

**1 택배**

**가. 소비자피해 현황**

□ 최근 3년간(2018.1.1.~2020.12.31.) 소비자상담은 22,810건, 피해구제는 773건이 접수됐고,

○ 전체 기간대비 추석 연휴가 포함된 9~10월 신청 건수는 소비자상담 4,186건(18.4%), 피해구제\*\* 139건(18.0%)으로 나타났다.

\* 소비자상담 : '18년 1,678건(16.7%) → '19년 1,137건(17.7%) → '20년 1,371건(21.7%)

\*\* 피해구제 : '18년 64건(18.3%) → '19년 30건(13.5%) → '20년 45건(22.4%)

**< 택배 관련 소비자상담 및 피해구제 신청 현황(9~10월) >**

(단위: 건, %)

구분	2018년	2019년	2020년	계
소비자상담 건수	10,047	6,436	6,327	22,810
9~10월 건수(비율)	1,678(16.7)	1,137(17.7)	1,371(21.7)	4,186(18.4)
피해구제 건수	349	223	201	773
9~10월 건수(비율)	64(18.3)	30(13.5)	45(22.4)	139(18.0)

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

○ 운송물의 파손·훼손 관련 피해구제 신청은 추석 연휴가 포함된 9~10월에 상대적으로 많이 발생하는 것으로 나타났다.

**< 최근 3년간 택배 관련 월별 피해구제 신청이유 >**

(단위: 건, %)

피해유형	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
파손·훼손	35	25	34	21	15	19	33	22	26	48	29	29	336 (43.5)
분 실	46	22	29	15	14	23	21	24	19	32	38	26	309 (40.0)
계약위반	15	4	5	3	5	3	8	1	5	6	8	16	79 (10.2)
부당요금	3	3	1	1	3	3	4	1	1	1	1	3	25 (3.2)
기 타	3	4	4	2	3	-	1	2	1	-	1	3	24 (3.1)
계	102 (132)	58 (75)	73 (94)	42 (54)	40 (51)	48 (62)	67 (87)	50 (65)	52 (67)	87 (113)	77 (100)	77 (100)	773 (100.0)

## 나. 소비자피해 주요 사례

### ▶ 사례 1 택배 파업으로 배송지연 및 파손된 운송물에 대한 손해배상 요구 거부

- A씨는 2021년 6월 21일 B씨에게 꿀을 배송하기 위해 택배서비스를 이용함. 택배사업자의 파업으로 배송이 지연되다가 2021년 6월 26일 사전 안내없이 꿀이 완전히 파손된 상태로 A씨에게 반송됨. 이에 택배사업자에게 손해배상을 요구했으나 택배사업자는 배상을 거부함.

### ▶ 사례 2 배송 중 박스 파손으로 일부 분실된 운송물에 대한 손해배상 요구 거부

- C씨는 2020년 9월 18일 자녀인 D씨에게 쇠고기, 탕국, 나물, 전 등 20kg 상당의 음식물이 담긴 아이스박스를 배송하기 위해 택배서비스를 이용함. D씨가 택배 수령 후 확인해본 결과 배송 중 아이스박스의 바닥이 파손되어 대부분은 분실되었고 소량의 음식물만 남은 상태였음. 이에 택배사업자에게 손해배상을 요구했으나 택배사업자는 배상을 거부함.

### ▶ 사례 3 배송 중 분실된 운송물에 대한 손해배상 요구 거부

- E씨는 2021년 4월 5일 팔찌의 수리를 위해 편의점을 통해 택배서비스를 이용함. 이후 팔찌 수리 업체는 상자 안에 팔찌가 없는 상태로 상자만 도착했다고 하여 택배사업자에게 손해배상을 요구했으나 택배사업자는 배상을 거부함.

### ▶ 사례 4 임의배송으로 변질된 식품에 대한 손해배상 요구 거부

- F씨는 2020년 10월 29일 어머니인 G씨에게 쌀 20kg를 배송하기 위해 택배서비스를 이용함. 그러나 택배사업자가 사전에 배송장소에 대한 고지없이 임의로 대문 앞에 배송했고, 당일 많은 비가 내려 쌀이 젖어 변색되는 등 먹을 수 없게 되어 택배사업자에게 손해배상을 요구했으나 택배사업자는 배상을 거부함.

## 다. 소비자 유의사항

- 명절 연휴 전후로는 택배 물량이 급증하여 배송이 지연될 수 있으므로 충분한 시간 여유를 두고 배송을 의뢰한다.
  - 추석 전 택배물량이 증가하고, 택배사업자의 사정으로 배송이 지연될 수 있으므로 급하게 사용할 제품이나 신선·냉동식품을 온라인 쇼핑몰 등에서 구입하거나 배송을 의뢰하기 전에 연계된 택배사업자 및 배송지 영업점의 상황을 확인하는 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.
- 택배 방문 수거 등 운송 예약 시 택배사업자와 사전에 방문일자·시간 및 부재 시 운송물 보관 장소를 협의하도록 한다.
  - 특히, 소비자가 편의점 또는 인터넷 사이트 등을 통해 택배서비스를 의뢰하고 운송물을 별도 장소에 둘 경우 분실에 유의해야 한다.
    - \* (택배 표준약관) 택배사업자의 책임은 운송물을 소비자(송화인)로부터 수탁한 때로부터 시작
- 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 부재중인 경우 택배사업자는 고객의 요청 시 운송물을 합의된 장소에 보관하는 것으로 인도를 완료할 수 있다.
  - 추석 연휴 기간에 부재중일 경우, 배달 기사가 경비실 등에 운송물을 맡기는 사례가 있으므로 주기적으로 배송 여부를 확인해야 한다.

- 운송장에 운송물 종류, 수량, 가격을 정확하게 기재한다.
  - 운송물의 품명과 중량·수량, 물품 가격 등을 운송장에 정확히 기재해야 운송물이 분실되거나 훼손되었을 때 적절한 배상을 받을 수 있다.
    - \* (택배 표준약관, 소비자분쟁해결기준) 운송물의 가격을 운송장에 기재하지 않으면, 택배사업자의 손해배상 한도액은 50만원으로 제한될 수 있음.
      - 또한 손해배상 금액은 인도(예정)일의 인도(예정)장소에서의 운송물 가액을 기준으로 산정한 손해액 또는 송화인이 입증한 운송물의 손해액(영수증 등)으로 함
  - 선물을 보낼 때 운송장은 발송자가 직접 작성하고 운송물 배송이 완료될 때까지 보관한다.
  
- 파손이나 훼손의 우려가 있는 운송물은 포장 완충재 등을 이용하여 꼼꼼하게 포장하고, '파손주의' 등의 문구를 표기한 후 택배기사에게 내용물을 사전에 고지한다.
  - 농산물 등 부패나 변질이 우려되는 신선식품은 빠른 기간 내에 배달되도록 특송 서비스 등을 이용하는 것이 좋다.
  - 운송물을 받은 후 즉시 파손·변질 여부 등을 확인하고, 문제가 있으면 운송물을 수령한 날로부터 14일 이내에 택배사업자에게 피해사실을 통지해야 한다. 또한 사고 운송물은 배상이 완료될 때까지 보관한다.

## 가. 소비자피해 현황

□ 최근 3년간(2018.1.1.~2020.12.31.) 무상제공형 기프트콘 관련 소비자 상담 접수건은 1,345건, 피해구제 신청건은 129건이 접수됐고,

○ 전체 기간 대비 추석 연휴가 포함된 9~10월 접수 건수는 소비자상담 219건(16.3%), 피해구제\*\* 28건(21.7%)으로 나타났다.

\* 소비자상담 : '18년 65건(15.7%) → '19년 87건(19.0%) → '20년 67건(14.2%)

\*\* 피해구제 : '18년 3건(14.3%) → '19년 9건(20.0%) → '20년 16건(25.4%)

〈 무상제공형 기프트콘\* 관련 소비자상담 및 피해구제 신청 현황 〉

(단위: 건, %)

구분	2018년	2019년	2020년	계
소비자상담 건수	415	458	472	1,345
9~10월 건수(비율)	65(15.7)	87(19.0)	67(14.2)	219(16.3)
피해구제 건수	21	45	63	129
9~10월 건수(비율)	3(14.3)	9(20.0)	16(25.4)	28(21.7)

\* '모바일' 키워드가 포함된 '상품권', '신유형상품권', '각종쿠폰류' 품목 중 '유효기간', '약관', '적립' 키워드가 포함된 건수임.

□ 피해구제 신청 이유는 계약 관련 불만이 61.2%로 가장 많았으며, 부당 행위 16.3%, 표시광고 10.1% 등의 순이었다.

〈 최근 3년간 무상제공형 기프트콘 관련 월별 피해구제 신청 이유 〉

(단위: 건, %)

피해유형	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
계약	2	2	8	8	5	4	5	8	5	14	12	6	79 (61.2)
부당행위	1	3	1	1	3	0	0	0	0	5	5	2	21 (16.3)
표시광고	3	3	0	1	1	1	2	0	0	1	1	0	13 (10.1)
품질	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	2	8 (6.2)
기타	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	8 (6.2)
계	8 (6.2)	10 (7.8)	9 (7.0)	12 (9.3)	9 (7.0)	5 (3.8)	8 (6.2)	9 (7.0)	6 (4.6)	22 (17.1)	20 (15.5)	11 (8.5)	129 (100.0)

## 나. 소비자피해 주요 사례

### ▶ 사례 1 이벤트를 통해 받은 기프티콘 유효기간 연장 및 환급 거부

- A씨는 2021년 1월 20일 이벤트를 통해 받은 모바일 기프티콘을 2개월 후 사용하려고 사용처에 문의하니 유효기간이 경과되어 사용할 수 없다는 답변을 받음. 유효기간 연장 또는 환불을 요청했으나 사업자는 거부함.

### ▶ 사례 2 신용카드 발급 후 받은 기프티콘 재발송 및 환급 거부

- B씨는 신용카드를 발급 받고 사업자가 발송한 기프티콘을 받음. 유효기간이 지나 신용카드 고객센터에 문의하니 재발송 및 환급이 불가하다고 함. B씨는 유효기간이 지났어도 발행일로부터 5년이 지나지 않았으므로 기프티콘의 재발송이나 환급을 요구함.

### ▶ 사례 3 유효기간 경과된 기프티콘 연장 및 환급 거부

- C씨는 2021년 3월경 사업자가 발송한 모바일 기프티콘을 사용하려던 중 유효기간이 경과한 것을 확인하고, 사업자에게 연장 또는 환급을 요구했으나 사업자는 이를 거부함. 소비자는 기프티콘을 수령했을 때 유효기간 경과 시 연장 또는 환급이 불가하다는 사실이 기재되어 있지 않아 이를 알 수 없었음. 소비자는 중요한 내용을 표시하지 않은 것에 대한 불만으로 유효기간 연장 및 환급을 요구함.

### ▶ 사례 4 가전 구입 후 사은품으로 받은 모바일 기프티콘 유효기간 연장 거부

- D씨는 E사업자로부터 가전을 구입하고 사은품으로 E사업자가 발행한 모바일 기프티콘을 문자로 받았는데 문자를 분실하여 E사업자에게 재발송을 요구함. 그러나 문자로 재발송을 받은 날이 기프티콘 유효기간 만료일로, 당일 교환이 어려워 D씨는 E사업자에게 유효기간 연장을 요구했으나 거부함.

## 다. 소비자 유의사항

- 기프티콘 중 ‘이벤트, 프로모션 등으로 무상 제공된 기프티콘’의 경우 ‘신유형상품권 표준약관\*’의 환급 기준을 적용받지 않는다\*\*. 또한 유효기간이 짧을 뿐 아니라 유효기간이 경과되면 사용이 거부되므로 주의해야 한다.
  - \* 신유형상품권 : 금액 등이 전자적 장치에 저장되어 있거나 전자정보로 기록되었다는 증표가 모바일 기기에 저장되고 제시함으로써 사용가능한 상품권
  - \*\* 신유형상품권 표준약관 제3조(적용의 범위) 제1항에 의거하여 발행자가 신유형상품권을 전액 무상 제공한 경우 이 약관은 적용되지 않는다.
- 신용카드 발급 시 또는 통신 및 인터넷 가입 시 받게 되는 무상 제공형 기프티콘은 유상구매 기프티콘보다 유효기간이 상대적으로 짧고 기간 연장, 환급 등이 어려울 수 있다. 기프티콘을 수령한 후 유효기간을 반드시 확인하고 기한 내 사용하도록 한다.