

붙임 1

품목별 소비자 피해 현황, 주요사례, 유의사항

1 택배

가. 소비자 피해 현황

□ 최근 3년간(2018. 1. 1. ~ 2020. 12. 31.) 소비자상담 22,810건, 피해구제 773건이 접수되었고,

○ 전체 기간대비 설 연휴가 포함된 1~2월 접수 건수는 소비자상담* 17.9%(4,075건), 피해구제** 20.7%(160건)로 나타났다.

* 소비자상담 : '18년 18.5%(1,861건) → '19년 20.7%(1,332건) → '20년 13.9%(882건)

** 피해구제 : '18년 18.3%(64건) → '19년 25.6%(57건) → '20년 19.4%(39건)

〈 택배 관련 소비자상담 및 피해구제 접수 현황(1~2월) 〉

(단위: 건, %)

구분	2018년	2019년	2020년	계
소비자상담 건수	10,047	6,436	6,327	22,810
1~2월 건수(비율)	1,861(18.5)	1,332(20.7)	882(13.9)	4,075(17.9)
피해구제 건수	349	223	201	773
1~2월 건수(비율)	64(18.3)	57(25.6)	39(19.4)	160(20.7)

○ 피해구제 신청 이유는 운송물의 파손·훼손이 43.5%로 가장 많았으며, 분실 40.0%, 계약위반 10.2% 등의 순이었다.

〈 택배 관련 피해구제 신청 이유 〉

(단위: 건, %)

피해유형	2018년	2019년	2020년	계
파손·훼손	127(36.4)	110(49.4)	99(49.3)	336(43.5)
분 실	163(46.7)	73(32.7)	73(36.3)	309(40.0)
계약위반	37(10.6)	23(10.3)	19(9.4)	79(10.2)
부당요금	12(3.4)	11(4.9)	2(1.0)	25(3.2)
기 타	10(2.9)	6(2.7)	8(4.0)	24(3.1)
계	349(100.0)	223(100.0)	201(100.0)	773(100.0)

나. 소비자 피해 주요 사례

▶ 사례 1 운송물 훼손에 대한 손해배상 요구 거부

- A씨는 2020년 1월 3일 B씨에게 제기를 배송하기 위해 택배 서비스를 이용함. B씨가 수령 후 확인해보니 박스 바닥이 파손되면서 제기 받침도 파손됨. 택배기사는 파손된 제기에 대해 배상해주겠다고는 하였으나 이후 본사와 대리점은 책임을 전가하며 배상처리를 지연함.

▶ 사례 2 임의 배송으로 변질된 신선식품의 손해배상 요구 거부

- C씨는 2020년 1월 7일 D씨에게 훈제연어를 배송하기 위해 택배 서비스를 이용함. 그러나 택배사업자가 사전에 배송장소에 대한 고지없이 임의로 배송하여 약 이틀동안 상온에 방치되어 변질됨. 이에 택배사업자에게 배상을 요구하였으나 택배사업자는 이를 거부함.

▶ 사례 3 파손면책에 동의하지 않았으나 훼손된 운송물에 대한 손해배상 요구 거부

- E씨는 2020년 2월 4일 F사에 문서파쇄기를 배송하기 위해 택배 서비스를 이용함. 배송 의뢰 당시 택배기사로부터 파손면책 등에 대한 안내를 받지 못함. 수하인이 물품 수령 후 케이스가 손상되어 있음을 확인하고 택배사업자에게 손해배상을 요구하였지만 택배사업자는 포장 미흡을 이유로 배상을 거부함.

▶ 사례 4 배송 중 변질된 신선식품의 손해배상 요구 거부

- G씨는 2020년 2월 4일 자녀인 H씨에게 나박물김치를 배송하기 위해 택배 서비스를 이용함. H씨가 택배 수령 후 확인해 본 결과 배송 중 포장에 파손되어 김치국물이 새어나와 먹을 수 없게 됨. 이에 택배사업자에게 손해배상을 요구하였으나 택배사업자는 배상을 거부함.

다. 소비자 유의사항

- 명절 연휴 전후로는 택배 물량이 급증하여 배송이 지연될 수 있으므로 충분한 시간을 두고 배송을 의뢰한다.
 - 설 전 택배물량이 증가하고, 택배업체의 사정으로 배송이 지연될 가능성이 높으므로 신선식품 등 부패변질되기 쉬운 물품은 연휴 이후에 보내는 것이 바람직하다.
 - 배송 예정일보다 늦게 배송되어 피해를 입는 경우 ‘소비자분쟁해결 기준(공정위 고시)’에 따라 물품 명세서(운송장) 상의 배송예정일* 등을 근거로 피해배상을 청구할 수 있다.
 - * (택배 표준약관) 운송장에 인도예정일을 기재하도록 되어 있음.
 - * (전자상거래 표준약관) 온라인 상점(쇼핑몰)은 소비자가 구매한 물품의 배송기간 등을 명시하도록 되어 있음.
- 보내는 사람은 받는 사람에게 택배 발송 사실과 배송 예정일을 미리 알려 배송 여부를 확인하고, 부재 시 배송장소를 택배사업자와 협의할 수 있도록 한다.
 - 개정된 ‘택배 표준약관(2020. 6. 5. 시행)’에 따라 받는 사람이 부재 중인 경우 택배사업자는 고객의 요청 시 물품을 합의된 장소에 보관하는 것으로 인도를 완료할 수 있다.
 - ‘국토교통부의 택배종사자 보호조치 권고사항(2020.4.16.)’에 따라 비대면 배송서비스가 제공되므로 배송 의뢰 후 주기적으로 배송 상황을 확인하도록 한다.
- 택배 방문 수거 등 운송 예약 시 택배사업자와 사전에 방문일자·시간 및 부재 시 물품 보관 장소를 협의하도록 한다.

* (택배 표준약관) 택배사업자의 책임은 운송물을 소비자(송화인)로부터 수탁한 때로부터 시작

□ 운송장에 물품 종류, 수량, 가격을 정확하게 기재한다.

- 물품의 품명과 중량·수량, 물품 가격 등을 운송장에 정확히 기재해야 물품이 분실되거나 훼손되었을 때 적절한 배상을 받을 수 있다.

* (택배 표준약관, 소비자분쟁해결기준) 물품의 가격을 운송장에 기재하지 않으면, 택배 회사의 손해배상 한도액은 50만원으로 제한될 수 있음.

- 선물을 보낼 때 운송장은 발송자가 직접 작성하고 물품 배송이 완료될 때까지 보관한다.

□ 파손이나 훼손의 우려가 있는 물품은 포장 완충재 등을 이용하여 꼼꼼하게 포장하고, '파손주의' 등의 문구를 표기한 후 택배기사에게 내용물을 사전에 고지한다.

- 물품을 받은 후, 즉시 파손·변질 여부 등을 확인하고, 문제가 있으면 운송물을 수령한 날로부터 14일 이내에 택배사업자에게 피해사실을 통지해야 한다. 또한 사고 물품은 배상이 완료될 때까지 보관한다.

2

상품권

가. 소비자 피해 현황

□ 최근 3년간(2018. 1. 1. ~ 2020. 12. 31.) 소비자상담 10,918건, 피해구제 694건이 접수되었고,

○ 전체 기간대비 설 연휴가 포함된 1~2월 접수 건수는 소비자상담* 17.6%(1,922건), 피해구제** 16.0%(111건)로 나타났다.

* 소비자상담 : '18년 18.1%(619건) → '19년 17.4%(626건) → '20년 17.3%(677건)

** 피해구제 : '18년 16.7%(28건) → '19년 15.4%(35건) → '20년 16.1%(48건)

〈 상품권* 관련 소비자상담 및 피해구제 접수 현황 〉

(단위: 건, %)

구분	2018년	2019년	2020년	계
소비자상담 건수	3,413	3,600	3,905	10,918
1~2월 건수	619(18.1)	626(17.4)	677(17.3)	1,922(17.6)
피해구제 건수	168	228	298	694
1~2월 건수	28(16.7)	35(15.4)	48(16.1)	111(16.0)

* '상품권' 및 '신유형상품권' 품목을 합친 건수임.

○ 피해구제 신청 이유는 '유효기간 경과로 사용 거부'가 57.3%로 가장 많았고, 이어 '환급 거부' 16.7%, '유효기간 이내 사용 거절' 7.5%, '사용 후 잔액 환급 거부' 3.5% 등의 순이었다.

〈 상품권 관련 피해구제 신청 이유 〉

(단위: 건, %)

피해유형	2018년	2019년	2020년	계
유효기간 경과로 사용 거부	97(57.7)	130(57.0)	171(57.4)	398(57.3)
환급 거부	22(13.1)	36(15.8)	58(19.5)	116(16.7)
유효기간 이내 사용 거절	21(12.5)	3(1.3)	28(9.4)	52(7.5)
사용 후 잔액 환급 거부	5(3.0)	18(7.9)	1(0.3)	24(3.5)
상품권 미인도	4(2.4)	4(1.8)	4(1.3)	12(1.7)
기타	19(11.3)	37(16.2)	36(12.1)	92(13.3)
계	168(100.0)	228(100.0)	298(100.0)	694(100.0)

나. 소비자 피해 주요 사례

▶ 사례 1 유효기간이 경과한 지류상품권의 90% 환급 요구 거부

- A씨는 2019년 1월 29일에 구매한 뷔페이용권의 유효기간(6개월)이 경과하여 사업자에게 구매금액의 90% 환급을 요구하였으나 사업자는 이를 거부함.

▶ 사례 2 유효기간이 경과한 모바일상품권의 90% 환급 요구 거부

- B씨는 2020년 1월 22일 케이크 기프티콘을 30,200원에 구매하였으나 유효기간(~2020.2.20.)이 경과하여 기간 연장 또는 구매금액의 90% 환급을 요구하였으나 사업자는 이를 거부함.

▶ 사례 3 가맹점 영업 중단으로 인해 사용이 불가능한 상품권의 환급 요구 거부

- C씨는 2020년 1월경 선물받은 외식상품권(100,000원 상당)을 사용하기 위해 2020년 5월 11일 식당을 방문하였으나 임대 안내문만 붙어 있고 영업을 하지 않아 상품권을 이용하지 못함. 이에 환급해 줄 것을 요구하였으나 사업자는 이를 거부함.

▶ 사례 4 기업 간 거래로 발행된 모바일상품권의 기한 연장 또는 환급 요구 거부

- D씨는 설 명절 상여금 명목으로 회사로부터 백화점 모바일 상품(교환)권 50,000원권 1매를 받았으나 유효기간(~2019.4.3.) 내 지류상품권으로 교환하지 못함. 이에 환급을 요구하자, 백화점은 해당 상품권은 기업 간 거래로 발행된 상품권으로 D씨가 무상 제공받은 것이기 때문에 환급이나 기간 연장이 어렵다고 함.

다. 소비자 유의사항

- 상품권 구매 전 발행일, 유효기간, 환급 규정, 사용 조건 등을 반드시 확인하고 구매 후에는 기간 내에 사용하도록 한다.
 - 특히, 모바일상품권은 지류형상품권에 비해 유효기간이 짧은 경우가 많으므로 사용에 각별한 주의가 필요하다.
 - 또한, 상품권의 유효기간이 경과하였더라도 발행일로부터 5년이 경과하지 않은 경우 구매금액의 90%를 환급 받을 수 있으므로 발행일을 확인하여 환급을 요구한다.
- 명절 등 상품권 수요가 집중되는 시기에 높은 가격 할인을 광고하고 대량 구입, 현금 결제 등을 유도하는 판매 행위는 사기수법일 가능성이 높으므로 이용하지 않는 것이 좋다.
 - * 안전한 구매를 위해 업체 현황정보, 구매안전서비스(에스크로) 가입 여부 등을 확인
- 이벤트, 프로모션 등을 통해 무상으로 제공받은 모바일상품권은 유효기간이 짧고, 기간 경과 후에는 연장 및 환급이 어려우므로 주의한다.
 - 소비자가 이벤트, 프로모션 등에 참여하여 무상 제공받은 모바일 상품권은 유상구매 상품권과 달리 유효기간이 1~2개월로 짧고, 기간 연장, 환급 등이 어려우므로 기한 내 사용하도록 한다.
- 메신저를 통해 가족·지인 등을 사칭하여 상품권 구매를 요구하는 메신저 피싱 사고가 증가하고 있어 상품권 대리 구매를 요청받은 경우, 반드시 가족·지인에게 유선 확인 후 구매하도록 한다.
 - 구글 기프트카드, 문화상품권의 경우 카드번호, PIN(사용자식별) 등 특정 정보가 노출되면 온라인 사용이 가능하여 구매 취소가 어려우므로 대리구매 요청 시 메신저 피싱이 아닌지 사전에 철저히 확인하여 피해를 예방하도록 한다.