1. 개 요

가. 제정목적

㈜광주신세계(이하 '광주신세계')는 공정거래 정책(이하 '정책')을 제정함으로써 담합, 향응, 뇌물, 지위남용 등 불공정거래 및 부정경쟁 행위를 예방하고, 광주신세계와 거래관계에 있는 협력회사와 투명하고 청렴한 거래관계를 유지하기 위해 본 정책을 제정한다. 사업활동 중 불공정거래 및 부정경쟁 행위, 혹은 기타 부정하다고 판단될 수 있는 행위가 발견되었을 경우 본 정책을 판단 기준으로 삼으며, 이와 관련한 법적 분쟁 발생 시 관련 법규를 우선으로 적용할 것을 원칙으로 한다.

나. 적용범위

본 정책은 광주신세계의 임직원 뿐만 아니라 광주신세계와 거래 관계에 있는 모든 협력사(파트너사)에게 해당된다. 광주신세계 임직원 및 거래 관계에 있는 협력사는 본 정책의 내용을 숙지하고 불공정거래 및 부정경쟁 행위가 발생하지 않도록 예방한다.

2. 신규거래(입점) 심사 및 평가 기준

객관적이고 공정한 평가기준을 가지고 투명하게 평가를 실시하도록 한다.

가. 심사 및 평가 기준

- 기획력

  매입계획에 적합하고 타 업체 대비 풍부한 상품력을 보유하고 있으며, 자체 상품개발능력 및 공급능력 유무

- 품질

상품과학연구소 품질 평가기준 (대외공인기관의 평가 결과로 대체 가능)

- 납품가격

  쌍방의 이익을 충분하게 배려한 조건 여부와 동종업계와 비교하여 안정된 가격 및 이익보장 여부 비교

- 신용도

  경영상태, 업주의 경영능력 및 도덕성, 재무구조를 확인

- 바이어 임의평가

  면담 시 바이어의 종합적인 판단 및 의견

나. 입점 절차

※ 입점상담 시 협력사에 부당한 경영정보 요구 금지

3. 거래조건 산정 기준과 절차

거래조건은 아래 기준과 절차를 준수하여 협력사와의 자유로운 협의 하에 신규/갱신 전 결정한다.

가. 거래조건 산정 가준

- 거래조건의 결정/변경 기준 (수수료, 임대료/보증금 등)

  1. 당사 점포별 해당상품군 평균 거래조건

  2. 협력사 입점에 따른 예상 매출과 손익 분석

3. 협력사 협의를 통한 가감 진행

- 세부 고려사항

1. 점포 급지요인 분석: 점포 규모, 매출 및 경쟁력, 상권

2. 매장 급지요인 분석: 매장 층, 매장 위치 및 동선, 매장면적, 대면동선 및 길이

3. 협력사 협의 사항: 경쟁력 및 인지도, 협력사 규모 및 우호도, 매장 조성 비용 등

- 기 타

1. 상기 거래조건은 특약, 임대, 위탁등 모든 유형의 거래에 해당

2. 관리비의 경우 당사 총무팀 관리비 산정 기준 (급지 및 주변 상권 고려)

3. 계열회사와의 거래 시 별도 사전 검토 필요 (법무팀/자금팀)

나. 거래조건 변경 절차

1. 대상협력사 선정 (계약만료 전)

2. 거래조건 변경 사전 협의 안내 및 서면 발송 (계약만료 30일 전)

3. 협의 진행, 완료 및 계약 체결

4. 신규계약시점부터 변경된 조건 적용 (수수료, 임대료/보증금 등)

4. 거래중단(퇴점) 기준과 절차

거래중단 이전에 협력회사와의 사전 협의를 거쳐, 원만하게 이루어질 수 있도록 최선을 다하여야 한다.

가. 거래중단 기준

- 거래계약기간이 만료된 경우

  1. 계약기간이 종료되었으며, 계약갱신을 하지 않고 영업을 종료하는 경우

- 거래계약의 중대한 사항을 위반하여 시정을 요구하였으나 그러지 아니한 경우

  1. MD 정기 평가 하위 실적(30%) 통보받은 협력사가 실적 개선이 되지 않는 경우

  2. 납품한 상품의 품질 및 안전에 위해가 발생, 다른 상품을 납품, 대금착복 등의 경우

  3. 기타 계약서상 쌍방의 계약해지에 해당하는 경우

- 기 타

  1. 협력사의 자발적인 철수 (매출부진 및 매장 운영의 어려움)

  2. 영업이 불가능한 경우 (도산, 생산중단 등)

  3. 부득이한 사유로 어느 일방이 중도 해지하려는 경우 (사전 서면 통지 필수)

나. 거래조건 변경 절차

1. 대상협력사 선정 (계약만료 전)

2. 거래조건 변경 사전 협의 안내 및 서면 발송 (계약만료 30일 전)

3. 퇴점관련 협의 (상품철수, 인테리어 원상복구 및 보상금, 비용정산)

4. 계약종료

5. 판촉행사 진행 및 비용 분담

가. 기본원칙

- 판촉행사의 진행의 기본원칙

1. 판촉행사란 명칭이나 형식에 상관없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킬 목적으로 행하는 모든 행사 또는 활동(상품권, 사은품, 광고, 이벤트 행사 등)

2. 협력사의 판매촉진에 기여 않는 비용을 부담시켜서도, 기여하더라도 강요해서는 안됨.

- 판촉행사의 유형 및 비용분담 기준

구분	행사기획	참여주체	비용부담
백화점 주관 행사	백화점	백화점	백화점
협력회사 자발적 행사	협력사	협력사	협력사
공동판촉 행사	백화점	백화점+협력사	백화점+협력사

1. 백화점이 주관하는 광고선전비용 및 장치장식비용은 백화점이 100% 부담

2. 협력사가 주관하는 자발적 판촉행사(세일, 프로모션, 사은품행사)는 협력사가 부담

3. 공동판촉행사(사은품, 상품권, 프로모션 등)는 백화점이 50%이상을 부담

예시) 백화점 주관하는 판촉행사는 백화점이 비용을 부담하며(광고, 구매고객 상품권 증정 등), 이 때 협력사가 자발적 결정하여 자체 판촉행사를 진행할 시 해당 판촉비는 협력사 부담

나. 판촉행사의 공정한 사전협의 진행

- 사전협의

1. 판매촉진을 목적으로 백화점과 협력회사와의 판촉행사 진행이 필요한 경우

2. 판촉행사 전 협력회사와의 충분한 기간을 두고 사전협의 진행함.

3. 협력회사는 행사요청 공문을 백화점에 발송하고, 불합리하지 않은 비용분담 협의를 진행

- 약정체결

1. 행사 예상분담액, 산출근거, 용도 등에 대해 사전에 명확하게 서면 약정

2. 협력회사가 부담하는 판촉행사 비용보다 예상이익이 더 많아야 함

3. 약정서는 공동 판촉행사 진행 전 체결을 원칙

6. 매장 이동 및 인테리어비용 분담/보상

가. 매장 이동 및 변경 기본 원칙

- 계약기간 중 매장 위치·면적 ·시설을 변경하는 행위는 원칙적으로 금지
- MD개편, 리뉴얼 전 사전 협의 및 인테리어설치약정서 체결 必

나. 매장 이동 및 변경 기준

- 협력사에게 직접적으로 이익이 되어, 협력사 요청에 따라 상호 협의 시 가능
- 협력사 요청사항 고려: 유사 장르간, 유사 등급 브랜드간 군집
- 집객 및 트렌드 고려: 물판시설 사이 휴게공간, 식음공간 조성 등

다. 인테리어 비용 분담 기준

구분	내용
기초시설 공사	• 기초시설 및 설비: 백화점 100% 부담 ※ 영업을 하기위한 최소한의 상태로 백화점 기준 사양 천장, 바닥, 벽체 및 전기, 배관, 공조 등이 갖추어진 상태 • 협력사 고유사항 추가분은 협력사가 부담
백화점 주관 MD 개편	• 계약기간도중 백화점 주관 이동, 변경: 백화점 100% 부담 • 백화점 공통양식, 공용부 조성: 백화점 100% 부담 • 중소기업 한정 MD개편 및 리뉴얼 경우, 인테리어 설비비용의 50%를 백화점이 분담 • 협력사에게 이익이 되는 경우(선호 위치 이동, 면적확장 등)상호 협의 및 사전약정에 의해 백화점 50%이상 분담 가능
협력사 주관 이동·	• 협력사 경영방침, 상품 재구성, 컨셉 변경 등 사유로

변경/신규입점	협력사의 매뉴얼 시공 시: 협력회사 100% 부담 • 백화점과 협력사 상호협의 하 분담비율 결정 가능

라. 인테리어 비용의 보상

- 매장 인테리어비용 보상 기준

  1. 계약기간 중 거래를 중단하거나 거절하는 경우, 매장 위치·면적·시설을 변경하는 경우 협력사가 지출한 매장 조성비용의 보상의무 발생

  2. 계약잔여일 기준 잔존가 계산 (기간이 1년 미만인 경우는 계약기간을 1년으로 산정)

  3. 협력사의 자발적 요청의 경우 미적용

- 인테리어 비용 보상 산출 예시

【 잔존가=초기인테리어설비비용 * (계약기간-영업일수) / 계약기간 】

1. (협력사 6천만원 투자) 24개월 계약 후 백화점 요청으로 6개월만에 퇴점하는 경우

▷ 6,000만원 * (24개월-6개월) / 24개월 = 4,500만원 보상

※ 계약 중도해지로 인한 영업손해배상은 추가로 별도 협의

2. (협력사 6천만원 투자) 8개월 계약 후 계약만료 퇴점하는 경우

▷ 6,000만원 * (12개월-8개월) / 12개월 = 2,000만원 보상

7. 표준거래계약서 사용

광주신세계는 거래계약서상 협력사에게 불리한 조항이 포함되거나, 필요한 조항이 누락되지 않도록 표준거래계약서를 도입하고 지속적으로 개정한다.

가. 표준거래계약서 개정 내용

구분	주요 내용
역대 표준계약서 개정 사항	• 대규모유통업자와 납품업체간 인테리어비용 분담기준 • 납품업자 등의 종업원 파견 및 사용에 관한 가이드라인 • 백화점의 강압적(일방적) 문구 개정 • 백화점의 과도한 보호조항 개정 • 협력회사에게 필요한 조항 누락 개정 • 협력회사의 과도한 위약벌 조항 개정 • 공정위 약관심사과에서 지적한 불공정 약관조항 시정 - 부당한 계약해지, 권리제한, 과중한 손해배상의무를 부담, 백화점의 부당한 면책, 납품업자 불리한 조항 등 • 협력사원 지원에관한 사항, 파견종업원 관련 • 매장 인테리어 비용 부담 기준 구체적 명시 • 할인행사 판매수수료 관련 사항 명시

	• 대형유통업체의 중간유통업자(벤더) 통제조항 신설 • 공급원가 변동에 따른 납품 가격의 조정 • 구두 발주 및 반품행위(직매입) 관련 내용 반영 • 특약매입부당성심사지침 개정안 관련 반영
21년 표준계약서 개정 사항	• 직매입 대금지불 명시 • 임대보증금 및 임대료의 결정 및 변경 기준과 절차 사전 공지 • 판촉행사 진행 및 비용분담 기준 안내 • 매장의 위치 면적 시설 변경 기준에 대해 사전에 공지 • 계약갱신 및 거절 기준 고지 • 임대갑 매장 재난 등 사항에 감액청구권 • 임차인 중도해지 시 위약금 상한선 개정 (10%→임대료 3개월)

8. 경영정보제공 요구 금지

협력사의 경영정보는 거래개시 전, 거래중에도 요구할 수 없으며, 불가피한 경우 협력사와 사전 협의 후 적합한 절차에 따라 예외적으로 가능하다

가. 경영정보제공 요구의 원칙적 금지

- 협력사에게 경영정보 제공 요구(문의)행위는 원칙적 금지
- 입점 전 상담단계에서 협력사에게 경영정보를 요구하는 행위 또한 금지

- 경영정보의 범위

1. 협력사가 납품하거나 판매하는 상품의 원가 정보

2. 협력사가 타 사업자에게 공급하는 상품 가격, 입점조건(판매수수료, 면적) 등

3. 협력사가 타 사업자의 점포에서 판매하는 상품의 매출액, 판매량 등

4. 협력사가 타 사업자의 점포에서 진행하는 판촉행사 내용 (시기, 횟수, 조건) 등

5. 협력사가 타 사업자와의 거래상 사용하는 전산망 접속정보 (ID, PW 등)

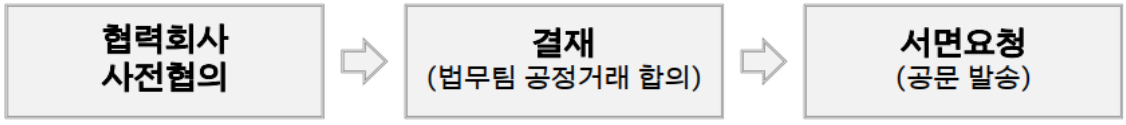
나. 불가피한 경영정보 요구 시 준수사항과 절차

- 불가피한 경영정보 요구 상황

- 협력사의 위법사항이나 소비자 가치를 심각하게 훼손하는 사안에 대해 일부 경영정보의 확인이 불가피하게 필요한 경우 한정 요구목적에 맞게 최소한의 범위 서면 요구

- 절차 및 서면 요청 포함사항

- 경영정보 요구 운영 절차



- 경영정보제공을 요구하는 목적, 비밀유지방법 등 요구대상 정보의 비밀유지에 관한 사항, 경영정보 요구일자, 제공일자 및 제공방법, 백화점과 협력사 쌍방 서

명 또는 날인, 경영정보제공요구 목적이 불가피함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항, 정보 파기 일정

9. 판촉사원 파견 기준과 절차

가. 판촉사원 파견의 목적 및 파견 가능 원칙

- 판촉사원 파견 목적 및 원칙

  - 협력사가 매출증대 등의 목적으로 판촉사원이 필요하다고 판단될 경우

  - 협력사가 특수한 판매기법, 브랜드/상품설명 등 숙련된 판촉사원 파견이 필요한 경우

  - 백화점이 협력회사로부터 판촉사원을 강요/요구로 파견 받아 백화점 업무에 종사시키거나, 협력회사에 백화점이 고용하는 종업원 등의 인건비를 부담시키는 행위 금지

- 판촉사원 파견이 가능한 경우

  1. 백화점이 협력사의 판촉사원 제반 비용(인건비, 식비, 교통비, 기타)을 부담하는 경우

  2. 협력회사가 자발적으로 자기에게 직접적으로 이익이 된다고 판단하여 종업원 등을 자발적으로 파견하는 경우

  3. 특수한 판매기법 능력을 지닌 종업원을 파견하는 경우

나. 협력사의 판촉사원 지원을 위한 요건

- 절차

  - 판촉사원 파견 관련 협력사의 사전 신청 및 협의

  - 판촉사원의 파견에 대한 세부 조건을 명시한 서면약정을 사전에 체결

  - 약정서 기재사항

  1. 판촉사원의 수, 2. 근무기간 및 근무시간, 종사할 업무내용, 인건비 분담 여부 및 조건

  ※ 광주신세계 EDI 상 계약서 체결 시 `협력회사지원약정서` 체결 필수

- 유의사항

  1. 파견된 사원은 협력사의 상품 판매 관리 업무에만 종사하여야 함

  2. 백화점 고유업무 종사 불가 (창고 등 공용시설 정리, POS관리 등)

  예1) 현금출납 보조, 포장업무, 공용공간 청소, 공용공간에서의 고객 응대 및 안내

  예2) 다른 협력사의 상품이나 백화점 PB상품 판매 / 재고파악 / 관리 / 진열업무

3. 최초 계약/약정 후 영업중 협력사에서 추가로 판촉사원이 필요한 경우(행사, 일손부족 등)

백화점과 사전 협의 → 판촉사원 약정서 추가 체결 후 인력 투입

10. 특약매입 부당성 심사지침 안내

가. 협력사에게 부당한 비용 전가 금지 원칙

구분	주요 항목	비용부담
상품입고 관리단계	• 입고된 상품 보관비용 (창고관리비용) • 입고된 상품재산 보장보험 비용 • 입고된 상품에 대한 멸실, 훼손비용 (단, 협력사 귀책사유가 있을 경우 상호 협의하여 조치)	백화점
매장운영 관리단계	• 매장 기초시설 공사비용 (천장, 바닥, 조명 등) • 계약기간 중 백화점사유 MD개편시 발생 비용 • 백화점 파견 요구 판촉사원 비용 • 매장관리비용 (전기료, 가스료, 수도료, POS사용료 등) • 컴플레인처리비용 (단, 상품하자의 경우 제외) • 백화점주관 행사를 위해 진행되는 컨벤션 상품 운송비	백화점
광고 / 판매 촉진	• 백화점 주관 광고비용 (방송매체, 전단, DM, 카달로그 등) • 백화점의 통일된 장치장식비 연출 및 점내 고지비용	백화점

	• 백화점 주관 판촉행사 (상품권, 사은품, 고객초대회 등)	
	• 백화점, 협력사 공동 판촉행사 (상품권, 사은품, 세일 등)	공동부담 (백화점 50% 이상)
	• 협력사 주관 자발적/차발적 판촉행사	협력사 (비용부담 양 사 협의)

11. 반품의 기준과 절차

가. 반품 관련 준수 사항

- 백화점이 협력사로부터 납품 받은 상품을 정당한 사유 없이 반품하는 행위 금지
- 예외적으로 반품이 가능한 경우

  1. 특약매입거래로서 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 서면을 협력사에게 준 경우
  2. 위·수탁거래의 경우
  3. 협력사의 귀책사유로 오손, 훼손, 하자 등이 있는 경우
  4. 납품 받은 상품이 주문한 상품과 다른 경우

5. 반품의 손실을 백화점이 스스로 부담하고 협력사가 이에 동의를 한 경우

6. 직매입거래중 일정기간이나 계절에 집중 판매되는 상품(신선, 농수축산 제외)에 대해서 계약 시 반품조건을 구체적 약정하고 그 반품조건이 명시된 서면을 협력사에게 준 경우

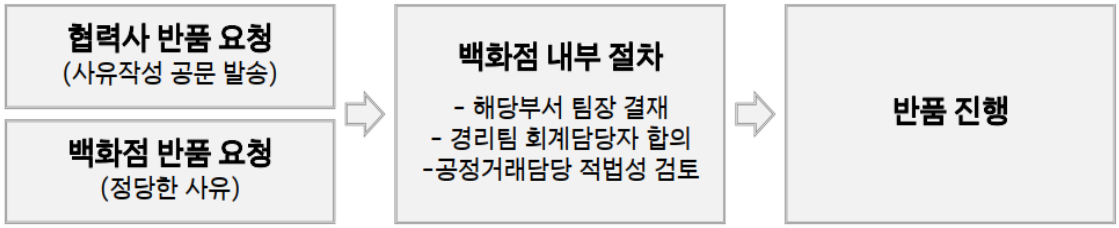
※ 계절상품: 기념일(ㅇㅇㅇ데이, 성탄절), 명절, 신학기/졸업, 휴가용품, 계절용품

7. 직매입 거래의 경우 협력사가 반품이 자기에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료를 첨부한 서면으로 반품일 이전에 자발적으로 요청한 경우

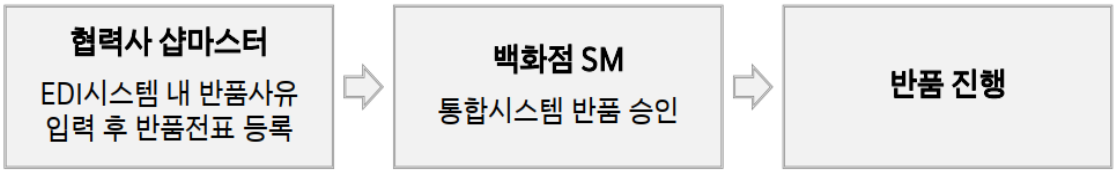
8. 신선 농수축산물 반품은 납품일로부터 2일 이내 반품 가능

나. 반품절차

- 직매입: 원칙적 금지, 정당한 사유 시 아래와 같은 절차에 따라 예외적 허용



- 특약매입: 계약체결 시 반품조건 약정



12. 불공정 거래행위 금지

가. 사전 서면계약 체결 및 서면교부 전 구두발주 금지

- 협력사와 거래하기 전, 계약시작일 이전에 양 당사자가 서명한 거래계약서를 체결, 즉시 교부하여야 함

  - 단기행사계약서, 협력사원지원약정서, 인테리어설치약정서 등 모두 포함

  - 계약 관련 주요 서류는 계약이 끝난 날로부터 5년간 보관

- 계약서, 발주서 등 교부 전까지 구두로 상품주문, 장비·장치 준비 등 요구 불가

- 광주신세계 전자계약시스템 활용

  - 계약시작일 2일 전 계약완료 필수: 계약개시일 이후 계약 불가 (1일전 계약 바이어문의)

  - 시스템을 통한 바이어 발주 등록 및 발주 확정 후 매입 가능 (서면발주서 동일효과)

나. 중간유통업자(벤더)를 통한 납품 유도행위 금지

- 협력사에게 중간유통업자(벤더)를 통해 납품하도록 유도하는 행위 금지

- 중간유통업자(벤더)가 그의 협력사를 대상으로 불공정행위를 하는 경우, 계약해지사유에 해당 (광주신세계백화점 표준 직매입거래계약서 20조② 반영)

다. 판매분 매입의 원칙적 금지

- 고객에게 판매된 수량에 대해서만 협력사로부터 매입한 것으로 처리하는 행위(판매분매입) 금지

- 예외적 허용 사유 (협력사 사전 협의 必)

  - 사전매입이 어려운 상품 (조리, 델리, 신선유제품, 대형 가전/가구 등)

  - 협력사의 요청(본사 정책 등)에 의한 경우

13. 기타 공정거래 금지사항

- 배타적 거래 강요 금지

  - 협력사가 다른사업자와의 거래를 이유로 입퇴점, 납품 등을 강요하거나 방해하는 행위

- 백화점의 경제적 이익 제공 요구 금지

  - 협력사 대상 사전 약정없는 판매장려금 수취, 정당한 사유 없는 경제적 이익 요구 행위

- 부당한 영업시간 구속 금지

  - 매장 임차인의 질병 치료 등 사유로 백화점에 사전 서면요청 후 영업시간 단축 가능

- 불이익 제공행위의 금지

  - 매장 임차인의 질병 치료 등 사유로 백화점에 사전 서면요청 후 영업시간 단축 가능

  - 상품권이나 물품을 구입하게 하는 행위

- 통상적인 시장 가격보다 현저히 낮은 가격에 납품하게 하는 행위 (부당 염매)

- 판촉행사를 이유로 통상적인 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위

- 납품업자 등의 의사에 반하여 판촉행사에 참여하게 하는 행위

- 한시적으로 인하한 납품가격을 기한 경과 후 환원시키지 않는 행위

- 납품업자 등의 의사에 반하여 상품광고를 하게 하는 행위

- 퇴점을 방해하거나 납품업자 등의 의사에 반하여 특정점포에 입점하게 하는 행위

- 계약기간 중에 매장의 위치·면적·시설을 변경하는 행위

- 계약기간 중에 판매장려금, 수수료를 변경하는 행위

- 이에 준하는 납품업자 등에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위

- 보복조치의 금지

- 협력사가 백화점의 법 위반행위를 관계기관에 신고하거나 알리는 행위를 한 것을 이유로 불이익을 주는 행위

14. 불공정 거래 관련 제보 채널

- 신세계백화점 CSR담당 법무팀 공정거래담당
- 02 - 727 – 1259

15. 부 칙

가. 이 지침은 2024년 6월 18일 제정 시행한다.