결혼서비스 소비자문제 실태조사

-예식서비스-

㈜로이스컨설팅

목 차

Ⅰ. 조사 목적 및 범위 ····· 1
1. 조사 배경 및 목적 ····· 1
2. 조사 범위 ····· 4
Ⅱ. 예식서비스 시장 현황 및 소비자 피해 유형 ····· 5
1. 결혼시장 일반현황 ····· 5
가. 결혼 및 예식서비스 시장현황 및 산업 동향 ····· 5
나. 예식서비스 시장 사업체 수 추이 ····· 8
2. 법·제도 동향 ····· 10
3. 소비자 피해 유형 ····· 14
Ⅲ. 예식서비스 이용 실태조사 ····· 16
1. 소비자 피해 실태조사 ····· 16
2. 거래조건 분석 ····· 20
가. 대관을 위한 필수 구매 항목 ····· 20
나. 부대 시설 및 서비스 물품 계약 강요 ····· 22
다. 과도한 계약금 요구 ····· 23
라. 소비자분쟁해결기준 미준수 ····· 25
마. 약관의 게시 및 내용 설명 미흡 ····· 26
3. 홈페이지 제공 정보 조사 ····· 28
4. 예식서비스 소비자 만족도 조사 ····· 31
가. 예식서비스 이용실태 ····· 31
나. 예식서비스 이용 만족도 ····· 36
Ⅳ. 예식서비스 문제점 및 개선 방안 ····· 42
1. 약관 교부 관리감독 강화 및 끼워팔기 금지 품목 상세화 ····· 42
2. 폐업·도산에 의한 소비자 피해 예방 제도 도입 ····· 44
3. 신뢰할 수 있는 결혼 관련 정보 제공 강화 ····· 45

별첨 ····· 50
Ⅰ. 예식장 이용 표준약관 ····· 51
Ⅱ. 예식장 견적서 기준 거래조건 ····· 55

Ⅰ 조사 목적 및 범위

1. 조사 배경 및 목적

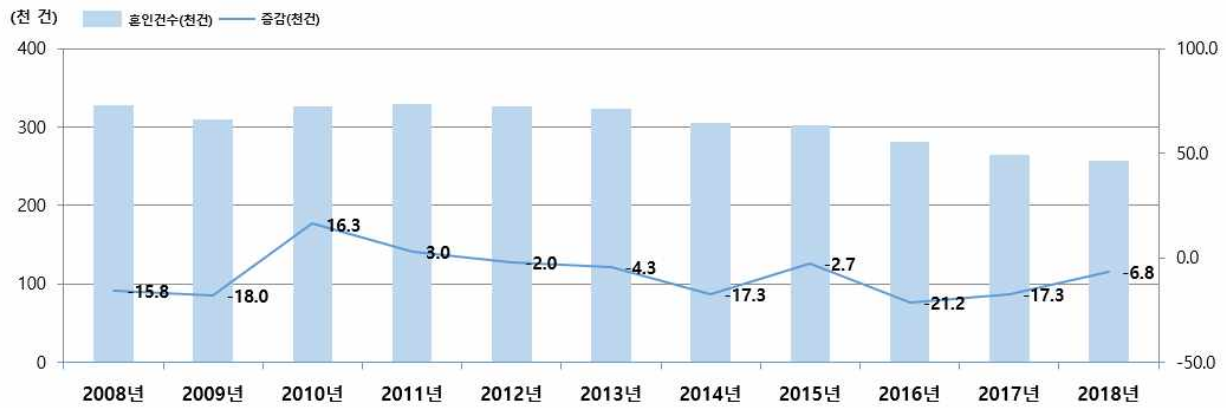
가. 조사 배경

□ **(혼인건수 및 저출산 문제)** 저출산, 결혼률 감소가 중대한 국가·사회적 이슈로 대두되고 있음

○ **2018년 혼인건수**는 25만7천6백건으로 2008년 32만7천7백여 건 대비 **약 7만1백여 건 감소**[1)]

○ 2018년 **조(粗)혼인율**[2)]은 5.0건으로 2008년 6.6명 대비 **1.6명 감소**

[그림 1-1 혼인건수 및 조혼인율, 2008년~2018년]



[표 1-2 혼인건수 및 조혼인율, 2008년~2018년]

단위: 천 건, %, 인구 1천명당 명

구분		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
혼인건수 (천 건)		327.7	309.8	326.1	329.1	327.1	322.8	305.5	302.8	281.6	264.5	257.6
전년 대비	증감 (천 건)	-15.8	-18.0	16.3	3.0	-2.0	-4.3	-17.3	-2.7	-21.2	-17.3	-6.8
	증감률 (%)	-4.6	-5.5	5.3	0.9	-0.6	-1.3	-5.4	-0.9	-7.0	-6.1	-2.6
조혼인률		6.6	6.2	6.5	6.6	6.5	6.4	6.0	5.9	5.5	5.2	5.0

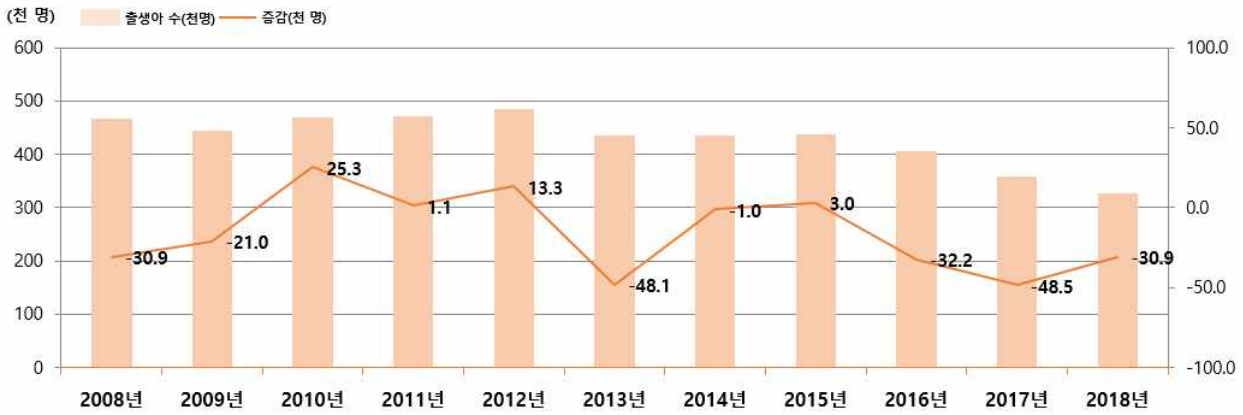
1) 2018년 혼인·이혼통계, 통계청

2) 인구 1천 명당 혼인 건수, 통계청

○ **출생아 수**는 2018년 '32만6천8백여 명'으로 전년의 35만7천8백여 명 대비 **약 3만1천여 명(-8.7%) 감소**[3)]

○ 2018년 조(粗)출생률[4)]은 6.4명으로 2008년의 9.4명 대비 3.0명 감소함

[그림 1-2 출생아 수, 조출생률 2008년~2018년]



[표 1-3 출생아 수, 조출생률 2008년~2018년]

단위: 천 명, %, 명, 인구 1천명당 명

구분		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
출생아 수(천 명)		465.9	444.8	470.2	471.3	484.6	436.5	435.4	438.4	406.2	357.8	326.8
전 년 대비	증감 (천 명)	-30.9	-21.0	25.3	1.1	13.3	-48.1	-1.0	3.0	-32.2	-48.5	-30.9
	증감률 (%)	-6.2	-4.5	5.7	0.2	2.8	-9.9	-0.2	0.7	-7.3	-11.9	-8.7
조출생률		9.4	9.0	9.4	9.4	9.6	8.6	8.6	8.6	7.9	7.0	6.4

○ **(결혼시장 지속적 하락 예상)** 지속적인 혼인건수 감소로 결혼시장 수요 측면에서 시장규모 감소 추정

- 이뿐 아니라 출생아의 급속한 감소로 앞으로도 시장규모 감소가 지속될 것으로 예상되어 초장기적인 관점에서 대응방안이 요구됨

□ **(소비자 피해 지속)** 최근 3년6개월 간(2016~2019.6월) 예식서비스는 상담·피해구제 건이 매년 지속적으로 접수되고 있어 소비자피해 방지 대책 마련 필요

3) 2018 출생통계, 통계청

4) 인구 1천 명당 출생아 수, 통계청

[표 1-4 예식서비스 관련 상담 및 피해구제 접수 현황*]

단위: 건

구분	2016년	2017년	2018년	2019.6월	계
상담	3,302	2,981	2,518	1,125	**9,926**
피해구제	165	156	175	127	**623**
계	3,467	3,137	2,693	1,252	**10,549**

* 한국소비자원 소비텔, 소비넷 상 예식서비스 기타 예식 관련 품목으로 검색

□ **(법·제도 미흡)** ①예식장업 ②결혼준비대행업 ③결혼중개업 ④신혼여행 등으로 구분되는 결혼 시장에서 결혼 관련 소비자 피해가 지속적으로 발생하고 있으나 **「결혼중개업관리에 관한 법률」, 「소비자분쟁해결기준」 및 「예식장업 표준약관」** 이외에 관련 법·제도 미흡한 상황

나. 조사 목적

□ **(연구 필요성) 결혼서비스** 시장의 **불합리한 거래 관행**은 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 제고**하여 **국민이 체감할 수 있는 결혼서비스 시장 개선 효과 도모**

○ **(시장 활성화 대책 마련)** 장기적 침체가 지속될 것으로 예상되는 **결혼서비스 시장의 활성화 방안** 마련

2. 조사 범위

□ **(과업 수행을 위한 조사 방법)** 예식서비스 소비자문제 실태 조사의 6개의 과업 수행을 위해 다양한 방법을 활용

ㅇ 조사 방법은 한국소비자원 피해구제 사례분석, 현장방문 실태조사, 홈페이지 게시 정보 분석, 예식서비스 이용자 만족도 조사 및 전문가 자문회의 등을 활용

[표 1-5 예식서비스 조사 내용 및 방법]

구분	조사 내용	조사 방법
예식서비스 소비자 피해 사례 조사	소비자 피해 유형별 사례 분석 및 피해 실태 파악	한국소비자원 피해구제 사례 623건 분석 소비자 FGI(참석자 11명)
예식서비스 거래조건 분석	지역별/ 종별 총 대금 대비 계약금, 위약금, 부대서비스 의무이용, 약관 및 이용요금 게시 여부 등 가격 및 이용약관 내용을 예식장 표준약관, 소비자분쟁해결기준과 비교 분석	현장방문 실태조사 (미스터리 쇼핑) - 예식장 200개소 방문 (조사원 12명)
표준약관 이행 현장점검 실태조사	지역별/ 종별 계약조건 및 가격, 약관 게시 여부 등 소비자권익 침해 실태 파악	
홈페이지 정보제공 조사	소비자의 부당한 피해 방지 및 합리적 선택이 가능하도록 예식서비스 계약 체결에 있어 중요한 정보(결혼준비 정보, 가격, 약관, 제휴서비스, 계약금/위약금 정보 등)를 홈페이지를 통해 제공하는지 여부 점검	홈페이지 게시 정보 분석 - 439개 예식장 홈페이지 제공 정보 분석
예식서비스 이용 만족도 조사	결혼문화 및 인식, 비용, 피해 사례, 만족도 등의 이용 실태 조사	예식서비스 이용자 만족도 조사 - 총 998명(결혼당사자 798명, 혼주 200명)
제도개선 방안 제시	소비자정책 활용 및 소비자 권익증진을 도모하기 위한 관련 산업의 제도 개선 방안 제시	전문가 자문회의

Ⅱ 예식서비스 시장 현황 및 소비자 피해 유형

1. 결혼시장 일반 현황

가. 결혼 및 예식서비스 시장 현황 및 산업 동향

□ **(혼인 건 수 추이)** 2018년 혼인건수는 25만7천6백 건으로 전년 대비 2.6% 감소하여, 2012년 이후 7년 연속 감소 추세[5)]

[표 1-1 혼인건수 및 조혼인율, 2008년~2018년]

단위: 천 건, %

구분		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
혼인건수 (천 건)		327.7	309.8	326.1	329.1	327.1	322.8	305.5	302.8	281.6	264.5	257.6
	증감(천 건)	-15.8	-18.0	16.3	3.0	-2.0	-4.3	-17.3	-2.7	-21.2	-17.2	-6.8
	증감률	-4.6	-5.5	5.3	0.9	-0.6	-1.3	-5.4	-0.9	-7.0	-6.1	-2.6
조혼인율		6.6	6.2	6.5	6.6	6.5	6.4	6.0	5.9	5.5	5.2	5.0

□ **(결혼에 대한 태도[6)])** 대한민국 미혼 남녀(20세~44세) 중 '결혼을 해도 좋고 안 해도 좋다'는 생각을 가진 비율이 여성의 경우가 54.9%로 남성 39.2% 보다 훨씬 높게 나타남

[표 1-2 미혼 남녀의 결혼에 대한 태도]

단위: %

구분	미혼남성	미혼여성
반드시 해야 한다	14.1	6.0
하는 편이 좋다	36.4	22.8
해도 좋고 안 해도 좋다	39.2	54.9
하지 않는 게 낫다	6.6	14.3
모르겠다	3.7	2.0
전체	100.0	100.0

5) 2018년 혼인·이혼통계, 통계청

6) 2018년 전국 출산력 및 가족보건・복지실태조사, 한국보건사회연구원, 2018

□ **(결혼 의향[7])** 대한민국 미혼 남녀(20세~44세) 중 '결혼을 반드시 해야 한다'는 견해에 대해 **찬성하지 않는 경향**이 미혼 남성보다 **미혼 여성**에서 높게 나타남

[표 2-3 미혼 남녀의 결혼 의향]

단위: %

구분	결혼 의향	
	미혼남성	미혼여성
전적으로 찬성	14.5	10.8
대체로 찬성	44.2	34.4
별로 찬성하지 않음	32.3	40.4
전혀 찬성하지 않음	9.1	14.4
전체*	100.0	100.0

* 전체값의 합계는 소수점 1자리 적용으로 인해 100.0%와 일치하지 않음

□ **(합리적 지출)** 최근 몇 년 간 **결혼 예산에 한계**가 있어 **주거비용 마련에 우선순위**를 두고 **현실적으로 꼭 필요한 기본품목에 집중**해 지출하는 경향이 짙어짐

○ **결혼식의 규모는 줄이되 완성도와 신혼여행을 중요시하는 경우 증가**

- 불필요한 허례허식을 지양하고 절차를 간소화하는 실속 있는 결혼문화에 대한 기대가 높아짐

- 혼수나 예단, 예물에서도 무리하지 않고 **경제상황에 맞게 합리적으로 지출하는 의식이 정착**

○ 이러한 문화가 '하우스 웨딩', '셀프웨딩', '작은결혼식(스몰웨딩)' 등 결혼식의 규모를 줄이려는 경향으로 표출됨

- 최근 가까운 지인들과 즐기는 '작은 결혼식'을 선호하는 경향이 한층 강화되고, 작은 결혼식은 '작고 경제적인 결혼식' 유형과 '규모는 작지만 고급스러운 결혼식' 유형으로 나뉨[8]

- 이로 인해 결혼식 장소도 호텔예식장, 하우스, 공공시설 등 다양해짐

7) 2018년 전국 출산력 및 가족보건・복지실태조사, 한국보건사회연구원, 2018

8) "2019년 웨딩트렌드, '나만의 결혼식'이 대세'", 스카이이데일리, 2019.2.8

□ **(작은 결혼식)** 대형 웨딩홀 대신 레스토랑·관공서·공원 등에서 100명 안팎의 가까운 지인만 초대해 치르는 결혼식으로 예물과 예단, 스드메(스튜디오·드레스·메이크업) 등 부대비용도 최소화하는 결혼 행태

ㅇ 작은 결혼식의 증가에는 공공기관, 지자체 등의 소규모의 결혼식장 운영 및 정보제공 등의 지원 확대도 큰 역할을 한 것으로 판단됨

ㅇ 예물과 예단은 줄이는 반면, 신혼여행과 가전제품의 구입은 증가

- 이에 한복 등 전통 혼수 산업도 침체되고 있으며 제살깎이 경쟁으로 수익성도 저하되는 악순환에 처해 있음

□ **(호텔 결혼식)** 경기 불황으로 웨딩산업 전반은 침체기이나, 호텔 웨딩에 대한 수요는 큰 변함이 없음[9)]

ㅇ 그 이유는 대규모의 웅장한 결혼식을 원해 호텔을 찾는 소비자도 있지만, 일생의 한 번뿐인 특별한 순간을 추억할 프라이빗한 공간에 매력을 느끼는 소비자들 또한 호텔을 찾기 때문

- 이들은 엄숙한 혼인 예식보다 연출된 파티형식을 더 선호하는 추세로 호텔마다 웨딩 콘셉트의 차별화를 위한 노력을 집중하는 이유임

□ **(예식장의 변신)** 일생의 한 번뿐인 특별한 순간을 추억할 프라이빗한 공간에 매력을 느끼는 소비자가 증가하면서 예식장 특히, 호텔 예식장은 소비자에게 잊지 못 할 경험을 제공할 차별 포인트를 갖추는 노력 중

ㅇ 차별 포인트로는 이국적인 분위기의 **데스티네이션 웨딩***과 **미디어 툴을 활용해 독특한 분위기를 연출하는 방식**(음향과 조명을 적극 활용한 무대를 갖춘 공간) 등을 들 수 있음

* 이국적인 휴양지의 분위기와 같은 색다른 분위기를 느낄 수 있는 웨딩을 치룰 수 있는 예식장을 선택하여 진행하는 결혼식

9) 전문가 인터뷰 결과 (권미윤 경인여자대학교 플래너학과 교수)

나. 예식서비스 시장 사업체 수 추이

□ **(예식서비스 사업장 수 지속 감소)** 혼인 건수가 줄어들면서 예식장 사업체 수 감소

ㅇ 예식장 사업체 수는 2017년에 770개로, 2006년 1,038개 대비 268개 감소하였음[10)]

[표 2-4 연도별 예식장 사업체 수 현황]

단위: 개

연도	예식장
2006년	1,038
2007년	1,003
2008년	1,014
2009년	1,002
2010년	992
2011년	951
2012년	945
2013년	923
2014년	917
2015년	957
2016년	862
2017년	770

ㅇ 공식적 통계 수치가 공개되지 않은 **2018년 이후 사업체 수 감소 추세**는 이번 연구 진행 과정에서 다시 한 번 확인되었음

- 조사를 위해 확보한 전국 예식장 리스트 611개 중 396개의 업체에 접촉한 결과, 접촉 업체 396개중 169개의 업체가 전화를 받지 않거나, 결번 또는 번호 오류로 파악되어 휴·폐업률이 매우 높을 것으로 추정

10) 통계청 전국사업체조사 통계

- 전체 611개 예식장을 모두 전수 조사한 결과는 아니지만, 휴·폐업률이 매우 높아 예식장 사업자 수가 지속적으로 줄어들고 있는 현 상황과 일치함

[표 2-5 예식서비스 현장점검 실태조사 진행 결과]

단위: 개

구분	DB 모집단	접촉 업체 수	휴폐업 업체 수	조사 거절 업체 수
서울	284	216	88	19
인천	52	33	13	2
부산	92	61	27	1
대구	54	18	2	2
울산	28	6	2	-
광주	58	37	26	3
대전	43	25	11	-
합계	**611**	**396**	**169**	**27**

* 조사를 거절한 27개 업체는 웨딩홀 리모델링, 향후 1년 간 예약 수 포화 등의 이유로 인해 상담을 거절하였음

2. 법·제도 동향

1) 「건전가정의례의 정착 및 지원에 관한 법률」[11]

□ 가정의례 관련 규제를 폐지하고, 국가 및 지방자치단체의 건전한 가정의례의 정착 및 지원에 관한 책임을 강화하는 내용으로 제정

「건전가정의례의 정착 및 지원에 관한 법률」
제2조(정의) 이 법에서 "가정의례"란 가정의 의례로서 행하는 성년례, 혼례, 상례, 제례, 회갑연 등을 말한다. 제6조(보조금의 지원) 국가와 지방자치단체는 제1조의 목적을 달성하기 위한 사업이나 활동을 하는 **민간단체나 개인에게 필요한 경비를 보조**할 수 있다. 제7조(혼인예식 장소의 제공) 국가기관의 장, 지방자치단체의 장, 공공기관·단체 및 국공립대학 등의 장은 업무수행에 지장이 없는 범위에서 **강당, 회의실, 그 밖의 시설을 혼인예식의 장소로 적극 개방**하여야 한다.

○ 민간단체 등의 건전한 가정의례활동에 대한 지원 등을 통하여 허례허식을 없애고, 건전한 사회문화를 정착시키기 위해 「가정의례에 관한 법률」을 폐지(1999. 2. 8)하고, 동법 제정(「건전가정 의례의 정착 및 지원에 관한 법률」 제5837호 제정·개정이유)

2) 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」

□ 상품 또는 용역에 관한 표시·광고를 할 때 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 하는 부당한 표시·광고를 방지, 소비자에게 올바르고 유용한 정보의 제공을 촉진함으로써 공정한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호함을 목적으로 함(제1조)

11) **「가정의례에 관한 법률」1999년 폐지** : 규제의 준수율이 낮아 실효성을 기대하기 어렵다는 이유로 「가정의례에 관한 법률」의 허례허식행위와 의례 영업행위 관련 규제를 폐지

「표시·광고의 공정화에 관한 법률」
제 3조(부당한 표시·광고의 내용) ① **사업자 등은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로서 공정한 거래질서를 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 행위**를 하거나 다른 사업자등으로 하여금 하게 하여서는 아니 된다. 1. 거짓·과장의 표시·광고 2. 기만적인 표시·광고* 부당하게 비교하는 표시·광고 3. 비방적인 표시·광고 **제 4조(중요정보의 고시 및 통합공고)** ① 공정거래위원회는 상품 등이나 거래 분야의 성질에 비추어 소비자보호 또는 공정한 거래질서 유지를 위하여 필요한 사항으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사항인 경우에는 **사업자등이 표시·광고에 포함하여야 하는 사항(이하 "중요정보"라 한다)과 표시·광고의 방법을 고시(인터넷 게재를 포함한다. 이하 같다)할 수 있다.** 다만, 다른 법령에서 표시·광고를 하도록 한 사항은 제외한다. **1. 표시·광고를 하지 아니하여 소비자 피해가 자주 발생하는 사항** 2. 표시·광고를 하지 아니하면 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우가 생길 우려가 있는 사항 **다. 그 밖에 소비자의 합리적인 선택을 현저히 그르칠 가능성이 있거나 공정한 거래질서를 현저히 해치는 경우**

3) 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률 시행령」

□ 예식서비스 업체에서 소비자가 원하지 않는 상품을 구매하도록 요구하는 끼워팔기 행위를 금하고 있음

「독점규제 및 공정거래에 관한 법률 시행령」
제36조(불공정거래행위의 지정) ①법 제23조(불공정거래행위의 금지)제3항에 따른 불공정거래행위의 유형 또는 기준은 별표 1의2와 같다. **[별표 1의 2] 불공정거래행위의 유형 및 기준** 5. 거래강제 법 제23조(불공정거래행위의 금지) 제1항 제3호 후단에서 "부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 강제하는 행위"라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다. 가. 끼워팔기 거래상대방에 대하여 자기의 상품 또는 용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위

4) 「약관의 규제에 관한 법률」

□ 사업자는 소비자가 내용을 알아보기 쉽게 약관을 작성하도록 명시

「약관의 규제에 관한 법률」
제3조(약관의 작성 및 설명의무 등) ① **사업자는 고객이 약관의 내용을 쉽게 알 수 있도록 한글로 작성하고, 표준화·체계화된 용어를 사용하며, 약관의 중요한 내용을 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시하여 알아보기 쉽게 약관을 작성하여야 한다.** 제19조의3(표준약관) ⑤ **공정거래위원회는** 제1항 또는 제4항에 따라 심사하거나 제정·개정한 **약관(이하 "표준약관"이라 한다)을 공시(公示)하고 사업자 및 사업자단체에 표준약관을 사용할 것을 권장할 수 있다.** ⑥ **공정거래위원회로부터 표준약관의 사용을 권장받은 사업자 및 사업자단체는 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우 표준약관과 다르게 정한 주요 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하여야 한다.**

5) 「예식장이용 표준약관」

□ 「가정의례에 관한 법률」이 폐지되면서 규제가 완화된 부분을 보완하는 차원에서 표준약관이 제정됨

ㅇ 표준약관은 건전한 거래질서를 확립하고 불공정한 내용의 약관이 통용되는 것을 방지하기 위하여 공정거래위원회가 사업자들에게 권고하는 약관

ㅇ 계약 시 중요사항인 약관과 요금을 게시하도록 하고, 식당·사진·비디오촬영 등 부대시설·서비스·물품 등을 예식장의 이용조건으로 할 수 없도록 명시 ([별첨 Ⅰ] 참조)

※ '**표준약관**'이란 사업자 및 사업자 단체가 정하여 공정거래위원회의 심사를 받은 약관을 말하는 것으로, 건전한 거래질서를 확립하고 불공정한 내용의 약관의 통용되는 것을 방지하기 위하여 일정한 거래분야에서「사업자들이 최소한 지켜야하는 거래 규범」을 담아 표준이 되는 약관

: 표준약관은 사업자 및 사업자단체가 공정거래위원회로 약관의 내용이 약관규제법에 위반되는지의 여부에 관하여 심사를 청구하여 이를 승인함으로써 제정된다. 또한 2004년부터는 소비자 피해가 많이 발생하는 분야에 약관이 없거나 불공정한 약관이 사용되는데도 사업자들이 공정거래위원회의 표준약관 제정 권고를 거부하면 공정위가 직접 표준약관을 제정할 수 있게 되었다.

6) 「소비자분쟁해결기준」

□ 예식업에서 계약 해제 시 효과 및 사진촬영, 부대서비스 관련 소비자 보호 규정 등을 명시

ㅇ 계약 해제 주체와 시기에 따른 손해배상 기준을 두고 있고, 그 외 사진촬영, 부대품 및 시설 미사용으로 인한 부당대우 등과 관련된 보호 규정 고지

예식장「소비자분쟁해결기준」	
분쟁유형	**해결기준**
1) 사업자의 귀책사유로 인한 계약해제 - 예식일로부터 90일 전까지(~90) 계약 해제 통보 시 - 예식당일(89~당일) 계약 해제 통보 시	○ 계약금 환급 및 계약금의 100% 배상 ○예식비용 배상
2) 소비자의 귀책사유로 인한 계약해제 - 예식예정일 90일전까지(~90) 계약해제 통보 시 - 예식예정일 60일전까지(89~60) 계약해제 통보 시 - 예식예정일 30일전까지(59~30) 계약해제 통보 시 - 예식예정일 29일전까지(29~) 계약해제 통보 시	○ 계약금 환급 ○ 총 비용의 10% 배상 ○ 총 비용의 20% 배상 ○ 총 비용의 35% 배상
3) 부대품 및 부대시설 미사용으로 인한 부당대우	○ 예식비용금액 환급
4) 사업자의 고의·과실로 부대품 및 부대시설 미이용	○ 이용요금의 배액 배상
5) 예식사진 관련 피해 - 이용자의 동의 없이 촬영된 사진 - 촬영 의뢰한 사진의 멸실 또는 상태 불량	○ 사진금액 환급 ○ 다음 각호에 따라 손해배상
* 예식일에 대체 계약이 발생했을 경우 계약금 환급 및 위약금 청구를 금지함. 1. 소비자가 주요사진의 전부 또는 일부의 재촬영을 원하는 경우에는 사업자 자신의 비용부담으로 재촬영하되 전부를 재촬영하는 경우에는 이에 추가하여 촬영요금을 소비자에게 지급하며, 주요 사진의 일부만을 재촬영하는 경우에는 촬영요금의 배액을 지급함. 2. 소비자가 주요사진의 재촬영을 원하지 않는 경우에는 사업자는 촬영요금의 3배액을 소비자에게 지급함. * 주요사진이라 함은 주례사진, 신랑신부 양인사진, 신부독사진, 양가부모사진, 가족사진, 친구사진을 의미함.	

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, 예식서비스 이용자 11명을 대상으로 인터뷰 및 FGI 실시
- 결혼 시점, 계약금액, 결혼서비스업체 선택 이유, 이용 서비스, 서비스 불만족 사항, 피해 유형 등에 대해 조사하였음

[표 2-6 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

- 결혼산업 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 2-7 전문가 인터뷰 대상]

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

○ 문헌연구

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

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

[표 2-8 예식서비스 소비자 피해유형 분류]

구분	피해유형	
정보 제공	주요정보(약관) 미제공	
	주요정보(가격 정보) 미제공	
	계약금 과다설정	
	끼워팔기(부가서비스/상품 이용 강요 및 계약 유도)	
	상담 시 약관 내용 미 설명	
	상담 시 사업자 면책 조항 미 설명	
계약 체결	상담 시 합의 내용 계약서상 미명시	
	계약서에 예식장 약관 미명시	
	계약서 내용이 불명확함	
	계약해제 시 위약금/환불 규정 미준수	
	표준약관 기준 대비 과다한 계약금 요구	
계약 이행	계약내용 미이행(불완전이행)	
	계약내용 미이행으로 인한 배상 지연	
	물품 분실에 따른 배상 거부	
계약 해지/해제	과도한 위약금 청구	
	계약내용보다 적은 환급금 제안	
	소비자 귀책 사유 시 계약금 환급 거부	계약해지 거부
		환급 거부
	환급금 지연	
	사업자 귀책사유로 인한 해지 시 배상 거부	
	사업자 귀책사유로 인한 해지 시 배상 지연	

Ⅲ 예식서비스 이용 실태 조사

1. 소비자 피해 실태 조사

□ 최근 3년6개월 간(2016년~2019.6월) 한국소비자원에 접수된 **예식서비스 관련 상담·피해구제 건수**는 1만5백49건임

[표 3-1 예식서비스* 관련 상담·피해구제 접수 현황]

단위: 건

구분	2016년	2017년	2018년	2019.6월	계
상담	3,302	2,981	2,518	1,125	9,926
피해구제	165	156	175	127	623
계	3,467	3,137	2,693	1,252	10,549

* 한국소비자원 소비텔, 소비넷 상 예식서비스 기타예식 관련 품목으로 검색

□ **(피해유형별 현황)** 2016년~2019.6월 한국소비자원에 접수된 예식서비스 관련 피해구제 623건을 유형별로 분석한 결과, **계약해제 관련 피해가 445건(71.5%)을 차지함**

○ 이중 **'계약해제 시 계약금 환급 거부·지연'한 사례가 261건(41.9%)**으로 가장 많았고, 다음으로 '과도한 위약금을 청구'하는 사례 184건(29.6%)으로 나타남.

○ 계약사항에 포함된 예식사진 및 동영상 인도 지연, 축포 및 플라워 샤워 등을 이행하지 않은 '계약불이행(불완전이행)'건은 103건(16.5%)으로 나타남

○ 이 외 '사업자 귀책으로 해지 시 배상금 거절' 관련 건은 37건(5.9%), 실제 피로연을 이용한 하객보다 더 많은 대금을 요구하거나 사용하지 않은 식권까지 모두 식대로 요구하여 '피로연 식대 과다 청구'된 사례는 22건(3.5%)으로 나타남

[표 3-2 예식서비스 주요 피해유형]

단위: 건, %

피해유형		건수	비율
계약해제 관련	환급거부 및 지연	261	41.9
	과도한 위약금 청구	184	29.6
계약불이행(불완전이행)		103	16.5
사업자 귀책으로 해지 시 배상금 거절		37	5.9
피로연 식대 과다 청구		22	3.5
기타		16	2.6
계		623	100.0

□ **(분쟁해결기준 준수 여부)** 앞서 분류한 계약해제 관련 피해 445건 중 계약해제 시점과 위약금 파악이 가능한 405건에 대해 계약해제 시 소비자분쟁해결기준 준수 여부를 분석한 결과, 368건(90.9%)이 소비자분쟁해결기준을 준수하지 않은 것으로 나타남

ㅇ 계약해제 시점별로는 예식예정일로부터 '90일전까지(~90일)' 규정을 미준수한 곳은 251건(62.0%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 예식예정일로부터 '60일전까지' 74건(18.3%)으로 나타남

[표 3-3 계약해제 시 분쟁해결기준 준수 여부]

단위: 건, %

해제 시점	90일전까지 (~90일)		60일전까지 (89~60일)		30일전까지 (59~30일)		29일전까지 (29일~)		계	
	251 (62.0)		74 (18.3)		47 (11.6)		33 (8.1)		405 (100.0)	
준수 여부	준수	미준수	준수	미준수	준수	미준수	준수	미준수	준수	미준수
	0 (0.0)	251 (100.0)	10 (13.5)	64 (86.5)	16 (34.0)	31 (66.0)	11 (33.3)	22 (66.7)	37 (9.1)	368 (90.9)

□ 소비자피해 주요 사례

[계약해제 시 계약금 환급 거부]

소비자는 2019. 2. 27. S웨딩홀과 예식장을 이용하기로 계약을 체결하고 계약금 500,000원을 지불함(예식 예정일 2019. 11. 23)

2019. 3. 2. 소비자는 예식장을 방문하여 피로연 음식을 시식하였으나, 2019. 3. 11. 개인적인 사유로 계약해제를 요구하니 사업자는 무료시식 익일까지만 계약해제가 가능하다며 환급 거부함.

[예식일 변경 후 계약해제 시 계약금 환급 거부]

소비자는 예식장을 이용(예식예정일 2016. 8. 10)하기로 계약하고 3,000,000원을 계약금으로 지급하였으나, 2017. 7. 13. 예식장소 및 날짜를 변경(변경 예식예정일 2017. 10. 29)한 이후 예식장 측에 예식장 예약취소를 요청함.

사업자는 예식일이 90일 이상 남았음에도 불구하고 계약 후 2주가 경과하였다는 이유로 계약금 환급을 거부함

[예식장 계약해제 시 과다한 위약금 청구 1]

소비자는 2017. 3. 25. 예식서비스(예식예정일 2017. 11. 11.)를 총 8,350,000원에 이용하기로 계약하고, 2017. 10. 30. 사업자에게 처음 안내 문자를 받았으나 당일 개인적인 사정으로 인해 계약해제를 요구하는 문자를 회신함.

2017. 11. 2. 사업자는 계약해제 시 총 이용금액의 50%에 해당하는 위약금을 요구함

신청인은 계약서 상 10일 전에는 위약금이 50%로 명시되어 있으나 계약 당시 전혀 안내받지 못했고 위약금이 과다하므로 적절 위약금을 지급하고 계약해제를 요구함.

[예식장 계약해제 시 과다한 위약금 청구 2]

소비자는 2018. 7. 27. A예식장의 이용계약(예식예정일 2019. 1. 19.)을 체결하고 총 계약대금 13,000,000원 중 계약금 명목으로 2,000,000원을 결제함.

2018. 10. 8. 소비자는 개인사정으로 계약해제를 요구하니 위약금으로 총 비용의 20%인 2,600,000원을 요구함.

[앨범인도 지연으로 인한 피해]

소비자는 2018. 3. 17. B웨딩홀의 예식서비스를 이용하면서 예식당일 본식+앨범 3개를 2달 후 받을 수 있다고 하여 2,000,000원을 지급함.

이후 사진 선택을 완료하였으나 사진촬영을 담당한 스튜디오에서 웨딩홀측과의 잔금 문제가 해결되지 않아 앨범의 편집이 중단되어 앨범제작이 중단되었다고 연락받음.

해당 스튜디오와 웨딩홀은 서로에게 책임을 미루며 처리를 지연함.

[사업자 귀책사유로 인한 계약해제 시 배상금 지급 거절]

소비자는 2018. 11. 3. L웨딩홀을 이용하기로 계약하면서 계약금 500,000원을 지급함(예식예정일 2019. 4. 13)

2019. 1. 7. 사업자가 일방적으로 계약해제를 유선으로 통보해옴.

소비자는 사업자의 귀책사유로 인한 계약해제이므로 계약금 환급 및 계약금 100%의 손해배상을 요구하였으나 사업자는 계약금 환급 외에 다른 보상은 어렵다고 함.

[잔여 식권에 대한 환급 거절]

소비자는 2017. 3. 11. C웨딩홀에서 예식을 진행하면서 피로연을 위한 계약 시 식대로 1인당 3만원(보증인원 125명)을 지급하기로 계약하였으나, 예식당일 손님이 많아 추가 식권 구입하면서 잔여수량은 환급이 가능하다는 사업자의 안내를 받았음.

예식종료 후 신청인은 총액을 확인하여 남은 식권에 대해 반환하고 정산을 완료하였으나, 당일 오후 9장의 식권이 남아있는 사실을 확인하여 환급을 요구하니 사업자가 환급을 거부하며 다른 날 예식장에 방문하여 사용하라고 함.

[참석 인원 보다 많은 식대 청구]

2017. 5. 13. 소비자는 예식장을 계약(예식예정일 2017. 9. 9.)하고 예식장을 이용한 뒤 총 비용 8,700,000원을 신용카드로 결제함.

계약 당시 사업자가 주기로 약정한 식권을 예식 당일 주지 않았고, 사업자가 직접 식당 이용 인원을 파악하겠다고 하여 믿고 결제하였으나 이후 실제 참석한 인원(120명) 보다 20여명 더 참석한 것으로 식대를 청구한 사실을 확인함.

또한 시식했던 음식보다 음식이 부실하고, 식사 시에 틀어주기로 했던 동영상도 제공되지 않아 사업자에게 문제를 제기하고 보상을 요구하였으나, 사업자는 연락을 준다고 한 뒤 처리를 지연함.

2. 거래조건 분석

□ 서울 및 6대 광역시 예식장 200개소 현장 조사

가. 조사 대상 및 기간: 서울 및 6대 광역시 예식장 200개, 2019.09 ~ 2019.10

나. 조사항목: ① 상품 가격 ② 부대시설, 서비스 물품의 이용 강요 여부 ③ 계약금 지급 ④ 계약 해제 시 소비자분쟁해결기준 준수 여부 ⑤ 약관·이용요금 게시 및 약관 설명 여부

다. 조사방법:

- 미스터리쇼핑 방식으로 현장 모니터링 및 계약 상담 (조사원 수 12명)
- 상품별 가격 등 거래조건을 조사하기 위해 60개 업체에서 견적서를 받아 분석

가. 대관을 위한 필수 계약 항목

□ **(5개 계약 필수 항목)** 미스터리쇼핑에서 견적서를 받은 60건의 사례를 분석한 결과, **예식장 대관을 위해 반드시 비용을 지불해야 하는 필수 항목에는 ①홀 사용료, ②조명/연출, ③혼구용품, ④폐백의상, ⑤폐백실의 5종이 포함됨**([별첨 II] 참조)

[표 3-4 예식장 대관 계약 시 필수 계약 항목]

5개 필수 항목
1. 홀 사용료
2. 조명, 연출
3. 혼구용품(방명록, 성혼선언문, 서약서, 장갑, 봉투, 펜 등)
4. 폐백의상
5. 폐백실 사용

○ **(필수 항목 일괄 묶음가격 적용)** 현장 실태조사 결과 확보된 견적서 60건 중, 필수 항목(5개)에 대한 개별 금액을 제시한 경우는 21건(35.0%)에 불과하고, 5개 항목 전체 금액만 제시, 5개 항목 묶음가격을 적용하는 경우가 39건(65.0%)으로 나타남

[표 3-5 서비스 금액 표기 여부]

단위: 건, %

구분	표본수	기본 항목 전체 금액만 표기	서비스별 세부 금액 표기
전체	60	39(65.0)	21(35.0)

- 5개 항목을 묶음가격으로 표시함으로써 개별 항목별 취사선택에 제약이 발생하여 **소비자의 선택권이 보호되지 못하고, 타 업체의 가격과 비교를 통한 합리적 예식장 선택을 할 수 없는 문제 발생**

□ **(예식장 대관 가격)** 예식장 대관 가격 파악이 가능한 견적서 60건 중, '150~200만원 미만'이 14건(23.3%)으로 가장 많았고, '200~300만원 미만' 13건(21.7%), '50~100만원 미만'이 11건(18.3%) 순으로 나타남

○ **(최저가 및 최고가)** 예식장 대관료 최저가는 20만원, 최고가는 5백91만원으로 나타남

- 호텔웨딩홀이 타 종별 예식장에 비해 대관료가 가장 높은 것으로 나타남

[표 3-6 웨딩홀 유형별 예식장 대관 가격]

단위: 건, %

구분	표본수	50만원 미만	50~100만원 미만	100~150만원 미만	150~200만원 미만	200~300만원 미만	300만원 이상
전체	60	5(8.3)	11(18.3)	9(15.0)	14(23.3)	13(21.7)	8(13.3)
일반웨딩홀	38	4(10.5)	5(13.2)	6(15.8)	9(23.7)	10(26.3)	4(10.5)
전문웨딩홀	14	1(7.1)	4(28.6)	2(14.3)	3(21.4)	2(14.3)	2(14.3)
호텔웨딩홀	6	-	1(16.7)	1(16.7)	2(33.3)	1(16.7)	1(16.7)
기타웨딩홀	2	-	1(50.0)	-	-	-	1(50.0)

□ **(피로연 가격)** 성인 1인 기준 피로연 가격 파악이 가능한 견적서 59건 중, '35,000~40,000원 미만'이 32건(54.2%)으로 가장 많았고, 다음으로 '40,000~45,000원 미만' 12건(20.3%), '45,000원 이상'이 9건(15.3%) 순으로 나타났으며, 평균 금액은 39,037원으로 나타남

○ **(최저가 및 최고가)** 성인 1인 기준 피로연 가격 최저가는 30,000원으로 나타났고, 최고가는 58,000원으로 나타남

[표 3-7 웨딩홀 유형별 피로연 가격]

단위: 건, %

구분	표본수	35,000원 미만	35,000~40,000원 미만	40,000~45,000원 미만	45,000원 이상	평균가격 (만원)
전체	**59**	**6(10.2)**	**32(54.2)**	**12(20.3)**	**9(15.3)**	**39,037**
일반웨딩홀	37	6(16.2)	19(51.4)	6(16.2)	6(16.2)	38,576
전문웨딩홀	14	-	10(71.4)	2(14.3)	2(14.3)	38,779
호텔웨딩홀	6	-	2(33.3)	4(66.7)	-	40,000
기타웨딩홀	2	-	1(50.0)	-	1(50.0)	46,500

나. 부대 시설 및 서비스 물품 계약 강요

□ (끼워팔기) 「독점규제 및 공정화에 관한 법률 시행령」은 부대 시설 및 서비스 물품의 이용을 계약 조건으로 제시할 수 없도록 명시하고 있음(제36조)

「독점규제 및 공정거래에 관한 법률 시행령」
제36조(불공정거래행위의 지정) ①법 제23조(불공정거래행위의 금지)제3항에 따른 불공정거래행위의 유형 또는 기준은 별표 1의2와 같다. [별표 1의 2] 불공정거래행위의 유형 및 기준 5. 거래강제 법 제23조(불공정거래행위의 금지) 제1항 제3호 후단에서 "부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 강제하는 행위"라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다. 가. 끼워팔기 거래상대방에 대하여 자기의 상품 또는 용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위

○ 조사 대상 200개 업체 가운데 92개(46.0%)의 업체가 부대시설, 서비스 물품 이용을 조건으로 계약을 하고 있는 것으로 나타남

[표 3-8 부대시설 및 서비스 물품 이용의 계약 조건 포함 여부]

단위: 개,%

전체	포함	미포함
200	92(46.0)	108(54.0)

ㅇ 부대시설, 서비스 물품 이용을 조건으로 계약을 요구하는 92개 업체의 계약조건에 포함된 시설 및 서비스 유형으로는 폐백실 사용 42건, 꽃장식 24건, 폐백의상 22건, 사회자 17건 등의 순으로 나타남

- 유형별로 보면, 최근 이용이 줄어들고 있는 추세인 폐백 관련 상품 및 상대적으로 고가인 꽃장식을 계약조건으로 포함시키고 있는 것으로 나타남

* 끼워팔기 분석에서 예식장이용 표준약관에 끼워팔기 금지 서비스로 규정된 식당은 제외 (92개(100%) 업체 모두가 식당 이용을 요구)

[표 3-9 계약 조건에 포함되는 부대시설 및 서비스 유형]

단위: 개(중복 응답)

전체	폐백실 사용	꽃장식	폐백 의상	사회자	식전 영상	포토 테이블	축가	스드메 상품
92	42	24	22	17	10	7	7	4

다. 과도한 계약금 요구

□ **(계약금)** 예식장 표준약관은 계약금이 예식비용의 10%를 초과할 수 없도록 명시하고 있으나, **조사 대상 200개 업체 가운데 7개(3.5%) 업체가 계약금 10% 이하 기준을 준수하고 있지 않음**

예식장 이용 표준약관
제3조(계약금과 예식비용의 지급) ① **계약금은 예식비용의 10% 이하**로 하며, 이용자는 계약을 체결하는 때에 이를 지급하여야 합니다.

ㅇ계약금을 고정금액으로 요구하는 업체도 134개(67.0%)로 나타남

[표 3-10 표준약관 계약금 기준 준수 여부]

단위: 개,%

전체	준수	미준수	고정금액 요구*
200	59(29.5)	7(3.5)	134(67.0)

* 현장 실태조사 시 예식서비스 사업자가 계약금을 고정금액으로 요구하였으나 식대를 확정할 수 없어 총 이용금액 산정 불가하여 계약금 기준을 준수하였는지 조사 불가함

ㅇ 전문웨딩홀의 계약금 10% 이하 기준 준수율이 가장 낮았음

[표 3-11 웨딩홀 유형별 표준약관 계약금 기준 준수 여부]

단위: 개,%

종류	표본수	준수	미준수	고정금액 요구
일반웨딩홀	132	39(29.6)	4(3.0)	89(67.4)
전문웨딩홀	31	5(16.1)	1(3.2)	25(80.7)
호텔웨딩홀	19	11(57.9)	1(5.3)	7(36.8)
기타웨딩홀	18	4(22.2)	1(5.6)	13(72.2)
계	(200)	59(29.5)	7(3.5)	134(67.0)

ㅇ **(계약금 기준 미준수 유형)** 계약금 10% 이하 기준을 준수하지 않고 있는 7개 업체 중 '10~20% 미만'을 요구하는 업체가 3곳, '20~30% 미만' 및 '30% 이상'을 요구하는 업체가 각각 2곳으로 나타남

[표 3-12 계약금 표준약관 기준 미준수 유형]

단위: 개

전체	표준약관보다 높은 계약금 비율		
	10~20% 미만	20~30% 미만	30% 이상
7	3	2	2

ㅇ **(고정금액 계약금)** 조사 대상 200개 업체 중 계약금으로 고정금액을 요구하는 업체 134개의 계약 금액을 조사한 결과,

- 계약금으로 '100~150만원 미만'의 고정금액을 요구하는 업체가 46개(32.6%)로 가장 많았고, '50~100만원 미만'이 36개(25.5%)로 나타남

[표 3-13 고정금액 요구 업체의 계약금액]

단위: 개,%

고정금액 계약금 요구 업체 전체	고정 금액			
	50만원 미만	50~100만원 미만	100~150만원 미만	150만원 이상
134	35(24.8)	36(25.5)	46(32.6)	17(12.1)

라. 소비자분쟁해결기준 미준수

□ **(소비자분쟁해결기준 준수 여부)** 소비자분쟁해결기준에 의거하여 소비자 사유로 계약해제 시 계약금 환급기준을 적용하고 있는가를 조사하였음

ㅇ 조사 대상 200개 업체 가운데 47개(23.5%) 업체가 소비자분쟁해결기준을 준수하는 것으로 나타났고, 23개(11.5%)는 부분적으로 준수, 49개(24.5%)의 업체는 전혀 준수하고 있지 않음

ㅇ 나머지 81개(40.5%) 업체는 계약금 환급기준에 대한 설명을 거부함

[표 3-14 소비자분쟁해결기준 준수 여부]

단위: 개,%

전체	준수	부분준수*	미준수	설명 거절
200	47(23.5)	23(11.5)	49(24.5)	81(40.5)

* 소비자분쟁해결 기준을 적용하여 예식 당일로부터 90일 이상 남은 시점에서 계약해지 시 계약금 환급, 60~89일전 계약해지 시 전체 비용의 10%를 위약금으로 지불, 30~59일 전 계약해지 시 전체 비용의 위약금 20% 지급, 0~29일 전 계약해지 시 전체 비용의 35%를 위약금으로 지급해야 한다는 4가지 기준 중 **1가지 이상은 준수하고 있으나, 다른 기준을 혼용하고 있는 경우는 '부분준수'**로 분류하였음

마. 약관 게시 및 내용 설명 미흡

□ **(약관 및 이용요금 게시)** 예식장 표준약관은 사무실 내의 보기 쉬운 곳에 약관 및 이용요금을 게시하도록 명시

ㅇ 조사 대상 200개 업체 가운데 199개(99.5%)의 업체가 약관 및 이용요금을 게시하고 있지 않음

예식장 이용 「표준약관」
제2조(약관의 명시·설명 및 계약서의 교부) ① 사업자는 계약을 체결하는 장소인 사무실 내의 보기 쉬운 곳에 이 **약관과 이용요금(내역별 금액)을 게시**하고, 계약을 체결하기 전에 이 약관의 내용을 설명합니다.

[표 3-15 약관 및 이용요금 게시 여부]

단위: 개,%

전체	게시	미게시
200	1(0.5)	199(99.5)

□ **(약관 내용 설명)** 예식장 표준약관은 계약을 체결하기 전 약관 내용을 설명하도록 명시

ㅇ 조사 대상 200개 업체 가운데 182개(91.0%)의 업체가 약관에 대한 설명을 하지 않은 것으로 나타나 적어도 계약 체결 전 상담 시점에서는 대부분의 업체가 약관에 대한 설명을 하지 않음

[표 3-16 약관 설명 여부]

단위: 개,%

전체	게시	미게시
200	18(9.0)	182(91.0)

□ **(면책조항 설명)** 「약관의 규제에 관한 법률」 제3조 제3항은 사업자가 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하도록 하고 있고, '사업자의 면책조항'은 계약내용 중 중요한 내용으로 볼 수 있어 예식장 표준약관에 규정된 면책조항을 설명하는지에 여부에 대해 조사하였음

ㅇ 조사 대상 200개 업체 중 186개(93.0%)의 업체가 면책조항에 대한 설명을 하지 않았고, 면책조항에 대해 설명한 곳은 14개(7.0%)에 불과한 것으로 나타남

「약관의 규제에 관한 법률」
제3조(약관의 작성 및 설명의무 등) ③ 사업자는 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하여야 한다. 다만, 계약의 성질상 설명하는 것이 현저하게 곤란한 경우에는 그러하지 아니하다.

예식장 이용 표준약관
제12조(면책) ① 사업자는 천재지변 등 불가항력적인 사유로 계약을 이행할 수 없는 경우에는 이용자에게 책임지지 아니하며, 계약금을 반환합니다. ② 이용자는 천재지변 등 불가항력적인 사유로 계약에서 정한 예식일시에 예식을 할 수 없는 경우에는 사업자에게 책임을 지지 아니하며, 계약금의 반환을 청구할 수 있습니다.

[표 3-17 면책조항 설명 여부]

단위: 개,%

전체	면책조항 설명	면책조항 미설명
200	14(7.0)	186(93.0)

3. 홈페이지 제공 정보 조사

가. 조사 대상 및 기간: 서울 및 6대 광역시 예식장 홈페이지 439개, 2019.08 ~ 2019.10

나. 조사항목: 결혼당사자가 예식서비스 이용을 위해 인터넷 등을 통해 정보를 찾고자 할 때 중요 정보에 해당되는 사업자 기본정보, 상품 구성 및 내용, 예식비용(개별 요금), 중도해지 시 환불기준(이용약관) 등

다. 조사방법: 온라인 모니터링

□ **(중요 정보취득 경로)** 결혼을 앞둔 당사자들은 최근 인터넷을 통해 예식장 이용에 대한 정보를 취득*하고 있는 것으로 나타났으며, 예식장 홈페이지는 결혼준비와 관련된 중요 정보 채널이기 때문에 홈페이지 게시 정보를 조사함

* 최근 2년 간 예식서비스를 이용한 결혼당사자(798명)를 대상으로 한 실태조사(2019년) 결과, 가족·친지·지인(49.2%)에 이어 온라인카페·블로그 등 인터넷(38.8%)을 통해 정보를 취득하는 것으로 나타남

□ **(사업자 정보 게시)** 432개* 업체 홈페이지에서 상호와 대표자 성명, 사업자등록번호, 주소 및 전화번호 등 사업자 정보 게시 실태를 조사한 결과, 상호, 주소, 전화번호는 전체 조사대상의 99% 이상 게시하고 있음

* 예식장 홈페이지 상세 분석 시 439개의 홈페이지가 있었으나 추가로 사업자 정보 게시 실태를 분석한 시점에서는 7개의 예식장 홈페이지가 폐쇄된 것으로 확인되었음

[표 3-18 예식장 홈페이지의 사업자 정보 게시 실태]

단위: 개,%

사업자 정보	제공 업체
전체	432
대표자 성명	217(50.2)
사업자등록번호	250(57.9)
주소	431(99.8)
전화번호	432(100.0)

□ **(결혼준비 관련 중요 정보)** 439개의 예식장 홈페이지 정보 제공 분석 결과, 대부분의 예식장이 가격 등 **결혼 준비 관련 중요 정보를 제공하고 있지 않는 것**으로 나타남

[표 3-19 예식장 홈페이지 중요 정보 게시 여부]

단위: 개,%

구분	업체 수	세부 가격	계약 해제 관련 정보	이용 약관
일반웨딩홀	305	24(7.9)	-	1(0.3)
전문웨딩홀	23	1(4.3)	-	-
호텔웨딩홀	52	2(3.8)	-	-
기타웨딩홀	59	8(13.6)	3(5.1)	1(1.7)
계	**439**	**35(8.0)**	**3(0.7)**	**2(0.5)**

○ **(가격 정보)** 예식장 상품 서비스 별 세부 가격을 홈페이지에 표시하고 있는 예식장은 35개(8.0%)에 불과했고, 나머지 404개(92.0%)는 표시하지 않고 있는 것으로 나타남

- 홈페이지에 세부 가격 정보를 공개하고 있는 35개 업체가 공개하고 있는 가격 정보 유형으로는 웨딩홀 및 예식용품, 예식연출 비용, 꽃장식 비용, 웨딩이벤트 비용, 도우미 비용, 주례 등임

< 세부 가격 예시 >

식사 (한화호텔 & 리조트)	뷔페	66,000 / 50,000 / 45,000 / 41,000
	양식	65,000 / 60,000 / 55,000
	중식	85,000 / 75,000 / 65,000 / 55,000
음주류		3,000원(1人) - 무제한 ※ 콜라, 사이다, 식혜 ,생수, 맥주, 소주 제공
꽃장식(대여)		1,600,000 / 2,000,000 중 선택 ※ 단상,꽃길
예식 진행비		260,000 ※ 혼구용품 일체(성혼선언문, 혼인서약서, 방명록, 집수노트, 축의금봉투, 사인펜, 장갑, LCD)
폐백 수모비		100,000 ※ 폐백실 사용료, 의상 대여비, 수모비 포함 ※ 개인한복, 폐백음식 별도

필수사항

Items	Price		Remarks
부대비용	296만원		웨딩홀 사용료[단독홀 150석]
			웨딩홀,피로연장 빔 프로젝트 사용
			혼구용품[성혼선언문 계자,방명록,노트,사인펜,봉투,장갑]
			폐백의상[사모관대,활옷]포함 -> ★수모님 혼주측 준비부대비용
			웨딩홀, 하객 Table 센터피스, 혼주석, 신부대기실 생화 장식
			포토테이블 장식(플라워,캔들)세팅 -> ★사진과 액자는 혼주측 준비
			웨딩 후 신랑 신부 양가 혼주 6인 식사 제공
백학	49,500	52,500	★ 1인(7세 이하 무료) - ★식권 별도 준비
음 • 주류	3,000		★ 무제한 제공[콜라,사이다,소주,맥주,생수]

상기 메뉴은 계절과 식재료 수급 상황에 따라 다소 변경 될 수 있습니다
상기 금액은 10% 부가세가 포함된 금액입니다.

·필수사항

구분	금액
예식비	300,000 원
	300,000 원
뷔 페	33,000 원
	36,000 원
	35,000 원
음 주 류	3,000 원

웨딩 예식 - 부대항목

구분	가격
홀사용료	330,000
신부대기실	110,000
폐백실 사용료	110,000
혼구용품	110,000
케익+샴페인	110,000
꽃장식비	550,000
	880,000~
	1,520,000~

*상기 금액에 세금 10%가 포함된 금액입니다.

○ **(계약해제 관련 정보)** 홈페이지를 통해 계약해제와 관련된 위약금 정보를 게시한 업체는 전체 439개 업체 중 3개(0.7%)에 불과하였음

- 나머지 436개(99.3%)는 관련 정보를 게시하지 않고 있어, 방문상담을 통하지 않고서는 계약해제에 대한 정보를 얻기 어려운 것으로 조사됨

< 계약해제 정보 예시 >

제 5조 (계약 변경 및 취소시 배상규정)
1) 계약자는 예식일정 및 시간을 예식일 90일 전에 1회에 한하여 변경하실 수 있습니다.
2) 계약자 사정으로 인해 계약 해제 시, 계약 해제 통보시점에 따라 위약금 배상이 아래와 같이 적용됩니다.
가. 예식일 60일 전(89~60) 총 예식 금액의 10%
나. 예식일 30일 전(59~30) 총 예식 금액의 20%
다. 예식일 1일 전(29~1) 총 예식 금액의 35%
라. 예식 당일은 총 예식 금액의 50%에 대한 배상액을 위약금으로 부담한다.
※ 총 예식금액의 기준 : 연세동문회관 예식의 전년도 건당 평균 매출액

예약금환불규정

- 예식장 변경 및 취소는 공정거래위원회 표준약관 의거해 예식 기준으로 90일전 전액환불
- 90일전은 전액환불 (단. 카드결제시 카드 수수료는 공제후 환불)
- 90일 이내 계약 해지시 당사 규정 및 공정거래위원회가 정하는 바에 따름

제6조(계약의 해제)
① 사업자 또는 이용자는 계약에서 정한 예식일 전까지 상대방에게 통지하여 계약을 해제할 수 있습니다.
② 사업자가 자신의 책임 있는 사유로 예식일로부터 3개월전 이전에 계약을 해제한 경우에는 계약금의 배액을, 그 이후에 계약을 해제한 경우에는 예식비용을 손해배상액으로 이용자에게 지급합니다. 다만, 사업자가 계약
정한동일한 내용 및 조건으로 다른 호실에서 예식이 진행될 수 있게한 경우에는 손해배상액을 지급하지않을 수 있습니다.
③ 이용자가 자신의 책임있는 사유로 예식일로부터 3개월전 이후에 계약을 해제한 경우에는 사업자는 이용자에게 계약금을 반환하지 아니합니다. 다만, 이용자가 그 이전에 계약을 해제한 경우나, 사업자가 당해 예식일시
해 오실을 이용할 다른 이용자와 계약을 체결한 경우에는 계약금을 반환합니다.

- **(소비자분쟁해결기준 준수 여부)** 홈페이지에 계약해제 관련 정보를 게시한 업체 3곳 중, 소비자분쟁해결기준을 준수하고 있는 업체는 1곳으로 나타남

< 위약금 관련 정보 예시 >

제 5조 (계약 변경 및 취소시 배상규정)
1) 계약자는 예식일정 및 시간을 예식일 90일 전에 1회에 한하여 변경하실 수 있습니다.
2) 계약자 사정으로 인해 계약 해제 시, 계약 해제 통보시점에 따라 위약금 배상이 아래와 같이 적용됩니다.
가. 예식일 60일 전(89~60) 총 예식 금액의 10%
나. 예식일 30일 전(59~30) 총 예식 금액의 20%
다. 예식일 1일 전(29~1) 총 예식 금액의 35%
라. 예식 당일은 총 예식 금액의 50%에 대한 배상액을 위약금으로 부담한다.
※ 총 예식금액의 기준 : 연세동문회관 예식의 전년도 건당 평균 매출액

○ **(이용약관)** 홈페이지를 통해 이용약관을 게시한 업체는 전체 439개 중 2곳(0.5%)이었으며, 게시된 이용약관을 예식장 표준약관과 비교한 결과 예식장 표준약관을 준수하고 있는 업체는 1곳에 불과함

4. 예식서비스 소비자 만족도 조사

가. 조사 대상: 최근 2년 간 서울 및 6대 광역시에서 예식서비스를 이용한 총 998명(결혼당사자 798명, 혼주 200명) [95% 신뢰수준에서 오차범위 ± 3.10%]

나. 조사 기간: 2019.09 ~ 2019.10(3주)

다. 조사 항목: ① 예식서비스 이용실태 ② 예식서비스 만족도 ③ 예식서비스 이용 단계별 피해 경험

다. 조사 방법: 구조화된 설문지에 의한 온라인 조사

□ 예식서비스 만족도 조사는 이용자 998명(결혼당사자 798명, 혼주 200명)을 대상으로 ① 예식서비스 이용실태 ② 예식서비스 만족도 ③ 예식서비스 이용 단계별 피해 경험 등 3개 조사 영역으로 나누어 실시함

ㅇ **예식서비스 이용실태** 조사 영역에서는 예식장소, 예식장소 선택 이유, 부가서비스 이용, 정보 취득 경로에 대해 조사하였음

ㅇ **예식서비스 만족도 조사** 영역에서는 예식서비스업체에 대한 전반적 만족도와 서비스 품질 요소별 만족도를 조사하였음

- 또한, 서비스 품질 요소별로 불만족한 소비자에게 불만족 이유를 서비스 품질 요소별로 상세히 조사하였음

ㅇ **예식서비스 이용 단계별 피해 경험 조사** 영역에서는 계약 시, 이용 시, 해지 시의 이용 단계별 소비자의 피해 경험을 조사하였음

가. 예식서비스 이용실태

□ **(예식장소)** 예식서비스 이용자인 결혼당사자 798명, 혼주 200명 총 998명을 대상으로 이용한 **예식장소**를 조사한 결과, **'전문예식장'이 508명(50.9%)으로 가장 많은 것으로 나타남**

ㅇ 다음으로 '일반예식장' 252명(25.3%), '호텔예식장' 146명(14.6%) 순으로 나타남

- 그 외 공공기관 32명(3.2%)', 종교시설 31명(3.1%) 및 하우스웨딩 25명(2.5%)'의 순으로 나타남

- ‘전문예식장’은 결혼당사자와 혼주 모두 가장 많이 이용한 것으로 나타남

[표 3-20 예식장소]

단위: 명, %

구분	전체(998)	결혼당사자(798)	혼주(200)
일반예식장*	252(25.3)	187(23.4)	65(32.5)
전문예식장**	**508(50.9)**	**423(53.0)**	**85(42.5)**
호텔예식장***	146(14.6)	124(15.5)	22(11.0)
공공기관	32(3.2)	23(2.9)	9(4.5)
종교시설	31(3.1)	19(2.4)	12(6.0)
하우스웨딩	25(2.5)	22(2.8)	3(1.5)
기타	4(0.4)	-	4(2.0)

* 일반예식장 : 일반음식점업으로 허가받아 영업하는 유형으로 돌잔치 및 각종 연회를 병행할 수 있는 다양한 용도로 사용 가능한 예식장

** 전문예식장 : 웨딩뷔페, 웨딩홀, 웨딩문화원, 웨딩의 전당, 웨딩컨벤션 등의 명칭을 사용하며 결혼식만을 전문으로 하기 위한 용도의 예식장

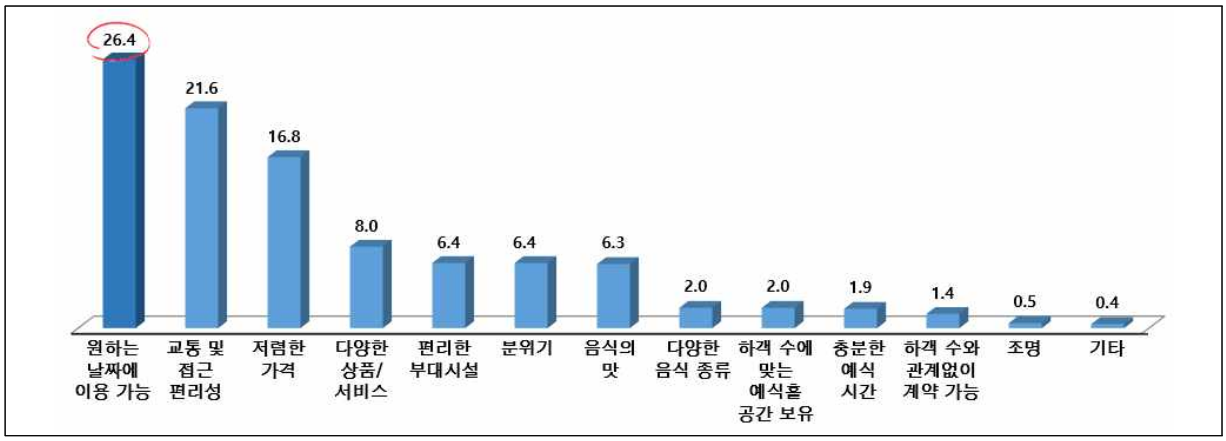
*** 호텔예식장 : 호텔에서 실시하며 숙박업 이외에 예식장업을 병행

□ **(예식장소 선택 이유)** 결혼당사자(798명)에게 예식장소를 선택한 이유를 순위 별로 조사한 결과,

○ **(1순위 선택 이유)** 업체 선택 이유는 ‘원하는 날짜에 이용 가능’이 211명(26.4%)으로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘교통 및 접근편리성’ 172명(21.6%), ‘저렴한 가격’ 134명(16.8%)의 순으로 나타남

[그림 3-1 예식서비스업체 선택 이유 1순위]

단위: %, (1순위)



[표 3-21 예식서비스 업체 선택 이유 1순위]

단위: 명, % (1순위)

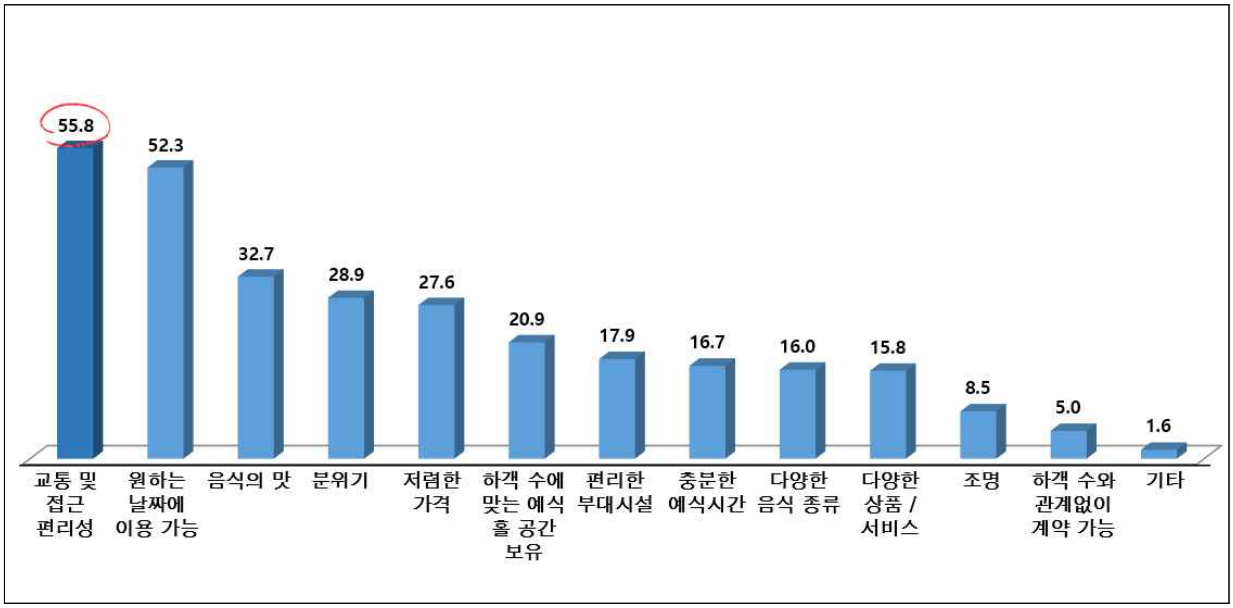
구분	1순위
결혼당사자 전체	(798)
원하는 날짜에 이용가능	**211(26.4)**
교통 및 접근 편리성	172(21.6)
저렴한 가격	134(16.8)
다양한 상품/서비스	64(8.0)
편리한 부대시설	51(6.4)
분위기	51(6.4)
음식의 맛	50(6.3)
다양한 음식 종류	16(2.0)
하객 수에 맞는 예식홀 공간보유	16(2.0)
충분한 예식 시간	15(1.9)
하객 수와 관계없이 계약 가능	11(1.4)
조명	4(0.5)
기타	3(0.4)

○ **(1+2+3순위 선택 이유)** 복합적인 이유로 업체를 선택한다고 보아 1+2+3순위 기준으로 분석한 결과, **'교통 및 접근 편리성'**이 **445명(55.8%)**으로 가장 많은 것으로 나타남

- 다음으로는 '원하는 날짜에 이용 가능' 417명(52.3%), '음식의 맛' 261명(32.7%)의 순으로 나타남

[그림 3-2 예식서비스업체 선택 이유 1+2+3순위]

단위: %, (1+2+3순위)



[표 3-22 예식서비스 업체 선택 이유 1+2+3순위]

단위: 명, % (1+2+3순위)

구분	1+2+3순위
결혼당사자 전체	(798)
교통 및 접근 편리성	**445(55.8)**
원하는 날짜에 이용가능	417(52.3)
음식의 맛	261(32.7)
분위기	231(28.9)
저렴한 가격	220(27.6)
하객 수에 맞는 예식홀 공간보유	167(20.9)
편리한 부대시설	143(17.9)
충분한 예식 시간	133(16.7)
다양한 음식 종류	128(16.0)
다양한 상품/서비스	126(15.8)
조명	68(8.5)
하객 수와 관계없이 계약 가능	40(5.0)
기타	13(1.6)

- 1순위에서 2번째로 중요한 선택 이유였던 '**교통 및 접근 편리성 (172명, 21.6%)**'이 1+2+3순위 합계에서는 중요한 예식장소 선택 이유에서 1위(445명, 55.8%)로 나타난 것은 '원하는 날짜에 이용 가능한 점'도 매우 중요하지만, '교통 및 접근 편리성'도 매우 중요한 선택 기준이라는 점을 알 수 있음

- 또한, '음식의 맛'이 1순위 선택 이유에서는 7번째로 중요한 요인(50명, 6.3%)이었지만, 1+2+3순위 합계에서는 '교통 및 접근 편리성' 및 '원하는 날짜에 이용 가능' 다음의 3번째로 높은 선택 이유로 나타난 사실에서도 '음식의 맛'이 '가격'이나 '분위기' 이상으로 중요한 예식장소 선택 이유라는 점을 알 수 있음

□ **(부가서비스 이용)** 결혼당사자(798명)에게 예식서비스 계약 시 식장을 제외하고 이용한 부가서비스를 조사한 결과, '**피로연 음식**'이 **532명(66.7%)**으로 가장 많았고, 다음으로 '혼구용품' 506명(63.4%), '폐백실' 493명(61.8%), '원판+스냅' 475명(59.5%), '수모비'* 445명(55.8%) 순으로 나타남

* 혼례에서 신부의 단장 및 그 밖의 일을 곁에서 도와주는 사람에 대한 사례비

[표 3-23 예식서비스 이용 시 이용 상품]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수
결혼당사자 전체	798
피로연 음식	532(66.7)
혼구용품	506(63.4)
폐백실	493(61.8)
원판+스냅	475(59.5)
수모비	445(55.8)
꽃장식	410(51.4)
연출	403(50.5)
영상 촬영	388(48.6)
웨딩 연주	366(45.9)
예식장 제공 사회자	263(33.0)
기타	2(0.3)

□ **(정보취득경로)** 결혼당사자 798명을 대상으로 예식서비스 업체에 대한 정보의 취득경로를 조사한 결과,

○ '**가족, 친구, 지인을 통해**' 정보를 취득했다는 응답이 **393명(49.2%)**으로 가장 많았으며, 그 다음으로 '인터넷 검색' 310명(38.8%) 및 '결혼박람회 방문' 189명(23.7%)의 순으로 나타남

[표 3-24 예식서비스 업체 취득 경로]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수
결혼당사자 전체	798
가족,친구 지인을 통해	393(49.2)
온라인카페, 블로그 등 인터넷 검색을 통해	310(38.8)
결혼박람회 방문을 통해	189(23.7)
결혼준비대행서비스업체를 통해	124(15.5)
관련 정부부처 및 공공기관 홈페이지를 통해	74(9.3)
기타	21(2.6)

나. 예식서비스 이용 만족도

1) 서비스 만족도

□ **(전반적 만족도)** 예식서비스 이용자 998명을 대상으로 이용한 예식서비스의 전반적 만족도를 조사한 결과, **결혼당사자(798명)의 예식서비스에 대한 전반적 만족도는 5점 만점에 평균 3.35점, 혼주(200명)의 전반적 만족도는 평균 3.20점으로 나타남**

ㅇ 웨딩홀 유형별 만족도는 결혼당사자의 경우 **'종교시설'**의 전반적 만족도가 **3.68점**으로 타 웨딩홀 유형 대비 가장 높게 나타난 반면, 혼주의 경우 **'호텔웨딩홀'**의 전반적 만족도가 **3.50점**으로 높게 나타나 차이를 보임

[표 3-25 예식서비스 전반적 만족도 점수]

단위: 점

구분	전체	종교 시설	하우스 웨딩	공공 기관	호텔 웨딩홀	전문 웨딩홀	일반 웨딩홀	기타
결혼당사자 (798명)	**3.35**	**3.68**	3.59	3.52	3.44	3.35	3.22	-
혼주 (200명)	**3.20**	3.42	3.00	3.11	**3.50**	3.27	2.95	3.50

□ **(서비스 품질 요소 별 만족도)** 예식서비스 품질 요소 별 만족도를 조사한 결과, 결혼당사자는 **'사전 계약대로 서비스 이행'**이 **3.32점**으로 가장 높게 나타난 반면, 혼주는 **'부대시설 이용 편의성'**이 **3.20점**으로 가장 높게 나타나 차이를 보임

ㅇ 가장 낮은 만족도 항목으로는 **'이용가격'**으로 **결혼당사자는 2.88점, 혼주는 2.70점**으로 **낮게 나타남**

ㅇ 또한, '상품다양성*'에 대한 만족도도 2.97점으로 낮게 나타나 이에 대한 개선이 필요함

* 상품다양성은 이색적 예식홀 분위기, 꽃장식(플라워 데코), 조명, 피로연 메뉴, 음향과 조명, 플라워 샤워 등 이벤트 등의 다양성을 의미함

[표 3-26 예식서비스 품질 요소 별 만족도 점수]

단위: 점

구분	계약과정	사전 계약대로 서비스 이행	상품 다양성	부대시설 이용 편의성	제공 서비스	이용가격
결혼당사자 (798명)	3.29	3.32	2.97	3.31	3.19	2.88
혼주 (200명)	-*			3.20	3.15	2.70

* 혼주의 경우, 계약 체결 단계에서 관여하는 비율이 낮기 때문에 계약과정, 사전계약대로 서비스 이행, 상품다양성 항목은 만족도 조사항목에서 제외하였음

○ **(웨딩홀 유형별 서비스 만족도)** 결혼당사자(798명) 및 혼주(200명)의 웨딩홀 유형별로 서비스 단계별 만족도를 분석한 결과,

- 결혼당사자의 경우 **'종교시설'**의 계약과정 만족도 및 **'이용가격'**의 만족도가 각각 **3.74점, 3.68점**으로 타 웨딩홀 유형 대비 높게 나타남

[표 3-27 웨딩홀 유형에 따른 품질 요소 별 만족도 점수 - 결혼당사자]

단위: 점

구분	일반 웨딩홀	전문 웨딩홀	호텔 웨딩홀	공공 기관	종교 시설	하우스 웨딩
사례수	187	423	124	23	19	22
계약과정	3.17	3.30	3.32	3.43	**3.74**	3.41
사전 계약대로 서비스 이행	3.21	3.33	3.25	3.61	3.79	3.59
부대시설 이용 편의성	3.19	3.32	3.39	3.26	3.37	3.73
상품다양성	2.91	2.94	3.15	3.26	2.63	3.18
제공 서비스	3.05	3.22	3.24	3.22	3.26	3.36
이용가격	2.82	2.82	2.89	3.35	3.68	3.14

- 혼주의 경우 **'호텔웨딩홀'의 '부대시설'** 만족도 **3.55점, '제공서비스'** 만족도 **3.50점**으로 나타나 타 웨딩홀 유형 대비 높게 나타났고, **'종교시설'**에서는 **'이용 가격'**의 만족도가 3.25점으로 높게 나타났으나, 표본 수(호텔웨딩홀 22개, 종교시설 12개)가 적어 해석에 유의해야 함

[표 3-28 웨딩홀 유형에 따른 품질 요소 별 만족도 점수 - 혼주]

단위: 점

구분	일반 웨딩홀	전문 웨딩홀	호텔 웨딩홀	공공 기관	종교 시설	하우스 웨딩	기타
사례수	65	85	22	9	12	3	4
부대시설	2.98	3.26	**3.55**	3.22	3.33	2.67	3.25
제공 서비스	2.88	3.29	**3.50**	2.89	3.25	3.00	3.00
이용 가격	2.60	2.69	2.68	2.67	**3.25**	2.67	3.00

2) 서비스 품질 요소 별 불만족 이유

□ **(품질 요소 별 불만족 이유)** 예식서비스 품질 요소 별로 불만족한 이유를 조사하였음

[표 3-29 예식서비스 품질 요소 별 만족 정도]

단위: 명, %

구분		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
계약과정	결혼당사자	798	14(1.8)	75(9.4)	412(51.6)	259(32.5)	38(4.8)
사전 계약대로 서비스 이행	결혼당사자	798	19(2.4)	104(13.0)	332(41.6)	290(36.3)	53(6.6)
부대시설 이용 편의성	결혼당사자	798	12(1.5)	111(13.9)	342(42.9)	284(35.6)	49(6.1)
	혼주	200	2(1.0)	26(13.0)	104(52.0)	67(33.5)	1(0.5)
상품의 다양성*	결혼당사자	798	23(2.9)	173(21.7)	425(53.3)	157(19.7)	20(2.5)
제공 서비스	결혼당사자	798	22(2.8)	107(13.4)	404(50.6)	231(28.9)	34(4.3)
	혼주	200	2(1.0)	25(12.5)	115(57.5)	57(28.5)	1(0.5)
이용 가격	결혼당사자	798	57(7.1)	202(25.3)	351(44.0)	158(19.8)	30(3.8)
	혼주	200	14(7.0)	68(34.0)	83(41.5)	34(17.0)	1(0.5)

* 이색적 식장 분위기, 음향과 조명의 다양성, 무대공간, 플라워샤워, 다양한 꽃장식(플라워 데코), 조명, 피로연 메뉴 등

○ **(계약 과정)** 계약 과정에 불만족한 결혼당사자 89명에 대한 불만족한 이유를 조사한 결과, **'계약금 및 위약금, 계약해지 및 환불 규정에 대해 자세하게 설명해 주지 않음'이 47명(52.8%)**으로 가장 많은 것으로 나타났음

- 다음으로 '상담원의 설명이 부족하였음'이 38명(42.7%)으로 나타남

[표 3-30 계약과정 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수	계약금 및 위약금, 계약해지 및 환불규정에 대해서 자세하게 설명해주지 않음	상담원의 설명이 부족하였음	전화 상담이 불가능하다며 반드시 방문하라고 하였음	상담원이 불친절하였음	기타
결혼당사자	89	47(52.8)	38(42.7)	20(22.5)	11(12.4)	2(2.2)

○ **(계약 이행 과정)** 계약 이행 과정에 불만족한 결혼당사자 123명에게 그 이유를 조사한 결과,

- **'실제 계약했던 내용과 다른 서비스를 제공하였음'**이 **74명**(60.2%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '계약했던 상품 서비스를 제공하지 않았음'이 38명(30.9%) 순으로 나타남

[표 3-31 계약 이행 정도 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수	실제 계약했던 내용과 다른 서비스를 제공하였음	계약했던 상품 서비스를 제공하지 않았음	앨범 지급이 지연되었음	기타
결혼 당사자	123	74(60.2)	38(30.9)	30(24.4)	4(3.3)

○ **(상품의 다양성)** 상품의 다양성에 불만족한 결혼당사자 196명에게 불만족 이유를 조사한 결과, **'선택할 수 있는 상품의 수가 별로 없음'**이 **123명(62.8%)**으로 가장 높게 나타났음

- 다음으로 '상품의 수는 많으나 필요성을 느끼지 못하는 상품의 수가 대다수임' 87명(44.4%) 순으로 나타남

[표 3-32 상품의 다양성 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수	선택할 수 있는 상품의 수가 별로 없음	상품의 수는 많으나 필요성을 느끼지 못하는 상품의 수가 대다수임	기타
결혼 당사자	196	123(62.8)	87(44.4)	4(2.0)

○ **(부대시설 이용)** 부대시설 이용에 불만족한 결혼당사자(123명)와 혼주(28명)에게 불만족한 이유를 조사한 결과, **'주차장이 불편하였음'**이 각각 **65명(52.8%), 17명(60.7%)**으로 가장 높게 나타남

- 다음으로 '부대 시설이 결혼식장과 멀리 떨어져 있어서 이동하는데 불편함'이 결혼당사자 44명(35.8%), 혼주 12명(42.9%) 순으로 나타남

[표 3-33 부대시설 이용 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수	주차장이 불편하였음	부대시설이 결혼식장과 멀리 떨어져 있어서 이동하는데 불편함	시설이 노후되었음	기타
결혼당사자	123	65(52.8)	44(35.8)	26(21.1)	5(4.1)
혼주	28	17(60.7)	12(42.9)	2(7.1)	-

○ **(제공 서비스)** 제공 서비스에 불만족한 결혼당사자(129명)의 불만족 이유를 조사한 결과, **'계약에 없던 서비스 추가로 인한 비용 증가'**가 **47명(36.4%)**으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '결혼사진의 품질이 떨어짐'이 37명(28.7%) 순으로 나타남

- 혼주(27명)의 경우 **'계약에 없던 서비스 추가로 인한 비용 증가'**가 **12명(44.4%), '피로연 음식 위생, 품질 불량'**이 **12명(44.4%)**으로 높게 나타났고, 다음으로 '폐백, 드레스 보조요원(수모)이 추가적 웃돈 요구'가 10명(37.0%) 순으로 나타남

[표 3-34 이용 서비스 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	결혼당사자	혼주
사례수	129	27
계약에 없던 서비스 추가로 인한 비용 증가	**47(36.4)**	**12(44.4)**
결혼사진의 품질이 떨어짐	37(28.7)	2(7.4)
폐백, 드레스 보조요원이 추가적 웃돈 요구	32(24.8)	10(37.0)
피로연 음식 위생, 품질 불량	31(24.0)	**12(44.4)**
각종 서비스 종사원이 불진철하였음	26(20.2)	6(22.2)
결혼식장의 음향 및 조명 장비에 문제가 있었음	23(17.8)	5(18.5)
예식장 직원의 미숙함으로 인해 결혼식이 매끄럽게 진행되지 못함	16(12.4)	2(7.4)
기타	3(2.3)	-

○ **(이용 가격)** 이용 가격 항목에 불만족하다고 응답한 결혼당사자(259명)와 혼주(82명)의 불만족한 이유로는 **'예식장 이용 가격이 너무 비쌈'**이 각각 **192명(74.4%), 72명 (87.8%)**으로 가장 높게 나타남

- 다음으로 '원하는 시간대의 가격이 다른 시간대보다 비쌈'이 결혼당사자 87명(33.7%), 혼주 16명(19.5%) 순으로 나타남

[표 3-35 이용 가격 불만족 이유]

단위: 명, %, 중복응답

구분	사례수	예식장 이용 가격이 비쌈	원하는 시간대의 가격이 다른 시간대보다 비쌈	기타
결혼당사자	259	192(74.4)	87(33.7)	7(2.7)
혼주	82	72(87.8)	16(19.5)	-

Ⅳ 예식서비스 문제점 및 개선 방안

1. 약관 교부 의무화 및 끼워팔기 금지 품목 상세화

가. 문제점

□ 상담 시 약관 설명 또는 제공 미흡

ㅇ 현장 실태조사 결과 약관 및 이용요금을 매장 내 보기 쉽게 게시하고 있는 예식장이 거의 없고, 예약 상담 시에도 약관을 설명해주는 업체도 조사 대상 200개 중 18곳(9.0%)에 불과함

- 또한, 예식장이용자 798명 중 134명(16.8%)이 계약과정에서 약관을 받지 못한 것으로 나타남

□ 끼워팔기 관행

ㅇ「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에서 '끼워팔기'를 금지하고 있음에도 불구하고 현장 실태조사 결과 전체 200개 업체 중 92개(46.0%)가 부대시설 및 서비스 등의 이용 계약을 요구하고 있는 것으로 나타남

- 예식서비스 이용자 만족도 조사에서 예식서비스 이용 중 피해 경험이 있는 소비자 749명 중 끼워팔기 행위로 피해를 본 응답자가 231명(30.8%)으로 가장 높게 나타나, 소비자의 선택권 보호가 이루어지지 않고 있으며, 예식비용의 증가를 초래할 수 있음

나. 개선 방안

□ 약관 교부 관리감독 강화 및 끼워팔기 금지 품목 상세화

ㅇ「약관법」 제3조 제2항은 '고객이 요구할 경우'에 약관 사본을 교부하도록 되어 있고, 「예식장표준이용약관」제2조 제2항 전단도 '고객의 요구가 있으면' 약관을 교부하도록 되어있음

- 그러나, 실제 현장에서는 약관을 요청했음에도 불구하고 약관을 제시하지 않고 있어, **'고객의 요구가 없더라도 당연히 교부'하도록 할 필요가 있음**

○ **(약관 교부를 계약 구성으로 요건화)** 소비자의 권익 보호를 위해 약관 교부를 당연히 교부하도록 하기 위해서는 **약관 교부를 계약 구성으로 요건화***하여 예식서비스 업체가 의무적으로 약관을 교부하는 방안을 검토할 필요가 있음

* 국외여행 표준약관에서는 제4조(계약의 구성)에서 여행계약서, 여행약관 및 여행일정표를 계약내용으로 규정하고 있음

「여행업 표준약관(국외여행표준약관)」
제4조(계약의 구성) ① 여행계약은 여행계약서(붙임)와 **여행약관**·여행일정표(또는 여행 설명서)를 계약내용으로 합니다.

○ **(끼워팔기 금지 규정 상세화)** **「예식장 이용 표준약관」 제4조 제3항**에 **'사업자는 이용자에게 예식장을 이용하게 함에 있어서 식당, 신랑정장, 신부드레스, 신부화장, 사진 비디오 촬영 등 부대시설, 서비스, 물품의 이용을 조건으로 할 수 없다'**고 명시되어 있음

- 그러나, 현장방문 실태조사 결과 상당수의 사업자가 부대시설, 서비스·물품 이용을 조건으로 계약을 요구하고 있어, 폐백··사회자·꽃장식 등을 하지 않는 간소한 결혼문화가 확대되고 있는 상황에서 끼워팔기는 소비자의 올바른 결혼 상품 선택을 방해할 수 있음

- 이에 **「예식장 이용 표준약관」 제4조 제3항**을 보완하여, 식당, 신랑정장, 신부드레스, 신부화장, 사진 비디오 촬영뿐만 아니라, **폐백 관련한 폐백실 사용, 폐백 의상과 꽃장식, 사회자 등도 끼워팔기 금지 항목으로 규정**할 필요가 있음

2. 폐업·도산에 의한 소비자 피해 예방 제도 도입

가. 문제점

□ 웨딩시장 위축에 따른 경영난 심화

○ **예식장의 폐업·도산으로 인해 피해를 보는 사례가 발생하고 있음**

- 예식장의 급작스러운 부도 또는 폐업으로 인해 급하게 다른 웨딩홀을 예약해야 하거나, 예식장을 통해 스드메 업체와 계약을 한 경우 대금 지불이 안 되어 피해가 발생하는 경우가 있음

- 이 때 예비부부가 피해를 보는 사례가 발생하고 있음[12)]

나. 개선방안

□ **(폐업·도산에 따른 소비자 피해 예방 제도 도입)** 시장 위축에 따른 예식장의 **폐업·도산**에 의한 **소비자 피해**를 줄이기 위한 제도 도입 필요

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

「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. 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. ③ 제1항 및 제2항에 따라 결혼중개업자가 보증보험에 가입하는 경우에는 시장·군수·구청장을 피보험자로 하여야 한다.

12) 2017. 5. 24. '서울 강남 유명 웨딩홀 폐업... 예비부부 50쌍 날벼락', 뉴스1

* 「결혼중개업의 관리에 관한 법률)」상 국내결혼중개업체는 필수로 보증보험에 가입하도록 규정(보장금액 2천만 원, 법 제25조)

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

(단위: 천원)

여행업의 종류 (기획여행 포함) / 직전 사업연도 매출액	국내여행업	국외여행업	일반여행업	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) 기준을 마련하고 있음

3. 신뢰할 수 있는 결혼 관련 정보 제공 강화

가. 문제점

□ **(결혼 정보에 대한 소비자 신뢰 부족)** 소비자들은 결혼 관련 정보에 대해 신뢰할 수 없다는 인식이 매우 강하며, 결혼과정에서의 장애요인으로 '신뢰할 수 없는 결혼정보'를 들고 있음

- 금번 예식서비스 만족도 결과 결혼당사자 1,588명 중 426명(26.8%), 혼주 200명 중 97명(48.5%)이 '결혼 관련 신뢰할 수 있는 정보가 부족'하다고 평가하였음

□ 정보의 비대칭

ㅇ 예식서비스 만족도 조사에서 798명의 응답자 중 예식서비스 업체에 대한 정보를 '가족, 친구, 지인을 통해' 393명(49.2%), '인터넷 검색' 310명(38.8%) 및 '결혼박람회 방문' 189명(23.7%)의 순으로 확보한 것으로 나타남

ㅇ 하지만 예식서비스 업체의 홈페이지에 약관, 소비자분쟁해결기준 및 상품 가격정보 게시가 거의 되어 있지 않고, 표준약관 활용을 권장하고 있음에도 불구하고 상담 시에도 **약관, 위약금 규정, 면책 조항에 대해 설명하지 않고 있어 소비자피해 발생 가능성이 매우 큼**

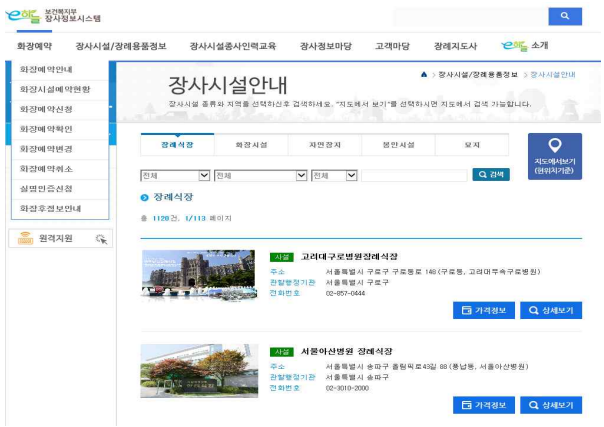
- 예식장 간 가격 비교가 불가하여 **합리적 예식장 선택 불가**

나. 개선 방안

□ **(결혼 관련 온라인포털 구축 검토)** 다양하고 독특한 방법으로 예식을 치르고자 하는 소비자의 욕구가 충족되기 위해서는 **신뢰할 수 있는 정보가 필요**하며, 이를 위해 상품 정보, 가격 정보, 업체 정보 및 소비자 불만사항 등을 확인하고 공유할 수 있는 **플랫폼 운영 필요**

ㅇ 상(喪)을 당해 어려움에 처한 국민에게 장사시설 이용 안내부터 장례절차 상담까지 맞춤형 서비스를 제공하고 있는 **보건복지부의 'e하늘 장사정보시스템'**과 같은 신뢰할 수 있는 결혼 관련 정보(예식장 정보, 가격정보, 표준약관 정보 등)를 제공하는 온라인포털 구축 검토 필요

▶ 「e하늘 장사정보시스템」은 유족이 원하는 화장시설과 시간에 화장을 예약할 수 있도록 서울시립승화원을 비롯해 전국 50개 화장시설 예약 창구를 단일화
▶ 사망정보를 효과적·효율적으로 신속하게 수집, 관련기관에 제공해 각종 복지급여 등 지급업무에 활용하도록 함으로써 부당지급을 방지하고 환수조치로 인한 행정력 낭비 요인을 사전에 차단하는 효과
▶ 장례식장 등 장사시설 이용현황 및 용품·가격 등에 대한 정보도 제공해 이용자가 합리적으로 비교·분석해 선택할 수 있도록 함

e하늘 장사정보 시스템	
	

o 보건복지부의 ‘e하늘 장사정보시스템’은 언제, 어디서나, 편리하게 원하는 정보를 이용하여 장례 서비스와 관련한 **소비자의 선택권을 보장하고** 고가 장례용품 강매 등의 **불공정 행위를 방지**할 수 있도록 하고 있음

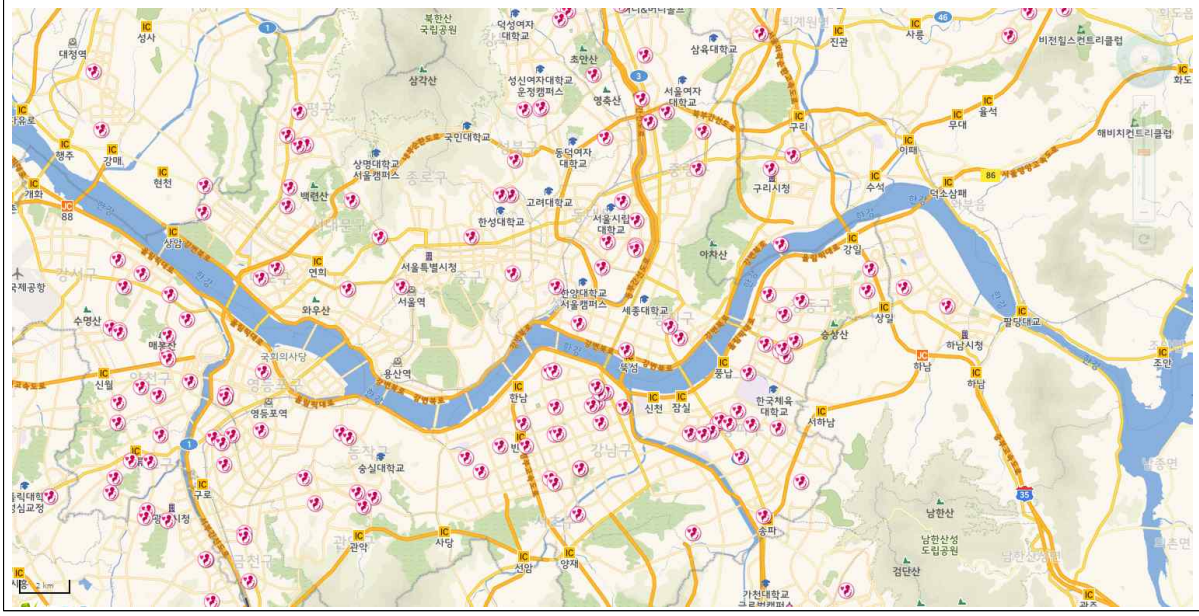
- ‘**화장 예약안내 및 현황**’ 메뉴에서 화장시설별로 검색하여 이용자가 원하는 일자와 화장시설의 시간대별 예약 현황을 실시간 확인 가능

- 모바일의 위치 정보(GPS)를 이용해 **가까운 장사시설 정보**를 **소개하고 등록된 장례식장의 장례용품 품목별 가격을 제공**하고 있음

e하늘 장사정보 시스템의 장례용품 가격정보

공간정보 오픈플랫폼
공간정보 오픈플랫폼은 국가가 보유하고 있는 공개 가능한 공간정보를 모든 국민이 자유롭게 활용할 수 있도록 다양한 방법을 제공

예시: 서울 지역 산후조리원 위치 정보



ㅇ 결혼 관련 온라인포털 구축은 국토교통부 산하 공간정보산업진흥원이 운영하는 '브이월드(V World)' 서비스와 연계하는 방안도 검토할 필요가 있음

공간정보 오픈플랫폼의 업체 정보 예시

산후조리원

연번	117
산후조리원명	(주)본산후조리원
시도명	서울
시군구명	영등포구
주소	서울특별시 영등포구 선유로63(문래3가)77-1번지
전화번호	02-2676-5757
임산부실정원	0
일반실이용요금(만원)	300
특실이용요금(만원)	340

1 2 3

엑셀다운로드

- 공간정보 오픈플랫폼인 브이월드에서는 업체의 지리적 위치와 개별 정보를 제공하고 있으며, 산업별로 각기 다른 정보를 제공하고 있음

- 산후조리원의 경우에는 주소, 전화번호, 수용인원 정원, 및 요금 정보를 제공하고 있음

- 예식장의 경우 공간정보 오픈플랫폼을 활용하여 예식장의 위치, 가격 정보 및 주차장 규모 등 소비자들이 예식장을 선택할 때 중요한 정보를 제공한다면 소비자 후생효과가 증가할 것으로 사료됨

ㅇ 결혼 관련 온라인포털을 구축하거나, 공간정보 오픈플랫폼과 같은 공공 오픈플랫폼을 활용하여 신뢰할 수 있는 결혼 관련 정보를 제공함으로써 결혼시장 활성화를 도모할 필요가 있음

별 첨

Ⅰ 예식장 이용 표준약관

공정거래위원회
표준약관 제10030호
(2014. 9. 19. 개정)

제1조(목적) 이 약관은 예식장을 운영하는 사업자(이하 '사업자'라 합니다)와 예식장을 이용하는 예식결혼당사자등(이하 '이용자'라 합니다) 간의 예식장의 이용에 관한 제반 계약사항을 규정함을 목적으로 합니다.

제2조(약관의 명시·설명 및 계약서의 교부)

① 사업자는 계약을 체결하는 장소인 사무실내의 보기 쉬운 곳에 이 약관과 이용요금(내역별 금액)을 게시하고, 계약을 체결하기 전에 이 약관의 내용을 설명합니다.

② 사업자는 계약을 체결하는 때에 다음 각 호의 사항을 기재한 계약서 2통을 마련하여 사업자와 이용자의 기명날인 또는 서명을 받은 후에 1통을 이용자에게 교부합니다.

1. 사업자의 상호, 주소 및 전화번호, 담당자의 이름
2. 이용일시 및 이용시간
3. 이용호실
4. 예식비용(예식장, 부대시설, 부대서비스, 부대물품 등 내역별로 이용요금을 기재함)
5. 계약금
6. 기타 예식에 관하여 필요한 사항

③ 사업자는 계약을 체결하는 때에 이용자의 요구가 있으면 이 약관을 교부합니다. 다만, 이용자에게 교부하는 계약서에 이 약관이 기재되어 있는 경우에는 그러하지 아니합니다.

제3조(계약금과 예식비용의 지급)

① 계약금은 예식비용의 10% 이하로 하며, 이용자는 계약을 체결하는 때에 이를 지급하여야 합니다.

② 이용자는 예식이 모두 종료되는 즉시 예식비용의 잔금을 지급하여야 합니다. 다만, 사업자가 제7조의 규정에 의한 손해배상액을 지급하여야 할 경우에는 이용자는 그 금액을 공제하여 지급할 수 있습니다.

제4조(사업자의 의무)

① 사업자는 이용자가 예식을 진행하는 데 불편함이 없도록 예식장 및 부대시설을 쾌적하게 유지하고, 계약에서 정한 부대서비스 및 부대물품을 사전에 성실하게 준비합니다.

② 사업자 및 종업원은 이용자에게 계약에서 정한 예식비용 이외의 일체의 금품을 요구하지 않습니다.

③ 사업자는 이용자에게 예식장을 이용하게 함에 있어서 식당, 신랑정장, 신부드레스, 신부화장, 사진・비디오촬영 등 부대시설・서비스・물품의 이용을 조건으로 할 수 없습니다.

제5조 (이용자의 의무) 이용자는 사업자의 시설관리 및 질서유지에 관한 운영규정을 준수하고, 예식의 원활한 진행을 위하여 협력하여야 합니다.

제6조 (계약의 해제)

① 사업자 또는 이용자는 계약에서 정한 예식일 전까지 상대방에게 통지하여 계약을 해제할 수 있습니다.

② 사업자가 자신의 책임있는 사유로 계약을 해제한 경우, 그 손해배상은 소비자분쟁해결기준(공정거래위원회 고시)에 따릅니다. 다만, 사업자가 계약에서 정한 동일한 내용 및 조건으로 다른 호실에서 예식이 진행될 수 있게 한 경우에는 손해배상액을 지급하지 않을 수 있습니다.

③ 이용자가 자신의 책임있는 사유로 계약을 해제한 경우, 그 손해배상은 소비자분쟁해결기준(공정거래위원회 고시)에 따릅니다.

제7조(부대서비스·물품에 대한 손해배상) 사업자는 이용자가 계약에서 정한 부대서비스 또는 부대물품을 사업자의 고의·과실로 이용하지 못한 경우에는, 당해 부대서비스 또는 부대물품의 이용요금의 배액을 손해배상액으로 이용자에게 지급합니다.

제8조(기념사진에 대한 손해배상)

① 사업자에게 촬영을 의뢰한 기념사진이 사업자의 고의·과실로 멸실·훼손된 경우에는 사업자는 이용자에게 제2항 내지 제4항의 규정에 따라 손해배상을 합니다.

② 이용자가 주요 사진(이하 주례 사진, 신랑·신부 양인 사진, 신부 독사진, 양가부모 사진, 가족 사진, 친구 사진을 말합니다)의 전부 또는 일부의 재촬영을 원하는 경우에는 사업자는 자신의 비용 부담으로 재촬영을 하되 전부를 촬영한 경우에는 이에 추가하여 촬영요금(이하 계약에서 정한 촬영요금을 말합니다)을 이용자에게 지급하고, 주요 사진의 일부만을 촬영한 경우에는 촬영요금의 배액을 지급합니다.

③ 이용자가 주요사진의 재촬영을 원하지 않는 경우에는 사업자는 촬영요금의 3배액을 이용자에게 지급합니다.

④ 사업자가 제2항의 규정에 의하여 부담하는 재촬영요금 및 지급액 또는 제3항의 규정에 의하여 부담하는 지급액은 예식비용을 한도로 합니다.

제9조 (부대시설 사업자의 고의·과실에 대한 사업자의 책임) 사업자와 부대시설 사업자가 다른 경우에도, 이용자는 부대시설 사업자의 고의·과실로 인한 손해의 배상을 이 약관에 따라 사업자에게 청구할 수 있습니다. 다만, 사업자가 부대시설 사업자를 소개·추천하면서 그 부대시설 사업자의 고의·과실에 대해서는 자신이 책임을 지지 않는다는 뜻을 미리 분명히 하거나, 이용자가 독자적으로 부대시설 이용계약을 체결한 경우에는 그러하지 아니합니다.

제10조(사고로 인한 책임) 사업자는 예식장 및 부대시설의 하자, 종업원의 고의·과실 등 사업자의 책임있는 사유로 예식장 및 부대시설 내에서 사고가 발생한 경우에는, 그 사고로 이용자 및 하객이 입은 손해를 배상할 책임을 집니다.

제11조(휴대물에 대한 책임)

① 사업자는 이용자 또는 하객이 휴대한 물건(이하 '물건'이라 합니다)을 사업자나 종업원에게 보관을 맡긴 경우에는, 그 물건의 멸실·훼손·도난 등에 대하여 불가항력으로 인한 것임을 증명하지 아니하면 그 손해를 배상할 책임을 면하지 못합니다.

② 사업자는 이용자 또는 하객이 보관을 맡기지 아니한 물건이라도 사업자나 종업원의 고의·과실로 인하여 멸실·훼손·도난 등이 된 때에는 그 손해를 배상할 책임을 집니다.

③ 사업자는 이용자 또는 하객의 물건에 대하여 책임이 없음을 게시한 때에도 제1항과 제2항에 의한 책임을 면하지 못합니다.

④ 화폐, 유가증권 등의 고가물에 대하여는 이용자 또는 하객이 그 종류와 가액을 명시하여 사업자나 종업원에게 보관을 맡기지 아니한 경우에는, 사업자는 그 멸실·훼손·도단 등에 대하여 손해를 배상할 책임을 지지 아니합니다.

제12조 (면책)

① 사업자는 천재지변등 불가항력적인 사유로 계약을 이행할 수 없는 경우에는 이용자에게 책임을 지지 아니하며, 계약금을 반환합니다.

② 이용자는 천재지변등 불가항력적인 사유로 계약에서 정한 예식일시에 예식을 할 수 없는 경우에는 사업자에게 책임을 지지 아니하며, 계약금의 반환을 청구할 수 있습니다.

제13조(재판관할) 이 계약과 관련된 사업자와 이용자간의 소는 민사소송법상의 관할법원에 제기하여야 합니다.

제14조(기타사항) 이 약관에서 규정되지 아니한 사항 또는 이 계약의 해석에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자와 이용자가 합의하여 결정하되, 합의가 이루어지지 아니한 경우에는 약관의 규제에 관한 법률, 민법, 상법 등 관계법령 및 공정 타당한 일반관례에 따릅니다.

Ⅱ 예식장 견적서 기준 거래조건

1. 업체별 예식장 이용가격 항목별 현황

업체	기본 항목 전체	기본 5개 항목					플라워 장식
		홀 사용료	조명, 연출	혼구용품	폐백 의상	폐백실 사용료	
VILLADEMARIEE	3,500,000	1,000,000	500,000	200,000	300,000		1,500,000
벨라루체	1,800,000	포함					
파티움로이	1,500,000	500,000	200,000	100,000	200,000		500,000
호텔부평컨벤션센터	1,500,000	포함					
에스칼라디움웨딩홀	1,800,000	포함					
삼산월드컨벤션센터	1,500,000	포함					
천년부페웨딩홀	900,000	포함					
그레이스엘하우스	1,000,000	포함					
디팰리스웨딩컨벤션	1,000,000	포함					
라페니체	2,200,000	1,000,000			200,000		1,000,000
중앙컨벤션센터	1,500,000	포함					
강북컨벤션	800,000	400,000		200,000	200,000		-
퀸벨	1,300,000	700,000	200,000	200,000	200,000		포함
스타하우스	800,000	포함					-
웨딩비엔나	700,000	포함					-
AW호텔	1,200,000	포함					
파라다이스컨벤션웨딩	900,000	포함					
엘파소하우스웨딩	800,000	포함					-
NOVIAGALA	4,500,000	1,500,000	1,000,000	200,000	300,000		1,500,000
HOTELINTER-BURGOEXCO	1,300,000	1,000,000	300,000				
오페라웨딩	200,000	포함					-
웨딩아테네	2,000,000	1,000,000	600,000	100,000	200,000		100,000
라테라스웨딩	2,200,000	900,000					1,300,000
withus	2,000,000	포함					
라비앙웨딩컨벤션	500,000	포함					
그랑시아웨딩컨벤션	500,000	포함					
데일리웨딩컨벤션	700,000	700,000					-
제이아트웨딩컨벤션	1,400,000	포함					-
라페스타	1,000,000	포함					
라붐	200,000	포함					
웨딩시대	570,000	500,000			70,000		-

업체	기본 항목 전체	기본 5개 항목					플라워 장식
		홀 사용료	조명, 연출	혼구용품	폐백 의상	폐백실 사용료	
JS웨딩컨벤션	700,000	700,000					-
웨딩프로포즈부평	1,500,000	포함					
더아나벨라웨딩	5,910,000	포함					
THECHARIS	2,100,000	500,000		200,000	200,000		1,000,000
꼬띠움웨딩컨벤션	1,650,000	400,000	100,000	100,000	150,000		900,000
샤펠드미앙	2,000,000	포함					
BestWestern	3,080,000	1,000,000		100,000	포함		1,980,000
경복궁아트홀	1,700,000	포함					
레전드호텔	1,500,000	500,000		200,000	200,000		600,000
THE-KWEDDING	2,400,000	포함					
캐피탈타워웨딩	1,700,000	800,000	300,000	70,000	150,000		500,000
킹덤웨딩컨벤션	2,500,000	포함					400,000
더오페라웨딩컨벤션	2,600,000	포함					
사학연금웨딩홀	2,000,000	포함					-
KW컨벤션센터	2,800,000	포함					
크리스탈컨벤션	300,000	300,000					-
VIPWEDDING	450,000	200,000	100,000	50,000	50,000	50,000	-
유성컨벤션	1,800,000	포함					
인터시티	500,000	포함					
유성호텔	1,589,000	1,000,000		159,000	300,000		400,000
제이그랜하우스	2,000,000	300,000		100,000	100,000		1,500,000
아펠가모광화문점	4,730,000	포함					
전쟁기념관뮤지엄웨딩홀	2,000,000	포함					
보통드로제	4,800,000	3,000,000			300,000		1,500,000
레노스블랑쉬	1,540,000	포함					
HSQUARE	5,000,000	포함					
디노체컨벤션	2,750,000	포함					
AW컨벤션센터	4,500,000	500,000	500,000	포함	500,000		3,000,000
연합웨딩홀	1,400,000	400,000					1,000,000

2. 피로연 가격 현황

업체명	뷔페	음료 (별도 계산)	주류 (별도 계산)	와인 (별도 계산)
VILLADEMARIEE	45,000	4,000	5,000	50,000
벨라루체	40,000	식대에 포함		-
파티움로이	36,000	식대에 포함		-
호텔부평컨벤션센터	44,000	2,000	4,000	-
에스칼라디움웨딩홀	42,000	식대에 포함		-
삼산월드컨벤션센터	42,000	식대에 포함		-
천년부페웨딩홀	38,000	식대에 포함		-
그레이스엘하우스	37,900	식대에 포함		-
디팰리스웨딩컨벤션	36,300	식대에 포함		-
라페니체	42,000	1,500	4,000	-
중앙컨벤션센터	36,000	식대에 포함		-
강북컨벤션	35,000	식대에 포함		-
퀸벨	38,000	식대에 포함		-
스타하우스	38,000	식대에 포함		-
웨딩비엔나	37,000	식대에 포함		-
AW호텔	37,000	식대에 포함		-
파라다이스컨벤션웨딩	37,000	식대에 포함		-
엘파소하우스웨딩	35,000	식대에 포함		-
NOVIAGALA	40,000	식대에 포함		-
HOTELINTER-BURGOEXCO	38,500	식대에 포함		-
오페라웨딩	33,000	식대에 포함		-
웨딩아테네	35,000	식대에 포함		-
라테라스웨딩	49,000	식대에 포함		-
withus	41,000	식대에 포함		30,000
라비앙웨딩컨벤션	35,000	식대에 포함		-
그랑시아웨딩컨벤션	31,000	식대에 포함		-
데일리웨딩컨벤션	38,000	식대에 포함		-
제이아트웨딩컨벤션	39,000	식대에 포함		-
라페스타	37,000	식대에 포함		-
라붐	35,000	식대에 포함		-
웨딩시대	38,500	식대에 포함		-
JS웨딩컨벤션	35,000	식대에 포함		-
웨딩프로포즈부평	42,000	식대에 포함		-

업체명	뷔페	음료 (별도 계산)	주류 (별도 계산)	와인 (별도 계산)
더아나벨라웨딩	45,000	식대에 포함	5,000	55,000
THECHARIS	40,000	식대에 포함		-
꼬띠움웨딩컨벤션	35,200	식대에 포함		-
샤펠드미앙	38,000	식대에 포함		-
BestWestern	44,000	4,400	6,600	-
경복궁아트홀	37,000	식대에 포함		-
레전드호텔	35,000	식대에 포함		-
THE-KWEDDING	32,000	식대에 포함		-
캐피탈타워웨딩	33,000	식대에 포함		-
킹덤웨딩컨벤션	-	식대에 포함		-
더오페라웨딩컨벤션	37,000	식대에 포함		-
사학연금웨딩홀	32,000	식대에 포함		-
KW컨벤션센터	35,000	식대에 포함		-
크리스탈컨벤션	30,000	식대에 포함		-
VIPWEDDING	35,000	식대에 포함		-
유성컨벤션	35,000	식대에 포함		-
인터시티	40,000	식대에 포함		-
유성호텔	44,000	식대에 포함		-
제이그랜하우스	50,000	1,650	4,400	33,000
아펠가모광화문점	51,700	4,400	4,400	-
전쟁기념관뮤지엄웨딩홀	35,200	4,400	4,400	-
보통드로제	58,000	2,000	4,000	500,000
레노스블랑쉬	38,500	식대에 포함		-
HSQUARE	48,000	2,000	4,000	-
디노체컨벤션	45,000	식대에 포함		-
AW컨벤션센터	48,400	식대에 포함		-
연합웨딩홀	38,000	식대에 포함		-