



문서번호 : 26-06-민생위-01

수 신 : 각 언론사

발 신 : 민주사회를 위한 변호사모임 민생경제위원회

제 목 : [민생위][공동 보도자료] 2040 플랫폼 이용자를 찾습니다! <온라인 플랫폼 불만 신고센터 시즌2> 활동 개시

전송일자 : 2026. 6. 8.(월)

전송매수 : 총 4매

민주사회를위한변호사모임 민생경제위원회, 참여연대

공동 보도자료

2040 플랫폼 이용자를 찾습니다!

<온라인 플랫폼 불만 신고센터 시즌2> 활동 개시

민변 민생경제위원회·참여연대 온라인 플랫폼 신고센터 시즌2 출범

첫 활동으로 ‘카카오톡 선물하기’ 등 신유형(모바일) 상품권 관련

표준약관 개선 의견서 전달 예정

시즌1에 이어 허위과장 광고, 소비자 기만, 다크패턴 등 소비자, 이용자

권리 침해 신고 창구 오픈

일시 및 장소 : 2026. 6. 8.(월) 10:00, 참여연대 지하 느티나무홀

1. 오늘(6/8) 민주사회를위한변호사모임 민생경제위원회(이하 민변)와 참여연대 민생희망본부는 <온라인 플랫폼 불만 신고센터 시즌2> 출범 기자회견을 진행했습니다. 민변과 참여연대는 지난 2024년 5월, <온라인 플랫폼 이용자 불만 신고센터>(이하 신고센터)를 출범하여 제보를 바탕으로 쿠팡, 배달의민족, 알리, 테무 등의 플랫폼 기업을 공정거래위원회에 신고하는 등 적극적인 활동을 전개한 바 있습니다. 그러나 여전히 온라인 플랫폼 기업들의 불공정행위 문제가 해결되지 않고 입점업체와 소비자들의 피해가 잇따르고 있어 이를 해결하기 위해 신고센터 시즌2를

출범했습니다. 온라인 플랫폼 신고센터2의 첫 활동으로는 카카오톡 모바일상품권 환불규정과 관련하여 신유형상품권 표준약관 개선 의견서를 전달할 예정입니다.

2. 신고센터는 6월 8일부터 8월 14일까지 약 3개월간 운영되며, 온라인 플랫폼 기업으로부터 피해를 입거나 서비스에 불만을 느낀 시민들의 제보를 받아 이를 바탕으로 플랫폼 기업의 이용약관과 불공정행위 여부를 검토하고 공정거래위원회(이하 공정위)에 신고하는 활동을 진행합니다. 특히 이번 신고센터 시즌2에서는 네이버, 카카오, 쿠팡, 배달의민족 등 독과점 플랫폼 외에도 무신사, 캐치테이블, 직방·다방, 숨고 등 2030 청년세대가 많이 이용하는 중형 플랫폼에 대한 신고를 집중적으로 받을 예정입니다. 온라인 플랫폼을 이용하는 소비자·시민 뿐 아니라 플랫폼에 입점해있는 입점업체나 플랫폼노동자, 프리랜서 등 누구나 신고센터를 통해 불만사항을 접수하여 상담과 안내를 받을 수 있습니다. 공정위 신고가 어려운 제보 및 불만 사례에 대해서는 추후 사례집을 제작하여 해당 기업과 국회, 공정위 등 정부기관에 전달할 예정입니다. 민변과 참여연대는 2024년에 신고센터를 운영하며 [△쿠팡 와우 회원 멤버십 끼워팔기 문제](#)와 [△배달앱 '최혜대우요구' 및 배달의민족 '타사배제' 문제](#)를 공정위에 신고하고, [△알리·테무의 불공정약관에대한 약관심사청구](#)를 진행했습니다.
3. 김주호 참여연대 민생경제팀 팀장은 적극적인 신고 활동으로 배달의민족, 쿠팡 등 주요 독과점 기업에 대한 불공정행위의 공론화가 이루어졌지만 근본적인 문제 해결이 이루어지지 않고 있다고 지적했습니다. 쿠팡의 끼워팔기 문제와 배달앱 최혜대우 요구는 오늘날 가장 뜨거운 플랫폼 불공정문제 이슈인 가운데, 공정위의 처분과 실제 개선까지 2년이라는 시간이 흘렀고 그 기간동안 독과점 기업들은 더욱 시장지배력을 공고히했다고 비판했습니다. 또한 해당 활동을 통해 온라인 플랫폼법 제정을 위해 꾸준히 사례를 발굴하고 제도개선을 위해 활동하겠다고 밝혔습니다.
4. 신고센터는 **첫 번째 플랫폼 불만 사례로 '카카오톡 모바일 기프트콘' 등 신유형 상품권의 환불규정 문제를 제기**했습니다. 지난 5월 18일, 스타벅스 코리아의 이른바 '탱크데이 이벤트'에서 비롯된 스타벅스 불매운동 과정에서 '상품권 환불' 문제가 불거졌습니다. '스타벅스 카드 이용약관'에 따르면 선불카드의 경우 선불충전금의 60% 이상을 사용해야 잔액을 환불해주도록 하고 있습니다. 소비자들은 원치 않음에도 선불충전금의 60% 이상 쓰도록 강제하는 규정에 문제를 제기했고, 스타벅스 코리아 측은 6월 1일부터 2주간 일시적으로 잔액과 상관없이 100% 환불하는 정책을 발표했습니다. 이와 관련해 지난 2025년 선불충전금의 60% 이상을 사용해야 잔액을 환불하도록 하는 '신유형 상품권 표준약관'을 마련했던

공정거래위원회는 스타벅스 사태를 계기로 전반적으로 검토하겠다고 밝힌 바 있습니다.

5. 관련하여 신고센터는 카카오톡 선물하기 모바일 상품권 중 ‘기프트콘’의 경우 소비자들이 환불하기 불편한 구조적 문제를 확인하였습니다. 카카오톡 선물하기 이용약관에 따르면, 구매자(선물한 사람)는 94일 이내에 실결제가의 100% 환불을 요청할 수 있지만, 모바일 상품권을 수령받은 수신자(선물받은 사람)는 구매자 청약철회 기간 이후인 94일 이후부터 90%의 금액에 대해 환불을 요청할 수 있습니다. 수신자가 100% 환불받기 위해서는 367일 이후 카카오톡 쇼핑하기 포인트로 선택해야 합니다. 카카오톡은 해당 약관에 대해 신유형상품권 표준약관을 따르고 있고, 수신자에게 100% 현금 환불을 보장할 경우 비정상적인 현금화(깡)나 어뷰징 등의 부작용이 발생할 우려가 있다는 입장입니다.
6. **온라인 플랫폼 신고센터2의 센터장을 맡은 서치원 참여연대 실행위원이자 민변 민생경제위원회 변호사는 “카카오가 모바일상품권 시장을 주도하고 있는데 공정위 표준약관 및 자체 운영약관을 통해 환불제한을 설정하는 경우 소비자는 그러한 환불제한이 합리적이고 공정하게 설정된 것인지 따져보기보다 일방적으로 받아들일 수밖에 없는 입장에 놓고, 그로 인해 발생하는 불편함을 감수해야하는 셈”이라고 지적했습니다.** 카카오톡 선물하기는 국내 ‘온라인 선물하기’ 시장 규모에서 압도적 1위를 차지하는 지배적 사업자입니다. 기자회견 참석자들은 온라인 상품권 선물하기 시장 규모가 확대되는 가운데 결국 표준약관이 시장질서를 규정한다는 점에서 , 2025년 한국소협과 사업자간 협의체를 통해 5만원이상 환불비율 상향(90%→95%), 포인트 100% 환불 가능 등 일부 개선이 있었지만 최근 스벅사태에서 보듯 부족한 점이 있다고 보고, 신유형 상품권 표준약관이 소비자들의 실질적 권리를 반영할 수 있는 방향으로 나아가야 한다고 강조했습니다.
7. 온라인 플랫폼 신고센터2의 변호인단을 맡은 박정만 민변 민생경제위원회 변호사는 플랫폼의 독과점성이 결국 중소기업과 자영업자, 나아가 소비자들에대한 종속성을 강화시킨다고 지적했습니다. 박정만 변호사는 “쿠팡 이용 중소기업들은 매출액의 평균 20.6%를 수수료, 광고비, 물류비 등 플랫폼 비용으로 지출하는데, 소비자가 모여있는 플랫폼을 떠날 수 없기 때문에 결국 종속하게 된다”며 “이미 유명한 대기업조차 독과점 플랫폼에 종속되었는데, 청년사업자와 청년자영업자들의 상황은 더욱 심각할 것”이라고 밝혔습니다. 이어 참석자들은 신고센터 활동을 계기로 일상속에서 더 많은 플랫폼 이용자들의 숨은 권리를 찾고, 이를 위한 목소리를 낼 것이라 강조했습니다. 끝.

▣ 붙임1 : 기자회견 개요

▣ 보도자료 및 붙임자료 [[원문보기](#) / [다운로드](#)]

▣ 붙임1 : 기자회견 개요

- <온라인 플랫폼 불만 신고센터 시즌2> 출범 및 카카오톡 선물하기 관련 표준약관 개선 기자회견
- 일시 장소 : 2026. 06.08. 월 오전 10:00, 참여연대 지하 느티나무홀
- 주최 : 민변 민생경제위원회, 참여연대
- 순서
 - 사회 : 이연주 참여연대 민생경제팀 선임간사
 - 발언1. 온라인 플랫폼 불만 신고센터 출범 배경 및 활동 설명 : 김주호
참여연대 민생경제팀 팀장
 - 발언2. 스타벅스 사태로 바라본 카카오톡 선물하기 이용약관 문제점과 개선안
: 서치원 참여연대 실행위원·민변 민생경제위원회 변호사
 - 발언3. 온라인 플랫폼 독과점 문제 현황 및 대응 필요성 : 박정만 민변
민생경제위원회 변호사
- 문의 : 참여연대 민생경제팀 02-723-5303