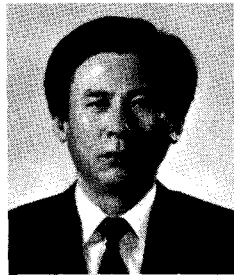


# 新知的財産權, 프랜차이즈 (Franchise)에 관한 綜合研究 (1)



金重孝  
〈특허청 상표1과장〉

## 目次

※ IPR의 世界化를 위한 新知的財産權 研究 시리즈를 내면서

- I. 序言
- II. 프랜차이즈 시스템의 概念
- III. 프랜차이즈 시스템의 特徵
- IV. 프랜차이즈 시스템의 形態
- V. 프랜차이즈 시스템의 主體的 長點과 短點의 比較
- VI. 外國의 프랜차이즈 事業의 現況 및 「McDonald」의 事例
- VII. 結論

〈고딕은 이번호, 명조는 다음號〉

## ※ IPR의 世界化를 위한 新知的財産權 研究 시리즈를 내면서

1995년 1월 1일을 기하여 世界貿易機構(WTO: World Trade Organization)가 正式出帆하므로써 지난 46년간 世界貿易의 自由化에 기여해 왔던 GATT(關稅 및 貿易에 관한 一般協定)는 앞으로 1년간의 정리절차를 거쳐 사라지게 된다.

돌이켜 보면 1986년 9월부터 利害當事國 相互間의 意見對立 속에 무려 7년 이상을 끌어오던 UR/TRIPs 협상이 妥結되면서 WTO체제 아래 自由·公正을 指向하는 새로운 經濟질서의 창조라는 一대 轉換點을 맞이하게 되었다.

이러한 UR協商은 現在の GATT體制의 限界를 克服하고 1990년대 이후 새로운 國際交易 秩序의 形成을 위하여 推進된 것으로서 保護對象을 商品交易에서 벗어나 先進國의 競爭力이 優位에 있는 서비스 및 知的財産權(이하 "IPR"이라 한다) 등 새로운 分野에까지 확대하는 문제와 지금까지 GATT체제에서 例外로 認定해온 農産物에 대한 交易自由化 問題를 包含하여 특히, 국제기구가 아닌 GATT體制가 갖는 同盟國에 대한 규제 및 紛爭 解決能力 등의 限界를 벗어나고자 世界貿易構造의 설립 등 강력한 체제확립을 目的으로 하는 것이었다.

따라서 새롭게 出帆한 WTO는 各國의 투명한 무역정책 검토 및 提高된 紛爭解決 및 調整能力 등을 갖게 되는 그야말로 「國際貿易의 UN」으로서 우리 앞에 등장하게 될 것이며 WTO 조직으로서 知的財産權理事會가 常設機構로 설치되고 紛爭解決機構를 따로 두어 知的財産權에 관한 각종 國際紛爭을 해결할 수 있는 權能을 갖게 된다.

바야흐로 世界는 지금 UR以後, 世界市場의 全球化(globalization)를 追突하는 國籍없는 마케팅(stareless marketing) 시

대로 急變하고 있는데 특히 이러한 轉換期에서는 IPR에 관한 紛爭이 늘어날 것으로 예견되기 때문에 知的財産權의 국제적인 흐름을 올바르게 이해하는 것이 WTO가 指向하는 「국가간의 公正競爭」에 對應하는 매우 중요한 일이라고 사료된다.

뿐만 아니라 94. 12. 17 대통령의 「시드니 宣言」以後 정부는 1995년을 世界化 元年으로 공표하면서 政府, 企業은 물론 社會 모든 분야에서 나름대로 世界化의 目標, 課題, 手段에 대한 토론과 대책방안이 활발히 進行되고 있는 이 시점에서 特許權, 商標權 등이 한 벌로 어우러져 새로운 知的財産權의 틀을 형성하고 있는 Franchise System에 대하여 깊이 있게 연구해 보는 것이 「IPR의 世界化」로 한 걸음 나아가는 것이라고 감히 말하고 싶다.

筆者는 본 研究에서 Franchise를 「한벌의 知的財産權」이라고 命名하면서 産業財産權 및 著作權 등과의 관계정립과 이들이 갖고 있는 財貨로서의 特性 등을 다루어 보았습니다마는 미처 다듬어 지지 못한 부분이 있더라도 이해하여 주시기 바랍니다.

※ 「한벌의 知的財産權」이란 用語는 筆者가 본 研究를 하면서 처음 使用하는 用語로써 아직 定立되지 아니한 것임을 참고하시기 바랍니다.

## I. 序言

商人은 자기의 營業분야에서, 독자적인 商號나 商標 등의 營業標識과 독특한 營業運營方法을 개발하고자 노력하는 것이 일반적이다. 이 경우 개발된 營業標識과 營業運營方法을 자기 자신의 營業에만 限定的으로 이용한다면 그 재산적 가치를 충분히 활용하지 못하는 것이 되어, 여러가지 非效率을 초래하게 될 것이다. 프랜차이즈契約은 이러한 비효율과 비능률을 제거하고, 보다 많은 사람에게 고용기회를 제공하며, 나아가 상품이나 서비스의 품질을 규격화, 고급화시키는 流通契約으로서 프랜차이즈 비지니스(Franchise Business) 또는 프랜차이징(Franchising)이라고도 한다.

美國의 南北전쟁 와중에서 탄생한 것으로 알려진 프랜차이즈 비지니스는 美國에서부터 발전되기 시작하여 서유럽 및 일본 등 선진 자본주는 물론 全世界의 국가로 확산되어가고 있으며, 이미 우리나라에서도 날로 그 이용이 증대되고 있다. 그러나 우리나라의 경우에는 최근에야 學界의 관심을 끌기 시작한 분야로서 향후보다 활발한 연구가 기대되고 있는 분야이다.

이러한 프랜차이즈 비지니스는 주로 즉석식품업체와 의류업체, 고급 숙박업체 및 주유소 등을 중심으로 발전하여 왔으나 현재는 業種에 관계없이 營業運營方法의 시스템화가 가능한 거의 모든 분야로 그 이용이 확대될 것으로 전망된다. 따라서 우리의 流通去來가 구조의 재편성을 가져올 정도로 큰 비중을 차지할 것이 확실하므로 본 연구과제는 이에 대하여 具體적으로 살펴보면서 UR以後, 無限競爭의 國際經營時代에 對應할 수 있는 合理的인 프랜차이즈 시스템의 改善方案을 연구검토할 뿐만 아니라 여러 가지의 知的財産權을 포함하고 있는 新知的財産權으로서의 프랜차이즈權利다시 말해서 기존의 産業財産權 中에서는, 特許權·意匠權·商標權을, 新知的財産權 中에서

는 營業秘密權(Undisclosed Information 또는 Proprietary Information), 商品化權(Merchandising Right)을, 그리고 著作權 및 商號登記權 등을 포함하는 그야말로 「한벌의 知的財産權」인 Franchise에 대하여 널리 소개하는데 그 목적이 있다.

## II. 프랜차이즈 시스템의 概念

### 1. 프랜차이즈(Franchise) 用語와 沿革

프랜차이즈사업과 관련하여 그 語源이 되고 있는 英美의 franchise란 用語에는 權利, 權限, 免責, 特權 등 여러가지 의미가 있다. 처음에는 “franchise”가 公法 관계에 있어서 君主의 특권 또는 허가에 의하여 「특정한 臣民에게 부여된 特權」을 의미하였으나, 점차 私法關係에도 확대되어 이제는 商事關係에 있어서 「타인에게 일정한 권리를 부여」하는 경우까지를 포함하게 되었다. 이처럼 公法關係의 용어가 商事關係로 變化되게 된 것은 프랜차이즈契約에 있어서 프랜차이즈提供者가 프랜차이즈利用者에게 商號, 商標 등의 사용권을 賦與하는 것이 公法上 特權을 設定하는 것과 그 法的 構造가 유사하기 때문으로 생각된다.

프랜차이즈契約關係에는 2인 이상의 당사자가 존재하며, 관련되는 용어들도 아직 정착된 것이 없다. 그러나 實務業界의 用語使用慣行과 그 法律關係의 실질적 성질 및 商法上의 用語使用例를 종합적으로 고려하여 볼 때 “franchisor”는 「프랜차이즈 提供者」로, “franchisee”는 「프랜차이즈 利用者」로 각각 정하는 것이 적합하리라 생각된다.

국제프랜차이즈협회(The International Franchise Association; IFA)는 “Franchising”이란 프랜차이즈회사가 Franchisee에게 組織, 教育, 商品展示, 商品管理 등의 기법을 免許와 함께 제공하여 사업을 영위케 하는 지속적 관계라고 正義하고 있다.

結局, “Franchising”이란 「Franchisor」가 「Franchisee」에게 자신의 會社商號, 商標, 營業秘密(Undisclosed Information, 또는 Proprietary

Information), 意匠權, 特許權 등을 총망라한 知的財産權을 한벌로 제공하여 상품과 서비스를 동시에 판매하는 종합시스템을 말하며 이때 「Franchisee」가 프랜차이즈회사로부터 받게 되는 각종 권리를 프랜차이즈라 한다.

프랜차이즈事業의 沿革은 멀리 中世 또는 로마時代까지 소급한다는 說도 있으나, 商去來 형태로는 지금부터 약 150년전 영국에서 등장한 連鎖酒店을 시초로 보는 說이 유력하다. 초기의 프랜차이즈事業方式은 交通·통신 등의 미발달로 크게 利用되지는 못하였다.

그후 1900년 경부터 미국의 석유 및 자동차 재벌들이 프랜차이즈事業方式을 도입하여 販賣網을 구축하여 갔고, 1920년대와 1930년대에 들어와서 즉석식품업계와 청량 음료업계가 가담하면서 보다 본격적으로 발전하기 시작하였다. 미국에서 프랜차이즈 시스템이란 말이 보급되게 된 것도 이 때부터이다.

1950년대 이후에는 거의 모든 분야에 걸쳐서 프랜차이즈事業方式이 모색되기 시작함으로써 流通業界에 완전히 뿌리를 내리게 되었고, 이제는 國際契約를 통하여 전세계로 급속히 擴散되고 있다.

### 2. 프랜차이즈 利用者의 意義

프랜차이즈契約 자체가 아직 生成中인 概念으로서 그 正義가 다양하게 시도되고 있는 단계에 있으므로, 프랜차이즈 利用者의 개념도 단정적으로 正義하기는 쉽지 않다. 프랜차이즈事業은 英美에서 발전되기 시작한 事業慣行인 바, 대체로 프랜차이즈契約의 正義에서 포함될 수 있는 사항으로는

- ① 商號, 商標, 서비스標 등 營業標式의 使用權 설정
- ② 特許權, 營業秘密權 등에 관한 使用權 설정
- ③ 當事者의 법적 지위의 相互獨立性
- ④ 프랜차이즈 利用者의 영업에 대한 프랜차이즈提供者의 계속적 指導助言 및 統制
- ⑤ 프랜차이즈料 등으로 지칭되는 使用料의

支給 등이다.

이러한 필수요건을 고려하여 프랜차이즈契約을 正義하면 “프랜차이즈契約이란 當事者의 一方(franchisor : 프랜차이즈提供者 : 本部)이 他方(fanchisee : 프랜차이즈利用者 : 加盟店)에게 자기의 營業標識와 産業財産權을 이용하여 營業을 할 수 있도록 허가하고 그 營業과 관련하여 統制, 助力할 것을 約定하며, 他方은 이에 대하여 代價(프랜차이즈料)를 지급할 것을 約定함으로써 성립하는 “獨立的의 商人間의 契約”이라고 할 수 있다.

이러한 프랜차이즈契約의 概念定義를 기초로 프랜차이즈利用者の 定義를 도출한다면, 프랜차이즈利用란 「타인의 指導統制하에 그의 營業標識을 사용하여 자기의 營業에 종사하는 者」라고 할 수 있다.

### 3. 프랜차이즈利用者の 種類

프랜차이즈利用者の 類型은 프랜차이즈契約의 內容에 따른 분류와 流通段階에 따른 분류로 大別할 수 있다.

가. 프랜차이즈契約의 內容에 따라 프랜차이즈利用者を 분류하면 다음과 같다.

#### ① 配給商으로서의 프랜차이즈利用者

商品販賣 프랜차이즈利用者は 프랜차이즈提供者로부터 그의 商標가 부착된 商品을 판매할 권리를 부여받고, 그가 생산하거나 공급하는 商品을 판매한다. 他商標의 商品을 판매할 수 있는가 하는 문제는 當事者間의 約定에 의하여 좌우된다. 통상적으로는 일정한 판매 구역을 정하고 그 지역 내에서는 프랜차이즈提供者의 商品을 판매할 권한을 혼자서만 행사하는 排他的 獨占販賣權을 부여받는 경우가 많다.

#### ② 營業型 프랜차이즈利用者

營業型 프랜차이즈利用者は 프랜차이즈提供者의 商號로 商品이나 서비스를 판매할 수 있는 권리를 취득한다. 프랜차이즈提供者와의 同一性을 나타내는 營業標識을 이용하므로 프랜차이즈利用者は 프랜차이즈提供者가 제시하

는 일정한 품질과 서비스기준을 준수하여야 한다. 이러한 형태의 프랜차이즈利用者が 프랜차이즈 事業에 있어서 가장 많이 차지하고 있다.

#### ③ 生産 및 工程管理型 프랜차이즈利用者

이 경우 프랜차이즈利用者は 프랜차이즈提供者의 指導에 따라 商品을 生産한다. 프랜차이즈提供者는 프랜차이즈利用者に 대하여 商品生産에 필요한 필수원료나 生産秘法을 제공하고 프랜차이즈利用者は 이렇게 생산한 商品을 도매 또는 소매의 형태로 일반고객에게 판매할 수 있다. 이 경우 프랜차이즈利用者は 商品의 生産 및 판매에 있어서 프랜차이즈提供者가 제시하는 일정한 基準을 遵守하여야 한다.

나. 프랜차이즈事業의 流通단계별로 프랜차이즈利用者を 분류하면 다음과 같다.

#### ① 都賣 프랜차이즈利用者

이는 주로 商品의 판매와 관련하여 인정되는 프랜차이즈利用者の 地位로서 商品의 生産者와 중간 대규모 流通商間의 프랜차이즈 契約에 의하여 프랜차이즈業을 運營하는 者를 말한다.

#### ② 小賣 프랜차이즈利用者

이것 역시 商品의 판매와 관련된 것으로서 이에에는 다시 生産者와의 關係에서 프랜차이즈契約을 체결하는 경우와 都賣商과의 關係에서 프랜차이즈契約을 체결할 경우로 나누어 볼 수 있다. 前者는 주로 生産자의 소비자에 대한 직접 판매창구를 마련하고자 하는 요구와 소매상의 中間 유통마진 절감을 위한 요구가 합치하여 이루어지는 契約이고, 後者는 商品의 대량구매력을 주요 장점으로 하는 프랜차이즈契約으로서 프랜차이즈提供者인 도매상은 다수의 小賣 프랜차이즈利用者を 모집하여 대량관로를 개척하고 프랜차이즈利用者の 대량구매력으로부터 발생하는 이익을 받게 되며 안정적인 商品供給源을 確保하게 된다.

다. 프랜차이즈事業은 去來의 對象이나 統制의 정도 그리고 구체적인 업종에 따라 여러

가지 형태로 분류될 수 있기 때문에 이에 따라 프랜차이즈利用者の 종류는 이보다 훨씬 많은 형태로 나누어 볼 수 있을 것이다.

#### 4. 類似概念과의 區分

프랜차이즈契約은 새로운 類型의 商行爲로서 이미 알려진 契約形態 중에는 프랜차이즈 契約과 유사해 보이지만 실은 이와 다른 개념들이 있는데 이러한 類型은 Franchise와 유사한 개념으로서 구별하여야 할 것은 다음과 같다.

##### 가. 代理商과의 區別

代理商은 일정한 상인을 위하여 常時 그 營業부류에 속하는 去來의 代理 또는 仲介를 營業으로 하는 상인이다. 代理商은 他人의 이름으로 그를 대리하여 商行爲를 함에 반하여, 프랜차이즈利用者は 자기 자신의 이름으로 去來를 하는 점에서 양자는 區別된다.

##### 나. 委託販賣人과의 區別

위탁판매인은 自己의 名義로 他人의 計算으로 물건 또는 유가증권의 賣買를 營業으로 하는 자이다. 위탁판매인은 물건의 매매를 하는 점에서 상품판매 프랜차이즈利用者和 유사하나, 타인의 계산으로 營業을 하는 점에서 自己의 計算으로 營業을 하는 프랜차이즈利用者和 區別되어야 한다.

##### 다. 商標 등의 實施權者(使用權者)와의 區別

商標 등의 實施行權자는 타인의 營業商標를 자기의 營業에 사용할 권리를 가진다는 점에서 프랜차이즈利用者和 유사하나, 이 경우는 상표 등의 사용 이외에 營業指導나 統制 등을 받지 않는 것이 원칙이다.

따라서 營業標識의 단순한 實施權 이외에 또 다른 指導·統制를 필수적 요소로 하는 프랜차이즈契約과는 구별하여야 한다. 다만 商標 등의 實施權者가 라이선스契約이라는 이름으로 그 實施權(使用權)을 획득하면서 商標權 등의 소유자로부터 일정한 指示·統制를 받을 것을 아울러 약정하였다면, 그 경우에는

프랜차이즈利用者로서의 地位에 해당될 여지가 있다고 본다.

##### 라. 代理店과의 區別

최근 상품의 유통과 관련하여 代理店 내지 特約店이라는 이름의 小賣販賣店이 등장하고 있다. 이러한 代理店이란 상품의 제조자나 供給者로부터 제공된 상품을 구입하여 이것을 자기의 계산으로 판매하는 독립된 상인이다. 代理店은 상품의 제조자나 공급자로부터 상품의 계속적 공급 및 특정지역에서의 販賣權을 보장받고 있기 때문에, 販賣權 賦與者는 자기 상품의 매출의 촉진이나 가격의 유지 등을 위하여 代理店에 대하여 일정한 指示 내지 規制를 가하는 경우가 많다. 따라서 그러한 指示 내지 規制의 정도 여하에 따라서는 프랜차이즈利用者の 地位와 同一한 정도에 이르는 경우도 있다. 실제로 英美에서는 이러한 販賣商을 프랜차이즈利用者로 간주하고 있는 실정이다.

그러나 代理店은 프랜차이즈利用者와는 구별하는 것이 옳다고 본다. 왜냐하면 첫째, 代理店關係에서는 프랜차이즈契約에서와 같은 統一的인 指示·販賣戰略 등이 존재하지 않고, 따라서 代理店 相互間 및 代理店運營權 賦與者와 하나의 그룹이나 체인을 이룬다는 개념이 없다. 둘째, 代理店에서는 有體財產, 즉 상품만을 취급하는데 그치고 있으나, 프랜차이즈利用者は 有體商品뿐만 아니라 無體商品이라고 할 수 있는 서비스의 販賣도 對象으로 삼고 있다. 셋째, 代理店의 경우에는 자기의 商號를 독자적으로 사용할 수 있으나, 프랜차이즈契約의 경우에 프랜차이즈利用者は 자기의 商號가 아닌 프랜차이즈提供者의 商號를 사용하여야 한다.

##### 마. 피라미드 配給計劃과의 區別

피라미드 配給計劃(pyramid distribution plan)이란 上位의 유통단계에 있는 者가 '商品'을 직접 販賣할 者를 모집하는 것이 아니라 그보다 下位의 配給商을 다시 모집할 者를 마치 피라미드의 형태처럼 계속 모집해 나가는

配給方式을 말한다. 이러한 계획을 꾸미는 이들은 기본적으로 상품의 원활한 유통을 통한 판매수익의 증대를 목적으로 하는 것이 아니라 無限사슬의 형태로 모집하는 가입자들의 입회비를 노리고 있다. 加入者는 投資費用을 상위단계의 모집자로부터 회수할 수 없기 때문에 자기가 모집된 것과 같은 방식으로 하위 단계에서 새로운 加入者를 모집하여 자신의 피해를 만회하고자 한다. 이러한 방식이 단계적으로 계속될 경우 결국 最下位의 加入者만이 철저하게 피해를 보게 된다. 피라미드 配給計劃은 그 規模가 클수록 그리고 보장하는 이윤의 크기가 클수록 그로 인한 弊害도 크게 나타난다.'

### Ⅲ. 프랜차이즈 시스템의 特徵

#### 1. 프랜차이즈 시스템의 經濟的 機能

가. 프랜차이즈事業方式은 기존의 계약형태나 사업방식에 비하여, 다음과 같이 관련 當事者에게 여러가지 利點이 있는 特徵을 가지고 있다.

① 同一資本下의 체인과 類似한 營業效果가 있다. 다시 말하면 同一한 商品構成, 販賣方法 및 서비스의 제공이 이루어진다.

② 同一한 이미지 및 同一資本의 기업체와 같은 수준의 經營效率을 가져올 수 있다.

③ 소액의 資本과 최소의 人力으로 단기간 내에 새로운 市場의 개척이 가능하고 契約金, 로열티 등의 확실한 收益을 기대할 수 있다.

이를 다시 說明하면 프랜차이즈提供者의 입장에서 보면 소규모의 中央組織만으로 커다란 위험부담없이 보다 큰 이윤을 획득할 수 있고, 프랜차이즈利用者의 資金으로 판매창구가 개설되기 때문에 프랜차이즈提供者는 大資本을 투입하지 않고도 신속히 사업을 擴張할 수 있으며, 支店이나 支社의 운영에 따르는 판매창구에서의 社員管理 問題를 벗어날 수 있고, 지역사정에 밝은 프랜차이즈利用者가 열성적으로 점포를 운영하기 때문에 營業成果가 더 커지게 된다. 다음으로 프랜차이즈利用者의

입장에서 보면, 유명한 商號나 商標를 이용하여 市場進入을 용이하게 할 수 있고, 비교적 적은 자본으로 영업을 개시할 수 있으며, 營業相 필요한 專門知識이나 경험을 프랜차이즈提供者로부터 傳受받을 수 있고, 프랜차이즈提供者의 대규모 廣告나 大量販賣力에 따르는 附隨的 이익을 누릴 수 있으며, 프랜차이즈提供者가 제공하는 秘密公正 등 營業秘密, 기타 시장정보 등을 이용할 수 있기 때문에 사업에 실패할 위험감소 利點이 있다.

나. 한편 프랜차이즈事業方式은 기존의 契約형태나 사업방식에 비하여 관련 當事者에게 불리한 점도 있다.

-프랜차이즈提供者의 입장에서 보면, 중요한 商標權, 特許權 및 營業秘密 등을 제공함으로써 장차 경쟁관계에 있을 수도 있는 者를 事業指導하는 愚를 犯할 수 있으며, 事業能力이나 감각이 뒤지는 者가 모집되어 오랜기간 동안 힘들여 쌓아온 Franchisor의 名聲에 오히려 害를 끼칠 수도 있고, 프랜차이즈利用者가 獨立한 商人이기 때문에 일사불란한 지휘체계 및 의사전달과정이 확립되기 어렵고, 品質管理 및 運營教範(operating manual)의 준수 여부를 감독하여야 하고, 로열티 산정에 따르는 프랜차이즈 利用者의 속임수 행위를 감시하여야 하는 등의 불리한 점이 있다. 또한 프랜차이즈 利用者의 입장에서 불리한 점을 찾아볼 수 있는데 이에 대하여는 「V. 프랜차이즈 시스템의 主體의 長點과 短點의 比較」에서 구체적으로 설명하기로 한다.

#### 2. 프랜차이즈 시스템의 社會經濟的 效果

##### 가. 肯定的 觀點

① 商人으로 하여금 獨立企業人이 될 수 있는 기회를 증가시킨다.

-여기서 문제는 加盟店들이 독립적인 企業人들이나 하는 점과 또 프랜차이즈 시스템이 존재하지 않을 경우 加盟店의 몇 % 정도나 獨立企業人이 될 수 있는냐 하는 문제인데 加盟店은 프랜차이즈 營業活動에 따른 營業時

間, 장부정리, 地域廣告, 價格 및 從業員數의 決定 등 主要營業內容에 대해 책임을 인식함으로써 獨立的 企業人이라는 自負心을 갖게 된다. 그리고 시스템 運用은 새로운 小企業創造에 53%라는 寄與度를 나타냄으로써 실질적으로 企業創造에 貢獻하고 있음을 증명한다.

② 프랜차이즈 시스템에 의한 事業은 他事業에 비해 失敗率이 낮다.

—企業의 倒産은 資源의 浪費, 經濟的 崩壞, 失業助長 등의 사회문제를 발생하는데 프랜차이즈 시스템을 운용함으로써 고도의 管理技術을 통해 마케팅 效率을 증대시켜 企業의 倒産率을 낮출 수 있다면 社會經濟的으로 바람직한 결과를 낳게 된다.

③ 프랜차이즈 시스템은 完全結合된 垂直的 체인에 비해 經濟的 集中을 감소시킨다.

—프랜차이즈 시스템은 法人的 시스템 증가에 대한 代案으로서 獨立的 小企業의 보호를 위해 필요하다. 만약 프랜차이즈 本部가 그들의 加盟店를 소유한다면 經濟的 集中·深化現象은 심각하게 될 것이다. 여기에서 중요한 문제는 프랜차이즈 시스템이 유통의 不變形態인가 또는 完全結合된 체인을 형성하기 위하여 資本增加를 목적으로 하는 유통의 一時的인 시스템인가 하는 문제인데 마케팅 理論자들은 프랜차이즈 시스템을 영구적인 流通形態로는 보지않고 있다.

—研究調査에 의하면 패스트 푸드(Fast Food)業의 加盟店와 直營店의 점포수 比率이 1960년의 81:1에서 1970년에는 10:1의 비율로 하락하고 있는데, 이같이 直營店 運營의 추세가 계속된다면 經濟的 集中의 減少利益은 정확한 추세분석에 의한 것이라기 보다는 架空의인 것으로 될 수밖에 없는 것이다.

④ 프랜차이즈 시스템은 消費者에게 標準化된 製品을 제공한다.

여기에도 두 가지 문제가 있다. 첫째, 消費者들은 프랜차이즈 시스템을 통한 標準化된 製品을 원하는가. 둘째, 만약 소비자가 標準化된 製品을 원한다면 다른 시스템들도 標準化

된 製品을 제공할 수 있지 않느냐 하는 문제이다.

—消費大衆의 細分化로써 製品의 標準化가 이루어지며 다른 유통시스템(法人的 시스템)도 標準化 製品을 제공하고 있다. 그러나 法人的 시스템은 그 運用을 위한 대규모자금이 소요되기 때문에 쉽게 消費者에게 訴求하기 어렵다. 이런 점에서 少額資金으로 표준화된 製品을 널리 제공할 수 있는 시스템은 역시 프랜차이즈 시스템이라고 할 수 있다.

나. 否定的인 觀點

① 프랜차이즈 시스템은 流通의 非競爭的 시스템(anticompetitive system)이다.

—시스템의 基本要求는 프랜차이즈 本部와 加盟店 간의 協助와 본부가 加盟店의 經營活動을 통제하는 것인데 法的 協助가 不法의 共謀(illegal collusion)가 될 때, 本部支援이 非競爭·類似獨占(promonopoly)·價格政策(price policy)에 있어서 프랜차이즈 시스템이 非競爭的이라는 問題點을 가지게 된다.

② 프랜차이즈 契約은 프랜차이즈 本部의 特權을 일방적으로 보호하기에 유리한 契約이다.

—사소한 協定違反으로도 계속해서 프랜차이즈 事業을 못하게 할 수 있는 期間條項, 本部의 特權으로 변경이 가능한 運營條項, 加盟店으로 하여금 本部로부터 設備와 供給物을 購買하도록 하는 要求條項, 加盟店의 프랜차이즈 販賣權利를 제한하는 조항과 加盟店의 組合加入에 대한 금지조항 등은 本部에게 유리한 契約이라 말할 수 있다.

③ 프랜차이즈 本部는 프랜차이즈를 판매하는데 있어 非倫理的인 技法(unethical techniques)을 사용한다.

—피라미트 分配計劃(pyramid distribution schemes)으로 投資家들이 프랜차이즈를 구입하여 下位分配業者에게 판매를 하고 이 下位分配業者는 또 다른 分配業者에게 프랜차이즈를 판매하는 分配方法을 利用하여 구입을 강요당하는 消費者가 발생할 우려가 있다.

④ 프랜차이즈 事業을 함으로써 기대할 수 있는 可能收益에 대하여 本部는 誤傳(misrepresenting)을 한다.

-本部가 최초로 제시하는 豫想收益과 실제 加盟店이 얻는 收益에는 많은 差가 있음이 최근의 패스트 푸드업 실태조사에 의하여 나타나고 있다. 加盟店의 73%가 豫想損益計算書에서 제시한 最小收益보다 적은 利益을 얻고, 92%가 平均收益보다 적은 收益을 획득하였으며 99%가 最大收益보다 적은 收益을 획득하였으며 99%가 最大收益보다 적은 收益을 올렸음이 지적되어 있다.

이상의 경제적 기능중 각 當事者에게 유리한 점이 불리한 점보다도 월등하게 우세하기 때문에 프랜차이즈事業은 계속적으로 번창하고 있는 바, 한가지 유의할 사항은 프랜차이즈提供者와 프랜차이즈利用者는 상호 獨立의 商人이면서도 각자의 사업은 상대방의 사업의 성패에 따라 좌우되므로 상호 同半者的인 認識을 가지고 긴밀하게 협력하여야 한다는 점이다.

#### IV. 프랜차이즈 시스템의 形態

##### -시스템 形態別 事例를 예시하면서-

##### 1. 一般的 形態

프랜차이즈 시스템은 매우 많은 業種에 폭넓게 적용될 수 있기 때문에 프랜차이즈 시스템은 많은 패턴이 존재한다. 本部가 되는 것은 流通經路上 어느 위치에 있는 流通機關에서도 가능하기 때문에 製造業者, 서비스 專門業體, 都賣業者, 小賣業者 등 누구나 本部가 될 수 있으나 일반적으로 크게 네 가지 形態로 나눌 수 있다.

가. 製造業者-小賣業者 프랜차이즈시스템 (manufacture-retailer franchise system) : 製造業者가 판매망을 확보하고 小賣業者들의 營業方法·商標·商號 등에 관한 프랜차이즈를 개발하는 유형으로서 自動車業界와 石油販賣業界에서 널리 활용되고 있는데, 美國의 경우 Gen-

eral Motors, Fords, Chrysler, Volkswagen과 같은 自動車 産業과 Exxon, Texaco, Mobile Oil과 같은 石油産業에서의 製造業者-小賣業者 체인의 경우가 그 대표적인 예라 할 수 있다.

나. 製造業者-都賣業者 프랜차이즈 시스템 (manufacture-wholesaler franchise system)

製造業者가 프랜차이즈를 개발하는 방법인데, 小賣商의 수가 지역적으로 너무 분산되어 있거나 소량을 취급할 경우 都賣商을 加盟店으로 체계화하는 방법으로서 코카콜라(Coca Cola), 펩시콜라(Pepsi Cola) 등의 食料業界의 공급체인이 이 범주에 속한다.

다. 都賣業者-小賣業者 프랜차이즈 시스템 (wholesaler-retailer franchise system)

製造業者가 생산하는 제품의 품목수가 한정되어 있으므로 都賣業者가 여러 製造業者로부터 다양한 품목을 공급받아 프랜차이즈를 개발하고 小賣商을 계열화하는 방법을 활용하는 시스템이다. 都賣商이 本部가 되고, 小賣商이 加盟店이 되는 유형으로서 製藥業, 雜貨商店, 自動車補修市場 체인, 스포츠용품, 계절적 가구 등이 여기에 속한다.

라. 商標·商號使用許可權者-小賣業者 프랜차이즈 시스템 (trade mark / trade name licensor-retailer franchise system)

美國에서 20년 전부터 크게 성장한 유형으로 製造業者나 都賣業者가 아닌 本部(商標權者, 商號權者)가 小賣商의 성공적인 사업수행을 위하여 商標 내지 商號와 표준화된 營業方法을 직접 제공하는 것이 특징이다.

그 예는 다음과 같다.

① 모텔 체인(motel chain) : Holiday Inn, Sheraton Inn, Quality Courts

② 레스토랑 체인(restaurant chain) : Howard Johnson's McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Dunkin's Donuts, Mister Donut, Burger King

③ 自動車·트럭 貸與會社 : Hertz, Avis, Budget Rent-A-Car



## 2. 프랜차이즈 協定에 따른 形態

프랜차이즈 協定(franchise agreement)에 따른 形態로는 다음과 같은 것들이 있다.

### 가. 地域프랜차이즈(territorial franchise)

다수의 國家나 地域을 장악할 수 있는 프랜차이즈로서, 地域프랜차이즈 保有者는 그 지역내의 加盟店에 대한 敎育과 營業着手에 대한 책임을 지며, 지역 내 全買出額에 대한 處分權限을 가지게 된다.

### 나. 營業프랜차이즈(operating franchise)

개인이자 독립적인 가맹점이 프랜차이즈를 사용하여 영업을 하는 경우로 母組織 또는 地域本部 保有者와 거래한다.

### 다. 移動式프랜차이즈(mobile franchise)

차량을 이용한 이동식 점포를 통하여 商品을 처분할 수 있는 프랜차이즈로서, 加盟店이 소유하거나 또는 本部로부터 임대를 받을 수 있다.

### 라. 分配活動에 따른 프랜차이즈(distributorship Franchise)

加盟店이 商品의 여러 종목을 획득하여 下位加盟店에 분배하는 것으로서, 分配者는 넓은 영역을 담당하여 下位加盟店을 위한 供給處로서 활동한다.

### 마. 共同所有權(co-ownership)

本부와 加盟店이 投資와 利益을 서로 나눈다.

### 바. 共同經營(co-management)

本부가 投資의 중요부분을 통제하여 미리 算定된 比率로 이윤을 배분한다.

### 사. 賃貸(leasing)

本부가 土地·建物·設備 등을 加盟店에 임대한다.

### 아. 製造權(manufacturing)

本부는 特定材料와 技術을 사용하여 그의 商品을 제조할 수 있는 프랜차이즈를 허가한다.

### 자. 라이선싱(licensing)

本부가 加盟店에 그의 商標·經營技術을 사용할 수 있도록 許可하는 것으로, 自社の 製

品이나 인정된 製品을 공급하는 방법이며 동시에 供給者의 名單도 加盟店에 제공된다.

### 차. 서비스(service)

加盟店이 전문적인 서비스를 제공할 수 있도록 本部는 특정의 서비스 패턴을 미리 정한다.

이상에서는 프랜차이즈 시스템에 대한 基本形態와 協定에 따른 여러 종류의 프랜차이즈를 살펴보았다.

## 3. 目的에 따른 形態

프랜차이즈 시스템을 本部가 採用하는 目的에 따라 분류한다면 다음의 두 가지로 나눌 수 있다.

첫째, 商品流通이 그 목적으로 製造業者 또는 都賣業者가 自社の 商品·서비스를 유통시키기 위하여 채용하는 경우가 있다. 즉 本部가 어떤 지역에 존재하는 小賣業者에게 그 지역에서의 販賣權을 부여하는 형식으로, 商品의 販賣가 효과적으로 이루어질 수 있도록 동일한 商標와 商號하에 經營指導를 하는 시스템이다.

둘째, 프랜차이즈 비즈니스(franchise business)로서의 프랜차이즈 시스템이다. 商品을 유통시킬 목적으로 채용되는 시스템에 비하여 프랜차이즈 시스템 그 자체를 판매하려는 목적을 가지며, 프랜차이즈 패키지(franchise package)라 불리는 프로그램, 즉 商標·商號의 提供, 각종 經營指導 및 援助, 마케팅計劃 등을 포괄적으로 개발한 프로그램을 加盟店에 판매하는 제도를 뜻한다. 프랜차이즈 패키지를 개발하여 판매하는 시스템으로서 주로 고급 레스토랑이나 서비스 提供者에 많이 있는 形態이다. <계속>