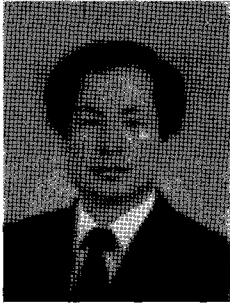


신용카드산업구조와 경쟁정책



김길태

공정위 심판관리관실 심판관리1담당관

독과점적인 시장구조를 경쟁적인 구조로 전환시키기 위한 방안으로 검토될 수 있는 대안은 여러 가지가 있을 수 있는데, 첫째로 현재 신규진입장벽으로 작용하고 있는 신용카드업 허가기준을 완화하는 방향으로 신용카드회사 수를 늘리거나, 허가제를 신고제로 전환하는 등의 검토가 필요할 것이고, 둘째로 경쟁을 통한 고율의 수수료 인하를 유도하며, 셋째로 신용카드회사의 자유로운 경쟁을 도모하고 소비자를 보호하기 위해서는 시장구조를 경쟁적인 구조로 전환시키는 노력과 함께 당해 시장에서 공정한 경쟁이 이루어지도록 시장감시활동을 강화하는 노력이 병행되어야 할 것이다.

I. 서설

신용카드는 소비자들에게 신용서비스를 공급하는 것을 말하는 것으로, 이러한 신용카드의 등장은 소비자신용부문에 있어서 획기적인 전기를 마련하는 계기가 되었다. 미국이나 일본 등의 선진국에서는 1950년대와 1960년대 전·후부터 일반 소비자를 대상으로 하는 신용카드가 등장했으며, 우리 나라는 1960년대 후반부터 국내에 제한적으로 등장하기는 했으나, 오늘날과 같이 일반 소비자를 대상으로 하여 본격적으로 신용카드가 발급되기 시작한 것은 우리 나라의 경제가 급속한 성장으로 그 규모가 확대됨에 따라 정부주도형 경제체제에서 민간주도형으로 탈바꿈하기 시작했던 1980년대부터라 할 수 있다.

우리 나라에 있어서 1980년대는 국내 경제발전에서 전환기로서, 그 동안 고도성장 우선 정책에 밀려 소홀히 취급되었던 문제들이 현안으로 대두되기 시작한 때이며, 이 때부터 국내 소비자보호운동이 본격적으로 전개되는 등 소비자를 중시하기 시작한 시기였고, 공정거래제도도 이 시기에 도입되는 등 우리 나라 경제가 소비자를 중시하는 경쟁체제에 본격적으로 진입하게 된 시기이기도 하다. 신용카드가 이러한 시대적 배경에서 등장한 까닭에 국내 금융시장에서도 소규모 신용을 제공하는 소매금융(retail banking)이 빠른 속도로 발전하게 되었으며, 전자결제시스템의 등장과 인터넷산업의 급속한 발전으로 신용카드산업은 더욱 빠른 속도로 성장을 지속해 오고 있다.

그러나, 국내 신용카드시장은 허가제에 의한 진입규제가 존재하고 있으며, 이러한 허가제 등으로 인하여 시장구조가 소수의 신용카드회사에 의한 독과점적 구조를 형성하고 있고, 또한 신용카드 서비스를 수요로 하는 소비자들은 신용서비스가격에 대하여 민감하게 반응하지 않는 특성, 소위 신용서비스가격에 대하여 매우 비탄력적이라는 특성 등을 가지고 있음에 따라 신용카드시장에 있어서의 공정경쟁을 저해하는 요인으로 작용하고 있을 뿐 아니라, 소비자피해도 날로 증가하는 등 여러 가지 문제가 대두되고 있다.

이에 따라 본 고에서는 그 동안 필자가 관심을 가지고 검토해 온 결과를 토대로 개인적인 관점에서 국내 신용카드시장 상황을 분석해 보고, 이러한 시장상황하에서 경쟁정책적 관점에서 문제가 되었던 사항 등을 공정거래법 등에 위반되었던 사례들을 중심으로 살펴본 후 향후 국내 신용카드산업에 있어서의 경쟁력 강화와 소비자보호를 위한 경쟁정책적 과제에 대하여 살펴보고자 한다.

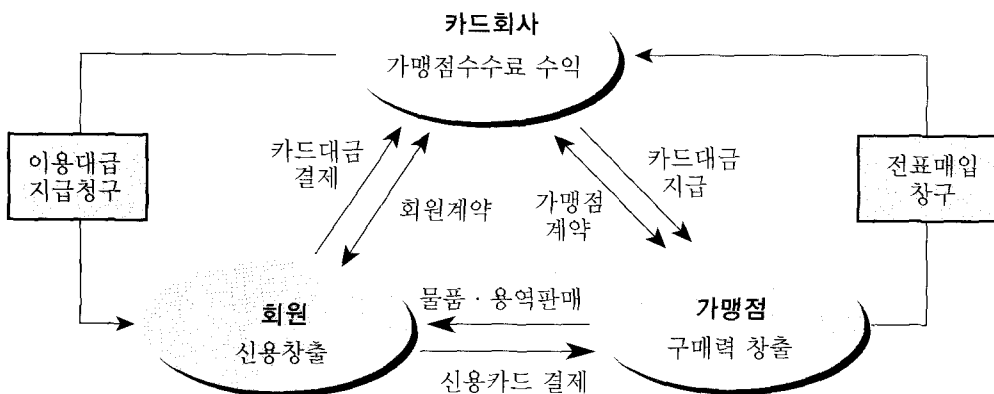
II. 국내 신용카드시장의 특징

1. 신용카드업의 개념

여신전문금융업법에 의하면, 신용카드업을 영위하는 사업자란 신용카드의 발행 및 관리업무, 신용카드이용과 관련된 대금의 결제업무, 신용카드가맹점의 모집 및 관리업무 중 2이상의 업무를 업으로 행하는 사업자를 의미한다. 그리고 이러한 신용카드업을 영위하기 위해서는 다수의 회원과 가맹점을 가지고 있어야 하고, 거래를 신속하게 처리할 수 있는 전산시설 및 점포·인력을 보유하고 있어야 하며, 결제대금을 지급할 수 있는 자금력을 갖추어야 한다.

신용카드업이 등장함에 따라 신용카드를 소지한 소비자, 즉 회원은 현금 없이 물품을 구입한 후 일정기간이 지나서 물품대금을 신용카드회사에 지불하게 되므로 그만큼 신용창출이 가능하게 되었고, 소규모의 소매금융도 일으킬 수 있게 되었으며, 가맹점은 이로 인하여 물품판매가 증대되고, 신용카드회사는 수수료수익을 획득할 수 있게 되었다.

신용카드시장의 3대 주체



2. 신용카드시장의 성장 및 현황

미국 등 구미에서는 신용카드 취급업무가 은행에서 이루어지고 있음에 비하여 우리 나라는 은행의 제휴나 출자 등을 통하여 신용카드 취급업무를 업으로 하는 겸영카드회사와 은행과는 별도로 신용카드 취급업무를 전업(專業)으로 하는 전업카드회사가 존재한다. 그리고 신용카드시장은 위 도표에서 보는 바와 같이 신용카드회사, 회원, 가맹점의 3대 주체로 형성되어 있다. 신용카드 거래를 통해 제공되는 서비스의 종류로는 물품이나 용역의 구입할 때 신용의 결제방식에 따라 제공되는 일시불과 할부가 있고, 물품이나 용역의 구매와 관계없이 신용이 제공되는 현금서비스가 있으며, 기타 부대서비스로서 카드론 등 여신업무와 여행알선, 보험대리, 통신판매 등이 제공되고 있다.

국내 신용카드시장 규모는 신용카드 이용금액을 기준으로 볼 때, 신용카드 이용 초기라 할 수 있는 1993년의 26조 9,590억원에 비하여 2000년에는 약 8배에 해당하는 224조 9,080억원에 달할 정도로 급속한 증가를 보이고 있다. IMF사태로 국내 경기가 극도로 악화되었던 1998년을 제외하고는 지속적으로 증가하고 있고, 2001년 9월 현재 7개 전업카드회사의 당기순이익은 1조 4,933억원에 이르러 전년도 같은 기간에 비하여 66.3%가 증가한 것으로 나타나고 있는데, 이러한 폭발적인 성장은 외국계 카드회사들의 국내 시장진입을 촉진시키는 요인으로도 작용하고 있다.

신용카드 이용형태별로는 2000년을 기준으로 볼 때, 총 신용카드 이용금액 224조 9,080억원

중 현금서비스가 74.6%를 차지하고 있으며, 물품이나 용역의 구입과 관련해서는 일시불이 24.7%를 차지하고 있고, 할부가 10.7%를 차지하고 있는데, 현금서비스의 비중은 1997년 이후부터 계속해서 증가추세를 나타내고 있다.

신용카드 발급 수는 2000년 이후 급증하고 있으며, 2001년 9월 현재 81,187천개가 보급되어 경제활동인구(22,481천명)당 3.5매가 발급된 것으로 나타나고 있다. 미국의 2.1매, 일본의 1.8매, 영국의 0.8매, 프랑스의 0.4매에 비하면 월등히 많이 발급된 것으로서, 특히 전업카드회사의 신장세가 두드러지고 있다. 또한 가맹점 수는 2001년 9월 현재 1,167만여개로 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, 1999년 9월에 가맹점 공동이용제 시행으로 가맹점 모집의 필요성이 줄어들었음에도 불구하고 가맹점 수는 대폭적으로 증가하는 모습을 보이고 있다.

3. 신용카드시장의 특성

국내 신용카드시장에 있어서의 신용카드회사는 발행기관에 따라 전업카드회사와 겸영카드회사로 구분되는데, 2001년말을 기준으로 전업카드회사는 7개이고 겸영카드회사는 19개로서 총 26개¹⁾의 신용카드회사가 국내에서 신용카드업을 영위하고 있다. 19개 겸영카드회사(은행) 중 12개사는 공동출자로 BC카드(주)를 설립하여 가맹점 관리, 가맹점 공동이용, 카드대금 공동결제 등의 업무를 공동으로 수행하고 있으며, 나머지 7개사는 각자의 고유브랜드를 사용하면서 국민카드와 외환카드의 가맹점을 이용하고 있다.

이와 같은 국내 신용카드시장의 특성을 분석해

1) 2002년 9월 현재 전업카드회사는 9개이고, 겸영카드회사는 17개로서, 총 26개 신용카드회사가 영업중에 있다.

보면,

첫째, BC카드, 엘지카드, 삼성카드, 국민카드 등 4개사가 2000년을 기준으로 볼 때, 국내시장의 91.1%를 차지하고 있을 정도로 독과점적 구조로 형성되어 있다. 또한 전업카드회사와 겸영카드회사로 구분해 보면, 7개 전업카드회사들의 시장점유율이 65.1%를 차지하고 있는데, 겸영카드회사들의 수수료가 전업카드회사들에 비하여 3% 정도 낮음에도 불구하고, 이와 같이 시장점유율이 높은 것은 전업카드회사들의 적극적인 마케팅 활동에서 기인하는 것으로 분석되고 있다.

둘째, 여신전문금융업법에 의한 신용카드업의 허가제는 국내 신용카드시장에서의 진입장벽으로 작용하고 있다. 국내 신용카드시장 규모는 대폭적으로 증가하고 있음에 비하여 신규 사업자의 진입이 이루어지지 않고 있으며, 이로 인하여 기존의 신용카드회사들의 당기 순이익이 대폭 증가하고, 수수료를 결정 등 신용카드회사간의 품질 및 서비스 가격경쟁을 제한하여 독과점 시장구조를 고착화시키는 원인으로도 작용하고 있다.

셋째, 신용카드 사용자(소비자)의 신용서비스 가격에 대한 수요탄력성이 낮아 신용카드회사들의 시장지배력행사가 용이하며, 신용서비스 가격이 하방 경직적인 성향을 나타내고 있다.

넷째, 자본집약도가 높고 위험도가 높다. 회원 및 가맹점, 전산시스템 등의 인프라구축 등을 위한 자본집약도가 높기 때문에 주로 대기업이 신용카드업을 할 수밖에 없으며, 이러한 특성은 엘지카드나 삼성카드의 높은 성장세가 뒷받침해 주고 있다. 아울러 자금운용이 신용에 의존하는 까닭에 리스크 관리능력이 기업의 수익성에 절대적인 영향을 미치게 되는데, 이와 같이 리스크

가 크기 때문에 신용카드 수수료가 높은 원인이 되기도 한다. 그러나, 2001년의 경우에 신용카드회사들의 평균조달금리가 7.4%였던 점에 비추어 보면, 2002년 3월말을 기준으로 주요 신용카드회사들의 현금서비스수수료율이 13.0%에서 23.8%에 이르고 있음을 볼 때, 그 수수료가 상당히 높은 수준인 것으로 분석되고 있다.

다섯째, 전자상거래와 밀접한 관련이 있고, 상품의 차별화가 어렵다. 정보처리 및 통신기술의 발전 속도와 밀접한 관계가 있는 시스템 위주의 장치산업으로서 전자금융의 도래 및 전자상거래의 활성화 등으로 정보통신기술과 밀접한 관련을 가지며, 다른 회사와 제휴하는 상품개발이 많이 이루어지고 있으나, 특히 보호받지 못하는 경우가 일반적이어서 상품의 차별화가 어려운 특징이 있기 때문에 타 신용카드회사와의 차별화 된 서비스를 제공하는 것이 성공의 결정적인 요인이기도 하다.

Ⅲ. 경쟁정책적 이슈와 시사점

1. 수수료를 담합 및 고율의 수수료를 유지

국내 신용카드시장은 앞에서 이미 살펴본 바와 같이 독과점적 구조로 형성되어 있어 시장집중도(market concentration)가 높기 때문에 신용서비스 가격결정에 있어 상호의존적인 성향이 강해지므로 인해 더욱 담합적인 가격결정을 할 유인이 그 만큼 증대되며, 독과점 사업자들에 의한 시장지배적지위 남용행위가 발생할 가능성도 높아진다.

실제로 신용카드회사들은 국내 신용카드시장에서 수수료를 공동으로 결정하거나 시장지배

력이 있는 2~3개 신용카드회사가 수수료율을 먼저 결정하면 다른 신용카드회사가 따라가는 이른바 가격의 동조적 결정행태가 이루어져 왔다. 이에 따라 공정거래위원회는 독점규제및공정거래에관한법률(약칭 “공정거래법”)을 적용하여 가격담합행위에 대하여는 부당한 공동행위로 판단하는 한편, 고율의 수수료율을 유지하는 행위에 대해서는 시장지배적지위 남용행위로 판단하고, 각각 당해 행위를 시정시키는 조치를 취함과 동시에 행정적 제재 내지 부당이득의 환수적인 조치로 많은 금액의 과징금을 납부하도록 조치한 바 있다. 물론 그 중 일부는 신용카드회사들이 공정거래위원회의 조치에 불복하여 그 불복절차가 진행중인 경우도 있다.

그 동안 공정거래위원회가 시정조치 한 사례를 살펴보면, 1988년 12월에 5개 신용카드회사들이 신용카드 할부구매 최저금액의 인상, 할부기간의 단축, 최고한도의 인하에 합의한 사실이 발견되어 시정조치 한 바 있으며, 1998년 1월에는 13개 겸영카드회사들이 경쟁사업자와 현금서비스 업무대행 및 가맹점매출전표 접수대행을 위한 업무 제휴계약을 체결하지 못하도록 하는 등의 방법으로 거래상대방을 제한하거나, 현금서비스 수수료율과 할부수수료율, 연체료율, 가맹점수수료율 등을 공동으로 결정한 사실이 발견되어 시정조치 한 바 있다. 또한 2000년 1월에는 7개 신용카드회사들이 가맹점 수수료율을 공동으로 결정한 사실이 발견되어 시정조치 한 바 있다. 그리고 2002년 5월에는 4개 신용카드회사들이 현금서비스 수수료율, 할부판매 수수료율, 연체이자율을 공동으로 결정한 것으로 추정되어 시정조치와 함께 233억원 상당의 과징금을 납부하도록 조치한 바 있다.

이와 같이 공정거래법에서 부당한 공동행위를

규제하는 이유는, 시장에서의 경쟁은 상품의 품질과 가격, 서비스 등의 경쟁수단에 의하여 공정하게 이루어져야 하는 것이므로, 경쟁사업자간에 가격 등은 각자가 자기의 경영전략이나 판단에 따라 자율적으로 결정하도록 함이 타당한 것임에도 불구하고, 경쟁사업자간에 명시적 또는 묵시적으로 계약·협정·결의 등을 통하여 공동으로 가격을 결정하기로 합의한 경우에는 당해 시장에서 경쟁을 제한하기 때문이다. 공정거래법상 부당한 공동행위로 인정되는 때에는 공정거래위원회로부터 시정조치명령을 받거나 이와 함께 과징금 납부명령을 받을 수도 있으며, 경우에 따라서는 검찰에 고발되기도 한다.

아울러 부당한 공동행위는 가격 등을 공동으로 인상하는 것은 물론 인상하지 않고 현행대로 유지하기로 한 것도 포함되고, 인하하기로 한 행위도 포함되며, 합의만 한 경우에도 성립되므로 합의한 후 실제로 실행하지 아니한 경우에도 규제를 받게 된다. 또한 부당한 공동행위의 규제대상이 되는 것은 가격뿐만 아니라, 거래조건이나 대가의 지급조건, 거래지역이나 거래상대방의 제한, 상품의 종류나 규격제한, 영업의 주요부문을 공동으로 수행하기 위한 회사 등의 설립, 다른 사업자의 사업내용이나 활동을 방해 또는 제한하기로 공동으로 합의한 경우에도 규제대상이 된다.

부당한 공동행위 이외에 시장지배적지위 남용행위로 시정조치 한 사례도 있다. 2001년 3월에는 12개 겸영카드회사와 3개 전업카드회사가 현금서비스 수수료율, 할부수수료율, 연체이자율을 인상한 후 자금조달금리와 연체율 및 대손율이 상당기간 하락했음에도 불구하고, 계속해서 수수료 등을 높은 수준으로 유지한 행위에 대하여 시장지배적지위를 남용한 행위에 해당되는

것으로 판단하고 공정거래위원회가 시정조치와 함께 40억원 상당의 과징금을 납부하도록 명령한 바 있다. 이와 같이 시장지배적지위 남용행위가 문제로 되는 것은 신용카드시장이 독과점적 구조, 즉 시장지배적 구조로 되어 있기 때문이며, 이로 인하여 공정거래위원회의 항시 감시대상이 된다고 볼 수 있다.

2. 신용카드업 신규진입 규제

신용카드업을 신규로 하고자 할 경우에는 허가를 받도록 함에 따라 시장에서 신규진입이 어렵게 되어 사업자수가 제한되고 허가 받은 몇몇 사업자들만 영업을 하게 되므로, 가격담합 등의 경쟁제한적인 행위를 하기가 용이한 환경이 조성된다. 정부에 의한 허가제는 국내산업을 보호·육성하는데 있어 긍정적인 효과도 있으나, 허가 받은 기업에만 특혜를 주는 결과가 초래되고, 이로 인하여 치열한 경쟁이 이루어지지 않기 때문에 경쟁력이 약화되고 소비자에게도 피해를 주게 되는 등 부정적인 측면도 있다. 일반적으로 허가제는 부정적인 측면이 더 큰 것으로 알려지고 있기 때문에 정부규제의 대표적인 사례로서 정부규제의 완화 내지 폐지의 우선과제이기도 하다.

경쟁당국으로서의 공정거래위원회 역시 허가가 신규진입장벽으로 작용하기 때문에 이를 폐지 또는 완화할 것을 요구하는 입장이며, 허가가 오래 기간 지속되게 되면 시장이 고착화되어 후일에 이를 폐지하는 경우에도 기대권자들이 담합 등을 통하여 시장에서의 신규진입을 어렵게 만들기도 한다. 또한 해외 신용카드회사의 국내 진출을 제한함으로써 선진금융기법의 도입 및 발전을 저해하기도 한다. 시장에서 공정한 경

쟁질서가 정착되기 위해서는 신규진입과 기존 기업의 퇴출이 자유롭게 이루어질 수 있도록 하여야 하므로, 이러한 신규진입을 제한하는 허가제는 필요 최소한도내에서 유지하거나 폐지되어야 한다.

이러한 진입제한으로 경쟁제한적인 시장구조가 형성되고 이로 말미암아 수수료 담합 등의 부당한 공동행위와 시장지배적지위 남용행위와 같은 위반행위가 실제로 발생하고 있고, 앞으로도 발생할 개연성이 높기 때문에 집중적인 감시대상이 되는 것이다.

3. 비가격경쟁으로의 변화

신용카드시장은 수수료율 등의 가격에 비탄력적인 특성을 가진 까닭에 가격경쟁보다는 무이자 할부행사나 마일리지, 서비스할인 제휴 등을 통한 비가격경쟁이 활발하게 전개되고 있다. 특히 전업카드회사의 경우는 놀이공원, 주유소, 극장, 대형할인점 등과 제휴관계를 맺고 마일리지 할인서비스 제공 등의 영업전략을 펴고 있는데, 이러한 비가격경쟁을 통하여 전업카드회사들은 수수료율이 높음에도 불구하고 자신들의 시장점유율을 확대해 나가고 있다.

이와 같이 국내 신용카드시장에서 비가격경쟁이 중요한 의미를 가지면서 재벌계의 전업카드회사가 속한 그룹의 계열사가 놀이공원이나 대형유통망 등을 운영하는 경우에는 자기 계열사인 전업카드회사의 경쟁사업자에게 서비스를 제휴하지 않는 등의 경향이 나타나고 있다. 지금까지는 이러한 행태와 관련하여 공정거래위원회가 위법한 행위로 판단하여 시정조치 한 사례는 발견되지 않고 있으나, 전업카드회사가 놀이공원 등을 운영하는 자기 계열사와 제휴협정을 체결

하면서 자신의 경쟁사업자에게는 제휴하지 아니하는 조건으로 거래할 경우에는 공정거래법상 금지하고 있는 구속조건부거래행위에 해당될 수 있으며, 대형유통망 등을 운영하는 회사가 자기 계열사가 아닌 비계열 전업카드회사로부터 제휴협정 제의를 받고 자기 계열사인 전업카드회사를 유리하게 하기 위하여 거래개시를 거절하는 등 부당하게 거래개시를 거절하는 경우에는 공정거래법상 금지되는 불공정거래행위 중 부당한 거래거절행위에 해당될 수 있고, 계열사인 신용카드회사와 비계열사인 신용카드회사를 모두 상대로 하여 제휴협정을 체결하고 거래를 하는 경우라 할지라도 자기 계열사를 유리하게 하기 위하여 차별적인 거래조건 등으로 거래하는 경우에는 공정거래법상 금지되는 불공정거래행위 중 차별적취급행위에 해당될 수 있다. 이와 같이 자기 계열사인 전업카드회사의 경쟁사업자에게 서비스를 제휴하지 않거나 부당하게 차별적으로 제휴하는 등 공정한 거래(경쟁)를 저해하는 것으로 인정되면 공정거래법상 시정조치의 대상이 될 수도 있다.

4. 네트워크시장의 접근 제한

신규로 신용카드회사를 운영하고자 하는 자가 신용카드시장에 진입하여 기존의 카드회사와 경쟁하기 위해서는 기존의 가맹점망과 현금서비스망 등 기존의 네트워크를 이용하는 것이 필수적이라 할 수 있고, 겸영카드회사와 전업카드

회사간의 경쟁을 위해서는 은행의 CD(Cash Dispenser, 현금지급기)망의 이용이 불가피하다고 할 수 있다.

그런데, 신규 신용카드회사의 시장진입을 억제하기 위하여 독과점적 지위에 있는 기존의 신용카드회사들이 가맹점들에게 신규 신용카드회사와 거래하지 못하도록 부당하게 구속할 가능성이 있고, 또한 신용카드시장에서 현금서비스 비중이 증가함에 따라 전업카드회사들의 급속한 성장을 제한하기 위하여 CD망을 가지고 있는 겸영카드회사들이 공동으로 전업카드회사들에게 은행의 CD망 이용을 거부하거나, 은행들이 전업카드회사들에게 은행의 CD망 이용수수료를 높은 수준으로 유지하기 위하여 CD망의 이용을 공동으로 거부할 가능성이 있다.

실제로 2002년 1월에 전업카드회사가 자사의 카드회원에게 현금서비스 이용편의를 제공하여 현금서비스 이용을 확대하는 한편, 은행들에게 지급하는 CD기 이용수수료를 절감하기 위한 방안으로 특정은행과 가상계좌서비스²⁾ 이용계약을 체결하고, 자사의 카드회원에게 예금인출의 형태로 신용카드 현금서비스를 제공할 수 있게 함으로써, 당해 전업카드회사의 회원들이 은행을 통해서 현금서비스를 받기가 용이하게 되고, 아울러 전업카드회사는 CD기 이용수수료가 절감되는 등의 효과가 나타나게 되었다. 뒤늦게 이러한 사실을 알게 된 다른 은행들이 당해 특정은행에게 그와 같은 행위를 즉시 중지할 것을 요구하였음에도 계속해서 가상계좌서비스를 제공하자,

2) 가상계좌서비스란 전업카드회사가 회원에게 현금서비스를 제공하기 위하여 어느 은행에 보통예금계좌를 개설하고, 회원에게 신용카드를 발급할 때 신용카드에 가상계좌번호를 부여하여 전업카드회사의 회원이 다른 은행의 CD기를 통해 현금서비스를 신청하게 되면 그 회원이 신청한 현금서비스 금액만큼 전업카드회사가 은행에 개설한 보통예금계좌에서 신용카드에 부여된 회원의 가상계좌로 자금이 이체되어 회원은 사실상 현금서비스를 받는 것이 되나, CD기에서는 가상계좌에서 예금인출을 하는 형태로 현금서비스를 받는 금융상품을 말한다.

특정은행에 가입된 전업카드회사의 가상계좌번호를 인식하지 못하게 하는 방법으로 가상계좌 서비스 관련 CD공동망³⁾의 이용을 단절한 사실이 확인되어 공정거래위원회가 그와 같은 행위를 하지 못하도록 시정조치 한 사례가 있다.

5. 기타 불공정거래

국내 신용카드시장에서는 신용카드회사들이 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 앞에서 검토한 사례와 같은 불공정한 거래 이외에도 거래 상대방에게 불이익을 주거나, 소비자를 상대로 광고를 하면서 소비자를 오인시킬 우려가 있는 허위·과장·기만 등의 광고를 할 가능성이 있고, 또한 불특정 다수의 소비자를 상대로 회원을 모집하면서 회원규약 조항에 신용카드회사에 일방적으로 유리하고 상대방인 소비자들에게 일방적으로 불리한 조항을 설정하는 등 공정거래법이나 표시·광고의공정화에관한법률(약칭 “표시광고법”), 약관의규제에관한법률(약칭 “약관법”) 등에 위반되는 행위를 할 개연성이 높다.

실제로 겸영카드회사가 은행(이하 “제휴은행”이라 함)과 가맹점을 공동으로 이용하기로 하는 등의 업무제휴계약을 체결하여 거래하면서, 제휴은행이 모집한 가맹점을 포함한 총 가맹점 중에서 자신이 직접 모집한 가맹점이 90% 이상을 차지하고 있기 때문에 제휴은행들이 쉽사리 당해 겸영카드회사의 요구를 거절하기 어려운 거래상의 지위를 이용하여, 자신이 정한 가맹점 수수료율이나 대금지급주기를 그대로 수용하도록

한 사실이 확인되어, 공정거래위원회가 공정거래법상 불공정거래행위 중 거래상지위 남용행위로 판단하여 시정조치와 함께 2억원 상당의 과징금을 납부하도록 명령한 사례가 있는 등 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 거래상대방에게 불이익을 주는 등의 불공정거래행위가 상당수 지적되고 있다.

또한 신용카드회사가 통신판매 카탈로그를 제작하여 회원들에게 배포하면서 제품의 원산지가 중국임에도 국내산인 것처럼 사실과 다르게 원산지를 허위로 표시하여 소비자가 마치 당해 제품이 국내산인 것처럼 오인할 수 있게 하는 광고를 한 것으로 확인되어 공정거래위원회가 표시광고법 위반으로 시정조치와 함께 법 위반으로 공정거래위원회로부터 시정명령을 받은 사실을 중앙일간지에 공표하도록 하는 공표명령을 한 사례가 있는 등 통신판매와 관련한 부당한 표시·광고행위가 상당수 지적되고 있다. 아울러 할부조건 등에 관하여 객관적 사실과 다르게 경쟁사업자보다 자신이 유리한 것처럼 광고하거나 자신보다 더 불리한 것처럼 광고하는 경우에도 부당한 표시·광고행위로 지적될 가능성이 있다.

그리고 신용카드회사들이 신용카드회원을 모집하면서 회원규약에 현금서비스금액과 현금서비스 이용에 따른 제반 수수료를 대금결제일에 자동대체결제방식에 의하여 변제하도록 하는 조항을 설정함으로써, 소비자인 회원들에게 현금서비스를 받은 후 중도에 상환할 수 없도록 하고 대금결제일까지 이자 상당액 전액을 부담하도록

3) CD기는 고객이 직접 은행에 가지 않고 현금인출, 잔액조회, 현금서비스지급, 계좌이체 서비스를 받을 수 있도록 은행이 설치한 기기를 말하며, CD공동망은 은행의 CD기 처리업무를 효율적이고 통일적으로 처리하기 위하여 금융결제원의 전산망과 개별 은행의 전산망을 상호 연결하여 고객이 다른 은행의 CD기를 이용할 수 있도록 하는 시스템을 말한다.

하였으므로, 소비자인 회원들에게 부당하게 불리한 조항으로 인정됨에 따라 공정거래위원회가 당해 약관조항을 삭제 또는 수정하도록 명령한 사례가 있다. 이와 같이 회원규약 등과 같이 불특정 다수와 계약을 체결하기 위하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 약관법상 '약관'이라 하며, 이러한 약관은 대부분 불특정 다수에 비하여 거래상지위가 우월한 사업자에 의하여 마련되는 까닭에 약관에는 사업자에게 일방적으로 유리하고 불특정 다수에게 불리한 조항들이 많이 속해 있을 수 있다. 그래서 거래상지위가 상대적으로 열등한 불특정 다수를 보호하기 위하여 약관법에서 불공정한 약관조항에 대하여 열거하고 있으며, 이에 해당될 때에는 당해 약관조항이 무효로 되어 공정거래위원회로부터 당해 약관조항을 수정 또는 삭제하도록 하는 시정조치를 받게 된다.

IV. 경쟁정책적 과제

1. 진입장벽 완화를 통한 경쟁촉진

국내 신용카드시장은 BC카드, 엘지카드, 삼성카드, 국민카드 등 4개사가 2000년을 기준으로 할 때 국내시장의 91.1%를 차지하고 있을 정도로 독과점적 구조로 형성되어 있는데, 이를 경쟁체제로 전환시키는 방안을 강구하는 것이 경쟁정책적인 과제라고 할 수 있다. 독과점적인 시장구조를 경쟁적인 구조로 전환시키기 위한 방안으로 검토될 수 있는 대안은 여러 가지가 있을 수 있으나, 중요한 것은 신규진입장벽을 완화하거나 철폐하는 것이므로, 현재 신규진입장벽으로 작용하고 있는 신용카드업 허가기준을 완화하는

방향으로 신용카드회사 수를 늘리거나, 허가제를 신고제로 전환하는 등의 검토가 필요할 것이다.

신규진입장벽의 완화로 인하여 신용카드시장에의 신규진입이 보다 자유로워지면 신용카드회사간의 경쟁촉진을 통해 다양하고 특화된 서비스상품의 개발을 촉진함으로써 서비스의 질적 향상을 기함과 아울러, 소비자선택의 기회를 확대함으로써 소비자의 다양한 수요를 충족시키는 계기가 될 것이다. 특히 자동차, 백화점 등 대기업이 대형유통망을 배경으로 하여 신규진입을 하게 되면 기존 신용카드회사와 차별화된 서비스를 제공하게 될 가능성이 높음을 고려하면 소비자의 다양한 수요를 충족시키는 만족도는 그만큼 증가하게 될 것이다.

2. 경쟁을 통한 고율의 수수료 인하 유도

신용카드시장에서의 수수료 문제와 관련해서 큰 비중을 차지하고 있는 것은 현금서비스 수수료라 할 수 있는데, 일반적으로 그 수수료 수준이 상당히 높은 것으로 분석되고 있다. 이러한 현금서비스 수수료의 인하를 유도하고 당해 서비스의 질적 향상을 기하기 위해서는 진입장벽의 완화 등을 통하여 독과점적 시장구조를 경쟁구조로 개선함으로써 신용카드회사간의 경쟁을 촉진시켜 해결하도록 함이 타당하다 할 것이다. 그러나, 이와 같은 경쟁을 통한 수수료 인하 유도는 소비자에게 관련 정보가 얼마만큼 정확하고 신속하게 전달되느냐에 따라 그 효과는 크게 달라질 수 있다. 그러므로, 신용카드회사들로 하여금 신용카드 수수료를 관련 공시를 의무화하고 소비자단체 등이 신용카드회사들의 수수료를 수준 등을 비교·분석하여 소비자들에게 공개하고 이

를 널리 알 수 있도록 함으로써 소비자들이 신용카드회사들의 서비스상품을 합리적으로 선택할 수 있도록 하는 것이 중요하다.⁴⁾ 그리고, 신용카드회사의 현금서비스와 경쟁관계에 있는 상호신용금고 등의 서민금융기관의 신용대출을 활성화하는 방안도 아울러 검토될 수 있을 것이다.

한편 현재의 가맹점 공동망 이용의무제는 기존의 가맹점망을 공동으로 이용할 수 있게 한다는 장점이 있는 반면에 사실상 경쟁력이 있는 7개 전업카드회사만이 가맹점을 모집할 수 있도록 함으로써 신규진입 및 가맹점 수수료 경쟁을 제한하는 요소로 작용한다는 단점도 있으므로, 이러한 규제제도를 합리적으로 개선하여 수수료 경쟁을 유도할 필요가 있다. 이를 위해서는 신용카드회사가 가맹점 공동망을 이용할 수도 있고 독자적으로 가맹점을 모집할 수도 있도록 하는 등 그 가맹점 이용방법을 자유롭게 선택할 수 있도록 하는 방안도 검토될 수 있을 것이다.

3. 불공정거래행위에 대한 감시 강화

신용카드회사간의 자유로운 경쟁을 도모하고 소비자를 보호하기 위해서는 시장구조를 경쟁적인 구조로 전환시키는 노력과 함께 당해 시장에

서 공정한 경쟁이 이루어지도록 시장감시활동을 강화하는 노력이 병행되어야 할 것이다.

현금서비스 수수료나 가맹점 수수료 등의 제반 수수료를 결정·유지·변경하기 위한 담합행위가 발생하지 않도록 시장감시활동을 강화하는 한편, 신용카드회사가 가맹점에게 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 불이익을 주는 행위, 가맹점 수수료를 부당하게 차별적으로 적용하는 행위, 가맹점망이나 CD망 등의 네트워크시장에 접근을 부당하게 거부하는 행위, 신용카드회사 간 경쟁이 치열한 비가격분야에서 계열 신용카드회사를 유리하게 하기 위하여 타 신용카드회사와 서비스제휴계약을 거절하는 행위 등과 같은 불공정거래행위에 대한 감시활동도 강화해 나갈 필요가 있을 것이다.

또한 통신판매 등을 하면서 소비자를 오인시킬 우려가 있는 허위·과장표시·광고행위, 기만표시·광고행위, 비교표시·광고행위 등과 같은 표시광고법상 부당한 표시·광고행위에 대한 감시활동은 물론, 회원규약 등의 약관에서 소비자에게 일방적으로 불리한 조항을 설정하는 등의 불공정한 약관조항의 설정행위를 하지 못하도록 하는 감시활동도 강화해 나갈 필요가 있을 것이다. **공정**

4) 미국의 경우에도 1988년에 신용카드공시법(Fair Credit and Charge Card Disclosure Act)을 제정하여 신용카드 관련 공시를 확대하는 방법으로 수수료를 인하를 유도한 바 있으며, 2000년에는 Truth in Lending Act를 개정하여 신용카드 관련 공시를 더욱 강화한 바 있다.