

# “파트너사 가이드”

- ▶ 협력회사 선정 및 입퇴점
- ▶ 판촉사원 파견 가이드라인 준수
- ▶ 경영정보제공 요구금지
- ▶ 특약매입 부당성 심사지침
- ▶ 판촉행사 진행 및 비용분담
- ▶ 매장위치 이동 및 인테리어비용 분담/보상
- ▶ 판매수수료 결정 및 변경
- ▶ 표준거래계약서 사용

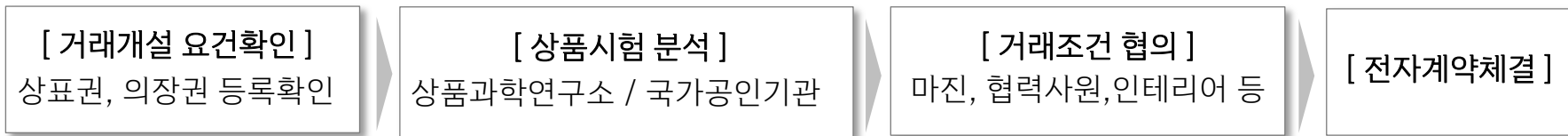
SHINSEGAE

# 1. 협력회사 선정 및 입퇴점

## 1. 신규거래 입점상담

구 분	상담 내용	비 고
1차 상담	· 상담방법 : 온라인 및 대면상담 · 상담내용 : 회사현황, 사업계획서, 상품소개서 검토 (회사규모, 경영상태, 신용도, 상품력, 영업력, 품질검증)	-
2차 상담	· 상담방법 : 상품품평회 실시 (자체 품평회, 협력회사 방문 품평회, 샘플 품평회) · 상담내용 : 상품기획력, 품질, 가격경쟁력, 디자인 및 소재	필요시 진행

## 2. 신규 입점절차



## 3. 퇴점 기준

- 1) 거래계약기간이 만료된 경우
- 2) 협력회사 영업이 불가능한 경우 (도산, 생산중단, 자진철수 등)
- 3) 계약위반 및 계약해지 사항에 해당되는 경우 (불법 및 위해상품 취급, 법규 위반 등)

## 2. 판촉사원 파견 가이드라인 준수

---

### 1. 다음의 목적에 따라 판촉사원을 파견하실 수 있습니다.

- 매출증대 등의 목적으로 협력회사가 판촉사원이 필요하다고 판단될 경우
- 특수한 판매기법, 브랜드/상품 설명 등의 숙려된 판촉사원 파견이 필요한 경우

### 2. 신세계는 협력회사 판촉사원의 남용행위를 다음과 같이 금지합니다.

- 1) 현금출납 보조업무, 포장업무, 공용공간 청소 등 백화점 고유업무에 종사시키는 행위
- 2) 다른 납품업체 상품이나 백화점 PB상품에 대해 판매, 재고파악, 관리, 진열업무 등을 맡기는 행위
- 3) 판매목표달성을 강요하는 행위

### 3. 파견 절차 및 준수사항

- 1) 목적을 명시한 협력사원 파견 신청 및 협의
- 2) 세부파견 조건 등을 명시한 서면약정 체결 (5년간 보존)
- 3) 협력회사 파견

### 3. 경영정보제공 요구 금지

1. 신세계는 협력회사에게 부당하게 경영정보제공 요구를 하지 않습니다.

#### 제공요구금지 항목

- ① 협력사가 다른 사업자에 제공하는 상품의 공급면적(가격 등), 입점조건(수수료 등)
- ② 협력사가 다른 사업자의 점포에서 판매하는 상품의 매출액, 기간별 판매량 등 매출관련 정보
- ③ 협력사가 다른 사업자의 점포에서 진행하는 판촉행사의 내용 (시기, 횟수, 비용분담 등)
- ④ 협력사가 다른 사업자와의 거래에서 사용하는 전산망 정보 (EDI 아이디, 비밀번호 등)

2. 단, 협력회사의 위법사항에 대한 원인파악이나, 소비자가치를 심각하게 훼손한 사안에 대해 일부 경영정보의 확인이 불가피하게 필요한 경우, 경영정보제공을 요구할 수 있습니다.  
(요구목적 서면명시, 최소범위 요청)

#### 서면 포함사항

- ① 경영정보제공을 요구하는 목적
- ② 비밀유지방법 등 요구대상 정보의 비밀유지에 관한 사항
- ③ 경영정보 요구일자, 제공일자 및 제공방법
- ④ 백화점과 협력회사와의 쌍방 서명
- ⑤ 목적달성 후 관련자료의 파기

## 4. 특약매입거래 부당성 심사지침

○ 신세계는 협력회사에게 부당한 비용전가 행위를 하지 않습니다.

구 분	주요 항목	비용 부담
상품입고 관리단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상품보관비용(창고관리비용 등) / 상품재산 보장보험 비용</li> <li>• 입고 완료된 상품에 대한 멸실, 훼손 비용</li> <li>※ 협력회사의 귀책사유가 있는 경우 협의하여 조치</li> </ul>	백화점
매장운영 관리단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 실내장식 비용 중 기초시설(천장, 바닥, 조명 등)</li> <li>• 판촉사원 비용 (백화점에서 파견을 요구한 경우)</li> <li>• 매장관리비용 (전기료, 가스료, 대금결제장비 사용료 등)</li> <li>• 컴플레인 처리비용 (상품하자 제외)</li> <li>• 백화점주관 행사를 위해 진행되는 컨벤션 상품 운송비</li> </ul>	백화점
광고/ 판매촉진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 백화점 주관의 광고비용 (신문, TV, 라디오, 전단, DM, 카탈로그 등)</li> <li>• 점포 차원의 광고 및 판촉행사 비용</li> <li>• 백화점 주관하는 공동 사은품 행사 및 공동 고객초대회 행사 비용</li> <li>• 백화점 주관의 통일된 장치장식비 연출 및 점내 고지비용</li> </ul>	백화점

※ 특약매입거래란?

- 백화점이 납품업자로부터 상품을 외상으로 매입하여 판매 후 판매수수료를 공제한 상품대금을 지급하는 거래

# 5. 판촉행사 진행 및 비용분담

## 1. 판촉행사 진행 기본원칙

- 1) 협력회사가 분담하는 비용은 반드시 상품의 판매촉진에 기여해야 함.
- 2) 비용분담에 대해서는 반드시 절차에 따라 입증자료를 작성 및 보관해야 함.
- 3) 판매촉진에 기여한다 하더라도 백화점은 판촉행사를 강요해서는 안됨. (자발적 참여원칙)

## 2. 판촉행사의 공정한 사전협의 진행

구 분	주요 내용
사전협의	<ul style="list-style-type: none"><li>• 판매촉진을 목적으로 백화점과 협력회사와의 판촉행사 진행에 대한 필요가 발생할 경우</li><li>• 판촉행사전 협력회사와의 충분한 기간을 두고 사전협의 진행함.</li><li>• 협력회사는 행사요청 공문을 백화점에 발송해야 함.</li><li>• 협력회사 행사 분담비용이 불합리하지 않도록 충분한 비용분담 협의해야 함.</li></ul>
약정체결 (공동판촉행사시)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 공동판촉행사 진행시 충분한 사전협의후에 공동판촉행사 약정서를 아래와 같이 체결함.<ul style="list-style-type: none"><li>- 행사 예상분담액, 산출근거, 용도 등에 대해 사전에 명확하게 서면 약정함.</li><li>- 협력회사가 부담하는 판촉행사 비용보다 예상이익이 초과해야 함.</li><li>- 약정서는 사전 체결 및 전자약정을 원칙으로 함.</li></ul></li></ul>

## 3. 판촉행사 비용분담 기준

- 1) 공동판촉행사(사은품, 상품권, 프로모션 등)는 백화점이 50% 이상을 부담한다.
- 2) 백화점이 주관하는 광고선전비용 및 장치장식비용은 백화점이 100%를 부담한다.
- 3) 협력회사가 주관하는 자발적인 판촉행사(세일, 자체프로모션, 상품행사 등) 비용은 협력회사가 부담한다.

## 6. 매장위치이동 및 인테리어비용 분담/보상

### 1. 매장위치는 다음과 같은 경우 이동할 수 있습니다.

- 1) 협력회사에게 직접적으로 이익이 되어, 협력회사의 요청에 따라 백화점과 협의한 경우
- 2) 협력회사의 상품재구성 목적으로 다수 매장의 위치, 면적, 시설 등을 변경하는 경우
- 3) 백화점 주관의 MD개편에 따른 매장위치 변경시 협력회사와의 사전협의를 진행한 경우

### 2. 인테리어 분담/보상기준

구 분	주요 내용
기초시설 공사	• 백화점 부담 (바닥, 조명, 벽체) ※ 단, 협력회사 고유사항의 경우 추가분은 협력회사가 부담함.
백화점주관 MD개편	① 백화점 공통양식의 경우 : 백화점 100% 부담 ② 좋은 위치로 이동 또는 협력회사 고유 매뉴얼의 경우 : 백화점 50% 이상 분담
협력사 목적의 리뉴얼/이동	• 백화점과 협력회사가 협의하여 분담할 수 있음.
신규입점	• 협력회사 매뉴얼 시공시 : 협력회사 100% 부담 가능함.
1년 이내 이동/철수	• 인테리어 공사 후 1년 이내 이동 및 퇴점시 : 365일 감가상각 잔존가 보상

### 3. 인테리어업무 프로세스 (신규입점시)

- ① 입점전 사전준비요청 공문발송 ▷ ② 인테리어 사전협의 및 도면 컨펌/확정 ▷ ③ 인테리어설치약정서 작성

# 7. 판매수수료 결정 및 변경

## 1. 입점 및 재계약시 판매수수료 결정 가이드

- 협력회사는 마진결정시 상권(점포), 장르(상품군), 경영/영업환경(매장급지, 매출, 상품공급방식)을 감안하여 백화점과 사전협의후 판매수수료율을 조정할 수 있음.

책정 판매수수료율 = 입점점포 및 해당상품군 평균마진율 ± 조정마진율

### 결정 / 변경요인

- ① 상권특성, 시장상황, 매장면적, 매장입점위치(입지여건)
- ② 매출외형, 계약형태, 투자규모, 브랜드 인지도/차별성
- ③ 시장성장 잠재력, 백화점 기여도 등

## 2. 판매수수료 조정 사유

- 협력회사의 경영 및 영업환경의 변화로 인해 판매수수료 조정이 필요한 경우
- 상품공급방식 변동 및 계약형태의 변경이 있는 경우
- 해당 상품군의 판매수수료율이 경쟁 브랜드 대비 현격한 차이가 있는 경우
- 기타 상호간에 마진율 조정이 필요한 사유가 발생한 경우

## 3. 판매수수료 조정 절차

[ 사전협의 / 공문발송 ]

※ 재계약시 계약만료 1개월전

[ 추가 협의 ]

※ 상생지원, 시장상황 감안

[ 계약 체결 ]

※ 계약서 작성 및 조정마진 적용



## 8. 표준거래계약서 사용

1. 신세계는 거래계약서상에 협력회사에게 불리한 조항이 포함되거나, 필요한 조항이 누락되지 않도록 하기 위해 공정거래위원회에서 배포한 표준거래계약서를 도입하고 지속적으로 개정해 나가고 있습니다.

### 2. 표준거래계약서 개정 내용

구 분	주요 개정 내용
공정위 표준거래계약서 개정에 따른 신세계 특약매입거래계약서 개정 (’13.6)	<ul style="list-style-type: none"><li>• ‘대규모유통업자와 납품업체간 인테리어비용 분담기준 권고’ 내용</li><li>• ‘납품업자 등의 종업원 파견 및 사용에 관한 가이드라인’ 반영</li></ul>
불공정거래 요소조항에 대한 신세계 특약매입거래계약서 개정 (’14.12)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 백화점의 강압적(일방적) 문구 개정</li><li>• 백화점의 과도한 보호조항 개정</li><li>• 협력회사에게 필요한 조항 누락 개정</li><li>• 협력회사의 과도한 위약벌 조항 개정</li></ul>
불공정 약관조항에 대한 신세계 거래계약서 추가 개정 (’16.3)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 부당한 계약해지 조항</li><li>• 협력회사의 권리를 제한하는 조항</li><li>• 협력회사에게 부당하게 과중한 손해배상 의무를 부담시키는 조항</li><li>• 백화점을 부당하게 면책하는 조항</li><li>• 기타 협력회사에게 부당하게 불리한 조항</li></ul>