

연매출 500억 이상 가맹점 수수료 인상... 깊어지는 갈등

가맹점 “대책없이 책임 떠넘겨” 반발
카드사 “당국 개편방침 반영했을 뿐”

신용카드사가 다음달부터 연 매출 500억원을 초과하는 대형 가맹점 2만 3000여 곳에 카드 수수료를 최대 0.3% 포인트 인상할 계획을 통보함에 따라 대형 가맹점의 반발이 거세다.



<연간 카드 수수료 부담액 추정>

대형마트	270억~300억원
통신4사	약 800억원

*통신4사=SK텔레콤, SK브로드밴드, KT, LG유플러스. /자료=라사

19일 대형마트·통신사 등 대형 가맹점 관계자는 카드 수수료 인하에 따른 구체적인 대응방안이 부족한 카드사가 그 책임을 대형 가맹점에 떠넘기고 있다고 불만을 토로했다.

연간 매출이 9조~10조원에 달하는 대형마트의 경우 카드 수수료를 0.3%포인트 인상할 경우 카드 수수료로만 연간 270억~300억원이 빠져나갈 것이라고 예상한다. 업계 관계자들은 최근 최저임금 인상이나 오프라인 판매 경로가 쇠퇴함에 따라 대형마트 업계의 분위기가 좋지

않은 상황에서 이번 수수료 인상은 과도한 부담이라고 지적했다.

한 업계관계자는 “상생 측면에서 소상

공인 등 중소기업의 카드 수수료 인하 혜택을 시작한 것인데 그로 인한 부담을 대형 가맹점에 돌리는 꼴”이라며 “대형 가맹점에 책임을 떠넘기는 게 과연 진정한 상생의 결과인지 의문이다”라고 전했다.

통신사 역시 대형 가맹점을 대상으로 한 카드회사의 수수료 인상이 부당하다는 입장이다.

통신업계에서는 이번 카드 수수료 인상을 적용했을 때 SK텔레콤·KT·LG유플러스·SK브로드밴드 등 통신 4사를 합친 카드 수수료 비용이 추가적으로 연간 800억원 가까이 증가할 것이라고 예상 나온다.

한 통신사 관계자는 “카드사에 전기, 가스 등 사회기반서비스에 적용되는 특수 가맹점의 수수료를 건의했으나, 카드사들이 일반 대형 가맹점과 같은 방식으로 수수료를 산정했다”며 “대형 통신사의 경우 자체 전산 시스템을 구축하

고 있기 때문에 일반 가맹점에 비해 결제 비용 원가가 낮은데도 카드사는 금융위 가이드라인에 따랐을 뿐이라며 합리적인 근거를 제시해 달라는 통신사의 요구를 거부하고 있다”고 말했다.

반면 카드사들은 지난해 11월 금융당국에서 발표한 카드 수수료율 개편 방안을 충실히 반영했을 뿐이라는 항변이다.

금융당국은 지난해 11월 카드수수료 종합개편방안을 발표하며 카드사에 각 가맹점별 수수료에 대한 적격비용을 재산정해 개편할 것을 요구했다.

적격비용이란 카드의 부가서비스 등 마케팅 혜택을 이용함으로써 가맹점이 부과해야 하는 비용을 말한다. 카드사들은 이같은 금융당국의 방침에 따라 연 매출 10억~30억원의 가맹점에게는 우대수수료율 1.6%를 적용하고, 500억원 이하의 가맹점에게는 평균 1.95%의 수수료율을 적용하며 500억원을 초과하는 대형 가맹점에는 과도한 마케팅비용을 조

정해 수수료를 적절히 산정했다는 설명이다.

즉, 금융당국이 제시한 가맹점의 ‘수익자 부담 원칙’에 따라 그동안 전 가맹점에 고르게 분배되던 마케팅비용을 가맹점 별로 세분화해 카드 수수료율을 개편함으로써 일반, 대형가맹점간의 수수료율 역진성을 해소했다는 것.

한 카드사 관계자는 “중소 가맹점의 수수료 인하 때문에 보전 차원에서 카드사들이 대형 가맹점의 수수료를 올렸다고 보는 것은 틀린 것”이라며 “당연히 일반 가게보다 대형마트에서 추가 할인이나 무이자 할부 등의 마케팅 혜택을 받는 측면이 더 많아 적격비용 수준에서 카드 수수료를 개편한 것이며, 오히려 카드사가 금융당국의 지침을 제대로 반영하지 않고 적격비용 이하로 대형가맹점의 수수료를 산출하면 불법으로 간주돼 처벌을 받을 수 있다”고 말했다.

/홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr

금융위 “대형가맹점 수수료율 인상, 당연한 것”

일문일답

전체 가맹점 96% 수수료 인하 혜택 인상부분, 지출했어야 할 마케팅비



윤창호 금융위 금융산업국장. /뉴스

지난해 카드수수료 종합개편방안에 따라 전체 가맹점 가운데 96%가 수수료율 인하 혜택을 받을 전망이다. 정부는 최근 수수료율을 놓고 불거지고 있는 카드사와 대형 가맹점의 갈등에 대해선 대형 가맹점의 수수료율 인상은 당연한 것이라고 지적했다.

금융위원회 윤창호 금융산업국장은 19일 “우대수수료 구간을 확대하면서 총 272만개의 가맹점 중 262만6000개의 가맹점(96%)이 우대수수료율을 적용 받게 됐다”며 “지난해 7월 우대수수료 구간이 연 매출 5억원 이하였을 때(84%)와 비교해 12%포인트 증가했다”고 말했다.

마케팅비용 산정방식 개선으로 연 매출 500억원 초과 일부 대형가맹점의 카드 수수료가 인상되는 것에 대해선 이전과

지 대형가맹점이 지출했어야 할 마케팅 비용이 적격비용에 근거한 수수료율을 적용하는 과정에서 인상된 것이라고 해석했다. 또한 대형가맹점이 협상력을 이용해 낮은 수수료를 요구하는 것은 바람직하지 않다고 지적했다.

다음은 윤창호 금융산업국장의 일문일답.

- 마케팅비용 개선에 따라 카드수수료가 늘어나게 되면 결국 대형가맹점은 마케팅 비용을 줄이고 카드사들은 카드혜택을 줄이려고 할 것이다. 정부차원에서의 대책이



있다.

“대형가맹점의 경우 수수료율이 인상되는 부분이 있을 수 있다. 그러나 인상은 부분은 기존에 대형가맹점이 지출했어야 할 마케팅비용이다. 대형가맹점과 카드사간에 이뤄지는 마케팅비용 문제는 적격비용에 근거한 수수료율로 이뤄진다. 현재 나타나는 대형가맹점과 카드사간의 마케팅비용 문제는 실제로 대형가맹점이 지출해야 하는 마케팅비용이 정확하게 반영되는 과정에서 나타나는 현상이다. 또 대형가맹점이 적격비용에 따른 수수료율에 벗어나 협상력에 의존해

이뤄지는 것은 바람직하지 않다.”

- 대형가맹점이 마케팅비용 인상안을 받아들일 수 없다고 할 경우 카드사가 취할 수 있는 방안이 있다.

“여신전문금융업법(여전법)에 보면 대형가맹점이 카드사에 부당하게 낮은 수수료율을 요구할 경우 처벌하게 돼 있다. 현재 나타나고 있는 문제가 처벌할 수 있는 수준까지 와 있느냐에 대해선 판단할 수 없지만 논의 진행과정을 충분히 모니터링해 적격비용에 따른 수수료율이 적용될 수 있도록 하겠다.”

- 그렇다면 대형가맹점이 일방적으로 인상 수수료율을 받아들이지 못해 카드사와 계약을 해지할 경우 금융당국이 처벌할 수 있는 근거가 있다.

“여전법을 보면 부당하게 낮은 수수료율을 요구할 경우 처벌할 수 있다. 그러나 특정한 가맹점이 계약을 해지해 카드를 사용할 수 없는 부분은 별도의 문제다. 가맹점과 카드사의 계약은 자유의사에 따라 이뤄지기 때문이다. 별도의 근거는 없지만 대형가맹점이 협상력(소비자에 대

한 불편 등)을 이용해 카드 수수료를 부당하게 내릴 경우는 불법이다. 적격비용에 따라 수수료율을 정하도록 법으로 지정돼 있고, 이에 따른 취지, 원칙에 따라 이뤄져야 한다.”

- 카드사 부가서비스와 관련해 금융당국에서 TF를 마련했는데 어느 정도 진행됐다.

“TF를 개최해서 논의했지만 실무적으로 뒷받침이 안되는 부분이 있다. 부가서비스와 관련한 부가서비스 기한 단축과 카드이용자 편의부분이다. 무작정 단축하는 것은 바람직하지 않다고 본다. 때문에 부가서비스 단축과 관련해 카드회원 가입시 충분히 설명이 됐는지 실태조사 중이다. 1분기중 방안을 마련할 계획이다.”

- 부가서비스 개선방안에 대해 구체적으로 설명해달라.

“실태조사를 하고 있다. 약관 변경승인과 관련한 추가적인 검토가 필요했고, 카드사의 경우 부가서비스 감축과 관련해 충분한 설명이 이뤄지지 않은 경우 카드사들이 승수하지 못한 판례가 있다. 기존에 발급된 카드가 소비자에게 충분한 설명이 됐는지 실태조사 후 그에 근거해 법적으로 문제가 없는 선에서 방안을 마련하려고 한다.”

/나유리 기자 yul115@



8개 카드사, 내달부터 인상 통보
비용 절감 위해 고객 혜택 줄여
부가서비스 단축 방안 마련 방침

카드사가 정부의 카드 수수료 인하 조치에 따라 통신사, 대형마트 등 대형가맹점에 수수료율을 올리겠다고 나서면서 대형가맹점의 반발이 커지고 있다. 카드사와 대형가맹점 간 수수료 싸움이 불가피한 가운데 소비자 피해로 비화될 수 있다는 우려가 나온다.

19일 카드업계에 따르면 최근 신한·삼성카드 등 8개 카드사는 통신사, 백화점, 대형마트, TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰 등 연 매출 500억원을 초과하는 대형 가맹점을 대상으로 다음 달부터 카드 수수료율을 현행 1.8~2%에서 2.1~2.3%로 최대 0.3%포인트 인상하겠다고 통보했다.

수수료 인하, 대형가맹점 불똥... 결국 소비자 피해

수수료 부담이 커진 대형가맹점은 강력하게 반발하고 나섰다. 정부의 카드수수료 인상안을 대형가맹점에 떠넘긴다는 주장이다. 반면 카드사는 금융당국의 방침에 따라 수수료 인상이 불가피하다는 입장이다.

앞서 지난해 11월 금융위원회는 최근 마케팅비용을 상한의 적용 구간을 2단계에서 3단계로 세분화하면서 500억원 초과 구간은 기존 0.55%에서 0.8%로 올렸다. 기존에 할인, 포인트 적립 등으로 발생한 마케팅비용을 전 가맹점에 고르게 부과했다면 실제 마케팅이 진행된 가맹점을 선별해 비용을 청구하라는 의미다.

실제로 카드사는 비용 절감을 위해 학원, 통신료, 주유비 할인 등 혜택이 좋은 카드를 단종하거나 포인트 적립, 할인 혜

택을 잇따라 축소시키는 등 고객 혜택을 줄이고 있다. 무이자 할부 서비스를 최대 6개월에서 5개월로 줄이고 할부 수수료를 인상하는 카드사도 늘고 있다.

카드사와 대형가맹점의 수수료 갈등은 결국 그 피해는 소비자에게 돌아갈 수 있다는 우려가 나온다.

업계 관계자는 “카드사들도 일정 부분 이익이 나와야 하는 산업이고 회사인데 가맹점 수수료가 줄어들면서 이익 보전이 되지 않으면 이때까지 해왔던 무이자 할부와 같은 부가서비스 등 소비자 혜택을 줄여야 할 것”이라며 “이는 내수시장의 침체로 이어질 수 있다”고 지적했다.

금융당국은 소비자 피해와 관련해 카드사와 대형가맹점의 갈등에 개입할 수 없다는 입장이다. 예를 들어 대형가맹점이 카드사와 계약을 해지하는 등 소비자

피해가 발생하더라도 구두발언 정도에 그친다는 설명이다.

윤창호 금융위 금융산업국장은 “여신전문금융법에 따르면 부당하게 낮은 수수료율을 요구할 경우 처벌할 수 있으나 특정한 가맹점이 계약을 해지해 카드를 사용할 수 없는 부분은 별도의 문제”라며 “가맹점 계약은 카드사와 자유의사에 따라 계약하는 것”이라고 말했다.

대신 금융위는 올해 1분기 중 부가서비스 단축과 관련한 현실적인 방안을 내놓을 방침이다.

윤창호 국장은 “실태조사를 하고 있다”며 “기존에 발급된 카드 중 충분한 설명이 됐는지와 관련한 실태파악을 하고 그에 근거해 법적으로 문제가 없는 방안을 1분기 중 마련하려고 한다”고 밝혔다.

/김희주 기자 hj89@