

중국 프랜차이즈사업에 대한 중국정부 감독관리법률제도의 개선방안 고찰

김 종 우*

■ —————《目 次》————— ■	
I. 서 론	IV. 중국 프랜차이즈사업에 대한 중국정부 감독관리제도 내 주요쟁점
II. 중국 프랜차이즈사업에 대한 중국정부 감독관리제도의 현황	V. 개선방안 및 중국 백화점 및 대형마트 규제와 관련한 시사점
III. 중국 프랜차이즈사업에 대한 미국정부 감독관리제도의 평가	VI. 결 론

〈국문초록〉

중국에서 최대인구를 상대로 한 요식업은 발달할 수밖에 없는 천혜의 요건을 갖추고 있다. 본 페이퍼는 요식업을 중심으로 한 프랜차이즈사업을 통해 중국에서 경영활동을 전개하는 과정에서 중국정부의 감독관리를 받아야 하며, 중국정부 감독관리가 어떻게 개선되어야 하는가에 대해 고찰을 진행해보았다. 다국적 글로벌 프랜차이즈 사업업체가 중국에 진출하고 있는 상황 하에서 법제도적인 개선이 더욱 요구된다.

우선 제2장에서 중국 프랜차이즈사업에 대해 중국정부가 어떠한 감독을 진행하는가를 논의해보았다. 중국 프랜차이즈사업감독의 대상과 프랜차이즈사업에 대한 미국정부 감독제도의 평가 및 중국에의 시사점을 차례대로 고찰하였다. 이를 위해 미국과 중국의 프랜차이즈사업정보공개제도를 비교하였으며, 미국과 중국의 프랜차이즈사업에 대한 법적 책임제도 규정에 대해서도 논의를 하였다. 양국제도 내 사용자책임 및 지적재산권 관련 운용 또한 언급을 하였다.

* 강남대학교 중국실용지역학과 부교수

특히 프랜차이즈사업에 대한 중국정부 관리감독의 주요쟁점과 평가, 또 중국의 대형마트와 백화점의 영업전략 및 규제에 대해 간략히 고찰함으로써 중국 프랜차이즈사업법제도 운용에 대해 일정한 시사를 하고자 하였다. 본 페이퍼가 약소하나마 중국정부 감독제도의 개선을 통해 중국 프랜차이즈사업에 유리한 환경조성에 도움이 되었으면 한다.

I. 서 론

중국 프랜차이즈사업에 대한 법률은 최대인구대국인 중국의 경제발전에서 따라 상당한 법제도적 발전이 진행되어 왔다. 그러나 다국적 글로벌 프랜차이즈업체가 중국에 진출하고 있는 상황 하에서 글로벌스탠다드에 맞춘 법제도적 개선이 요구된다. 이에 본 논문은 중국 프랜차이즈사업과 관련하여 중국정부의 감독제도의 현황과 개선방향에 대해 고찰을 하였다.

우선 제2장에서 중국 프랜차이즈사업에 대해 가맹본부의 자격제도와 정보공개제도를 중심으로 진행되는 중국정부의 감독제도를 논의해보았다. 이와 함께 프랜차이즈제도가 가장 먼저 발달한 미국의 법제도와 운영현황을 고찰함으로써 중국 프랜차이즈사업에 일정한 시사를 하고자 하였다. 이를 위해 먼저 미국과 중국의 프랜차이즈사업정보공개제도를 비교하였다. 미국 프랜차이즈의 광범위한 정보공개요건과 프랜차이즈 계열사간에 규정된 모회사 및 자회사 또는 손자회사와의 법적 관계를 통해 중국 프랜차이즈사업제도에 시사를 하고자 하였다.

한편 미국과 중국의 프랜차이즈사업에 대한 법적 책임제도 규정에 대해서도 논의를 하였다. 미국 프랜차이즈 사용자책임에 대해 미국의 여러 단행법률에서는 가맹본부가 가맹업자 경영행위의 통제에 대해 특정한 상황 하에서 사용자책임을 부담해야만 한다고 규정하고 있다. 다만 그 적용요건을 엄격히 함으로써 법제도 남용에 의한 폐해를 최소화하는 방향으로 규정되어 있다. 미국 프랜차이즈와 관련된 지적재산권 관련 운용에 대해서는 미국 프랜차이즈

즈법을 보호대상의 범위가 광범위하다는 점을 언급하였다.

특히 가맹사업거래주체의 역량 부족, 가맹 주체관계의 비대칭성, 공격적인 프랜차이즈사업 실시, 프랜차이즈사업 내 빈번한 詐欺행위 발생, 가맹본부의 자격문제 및 신청제도상의 문제, 행정처벌규정 등 프랜차이즈사업에 대한 중국 내 주요쟁점의 고찰을 통해 중국 프랜차이즈사업법제도 운용에 대한 입법과제 및 시사를 도출하고자 하였다. 이와 함께 중국 내 초대형 유통마트와 백화점의 경영전략에 대해 간략한 현황을 기재함으로써 중국 유통법제도에 대한 이해를 용이하게 하고자 하였다. 본 페이퍼가 약소하나마 중국정부 감독제도의 개선을 통해 중국 프랜차이즈사업에 유리한 환경조성에 도움이 되었으면 한다.

II. 중국 프랜차이즈사업에 대한 중국정부 감독관리제도의 현황

1. 중국 프랜차이즈사업 감독의 대상

중국 전국인민대표대회 차원에서 프랜차이즈사업활동의 규범이라 함은 가맹본부의 행위를 규범하는 것이다.¹⁾ 이 때문에 「商业特许经营条例」²⁾ 규정에 의하면 가맹본부는 감독부문에 대응하는 감독대상이다. 동 「프랜차이즈사업관리조례」는 가맹본부의 의무를 분명히 규정하였다. 첫째, 가맹본부는 법정 자격요건을 구비해야만 한다. 즉 가맹본부는 반드시 기업일 것, 가맹본부는 반드시 성숙한 경영모델을 구비하고 가맹업자가 지속적으로 경영지도 및 기술적 지지와 업무훈련 등의 서비스를 제공할 능력을 구비할 것, 가맹본부는 최소한 두 개의 직영점을 보유해야 하며 경영시간은 1년을 초과할 것 등이 그것이다. 둘째, 가맹본부는 보고를 해야 한다. 「프랜차이즈사업관리조례」 제

1) 马秀红, “商业特许经营管理制度理解与适用”, 「中国商务出版社」, 2008年6月, 第43页。

2) 「프랜차이즈사업관리조례」는 2007년 2월 26일 국무원에서 반포되었다. 중국법률에서 프랜차이즈사업관리조례는 한국의 행정규정에 해당하여 중국의 국회인 전국인민대표대회에서 제정한 법률보다 한단계 아래인 하위법규에 속한다.

8조는 가맹본부는 최초로 프랜차이즈사업계약을 체결한 날로부터 15일 내에 2급 보고 규정에 따라 상무부 주관부문에 보고를 해야 한다. 셋째, 가맹계약에 대한 요구이다. 가맹본부와 가맹업자는 서면형식으로 프랜차이즈사업계약을 체결해야 한다. 프랜차이즈사업계약은 반드시 법정내용을 포함해야만 한다. 또한 가맹본부는 가맹업자가 프랜차이즈사업업무수첩을 제공해야만 하며, 동시에 가맹업자가 경영지도와 기술적 지원, 업무훈련 등의 서비스를 제공할 것을 약정하고, 가맹본부는 법에 따라 또 약정에 의해 가맹업자가 납부한 비용을 처리해야 한다.

2. 감독의 기본제도

(1) 가맹업자 자격제도의 기본내용

「프랜차이즈사업관리조례」 제7조는 가맹본부가 중국 내 프랜차이즈사업활동에 종사하는 데에 구비해야만 하는 요건을 규정하였다. 첫째, 가맹본부는 반드시 완벽한 경영모델을 구비해야 한다. 기업의 경영목적은 시장에 제품 및 서비스제공을 통해 이윤을 획득하는 것에 있으며, 이것은 고객과 투자자에 따라 공동으로 달성된다. 따라서 일반적으로 기업의 경영모델은 세 가지 내용을 포함한다. 수입의 원천이 되는 고객군, 고객에게 제공할 수 있는 가치, 즉 고객이 모든 고객을 유인하고 유지할 수 있는 능력, 지속적인 가치제공능력의 보장 등이 그것이다. 성숙한 경영모델이라 함은 기업이 어떻게 현행 자원의 배치를 통해 최대한도로 기업이 조직한 사람, 재물, 물 및 무형자산의 기능을 발휘하도록 하느냐 하는 것과 효과적으로 경영에 존재하는 고유의 위험을 처리할 수 있는가, 보다 신속한 시장점유 및 지속적인 이윤획득의 방법을 하나로 통합한 것이다. 프랜차이즈사업모델의 성숙은 반드시 시장의 조사를 거쳐야 한다. 둘째, 가맹본부는 반드시 가맹업자가 경영지도서비스를 지속적으로 제공할 능력을 구비해야 한다. 셋째, 가맹본부는 반드시 가맹업자에게 지속적으로 기술적 지원서비스를 제공할 능력을 구비해야 한다. 넷째, 가맹본부는 반드시 가맹업자에게 업무훈련서비스를 제공할 능력을

구비해야만 한다. 다섯째, 가맹본부는 가맹업자에게 기타 관련서비스를 제공할 능력을 구비해야만 한다. 직영점이라 함은 가맹본부가 보유한 지점으로 가맹본부의 全資産으로 보유 및 통제하는 대리점을 포함하며, 가맹본부의 계열기업 전체자본으로 보유하는 점포를 말한다.³⁾ 동시에 직영점은 가맹업무와 동일한 브랜드 및 같은 업무를 영업해야 하며, 브랜드가 같고 업무가 다르거나 혹은 업무가 같지만 브랜드가 상이하면 본항 요구에 부합하는 것으로 인정할 수 없다는 점을 분명히 하였다. 한편 일부 특수산업의 경우 직영점에 대한 인정은 상무부의 자유재량으로 하였는데 예로 호텔업, 온라인쇼핑, 온라인강의 등 신형 전자상거래 형태의 산업이 그것이다. 즉 호텔업의 경우 수출관리형태로 프랜차이즈사업을 진행하였고, 일반적으로 직영점이 없으나 호텔 본사가 직접 관리하는 호텔은 직영점으로 간주할 수 있고, 온라인쇼핑과 온라인강의 등은 일반적으로 유형의 경영장소가 없으며 단지 실무에서 이러한 산업이 전개하는 상황에 근거하여 「프랜차이즈사업관리조례」 제7조를 적용할 수 있을 뿐이다. 상술한 자격 외에 「외상투자 상업영역관리商业特许经营办法」⁴⁾에 근거하여 외상투자기업은 프랜차이즈사업에 종사하는 경우 반드시 원래 인가기관에서 경영범위를 확대하고 외상투자기업 인가증서를 발급해야 한다.⁵⁾

(2) 보고제도의 기본내용

동 「프랜차이즈사업관리조례」는 보고제도를 확립하였는데 프랜차이즈사업 보고제도의 기본내용은 아래와 같다.

첫째, 강제보고 및 사후보고이다.⁶⁾ 가맹본부는 최초로 계약이 성립한 날로

3) 「商业特许经营信息披露办法」第3条, 马秀红, “商业特许经营管理制度理解与适用”, 「中国商务出版社」, 2008年06月, 第43页。

4) 「外商投资商业领域管理办法」이다.

5) 프랜차이즈 제도적 특징과 관련하여 영국에서는 1960년대 다단계 또는 피라미드 판매와 프랜차이즈가 부적절하게 연결되었던 사례가 있어서 이를 방지하기 위한 조항이 생겼다. 공정거래법 제118조에서 123항에 의하면 광고규제, 할부판매 계약 취소 보증제, 계약 조항규제 등이 적용되었다. 장한별, “영국 프랜차이즈 사업환경과 진출 전략에 관한 연구”, 「프랜차이즈경영연구」, 제3권 2호, 2013년 5월, 9면.

부터 15일 내에 본 프랜차이즈사업관리조례 규정에 따라 상무부 주관부처에 보고를 해야 한다. 중국의 현행법률규정에 따르면 강제보고제도방식을 취한다. 이것은 가맹본부에 대한 감독을 구현하여 또한 중국이 프랜차이즈사업업 무 발전의 원칙을 실현하는 것이다. 그 중 최초로 프랜차이즈사업계약을 체결한다는 것은 가맹본부가 프랜차이즈사업활동에 종사하는 과정에서 계약체결 및 효력이 발생한 가맹업자가 그 자원을 사용하도록 인가한 프랜차이즈사업계약을 말한다. 이 날로부터 시작해서 15일 내에 법에 따라 상무부에서 보고를 진행해야 한다. 만약 가맹본부가 규정된 시간 내에 보고하지 않으면 상무부 주관부문은 해당 가맹본부가 보고하도록 명령할 수 있고 직접 처벌할수도 있다. 그러나 「프랜차이즈사업관리조례」 제33조와 「商业特许经营办法」⁷⁾ 제6조에 근거하여 2007년 5월 1일 이전에 이미 프랜차이즈사업기업활동에 종사한 기업은 「프랜차이즈사업관리조례」 실시일로부터 1년 내 2008년 4월 30일 이전까지 요구에 따라 보고를 할 수 있도록 하였는데, 이것은 가맹본부 보고제도의 예외적 상황이었다.⁸⁾ 둘째, 보고주체의 의무이다.⁹⁾ 「프랜차이즈사업관리조례」 제8조 규정에 의하면 보고주체는 가맹본부이다. 가맹계약이 존재하는 상황 하에서 기타 가맹업자를 발전시킬 때, 「프랜차이즈사업관리조례」와 「商业特许经营办法」 중에서 가맹본부에 대한 전체규정을 적용하게 되는데 보고기관에 보고하는 것을 포함하게 된다. 가맹본부는 반드시 프랜차이즈사업관리조례가 규정한 시간과 절차에 따라 보고를 하고 보고할 때 법정자료를 교부해야 한다. 또한 가맹본부는 제때 보고할 정보를 경신해야 한다. 「商业特许经营办法」 제7조 규정에 의하면 가맹본부의 보고정보에 변경이 있는 경우 변경한 날로부터 30일 내에 보고할 기관에 변경신청을 해야 한다. 여기에서의 정보보고라 함은 가맹본부의 프랜차이즈사업의 기본개황, 중국 영내 전체 가맹업자의 점포분포현황 및 가맹본부의 시장기획서를

6) 朱 閣, “完善我国商业特许经营中政府监管法律制度的研究”, 「首都经济贸易大学博士学位论文」, 2010, 29页。

7) 商务部令2004年第25号, 2005년 2월 1일 반포되었다.

8) 朱 閣, 앞의 논문, 29页 °

9) 朱 閣, 앞의 논문, 29页 °

말한다. 이외에 「商业特许经营办法」 제8조 규정에 의하면 가맹본부는 매년 3월 31일 전에 전년도에 체결, 취소, 계약연장 및 변경을 한 프랜차이즈사업 계약상황을 보고기관에 보고해야 한다.

(3) 정보공개제도의 기본내용

가맹업자의 이익을 보호하고 공정거래를 촉진하며 사기 위험을 낮추기 위한 목적으로 중국법률 내 「프랜차이즈사업관리조례」와 「정보공개방법」은 가맹본부가 완벽한 정보공개제도를 확립하고 실행해야 한다고 요구하고 있다. 기본적인 내용은 아래와 같다.

1) 정보공개的时间和 형식요구

「프랜차이즈사업관리조례」는 가맹본부가 계약체결 30일 이전에 가맹업자에게 정보공개를 하도록 요구하고 있다. 이것은 국제통일사법협회의 「프랜차이즈사업정보공개시범법」에서 규정한 “가맹본부는 반드시 최소한 14일 이전에 공개문서를 모든 미래 가맹업자에게 교부해야만 한다.”는 규정과 비교하면, 공개기간이 더 길기 때문에 중국의 규정은 가맹업자에 대한 보호가 오히려 더 크다. 「프랜차이즈사업관리조례」와 「정보공개방법」 규정으로 가맹본부는 가맹업자에게 정보공개를 진행하며 서면형식을 채택해야 한다. 이것은 「프랜차이즈사업정보공개방법」이 규정하는 ‘반드시 서면으로 된 공개문서를 제공할 것’이라는 규정과 일맥상통한다. 서면형식으로 정보공개를 진행하면 가맹업자가 가맹본부가 공개한 정보를 열람하는 데에 유리하다. 동시에 만약 향후 가맹본부가 정보공개 혹은 정보공개가 법정요구에 부합하는가에 대해 분쟁이 발생하면, 서면형식으로 된 공개문서에 근거하여 분쟁을 해결할 수 있다.

2) 정보공개의 구체적 내용

「프랜차이즈사업관리조례」와 「정보공개방법」은 정보공개에 대해 비교적 상세하게 규정하고 있는데 주요내용은 아래 내용을 포함한다. 가맹본부는 기본상황을 공개해야만 한다. 주로 가맹본부의 명칭, 통신주소, 연락처, 법정대

표자, 총경리, 등록자본, 경영범위 및 현행 직영점 수량, 주소 및 연락처가 그것이다. 가맹본부가 프랜차이즈사업활동에 종사한 개황, 가맹본부가 보고한 기본정황, 가맹본부의 계열사가 가맹본부에게 제품 및 서비스를 공급하였을 때 공개해야 하는 해당회사의 기본정황, 가맹본부 혹은 계열회사가 과거 5년 내 파산 혹은 파산신청을 한 정황 또한 포함한다. 중국은 오로지 기업이 가맹본부로서 프랜차이즈사업활동에 종사하는 것만을 허용하고 있기 때문에 중국 내에서 가맹본부는 법인기업 혹은 비법인기업일 수밖에 없다. 만약 가맹본부가 법인기업이라면 공개한 기본정황은 기업법인 영업허가증에 기재한 정보와 일치해야 한다. 만약 비법인기업이라면 등록자본과 대표이사가 없기 때문에 합명회사는 「합명회사등기관리방법」 제6조가 규정한 상공업체가 등기한 명목상의 금액 혹은 실제 납부한 출자금은 영세기업이 「개인투자기업 등기관리방법」¹⁰⁾ 제8조의 상공업 관련부처에서 등기한 출자금을 공개해야만 한다. 가맹본부가 프랜차이즈사업활동에 종사하는 기본정황은 가맹본부가 중국 및 해외에서 프랜차이즈사업을 전개하는 최초시간, 직영점 및 가맹점 수량, 분포지역 및 연락방식을 포함한다. 당연히 가맹본부는 단지 가맹업자가 투자하고자 하는 프랜차이즈사업활동 종사 개황을 공개해야 한다. 이외에 만약 가맹본부의 계열회사가 가맹업자에게 제품과 서비스를 제공하면 가맹본부는 해당회사의 기본상황을 공개해야만 한다. 우선 가맹본부는 가맹업자에게 등록상표, 특허증서, 가맹본부가 보유한 전문기술, 경영모델 및 기타 경영자원의 상황을 설명해야 한다. 그리고 만약 상술한 경영자원을 가맹본부의 계열사가 소유한다면 가맹본부는 상술한 내용을 참조하여 해당 계열사의 기본정보를 공개해야만 한다. 동시에 일단 가맹본부가 획득한 계열사의 경영자원에 대한 권한위임이 기한이 되었거나 중지되면 가맹본부가 어떻게 프랜차이즈사업체계를 확립하는가에 대하여, 즉 가맹본부가 계열사와 계약연장을 통해 지속적으로 프랜차이즈사업업무를 할 수 있는지 혹은 가맹본

10) 「个人投资企业登记管理办法」으로 중국의 공상행정관리총국이 2000년 1월 13일 반포한 바 있다.

부가 프랜차이즈사업업무를 계열사에 양도할 수 있는지 혹은 가맹본부가 각각의 가맹본부의 가맹거래를 중지할 수 있는지에 대해 가맹본부는 설명해야만 한다.

III. 프랜차이즈사업에 대한 미국정부 감독제도의 평가 및 중국에의 시사점

1. 미국과 중국의 프랜차이즈사업정보공개제도 비교

(1) 미국의 광범위한 프랜차이즈사업정보공개요건

중국 「프랜차이즈사업정보공개관리방법」 규정에 근거하면 가맹본부는 프랜차이즈사업계약을 체결한 날로부터 최소한 30일 내에 서면형식으로 가맹업자에게 정보공개를 해야 한다.¹¹⁾ 즉 가맹본부가 정보공개를 하는 요건은 가맹본부와 프랜차이즈사업계약을 체결하는 것이다.

반면 새로 개정된 FTC 법률규정에 의하면 가맹본부는 반드시 가맹업자가 비용을 취득하거나 혹은 가맹업자가 관련 프랜차이즈사업협의를 체결하기 전 14일 전에 정보를 공개해야 한다. 즉 가맹본부가 정보공개를 하는 요건은 가맹본부와 관련 프랜차이즈사업협의를 체결하는 것 외에 또 가맹업자가 취득한 비용을 포함한다.

양국의 입법을 보면 미국의 규정이 가맹본부가 정보공개를 하는 요건을 더 광범위하게 규정하고 있는 것이 확인된다.¹²⁾ 즉 쌍방이 협의를 체결한 정형을 포함할 뿐만 아니라, 쌍방이 협의를 체결하지 않은 정형도 고려하였다.¹³⁾ 그러나 가맹본부가 가맹업자로부터 취득한 비용이 실질적으로 가맹업

11) 편의점 프랜차이즈 계약에 있어서 가장 많은 문제가 되는 것은 첫째 정보제공에 관한 것이다. 그리고 그것과 동시에 계약의 조건 또는 구속조건의 불합리성에 대해서도 논란이 되고 있는 사건이 적지 않다. 한도율, “일본판례로 본 편의점 프랜차이즈의 문제”, 「강원법학」 제 37권, 37면.

12) 马乃东, “中美特许经营法律之比较研究及对当代中国的启示”, 「华东政法大学」, 社会科学1期, 2011年, 第39页。

자의 권리에 영향을 주었기 때문에 가맹본부에게 정보공개를 요구하는 것은 가맹업자 이익에 더욱 유리하며 가맹본부가 관련 프랜차이즈사업협의를 체결하지 않는 방식을 통해 법정 정보공개의무를 회피하는 것을 방지하는 데에도 유리하다. 그럼으로써 더 효과적으로 가맹업자의 이익을 보호할 수 있다.

(2) 미국 프랜차이즈 계열사간 구체적인 프랜차이즈사업정보공개

가맹본부 자신의 관련정보공개를 예로 하면 가맹본부는 자신의 기본정보 공개 외에 가맹본부의 모회사 혹은 지주회사, 고위임원의 경영위험 및 업무와 고용주, 고위임원의 민형사 및 행정책임에 대한 기록, 고위임원의 재무상황, 가맹본부 및 모회사의 영업종사 및 관련경영의 시간 등의 정보를 공개해야 한다.

모회사와 자회사의 관계를 보면 양자간에는 아래와 같은 관계가 존재한다. 지주관계에서 모회사는 자회사의 주주회의를 통해 주도적인 작용을 하며, 자회사의 경영방침과 실질적인 투자계획을 결정하는 것은 모회사이다. 투자관계에서 모회사 단독으로 혹은 기타회사와 공동으로 자회사를 투자하게 된다. 재무관계에서 모회사는 모든 재무연도 종료 이후, 자회사가 포함된 전체회사그룹의 연도별 재무보고를 작성하며, 그럼으로써 주주와 기타 관련 인원이 자신이 소속된 각각의 자회사 경영상황에 대해 전반적인 이해를 하도록 해야 한다. 기업의 주주와 채권단, 주관부처 등이 효율적으로 관리하지 않는다면 총경리나 근로자는 직접 기업의 전략결정에 참여하고 구체적인 생산경영결정에 종사하는 각종 주체가 기업의 투자권, 자금조달권, 인사권 등 실질통제권을 장악함에 따라서 내부인통제현상이 출현하게 된다.¹⁴⁾ 이 때문에 회사가 실질통제권을 구비하고 있는 주관인원 등 근로자의 관련정보 공개는 가맹업자에 대해 가맹본부의 경영관리능력을 분석하는 것은 매우 중요한 의미가 있다.

13) 马乃东, “中美特许经营法律之比较研究及对当代中国的启示”, 「华东政法大学」, 社会科学1期, 2011年, 第40页。

14) 余国峰, “于‘内部人控制’的研究”, 「财经研究」, 1997年 第7期, 5页。

2. 미국과 중국의 프랜차이즈사업 관련 법적 책임제도 비교

민사책임부분에서는 FTC 법률규정에 의하면 패소한 당사자가 적정 선에서 변호사비용을 부담하게 된다. 반면 중국 프랜차이즈사업법률에서는 이러한 규정이 없다. 그러나 이외에 미국과 중국의 프랜차이즈사업 관련 법적 책임제도에 관한 가장 큰 차이점은 다양한 주체가 존재한다는 점이다. FTC 법률규정에 의하면 집행관, 이사, CEO 또 실질적으로 불법행위를 구성하는 것을 방조한 자 혹은 거래를 한 고용인원은 마찬가지로 불법행위에 대해 법적 책임을 부담해야 한다. 반면 중국 프랜차이즈사업입법에서 주관인원과 직접책임인원은 그에 상응하는 법적 책임을 부담하는 규정을 하지 않았다. 중국형법에 의하면 기관은 결국 자연인의 집합체로서 자연인은 기관이 존재하는 기초가 된다. 따라서 우리가 자연인으로서 직접 책임을 지는 주관인원과 직접책임인원의 행위를 기관의 전체행위로 인정한다면 그들의 결정과 정책은 기관 의지의 표현으로 간주해야 한다. 또한 상술한 자연인은 기관을 대표하여 각종 결정과 정책을 내리며 구체적으로 범죄행위를 실시할 권리가 있다. 그러면 그들은 자신의 결정에 따른 기관 범죄행위에 대해서는 형사책임을 부담해야 하며, 이러한 형사책임이 전부 기관에 전가될 수는 없다.¹⁵⁾ 따라서 기관범죄에서 직접 책임을 지는 주관인원과 직접책임인원에 대해 처벌을 해야만 한다. 범인에 대한 범죄 중 직접책임자에 대해서는 형사처벌에 처하며, 실질적으로는 그들로 하여금 연대책임을 부담하도록 해야 한다. 두 벌칙은 대리벌금제도와 직접처벌제의 단점을 극복하였는데, 즉 처벌기관의 직접책임자는 기관범죄의 전면적인 형벌의 부정적 평가를 반영할 수 있고, 법인범죄의 실질적인 상황에 부합할 수 있는 것으로 기관범죄 억제에 유리하며 법인범죄 형벌목적의 실현에도 유리하다.

15) 陈兴良, “单位犯罪: 以规范为视角的分析”, 「河南省政法干部管理学院学报」, 2003年 01期, 第45页。

3. 미국과 중국 프랜차이즈사업 사용자책임제도 고찰

(1) 사용자책임 성질의 상이함

중국 프랜차이즈사업법률 규정에서 사용자책임은 법률이 가맹본부의 자유로운 선택에 부담을 져야 하는가를 규정한 것으로 권리의무이론에 근거하여 중국에서는 가맹본부의 의무가 아닌 가맹본부의 권리이다. 가맹본부는 사용자책임의 부담을 선택할 수도 있고 선택하지 않을 수도 있다. 이러한 규정은 가맹본부가 가맹업자의 경영행위에 대해 상당히 큰 통제권을 보유하고 있는 것을 존중하지 않는 것이며, 소비자가 가맹업자의 통일된 경영모델에서 발생하는 신뢰로 인해 거래가 발생하는 사실을 고려하지 않은 것이다. 따라서 가맹본부가 부담해야 할 책임을 면제하는 것이며, 가맹본부와 가맹업자 및 제3자 간의 권리의무관계가 존재하지 않아 제3자의 합법적인 권익을 보호하는 데에 유리하지 않으며 프랜차이즈사업체계의 중국 내 건전한 발전에도 불리하게 작용하고 있다.

미국의 여러 단행법률규정에서 가맹본부는 가맹업자 경영행위의 통제에 대해 특정한 상황 하에서 사용자책임을 부담해야만 한다. 이외에 미국 각 법원 또한 판례를 통해 이를 입증하고 있다. 이러한 정형 하에서 사용자책임은 가맹본부의 의무가 된다.

(2) 사용자책임 정형에 관한 규정의 상이함

「프랜차이즈사업정보공개관리방법」은 가맹본부가 사용자책임을 부담해야만 하는가에 대해 규정을 하였다. 그러나 가맹본부 사용자책임의 정형에 대해서는 규정된 바가 없어 실제로 사용자책임의 운용 면에서는 별다른 효과가 입증된 바 없다.

오히려 가맹업자가 종종 법을 위반하는 정형에 대해 ‘가맹업자는 소비자에게, 가맹업자가 제3자에게, 가맹업자가 직원에게 가맹본부와 가맹업자간의 사용자통제권에 근거하여 가맹본부는 사용자책임을 부담해야만 한다.’고 규

정하는 것이 타당하다. 동시에 가맹본부가 사용자책임을 부담하는 요건을 엄격히 제한함으로써 가맹본부의 책임을 회피하고 프랜차이즈사업체계의 발전을 저해하는 것을 방지해야 한다.

4. 미국과 중국 프랜차이즈사업 관련 지적재산권제도 고찰

(1) 상표

미국 프랜차이즈사업입법에 근거하면 지적재산권이 보호하는 범위는 상표와 영업비밀, 실용신안 등의 지재권을 포함한다. 실용신안에 대해서 미국에서는 일부 州 보통법에서 불공정경쟁에 대한 규정이 있고, 원칙적인 장식의 보호, 건축물 비기능성 구성부분에 대한 규정 등이 있다.

중국 「불공정경쟁법」 규정에 의하면 명칭, 포장의 보호범위는 지명상표에 한정되고 있고, 보호범위 또한 협소한 결과로 나타나게 되어 서비스가 보호범위 내로 배제되어 현재 직면한 경제발전의 현황을 반영하지 못하고 있다.

(2) 미국 프랜차이즈사업법을 보호방식의 다양성

미국에서 영업비밀의 보호는 금지령과 민사배상 이 두 가지 구제방식 외에 상납이나 피고가 원고의 영업비밀을 절도하는 데에 이용한 계획, 복사본, 기기 및 기타물품을 훼손하는 것을 포함한다. 만약 피고가 원고의 영업비밀을 훔치거나 특허권을 이미 신청했거나 접수하였다면 법원은 특허신청 혹은 특허양도를 원고에게 양도하는 판결을 내릴 수 있다. 이렇게 되면 피고는 그가 절취한 영업비밀을 합법화할 수 없게 되며, 그에 상응하는 경제적 이익을 획득할 수 없게 되고 나아가 부담해야 하는 금전적 배상이 피고로 하여금 원고 영업비밀의 절취행위로 인한 경제적 유인을 상실하게 만들 것이다. 그 결과 영업비밀 보호에 더욱 유리하게 된다.

IV. 중국 프랜차이즈사업에 대한 중국정부 감독관리제도 내 주요쟁점

근래 20여년 이상의 기간 동안 중국 프랜차이즈사업은 신속히 발전하여 왔다. 정부의 가맹시장에 대한 감독과 관리제도 또한 건전하고 효과적으로 전개되어 왔으나, 중국경제의 발전 및 대외개방의 지속적인 확대에 따라 중국 가맹시장의 법질서 또한 더욱 개선되어야 하며, 정부 감독관리법제도 또한 개정이 요구되는 부분이 많다. 이와 관련하여 제4장에서는 중국 가맹에 대한 정부 감독관리의 법 개정문제를 고찰하기로 한다.

1. 중국 프랜차이즈사업 및 정부감독관리제도의 평가

(1) 가맹사업거래주체의 역량 부족

가맹사업거래활동의 주체는 가맹사업자와 가맹업자이다. 가맹사업거래시장이 발달한 국가와 비교하면 중국의 가맹사업자와 가맹업자의 법적 관계는 더 공고해져야 하며, 가맹사업자의 주요문제로는 첫째, 가맹사업자의 규모가 작고 역량이 약한 업체가 많다는 점이다. 중국의 가맹 기업의 전체수는 비록 상당히 많으나 대부분의 기업이 창업 이후 영업기간이 길지 않고 규모가 작으며 가맹점 수 또한 많지 않다. 둘째, 가맹사업자의 脫지역경영능력이 약한 편이다. 중국 가맹사업자는 일반적으로 시, 縣¹⁶⁾ 범위 내에서 프랜차이즈 사업활동을 전개하고 있으며, 성, 시 범위 내에서 업무를 전개하고 있는 기업은 상대적으로 적다. 중국 전역을 포함하는 脫성, 시 차원의 기업 수는 더욱 적다. 셋째, 국제적으로 저명한 브랜드가 아주 많지는 않다는 점이다. 중국에서 인지도가 높은 가맹 브랜드 가운데에는 코카콜라, 구글, 마이크로소프트 등 외국브랜드가 많다. 중국 토종브랜드의 경우 지명도가 알려지기 시작한 기간이 짧은 것이 대부분이다. 또한 우려되는 점은 상당수의 가맹사업자가 지재권 보호의식이 부족하고, 기업이 단지 상호만 있고 등록상표나 특

16) 행정단위로서 한국의 읍 단위에 해당한다.

허 등 지재권이 없는 경우 법에 따라 정당한 보호를 받기는 어렵다. 넷째, 가맹사업자 경영역량이 낮다는 점이다. 상당수의 가맹본부가 일률적으로 정리된 경영업무지침과 완성된 경영모델, 전문적인 가맹 관리부문이 설립되지 않은 상황 하에서 가맹사업을 전개하고 있다.

(2) 가맹 주체관계의 비대칭성

가맹사업거래 관련 법률실무에서 가맹사업자는 대부분 중소기업이며 가맹업자는 자연인인 경우가 다수이다. 또한 중국의 방대한 영토적 특성으로 인해 가맹점 분포가 광범위하여 다수의 가맹업자 주소지가 북경시가 아닌 지역에 소재되어 있다. 이외에 가맹업자의 사회적 구성이 복잡한 편으로 다수가 저소득층이나 안정적이지 않은 직업군에 속해 있다. 전형적인 것이 東城구 법원이 수리한 紫昀依都服飾设计北京有限公司의 몇몇 사례이다.¹⁷⁾ 紫昀依都服飾设计北京有限公司는 2005년 설립되어 2008년 12월 등기수속을 밟았으며, 당시 가맹업자가 300명 정도의 규모로 발전하였으며 그 중 100명 정도의 가맹업자와 紫昀依都服飾设计北京有限公司간에 분쟁이 발생하였고 지속적으로 20여명의 가맹업자가 동 회사를 제소하였다. 동 판례에서 가맹업자는 기본적으로 중국 전역의 도시를 대상으로 선발 및 모집하였으며 대부분 생활여건이 좋지 않은 사회 각계각층인사로서 下崗인력과 실업자를 포함하였다. 즉 절대다수의 가맹업자가 계약체결능력, 상업적 가치 분석, 시장위험 인지에 있어서 가맹사업자와는 서로 불균등한, 평등하지 않은 민사주체에 속해 있다.

(3) 공격적인 프랜차이즈사업 실시

프랜차이즈사업이라 함은 가맹사업자가 가맹업자로 하여금 유상으로 경영자원을 사용하도록 인가하고, 통일적인 경영모델을 통해 가맹사업자의 브랜

17) 北京市高级人民法院이 2008년 9월 북경시 각 법원 지적재산권 심판청 법원에서 진행한 가맹 법률문제에 대한 회의자료 가운데 하나인 「가맹사업거래계약사례 재판경험 교류자료」 및 북경시 東城법원 지적재산권재판청의 「가맹사업거래분쟁사례에 대한 조사보고」 등이 있다.

드로 하여금 신속한 발전을 얻도록 함으로써 가맹업자로 말하자면 가맹사업자의 경영자원을 획득하고, 가맹사업자의 경영지도를 접수한 이후 가맹사업자의 성공적인 경험의 기초 위에서 상대적으로 신속한 성공을 획득하도록 할 수 있다. 이 때문에 가맹본부와 가맹업자는 프랜차이즈사업활동에서 아주 큰 공동이익을 갖는다. 쌍방당사자는 공동으로 가맹체계의 발전을 추진해야 하는데 실무과정에서 도출되는 결론은 이와 같지 않다. 첫째, 다수의 가맹사업자가 뚜렷한 발전이념이 부족하여 가맹사업 종사 이전에 풍부한 가맹사업 경험과 체계적인 지도체계를 갖추지 못하였다. 반대로 단기효과에 치중한 나머지 장기적 플랜이 부족하고 선전과정에서 인위적으로 가맹업자 투자수익과 실제 경영상황의 거대한 차이를 인위적으로 확대해야 한다. 둘째, 가맹업자의 시장위험의식 및 법률의식이 부족하고 실질적인 고찰이 없는 상황에서 맹목적으로 선전을 신뢰하고 다수의 가맹업자가 경영능력이 부족하여 시장진입의 준비가 부족하면 단기적인 경영역량이 되지 못할 때 가맹기업은 상대적인 쇠락을 면치 못한다. 셋째, 동일 가맹기업의 다수의 가맹업자는 지역이 중국에 분산되어 있고 구체적인 경영방식과 경영기술, 경영이념 등이 차이가 있기 때문에 수많은 가맹업자가 단지 매장의 설계와 제품검역 등 형식상의 일치를 유지하나, 프랜차이즈사업의 실질적인 경영모델과 브랜드효과 등의 구현은 이미 실현되었다. 넷째, 다수의 가맹사업자와 가맹업자가 체결한 계약기한은 평균적으로 기한이 짧다. 그러나 기타국가 프랜차이즈사업의 발전규율에 따라 이러한 경영방식은 비교적 경영의 연속성과 시간적인 지속성을 중시하고 있기 때문에 다수의 국가에서는 법률로 쌍방 계약기한이 5년을 초과하지 않도록 요구하고 있다.

(4) 프랜차이즈사업 내 빈번한 詐欺행위 발생

현재 중국 프랜차이즈사업 내에는 엄중한 사기현상이 존재하고 있다. 프랜차이즈사업의 사기와 관련한 각 당사자의 특징은 아래와 같다. 첫째, 가맹업자는 저소득층 또는 소득이 없는 계층인 경우가 대부분으로 귀농을 한 농

민공출신, 下崗인원이 대표적이다. 둘째, 가맹본부가 자격이 부족하고 허위 선전을 하는 경우이다. 관련 「프랜차이즈사업관리조례」에 의하면 가맹본부는 반드시 등록상표 등 경영자원을 구비해야 하며, 반드시 1년 이상 경영을 한 두 곳 이상의 직영점이 있어야 하며, 반드시 상무부 주관부처에 가서 신청을 해야 한다. 그러나 사기행위가 존재하는 가맹본부는 통상 요건을 갖추지 않은 불법경영기업인 경우가 대부분이다. 비록 가맹본부가 불법경영을 하더라도 지속적으로 인터넷 홈페이지나 TV 등 매체에서 대량으로 홍보광고를 전개한다. 홍보과정에서 가맹업자에 대한 예상수익은 회계장부의 부실화로 전개될 가능성이 크다. 셋째, 가맹점 홈페이지 등의 매체가 불법 가맹본부에게 유리한 홍보무대를 제공하는 경우가 그것이다. 가맹본부와 광고협상을 할 때 가격협상에만 치주친 나머지 가맹본부가 자격을 구비했는지 혹은 정부주관부처에서 신청을 했는지는 고려하지 않는 경우가 대부분이다. 나아가 가맹업계에서는 이미 가맹본부의 허위선전을 암묵적으로 방조하는 분위기가 형성되어 있다. 예로 가맹 광고에서 종종 출현하는 손님이 가득한 광경은 가맹점 사이트 등 매체에서 광고촬영시 더 많은 고객을 유치하기 위해 연출한 효과라는 점이다.

종합해보면 중국의 현단계의 프랜차이즈사업은 아직 완벽하게 성숙한 단계라고 보기는 어렵다. 가맹업자, 가맹본부 또 기타 관련시장의 주체는 중국 가맹사업거래법률에 대한 결함 및 법질서 미준수, 프랜차이즈사업 본질에 대한 이해부족이 표출되며 정부의 감독을 받아야 한다. 프랜차이즈사업에 대한 허위선전과 사기는 현재까지 여전히 금지되고 있으나 더욱 더 효율적인 정부감독이 반드시 실시되어야 한다.

2. 프랜차이즈사업 감독관리제도상의 문제

(1) 가맹본부의 자격문제 및 신청제도상의 문제

가맹본부의 자격 내지 능력문제는 주로 동 제도의 법적 위반에 대한 처벌이 실효성이 별로 없다는 점에 있다. 동 「프랜차이즈사업관리조례」 제24조

규정에 의하면 ‘가맹본부가 ‘1년당 2점포 요건’을 지키지 않고 경영활동에 종사할 경우, 상무부가 개정을 명령하고 불법소득을 몰수하며, 10만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금에 처한다.’고 규정하였다.¹⁸⁾ 이 중 ‘개정을 명령한다’라 함은 상무부 주관부문이 가맹사업거래주체가 프랜차이즈사업활동과정 중의 불공정행위에 대하여 기한 내로 개정을 진행하고 지도와 감독을 하는 일종의 처벌방식이라고 한다. 불법소득 몰수라 함은 상무부 주관부문이 법에 따라 그 행위인이 불법행위를 통해 획득한 재산을 국가에 귀속하는 처벌방식이라 한다고 규정하였다. 불법소득이라 함은 불법경영기간의 전체경영소득을 말한다. 벌금이라 함은 상무부 주관부문이 불법으로 프랜차이즈사업활동에 대해 종사한 행위인에 대해 채택하는 것으로 지정한 기간 내에 일정한 일정한 금액을 납부하도록 강제로 명령하는 처벌형식이라 한다. 공고라 함은 상무부 주관부문이 불법으로 프랜차이즈사업활동에 종사하는 행위인에 대한 명칭이며, 행정처벌을 결정한 날로부터 시작하여 법에 따라 상무부 프랜차이즈사업관리체제 내에서 공개적으로 고지를 하는 처벌형식이다. 프랜차이즈사업의 본질은 가맹본부가 반드시 성숙한 경영모델을 구비해야만 한다는 것이며, 경영모델의 완벽여부는 최종적으로 시장이 검증을 하고, 시장경험을 통한 성숙한 경영모델만이 비로소 성숙한 경영모델이 된다. 따라서 가맹본부의 경영기간은 최소한 1년 이상을 초과해야 하며, 한편 프랜차이즈사업은 프랜차이즈사업의 하나로서 프랜차이즈사업의 규모는 최소한 2곳의 직영점에 이르러야만 한다. 이 때문에 ‘1년 2점포’라는 요건¹⁹⁾은 성숙한 경영모델이라는 의미가 있고, 프랜차이즈사업자가 반드시 구비해야만 하는 요건이 된다. 가맹본부가 ‘1년 2점포’ 요건을 구비하지 못한 것에 대한 처벌에 대해서는 요건을 강화한 가중처벌형태가 적절할 것으로 사료된다.

가맹본부의 자격문제와 신청제도 결합의 효과는 중국의 최대인구에 비해서 유통산업이 그에 비례하여 완벽하게 성장하지 않았기 때문에, 아직 크지 않다고 할 수 있다. 신청제도는 행정기관이 사후감독하는 행정관리방식으로

18) 朱 閣, 앞의 논문, 29页。

19) 朱 閣, 앞의 논문, 29页。

주로 상무부 주관부문이 제때 가맹본부의 수량 등 관련상황을 이해 및 장악하는 데에 유리하도록 하기 위한 것으로 프랜차이즈사업활동에 대해 사안별로 규범화 및 감독을 진행하며, 잠재적인 투자자가 가맹본부의 기본상황을 이해하는 데에 도움이 되도록 하며, 적절한 투자결정을 내리는 것을 돕는다. 또한 가맹본부에 대한 사회적 감독의 형성에도 유리하다. 이 때문에 신청제도가 비록 강제력을 구비하고는 있으나 이런 제도의 설계는 행정기관에 불리하게 작용하기 때문에 프랜차이즈사업활동에 대한 간여에 대해서는 그 효과가 크지는 않다.²⁰⁾

(2) 프랜차이즈사업 정보공개의 법제도적 결함

정보는 시장거래의 기초로서 소비자들은 종종 정보에 대한 분석을 통해 정책결정을 내리고 협의를 달성한다. 따라서 시장경제가 지향하는 계약자유의 실질은 거래주체가 충분한 정보의 기초 위에서 계약자유의 의사자치를 실현하는 것으로 그 어떠한 완전하지 않고 진실하지 않은 정보는 모두 시장주체의 계약자유를 훼손하게 된다. 통상적으로 거래 각 당사자의 경제력이 일정단계 이상으로 안정되어 있고, 매수인이 충분한 정보를 수집할 수 있는 상황 하에서 최대한도로 시장의 자원에 대한 배치를 달성하기 위해서 법률은 단지 사후구제만 있고 사전간여를 하지 않아야 한다. 그러나 이 시장에서 거래 쌍방당사자는 경제, 정보 및 권한능력 등에 있어서 상당히 큰 차이함과 불공정성이 존재하기 때문에 乙의 입장에 있는 당사자는 정보수집이 어려워지고 甲의 위치에 있는 당사자는 종종 이러한 정보비대칭을 이용하여 당사자 乙에게 불리한 행위를 실시하게 된다. 그 결과 거래의 효율과 안전에 손해가 발생하고 시장이 공정하고 건전한 발전을 상실하게 되는 결과가 발생하게 된다. 이 때문에 이러한 시장은 정부가 간여를 진행해야만 하며, 사전에 강행적인 정보공개제도를 건립하고 법으로 법정내용과 시간에 따라 당사자 乙에 대해 정보공개를 진행하도록 요구하게 된다. 정보공개제도는 상

20) 朱 閣, 앞의 논문, 30頁.

당부분이 거래 쌍방당사자가 정보를 상실하는 상황을 수정할 수 있는 것으로 정부가 시장실패에 대해 효과적인 간여를 담당할 수 있는 수단이 된다.

프랜차이즈사업시장에서 가맹본부와 가맹업자는 정보비대칭의 지위에 처하게 된다. 당사자 일방의 프랜차이즈사업권은 상표, 특허 등 지적재산권에 관련되며 이것은 부동산 등 유형재산보다 그 가치평가가 더욱 어렵다. 또 다른 한편으로 프랜차이즈사업모델 등은 전통적인 경영모델보다 우열 여부를 식별하기가 더욱 어렵다. 따라서 각국 정부는 정보공개제도를 확립하여 가맹시장에 대해 감독을 실시하고 있다. 정보공개제도는 각국이 공식 인정한 프랜차이즈사업법률체제 내의 핵심제도로써 중국을 포함한 각국정부제도설계의 핵심 가운데 하나이다. 그러나 중국 가맹시장의 현황을 보면 중국의 정보공개제도에 여러 가지 쟁점이 존재하고 있어 이의 해결이 당면과제가 되고 있다.

첫째, 정보공개형식의 요구가 충분하지 않다는 점이다.²¹⁾ 동 「프랜차이즈사업관리조례」 제3장과 「정보공개방법」은 정보공개의 내용, 시간을 규정하였으며, 동시에 공개정보의 진실성, 정확성 및 완벽함을 요구하였다. 이러한 규정은 정보공개에 대한 실질적인 요구이나 정보공개의 형식상의 요구에는 부족한 면이 있다. 우선 정보공개의 언어에 쉽게 이해하기 어려운 부분이 있다는 점이다. 만약 공개언어가 이해되기 어렵다면 정보공개제도의 목적에 근본적으로 도달할 수 없는 것이며, 반대로 가맹본부의 책임면제에 유리한 핑계가 된다. 다음으로 정보공개문서에 통일된 격식요구가 없다. 법정공개내용은 매우 많다. 만약 통일된 격식이 없고 모든 가맹본부가 자체적으로 공개문서의 격식을 설계하는 것을 방임한다면 단기간 내에 설령 전문가라고 하더라도 그 공개내용의 건전성을 판단하는 것은 상당히 어려운 일이 된다.²²⁾ 미래 가맹업자에 대한 조사 및 정보열람에도 결코 유리한 환경이 조성되지는 않을 것이다.

둘째, 정보공개의 범위가 상세하지 않다는 점이다. 우선 정보공개 의무가

21) 朱 閣, 앞의 논문, 30頁.

22) 朱 閣, 앞의 논문, 31頁.

있는 주체에 대한 규정이 상세하지 않다는 문제가 있다.²³⁾ 「정보공개방법」에서는 단지 공개의무인을 가맹사업자로만 규정하고 있고 프랜차이즈사업 내에서 가맹본부와 전체 가맹본부 정보공개책임을 분담한다는 분명한 규정을 두지 않고 있다. 이것은 쌍방이 서로 공개책임을 미루는 결과를 초래하게 된다. 이외에 가맹 매니저 정보공개책임에 대한 요구가 부족한데 이것은 장래 가맹 중개업에 대한 발전에 불리한 영향을 발생시키게 된다. 다음으로 정보공개시간에 대해 적절하게 규정되어 있지 않다는 점이다. 현재 중국이 규정하는 정보공개 시간은 프랜차이즈사업계약을 체결하기 전에 ‘계약체결 이전’ 및 ‘지불보증금 등 전치성 비용’에 대해 규정을 한 것이 없다.²⁴⁾ 이 때문에 가맹본부는 종종 먼저 미래의 가맹업자가 전치성비용²⁵⁾을 지불하도록 요구한 이후 비로소 가맹계약을 체결하는 일이 빈번히 발생하고 있다. 또한 관리층인원의 정보가 완비되어 있지 않다. 동 「프랜차이즈사업관리조례」는 오로지 기업만이 프랜차이즈사업에 종사할 수 있다고 규정하고 있다. 중국에서는 기업의 자본구성과 투자자책임형식으로 구분되어 있는데 기업의 법률 형식은 회사, 합명회사, 주식회사 및 1인회사를 포함한다. 중국 「회사법」에서 규정하는 회사조직기구 성원 가운데에는 이사와 감사, 사외이사 및 경리단 등 고위임원을 포함한다. 중국 「합명회사법」에서는 보통합명인의 합명회사 채무에 대한 무한책임을 규정하고 있으며, 유한합명인은 그가 출자한 출자를 한도로 합명회사 채무에 대하여 책임을 부담하도록 하고 있다. 그러나 「정보공개관리방법」에서는 단지 법정대표자와 CEO인 경리의 정보만을 공개하도록 요구하고 있고, 기업경영과 밀접한 관계에 있는 회사 내 기타 고위임원, 합명회사 내 보통합명인의 정보는 공개를 요구하지 않고 있다. 또한 이런 회사고위임원의 경영능력과 개인의 신의성실은 미래 가맹업자가 가맹본부의 경영능력과 신의성실상황을 식별하는 데에 대단히 중요하다. 개인정보를 공개하지 않는다면 미래 가맹본부의 투자결정에 확실히 엄중한 영향을

23) 朱 閣, 앞의 논문, 31頁.

24) 朱 閣, 앞의 논문, 31頁.

25) 押金 등의 형식으로 오가는 금액의 명칭이다.

끼치게 될 것이다. 이와 함께 징벌적 정보노출에 대한 제소의 연관성이 부족하다는 평가가 존재한다.²⁶⁾ 중국의 정보공개제도는 가맹본부 노출에 대해 형사처벌, 민사소송, 중재 및 행정처벌 등 각종 유형의 처벌형태를 요구하고 있다. 형사처벌대상이 된 것은 일반적으로 공개가 되며 기타정형은 중대한 기준에 도달하면 공개되어야 하는데 사실상 프랜차이즈경영과 무관한 제소 사건과 대대로 오래 되었던 형사책임을 추궁받은 정황은 확실히 노출범위를 지나치게 광범위하게 함으로써 가맹사업거래활동의 전개에 불리하다고 하겠다. 「정보공개관리방법」에서는 단지 회사 파산의 공개만을 요구하고 있고, 정리 등 파산된 회사 고위임원의 노출은 요구하지 않고 있는데 이 규정은 확실히 가맹업자의 파산정보에 대한 요구를 만족시킬 수 없는 것이다. 미래 가맹본부는 가맹본부의 경영능력에 위탁하여 위험을 감소하고 더 빠른 속도의 성공을 희망하고 있다. 가맹본부 관리층의 경영능력은 가맹본부의 경영능력을 대표하기 때문에 파산된 회사 고위임원의 정보공개 또한 추가적으로 요구해야 하는 것이다. 관련 가맹업자의 정보공개가 완벽하지 않다는 것 또한 문제가 되고 있다. 국제통일사법협회측에서는 가맹본부가 미래 가맹업자의 장래 지점 부근에 일정한 수량의 가맹업자 정보 및 일정기한 내 프랜차이즈사업에서 탈퇴한 가맹업자 정보를 제공하도록 요구하고 있는데²⁷⁾ 중국의 입법은 이에 대해 관련규정이 상세하게 규정되어 있지 않다. 미래 가맹업자는 자신의 미래 경영지점 부근의 가맹업자를 통해 구체적인 경영상황을 이해할 수 있으며, 나아가 가맹본부가 선전하는 진실성과 예상기대수익을 판단하고, 가맹사업연맹을 탈퇴한 가맹업자의 정보와 퇴출원인을 파악하여 미래 가맹업자로 하여금 더욱 전면적으로 경영위험과 가맹 체계의 폐단을 이해시키도록 함으로써 미래 가맹업자가 투자결정에 필수적인 중요한 정보를 획득하도록 해야 한다. 마지막으로 프랜차이즈사업의 모종의 중대사항에 대한 공개요구가 부족한 것이 문제가 된다. 가맹점 입지선택시간, 지역 내 보호, 협의중지, 계약연장 등에 대한 공개요구가 부족하여 향후 분쟁이 될 가능성이 크다.

26) 朱 閣, 앞의 논문, 31頁.

27) 朱 閣, 앞의 논문, 32頁.

셋째, 책임제도가 완벽하지 않다는 문제가 있다. 이것은 크게 두 가지로 분류되는데 책임주체범위가 협소하다는 한계가 존재한다. 현존제도 중에서 허위진술을 한 가맹본부 관리인원 및 업무인원과 변호사사무소, 회계사사무소 등 중개기구와 업무인원에 대한 책임은 추궁하지 않고 있는데, 이것은 상술한 인원의 허위진술행위에 대해 처벌할 수 없는 결과를 조성하게 된다. 두 번째 유형은 공개하지 않는 행위의 처벌에는 형사책임 추구를 포함하지 않는다는 문제가 있다. 중국 현행제도는 단지 가맹의 허위선전 구성범죄에 대한 행위에 대해서는 법에 따라 형사책임을 추궁하며, 공개하지 않는 행위는 도리어 형사처벌을 받지 않는다. 정보공개제도의 확립은 미래 가맹업자의 개인이익을 보호해야 하는 것 뿐만 아니라, 나아가 사회 전체의 경제적 질서 또한 보호해야 한다. 정보공개를 거부하는 행위 및 허위공개는 마찬가지로 각각의 제도가 보호하는 사회에 대한 심각한 도전이 된다. 현재 중국 프랜차이즈사업시장 내 사기행위 등 불법 범죄현상이 빈번히 발생하는 상황에서 형사책임을 추구는 가장 신속하게 가맹본부의 정보공개거부효과를 억제할 수 있는 방법이 된다.

(3) 행정처벌규정 등 프랜차이즈사업법제도상의 입법과제

먼저 현행법률을 보면 공고의 절차와 시간, 지점 및 공고가 부적절하거나 공고해야만 하나 공고하지 않는 책임에 대한 규정이 부족한 것이 문제가 된다. 다음으로 자연인에 대한 시장퇴출에 대한 처벌이 부족하다.²⁸⁾ 중국 「신청관리방법」 제11조 규정에는 이미 신청한 가맹본부가 관련정보를 은닉하거나 혹은 허위정보공개가 조사를 거쳐 실제인 것으로 판명되는 경우 조사기관은 신청을 철회할 수 있고, 상무부 홈페이지에 공고를 하게 된다. 이것은 프랜차이즈사업기업의 시장진입에 대한 처벌이나, 기업책임자의 시장진입에 대한 처벌은 없다. 실무과정에서 수많은 자연인주주가 시업등록신청이 취소되거나 영업허가증이 말소된 이후, 다시 새로이 기업명칭을 변경하거나 새

28) 朱 閣, 앞의 논문, 32頁。

기업으로 등록하는 경우가 있는데 이러한 사례에서 기업은 단지 개인이 책임을 회피하는 도구일 뿐이며, 기업만을 처벌하고 개인은 처벌하지 않는 것은 처벌의 목적에 도달할 수 없다고 하겠다.

다음으로 중개시장제도가 효과적으로 확립되지 않았다. 한편으로 프랜차이즈사업은 지적재산권, 자산평가, 회사지배구조평가 등 전문적인 문제와 관련되며, 가맹본부와 가맹업자가 독자적으로 프랜차이즈사업권을 처리하는 거래에 필요한 시간과 노력 등은 막대한 자본이 소요되는 반면에 수익은 상대적으로 저조한 특징이 있다.

실무에서 미래의 가맹업자 대부분은 벤처투자자로 그들은 종종 비즈니스 경험과 법적 지식이 부족하며, 공개문서를 접수한 이후에도 이해를 하기 힘들거나 정확한 결정을 내리기 어려운 점이 존재한다. 따라서 이러한 시장은 전문적인 중개기구가 반드시 참여해야만 한다.²⁹⁾ 또한 시장행위 규제에서 보면 정부감독과 제3자개입방식이 있으며 전자의 경우 시장실패와 관련되어 있는 경우가 많다. 따라서 정부의 시장감독을 강화하는 동시에 사회적 역할을 발휘하여 중개기관이 제3자로서의 중립성과 전문성에 근거하여 프랜차이즈사업기업을 추가적으로 감독하도록 해야 하며 정보공개의 공신력 또한 더욱 강화해야 한다. 현재 「프랜차이즈사업관리조례」에서는 공개된 재무정보는 반드시 감사를 거치도록 규정하고 있어 제3자측의 감사중개가 도입이 되었다. 그러나 아직 기타 제3자제도는 관련규정이 부족한 상태이다.

또한 신용제도가 더욱 더 효과적으로 확립되어야 한다. 현단계에서 프랜차이즈사업의 사기 등 가맹본부의 신의성실원칙 위반사건이 빈번히 발생하는 중요한 원인 중의 하나는 바로 불법자본이 불법소득보다 현저하게 작기 때문이다. 행정처벌과 제소가 가맹본부에게 경제적 손실을 조성하는 것은 한계가 있다. 반면 중국의 현행 신용제도상의 문제는 신의성실원칙이 시장주체에서 확립되지 못하도록 하는 한계를 초래하였으며, 불법행위가 불법자에게 조성한 명예의 손실은 실제로는 그 영향이 한계가 있으며, 이러한 점들은

29) 朱 閣, 앞의 논문, 32页。

불법행위에 대해 부정적인 여론을 형성하게 된다. 실질적으로 시장경제는 신용경제이고 신용제도의 의의는 신용평가등급 및 사회평가를 통해 사전에 불법행위자에게 경각심을 주고 사후에 불법자를 처벌하는 교훈을 주는 데에 있다. 그럼으로써 불법행위를 최대한도로 낮추고 동시에 법을 수호하는 기업이 계속적으로 신용을 유지하도록 함으로써 시장의 경쟁체제가 충분히 발휘될 수 있도록 해준다.

V. 개선방안 및 중국 백화점 및 대형마트 규제와 관련한 시사점

상술한 중국 프랜차이즈사업시장에 대한 고찰을 통해 파악한 중국정부 감독제도의 현황은 일정부분 법개정이 요구된다. 외국정부의 프랜차이즈 감독제도 고찰을 통해 현행 중국 프랜차이즈사업법제도에 대한 개선과 프랜차이즈사업시장의 건전한 발전이 육성되어야 하며, 중소기업의 발전에 기여하는 상생경영이 이루어져야 함은 물론이다. 법개정이 필요시되는 구체적인 분야에 대해서는 우선 중국의 백화점 및 대형마트 규제에 대한 시사점과 입법규제 두 가지로 분류하여 고찰하기로 한다.

1. 중국 백화점 및 대형마트 규제와 관련한 시사점

(1) 입지선정 및 영업전략의 개선

중국의 체인점 유형은 정규 체인점과 독립적인 일반 상점, 프랜차이즈사업으로 분류된다. 중국의 백화점업계가 나아가야 할 방향으로는 대형백화점의 경우 전통적인 백화점 영업방식을 탈피하여 아울렛 타운 조성과의 생활밀착형 융복합 쇼핑단지를 건설하고 요식업계, 헬스와 스포츠 등 오락시설, 호텔 등 숙박업을 하나로 묶는 대형 쇼핑몰 구축에 집중해야 한다. 만약 규모가 중급 백화점에 해당된다면 전부 혹은 일부를 슈퍼마켓 같은 대형유통마트나 할인매장으로 개조하는 것도 방법이다. 규모가 작은 소형 백화점체인 경우 하나의 브랜드에 집중하는 전용매장을 적극적으로 고려해야 한다.

현재 중국의 경제발전상황을 감안하면 종합 쇼핑몰 및 타운구축에 유리한 환경은 이미 조성되었다. 중국 백화점 내지 대형유통업체 또한 이제는 중국 국내 뿐만 아니라 전세계를 대상으로 한 아웃소싱을 통해 품질이 저하되지 않으면서도 최저가격으로 조달할 수 있는 업체와의 공급계약을 적극 추진해야 한다.

프랑스의 경우 도심 중심 변화기는 백화점의 최적상권으로 인식되어 프랑스의 백화점은 예외없이 도심 중앙에 자리잡고 있다.³⁰⁾ 그러나 기본적으로 주택가 및 아파트 밀집지역과 근접한 곳에 백화점 및 대형마트가 위치해 있어야 하는 점은 변함이 없다. 또한 출퇴근시간에 유동인구가 많은 점을 감안하여 입지가격이 다소 높더라도 안쪽으로 들어간 골목길보다는 도심 중앙 대로변에 백화점이 위치하는 것이 매출확대에는 더욱 유리하다. 프리미엄을 활용한 고가전략 또한 지속적으로 추진되어야 한다. 한편 영국 내 최대 규모의 프랜차이즈 사업군은 부동산 관련업이며 비즈니스 및 상업서비스업이 2위를 기록하고 있다.³¹⁾

(2) 친환경 그린 영업전략 추진

북경시 대형마트의 친환경영업전략은 수십년 간에 걸쳐 일정한 성과를 확보하여 왔다. 그러나 지속가능한 발전전략을 감안하면 현재 여러 가지 쟁점이 존재한다. 먼저 친환경영업전략과 관련한 법률이 개정되고 체제 또한 더 개선되어야 한다. 즉 대형마트의 친환경 관련법률 자체가 규정된 것이 많지 않아 대폭적으로 개정할 필요가 있다.³²⁾

다음으로 친환경영업전략 또한 추진이 되어야 한다. 소비자들의 자발적인 인식의 전환이 있어야 하며, 친환경기술의 응용과 친환경제품의 개발이 무시되면 안된다. 이를 위해서는 북경시 대형마트의 친환경 제품전략은 원자재 및 제품선택에 있어서 인증을 인가한 제품을 우선구매하고, 친환경용품과

30) 王巧英, “中国百货业发展面临的问题分析及建议”, 中国商贸, 2013年6月, 第4页。

31) 장한별' 이상운, 앞의 논문, 11-12면.

32) 张向妮, “北京市超级市场绿色营销策略组合方案设计”, 东方企业文化' 天下智慧, 2011年9月, 267页。

친환경건자재, 친환경식품 및 간소화한 형태의 포장용품을 구매해야 한다. 제품공급업체의 선택에 있어서도 전통적인 기준에 따른 공급업체의 선정기준 외에 제조업체가 환경적인 요소를 얼마나 고려하는가에 대한 기준과 평가가 선행되어야 한다.

또한 친환경제품 생명주기에 기초한 가격정책이 고려되어야 한다. 즉 동일제품에 대해 각기 상이한 가격을 제정해야 한다. 소득이 상이한 계층을 겨냥하여 고소득지역에는 상대적으로 높은 가격을 채택하고 저소득층지역은 제품가격을 낮추며 친환경제품 구매를 유도함으로써 대량구매에 의한 경합적자를 보전해야 한다. 중간유통단계를 과감히 생략하고 소비자와 농지간 직거래를 통해 신선한 제품을 낮은 가격으로 공급해야 함은 물론이다. 또한 신선한 식품 직배송을 위한 홈페이지 구축 또한 더욱 활성화되어야 한다.

백화점과 대형마트의 친환경관리 및 서비스를 위해 광고 및 녹색제품선전매장을 전적으로 설치해야 하며, 에너지낭비를 방지함으로써 자원의 효율적 이용을 스스로 일반소비자에게 알려야 한다.

한편 한국에서는 대형마트의 영업시간 제한과 관련한 위법성 여부에 대해 학설 및 판례상의 대립이 지속되고 있다. 주식회사 이마트 등이 서울특별시 동대문구청장 등을 상대로 제기한 영업시간제한등처분취소송이다.³³⁾ 구체적인 내용은 2014년 말 서울특별시 동대문구와 성동구에서 대형마트 또는 준대규모점포를 운영하는 회사들이 「유통산업발전법」 제12조의 2 및 각 지방자치 단체 조례에 근거하여 동대문구청장과 성동구청장이 한 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정처분(이하 ‘영업시간 제한 등 처분’이라고 한다)의 취소를 구하는 소송의 항소심 판결(서울고등법원 2014.12.12. 선고 2013누29294 판결, 2014.12.12. 원고 승소)이 선고된 사안이다.³⁴⁾

이 판결은 대형마트 등을 운영하는 회사들이 전국 각지에서 각 지방자치

33) 김해룡, “대형마트 영업시간 제한 조례와 관련된 법적 문제”, 「자치행정」 통권 294호, 2012.9, 30-33면 참조.

34) 최완진, “대형마트 영업제한의 위법성여부-서울고등법원 2014.12.12. 선고 2013 누 20194판결을 중심으로”, 「유통법연구」, 2015년 vol 2, 3-4면.

단체의 장을 상대로 영업시간 제한 등 처분 취소소송을 제기하여 모두 패소한 후 항소를 제기한 여러 사건들 중 선도적으로 진행되어 선고된 것이다.³⁵⁾ 서울 고법은 대상판결의 원심인 서울행정법원 “2013.9.24. 선고2012구합 43352 판결”(2013.9.23. 원고 패소)과 달리 「유통산업발전법」 제12조의 2 및 각 지방자치단체 조례에 근거한 동대문구청장과 성동구청장의 영업시간제한 등 처분이 위법하다고 판시하면서 이를 모두 취소하는 판결을 선고하였다. 1심 재판부는 “건전한 유통질서 확립, 근로자의 건강권, 대형마트와 중소기업 상생발전 등 공익이 중요하다”며 공익의 중요성을 고려하면 대형마트의 이익을 지나치게 침해했다고 보기 어렵다며 지자체의 손을 들어줬다. 그러나 항소심 재판부는 처분대상이 된 점포들이 사실상 대형마트가 아니라며 해당 처분이 위법하다고 대형마트의 손을 들어줬다. 이러한 쟁점과 관련하여 골목상권을 보호하기 위하여 대형마트 의무휴업제를 시행할 것인지에 대하여 재검토를 필요로 한다. 근로자의 행복추구 및 건강보호를 위하여 슈퍼, 마트 등 판매업소의 영업을 전체적으로 재조명하는 방향으로 문제해결을 위한 접근의 방향을 전환하여야 할 것이다. 종래처럼 골목상권보호나 중소기업인 보호라는 접근은 외국의 예에 비추어 볼 때 방향이 잘못된 것이라는 견해도 있다.³⁶⁾

(3) 중국 대형마트 세금징수의 어려움 및 대책

현재 중국 대형마트가 납부하는 세금과 관련해서는 주로 세 가지 유형이 있다. 정해진 금액을 징수 및 납부하는 것이 하나이고, 중국정부와 업체간에 합의된 책정금액을 징수하는 것이 두 번째이며, 개별적인 대형마트에서 각기 책정한 금액에 따라 세금을 부과하는 방식이 세 번째이다.³⁷⁾ 현재 대형마트 세금징수의 어려움은 아래 몇 가지로 나타난다. 첫째, 대부분의 중소 영세마트, 특히 향진 소재단위에 위치한 대형마트 대부분은 개인독차 및 사영기업

35) 최완진, 앞의 논문, 3-4면.

36) 최병규, “유통산업발전과 독일법제 및 한국 현재 결정례 평석”, 「유통법연구」 제2권 제1호, 2015, 16면.

37) 陈 澄, “超级市场税收征管的难点及对策分析”, 北方经济, 2009年第2期, 第21页。

이 합명회사형태로 경영하는 것으로 재무관리가 건전하지 않고 분식회계 등 문제가 지속적으로 출현하고 있다. 판매명세서가 없는 경우도 있으며, 이중 장부 및 현금거래량이 대량으로 존재하고 거액이 오간 흔적 또한 남아 있다. 둘째, 수입책정이 어렵다는 점이다. 즉 판매수입인 매출액 산정이 어렵다. 슈퍼마켓의 화물계약루트가 아주 다양하기 때문에 음성적인 거래도 많고, 특히 소형도시의 경우 현금결제회수가 아주 일상화되어 있어서 세무기관이 제대로 된 경상수지를 파악하기가 어렵다. 또한 판매수입이 은닉되는 경우가 존재한다는 점이다. 셋째, 세금관리가 어렵다. 현재 각지역 슈퍼마켓은 기본적으로 POS 시스템에서 분리되어 있다. 단말기에 의한 인터넷판매관리 방식이 이미 도심지역에서 주로 채택한 수입관리방식으로 자리잡았다. 이러한 관리 소프트웨어는 이미 탈세기능을 은닉하는 좋은 루트가 되기 때문에 장부를 부풀리거나 축소하는 것이 가능하다는 단점이 있다.

(4) 대형마트 세금징수 강화대책

상술한 문제점들이 대형마트 운영에 실제 존재하기 때문에 적절한 세금징수를 위해서는 「세금징수법」 제23조에 규정한 바와 같이 각급 세무기관은 공지를 강화해야 하고, 소프트웨어 장착 이전에 반드시 주관 세무기관에 보고를 하도록 해야 한다. 세무기관은 월별로 저축정보 및 납세자신고정보를 대조하여 판매수익이 맞는지에 대해 재차 점검을 해야 한다.

또한 수표관리를 규범화할 필요가 있다. 소비자의 합법적인 권익보호를 유도하고 납세행위를 규범하기 위해 세무기관은 대형마트가 수표발생을 거절하거나 허위로 수표를 발급하는 불법행위를 근절하기 위해, 그 어떠한 조직 및 개인이라도 이를 제보할 권리가 있고, 제보자에 대해 후한 상금을 수여함으로써 불법행위자는 처벌하도록 규정을 강화해야 한다.

이와 함께 대형마트 재무관리를 강화하여 이원화한 세금징수방법을 채택해야 한다. 소도시의 경우 최저세율을 책정하여 세부담을 줄여주는 것도 하나의 방법이다. 그 이후 경영면적에 따라 과학적인 전자납부제도를 실행하여야 한다.

2. 사전관리감독의 필요성

첫째, 프랜차이즈사업의 행정인가기관의 직능 인정과 관련하여 중국 프랜차이즈사업 행정인가의 실시기관은 상무부 주관부문이 되어야 한다. 동시에 중국은 영토가 광범위하고 프랜차이즈사업을 준비하고 있는 예비창업자가 대단히 많기 때문에 프랜차이즈사업 행정인가제도가 인가권이 상무부에만 집중되어 있는 것은 효과적이라고 보기는 어렵다. 반면 현재의 이원화한 신청제도를 참고하여 인가부문을 상무부 및 성급 상무부로 확정해야 한다. 즉 성, 자치구, 직할시 범위 내에서 가맹사업활동에 종사하는 기관으로서 사전에 가맹본부 소재지 성급 상무부에 신청해야 하며, 인가를 거친 이후에야 비로소 신청범위 내에서 프랜차이즈사업활동에 종사할 수 있다. 脫성, 자치구, 직할시 범위에서 프랜차이즈사업활동에 종사하는 경우는 사전에 상무부에 신청을 해야 하며, 인가를 거친 이후에 신청범위 내에서 프랜차이즈사업활동에 종사할 수 있다. 상무부는 성급 상무부문에 위탁하여 脫성급 프랜차이즈사업의 인가를 진행하게 된다.

둘째, 신청과 심사이다. 신청인이 교부해야만 하는 자료는 현재 보고의 필요에 의해 교부된 자료와 일치해야만 한다. 즉 신청인이 상무부 주관부문에 신청을 제출하면 규정에 부합하는 신청서를 교부해야만 함과 동시에 아래 문서 및 자료를 교부해야 한다. 영업허가증 복사본 혹은 기업등기증서 복사본; 프랜차이즈사업계약서 견본; 프랜차이즈사업 업무지침수첩; 시장계획서; ‘1년 2점포’ 규정에 부합하는 서면승낙 및 관련증빙자료 확인; 국무원 상무부 주관부문이 규정한 기타문서 및 자료; 프랜차이즈사업제품 혹은 서비스가 법에 따라 인가 당사자를 거쳐 경영을 해야만 하는 경우 가맹본부는 관련 인가문서를 교부해야만 한다. 말레이시아는 프랜차이즈사업등기에 대해 실질심사를 실시하고 있는데 구체적인 상황이 전개되었을 때 구체적으로 분석할 수가 있으며, 최대한도의 모든 프랜차이즈사업 활동능력을 전개한 신청인이 단지 하나의 기준 만으로 정부에 의해 프랜차이즈사업시장을 거절당한 것 외에도 그 타당성이 존재한다. 우리는 실질심사가 상당히 많은 시간을 낭비

할 것이라는 점을 주목해야 하며 그것이 신청인업무가 제때 전개되지 못하도록 만든다는 것 또한 감안을 하여야 한다. 이에 대해 중국은 현재 가맹본부의 자격제도가 시장진입에 대해 매우 엄격한 요구를 제기하였다고 보고 있다. 신청인은 문서를 건네고 이미 가맹본부 자격제도의 요구에 부합하였다는 점을 증명하기만 하면, 또 신청인이 기본적으로 프랜차이즈사업능력을 구비하였고 적절히 능력을 전개하였다는 점이 증명되면 된다. 이 때문에 프랜차이즈사업활동 신청에 종사하는 심사활동형식에 대하여 심사를 하면 족하며, 심사기한 및 인가를 부여하지 않는 규제는 행정인가법의 관련규정을 적용한다.

셋째, 인가를 거치지 않거나 심사 이후에도 인가를 하지 않고 가맹사업거래활동에 종사하는 경우의 처벌문제가 있다. 현행법률은 가맹본부 자격제도 위반에 대한 처벌에 대해 단지 「프랜차이즈사업관리조례」 제24조만을 규정하고 있다. 그 내용은 가맹본부가 1년 2점포 조건을 구비하지 않고 프랜차이즈사업활동에 종사하는 경우 상무부 주관부문이 개정을 명령하고 불법소득을 몰수하며 10만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금에 처하며 이를 공고한다는 것이다. 동 조문 규정을 위반한 법적 효과는 아주 경미한 수준이다. 한편으로 가맹본부가 1년 2점포 요건을 구비하지 않고 프랜차이즈사업활동에 종사하는 상황은 절대적으로 금지되어야만 한다. 따라서 개정명령이라는 처벌형식은 불법경영활동의 정지명령으로 변경되어야만 한다. 불법경영활동의 정지명령이라 함은 상무부 주관부문이 명령을 내려 한정된 기한 내에 불법 프랜차이즈사업활동을 정지하도록 하는 것을 말하며, 여기에 감독을 더하는 처벌형식이다. 1년 기준 2 점포라는 것은 가맹본부가 경영활동에 종사하는 최저요구로서 만약 이 조건을 구비하지 않는다면 가맹본부는 프랜차이즈사업업무를 전개하면 안되며, 상무부 주관부문은 명령을 내려 즉각 불법경영활동을 정지해야 한다. 한편 공고에 있어서 단지 불법행위인의 명칭을 기업명칭으로 하여 공개 고지를 하게 되며, 현존하는 수많은 기업이 법을 위반한 이후에 자연인주주가 자산이전을 채택하는 것을 고려하고, 기업을 등록하

는 방식으로 채무를 회피하며, 일련의 시간이 지난 이후 이 자연인은 다시 새로이 다른 명칭의 기업으로 새로이 등록을 함으로써 재차 프랜차이즈사업 시장에 진입하는 현상이 존재하게 된다.³⁸⁾ 공고의 내용은 적절한 수준에서 확대가 되어야 하며, 자연인 주주의 성명 등 기본정보를 공개해야 한다. 이 때문에 아래와 같이 법개정이 될 필요가 있다. 즉 ‘인가를 거치지 않은 혹은 인가 이후 기준을 하지 않고 여전히 가맹사업경영활동에 종사하는 경우, 상무부 주관부문은 불법경영활동 정지를 명령하며, 불법소득을 몰수하고 10만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금에 처한다. 또한 범위반자의 명칭과 자연인주주의 성명 등 기본정보를 공고한다.’로 개정되는 것이 바람직하다.

3. 사후관리감독

인가제도의 설립과 집행은 현재의 시장환경을 최대한도로 정화시킬 수 있고, 그럼으로써 프랜차이즈사업시장에 진입하는 가맹본부로 하여금 프랜차이즈사업을 전개하는 기본조건에 부합하도록 해야 한다. 따라서 중국정부인가를 거쳐 시장에 진입하는 가맹본부는 원칙상 기본적인 계약차지원칙에 따라 가맹업자와 거래를 진행하고 행정권력의 간섭을 받지 않을 수 있다. 이때 정부의 감독관리업무는 주로 적절한 정보공개제도를 설립하고 가맹본부와 가맹업자와의 정보비대칭문제를 해소해야 한다. 가맹본부의 불법행위에 대한 처벌, 기타 관련제도의 설립 등이 그것이다. 구체적인 내용은 아래와 같다.

첫째, 안전보고이다. 중국의 현행 법률은 가맹본부에 대해 정기보고요구를 제출하도록 하고 있고, 가맹본부는 반드시 매년 제1분기에 상위년도 가맹계약체결의 상황을 상무부 주관부문에 반드시 보고해야 한다.³⁹⁾ 한편 「商业特许经营办法」 제7조 규정에 따르면 가맹본부의 보고정보가 변경되는 경우 변경한 날로부터 30일 내에 보고기관에 변경신청을 해야 한다. 현재의 두 조문은 그대로 유지를 하되, 이외에 반드시 중국의 현행 프랜차이즈사업시장에

38) 朱 閣, 앞의 논문, 32页.

39) 「프랜차이즈사업관리조례」 제19조.

서 허위광고를 배척하는 현실을 고려하여, 프랜차이즈사업광고 반포의 사전 보고규정을 더 상세하게 대폭적으로 강화해야 한다. 즉 “그 어떠한 자가 등재, 반포 혹은 광고판매 사용 및 프랜차이즈사업권 구매를 희망한다면, 최소한 최초로 등재, 반포 및 해당광고를 사용하기 5일 전에 광고원본 한부를 상무부 주관부문에 보고를 해야 하고, 상무부 주관부문은 허위 및 사기, 오도 혹은 사기성 광고 반포로 간주되는 것을 모두 금지할 수 있다.”는 규정이 법개정시 반드시 포함되어야 한다.

둘째, 정보공개제도의 개선이다. 이것은 정부강제력을 보장수단으로 하여 가맹본부가 가맹업자에게 투자결정을 할 때 필요한 정보를 제공하도록 요구하는 것으로 프랜차이즈사업시장에서 정보비대칭이 시장실패를 초래하는 문제를 해결하는 방법이 된다. 따라서 이러한 시장실패를 제거하는 것은 정보공개제도확립과 개선의 출발점이자 귀결인 것이다. 이와 관련하여 가맹본부가 정보공개서 제공방법을 분명히 하는 것도 하나의 방법이 된다. 가맹본부가 전자우편으로 정보공개서를 제공하는 경우 전자우편의 발송도달시간의 확인이 가능한 자동수신 사실 통보장치를 갖춘 컴퓨터 등을 이용해야 한다. 그러나 이러한 컴퓨터 등의 범위가 불명확하여 가맹본부가 법 위반의 가능성 때문에 전자우편을 통한 정보공개서 제공을 기피하고 있기 때문에 전자우편의 방법을 발송도달시간의 확인이 객관적으로 가능한 방법으로 명확화하고 공인전자주소 등 구체적 예를 규정하는 것이 바람직하다.⁴⁰⁾

1) 공개문서형식 확대요구

정보공개제도의 목적은 프랜차이즈사업시장에서 정보비대칭을 시정하고 가맹업자의 이익을 보호하기 위한 것으로, 가맹본부로 하여금 투자 이전에 정책결정에 필요한 정보를 획득하였는지의 여부를 결정하도록 함으로써, 프랜차이즈사업업무를 진행하는 미래의 위험과 예상수익을 예측하고 판단하는

40) 공정거래위원회, “달라진 거래환경에 따른 하도급‘가맹’ 유통분야 제도 정비 -하도급법상 원사업자의 범위 조정, 법 위반 사건의 처분기간 제한 등-”, 「공정거래위원회」, 2014년 9월 30일, 6면.

것을 말한다. 편제가 정리되지 않았거나 전문용어가 결여된 정보문서는 미래 가맹업자의 이해에 상당한 어려움을 조성할 뿐만 아니라, 또한 주관부문과 미래 가맹업자가 공개문서내용의 진실성, 정확성 및 완전성 여부 조사에 대해 상당히 큰 장애를 초래하고, 미래 가맹업자가 충분히 투자위험을 이해하도록 하는 데에 어려움을 가져옴과 동시에 정보공개 의무인이 공개요구를 회피하도록 함으로써 정보공개제도 전반에 걸쳐 불공정한 의도를 제공할 가능성이 더욱 높아지게 된다.

이 때문에 공개문서는 그 내용에 있어서 가맹업자 정책결정의 필요를 만족해야 할 뿐만 아니라, 형식에서도 또한 가맹업자의 열람과 이해에 유익해야만 비로소 입법목적에 도달할 수 있다. 공개문서의 법적 형식에 대해서는 최소한 아래 두 가지 요구가 제기되어야만 한다. 우선 정보공개방법을 ‘통속적인 언어사용’을 하나의 중요한 공개원칙으로 하고, 공개문서 내에서 사용하는 언어는 반드시 이해가 용이하도록 분명히 요구해야 하며, 구체적 기준을 대폭적으로 제정해야만 한다.⁴¹⁾ 다음으로 통일적인 표준정보공개 격식견본을 정보공개방법 뒤에 첨부하고, 동시에 주관부문 인터넷 홈페이지에서 견본으로 제시된 전자문서를 제공하여 가맹본부가 보다 용이하게 다운로드 받을 수 있도록 해야 하며, 샘플은 반드시 합리적인 편제를 거친 정식규격으로 모든 정보공개내용을 포함해야 한다.⁴²⁾ 또한 규격형식이 통일된 정보공개 문서이어야만 한다. 이것은 공개사항인 순서의 확정, 내용의 완전성을 보다 공고히 하여 미래 가맹업자가 열람하거나 조사하는 데에 보다 유리한 환경을 조성해주고, 정보공개효율을 대폭 향상시키는 장점이 있다. 동시에 중국의 미래 가맹업자의 투자의지가 부실하고 가맹본부의 신의성실이 부족한 상황을 감안하여 미국 FTC법규의 규격형식을 모방함으로써 견본의 일부내용에 정보경계를 더 확대해야 하며, 미래 가맹업자가 주의해야 할 사항을 제시하여 중요한 내용이 누락되는 것을 회피해야 하고, 또한 이러한 방법을 통해서 가맹본부에게 제시 및 보고를 진행해야 한다.⁴³⁾

41) 朱 閣, 앞의 논문, 38頁.

42) 朱 閣, 앞의 논문, 38頁.

2) 법개정을 통한 상세한 규칙의 확대

우선 정보공개 의무주체에 대해 더 상세하게 규정되어야 한다.⁴⁴⁾ 광범위한 중국의 각 지역별 프랜차이즈사업 정보공개의 충돌과 자본해석을 감소시키기 위한 것이며, 동시에 실무과정에서 주도적인 감독목적을 갖고 있기 때문에 우리는 최대한 빨리 각 지역별 프랜차이즈사업자와 가맹본부간의 공개내용과 책임의 분담문제에 있어서 구체적이고도 통일적인 해석을 진행해야 한다. 이외에 프랜차이즈사업 중개업자의 역할이 날로 중요해지고 있는데 중개를 전문으로 하는 프랜차이즈사업 중개인은 가맹본부와 가맹업자간의 교량 역할을 담당하게 된다. 거래과정에서 프랜차이즈사업 중개인은 가맹본부에게 제공하는 정보를 미래 가맹업자에게 제공 및 설명을 하게 되고, 미래 가맹업자는 프랜차이즈사업 중개인 정보에 대한 의존도가 더 커지게 된다. 이때문에 프랜차이즈사업 중개인은 가맹본부 정보의 진실성과 완전성을 조사할 의무가 있으며, 이에 대해 미래 가맹업자에 대해 책임을 부담해야 한다.

다음으로 가맹본부의 정보공개 시간이 전제가 되어야 한다.⁴⁵⁾ 현재 가맹본부가 투자자의 보증금을 빼돌리는 사건이 빈번히 발생하고 있는데 중국은 정보공개의 시간을 현재의 ‘프랜차이즈사업계약을 체결하는 날 이전에 최소한 30일’이라는 규정을 ‘가맹본부는 반드시 아래 매우 이른 시일에 공개문서를 미래 가맹업자에게 교부해야만 한다. 첫째, 프랜차이즈사업계약을 체결한 날보다 최소한 30일 전이어야 한다. 둘째, 만약 가맹본부가 가맹업자에게 계약체결 이전에 비용을 지불하도록 요구한다면 쌍방은 비용을 지불하는 날을 약정한다.’는 규정으로 개정해야 한다. 이러한 규정은 미래 가맹업자로 하여금 일정한 금액의 가맹비용과 보증금 등 각종 명목의 비용을 납부하기 전에 효과적인 정보를 획득하도록 함으로써 단기투자를 목적으로 하는 투기꾼은 정상적인 경영을 목적으로 하는 그룹에서 탈퇴하도록 하고 있다. 이것은 프랜차이즈사업과정에서 발생하는 피해가능성을 감소시키게 되며, 가맹업자의

43) 朱 閣, 앞의 논문. 38頁.

44) 朱 閣, 앞의 논문. 38頁.

45) 朱 閣, 앞의 논문. 38頁.

이익을 전면적으로 보호하게 된다. 셋째, 가맹본부 관리인원의 정보를 대폭적으로 공개해야 한다. 중국 「회사법」 관련 조직인원 규정에 의하면 가맹본부 정보공개에서는 이사와 감사, 사외이사 및 재정관리책임자, 이사회비서 등 고위관리인원의 기본상황을 대폭적으로 확대하여야 한다.⁴⁶⁾ 중국 「합명회사법」의 합명인에 대한 규정에 근거하여 합명회사의 가맹본부 정보공개에서는 반드시 소유권과 경영권을 구비한 보통합명인의 기본상황을 더욱 확대해야 한다. 이렇게 되면 미래 가맹업자가 전면적으로 기업 경영능력과 관리능력에 대해 보다 용이하게 평가를 진행할 수 있게 된다. 또한 연도별 소송기록을 공개한 연한과 범위를 제한해야 한다. 프랜차이즈사업정보공개제도 설립의 주요목적은 미래 가맹업자에게 정보를 제공하기 위한 것인데, 프랜차이즈사업업무에 대한 정보가 너무 많다면 일부정보는 이에 대해 결정하는 것이 어떠한 의의도 없으며 오히려 공개효율을 저해하게 되고 거래가 무익하게 될 것이다. 공개된 정보는 충분조건 외에 필요조건을 만족시켜야만 한다. 필요조건은 제공한 정보가 반드시 거래위험 통제에 필수적인 정보로서 미래 가맹업자가 해당정보를 빌려 정확한 판단과 예측을 내리면 족하고 다른 연관성이 크지 않은 정보는 폐기해야만 한다. 상식적으로는 아래와 같이 규정할 수 있다. 먼저 분명하게 소송사의 연한을 규정해야 한다. 형사소송, 민사소송 혹은 중재, 행정처벌 등을 기록한 공개연한은 통일적으로 5년으로 규정해야만 한다. 소송이나 처벌사유를 한정하는 것에는 그 어떠한 기록에 대해 공개를 할 필요가 없다. 중대한 형사범죄기록을 모두 공개해야만 하는 것 외에는 민사소송이나 중재, 행정처벌 등 기록의 공개범위는 프랜차이즈사업과 관련된 것에 한정해야만 한다. 고위관리인에 관련된 개인소송은 신의성실과 경영능력 등에서의 사례, 즉 허위진술, 수뢰, 재산침해, 재산남용, 안전책임사고 등과 관련된다. 소송사에 대한 공개는 프랜차이즈사업과 관련된 미결사건을 포함해야만 하며, 법원이 사건을 수리한 시간을 공개기점으로 해야 한다. 고위관리인원이 일찍이 소속되었던 기업의 파산기록에 대한 공개도 중

46) 朱 閣, 앞의 논문, 39页.

가되어야 한다.⁴⁷⁾ 관리인원은 가맹본부 내에 고위관리인원과 합명회사 가맹본부의 보통합명인을 포함한다. 관리인원이 일찍이 속했던 기업의 파산기록은 일정한 가맹본부를 반영한 경영능력과 프랜차이즈사업체계의 위험을 반영하게 된다. 이와 함께 관련 가맹업자의 정보공개 또한 확대해야 한다. 「프랜차이즈사업정보공개 시범법」에서는 다음과 같이 규정하고 있다. 가맹본부는 가맹업자 경영지점에서 가장 근접한 가맹업자의 명칭과 경영지점 및 사무실전화를 공개해야만 한다. 동시에 가맹계약체결 이전의 3년 내 이미 가맹계약연맹에서 탈퇴한 가맹업자의 정보를 공개해야 하며 상술한 가맹업자가 프랜차이즈사업체계에서 퇴출한 원인을 설명해야 한다. 또 프랜차이즈사업의 관련 주요사항 또한 공개가 확대되어야 한다. 가맹본부의 용자, 입지선정, 고객범위의 보호 및 제한, 프랜차이즈사업협회의 종지, 계약연장 및 양도, 분쟁해결 등 프랜차이즈사업에 대해 중요한 영향을 구비한 사항의 정보 공개를 확대해야 한다. 만약 가맹계약 내에 이러한 사항들이 이미 규정되어 있다면 공개문서에서 관련 계약조항을 다시 인용할 필요가 없다는 점을 제시할 수 있다. 동시에 공개문서에는 프랜차이즈사업정보공개법률을 침부하는 것이 적절하며 그럼으로써 가맹업자가 가맹본부의 공개책임과 자신의 권리의무를 더 용이하게 이해하도록 해야 한다.

셋째, 프랜차이즈사업정보공개제도 위반시 책임이 강화되어야 한다. 불법자의 불법자본을 증가해야만 한다. 즉 정보공개제도 위반행위에 대해 가중책임으로 처벌해야 한다. 먼저 책임추궁의 주체가 확대되어야 한다.⁴⁸⁾ 만약 가맹본부가 프랜차이즈사업정보공개의무를 위반하여 허위진술을 하는 경우 가맹본부의 책임추궁 외에 또 가맹본부의 자연인주주와 허위진술에 대해 책임을 부담하는 가맹본부 관리인원 및 직원, 회계사사무소, 변호사사무소, 자산평가기관 등 중개기구 및 직원의 책임을 추궁해야만 한다. 또한 정보공개를 하지 않거나 제때 정보공개를 하지 않은 정황이 엄중한 행위는 형사책임을

47) 朱 閣, 앞의 논문, 39頁.

48) 朱 閣, 앞의 논문, 40頁.

추궁한다. 여러 차례 고의로 「정보공개관리방법」을 위반하여 정보공개의무를 이행하지 않은 가맹본부는 처벌, 행정인가 취소 외에 동시에 책임자의 형사 책임을 추궁하도록 하고 있다. 행정인가 취소 이후에도 여전히 프랜차이즈사업활동에 종사하고 있는 가맹본부에 대한 책임자는 직접 형사책임을 추궁하도록 규정하였다. 이와 함께 가맹본부 및 자연인주주에 대한 시장퇴출처벌 또한 증가할 것이다. 프랜차이즈사업정보공개의무를 엄중히 위반한 가맹본부는 영업허가증을 말소해야만 하며 지속적인 프랜차이즈사업종사를 금지해야 한다. 상술한 가맹본부의 자연인주주에 대해서는 일정기한 혹은 영구적인 시장진입금지처벌을 부과해야 하며, 프랜차이즈사업역역에서의 투자나 관리직능 담당 또한 금지해야 한다.

넷째, 제3자 중개제도 개선이 요구된다. 중국의 현행제도설계에는 제3자 중개제도가 원칙적으로만 규정되어 있다. 즉 「프랜차이즈사업관리조례」 제22조 9항은 가맹본부가 회계사사무소의 감사를 거친 재무회계보고 요약본과 감사보고요약본을 공개하도록 요구한다. 또 회계사사무소를 재무정보공개에 제3자가 중개하도록 하고 있으며, 재무정보를 기업경영의 중대한 정보로 하여 회계사사무소의 개입은 매우 큰 부분에 있어서 동 정보의 정확성과 중립성을 보증함으로써 공개효과를 증가하도록 해야 한다. 재무정보를 제외하고 기타 중요한 정보는 제3자 중개기관의 협조를 통한 공개가 있어야 한다. 앞으로 더욱 더 개선된 제3자 중개제도를 확립하여야 하는데 우선 재무감사제도를 완벽히 하여야 한다.⁴⁹⁾ 반드시 엄격하게 외부의 독립된 감사원을 통해 모든 재무정보를 감사하도록 해야 하며, 정부는 더 상세한 규정을 제정하여 감사사항, 감사지표 및 어느 상황 하에서 가맹본부에 대한 직영점과 계열사에 대한 감사를 진행할 필요가 있는지 분명히 하여야 하며, 또한 회계사사무소의 허위공개 혹은 불완전한 정보노출에 따른 법적 책임을 분명히 하여야 한다. 다음으로 변호사 심사와 공증제도를 더 확대하여야 한다.⁵⁰⁾ 한편

49) 朱 閣, 앞의 논문, 41頁.

50) 朱 閣, 앞의 논문, 41頁.

2014년 한국 공정거래위원회의의 기업부담 완화 차원의 하도급분쟁 조정협의회 설치 의무 폐지규정 또한 검토해 볼 필요가 있다. 즉 하도급법상 일정한 사업자단체는 하도급 분쟁 조정협의회를 의무적으로 설치하도록 하고 있으나 협의회의 설치가 불필요하거나 협의회 운영이 어려운 단체도 의무적으로 협의회를 설치하도록 하고 있어 과도한 부담을 초래하고 있다는 문제가 있다. 따라서 협의회를 설치하고 싶지 않은 사업자단체는 설치하지 않는 대신 협의회 설치를 원하는 사업자단체는 공정위의 승인을 받아 자율적으로 설치하도록 변경하는 것이 바람직하다.⁵¹⁾ 그러나 협의회 조정에 확정판결과 동일한 효력을 가지는 재판상 화해와 같은 효력을 인정하려면 협의회 조정의 신뢰성이 인정되어야 하고, 이 점을 고려한다면 협의회 위원의 위촉에는 공정성과 전문성, 중립성의 확보가 매우 중요하며, 위원의 직무상 독립성도 보장되어야 한다. 바꾸어 말하면 협의회의 위원으로 고위공무원이나 퇴직공무원 등을 임명 또는 위촉해서는 아니될 것이고, 위원의 자격요건을 강화하여 관련 전공의 대학교수와 법조인 등 자격이 있는 자로 제한하여야 하며, 협의회 위원을 공정거래위원장이 자의적으로 임명하거나 위촉하도록 해서도 아니 된다.⁵²⁾ 프랜차이즈사업협의의 체결과 이행은 중국 프랜차이즈사업법률을 준수해야 하며, 또한 계약법과 지재권법, 회사법, 합명회사법에 내재된 법률의 요구에 부합해야 한다. 변호사사무소와 공증기관 등 전문기관의 개입은 거래위험을 낮추고 공개효율을 향상시킬 수 있어서 제도운용 목적을 달성할 수 있다. 정보공개제도는 변호사사무소와 공증기관에 포함되어야만 하며, 거래금액이 일정기준에 도달할 때, 가맹본부는 반드시 고용한 변호사사무소의 공개문서의 진실성과 정확성, 완전성에 대하여 변호사의 직업윤리에 입각한 법률의견서를 제출하도록 하고, 동시에 공증기관에 중요한 정보와 행위

51) 공정거래위원회, “달라진 거래환경에 따른 하도급‘가맹’ 유통분야 제도 정비 -하도급법상 원사업자의 범위 조정, 법 위반 사건의 처분기간 제한 등”, 「공정거래위원회」, 2014년 9월 30일, 12면.

52) 김상식·김유정, “가맹사업거래분쟁의 실효적 해결방안”, 「법과 정책」 제21권 2호, 제주대학교 법과대학연구소, 2015, 16면.

에 대해 의견을 제기한 공증서를 제공해야 한다는 것을 명문화해야 한다.⁵³⁾

이와 함께 프랜차이즈사업역의 신용제도를 보다 공고히 하여야 한다. 최대한 이른 시일 내에 중국 전역을 대상으로 한 통일된 가맹본부 및 자연인 주주의 신용정보데이터와 정보공개체제를 구축해야만 하며, 만약 가맹본부의 프랜차이즈사업활동 중사시 불법행위가 존재하였다면 제때 법에 따라 공개해야 하며, 동시에 자연인주주의 기본상황을 공개함으로써 불법기업에 대한 사회여론의 압력이 형성되고 불법행위를 단행한 가맹본부의 명예를 회복하며, 자연인주주가 기업을 이용하여 프랜차이즈사업사기를 취하는 행위를 두절해야만 한다. 관련 데이터베이스는 일정시간 이용한 이후 독립적인 전문기관이 가맹본부의 거래수량과 불법기록에 근거하여 통일된 기준에 따라 정해진 기간의 신용평가등급을 정해야 하며, 평가등급정보는 정보공개체계를 거쳐 중국 전역에 공개해야 한다. 기타 행정기관 및 은행, 미래 가맹업자가 조사 및 열람하도록 제공되어야 함은 물론이다. 이외에 정부 각 관련부문은 가맹본부 신용정보의 공유를 실현해야만 하며, 부처간 유기적인 연동체제를 수립하고 일정한 신용등급보다 낮은 기업을 중점감독범위에 포함하여 정기적으로 혹은 부정기적으로 감사를 진행하여야 한다. 정부는 제정한 관련법률 법규 및 모종의 상업조직 내부의 행정규장제도를 인용하여 가맹본부의 신용평가상황을 거래 및 대부, 융자 등의 행위 혹은 자격의 참고기준으로 삼고, 일정한 신용등급보다 낮은 가맹본부의 관련경제활동의 전개를 제한하거나 금지해야 한다.

종합해보면 프랜차이즈사업활동은 중국의 경제에 따라 신속한 법제도적인 확립 및 발전이 구현되어 왔다. 향후 중국정부가 감독을 하는 법률제도는 전면적인 감독이라는 정부기능을 실현함으로써 프랜차이즈사업시장질서를 보다 완벽히 보호하여야 한다.

53) 朱 閣, 앞의 논문, 41頁.

VI. 결 론

중국에서 세계최대인구를 상대로 한 요식업은 자체적으로 발전할 수밖에 없는 천혜의 요건을 갖추고 있다. 본 페이지는 요식업을 중심으로 한 프랜차이즈사업을 통해 중국 내에서 경영활동을 전개하는 과정에서 중국정부의 감독관리가 어떻게 개선되어야 하는가에 대해 고찰을 진행해보았다. 다국적 글로벌 프랜차이즈사업업체가 중국에 진출하고 있는 상황 하에서 법제도적인 개선이 더욱 요구된다.

우선 미국의 사례를 참조하여 가맹본부의 정보공개요건을 확대할 필요가 있다. 가맹업자로부터 취득한 비용이 실질적으로 가맹업자의 권리에 영향을 주었기 때문에 가맹본부에게 정보공개를 요구하는 것은 가맹업자 이익에 더욱 유리하며 가맹본부가 관련 프랜차이즈사업협의를 체결하지 않는 방식을 통해 법정 정보공개의무를 회피하는 것을 방지하는 데에도 유리하다. 그럼으로써 더 효과적으로 가맹업자의 이익을 보호할 수 있다.

법인에 대한 범죄 중 직접책임자에 대해서는 형사처벌에 처하며, 실질적으로는 그들로 하여금 연대책임을 부담하도록 해야 한다. 두 벌칙은 대리벌금제도와 직접처벌제의 단점을 극복하였는데, 즉 처벌기관의 직접책임자는 기관범죄의 전면적인 형법의 부정적 평가를 반영할 수 있고, 법인범죄의 실질적인 상황에 부합할 수 있는 것으로 기관범죄 억제에 유리하며 법인범죄 형벌목적의 실현에도 유리하다.

가맹본부의 사용자책임에 대해서는 오히려 가맹업자가 종종 법을 위반하는 정형에 대해 '가맹업자는 소비자에게, 가맹업자가 제3자에게, 가맹업자가 직원에게 가맹본부와 가맹업자간의 사용자통제권에 근거하여 가맹본부는 사용자책임을 부담해야만 한다.'고 규정하는 것이 타당하다. 동시에 가맹본부가 사용자책임을 부담하는 요건을 엄격히 제한함으로써 가맹본부의 책임을 회피하고 프랜차이즈사업체계의 발전을 저해하는 것을 방지해야 한다.

대형마트 및 백화점의 입지와 관련해서는 출퇴근시간에 유동인구가 많은 점을 감안하여 입지가격이 다소 높더라도 안쪽으로 들어간 골목길보다는 도심 중앙 대로변에 백화점이 위치하는 것이 매출확대에는 더욱 유리하다. 프리미엄을 활용한 고가전략 또한 지속적으로 추진되어야 한다.

〈참고문헌〉

- 장한별' 이상윤, “영국 프랜차이즈 사업환경과 진출 전략에 관한 연구”, 「프랜차이즈경영연구」, 제3권 2호, 2013년 5월
- 한도율, “일본판례로 본 편의점 프랜차이즈의 문제”, 「강원법학」 제37권
- 공정거래위원회, “달라진 거래환경에 따른 하도급’ 가맹’ 유통분야 제도 정비 - 하도급법상 원사업자의 범위 조정, 법 위반 사건의 처분기간 제한 등”, 「공정거래위원회」, 2014년 9월 30일
- 김상식·김유정, “가맹사업거래분쟁의 실효적 해결방안”, 「법과 정책」 제21권 2호, 제주대학교 법과대학연구소, 2015
- 최완진, “대형마트 영업제한의 위법성여부-서울고등법원 2014.12.12. 선고 2013누 20194판결을 중심으로”, 「유통법연구」, 2015년 vol 2
- 김해룡, “대형마트 영업시간 제한 조례와 관련된 법적 문제”, 「자치행정」 통권 294호, 2012.9
- 최병규, “유통산업발전과 독일법제 및 한국 현재 결정례 평석”, 「유통법연구」 제2권 제1호, 2015
- 朱 阁, “完善我国商业特许经营中政府监管法律制度的研究”, 首都经济贸易学博士学位论文, 2010
- 马秀红, “商业特许经营管理制度理解与适用”, 中国商务出版社, 2008年6月
- 马乃东, “中美特许经营法律之比较研究及对当代中国的启示”, 华东政法大学, 社会科学1期, 2011年
- 陈兴良, “单位犯罪: 以规范为视角的分析”, 河南省政法干部管理学院学报, 2003年01期

王巧英, “中国百货业发展面临的问题分析及建议”, 中国商贸, 2013年6月

张向妮, “北京市超市市场绿色营销策略组合方案设计”, 东方企业文化’ 天下智慧,
2011年9月

陈 澄, “超市市场税收征管的难点及对策分析”, 北方经济, 2009年 第2期

주제어 : 중국정부의 감독관리, 사전감독, 사후규제, 프랜차이즈
감독관리 개선방안, 프랜차이즈사업 사용자관리제도

접 수 일 : 2016년 5월 31일

수 정 일 : 2016년 6월 22일

게재확정일 : 2016년 6월 23일

〈Abstract〉

The government's supervise institute in the Chinese franchise management and improvement plan

Kim, Jongwoo

The current franchise market in China is still not optimistic, mainly reflected in: the immaturity of the principal; The relationship between the main bodies is unequal. The superficiality of commercial franchise. The serious fraud in market. Among the multiple reasons for these problems, this article only focuses on those in legislation. The writer believes that China's current business franchise regulatory system has the following problems: China's commercial franchise franchisee qualification system and filing system is too weak; The defective information disclosure system. The administrative penalty in the form is single, and maneuverability is not strong; The imperfect supporting system. Our modern commercial franchising activities, accompanied by China's opening up, are a new kind of business activities. In order to make it develop in a healthy and orderly way, we need to improve our regulation system on commercial franchising activities through learning from other countries. This paper introduces two typical regulation systems representing Japan and Malaysia. Through franchising market sort out the status quo, to our existing system of government regulation of reflection and foreign government regulatory system of reference, the author proposes commercial franchising activities in China for "full supervision" of ideas and perspectives. At present, China government franchise regulation is ex. post regulation the scope of its regulatory effects as well as the

effectiveness of inadequate and weak. I believe that at this stage of China's existing laws and regulations should be based on the specifications for new situations and new problems, improve their business franchise in government regulation of China's legal system, and gradually achieve the "full supervision" of government functions in order to protect commercial franchising market order, in order to promote their health and orderly development.

Key Words : The Government's supervise institute, The posting regulations, Post management, Proactive management, Franchising management improvement plan