

CONSTRUCTION POLICY REVIEW

건설정책리뷰

비주거용 실내건축업 무등록업체 실태 및 제도 개선방안

이 경 태 • 이 지 아 • 박 선 구

2025. 09

건설정책리뷰 2025-05

비주거용 실내건축업 무등록업체 실태 및 제도 개선방안

이경태·이지아·박선구

2025. 09

요 약

- **본 연구는 비주거용 실내건축업 시장에서 무등록업체의 시공에 따른 피해 사례와 판례를 분석하고, 시장 정상화를 위한 제도 개선방안을 마련하기 위하여 수행함**
 - 이를 위해 먼저 비주거용 실내건축업의 법제와 시장규모 등을 분석하고, 대표적으로 프랜차이즈 인테리어 사업구조와 문제점을 도출함
 - 또한 시장의 실태와 문제점을 면밀하게 파악하기 위해 건설업 미등록업체로 피해를 입은 프랜차이즈 점주와 O2O업체를 대상으로 인터뷰를 실시함
 - 이를 통해 비주거용 실내건축업의 법제 개선안을 제시하고, 등록제도 활용 촉진 및 등록업체 이용 지원 방안을 제시함
- **비주거용 인테리어 시장은 카페·F&B·리테일·프랜차이즈, 의료·교육시설 등을 중심으로 지속적으로 확대되고 있으며, 최근에는 프랜차이즈와 단기 매장(팝업스토어)의 확산이 시공 수요를 견인하고 있음**
 - 인테리어 공사비는 점포 개설 시 총투자비의 50% 내외를 차지하여 소비자(가맹점주) 입장에서는 신중하게 접근해야 하는 영역임
 - 그러나, 비주거용 인테리어 시장은 무등록 시공업체가 프랜차이즈 본부 또는 중개 플랫폼을 통해 간접적으로 유입되는 구조가 다수 확인됨
 - 건설산업기본법상 1,500만원 이상 공사의 경우 건설업 등록 의무가 존재함에도 불구하고, 정보 검색의 어려움과 검증 절차 부재로 소비자 피해가 반복 발생함
 - 특히 프랜차이즈 사업에서 활용되는 정보공개서에는 시공 관련 필수정보(단가, 하자보수 조건 등)가 충분히 기재되지 않아 소비자 보호에 한계가 있음
- **비주거용 인테리어 시장과 관련한 판례 및 인터뷰 분석을 통해 계약 구조, 당사자 명시, 금전 흐름의 투명성이 소비자 보호 여부를 좌우하는 핵심 요인으로 확인됨**
 - 인테리어 공사시 계약서 부재 또는 모호한 계약 구조는 분쟁 발생 시 책임소재 불분명, 피해 보상 어려움으로 이어지기 때문임

- 특히 가맹본사의 추천업체에 대해서는 공사 계약을 강제하지 않으나, 외부 업체를 선택할 경우 본사 감리비용을 부담해야 하여 전체 비용이 오히려 상승하는 사례가 다수 확인됨
 - 이로 인해 결과적으로 추천업체와 거래를 선택할 수밖에 없는 구조가 형성되며, 건설업 등록 여부 확인보다는 비용부담 여부가 우선 고려되는 경향이 나타남
- 이에 본 연구에서는 비주거용 실내건축업 시장의 정상화를 위한 제도 개선방안을 제시함
 - 첫째, 건설업 등록업체 검증 시스템을 강화해야 함. 이를 위해 국토교통부·공정거래위원회·지방자치단체의 등록정보를 통합 조회할 수 있는 플랫폼 및 QR코드 서비스 구축이 필요함
 - 둘째, 인테리어 계약 구조의 개선이 필요함. 가맹계약과 인테리어 시공 계약을 별도로 작성하고, 시공기간·하자보수 조건·단가 내역 등을 구체적으로 명시하도록 해야 함
 - 셋째, 플랫폼 기업의 책임 강화가 명문화될 필요가 있음. O2O·중개 플랫폼이 무등록 업체를 걸러내고 등록여부를 명확히 고지하도록 법적 의무를 부여하여야 함
 - 넷째, 관련 법령 개정이 필요함. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 및 「가맹사업법」 등의 개정을 통해 공사계약 구조 명확화 및 등록여부의 사전고지 의무를 강화해야 함
- 본 연구에서 제시한 개선안을 통해 가맹점주 보호가 강화되고, 사전정보 제공 및 가격 투명성 제고를 통해 불법 시공, 하자보수 분쟁, 대금 미지급 등 주요 피해 유형 예방이 가능할 것임
 - 최근 일부 가맹본부는 거래구조를 단순화하여 가맹 희망자가 본부를 거치지 않고 직접 인테리어 업체에 공사를 맡길 수 있도록 하는 변화를 시도하고 있음. 이를 통해 공사비 불투명 구조가 개선되고, 신규 가맹점뿐 아니라 기존 가맹점의 리뉴얼 공사에도 긍정적 변화가 나타남
 - 이러한 변화와 함께 제도 개선을 통해 공정한 시장 질서를 확립하고, 등록업체 간 건전한 경쟁 환경을 조성하며, 책임 범위를 명확히 함으로써 산업 전반의 신뢰성을 높이는 효과가 나타날 수 있음. 또한, 관련 법령의 실질적 집행력을 강화하여 건전한 산업 생태계 조성에 기여할 것으로 기대됨
 - 본 연구에서 제시한 개선안을 토대로 비주거용 실내건축업의 불법시공 리스크를 완화하고, 가맹점주 보호 및 공정한 시장 질서 확립을 위해 지속적인 제도 보완과 현장 적용을 추진해야 할 것임
- 본 연구는 기존 연구가 주로 주거용 건축이나 대형 상업시설 중심으로 무등록 시공 문제를 다룬 것과 달리, 비주거용 실내건축업을 대상으로 프랜차이즈 업종과 O2O 플랫폼을 포함한 시장구조를 분석하였다는 점에서 그 의의가 있음

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위	4
II. 비주거용 실내건축업 법제 및 현황 분석	6
1. 비주거용 실내건축업 법적 정의와 범위	6
2. 실내건축업 시공자격 및 면허등록 요건	8
3. 비주거용 인테리어 시장 규모	10
4. 비주거 실내건축 무등록 시공: 국내 주요 이슈와 해외 동향	16
III. 비주거용 실내건축업의 무등록업체 피해 사례	27
1. 연구 설계	27
2. 판례 분석	30
3. 인터뷰 분석	36
IV. 제도 개선방안	41
1. 건설업 등록 의무 및 정보 공개 강화	41
2. 소비자 보호장치 마련	44
3. 등록업체 검증 시스템 강화를 통한 정보 검색 용이성 강화	46
V. 결론 및 시사점	48
1. 요약 및 결론	48
2. 제도개선 및 정책적 시사점	49
참고문헌	51
부록: 설문 및 면담지	53

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

1) 비주거용 인테리어 시장의 성장과 특성

- 비주거용 실내건축 시장은 오피스, 상업공간(카페·식당·프랜차이즈), 의료시설, 교육시설 등 주거용 이외 공간의 인테리어 시공 시장을 의미함
 - 비주거용 건물 인테리어 시장의 성장 계기는 카페, F&B, 리테일 프랜차이즈 등 소형 상업공간의 지속적 창업 증가가 큰 역할을 함
 - 동시에 프랜차이즈·팝업스토어 시장의 확장에 따라 시공 수요가 증가하고 있어 규모가 확대되고 있음
- 이는 경기 상황과도 밀접한 관련이 있으며, 불황이 지속될수록 새로운 사업을 시작할 때 초기 실패율이 낮은 프랜차이즈 브랜드를 찾는 경향이 높아지는 모습을 보임¹⁾
 - 특히 카페나 커피숍, 음식점 등 외식업은 프랜차이즈 브랜드가 꾸준히 증가하여 창업자 입장에서는 선택의 폭이 넓어지고 있음
 - 그러나 그만큼 브랜드 선택 시 면밀한 검토가 필요하며, 브랜드 본사의 영향에 따라 책임·관리 범위가 불명확한 경우가 다수 존재하여 분쟁 발생이 빈번함
- 프랜차이즈 본사는 자사 브랜드 인식 제고와 통일성 유지를 위해 점주들에게 동일한 인테리어를 요구하고 있으며, 이는 브랜드 홍보를 위한 핵심 전략 중 하나로 활용되고 있음

1) 김인호(2024), 프랜차이즈 기업의 내부환경요인이 브랜드확장 및 경영 시너지에 미치는 영향 (Doctoral dissertation, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원).

- 인테리어 비용은 창업비용 중 가장 큰 비중을 차지하므로 점주에게는 초기 자본 부담과 장기적인 수익 구조에 직접적 영향을 미치는 핵심 요소임. 설계·시공 과정에서 선택에 따라 매출, 유지관리비, 향후 리뉴얼 비용까지 좌우될 수 있음
 - 서울시가 발표한 2024년 가맹사업 등록 현황에 따르면, 평균 창업비용 1억 1,300만 원 중 인테리어 비용은 약 5,150만 원(45.6%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 평균 점포(약 28평)의 경우 평당 약 180만 원 수준으로 나타남²⁾
 - 이는 가맹비(평균 1,070만 원)의 약 5배에 해당하며, 업종별로 외식업, 도소매업, 서비스업 모두 인테리어 비중이 가장 높게 나타났고, 특히 커피전문점 등 일부 업종은 인테리어·시설비가 더 높은 편임
- 이러한 이유로 인테리어 공사의 계약 방식과 시공 주체의 자격 여부는 점주 입장에서 사업의 성패를 좌우하는 중요한 관리 요소가 되지만, 대부분의 가맹본부는 브랜드 이미지를 위해 지정된 인테리어 공사업체를 통하거나 본사가 직접 공사를 주관하는 방식을 채택하고 있음
- 이러한 상황에서 프랜차이즈 가맹사업이 진행되는 경우 건설 등록업자보다는 무자격업자를 통한 공사가 다수 발생하며, 경우에 따라 가맹 계약 이전에 인테리어 계약이 먼저 진행되어 피해가 발생하는 사례도 나타남
 - 본사가 특정 인테리어 업체를 지정하도록 강제하는 것은 불공정 거래행위에 해당하나, 이를 인지하지 못한 채 인테리어 계약을 체결하는 사례가 빈번함

2) 인테리어 시장구조의 문제점과 제도개선 필요성

- 일부 가맹점에서는 인테리어 중개 플랫폼(O2O)을 통해 시공업체를 연결받은 후 계약상 문제나 하자 발생 등으로 피해를 겪는 사례가 지속적으로 증가하고 있음
 - 플랫폼은 직접 공사를 수행하지 않고 시공업체와 소비자 간 계약만을 중개하는 구조이므로, 공사 하자 발생 시 책임을 회피하는 경우가 다수 존재함
 - 플랫폼 등록업체 중 일부는 무등록 시공업체이거나 법적 자격요건이 불분명하여 소비자 피해 위험이 상존함

2) 서울시(2025). “2024년 서울시 가맹사업 등록현황 -분석결과-”

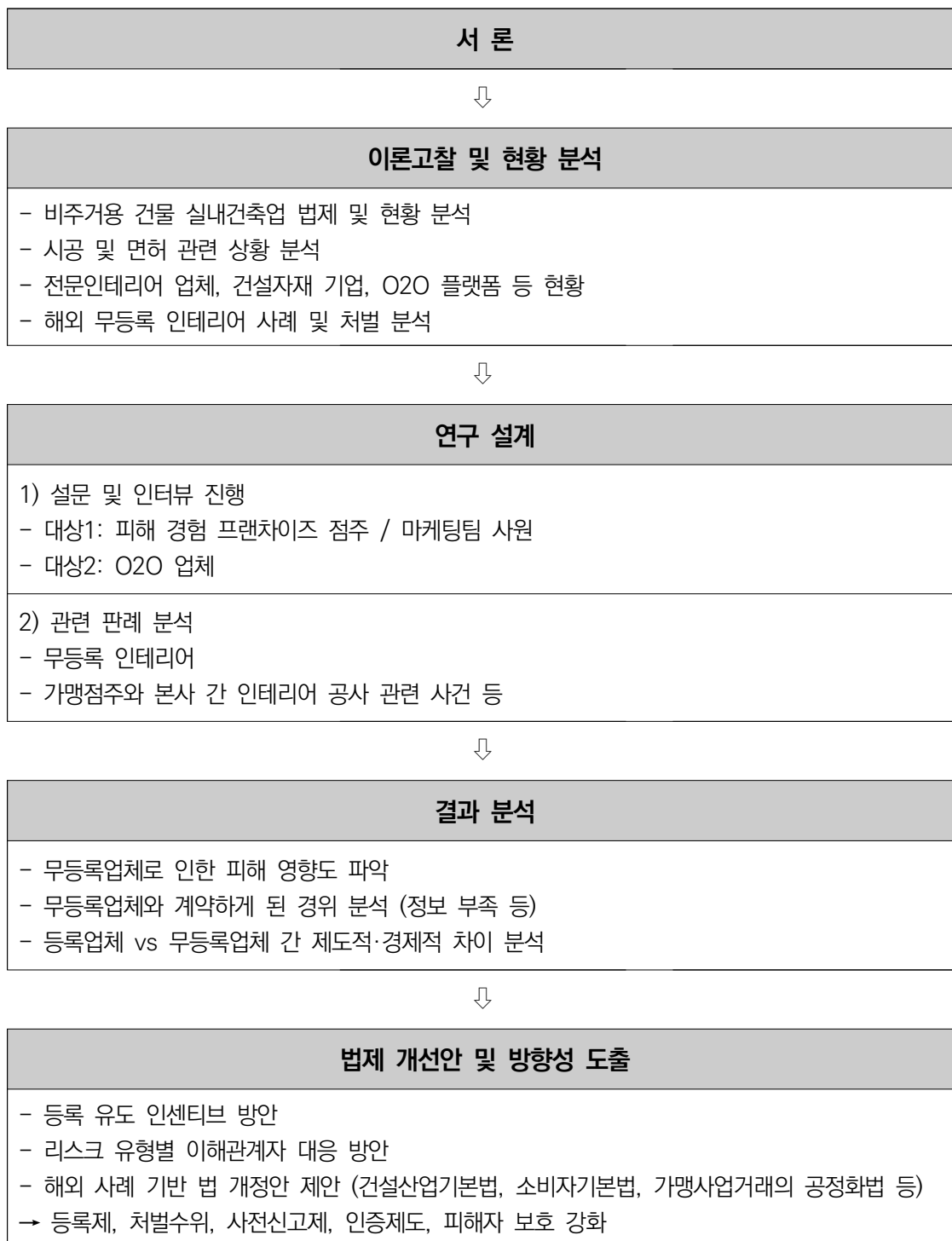
- 이로 인해 발생하는 하자, 공사 지연, 계약 위반 등의 문제는 소비자 피해로 직결되며, O2O 플랫폼을 통한 인테리어 계약은 일반 소비자보호제도 적용 대상에서 벗어나 있는 회색지대임
 - 중개 플랫폼은 ‘정보제공자’ 역할에 그치면서 책임은 회피하고 수수료만 취하는 구조가 정착되어 있어 제도적 재정비 필요성이 제기됨³⁾
 - 특히 상업용 인테리어를 진행하는 자영업자나 소상공인의 경우 사업 운영에 직접적 차질이 발생하므로 실질적인 보호장치 마련이 시급함
- 이에 따라 O2O 기반 인테리어 계약에 대한 현황 분석, 피해 사례 수집, 법적 위치 검토를 바탕으로 등록업체를 확인할 수 있는 실효성 있는 개선방안을 제시할 필요가 있음
 - 안정적인 비주거용 건물 실내건축업의 확산과 무등록업체 양성화를 위해 피해 사례의 실태를 구체적으로 파악하고, 관련 사례 및 개선안을 객관적으로 분석·제시할 수 있는 통계·조사 기반 연구가 병행되어야 함
- 다만 비주거용 인테리어 시장 규모를 파악하는 데는 한계가 존재함
 - 인테리어가 매출에 미치는 영향은 크지만, 창업·폐업이 잦은 환경이 지속되어 인테리어 관련 시장규모는 확대되는 것으로 추정되고 있음에도 불구하고 현실적으로 정확한 규모 산정이 어려움
 - 특히 신축공사가 아닌 유지보수 차원의 인테리어는 무등록업체가 시공하는 경우가 많음
 - 등록업체는 ‘실내건축공사업’ 계약실적을 통해 규모 파악이 가능하나, 무등록업체 관련 통계는 부재함
 - 무등록업체가 시장 내 다수를 차지하면서 시장 규모뿐 아니라 실태, 문제점, 피해사례 조사에도 한계 발생
 - 이는 비주거용뿐만 아니라 주거용(아파트 중심) 인테리어 시장에서도 동일하게 나타나며, 특히 비주거용 인테리어는 업종별(카페, 음식점, 병원, 학원 등) 수요가 다양함에도 불구하고 체계적 분류와 비용구조 분석이 미흡함
- 따라서 비주거용 인테리어 시장에 대한 실태조사와 피해 유형 분석, 거래 구조 파악을 통해 시장구조를 종합적으로 진단할 필요가 있으며, 이를 기반으로 피해 예방 제도, 분쟁 조정 체계, 등록제도 도입 여부 등 제도개선 방향을 설정해야 함

3) 안수현(2017), 온라인·오프라인 융복합 서비스시장(O2O)에서의 소비자이슈와 보호방안, 외법논집 41(2), 81-116.

- 무등록업체를 통한 비주거용 건물 인테리어 사례와 피해가 증가하는 상황에서, 관련 제도가 미비하거나 한계가 존재하므로 본 연구에서는 현황 분석과 이해를 기반으로 개선 방안을 제시하고자 함

2. 연구의 범위

- 본 연구에서는 비주거용 건물 실내건축업 미등록 관련 피해 사례와 판례를 분석하고, 비주거용 인테리어 시장 현황을 검토하고자 함
- 우선 비주거용 건물 실내건축업의 법제와 현황을 분석하여 문제점을 도출함
 - 기본 현황과 법제를 검토하고, 이를 토대로 프랜차이즈 인테리어 사업의 구조와 주요 이슈를 확인함
 - 비주거용 인테리어 관련 공식 승인통계가 부재한 상황에서 국내 상가 수와 업종 전환 비율을 활용해 시장규모를 추정함
 - 추가적으로 해외의 미등록 업체 시공 사례와 처벌 사례를 검토함
- 비주거용 실내건축업 문제점과 실태 파악을 위해 미등록 업체로 피해를 입은 프랜차이즈 점주와 O2O 업체를 대상으로 인터뷰를 실시함
- 아울러 프랜차이즈 사업 내 미등록 업체 관련 판례를 검토하여 시사점을 도출하고 이해관계자의 대응방안을 모색함
- 최종적으로 피해 사례 분석 결과를 바탕으로 법제 개선안을 제시하고, 등록제도 활용 촉진 및 등록업체 이용 지원 방안을 제시함



〈그림 1-1〉 연구흐름도

II. 비주거용 실내건축업 법제 및 현황 분석

1. 비주거용 실내건축업 법적 정의와 범위

1) 실내건축업 법적 개념

- 실내건축공사업(Interior)은 건축물의 실내를 용도와 기능에 적합하게 공사하는 산업활동으로 실내공간의 마감을 위해 구조체·집기 등을 제작 또는 설치하는 공사를 의미함
 - 인테리어는 사전적으로는 ‘실내 또는 내부’를 뜻하나, 건축물을 용도와 기능에 맞게 계획하고 형태화하는 작업을 의미함⁴⁾
- 「건축법」 제2조에 따르면 ‘실내건축’은 건축물의 실내를 안전하고 쾌적하며 효율적으로 사용하기 위하여 내부 공간을 칸막이로 구획하거나 벽지, 천장재, 바닥재, 유리 등 대통령령으로 정하는 재료 또는 장식물을 설치하는 것을 의미함
 - 「건축법 시행령」 제3조의4에서는 ‘벽지, 천장, 바닥재, 유리’의 범위를 규정하고 있음
 - 1. 벽, 천장, 바닥 및 반자들의 재료
 - 2. 실내에 설치하는 난간, 창호 및 출입문의 재료
 - 3. 실내에 설치하는 전기·가스·급수(給水), 배수(排水)·환기시설의 재료
 - 4. 실내에 설치하는 충돌·끼임 등 사용자의 안전사고 방지를 위한 시설의 재료
- 또한, 「건설산업기본법 시행령」에서는 실내건축업 및 유관 인테리어 공사를 다음과 같이 규정하고 있음(건설업의 업종, 업종별 업무분야 및 업무내용, 제7조 관련)
 - 시설물 유지관리업 중 건축물의 개량·보수·보강공사는 제외하며, 주로 편의와 안전 확보를 위한 관리로 규정함

4) 홍성진·조재용(2019), “주거용 인테리어 공사의 품질 제고를 위한 제도 개선 방안”. 대한건설정책연구원

- 인테리어는 건물의 성능 유지와 개선뿐 아니라 미적 요소까지 포함되며, 유지·보수 분야를 중심으로 일상적인 수리 및 기능저하 회복 활동으로 볼 수 있음

〈표 2-1〉 실내건축업과 관련된 전문건설업 타 업종

업종	구분
실내건축공사업	• 실내건축공사 중 구조체·집기 등을 제작 • 목재창호, 목재 구조물공사
금속구조물공사	• 창호공사: 합성수지, 유리 등으로 된 창 또는 문 • 금속류 구조체를 사용하여 건축물의 천장·벽체·칸막이 등 설치
도장·습식·방수·석공사업	• 도장: 일반도장공사, 뽐칠공사 등 • 습식·방수공사: 미장공사, 방수 및 누수 공사
기계설비·가스공사업	• 기계설비: 건축물·플랜트 그 밖의 공작물에 급배수·위생·냉난방·공기조화·기계기구·배관설비 • 가스공사업: 도시가스 시설
가스·난방공사업	• 가스시설공사 (제3종): 1천5백만원 미만의 도시가스 시설 중 온수보일러, 온수기 등 • 난방공사(제1,2종): 공사예정금액 2천만원 이하의 온돌설치공사

2) 비주거용 실내건축업 인테리어 정의 및 주요 특징

- 「부동산 가격공시에 관한 법률」에 따라 부동산은 주거용(주택)과 비주거용으로 구분되며, 비주거용 부동산은 건축물 용도 분류상 주택이 아닌 모든 유형을 의미함
 - 대표적인 비주거용 건축물은 다음과 같이 분류됨
 - 업무용: 오피스, 오피스텔
 - 상업용: 상가, 쇼핑몰
 - 산업용: 공장, 창고, 물류센터
 - 관광숙박용: 호텔, 리조트 등
 - 건축법상 건물 용도는 총 29가지로 분류되며, 단독주택·공동주택을 제외한 모든 시설이 비주거용 부동산에 해당된다고 볼 수 있음
 - 복합용도 건축물도 존재하며, 주거와 비주거 기능이 혼합된 주상복합 및 복합문화공간 등이 대표적 사례임
- 비주거용 실내건축업은 주택을 제외한 상업공간, 사무실, 공공시설 등의 건축물 내부를 설계하고 시공하는 산업을 지칭함
 - 건축물의 기능성, 안전성, 편의성, 심미성을 강화하기 위한 활동을 포함함

- 현대에 와서는 내부 설계를 통해 브랜드 정체성을 반영하고, 이를 소비자 경험과 연결하여 마케팅 수단으로 활용하고 있음⁵⁾
 - 브랜드 공간은 단순한 실내 공간을 넘어 고객 체험과 홍보 효과로 확장되고 있음
- 추가적으로 팝업스토어와 같은 임시적인 인테리어 시장도 확대되고 있음
 - 임시적인 인테리어 시장은 미국 기준 인테리어 시장의 약 1.4%로 추산되며, 이를 국내 기준으로 환산 시 2024년 약 5조 원, 1,500개 이상으로 집계됨⁶⁾
 - 팝업스토어는 단기간(평균 1주일~1개월) 운영되지만, 브랜드 인지도 제고와 한정판 굿즈 판매, 소비자 경험 강화 등 다양한 마케팅 효과를 노릴 수 있어 기업수요가 높음
 - 설치 및 운영비는 소규모도 1억 원 이상, 대형의 경우 10억 원을 상회하며, 이는 소형 매장의 1년 임대료와 맞먹는 수준으로 시장 확산세가 뚜렷함

2. 실내건축업 시공자격 및 면허등록 요건

- 「건설산업기본법」에서는 인테리어 공사 등 실내건축업의 시공자격 및 등록 요건을 규정하고 있음
- 실내건축, 목재창호, 구조물 공사를 위해서는 실내건축공사업 면허등록이 요구되며, 등록을 위해 자본금, 기술능력, 보유시설 등 다양한 조건을 충족해야 함
 - 건설산업기본법 제9조 제1항에 따르면, 실내건축공사업 면허를 취득하기 위해서는 다양한 요건이 충족되어야 함
 - 자본금 1억 5천만 원 이상
 - 건축 관련 자격증 소지 직원 2명 이상
 - 공제조합 출자 예치금
 - 사무실 보유 등

5) 김미진(2022), 식음료 팝업스토어 고객가치가 브랜드태도, 브랜드 몰입 및 충성도에 미치는 영향, 외식경영연구 25(5), 221-241.

6) 유혜지·민지영·강영선(2024), 텍스트마이닝으로 살펴본 팝업스토어를 이용한 마케팅 전략, 한국산학기술학회논문지25(6), 292-299.

〈표 2-2〉 건설산업기본법 시행령 중 시공자격 관련

건산업 시행령 (제13조 관련) [별표2]			
기술능력	자본금(개인·영업용 자산평가액)		시설·장비·사무실
다음 어느 하나에 해당하는 사람 중 2명 이상 가) 건설기술진흥법에 따른 건축분야 초급이상 건설기술자 나) 국가기술자격법에 따른 관련 종목의 기술 자격취득자	법인 및 개인	1.5억원 이상	사무실

- 특히 1,500만 원 이상의 공사는 실내건축공사업 면허가 필요하며, 건설산업기본법 제95조의 2 제1항에 따라 무면허·무등록 시공 시 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있음⁷⁾
- 2020년 11월, 인테리어협동조합은 ‘실내건축면허법 개정 및 완화’를 위한 청원을 제기하며 면허 취득 기준의 비현실성을 지적하였음
 - 건설산업기본법에서 규정하는 기준과 실제 단가 사이의 괴리가 커 약 10만 인테리어 사업자 중 해당 기준을 충족하는 경우가 2% 미만이라고 언급함
 - 따라서 현재 1,500만 원 미만으로 제한된 시공 가능 금액을 상향 조정하거나, 면허 취득 기준을 완화하는 등 현실에 맞게 제도를 개선할 필요가 있다고 주장함
 - 또한 별도의 승인을 통해 공제조합을 설립할 수 있도록 해야 한다고 언급함
- 2021년에는 SBS 뉴스를 통해 한샘 대리점의 90% 이상이 무면허 업체인 사실이 알려지며 실내건축업 면허와 제도에 관한 관심이 높아졌음⁸⁾
 - 전체 552개 대리점 중 실내건축 면허 보유 지점은 45개(약 8.15%)에 불과했음
 - 소비자는 ‘한샘’이라는 브랜드를 신뢰하고 계약했으나, 실제로는 무면허 대리점이 대다수여서 하자 발생 시 책임 소재가 불명확하다는 점이 문제로 지적됨
- 한국여성소비자연합은 2022년 9월부터 11월까지 두 달간 인테리어 서비스 판매 실태조사를 실시하였음
 - 1,500만 원 이상 시공 경험이 있는 사업자 678곳(91.5%) 중 실내건축공사업 면허를 보유한 곳은 119곳(17.6%)에 불과한 것으로 나타남

7) 건설산업기본법 제95조의2(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다. 1. 제9조제1항에 따른 등록을 하지 아니하거나 부정한 방법으로 등록을 하고 건설업을 한 자

8) SBS뉴스(2021), '안전하다' 믿고 맡겼는데...한샘 대리점 92% '무면허'

3. 비주거용 인테리어 시장 규모

1) 실내건축공사업 시장 규모

○ 실내건축공사업(Interior)은 건축물의 실내를 용도와 기능에 적합하게 시공하는 활동을 의미함

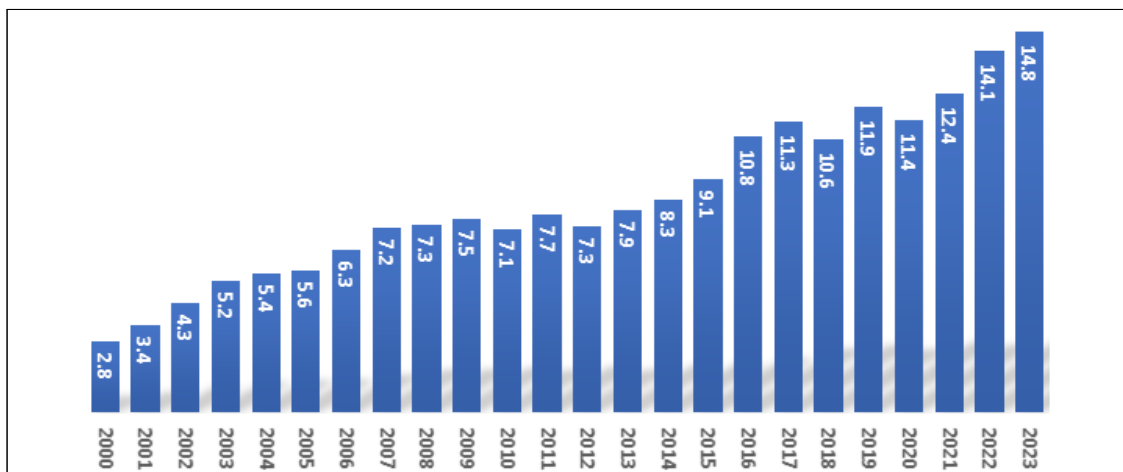
- 우리나라 실내건축공사는 신축과 유지보수 부문으로 구분되며, 각각 시장 참여자 성격이 상이함
- 신축시장은 종합·전문건설업체가 참여하는 B2B 시장으로 한국표준산업분류 상 ‘실내 건축 및 건축마무리 공사업’에 해당하며 「건설산업기본법」에서는 실내건축공사업에 포함됨
- 유지보수시장은 개별 수요자와 개인사업자의 B2C 시장, 수요자와 공급자를 연결하는 O2O 시장으로, 면허가 없는 인테리어 사업체, 전자재업체, 플랫폼 기업 등이 주로 참여함
- 비주거용 인테리어 시장은 유지보수 중심으로, 일반 인테리어 사업체와 자재업체가 주요 참여 주체임
- 본 연구에서는 인테리어 시장 가운데 비주거용 인테리어 시장을 중심으로 살펴봄

○ 우선 신축시장 중심의 실내건축공사업 규모를 살펴봄

- 실내건축공사업 시장은 전문건설업 내 ‘실내건축공사업 계약실적’으로 파악 가능함
- 2023년 계약실적은 약 14.8조원으로, 2000년 2.8조 원에 대비 비약적으로 증가함
- 2000년 이후 연평균 성장률(CAGR)은 약 7.7%로 타 산업은 물론 건설업 내에서도 가장 높은 수준임
- 소득수준 향상으로 인한 실내 공간 관심 증가, 고급 자재 사용 확대, 노후 건축물 증가, 안전 확보를 위한 기능 유지 수요 증가 등이 성장요인으로 언급됨

○ 향후에도 실내건축공사업 시장은 확대될 것으로 예상됨

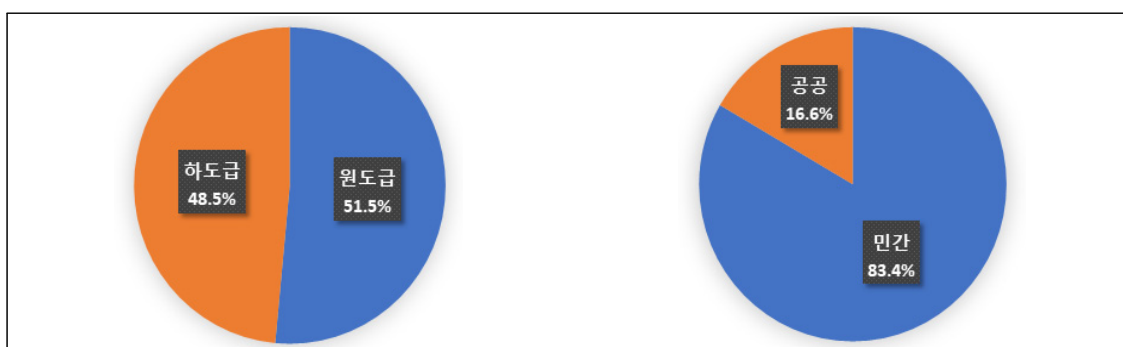
- 다만 경제성장률 저하, 인구구조 변화, 상권 위축 등 부정적 거시 및 건설시장 환경 변화로 성장률 자체는 소폭 줄어들 가능성이 큰 것으로 판단함



〈그림 2-1〉 연도별 실내건축공사업 계약 실적 (단위: 조원)

자료: 대한전문건설협회, 전문건설업 통계연보

- 전문건설업에 포함된 실내건축공사업의 계약형태는 원도급계약이 51.5%, 하도급계약이 48.5%로 각각 나타나고 있음⁹⁾
 - 통상 원도급계약은 실내 인테리어에 대한 전반적인 공사를 발주자로부터 직접 계약하는 방식이며, 하도급계약은 공동주택, 상업용 건물 등에서 종합건설업체로부터 실내 내부공사만을 특정하게 계약하는 것을 의미함
- 발주 주체별로는 민간공사가 83.4%로 공공공사 16.6% 대비 압도적으로 높은 수준임
 - 이는 실내 인테리어 수요가 민간 중심으로 발생하는 특성 때문임

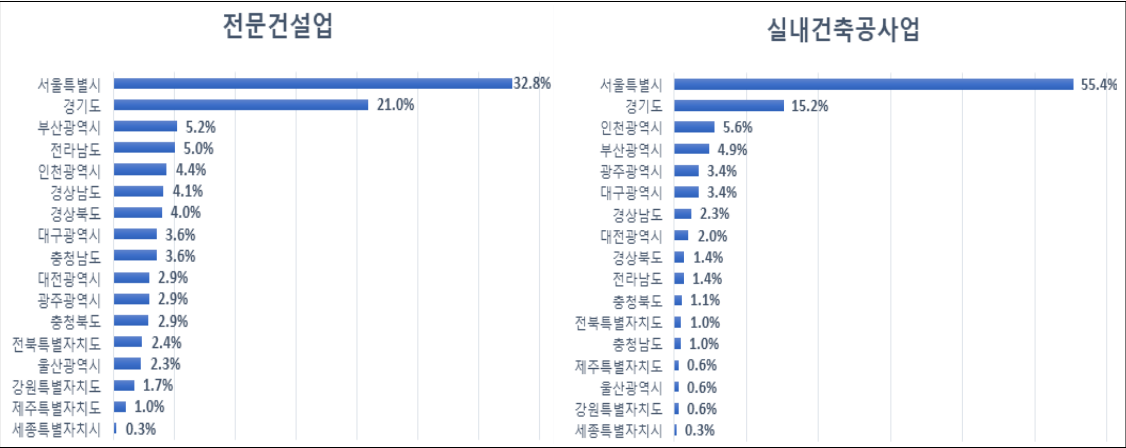


〈그림 2-2〉 실내건축공사업 원하도급 및 민간/공공비중 (2023년 계약 실적) (단위: %)

자료: 대한전문건설협회, 전문건설업 통계연보

9) 전문건설업 내 실내건축공사업에서 원도급공사를 발주자와 직접 계약하는 것을 의미하며, 하도급공사는 종합 건설업체와의 계약을 의미함

- 실내건축공사업은 수도권과 광역시 등 대도시에서 수요가 집중되는 특징을 가짐
 - 전문건설업 실적에서 서울지역의 비중은 32.8%인 반면, 실내건축공사업은 55.4%로 22.6%p 높음
 - 실내건축공사는 경기도, 인천 등 수도권과 함께 부산, 광주, 대구 등 대도시에서도 높은 점유율을 보이는데, 이는 주거용뿐만 아니라 상업용 건물이 지방보다 수도권과 대도시에서 집중된 결과로 추정됨



〈그림 2-3〉 전문건설업 및 실내건축공사업 지역별 점유율(2023년 계약 실적) (단위: %)
자료: 대한전문건설협회, 전문건설업 통계연보

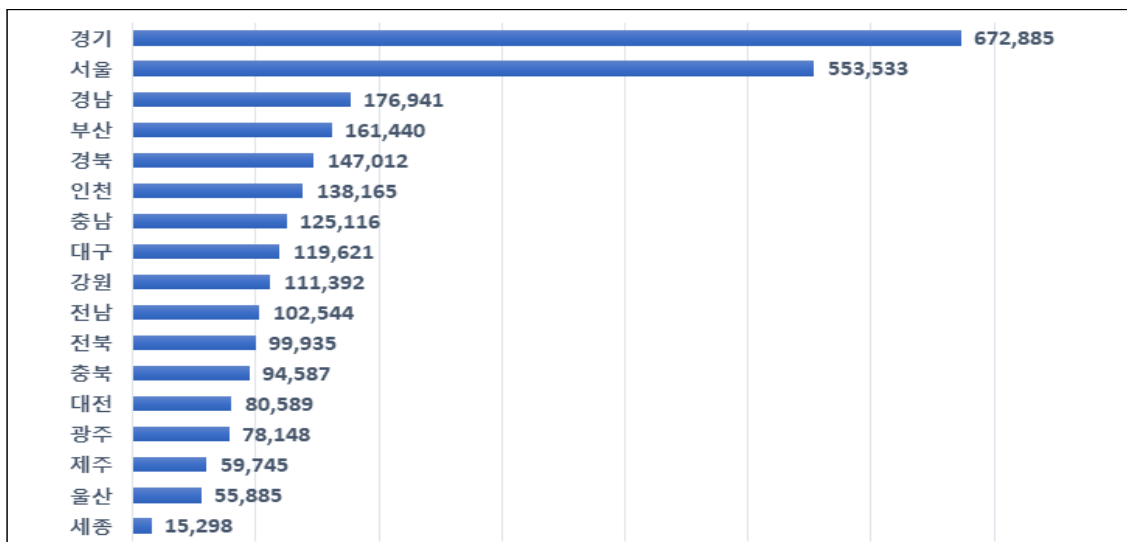
2) 비주거용 인테리어 시장 규모

- 일반적으로 비주거용 인테리어 시장은 유지보수 영역으로 창업 시 업종 특성에 맞게 실내를 설계·재시공하는 행위를 의미함
 - 건설산업기본법상 건설업자가 참여하는 경우도 있으나, 실제로는 건설업 면허가 없는 일반 시공업체가 다수를 차지함
- 그러나 비주거용 인테리어 시장은 무면허 사업자의 시공 비중이 높아 시장 규모와 실태에 관해 살펴보는 데는 한계가 존재함
 - 본 연구에서는 상가 및 업무용 시설의 건축물 현황을 토대로 연간 업종 전환율을 추정하고, 소요 공사금액을 합리적으로 가정하여 시장규모를 산정함
- 비주거용 인테리어는 주거용 시설(단독·공동주택)을 제외한 모든 시설을 의미하며, 따라서 오피스, 숙박시설, 상가 등 다양한 유형이 해당함

- 특히 일반 기업이 입주하는 오피스와 같은 상업용 시설은 건설업 보유 업체와 계약하는 경우가 많음
- 이에 따라 본 연구에서는 상업용 시설을 제외한 상가(상권)를 중심으로 시장규모를 추정함

○ 소상공인시장진흥공단에 따르면 2024년 기준 우리나라 상가(상권) 수는 총 2,792,836개로 지속적으로 증가하는 추세임¹⁰⁾

- 아래 그림에서 확인할 수 있듯이 상가는 경기, 서울, 부산 등 수도권과 대도시 중심으로 집중되어 있음
- 수도권(경기, 서울, 인천)이 1,364,583개로 전체 48.9%를 차지하며, 수도권 외 지역은 경남, 부산, 경북, 충남 순으로 상가(상권)가 많은 것으로 조사됨

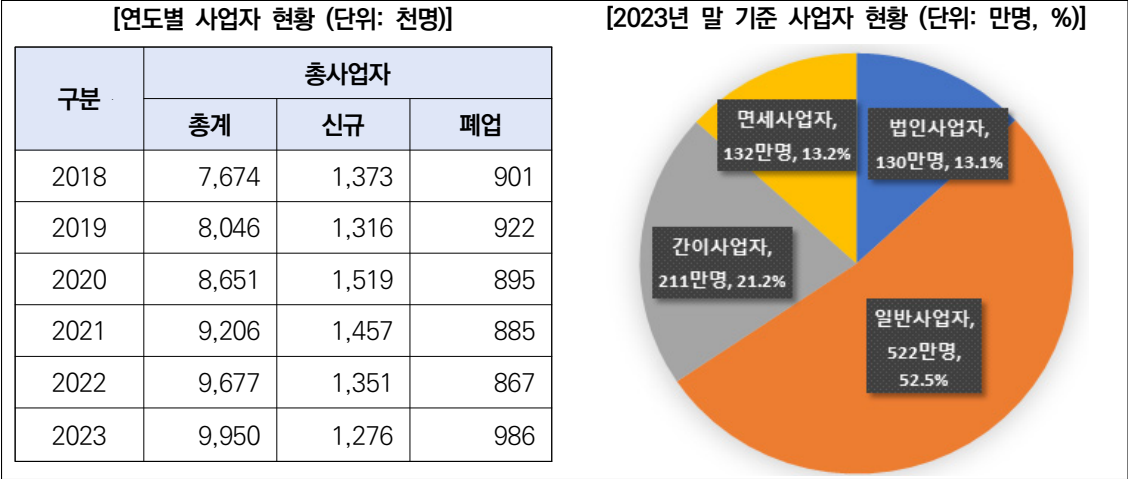


〈그림 2-4〉 전국 상가(상권)수(2024년 말 기준) (단위: 개)

자료: 소상공인시장진흥공단

- 국세청에 따르면 2023년 말 우리나라 총사업자는 995만 명이며, 법인사업자는 130만 명, 일반사업자는 522만 명, 간이사업자는 211만 명, 면세사업자는 132만 명으로 구성됨
- 이는 전체 인구의 약 20%가 사업자 등록을 보유함을 의미함
- 사업자 수는 매년 증가 추세이며, 신규 등록은 총 사업자 대비 매년 약 12%, 폐업은 약 9% 수준으로 조사됨

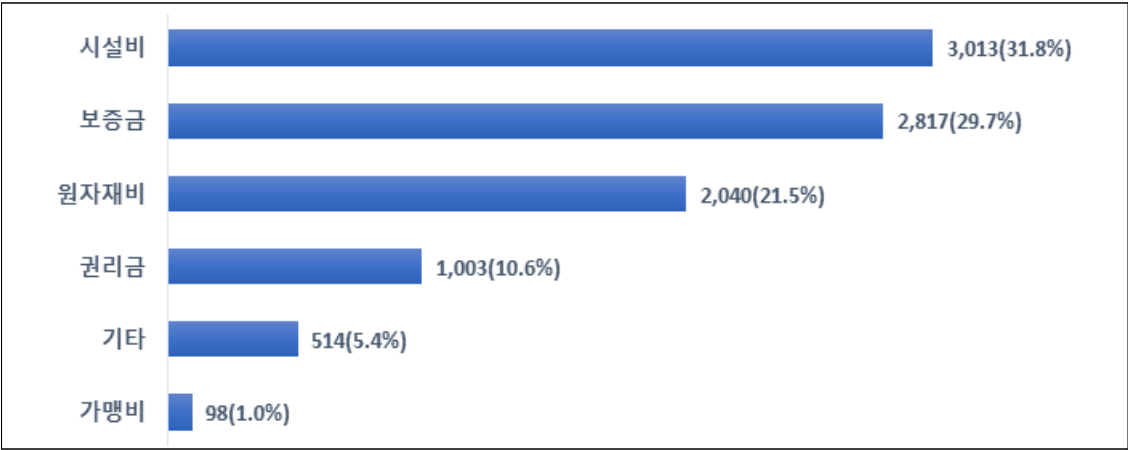
10) 상가(상권)에 포함되는 것은 소매업, 숙박업, 음식점업, 각종 서비스업 등이 모두 망라되며, 표준산업분류의 대분류 기준 9개 산업, 중분류 기준 74개 산업, 소분류 기준 247개 산업이 포함됨



〈그림 2-5〉 사업자 현황

자료: 국세청

- 중소벤처기업부에서 발표하는 ‘상가건물임대차실태조사¹¹⁾’를 참고하여 인테리어 비용을 조사한 결과, 평균 창업비용은 약 9,500만 원으로 나타남
- 이 가운데 시설비가 약 3천만 원으로 전체의 31.8%를 차지하여 가장 높은 비중을 보였으며, 다음으로 보증금, 원자재비, 권리금, 기타, 가맹비 순으로 나타남
 - 여기서 인테리어 비용은 ‘시설비와 원자재비(집기류, 가구 등)’를 합산하여 보는 것이 합리적인 것으로 판단됨
 - 프랜차이즈의 경우 가맹비, 본사 인테리어 비용 반영으로 창업비용이 상대적으로 높아지는 경향이 있음



〈그림 2-6〉 창업비용 구성(2023년 조사) (단위: 만원)

자료: 중소벤처기업부(2024), ‘상가건물임대차실태조사’

11) 해당 조사는 조사 사례수가 약 260만 건으로 방대하여 신뢰성이 높은 것으로 판단됨. 2년 단위로 창업비용 합계를 파악하는 조사로서 보증금·권리금·시설비·원자재비·가맹비·기타 항목으로 구성됨

- 비주거용 인테리어 시장규모를 추정하기 위해 인테리어 수요 발생 시점을 파악하는 것이 중요함
 - 통상 인테리어는 상가(상권) 창업 시 발생하는 경우가 일반적임
 - 창업 외에도 업종 전환, 기존 시설물 노후에 따른 수요가 존재하나, 이를 통계적으로 파악하기에는 한계가 있음
 - 따라서 본 연구에서는 상가(상권) 창업 시 인테리어 수요가 발생한다고 가정하여 시장 규모를 추정함
- 소상공인시장진흥공단 자료에 따르면 2000년~2024년까지 평균 150,000개의 상가(상권)가 매년 새롭게 창업한 것으로 나타남
 - 이에 따라 연간 창업수는 150,000개로 가정
 - 창업비용 중 시설비는 약 3,000만 원, 원자재비 2,040만 원까지 포함하면 약 5,000만 원 수준으로 조사됨
- 이를 바탕으로 연간 인테리어 시장규모를 산정하면(연간 창업수 * 창업비용) 약 7.5조 원으로 추정됨
 - 계산식 = 연간 창업수(약 150,000개) × 인테리어 비용(5,000만 원)
- 다만 본 추정치는 상가 시설만을 대상으로 추정한 시장규모로 실제 비주거용 인테리어 시장은 이보다 매우 클 것으로 예상됨¹²⁾
 - 비주거용 인테리어 시장에는 업무용(오피스, 오피스텔), 산업용(공장, 창고, 물류센터), 관광숙박용(호텔, 리조트)이 포함되어 있기 때문임
 - 또한, 상업용 시설 역시 상가를 제외한 각종 쇼핑몰까지 포함하면 인테리어 시장규모는 더욱 커질 것으로 판단

12) 인테리어시장 규모 추정에 관한 전반적인 프로세스는 박선구(2021), '유지보수시대, 인테리어시장 발전 방향' 보고서를 참조하기 바람

4. 비주거 실내건축 무등록 시공: 국내 주요 이슈와 해외 동향

1) 가맹사업 인테리어 시공 실태 및 문제점

- 비주거용 건물 실내건축업 시공은 크게 가맹사업¹³⁾과 개인사업으로 구분할 수 있으며, 가맹사업은 전체 프로젝트의 약 30%를 차지하는 것으로 추정되고 가맹사업 성장과 함께 그 비중은 꾸준히 증가하는 추세임¹⁴⁾
 - 이 비율은 업종별로 차이가 있으며, 특히 F&B·편의점·리테일 분야에서 비중이 더 높게 나타남
 - 가맹사업에서는 필수 및 권장 품목 공급과 더불어 인테리어, 시설 장비, 설비 등 가맹사업 운영에 필요한 상품은 본사를 통해 공급하는 경우가 많음
- 가맹점 창업비용과 관련해서는 다양한 조사가 존재하는데, 「2022년 가맹사업 등록현황」에 따르면 가맹점 평균 창업비용은 평균 1억 1,780만 원이며, 이 중 인테리어 비용이 46.9%를 차지함
 - 점포 평균 면적 약 100㎡(30평) 기준으로 환산 시 평당 평균 220만 원 수준임
 - 업종별로 차이가 있으나, 외식업(치킨, 분식, 한식, 피자/버거 등) 1억 400만~1억 6,200만 원, 카페 8,000만~1억 5,000만 원, 편의점 4,500만~8,000만 원 수준임
 - 인테리어 비용은 전체 창업비용의 30~50% 수준을 차지하는 경우가 다수임
- 또한, 공정거래위원회의 「2024년 가맹분야 실태조사」에 따르면 40개 가맹본부(20%)가 특수관계인 개입을 인정함
 - 특수관계인과의 거래 이유로는 ‘원자재의 안정적·신속 공급’(47.5%), ‘영업비밀 보호’(37.5%) 등으로 응답함
 - 46개 가맹본부(23%)는 물품 공급업체로부터 관련 대가를 수취함 (수취명목은 ‘수수료(결제·판매·물류, 중개/알선 등)’, ‘판매장려금’, ‘물류장려금’ 등)
 - 이에 대해 가맹점주 응답의 36.9%는 ‘필수품목 가격이 비싸다’고 인식하며, 직접구입 방식을 찬성하는 비율이 87.4%로 전년대비 7.9%p 증가함

13) 가맹사업자는 상표, 서비스표, 상호 등의 '영업표지'를 사용하고, 일정한 영업방식에 따라 사업을 운영하는 대가로 가맹금(로열티, 가맹비 등)을 지급하는 사업자로 흔히 프랜차이즈를 운영하는 사업자를 의미함

14) 서울시(2025). “2024년 서울시 가맹사업 등록현황 -분석결과-”

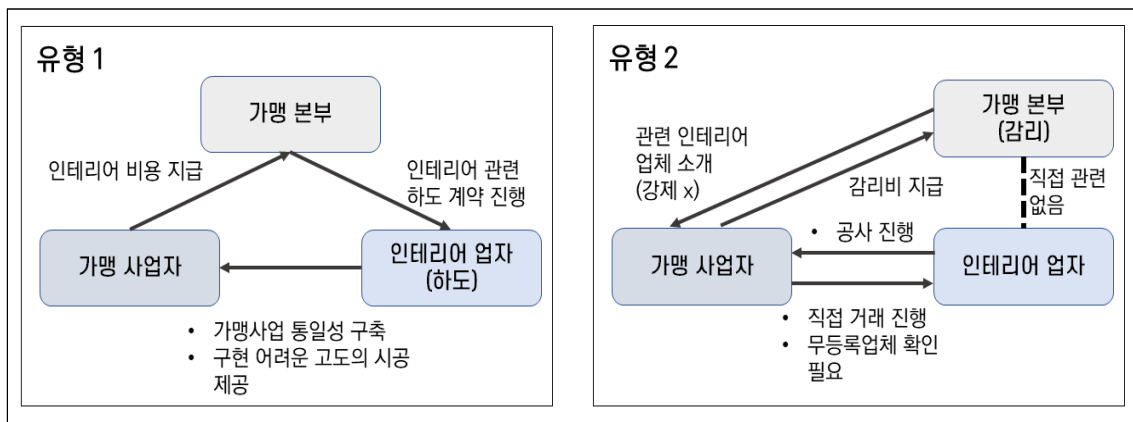
- 또한 가맹본사의 약 5%는 감리비 및 인테리어 설치비 등을 수입원으로 확보하고 있으며, 일부는 인테리어 업체와의 직접 계약 혹은 백마진 형태로 이루어지는 경우도 있음
 - 이로 인해 인테리어 비용 산정과 거래 과정의 투명성 제고 요구가 확대되고 있음

〈표 2-3〉 가맹본부의 수입원별 비중 (단위: %)

업종	차액가맹금	로열티	가입비/교육비	필수설비비	인테리어설치/감리비	기타 (직영점 매출 등)
전체	34.1	14.7	9.0	2.8	4.7	34.8
외식업	39.4	10.7	9.2	2.9	5.0	32.8
서비스업	14.0	30.2	9.2	2.3	3.8	40.6
도소매업	37.0	9.4	4.2	3.8	3.3	42.2

자료: 공정거래위원회, '2024년 가맹분야 실태조사'

- 가맹점의 실내건축공사 방식은 크게 두 가지로 구분됨
 - 첫째, 가맹점주가 본사에 인테리어 비용을 직접 지급하거나 본사로부터 인테리어 회사를 소개받아 공사를 진행하는 경우
 - 둘째, 가맹사업 통일성 확보 또는 특정 업체만이 수행 가능한 고도의 시공 능력 확보를 이유로 본사가 지정한 인테리어 업체를 활용하는 경우
- 이 과정에서 가맹본부가 특정 업체와의 계약을 강제하거나 1개 업체만 지정할 경우 불공정거래행위에 해당할 수 있음
- 한편, 본사가 인테리어 공사에 대한 자율적 선택권을 허용하고, 가맹점주가 직접 공사를 진행할 경우 별도로 감리비를 부과하는 사례도 존재함



〈그림 2-7〉 가맹점의 실내건축업 공사 구조 유형

○ 2015년 서울시가 서울 시내 1,933개 프랜차이즈 가맹점을 대상으로 실시한 인테리어 공사 및 불공정거래 실태조사 결과(응답률 50.5%), 조사대상 가맹본사 실내건축업 92곳 중 등록업체는 1곳에 불과하였으며 공사비는 1.5~2배 부풀려진 것으로 나타남¹⁵⁾

- 인테리어 공사 계약 체결 방식: 본사와 계약 후 본사 또는 본사 지정업체 시공 62.2%, 가맹점주 직접 선택 12.4%
 - 인테리어 공사비용: 본사 지정 시 3.3㎡당 평균 309만 원, 직접 선정 시 약 174만 원으로 43.7% 감소
 - 공사 만족도: 가맹점주 직접 시공 시 더 높음
 - 하자·공사 지연 피해 여부: 전체 36.4%, 직접 선정 시 4.8%에 불과
 - 손해발생 보상 여부: 충분히 보상 22.6%, 일부 보상 52.0%, 무보상 25.4%
 - 리뉴얼 공사 강요 경험: 약 16.7%
- 결과적으로 가맹점주의 인테리어 업체 선택권 보장이 중요하며, 불공정거래 행위 방지를 위해 실태조사의 지속적 실시가 필요함

○ 유사 사례

- 한 프랜차이즈 본사가 가맹점주에게 인테리어 공사비 1억 250만 원을 청구한 뒤, 실제 시공을 4,100만 원에 하청 주어 60% 이상 차익을 남긴 사례가 보고됨¹⁶⁾
- 이 사건으로 인해 본사는 사기 및 건설법 위반 혐의로 조사 대상이 되었으며, 브랜드 신뢰도에도 큰 타격을 입었음.

○ 공정거래위원회는 매년 가맹분야 실태조사를 실시하고 있음 (가맹본부 200곳, 가맹점 12,000개 기준, 상반기 조사)¹⁷⁾

- 약 6년간 점포 환경 개선 주기는 약 7년, 평균적으로 법정비율의 62.5%만 가맹본부가 부담함
- 2020년 기준 개선 필요사항은 공사비 과다청구와 불필요한 공사 강요가 주요 문제로 나타남
- 이는 가맹본부가 프랜차이즈 사업의 주요 수입원 중 하나로 인테리어 소개비를 활용하기 때문임

15) 서울시민일보(2015), 서울시 프랜차이즈 가맹점 인테리어 공사 및 불공정 거래행위 여부 실태조사 결과 발표

16) 아주경제(2015), '프랜차이즈 본사 횡포 '도를 넘었다'... 서울시, 무등록 실내건축업 가맹본사 공사 수수'

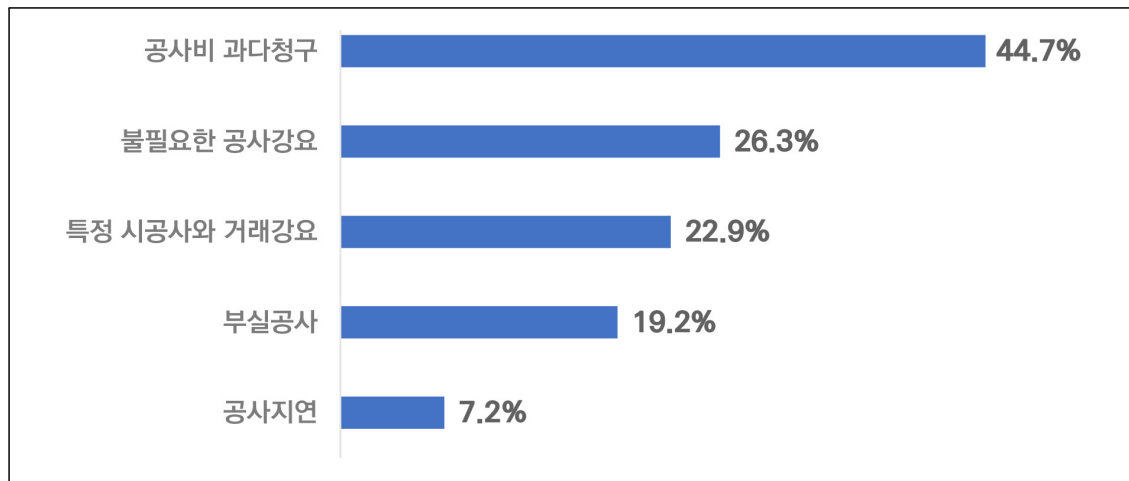
17) 공정거래위원회(2024), 2024년 가맹분야 실태조사 결과 발표

- 소규모 가맹본부 가맹점주는 간판 교체 비율이 높고, 대규모 가맹본부 가맹점주는 전체 교체공사 비율이 높은 특징을 보임
- 공사비 과다청구·불필요한 공사 강요가 빈번하게 발생하면서, 무등록업체가 공사에 참여하는 경우도 있어 문제를 더욱 복잡하게 만드는 것으로 조사됨

○ 결과적으로 가맹점주의 비용 피해를 줄이기 위해서는 점주의 지속적인 점포 관리도 중요하지만, 가맹본부 차원에서 불필요한 공사 요구 자체를 줄이는 것이 필요함

〈표 2-4〉 공정거래위원회 가맹분야 실태조사 (2024년 기준)

연도	실시건수 (전년대비 증감율)	실시사유				
		점포노후화	위생개선	안전상결함	자발적의사	기타
2019	1489	574	241	25	465	184
2020	1184 (-21%)	695	17	23	374	75
2021	889	684	1	0	173	31
2022	1244	1089	7	2	116	30
2023	1710	1169	20	1	520	36
2024	1731	1424	31	15	248	37



〈그림 2-8〉 점포 환경개선 관련 개선 필요사항

자료: 공정거래위원회(2021), 2020년도 가맹분야 실태조사 결과

- 비주거용 건축물 인테리어 공사와 관련한 가맹사업 상황은 다음과 같이 요약됨
 - 건설 관련 등록·자격이 없는 가맹본부가 가맹 희망자와 계약 체결
 - 계약서에 “인테리어는 반드시 가맹본부와 체결할 것”이라고 명시
 - 가맹점 사업자는 인테리어 비용을 본부에 지급
 - 영업장 내 인테리어가 지연되거나 진행되지 않아 초기 투자비용 손실 발생
- 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」 제12조의2는 점포환경개선 강요 금지 및 비용분담 제도를 규정하고 있으나, 실제로는 공사비 과다청구·특정 시공사 강요 등의 문제가 지속 발생함
 - 일부 기업은 매출액의 일정 비율을 로열티로 수취하면서, 인테리어 비용까지 추가로 부담시켜 피해가 발생하기도 함 (대법원 2018. 11. 9. 선고 2015두59686 판결)
 - 경기침체 시 가맹본부의 불공정 행위 발생 가능성은 더 높아질 수 있음
 - 이에 일부 가맹점은 본부를 거치지 않고 직접 공사업체와 계약하여, 본부가 공사비를 부풀리거나 특정 업체에 일감을 몰아주는 행위를 차단하려고 함
 - 다만 영업지역 침해 등으로 분쟁이 발생할 경우, 민사소송을 통해 손해배상을 청구할 수 있으나, 소송 기간이 장기화되고 손해 입증이 어려워 분쟁조정 절차가 활용되는 경우가 많음

제12조의2(부당한 점포환경개선 강요 금지 등) ① 가맹본부는 대통령령으로 정하는 정당한 사유 없이 점포환경개선을 강요하여서는 아니 된다.

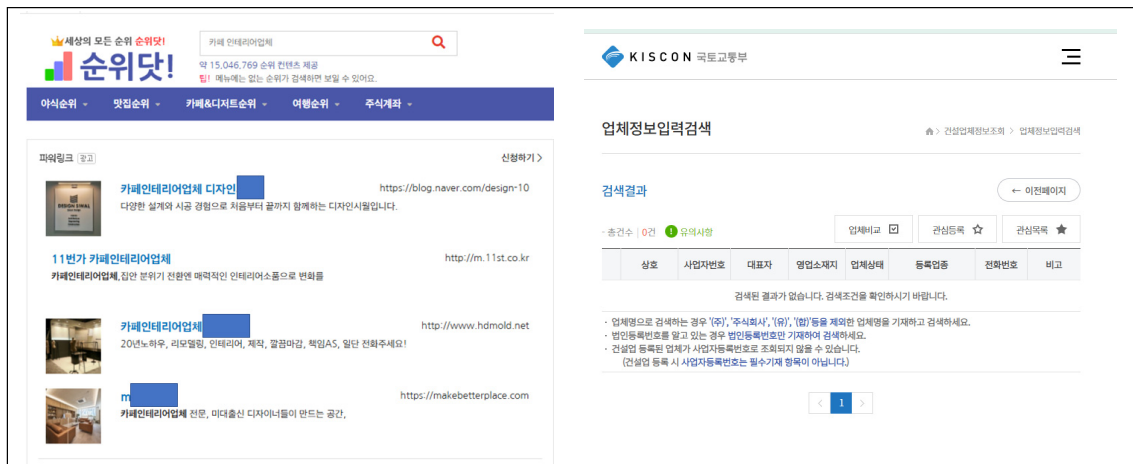
② 가맹본부는 가맹점사업자의 점포환경개선에 소요되는 비용으로서 대통령령으로 정하는 비용의 100분의 40 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 비율에 해당하는 금액을 부담하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 가맹본부의 권유 또는 요구가 없음에도 가맹점사업자의 자발적 의사에 의하여 점포환경개선을 실시하는 경우
2. 가맹점사업자의 귀책사유로 인하여 위생·안전 및 이와 유사한 문제가 발생하여 불가피하게 점포환경개선을 하는 경우

③ 제2항에 따라 가맹본부가 부담할 비용의 산정, 청구 및 지급절차, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 개인사업자 또는 개인은 인테리어 업체와 직접 계약을 체결하는 경우가 많으며, 주된 경로는 O2O 플랫폼(오늘의 집, 숨고 등), 포털사이트·SNS 검색, 유사 업종의 실내건축업을 경험한 지인 소개 등으로 나타남
- 그러나 업체 선정 과정에서 검증 절차는 대체로 부족하며, 가격만을 기준으로 저가 업체를 선택하거나 단순히 사업자등록번호 확인에 그치는 사례가 다수임

- 포털사이트 검색 상위 노출 업체 중에도 미등록업체가 포함되어 있음
- 예컨대 디자인**, M** 업체는 상위 노출되었으나, 조사 결과 미등록업체로 확인됨



〈그림 2-9〉 추천 인테리어 업체 중 미등록업체 사례 예시

자료: 순위닷 홈페이지 및 KISCON 홈페이지 참고

2) 비주거용 실내건축 무등록 시공 리스크

○ 비주거용 상가 공사 시 무등록업체 활용으로 발생할 수 있는 소비자 피해는 다음과 같음

- 부실시공 및 하자 발생 : 전문성 부족, 저품질 자재 사용으로 품질 저하
- 하자보수 및 A/S 문제: 연락 두절, 책임 회피, 보수 요청 시 추가 비용 요구
- 계약 분쟁: 계약 불이행, 공기 지연, 공사 추가비용 요구 등

○ 미등록업체로 인해 발생가능한 대표적 리스크는 크게 운영 리스크, 재무 지속 가능성 리스크, 법적 책임 및 규제 리스크, 그리고 시장 공정성 및 경쟁 리스크임

① 운영 리스크

- 무면허·미등록 업체의 역량 부족으로 시공 품질 저하 및 일정 차질 발생
- 하자 및 기준 미달 시공은 보수 작업·승인 지연으로 이어져 운영계획 차질 유발
- 가맹본사·마케팅팀 차원에서도 브랜드 신뢰도와 평판 하락으로 연결됨
- 결과적으로 무면허 업체 시공 시 하자가 발생하더라도 현실적으로 영업정지, 과태료 부과 불가함
- 또한 하자담보 책임기간 및 하자보증보험 미가입으로 인한 피해 보상이 어려움

② 재무 지속 가능성 리스크

- 예상치 못한 추가비용, 하자·보수 비용, 간접비 증가로 전체 사업비용 확대
- 보험 미가입으로 사고 발생 시 배상 책임이 발주자에게 전가될 위험 존재¹⁸⁾
- 자격 미달 업체 시공을 수정하기 위해 신규 업체 투입 시 수천만 원 추가 비용 발생 사례 있음¹⁹⁾

③ 법적 규제 리스크

- 건설산업기본법상 무면허 시공 적발 시 발주자도 처벌 또는 벌금 부과 가능
- 호주·EU 일부 국가는 무면허 시공 시 고액 벌금·세금·보험료 납부·징역형 등 강력 제재 부과
- 피해자 법적 보호장치가 취약하며 건축법·안전기준 위반으로 행정적 제재 위험 존재
- 가맹본부가 특정 시공사를 강요할 경우, 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」 위반 가능성 있음

호주: 빅토리아 주 대법원은 무면허 노동 인력을 사용한 5개 회사와 3명의 이사에게 벌금을 부과. 노동 인력 공급 라이선스법에 따라 무면허 업체를 이용할 경우 법인은 최대 630,000 호주달러(약 431,383 미국달러), 개인은 최대 150,000 호주달러(약 102,710 미국달러)의 벌금이 부과될 수 있음²⁰⁾
 EU: 무면허 시공업체를 고용한 발주자는 사회보장세, 메디케어 세금, 산재보험료, 실업보험세 등의 미납분을 지불 (프랑스: 최대 3년의 징역형과 벌금형 가능)

④ 시장공정성 및 경쟁 리스크

- 무등록업체 확산은 산업 전반의 공정 경쟁을 저해하고 신뢰도 하락 유발
- 불량 사업자가 건전 사업자를 몰아내는 ‘레몬시장(lemons market)’ 현상이 발생함²¹⁾
 - O2O 플랫폼 등을 통해 검증되지 않은 업체들이 난립하면, 낮은 가격에 의존하는 일부 비자격 업체들이 우후죽순 생겨나 자격을 갖춘 양질의 업체들이 도태 가능
 - 업무 수주를 위한 저가 입찰 (덤핑 경쟁) 심화 가능

18) Gavilan, D., & Al-shboul, O. A. A.(2023), ‘Designing innovation in urban hotels through guest experience data on interior design’, European Journal of Innovation Management.

19) Lamont Bros(2025), “Case Study: What Happens When You Hire an Unqualified Contractor?” <https://lamontbros.com/problems/case-study-what-happens-when-you-hire-an-unqualified-contractor/#:~:text=While%20our%20team%20was%20able,drywall%2C%20and%20the%20entire%20staircase.>

20) Staffing Industry Analysis(2024) ‘Australian court fines construction companies for unlicensed labour hire.

21) Akerlof, G. A.(1978) ‘The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. In Uncertainty in economics (pp. 235-251). Academic Press.

- 해외에서는 이를 극복하기 위해 플랫폼 규정 강화, 등록업체 공시제 도입 사례 존재

중국 등 일부 국가에서는 O2O 리모델링 플랫폼을 통해 계약한 소비자들이 시공업체에 돈을 지불한 후, 업체가 사라지는 사례가 빈번하게 보고 O2O 플랫폼이 건설업체의 면허 및 보험 정보를 명시하도록 하는 규정을 강화

⑤ 정보 차별 리스크

- 가맹계약·인테리어 계약 과정에서 업체 등록 여부, 공사비 내역, 예상 수익 등의 필수 정보를 고지하지 않거나 허위·과장 제공하는 경우가 발생하여 법적·경제적 피해 위험성이 있음
 - 정보공개서(FDD, Franchise Disclosure Document) 미제공 또는 지연 제공(법에서 언급한 제공 기간 14일 기준 지연)으로 가맹점주 피해 발생
 - 공사비 총액·운영비용 정보 부재로 인한 기망 리스크 심화
- 캐나다·호주·EU 등은 FDD 의무화를 통해 계약 14일 전 사업경험, 소송이력, 비용 등을 공시하도록 제도화함

3) 비주거 실내건축 무등록 시공 대응 전략

- 건설업 등록 확인을 위해서는 면허를 직접 확인하거나, 건설산업지식정보시스템(KISCON)을 통해 검색해야 함
 - KISCON에서는 업체명 또는 사업자등록번호로 등록업종·상태·행정처분 이력을 확인할 수 있어 무등록 시공 리스크 차단에 활용 가능함
 - 그러나 동명의 업체가 많아 혼동이 발생할 수 있으며, 행정처분 이력은 로그인 후 개별 메뉴에서 확인해야 하는 구조로 여러 업체를 대량으로 검증하기에는 비효율적임



업체정보입력검색

☞ > 건설업체정보조회 > 업체정보입력검색

업체정보입력 검색

업체명		☒ 법인등록번호		검색
대표자		☐ 사업자등록번호		

맞춤형 업체검색 >

건설업체의 본사소재지, 보유업종, 실적규모, 유사공사 수행실적, 행정처분을 조건으로 맞춤형 업체검색을 할 수 있습니다.

〈그림 2-10〉 KISCON 홈페이지 내 업체 정보 입력 검색 화면

자료: KISCON 홈페이지 (<https://www.kiscon.net/>)

- 가맹본부를 통한 공사 진행 시에는 정보공개서(FDD, Franchise Disclosure Document)를 가맹계약 전 14일(자문 시 7일) 이내에 교부받아야 하며, 인테리어·집기 지정·권장 내역과 비용 항목의 투명한 제공을 요구할 수 있음
 - 가맹본부의 점포 환경개선 비용 청구 절차는 다음과 같음²²⁾
 - 증빙 제출: 가맹본부에 공사계약서, 세금계산서·영수증, 준공(완료)확인서, 시공 전·후 사진 등 공사비용 증빙서류를 제출
 - 지급 기한: 가맹점이 지급을 청구한 날부터 90일 이내 가맹본부는 '가맹본부 부담액'을 지급. 서면 합의 시 1년 범위 내 분할지급 가능
 - 본사(또는 지정업체) 시공 예외: 가맹점이 가맹본부 또는 본사가 지정한 자를 통해 시공한 경우, 점포환경개선 완료일로부터 90일 이내 지급
 - 비용 범위와 비율(참고): 점포 확장·이전 수반 없음 → 20%, 수반함 → 40%를 상한으로 본부 부담(세부는 법·시행령 기준). 간판·인테리어 공사비 포함(브랜드 통일성과 무관한 추가 공사비는 제외)
 - 환수 규정(참고): 개선 완료 후 3년 내 본부 책임 없는 사유로 계약 종료 시 잔여기간 비례 분 미지급 또는 환수 가능
- 또한 가맹점주는 본사와 계약하기 전에 계약·보증 등에 대한 실무적 확인을 진행해야 함
 - 표준계약서 활용 및 제3의 보증기관이 발행한 하자보증서 수령 등을 통한 적법한 안전장치 마련 필요
 - 필수 명시 사항: 공사 범위(도면·자재 스펙 포함), 공정표·검수기준(중간/준공검사), 대금 지급일정(마일스톤/검수연동), 설계변경·추가공사 승인 절차(VO), 하자담보기간·책임 범위, 분쟁 해결(조정·중재·관할)
 - 정보공개·사전협의(프랜차이즈): 점포환경개선은 사전협의·공정한 비용부담이 권고 항목이며, 정보공개서·사전정보 제공 의무 준수 필요
- 일부 O2O 업체는 면허 보유 업체에 전문건설업 배지를 부여하거나 필터링 기능을 제공하여 소비자를 보호하고자 함
 - 분쟁 발생 시 플랫폼은 당사자 간 자율 조정을 우선하며, 합의가 이루어지지 않을 경우 계정 제한·노출 제한·서비스 퇴출 등 내부 제재를 시행함
 - 그러나 플랫폼의 법적 지위가 '중개자'에 머물러 있어 책임 부과에는 구조적 한계가 존재하며, 이에 대한 책임 범위와 규율 방식은 사회적·정책적 합의가 필요한 상황임

22) 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 (약칭: 가맹사업법 시행령). 제13조의 2



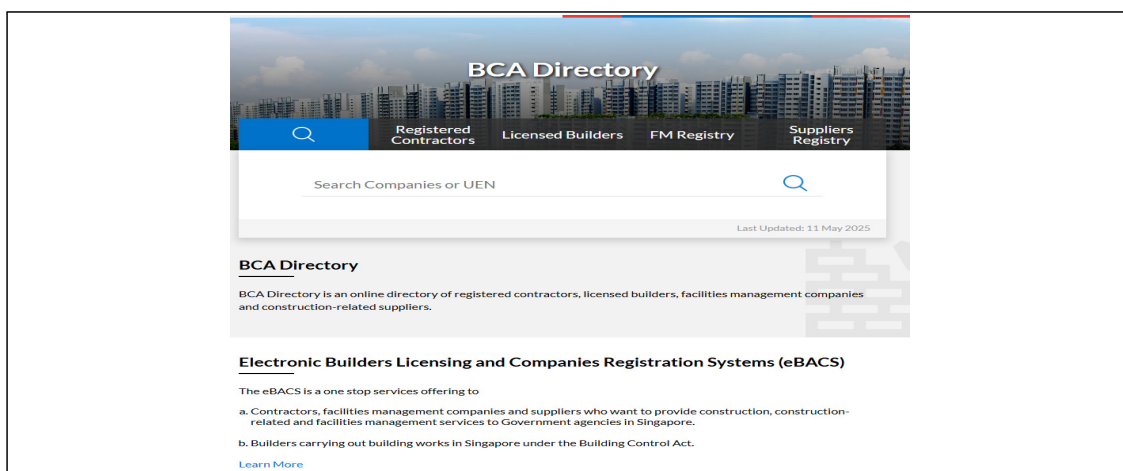
〈그림 2-11〉 O2O 업체 내 등록 업체 표시 내용의 예시

자료: 오늘의 집, 집닥 홈페이지 내 검색

4) 등록 확인 관련 해외 사례

○ 싱가포르: Contractors Registration system (CRS)

- 싱가포르 건설청 (BCA, Building and Construction Authority)에서 운영하는 시스템으로 공공부문이 건설업 등록업체 정보를 통합 확인·활용하는 중앙 시스템임
- 2025년 6월 1일부터 외국인 건설인력을 고용하는 모든 업체는 등록이 의무화되며, 이는 국가 차원의 건설 통합데이터베이스로 기능함
- 각 관공서가 입찰, 계약 체결, 자격 검증 등에 필요한 정보를 실시간으로 공유
- BCA Directory를 통해 등록 건축업자, 시설관리 회사, 공급업체 등을 검색할 수 있으며, 업체명 검색만으로 등록 분야, 등급, 자격 등 주요 정보를 확인할 수 있음



〈그림 2-12〉 싱가포르 BCA 내 등록업체 검색 화면

자료: 싱가포르 Building and Construction Authority, (<https://www1.bca.gov.sg/bca-directory>)

○ 미국

- 미국은 주별로 자격 등록을 관리하며, 온라인 검색을 통해 확인할 수 있음
- 예를 들어 캘리포니아주의 경우 업체명, 라이선스 번호, 사업자명 등으로 검색 가능하며, 등록 상태, 면허 종류, 유효기간, 과거 민원·징계 이력까지 확인할 수 있음
- 무등록업체는 검색 결과에 나타나지 않아 즉시 식별이 가능함
- 민간 누구나 즉시 검색할 수 있으며, 카운티(예: San Mateo County)나 시정부 공식 웹사이트에서도 CSLB 검색 페이지로 직접 연결되는 링크를 제공하여 공공기관 간 연계가 활발함
- 여러 업체를 일괄 검색하는 기능은 없으나, 검색 결과가 명확하고 접근성이 좋아 실무상 불편은 없음
- 예를 들어, 캘리포니아 내 샌 마테오 카운티는 건설업체 고용 전 CSLB 사이트에서 라이선스 상태를 반드시 확인하도록 안내하며, CSLB 공식 사이트 링크를 제공하고 있음

Beware of Unlicensed Activity

Beware of unlicensed people that may solicit to rebuild your home or want to act as your "construction consultant". These services require a valid general contractor's license issued by the [Contractors State License Board \(CSLB\)](#). All licensed contractors in the State of California are investigated and held accountable by the CSLB. Be especially wary of any unlicensed contractor who promises to save you money by suggesting that you act as your own "general contractor", as an Owner-Builder, while they act as your construction consultant. If you use unlicensed contractors in this manner, all the responsibility, risk, and liability is yours, including injuries sustained by an unlicensed person or their employees, correcting construction defects, dealing with mechanic's liens, etc. The risk of hiring someone who is not licensed comes with potentially serious consequences.

As an Owner-Builder, you will be required to comply with all laws pertaining to employers, which includes workers' compensation insurance, withholding taxes, social security, paying disability insurance, making employment compensation contributions, etc. You will be responsible for making timely payments to employees and vendors, responding to any mechanic's liens, guarding against the violation of labor laws and environmental regulations, and a host of other potential problems. You can also be held personally liable for any and all bodily injury, disease, death, or property damage that arises out of the work.

For more information on your responsibilities as an Owner-Builder, visit the CSLB website at www.cslb.ca.gov or call 1-800-321-CSLB (2752).

Check a Contractor License or Home Improvement Salesperson (HIS) Registration

Look up a contractor license or Home Improvement Salesperson (HIS) registration to verify information, including complaint disclosure. Before hiring a contractor or signing a contract, CSLB recommends you read the [Hiring a Contractor](#) page.

Enter the contractor license number to check the status of their license.

Contractor License #

SEARCH

SEARCH TIPS

A California contractor license number doesn't contain alphabetic characters. Each contractor's plastic pocket license will show the respective license number. Begin entry of your license number at the left position and don't exceed 8 digits in the license number.

〈그림 2-13〉 샌마테오 카운티에서 CSLB에 접속해 등록 업체를 확인할 수 있도록 안내 설명 예시

자료: CSLB (<https://www2.cslb.ca.gov/onlineservices/checklicensell/checklicense.aspx>)

○ 해외사례 종합

- 해외사례를 통해 본 결과, 등록정보 확인은 계약·고용·허가 등 모든 집행 단계의 필수 전제조건으로 자리 잡고 있음
- 따라서 국내에서도 플랫폼과 가맹본부에 면허 검증·표시 의무를 부과할 필요가 있음
- 나아가 단순 조회를 넘어 KISCON 등 공적 시스템을 정보 연계·연동 기반의 검증 게이트웨이로 고도화하여 실시간 자동 확인 체계를 구축해야 함

Ⅲ. 비주거용 실내건축업의 무등록업체 피해 사례 - 인터뷰와 판례 분석을 중심으로 -

1. 연구 설계

1) 연구 개요

- 본 연구는 프랜차이즈 및 단기 소매장 인테리어에서 미등록업체 시공으로 발생할 수 있는 위험을 규명하고, 피해 감소를 위한 방안을 제시하며 관련 현황을 분석하고자 함
- 연구 설계는 다음과 같이 진행됨
 - 사례 분석을 통해 본사와 점주 간 인테리어 공사 구조를 파악하고자 함
 - 정성적 분석 방법으로 인터뷰를 실시하였으며, 수집된 자료를 바탕으로 내용분석(Content analysis)을 진행함
 - 분석 단위는 판례와 인터뷰로 이루어짐
 - 판례: 무등록 인테리어, 가맹점주와 본사 간 인테리어 공사 관련 사건 정리
 - 인터뷰: 문헌 및 사례 조사 결과를 토대로 질문지 구성, 이해관계자 대상 인터뷰 진행

2) 데이터 수집 대상 및 절차

- 판례 데이터는 본 연구의 핵심 키워드인 ‘무등록 인테리어’를 중심으로 CaseNote Pro를 통해 검색하였으며, 총 8건의 판례를 확보함
- 현황 파악을 위해 피해자 및 관련자 인터뷰를 진행하였으며, 눈덩이표집(snowball sampling)을 통해 섭외한 인터뷰 대상자는 총 10명임
 - 유형 1: 미등록업체 혹은 가맹본사와의 계약으로 피해를 경험한 프랜차이즈 점주 및 마케팅 실무자
 - 유형 2: 인테리어 시공업체를 중개·소개하는 O2O 플랫폼 실무자

- 미등록업체와의 인테리어 사업과 관련하여 설문 및 인터뷰를 진행 후, 판례에서의 시사점을 토대로 개선 요인 파악

〈표 3-1〉 인터뷰 대상 개요

유형	인원	관련 경력	경력년수(평균)
1	4	가맹점주와의 계약으로 피해본 프랜차이즈 점주	평균 8.3년 (업체 약 2.4개 운영 경험 보유)
	3	미등록 업체와의 팝업스토어 계약으로 인해 어려움이 발생한 마케팅 업체	평균 5.4년
2	3	O2O 업체 (광고팀 및 QA팀)	평균 6.2년

3) 연구 도구 개발 및 분석

- 인터뷰 문항은 기존 실태조사에 활용된 질문을 기반으로, 문헌 고찰 및 자문회의 결과를 반영하여 구성하였음
- 계약방식, 하자 대응, 책임 범위 등에 대해 단계적으로 질문하도록 함
- 설문 대상에 맞추어 인터뷰를 실시하였으며 인터뷰는 개방형 질문(open-ended question)으로 구성함
- 응답자에게 질문을 제시하고, 자유롭게 반응을 기록하는 방식으로 진행
 - 이를 위해 각 대상이 중점적으로 고려하는 요인을 우선적으로 선정하였으며, 대상별 관점 요인은 〈표 3-2〉와 같음

〈표 3-2〉 인터뷰 조사 개방형 질문 내용

이해관계자	관점 요인	관련 질문 내용
프랜차이즈 점주·마케팅 실무자	공사체결방식	- 타 업체와 비교해보거나 견적을 검토해본 경험이 있었나요? - 계약 전 정보공개서를 열람하셨나요? 인테리어 관련 정보(업체명, 비용 등)는 명확했나요?
	공사 만족도 및 하자 대응	- 공사 이후 하자, 누수, 공사 지연 등의 피해가 있었나요? - 문제 발생 시 본사 또는 시공업체의 대응은 어땠나요?
O2O 업체	건설업 등록 여부 확인 관련	- 귀사 플랫폼에 입점하는 시공업체들의 건설업 등록 여부를 확인하는 절차가 있나요? - 건설업 등록이 되어 있지 않은 업체도 중개 대상이 될 수 있나요?
	책임 범위와 법적 인식	소비자에게 불이익이 발생했을 경우, 플랫폼은 일정한 보상 또는 개입을 하나요?
	소비자 보호 등	현행 제도상 플랫폼의 법적 책임이 과도하다고 느끼시나요, 혹은 반대로 보호가 미흡하다고 느끼시나요?

* 활용한 인터뷰 문항들은 첨부(Appendix)로 추가하였음

- 수집된 내용과 판례는 질적분석(qualitative analysis) 방법 중 하나인 내용분석(content analysis)을 통해 검토함²³⁾
 - 내용분석은 연구 현상을 이해하기 위해 텍스트 기반 자료를 해석하고, 내재된 의미와 주제를 도출하는데 중점을 두는 방법임
 - 수집된 자료를 체계적으로 정리하고 의미를 도출하여 현실적 결론을 확보함
- 본 연구에서는 인터뷰 및 판례 자료를 대상으로 다음 단계에 따라 분석을 수행함
 - 탈맥락화(decontextualisation): 분석 가능한 내용을 확보하고 의미 단위를 발췌함
 - 재맥락화(recontextualisation): 발췌된 내용이 본래 맥락과 적절히 연결되는지를 점검함
 - 범주화(categorization): 관련 내용끼리 묶어 범주를 설정함
 - 종합(compilation): 의미를 통합하여 결론을 도출함
- 판례 분석은 각 판례를 기본 단위로 삼아 진행함
 - 사건 경위, 핵심 쟁점, 판단 요지, 적용 법조, 공사비 구조 등을 중심으로 검토
 - 탈맥락화: 판결문에서 도급 주체, 대금 흐름, 본사 개입, 무등록 여부, 정보제공 행위 등 의미 단위를 발췌함
 - 재맥락화: 사건 서술과 판시 이유를 대조하여 누락 또는 과잉 여부를 점검함
 - 범주화: 법안과 피해 사례를 기준으로 의미 있는 내용들을 묶음
 - 종합: 무죄·유죄, 피해 보상 여부 등을 정리함
- 인터뷰 분석은 업체 선정, 비교견적, 정보공개서, 하자 지연, 본사·시공사·플랫폼의 책임 범위, 등록 확인 절차 등을 중심으로 진행함
 - (코딩·범주화) 전사 자료에서 의미 단위를 추출하고 운영·재무·법규 및 규제·시장공정성·정보 비대칭성을 기준으로 범주화함
 - 이해관계자별 상황을 토대로 지정업체 강제, 무등록 시공의 인지·고지 여부, 하자 대응 공백 등을 분석함

23) Bengtsson, M.(2016) 'How to plan and perform a qualitative study using content analysis. NursingPlus open, 2, 8-14.

2. 판례 분석

1) 판례 수집 분석 내용 정리

〈표 3-3〉 판례 수집 분석 내용

판례	상황 및 판결문 요약	판결 결과	관련 법조항	공사비
광주지방법원 순천지원 2023. 6. 20 선고 2022고단1211 판결 [건설산업기본법위반]	2021. 4. 5.경부터 2021. 5. 말경까지 사 이에 여수시 B에서, 등록하지 않고 C와 공 사금액 5,980만 원, 옥상 방수공사 및 테라 스 설치 등을 공사내용으로 하여 상가주택 인테리어 공사계약을 체결	형사 - 건설산업 기본법 위반 벌금 700만원	건설산업 기본법 제95조의2 제1호, 제9조 제1항	5,980만원 (옥상방수 공사 및 테라스 설치)
대법원 2018. 11. 9 선고 2015두59686 판결 [시정명령등취소] [공2019상,34]	가맹본부가 인테리어 시공 및 설비·기기·용품 등을 자기 또는 자기가 지정한 자로부 터 구입하도록 하는 행위가 '부당하게 가맹 점사업자에게 특정한 거래상대방과 거래할 것을 강제하는 행위'임을 금지	형사 - 건설산업 기본법 위반	가맹사업법 제12조, 시행령 제13조 [별표2] 2.나	확인불가
서울고등법원 2015. 11. 12 선고 2014누67712 판결 [시정명령등취소]	가맹본부가 가맹계약을 맺은 이후에도, 가맹점사업자에게 인테리어나 설비를 누구와 거래해야 하는지를 계속 강요한다면 문제가 될 수 있음. 하지만 이 사안은 그게 아니라, 가맹계약을 맺기 전 단계에서 가맹본부가 "이런 인테리어, 이런 설비, 이 업체와 해야 합니다"라고 미리 조건을 제시한 것임. 이런 조건은 가맹희망자가 계약을 체결할지 말지 스스로 판단할 수 있도록 제공된 정보 중 하나일 뿐이고, 계약이 체결된 뒤에 가맹점사업자가 억지로 따라야 하는 강제 조건은 아님. 또한 인테리어는 '빈티지 스타일'이라는 브랜드 고유 이미지를 유지하려는 목적이 있었으며, 당시(2009년경)에는 그 스타일을 구현할 수 있는 업체가 거의 없었고, 본사가 지정한 업체가 시공했을 때 품질과 사후관리 측면에서 더 효과적이었으므로 이건 불공정거래행위라고 볼 수 없다는 뜻임.	공정위의 시정명령은 위법하므로 취소. 과징금 취소	가맹사업법 제12조, 시행령 제13조	110,000,000원

판례	상황 및 판결문 요약	판결 결과	관련 법조항	공사비
수원지방법원 2023. 11. 8 선고 2022노5339 판결 [건설산업기본법위반]	피고인 A와 주식회사 B는 프랜차이즈 가맹점 인테리어 공사를 하면서 건설업 등록 없이 공사를 하고, 또 무등록업체에 하도급했다는 이유로 기소됨. 그러나 프랜차이즈 본사는 '건설사업자'가 아니며, 프랜차이즈 계약과 공사도급 계약은 다르기에 (가맹점 인테리어 표준화를 위해 계약서에 관련 내용을 넣은 것) 법에 처벌이 일어나면 안된다고 주장	형사 - 건설산업기본법 위반 피고인들은 건설업 등록 자체가 되어 있지 않음 → 법적 의미의 '수급인' 아님 → 따라서 이 법 조항의 적용대상이 아니며, → 해당 조항을 위반했다는 이유로 처벌할 수 없음. 또한 이들은 프랜차이즈 계약이지 건설도급이 아니기에 무죄임	건설산업기본법 제96조 제4호, 제25조 제2항	130,000,000원
서울동부지방법원 2023. 5. 25 선고 2021가단120613 판결 [손해배상(기)]	특정 인테리어 업체와의 계약을 강요했으나, 증거 부족으로 기각	민사 - 손해배상 청구 기각	가맹사업법 제7조, 제12조	46,000,000원
서울동부지방법원 2022. 11. 29. 선고 2021가단136335(본소), 2022가단103813(반소) 판결 [기타(금전), 손해배상(기)]	무등록업자의 인테리어 공사 시행 부분에 관하여 보건대, 원고가 건설산업기본법에 따른 등록을 하지 않고 인테리어 공사를 진행한 사실이 있다하여도 원고가 피고에게 등록여부에 대하여 특별히 기망한 사정이 있다거나 무등록업자로서 인테리어를 시공할 의사나 능력이 없는 특별한 사정이 없는 이상 피고에 대하여 바로 불법행위가 된다고 할 수 없고, 달리 피고에 대하여 위법성이 인정될만한 사정을 찾기 어렵다.	일부 승소	민사: 계약 이행 관련	
서울중앙지방법원 2023. 6. 8. 선고 2021가단5323988 판결 [손해배상(기)]	3) 기만적 정보제공행위에 관하여 피고 대표이사 이 '국토교통부장관에게 실내 건축공사업 등록을 하지 않고 2020. 5. 21.경부터 2021. 9. 3.경까지 원고를 비롯한 23 명의 C 가맹점주들과 공사예정금액 15,000,000원 이상의 공사계약을 하고 하도급 업체들로 하여금 실내건축공사를 하여 무등록 건설업을 영위하였다'는 범죄사실로 2022. 8. 5. 약식기소된 사실을 인정할 수 있다. 위 인정사실에 의하면 피고는 15,000,000원 이상의 실내건축공사를 수행할 자격이 없음에도 원고와 이 사건 공사 계약을 체결하였는바, 이는 계약의 체결·유지에 중대한 영향을 미치는 사실을 은폐하거나 축소하는 방법으로 정보를 제공하는 행위로서 가맹사업법 제9조 제1항 제2호 위반에 해당한다 할 것이고, 이로 인하여 원고가 잘못된 정보를 바탕으로 이 사건 가맹계약을 체결하게 되었다고 봄이 상당하다	- 법상 3배 배상 가능 - 원고또한 독립사업자로서 스스로 수익 예측 검토 의무 있음 - 가맹금 92,100,000원 중 상당 부분은 인테리어 공사비 등으로 사용되었는데, 원고는 2022년 7월 경까지 이 사건 가맹점을 운영하면서 일정한 이익을 누렸다고 볼 수 있는 점, 총 손해 중 50% 인정	가맹사업법 제7조, 제9조, 제11조, 제37조의2	43,670,000원

판례	상황 및 판결문 요약	판결 결과	관련 법조항	공사비
서울중앙지방법원 2019. 11. 28. 선고 2019고정1474 판결 [건설산업기본법위반, 식품위생법위반]	[피고인들 및 변호인은 피고인들 측에서는 가맹점주와 실내건축공사업자 사이의 인테리어 공사계약 중개행위만 한 것에 불과하므로 피고인들이 무등록 건설업을 한 것이 아니라는 취지로 주장하나, 위 각 증거들에 의하면 가맹점주와 인테리어 공사계약을 체결한 당사자는 피고인 주식회사 B인 사실, 피고인 주식회사 B가 가맹점주로부터 직접 인테리어 공사비를 수령하고 세금계산서를 발행하여 준 사실 등을 알 수 있다(증거기록 138쪽 등 참조). 그렇다면 하도급 업체로서 실내건축공사업자인 F이 실제 인테리어 공사를 수행하였다고 하더라도 피고인들 주장과 같이 피고인들 측에서 인테리어 공사계약 중개행위만 하였다고 평가할 수는 없다]	피고인 측의 “중개행위일 뿐”이라는 주장을 배척 실제 계약 당사자가 피고인 회사였고, 직접 공사비 수령 및 세금계산서 발행 실공사는 하도급 업체가 했더라도, 무등록 건설업에 해당	건설산업기본법 제96조 제1호, 제9조 제1항 식품위생법 제94조 제4조 제7호 형법 제37조, 제38조, 제50조, 제69조, 제70조 형사소송법 제334조	127,512,000원, 외부 별도 공사비용 27,500,000원

2) 판례 분석 결과

○ 전체 판결 내용 요약은 다음과 같음

- 절차적 공정성: 정보공개서와 견적서를 충분히 제공하고, 사전 설명을 거쳐 가맹점주의 자발적 동의가 명확히 확인되어야 함
- 선택권 보장 여부: 대체 시공업체 선택 가능성과 계약 후 임의 변경 가능성이 실질적으로 열려 있어야 하며, 단순히 ‘브랜드 특수성(예: 빈티지 스타일)’만으로 이를 제한하는 것은 정당화 사유가 될 수 없음
- 실질적 구속 정황: 과도한 비용, 일방적 계약 강요, 리베이트 정황, 업체 변경 불가 등은 실질적 구속의 징표로 간주됨

○ 특정 인테리어 업체 강요 및 선정 관련 부분은 아래와 같으며, 해당 관행은 주로 가맹계약 구조, 견적 제시 방식, 계약 조항에서 확인됨

- 점포 임차가 완료된 이후 본사가 실측·설계·견적을 제시하고, 가맹계약 체결 직전 또는 직후 공사계약을 사실상 유도함
- 공사비 총액만 제시하고 공정·자재별 세부 내역서를 제공하지 않아 비용 투명성이 저하됨
- 일부 가맹계약서에는 “본사(지정업체) 외 시공 불가”와 같은 제한 조항이 포함되어 있음

○ 강제성 불충분 사례 관련 부분은 아래 <표 3-4>와 같음

<표 3-4> 강제성 불충분 사례의 대표적 유형 및 관련 상황 설명

항목	설명	관련 리스크	적용 사례
① 계약 전 정보제공	가맹계약 체결 전에 정보공개서, 예상 비용, 지정업체 내역을 명확히 제공	정보차별리스크	서울동부지법 2021가단120613
② 자발적 선택의 여지	가맹희망자가 본인의 판단으로 계약하거나 대체업체 선택 가능성이 있었음	시장공정성 및 경쟁리스크 + 법적규제	
③ 사전 협의/동의	업체와의 계약 체결 전에 상세 견적서 및 동의서에 서명한 경우	정보차별리스크+ 법적 규제	서울고등법원 2014누67712 중 일부
④ 공사비 과다 여부 입증 실패	실제 공사비가 시세보다 특별히 높은 것도 아니고, 리베이트 등의 증거 없음	재무지속가능성 리스크	손해배상 패소 사례 전반
⑤ 인테리어 품질·브랜드 동일성 요구	브랜드 이미지 통일 필요성 인정, 통일성 확보 수단이라는 논리 허용	시장공정성 및 경쟁리스크	대법원 2015두59686 일부 인정

○ 불공정 사례 관련 부분은 아래와 같음

- 정보공개서에 인테리어 항목과 비용이 구체적으로 기재되지 않음
- 계약 체결 이전 단계에서 이미 특정 업체 외에는 선택이 불가능한 구조로 운영됨
- 인테리어 업체 변경 요청이 불허되거나 기술적으로 사실상 불가능한 상태임
- 동일성 확보 목적이라 보기 어려운 품목(예: 가구, 진열대 등)까지 통일을 강제함
- 가맹본부가 수익을 취하기 위한 목적이 있거나 리베이트 정황이 존재함

○ (기타 사례) 공정거래위원회 의결 사례를 보면, 정보공개서 상 인테리어·집기 설치 업체 권장 사실을 누락한 경우 기만적 정보제공 행위로 판단되어 과징금 납부가 이루어짐

- 이는 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」 제9조(허위·과장된 정보제공 등의 금지)에 해당

<표 3-5> 공정거래위원회 사건 번호 관련 주문/판결 내용

사건번호	관련 내용	주문/판결 내용
2021서가1277	피심인의 전 소속직원과 부산남포 가맹점사업자와의 대화를 녹취한 자료에서 확인할 수 있는데, 해당 자료를 통해 피심인은 자신이 가구 등의 디자인을 하였고, 이에 대한 디자인피를 받는 것으로 정황을 맞춘 후 해당 정보를 정보공개서에 적지 않았으며, 나아가 인테리어, 커피머신, 가구, 주방 등의 공급 업체들로부터 받는 영업마진 백마진에 대한 정보도 정보공개서에 공개하지 않았다는 것을 알 수 있다.	자신 또는 자신이 지정하는 사업자하고만 거래를 하도록 강제함으로써 부당하게 가맹점사업자의 사업활동을 구속하거나 제한하는 행위를 다시 하여서는 아니 된다. 기만적인 정보제공행위

3) 무등록 업체 선정관련 판례 상세 분석

〈표 3-6〉 무등록 업체 선정에 대한 판례 내용

사건명	계약 경위	문제 상황	소비자 피해	기업(피고) 입장	판단요지
광주지방법원_순천지원_2022고단1211	무등록 상태에서 상가주택 옥상 방수·테라스 설치 등 공사 도급	건설업 등록 없이 실내건축공사 직접 수행	공사 충실도 관련 민사 분쟁 발생	경미한 공사라 등록 필요 없다고 주장, 반성 인정됨	공사금액 약 5980만 원, 경미한 공사 아님, 등록 필요 인정 → 벌금 700만원
수원지방법원_2022노5339	가맹계약에 따라 본사 추천 시공업체 통해 인테리어 진행	무등록 업체에 시공 맡김 → 본사는 공사계약 당사자 아님	직접적인 인테리어 피해 증거 없음, 가맹점과 본사 간 역할 불분명	단순 가맹 지원·추천일 뿐, 직접 계약 없었다고 주장	본사는 건설사업자 아님, 공사도 직접 체결 안 함 → 무죄
서울중앙지방법원_2021가단5323988	가맹계약과 동시에 인테리어 공사 계약 체결 (공사비 포함 9,210만원)	본사가 건설업 등록 없이 직접 계약하고, 예상수익 허위 제공	인테리어 품질 저하, 매출 부진, 초기 투자금 손실	정보공개 및 예상수익 자료 사전 제공했다고 주장	무등록 시공 계약 체결, 사전 정보 미제공 → 손해배상 일부 인정

- 도급계약의 실질 당사자와 대금 흐름에 관한 판단에 있어 혼선이 존재함. 형식상 가맹점주-인테리어업체 간 계약으로 보이더라도, 본사의 개입과 지시가 상당한 경우에는 형식이 아닌 실질을 기준으로 판단할 필요가 있음
- ‘중개·추천’으로 표시되더라도 계약서 양식 제공, 특정 업체 지정, 공사대금 수령·정산 관여 등이 이루어진 경우에는 실질적 도급으로 볼 수 있으며, 이 경우 건설산업기본법 위반 여부는 실질적 관계를 기준으로 결정됨
- 수원지법 판례(2022노5339)에서는 본사가 단순히 업체를 소개했을 뿐 직접 도급, 대금 수령, 하도급이 없었던 점을 근거로 건설업 등록 의무 및 위반 책임이 부정되어 무죄로 판단됨
 - 즉, 본사가 직접 계약을 체결하지 않은 경우 무죄가 선고되지만, 피해는 점주에게 집중되므로 이에 대한 대응 전략 마련이 필요함
 - 본사가 ‘추천·지원’ 형식을 유지할 경우 도급·대금 수령 사실이 없어 법적 책임이 부정되며, 점주는 본사의 개입·지시와 하자·지연 발생 간 인과관계를 스스로 입증해야 함. 이 과정에서 분쟁은 장기화될 수 있음
 - 이러한 경우 하자, 승인 지연, 추가 공사비가 발생하더라도 하자담보·보증 주체가 불명확해져, 결과적으로 복구 및 A/S 비용이 점주에게 전가되고 본사는 책임을 지지 않는 구조가 형성되며, 이는 악용될 가능성이 큼

- 가맹본부 중심 문제점을 종합하자면 다음과 같음
 - 무등록 여부 확인 의무 부재: 본사가 시공업체의 건설업 등록 상태를 확인해야 할 법적 근거 없음
 - 가맹사업법의 정보공개 한계: 인테리어 업체 등록 여부와 하자 이력을 정보공개서에 명시하지 않아도 처벌 불가
 - 프랜차이즈 본사의 책임 회피 가능: 실질적으로 특정 업체를 지정·추천해도, 직접 계약을 체결하지 않았다면 무죄
- 결과적으로 피해자 입장에서는 본사가 추천한 업체가 시공 전반을 주도하고 본사의 지시·승인 절차를 거쳐 공사가 이루어졌음에도 불구하고, 형식상 '본사와 직접 계약이 없다'는 이유로 본사는 법적 책임에서 벗어나고 있음
- 점주는 본사의 개입·지시와 하자·지연 발생 사이 인과관계를 스스로 입증해야 하는데, 계약 구조가 복잡하고 증거 확보가 어려워 분쟁이 장기화되는 경향이 있음
 - 현행 판례상 본사가 인테리어 계약을 직접 체결하고 공사대금을 수령한 경우에만 무등록 건설업자로 간주되어 책임이 인정됨
 - 단순 중개·추천 형식을 유지하는 경우 점주 피해는 사실상 구제받기 어려움
 - 이러한 구조는 피해자 보호에 취약하며, 본사의 책임 회피 수단으로 악용될 우려가 있음

3. 인터뷰 분석

1) 미등록 업체 또는 가맹본사와의 계약으로 피해를 입은 프랜차이즈 점주·마케팅 실무자

① 인테리어 업체 선정 관련 문제

■ 본사 지정 시공업체를 활용한 사례

○ 점주가 본사 지정 시공업체를 활용하지 않고 직접 업체를 선정할 경우, 본사는 인테리어 비용 외에 ‘감리비용’ 명목의 추가 금액을 요구하는 사례가 다수 확인됨

- 프랜차이즈 인테리어의 경우 지정 시공업체 활용은 점주의 자율적 선택보다는 본사 정책에 기인하는 경우가 대부분임
- 본사는 지정업체 외 계약 시 감리비를 통해 추가 수익을 확보하는 구조를 가지며, 점주들은 감리 비용 부담을 회피하기 위해 협력업체와 계약함
- 계약서에는 ‘추천’이라는 표현이 사용되었으나, 실제로는 타 업체 활용 시 평당 55만원의 감리 비용이 추가 기재되어 있었음
- 결과적으로 저가 계약이 가능함에도 불구하고 협력업체와 계약을 체결하는 구조가 형성됨
 - 타 업체 단가는 6~7천만 원 수준이었으나, 결과적으로 8~9천만 원에 계약이 이루어진 사례가 확인됨
- 추천업체와 계약하였음에도 본사는 별도의 감리를 충실히 수행하지 않고, 공사 전 과정을 해당 업체에 전적으로 위임한 것으로 나타남
- 일부 본사는 사전 계약 가능성을 예상하여, 점주와의 미팅 이전에 미리 도면과 인테리어 내역서를 준비하는 경우도 확인됨

○ 점주들은 본사 추천이라는 이유로 해당 인테리어 시공업체가 합법적인 등록업체일 것이라고 신뢰하는 경우가 많음

- 계약이 급하게 진행되어 등록 여부를 확인할 시간적·정보적 여유가 부족하고, 본사가 과거 사례를 제시하면서 점주가 이를 정식 등록업체로 인식하는 경우가 발생함
- 그러나 실제로는 무등록업체인 경우가 존재하며, 사업 일정상 다른 선택지가 없어 결국 해당 업체에 공사를 맡기는 사례가 다수 확인됨

■ 스스로 업체를 탐색·계약하여 시공한 사례

- 점주가 과거 거래 경험, 지인 추천, 하자보수 이력 등을 근거로 업체를 신뢰하고 계약하는 경우도 많으나, 실내건축업 등록 여부를 확인하는 방법을 알지 못하는 사례가 다수 존재함
 - 사업자등록증은 확인했으나 건설업 등록 여부까지 검증하지 않은 경우가 대부분임
 - 무등록업체의 법적 위험성과 구조적 문제에 대한 인식이 부족하여, 등록 여부를 대수롭지 않게 여기는 경향이 있음
 - 계약은 표준 양식으로 체결하고 사업자등록증까지는 확인했으나, 공식 면허(건설업 등록) 여부까지는 확인하지 않은 경우가 대부분임
 - 그 결과 하자 발생, 공정 지연, 공사 중 연락 두절 등 피해 사례가 빈번히 발생함
 - 다만 일정과 비용 조율이 용이하여 단기적으로는 편의성이 있었음

■ 마케팅 실무자 무등록업체와 계약한 사례

- 팝업스토어 운영 마케팅 실무자들은 BTL(Below the Line, 오프라인 중심) 팀을 통해 공사를 진행하면서 해당팀과 연계된 업체를 활용하는 경우가 많음
 - 업체 선정 과정에서 디자인 시안과 포트폴리오만 검토하고 계약하였으며, 건설업 등록 여부는 확인하지 않은 경우가 대부분임
 - 저렴한 비용을 우선시하여 O2O 플랫폼이나 SNS를 통해 단가가 낮은 업체를 선정하는 경우가 많고 상당수가 무등록업체로 확인되었으며, 그 결과 시공 품질 저하, 하자 발생 후 A/S 불이행, 공사 도중 연락 두절 등 피해가 보고됨
 - 이들 업체는 일시적 사업 운영에 그쳐 마케팅팀이 리스크를 충분히 인지하지 못한 채 계약을 진행한 경우가 많아, 그 결과 원상복구나 추가 보수 과정에서 상당한 비용이 발생함

② 리뉴얼 관련 문제

- 점주들은 자체적으로 5-8년 주기로 리뉴얼을 계획하였으나, 본사는 3-5년 주기를 지침으로 제시하여 단기간 내 인테리어를 진행하도록 요구함
- 계약서에는 기간 만료 시 리뉴얼 공사를 사실상 강제하는 조항이 포함되어 있으며, 본사는 법정 기준에 맞춰 일부 비용을 부담하였으나 비율은 제한적이었음

- 본사 지침이나 디자인 변경으로 추가공사가 요구될 경우, 비용은 전액 점주가 부담하였으며, 이로 인해 초기 계약 시점과 실제 부담 구조 간의 괴리가 발생함
 - 점주들은 추가 비용 가능성을 과소평가하거나, 리뉴얼 주기 단축으로 인한 재투자 부담을 충분히 고려하지 못하는 경우가 많았음
 - 특히 시장 수명이 10년 이하인 업종이나 입지의 경우, 투자비 회수까지 시간이 소요되어 리뉴얼 결정이 더욱 신중해야 함

③ 하자 처리 관련

- 인테리어 공사 후 누수, 시트 들뜸 등 품질 하자가 빈번하게 발생하였으며, 하자 발생 시 점주는 업체에 직접 문의하여 일부 보수를 받았으나, 본사는 법적 책임이 없다는 이유로 개입하지 않았음
 - 본사는 매뉴얼 중심 대응에 그쳐, 본사가 추천한 업체를 활용했음에도 점주들은 ‘통제가 되지 않는다’는 불만을 표출함
 - 점주들은 본사와의 신뢰 관계를 바탕으로 적극적인 대응(A/S나 불편 접수 등)을 기대했으나, 실제로는 시공업체의 책임 회피 사례가 많았음
 - 일부 점주는 하자 위험을 회피하기 위해 소규모·간단한 공사를 직접 진행하거나, 필수 공사 외에는 투자를 회피하는 경향을 보였음
- 팝업스토어는 임대 만료 후 원상복구가 핵심 요건이므로, 시트 철거·가벽 철거·MEP(기계·전기·배관) 원복이 주요 공정으로 설정됨
 - 그러나 원상복구 과정에서 발생한 하자는 금전적 보상(일시 지급)으로 처리되는 경우가 많아, 근본적인 재시공이나 품질 확보에는 미치지 못함

④ 시사점

- 예비 창업자는 본사 지정·추천 업체에만 의존하기보다, 복수의 시공업체를 비교·선정하여 계약하는 것이 바람직함
- 인테리어는 창업비용 중 가장 큰 비중(평균 30~50%)을 차지하므로, 비용 투명성 확보와 품질 보증체계 마련이 필요함

- 무등록업체가 광고와 영업을 통해 시장에 진입하는 경우가 많으므로, 등록업체 양성화 정책과 시장 정화 노력이 병행되어야 함
- 본사는 가맹점주 보호 차원에서 정보공개서에 업체 정보를 충분히 기재해야 하며, 추천 업체 공사에서 하자가 발생한 경우 일정 범위 내 공동 책임을 부담해야 함
- 정부와 지자체는 등록업체 여부를 QR코드 조회, 공공 DB 검색 등으로 간편하게 확인할 수 있는 시스템을 구축하고, 이를 점주와 본사가 함께 활용하도록 제도화할 필요가 있음

2) 인테리어 시공업체를 중개·소개하는 O2O 플랫폼 실무자

① 기본 정보

- 조사 결과, 해당 플랫폼에는 약 2,000개의 인테리어 시공업체가 등록되어 있으며, 업체 정보는 명시적으로 공개됨
 - 전국 인테리어 업체 수는 약 4~5만 개로 추정되지만, 플랫폼에 등록된 업체 수는 이 보다 적음
- 주거용 시장에 비해 비주거용 시장에서는 플랫폼을 통한 중개 비율이 낮은 편이며, 소비자가 주변 소개, 유사업종 인맥, 가맹본사 연계 업체를 주로 활용하기 때문으로 분석됨

② 건설업 등록 여부 파악

- 과거에는 업체의 건설업 등록 여부를 크게 고려하지 않았으나, 하자·공사 리스크로 인한 민원과 문의가 증가하면서 현재는 입점 업체의 전문건설업 등록 여부를 확인하고 있음
 - 등록 정보는 반기 또는 분기 단위로 최신화되며, 행정처리 결과가 동시에 반영됨
- 소비자 안내를 위해 국토교통부 건설산업지식정보시스템 링크를 제공하고, 면허 보유 업체에는 ‘전문건설업’ 배지를 부착하여 쉽게 식별 가능하도록 지원함
- 다만 등록업체는 가격 경쟁력이 다소 떨어지는 경향이 있어, 무등록업체를 선택하려는 소비자에게는 “1,500만 원 이상 공사 시 법적 보호가 어렵다”는 점을 별도로 안내함

③ 책임 범위와 법적 인식

- 현행법상 O2O 인테리어 플랫폼은 ‘통신판매중개업자’로 분류되며, 시공 책임은 시공업체에 있음
 - 플랫폼은 법적 책임을 지지 않고, 분쟁 발생 시 합의 유도과 문제 업체 퇴출 등의 중재자 역할에 한정됨
- 그러나 소비자가 플랫폼 브랜드 신뢰도를 기반으로 거래한다는 점에서, 일정 수준의 업체 관리와 정보제공이 필요함
 - 일부 플랫폼은 ‘안심예치제(에스크로)’나 하자보수 책임 보증제도를 도입해 소비자 보호를 강화하고 있음
 - 무등록업체 시공 피해의 경우 법적 구제가 어렵다는 점에서, 플랫폼은 이를 권장하지 않으며 정보 공개 범위를 지속적으로 확대 중임

④ 플랫폼 계약 구조

- 대부분의 O2O 플랫폼은 소비자와 시공업체 간 직접 계약 구조를 취함
 - 계약 주체는 소비자와 시공업체이며, 플랫폼은 표준계약서, 이행보증 등 안전장치에 관한 지침을 안내함
- 법적 책임 강화(연대책임 등)에 대한 논의가 진행 중이나 제도적으로 정립되지 않은 상태이기 때문에, 국가 차원에서 등록 여부를 신속하게 확인할 수 있는 시스템 구축이 필요함

⑤ 시사점

- 플랫폼은 ‘중개자’라는 법적 지위를 유지하면서도, 소비자가 충분한 정보를 바탕으로 합리적 선택을 할 수 있도록 등록 여부, 하자 이력, 계약 조건 등을 투명하게 제공해야 함
- 또한 분쟁 예방을 위해 업체 선정, 계약, 시공, 하자보수 등 전 과정의 위험 요인을 사전 안내하는 기능을 강화할 필요가 있음
- 제도적으로는 공공 DB 연계를 통해 등록 여부를 신속·정확하게 확인할 수 있는 인프라가 구축되어야 하며, 이를 통해 소비자의 불만을 줄이는 것이 필요함

Ⅳ. 제도 개선방안

1. 건설업 등록 의무 및 정보 공개 강화

1) 건설업 등록 의무 확대

- 현재 건설산업기본법상 1,500만 원 이상의 공사에 대해 건설업 등록이 요구되고 있으나, 인테리어 공사 비용은 현실적으로 법률상 해당 금액을 초과하는 것이 일반적임
- 따라서 모든 상업용 인테리어 공사에 대해 건설업 등록 및 면허 보유 여부 확인 절차를 의무화할 필요가 있음
 - 추천업체 자격 확인 의무화: 인테리어 계약 체결 전, 가맹본부와 점주가 함께 면허 여부를 확인하고, 확인서에 공동 서명하도록 제도화할 필요가 있음
- 무등록·무면허 업체의 시공은 하자, 안전사고, 건설산업기본법 위반 등의 위험을 높여 가맹점에 직접적인 재정·영업 피해를 초래하므로, 가맹본부가 면허 확보 여부를 확인하고 이를 서면으로 고지하도록 법제화하는 것이 필요함
 - 이를 통해 가맹점사업자의 정보 비대칭 문제를 완화하고, 면허 보유 업체 중심의 안전·품질 보장 체계를 마련하여 사전 예방 중심의 분쟁 방지 구조를 구축할 수 있음
- 이에 따라 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」상 ‘점포 환경개선’ 관련 조항에 시공업체 등록 여부 확인 절차를 의무화하는 개선안을 제시함 (표 4-1 참고)

〈표 4-1〉 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 개선안

현행	수정
제12조의2(부당한 점포환경개선 강요 금지 등) ① 가맹본부는 대통령령으로 정하는 정당한 사유 없이 점포환경개선을 강요하여서는 아니 된다. ② 가맹본부는 가맹점사업자의 점포환경개선에 소요되는 비용으로서 대통령령으로 정하는 비용의 100분의 40 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 비율에 해당하는 금액을 부담하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 가맹본부의 권유 또는 요구가 없음에도 가맹점사업자의 자발적 의사에 의하여 점포환경개선을 실시하는 경우 2. 가맹점사업자의 귀책사유로 인하여 위생·안전 및 이와 유사한 문제가 발생하여 불가피하게 점포환경개선을 하는 경우 ③ 제2항에 따라 가맹본부가 부담할 비용의 산정, 청구 및 지급절차, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	제12조의2(부당한 점포환경개선 강요 금지 등) ① 가맹본부는 대통령령으로 정하는 정당한 사유 없이 점포환경개선을 강요하여서는 아니 된다. ② 가맹본부는 가맹점사업자의 점포환경개선에 소요되는 비용으로서 대통령령으로 정하는 비용의 100분의 40 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 비율에 해당하는 금액을 부담하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 가맹본부의 권유 또는 요구가 없음에도 가맹점사업자의 자발적 의사에 의하여 점포환경개선을 실시하는 경우 2. 가맹점사업자의 귀책사유로 인하여 위생·안전 및 이와 유사한 문제가 발생하여 불가피하게 점포환경개선을 하는 경우 ③ 제2항에 따라 가맹본부가 부담할 비용의 산정, 청구 및 지급절차, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. (신설) ④ 가맹본부는 가맹점 인테리어 공사를 위해 소개 또는 지정하는 업체가 건설산업기본법에 따른 등록업체인지 여부를 확인하고, 이를 가맹희망자에게 서면으로 고지하여야 한다.

2) 가맹본부의 책임 명확화

- 일부 가맹본부는 가맹점사업자에게 인테리어 시공업체를 소개·중개하는 과정에서 점주가 사실상 해당 업체와 계약을 체결할 수밖에 없는 구조를 형성하고 있음
 - 이 과정에서 무등록 인테리어 업체가 개입되는 사례가 존재하며, 이에 대한 가맹본부 차원의 자정 노력과 점주와의 성실한 협의 절차가 필요함
- 관련 불공정 행위를 방지하고 가맹점사업자 보호를 강화하기 위해서는 가맹본부의 법적 책임을 명확히 할 수 있도록, 「가맹사업법」 제11조의2에 근거한 표준가맹계약서에 해당 사항을 구체적으로 반영할 필요가 있음
 - 구체적으로 가맹본부가 소개하거나 권유한 업체에 대한 등록 여부 확인 및 정보제공 책임을 명시하고, 무등록 시공으로 인한 손해 발생 시 가맹본부 책임을 명문화하여, 가맹점사업자의 계약상 지위를 실질적으로 보호할 수 있도록 해야 함

- 이에 따라 대표성이 있는 기타도소매업 표준가맹계약서를 기준으로 해당 조항을 보완·수정하였음 (표 4-2 참고)

〈표 4-2〉 가맹사업거래의 표준가맹계약서 조항 개선안

프랜차이즈(기타도소매업) 표준계약서	
현행	수정
제13조(점포의 설비) ② 가맹점사업자는 가맹본부가 정한 사양에 따라 직접 시공하거나 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 업체를 통해 시공할 수 있다. ⑧ 가맹점사업자가 가맹본부를 통해 시공하는 경우 가맹본부는 해당 가맹점 사업자에게 공사업체와 체결하는 도급 금액 정보 및 도급계약서를 제공하여야 한다.	제13조(점포의 설비) ② 가맹점사업자는 가맹본부가 정한 사양에 따라 직접 시공하거나, 가맹본부 또는 가맹본부가 권유·지정한 업체를 통해 시공할 수 있다. 이 경우 가맹점사업자는 해당 시공업체와의 계약체결 여부를 자유롭게 선택할 수 있으며, 가맹본부는 계약 강제 또는 사실상 선택권 제한 행위를 하여서는 아니 된다. ⑧ 가맹점사업자가 가맹본부를 통해 시공하거나, 가맹본부가 권유·지정한 업체를 통해 시공하는 경우, 가맹본부는 해당 업체의 도급 금액, 도급계약서, 등록면허 여부 등 관련 정보를 가맹점사업자에게 서면으로 제공하여야 한다. 가맹본부가 무등록 시공업체를 소개하는 경우, 이에 따른 손해 발생 시 그 책임을 면할 수 없다.

3) 예상 효과

- 가맹본부가 무등록 시공업체에 대한 사전 검증 책임을 부담하게 됨으로써 건설산업기본법상 불법시공, 하자 발생, 책임주체 불명확 등의 리스크를 예방할 수 있음
- 특히 인테리어 관련 분쟁 발생 시 책임 소재를 명확히 함으로써 불필요한 민·형사상 분쟁을 줄이고, 점주 피해의 장기화를 완화할 수 있음
- 또한 표준가맹계약서의 실효성을 높이고 공정거래위원회가 제시하는 가맹사업 모범사례로 기능할 수 있는 기반을 마련할 수 있음

2. 소비자 보호장치 마련

1) 표준계약서 분리 및 강화

- 공정거래위원회가 제정한 실내건축 표준계약서를 모든 상가 인테리어 계약에 의무적으로 사용하도록 법제화할 필요가 있음
 - 현재는 창호업종과 실내건축업 업종이 통합된 표준계약서가 운영되고 있어, 업종별 특성과 공사 범위가 충분히 반영되지 않는 한계가 존재함
 - 예컨대 표준계약서 제3조 제5항은 “시공업자는 소비자가 쉽게 이해할 수 있도록 공사의 범위와 물량, 시공 자재의 제품·규격 등을 기재한 별도의 내역서를 제출하여야 한다”고 규정하고 있음
- 이를 실효성 있게 적용하기 위해, 인테리어 공사의 품목별 단가 구분을 의무화하여 내역서를 작성·제출하도록 세부 규정을 강화할 필요가 있음²⁴⁾
 - 품목별 단가 구분은 공사비 구성의 가격 투명성을 확보하고 등록업체의 공식 단가와 품목 내역을 명시하여 무등록업체와의 차별화를 가능하게 하며, 이로써 저가·불법 경쟁 억제와 함께 책임소재의 명확화가 가능함
- 또한 표준계약서의 ‘소비자 유의사항’ 항목에 업체 등록 여부 확인 절차를 의무화하여, 점주가 계약 전 반드시 면허 여부를 확인하도록 해야 함 (표 4-3 참고)

〈표 4-3〉 표준계약서 소비자 유의사항 개선안

현 안	〈소비자 유의사항〉 공사예정금액이 1,500만원 이상인 경우에는 사업자가「건설산업기본법」에 따라 전문건설업에 등록된 업체인지 확인(건설업등록증 및 건설업수첩)하는 것이 좋습니다. <소비자 유의사항> 공사예정금액이 1,500만원 이상인 경우에는 사업자가 「건설산업기본법」에 따라 전문건설업에 등록된 업체인지 확인(건설업등록증 및 건설업수첩)하는 것이 좋습니다.
개 선 안	〈소비자 유의사항〉 공사예정금액이 1,500만원 이상인 경우에는 사업자가「건설산업기본법」에 따라 전문건설업에 등록된 업체인지 확인(건설업등록증 및 건설업수첩)해야 합니다. 건설업 등록업체는 www.kiscon.net에서 확인 가능합니다.

24) 예를 들어 인테리어 공사 5천만 원이라고 기재하는 것이 아니라, '바닥재(㎡당 단가) 500만 원', '벽체 공사(㎡당 단가) 700만 원', '조명(개당 단가) 300만 원' 등 구체적인 품목과 수량, 단가를 명시

2) 계약 구조 및 금전 흐름의 분리

○ 판례 분석 결과, 도급계약 주체와 공사비 수령 여부가 무등록 시공의 법적 책임 성립에 핵심 기준임 (표 4-4 참고)

- 계약 구조 투명화: 공사계약서에 도급계약 주체를 명확히 기재하여, 법적 책임 소재를 계약 단계에서 분명히 해야 함
- 금전 흐름 분리: 가맹점주가 시공사에 직접 대금을 지급하는 구조를 채택함으로써, 가맹본부의 무등록 시공·불법 도급 개입 가능성을 차단할 수 있음. 이는 분쟁 발생 시 소비자 보호 근거를 강화하는 역할을 함
- 사전 인지 장치: 계약 단계에서 도급 주체 파악이 어렵다는 점을 고려하여, 계약서에 “가맹본부는 브랜드 일관성 유지를 위한 최소한의 감리 업무만 수행한다”는 내용을 명시할 필요가 있음

〈표 4-4〉 계약 구조 관련 판례분석 결과

조건	유죄(2019고정1474)	무죄(2023노5339)
건설업 등록여부	등록없음	등록없음
도급계약체결	피고의 도급계약 체결	피고는 도급계약 주체 아님
공사비 수령	피고의 직접수령	피고는 시공비 수령 안함
수급인 요건 충족	사실상 도급 계약자 (공사비 수령했기에 수급인)	법적 수급인 요건 충족 못함 (등록 건설 자격 필요 없음)

○ 이를 제도적으로 뒷받침하기 위해, 가맹사업법 시행령 제13조의2 제6항 개정 또는 제8항 신설을 통해 공사계약 구조를 명확히 하고 점주 보호장치를 강화할 필요가 있음 (표 4-5 참고)

- 가맹계약과는 별도로 인테리어 시공 계약서와 설비공급 계약서를 별도 체결하도록 의무화하고, 시공기간·세부 스케줄·무상 하자보수 기간·무상 보수 항목·총 공사금액 등을 반드시 명시하여 점주가 충분히 검토·결정할 수 있도록 해야 함

〈표 4-5〉 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 개선안

현행	수정
⑥ 가맹본부는 제4항 및 제5항 본문에도 불구하고 가맹점사업자가 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자를 통하여 점포환경개선을 한 경우에는 점포환경개선이 끝난 날부터 90일 이내에 가맹본부부담액을 가맹점사업자에게 지급하여야 한다.	⑥ 가맹본부는 제4항 및 제5항 본문에도 불구하고 가맹점사업자가 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자를 통하여 점포환경개선을 한 경우에는, 명확한 공사 계약 구조 공개와 함께 , 점포환경개선이 끝난 날부터 90일 이내에 가맹본부부담액을 가맹점사업자에게 지급하여야 한다. or ⑧ 신설 가맹본부는 가맹점 사업자의 점포환경개선을 지정하는 경우, 공사 계약 구조에 대한 정보공개를 명확하게 함으로 공사계약의 구조를 투명하게 하여야 한다.

3. 등록업체 검증 시스템 강화를 통한 정보 검색 용이성 강화

1) 업체 검증 시스템 도입

- 플랫폼에서 건설업 등록 여부와 면허 상태를 실시간으로 조회할 수 있는 통합 시스템을 구축할 필요가 있음
 - 공정거래위원회·국토교통부·지방자치단체의 데이터를 연계하여, 한 번의 조회로 확인 가능한 원스톱 서비스를 마련해야 함
 - 이 시스템은 계약 플랫폼과 연동되어 소비자가 시공업체를 선택하기 전 등록 여부를 즉시 확인할 수 있도록 하는 것이 핵심임

1. 국토교통부에서는 「건설산업기본법」에서 건설업을 하려는 자는 대통령령으로 정하는 업종별로 국토교통부장관에게 등록(제9조)하도록 의무화하는 등 건설공사의 적정한 시공을 통해 소비자 피해가 발생되지 않도록 노력하고 있습니다.

* (종합) 5,000만원 이상, (전문) 1,500만원 이상 건설공사는 건설업을 등록한 건설사업자에 한해 시공토록 규정
(건설산업기본법 제9조 및 같은법 시행령 제8조)

2. 그러나, 최근 일부 소비자들이 통신판매중개업자가 운영하는 사이버몰(중개 플랫폼)을 통해 무등록 실내건축 시공업체(인테리어 업체)와 계약을 체결하여 공기 지연, 하자 발생, 공사 중단 등 피해 사례가 발생하는 등 무등록 시공업체에 의한 문제가 발생하고 있습니다.

3. 이에 따라, 국토교통부에서 제작 배포한 소비자 피해 예방을 위하여 적법한 건설사업자의 선정 중요성 등을 안내하는 홍보자료를 게시하오니 관련 내용을 사전에 인지하시고 널리 주변에 알리시어 피해를 보는 일이 없도록 하시기 바랍니다.

※ 건설업 등록업체 확인은 www.kiscon.net에서 확인 가능합니다.

〈그림 4-1〉 O2O 플랫폼에서 등록 여부 확인 알림을 위한 글 예시

2) 플랫폼 책임 강화

- 중개 플랫폼이 무등록업체를 선별·차단하고, 등록 여부를 소비자에게 명확히 고지하도록 법적 의무를 부과할 필요가 있음
 - 등록업체에는 협회 차원의 디지털 면허증을 발급하고, 플랫폼 화면에 표시함으로써 소비자가 면허 상태를 즉시 확인할 수 있도록 해야 함

- 이를 뒷받침하기 위해, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」상 통신판매중개자의 책임 규정을 개정하여, 계약 과정에서 발생하는 문제에 대해 플랫폼이 일정 범위 내 책임을 부담하도록 하는 개선안을 제안함 (표 4-6 참고)

〈표 4-6〉 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 개선안

제20조의2(통신판매중개자 및 통신판매중개의뢰자의 책임)	
기존	개선
② 통신판매중개자는 제20조제2항에 따라 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 진다. 다만, 소비자에게 피해가 가지 아니하도록 상당한 주의를 기울인 경우에는 그러하지 아니하다.	② 통신판매중개자는 제20조제2항에 따라 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 진다. <u>이 경우 소비자가 해당 상품 또는 용역을 제공하는 자의 자격 요건, 관련 법령상 등록 유무, 등 법적 요건에 관한 정보를 명확히 확인할 수 있도록 정보를 제공해야 하며,</u> 소비자에게 피해가 가지 아니하도록 상당한 주의를 기울인 경우에는 그러하지 아니하다.

V. 결론 및 시사점

1. 요약 및 결론

- 비주거용 인테리어 시장은 카페·F&B·리테일·프랜차이즈, 의료·교육시설 등을 중심으로 지속 확대되고 있으며, 특히 프랜차이즈와 단기 매장(팝업스토어)의 확산이 시공 수요를 견인하고 있음
- 인테리어 공사비는 점포 개설 시 총투자비의 30~50%를 차지하여 소비자(가맹점주)의 부담이 매우 큼
 - 그 과정에서 무등록 시공업체가 프랜차이즈 본부 또는 중개 플랫폼을 통해 간접적으로 유입되는 구조가 다수 확인됨
- 건설산업기본법상 등록 의무가 존재함에도 불구하고, 정보 검색의 어려움과 검증 절차 부재로 소비자 피해가 반복 발생함
 - 특히 프랜차이즈 사업에서 활용되는 정보공개서에는 시공 관련 필수정보(단가, 하자 보수 조건 등)가 충분히 기재되지 않아 소비자 보호에 한계가 있음
- 본 연구는 비주거용 실내건축 인테리어에서 무등록업체 시공 문제를 다루기 위해, 프랜차이즈 사업을 중심으로 현황 분석, 인터뷰 조사, 판례 검토를 실시하였으며, 이를 통해 제도개선 방향을 제시하고자 함
- 판례 및 인터뷰 분석 결과, 계약 구조, 당사자 명시, 금전 흐름의 투명성이 소비자 보호 여부를 좌우하는 핵심 요인으로 확인됨
 - 계약서 부재 또는 모호한 계약 구조는 분쟁 발생 시 책임소재 불분명, 피해 보상 어려움으로 이어짐

- 특히 가맹본사의 추천업체에 대해서는 공사 계약을 강제하지 않으나, 외부 업체를 선택할 경우 본사 감리비용을 부담해야 하여 전체 비용이 오히려 상승하는 사례가 다수 확인됨
- 이로 인해 결과적으로 추천업체와 거래를 선택할 수밖에 없는 구조가 형성되며, 등록 여부 확인보다는 비용 부담 여부가 우선 고려되는 경향이 나타남
 - 점주: 등록 여부·시공 단가·하자보수 조건을 사전에 확인하기 어렵다는 의견 다수
 - 시공업체(등록업체): 무등록업체와의 가격 경쟁 심화로 시장 질서 왜곡 우려
 - 프랜차이즈 본부: 등록업체 검증 부담과 법적 책임 불확실성에 대한 우려

2. 제도개선 및 정책적 시사점

- 주요 개선방안은 다음과 같음
 - 등록 업체 검증 시스템 강화: 국토교통부·공정거래위원회·지방자치단체의 등록 정보를 통합 조회할 수 있는 플랫폼 및 QR코드 기반 실시간 확인 서비스 구축
 - 계약 구조 분리: 가맹계약과 인테리어 시공 계약을 별도로 작성하고, 시공기간·하자보수 조건·단가 내역 등을 구체적으로 명시하도록 함
 - 플랫폼 책임 명문화: O2O·중개 플랫폼이 무등록 업체를 걸러내고 등록 여부를 명확히 고지하도록 법적 의무를 부여
 - 관련 법령 개정 필요: 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 및 가맹사업법 등에서의 개정을 통해 공사계약 구조 명확화 및 등록 여부의 사전 고지 의무를 강화
- 다만 본 연구는 특정 업종과 일부 지역의 사례를 중심으로 분석하였기에 전체 시장 상황을 포괄하는 데 한계가 있음
 - 인터뷰와 판례 역시 일부 표본에 한정되어 있으며, 해외사례 비교도 일부 국가에 국한되어 있어 국제 표준을 전면적으로 반영하기에는 한계가 존재함
- 그럼에도 불구하고 본 연구는 기존 연구가 주로 주거용 건축이나 대형 상업시설 중심으로 무등록 시공 문제를 다룬 것과 달리, 비주거용 건물 실내건축업을 대상으로 프랜차이즈 업종과 O2O 플랫폼을 포함한 시장구조를 분석하였다는 점에서 차별성이 있음

- 또한 판례 분석과 이해관계자 인터뷰를 병행하여 법적 쟁점과 현장 실무 간 괴리를 동시에 다루었다는 점에서도 연구적 의의가 있음
- 따라서 본 연구에서 제시한 개선안을 통해 소비자 보호가 강화되고, 사전정보 제공 및 가격 투명성 제고를 통해 불법 시공, 하자보수 분쟁, 대금 미지급 등 주요 피해 유형 예방이 가능할 것임
- 실제로 일부 가맹본부는 거래 구조를 단순화하여 가맹 희망자가 본부를 거치지 않고 직접 인테리어 업체에 공사를 맡길 수 있도록 하는 변화를 시도하고 있음²⁵⁾
 - 이를 통해 공사비 불투명 구조가 개선되고, 신규 가맹점뿐 아니라 기존 가맹점의 리뉴얼 공사에도 긍정적 변화가 나타남
- 이러한 제도개선은 공정한 시장 질서를 확립하고, 등록업체 간 건전한 경쟁 환경을 조성하며, 책임 범위를 명확히 함으로써 산업 전반의 신뢰성을 높이는 효과를 가질 것임
 - 더 나아가 관련 법령의 실질적 집행력을 강화하여 건전한 산업 생태계 조성에 기여할 것으로 기대됨
- 결론적으로 본 연구에서 제시한 개선안을 토대로 비주거용 실내건축업의 불법시공 리스크를 완화하고, 가맹점주 보호 및 공정한 시장 질서 확립을 위해 지속적인 제도 보완과 현장 적용을 추진해야 할 것임

- 이경태, 부연구위원(ktlee422@ricon.re.kr)
- 이지아, 부연구위원(jiapoo@ricon.re.kr)
- 박선구, 연구위원(parksungu@ricon.re.kr)

25) 이코노미스트(2021) ‘가맹본부 끼지않고 가맹점 인테리어 직접공사 가능해진다’.

<https://economist.co.kr/article/view/ecn202111180045>

참고문헌

〈문헌 자료〉

1. Akerlof, G. A.(1978), The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. In Uncertainty in economics (pp. 235-251), Academic Press.
2. Bengtsson, M.(2016), How to plan and perform a qualitative study using content analysis, NursingPlus open, 2, 8-14.
3. Gavilan, D., & Al-shboul, O. A. A.(2023), Designing innovation in urban hotels through guest experience data on interior design, European Journal of Innovation Management.
4. Lamont Bros.(2025), “Case Study: What Happens When You Hire an Unqualified Contractor?”
5. Staffing Industry Analysis(2024), Australian court fines construction companies for unlicensed labour hire.
6. 공정거래위원회, ‘2024년 가맹분야 실태조사’
7. 공정거래위원회, ‘2020년 가맹분야 실태조사 결과발표’
8. 김미진(2022), ‘식음료 팝업스토어 고객가치가 브랜드태도, 브랜드 몰입 및 충성도에 미치는 영향-VAB 모델을 기반으로’, 외식경영연구, 25(5), 221-241.
9. 김인호(2024), ‘프랜차이즈 기업의 내부환경요인이 브랜드확장 및 경영 시너지에 미치는 영향 (Doctoral dissertation’, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원).
10. 대한전문건설협회, 전문건설업 통계연보.
11. 박선구(2021), ‘유지보수시대 인테리어시장 발전 방향’, 대한건설정책연구원.
12. 서울시(2025), “2024년 서울시 가맹사업 등록현황 -분석결과-“
13. 서울시민일보(2015), ‘서울시 프랜차이즈 가맹점 인테리어 공사 및 불공정거래행위 여부 실태조사 결과발표’.
14. 아주경제,(2015), ‘프랜차이즈 본사 횡포 '도를 넘었다'... 서울시, 무등록 실내건축업 가맹본사 공사 수주’.
15. 안수현(2017), 온라인·오프라인 융복합서비스시장 (O2O) 에서의 소비자이슈와 보호방안, 외법논집, 41(2), 81-116.
16. 유혜지·민지영·강영선(2024), ‘텍스트마이닝으로 살펴본 팝업스토어를 이용한 마케팅 전략’, 한국산학기술학회 논문지, 25(6), 292-299.
17. 이코노미스트(2021), ‘가맹본부 끼지않고 가맹점 인테리어 직접공사 가능해진다’.

18. 중소벤처기업부, '상가건물임대차실태조사'.

19. 홍성진·조재용(2019), “주거용 인테리어 공사의 품질 제고를 위한 제도 개선 방안”, 대한건설정책연구원.

〈참고 인터넷 주소〉

CSLB (<https://www2.cslb.ca.gov/onlineservices/checklicense/checklicense.aspx>)

건설산업지식정보 시스템 (<https://www.kiscon.net/>)

국가법령정보센터 (<https://www.law.go.kr/>)

국세청 (<https://www.nts.go.kr/>)

소상공인시장진흥공단 (<https://www.semas.or.kr/>)

순위닷컴 (<http://soonwidot.co.kr/>)

싱가포르 Building and Construction Authority (<https://www1.bca.gov.sg/bca-directory>)

오늘의집 (<https://ohou.se/>)

집닥 (<https://zipdoc.co.kr/>)

부록: 설문 및 면담지

설문 및 면담 대상

- 미등록 업체 또는 가맹점주와의 계약으로 인해 피해 본 프랜차이즈 점주 및 마케팅팀 사원

1. 다음 중 귀하가 실제로 진행한 계약 방식에 표시해주세요.

- a. 본사와 공사계약 체결 후 본사의 지정 시공업체 활용
- b. 가맹점주, 개인사업자가 직접 시공업체 선택
- c. 기타

a. 선택시

1. 타 업체와 비교해보거나 견적을 검토해본 경험이 있었나요?
2. 업체 선정에 있어 강요가 있었는가? 혹은 강요가 없다고 하였지만 압박감 등을 느꼈는가? (예: “본사 외 공사 불가”, “지정업체만 가능” 등)
3. 인테리어 가맹 본점의 정보공개서를 봤는가? 인테리어 관련 정보(업체명, 비용 등)는 명확했나요?
4. 해당 업체에 대한 신뢰성이 있었는지?
5. 해당 업체에 대해서 비용이나, 일정 관련하여 비정상적이거나 불합리하다고 느낀 지점이 있었나요?

b. 선택시.

1. 어떻게 시공 업체를 선택하였는가? (검색, 지인 추천, 본사 소개 등)
2. 어떻게 해당 업체를 알게 되었는가? 해당 업체에 대한 신뢰성이 있었는지?
3. <공사를 맡기기 전, 혹시 계약서나 업체 등록 여부를 직접 확인하셨나요? 당시엔 그게 중요하다고 느끼셨나요?>
==> 등록 확인을 한다면 어떤 방법으로 했을 것인지? (예: 사업자등록증, 면허번호 확인 등)
4. 해당 업체에 대해서 비용이나, 일정 등과 관련하여 이상하다고 느낀 순간이 있었는지?

공사 만족도 및 하자 여부

2-1. 인테리어 공사 전반에 대한 만족도를 평가해 주세요. (1 = 매우 불만족, 7 = 매우 만족)

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7

2-2. 공사 이후 하자, 누수, 공사 지연 등의 피해가 있었나요?

☐ 예 (내용: _____) / ☐ 아니오

2-3. 문제 발생 시 본사 또는 시공업체의 대응은 어땠나요?

↳ ☐ 매우 불만족 ☐ 불만족 ☐ 보통 ☐ 만족 ☐ 매우 만족

↳ 구체적으로 어떤 조치가 있었나요? _____

2-4. 피해에 대한 보상은 어떻게 이루어졌나요?

☐ 충분히 보상 (50% 이상)

☐ 일부 보상

☐ 보상 없음

3. 리뉴얼·강제공사 관련 경험

3-1. 가맹 운영 중 본사로부터 리뉴얼 공사 강요를 받은 적이 있나요?

☐ 예 (언제, 어떤 내용이었는지: _____) / ☐ 아니오

3-2. 해당 리뉴얼 공사 시 비용 부담 비율은 어땠나요?

☐ 본사가 전액 부담

☐ 법정 기준(본사 일부 부담)

☐ 전액 가맹점주 부담

☐ 잘 모름

4. 경험 회고 및 조언

4-1. 예비 창업자에게 “절대로 하지 말아야 할 행동” 한 가지를 꼽는다면 무엇인가요?

→ _____

4-2. 돌이켜보면 가장 후회되는 결정은 무엇이었나요?

→ _____

설문 및 면담 대상

- O2O 업체

1) 기본정보 파악용

- 플랫폼 내 등록된 인테리어 시공업체 수는 대략 어느 정도인가요?
- 비주거용 건물(상가, 프랜차이즈 등)에 대한 인테리어 시공 중개 비율은 얼마나 되나요?

2) 건설업 등록 여부 파악

- 귀사 플랫폼에 입점하는 시공업체들의 건설업 등록 여부를 확인하는 절차가 있나요?
- 실내건축공사업 등 관련 면허 확인은 어떤 방식으로 이루어지나요? (ex. 서류 업로드, 공공 API 등)
- 건설업 등록이 되어 있지 않은 업체도 중개 대상이 될 수 있나요?
- 등록 여부에 따라 소비자(고객)에게 제공되는 정보에 차이가 있나요?

3) 책임 범위와 법적 인식

- 만약 무등록 시공업체가 중개되어 법적 문제가 발생했을 경우, 귀사는 어떤 책임이 있다고 보십니까?
- 소비자에게 불이익이 발생했을 경우, 플랫폼은 일정한 보상 또는 개입을 하나요?

4) 플랫폼의 계약 구조

- 시공 계약은 소비자와 시공업체 간에 직접 이루어지나요, 아니면 귀사도 개입하나요?
- 인테리어 시공 중개 과정에서 가장 빈번하게 발생하는 분쟁 유형은 무엇인가요?
- 현행 제도상 플랫폼의 법적 책임이 과도하다고 느끼시나요, 혹은 반대로 보호가 미흡하다고 느끼시나요?

비주거용 실내건축업 무등록업체 실태 및 제도 개선방안

2025년 9월 인쇄

2025년 9월 발행

발 행 인 김 희 수

발 행 처 **대한건설정책연구원**

서울특별시 동작구 보라매로5길 15, 13층(신대방동, 전문건설회관)

TEL (02)3284-2600

FAX (02)3284-2620

홈페이지 www.ricon.re.kr

등 록 2007년 4월 26일(제319-2007-17호)

I S B N 979-11-5953-204-7

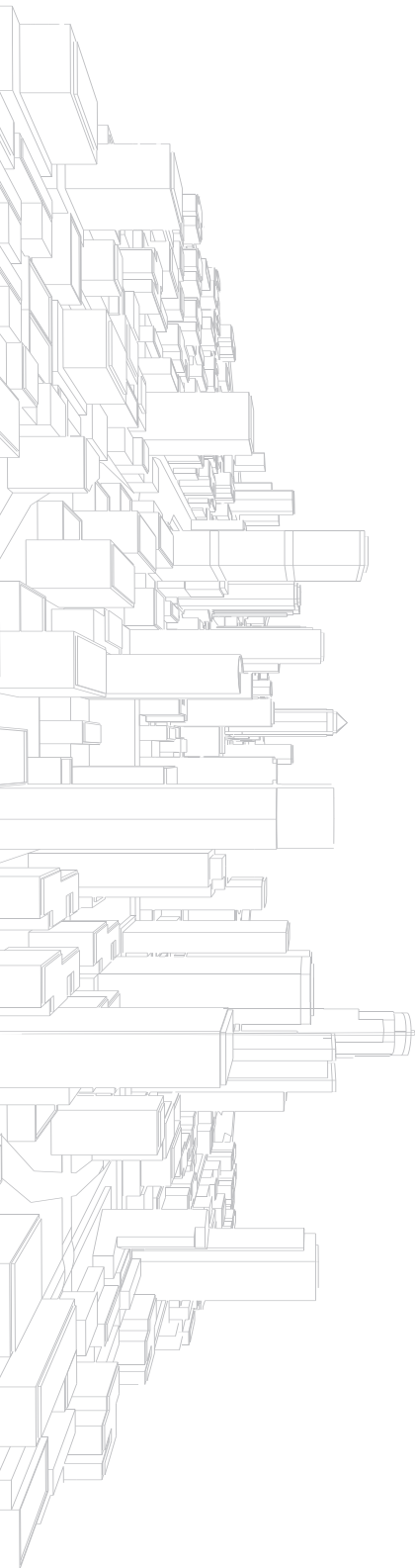
인 쇄 처 경성문화사(02-786-2999)

· © · 대한건설정책연구원 2025

발행처 대한건설정책연구원
발행인 김희수
등록 2007년 4월 26일(제319-2007-17호)

서울특별시 동작구 보라매로5길 15, 13층
(신대방동, 전문건설회관)

Tel. 02 3284 2600
Fax. 02 3284 2620
<http://www.ricon.re.kr>



RICON
대한건설정책연구원

