



문서번호 : 26-03-민생위-03

수 신 : 각 언론사

발 신 : 민주사회를 위한 변호사모임 민생경제위원회

제 목 : [민생위][공동 보도자료] 쿠팡 소비자·판매자 피해신고센터 활동 결과 및 사례 발표

전송일자 : 2026. 3. 13.(금)

전송매수 : 총 9매

민변 민생경제위원회·참여연대 민생희망본부

공동 보도자료

쿠팡 소비자·판매자 피해신고센터 활동 결과 및 사례 발표

한 달이라는 짧은 기간 131건의 제보 들어오며 시민들의 분노 보여줘
소비자 피해는 해킹시도·스팸전화 증가 다수, 판매자 피해 양상은 다양
쿠팡 등 독과점 플랫폼기업 불법행위 막으려면 온플법·집단소송법 필요

1. 오늘(3/13) 민변 민생경제위원회와 참여연대는 쿠팡 소비자·판매자 피해신고센터(이하 '신고센터')에 접수된 131건의 신고내용과 개선사항 등을 정리해 신고센터의 활동 결과를 발표했습니다. 지난 12월 4일부터 1월 4일까지 한 달 간 운영된 신고센터는 개인정보 유출 2차 피해를 비롯해 가품, 환불 지연, 입점업체·납품업체 갑질과 불공정 계약 등 소비자와 판매자들이 쿠팡에게 입은 여러 유형의 피해들을 신고받고 대응 절차를 안내했습니다.
2. 신고센터에 접수된 전체 제보 건수는 중복제보자를 제외하고 131건이며, 이 중 소비자 신고 건수는 114건(87%)이었습니다. 소비자 신고 내용의 다수는 개인정보 유출로 이후 해킹시도 및 스팸·피싱 전화의 증가였으며, 개인통관고유번호 도용(1건)과 무단결제(7건)에 대한 제보도 접수되었습니다. 또한, 쿠팡이 주거지역 내 물류창고 설치를 금지하는 현행법을 위반하여 도심 내 소규모의 주문배송시설(MFC, Micro Fulfillment Center)을 사실상 물류창고로 이용하는

불법행위를 저지르고 있다는 제보도 접수되었습니다. 신고센터는 소비자 108명에게 한국소비자원 피해구제 및 분쟁조정 절차를, 판매자 1명에게 공정거래위원회 분쟁조정 절차를 안내했으며, 지난 23일에는 무단결제 제보 건 중 1건에 대하여 경찰에 수사를 의뢰했습니다.

3. 판매자 신고 건수는 131건 중 17건(13%)으로, 소비자 신고 건수에 비해 많지 않았으나 그 피해 내용은 다양했습니다. 구체적인 신고내용은 △무료반품·환불 사유가 아님에도 환불 강요 및 소명 요구, △막무가내 가품의심상품 처리 및 소명 요구, △과도한 수수료, △광고비 부당청구, △가품 판매업체 제재·관리 미비로 인한 아이템위너 누락 △대금지급 지연, △쿠팡의 판매가 임의노출로 인한 손해 보상 거부, △쿠팡의 타사제품 카피한 PB상품 판매, △거래처 정보 요구 후 같은 제품 판매 등이었습니다. 이러한 내용들은 이미 지난 2024년 참여연대가 ‘온라인 플랫폼 불만 신고센터’ 운영을 통해 발간한 [“온라인 플랫폼 이용자 불만 사례집”](#)을 통해 지적된 사안들이고, 쿠팡에도 사례집을 전달하여 개선을 요구했지만 여전히 개선이 이뤄지지 않았음이 확인되었습니다.
4. 신고센터에 피해를 제보한 소비자들은 쿠팡에 △책임감 있는 사과와 보상, △재발 방지 대책 마련, △탈퇴 시 다크패턴 해소 등을 요구했습니다. 판매자들은 △가품 판매자 제재 및 정직한 판매자 보호, △대금 정산 주기 축소, △동의하지 않거나 과도한 광고비 청구 금지, △가격 하향 유도하는 가격조정버튼 수정, △무조건 선환불 정책 폐지, △쿠팡 귀책사유로 발생한 매출 손실에 대한 책임 인정과 보상, △정산대금 지급을 명목으로 한 과도한 개인정보 요구 금지 등을 요구했습니다.
5. 신고센터를 운영한 민변 민생경제위원회와 참여연대는 짧은 기간 운영한 신고센터에 131건의 피해 사례가 접수된 것은 쿠팡이 우리 사회에 끼치는 폐해가 큰 만큼 시민들의 분노가 쏟아진 결과라며, 쿠팡이 책임감 있는 보상과 지적된 문제들에 대한 개선 방안들을 마련해야 한다고 밝혔습니다. 또한, 쿠팡 등 독과점 플랫폼 기업의 불법적인 행위를 규제 및 방지하고, 쿠팡 개인정보 유출사고와 같은 대규모 피해 발생 시 피해자들이 제대로 보상 받기 위해서는 온라인플랫폼법과 집단소송법을 제정해야 한다고 강조했습니다. 끝.

■ 보도자료 및 붙임 [[원문보기](#) / [다운로드](#)]

■ 붙임1 : 개인통관부호 도용 및 무단결제 제보 사례

■ 붙임2 : 쿠팡의 불법 물류창고 운용 제보

■ 붙임3 : 판매자 피해 사례

■ 붙임1 : 개인통관부호 도용 및 무단결제 등 소비자 피해 사례

● 사례 A – 개인통관부호 도용

개인통관고유번호를 도용하여 구매한 적이 없는 품목(Clothes)이 통관을 위해 관세청에 신고 되었다는 메시지를 수신함. 즉시 관세청 유니패스에 전화하고 본인인증을 거쳐 도용신고하고 개인통관고유번호를 다시 발급함. 한편 모르는 휴대전화번호로부터 단계적으로 "배송예정 → 배송완료 → 반품회수예정(이때 나의 거주지가 엉뚱하게 전주시 모처로 기재됨) → 반품이 안되면 취소"한다는 문자메시지를 받음.

● 사례 B – 무단결제

쿠팡에서만 사용하는 신용카드로 8월15일 이베이에서 11차례 결제 및 취소가 반복 되었음.

● 사례 C – 무단결제

자는 동안 28만 원짜리 RC카 상품이 결제되어 있었고, 주문취소 후 고객센터에 문의하니 결제정보는 유출되지 않았다는 답변을 받음.

● 사례 D – 휴대전화번호 도용

개인정보 유출사고 이후인 12월 11일(목)부터 쿠팡으로부터 총 4건의 문자를 받음. 실제 주문하지 않은 거래 건으로, 쿠팡 고객센터와 등록된 판매자에게 문의를 해보았으나 4개의 각기 다른 계정에서 제품을 구매한 후 내 핸드폰 번호를 수신자로 등록하여 알림을 받고 있다는 답변을 쿠팡 고객센터로부터 회신받음. 서로 다른 네 구매자가 12월 11일부터 동시에 내 개인정보(핸드폰 번호)를 등록했다는 것이 이상하기에 개인정보 도용 의혹을 제기했으나, 쿠팡에서는 구매자의 개별 실수라고 안내하였고 수사기관에 의뢰하라는 답변을 받음.

■ 붙임2 : 쿠팡의 불법 물류창고 운용 제보

● 사례 E – 주문배송시설(MFC, Micro Fulfillment Center) 불법 운용

서울시는 조례로 (준)공업,상업지역에만 택배용 집배송창고의 건축이 가능하도록 하여, 도시내에서의 무분별한 택배업 영업행위가 불가하도록 엄격히 제한해 왔습니다.

그러나 쿠팡이 주문배송시설(MFC)을 변종운영하면서, 더이상 이를 묵인할 경우 모래알처럼 많은 서울시내 근린생활시설이들이, 그들의 물류창고화 될수 있겠다는 우려를 하고 있습니다.

일반적으로 택배는 (회사마다 다르고 더복잡하지만)간단히 말씀드리면 크게 다음 A>Flow의 단계를 거쳐 각 가정에 배송됩니다.

A>Flow

- 1.풀필먼트센터(보관창고)
- 2.허브(지역별 분류)
- 3.배송센터(허브에서 분류한 회물을 주소별로분류하여 간선차량에 상차)
- 4.배송지(간선차량의 화물하차->화물을 배송차량에 상차 ->배송지에 배송)

국토부는 지난 2024년, 물류혁신을 한다며도심 내 주문배송시설(MFC)에 대한 제도적기반을 마련하였습니다.

주요 골자는,

- 1.'창고'가 아닌, 근린생활 시설 내
- 2.수요예측을 통해 소형,경량화물을 미리보관하고
- 3.소비자의 주문에 따라. 신속하게 배송하게 한다는 것이 국토부의 주문배송시설의 제도적기반 마련 취지였습니다.

즉, (소형)풀필먼트를 도시에 구축하여, 앞서 말씀드렸던 A>Flow단계에서 지역별로 화물을 배분하는 'HUB의 분류단계 및 배송센터에서의 상하차 단계-화물을 옮겨심는 행위'를 생략하여, MFC에서 소비자에게 바로 배송이가능하게 함으로써, 더 빠른 서비스를 제공할겠다는 것이 국토부의 취지라고 이해하시면 됩니다. 굳이 유사한 사례라면 배달의민족 B마트가 이에 부합하는 형태라고들합니다.

그러나 쿠팡은 국토부의 도입 취지와는 다르게 변종 MFC를 운영하고 있다고 생각합니다.

강남구 논현동 소재 쿠팡 MFC는 보관하는 상품일부와, 실제로는 기존 택배배송센터와 다름없이 허브로부터 운송된 화물을 배송차량에 나눠심고 배송지로 배송하는 택배업 영업행위를 병행하고 있다는 것이 저의 생각입니다.

이는 서울시에서 엄격히 제한하여 집배송창고에서만가능한 집배송행위를 근린생활시설에서 하고 있는 것입니다.

기존의 택배 배송센터는 건축물의 용도상 '근린생활시설'에서 운영할 수가

없습니다.

따라서 근린생활시설에서 MFC를 개설하고, 위 A>Flow에 따른 택배업영업을 병행한다는것은, (아주 쉽게 말씀 드리면) 주택용도의 건물에서 안방은 주거용으로 사용하고 거실은노래방 영업을 하는것과 마찮가지인 상황입니다.

국토부는 소량, 경량의 상품을 보관하게 해주고 그것이 주문되면 직배송하게 해주었지, 기존 창고시설에서나 할수있었던 택배업의 A>Flow(허브에서 대형트럭에 화물을 싣고 와서, 1톤 차량으로 화물을 배분하여 배송지로 배송하는 행위)를 허락해준 것이 아닙니다.

쿠팡 MFC에서 업무를 하는 배송기사 지인들에게 확인한 바, 배송하는 화물다수가 일반택배업의 A>FLOW를 통해 입고되는 화물을 배송하고 있다고 합니다.

■ 붙임3 : 판매자 피해 사례

● 사례 F – 과다한 광고비와 대금 정산 지연

1.광고비

쿠팡의 cpc광고는 하루 예산을 설정하고 진행하는데, 이 경우 어느정도야 감안이 된다고 치더라도 이 범위를 오바해서 집행하고 있습니다. (예. 하루예산 1만원 설정시 거의 대부분 12000원 이상 집행해서 자동 과징합니다.) 이는 충분히 제어가 가능함에도 무려 20%넘는 금액을 부당청구하고 있는 셈입니다.

2. 정산문제

일단 쿠팡의 정산주기가 판매후 평균 50일이나 소요됩니다. 이는 단순한 문제가 아니고 하루 1백만원을 판매한다면 무려 5천만원이라는 정산금을 쿠팡이 쥐고 있는 셈이고, 50일이 지나서도 하루에 해당되는 금액만 정산이 되어 사실상 5천만원이라는 돈을 저당잡히는 셈입니다. 이런 심각한 문제가 있음에도 쿠팡은 이 긴 정산기간을 다시 상품화시켜서 빠른정산이라는 아이템으로 다시 수수료를 더 붙여서 정산하고 있습니다.

● 사례 G – 동의하지 않은 광고비 요구

현재 쿠팡에서 아예 판매하지 않음. 처음에 광고 담당자가 무상으로 광고를 돌려준다고 하길래 무상광고비만 과금후 광고를 하지않겠다, 차후 광고는 내가 알아서 하겠다고 밝혔고 광고 담당자도 알겠다고 함. 이후 쿠팡판매는 신경도 안

썼으나, 2년 후 쿠팡을 탈퇴하려고 접속해보니 광고비가 약 300만원가량 지출되었다며 광고비를 내라는 안내문이 뜬. 이후 고객센터를 통해 내가 광고비를 쓴 것도 아니고 판매에 덕을 본 것도 없으니 광고비를 낼 생각이 없고 담당자 연결을 원한다고 했으나 상담원은 전달하겠다고만 하고 담당자로부터 연락 받지 못함.

● **사례 H – 가격조정버튼을 통한 가격 하향 유도, 아이템 위너 옵션 강제**

쿠팡 판매자들이 접속하여 상품 가격, 품목 등을 조정하는 어드민 이용 시 불공정한 절차나 정책이 많음. 예를 들어, 가격조정버튼이 있는데 자동으로 눌러서 멋대로 가격이 하향되도록 유도함. 판매자들은 알아차리기 어려움.

또한, 아이템 위너 시스템이라는 게 있는데 하나의 상품을 여러 판매자가 판매할 때 쿠팡에서 선정한 상품들만 메인에 노출시키는 방식임. 이 경우 옵션이 강제됨. 셀러들은 울이기 때문에 원치 않아도 따를 수밖에 없음. 위너시스템에서 강제하는 걸 피하려고 하면 상품이 오매칭되어 최종적으로 오배송으로 이어지는데 이 역시 쿠팡은 아무런 책임을 지지 않고 판매자들만 피해를 보는 구조임.

● **사례 I – 선환불 정책을 악용한 제3자 반품사기**

거의 같은 시기에 동시에 3건의 허위로 반품 운송장 번호 입력 주문건이 발생되었습니다. 반품 회수가 60시간 내 안 되면 환불을 받는 쿠팡의 허점을 노린것 같습니다. 제3자가 같은 상품을 다른 판매사이트에 올린 후, 주문이 들어오면 쿠팡의 본 상품페이지에서 주문하여 배송시키고, 나중에 반품을 신청해 환불 받고서 연락을 끊어 잠적하는 수법인 것 같습니다.

● **사례 J – 판매자 귀책사유가 아님에도 책임과 비용 강제**

판매자가 당일 발송을 했음에도 불구하고, 택배사에서 지연되면, 왕복배송비를 판매자에게 고스란히 물게합니다. 판매자가 컨트롤 할 수 없는 부분임에도 판매자에게 모든 책임과 비용을 떠넘깁니다.

● **사례 K – 과도한 개인정보 수집**

대부분의 중개업체들은 정산대금을 사업자등록증, 대표자계좌 확인 후 지급하는데, 쿠팡은 갑자기 판매자센터에 자금세탁방지제도-고객확인제도란 명목으로 대표자 집주소, 주민번호, 연락처를 등록하라고 나오네요. 아니면 정산대금 보류가 된다고요. 과도한 정보수집인 듯 합니다.

● **사례 L – 정당한 사유 없는 판매중지, 계정정지**

가품의심상품이라는 이유로 상위 노출되던 상품들을 판매중지 처분한 후 막무가내 소명을 요구하고, 최종적으로 다수의 가품의심상품 등록으로 인한 계정정지 처분됨.

- 사례 M – 상품 매칭, 이미지 가이드 운영, 가격 정책 요구, 로켓배송·그로스 운영, 광고 시스템 등

쿠팡의 상품 매칭, 이미지 가이드 운영, 가격 정책 요구, 로켓배송·그로스 운영, 광고 시스템(AI 광고 포함) 전반에서 발생한 반복적이고 구조적인 운영 문제로 인해 장기간에 걸쳐 심각한 영업 피해가 누적되었습니다.

우선 쿠팡의 아이템마켓 구조상 자동 매칭 시스템으로 인해 서로 상이한 상품이 하나의 상품 페이지로 잘못 결합되는 문제가 수차례 반복되었습니다. 이로 인해 가격, 옵션, 후기, 아이템위너가 혼합되어 소비자 혼란이 발생하였고, 정상적으로 운영되던 판매 구조가 붕괴되었습니다. 해당 매칭 오류는 판매자 귀책이 아님에도 불구하고, 문제 해결을 위한 모든 소명·수정·분리 요청 부담은 판매자에게 전가되었습니다.

또한 이미지 가이드 위반을 사유로 상품 노출 제한, 판매 중지, 광고 제한이 반복적으로 이루어졌으나, 어떤 이미지가 어떤 조항을 위반했는지에 대한 구체적인 설명이나 객관적 근거는 제공되지 않았습니다. 동일한 이미지가 승인되었다가 이후 다시 위반으로 판단되는 사례가 반복되었고, 수정 완료 후에도 “이미 종료된 문의”, “새 문의로 재접수” 등의 안내만 반복되어 실질적인 구제 절차는 이루어지지 않았습니다.

이와 동시에 쿠팡은 특정 상품에 대해 시장 가격과 현저히 괴리된 수준의 가격 인하를 지속적으로 요구하였고, 이에 응하지 않을 경우 로켓배송 마크를 삭제하는 방식으로 사실상 선택을 강요하였습니다. 실제로 해당 요구를 수용하지 않자 로켓배송 마크가 삭제되었고, 이후 상품 노출 및 판매량이 급감하는 직접적인 피해가 발생하였습니다. 이는 판매자의 자율적인 가격 결정권을 침해하는 구조로 작동하였습니다.

시즌 상품과 관련해서는 피해가 더욱 심각했습니다. 시즌 시작 전부터 수차례 상품 매칭 요청을 하였음에도 모두 반려되었고, 실질적인 조치는 이루어지지 않았습니다. 그러나 시즌이 종료된 이후야 매칭이 이루어졌으며, 그 결과 판매가 사실상 불가능한 시점에 매칭이 완료되어 시즌 전체 매출 기회를 상실하는 막대한 손해가 발생하였습니다. 이는 단순 지연이 아니라, 판매 시기 자체를 상실하게 만드는 결정적인 피해였습니다.

광고 영역에서도 구조적인 문제가 반복되었습니다. 명백한 무효 클릭(비정상 클릭)으로 인한 광고비 손실이 발생하였고, 관련 데이터와 정황을 근거로 문제를

제기하였음에도 불구하고 쿠팡은 이를 일방적으로 “정상 클릭”으로 판단하며 사실상 묵살하였습니다. 특히 약 1년간 광고 클릭 수와 전환율이 일정 범위 내에서 안정적으로 유지되던 상품이, 특정 시점에 갑자기 수일간 전환율 0% 상태가 지속되며 광고비가 급격히 소진되는 현상이 발생하였습니다.

더 나아가 쿠팡의 AI 광고 최적화 기능을 사용한 이후에도 문제가 심화되었습니다. 해당 기능은 광고 전환율이 0%에서 300% 이상까지 극단적으로 변동되는 비정상적인 패턴을 반복적으로 발생시켰고, 이 과정에서 광고비는 지속적으로 소진되었으나 매출은 발생하지 않거나 오히려 손실이 확대되었습니다. 판매자가 즉각적으로 광고를 제어하거나 손실을 차단하기 어려운 구조였으며, 결과적으로 AI 광고 최적화 기능은 손해를 증폭시키는 요인으로 작용하였습니다.

이러한 일련의 과정 속에서 아이템위너 상실, 노출 순위 초기화, 리뷰·판매 이력 붕괴가 발생하였고, 그 결과 로켓배송·로켓크로스·그로스 등 핵심 판매 서비스 자격이 자동 해제 또는 제한되었습니다. 해당 자격 박탈 역시 명확한 기준이나 판매자 귀책 사유가 제시되지 않은 채 이루어졌으며, 기존에 투입한 물류·광고·운영 비용은 회수할 수 없게 되었습니다.

결과적으로 본 피해는 단일 사건이나 일시적 오류가 아니라,

가격 통제 → 노출 제한 → 매칭 지연 → 광고비 소진 → 매출 붕괴 → 서비스 자격 박탈로 이어지는

쿠팡의 자동 시스템과 내부 정책이 결합된 구조적 문제로 인해 장기간 누적된 영업 손실이며, 판매자는 정상적인 영업 활동을 지속할 수 없는 상태에 이르렀습니다.

● 사례 N – 거래처 정보 요구

정품 인증을 요구하며 거래처 정보를 요구합니다. 그 정보를 바탕으로 쿠팡에서 거래처와 컨택하여 판매자는 제품을 더이상 공급받지 못하게하고 쿠팡에서 판매를 합니다.

● 사례 O – PB상품 카피

쿠팡은 잘 팔리는 물건이 있으면 데이터가 들어가는 모양입니다. 얼마 후에 똑같은 물건을 팔더라구요. 게다가 상품평도 똑 달리는게 의아했습니다. 그래서 아주 잘 팔리면 쿠팡이 뺏어간다는 소문도 무성합니다. 상품 문의글도 판매자는 무슨 업체 무슨 업체인데 답변다는 판매자는 (주)쿠팡으로 나옵니다. PB업체도 그냥 쿠팡일 확률이 높겠지요.

● 사례 P – 쿠팡 귀책으로 발생한 손해 보상 불가

판매자가 상품 등록한 내용과는 전혀 다른 내용으로 쿠팡이 제품을 노출시켜서(원래 1개값 21,000원인 제품을 쿠팡이 임의로 2개 사면 24,000원에 판매한다고 노출) 구매자 다수(11명)가 구매하였습니다. 판매자 본인은 1개에 21,000에 상품을 노출 시켰기에 정상적으로 1개에 21,000원 하는 제품을 보냈습니다. 그후 구매자로부터 연락을 받고 쿠팡에 확인하였더니 전산 오류로 노출 에러가 발생하였다며 본인에게 제품을 회수하라고 하여서 도매처에 회수 요청을 하였습니다.

그런데 구매자 1명이 반품 거부를 하여 이유를 확인하였더니 구매자 본인은 고객센터에 연락하여 2개(1묶음)에 24,000원에 판다는 내용을 보고 4개(2묶음) 구매하였으니 2개를 더 받게 해주든지 아니면 1묶음 값 24,000원을 돌려달라고 하였다 합니다. 그래서 1묶음 값 24,000원을 돌려 받고 1묶음은 반품 안하고 본인이 사용하기로 고객 센터와 합의 하였다 하였습니다.

그래서 저는 제 스토어에 올려진 제품가로 2개 가격인 42,000원과 편도 배송료 3,000원을 보상해 달라고 쿠팡에 청구했는데, 쿠팡은 1개 값 21,000원과 배송료 3,000만 돌려 주겠다고 했습니다.

또한, 쿠팡은 본인들이 사용하는 프로그램으로 보상 청구 내용을 작성하지 않으면 보상을 해 줄 수 없다고 하였습니다.

쿠팡의 전산 시스템 오류로 인한 피해를 쿠팡도 인정했음에도 피해자에게 이런 무자비한 업무 행태를 보이는 쿠팡의 업무 행태는 시정 조치가 있어야 할 것입니다.