

특약매입(단기) 거래계약서

(이하 “백화점”이라 한다)과 (이하 “협력사”라 한다)는 다음과 같이 특약매입 거래계약(이하 “이 계약”이라 한다)을 체결한다.

제1조 (목적)

“이 계약”의 작성 목적은 “백화점”과 “협력사”간 상품의 특약매입거래(“백화점”이 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로 “협력사”로부터 상품을 외상 매입하고 상품판매 후 일정률이나 일정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 “협력사”에게 지급하는 형태의 거래를 말한다)에서, 계약기간이 상품 또는 거래의 속성상 1주일 혹은 통상 3개월 이내인 단기기간 동안 일시적으로 판매되는 상품의 거래에 있어 양 당사자 사이의 기본적인 권리와 의무를 정하기 위함에 있다.

제2조 (기본원칙)

- ① “백화점”과 “협력사”는 상호이익을 존중하고 “이 계약”상 의무를 신의에 따라 성실히 이행함으로써 상호 공정한 거래관계와 동반성장을 추구한다.
- ② “이 계약” 체결 이후 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 및 그 시행령 등 제반 법령의 개정 등의 사유로 “이 계약”의 내용을 수정할 필요가 있는 경우에는 “백화점”과 “협력사”가 합의하여 특약으로 “이 계약”의 내용을 수정할 수 있다.

제3조 (용어의 정의)

“이 계약”에서 사용되는 용어는 다음과 같은 뜻을 가진다.

1. ‘특약매입거래’란 “백화점”이 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로 “협력사”로부터 상품을 외상매입하고 상품판매 후 일정률이나 일정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 “협력사”에게 지급하는 거래형태를 말한다.
2. ‘특약매입 마진율’이란 “협력사”가 납품한 상품을 “백화점”이 판매한 것에 대한 대가로서 “백화점”이 수취하는 금전 등 경제적 이익이 상품판매대금에서 차지하는 비율을 말한다.
3. ‘판매촉진행사’란 명칭에 상관없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킬 목적으로 행하는 모든 행사 또는 활동을 말한다.
4. ‘판매촉진비용’이란 판매촉진행사에 소요되는 비용을 말한다.
5. ‘반품’이란 대규모유통업자가 납품받은 상품을 되돌려 주거나 납품업자의 다른 상품과 바꾸는 등 형식에 상관없이 납품받은 상품을 납품업자에게 실질적으로 되돌려 주는 모든 행위를 말한다.
6. ‘신선농·수·축산물’이란 시간이 지남에 따라 부패하기 쉬운 특성을 지닌 신선상태의 농산물·수산물·축산물로서 건조·염장 등 가공을 하지 아니한 것을 말한다.
7. ‘판매지원’이란 “협력사”의 종업원이나 “협력사”가 상품의 판매 및 관리업무를 위하여 고용한 인력을 말한다.

제4조 (공정거래 준수 및 동반성장 지원)

- ① “백화점”과 “협력사”는 공정하고 투명한 거래를 위하여 다음 각 호의 내용을 준수한다.
 1. 상대방에게 금품, 향응, 편의 또는 접대를 요구하거나 제공하여서는 아니 된다.
 2. 공정한 거래질서에 반하는 행위 또는 거래상 우월적 지위를 남용하는 행위를 하여서는 아니 된다.
 3. 그 밖에 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 및 그 시행령 등 관련 법규의 준수를 위해 노력한다.
- ② “백화점”은 “협력사”와의 동반성장을 위하여 “협력사”의 재무건전화, 기술개발 촉진, 근무환경개선 등을 위한 다양한 지원프로그램을 마련한다.

제5조 (상품의 납품)

- ① “협력사”는 “백화점”에게 아래와 같은 조건으로 상품을 납품한다.
 1. 납품장소 : “백화점”의 해당 사업소 검품시설
 2. 납품기일 : 발주일로부터 (7)일 이내. 단, 발주 시 별도 납품기일을 지정할 경우, 해당

지정일에 따름

3. 납품대상 상품 내역, 상품의 종류, 수량 및 가격과 납품장소·납품기일은 발주의뢰서, 매입전표, 세금계산서 등으로 대신할 수 있다.

② “협력사”는 “백화점”에게 「품질경영 및 공산품안전관리법」, 「대외무역법」, 「식품위생법」, 「농산물(수산물)품질관리법」, 「상표법」, 「특허법」, 「디자인보호법」, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 관련 법령의 규정을 준수하여 상품을 납품하여야 한다.

③ “협력사”는 제1항에 따른 납품기일 및 장소에 차질 없이 상품을 납품하여야 하며, 부득이한 사유로 제1항에 따른 납품기일에 상품의 납품이 불가능한 경우에는 해당 기일의 전일까지 “백화점”에게 납품 기한의 연장을 요청하여 사전 승인을 받아야 한다.

제6조 (검수기준 및 품질검사)

① “협력사”는 납품하는 상품에 관하여 “백화점”의 검수기준에 따른 검수를 받아야 한다.

② “백화점”은 상품의 품질, 규격, 관련 법령의 허용기준 등 “협력사”가 납품하는 상품에 관한 검수기준을 사전에 “협력사”에게 서면(「전자거래기본법」 제2조제1호의 전자문서를 포함한다)으로 명확하게 알려야 한다.

③ “백화점”은 “협력사”가 납품하는 상품에 대하여 품질검사 및 성분검사가 필요한 경우 “협력사”에게 해당 검사를 요구할 수 있다. 이 경우 “협력사”는 공인된 검사기관으로부터 검사를 받은 후 검사결과를 해당 상품의 납품 전에 “백화점”에게 제출한다.

④ 제3항에 따른 검사비용은 원칙적으로 “협력사”가 부담한다. 다만, “협력사”가 제3항에 따른 품질검사 및 성분검사 이전에 해당 상품에 대한 적절한 검사 등을 거쳐 이미 합격 또는 적합 판정을 받고 그 결과를 “백화점”에게 제출하였음에도 불구하고 “백화점”이 “협력사”에게 제3항에 따른 검사를 요구하는 경우에는 “백화점”이 검사비용을 부담한다.

제7조 (상품의 수령의무)

① “백화점”은 “협력사”가 상품을 납품하면 제6조 제2항의 검수기준에 따라 검수를 마친 후 검수에 합격한 경우에는 “협력사”가 “이 계약”에 따라 납품하는 상품을 지체 없이 수령한다.

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 “백화점”은 “협력사”가 납품하는 상품의 수령을 거부할 수 있다. 이 경우 “협력사”는 “백화점”과 협조하여 필요한 조치를 강구하여야 한다.

1. 납품받은 상품이 “협력사”의 책임있는 사유로 인하여 오손 또는 훼손된 경우
2. 납품받은 상품에 하자가 있는 경우
3. 납품받은 상품이 “백화점”이 주문한 상품과 다른 경우
4. 일정한 기간 동안 주로 판매되는 상품으로 해당기간을 넘겨 납품한 경우
5. 그 밖에 제1호부터 제4호까지의 규정에 준하는 사유로 “백화점”이 상품의 수령을 지체하거나 거부할 수 있는 정당한 사유가 있는 경우

제8조 (상품판매대금 지급 및 감액금지)

① “백화점”은 상품판매대금을 판매마감일로부터 (40)일 이내에 현금, 기업구매 전용카드와 같은 현금성 결제수단으로 지급한다.

② “백화점”이 제1항에서 정한 기간을 넘겨서 납품대금을 지급하는 경우에는 그 초과 기간에 대하여 공정거래위원회가 고시하는 이율에 따른 이자를 지급한다.

③ “백화점”은 “협력사”에게 납품 받은 상품의 대금을 감액하거나, 상품 또는 상품권으로 지급하지 아니한다.

④ “백화점”은 제3항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 납품받은 날부터 거래관행상 합리적이라고 인정되는 기간 안에서 “협력사”와 서면으로 합의한 후에 감액할 수 있다. 다만, 신선농·수·축산물인 경우에는 해당 상품의 대금은 “백화점”이 납품받은 시점부터 상품의 검수 및 매입을 마치기 전까지의 기간(특별한 사유가 없으면 2일을 초과할 수 없다)에만 감액할 수 있다.

1. 납품받은 상품이 “이 계약”한 상품과 다른 경우
2. “협력사”의 책임 있는 사유로 인하여 오손·훼손된 경우
3. 납품받은 상품에 하자가 있는 경우
4. 제1호부터 제3호까지에 준하는 정당한 사유가 있는 경우

⑤ “백화점”은 “협력사”와 합의하여 “이 계약”에 따라 “백화점”이 “협력사”에게 지급하여야 하는 상품대금에서 “협력사”가 “백화점”에게 지급하여야 하는 비용을 공제한 후 지급할 수 있다. 이 경우 “백화점”은 공제 내역을 “협력사”에게 사전에 서면으로 통지한다.

제9조 (“백화점”의 금지사항)

“백화점”은 정당한 사유 없이 “협력사”에게 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 상품권이나 물품을 구입하게 하는 행위
2. 통상적인 시장의 납품 가격보다 현저히 낮은 가격으로 납품하게 하는 행위
3. 판매촉진행사를 실시하기 위하여 통상의 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위
4. “협력사”의 의사에 반하여 판매촉진행사에 참여하게 하는 행위
5. 한시적으로 인하하기로 약정한 납품 가격을 기한이 경과한 후에도 정상가격으로 환원하지 아니하거나 환원을 지연하는 행위
6. “협력사”의 의사에 반하여 “협력사”의 상품에 관한 광고를 하게 하는 행위
7. 일정한 점포의 매장에서 퇴점하는 것을 방해하거나 “협력사”의 의사에 반하여 “백화점”의 다른 점포의 매장에 입점하게 하는 행위
8. 계약기간 중에 “협력사”의 매장 위치·면적·시설을 변경하는 행위
9. 그 밖에 제1호부터 제8호까지의 규정에 준하는 것으로서 “협력사”에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위

제10조 (상품의 반품 및 교환)

“백화점”은 다음 반품조건에 따라 반품할 수 있다.

1. 반품기한: 납품일로부터 (3)개월 이내
2. 반품절차의 주체: (협력사)
3. 반품비용의 부담: (협력사)
4. 반품 사유: 판매시준 경과, 신상품 출시 및 상품의 훼손, 하자나 “협력사”의 자발적인 요청 등 “협력사”의 귀책 사유에 의한 반품

제11조 (마진율 등)

- ① 백화점이 상품의 판매대금에서 공제할 수 있는 판매수익은 상품의 판매대금에 ()%의 마진율을 곱한 금액으로 하며, 최초 행사기간 외 변경사항은 별지의 행사 합의서로 같음한다.
- ② 가격인하, 특별행사 등과 같이 제 1항에 명시되지 않은 경우에는 백화점과 협력사가 합의하여 결정하며, 발주의뢰서 또는 매일전표로 이를 같음한다.
- ③ 백화점이 협력사에게 상품대금을 지급할 때 제 1항에서 정한 마진율을 곱한 금액을 상품대금에서 공제한다.
- ④ 이 계약 체결 당시 백화점 또는 협력사가 예상하지 못한 비용이 발생한 경우 그에 따른 추가 비용은 백화점과 협력사의 수익에 비례하여 결정한다.

제12조 (판촉사원 파견 등)

- ① “백화점”은 “협력사”로부터 판촉사원을 파견 받아 그의 판매업무 등에 종사하게 하거나, “백화점”이 고용한 직원의 인건비를 “협력사”에게 부담하게 하지 아니한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 “백화점”이 “협력사”의 판촉사원을 “협력사”가 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에 종사하게 할 수 있다.
 1. “백화점”이 파견된 판촉사원의 인건비, 식비·교통비 등 각종 실비, 상품의 판매 및 관련 업무 종사를 위해 소요되는 비용을 부담하는 경우
 2. “협력사”가 판촉사원의 파견에 따른 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거를 객관적·구체적으로 명시하여 서명 또는 기명날인한 서면에 따라 “백화점”에게 자발적으로 파견을 요청하는 경우
 3. “백화점”이 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 판촉사원을 “협력사”로부터 파견 받는 경우
 4. “협력사”가 상시적으로 운영하는 매장에서 상품의 특성상 전문지식이 중요하다고 공정거래위원회가 정하여 고시하는 상품류를 판매·관리하기 위하여 판촉사원을 파견 받는 경우
- ② 제1항 단서에 해당하는 경우 “협력사”는 제14조에서 명시하는 범위에서 판촉사원을 파견하며, “백화점”은 “이 계약”에 명시되지 않은 판촉사원의 파견을 강요하거나 파견된 판촉사원이 “백화점”의 고유업무에 종사하도록 해서는 아니 된다. 다만, 정당한 사유가 있는 경우 “백화점”과 “협력사”는 사전에 인원의 변경 내용을 담은 서면을 “이 계약”에 첨부하여 파견할 판촉사원 등의 수를 증감할 수 있다.
- ③ “협력사”가 파견한 판촉사원은 “백화점”의 영업시간 동안 근무하고, 영업시간을 초과하여

근무하도록 하여서는 아니 된다.

④ 제1항 제2호 내지 제4호에 따라 파견된 관촉사원에 관한 인건비 등의 비용은 파견사유, “협력사”의 예상이익과 비용 등을 고려하여 “백화점”과 “협력사”가 협의하여 부담한다.

⑤ “백화점”, “협력사” 및 “협력사”가 파견한 관촉사원은 고객이 “백화점”에서 통상적으로 제공받을 것으로 기대하는 수준의 서비스 품질이 유지될 수 있도록 하여야 하며, 특히 “협력사”는 아래 각 호의 사항을 유의한다.

1. “백화점”의 매장에 파견된 종업원 등이 통상의 상품정보 및 판매능력을 보유하고 있지 못하거나, 법률과 사회상규의 위반, 고객에 대한 서비스마인드 부족 등으로 근무하기가 부적합하다고 판단되어 “백화점”이 “협력사”에게 해당 관촉사원의 교체를 요구하는 경우, “백화점”과 “협력사”는 협의하여 당해 관촉사원을 교체한다.

2. “협력사”는 “협력사”의 관촉사원에 대한 고객의 정당한 불만이 있을 경우 보상 및 시정 등 적절한 조치를 취하여야 하고, 고객의 불만이 재발하지 않도록 즉시 필요한 조치를 강구해서 시행하여야 한다.

⑥ “백화점”과 “협력사”는 고객불만 해결 또는 재발방지를 위한 조치에 드는 비용을 원인의 소재, 과실의 유무 등을 종합적으로 고려하여 상호 협의하여 부담한다.

⑦ “백화점”은 제1항 단서에 따라 “협력사”로부터 파견받은 관촉사원에 대하여, “백화점” 규정에 의거하여 다음 각 호와 같은 지원을 할 수 있다.

1. 고객서비스 수준 향상 등을 위한 교육훈련
2. “백화점”의 구내식당 식권(할인판매 또는 무상 제공)
3. 명절선물, 포상, 기타 복리후생 제도 등

제13조 (판매촉진행사 참여 등)

① 판매촉진행사를 하려면 “백화점”과 “협력사”는 사전에 다음 각 호의 사항이 명시된 서면으로 판매촉진행사에 관해 합의를 한 후 진행한다.

1. 판매촉진행사의 명칭·성격·기간
2. 판매촉진행사를 통해 판매할 상품의 품목
3. 판매촉진행사에 소요될 것으로 예상되는 비용의 규모 및 사용내역
4. 해당 판매촉진행사를 통해 “백화점”과 “협력사”가 직접적으로 얻을 것으로 예상되는 경제적 이익 (이하 이 조에서 예상이익이라 한다)의 비율
5. 관촉비용의 부담비율 또는 액수

② 제1항 제5호의 관촉비용 부담비율은 “백화점”과 “협력사”가 예상이익의 비율에 따라 정하는 것을 원칙으로 하되, 구체적인 비율을 산정하기 곤란한 경우에는 “백화점”과 “협력사”의 예상이익이 동일한 것으로 추정한다.

③ 제2항에 따른 “협력사”의 관촉비용 부담비율은 100분의 50을 초과할 수 없다.

④ 제1항부터 제3항까지에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 등 “협력사”가 자발적으로 “백화점”에게 요청하여 다른 납품업자와 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우에는 예상이익과 관계없이 “백화점”과 “협력사”가 상호 협의하여 판매촉진비용의 부담비율을 정할 수 있다.

1. “협력사”가 매출증진을 목적으로 자발적으로 실시하는 경우
2. “협력사”가 신상품 홍보를 목적으로 자발적으로 실시하는 경우
3. 그 밖에 “협력사”가 제1,2호에 준하는 목적으로 자발적으로 실시하는 경우

⑤ “협력사”가 POP 제작, 장치장식, 그 밖에 “백화점”과 관련한 광고를 하는 경우에는 사전에 “백화점”과 협의하여야 한다.

제14조 (매장 위치 및 면적 등)

① “협력사”의 매장의 위치 등은 별지의 행사합의서로 같음한다.

② “백화점”은 정당한 사유 없이 “협력사”에게 다음 각 호의 행위를 해서는 아니 된다.

1. 일정한 점포의 매장에서 퇴점 하는 것을 방해하거나 “협력사”의 의사에 반하여 “백화점”의 다른 점포의 매장에 입점하게 하는 행위
2. 계약기간 중에 “협력사”의 매장의 위치·면적·시설을 변경하는 행위

③ 단, “협력사”에게 직접적으로 이익이 되어 “협력사”의 요청에 따라 “백화점”과 “협력사”가 상호 협의하였거나, 상품재구성의 목적 등으로 다수 매장의 위치·면적·시설 등을 동시에 변경하는 경우에는 상호 협의 하에 매장위치를 변경할 수 있다.

④ “협력사”는 자사브랜드의 이미지를 관리하고 동일성을 유지하기 위하여 “협력사”의 비용으로 매장인테리어를 할 수 있다. 다만, 바닥, 조명, 벽체 등 기초시설 공사에 관한 비용은 “백화점”과 “협력사”가 협의하여 부담한다.

⑤ “백화점”은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하는 경우에는 “협력사”가 지출한 해당 매장에 대한 설비비용 총액에 전체 계약기간에서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위가 발생한 날부터 계약기간의 마지막 날까지의 기간이 차지하는 비율을 곱한 금액 이상을 해당 매장 설비비용에 대한 보상으로 “협력사”에게 지급한다. 계약기간이 1년 미만인 경우는 계약기간을 1년으로 본다.

1. “협력사”와 거래를 중단하거나 거절하는 행위
2. “협력사”의 매장 위치·면적·시설을 변경하는 행위

제15조 (배타적 거래 강요 금지)

“백화점”은 부당하게 “협력사”에게 배타적 거래를 하도록 하거나 “협력사”가 다른 사업자와 거래하는 것을 방해하는 행위를 하여서는 아니 된다.

제16조 (경영정보 제공 요구 금지)

① “백화점”은 부당하게 “협력사”에게 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보를 제공하도록 요구하여서는 아니 된다.

1. “협력사”가 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건에 관한 정보
2. 그 밖에 “협력사”나 “협력사”의 거래 상대방에 관한 제1호에 준하는 경영 정보

② “백화점”이 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 경영정보를 요구하는 경우에는 경영정보 요구에 앞서 요구목적, 비밀유지에 관한 사항을 적은 서면을 “협력사”에게 제공하여야 한다.

③ 제2항의 서면에는 “백화점”과 “협력사”가 각각 서명 또는 기명날인하여야 한다

④ “백화점”이 “협력사”에게 경영정보를 요구하는 경우에는 요구목적에 필요한 최소한의 범위에서 하여야 한다.

제17조 (비밀유지 및 고객정보보호 의무)

① “백화점”과 “협력사”는 상호간의 거래로 인하여 알게 된 상대방의 영업비밀을 제3자에게 누설하지 아니한다. 다만, 다른 법령에 근거한 정부 또는 공공기관의 요청에 따르거나 법원의 판결에 따라 누설하는 경우는 예외로 한다.

② “백화점”의 매장에서 “협력사”의 상품 또는 “협력사”가 납품한 상품을 거래하는 과정에서 “협력사”가 취득하게 된 고객의 정보는 “백화점”의 고객 정보와 동일한 보호를 받으며 “협력사”는 고객 정보 보호에 대한 관련 법령 및 “백화점”의 지침 등을 준수해야 한다.

③ “협력사”는 “백화점”이 위탁한 고객정보를 위탁받은 목적으로만 사용해야 하며, 위탁업무를 수행하면서 알게 된 고객정보는 위탁업무 용도에만 사용한다.

④ “협력사”는 위탁업무를 수행하면서 알게 된 고객정보를 컴퓨터파일, 문서 등의 형태로 별도로 보관해서는 아니 된다.

⑤ “백화점”은 “백화점”이 위탁한 고객정보에 대한 “협력사”의 관리 현황을 관리·감독할 수 있으며, 이행사항에 대한 점검 또는 감사를 요구할 경우 이에 적극 협조하여야 하고 “협력사”는 적극적으로 지원해야 한다.

⑥ “협력사”의 귀책사유로 인하여 고객 정보가 유출 되거나 이를 부정하게 이용하는 등의 사고가 발생하는 경우 “협력사”는 일체의 배상책임을 지고 “백화점”을 면책·보상해야 한다.

⑦ 제1항부터 제6항까지의 의무는 “백화점”과 “협력사”사이의 거래가 종료된 이후 (5)년간 계속된다.

제18조 (윤리적인 거래)

“협력사”는 “백화점”과의 거래에 있어 “협력사”의 이익을 목적으로 “백화점” 또는 “백화점”의 임직원에게 아래 각 호의 이익제공 행위를 하여서는 안 된다.

1. 현금, 상품권, 유가증권, 채권 및 기념품 등과 같은 금품제공 행위
2. 골프, 술 접대, 식사접대 및 교통·숙박 등의 향응 및 편의시설 제공 행위
3. 부동산거래행위, 자산 임차권 제공, 리베이트 제공, 수익분할 조건부 거래, 영업권(대리점포함) 제공과 같은 기타 이익 제공 행위

제19조 (사후 고객관리를 위한 조치)

① “백화점”은 “협력사”가 매장을 철수한 후에 “협력사”의 상품에 대한 고객의 교환, 환불요구 등에 대한 사후관리를 위하여 계약 종료일 직전 월의 판매된 상품대금의 (10)%에 해당하는 금액을 보증금으로 “백화점”에게 예치하게 할 수 있다. “협력사”가 보증금을 예치하지 않은 상태에서 “백화점”이 고객의 교환, 환불요구에 응한 경우 “협력사”는 이로 인하여 지출된 비용을 “백화점”에게 지급한다.

- ② “협력사”가 제1항에 따른 보증금을 예치하지 않거나 별도의 보증보험을 가입하여 “백화점”에게 제공하지 않은 경우, 계약종료일이 속한 직전 월에 판매된 상품대금의 (10) %에 해당하는 금액만큼 제1항의 보증금으로 상계하여 예치한다.
- ③ 사후 고객관리를 위한 조치의 유효기간은 “이 계약” 종료일이 속한 월의 판매마감일로부터 3개월까지로 한다.

제20조 (손해배상)

“백화점” 또는 “협력사”가 “이 계약”을 위반하여 상대방에게 손해를 가한 경우, 그 책임 있는 당사자는 이로 인해 상대방이 입은 손해를 배상한다.

제21조(지식재산권 등)

- ① “협력사”가 “백화점”에게 납품하는 상품은 제3자가 보유한 특허권, 디자인권, 상표권 등 지식재산권을 침해하는 것이 아니어야 한다.
- ② 제1항의 지식재산권 침해와 관련하여 제3자로부터 민·형사상의 법적 분쟁이 제기된 경우 “협력사”는 자신의 책임과 부담으로 처리하고, 이로 인하여 “백화점”에게 발생한 손해를 배상한다.

제22조 (상표관련특약)

- ① “협력사”는 “백화점”에게 “협력사”가 직접 생산하거나 수입한 상품을 납품하는 것을 원칙으로 한다. 다만, “백화점”의 사전 동의가 있을 경우 제3자가 생산하거나 수입한 상품을 납품할 수 있다.
- ② “협력사”는 “이 계약”에 따라 상품을 납품하면서, 자신이 직접 생산하거나 수입하지 않은 상품에 상표라벨을 교체하여 납품하여서는 아니 된다.
- ③ “협력사”가 제1항 또는 제2항을 위반한 사실이 발견될 경우, “백화점”은 상당한 기간을 정하여 이를 시정할 것을 요구할 수 있으며, 이 기간 내에 시정이 이루어지지 않을 경우 “이 계약”을 해지하고 거래를 종료할 수 있다. 이 경우 “협력사”는 “백화점”, “백화점”의 고객 및 제3자가 입은 손해를 배상한다.

제23조 (제조물책임)

“협력사”가 납품하는 상품이 「제조물책임법」상 결함으로 인하여 “백화점”의 고객 또는 제3자에게 생명, 신체 또는 재산상 손해를 입힌 경우, “협력사”는 「제조물책임법」에 따라 “백화점”의 고객 또는 제3자가 입은 손해를 배상한다.

제24조 (권리·의무의 양도금지)

- ① “협력사”는 “백화점”의 사전 동의 없이 “이 계약” 또는 개별 약정서상의 권리, 의무의 전부 또는 일부를 제3자에게 양도 또는 이전할 수 없다.
- ② “협력사”가 상품대금 청구채권 등 금전채권을 양도하고자 할 경우에는 민법상 채권양도에 필요한 요건을 갖추어서 통지해야 한다.

제25조 (통지의무)

- ① “백화점”과 “협력사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 경우에는 지체 없이 증빙서류를 첨부하여 상대방에게 서면 (「전자거래기본법」 제2조제1호의 전자문서를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)으로 통지하여야 한다.
 - 1. 주소, 상호, 대표자 등 사업자등록증에 명시된 사항이 변경된 경우
 - 2. 자본구성에 중대한 변경이 있는 경우
 - 3. 개인사업자가 법인으로 변경되거나 법인이 개인사업자로 변경된 경우
 - 4. 그 밖에 “백화점”과 “협력사”가 “이 계약”에 따른 각자의 의무를 이행함에 있어 중대한 변경을 초래할 수 있는 사유가 발생한 경우
- ② “이 계약”과 관련한 모든 통지는 “이 계약”에 명시한 주소에 서면으로 하는 것을 원칙으로 하며, 통지가 상대방에게 도달하여야 그 효력이 있다.

제26조 (계약해지)

- ① “백화점”과 “협력사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생할 경우 “이 계약”을 해지할 수 있다.
 - 1. “백화점” 또는 “협력사”가 발행한 어음·수표가 지급거절 되거나, “백화점” 또는 “협력사”에 대한 파산절차 또는 회생절차가 개시된 경우

2. “백화점” 또는 “협력사”의 주요재산에 대하여 강제집행을 받거나 가압류, 가처분으로 인해 “이 계약” 이행이 현저히 곤란하게 된 경우 및 경매신청을 받았을 경우
 3. “이 계약”에 명시된 브랜드나 거래품목의 생산이 중단 또는 종료된 경우
 4. “협력사”가 공급한 상품이 관계법령에 저촉되거나, “협력사”가 라이선스권자와 체결한 라이선스 계약이 종료되어 해당 상품의 판매가 불가능하게 된 경우
 5. “협력사”가 타인의 상표를 도용한 모조품 제조 등 지적재산권 침해행위를 한 경우 또는 상품 공급·판매와 관련한 부정행위(임의 할인, 비정상매출 발생 등)를 함으로써 소비자, 시민단체, 언론기관 등이 문제를 제기하여 “백화점”의 명예와 신용이 훼손된 경우
- ② “백화점”과 “협력사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생할 경우 14일 이상(단, 제2호의 경우는 2개월 이상)의 기간을 정하여 상대방에게 대해 서면으로 그 시정을 요구하고, 이 기간 내에 시정이 이루어지지 않으면 “이 계약”을 해지할 수 있다.
1. 백화점 또는 협력사에 대한 과산절차 또는 회생절차가 신청된 경우
 2. 협력사가 백화점에 대하여 가지는 상품대금 청구채권에 대하여 가압류가 내려진 경우
 3. “협력사” 또는 “협력사”의 판촉사원 등이 판매대금을 정당한 사유 없이 즉시 “백화점”에 입금하지 아니하거나 횡령한 행위
 4. “협력사”가 “백화점”에게 인도되지 않은 상품을 “백화점”의 매장에서 판매하는 행위
 5. “협력사”가 정당한 사유 없이 별지 행사합의서에 명시된 종업원등을 파견하지 아니하거나 임의로 종업원등의 수를 증감하는 경우
 6. “협력사”가 “백화점”과 거래하는 다른 협력회사와의 공정한 경쟁을 저해하는 경우
 7. 제6조의 품질검사 및 성분검사 결과 “협력사”가 납품한 상품이 법적기준을 충족시키지 못하여 불합격 또는 부적합 판정을 받은 경우
 8. 그 밖에 “백화점” 또는 “협력사”가 “이 계약”의 중요한 사항을 위반한 경우
- ③ 이 조에 의하여 계약이 해지될 경우, 계약 해지에 관하여 책임 있는 당사자는 상대방에 대하여 계약 해지로 인한 손해를 배상하여야 한다.
- ④ “이 계약”의 해지사유가 발생하여 “이 계약”이 종료될 경우 “이 계약”과 관련하여 그때까지 발생하여 이행기가 도래한 채무를 대등액에서 상계할 수 있다.

제27조 (영업방해금지)

- ① “협력사”는 계약기간의 만료, 해지 등 사유를 불문하고 본 계약이 종료되는 경우에는 매장에서 즉시 판매직원 및 물품을 철수, 반출시키고 인테리어 등 “협력사”의 시설을 철거하여야 하며 “백화점”의 영업을 방해해서는 안 된다.
- ② “협력사”의 본 조 의무 위반에 따라 “백화점”에게 발생한 비용, 영업 손실 기타 손해에 대해 “협력사”는 이를 배상하여야 하고, 본 항의 손해배상책임에 관하여 민법 제393조 (손해배상의 범위) 등 관련 법률의 규정을 준용한다.

제28조(계약의 유효기간 및 갱신)

이 계약의 유효기간은 별지의 행사 합의서로 같음하며, 이 계약의 발효일로부터 최대 1년을 초과하지 못한다.

제29조 (분쟁해결 및 재판관할)

- ① “이 계약”에서 정하지 아니한 사항 또는 “이 계약”의 내용에 대하여 “백화점”과 “협력사” 사이에 의견이 다른 경우에는 “백화점”과 “협력사”의 합의된 의사에 따르고, “백화점”과 “협력사” 사이에 계약 해석과 관련한 합의가 이루어지지 않은 경우에는 일반 상관례 및 관련 법령에 따른다.
- ② 제1항에 의해서도 “이 계약”과 관련한 분쟁이 해결되지 아니한 경우에는 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제25조 제1항에 따라 한국공정거래조정원의 대규모유통업거래 분쟁조정협의회에 조정을 신청할 수 있다.
- ③ “백화점”과 “협력사”가 제2항에 따른 조정을 신청하지 아니하는 경우, “이 계약”에 관한 분쟁의 해결은 통상의 민사재판에 의하며, 이 경우 관할법원은 “백화점” 또는 “협력사”의 본점소재지 관할법원으로 한다.

제30조 (계약의 효력)

- ① “백화점”과 “협력사”는 “이 계약”을 체결하기 전에 충분한 협의를 거쳤고, 계약 내용을 모두 숙지하였으며, “이 계약”을 증명하기 위하여 2통의 계약서를 작성하고 기명날인하여 각각 1부씩 보관한다.
- ② “이 계약”에 기재된 내용만이 “백화점”과 “협력사” 사이에 합의된 내용이며, 이 이외의

내용에 대한 당사자 간의 그 어떠한 구두 합의도 당사자를 구속하지 아니한다. 다만, “이 계약”에서 이미 예정된 별도의 서면약정은 “이 계약”에 우선하여 적용된다.
③ “이 계약”의 내용은 “백화점”과 “협력사” 사이의 서면 합의에 의해서만 변경되거나 수정될 수 있으며, 그 변경 및 수정은 “백화점”과 “협력사”가 해당 서면에 서명 또는 기명날인함과 동시에 그 효력을 발생한다.

년 월 일

백화점

협력사

별지 [행사 합의서]

브랜드명 :

행사 기간	매장 위치	매장 면적	마진율	파견 인원	인건비		고려사항		백화점 서명	협력사 서명
					백화점	협력사	파견 사유	파견비용/ 예상매출		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	0%	100%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		
~	층	매대 () 행거 ()	%	명	%	%	3	-		

※관촉사원 파견사유

1. 백화점이 파견된 관촉사원의 인건비, 식비·교통비 등 각종 실비, 상품의 판매 및 관련 업무 종사를 위해 소요되는 비용을 부담하는 경우
2. 협력사가 관촉사원의 파견에 따른 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거를 객관적·구체적으로 명시하여 서명 또는 기명날인한 서면에 따라 백화점에게 자발적으로 파견을 요청하는 경우
3. 백화점이 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 관촉사원을 협력사로부터 파견 받는 경우
4. 협력사가 상시적으로 운영하는 매장에서 상품의 특성상 전문지식이 중요하다고 공정거래위원회가 정하여 고시하는 상품류를 판매·관리하기 위하여 관촉사원을 파견 받는 경우

매장도면 첨부

특약 사항

“백화점”과 “협력사”는 특약매입 거래계약에 부수하여 다음과 같이 합의하고 본 특약을 체결한다.

1. 정품 소프트웨어 사용 특약

- ① “협력사”가 매장에서 사용하는 IT장비 및 PC에는 반드시 정품 소프트웨어를 설치 사용 하며, 정품을 인증하는 증빙서류(라이선스)를 “협력사”의 매장에서 항상 보관하여 한다. 단, “백화점”이 제공하는 소프트웨어 라이선스는 “백화점”이 책임·관리 한다.
- ② “백화점”이 제공한 소프트웨어는 “협력사”는 퇴점 시 모두 삭제하고 확인 받아야 한다.
- ③ “백화점”이 불법 소프트웨어 사용에 대한 시정을 요구하면 반드시 이행하여야 한다.
- ④ “협력사”가 불법 소프트웨어 사용으로 발생하는 민·형사상의 모든 책임은 “협력사”가 진다.
- ⑤ “협력사”가 본 조의 의무를 위반하는 경우, “백화점”은 특약매입거래계약서 제26조 제1항에 따라 계약을 해지할 수 있다.

2. 개인정보 수집관련 특약

- ① “백화점”은 “협력사”와의 영업활동을 목적으로 “협력사”의 대표이사, 영업담당자 등의 휴대전화, 이메일 등의 개인정보를 수집할 수 있다.
- ② 수집한 개인정보는 마케팅의 용도로 사용할 수 없으며, 공인기관의 요청 없이는 외부기관에 유출할 수 없다.

3. 기타 특약 사항

년 월 일

백화점

협력사

