

참여연대 Issue Report
이슈리포트

2013. 6.18 | 제2013-03호

참여연대 불공정거래근절사업③ 식품대리점 불공정 문제

폐기되는 음식들 · 무너지는 대리점

CJ제일제당의 대리점에 불공정 실태조사 보고서

-
- 03 요약
 - 04 보고서 목적 및 조사 방법
 - 05 배경 설명
 - 06 본사대리점 관계의 실태
 - 11 대리점주들의 요구사항

차례

차례	2
요약	3
1. 조사 목적 및 방법	4
2. 배경 설명	5
1) 들어가는 말	5
2) 기초 정보	5
3. 본사-대리점 관계의 실태	6
1) 물량 밀어내기와 대리점의 재고손실 부담	6
2) 만성적 적자 구조	7
3) 판매목표 강제수단에 불과한 장려금	8
4) 대리점 거래처마저 직거래로 가로채는 본사	9
5) 직원채용 요구와 지원금 지급 약속 위반	10
6) 인수인계 과정의 횡포	10
4. 대리점의 요구사항	11

요약

- CJ제일제당은 대리점에게 판매목표를 설정하고 불이익을 주는 방식으로 판매목표를 강제하고 있다.
- 본사의 판매목표 강요는 불공정행위를 감추기 위해 각종 장려금 정책으로 위장하였으나 실제 내용은 판매목표 미달성 대리점에 대한 공급가격 차별, 본사 영업직원을 통한 압박 등을 통해 이뤄지고 있다.
- CJ제일제당은 대형마트나 SSM과 같은 전통적인 직영 거래처는 물론이고 대리점의 기존 소형 거래처마저 본사가 가로채는 등 대리점의 영업권을 전혀 보호하지 않고 있다.
- 3년 연속 영업실적 우수상을 받은 대리점조차도 적자가 나는 등 대리점 전체의 적자 규모가 커지고 있다. 일부 대리점은 본사의 채권 회수로 살고 있는 집이 경매 당하는 처지에 있다.
- 상당수 대리점에서 본사의 판매목표 강제에 따른 밀어내기로 매년 큰 규모의 재고손실액이 발생하고 있다. 두부, 콩나물, 어묵, 계란 등 신선식품이 본사의 무리한 판매목표 강제로 아깝게도 폐기되고 있다. 이렇게 폐기되는 상품 규모가 대리점이 본사로부터 받는 장려금을 초과하여, 대리점의 만성적 적자의 주요 원인이 되고 있다.
- 대리점협의회는 협의회 인정과 집단교섭, 본사 직거래 영업 폐지와 대리점 영업권 보호, 판매목표 강제 인정과 손실보상 등을 요구한다.

1. 조사 목적과 방법, 자료항목

1) 조사 목적

보고서는 식품유통업계 대기업인 CJ제일제당과 대리점 사이의 각종 불공정 문제를 조사하고 시정하고자 하는 목적으로 작성되었다.

2) 조사 방법

보고서는 CJ제일제당 전현 대리점주 10명의 제보를 토대로 작성되었다.

3) 자료 항목

- <자료1> CJ제일제당의 판매목표 설정
- <자료2> 본사의 일일배송 식품 판매목표와 대리점별 실적 현황(2012년 8월)
- <자료3> 팔리지 못해 폐기처분되는 두부
- <자료4> 다양한 장려금 약정서와 하나의 약정서 내의 다양한 장려금 제도
- <자료5> 대리점 판매실적에 따른 상품 공급가격 차별
- <자료6> CJ제일제당 전 영업직원의 대리점에 대한 판매목표 압박 확인서
- <자료7> CJ제일제당 대리점 경영 현황
- <자료8> 송파신선 대리점의 영업실적 우수상들
- <자료9> CJ제일제당의 대리점 거래처 빼앗기 사례_구리신선 대리점
- <자료10> CJ제일제당의 직영 영업으로 인한 대리점 매출 피해_용산씨제이
- <자료11> 대리점 판매직원 채용에 따른 지원 약정 내용
- <자료12> 대리점 인수인계 계약서

2. 배경 설명

1) 들어가는 말

- 남양유업 사태는 대리점 업계에서 본사의 횡포를 드러내는 극단적 사례. CJ제일제당은 본사의 대리점에 대한 불공정 횡포의 보편적인 상황을 보여줌.
- 판매목표 강제와 그 수단에 불과한 장려금 제도, 대리점 거래처 빼앗기 등이 본사 횡포의 주요 내용임.
- 제보에 나선 대리점은 최근 몇 년 사이 연 5,000만~2억5,000만원의 적자가 누적되고 있어, 현 상태로 영업을 지속하기가 불가능. 그러나 대리점이 지금 계약을 해지하면 본사에 진 수익원의 채무가 현실화되는 상황임 (이미 본사의 채권 회수로 집을 경매당한 대리점주가 본사 앞에서 1인 시위를 벌이고 있음).
- 이제 대리점 문제는 단순히 본사의 행위가 불공정거래인지 아닌지를 묻는 차원을 넘어, 본사-대리점 관계가 지속 가능한 관계인지를 묻는 사회적·정치적 차원의 문제 제기가 되어야 함.

2) 기초 정보

- CJ제일제당의 대리점 수 : 수도권 약 60개 포함 전국 약 300개
- 대리점의 취급 상품 : 대리점은 계란, 두부, 콩나물 등의 신선식품 취급점과 설탕, 밀가루, 식용유, 카레 등 상온식품 취급점으로 구분
- CJ제일제당의 시장 지위 : 대리점 영업 방식을 주도하는 대기업으로서, 반품 정책이나 영업권 보호 등과 관련해 CJ제일제당의 대리점 정책이 업계에 확산되는 추세
- 대리점 개설 방식 : 기존 대리점을 대리점 영업 희망자가 본사의 승인 및 관리 하에 인수하는 방식이 일반적이고, 신규 대리점 개설은 부수적

3. 본사-대리점 관계의 실태

1) 본사의 판매목표 강요와 대리점의 재고 부담

① 본사의 판매목표 설정과 대리점의 소화 능력

CJ제일제당은 매년 대리점의 판매목표를 설정하고 명절이나 계절별 요인을 감안하여 월별로 목표를 부과한다. 대리점 담당 영업사원이 월별로 문자, 이메일 등으로 대리점의 주문량에 따라 판매목표 달성률을 고지하고 판매를 독려한다.¹ <자료1.CJ제일제당의 판매목표 설정>을 보면, 본사가 연 목표, 월 목표, 목표량 달성에 따른 장려금 등의 정보를 대리점주에게 고지하고 독려한다는 것을 알 수 있다.

<자료2.본사의 일일배송 식품 판매목표와 대리점별 실적 현황(2012년 8월)>²에는 CJ제일제당 강북지점 관할 10개 신선식품 대리점에 대한 2012년 8월 판매목표량, 대리점의 실제 주문량 등의 정보가 들어 있다. 본사의 판매목표량이 정상적인 수준이라면 해당 월의 중간 정도인 14일엔 대리점이 목표량 50% 정도를 주문하였어야 한다. 그러나 실제 주문량은 이에 훨씬 못 미치는 전체 판매목표량의 30.2%이다. 대리점은 25일 정도에 정상적으로 팔리지 못할 줄 알면서도 장려금을 받기 위해 또는 본사의 독촉에 밀려 상품을 집중 매입하는 상황이다.

정상가격 이하라도 팔리지 못한 상품은 폐기 처분된다. 폐기처분되는 상품의 매입가는 고스란히 대리점이 부담해야 한다. <자료3.팔리지 못해 폐기처분되는 두부>는 본사의 판매목표 강제로 인한 재고 상품이 유통기한을 넘겨 최종 폐기되는 장면이다. 이렇게 폐기되는 상품 손실액 규모가 어마어마하다. CJ제일제당의 불공정 횡포를 제보한 4개 신선식품 대리점이 폐기한 상품의 2012년 평균 금액이 1억4,000만원이 넘는다. 300개 대리점의 3분의 1인 100개 대리점만 잡아도 연 140억원의 아까운 음식이 버려지고 있다는 계산이 나온다.

② 장려금 지급

CJ제일제당은 일방적으로 정한 장려금 지급 기준에 따라 월별, 분기별로 장려금을 정산한다. <자료4.다양한 장려금 약정서와 하나의 약정서 내의 다양한 장려금 제도>를 보면, 장려금 관련한 약정서가 매출할인 및 장려금 지급 약정서, 특별장려금 부속 약정서, 반품장려금 부속 약정서 등으로 다양하다. 또 장려금 및 매출할인 약정서 안에는 자금 장려금, 매출 장려금, 일배(일일배송식품) 장려금, 취급율 장려금, 인프라 장려금 등으로 다양하여 제3자는 물론 대리점주조차도 처음에는 장려금의 전체 구조를 파악하기 힘들 정도로 그 내용이 복잡하다.

1 갑을문제가 정치·사회적 이슈가 된 이후 올해는 본사 영업사원의 대리점 방문 및 이메일을 통한 판매 강요나 독촉이 거의 없어졌다는 것이 대리점주들의 진술이다. 2012년까지만 해도 판매목표 강요가 심했다.
2 CJ제일제당 내부 자료에 달성률 통계만 추가한 것이다.

여러 장려금 중에서 대리점이 본사에서 매입하는 전체 금액에 대한 장려금인 매출 장려금의 경우, 2011년 이전까지 판매목표 대비 90% 이상 달성시 책정 장려금 전액 지급에서 2012년에는 95% 달성, 2013년에는 100% 달성으로 장려금 전액 지급 기준이 강화됐다.

③ 판매목표 미달시 불이익

대리점은 판매 실적이 부진한 대리점에 대해서는 할인가격 대신 '기준가격'으로 대리점에 상품을 공급하는 불이익을 준다. <자료5.대리점 판매실적에 따른 상품 공급가격 차별>³ 은 CJ제일제당이 2개 대리점에 대해 동일한 시기에 동일한 제품에 대해 공급가격을 현저하게 차별하여 공급하고 있다는 것을 보여준다. 2012년 8월 본사가 대리점주들과 개최한 회의에서 회람된 '저온 대리점 회의'는 본사가 각 대리점의 실적에 대해 순위를 매긴 것이 나타나 있다. 여기에서 중부신선시스템은 본사가 정한 판매목표에 계속 미달하여 상품을 거의 기준가에 준하여 공급하는 반면, 판매목표를 달성한 특정 대리점에 대해서는 기준가 대비 20.1% 할인된 가격으로 공급하고 있음을 보여준다.

④ 본사의 영업사원 연봉 지급 방식에 따른 대리점에 대한 매출 압박

CJ제일제당의 대리점 사업부의 영업사원의 연봉은 조건부 지급 방식으로 되어 있다. 연봉 총액의 13%를 지급하지 않다가, 대리점의 판매목표 달성 여부에 따라 지급하는 조건이다. 이 때문에 본사 영업사원의 대리점에 대한 매출 압박(때로는 인간적인 호소로, 때로는 강압적으로)이 대리점이 본사의 판매목표를 수용해야 하는 요인으로 자리 잡았다. <자료6.CJ제일제당 전 영업직원의 대리점에 대한 판매목표 압박 확인서>는 CJ제일제당의 대리점 영업직원에게 대한 연봉 정책과 대리점에 대한 판매목표 압박 내용을 확인한 것이다. 구 영업담당 직원은 "당월 목표미달시 점수로 하여금 지급, 매출 계획서를 작성토록 하고 익월 영업에 불이익(물량 할당, 감기축소, 전략 축소)을 주어 정상적인 영업을 할 수 없도록 하였습니다"고 확인하고 있다.

2) 만성적 적자 구조

① 쌓이는 적자

<자료7.CJ제일제당 대리점 경영 현황>은 현재 대리점들의 경영 상태를 보여준다. 4개 신선식품 대리점의 2011년, 2012년 평균 결산 내역은 각각 1억4,700만원, 1억2,800만원 적자다. 계약해지시 결산 손실 추정액도 최저 2억5,000만원에서 최고 8억5,000만원으로, 연대보증과 부동산 담보를 제공한 대리점의 계약 해지는 곧 빈곤층 전략으로 이어질 수밖에 없다. 이미 엄청난 손실을 안고 계약 해지된 중부피에이 대리점은 살고 있던 집이 경매 절차를 밟고 있다.

물론 4개 대리점이 전체 대리점을 대표한다고 할 수는 없다. 그러나 아래 송파신선 대리점 사

3 공급가격 차별 통계치는 CJ제일제당의 내부 전산자료를 토대로 작성된 것이다.

례는 현재 전체 대리점의 경영 현황과 관련해 많은 것을 시사한다.

② 전국 최고 영업실적 대리점이 7,000만원 적자

전체 대리점의 상황을 알 수 있는 사례로서, 서울 송파신선 대리점은 2008-2010년 3년 연속 전국 대리점 중에서 가장 우수한 영업실적으로 본사가 수여하는 상을 받았다. <자료8. 송파신선 대리점의 영업실적 우수상>. 그러나 송파신선 대리점의 2011년 본사에 대한 미불금은 7,000만원이 넘었다. 대리점주는 본사의 무리한 판매목표 설정으로 인한 재고손실액이 적자의 가장 큰 원인이라고 주장하고 있다. 이 대리점은 2012년에는 본사에 요청하여 자신의 사업 일부를 다른 대리점으로 넘기고 적자 규모를 줄일 수 있었다고 확인했다. 전국에서 손꼽히는 영업을 하는 대리점이 적자라면 다른 대리점의 경영 상태를 능히 짐작할 수 있는 것이다.

③ 적자의 핵심 원인은 본사의 물량 떠넘기기와 이로 인한 대리점의 재고 부담

CJ제일제당은 7-8년 전에는 대리점 공급 물량 금액의 일정 비율로 반품을 허용하였으나 이후 일방적으로 반품 제도를 없앴다. 이것은 CJ제일제당만이 아니라 식품업계 전반으로 확대되는 추세다. <자료7. CJ제일제당 대리점 경영현황 >을 보면, 적자의 주 원인이 본사의 판매목표 강제로 인한 재고손실액⁴에서 발생한다는 것을 알 수 있다. 4개 대리점의 2011년과 2012년의 평균 재고손실액은 각각 1억8,000만원과 1억4,300만원으로, 이는 4개 대리점의 평균 장려금 각각 1억4,000만원, 8,000만원을 넘어서고 있다. 또한 재고손실액이 순이익 적자 규모도 넘어서고 있다.

3) 판매목표 강제수단에 불과한 장려금

대리점이 본사가 책정한 판매목표를 거부하면 불이익이 따른다는 것을 전술하였다. 그러나 일부 대리점은 장려금을 받는 것보다 재고 손실액을 줄이는 것이 적자 규모를 줄일 수 있다고 판단하여, 본사로부터의 매입액을 본사가 정한 판매목표 이하로 줄이고 장려금 지원 금액도 대폭 낮춘 결과 오히려 적자 규모가 줄어드는 효과를 보았다. <자료7>에 나오는 아현신선 대리점의 경영 현황을 보면, 2012년에는 본사의 판매목표를 수용하지 않기로 결정하고 매입액을 줄였다. 이에 따라 장려금이 전년 대비 9,800만원이 감소했으나, 재고손실액 역시 전년 대비 5,200만 줄어들었고, 최종적으로 적자 규모가 약 1억4,000만원 줄어들었다. 아현신선 대리점의 사례를 일반화하기는 어렵지만, 본사가 판매목표를 설정하지 않고 주문량을 대리점 자율에 맡긴다면 지금보다 더 나은 경영을 할 수 있다는 점은 분명하다.

4 신선식품의 경우 유통기한이 짧아 유통기한 이내에 원가 이하로라도 판매하지 못하는 상품은 폐기 처분하고 있다. 신선식품 대리점의 재고손실액은 원가 이하 판매로 인한 손실은 포함하지 않고 폐기 처분한 상품만 기준으로 잡았다

4) 기존 대리점 거래처마저 빼앗아가는 CJ제일제당

① 통일되지 않은 대리점 명칭과 대리점 계약서 없는 대리점 관계

대리점은 통상 본사의 상호명이나 상품 브랜드명을 사용하나 CJ제일제당의 대리점은 CJ라는 상호를 통일적으로 사용하지 않고 있다. 구리신선, 용산CJ, 동대문CJ, 운광트레이드, 중부피에이, 강북투데이 하는 식이다. CJ제일제당 대리점 관계의 또 하나 특징은 본사와 대리점이 '대리점 계약서'라는 명칭 대신 '상품거래 약정서'라는 명칭으로 계약을 체결한다는 점이다. 상품거래 약정서에는 대리점이 CJ제일제당만의 상품을 취급해야 한다는 의무는 명시되어 있지 않으나, 특별한 경우를 제외하고는 거의 모든 대리점이 CJ제일제당 상품만을 취급하고 있으며, 다른 회사 상품을 취급할 경우 제재가 따른다. 계약의 실질이 이처럼 대리점 계약임에도 본사는 대리점의 영업권을 전혀 보호하고 있지 않다.

② 본사의 대리점 영업권 침해

대리점 명칭이나 대리점 계약의 존재 여부를 떠나서, 각 대리점은 소재지의 지역 명칭을 사용하고 있으며, 일반적으로는 지역명이 그 대리점의 독점적 영업 지역이라고 보아야 한다. 그러나 CJ제일제당은 대형마트, SSM과 같은 알짜배기 거래처는 기본이고, 매출이 일정 수준 기대되는 어떤 매장이라도 직접 영업을 하고 있다.

<자료9.CJ제일제당의 대리점 거래처 빼앗기 사례_구리신선 대리점>은 구리신선 대리점의 기존 거래처를 CJ제일제당이 빼앗은 사례다. 거래처 명, 본사가 직접 거래한 시기, 본사 직접 거래 이전 대리점의 거래체에 대한 월평균 매출 규모가 나와 있다. CJ제일제당은 대형마트나 SSM으로 인수된 대리점의 기존 거래처를 본사 직접 영업으로 전환하는 것은 물론, 그런 사유에 해당하지 않는 기존 거래처마저 본사가 가로챈 경우도 드물지 않다.

<자료10.CJ제일제당의 직영 영업으로 인한 대리점 매출 피해_용산씨제이>는 본사의 직거래 소매점 개설로 인한 매출 피해와 직영 소매점의 규모를 정리한 것이다. 본사의 직거래 소매점이 생기면 해당 소매점에 대한 영업권이 침해되는 것을 넘어 대리점이 거래해왔던 소매점 매출까지 줄어들게 된다.

대리점주들은 본사가 직거래를 하는 일정한 기준이 있지만 이 기준이 적용되지 않고 있다고 한다. 예를 들어 매장 면적 200평 이상도 본사의 직접 거래 기준 중 하나였는데, 위 용산씨제이 대리점 사례를 보면 이 기준은 지켜지지 않고 있다. 더욱이 대리점주들이 확인한 정보에 의하면, 대리점 영업을 총괄하는 본사의 임원이 2013년 안에 본사의 대리점 관할 구역별로 직거래 점을 20개씩 늘리는 것을 영업 방침으로 정해 놓고 이를 영업사원에게 지시한 상태다.

5) 직원 채용 요구와 지원금 약속 위반

CJ제일제당은 대리점의 판매활동을 촉진한다는 명목으로, 대리점 거래처에 판매직원을 고용할 것을 대리점에 요구하였다. <자료11.대리점 판매직원 채용에 따른 지원 약정 내용> 참조. 대리점은 본사의 지원 약정을 신뢰하였고, 거래 소매점에서도 판매직원을 채용하는 조건으로 거래를 트는 경우가 많아서 상당수 대리점이 판매직원을 고용해 거래 소매점에서 일하게 하였다. 그러나 CJ제일제당은 약정서에 나오는 지원금 지급 약속을 대부분 지키지 않았다. 나중에는 지원금 지급 약정 자체를 일방적으로 폐지했다. 이로 인한 대리점의 피해도 상당하다.

6) 인수인계 과정의 횡포

신규 대리점 희망자는 본사와 대리점 계약을 체결하기 전에 물류 창고 계약, 설비 구매 등 기본 투자를 선 진행하는 경우가 많다. 이때 본사는 이미 투자를 진행하여 본사와의 대리점 계약을 거부하기 어려운 처지에 있는 신규 대리점 희망자에게 기존 대리점과의 인수인계 계약서를 들고 와서 양 당사자의 서명을 주도하였다.

<자료12.대리점 인수인계 계약서>를 보면, 차량 2대와 PDA 등의 설비 인수인계, 기존 대리점의 외상 잔고에 대한 내역이 나온다. 그러나 구리신선 대리점(당시 신규 대리점 희망자)이 인수 받은 차량은 2대가 아니고 1대였으며, 그나마 폐차 직전의 차량이었다. PDA 역시 사용할 수 없는 수준이었다. 구리신선 대리점주는 이 설비를 일종의 '권리금' 성격으로 생각하여 인수계약에 서명할 수밖에 없었다. 그러나 현재 CJ제일제당은 권리금을 인정하지 않는다는 입장이다.

더 심각한 문제는 전 대리점주의 외상 미수금을 신규 대리점에게 인수하게 한 것인데, 기존 대리점으로부터 미수금을 인계받아 외상 미수금을 회수하려 하였으나 약 1억3,000만원의 미수금 중에서 실제로 회수한 것은 7,000만원 정도였다. 결과적으로 6,000만원 이상의 미수금을 손해 본 것이다.

이 모든 과정이 본사가 대리점 계약 체결 직전에 기존 대리점주와 신규 대리점주 사이의 인수인계를 주도하는 과정에서 일어난 것이다. 기존 대리점은 이미 본사에 상당한 채무를 진 상태에서 대리점 계약을 해지하려는 상태이기 때문에, 본사 입장에서는 신규 대리점 희망자가 가능한 많은 돈을 기존 대리점주에게 지불하게 하여 기존 대리점주로부터 최대한 자신의 채권을 회수해야 하는 이해가 있다.

4. 대리점주들의 요구사항

1) 대리점협의회 인정하고 집단교섭에 나서라

현재 10명의 전·현직 대리점주들은 CJ제일제당 대리점 협의회를 구성하였고, 뜻을 같이하는 대리점주들을 계속 모어나갈 계획이다. 협의회는 CJ제일제당이 이 조직을 인정하고, 반품 정책, 장려금과 판매목표 설정, 지역 영업권 보장, 권리금 보호 등 제반 사항을 교섭할 것을 요구한다.

2) 판매목표 강제 중단하라

협의회는 본사가 일방적으로 정하는 판매목표 제도를 폐지할 것을 요구한다. 대리점의 자율적인 주문에 맡겨달라는 것이다. 협의회는 지역 영업권이 보장과 반품 인정이 인정된다면, 장려금을 포기할 수 있다는 것이다.

3) 직거래 폐지하고 영업권 보장하라

대리점에 대해서는 최소한 해당 지역의 영업권이 보장되어야 하며, 그 핵심은 본사가 직거래 영업을 중단하는 것이다.

4) 판매목표 강제 인정하고 피해 보상하라

협의회는 본사가 그동안 판매목표를 강제한 행위를 인정하고, 그간의 판매목표 강제에 의한 재고손실액 전액을 보상할 것을 요구한다. 신선식품 대리점의 경우 재고손실액은 반품이 인정되지 않아 폐기된 상품의 매입액이 기준이다. 저장식품 대리점도 적정 기준에 따른 손실액 보상을 요구하고 있다.

※ 본 자료는

참여연대 시민경제위원회 블로그 <http://www.peoplepower21.org/Economy>에서도 볼 수 있습니다.

참여연대 이슈리포트 제2013-03호

CJ제일제당의 대리점에 대한 불공정 실태조사 보고서

발행일 2013. 6. 18

발행처 참여연대 시민경제위원회 (부위원장 : 김성진 변호사)

담당 장흥배 간사 02-6712-5251, space@pspd.org

Copyright ©참여연대, 2013 ※본 자료는 참여연대 웹사이트에서 다시 볼 수 있습니다.



세상을 바꾸는 시민의 힘! 정부보조금 0%, 회원의 회비로 운영됩니다

대표전화 02-723-5300

회원가입 02-723-4251

ARS후원 060-7001-060

주소 110-043 서울시 종로구 자하문로9길 16

홈페이지 www.peoplepower21.org