**공정거래 업무 규정**

**공정거래 업무 규정**

**제 1 장 총 칙**

**제1조 (목적)**

본 규정은 경쟁법령에 따라 공정한 거래 행위를 위한 기본적인 절차와 기준을 정함으로써 회사의 손실을 예방하는 한편, 회사의 대내외적 이미지 및 신뢰도를 향상, 유지하도록 하는데 그 목적이 있다.

**제2조 (적용범위)**

본 규정은 주식회사 이랜드리테일(이하 ‘회사’)의 모든 임직원과 모든 업무에서 경쟁법령의 준수를 위하여 적용한다.

**제3조 (용어의 정의)**

본 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

1. "경쟁법"은 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 대규모 유통업에서의 거래에 관한 법률, 약관의 규제에 관한 법률, 하도급거래 공정화에 관한 법률, 방문판매 등에 관한 법률, 표시ㆍ광고의 공정화에 관한 법률, 할부거래에 관한 법률, 전자 거래보호법률 등 경쟁의 촉진과 공정거래질서의 유지를 목적으로 제정되는 제반 법규를 말한다.

2. "경쟁당국"은 경쟁법의 집행을 담당하는 정부기관으로 공정거래위원회를 말한 다.

3. "납품업자"란 거래형태에 상관없이 회사가 판매할 상품을 회사에게 공급(회사 가 판매한 상품을 소비자에게 직접 공급하는 경우를 포함한다)하는 자를 말한다.

4. "매장임차인"이란 회사로부터 매장의 일부를 임차하여 소비자가 사용하는 상품 의 판매에 사용하고 그 대가를 회사에게 지급하는 형태의 거래를 하는 자를 말한 다(납품업자와 매장 임차인을 총칭하여 ‘납품업자 등’).

5. "직매입거래"란 회사가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품에 대한 판매책임을 부담하고 납품업자로부터 상품을 매입하는 형태의 거래를 말한다.

6. "특약매입거래"란 회사가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로 납품업자로부터 상품을 외상 매입하고 상품판매 후 일정률이나 일 정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래를 말한다.

7. "위ㆍ수탁거래"란 회사가 납품업자가 납품한 상품을 자기 명의로 판매하고 상 품판매 후 일정률이나 일정액의 수수료를 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래를 말한다.

8. "반품"이란 회사가 납품받은 상품을 되돌려 주거나 납품업자의 다른 상품과 바 꾸는 등 형식에 상관없이 납품받은 상품을 납품업자에게 실질적으로 되돌려 주는 모든 행위를 말한다.

9. "판매촉진행사"란 명칭이나 형식에 상관없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킬 목적으로 행하는 모든 행사 또는 활동을 말한다.

10. "판매장려금"이란 명칭에 상관없이 직매입거래에서 상품의 판매촉진을 위하 여 연간거래 기본계약에 명시된 조건에 따라 납품업자가 회사에게 지급하는 경제 적 이익을 말한다.

11. “경영정보”란 “납품업자 등”이 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건 이나, 다른 사업자의 매장에 들어가기 위한 입점조건 및 “납품업자 등”이나 “납 품업자 등”의 거래 상대방에 관한 정보를 포함한다.

12. 기초시설이란 영업을 위하여 필요한 최소한의 매장 구성 시설로써 기본 바닥, 기본 천정, 기본 조명, 기본 벽체 등을 의미한다.

13. “회사”란 이랜드리테일에서 관련 업무를 담당하고 있는 임직원을 의미한다.

**제 2 장 조직구조 및 업무분장**

**제1절 공정거래 준법지원인**

**제4조 (선임)**

공정거래 준법지원인은 회사의 공정거래팀장을 선임하는 것을 원칙으로 하고 대표이사가 임명한다.

**제5조 (권한)**

공정거래 준법지원인의 권한은 다음 각호와 같다.

1. 공정거래 실태에 대한 점검, 조사권

2. 경쟁법 위반 사항에 대한 개선, 시정요구권

3. 직무를 수행함에 있어서 필요한 자료 및 정보의 제출요구권

4. 경쟁법 위반 행위에 대한 감사 청구권 및 제재 조치 요구권

5. 공정거래 관련 업무의 기획, 예산 편성 및 집행

**제6조 (직무)**

공정거래 준법지원인은 경쟁법의 준수를 위하여 다음 각 호의 직무를 수행한다.

1. 공정거래 실태의 점검 및 조사 계획 수립

2. 공정거래 실태에 대한 전사적 점검 및 조사를 연 1회 이상 실시

3. 공정거래 위반 사항에 대한 감사 청구 및 징계 청구

4. 기타 경쟁법을 위반한 사항에 대한 개선 및 시정요구

5. 공정거래에 대한 임직원 교육

6. 공정거래 활동계획과 활동상황에 대한 보고

7. 경쟁당국 등과의 업무 협조 및 지원

8. 공정거래위원회의 각종 조사 대응업무 총괄

9. 경쟁당국의 심결 내용에 대한 이의신청 및 행정소송 업무 주관

10. 공정거래위원회의 업무동향 파악 및 보고

11. 경쟁법 변경사항 파악 및 정책동향 분석

12. 기타 공정거래 업무에 필요하다고 인정하는 사항

**제7조 (주관부서 및 회사의 지원)**

① 공정거래와 관련한 업무는 공정거래팀을 그 주관부서로 한다.

② 공정거래 준법지원인은 공정거래 실태의 점검 및 조사, 공정거래 실태 조사 대응시 필요한 경우 회사 내 필요한 인적, 물적 자원의 지원을 회사에 요청할 수 있으며 회사는 공정거래준법지원인의 요청을 적극적으로 수용한다.

**제2절 공정거래 관리자**

**제8조 (선임)**

① 공정거래 준법지원인은 경쟁법 위반 가능성이 있는 업무분야의 CU의(팀) 책임자 내지 책임자가 지정하는 자와 각 지점장 내지 경영지원실장을 공정거래 관리자(이하 ‘관리자’)으로 지 정 하여 선임할 수 있다.

② 각 관리자는 부서(팀) 및 지점에서 경쟁법 위반이 발생하지 않도록 관리 감독을 하여야 한다.

**제9조 (역할)**

각 관리자의 역할은 다음 각 호와 같다.

1. 공정거래 관련 사항에 대한 자문

2. 소관 부서(팀) 및 지점의 경쟁법 위반여부에 대한 자체 점검

3. 공정거래에 대한 임직원 교육

4. 공정거래 준법지원인이 요청하는 자료의 작성 및 취합과 제출

5. 기타 공정거래 준법지원인이 필요하다고 인정하는 사항

**제3절 임직원의 의무**

**제10조 (의무)**

① 모든 임직원은 경쟁법과 본 규정을 준수하여야 한다.

② 각 부서(팀)장은 소관업무를 수행함에 있어 경쟁법 위반 사항을 발견한 경우 에는 이를 지체 없이 공정거래 준법지원인 또는 공정거래 관리자에게 보고하여야 한다.

③ 각 부서(팀)장은 소관 업무수행과 관련하여 경쟁법 저촉 여부 및 위반 가능성 여부를 사전에 검토하고, 공정거래 준법지원인 또는 공정거래 관리자의 자문을 받아야 한다.

④ 모든 임직원은 공정거래 준법지원인이 요구하는 자료를 제출하여야 하며, 경 쟁법 위반 가능성을 방지하기 위하여 공정거래 준법지원인이 업무 방식의 시정을 요구할 경우, 이에 따라야 한다.

⑤ 모든 임직원은 공정거래 준법지원인이 경쟁당국의 조사 수검과 사후조치 수행을 위하여 요구하는 자료의 제출 및 시정 조치 요구 등 필요한 제반 사항에 적극 협조하여야 한다.

**제 3 장 운영**

**제11조 (공정거래 세부 규정 준수)**

① 모든 임직원은 경쟁법 자율준수를 위해 회사에서 제작하여 배포한 세부 지침 인 공정거래 세부 규정을 준수하여야 한다.

② 모든 임직원은 업무 과정에서 공정거래 세부 규정의 준수가 곤란하거나 공정 거래세부 규정의 내용 및 해석에 의문이 있을 경우 공정거래 준법지원인에게 즉 시 문의하여 그 지침을 따르도록 한다.

③ 모든 임직원은 관계법령과 공정거래 세부 규정이 일치하지 않을 경우에는 공 정거래 준법지원인에게 규정의 불일치를 보고하고 관계법령에 따르도록 한다. 만약 공정거래 준법지원인이 해당 규정의 준수와 관련하여 별도의 세부 지침을 마련 하여 공지하는 경우에는 그 지침을 따른다.

**제12조 (준수 및 행위의 유형)**

① “회사”의 임직원은 업무를 수행함에 있어 본 규정을 준수하여야 한다.

② 본 규정에 의하여 회사의 임직원이 준수하여야 할 금지행위의 유형은 다음 각 호와 같다. 구체적인 금지행위의 유형 및 준수 방법은 본 규정의 각 장에서 정한 바에 따른다.

1. 서면계약체결의무: 납품업자 등과 서면계약서의 교부 없이 거래하거나 점포 임차인이 입점 후 교부하는 행위 및 거래조건에 관한 서면계약서를 거래조건이 확정되는 시점에 교부하지 아니하는 행위와 서면계약서의 내용에 거래와 관련하 여 분쟁의 대상이 될 수 있는 사항을 포함하지 아니하는 행위를 하여서는 아니된 다.

2. 반품의 금지 : 주문제조거래 또는 직매입거래에 있어서 경쟁법령에서 인 정하 는 방법으로 정당하게 반품하는 행위를 제외하고는 납품업자로부터 매입한 상품 의 전부 또는 일부를 당해 납품업자에게 반품하는 행위를 하여서는 아니된다.

3. 상품대금 감액의 금지 : 경쟁법령 내지 관련 법령에서 인정하는 경우를 제외 하고, 납품업자로부터 상품을 매입한 후에 당해 상품의 대금 또는 매장임차인의 상품 판매대금을 감액하는 행위를 하여서는 아니된다.

4. 상품대금 지급지연의 금지: 납품업자로부터 상품을 수탁하여 판매하거나 점포 임차인의 상품판매대금을 수령하여 관리하는 경우 판매마감일로부터 40일 이내 까지 이를 지급하여야 하며, 정당한 이유 없이 상품판매 대금을 지연하여 지급 하는 행위를 하여서는 아니된다.

5. 강요행위 등의 금지: 정당한 사유 없이 납품업자 등의 의사에 반하여 해당 납 품업자 등의 상품에 관한 광고를 하게 하거나 납품업자 또는 점포 임차인에게 염가납품, 할인판매 등 판매촉진행사의 진행 내지 참여 강요, 회사의 상품 등에 대한 구매 강요 행위 등 각종 강요 및 판매촉진행사를 실시하기 위하여 통상의 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위행위를 하여서는 아니된다.

6. 부당한 수령거부의 금지: 납품업자와 주문제조거래 계약을 체결한 후 당해 납 품업자의 귀책사유가 없음에도 불구하고 당해 상품의 전부 또는 일부의 수령을 지연하거나 거부하는 행위를 하여서는 아니된다.

7. 판촉비용 등의 부당 전가 금지: 경쟁법령의 요건을 모두 충족하는 경우를 제 외하고는 납품업자 등에게 판촉비용(광고비, 경품비 등 사은행사비용, 아르바이 트 비용 등 판촉행사에 소요되는 모든 비용을 말한다.)을 부담시키는 행위를 하 여서는 아니된다.

8. 종업원 사용 금지: 납품업자 등에게 종업원 등의 파견을 강요하거나 납품업자 등으로부터 종업원 등을 파견받아 회사의 업무에 종사시키는 행위, 회사가 직접 고 용하는 종업원 등의 인건비를 납품업자에게 부담시키는 행위, 납품업자 등과 파 견 조건에 대한 서면 약정 없이 파견을 받는 등의 행위를 하여서는 아니된다.

9. 부당한 경제상이익 수령의 금지: 납품업자 등이 제공할 필요가 없거나, 납품 업자 등의 이익에 기여하지 않는 금전, 역무 기타 경제상 이익을 납품업자 등으 로부터 수령하는 행위와 납품업자 등이 얻는 이익 등을 감안할 때 합리적이라고 인정되는 범위를 초과하여 금전, 역무 기타 경제상 이익을 납품업자 등으로부터 수령하는 행위를 하여서는 아니된다.

10. 배타적 거래 강요 등의 금지: 납품업자 등과의 거래를 회사에만 한정하게 하 거나 납품업자 등에게 배타적 거래를 강요함으로써 납품업자 등의 자율적 판단을 제한하여 다른 사업자와의 거래를 부당하게 방해하는 행위 및 일정한 점포의 매 장에서 퇴점하는 것을 방해하거나 납품업자등의 의사에 반하여 자기의 다른 점포 의 매장에 입점하게 하는 행위를 하여서는 아니된다.

11. 경영정보 제공 요구 금지: 거래 전 입점 상담 단계 포함하여 어떠한 경우에도 납품업자에게 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건(공급가격을 포함한다)에 관한 정보 또는 매장임차인이 다른 사업자의 매장에 들어가기 위한 입점조건(임차료를 포함한다)에 관한 정보 또는 납품업자 등에 대한 각종 경영 정보를 요구하여서는 아니된다.

12. 계약변경 등 불이익제공의 금지: 계약기간 중 정당한 사유 없이 납품업자 등 에 대하여 계약기간 중에 계약조건을 변경하거나 납품업자 등의 매장 위치ㆍ면적 ㆍ시설을 변경하는 행위를 하여서는 아니된다.

13. 부당한 영업시간 구속 금지 : 매장임차인이 질병의 발병과 치료의 사유로 인 하여 필요 최소한의 범위에서 영업시간의 단축을 요구함에도 이를 허용하지 아니 하는 등 부당하게 매장임차인의 영업시간을 구속하는 행위를 하여서는 아니된다.

14. 매장 설비비용 보상 등 : 납품업자 등과 거래를 중단 또는 거절하거나 납품 업자 등의 매장 위치ㆍ면적ㆍ시설을 변경하는 경우에 납품업자 등이 지출한 해당 매장에 대한 설비비용을 보상하여야 하며, 납품업자 등의 매장 위치ㆍ면적ㆍ시설 을 변경하는 경우에는 이에 소요되는 기초시설과 인테리어 비용을 분담하여야 한다.

15. 그 밖에 제1호부터 제14호까지의 규정에 준하는 것으로서 정당한 사유 없이 납품업자 등에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위

16. 임직원 등은 소관 업무를 처리함에 있어 본 규정에 의무 또는 금지사항으로 명시되어 있지 아니하더라도, 납품업자에 대하여 거래상 지위를 남용하여 불이익 을 주거나, 그 밖에 불공정한 거래조건을 강요하는 행위를 하여서는 아니된다.

**제13조 (교육)**

① 공정거래 준법지원인은 공정거래 준수와 관련하여 임직원 전원을 대상으로 연 1회 이상 교육을 실시하여야 하며, 필요한 경우에는 온라인 강의를 통한 교육 및 평가와 함께 수시로 보수교육을 실시할 수 있다.

② 공정거래 준법지원인은 경쟁법 위반 가능성이 높은 분야의 임직원에게는 반기 당 2 시간 이상 현장 교육을 실시하여야 한다.

③ 공정거래 준법지원인이 실시하는 교육내용은 경쟁법령의 개정에 따라 임직원 이 인 지하여야 할 사항, 점검 결과 에 따른 주요 취약 지점 및 위반 사례 등 공정거래 준법지원인이 필요하다고 판단하는 사항들로 한다.

④ 공정거래 준법지원인은 공정거래 교육 및 평가를 실시하고 그 결과를 공정거 래 관리 시스템에 입력 후 지점(또는 부서 또는 팀)별 책임자에게 그 결과를 공 유한다.

⑤ 공정거래 준법지원인은 공정거래 교육에 관련하여 필요한 세부사항을 별도로 정할 수 있다.

**제14조 (문서관리)**

① 경쟁법의 준수를 위하여 계약서 및 거래 관계에서 작성되는 약정서, 확인서, 합의서, 동의서 등은 해당 팀장(부서장)의 책임아래 분류되고 보관되어야 한다.

② 법적으로 중요하다고 판단되는 문서는 추후 증빙자료로 활용될 수 있도록 철 저하게 작성 보관되어야 하며, 사내 문서관리 규정에 정한 바에 따른다.

**제15조 (불공정한 행위 접수 및 처리)**

① “회사”는 “회사”의 임직원의 본 규정 위반으로 납품업자 등이 불공정한 처우 에 따른 불이익을 받았을 경우 “회사”의 홈페이지 등에 제보, 게재할 수 있으며, 이 경우 규정된 절차에 따라 처리하여야 한다.

② “회사”는 납품업자 등의 신고 업무를 처리하는 과정에서 납품업자 등에 대한 정보와 인적사항 등을 보호하며, 신고로 인하여 부당하게 차별 대우를 받거나 거래 중단 등의 행위가 발생되지 않도록 해야 한다.

③ “회사”는 납품업자 등과의 거래 중 발생한 제반 민원 사항에 대한 재발방지를 위하여 최선을 다한다.

**제16조 (독립활동 보장 및 면책)**

회사는 준법지원인 및 공정거래 관리자의 본 규정 이행을 위한 독립적 활동을 보 장하여야 하며, 본 규정의 이행 과정에서 발생하는 회사의 비용, 손실 등을 이유 로 준법감시인 등에게 불이익한 처분을 하지 않기로 한다.

**제17조 (경쟁당국과의 관계)**

공정거래 준법지원인은 공정거래위원회, 한국공정거래조정원 및 각종 공정거래 학회, 단체와 정보교환, 의사소통 등을 원활하게 하여야 한다.

**제4장 공정거래 모니터링**

**제18조(점검 준비)**

회사는 공정거래 준수 실태 점검을 하고자 하는 경우, 다음 각 호에서 정한 사항 을 사전에 준비, 이행한다.

1. 공정거래 준수 실태 점검 예산 편성 및 계확 수립

2. 공정거래 점검표 등 점검 준비물 구비

3. 점검 일시 및 기간, 점검 내용, 점검 대상 등의 선정

4. 점검 대상 지점(본부의 경우에는 부서, 팀)에게 사전 공지. 다만, 1차 점검에서 문제점이 발견되었거나 문제점이 있는 것으로 예상되어 추가로 시행하는 특별 점검 또는 기타의 사유로 시행하는 긴급 점검 등의 경우에는 사전 공지를 하지 아니할 수 있다.

**제19조 (점검 시행)**

① 회사는 다음 각 호에 해당하는 방법에 따라 공정거래 준수 실태를 수시로 확 인하고 평가한다.

1. 임직원의 공정거래 준수실태 및 위반 현황 등에 대한 점검, 조사, 평가

2. 지점(본부의 경우 부서, 팀)별로 작성한 공정거래 체크리스트의 검토 및 확인

3. 기 제출된 각종 자료가 있는 경우, 이에 대한 검토 및 확인

② 회사는 연 1회 이상 서면 점검, 현장 점검, 로펌 등 전문 외부기관 위탁 등의 방법으로 회사 내부에 대한 공정거래 준수 실태조사를 진행한다.

③ 회사는 공정거래 준수 싵태 점검 제도와 관련하여 필요하거나 세부적인 사항 이 있는 경우, 이를 추가하거나 별도로 정할 수 있다.

**제20조 (점검 관련 협력)**

회사는 공정거래 준수 점검 업무를 공정거래 준법지원인에게 위임할 수 있으며, 그 위임을 받은 공정거래 준법지원인은 필요한 사항을 회사에게 요청을 할 수 있다.

**제21조 (점검결과 보고 및 개선)**

① 공정거래 준법지원인은 연 1회 이상 회사에 대한 공정거래 모니터링을 실시하 고 그 결과를 대표이사에게 보고하여야 한다.

② 공정거래 준법지원인은 공정거래 모니터링 결과 발견된 위법행위 내지 문제점 에 대한 개선 방안을 강구하도록 노력한다.

**제5장 납품업자 등의 선정 및 운용 기준**

**제22조 (납품업자 등 선정기준)**

“회사”의 “납품업자 등” 선정은 고객 및 제3자에 대한 신뢰 및 건전성을 확보하 기 위하여 거래 개시 전 아래의 사항을 확인한다.

1. “납품업자 등” 관련 정보 확인  
가. 연간매출액 및 주요 거래처  
나. 외부 신용평가기관의 평가에 따른 재무건전성   
다. 거래 상품의 식품위생법 및 지적재산 관련법 등 법 위반 사실  
라. 거래 상품관련 기술, 설비, 품질관리, 배송 등 유통관련 경쟁력 보유

2. 상품관련 점검  
가. 상품의 품질관련 입증 서류 확인 및 A/S 수준 점검  
나 상품의 가격 경쟁력 점검  
다. 타사 상품과의 차별화 점검  
라. 상품의 안정성 점검

3. “납품업자 등”선정 시 거래 개시를 위한 선정기준에 공정성을 기하여야 한다.

**제23조 (납품업자 등 선정절차)**

① “회사”와 거래를 희망하는 납품업자는 공정하고 투명한 평가를 받을 수 있도록 “회사” 홈페이지(www.elandretail.com)에서 입점상담 코너를 통한 접수 및 제안을 원칙으로 한다.

② “회사”는 납품업자의 회사소개서나 상품제안서를 중심으로 담당임직원 및 관련 부서에서 서류 검토 후 접수 10일이내에 검토 결과를 납품업자에게 통보한 다.

③ 서류 심사가 통과가 될 경우, 담당임직원과 추후 일정에 대하여 협의한다.

④ 납품업자의 공정한 입점 결정을 위해 임직원은 사전평가 자료를 정량화하여 최종 입점 여부를 결정한다.

⑤ 입점이 결정될 경우 임직원은 거래약정 체결을 위한 필요 사항에 대하여 “납품업자 등”에게 안내한다.

**제24조 (거래개시)**

① “납품업자 등”과 공정한 거래를 개시하기 위해서는 거래관련 제반 사항에 대 하여 상호 충분한 협의 후 물품공급계약서를 체결하도록 한다.

② 양 당사자의 거래 개시는 물품공급계약서 인감 날인 후 쌍방 교부된 때에 진 행하는 것으로 한다.

③ “회사”는 계약기간 도중에 거래 조건과 관련하여 변경하지 않는다.

④ “회사”는 구두 발주를 하지 않는다.

**제25조 (불공정거래행위의 금지)**

① “회사”는 “납품업자 등”과 거래시 다음 각호의 사항을 준수하며, 우월적인 지 위를 이용하여 “납품업자 등”에게 불공정한 거래를 강요하지 않는다. 본 기준은 공정거래 관련 법령에 정한 사항에 따른다.   
1. 서면계약체결 의무  
2. 상품대금 감액 금지  
3. 상품판매대금 지급 의무  
4. 당한 상품 수령 거부 및 수령 지체 금지  
5. 한 상품 반품 금지  
6. 판촉비용 등의 부당강요 금지  
7. 배타적 거래 강요 금지  
8. 경영정보 제공 요구 금지  
9. 부당한 경제상의 이익 수령 금지  
10. 부당한 계약변경 등 불이익 제공 금지  
11. 벤더를 통한 거래 유도 금지

② 최저임금 인상, 원재료 가격 상승 등으로 납품하는 상품의 공급원가가 변동 되어 납품가격조정이 불가피한 경우에는 “납품업자 등”은 “회사”에 납품가격의 조정을 신청할 수 있다.

③ “회사”의 담당임직원이 불공정한 거래를 요구할 경우에는 “회사”의 홈페이지 에서 “공정거래 제보함”에 제보를 할 수 있다.

**제26조 (거래 종료)**

① “회사”는 다음과 같은 경우 물품공급계약을 중단 혹은 종료할 수 있다.   
1. 공급 상품의 생산이 장기간 중단되거나 종료된 경우   
2. 원산지 표기 오류인 경우   
3. “납품업자 등”의 관리소홀로 인한 품질 불량이 3회 이상 적발이 될 경우   
4. 상품의 판매실적이 현저히 저조한 경우   
5. 기타 “납품업자 등”과 체결한 물품공급계약서에 기재된 계약의 해지 및 해제 의 사유에 해당할 경우

② 제1항에 의하여 거래가 중지 또는 종료가 되었다 하더라도 “납품업자 등”으 로부터 공급받는 물품에 대해서는 반품을 하여서는 아니된다. 단, 법령에서 허용 하는 반품사유에 해당하는 경우에는 예외로 한다.

**제27조 (거래 종료 절차)**

① “회사”가 “납품업자 등”과의 거래를 종료할 경우에는 서면으로 종료에 대한 명확한 사유를 기재하여 전달하여야 한다.

② “회사”는 “납품업자 등”의 귀책사유로 인하여 거래를 종료할 경우에는 “납품 업자 등”이 소명할 수 있는 기회를 주어야 한다.

③ “회사”와 “납품업자 등”은 거래 종료에 따른 대금 정산 등의 절차를 성실히 이행한다.

**제6장 판매장려금 결정, 변경에 대한 기준**

**제28조 (기본원칙)**

① 판매장려금은 “납품업자 등”이 “회사”에게 판매장려금을 지급하여 상품에 대 한 소비자 수요를 늘려 판매를 증진시킴으로써, 판매성과에 대한 이익을 공유하 는 것을 원칙으로 한다.

② 판매장려금의 약정은 “회사”와 “납품업자 등” 모두의 이익에 기여하여야 하며 판매장려금 지급 대상 기간 중 “회사”가 받은 판매장려금액과 해당 기간 중 “납 품업자 등”의 납품액 증가로 인한 이익 간에는 합리적인 비례관계가 있어야 한다.

**제29조 (허용되지 않는 판매장려금)**

직매입거래에서 “회사”는 “납품업자 등”으로부터 납품받은 상품에 대한 소유권을 취득하며, 상품판매에 대한 권한을 가짐과 동시에 판매부진에 따른 재고책임을 부담하므로 다음과 같은 유형의 장려금은 장려금으로 허용하지 않는다.

1. “기본장려금”이란 “회사”가 “납품업자 등”으로부터 “납품업자 등”의 매출증가 여부와 상관없이 상품매입금액의 일정비율 또는 일정금액을 받는 형태의 장려금 을 의미한다.

2. “무반품장려금”이란 “회사”가 직매입한 상품을 반품하지 않는 것을 조건으로 “납품업자 등”으로부터 수취하는 장려금을 의미한다.

3. “시장판매가격 대응장려금”이란 “회사”가 “납품업자 등”으로부터 기 납품받은 상품의 판매가격을 인하하기 위한 목적으로 받는 형태의 장려금을 의미한다.

4. “재고소진 장려금”이란 “회사”가 직매입한 상품의 재고를 소진시킬 목적으로 재고분의 일정 비율에 해당하는 금액을 “납품업자 등”으로부터 받는 형태의 장려 금을 의미한다.

5. “폐점장려금”이란 “회사”가 점포 폐점 시 덤핑, 가격할인 등을 통해 남아 있는 상품을 소진하는 과정에서 발생하는 비용을 보전하기 위해 “납품업자 등”으로부 터 받는 형태의 장려금을 의미한다.

**제30조 (판매장려금의 절차적 요건)**

1. “회사”는 “납품업자 등”에게 판매장려금 약정에 필요한 정보를 충분히 제공 한다.   
가. 판매장려금의 종류 및 명칭   
나. 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 지급횟수   
다. 판매장려금의 비율 또는 액수   
라. 판매장려금의 결정기준 및 결정절차   
마. 판매장려금의 변경사유, 변경기준 및 변경절차

2. “회사”와 “납품업자 등”은 강요에 의한 것이 아닌 자유로운 의사합치에 의해 판매장려금에 관한 약정을 체결한다.

3. “회사”와 “납품업자 등”은 판매장려금 약정사항을 연간거래 기본계약 내용에 포함시키고 해당 계약서면을 날인 후 즉시 교부한다.

**제31조 (금지행위)**

① “회사”가 연간거래 물품공급계약시 약정되지 아니하거나 약정된 범위를 초과 하여 판매장려금을 “납품업자 등”으로부터 받는 행위

② “회사”가 판매장려금의 종류 및 명칭, 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 지 급횟수, 판매장려금의 비율 또는 액수 등을 구체적으로 기재함이 없이 추후에 개 별적으로 판매장려금 약정을 체결할 수 있다고 포괄적으로 규정한 후 수시로 판매장려금을 수취하는 행위

③ “회사”가 계약기간 도중 판매장려금률 또는 액수를 “납품업자 등”의 의사와 무관하게 일방적으로 인상하는 행위

④ “회사”가 연간거래 기본계약 체결 시 판매장려금 항목과 비율을 협의절차 없이 일방적으로 정하여 통보하고 판매장려금을 수취하는 행위

⑤ “회사”가 진열장려금과 관련하여 “납품업자 등”의 해당 상품이 진열될 위치 및 기간, 위치별 판매장려금률 또는 금액 등 판매장려금 결정 및 변경 기준을 사전에 명확히 구체적으로 규정함이 없이 자신이 정한 규정에 따라 일방적으로 판매장려금을 수취하는 행위

⑥ “회사”의 제안내용을 “납품업자 등”이 수용하지 않을 경우 거래중단 등 불이익을 받을 수 있음을 직간접적으로 암시하는 등 “납품업자 등”의 자율적인 의사가 제한된 상태에서 판매장려금 약정을 체결하는 경우

**제7장 판매촉진행사 진행 및 비용분담기준**

**제32조 (판매촉진행사 진행요건)**

① 납품업자 등이 자발적, 차별화된 판매촉진행사를 진행하고자 할 경우 “회사” 는 행사 진행 전 “납품업자 등”으로부터 제안서를 수취하여야 한다.

② 양당사자는 판매촉진행사를 하기 위해서 행사시작 최소 15일 이전에 협의를 완료한다.

③ 양당사자는 판매촉진행사 계획 수립 시 컨셉, 카테고리, 기간, 방법 등을 충분 히 협의하여 진행하며, 일방이 정당한 사유 없이 협의에 의해 결정된 판매촉진행 사 등의 거래조건을 변경하여서는 아니된다.

**제33조 (판매촉진행사 진행 절차)**

① 판매촉진행사를 진행함에 있어 양당사자는 다음 각호의 사항을 기재한 서면 으로 약정을 체결하여야 한다.

② 양당사자는 판매촉진행사 진행 전 기명날인한 서면을 각1부씩 교부하며 보관 하여야 한다.  
1. 판매촉진행사명, 성격, 기간  
2. 판매촉진행사의 예상되는 비용의 규모 및 사용내역  
3. 판매촉진행사를 진행함으로 인한 양당사자의 예상되는 경제적 이익 비율  
4. 판매촉진행사 분담 비율 또는 액수

③ “회사”는 판매촉진행사관련 제반 서류는 “납품업자 등”과 거래 종결 후 5년간 보존하여야 한다.

**제34조 (판매촉진행사 계약이행절차)**

① 판매촉진행사 합의 후 “회사”의 담당임직원은 판매촉진행사가 합의된 내용으 로 진행이 되고 있는지 확인할 의무가 있다.

② 판매촉진행사가 합의된 내용대로 이행이 되지 않을 경우 “납품업자 등”에 통 지하여야 하며, “납품업자 등”에 손해가 가지 않도록 적절한 조치를 취하고, “납 품업자 등”에 손해가 발생할 경우 관련 법규정에 따라 손해를 배상할 수 있다.

③ “회사”는 “납품업자 등”과 사전에 합의되지 않거나 계약서에 기재되지 않은 명목의 판매촉진행사 비용이나 경제적인 불이익을 “납품업자 등”에 전가할 수 없다.

**제35조 (비용 분담)**

① “회사”와 “납품업자 등”은 판매촉진행사를 통한 직접적으로 얻을 것으로 예상 되는 경제적 이익의 비율에 따라 정한다.

② “회사”와 “납품업자 등”이 예상되는 경제적 이익을 산정할 수 없는 경우에는 양 당사자는 예상이익이 동일한 것으로 추정한다.

③ “회사”와 “납품업자 등”은 판매촉진행사의 분담비율이 50%를 초과하지 아니 한다.

④ 제1항 내지 제3항에도 불구하고, “납품업자 등”의 자발적인 요청에 의거 상호 충분한 협의를 진행 후 다른 “납품업자 등”과 차별화된 판매촉진행사를 진행할 경우 상호 협의 하에 분담비율을 정할 수 있다.

⑤ “회사”는 판매촉진비용과 관련하여 아래의 행위를 하지 않는다.   
1. 판매촉진행사 전 서면 약정을 체결하지 않고 판매촉진행사를 진행하는 행위  
2. 사전 약정 없이 판매촉진비용을 “납품업자 등”에게 전가하는 행위   
3. 분담비율에 대한 약정없이 판매촉진비용을 “납품업자 등”에게 부담시키는 행 위

**제36조 (판촉 점검 자료의 제출)**

“회사”의 각 공정거래관리자는 매월 20일까지 소속부서 내지 지점의 판촉행사 에 대한 판촉행사 점검판을 공정거래준법지원인 내지 공정거래팀 담당자에게 제출하여야 한다.

**제8장 인테리어 및 홍보물 비용분담 기준**

**제37조 (매장 설비비용 보상 인테리어 요건 및 절차)**

① 매장 인테리어는 “납품업자 등”이 점포 내 매장에 대해 설비비용을 지출한 것 이어야 하며, 회사는 회사가 지정한 인테리어 사양(높이, 색상 등 매장의 통일성 유지를 위한 경우는 제외한다)의 경우, 그 비용을 부담한다.

② “대규모유통업법” 제16조에서 매장 설비비용 보상제도는 “회사”와의 거래를 위해 초기 비용을 지출한 “납품업자 등”의 계약기간 동안의 기대이익을 보호하기 위한 것이어야 한다.

③ 제2항에서 정한 매장 설비비용 보상제도에 관하여 회사의 매장 설비비용 보상 의무에 대한 요건은 각 호와 같이 정한다.

1. “회사”가 “납품업자 등”에게 계약기간 도중 거래의 거절 또는 중단을 요청하 는 경우. 단, “납품업자 등”의 채무불이행 또는 귀책사유로 인한 계약해지 의 경우 에는 그러하지 아니하다.

2. 양당사자가 합의 또는 쌍방 귀책사유에 의한 계약해지를 하는 경우.

3. 계약기간 도중 “회사”의 필요에 의하여 MD개편 등의 리뉴얼을 하거나 매장의 위치·면적·시설을 변경하는 행위를 하는 경우.

4. 자연재해 등 불가항력으로 인하여 거래가 중단되는 경우에는 보상의무가 발생 하지 않는다.

5. 보상에 대한 산식은 다음과 같다.

“납품업자 등”의 당해 매장에 지출한 설비비용 총액은 “회사”와 “납품업자 등”이 계약 체결 시점에 협의하여 작성한 서류의 기재사항에 따른다.

“납품업자 등”의 매장 설비비용 지출총액 X [(계약기간 마지막날 – 거래중단 등 발생일) / 계약기간]

④ 제3항에서 정한 회사의 매장설비 비용 보상의무는 납품업자 등의 매장설비 설 치일로부터 1년이 경과된 경우에는 적용하지 아니한다. 다만, 회사는 별도의 규 정에 따라 보상 기준일을 1년 이내의 범위에서 추가로 연장할 수 있다.

**제38조 (매장 이동에 따른 비용분담)**

① 회사는 MD개편 등 회사의 사유로 계약기간 중에 납품업자 등의 매장을 이동 하는 경우, 매장 이동에 따라 새로 설치하는 기초시설과 인테리어에 대한 비용을 부담한다. 다만, 기초 시설의 경우, 납품업자 등이 자신의 고유 사양에 따라 추 가로 기초시설을 설치하는 경우에는 회사와 납품업자 등이 협의하여 체결하는 서면 약정에 따라 비용을 분담할 수 있다.

② 제1항 본문에도 불구하고, 회사는 좋은 위치로의 매장 이동, 납품업자 등의 매뉴얼에 따른 인테리어 추가 변경 등 납품업자 등에게도 이익이 되는 경우, 사 전에 납품업자 등과 서면 약정을 체결하고 분담율을 정할 수 있으며, 이 경우, 납 품업자 등의 분담 비율은 50%를 초과할 수 없다. 다만, 납품업자 등이 이러한 사유로 자신의 분담 비율을 50%를 초과하여 부담하겠다는 의사를 서면으로 명백 하게 밝힌 경우에는 그러하지 아니하며, 이 경우에도 기초시설의 경우에는 제1항 에서 정한 바와 같다).

③ 제2항 본문에도 불구하고, 납품업자 등이 브랜드 콘셉트 변경, 선호 위치로의 이동 희망 등 사유로 납품업자 등이 매장위치를 변경하여 매장 인테리어 비용이 발생하는 경우, 이에 소요되는 비용은 회사와 납품업자 등이 서로 협의하여 분담 비율을 정할 수 있으며, 이 경우에도 기초시설 공사비용은 제1항에서 정한 바와 같다.

④ 제3항에서 정한 납품업자에게 이익이 되는 사유란 원칙적으로 매장의 급지 수준이 기존 이상의 수준으로 유지되면서 매장 면적이 증가한 경우를 의미하며, 이와 다른 기준은 별도의 지침에서 정할 수 있다.

⑤ 제2항 단서 또는 제3항에 따라 납품업자 등이 50%를 초과하여 인테리어 비 용을 부담하는 경우, 회사는 사전에 브랜드 컨셉 변경 등을 증빙할 있는 자료를 수령하여야 한다.

**제39조 (홍보물 등 요건 및 절차)**

① 홍보물 등은 판매촉진을 목적으로 제작하는 것을 목적으로 한다.

② 홍보물 등의 비용은 “회사”가 부담함을 원칙으로 하며, 회사의 홍보물 제작 양식이 아닌 별도의 양식을 요청하는 경우에는 “납품업자 등”이 별도의 비용을 부담할 수 있다.

**제9장 납품업자 등 경영정보요구 기준**

**제40조 (경영정보 요구의 금지)**

“회사”는 거래 전 입점 상담 단계 포함하여 어떠한 경우에도 “납품업자 등”에 대하여 다음 각호에 해당하는 경영정보를 부당하게 요구해서는 아니 된다.

1. “납품업자 등”이 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건에 관한 정보(공급 가격, 공급물량, 공급시기 및 방법, 대금지급시기 및 방법, 반품조건 등)

2. “납품업자 등”이 공급하거나 판매하는 상품의 원가에 관한 정보

3. “납품업자 등”이 다른 사업자에게 판매하는 상품의 매출관련정보(거래처별 매 출액, 기간별 판매량 등)

4. “납품업자 등”이 다른 사업자와 진행하는 판매촉진행사에 관한 정보(거래처별 판매촉진행사의 시기, 횟수, 행사내용 및 거래조건 등)

5. “납품업자 등”이 다른 사업자와 거래에 사용하는 전산망에 접속하기 위한 정 보(다른 사업자와의 거래에 사용되는 전산망에 접속하는 아이디, 비밀번호 등)  
6. 기타 위 각호에 준하는 정보로서 “납품업자 등”에게 불이익을 줄 수 있는 경 영정보.

**제41조 (예외 사항)**

① 제40조에도 불구하고, “회사”는 “납품업자 등”에 대하여 정당한 절차를 통하 여 다음 각호의 사항을 기재하여 각각 기명날인 한 서면을 제공한 경우 경영정보 의 제공을 요구할 수 있다.   
1. 경영정보 제공을 요구하는 목적  
2. 비밀유지방법 등 요구 대상 정보의 비밀유지에 관한 사항 및 비밀 침해시 손해배상에 관한 사항  
3. 경영정보의 요구일자, 제공일자 및 방법  
4. 경영정보 제공 요구가 불가피함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항

② 다음 각호의 정보는 공개되어 있거나, “납품업자 등”과의 거래 개시 또는 유 지를 위하여 필요한 정보로서 원칙적으로 “납품업자 등”에 요구할 수 있는 정보 로 본다  
1. 대외적으로 공개되어 있는 “납품업자 등”의 일반현황 (대표자 경력, 직원수, 취급상품명 등)  
2. “납품업자 등”의 재무제표

3. “납품업자 등”의 연간 전체 매출액(단, 거래처별, 채널별 매출액은 제외)

4. 위 제1호부터 제3호에 준하는 것으로 “납품업자 등”에게 불이익을 줄 가능성 이 없는 정보

③ “회사”가 “납품업자 등”에 정당한 절차를 거쳐 경영정보를 요구하는 경우에도, 필요한 최소한의 범위에서 요청하여야 하고, 수령한 경영정보는 요구 목적의 범 위 내에서만 사용하여야 한다.

**제10장 납품업자 등 종업원 파견 기준**

**제42조 (종업원의 파견)**

① “회사”는 “납품업자 등” 등으로부터 종업원을 파견 받아 “회사”의 매장에서 근무하게 하는 행위를 원칙적으로 금지한다.

② 제1항에도 불구하고, 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우로서 “납품업자 등”과 사전에 파견조건을 서면으로 약정하고 파견된 종업원을 해당종업원을 고용 한 “납품업자 등”이 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에 종사하게 하는 경우에 는 그러하지 아니한다.

1. “회사”가 파견된 종업원의 인건비를 비롯한 식비, 교통비 등 각종 실비와 그 밖에 “회사” 매장에서 파견종업원이 상품판매 및 관련업무에 종사하는데 드는 비 용을 부담하는 경우

2. “납품업자 등”이 종업원 파견에 따른 예상 이익과 비용의 내역 및 산출 근거 를 객관적, 구체 적으로 작성하여 명시한 서면에 따라 “회사”에게 자발적으로 자 신이 고용한 종업원의 파견을 요청하는 경우

3. 특수한 판매 기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원을 파견 받는 경우

4. 특약매입거래를 하는 “납품업자 등”의 제품을 상시적으로 운영하는 매장의 형 태로 운영 시 해당상품의 특성상 전문지식이 중요하다고 공정거래위원회가 정하 여 고시하는 상품류를 판매·관리하기 위하여 종업원을 파견 받는 경우

③ 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 행위는 파견허용사유에 포함하지 아니한다.

1. 파견비용 부담조건으로 파견을 받았으나, 파견 인력에 지급하는 비용부담을 이유로 “납품업자 등”에게 상품매입원가의 인하를 요구하거나, 판매장려금 또는 광고비를 추가로 수취하는 행위

2. 파견비용 부담조건으로 파견을 받았으나, 약정서에 기재된 판매활동을 수행함 에 있어 소요 되는 진열대 등의 설치비용, 샘플상품 비용 등 “회사”가 부담해야 할 비용 중 일부를 “납품업자 등”에게 부담시키는 행위

3. “납품업자 등”의 자발적 요청 이전에, 협조요청 등의 명목으로 종업원을 파견 하여 줄 것을 구두나 유선 또는 이메일 등으로 비공식적으로 요구하고, 사후에 “납품업자 등”으로부터 파견 요청서를 제출하게 하는 행위

4. “납품업자 등”에 종업원 파견을 요구하면서 이를 거절할 경우 거래개시거절, 거래지속중단 등 불이익을 부여하거나, 이를 암시함으로써 “납품업자 등”이 그 요구에 응할 수 밖에 없는 경우

5. 파견에 따른 제반비용을 부담하거나 “납품업자 등”이 자발적으로 파견을 요청 하는 경우에 해당되지 않음에도 불구하고, 상품의 특성이나 판매업무와 관련된 소정의 교육만으로도 가능한 단순 상품판매 업무의 수행을 위해 종업원을 파견 받는 행위

6. 특별한 기술이 필요하지 않은 고객에 대한 관심제고수준의 단순판촉업무에 숙 련된 종업원을 요구하여 판촉사원을 파견 받는 행위

7. 특수한 판매기법이나 능력과 무관한 판매대금 수령 등 단순판매보조업무의 수 행을 위해 숙련된 종업원을 요구하여 파견 받는 행위

8. “회사” 차원의 판촉행사기간에 행사보조업무의 수행을 위한 임시행사요원을 추가로 요구하여 파견 받는 경우

**제43조 (서면 약정)**

① “회사”는 “납품업자 등”으로부터 종업원을 파견 받을 시 파견조건을 사전에 서면으로 약정하고, 동 서면에 “회사”와 “납품업자 등”이 각각 서명 또는 기명날 인 하여야 한다.

② 제1항의 서면에 포함되어야 하는 사항은 다음 각호와 같다.

1. 종업원의 수

2. 종업원의 근무기간 및 근무시간

3. 종업원이 종사 할 업무내용

4. 종업원의 인건비 분담 여부 및 조건

③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우는 대규모유통업법의 위반행위로 간 주한다.

1. 종업원을 파견 받은 이후에 서면 약정 하는 경우

가. 단기판촉행사라는 이유로 서면 약정 없이 “납품업자 등”에게 판촉사원 파견 을 추가로 요구하고, 사후에 “납품업자 등”으로부터 파견요청서와 서면 약정서 (기명날인 포함)를 징구하는 경우

나. 종업원을 최초로 파견 받은 시기와 약정한 시기가 상이하고, 약정 이전 시기 부터 소급하여 적용하거나 약정 일자를 최초 파견 시기 이전으로 수정하여 기재 하는 경우

다. 파견종업원의 인원 수 등 파견조건약정을 사후로 유보하는 경우

라. 파견조건을 명시한 서면의 마련은 종업원 파견 이전에 이루어졌으나, 한 당사 자 또는 양 당사자의 서명 또는 기명날인은 파견 이후에 이루어진 경우

2. 서면에 포함 되어야 하는 사항 일부 또는 전부에 대해 약정을 체결하지 않은 경우

가. 파견조건을 사전에 서면으로 약정하지 않고 구두, 이메일, 파견요청 문서 등 으로 종업원 파견을 요청하여 파견 받는 경우

나. “납품업자 등”이 자발적으로 종업원 파견을 요청했다는 이유로 사전에 서면 약정을 체결하지 않는 경우

다. 종업원의 근무시간 및 근무기간, 업무내용에 대해서는 명확히 약정하였으나, 종업원수는 예측이 어렵다는 이유로 약정서에 명시하지 않는 경우

3. 서면에 포함되어야 하는 사항 일부 또는 전부에 대해 불명확하게 약정하는 경우

가. 파견조건에 관한 예측이 가능한 상시 근무 판매사원을 파견 받으면서 파견 인원 및 근무시간 등을 명확히 약정하지 않는 경우

나. 상품매출변동, 단기판촉행사 등 필요한 종업원수가 최대10명 등으로 예상 가 능한 경우에도 “5명~30명” 또는 “30명이하” 등 포괄적으로 약정하는 경우

다. 종업원의 근무기간을 “상반기중” 또는 “3분기 중” 등으로 모호하게 규정하여 “납품업자 등” 가 파견기간을 예측하기 어려운 경우

라. “납품업자 등”은 구체적 파견 조건이 명시되지 않은 서면에 서명 또는 기명 날인 만하고, 구체적인 파견 조건은 “회사”가 사후에 일방적으로 기재하는 경우

4. 약정한 서면이 불완전한 경우

가. 파견 조건을 명시한 서면은 마련되었으나, 한 당사자 또는 양 당사자 모두의 서명 또는 기명날인이 누락된 경우

나. 전자서면을 통해 약정을 체결 할 때, “납품업자 등”의 서명을 “회사”가 보관 하고 있다가 이를 약정서에 기재하는 경우

5. “납품업자 등”에게 약정 서면을 교부하지 않는 경우

④ “회사”와 “납품업자 등”이 종업원 파견조건을 약정한 서면은 체결 즉시 “납품 업자 등”에 교부 하여야 하며, 해당 서면은 약정이 끝난 날부터 5년간 보존하여 야 한다.

**제44조 (파견 종업원의 업무 범위)**

① 파견종업원은 해당 인원을 고용한 “납품업자 등”이 납품하는 상품의 판매 및 관리업무에만 종사하여야 한다.

② 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 행위는 파견종업원의 업무범위에 해당하지 아니한다.

1. 파견된 종업원을 계산대에서 현금출납보조업무, 포장 업무 등에 종사 시키는 행위

2. 파견된 종업원에게 통로·화장실 등 매장 공용공간 청소, 매장 공용공간에서 매 장 전체 차원의 고객응대 및 안내 업무 등을 하도록 지시하는 행위

3. 파견된 종업원을 상품하역, 창고반입업무, 쇼핑카트 회수·정리, 주차장관리 및 주차지원 업무에 종사 시키는 행위

4. 파견된 종업원에게 “납품업자 등” 자사상품 뿐 아니라 다른 “납품업자 등”이 납품하는 상품의 판매 및 재고파악 및 관리, 진열업무 등을 맡기는 행위

5. “회사” 고유업무의 일환으로 수행하는 정기재고조사 업무 등의 원활한 수행을 위해 파견 종업원으로 하여금 “납품업자 등” 자사상품의 재고를 파악하도록 하는 행위

**제45조 (납품업자 등의 종업원 파견 요청)**

“회사”의 “납품업자 등” 등은 제4조 제2항 제2호에 따라 “납품업자 등”의 입장 에서 상품의 홍보 및 매출 증대를 위하여 이익이 될 것으로 판단하고 “납품업자 등”의 종업원을 “회사”에 파견 요청하려는 경우에는 상품 계약 을 체결하기 전에 종업원 파견에 따른 예상 이익과 비용의 내역 및 산출 근거를 객관적 · 구체적 으로 기재한 종업원 파견요청서를 “회사”에 제출하여야 한다.

**제11장 납품업자 등 특약매입거래 기준**

**제46조 (거래 과정)**

① “회사”는 “납품업자 등”과 특약매입거래(판매분을 포함한다. 이하 같다) 계약 을 체결한 즉시 “납품업자 등”에 게 계약 사항이 명시된 서면을 주어야 하며, 이 서면에는 “회사”와 “납품업자 등” 이 각각 서명 또는 기명날인 하여야 한다.

② “회사”는 제1항의 서면을 “납품업자 등”에게 줄 때까지 납품할 상품을 제조· 주문하여서는 아니 된다.

③ 특약매입거래는 계약체결 시 판매수수료와 반품조건, 판촉비용 등을 “회사”와 “납품업자 등”간 협의로 통하여 구체적으로 약정하고 계약서에 명시하여야 한다.

④ 특약매입거래 체결 당시 “회사”와 “납품업자 등” 간 예상하지 못한 비용이 발 생할 경우 그에 따른 추가 비용은 “회사”와 “납품업자 등”간 협의하여 결정한다.

**제47조 (역할 분담)**

① “회사”는 “회사” 명의로 판매한 판매대금을 수령한 후 월별로 판매수익을 집 계하여, 사전에 약정된 판매수수료를 공제한 금액을 “납품업자 등”에 지급한다.

② “회사”는 전체 점포차원에서 집객 및 수요창출을 위한 광고, 홍보, 판촉행사 기획 등의 활동을 실시할 수 있다.

③ “납품업자 등”은 점포 내에 있는 납품상품의 판매촉진을 위하여 판촉사원을 파견하여 상품에 대한 판매활동과 매장 내에서 상품에 대한 진열·보관 등의 업무 를 수행한다.

④ “납품업자 등”은 제3항에서 정한 업무 수행 과정에서 해당 “납품업자 등”의 상품재고를 관리하고 미 판매 상품을 “회사”와 협의하여 회수(반품)한다.

**제48조 (비용 분담)**

회사”와 “납품업자 등”간 특약매입거래 과정에서 발생하는 비용을 분담하는 기준은 다음과 같다.

1. 상품 입고 및 관리 단계

가. 상품보관 비용 : 상품에 대한 검품 · 검수 후 창고 등 시설에 상품을 보관할 때 발생하는 비용은 “회사”가 부담한다.

나. 상품 멸실·훼손 비용부담 : 납품한 상품에 대하여 “회사”의 귀책사유로 상품 이 멸실 또는 훼손되는 경우, 발생하는 손해, 손실 비용은 “회사”가 부담하는 것을 원칙으로 한다. 단, “납품업자 등”이나 “납품업자 등”으로부터 파견된 판촉 사원에게 명백한 귀책사유가 있는 경우에는 “납품업자 등”이 상품의 멸실·훼손 비용을 부담 한다.

2. 매장 운영 및 관리 단계

가. 매장 인테리어 비용 : MD개편으로 매장 집기 등을 교체하는 경우 발생하는 인테리어 비용은 “회사”가 부담한다. 다만, 매장 집기 등의 교체 사유가 납품업자 등에게 이익이 되는 사유가 있는 경우에는 납품업자 등도 50% 이내의 범위에서 비용을 부담할 수 있고, 납품업자 등이 매장 집기 등의 교체로 인하여 얻는 이익이 되는 사유와 50%를 초과하여 부담 하겠다는 취지를 기재한 서면을 통하여 사전에 요청하는 경우에는 그 요청 비율대로 비용을 부담할 수 있다.

나. 판촉사원 비용 및 규모 : 파견된 판촉사원의 인건비, 식비·교통비 등의 실비 및 상품 판매 및 관련 업무에 종사하는데 드는 비용은 “회사”와 “납품업자 등”이 협의하여 분담하며, 매장에 파견할 판촉사원 규모는 “납품업자 등”이가 자율적 으로 결정하도록 한다.

다. 매장관리 비용 : “납품업자 등”이 납품한 상품을 판매하는 과정에서 발생하는 전기료, 대금결제 장비사용료 등과 같은 각종 관리 비용은 “회사”가 부담한다.

3. 광고 및 판매촉진 활동 단계

가. 매장 차원에서의 광고 비용

1) “회사” 브랜드 이미지 제고를 위한 광고 비용은 “회사”가 부담한다.

2) 매장 차원에서 집객을 위한 전단지 등의 광고 비용은 “회사”가 부담한다.

나. 매장 차원에서의 판매촉진행사 비용

“회사”가 주체가 되어 전체 매장 차원에서 진행하는 판매촉진 행사에 소요되는 사은품 등의 비용은 “회사”가 부담한다.

다. “회사”와 “납품업자 등” 간 공동 판매촉진행사 비용 : “회사”와 “납품업자 등” 이 공동으로 진행하는 판매촉진행사에 소요되는 비용은 직접적인 예상이익 비율 에 따라 분담하되, 비율을 산정할 수 없는 경우에는 “회사”와 “납품업자 등”의 예상이익이 동일한 것으로 추정한다. 단, “납품업자 등”의 분담비율이 50%를 초 과하여서는 아니 된다.

라. “납품업자 등”의 자발적인 판매촉진행사 비용 : “납품업자 등”이 자발적으로 “회사”에게 요청하여 다른 업체와 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우 소요되는 비용은 “회사”와 “납품업자 등”이 상호 협의하여 분담한다.

**제49조 (판촉사원 업무 범위)**

① “납품업자 등”이 파견한 판촉사원은 “회사” 매장의 영업시간 동안 근무한다.

② 판촉사원은 해당 인원을 고용한 “납품업자 등”이 납품하는 상품의 판매 및 관 리 업무에만 종사하여야 하며, 다른 “납품업자 등”이 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무 및 현금출납 보조업무, 주차지원 업무 등 “회사” 고유 업무에 종사 시 켜서는 아니 된다.

③ 판촉사원은 고객이 통상적으로 제공받을 것으로 기대한 수준 이상의 서비스 품질이 유지될 수 있도록 노력하여야 한다.

**제50조 (판촉행사 참여)**

① “회사”는 판매촉진행사에 “납품업자 등”의 의사에 반하여 강제적으로 “납품업 자 등”을 참여시켜서는 아니 된다.

② 판매촉진행사 참여의 강제성 여부는 다음 각호의 사항을 종합적으로 고려하여 판단한다.

1. “납품업자 등”의 실질적이고 자발적인 참여의사

2. 판매촉진행사 불참 시 제재 수단의 존부 또는 불이익 부여 여부

3. 판매촉진행사의 성격 및 거래상 우월적 지위의 정도

4. “납품업자 등”의 거래의존도

5. “회사”와 “납품업자 등”의 거래관계의 지속성

6. 거래상품의 특성

**제12장 납품업자 등 반품관련 기준**

**제51조 (반품의 조건)**

“회사”는 정당한 사유 없이 납품 받은 상품의 전부 또는 일부를 “납품업자 등” 에게 반품하여서는 아니된다. 다만, 다음 각항의 어느 하나에 해당하는 사유로서 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간 내에 반품하는 경우에는 정당한 사유가 있는 것으로 추정한다.

1. 특약매입거래의 경우로서 계약체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고, 그 반품조건을 명시한 서면을 “납품업자 등”에게 준 경우에는 반품할 수 있다.

2. 위,수탁거래의 경우는 별도의 제한없이 상품판매 후 남은 재고상품을 반품할 수 있다.

3. 납품받은 상품의 “납품업자 등”의 책임있는 사유로 인하여 오손, 훼손 되었거 나 상품에 하자가 있는 경우에는 반품할 수 있다.

4. 납품받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우로서, 상품의 원산지, 유통기한, 크 기 등 중요한 제품의 특성이 당초 계약한 내용과 다른 경우에는 상품을 반품할 수 있다.

5. “회사”가 반품으로 인하여 생기는 손실을 스스로 부담하고, 해당 “납품업자 등” 에게 반품의 동의를 얻는 경우에는 상품을 반품할 수 있다.

6. 직매입거래의 경우로서 일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품에 대하여 계약 체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고, 그 반품조건이 명시된 서 면을 “납품업자 등”에 준 경우에는 상품을 반품할 수 있다(단, 신선 농ㆍ수ㆍ축 산물은 제외한다).

7. 직매입거래의 경우로서 “납품업자 등”이 반품이 자기에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료를 첨부한 서면으로 반품일 이전에 자발적으로 반품을 요청한 경우에는 상품을 반품할 수 있다.

8. 가맹점사업자가 폐업하면서 “회사”에 반품한 상품에 대해서는, “회사”가 다시 “납품업자 등”에게 반품할 수 있다. 이 경우 재판매가 불가능한 상품은 반품할 수 없다.

9. 그 밖에 직매입거래의 경우로서 정당한 사유가 있는 경우에는 상품을 반품할 수 있다. 이 경우 정당한 사유의 판단은 납품거래의 형태와 특성, 반품의 의도와 목적, “납품업자 등”에 미치는 효과 등을 종합적으로 고려하여 개별적, 구체적으 로 판단한다.

**제52조 (서면의 교부와 보존)**

① “회사”와 “납품업자 등”은 상품의 반품조건에 대해 상호 합의한 경우, 이를 적은 서면을 “납품업자 등”에게 주어야 하며, 서면에는 “회사”와 “납품업자 등” 이 각각 서명 또는 기명날인 하여야 한다.

② 합의서면은『전자거래 기본법』에 따른 전자문서의 형태로 교부할 수 있으며, 『전자서명법』에 따른 공인전자서명 등으로 서명하는 것도 가능하다

③ “회사”는 반품조건을 적은 서면을 납품업자에게 교부하기 전까지는, 원칙적 으로 “납품업자 등”에게 상품을 제조하게 하거나 주문하여서는 아니된다. 다만, 반품 조건을 적은 서면을 교부하기 이전이라도 “회사”가 서명 또는 기명날인 한 서면으로 상품의 제조나 주문을 요구하는 것은 가능하다

④ “회사”는 “납품업자 등”과의 계약이 끝나는 날부터 5년간 다음의 사항이 적힌 서류를 보존해야 한다

1. 반품 조건

2. 반품된 상품의 목록

3. 반품된 상품의 수량

4. 반품된 상품의 거래형태(직매입, 특약매입, 위수탁거래)

5. 반품된 상품의 반품일자

6. 반품된 상품과 관련된 납품대금

7. 반품된 상품의 반품사유

8. “납품업자 등”이 “회사”에게 서면으로 반품을 요청하면서, 해당반품이 자신에 게 직접적으로 이익이 된다는 사실을 증명하는 객관적이 근거자료를 제출한 경우, “납품업자 등”이 제출한 서면과 근거자료

**제13장 제재 및 벌칙**

**제53조 (경쟁법 위반 임직원에 대한 제재)**

① 경쟁법 위반자에 대해서는 사규, 인사규정 및 취업규칙에 정한 바에 따른다.

② 공정거래 준법지원인은 경쟁법 준수여부 점검결과 적발된 경쟁법 위반자에 대해서는 윤리경영실에 그 결과를 통보하고 위반 정도에 상응하는 제재조치를 요구할 수 있고, 회사는 임직원의 고의 또는 중대한 과실로 위반한 사실이 확인 된 경우 에는 제재조치를 진행할 하여야 한다.

③ 제2항의 제제조치 요구와는 별도로, 공정거래 준법지원인은 경쟁법 위반사항 에 대하여 당해 임직원에게 시정을 직접 요구할 수 있다.

④ 회사는 임직원 등이 사기, 횡령, 배임, 금전수수, 부정청탁 등에 해당할 경우, 해당 임직원을 형사고발할 수 있다.

⑤ 경쟁법 위반 임직원에 대한 제재에 관련된 세부사항은 공정거래 준법지원인이 별도로 정할 수 있다.