



# 경제정의실천시민연합

Citizens' Coalition for Economic Justice

110-809 서울/종로/동숭50-2 (전화)02-765-6400 (전송)02-741-8564 [www.ccej.or.kr/](http://www.ccej.or.kr/) @cyberngo / ccejjustice  
▪공동대표 : 보선 임현진 조현 최정표 박종두 ▪상임집행위원장 : 김호균 ▪정책위원장 : 채원호 ▪사무총장: 고계현

수 신 : 각 언론사 경제·사회부, NGO담당기자

발 신 : 장진영 경실련 소비자정의센터 운영위원장, 변호사

문 의 : T. 02-765-9732 윤철한 팀장, 박지호 간사(010-4944-6347)

시행일 : 2013. 12. 19(목)

제 목 : <보도자료> 경실련, 모바일상품권 유효기간 실태조사 결과발표 (총 4매)

## 모바일상품권, 유효기간 지나치게 짧고 자기 멋대로

- 명확한 기준 없이 종이상품권에 비해 유효기간 짧게 설정 -
- 환불 안내도 하지 않고, 약관에 명시한 유효기간도 어겨 -

스마트폰 메시지를 통해 거래되는 모바일상품권의 유효기간이 통상의 상품권에 비해 유효기간이 지나치게 짧고 제멋대로인 것으로 조사됐다. 또한 약관에 명시된 유효기간을 지키지 않거나, 상품 구매 시 환불에 대한 설명이 없어 소비자피해가 발생할 가능성이 높은 것으로 나타났다.

경실련 소비자정의센터(대표 김성훈)는 카카오의 ‘카카오톡’, 네이버의 ‘밴드’, 다음의 ‘마이피플’에서 6개 업체가 서비스 하는 모바일상품권의 유효기간과 약관, 환불규정을 조사했다. 이들 업체는 SK, KT, CJ 등 대기업이 운영하고 있었다. 조사결과 다음과 같은 문제점이 나타났다.

### ① 종이상품권에 비해 지나치게 짧은 유효기간

먼저 모바일상품권의 유효기간이 최소 7일에서 최대 180일로 지나치게 짧았다. 그리고 카카오톡에서 판매되는 동일 상품(도미노피자)의 유효기간도 판매업체에 따라 30일(기프트쇼) 또는 60일(기프트콘)로 제각각이었다. 또한 특정 상품에 구매 받지 않고 구매가 가능한 금액형 모바일상품권 유효기간 역시 60일(홈플러스 모바일쿠폰 등) 또는 90일(CU모바일상품권)로 각각 다르게 설정해 놓았다.

또한 모든 업체가 약관 상 모바일상품권의 소멸시효를 5년으로 설정해 놓았음에도 불구하고 실제 판매 시 유효기간은 30일, 60일로 지나치게 짧았다. 일례로 해피머니 상품권의 경우 종이상품권의 유효

기간이 5년에 임에도 불구하고 모바일상품권의 유효기간은 고작 90일로 한정해 놓고 있다. 종이상품권과 모바일상품권은 기능과 용도면에서 하등의 차이가 없음에도 불구하고 별다른 이유없이 모바일 상품권의 유효기간을 턱없이 짧게 한 것이다.

뿐만 아니라 같은 물건을 구입할 수 있는 모바일상품권도 판매매체에 따라 유효기간이 두배까지 차이가 나는 등 합리적인 기준없이 유효기간을 제멋대로 설정하는 것으로 드러났다. 이와 같이 부당하게 짧은 유효기간으로 인해 모바일 상품권을 가지고 있는 소비자들이 미처 사용하기도 전에 유효기간이 지나버려 제대로 권리를 행사하지 못하는 경우가 허다하다.

<모바일상품권 유효기간 실태조사 결과\_1>

구분	품명	모바일 유효기간	메신저	서비스명
물품형	한줄로고 여성용 장갑	7	카카오톡	기프팅
	도톰한마일드 물티슈(캡형) 70매*10팩	30	카카오톡	기프팅
	카페베네 아메리카노[R]	59	카카오톡	쿠투
	카페베네 아메리카노[R]	60	카카오톡	기프트콘, 기프팅
	카페베네 아이스 카페모카[R]	60	네이버 밴드	원큐브마케팅
	도미노피자 포테이토오리지널 + 콜라 1.25L	30	카카오톡	기프티쇼
	도미노피자 포테이토오리지널 + 콜라 1.25L	60	카카오톡	기프티콘
	도미노피자 포테이토오리지널M + 콜라 1.25L	30	네이버 밴드	원큐브마케팅
	도미노피자 썬 불고기L + 콜라 1.25	60	다음 마이피플	쿠프마케팅
금액형	MISSA 온라인 상품교환권(2만원)	60	네이버 밴드	원큐브마케팅
	메가박스 1인 관람권(주말)	60	다음 마이피플	쿠프마케팅
	홈플러스 모바일쿠폰 5천원권	60	카카오톡	기프팅
	CU모바일상품권 10000원	90	카카오톡	기프팅
	해피머니 5만원 모바일상품권	90	카카오톡	기프티콘
	VIPS 50,000원권	180	카카오톡	쿠투

② 약관에 명시하지 않거나, 명시한 유효기간도 안 지켜

뿐만 아니라 모바일상품권 유효기간을 약관에 명시하지도 않아 업체가 자기 마음대로 유효기간을 설정할 수 있도록 한 경우도 있었다. SK플래닛과 KT엠하우스는 금액형(90일) 모바일 상품권의 유효기간만 명시하고 물품형 모바일 상품권의 유효기간은 아예 명시하지 않았다. 또한 네이버 밴드를 통해 상품권을 판매하고 있는 원큐브마케팅은 물품형과 금액형 설명 없이 모든 유효기간을 60일로 명시하고 있고, 다음 마이피플을 통해 판매하고 있는 쿠프마케팅은 아예 유효기간을 약관에 명시하지 않았다.

<약관상 모바일 상품권 유효기간>

모바일메신저	서비스명	판매업체	물품형 유효기간	금액형 유효기간
카카오톡	기프트콘	SK플래닛	-	90
	기프트쇼	케이티엠하우스	-	90
	쿠투	CJ E&M	60	90
	기프팅	원큐브마케팅	60	60
네이버 밴드	기프트샵	원큐브마케팅	60	60
다음 마이피플	선물샵	쿠프마케팅	-	-

※ 약관 상 유효기간이 정확히 정해지지 않은 경우 상품권에 명시(기)되어 있는 유효기간에 따름

그리고 일부 업체의 경우 자사 약관에 명시해 놓은 모바일상품권 유효기간을 지키지 않고 제멋대로 유효기간을 설정하는 것으로 나타났다. 원큐브마케팅의 경우 약관에 모바일상품권 유효기간을 60일로 명시하고 있지만 실제로는 30일짜리로 판매하고 있었다. CJ E&M 역시 약관에 금액형 상품권의 유효기간이 90일로 명시되어 있지만, 실제로 60일로 유효기간을 설정해 상품을 판매하고 있다.

<모바일상품권 유효기간 실태조사 결과\_2>

구분	품명	판매업체	모바일 유효기간	약관 유효기간
물품형	한줄로고 여성용 장갑	원큐브마케팅 (기프팅)	7	60
	도미노피자 포테이토(오리지널)M + 콜라 1.25L		30	60
	뉴욕치즈파이	원큐브마케팅 (기프트샵)	30	60
	신지가토 스마일링 다이어리		30	60
금액형	CGV 주말 예매권	CJ E&M (쿠투)	60	90
	VIPS 50,000원권		180	90

③ 환불 관련 안내도 규정도 없고, 선물 받은 소비자는 환불 신청도 못해

마지막으로 환불에 대한 설명이나 고지가 제대로 이뤄지지 않고 있었다. 대부분 업체에서 모바일 상품권 구입일로부터 5년 이내에 금액의 90%를 환불 받을 수 있다는 규정을 두고 있었으나, 실제 상품구매 시 구매자에게 환불가능 여부나 환불 방법 등에 대해서는 아무런 설명도 하지 않고 있다.

무엇보다 모바일 상품권은 친구에게 선물하는 용도로 많이 구입되고 있는데 구매자가 아닌 제3자가 모바일상품권을 선물 받았을 경우, 문자로 선물 받은 모바일상품권이 삭제되거나 유효기간이 경과하여 소비자피해가 발생하고 있다. 하지만 대부분의 업체는 제3자에 재전송 요청이나 환불을 거부하고 있다.

2008년 이후 2013년 7월까지 소비자가 사용하지 못하고 환급 받지 못한 금액이 약 213억 원에 이르며 업체들은 부당하게 막대한 이득을 보게 된다.

### **모바일상품권 구매절차, 유효기간, 환불정책 개선해야**

2008년 모바일상품권 서비스가 시작된 이후 시장은 계속 확대되고 있다. 2009년 160억 원이었던 매출액이 2012년 1,062억으로 불과 3년만에 6배 넘게 확대됐다. 하지만 이와 관련된 유효기간이나 환불규정, 구매절차 등은 아직 초보적인 수준에 머물러 있다.

이에 경실련 소비자정의센터는 모바일상품권 구매시스템의 개선을 촉구한다.

첫째, 어떠한 기준이나 합의도 없이 업체가 일방적으로 결정한 유효기간을 늘려야 한다. 기존 상품권과 기능 및 가치의 차이가 없음에도 불구하고 종이상품권에 비해 부당하게 짧게 유효기간을 설정한 것은 부당하다.

둘째, 모바일상품 구매 시 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 상품정보, 판매자정보와 더불어 유효기간과 환불방법 등을 명확히 고지해야 하고 이를 약관에 반영해야 한다.

셋째, 구매한 모바일상품권에 유효기간 뿐만 아니라 환불방법 등을 명시하고, 선물받은 제3자에게도 환불이나 재전송이 가능하도록 하여 삭제되거나 유효기간 경과로 인한 소비자피해를 예방해야 한다.

넷째, 소비자가 삭제되거나 유효기간이 경과하여 사용하지 못한 모바일상품권의 종류나 금액, 환불가능여부 등의 정보를 손쉽게 확인하여 환불받을 수 있도록 해야 한다.

향후 경실련 소비자정의센터는 모바일상품권 관련 소비자 피해를 예방하기 위해 유효기간 확대 요구는 물론, 소비자의 실제 사용패턴에 맞지 않게 업체가 일방적으로 정해놓은 약관 등을 개선하기 위한 운동을 전개 할 예정이다.

**※ 별첨 1. 모바일상품권 유효기간 실태조사 결과(엑셀파일),**

**※ 별첨 2. 업체별 관련 약관**

## **경실련 소비자정의센터**