

 한국소비자원 Korea Consumer Agency	<h1>보도자료</h1> <p>“소비자 주권 시대를 열어가는 국민의 기관”</p>	 페이스북 @kcanews  인스타그램 @kca.go.kr	
이 자료는 7월 15일(금) 조건부터 사용하시기 바랍니다.[방송인터넷 매체는 7월 14일(목) 12시]			
배포일	2022년 7월 13일(수) (총 6쪽)	담당부서	분쟁조정사무국 분쟁조정총괄팀
		담당자	이상근 팀장 (043-880-5551) 이선주 변호사 (051-638-0731)

소비자분쟁조정위원회 “머지포인트 집단분쟁조정 결정” - 미사용 포인트에 대한 손해배상 결정 -

한국소비자원 소비자분쟁조정위원회(위원장 변용재, 이하 ‘위원회’)는 머지포인트*를 구입한 소비자들이 제휴업체 대폭 축소 등을 이유로 판매업자** 및 통신판매중개업자*** 등에게 대금의 환급을 요구한 집단분쟁조정 신청 사건에 대해, 사업을 총괄하고 진행한 머지플러스(주) 외에도 판매업자와 거래를 중개한 통신판매중개업자의 책임을 일부 인정하는 결정을 했다.

신청인은 총 7,203명이나, 조정결정일(22.6.14.) 기준 신청 취하, 소 제기, 연락 불능, 자료 제출 기한 내 자료 미제출 등의 사유에 따른 일부 소비자를 제외하면 5,467명의 소비자가 배상 대상이 된다.

- * 머지머니 전자상품권형 금액권, 머지포인트 카드형 금액권, 구독서비스 등 3종을 포함.
머지머니 또는 머지포인트는 금액형 사이버 화폐로 약 20% 할인된 금액으로 구입이 가능했고, 구독서비스는 월 15,000원의 멤버십 가입을 통해 일정 금액 할인을 받을 수 있음.
- ** 통신(온라인)판매업자인 머지서포터(주), (주)스마트콘, (주)즐거운, (주)쿠프마케팅, (주)한국페이지서비스, (주)스타일씨코퍼레이션, (주)카카오 및 오프라인 판매업자인 (주)지에스리테일, (주)비지에프리테일
- *** 온라인플랫폼 사업자인 (주)위메프, (주)티몬, 십일번가(주), 롯데쇼핑(주), (주)인터파크, 지마켓글로벌(유)

사건 개요

소비자들은 머지플러스(주)가 운영하는 머지포인트 모바일 앱을 통해 제휴업체에서 대금 할인서비스를 이용해 오던 중, 금융감독원이 머지포인트가 선불전자지급수단에 해당하므로 머지플러스(주)가 전자금융거래법에 따라 전자금융업자로 등록해야 함에도 등록하지 않았 다며 ‘미등록 전자금융업 영위 혐의’가 있다고 통보했고, 이에 2021년 8월 11일 머지플러스(주)는 이용 가능한 가맹점(제휴업체)을 ‘음식점업’으로 제한하는 조치를 취함.

이러한 조치 및 이러한 조치가 야기한 거래상 혼란으로 인해 할인 혜택을 받을 수 있는 제휴업체의 수가 대폭 축소되어 원래 약정되었던 할인 서비스의 이용이 사실상 불가능해짐에 따라 위 소비자들이 머지포인트 대금의 환급 또는 손해배상을 요구하는 내용으로 분쟁조정을 신청함.

※ 집단분쟁조정은 집단적 소비자피해에 대한 신속한 분쟁 해결을 위해 「소비자기본법」에 따라 50명 이상의 소비자에게 같거나 비슷한 유형의 피해가 발생한 경우에 절차가 개시되며, 위원회는 지난 3월 7일 「동법」 제68조 제2항에 따른 집단분쟁조정 절차를 개시하기로 결정함.

이 사건에서 머지플러스(주)와 계열사인 머지서포터(주)는 무응답으로 일관했다. 이외 사업자들은 이미 머지플러스(주)와 판매 대금을 정산했고, 정산 이후의 운영·관리의 주체는 머지플러스(주) 이므로 환급 또는 손해배상 책임은 머지플러스(주)에게 있다고 주장했다.

위원회는 머지플러스(주)의 계약상 할인서비스 제공 의무 불이행 및 약관 위반에 대한 손해배상 책임을 인정하고, 대표이사 권남희와 최고전략책임자이자 실사주인 권보균 및 머지서포터(주)에 대해서도 위 회사와 함께 연대책임을 부담하도록 했다.

판매업자 및 통신판매중개업자(플랫폼 사업자)에 대해서는, ▲전자상거래법상 청약 철회 대상으로 인정될 가능성, ▲소비자를 오인시킬 수 있는 표시·광고에 대한 책임, ▲각각 전문적인 전자상품권 발행업자(콘사) 또는 전문적인 상품기획자(MD)와 법무팀을 보유한 대형 플랫폼 사업자로서, 신생 중소기업의 전자상품권 발행 또는 판매중개를 의뢰받으면서 관련 신용 리스크와 전자금융거래법에 따른 전자금융업자 등록필요 여부에 대한 검토를 제대로 하지 않은 점 등을 고려해 일부 책임을 부담하는 것으로 조정 결정했다.

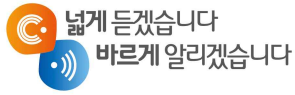
다만, 그 책임 범위는 고의가 아닌 과실에 의한 소비자의 손해 발생임을 고려해 일정한 감액률을 적용하여 제한했다.

이번 결정은 (1) 수차례에 걸친 관련자 간담회를 통해 소비자와 사업자의 입장을 균형 있게 반영하고, (2) 합리적인 손해배상금 지급 방식을 제안해 조정 결정에 대한 사업자들의 수용 가능성을 제고 했으며, (3) 배상책임의 중심에 있는 머지플러스(주)가 사실상 폐업 상태에 있어 실질적인 소비자 보호를 위해 권남희, 권보균 개인을 피신청인으로 참가시켜 그 배상 책임을 인정하고, (4) 판매업자 및 중개업자의 연대책임을 일부 인정하여 기업의 사회적 책임을 강조함으로써, 위원회가 소비자 전문 대체적 분쟁해결기구로서 사회적 갈등 해소에 기여하고 ESG 가치를 실현하고자 한 것에 그 의의가 있다.

위원회는 위와 같은 내용의 조정결정서를 당사자에게 통지할 예정이다. 당사자는 결정서를 받은 날로부터 15일 이내에 조정결정 내용에 대한 수락 여부를 위원회에 통보할 수 있고, 당사자가 결정 내용을 수락하거나 수락이 간주되는 경우 재판상 화해의 효력이 발생한다.

위원회는 앞으로도 다수의 소비자에게 동일 피해가 발생한 사건에 대해 집단분쟁 조정 절차를 적극 활용하여 신속하고 공정한 분쟁 해결을 위해 노력할 것임을 밝혔다.

※ 소비자분쟁조정위원회는 「소비자기본법」 제60조에 따라 소비자와 사업자 사이에 발생한 분쟁을 조정하기 위해 한국소비자원에 설치돼 있으며 소비자와 사업자가 조정결정을 수락하면 재판상 화해의 효력이 발생하게 됩니다.



위 자료를 인용하여 보도할 경우에는
출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
www.kca.go.kr



소비자분쟁조정위원회 머지포인트 집단분쟁조정 사건 조정결정

1. 집단분쟁조정신청 개요

○ (신청인) 총 7,203명¹⁾

○ (피신청인)

- 1. 머지플러스 주식회사

- [통신판매업자] 2. 머지서포터 주식회사, 3. 주식회사 스마트콘, 4. 주식회사 즐거운,
5. 주식회사 쿠프마케팅, 6. 주식회사 한국페이즈서비스, 7. 주식회사 스타일씨
코퍼레이션, 8. 주식회사 카카오

- [통신판매중개업자] 9. 주식회사 위메프, 10. 주식회사 티몬, 11. 십일번가 주식
회사, 12. 롯데쇼핑 주식회사, 13. 주식회사 인터파크, 14. 지마켓글로벌
유한책임회사

- [오프라인 판매업자] 15. 주식회사 지에스리테일, 16. 주식회사 비지에프리테일

- [머지플러스 임원 등] 17. 권남희(대표이사), 18. 권보균(최고전략책임자·실사주)

○ 사건처리 주요 경과

- 2021. 9. 9. 소비자분쟁조정위원회 집단분쟁조정사건 접수

- 2022. 3. 7. 제2,338회 소비자분쟁조정위원회에서 집단분쟁조정절차 개시 결정

- 2022. 6. 14. 제2,392회 소비자분쟁조정위원회에서 조정 결정

○ 사건 개요

- 신청인들은 2018.7월 ~ 2021.8월, 피신청인 통신판매중개업자가 운영하는 인터넷
쇼핑몰을 통해 피신청인 통신판매업자로부터 머지머니 금액권 또는 구독 서비스를
구입하거나, 오프라인 판매자가 운영하는 편의점에서 머지포인트 카드를 구매하여,
머지포인트 모바일 앱 회원으로 등록함.

1) 머지포인트 사건의 피해 소비자의 수는 총 56만 명 이상, 피해액은 2,500억 이상(서울남부지방법검찰청에서 사기죄로 공소제기 한 범죄사실 기준)으로 추정되나, 이러한 모든 피해 소비자의 조정 신청을 일시에 처리하는 것은 물리적으로 불가능하고, 한편 피신청인들이 위원회의 조정결정 내용을 수락할 경우 「소비자기본법」 제68조 제5항에 따라 보상계획서의 제출을 권고함으로써 이 사건 신청인이 아닌 피해 소비자에게도 조정 결정의 효과가 동일하게 적용되도록 할 예정이므로, 신청인의 규모를 최초 접수기간 내에 접수된 신청인으로 제한함.

- 소비자들에게 머지머니 금액권 또는 구독 서비스 등을 판매하면서 머지머니 금액권 또는 구독 서비스 등을 이용해 수만 개²⁾의 제휴업체들로부터 20% 정도의 할인을 받을 수 있다는 내용을 표시 및 광고함.
- 2021. 8. 11. 머지플러스(주)가 신청인들이 구매한 머지머니 금액권, 구독권 서비스 또는 머지포인트 카드를 사용하여 할인 혜택을 받을 수 있는 제휴업체를 ‘음식점업’으로 제한하는 조치를 취함.
- 이러한 조치 및 이러한 조치가 야기한 거래상 혼란으로 인해 할인 혜택을 받을 수 있는 제휴업체의 수가 대폭 축소되어 원래 약정되었던 할인 서비스의 이용이 사실상 불가능해짐.
- 이에 신청인들이 구매한 머지머니 금액권, 구독 서비스 및 머지포인트 카드 대금의 환급 또는 손해배상을 요구함.

2. 조정결정 내용

피신청인	책임부담 근거	책임 금액 산정 방식
머지플러스	계약상 할인 서비스 제공 의무 불이행, 약관 위반	이행이익 배상원칙에 따라서 잔여 포인트와 구독서비스로 인하여 얻을 수 있었던 이익 금액을 신청인 별로 산정(손해배상액 총액: 약 22억 원)
권남희, 권보균	「상법」 제401조와 제401조의2(상법 제401조를 실질적 업무집행지시자에게도 적용하는 조항)에 근거하여 이사 및 업무집행지시자로서 머지플러스와 연대책임 부담	머지플러스와 동일한 연대책임 부담 (손해배상액 총액: 약 22억 원)
머지서포터	머지플러스의 계열사로서 머지플러스와 함께 본건 사업을 기획하고 특히 온라인 판매를 담당한 실질적인 사업주체 중의 하나이므로 머지플러스의 손해배상 책임과 실질적으로 같은 연대책임을 부담해야 함.	머지서포터의 연대책임 범위는 머지서포터의 머지머니 금액권 또는 구독권 서비스의 판매 대상이 되었던 신청인들의 손해 부분에 국한함(총액: 약 19억 7천만원). 한편, 머지서포터의 책임은 고의에 의한 책임으로서, 다른 통신판매업자와는 달리 책임 금액에 대하여 감액하지 않음.

2) 관련된 표시·광고에는 “150개 브랜드 70,000여 가맹점에서 사용가능” 한, “5년 동안 사용 가능한 타 커머스에서도 검증받은 확실한 모바일 상품권” 이라고 기재되어 있으며, 다른 표시·광고에는 가맹점(제휴업체) 숫자가 55,000으로 기재되거나 65,000으로 기재되어 있음. 한편, 검찰 공소장에는 가맹점(제휴업체) 숫자가 65,000개로 기재되어 있음.

<p>통신판매업자 (머지서포터 제외)</p>	<p>단순한 통신판매업자가 아닌 전문적인 전자상품권 발행업자로서, (1) 전자상거래법상 청약철회의 대상이 될 가능성, (2) 소비자를 오인 시킬 수 있는 표시·광고에 대한 책임, (3) 종래에 선례가 드물게 큰 폭의 할인 서비스(20% 정도)를 신생 중소기업이 다수의 제휴업체(6만 5천 개 정도)를 상대로 제공하는 것과 관련한 리스크에 대한 검토 및 대책 수립 부족(일부 판매업자의 경우에는 제휴업체 확대를 지원해 준 것으로 보임), (4) 전자금융거래법상 등록 여부에 대한 검토 및 대책 수립이 부족하였던 점 등을 고려하여 일부 책임을 부담하는 것으로 조정 결정</p>	<p>신청인들에 대한 손해배상액 총액에 대하여, 본건 전체 매출액(신청인들의 결제액 기준)에서 각 통신판매업자가 판매한 금액의 비중에 따른 금액을 한도로 하되, 고의가 아닌 과실에 의한 소비자 손해 발생임을 고려하여 책임 한도를 60%로 제한</p>
<p>통신판매중개업자</p>	<p>전문적인 MD 들을 보유하고 사내 법무팀을 보유한 대형 플랫폼 사업자로서, (1) 소비자를 오인 시킬 수 있는 표시·광고에 대한 책임, (2) 종래에 선례가 드물게 큰 폭의 할인 서비스를 신생 중소기업이 다수의 제휴업체를 상대로 제공하는 것과 관련한 리스크에 대한 검토 및 대책 수립 부족, (3) 전자금융거래법상 등록 여부에 대한 검토 및 대책 수립이 부족하였던 점 등을 고려하여 일부 책임을 부담하는 것으로 조정 결정</p>	<p>신청인들에 대한 손해배상액 총액에 대하여, 본건 전체 매출액(신청인들의 결제액 기준)에서 각 통신판매중개업자가 판매 중개한 금액의 비중에 따른 금액을 한도로 하되, 고의가 아닌 과실에 의한 소비자 손해 발생임을 고려하여 책임 한도를 30%로 제한</p>
<p>오프라인 판매업자</p>	<p>오프라인 판매 전문 MD를 갖추고 있는 편의점 운영업체로서, 상품권의 판매를 의뢰받음에 있어서 종래에 선례가 드물게 큰 폭의 할인 서비스를 신생 중소기업이 다수의 제휴업체를 상대로 제공하는 것과 관련한 리스크에 대한 검토 및 대책 수립이 부족했던 것 등을 고려하여 일부 책임을 부담하는 것으로 조정 결정</p>	<p>신청인들에 대한 손해배상액 총액에 대하여, 본건 전체 매출액(신청인들의 결제액 기준)에서 각 오프라인 판매업자가 판매한 금액의 비중에 따른 금액을 한도로 하되, 고의가 아닌 과실에 의한 소비자 손해 발생임을 고려하여 책임 한도를 20%로 제한</p>