

2012. 4. 25.

## 보도자료

이 자료는 4월 26일(목) 14:00부터 보도해주시기 바랍니다.

KDI 홍보팀

TEL 02) 958-4030 FAX 02) 960-0652 E-mail press@kdi.re.kr

# 「신용카드 가맹점 수수료체계 개편」 공청회

- 일 시: 2012년 4월 26일(목) 14:00 ~ 18:30
- 장 소: 은행회관 2층 국제회의실
- 주 최: KDI, 금융연구원, 삼일PwC
- 후 원: 금융위원회, 금융감독원, 여신금융협회

□ KDI, 금융연구원, 삼일PwC는 4월 26일, '신용카드 가맹점 수수료체계 개편방안'이라는 주제로 공청회를 개최, 각계의 입장이 참여하게 대립하는 사회적 핵심 현안인 신용카드 가맹점 수수료의 현황을 점검하고, 합리적 개편방안을 모색함.

□ 토론회에는 김병주 서강대 명예교수의 사회로 김광기 중앙일보 선임기자, 김대식 한국금융학회 회장, 박창균 중앙대 교수, 서영경 서울YMCA 팀장, 오호석 직능경제인단체총연합회 회장, 조길종 전국소상공인단체연합회 연구소장, 조남희 금융소비자연맹 사무총장, 지동현 KB국민카드 부사장 등 금융 분야 전문가들이 대거 참석해 신용카드 가맹점 수수료체계의 문제점을 논의하고 개편을 위한 대안을 제시

- ❖ 첨부 1. 발표자료 요약
- 첨부 2. 공청회 프로그램

## ❖ 첨부 1. 발표자료 요약

# 한국 신용카드 시장의 현황 및 문제점

이 성 근    삼일PWC 컨설턴트 (02-2011-0684)

### □ 한국 신용카드 시장의 개요

- 국내 신용카드 산업은 카드사와 회원, 가맹점의 3당사자 체제이며, 카드거래가 발생하면 회원이 가맹점에게 지급할 대금 중 가맹점 수수료를 제한 금액을 카드사가 대신 지급하고, 회원은 약정된 카드 대금 지급일에 카드사에 해당 대금을 결제하는 구조임.
- 신용카드라는 지급 결제 시스템이 활성화됨에 따라, 국가 경제 관점에서 기여한 부분도 있었지만 역기능적 요소도 존재함.
  - 순기능 (거래 투명성확보, 세수 증대 기여, 거래 편의성 증대)
  - 역기능 (비계획적 과소비 자극, 부정사용 발생)

### □ 한국 신용카드 시장의 현황

- 시장규모의 지속적 증가
  - 신용카드 사용금액 증가 (2005년 258.2조 → 2011년 451.6조)
  - 체크카드 이용 비중 증가 (2005년 5.7% → 2011년 13.2%)
- 변동 폭이 높은 수익성
  - 2003년 카드 대란이후 많은 개선을 이루었으나, 비경상적 이익, 충당금 적립기준 강화, 대출수요 변화 등 다양한 요인에 기인
  - 신용카드사의 당기 순이익은 신용판매보다는 외부 경기변동에 민감한 현금서비스, 카드론, 부수 업무(리스, 캐피탈 등)의 비중이 훨씬 높음.

○ 건전성의 지속적 향상

- 연체 채권 비율의 지속적 감소(2005년 10.1% → 2011년 1.9%)
- 고정이하 여신비율의 지속적 감소(2007년 3.7% → 2011년 1.2%)

○ 영업/마케팅의 경쟁 증가

- 모집비용 연평균 29.9% 증가(2005년 0.19조 → 2010년 0.71조)
- 마케팅비용을 지속증가(2005년 10.9%, 1.3조 → 2010년 25.4%, 4.3조)
  - \* 마케팅비용율 = 총수익 대비 마케팅 비용
  - \* 마케팅비용 = 포인트/마일리지/할인/광고선전비/모집비용

□ 한국 신용카드 시장의 발전과정

○ 한국 신용카드 시장은 1987년 신용카드업법 제정 이후, 1997~2001년경 진행된 정부 정책에 힘입어 지속적으로 시장규모가 확대

- 1997 여신전문금융업법 제정  
(가격차별금지, 카드 결제 거절 금지)

- 1999.9월 신용카드 소득공제 제도 신설

- 2000 신용카드 영수증 복권제도

- 2001 신용카드 미가맹점에 대한 세무 조사

- 2003 카드 대란 발생 이후 리스크 관리 강화

○ 정부정책에 힘입어 신용카드 시장이 확대되었으나, 가맹점 수수료를 역시 정부 정책에 의해 지속적으로 인하

- 2007 중소 가맹점 수수료인하 권고(연매출 4800만원 미만)

- 2008 서민생활 밀접업종 수수료 인하(미용실, 식당, 의류 등)

- 2009 전통시장 가맹점 수수료 인하

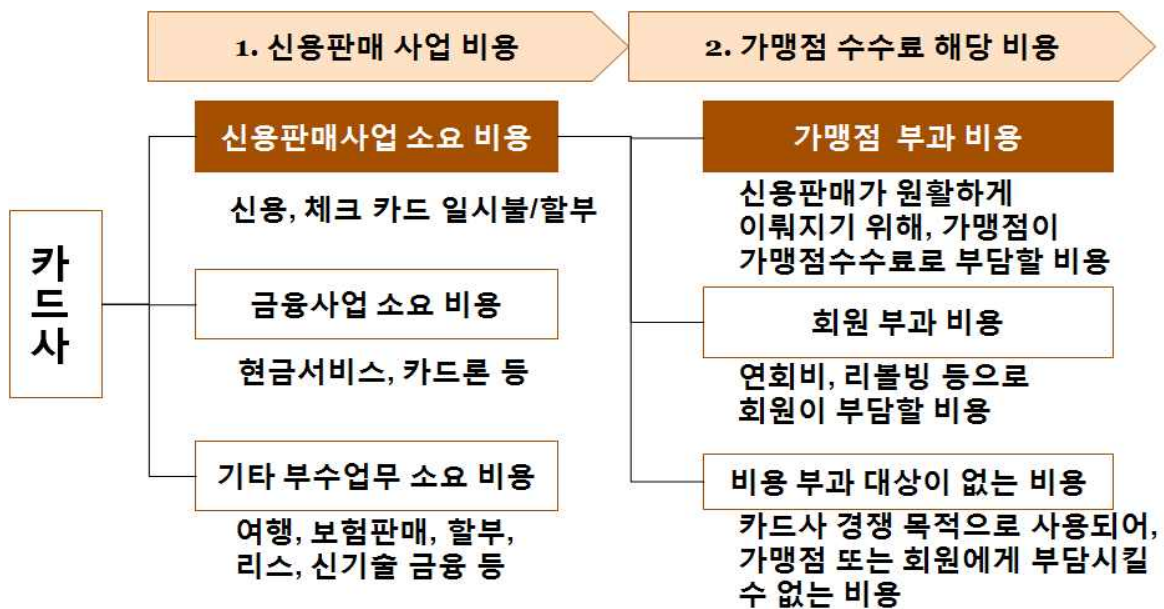
- 2010 중소 가맹점 수수료 인하(연매출 9600만원 미만)
- 2011.5월 중소 가맹점 범위 확대(연매출 1.2억 미만)
- 2012.1 전통시장, 영세 가맹점 범위 확대(연매출 2억미만)

○ 2012년 3월 개정된 여전법 개정안 방향(2012.12월 발효)

- 가맹점 수수료율 책정에 대한 합리성 강조
- 금융위원회의 역할 명시
- 영세/중소 가맹점 우대 수수료율 적용
- 대형 가맹점의 협상력 축소

□ 신용카드 발생 비용에 대한 이해

- 전체 신용카드사의 사업 영역 중 신용판매 사업에 소요되는 비용을 구분한 후, 가맹점 수수료에 해당하는 비용 항목 도출이 필요



- 신용판매사업 소요 비용은 다음과 같은 항목으로 이루어짐.

1. 자금 조달 비용
2. 대손 비용

### 3. 부정사용 보상비용

\* 여전법 제 16조 5항 및 제 17조에서 신용카드 부정사용은 신용카드사의 책임으로 규정

### 4. VAN사 지급수수료(거래승인 수수료, 전표매입대행 수수료)

### 5. 업무 대행 수수료

### 6. 부가서비스 비용, 기타 마케팅 비용

\* 상품에 탑재된 부가서비스는 상품 출시 후 1년 이내 변경 불가하며 6개월 전 회원 고지 의무

\* 상품 출시시점에 부가서비스에 대한 금감원 약관심사

### 7. 일반관리비

### 8. 회원관련비용(모집비용, 카드발급/발송비, 대금지급비용, 해외 Brand사 지급수수료)

#### ○ 카드 결제 절차별로 거래 패턴에 따라 비용차이요소 존재

- 승인횟수, 승인시간, 승인방식(대면/비대면), 매출전표 매입방식, 가맹점 대금지급일 차이, 가맹점 업종별 회원 대손 차이 (일부 업종은 유의미한 대손율 차이 존재) 등
- 또한, 환불 및 철회 항변 시에도 추가 비용이 발생함.

#### □ 한국 신용카드 시장의 당면과제

- 한국 신용카드 시장은 정부의 모순된 정책 하에 수수료율을 둘러싼 카드사와 가맹점간 끊이지 않는 논쟁이 지속되어 왔고, 카드사간 과당 경쟁에 의해 소비자는 신용카드 부가서비스 혜택에 길들여졌음.

① 정부의 모순된 정책

- 소득 탈루 적발을 통한 세수 증대 수단으로 신용카드 활용
- 가맹점의무가입, 카드 수납의무, 가격 차별금지
- 하지만 신용카드 서비스에 대한 가격은 시장원리에 위임하게 되어, 의무적으로 가입해야 하는 서비스에 대한 가격에 시장원리를 적용하는 모순 발생

② 근거가 미비한 업종별 수수료율

- 역사적으로 정해진 업종별 가맹점 수수료율 체계를 계속 유지하고 있으나, 그 근거는 카드사와 가맹점이 공감하기 어려운 수준
- 일부 업종간 수수료율 차이는 대손율 차이 등으로 설명할 수 있으나, 전체 업종에 대한 수수료율 책정의 대원칙이 부재하여 가맹점이 납득하기 어려움.

③ 대형 가맹점과 중소형 가맹점간 수수료율 차이

- 통신서비스, 대형 할인점, 국산 신차 등의 대형가맹점은 1.7% 이하의 낮은 수수료율을 적용받고 있으며, 이 가맹점들이 차지하는 비중이 전체 이용금액 대비 33.1%임.
- 서민 생활업종(일반음식점, 미용실, 자동차 정비, 안경, 문구 등)에는 대부분 2.4% 이상의 수수료율이 적용되고 있음.
- 또한, 이용금액 상위 1,000개(가맹점수 기준 0.06%)의 가맹점이 전체 취급고의 50.5%를 차지하고 있을 정도로 상위 가맹점의 취급고 집중도가 높음.  
→ 대형 가맹점의 수수료율이 조금만 인상되어도 중소형 가맹점 수수료율 인하 여력을 확보할 수 있음.

- 이렇게 대형 가맹점 수수료가 낮게 적용되는 원인은 대형 가맹점의 강력한 협상력과 카드사 간 외형 경쟁이 복합적으로 작용하기 때문임(매출전표 매입방식 차이에 따라 VAN Fee 는 대형 가맹점이 다소 적게 발생하나, 이 비용 이상으로 많은 차이가 발생되고 있음).

#### ④ 고비용 마케팅(부가서비스) 구조

- 고비용 마케팅 구조는 장기적으로 보면 카드사, 가맹점, 회원 모두에게 득이 되지 않는 구조임.
- 카드사
  - \* 고비용 마케팅 구조는 경영악화 요인
  - \* 할인, 프로모션에 대한 고객 문의/불만 증가
- 가맹점
  - \* 할인카드 미소지시 구매를 꺼리는 역효과
  - \* 가맹점 직원도 혜택 안내 불가할 정도로 다양
- 회원
  - \* 가맹점이 할인 폭을 강조하며 재화 가격을 인상
  - \* 카드 과다 발급 및 남용 발생
  - \* 카드혜택 암기, 전월실적기준 확인 등 거래 복잡성 증대
- 하지만, 카드사간 경쟁 격화 및 소비자들의 마케팅 민감도가 높아짐에 따라 마케팅 비용을 카드사가 자율적으로 축소하기 어렵다는데 문제의 본질이 있으며, 이에 대한 정부 규제가 불가피함.

#### ⑤ 신용카드 일변도의 지급결제 시스템

- 신용카드 시장이 정부 정책 주도로 급속하게 활성화되었고, 소비자들이 다양하고 파격적인 부가서비스에 길들여져 한국 직불형 카드 시장규모는 미미함.

- 2011년 한국 직불형 카드 사용 비율은 12.3%
- 2011년 미국 직불형 카드 사용 비율은 49.0%
- 2010년 영국 직불형 카드 사용 비율은 67.0%
- 2010년 독일 직불형 카드 사용 비율은 73.9%

# 신용카드 가맹점 수수료체계 개선방안

강 동 수 KDI 거시금융정책연구부장 (02-958-4076)

□ **현행 신용카드 가맹점 수수료체계는 합리성과 공정성을 결여**

- 과거 자의적이었던 업종별 수수료의 영향과 카드사와 가맹점간 협상력에 의하여 가맹점 수수료율이 결정되고 있음.
- 그 결과, 업종별 수수료율 격차가 크게 나타나고 협상력에 따라 동일 업종내 유사 규모의 가맹점간 수수료율이 상이

**[참고] 신용카드 가맹점 수수료의 합리성 및 공정성 결여 사례**

	사례 1		사례 2		사례 3	
	상이업종 / 유사패턴		동일업종 / 유사패턴		동일업종 / 상이패턴	
	A	B	C	D	E	F
업종	의원	스포츠 레저용품	일반음식점	일반음식점	슈퍼마켓	슈퍼마켓
거래규모 <sup>1)</sup>	1,022만원	1,023만원	1,785만원	1,787만원	2900만원	840만원
결제건수 <sup>1)</sup>	132	139	101건	104건	145건	683건
수수료율	2.52%	3.34%	2.66%	3.90%	2.00%	2.00%
수수료 격차	0.82%p		1.24%p		0%p	

1) 2012년 1월 중 신용카드 거래 기준

□ **가맹점 수수료체계 개편의 기본 원칙**

- ① 합리성 제고: 비용합리성에 기초한 보편적 기준을 적용
  - 카드사의 원가와 가맹점의 비용유발효과를 고려하여 수수료 산식을 마련
  - 가맹점별 비용은 거래건수와 거래금액 등 정량적 변수를 기본으로 대손위험, 환불위험, 대면거래여부, 거래승인시간 등 가맹점별 특성을 고려하여 산출

② 공정성 제고: 카드사와 가맹점간 협상력 불균등을 시정하여 공정한 경쟁 토대 마련

- 법적인 제약(의무수납제도, 가격차별금지제도 등)으로 인하여 수수료체계가 합리성을 담보할 수 없는 경우 발생
- 근본적으로 합리성을 저해하는 법적 제약을 폐지하는 것이 바람직하지만,
- 제도 개선 이전에 단기적으로 소액카드결제에 대하여 실비 이하의 수수료를 부과하는 등의 방식으로 피해를 구제

### □ 가맹점 수수료의 산식 (예시)

○ 수수료율 = 기본수수료율 + 부가서비스수수료율 + 조정수수료율 + 마진

- 기본수수료율 = 건당고정비용/평균거래금액 + 거래금액당 원가율

\* 건당고정비용: VAN프로세싱비 등 개별거래와 관련된 비용

\* 거래금액당 원가율: 자금조달비용, 일반관리비, 대손비용, 공통 마케팅비용 등 거래금액과 연동된 비용항목

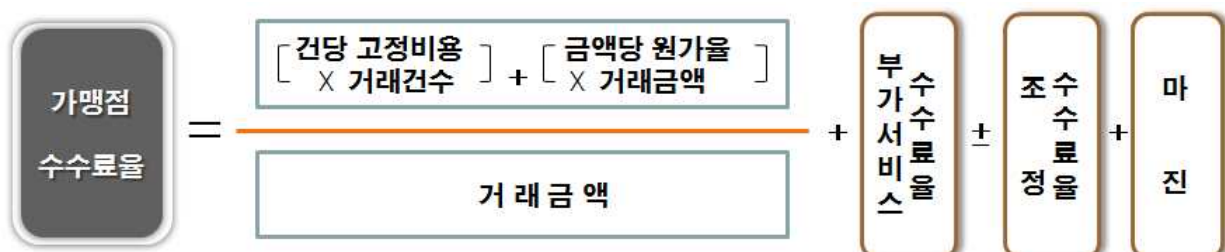
- 부가서비스수수료율: 가맹점별 마케팅비용 등

- 조정수수료율: 매출액, 거래건수 이외의 특성을 반영하여 수수료율을 조정

- 마진: 카드사의 일정수준 마진 산입

○ 개별 카드사는 자신의 원가구조와 영업 전략에 따라 상이한 수수료율 체계를 마련하여 가맹점과 계약

### [참고] 수수료율 산식의 예시



## □ 시뮬레이션 방법

### ○ 표본 추출

- 2012년 1월 중 승인실적이 있는 약 168만개 가맹점 중 영세 가맹점을 제외한 51만개 가맹점 중에서 무작위로 9,964개를 추출

\* 체크카드, 법인카드 등을 제외한 신용카드의 평균 수수료율 2.09%

### ○ 카드사 비용에 대한 가정

- 건당고정비용: 거래건수가 증가할수록 낮은 고정비용을 적용
  - \* 125원(거래건수 하위 70%) → 100원 (70~90%) → 75원 (90~100%)
- 총원가율 = 1.80%
  - \* 거래금액당원가율 + 마진 = 1.60%
  - \* 개별마케팅비용 = 0.20% (단, 거래규모 하위 80% 가맹점은 미적용)
  - \* 가맹점별 정성적 특성을 반영한 조정수수료율은 미적용

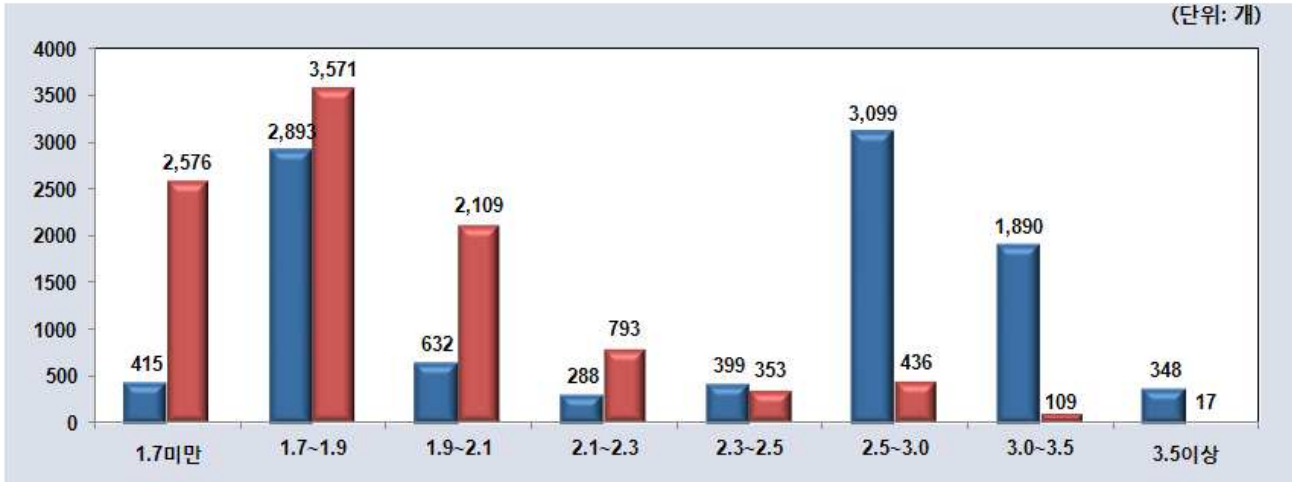
## □ 시뮬레이션 결과

### ① 수수료율의 하락 및 격차 축소

- 평균: 2.09% → 1.91%로 0.18%p 하락
- 표준편차: 0.56% → 0.14%로 하락
- 전체 82.6% 가맹점의 수수료율이 1.6%~2.1%에 위치
- 상승 가맹점 비율: 24.5%; 하락 가맹점 비율: 75.5%

※현재의 무원칙적인 수수료체계에 객관적 기준을 적용한 결과

## [그림] 가맹점 수수료율 분포



### ② 매출규모와 상관없이 전반적으로 수수료율이 하락

- 월 카드매출규모 1천만~1억원 규모의 가맹점 수수료율의 하락이 두드러짐(평균 2.68%→1.88%로 80bp 하락). 동 구간에서 수수료율이 상승하는 가맹점의 비율도 11.6%에 불과
- 대형가맹점(월 카드매출 5억원 이상)의 평균수수료율이 소폭 상승(1.89%→1.90%)하는 가운데, 대형가맹점의 71.1%가 수수료율 인상을 경험

### ③ 건당 평균결제금액이 작은 가맹점의 수수료율 인상이 크게 나타남.

- 건당 1만원 미만: 2.42%→2.86%로 0.44%p 상승
- 건당 100만~200만원: 2.96%→1.75%로 1.21%p 하락
- 소액결제 가맹점의 경우 총수수료 중 VAN수수료의 비중이 높기 때문

### ④ 대부분의 업종에서 수수료율이 하락하지만, 슈퍼마켓, 편의점, 대형할인점 등에서 수수료율이 상승

- 편의점(평균결제액 원): 2.33→2.76%로 0.43%p 상승
- 대형할인점: 1.66%→1.95%로 0.29%p 상승

※슈퍼마켓, 할인점 등 소액결제 가맹점에 대한 보완책 마련 필요

## □ 본 수수료체계의 특징 및 기대효과

- 합리성에 근거한 수수료체계를 도입함으로써 카드사와 가맹점간 마찰 감축
  - 비용합리성을 계량적으로 반영한 객관적인 산식에 기초하여 수수료율을 산출
- 가맹점 수수료율이 전반적인 하락하는 가운데, 가맹점간 수수료율의 격차가 축소
  - 수수료율 하락요인: 불필요한 마케팅비용을 가맹점에 전가할 수 없게 됨에 따라 수수료율이 인하
  - 격차 축소요인: 가맹점의 업종과 규모에 의한 가맹점수수료 차이의 합리적 사유가 부재하다는 사실에 근거하여 동일한 기준을 적용한 결과
    - \* 가맹점간 격차는 거래건수, 평균결제금액, 거래패턴의 정성적 특성 등에 기인할 뿐 전체 80% 이상 비용의 차등적용 사유 부재

## □ 본 수수료체계의 문제점 및 보완책

- 소액결제 비중이 높은 가맹점은 높은 고정비용 부담으로 수수료율이 크게 상승
  - 가맹점이 소액결제를 취급하는 것은 의무수납제도, 가격차별 금지제도 등 법적 제약 때문임.
- 법적 제약에 따른 불합리성을 시정하는 것이 공정한 경쟁에 부합
  - 소액결제 비중이 높은 가맹점에 대하여 결제건당 고정비용을 낮게 적용
  - 근본적으로 의무수납, 가격차별금지 등 제도를 조기에 시정
    - \* 소액결제에 대해서는 신용카드 대신 현금사용을 유도할 수 있는 제도를 마련

## □ 기타 금융감독 및 법적 쟁점

### ○ 유관기관의 역할

- 금융위 : 가맹점 수수료율 산정 기준 제시
- 카드사: 카드사별로 수수료 산정 모형 개발 및 약관 마련
- 금감원: 카드사별 수수료 산정 모형 감독 및 검사기법 개발
- 협회: 카드사별 수수료율 비교 공시시스템 마련을 통해 투명성 제고

### ○ 우대수수료율 적용

- 개정 여전법에 따라 적용되는 영세가맹점 우대수수료율은 입법취지를 존중하되, 개별 카드사의 여건을 고려하여 우대수수료율을 설정할 필요

\* ① 카드사의 최소원가를 고려하고 ② 단일한 우대수수료율을 지정하기 보다는 우대수수료율의 상한 또는 범위를 제시하는 것이 바람직

- 공익성이 분명한 업종(대중교통), 매출액 대비 세금비중이 높은 업종(주유소)에 대해 우대수수료율을 적용할 필요

### ○ 대형가맹점의 부당행위

- 본 수수료체계를 적용할 경우 대형가맹점은 수수료율 인상에 따른 반발이 예상되지만, 객관적인 기준을 반영하지 않은 채 현저히 낮은 수수료율을 요구하는 사례를 제도적으로 차단할 수 있을 것으로 기대

# 한국 신용카드 시장 발전을 위한 제언

이 재 연 한국금융연구원 선임연구위원 (02-3705-6356)

## 1. 과당 외형경쟁 및 고비용 마케팅(부가서비스) 구조개선

- 신용카드사들은 1인당 4매 이상을 보유한 카드이용고객을 대상으로 자사카드 이용 유도를 위해 할인, 포인트제공, 무이자할부 등 부가 서비스를 경쟁적으로 제공해 왔음.
- 카드사들이 카드회원에게 제공한 부가서비스 비용은 상당부분 가맹점수수료 형태로 가맹점에 전가되며, 이는 다시 가맹점이 제공하는 물품 및 서비스 가격에 반영됨.
  - 협상력이 높은 대형가맹점에 대해 중소형가맹점에 비해 현저히 낮은 가맹점수수료율이 적용됨에 따라, 대형가맹점과 중소형가맹점 간에 가격경쟁력 차이 발생
  - 사회적 취약계층, 현금이용고객 등 신용카드 미사용 고객은 부가서비스 혜택 없이 높은 가격을 지불하게 되어 소비자간 가격차별 및 소득분배 왜곡 발생
  - 신용카드회원에 대한 할인, 포인트 제공 등의 혜택은 시장의 price signal을 왜곡시킴으로써 거래비용이 높은 신용카드를 과도하게 사용
- 신용카드 서비스 이용비용은 가맹점과 카드회원이 수익자부담 원칙에 따라 각각 부담하는 것을 원칙으로 하되, 부가서비스를 급격히 축소할 경우 카드회원의 반발이 야기될 수 있어 점진적으로 축소함.
  - 신용카드이용고객, 신용카드 비이용 고객, 대형가맹점, 중소형가맹점, 카드사 등 이해관계자간 조정 필요

## 2. 직불형카드 활성화

### □ 직불형카드의 장점은 다음과 같음.

- 카드사의 경우 카드대금 미납에 따른 대손 미발생과 금리변동위험 축소, 가맹점의 경우 낮은 가맹점수수료 부담, 소비자의 경우 과소비방지, 저신용자의 카드이용 가능 등

### □ 직불형카드의 활성화방안은 다음과 같음.

- 신용카드에 대한 소득공제를 대폭 축소하는 한편 직불형카드, 현금영수증에 대한 소득공제 강화
- 은행의 직불카드사업을 재개하는 한편, 직불카드 활성화저해 요인인 카드이용시간 제한, 가맹점 부족 등의 문제를 해소
- 신용카드의 과도한 부가서비스를 축소하며, 가맹점에 대해 가맹점수수료를 카드회원에게 부담시킬 수 있도록 가격차별을 허용함으로써 직불형카드의 경쟁력을 제고

## 3. VAN거래구조 개선방안

### □ VAN사는 가맹점과 카드사간 카드사용 승인을 중계하는 역할을 수행하나, 다음과 같은 문제점이 있음.

- 신용카드 거래건수가 2002년 대비 2011년 약 4배 증가했음에도 불구하고 수수료가 크게 변하지 않는 등 VAN수수료 결정과정이 불투명
- 저비용매입 확대를 위해 단말기 교체가 필요하나 단말기 보급을 맡고 있는 VAN사의 단말기 교체 유인 부족
- 신용카드 거래건수가 많은 대형가맹점(유통, 항공, 극장 등)을 고객으로 확보하기 위한 경쟁이 치열함에 따라 리베이트 등 불건전 영업행태가 지속

- 신용카드 VAN사 설립 및 운영 등과 관련하여 인허가 및 관리감독 기관이 부재하며, VAN사 의존도가 높아 도산 및 파업 등 불안요소 발생 시 신용카드 거래 안정성 위협

□ 개선방안은 다음과 같음.

- VAN수수료의 전반적 인하 및 정률화, 매입방법별 수수료 조정 등 VAN수수료의 합리적 조정
- 일정규모 이상의 대형가맹점과 카드사간 직결제망을 구축하여 대형가맹점을 둘러싼 VAN사간 과당경쟁 억제
- DESC 등 저비용 매입을 확대하며 이를 위해 신용카드사, 은행, 정부 등 이해관계자의 지원을 통한 단말기 교체
- 카드사로 하여금 VAN사에 대한 관리를 강화토록 하는 한편, VAN사 도산 및 파업에 대비한 대응책 마련

#### 4. 의무수납제, 가격차별금지, 수수료 전가금지

##### (의무수납제)

□ 의무수납제의 문제점은 다음과 같음.

- 신용카드 가맹점 가입이 불필요한 영세가맹점의 부담이 확대되는 한편 신용카드사에게는 역마진 발생
- 연매출 2,400만원 이상의 사업자가 사실상 의무적으로 신용카드를 받게 됨에 따라 가맹점의 협상력이 크게 저하되어 신용카드사간 경쟁 부재
- 가맹점의 신용상태 등을 엄격히 심사하여야 하나 가맹점 가입의 사실상 의무화로 인해 가입심사 강화에 어려움이 있음.
- 의무수납제가 소득세법 및 여전법에 규정되어 정부가 결과적으로 특정산업을 지원하는 결과

## □ 의무수납제를 폐지할 필요

- 신용카드 사용 확산에 따라 일정 규모 이상의 사업자는 카드를 받지 않고는 영업이 곤란하며, 특히 거액거래, 도난 및 횡령사고가 많은 업종의 경우 신용카드 결제를 선호함에 따라 의무수납제를 폐지해도 신용카드 이용액 감소 크지 않을 것
- 의무수납제를 폐지하되 현금영수증 발급 의무화, 우대수수료를 적용 영세가맹점에 대한 가맹점 가입 심사 시 예외 적용, 고수익 자영업자에 대한 탈세조사 강화 등의 보완대책 필요

## (가격차별)

### □ 가격차별 금지의 문제점

- 신용카드 미사용 고객은 카드사로부터의 부가서비스 혜택을 받지 못한 상태에서 가맹점수수료가 반영된 상품가격을 지불함에 따라 소비자간 형평성 결여
- 신용카드 회원들이 신용카드 사용에 따른 비용을 지불하지 않음에 따라 과도하게 신용카드를 사용

### □ 가격차별금지 폐지 시 기대효과 및 문제점

- 가맹점수수료를 카드회원이 부담함에 따라 사용 지급수단에 따른 소비자간 형평성제고 및 신용카드 과다사용 축소 기대
- 가맹점수수료율이 높아지면 카드이용자의 부담도 높아져 해당카드 이용을 기피하므로 가맹점의 협상력 제고
- 독점력이 높은 업종의 경우 가맹점수수료율 이상을 전가할 우려
  - \* 호주의 경우 가격차별금지 폐지 이후 최근 일부 부작용이 나타남에 따라 이에 대한 보완방안을 마련 중

## 5. 매입시장에서의 경쟁 촉진

□ 우리나라는 3당사자제도로 이루어져 있어 가맹점을 대상으로 한 카드사간 경쟁이 이루어지지 않고 있음.

○ 가맹점은 고객의 모든 신용카드를 받기위해 가맹점수수료 수준에 관계없이 모든 카드사와 계약 체결

○ 개별 신용카드사들은 카드회원을 모집하여 신용카드를 발급하는 한편, 자사 가맹점을 별도로 모집해야 하므로 가맹점 모집 및 관리와 관련하여 높은 비용 발생

○ 신용카드사들은 가맹점수수료 결정에 있어 가격결정권을 보유함에 따라 이를 이용하여 고객회원들을 대상으로 과도한 서비스 제공

□ 향후 가맹점을 대상으로 한 카드사간 경쟁이 이루어지기 위해, 가맹점이 1개 카드사와만 계약을 맺고도 고객의 모든 카드를 받을 수 있도록 함.

○ 가맹점공동망 제도 활성화, 전업매입사 제도 도입 등 카드사간 경쟁 확대 방안 마련

○ 예를 들어 가맹점공동망제도를 활성화할 경우 비계약 신용카드에 대해서는 카드사간 공동이용정산수수료가 적용되기 때문에 신용카드사들이 대형가맹점의 과도한 가맹점 수수료 인하요구를 받아들일 필요 없음.

## ❖ 첨부 2. 「신용카드 가맹점 수수료체계 개편」 공청회 프로그램

시 간	내 용
14:00~14:20	등록 및 네트워킹
14:20~14:25	개회사 현오석 KDI 원장
14:25~14:40	축사 김용태 새누리당 국회의원 이두형 여신금융협회 회장
14:40~15:00	발표 1. 한국 신용카드 시장의 현황과 문제점 이성근 삼일PwC 컨설턴트
15:00~15:20	발표 2. 가맹점 수수료 체계의 개선방안 강동수 KDI 거시·금융정책연구부장
15:20~15:40	발표 3. 신용카드 시장의 발전을 위한 제언 이재연 한국금융연구원 선임연구위원
15:40~16:00	휴식
16:00~17:50	패널 토론 사 회: 김병주 서강대학교 경제학과 명예교수 토 론: 김광기 중앙일보 경제선임기자 서영경 서울YMCA 팀장 오호석 직능경제인단체총연합회 회장 조길중 전국소상공인단체연합회 연구소장 조남희 금융소비자연맹 사무총장 지동현 KB국민카드 부사장 박창균 중앙대학교 경영학부 교수 김대식 한국금융학회 회장
17:50~18:30	종합 토론 사 회: 김병주 서강대학교 경제학과 명예교수