



넥서스 리서치 2026_85 · NR-2026-085

못 쓴 모바일 상품권의 묶은 약관이 정한다

유효기간이 지난 신유형 상품권을 두고 2015년부터 2026년까지 바뀐 환급 규칙과 그 규칙이 놓인 층위

모바일 상품권에는 유효기간이 있다. 기간이 지나면 산 값을 그대로 돌려받지 못한다. 공정거래위원회는 2015년 3월 신유형 상품권 표준약관을 만들었다. 기간이 지난 뒤 돌려주는 묶을 구매액의 90%로 정했다. 2025년 9월 개정으로 5만 원을 넘는 상품권은 95%, 적립금으로 받으면 100%가 됐다.

이 비율을 정하는 것은 법률이 아니다. 공정거래위원회가 만든 표준약관이고, 표준약관은 권고여서 법적 강제력이 없다. 상품권을 직접 규율하던 상품권법은 1999년 2월에 없어졌다. 그 뒤 27년 동안 자리를 대신할 법률은 다시 생기지 않았다.

연구소는 환급 비율보다 그 비율이 놓인 층위를 먼저 본다. 권고를 언제 약관에 넣을지는 발행사가 정하고, 소비자는 청구해야만 돌려받는다. 값을 올리는 일과 값이 지켜지게 하는 일은 다르다.

발행일

2026년 9월 2일

자료 기준일

2026년 9월 2일

분량

PDF 27쪽

넥서스 금융경영연구소

NEXUS Finance and Management Institute

nexusfmi.com

이 보고서는 국민의 금융생활과 관련된 사안을 넥서스 금융경영연구소가 자체 기준에 따라 조사하고 분석한 자료이다. 특정 금융회사나 금융상품의 매매를 권유하거나 그 가치를 판단하려는 목적이 아니다. 본문의 견해는 넥서스 금융경영연구소의 것이고, 투자와 계약 결정의 책임은 이용자 본인에게 있다.

세 줄 요약

무엇을 물었나

모바일 상품권을 기간 안에 쓰지 못했을 때 소비자가 돌려받는 몫과 발행자에게 남는 몫은 각각 얼마인가. 그리고 그 값을 정하는 것은 무엇인가.

무엇을 알아냈나

환급을 청구하면 구매액의 5%나 10%가 발행자에게 남는다. 5만원짜리를 산 사람은 5,000원을 잃고, 5만 1,000원짜리를 산 사람은 2,550원을 잃는다. 1,000원을 더 쓴 사람이 2,450원을 덜 잃는다. 이 비율을 정하는 것은 법률이 아니라 공정거래위원회 표준약관이고, 표준약관은 권고이다. 청구하지 않으면 잃는 몫은 100%이다.

읽는 사람은 무엇을 하면 되나

기간이 지난 상품권을 발행사 고객센터에 환급 신청하고, 현금 대신 적립금으로 받을 수 있는지 함께 물어본다. 청구할 수 있는 기간은 5년이다.

한눈에

구매액의 90%. 2015년 3월부터 2025년 9월까지 적용한 표준약관상 환급 비율이다. 유효기간이 지난 신유형 상품권을 돌려받을 때의 값이다.

이 보고서 읽는 법

- 금액은 원 단위로 적었다. 비율은 소수점 첫째 자리까지 적었다.
- 차이가 2~3%p 안쪽이면 '차이가 있다'고 쓰지 않고 '비슷하다'고 썼다.
- 규칙을 말할 때는 층위를 함께 적었다. 법률·시행령·고시·약관·자율규제 가운데 어디에 있는지가 바뀌는 속도를 가른다. 조문 번호는 각주로 내렸다.
- 발표기관 원문 화면이 막힌 자료는 대한민국 정책브리핑과 KDI 경제정보센터 전재본으로 확인했다. 경유한 사실은 자료 출처에 적었다.
- 언론이 전한 숫자는 같은 값을 실은 매체가 두 곳 이상인 것만 썼다. 값이 엇갈리는 숫자는 실지 않았다.
- 모든 표와 그래프에 자료 출처를 달았다. 출처가 없는 숫자는 실지 않았다.
- 이 보고서가 직접 만들어 낸 값에는 '재구성 값'이라고 표시하고, 계산식과 원자료를 함께 실었다.

차례

1장	질문	4
	돌려받는 몫을 정하는 것은 법률이 아니다	
2장	현황	5
	규칙은 열 해 동안 네 번 바뀌었다	
3장	구조	8
	짧은 기간이 발행자의 수입을 만든다	
4장	분포	12
	이익은 큰 금액에, 거래는 작은 금액에 몰린다	
5장	빈 곳	15
	사라진 상품권 금액은 아무도 세지 않는다	
6장	할 일	17
	권고를 규칙으로 올려야 값이 지켜진다	
부록 가	용어 풀이	21
부록 나	자료 출처와 각주	22

돌려받는 몫을 정하는 것은 법률이 아니다

돌려받는 몫을 정하는 것은 법률이 아니다

6조원 온라인쇼핑몰에서 오간 모바일 쿠폰 거래액 2021년 기준 · 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회	1.4배 한 해 전인 2020년 4조 4,000억원에 견준 값 2021년 기준 · 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회	3,300만 건 선불전자지급수단의 하루 평균 이용 건수(이 값을 넘음) 2024년 12월 기준 · 국민권익위원회
--	--	--

모바일 상품권은 사는 사람과 쓰는 사람이 다르다. 메신저로 커피 교환권을 보내면 보낸 사람이 값을 치르고 받은 사람이 매장에서 쓴다. 기간을 채기는 사람이 없어지기 쉬운 구조이다.

규모는 작지 않다. 온라인쇼핑몰 모바일 쿠폰 거래액은 2020년 4조 4,000억원, 2021년 6조원이다. 한 해 만에 1.4배가 됐다.¹ 미리 충전해 쓰는 선불전자지급수단은 하루 평균 3,300만 건 넘게 오간다.²

돌려받는 몫과 남는 몫은
합해서 구매액이다. 청구하지
않으면 100%가 발행자에게
남는다.

기간이 지나도 돈이 사라지지 않고 나뉜다

유효기간이 지나면 상품권을 쓰지 못한다. 그렇다고 치른 돈이 그 자리에서 없어지지는 않다. 공정거래위원회 표준약관은 기간이 지난 뒤에도 청구하면 구매액의 일정 비율을 돌려주게 했다.³ 청구할 수 있는 기간은 법률이 정한 소멸시효 5년이다.⁴

그래서 기간이 지난 상품권 한 장은 소비자가 돌려받는 몫과 발행자에게 남는 몫으로 갈린다. 두 몫을 합하면 구매액이고, 청구하지 않으면 구매액 전부가 발행자에게 남는다.

같은 90%라도 어디에 적힌 90%인지가 다르다

이 비율이 어디에 적혀 있는지가 이 보고서의 출발점이다. 법률은 어기면 제재가 따르고, 권고는 쓰기로 한 사업자에게만 효력이 생긴다. 표준약관의 층위는 자율규제이다.⁵

이 보고서는 두 몫의 크기와 그것을 정하는 자리를 묻는다

질문은 하나이다. 모바일 상품권을 기간 안에 쓰지 못했을 때 소비자가 돌려받는 몫과 발행자에게 남은 몫은 각각 얼마인가. 그리고 그 값을 정하는 것은 무엇인가.

이 장에서 확인할 것

- 1 받아 둔 모바일 상품권의 유효기간과 남은 날수를 확인한다.**
확인하는 곳 · 상품권을 받은 메신저 대화방, 또는 발행사 앱의 쿠폰함 화면
- 2 기간이 이미 지났으면 발행사 고객센터에 환급을 신청한다.**
확인하는 곳 · 상품권 화면 아래쪽에 적힌 발행사 이름과 그 발행사의 고객센터 메뉴

하지 않아도 되는 것 · 산 지 7일이 지나지 않았으면 환급이 아니라 주문 취소를 신청한다. 이때는 잃는 몫이 없다.⁶

규칙은 열 해 동안 네 번 바뀌었다

규칙은 열 해 동안 네 번 바뀌었다

2,116억원 2021년부터 2024년까지 사라진 선불충전금 누계 2021~2024년 누계 기준 · 국민권익위원회	529억원 같은 기간을 네 해로 나눈 한 해 평균 2021~2024년 평균 기준 · 국민권익위원회	-36.2% 이쿠폰서비스 거래액의 한 해 전 같은 달 대비 증감 2025년 1월 기준 · 국가데이터처
--	---	--

이 장에서는 확인한 사실만 적다. 모바일 상품권을 둘러싼 규칙은 하나가 아니다. 법률과 시행령이 밀에 깔려 있고, 그 위에 공정거래위원회 표준약관, 맨 앞에 발행사가 만든 개별 약관이 있다. 이 가운데 유효기간과 환급 비율을 직접 정하는 것은 표준약관이다.⁷

환급 비율은 열 해 만에 처음 올라갔다. 올린 것은 법률이 아니라 권고이다.

비교축 · 시계열

2015년 3월, 2020년 12월, 2024년 9월, 2025년 9월 네 시점을 골랐다.
공정거래위원회가 신유형 상품권 표준약관을 만들거나 고친 날이다.
유효기간과 환급 비율이 어느 시점에 얼마나 움직였는지를 한 줄로
건줄 수 있다.

<표 1> 표준약관이 바뀐 네 시점에서 유효기간과 환급 비율이 움직인 폭

신유형 상품권 표준약관 · 2015년 3월 제정 이후 2026년 9월까지

시점	바뀐 것	최소 유효기간	기간이 지난 뒤 환급 비율	만료 전 통지
2015. 3. 27.	표준약관 제정	물품형 6개월 · 금액형 1년 3개월	구매액의 90%	만료 7일 전을 포함해 3회 이상
2020. 12. 14.	유효기간 원칙 정비	1년 이상 (부패 위험 상품 3개월 이상)	구매액의 90%	만료 30일 전
2024. 9. 30.	발행사 자금 운용 공시·고지 신설	변동 없음	변동 없음	변동 없음
2025. 9. 11.	환급 비율 상향	변동 없음	5만원 이하 90% · 5만원 초과 95% · 적립금 100%	변동 없음

주: 1) 표준약관은 권고이며, 발행사가 자기 약관에 넣은 때부터 그 발행사에 적용된다.

2) 2025년 9월 개정 내용의 확인 경로는 각주 8에 적었다.

자료: 공정거래위원회, 「신유형 상품권 표준약관」 제정·개정 발표, 2015-2020-2024-2025. 대한민국 정책브리핑과 KDI
경제정보센터 전재본 경유. (확인일: 2026년 9월 2일)

환급 비율은 열 해 만에 처음 올라갔다

제정 때 정한 90%는 열 해 동안 그대로였다. 2025년 9월 11일 개정에서
처음으로 값이 움직였다.⁸ 유효기간은 그보다 앞서 2020년 12월
개정으로 1년 이상이 원칙이 됐다.⁹ 2024년 9월 개정은 기간과 비율
대신 발행사가 받은 돈을 어떻게 굴리는지 알리게 한 내용이었다.¹⁰

거래액은 다섯 해 만에 2.5배가 됐다

공정거래위원회는 신유형 상품권 거래액을 2019년 3조 4,000억원,
2024년 8조 6,000억원으로 밝혔다. 다섯 해 만에 5조 2,000억원이 늘어
2.53배이다. 같은 발표의 상담 건수는 최근 3년 6개월 동안 1,349건이다.
그 가운데 998건이 사용이나 환급을 거절당한 건이다. 열 건 가운데
일곱 건이 넘는 74.0%이고, 나머지 사유를 합친 351건의 2.8배이다.¹¹

월 단위로는 줄어든 달도 있다. 국가데이터처에 따르면 2025년 1월 이쿠폰서비스 거래액은 한 해 전 같은 달보다 36.2% 줄었다.¹²

같은 성질의 돈인 선불충전금은 사라진 금액이 해마다 나온다

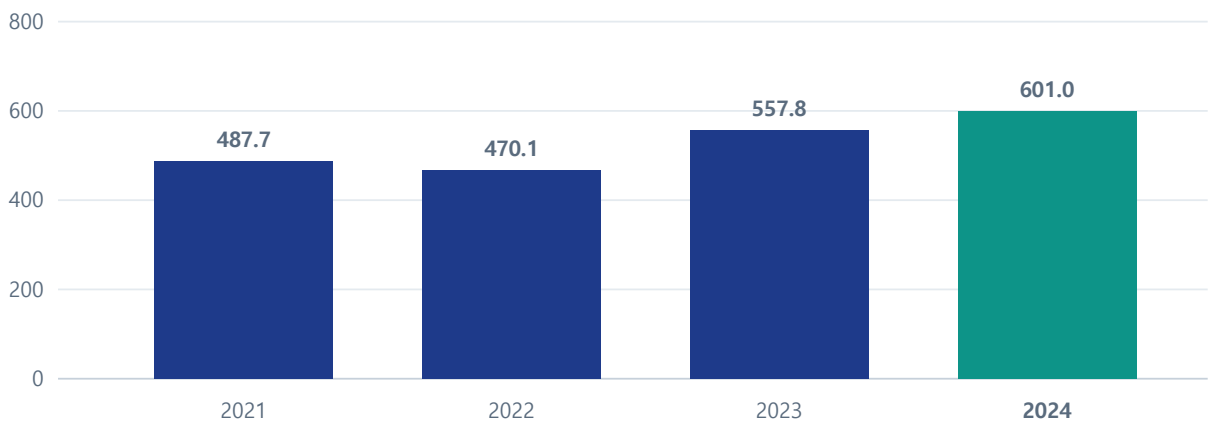
선불충전금은 앱에 미리 넣어 둔 돈이다. 상품권과 마찬가지로 미리 낸 돈이고, 기간이 지나면 발행사에 남는 구조도 같다. 국민권익위원회는 2021년부터 2024년까지 사라진 금액을 2,116억원, 한 해 평균 529억원으로 밝혔다.¹³

연도별 값은 [그림 1]에 실었다. 2024년 601억원은 2022년 470억 1,000만원의 1.3배이다.¹⁴

[그림 1] 소멸시효가 끝나 사라진 선불충전금은 네 해 동안 해마다 집계됐다

선불전자지급수단 발행업자 전체 · 2021년부터 2024년까지

(단위: 억원)



주: 연도별 값은 금융감독원 '선불전자지급 서비스 이용현황'을 언론이 전한 것이다. 매체별 표기 차이는 각주 14에 적었다. 네 해 합계는 국민권익위원회가 발표한 누계 2,116억원과 맞는다. 세로축은 0에서 시작한다.

자료: 국민권익위원회, 「소멸시효 사전 안내 의무화 제도개선 권고」, 2025년 8월 1일(누계). 문화일보·이데일리·굿모닝경제·더스쿠프 보도(연도별). (확인일: 2026년 9월 2일)

이 장에서 확인할 것

- 1 가진 상품권이 5만원을 넘는지 확인하고, 넘으면 발행사가 95% 환급을 언제부터 적용하는지 공지에서 찾아본다.

확인하는 곳 · 발행사 누리집의 공지사항 또는 이용약관 개정 안내

하지 않아도 되는 것 · 유효기간이 아직 남았으면 지금 환급을 신청하지 않아도 된다. 기간 안에는 상품권 값 전부를 물건이나 서비스로 쓸 수 있다.

짧은 기간이 발행자의 수입을 만든다

짧은 기간이 발행자의 수입을 만든다

27년

상품권을 직접 규율하는 법률이 없는 채로 지난 기간

1999년 2월 폐지 기준 · 한국법제연구원

2곳

사라지는 선불충전금을 두고 제도개선 권고를 받은 기관 수

2025년 8월 기준 · 국민권익위원회

77.4%

온라인쇼핑 거래액 24조 2,904억원 가운데 모바일 18조 7,991억원의 몫

2025년 12월 기준 · 국가데이터처 발표
두 값으로 계산

기간이 짧을수록 발행자에게 남는 몫이 커진다

발행자는 상품권을 팔 때 돈을 먼저 받고 물건은 나중에 내준다. 기간 안에 쓰지 못한 상품권은 두 갈래로 갈린다. 소비자가 환급을 청구하면 5%나 10%가 남고, 청구하지 않으면 100%가 남는다. 유효기간이 짧을수록 갈림길에 서는 상품권이 늘어난다.

남는 몫의 크기는 이미 드러난 적이 있다. 국회의원실이 공정거래위원회에서 받은 자료가 있다. 한 대형 플랫폼이 2016년부터 2020년까지 돌려준 금액은 7,176억원이다. 그때 떼는 수수료는 717억원이다.¹⁶ 한 해로 나누면 143억원꼴이다. 5만원짜리 상품권 286만 장에서 5,000원씩 떼는 것과 같은 금액이다.

선불충전금도 같다. 소멸시효가 끝난 돈은 발행사 수익으로 넘어간다.¹⁴

표준약관이 정한 90%는 최소선이었지만 시장에서는 그대로 실제 값이 됐다. 유효기간이 1년이 안 되는 물품형 상품권의 88.8%가 10%를 뺐다.

표준약관이 정한 90%가 10% 공제의 기준선이 됐다

표준약관은 소비자를 보호하려고 만든 규칙이다. 그런데 기간이 지나면 90%를 돌려준다는 문장은 10%는 돌려주지 않아도 된다는 문장과 같은 자리에 놓인다. 한국소비자원이 2022년 10월 물품형 모바일 상품권 215개를 살펴봤다. 유효기간이 1년이 안 되는 것은 134개였다. 그 134개의 88.8%가 기간이 지나면 구매액의 10%를 뺐다.¹⁷ 열 개 가운데 아홉 개꼴이고, 떼지 않는 상품의 8배이다.

유효기간에서도 같다. 표준약관은 1년 이상을 원칙으로 두었지만 권고이다. 같은 조사에서 215개의 62.3%인 134개가 1년이 안 됐고, 열 개 가운데 여섯 개꼴이다. 그 가운데 119개는 3개월로 1년짜리 64개의 1.9배이고, 한 달짜리도 9개 있었다. 권고가 정한 값과 실제로 팔리는 값이 같았다.

표준약관이 정한 90%는 적어도 이만큼은 돌려주라는 최소선이다. 그런데 시장에서는 이 값이 그대로 실제 값이 됐다. 규칙이 소비자를 지키는 바닥이 아니라 공제 관행의 근거로 쓰인 것이다.

상품권법이 없어진 뒤 규율은 여러 부처로 흩어졌다

상품권을 정면으로 다루는 법률은 1961년에 생겼고, 정부는 1999년 2월 이 법을 폐지했다. 한국법제연구원은 폐지 취지를 기업의 자유로운 경제활동을 도모한다는 것으로 적었다.¹⁸ 그 뒤 27년 동안 자리를 대신할 법률은 다시 생기지 않았다. 규율은 공정거래위원회·기획재정부·문화체육관광부 등 여러 부처로 나뉘었고, 빈자리를 메운 것이 표준약관이다. 제정과 세 번의 개정 모두 법률이 아니라 권고를 만들고 고친 일이었다.

분쟁이 생겼을 때도 근거는 같은 자리에서 나왔다. 한 발행사가 기간이 지난 상품권을 자사 적립금으로 바꿔 줬고, 그 적립금은 180일 뒤 없어졌다. 2022년 8월 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회는 5년 안이면 없앤 적립금의 90%를 돌려주라고 결정했다.¹⁹ 5년은 법률에서, 90%는 표준약관에서 왔다.

지금은 법률 셋과 약관 둘이 겹쳐 적용된다

겹쳐 적용되는 규범은 다섯이고, 앞의 셋은 층위가 법률과 시행령이다. 상법은 상행위 채권의 소멸시효를 5년으로 두어 청구할 수 있는 기간을 정한다.⁴ 전자상거래에서의 소비자보호에 관한 법률은 7일 안의 주문 취소와 3영업일 안의 환급을 정한다.⁶ 전자금융거래법은 종이 상품권을

전자로 바꾼 상품을 선불전자지급수단에 넣었다. 그 시행령은 충전금 100% 이상을 따로 관리하게 했다.²⁰ 넷째인 공정거래위원회 표준약관은 층위가 자율규제이고, 유효기간과 환급 비율이 여기에 있다. 다섯째인 발행사 개별 약관은 연장 조건을 정한다.²² 청구할 수 있는 기간은 법률이 정하고, 돌려받는 몫은 권고가 정한다. 소비자가 잃는 돈의 크기를 정하는 것은 다섯 층 가운데 아래에서 두 번째 층이다.

깊이 보기 · 가

환불 수수료 수입은 한 해 거래액의 100분의 1이었다

기간이 지난 상품권 가운데 실제로 얼마가 환급으로 돌아오는지는 공표되지 않다. 국회 제출 자료에 한 대형 플랫폼의 값이 남아 있다. 2020년 선물하기 거래액은 2조 5,341억원, 같은 해 환불 수수료 수입은 254억원이다. 연구소가 두 값을 나눠 보면 1.00%이다. 다섯 해 누계로 수수료 717억원을 환급액 7,176억원으로 나누면 9.99%여서 수수료 10%와 맞다.

이 값은 시장 전체의 값이 아니다. 한 회사의 2020년 값이고 입력값은 2차 자료이다.¹⁶ 그 회사의 환급 규칙은 그 뒤 두 번 바뀌었다.²³

재구성 값

5만원 경계에서 잃는 몫이 뒤집힌다

표준약관은 비율만 밝히고 금액은 밝히지 않다. 연구소는 2025년 9월 개정 표준약관이 정한 환급 비율을 실제 구매액에 넣어 봤다. 구간마다 돌려받는 돈과 잃는 몫이 얼마인지를 계산했다. 입력값은 표준약관 제정·개정 발표와 상법의 소멸시효 셋이고, 모두 1차 자료이다.

계산식

$$\begin{aligned}\text{돌려받는 돈} &= \text{구매액} \times \text{환급 비율} \\ \text{잃는 몫} &= \text{구매액} \times (1 - \text{환급 비율}) \\ \text{경계 역전폭} &= (5\text{만원} \times 0.10) - (5\text{만 } 1,000\text{원} \times 0.05) \\ &= 5,000\text{원} - 2,550\text{원} = 2,450\text{원}\end{aligned}$$

환급 비율 · 2025년 9월 11일 개정 표준약관이 정한 값. 5만원 이하 90%, 5만원 초과 95%, 적립금 선택 100%.
청구할 수 있는 기간 · 상법이 정한 5년. 개정 전 값 · 2015년 3월 제정 표준약관의 90%.

(단위: 원, %)

원자료 · 계산에 넣은 입력값

입력값	값	기준 시점	자료 등급
개정 전 환급 비율	90%	2015년 3월	1차
개정 후 환급 비율 · 5만원 이하	90%	2015년 3월 제정 이후 유지	1차
개정 후 환급 비율 · 5만원 초과	95%	2025년 9월	1차
적립금으로 받을 때	100%	2025년 9월	1차
청구할 수 있는 기간	5년	2026년 9월	1차

구매액별로 돌려받는 돈과 잃는 몫

구매액	환급 비율	돌려받는 돈	잃는 몫	잃는 비율
5,000원	90%	4,500원	500원	10.0%
1만원	90%	9,000원	1,000원	10.0%
3만원	90%	2만 7,000원	3,000원	10.0%
5만원	90%	4만 5,000원	5,000원	10.0%
5만 1,000원	95%	4만 8,450원	2,550원	5.0%
10만원	95%	9만 5,000원	5,000원	5.0%
30만원	95%	28만 5,000원	1만 5,000원	5.0%
금액과 무관 · 적립금 선택	100%	구매액 전액	0원	0.0%

주: 표준약관이 정한 환급 비율을 구매액에 그대로 넣은 값이다. 발행사가 개정 내용을 자기 약관에 넣은 뒤부터 적용된다.

자료: 공정거래위원회, 「신유형 상품권 표준약관」 제정 2015년 3월 27일·개정 2025년 9월 11일 발표 내용과 상법의 소멸시효를 넥서스 금융경영연구소가 계산. KDI 경제정보센터 전재본 경유. (확인일: 2026년 9월 2일)

세 가지가 드러난다. 첫째, 경계에서 잃는 몫이 뒤집힌다. 5만원짜리를 산 사람은 5,000원을 잃는다. 1,000원 더 비싼 5만 1,000원짜리를 산 사람은 2,550원을 잃는다. 1,000원을 더 쓴 사람이 2,450원을 덜 잃는다.

둘째, 5만원짜리를 산 사람과 잃는 돈이 같아지는 금액은 10만원이다. 5,000원을 잃으려면 5% 구간에서 10만원어치를 사야 한다. 5만원짜리 한 장을 놓친 사람은 10만원짜리를 놓친 사람과 같은 금액을 잃는다.

셋째, 현금 대신 적립금을 고르면 잃는 몫이 0원이 된다. 소비자가 잃는 5%나 10%는 물건값이 아니라 현금으로 돌려받기를 고른 대가이다.

이 값이 아닌 것

이 값은 소비자가 실제로 잃은 금액의 합계가 아니다. 규칙을 금액에 넣어 본 값이고, 한 해에 얼마가 기간을 넘겼는지는 확인하지 못했다.¹⁵

이 값은 모든 발행사에 그대로 적용되는 값이 아니다. 표준약관은 권고이고, 개정 내용을 언제 자기 약관에 넣는지는 발행사마다 다르다.²⁴

이 값은 소비자가 환급을 청구했을 때의 값이다. 청구하지 않으면 잃는 비율은 5%나 10%가 아니라 100%이다.

이 장에서 확인할 것

- 1 환급을 신청할 때 현금과 적립금 가운데 무엇으로 받을지 먼저 고른다.

확인하는 곳 · 발행사 고객센터의 환불 신청 화면에 있는 수단 선택 항목

- 2 앞으로 쓸 곳이 있는 발행사라면 적립금으로 받아 잃는 몫을 없앤다.

확인하는 곳 · 발행사 약관의 환급 수단별 비율 안내

하지 않아도 되는 것 · 그 발행사에서 다시 살 일이 없으면 적립금을 고르지 않아도 된다. 쓰지 않는 적립금에는 다시 유효기간이 붙는다.

이익은 큰 금액에, 거래는 작은 금액에 몰린다

이익은 큰 금액에, 거래는 작은 금액에 몰린다

64%

미리 낸 돈이 사라지는 기간을
모른다고 답한 사람의 몫

2025년 5월 기준 · 국민권익위원회

2,123명

모른다고 답한 사람 수

2025년 5월 기준 · 국민권익위원회

3,335명

이 물음에 답한 사람 수

2025년 5월 기준 · 국민권익위원회

기간이 지난 상품권에서 잃는 사람과 잃지 않는 사람을 가르는 것은
소득이 아니다. 청구했는지, 그리고 얼마짜리를 샀는지이다.

국민권익위원회가 2025년 5월 국민생각함에서 의견을 모았다.
3,335명이 답했고, 그 가운데 64%인 2,123명이 미리 낸 돈이 사라지는
기간을 모른다고 답했다.²⁵ 세 명 가운데 두 명이 몰랐다. 물음의 대상은
선불충전금이지만, 청구해야 돌려받는 구조는 상품권과 같다.

이익이 커진 쪽은 5만원을
넘는 상품권을 산 사람이고,
실제로 많이 오가는 것은
소액 물품형이다.

아는 사람과 모르는 사람의 차이는 비율이 아니라 금액으로 나타난다.
아는 사람은 5%나 10%를 잃고, 모르는 사람은 100%를 잃는다.
5만원짜리 한 장이면 5,000원과 5만원의 차이로 열 배이다. 세 명
가운데 두 명이 이 열 배 쪽에 서 있다.

집단 구분

물품형은 기간이 짧고 금액형은 깁니다

상품권을 두 갈래로 나눈다. 커피와 치킨 교환권처럼 물건 하나로 바꾸는 물품형과, 금액이 적혀 있어
그 안에서 나눠 쓰는 금액형이다. 표준약관은 두 갈래에 다른 기간을 두었고, 실제로 팔리는 기간도
달랐다.

<표 2> 물품형과 금액형은 규칙도 실제도 다르다

(단위: 개, %)

구분	물품형	금액형
표준약관 최소 유효기간 (2015년 제정)	6개월 이상	1년 3개월 이상
표준약관 유효기간 원칙 (2020년 개정)	1년 이상 · 부패 위험 상품 3개월 이상	1년 이상
기간 안 남은 금액의 환급	규정 없음	60% 이상 쓰면 남은 금액 환급
실제 유효기간 1년 미만 비율	62.3% (215개 중 134개)	확인하지 못함
실제 유효기간 3개월 비율	55.3% (119개)	확인하지 못함
기간이 지날 때 10% 공제 적용	88.8% (1년 미만 134개 기준)	확인하지 못함
피해구제 신청 가운데 기간 경과 비중	58.0% (162건 중 94건)	확인하지 못함

주: 한국소비자원 조사는 2022년 10월 14개 온라인몰의 물품형 모바일 상품권 215개를 대상으로 했다. 금액형은 조사 대상이
아니다. 88.8%는 유효기간이 1년이 안 되는 134개를 모수로 한 값이다. 자세한 조건은 각주 17·26에 적었다.

자료: 한국소비자원 발표(2023년 1월 5일)를 전한 경향신문·데이터숨 보도. 공정거래위원회, 「신유형 상품권 표준약관」 제정·개정
발표. (확인일: 2026년 9월 2일)

표에 없는 값이 하나 더 있다. 기간을 늘려 달라고 하면 받아 주는 상품이 179개로 83.3%, 열 개 가운데 여덟 개꼴이었다. 안 된다고 밝힌 것은 22개로 10.2%, 아무 표시가 없는 것은 14개로 6.5%였다.¹⁷ 열 개 가운데 한 개는 연장 자체가 막혀 있었다.

피해 쪽에서도 같은 자리가 나온다. 피해구제 신청 162건 가운데 94건이 유효기간을 넘긴 건이다. 다섯 건 가운데 세 건에 가깝다. 환급을 제한당한 건은 22건으로 13.6%, 쓰지 못하게 한 건은 15건으로 9.3%였다.²⁶ 기간을 넘긴 건수는 환급 제한 건수의 4.3배이다.

집단 구분

같은 규칙이 발행사마다 다른 날에 도착한다

이번에는 발행하는 쪽으로 갈라 본다. 시장의 큰 몫을 가진 대형 플랫폼과 그 밖의 발행사이다. 표준약관은 권고이므로 개정 내용이 언제 각자의 약관에 들어가는지가 다르다.

<표 3> 대형 플랫폼과 그 밖의 발행사는 같은 규칙을 다른 날에 적용한다

구분	대형 플랫폼 발행분	그 밖의 발행분
2020년 온라인 선물하기 시장 몫	84.5%	15.5%
적립금 100% 환급 적용	2023년 9월 1일	2025년 9월 표준약관 개정 뒤 차례로
5만원 초과 현금 95% 환급 적용	2026년 8월 1일	7개 사업자 2025년 안 · 3개 사업자 2026년 상반기
2023년 시점 현금 환급 비율 ²⁷	90%	90%
환급 수수료 수입 (2016~2020년 누계)	717억원	확인하지 못함

주: 시장 몫과 수수료 수입은 국회의원실이 공정거래위원회에서 받은 자료를 언론이 전한 것이다. 적용 시점은 언론 보도로 확인했다. 자세한 조건은 각주 16·32에 적었다.

자료: 경향신문·뉴시스·인천in 보도(2021년 9월 26일), ZDNet Korea 보도(2023년 7월 24일), 뉴스핌·이투데이 보도(2026년 6월), 공정거래위원회 2025년 9월 발표 전재본. (확인일: 2026년 9월 2일)

이익이 큰 사람과 실제로 쓰는 사람 · 환급 비율이 90%에서 95%로 올랐다. 이익이 커진 쪽은 5만원을 넘는 상품권을 산 사람이다. 그런데 소비자원 조사에서 기간이 짧고 분쟁이 많았던 것은 커피와 치킨 교환권 같은 물품형이었다. 이 갈래에 붙는 환급 비율은 5만원 이하 구간의 90%로 그대로이다. 1만원짜리 교환권을 놓친 사람이 잃는 1,000원은 개정 전과 같다. 이익이 큰 사람과 실제로 많이 쓰는 사람이 갈라지는 지점이 여기이다. 차이는 이번 개정이 기간이 아니라 금액을 기준으로 값을 올린 데서 온다.

다만 물품권 하나하나의 가격 분포는 확인하지 못했다.²⁸ 그래서 물품형 가운데 얼마나 많은 상품권이 90% 구간에 남는지는 숫자로 밝히지 않다.

이 장에서 확인할 것

- 1 기간이 지난 상품권이 5만원 이하인지 초과인지 먼저 확인하고, 초과면 95% 적용 여부를 발행사에 물어본다.

확인하는 곳 · 상품권 화면의 금액 표시와 발행사 고객센터

- 2 기간이 남았고 연장이 되는 상품권이면 만료 30일 전부터 연장을 신청한다.

확인하는 곳 · 발행사 앱의 유효기간 연장 메뉴

하지 않아도 되는 것 · 연장이 안 된다고 표시된 상품권은 연장을 신청하지 않아도 된다. 이때는 기간 안에 쓰거나 기간이 지난 뒤 환급을 청구하는 두 갈래만 남는다.

사라진 상품권 금액은 아무도 세지 않는다

사라진 상품권 금액은 아무도 세지 않는다

4해 인접 제도인 선불충전금에서 사라진 금액이 해마다 집계된 기간 2021년부터 2024년까지 기준 · 국민권익위원회	24조 2,904억원 한 달 동안 온라인쇼핑에서 오간 거래액 2025년 12월 기준 · 국가데이터처	18조 7,991억원 그 가운데 모바일에서 오간 거래액 2025년 12월 기준 · 국가데이터처
--	--	---

규칙이 네 번 바뀌었어도 세 곳이 비어 있다. 숫자가 없는 곳, 규칙 밖에 남는 발행사, 그리고 국회에 올라간 법안이 닿지 않는 자리이다.

사라진 상품권 금액을 세는 곳이 없다

선불충전금은 사라진 금액이 해마다 나온다. 국민권익위원회는 네 해치 누계 2,116억원을 근거로 두 기관에 제도개선을 권고했다.¹³ 모바일 상품권에는 같은 집계가 없다. 유효기간이 지나 사라진 금액이 한 해에 얼마인지 밝힌 공표 자료를 확인하지 못했다.¹⁵ 2025년 12월 한 달 동안

모바일 상품권에서 사라진 금액을 세는 곳이 없다. 금액을 모르면 규칙의 효과도 젤 수 없다.

온라인쇼핑에서 24조 2,904억원이 오갔다. 그 가운데 18조 7,991억원이 모바일에서 이뤄졌고, 모바일이 나머지의 3.4배이다.²⁹ 그런데 상품권 항목의 연간 금액은 확인하지 못했다.¹²

금액을 모르면 규칙의 효과도 잦 수 없다. 2025년 개정으로 환급 비율을 90%에서 95%로 올렸을 때 소비자에게 얼마가 더 돌아갔는지 확인할 방법이 없다. 인접 제도의 연 529억원은 5만원짜리 상품권 105만 8,000장에 해당하는 금액이다. 숫자가 없으면 권고를 만들 근거도 생기지 않다.

규칙 밖에 남는 발행사가 있다

전자금융거래법은 선불전자지급수단을 등록 대상으로 삼았다.³⁰ 다만 발행잔액 30억원 미만, 연간 총발행액 500억원 미만, 가맹점 1개를 모두 채우면 등록하지 않아도 된다. 이때는 충전금을 따로 관리할 의무도 지지 않다.³¹ 자기 매장에서만 쓰는 상품권을 발행하는 작은 사업자가 여기에 들어간다.

표준약관 쪽도 같다. 2025년 개정 때 반영에 합의한 사업자는 10곳이다. 그 밖의 발행사가 언제 같은 비율을 적용하는지는 확인하지 못했다.³² 소비자가 산 상품권이 10곳 안에서 나온 것인지는 상품권 화면만 보고 알기 어렵다.

국회에 올라간 개정안은 상품권을 대상으로 삼지 않다

2026년 5월 20일 서민의 금융생활 지원에 관한 법률 개정안이 발의됐다. 소멸시효가 끝난 선불충전금을 서민금융진흥원 휴면계정으로 넘기고, 기간 제한 없이 돌려받을 수 있게 하는 내용이다.³³ 총위는 법률이어서 통과하면 사라지던 돈의 성격이 바뀐다. 다만 적용 대상은 선불전자지급수단이고 상품권은 들어 있지 않다. 등록 면제 구간에서 나온 5만원 이하 물품형 발행분은 이 개정안에도, 전자금융거래법의 별도관리 의무에도 닿지 않다. 표준약관만 남는데 그것은 권고이다.

연구소는 이 자리를 이 사안에서 가장 넓은 빈 곳으로 본다. 값을 정하는 규칙은 있지만 그 값이 지켜졌는지 확인할 숫자가 없고, 지키지 않아도 따르는 결과가 없다.

이 장에서 확인할 것

- 1 상품권을 살 때 발행사 이름과 환급 규정을 결제 전에 한 번 읽는다.**
확인하는 곳 · 결제 화면 아래쪽의 유효기간과 환불 규정 안내
- 2 발행사가 환급을 거절하면 한국소비자원에 피해구제를 신청한다.**
확인하는 곳 · 국번 없이 1372 소비자상담센터, 또는 한국소비자원 누리집의 피해구제 신청 메뉴

하지 않아도 되는 것 · 산 지 5년이 지난 상품권은 청구해도 돌려받기 어렵다. 소멸시효가 끝난 뒤에는 발행사가 돌려줄 의무를 지지 않다.

권고를 규칙으로 올려야 값이 지켜진다

권고를 규칙으로 올려야 값이 지켜진다

돌려받는 몫을 정하는 자리를 옮기지 않으면 값만 오르내린다. 지금 논의되는 갈래는 다섯이다. 갈래마다 누가 하는 일인지, 어느 층위에 있는지, 무엇이 풀리고 무엇이 남는지를 함께 본다.

비율을 올리는 일보다 그 비율을 권고에서 규칙으로 올리는 일이 먼저이다.

<표 4> 다섯 갈래 가운데 시행 중인 것은 둘이고, 그 둘 다 빈틈을 남긴다

대안별 주체 · 근거 규범의 층위 · 지금 어디까지 와 있는지

대안	누가 한다	근거 규범의 층위	걸리는 시간	해결되는 것 / 남는 것
① 환급 비율을 올린다	공정거래위원회와 발행사	자율규제	이미 시행 · 2025년 9월	5만원 초과분과 적립금 선택분의 환급 비율이 오른다 / 권고여서 반영 시점이 발행사마다 다르다
② 만료 전 통지와 연장을 늘린다	공정거래위원회와 발행사	자율규제	6개월 안팎	기간을 모르고 넘기는 사람이 줄어든다 / 통지를 하지 않아도 따르는 결과가 없다
③ 사라진 돈을 공적으로 쓴다	국회	법률	1년 이상	소멸시효가 끝난 뒤에도 돌려받을 길이 열린다 / 적용 대상이 선불전자지급수단이라 상품권이 빠진다

대안	누가 한다	근거 규범의 층위	걸리는 시간	해결되는 것 / 남는 것
④ 상품권을 감독 대상 안으로 넣는다	국회와 금융위원회	법률	일부 시행 · 2024년 9월	충전금 별도관리와 보고 의무가 생긴다 / 등록 면제 구간의 발행분이 밖에 남는다
⑤ 최소 유효기간을 법으로 정한다	국회	법률	1년 이상	기간이 짧아지는 것을 막고 환급 비율의 근거가 법률로 올라간다 / 국내에는 아직 근거 법률이 없다

주: 층위는 법률·시행령·고시·약관·자율규제 다섯 가운데 하나로 적었다. 층위가 낮을수록 빨리 바뀌고 그만큼 쉽게 되돌아간다.
⑤의 해외 사례는 각주 34에 적었다.

자료: 공정거래위원회·국민권익위원회·금융위원회 발표와 국회 발의 법안 보도, 미국 연방법 원문을 넥서스 금융경영연구소가 정리. (확인일: 2026년 9월 2일)

①은 이미 시행 중이지만 층위가 자율규제이다. 반영에 합의한 10개 사업자 가운데 일곱 곳이 2025년 안, 세 곳이 2026년 상반기로 시점이 걸렸다.²⁴ 같은 날 같은 상품권을 산 두 사람이 발행사에 따라 다른 비율을 적용받는다. 값을 올린 것과 값이 지켜지는 것은 다른 문제이다.

②는 소비자가 기간을 놓치지 않게 하는 갈래이다. 표준약관은 만료 30일 전 통지를 정해 두었다. 국민권익위원회는 2025년 8월 만료 1년 전부터 세 번 이상 알리라고 권고했다.¹³ 권고 대상이 선불전자지급수단이어서 상품권에 옮겨 오려면 표준약관을 다시 고쳐야 한다. 층위가 자율규제인 한 통지를 하지 않아도 따르는 결과가 없다.

③은 사라진 돈의 성격을 바꾸는 갈래이다. 5장에서 본 개정안이고, 층위가 법률이라 통과하면 되돌리기 어렵다.³³ 다만 적용 대상에 상품권이 없어 이 보고서가 다룬 뭇에는 닿지 않다.

④는 상품권을 금융감독의 틀 안으로 넣는 갈래이다. 3장에서 본 전자금융거래법과 그 시행령이고, 층위가 법률과 시행령이어서 힘이 센다.²¹ 다만 등록 면제 요건을 모두 채운 발행분은 밖에 남는다.

⑤는 값의 근거를 법률로 올리는 갈래이다. 미국은 2009년 카드법으로 상품권 만료일을 발행일부터 5년보다 이르게 정하지 못하게 했다.³⁴ 국내에서 최소 유효기간을 정하는 것은 권고이다. 시간이 가장 오래 걸리지만, 값이 발행사 선택에 따라 흔들리지 않게 하는 갈래는 이것뿐이다.

읽는 사람이 할 일

오늘 할 수 있는 것

- 1 받아 둔 모바일 상품권을 한자리에 모아 유효기간이 지난 것부터 골라낸다.

확인하는 곳 · 메신저의 선물함과 발행사 앱의 쿠폰함

- 2 기간이 지난 상품권은 환급을 신청하고, 현금과 적립금 가운데 비율이 높은 쪽을 고른다.

확인하는 곳 · 발행사 고객센터의 환불 신청 화면

- 3 기간이 남았고 연장이 되는 상품권은 만료 30일 전에 연장을 신청해 둔다.

확인하는 곳 · 발행사 앱의 유효기간 연장 메뉴

하지 않아도 되는 것 · 산 지 5년이 지난 상품권은 청구해도 돌려받기 어렵다. 무상으로 받은 판촉용 쿠폰도 환급 대상이 아니다.³⁵

금융회사가 할 일

발행사는 두 가지를 지금 할 수 있다. 첫째, 2025년 9월 개정 내용을 자기 약관에 언제 넣는지를 날짜로 공지하는 일이다. 총위가 약관이므로 법 개정을 기다릴 일이 아니다. 둘째, 기간이 지난 상품권 가운데 환급을 청구하지 않아 남은 금액을 한 해 단위로 공개하는 일이다. 2024년 9월 개정으로 발행사는 받은 돈을 어떻게 굴리는지 알리게 됐다.¹⁰ 사라진 금액을 함께 알리는 데 새 규정이 더 필요하지는 않다. 이 숫자가 나오면 규칙이 얼마나 지켜졌는지를 처음으로 잴 수 있다.

당국이 할 일

공정거래위원회와 금융감독원은 국민권익위원회의 2025년 8월 권고를 받은 두 기관이다.¹³ 연구소는 셋을 순서대로 제안한다. 첫째, 기간이 지나 사라진 상품권 금액을 발행사별로 모아 해마다 공표하는 일이다. 총위는 고시나 감독규정으로 가능하다. 둘째, 표준약관 개정 내용의 반영 여부와 날짜를 발행사별로 공개하는 일이다. 셋째, 반영률이 오르지 않으면 유효기간과 환급 비율의 근거를 법률로 올리는 방안을 국회와 함께 검토하는 일이다. 앞의 둘은 숫자를 만드는 일이고, 셋째는 그 숫자를 근거로 총위를 올리는 일이다.

아직 정해지지 않은 것

세 가지가 아직 정해지지 않았다. 첫째는 법률 개정안이다. 2026년 5월 발의된 서민의 금융생활 지원에 관한 법률 개정안이 통과할지, 적용 대상에 상품권이 들어갈지이다. 둘째는 표준약관 개정에 합의한 10개 사업자 밖의 발행사가 같은 비율을 적용할지이다. 셋째는 사라진 상품권 금액을 공표하는 규정이 만들어질지이다. 연구소는 어느 쪽으로 갈지 예측하지 않다. 다만 확인할 자리는 정해져 있다. 법안의 심사 단계는 국회 의안정보시스템에서 본다. 적용 날짜는 발행사 누리집의 약관 개정 공지에서, 공표 규정은 두 기관의 보도자료에서 본다. 셋 가운데 하나라도 움직이면 이 보고서의 숫자가 바뀐다.

부록 가 · 용어 풀이

신유형 상품권

전자형·온라인·모바일 형태로 발행하는 상품권을 묶어 부르는 이름이다. 공정거래위원회 표준약관이 쓰는 말이고, 무상으로 나눠 준 것과 운송·통신 전용은 여기서 뺀다.

물품형 상품권

정해진 물건이나 서비스 하나로 바꾸는 상품권이다. 커피 한 잔, 치킨 한 마리 교환권이 여기에 든다.

금액형 상품권

금액이 적혀 있어 그 범위 안에서 나눠 쓰는 상품권이다. 충전해서 쓰는 형태도 여기에 든다.

표준약관

공정거래위원회가 만들어 사업자에게 권하는 약관이다. 사업자가 자기 약관에 넣으면 그때부터 효력이 생기고, 넣지 않아도 그 자체로 제재가 따르지는 않는다. 층위로는 자율규제다.

소멸시효

권리를 일정 기간 쓰지 않으면 그 권리가 사라지는 것을 말한다. 상행위로 생긴 채권은 5년이고, 상품권 환급을 청구할 수 있는 기간의 근거가 여기서다.

선불전자지급수단

돈을 미리 넣어 두고 나중에 물건값을 치르는 데 쓰는 전자적 수단이다. 간편결제 앱의 충전 잔액이 대표적이고, 전자금융거래법이 정한 이름이다.

선불충전금

선불전자지급수단에 미리 넣어 둔 돈이다. 발행사는 이 돈을 자기 재산과 나눠 따로 관리해야 한다.

청약철회

인터넷 등에서 물건을 산 뒤 정해진 기간 안에 주문을 없던 것으로 되돌리는 일이다. 전자상거래에서는 7일이다.

규범의 층위

규칙이 어디에 적혀 있는지를 말한다. 법률·시행령·고시·약관·자율규제 순으로 힘이 약해진다. 층위가 낮을수록 빨리 바뀌고 그만큼 쉽게 되돌아간다.

부록 나 · 자료 출처와 각주

자료 출처

1. [1차] 법제처 국가법령정보센터, 「상법 제64조(상사시효)」.
<https://www.law.go.kr/lsLinkProc.do?ancYd=20170726&lsClsCd=LL&lsNm=%EC%83%81%EB%B2%95&lsId=001540&chrClsCd=010202&joNo=006400000&mode=10> (<https://www.law.go.kr/lsLinkProc.do?ancYd=20170726&lsClsCd=LL&lsNm=%EC%83%81%EB%B2%95&lsId=001540&chrClsCd=010202&joNo=006400000&mode=10>) (확인일 2026년 9월 2일)
2. [1차] 공정거래위원회, 「신유형 상품권 표준약관 제정」, 2015년 3월. 대한민국 정책브리핑 게재. <https://www.korea.kr/briefing/policyBriefingView.do?newsId=156044109> (<https://www.korea.kr/briefing/policyBriefingView.do?newsId=156044109>) (확인일 2026년 9월 2일)
3. [2차] 공정거래위원회, 「신유형 상품권 표준약관 개정」, 2025년 9월. KDI 경제정보센터 전재본 경우. <https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=271124> (<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=271124>) (확인일 2026년 9월 2일)
4. [1차] 공정거래위원회, 「신유형 상품권 표준약관 개정 보도자료」, 2025년 9월 16일 배포. 대한민국 정책브리핑 게재. <https://www.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156711613> (<https://www.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156711613>) (확인일 2026년 9월 2일)
5. [1차] 공정거래위원회, 「신유형 상품권 및 은행 표준약관 개정 보도자료」, 2024년 9월 30일 배포. 대한민국 정책브리핑 게재.
<https://www.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156652927> (<https://www.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156652927>) (확인일 2026년 9월 2일)
6. [1차] 국민권익위원회, 「매년 사라지는 페이·머니 529억원, 소멸시효 사전 안내 의무화」, 2025년 8월 1일. 대한민국 정책브리핑 게재.
<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148946978> (<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148946978>) (확인일 2026년 9월 2일)
7. [1차] 국민권익위원회, 「선불전자지급수단 이용자 보호 제도개선 권고」, 2025년. 대한민국 정책브리핑 게재. <https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=156721693> (<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=156721693>) (확인일 2026년 9월 2일)
8. [1차] 금융위원회, 「전자금융거래법 개정안 국회 본회의 통과」, 2023년 8월 24일.
<https://www.fsc.go.kr/po010101/80616?srchCtgr=1> (<https://www.fsc.go.kr/po010101/80616?srchCtgr=1>) (확인일 2026년 9월 2일)
9. [1차] 금융위원회, 「선불전자지급수단 이용자 보호 강화 및 소액후불결제 관련 시행령 개정」, 2024년. <https://www.fsc.go.kr/no010101/82339> (<https://www.fsc.go.kr/no010101/82339>) (확인일 2026년 9월 2일) 공식 법령: <https://www.law.go.kr/법령/전자금융거래법시행령> (<https://www.law.go.kr/법령/전자금융거래법시행령>)

10. [2차] 법제처, 「전자금융거래법 제2조-제28조」. U-LEX 전재본 경유.
<https://www.ulex.co.kr/%EB%B2%95%EB%A5%A0/73820-010199-%EC%A0%84%EC%9E%90%EA%B8%88%EC%9C%B5%EA%B1%B0%EB%9E%98%EB%B2%95> (<https://www.ulex.co.kr/%EB%B2%95%EB%A5%A0/73820-010199-%EC%A0%84%EC%9E%90%EA%B8%88%EC%9C%B5%EA%B1%B0%EB%9E%98%EB%B2%95>) (확인일 2026년 9월 2일) 공식 법령: <https://www.law.go.kr/법령/전자금융거래법> (<https://www.law.go.kr/법령/전자금융거래법>)
11. [2차] 법제처 찾기쉬운 생활법령정보, 「전자상거래 사업자의 청약철회·대금 환불 의무」. <https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=25&ccfNo=3&cciNo=3&cnpClsNo=3> (<https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=25&ccfNo=3&cciNo=3&cnpClsNo=3>) (확인일 2026년 9월 2일) 공식 법령: <https://www.law.go.kr/법령/전자상거래등에서의소비자보호에관한법률> (<https://www.law.go.kr/법령/전자상거래등에서의소비자보호에관한법률>)
12. [1차] 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회, 「모바일 상품권, 적립금 유효기간 지났어도 90% 환불해야」, 2022년 8월 21일. 대한민국 정책브리핑 게재.
<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148904973> (<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148904973>) (확인일 2026년 9월 2일)
13. [2차] 국가데이터처, 「2025년 12월 및 연간 온라인쇼핑동향」, 2026년 2월 2일. KDI 경제정보센터 전재본 경유. <https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=276556> (<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=276556>) (확인일 2026년 9월 2일)
14. [1차] 국가데이터처, 「2025년 1월 온라인쇼핑동향」, 2025년 3월 5일.
https://mods.go.kr/board.es?act=view&bid=241&list_no=435317&mid=a10301010000 (https://mods.go.kr/board.es?act=view&bid=241&list_no=435317&mid=a10301010000) (확인일 2026년 9월 2일)
15. [2차] 한국법제연구원(조용혁), 「상품권의 발행 및 유통에 관한 법제개선방안 연구」, 2015년 10월 31일. <https://www.klri.re.kr/kor/publication/1552/view.do> (<https://www.klri.re.kr/kor/publication/1552/view.do>) (확인일 2026년 9월 2일)
16. [2차] Cornell Law School Legal Information Institute, 「15 U.S.C. §1693l-1 (Credit CARD Act of 2009 §401)」. <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1693l-1> (<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1693l-1>) (확인일 2026년 9월 2일)
17. [2차] DWBNEWS, 「신유형 상품권 이용 소비자, 환불받을 권리 강화된다」, 2025년 9월. <https://www.dwbnews.kr/news/articleView.html?idxno=100667> (<https://www.dwbnews.kr/news/articleView.html?idxno=100667>) (확인일 2026년 9월 2일)
18. [2차] EBN, 「공정위, 환불·양도 제한 조항 개선, 신유형 상품권 불공정 약관 85건 시정」, 2025년 9월. <https://www.ebn.co.kr/news/articleView.html?idxno=1678716> (<https://www.ebn.co.kr/news/articleView.html?idxno=1678716>) (확인일 2026년 9월 2일)
19. [2차] 비전21뉴스, 「공정위, 신유형 상품권 이용 소비자 환불받을 권리 강화」, 2025년 9월. <https://www.vision21.kr/news/article.html?no=507374> (<https://www.vision21.kr/news/article.html?no=507374>) (확인일 2026년 9월 2일)
20. [2차] 경향신문, 「커피 등 모바일 상품권 유효기간 겨우 3개월, 표준약관은 1년 이상」, 2023년 1월 5일. <https://www.khan.co.kr/article/202301051217001> (<https://www.khan.co.kr/article/202301051217001>) (확인일 2026년 9월 2일)
21. [2차] 데이터숨, 「물품형 상품권 피해, 절반 이상이 유효기간 경과」, 2023년 1월. <https://www.datasom.co.kr/news/articleView.html?idxno=126035> (<https://www.datasom.co.kr/news/articleView.html?idxno=126035>) (확인일 2026년 9월 2일)

22. [2차] ZDNet Korea, 「모바일 상품권 등 유효기간 1년 이상 명시해야」, 2020년 12월 14일. <https://zdnet.co.kr/view/?no=20201214143701> (<https://zdnet.co.kr/view/?no=20201214143701>) (확인일 2026년 9월 2일)
23. [2차] 금융소비자연맹, 「신유형 상품권 및 은행 예금·여신 분야 표준약관 개정」, 2024년 9월 30일. <https://www.kfcf.or.kr/news/news/read.do?no=2853> (<https://www.kfcf.or.kr/news/news/read.do?no=2853>) (확인일 2026년 9월 2일)
24. [2차] 문화일보, 「선불 충전 후 5년 이상 잠든 내 돈,페이·머니 기업들 600억 챙겼다」, 2026년 4월 14일. <https://www.munhwa.com/article/11582240> (<https://www.munhwa.com/article/11582240>) (확인일 2026년 9월 2일)
25. [2차] 이데일리, 「미사용 충전금 600억 기업들 주머니로」, 2026년 5월 26일. <https://edaily.co.kr/News/Read?newsId=04480486645452856> (<https://edaily.co.kr/News/Read?mediaCodeNo=257&newsId=04480486645452856>) (확인일 2026년 9월 2일)
26. [2차] 굿모닝경제, 「소비자 충전금 소멸시효로 매년 수백억」, 2026년 5월 20일. <https://www.goodkyung.com/news/articleView.html?idxno=287227> (<https://www.goodkyung.com/news/articleView.html?idxno=287227>) (확인일 2026년 9월 2일)
27. [2차] 전자신문, 「5년간 소멸된 티머니 선불금 1000억 수준」, 2026년 6월 8일. <https://www.etnews.com/20260608000278> (<https://www.etnews.com/20260608000278>) (확인일 2026년 9월 2일)
28. [2차] 경향신문, 「카카오 선물하기 환불 수수료로 5년간 700억원」, 2021년 9월 26일. <https://www.khan.co.kr/economy/economy-general/article/202109261309001> (<https://www.khan.co.kr/economy/economy-general/article/202109261309001>) (확인일 2026년 9월 2일)
29. [2차] 뉴시스, 「카카오 기프트콘 환불 오래 걸리고 수수료도 과도」, 2021년 9월 26일. https://newsis.com/view/?id=NISX20210926_0001593200 (https://newsis.com/view/?id=NISX20210926_0001593200) (확인일 2026년 9월 2일)
30. [2차] ZDNet Korea, 「카카오, 안 쓴 모바일 교환권 포인트로 100% 환불해준다」, 2023년 7월 24일. <https://zdnet.co.kr/view/?no=20230724113032> (<https://zdnet.co.kr/view/?no=20230724113032>) (확인일 2026년 9월 2일)
31. [2차] 뉴스핌, 「카카오, 깜빡 잊은 모바일 교환권도 95% 돌려준다」, 2026년 6월 22일. <https://www.newspim.com/news/view/20260622000950> (<https://www.newspim.com/news/view/20260622000950>) (확인일 2026년 9월 2일)
32. [2차] 이투데이, 「카카오톡 선물하기 환불 기준 바뀐다, 5만원 넘으면 95%」, 2026년 6월 28일. <https://v.daum.net/v/20260628132203839> (<https://v.daum.net/v/20260628132203839>) (확인일 2026년 9월 2일)
33. [2차] 소비자가만드는신문, 「카카오톡 미사용 모바일 교환권은 100% 환불」, 2023년 8월 2일. <https://www.consumernews.co.kr/news/articleView.html?idxno=684573> (<https://www.consumernews.co.kr/news/articleView.html?idxno=684573>) (확인일 2026년 9월 2일)
34. [1차] 기프트콘(발행사), 「모바일상품권 연장 및 취소·환불 안내」. <https://m.gifticon.com/mobile/bridge/refundBbc.jsp> (<https://m.gifticon.com/mobile/bridge/refundBbc.jsp>) (확인일 2026년 9월 2일)
35. [2차] 경제정의실천시민연합, 「상품권을 둘러싼 문제와 상품권법 제정의 필요성」, 2017년 9월 26일. <https://ccej.or.kr/posts/54tr5R> (<https://ccej.or.kr/posts/54tr5R>) (확인일 2026년 9월 2일)

36. [2차] 더스쿠프, 「내가 충전한 돈이 기업 돈 되는 이상한 제도」.
<https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=310448>
 (https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=310448) (확인일 2026년 9월 2일)
37. [1차] 1372 소비자상담센터(공정거래위원회·한국소비자원 운영), 「소비자상담 안내」.
<https://www.ccn.go.kr/index.ccn> (https://www.ccn.go.kr/index.ccn) (확인일 2026년 9월 2일)
38. [2차] 인천in, 「카카오, 선물하기 환불 수수료로 5년 간 717억원 챙겨」, 2021년 9월 26일. <https://www.incheonin.com/news/articleView.html?idxno=82703>
 (https://www.incheonin.com/news/articleView.html?idxno=82703) (확인일 2026년 9월 2일)
39. [파생] 넥서스 금융경영연구소 계산. 구매액 × 환급비율(90%-95%-100%)과 구매액 - 환급액으로 환급액·미환급액을 재구성했다. (확인일 2026년 9월 2일)

자료 39건 · 1차 12건 · 2차 26건 · 파생 1건. 등급은 자료의 성격을 표시하며 개수 비율을 품질 기준으로 삼지 않았다.

각주

- 온라인쇼핑몰의 모바일 쿠폰 거래액이다. 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회 발표에 실린 값이고, 발표문은 이 값을 집계한 기관을 따로 밝히지 않았다. 자료 12.
- 2024년 12월 기준 선불전자지급수단의 하루 평균 이용 건수다. 자료 7.
- 공정거래위원회가 2015년 3월 27일 제정한 신유형 상품권 표준약관이다. 자료 2.
- 상법 제64조. 상행위로 생긴 채권은 5년간 행사하지 않으면 소멸시효가 완성한다. 자료 1.
- 표준약관은 권고이며 법적 강제력이 없다. 자료 2.
- 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제17조·제18조. 청약철회 기간은 계약 내용을 적은 서면을 받은 날부터 7일이고, 물건을 늦게 받으면 받은 날부터 7일이다. 환급 기한은 3영업일이고 늦으면 연 15%의 지연이자를 붙인다. 자료 11.
- 표준약관의 조문 번호와 문구 원문은 확인하지 못했다. 규칙 내용은 공정거래위원회 발표 본문과 전재본으로 적었다.
- 2025년 9월 11일 개정 내용이다. 공정거래위원회가 같은 달 16일 배포했다. 원문 수치는 첨부 문서에만 있어 발표 본문과 전재본으로 확인했다. 자료 3·4·17·18·19.
- 2020년 12월 14일 개정으로 유효기간 원칙을 1년 이상으로 정했다. 상하기 쉬운 상품은 3개월 이상이다. 자료 22.
- 2024년 9월 30일 개정으로 발행사의 자금 운용 현황 공시·고지 의무를 넣었다. 자료 5·23.
- 신유형 상품권 거래액과 상담 건수는 공정거래위원회 발표를 언론 세 곳이 같은 값으로 전한 것이다. 자료 17·18·19.
- 2025년 1월 이쿠폰서비스 거래액은 한 해 전 같은 달보다 36.2% 줄었다. 금액은 확인하지 못했다. 자료 14.
- 국민권익위원회가 2025년 8월 1일 발표한 제도개선 권고다. 권고를 받은 기관은 공정거래위원회와 금융감독원 두 곳이다. 자료 6·7.
- 사라진 선불충전금의 연도별 값은 금융감독원 '선불전자지급 서비스 이용현황'을 언론이 전한 것이다. 2021년 487억 7,000만원은 두 곳, 2023년 557억 8,000만원은 두 곳, 2024년 601억원은 다섯 곳이 같은 값으로 전했다. 2022년 470억 1,000만원은 한 곳이 만원 단위까지 적었고 다른 두 곳은 470억원으로 적었다. 자료 24·25·26·27·36.
- 유효기간이 지나 사라진 모바일 상품권 금액의 전국 규모는 확인하지 못했다. 공정거래위원회 표준약관 관련 발표, 국민권익위원회 제도개선 발표, 금융감독원 선불전자지급 서비스 이용현황, 국가데이터처 온라인쇼핑동향이 살펴본 범위다.

16. 환급액과 수수료는 국회의원실이 공정거래위원회에서 받은 자료를 언론이 전한 것이다. 다섯 해 누계 환급액 7,176억원과 수수료 717억원, 2020년 거래액 2조 5,341억원과 시장 몫 84.5%는 세 곳, 2020년 수수료 254억원은 두 곳이 같은 값으로 전했다. 자료 28-29-38.
17. 한국소비자원 조사는 2022년 10월 1일부터 13일까지 14개 온라인몰의 물품형 모바일 상품권 215개를 대상으로 했다. 금액형은 대상이 아니어서 금액형의 실제 유효기간 분포는 확인하지 못했다. 10% 공제 비율 88.8%는 215개 전체가 아니라 유효기간이 1년이 안 되는 134개를 모수로 한 값이다. 자료 20-21.
18. 상품권법은 1961년에 만들어 1999년 2월에 폐지했다. 자료 15-35.
19. 소비자분쟁조정위원회는 2022년 8월 결정에서 없앤 적립금의 90%를 돌려주라고 했다. 자료 12.
20. 2023년 8월 24일 국회 본회의를 통과한 전자금융거래법 개정안 내용이다. 자료 8.
21. 시행령은 선불충전금 100% 이상 별도관리를 정했다. 2024년 9월 15일 시행이다. 자료 9.
22. 한 발행사 안내에 따르면 2016년 1월 29일 이후 구매분은 5년 안에서 90일 단위로 횟수 제한 없이 연장할 수 있고, 만료 30일 전부터 신청을 받는다. 자료 34.
23. 한 대형 플랫폼은 2023년 9월 1일부터 적립금 100% 환급을, 2026년 8월 1일부터 5만원 초과분의 현금 95% 환급을 시행했다. 자료 30-31-32.
24. 표준약관 반영 일정은 7개 사업자가 2025년 안, 3개 사업자가 2026년 상반기다. 자료 17.
25. 국민생각함 의견수렴은 2025년 5월에 했다. 국민권익위원회 발표는 응답자 3,335명 가운데 64%인 2,123명이 소멸시효를 모른다고 답했다고 밝혔다. 안다고 답한 1,212명은 두 값의 차다. 자료 6-7.
26. 피해구제 신청 162건은 2019년 1월부터 2022년 8월까지 접수분이다. 자료 20-21.
27. 2023년 8월 시점의 현금 환급 비율은 표준약관이 정한 90%였다. 기사에 나온 발행사 네 곳 가운데 적립금 100% 환급을 약관에 넣은 곳은 한 곳이었고, 나머지 세 곳은 도입 계획을 밝히지 않았다. 자료 33.
28. 신유형 상품권 거래액 8조 6,000억원의 물품형·금액형 구성비와 금액 구간별 비중은 확인하지 못했다. 공정거래위원회 발표 전재본 세 건과 한국소비자원 발표 전재본 두 건이 살펴본 범위다.
29. 2025년 12월 온라인쇼핑 거래액과 그 가운데 모바일 거래액이다. 상품군별 표는 첨부 문서에만 있어 확인하지 못했다. 자료 13.
30. 전자금융거래법 제2조 제14호의 선불전자지급수단 정의다. 자료 10.
31. 등록 면제 기준은 발행잔액과 연간 총발행액이 시행령이 정한 금액(각각 30억원·500억원) 미만이고 가맹점이 1개인 경우다. 자료 9.
32. 표준약관 개정 반영에 합의한 사업자는 10곳이다. 그 밖의 발행사가 언제 같은 비율을 적용하는지는 확인하지 못했다. 자료 18.
33. 서민의 금융생활 지원에 관한 법률 개정안은 2026년 5월 20일 발의했다. 적용 대상은 선불전자지급수단이다. 의안번호는 확인하지 못했다. 자료 25-26.
34. 미국은 2009년 카드법으로 상품권 만료일을 발행일부터 5년보다 이르게 정하지 못하게 했다. 휴면 수수료는 12개월 넘게 쓰지 않은 경우에만 한 달에 한 번까지 물릴 수 있다. 자료 16.
35. 신유형 상품권의 범위에서 무상으로 준 것과 운송·통신 전용 상품권은 뺀다. 자료 2.



제목	못 쓴 모바일 상품권의 뭇은 약관이 정한다
시리즈	넥서스 리서치 2026_85 · NR-2026-085
발행 등급	정규호
발행	넥서스 금융경영연구소 · 2026년 9월 2일
자료 기준일	2026년 9월 2일
인용 형식	넥서스 금융경영연구소, 「못 쓴 모바일 상품권의 뭇은 약관이 정한다」, 넥서스 리서치 2026_85(NR-2026-085), 2026.9.2. 영구 링크 · https://nexusfmi.com/research/mobile-gift-voucher-refund-share
수정 이력	없음
누리집	nexusfmi.com

이 보고서는 국민의 금융생활과 관련된 사안을 넥서스 금융경영연구소가 자체 기준에 따라 조사하고 분석한 자료이다. 특정 금융회사나 금융상품의 매매를 권유하거나 그 가치를 판단하려는 목적이 아니며, 개별 사안에 대한 법률 자문이나 투자 자문이 아니다. 본문의 견해는 넥서스 금융경영연구소의 것이고, 투자와 계약 결정의 책임은 이용자 본인에게 있다. 인용할 때는 출처를 밝혀 주기 바란다.