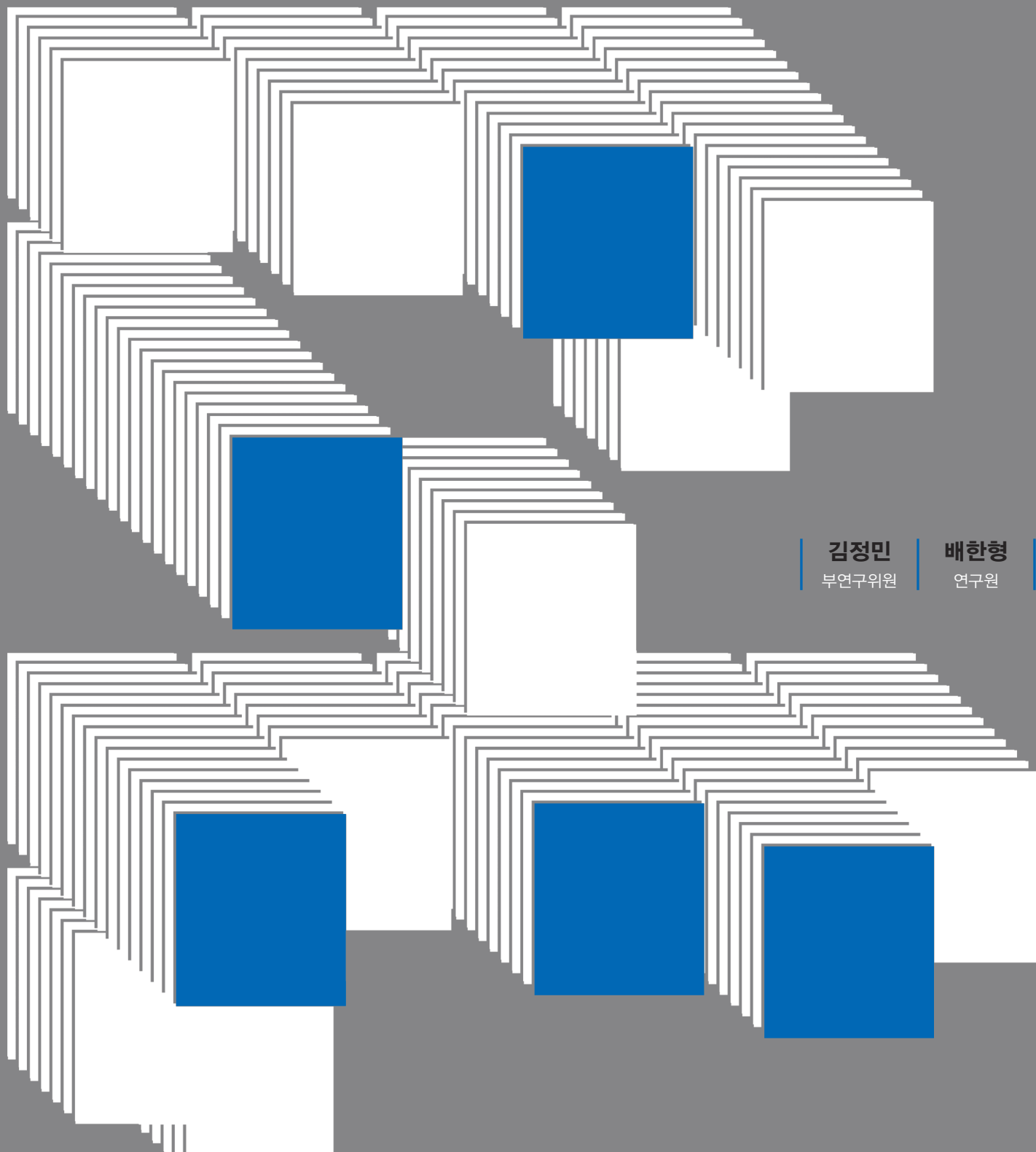




김정민
부연구위원

배한형
연구원

서울시 기업거래 분야 공정거래정책 현황과 개선방안

2026. 9. 14.
서울연구원 정책리포트
제454호

서울시 기업거래 분야 공정거래정책 현황과 개선방안

김정민 부연구위원
02-2149-1455
jungminkim@si.re.kr

배한형 연구원
02-2149-1415
hhbae@si.re.kr

요약	3
Ⅰ. 지자체 공정거래정책의 성과와 한계	4
Ⅱ. 서울시 가맹사업 브랜드 생존요인 분석	9
Ⅲ. 서울시 공정거래정책의 문제점	19
Ⅳ. 서울시 공정거래정책 개선방안	22

요약

공정거래 권한 이양 이후 서울시는 분쟁조정과 정보공개서 등에서 성과를 거두었으나, 조사·집행·권한 부족과 공정위와의 협력 미흡 등 한계가 지속되고 있다. 가맹사업 브랜드 생존분석 결과, 현행 정보공개서가 가맹희망자에게 실질적으로 필요한 정보를 충분히 제공하지 못하고 있어 제도 보완이 필요함을 확인하였다. 또한 분쟁조정 실적 감소와 정보공개서의 낮은 정책적 활용도 등이 문제로 나타났다. 이에 공정위와의 협력체계 강화, 분쟁조정 활성화, 행정지도 등 보완수단 활용과 함께 서울형 정보공개서 정책 도입을 제안하였다.

권한 이양 이후 지자체의 성과와 구조적 제약이 동시에 확인

최근 공정거래 사건 증가와 피해구제 지연에 대응해 공정거래위원회는 가맹사업·대리점 분야 분쟁조정, 정보공개서 등록과 일부 과태료 부과 권한을 지자체에 이양하였다. 서울시를 포함한 4개 지자체는 분쟁조정 처리 기간을 단축하고 정보공개서 등록 업무를 분담하는 등 현장 밀착형 집행 성과를 거두었다. 그러나 조사권 부족, 조정원으로서의 사건 집중, 인력·전문성 부족, 공정위와의 협력체계 미흡이 정책의 지속가능성을 제약하고 있다.

가맹사업 브랜드 생존분석으로 정보공개서의 보완 필요성 확인

2015~2024년 정보공개서 자료를 이용한 분석에서 서울시 신규 가맹사업 브랜드의 1년·3년·5년 생존확률은 각각 86.6%, 69.0%, 59.4%였다. 도소매업의 생존확률은 외식·서비스업보다 낮았고, 복수 브랜드 운영은 생존에 긍정적으로 작용했다. 반면 직영점 운영 여부는 생존에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았으며, 최근 3년간 법 위반 이력이 있는 가맹본부의 브랜드는 폐업 위험이 약 2배 높았다.

분쟁조정 실적 감소·권한 부족·협력 미흡·정보구조 한계가 핵심 문제

서울시의 가맹사업 분쟁조정 처리 건수는 2020년 대비 2024년 54.6% 감소했다. 정보공개서 변경등록 미이행처럼 객관적으로 확인 가능한 위반 외에는 지자체가 사실관계를 조사하고 처분하기 어렵고, 공정거래위원회와의 협력도 일회성 교육·간담회 중심으로 이루어졌다. 현행 정보공개서는 가맹본부와 브랜드 정보가 명확히 구분되지 않은 채 병렬적으로 제시되어 있어, 가맹희망자가 확인해야 할 위험요인을 직관적으로 파악하기 어렵다는 한계가 있었다.

분쟁조정 활성화와 서울형 정보공개서 정책으로 사후구제·사전예방 결합

공정위 직권조정 사건 중 서울 소재 사건의 우선 이관과 상담-조정 연계를 추진하고, 행정지도와 행정응원을 활용해 권한 부족을 보완할 필요가 있다. 공동 실태조사, 인적 교류, 정례 교육을 제도화하는 한편, 서울형 정보공개서 플랫폼과 브랜드 종합평가를 도입하여 가맹희망자의 합리적 의사결정과 피해예방을 지원할 필요가 있다.

I. 지자체 공정거래정책의 성과와 한계

I 공정거래 권한 이양과 지자체 역할 확대

2019년부터 분쟁조정·정보공개서 등록 업무가 지자체로 이양

- 2018년 3월 「가맹사업법」·「대리점법」 개정으로 지자체 분쟁조정협의회의 법적 근거가 마련되고, 2019년 서울·인천·경기가 관련 업무를 시작
 - 2019년 2월 공정위와 3개 지자체가 가맹·대리점 분쟁조정협의회 합동 출범식을 개최하며 지역 단위 집행체계가 본격 가동
- 2020년 부산이 합류해 현재 4개 지자체가 가맹사업·대리점 분야 분쟁조정과 정보공개서¹⁾ 등록 업무를 수행
- 2022년 5월 정보공개서 관련 과태료 부과 대상이 변경등록·변경신고 미이행 2개 행위에서 예상 매출액 관련 의무 위반 등을 포함한 7개 행위로 확대
 - 추가된 대상에는 예상매출액 관련 정보·산정서의 교부와 보관, 가맹계약서 보관 의무 위반 등이 포함

[표 1] 지자체의 과태료 부과 대상 행위

종전	2022년 5월 20일 이후
① 정보공개서 변경등록 미이행 ② 정보공개서 변경신고 미이행	① 정보공개서 변경등록 미이행 ② 정보공개서 변경신고 미이행 ③ 예상매출액 등 관련 정보 서면교부 의무 위반 ④ 예상매출액 등 관련 정보 산정근거 보관 및 열람 의무 위반 ⑤ 예상매출액 산정서 교부 의무 위반 ⑥ 예상매출액 산정서 보관 의무 위반 ⑦ 가맹계약서 보관 의무 위반

자료: 공정거래위원회 보도자료, 2022. 5. 19., “가맹 분야 과태료 부과, 지자체 권한 확대한다”.

권한 이양의 목적은 피해구제 속도와 지역 접근성 제고

- 공정위의 불공정거래행위 사건 처리 기간이 길어지면서 조정기관을 확대하고 지역 현장에 가까운 기관이 피해구제를 분담할 필요성이 커짐
 - 공정위 사건 처리 소요 기간은 2017년 322일에서 2021년 575일로 늘었고, 2017~2021년 평균은 423일

1) 정보공개서란 가맹본부의 일반 현황, 가맹사업 현황, 법위반 사실, 가맹점사업자의 부담, 영업조건 및 제한, 영업 개시 절차, 교육·훈련 등의 내용이 포함된 문서를 의미하며, 기만적인 가맹점모집행위를 사전에 방지하고 가맹사업의 투명성을 제고할 목적으로 도입됨.

- 과태료 대상 행위는 지자체, 시정명령·과징금 대상 행위는 공정위가 담당하는 역할 분담 구조를 형성
 - 시정명령·과징금 중심의 행정 집행과 상대적으로 미흡한 민사 구제를 보완하기 위해 중앙-지방 간 감시·피해구제 협업이 추진
- 다만 지자체는 「질서위반행위규제법」에 따른 제한적 조사만 가능해 권한 이양과 집행 수단 사이에 간극이 존재

I 정보공개서 등록과 분쟁조정에서 행정 성과 창출

지자체 분쟁조정은 처리 기간이 짧고 성립률이 높아

- 2022년 지자체의 가맹사업 분쟁조정 평균 처리 기간은 42.15일로 한국공정거래조정원(이하 조정원) 44일보다 짧고, 성립률은 82.7%로 조정원보다 1.7%p 높은 수준
 - 대리점 분쟁조정도 지자체 평균 17.4일로 조정원 78일보다 크게 짧아 현장 밀착형 처리의 속도 효과가 뚜렷
- 2019~2024년 조정절차 완료 1,849건 중 지자체가 696건(37.6%)을 처리했고, 성립 1,364건 중 598건(43.8%)이 지자체 실적
 - 성립 건수 기여 비중이 처리 건수 비중보다 6.2%p 높아 지자체 조정의 실질적 합의 도출 성과를 확인

[표 2] 가맹사업거래 분쟁조정협의회 운영 실적

연도	조정절차 완료			종결 ²⁾	총계
	조정성립	조정불성립	소계		
2019년	284(60)	140(16)	424(76)	232(86)	656(114)
2020년	176(94)	71(28)	247(122)	252(97)	499(219)
2021년	165(95)	62(12)	227(107)	256(79)	483(186)
2022년	230(115)	54(7)	284(122)	229(81)	513(203)
2023년	263(124)	62(16)	325(140)	250(65)	575(205)
2024년	246(110)	96(19)	342(129)	245(60)	587(189)
합계	1,364(598)	485(98)	1,849(696)	1,464(468)	3,313(1,116)

주: 괄호 안의 건수는 지자체가 처리한 분쟁조정 실적을 의미.

자료: 공정거래위원회, 2025, 「공정거래백서」.

2) 각하, 소제기, 신고취하, 당사자의 폐업 및 회생절차.

정보공개서 처리의 75.8%를 지자체가 담당

- 2022년 전체 처리 17,878건 가운데 4개 지자체가 13,547건을 담당해 정보공개서 등록 행정의 핵심 집행 주체로 부상
 - 2023년에도 경기·인천·부산의 처리 건수가 전년보다 증가해 권한 이양 이후 지자체의 업무 분담이 지속 확대
- 서울시는 6,492건을 처리해 지자체 처리 실적의 47.9%를 차지하고, 공정위의 업무 과부하 완화와 적시 정보 제공에 기여
 - 신속한 등록심사는 가맹본부의 행정 편의뿐 아니라 가맹희망자가 계약 전에 최신 정보를 확인할 수 있게 하는 기반

[표 3] 연도별 정보공개서 처리 건수

구분		2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
지자체	서울시	4,647	5,434	7,311	6,492	-
	경기도	2,179	2,938	4,372	4,709	5,840
	인천시	429	544	1,115	1,157	1,185
	부산시	-	677	952	1,189	1,202
조정원		3,236	2,779	4,018	4,331	-
전체		10,491	12,372	17,768	17,878	-

주1: 부산시는 2020년부터 업무를 이양받아 2019년 실적은 없음.

주2: 2023년 경기도, 인천시, 부산시 실적은 지자체별 성과보고서 자료 등을 취합하여 저자 작성.

자료: 공정거래위원회 보도자료, 2023. 9. 18., “2023년 공정위-지자체 간 가맹 분야 성과 공유 간담회 개최”.

I 서울시는 이양 업무와 지역 특화 정책을 병행

서울시 공정경제과 내 정책·상담·집행 기능을 분담

- 공정경제정책팀은 정책 총괄과 실태조사, 소비자권익보호팀은 공정거래종합상담센터와 소비자 보호, 공정거래팀은 정보공개서 등록·행정처분과 분쟁조정을 담당
 - 불공정거래 관행 근절, 상가임대차 분쟁해결 지원, 소비자 피해예방·구제를 3대 추진 전략으로 설정
 - 공정거래종합상담센터는 상가임대차·가맹·유통·문화예술·대부업·다단계 등 여러 거래 분야를 통합 상담

서울형 가이드라인과 상생 정책으로 협력적 개선 유도

- 정보공개서 166개, 판례와 이해관계자 의견을 분석해 지자체 최초의 ‘서울형 가맹사업 필수품목 가이드라인’을 마련
 - 법률상 요건만으로 걸러지지 않는 불필요한 필수품목 문제를 현장 자료로 보완했고, 2025년에는 위약금 분야 가이드라인도 추진
- 필수품목 축소, 공급단가 인하, 수수료 분담 등 상생 실적이 있는 가맹본부를 ‘서울형 상생 프랜차이즈’로 선정해 인증·홍보·교육을 지원
 - 선정 본부에는 인증마크와 홍보뿐 아니라 가맹점주 교육을 연계해 상생 실천의 시장 확산을 지원
- 소셜 프랜차이즈, 불공정 이슈관리시스템, 모바일 쿠폰 수수료 실태조사와 상생협약 등 시기별 현안에 대응하는 정책을 지속
 - 2020년 예비·청년 창업자 교육과 분쟁조정 사례집, 2021년 비대면거래 신종 불공정행위 조사, 2024년 의심 본사 현장조사를 병행

[표 4] 서울시 주요 공정거래정책 세부 내용

구분	공정거래 관련 업무
프랜차이즈 정보공개서 등록 심사 추진	• 서울 소재 가맹본부의 영업표지 대상 정보공개서 신규·변경등록 및 심사 • 가맹본부 대상 가맹사업 역량 강화 교육 및 가맹사업 신규등록 대상 현장점검 • 가맹·대리점거래 분쟁조정협의회 운영 및 공정거래 종합상담 지원
가맹사업 불공정거래행위 예방 및 상생 분위기 조성	• 서울형 상생 프랜차이즈 선정 • 서울형 가맹사업 가이드라인 마련

자료: 서울시, 2025, 「민생노동국 주요 업무계획」.

정보공개서 관련 과태료 부과 실적도 증가

- 서울시 과태료 부과는 2021년 98건·1억 100만 원에서 2023년 156건·2억 600만 원으로 증가
 - 2년 사이 부과 건수는 58건, 금액은 1억 500만 원 늘어 등록·변경 의무 집행이 강화

I 지자체 간담회에서 권한·인력·전문성의 구조적 제약 확인

단순 의무 위반 외에는 사실 확인과 처분이 어려워

- 정보공개서 변경등록 미이행은 행정자료로 확인할 수 있지만, 허위·과장 정보나 예상매출액 산정서 미교부는 현장 확인과 자료 제출이 필요
 - 기한 내 등록 여부는 시스템으로 확인할 수 있지만 그 밖의 위반은 담당자의 직접 방문·점검과 사업자 자료가 있어야 입증 가능
- 지자체는 제한적인 조사만 가능하고 사업자가 비협조할 때 강제수단 부족으로 확대된 과태료 권한을 활용하는 데 제약
 - 공정위가 이첩한 사건 외에는 지자체가 위반 현황을 능동적으로 파악하고 조사를 주도할 명확한 법적 근거도 부족
 - 조사 협조 유인이 약해지면 과태료 부과뿐 아니라 분쟁 당사자의 조정절차 참여를 끌어내는 데도 한계

등록·조정·실태조사를 소수 인력이 동시 수행

- 정기적 정보공개서 처리에 자원이 집중되면 현장 실태조사와 사후 모니터링이 후순위로 밀리는 구조
 - 등록심사와 행정처분이 반복·상시 업무인 데 비해 실태조사는 조사 설계와 자료 확보까지 별도 인력이 필요
- 담당자의 잦은 이동, 최신 심결례 공유 부족, 공정위·조정원과의 인사교류 부재로 전문성의 조직적 축적이 어려움
 - 표준화된 교육과 인사체계, 내규·처리지침의 지속 보완이 없으면 개인 경험이 조직 지식으로 전환되기 어려움

권한 확대와 역량 강화를 함께 추진 필요

- 추가 조사·처분 권한만 이양하고 인력과 표준 교육을 보강하지 않으면 정책 실효성이 제한
- 지자체가 의뢰한 위반 의심 사건의 진행 상황과 결과를 공정위가 환류하고, 고난도 사안을 공동 검토하는 체계가 필요
 - 공정위의 사건 처리에 수개월이 걸리더라도 단계별 진행 상황을 공유해야 지자체가 민원인 안내와 후속 정책에 활용 가능

II. 서울시 가맹사업 브랜드 생존요인 분석

I 서울은 전국 가맹사업의 핵심 거점

전국 가맹본부 3곳 중 1곳, 브랜드 3곳 중 1곳 이상이 서울에 등록

- 2024년 서울 소재 가맹본부는 2,754개로 전국의 31.3%, 브랜드는 4,403개로 전국의 35.6%를 차지
- 서울 소재 본부에 등록된 전국 가맹점은 2023년 205,164개로 전체의 56.2%에 달해 서울시 정책이 전국 가맹점사업자와 예비창업자에게 영향을 미침
 - 서울시의 정보공개·분쟁조정 정책은 지역 안의 점포뿐 아니라 서울 소재 본부와 계약한 전국 가맹점에 파급

[표 5] 가맹사업 정보공개서 등록현황

구분	2022년		2023년		2024년	
	전국	서울시	전국	서울시	전국	서울시
가맹본부	8,183	2,699 (33.0)	8,759	2,805 (32.0)	8,802	2,754 (31.3)
영업표지 (브랜드)	11,844	4,326 (36.5)	12,429	4,472 (36.0)	12,377	4,403 (35.6)
가맹점 ³⁾	352,866	195,568 (55.4)	365,014	205,164 (56.2)	-	-

주: 괄호 안의 숫자는 전국 대비 서울시의 비중을 의미.

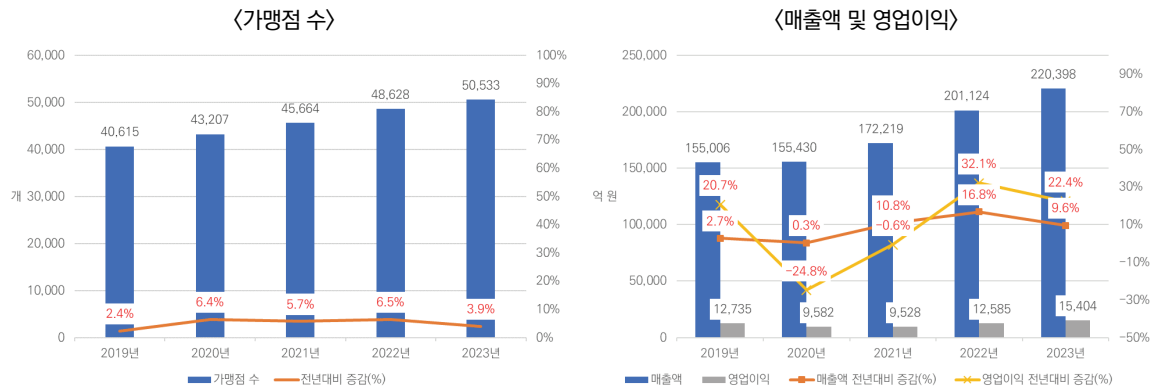
자료1: 공정거래위원회 가맹사업거래.

자료2: 서울시, 2024년 가맹사업 정보공개서 등록현황 분석결과.

서울 가맹산업은 규모·매출·고용 측면에서 지속 성장

- 2019~2023년 서울 가맹점 수는 연평균 5.6% 증가해 50,533개, 매출액은 연평균 9.2% 증가해 22조 398억 원을 기록
 - 가맹점 수 증가율은 전국 8.8%, 경기 10.3%보다 낮지만 기존 산업 규모가 크고 절대 점포 수는 지속 증가
- 영업이익은 같은 기간 연평균 4.9% 증가해 전국 2.9%, 경기 4.6%보다 높은 성장률을 보임
 - 매출액은 코로나19 시기인 2020년에도 전년 대비 0.3% 증가해 성장세를 유지

3) 서울시 가맹점 수는 서울 소재 가맹본부에 등록된 전국 가맹점 수를 의미하며, 2023년 말 정보공개서 정기변경등록 기준.



[그림 1] 서울 가맹점 수·매출액·영업이익

자료: 통계청, 「프랜차이즈통계」.

- 2023년 종사자는 193,747명이며 상용근로자 비중은 30.2%로 전국 25.9%, 경기 27.1%보다 높아 상대적으로 안정적인 일자리를 제공
 - 서울의 상용근로자 비중은 전국보다 4.3%p, 경기보다 3.1%p 높은 수치⁴⁾

[표 6] 2023년 가맹사업 종사자 유형별 현황

단위: 명, %

구분	전체	상용	임시·일용	자영업자	무급가족	기타
전국	1,007,396 (100)	260,978 (25.9)	416,815 (41.4)	248,878 (24.7)	69,205 (6.9)	11,520 (1.1)
서울	193,747 (100)	58,585 (30.2)	83,482 (43.1)	39,910 (20.6)	8,531 (4.4)	3,239 (1.7)
경기도	279,656 (100)	75,831 (27.1)	119,433 (42.7)	64,439 (23.0)	16,290 (5.8)	3,663 (1.3)

주: 괄호 안의 숫자는 전체 종사자 대비 유형별 비중을 의미.

자료: 통계청(MDIS), 「프랜차이즈통계」를 저자 작성.

4) 2023년 기준 전년 대비 종사자 수 증감률도 서울이 8.3%로 전국(7.8%), 경기(7.7%)를 상회.

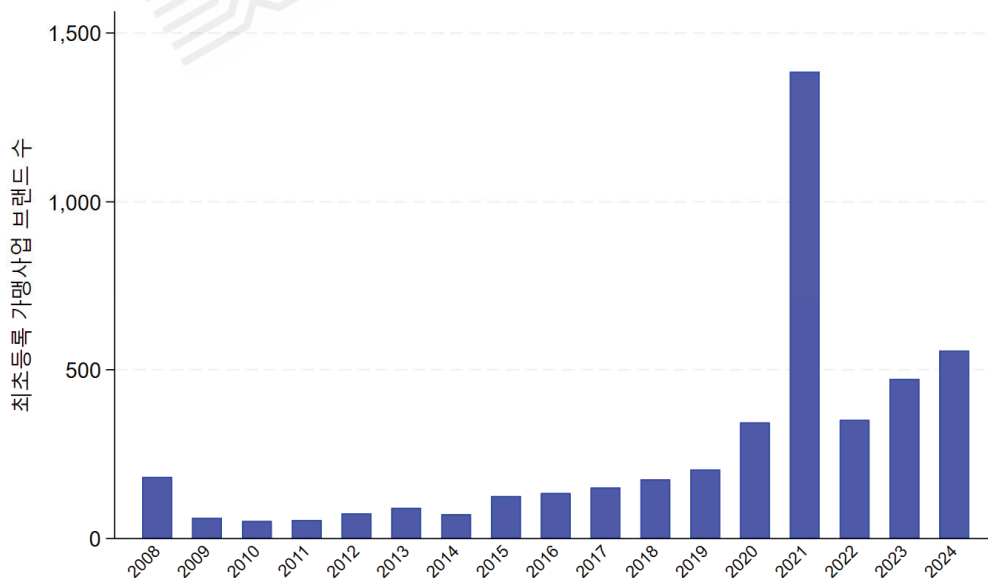
I 10개 연도 정보공개서로 신규 브랜드의 진입부터 퇴출까지 추적

등록 취소 브랜드까지 포함한 서울시 자료를 활용

- 2015~2024년 서울시 정보공개서는 공정위 웹사이트에서 사라진 등록 취소 브랜드도 포함해 생존 여부와 기간을 확인할 수 있는 자료
 - 공정위 시스템은 확인 시점에 따라 정보가 수정되고 등록 취소 자료는 조회가 어렵지만 서울시 자료는 연말 기준 등록 상태를 연도별로 보존
- 이미 퇴출된 브랜드가 빠지는 생존자 편향을 줄이기 위해 2015년 이후 신규 진입 브랜드만 분석

시장진입은 등록일이 아니라 가맹점 최초 모집 시점으로 정의

- 2021년 직영점 1+1 제도 시행을 앞두고 신규 정보공개서 등록이 급증했으며, 등록 이후 실제 가맹사업 활동이 확인되지 않는 브랜드가 상당수 존재
 - 2021년 등록 브랜드 중 상당수가 2024년에도 등록을 유지하고 있으며, 그중 가맹점과 직영점이 모두 없는 사업자가 과반을 차지해 등록 여부만으로 생존을 판단할 경우 폐업 위험이 과소추정될 가능성
- 가맹점 최초 모집 시점을 시장진입으로 정의하여 등록 기준 생존분석의 편의를 완화
 - 「가맹사업법」상 가맹사업은 가맹본부와 가맹점사업자 간 계속적 거래관계를 의미하므로, 정보공개서 등록일보다 가맹점 최초 모집 시점이 실질적인 시장진입에 가까운 것으로 판단



[그림 2] 2024년 정보공개서 기준 연도별 최초등록 가맹사업 브랜드 수

분석 대상은 신규 진입 브랜드 3,276개

- 관측기간 중 32%가 폐업했고 평균 생존기간은 3.03년, 업종 구성은 외식 75%, 서비스 21%, 도소매 4%
 - 브랜드당 평균 가맹점은 14.28개, 직영점은 약 1.3개이며 2022년 이후 진입 브랜드는 관측 종료에 따른 우측절단을 반영
- 카플란-마이어 추정으로 유형별 생존확률을 비교하고, 콕스 비례위험 모형으로 다른 요인을 통제한 폐업 위험요인을 추정
 - 카플란-마이어 추정은 유형별 곡선을 직관적으로 비교하지만 다른 요인을 통제하지 못하므로 정책 해석에는 회귀분석을 병행
 - 콕스 모형은 생존시간의 특정 분포를 가정하지 않고 설명변수의 효과를 위험비로 제시해 각 요인의 독립적 영향을 확인

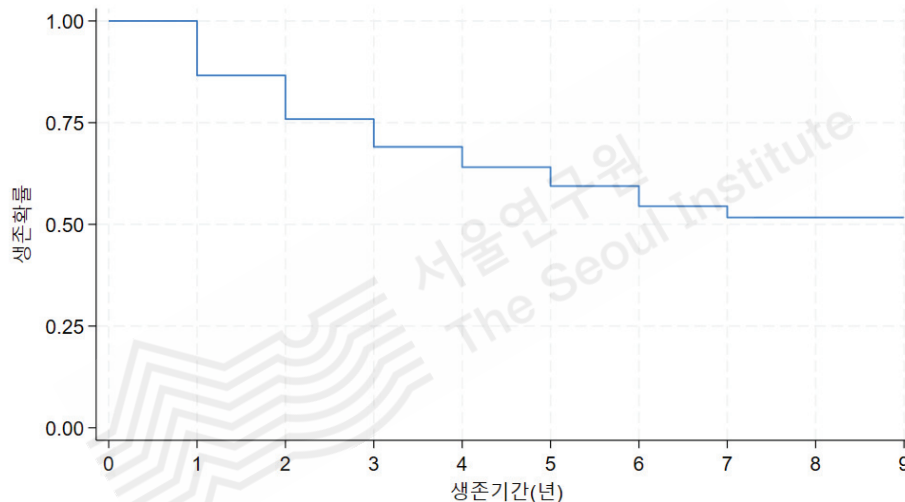
[표 기] 기초통계

구분	관측치수	평균	표준편차	최소	최대
2015~2024년 기간 내 폐업 (정보공개서 등록취소=1)	3,276	0.32	0.47	0.00	1.00
생존기간	3,276	3.03	2.00	1.00	9.00
가맹점 모집 지연기간	3,276	1.21	0.98	0.00	9.00
대표업종-도소매	3,276	0.04	0.20	0.00	1.00
대표업종-서비스	3,276	0.21	0.40	0.00	1.00
대표업종-외식	3,276	0.75	0.43	0.00	1.00
가맹점 수	3,276	14.28	101.06	1.00	5,171.00
직영점 수	3,276	1.26	6.49	0.00	316.00
가맹점 평균 매출액(백만 원)	2,572	132.96	259.11	0.00	2,688.69
수도권 가맹점 비율(%)	3,276	74.93	31.52	0.00	100.00
본부 기준 임직원 수	3,276	48.80	704.49	0.00	24,761.00
가맹본부별 브랜드 수	3,276	2.41	3.96	1.00	38.00
광고비(백만 원)	3,079	170.66	1,947.57	0.00	67,129.00
판촉비(백만 원)	3,079	25.15	253.82	0.00	6,073.70
부채비율(%)	2,678	236.54	3,621.29	-68,956.49	90,828.14
영업이익률(%)	2,908	-77.92	1,485.12	-47,987.64	2,493.69
가맹점증가율	3,245	37.05	61.27	-80.24	570.97
법 위반 여부 더미	3,276	0.02	0.14	0.00	1.00

I 신규 브랜드 10곳 중 약 4곳이 5년 안에 시장에서 퇴출

1년 86.6%·3년 69.0%·5년 59.4% 생존

- 시장진입 초기 생존확률이 빠르게 하락한 뒤 완만해져 창업 초기의 퇴출 압력이 특히 높은 것으로 확인⁵⁾
 - 5년이 경과한 시점에 약 40.6%의 브랜드가 시장에서 사라진 것으로 추정
- 2023년 기업생멸행정통계⁶⁾와 비교하면 가맹사업 브랜드의 생존확률이 절대적으로 낮은 수준은 아님을 확인
 - 다만 생존율 산정 방식이 달라 두 자료 간 세부 수치를 직접적으로 비교하는 것에는 한계가 존재



[그림 3] 서울시 가맹사업 브랜드 생존곡선

[표 8] 서울시 가맹사업 브랜드 시점별 생존확률

시점(년)	위험집단	생존확률	표준오차	95% 신뢰구간	
1	3,276	86.6%	0.006	85.4	87.7
3	1,644	69.0%	0.009	67.3	70.8
5	704	59.4%	0.011	57.2	61.6

5) 관측 후반부로 갈수록 위험집단이 줄고 신뢰구간이 넓어지므로, 장기 생존확률 해석 시 유의 필요

6) 기업생멸행정통계의 1년·5년 생존율은 각각 64.9%, 34.7%

I 업종·브랜드 다각화에 따른 생존 격차 존재

업종별 가맹사업 브랜드 생존확률 상이

- 5년 생존확률은 도소매 44.7%, 서비스 60.8%, 외식 59.9%로 도소매업이 다른 두 업종보다 10%p 이상 낮음
 - 로그-순위 검정 결과 업종별 생존곡선 차이는 1% 유의수준에서 통계적으로 유의
- 업종 간 차이는 통계적으로 유의해 업종 특성을 고려한 차별적 접근이 필요함을 시사

[표 9] 서울시 가맹사업 브랜드 시점별 생존확률 - 대표 업종별

시점 (년)	도소매		서비스		외식	
	위험집단	생존확률	위험집단	생존확률	위험집단	생존확률
1	142	76.1% (68.2-82.3)	673	88.7% (86.1-90.9)	2,461	86.6% (85.2-87.9)
3	65	58.1% (49.0-66.2)	375	72.2% (68.3-75.7)	1,204	68.8% (66.7-70.8)
5	18	44.7% (33.1-55.6)	191	60.8% (56.1-65.1)	495	59.9% (57.3-62.4)

로그-순위 검정: $\chi^2(2) = 13.9$ Pr $\chi^2 = 0.000$

주: 괄호 안 95% 신뢰구간.

복수 브랜드는 단일 브랜드보다 높은 생존확률

- 5년 생존확률은 단일 브랜드 56.7%, 복수 브랜드 64.7%로 약 8%p 차이
 - 1년 시점에도 약 4%p 격차가 나타났고 관측기간 전반에서 복수 브랜드의 생존곡선이 더 높은 수준
- 가맹본부가 복수 브랜드를 운영하며 사업 포트폴리오를 다각화함으로써 시장환경 변화에 따른 위험을 분산한 것이 높은 생존확률의 요인 중 하나로 판단
 - 규모·범위의 경제, 운영 과정에서 축적된 경영 노하우가 가맹본부를 매개로 개별 브랜드에 이전되며 생존확률과 지속가능성을 높였을 가능성

[표 10] 서울시 가맹사업 브랜드 시점별 생존확률 - 복수 브랜드 여부

시점 (년)	단일 브랜드		복수 브랜드	
	위험집단	생존확률	위험집단	생존확률
1	2,109	85.1% (83.5-86.5)	1,167	89.4% (87.5-91.0)
3	1,045	66.4% (64.1-68.6)	599	73.8% (70.9-76.5)
5	477	56.7% (53.9-59.3)	227	64.7% (60.9-68.3)

로그-순위 검정: $\chi^2(1) = 21.75$ Pr $\chi^2 = 0.000$

주: 괄호 안 95% 신뢰구간.

가맹본부 직영점 의무화 제도 재검토 필요성 확인

- 3년과 5년 생존확률이 직영점 운영 브랜드가 다소 높은 것으로 나타났으나 통계적으로 유의하지 않음
- 2021년 이전 진입 브랜드만 별도로 분석해도 결과가 동일해, 직영점 운영 여부만으로 브랜드의 지속가능성을 가늠하기 어려움
 - 직영점 운영 브랜드의 3년·5년 생존확률은 소폭 높았지만 두 그룹 간 생존확률 차이의 통계적 유의성은 없는 것으로 나타남
 - 직영점이 자발적으로 운영되던 제도 시행 이전 표본에서도 같은 결과가 나타나 직영점 1+1 제도의 정책효과 재검토 필요

[표 11] 서울시 가맹사업 브랜드 시점별 생존확률 - 직영점 운영 여부

시점 (년)	직영점 미운영		직영점 운영	
	위험집단	생존확률	위험집단	생존확률
1	1,570	86.9% (85.1-88.5)	1,706	86.3% (84.6-87.9)
3	796	68.9% (66.3-71.4)	848	69.1% (66.6-71.5)
5	320	58.9% (55.6-62.0)	384	59.9% (56.9-62.9)

로그-순위 검정: $\chi^2(1) = 0.23$ Pr $\chi^2 = 0.631$

주: 괄호 안 95% 신뢰구간.

I 법 위반 이력은 가장 뚜렷한 폐업 위험신호

최근 3년간 법 위반 이력이 있으면 폐업 위험이 약 2배 증가

- 공정위 시정조치, 민사소송 패소·화해, 형사 신고 등 법 위반 사실이 있는 가맹본부의 브랜드는 폐업 위험이 108.5% 증가하고, 모형에 따라 93.9% 증가
 - 법 위반 변수는 행정·민사·형사 영역의 최근 3년 이력을 포괄해 가맹본부의 거래 신뢰도를 종합적으로 반영
- 정보공개서에서 법 위반 이력을 가장 먼저 확인해야 할 핵심 위험정보로 제시할 실증적 근거

가맹점 규모와 다각화는 생존에 긍정적

- 가맹점 1개 증가 시 폐업 위험은 약 0.7% 감소하고, 평균 가맹점 수(14.28개)만큼 증가하면 위험이 약 9.5% 감소
 - 표준편차(101.06개)만큼 증가하면 위험이 약 50.8% 낮아지며, 가맹비·로열티·차액가맹금 등 수입 기반 확대가 주요 경로
- 가맹본부의 브랜드 수가 1개 늘어날 때 폐업 위험은 약 8.1~8.8% 감소
 - 단일 브랜드 본부가 3개 브랜드를 추가 운영하는 경우 폐업 위험은 약 22.4~24.1% 낮아지는 것으로 추정
- 서비스업·외식업의 폐업 위험은 도소매업보다 각각 약 36.4%, 35.6% 낮음
 - 가맹점 평균 매출액과 수도권 가맹점 비율도 위험을 낮췄지만 효과 크기는 상대적으로 미미함
- 직영점 수, 임직원 수, 광고비·판촉비, 영업이익률은 폐업 위험에 통계적으로 유의한 영향을 보이지 않음
 - 부채비율은 통계적으로 유의하더라도 영향이 매우 작고, 모집 지연기간도 분석 대상의 92.7%가 등록 후 2년 이내 모집해 변별력이 제한
 - 직영점 운영은 개수보다 상품개발·브랜드 가치 제고·가맹점 지원 등 질적 기능을 기준으로 평가할 필요

[표 12] 콕스 비례위험 모형 추정 결과

구분	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
가맹점 모집 지연	0.947 (0.043)	0.965 (0.044)	0.958 (0.048)	0.965 (0.048)	0.963 (0.048)
가맹점 수	0.993*** (0.002)	0.995** (0.002)	0.996** (0.002)	0.996** (0.002)	0.996** (0.002)
직영점 수	1.001 (0.009)	1.006 (0.012)	1.006 (0.013)	1.006 (0.013)	1.006 (0.013)
가맹점 평균 매출액(백만 원)	0.999*** (0.000)	0.999*** (0.000)	0.999*** (0.000)	0.999*** (0.000)	0.999*** (0.000)
업종: 서비스	0.636** (0.115)	0.621*** (0.114)	0.620** (0.120)	0.616** (0.119)	0.596*** (0.118)
업종: 외식	0.644*** (0.107)	0.668** (0.112)	0.643** (0.113)	0.638** (0.112)	0.636** (0.112)
수도권 가맹점 비율	0.998* (0.001)	0.997*** (0.001)	0.996*** (0.001)	0.996** (0.001)	0.996*** (0.001)
본부 기준 임직원 수		1.000 (0.001)	1.000 (0.001)	1.000 (0.001)	1.000 (0.001)
가맹본부별 브랜드 수		0.915*** (0.020)	0.919*** (0.020)	0.914*** (0.020)	0.912*** (0.021)
광고비 (백만 원)		1.000 (0.000)	1.000 (0.000)	1.000 (0.000)	1.000 (0.000)
판촉비 (백만 원)		0.999 (0.001)	0.999 (0.001)	0.999 (0.001)	0.999 (0.001)
부채비율(%)			1.000** (0.000)	1.000** (0.000)	1.000** (0.000)
영업이익률(%)			1.000 (0.000)	1.000 (0.000)	1.000 (0.000)
법 위반 여부 더미				2.085*** (0.539)	1.939** (0.519)
가맹점증가율(%)					1.001 (0.001)
관측치 수	2,572	2,486	2,007	2,007	1,997
chi2	48.381	99.718	97.177	103.746	104.580

주: 괄호 안 표준오차. * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01.

I 현행 정보공개서 제도의 구조적 한계 확인

업종·복수 브랜드 여부에 따른 생존확률 차이 확인, 직영점 운영 효과는 미확인

- 카플란-마이어 추정 결과 업종과 복수 브랜드 여부에 따라 생존확률에 유의한 차이가 존재
 - 서비스업과 외식업은 시점별 생존확률의 수준과 추세가 유사한 반면, 도소매업은 두 업종보다 낮은 수준을 지속해 업종 특성을 고려한 차별적 접근이 필요
 - 복수 브랜드는 대부분의 시점에서 단일 브랜드보다 생존확률이 높아, 사업 포트폴리오 다각화에 따른 위험 분산과 운영 노하우 축적이 지속가능성에 긍정적으로 작용한 것으로 해석
- 직영점 운영 여부에 따른 생존확률 차이는 통계적으로 유의하지 않음
- 록스 비례위험 모형에서도 카플란-마이어 추정과 유사한 결과를 확인
 - 서비스업과 외식업의 폐업 위험은 도소매업보다 낮고, 가맹본부가 운영하는 브랜드 수가 증가할수록 폐업 위험도 감소
 - 직영점 수 증감은 폐업 위험에 유의한 영향을 미치지 않아 운영 여부뿐 아니라 규모 변화도 브랜드 생존을 설명하지 못함
- 가맹본부의 법 위반 이력은 폐업 위험을 크게 높이는 핵심 요인으로 확인
 - 가맹희망자가 브랜드를 선택할 때 법 위반 이력을 우선 확인해야 할 실증적 근거를 제공

가맹본부 단위 재무정보는 개별 브랜드의 폐업 위험을 설명하는 데 한계

- 일반적으로 기업의 성장성과 지속가능성을 보여 주는 재무성과가 본 분석에서는 브랜드 폐업 위험에 유의한 영향을 미치지 못하거나 영향이 미미
 - 정보공개서의 재무정보가 개별 브랜드가 아닌 가맹본부 단위로 제공돼 브랜드별 성과 차이가 가려질 수 있음
 - 복수 브랜드 본부에서는 일부 브랜드의 부진이 다른 브랜드의 양호한 실적으로 상쇄될 수 있으며, 광고비·판촉비 등 다른 본부 단위 정보도 같은 문제를 내포

정보공개서의 정보 유형과 단위를 브랜드 선택 관점에서 재설계 필요

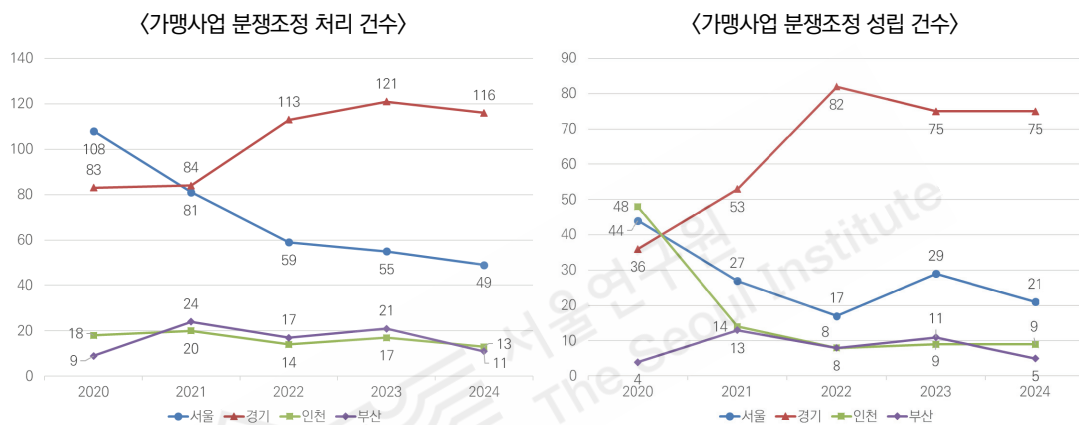
- 가맹본부 단위 변수가 개별 브랜드의 생존·폐업 위험을 적절히 포착하지 못한다면 현행 정보공개서의 정보 유형과 제공 단위만으로는 합리적 브랜드 선택을 충분히 지원하기 어려움
 - 가맹본부와 브랜드 특성의 괴리가 클수록 본부 단위 정보가 개별 브랜드의 폐업 위험을 왜곡해 전달할 가능성이 커짐
 - 본부 단위 정보와 브랜드 단위 정보를 구분하고, 법 위반 이력·업종·가맹점 규모·브랜드 다각화 등 실증적으로 확인된 위험정보를 우선 제시할 필요

Ⅲ. 서울시 공정거래정책의 문제점

Ⅰ 분쟁조정 실적 감소와 조사권 부족이 피해구제 역량을 약화

서울시 분쟁조정 처리 건수, 2020년 대비 2024년 54.6% 감소

- 서울시 처리 건수는 54.6%, 성립 건수는 52.3% 감소했으며, 지자체 전체 처리 비중도 2020년 30.4%에서 2024년 24.4%로 하락
 - 가맹사업 분쟁 자체는 2021년 이후 증가 추세인데도 지자체 성립 건수 비중은 같은 기간 34.3%에서 30.9%로 하락



[그림 4] 가맹사업거래 분쟁조정 처리 건수 및 성립 건수

[표 13] 가맹사업거래 분쟁조정 연도별 비중

구분	처리 건수		성립 건수	
	지자체	조정원	지자체	조정원
2020년	30.4%	69.6%	34.3%	65.7%
2021년	30.2%	69.8%	39.3%	60.7%
2022년	28.4%	71.6%	33.3%	66.7%
2023년	27.4%	73.7%	32.0%	68.0%
2024년	24.4%	75.6%	30.9%	69.1%

자료: 공정거래위원회(공정거래조정원)와 지자체의 보도자료 및 간담회 결과를 바탕으로 저자 작성.

- 서울시 성립률은 상대적으로 높아 조정 역량 저하보다 사건 접수 자체의 부족이 실적 감소의 직접 요인
 - 2023년 평균 처리 기간도 서울 31일, 경기 30일, 부산 33.1일로 조정원 44일보다 짧아 처리 역량 자체는 유지

- 지자체의 분쟁조정 실적 감소는 다양한 사례 분석과 학습의 기회를 제한함으로써, 지역 내 소상공인의 적절한 보호 및 신속한 피해구제에 부정적 영향
 - 지자체의 분쟁조정 역량 약화로 인한 조정원으로의 쏠림이 지속될 경우, 사건 처리 지연으로 인해 신속한 피해구제가 어렵고 조정의 질 역시 저하될 우려

권한 부족은 과태료 부과와 실태조사의 실효성을 동시에 저하

- 변경등록 미이행 외 허위·과장 정보, 예상매출 관련 의무 위반은 사실관계 조사가 필요하지만 지자체의 조사 강제수단이 부족
 - 조사·처분 권한을 모두 가진 공정위조차 2024년 과태료 179건 중 177건이 정보공개서 갱신·수정 의무 위반에 집중
- 2024년 가맹 분야 서면실태조사 결과, 매출정보 부풀리기 20.5%, 중요서면 미제공·지연제공 12.1%로 정보제공 관련 불공정거래행위를 경험한 가맹점사업자 비중이 높은 것을 확인
 - 두 유형은 지자체의 과태료 부과 대상 행위와도 연관되어 있다는 점에서, 지자체의 조사권 부족이 실제 피해예방의 공백으로 연결될 위험이 높음을 시사

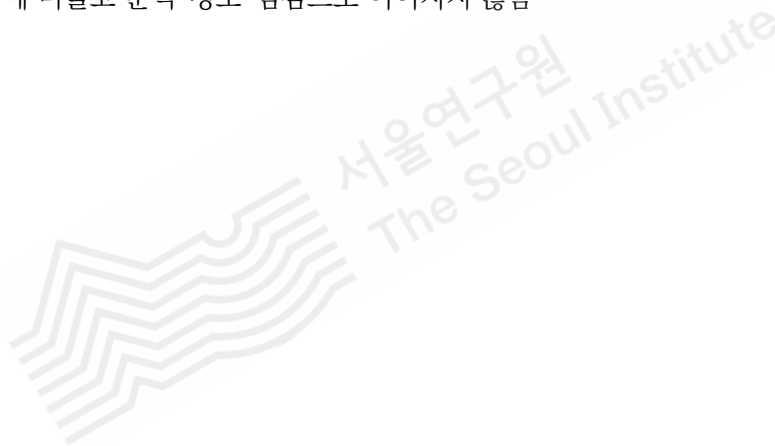
I 중앙-지방 협력 미흡과 정보공개서 구조가 예방정책을 제약

공정위 협력은 특정 시점의 일회성 지원에 머물러

- 업무 이양과 권한 확대 때 교육·법령 설명·공동 실태조사가 있었지만, 지속적인 인사교류와 사례 공유, 실무 컨설팅은 제도화되지 않음
 - 2017년 서울시·행안부·공정위·경기도 협약에는 교육·인사교류가 포함되고 공정거래협력관 파견도 논의됐으나 상시 운영으로 정착하지 못함
- 가맹·대리점 분야 성과공유간담회 외에 정례 협력 채널은 거의 없고, 개별 지자체의 요청에 따라 지원이 이뤄지는 구조
 - 이와 같은 구조에서는 조정기관 간 서비스 품질 격차를 해소하기 어렵고, 균질한 수준의 분쟁조정 및 피해구제를 기대하기 어려움

정보공개서는 방대한 정보를 제공하지만 핵심 위험신호가 드러나지 않아

- 법 위반 이력, 업종, 가맹점 규모, 복수 브랜드 여부가 생존과 밀접하지만 현행 정보공개서는 중요도에 따른 배열이나 해석 지원 없이 정보를 병렬적으로 제시
 - 정보 비대칭 해소 및 가맹희망자의 합리적 판단 지원이라는 정보공개서의 취지에 맞지 않는 설계로, 가맹희망자가 중요한 위험신호를 놓칠 가능성을 높임
- 가맹본부 정보와 브랜드 단위 정보가 혼재하여 제공됨에 따라, 가맹희망자는 가맹본부 단위 정보가 자신이 선택하려는 브랜드의 위험을 대표한다고 오인하여 판단이 왜곡될 우려
 - 복수 브랜드 본부의 재무성과가 어느 브랜드에서 발생했는지, 광고·판촉 지원이 특정 브랜드에 집중됐는지 확인하기 어려움
- 지자체 업무도 등록·과태료 등 행정 절차 중심이어서 정보공개서를 소상공인 피해예방의 정책 도구로 충분히 활용하지 못함
 - 가맹희망자 보호의 최소 안전장치로 도입된 자료가 등록 완료 여부를 관리하는 절차적 운영에 머물고 분석·경보·점검으로 이어지지 않음



Ⅳ. 서울시 공정거래정책 개선방안

Ⅰ 조정·협력·정보 기반의 공정거래정책 실효성 제고

분쟁조정 수요 확대·행정지도/응원·공정위 협력을 통한 서울형 정보공개서 정책 실효성 확보

- 공정위-서울시 간 이관 원칙과 사건 공동 관리체계를 구축하여 상호 보완 구조를 수립하고 공정거래종합상담센터를 기반으로 상담 절차 및 비용과 기대효과 등 다양한 정보를 제공
 - 상담·교육·가이드라인 개선을 위한 조정 사례를 축적하고, 조정 신청과 합의 비율 등 성과지표를 관리하여 정책 실효성 제고
- 법 개정 전 자율시정 권고·표준안 제시·이행점검과 같은 행정지도 수단을 활용하고, 공정위의 인력·자료·전문성을 요청하는 행정응원으로 서울시 단독 수행이 어려운 부분을 보완
- 서울시와 공정위 간 수평적으로 역할을 분담하고 상호 교류체계 제도화
 - 공정위는 서울의 세부 현황을 파악하고, 서울시는 정책 활용도를 제고할 수 있는 구조를 설계
 - 인력 교류 및 교육의 제도화를 통해 서울시의 자체 역량 강화
- 서울형 정보공개서 제도를 통해 핵심 위험정보를 포함한 종합적인 정보를 제공하고 정보공개서에 대한 현황 분석 및 실태조사·정책 개선의 선순환 시스템 구축
 - 핵심 위험지표, 최근 3개년 현황 및 동종업계 정보, 기타 재무·계약 지표에 대한 해설, 브랜드의 위험·성장성·지속가능성 등 제공
 - 정보공개서 분석 결과에 기반한 가맹희망자 및 소상공인 보호 정책 추진

주요 추진 전략

주요 과제	추진 전략
분쟁조정 수요를 확대하고 상담-조정 연계를 강화	• 공정위 직권조정 사건 중 서울 소재 사건을 서울시에 우선 이관 • 공정거래종합상담센터를 분쟁조정의 유입 경로로 전환
권한 부족은 행정지도와 행정응원으로 우선 보완	• 법률 개정 이전 활용 가능한 협력적 정책수단 존재
공정위와 정례적·체계적인 협력체계를 구축	• 공동 실태조사로 자료 확보와 정책 신뢰성을 동시에 제고 • 교육·사례 공유·인적 교류를 상시화
가맹희망자 보호를 위한 서울형 정보공개서 정책을 추진	• 핵심 위험정보를 전면에 배치하는 서울형 정보공개서 플랫폼 • 가맹사업 브랜드 종합평가로 정보 해석을 지원 • 정보공개서 분석-실태조사-정책의 선순환을 구축

I 분쟁조정 수요를 확대하고 상담-조정 연계를 강화

공정위 직권조정 사건 중 서울 소재 사건을 서울시에 우선 이관

- 공정위 직권조정 의뢰 사건 중 서울 소재 사건을 서울시에 적극 이관하여 새로운 조정 수요 확보
 - 공정위 직권조정 사건이 조정원에 집중되는 현행 구조는 신청인 접근성과 지자체 권한 이양 취지를 충분히 반영하지 못함
 - 조정원이 서울에 위치하여 서울 소재 사업자가 서울시를 별도 조정기관으로 선택할 지리적 유인이 상대적으로 낮음
- 사건 이관을 통해 서울시의 다양한 분쟁조정 경험과 전문성을 축적하는 동시에 조정원의 업무 과부하 완화에 기여

공정거래종합상담센터의 상담-분쟁조정 연계 강화

- 상담-알선-조정 3단계로 운영되는 서울시 상가임대차상담센터의 연계 구조를 가맹·대리점 분야에 적용
- 상담 단계에서 공정위 신고, 분쟁조정, 손해배상 소송 등 대응방안과 방안별 실익을 비교·안내하여 상담인의 선택 지원
- 분쟁조정 연계 실적을 상담센터 평가에 반영하여 상담-조정 간 구조적 연계성 강화

I 법률 개정 이전에도 활용 가능한 협력적 정책수단 존재

법률 개정 이전 활용 가능한 협력적 정책수단 존재

- 법 개정을 통한 조사권·시정권고권 공유가 근본 대안이지만, 제도 개편 전에도 자율시정 권고·표준안 제시·이행점검 등 비권력적 행정지도 활용
 - 중복조사를 피하는 범위에서 가맹 분야 조사권과 시정권고권을 지자체에 부여하는 법률 개정안이 발의된 바 있음
 - 공주시 조례의 불공정거래 행정지도, 경기도 조례의 유통플랫폼 시정권고 등 자치법규 사례를 참고하되 법률유보 원칙과 상대방의 자율성을 준수
- 공정위의 인력·자료·전문성을 요청하는 행정응원을 통해 서울시가 단독 수행하기 어려운 조사 설계·자료 확보·법률 검토 등을 보완
 - 「행정절차법」 제8조에 따라 문서·통계 제공이나 전문인력 파견 요청

I 공정위와 정례적·체계적인 협력체계를 구축

공동 실태조사로 자료 확보와 정책 신뢰성을 동시에 제고

- 서울시는 지역 현장정보와 행정력을 제공하고 공정위는 조사 전문성과 집행력을 보완하는 수평적 역할 분담을 설계
 - 공정위는 지역 세부 현황을 확보하고 서울시는 자료의 대표성·신뢰성과 후속 정책 활용도를 높이는 상호 이익 구조
- 공정위가 전 과정에 참여하기 어렵다면 조사 설계, 표본 구성, 자료 요청, 결과 해석, 후속조치 중 필요한 단계에 선택적으로 참여
 - 인력·예산 제약을 고려해 조사 설계 자문이나 결과 분석처럼 효과가 큰 단계부터 결합하는 유연한 참여 방식이 현실적
- 2021년 배달대행 계약서 점검처럼 기관별 역할을 명확히 나누면 사업자의 협조 아래 불공정 계약 조항의 자율시정, 서면 계약 체결 요청 등 후속조치까지 연결 가능
 - 배달대행업체 150여 곳을 대상으로 공정위는 위법성 판단, 지자체는 1차 점검·자율시정 유도, 조정원은 실무 지원을 분담

【 참고: 점검 기관별 역할 】

- (공정위) 점검계획을 수립하고 불공정한 계약조항인지 여부를 판단해 지자체에 통보하며, 법 위반사항이 발견되면 제재방안을 검토
- (국토부) 표준계약을 채택한 지역 배달대행업체들에 대해 소화물배송대행서비스 사업자 인증제도를 안내하고 인센티브 제공방안을 마련
- (지자체) 1차적인 점검을 맡아 표준계약서 채택·자율시정을 유도하고, 향후 지역 배달대행업체의 계획이행 여부 등을 점검
- (조정원) 불공정한 계약조항 여부를 판단하는 공정위 업무를 실무적으로 지원

[그림 5] 지역 배달대행업체-배달기사 간 계약서 점검 기관별 역할

교육·사례 공유·인적 교류 등 정례적 협력체계 구축

- 공정위·조정원과의 정례적 협력을 통해 서울시의 전문성과 분쟁조정 대응 역량 강화
 - 교육, 정보·사례 공유, 정책 지원 등 협력체계를 제도화
- 가맹·대리점 조정은 법령 해석, 시장·쟁점 분석, 중재 기법 등이 종합적으로 요구되는 고난도 업무로, 소수 인력만으로 자체 전문성을 축적하는 데 한계
- 인적 교류, 정례 교육, 조정 기준·사례 공유, 실무 컨설팅 등을 통해 분쟁조정 역량을 실질적으로 강화
- 공정위의 일방적 지원에 머물지 않고 서울시도 자체 전문성을 갖춘 협력 주체로 성장하여 수평적·지속가능한 협력관계 구축

I 가맹희망자 보호를 위한 서울형 정보공개서 정책을 추진

가맹희망자 보호를 위한 서울형 정보공개서 정책 추진

- 정보공개서를 단순 등록·관리 대상에서 벗어나 가맹희망자의 정보비대칭을 적극적으로 해소하는 정책수단으로 활용
 - 중요정보를 명확히 전달하고, 개별 지표의 해석과 종합적 판단을 지원하며, 분석에서 확인된 위험요인을 실태조사와 후속 정책으로 연계하는 다층적 정책 패키지 구축

핵심 정보를 우선 제공하는 서울형 정보공개서 플랫폼 구축

- 현행 정보공개서의 정보 유형과 구조를 재구성하여 가맹희망자가 중요한 위험요인을 쉽게 파악할 수 있도록 개선
 - 가맹브랜드의 폐업 위험과 관련된 법 위반 이력, 가맹점 규모, 복수 브랜드 여부 등 중요정보를 우선 배치하거나 별도로 표기
 - 기존 정보에 더해 대표 업종 및 세부업종별 생존확률 등 가맹희망자의 판단을 지원할 수 있는 정보 추가 제공

가맹사업 브랜드 종합평가를 통해 정보 해석 지원

- 서울시의 공정거래 전문성과 가맹사업 시장에 대한 이해를 활용하여 정보공개서를 종합적으로 분석하는 체계 구축
 - 서울 소재 가맹사업 브랜드의 위험·성장성 등을 종합적으로 분석하여 직관적으로 제시하는 ‘가맹사업 브랜드 종합평가’ 개발 검토
 - 서울시 전자상거래센터의 ‘쇼핑몰평가 100’과 같이 연 단위로 평가·공개하는 방안 검토

정보공개서 분석-실태조사-정책으로 이어지는 연계체계 구축

- 분석에서 확인된 특성을 실태조사를 통해 추가 검증하고 정책 개선의 기초자료로 활용
 - 직영점 운영 여부가 생존에 유의하지 않은 결과를 바탕으로 직영점 1+1 제도의 정책효과를 재검토하고, 운영 기간·성과·정보 확산 방식 등 직영점의 기능적 특성을 추가 파악
- 생존확률이 낮은 업종에 대한 집중 점검과 단일 브랜드 운영 가맹본부에 대한 실태조사 등 가맹희망자 보호를 위한 예방적 정책에 분석결과를 활용
- 공정위 정책이 충분히 미치지 어려운 영역을 지역 밀착형으로 보완하여 정책 사각지대 해소와 소상공인 보호에 기여

정책
리포트

제454호

서울시 기업거래 분야 공정거래정책 현황과 개선방안

발행인 오균

편집인 백선희

발행처 서울연구원

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

02-2149-1234

www.si.re.kr

ISSN 2586-484X

발행일 2026년 9월 14일

디자인 박진범

인쇄·제본 세일포커스

서울연구원 정책리포트는 서울시민의 삶의 질을 향상하고

서울의 도시 경쟁력을 강화하기 위해 도시 전반의 다양한 정책 이슈를 발굴하여 분석함으로써

서울시의 비전 설정과 정책 수립에 기여하고자 작성된 정책보고서입니다.

* 이 정책리포트는 서울연구원의 연구보고서 「서울시 기업거래 분야 공정거래정책 현황과 개선방안」을 바탕으로 작성되었습니다.

* 이 정책리포트의 내용은 연구진의 견해로 서울특별시의 정책과 다를 수 있습니다.