

보도시점:

2024. 11. 11.(월) 08:30

배포:

2024. 11. 11.(월) 8:30

“환불은 커녕 연장도 안해줘?”... 모바일 상품권, 5년 여간 불만 민원 3배 ↑

- 국민권익위, 최근 5년여간 ‘모바일 상품권(기프트콘 등)’ 민원 1,085건 분석 결과 공개
- 환불·연장 불가 등 ‘표준약관’ 사각지대로 인한 피해 커져... 소비자 보호를 위한 정책 개선 필요

□ 비대면 선물 문화의 확산으로 모바일 상품권 시장 규모가 2019년 3조 원에서 2023년 10조 원으로 5년 사이 약 3배 증가했다. 이에 모바일 상품권 관련한 국민 불만도 급증한 것으로 나타났다.

최근 5년 8개월간 모바일 상품권 민원 추이

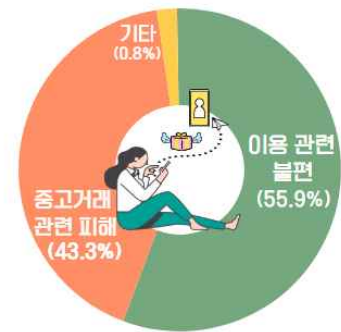


국민권익위원회(위원장 유철환, 이하 국민권익위)는 최근 모바일 상품권(기프트콘 등) 시장이 급성장함에 따라 다양한 불편 민원이 지속적으로 발생하고 있어 관련 민원을 분석하고 그 결과를 발표했다.

□ 최근 5년 8개월(2019년 1월~2024년 8월)간 민원정보분석시스템*에 수집된 모바일 상품권 관련 민원은 1,085건으로 ▲이용 관련 불편 (55.9%)과 ▲중고거래 관련 피해(43.3%) ▲기타 건의(0.8%)로 구분되었다.

* 국민신문고, 지방자치단체 민원창구 등에 접수된 민원 빅데이터를 종합적으로 수집·분석하기 위한 국민권익위의 범정부 민원분석시스템

모바일 상품권 민원 유형



- 모바일 상품권 이용 관련 불편 민원의 상당수는
- ▲ 환불 및 연장 관련 민원(71.3%)이었으며, 그 외는 ▲사용과정 불편신고(28.7%) 내용이었다.

특히 환불 및 연장 불가로 인한 피해의 대부분이 ‘신유형 상품권 표준약관’의 적용을 받지 않는 B2B 상품권*에서 발생해, 표준약관의 사각지대로 인한 소비자 피해가 심각한 것으로 나타났다.

모바일 상품권 이용 관련 불편 민원



* B2B(기업 간 거래, Business to Business) 상품권은 기업(기관)이 대량으로 할인된 가격에 구매하여 직원 복지나 고객 보상 등 다양한 용도로 사용하는 상품권

[B2B(기업형) 상품권의 환불·연장 불가의 부당함]

- 침대를 샀더니 모바일 상품권 20만 원을 줬어요. 그런데 유효기간이 한 달인 거예요. 생각지도 못했다가 유효기간이 지나버렸습니다. 그런데 이 상품권은 환불, 유효기간 연장이 안 된다고 하네요. 표준약관에 따르면 유효기간이 만료된 이후에도 환불이 가능하다고 되어 있어요. 20만 원을 날릴 수는 없습니다. ('24.5.)

[B2B(기업형) 상품권 업체의 불공정한 낙전수입 항의]

- 재직 중인 회사에서 추석 상여로 백화점 모바일 상품권을 받았는데, 해당 건은 유효기간 연장이 불가하다고 합니다. 그러던 중 기프슌이 7년 간 유효기간 만료로 얻은 수익이 498억원이나 된다는 기사를 보았습니다. 더 이상 소비자만 손해보고 해당 기업은 몇백억씩 부당이익을 취하지 않도록 개선해 주세요! ('24.4.)

[B2B(기업형) 상품권 구매 기업 입장]

- 사실 고객과 직원들에게 보냈던 모바일 상품권이 이렇게 사라지고 있는지 몰랐습니다. 고객센터 확인하니 구매한 기업에도 환불해 줄 수 없다고 합니다. 계약을 운운하며, 환불을 절대 거부해 폭리를 취하는 업체의 행태를 고발합니다. ('23.11.)

- 이어서 사용과정에서 발생한 불편 신고는 추가금 요구 및 혜택 제한 등 현금영수증 미발급 등 사용 매장에서 발생하는 민원이 대부분이었다.

그러나 이러한 사용 불편 민원의 이면에는 과도한 모바일 상품권 수수료, 정산 지연 등의 문제가 존재함을 소수의 판매자 민원을 통해 확인할 수 있었다.

[추가금 요구]

- 선물 받은 기프티콘을 이용하려고 매장을 방문하니 점원분께서 **'매장이용비 3000원'** 발생한다고 했습니다. 왜 기프티콘을 사용할 때만 매장 이용비가 발생하는지 궁금합니다. ('24.7.)

* 유사 내용 '매장' 입장 민원

- ① 자영업에 종사하고 있는 **프랜차이즈 점주**입니다. 저희가 배달비 차이를 두는 이유는 전화로 주문하는 고객들께 조금이나 혜택을 드리기 위해서이며 **기프티콘 수수료는 7~9% 정도 되며 2주 후에 입금됩니다.** 과도한 배달비를 요구하지 않았지만, 기프티콘을 사용할 때 차이를 두는 것이 문제가 될만한 일인가요? ('23.11)
- ② 배달 매장을 하고 있는 업주입니다. 너무 화가 나서 민원 올립니다. 대부분의 매장들이 추가 배달료를 받습니다. 근데 오늘 공정거래위원회에 문의해보니 그것도 받으면 안된다고 하네요. **업주들 요즘 정말 힘들어요. 업주한테는 과도한 수수료 먹여버리고 있습니다.** 그러지 마라고 제재해주셔야 하는 거 아닌가요? ('21.6)

- 또한 모바일 상품권의 중고거래 관련 피해에 대한 민원 대부분은 ▲도용 및 사기 피해 신고이며, 이외는 ▲중고거래 업체 관련 내용이었다.



최근 모바일 상품권 중고거래가 활성화되면서 이 과정에서 일어난 도용, 사기 등의 범죄 피해 민원도 증가한 것으로 확인되었다.

[도용·도난 피해]

- ○○마켓에 기프티콘 판매 글을 올렸다가 기프티콘 도용당했습니다. 바코드를 지우고 올렸는데 살짝 보여서 포토샵으로 확대하여 도용한 것 같습니다. e카드 5만원 교환권이 개인 앱에 충전되었다고 확인되었고, ◇◇에 문의하니 수사기관 아니면 개인정보를 알려줄 수 없다고 하여 신고합니다. ('23.1.)

□ 모바일 상품권 관련 기타 민원으로는 ‘받지 않을 권리’ 보장을 위해 ▲거절 및 환불 절차 보완 요구 ▲오배송(발송) 관련 민원 등의 내용으로 접수되었다.

- **받지 않을 권리를 보장해주세요.** 전화번호만 알면 문자메세지를 통해서 간편하게 선물을 보낼 수 있습니다. 이렇게 보내는 선물은 금액의 제한도 없고, 고가의 선물도 간편 결제 등으로 쉽게 보낼 수 있어서 편리하지만, 일부 사람들에게겐 난감한 경우가 많습니다. ('21.10.)

□ 국민권익위는 이번 민원 분석 결과를 공정거래위원회, 한국소비자원 등 관계기관에 전달해 ▲신유형 상품권 표준약관의 사각지대 개선 등 소비자 권익보호에 참고하도록 할 계획이다.

□ 국민권익위 민성심 국장은 “관계기관의 표준약관 제·개정 노력에도 불구하고 사각지대로 인한 소비자 권익침해가 계속되는 상황인만큼, 이번 민원 분석에 나타난 국민의 목소리가 정책개선에 반영되어 국민 실생활 속 불공정이 해소되길 기대한다.”라고 말했다.

이번 민원 분석 자료는 국민 누구나 언제든지 쉽게 찾아볼 수 있도록 국민권익위가 운영하는 ‘한눈에 보는 민원 빅데이터 (bigdata.epeople.go.kr)’ 누리집을 통해 공개된다.

[붙임] 모바일 상품권(기프티콘 등) 관련 민원 분석 보고서 1부

담당 부서	민원정보분석과	책임자	과 장	전시현 (044-200-7281)
		담당자	주무관	유선미 (044-200-7280)