 현황 및 트렌드

가. 외식시장현황

표 2-4 대만 외식시장 규모(매출액 기준)

| 구분 | 단위 | 2018 | 2019(추정) | 2020(추정) |
|-----|--------|-------|----------|----------|
| 생산액 | 억 대만달러 | 6,864 | 6,932 | 6,995 |
| | 억 달러 | 228 | 222 | 222 |
| 증감률 | % | 2.14 | 0.99 | 0.91 |

주: '달러 기준 생산액'은 해당연도의 연평균 환율 기준. '증감률'은 대만달러 기준

[자료: 유로모니터 'Consumer Foodservice in Taiwan(2019.4)', kotra]

○ 대만은 세계적인 '미식 천국'으로 외식업이 발달함

- 음식을 통해 '소확행(소소하지만 확실한 행복)'을 추구하고 끊임없이 새로운 갈구하는 성향이 강해 현지 외식업계는 브랜드 다각화로 소비자 요구에 부응 노력
- 식도락을 즐기고 외국 음식에 관심이 높음. 외국 음식 중 일본식이 압도적 선호도 높으며, 한국 음식점도 많이 증가한 상황이나 경쟁이 점점 심화되어 감
- 대만 외식 시장은 프랜차이즈 비중이 확대 추세에 있음(2013년 36.6% → 2018년 39.0%)

○ 테이크아웃, 음식배달 앱 사용 활성화

- 직접 식당을 방문해 이용하는 것이 일반적(2018년 매출액 기준, 63.2%)이나 음식배달 앱 서비스가 활발해지면서 배달 비중도 점차 늘어나는 추세에 있음(2013년 2.9% → 2018년 3.6%)
- 직접 방문 비중은 2013년 64.8% → 2018년 63.2%로 감소
- 판로 다각화(편의점과의 콜라보레이션 등)로 소비자와 접점 확대가 필요함

○ 맞벌이 가정과 1인 가구의 증가로 외식시장은 성장

- 맞벌이 가정과 1인 가구의 증가로 외식시장은 성장했으며, 특히 여성의 사회 진출이 보편화에 힘입어 직장인 여성이 주요 외식 소비자로 부상함. 대만 가정의 60% 이상이 하루에 한끼 이상 외식에 의존하는 만큼 외식 문화가 보편화됨

나. 외식시장 트렌드

○ 외식산업과 IT산업의 결합

- 대만 전체 인구 70% 이상이 스마트폰 이용자이며, 하루 평균 스마트폰 이용시간은 197분으로 세계 1위, 페이스북 월간 이용자가 1,600만 명으로 인구대비 사용자율 1위임
- 배달앱, 간편해진 주문방식 등 외식산업이 IT산업과 결합하여 소비 행태가 변화하고 있음. 특히 대만의 남문(南門) 시장은 온라인 주문을 활성화시켜 지역민을 공략하여 남문시장 전체 매출액 중 50% 이상이 온라인 주문과 전화주문, 배달을 통해 이뤄짐

Ⅱ 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

○ 외식시장의 양극화

- 중산층 비율의 감소와 빈부격차의 심화로 소비 특히 외식소비의 경우 가격에 민감하여 저예산 메뉴에 대한 수요가 강하지만, 반면에 가족 모임 등의 경우에는 고가의 메뉴를 선호
- 1~2인 가구의 증가로 소포장의 수요가 증가
- 사회 불안정 지속에 따라 자신에 대한 개인 취향을 중시하는 소비 증가

○ 건강한 먹거리에 대한 관심과 소비 증가

- 과거에 비해 생활수준이 향상됨에 따라 안전하고 먹거리에 대한 관심이 높아지고 소비자의 식품 기준이 높아짐. 유기농, 친환경 식품, 채식식품(두부, 콩 등) 채식 칼슘보충제 등 소비자의 수가 증가함
- 스타벅스에서 샐러드만으로 구성된 메뉴를 판매하는 등 식당에서는 신선하고 건강한 메뉴만을 판매하는 곳이 생길 만큼 LOHAS(Life Of Health And Sustainability)가 소비자에게 큰 반응을 얻고 있음

○ 이색식품의 선호가 증가한 반면 신설 음식점 허니문 기간이 단축

- 소비자의 호기심을 유발할 색다른 식품이 개발되고 소비자에 인기를 얻고 있으며, 새로운 콘셉트의 식당 등장하고 있음
- 음식점간의 경쟁이 점점 심화되어 감에 따라 신설 음식점 허니문 기간이 단축되고 있음

3. 프랜차이즈 산업현황

가. 프랜차이즈 시장현황

- 대만은 세계에서도 프랜차이즈 산업이 활발한 국가이며, 대만의 서비스부문은 경제성장과 대만 산업구조의 변화로 인해 대만 GDP의 거의 70%를 차지하고 있으며 그 발전에는 프랜차이즈 산업의 역할이 큼
- 대만은 2017년 기준 3,100개 이상의 프랜차이즈 브랜드와 프랜차이즈 기업을 있으며, 총 148,000개의 매장이 있음
프랜차이즈 브랜드는 소매, 식음료 및 기타 서비스를 포함한 110개 이상의 다양한 산업으로 형성되어 있음
- 대만의 식음료 프랜차이즈 시장은 이미 포화되고 경쟁이 치열한 시장이며 많은 글로벌 브랜드 프랜차이즈 기업이 존재하고 있음
외국 프랜차이즈는 대만에서 매우 호평을 받고 있으며 그 중에서 미국 프랜차이즈 기업이 가장 큰 자리를 차지하고 있음.
- 대만에서 활동하는 미국 프랜차이즈 브랜드의 예로는 Starbucks (430개 이상의 매장), McDonald 's (400개 이상의 매장), Pizza Hut (220개 이상의 매장), Domino 's Pizza (140개 이상의 매장), KFC (135개 이상의 매장), Subway (130개 이상의 매장)가 있음. 최근에는 Cold Stone, Burger King, Quizno 's Sub, Krispy Kreme, Jamba Juice 등 신규 시장 브랜드도 최근 대만
으로 진출하기 시작함
- 대만 프랜차이즈 매출규모

표 2-5 대만 프랜차이즈 매출규모

(단위 : 천 달러)

| | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년(예상) |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|
| 총 시장 규모 | 39,999,000 | 41,998,000 | 44,098,000 | 45,420,000 |
| 환율 : 1 USD to NTD | 33.10 | 32.28 | 29.85 | 29.17 |

주: 총 시장 규모 = (총 현지 생산량 + 수입품) - 수출

자료출처 : 대만 체인점 및 프랜차이즈 협회

- 국내 프랜차이즈 기업은 대만에서 한류가 활발하게 성장하기 시작한 2014년부터 주로 치킨이나 분식 프랜차이즈 브랜드 위주로 진출하기 시작함. 진출한 프랜차이즈로는 네네치킨, 맘스터치, 두끼떡볶이, 마포갈매기, 치르치르, BBQ, 이삭토스트, 처가 집양념통닭 등이 있음

II 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

나. 프랜차이즈 관련 정책

○ 대만 프랜차이즈 관련 법률제도

- 대만은 프랜차이즈 관련 직접 법률이나 규정은 없음
- 대만의 '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'에서 불공정행위를 감시하기 위하여 일반법인 公平交易法(Fair Trade Act) 과 公平交易法(Fair Trade Act)을 효율적으로 운영하기 위한 아래의 지침으로 프랜차이즈를 규제함
 - : FTC지침(Fair Trade Commission Disposal Directions)
 - : FTC가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)
- FTC가이드라인에 따라 가맹본부는 계약체결 전에 정보공개서를 제공하여야 함

○ 대만에서 프랜차이즈 관련 투자환경

- 외국인 투자에 대한 제한은 없지만, 외국인에 대한 투자장려 조례가 폐지되고 산업고도화 촉진조례가 제정되어 외국인에게만 특혜를 주지는 않음. 다만, 첨단기술에 대해서는 내·외국인기업에 상관없이 장려하고 있음
- 세금과 외환과 관련하여 프랜차이즈 사업에 특정한 규정은 없음
- 대만에서 기업운영과 관련된 주요 세금은 법인세, 부가가치세, 개인 소득세 및 관세 등인데, 프랜차이즈 사업을 위해 특별히 존재하는 최적의 세금 효율적인 구조는 없음
- 우리기업이 대만 투자 시 가장 어려운 점 중의 하나는 한국과 대만 사이에 이중과세방지 협정이 체결되지 있지 않다는 점임

다. 프랜차이즈 기관 및 단체

| | | |
|-------|--|-----------------------------|
| 연락처 | 電話 : 02-25235118 | |
| Email | afpt@franchise.org.tw | 홈페이지 : www.franchise.org.tw |
| 주 소 | 地址 : 台北市中山區中山北路一段82號3樓 3F., No.82, Sec. 1, Zhongshan N. Rd., Zhongshan Dist., Taipei City 104, Taiwan (R.O.C.) | |
| 내 용 | 대만 경제의 90% 이상이 대부분 중소기업으로 구성되어 있으며, 그 중 대만의 체인 및 프랜차이즈 산업이 큰 부분을 차지하고 있음 대만의 프랜차이즈 시장은 2000개 이상의 브랜드로 상호 신뢰를 바탕으로 성장하고 있음 대만 프랜차이즈협회는 1995년 12월 18일 설립하고 Mr. Lee Ching-chin을 의장으로 선출하여 프랜차이즈 산업에 새로운 이정표를 세움 | |
| 기 능 | 대만 프랜차이즈협회는 대만에서 가장 크고 경험이 풍부한 프랜차이즈 운영 조직이며, 현재 110개 프랜차이즈 부문에 350명이 넘는 회원을 보유하고 있으며, 회원들은 200,000개 이상 점포를 운영하고 있음 대만 프랜차이즈협회 회원들은 100만 명 이상의 직원과 함께 대만 산업의 중추적인 역할을 하고 있음 - 프랜차이즈 전시회 등 이벤트 개최 - 국제 프랜차이즈 시장의 회원들과 방문 및 정보교류 - 국제 워크숍 운영 | |

- 프랜차이즈 관련 교육 및 훈련 제공
- 4개 지점(타이베이, 타이 중, 타이난 및 가오슝) 설립과 정기적 회의
- 회원 워크숍을 통한 회원 간의 정보와 경험교류
- 프랜차이즈 상담 및 경영지원
- 회원에 프랜차이즈 산업에 대한 최신 정보제공
- 중국 상하이에 "Cross-Strait Franchise Business Center"를 설립, 회원들의 중국시장 진출을 위한 해외 서비스 및 현지 법률, 세금, 사무실 임대, 현지 시장 조사 등의 서비스 제공

(2) TCFA (대만 체인 및 프랜차이즈협회 : Taiwan Chain Stores and Franchise Association)



| | | |
|-------|--|---|
| 연락처 | TEL: 886-2-25796262 FAX: 886-2-25791176 | |
| Email | | 홈페이지 : www.tcfa.org.tw |
| 주 소 | 台北市南京東路四段180號4樓 4F, No. 180, Nanking E. Road, Section 4, Taipei 105, Taiwan | |
| 내 용 | <p>TCFA는 1987년 대만의 9개 체인점 기업이 체인점 비즈니스 기술을 공유하기 위해 설립했음. 프랜차이즈 산업이 발전함에 따라 1991년에 54개의 체인점 기업이 가입하였고, "중화민국 체인스토어 협회"의 창립함 2000년 5월 24일, 협회는 내무부 산하에 "대만 체인점 및 프랜차이즈 협회"로 이름을 변경함 협회는 창립 이래 회원들에게 지속적으로 서비스를 제공하고 있으며, 회원 간의 상호소통을 통하여 신뢰를 바탕으로 성장</p> <p>협회는 대만 최초이자 최대 규모의 체인 스토어 조직이며, 7-ELEVEN, Family Mart, Wellcome, Starbucks, Kentucky Fried Chicken, McDonalds 및 Carrefour와 같은 유명 브랜드기업이 회원으로 있으며, 300개 회원사는 70개 업종, 3만 점포, 50만 종업원, 2조 NT달러의 연간총매출을 이루고 있음. 동남아와 중국을 미래 시장으로 적극 개발하고 있으며, 일본, 호주, 미국 등 유럽 국가로 진출한 기업들도 있음</p> <p>TCFA의 목적은 사업경험의 공유와 상호 교류 및 학습임. 회원간의 모임은 서로 배우고 정보를 교환하고 새로운 아이디어를 전달할 수 있는 공간을 제공하고 있으며, 연쇄점 해외 연수회를 정기적으로 운영하여 국제 연쇄점 관리기술과 경영기술 및 신개념을 습득하게 함</p> | |

II 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황

| | |
|-----------|--|
| <p>기능</p> | <p>TCFA는 수년간의 노력 끝에 대만에서 전문적인 이미지를 구축했으며, 정부정책을 준수하고 정부와 산업 간의 의사소통 다리 역할을 하고 있음</p> <p>TCFA는 대만 체인점을 대표하여 물류 협회, 쇼핑 센터 협회 등 각계 협회와 정보를 교환하고 상호 우호관계를 구축했으며, 회원 간에도 네트워킹 및 비즈니스 경험 공유하고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> - 교육 훈련 : 협회는 직원, 점장 및 지역 감독관을 위하여 일본의 매장 운영 노하우에 대한 교육과정을 도입하고 매장 관리자 및 지역 감독자를 위한 인증절차를 운영하고 있음. 그밖에도 미국, 영국 및 일본의 소매 산업 동향에 대한 국제 세미나, 유통 산업 운영자 회의, 고위 관리전문가를 위한 전략 수업과 같은 체인점 관리과정 등을 운영함 - 비즈니스 뉴스 전달 : 체인점 정보, 체인점 연간생산량, 다양한 지역별 소비자 조사, 다양한 비즈니스 문제 요약 및 특별 보고서, 대만의 비즈니스 동향 발표 등 회원들에게 사업 계획 및 의사 결정에 대한 참고 자료를 제공함 - 인사 교육 : 매년 전국 우수 점장 선정하고 표창하여, 프랜차이즈 산업 전반의 서비스 품질 향상에 기여하고 있음. 선정된 우수 점장은 강연투어와 초빙을 통하여 경험을 공유하고 있음 - 국제 홍보 지원 : 협회는 동남아시아, 중국 본토, 싱가포르, JCA (일본 체인점 협회), JFA (일본 프랜차이즈 협회), HKMA (홍콩 소매 관리 협회), HKFA (홍콩 프랜차이즈 협회), PRA (필리핀 소매 협회), TRA (태국 소매 등 Association), SRA (Singapore Retail Association), SIFA (Singapore Franchise Association), MRCA (Malaysia Chain Store Association) 등 다른 국가의 협회와 긴밀한 관계를 맺고 정보를 교환하고 있으며, 다른 국가의 협회 회원 간의 국제 교류 방문 및 협력을 촉진하고 있음 |
|-----------|--|

(3) FTC (公平交易委員會 : FAIR TRADE COMMISSION)



| | |
|--------------|---|
| <p>연락처</p> | <p>總機 : (02)2351-7588(代表號) 本會服務中心專線 : (02)2351-7588轉 380, (02)2351-0022 南區服務中心專線 : (07) 723-0022</p> |
| <p>Email</p> | <p>홈페이지 : www.ftc.gov.tw</p> |
| <p>주소</p> | <p>10051臺北市中正區濟南路1段2-2號12樓</p> |
| <p>내용</p> | <p>공정 거래법은 民國 80년 2월 4일(1991년 2월 4일) 제정 및 공포되어 이듬해 같은 날 발효되었으며, 그 입법 목적은 거래 질서와 소비자의 이익을 유지하고 공정한 경쟁을 보장하며 경제적 안정과 번영을 도모하는 것임</p> <p>본 공정거래위원회는 民國 81년 1월 2일(1992년 2월 4일) 법에 의거 설립되어 경쟁 정책의 수립과 공정 거래법의 시행을 담당하고 있으며 정부와 협력하여 조직 개혁을 추진하기 위해 民國 101년 2월 6일(2012년 2월 6일) '공정거래위원회'로 개편되어, 협회의 독립기관의 지위를 확립함</p> |

| | |
|-----------|--|
| <p>내용</p> | <p>27년 전 창립 이래 사회 각계의 지원과 격려로 공정거래 법규제정, 시장 경쟁 메커니즘 및 질서 유지, 국제 교류 및 협력 발전 등 모든 분야에서 활동하고 있음</p> |
| <p>기능</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 법 집행의 효율성 향상 및 시장 경쟁 메커니즘 유지 : 시장에서의 자유롭고 공정한 경쟁과 소비자의 이익을 보호하고 경제적 안정과 번영을 증진하기 위한 공정거래법의 시행을 책임짐 2. 시장 경쟁 질서를 상호 유지하기 위한 부처 간 조정 및 협력 강화 : 최근 가격 변동, 상품 또는 서비스에 대한 허위 광고, 불법 다단계 마케팅 활동으로 인해 사람들의 생계가 어려워지는 사례가 많이 있음. 이러한 경우는 종종 다른 부처의 책임이 수반되기 때문에 다양한 기관과의 조정 및 협력을 강화할 필요가 있음 3. 공정 거래 법률 체계를 완성하고, 중대한 반 경쟁 행위에 대한 효과적인 조사 및 처리 : 1981년 시행된 이후 공정거래법은 8차의 수정을 거침. 보다 완전한 경쟁법 시스템을 구축하고 보다 자유롭고 공정한 경쟁환경을 조성하기 위해 본위원회는 공정거래법의 개정을 지속적으로 추진하고 제도적, 법적 측면에서 검토 및 개선 할 것임 4. 디지털 경제 산업의 발전에 집중하고 대응 방안을 논의 : 과학 기술의 급속한 발전과 경제의 세계화에 따라 전자 상거래, 빅 데이터 애플리케이션, 공유 경제 등 많은 신흥 비즈니스 모델이 고안되었으며, 그로부터 파생된 관련 경제 및 법적 문제는 국제사회에서 보편화되고 있음. 협의회는 관련 산업 및 시장의 발전과 변화에 지속적으로 관심을 기울이고 가능한 경쟁 문제와 대응책을 사전에 논의하고 산업 역학을 정확하게 파악하기 위해 점차적으로 포괄적인 데이터베이스를 구축하여 경제 분석에 필요한 산업을 제공 할 것임 5. 다단계 마케팅 관리 강화 및 적시 불법 다단계 마케팅 단속 : 불법 피라미드 사기를 적극 조사·대응하고, 검찰 기관과 긴밀히 협력하여 불법 범죄 행위를 효과적으로 조사·대처하고 국민의 권리를 보호함 6. 국제 경쟁법 교류 심화 및 초 국가적 법 집행 협력 참여 : 경제 세계화 및 시장 국제화의 추세에 따라 국경 간 거래가 점점 더 빈번해지고 있음. 점점 복잡해지는 국가 간 통합 사례 및 국제 카르텔 사례를 효과적으로 처리하기 위해 협회는 항상 국제 문제에 적극적으로 참여하고 다른 국가의 경쟁법 당국과의 법 집행 협력을 강화하고 있음 |



Ⅲ

프랜차이즈 관련 법률과 제도

대만 Taiwan



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

1. 프랜차이즈 관련 법률

가. 프랜차이즈 법률과 개요

- 대만의 프랜차이즈 활동에 적용되는 특정 법률이나 규정이 없기 때문에 가맹본부와 가맹점사 간의 권리와 의무는 프랜차이즈 계약 자체에 의해 규제됨
대만의 민법은 계약의 자유 원칙을 매우 존중하며 이 원칙은 프랜차이즈 계약에도 적용됨
- 다만, 프랜차이즈 계약의 타당성과 집행에 관하여 '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'에서 불공정행위를 감시하기 위하여 '公平交易法(Fair Trade Act)'을 통하여 규제함. 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)는 公平交易法(Fair Trade Act)을 프랜차이즈에 구체적으로 적용하기 위하여 'FTC지침(Fair Trade Commission Disposal Directions)'과 'FTC가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)'을 두고 있음
 - 公平交易法(Fair Trade Act)
 - FTC지침(Fair Trade Commission Disposal Directions)
 - FTC가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)
- 대만에서 가맹본부가 프랜차이즈를 하기 위하여 사전 조사를 위해 정부 기관에 허가를 득하거나 등록을 하는 제도는 없음
정보공개서도 정부 기관에 제출할 법적 의무는 없지만 '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'는 프랜차이즈 산업에서 공정한 경쟁을 보장하고 가맹점 모집 중 중요한 정보를 가맹본부가 은폐하지 않기 위해 가맹본부의 기업현황, 가맹사업현황, 계약조건 등을 사전에 가맹희망자나 가맹점사업자에게 공개하도록 하는 가맹사업 정보공개서 지침을 공포 운영 중에 있음

TIP

- 대만 진출을 준비하는 기업은 대만 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會, FAIR TRADE COMMISSION)의 홈페이지(www.ftc.gov.tw) 프랜차이즈존을 꼭 방문하길 권함

나. FTC(Fair Trade Commission Disposal Directions)지침

(1) Fair Trade Commission Disposal Directions

1. In order to maintain the trading order in the franchise market, ensure free and fair competition among franchise businesses, and effectively handle business practice of franchisors that could be considered in violation of the Fair Trade Act, the Fair Trade Commission thus established the Guidelines.

1. 공정 거래위원회는 프랜차이즈 시장에서의 거래질서를 유지하고, 프랜차이즈 사업 간의 자유롭고 공정한 경쟁을 보장하며, 공정거래법 위반 가능성이 있는 가맹본부의 업무관행을 효과적으로 처리하기 위해 가이드라인을 제정한다.

2. The terms in the Guidelines are defined as follow:

(1) The term "franchisor" refers to an enterprise in a franchise relationship that licenses the trademark or operational techniques, assists or counsels the management of franchisee business, and collects the corresponding charges for such services from the franchisee.

(2) The term "franchisee" refers to the enterprise in the franchise relationship that uses the trademark or operational techniques licensed by the franchisor, receives assistance or counsel from the franchisor, and pays the franchisor the corresponding charges for such services.

(3) The term "franchise relationship" refers to an ongoing relationship in which a franchisor licenses a franchisee through a contract to use its trademark or operational techniques, and assists or counsels the franchisee to manage the business, while the franchisee pays the corresponding charges for such services. However, the purchase of products or services (hereinafter referred to as "the products") at wholesale or lower rates for resale or leasing is not included under this arrangement.

(4) The term "preparation to enter into a franchise relationship" refers to the payment of certain fees by the trading counterpart, and the signing of documents related to entry into a franchising relationship such as a draft agreement, appointment, or letter of intent before the franchisor and its trading counterpart enter into a franchise relationship, as well as the agreement that withdrawal from the relationship shall result in forfeiture of all fees paid or liability for compensation.

(5) The term "payment of corresponding charges" refers to the franchise fee, licensing fee, training charges, as well as expenses for the products, capital equipment, and decoration that a franchisee is required to pay the franchisor or the person designated by the franchisor to establish the franchise relationship.

2. 가이드 라인의 용어는 다음과 같이 정의된다.

(1) "가맹본부"는 가맹점사업자에게 상표 또는 운영 기술에 대한 라이선스를 부여하고, 관리를 지원 또는 상담하고, 가맹점사업자로부터 해당 서비스에 대한 금액을 징수하는 프랜차이즈 관계에 있는 기업을 의미한다.

(2) "가맹점사업자"는 가맹본부가 허가 한 상표 또는 운영 기술을 사용하고, 가맹본부로부터 지원 또는 자문을 받고, 해당 서비스에 대해 해당 비용을 지불하는 자를 의미합니다.

(3) "프랜차이즈 관계"는 가맹본부가 상표 또는 운영 기술을 사용하기 위해 계약을 통해 가맹점사업자에 라이선스를 부여하고 가맹점사업자가 가맹점을 운영할 수 있도록 지원 또는 상담하고 그 대가로 해당 비용을 지불하는 지속적인 관계를 말한다.

그러나 제품 또는 서비스(이하 "제품"이라고 함)를 재판매 또는 리스를 위한 도매 또는 낮은 유포로 구매하는 것은 이 약정에 포함되지 않는다.

(4) "프랜차이즈 관계 체결준비"는 거래상대방이 일정 수수료를 지불하거나, 가맹본부와 거래상대방이 프랜차이즈 관계를 맺기 전에 계약 초안, 임명 또는 의향서와 같은 프랜차이즈 관계 체결과 관련된 문서에 서명하는 것을 의미한다. 뿐만 아니라 관계에서 탈퇴하면 지불된 모든 수수료 또는 보상 책임이 상실된다는 계약체결을 의미한다.

(5) "해당 비용 지불"이라 함은 가맹점 수수료, 라이선스비용, 교육비용뿐만 아니라 가맹점사업자가 가맹본부 또는 프랜차이즈 관계 형성을 위해 가맹본부가 지정한 사업자에 지불한 가맹점운영에 필요한 제품, 자본 장비 및 장식에 대한 비용을 말합니다.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

3. Information Disclosure Guidelines Franchisors shall provide their trading counterparts, prior to their entering into the franchise operation relationship, important franchise information in writing within 10 days, or a reasonably determined timeframe in the specific case, or agreed time by both parties; otherwise it will constitute obvious unfair practices. However, those who withhold important information with justification shall be exempted:

(1) startup costs: such as the cost or estimated fees paid to the franchisor or the person designated by the franchisor, for training, merchandise purchases, raw materials, capital equipment, interior decoration, and so on.

(2) operating expenses: such as calculation and payment of licensing fee, and the cost or estimated fees paid to the franchisor or the person designated by the franchisor, for management guidance, marketing and promotion, purchase of merchandise or raw materials, and so on.

(3) the contents, periods of validity, extent of authorization, and corresponding restrictions of trademark rights, patents and copyrights involved;

(4) contents and methods of operational assistance, training, and guidance;

(5) plans for setting up other franchisees of the same franchise system in a franchisee's existing area of operation;

(6) restrictions applied to the franchise relationship during the contract period:

A. the supply of merchandise or raw materials from the franchisor or the supplier designated by the franchisor, and designated brands and specifications;

B. the items and minimum quantities of merchandise or raw materials should be purchased each time;

C. the supply of capital equipments from the franchisor or the supplier designated by the franchisor, and designated specifications;

3. 정보공개 가이드라인

가맹본부는 거래상대방에게 프랜차이즈 거래관계를 맺기 전 10일 이내에 가맹사업에 관한 중요한 정보를 서면으로 제공하거나, 특정 경우에 합리적으로 결정된 기간 또는 양 당사자가 합의한 시간 내에 제공하여야 한다. 그렇지 않으면 명백한 불공정행위가 된다. 단, 아래의 정당한 사유로 중요한 정보를 제공하지 않는 자는 면제된다.

(1) 시작 비용 : 교육, 상품 구매, 원자재, 자본 장비, 실내 장식 등에 대해 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 사람에게 지불하는 비용 또는 예상 수수료

(2) 운영비 : 라이선스 비용의 지불 및 계산, 그리고 관리지도, 마케팅 및 판촉, 상품 또는 원자재 구매 등을 위해 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자에게 지급되는 비용 또는 예상 수수료

(3) 관련 상표권, 특허 및 저작권의 내용, 유효 기간, 승인 범위 및 해당 제한;

(4) 운영 지원, 훈련 및 지도의 내용과 방법;

(5) 가맹점사업자의 영업지역 내에서 동일한 프랜차이즈 시스템의 다른 가맹점사업자를 설정하기 위한 계획;

(6) 계약기간 동안 프랜차이즈 관계에 적용되는 제한 :

A. 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 공급 업체로부터 상품 또는 원자재의 공급, 지정된 브랜드 및 사양

B. 매번 구매해야 하는 상품 또는 원자재의 최소 수량 또는 기간.

C. 가맹본부 또는 가맹본부 지정한 공급자의 자본 장비 공급 및 지정된 사양

| | |
|--|---|
| <p>D. interior decoration that should be conducted by a contractor designated by the franchisor, and designated specifications;</p> <p>E. other restrictions on franchise operation relationships.</p> <p>(7) Conditions and ways of handling for the alteration, termination and cancellation of a franchise contract.</p> <p>The franchisor may provide the preceding information in print, via email, in electronic storage, through social media or communication software. The proof of provision of the aforesaid information shall be provided by the franchisors.</p> <p>Justifications described in the first paragraph are as follows:</p> <p>(1) the continuation or expansion of existing franchise operation relationship;</p> <p>(2) the franchisor is indeed in lack of such information objectively;</p> <p>(3) other circumstances where information asymmetry does not exist between franchisors and the trading counterparts.</p> | <p>D. 가맹본부에 의해 지정된 계약자가 시행해야 하는 인테리어 장식, 그리고 지정된 사양</p> <p>E. 프랜차이즈 운영 관계에 대한 기타 제한.</p> <p>(7) 프랜차이즈 계약의 변경, 해지 및 취소에 대한 조건 및 처리 방법.</p> <p>가맹본부는 소셜 미디어 또는 통신 소프트웨어를 통해 인쇄물, 이메일, 전자 저장 장치로 앞에서 언급한 정보를 제공 할 수 있다. 상기 정보의 제공에 대한 증명은 가맹본부가 제공해야 한다.</p> <p>첫 번째 단락에 설명 된 근거는 다음과 같다:</p> <p>(1) 기존 프랜차이즈 운영 관계의 지속 또는 확장;</p> <p>(2) 가맹본부는 실제로 그러한 정보가 객관적으로 부족하다.</p> <p>(3) 기타 상황이 가맹본부와 거래상대방 사이에 정보비대칭이 존재하지 않는다.</p> |
| <p>4. When entering into contracts with trading counterparts concerning their franchise operation relationship, such obviously unfair conduct as follows shall not be conducted by franchisors:</p> <p>(1) Prior to entering into a written contract regarding franchise operation, franchisors do not provide at least 5 days or a reasonable timeframe determined in line with each specific case for trading counterparts to review the contract.</p> | <p>4. 거래 상대방과 프랜차이즈 운영 관계에 관한 계약을 체결 할 때, 가맹본부는 명백히 다음과 같은 부당한 행위를 하여서는 안 된다.</p> <p>(1) 프랜차이즈 운영에 관한 서면 계약을 체결하기 전에, 가맹본부는 거래상대방이 계약을 검토 할 수 있도록 각 특정 사례에 따라 결정된 최소 5일 또는 합리적인 기간을 제공하지 않는다.</p> |

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

| | |
|--|---|
| <p>(2) In cases under which the contract document is not given to the trading counterpart within 30 days the contract is signed. However, where a delay is caused by circumstances not attributable to the franchisor (e.g. that the franchisee is located on an outlying island or remote area, delays in real estate mortgage procedures not attributable to the franchisor, or delays that are attributable to the franchisee, resulting in failure to produce the contract document), shall not be exempted.</p> | <p>(2) 계약서가 30일 이내에 거래 상대방에게 제공되지 않고 계약을 체결한다. 단, 가맹본부의 귀책이 아닌 상황(예 : 가맹점사업자가 외딴 섬이나 외딴 지역에 있는 경우, 가맹본부의 귀책이 아닌 부동산저당의 지연 또는 가맹점 사업자의 귀책사유로 인한 지연)으로 인해 지연이 발생한 경우, 결과적으로 계약 문서를 생성하지 못한 경우는 그렇지 않는다.</p> |
| <p>5. An enterprise whose violations of the terms and conditions of Point 3 and Point 4 are sufficient to affect the trading order of the franchise market shall be considered violations of Article 25 of the Fair Trade Act.</p> | <p>5. 제 3 항 및 제 4 항의 조건을 위반하여 프랜차이즈시장의 거래 질서에 영향을 미칠 수 있는 기업은 공정거래법 제 25조 위반으로 간주될 수 있다.</p> |
| <p>6. In addition to being subject to the Directions, franchisor businesses shall also abide by the "Fair Trade Commission Disposal Directions (Guidelines) on Handling Cases Governed by Article 21 of the Fair Trade Act," "Fair Trade Commission Disposal Directions (Guidelines) on Handling of Cases of Comparative Advertising," and "Fair Trade Commission Disposal Directions (Guidelines) on the Application of Article 25 of the Fair Trade Act."</p> | <p>6. 가맹본부 사업은 상기 지시 사항 외에도 "공정거래법 제21조에 따른 사건 처리에 관한 공정거래위원회 처분지시(지침)", "비교광고 사건처리에 관한 공정 거래위원회 처분 지침(지침)", "공정거래법 제25조 적용에 관한 공정 거래위원회 처분 지침(지침)"을 준수하여야 한다.</p> |

(2) Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure

| | |
|---|---|
| <p>1. Purpose</p> <p>These Standards are specially adopted to ensure fair competition in franchise business and to avoid concealment by franchisers of important information during recruitment of franchisees in such a way as to affect the trading order with respect to franchising operations.</p> | <p>1. 목적</p> <p>이 기준은 프랜차이즈 운영과 관련하여 거래에 영향을 미치는 방식으로 가맹점사업자를 모집하는 동안 가맹본부가 중요한 정보를 숨기는 것을 방지하고 프랜차이즈 사업에서 공정한 경쟁을 보장하기 위하여 특별히 적용된다.</p> |
|---|---|

| | |
|---|---|
| <p>2. Definition (1)</p> <p>"Franchise operating relationship" as used in these Standards refers to a continuing relationship in which an enterprise, through contractual means, licenses its trademarks or operating know-how for use by another enterprise and assists or offers guidance to that other enterprise in its operations, and for which the other enterprise provides specific consideration.</p> | <p>2. 정의 (1)</p> <p>이 기준에서 사용되는 "프랜차이즈 운영 관계"는 사업자가 계약을 통해 상표 또는 운영 노하우를 다른 사업자에서 사용할 수 있도록 라이선스를 부여하고, 다른 기업이 특별한 고려사항을 제공하기 위한 다른 사업자에게 운영지침을 지원하거나 제공하는 지속적인 관계를 의미한다.</p> |
| <p>3. Definition (2)</p> <p>"Franchiser" as used in these Standards refers to an enterprise that, within a franchise operating relationship, provides its trademarks or operating know-how for use by another enterprise and assists or offers guidance to the other enterprise in its operations. "Franchisee" refers to an enterprise that, within a franchise operating relationship, accepts the franchiser's assistance and guidance.</p> | <p>3. 정의 (2)</p> <p>이 기준에서 사용되는 "가맹본부"는 프랜차이즈 운영 관계 내에서 다른 기업이 사용할 수 있도록 상표 또는 운영 노하우를 제공하고 다른 기업의 운영 지침을 지원하거나 제공하는 기업을 의미한다. "가맹점사업자"는 프랜차이즈 운영 관계 내에서 가맹본부의 지원 및 안내를 받는 기업을 의미합니다.</p> |
| <p>4. Information to be disclosed</p> <p>A franchiser shall provide written information on the following items ten days prior to entry into contracts with trading counterparts:</p> <p>(1) The name of the franchiser's enterprise, its operating capital, place of business, business items, date of establishment and date on which it began franchising operations.</p> <p>(2) The names of the responsible person and the chief management personnel of the franchiser, and information on their relevant business experience.</p> | <p>4. 공개되는 정보</p> <p>가맹본부는 거래 상대방과의 계약 체결 10 일전에 다음 사항에 대한 서면 정보를 제공하여야한다.</p> <p>(1) 가맹본부의 기업명, 운영 자본, 사업장, 사업 항목, 설립일 및 프랜차이즈 운영을 시작한 날짜.</p> <p>(2) 가맹본부의 책임자 및 최고 경영자 이름 및 관련 비즈니스 경험에 대한 정보.</p> |

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

(3) The franchise fees and other charges collected by the franchiser before the entry into the franchising contracts and duration of the franchising contracts, including their types of fees, amounts, methods of collection, and conditions for refunds.

(4) The intellectual property rights including trade-marks, patents, copyrights and so on that the franchiser authorizes the usage to the franchisee, in regard to the time that the intellectual property rights are filed or granted, the content and duration of the rights, plus the scope and any restriction of the authorization to the franchisee.

(5) The content and methods of management assistance, training guidance and so forth to be provided by the franchiser to the franchisee.

(6) The franchiser's management program concerning the franchisee's areas of operation with those of other franchisees or directly operated stores.

(7) All the other franchisees' names and business addresses of the franchiser in the city, county (city) where the franchisee will be located, as well as, within the last accounting year, the statistic data number of other franchisees and terminated numbers of the franchising contracts with the franchiser in the whole country and also the city, county (city) where the franchisee will be located.

(8) Within duration of the franchise contract, the restrictions over the business relationship between the franchiser and franchisee in their operations of business.

(9) Conditions and resolved means to modify, terminate and/or rescind the franchise contract.

(3) 프랜차이즈 계약 체결 전 프랜차이즈 수수료 및 기타 수수료 및 수수료 유형, 금액, 수금 방법 및 환불 조건을 포함하여 프랜차이즈 계약 기간 및 프랜차이즈 계약 기간.

(4) 가맹본부가 가맹점사업자에 대한 사용 권한을 부여한 상표, 특허, 저작권 등 지적 재산권은 지적 재산권이 제기되거나 부여되는 시간, 권리의 내용 및 기간, 그리고 프랜차이즈에 대한 권한의 범위 및 제한.

(5) 가맹본부가 가맹점사업자에게 제공 할 경영 지원, 교육 지도 등의 내용과 방법.

(6) 타 가맹점 또는 직영점의 가맹점 운영 영역에 대한 가맹본부의 관리 프로그램.

(7) 모든 다른 가맹점사업자의 이름, 가맹점사업자가 위치하게 될 시, 카운티(시)에 있는 가맹본부 사업장주소, 또한 가맹점사업자가 위치하게 될 시, 카운티(시)에 있는 다른 가맹점사업자들의 지난 회계연도 내의 통계자료 그리고 가맹본부와 체결한 계약의 종료 수

(8) 프랜차이즈 계약 기간 동안 가맹본부와 가맹점사업자 간의 비즈니스 운영에 대한 비즈니스 관계에 대한 제한.

(9) 프랜차이즈 계약을 수정, 종료 및 / 또는 철회하기 위한 조건 및 해결된 수단.

| | |
|--|--|
| <p>5. The review period before the entry into contract</p> <p>A franchiser, before he signs up a written agreement involving the franchise operating relationship, shall endow his or her trading counterparts with a period of no less than 5 days to review the contract.</p> | <p>5. 계약 체결 전 숙고기간</p> <p>가맹본부는 프랜차이즈 운영 관계를 포함하는 서면 계약을 체결하기 전에 거래 상대방에게 계약을 검토할 수 있는 기간을 5일 이상 부여해야 한다.</p> |
| <p>6. Legal consequence</p> <p>Violation of any provision under Article 4 and Article 5 of these Standards by a franchiser during the recruitment of franchising activities involving concealment or delaying disclosure of important trade information that is clearly unfair to the trading counterparts and is sufficient to affect the trading order of the franchising operations would be considered as a violation of Article 24 of the Fair Trade Act.</p> | <p>6. 법적 결과</p> <p>프랜차이즈 활동을 모집하는 동안 프랜차이즈 거래질서에 영향을 미칠 만큼 충분한 중요한 거래정보를 은폐하거나 공개 지연할 경우 가맹본부가 본 기준 제4조 및 제5조에 따른 조항을 위반할 경우 공정거래법 제24조 위반으로 간주된다.</p> |



TIP

- 公平交易法(Fair Trade Act), FTC지침(Fair Trade Commission Disposal Directions), FTC가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)의 법률원문은 대만 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會, FAIR TRADE COMMISSION)의 홈페이지(www.ftc.gov.tw)에 공개되어 있음

I 외식기업의 해외진출 절차와 유형

다. 프랜차이즈 관련 주요내용

(1) 대만의 프랜차이즈 관련 법률내용

(가) 개괄

- 프랜차이즈 특별법 없음(계약자유의 원칙 적용)
 - 대만의 프랜차이즈 활동에 적용되는 특정 법률이나 규정이 없기 때문에 가맹본부와 가맹점 간의 권리와 의무는 프랜차이즈 계약 자체에 의해 규제됨. 대만의 민법은 계약의 자유 원칙을 매우 존중하며 이 원칙은 프랜차이즈 계약에도 적용됨
 - 프랜차이즈는 일반적으로 상표, 브랜드, 상호 및 특허권 라이선스 등 지식재산권의 운영이 중요하지만, 대만에서 프랜차이즈에 적용되는 특별법은 없어 양당사자의 권리와 의무는 가맹계약에 의해 규제됨. 따라서 가맹본부는 프랜차이즈의 안정적인 운영을 위하여 상표법 또는 특허법에 따라 지식재산권을 보호하여야 하며, 가맹점도 원활한 가맹사업 운영을 위하여 상표법 또는 특허법의 조항을 준수해야함
- 프랜차이즈 허가제도나 등록제도 없음
 - 대만에서 가맹본부가 프랜차이즈를 설립이나 운영하기 위해 정부 기관에 허가를 득하거나 등록을 하는 제도는 없음
 - 대만에서 가맹계약 또는 공개 문서를 등록할 필요가 없음
 - 다만 기업이 公平交易法(Fair Trade Act) 상의 독점적 지위일 경우나 부적절한 결할일 경우 사전에 신청하여야 함(※관련 내용은 다음 장의 '公平交易法(Fair Trade Act) 적용'을 참조)
 - 가맹본부가 대만에 대표 사무소, 지점 또는 자회사와 같은 시설 또는 법인을 설립하는 경우 법인 등록 및 세금 등록은 필요함
- 公平交易法(Fair Trade Act)이나 민법 등 일반법은 적용
 - 대만의 민법은 계약자유의 원칙을 매우 존중하며 이 원칙은 가맹계약에도 적용됨. 대만 법원은 민법 규정의 적용을 결정할 때 계약자유의 원칙에 따라 양 당사자가 체결한 가맹계약의 성격과 그 조항을 우선적으로 고려함
 - 가맹점 간의 공정한 거래질서 유지를 위하여 公平交易法(Fair Trade Act)이 적용됨. 따라서 가맹본부와 가맹점 간에도 재판매 가격 제한, 차별대우 금지, 기업 활동에 대한 부적절한 제한, 허위과장 광고, 기망행위 등의 금지 등이 적용을 받음
 - 특히 FTC는 가맹사업에서 공정한 경쟁을 보장하고 가맹점 모집 과정에서 가맹본부가 중요한 정보를 은폐하는 것을 방지하기 위해 'FTC 정보 공개 가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)'을 운영하고 있음
- '프랜차이즈(franchise)' 정의
 - Fair Trade Commission Disposal Directions 제2조 3항
 - : '프랜차이즈 관계라는 용어는 가맹본부 상표 또는 운영 기술을 사용하기 위해 계약을 통해 가맹점에 라이선스를 부여하고 가맹점이 사업을 관리하도록 지원 또는 상담하고 가맹점이 해당 비용을 지불하는 지속적인 관계를 말함
 - : 그러한 서비스를 위해 그러나 재판매 또는 리스를 위한 도매 또는 낮은 유포로 제품 또는 서비스 (이하 "제품"이라고 함)를 구매하는 것은 이 약정에 포함되지 않음
 - 서비스를 위해 그러나 재판매 또는 리스를 위한 도매 또는 낮은 유포로 제품 또는 서비스 (이하 "제품"이라고 함)를 구매하는 것은 이 약정에 포함되지 않음
 - 이 정의에 따르면 FTC는 프랜차이즈의 사업모델을 제한하지 않고 있으며, 순수 재판매 또는 임대 모델의 적용을 배제하고 있음. 대만에는 에이전시 모델과 디스트리뷰터 모델이 모두 존재하며, 가맹본부와 가맹점은 에이전시 또는 디스트리뷰터 비즈니스 모델을 자유롭게 계약할 수 있음

- 에이전시 모델에서 가맹점은 가맹본부를 대신하여 가맹본부의 제품을 고객에게 판매하고 제품 소유권은 가맹본부에 있음. 반대로 디스트리뷰터 모델에서는 가맹점에서 제품을 구매하고 가맹본부로부터 라이선스를 받은 후 가맹점이 스스로 사업을 운영함

(나) 公平交易法(Fair Trade Act) 적용 - 공정한 거래질서 유지

○ 독점적 지위일 경우(전용 사업 인정 기준)

(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제8조)

- 가맹계약을 체결함으로써 가맹본부 대만 시장에서 독점권을 획득할 경우, 사전 승인을 위해 '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'에 신청서를 제출하여야 함
- FTC는 또한 한 당사자가 다른 당사자의 사업 활동을 부적절하게 제한한다고 판단하는 경우 개입할 수 있음
- 기업은 다음과 같은 경우에 독점 기업으로 간주 될 수 있음

- ① 해당 시장에서 기업의 시장 점유율이 시장의 절반에 도달한 경우
- ② 해당 시장에서 두 기업의 통합 시장 점유율이 시장의 3분의 2에 도달한 경우
- ③ 해당 시장에서 3개 기업의 시장 점유율이 시장의 4분의 3에 도달한 경우

- 전항의 조건에 따라 개별 사업이 해당 시장 점유율의 10분의 1 미만이거나 전년도 사업 총매출액이 주무관청이 고시한 금액에 미달하는 경우 해당 사업은 독점 사업으로 인정되지 않음
- 기업의 설립 또는 기업이 제공하는 재화 또는 용역의 해당 시장진출이 법적 또는 기술적 제한 또는 시장 수급에 영향을 미칠 수 있는 기타 사정이 있는 경우 앞의 두 항목이 인증 범위에 포함되지 않더라도 경쟁력을 배제할 가능성이 있는 경우, 감독자는 기관은 여전히 그것을 독점 기업으로 간주할 수 있음

○ 부적절한 결합(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제10조)

- '결합'이라 함은 기업이 자주 다른 기업과 공동으로 경영하거나 다른 기업의 업무를 위탁받는 경우, 또는 기업이 직간접적으로 사업운영 또는 다른 기업 직원의 임명 또는 해고를 통제하는 경우를 말함
- 이러한 결합으로 기업이 대만 시장 점유율의 3분의 1을 차지하는 사실이 발생하는 경우, 사전 승인을 위해 FTC에 신청서를 제출해야 함

○ 재판매 가격 또는 사업 활동에 대한 부적절한 제한

(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제19조 제20조)

- 기업은 정당한 이유가 없는 한 상대방이 공급된 재화를 제3 자 또는 제3 자에게 재판매하는 가격을 제한할 수 없음
- 기타 특정 기업에 피해를 줄 목적으로 다른 기업에 공급, 구매 또는 기타 거래를 중단하도록 촉구하거나, 정당한 사유 없이 다른 사업체를 차별하는 행위 등 기타 경쟁을 제한하는 행위를 할 수 없음

○ 허위과장 광고, 기망행위 등의 금지

(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제21조 제25조)

- 기업은 상품이나 광고에 대해 허위 또는 허위 진술이나 진술을 하거나 다른 방식으로 거래 결정에 영향을 미칠 수 있는 상품 관련 문제를 대중에게 알리는 행위를 해서는 안 됨

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 이 법에 달리 규정된 경우를 제외하고, 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 기타 기만적이거나 불공정한 행위를 해서는 안 됨
- 1999년 FTC는 가맹사업에서 공정한 경쟁을 보장하고 프랜차이즈 모집 중 중요한 정보를 가맹본부 중요한 정보를 은폐하지 않기 위해 'FTC 정보 공개 가이드라인'을 공포함. 'FTC 정보 공개 가이드라인'은 아래에서 설명함

(2) 프랜차이즈 정보공개 의무

(가) FTC 정보 공개 가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)에 따른 정보공개 의무

- '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'에서는 프랜차이즈 사업에서 공정한 경쟁을 보장하고 프랜차이즈 모집 과정에서 가맹본부가 중요한 정보를 은폐하는 것을 방지하기 위해 'FTC정보공개 가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)'을 공포

(나) 정보공개 내용

- 가이드라인 제4조에 따라 가맹본부는 가맹점과 계약 체결 10 일전에 다음 사항에 대한 서면 정보를 제공하여야함
 - ① 가맹본부의 기업명, 운영 자본, 사업장, 사업 항목, 설립일 및 프랜차이즈 운영을 시작한 날짜
 - ② 가맹본부의 책임자 및 최고 경영자 이름 및 관련 비즈니스 경험에 대한 정보
 - ③ 가맹계약 체결 전 또는 가맹계약 기간 내 프랜차이즈 수수료 및 기타 수수료 및 수수료 유형, 금액, 수금 방법 및 환불 조건
 - ④ 가맹본부가 가맹점에 대한 사용 권한을 부여한 상표, 특허, 저작권 등 지적 재산권, 지적 재산권이 출원되거나 유효한 종속 기간, 권리의 내용 및 기간, 그리고 프랜차이즈에 대한 권한의 범위 및 제한
 - ⑤ 가맹본부가 가맹점에 제공 할 경영지원, 교육지도 등의 내용과 방법.
 - ⑥ 타 가맹점 또는 직영점에 적용되는 가맹점의 영업지역에 관한 가맹본부의 관리프로그램
 - ⑦ 가맹점이 개설하게 될 지역 내에 가맹본부 소속의 다른 가맹점의 상호 및 사업장 주소 그리고 다른 가맹점의 지난 회계연도 통계 데이터 수치 및 가맹본부 소속의 전체 가맹점과 가맹희망 지역에서 가맹계약 종료된 수치
 - ⑧ 가맹계약 기간 동안 가맹본부와 가맹점 간의 가맹사업에 운영에 관한 비즈니스 관계에 대한 제한
 - ⑨ 프랜차이즈 계약을 수정, 종료 또는 철회하기 위한 조건과 해결방법

○ FTC에서는 홈페이지(www.ftc.gov.tw)를 통해 가맹본부가 가맹점에 제공해야 하는 정보를 안내하고 있음

그림 3-1 정보 공개 내용

有包括這些嗎？

- 1 開店前所需支出的**費用**。
- 2 開店後所需支出的**費用**。
- 3 授權加盟店使用**智慧財產權**的相關資訊。
- 4 經營協助及訓練指導的**內容與方式**。
- 5 加盟店營業區域設置同一加盟體系之**經營方案或預定計畫**。
- 6 加盟契約存續期間，對於加盟經營關係之**限制**。
- 7 加盟契約**變更、終止及解除**之條件及處理方式。

[참조. FTC(公平交易委員會) [ww.ftc.gov.tw](http://www.ftc.gov.tw)]

이것들을 포함하고 있습니까?

- ① 점포를 열기 전에 필요한 비용
- ② 개점 후 필요한 비용
- ③ 가맹점 매장에 사용 승인된 지적 재산권과 관련된 정보
- ④ 사업 지원 및 교육 안내의 내용과 방법
- ⑤ 가맹점의 영업지역 내에 동일한 가맹사업의 사업계획 또는 예정된 계획
- ⑥ 가맹계약 기간, 그동안 프랜차이즈 비즈니스 관계에 대한 제한.
- ⑦ 프랜차이즈 계약의 변경, 해지 및 취소를 위한 조건 및 처리 방법

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

그림 3-2 공개해야 할 프랜차이즈 정보 목록 (일반인용 상세 버전)

您想以加盟方式創業嗎？提醒您，在簽約或付訂前，應注意加盟總部是否提供下列重要交易資訊供您參考！

《加盟重要資訊核對表》

| 加盟重要資訊 | 提供情形 | 說明 |
|----------------|--|---|
| 設店(開店前)所需支出之費用 | <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 例如：保證金、加盟金、開店前教育訓練費用、購買資本設備費用、第一次進貨(商品或原物料)費用及其他支付給總部或總部指定廠商之費用。 |
| 開店後所需支出之費用 | <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 例如：權利金、開店後所需教育訓練費、廣告行銷費用、購買商品或原物料之費用及其他支付給總部或總部指定廠商之費用。 |
| 智慧財產權相關資訊 | 權利名稱 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 總部擁有多項智慧財產權中，授權給加盟店使用的智慧財產權之相關資訊應予揭露。 以常見的商標權為例，包含商標權之權利名稱、加盟店使用該商標權之範圍及相關限制事項等資訊。 |
| | 使用範圍 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | |
| | 使用限制 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | |
| 經營協助及訓練指導 | 經營協助之內容 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 總部為傳授其經營技術並協助或指導加盟店妥善經營其品牌，常派員駐店協助指導、提供法規諮詢，或者加盟店接受總部之教育訓練，有關其內容與進行方式等資訊。 |
| | 經營協助之方式 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | |
| | 訓練指導之內容 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | |
| | 訓練指導之方式 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | |
| 經營方案或預定計畫 | 經營方案 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 在加盟店的營業區域內，是否有設置同一加盟體系(即同品牌)之評估方案或商圈保障，或者總部近期或未來展店計畫等資訊。 |
| | 預定計畫 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | |

| | | |
|--------------------|--|--|
| 總部對加盟店經營之限制 | <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 總部為維護營業秘密及加盟品牌信譽，對所屬加盟店經營行為為若干限制與要求，尚屬合理，惟相關限制事項應事前揭露予有意加盟者知悉。 例如： <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品或原物料、資本設備，加盟店須向總部或其指定之廠商購買。 2. 加盟店購買商品或原物料、資本設備，總部有指定須購買特定品牌及規格。 3. 商品或原物料有每次須訂購項目，以及每次最少需購買數量之限制。 4. 裝潢工程須由總部指定之廠商承作時，該項資訊及裝潢所指定之規格。 上述應揭露之資訊僅為舉例事項，如總部有其他加盟經營關係之限制事項，亦須事前揭露。 |
| 契約關係變動資訊 | 契約變更之條件 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 契約變更之處理方式 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 終止、解除契約之條件 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 終止、解除契約之處理方式 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 | 有關總部與加盟店間之權利義務事項，加盟契約向來是雙方重要之辦理依據，故倘契約關係有所變動，勢將對加盟店產生影響，故有關契約變更、終止及解除之條件及處理方式等資訊，須事前揭露。 |

上述資訊如有任何疑問，可於上午 09：00-12：30、下午 13：30-17：00

電洽公平交易委員會服務中心，電話(02)2351-0022，

或掃描右方 QR CODE 即可查詢詳細法規內容



Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(다) 정보공개 기간과 방법

- 가이드라인 제4조에 따라 가맹본부는 가맹점과 계약 체결 10일 전에 서면 정보를 제공하여야 함
- FTC에서는 홈페이지(www.ftc.gov.tw)를 통해 정보 공개 기간이나 방법을 안내하고 있음

그림 3-3 정보 공개 기간



[참조. FTC(公平交易委員會) www.ftc.gov.tw]

○ 정보를 제공해야 하는 경우

- 입금 (예치금 환불 불가) 및 프랜차이즈 관련 서류에 서명한 경우 (의향서, 계약서 초안, 임명 양식 등, 본 계약은 제외)
- 프랜차이즈 계약에 직접 서명하는 경우 정보를 먼저 제공하고 10일 후(또는 합의된 기간) 비용을 입금받거나(관련 문서를 이행하거나) 계약에 다시 서명해야 함

○ 이 정보를 제공하는 방법

- 종이, 이메일, 전자 저장 장치(소셜 미디어 또는 커뮤니케이션 소프트웨어 등)를 사용할 수 있음
- 그러나 정보가 제공된 경우 이를 증명하기 위해 관련 기록을 보관해야 함

- 정보가 제공되지 않으면 명백하게 불공정한 행위가 될 수 있음. 다음과 같은 정당한 이유가 있는 경우에는 예외로 함
 - ① 원래 가맹사업 관계의 지속 또는 확장
(계약 갱신 또는 여러 점포 개설 등)
 - ② 가맹본부는 객관적으로 정보가 부족할 경우
 - ③ 가맹본부와 가맹점 등 이해 당사자 사이 정보 불균형이 없는 경우
- 가맹본부는 거래 상대방에게 계약에 서명하기 전에 최소 5일의 계약 검토 기간을 주어야 함

(라) 규정 위반 시 제재

- 가이드라인 제4조 및 제5조의 규정을 위반하여 가맹점 모집 시 중요한 거래정보가 은폐되거나 또는 지연되는 경우 公平交易法(Fair Trade Act) 제25조의 위반으로 간주 될 수 있음. 公平交易法(Fair Trade Act) 제25조는 기업이 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 기만적이거나 명백하게 불공정한 행위를 하는 것을 금지함
(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제25조(기타 속이거나 명백한 부당한 행위) : 이 법에 달리 규정된 경우를 제외하고, 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 기타 기만적이거나 불공정한 행위를 해서는 안 된다.)
- FTC는 법령의 규정을 위반한 경우에는 위반기업에 대하여 그 행위를 중지 또는 시정하거나 소정의 기간 내에 필요한 시정 조치를 하도록 명할 수 있으며, 위반한 해당 기업에 대하여 추가로 행정 처분을 부과 할 수 있음
(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제42조(부당 경쟁 행위에 대한 행정 책임) : 관할 당국은 기한 내에 제 21 조, 제 23 조부터 제 25 조까지의 규정을 위반하는 사업을 중지, 시정 또는 필요한 시정 조치를 명령할 수 있으며, NT \$ 50,000 이상의 벌금을 부과할 수 있다. 1,500만 위안 미만의 벌금, 기한 내에 중단, 행동 시정 또는 필요한 시정 조치를 취하지 않는 경우, 기한 내에 계속 정지 명령, 행동 시정 또는 필요한 시정 조치를 취할 수 있으며 매번 NT \$ 100,000의 벌금이 부과됩니다. 행동이 중단되거나, 시정되거나, 필요한 시정 조치가 취해질 때까지 5천만 위안 이상의 벌금이 부과된다.)
- 한편, 법 위반으로 권리 또는 법적 이익을 침해받은 자는 민사소송을 제기하여 침해 해소를 요구하거나 향후 침해를 방지하거나 손해 배상을 청구할 수 있음. 침해가 고의인 경우 법원은 입증된 손해액의 최대 3배까지 실제 손해보다 많은 손해를 배상할 수 있음
(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제29조(침해 청구 제외 및 침해 청구 방지) : 기업체가 이 법의 규정을 위반하여 타인의 권익을 침해하는 경우에는 제거를 요청할 수 있으며, 침해의 우려가 있는 경우에는 방지를 요청할 수 있다.)
(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제30조(손해 배상 책임) : 이 법의 규정을 위반하고 타인의 권익을 침해하는 사업체는 손해 배상 책임을 진다.)
(※ 公平交易法(Fair Trade Act) 제31조(보상 금액의 결정) : 법원은 전조의 피해자의 요청에 따라 기업의 고의적인 행위로 인한 경우 침해 사유에 따라 손해액 이상을 결정할 수 있다. 다만, 입증된 손해액의 3배를 초과할 수 없다. 침해자가 침해의 혜택을 받은 경우 피해자는 해당 혜택을 기준으로 배타적으로 피해 금액을 계산하도록 요청할 수 있다.)

(3) 기타 관련 법률

- 선의의 원칙 적용
 - 민법은 권리를 행사하고 선의의 원칙에 따라 의무를 수행하도록 규정하고 있음. 또한, 당사자는 협상 중에 상대방의 경제적 이익을 해치지 않을 의무가 있으며 피해자는 상대방의 선의에 대한 잘못된 행사로 인한 피해에 대해 보상을 청구할 수 있음

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 민법은 또한 계약이 체결되지 않은 경우에도 당사자 중 하나가 과실 없이 계약이 체결되었다고 믿고 계약을 준비하거나 협상할 때 당사자에게 발생한 손해에 대한 책임이 있다고 규정하고 있음
 - : 상대방이 문의를 했을 때 악의로 숨어 있거나 부정직하게 계약과 관련된 사항을 설명하는 경우
 - : 의도적으로 또는 중대한 과실로 당사자가 알고 있거나, 상대방이 명시적으로 비밀 유지를 요청했는데 상대방이 보유한 비밀을 공개하는 경우
 - : 계약상의 계약 조건이 적용되는 상업적 관계에 대한 선의를 다루는 특정 규정은 없지만, 분명히 선의에 반하는 기타 문제
- 가맹본부와 가맹점이 체결한 가맹계약에 따라 선의로 행동할 목시적 의무는 없음
- 대만에서 대부분의 가맹계약은 약관형식의 계약으로, 약관이 모호한 경우 상대방(가맹점)을 위해 해석됨. 약관의 조항의 효과는 다음과 같은 내용을 포함하는 경우에는 불공정으로 무효가 됨
 - : 계약서를 작성한 당사자의 책임을 배제하거나 축소하기 위해 상대방의 책임을 높이는 경우
 - : 상대방이 자신의 권리를 포기하도록 하거나 자신의 권리 행사를 제한하는 중대한 불리한 내용
 - : 가맹계약의 비경쟁 조항은 사건의 특정 사실에 따라 불공정하고 무효로 간주 될 수 있음
- 가맹계약 관계에서 소비자 보호법의 적용 여부
 - 대만의 소비자 보호법에 따르면 소비자는 상업적 관행과 관련하여 상품 또는 서비스와 교환하여 거래하기 위해 소비 목적으로 행동하는 사람이며, 소비자 관계는 소비자와 거래자 사이에서 발생하는 법적 관계임
 - 대만 법원은 소비자 보호법의 목적이 상인 간의 거래 활동을 규제하는 것이 아니라 사회에서 불특정 소비자의 이익을 보호하는 것이므로 최종 소비자만이 법의 보호를 받는다고 강조하고 있음
 - 가맹점은 소비자와 거래하고자 하는 상인으로 간주할 수 있으며, 가맹계약에는 이 법을 적용할 수 없음
- 비경쟁의(경업금지) 적용 여부
 - 비경쟁 조항이 가맹 관계의 일부로 포함될 수 있는지 여부를 명시적으로 규제하는 법률은 없음
 - 계약의 자유 원칙에 따라 가맹점이 계약 기간 동안 또는 이후에 가맹본부가 가맹사업과 동일하거나 유사한 업무를 수행하는 것을 금지할 수 있음을 인정하는 법원 판례가 있음. 또는 가맹본부는 가맹점이 원래 사업장의 특정 지리적 범위 내에서 제한된 경쟁 사업을 하는 것을 금지할 수도 있음
 - 그러나 비경쟁 조항은 공공질서 및 선량한 도덕 원칙을 위반할 수 없으며, 법원은 일반적으로 가맹본부가 보호 할 정당한 이해관계가 있는지 여부 (예 : 특수 지식 또는 영업비밀, 제한 기간이 너무 긴지 여부, 제한 구역 및 사업 범위가 너무 넓은 지 여부)를 포함하여 여러 요소를 고려함
 - 가맹점이 비경쟁 의무를 회피하는 것을 방지하기 위해, 가맹점의 배우자 또는 대리인이 제한된 경쟁 사업에 종사하는 경우 계약 위반으로 간주 될 수 있음
- 해지
 - 대만에는 프랜차이즈에 적용되는 특별법이 없기 때문에 계약 종료는 민법에 의해 규제됨.
 - 비경쟁 의무 위반에 대해 가맹본부는 해당 가맹점에게 청산 손해 배상 또는 의무 이행을 요청하는 소송을 제기할 수 있음. 또한 민사 소송법에 따라 더 많은 피해를 방지하기 위해 가맹본부는 그러한 소송을 제기하기 전에 영업중지 가처분신청을 할 수 있음
 - 가맹본부가 가맹점의 매장(사업권)을 되찾거나 인수 할 수 있는지 여부는 특정 계약에 의해 결정되며 이와 유사한 결과에 대한 조항은 다수 판결에 의해 허용되고 있음

라. 프랜차이즈 관련 분쟁사례

(1) 분쟁해결

- 대만에서 프랜차이즈 분쟁에 대해 특별히 적용된 독점적인 분쟁해결 기구가 없으며, 일반적인 중재 또는 중재와 소송으로 분쟁을 해결함
프랜차이즈 분쟁이 중재절차를 선행할 것을 강제하지도 않기에 양 당사자들이 계약 체결할 때 분쟁해결 기구를 선택할 수 있음
- 2016년 ACFPT(대만 프랜차이즈협회 : Franchising and Licensing Association)는 '체인 및 프랜차이즈 중재위원회'를 구성하여 중재와 유사한 방법을 제공하기 시작했으나, 현실적으로 프랜차이즈 계약당사자는 소송을 통해 분쟁을 해결하는 경향이 있음
- 민법에 따른 손해배상은 실제로 입은 손해와 손실된 이익으로 제한됨. 그러나 청산에 따른 손해 배상금은 일반적으로 위약금으로 청구되며, 법원은 손해의 실제 비용, 사회적 경제, 계약 위반의 심각성 등을 고려하여 손해 배상 금액을 합리적인 금액으로 감액할 수 있음. 비경쟁 조항 위반 또는 상표권 또는 기타 지식재산권 위반에 대해 가맹본부는 금지명령 구제를 신청할 수 있음
- 公平交易法(Fair Trade Act) 제31조(보상 금액의 결정)에 따르면, 법 위반으로 권리 또는 법적 이익을 침해 받은 자는 민사소송을 제기하여 침해 해소를 요구하거나 향후 침해를 방지하거나 손해 배상을 청구 할 수 있음. 침해가 고의인 경우 법원은 입증된 손해액의 최대 3배까지 실제 손해보다 많은 손해를 배상할 수 있음
- 대만은 '해외중재판정의 승인 및 집행에 관한 유엔협약(뉴욕협약, Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards)'에 서명하지 않음. 그러나 중재판정을 받은 국가 또는 중재 판정을 관장하는 법률이 대만의 중재 판정을 인정하지 않는다고 명확하게 명시하지 않는 한, 외국 중재 판정은 인정 신청이 승인 된 후 당사자에게 구속력이 있고 가능하며, 법원의 최종 판결과 동일한 효력을 가짐
또한 당사자들이 외국 법원을 독점 국제법원으로 선택하는 데 명시적으로 동의하는 경우 대만 법원의 관할권이 제외 될 수 있으며, 계약 등의 법률행위 형성 및 효과에 관한 관련 법률은 당사자의 의도에 따라 결정될 수 있음
- 대만 법원은 가맹점 직원이 저지른 불법 행위에 대해 가맹본부가 공동 책임을 지는지 여부에 대해 다른 판결을 가지고 있음. 이 경우 법률적인 이슈는 가맹점 직원과 가맹본부가 '사실상 고용 관계'에 있는지 여부에 따라 결정됨
2015년 고등 법원 판결은 가맹본부가 가맹점에 대한 감사 및 심사권을 가지고 있더라도 직원에 대한 자신의 노동서비스를 객관적으로 감독하지 않는 한 가맹본부는 그럴 필요가 없다고 판결함. 그러나 지방법원 판결은 2017년에 다른 판결을 하여 공동으로 책임을 지도록 함

(참조. 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會) 홈페이지 www.ftc.gov.tw)

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(2) 분쟁사례

○ 공정거래법위반사례(상표도용사례)

【분쟁사안】 공정 거래법 위반으로 "Taiwan Eating God Rice Congee" 이름을 사용한 Hsu Kuo-tsai · Hsu Hung-jen에 대한 고소

【관련법률】 공정거래법 제 24 조

1. 2000년 7월, Fang Fu-Tien은 "Taiwan Eating God Rice Congee"이라는 이름은 본인이 설립하였음에도 불구하고 그가 어렵게 설립한 이름을 Hsu Kuo-tsai와 Hsu Hung-jen이 그의 가맹점으로 소속 된지 2개월 뒤에 이를 도용하였음을 알고 고소장을 제출함

Kuo-tsai와 Hsu Hung-jen은 타이난시 정부에 "Taiwan Eating God Rice Congee"이라는 이름으로 사업허가 신청서를 기만적으로 제출하여 면허가 잘못 부여되었음

그 후, Hsu Kuo-tsai와 Hsu Hung-jen은 "Taiwan Eating God Rice Congee"이라는 좋은 사업 인지도를 이용하여 그 이름으로 사업을 시작하였으며, Hsu Hung-jen 또한 본인 명의로 비용을 사취하였으며, Fang Fu-Tien의 다른 가맹점에게 사용을 중단하라고 위협하는 내용증명을 발송하기도 함

2. 공정거래위원회 (위원회)가 Hsu Kuo-tsai와 Hsu Hung-jen의 출석 및 설명을 요청한 후, 위원회는 Fang Fu-tien이 타이난에서 사업허가증을 사전에 신청하지 않은 동안 Hsu Kuo-tsai와 Hsu Hung-jen이 본인들의 명의로 면허를 취득한 사실을 알게 됨

Hsu Hung-jen은 그의 아버지인 Hsu Kuo-tsai가 운영하는 매장점이 Fang Fu-tien이 설립 한 "Taiwan Eating God Rice Congee" 프랜차이즈에 속한다는 것을 분명히 알고 있었음

Hsu Hung-jen이 아버지의 사업을 인수 한 후 "Taiwan Eating God Rice Congee" 면허를 취득하였음. 면허는 사업자 등록법에 따라 취득하였으며 타이난시 관할권 내에서 사업운명을 승인하는 것이기도 함

Hsu Hung-jen은 Fang Fu-tien이 'Taiwan Eating God Rice Congee'을 먼저 시작했다는 사실을 분명히 알고 있었지만 Fang이 타이난에서 사업허가를 신청하지 않았다는 사실을 알고 자신의 이름으로 신청하였음

그는 또한 타이난에있는 Fang Fu-tien과 Fang의 5개 프랜차이즈 가맹점에 "Taiwan Eating God Rice Congee"라는 이름의 무단사용을 중단하도록 요청하는 내용증명을 발행하여 해당 브랜드의 제한하려는 의도가 분명히 존재하였음

이러한 행위는 **기업윤리를 위반 한 행위이며 시장의 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 부당한 행위에 해당함.** 따라서 불공정경쟁을 목적으로 하는 행위자는 공정거래법 제24조를 위반 한 것으로 간주되어 10만 달러의 벌금이 부과되었음

【참 조】 공정거래법 제24조 (사업 비방)

기업은 경쟁을 목적으로 타인의 기업 평판을 손상시키는 진술을 하거나 거짓을 퍼뜨려서는 안 된다.

○ 공정거래법위반사례(중요정보누락_최소상품구매미고지)

【분쟁사안】 (주)Nikomart는 공정거래법 위반으로 프랜차이즈 계약 체결 전 중요한 거래정보를 공개하지 않음
【처분내용】 2005 년 9 월 29 일 공정 거래위원회 결정 (725 차 위원 회의) 처분 Kung Ch'u Tzu No. 94101
【관련법률】 공정거래법 제25조

(주)Nikomart(이하 Nikomart)의 여러 프랜차이즈 가맹점은 Nikomart가 프랜차이즈 가맹점에서 판매하는 모든 제품에 대해 제안 된 최소 주문수량을 규정했다는 이유로 공정 거래위원회에 불만을 제기함
제안 된 최소 주문수량은 항상 매장의 판매량을 초과하여 프랜차이즈 가맹점에 많은 양의 폐기 손실이 발생하였음.
프랜차이즈 가맹점은 규정 된 최소 주문수량보다 적게 주문할 경우 경고를 받거나 Nikomart의 지침을 위반 한 것으로 간주되어 Nikomart와의 계약이 종료되는 경우가 있었음
Nikomart는 Nikomart와 가맹계약 체결 전에 프랜차이즈 가맹점사업자에게 위 내용을 사전에 알리지 않은 것으로 의심됨

공정 거래위원회의 조사에 따르면 Nikomart는 실제로 모든 제품에 대해 최소 주문 수량을 규정하였으며, 프랜차이즈 가맹점은 앞서 언급 한 규정을 준수하지 않을 경우 불이익을 받았음

Nikomart는 **계약서에 서명 한 후 프랜차이즈 가맹점에 최소 주문수량에 대한 규정을 알렸음**

그러나 니코 마트는 재고가 없는 제품의 상황을 피하기 위해 최소 주문수량을 규정했다고 주장함. Nikomart는 또한 해당 회사와 프랜차이즈 매장 간의 계약에 따라 프랜차이즈 매장은 주문 시 해당 회사의 지침을 준수할 의무가 있다고 주장함

니코 마트는 매장 방문에 대한 소비자의 욕구에 영향을 미치지 않도록 재고가 없는 제품의 상황을 줄이기 위해 최소 주문 수량을 규정하는 것은 부적절하다고 결론 내리는 것은 어려움. 그러나 Nikomart는 프랜차이즈 가맹점이 상품 주문을 자유롭게 결정하도록 허용하지 않았기 때문에 그러한 행위는 본질적으로 프랜차이즈 가맹점의 사업 활동을 제한함 또한 가맹점에서 폐기된 상품 손실에 대한 책임이 있는 상황에서 주문 수량은 수익에 직접적인 영향을 미침. 따라서 **최소 주문수량에 대한 이러한 규정은 중요한 거래정보로 간주되며 계약 체결 시점에 완전히 공개되어야함.** 거래 상대방은 프랜차이즈 사업에 참여할 때 이러한 규정을 고려해야 함

공정 거래위원회는 **가맹점 모집 시 중요 정보 은폐를 방지하고 프랜차이즈 사업의 공정한 경쟁을 보장하기 위해 “가맹점 정보공개에 관한 공정 거래위원회 지침”을 표준으로 채택하고 있음**

Nikomart의 행위로 인해 불완전한 정보 상황에서 가맹점과 계약을 체결하였음. 그들은 프랜차이즈 운영에 합류한 후 최소 주문 수량에 관한 규정에 대해서만 알게 되었음. 그러나 프랜차이즈 가맹점은 계약 위반을 두려워하여 규정을 따를 수 밖에 없음. 본질적으로 Nikomart Company의 그러한 행위는 시장에서 지배적 지위를 약용하거나 은폐하거나 중요한 거래 정보 공개를 지연하는 것으로 간주되므로 거래 상대방에게 분명한 불공정행위임

니코 마트는 이미 360개의 가맹점을 보유하고 있으며 체인형 편의점 시장에서 5위를 차지하고 있는 점을 감안할 때, 그 행위는 시장 거래 주면에 상당한 영향을 미치고 있으며, 또한 해당 회사는 공정거래법 위반에 대한 두 가지 사전 기록을 가지고 있음. 공정 거래위원회는 Nikomart Company에 불법 행위를 중단하도록 명령하고 NT \$ 2백만의 벌금을 부과함

【참 조】 공정거래법 제25조 (기타 속이거나 명백한 부당한 행위)

이 법에 달리 규정된 경우를 제외하고, 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 기타 기만적이거나 불공정한 행위를 해서는 안 된다.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 공정거래법위반사례(계약해지수 와 비율 미공개 공정거래법14조)

| |
|--|
| <p>【분쟁사안】 (주)하이라이프 인터내셔널은 공정거래법 위반으로 프랜차이즈 계약 체결 전 중요한 거래정보를 공개하지 않음 【처분내용】 2014년 8월 [결정사항] 【관련법률】 공정거래법 제25조</p> |
| <p>가맹점 모집 과정에서 (주)하이라이프 인터내셔널은 상표권의 내용과 유효성, 전년도 모든 카운티와 도시의 가맹계약 취소 및 해지 비율을 거래 상대방에게 서면으로 완전히 공개하지 않았음 이러한 중요한 프랜차이즈 정보를 제공하지 못한 것은 분명히 가맹점과 프랜차이즈 시장의 거래 주문에 영향을 미칠 수 있는 불공정한 행위임. 공정거래법 제24조를 위반한 것입니다. FTC는 회사에 NT \$ 500,000의 행정 벌금을 부과함</p> |
| <p>【참 조】 공정거래법 제25조 (기타 속이거나 명백한 부당한 행위) 이 법에 달리 규정된 경우를 제외하고, 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 기타 기만적이거나 불공정한 행위를 해서는 안 된다.</p> |

○ 공정거래법위반사례(계약 종료 후 경업금지_비경쟁 제한)

| |
|--|
| <p>【분쟁사안】 업무의 자유를 박탈하고 경쟁을 자제하는 부당한 계약에 대한 President Chain Store Co.에 대한 고소 【관련법률】 공정거래법 제 20 조</p> |
| <p>1. Li 씨와 Wu 씨에 따르면, 그들은 1991년에 President Chain Store Co.의 프랜차이즈 가맹점이 되었으며, 1996년 7월 프랜차이즈 계약이 만료되었음. 계약에 따라 갱신은 만료 1개월 전에 해야 함. President Chain Store Co.은 계약 만료 1주일 전에 계약 갱신 거부를 위 고소인에게 알림 비경쟁 조항(계약종료 후 경업금지)으로 인해 Li 씨는 자신의 생활 수단이 박탈 당했다고 주장함</p> |
| <p>2. President Chain Store Co.이 위원회에 제공 내용은 다음과 같이 요약됨 (1) 프랜차이즈 계약은 갱신 조건에 대해 분쟁이 있는 경우 자동으로 갱신되지 않음. 프랜차이즈가 운영하는 매장은 평판이 좋지 않았고 재고가 부족한 경우가 많았으며 품질 보증이 잘 수행되지 않았음. 그 결과 President Chain Store Co.은 프랜차이즈 계약을 갱신하지 않기로 결정. 1996년 7월 1일, President Chain Store Co.은 가맹점과 해지 계약을 체결하고 청산을 수행하고 재고를 구입함. 불만 제기자는 이익을 제기하지 않았음</p> <p>(2) President Chain Store Co.은 현재 편의점의 전문적인 운영 기술을 개발하기 위해 상당한 인력, 재료, 자본 및 시간을 투자했으며 이러한 기술은 상업적 가치가 높은 영업 비밀임. 이러한 가치 있는 President Chain Store Co.의 영업 비밀을</p> |
| <p>침해로부터 보호하기 위해 프랜차이즈 종료 후 3년 이내에 President Chain Store Co.과 경쟁할 사업에 참여하지 않도록 프랜차이즈를 요구하는 것이 필요하고 합법적임</p> |

3. 민원인의 프랜차이즈 계약 갱신을 President Chain Store Co.이 부당하게 거부 한 혐의와 관련하여 위원회는 President Chain Store Co.의 기업 이미지 보호에 대한 의존이 부당하지 않다는 의견을 내놓았음. 프랜차이즈 갱신에 대한 분쟁은 민사 사건이며 공정거래법과 관련이 없음

4. 비경쟁 조항을 통한 President Chain Store Co.의 **노동 자유 박탈 혐의**와 관련하여 위원회는 다음과 같이 판단함

(1) 이러한 비경쟁 조항은 다양한 제한 범위를 가진 많은 국가의 프랜차이즈 계약에서 매우 일반적임. 프랜차이즈에 비경쟁 요건을 부과하여 영업비밀을 보호하려는 President Chain Store Co.의 노력은 정당하지는 않지만 공정거래법을 위반하지 않음

(2) President Chain Store Co. 프랜차이즈 계약의 비경쟁 조항은 아래에 명시된 기간, 영토 범위 및 범위의 관점에서 분석할 수 있음

① 기간 : **3년의 비경쟁 기간이 너무 길어 보임.** 시장 경쟁을 촉진하고 공정거래법의 정신에 부합하기 위해서는 President Chain Store Co.에게 "경고"를 발부해야 함

② 영토 범위 : President Chain Store Co.은 비경쟁 조항에 따라 제한되는 영토로 대만 전체 지역을 포함하는 것이 합리적 이라고 주장함. 차이나이즈 타이페이는 교통망이 빠르게 발전하고 있는 지리적으로 작은 섬이라는 사실과 도시와 농촌 사이의 거리가 짧아지고 있으며 도시에 편의점이 집중되어 있다는 사실을 감안할 때 위원회가 비경쟁 조항의 의무에 포함 될 수 있는 **거리, 지역 또는 영역의 적절한 범위 정의하기 어려움**

③ 조치 범위 : President Chain Store Co.는 프랜차이즈가 "유사한 매장운영을 가진 비즈니스에 투자 또는 참여, 지시, 고용 또는 파트너십 형성"을 금지함. President Chain Store Co.은 "**편의점과 유사한 소매점**"으로 **제한 범위를 수정**하고 조항에서 "투자"를 삭제하는 것이 허용된다고 밝힘. 따라서 개정된 조항은 "편의점과 유사한 소매점을 운영하는 모든 사업체에 참여, 지시, 고용 또는 파트너십 형성"이 될 것임

5. 전술한 이유를 바탕으로 본위원회는 President Chain Store Co.에게 경고를 하기로 결정함. 또한 "비경쟁 조항"과 관련된 향후 사례는 사례별로 검토될 것임

【참 조】 공정거래법 제20조 (기타 경쟁 제한)

다음 각호의 어느 하나에 해당 하나 경쟁을 제한할 우려 가 있는 경우 기업은 하여서는 아니 된다.

1. 특정 기업에 피해를 줄 목적으로 타 기업에 공급, 구매 또는 기타 거래를 중단하도록 촉구하는 행위
2. 정당한 사유없이 다른 사업체를 차별하는 행위
3. 저가 인센티브 또는 기타 부적절한 방법을 사용하여 경쟁 업체의 경쟁 참여 또는 참여를 방해하는 행위.
4. 강압, 유인 또는 기타 부적절한 방법을 사용하여 다른 기업이 가격 경쟁, 조합 참여, 제휴 또는 수직 제한 경쟁을 방지 하는 행위
5. 거래 상대방의 영업활동을 부당하게 제한하는 조건으로 거래 상대방과 거래하는 행위

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 계약내용위반사례(규제가능 - 승소)

【분쟁사안】 Life International Co.의 프랜차이즈 계약에 대한 공정거래법 위반

【관련법률】 공정거래법 제20조

(주) 라이프 인터내셔널(이하 "라이프(주)")의 프랜차이즈 선정 절차, 프랜차이즈 계약서 초안, 교육과정 내용, 프랜차이즈 계약 및 운영 규칙이 공정거래 위반 혐의를 받고 있음

Life Co.는 1998년 7월 타오위안 사무소를 통해 고소인이 검토할 수 있도록 프랜차이즈 계약 초안을 제공하고 고소인에게 프랜차이즈 시스템 및 초안 내용을 소개함. 양측은 같은 해 9월 2일 프랜차이즈 계약 초안에 서명함

그 기간 동안 양 당사자는 초안 조건에 대해 여러 차례 협상을 함. 이러한 협상에는 부속 계약의 일부 조항의 변경, 프랜차이즈 매장의 리노베이션, 프랜차이즈 가입 조건으로 가맹점사업자가 교육 세션에 참석해야 하는 요건, 가맹점사업자가 판매하는 상품 또는 서비스에 대한 검사가 포함됨

주식 및 비즈니스 계정 각 당사자에게 할당된 권리와 의무 간의 불평등, 가맹점사업자가 제공해야 하는 담보의 금액, 가맹점 사업자가 교육 세션에 참여할 제3자를 지명할 수 있는 조건, 프랜차이즈 계약의 경쟁 조항 및 수익 (또는 손실) 계산 방법과 같은 관리 규칙, 상품 가격 추정, 가맹점의 책임, 재고 기술에 대한 로열티 징수 및 금액 계산 방법, 계약 위반에 대한 벌금 계산 방법 및 초과 재고에 대한 이자 계산 방법에 대해 두 사람 모두 향후 협력에 대한 의견을 교환함 더욱이, 고소인은 그해 8월 8일에 Life Co.가 프랜차이즈 관계를 수립할 의사가 없었다는 통보를 했다고 인정함. 이후 고 소인은 President Enterprises와 프랜차이즈 계약을 협상함. 그 후 같은 해 11월 양측은 공정 거래위원회(본위원회)에 합병 승인을 신청함. 그리고 1998년 12월 2일에 이 위원회의 승인을 받은 후 프랜차이즈 계약을 체결됨.

Life Co.의 프랜차이즈 스타일 합병을 확인한 결과 1999년 1월 말까지 이 위원회의 승인을 받은 것으로 나타남

대만에 있는 체인 편의점 프랜차이즈 기업을 검토한 결과 체인 편의점 프랜차이즈 업계에는 President Enterprises, 웨미리 마트 편의점, 푸춘 슈퍼마켓, 생활 기업 등 12개 주요 기업이 있음. 1997년에 Life Co.는 대만 전체 체인 편의점 매출의 6.6 %에 해당함. 게다가 그 당시 시장에는 대안으로 작용할 수 있는 다른 프랜차이즈 기업이 있었음. 따라서 Life Co.가 프랜차이즈 기업을 선적하는데 있어 독립적으로 결정할 수 있는 타사의 자유를 방해하지는 않음. 또한, 부속 계약 내용은 불공정경쟁의 우려를 제기하지 않았음

그리고 프랜차이즈 계약은 영업 비밀 보호, 프랜차이즈 네트워크의 일관성, 그리고 명성의 유지, 그것은 성급하게 변경되 어서는 안됨. 따라서 Life Co.가 다른 기업과의 프랜차이즈 관계를 구축하기 위해 부속 계약을 사용하는 것은 거래질서에 영향을 미칠 수 있는 부당한 행위라고 명확하게 결론 내리기 어려움

Life Co.는 프랜차이즈 규칙이나 계약 조항을 은폐하려고 하지 않았기 때문에 Life Co.가 속임수, 강요 또는 이익 유도를 통해 다른 기업의 합병에 부적절하게 참여하게 했다는 결론을 내리기 어려울 것임

프랜차이즈 계약 초안의 조항은 Life Co.가 프랜차이즈 매장의 리노베이션을 설계, 계획 및 검사할 책임이 있다고 규정하며, 영업비밀을 보호하고 회사의 일관성과 명성을 유지하는 데 필요함

교육 세션의 내용은 주로 프랜차이즈 권리 및 의무에 대한 교육, 사전 개업 교육 및 운영 교육 등으로 나타남. 이는 프랜차이즈가 Life Co.의 노하우를 습득하고 역량을 키우는 데 도움이 됨. 이익을 창출하고 가맹점에서 편의점 운영에 익숙해 지도록 하여 운영 위험을 줄이고 Life Co.의 비즈니스 이미지와 명성을 유지할 수 있음. 따라서 Life Co.가 프랜차이즈 가입 조건으로 교육 세션 및 해당 세션의 참석을 요구하는 것이 부적절한 것으로 간주 되어서는 안 됨

또한, 프랜차이즈와 상표 이미지의 일관성을 위협하는 계약 의무를 포기하는 프랜차이즈를 방지하기 위해 가맹본부가 가맹점사업자를 모니터링 해야 함. 따라서 프랜차이즈 계약에서 가맹본부가 이미 판매된 상품 또는 프랜차이즈, 재고 및 계절이 이미 제공한 서비스를 포함하여 사업장 및 / 또는 운송 장비를 검사할 수 있도록 하는 가맹본부의 영업비밀보호 및 프랜차이즈 네트워크의 일관성 및 평판 유지하는 프랜차이즈 계약의 조항이 필요함.

각 당사자에게 할당된 권리 및 의무의 불평등, 가맹점이 제공 할 담보의 양, 교육에 참석할 제3자를 임명하는 조건을 포함하여 프랜차이즈 계약 초안의 다른 분쟁 조항에 대해 수익 (또는 손실) 계산 방법, 제품 가격 추정, 가맹점의 책임, 재고에 대해 수집할 로열티 금액 계산 방법과 같은 프랜차이즈 계약 및 관리 규칙과 관련된 세션 및 기타 논쟁 항목 기술 및 초과 재고에 대한이자 및 계약 위반에 대한 벌금 계산 방법은 불공정 거래 관행을 구성하지 않음. 이 경우 FTL의 적용 가능성을 고려할 필요가 없음

결론적으로 Life Co.가 FTL의 규정을 위반했다는 증거는 없음

【참 조】 공정거래법 제20조 (기타 경쟁 제한)

다음 각호의 어느 하나에 해당 하나 경쟁을 제한할 우려가 있는 경우 기업은 하여서는 아니 된다.

1. 특정 기업에 피해를 줄 목적으로 타 기업에 공급, 구매 또는 기타 거래를 중단하도록 촉구하는 행위
2. 정당한 사유 없이 다른 사업체를 차별하는 행위
3. 저가 인센티브 또는 기타 부적절한 방법을 사용하여 경쟁 업체의 경쟁 참여 또는 참여를 방해하는 행위.
4. 강압, 유인 또는 기타 부적절한 방법을 사용하여 다른 기업이 가격 경쟁, 조합 참여, 제휴 또는 수직 제한 경쟁을 방지하는 행위
5. 거래 상대방의 영업활동을 부당하게 제한하는 조건으로 거래 상대방과 거래하는 행위

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 공정거래법 위반사례(프랜차이즈 명기여부)

【분쟁사안】 Chu Shang Realtor 프랜차이즈임을 표지해야 하는 여부

【관련법률】 공정거래법 제21조

Chu Shang Realtor (이하 "Chu Shang") 프랜차이즈 매장은 광고 자료에 해당 매장이 Chu Shang이 직접 운영하는 것이 아니라 프랜차이즈 운영임을 명시하지 않아 공정거래법을 위반함

1. Chu Shang의 가맹점인 Chao-chin 부동산 대리점 [이하 대리점]은 광고에 "프랜차이즈 상점"을 명시적으로 추가하지 않아 소비자가 Chu Shang에 직접 보고하는 지점 상점으로 착각하게 만들었음. 이러한 행위가 공정거래법 제21조에 위배 되는지 여부를 판단하기 위해 제176차 위원회 회의에서 다음 행위의 배경과 발전을 파악하기로 결정함
부동산 대리점은 가맹점에만 서비스를 사용할 수 있는 권한을 부여함. 로고이지만 상점 내부 운영에는 관여하지 않음. 가맹본부가 하는 일은 모든 프랜차이즈 상점에 대한 공동 광고 자금 사용을 계획하고, 간판을 디자인 및 표준화하고, 표준 계약, 명함 및 홍보 자료를 디자인하는 것임. 하나, 프랜차이즈 매장을 위해 준비된 이러한 표준 자료에는 매장이 눈에 띄는 방식으로 "프랜차이즈 매장"이라는 표시가 포함되어 있지 않음.

따라서 소비자들은 거래 상대방이 특정 부동산 중개 업체의 프랜차이즈 상점에 불과하다는 사실을 알지 못함

2. 1995년 3월 24일 부동산 중개업자, 소비자 단체, 소비자 재단, 산업 전문가 등을 초청하여 "부동산 대리점에서 내놓은 간판과 광고에 '프랜차이즈 매장'이라는 문구를 추가 할 것인가?" 이반 세미나에서는 가맹점의 간판, 광고, 명함 등에 '프랜차이즈 매장'을 추가해 소비자가 누구에게 서비스를 제공하고 있는지 명확하게 알 수 있도록 해야 한다고 일반적으로 믿음. 그러나 대만 전역의 부동산 중개업자가 엄청나게 많다는 점을 감안하여 위원회는 대만 북부, 중부, 남부의 주요 기관을 한데 모아 전체 상황을 설명하고 언제 시행할지 결정하기로 함

3. 앞서 언급한 세미나에서 도출된 결론에 따라 1995년 7월 28일에 두 번째 세미나가 열렸으며 관련 당사자 및 소비자 그룹이 참여하여 4개의 추가 결론에 도달함. (1) 모든 참여 기관이 "프랜차이즈 스토어"를 추가할 의견을 표명. 그들의 광고, 간판 및 명함. 위원회는 새로운 정책이 발표될 때를 결정하고 발표할 예정임. (2) 기관은 "프랜차이즈 상점"을 표시 하는 방법을 스스로 결정할 수 있으며 위원회는 이와 관련하여 특정 규칙을 만들지 않음. (3) 일부 참여 기관은 광고, 간판, 명함 및 계약서에 불만 제기 또는 서비스 핫라인을 추가할 수 있다고 제안함. 관심 있는 기관은 제안 사항을 따를 것인지 스스로 결정할 수 있음

4. 1995년 9월 6일에 열린 제204차 위원회 회의는 앞서 언급한 예비 결론을 바탕으로 다음과 같은 사실을 감안하여 **부동산 중개업자를 처벌하지 않기로 결정함**

(1) 가맹점의 "가맹점" 표시 사용 실패 널리 퍼진 관행이었음. (2) 모든 부동산 중개인이 광고, 간판 및 명함에 "프랜차이즈 상점"을 추가하는 데 동의함. (3) 프랜차이즈 상점은 이미 첫 번째 이후에 간판, 명함 및 광고에 "프랜차이즈 상점"을 추가했음. 세미나. 그러나 부동산 중개업자가 "프랜차이즈 매장"을 추가하는 수정 프로그램은 계속 시행될 것임. 또한, 부동산 중개업자가 "프랜차이즈 상점"이라는 단어를 추가하기로 결정함

소비자가 거래 상대가 누구인지 명확하게 알 수 있도록 1995년 12월 31일 이전에 광고, 간판 및 명함에 눈에 잘 띄는 곳 또한 기관은 문구를 표시하는 방법을 자유롭게 결정할 수 있음. 위와 같은 결정에 관한 서신이 1995년 9월 18일 부동산 중개업 협회 연합회에 발송되었고, 부동산 중개업 협회 연합회에 회원들이 협력하고 결정을 따를 것을 촉구함

【참 조】 공정거래법 제21조 (허위 광고)

1. 기업은 상품이나 광고에 대해 허위 또는 허위 진술을 하거나 다른 방식으로 거래 결정에 영향을 미칠 수 있는 상품 관련 문제를 대중에게 알리는 행위를 해서는 안 된다.
 2. 가격, 수량, 품질, 내용물, 제조방법, 제조 일자, 유통기한, 사용방법, 용도, 원산지, 제조사, 제조 장소, 가공 업체 등 상품과 관련하여 전항의 항목 처리 장소 및 기타 권유 효과가 있는 관련 사항 등 거래 결정에 영향을 미칠 수 있는 행위를 해서는 안 된다.
 3. 사업체는 앞 단락의 허위 또는 허위 진술이 포함된 상품을 판매, 운송, 수출 또는 수입할 수 없다.
 4. 비즈니스 서비스에 대해서는 처음 3개 규정을 준용한다.
 5. 오해의 소지가 있는 광고를 제작하거나 디자인할 책임은 광고 대행사 업계에 있으며, 연대 손해에 대한 책임은 광고주에게 있다. 광고 매체 산업은 여전히 알고 있거나 이용 가능한 광고를 유포 또는 발행하고 있으며, 유포 또는 발행하는 광고가 오류를 유발할 수 있음을 알고 있으며, 광고주와의 공동 손해에 대해서도 책임을 진다. 광고 심판이 자신이 참여한 추천 증거가 오류를 유발할 가능성이 있음을 알고 있거나 사용할 수 있다는 것을 알고 있지만, 그가 여전히 심판인 경우 그는 광고주와 공동 손해에 대한 책임을 져야 한다. 단, 광고의 후원자는 유명 인사, 전문가, 단체가 아니며 광고주 보수의 10배 범위 내에서만 광고주와 공동 손해 배상 책임을 진다.
- 앞 단락에서 언급 한 "광고 스폰서"는 광고에 제품 또는 서비스에 대한 자신의 의견, 신뢰, 발견 또는 개인적인 경험을 반영하는 광고주가 아닌 개인 또는 조직을 의미한다.

○ 공정거래법위반사례(오해유발광고 공정거래법24조)

【분쟁사안】 - (주)이지 웨이는 광고의 서비스 내용에 대해 허위, 허위

- Ms. Yafen Xiao와 Magic Force (Molishenchi) Industrial Co., Ltd 의 프랜차이즈 관계를 설정하기 10일 전에 중요한 거래정보제공 위반
- (주) 동이 인터내셔널 엔터프라이즈의 프랜차이즈 관계를 설정하기 10일 전에 중요한 거래정보제공 위반

【처분내용】 2010 년 3 월 [결정]

【관련법률】 공정거래법 제21조, 제25조(기타 속이거나 명백한 부당한 행위)

(주)이지 웨이는 광고의 서비스 내용에 대해 허위, 허위, 오해의 소지가 있는 표현을했음. 같은 조 제1항에서 준용하는 공정거래법 제21조제 3항을 위반 한 행위 또한, 프랜차이즈 관계 성립 10 일 전에는 거래 상대방에게 중요한 거래 정보를 서면으로 공개하지 않았음. 그러한 행동은 프랜차이즈의 거래 질서에 영향을 미치기에 충분했으며 분명히 불공정한 행위임. 공정거래법 제 24 조를 위반으로 불법 행위는 즉시 중단되고 NT \$ 500,000의 과태료가 부과되었음

Ms. Yafen Xiao와 Magic Force (Molishenchi) Industrial Co., Ltd.는 프랜차이즈 관계를 설정하기 10일전에 거래 상대방에게 중요한 거래정보를 서면으로 공개하지 않았음. 그러한 행동은 프랜차이즈의 거래질서에 영향을 미치기에 충분했으며 분명히 불공정한 행위로 공정거래법 제24조를 위반함. 불법 행위는 중단하고 총 NT \$ 150,000의 벌금이 부과되었음

(주) 동이 인터내셔널 엔터프라이즈는 프랜차이즈 관계 성립 10일 전에 거래 상대방에게 중요 거래정보를 서면으로 공개하지 않았음. 그러한 행동은 프랜차이즈의 거래질서에 영향을 미치기에 충분했으며 분명히 불공정한 행위임. 공정거래법 제24조를 위반으로, 불법 행위를 중단하고 NT \$ 50,000의 벌금이 부과됨

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 공정거래법위반사례(재판가격유지 공정거래법18조위반)

【분쟁사안】 Kang Eri Shii Healthcare International Corp., 공정거래법 위반

가능성이 있는 상품의 재판매 가격 혐의로 고소

【관련법률】 공정거래법 제19조

이 사건은 강얼시 헬스 케어 인터내셔널 (이하 'Kang Eri Shii'라 한다)이 가맹점 계약서에 계약 약국이 제시 한 가격에 따라 제품을 판매하고, 인하 경쟁을 하면 안 된다고 명시했다는 내용에 불만을 제기한 것임 또한, 회사는 하류 약국과 프랜차이즈 계약을 해지하고 공짜 규정을 위반하여 인하 경쟁을 시작했다는 약국에 대한 고발로 상품 공급을 중단함 (공짜로 밀크 파워 1 캔 이하) 고객이 12캔 (1 케이스)을 구매한 경우)

조사 결과 이 위원회는 다음을 알게 됨

2003년 구버전의 프랜차이즈 계약과 2003년 새 버전의 프랜차이즈 판매 계약에서 두 프랜차이즈 계약에는 '프랜차이즈 약국은 Kang Eri Shii가 제안한 가격을 준수하며 인하 경쟁을 하지 않는다.'라는 상품을 판매하는 조건이 포함되어 있음 계약의 새 버전에서 회사는 제품 제안 가격 목록을 추가하고 인하 경쟁과 관련된 벌금 조항을 추가함

Kang Eri Shii가 프랜차이즈 계약 및 Kang Eri Shii 프랜차이즈 판매 계약에 계약 약국은 본사가 제안한 가격에 따라 제품을 판매해야하며 인하 경쟁을 하지 않아야 한다고 규정한 것은 공정거래법 제19조를 위반한 경우

본위원회는 피청구인의 동기, 목적, 불법 행위에 대한 부당한 이익, 거래질서에 대한 피해 정도, 시장 지위 등을 고려한 후 Kang Eri Shii에게 위법 행위를 즉각 중단하라고 지시하고 NT \$ 10 만 과태료 부과함

【참 조】 공정거래법 제19조 (재판매 가격)

기업은 상대방이 공급 된 재화를 제3자 또는 제3자에게 재판매하는 가격을 제한하지 않는다. 그러나 정당한 이유가 있는 사람은 이에 국한되지 않는다. 영업 용역에 관하여는 전항의 규정을 준용한다.

○ 공정거래법위반사례(제품강제 - 승소)

【분쟁사안】 공정 거래법 위반으로 Yung Chun Trading Limited Company, Konica Photo Express 프랜차이즈 가맹점과 불합리한 계약 체결 혐의로 신고

【관련법률】 공정거래법 제20조(기타 경쟁제한)

코니카 포토 익스프레스 가맹사업의 가맹점사업자는 코니카 프랜차이즈 시스템의 가맹본부 인 Yung Chun Trading Limited Company (이하 "Yung Chun")가 코니카와 코니카의 단독 유통 업체가 판매하는 화학 물질과 필름 만 사용하도록 프랜차이즈를 요구한다고 주장함. 공정거래법 제20조(기타 경쟁제한) 위반

대만에 있는 사진 현상 프랜차이즈 체인의 가맹점사업자는 프랜차이즈 비용이나 계약 서명 비용 없이 일상적으로 전문 기술, 교육 및 훈련, 실내 장식 수당을 제공하는 것으로 나타났음. 그 목적은 자체 브랜드의 필름, 화학 물질 및 인화지를 홍보 하는 것임. 코니카 포토 익스프레스 프랜차이즈 계약 제4조에 따르면 가맹점사업자는 A당(영춘)이 판매하는 인화지 및 화학제품 만 사용 및 판매 할 수 있으며, 단독 유통 업체가 판매하는 화학 물질과 필름 만 사용하도록 사업에 기반하는 사업의 계약임

Yung Chun은 전 세계 Konica 브랜드가 누리는 고품질 이미지를 유지하기 위해 프랜차이즈가 가능한 한 다른 브랜드의 인화지 및 화학 물질을 사용하여 다양한 Konica의 필름 현상 품질의 일관성을 유지하도록 권장한다고 주장함.

프랜차이즈 아울렛. 또한 다른 코니카 프랜차이즈에 따르면 Yung Chun은 프랜차이즈가 실제로 코니카 제품 만 사용하도록 강요하지 않으며 일부 프랜차이즈는 실제로 코니카 브랜드와 함께 다른 브랜드의 화학 물질 및 인화지를 사용함

전술한 상황과 FTL 시행 규정 제24 (2) 조를 고려하여 "제20조 (vi)에 설명된 제한 사항이 합리적인지 여부를 판단하기 위해 의도, 목적, 시장 지배력 등의 요소를 당사자의 관계, 관련 시장의 구조, 상품의 특성 및 그러한 제한의 실행으로 인한 시장 경쟁에 미치는 영향을 전체적으로 고려해야함

Yung Chun이 프랜차이즈의 프랜차이즈 가맹점에 부당한 제한 사항이 분명하며, 계약은 불공정경쟁에 해당하지 않으므로 FTL 제20 (vi)항의 관련 조항을 위반한 내용을 찾기가 어려움

【참 조】 공정거래법 제20조 (기타 경쟁 제한)

다음 각호의 어느 하나에 해당 하나 경쟁을 제한할 우려가 있는 경우 기업은 하여서는 아니 된다.

1. 특정 기업에 피해를 줄 목적으로 타 기업에 공급, 구매 또는 기타 거래를 중단하도록 촉구하는 행위
2. 정당한 사유 없이 다른 사업체를 차별하는 행위
3. 저가 인센티브 또는 기타 부적절한 방법을 사용하여 경쟁 업체의 경쟁 참여 또는 참여를 방해하는 행위.
4. 강압, 유인 또는 기타 부적절한 방법을 사용하여 다른 기업이 가격 경쟁, 조합 참여, 제휴 또는 수직 제한 경쟁을 방지 하는 행위
5. 거래 상대방의 영업활동을 부당하게 제한하는 조건으로 거래 상대방과 거래하는 행위

(출처. 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會 홈페이지) www.ftc.gov.tw)

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

2. 프랜차이즈 계약절차와 내용

가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용

(1) 마스터 프랜차이즈 계약절차



(작성기준 : 해외 진출 외식기업 실무매뉴얼(MAPPS), aT한국농수산물유통공사)

TIP

<각 단계별 주요 문서(양식)>

- 파트너 기준 구축
- 파트너 탐색 : 기업홍보자료(IR 등), 홈페이지
- 파트너 선정 : APPLICATION
- 계약 가이드라인 구축 : 비밀유지계약서(NDA), 투자 의향서(LOI), 양해각서(MOU)
- 마스터 프랜차이즈 계약체결 : 마스터 프랜차이즈 계약서
- 파트너 분쟁과 관리

마스터 프랜차이즈는 진출국의 파트너 선정이 사업의 승패에 결정적인 요소임. 특히, 자금과 인적·물적 역량, 경험이 부족한 국내 외식 프랜차이즈 기업의 경우 해외 진출 시 많은 자금과 역량을 투입하기가 어려워 신뢰할 수 있고 역량 있는 파트너 선정이 매우 중요함



TIP

- 자세한 해외 파트너 선정절차와 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」 www.atfis.or.kr 확인가능
- 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)

(가) 파트너 기준구축

- 파트너 선정에 앞서 파트너에 대한 명확한 기준을 수립하고 파트너 탐색에임해야 훨씬 더 효율적인 협상을 진행할 수 있음
- 파트너 기준구축의 조건은 다음과 같음
 - ① 재무 구조 : 현지 정착에 대해 어느 정도를 투자할 수 있는지, 지속적인 사업 확장을 위해 관리 비용을 감당할 수 있는지에 대한 조건파악
 - 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

- 해외 박람회 등 관련 행사나 네트워크를 활용하여 직접 파트너를 탐색하거나, 홍보 루트를 통하여 파트너의 참여를 적극적으로 유도하고 탐색하는 단계임
- 파트너 탐색 루트는 다음과 같은 것이 있음
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외사업 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

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 사전에 영문으로 된 기업홍보자료(IR 등), 홈페이지 페이지 작성 필요

표 3-1 파트너 탐색 지원사업

| 기관 | 기관 | 지원내용 | 문의 |
|---------------|------------------|---|--------------------------------------|
| 농수산식품 유통공사 | 해외 프랜차이즈 박람회 | 외식업체의 해외 시장 개척을 위해 현지박람회에 참가하여 해외 파트너 발굴 | aT식품외식지원부 (www.atfis.or.kr) |
| 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 상담 주선, 출장 안내 자료 등 제공 | KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7334, 7336 |

(다) 파트너 선정

○ 잠재 파트너에 대해 앞서 구축한 기준을 바탕으로 상호 평가와 국내 방문, 협상을 통하여 계약 관계로의 진전 여부를 결정하는 단계임

○ 파트너 선정 시 중요한 요소는 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, 관계 형성을 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

○ 사전에 파트너 분석을 할 수 있는 신청서(APPLICATION) 양식 작성 필요

○ 파트너 선정 시 주의사항

① 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 3년간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용평가 기관을 통해서 자료 구매

② 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 관리역량을 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

③ 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 해외 진출 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

④ 투자 의지

- 해외 진출 사업은 현지 파트너와 함께 진행하는 것으로 파트너의 비전 공유와 투자 의지가 중요함
- 검증 방법 : 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악

(라) 계약 가이드라인 구축

○ 파트너와의 계약단계를 지장이 없도록 필요한 서식을 갖추는 단계임

○ 계약 가이드라인을 구축하는 3가지 방법은 다음과 같음

- ① 비밀유지계약서(NDA-Non Disclosure Agreement) : 파트너와 계약 단계로 가기 위해 양 당사자가 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 준비하여야 함
- ③ 표준계약서 검토 : 현지 사정과 파트너와의 논의를 통해 업체별로 계약서가 달라지겠지만, 표준계약서를 검토하는 것은 기본적으로 어떠한 사항을 포함해야 하는지, 우리가 놓치고 있는 부분은 없는지 점검함

(마) 마스터 프랜차이즈 계약체결

○ 파트너와 사업계획에 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 주의해야 할 점은 아래와 같음

- ① 계약서를 작성할 때는 전문가의 도움 필수 : 법률전문과 및 번역가 필요
- ② 계약서 작성 시, 주요 점검 사항을 꼼꼼하게 체크

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 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 변호사의 자문을 받아 확실하게 점검



TIP

- 파트너 검토 시 파트너가 본사 브랜드를 얼마나 잘 이해하고 운영할 것인가를 판단하기 위해 관련 기본 서류(최근 3년간 재무제표(자산 관련 증명서), 회사 소개서(경력 증명서), 신용등급 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

(바) 파트너 분쟁과 관리

○ 파트너 관리

- 모니터링과 통제

마스터 프랜차이즈의 경우 현지 국가의 파트너가 전체 혹은 지역을 총괄하는 권한을 갖고 있어, 그들이 프랜차이즈 기업의 사업 컨셉을 이해하지 못하고 자신의 방식대로 운영한다면 상품이나 서비스의 품질 저하와 매출 감소, 브랜드 이미지 훼손 등으로 현지 국가에서 성공하기가 어려움

특히 지리적으로 떨어져 있고 언어도 달라 소통에 어려움이 있기 때문에 지속적으로 모니터링하고 관리 및 통제하기 쉽지 않음

- 통제의 범위와 수준 결정

β 가맹본부와 파트너 간에 상호 간에 세부사항에 대한 객관적인 기준을 세우고, 통제 범위와 수준에 대한 절차와 방법에 대한 내용을 계약에 담아 두어야 효율적인 통제가 가능함

- 공동의 이익을 위한 상호협력 관계 유지

파트너의 경우 프랜차이즈사업에 익숙하게 되면 가맹본부의 통제와 시스템의 통일성을 불편해하고 로열티와 같은 수수료를 지불하는 것에 불만을 갖게 될 수 있음

상호 간에 효과적인 커뮤니케이션이 중요하며, 가맹본부 지원의 중요성과 능력을 인식시키고 계약과 약속을 성실히 이행하여 상호신뢰 관계를 유지하는 것이 중요함

이러한 상호 간에 좋은 관계를 가지기 위해서는 무엇보다 가맹본부가 주도적인 역할을 해야 함. 좋은 관계는 적합한 파트너의 선정뿐만 아니라, 지속적이고 원활한 커뮤니케이션, 필요한 교육훈련의 제공과 지원, 협력적인 의사결정 과정 그리고 무엇보다도 상호 기대한 이익이 나도록 선정 이후에도 지속적으로 상호 협력하는 데에서 생겨남

○ 파트너와의 분쟁

- 해외 진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈 방식의 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 MOU 단계에서 쌍방의 중요한 정보가 교환되기 때문에 계약 전 단계인 MOU 단계에서 상표권이나 지식재산권 보호 조치가 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. 계약 체결 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 사업 계획 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. 계약 체결 시 경영실적과 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 채권 회수), 종업원 관계, 기존 가맹점과의 계약관계, 지식재산권 사용 및 보호, 법인의 존속 및 폐업, 수속과 사무처리를 위한 변호사나 회계사 등 위임 등을 사전에 기재할 필요가 있음

(2) 계약체결 관련 양식(샘플)

(가) 파트너 선정 참고용 신청서(APPLICATION SAMPLE)

- 여기에서 제시하는 Application 샘플은 마스터 프랜차이즈 계약 문이나 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 되는 데 도움이 될 것임

마스터 프랜차이즈 신청서

팩스 또는 이메일을 통해 반환하십시오.

이메일

팩스

전화

보낸 사람 : _____

날짜 : _____

레스토랑이나 프랜차이즈 소유주 경험을 가진 개인이나 회사는 신청할 수 있습니다.

신청자는 적어도 미화 _____ 달러의 순 자산과 미화 _____ 달러의 액수의 미화가 있어야 합니다. 프랜차이즈 요금은 지역의 크기와 기회의 질에 따라 다릅니다.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

개인 정보

본 양식의 각 장을 작성하게 하십시오. (본인이 투자자 그룹인 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) : _____

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 |
|----|------|----|
|----|------|----|

| | | |
|-------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

일반 정보

당신은 어떻게 Coffee Beanery 프랜차이즈에 관심을 갖게 되었습니까? (하나 선택)

- 광고 (계재 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 운영한 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 : _____

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) \$ _____

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

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.

본인의 국가에서 () 컨셉을 성공적으로 시작할 수 있도록 본인의 능력 및 이전 비즈니스 경험을 비추어 성공할 것으로 생각되는 추가 정보를 제공해주십시오.

회사 재무제표와 회사 포트폴리오를 포함하십시오.

본인은 여기에 명시된 모든 진술 및 재무 정보에 대한 배경 조사 및 조사 (신용 보고서 준비 포함) 권한을 부여하며 당사자에게 정보를 제공함으로써 발생할 수 있는 모든 손해에 대해 당사자에게 책임지지 않도록 합니다.

서명

날짜

MASTER FRANCHISE APPLICATION

Please return via fax or email:

email

Fax

Phone

From: _____

Date: _____

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.

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): _____

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: |
|---------|-----------------|--------|-------------------|
|---------|-----------------|--------|-------------------|

| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

List three character references:

| Name | Phone number | Relationship |
|-------|--------------|--------------|
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

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?

FINANCIAL INFORMATION

Annual Salary: _____ Bonus: _____ Profit Sharing: _____

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) \$ _____

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.

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.

Please include your company financial statement and corporate portfolio.

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

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(나) 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 기관 간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서임. 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 하는지에 대한 것을 “목적” 부분에 명기하게 됨
 - 다음으로 양 기관의 “협력과 역할”에 대해 정의함. 즉, “A기관은 원래 어떤 일을 잘하는 기관이며, B기관은 어떤 분야의 일을 잘하는 기관이니 각자가 잘하는 분야의 역할을 제공한다”는 기본적 역할 정의가 들어가며, 상호 민감한 부분이나 Binding이 될 만한 조건들은 보통 제외 시킴
 - 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 합의 내용의 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 기관기관장의 관심, 실무위원회 또는 운영위원회를 통한 상호 간의 업무협조, 실무자 간의 원활한 의사소통 등의 다양한 방법이 강구되어야 할 것임
- (자료. 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼. 특허청)

업무제휴 협약서(Memorandum Of Understanding)

'갑' 기관과 '을' 기관은 신의와 성실로 상호 협조하여 양 기관의 업무 수행상 원활할 수행을 위하여 다음과 같이 업무 제휴 협약을 체결한다.

제1조 (목적)

본 업무협약은 양 기관 간 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 기관 간 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 기관 간 별도 협의하여 정하기로 한다.
3. 본 업무협약서는 양 기관의 합의로 수정되지 않는 한, 1년간 효력을 발휘한다.

본 업무의 성공적인 추진 및 수행을 위하여 양 기관은 말은바 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)

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

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 organizations sincerely execute the contents 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 Organizations
President ○○○

**TIP**

○ 아래 업무협약(MOU) 양식샘플은 특허청의 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼 내 자 료로 프랜차이즈에 특화된 양식이 아닌 일반적인 업무협약(MOU) 양식임

**TIP**

○ 해외진출 중소기업 법률자문

: 자문지원기관 - 『법무부 9988 중소기업법률지원단』

: 신청방법 02-2110-3867 (운영시간 : 월~금 09:00~18:00)

: 홈페이지 www.9988law.com

* 반드시 인터넷 신청을 먼저 완료하고 문의

: 목적 및 역할

- 중소기업, 공기업의 해외투자, 지식재산권 등 해외 활동에 필요한 법률정보 제공 및 자문

- 중소기업 등 상대 법률자문, 해외 진출 중소기업 법률설명회 개최 및 해외 법령정보 자료 배포 등 국민에게 양질의 법률 서비스를 제공하여 국제분쟁을 사전에 예방함을 목적으로 함

: 지원대상

- 중소기업기본법 제2조 및 동법 시행령 제3조에 의한 “중소기업” 등

: 자문내용

- 계약서 등 각종 서류검토

- 법령 및 회계 정보제공

- 해외 진출기업 등의 회사설립에 필요한 정관 검토

- 해외진출 기업 등의 경영활동에 필요한 관련 현지국 법령·사법제도 해석 및 적용에 관한 검토

- 분쟁 예방

- 기업 등의 해외 진출, 외자유치와 관련하여 각종 분쟁 발생 시 대응방안 등 법률·회계자문

- 국제분쟁 예방설명회를 통한 관계자 교육

- 국제분쟁 진단·예방용 책자 발간 및 배포

- 통상 관련

- FTA 등 통상협정문 해석 및 ISD 해당 여부 검토

- 기타 국제통상 및 국제투자 분쟁 등 국제법 문제

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(3) 마스터 프랜차이즈 계약내용

(가) 마스터 프랜차이즈 기본내용

1) 계약의 명칭 등

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

2) 개념 정의

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

3) 선행조건

계약의 효력 발생 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) 프랜차이즈의 초기의무

프랜차이즈는 마스터 프랜차이즈가 프랜차이즈 본부로서의 역할을 제대로 수행할 수 있도록 영업 및 마케팅 노하우, 숙련된 인력을 통한 직원교육, 인테리어 디자인 등을 제공할 의무가 있음
이 부분은 프랜차이즈의 상황에 따라 구체화하여 기재할 수도 있고 간략히 기재할 수도 있음

6) 프랜차이즈의 지속적 의무

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

7) 마스터 프랜차이즈의 기본 의무

① 로열티 등의 지급의무

마스터 프랜차이즈의 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

프랜차이즈의 운영매뉴얼 등에 따라서 시스템 운영을 할 수 있도록 본사, 직영점 및 가맹점의 직원들을 지속적으로 교육하는 것이 필요한바, 이를 규정함

③ 투명한 회계 및 관련 정보의 제공

매출액 등은 로열티 산정이 기준이 되는바, 정확하고 투명한 회계 및 회계 자료에 대한 프랜차이저의 자유로운 접근이 필요함. 따라서 회계 관련 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 설명 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 프랜차이즈 계약을 체결할 수 있음. 다만 실제 목표 개수는 브랜드의 특성에 따라 달리 할 수 있음. 나아가 해당국에서 마스터 프랜차이저가 프랜차이즈를 경영하기 위해서는 일정기간 동안 직영점을 운영해야 하는 경우도 있으므로 이러한 부분도 확인하여 규정하여야 함

⑥ 광고 및 마케팅 의무

마스터 프랜차이저는 프랜차이즈 사업의 활성화 및 브랜드 이미지 제고를 위해 마케팅을 수행할 의무가 있으며, 마케팅 수행 시 프랜차이저의 승인을 받은 시안을 사용할 의무가 있음. 나아가 광고 등은 프랜차이저의 명성을 높이는 방향으로 시행되어야 하며 광고 등과 관련된 저작물의 저작권은 모두 프랜차이저에게 있음을 기재함

8) 법률 및 매뉴얼 등의 준수

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

9) 비경쟁의무

해외진출의 경우 거리상·비용상의 문제로 실질적인 관리감독이 어려워 마스터 프랜차이저가 프랜차이저의 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

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

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

11) 사업권의 양도 및 우선매수청구권

프랜차이저는 물론이고 마스터 프랜차이지 또한 사업권을 양도해야 할 경우가 발생함. 그런데 마스터 프랜차이지가 프랜차이지의 허가 혹은 승인 없이 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 양도할 수 있도록 하는 것이 필요함. 나아가 마스터 프랜차이지가 위와 같이 계약기간 중에 사업권을 양도하거나 계약이 종료된 후에 직영점 등을 양도하는 경우에는 프랜차이지 혹은 프랜차이지가 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 프랜차이지에게 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, 프랜차이지의 로고가 들어간 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 계약 이행이 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 의한 합의를 통해서만 가능하도록 함으로써 계약의 변경 여부에 대한 분쟁을 방지함.

19) 준거법 및 언어

계약의 해석 및 판단 기준이 되는 준거법과 언어를 규정한다. 계약서는 영문본 이 해석의 기준이 되도록 함으로써 상호 분쟁의 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 2~3% 미만 대가 많음. 「2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사」 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
- 계약 체결시 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 수취방식이나 원천과세 포함여부 등 세금부담여부도 결정하여야 함



TIP

- 해외 진출시 본사의 파견 직원이 없이 운영되는 것은 실패의 가능성이 높아, 계약시 파견 직원의 이민 및 거주에 관한 내용도 반드시 기재되어야 함
- 계약 체결시 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식 및 면책조항을 내용에 포함할 필요가 있음

※ <참 조>

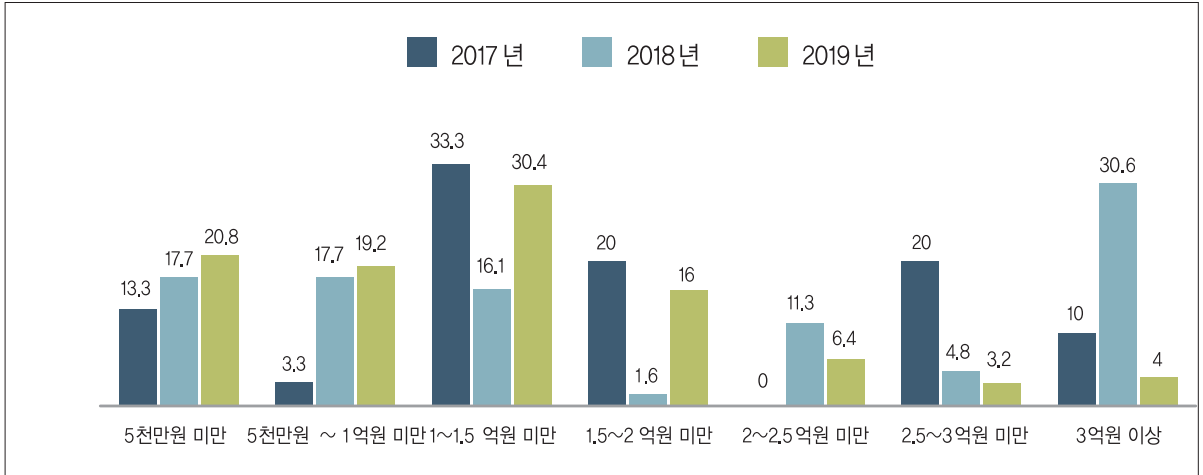
○ 마스터 계약금

- 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출 시 전체 응답자 중 30.4%가 계약금 '1~1.5억원 미만'으로 체결했으며 전년도 대비 14.3%p 증가함
- '5천만원 미만', '5천~1억원 미만'의 비중은 매년 증가하는 반면 '2.5~3억원 미만'의 비중이 매년 감소 추세인 것으로 나타남
- '3억원 이상'의 경우 전년도 대비 26.6%p 대폭 감소한 4.0%로 나타남

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

표 3-2 마스터 프랜차이즈 계약금

(단위:%)



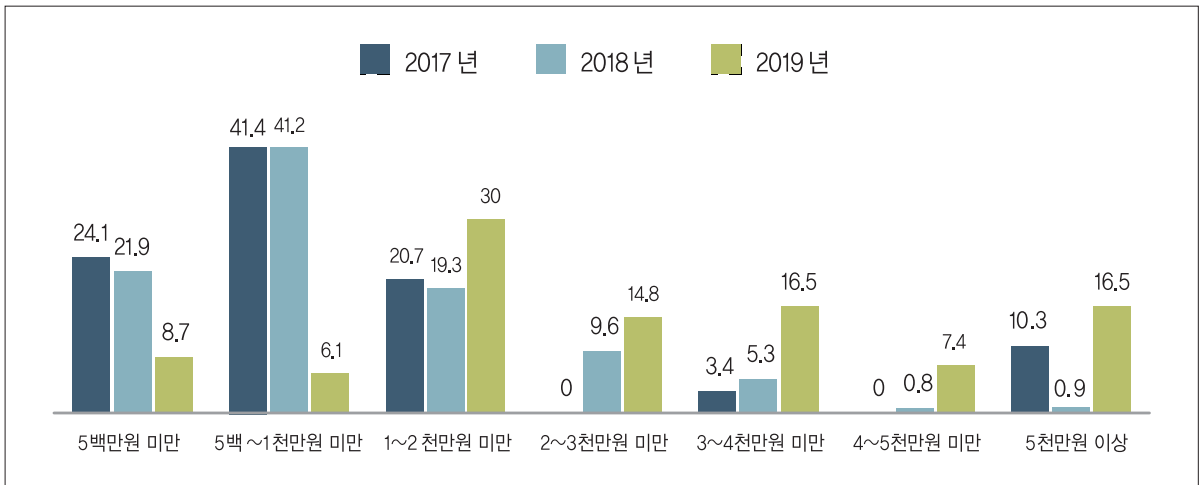
[참조, 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, aT한국농수산물유통공사]

○ 가맹점당 계약금

- 1개 가맹점 개설 시 받는 계약금은 평균 '1~2천만원 미만'이 30.0%로 가장 높게 나타났으며 매년 증가하는 추세로 나타남
- '5백 ~1천만원 미만' 규모가 전년도 대비 30.7%p 대폭 감소한 6.1%로 나타남

표 3-3 1개 가맹점 개설시 받는 계약금 규모

(단위 : %)



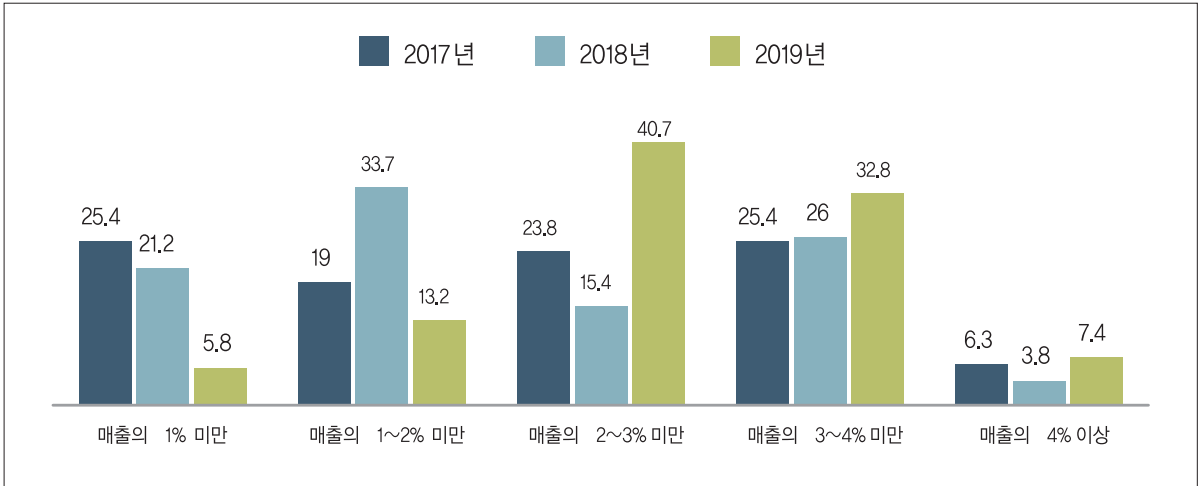
[참조, 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, aT한국농수산물유통공사]

○ 가맹점당 로열티

- 진출한 국가별로 별도의 로열티를 7.5% 받는 것으로 나타남
- 가맹점당 '매출의 2~3%미만'이 40.7%로 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 전년도 대비 25.3%p 증가함
- 대체적으로 로열티 2% 이상이라 답변한 비중이 크게 증가함

표 3-4 가맹점 개설시 별도 로열티 규모

(단위 : %)



[참조. 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, a한국농수산식품유통공사]

(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 프랜차이저 혹은 프랜차이저가 지정한 업체로부터 공급받은 물품을 사용하여야 함. 이러한 지정물품 사용의무는 마스터 프랜차이지가 모집한 가맹점에 대한 관계 에서도 동일함.

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

3) 레시피 등의 준수 의무

지정물품 취급의무와 동일선상에서 맛의 동일성을 유지하기 위해서는 레시피를 준수하여야 함

4) 지정된 장비 등의 설치

마스터 프랜차이지는 자신의 직영점과 가맹점에 프랜차이저에 의하여 지정된 혹은 지정된 기준에 부합하는 장비를 설치하고 이를 확인받을 의무가 있음

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

5) 매장관리 및 종업원의 복장 규정 등

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

(4) 마스터 프랜차이즈 계약서 샘플

마스터 프랜차이즈 표준계약서

년 월 일

[갑]

회사명 :

주 소 :

대 표 :

[을]

회사명 :

주 소 :

대 표 :

전 문

“갑”은 대한민국 법에 의해 설립되어, _____ 에 본점의 사무소를 두고 있는, _____ 이다(이하 “갑”이라 한다). “을”은 _____ 법에 의해 설립되어, _____ 에 본점의 사무소를 두고 있는 _____ 이다(이하 “을”이라 한다).

“갑”은 “을”에게 “ _____ 영업표지” 가맹사업에 관한 마스터 프랜차이즈 권리를 부여하고자 하고, “을”은 “갑”으로부터 위와 같은 권리를 부여받기를 희망하므로, 양측은 상호 일치하는 이해관계를 전제로 진지하고 원만한 협의를 거쳐서 년 월 일 아래와 같은 내용으로 계약을 체결한다.

제1조 (용어의 정의)

본 계약에서 사용되는 용어들은 아래와 같은 의미를 가진다.

1. “본건 가맹사업”이란 “갑”이 독창적으로 개발하여 현재 대한민국에서 “ _____ ”라는 영업표지로 진행하고 있는 가맹사업을 지칭한다.
2. “본 계약”이란 이 계약서에 표시된 전문, 조항(articles), 종결문(closing amendment), 서명 및 별지(appendix) 뿐 아니라 이러한 내용으로부터 필연적으로 도출되는 “갑”과 “을” 사이의 합의 사항을 의미한다.

3. “하위 가맹계약(subfranchise contract)”이란 본 계약상의 계약지역 및 계약기간의 범위 내에서 “을”과 가맹점주(subfranchise) 사이에 체결된 가맹 계약을 의미한다.
4. “마스터 프랜차이즈”란 본건 가맹사업을 개발한 “갑”이 “을”에게 일정한 국가 또는 지역 내에서 해당 영업표지와 노하우를 사용하여 독자적인 가맹사업을 할 수 있도록 권리를 부여하고 이에 대한 대가로 “을”로부터 가맹금(royalty)을 수령하며, “을”은 “갑”으로부터 지속적으로 경영지원 및 감독을 받고 “갑”이 마련한 경영방침을 따르는 거래관계를 의미한다.
5. “갑”은 본건 가맹사업을 개발하고 체계화하여 대한민국에서 가맹사업을 진행하고 있는 사업주체로서 Master franchisor라고도 부른다.
6. “을”은 본 계약에 따라 본건 가맹사업에 관한 직영점을 개설하거나, 독점적으로 가맹점을 모집할 수 있고, “갑”의 경영방침에 따라 독자적으로 가맹사업을 진행할 수 있는 권한을 가진 자로서 subfranchisor라고도 부른다.
7. “가맹점주(subfranchise)”란 “을”과 하위 가맹계약을 체결하여 계약지역 내에서 “_____영업표지”의 가맹점을 운영할 권리를 가진 자를 지칭한다.
8. “가맹금(royalty)”이란 그 명칭 여하를 불문하고 “을”이 마스터 프랜차이즈의 권리를 부여받는 대가로서 “갑”에게 지급하는 금전적 대가를 총칭하고, 본 계약에서는 편의상 가맹비(initial royalty)와 정기 로열티(Running royalty)로 구분한다.
9. “직영점”이란 “을”이 계약지역 내에서 직접 개설하여 운영하는 매장을 말한다.
10. “가맹점”이란 “을”이 모집한 가맹점주(subfranchise)에 의해 운영되는 “_____영업표지”의 매장을 말한다.
11. “매장”이란 계약지역 내에 개설된 직영점 및 가맹점을 총칭한다.
12. “물품”이란 “갑”이 본 계약의 이행을 위하여 “을”에게 공급하는 완제품, 재료, 설비, 사무용품 등 일체의 물건을 지칭한다.
13. “지정물품”이란 객관적으로 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하기 위하여 필요하다고 인정되는 물품으로서 본 계약 <별지1>에 기재된 물품을 지칭한다.
14. “계약지역”이란 “을”이 본 계약에 따라 “갑”으로부터 독점적으로 가맹사업을 진행할 있도록 권한을 부여받은 장소적 범위를 의미한다.
15. “영업지역”이란 하위 가맹계약에 따라 가맹점주(subfranchise)가 가맹점의 영업을 진행할 수 있도록 권한을 부여받은 장소적 범위를 의미한다.
16. “영업표지(business mark)”란 본건 가맹사업을 나타내는 상호, 상표, 브랜드 등 일체의 표지(mark)를 총칭한다.
17. “상표(trade mark)”란 본건 가맹사업을 위해 필수적인 상품이나 서비스가 다른 상품이나 서비스와 식별될 수 있도록 창안되고 등록되어 국가 또는 국제기구로부터 적법하게 보호를 받는 표지로서 서비스표를 포함한다.
18. “상호(firm mark)”란 “갑”이 본건 가맹사업의 수행과 관련하여 상인으로서 사용하는 명칭을 의미한다.
19. “영업비밀”이란 본건 가맹사업의 영업에 관련된 사항으로서 평소 “갑”에 의하여 그 공개가 제한되어 있고, 은밀하게 관리되고 있으며, 경제적 가치가 있는 정보, 자료 또는 노하우 등을 의미한다.
20. “경영방침”이란 “갑”이 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하기 위하여 정해놓은 가맹사업의 운영에 대한 기본적인 원칙, 규범, 정책 등을 의미한다.
21. “매뉴얼”이란 “갑”이 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하기 위하여 수립해 놓은 상품의 제조방법, 매장의 관리방법, 서비스 제공 방식, 가맹사업의 경영방법, 문제점의 해결방법 등에 관한 표준을 의미한다.
22. “주문 및 서빙 프로그램”이란 “갑”이 매장에서 원활하고 효율적으로 주문을 받고 서빙을 제공하기 위하여 개발한 소프트웨어, 관련 장비 및 서비스 방식을 지칭한다.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

23. “프랜차이즈 관련법”이란 가맹사업에 대하여 직접적 또는 간접적으로 규율하는 모든 형태의 법령(laws and regulations)을 총칭한다.

제2조 (계약기간)

1. 본 계약의 기간은 발효일로부터 _____ 년으로 한다.
2. 당사자 일방이 계약기간의 만료일로부터 1개월 이전에 상대방에게 서면으로 갱신 거부의 통지 또는 조건 변경의 통지를 하지 않는 한, 본 계약은 이전과 동일한 조건으로 자동으로 갱신(재계약)된다. 다만, 계약이 갱신된 이후에도 당사자 사이의 합의에 의하여 계약의 조건을 변경할 수 있다.

[대안 : 2. 계약기간이 만료되는 시점에 양 당사자는 계약의 조건을 변경하여 재계약할 수 있다]

제3조 (계약지역)

1. “을”의 계약지역은 대만의 영토(또는 일부 지역)로 한다.
2. “갑”은 계약기간 동안 계약지역 내에서 “을”이외의 제3자에게 본건 가맹사업에 대한 마스터 프랜차이즈 권리를 부여할 수 없고, 직영점 또는 가맹점을 개설할 수 없다. 다만, “을”이 동의한 경우에는 예외로 한다.
3. “을”이 미리 “갑”으로부터 동의를 받지 않고 계약지역 이외의 장소에서 직영점을 개설하거나 가맹점을 모집하는 경우에는 본 계약을 위반하고 “갑”의 재산권을 침해한 것으로 간주한다. 이 경우 “갑”은 “을”이 계약지역 이외의 장소에서 본건 가맹사업과 관련된 행위로 얻은 모든 수입에 대하여 “을”에게 반환을 청구할 수 있다

제4조 (진술과 보증)

1. “갑”은 아래와 같은 사항을 진술하고 보증한다.
 - 1) 현재 대한민국의 법령에 의하여 적법하게 설립되어 있는 주식회사(또는 개인사업자)이다.
 - 2) 대한민국에 본점의 주소를 두고 있고, 국제법과 대한민국의 법령을 준수하면서 가맹사업을 진행하고 있다.
 - 3) 현재 대한민국 및 다른 국가의 거래은행과의 관계에서 지급불능의 상태에 있지 않고, 파산, 회생 등의 절차에 있지 아니하다.
 - 4) ‘_____영업표지’에 대하여 대한민국에 적법하게 상표권이 등록되어 있고, <별지3>에 기재된 지식재산권을 적법하게 보유하고 있다.
 - 5) 본건 가맹사업을 지속적으로 유지할 수 있는 적절한 인적, 물적 자원을 확보하고 있다.
 - 6) 일반적인 상업적 거래행위를 수행하고, 본 계약을 체결하고, “을”에게 물품을 제공하고 기술을 전수함에 있어서 어떠한 법적, 제도적, 사회적, 종교적 장애나 제한도 없다.
2. “을”은 아래와 같은 사항을 진술하고 보증한다.
 - 1) 현재 대만의 법령에 의하여 적법하게 설립되어 있는 주식회사(또는 개인사업자)이다.
 - 2) 대만에 본점의 주소를 두고 있고, 국제법과 대만의 법령을 준수하면서 가맹사업을 진행하고 있다.
 - 3) 현재 대만, 대한민국 및 다른 국가의 거래은행과의 관계에서 지급불능의 상태에 있지 않고, 대만 내에서 파산, 회생 등의 절차에 있지 아니하다.
 - 4) 계약기간 동안 본건 가맹사업을 수행할 인적, 물적 자원을 확보하고 있다.
 - 5) 일반적인 상업적 거래행위를 수행하고, 본 계약을 체결하고, “갑”으로부터 물품을 공급받고 기술을 전수받음에 있어서 어떠한 법적, 제도적, 사회적, 종교적 장애나 제한도 없다.

6) “을”은 본건 가맹사업을 시작하기 전에 주무관청에 등록을 완료할 것이고, “갑”이 외국의 가맹업주(franchisor)로서 등록이 요구되는 경우에 필요한 모든 절차를 지원할 책임을 부담한다.

제5조 (권리의 부여)

“갑”은 “을”이 계약지역 내에서 본건 가맹사업을 원활히 진행할 수 있도록 다음 각 호와 같은 권리를 “을”에게 부여한다.

- ① “갑”이 허용하는 범위에서 영업표지와 노하우를 사용할 권리
- ② 계약지역 내에서 직영점 개설하여 운영할 권리
- ③ 계약지역 내에서 가맹점을 모집하여 수입을 얻을 권리
- ④ 본건 가맹사업에 필요한 물품과 인력을 공급받을 권리
- ⑤ 본건 가맹사업에 필요한 교육, 매뉴얼, 주문 및 서빙 프로그램을 제공받을 권리
- ⑥ 본건 가맹사업에 필요한 경영지원을 받을 권리
- ⑦ “갑”에게 일정한 기준에 의한 인력의 파견을 요구할 권리.

제6조 (가맹금)

1. 가맹비(Initial royalty)

1) “을”은 계약지역 내에서 본건 가맹사업의 직영점을 개설하고 가맹점을 모집할 수 있는 독점적 권리를 부여받는 것에 대한 대가로서 USD를 _____ 년 월 일까지 “갑”에게 지급한다.

2) 가맹비는 “을”이 “갑”으로부터 본건 가맹사업에 대한 독점적 권리를 부여받고 노하우를 제공받는 것에 대한 대가이므로, “갑” 또는 “을”이 본 계약에 따른 이행행위에 실질적으로 착수한 이후에 계약이 해지, 취소 또는 무효로 확인되더라도 원칙적으로 반환되지 아니 한다. 다만 “을”에게 책임 없는 사유로 인하여 “을”이 계약지역에서 실질적으로 영업활동을 개시하지 못한 경우에는 “갑”에게 가맹비의 반환을 청구할 수 있다.

[대안 1 : 2) “갑” 또는 “을”이 본 계약에 따른 이행행위에 실질적으로 착수한 이후에 본 계약이 “을”의 책임 없는 사유로 해지, 취소 또는 무효로 확인된 경우에는 “을”은 “갑”에게 가맹비 중에서 계약기간의 잔여일수에 비례한 금액의 반환을 청구할 수 있다]

[대안 2 : 2) 가맹비는 “을”이 “갑”으로부터 본건 가맹사업에 대한 독점적 권리를 부여받고 노하우를 제공받는 것에 대한 대가이므로, “갑” 또는 “을”이 본 계약에 따른 이행행위에 실질적으로 착수한 이후에는 “을”은 “갑”에게 어떠한 경우에도 가맹비의 반환을 청구할 수 없다]

2. 정기 로열티(Running royalty)

1) “을”은 가맹점주(subfranchise)로부터 _____ USD 이내의 가맹비를 받을 수 있고, 매월 총매출의 _____ % 이내의 정기 로열티를 받을 수 있다. 2) “을”은 매월(또는 매분기) 모든 직영점의 총매출의 _____ % 및 모든 가맹점의 총매출의 _____ %를 합산하여 다음 달 일까지 “갑”에게 지급한다.

[대안 1 : 2) “을”은 매월(또는 매분기) 모든 직영점과 가맹점의 총매출의 _____ %를 합산하여 다음 달 일까지 “갑”에게 지급한다]

[대안 2 : 2) “을”은 매월(또는 매분기) 매 직영점 및 가맹점마다 USD를 집계하여 다음 달 일까지 “갑”에게 지급한다]

[대안 3 : 2) “을”은 매월(또는 매분기) 매 직영점마다 _____ USD 및 매 가맹점마다 _____ USD를 집계하여 다음 달 일까지 “갑”에게 지급한다]

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

[대안 4 : 2) “을”은 직영점 및 가맹점의 개설시마다 _____ USD를 집계하여 다음 달 일까지 “갑”에게 지급하고, 매월 (또는 매분기) 모든 직영점과 가맹점의 총매출의 _____ %를 합산하여 다음 달 _____ 일까지 “갑”에게 지급한다]

[대안 5 : 2) “을”은 직영점의 개설시마다 _____ USD 및 가맹점의 개설시마다 _____ USD를 집계하여 다음 달 _____ 일까지 “갑”에게 지급하고, 매월(또는 매분기) 모든 직영점의 총매출의 _____ % 및 모든 가맹점의 총매출의 _____ %를 합산하여 다음 달 _____ 일까지 “갑”에게 지급한다]

3) 최초의 직영점부터 _____호점까지, 최초의 가맹점부터 _____호점까지 “을”의 정기 로열티 지급의무는 면제된다. 이 경우 이미 설립되었다가 폐업한 매장도 개설 순서에 산입된다.

[대안 : 3)항은 삭제할 수 있다]

제7조 (비용)

1. 계약이행보증금

- 1) “을”은 본 계약에 따른 금전지급의무를 담보하기 위하여 _____ USD를 년 월 일까지 “갑”에게 지급한다.
- 2) “갑”은 본 계약이 종료된 경우 “을”이 원상회복의무를 이행함과 동시에 “을”에게 계약이행보증금 중에서 “을”이 지체한 금액을 공제한 잔금을 반환한다.

2. 매장 공사비

- 1) “을”은 “갑”에게 직영점 또는 가맹점에 대한 건축, 리모델링, 인테리어 등의 공사나 이러한 공사에 대한 감리를 위탁한 경우에 이에 소요되는 공사비 _____ USD를 완공 후 5일 이내에 “갑”에게 지급한다. 다만 공사비의 지급일정은 당사자 사이에 협의하여 정할 수 있다.
- 2) “을”은 가맹점주(subfranchise)에게 가맹점에 대한 공사비를 통지하기 전에 반드시 “갑”과 공사비의 내역과 한계, 공사 계약의 당사자에 대하여 협의하여야 한다.

3. 물품대금

- 1) “을”은 (별지2) 기재의 초도물품을 _____ 년 월 일까지 “갑” 또는 “갑”이 지정한 자에게 주문하여야 하고, 이에 대한 물품대금을 _____ 년 월 일까지 “갑” 또는 “갑”이 지정한 자에게 지급한다.
- 2) “을”은 물품을 주문한 후 _____ 일 이내에 물품대금을 “갑” 또는 “갑”이 지정한 자에게 지급하여야 하고, “갑” 또는 “갑”이 지정한 자는 “을”이 물품대금을 먼저 지급하지 않으면 물품의 공급을 거부할 수 있다.
- 3) 물품에 대한 운송비, 송금수수료, 환전수수료, 관세, 통관비 및 세금 등은 물품대금과 별도로 “을”이 부담한다.
- 4) “을”은 가맹점주(subfranchise)에게 물품대금을 통지하기 전에 반드시 “갑”과 물품대금의 구성과 내역에 대하여 협의하여야 한다.

4. 교육비

- 1) “을”이 “갑”으로부터 본건 가맹사업의 수행을 위하여 필요한 교육을 받을 때에는 교육에 소요되는 비용과 교통비, 숙박비를 부담하여야 한다.
- 2) “갑”은 미리 “을”에게 교육에 소요되는 적정한 비용을 통지하여야 하고, “을”의 여건과 사업의 성과를 감안하여 “을”에게 부담이 되지 않도록 비용을 조정할 수 있다.

5. 기술지원비

- 1) “갑”이 “을”에게 기술을 지원하기 위하여 인력의 파견 또는 특별한 시설이나 물건의 제작이 필요한 경우에는 이에 소요되는 비용은 “을”이 부담한다. 다만, 통상적인 매뉴얼 제공, 관리자(supervisor)의 파견에 소요되는 비용은 “갑”이 부담한다.
- 2) “갑”은 미리 “을”에게 기술지원에 소요되는 적정한 비용을 통지하여야 한다.

6. 광고비

- 1) "갑"이 계약지역 내에서 광고지원을 하는 경우 "을"에게 광고비의 분담을 요구할 수 있다.
- 2) "갑"은 광고를 지원하기 전에 미리 "을"에게 광고비의 분담액을 통지하여야 하고, "을"이 광고지원을 거부한 경우에는 "을"에게 분담금을 요구할 수 없다.

7. 판매촉진활동비

- 1) "갑"이 "을"의 동의를 받아 계약지역 내에서 판매촉진활동을 하거나, "을"에게 판매촉진용 증정품을 제공하는 경우에 "을"은 이에 소요되는 비용을 부담한다.
- 2) "갑"은 판매촉진활동을 진행하기 전에 미리 "을"에게 비용을 통지하여야 한다.

8. 기타 경영지원비

- 1) "갑"은 사전에 "을"이 동의한 경우에 "을"의 경영을 지원하기 위하여 소요되는 비용을 "을"에게 청구할 수 있다.
- 2) "을"은 사전에 "갑"의 동의를 받지 않고 가맹점주(subfranchise)로부터 본 계약에서 정한 가맹금이나 비용 이외의 새로운 가맹금이나 비용을 받을 수 없고, 본 계약에서 정한 기준을 초과하여 가맹금이나 비용을 받을 수 없다.

9. 검역비 및 행정적 검사비

"을"이 "갑"으로부터 제공받은 물품에 대하여 검역 또는 행정적 검사가 실시되는 경우 이에 소요되는 비용은 "을"이 부담한다.

제8조 (지불방식)

1. "을"은 본 계약에서 정한 가맹금 및 비용을 미합중국 달러화(USD)로 지불한다.
2. "을"이 지급할 금액에 대한 환율은 각 금전채무에 대한 지급기일을 기준으로 중앙은행이 정한 환율을 적용한다.
3. "을"은 "갑"이 지정한 아래 계좌로 가맹금과 비용을 송금한다.

은행명:

Swift Code:

계좌번호:

예금주:

4. "을"은 "갑"과 사전에 합의하지 않는 이상, 어떠한 이유로도 본 계약에 따라 부담하는 금전채무를 "갑"에 대한 다른 금전채무와 상계할 수 없다

제9조 (지연이자)

본 계약상 발생하는 금전채무의 연체가 있는 경우, "을"은 다음 각 호와 같은 이자율에 따라 이자를 지불하여야 한다.

- ① 연체기간이 6개월 미만인 경우 : 연 6%
- ② 연체기간이 6개월 이상 1년 미만인 경우 : 연 12%
- ③ 연체기간이 1년 이상인 경우 : 연 20%

제10조 (경영방침 준수 의무)

1. 물품 및 서비스의 품질 준수

- 1) "을"은 <별지1>에 기재된 지정물품이 본건 가맹사업의 독창성 및 통일성 유지를 위하여 필수적이라는 사실을 인식하고, 지정물품만을 취급하고 가맹점주(subfranchise)에 공급하여야 한다.
- 2) "을"은 "갑"이 정한 물품 및 서비스의 품질 기준과 매뉴얼을 준수하고, 모든 가맹점주(subfranchise)도 이를 준수하도록 지도·감독하여야 한다.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

3) "을"은 특히 "갑"이 제공한 주문 및 서빙 프로그램을 사용하여야 하고, 모든 가맹점주(subfranchise)들도 "갑"이 제공한 주문 및 서빙 프로그램에 따라 가맹점을 운영하도록 지도·감독하여야 한다.

4) "을"은 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자로부터 지정물품을 구매하여야 한다.

5) "을"은 사전에 "갑"의 동의를 받지 않고 지정된 상품 및 서비스 이외의 상품이나 서비스를 개발하여 판매할 수 없다. 다만 본건 가맹사업과 관련하여 "갑"이 지정한 물품이나 서비스 방식 중에서 현지화가 상호 이익이 되고, 합리적 타당성이 있을 경우에는 "갑"과 "을"이 협의하여 변경할 수 있다.

6) "갑"은 수시로 "을"이 취급하는 물품 및 서비스의 품질에 대하여 검사할 수 있다. 이 경우 "을"은 검사를 거부할 수 없고, 검사를 거부하는 경우에는 지정된 물품 및 서비스 사용 의무를 위반한 것으로 간주한다.

2. 판매가격 준수

1) "을"은 직영점 또는 가맹점에서 판매하는 상품의 가격을 임의로 정할수 없고, 사전에 "갑"과 협의하여 "갑"이 허용한 범위 내에서 가격을 정하여야 한다.

2) "을"이 판매가격을 변경할 경우에도 사전에 "갑"에게 알려야 하고, "갑"이 허용한 범위 내에서 가격을 변경하여야 한다.

3. 직원 및 가맹점주(subfranchise)에 대한 교육

1) "을"은 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하고 "갑"으로부터 노하우를 전수받기 위하여 필요한 교육에 적극적으로 참여하여야 하고, 교육장소가 "갑"의 본점 주소지이거나 교육비를 부담한다는 이유로 이를 거부할 수 없다.

2) "을"은 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하고 직영점 및 가맹점의 원활한 운영을 위하여 "갑"로부터 전수받은 노하우를 직원 및 가맹점주(subfranchise)에게 지속적으로 교육하여야 하고, 관리자(supervisor)를 파견하여 가맹점주(subfranchise)를 지도하여야 한다.

3) "을"은 "갑"이 주문 및 서빙 프로그램을 변경하거나 개선한 경우에 "갑"으로부터 최신의 주문 및 서빙 프로그램을 도입하여야 하고, 직영점 및 가맹점에서 항상 최신의 주문 및 서빙 프로그램이 사용되도록 하여야 한다.

4. 영업의 지속 의무

1) "을"은 직영점 및 가맹점에서 1개월 당 _____ 일 이상 영업을 유지되도록 관리하여야 하고, 1일의 영업시간은 시간 이상으로 유지되어야 한다.

2) "을"은 본 계약상의 영업일수와 영업시간을 준수하지 못하게 되는 불가피한 사정이 발생한 경우 미리 "갑"에게 보고하여야 한다.

5. 매장의 위치

1) "을"은 직영점을 개설하기 전에 미리 "갑"에게 매장의 위치에 대해 동의를 구하여야 하고, "갑"은 본건 가맹사업의 통일성, "갑"의 명성, 마케팅 전략 등에 합당하지 않는 등의 정당한 사유가 없는 이상 매장의 위치에 대해 반대할 수 없다.

2) "을"은 직영점을 개설할 장소에 대하여 사용권한을 증명하는 서류를 개설 이전에 "갑"에게 제출하여야 한다.

3) "을"은 "갑"이 동의하여 개설한 직영점의 위치를 "갑"으로부터 사전에 동의를 받지 않고 변경할 수 없다.

4) "을"은 가맹점을 모집할 경우에도 본건 가맹사업의 통일성, "갑"의 명성, 마케팅 전략 등에 합당하도록 위치를 선정하여야 한다.

6. 위생상태

1) "을"은 직영점과 가맹점의 내부와 외부 환경이 항상 청결하고 정돈된 상태로 유지되도록 관리하여야 한다.

2) "갑"은 수시로 직영점과 가맹점의 위생상태를 점검하기 위하여 관리자(supervisor)를 파견할 수 있고, "을"은 관리자의 방문 및 점검을 거부 할 수 없다.

7. 직원의 복장

- 1) "을"은 본건 가맹사업의 통일성을 위하여 직영점 및 가맹점의 종업원들로 하여금 "갑"이 정한 복장을 착용하도록 하여야 한다.
- 2) 계약지역 내의 직영점 및 가맹점에서 종업원들이 착용하는 복장의 비용은 "을"이 부담한다.

8. 적정한 회계 의무

- 1) "을"은 적법한 회계원칙에 따라서 직영점 및 가맹점과 관련된 회계장부를 작성하고 수입, 지출의 근거 자료를 보관하여야 한다.
- 2) "을"은 직영점을 운영하고 가맹점과 거래함에 있어서 탈세와 관련된 일체의 행위를 하지 아니 한다.
- 3) "을"은 매월 말일을 기준으로 "을"의 매출자료, 가맹점의 매출자료, 하위 가맹계약서, "을"의 물품 재고보고서를 "갑"에게 서면(팩스 및 이메일 포함)으로 제출하여야 한다.
- 4) "을"은 매년 1월 1일부터 12월 31일까지를 회계단위로 하여 외부의 공인회계사로부터 회계감사를 받고, 그 결과보고서와 영문 번역본을 다음 해 1월 31일까지 "갑"에게 제출하여야 한다. 단 영문 번역본에는 전문번역인의 보증문구와 서명이 기재되어 있어야 한다.
- 5) "을"은 "갑"이 매출에 대한 실사나 회계감사를 진행할 경우 이를 거부할 수 없고, 적극적으로 협조하여야 한다.

9. 직영점 및 가맹점 개설 의무

- 1) "을"은 본 계약의 발효일로부터 1년 이내에 _____ 개 이상의 직영점을 개설하고, 계약기간 동안 총 _____ 개 이상의 직영점을 개설하여야 한다.
- 2) "을"은 본 계약의 발효일로부터 1년 이내에 _____ 개 이상의 가맹점을 개설하여야 하고, 계약기간 동안 매 1년마다 _____ 개 이상의 가맹점을 개설하여야 한다.
- 3) 직영점 및 가맹점의 개설 숫자는 매년 12월 31일까지를 기준으로 하고, 폐업된 매장은 개설 숫자에서 제외한다.
- 4) "을"이 본 계약의 발효일로부터 2년 이내에 직영점 및/ 또는 가맹점의 개설 의무를 이행하지 못한 경우 "갑"은 직영점 및/ 또는 가맹점에 대한 정기 로열티를 10%의 범위 내에서 증액할 수 있다.

10. 광고 및 판촉 의무

- 1) "을"은 자신의 비용으로 가맹점 모집을 위한 광고 및 판매촉진 활동을 진행한다.
- 2) "을"은 광고 및 판매촉진 활동을 진행할 경우 사전에 "갑"으로부터 동의를 받은 광고물과 방식을 사용하여야 한다.
- 3) "을"은 매년 12월 31일까지 다음 해에 대한 광고 및 판매촉진 활동 계획을 마련하여 "갑"에게 제출하여야 한다.

11. 인테리어 및 시설 기준 준수

- 1) "을"은 매장에 대하여 전문적인 기술을 보유한 시공업체로 하여금 "갑" 이 사전에 승인한 도면과 시방서에 따라 본건 가맹사업의 통일성이 유지되도록 정확하게 시공하여야 한다. "을"이 계약기간 동안 매장을 확장, 변경, 수선을 할 경우에도 동일한 방식에 따라야 한다.
- 2) "갑"은 언제든지 "을"이 공사를 진행하는 매장에 대하여 "갑"의 비용으로 감리할 수 있다. 이 경우 "갑"은 기준에 적합하지 않은 부분에 대해 "을"에게 시정을 요구할 수 있고, "을" 시정을 요구받은 날로부터 60일 이내에 보관을 완료하고 그 결과를 "갑"에게 보고하여야 한다.

[대안 : 2) "을"은 최초의 직영점부터 _____ 번째 직영점까지 "갑"으로부터 감리를 받아야 한다. 이 경우 "갑"은 기준에 적합하지 않은 부분에 대해 "을"에게 시정을 요구할 수 있고, "을" 시정을 요구받은 날로부터 60일 이내에 보관을 완료하고 그 결과를 "갑"에게 보고하여야 하며, "갑"에게 감리비 _____ USD를 지급하여야 한다]

- 3) "을"은 "갑"으로부터 공급받은 물품이나 시설의 상태와 기능을 정상적으로 유지하여야 하고, "을"의 비용으로 보수하여야 하며, 파손되거나 분실되더라도 "갑"의 서면에 의한 사전 동의 없이 임의로 제3자로부터 구매하거나 다른 물품이나 시설로 교체할 수 없다.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

4) “을”은 특히 직영점 및 가맹점 개설시 주방 및 흡의 환풍 시스템에 문제가 있는지, 매장이 위치한 건물에 동종업종의 매장의 개설을 제한하는 관리규정이 있는지 미리 점검하여야 한다.

12. 법령 준수 및 윤리적 경영 의무

1) “을”은 직영점을 운영하고 가맹점주(subfranchise)와 거래함에 있어서 대만의 법령, 사회관습, 종교 규범, 국제조약을 준수하여야 하고, 특히 다음 각호의 사항에 대해서는 특별한 주의를 가지고 엄격하게 준수하여야 한다..

① “을”은 모든 직영점 및 가맹점이 음식판매업을 운영할 수 있고, 매장에서 취급하는 모든 상품을 판매할 수 있는 자격과 법령에 따른 인·허가, 신고 등을 갖추도록 조치하고, 지속적으로 감독하여야 한다.

② “을”은 모든 직영점 및 가맹점에서 청소년에게 판매가 금지된 상품, 쉽게 변질되는 상품, 유통기간이 지난 상품, 정부의 품질규격에 적합하지 않은 상품, 법령에 의하여 판매가 제한된 상품 등이 판매되지 않도록 엄격하게 관리하여야 한다.

③ “을”은 종업원의 노동을 부당하게 착취하여서는 아니 되고, 고객 및 거래처에 대해 불공정거래행위를 하여서도 아니 되며, 경쟁업체에 대해 부정경쟁행위를 하여서도 아니 된다.

④ “을”은 대만의 프랜차이즈 관련법에 규정되어 있는 가맹업주(franchisor)로서의 모든 의무를 “을”의 비용으로 완료하여야 한다.

⑤ “을”은 특히 가맹점주(subfranchise)에게 끼워 팔기, 과도한 물품의 구매, 판매 목표량 달성 등을 강요하여서는 아니 되고, 부당하게 반품을 거부하거나, 상품의 공급을 지연하여서는 아니 된다.

2) “을”은 직영점 또는 가맹점의 영업과 관련하여 행정처분을 받거나 형사적, 민사적으로 소송을 제기당한 경우, 그 사실과 내용을 즉시 “갑”에게 보고하여야 한다.

3) “을”은 “갑” 및 본건 가맹사업의 이미지나 신용을 손상시키는 행위를 하여서는 아니 되며, 특정한 고객, 단체의 명성을 훼손하거나 비방하여서도 아니 된다.

13. 영업표지의 적정한 게시

1) “을”은 계약 기간 동안 사무실과 모든 매장, 종업원의 복장, 매장 내의 시설, 물품, 운송 수단 등에 영업표지를 적절하게 표시한다.

2) “을”은 영업표지를 표시하는 위치에 대하여 사전에 “갑”과 협의하여야 한다.

3) “을”은 매장의 내부 및 외부에 “갑”으로부터 무상 또는 유상으로 제공받은 홍보물을 비치하여야 한다.

14. 경영현황에 대한 보고 의무

“을”은 본 계약의 체결 후 매 분기(3개월)마다 직영점 및 가맹점의 개설현황, 수익 상황, 가맹점주(subfranchise)에 대한 정보를 “갑”에게 보고하여야 한다.

15. 소비자 보호

“을”은 가맹점주(subfranchise) 및 소비자 보호를 위하여 공중보건 및 식품위생에 관한 법령 및 “갑”의 매뉴얼 및 경영방침을 철저히 준수하여야 하고, 만약 이를 위반하여 가맹점주(subfranchise)나 소비자에게 피해를 입힌 경우에는 모든 책임을 전적으로 부담한다.

제11조 (지식재산권 보호)

1. “을”은 계약기간 동안 “갑”으로부터 사용을 허락받은 <별표3> 기재의 지식재산권을 본 계약의 목적 범위 내에서만 사용하여야 하고, 제3자가 부정하게 지식재산권을 사용하지 못하도록 적극적으로 조치를 취하여야 한다.

2. “을”이 부정한 목적으로 “갑”의 지식재산권을 사용하여 이득을 얻거나, “갑”의 명성이나 본건 가맹사업의 독창성과 동일성을 훼손한 경우에는 “갑”에게 손해를 배상하여야 한다.

3. “을”은 “갑”으로부터 사용을 허락받은 <별표3> 기재의 지식재산권과 관련하여 제3자와 분쟁상태에 있게 된 경우 즉시 이러한 사실을 “갑”에게 보고하여야 한다.

제12조 (경업금지)

1. “을”은 계약기간 동안 “갑”의 사전 서면에 의한 동의 없이 본건 가맹사업과 동종 또는 유사한 업종의 사업을 직접적 또는 간접적으로 운영하거나, 이러한 사업에 취업하거나, 이러한 사업에 투자하여서는 아니 된다.
2. “을”은 본 계약이 종료된 경우 그 종료 원인에 관계없이 종료일로부터 5년 동안 계약지역 내에서 본 계약과 동종의 업종을 운영할 수 없다.
3. “을”이 사전에 “갑”의 동의 없이 계약지역 내에서 제3자의 명의를 차용하여 실질적으로 본건 가맹사업과 동종 또는 유사한 업종의 사업을 운영하는 경우 경업금지의무를 위반한 것으로 간주한다.

제13조 (비밀유지 의무)

1. “을”은 계약기간 중 및 본 계약이 종료한 후에도, 본건 가맹사업과 관련된 매뉴얼, 노하우, 기술, 영업비밀, 기타 중요한 정보 및 자료를 제3자에게 공개하여서는 아니 된다. 이 경우 제3자에게는 비밀유지 계약서에 서명하지 않은 “을”의 구성원과 매장의 직원도 포함된다.
다만 “갑”의 서면에 의한 사전 동의가 있거나 법령에 의하여 공개의무가 있는 경우는 예외이다.
2. “을”은 계약기간 중에도 본 계약의 체결과정이나 계약기간 중에 알게 된 매뉴얼, 노하우, 기술, 영업비밀, 기타 중요한 정보 및 자료를 본 건 가맹사업의 목적을 위해서만 사용하고, 그 이외의 목적으로는 사용할 수 없다.

제14조 (계약상 권리 또는 의무의 승계)

1. “을”은 본 계약의 권리 또는 의무의 전부 또는 일부를 “갑”의 서면에 의한 사전 동의가 없는 한 제3자에게 이전하거나 담보에 제공할 수 없다.
2. “을”이 사전에 “갑”의 동의를 얻지 않고 다른 회사에 인수 또는 합병되거나 다른 회사를 인수 또는 합병하여 신설회사를 설립하는 경우 “을”의 본 계약상 권리 및 의무는 제3자에게 승계되지 않는다.
다만, “갑”은 “을”로부터 인수 또는 합병의 통지를 받은 후 권리 및 의무의 승계를 승인할 수 있고, 이 경우 “갑”은 계약의 조건을 다시 정하거나 새로운 승계인과 새로운 마스터 프랜차이즈 계약을 체결할 수 있다.
3. “을”은 계약기간 중 또는 계약의 종료 후 제3자에게 본 계약상 권리나 직영점을 양도하려는 경우 먼저 “갑”에게 우선적으로 양수할 기회를 부여하여야 한다. 이 경우 “갑”이 통지를 받은 날로부터 1개월 이내에 양수할 의사를 표시하면 “을”은 “갑”과 우선적으로 양도 협상을 하여야 한다.

제15조 (계약의 발효)

1. “갑” 또는 “을”에게 본 계약상의 거래를 제한 또는 금지하는 법령, 정부 또는 공공기관의 법적 구속력 있는 처분 또는 판결이 존재하는 경우에는 양 당사자가 본 계약에 서명하여도 본 계약은 무효로 간주된다.
2. 전항의 사유가 없는 한, 본 계약은 “갑”과 “을”이 서명한 날부터 효력이 발생한다.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

제16조 (계약의 종료)

1. 본 계약은 갱신되지 않고 계약기간이 만료되면 만료일의 다음날에 자동으로 종료된다.
2. "갑" 또는 "을"은 다음 각 호의 경우에 상대방에게 서면(팩스, 이메일 포함)으로 통지하여 본 계약을 해지할 수 있다.
 - 1) "을"이 가맹비를 연체하거나 정기 로열티의 지급을 총 3회 이상 연체 한 경우
 - 2) "을" 또는 "을"이 모집한 가맹점주(subfranchise)가 "갑"의 품질기준 또는 경영방침을 위반하여 "갑"으로부터 10일간의 간격으로 2회 이상의 시정요구를 받고도 시정하지 아니한 경우
 - 3) "을"이 본 계약에서 약정된 기일까지 <별지2> 기재의 초도물품을 주문하지 않은 경우
 - 4) "을"이 본 계약에서 약정한 기일까지 약정한 숫자의 직영점 또는 가맹점을 개설하지 못한 경우
 - 5) "을"이 본 계약에서 약정한 영업일수를 2개월 이상 준수하지 않은 경우
 - 6) "을"이 "갑"에게 회계자료 또는 직영점과 가맹점에 대한 자료의 제공을 거부하거나 허위의 자료를 제공한 경우
 - 7) "을"이 "갑" 또는 "갑"이 파견한 관리자(supervisor)에 의한 매장방문, 회계자료에 대한 검사 또는 공사에 대한 감리를 거부한 경우
 - 8) "을"이 본 계약에서 약정한 영업금지 의무 또는 비밀유지 의무를 위반한 경우
 - 9) "을"이 허위 사실을 유포하여 "갑"의 명성이나 신용을 현저히 훼손한 경우
 - 10) "갑" 또는 "을"이 파산하거나, 주거채 은행에서 지급불능이 되거나, 국가나 제3자로부터 중요재산이 압류된 경우
 - 11) 천재지변, 전쟁, 혁명, 사회질서 붕괴 등으로 본 계약을 유지할 수 없는 객관적으로 불가피한 사정이 있는 경우
3. 전항에도 불구하고 "갑"과 "을"은 언제든지 상호 합의에 의하여 본 계약을 해지할 수 있다.
4. 본 계약의 해지는 손해배상청구에 영향을 미치지 아니 한다.

제17조 (계약종료의 효과)

본 계약의 종료 시 다음과 같은 효과가 발생한다.

1. "을"은 본건 가맹사업과 관련된 직영점의 운영, 가맹점 모집, 가맹점주(subfranchise)와의 거래행위 등을 전면적으로 중단하여야 한다.
2. "을"은 계약의 종료일로부터 30일 이내에 모든 직영점 및 가맹점의 내부 및 외부에 있는 모든 물품과 시설, 인터넷의 모든 웹사이트, 언론매체 등으로부터 영업표지 및 "갑"의 사업파트너 혹은 가맹점을 연상시키는 일체의 표지를 "을"의 비용으로 제거하여야 한다.
"갑"은 "을"이 30일 내에 위와 같은 제거 조치를 이행하지 않을 경우 일방적으로 철거할 수 있으며 그 비용은 "을"이 부담하여야 한다.
3. "을"은 본건 가맹사업과 관련하여 "갑"으로부터 제공받은 일체의 자료, 홍보물, 전자기록 및 매뉴얼을 "갑"에게 반환하고, 이와 동시에 "갑"은 "을"에게 계약이행보증금 중에서 "을"이 연체한 금액을 공제한 잔금을 반환한다.
4. "을"은 계약의 종료 후에도 "갑"과의 가맹사업을 연상시킬 수 있는 어떠한 행위나 표시도 하지 아니 한다

제18조 (손해배상)

"을"이 본 계약을 위반하여 계약이 해지된 경우 "을"은 "갑"에게 이미 지급한 가맹금과 비용의 반환을 청구할 수 없고, "갑"은 "을"의 계약위반으로 손해를 입은 경우 계약의 해지 여부와 상관없이 "을"에게 손해배상을 청구할 수 있다.

제19조 (불가항력)

1. 어느 당사자도 전쟁, 혁명, 폭동, 파업, 노동쟁의, 화재, 홍수, 정부의 조치, 기타 당사자가 통제할 수 없는 사유로 계약을 위반하게 된 경우에는 상대방에게 그로 인한 책임을 부담하지 않는다.
2. 이와 같은 불가항력의 사유가 발생한 경우, 그로 인하여 본 계약상의 의무를 이행하지 못하는 당사자는 상대방에게 사태에 대한 상황을 즉시 통보하여야 한다. 그러한 불가항력의 사유와 관련된 당사자는 제한적인 상황이 종료된 경우 본 계약이 존속하는 이상, 즉시 해당 의무를 이행하여야 한다.

제20조 (보험가입 의무)

계약지역 내에 모든 직영점과 가맹점은 예상되는 피해에 대비하기 위한 보험 및 매장 소재지에 적용되는 법령에 의해 가입이 요구되는 각종 보험과 연금에 가입하여야 한다. 직영점 및 가맹점에 대한 재산상 피해 중에서 보험으로 보상되지 않는 부분에 대해서는 "을"이 전적으로 책임을 부담하여야 하고, 어떠한 경우에도 "갑"에게 책임을 요구할 수 없다.

제21조 (분쟁의 처리)

"을"은 계약지역 내에서 직영점을 개설하거나 가맹점을 모집, 개설, 관리하면서 발생한 분쟁 및 소비자, 관공서, 정부와의 사이에서 발생한 모든 분쟁을 전적으로 "을"의 비용과 책임으로 처리하여야 하고, 어떠한 경우에도 "갑"에게 책임을 요구할 수 없다.

제22조 (책임면제의 제한)

"을"의 계약위반에 대하여 "갑"이 본 계약에 따라 주어진 권리 또는 구제 방법을 행사하지 않거나 유예하는 경우에도 이러한 행위가 "을"에 대한 권리행사의 포기나 위반행위에 대한 묵인으로 해석되지 아니 한다

제23조 (주소의 효력)

당사자 사이에 달리 합의하지 않는 이상, 상대방에 대한 모든 통지는 본 계약에 기재된 상대방의 주소로 하여야 한다. 주소가 변경된 당사자는 상대방에게 변경된 주소를 서면, 팩스, 이메일로 통지하여야 하며, 통지의무를 게을리한 경우 본 계약에 기재된 주소에 대한 통지는 법적으로 유효한 것으로 간주된다.

제24조 (계약내용의 변경)

본 계약의 내용은 당사자 쌍방이나 쌍방의 대리인이 서면에 의해 합의하는 경우에만 변경될 수 있다.

제25조 (준거법)

본 계약의 내용은 대한민국의 법에 따라 해석되고 적용된다.

제26조 (계약서의 지정언어)

양 당사자는 본 계약을 한국어와 영어로 작성함에 동의한다. 다만 양 당사자가 합의하거나 대만의 법령에서 요구되는 경우에는 대만어로 1부 더 작성할 수 있다. 다만 언어 사이에 의미의 충돌이 있는 경우에는 영문본을 기준으로 해석한다.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

제27조 (분쟁의 관할)

본 계약과 관련하여 당사자 사이에 분쟁이 발생한 경우에 우선적으로 양 당사자 사이의 합의에 의하여 원만하게 처리하도록 노력하고, 합의가 곤란한 경우에는 대한민국 서울특별시에 위치한 대한상사중재원의 중재로 해결한다. 대한상사중재원의 중재 판정은 종국적인 분쟁의 해결로 간주한다.

[대안 1 : 본 계약과 관련하여 발생하는 분쟁에 대해서는 대한민국 서울특별시에 위치한 서울중앙지방법원을 재판의 관할 법원으로 정한다]

[대안 2 : 본 계약과 관련하여 당사자 사이에 합의에 의하여 해결할 수 없는 분쟁이 발생한 경우에 “갑” 또는 “을”의 주소지를 관할하는 민사법원을 재판의 관할법원으로 정한다]

“갑”과 “을”은 본 계약의 내용을 충분히 이해하고 있고, 적법하고 적절하게 필요한 협의와 절차를 거쳐서 본 계약을 체결하였다는 것을 인정하며, 본 계약서를 2부 작성하여 “갑”과 “을”이 1부씩 보관한다.

년 월 일

[갑]

회사명 :

주 소 :

대 표 : (서명) _____

연락처 :

[을]

회사명 :

주 소 :

대 표 : (서명) _____

연락처 :

별지 1

지정 물품 목록

| 물품명 | 원산지 | 제조사 | 제품 번호 / 사양 | 최소 구매수량 | 구매 시기 / 주기 |
|-----|-----|-----|------------|---------|------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

별지 2

초도물품 목록

| 물품명 | 제품 번호 / 사양 | 수량 | 단가 | 가격 |
|-----|------------|----|----|----|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

별지 3

지식재산권 목록

1. 상표권(서비스표권 포함)

- a.
- b.
- c.

2. 특허권

- a.
- b.
- c.

3. 실용신안권

- a.
- b.
- c.

4. 디자인권

- a.
- b.
- c.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

5. 저작권

- a.
- b.
- c.

6. 기타 영업비밀

- a.
- b.
- c.

Master Franchise Agreement

Month ____ Date ____ Year

[A]

Company name:

Address:

Representative:

[B]

Company name:

Address:

Representative:

Preamble

“A” is _____, a company incorporated under the laws of Korea, having its principal place at _____ (Hereinafter, “A”).

“B” is _____, a company incorporated under the laws of _____, having its principal place at _____ (Hereinafter, “B”).

WHEREAS, “A” desires to grant to “B” and “B” desires to accept from “A” the right to master franchise with respect to the franchise business for “_____ business mark”. NOW, THEREFORE, for and in consideration of premises and the mutual covenants and promises inured to both Parties’ mutual interest, “A” and “B” have, after a series of serious and amicable negotiation, executed this Agreement with the terms and conditions set forth below on _____, 20____.

Article 1 (Definitions)

The following terms as used herein shall have the following meaning:

1. The “Franchise Business” shall mean the franchise business developed solely by “A” and presently under working business transactions in the Republic of Korea with the business mark “_____”
2. The “Agreement” shall mean the preamble, articles, closing amendment, signatures and appendices, as well as agreements between “A” and “B” necessarily deducted therefrom
3. “Subfranchise Agreement” shall mean a franchise agreement entered into between “B” and a subfranchise within the territory and term of the Agreement.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

4. “Masterfranchise” shall refer to a business transaction whereby “A” grants “B” a right to use the relevant business mark and know-how to operate its own franchise business within a certain country or a region in consideration of royalty paid by “B” and “B” operates such business in compliance with management policy prepared by “A”, subject to “A”’s continuous management support and supervision.
5. “A”, occasionally referred to as Master franchisor, has developed and systemized the franchise business hereunder and has ben in operation of franchise busines in Korea.
6. “B”, occasionally referred to as Subfranchisor, has right to open its own franchise and/or solicits subfranchise stores on an exclusive basis as well as right to conduct its own franchise business subject to “A”’s business policy
7. “Subfranchise” shall mean a person who has right to operate a subfranchise store bearing “ business mark” within the contract territory under a subfranchise agrement with “B”.
8. “Royalty” shall, notwithstanding whatever it may be named, collectively refer to al the pecuniary considerations paid to “A” by “B” for obtaining the rights to Masterfranchise. For convenience, it is herein classified into initial royalty and Running royalty.
9. “Franchise Store” shall mean the stores which “B” directly opens and runs within the contract territory.
10. “Subfranchise Store” shall mean a store bearing the “ business mark” operated by a Subfranchise solicited by “B”
11. “Store” shall collectively refer to the Franchise Stores and Subfranchise Stores opened in the contract territory.
12. “goods” shall mean al the objects that “A” provides to “B” for fulfillment of the Agreement including without limitation the completed products, materials, equipment, and office supplies.
13. “Designated goods” shall refer to those goods deemed reasonably necessary for maintaining identity and uniformity of the Franchise business which are listed in Appendix 1 hereof.
14. “Contract territory” shall mean the geographical area within which “B” is authorized hereunder by “A” to conduct its Franchise business.
15. “business territory” shall mean the geographical area within which Subfranchise is authorized under a Subfranchise agrement to conduct its franchise business.
16. “business Mark” shall collectively refer to al the marks that represent the Franchise business such as but not limited to firm mark, trademark, and brand.
17. “Trademark”, including service mark, shall mean a mark designed, registered and protected by a country or an international organization as a means to identify the goods and Services necessary for the Franchise business from other goods and services.
18. “Firm Mark” shall mean the name used by “A” as a vendor in connection with conducting the Franchise business.
19. “Trade Secret” shall mean matters related to operating the Franchise business kept in confidential

the disclosure of which is restricted by “A”, including but not limited to economically valuable information, data, and know-how.

20. “Management Policy” shall mean the fundamental principles, norms and strategies relating to the Franchise business laid down by “A” with a view to preserving identity and uniformity of the Franchise business.

21. “Manual” shall mean standard instructions on manufacturing the products, maintaining the stores, providing services, operating the Franchise business and resolving the issues laid down by “A” with a view to preserving identity and uniformity of the Franchise business.

2. “Ordering and Serving Program” shall mean software, related equipment and mode of services developed to enable “A” to receive orders and provide servings in Stores smoothly and efficiently.

23. “Franchise Laws” shall collectively mean laws and regulations in any form that directly or indirectly governs the Franchise business.

Article 2 (Agreement Term)

1. The term of the Agreement shall be ___ years from the effective day.

2. Unless either Party serves a notice to the other Party not later than one (1) month prior to the expiration of the Agreement in writing to the effect of reject of renewal or alteration of terms and conditions, the Agreement shall be automatically renewed (extended) under the same terms and conditions as the present; provided that both Parties may by mutual agreement amend the terms and conditions of the Agreement even after such renewal.

[Alternative : 2. At the time of expiration, both Parties may renew the Agreement under the terms and conditions as amended by their mutual agreement.]

Article 3 (Contract territory)

1. “B”'s Contract territory shall be the territory of Taiwan (or a part thereof).

2. During the term of the Agreement, “A” shall not grant a third person other than “B” with the right of Masterfranchise with respect to the Franchise business, or open a Franchise or Subfranchise Store, except where “B” consents thereto.

3. Should “B” open a Franchise Store or solicit subfranchises in a place out of the Contract territory in the absence of “A”'s prior consent, it shall be deemed to be an infringement of “A”'s property right in breach of the Agreement. In this case, “A” has right to claim all the earnings acquired by “B” in connection with the Franchise business in a place other than the Contract territory.

Article 4 (Representation and Warranty)

1. “A” shall represent and warrant that:

1) It is a corporation (or a private entity) lawfully incorporated under the laws of the Republic of Korea;

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 2) It has its principal office in the Republic of Korea and conducts the Franchise business in compliance with laws and regulations of Korea as well as the international laws;
- 3) It is not under the state of insolvency in relation to a Korean or a foreign country's bank it deals with or in the process of bankruptcy or rehabilitation;
- 4) Its "business mark" has been duly registered in Korea as effective trademark in Korea and it is the legitimate owner of the intellectual property right set forth in Appendix 3;
- 5) It has secured proper human and material resources as necessary for continuous operation of the Franchise business; and
- 6) It is free of any legal, institutional, social or religious obstacles or restrictions in conducting general commercial transactions, executing the Agreement, and providing the goods and conveying the techniques to "B".

2. "B" shall represent and warrant that:

- 1) It is a corporation (or a private entity) lawfully incorporated under the laws of Taiwan;
- 2) It has its principal office in Taiwan and conducts the Franchise business in compliance with laws and regulations of Taiwan as well as the international laws;
- 3) It is not under the state of insolvency in relation to a Taiwanese, Korean or any other country's bank it deals with or in the process of bankruptcy or rehabilitation in Taiwan;
- 4) It has secured proper human and material resources as necessary for continuous operation of the Franchise business; and
- 5) It is free of any legal, institutional, social or religious obstacles or restrictions in conducting general commercial transactions, executing the Agreement, and obtaining the goods and acquiring the techniques from "A".
- 6) Prior to commencing the Franchise business, "B" shall have completed registration with the government authority concerned.

If "A" is required to file a registration as a foreign franchisor, "B" shall be obliged to support "A" with respect to every process required.

Article 5 (Granting Rights)

"A" shall grant "B" with the rights set out in the following subparagraphs so as to enable "B" to conduct the Franchise business within the Contract Territory:

- ① right to use the business Mark and know-how to the extent permitted by "A";
- ② right to open and operate the Franchise Stores within the Contract Territory;
- ③ right to solicit the prospective subfranchises to run Subfranchise Stores and earn the revenues within the Contract Territory;
- ④ right to be supplied with goods and personnel necessary for the Franchise business;
- ⑤ right to be provided with education, manual, and Ordering and Serving Program necessary for the Franchise business;

- ⑥ right to be provided with management support necessary for the Franchise business; and
- ⑦ right to demand that “A” dispatch personnel under a certain set of criteria, Article 6 (Royalty)

Article 6 (Royalty)

1. Initial Royalty

- 1) In consideration of being granted with the exclusive right to open Franchise Stores and conduct solicitation for Subfranchise Stores, “B” shall pay to “A” USD ___ not later than _____, 20__.
- 2) As the Initial Royalty is the consideration for “B”’s receipt from “A” of an exclusive right to the Franchise business as well as related know-how, the Initial Royalty shall not be refundable in principle once “A” or “B” has substantially commenced performance of the Agreement even if the Agreement is later terminated, revoked or found invalid; provided that, in case where “B” has not been able to substantially commence the business operation in the Contract territory due to a cause not attributable to “B”’s responsibility, “B” may claim “A” for a refund of the Initial Royalty.

[Alternative 1 : 2) In case where the Agreement is terminated, revoked or found invalid due to a cause not attributable to “B”’s responsibility once “A” or “B” has substantially commenced performance of the Agreement, “B” may claim “A” for a refund of the Initial Royalty pro rata to the remaining days of the term of the Agreement.]

[Alternative 2 : 2) As the Initial Royalty is the consideration of “B”’s receipt from “A” of an exclusive right to the Franchise business as well as related know-how, the Initial Royalty may in no event be refundable once “A” or “B” has substantially commenced performance of the Agreement even if the Agreement is later terminated, revoked or found invalid.]

2. Running Royalty

- 1) “B” shall be entitled to payment from the Subfranchise of the Initial Royalty up to USD _____ and the monthly Running Royalty up to ___% of the gross sales of each month.
- 2) “B” shall aggregate ___% of the gross sale of all the Franchise Stores and ___% of the gross sale of all the Subfranchise Stores for each month (or quarter) and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month.

[Alternative 1 : 2) “B” shall aggregate ___% of the gross sale of all the Franchise Stores and the Subfranchise Stores for each month (or quarter) and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month.

[Alternative 2 : 2) “B” shall aggregate the USD amount for every Franchise Store and the Subfranchise Store for each month (or quarter) and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

[Alternative 3 : 2) “B” shall aggregate the USD amount for every Franchise Store and the USD amount for every the Subfranchise Store for each month (or quarter) and pay the total amount to “A”

not later than ___th day of the subsequent month.

[Alternative 4 : 2) “B” shall aggregate the USD amount upon opening any Franchise Stores and the Subfranchise Stores and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month, and shall aggregate ____% of the gross sale of every Franchise Store and the Subfranchise Store for each month (or quarter) and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month.]

[Alternative 5 : 2) “B” shall aggregate the USD amount upon opening any Franchise Stores as well as the USD amount upon opening the Subfranchise Stores and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month, and shall aggregate ____% of the gross sale of every Franchise Store as well as ____% of the gross sale of every Subfranchise Store for each month (or quarter) and pay the total amount to “A” not later than ___th day of the subsequent month.]

3) With respect to the first through the ___th Franchise Store and with respect to the first through the ___th Subfranchise Store, “B”'s obligation to pay the Running Royalty shall be exempted. In this case, any Store which was once opened and then closed shall be counted in the number of Stores.

[Alternative : Paragraph 3) can be deleted.]

Article 7 (Cost)

1. Performance Deposit

1) In order to secure its obligation to make payment hereunder, “B” shall deliver USD_____ to “A” on or before ____, 20__.

2) Upon expiration of the Agreement, and subject to “B”'s fulfillment of obligation of restoration, “A” shall return the performance deposit to “B” after deduction of any overdue amount payable by “B”.

2. Expenses for Store Interior Work

1) In case where “B” has commissioned “A” for construction work for architecture, remodeling, interior, etc. on any Franchise or Subfranchise Store or any inspection of such construction work, “B” shall pay the construction cost in the amount of USD _____ to “A” within five (5) days from completion of such work; provided that the payment schedule of the construction cost may be readjusted by mutual consultation.

2) Before notifying the Subfranchise of the construction cost for the Subfranchise Store, “B” shall consult “A” on the breakdown of the construction cost and the maximum limits thereof and the parties to the construction contract.

3. Payment for goods

1) "B" shall place order of the Initial goods set out in Appendix 2 to "A" or a person designated by "A" not later than ____ __, 20__ and make payment for the goods to "A" or the person designated by "A" not later than ____ __, 20__.

2) "B" shall make payment for the goods to "A" or a person designated by "A" within ____ days from having ordered the goods and "A" or the person designated by "A" may, as the case may be, refuse to supply the goods if "B" has not completed the payment for the goods.

3) "B" shall be obliged to pay shipping cost, money transfer fe, currency exchange fe, duties, customs clearance and taxes, independent of the payment for the goods.

4) Before notifying the Subfranchise of the payment for the goods, "B" shall consult "A" on the breakdown and contents of the payment for the goods.

4. Education Fee

1) When "B" takes education necessary for fulfillment of the Franchise business from "A", "B" shall bear the cost associated with such education as well as transportation and accommodation.

2) "A" shall advise "B" in advance of the appropriate cost to be incurred in association with the education and may adjust the cost to avoid causing it to be an excessive burden to "B", taking account of "B"'s circumstances and performance record.

5. Technical support Expenses

1) If dispatching its staf or creating any special facilities or objects is necessary in order for "A" to provide technical support to "B", the expenses associated therewith shall be borne by "B"; provided that the expenses associated with providing manuals or dispatching supervisors in the ordinary course of business shall be borne by "A".

2) "A" shall advise "B" in advance of the appropriate expenses to be incurred in association with providing technical support to "B".

6. Advertisement Cost

1) In case where "A" provides support with advertisement within the Contract territory, "A" may demand that "B" share the advertisement cost.

2) Before providing support with advertisement, "A" shall advise "B" of "B"'s share of the advertisement cost. Should "B" refuse to take such support with advertisement, "A" may not demand for such sharing of the advertisement cost.

7. Cost for Sales Promotion Activities

1) In case where "A" engages in sales promotion activities within the Contract territory with the consent of "B" or "A" provides "B" with the promotion gifts, "B" shall share the cost associated therewith.

2) Prior to engaging in any sales promotion activities, "A" shall advise "B" of the cost.

8. Miscelaneous Management support

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 1) To the extent consented by “B” in advance, “A” may claim from “B” such expenses as necessary for supporting “B” with respect to its management.
- 2) In the absence of “A”’s prior consent, “B” shall not receive from Subfranchise any additional royalty or costs other than the Royalty or costs set forth in the Agreement or any royalty or costs in excess of the criteria laid down in the Agreement.

9. Quarantine costs and administrative inspections costs

In case where the goods which “B” receives from “A” shall undergo any quarantine administrative inspection process, the cost associated therewith shall be borne by “B”.

Article 8 (Payment Method)

1. “B” shall pay the Royalty and costs hereunder in U.S. dollars.
2. The exchange ratio to be applied to the payment from “B” shall be the exchange ratio declared by the Central Bank of _____ effective as of the payment due date for each account payable.
3. “B” shall remit the Royalty and costs to the following account designated by “A”:

Bank name:

Swift Code:

account Number:

account Holder:

4. Unless agreed otherwise with “A” in advance, “B” may not offset any of its account payables hereunder against any of its account receivables from “A” on any ground.

Article 9 (Delay Interest)

In case of any delay by “B” in payment of account payable hereunder, “B” shall pay the interest at the interest rate set forth in the following subparagraphs.

- ① If delay is less than six months : 6% per annum.
- ② If delay is six months or longer and less than one year : 12% per annum.
- ③ If delay is one year or longer : 20% per annum.

Article 10 (Duty of Compliance with Management Policy)

1. Compliance with Quality of goods and Services

- 1) “B” shall acknowledge that the goods designated as set out in Appendix 1 are essential for preserving the identity and uniformity of the Franchise business and deal with and supply Subfranchises with the designated goods only.
- 2) “B” shall comply with and instruct and supervise all the Subfranchises to comply with the manuals and quality standard for the goods and services designated by “A”.

3) "B" shall especially use the Ordering and Serving Program provided by "A" and instruct and supervise all the Subfranchises to use said Program in operating the Subfranchise Stores.

4) "B" shall purchase the designated goods from "A" or a person designated by "A".

5) Without a prior consent given by "A", "B" shall not develop and sell any other products or services than those designated; provided that "A" and "B" may by mutual consultation change any of the goods or modes to provide services if localization thereof may be of mutual benefit as well as propriety in a reasonable sense.

6) "A" may from time to time inspect the quality of the goods and services dealt with by "B". In this case, "B" may not refuse such inspection, and its refusal, if ever, shall be deemed to constitute a breach of its duty to use the designated goods and services.

2. Adherence to the Sale Prices

1) "B" shall not in its own decision set the prices of the products sold in the Franchise Store or Subfranchise Store, but determine such prices within the range permitted by "A" after consultation with "A".

2) "B" may change the price, provided that it notifies "A" thereof, only within the range permitted by "A".

3. Education of Employees and Subfranchises

1) In order to maintain the identity and uniformity of the Franchise business and acquire the know-how from "A", "B" shall actively participate in the necessary education and may not refuse to attend it for the reason that the education venue is "A"'s head office or "B" is required to share the education cost.

2) For maintenance of the identity and uniformity of the Franchise business and smooth operation of Franchise Store and Subfranchise Store, "B" shall continuously educate its employees and Subfranchises with the know-how obtained from "A" and dispatch its supervisors to Subfranchises for supervision and guidance.

3) In case where "A" has modified or improved the Ordering and Serving Programs, "B" shall introduce the updated version of Ordering and Serving Programs and ensure by its supervision that the Franchise Store and Subfranchise Store shall use the most recently updated version of Ordering and Serving Programs.

4. Duty to Continue Operation

1) "B" shall conduct supervision to ensure that Franchise Store and Subfranchise Store to operate business at least _____ days a month and keep its business under operation at least ____ hours a day.

2) If, for an inevitable reason, "B" is unable to comply with the business days and business hours hereunder, "B" shall notify "A" thereof.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

5. Location of Stores

- 1) "B" shall, prior to opening a Franchise Store, obtain "A"'s approval concerning the location of the Store, and "A" may not object to the proposed location of the Store without any legitimate cause including but not limited to any conflicts posed thereby with the uniformity of the Franchise business, "A"'s reputation or marketing strategies.
- 2) "B" shall, prior to opening a Franchise Store, submit to "A" a document to prove its right to use the premises to be used for the Store.
- 3) In the absence of "A"'s prior approval, "B" shall not change the location of the Stores to which "A" has consented.
- 4) In conducting solicitation for Subfranchise Store, "B" shall select the location that may serve the uniformity of the Franchise business, "A"'s reputation or marketing strategies.

6. Status of Hygiene

- 1) "B" shall ensure that Franchise Stores and Subfranchise Stores keep their inside and outside environment clean and neat at all times.
- 2) "A" may from time to time dispatch supervisors to inspect the hygienic status of Franchise Stores and Subfranchise Stores, and "B" shall not refuse visits and inspections by the supervisors for such purpose.

7. Dres Code of Employes

- 1) For the sake of uniformity of the Franchise business, "B" shall cause the employes of Franchise Stores and Subfranchise Stores to wear the atires designated by "A".
- 2) The cost for the attires worn by the employes of Franchise Stores and Subfranchise Stores within the Contract territory shall be borne by "B".

8. Duty of appropriate accounting

- 1) "B" shall, pursuant to lawful principles of accounting, prepare accounting boks related to Franchise Stores and Subfranchise Stores and keep the profs of revenues and expenses in its custody.
- 2) "B" shall not commit any act related to tax evasion in the course of operating the Franchise Stores and dealing with Subfranchise Stores.
- 3) "B" shall submit to "A" the sales data of "B", sales data of Subfranchise Stores, the subfranchise agrement, and "B"'s goods inventory report in writing (including facsimile and e-mail) prepared as of the end of each month.
- 4) "B" shall every year undergo accounting audit from an independent certified public accountant, with the period from January 1 through December 31 every year regarded as an basic accounting period, and shall submit to "A" the report on the result, together with its English translation, not later than January 31 of the subsequent year. In this case, the English translation shall bear the representation and waranty statement as well as the signature of the professional translator.
- 5) In case where "A" conducts due diligence or accounting audit on sales, "B" shall not refuse it but extend active cooperation.

9. Duty to Open Franchise Store and Subfranchise Store

- 1) "B" shall open at least ____ Franchise Stores within one (1) year from the effective day of the Agreement, and at least ____ Franchise Stores in total during the term of the Agreement.
- 2) "B" shall open at least ____ Subfranchise Stores within one (1) year from the effective day of the Agreement, and at least ____ Subfranchise Stores every one (1) year during the term of the Agreement.
- 3) The number of opening of Franchise Store and Subfranchise Store shall be counted until December 31 for every year and the Stores that have been closed shall not be counted for this purpose.
- 4) In the event that "B" fails to fulfil its duty to open a stipulated number of Franchise Stores and/or Subfranchise Stores within two (2) years from the effective date hereof, "A" shall have right to increase the Running Royalty payable with respect to Franchise Stores and/or Subfranchise Stores up to 10%.

10. Duty of Advertisement and Promotion

- 1) "B" shall engage in advertisement and promotion activities intended to conduct solicitation for Subfranchise Stores at its own expenses.
- 2) In engaging in advertisement and promotion activities, "B" shall use only the advertising materials and modes approved by "A".
- 3) "B" shall, by the 31st of December every year, prepare and submit to "A" a plan of advertisement and sales promotion for the subsequent year.

1. Compliance with Specifications for Interior and Facilities

- 1) "B" shall have a construction contractor having professional skills conduct construction work for the Stores correctly in accordance with the drawings and specifications approved by "A" in advance, ensuring that the uniformity of the Franchise business is preserved. The same applies when "B" is to expand, alter or repair a Store during the term of the Agreement.
- 2) "A" may at any time inspect at its expenses any Store under construction by "B". In this case, "A" may demand that "B" correct any non-compliance with the specifications, and "B" shall, within sixty (60) days therefrom, complete such correction and report "A" of the result.
[Alternative : 2) "B" shall undergo inspection by "A" of the Stores from the first Store through ____th Store. In this case, "A" may demand that "B" correct any non-compliance with the specifications, and "B" shall, within sixty (60) days therefrom, complete such correction and report "A" of the result and pay to "A" the inspection fee in the amount of USD _____.]
- 3) "B" shall keep the goods and/or facilities provided by "A" in normal conditions with functions working properly and conduct repairs at "B"'s expenses. Even in case of destruction or loss, "B" may not on its own decision purchase the same item from a third person or replace it with another product or facility, in the absence of "A"'s prior approval in writing.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

4) Before opening a Franchise Store or Subfranchise Store, “B” shall examine in advance whether the ventilation system for the kitchen area and the service hall functions properly as well as whether there are any regulations to restrict opening a business of the same type with a business already existing in the same building wherein the Store is located.

12. Duty of Compliance and Ethical Management

1) “B” shall, in operating the Franchise Stores and dealing with Subfranchises, comply with Taiwanese

laws and regulations, social customs, religious principles and international treaties and pay particular attention to the following matters to stay in strict compliance therewith.

① “B” shall conduct continuous supervision to ensure that all the Franchise Stores and Subfranchise Stores shall obtain the qualifications for operating Restaurant business and selling the goods handled in the Stores as well as all the

necessary permissions, licenses and the status of filings.

② “B” shall conduct strict supervision to ensure that all the Franchise Stores and Subfranchise Stores shall not sell any product not legally allowed to be sold to the adolescents, easily perishable products, expired products, products not meeting the government-set quality criteria, products the sale of which is restricted by statutes.

③ “B” shall in no event unfairly exploit the labour of its employees, commit any unfair practice in dealing with customers or business transaction partners, or conduct any act of unfair competition against its competitors.

④ “B” shall at its own expenses fulfil all of the obligations as a Franchisor prescribed in the Taiwanese statutes concerning franchise businesses.

⑤ “B” shall in no event thrust any sale of tie-in to a Subfranchise, impose any exorbitant target of purchasing and/or selling goods, refuse the request for return of products for no good reason, or delay the product supply.

2) In case where “B” receives an administrative disposition in relation to operation of a Franchise Store or Subfranchise Store, or sustains a criminal or civil lawsuit filed against it, “B” shall immediately report “A” of the incidence itself and the details thereof.

3) “B” shall not commit any act in a way to impair the image or credibility of “A” or of the Franchise business, or defame or denounce reputation of a specific customer or organization.

13. Proper Display of business Mark

1) During the term of the Agreement, “B” shall properly display the business Mark in all the offices and Stores, and on the attire of the employees, facilities in the Stores, goods and transportation vehicles.

2) “B” shall consult “A” in advance concerning the position to display the business Mark.

3) “B” shall place the promotion materials supplied by “A” with or without charge inside and outside Stores.

14. Duty to Report Management Status

In every quarter (three months) following execution of the Agreement, “B” shall report to “A” the current profile of opened Franchise Stores and Subfranchise Stores, status of income/loss and information on Subfranchisees.

15. Consumer Protection

In order to protect Subfranchises and consumers, “B” shall strictly comply with the statutory provisions on public health and food hygiene as well as “A”’s manuals and Management Policy. If “B” fails to comply therewith, causing damage to a Subfranchise or consumer, “B” shall solely bear all the liabilities in connection therewith.

Article 11 (Protection of intellectual Properties)

1. During the term of the Agreement, “B” shall use the intellectual property allowed by “A” to use as set out in Appendix 3 only within the scope of the purpose of the Agreement and take proactive measures to prohibit any third person from using the intellectual property in an unlawful manner.
2. If “B” has obtained enrichment by using “A”’s intellectual property for an unlawful purpose or has otherwise impaired “A”’s reputation or the identity and uniformity of the Franchise business, “B” shall be liable for the damage incurred by “A”.
3. In any event that “B” is in a dispute with a third person in connection with the intellectual property allowed by “A” to use as set out in Appendix 3, “B” shall immediately report “A” thereof.

Article 12 (Non-competition)

1. During the term of the Agreement, “B” shall not directly or indirectly engage in, work for as an employee, or invest in a business identical or similar to the Franchise business, without “A”’s prior consent in writing.
2. “B” shall not engage in a business of the same category with the business contemplated in the Agreement in the Contract Territory for five (5) years following termination of the Agreement, regardless of the reason for such termination.
3. If “B” substantially engages in a business identical or similar to the Franchise business in the Contract Territory without “A”’s prior consent in writing, by borrowing a third person’s name, it shall be deemed to constitute a breach of the duty of non-competition.

Article 13 (Duty of Confidentiality)

1. During the term of the Agreement as well as after the expiration thereof, “B” shall not disclose to a third person any manual, know-how, technique, trade secret and other material information and data. The aforesaid third person shall include a member of “B” or an employee of a Store who has not executed a non-disclosure agreement.
- However, this paragraph shall not apply where “A” has given a prior consent in writing, or such disclosure is required by a relevant law or regulation.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

2. Even during the term of the Agreement, “B” shall use the manual, know-how, technique, trade secret and other material information and data that have been acquired during the process of executing or the term of the Agreement, only for the purpose of the Franchise business and for no other purpose whatsoever.

Article 14 (succession of Contractual Rights or Duties)

1. In the absence of “A”’s prior consent, “B” shall not transfer to or pledge in favour of a third person the whole or part of the rights and duties hereunder.

2. In case where “B” is acquired by or merged into another company or acquire or merge another company to establish a new company without having obtained “A”’s prior consent, “B”’s rights and duties hereunder shall not be succeeded to a third person.

However, “A” may approve of such succession of the rights and duties after being notified from “B” of said acquisition or merger.

In this case, “A” may redraft the terms of the Agreement or enter into a new master franchise agreement with the successor.

3. In case where “B” intends to assign its rights hereunder or its Franchise Store to a third person during or after the term of the Agreement, “B” shall first offer “A” an opportunity to acquire the deal. In this case, if “A” expresses its acceptance of the offer within one (1) month from the day on which “A” received the notice of offer, “B” shall first enter into a negotiation with “A” regarding such acquisition.

Article 15 (effective Date of the Agreement)

1. If there exist any laws or regulations, or the government’s or any public authority’s legally binding disposition or judgment which restricts or prohibits “A” or “B” from engaging in transactions contemplated herein, the Agreement shall be deemed invalid even if it has subscribed both Parties’ signatures.

2. Unless under a circumstance falling under the preceding paragraph, the Agreement shall take effect on the day signed by both “A” and “B”

Article 16 (Termination of the Agreement)

1. The Agreement shall be automatically terminated on the day following the expiration of the Agreement term, without a renewal.

2. In any of the following events, “A” or “B” may terminate the Agreement upon a notice to the other Party in writing (including facsimile or e-mail):

1) If “B” is overdue in payment of the Initial Royalty or overdue in payment of Running Royalty three (3) times in total;

- 2) If “B” or a Subfranchise solicited by “B” has violated “A”’s quality criteria or the Management Policy and remains uncorrected even after at least “A”’s two notices of demand for correction, each with 10–day interval;
 - 3) If “B” has failed to order the initial goods set out in Appendix 2 by the date stipulated herein;
 - 4) If “B” has failed to open the stipulated number of Franchise Store or Subfranchise Store by the date stipulated herein;
 - 5) If “B” has failed to comply with the business days as stipulated herein;

 - 6) If “B” has refused to provide accounting data or data of Franchise Store or Subfranchise Store, or provided such data which are untruthful;
 - 7) If “B” has refused to take inspection on accounting materials or on the construction by “A” or a supervisor dispatched to the Store by “A”;
 - 8) If “B” has breached its duty of non–competition or duty of confidentiality as stipulated herein;
 - 9) If “B” has related an untruthful information to the public, to the significant detriment to “A”’s reputation or credibility;
 - 10) If “A” or “B” has gone bankrupt, declared insolvent by its main bank of transactions, or had its major assets confiscated by the state or a third person; or
 - 11) If there has occurred an objectively inevitable cause rendering the Agreement impossible to retain, such as but not limited to natural disaster, war, revolution, breakdown of social orders.
3. Notwithstanding the preceding paragraph, “A” and “B” may at any time terminate the Agreement by mutual agreement.
4. Termination of the Agreement shall not prejudice any claim for damage.

Article 17 (effects of Termination of Agreement)

Termination of the Agreements shall produce the following effects:

1. “B” shall immediately cease to conduct operation of Franchise Store, solicitation for Subfranchise Store, and/or transactions with Subfranchises in connection with the Franchise business.
2. “B” shall within thirty (30) days from the termination of the Agreement remove at its own expenses the business Mark and any mark that creates an impression of being a business partner or a Store of “A” from all the goods, facilities inside and outside of all the Franchise Stores and Subfranchise Stores, and from all the medias and online web sites.

If “B” fails to remove as set forth above within thirty (30) days, “A” may unilaterally remove it at “B”’s expenses.

3. In connection with the Franchise business, “B” shall return to “A” all the data, promotion materials, electronic record and manuals to “A” and “A” shall at the same time return to “B” the performance deposit after deduction of any amount due but unpaid to “A” by “B”.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

4. Even after termination of the Agreement, “B” shall not conduct any act or make any representation that may be indicative of a franchise business with “A”.

Article 18 (Compensation for Damage)

In case where the Agreement is terminated due to “B”'s breach of the Agreement, “B” shall have no right to claim return of the Royalty and costs already paid to “A” and “A” shall be entitled to claim “B” for any damage incurred due to “B”'s breach of the Agreement, notwithstanding the termination of the Agreement.

Article 19 (Force Majeure)

1. Neither Party may be liable to the other Party for its breach of the Agreement if such breach is due to war, revolution, riot, strike, labour dispute, fire, flood, government action or any other cause beyond its control.

2. In any of the force majeure event, the Party who has become unable to fulfil its duties shall immediately notify the other Party of such circumstance. The Party so affected by such force majeure shall resume performance of its duties immediately after such circumstance is lifted, as long as the Agreement continues to exist.

Article 20 (Duty to Obtain Insurance)

All the Franchise Stores and Subfranchise Stores shall obtain various insurances and pensions in preparation for anticipated damage as well as those required under laws and regulations applicable to the locality wherein the relevant Store is sited. “B” shall bear the full liability to compensate any part of property damage

to Franchise Stores and Subfranchise Stores not covered by the insurance and have no recourse from “A” in any case

Article 21 (Dispute Resolution)

“B” shall be liable to resolve all the disputes that arises against consumers, public authorities or the government, in connection with “B”'s opening Franchise Stores in the Contract territory or solicit, open and manage Subfranchise Stores solely at “B”'s expenses and responsibilities and shall have no recourse from “A” in any case.

Article 22 (Limitation of Waiver)

“A”'s failure to or election not to exercise its right or remedies granted herein upon “B”'s breach of the Agreement in a particular case shall not be interpreted as waiver of its right or connivance of “B”'s breach of Agreement in any subsequent case.

Article 23 (effect of Adres)

Unless otherwise agreed between both Parties, any notice to the other Party shall be sent to the adres of the other Party as stated herein. Any Party who has its address changed shall notify the other Party of the new address in writing or by facsimile or e-mail and in case of failure to do so, any notice to the address stated herein shall be deemed legally effective.

Article 24 (Amendment of Agreement Provisions)

The provisions of the Agreement shall be amended only by mutual agreement in writing between both Parties or the representatives duly authorized by each Party.

Article 25 (Governing Law)

The Agreement shall be governed and interpreted by the laws of Korea.

Article 26 (Designated Language of the Agreement)

Both Parties shall agree to prepare the Agreement both in Korean and in English and, additionally in Taiwanese if agreed by both Parties or required by taiwanese statutory provisions; provided that, where there is conflict between versions of different languages, English version shall prevail in interpretation.

Article 27 (Jurisdiction over Dispute)

In case of any dispute arising between the Parties in connection with the Agreement, both Parties shall attempt to resolve it amicably by mutual agreement and if such attempt fails, the mater shall be resolved by arbitration of Korean Commercial Arbitration Board located in Seoul, Korea.

The award rendered by Korean Commercial Arbitration Board shall be deemed to be final and binding resolution of the dispute.

[Alternative 1 : Any dispute arising in connection with the Agreement shall be referred to Seoul Central District Court located in Seoul, Korea as court of jurisdiction by agreement.]

[Alternative 2 : Any dispute arising between both Parties in connection with the Agreement that cannot be resolved amicably by mutual agreement shall be referred to the court having jurisdiction over the adres of "A" or "B" as court of jurisdiction by agreement.]

"A" and "B" fully understand the contents of the Agreement and acknowledge that both Parties have finally executed the Agreement after lawful and appropriate consultations and procedures. IN WITNESS WHEREOF, both Parties have executed the Agreement in duplicate, each keeping one (1) copy respectively.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

Month _____ Date _____ Year

[A]

Company name:

Adres:

Representative: (signature) _____

Contact:

[B]

Company name:

Adres:

Representative: (signature) _____

Contact:

ppendix 1

List of Designated goods

| Goods | Place of origin | Manufacturer | Product no. / specifications | Minimum purchase quantity | Purchase timing / time cycle |
|-------|-----------------|--------------|------------------------------|---------------------------|------------------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Appendix 2

List of Initial Goods

| Goods | Place of origin | Quantity | Unit price | Price |
|-------|-----------------|----------|------------|-------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Appendix 3

List of Intellectual Property

1. Trademark (including service mark)

- a.
- b.
- c.

2. Patent

- a.
- b. c.

3. Utility Model

- a.
- b.
- c.

4. Design Right

- a.
- b.
- c.

5. Copyright

- a.
- b.
- c.

6. Other Trade Secret

- a.
- b.
- c.



TIP

- 상기 '마스터 프랜차이즈 계약서 양식'은 일반적이고 전형적인 것으로 참조만 하여야 하며, 본 '마스터 프랜차이즈 계약서 양식'에 대하여 본 기관은 어떠한 책임도 없음을 고지함
- 상기 '마스터 프랜차이즈 계약서 양식'은 한국프랜차이즈산업협회 '마스터프랜차이즈표준계약서(대만)'을 참조하였음
- 실제 계약서 작성이나 계약체결 시에는 법률전문가의 자문을 받아야 함
- 본 '마스터 프랜차이즈 계약서 양식'의 영문본은 한국프랜차이즈산업협회(www.ikfa.or.k) > 자료실을 참조바람

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

※ <참조> 실제 진출기업의 마스터 프랜차이즈 계약의 목차와 구성

| <p style="text-align: center;">FRANCHISE AGREEMENT</p> <p style="text-align: center;">Master Franchise Agreement</p> | <p style="text-align: center;">프랜차이즈 계약</p> <p style="text-align: center;">마스터 프랜차이즈 계약</p> |
|--|---|
| <p>THE AGREEMENT IS MADE AND EFFECTIVE THIS (20 .MM.DD .)</p> | <p>본 계약은 (20 . . .) 작성되어 발효된다.</p> |
| <p>A. PAR-TIES</p> <p>_____ (the Franchisor), a Franchisor organized and existing under the laws of Korea, with its head office located at:</p> <p>Address: _____</p> <p>Franchisor Registration Number: _____</p> <p>AND:</p> <p>_____ (the Franchisee), a Franchisee is an individual who has an address at:</p> <p>Address: _____</p> <p>Franchisee Passport Number: _____</p> <p>(※ 만일 가맹점 희망자가 회사일 경우 아래 내용 사용)</p> <p>_____ (the Franchisee), a Franchisee organized and existing under the laws of Korea, with its head office located at:</p> <p>Address: _____</p> <p>Franchisee Company Registration Number: _____</p> | <p>A. 계약의 당사자</p> <p>_____ (가맹본부), 가맹본부는 대한민국 법률에 따라 조직되고 유지되며, 주된 사무소는 아래와 같다.</p> <p>주소: _____</p> <p>가맹본부 등록번호: _____</p> <p>AND:</p> <p>_____ (가맹점사업자), 가맹점사업자는 사인이며 주소는 아래와 같다:</p> <p>주소: _____</p> <p>가맹점사업자 여권번호: _____</p> <p>(※ 만일 가맹점 희망자가 회사일 경우 아래 내용 사용)</p> <p>_____ (가맹점사업자), 가맹점사업자는 대한민국 법률에 따라 조직되고 유지되며, 주된 사무소는 아래와 같다:</p> <p>주소: _____</p> <p>가맹점사업자 회사등록번호: _____</p> |
| <p>B. BACKGROUND</p> | <p>B. 계약체결의 배경</p> |
| <p>C. TERMS AND CONDITIONS</p> | <p>C. 계약기간과 조건</p> |
| <p>1. DEFINITION</p> | <p>1. 정의</p> |

| | | | |
|-----------|--|-----------|---------------------|
| 1.1 | THE AGREEMENT | 1.1 | 계약 |
| 1.2 | CONFIDENTIAL INFORMATION | 1.2 | 영업비밀 |
| 1.3 | COMMENCEMENT DATE | 1.3 | 시작일 |
| 1.4 | GROSS SALE | 1.4 | 총매출 |
| 1.5 | MARKS. | 1.5 | 영업표지 |
| 1.6 | OPERATOR | 1.6 | 운영자 |
| 1.7 | PRINCIPAL(S) | 1.7 | 기본원칙(들) |
| 1.8 | SHOP | 1.8 | 점포 |
| 1.9 | STANDARDS | 1.9 | 표준 |
| 1.10 | SYSTEM | 1.10 | 체계 |
| 1.11 | TERRITORY | 1.11 | 영업지역 |
| 1.12 | TRADEMARK | 1.12 | 등록상표 |
| 2. | GRANT OF DEVELOPMENT RIGHT | 2. | 개발권한의 부여 |
| 2.1 | Rights Granted to Franchisee | 2.1 | 가맹점사업자에게 부여된 권리 |
| 2.2 | Non-Exclusive Grant | 2.2 | 비독점적 부여 |
| 2.3 | Franchisor's Reserved Rights | 2.3 | 가맹본부의 보유권리 |
| 3. | AGREEMENT TERM | 3. | 계약기간 |
| 3.1 | General Term | 3.1 | 계약기간 |
| 3.2 | End of Term | 3.2 | 계약의 종료 |
| 4. | FORCE MAJEURE | 4. | 불가항력 |
| 5. | EXCLUSIVITY | 5. | 독점권 |
| 5.1. | Limited Territorial Protection. | 5.1. | 제한된 영업지역 보호. |
| 5.2. | All Other Rights Reserved by Franchisor. | 5.2. | 가맹본부가 보유가 기타 모든 권리. |
| 5.3. | BRAND AND INTELLECTUAL PROPERTY RIGHT | 5.3. | 브랜드와 지식재산권 |
| -5.3.1 | Ownership | -5.3.1 | 소유권 |
| -5.3.2 | Acts in Derogation of the Trademarks | -5.3.2 | 상표 훼손 행위 |
| -5.3.3 | Prohibition against Disputing Rights | -5.3.3 | 권리분쟁에 대한 금지 |
| -5.3.4 | Termination of Trademark Use | -5.3.4 | 상표사용의 종료 |
| -5.3.5 | Assumed Name Registration | -5.3.5 | 점포 명의 등록 |
| -5.3.6 | Telephone Listing, Website and E-Media | -5.3.6 | 전화목록, 웹사이트 그리고 이메일 |
| -5.3.7 | Trademark Changes | -5.3.7 | 상표변경 |
| -5.3.8 | Conflicting and Alternative Names | -5.3.8 | 상반되고 대체되는 이름 |

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

| | |
|--|--|
| -5.3.9 Prosecution of Infringers | -5.3.9 침해자에 대한 기소 |
| -5.3.10 Non-Ownership of Trademarks | -5.3.10 상표권의 비소유 |
| 6. PAYMENTS BY FRANCHISEE AND SERVICES PROVIDED BY THE FRANCHISOR | 6. 가맹점사업자의 비용지불과 가맹본부가 제공하는 서비스 |
| 6.1 PAYMENT BY FRANCHISEE | 6.1 가맹점사업자의 비용지불 |
| 6.2 INITIAL TRAINING PROGRAM | 6.2 최초 훈련 프로그램 |
| 6.3 SPICES & SOURCES SUPPLY | 6.3 양념과 소스공급 |
| 6.4 INITIAL MATERIALS SUPPLY | 6.4 최초 재료 공급 |
| 6.5 OPERATION MANUAL | 6.5 운영매뉴얼 |
| 6.6 ADVERTISING AND PROMOTION | 6.6 광고 및 홍보 |
| 6.7 INTERIOR DESIGN/ CONSTRUCTION OF THE SHOP | 6.7 인테리어 디자인/ 매장 구조 |
| 7. GRANT AND OPERATION | 7. 권한부여와 운영 |
| 7.1 GRANT. | 7.1 권한부여 |
| 7.2 ACTIVIBITES OF BUSINESS | 7.2 사업활동 |
| 7.3. I NSURANCE | 7.3. 보험 |
| 7.4 SHOPS (INCLUDING ALL SUB-FRANCHISE SHOPS) OPERATION | 7.4 매장운영 (모든 하위 프랜차이즈 매장을 포함한) |
| 7. 5 TERRITORIES AND LOCATIONS | 7. 5 영업지역과 위치 |
| 7.6 SUB- FRANCHISING | 7.6 하위 프랜차이즈 |
| 8. ADDITIONAL COMMITMENTS OF THE FRANCHISOR AND FRANCHISEE | 8. 가맹본부와 가맹점사업자의 추가약정 |
| 8.1 Inspection of Franchisee and Operations | 8.1 가맹점사업자와 운영에 대한 검사 |
| 8.2 Status of Hygiene | 8.2 위생상태 |
| 8.3 Dress Code of Employees | 8.3 근무자의 복장규정 |
| 8.4 Duty to Appropriate Accounting | 8.4 적절한 회계에 대한 의무 |
| 8.5 Duty to Compliance and Ethical Maage ment | 8.5 규정준수와 윤리경영에 대한 의무 |
| 8.6 Consumer Protection | 8.6 소비자보호 |
| 8.7 Adherence to the Sale Price | 8.7 판매가격 준수 |
| 8.8 Additional Assistance and Services | 8.8 추가지원과 서비스 |
| 9 CONFIDENTIAL INFORMATION | 9 영업비밀 |
| 9.1 Permitted Disclosure | 9.1 허용된 공개 |

| | | | |
|---|--|------------|------------------------------------|
| 9.2 | Required Disclosure | 9.2 | 필수적 공개 |
| 9.3 | Acknowledgement | 9.3 | 승인 |
| 9.4 | Improvement of Confidential Information and its ownership | 9.4 | 영업비밀의 개량 |
| 9.5 | Covenant | 9.5 | 협정 |
| 9.6 | Indemnity | 9.6 | 보상금 |
| 9.7 | After Termination | 9.7 | 계약종료 후 |
| 10 | ASSIGNABILITY | 10 | 양도 |
| 10.1 | Assignability by Franchisor | 10.1 | 가맹본부에 의한 양도 |
| 10.2 | Assignment by the Franchisee | 10.2 | 가맹점사업자에 의한 양도 |
| 11 | NON-COMPETITION | 11 | 경업금지 |
| 11.1 | In Term | 11.1 | 계약기간 내 |
| 11.2 | Post-Term | 11.2 | 계약종료 후 |
| 11.3 | Scope | 11.3 | 경업범위 |
| 12 | DEFAULT AND TERMINATION | 12 | 해지와 종료 |
| 12.1 | Termination in the Event of Bankruptcy or Insolvency | 12.1 | 파산 또는 채무불이행에 따른 종료 |
| 12.2 | Termination with Notice and without Opportunity to Cure | 12.2 | 시정기회 없이 통지에 따른 종료 |
| 12.3 | Termination with Notice and Opportunity to Cure | 12.3 | 시정기회 있는 통지에 따른 종료 |
| 12.4 | Cross-Default | 2.4 | 계약위반의 간주 |
| 12.5 | Franchisor's Right to Discontinue Services to Franchisee | 12.5 | 가맹점사업자에 대해 서비스를 중지할 가맹본부의 권한 |
| 12.6 | Termination of the Agreement by Franchisee | 12.6 | 가맹점사업자에 의한 계약종료 |
| 12.7 | Without Prejudice | 12.7 | Without Prejudice(권리침해 되지 않은 채...) |
| 12.8 | Amendment Pursuant to Applicable Law | 12.8 | 관련 법률에 따른 수정 |
| 13. OBLIGATIONS UPON TERMINATION OR EXPIRATION | | 13. | 해지나 만료에 따른 의무 |
| 13. | Cessation of Business | 13.1 | 운영 중단 |
| 13.2 | Cessation of Use of Confidential Information and Proprietary Marks | 13.2 | 영업비밀과 등록된 상표의 사용 중단 |
| 13.3 | Cancellation of Assumed Name Registration | 13.3 | 등록된 점포명의 취소 |

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

| | | | |
|-----------|---|-----------|----------------------------------|
| 13.4 | Payment of Money Due; Liquidated Damages | 13.4 | 납입금의 지불; 손해배상 위약금 |
| 13.5 | Costs to Secure Compliance | 13.5 | 보안규정 준수 비용 |
| 13.6 | Return of Manuals and Other Confidential Information | 13.6 | 매뉴얼과 기타 영업비밀 정보의 반환 |
| 13.7 | Irreparable Injury to Franchisor | 13.7 | 가맹본부에 대한 회복불가능한 손해 |
| 13.8 | Compliance with Post-Term Covenants | 13.8 | 계약종료 후의 준수 |
| 13.9 | Relationship with Sub-franchisees, Licensees and other after Termination of the Agreement | 13.9 | 계약종료 후 하위 가맹점사업자, 권한허가자, 기타와의 관계 |
| 14. | RENEWAL OF THE AGREEMENT | 14. | 계약의 갱신 |
| 14 | MEDIATION | 14 | 조정 |
| 15 | ARBITRATION | 15 | 중재 |
| 16 | GENERAL PROVISIONS AND CONDITIONS | 16 | 일반 규정과 조건 |
| 16.1 | Relationship of the Franchisee to Franchisor | 16.1 | 가맹점사업자와 가맹본부와 관계 |
| 16.2 | Indemnity | 16.2 | 손해배상 |
| 16.3 | No Consequential Damages for Legal Incapacity | 16.3 | 법적 무능력으로 인한 손해의 면책 |
| 16.4 | Survival of Covenants | 16.4 | 계약의 존속 |
| 16.5 | Successors and Assigns | 16.5 | 후임자와 양수인 |
| 16.6 | Joint and Several Liability | 16.6 | 연대책임 |
| 16.7 | Governing Law | 16.7 | 준거법 |
| 16.8 | Entire Agreement | 16.8 | 완전합의 |
| 16.9 | Titles for Convenience | 16.9 | 편의를 위한 제목 |
| 16.10 | Gender | 16.10 | Gender |
| 16.11 | Severability | 16.11 | 위반조항의 효력분리 적용 |
| 16.12 | Fees and Expenses | 16.12 | 수수료와 비용 |
| 16.13 | LANGUAGE OF AGREEMENT AND MATERIALS; TRANSLATIONS. | 16.13 | 계약과 자료의 언어; 번역 |
| 16.14 | INDEPENDENT CONTRACT AND LEGAL/ BUSINESS ADVISE. | 16.14 | 독립적인 계약과 법률/ 사업조언 |
| 17 | FRANCHISOR'S REPRESENTATIONS AND WARRANTIES | 17 | 가맹본부의 진술과 보증 |
| 18 | THE FRANCHISEE 'S REPRESENTATIONS AND WARRANTIES | 18 | 가맹본부의 진술과 보증 |

| | |
|---|--|
| <p>19. TIME OF THE ESSENCE IN WITNESS WHEREOF, the parties hereto have executed the Agreement as of the day and year first above writ ten.</p> <p>Dated: DD/MM/2018</p> | <p>19. TIME OF THE ESSENCE(필수적인 기한준수) 이상의 증거로, 양 당사자는 처음에 위에서 기재된 날짜 와 연도에 본 계약이 성립되었음</p> <p>날짜: DD/MM/2018</p> |
| <p>THE FRANCHISOR</p> | <p>가맹본부</p> |
| <p>Name: _____ Inc.</p> <p>Signature: _____</p> <p>Witnessed by</p> <p>Name: _____</p> <p>Title: _____</p> <p>THE FRANCHISEE</p> | <p>상 호: _____ Inc.</p> <p>서 명: _____</p> <p>보증인</p> <p>이 름: _____</p> <p>Title: _____</p> <p>THE FRANCHISEE</p> |
| <p>Name: _____</p> <p>Signature: _____</p> <p>Witnessed by</p> <p>Name: _____</p> <p>Title: _____</p> <p>Exhibit "A"</p> | <p>이 름: _____</p> <p>서 명: _____</p> <p>보증인</p> <p>이 름: _____</p> <p>Title: _____</p> <p>별첨 "A"</p> |
| <p>Territory</p> <p>Territory: Defined as (해당지역) in (※해당국가) "Exhibit B"</p> | <p>영업지역</p> <p>영업지역: (※해당국가)의 (해당지역)으로 한다. "별첨 B"</p> |
| <p>Trademarks</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> | <p>등록상표</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> |

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

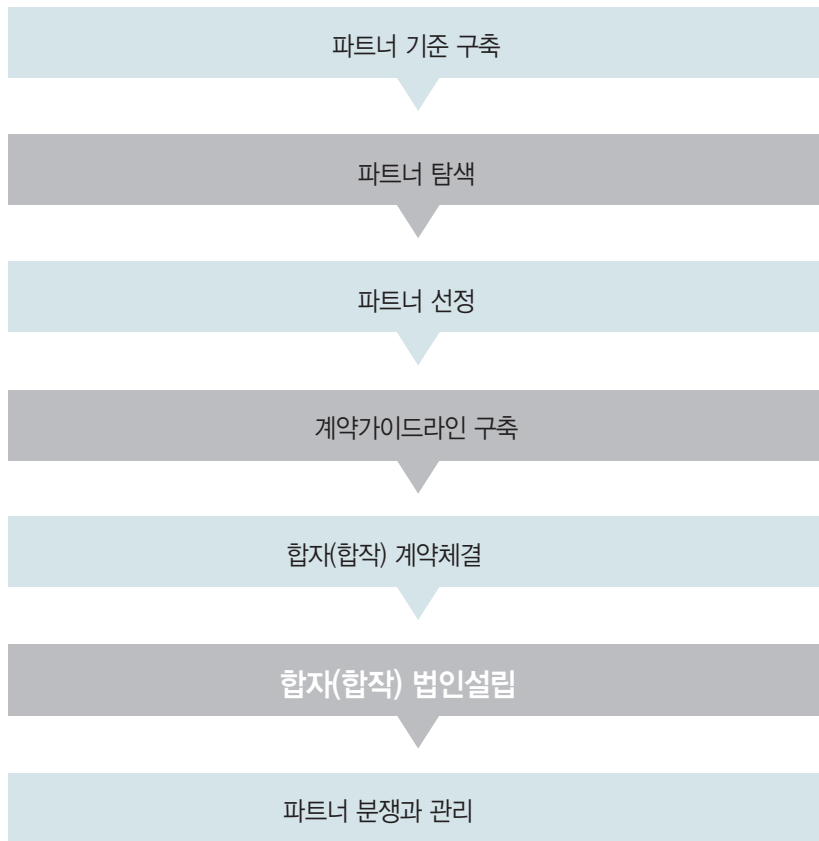
| | |
|--|---|
| <p>“Exhibit C”</p> <p>Fees (Fee Structure)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Franchise fee: After signing of franchise agreement: \$ _____ <p>If Franchise fee is paid by a way of installment; payment will be made following method;</p> <p>Date of payment : Amount to Pay _____ : _____ _____ : _____</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renewal Franchise Fee: \$ • Royalty Payment: according to the clause 6.1 (c) • Training Costs: initial Training Fee: (※금액을 설정) other expensed related to initial training including but not limited to Travel and Accommodation fee according to the clause 6,2 • Sub-Franchise Sale Royalty: \$ • Construction Supervision Fee: \$ <p>“Exhibit D”</p> | <p>“별첨 C”</p> <p>수수료 (수수료 구조)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 프랜차이즈 수수료: 계약 체결 후: \$ _____ <p>만약 프랜차이즈 수수료를 할부로 지불하는 경우의 결제 방법은 아래와 같다;</p> <p>지불날짜 : 지불금액 _____ : _____ _____ : _____</p> <ul style="list-style-type: none"> • 갱신 프랜차이즈 수수료: \$ • 로열티 지불: 6.1 (c) 항에 따름 • 훈련 비용: 최초 훈련비용: (※금액을 설정) <p>6.2항에 따른 교통비와 숙박비 외에도 최초 훈련과 관련된 기타비용</p> <ul style="list-style-type: none"> • 하위 프랜차이즈 로열티: \$ • 공사 감독비용: \$ <p>“별첨 D”</p> |
| <p>Source - List of Spices and Source</p> <p>“DETAILED LIST OF SPICES AND SOURCES SHALL BE PROVIDED AFTER SIGNING OF AGREEMENT”</p> <p>“Exhibit E”</p> | <p>소스 - 향신료와 소스 목록</p> <p>“자세한 향신료 및 소스 목록은 계약서 서명 후 제공됨”</p> <p>“별첨 E”</p> |
| <p>Initial Materials</p> <p>Item marked in yellow color is essential items purchase from Franchisor</p> <p>“DETAILED LIST OF INITIAL MATERIALS SHALL</p> | <p>초기 상품</p> <p>노란색으로 표시된 항목은 가맹본부에서 구매해야하는 필수 항목임</p> <p>“초기 자료의 상세 목록은 계약서 서명 후 제공됨”</p> |

| | |
|---|-------------------------|
| BE PROVIDED AFTER SIGNING OF AGREEMENT” “EXHIBIT F” | “별첨 F” |
| COMMENCEMENT DATE AGREEMENT “EXHIBIT G” | 계약 개시일 “별첨 G” |
| COVENANT AND AGREEMENT FOR CONFIDENTIALITY | 기밀 유지를 위한 약정과 계약 |

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

나. 합자(합작) 투자 계약절차와 내용

(1) 합자(합작) 투자 계약 절차



(작성기준 : 해외진출 외식기업 실무매뉴얼(MAPPS), aT한국농수산물유통공사)

TIP

<각 단계별 주요 문서(양식)>

- 파트너 기준 구축
- 파트너 탐색 : 기업홍보자료(IR 등), 홈페이지
- 파트너 선정 : APPLICATION
- 계약 가이드라인 구축 : 비밀유지계약서(NDA), 투자 의향서(LOI), 양해각서(MOU)
- 합자(합작) 계약체결 : 마스터 프랜차이즈 계약서
- 합자(합작) 법인설립
- 파트너 분쟁과 관리

(2) 합자(합작) 투자 계약의 특징

- 합작(합작)투자는 시장조사, 파트너선정 등의 절차에서 마스터 프랜차이즈 방식과 유사하지만 파트너와 함께 현지 법인 설립하고 운영하는 것에서 차이점이 있음
- 작(합작)투자는 마스터 프랜차이즈방식과 달리 계약내용에 출자비율, 의사결정, 법인운영방식, 수익배분방식, 직원 파견, 본사의 지원 및 지도감독 등 현지법인을 운영하는 조건과 내용을 사전에 협의하여 포함해야 함
- 합자 투자의 경우 자본 투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작 투자의 경우 자본 투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨

다. 표준가맹계약의 주요내용

(1) 가맹 계약의 일반적인 내용

- 가맹본부는 가맹점의 사업을 통제하기 위하여 보다 적극적으로 협상에 임하며, 자신의 권리를 보호할 목적으로 조치를 취하는 것이 일반적임 (※참조. 프랜차이즈해외진출 가이드)
- 계약서 각 조항에 대한 세부 내용은 다음과 같음
 - ① 계약의 전제사실(Whereas)
 - 계약 각 당사자가 계약체결 전에 지득하여 전제하는 사실
 - 계약 체결 전에 이루어진 각종 계약서에 준하는 사항들에 대한 List
 - ② 계약당사자(Contracting Parties)
 - 각 계약당사자의 법적인 지위에 대하여 가급적 세부적으로 작성할 필요가있는 바, 이에는 주소, 전화, 팩스, 이메일, 회사 사업자 등록 번호, 여권 번호 등의 정보가 기재되어야 하며, 당해 계약서에 서명날인을 위임받은 자가 있을 경우에는 위 위임 당사자에 대한 세부적인 정보(위임에 관하여 정관에 특별조항이 있을 경우에는 당해 관련 조항)가 추가적으로 기재되어야 함
 - ③ 권리부여
 - 통상 가맹본부가 해당 계약에 따라 가맹점에 부여하는 권리에 관한 조항
 - : 상표, 서비스마크, 로고, 프랜차이즈 시스템에 관련된 본사의 기타 지적재산
 - : 가맹점 매장 장식에 브랜드 이미지와 디자인을 활용할 수 있는 권리
 - : 가맹본부본사의 마케팅 시스템과 운영 방식을 활용할 수 있는 권리
 - : 본사가 개발한 제조 방식(음식 서비스 업종인 경우에는 가맹본부의 조리법, 조리 공식, 사양 및 공정)을 이용할 수 있는 권리
 - : 본사가 지정한 공급업체로부터 특별한 가격으로 공급받을 수 있는 권리
 - 프랜차이즈 계약서는 위와 같은 권리를 오직 계약서에 규정된 조건에 따라 지정된 장소나 미리 정한 지역 및 특정한 사업의 운영에 한해 부여함. 계약서는 또 지정된 장소나 미리 정한 지역 밖에서 가맹본부가 동일한 권리를 다른 가맹점에 부여할 수 있는 권리를 인정하고 있음

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- ④ 프랜차이즈 상품 또는 서비스(Franchising Products or Services)
 - 프랜차이즈 상품에 대한 일반적, 특수한 형태에 대한 상세 설명
 - 디자인 및 생산권자
 - 가맹점이 판매할 수 있는 부수 품목이 있을 경우 그에 대한 사항

- ⑤ 프랜차이즈 판매지역(Franchise Territory)과 전속성 여부(Franchise Exclusivity)
 - 프랜차이즈 판매가 가능한 지역에 대한 상세 내용
 - 프랜차이즈 판매 독점지역 및 비독점지역
 - 프랜차이즈 판매 외 지역에서 고객들에게 상품이나 서비스를 제공할 수 있는지 여부
 - 현지 내에서 아직까지 프랜차이즈업과 관련하여 경험이 축적되어 있지 않으므로, 어느 일방 당사자에게 배타적인 프랜차이즈권을 판매하는 것은 적합하지 않음. 일정 기간의 시험기간을 거친 후 이에 대해 결정하는 것이 나을 듯 한데, 그 이유는 프랜차이즈업과 관련하여 아직까지 어떠한 형식의 규제를 가할 것인지 여부에 대한 구체적인 법령 등이 갖추어져 있지 않은 상황이어서 법률위반의 사례가 빈번할 것으로 예상됨
 - 이러한 사실을 미연에 방지하기 위해서는 우선, 계약을 체결할 경우 특정한 조건 하에서 가맹본부가 복수의 프랜차이즈 계약을 체결할 수 있도록 권리를 유보해 둘 필요가 있음

- ⑥ 프랜차이즈 판매층(Limited class of customers)
 - 상품이나 서비스에 따라 프랜차이즈 관할 지역 내 모든 연령층에 이를 공급할 수 있을 것인지 아니면 특정 연령층에만 공급할 수 있을 것인지에 대한 제한이 있다면 이에 대한 사항을 특정하여야 함

- ⑦ 가맹본부와 가맹점의 의무(Franchisor and Franchisee's obligation)
 - 가맹본부와 가맹점사업자의 의무

- ⑧ 프랜차이즈 비용(Franchise Fee)과 비용의 지급조건(Payment Terms of Franchise Fee)
 - 초기 수수료
 - 유지수수료(정액비용, 로열티)
 - 기타 수수료 : 교육비, 복수 매장 개설시 옵션수수료, 홍보 및 판촉 수수료, 계약갱신 수수료, 권리 양도시 수수료, 시험수수료, 검사 및 감사수수료, 지연이자
 - 연납 : 정액비용 또는 매출의 비율에 따른 책정
 - 세금(부가세, 법인세, 원천징수세), 관공서 비용
 - 자문비용, 여행경비 등
 - 지급 조건, 지급 절차
 - 지급 방법, 지체에 따른 Penalty

- ⑨ 계약기간(Term of Agreement)
 - 초기 기간, 효력발생일 및 종료일
 - 연장 조건 및 갱신을 위한 선택 중도 해지 및 이를 위한 조건
 - 중도 해지에 따른 재산권, 노하우, 상호권, 잔여 재산 및 잔금에 대한 효력
 - 가맹본부는 가맹점이 계약을 갱신하기 전에 아래의 조건을 만족하도록 요구하고 있음

- : 가맹점의 의무 준수 - 가맹본부는 가맹점이 당초의 계약 기간 중에 반복적으로 의무를 위반했거나 갱신 시점까지 미비점과 위반사항을 개선하지 않았다면 가맹점에 계약을 갱신할 수 있는 권리를 허용하려고 하지 않을 것임
- : 매장의 건물 임대 계약 연장 - 매장의 위치가 사업의 성공에 중요하므로, 가맹점이 프랜차이즈 계약을 갱신할 수 있는 권리는 가맹점이 매장의 임대 계약을 연장할 수 있는 권리를 갖고 있는 경우에 한해서 조건부로 허용됨
- : 프랜차이즈 매장 업그레이드 - 많은 계약서는 매장을 주기적으로 업그레이드하도록 가맹점에 요구할 수 있는 권리를 본사에 부여하고 있음. 뿐만 아니라, 계약서는 흔히 계약 기간이 끝났을 때 가맹점이 매장을 현행 표준에 맞게 업그레이드 해야만 계약이 갱신될 수 있게 하고 있음
- : 갱신 수수료의 지불 - 대부분의 본사는 프랜차이즈 계약을 갱신해주는 대신 수수료를 요구하고 있는데, 이 금액은 통상 갱신과 관련된 가맹본부의 관리비와 법률 비용을 근거로 계산
- : 최신 프랜차이즈 계약서의 실행
- 본사는 계약 갱신 시기를 새로운 조건의 계약서 양식을 가맹점에 적용할 수 있는 기회임

⑩ 계약의 종료

- 계약 위반시 시정할 수 있는 기간부여와 계약종료 사유
- 즉각적인 계약 종료의 사유가 되는 계약종료 사유
- 계약이 종료되어도 가맹점이 계속 저야 할 의무사항이 명시

⑪ 프랜차이즈 유지를 위한 최소 요구조건(Requirements to maintain the franchise)

- 계약 기간 동안 최소 판매 또는 생산량 책정
- 최소 판매수량을 채우지 못했을 경우, 품질저하 등의 사유로 인하여 발생하게 될 쟁점들에 대한 해결책

⑫ 기술 및 노하우(Technology and Know-how)

- 당해 사안에 대해서는 별도의 약정서를 체결하여 상세하게 규정해 둘 필요가 있음

⑬ 프랜차이즈 브랜드의 사용(Use of the Franchise's brand)

- 권리를 보호하기 위하여 관할기관에의 등록
- 브랜드 샘플 첨부
- 소유관계
- 양도 금지(어떠한 목적에서든)
- 사용에 대한 제한(크기, 색상, 상호를 부착할 장소, 계약 완료 후 광고 금지, 물품 폐기 등)

⑭ 품질관리 규정(Contractual Rights to Maintain Quality Control)

- 프랜차이즈 시스템 전반에 걸쳐 품질 관리와 일관성을 유지하려는 각종 규정이 항상 포함
- 매장의 상태와 외관 유지
- 상품 또는 서비스
- 상표 등 브랜드 사용
- 영업시간
- 경쟁상품의 제조(Manufacturing competitive products) 금지
- 특정 상품이나 서비스에 대한 복제 등의 금지

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 계약 당사자 중 일방 당사자의 권리를 침해하는 어떠한 행위도 금지
- 위약벌 조항, 벌금 및 계약해제
- 구체적인 가맹점의 제품과 물품, 매장운영, 원재료 관리 등에 관하여는 계약서 외 별도의 엄격한 지침이나 규격의 형태로 존재함

⑮ 기밀유지 및 누설금지(Confidentiality and non-disclosure)

- 기밀에 대한 정보를 정의하고 이에 대한 누설금지 조항 삽입
- 기밀유지에 대한 기간 확정
- 고의 또는 과실로 기밀을 누설하였을 경우 이에 대한 해결책
- 계약해제 후 특정 중요 정보 폐기 및 반환

⑯ 디자인 변형 및 개선(Design Modification and Improvement)

- 관습이나 고객층의 기호, 관련 법령 등에 따른 변형 가능 조항
- 가맹본부에 대한 통지 의무

⑰ 점포(매장)의 선정

- 점포의 구체적인 위치(주소)
- 점포 위치 선정 책임
- 매장의 임차 : 가맹본부가 매장을 매입하거나 임차한 후 가맹점에 재차 임대할 경우에 본사가 임대 수입이나 시가 상승 이익을 얻을 수 있다는 점과 비록 프랜차이즈 계약이 종료되거나 갱신되지 못한 경우에도 기존 매장을 계속 유지시킬 수 있다는 점에서 가맹본부가 매장을 매입 및 임차하기도 함. 이 경우 가맹점의 매장관리 규정과 가맹본부의 지원정책을 기재할 필요 있음
- 매장 임차의 최소 요건
- 실행 표준 : 매장 위치 선정과 내/외장 공사 및 영업 개시에 관한 표준
- 매장 이전 : 매장을 처음 승인했을 때 적용했던 것과 유사한 기준으로 새로운 장소를 승인하는 권리 등 기재

⑱ 시설 접근성(Plant Access)

- 시설에 대한 관리 감독을 위한 매장 접근성
- 조건 및 절차, 시간(긴급시 또는 평상시)

⑲ 회계감사 및 감사권(Audit and Inspection Rights) 및 재정 및 경영에 관한 보고서 제공(Furnishing financial and Management Report)

- 준비 및 제출에 대한 일정
- 회계감사 및 실사를 위한 일정
- 평상시 또는 긴급시에 있어서의 요건 및 절차
- 통일된 보고서 양식
- 준비 및 제출을 위한 일정
- 평상시 또는 긴급시에 있어서의 요건 및 절차
- 가맹본부로부터 제공된 관련 서류들에 따른 자기 평가
- 위반시 조치 절차(Penalty)

㉔ 마케팅과 광고

- 계약서에는 다음과 같은 3가지 유형의 광고와 마케팅 프로그램이 포함되어 있음
- 본사의 마케팅 프로그램, 가맹점의 로컬 마케팅 프로그램, 지역별 프랜차이즈 협력 프로그램
- 마케팅과 광고의 시행절차와 방법, 비용분담

㉕ 독점적 공급(Sole supply status)

- 가맹본부의 독점적 공급 권한 명시

㉖ 가맹점에 대한 계약조건 변동(Amendments to the Articles of Franchisee)

- 요건 및 절차
- 각 계약당사자의 법률상 지위에 변동이 있을 경우 이에 대한 내용에 대한 고지 의무
- 가맹점은 자신의 지위에 대한 조건이 변동될 경우(예를 들어 추가적인 서비스, 단계, 상품, 제품)

㉗ 가맹점에 의한 상품 또는 서비스의 판매가격(Sole price of goods or service by Franchisee)

- 가맹점의 결정에 따라 동일한 가격을 적용할 수도 있고, 일정 가격의 변동폭을 적용할 수도 있음.
- 관련법령상 이에 대한 구체적인 제한 규정은 없음.

㉘ 교육 및 훈련(Training)

- 가맹점이 가맹본부의 교육을 이수해야 한다는 구체적 조항
- 프랜차이즈권을 판매한 후 최초 교육에 대한 조건 및 일정, 비용
- 보수교육의 내용과 비용

㉙ 운영지침(Operation Handbook)

- 각 가맹점에게 제공되어야 할 중요한 자료로서 통일성이 가해져야 함
- 가맹본부가 제공하는 운영지침은 프랜차이즈 계약서와 일치해야 함.
- 당해 프랜차이즈 관련 운영지침은 가맹점의 동의없이 시의 적절하게 가맹본부에 의해 수정될 수 있음.

㉚ 보험(Insurance)

- 가맹본부에 의해 제공된 자산에 대해서는 보험 증권을 제출하도록 할 것

㉛ 양도(Assignment)

- 가맹점은 프랜차이즈권의 일부 또는 전부를 임의로 양도할 권리를 가지지 않으며, 가맹본부는 이를 양도할 권리를 가짐

㉜ 조정, 중재, 분쟁의 해결(Mediation, Court, Arbitration)

- 절차(통지, 준비, 장소)
- 조정절차를 관장할 전문가를 지명하여야 함.
- 조정결과에 대한 효력

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

㉔ 준거법(Governing Law)

- 관련법과 외국법

㉕ 확약 및 보증(Representation and Warranty)

- 프랜차이즈 계약 체결 전, 후에 걸쳐 양당사자 간에 확정되어야 할 사항

㉖ 기타 조항

- 본 계약 체결 전에 작성된 일체의 계약에 대한 우선조항
- 계약서 사본의 수
- 통지
- 해석(계약서 해석의 충돌시 해결방안)
- 효력발생

※ 참조 : 대만 공정거래위원회 계약 주요내용

○ 운영 시작 전 각종 비용, 금액 또는 예상 금액

- ① 프랜차이즈 가맹금
- ② 교육 및 훈련 비용
- ③ 상품 및 원자재 구매 비용
- ④ 자본 장비, 장식 엔지니어링 비용 등
- ⑤ 프랜차이즈 소유자 또는 기타 지정된 사람에게 지불해야하는 기타 비용.

○ 프랜차이즈 운영 기간 중 각종 비용, 금액 또는 예상 금액

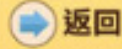
- ① 로열티
- ② 운영지도, 마케팅 및 홍보비
- ③ 원자재 또는 상품 등의 구매 비용
- ④ 프랜차이즈 소유자 또는 기타 지정된 사람에게 지불해야하는 기타 비용

○ 프랜차이즈 기간 동안 프랜차이즈 비즈니스 관계에 대한 제한

- ① 상품 또는 원자재는 프랜차이즈 소유자 또는 지정 인으로부터 구매해야하며 지정된 브랜드 및 사양을 구매해야합니다.
- ② 상품 또는 원자재에 대해 매번 주문해야하는 품목 및 최소 수량.
- ③ 자본 장비는 프랜차이즈 소유주 또는 지정 인으로부터 구매해야하며 지정된 사양을 구매해야합니다.
- ④ 장식 프로젝트는 프랜차이즈 소유주가 지정한 계약자에 의해 주문되어야하며 지정된 사양에 따라 주문되어야합니다.
- ⑤ 프랜차이즈 비즈니스 관계에 대한 기타 제한

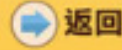
그림 3-4 대만 공정거래위원회 계약 주요내용

開始營運前之各項費用，其金額或預估金額：



1. 加盟金
2. 教育訓練費
3. 購買商品、原物料費用
4. 資本設備、裝潢工程費用等
5. 其他應支付給加盟業主或其他指定的人的費用。

加盟營運期間之各項費用，其金額或預估金額：



1. 權利金
2. 經營指導、行銷推廣費用
3. 購買原物料或商品費用等
4. 其他應支付給加盟業主或其他指定的人的費用。

加盟存續期間，對於加盟經營關係之限制：



1. 商品或原物料須向加盟業主或其指定之人購買，須購買指定之品牌及規格。
2. 商品或原物料每次應訂購之項目及最低數量。
3. 資本設備需向加盟業主或其指定之人購買、須購買指定之規格。
4. 裝潢工程須由加盟業主指定之承攬施工者定作、須定作指定之規格。
5. 其他加盟經營關係之限制。

[참조. FTC(公平交易委員會) www.ftc.gov.tw]

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 서브 프랜차이즈(Sub-franchising)
 - 절차 및 요건
 - 서브 프랜차이즈에 대한 제한(수, 위치, 권리 제한, 지역, 고객 등)
- 용자와 리스
 - 큰 자본 투자액이 소요되는 업종의 적당한 자금 지원이나 방법이 필요
 - 가맹본부가 직접 용자나 리스 분야에 참여하지 않음
- 선택적인 집단 구매 프로그램
 - 가맹본부가 양호한 품질의 상품과 서비스를 대량으로 구입할 때 얻을 수 있는 혜택을 가맹점에 주기 위해 집단 구매 프로그램을 수립하기도 함
 - 가맹본부가 직접 프로그램을 운영하거나 비영리조합을 만들어서 가맹점 위원회가 운영하게 할 수도 있음

(2) 가맹계약서(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.

전문

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, 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 “Brand식당의 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 사업권을 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.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

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 Franchisee는 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, 환경상 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 시행

한다. 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 () 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 기타 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 () 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.

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

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 조리와 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 영업을 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 () 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 () 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 기한 동안 Franchisee에게 “대여”되며 본 계약의 해지나 만료시 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

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

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 ()법률에 따라 필요하거나 Franchisor가 수시로 요구하는 보험에 가입하고 본 계약의 기한 동안 항시 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 취득 하였다. Franchisee의 면허 상표 무단사용 행위는 본 계약의 위반과 면허 상표에 대한 Franchisor 계열사의 권리 침해를 구성한다.

2) Franchisee는 Franchisor가 수시로 규정하는 규칙에 따르면 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 이익제기를 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, 특허, 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/소유권자명]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 소송절차의 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 () 법률이나 해당 당사자가 정하는 대로 ()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 () 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.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

3) Franchisee는 본 계약일부터 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.

4) 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 숙지한 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 프랜차이즈의 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 지급불능판결을 받거나 () 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 선택특권이나 저당권 유질처분을 위한 소송이 제기되고 해당 소송이 30일 안에 기각되지 않거나, Franchisee가 자발적으로 해산 또는 청산하거나 회사나 제휴 해산을 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 유죄 판결을 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 보고하거나 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(선익의 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 시정 여부를 불문하고 본 계약을 준수하지 않는 경우

25. 기타 규정

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

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

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

3) 본 계약에 관한 기록과 서류 일체는 영어로 작성한다. 본 계약으로 인한 제 당사자의 서한 일체는 영어로 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 ()어와 영어로 작성한다. 당사자 양측은 각자 원본 2부를 갖는다. ()어와 영어 계약서가 충돌하는 경우, 제 당사자는 영문본을 우선하기로 합의한다.

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

Franchisor 측

성명:

직급:

Franchisee 측

성명:

직급:

FRANCHISE AGREEMENT

(Franchise to cleaning service business)

THIS AGREEMENT, made this ____ day of _____, _____, by and between [Name of Owner/ Franchisor], a limited liability company, whose principal place of business is [Address], (hereinafter referred to as "Franchisor") and [Company's Name of Franchisee], whose principal place of business is [Address] (hereinafter referred to as "Master Franchisee").

WHEREAS

Franchisor has dedicated time, skill, effort and money to develop a high quality business for delivering a variety of services to customers. These services include drapery, carpet, upholstery, area rug and air duct cleaning, fabric treatments and such other services as Franchisor may specify from time to time (Collectively, "Franchised Services"); and Franchisor operates company owned divisions and licenses others to operate franchised businesses using distinctive uniform business formats, signs, equipment, layouts, systems, methods, procedures, designs, and marketing and advertising standards and formats (the "Franchisor's System") and the Marks (as defined below) all of which Franchisor may modify. Master Franchisee has applied for a franchise to operate a business under the Franchisor System and Marks (a "Franchised Business"). Franchisor approves applications relying on all of the representations made in the application for the franchise

NOW, THEREFORE, the parties hereto agree to sign the agreement with the following terms and conditions:

1. APPOINTMENT/ GRANT OF FRANCHISE

1) Subject to the provisions of this Agreement, Franchisor hereby grants to Master Franchisee a franchise to operate the Franchised Business to provide services to Franchisor's customers and/or others as their demand in the Territory only, and to use the Marks and Franchisor's System in the operation of the Franchise for a period of ten (10) years commencing on the date of this Agreement. Franchisor may in its sole discretion determine which goods and services are included in the Franchise. Franchisee will not operate the Franchised Business anywhere outside of the Territory unless authorized by Franchisor in writing.

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

2) Upon the terms and conditions of this Agreement, the Master Franchisee shall consequently have exclusive right in such territory to conduct business as a regional franchisor, being licensed and granted by the Franchisor to sub-franchise to another individual or organization (the "Franchisee").

3) Franchisor reserves the right, in its sole discretion, to modify its Franchisor's System, including the adoption and use of new or modified logos, trade names, trademarks, service marks or copy-righted materials, new techniques, new equipment or anything relating to Franchisor's System. Upon requirement of the Franchisor for such changes, at its cost, Master Franchisee shall completely apply accordingly within a reasonable time.

4) During the term of this Agreement the Master Franchisee understands that he was chosen by the Franchisor to be the Master Franchisee and undertakes to set up under its name five (5) legal entities/ subsidiaries during the first five (5) years and sub-franchise ten (10) Franchises to potential franchisees (hereinafter collectively called "Franchisees") and to use the Franchisor's System and the registered Marks exclusively for such purpose and only in the referred territory. Marks are the trademarks, service marks, trade dress and other commercial symbols of Franchisor or its affiliates use or may acquire to identify the services offered under the Franchisor's System (the "Marks")

5) Except as otherwise expressly provided in this Agreement, Franchisor and its affiliates retain all rights and discretion with respect to Franchisor's System anywhere in the world and the right to engage in any other business whatsoever, except the territory where granted exclusive right to Master Franchisee, if the Master Franchisee or its Franchisee do not breach this Agreement.

6) All processes for approval of a franchisee of the Master Franchisee shall follow the procedures used by the Franchisor. In general, provided that any conditions and limitations as applied to operation of Master Franchisee which shall also applied with the Franchisees. The sub-franchise agreement to be signed by and between Master Franchisee and Franchisees must be reviewed and approved by the Franchisor in writing in advance.

2. TERM AND RENEWAL

The term of this Agreement shall begin on the date of execution of this Agreement by both parties and end on the same date of 10 years latter.

Master Franchisee shall have the right to renew the franchise for one (1) term, provided:

1) Master Franchisee gives Franchisor written notice of exercise at least nine (9) months, but not more than twelve (12) months prior to expiration;

2) Master Franchisee and Franchisee are not in default under this Agreement or any other agreements with Franchisor or any of its affiliates

3) As a condition of renewal, the Master Franchisee is required to maintain possession of the

Premises. Franchisor requires that the equipment, fixtures, design and decor ... of Master Franchisee relating to this Agreement must be Franchisor.

3. TERRITORY

1) Except as otherwise provided in this Agreement, by its cost, Master Franchisee will set up its legal entity/ subsidiary (the "Plant") within territory of [name of City/Province, Country] (hereinafter "the Premises").

2) Master Franchisee acknowledges that Master Franchisee selects the Premises subject to Franchisor's approval, this provision is also applied when the Master Franchisee sign sub-franchise agreement with another Franchisees, Master Franchisee is solely responsible for the selection of an appropriate site for the sub-franchise.

3) For the first Plant to be established by Master Franchisee, within 6 months from signing date of this Agreement or 1 month from Franchisor approves the site as proposed by Master Franchisee, if the Master Franchisee fails to sign the lease agreement by a reason caused by no parties to this Agreement, at the option of either the Master Franchisee or Franchisor may terminate this Agreement, In such event, the Initial Franchise Fee specified in Paragraph 19 herein shall be refunded to the Master Franchisee after deduction any cost or expenses born by the Franchisor as engaged in this Agreement.

4) If, for any reason, Master Franchisee has not opened its first Plant within six (6) months after the date possession of the site has been made available to it, Franchisor may terminate this Agreement at any time thereafter and prior to the opening of the Plant, by giving written notice of termination to Master Franchisee. If this Agreement is terminated pursuant to these provisions, Master Franchisee shall reimburse Franchisor for its costs and expenses as engaged in this Agreement and the Initial Fee shall be non-refundable.

5) Within the territory, Master Franchisee shall not engage in under any form of business is the same or similar to, which may affect to the business as engaged by the Master Franchisee under this Agreement.

4. SPECIFICATIONS, STANDARDS AND PROCEDURES

Master Franchisee shall conform to Franchisor's specifications with respect to the equipment, furniture, fixtures and exterior and interior signs required for the Plant. Specifications may include minimum standards for delivery, performance, designs and appearance and local zoning, sign, drawings ... and other restrictions which provided by the Master Franchisee and approved by the Franchisor before installment. Franchisor shall advise Master Franchisee, within a reasonable time, whether such items of equipment, furniture, fixtures or signs meet its specifications. Franchisor,

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

at its sole and exclusive option, may provide Master Franchisee with specifications and minimum standards for all or portions of the Plant's construction, design and layout, which Master Franchisee agrees to follow Master Franchisee shall comply with all specifications, standards and operating procedures (whether contained in the Operating Manuals or any other document or notice) relating to the operation of the Franchised Business, including those relating to:

- (1) Types of services and products offered by the Franchised Business;
- (2) Types and quality of products, equipment and supplies used or sold by the Franchised Business;
- (3) Safety, maintenance, cleanliness, function and appearance of Franchisor Vehicles, the Plant, fixtures, equipment and signs;
- (4) Uniforms worn by and general appearance of employees;
- (5) Use of the Computer System designated by Franchisor;
- (6) Use of an ISP, the Internet and the Franchisor Intranet; and
- (7) Use of the Marks.

Franchisee's failure to comply with any mandatory specifications, standards or operating procedures as above mentioned where Franchisor prescribes from time to time for Franchisor's Franchised Businesses in the Operating Manuals, or otherwise communicated to Franchisee in writing, shall constitute a material breach of this Agreement by Franchisee

5. PLANT DEVELOPMENT

Master Franchisee is responsible for the construction and development of the franchised Plant. Within a reasonable amount of time and upon Master Franchisee's written request, Franchisor will provide the Master Franchisee the most current specifications for the design and general layout of the franchised Plant. Prior to commencing construction, the Master Franchisee must comply, to Franchisor's sole satisfaction, with the following:

- 1) Master Franchisee must submit to Franchisor for its approval, a site layout and working drawings adopting Franchisor's then-current plans and specifications for constructing, equipping, fixturing and furnishing the franchised Plant at the approved site in compliance with all applicable laws, regulations and ordinances (the "Plans"). The Plans must not be materially changed or modified without Franchisor's prior written consent.
- 2) Master Franchisee must obtain all permits, certificates and licenses required for construction and, including without limitation, those required by applicable zoning, access, utility, sign, building, health, safety, environment as stipulated by prevailing regulation and any competent authority.

6. PLANT REFURBISHING

Master Franchisee agrees to effect such remodeling, updating and/or refurbishing of the Plant, in addition to regular maintenance and repair, from time to time, as is required by Franchisor in order to maintain or improve the appearance and efficient operation of the Plant and/or increase its business potential

7. TRAINING

1) Prior to commencement of the initial training, the following events must occur:

① All applicants for training must be approved by Franchisor;

② Franchisor already receives copy of lease (or sublease) agreement for Premises signed by and between Master Franchisee and owners;

③ Master Franchisee has fulfilled its obligation to pay any due amount owned by Franchisor incurred un connection with this Agreement and others.

2) Training shall commence approximately five (5) weeks prior to the scheduled opening date of the Plant, and shall last for a period of approximately three to five (3–5) weeks.

3) Training is mandatory for Master Franchisee (or its principal owner) and Master Franchisee's full-time Plant manager ("Plant Manager"), and must be completed to Franchisor's satisfaction before the Plant may be opened.

4) All trainees, including Master Franchisee (or its principal owner) shall, at Master Franchisee's cost and expense, attend Franchisor's training program at such times, and at such places as specified by The Franchisor. During the training program Master Franchisee (or its principal owner), and its Plant Manager, shall receive instruction, training and education in the operation of the Plant (including but not limited to training and assistance on the procedures of carpet, drapery, upholstery, area rug and air duct cleaning). The Franchisor shall train up to four (4) persons without charge, but reserves the right to impose reasonable charges for additional persons to attend initial training. Master Franchisee shall bear all personal expenses during the training program including, but not limited to, compensation, travel, food and lodging costs.

5) Master Franchisee shall implement a training program for employees of the Plant, in accordance with training standards and procedures prescribed by Franchisor, from time to time. Master Franchisee shall maintain, at all times during the Term of this Agreement, a staff of trained employees sufficient to operate the Plant in accordance with this Agreement. Master Franchisee agrees not to employ any person who is required to complete a training program, but who fails or refuses to do so.

6) Master Franchisee is responsible for hiring all employees of the Plant and is exclusively responsible for the terms of their employment in accordance with prevailing regulation of ().

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

7) Master Franchisee (or its principal owner), or its Plant Manager, and any replacement Plant Managers shall attend additional training programs, sales meetings, operations meetings and conventions, as Franchisor may, from time to time, direct. Franchisor reserves the right to impose reasonable fees for such additional training.

8) Franchisees of the Master Franchisee as well as all employees of the Franchisees shall satisfactorily complete their training in the place to be indicated by the Master Franchisee in the Territory. The Master Franchisee may by himself set schedule and program for training as he may deem necessary, provided that all units shall always have the purpose of giving training to the Franchisees and his employees, according to the Franchisor's standards.

8. OPERATION AND MANAGEMENT OF THE PLANT

1) In order to maintain the high quality and uniform standards associated with the Franchisor's System, and to promote and protect Franchisor's good will and reputation, Master Franchisee agrees:

① To operate the Plant exclusively under the licensed Marks, in strict conformity with the Confidential Operations Manual referred to in Paragraph 13, and not to engage in any other type of business at the franchised location;

② To provide services and other products required by Franchisor, and not to provide any other services or products at the Premises without prior consent of Franchisor.

③ To equip, maintain, staff and operate the Plant strictly in accordance with the methods, procedures and techniques as are, from time to time, established by Franchisor in its Confidential Operations Manual or otherwise;

④ To vigorously and aggressively promote the business, by making use of the advertising, sales promotion and merchandise materials and programs developed and prescribed, from time to time, by Franchisor.

⑤ To keep the Plant open for business the minimum number of days per week, and hours per day, prescribed by Franchisor, from time to time, or as required by the lease, if different from those prescribed by Franchisor;

⑥ To keep and maintain the Plant, and its appearance, in a clean and orderly manner, consistent with the operation of Franchisor's System, and in accordance with the directives of Franchisor, which Franchisor deems necessary to protect the standards of quality and uniformity established by it for the system;

⑦ To comply, at all times, with regulations, policy of Viet Nam at all levels of authority;

⑧ To maintain, at all times, sufficient equipments, tools, supplies and personnel to operate the Plant at maximum capacity and efficiency;

⑨ To file or register, as an assumed name, the licensed Marks, as may be appropriate when utilized in connection with the operation of the Plant, and any such required filings shall clearly indicate, and shall not be construed as granting Master Franchisee any right, title or interest, other than the license to use such names as granted in this Agreement, in or to such names;

⑩ To operate the Plant under the licensed Marks, as determined and instructed by Franchisor, and under no other name. However, such usage shall not be construed as granting Master Franchisee any right, title or interest in such names other than pursuant to the terms and conditions contained in the license granted in this Agreement;

⑪ To use and display the licensed Marks prominently and in such manner as may, from time to time, be directed, in writing, by Franchisor and not to use or display any other trade name, trademark, service mark, logo or designation;

⑫ To deal fairly and honestly with the public and with Franchisor;

⑬ To require the Plant Manager to devote his full-time and best efforts to the operation of the Plant;

⑭ To pay, when due, any fines fees, penalties and taxes in connection with the operation of the Plant;

⑮ To conform to all standards of quality and service prescribed by Franchisor, so as to sustain the good will and prestige that the proprietary marks enjoy with the public.

2) Master Franchisee shall serve all the specified services described in Franchisor's Confidential Operations Manual, except insofar as Franchisor may, in writing, consent to the elimination of one or more of such services. All services shall be prepared and served in accordance with the standards, procedures, methods and specifications contained in such Confidential Operations Manual, or as otherwise directed by Franchisor, from time to time. Without the prior written approval of Franchisor, no service other than such specified services will be served by such Plant.

3) If Master Franchisee shall, in any way, fail to maintain the standards of quality or service established by Franchisor, Franchisor shall have the right (in addition to its rights under Paragraph 24) to assign to such Plant such person or persons as it deems necessary for the training of Master Franchisee's employees, and to insure that standards of quality and service are maintained.

Franchisor's actual costs for each such person so assigned to such Plant, plus travel and living expenses, shall be paid by Master Franchisee.

9. OPERATING ASSISTANCE

1) Franchisor will furnish to Master Franchisee such operating assistance, in connection with the operation of the Plant as Franchisor determines, from time to time, to be necessary. Operating assistance may include advice and guidance with respect to:

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- ① improving profitability;
- ② required procedures to ensure quality standards and customer satisfaction;
- ③ formulating and implementing advertising and promotional programs;
- ④ implementing programs to sell services;
- ⑤ recommended equipment, fixtures, signs, operating materials, chemicals, and supplies;
- ⑥ utilizing the Computer System; and
- ⑦ establishing administrative, bookkeeping, accounting, sales training and general operating procedures.

Such guidance shall, in Franchisor's discretion, be furnished in the form of Franchisor's Operating Manuals, bulletins, written reports and recommendations, other written materials, refresher training programs and/or telephone or personal consultations.

2) Franchisor will furnish to Master Franchisee the Confidential Operations Manual described in Paragraph 13, and other instructional and training material needed to provide guidance in the methods, procedures, and techniques for operating the Plant. This Manual may be, from time to time, amended as Franchisor deems will be helpful in improving the operation of the Plant.

3) Franchisor may advise Master Franchisee, from time to time, of any operating problems experienced at the Plant, which problems are disclosed in reports submitted to or inspections made by Franchisor. Master Franchisee may be required to correct these problems within seven (7) days, in which case those problems must be corrected within twenty-four (24) hours after their occurrence.

4) Except as otherwise provided herein, Franchisor will not charge Master Franchisee for such operating assistance, provided, however, that Franchisor shall have the right to make reasonable charges for forms and other materials supplied to Master Franchisee, and for special operating assistance.

10. BOOKKEEPING AND RECORDS/COMPUTER SYSTEMS

For operation of the Plant, Master Franchisee is required to prepared any necessary books or documents to record any related information in accordance with ()ese accounting system, other related provision and as required by Franchisor from time to time, which including but not limited to the use and retention of sales checks, cash register tapes or point-of-sale system receipts, purchase orders, invoices, payroll records, check stubs, sales tax records and returns, cash receipts and disbursements, journals and general ledgers and such other records as are normally maintained by Franchised Business which is similar to Franchisor's System. All such books and records shall be maintained at the Plant, Master Franchisee, and all of Master Franchisee's employees or agents who perform a cashier function, shall record, at the time of each sale, in the presence of the

customer (and provide the customer with a receipt therefore), all receipts from such sale or other transaction, whether for cash or credit, on a non–resettable cash register or point–of–sale system having a cumulative total, which shall be sealed in a manner approved by Franchisor, and which shall possess such other features as may be required by Franchisor.

Master Franchisee may be required to purchase, lease and/or license at its expense such computer hardware and software, required dedicated telephone and power lines, modems, printers, and other computer–related accessories or peripheral equipment as Franchisor may specify from time to time, for the purpose of, among other functions, recording Gross Revenues and performing other management information and reporting functions. Master Franchisee agrees not to use any hardware and/or software in the operation of the Plant without Franchisor's express prior approval.

11. FINANCIAL STATEMENTS

Master Franchisee shall submit to Franchisor, within thirty (30) days of the end of each month, un–audited statements of profit and loss of the Plant for the preceding month and year to date, and, within ninety (90) days from the close of Master Franchisee's fiscal year, a profit and loss statement and a balance sheet from the close of each such year, each prepared in accordance with ()ese accounting system. If requested by Franchisor, the year–end financial statements shall be audited by licensed auditing company designated by Franchisor.

12. INFORMATION FROM SUPPLIERS

The Master Franchisee agrees that Franchisor may receive information directly from the Master Franchisee's suppliers with regard to the purchase of supplies, materials, equipments, tools, and merchandise. The signing of this Agreement is deemed sufficient authorization and/or release necessary to obtain such information.

13. MANUALS

Franchisor will provide a Confidential Operations Manual containing mandatory and suggested standards, standard operating procedures and rules prescribed from time to time by the Franchisor, and a Service Manual containing mandatory and suggested methods, procedures and specifications. The Service Manual shall be deemed part of the Confidential Operations Manual. These manuals are "on loan" to Master Franchisee for the term of this Agreement and must be returned upon termination or expiration of this Agreement. Master Franchisee shall not, at any time, copy, duplicate, record or otherwise reproduce the foregoing materials, in whole or in part, nor otherwise make the same available to any unauthorized person(s) (Except the case where the Master Franchisee

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

provide these Manuals to its Franchisee). These manuals shall, at all times, remain the sole property of Franchisor and shall, at all times, be kept in a secure place on the Premises. Master Franchisee shall, at all times insure that the manuals are kept current and up to date. In the event of any dispute as to the contents of the manuals, the terms of the master copies of the manuals maintained by Franchisor at Franchisor's home office shall be prevailed. The Franchisor will have the right to add to and make operations updates to promote the uniform and efficient operation of all Plant, provided that no such additions or modifications will alter the Master Franchisee's fundamental status and rights under this Agreement. The Master Franchisee agrees to comply with the provisions of such manuals and operations updates. The term "Confidential Operations Manual" also includes alternative or supplemental means of communicating such information by other media which specifically reference that they are to be considered to be part of the Confidential Operations Manual, including bulletins, e-mails, videotapes, audio tapes, compact discs, computer diskettes and CD ROMs.

14. MASTER FRANCHISEE, MANAGER AND EMPLOYEES

1) The Plant shall at all times be under the direct supervision of a Plant Manager (who may be the Master Franchisee) who has completed Franchisor's training program to Franchisor's specifications, and devotes his/her full time and effort, during business hours, to the management of the Plant.

3) The Master Franchisee, any individual owners, partners, officers, stockholders (for the purposes of Subparagraphs (b), (c) and (d) hereof, collectively defined as "Confidants"), acknowledge that, pursuant to this Agreement, they may have access to confidential information including, without limitation, information regarding the promotional, operational, sales and marketing methods and techniques of Franchisor and the Franchisor's System, and accordingly covenant that during the term of this Agreement, except as otherwise approved in writing by Franchisor, Confidants will not, either directly or indirectly, for themselves or through, on behalf of or in conjunction with any person, persons or legal entity:

① Divert, or attempt to divert any business, or customer of the business franchised under this Agreement, to any competitor or to any other party running similar type of service, by direct or indirect inducement or otherwise, or do or perform, directly or indirectly, any other act injurious or prejudicial to the good will associated with the proprietary Marks and the Franchisor's System;

② Employ or seek to employ any person who was, during the one (1) year prior thereto, employed by Franchisor or by any other franchisee of Franchisor, or otherwise induce, directly or indirectly, or seek to induce such person to leave his or her employment; or

③ Own, maintain, advise, help, invest in or make loans to, be employed by, engage in or have any interest in any business (including any business operated by Master Franchisee prior to entry into the Agreement) specializing, in whole or in part, in operating a Plant which sells the same or similar types of service as Franchisor or any of its franchisees.

3) Confidants shall hold in confidence the Franchisor's System, and all parts thereof, and shall not disclose the Franchisor's System, or any part thereof, to any person, entity, firm or corporation. It is understood and agreed that the Franchisor's System is a program of accounting, identification, schemes, specifications, standards, management systems, techniques, service standard and provided procedure, financial information, and business operations and procedures that would, if used by other persons, firms or corporations, give such other persons, firms or corporations a substantial competitive advantage that is presently enjoyed by Franchisor.

4) Master Franchisee shall cause any person who is actively involved in the management of the Plant at the time of employment, to enter into a "Confidentiality and Non-Competition Agreement" in the form recommended from time to time by Franchisor.

15. INSURANCE

1) Not later than 10 days before commenced date of Plant's business, Master Franchisee shall purchase and, at all times during the term of the Agreement shall maintain in full force and effect, policies of insurance for, including but not limited to Plant, machinery, anti fire, explosion, ... for protection of property and health - security of people as required by ()ese law or as a case may be necessary, from time to time required by the Franchisor, and copies of these documents must be submitted to the Franchisor.

2) Should Master Franchisee fail, or neglect to obtain or maintain, in continuous full force and effect, the insurance coverage required by this Agreement, or by the terms and conditions of the Lease then, and in such event, at its exclusive option and without prior notice to Master Franchisee, Franchisor may purchase and obtain the required insurance coverage, and Master Franchisee hereby specifically agrees to pay to Franchisor its costs and expenses in purchasing, obtaining and maintaining such coverage.

16. PROPRIETARY MARKS AND INTERNET

1) Master Franchisee acknowledges that Franchisor's affiliate is the owner of all right, title and interest in and to the Licensed Marks. Franchisor has obtained the right from its affiliate to license Master Franchisee to use the Licensed Marks, in accordance with the terms and conditions of this Agreement.

Master Franchisee's unauthorized use of any of the Licensed Marks constitutes a breach of this Agreement and an infringement of Franchisor's affiliate's rights to the Licensed Marks.

2) Master Franchisee agrees to use each such Licensed Mark only in compliance with rules prescribed from time to time by Franchisor. Master Franchisee shall not use any of the Licensed Marks as part of any corporate name, designs or symbols (other than logos licensed to Master Franchisee hereunder).

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

3) Master Franchisee shall immediately notify Franchisor of any apparent infringement or challenge to Master Franchisee's use of the Licensed Marks.

Franchisor shall have sole discretion to take such action as it deems appropriate.

4) All provisions of this Agreement applicable to the Licensed Marks, shall apply to any trade names, trade and service marks, logos and other commercial symbols, and any patents or copyrights hereafter licensed to Master Franchisee by Franchisor.

5) Master Franchisee may not maintain a World Wide Web site or otherwise maintain a presence or advertise on the Internet or any other public computer network in connection with the franchised business without Franchisors prior written approval, which Franchisor may withhold for any reason or no reason.

Master Franchisee agrees to submit to Franchisor for approval before use true and correct printouts of all Web site pages Master Franchisee proposes to use in its Web site in connection with the franchised business.

17. USE OF LICENSED MARKS

1) Franchisor shall have the right to control, and Master Franchisee hereby grants to Franchisor the right to control the form and manner in which the Licensed Marks are used by Master Franchisee upon, or in connection with, any and all stationery, business cards, advertisements, press releases, brochures, coupons, packages, labels, tags or other printed material used in the advertising or sale of Master Franchisee's services or products. At all time, such above things mentioned bearing Licensed Mark must be clearly stated its sources with statement as "Trademark (or Service Mark) of [Name of Franchisor/ owner]"

2) The Licensed Marks, where it is reasonable to do so, shall be composed of capital letters entirely or otherwise distinguished from the accompanying text to make clear that the word is a service mark and/or trademark. Master Franchisee agrees to apply appropriate trademark notices as prescribed under law. An encircled capital letter "R" shall be used next to those Licensed Marks which are registered and are being used by the Franchisor;

18. IMPROPER USE

The Master Franchisee shall immediately report, in writing to Franchisor, any unauthorized use of any Franchisor Mark which comes to the Master Franchisee's attention. Franchisor shall have complete authority relating to the conduct of all proceedings involving its Marks to which it is a party. The Master Franchisee shall, if requested by Franchisor, cooperate with Franchisor in precluding the unauthorized use of any Marks

19. INITIAL FRANCHISE FEE

Initial Fee shall be charged for the any Plant established by Master Franchisee and Franchisee where Master Franchisee is responsible to Franchisor as follows:

- For the Plant owned by the Master Franchisee, this Initial Fee shall be ___20,000___ Dollars.
- For the Plant owned by Franchisee, this Initial Fee shall be ___7,000___ Dollars. Provided that the initial fee paid by Franchisee to the Master Franchisee shall be higher than initial fee paid by Master Franchisee to Franchisor as above mention but it must be approved by the Franchisor from time to time when Master Franchisee sign Sub–Franchise agreement.

The Initial Franchise Fee shall exclude any kind of tax, fee, bank charge to be paid to the Government of () or related parties as stipulated by ()ese Law or such parties. This Initial Fee shall be paid in full within __5__ days from signing date of this Agreement or Sub–Franchise Agreement.

20. SYSTEMS FEE (ROYALTY)

1) Master Franchisee agrees to pay Franchisor a Systems Fee ("Royalty") of _____ percent and of _____ percent of the gross revenues derived by, from, in or through the Plant owned by Master Franchisee and Franchisee correlatively, payable weekly by Tuesday of each week on gross revenues for the preceding calendar week (i.e. Monday through Sunday period), together with a sales report showing the computation thereof on such forms or reports as Franchisor shall designate or require. Provided that, royalty charged for sub–franchise shall be not more than _____ percent of the gross revenues and approved by the Franchisor when signing the Sub–Franchise Agreement.

TheMaster Franchisee shall be on behalf, be responsible to make payment of all total Royalty and submit related report to the Franchisor as above mentioned.

2) The term "gross revenues" shall, for all purposes of this Agreement, mean the total revenues from all sales made by, from, in or through the Plant, excluding VAT as stipulated by law to be paid to the Government.

3) The minimum Royalty amount shall be applicable after the first 12 month period ("year") from signing this Agreement as follows:

| | |
|------------------|-------------------|
| Years 2 and 3 | \$300 per month |
| Year 4 | \$600 per month |
| Year 5 | \$800 per month |
| Year 6 and after | \$1,000 per month |

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

4) Master Franchisee's failure to pay Royalties and other amounts due hereunder shall bear interest at highest rate as permitted by law and constitutes grounds for termination of this Agreement, as provided in Paragraph 24.

5) The Royalty and advertising fee are not refundable under any circumstances.

6) Any payment or contribution made by Master Franchisee to Franchisor shall be excluded any tax or fee that must pay to the Government as stipulated under ()ese law and shall be born by Master Franchisee or Franchisee.

21. ADVERTISING FEES

1) In addition to the Royalty described in the preceding paragraph, Franchisor may require Master Franchisee and Franchisee to pay to Franchisor as a contribution to the Advertising Fund, on Tuesday of each week, a sum equal to one percent (1%) of gross revenues during the preceding calendar week. The weekly advertising fee may be raised, but not more than two percent (2%) for a total of three percent (3%).

2) Franchisor may, in its sole discretion, establish and administer a fund ("the Advertising Fund") for the creation and development of advertising, marketing and related programs. Franchisor will have sole discretion over all aspects of programs financed by the Advertising Fund, including creative concepts, media, materials and endorsements of marketing and advertising programs.

3) Master Franchisee and Franchisee must spend on advertising and promoting the Plant at least one percent (1%) of gross revenues (or such lesser amount as Franchisor may establish from time to time) during each calendar quarter beginning on the date of this Agreement as direction provided by Franchisor for permanent on-premises signs, lighting, delivery vehicle signage, premiums, discounts, and employee incentive programs.

4) Master Franchisee shall not engage in any advertising program or use any other advertising relating to franchise without prior consent of Franchisor.

22. PURCHASE OF SUPPLIES

Master Franchisee shall purchase all tools, equipments, uniforms, packaging materials, forms and other supplies, from suppliers, contractors and purveyors approved in writing by Franchisor.

Franchisor shall have the right to require, as a condition of its approval, that its representative be permitted to inspect the supplier, contractor or purveyor's facilities, and that samples be delivered, at Franchisor's option, to Franchisor for testing, and that such samples demonstrate, to Franchisor's satisfaction, an ability to meet Franchisor's standards and specifications. A charge, not to exceed the cost of such inspection and testing, shall be paid by the Master Franchisee or by the supplier, contractor or purveyor seeking approval, and Franchisor shall not be liable for damage to any sample that may result from the testing process.

23. INSPECTION

1) To determine whether Master Franchisee is complying with this Agreement including all operational standards of the Confidential Operations Manual, Franchisor, through its employees, accountants, attorneys and any other agents named by Franchisor, shall have the right, at any time during business hours, and without prior notice to Master Franchisee, to enter the Plant and inspect same. Such rights of inspection shall include the right to:

① Visually inspect and observe the Plant;

② Observe and video tape the operation of the Plant for such consecutive or intermittent periods as Franchisor deems appropriate;

③ Interview personnel and guests of the Plant;

④ Inspect and copy any books, records and documents relating to the operation of the Plant, including all accounting and employee records and books of account. To audit, or cause to be audited Master Franchisee's books and records, including sales reports and financial statements

2) Franchisor shall notify Master Franchisee, in writing, of any deficiencies which are disclosed by such inspections, and may notify Master Franchisee of problems which are brought to Franchisor's attention.

3) Master Franchisee shall correct at its own expense any deficiencies or problems within seven (7) days of receipt of notice of deficiency or problem, unless same pertain to violations of a health, sanitation or safety law or ordinance, in which case such violation will be corrected immediately, but in all events within twenty-four (24) hours.

4) Such inspections shall be made at Franchisor's expense, provided that if Franchisor makes more than one inspection within any twelve (12) month period during the term of this Agreement in connection with Master Franchisee's failure to comply with this Agreement, Franchisor shall have the right to charge Master Franchisee for the costs of making all further inspections in connection with such failure to comply including, without limitation, travel expenses, room and board and compensation of Franchisor's employees.

24. DEFAULT AND TERMINATION

1) Immediate Termination. Master Franchisee shall be in material breach of this Agreement, and this Agreement will automatically terminate without notice, at Franchisor's discretion, if Master Franchisee becomes insolvent by reason of its inability to pay its debts as they mature; if Master Franchisee is adjudicated bankrupt or insolvent; if Master Franchisee files a petition in bankruptcy, reorganization or similar proceedings under the bankruptcy laws of () or has such a petition filed against it which is not discharged within 30 days; if Master Franchisee requests the appointment of a receiver or makes a general assignment for the benefit of creditors; if final judgment against Master Franchisee

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

in the amount of \$25,000 or more remains unsatisfied of record for 30days or longer; if execution is levied against Master Franchisee's business or property; if suit is filed to foreclose any lien or mortgage against any of Master Franchisee's as sets and such suit is not dismissed within 30days; or if Master Franchisee voluntarily dissolves or liquidates or has a petition filed for corporate or partnership dissolution and such petition is not dismissed within 30days.

2) Termination Upon Notice. In addition to Franchisor's right to terminate pursuant to other provisions of this Agreement and under applicable law, Franchisor has the right to terminate this Agreement, effective upon delivery of notice of termination to Master Franchisee, if Master Franchisee:

- ① abandons or fails to actively operate the Plant for 7 consecutive days without prior consent of Franchisor (except national holidays as stipulated by ()ese laws);
- ② surrenders or transfers control of the operation of the Plant without Franchisor's prior consent;
- ③ makes any material misstatement or omission in an application for Plant or in any other information provided to Franchisor;
- ④ suffers cancellation or termination of the lease or sublease for the Plant;
- ⑤ is convicted of, or pleads no contest to, a felony or other crime or offense that Franchisor reasonably believes may adversely affect the goodwill associated with the Licensed Marks;
- ⑥ makes an unauthorized transfer of this Agreement;
- ⑦ makes any unauthorized use or disclosure of any confidential information or uses, duplicates or discloses any portion of the Confidential Operations Manual in violation of this Agreement;
- ⑧ fails or refuses to comply with any mandatory specification, standard or operating procedure prescribed by Franchisor relating to the cleanliness or sanitation of the Plant or violates any health, safety or sanitation law, ordinance or regulation and does not correct such failure or refusal within 24 hours after written notice thereof is delivered to Master Franchisee;
- ⑨ fails to report accurately gross revenues or to make payment of any amounts due Franchisor or any of Franchisor's affiliates, and does not correct such failure within 10 days after written notice of such failure is delivered to Master Franchisee;
- ⑩ fails to make a timely payment of any amount due to a supplier unaffiliated with Franchisor (other than payments which are subject to bona fide dispute), and does not correct such failure within 30 days after Franchisor delivers to Master Franchisee notice of such failure to comply;
- ⑪ fails to comply with any other provision of this Agreement, or any other franchise agreements with Franchisor or its affiliates, or any mandatory specification, standard or operating procedure prescribed by Franchisor and does not correct such failure within 30 days after notice of such failure to comply is delivered to Master Franchisee; or
- ⑫ fails on 3 or more separate occasions within any period of 12 consecutive months to submit when due reports or other data, information or supporting records or to pay when due Royalties,

contributions to the Advertising Fund or other payments due Franchisor, any of Franchisor's affiliates or any unaffiliated suppliers or otherwise fails to comply with this Agreement, whether or not such failure is corrected after notice is delivered to Master Franchisee.

25. OTHER PROVISIONS

1) Governing law: Provisions of this Agreement shall be implemented and interpreted by the parties in accordance with Laws of (). In case where there are no such Laws of () governing a particular matter relating to this Agreement, reference shall be made to those generally accepted international legal principles and practices, provided that there has been no conflict to the basic principles of the Laws of ().

2) Dispute settlement: All disputes, controversies, or differences which may arise between the Parties, out of or in relation to or in connection with this Agreement, or for the breach hereof, shall be finally settled by authority court at location of the Plant in accordance with prevailing regulation.

3) All records and documents relating to this Agreement shall be prepared in the ()ese, English. All communications between the Parties under or in connection with this Agreement shall be made in English and ()ese.

4) In the event any term or provision of this Agreement shall for any reason be invalid, illegal or unenforceable in any respect such invalidity, illegality or unenforceability shall not affect any other term or provision of this Agreement and this Agreement shall be interpreted and construed as if such term or provision, to the extent unenforceable, had never been contained in this Agreement.

5) This Agreement supersedes all previous representations, understandings or agreements including the MOU, oral or written, between the Parties with respect to the subject matter hereof, and together with the exhibits hereto and the agreements and documents contemplated hereby contains the entire understanding of the Parties as to the terms and conditions of their relationship.

6) This Agreement is signed on four (4) pairs of the original copy, each pair of the original copy shall be prepared in both ()ese and English: two (2) pairs of the original copy shall be retained by two (2) Parties. In the event of any conflicts among the ()ese and the English version of the Agreement, the Parties agree that the English version will prevail.

IN WITNESS WHEREOF, this Agreement is signed by duly authorized representatives of Parties and comes into effect as of signing date.

For & on Behalf of
FRANCHISOR

Name:

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

Title:

For & on Behalf of
MASTER FRANCHISEE

Name:

Title:



TIP

- 상기 가맹계약서(샘플)의 영문판은 kotra. 프랜차이즈 해외진출가이드(베트남) 부록편을 참조하여, 진출 국가에 따라 일부 차이가 있을 수 있어 참조만 하길 권함
- 상기 가맹계약서(샘플)는 일반적이고 전형적인 것으로 참조만 하여야 하며 본 기관은 어떠한 책임도 없음을 고지함
- 실제 계약서 작성이나 계약체결 시에는 법률전문가의 자문을 받아야 함

(3) 계약서 부속서류

- 본 계약과 더불어 계약의 신뢰성 확보와 계약내용을 명확하게 하기 위하여 계약서 외에 추가 문서를 받기도 함
 - 개인 보증서 : 개인 보증서는 프랜차이즈 가맹점이 법인일 경우, 법인의 각 주주가 계약서상의 책임과 의무를 분담할 것을 서명한 문서임. 각 주주가 서명한 개인 보증서 사본은 일반적으로 프랜차이즈 계약서에 첨부됨
 - 임대 계약의 승계 옵션 : 가맹본부와 가맹점과의 계약이 종료될 경우에 가맹점이 건물/토지 주인과 체결했던 임대 계약상의 임차인 자격을 가맹본부가 승계할 수 있는 옵션을 기재
 - 종업원에 대한 경쟁적 상행위 금지와 비밀 공개 금지 약정 : 프랜차이즈에 속한 모든 종업원이 이 약정을 지켜야 하는데, 종업원은 자신에게 공개되었던 모든 정보의 비밀을 지켜져야 하며, 퇴직 후 근무하던 프랜차이즈와 경쟁적인 상행위를 할 수 없음(non-competition restriction)
 - 가맹점의 사전 합의 금액 지불 승인 : 이 승인을 근거로 본사는 가맹점이 지불하기로 한 로열티와 기타 수수료를 가맹점의 구좌에서 가맹점의 동의를 따로 얻지 않고도 직접 인출할 수 있음
 - 종합적인 면책 : 이 문서는 가맹점이 프랜차이즈 계약을 이전, 양도 또는 갱신할 때 서명하는데, 이는 가맹점이 본사에 대해 갖고 있던 기존의 모든 권리와 주장을 면제시켜준다는 내용임. 종합적인 면책은 일반적으로 본사가 가맹점에 프랜차이즈 계약의 이전이나 양도 또는 갱신을 승인할 때 요구됨

3. 상표등록 등 지식재산권

가. 지식재산권 법률과 제도

(1) 대만 지식재산권 관련 법률과 제도

(가) 지식재산권 개요

- 대만 경제부(Ministry of Economic Affairs) 산하의 '특허청(Taiwan Intellectual Property Office 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw)'에서 지식재산권 업무를 관할하고 있음
- 대만에서는 발명(특허)뿐만 아니라 실용신안(신형) 및 디자인(설계)도 모두 '전리법(專利法)'에서 규율하고 있음. 우리나라와는 실용신안이나 디자인의 보호를 위한 별도의 법률이 존재하지만, 대만은 관련한 내용이 '전리법(專利法)'에 포함되어 있음. '專利'는 번역하면 통상 '특허'라고 하나, 실질적인 의미는 우리의 '특허' 개념보다는 넓은 개념으로 우리의 특허법, 실용신안법 및 디자인보호법에 해당함
- 대만 '상표법'은 상품 또는 서비스의 출처를 식별할 수 있는 표지는 모두 상표권의 보호 대상으로 하고 있음. 2003년 법 개정에서는 단일한 색의 상표, 입체상표 및 소리상표를 보호대상에 포함시켰으며, 2011년 6월 법 개정에서는 동작상표, 홀로그램 등도 보호대상에 포함시켜, 식별력이 있다면 어떠한 것이라도 상표로 등록 출원할 수 있도록 하고 있음. "상표"는 브랜드라고도 하며, 제공된 특정 상품 또는 서비스의 출처를 식별하기 위하여 사용됨. 혼동을 피하고, 상표권 보유자의 권리와 소비자의 이익을 보호하며, 부정 경쟁을 방지하고, 또한 산업 또는 상업의 발전을 돕기 위하여, '상표법'은 상표 출원을 할 수 없는 조건을 명확하게 규정하고 있으며, 타인의 등록된 상표를 도용하는 것을 금지하고 있음
- 지재권 법률 개정현황
 - 현재 적용되고 있는 전리법은 2014년 3월 24일, 상표법은 2012년 7월 1일에 대폭 개정되어 시행되고 있음
 - 특히 전리법의 경우 2013년 1월 1일 시행 법률에서 가장 큰 폭의 개정이 됨. 2013년 6월 23일 법 개정에서는 특허와 실용신안 사이의 이중출원제도를 변경하여 '이중출원'에 대하여 특허결정 시에 주무관청의 명령에 의하여 특허를 선택한 경우 '권리가 부여된 실용신안권은 처음부터 존재하지 않았다'고 한 간주규정을 '권리가 부여된 실용신안권은 특허공고 시에 소멸한다'로 변경함. 또한 권리침해 시 '3배징벌적배상금'제도가 다시 부활함
 - 2014년 1월 22일에 개정이 이루어져 2014년 3월 24일부터 시행되는 법에서는 주로 특허권 침해에 대한 국경단속의 강화를 위하여 제97조의1 내지 제97조의4 규정을 추가함

(나) 전리법(專利法)

- 대만에서는 특허권(발명전리), 실용신안권(신형전리), 디자인권(설계전리)의 권리취득 등을 정하는 법률로 전리법(專利法)이라는 법률을 두고 있음

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 대만 특허 제도의 특징

① 선출원주의

발명의 과정에 관계없이, 동일한 발명이 둘 이상의 특허로 출원된 경우 최초 출원만이 특허 받을 수 있음. 동일한 사람에 의해 동일한 날에 출원되었는지의 여부에 관계없이, 또는 실질 심사가 청구되었는지의 여부에 관계없이, 동일한 발명에 대해 둘 이상이 출원된 경우 최초 출원만이 발명 특허로서 허용됨

② 발명 특허 출원에 대한 공개 제도

출원된 모든 특허(invention) 출원은, 발명의 공개를 금지하는 조건에 해당하지 않는 경우에, 출원일로부터 18개월 후에 공개됨(출원공개제도). 실용신안이나 디자인은 이러한 공개제도가 없음

③ 발명 특허 출원에 대한 실질 심사

출원된 모든 특허 출원은 실질 심사에 대한 청구가 있는 경우에만 기술 심사를 실시하게 됨. 심사청구가 없는 경우에, 그 발명 출원은 실질심사를 하지 않음

④ 실용신안에 대한 형식심사

대만 특허청은 신규 실용신안등록 출원에 대해 실질심사 없이, 형식심사를 거쳐 특허가 허용됨

⑤ 조약 우선권 주장

WTO의 회원국에서 또는 대만 국민에게 상호주의를 기초로 우선권을 주장 하는 것을 허용하는 국가에서 최초로 적법하게 출원하고 상기 외국에서의 최초 특허출원의 출원일로부터 12개월(디자인의 경우에 6개월) 내에 대만에서 동일 기술에 대해 자신의 이름으로 특허 출원을 한 특허출원인은 외국 출원의 출원일을 우선일로 주장할 수 있음

대만은 WTO와 같은 국제기구에 계속 가입을 하고 있다. 1994년부터, 대만은 다음 13개 국가와 특허권의 상호 인정에 관한 양해각서를 교환 서명함(*호주, 독일, 스위스, 일본, 미국, 프랑스, 리히텐슈타인, 영국, 오스트리아, 뉴질랜드, 네덜란드, 엘살바도르, 파라과이)

○ 전리법의 보호대상

- 발명 : 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작(전리법 제21조)
- 실용신안 : 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작 가운데 물품의 형상, 구조 또는 그 조합에 관한 창작(전리법 제104조)
- 디자인 : 물품의 전부 또는 일부의 형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합으로 시각에 호소하는 창작 물품에 응용하기 위한 컴퓨터 아이콘(icons) 그래픽 유저 인터페이스(GUI) 및 한 벌의 물품

○ 보호를 받기 위한 요건

- 특허, 실용신안 및 디자인의 등록요건으로서 '산업상의 이용가능성(디자인은 산업상의 이용성)', '신규성' 및 '진보성(디자인은 창작성)' 등이 요구됨
- 다만 이들 요건을 충족한 것이 모두 권리를 취득하는 것은 아니고, '선출원주의'를 충족하여야 하며, 권리를 부여할 수 없는 발명, 고안 또는 디자인에 해당하지 않아야 함
- 다만 실용신안등록 출원에 대하여는 권리부여의 심사단계에서 산업상의 이용가능성, 신규성, 진보성 등의 실제심사를 하지 않음. 즉 별도의 일정 형식 요건을 충족하고 있는지 여부만을 판단하여 권리부여의 가부를 결정함. 고안이 산업상의 이용가능성, 신규성, 진보성 등의 요건을 충족하지 못했다면 등록 후 심판절차를 통하여 그 등록을 취소하는 방식을 취하고 있음

표 3-5 출원 상의 제도 비교

| | 실체심사 | 출원공개 | 심사청구 |
|------|------|------|------|
| 발명특허 | O | O | O |
| 실용신안 | X | X | X |
| 디자인 | O | X | X |

[자료: 해외지식재산권 보호가이드북(대만)2006(특허청해외지식재산권보호센터)]

- 권리를 받을 수 없는 발명, 고안 또는 디자인 아래의 어느 것에 해당하는 것은 특허권을 받을 수 없음
 1. 동물, 식물 및 동물이나 식물을 생산하는 생물학적인 방법. 단 미생물학적인 생산방법은 그러하지 않다.
 2. 인체 또는 동물의 진단, 치료 또는 외과수술의 방법
 3. 공서양속을 해하는 것
- 권리를 받을 수 없는 실용신안 전리법 제105조 실용신안이 공서양속을 해하는 경우에는 실용신안등 록을 받을 수 없음
 1. 오로지 기능상 불가결한 설계로 이루어진 물품 조형
 2. 오로지 기술적 창작
 3. 집적회로의 회로배치 및 전자회로의 배치
 4. 공서양속을 해하는 것

○ 절차

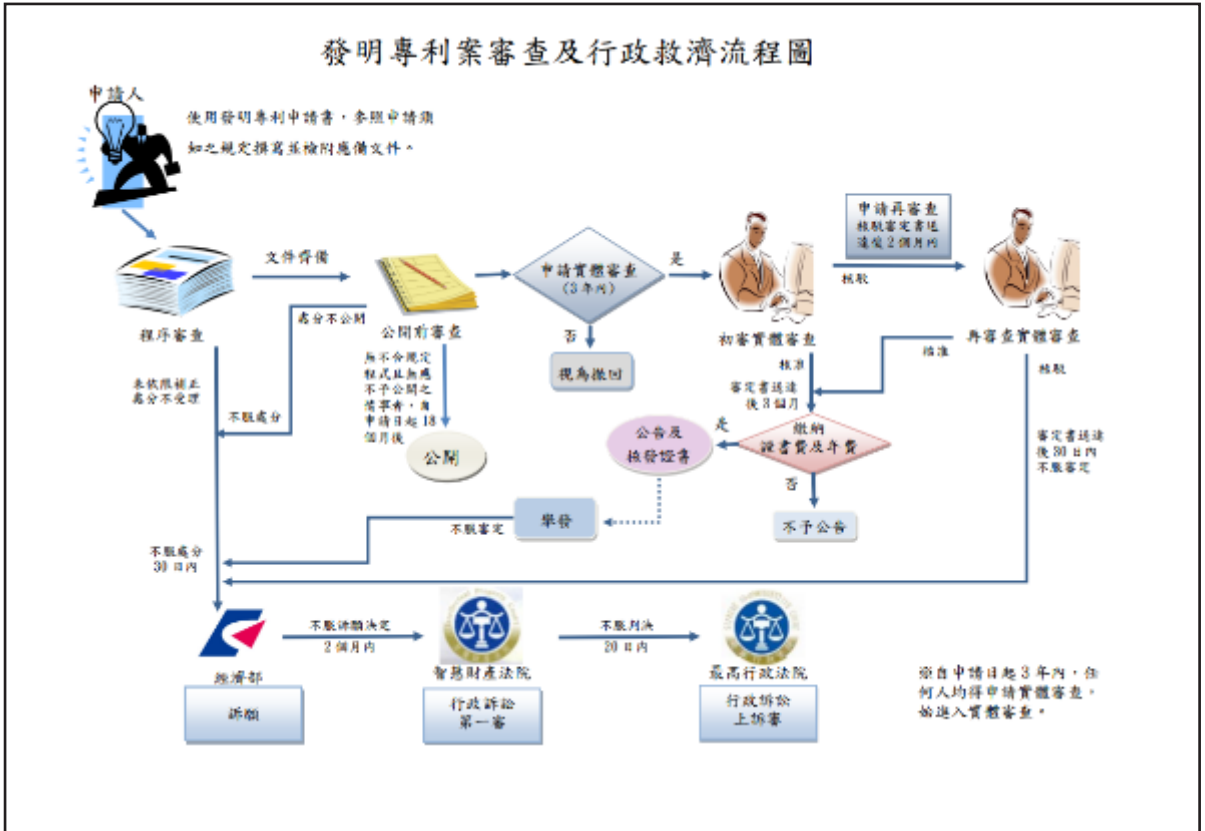
특허권, 실용신안권 또는 디자인권을 취득하기 위해서는 대만 특허청에 출원하고, 필요한 요건을 충족하였는지 심사를 받아야 함

- ① 주무관청 : 대만 특허청, 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw
- ② 대리인 : 대만에 주소 또는 영업소가 없는 자는 대만 특허청에서 출원 등의 절차를 밟을 때에는 대만 대리인에 위임하여 이를 진행하여야 하며, 대리인은 법률에 별도의 규정이 있는 경우를 제외하고, 專利師(우리의 변리사에 해당함)의 자격을 가진 자 중에서 선임하여야 함. 대만 특허청 홈페이지에는 전리사의 명부 및 연락처가 공개되어 있음

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 발명 특허 심사 및 행정 구제

그림 3-5 발명 특허 심사 및 행정 구제 흐름도



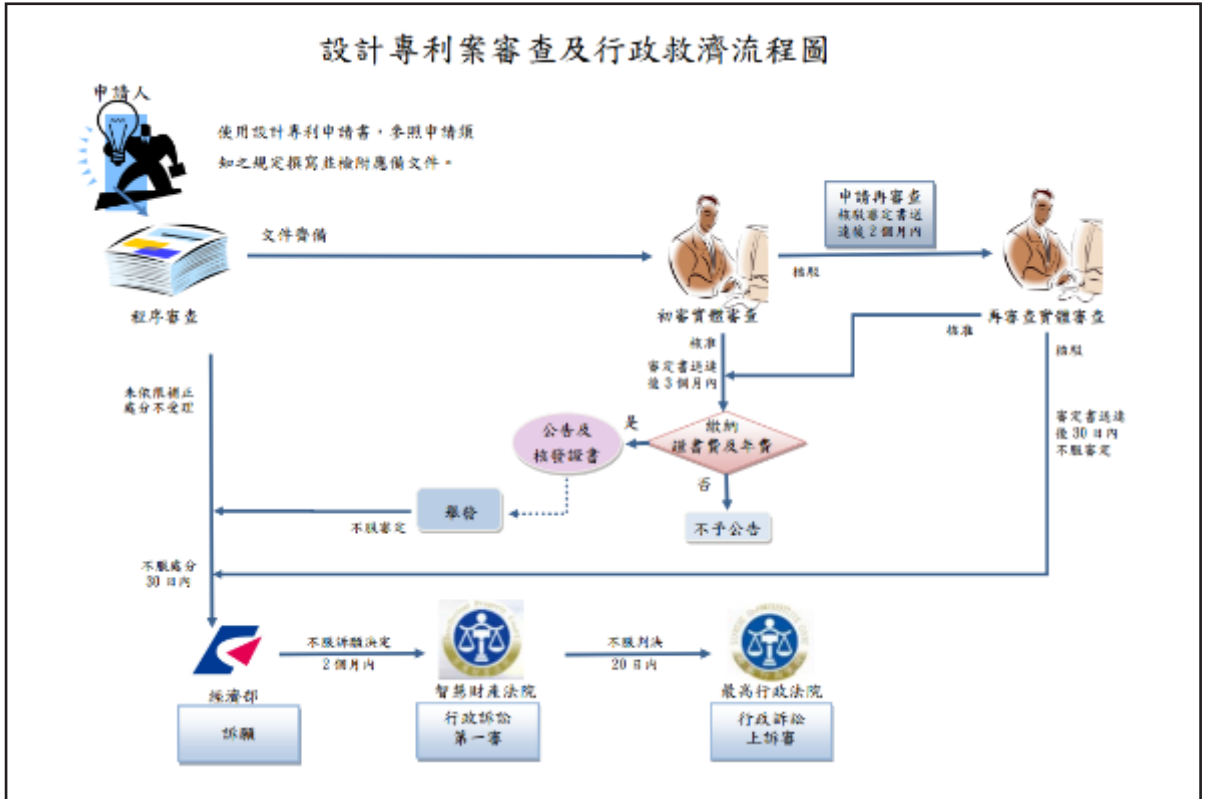
참조. 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw

- 발명 특허 출원은 비정규 절차가 없고 절차 심사 후 공개하지 말아야 할 사정이없는 경우 출원일로부터 18 개월 후에 공표함
- 발명 특허 출원일로부터 3 년 이내에 누구나 실제 심사에 들어가기 전에 실제 심사를 신청할 수 있음
- 발명 특허 출원이 승인 된 경우 출원인은 심사 승인서 교부 후 3 개월 이내, 인증 수수료 및 특허 연회비 납부 후 공고하여야 함
- 발명 특허 출원은 예비 심사 후 기각 된 것으로 간주되며, 심사에 불만이 있는 경우 심사 송달 후 2 개월 이내에 재심사를 신청할 수 있음
- 발명의 재심 신청은 재심 후 기각된 것으로 간주되며, 신청자가 심사에 불만이 있는 경우 심사 전달 후 30일 이내에 행정 구제를 신청할 수 있음

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 디자인 특허 심사 및 행정 구제 프로세스

그림 3-7 디자인 특허 심사 및 행정 구제 프로세스 흐름도



참조. 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw

- 디자인 특허 출원이 승인 된 경우, 출원인은 승인서 교부 후 3 개월 이내에 인증서 수수료와 특허 연회비를 지불 한 후 공고 해야함
- 디자인 특허 출원은 예비 심사를 거쳐 심사 및 기각되었으며 심사에 불만족 할 경우 심사 후 2 개월 이내에 재심사를 시작 할 수 있음
- 디자인 재심 신청은 재심 후 기각 된 것으로 간주하며, 심사에 불만이 있는 경우 심사 전달 후 30 일 이내에 행정 구제를 신청할 수 있음

(나) 상표법

- 대만 상표법은 상품 또는 서비스의 출처를 식별할 수 있는 표지는 모두 상표권의 보호 대상으로 하고 있음. 2003년 법 개정에서는 단일한 색의 상표, 입체상표 및 소리상표를 보호대상에 포함시켰으며, 2011년 6월 법 개정에서는 동작상표, 홀로그램 등도 보호대상에 포함시켜, 식별력이 있다면 어떠한 것이라도 상표로 등록 출원할 수 있도록 함

○ 상표법의 보호대상

대만 상표법에서는 상표, 증명표장, 단체표장, 단체상표를 보호대상으로 정하고 있으며, 이들 표지는 어느 것이나 식별력을 갖고 있는 것이어야 함

- 상표법의 보호대상(상표) : 식별력을 갖춘 표지로, 문자나 도형, 색채, 입체형상, 동작, 홀로그램, 소리 또는 그 결합에 의하여 구성하는 것
- 상표법의 보호대상(증명표장) : 타인의 상품 또는 서비스의 특정한 품질, 정밀도, 원료, 제조방법, 산지 기타를 증명하고, 이에 의하여 증명되지 않는 상품 또는 서비스와 구별되도록 할 수 있는 표지
- 상표법의 보호대상(단체표장) : 법인자격을 가진 동업조합, 협회 기타 단체가 그 회원의 회원자격을 표창하고, 이에 의하여 해당 단체의 회원이 아닌 자와 구별되도록 할 수 있는 표지
- 상표법의 보호대상(업무표장) : 법인자격을 가진 동업조합, 협회 기타 단체가 그 회원이 제공하는 상품 또는 서비스를 표시하고, 이에 의하여 해당 단체의 회원이 아닌 자와 구별되도록 할 수 있는 표지

○ 보호를 받기 위한 요건

상표의 등록요건은 적극적 요건과 소극적 요건으로 나뉘며, 이들 요건을 충족하면 등록을 받을 수 있음

① 적극적 요건

- 식별력 : 식별력이란 상품 또는 서비스의 관련 소비자에게 지시하는 상품 또는 서비스의 공급처를 인식시키고, 타인의 상품 또는 서비스와 구별할 수 있는 것을 말함. 그 상표로 상품 또는 서비스의 출처를 표시하고, 타인의 상품 또는 서비스와 구별시킬 수 있는 특성이 있으면 식별력을 갖는 것으로 봄. 즉 어떤 표지가 출처표시, 자타식별이라는 기능을 발휘할 수 있으면 식별력을 갖는 것으로 보며, 적극적 등록요건을 충족하는 것으로 인정함
- 식별력이 없는 상표 : 별력이 없는 상표로 '설명성 상표', '통용표장 또는 통용명칭' 및 기타의 세 가지를 규정하고 있음
 1. 지정한 상품 또는 서비스의 품질, 용도, 원료, 산지 또는 관련성을 묘사하는 설명만으로 구성된 것
 2. 지정한 상품 또는 서비스의 관용표장 또는 명칭만으로 구성된 것
 3. 기타 식별력을 갖고 있지 않은 표지만으로 구성된 것
- 사용에 의한 식별력(후천적 식별력) : 설명성 상표(기술적 상표)나 식별력을 갖고 있지 않은 표지만으로 구성된 상표인 경우, 본질적으로는 상표로서 식별력을 갖고 있지 않으나, 거래, 판매 등 실제의 사용에 의하여 상품, 서비스의 출처표시로서 인식되면 예외적으로 후발적 식별력을 획득하고 있는 것으로 인정되어 등록을 받을 수 있음

② 소극적 등록요건

- 아래의 요건(상표법 제30조 제1항)에 해당하는 경우에는 상표 등록을 받을 수 없음. 이들 요건은 절대적 부등록사유와 상대적 부등록사유로 나뉘는데, 전자에는 기능성을 갖는 것과 공익성을 갖는 것이 포함되고, 후자에는 타인의 권리와 충돌하는 경우가 포함됨
- 상표의 부등록 사유
 - 제1호 : 상품 또는 서비스의 기능을 발휘하기 위하여 필요한 것
 - 제2호 : 대만의 국기, 국의 문장, 국새, 군기, 군의 휘장, 인장, 훈장 또는 외국의 국기 또는 세계무역기관의 기맹국이 파리 협약 제6조의3 제3호에 따라 통지한 외국의 문장, 국새 또는 국가의 휘장과 동일 또는 유사한 것
 - 제3호 : 국부(孫逸仙) 또는 국가원수의 초상 또는 성명과 동일한 것
 - 제4호 : 대만의 정부조직 또는 그가 주최하는 박람회의 표장 또는 이들이 수여하는 표창장 등과 동일 또는 유사한 것
 - 제5호 : 국제적인 정부조직 또는 대외 내외의 저명하고 공익적 성질을 갖춘 조직의 휘장, 기, 기타 기장, 약어, 명칭과 동일 또는 유사한 것으로 공중이 오인, 오신할 우려가 있는 것

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 제6호 : 국내외에서 품질관리 또는 검증을 표시하기 위하여 이용하는 국가의 표지, 마크와 동일 또는 유사한 것으로 동일 또는 유사한 상품 또는 서비스에 사용하는 것
- 제7호 : 공서양속을 해하는 것
- 제8호 : 공중에 그 상품 또는 서비스의 성질, 품질, 또는 출처에 대하여 공중을 오인시킬 우려가 있는 것
- 제9호 : 대만 또는 외국의 와인 또는 증류주의 산지표시와 동일 또는 유사한 것으로 와인 또는 증류주와 동일 또는 유사한 상품에 사용되고 있고, 해당 외국은 대만과 협정을 체결하거나 같은 국제조약에 가입하거나 와인 또는 증류주의 산지표시의 보호를 상호 승인하는 것
- 제10호 : 동일 또는 유사한 상품 또는 서비스에 대하여 타인의 등록상표 또는 타인이 먼저 출원한 상표와 동일 또는 유사한 것으로 관련하는 소비자에게 혼동오인을 일으킬 우려가 있는 것. 다만 해당 등록상표 또는 먼저 출원한 상표의 소유자가 후 등록 출원에 동의하고 명백히 부당한 사정이 없는 것은 그러하지 않음
- 제11호 : 타인의 저명한 상표 또는 포장과 동일 또는 유사한 것으로 관련하는 공중에 혼동오인을 일으킬 우려가 있는 것 또는 저명한 상표 또는 포장의 식별력 또는 신용을 훼손할 우려가 있는 것. 다만 해당 상표 또는 포장의 소유자의 동의를 얻어 등록 출원한 경우에는 그러하지 않음
- 제12호 : 동일 또는 유사한 상품 또는 서비스에 대하여 타인이 먼저 사용하고 있는 상표와 동일 또는 유사한 것으로서, 출원인이 해당 타인과의 사이에 계약, 지역적 관련, 업무상의 거래 또는 기타 관계를 갖는 것에 의하여 해당 타인의 상표의 존재를 알고 있고, 이를 모방할 의도로 등록을 출원한 경우. 다만 해당 타인의 동의를 얻어 등록 출원한 경우는 그러하지 않음
- 제13호 : 타인의 초상 또는 저명, 예명, 가명, 자호를 포함하고 있는 것. 다만 해당 타인의 동의를 얻어 등록 출원한 것은 그러하지 않음
- 제14호 : 저명한 법인, 상호 또는 기타 단체의 명칭을 갖고, 관련하는 공중에 혼동오인을 일으킬 우려가 있는 것. 다만 해당 타인의 동의를 얻어 등록 출원한 경우는 그러하지 않음
- 제15호 : 상표가 타인의 저작권, 전리권 또는 기타 권리를 침해하고, 판결에 의하여 그것이 확정된 것. 다만 해당 타인의 동의를 얻어 등록 출원한 경우는 그러하지 않음

○ 등록절차

- 자연인, 법인 기타 조직은 자기의 상품 또는 서비스의 표창하기 위하여 등록 출원을 하여 상표권을 취득할 수 있음
- 출원인이 대만에 주소 · 영업소가 없는 경우에는 현지 대리인에게 절차의 대행을 위임할 필요가 있음. 다만 특허청 홈페이지에는 대리사무소의 연락처가 공개되어 있음

○ 상표 검토 및 행정적 구제 절차

그림 3-8 상표 검토 및 행정적 구제 절차



참조. 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw

○ 상표법상의 기본 원칙

① 등록 보호 원칙 및 예외

- 상표권의 취득이라는 점에서 대만 상표법은 등록 보호 시스템을 채택하고 있음. 즉 상품 또는 서비스의 출처를 식별하는데 사용되는 기업의 상표는 법에 따른 상표 등록 출원이 이루어지지 않았다면 타인이 동일한 상표를 사용한다 하더라도 이를 막을 수 없음. 다만 예외적으로 저명 상표와 관련하여서는 보호의 요건으로 등록을 요구하지 않음. 즉 저명한 상표의 경우에는 그 상표에 축적된 소비자의 신뢰와 상업적 명성을 보호한다는 관점에서 타인의 부적절한 사용을 금지함

② 선출원 원칙(first to file)

- 상표 출원의 심사 순서에 따라 권리를 취득함. 동일 또는 유사한 상품을 지정한 동일 상표 또는 유사한 상표의 등록에 대하여 복수의 출원이 있는 경우 선출원된 출원이 등록됨

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

③ 속지주의 원칙(territory-based)

- 상표권의 획득 또는 소멸은 해당 국가의 적용 가능한 법률에 따름. 따라서 상표권을 주장할 수 있는 범위는 국제조약이 적용되는 국제등록시스템에 등록된 경우를 제외하고, 해당 국가의 지역으로 한정됨. 즉 대만에서 등록한 상표를 다른 국가에서 주장할 수 없으며, 다른 국가에서 등록한 상표를 대만에서 주장할 수도 없음

④ 심사주의 원칙

- 상표는 적절한 심사를 거친 후에야 등록할 수 있음. 출원은 실제심사를 통해 법률이 정하는 등록요건을 충족해야 등록됨

⑤ 사용 및 보호 원칙

- 만약 누군가가 상표를 미리 등록해 두고 오랫동안 사용하지 않는다면 타인의 출원 및 사용을 방해할 수 있음. 그래서 TRIPs 협정 및 외국의 상표법은 이러한 상표가 3년 또는 5년 동안 계속해서 사용되지 않는 경우에는 이를 취소한다고 규정함. 대만 상표법은 이 기간을 3년으로 정하고 있는 바, 즉 만약 상표가 등록 후 3년 동안 사용되지 아니하거나 또는 3년 동안 계속해서 사용이 보류되어 있다면, 해당 상표의 등록은 취소될 것임

⑥ 진술 기회의 원칙(opportunity to be heard)

- 상표 보호의 제도의 목적은 혼동의 야기를 피하는 것에 있으므로 상표권은 유사한 상표 및 유사한 상품을 포함하여 타인의 등록 및 사용의 범위를 금지할 수 있음. 심사 후 상표를 등록시키는 심사주의 원칙은 등록상표에 대한 이의 제기의 가능성을 감소시키며, 또한 상표권 보유자 및 이익 당사자들에 대한 소송 부담을 경감시킴. 그러나 외국의 상표 법률은 등록된 상표에 대하여 합리적인 정도로 이의 당사자가 이의신청 또는 무효 심판을 청구할 기회를 제공함

(다) 저작권법

- 저작권은 저작권법에 의하여 보호된다. 저작권법에서는 저작인격권과 저작재산권으로 나누어 저작권을 부여하고 있으며, 저작자는 아니지만 실연자 등에게도 저작권과 유사한 권리로 저작인접권을 부여하고 있음. 이외에도 출판권 등을 정하고 있음

○ 보호를 받기 위한 요건

① 일반 요건

- 저작권법 제3조 제1항 제1호에는 '저작물은 문학, 과학, 예술 또는 기타 학술 범위에 속하는 창작'이라고 규정하고 있음. 또한 동법 제10조에는 '저작자는 저작물을 완성한 때부터 그 저작권을 향유한다'고 규정하고 있으므로, 보호를 받는 저작물은 아래의 요건을 충족하여야 함
- 저작물은 창작성을 갖춰야 한함. 창작성은 해당 저작물이 저작자가 독자적으로 창작한 것을 의미하며, 타인의 저작물을 모방한 것이 아니라면 창작성 요건을 충족함. 작동 과정 및 명세 내용을 포함하는 제품 설명서 매뉴얼의 경우, 약간의 창작성을 가지는 한 문헌적 저작물로 보호받을 수 있음
- 저작권법에 의하여 보호되는 저작권은 저작물의 표현만을 대상으로 함. 즉 일정한 형태로 표현되어야 하며, 뇌리에 떠오른 사상 또는 개념만으로는 저작물을 구성하지 않음. 또한 저작물의 기본 사상, 과정, 제조 방법, 시스템, 작동 방법, 개념, 원리, 또는 발견에는 그 범위가 미치지 못함
- 문학, 과학, 예술 또는 기타 학술의 범위에 속하는 창작이어야 한함. 포르노와 같은 외설물은 실무상 법률 규정과 공서양속에 반하므로 저작권법의 입법 목적에 반하여 저작물로 인정되지 않을 가능성이 있음

② 외국인의 저작물

- 저작권법 제4조의 규정에 의하면 외국인의 저작물이 다음의 요건에 해당하는 경우, 대만에서 저작권의 보호를 받을 수 있음

- 외국인의 저작물은 다음 각호의 하나에 해당하는 것에 한하여, 이 법률에 근거하는 저작권을 향유할 수 있음. 다만 조약 또는 협정에 별단의 정함이 있는 때는 입법원의 의결에 의하여 승인된 것에 한하여 그 정함에 따름
 1. 중화민국의 영역 내에서 최초로 발행된 저작물 또는 중화민국 영역 외에서 최초로 발행된 후 30일 이내에 중화민국의 영역 내에서 발행된 저작물. 다만 그 외국인의 본국이 동일한 상황 아래 중화민국 국민의 저작물을 보호하고 보호하는 것이 정식으로 입증되는 경우에 한함
 2. 조약, 협정 또는 그 외국인의 본국의 법령 또는 관행에 따라 중화민국의 국민의 저작물이 해당 국가에서 저작권을 향유하는 경우
- 대만에서 처음 발행된 것은 외국인의 저작물이라도 보호를 받음. 또한 대만의 관할지역이외의 지역에서 발행된 것이라도 그 발행일로부터 30일 이내에 대만의 관할지역에서 발행된 경우에는 보호를 받음
- 한편 저작자의 국적에 의하여 외국인의 저작물이 보호될 수 있음. 즉 제4조 제2항의 규정에 의하여 법률이나 협정 또는 기타 법령이나 관행에 근거하여 보호를 받을 수 있는데, 구체적으로 미국, 뉴질랜드, 영국, 스위스 국적민 및 대만에 거주하는 한국 국적민의 저작물은 보호를 받음
- 또한 조약이나 협정에 의한 별도의 약정이 있고, 입법원의 의결을 거쳐 통과된 경우에는, 그 약정에 의하여 보호를 받음. 이때 조약이나 협정에는 대만과 미국 사이에 체결된 미-대만저작권보호협정과 TRIPs 협정 등이 있음
- 대만이 2002년 1월 1일 WTO에 가입하기 이전에는 외국인의 저작물은 상기 3개 요건 중의 하나를 충족한 경우에 한하여 보호를 받음. 그러나 대만이 WTO에 가입한 후 저작권법에서 소급보호를 규정함에 따라(제106조, 제106조의1), 모든 WTO 가맹국 국민의 저작물은 대만에서 저작권법에 의하여 보호를 받게 됨

○ 저작물의 유형

- 저작권법 제5조 제1항에서는 저작물로서는 다음의 것들을 예시하고 있음. 즉 ① 문자저작물, ② 음악저작물, ③ 연극, 무용 저작물, ④ 미술저작물, ⑤ 사진저작물, ⑥ 도형저작물, ⑦ 영상저작물, ⑧ 녹음저작물, ⑨ 건축저작물, ⑩ 컴퓨터프로그램 저작물 등을 저작물의 유형으로 예시하고 있음. 함께 동조 제2항에서는 '전항 각호에 예시된 저작물의 내용은 주무관청(대만 특허청)이 정한다'고 규정하고 있음
- 구체적으로 문자저작물에는 소설, 자유시, 산문시, 픽션, 연극이나 시나리오, 및 강연 등이 있으며, 음악저작물에는 악보, 가사 등이 포함됨. 연극·무용저작물에는 판토마임, 뮤지컬, 댄스 등이 포함되며, 미술저작물에는 페인팅, 코믹 스트립(만화), 조각품, 공예품 등이 있음
- 사진 저작물에는 모션 픽처, 비디오 카세트, 비디오 디스크 등이 있으며, 건축 디자인 도면, 건축 모델, 건물 또는 건축물 등은 건축저작물에 해당함. 저작권은 저작물의 표현만을 보호하며, 아이디어, 프로세스, 공정 방법, 또는 저작물 이면의 개념 등을 보호하지 않음
- 하지만 위에서 언급한 것은 모두 예시에 불과하고, 원칙적으로 일반요건을 충족한다면 유형에 무관하게 저작물이 될 수 있음

(라) 공평교역법 및 영업비밀법

○ 공평교역법

대만에서 관련사업자 또는 소비자에게 일반적으로 인식되고 있는 타인의 상호, 상표 또는 상품·서비스의 심벌 등을 부정 사용하는 등 대만의 거래질서에 영향을 미치는 행위는 부정경쟁행위라 하여 이에 대한 금지를 공평교역법에서 규정하고 있음. 따라서 거래질서에 반하는 행위는 공평교역법에 근거하여 대응할 수 있음

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 부정경쟁행위의 유형

공평교역법에서는 우리의 부정경쟁행위에 해당하는 행위로 표시 또는 외국의 저명한 상표의 모조(동법 제20조)와 허위부실 또는 착오유인의 표시·표지(동법 제21조) 및 기타 기만적 또는 현저히 불공평한 행위(동법 제24조) 등을 규정하고 있음

(가) 상품, 영업 또는 서비스의 출처혼동행위(공평교역법 제20조 제1항 제1·2호)

관련 사업자 또는 소비자에게 널리 인식되고 있는 타인의 성명, 상호, 회사의 명칭 또는 상표, 상표의 용기, 포장, 외관 또는 기타 상품을 표징하는 표지와 동일 또는 유사한 것을 사용하는 것으로 타인의 상품과 혼동을 일으키는 행위 또는 해당 표지를 사용한 상품을 판매, 운송, 수출 또는 수입하는 행위

(나) 영업 또는 서비스의 출처혼동행위(공평교역법 제20조 제1항 제2호)

관련 사업자 또는 소비자에게 널리 인식되고 있는 타인 성명, 상호, 회사의 명칭, 표장 또는 기타 타인의 영업 또는 서비스를 표징하는 표지와 동일 또는 유사한 것을 사용하는 것으로 타인의 영업 또는 서비스의 설비 또는 활동과 혼동을 일으키는 행위

(다) 외국의 저명상표를 사용하는 행위(공평교역법 제20조 제1항 제3호)

국내에서 미등록인 외국의 저명한 상표와 동일 또는 유사한 상표를 사용하거나 해당 상표를 부착한 상품을 판매, 운송, 수출 또는 수입하는 행위

(라) 허위부실기재(공평교역법 제21조 제1·2·3항)

사업자는 상품 또는 그 광고 혹은 기타 공중이 알 수 있는 방법에서 그 가격, 수량, 품질, 내용, 제조방법, 제조기일, 유효기간, 사용방법, 용도, 원산지, 제조업자, 제조지, 가공업자, 가공지 등에 대하여 허위부실 또는 일반 소비자에게 오인을 일으킬 수 있는 표시 또는 표지를 하여서는 안 됨

(마) 기타 기만적 또는 현저히 불공평한 행위(공평교역법 제24조)

사업자는 이 법률에서 규정하는 것 이외, 거래질서에 대하여 영향을 미치기에 충분한 기타 기만적 또는 현저히 불공평한 행위를 하여서는 안 됨XQ

○ 구제수단

공평교역법의 규정에 위반한 경우에 대하여 공평교역법에서는 민사구제와 형사구제 및 행정구제를 두고 있다.

① 민사구제

위반 행위로 인하여 타인의 권익을 침해한 경우 그 피해자는 공평교역법에 근거해 민사법원에 제소할 수 있다. 민사소송에는 '침해의 금지·예방', '손해배상', 및 '판결의 신문지예의 게재' 등을 청구할 수 있음

다만 민사구제와 관련한 청구권은 청구권자가 침해행위 및 손해배상 의무자를 안 때로부터 2년간, 또는 침해행위가 있던 때로부터 10년간 이를 행사하지 않은 경우에는 소멸함

다만 위반행위가 지속되는 동안에는 피해자의 금지 청구권은 시효의 영향을 받지 않음

② 형사구제

상품표징을 혼동시키는 행위, 영업 또는 서비스 표징을 혼동시키는 행위 및 외국의 저명상표를 사용하는 행위에 대하여, 공평교역위원회가 공평교역법 제41조의 규정에 의하여 기한을 정하여 해당 위반행위의 정지, 개선 또는 시정조치를 하도록 명령하였음에도 불구하고, 이를 이행하지 않거나 이행 후 다시 해당 행위를 반복하는 경우에는 해당 행위자에 대하여 3년 이하의 징역, 구류 또는 1억 대만달러 이하의 벌금 또는 이를 병과함

위반 행위에 대하여는 행위자를 처벌할 뿐만 아니라 그 법인에 대하여도 벌금형을 과함. 한편 제20조 제2·3항 및 제21조, 제24조 위반 행위에 대한 형사처벌 규정은 두고 있지 않음

③ 행정구제

피해자는 위반행위자를 공평교역위원회에 고발할 수 있음. 또한 고발된 행위가 위반행위로 인정된다면 동 위원회는 기한을 정하여 해당 행위의 정지, 개선 또는 필요한 시정조치를 취하도록 명령하고, 5만 대만달러 이상 2,500만 대만달러 이하의 과태료를 병과할 수 있다. 또한 행위자가 위반행위를 정지, 개선하지 않거나 시정조치를 하지 않는다면 공평교역 위원회는 각 위반행위별로 10만 대만달러 이상 5,000만 대만달러 이하의 과태료를 연속하여 부과할 수 있음

○ 영업비밀보호법

① 영업비밀의 개념 - 대만 영업비밀법 제2조

본법에서의 영업비밀은 방법, 기술, 제조공정, 조합, 프로그램, 설계 또는 기타 생산, 판매 또는 경영에 이용할 수 있는 정보로 다음의 요건에 합치하는 것이다.

1. 해당 정보에 관련한 사람이 일반적으로 알 수 있는 것이 아닌 것
2. 그 비밀성 때문에 실제 또는 잠재적으로 경제적 가치를 갖는 것
3. 보유자가 이미 합리적인 비밀보호조치를 취하고 있는 것

② 영업비밀침해행위의 유형

영업비밀침해행위에 대하여는 기본적으로는 영업비밀법으로 대응하나, 침해자의 신분 또는 특정 침해행위로 인하여 영업 비밀이외에 공평교역법이나 형법으로 동시에 대응하는 것도 가능함

○ 영업비밀보호법에 따른 침해행위 유형

- 부정한 수단에 의한 영업비밀 취득 행위 (제10조 제1항 제1호)

: 부정한 수단: 절취, 사기, 협박, 회뢰(賄賂), 허가없는 복제, 비밀유지의무위반, 타인을 유인하여 비밀유지의무를 위반하도록 하는 행위 또는 기타 유사 수단

- 전초에 해당하는 영업비밀을 알거나 중대한 과실로 그것을 알지 않고 영업비밀을 취득, 사용 또는 누설하는 행위 (제10조 제1항 제2호)

: 영업비밀을 취득, 사용, 누설할 때, 해당 영업비밀에 부정행위가 개입한 사실에 대하여 이미 알고 있든지 중대한 과실로 알지 않은 것을 규제함. 이때 고의 또는 중대 과실에 대한 입증책임은 영업비밀 보유자가 부담함

- 영업비밀을 취득한 후에 이것이 동호 제1호인 것을 알거나 중대한 과실로 알지 않고, 이를 사용 또는 누설하는 행위 (제10조 제1항 제3호)

: 영업비밀에 대하여 부정행위가 개입한 것에 대하여 취득 후에 알게 되거나 중대한 과실로 알지 않은 경우를 규제함

- 법률행위에 의하여 취득한 영업비밀을 부정한 수단으로 사용 또는 누설하는 행위 (제10조 제1항 제4호)

: 계약관계 등의 법률행위로 취득한 영업비밀을 비밀유지의무의 위반 등 부정한 수단으로 사용 또는 누설하는 행위

- 법령에 의하여 영업비밀을 지킬 의무가 있으면서 이를 사용 또는 정당한 이유 없는 누설하는 행위 (제10조 제1항 제5호)

: 공무원, 변호인 또는 중재인 등 법령에 의하여 영업비밀을 지킬 의무를 가진 자가 영업비밀을 사용 또는 정당한 이유 없이 누설하는 행위

○ 공평교역법에 따른 침해행위 유형

협박, 이익의 유인 또는 기타 부정한 방법으로 다른 사업자의 생산판매상의 비밀, 거래 상대방의 정보 또는 기타 관련 기술 상의 비밀을 취득하는 행위에 의하여 경쟁을 규제하거나 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있는 경우는 공평교역법으로 대응하는 것도 가능함(공평교역법 제19조 제5호)

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 형법에 따른 침해행위 유형

부정행위를 한 자가 일정 신분을 갖고 있다든지, 특정한 부정행위에 의하여 영업비밀을 누설하는 경우는 형법으로 대응할 수도 있음

○ 구제 수단

영업비밀법에서는 민사구제와 형사구제를, 공평교역법에서는 민사구제, 형사구제 및 행정구제를, 형법에서는 형사구제와 함께 부대 민사소송을 인정하고 있음

① 영업비밀법

영업비밀법에서는 민사구제로 금지청구와 손해배상청구를 인정하고 있다. 피해자는 그 침해의 금지를 청구할 수 있으며, 침해의 우려가 있는 때는 그 예방을 청구할 수 있다. 또한 피해자가 침해행위에 의하여 작성된 것 또는 오로지 침해행위만을 위하여 이용된 것의 폐기 또는 기타 필요한 조치를 청구할 수 있다(제11조)

② 공평교역법

공평교역법에서는 민사구제와 형사구제 및 행정구제를 정하고 있음. 사업이 공평교역법의 규정에 위반하여 타인의 권익을 침해하게 된 경우, 피해자는 그 침해의 배제를 청구할 수 있으며, 침해의 우려가 있는 경우에는 그 침해의 예방을 청구할 수 있음. 또한 침해자에 대하여 손해배상과 판결문을 신문에 게재하도록 청구할 수 있음

행정원 공평교역위원회가 제41조의 규정에 의하여 해당 위반행위의 정지, 개선 또는 필요한 시정조치를 하도록 명령하였음에도 불구하고, 지정된 기한을 넘겨서도 해당 위반행위를 정지, 개선하지 않거나 필요한 시정조치를 하지 않는 경우 또는 일단 정지한 후 다시 같거나 유사한 위반행위가 이루어진 경우, 행위자를 2년 이하의 징역, 구류 또는 5,000만 대만달러 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과함

피해자는 부정경쟁행위자를 공평교역위원회에 고발할 수 있음. 또한 피해자가 고발한 행위가 부정경쟁행위에 해당한다고 인정되는 경우, 공평교역위원회는 기한을 정하여 해당 행위의 정지, 개선 또는 필요한 시정조치를 하도록 명령하거나 5만 대만달러 이상 2,500만 대만달러 이하의 과태료를 병과할 수 있음. 만약 행위자가 위반행위를 정지, 개선 또는 시정하지 않은 경우, 공평교역위원회는 10만 대만달러 이상 5,000만 대만달러 이하의 과태료를 계속하여 과할 수 있음

③ 형법

형법에 규정된 영업비밀침해행위에 의하여 피해를 입은 자는 침해자에 대하여 형사 자소(自訴) 또는 고소를 제기할 수 있음. 또한 형법 제316조부터 제218조의3의 규정에 규정된 죄는 친고죄이므로 피해자는 범인을 안 때로부터 6개월 이내에 자소 또는 고소하여야 한다. 또한 피해를 입은 자는 형사소송 절차에서 부대민사소송을 제기하고, 피고 또는 민법의 규정에 의하여 배상책임을 부담하는 자에 대하여 손해의 회복을 청구할 수도 있음. 부대민사소송을 제기하는 경우, 별도의 비용을 법원에 지불할 필요는 없음

(참조. 해외지식재산권 보호가이드북(대만), 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw)



TIP

- 대만 지식재산권(특허, 상표, 디자인, 실용신안 등) 관련 좀더 상세한 내용은 「해외지식재산권 보호가이드북(대만)」을 참조 바람
- 「해외지식재산권 보호가이드북(대만)」은 한국지식재산보호협회의 국제 지재권 분쟁정보 제공 사이트 (www.ip-navi.or.kr)에서 열람 가능함

(2) 지식재산권 보호관련 지원제도

(가) 해외지식재산권 보호사업 - Kotra

1) 해외지식재산센터(IP-DESK)

○ 지재권 상담지원

해외에 진출하거나 진출 예정인 우리 기업의 현지 지재권 애로사항 상담

- 현지 진출(예정) 국내 중소기업

- 현지 IP-DESK 전담인력을 통해 현지 IP제도, 정책소개, 지재권 출원·등록절차, 지재권 침해·피침해 구제방법 등 지재권 관련 상담

○ 상표·디자인 출원 지원

해외에 진출하거나 진출 예정인 우리 기업의 현지 상표·디자인 출원 지원

- 한국에 사업자등록이 되어 있는 중소기업(중소·중견기업확인서 발급가능기업)으로 IP-DESK가 설치된 국가에 사업을 운영(예정)중인 자

- IP-DESK를 통해 현지에서 상표·디자인 출원시 발생하는 비용·절차지원



○ 특허출원 지원

해외에 진출하거나 진출 예정인 우리 기업의 현지 특허출원 지원

- 한국에 사업자등록이 되어 있는 중소기업(중소·중견기업확인서 발급가능기업)으로 IP-DESK가 설치된 국가에 사업을 운영(예정) 중인 자

- IP-DESK를 통해 현지에서 특허 출원시 발생하는 비용·절차지원

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도



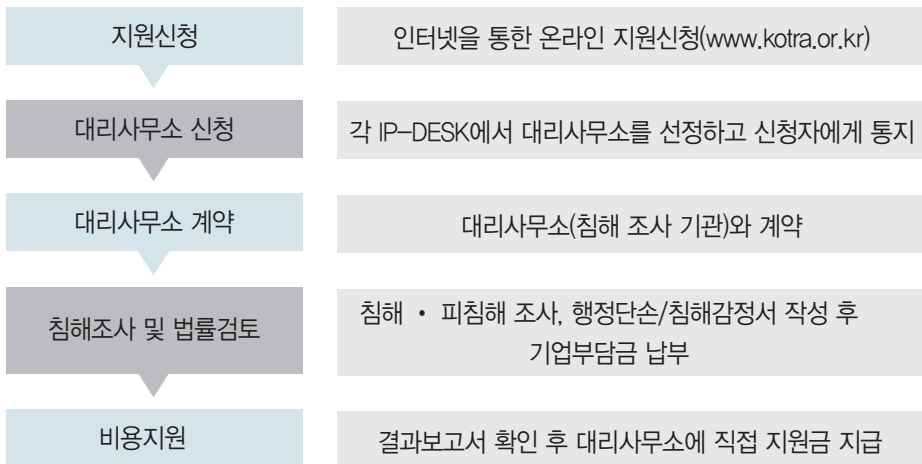
○ 지재권 침해조사 및 법률검토 지원

해외에 진출하거나 진출 예정인 우리 기업의 지재권 침해(피침해) 조사 및 법률검토 지원

- 한국에 사업자등록이 되어 있는 중소기업(중소·중견기업확인서 발급가능기업)으로 IP-DESK가 설치된 국가에 사업을 운영(예정) 중인 자

※ 3개사 이상(업종단체 포함) 협의체 공동 신청시 기업수만큼 지원한도 증액

- 현지에서 지재권 침해조사 및 법률 검토시 발생하는 비용·절차 지원





TIP

- 신청방법 : www.kotra.or.kr에서 기업회원 가입 후, 「지원서비스안내」▶「해외진출지원」▶「해외투자진출」▶「지식재산권보호」페이지 내 「지원신청」에서 온라인 신청
- 문의처 : KOTRA 해외지재권실 [02-6460-3357, ip-desk@kotra.or.kr], [02-3460-3359, ip-patent@kotra.or.kr]

2) 해외 지재권 분쟁 초동대응

○ 법률자문 지원

해외 지재권 분쟁 예방 및 대응을 위한 법률상담 비용 지원

- 현지 진출(예정) 국내 중소기업
- 현지 지재권 분쟁 등에 대하여 현지에서 신속한 초동대응이 가능하도록 현지 지재권 전문가를 통한 법률자문 비용지원



○ 피침해 실태조사 및 단속지원

해외 위조상품 유통피해 방지를 위한 현지 침해조사 및 행정단속 비용지원

- 현지 진출(예정) 국내 중소기업
- 해외 시장에서 위조상품 유통방지 등 우리 기업의 지재권 보호를 위한 피침해 조사 및 행정구제 비용지원

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도



TIP

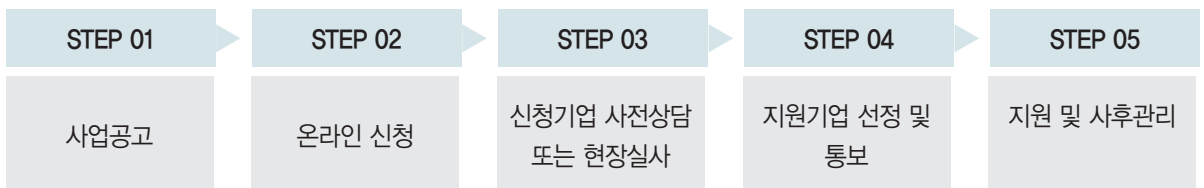
- 신청방법 : www.kotra.or.kr에서 기업회원 가입 후, 「지원서비스안내」▶「해외진출지원」▶「해외투자진출」▶「지식재산권보호」페이지 내 「지원신청」에서 온라인 신청 ※ IP-DESK 미설치 국가에 한해서 지원
- 문의처 : KOTRA 해외지재권실 [02-3460-3351 , leeminki@kotra.or.kr], [02-3460-3359, ip-patent@kotra.or.kr]

(나) 특허청 지역지식재산센터 - 특허청

- 1) 글로벌 IP기업 지원 육성 산업 안내
(글로벌 IP강소기업 육성을 위해 지식재산권 관련 종합지원 실시)
- 사업목적 : 해외 수출(예정) 중소기업의 글로벌 강소기업 육성
 - 신청대상 : 수출(예정) 중소기업
 - 지원내용(글로벌 IP기업 육성지원)

| 지원사업 | 분류 | 지원금액 | 분담금 | 세부 사업별 지원 제도 | 전체 지원한도 |
|--------------|------------------|-------------|-----|--------------------------|---|
| 해외출원 비용지원 | 특허(PCT) | 3,000천원 이내 | 30% | 없음 (전체 지원 한 도만 존재) | 연간 7천만원 3년 2억1천만 원 이내 (동일기업 기준) |
| | 특허(개별국) | 7,000천원 이내 | | | |
| | 상표 | 2,500천원 이내 | | | |
| | 디자인 | 2,800천원 이내 | | | |
| 특허 | 특허기술 홍보영상제작 | 7,000천원 이내 | | | |
| | 특허맵(심화) | 20,000천원 이내 | | | |
| | 특허맵(일반) | 10,000천원 이내 | | | |
| 디자인 | 디자인 맵(심화) | 20,000천원 이내 | | | |
| | 디자인 맵(일반) | 10,000천원 이내 | | | |
| | 제품디자인 개발 | 13,000천원 이내 | | | |
| | 제품디자인 목업 | 7,000천원 이내 | | | |
| | 포장디자인 개발 | 7,000천원 이내 | | | |
| 브랜드 | 브랜드&디자인 융합 개발 | 20,000천원 이내 | | | |
| | 신규브랜드 개발 | 13,000천원 이내 | | | |
| | 리뉴얼브랜드 개발 | 7,000천원 이내 | | | |
| | 비영어권 브랜드 개발 | 40,000천원 이내 | | | |
| 기타 | 기업IP경영 진단 구축 | 15,000천원 이내 | | | |
| | 특허&디자인 융합 개발 | 35,000천원 이내 | | | |

○ 지원절차



※ 지역지식재산센터 지원사업 신청시스템 (biz.ripp.org)에서 한국발명진흥회 통합회원 가입 후 온라인 신청 가능

TIP

○ 지원신청문의 : 02-3459-2827 한국발명진흥원 jmlee@kipa.org

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(다) 한국지식재산보호원(KOIPA)(K-ip care)

1) 국제지재권분쟁 예방 컨설팅

○ 국제지재권분쟁 예방 컨설팅 사업목적

- 국제 지재권 분쟁 예방 전략을 마련·제공함으로써, 우리수출기업의 분쟁대응능력 강화 및 해외 시장 진출 지원

○ 신청자격

- 수출(예정)기업인 중소·중견기업

○ 지원내용

| 사업명 | 사업내용 | |
|-------------------|---|---|
| 특허분쟁예방 컨설팅 | 수출준비 (수출실적 미보유) | 수출 예정지역 분쟁위험 회피전략, 현지 권리확보전략 제공 등 |
| | 수출진행 (수출실적 보유) | 수출(예정)지역 경쟁사 특허 무효화전략, 특허매입 전략, 역공격 특허 발굴 등 종합적인 분쟁대비 전략 제공 등 |
| 특허분쟁대응 컨설팅 | (해외기업과의) 경고장 대응, 소송 대응, 라이선스, 특허 권리행사 전략 제공 등 | |
| K-브랜드 보호 컨설팅 | 예방 | 수출(예정)시 또는 무단 해외 선 등록 침해시 상표 현지화 전략 제공 등 |
| | 대응 | 해외 모조품 대응 또는 무단 선 등록 권리 무효화 전략 제공 등 |
| 권리통합형 분쟁예방 컨설팅 | 제품에 적용된 특허, 상표, 디자인 전반을 검토하여 해외 IP 분쟁 예방전략 제공 등 | |

○ 지원사업 신청 및 관리

| 구분 | 대상 | 용도 |
|----------|---------------------|-------------------------|
| 지원기업 서비스 | 수혜를 원하는 중소/중견기업 | 지원사업 참여, 협약관리 |
| 전문기관 서비스 | 과제수행 전문기관 (특허사무소 등) | 용역사업 참여, 산출내역서 관리, 협약관리 |
| 연구원정보 관리 | 전문기관 소속 연구원 (개인) | 연구원 개인정보 등록, 등급 관리 |

2) 국제지재권 분쟁정보 제공

○ 국제IP분쟁대응기반 구축 사업목적

- 우리기업의 지식재산정보의 전략적 활용을 위한 지재권 정보를 제공함으로써, 기업의 지식재산권 분쟁을 미연에 방지 및 지식재산권 분쟁대응 역량 강화

○ 분쟁기반 정보

- 지재권 분쟁동향 연구보고서
 - : 지재권 분쟁 통계 및 주요 사건 분석, NPE 소송동향 등 중요 분쟁 이슈에 대하여 분기 및 연차보고서로 발간하여 제공
- 특허관리회사(NPE) 동향 연구보고서
 - : NPE의 발생으로 특허관리·보호의 중요성이 대두됨에 따라 NPE 기업의 특성을 이해하고 동향을 면밀히 주시해야할 필요성 증가
 - : NPE 기업에 대한 지속적인 모니터링 자료를 기반으로 분기, 연차 보고서 제공
 - : 특허 분쟁에 대한 국내·외 정책·제도 동향, NPE 공격대상 산업 및 분기별 TOP NPE 선정을 통해 이에 따른 중장기 예측 기반 제공
- 특허분쟁 대응전략 보고서
 - : 분쟁 위험이 높은 유망 기술 분야의 국제 특허분쟁을 예측하고 이를 예방하기 위한 전략을 도출하여 특허분쟁에 대한 우리기업의 선제적 대응 지원 지식정보 제공 사업
 - : 특허분쟁에 특화된 분석기법을 활용하여 분쟁을 다각도에서 분석하고 이를 바탕으로 특허분쟁 예측 정보 구체화 및 분쟁 대응 시나리오 도출
 - : ('14년) 3D프린팅, 스마트카 등 2개 분야, ('15년) 사물인터넷(IoT) 분야, ('16년) 경쟁특허 대응전략 보고서(NPE Analysis) 예정
- 해외 지재권보호 가이드북
 - : 해외지출(예정) 기업을 대상으로 국가별 지식재산권의 취득 및 보호와 관련된 전체적 가이드를 제공
 - : 현지 진출시 IP와 관련된 실질적인 주의사항, 분쟁 대응방안을 각 국가별로 심층적 소개
- 해외 대리인 정보
 - : 주요 국가에서 활동중인 특허 법률사무소와 대리인 정보를 제공

○ 분쟁동향 정보

- IP Daily 분쟁정보
 - : 미국에서 발생하는 주요 지식재산권 분쟁의 상시·다양한 산업의 국제 지식재산권 분쟁 동향을 거시적으로 파악할 수 있는 자료 제공
- IP 분쟁동향
 - : 주요국의 IP 보호정책·제도 및 이슈 판례를 심층 분석한 IP Insight 콘텐츠 및 국가별 지재권동향 정보를 주 1회 제공하며, 제조기간간 소송 및 NPE 연관 소송 동향을 파악할 수 있는 분쟁통계 정보를 월 1회 제공

○ 국제지재권 분쟁정보 포털 IP-NAVI

- 시스템 개요
 - : 주요국가의 판례데이터 및 특허, 상표, 디자인 분쟁DB를 구축하여 독창적인 기술분류 체계와 최적화된 검색엔진을 통해 통합검색, 항목별 검색 등 지재권분쟁정보를 쉽고 빠르게 검색할 수 있는 지재권 분쟁정보 종합 솔루션을 제공

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

3) 지재권 판례동향정보 제공

○ 국제IP분쟁대응기반 구축 사업목적

- 우리기업의 지식재산정보의 전략적 활용을 위한 지재권 정보를 제공함으로써, 기업의 지식재산권 분쟁을 미연에 방지 및 지식재산권 분쟁대응 역량 강화

○ 추진내용

- 판례 검색

: IP5 (한국, 미국, 중국, 일본, 유럽)의 지재권 판례에 대한 원문, 서지사항1) 및 판결요지 요약문2)을 제공하고 있으며, 키워드 검색을 통해 쉽게 판례검색이 가능

- ① 당사자, 법원, 판결일자, 재판결과, 사건번호, 적용법령, 계쟁 지재권 등의 정보
- ② 사건 쟁점 및 판결 요지를 400자 내외로 요약·번역

○ 판례 카테고리

- 지재권 판례를 산업기술, 법률쟁점 등 자체 분류체계와 IPC1), NICE2), 로카르노3) 등 국제 분류체계에 따라 제공

: IP5 (한국, 미국, 중국, 일본, 유럽)의 지재권 판례에 대한 원문, 서지사항1) 및 판결요지 요약문2)을 제공하고 있으며, 키워드 검색을 통해 쉽게 판례검색이 가능

- ① IPC : International Patent Classification, 특허 분야의 국제 분류코드
- ② NICE : 상품과 서비스에 대한 국제 분류코드
- ③ 로카르노 : 디자인 분야에 대한 국제 분류코드

○ 핵심판례 보고서

- 우리기업의 지재권 업무담당 실무자 및 전문가를 대상으로 IP5의 중요판례를 쟁점별로 심층 분석하여 제공
: 2013 지재권 핵심판례 100선(특허), 2014 지재권 핵심판례 100선(상표/디자인)

○ 해외 지재권법령

- 지재권 분쟁이 잦은 미국, 독일, 영국, 프랑스, 네덜란드, 중국의 지재권 법령(특허, 상표, 디자인)의 원본과 번역본을 제공

TIP

- 대만 지식재산권(특허, 상표, 디자인, 실용신안 등) 관련 좀 더 상세한 내용은 「해외지식재산권 보호가이드북(대만)」을 참조 바람
- 「해외지식재산권 보호가이드북(대만)」은 한국지식재산보호협회의 국제 지재권 분쟁정보 제공 사이트 (www.ip-navi.or.kr)에서 열람 가능함 ○ 한국지식재산보호원 TEL 02-2183-5800, www.koipa.re.kr

나. 지식재산권 분쟁사례

○ 상표관련 분쟁 판례 : 大字 및 도형 상표

【분쟁사안】「大字 및 도형」상표 관련

【판결번호】95,判,46

【판결일자】950112 (Decision Date: 2006-1-12)

【판결이유】상표 평정

부승무역유한회사(富乘貿易有限公司)(이하 '상소인'으로 약함)는 미국기업. 해양공원회사(美商. 海洋公園公司)(이하 '참가인'으로 약함)이 이미 등록된 상표와 유사한 도형을 분쟁상표 양식 중의 중요부분의 하나로 전복, 어육 페이스트 등 상품에 지정하여 등록을 출원함

경제부 지적재산국(이하 '피상소인'으로 약함)은 참가인이 제출한 상기 상품판매영수증 등 증거자료의 복사본에 근거하여 분쟁상표 등록을 출원하기 전, 평정용「车轮패 및 도형」등 여러 개 상표가 표장하는 명성은 이미 관련 업체는 소비자들에게 널리 알려져 지명한 정도에 달했다고 인정하여 상소인의 상표등록을 거절함

상소인이 상표출원 소원단계에서 설문조사를 제출하였지만 '조사기구, 방문 대상이 명확하지 않고 결과도 단지 일부업체 또는 소비자들의 전복 브랜드 제품에 대한 소감으로서 채택하지 어렵다'는 이유로 거절함

상표법 제37조 제7항에서는 상표 양식에「타인의 지명 상표 또는 표장과 동일하거나 근사하여 공중의 혼돈 오인을 초래한 경우」등록을 출원 하지 못한다고 명확히 규정함.

두 상표의 근사성은 일반 지식 경험 소유자가 상품을 구매할 때 보통 주의를 돌려 혼돈 오인을 일으킬 수 있는가, 없는가에 따라 판단함

여기에서 말하는 지명상표 또는 표장은 본 상표 또는 표장이 이미 관련 사업 소비자들에게 널리 알려졌다는 사실을 증명할 수 있는 객관적 증거가 있어야 한다고 본법 시행세칙 제15조 제1항 및 제31조 제1항에서 명확히 규정함

본 사안의 원심은 이미 모든 답변요지 및 조사증거 결과를 감안하고 상기 상표법 규정을 적용하여 분쟁상표와 여러 개 평정용 상표양식의 도형을 비교한 결과 근사한 상표에 속하다는 결론을 내림

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 부정경쟁방지관련 분쟁 판례 : 지오다노 상표의 상호 도용

【분쟁사안】 ‘지오다노’ 상표의 상호 등록 관련

【판결번호】 95,判,444

【판결일자】 950330 (Decision Date: 2006-3-30)

【판결이유】 공정거래법 위반

국제유한회사(威騰國際有限公司)(이하 ‘고발인’으로 약함)는 공정거래위원회(이하 ‘피항소인’으로 약함)에게 지오다노 안경유한회사(佐丹奴眼鏡有限公司)(이하 ‘항소인’으로 약함)가 고발인의 동의를 거치지 않고 고발인의 소유인 ‘지오다노’ 상표를 항소인 회사명칭의 특수부분으로 사용하고 회사를 설립 등록하였는데 이는 공정거래법 규정 등에 위반되는 행위’라고 고발하였음

피항소인인 공정거래위원회는 조사를 거쳐 항소인은 관련 업계 또는 소비자들에게 보편적으로 알려진 타인의 상표를 회사명칭의 특수부분으로 하고 회사를 설립 등록하고 사용한 것은 타인의 상업 명성에 빌붙으려 하는 목적이고 거래절차에 충분한 영향을 줄 수 있는 비공정행위이며 공정거래법 제24조 규정, 및 본법 제41조 전단 규정을 위반한 행위라고 인정함

항소인은 안경 및 그 부속품의 판매, 유지보수에 종사한지 20여년이 되며 처음에는 ‘만국안경점(萬國眼鏡行)’을 점포명칭으로 사용하였다가, 82년도 ‘만국(萬國)’을 양식으로 안경 상품의 상표 및 서비스 표장을 등록하였고, 83년 9월 ‘지오다노’를 회사명칭으로 사용하여 회사를 설립 등록하고 대외 영업을 시작함

홍콩 지오다노유한회사 및 고발인의 ‘지오다노 GIORDANO’상표는 신발류 및 각종 복장, 신발, 모자, 가죽가방 등 상품에 사용하고 이미 관련 업계 또는 소비자들에게 널리 알려져 있음

고발인 및 홍콩 지오다노유한 회사의 20년 동안 지속적으로 거액의 자금을 투자하여 광고를 하고 판매를 하는 노력 및 비용을 이용하려고 ‘지오다노’를 회사명칭의 특수부분으로 하고 안경 및 관련 상품의 판매를 추진하면서 고발인의 노력성과를 착취하고 타인의 유명한 상업명성에 의탁한 행위가 사실인 것이 명확하다고 봄

비록 상품 시장이 격리되어 소비자들이 상품 내원을 오인하여 혼동하는 상황은 발생하지 않았지만, 여전히 상업경쟁의 윤리적 비난성을 가지고 있기에 공정거래법 제24조 규정을 위반한 거래질서에 충분히 영향을 줄 수 있는 비공정 행위가 틀림없다고 봄

항소인이 경제부가 법에 의해 항소인의 ‘지오다노안경유한회사’ 설립비준을 준 것은 합법적으로 상호에 ‘지오다노’를 사용할 수 있다고 비준하는 것으로 주장하지만, 항소인이 경제부가 법에 의해 항소인의 ‘지오다노안경유한회사’ 설립을 비준한 것은 회사법 제18조 규정으로부터 감안하여 비준한 것으로 ‘지오다노’를 임의로 사용하는 것, 즉 타인의 유명한 상품 또는 서비스 표장을 합법적으로 도용하거나 혼동을 일으키지 않는 정도에서 타인의 상업 명성을 적극적으로 빌붙는 행위를 비준하였다고 임의로 해석되지 않음

○ 부정경쟁방지관련 분쟁 판례 : HELLO KITTY 캐릭터 상품 모방

【분쟁사안】 ‘HELLO KITTY’ 캐릭터 상품 관련
【판결번호】 95,判,808
【판결일자】 950607 (Decision Date: 2006-6-7)
【판결이유】 공정거래법 위반

본 사안의 飞斯特实业有限公司(이하 ‘피항소인’으로 약함)은 타인의 상품을 고도도용(高度抄襲)한 분쟁상품을 대량으로 수입하였지만 수입 후 즉시로 몰수되어 시장에 유입되지는 않았음

공정거래위원회는 본 법 규정을 위반한 업체에 대하여 기한 내 그 행위를 중지, 시정 또는 필요한 시정조치를 취할 것을 명하고 대만달러 NTD 5만원 이상 2500만 이하의 벌금을 과함. 하지만 원심 피항소인이 공정거래법 제20조 규정을 위반하지 않았다고 판시함

그러나 피항소인의 수입한 의도는 판매이기에 시장에 유통되지는 않았지만 본 행위는 거래질서에 충분히 영향을 줄 수 있는 우려가 있음이 확실하고, 소비자 또는 경쟁자에게 손해를 입힐 우려가 충분하다고 보아 공정거래위원회가 적합하다고 판결함

업체의 행위가 본조에서 언급한 ‘거래질서에 충분히 영향을 줄 수 있다’를 구성하였는가는 판단함에 있어서 본 행위를 실시한 후 거래질서에 충분히 영향을 줄 수 있는 가능성이 있고 추상적인 위험정도에 달하였으면 충분함

본 사안의 피항소 인은 타인의 상품을 고도 도용(高度抄襲)한 분쟁상품을 대량으로 수입하였지만 수입 후 즉시로 몰수되어 시장에 유입할 가능성이 없었지만, 피항소인의 수입 한 의도는 판매이기에 본 행위는 거래질서에 충분히 영향을 줄 수 있는 우려가 있음이 확실하고, 소비자 또는 경쟁자에게 손해를 입힐 우려가 없다고 할 수 없음

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 디자인관련 분쟁 판례 : 젤리 포장팩

【분쟁사안】 '젤리 포장팩' 관련

【판결번호】 90, 判, 886

【판결일자】 900524 (Decision Date: 2001-5-24)

【판결이유】 디자인 특허 무효

정조승(鄭朝升)(이하 '원고'로 약함)은 제3자가 출원한 '젤리 포장팩'이 출원 전에 이미 카탈로그 간행물에 게시되어 상용 조형으로 활용되었으며 극소 부분만 변경하여 출원하였기에 신규성 및 창조성이 없으므로 특허권을 취소해야 한다고 주장하고 무효소송을 진행함

원고는 삼능식품기구주식회사의 1995년 '베이커리, 케이크, 중국식 패스트리, 전용기구/용품 카탈로그 및 거북모양의 제빵틀 실물 1건 및 사진을 증거로 제출했으나 경제부 지적재산국(이하 '피고'로 약함)는 증거1은 식품제조용 패턴판으로 목각제품에 속하므로 양자는 동일하거나 유사한 물품이 아니며, 증거1의 제빵틀이 나타낸 장수거북 모양에 있어서 그 외층 패턴의 형 무늬의 수량이 비교적 적고 본안의 외층 형 무늬와 같이 가로방향에서 육각별 패턴을 구성하지 않았으며, 그 내층의 육각형 무늬는 수(壽)의 약자와 매칭되었으므로 본안과 같이 내층이 육각형 및 수(壽)의 번체자를 매칭하여 6개의 삼각형 분포를 형성한 것과는 상이하므로 제3자가 출원한 디자인은 정당하고 판단함

디자인이라 함은 물품의 모양, 무늬, 색채 또는 그 결합의 **창작을 말하며** 특허법 제106조 제1항의 규정에 부합되어야 함

본안의 동선규칙 및 전체 구조는 증거1과 다르며 이에 따른 시각적 효과도 차이가 있을 뿐만 아니라 당업자가 쉽게 생각 해낼 수 있는 창조물도 아님. 증거2의 거북모양 의 제빵틀 실물은 신제품이 아니며 다만 해당 실물 및 사진은 공개 사용 일자를 게시하지 않았고 또 공개 사용일자가 본안의 출원일 전임을 증명할 수 있는 기타 증거가 없으므로 이를 인정할 수 없기에 증거2는 증거력을 가지지 않음

원고는 본안의 구성형태는 10%의 차이밖에 없으므로 **신규성 요건을 구성하지 않는다**고 하였는데 이 관점은 받아들일 수 없어 무효사실이 성립되지 않는다는 심결을 내림

(출처, 經濟部智慧財產局 www.tipo.gov.tw, 해외지식재산권 보호가이드북 (대만))

4. 기업설립 절차와 외국인투자

가. 기업설립 절차

(1) 투자진출 형태

○ 투자진출 형태

- 대만에서 외국기업이 진출하는 투자형태는 일반적으로 법인, 지사, 연락사무소 3 종류로 분류됨

○ 법인

- 현지에서 본격적인 영업활동 계획이 있고 투자규모가 크고 모회사와 책임관계가 발생하지 않는 독립된 사업체 설립을 원할 경우 적합한 설립 형태
- 법인은 지사 대비 현지 조세 당국과의 마찰 소지가 적은 편이며 현지에서 법인이 직접 계약을 체결할 수 있으므로 회사 운영의 효율성이 지사보다 높음
- 외국계라고 하더라도 현지기업과 법적 의무가 동일하므로 현지 법규를 준수해야 함
- 설립절차는 회사명/종사업종 신청, 투자 신청/심의, 법인 계좌 개설, 투자자금 송금/심의, 법인설립신고, 사업자등록 순으로 진행된다.
- 중문 회사명, 영업분야, 투자대리인 위임장, 투자자 신분 증빙, 투자자금 도착 통지서, 환전 증명서, 통장 사본(표지, 도장/잔액이 찍힌 면), 잔액 증명서, 회계사 자본금 조사 보고서, 사무실 임대차 계약서(사본), 사무실의 최근 건물세 납부 증명서 등을 준비해야 한다.
- 외국기업의 대만 법인 회사명은 '대만○○○주식회사(台灣○○○(股)有限公司)' 형태가 일반적이다. 현지 회계사무소에 위탁 시 대개 20여 일이 소요되며 외국어 자료는 중국어로 번역한 후 대만 재외 공관에서 공증받아야 한다.

○ 지사

- 배당금 송금 시 원천징수 20%가 과세되지 않으므로 대만에서 영업활동(수출입 포함)을 할 계획이 있으나 현지에서 대규모의 자본투자계획이 없을 경우 적합하므로 효율적으로 절세가 가능한 형태임
- 지사는 본사 일부분으로 본사에 적용되는 법규가 지사에도 적용되고 본사의 통제가 쉬움. 계약은 본사 명의로 진행해야 하므로 업무에 유연성과 신속성이 낮은 편이고 지사에 문제가 발생할 경우 본사가 책임 부담을 지게 됨
본사가 대만 지사에 경영권을 위임할 수는 있지만 대만 현지 은행과 여신(與信, loan)에 대한 모든 책임은 본사에서 부담해야 함
- 설립절차는 회사명/종사업종 신청, 본사 증빙서류 검증, 지사 준비자금 송금계좌 개설, 외국 기업 투자허가 및 지사설립등록, 운영자금 송금 순으로 진행됨
- 이 과정에서 본사 사업자등록증(사본), 본사 정관(사본), 본사 이사회 회의록, 지사 대리인 위임장, 지사 중간관리자 위임장, 소송/비소송 대리인 신분증, 대표자 신분증, 사무실 임대차 계약서(사본), 사무실의 최근 건물세 납부 증빙, 운영자금 도착 통지서 및 환전 증빙 사본, 외국자본 자격 성명서 등을 제출해야 함
- 회사명은 '한상○○○주식회사-대만지사(韓商○○○(股?)有限公司-台灣分公司)' 형태가 일반적이며 모든 외국어 증빙자료는 중국어로 번역한 후 대만 재외공관의 공증을 거쳐야 한다. 현지 회계사무소 등에 위탁해 진행할 경우 대개 20여 일이 소요됨

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 연락사무소

- 대만과의 비즈니스가 활발해져 원활한 업무 연락과 시장조사 전담 창구가 필요할 경우 적합한 설립형태임
설립절차가 간단하며 해외 사업 확장 초기에는 연락사무소 형태로 진출하고 필요 시 지사나 법인으로 전환해 영업활동을 하는 것이 일반적임
- 연락사무소의 경우 계약 체결, 견적 제공, 가격 협상, 구매, 시장조사 등 업무상 법률적 행위만 수행 가능하며, 대만으로 물품 수입이나 서비스 제공 후 고객으로부터 대가를 받는 이익 창출 활동은 불가능함. 따라서 부가가치세, 법인세 신고 의무는 없음
대만 정부가 연락사무소에 세무적으로 영업행위가 있었다고 판단할 경우 법인세, 부가가치세를 과징하는 동시에 유기징역 또는 벌금 등 형사책임이 따를 수 있음
- 설립절차는 본사 서류 검증, 본사 인허 및 연락사무소 대표자 신고, 납세 고유번호 발급 신청순으로 진행됨. 이 과정에서 연락사무소 중명명, 본사 사업자등록증(사본), 본사 정관(사본), 소송/비소송대리인 신분증, 소송/비소송대리인 위임장, 사무실 임대차 계약서(사본), 사무실의 최근 건물세 납세 증빙 등을 제출해야 하며 외국어로 된 증빙자료는 중국어로 번역한 후 대만 재외 공관에서 공증받아야 함. 현지 회계사무소에 위탁할 경우 대개 15일 정도 소요됨
- 회사명은 '한상○○○주식회사(韓商○○○(股)有限公司)' 형태가 일반적임

(참조자료, 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))

(2) 회사의 유형

○외국인 투자자는 유한회사와 주식회사 형태로 설립하는 것이 보편임

- 유한회사와 주식회사는 법인격 형태로 주주는 출자금액 한도 내에서 책임을 부담하며 주식 및 부동산 투자가 용이함
- 주식회사는 주식 거래에 대한 양도소득세가 없고 현지 상장이 가능하고 유한회사는 자본금 부담이 적고 단 한 명의 자연인 또는 법인으로 설립이 가능하나 두 형태 모두 지사보다는 세금 부담이 높음
- 이외에도 유한회사의 경우 유가증권을 거래하기 위해서는 주주의 2/3로부터 사전 동의가 필요하며 주식회사는 유가증권 이전에 대해 0.3%의 증권 거래세를 부과해야 함

표 3-6 회사 설립 형태 비교표

| 형태별 | 주식회사 | 유한회사 | 지사 | 연락사무소 |
|-------|-------------------------|-------------------------|--------------------------------|------------------|
| 구분 | 일반 또는 중소 규모의 투자자 | 일반 또는 중소 규모의 투자자 | 대만 지사에서 이익 창출과 절세를 원하는 외국인 투자자 | 홍보 활동, 연락 업무 투자자 |
| 최소자본금 | 제한 없으나 법인 설립 비용을 총당할 금액 | 제한 없으나 법인 설립 비용을 총당할 금액 | 제한 없으나 법인 설립 비용을 총당할 금액 | 해당 없음 |
| 주주 선임 | 최소 1법인 주주 혹은 2인 주주 | 최소 1법인 주주 혹은 1인 주주 | 모기업 | 모기업 |
| 경영권 | 등기이사 3인, 사외이사 1인 | 등기이사 1인 (최대 3인) | 지사장 1인, 법정대리인 1인(겸임 가능) | 법정대리인 1인 |
| 유한책임 | 해당 | 해당 | 해당 없음 | 해당 없음 |

| 의결권 | 1주당 1의결권 | 정관 특별조항에서 명시하지 않는 한 1주당 1의결권 | 해당 없음 | 해당 없음 |
|----------------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|-------|
| 영업활동 | 가능 | 가능 | 가능 | 불가능 |
| 수출입활동 | 가능 | 가능 | 가능 | 불가능 |
| 타 법인의 주주 겸임 | 가능 | 가능 | 불가능 | 불가능 |
| 계좌 개설 | 가능 | 가능 | 가능 | 가능 |
| 기업 공개 | 가능 | 해당 없음 | 해당 없음 | 해당 없음 |
| 형태 전환 | 불가능 | 주식회사로 전환 가능 | 불가능 | 불가능 |
| 회계 감사 의무 | 납입자본금 NT\$ 3000만 이상일 경우 해당 | 납입자본금 NT\$ 3000만 이상일 경우 해당 | 운전자본금 NT\$3000만 이상일 경우 해당 | 해당 없음 |
| 부가가치세 | 5% | 5% | 5% | 해당 없음 |
| 소득세 | 20% | 20% | 20% | 해당 없음 |
| 원천징수 | 21% | 21% | 0% | 해당 없음 |
| 유보금 과세 | 5% | 5% | 0% | 해당 없음 |
| 주식/지분 양도소득세 | 해당 없음 | 소득세에 따라 부과 | 해당 없음 | 해당 없음 |
| 주식/지분 양도 | 가능 | 주주 승인 필요 | 해당 없음 | 해당 없음 |
| 설립 소요기간 | 1~2개월 | 1~2개월 | 1~2개월 | 2~4주 |

참조자료, 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스)

○ 주식회사

- 주주는 자연인 2명 이상 또는 법인 1개 이상으로 구성되며 출자금 내에서 책임을 부담함. 이사 3명, 감사 1명, 투자등록 대리인(위탁 회계사)은 필수로 요구됨
- 최저 자본금 규정은 따로 없으나 외국인 CEO를 위임할 경우 50만 대만달러 이상을 투자해야 함. 대만에서 주식 투자를 할 수 있고 직접 대만 증시에서 공개발행 할 수도 있음

○ 유한책임회사

- 주주는 자연인 1명 또는 법인 1개 이상으로 구성되며 출자금 내에서 책임을 부담함. 이사 1명, 투자등록대리인(위탁 회계사)은 필수로 요구되며 최저 자본금 규정은 따로 없으나 외국인 CEO를 위임할 경우 50만 대만달러 이상을 투자해야 함
- 대만에서 주식 투자를 할 수 있으나 직접 공개발행 할 수는 없음

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 개인사업자

- 설립절차는 법인과 거의 동일하나 법인 자격은 주어지지 않음.
- 최저 자본금 조건은 없고 대표자 또는 동업자가 사업 경영상의 리스크와 채무 청산을 책임져야 함
- 법인은 회사명/종사업종 등록을 중앙 정부기관(경제부 상업사)에서 수리하므로 회사명에 대한 법적 보호나 사용범위가 전국성을 띠지만 개인사업은 소재지 지자체가 수리하므로 법적 보호가 지역에 국한되는 편임
- 법인과 달리 회계기록을 철저하게 구비해야 하는 강제성이 없고, 투자자금 심사 후 설립 등록 시 법인은 '회사 등록'으로 진행되는 반면 개인사업은 '상업 등록'으로 신청하는 차이점도 있음
- 상업 등록 절차는 상호명 신청 및 종사업종 조회, 외국인 투자 신청 및 허가 취득, 현지 계좌 개설 및 투자자금 송금, 투자자금 심사, 상업등록, 납세 고유번호 신청, 수출입 업체 등록 순으로 회사 등록 절차와 동일한데 투자 신청/심의, 투자자금 심의(중앙정부인 경제부 투자심의위원회가 담당)를 제외한 나머지 절차를 소재지 지자체를 통해 진행하는 차이가 있음
- 부가가치세는 법인과 달리 월 매출액 수준에 따라 차등 부과됨. 월 매출액 8만 대만달러 이하는 부가가치세가 면제되고 8만 대만달러 초과~20만 대만달러 미만은 1% 부과, 20만 대만달러 초과 시 5%를 부과하는 방식임

(3) 법인설립 절차

○ 법인 설립 관련 상세 내용

① 회사명 및 업종 신청

- 신청서를 준비하고 경제부 상업사에 제출함 이 후 3일이 소요되며 300 대만 달러(약 10,800원)를 납부함 온라인 신청 시에는 150 대만 달러(약 5,400원) 납부해야함

② 투자 허가 신청

- 신청서, 회사명 및 업종 허가서, 주주 구성원 및 자본금 결정, 대표자의 여권 사본, 자연인 위임장, 자연인 주주의 여권 사본을 준비하고 경제부 투자심의회에 제출함.

③ 투자 자금 심사

- 신청서, 외국인 투자허가 공문 사본, 은행 입금 통지서, 대만달러로 환전한 증명서, 회사명의 계좌 통장 사본을 준비하고 경제부 투자심의위원회에 제출함

④ 회사설립등록

- 주식회사의 경우, 대표자 위임 후 15일 이내에 건물 소유권자 동의서 원본 또는 임대차 계획서 사본 및 최근 종합부동산세 납세 증명서와 설립 등기표를 해당 5대 직할시 지방정부에 제출함. (사업장이 5대 직할시에 소재하지 않은 경우 경제부 중부사무실에 제출)
- 유한회사의 경우, 회사정관 확정 후 15일 이내에 회사설립등록신청서를 5대 직할시 지방정부에 제출함 (사업장이 5대 직할시에 소재하지 않은 경우, 경제부 중부사무실에 제출)

- 외국기업의 대만 법인 회사명은 '대만○○○주식회사(台灣○○○(股)有限公司)' 형태가 일반적이다. 현지 회계사무소에 위탁 시 대개 20여 일이 소요되며 외국어 자료는 중국어로 번역한 후 대만 재외 공관에서 공증받음

나. 외국인투자

(1) 투자환경

- 대만은 아시아·태평양 교통의 요충지로 대만의 투자환경은 좋은 평가를 받고 있음. 풍부한 자본, 안정된 환율, 상대적으로 낮은 이자율로 자금 조달에 용이하며 외국인 투자자도 투자 법규에 따라 실질적인 보호를 받을 수 있음
- 대만은 1953년부터 외국자본의 유치에 적극적인 자세를 견지하면서 신규 투자에 대해서는 조세감면과 공장부지 취득 시 은행융자 지원을 하는 우대조치를 마련하는 등 외국인의 대만 투자 관련 보장, 제한, 처리 기준을 규정한 법령으로 '외국인 투자조례(Statute for Investment by Foreign Nationals)'를 1954년 7월 6일 제정함
- 1980년대부터 국내외 여건 변화로 기존의 노동집약적 산업구조에서 자본기술집약적 산업구조로의 전환을 추진하여 왔고, 이러한 제도적 기반을 위해 1991년 초 기존의 '외국인투자조례(Statute for Investment by Foreign Nationals)'를 폐지하고 '산업고도화 촉진조례(Statute for Industrial Upgrading)'를 제정함
- 외국인 투자에 대한 정부 입장
대만 정부는 원칙적으로 외국인 투자 문호개방을 확대코자 1990년 7월 외국인 투자금지 및 제한업종을 제외한 나머지 업종에 대해서는 제한을 두지 않고 있음. 최근 Negative List의 일부 업종을 완화시키는 등 적극적인 외국인 투자유치에 나서고 있다. 그러나 대만의 투자매력도는 정보통신, 전기전자 등 일부 업종을 제외하고는 중국, 동남아 등 여타국에 비해 낮은 것으로 평가되고 있음
- 외국인 투자에 대한 장려
외국인에 대한 투자장려 조례가 폐지되고 산업고도화 촉진조례가 제정되어 외국인에게만 특혜를 주지는 않음. 다만, 첨단 기술에 대해서는 내·외국인기업에 상관없이 장려하고 있음

(2) 투자인센티브

- R&D 지원 인센티브
 - R&D 투자금액 기준으로 법인세를 감면해주는 제도임. 조세감면 비율은 R&D 투자금액의 15% 수준을 초과하지 않는 범위 내에 1년간 법인세를 공제해 주거나 투자금액의 10% 수준 이내에서 3년간 법인세를 감면함(감면금액은 당해연도 법인세의 30%를 초과하지 않는 것을 전제로 함)
- 중소기업의 현지인 추가 고용, 임금인상 인센티브
 - 중소기업이 현지인 정규 직원을 추가로 고용했고 전체적으로 급여 비용이 상승했을 시 추가고용직원 연간 급여의 130% 한도 내에서 당해연도 법인세를 감면함
 - 법정 최저임금 인상과 관계없이 현지인 말단직원의 임금을 인상했을 시 연간 인상급여의 130% 한도 내에서 당해연도 법인세를 감면함
- 타이베이시와 경제부처에서 기업에 지급하는 지원금 및 인센티브임

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

표 3-7 정부 지원금 및 인센티브 관련 주요 프로그램

| 프로그램명 | 주관 기관 | 지원금 항목 | 최대지원금 (NT\$) |
|-----------------------|----------------------|--|--------------|
| 타이베이시-투자 인센티브 | 타이베이시 | 투자 인센티브: 교육비, 급여, 임대, 대출 이자, 주거세 | 5,000만 |
| 타이베이시-혁신 인센티브 | 타이베이시 | 신규 스타트업: 프로젝트 총 예산의 50%에 해당하는 급여, 교육비, 임대료 등의 항목 지원 | 100만 |
| | | R&D: 프로젝트 총 예산의 50%에 해당하는 급여, 연구개발 장비, 출원 등의 항목 지원 | 500만 |
| | | 브랜드 개발: 프로젝트 총예산의 50%에 해당하는 급여, 인테리어, 전시회 비용 등의 항목 지원 | 500만 |
| | | 중소기업 혁신 인큐베이션: 프로젝트 총 예산의 10%에 해당하는 기술 수입 비용, 직원 교육비용 등의 항목 지원 | 300만 |
| 중소기업 혁신 연구 프로그램(SBIR) | 경제부 중소기업처 (經濟部中小企業處) | 총 R&D 비용의 50%에 해당하는 급여, 연구개발 장비, 출원 등의 항목 지원 | 1,200만 |
| 서비스 산업 혁신 프로그램(SIIR) | 경제부 상업사 (經濟部商業司) | 혁신 서비스와 관련된 비용의 50%에 해당하는 급여, 기술이전 비용 등의 항목 지원 | 200만 |

3 제한 및 금지업종

- 화교 및 외국인 투자 금지-제한 업종 리스트(Negative List for Investment by Overseas Chinese and Foreign Nationals)에 명시한 분야에 대해 투자를 제한 또는 금지함
 - 투자금지업종(총 13개): 화학 원재료 제조업, 기타 화학제품/기본금속 제조업, 기타 기계 설비 제조업, 육상운수업, 우편업, 무선 라디오/TV 방송업, 민간공중 서비스업, 특수오락업 등
 - 투자제한업종(총 28개): 농산물 재배업, 목축업, 화학 원재료 제조업, 전력/액체연료 공급업, 수도업, 선박/항공운수업, 위성 TV업, 토지 등기대행서비스업 등
 - 안보, 공공질서, 풍속, 건강에 악영향이 우려되는 업종과 법률로 특정한 업종에 대해 투자를 금지하며 투자제한업종은 관할 부처의 허가를 취득해야 투자할 수 있음
- 상세한 금지-제한 분류 기준(업종별 품목, 관할부처)은 경제부 투자심의위원회 홈페이지에서 확인할 수 있음

(4) 유치 및 자문기관

- 대만 투자진출에 관한 자문 및 안내는 경제부 투자업무처에서 관할하고 있음 2010년 8월부터는 투자자 맞춤형 원스톱 서비스센터(Invest Taiwan Service Center)'를 통해 투자 진출 절차 전 과정에 걸쳐 투자자의 편의를 제공함
- 투자유치기관
 - 경제부 투자업무처(www.idic.gov.tw)
 - 경제부 투자심의위원회(www.moeaic.gov.tw)

(자료. 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))



TIP

- 해외진출을 하기 위해서는 해외 파트너선정, 해외법인설립, 해외지사설치, 연락사무소설치, 외환, 현지 자금조달 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)

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

5. 세무 및 노무

가. 세무

(1) 세무제도

(가) 개요

- 우리기업이 대만 투자 시 가장 어려운 점 중의 하나는 한국과 대만 사이에 이중과세방지 협정이 체결되지 있지 않다는 점임
(※ 2020년 8월 기준 우리나라의 이중과세방지협정 체결 현황- 총 96개국 체결[발효 93, 미발효 2, 효력정지 1])
- 세금과 외환과 관련하여 프랜차이즈 사업에 특정한 규정은 없음
외국인 투자자는 연간 발생이자 또는 투자에서 배분 된 이익 잉여금에 대해 교환 결제를 신청할 수 있음. 또한 투자자가 자신의 주식을 양도하거나 투자를 철회 또는 축소 할 수 있는 승인을 받거나 투자에서 얻은 자본 이익을 얻은 경우에는 외국인 투자자도 승인된 투자 총액에 대한 일시불 결제를 신청할 수 있음. 중국 투자자 또는 중국, 홍콩 또는 마카오 투자자가 투자 한 회사의 대만 투자에도 동일한 규칙이 적용됨
- 현지 자금 조달 제도 - 현지에서 외국기업의 자금 조달은 대만기업과 같고 특별한 규정은 없음. 담보, 보증의 조건은 대부분 은행과의 교섭으로 결정함
- 프랜차이즈관련 세금 - 대만의 기업가와 관련된 주요 세금은 법인세, 부가가치세, 개인 소득세 및 관세 등임. 프랜차이즈 사업을 위해 특별히 존재하는 최적의 세금 효율적인 구조는 없음
- 기업소득에는 매 회계 연도 소득에 대해 법인세가 부과됨. 가맹본부가 대만 회사인 경우 대만 내외에서 발생하는 모든 소득에 대해 법인세를 납부할 의무가있는 반면, 외국회사 가맹본부는 국내원천소득에 대해서만이 세금을 납부하면됨
- 부가가치세는 세법에 따라 대만에서의 상품 또는 서비스 판매 및 상품 수입에 대해 부과됨. 대만에 고정 된 사업장이 없는 외국 회사에서 서비스를 제공하는 경우 대만의 서비스 구매자는 부가가치세를 지불해야함
- 거주자가 없지만 과세연도 중 183일 이상 대만에 거주하는 거주자 또는 외국인인 대만 내외에서 발생한 모든 소득에 대해 소득세를 납부해야함

(나) 법인세

- 영리사업소득세라고 부르며 세율은 20%임. 과세표준을 두 단계로 나누어 120,000대만달러 이하의 경우 세금을 면제하고 120,000대만달러를 넘는 기업에는 20%를 과세함
단, 납세액은 면세금액(120,000대만달러)을 초과한 소득액의 절반을 넘지 않는다는 조건이 있으므로 소득액이 120,000대만 달러 초과~200,000대만달러 이하일 경우 납세액은 (소득액-120,000)÷2로 산출한다. 소득액이 200,000대만달러를 초과 할 경우 소득액에 과세율 20%를 바로 적용해 산출함

- 법인세는 국내외에서 발생한 소득을 합산한 기준으로 산정하는 것을 원칙으로 함. 다만, 해외 소득의 경우 소득 발생 국가의 세무기관이 발행한 납세 증빙서류와 대만 재외공관 공증서류를 제출해 공제받을 수 있다. 공제금액은 해외 소득에 대만 법인 세율을 적용해 산출함
- 자회사를 포함한 법인의 경우 대만 경내를 비롯한 경외에서 발생한 소득에 대해 과세함. 단, 대만 경외에서 발생한 소득의 경우 납세의무자는 소득 발생 해당 국가 세무기간이 발행한 당해 연도 납세 증빙서류 및 대만 재외 공관의 공증서류를 제출하여 공제받을 수 있음
- 지점의 경우 대만 경내에서 발생한 소득에 한해 납세의무를 이행하면 됨. 대만은 투자 촉진 제도를 개편하면서 기존 제도 (산업 고도화 촉진 조례, 1991~2009)의 인센티브를 축소하는 대신 법인세를 기존의 20%에서 17%로 대폭 인하함
- 신고 기간은 매년 5월 1일~31일이며 은행, 편의점을 방문해 납부하거나 계좌 이체할 수 있다. 편의점 현금 납부는 20,000대만달러(80만 원) 이하만 가능하므로 세액이 20,000대만달러 초과 시 은행 방문 또는 계좌 이체를 이용하면 됨

(다) 개인소득세

- 개인종합소득세라고 부름. 1년 동안 대만 내 체류일수가 만 183일에 달하면 거주자로 간주하고 국내외 소득을 합산해 과세함. 과세표준별로 5단계로 구분하며 세율은 5~40% 수준임
- 과세표준별 세율 및 누진 공제액은 다음과 같음
 - (연 소득 540,000대만달러 이하) 세율 5%. 누진 공제액 없음.
 - (540,001~1,210,000대만달러) 세율 12%. 누진 공제액 37,800대만달러
 - (1,210,001~2,420,000대만달러) 세율 20%. 누진 공제액 134,600대만달러
 - (2,420,001~4,530,000대만달러) 세율 30%. 누진 공제액 376,600대만달러
 - (4,530,001대만달러 이상) 세율 40%. 누진 공제액 829,600대만달러
- 신고방법은 표준 공제와 항목별 공제 중 선택할 수 있음
 - 표준 공제는 납세자 본인과 배우자를 대상으로 1인당 120,000대만달러가 공제되며 항목별 공제는 보험료, 의료비, 주택 임차료, 기부금, 주택 구매 대출금리를 일정 수준 공제 받을 수 있음. 두 가지 기준으로 공제액을 따져본 후에 세금 부담을 줄일 수 방법으로 신고하면 됨. 이 밖에도 공통적으로 공제되는 항목도 있음
 - 기본공제: 1인당 88,000대만달러(만 70세 이상은 1인당 132,000대만달러)
 - 추가공제: (급여) 1인당 최대 200,000대만달러, (이자) 1인당 최대 270,000대만달러, (교육비) 1인당 최대 25,000대만달러, (미취학 아동) 1인당 120,000대만달러 등
- 납세의무자를 거주자와 비거주자로 분류하며 상이한 기준으로 세금이 부과됨(※90일 이내와 90일 초과~183일 미만으로 구분)
- 과세기간 한 해 기준 거류일수가 만 183일 이상일 경우 거주자로 동일시하여 대만 경내/외 소득을 합산하여 과세등급을 5단계로 구분하여 소득에 따라 세금을 징수함

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- 비거주자가 거류일수가 90일 이내일 경우 : 대만 고용주로부터 받은 보수에 한해 20%의 원천징수세율을 적용함
비거주자가 거류일수 90일 초과 ~ 183일 미만일 경우 : 이중과세협정을 체결한 국가의 국민이거나 외국인 투자유치 법령에 의거하여 대만 투자유치 허가를 받은 자로서 해당 외국 사업체의 이사장이나 CEO, 기술요원으로 투자 수속 및 공장설립, 시장조사 등 임시적인 업무로 대만 내 거류할 경우를 제외하고 대만 경외(해외) 고용주로부터 받은 보수 역시 대만 내 소득과 동일시하여 원천징수세 20%를 납부해야함
- 매년 5월이 신고 기간이며 외국인의 경우 거류증 상 주소지의 관할 국세국(세무서)을 방문해 납부하면 된다. 체류 중에 대만을 떠나 돌아 올 계획이 없을 경우 출국 전에 신고하면 됨

(다) 부가가치세

- 세율은 5%. 대만 내에서 판매한 상품과 서비스, 해외에서 구입해 대만에서 사용하는 서비스, 수입 상품에 부과됨
- 대만 내 고정 사업장이 없는 외국 기업이 1년 이내에 대만에서 전시회 참가, 출장, 시찰, 시장조사, 투자유치/마케팅 행사를 진행하기 위해 대만에서 상품이나 서비스를 구입한 경우, 모국과 대만 간에 상호호혜 관계가 성립된 전제하에 부가가치세를 환급 받을 수 있음. (한국과는 조세조약 미체결)
- 납세신고는 격월마다 연중 6회이며 신고 기간은 과세기간(2개월) 만기 후 15일 이내에 이행해야 함

(라) 특별소비세

- 특별물품서비스세(약칭, 사치세)라고 부르며 세율은 10%. 과세대상은 판매가격 또는 과세가격이 300만 대만달러 이상인 고급 승용차, 요트, (경비행기, 헬리콥터와 50만 대만달러 이상인 거북이 등껍질/산호/대모 거북/산호/상아 및 그 제품, 고급 가구, 고급 회원권임
- 수입품의 경우 수입 가격(관세 미포함)에 관세, 물품세, 부가가치세를 합산한 금액을 기준으로 과세하고 대만산은 제품 단가, 물품세, 부가가치세를 합산한 판매가격을 기준으로 함

(마) 물품세

- 화물세라고 부르며 일부 품목에만 과세된다. 세율은 품목별로 상이하며, CIF(운임보험료 포함) 가격에 관세를 더한 후 물품세율을 적용해 산출함
- 과세 품목별 세율
 - 타이어: (버스, 대형화물차) 10%, (기타) 15%, 이너튜브/솔리드타이어/농경용/인력거용은 면세
 - 시멘트: 종류에 따라 톤당 196/320/440/600대만달러로 차등 과세
 - 음료수: (희석 과즙) 8%, (기타) 15%, 천연과즙/잼/농축과즙/천연채소즙은 면세
 - 평면 유리: 10%, 전기전도성 유리/주형 제작용 강화유리는 면세
 - 유류, 가스: 종류에 따라 KL당 차등 과세. (휘발유) 6,830대만달러, (경유) 3,990대만달러, (등유) 4,250대만달러, (항공유) 610대만 달러 등. (LPG) 톤당 690대만달러

- 전기제품: (냉장고, TV, 비디오 레코더) 13%, (녹음기, LP플레이어, 오디오세트) 10%, (제습기, 오븐, 중앙제어 냉난방기) 15%, (일반 냉난방기) 20%
- 차량: (배기량 2000cc 이하) 25%, (배기량 2000cc 초과) 30%, (버스, 화물차, 기타) 15%, (이륜차) 17%, (전기이륜차) 8.5%

(2) 외환제도

- 현행은 변동환율제도이나 초기에는 고정환율제도였음. 대만달러에 대한 평가절상 압력이 커지면서 대만은 1989년 4월 3일부터 본격적인 변동환율제도를 시행하게 됨
- 외환 규제
 - 외환 거래금액이 연간 또는 건당으로 기준치를 초과할 경우 거래 은행을 통해 중앙은행의 허가를 받아야 함 (거래은행에서 외환거래신고서 작성/제출 요망)
 - 연간 거래금액 기준치는 회사/상점이 5,000만 달러, 개인/단체는 500만 달러이며, 건당 거래금액 기준치는 회사/상점이 100만 달러, 개인/단체는 50만 달러, 대만 거류증(유효기간 1년 이상)을 소지한 외국인인 50만 달러, 비거주자는 10만 달러로 차등 적용됨
- 법인에 의한 무역, 서비스 거래 지불, 외화 수취는 자유지만, 개인은 연간 500만 달러, 법인은 연간 5,000만 달러까지 외화를 송금할 수 있음
- 대만으로 달러 송금 시 입금액 상한은 따로 없으나 거래 은행이 유선상으로 입금된 자금의 용도를 확인할 수 있음. 대만에 입금된 달러를 대만달러로 환전할 경우에도 상기 외환 거래금액 기준치에 따라 외환거래신고서를 작성해 제출해야 함



TIP

- 대만 세무관련 제도의 좀 더 자세한 내용은 「대만진출기업을 위한 세무안내」(국세청) 참조 바람

나. 노무

(1) 노무 환경

(가) 개요

- 대만 현지인 고용 시 기업문화의 이해도 어려우며 업무 및 의사소통에 문제가 종종 발생하여 대만에 진출 하는 국내 투자 진출 기업들이 겪고 있는 어려움 중 하나는 현지 인력고용 및 관리임. 따라서 한국어와 중국어를 잘 구사하며 동시에 대만 시장을 잘 이해하고 있는 우수한 인력을 구하기가 좀처럼 쉽지 않음

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(나) 최근 개정 내용

- 근로자보호 강화하는 「노동사건법」 시행(2020.1.). 2020년 1월 1일부터 대만에서 근로자보호를 강화하는 「노동사건법(Labor Incident Act)」이 공포되었음
- 매년 약25,000건의 노동사건이 발생하지만, 근로자의 경우 오랜 소송기간 등으로 대부분의 경제적 소득문제를 해결하지 못하고 결국 소송을 포기하는 결과로 이어짐. 「노동사건법」 제정이 노무관련 분쟁의 쟁점을 명확하게 파악하는 기반을 마련하여 시간적·금전적 자원낭비를 줄이고 문제의 신속한 해결을 촉진해줄 것을 기대됨
- 민사소송법 특별법으로 분류되는 「노동사건법」의 주요 특징
 - 전문성 강화 : 법원마다 노동전문법정을 설치하고 노동사건은 일반심리가 아닌 전문심리로 진행
 - 노동사건의 범위 규정 : 노동조합산학협력, 양성평등 위반, 고용차별, 산업재해, 노동쟁의, 노사관계, 그 밖의 침해 등과 관련된 분쟁을 포함
 - 노동중재위원회 구성 및 특수중재절차 확립 : 노동중재위원 2인과 판사로 구성된 전문위원회가 특수중재절차를 공동으로 진행
 - 소송절차와 중재절차의 연계성 제고 : 개별 진행이 아닌 소송-중재 전환 가능
 - 노무소송 진입장벽 완화 : 근로자에게는 노동소송 비용을 일부 또는 전부 면제
 - 분쟁해결 통합 기능 : 다수의 이익을 침해하는 사건에 대하여 노동조합이 소의 제기 가능
 - 즉각적인 실효성 확보 : 승소 판결시 직권에 의한 가집행 처분 등으로 권리보전
- 노동사건 중재절차는 「노동사건법」에 따라 학식과 경험을 갖춘 근로자측 노동중재위원 1인, 사용자측 노동중재위원 1인, 판사가 공동으로 진행함. 노동중재위원은 기관·산업체·노동조합 등의 추천이나 법원 직권으로 임명됨

(자료 참조. 세계법제정보센터 대만 법제동향, 대만 UDN(경제일보))

(다) 프랜차이즈 관련 직원채용

- 가맹본부는 대만에서 가맹사업 운영을 위한 현지인을 고용하기 위해서는 대만에 새로운 회사 또는 지사를 설립해야함. 따라서 가맹본부는 새로운 회사를 설립하든 지사를 설립하든 대만에 대한 투자에 대해 '경제부의 투자위원회(C)'로부터 사전 승인을 받아야함

(라) 임금 수준

※ 기준환율 : 1달러=31만달러(2019 연평균 기준)

| | | | | | |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|-------------------|-----|
| 대졸-사무직 초임 (평균임금, 달러) | 890.55 | 고졸-생산직 초임 (평균임금, 달러) | 787.74 | 최저임금 (시간당, 달러) | 5.1 |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|-------------------|-----|

〈자료원 : 대만 노동부〉

(2) 노무 관리

(가) 고용계약

- 대만의 고용계약은 '정기계약'과 '비정기계약'으로 분류되며, 우리의 계약직, 정규직에 해당한다고 볼 수 있음
- 정기계약 만료 이후 신규 계약 체결, 사정에 의한 비정기계약 이행 중단 이후 계약 이행 재개 사이의 공백 기간이 3개월 미만일 경우, 노동자의 근속기간은 이전 계약 기간을 포함해서 산정함
- 고용계약은 구두로 약정한 내용도 성립되지만, 약정 사항이 10여 개에 달하는 만큼 서면으로 작성하는 것을 권장함. 계약서에는 계약기간, 담당 업무, 근무장소, 근무시간, 임금, 휴가, 계약중지 통보, 이직/퇴직/해고, 산재, 사회보험, 상벌, 근무규칙, 안전위생, 권리 의무, 계약 수정, 계약서 보존 관련 내용을 명시
- 상여금은 일반적으로 설 연휴 이전에 지급함. 금액 수준은 기업 규모나 해당 연도 회사 매출, 개별 업무 성과에 따라 격차가 있으나 1개월 치 이상의 월급을 상여금으로 지급함. 규모가 큰 회사의 경우 이익배당금을 연말 특별 상여금으로 지급하기도 함

(나) 근로시간

- 근무시간은 하루 8시간, 주 40시간으로 노동자는 7일마다 2일의 휴식을 보장받음
- 초과근무는 일 4시간, 월 46시간을 초과할 수 없으며 초과근무 시에는 초과근무수당을 지급해야 함. 초과근무수당은 평일, 공휴일, 휴무일(통상 토요일), 휴일(통상 일요일)에 따라 지급 기준에 차이가 있음
- 평일
 - 초과근무시간 2시간 이내(9~10번째 시간): 시급의 1/3 이상을 추가 지급
 - 초과근무시간 2시간 초과~4시간 이내(11~12번째 시간): 시급의 2/3 이상을 추가 지급
- 공휴일
 - 8시간 이내: 하루 치 임금
 - 8시간 초과~10시간 이내(9~10번째 시간): 시급의 1/3 이상을 추가 지급
 - 10시간 초과~12시간 이내(11~12번째 시간): 시급의 2/3 이상을 추가 지급
- 휴무일(통상 토요일)
 - 2시간 이내: 시급의 1/3 이상을 추가 지급
 - 2시간 초과~8시간 이내: 시급의 2/3 이상을 추가 지급
 - 8시간 초과~12시간 이내(9~12번째 시간): 시급의 2와 2/3 이상을 추가 지급
- 휴일(통상 일요일): 천재지변이나 돌발사고 이외에는 원칙적으로 초과근무를 요구할 수 없음
 - 8시간 이내: 하루 치 임금과 1일 보상휴가
 - 8시간 초과~12시간 이내(9~12번째 시간): 시급의 2배를 지급

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(다) 휴가

○ 연가

- 근속기간에 따라 최소 3일, 최대 30일을 부여한다. 근속기간별 연가 일수는 (6개월~1년 미만) 3일, (1년 이상~2년 미만) 7일, (2년 이상~3년 미만) 10일, (3년 이상~5년 미만) 14일, (5년 이상~10년 미만) 15일, (10년 이상) 매년 1일씩 추가, (24년 이상부터) 최대 30일
- 근속기간에 따른 연가 일수는 회사에 따라 개별 노동자의 입사일 기준 또는 양력 1월 1일을 기준으로 선택해 결정할 수 있음. 다만 노동부는 근속기간에 따른 연가일수 산정 시스템을 제공하고 있음 (https://calc.mol.gov.tw/Trail_New/html/RestDays.html)
- 잔여 연가는 노사간 합의를 전제로 다음 해로 1년간 이월 가능하다. 이월한 후에도 소진하지 못했거나 계약 종료로 소진하지 못한 경우에는 임금으로 지급해야 한다. 이때 기본급을 30일로 분할한 후 미소진 연가 일수만큼 지급하면 됨

○ 개인용무 휴가

- 1년 이내에 14일을 초과할 수 없으며 무급으로 처리함

○ 결혼휴가

- 전액 유급휴가로 8일 부여

○ 장례휴가

- 전액 유급휴가로 가족관계에 따라 일수가 다르다. (부모, 배우자) 8일, (조부모, 배우자의 부모, 자녀) 6일, (증조부모, 형제 자매, 배우자의 조부모) 3일

○ 병가

- (입원 시) 2년간 누계로 총 1년 미만
- (미 입원 시) 1년간 누계로 총 30일 미만
- 입원과 미 입원 합산 기간은 2년간 누계로 1년을 초과할 수 없다.
- 1년 중 30일을 초과하지 않을 경우 휴가 일수는 임금의 반액을 지급하며 30일 초과 시 무급으로 처리함

○ 출산휴가

- 분만 전후로 8주를 부여하며 임금은 전액 지급함. 단, 근속기간이 6개월 미만일 경우 반액 지급함
- 배우자의 경우 분만 당일 전후로 15일 이내에 5일간 전액 유급휴가를 부여함
- 유산 시, 임신 2개월 미만은 5일, 2개월 이상~3개월 미만은 1주, 3개월 이상은 4주를 전액 유급휴가로 지급하는데 근속기간 6개월 미만 시 반액 지급함
- 임신 기간에 의사가 안정이 필요하다고 진단한 경우 입원 병가를 신청할 수 있음
- 임신 기간에 검진 휴가를 전액 유급휴가로 5일 부여함

○ 육아휴가

- 근속기간 6개월 이상의 노동자로 만 3세 미만의 자녀를 양육할 경우 최장 2년까지 신청할 수 있다.(자녀가 2명 이상일 경우 합산으로 최장 2년)
- 이 기간에 사용자는 임금과 사회보장세를 지급하지 않아도 됨
- 노동자 수가 30명 이상인 회사면 3세 미만 자녀를 양육하는 노동자는 일일 근무시간을 1시간씩 단축하거나(단축한 시간은 무급으로 처리) 근무시간대를 조정할 수 있음

○ 생리휴가

- 연간 3일을 초과하지 않는 범위에서 월 1일을 신청할 수 있음(3일 초과 시 병가로 산입)
- 임금은 반액 지급함

○ 가족돌봄휴가

- 가족 구성원 중에 심각한 질병 또는 사고로 간호가 필요할 경우 연간 최대 7일까지 신청할 수 있음
- 휴가 일수는 개인용무 휴가로 산입하며 무급으로 처리함

(라) 해고

- 노동계약 기간이 종료되기 전에 노동자에게 고지해야 하며 근속기간에 따라 사전 고지일이 다름. 근속기간 3개월 이상~1년 미만은 10일 전, 1년 이상~3년 미만은 20일 전, 3년 이상은 30일 전으로 규정함
- 고지 후 계약 종료일까지 노동자는 다음 일자리를 찾는 목적으로 매주 최대 2일의 휴가를 신청할 수 있고 임금은 전액 지급해야 함
- 노동계약 체결 시 허위사실 조작, 폭력이나 심각한 모욕 행위, 고용계약이나 근무규칙 위반, 사내 재산을 고의적으로 훼손, 영업비밀 누설, 정당한 사유 없이 연속 무단결근 등의 경우, 사용자는 사전 통보 없이 노동자를 해고할 수 있음

(마) 퇴직금

- 회사 내부사정상 부득이한 구조조정, 피고용인의 직무 능력 부족 등으로 사직을 권고하거나 해고할 경우 퇴직금을 지급해야 함. 노동계약 해지 후 30일 이내에, 근속기간 만 1년마다 1/2개월 치의 최근 6개월간 평균임금을 지급하며 근속기간이 1년 미만일 경우 실제 근무 기간을 기준으로 산출함
- 허위사실 조작, 폭력, 모욕행위, 영업비밀 누설 등으로 징계 해고하거나 자진 사직·이직의 경우 퇴직금을 지불하지 않아도 됨 (자료 참조, 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(3) 사회보장제도

(가) 건강보험

- 요율은 4.69%로 2016년 1월 1일부터 이 요율을 유지하고 있음(법정 상한 요율은 6%). 부담 비율은 사용자(고용주) 60%, 피보험자(노동자와 그 식솔) 30%, 정부 10%이고 고용주(대표)는 100% 본인 부담임
- 보험료 부담액은 가입자의 임금(월급) 등급에 따라 48단계로 분류하고 있음(최저 23,800대만달러/월, 최고 182,000대만달러/월). 임금등급은 가입자의 기본급 외에도 식대, 교통비와 같이 정기적·일률적·고정적으로 지급되는 항목을 합산해야 하며 합산한 금액보다 낮은 수준의 등급을 적용할 수 없음
 - 예를 들어, 노동자 A씨의 임금이 월 50,000대만달러일 경우 17등급(48,200대만달러)가 아닌 18등급(50,600대만달러)을 적용해 보험료를 납부해야 함
 - 2020년 기준, 피고용인의 임금 등급별 보험료 납부액은 중앙건강보험서를 다음 링크를 통해 확인할 수 있음(<https://www.nhi.gov.tw/>)

(나) 고용보험

- 취업보험이라고 부르며 요율은 1%이다. 부담 비율은 사용자(고용주) 70%, 피보험자(노동자) 20%, 정부 10%이며 대표자는 고용보험에 가입할 수 없음

(다) 산재보험

- 노동보험이라고 부르며 일반사고보험과 직업재해보험으로 나뉨
- 일반사고보험료율은 2019년 1월 1일부터 10%가 적용되며 부담 비율은 사용자(고용주) 70%, 피보험자(노동자) 20%, 정부 10%임. 대표자는 90%를 본인이 부담함
- 직업재해보험은 100% 고용주 부담이며 보험료율은 업종별로 세분해 0.11%(교육, 금융보험업)~0.96%(광산, 토석채굴업)까지 차등 적용됨

(라) 국민연금

- 대만에 호적이 있는 대만인을 대상으로 하는 사회보험으로 요율은 2019년 1월 1일부터 9%를 적용하고 있다. 부담 비율은 일반인을 기준으로 피보험자 60%, 정부 40%이며 월 보험금액 18,282대만달러를 기준으로 산정함

(마) 퇴직연금

- 사용자(고용주)는 매달 피고용인 월급의 최소 6%에 상당하는 금액을 퇴직연금으로 적립해야 함. 퇴직연금은 100% 사용자 부담이므로 노동자의 임금에서 제할 수 없음

(바) 기타

- 대만의 노무제도는 고용한 노동자수와 관계없이 일괄 적용됨
(자료 참조, 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))

(4) 비자

(가) 비자 종류

- 개괄
 - 관광, 사업, 친지 방문, 유학, 연수, 치료 등의 목적으로 대만에서 장기체류를 하고자 할 경우 비자는 필수적이나, 2012년 7월 1일부터 체류기간이 90일 이하인 경우 무비자입국이 가능함
 - 단 무비자 입국 시 여권 유효기간이 반드시 6개월 이상 남아 있어야 하며, 왕복 항공권을 소지해야함.
 - 30일 이상의 체류를 위한 비자 발급은 주 한국 타이베이대표부 영사과 또는 주한 타이베이대표부 부산사무처에서 발급 받도록 함
 - 일반 비자 발급 시 수수료는 없으나 거류비자 발급 시 74,000원의 수수료를 납부해야함 비자 발급에는 통상 3일 정도 소요됨
- 단기비자
 - 거류기간 180일 이내 단기 거류자를 대상으로 관광, 친지방문, 일반 사회성 방문, 비즈니스, 단기업무 등의 목적인 경우 신청함
 - 아시아태평양경제협력체(Asia Pacific Economic Cooperation, APEC) 비즈니스 여행카드 휴대자인 경우 3년 동안 자유로운 출입국이 가능함. 단 이 경우 1회 거류가능기간이 90일로 제한되어 있음
- 거류비자
 - 거류기간 180일 이상 장기 거류자를 대상으로 취업, 투자, 친지방문, 유학 등의 목적으로 신청하는 비자로 거류중에 기재된 거류 허가 만기일 전까지 자유로운 출입국이 가능함. 그러나 거류기간이 만료되었음에도 연장 없이 거류 시에는 벌금이 부과됨
- 워킹홀리데이비자 (거류기간 365일 이내 거류자)
 - 만 18세 이상 30세 이하로 장기휴가를 보내기 위한 목적으로 대만에 입국하는 것을 허가하는 비자임 입국 후 여행자금을 보충하기 위한 취업이 가능하며 사증 발급일로부터 1년 이내에 출국해야함
 - 입국 후 최장 1년까지 체류할 수 있으며, 입국일로부터 180일 이내 1회 체류기간 연장이 가능하나 이후 추가연장 또는 체류자격 변경은 불가능함

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

○ 근로, 투자비자 또는 동반가족비자

- 주 한국 타이베이 대표부 외국인 비자업무 창구에 접수하며 근로, 투자비자와 동반가족비자 신청 시 기본 구비서류로는 다음과 같음
- 비자 신청서
- 최근 6개월 이내에 촬영한 2인치 컬러 사진 2장 (크기 4.5cmx3.5cm, 흰색 배경)
- 여권 원본 및 사본 (여권 유효기간이 6개월 이상 남아있어야 함)
- 근로, 투자비자의 추가 구비서류는 경우에 따라 두 가지로 나뉨
- 지점 또는 연락사무소의 대표자 및 주재원 (법인 주재원 포함 의 경우)
- 행정원 노동위원회에서 발급한 근로 허가서 원본 및 사본
- 법인의 대표자의 경우
- 경제부 투자심의위원회에서 발급한 허가서 원본 및 사본
- 동반가족 비자의 경우 추가 구비서류는 경우에 따라 두 가지로 나뉨
- 배우자의 경우
 - : 혼인관계증명서 원본 및 사본
 - : 유효기간이 개월 이상 남아있는 배우자의 거류증 원본 및 사본
 - : 최근 개월 이내에 발급한 범죄경력확인서 3
- 자녀 (20세 이하의 미성년자) 의 경우
- 부모의 성명이 명시된 자녀의 출생증명서 원본 및 사본
- 부모의 혼인관계증명서 원본 및 사본
- 근로 비자를 취득한 부모의, 유효기간이 6개월 이상 남아있는 대만 거류증 원본 및 사본

(나) 기타 정보

○ 비자 유효기간 일 이내의 단기 체류비자로 대만에 입국했을 경우 180

- 비자 유효기간이 만료되기 전에 대만 내 정부 입출국 및 이민서 서비스센터에 방문하여 거류비자로 전환하는 동시에 거류증을 신청할 수 있음

○ 구비서류 중 중국어 이외의 외국어로 작성된 서류가 있을 경우

- 중국어 번역본을 첨부해야 하며, 대만 재외공관 (예 주 한국 타이베이 대표부 의 영사확인 원본과 번역본에 서류 인증 도장을 날인) 을 받아야 함
- 개인이 번역 가능할 경우 번역본 하단에 번역자 성명을 명시하면 됨



TIP

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

6. 식당 및 식품관련 법률과 제도

가. 식당개업절차

(1) 사업자등록 절차

○ 제출서류

- 새로 시작하는 사업은 아래와 같은 단계를 거쳐야 함
- 회사 이름을 선정하고 이미 있는 이름이 아닌 지 확인해야 함
- 세금과 회사 정관 등록을 위한 신청서를 작성해야 함
- 노동보험, 국가건강보험, 퇴직연금을 위해 노동보험센터에 지원서를 제출해야 함
- 상기 신청서 작성은 대만 Company and Business One-stop Service Request 웹사이트에서 수행할 수 있음 이 과정은 약 총 2일 정도의 시간이 소요됨, 하루는 서류들을 준비하는데 소요되고 나머지 하루는 정부기관에서 이 서류들을 검토하는데 소요됨
- 만약 제출한 서류들을 모두 승인 받으면, 대만경제부(Ministry of Economic Affairs, MOEA)를 통해 제출한 모든 서류들을 돌려받을 수 있음
- 서류는 우편으로 받을 수도 있으며 약 4일 정도 소요됨

○ 회사정관

- 유한회사는 다음의 사항이 포함된 회사정관과 납세자번호를 같이 제출해야 함
- 회사명 사업의 목적
- 사업장의 위치
- 모든 이사진의 이름 주주들의 투자 금액 및 이익할당 비율
- 정관을 발표하는 방법
- 회사정관이 적용되는 날짜

○ 보험 신청

- 직원 수와 상관없이 모든 회사들은 국가건강보험에 가입해야함 5명 이상의 직원을 고용한 회사의 경우, 노동보험까지 반드시 가입해야함.
- 제출 서류 형식은 노동보험센터의 홈페이지에서 다운로드 받을 수 있음. 제출 서류들이 모두 작성되었으면 업무일 기준 5~7일 사이에 접수가 됨

○ 회사의 도장

- 모든 회사의 증서, 등록 서류에는 반드시 도장이 찍혀 있어야 공인을 받을 수 있음. 회사의 도장을 등록하기 위해서는 회사의 이름과 이사회 회장 이름이 도장에 들어가 있어야 함

○ 회계사의 보고서

- 대만에서 사업을 시작하기 위한 최소 자본금 기준을 요구하고 있지 않음
- 하지만, 회계사가 작성한 보고서가 필요하며 해당 보고서에 주주들의 투자금액이 회사의 비용을 충당할 수 있다는 것을 증명해야 함 회계사 보고서는 경제부에 제출해야 함

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

(2) 식당창업 인허가 등

○ 인허가 요건

- 외식업 서비스 허가증을 발급받기 위해서는 해당 지역을 관할하는 식품약품감독관리부서가 요구하는 다음과 같은 조건들을 충족해야함
- 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 식재료의 처리·가공·저장 장소는 청결함을 유지해야 하며 유해 장소 및 오염원으로부터 일정 간격을 유지해야함
- 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 설비를 갖추어야 하며 소독실·탈의실·세척실·채광·조명·통풍·냉동냉장·먼지방지·해충방지 및 폐수처리시설 쓰레기 보관시설을 구비해야함
- 식품안전 관련 교육을 수료한 식품안전관리요원이 있어야 하며 해당 영업장에 상응하는 식품안전제도가 구비되어 있어야함
- 영업장이 합리적인 구조로 배치되어 있어야함
- 식품약품감독관리국이 규정한 기타 조건을 충족해야함

○ 기타 준수 사항

- 타이베이시 위생국은 식품 위생 단속 프로젝트 내 주요 항목을 공개함
- 작업장 바닥과 공장 청결을 유지하기 위해 먼지가 있어서 안 됨
- 작업장 내 가축 혹은 애완동물을 금하며 배수 시스템을 청결하고 원활하게 유지하고 악취가 나지 않도록 함
- 바닥과 벽 기둥이나 천장 등의 청결을 유지하고 식품이나 천장 위 쌓인 먼지와 곰팡이가 발견될 시 단속 대상이 됨
- 출입구, 환기구 및 창문의 청결을 유지해야하며 배수 시스템을 원활하게 관리하여 배수구 냄새를 제거하고 고체폐기물을 관리하는 시설이 구비 되어 있어야함
- 음식의 오염을 피하기 위해 조영 설비의 청결에 관리를 요함
- 출입구, 환기구, 창문, 배수구 등 기타 시설에 병균 오염 방지 시설을 구비하도록 함
- 화장실의 위생에 주의를 요하며 악취가 나지 않으며 청결해야함. 또한 화장실 내 용변을 본 뒤 손을 씻어야함 의 문구가 새겨져 있어야함
- 세면대는 적절한 지점에 위치해 있어야 하며, 충분한 크기여야 함. 또한 손 씻는 방법에 대해 안내 문구가 새겨져 있어야함
- 설비와 식품 관련 기구는 사용하기 전 청결한지 확인해야함
- 주방의 온도를 유지해야하고 연기 처리 시설을 구비하여 오염을 방지해야함.
- 세균의 번식을 방지하기 위하여 식당 안에 혹은 주변에 폐기물 시설을 구비해서는 안 됨
- 식품의 생산 및 품질/위생 관리를 담당하는 종업원은 정기적으로 적절한 교육을 받아야함
- 중식 요리를 판매하는 외식당 내 요리사들의 일정 비율 이상이 중식 요리사 기술 자격증을 보유해야 함
- 식품 중 고온을 유지해야하는 식품은 섭씨 60도 이상의 온도로, 냉장 식품은 섭씨 18도 이하의 온도로 냉동식품은 동결점 이상 섭씨 7도 이하를 유지해야함
- 식품 오염을 방지하기 위해서는 주방 안의 모든 설비와 기구의 청결을 유지해야함
- 대나무, 목재 등 젓가락 또는 일회용 용기는 사용 직후 반드시 버려야함
- 테이블 위에는 분배용 은수저와 젓가락, 포크가 제공되어야 함
- 물품은 거치대 혹은 진열대에 단정하게 진열 되어있어야 하며 바닥과 직접적으로 닿지 않도록 주의함

(자료 참조, 2016 글로벌 한식·외식산업조사보고서_6_대만(타이베이)(한식진흥원))

**TIP**

- 식당 개업과 운영 관련 자세한 내용을 원하는 기업은 『2016 글로벌 한식 외식 산업조사 보고서(타이베이)』 한식진흥원 참조하기 권함(www.hansik.org / www.koreanfood.net)

나. 식품관련 주의해야 할 내용

○ 식품 이력 추적 시스템

- 2015년 실시된 식품 이력 추적 시스템으로 인해 육류제품, 식용유, 유제품, 해산물, 도시락, 식품, 첨가물, 유전자 변형식품, 콩, 밀, 옥수수, 설탕 및 소금에 한하여 식품 용기 또는 포장지에 중문 및 고유부호, 품명, 내용물 명칭, 용량 또는 수량, 첨가물 명칭, 원산지, 유효기간을 반드시 표기해야함

○ 라벨링 규정 강화

- 대만 식품약품관리처는 과대선전으로 인한 소비자의 불이익을 막기 위해 시판포장음료 표기규정을 발표함. 예를 들어 음료 첨가물의 성분 함량 비중에 따라 표기를 달리 해야함. 예를 들어, 과일 및 채소 즙이 포함되어 있다고 표기한 사전 포장된 음료는 과즙함유량이 10% 이상이며 주스로 표기 10% 미만인 경우 ‘~맛’으로 표기하도록 함
- 식품약품관리처는 2015년 7월부터 새우, 망고, 땅콩, 우유, 계란 등 알레르기 유발 식품에 대하여 반드시 성분 경고 표기를 할 것을 공고하였음

○ 대만 정부, 식문화 안정성 확립 시작

- 대만 내 발생한 식품 안전 사고
 - : 2014 쓰레기 식용유 사건 - 2014년 대형 식품 업체가 폐유로 만든 식용유 약 800여 톤을 제조 유통함
 - : 2015 마그네슘 후추 사건 - 대형 식품업체들이 2008년 이후 7년 간 후추 제품 내 인체에 해로운 공업용 마그네슘을 사용함
- 연속적으로 발생한 대기업 식품 사고 등으로 소비자의 불안이 증폭되어 정부가 주도하는 자국 식품, 수입 식품에 대한 검사와 단속이 강화됨 특히 외국인 관광객의 외식 소비가 줄어들고 외식산업 및 관광산업에 악영향을 미칠 가능성이 있어 미연에 방지하고자 함 불량식품 공장 및 판매처 검열 강화
- 식품 안전사고 관련 책임자 처벌 강화, 식품안전관리법 개정에 대한 신속한 법률적 검토, 불량식품 관련 소비자 분쟁 처리 등의 중대 조치를 발표함

(자료 참조. 2016 글로벌 한식·외식산업조사보고서_6_대만(타이베이)(한식진흥원))

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

7. 수출입 절차

가. 관세

(1) 관세제도 개요

- 재정부 산하 관무서가 관세 제도를 관장하고 있음
- 관세부과 방식은 증가세(從價稅), 종량세(從量稅)를 병행하고 있음
증가세는 물품의 가격을 기준으로 부과하고 종량세는 물품의 수량을 기준으로 부과하는 관세임. 대만은 증가세 위주로 부과되 품질이 상이하고 소비자 판매가격 격차가 커 기준가격을 책정하기 어려운 일부 농수축산물에는 종량세를 적용하고 있음
- 관세대상은 대만으로 수입된 물품이며 대만에서 수출하거나 대만 항구나 공항을 경유한 물품에는 관세를 부과하지 않음
- 대만의 관세 코드는 'CCC 코드'라고 칭하며 전 세계 공통인 앞자리 여섯 숫자는 우리나라와 같지만, 나머지 뒷자리는 약간씩 차이가 있음
- 수출 전에 현지 관세 코드를 확인하는 것이 좋다. 만약 정확한 품목분류가 애매하거나 어려울 경우 현지 바이어나 대리인을 통해 대만 세관에 품목분류 사전심사를 신청할 수 있음

(2) 관세율 알아보는 법

- 대만 관무서 관세율 조회시스템에서 조회할 수 있음. 이 시스템은 관무서 일원화 서비스 시스템(<http://portal.sw.nat.gov.tw/PPL>)에 접속한 후 우측 상단에서 'English'로 언어를 변경한 후 'Online Information Queries', 'Tariff Database Search System' 순으로 이동함
- Tariff No.'란에 HS코드 4자리 또는 6자리를 입력하거나 'Description'란에 품명을 입력해 'Query' 버튼을 누르면 관세율 확인할 수 있음
- 중국어로 볼 때는 '<http://portal.sw.nat.gov.tw/PPL>' 접속 후 '稅則稅率', '稅則稅率綜合詢作業' 순으로 이동하고 '稅則號別'란에 HS코드를 입력해 조회하면 됨
- 관세율은 조회결과 화면에서 'Column 1'란을 참조하면 된다. 수입검사, 수입허가 필요 여부 등은 수출입규정(imp. &Exp. Regulations) 아래 '수입(Import)'란을 확인함. 빈칸은 별도 규제 없이 수입할 수 있다는 것을 의미함

(3) 비관세장벽

○ 인증제도

- 대만은 1932년 12월 상품검험법(商品檢驗法, The Commodity Inspection Act)을 제정하고 대만에서 생산, 가공되거나 해외에서 수입되는 농·공산품은 이 법령에 의거해 상품검사를 이행하도록 규정하고 있음(전시회 참가용, 연구개발용 샘플 같은 비매품은 예외)
- 상품검사기관(표준검험국, Bureau of Standards, Metrology and Inspection)의 영문 약자를 딴 BSMI 인증이 가장 대표적임
- 전기류(가전제품, 모터, 조명, 에어컨 등), 전자류(시청각/음향 기기, 전원공급장치, 사무기기 등), 화학공업류(건축자재, 완구, 영유아용품, 방직물, 석유제품 등), 기계류(자동차부품, 금속제품, 운동용품, 수공구, 주방용품 등)에 대해 강제성을 띠는 인증임
- 표준검험국이 '검사 필수품목'으로 지정한 상품은 대만산과 수입품을 불문하고 이 마크를 취득해야 시중에 유통/판매 가능함
- ISO 인증을 취득했다라도 BSMI 인증이 면제되지는 않으므로 표준검험국 당국이나 지정 실험실에 의뢰해 진행해야 하며 외국 제조업체가 직접 신청할 수 없고 반드시 현지 대리상, 수입상, 법인/지점을 통해 신청할 수 있음
- 서류 미비로 불합격되는 사례가 많으므로 서류 준비를 철저히 하고 보완 요청 시 신속 대응할 필요가 있다. 검사 필수품목 인지는 이 기관의 상품검사조회시스템(https://civil.bsmi.gov.tw/bsmi_pqn)을 통해 확인할 수 있음
- 친환경 의식이 높아지면서 친환경 인증도 보편화됐다. 환경보호, 에너지절약, 물 절약 인증이 가장 일반적임. 각각 행정원 환경보호서(<https://greenliving.epa.gov.tw/newPublic/Eng/GreenMark>), 경제부 에너지국(<https://www.energylabel.org.tw>), 경제부 수리서(<https://www.waterlabel.org.tw>)가 인증을 담당하고 있음
- 친환경 관련 인증은 강제성을 띠고 있지 않지만, 양변기, 세탁기는 2018년 4월 1일부터 물 절약 마크 취득이 의무화된 상태임

○ 현지 법인/지점 또는 수입자는 정식 시판 전에 대만 FDA의 '화장품 제품등록 플랫폼 시스템'에 제품 기본정보, 제조/수입 업체 정보, 공장 정보, 제품성분을 등록해야 함. 동일한 제품이라도 수입자가 다를 경우 별도로 신청해야 한다. 미등록 제품을 판매할 경우 불법 유통으로 간주돼 처벌받을 수 있음

○ 현지 법인/지점 또는 수입자는 제품별로 '제품정보파일'을 작성해 보관해야 함. 제품정보파일에는 기본적인 제품 정보(제품명, 종류, 제형, 용도, 제조업체 및 수입업체 정보) 외에도 다음과 같은 자료를 구비해야 함

- 성분명 및 성분별 함량, 제품 라벨/포장용기, 제조 방법/프로세스, 사용 방법/부위/용량/빈도, 불량 반응 관련 자료, 성분별 물리/화학적 특성, 성분의 독성정보, 제품 안정성 시험 보고서, 미생물 검사 보고서, 방부효과 시험 보고서, 기능평가 증빙 자료, 제품과 접촉되는 포장재의 재질 등

○ 제조사는 의무적으로 GMP 인증을 취득해야 함. 대만의 GMP 요구기준은 국제표준인 ISO 22716 화장품 우수제조관리기준과 동일하므로 외국기업은 대만 진출 시 ISO 인증 증빙을 현지 바이어에게 제공해야 한다. ISO 인증을 취득했다라도 수시 랜덤 검사에서 부적합 판정을 받지 않도록 평소 품질 관리, 유지에 주의해야 함

○ 시판 후 품질관리 규제도 강화한다. 소비자가 제품을 정상적으로 사용한 상황에서 심각한 부작용 또는 위생, 안전 문제가 발생한 경우 사례 발생을 인지한 날부터 15일 이내에 대만 FDA에 자진 신고하고 정해진 기한 내에 제품을 회수해야 한다. 규정 위반 시 최고 영업정지처분을 받을 수 있음

(자료 참조. 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))

III 프랜차이즈 관련 법률과 제도

나. 통관절차

(1) 통관 유형별 절차

(가) 정식통관

- 수입신고 후 수입업체의 평가 등급, 물품 선적지, 물품 성질, 통관업체 등 선별조건에 따라 통관방식을 분류해 진행된다. 통관방식은 C1, C2, C3로 분류되어 있다. C1로 판단된 경우 서류검사와 물품검사 없이 세금을 납부한 후 화물을 수령하고 C2는 서류검사, C3는 서류검사와 물품검사를 거친 후 세금 납부, 화물 수취 단계로 넘어감
- 통관 절차는 통상 수입허가 취득, 수입 신고, 물품 검사, 관세 납부 순으로 진행됨
- 수입신고는 납세의무자가 직접 세관을 방문하거나 통관업체에 위탁할 수 있음. 수입물품을 적재한 운송수단(선박, 항공기)이 입항한 다음 날부터 15일 이내 세관에 수입신고 해야 하며 다음과 같은 서류를 세관에 제출해야 함
 - 수입신고서
 - 송장(Invoice) 또는 상업송장(Commercial Invoice)
 - 패킹리스트(P/L)
 - 화물인도지시서(D/O) 또는 항공운송장(AWB)
 - 위임장 : 통관업체에 위탁 시 제출
 - 카탈로그, 제품 설명서 또는 제품 사진
 - 원산지 증명서(C/O)
 - 수입허가증: 물품수입관리규정에 따라 사전 수입허가 대상 물품일 경우 제출(수입허가증은 현지 수입자 측에서 발급 신청)
 - 기타(관할 기관이 현지 규정에 따라 요구하는 자료) : 예를 들어, 자동차의 경우 '수입자동차 필수신고사항 명세표', 농약은 '농약허가증', 수입검사 필수 물품의 경우 '제품검사 합격증' 등을 추가로 제출해야 함
- 수입신고 후 물품 검사가 진행되고 세금을 납부하면 통관이 완료됨
- 세금 납부는 고지서 발급 다음 날부터 14일 이내에 이행해야 하며 납부해야 하는 세금으로는 관세, 부가가치세(5%), 무역진흥서비스비(0.04%)가 있음. 이 외에도 품목에 따라 물품세(품목별 상이), 담배·주류세(품목별 상이), 건강복지할증료(물량단위별 1,000대만달러), 특수물품·노무세(10%)가 부과됨

(나) 전시 물품 통관

- 전시회에서 사용할 물품(진열대, 조명 등 포함)을 반입할 때 대만 세관에 다음과 같은 자료를 제출해야 함
 - 전시물품 수입신청서
 - 타 기관이 주관한 행사에 참가 시: 주관기관이 발행한 참가증빙서류(행사명, 개최기간/장소, 참가업체명, 배정된 부스위치 등이 명시돼 있어야 함)
 - 자체 주관 행사에 참가 시: 수입자명, 행사명, 개최기간 등이 명시돼 있는 전시장 사용 증명서 및 전시품 카탈로그
- 일시적으로 수입된 전시 물품을 기한 내에 재수출하기 어려울 경우 기한 만료 전에 서면으로 관련 증빙서류와 사유서를 제출해 허가받아야 함

(다) 소액물품 통관

- CIF가격(운임, 보험료 포함 가격) 기준 2,000대만달러(약 8만 원)이하의 소량 물품이나 12,000대만달러(약 48만 원) 이하의 광고물/샘플의 경우 면세로 통관됨
- FOB 가격 기준 5,000달러(USD) 이하의 물품의 경우 통관 절차는 생략하고 수입세금을 납부하면 수취할 수 있음

(2) 통관 시 유의사항

- HS코드 세부 분류가 한국과 다를 수 있으므로 정확한 품목분류가 어려울 경우 현지 수입자나 대리인을 통해 대만 재정부 관무서에 사전품 목분류심사를 신청해 판정받는 편이 좋음
- 대만으로 수입되는 모든 상품은 현지어(중국어 번체자)로 된 라벨을 부착해야 함
- 국제 인증을 취득했다라도 현지 규정에 따라 별도로 검사를 진행해야 하는 경우가 많으므로 유의해야 함. 현지 수입검사 또는 인증이 필요한 품목인지 사전에 확인이 필요함
- 브랜드 원산지가 한국이더라도 제조 원산지가 중국일 경우 일부 제품에 대해 수입규제를 적용하고 있음(수입자가 관할 부처의 수입허가를 취득한 상태여야 함) 수출 전에 수입자와 수입규제 적용 및 수입허가 취득 여부 등을 사전에 확인해야 함
- 수입신고 내용과 실제 품목, 제출서류 기재사항이 서로 일치해야 한다. 문제 발생 소지가 없도록 서류 준비를 철저히 해야 함

(자료 참조, 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))



TIP

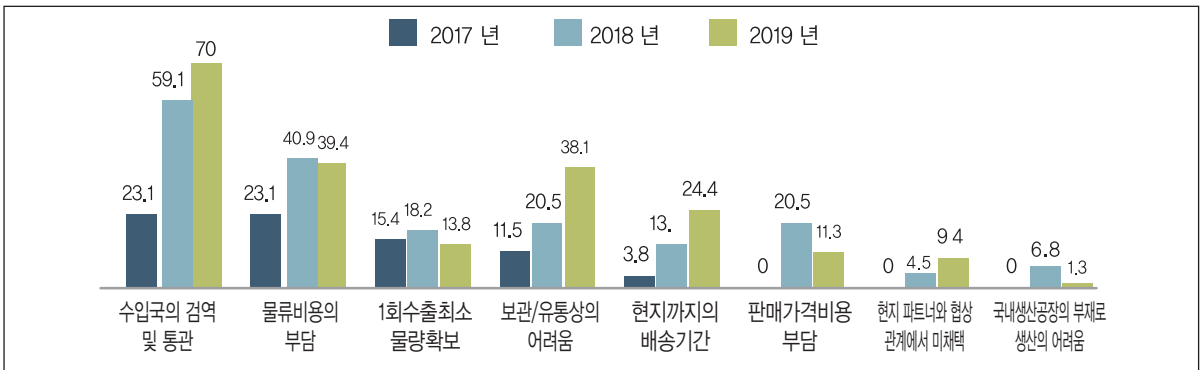
- 농식품 수입에 관한 자세한 내용은 농식품 수입 가이드북_대만2018(한식진흥원, 농림축산식품부) www.hansik.or.kr 참조 바람
- 해외로 수출하면서 관세·비관세 장벽 등으로 외국 세관에서의 통관과 관련하여 크고 작은 문제들이 발생함. 관세청은 국내기업의 수출활동과 직결되는 해외통관애로를 해결함으로써 물류비용을 절감하고, 신흥 수출 시장을 확대하는 등 기업의 경쟁력 강화를 지원하고 있음(관세청 해외통관지원센터 www.customs.go.kr)
- 관세청 해외통관지원센터(www.customs.go.kr)에서는 통관 애로 해소와 함께 관련된 해당국 재외공관 및 KOTRA, 무역협회, 주요 해외 무역지점, 외국상공회의소 등의 연락처를 검색할 수 있으며, 특히 관세청 해외통관지원센터에서는 원재료 수출에 필요한 원산지증명에 관한 상담이나 정보도 제공하고 있음
- 수출 관련 정보제공(농식품수출정보 www.kati.net)
 1. 관리·법률체계, 2. 통관절차, 3. 통관비용, 4. 통관 시 제출서류, 5. 기타 통관제도, 6. 관세제도, 7. 주요품목 수입규정, 8. 최근이슈

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

다. 식재료 조달방안

- 한국은 2014년 5월 프랑스에서 열린 세계동물보건기구(OIE) 총회에서 광우병(위험무시국)과 구제역(백신접종 청정국) 등에 대해 청정국 지위를 획득했으나 이후 의성군에서 구제역이 발생하면서 2014년 7월 구제역 청정국 지위를 잃음
- 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서(a한국농수산물유통공사)에 따르면, 식재료 수출 시 애로사항으로는 '수입국의 검역 및 통관'이 70.0%로 가장 큰 비중을 차지하며 전년도 대비 증가함 10.9%p 증가함. '보관/유통상'의 어려움 및 현지까지의 배송 기간 의 경우 매년 증가 추세인 것으로 나타남
물류비용의 부담은 '39.4%'로 전년도 대비 '1.5%p' 감소함

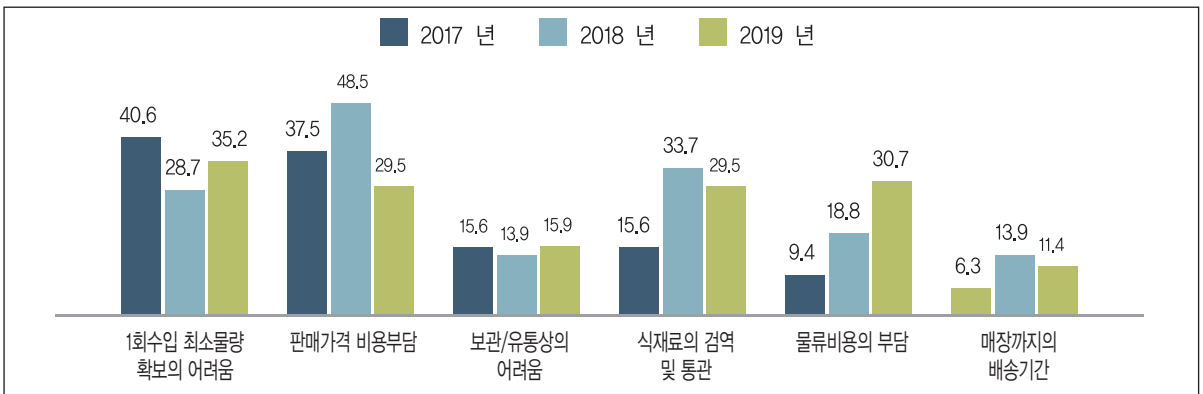
표 3-8 식재료 수출시 애로사항(복수응답)



[참조. 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, a한국농수산물유통공사]

- 한국산 식재료 구입시 주된 애로사항은 '35.2%'로 '1회 수입 최소 물량 확보의 어려움' 부담이 가장 큰 것으로 나타났으며 전년도 대비 6.5%p 증가함. '판매가격 비용부담'이 29.5%로 전년도 대비 감소했으며 '물류비용의 부담'이 30.7%로 전년도 대비 11.9%p 증가함

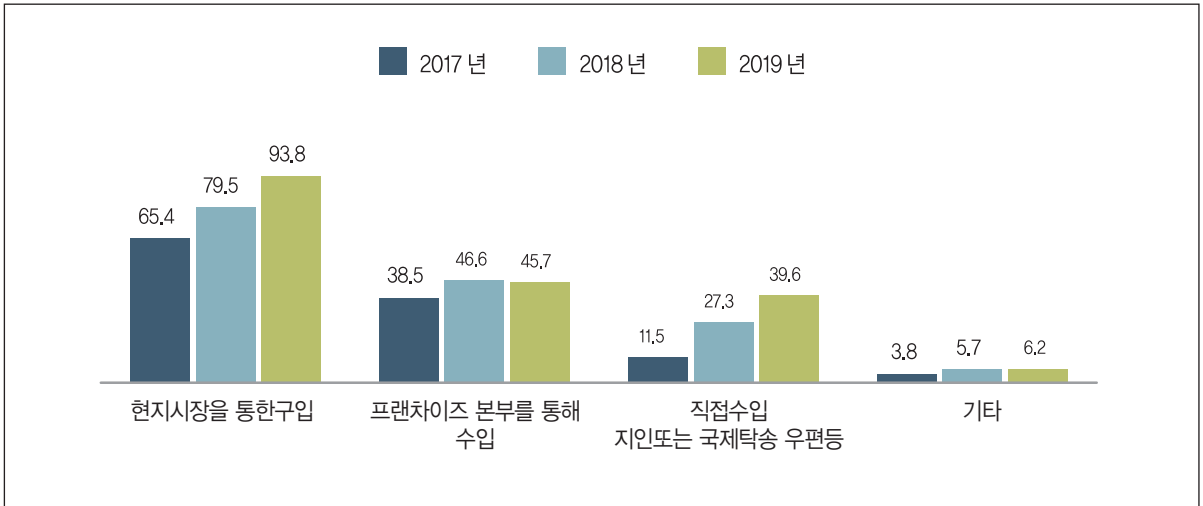
표 3-9 한국산 식재료 구입시 애로사항(복수응답)



[참조. 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, a한국농수산물유통공사]

○ 한국산 식재료 구입 방법 현황은 '현지 시장을 통해 구입'이 전년도 대비 14.3%p 증가한 것으로 나타나며 매년 증가 추세임

표 3-10 한국산 식재료 구입방법(복수응답)



[참조, 2019 외식기업 해외진출 실태조사 보고서, aT한국농수산물유통공사]



TIP

○ 프랜차이즈에서 식자재 수출 비중이 높지 않은 이유(현지조달이 높은 이유)

① 운송비용의 문제

식재료를 수출하기 위해서는 운송비용의 문제로 인하여 해상운송을 이용하여야 하는데, 효율적인 운반을 위해서는 최소 운반단위가 컨테이너를 채울 수 있는 수출량이 되어야 함. 그러나 매장 한곳에서 사용할 수 있는 식자재의 양이 한정되어 있으므로 해상 컨테이너 이용이 많지 않으며, 식자재를 소량 운반하기 위해서는 항공 화물을 이용하게 되므로 운반비가 상승하게 될 수 있음

② 통관 및 검역에 대한 부담

검역 및 통관 과정에서 소스류와 같이 가공된 식자재 수출의 경우 식재료 성분 내역 및 배합비율, Sub Ingredient, 제조공정도, 용도 및 사용방법 등을 요구하며 각국의 식품위생규정에 위배되지 않아야 함. 가공식품의 경우 자체에서 제조한 것이 아닌 공장에서 제조하여야 하며, 각국의 다양한 규제에 대한 이해가 필요한데 프랜차이즈 업체에서 대기업을 제외하고 대부분 이러한 연구개발 능력을 보유하고 있지 않은 상황임

③ 기존 진출 식자재 업체 이용의 편리성

대부분 우리나라 식당이 진출한 곳의 경우, 식자재 업체 및 농식품의 직접수출을 비롯하여 다양한 한식 식재료수출이 이루어져 있는 곳이 많아 현지에 수출되어 있는 한식 식재료를 활용하는 것이 실제로 비용 면에서 유리함

④ 프랜차이즈 진출방식

프랜차이즈 진출의 형태가 진출 초기 직접진출의 형태에서 마스터 프랜차이즈 형태의 진출로 전환됨에 따라 본사의 영향력이 적고 식재료 사용에 대한 통제가 잘 이루어지지 않고 있는 경향이 있음

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

⑤ 자재 조달방식의 규모 변화

일부 대규모 프랜차이즈기업이 진출이 있는 지역의 경우 그 지역에 CK(중앙 조리설비)를 갖추고 있는 경우도 있어 본사에서 소스 또는 식자재를 보내는 것이 아니라 현지에서 직접 구매하여 조리 가공하는 형태로 운영되고 있는 실정임

(참조. 국내 외식기업 해외진출에 따른 국내산 식재료 수출효과 연구 2013.12.24 농림축산식품부)

8. 부동산 및 기타 제도

가. 부동산 정책

- 외국기업의 토지 소유
외국인의 토지 소유 또는 설정은 조약이나 그 본국 법률에 기초하며, 대만인이 그 나라에서 같은 권리를 누릴 수 있는 것에 한함
- 주택임차
 - 대만에는 전세개념이 없어 월세로 임차할 수 있음. 임대차 계약 시 통상 1~2개월 치 월세를 보증금으로 미리 지불함(점포나 사무실임대차 계약의 경우 3~6개월분)
 - 보증금은 계약 기간 만료 후 이주할 때 미납 전기/수도요금, 훼손 물품 보수/수리 비용을 제한 나머지 액수를 되돌려받을 수 있음
 - 계약 기간은 통상 1년으로 체결하며 기간 만료 전에 임차인 또는 임차인이 계약을 해지할 경우 위약금으로 1개월분 월세를 상대방에게 지불하는 것이 일반적임(이런 내용은 임대차 계약서에 명시할 수 있다.)
 - 주택의 구조적인 결함은 임대인이, 전등과 같은 소모품의 파손은 임차인이 보수/수리를 책임져야 함
 - 외국인이 임대하려는 경우 일부 임대인들은 현지 보증인을 요구하기도 함
- 전문 부동산 중개소를 이용
 - 외국인이 집을 구할 때는 전문 부동산 중개소를 이용하는 것이 안전함. 커뮤니티 게시판 등을 이용해 직접 집을 구할 경우 부동산 중개 수수료를 절감할 수 있다는 이점은 있지만, 거주 이후 발생하는 수리/보수 등 여러 가지 문제들을 집주인과 직접 해결해야 하는 단점이 있음
 - 임대차 중개수수료는 통상 임대인은 임대료 1개월분 임차인은 임대료1/2 개월분을 지불함

나. 기타 제도

(1) 철수 및 청산

- 청산 및 철수는 '회사법(Company Act)'에 의거하며 회사 형태별로 근거 조항이 다름
- 유한회사(Limited Company)는 무한회사(Unlimited Company)에 대한 해산/합병/조직변경(제71~78조)과 청산(제79~97조) 규정을 준용하며 주식회사(Company Limited by Shares)는 제315~319-1조(주식회사의 해산/합병/분할)와 제322~356조(주식회사의 청산)에 따름
- 일반적인 청산 및 철수 절차는 해산등록, 영업등록 말소, 세무신고, 청산인 선임 후 법원 신고, 청산, 청산 완료 후 법원에 신고 순으로 이행하며 이 모든 절차를 완료하기까지 약 3~6개월의 시간이 소요된다. 만약 6개월 이내에 모든 절차를 완료하지 못할 경우 법원에 연장신청을 해야함
 - ① 해산등록 : 정관에서 정한 해산사유에 해당할 경우, 사업 목적을 이미 달성했거나 달성하지 못한 경우, 주주의 동의를 얻었을 경우, 관할기관으로부터 해산 명령을 받았거나 법원의 해산 판결이 내려졌을 경우, 주주 수가 법정 최저치에 미달할 경우에 진행 가능. 회사 소재지 지방정부에서 수리

Ⅲ 프랜차이즈 관련 법률과 제도

- ② 영업등록 말소 : 관할기관으로부터 해산등록을 승인받은 날부터 15일 이내에 이행. 국세국에서 수리
- ③ 세무신고 : 해산기준일(관할기관이 해산 승인 공문을 발급한 날) 다음날부터 45일 이내에 결산 신고를 이행. 국세국에서 수리
- ④ 청산인 선임 후 법원 신고 : 청산인 선임 후 15일 이내에 회사 소재지 지방법원에 신고
- ⑤ 청산 : 우선 영업을 중단하고 채권/채무를 이행한 다음 손익 결산 후 주주에게 잔여 재산을 분배해야 하는데 만약 자금 부족으로 청산할 수 없을 경우 파산 선고를 진행. 지점의 경우, 청산하지 못한 대만 내 채무를 본사가 상환해야 함(근거 조항: 현지 회사법 제380조)
- ⑥ 청산 완료 후 법원 신고 : 청산 완료 후 15일 이내에 주주회의의 승인을 받고 다시 15일 이내에 법원에 신고

(자료 참조. 대만 국가지역정보 전문(코트라 해외시장뉴스))



IV

외식프랜차이즈 기업의 진출전략

대만 Taiwan



IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

1. 적합한 진출방식

가. 진출유형별 비교

표 4-1 진출유형별 비교

| 진출형태 | 장점 | 단점 |
|------------------|--|---|
| 마스터 프랜차이즈 (라이선싱) | <ul style="list-style-type: none"> - 파트너사의 자금력이나 현지 네트워크, 경험 등의 우수한 조건을 활용 - 가맹 본부의 자금이나 인력을 비교적 적게 투입 - 위험이 크지 않은 방식 | <ul style="list-style-type: none"> - 가맹본부의 현지 통제력이 어려움 - 파트너사의 의존도가 강하고, 파트너로 문제발생 시 해결이 어려움 - 파트너와 이익을 나눔 |
| 합자(합작) 투자 | <ul style="list-style-type: none"> - 현지에 직접 참여하여 통제력을 행사 - 가맹점 모집에도 신뢰성의 측면에서 유리 - 가맹본부 인력이 파견 자체적인 역량향상 - 파트너의 역량 및 경험활용 가능 - 지분투자자라도 사업참여가 가능 | <ul style="list-style-type: none"> - 일정 부분의 자금 및 인력에 대한 부담이 높음 - 계약 및 협상에 많은 시간과 비용소요 - 계약 및 법률전문가 필요 - 계약종료 시 회사분할 어려움 |
| 직접 진출 | <ul style="list-style-type: none"> - 가맹본부의 브랜드 콘셉트와 표준 절차에 대해 통제 및 유지 가능 - 중간단계를 거치지 않아 높은 수익가능 - 현지에서의 사업운영에 대한 적극적인 관리 가능 | <ul style="list-style-type: none"> - 자금 및 인력 투입에 대한 부담이 높음 -현지의 다양한 변수로 위험성 높음 -실패 시 사업 확장 어려움 |
| 국제 가맹 | <ul style="list-style-type: none"> - 큰 비용을 들이지 않고 현지에 쉽게 진출 - 시범점포로서 활용하면 현지 사업 확장의 기회로 활용 가능 | <ul style="list-style-type: none"> - 노하우 유출 가능성이 큼 - 수익이 크지 않을 수 있음 - 분쟁 발생 시 통제 어려움 |

(1) '마스터 프랜차이즈'가 적합한 경우

- 국내 또는 해외에서 프랜차이즈 기업으로서의 사업성이 검증되었으며, 특정지역에서 파트너를 통해 빠른 시스템 구축과 안정적인 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

(2) '합자(합작) 투자'가 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 가지고자 하는 경우

(3) '직접 진출'이 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

(4) '국제 가맹'이 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

표 4-2 기타 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) | 있음 | 없음 | 낮음 | 한국본부 | 해외 거래처 | 한국본부 |

[참조. 프랜차이즈 해외진출 가이드_일본, (사)한국프랜차이즈협회]

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

※ <참조> 지역개발(area development) 계약

(1) 개념

- 가맹본부가 계약을 통해 지역 개발자에게 어떤 독점 지역에서 합의한 숫자만큼의 매장을 개설할 수 있는 권리를 부여함. 대부분의 경우에, 지역 개발자에게 기본적인 개발권을 부여하고 프랜차이즈 계약은 각 매장 단위로 모든 당사자 간에 체결됨
- 지역개발 계약에는 일반적인 마스터 프랜차이즈 계약처럼 지역 개발자가 지켜야 할 개발 일정이 지정됨. 그러나 마스터 프랜차이즈 계약과 달리 지역 개발자는 서브 프랜차이즈에 대한 권리도 없고, 활동 영역도 한결 좁은 지역에 국한됨
- 양자 간의 또 다른 주요 차이점은 지역 개발자가 가맹본부에 규정된 수수료를 지불하지만, 이를 누구와도 나누지 않는다는 점임
- 지역개발 계약을 작성할 때 중요한 이슈는 앞에서 언급한 마스터 프랜차이즈 계약의 경우와 대부분 유사하지만, 지역 개발 방법에 서브 프랜차이즈가 포함되지 않으므로 규모가 한결 작고 단순함. 주된 협상 안건은 독점적인 개발 지역의 크기와 수수료 및 개발 일정과 관련된 항목들임

(2) 계약 내용

- 개발 영역 : 지역 개발자가 매장을 개발할 수 있는 독점 지역을 가맹본부가 정할 때는 지역 개발자의 경험과 가용 자원을 고려해야 함. 지역 개발자가 더 큰 지역에 대한 권리를 요구하더라도, 가맹본부는 카운티 같은 작은 지역 부터 시작할 것을 권유하는 것이 바람직함. 그리고 개발자에게 인센티브와 보상 차원에서 독점 지역을 확대할 수 있다는 조항을 삽입하는 것이 좋음
- 수수료 : 대부분의 경우에, 지역 개발자는 초기 수수료와 로열티 외에 개발 수수료를 추가로 내야 함. 개발 수수료는 지역의 크기, 계약 조건, 개발할 매장의 수 및 프랜차이즈 시스템의 지명도에 따라 다름. 정해진 규칙은 없지만, 이 수수료가 지역 개발 계약에서 가장 협상 여지가 많은 요소임
- 개발 일정 : 본사와 지역 개발자간에 협의된 개발 일정은 통상 지역 개발 계약서에 첨부됨. 개발 일정에는 일정한 수의 매장이 개설되고 운영되어야 하는 시한이 포함되어 있다. 본사는, 앞에서 거론했던 마스터 프랜차이즈 계약의 경우처럼, 개발자가 개발 의무를 이행하지 못했을 때 행사할 수 있는 권리를 항상 유보하고 있음

나. 적합한 진출방식 선정요소

(1) 진출방식 선정요소

해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 '내부요소'와 진출시장의 '외부요소'를 사전에 파악과 분석하여 진출 방식(유형)을 결정해야 함

(가) 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)

(나) 외부요소

- ① 프랜차이즈 법률 및 규제 정도
- ② 외국기업 투자 지원 또는 규제
- ③ 시장에서 지식재산권 보호 정도
- ④ 시장에서 비즈니스에 관한 제도(세무, 노무, 인허가 등)의 안정성
- ⑤ 진출국 경제의 개방성 또는 폐쇄성 정도
- ⑥ 진출국의 프랜차이즈산업의 성숙도
- ⑦ 시장(국토)의 규모
- ⑧ 시장의 (문화적)특수성 정도
- ⑨ 시장에서 한류 트렌드 정도

○ 다만, '내부요소'는 각 기업이 처해있는 상황에 따라 달라질 수 있기에 본 책에서는 법률이나 규제, 시장현황 등 '외부요소'를 중심으로 논함

(2) 선정방법

- 아래의 선정방법은 '외부요소'를 중심으로 한 것으로 실제 현장이나 상황에 따라 차이가 있을 수 있음
- 진출방법 (유형)은 일률적으로 선택할 수 있는 것이 아니므로 본 책의 진출선정 요소는 다만 진출을 결정하는데 참조만 하길 바람

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

| 프랜차이즈 법률 및 규제 정도 | | |
|------------------|--------|------------|
| 〈규제 심함〉 | ←————→ | 〈규제 약함〉 |
| 마스터 프랜차이즈, 국제가맹 | | 합작투자, 직접진출 |

| 외국기업 투자 지원 또는 규제 | | |
|------------------|--------|------|
| 〈규제〉 | ←————→ | 〈지원〉 |
| 마스터 프랜차이즈, 합작투자 | 국제가맹 | 직접진출 |

| 시장에서 지식재산권 보호 정도 | | |
|------------------|--------|------------|
| 〈높음〉 | ←————→ | 〈낮음〉 |
| 마스터 프랜차이즈, 합작투자 | | 국제가맹, 직접진출 |

| 시장에서 비즈니스에 관한 제도(세무, 노무, 인허가 등)의 안정성 | | |
|--------------------------------------|--------|----------------|
| 〈높음〉 | ←————→ | 〈낮음〉 |
| 직접진출, 합작투자 | | 마스터 프랜차이즈 국제가맹 |

| 진출국 경제의 개방성 또는 폐쇄성 정도 | | |
|-----------------------|--------|-----------------|
| 〈개방〉 | ←————→ | 〈폐쇄〉 |
| 직접진출 합작투자 | | 국제가맹, 마스터 프랜차이즈 |

| 진출국의 프랜차이즈산업의 성숙도 | | |
|-------------------|--------|-----------------|
| 〈높음〉 | ←————→ | 〈높음〉 |
| 직접진출 합작투자 | | 마스터 프랜차이즈, 국제가맹 |

| 시장(국토)의 규모 | | |
|-----------------|--------|------------|
| 〈넓음〉 | ←————→ | 〈좁음〉 |
| 마스터 프랜차이즈, 합작투자 | | 국제가맹, 직접진출 |

| 시장의 (문화적)특수성 정도 | | |
|-----------------|--------|------|
| 〈높음〉 | ←————→ | 〈낮음〉 |
| 마스터 프랜차이즈, 합작투자 | 국제가맹 | 직접진출 |

| 시장에서 한류 트렌드 정도 | |
|----------------|-------------------|
| 〈높음〉 | ←—————→ |
| 직접진출, 합작투자 | 국제가맹 마스터 프랜차이즈 |

다. 적합한 방식 선정을 위한 고려사항

(1) 고려사항

(가) 법률 및 제도적 측면의 고려사항

- 프랜차이즈에 적용되는 직접적인 법률이 없음. 다만, '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'에서 불공정행위를 감시하기 위하여 '공정거래법(Fair Trade Act)'을 통하여 규제함.
- 공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)는 공정거래법(Fair Trade Act)을 프랜차이즈에 구체적으로 적용하기 위하여 'FTC 지침(Fair Trade Commission Disposal Directions)'과 'FTC가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)'을 두고 있음
- 대만에서 가맹본부가 프랜차이즈 설립을 위한 정부 기관 허가나 등록제도는 없음
- 가맹본부는 기업현황, 가맹사업현황, 계약조건 등을 사전에 가맹희망자나 가맹점사업자에게 공개하도록 하는 'FTC지침(Fair Trade Commission Disposal Directions)'에 따른 정보공개서 제공제도 있음. 이를 제공하지 않거나 부실하게 제공할 경우 허위과장 광고, 기망행위 등의 금지(※ 공정거래법(Fair Trade Act) 제21조 제25조)에 해당이 되어 상당한 벌금이 부과됨
- 프랜차이즈관련 직접 법률이 없어, 실제 프랜차이즈 관련 분쟁사례가 중요
- 대만의 투자환경은 세계경제포럼이 140개국을 대상으로 실시한 '2018 글로벌 경쟁력 보고서'에서 대만은 세계 13위, 아태 지역 4위를 차지할 정도로 국제적으로 높은 평가를 받고 있음
- 상법, 세법, 지적 재산권 규정이 명확하고 대만인의 준법의식도 높아 비즈니스 관련 요소를 예측하기 쉬워 안정적 사업 운영이 가능함
- 대만 정부는 자본금 조달이 필요한 외국 기업에 대한 규제 완화, 행정절차 간소화 등으로 외국자본 유치를 위해 노력하고 있음
- 우리기업이 대만 투자 시 가장 어려운 점 중의 하나는 한국과 대만 사이에 이중과세방지 협정이 체결되지 않았다는 사실임

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

- 우리나라 투자 진출기업이 겪고 있는 어려움 중 하나는 대만 현지인 고용문제임. 노사관련 법률이 강하고, 현지인의 경우 한국의 기업문화를 잘 이해하지 못해 기업운영에 어려움이 있음
- 상품검험법(商品檢驗法, The Commodity Inspection Act)에 따라 대만에서 생산, 가공되거나 해외에서 수입되는 농공산품은 상품검사를 이행하여야 하며, 통관시 국제 인증을 취득했다라도 현지 규정에 따라 별도로 검사를 진행해야 하는 등 통관이나 수출에 있어서의 규제 장벽이 높음

(나) 현지시장 및 문화적 측면의 고려사항

- 대만은 아시아-태평양 교통의 요충지로 홍콩, 싱가포르, 서울, 도쿄, 베이징, 상하이와 평균 3시간 이내에 도달할 수 있는 지리적인 이점이 있고 대만 가오슝항에서 아시아 5대 항구인 홍콩, 싱가포르, 도쿄, 상하이, 마닐라까지 56시간 이내에 품목 운송이 가능함
- 기업 중 90%이상이 중소기업으로서 중소기업에 우호적인 경영환경이 경제발전의 원동력이 되었으며, 가족 경영체제, 화교상권 네트워크가 큰 도움이 됨
- 1992년 8월 한-중 수교에 따라 대만과는 단교 상태임 민간에서 산업 간 교역이 활발함 한류가 중국□동남아로 뻗어나갈 수 있었던 한류의 발상지

(2) 진출방식 선정

- 대만에서 외국기업을 운영할 경우, 현지 대만인이나 대만기업과 합작투자자로 설립해야하거나 대만인에게 경영권을 부여하는 제한은 없어 '직접진출'도 가능하지만, 아래의 제한이 있어 대만 진출의 경우 '직접진출'보다는 '합작투자' 또는 '마스터 프랜차이즈 방식'이 유리할 것으로 봄
 - 프랜차이즈 인허가나 등록제도는 없지만, FTC에서 公平交易法(Fair Trade Act)을 통해 강력하게 불공정행위를 감시하고 있으며, FTC의 '가맹점 정보공개 지침'에 따라 정보공개서를 제공해야 하는 등 준비가 되지 않은 기업의 경우 법률적인 Risk에 노출될 수 있음
 - 대만의 경우 이중과세방지 협정되지 않아 현지에서 외국기업을 운영하기에 어려움이 있음
 - 최근 민사소송법 특별법 「노동사건법(Labor Incident Act)」이 공포되는 등 노사관계에서 규제가 강하고 현지인 고용의 어려움이 있음
 - 통관이나 수출에 있어서의 규제 장벽이 높아 현지에서 최대한의 식자재 공급과 운영을 해야 하기 때문에 국내기업이 대만 현지에서 외식기업을 운영하기 어려움이 있음
- '합작투자'나 '마스터 프랜차이즈 방식' 모두 진출 방식으로 적합하지만, 대만 및 국내 현지의 상황으로 볼 때, 진출의 Risk가 '합작투자' 보다 적은 '마스터 프랜차이즈 방식'을 권함
- 대만에 진출 한 국내 프랜차이즈기업의 대부분이 현재 '마스터 프랜차이즈 방식'을 통하여 진출하고 있음

- 특히, '마스터 프랜차이즈' 계약을 체결 전 '마스터 프랜차이즈'의 파트너가 대만 현지의 시장과 고객반응을 시험(Test)할 수 있는 팝업스토어를 진행하고 검증을 통하여 본 계약을 체결하거나, 국제가맹을 통하여 현지 파트너가 직접 매장을 운영하게 하고 이후 성과를 바탕으로 그 지역 마스터 프랜차이즈권을 부여하는 계약과정으로 진행하는 것이 좀 더 안정적일 수 있음
- 다만, 기업의 역량(재무, 인적, 시스템, 경험 등)이 대만 현재 파트너기업과 함께 합작(합자) 운영이 가능할 경우, 대만 파트너 기업은 한국에 진출하고, 국내기업은 대만에 진출하는 상호 진출을 모색할 수 있는 합작(합자)투자 방식도 가능할 것으로 봄

표 4-3 진출기업의 해외진출 방식

| 진출기업(브랜드) | 진출연도 | 진출 방식 |
|-----------|---------|-----------|
| 네네치킨 | 2018.10 | 마스터 프랜차이즈 |
| 맘스터치 | 2016.4 | 합작(합자)투자 |
| 두끼떡볶이 | 2016.4 | 마스터 프랜차이즈 |
| 치르치르 | 2014.4 | 마스터 프랜차이즈 |
| BBQ | 2018.3 | 마스터 프랜차이즈 |
| 이삭토스트 | 2016.8 | 마스터 프랜차이즈 |

대만 진출 시 유리한 진출방식

마스터 프랜차이즈 방식 or 합작(합자)투자 방식

🔍 전문가의 의견

- 대만의 경우 프랜차이즈산업이 오래 되었고, 한류도 오래 되었으며, 프랜차이즈 규제의 환경이나 상표 환경 등이 일반적인 국가들과 많은 차이가 있고, 통관이나 수출에 있어서의 규제 장벽이 높아 현지에서 최대한의 식자재 공급과 운영이 가능해야 함
- 한편으로 대만 시장에 발달되어 있는 외식 아이템을 한국이나 세계 시장에 소개함과 동시에 대만 화교 네트워크를 활용하여 중국이나 동남아 시장으로 진출 확대를 꾀할 수 있음
- 상호 브랜드 교환을 진행할 수 있고, 현지에 직원을 파견하여 운영을 지원하고 현지 파트너가 전반적인 운영을 맡는 형태의 합작(합자)투자(JV) 방식이 적합한 진출방식일 수 있음
- 다만, 기업의 역량으로 합작(합자)투자(JV)가 힘들거나 파트너가 식음료에 경험이 없는 업체 또는 개인이라면 마스터 프랜차이즈 형태로 진출하는 것을 권함

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략



TIP

○ BBQ

BBQ는 2018년 Family Mart의 대만 자회사 'Family International Gourmet 社'와 마스터 프랜차이즈 계약을 체결

'대만 패밀리마트社'는 소비자의 라이프스타일에 맞춘 상품과 서비스로 대만에서 약 30여 년 간 성공적인 CVS 리테일 사업을 운영하고 있으며, 대만 내 3,500여 개의 매장을 보유하고 있음. 자회사인 'Family International Gourmet 社'는 대만 현지의 외식 사업을 전문적으로 운영하고 있는 외식 기업임

대만의 외식 비중은 70%에 육박하며 야식 랭킹 상위 3위 안에 모두 튀김 품목이 포함돼 있음. 그 중에 대만식 닭튀김 요리는 부동의 랭킹 1위를 차지하고 있으며, 한류 영향으로 한국 음식이 하나의 트렌드로 자리매김하고 있음

BBQ는 해외진출 시 'Kobalization(Korea+Globalization)'을 추구. BBQ 고유의 컨셉을 유지하면서, 국가별로 각각 다른 전략을 구사하고 있음. 대만에서는 황금올리브치킨, 자메이카 통다리 구이, 극한왕갈비치킨 등 한국에서 인기 있는 치킨 메뉴 총 21종을 판매함

첫 샵인샵 형태의 매장 BBQ 대만 경성점은 타이페이시 중심가에 위치해 젊은층들이 많이 찾는 외식 전문몰 'Urban One' 4층에 입점해 주목을 끌고 있음. 'Urban One'은 역세권이며 오피스가 밀집해 있고 쇼핑거리가 포함되어 있어 20~30대 젊은층들이 데이트, 쇼핑 등을 위해 즐겨 찾는 장소로 유명함. BBQ의 노하우를 바탕으로 한 전폭적인 지원으로 대만 타이페이 중심으로 진출 중에 있음

○ 치르치르

2014.4월 퓨전다이닝 대표기업 리치푸드(주)의 '치르치르'는 대만외식기업인 베니유한공사(주)와 '마스터 프랜차이즈'방식으로 계약을 맺고 대만에 진출

베니유한공사(주)는 대만에서 카페사업을 하고 있는 회사로 리치푸드(주)는 베니유한공사(주)로부터 브랜드가치에 대한 초기계약금을 지급받고, 가맹점 출점 시 개설 로열티를 지급받는 형식의 '마스터 프랜차이즈'방식의 계약을 체결

○ 네네치킨

네네치킨 본사인 (주)헤인식품에서 2018.10월 대만 식품기업인 '젠 메이 웨이(Zhen Mei Wei International Food Co., Ltd)'와 마스터 프랜차이즈 계약(MFA) 체결을 완료하고 본격적인 대만 진출에 나섬

'Zhen Mei Wei International Food Co., Ltd'의 임직원이 직접 방한해 네네치킨의 계육 손질법부터 제품 조리법

및 영업 마케팅 노하우를 포함한 기술 교육을 받음

'Zhen Mei Wei International Food Co., Ltd'는 계약 체결 전에 현지 대만 타이베이 소고백화점에서 5일 동안 팝업스토어를 진행하면서 대만 시장 조사 및 고객의 성향을 파악하고 현지 고객들에게 제품 홍보 및 판매를 진행. 이번 마스터 프랜차이즈 계약에 따라 2018.11월에 대만 1호점 오픈 후 점차 가맹점 수를 늘려갈 계획임

○ 맘스터치

햄버거&치킨 브랜드인 '맘스터치'는 대만 맘스터치는 현지 파트너와 해마로푸드서비스(주)가 각각 6대4의 지분을 나눈 합작투자(조인트벤처)임. 파트너는 대만 타이중 지역에서 맥도널드 매장만 20년 넘게 운영해온 외식업 전문가임

맘스터치는 2004년 중국에 진출해 항저우, 닝보, 칭다오 등에 매장을 열었으나 현지화 등의 어려움으로 2년 만에 철수한 쓰라린 경험이 있어, 좀 더 중국 문화를 잘 이해하고 있는 대만 합작사를 통해 중국에 다시 진출할 계획임

2016.4월 대만에 1호점을 오픈한 이후 가오슝 최대 쇼핑몰인 드림 몰에 7호점을 운영하면서 매장을 확대하고 있음

'맘스터치'는 국가별로 해외 진출 방식을 다르게 접근하고 있으며, 싱가포르 기업인 노사인보드홀딩스에는 말레이시아를 포함한 지역 마스터 프랜차이즈 방식, 한국기업이 많은 베트남과 미국은 직접진출 방식을 택함

○ 교촌치킨

2019.11월 교촌에프앤비는 지난 26일 대만 만저우 향에 위치한 켄팅탄 리조트에서 현지 기업인 '난런후 엔터테인먼트사(Nan Ren Hu Entertainment co.,ltd)'와 마스터 프랜차이즈(MF) 계약을 위한 사전 양해각서(MOU)를 체결

'난런후 엔터테인먼트사(Nan Ren Hu Entertainment co.,ltd)'는 대만에서 숙박 및 레저 서비스 사업을 펼치고 있으며, 고속도로 휴게소, 국립 해양 생물 박물관, 켄팅탄 리조트 등과, 외식 산업 노하우와 인프라를 갖춘 기업임

양해각서(MOU) 이후 서비스 형태 등의 세부 조건 및 협의를 거쳐 마스터 프랜차이즈 본 계약(MFA)을 체결할 예정임

○ 두끼떡볶이

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략



TIP

2017.4월 떡볶이 전문 프랜차이즈인 '두끼떡볶이'는 대만 마스터 프랜차이즈 진행을 통해 시먼딩 1호점, 도원ATT 2호점을 운영 중이며, 대만 타이베이에서 열린 '2017 타이베이 프랜차이즈 박람회'에 참가해 현지에 매장 7개를 열기로 하는 계약을 체결했다고 밝힘

'두끼떡볶이'는 직접 요리해먹는 DIY 컨셉트와 좋은 식재료로 한국은 물론 해외 여러 곳에서 성공적 진출하고 있으며, 대만의 경우 무한리필 바에 현지인이 선호하는 식재료를 포함해 대만 고유의 식성과 입맛을 유지하여 높은 인기를 얻고 있음

2. 마스터 프랜차이즈 진출단계 방안

표 4-4 마스터 프랜차이즈 진출단계별 중요 내용

※중요해당 내용 표기

| | | |
|----|-------------------------------------|--|
| 해외 | ○ 진출검토 | 진출 동기, 내부 검토 및 외부 문의에 의한 검토 |
| 진출 | ○ 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출 형태 탐색 | 현황 점검을 통한 해외 사업 목표 수립 및 인력 구성 해외 진출 사업 추진 역량에 대한 자가 진단 4가지 진출 형태에 대한 탐색 및 결정 |
| 준비 | ○ 기초조사 해외 진출 사업 계획 | 해외 진출 사업을 위한 목표 시장에 대한 개괄적인 조사 해외사업의 경쟁력검토 · 재무계획을 통한 사업계획서작성 |
| | ○ 지식재산권 취득 | 상표권, 특허 및 실용신안, 도메인 관련 지식 재산권 취득 |
| 해외 | ○ 해외 홍보채널구축 | 파트너 탐색 및 해외 사업 안내를 위한 홍보 채널과 상담 서식 준비 |
| 진출 | ○ 1차 현지 시장 조사 | 경쟁 브랜드, 외식 시장 트렌드 등 파트너 탐색을 위한 현지시장 조사 |
| 확정 | ○ 파트너 기준 구축 적극적 파트너 탐색 | 파트너 탐색에 앞서 해외 사업 파트너에 대한 기준 구축 박람회, 설명회, 직접 탐색 등의 루트를 통한 적극적 파트너 탐색 |
| | ○ 파트너 선정 계약 가이드라인 구축 | 마케팅 계획, 재무 상태 등의 검토를 통한 파트너 선정 파트너 계약을 위한 표준 계약서 검토 및 서식 준비 |
| | ○ 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결 | 개점 준비를 위한 입지 및 각종 협력사 탐색 현지사업운영계획의 최종점검을 통한 파트너와의 계약체결 |
| | ○ 현지 법인 설립 | 직접진출 및 합자(합작)투자진출에 대한 법인설립절차 진행 |
| | ○ 입지 선정 | 최종 입지 선정 및 점포 계약 |
| | ○ 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포운영자 교육 | 현지 법인 또는 파트너사 운영을 위한 매뉴얼 제공 해외 본부 (가맹점주) 및 점포 운영자의 역량 향상 교육 |
| 현지 | ○ 메뉴 및 식재료 시스템 구축 설비 및 물품 조달 계획 | 메뉴 확정, 식재료 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축 설비 및 물품에 대한 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축 |
| 개업 | ○ 점포 운영 매뉴얼 | 현지 점포 운영에 대한 매뉴얼 제공 |
| 준비 | ○ 인허가 및 매장 시공 | 인허가 사항 취득 및 기타 요소의 최종 점검을 통한 매장 시공 및 인테리어 |
| | ○ 매장 인력 채용 및 교육 | 매장 운영을 위한 조리, 홀 등의 인력 채용 및 교육 |
| | ○ 오픈 마케팅 | 온라인 및 오프라인 루트를 활용한 오픈 마케팅 |
| | ○ 오픈 | 오픈에 대한 최종 점검 및 오픈 리허설 |
| 해외 | ○ 글로벌 슈퍼바이징 사업 확장 | 감리 및 본부 지원 계획 수립 해외 사업 확장 전략 수립 및 지속적 시장 개척 |
| 사업 | ○ 세무 및 자금송금 | 재무계획 및 세금납부, 수익송금 |
| 관리 | ○ 가맹점모집 및 계약 | 가맹점 출점계획 및 계약과 가맹점관리 |
| | ○ 철수 및 폐업 | 청산절차 및 노무관계 정리 |

[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS, aT한국농수산물유통공사]

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

프랜차이즈 기업의 해외진출 진출단계인 '①해외진출 준비단계', '②해외진출 확정단계', '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리단계'에서, '마스터 프랜차이즈 방식'은 전체 단계 중에서 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정단계'만으로도 해외진출이 가능함

'마스터 프랜차이즈 방식'의 경우 '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리단계'는 현지 파트너에 의해 운영될 가능성이 높음. 다만, 이 단계에서도 현지 파트너가 현지에서 성공적으로 프랜차이즈 사업을 운영할 수 있도록 식재료 조달, 운영이나 조리 등 매뉴얼 제공, 현지 직원 교육, 현지화 마케팅 등의 지원이 필요함

'마스터 프랜차이즈 방식'에서는 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 '매뉴얼 제작 및 교육' 등이 중요한 요소임

가. 해외진출 준비단계

🔍 전문가의 의견

- 해외진출 시 프랜차이즈 기업이 적극적으로 진출국의 시장조사부터 파트너를 선정하는 경우보다는 해외 파트너가 프랜차이즈 기업을 방문하거나 접촉해오는 경우가 많음
- 해외 진출을 고려하는 기업은 영문으로 된 '회사소개서(IR)'과 '홈페이지', '사업지원(의향)서' 준비가 최소한 필요
 - ※ 해외 현지업체의 관심을 유도하기 위해 제품 카탈로그는 꼭 필요. 카탈로그가 없으신 업체에서는 아래 기관의 도움을 받아 카탈로그를 먼저 제작 후, 서비스를 신청(Kotra 해외사업신청)
 - 수출지원기반활용사업(수출바우처)
 - 한국무역협회 수출지원바우처 서비스
 - 중소기업진흥공단 수출마케팅 온라인수출지원사업
 - 각 지방자치단체(도청,시청,테크노파크 등)
- 해외진출을 위한 사업계획 작성 시 이미 해당국에 진출하여 있는 기업의 담당자나 책임자의 미팅을 통한 Risk 점검이 필요 (※ kotra의 경우 '해외지원상담사업'(대표번호 1600-7119)을 운영하고 있음)
- 기초 정보는 현지 대사관 및 상업 대표부를 통해 현지 관련업체 소개 및 현지 시장 조사에 필요한 정보를 미리 받을 수 있음
- 대만 상표법은 상품 또는 서비스의 출처를 식별할 수 있는 표지는 모두 상표권의 보호 대상으로 하고 있음. 동작상표, 홀로그램 등도 보호대상에 포함시켜, 식별력이 있다면 어떠한 것이라도 상표로 등록 출원할 수 있음

- 진출 전에 한국지식재산보호협회 사이트(www.ip-navi.or.kr), KOTRA 해외지재권실 (02-6460-3357)의 지식재산권 보호사업을 통하여 상표권 지원을 받을 수 있음

(1) 기본절차

| 절차 | 내용 | 비고 |
|----------------------------------|---|----------------|
| 진출 검토 | ○ 진출 동기, 내부 검토 및 외부 문의에 의한 검토 | 진출유형 결정 |
| 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색 | ○ 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 | |
| 기초 조사 해외진출 사업계획 | ○ 해외 진출 사업을 위한 목표 시장에 대한 개괄적인 조사 ○ 해외 사업의 경쟁력 검토 및 재무 계획을 통한 사업 계획서 작성 | |
| 지식 재산권 취득 | ○ 상표권, 특허 및 실용신안, 도메인 관련 지식 재산권 취득 | 상표권 등 지식재산권 |

(2) 단계별 진행 내용

1) 내부역량 분석

- 보유 아이템
 - 현재 트렌드에 맞는 아이템, 주 고객층, 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 등) 소통, 기획능력, 파견시 교육능력, 사업추진 능력, 계약관계 등 법률지식 보유 직원
- 물류 및 생산 시스템
 - 식재료 생산 및 유통 시스템, 해외 공급 능력

2) 외부환경 분석

- 진출예정국가 시장 기초조사
 - 국가현황, 인구통계 및 정치·사회·문화현황, 경제현황, 프랜차이즈 시장현황 등 조사

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

- 본 책에서 해당 내용은 「II. 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황」1. 국가개요 및 경제현황, 2. 외식시장 현황 및 트렌드, 3. 프랜차이즈 산업현황」 참조
- 대만의 경우 외식산업이 발달하여 있고 한류 영향으로 한국 음식이 하나의 트렌드로 자리매김하고 있어 외식 프랜차이즈 기업의 진출이 유망함. 특히 중국이나 동남아 시장으로 진출 확대할 수 있는 교두보의 역할도 가능함

3) 진출유형 선정

- 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소의 분석을 통한 진출방식 선정
- ‘합작투자’나 ‘마스터 프랜차이즈 방식’ 모두 가능하지만, 진출의 Risk가 적은 ‘마스터 프랜차이즈 방식’이 적합함
- ‘마스터 프랜차이즈’ 계약하기 전 현지 파트너가 대만 현지의 시장과 고객반응을 시험(Test)할 수 있는 팝업스토어를 진행하거나 국제가맹을 통하여 직접 매장을 운영한 이후 결과에 따라 그 지역 마스터 프랜차이즈권을 부여하는 계약과정이 바람직함

4) 사업계획서 작성

- 해외 진출 사업 검토
 - 외적요인 검토
 - 내적요인 검토
- 재무계획
 - ① 비용 분석
 - 자금 조달 계획에 앞서 현실적인 소요 비용이 책정되어야 자금의 측면에서 문제없이 사업을 진행할 수 있음
 - 해외 진출 사업은 일반적으로 단기적으로는 수익을 기대하기 어려우며, 장기적인 측면에서 투자가 필요한 사업임. 특히 단기적으로는 자금 회수 자체가 어려울 뿐만 아니라 오히려 재무적으로 부담되는 상황이 생길 수 있으니 유의해야 함
 - 단계별 예상 비용

| | ROAD MAP 단계 | 예상 비용 항목 |
|---|-------------------|--|
| 1 | 목적의 명확화 | 신규 인력 채용 또는 인력 지원에 대한 비용 담당 인력에 대한 교육 훈련 비용 |
| 2 | 기초 조사 | 법률 및 세무 전문가 등 분야별 전문가 자문 |
| 3 | 지식 재산권 취득 | 특허법인 또는 관련 업체 이용 비용 지식 재산권 취득 비용 |
| 4 | 해외 사업 홍보 채널 구축 | 번역 비용 글로벌 홈페이지 구축 비용 해외 사업 안내서 제작 비용 기타 홍보 채널 구축에 대한 비용 |

| | | |
|----|--------------------------------------|---|
| 5 | 현지 시장 조사 | 해외 출장 비용 통역 및 가이드 비용 시장 조사 비용 |
| 6 | 적극적 파트너 탐색 | 해외 출장 비용 박람회 및 설명회 참여 비용 파트너 탐색 업체 이용 비용 통역 비용 |
| 7 | 파트너 선정 | 해외 출장 비용 파트너 신용 평가 및 검증에 대한 비용 |
| 8 | 계약 가이드라인 구축 | 계약서 및 관련 서류 작성 자문 비용 |
| 9 | 파트너 계약 체결 | 계약서 검토 자문 비용 |
| 10 | 현지 법인 설립 | 법인 설립 대행 업체 이용 비용 법인 설립 비용 |
| 11 | 운영 매뉴얼 및 운영자 교육 | 매뉴얼 작성 및 번역 비용 현지 운영자에 대한 교육 훈련 비용 |
| 12 | 메뉴 및 식재료 시스템 구축/ 설비 및 물품 조달 계획 | 수출 대행 업체 이용 비용 식재료 및 물품 승인(검역) 비용 수출 비용 |
| 13 | 현지 개업 준비 | 개업 지원 비용 (출장, 교육 훈련, 물류, 감리 비용 등) 마케팅 비용 |
| 14 | 사업 관리 | 사업 확장을 위한 연구 개발 비용 (제품 개발 및 설비 투자 등) |

② 투자 및 운전 자금 규모

- 투자 규모는 사업 목표 및 진출 형태에 따라 기업별로 차이가 매우 클 수 있으며, 1~2호점의 경우에는 특히 추후 사업에 비해서 많은 비용이 투입되는 경향이 있음
- 1~2호점의 경우에는 해외 사업 첫 진출인만큼 인테리어나 기타 다른 요소에서도 더 많은 투자를 하기도 하고, 시스템이 안정화되기 전이라 초기 투자 비용이 필요한 항목이 생길 수 있음

③ 자금 조달 계획

- 투자 및 운전 자금의 규모가 결정되었다면 다음은 자금 조달에 대한 계획을 수립해야 함. 대부분 보유하고 있는 자금으로는 해외 사업을 진행하기 어려우므로, 금융 기관이나 기타 루트를 통해 자금을 조달하여 사업을 진행하게 됨

④ 재무 계획 수립

- 재무 계획을 수립하는 궁극적인 목적은 비용과 자금 계획을 통해, 매출과 손익 계획을 수립하는 데 있음. 이를 통해 어느 정도의 수익을 어떻게 낼 수 있을 것인지에 대한 계획을 세워야 함
- 해외 사업에 대해서는 최소한 3년에서 5년 정도의 예상 수익 분석을 통해 수익성을 분석하는 것이 바람직함. 이는 사업의 지속성을 평가하기 위함입니다. 그러므로 최상 및 최악의 관점에서 발생할 수 있는 모든 변수를 검토하여 계획을 수립해야 함
- 재무 계획을 수립할 때에 국내 사업과 다르게 과실 송금을 어떻게 할 것이며, 이에 대한 제한 사항은 없는지 국가별로 확인을 해볼 필요가 있음

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

○ 사업계획서 작성

① 수익 모델 구축

- 브랜드의 차별화된 콘셉트와 시장 상황을 고려한 수익 모델을 구축

② 시장 진출 전략 수립

- 수익 모델 구축과 동시에 해외 시장에 단계별로 어떻게 진출할 것인지에 대한 전략을 수립

- 한 국가 내에서도 대도시를 중심으로 시작하는 브랜드가 있는 한편, 제2의 도시를 통해 사업을 확장해나가는 전략을 택하는 브랜드들도 있음

③ 사업 계획서 작성

- 사업 계획서의 작성에서는 외부 업체를 이용할 수도 있으나 그보다는 내부적으로 특히 해외 사업을 직접 담당할 직원과 경영진이 함께 투입되어 작성하는 것이 바람직함

- 사업 계획서 구성

| | 항목 | 내용 |
|---|----------------|--|
| 1 | 사업 개요 | 해외 사업의 목적과 목표 해외 사업 추진 배경 사업 타당성 및 방향성 |
| 2 | 조직 및 인력 | 조직도 및 인력 구성 경영진 현황 채용 및 관리 현황 및 계획 교육 현황 및 계획 |
| 3 | 사업 전략 | 브랜드 경쟁력 해외 사업 전망 수익 모델 구축 단계별 사업 전략 수립 |
| 4 | 재무 계획 | 재무 현황 비용 분석 단계별 투자 계획 자금 조달 계획 수익 전망 연간 재무 계획 자금 회수 계획 |
| 5 | 생산 및 물류 시스템 계획 | 생산 및 물류 시스템 현황 단계별 생산 및 물류 시스템구축 계획 시설 및 설비 투자 계획 |
| 6 | 사업 확장계획 | 사업 초기 전략 단계별 확장 전략 글로벌 슈퍼바이징 |



TIP

- ‘직접진출’ 할 경우 현지법인설립 및 운영, 초기 매장구축 및 운영비용 등 많은 투자비용과 현지 운영 및 관리 인력이 필요하기 때문에 재정이나 인력 자원이 부족할 경우 ‘직접진출방식’보다는 ‘마스터 프랜차이즈’로 진출하는 것이 바람직함

5) 지식재산권 보호조치

- 상표등록 및 특허등록 진행
 - 經濟部智慧財產局(www.tipo.gov.tw)에서 담당
 - 해외지식재산권 보호가이드북(대만) 참조, 국제 지재산 분쟁정보 제공 사이트 (www.ip-navi.or.kr)에서 열람 가능함
- 도메인 등록 진행
- 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」3. 상표등록 등 지식재산권」 참조
- 대만 진출을 준비하는 기업은 진출 전에 특허청의 한국지식재산보호협회(www.ip-navi.or.kr)나 KOTRA 해외지재권실(02-6460-3357)의 지식재산권보호사업 등 지원사업을 통하여 상표권 등의 지식재산권 보호조치를 하는 것을 권함

나. 해외진출 확정단계



전문가의 의견

- 해외진출을 고려하고 있는 프랜차이즈 기업의 경우, kotra나 산업통상자원부, 한국프랜차이즈협회에서 지원하고 있는 해외 프랜차이즈박람회 참여나 해외 프랜차이즈사업설명회 등에 참여하여 브랜드를 노출시키는 것이 유리한 방법일 수 있음 (※파트너 탐색 지원사업 : 농수산식품유통공사(at)의 해외 프랜차이즈 박람회 지원, KOTRA의 무역사절단, 해외 전시회 한국관 참가, 해외 비즈니스 출장 지원, 한국프랜차이즈산업협회의 국제 프랜차이즈 박람회 참가, 해외 파트너 투자 네트워크 구축, 프랜차이즈 해외진출기업 컨설팅 지원 사업)
- Kotra 해외시장조사 활용
 - ① 사업파트너 연결지원, ② 항목별 시장조사, ③ 해외수입업체 연락처 확보
 - ④ 원부자재 공급선조사, ⑤ 거래선 관심도 조사, ⑥ 맞춤형 해외시장조사
 - ※이메일 : ahhyun.lee@kotra.or.kr / byun@kotra.or.kr 문의처 : 1600-7119
- ‘마스터 프랜차이즈’의 경우 파트너의 선정이 해외진출의 승패를 결정하는 매우 중요한 요소이기에 계약체결 전 투자 의향서(LOH-Letter Of Intent), 양해각서(MOU-Memorandum Of Understanding)를 먼저 체결하고 파트너에 대한 검증과 조사가 필수적으로 이루어져야 함

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

Q 전문가의 의견

- 계약체결에 관한 현장 실무자의 추천 프로세스
 - ① 신청서 작성 (회사 기본 정보 교환) > ② NDA 체결 > ③ 1차 상호 실사 실시 (상호 방문/ 상담/ 자료 교환) > ④ MOU/ Mandate 체결 > ⑤ (시장 조사 / 기본 매뉴얼 교육/ 운영 시스템 점검/ 현지 시장 세부 조사) > ⑥ 현재 유통/공급업체 물색/ 현지 마케팅 전략 수립) > ⑦ Term Sheet 전달 > ⑧ 계약 조건 협상 - 계약 체결 (소요 기간 약 6개월 ~1년)
- 현장에서는 MOU보다는 자세하게 규정된 Mandate를 더 선호기도 함. Mandate의 경우 일정 금액을 미리 받는 조건으로 상대방에게 독점적 시장 조사 및 협상권을 부여하고 지급 금액을 일부는 환불 가능하도록 조정할 수 있음
- 진출 확정시 아래의 내용을 점검
 - 1. 파트너의 사업경험과 능력 체크
 - 2. 현지에서 경쟁력 확보 방안
 - 3. 원재료 공급방안, 수입 원자재의 원가, 통관 등 process
 - 4. 현지 물류 line 구성
- 대만은 프랜차이즈를 직접 규제하는 법률이 없고 계약자유의 원칙에 따라 양당사자의 계약 내용에 따라 프랜차이즈 관계 규율되기 때문에 마스터 프랜차이즈 계약체결은 전문 변호사를 통하여 진행하는 것이 바람직함

(1) 기본절차

| 절차 | 내용 | 비고 |
|--------------------------|--|---|
| 해외사업 홍보채널 구축 | ○ 파트너 탐색 및 해외 사업 안내를 위한 홍보 채널과 상담 서식 준비 | 사업안내서 등 홍보물, 해외사업 일정표, 상담서식 |
| 1차 현지 시장 조사 | ○ 경쟁 브랜드, 외식 시장 트렌드 등 파트너 탐색을 위한 현지시장 조사 | |
| 파트너 기준 적극적 파트너탐색 | ○ 파트너 탐색에 앞서 해외 사업 파트너에 대한 기준 구축 ○ 박람회, 설명회, 직접 탐색 등의 루트를 통한 적극적 파트너 탐색 | |
| 파트너 선정 계약체결의 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 파트너 관련 서류 (재무제표, 파트너 회사 소개서, 신용등급증명서, 마케팅계획서) |
| 2차 현지 시장조사 파트너계약체결 | ○ 개점 준비를 위한 입지 및 각종 협력사 탐색 ○ 현지 사업 운영 계획의 최종 점검을 통한 파트너와의 계약 체결 | NDA(비밀유지계약서), LOI(투자의향서), MOU(양해각서), 계약서 |

| | | |
|----------------------------------|--|---|
| ※ 현지 법인 설립 (마스터 프랜차이즈의 경우 생략) | ○ 직접 진출 및 합자(합작) 투자 진출에 대한 법인 설립 절차 진행 | 외국인 투자관련 법률 현지 법인 설립 준비 서류, 부동산계약서, 법인계좌계설, 정관 등 |
| ※ 입지 선정 (마스터 프랜차이즈의 경우 생략) | ○ 최종 입지 선정 및 점포 계약 | 부동산관련 법률 상권조사보고서, 임대차 계약서 |
| 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 | ○ 현지 법인 또는 파트너사 운영을 위한 매뉴얼 제공 ○ 해외 본부 (가맹점주) 및 점포 운영자의 역량 향상 교육 | 해외본부 운영매뉴얼, 점포운영자 교육계획서 |

(2) 단계별 진행 내용

1) 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 중변동이 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)

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

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

- 대만은 프랜차이즈 관련 직접적인 법률이 없고, 계약에 따라 진행함
- '공정거래위원회(FTC, 公平交易委員會)'에서 公平交易法(Fair Trade Act)을 프랜차이즈에 구체적으로 적용하기 위한 'FTC지침(Fair Trade Commission Disposal Directions)'과 'FTC가이드라인(Fair Trade Commission Guidelines on the Disclosure)'을 두고 있음
- 본 책에서 해당 내용은 「III. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 프랜차이즈 법률」 참조

○ 현지시장 및 문화적 특수성 파악

- 본 책에서 해당 내용은 「II. 국가 개요 및 프랜차이즈 산업현황 > 2. 외식시장 현황 및 트렌드」 참조

TIP

- 시장조사는 자체적으로 진행하거나, kotra 등의 기관을 통하여 진행할 경우에도 예상외로 많은 비용과 시간이 소요됨
- 해외진출을 준비하는 기업은 해외 프랜차이즈박람회나 프랜차이즈사업설명회 등에 참여하여 현지 반응을 파악하고 파트너 탐색을 하거나, 이미 대만에 진출하여 있는 프랜차이즈 기업의 협조를 구하여 시장 조사를 하는 것이 효과적일 수 있음

2) 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 선 제안, 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

○ 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용 > 가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용」 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

○ 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용 > 가. 마스터 프랜차이즈 계약절차와 내용」 참조

4) 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 작성

- 현지법인 및 직원(현지국가의 직원)을 위한 해외본부 운영매뉴얼 제작
- 해외 본부 운영 매뉴얼 커스터마이징
- 해외 본부 운영 매뉴얼 번역 및 보완다.



TIP

- 계약 조건을 논의 하는 과정에서 현지에 맞는 일종의 TEST UNIT의 개발을 공동 투자로 진행하고 성공적 일 경우, 마스터 프랜차이즈로 전환한다는 조건으로 협의를 하는 방법도 있음. 이 경우 협상 과정에서 현지 전문가의 조언과 세부적인 계약서 조율 작업이 반드시 필요함
- KOTRA 해외시장조사사업 : KOTRA 전 세계 해외무역관(84개국 125개 무역관)을 통해 해외 잠재 파트너 발굴, 시장조사 등을 지원하는 서비스, 주요서비스 - 사업파트너 연결지원, 항목별 시장조사, 해외수입업체 연락처 확인, 원부자재공급선 조사, 거래선 관심도 조사, 수출대금 미결제 조사, 맞춤형 심층조사

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

다. 현지개업 준비단계

🔍 전문가의 의견

- 마스터 프랜차이즈 방식의 경우 현지에서 운영은 파트너나 현지기업이 맡기 때문에 기업설립이나 운영, 점포개설 등 현지개업 단계가 다른 진출방식보다는 상대적으로 중요하지 않음
- 마스터 프랜차이즈 방식에서는 파트너가 현지에서 프랜차이즈 기업이 보유하고 있는 아이템을 성공시킬 수 있도록, 핵심 소스나 원재료 조달방법이나 현지생산방법이나 설비 등의 구입이나 설치방법이 중요하다고 할 수 있음
- 다만 현지 고객반응을 시험(Test)할 수 있는 팝업스토어나 국제가맹을 통하여 현지 파트너가 직접 매장을 운영하게 한 이후 마스터 프랜차이즈 계약체결을 권함
- 역량이 되는 프랜차이즈 기업의 경우 중국이나 동남아시아 시장에 진출할 수 있는 교두보로 합작(합자)투자 방식도 적합할 것으로 봄
- 해외진출을 위한 식당을 개점할 경우, 초기에 지인이나 교포를 통하여 진행하기 보다는 해당 국가의 외식컨설팅사를 통한 진행을 권함
- 관세청 해외통관지원센터(www.customs.go.kr)에서는 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
- 수출관련 정보제공(농식품수출정보 www.kati.net)
 1. 관리·법률체계, 2. 통관절차, 3. 통관비용, 4. 통관 시 제출서류,
 5. 기타 통관제도, 6. 관세제도, 7. 주요품목 수입규정, 8. 최근이슈

(1) 기본절차

| 절차 | 내용 | 비고 |
|--|---|--|
| 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달계획 | <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 식재료 통관 관련서류 |
| 점포 운영 매뉴얼 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 현지 점포 운영에 대한 매뉴얼 제공 | 외식/식품관련 법률 레시피, 메뉴북, |
| ※ 인허가 취득 및 매장 시공 (마스터 프랜차이즈의 경우 생략) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 인허가 사항 취득 및 기타 요소의 최종 점검을 통한 ○ 매장 시공 및 인테리어 | 인허가관련 법률 영업허가필요서류, 시설매뉴얼 |
| ※ 매장 인력 채용 및 교육 (마스터 프랜차이즈의 경우 생략) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 매장 운영을 위한 조리, 홀 등의 인력 채용 및 교육 | 노동관련 법률 현지 점포 운영매뉴얼, 근로계약서, 채용 및 인력운영계획 |
| ※ 오픈 마케팅 (마스터 프랜차이즈의 경우 생략) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 및 오프라인 루트를 활용한 오픈 마케팅 | 매장 마케팅 계획서 |
| ※ 오픈 (마스터 프랜차이즈의 경우 생략) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 오픈에 대한 최종 점검 및 오픈 리허설 | 오픈 체크리스트 |

(2) 단계별 진행 내용

1) 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달계획

○ 메뉴

① 메뉴 보완 및 구성

- 개업 준비를 위해 최종적으로 현지에서 판매할 메뉴를 구성. 기본적으로는 가맹 본부의 메뉴 시스템과 동일하게 구축되지만, 상황에 따라 신메뉴를 개발하거나 메뉴를 보완해야 하는 상황이 생길 수 있음
- 특히 신메뉴 개발이나 현지화에 대한 부분은 시장 조사를 통해서 파악될 수도 있으며, 파트너와의 협의를 통해 결정될 수도 있음. 브랜드 콘셉트를 유지하기 위해서 메뉴의 현지화에 대해서는 내부 기준을 가지고 적용하는 것이 바람직함

② 가격 책정

- 최종적으로 메뉴 구성이 확정되면 각 메뉴에 대한 현지 가격을 책정. 가격을 책정하는 방법은 기업의 전략에 따라 다양할 수 있지만 기본적으로 원가, 경쟁 브랜드, 고객에 대한 분석을 바탕으로 책정해야 함
- 조사항목 : 원가 조사, 경쟁 브랜드 조사, 고객 선호 가격 조사

③ 메뉴 북 제작

- 메뉴 구성 및 가격 책정이 완료되면 이를 반영하여 점포에서 사용할 메뉴 북을 제작

○ 식재료 국내 수출

① 통관 관련 규정

- 수출과 관련된 통관이나 관세 관련 규정은 국가에 따라 차이가 크기 때문에 목표 시장과 관련하여 각 법률을 확인하는 작업이 필요

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

| | 항목 | 세부사항 |
|---|-------|--------------------------------|
| 1 | 통관 절차 | 전체 계획 수립을 위한 수출 관련 서류 및 기간 확인 |
| 2 | 관세 | 품목 및 물량에 대한 관세 확인 |
| 3 | 라벨링 | 국가별 기준에 따른 라벨링 준비 |
| 4 | 검역 | 현지 수입 허가를 위한 식품 위생 관련 승인 절차 진행 |

② 식품 위생 관련 승인

- 수출을 하기 전에는 식품 위생과 관련하여, 모든 식재료에 대해 국내의 식품의약품안전처와 같은 기능을 하는 현지기관의 승인 가능 여부를 사전에 확인해야 함. 현지로 수출하기 위해서는 현지 기관의 검역 승인을 통해 수입 허가를 받아야 함. 각 국가별로 식품 위생과 관련된 승인 제도를 확인할 필요가 있는데, 예를 들면 주로 할랄, NSF, FDA와 같은 사항임
- 만약, 특정 첨가물이나 기타 문제로 인해 승인을 받을 수 없다면 이 단계에서 대안을 만들어야 함. 예를 들면, 현지에서 대체 식재료를 찾거나 소스의 첨가물을 변경하는 방법을 취할 수 있음

③ 유통기한 확인 및 출고 계획

- 식재료의 국내 수출 및 현지 조달 여부를 결정하는 핵심적인 사항은 유통기한임. 식재료의 수입 허가와 같은 절차가 길어질 경우에는 수출 기간이 상당히 지연될 수도 있음
- 통상적으로 유통기한이 6개월 이내일 경우에는 현지 조달, 그 이상인 경우에는 국내에서 수출하는 방식을 고려해볼 수 있음
- 수출 가능 여부 및 유통기한에 대한 사항을 확인하여 국내에서 수출할 리스트를 작성해야 함. 그리고 다음의 업무는 수출 관련 대행사를 통해 진행하는 것이 효율적입니다. 국가별로 현지에서의 수입 절차와 기간을 확인하여 일정에서 차질이 생기지 않도록 출고 계획을 수립해야 함

○ 식재료 현지 수급

① 공급 업체 선정

- 2차 현지 시장 조사에서 공급 업체에 대한 조사 리스트를 바탕으로 최종적으로 공급 업체를 선정하고 계약을 맺어 현지 식재료 조달 시스템을 구축해야 함

② 대체 식재료

- 일부 식재료의 경우 유통기한이 짧거나 비용 측면에서 국내 수출이 어렵을 경우 현지조달
- 대체 식재료를 구할 때는 반드시 R&D 인력의 주도 하에 진행하여, 본래의 맛이나 식감 등을 유지할 수 있는 식재료를 찾아야 하고 다음 단계에서 점포 운영 매뉴얼의 레시피 및 식재료와 관련된 사항을 보완할 수 있도록 해야 함
- 대체 식재료를 구할 때에 유의해야 하는 점은 계절적인 요인으로 인해 식재료 조달에 문제가 생길 수 있는 경우에는 최소 2종류의 대체 식재료를 갖추어야 함

③ 생산 라인

- 현지에서 생산 라인을 구축하고자 하는 경우에는 공장의 위생 관리에 특히 신경을 써야 함. 많은 국가에서 식품관련 위생 관리에서 법률을 준수하지 않을 경우, 그 처벌의 강도가 매우 센 편이므로 유의해야 함

○ 설비 및 물품 조달 계획

① 수출 관련 준비

- 설비나 물품의 경우에는 비용적인 측면으로 인해 수출을 많이 하지는 않지만, 업체만의 노하우가 담겨 특수 제작된 설비나 로고가 필요한 물품의 경우에는 국내에서 수출을 하는 경우가 있음
- 식재료 수출과 마찬가지로 통관 관련 법규 및 절차를 확인하여 진행할 수 있도록 해야 하며, 특히 식기류의 경우에도 식재료를 담는, 식품 위생과 직결되는 물품이기 때문에 식재료만큼 현지의 수입 허가를 받기 위한 검증 절차가 복잡할 수 있으니 유의해야 함

② 현지 공급 업체

- 식재료 공급 업체와 마찬가지로 2차 현지 시장 조사에서 뽑아놓은 리스트를 기준으로 설비 및 물품 공급 업체를 최종선정
- 특히 설비에 대해서는 시공 및 건물의 규정과도 비교하여 확인해야 함. 구매를 했는데, 건물 규정상 설치가 불가하다거나 시공 계획과 크기나 위치가 맞지 않는 경우 문제가 될 수 있음

○ 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 7. 수출입 절차」 참조

○ 통관관련 지원사업과 업체소개

① 중소기업 수출지원센터 - 해외규격인증획득 지원사업

- 대만 상품검험법(商品檢驗法)에 따라 소비자의 권리와 이익을 보호하고, 경제의 정상적인 발전을 도모하기위해 대만 국내외 농업류, 공업류, 광업류 제품등 총 1200여 개 제품군은 반드시 해당 BSMI 인증 검사를 받아야 함
- 제품에 대한 검사는 선적물 검사, 모니터링 제도, 제품인증등록, 적합성 선언등 4개 평가 절차가 있음. 각각의 평가 절차는 ①제품의 특성, ②적용기술, ③국제규격의 적용가능성 등에 따라 적용 여부가 결정되며, 중복 적용될 수 있음 (BSMI인증 적용 제품항목 링크: http://civil.bsmi.gov.tw/bsmi_pqn/do/pqn5110/form)
- 중소기업 수출지원센터에서 해외규격인증을 획득하지 못한 중소기업을 대상으로 해외규격인증획득 중 시험 및 인증 비용을 지원하고 있음

② 포워딩 업체 및 통관업체

- 판토스(한국 업체)

주소 : 6F., No.216, Sec.2, Dunhua S. Rd., Taipei City, Taiwan
전화번호 : 886-2-2737-1100
홈페이지 : <http://www.pantos.com/kr/global.do>

- H&Friends GTL(한국 업체)

주소 : 8F.-1, No.57, Fuxing N. Rd., Songshan Dist., Taipei City, Taiwan
전화번호 : 886-2-2721-9940
이메일 : tpe@hnfriends.com
홈페이지 : <http://www.hnfriends.com/user/nd11531.do>

- 하나로TNS(한국 업체)

주소 : 4F., No.36, Ln.513, Ruiguang Rd., Neihu Dist., Taipei City, Taiwan
전화번호 : 886-2-8751-3006
이메일 : daniel@htns.com
홈페이지 : https://htns.com/kor/bbs/content.php?co_id=overseas

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

- 디메르코(대만기업, 한국지점으로 인천공항, 부산에도 거점 보유)
주소 : Rm.1501-1502, Bldg. E, SK V1 Center, 11, Dangsang-ro 41-gil, Seoul, Korea
전화번호 : 02-337-0447
이메일 : hy_park@dimerco.com
홈페이지 : <http://www.dimerco.com/network>

(자료참조: kotra 해외시장뉴스 - KOTRA 타이베이 무역관 자체 조사)

○ aT 2020 농식품수출지원사업 가이드북의 주요내용

(농식품수출정보사이트 <http://www.kati.net> 참조)

- ① 수출정보 제공 및 컨설팅
 - 농수산식품수출정보(KATI), 수출컨설팅, 현지화 지원
 - ② 수출품목육성·발굴
 - 수출통합조직 육성, 수출선도조직 기반육성, 수출상품화 지원, 글로벌 브랜드 육성지원, 농식품수출바우처사업
 - ③ 안전성 및 품질관리 지원
 - 농산물전문생산단지 조직화 교육, 안전성조사, 선도유지제 지원
 - ④ 통관 및 물류지원
 - 수출물류비 지원, 항공공동물류 활성화사업, 해외공동물류센터 지원사업, 콜드체인 구축사업, 샘플통관 운송비지원, 수출보험지원, 해외인증 등록지원
 - ⑤ 현지 유통망 개척
 - 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선, 해외 안테나숍(Antenna Shop)설치지원, 시장다변화 프런티어(선도기업)육성 지원, Global K-Food Fair, 해외판촉행사 지원, 온라인모바일마케팅, 대중국수출전략품목육성사업
 - ⑥ 수출 지원 자금융자
 - 농식품 글로벌육성지원 자금(운영), 농식품 글로벌육성지원 자금(시설)
- (참조. aT수출업체종합지원시스템 <http://global.at.or.kr/>)

TIP

- 국내 프랜차이즈에서 식자재 수출 비중이 높지 않고, 현지조달이 높은 이유
 - ① 운송비용의 문제(최소 운반단위인 컨테이너량에 미달)
 - ② 통관 및 검역에 대한 부담(소스 등 식재료 수출에 적합한 자체개발 능력이 부족)
 - ③ 기존 진출 식자재 업체 이용의 편리성(기존 진출 된 한식당의 거래처 이용)
 - ④ 프랜차이즈 진출방식(마스터 프랜차이즈 방식 증가)
 - ⑤ 자재 조달방식의 규모 변화(대규모로 진출한 경우 현지 자체CK공장 설립)
- (참조. 국내 외식기업 해외진출에 따른 국내산 식재료 수출효과 연구 2013.12.24 농림축산식품부)

2) 점포운영매뉴얼

○ 매장의 개점부터 운영까지의 현지에 맞는 매뉴얼 작성

○ 점포 운영 매뉴얼 커스터마이징

- 점포 운영 매뉴얼도 현지 해외 본부 운영 매뉴얼 작업과 마찬가지로, 국내의 점포 운영 매뉴얼을 커스터마이징하는 형태로 제작
- 다만 해당 국가나 시장 상황에 따라 표준 매뉴얼을 통해 해결할 수 없는 부분이 있는 경우에는 항목을 새로 추가하는 작업이 필요
- 특히 운영 관리 매뉴얼에 일일 업무나 주간 업무에 대한 체크리스트를 제공해주거나, 인사 관리 및 교육 매뉴얼의 경우에는 직원 관리의 측면에서 규모에 따라 필요한 매장 인력 수나 매장 인력 관리에 대한 사항을 언급해줄 수 있도록 해야 함
- 점포 운영 매뉴얼 구성 예시

| | 구성 | 세부사항 |
|---|----------------|--|
| 1 | 브랜드 매뉴얼 | 회사 소개 브랜드 소개 BI 및 CI |
| 2 | 시설 매뉴얼 | 점포 도면 설비 및 물품 리스트 및 규격 |
| 3 | 키친 매뉴얼 | 메뉴 및 각 메뉴 레시피 식재료 리스트 및 규격 품질 관리 |
| 4 | 서비스 매뉴얼 | 고객 응대 서비스 고객 관리 |
| 5 | 인사 관리 및 교육 매뉴얼 | 직원 채용 및 관리 직무별 업무 및 교육 시스템 교육 담당자 양성 |
| 6 | 운영 관리 매뉴얼 | 매출 및 손익 관리 업무 규칙 및 기간별 업무 |

○ 점포 운영 매뉴얼 번역 및 보안

TIP

- 기존 프랜차이즈기업이 보유하고 있는 점포운영 매뉴얼을 현지 시장환경에 맞게 커스터마이징(Customizing) 작업이 필요
- 점포운영 매뉴얼 개정 참조자료 - 「2016글로벌한식외식산업조사_05타이베이」(2016, 한식재단)

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

3) 매장시공 및 인허가

- 매장 인허가 사항 파악, 매장운영시 발생하는 Risk 체크, 현지인 전문가 활용
 - 인허가 규정 검토 및 취득
 - 시공 및 인테리어
- 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 6. 식당 및 식품관련 법률과 제도」 참조

4) 매장 인력 채용 및 교육

- 매장 직원 구인 방법 확보, 직원 운영 계획 수립, 급여 및 상여금 지급 계획 수립, 고용계약 체결
- 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 세무 및 노무」 참조

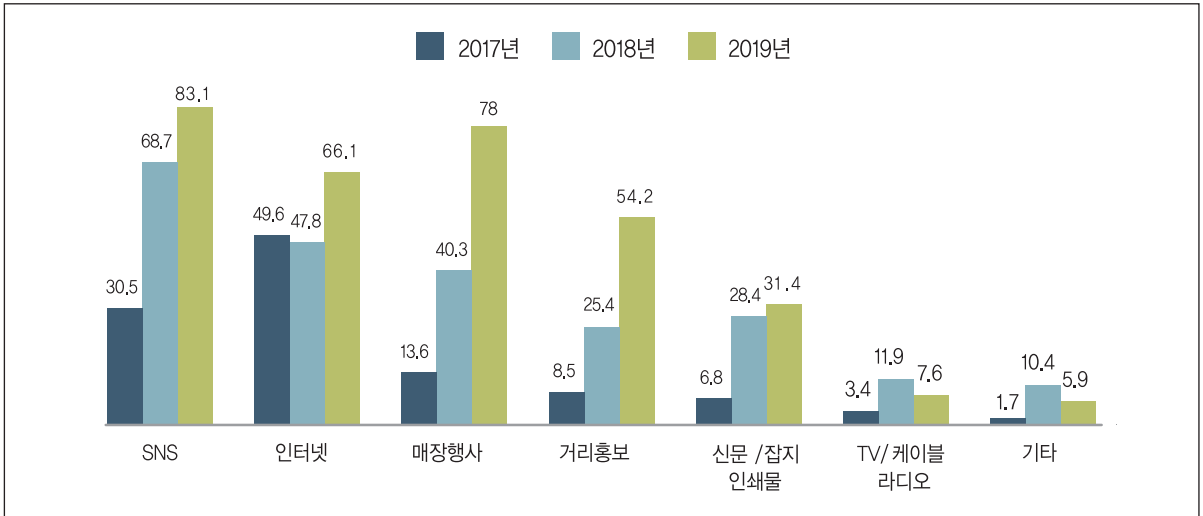
TIP

- 대만의 노동법 개정(2016.12.23.)으로 노동조건이 변경
 - 법적으로 1주간 2일을 휴일로 지정
(기준 1일 법정휴일에서 2일 휴일보장, 휴일근로 수당 통상시급의 2배)
 - 근속연수에 따른 연차휴가 부여일 수 상향조정
 - 국정 공휴일 삭제(공무원과 같이 7일의 국정 공휴일에 정상근무)
 - 교대근무 시 최소 11시간의 휴식시간 의무화
- 근로자보호 강화하기 위하여 민사소송법 특별법 성격인 「노동사건법」 2020.01.01.부터 시행
- 외식 프랜차이즈의 경우 매장 운영시간을 축소하거나 판매가격 조정 필요
- 최저임금은 2020년 기준, 월 793.33(23,800대만달러), 시간당 5.26달러(158대만달러), 2021년 최저임금은 월 800달러(24,000대만달러), 시간당 5.33달러(160대만달러)

5) 매장 홍보 마케팅

- 홍보 마케팅 수단과 방법 수립 : 주고객층 대상 홍보 및 마케팅 계획수립
- 한류의 활용
- 현지 매장 홍보 및 프로모션
 - 2019년 기준, 해외매장 프로모션 진행시 SNS(블로그, 카페, 페이스북 등) 활용이 83.1%로 가장 높게 나타났으며 전년도 대비 14.4%p 증가함
 - 다음으로 매장행사, 인터넷, 거리홍보물 순으로 높게 나타남
 - 2019년 기준, 전년도 대비 'TV/케이블/라디오'를 제외한 모든 프로모션 진행 비중이 증가했으며 특히 매장행사의 경우 전년도 대비 37.7%p가 증가함

표 4-5 현지 매장 프로모션 현황



[참조. 2019 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

라. 해외사업 관리단계

🔍 전문가의 의견

- ‘마스터프랜차이즈 방식’의 경우, 파트너의 선정도 중요하지만, 선정 이후 파트너와 지속적이고 정기적인 communication이 매우 중요함. 이를 위하여 파트너와 유대관계를 유지할 수 있는 영어 등 언어 능통자와 사교적인 인성을 지닌 직원의 보유와 교육이 필요함
- 프랜차이즈 직접 법률이 없는 대만에서는 프랜차이즈 산업은 협회에서 자율적으로 규율하는 경향이 많음. 대만에서 프랜차이즈 사업을 진행하려는 기업은 ACFPT(대만 프랜차이즈협회 : Franchising and Licensing Association), TCFA (대만 체인 및 프랜차이즈협회 : Taiwan Chain Stores and Franchise Association) 등 프랜차이즈협회에 가입하여 도움을 받는 것도 하나의 방법임
- 해외사업 철수 시 법률지원사업(요식업체 철수시 노동계약 분쟁 해결 지원)
 「법무부 9988중소기업법률지원단」 전화 02-2110-3867, www.9988law.com
 중소기업-지자체 등의 해외진출 및 외자유치 증가로 인하여 국제분쟁 가능성이 고조되는 가운데 전문적 법적지원이 필요
 - ① 중소기업, 공기업의 해외투자, 지식재산권 등 해외활동에 필요한 법률정보 제공 및 자문
 - ② 중소기업 등 상대 법률자문, 해외진출 중소기업 법률설명회 개최 및 해외 법령정보 자료 배포 등 국민들에게 양질의 법률 서비스를 제공하여 국제분쟁을 사전에 예방함을 목적으로 함

IV 외식프랜차이즈 기업의 진출전략

(1) 기본절차

| 절차 | 내용 | 비고 |
|----------------------------------|--|--------------------------------|
| 글로벌 슈퍼바이징 사업 확장 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 감리 및 본부 지원 계획 수립 ○ 해외 사업 확장 전략 수립 및 지속적 시장 개척 | 가맹점계약관계 분쟁해결 철수 및 폐업 |
| ※ 세무 및 자금송금 (마스터프랜차이즈의 경우 생략) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 재무계획 및 세금납부 ○ 수익송금 | 세무/자금송금관련 법률 재무계획서 |
| 가맹점모집 및 계약 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 가맹점 출점계획 ○ 계약과 가맹점관리 | 가맹계약체결 가맹점 출점계획서 현지 가맹계약서 가맹분쟁 |
| ※ 철수 및 폐업 (마스터프랜차이즈의 경우 생략) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 청산절차 및 노무관계 정리 | 기업청산절차 노무관계 종료 |

(2) 단계별 진행 내용

1) 세무 및 자금송금

- 세금과 외환과 관련하여 프랜차이즈 사업에 특정한 규정은 없지만, 한국과 대만 사이에 이중과세방지 협정이 체결되지 있지 않아 우리기업이 대만 진출 시 어려움을 겪고 있음
- 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 세무 및 노무」 참조

2) 가맹계약서, 정보공개서 작성과 운영

- 대만은 프랜차이즈 인허가나 등록제도는 없음
- 양당사자의 계약 내용에 따라 프랜차이즈 관계가 규율되기에 계약 시 현지 변호사의 자문을 구하고 프랜차이즈 관련 판례의 내용을 숙지하는 것이 바람직함
- 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 프랜차이즈 법률, 2. 프랜차이즈 계약절차와 내용」 참조

3) 청산절차 및 노무관계 정리

- 청산/철수 시 주의점
 - 청산이나 철수 시 내용을 파트너와 계약체결 시 계약서에 기재
 - 청산절차, 잔존자산의 처리, 잔존자산 및 기기 등 국내유입 방안 사전 기재

- 기술이나 상표 등 지식재산권 보호 방안
- 종업과 임금지급 등 계약관계 종료, 기존 고객이나 협력사와의 적절한 관계종료(차후 진출을 위한 적절한 청산절차가 필요)

○ 본 책에서 해당 내용은 「Ⅲ. 프랜차이즈 관련 법률과 제도」 8. 부동산 및 기타 제도」 참조

 TIP

< 정부 및 유관 기관 지원 사업 >

- 농수산식품유통공사
 - : 해외시장 개척 및 확대 준비하는 중소기업 및 수출농가를 위한 해외시장맞춤조사 지원(global.at.or.kr), aT수출정보분석부 globalre@at.or.kr
 - : 농식품 수출국 현지전문가 연계하여 법률, 통관자문, 라벨링, 상표권 출원 등 비관세장벽 애로해소를 위한 현지화지원사업, aT수출정보분석부 global.at.or.kr : 외식업체 국내산 식재료 구매비 및 시설자금 지원, aT정책금융부 061-931-01141
- 중소벤처기업부
 - : 중소벤처기업부에서 지정한 해외 현지에 있는 민간 네트워크를 활용한 컨설팅 지원, 중소벤처기업부 해외시장과 042-481-4473
- 중소기업진흥공단
 - : 창업 기업 지원 자금, 신성장 기반 자금, 투-융자 복합 금융 자금, 긴급 경영 안정 자금, 재도약 지원 자금, 재도전 기업인 재창업 자금, 개발 기술 사업화 자금, 소상공인 지원 자금, 중소기업진흥공단 지역본부 (국번없이) 1357
- 소상공인시장진흥공단
 - : 경영 관리 및 운영에 대한 지속적인 정보제공 (www.sbiz.or.kr), 소상공인지원센터 대표번호 1588-5302

해외 주요국 프랜차이즈 법률정보 조사

2020년 12월 인쇄
2020년 12월 발행

편저 발행  농림축산식품부  한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사
TEL: 061)931-0714 FAX: 061)804-4540

보고서 작성  프랜차이즈산업연구원
The Institute for Franchise Industry Studies

동 자료는 The외식(<http://www.atfis.or.kr>) 사이트를 통해 무료로 다운받아 볼 수 있습니다.



해외 주요국 프랜차이즈
법률정보 조사

대만 Taiwan
2020.12



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation