# "광고비 떠넘기기 등 갑질 그만" 가맹사업법 실효성 촉각

에그드랍 광고비 갑질 논란 등에 광고·판촉시 점주 동의 필요한 '가맹사업법' 개정안 국회 통과

일각선 경쟁력 저하 등 목소리 시장서 불매 등으로 해소 의견도

'가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(가맹사업법)' 개정안이 국회를 통과된 가운데 식품업계 갑질 및 해결방안에 대한 논란이 끊이지 않고 있다.

3일 관련업계에 가맹점사업자단체 신고제 및 협의개시 의무화, 광고·판촉 추진 시 본사와 가맹점 간 사전동의제 등이 담긴 가맹사업법 개정안이 지난달 29일 국회 본회의를 통과했다.

개정안에 따라 법 공포 후 6개월 이후 부터는 본사가 가맹점주의 비용 부담이 수반되는 광고 및 판촉행사를 하기 전 에 '일정 비율'이상 점주들의 사전 동 의를 얻어야 한다.

이러한 개정안 배경에는 본사와 가맹점 사이의 갑질 논란이 있다. 그동안 적잖은 가맹점주들이 본사로부터 광고비, 인테리어 공사비용 전가, 필수물품구매 등 이른바 '갑질'에 시달려왔다.

공정거래위원회가 '2020년 가맹분야



2013년 서울 중구 LW컨벤션에서 열린 '남양유업 대국민사과 기자회견'에 참석한 임원진이 갑질논란과 관련해 고개숙여 사과하고 있다. /뉴시스

실태조사 결과'에 따르면 지난해 가맹 점주 1만2000명 중 절반가량은 본사 갑 질에 불편을 호소했다. '가맹본부로부 터 불공정거래를 경험한 적이 있는가' 를 묻는 질문에 응답자 중 42.6%가 불 공정 거래를 경험한 적이 있다고 대답 했다

유형별로는 '광고비 등 비용을 부당하게 전가하는 행위'를 경험했다는 13.5%, 특정 상대방과의 거래 강제 13.3%, 우월한 지위를 이용해 불이익을 준 행위 11.9% 등이 있다. 가맹점의 갑질을 근절하려는 방안으로 96.1%의점주가 '광고·판촉행사 때 점주들의 사

전동의가 필요하다'고 답변했다.

그중 광고·판촉행사 때 점주들의 사전동의가제대로 이뤄지지 않아 문제가불거져 나온 곳이 '에그드랍'이다. 최근 에그드랍은 가맹점주들에게 기존에로열티로 가져가던 월 매출의 3%에 광고비 4%를 더해 총 7%를 가져가겠다고 통보했다. 이에 가맹점주들이 광고비 인상 명목으로 사실상 로열티를 올려받는 것이 아니냐며 반발하자 해당점주들을 상대로 부당한 가맹 해약이이어지는 등 본사의 '갑질'행위가 있었다며 에그드랍 가맹점주협의회는 공정위에 불공정행위 신고를 했다.

본사 측은 가맹계약서상 '광고 및 판촉활동 시 반드시 참여해야 한다'는 내용과 비용을 본사와 가맹점이 5대 5로 분담해야 한다는 내용을 기반으로 로열 티는 3%로 변동이 없고, 광고 판촉비를 4% 인상했다고 주장했다.

이 같은 사태 등을 미연에 방지하기 위해 공정위는 광고·판촉 사전 동의제 와 직영점 경험 의무화 등을 담은 가맹 사업법 개정안을 국회에 제출, 통과시 켰다.

일각에서는 가맹점주에 대한 본사의 '갑질'을 막겠다는 취지로 마련된 공정 거래위원회의 가맹사업법 개정안 내용 을 두고 어려움을 토로했다. 트렌드가 빨리 변하는 유통업계에서 매번 지점의 동의를 얻는 것은 경쟁력을 낮추고 경 영에 어려움을 준다는 입장이다. 경영 의 기본 활동인 광고·판촉에까지 건건 이 규제를 들이밀면 활동이 위축되고 일자리도 감수할 수밖에 없다는 것.

예를 들어 치킨 프랜차이즈 국내 1위 인 교촌치킨은 지난해 말 기준 전국 1269개의 가맹점을 두고 있는데, 교촌 이 전국적인 할인행사를 하려면 1269개 업체 중 일정 비율에 해당하는 지점에 의견을 물어봐야 한다. '일정비율'이 10%라면 126개 이상의 업체의 동의가 필요하다.

공정위 관계자는 "본사가 광고·판촉활동을 하더라도 대통령령으로 정하는 바에 따라 비용 분담에 대한 별도 약정 을 점주들과 체결한다면 사전동의를 구하지 않아도 된다"고 설명했다.

갑질 등 부당한 업계 관행은 시장에 맡겨놔도 충분히 해소될 수 있다는 지 적도 나온다. 실제로 2013년 이른바 '대 리점 갑질' 사태를 겪는 남양유업은 이 후 갖가지 끊이지 않는 논란으로 불매 운동을 겪었다. 지금까지 8년여간 주가 가 3분의 1 수준으로 떨어지고 시가총 액은 4600억원 가까이 감소한 것으로 나타났다.

최근환경·사회·지배구조(ESG) 투자 중요성이 커지는 가운데 본사와 가맹점 주 간의 갑질 논란이 발생하면 관련 회 사 ESG 등급이 추가 하락할 가능성도 점쳐진다.

남양유업의 경우 한국기업지배구조 원(KCGS)의 기업 ESG 등급 평가 결과 지난해 ESG 통합등급은 '보통' 수준인 B로 나타났다. B등급은 통상 '코스피 200 ESG' 등 거래소가 ESG 등급을 기 반으로 산출하는 ESG 지수 5종에서 제 외된다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

## 백화점은 '썸머 타임'… 에어컨 행사 풍성

롯데백화점, 내일부터 닷새간 행사 카드·할인·프로모션 등 혜택 다채 소형 가전제품 팝업스토어도 마련

롯데백화점은 오는 5일부터 에어컨 특가행사를 진행한다고 3일 밝혔다. 이 번 여름은 더위가 일찍 찾아와 에어컨 을 구매하는 시점이 빨라지고 수요 또 한 전년보다 늘어날 것으로 예상돼 예 년보다 행사를 10일 앞당겼다.

롯데백화점은 5일부터 9일까지 현대 카드와 제휴해 가전 행사를 진행한다. 롯데백화점 내 삼성전자, LG전자, 위 니아 매장에서 현대카드로 결제할 경우 정상가격 대비 13% 할인된 가격에 에 어컨 구매가 가능하다. 5만원 이상 결제 시 최대 12개월 무이자 혜택도 준비했다.

특히 롯데백화점은 이번 행사를 위해 인기 에어컨 모델인 '삼성 비스포크 무 풍갤러리 2 in1'을 사전 기획해 정상가 대비 25% 가량 할인된 가격에 선보인



롯데백화점 삼성 프리미엄 스토어 잠실점.

다. 1000대 물량이 확보돼 있어 구매 후

예약 대기 없이 원하는 날짜에 배송 받 을 수 있다.

잠실점은삼성전자 매장을 리뉴얼 오 픈해 다양한 비스포크 제품을 체험 후 구매할 수 있으며, 오픈 기념 프로모션 으로 에어컨 포함 다품목 구매시 최대 30% 할인 혜택을 제공한다.

더불어올여름도코로나19의영향으로 집콕, 홈캉스 트렌드가 이어질 것으

로 전망됨에 따라, 집에서 사용할 수 있는 다양한 여름용 소형 가전제품들을 팝업스토어를 통해 소개한다.

본점에서는 올여름에어컨 바람 아래 홈캉스를 즐기려는 고객들을 위해 8월 30일까지 시원한 음료와 맥주를 방안에서 간편하게 꺼내 마실 수 있고 화장품 등도 보관할 수 있는 미니 냉장고 '꼬모' 팝업스토어를 진행한다.

/신원선 기자 tree6834@

## 효도가전 구매하면 건강검진권 덤으로

이마트, 상품권·사은품 등 증정 전자랜드, 행사모델 구매시 검진권

가정의 달을 맞아 이마트와 전자랜드 는 대대적인 건강가전 프로모션 행사에 돌입한다.

먼저 이마트는 오는 12일까지 안마기, 안마의자, 척추의료기, 탈모치료기등을 저렴한 가격에 선보인다. 행사 기간 '세라젬 마스터 V4'를 375만원에 판매하며, 구매 고객에게 신세계상품권증정 등 추가 혜택을 제공한다.

또한 'LG 프라엘 메디헤어'는 199만 원에 선보여 사은품 증정 등 프로모션 을펼치고, '코지마혈압계', '코지마자 동전자혈압계'를 각각 20%씩 할인된 가격에 판매한다.

실제로 이마트가 지난해 5월부터 올 4월까지 최근 1년간 안마의자 매출을 분석한 결과, 세라젬 마스터 V4가 안마 의자 매출 1위를 기록한 것으로 나타났 다. 안마의자 매출 상위 10개 품목 중 3 개는 세라젬 제품이었다.

올 초부터 본격적인 판매를 시작한 L G 프라엘 메디헤어의 경우, 4월 기준 매출이 1월 대비 3배 이상 증가했다. 이외에도 올 1월부터 4월까지 이마트의혈압계, 혈당계, 비접촉체온계 등 매출은 전년 동기 대비 39.2% 신장했다.

전자랜드는 이달 31일까지 100만원 이상 안마의자를 전자랜드 삼성제휴카 드 또는 스페셜 롯데카드로 구매한 고 객에게 최대 36개월 장기 무이자 혜택 을 제공한다.

휴테크·오씸 안마의자 행사 모델을 삼성·신한·국민카드로 결제한 고객에 게는 구매 품목에 따라 최대 10만원의 추가 캐시백을 증정한다. 휴테크·오씸· 브람스 등 일부 안마의자 행사 모델을 구매 후 6월 7일까지 제품을 수령한 고 객에게는 5대암 종양 검사, 복부장기 초 음파 검사, 특수 초음파 검사 중 1가지 를 선택해 검진을 받을 수 있는 특수건 강 검진권을 사은품으로 제공한다.

홈트레이닝으로건강을관리하는고 객들을 위한 행사도 준비했다. 전자랜드 는 오는 5월 31일까지 삼성전자, LG전자 TV 행사 모델을 구매한 고객에게 전문 트레이너와 함께하는 홈 트레이닝 라이 브 PT 1개월권을 증정한다. /신원선기자

### "올 여름엔 '월간 아이스' 구독하세요"

롯데제과 월 1만4900원에 선보여

롯데제과가 과자 구독 서비스 '월간 과자'에 이어 아이스크림 구독 서비스 '월간 아이스(사진)'를 3일 선보였다.

'월간 아이스'는 한 달에 한 번 다양 한 종류의 아이스크림 제품을 받아 볼 수 있는 서비스다. 매월 다른 테마를 적 용, 그에 맞는 제품들과 신제품을 엄선 해 제품 구성을 달리한다. 이 구독 서비 스는 이용자의 호기심을 위해 구성 내 용은 제품을 받을 때까지 비공개로 진 행된다.

'월간 아이스'는 이달 12일까지 롯데 제과 공식 온라인 몰 '롯데스위트몰'을 통해 신청할 수 있다. 서비스 이용료는 월 1만4900원으로 매 월 자동결제 방식 으로 진행된다. 모집 정원은 선착순으



로 200명이며 제품은 매월 중순에 배송 된다. '월간 아이스' 론칭 기념으로 이 번에 서비스를 신청한 100명에게는 고 급 보냉백 1개를 증정한다. /조효정기자

#### SPC 쉐이크쉑

#### '치폴레 체다' 4종 출시

SPC그룹이 운영하는 '쉐이크쉑(Shake Shack)'이 본격적인 피크닉 시즌을 맞아 '치폴레 체다 시리즈 4종(사진)'을 출시하고 컬래버레이션 프로모션을 진행한다고 3일 밝혔다.

쉐이크쉑은 치폴레(훈제된 고추 또는 할라피뇨)와 체다 치즈로 특제 소스 2종(치폴레 쉑 소스, 치폴레 체다 치즈



소스)을 개발, 이를 활용해 총 4종의 제 품을 선보였다. '치 폴레 체다 버거'는 진한체다슬라이스 치즈를녹인패티와 함께 치폴레 쉑 소

스, 할라피뇨 튀김, 적양파 피클이 올라 간 버거로 치즈와 함께 바삭하고 매콤 한 할라피뇨 튀김의 맛과 식감이 조화 로운 버거다.