

결혼서비스 소비자문제 실태조사

-결혼준비대행서비스-

(주)로이스컨설팅

목 차

I. 조사 목적 및 범위	1
1. 조사 배경 및 목적	1
2. 조사 범위	3
II. 결혼시장 현황	4
1. 결혼시장 일반 현황	4
가. 결혼준비대행서비스 산업 동향	4
나. 결혼준비대행서비스 시장 사업체 수 추이	5
다. 결혼준비대행서비스 정의 및 계약 구조	5
2. 법·제도 동향	10
3. 소비자 피해 유형	11
III. 결혼준비대행서비스 이용 실태 조사	13
1. 소비자 피해 실태조사	13
2. 거래조건 분석	16
3. 결혼준비대행서비스 이용자 만족도 조사	19
가. 결혼준비대행서비스 이용 실태	20
나. 결혼준비대행서비스 이용 만족도	25
다. 서비스 제공업체별 불만족 경험	28
라. 이용 단계별 경험한 문제나 피해	29
IV. 결혼준비대행서비스 문제점 및 개선 방안	32
1. 표준약관 도입 필요	32
2. 폐업·도산에 의한 소비자 피해 예방 제도 도입	33
3. 소비자 정보 불균형 해소 시스템 도입	35
별첨	38
I. 결혼중개업의 관리에 관한 법률	39
II. 결혼준비대행서비스 거래 조건	40

I 조사 목적 및 범위

1. 조사 배경 및 목적

가. 조사 배경

- (소비자 피해 지속) 최근 3년6개월 간(2016~2019.6월) 결혼준비대행서비스 관련 소비자상담 및 피해구제 건수는 매년 지속적으로 증가하고 있음

[표 1-2 결혼준비대행서비스 관련 상담 및 피해구제 접수 현황*]

단위: 건

구분	2016년	2017년	2018년	2019.6월	계
상담	1,309	1,359	1,551	890	5,109
피해구제	68	72	89	60	289
계	1,377	1,431	1,640	950	5,398

* 1372 소비자상담센터(한국소비자원, 소비자단체협의회, 지방자치단체 포함)의 통계임

- (법·제도 미흡) 결혼준비대행업의 경우 결혼 관련 소비자 피해가 지속적으로 발생하고 있으나 「결혼준비대행업 소비자분쟁해결기준」 및 「방문판매 등에 관한 법률」(이하「방문판매법」)의 일부 규정 이외에는 법·제도 미흡한 상황
- 특히 결혼박람회에서의 결혼준비대행 계약을 체결하는 경우 「방문판매법」이 적용되나, 자신의 영업장소에서 박람회를 개최하여 대행계약을 체결한 경우에는 방문판매에 해당되지 않아 「방문판매법」을 적용할 수 없는 문제가 있음
 - 또한, 결혼준비대행업 「표준약관」도 마련되지 않은 상황

나. 조사 목적

- (연구 필요성) 결혼서비스 시장의 불합리한 거래 관행은 결혼 결정의 직접적인 장애요인으로 작용하고, 특히 불공정 계약 관행으로 인한 피해가 지속적으로 발생하고 있어 시장 개선을 통한 바람직한 결혼시장 조성 필요
- (제도개선 방안 마련) 결혼 관련 주요 소비자 피해와 문제점을 분석하고, 제도개선을 통한 후생효과를 제고하여 국민이 체감할 수 있는 결혼서비스 시장 개선 효과 도모
- (시장 활성화 대책 마련) 또한, 장기적 침체가 지속될 것으로 예상되는 결혼서비스 시장 활성화 방안 마련

2. 조사 범위

□ (과업 수행을 위한 조사 방법) 결혼준비대행서비스 소비자문제 실태조사의 과업 수행을 위해 다음과 같은 방법으로 진행

- 조사 방법은 한국소비자원 피해구제 사례분석, 현장방문 실태조사, 결혼준비대행서비스 이용자 만족도 조사 및 전문가 자문회의 등을 활용

[표 1-3 결혼준비대행서비스 조사 내용 및 방법]

구분	조사 내용	조사 방법
결혼준비대행서비스 소비자 피해사례 조사	소비자 피해 유형별 사례 분석 및 피해 실태 파악	한국소비자원 피해구제 사례 분석(289건) 소비자 FGI(참석자 11명)
결혼준비대행서비스 거래조건 분석	주요 사업자별 거래조건(계약금, 위약금, 가격 등) 비교 및 불공정 계약 조건 등 소비자권익을 침해할 수 있는 조항 분석	현장방문 실태조사 (미스터리 쇼핑) : 172개 업체 상담 조사 (조사원 12명)
결혼박람회, 대행업체 현장 조사	주요 판매채널인 결혼박람회와 대행업체를 직접 방문하여 계약과정에서의 불합리한 판매형태, 주요 거래조건에 대한 설명여부 등 거래조건 분석	
결혼준비대행서비스 이용 만족도 조사	결혼준비대행서비스 이용자(기혼자, 혼주 등)를 대상으로 만족도 조사를 실시하여 소비자피해 예방 및 개선 사항 도출	결혼준비대행서비스 이용자 만족도 조사 (결혼당사자 790명)
제도개선 방안 제시	조사내용을 기반으로 문헌조사, 전문가 자문을 통해 문제점 진단 및 소비자 문제 해결을 위한 가이드라인(소비자 분쟁해결기준 등) 검토 소비자 권익증진을 도모하기 위한 관련 산업의 제도 개선 방안 제시	전문가 자문회의

1. 결혼시장 일반 현황

가. 결혼준비대행서비스 산업 동향

□ (대행서비스 가격 합리화 경향 확산) 혼인건수가 지속적으로 감소하여 웨딩업계 전반적으로 경영 상태가 나빠지면서, 결혼준비대행서비스도 저가 마케팅 전개

- ‘가격’이 구매를 결정하는 주요 변수로 등장하면서 ‘노마진’을 내세우는 저가 패키지 상품을 취급하는 온라인 다이렉트 패키지 대행업체가 급성장

○ (정찰제 결혼준비대행서비스 선호 증가) 결혼비용 절약 욕구는 정찰제 웨딩 상품을 요구하게 되었고, 이에 상조 웨딩*이 인기를 얻어가고 있으며, 최근 다이렉트웨딩이 성장하고 있음

* 상조 웨딩은 결혼준비대행서비스와 같이 결혼식과 관련된 물품·서비스에 대한 정보제공 또는 업체 알선의 역할을 수행하나, 결혼준비대행서비스가 계약금, 중도금 및 잔금을 결제하는 방식인 반면, 상조 웨딩은 결혼준비 시 추가금액이 없이 선불식 할부거래를 통해 매월 대금을 납부하는 방식이며, 주로 패키지 상품만을 취급한다는 차이가 있음

- 이는 주거, 혼수, 신혼여행 등 결혼준비에 소요되는 비용 중 결혼준비 대행서비스와 직결된 스토메(스튜디오·드레스·메이크업) 비용을 줄이는 경향이 커지기 때문으로 판단됨

□ (폐업 속출) 경영 상태 악화로 폐업하는 결혼준비대행서비스 업체가 속출하고 있음

○ 사업자의 휴·폐업에 의한 소비자 피해 구제 방안 마련이 요구됨

나. 결혼서비스 시장 사업체 수 추이

- (결혼대행서비스 사업체도 지속 감소¹⁾) 조사를 위해 확보한 사업자 정보 626개를 조사한 결과 328개의 업체가 전화를 받지 않거나, 결번 또는 번호 오류로 파악되어 **휴폐업률이 매우 높은 것으로 추정**

[표 2-1 결혼준비대행서비스 현장점검 실태조사 결과]

단위: 개

구분	DB 모집단	휴폐업 업체 수	조사 거절 업체 수
서울	312	169	65
인천	31	22	6
부산	121	58	27
대구	53	16	7
울산	10	4	2
광주	76	43	16
대전	23	16	5
합계	626	328	128

* 조사를 거절한 128개 업체는 1인 기업이 많은 업계 특성 상, 업무 시간 부족으로 인해 조사 기간 내에 상담 시간을 맞출 수 없어 거절하였음

다. 결혼준비대행서비스 정의 및 계약 구조

1) 결혼준비대행서비스 정의

- 결혼준비대행서비스*는 ‘웨딩컨설팅’이라 불리는 업종으로, 서비스 이용자인 고객을 대신하여 「웨딩드레스터키도 대여, 결혼사진 촬영, 메이크업 및 헤어 세팅 등의 웨딩패키지 상품부터 웨딩홀, 폐백, 주례, 예물 및 혼수용품 등의 구매 알선」에 이르기까지 결혼식과 관련된 모든 서비스의 준비를 대행하는 업종을 의미

* 결혼준비대행 업체는 개인사업자(프리랜서) 형태로 운영되거나, 다수의 웨딩플래너를 고용한 법인사업자의 형태로 운영되고 있음

- 결혼준비대행업은 소관 법령이 없는 자유업종인 관계로 사업 진출입이 용이함

1) 통계청 한국표준산업분류표에 의하면 결혼준비대행업, 예식장업을 포함한 웨딩산업군을 대분류 상 「협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업」, 중분류 상 「그 외 기타 개인 서비스업」, 소분류 상 「결혼상담 및 준비서비스」로 분류

예식장업은 소분류 기준항목에 포함되어 있으나, 결혼준비대행업은 결혼상담업과 함께 「결혼상담 및 준비서비스」로 분류되어, 결혼준비대행업만의 사업체 통계를 확인할 수 없음

2) 결혼준비대행서비스 계약 구조

결혼준비대행서비스의 거래 구조는 가) 계약체결 단계, 나) 계약이행(준속) 단계, 다) 계약해소(청약철회 및 계약해제) 단계로 구성

가) 계약체결 단계

- (계약경로) 결혼박람회(또는 웨딩박람회)와 같은 방문판매방식과 지인의 소개·알선에 기반한 대면판매 및 온라인·전화판매채널로 구분
 - 일정규모를 갖춘 대도시 소재 주요 결혼준비대행업체 대부분이 결혼박람회를 통한 마케팅을 주요 판매채널로 활용하고 있으며, 소비자들 사이에서도 결혼준비를 위한 보편적인 구매방식으로 활용
- (계약의 결혼당사자 확정*) 결혼준비대행계약의 계약 당사자는 서비스 이용자인 고객과 결혼준비대행업자이며, 결혼준비대행업자의 제휴사업자인 스튜디오 업체, 드레스 업체, 메이크업 업체 등 웨딩업체는 결혼준비대행업자의 '이행보조자'(민법 제391조)에 해당

* '계약의 당사자 확정' 문제는 계약의 이행과정에서 분쟁이 발생할 경우 이를 해소하는 기준이 된다는 점에서 매우 중요함

▶ 공정거래위원회는 웨딩업체를 결혼준비대행업자의 '이행보조자'로 보고, 일부 결혼준비대행업자가 '고객과 웨딩업체 간의 거래 책임은 양자 간에 있고, 대행업자는 알선, 중재 업무만 한다'고 규정한 자체약관에 대해 '상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담해야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항'이라고 판단(「약관법」 제7조 제2호)함

- 직접적인 서비스 제공자인 제휴사업자는 1) 계약체결 과정에서 대면하지 않아 계약내용을 형성하는데 직접적인 역할을 하지 못한다는 점, 2) 대행요금을 소비자로부터 직접 수령한 대행업자가 개별 제휴사업자에게 특정 용역(사진촬영, 드레스 제작대여, 메이크업 등)을 발주 및 결제하는 현재 거래관행으로 볼 때, 대행업자의 '이행보조자'에 그칠 뿐 계약당사자 자격을 인정받을 수 없음

- (계약금의 수수) 업계의 관행상 계약을 체결하는 과정에서 계약금이 수수되고 있으며, 통상 총 대행요금의 10%~30%를 차지함
 - 결혼박람회장에서는 고객확보를 위해 대행요금의 10% 내외를 계약금 명목²⁾으로 결제하도록 요구함

나) 계약이행(준속) 단계

- (서비스 개시) 계약체결 이후 객관적으로 외부에서 인식할 수 있을 정도로 채무 이행 행위의 일부를 이행(예식장소, 드레스 선정을 위한 동행방문 등)하거나, 이행을 위하여 필요한 전제 행위를 하는 경우(선정된 스튜디오 업체로 대행업자가 용역 발주를 하는 경우) 서비스가 개시되었다고 볼 수 있음
 - 현행 결혼준비대행업 「소비자분쟁해결기준」에서도 ‘결혼준비 대행 개시’를 기준으로 환급기준을 설정하고 있으므로, 서비스개시 시점을 유형화하고 입증책임 분배의 문제를 명확히 할 필요가 있음³⁾
- (웨딩드레스 선정·스튜디오 촬영 및 기타 서비스 이행) ‘웨딩드레스 투어를 통한 업체 선정’, ‘스튜디오 촬영’ 및 ‘메이크업 업체’는 본식(결혼식)의 예비단계로 대행계약의 주된 내용이며 일명 ‘스드메’라고 불림
 - 그 외에 예식장, 예물, 혼수업체 알선 및 정보제공 등 부가서비스를 이행함
- (중도금의 수수) 통상 확정된 스튜디오 촬영일 1~2주 전에 수수되고 있으며, 총 대행요금에서 이미 지급받은 금액을 공제한 금액의 50% 가량이 보통이나, 결혼식이 임박한 시점에 이루어진 계약일 경우 잔금이 함께 교부되기도 함

2) 일명 ‘홀딩비’라고 불리기도 함. 할인 등의 혜택을 받을 수 있다는 조건을 내걸어 당일 계약을 강요하는 관행이 있음

3) 「민법」 제565조 제1항의 ‘이행의 착수에 대한 대법원 판결(2007다7224)

- 업계 관행상 중도금을 교부받는 대행업자는 제휴사업자들에게 각각의 서비스에 대한 용역발주 및 대금결제를 선 이행하는 구조
- (본식 촬영 및 결혼앨범·요금정산) 최근에는 대행서비스에서 결혼식(본식) 촬영이 제외되는 추세이기 때문에 별도의 업체가 본식촬영을 진행하며, 추후 결혼식 앨범을 제공하고 기타 잔여 요금을 정산함으로써 대행계약이 완료됨
- (잔금의 수수) 통상 결혼(본식) 2~4주 전에 수수되고 있으며, 리허설 촬영 때와 마찬가지로 대행업자가 각각의 제휴사업자에게 용역발주 및 대금결제를 선이행하는 구조
- 결혼준비대행에서 소비자분쟁의 중요한 원인으로 작용하는 것이 이러한 ‘정산형’ 대금결제방식의 문제임
 - 대행업자의 대금결제가 원활하게 이루어지지 않아 제휴사업자의 서비스 이행이 지연되거나 품질이 현저히 저하되기도 하며, 대금을 결제하지 않고 폐업하는 사례까지 발생
 - 대행업자가 제휴사업자에 대한 우월한 지위를 활용해 저가발주를 할 수 있는 소지도 있어 결과적으로 소비자가 제공받는 서비스의 품질이 떨어질 수 있는 구조

다) 계약해소(청약철회 및 계약해제) 단계

- (방문판매법상 ‘청약철회’) 소비자가 결혼박람회를 통해 대행계약을 체결한 경우 계약일로부터 일정기간(14일) 내에 충동적인 구매결정을 취소(법률 상 ‘철회’)할 수 있는 권리가 부여됨
- (계약해제) 계약 결혼당사자가 일방의 사정(귀책사유)으로 서비스 이행이 개시되기 전·후에 계약이 해제되는 경우, 이미 대행업체에 귀속된 대행요금의 반환 또는 손해배상의 문제가 대두됨

2. 법제도 동향

1) 「방문판매 등에 관한 법률」

- 결혼박람회에서 혼수예물·신혼여행 (허니문)상품 등을 구매한 경우, 「방문판매법」상 ‘청약철회’ 규정(동법 제8조)이 적용되어 **충동적으로 구매한 소비자를 보호하고 있음**
- 다만, 결혼준비대행업자가 ‘자신의 영업장소’에서 개최한 결혼박람회를 통해 대행계약을 체결한 경우, 동법 제8조 및 동법 시행규칙 제2조(사업장)에 따라 ‘방문판매’에 해당하지 않아 ‘청약철회’ 규정을 적용할 수 없음

「방문판매 등에 관한 법률」	
제 8조 (청약철회 등)	<p>방문판매 또는 전화권유판매의 방법으로 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 다음 각 호의 기간 이내에 그 계약에 관한 청약철회 등을 할 수 있다.</p> <p>* 제7조 제2항에 따른 계약서를 받은 날부터 14일. 다만, 그 계약서를 받은 날보다 재화 등이 늦게 공급된 경우에는 재화 등을 공급받거나 공급이 시작된 날부터 14일.</p> <p>* 단, 사업장으로 등록된 장소에서 전시회, 박람회 등의 명목으로 행사를 개최한 경우는 「방문판매 등에 관한 법률」에 의한 청약철회권을 행사할 수 없음.</p>
제 9조 (청약철회등의 효과)	<p>① 소비자는 제8조제1항 또는 제3항에 따라 청약철회등을 한 경우에는 이미 공급받은 재화등을 반환하여야 한다.</p> <p>② 방문판매자 등은 재화 등을 반환받은 날부터 3영업일 이내에 이미 지급받은 재화등의 대금을 환급하여야 한다. 이 경우 방문판매자 등이 소비자에게 재화 등의 대금의 환급을 지연하면 그 지연기간에 따라 연 100분의 40 이내의 범위에서 은행법에 따른 은행이 적용하는 연체금리 등 경제 사정을 고려하여 대통령령으로 정하는 이율을 곱하여 산정한 지연이자를 지급하여야 한다.</p>

2) 「전시산업발전법」

- 개정 법률(법률 제13154호, 2015. 2. 3. 공포)에서 박람회 주관하는 전시사업자와 관련된 진입규제가 실효성이 낮다는 이유로 전시사업자 등록제 및 정부 인증제도 등이 폐지되면서 일부 결혼 박람회를 주관하는 전시사업자는 사실상 자유업 형태로 규율됨

3) 「소비자분쟁해결기준」

- 결혼준비대행서비스 관련 소비자분쟁해결 기준은 대행서비스 개시 전·후를 기준으로 대행업자 및 소비자의 귀책사유 여부에 따라 위약금 및 손해배상에 관한 규정을 두고 있음

「소비자분쟁해결기준」 - 결혼준비대행업		
사업자의 귀책사유로 인한 계약 해제 및 손해발생	- 결혼준비대행 개시 이전	- 계약금 환급 및 총 대행요금의 10% 배상
	- 결혼준비대행 개시 이후	- 손해배상
소비자의 귀책사유로 인한 계약 해제 및 손해발생	- 결혼준비대행 개시 이전	- 총 대행요금의 10% 공제 후 환급
	- 결혼준비대행 개시 이후	- 기 발생비용 및 잔여금액의 10% 공제 후 환급

3. 소비자 피해 유형

- 소비자 피해 유형을 파악하기 위해 소비자 FGI, 전문가 간담회 및 문헌연구를 실시

○ 소비자 FGI*

* 표적집단면접법(focus group interview) 소수의 응답자와 집중적인 대화를 통하여 정보를 찾아내는 소비자 면접조사. 표적시장으로 예상되는 소비자를 일정한 자격기준에 따라 6~12명 정도 선발하여 한 장소에 모이게 한 후 면접자의 진행 아래 조사목적과 관련된 토론을 함으로써 자료를 수집하는 마케팅조사 기법(두산백과)

- 최근 1년 간 결혼한 결혼당사자 또는 혼주 중, 결혼준비대행서비스 이용자 11명을 대상으로 인터뷰 및 FGI 실시
- 결혼 시점, 계약금액, 결혼서비스업체 선택 이유, 이용 서비스, 서비스 불만족 사항, 피해 유형 등에 대해 조사하였음

[표 2-3 소비자 FGI 참여 인원]

구분	나이	성별	지역
결혼당사자	30대	남	서울
	30대	여	서울
	30대	여	경기
	30대	남	경기
	30대	여	서울
	30대	여	서울
	30대	여	서울
	30대	여	서울
혼주	50대	여	서울
	50대	여	서울
	60대	여	경기

○ 전문가 인터뷰

- 결혼 산업 관련 학자와 대면 및 서면 간담회를 통해 피해유형에 대해 검토
- 결혼서비스 관련 법률, 피해 유형에 적용할 수 있는 법률, 설문지 설계, 결혼시장 현황, 결혼시장 활성화 방안 등에 대한 자문

[표 2-4 전문가 인터뷰 대상]

성명	직책
전상민	충북대학교 소비자학과 교수
권미윤	경인여자대학교 플래너학과 교수
권대우	한양대학교 법학전문대학교 교수

○ 문헌연구

- 1372 소비자상담 피해사례, 한국소비자원 연구보고서, 학술논문 그리고, 인터넷 결혼 관련 사이트·블로그 등의 피해 유형 분석

□ (피해유형 분류) 소비자 FGI, 전문가 인터뷰 및 문헌연구를 통해 도출된 결혼준비대행서비스 관련 피해 유형을 결혼과정 별로 정리하면 다음과 같음

[표 2-5 결혼준비대행서비스 소비자 피해유형 분류]

구분	피해유형	
계약 이행	계약내용 미이행(불완전이행)	
	계약내용 미이행으로 인한 배상 지연	
	웨딩플래너 변경 등 계약불이행	
	계약내용 미이행으로 인한 배상 거절	
	결혼 앨범 인도 지연·거부 등 사진촬영 관련 불만	
계약 해제	과다한 위약금 청구	
	소비자 귀책사유 시 계약금 환급 거부	계약해제 거부
		환급 거부
	환급금 지연	
	청약철회 거절	
	사업자 귀책사유로 인한 계약해제 시 배상 거부	
	사업자 귀책사유로 인한 계약해제 시 배상 지연	

Ⅲ 결혼준비대행서비스 이용 실태 조사

1. 소비자 피해 실태 조사

- 최근 3년6개월 간(2016년~2019.6월) 한국소비자원에 접수된 결혼준비대행서비스 관련 상담피해구제 건수는 총 5천3백98건임

[결혼준비대행서비스 관련 상담 및 피해구제 접수 현황*]

단위: 건

구분	2016년	2017년	2018년	2019.6월	계
상담	1,309	1,359	1,551	890	5,109
피해구제	68	72	89	60	289
계	1,377	1,431	1,640	950	5,398

* 1372 소비자상담센터(한국소비자원, 소비자단체협의회, 지방자치단체 포함)의 통계임

- (피해유형별 현황) 2016년~2019.6월까지 한국소비자원에 접수된 결혼준비대행서비스 관련 피해구제 사례 289건을 불만유형별로 분석한 결과,
- 소비자가 서비스 개시 전·후에 개인적인 사정으로 계약해제 시 사업자가 이를 거절하거나 과도한 위약금을 요구하는 ‘계약해제(청약철회 포함) 거절 및 과도한 위약금 요구’가 150건(51.9%)으로 가장 많았음
 - 다음으로 소비자에게 ‘앨범인도를 지연하거나 거부하는 등 사진촬영 관련 불만’이 58건(20.1%)으로 나타남
 - 이외 계약 이후 웨딩플래너 변경으로 서비스 이행이 원활하지 않거나 계약 당시 고지하지 않은 추가 비용을 요구하는 등 ‘계약 불이행’이 45건(15.6%)이었음

- (결혼준비대행업체 부도에 의한 피해) 최근 결혼시장이 침체되어 결혼준비대행업체의 부도가 발생하고, 이로 인해 제휴업체 서비스가 계약대로 제공되지 않는 경우도 있음

[표 3-7 결혼준비대행서비스 주요 피해유형]

단위: 건, %

피해유형	건수	비율
계약해제(청약철회포함) 거절 및 과도한 위약금 요구	150	51.9
결혼 앨범 지연·거부 등 사진촬영 관련 불만	58	20.1
웨딩플래너 변경 등 기타 계약 불이행	45	15.6
계약금 환급 거부	36	12.4
계	289	100.0

□ 소비자피해 주요 사례

[웨딩박람회를 통해 계약 후 청약철회 거절]

소비자는 2018. 1. 14. 웨딩박람회에 참석하여 사업자의 웨딩패키지를 계약하고 계약금으로 20만원을 신용카드로 결제함.

2018. 1. 17. 다른 웨딩업체와 진행하기로 하여 사업자에게 계약해제 및 계약금 환급을 요청하였으나 계약 후 14일이라는 기간이 남아 있음에도 환급을 거부함.

[계약해제 시 부당한 위약금 공제후 환급]

2018. 3. 10. 소비자는 웨딩박람회에서 사업자와 결혼준비대행서비스를 제공받기로 계약하고 총 요금 240만원 중 50만원을 계약금으로 결제함.

2018. 3. 13. 사업자에게 계약해제를 요구하며 환급을 요구하였지만 사업자는 계약금의 50%인 25만원만 환급하겠다고 함.

[DVD영상 제공 지연에 따른 피해]

소비자는 2016. 11. 19. 사업자와 드레스, 메이크업, 본식 스냅 앨범, 부케 항목을 제공받기로 계약하고 계약금 242,000원을 지급함.

2017. 10. 13. 소비자는 잔금을 완납하고, 2017. 11. 4. 결혼식 당일 E사업자를 통해 DVD 영상을 촬영함.

2018. 1. 11. DVD 영상 제공이 지연되어 지연으로 E사업자에게 문의하였으나, E사업자는 결혼준비대행업체의 정산이 지연되고 있어 영상은 완성했으나 제공할 수 없다고 주장하고, 사업자는 연락을 회피함

[앨범 인도 지연에 따른 피해]

소비자는 2017. 4. 30. 사업자와 웨딩컨설팅 계약(촬영, 드레스, 메이크업 등)을 체결하고 1,900,000원을 신용카드 결제함(예식예정일 2017. 12. 10).

* 본식촬영 : 원판+스냅 합본 40p+미니스냅 40p *2권

2017. 12. 10. 예식을 마친 후 상당 기간 본식 앨범을 수령하지 못해 촬영한 스튜디오에 확인한 바, 사업자가 정산을 지연하여 앨범을 인도해 줄 수 없다고 답변을 들음.

사업자는 연락을 피하며 처리를 지연함

[담당 플래너의 퇴사로 인한 약정 서비스 중단]

소비자는 2019. 3. 3. 웨딩박람회를 통해 사업자와 결혼준비대행서비스 계약을 체결하고 총 2,290,000원 중 290,000원을 지급함.

계약 당시 소비자와 담당 플래너는 결혼 준비 일정 진행 시 같이 동행하며 서비스를 받을 수 있다고 약정하였으나, 담당 플래너가 퇴사하였다며 담당자가 변경된 후 동일한 서비스를 제공받을 수 없다는 연락을 받음.

[이용하지 않은 서비스에 대한 위약금 요구]

소비자는 웨딩박람회에서 결혼준비대행서비스(스튜디오, 드레스, 메이크업) 이용 계약을 체결하고, 계약금으로 200,000원을 지급함(총 금액 1,040,000원).

신청인이 플래너를 통해 서비스 이용에 대한 안내를 받고, 결혼식 일정이 확정되면 계약서에 명시된 대로 세부사항을 진행할 예정이었으나, 개인 사정으로 일정이 지연됨에 따라 계약해제 및 계약금 환급을 요구함.

이에 사업자는 신청인에게 계약서 상 명시된 대로 모든 사항이 진행되었다고 주장하면서 계약금 환급은 불가하며 오히려 추가로 위약금을 지불해야 한다고 함.

소비자는 이용하지 않은 결혼준비대행서비스 계약의 계약금 환급을 요구함.

2. 거래조건 분석

가. 조사 대상 및 기간: 서울 및 6대 광역시 결혼준비대행업체 172개, 2019.09 ~ 2019.10

나. 조사항목: ①약관 공개 ② 추가 상품 계약 강요 ③ 계약금 기준 ④ 당일 계약 강요 ⑤ 홀딩비* ⑥ 계약 해제 시 소비자분쟁해결 기준 준수

다. 조사방법: 미스터리쇼핑 방식으로 현장 모니터링 및 계약 상담

* 결혼박람회 경우 10곳의 결혼박람회를 방문하였으나 홀딩비* 또는 계약금을 지불하지 않으면 구체적인 상담이 더 이상 진행되지 않아 조사대상에서 제외하였음

* 홀딩비란, 일반적인 상담 후 상담자의 요구에 맞게 맞춤 설명 및 세부적인 견적서 등을 제공하는 것에 대한 비용 또는 소개한 상품의 수가 한정되어 있어 해당 상품을 예약하는 비용

□ (약관 설명) 결혼준비대행서비스업의 표준약관이 존재하지 않기 때문에 음식점 표준약관의 규정을 준용하여 상담 시 업체 이용약관의 내용을 소비자에게 설명하였는지를 조사하였음

○ 조사 대상 172개 업체 가운데 약관을 제시한 업체는 50개(29.1%)로 약관을 설명 또는 공개하지 않는 업체가 많은 것으로 나타남

[표 3-8 약관 공개 여부]

단위: 개, %

전체	약관 공개	약관 미공개
172	50(29.1)	122(70.9)

□ (당일 계약 강요) 조사 대상 172개 업체 가운데 75개(43.6%)의 업체가 상담과정에서 당일 계약 시 사은품과 할인 혜택, 여러 가지 추가 조건들이 지원된다고 설명하며 당일 현장 계약을 유도

[표 3-9 당일 계약 유도 여부]

단위: 개, %

전체	당일계약 유도	당일계약 미유도
172	75(43.6)	97(56.4)

- (추가 상품 계약 강요) 조사 대상 172개 업체 가운데 42개(24.4%)가 상담과정에서 거부를 해도 상품 및 서비스 계약을 강요함

[표 3-10 추가 상품 계약 강요 여부]

단위: 개, %

전체	추가 계약강요	추가계약 미강요
172	42(24.4)	130(75.6)

- (계약금) 조사 대상 172개 업체 가운데 전체금액 중 계약금이 10% 이하는 14개(8.2%), 10% 초과는 132개(76.7%)로 나타남.

- 나머지 26개(15.1%)는 계약금을 고정금액으로 받고 있었음

* 결혼준비대행서비스 업계의 표준약관이 마련되지 않아 음식점 표준약관을 기준으로 계약금이 전체 비용의 10% 이하를 준수하고 있는지 조사하였음

[표 3-11 계약금 기준]

단위: 개, %

전체	10% 이하	10% 초과	고정 비용
172	14(8.2)	132(76.7)	26(15.1)

- (홀딩비) 상담 과정에서 홀딩비를 요구하는지에 대해 조사하였음.

- 조사 대상 172개 업체 가운데 홀딩비를 요구하는 업체는 76개(44.2%)로 나타남

[표 3-12 홀딩비 요구 여부]

단위: 개, %

전체	홀딩비 요구	홀딩비 미요구
172	76(44.2)	96(55.8)

- 홀딩비를 요구하는 업체 76개 중 홀딩비의 가격대가 '10만원대'인 경우가 39개(51.3%), '20만원대'인 경우가 21개(27.6%), '30만원대'인 경우가 16개(21.1%)로 나타남.

[표 3-13 요구 홀딩요금]

단위: 개, %

홀딩비 요구 업체	10~20만원 미만	20~30만원 미만	30만원 이상
76	39(51.3)	21(27.6)	16(21.1)

□ (소비자분쟁해결기준 준수 여부) 조사 대상 172개 업체 가운데 소비자 분쟁해결기준을 준수하고 있는 업체는 57개(33.1%)로 나타남

* 나머지 87개(50.6%) 업체는 상담 시점에서 계약해제에 관련한 보상기준 설명을 거절

소비자분쟁해결기준
1) 사업자의 귀책사유로 인한 계약해제 - 결혼준비대행서비스 개시 이전 : 계약금 환급 및 총 대행요금의 10% 배상 - 결혼준비대행서비스 개시 이후 : 손해배상 2) 소비자의 귀책사유로 인한 계약해제 - 결혼준비대행서비스 개시 이전 : 총 대행요금의 10% 공제 후 환급 - 결혼준비대행서비스 개시 이후 : 기 발생비용 및 잔여금액의 10% 공제 후 환급

○ 소비자분쟁해결 기준이 아닌 업체 자체 기준을 적용하고 있는 업체는 28개(16.3%)로 나타남

[표 3-14 소비자분쟁해결기준 준수]

단위: 개, %

전체	소비자분쟁해결 기준 준수	업체 자체기준 적용	설명 거절
172	57(33.1)	28(16.3)	87(50.6)

3. 결혼준비대행서비스 이용자 만족도 조사

- 가. 조사 대상: 최근 2년간 서울 및 6대 광역시에서 결혼준비대행서비스를 이용한 결혼 당사자 790명 (95% 신뢰수준에서 오차범위 $\pm 3.48\%$)
- 나. 조사 기간: 2019.09 ~ 2019.10(3주)
- 다. 조사 항목: ① 결혼준비대행서비스 이용실태 ② 결혼준비대행서비스 만족도 조사 ③ 결혼준비대행서비스 제휴업체 별 불만족 경험 ④ 결혼준비 대행서비스 이용 시 피해 경험
- 다. 조사 방법: 구조화된 설문지에 의한 온라인 조사

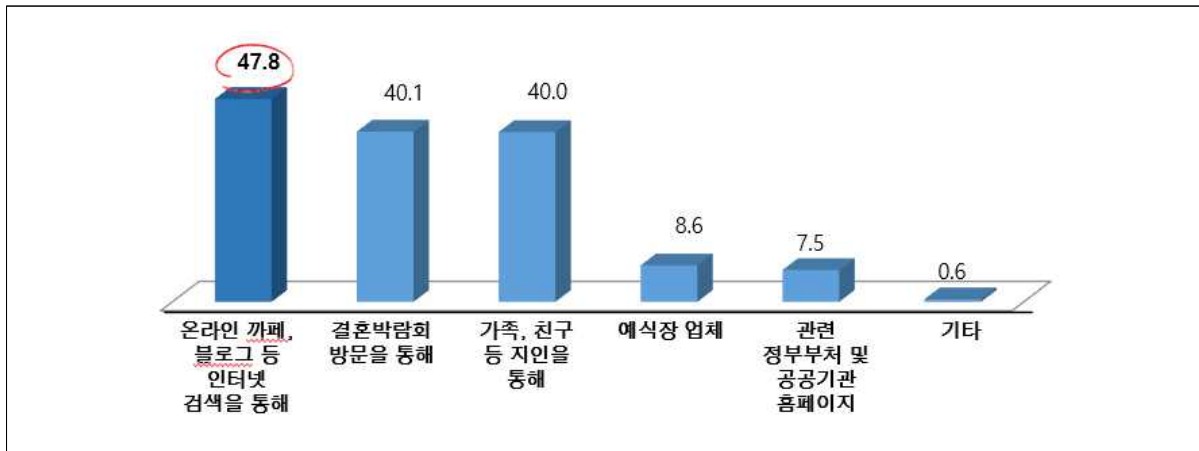
- 결혼준비대행서비스 만족도 조사는 결혼당사자 790명을 대상으로 ①결혼준비대행서비스 이용실태 ②결혼준비대행서비스 만족도 ③제휴업체 별 불만족 경험 ④결혼준비대행서비스 이용 단계 별 피해 경험 등 4개 조사 영역으로 나누어 실시함
- 결혼준비대행서비스 이용실태 조사 영역에서는 정보 취득 경로 업체 선택 이유, 추가 계약 여부 등에 대해 조사하였음
 - 결혼준비대행서비스 만족도 조사 영역에서는 결혼준비대행서비스 업체에 대한 전반적 만족도와 서비스 품질 요소별 만족도를 조사하였음
 - 또한, 서비스 품질 요소별로 불만족했다고 응답한 소비자에게 불만족 이유를 상세히 조사하였음
 - 결혼준비대행서비스 제휴 업체별 불만족 경험 조사 영역에서는 결혼준비대행서비스를 통해 계약한 스튜디오 업체, 드레스 업체 및 메이크업 업체에 대한 불만족한 이유를 조사하였음
 - 결혼준비대행서비스 이용 단계별 피해 경험 조사 영역에서는 계약 시, 이용 시, 해제 시의 이용 단계별 소비자의 피해 경험을 조사하였음

가. 결혼준비대행서비스 이용실태

- (정보취득 경로) 결혼준비대행서비스 이용자 790명을 대상으로 결혼준비대행서비스 업체 정보 취득경로를 조사한 결과,
- ‘온라인카페, 블로그 등 인터넷 검색을 통해서’가 378명(47.8%)으로 가장 많은 것으로 나타남
 - 다음으로 ‘결혼박람회 방문을 통해’ 317명(40.1%), ‘가족, 친구 지인을 통해’ 316명(40.0%) 순으로 나타남

[그림 3-1 결혼준비대행서비스 업체 정보 취득경로]

단위: %, (중복 응답)



[표 3-15 결혼준비대행서비스 업체 정보 취득경로]

단위: 명, %, (중복응답)

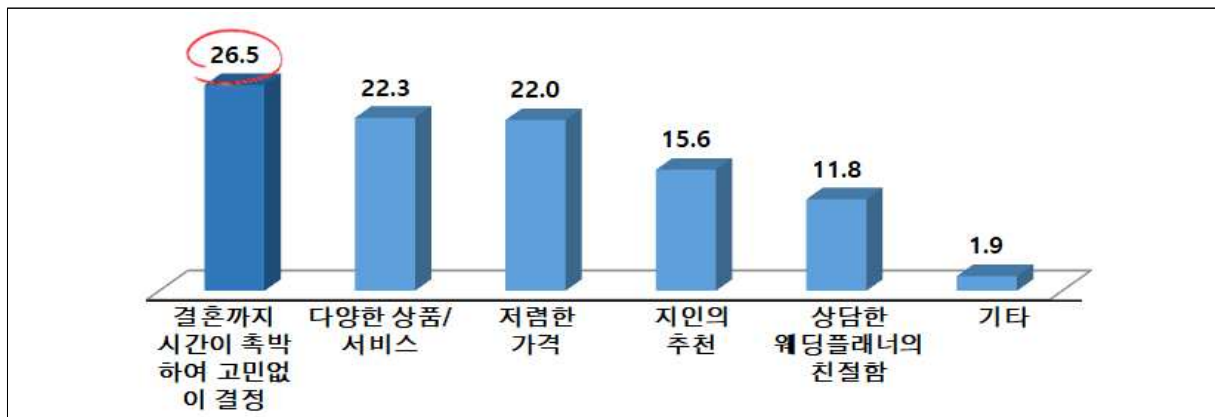
구분	사례수 : 790
온라인 카페, 블로그 등 인터넷 검색을 통해	378(47.8)
결혼박람회 방문을 통해	317(40.1)
가족, 친구 등 지인을 통해	316(40.0)
예식장 업체	68(8.6)
관련 정부부처 및 공공기관 홈페이지	59(7.5)
기타	5(0.6)

□ (업체 선택 이유) 결혼당사자 790명을 대상으로 결혼준비대행업체를 선택한 이유를 조사한 결과,

- (1순위 선택 이유) 결혼준비대행업체를 선택한 1순위 이유를 기준으로 분석한 결과, ‘결혼까지 시간이 촉박하여 고민 없이 결정’이 209명(26.5%)으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 다음으로 ‘다양한 상품/서비스’ 176명(22.3%) ‘저렴한 가격’ 174명(22.0%)의 순으로 나타남

[그림 3-3 결혼준비대행서비스업체 선택 이유]

단위: %, (1순위)



[표 3-16 결혼준비대행서비스 업체 선택 이유-1순위]

단위: 명, %, (1순위)

구분	사례 수	결혼까지 시간이 촉박하여 고민없이 결정	다양한 상품·서비스	저렴한 가격	지인의 추천	상담한 웨딩플래너의 친절함	기타
전체	790	209(26.5)	176(22.3)	174(22.0)	123(15.6)	93(11.8)	15(1.9)

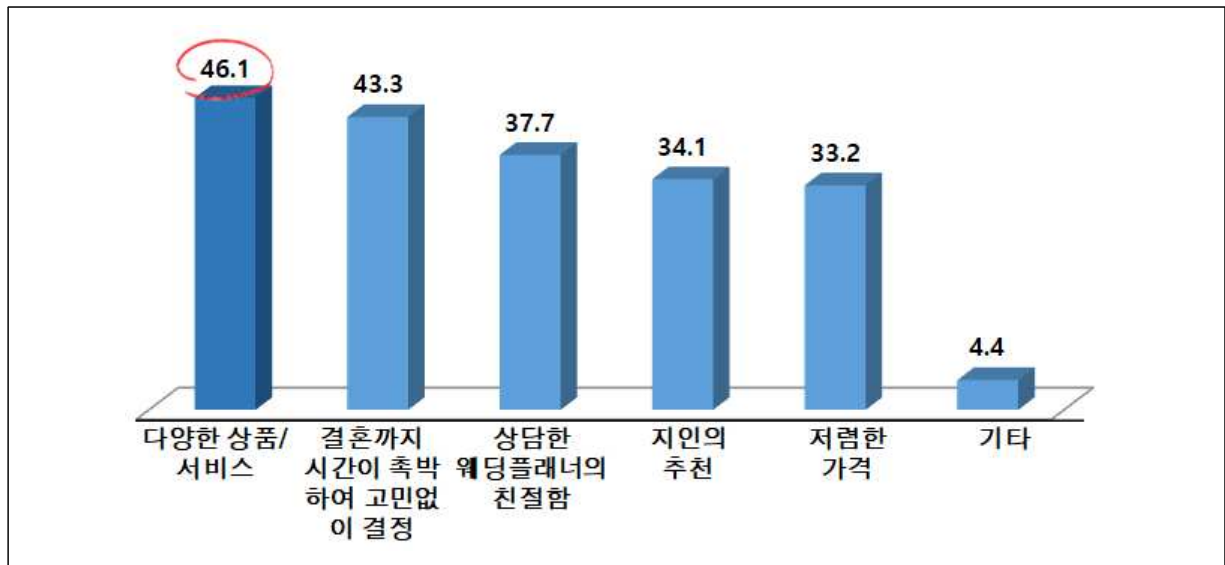
- (1+2순위 선택 이유) 결혼준비대행업체를 선택한 이유를 1+2순위 기준으로 분석한 결과, ‘다양한 상품/서비스’가 364명(46.1%)으로 가장 많은 것으로 나타남

- 다음으로 ‘결혼까지 시간이 촉박하여 고민없이 결정’이 342명(43.3%), ‘상담한 웨딩플래너의 친절함’이 298명(37.7%) 순으로 나타남

- ‘다양한 상품·서비스’가 1순위 선택 이유에서는 두 번째로 나타난 반면, 1+2위 기준에서는 가장 많은 이유로 나타난 것으로 미루어, 결혼준비대행업체를 ‘결혼까지 시간이 촉박하여 고민없이 결정’하지만 그 과정에서도 ‘다양한 상품·서비스’를 준비한 업체를 선택한다는 소비자의 경향을 파악할 수 있음

[그림 3-4 결혼준비대행서비스업체 선택 이유 1+2순위]

단위: %, (1+2순위)



[표 3-16 결혼준비대행서비스 업체 선택 이유 1+2순위]

단위: 명, %, (1+2순위)

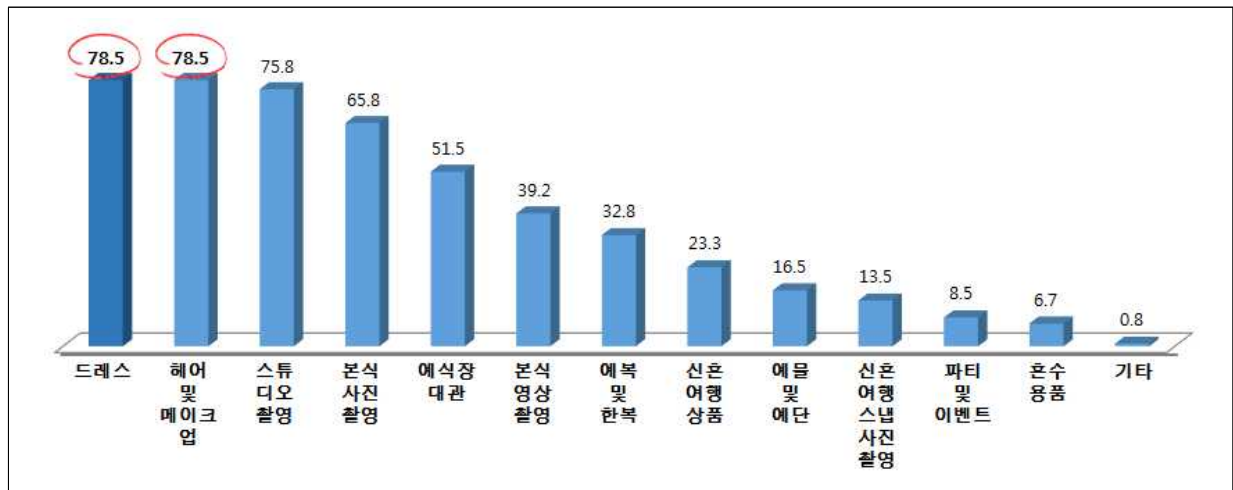
구분	사례 수	다양한 상품·서비스	결혼까지 시간이 촉박하여 고민없이 결정	상담한 웨딩플래너의 친절함	지인의 추천	저렴한 가격	기타
전체	790	364(46.1)	342(43.3)	298(37.7)	269(34.1)	262(33.2)	35(4.4)

- (이용 서비스) 결혼준비대행업체를 통해 결혼당사자(790명)가 가장 많이 이용한 상품은 ‘드레스’ 620명(78.5%)과 ‘헤어 및 메이크업’ 620명(78.5%)이며, 그 다음으로 ‘스튜디오 촬영’ 599명(75.8%), ‘본식 사진촬영’ 520명(65.8%)의 순으로 나타남

- 스투메(스튜디오.드레스메이크업) 서비스 이용률이 모두 75.0% 이상으로 나타나 결혼준비대행업체 이용 시 필수 상품인 것으로 나타남

[그림 3-5 결혼준비대행서비스 이용 상품]

단위: %, (중복응답)



[표 3-18 결혼준비대행서비스 이용 상품]

단위: 명, %, (중복응답)

구분	사례 수 : 790
드레스	620(78.5)
헤어 및 메이크업	620(78.5)
스튜디오 촬영	599(75.8)
본식 사진촬영	520(65.8)
예식장 대관	407(51.5)
본식 영상촬영	310(39.2)
예복 및 한복	259(32.8)
신혼여행상품	184(23.3)
예물 및 예단	130(16.5)
신혼여행 스냅사진 촬영	107(13.5)
파티 및 이벤트	67(8.5)
혼수용품	53(6.7)
기타	6(0.8)

- (추가 계약 여부) 결혼준비대행서비스 이용자 790명 중 당초 계약한 결혼준비대행업체와는 별도로 스튜디오·드레스·메이크업 업체와 직접 추가로 계약한 적이 있는지 조사한 결과, 230명(29.1%)이 ‘추가로 계약한 적이 있다’고 응답하였음

[표 3-19 스튜디오·드레스·메이크업 업체와 추가 계약 여부]

단위: 명, %

구분	사례수	추가 계약	추가 계약하지 않음
전체	790	230(29.1)	560(70.9)

- (추가 계약 유형) 스튜디오·드레스·메이크업 업체와 추가로 계약을 맺은 230명이 추가한 계약은 ‘혼주 메이크업 추가’가 105명(45.7%)으로 가장 많았고, 다음으로 ‘앨범 매수 추가’ 91명(39.6%), ‘앨범 액자 업그레이드’ 79명(34.3%) 순으로 나타남

[표 3-20 추가 계약 상품]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수 : 230
혼주 메이크업 추가	105(45.7)
앨범 매수 추가	91(39.6)
앨범 액자 업그레이드	79(34.3)
드레스 업그레이드	74(32.2)
혼주 웨딩촬영 추가	41(17.8)
가발비 추가	36(15.7)
눈썹 메이크업 추가	14(6.1)
기타	9(3.9)

나. 결혼준비대행서비스 이용 만족도

1) 서비스 만족도

□ (전반적 만족도) 결혼준비대행서비스 이용자 790명을 대상으로 전반적 만족도를 조사한 결과 평균 3.25점으로 높지 않은 것으로 나타남

○ 성별로는 ‘여성’이 3.28점으로 ‘남성’ 3.23점보다 약간 높게 나타남

[표 3-21 결혼준비대행서비스 이용 만족도 점수]

단위: 점

구분	전체(790)	남성(413)	여성(377)
전반적 만족도	3.25	3.23	3.28

2) 서비스 품질 요소별 불만족 이유

□ (품질 요소별 만족도) 서비스 품질 요소별 만족도를 조사한 결과, 가장 만족도가 높은 항목은 ‘계약과정’ 3.34점으로 나타난 반면, ‘이용가격’은 2.84점으로 가장 낮게 나타남

[표 3-22 결혼준비대행서비스 서비스 품질 요소별 만족도 점수]

단위: 점

구분	사례수	계약과정	사전 계약대로 서비스 이행	상품의 다양성	제공 서비스	이용가격
전체	790	3.34	3.29	3.07	3.17	2.84

□ (불만족한 항목별 이유) 결혼준비대행서비스 품질 요소별로 불만족한 응답자의 불만족 이유를 조사하였음

[표 3-23 결혼준비대행서비스 품질 요소별 만족 정도]

단위: 명, %

구분	사례 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
계약과정	790	14(1.8)	69(8.7)	379(48.0)	293(37.1)	35(4.4)
사전 계약대로 서비스 이행	790	23(2.9)	102(12.9)	330(41.8)	293(37.1)	42(5.3)
상품의 다양성	790	26(3.3)	170(21.5)	349(44.2)	215(27.2)	30(3.8)
제공 서비스	790	28(3.5)	109(13.8)	377(47.7)	251(31.8)	25(3.2)
이용가격	790	52(6.6)	206(26.1)	374(47.3)	134(17.0)	24(3.0)

- (계약과정) 계약과정에서 불만족했다고 응답한 83명에게 불만족했던 이유를 조사한 결과, ‘계약금 및 위약금, 계약해제 및 환불규정에 대해서 자세하게 설명해 주지 않음’이 40명(48.2%)으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 그 다음으로 ‘플래너의 설명이 부족하였음’ 28명(33.7%) 순으로 나타남

[표 3-24 계약과정 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례 수	계약금 및 위약금, 계 약해제 및 환불규정에 대해서 자 세하게 설 명해주지 않음	플래너의 설명 부족하였음	플래너가 불친절 하였음	전화 상담이 불가능하다 며 반드시 방문하라 고 하였음	기타
전체	83	40(48.2)	28(33.7)	20(24.1)	15(18.1)	4(4.8)

- (계약 이행 정도) 계약 이행 정도가 불만족스럽다고 응답한 125명에게 불만족한 이유를 조사한 결과 ‘실제 계약했던 내용과 다른 서비스를 제공’해서 불만족스럽다고 응답한 사람이 79명(63.2%)으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 그 다음으로 ‘앨범 지급이 지연됨’, ‘계약했던 상품 서비스를 제공하지 않았음’이 각각 33명(26.4%)으로 동일하게 나타남

[표 3-25 계약 이행 정도 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례 수	실제 계약했던 내용과 다른 서비스를 제공하였음	앨범 지급이 지연되었음	계약했던 상품 서비스를 제공하지 않았음	기타
전체	125	79(63.2)	33(26.4)	33(26.4)	6(4.8)

- (상품의 다양성) 상품의 다양성 측면에서 불만족한 응답자 196명의 불만족 이유를 조사한 결과, ‘상품의 수는 많으나 필요성을 느끼지 못하는 상품의 수가 대다수임’이 109명(55.6%)으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 그 다음으로 ‘선택할 수 있는 상품의 수가 별로 없음’ 107명(54.6%) 순으로 나타남

[표 3-26 상품의 다양성 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례 수	상품의 수는 많으나 필요성을 느끼지 못하는 상품의 수가 대다수임	선택할 수 있는 상품의 수가 별로 없음	기타
전체	196	109(55.6)	107(54.6)	5(2.6)

- (이용 서비스) 이용한 서비스에 대해 불만족했다고 응답한 137명의 불만족 이유로는 ‘원하는 스타일의 메이크업이 아니었음’이 62명(45.3%)으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 다음으로 ‘드레스 디자인이 마음에 들지 않음’이 58명(42.3%) 순으로 나타남

[표 3-27 서비스 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례 수	원하는 스타일의 메이크업이 아니었음	드레스 디자인이 마음에 들지 않음	앨범의 퀄리티가 떨어짐	기타
전체	137	62(45.3)	58(42.3)	54(39.4)	9(6.6)

- (이용 가격) 이용 가격이 불만족했다는 응답자 258명의 불만족 이유로는 ‘이용 가격이 너무 비쌌’이 199명(77.1%)으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 다음으로 ‘스튜디오, 드레스, 메이크업 업체 비용에 대해서 전혀 알 수가 없음’ 115명(44.6%) 순으로 나타남

[표 3-28 이용 가격 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수	이용 가격이 비쌌	스튜디오, 드레스, 메이크업 업체 비용에 대해서 전혀 알 수가 없음	기타
전체	258	199(77.1)	115(44.6)	3(1.2)

다. 서비스 제공업체별 불만족 경험

- (스튜디오 업체 관련) 결혼준비대행업체가 소개한 스튜디오 업체와 관련하여 불만족했다고 응답한 420명 중 ‘사진의 보정상태 불량’에 불만족한 소비자가 138명(32.9%)으로 가장 많은 것으로 나타남
- 다음으로 ‘원하지 않는 추가서비스 제공 후 추가금액 요구’ 127명(30.2%), ‘사진·영상 질 미흡’ 109명(26.0%) 순으로 나타남

[표 3-29 스튜디오 이용 중 경험한 문제나 피해]

단위: 명, %, (중복응답)

구분	사례 수 : 420명
사진의 보정 상태 불량	138(32.9)
원하지 않는 추가 서비스 제공 후 추가금액 요구	127(30.2)
사진·영상 질 미흡	109(26.0)
앨범 및 결혼사진 제공 지연	88(21.0)
계약한 컨셉과 다른 컨셉으로 촬영	84(20.0)
촬영 파일 분실	36(8.6)
기타	16(3.8)

- (드레스 업체 관련) 결혼준비대행서비스 업체가 소개한 드레스 업체 이용 시 불만족했다고 응답한 318명 중 ‘계약과 달리 원하는 드레스는 추가금액 필요’해 불만족하다는 응답이 99명(31.0%)으로 가장 많은 것으로 나타남

- 다음으로 ‘상담 시 본 드레스 사진과 실제 드레스가 상이함’ 79명(24.8%), ‘웨딩촬영 시 피팅 드레스 개수가 계약 내용과 달랐음’ 77명(24.2%) 순으로 나타남

[표 3-30 드레스업체 이용 중 경험한 문제나 피해]

단위: 명, %, (중복응답)

구분	사례 수 : 318
계약과 달리 원하는 드레스는 추가금액 필요	99(31.0)
상담 시 본 드레스 사진과 실제 드레스가 상이함	79(24.8)
웨딩촬영 시 피팅 드레스 개수가 계약 내용과 달랐음	77(24.2)
계약과 다르게 부가서비스를 제공하지 않음	70(22.0)
원하는 디자인의 드레스 사이즈가 없어서 선택하지 못함	53(16.7)
본식 드레스가 기존에 예약한 드레스와 달랐음	25(7.9)
기타	19(6.0)

- (메이크업 업체 관련) 결혼준비대행서비스 업체가 소개한 메이크업 업체 이용 시 불만족했다고 응답한 300명 중 ‘계약 시 지정한 담당 메이크업 전문가가 바뀌었음’이 151명(50.3%)으로 가장 많은 것으로 나타남
- 다음으로 ‘원하는 스타일과 전혀 다르게 메이크업이 되었음’ 103명(34.3%) 순으로 나타남

[표 3-31 메이크업 업체 이용 중 경험한 문제나 피해]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례 수 : 300
계약 시 지정한 담당 메이크업 전문가가 바뀌었음	151(50.3)
원하는 스타일과 전혀 다르게 메이크업이 되었음	103(34.3)
기타	62(20.7)

라. 이용 단계별 경험한 문제나 피해

- (단계별 피해 경험) 결혼준비대행서비스를 이용한 결혼당사자 790명의 이용단계별 피해 경험을 조사한 결과,
- (계약 시) 결혼준비대행서비스와 계약 시 불만족 경험한 428명에게 불만족 이유를 조사한 결과, ‘상담과정에서 협의된 계약 내용이 계약서에 반영되지 않은 경우’가 164명(38.3%)으로 가장 많았음

- 다음으로 ‘계약 과정에서 부가서비스 및 상품 이용 강요’가 152명(35.5%), ‘이용약관을 제공하지 않았다’ 118명(27.6%) 순으로 나타남

[표 3-32 결혼준비대행업체 계약 시 문제 경험]

단위: 명, % 중복응답

구분	사례 수 : 428
상담과정에서 협의된 계약 내용이 계약서에 반영되지 않음	164(38.3)
계약 과정에서 부가서비스 및 상품 이용 강요	152(35.5)
이용약관을 제공하지 않음	118(27.6)
상담 시 과도하게 계약금 요구	103(24.1)
계약내용 불명확	99(23.1)
계약해제 및 위약금/환불 규정 미설명	72(16.8)
기타	20(4.7)
없음	362(45.8)

- (서비스 진행 시) 결혼준비대행서비스 이용자(790명) 중 서비스를 진행하는 과정에서 결혼준비대행서비스 업체에게 불만족했다는 379명을 대상으로 불만족 원인을 조사한 결과 ‘담당 플래너와의 원활하지 못한 소통’이 157명(19.9%)으로 가장 많은 것으로 나타남
- 다음으로 ‘스드메 업체 이용 시 불만사항에 대한 대처 미흡’ 141명(17.8%), ‘담당플래너의 갑작스러운 변경’ 86명(10.9%) 순으로 나타남

[표 3-33 결혼준비대행서비스 업체 이용 중 경험한 문제나 피해]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례 수 : 379
담당 플래너와의 원활하지 못한 소통	157(19.9)
스드메 업체 이용 시 불만사항에 대한 대처 미흡	141(17.8)
담당 플래너의 갑작스러운 변경	86(10.9)
담당 플래너의 불친절함	74(9.4)
일방적으로 기존 일정 변경	56(7.1)
협력업체 대금 미지급으로 인해 웨딩앨범 수령지연	27(3.4)
기타	11(1.4)

- (계약해제 시) 결혼준비대행서비스 이용자 790명을 대상으로 결혼준비대행서비스 업체 관련 계약해제 경험을 조사한 결과, ‘결혼준비대행서비스 업체의 귀책사유로 인해 계약금 반환 요청 경험’이 102건(12.9%)로 가장 높게 나타남
- 다음으로, ‘본인의 귀책사유로 인한 계약해제 경험’ 59건(7.5%), ‘결혼준비대행서비스 업체가 일방적으로 계약 해제를 요구한 경험’이 40건(5.1%)의 순으로 나타났음

[표 3-34 결혼준비대행서비스 해제 경험]

단위: 건, %

전 체	사 례 수 : 790
결혼준비대행서비스업체의 귀책사유로 계약금 반환 요청 경험	102(12.9)
본인의 귀책사유로 계약해제를 해 본 경험이 있다	59(7.5)
결혼준비대행서비스 업체가 일방적으로 계약해제 요구한 경험	40(5.1)
계약해제를 해 본 적이 없음	589(74.6)

- 계약해제 경험이 있는 201명 중 과정에서 피해를 입었다고 응답한 178명을 대상으로 피해 유형을 조사한 결과 ‘과다한 위약금 청구’가 133명(74.7%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘계약금 환급 거부’ 55명(30.9%), ‘계약해제 거부’ 30명(16.9%) 순으로 나타남

[표 3-35 계약해제 시 결혼준비대행서비스 업체로부터 경험한 문제나 피해]

단위: 명, %, 중복응답

구 분	사 례 수	과다한 위약금 청구	계약금 환급 거부	계약해제 (예약취소 포함) 거부	계약내용 보다 늦게 환급금 지급	기 타
전 체	(178)	133(74.7)	55(30.9)	30(16.9)	29(16.3)	3(1.7)

1. 표준약관 도입 필요

가. 문제점

- ☐ 결혼준비대행서비스는 제휴업자와의 계약이행과정에서 다양한 소비자 분쟁이 발생
 - 과도한 위약금 요구, 계약금 환급거부 및 스튜디오·드레스·메이크업과 같은 제휴업체에 대한 불만 등의 피해가 지속
- ☐ 소비자 피해가 지속되는 이유는 결혼준비대행서비스 계약 시 소비자와 사업자 상호간 권리·의무 관계를 규율하는 표준약관이 부재하기 때문에 결혼준비대행서비스의 표준약관 도입이 시급함
- ☐ 계약 후 웨딩플래너 변경으로 서비스 이행이 제대로 진행되지 않아 계약내용을 이행하지 못하는 경우가 다수 있음
 - 예식장, 결혼중개업 표준약관은 제정되어 있으나, 결혼준비대행서비스 업계에는 대표적인 단체나 협회가 없어 이를 추진할 공식적 주체가 없는 것이 현실임
 - 결혼준비대행업체들 간 협의를 거쳐 표준약관(案)을 마련하여 공정거래 위원회에 표준약관 제정을 요청하는 방법도 고려할 필요가 있음

나. 개선 방안

- ☐ (결혼준비대행서비스의 표준약관 도입) 표준약관에 포함되어야 할 주요 사항은 다음과 같음
 - (계약당사자의 확정) 결혼준비대행계약의 계약당사자는 ‘소비자와

대행업자'로 명시

- (계약금의 상한) 통상 계약금 수준인 총 대행금액의 10%를 원칙으로 하되, 결혼식이 임박한 시점에 계약한 경우 등 불가피한 사정이 있는 경우 20%까지 지급받을 수 있도록 하는 '상한' 개념 도입 필요

▶ 업계의 관행상 계약금은 10%~30%를 차지함

▶ 계약금은 민법 제565조에 의해 '해약금'의 성질을 가지며, 결혼식에 임박한 시점에 이루어진 계약일수록 계약이행에 대한 구속력을 강화한다는 차원에서 계약금액이 가증되는 경향이 있음

- (방문판매방식 계약의 청약철회) 웨딩박람회와 같은 방문판매방식으로 계약이 체결된 경우에는 「방문판매 등에 관한 법률」에 근거해 이용자의 '청약철회권'을 명시
- (서비스개시 입증 책임) 결혼준비대행업 「소비자분쟁해결기준」에서 환급 또는 배상액 산정의 기준이 되는 서비스 개시 여부 및 기제작(제공)된 물품(서비스) 비용에 대한 다툼이 있을 경우에는 대행업자측에서 입증책임을 지도록 함
 - 그 이외에 예식장 표준약관의 조항을 원용하여 1) 계약서와 약관의 설명과 교부, 2) 대행요금, 3) 대행업자의 의무, 4) 이용자의 의무, 5) 대행업자의 책임, 6) 재판관할 등이 포함되어야 함

2. 폐업·도산에 의한 소비자 피해 예방 제도 도입

가. 문제점

□ 웨딩시장 위축에 따른 경영난 심화

- 대행업체의 경영난 또는 부도로 인해 결혼 앨범 인도 지연·거부하는 사례가 발생하고 있음

[결혼준비대행업체의 경영난으로 인한 계약 불이행 및 환불 거부]

2018.7.28.신청인은 피신청인과 결혼준비대행서비스계약을 체결하고, 대금 1,520,000원을 결제함 (예식 예정일은 2019.3.9.)

계약 이후 피신청인 측에서 웨딩플래너를 일방적으로 변경하였고 플래너의 미흡한 업무 처리로 인해 불편을 겪게 되어 9월 중순(추석연휴 전) 환불을 요청하였으나, 피신청인은 답변을 지연하다 회사재정난으로 인해 계약이행이 어렵다며 환불을 거부함.

신청인은 결혼준비대행 개시 이전인 바, 대금환급을 요구함.

나. 개선방안

□ (폐업·도산에 따른 소비자 피해 예방 제도 도입) 영세한 결혼준비 대행서비스 업체에 의한 소비자 피해를 줄이기 위한 제도 도입 필요

○ (보증보험 제도 도입 검토) 영세한 결혼준비대행서비스 업체의 폐업·도산 등으로 인한 소비자의 금전적 손해를 보전할 수 있는 보증보험 제도* 도입 검토 필요

* 「결혼중개업의 관리에 관한 법률」상 '국내결혼중개업'의 경우, 필수적으로 보증보험에 가입하도록 규정(보장금액 2천만 원, 법 제25조)

「결혼중개업의 관리에 관한 법률시행령」

제6조(보증보험의 가입) ① 결혼중개업자는 법 제3조 또는 법 제4조에 따라 신고 또는 등록을 하려면 법 제25조제2항에 따라 다음 각 호에 해당하는 금액을 보장하는 보증보험에 가입하여야 한다. <개정 2010. 11. 16.>

1. 국내결혼중개업자: 2천만원 이상. 다만, 분사무소(分事務所)를 두는 경우에는 분사무소마다 1천만원을 추가한다.
2. 국제결혼중개업자: 5천만원 이상. 다만, 분사무소를 두는 경우에는 분사무소마다 2천만원을 추가한다.
- ② 결혼중개업자는 제1항에 따른 보증보험의 보증기간이 끝날 때에는 그 기간의 만료일까지 제1항에 따른 금액을 보장하는 보증보험에 다시 가입하고 그 증명서류를 갖추어 시장·군수·구청장에게 제출하여야 한다. <개정 2010. 11. 16.>
- ③ 제1항 및 제2항에 따라 결혼중개업자가 보증보험에 가입하는 경우에는 시장·군수·구청장을 피보험자로 하여야 한다. <개정 2010. 11. 16.>

「관광진흥법」 보증보험등 가입금액(영업보증금 예치금액) 기준(제18조제3항 관련)

(단위: 천원)

여행업의 종류 (기획여행 포함) 직전 사업연도 매출액	국내여행 업	국외여행 업	일반여행 업	국외여행업의 기획여행	일반여행업의 기획여행
1억원 미만	20,000	30,000	50,000	200,000	200,000
1억원 이상 5억원 미만	30,000	40,000	65,000		
5억원 이상 10억원 미만	45,000	55,000	85,000		
10억원 이상 50억원 미만	85,000	100,000	150,000		
50억원 이상 100억원 미만	140,000	180,000	250,000	300,000	300,000
100억원 이상 1,000억원 미만	450,000	750,000	1,000,000	500,000	500,000
1000억원 이상	750,000	1,250,000	1,510,000	700,000	700,000

- 결혼중개업 뿐만 아니라 신혼여행과 연관된 국내외 여행업의 경우에도 「관광진흥법」에서 보증보험 등의 가입금액(영업보증금 예치금액)에 대한 기준을 마련하고 있음

3. 소비자 정보 불균형 해소 시스템 도입

가. 문제점

- (정보 비대칭 발생) 상담 시 계약해제 및 위약금 환불 규정을 설명하지 않거나, 사업자 면책 조항을 설명하지 않고 있으며, 홈페이지에도 제휴사업자 및 가격정보 등 주요 정보가 부족하여 부당한 대우를 받을 가능성 존재
- (홈페이지 내 주요 정보 미 게시) 제휴사업자가 제공하는 상품 및 용역의 구성이나 소비자들이 결혼준비에서 필요로 하는 다양한 정보(결혼비용, 셀프웨딩견적시스템 등)들의 홈페이지 게시 실태를 조사한 결과,
 - 제휴사업자의 주소, 전화번호, 제공 상품을 게시한 결혼준비대행업체는 전체 43개 중 29개(67.4%)인 것으로 나타남

- 그밖에 업체의 홈페이지를 통해 결혼비용 관련 샘플(10개 업체, 23.3%) 또는 다양한 상품라인업에 따른 맞춤형 셀프웨딩전적 시스템을 운용(3개 업체, 6.7%)하고 있으나 그 수가 매우 적어, 소비자는 직접 연락을 하거나 방문하지 않고서는 가격 정보를 알기 어려운 것으로 나타남

□ (소비자는 투명하고 정확한 거래 정보 희망) 금번 결혼준비대행서비스 만족도 조사에서 응답자 790명 중 11.8%가 결혼준비대행업체가 보완해야 할 사항으로 공개홈페이지 등의 결혼서비스 정보의 양과 질이라고 응답한 것으로 나타남

나. 개선 방안

- (결혼관련 정보 확인, 공유 가능한 플랫폼 도입) 결혼준비대행업체에 대한 가격 정보, 업체 정보 및 소비자 불만사항 등을 확인하고 공유할 수 있는 플랫폼 운영 필요
- (상품 별 가격 정보 제공) 결혼준비대행서비스 만족도 조사에서 응답자 790명 중 약 45%가 결혼준비대행업체의 제휴업체 별 가격 정보를 알 수 없다는 불만을 가지고 있음
 - 제휴업체 상품별 가격 정보를 알 수 있도록 제공하는 서비스 도입이 필요함
- (투명한 제휴업체 정보 제공) 결혼 산업의 특성 상 제휴업체의 서비스 품질에 대한 정보를 결혼준비대행업체(또는 웨딩플래너)가 독점하고 있어 이를 개선하기 위한 방안으로 제휴업체에 대한 정보를 투명하게 제공할 수 있는 서비스 도입이 필요함
- (정보 공유 플랫폼 도입) 소비자들이 상품 별 가격 정보와 업체 정보를 생산하고, 공유하고, 소비할 수 있는 정보 공유 플랫폼을 도입하여 건강한 산업 생태계 조성을 도모할 필요가 있음

- 「예식서비스 소비자문제 실태조사」 온라인 포털 구축 검토내용
참조



별첨

제3조(국내결혼중개업의 신고) ① 국내결혼중개업을 하고자 하는 자는 보증보험금 및 중개사무소 등 대통령령으로 정하는 기준을 갖추어 특별자치시장·시장(「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」에 따른 행정시장을 포함한다. 이하 같다)·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)에게 **신고하여야 한다**. 신고한 사항 중 여성가족부령으로 정하는 중요사항을 변경하고자 할 때에도 또한 같다.

② 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제1항에 따른 신고 또는 변경신고를 받은 날부터 30일 이내에 신고수리 여부를 신고인에게 통지하여야 한다.

③ 특별자치시장·시장·군수·구청장이 제2항에서 정한 기간 내에 신고수리 여부 또는 민원 처리 관련 법령에 따른 처리기간의 연장을 신고인에게 통지하지 아니하면 그 기간(민원 처리 관련 법령에 따라 처리기간이 연장 또는 재연장된 경우에는 해당 처리기간을 말한다)이 끝난 날의 다음 날에 신고를 수리한 것으로 본다.

④ 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제1항에 따른 신고를 수리한 경우(제3항에 따라 신고를 수리한 것으로 보는 경우를 포함한다) 신고를 한 자에 대하여 신고필증을 내주어야 한다.

⑤ 제1항에 따른 신고사항·신고절차, 제4항에 따른 신고필증의 교부 등 신고에 관하여 필요한 사항은 여성가족부령으로 정한다.

제25조(손해배상책임의 보장) ① 국내결혼중개업자는 결혼중개를 함에 있어서 고의 또는 과실로 인하여 이용자에게 손해를 발생하게 한 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있다.

② 국제결혼중개업자는 결혼중개를 함에 있어서 이 법을 위반하여 이용자에게 손해를 발생하게 한 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 국제결혼중개업자가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다.

③ 결혼중개업자는 제1항 또는 제2항에 따른 손해배상책임을 보장하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 보증보험에 가입하여야 한다.

④ 제3항에 따른 보증보험금의 청구절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제25조(손해배상책임의 보장) ① 국내결혼중개업자는 결혼중개를 함에 있어서 고의 또는 과실로 인하여 이용자에게 손해를 발생하게 한 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있다.

② 국제결혼중개업자는 결혼중개를 함에 있어서 이 법을 위반하여 이용자에게 손해를 발생하게 한 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 국제결혼중개업자가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다.

③ 결혼중개업자는 제1항 또는 제2항에 따른 손해배상책임을 보장하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 보증보험에 가입하여야 한다.

④ 제3항에 따른 보증보험금의 청구절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

II

결혼준비대행서비스 거래 조건

▣ 거래조건 분류기준

현장실태조사를 통해 확인된 결혼준비대행서비스 업체별 패키지 구성은 상이하고 대부분 추가 유료 옵션으로 책정되어 있어 현장조사 시 확인 가능했던 예산별 패키지 항목으로 분류함

- 결혼준비대행서비스 패키지상품은 200만 원대가 가장 많았음
- 드레스 대여의 경우 기본 1회 피팅 외 추가 시 비용과 피팅도우미 비용이 패키지에 포함되지 않고 별도 책정되어 있으며 각 드레스 대여업체별로 금액이 상이하여 실질적으로 결혼준비대행업체와 계약한 금액 이상의 비용이 소요되는 것으로 나타남

□ 결혼준비대행서비스 가격별 비교

업체명	스튜디오	드레스	헤어&메이크업	가격
구구웨딩	- 20p 고급앨범 - DP용 대형액자	- 웨딩드레스, 턱시도	- 리허설, 본식 각 1회	990,000
무결추	- 촬영용 드레스/턱시도/ 악세서리 3세트 - 웨딩앨범 1권, DP용 액자 1개 - 본식 14p앨범 3권 (원판 별도)	- 본식용 드레스/턱시도/ 악세서리 3세트 (웨딩샷마다 피팅횟수다름) - 폐백의상(한복제외) - 부케, 부토니아, 코사지 (샷마다 제공 여부 다름)	- 촬영, 본식 각 1회	1,299,000
유엔웨딩	- 본식앨범 14p 3권 - 직계촬영 2판 - 스냅 사진 들어간 스토리앨범으로 업그레이드	- 고급신상드레스(면사포, 티아라, 귀걸이, 장갑, 웨딩슈즈) - 고급신장턱시도(와이셔 츠, 넥타이, 조끼, 나비타이, 커버밴드) - 제작부케, 부토니아, 코사지, 장갑 - 폐백의상	- 신랑,신부 (본식, 촬영)	1,800,000
Assam	- 원판앨범 14p 3권 - 스냅사진 40~50매 또는 원본 CD - 리허설 촬영본 10p - DP액자 10p	- 드레스, 턱시도 - 폐백의상(한복제외) - 웨딩소품(양말제외)	- 신랑신부 헤어메이크업	1,850,000
웨딩 B&B	- 스튜디오 앨범 20p - DP액자 - 본식 원판 14p	- 신상드레스	- 본식 헤어메이크업 1회 - 촬영 메이크업 1회	1,890,000
웨딩 비마인드	- 본식 스토리앨범 14p 3권(원본CD 포함) - 실내촬영 20p 앨범 (원본CD 별도)	- 본식 1회, 촬영 1회 대여 - 폐백의상 - 혼주,주례,사회,신랑 코사지 및 장갑 - 악세서리	- 본식1회, 촬영 1회	2,000,000

업체명	스튜디오	드레스	헤어&메이크업	가격
노비웨딩	- 본식 원판 14p 3권	- 웨딩샷 2~3곳 선택 가능	- 신랑신부 헤어메이크업 - 혼주 헤어메이크업	2,150,000
안나 스물웨드	- 20p 앨범 3권, 액자 2개 - 본식 스냅촬영 14p (원본 CD 포함) - 영상 1인1카메라 촬영	- 드레스/턱시도/페백의상 - 5개 웨딩샷 선택 가능	- 리허설 헤어/메이크업 - 혼주 메이크업(1분)	2,300,000
가자명품 투어	- 스튜디오 촬영본 20p, DP액자 - 작업본 CD - 본식 14p 3권(원본CD 포함)	- 드레스, 턱시도 - 티아라, 부토니아, 장갑, 웨딩소품 - 코사지, 장갑 - 페백의상, 혼구용품	- 신랑신부 헤어메이크업	2,300,000
대구웨딩 협회	- 20p 1권 - 촬영용 드레스 3벌 - DP액자 1개 - 본식 가족사진 원판 10p 권	- 웨딩드레스 2개 샵 - 페백의상 - 페백음식	- 신랑신부 헤어메이크업 - 혼주 헤어메이크업	2,390,000
레몬 테라스 웨딩	- 원판 10p 3권 - 스토리앨범 14p 3권(원본파일 제공) - 20p 스튜디오 촬영본	- 드레스/턱시도 본식 1회 - 혼주,주례,사회,신랑 코사지/장갑	- 본식, 촬영 각 1회	2,400,000
VIP 웨딩	- 원판 10p 3권 - 스토리앨범 14p 3권 - 스냅사진 원본data - 스튜디오 촬영 10p앨범, 드레스 2벌, 기본액자	- 본식 1회 - 페백의상, 악세서리 본식 1회	- 본식 헤어메이크업 1회 - 촬영 메이크업 1회	2,400,000
웨딩 청	- 원판사진/스토리에식앨범(10p 3권) - 본식 및 스냅원본 CD - 본식 영상 DVD 1개 및 USB 1개 - 스튜디오 촬영 수정본 CD - DP용 액자	- 최고급드레스, 턱시도 - 페백의상 - 웨딩소품 일체	- 신랑신부 헤어메이크업	2,450,000
고구마 웨딩	- 20p 앨범 1권 - DP액자 1개 (원본 별도) - 스토리앨범 본식사진 10p 3권 - 폴스냅 40p 1권, 10p 2권	- 드레스, 턱시도 - 페백의상 - 웨딩소품 - 부케, 부토니아, 코사지, 장갑	- 촬영시 신랑 헤어/메이크업, 신부 메이크업 - 본식 헤어/메이크업	2,500,000
Wedding by 이명원	- 드레스, 턱시도 대여 - 20P 앨범 1권, DP액자 (원본 CD 별도)	- 총 피팅 2회		2,600,000
Lac Belle	- 본식앨범 16p 3권(원본, 수정본 포함) - 스튜디오 앨범 20p 1권 - 빔 영상, 모바일청첩장	- 블랙라벨드레스, 턱시도 - 페백의상(한복 제외)	- 신랑 신부 헤어메이크업	3,900,000