
가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 실태조사

(담당자: 김지연 조사관)



2023. 8.

시 장 조 사 국
시 장 감 시 팀

목 차

I. 조사 개요	5
1. 조사 배경 및 목적	5
2. 조사 내용 및 방법	6
3. 조사 기간 및 담당자	6
II. 일반 현황	7
1. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 정의	7
2. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 현황 및 시장규모	8
3. 관련 법규 및 지침	10
III. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 소비자피해 실태	12
1. 소비자상담 현황	12
2. 피해구제 접수현황	12
3. 피해구제 사례	13
IV. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 표사약관 모니터링	15
1. 온라인 홈페이지 내 중요정보 표시사항	15
2. 할인가격·판매방식 등 소비자 오인 가능 표현	17
3. 렌탈서비스 약관 시정조치 사항('21년)	19
V. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 소비자 설문조사	23
1. 이용현황	23
2. 정보제공 현황 및 인식	24
3. 불만(불편) 및 피해경험	25
4. 중도해지 시 위약금 관련	26
5. 이용 만족도	26
VI. 문제점 및 개선방안	27
1. 소비자에게 불리한 약관의 개선 필요	27
2. 중요정보 표시사항 개선 및 품목 확대 필요	27
3. 할인가격·판매방식 등 표시 개선 필요	29
4. A/S로 인한 제품 미사용 기간 렌탈료 보상기준 마련 필요	29
5. 중도해지 시 위약금 외 발생하는 추가비용에 대한 설명 필요	30
VII. 후속 조치	30

‘표’ 목차

[표1-1] 안마기기·의료기기 렌탈서비스 관련 소비자상담 접수현황	5
[표2-1] 의료기기 품목 및 품목별 등급	7
[표2-2] 렌탈 유형 정의	8
[표2-3] 개인 및 가정용품 임대업 시장 현황	9
[표3-1] 안마기기·의료기기 관련 소비자상담 접수현황	12
[표3-2] 소비자 상담 사유별 현황	12
[표3-3] 안마기기·의료기기 관련 피해구제 접수현황	13
[표3-4] 피해구제 청구 이유별 현황	13
[표4-1] 온라인 홈페이지 중요정보 표시 모니터링 결과	16
[표4-2] 월 임대료 지연손해금 관련 조항	19
[표4-3] 설치비 관련 조항	20
[표4-4] 철거비 관련 조항	20
[표4-5] 등록비, 선납금 관련 조항	21
[표4-6] 청약철회 관련 조항	21
[표4-7] 재판관할 관련 조항	22
[표5-1] 안마기기·의료기기 렌탈서비스 이용경험 품목	23
[표5-2] 렌탈서비스 계약방법	23
[표5-3] 안마기기·의료기기 제품 사용 이유	24
[표5-4] 불만(불편) 및 피해경험	25
[표5-5] 사업자의 귀책사유로 제품 사용하지 못한 기간	25
[표5-6] A/S 문제 보상 관련 인식도	25
[표5-7] 중도해지 시 위약금 인식도	26
[표5-8] 렌탈서비스 이용 만족도	26
[표6-1] 불공정 약관 주요내용	27
[표6-2] 품목별 표시대상 중요정보 인식조사	28
[표6-3] 설명부족 및 소비자 오인 가능 표시 주요내용	29

‘그림’ 목차

[그림4-1] 중도해약 시 환불기준 관련 표시사항	16
[그림4-2] 렌탈 총비용 관련 표시사항(렌탈 총비용 잘못 표시된 경우)	17
[그림4-3] 정보제공 미흡 사례	18
[그림4-4] 소비자 오인 가능 표시사례(할인 가격 표시)	18
[그림4-5] 소비자 오인 가능 표시 사례(할부, 렌탈 혼용)	18
[그림5-1] 중요정보 인식도	24
[그림5-2] 렌탈서비스 계약 시 정보제공 충분도	24
[그림5-3] 중도해지 시 위약금 외 추가비용 안내여부	26

I 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

- 고령화 및 코로나 팬데믹 이후 건강에 관한 관심이 높아지면서 건강관리를 할 수 있는 가전제품에 관심¹⁾이 커지고 있으며, 금리 인상, 인플레이션 등으로 가전을 구매하는 것 보다 대여하는 렌탈서비스 이용자가 증가^{*}하고 있음.

* KT경제연구소에 따르면 국내 렌탈 시장 규모는 2020년 40조 원에서 2025년까지 100조 원으로 예상됨.

- 최근 2년간('21년~'22년) 1372 소비자상담센터에 접수된 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 관련 상담 건수는 1,851건으로 매년 800건 이상 접수됨.

[표 1-1] 안마기기·의료기기 렌탈서비스 관련 소비자상담^{*} 접수 현황

(단위 : 건)

구분	2021년	2022년	계
접수 건수	992	859	1,851

* 검색조건 : '안마의자대여(렌트)', '의료용구대여(렌트)', '마사지류' 중 사건제목 '렌탈' 키워드로 조회

- 또한, 안마의자, 척추 온열기 등 가격이 비싸고 무거운 안마기기·의료기기 품목의 렌탈서비스가 증가하고 있으나, 계약해지 시 높은 위약금 부과, 중요정보 표시 미흡 등으로 인한 소비자 문제가 발생하고 있음.
- '21년 공정거래위원회에서는 7개 임대서비스 사업자를 대상으로 월 임대료 지연 손해금, 개인정보 처리 등 13개 유형의 불공정 약관 시정 조치²⁾를 실시한 바 있어, 이에 대한 준수 여부를 살펴볼 필요가 있음.
- 이에 주요 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 업체 실태조사를 통해 소비자에게 불리한 약관, 미흡한 정보제공 등 문제점을 종합적으로 살펴보고 개선방안을 마련하고자 함.

1) 헤럴드경제, 안마의자·의료가전 '홈 헬스케어' 대세(2022.2.28.)

2) 공정거래위원회, 7개 임대서비스 사업자의 불공정 약관 시정(2021.11.19.)

2. 조사 내용 및 방법

- ☐ 조사대상 : 최근 2년간('21~'22년) 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 관련 '1372 소비자상담센터' 접수 상위업체 10곳
- (주)교원프라퍼티, (주)모스트엑스, (주)바디프랜드, (주)비에스온, (주)세라젬, 에스케이매직(주), 코웨이(주), 쿠쿠홈시스(주), (주)휴테크산업, (주)LG헬로비전
- ☐ 조사 내용 및 방법

구분	조사 내용	조사 방법
일반현황	☐ 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 현황	자료조사
실태조사	☐ 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 관련 소비자피해 분석 ○ 1372 소비자상담센터 상담 및 피해구제 접수건 사례 분석	피해사례 분석
	☐ 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 이용 실태조사 ○ (대상) 바디프랜드, 세라젬 등 10개 업체 ○ (내용) 온라인 홈페이지 내 표시사항 및 렌탈서비스 약관 등	온라인 모니터링/ 서면조사 등
	☐ 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 이용자 경허바 대상 설문조사 ○ 이용현황, 불만 및 피해 경험, 만족도 등 조사	온라인설문
법규 분석	☐ 「민법」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「소비자분쟁해결기준」 등	문헌조사

3. 조사 기간 및 담당자

- ☐ 조사기간 : 2023. 4. 12. ~ 8. 11.
- ☐ 담당자 : 김지연 조사관

Ⅱ 일반 현황

1. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 정의

- (안마기기) 원하는 부위에 대고 작동시켜 누름, 문지름, 공기압 등 물리적 자극을 통해 안마의 효과를 내는 기기로서 인체의 스트레스 및 신체 통증을 완화하는 역할을 함.
 - (안마의자) 대표적인 안마기기로 의자 형태 위에서 센서를 통해 사람의 신체를 측정한 후, 이용자의 전신을 마사지하는 동시에 이용자의 착석 각도가 조절되는 전동의자를 의미함.
- (의료기기) 「의료기기법」 제2조에 따르면 사람이나 동물에게 단독 또는 조합하여 사용되는 기구·기계·장치·재료 또는 이와 유사한 제품으로 질병을 진단·치료, 예방 등 특정 목적에 해당하는 제품을 의미함.
 - 의료기기는 위해성에 따라 4개의 등급으로 분류하며, 등급의 숫자가 높을 수록 위험성이 높음. 소비자가 가정에서 사용하는 의료기기 렌탈서비스 제품은 개인용온열기 등 주로 2등급이 많음.

[표2-1] 의료기기 품목 및 품목별 등급

등급	내용	예시
1등급	잠재적 위해성이 거의 없음	수동식혈체어, 진료용장갑, 등
2등급	잠재적 위해성이 낮음	개인용온열기, 의료용진동기, 등
3등급	중증도의 잠재적 위해성을 가짐	의료용레이저조사기, 혈액처리용기구 등
4등급	고도의 위해성을 가짐	인공각막, 인공심폐장치 등

- (렌탈서비스) 단기간에 걸쳐 불특정 다수의 이용자에게 한정된 종류의 범용성 있는 물건(자동차, 컴퓨터 등)을 대여하는 것으로, 소유권 양도 여부에 따라 크게 '반환형 렌탈'과 '소유권 이전형 렌탈'로 구분할 수 있음.
 - 가전제품 렌탈서비스는 대부분 '소유권 이전형'으로 계약 만료 후 소비자의 선택에 따라 제품의 소유권이 소비자에게 이전됨.

[표 2-2] 렌탈 유형 정의³⁾

반환형 렌탈	대체로 일회 대여로 사용 목적이 충족되면, 계약종료 시 제품을 반납하는 것 이 특징임. 계약기간에 따라 단·장기 렌탈로 구분됨. 예시) 서적·음반·의류 등(이상 단기), 레저용품, 시즌 용품(이상 장기) 등
소유권 이전형 렌탈	일정 기간 렌탈료를 지불하며 대여 물품 사용, 계약 종료 시 소비자의 선택에 따라 제품의 소유권이 소비자에게 이전됨 . 예시) 정수기, 비데, 매트리스, 안마의자, 침대 등

- 초기, 국내 렌탈시장은 기업 대상(B2B)으로 설비 또는 사무기기 등을 빌려주는 서비스로 시작하였으며, 이후 경기침체에 따른 합리적 소비확산, 1인가구 및 고령 인구 증가 등 소비트렌드가 변화함에 따라 소비자 대상(B2C) 시장으로 확대되었음.

※ (B2B) : Business to Business로 기업과 기업 간에 이뤄지는 상거래, (B2C) : Business to Customer로 기업이 소비자를 대상으로 각종 물품을 판매하는 거래

- 소비자 대상으로 제공되는 렌탈서비스 품목은 가격 부담이 있고, 사후 관리가 필요한 정수기, 비데 등 특정 유형에 상품이 국한되었으나, 최근에는 건강관리 제품, 애완용품, 취미용품 등으로 제공되는 품목이 다양해짐.

2. 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 현황 및 시장규모

1) 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 현황

- 안마기기·의료기기 품목의 렌탈서비스는 국내 시장에 렌탈서비스 형태가 처음으로 등장한 후 약 20~30년 뒤에 도입되었으나*, 기존 렌탈서비스에서 발생하는 소비자 문제가 그대로 발생하고 있음.

* 국내 렌탈서비스 처음 도입 된 시기 1987년 안마의자 2009년 가정용 의료기기 2010년대 중 후반으로 추정⁴⁾

- 특히, 안마의자·의료기기는 다른 품목에 비해 상대적으로 계약기간이 길고, 고가의 제품이* 많은 등의 이유로 소비자 문제 발생 시 피해가 더 클 것으로 예상됨.

* 5년 약정 기준 월 5~6만원, 프리미엄 제품은 8~9만 원으로 정수기, 공기청정기 등 타제품과 비교해 렌탈료가 2배 이상 높음⁵⁾.

3) 국회입법조사처, 리스 및 렌탈 용어와 소비자 보호 관련 쟁점 p.9. 참고 작성(2015.11.2.)

4) 자유기업원, 코웨이, 생활환경 가전의 길을 열다.(2016.6.3.), 조선비즈, 업계 최초 안마의자 렌탈... “자신과 가족을 위한 스몰 럭셔리 누린다”(2017.11.28.) 서울경제, 세라젠, 바디프랜드 제치더니...내친김에 ‘이것’까지 (2023.1.29.) 등 기사 내용 참고하여 추정함.

5) 뉴스핌, ‘잘 나가는’ 안마의자, 코웨이·SK매직 등 렌탈업계 ‘계륵’ 된 이유는?(2021.8.11.)

- 또한, 최근 인구 고령화* 및 만성질환자 증가 등에 따라 일상생활에서의 건강관리에 관한 관심이 커지며, 일상에서 편하게 사용할 수 있는 안마기기·의료기기 가전제품에 대한 수요가 증가함⁶⁾.

* '22년 기준 65세 이상 고령 인구는 17.7%로, '25년 초고령사회(20%) 진입 예상⁷⁾

2) 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 시장규모

- 통계청에 따르면 '21년 부동산을 제외한 '임대업(렌탈서비스업)' 시장규모는 매출액 기준 약 21조 1,143억 원에 이룸
- '개인 및 가정용품 임대업'은 4조 1,315억 원으로 약 19.6%를 차지하고 있으며, 그중 '기타 개인 및 가정용품'이 약 90%(3조 6,730억 원)로 가장 높았음.

[표 2-3] 개인 및 가정용품 임대업 시장 현황⁸⁾

(단위 : 백만 원, 개)

분류		매출액	사업체 수
개인 및 가정용품 임대업*	기타 개인 및 가정용품	3,673,044	4,145
	의류	216,378	2,102
	스포츠 및 레크레이션 용품	190,227	2,200
	서적	42,869	835
	음반 및 비디오물	9,042	80
총계		4,131,560	9,362

- 현재 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스의 시장규모는 정확히 산출하기 어려우나, 안마의자·의료기기의 시장규모 증가 추세를 볼 때, 렌탈서비스의 시장규모도 꾸준히 증가할 것으로 예상됨.
- (안마의자⁹⁾) 업계 추정치에 따르면, '23년 국내 안마의자 시장규모는 약 1조 원 정도로 예상되며, 2015년 3,500억 원 수준에서 약 3배 증가함.
- (가정용 의료기기¹⁰⁾) '21년 국내 의료기기 시장규모는 9조 1,341억 원으로 5년 간 약 3조 원이 증가했으며, 지난 5년 동안 시장규모는 연평균 10.2%의 성장세를 나타내고 있음.

6) 헤럴드경제, 안마의자·의료가전 '홈 헬스케어' 대세(2022.2.28.)

7) 통계청, 2022년 인구주택총조사, 뉴스1, 2027년까지 노인인구 10% 수준 일자리 만든다...초고령 사회 대비(2023.7.27.)

8) 통계청, 2021년 서비스업조사

9) 매일경제, 혈당·체지방 척척...안마의자의 변신(2023.7.11.)

10) 식품의약품안전처, '21년 의료기기 무역수지 3조 7,489억 흑자, 2년 연속 흑자 달성 보도자료(2022.5.3.)

3. 관련 법규 및 지침

- **(「민법」)** 렌탈서비스의 경우, 상법상 그 성질과 법적 근거에 관한 법 규정은 존재하지 않으나, 외관상으로 보면 임대차 구조로 되어있어 「민법」 상 임대차 규정을 적용함.
- **(「방문판매 등에 관한 법률」)** 렌탈서비스업은 거래 특성상 「방문판매법」 제2조제10호의 계속거래에 해당하며, 주요 조항에는 계약의 해지 또는 해제의 효과와 위약금, 소비자에게 불리한 계약의 금지 등을 명시하고 있음.

「방문판매법」 주요 조항

- **정의(제2조)** “계속거래”란 1개월 이상에 걸쳐 계속적으로 또는 부정기적으로 재화 등을 공급하는 계약으로서 중도에 해지할 경우 대금 환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 거래를 말한다.
- **계약의 해지(제31조)** 계속거래업자등과 계속거래 등의 계약을 체결한 소비자는 계약기간 중 언제든지 계약을 해지할 수 있다. 다만, 다른 법률에 별도의 규정이 있거나 거래의 안전 등을 위하여 대통령령으로 정하는 경우에는 그러지 아니하다.
- **계약의 해지 또는 해제의 효과와 위약금 등(제32조)** ① 계속거래업자등은 자신의 책임이 없는 사유로 계속거래 등의 계약이 해지 또는 해제된 경우 소비자에게 해지 또는 해제로 발생하는 손실을 현저하게 초과하는 위약금을 청구하여서는 아니 되고, 가입비나 그 밖에 명칭에 상관없이 실제 공급된 재화등의 대가를 초과하여 수령한 대금의 환급을 부당하게 거부하여서는 아니 된다.
 ② 계속거래등의 계약이 해지 또는 해제된 경우 소비자는 반환할 수 있는 재화등을 계속거래업자 등에게 반환할 수 있으며, 계속거래업자등은 대통령령으로 정하는 바에 따라 대금 환급 또는 위약금 경감 등의 조치를 하여야 한다.
 ③ 계속거래업자등은 자신의 책임이 없는 사유로 계약이 해지 또는 해제된 경우 소비자로부터 받은 재화등의 대금(재화등이 반환된 경우 환급하여야 할 금액을 포함한다)이 이미 공급한 재화등의 대금에 위약금을 더한 금액보다 많으면 그 차액을 소비자에게 환급하여야 한다. 이 경우 환급이 지연되는 경우에는 총리령으로 정하는 지연기간에 대한 지연배상금을 함께 환급하여야 한다.
 ④ 공정거래위원회는 제1항에 따른 위약금 청구와 제2항에 따른 대금 환급 또는 위약금 경감과 관련된 분쟁을 방지하는 데 필요한 경우 위약금 및 대금의 환급에 관한 산정기준을 정하여 고시할 수 있다.
- **소비자 등에게 불리한 계약의 금지(제52조)** 제7조, 제7조의2, 제8조부터 제10조까지, 제16조부터 제19조까지, 제30조부터 제 32조까지의 규정 중 어느 하나를 위반한 계약으로서 소비자에게 불리한 것은 효력이 없다.

- **(「소비자분쟁해결기준」)** 렌탈서비스 업종 관련하여 계약해지 시 위약금, 사업자 서비스 지연 관련 등 분쟁 발생 시 기준을 규정함.
- **(「중요한 표시·광고 사항 고시」)** 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제4조 제1항의 규정에 따라 소비자피해를 예방하기 위해 상품 또는 용역 구매 시 필요한 중요정보를 규정함.
- 렌탈서비스 업종의 표시대상 중요항목으로 소유권 이전조건, 상품의 고장·훼손 분실 시 중도해약 시 환불기준 등에 대해 구체적으로 제시하고 있음.

중요한 표시·광고사항 고시(렌탈서비스 업종) 주요내용

- **(적용범위)** 「전기용품 및 생활용품 안전관리법」에 의한 전기용품 또는 생활용품(예시: 정수기, 공기청정기, 안마의자, 의류), 도서 등을 대여해주고 사용료를 받는 사업자에 대해 적용한다.
- **(표시대상 중요항목)**
 - 가. 소유권 이전 조건(소유권이 이전되는 경우 한함),
 - 나. 상품의 고장·훼손·분실 시 소비자책임 범위
 - 다. 중도해약시 환불기준
 - 라. 소유권 이전 시까지 소비자가 렌탈 계약상 지불해야 하는 렌탈료, 등록비, 설치비 등 모든 비용의 합계 [단, 정수기, 비데, 연수기, 공기청정기, 음식물처리기, 안마의자, 침대(매트리스 포함)에 한함],
 - 마. 소비자판매가격. 다만, 렌탈서비스 사업자가 해당 제품을 판매하지 않는 경우에는 다음 각호의 사항 [단, 정수기, 비데, 연수기, 공기청정기, 음식물처리기, 안마의자, 침대(매트리스 포함)에 한함]
 - ① 제조사 또는 수입사가 표시한 권장소비자가격 등이 있는 경우 권장소비자가격 등
 - ② 기타의 경우 렌탈 전용 제품이므로 소비자판매가격이 없다는 등 소비자판매가격을 정확히 산정하기 곤란하다는 취지의 문구
- **(표시장소)** 제품 라벨(단, 제품의 특성상 라벨에 표시가 불가능한 경우는 설명서에 표시), 포장지, 사업장 게시물 중 한 곳(단, 라) 및 마) 항목은 반드시 함께 표시)

- **(「약관의 규제에 관한 법률」)** 소비자에게 부당하게 불리한 조항 등은 무효로 하고 있어, 업체별 렌탈서비스 약관 조사 시 「약관법」에 따라 검토가 필요함.
- **(정수기 임대차(렌탈) 표준약관)** 현재 가전제품 렌탈 표준약관은 정수기만 존재하지만, 사업자가 동일하고 서비스 제공내용이 유사한 안마기기·의료기기 가전제품 렌탈서비스 약관에도 동 표준약관과 비교하여 검토할 필요가 있음.

Ⅲ 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 소비자피해 실태

1. 소비자상담 현황

- 최근 2년간('21~'22년) 1372 소비자상담센터*에 접수된 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스와 관련된 상담 건수는 총 1,851건으로, 매년 800건 이상 접수됨.

* 공정거래위원회가 운영하는 전국단위 소비자 상담 통합 콜센터(국번 없이 1372)로 소비자단체, 한국소비자원, 광역지자체가 참여하여 상담을 수행하고 있음.

[표3-1] 안마기기·의료기기 관련 소비자상담* 접수현황

(단위 : 건)

구분	2021년	2022년	계
접수 건수	992	859	1,851

* 검색조건 : '안마의자대여(렌트)', '의료용구대여(렌트)', '마사지류' 중 사건제목 '렌탈' 키워드로 조회

- (상담 사유) '품질 및 A/S불만' 관련 이 861건(46.6%)으로 가장 많았고, 이어 '계약 관련' 756건(40.8%), '안전(제품/시설)' 37건(2.0%) 등의 순으로 나타남.

[표3-2] 소비자 상담 사유별 현황

(단위 : 건, (%))

구분		2021년	2022년	합계(비율)
품질 및 A/S 불만	품질(물품/용역)	298	245	543(29.4)
	AS불만	182	136	318(17.2)
	합계	480	381	861(46.6)
계약 관련	계약해제, 해지/위약금	303	275	578(31.2)
	계약불이행(불완전이행)	45	62	107(5.8)
	청약철회	47	24	71(3.8)
	합계	395	361	756(40.8)
안전(제품/시설)		18	19	37(2.0)
약관, 표시·광고		12	22	34(1.8)
기타*		87	76	163(8.8)
합계		992	859	1,851(100.0)

* 단순문의, 부당행위, 부당채권 추심상담 등

2. 피해구제 접수현황

- 최근 2년간('21~'22년) 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스와 관련된 피해구제 접수 건수는 총 186건임.

[표3-3] 안마기기의의료기기 관련 피해구제* 접수현황

(단위 : 건)

구분	2021년	2022년	계
접수 건수	94	92	186

* 검색조건 : ‘안마의자대여(렌트)’, ‘의료용구대여(렌트)’, ‘마사지류’ 중 사건제목 ‘렌탈’ 키워드로 조회

- (청구이유) ‘품질 및 A/S불만’ 관련이 108건(58.0%)으로 가장 많았고, ‘계약 관련’ 66건(35.5%), ‘안전(제품/시설)’ 6건(3.2%) 등의 순이었음.
- 상세 내용을 살펴보면 ‘품질(물품/용역)’은 제품의 잦은 고장, 소음, 냄새 등 ‘A/S불만’은 A/S 지연, 비용청구 등에 대한 불만이 있었음.
 - ‘계약해제, 해지/위약금’은 과도한 위약금 조정 요구, 제품 사용 후 부작용 발생, 해외 이주 등으로 인한 계약해지 요구 등이 있었음.

[표3-4] 피해구제 청구 이유별 현황

(단위 : 건, (%))

구분		2021년	2022년	합계	(비율)
품질 및 A/S 불만	품질(물품/용역)	35	38	73	(39.2)
	AS불만	22	13	35	(18.8)
	합계	57	51	108	(58.0)
계약 관련	계약해제, 해지/위약금	23	23	46	(24.7)
	계약불이행(불완전이행)	3	9	12	(6.5)
	청약철회	5	3	8	(4.3)
	합계	31	35	66	(35.5)
안전(제품/시설)		3	3	6	(3.2)
약관, 표시·광고		1	2	3	(1.6)
기타*		2	1	3	(1.6)
합계		94	92	186	(100.0)

* 가격, 요금, 부당행위 등

3. 피해구제 사례

□ (사례1) 품질(물품/용역) 관련

제품의 잦은 고장 불만

- 소비자는 2021.11.15. 안마의자 렌탈 계약(선납금 250만원 월 39,500원을 체결하고 동년 11. 23에 제품을 설치 받음 사용 과정에서 등 허리 통증과 소리 발생 다리 부위 오작동, 멈춤 현상 리모컨 소리 오작동 등으로 여러 번 수리를 받으면서 제품을 정상적으로 사용하지 못함 이에 지속적인 품질 하자로 사업자에게 제품의 수거와 위면 해지 및 납부금액의 환급을 요구했으나 수용되지 않음.

□ (사례2) A/S 불만 관련

A/S 지연 불만

- 소비자는 안마의자 렌탈서비스 이용계약(39개월, 월 89,500원)을 체결하고 사용 중 제품 고장으로 A/S를 접수함. 소비자의 거주지가 산간 지역이라 A/S가 지연되어 이의를 제기한 후 수리기사 방문하였으나 수리 부품이 없어 언제 수리가 가능할지 모르니 기다리라는 말만 하고 돌아감. 소비자는 고객센터에 연락하여 **A/S 접수일로부터 완료일까지 렌탈서비스 계약 일시 정지 또는 렌탈료 감액을 요청하였으나, 사업자는 관련 규정이 없다며 A/S 완료까지 기다리라는 답변을 함.**

□ (사례3) 계약 관련

과도한 위약금 청구 불만

- 소비자는 2022.3.11. 의료기기 렌탈계약을 체결하고 제품을 설치 받음. 의료기기 이용 중 어지러움, 구토 증세가 나타나, 4.11. 반품을 요청하자 사업자는 위약금으로 잔여 렌탈료 20%(1,077,600원)와 등록비 200,000원, 회수비 100,000원 등 총 1,377,600원을 요구함. 소비자는 **위약금이 과도하므로 위약금 조정을 요구함.**

□ (사례4) 안전(제품/시설) 관련

안전사고 발생 위험 불만

- 소비자는 2019.5.29. 안마의자 60개월 렌탈계약 후 2019. 6. 5. 설치하여 사용 중에 2020.9. 다리 부분 센서 미작동으로 돌 된 막내 자녀의 다리가 안마기에 끼는 사고가 발생함. 당시 센서 부분에 아이 다리가 있음에도 불구하고 안마의자 다리 부분 기계가 계속 내려왔고, 아이 허벅지가 꺾인 채 빨려 들어가, 자녀의 허벅지 다리 아래로 상처가 생김. 소비자는 **안전사고 발생 위험에 따른 안마의자의 렌탈 계약해지를 요구함.**

□ (사례5) 약관, 표시·광고 관련

과대광고 불만

- 소비자는 2019.4.28. 의료용 탈모치료를 39개월 렌탈계약을 진행 하였고, 당시 사업자는 제품 사용 후 머리카락이 나지 않을 경우, 100% 환불을 보장하겠다고 안내하였음. 소비자는 해당 제품을 사용 후 효과가 없다고 판단하여 **과대, 허위 광고를 근거로 계약해지를 요구하였지만, 사업자는 특정 체질인 경우에만 해당한다며 요구를 거부함.**

IV 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 표시·약관 모니터링

【조사 개요】

- **조사대상** : (주)교원프라퍼티, (주)모스트엑스, (주)바디프랜드, (주)비에스온, (주)세라젬, 에스케이매직(주), 코웨이(주), 쿠쿠홈시스(주), (주)휴테크산업, (주)LG헬로비전* 등 10개 업체
 - * 조사대상 중 LG헬로비전은 소유권유보부 할부매매(할부거래 일종으로 매수인이 매매목적물의 대금을 모두 내기 전까지 소유권이 매도인에게 유보됨)로 판매하고 있지만, 렌탈서비스와 약관 및 판매방식이 유사하며 'LG헬로렌탈'이란 명을 사용하고 있어 조사대상에 함께 포함.
- **조사품목** : 렌탈서비스를 제공하는 안마기기, 의료기기
- **조사내용** : 온라인 홈페이지(①표시대상 중요정보 ②소비자 오인 가능성이 있는 표현) 및 렌탈서비스 약관
- **조사기간** : (온라인 홈페이지) 2023. 4. 13.~4.21., (약관) 2023. 5. 22.~6.22.

1. 온라인 홈페이지 내 중요정보 표시사항

- (중요정보 표시 여부) 「중요한 표시·광고사항 고시」에 따라 표시하여야 하는 렌탈서비스 업종의 중요정보를 참고하여 업체별 온라인 홈페이지의 표시 여부를 확인함.

표시·광고 내용 및 예시

□ 표시대상 중요정보 항목들을 구체적으로 명시

- ①소유권 이전 조건 : 소유권 이전에 필요한 렌탈기간 또는 총 렌탈금액 등 소유권 이전에 필요한 요건을 구체적으로 명시
- ②상품의 고장·훼손분실 시 사업자 및 소비자의 책임범위 : 사업자의 귀책사유로 인한 고장·훼손분실 시 사업자의 책임 및 소비자의 귀책사유로 인한 고장·훼손분실 시의 소비자의 책임을 구체적으로 명시
- ③중도해약시 환불기준
 - 구체적 기준 명시 : 해지일까지의 이용일수에 해당하는 금액과 총 계약 금액의 ○% 공제 후 환급
 - 소비자분쟁해결기준 원용 : “환불기준은 공정거래위원회 소비자분쟁해결기준에 따름”
- ④소유권 이전시(소유권이 이전되는 경우) 또는 계약종료시(소유권이 이전되지 않는 경우)까지 소비자가 렌탈 계약상 지불해야하는 렌탈료, 등록비, 설치비 등 모든 비용의 합계 (예시) 301만원(월 렌탈료 5만원 × 계약기간 5년 × 12개월 + 등록비 5만원 + 설치비 5만원)
- ⑤소비자판매가격 (예시) (1) 200만원(당사 소비자판매가격), (2) 200만원(제조사 권장소비자가격), (3) 렌탈 전용제품이므로 소비자판매가격이 없음.

- (중요정보 표시 결과) 조사대상 10개 사의 온라인 홈페이지 모니터링 결과, 중요정보 표시가 미흡한 업체는 총 6개 사였으며, 표시가 미흡한 제품은 77개 (중복 제품 제외)로 전체 모니터링 대상 제품(181개)의 42.5%에 해당함.

- 항목별로는 ①소유권 이전 조건 1개 사(3개 제품), ②상품의 고장·훼손 분실 시 소비자책임범위 2개 사(26개 제품), ④렌탈 총비용 4개 사(26개 제품), ⑤소비자 판매가격 3개 사(38개 제품)로 나타남. (중복 제품 포함)

[표 4-1] 온라인 홈페이지 중요정보 표시 모니터링 결과*

(단위 : 개)

사업자	총 제품수	표시 미흡 제품수	중요정보 표시 미흡 세부내용				
			① 소유권 이전	② 책임범위	③ 중도해약	④ 렌탈 총 비용	⑤ 소비자 판매가격
A사	3	3	3	3	-	1	1
B사	23	23	-	23	-	-	11
C사	18	17	-	-	-	17	-
D사	34	26	-	-	-	-	26
E사	6	3	-	-	-	3	-
F사	25	-	-	-	-	-	-
G사	2	-	-	-	-	-	-
H사	5	-	-	-	-	-	-
I사	5	5	-	-	-	5	-
J사	60	-	-	-	-	-	-
합계	181	77	3	26	-	26	38

※ ④⑤ 표시사항은 안마의자만 해당

* 렌탈 약정서 첨부, 공지사항 등 온라인 홈페이지 내 확인 가능 시 중요정보 표시로 봄.

- (①소유권 이전 조건) 1개 사는 조사대상 전 제품에 소유권이전 조건을 표시하지 않았음.
- (②상품의 고장·훼손 분실 시 소비자 책임범위) 2개 사는 조사대상 전 제품에 상품의 고장 등에 대한 책임범위를 표시하지 않았음.
- (③중도해약 시 환불기준) 10개 사 모두 중도해약 시 환불기준에 대해 표시하였으나, 표시위치 및 구체성* 등에 대해서는 업체별 차이가 있었음.

* (표시위치) 상품별 안내 페이지에 표시하거나 홈페이지 내 FAQ 등에 표시함. (구체성) 환불기준에 대해 구체적으로 명시(예: ○% 공제 후 환급 등)하거나, 약관 참고하도록 표시 등

[그림4-1] 중도해약 시 환불기준 관련 표시사항

E사	B사
중도해약시 1) 설치 후 14일 이전(청약 해지) : 30만원 청구 (렌탈등록비 20만원 + 회수비 10만원 = 총 30만원) 2) 설치 후 14일 이후(계약 해지) : 30만원 청구 + 위약금 + 사은품 반환 (렌탈등록비 20만원 + 회수비 10만원 = 총 30만원) 위약금 설치일로부터 총 계약 기간 중 50% 이하 : 렌탈료 X 잔여회차 X 20% 설치일로부터 총 계약 기간 중 50% 초과 : 렌탈료 X 잔여회차 X 10%	렌탈 계약관리 Q 렌탈 이용 해지 절차는 어떻게 되나요? A 제품설치일로부터 14일째 되는 날까지 청약철회가 가능하지만 제품에 따라 수거비용이 별도로 발생합니다. 14일 이후에는 렌탈계약의 약관에 따라 위약금이 부과됩니다.
▲ (표시위치) 상품안내 페이지 하단 ▲ (구체성) 위약금 등 상세히 표시	▲ (표시위치) 홈페이지 내- FAQ ▲ (구체성) 약관에 따라 부과

- (④렌탈 총비용) 4개 사는 렌탈 총비용에 대해 잘못 표시하거나, 렌탈기간에 따른 월 렌탈료만 표시하였음.
- A사는 표시대상 제품(3개)에 모두 렌탈 총비용을 표시하였으나, 그중 1개 제품은 소비자가 실제 내는 총 렌탈 비용을 잘못 표시하였음.
- * 렌탈 총비용은 3,654,000원(60,900원 × 60개월)이나 3,294,000원(54,900원 × 48개월)으로 표시함.
- C사, E사, I사는 표시대상 전 제품에 렌탈 총비용을 표시하지 않았음.

[그림4-2] 렌탈 총비용 관련 표시사항(렌탈 총비용 잘못 표시된 경우)

A사 제품 표시사항	
구매유형 렌탈 관리서비스 일반관리 렌탈료 월 60,900원 / 5년 약정	렌탈 총비용: 3,294,000원 (렌탈료 54,900원 x 48개월) ※ 5년 약정 일반관리 기준이며 약정기간에 따라 총 렌탈비용이 다를 수 있음 ※ 단, 등록비 33만원과 소모품비 20만원은 가입시에는 면제되나 중도해지시 별도 부과 됨

▲5년(60개월)약정 제품이나, 가격 상세 안내 페이지에는 48개월 기준으로 렌탈 총비용 표시

- (⑤소비자판매가격) 3개 사는 일부 제품에만 표시하였거나, 표시하지 않았음.
- A사는 표시대상(3개) 제품 중 1개 제품에 표시하지 않았고, B사, D사는 표시대상 전 제품에 소비자판매가격을 표시하지 않았음.

⇒ 「중요한 표시·광고사항 고시」에서 규정한 중요정보는 소비자의 합리적인 구매 선택에 도움을 주는 정보로 표시사항이 미흡한 6개 사는 표시 개선이 필요함.

2. 할인가격 · 판매방식 등 소비자 오인 우려 표현

- 온라인 홈페이지에서 할인가격·판매방식 등 소비자가 렌탈제품 선택 시 중요하게 고려하는 사항을 확인 한 결과, 정보제공 미흡(1개 사), 오인 우려 표시 사용(2개 사)이 확인됨.
- (B사) 일부 제품(5개)의 경우 동일 제품 동일 렌탈 기간임에도 월 렌탈료가 상이 하였는데, 해당 렌탈료 차이에 대한 설명이 없어 선택 시 어려움이 있었음.
- ※ 제휴카드 할인의 경우 아래 별도 선택란이 있음.

[그림4-3] 정보제공 미흡 사례

B사 제품 표시	
총 렌탈료	7,092,000원
설치 및 배송비	0원
등록비	0원
선납금	0원
분납기간	118,200 X 60개월 (설치)
제휴카드	카드 잔액 상적 100만원 이상
제휴할인가	월 98,200원(60개월 렌탈 총액 5,892,000원)

분납기간
 118,200 X 60개월 (설치)
 = 분납기간을 선택하세요. =
 118,200 X 60개월 (설치)
 118,200 X 60개월 (설치)
 88,200 X 60개월 (설치)
 108,200 X 60개월 (설치)
 98,200 X 60개월 (설치)

▲ 분납 기간 선택 시 동일 제품 동일 렌탈 기간임에도 월 렌탈료 차이에 관한 내용을 확인할 수 없었음.

- (H사) 기본 렌탈료와 할인 렌탈료가 같으나, 할인을 하는 것처럼 표시함.

[그림4-4] 소비자 오인 가능 표시 사례(할인 가격 표시)

H사 제품 표시				
선택	기본 렌탈료	할인 렌탈료	관리형태	의무기간
☐	99,900원	99,900원	관리형	48개월
☒	82,900원	82,900원	관리형	60개월

▲ 할인하는 것처럼 표시

- (J사) 전 제품이 소유권 유보부 할부매매*로 판매하는 제품이지만, '렌탈 전용제품' 등 렌탈이란 표현도 병행해서 사용하고 있음.

* 할부거래로 매매대금이 모두 지급될 때까지 소유권을 유보하고, 대금의 완금이 있으면 매매목적물의 소유권이 자동적으로 매수인에게 이전되는 것으로 약정하는 거래

- 할부판매의 경우 렌탈서비스와 달리 중도해지가 불가능하여, 소비자가 '소유권 이전 렌탈서비스'로 오인하여 구매하지 않도록 명확한 표시가 필요함.

[그림4-5] 소비자 오인가능 표시 사례(할부, 렌탈 혼용)

J사 홈페이지 내 내용 발췌
서비스는 고객에게 소유권을 유보한 할부매매 방식의 서비스로 렌탈 제품의 분할 납부가 완료되면 고객님의 소유가 됩니다.
모든 제품은 렌탈 전용 제품으로, 일시불로 판매하지 않아 소비자 판매가격이 없습니다.
서비스 이용 기간 중 상품의 중도 반납은 불가하며 서비스 해지 시 납부 되어야 할 잔여 렌탈료가 다음달에 일괄 청구됩니다.

⇒ 제품 구매 선택 시 소비자의 혼동을 줄이기 위해 3개 사는 충분한 설명 및 오인 우려가 있는 표시 수정 필요

3. 렌탈서비스 약관 시정조치 사항('21년)

- (모니터링 기준) '21년 공정거래위원회의 7개 임대 서비스 사업자에 대한 불공정 약관 시정 내용을 참고하여, 해당 조항 사용 여부를 살펴봄.

당시 시정된 불공정 약관 조항(13개)

- ① 월 임대료 지연손해금 조항, ② 설치비 조항, ③ 철거비 조항, ④ 등록비 조항, ⑤ 청약 철회 조항, ⑥ 재판관할 조항, ⑦ 개인정보 처리 조항, ⑧ 고객 신용카드 사용 조항, ⑨ 폐기비 조항, ⑩ 물품관리 및 유지 책임 조항, ⑪ 임대료 청구 조항, ⑫ 계약 자동 갱신 조항, ⑬ 환불 조항

- (모니터링 결과) ①월 임대료 지연손해금 조항(4개 사), ②설치비 조항(2개 사), ③철거비 조항(1개 사), ④등록비 및 선납금 조항(1개 사), ⑤청약철회 조항(1개 사), ⑥재판관할 조항(4개 사) 등 총 6개 항목(7개 사)이 유사한 불공정 약관이 사용된 것으로 확인됨.
- (월 임대료 지연손해금 조항¹¹⁾) 소비자가 월 렌탈료를 지연납부할 경우 부과하는 지연손해금이 법정이율(5~6%)보다 과도하게 높았음.
- 4개 사는 월 임대료 연체 시, 연체이자를 약 연 12~24%로 가산하여 지급 하도록 함.

[표4-2] 월 임대료 지연손해금 관련 조항

업체	내용
C사	제12조(연체료) “갑”이 약정불입일 이내에 렌탈료를 납부하지 못한 경우에는 연체한 각 월 렌탈료에 대하여 회사에게 정한 연체료 연 19%를 가산하여 납부하여야합니다.
E사	제5조 연체료(지연손해금) 1) “고객”이 약정한 납부일 내에 렌탈료를 납부하지 아니한 경우 연체한 월렌탈료에 대하여 연체일로부터 납부일까지 연 12%의 연체료를 회사에 지급하며 (생략...)
I사	제5조(렌탈료 청구기준) ③ “을”(소비자)이 렌탈료를 납부기일까지 납입하지 못한 경우 그 요금의 100분의 2에 상당하는 가산금을 부과합니다.
J사	제10조(월 할부금 청구 및 기준) 2. (생략...) 단, 전월 미납금액이 있을 경우 미납금액 및 월 2%의 연체이자를 포함하여 당월에 청구할 수 있습니다.

11) 「상법」 제54조(상사법정이율)은 상행위로 인한 채무의 법정이율은 연 6%, 「민법」 제379조(법정이율)은 이자 있는 채권의 이율은 다른 법률의 규정이나 당사자의 약정이 없으면 연 5%로 정함. 정수기 임대차(렌탈)·표준약관은 월 임대료 연체 등 금전채무의 이행을 지체할 경우, 상사법정이율(연 6%)에 따른 지연손해금을 고객이 지급하는 것으로 정하고 있음.

- (설치비 조항¹²⁾) 임대 물품을 소비자에게 인도하는 것은 사업자의 의무로, 설치비용은 사업자가 부담해야 함.
- 2개 사는 설치비용 중 일부를 소비자에게 전가하였고, 설치비용을 '설치회수비' 및 '설치 등록비' 등으로 표시하여 소비자가 부담하는 항목에 대해서 명확히 분류하지 않았음.

[표4-3] 설치비 관련 조항

업체	내용
C사	제 3조(제품의 인도 및 설치) 1)"갑"이 신청한 제품은 "갑이 요청하는 장소에 인도(설치)하며 이때의 운송비는 "을"(회사) 이 부담하고 설치회수비는 "갑(소비자)"의 부담으로 합니다.
I사	제3조(상품의 인도 및 설치) ① "갑"은 "을"이 신청한 상품을 "을"이 요청하는 장소에 인도(설치)하여야 하며 이때 설치 등록비는 "을(소비자)"이 부담하고 운송비는 "갑"이 부담합니다.

- (철거비 조항¹³⁾) 계약 기간이 만료되거나, 사업자의 귀책사유로 인한 중도 해지의 경우 철거비용은 사업자가 부담해야 함.
- 1개 사는 계약기간 만료 후에 제품 철거를 진행하지 않아, 철거비용이 소비자에게 전가 될 수 있었음.

[표4-4] 철거비 관련 조항

업체	내용
F사	제4조(상품의 인도 및 설치, 철거) (생략....) ④ 고객이 계약기간 만료 후 교체렌탈을 신청하여 기존 제품 철거가 필요한 경우(<u>교체렌탈 이외 계약만료 건은 제품 철거 미진행</u>) 본 계약 제13조 제1항 및 제 4항의 규정에 의하여 중도해지 되는 경우에는 회사가 상품의 철거비용을 부담합니다. 다만, 본 계약 제 13조 제2항, 제3항의 규정에 의하여 중도해지 되는 경우에는 고객이 철거비용을 부담합니다.

- (등록비, 선납금 조항¹⁴⁾) 사업자의 귀책사유로 인한 계약해지 시 등록비 및 선납금은 소비자에게 반환해야 함.

12) 「민법」 제 623조에 따르면 임대인은 목적물을 임차인에게 인도하고 계약 존속 중 그 사용, 수익에 필요한 상태를 유지할 의무가 있음. 정수기 임대차(렌탈) 표준약관은 사업자가 고객이 요청하는 장소에 정수기를 인도하여 설치할 때 소요되는 운송·설치비용은 사업자가 부담하는 것으로 규정하고 있음.

13) 임대 물품을 고객에게 인도하는 것과 마찬가지로 임대 기간이 만료되어 물품을 반환해 가는 것도 사업자의 의무임. 정수기 임대차(렌탈)표준 약관은 계약만료 시 철거 비용은 사업자가 부담으로 하고, 고객의 귀책 사유로 계약해지 시에만 철거 비용을 고객이 부담하는 것으로 규정하고 있음.

14) 정수기 임대차(렌탈) 표준약관에서는 사업자의 귀책 사유로 계약이 해지된 경우에는 등록비를 고객에게 반환하는 것으로 규정하고 있음.

- 1개 사는 사업자의 귀책사유로 인한 계약해지도 등록비 및 선납금을 소비자에게 반환하지 않음.

[표4-5] 등록비, 선납금 관련 조항

업체	내용
I사	제6조(위약금) ① '을'은 의무사용기간 동안 계약을 유지하여야 합니다.(중략....) ② 물류비, 등록비는 별도 청구됩니다. ③ 위약금 및 물류비, 등록비 납입이 확인되어야 계약이 종료됩니다. 제12조(계약의 해지) ④ 중도해지 시 선납금은 환불되지 않습니다(선납금 할인 적용된 총액으로 위약금 계산)

- (청약철회 조항15) 「방문판매법」에서는 방문판매 및 전화권유 판매로 이루어진 계약의 경우, 청약철회 시 사업자가 반환 비용을 부담*하는 것으로 규정하고 있음.
- 1개 사*는 고객의 단순 변심으로 청약 철회 시 필요한 반환 비용을 고객이 부담하도록 함으로써 청약철회권을 제한 할 수 있음.

* 소비자 상담내용 확인 결과 전화권유판매를 진행하는 것으로 나타남.

[표4-6] 청약철회 관련 조항

업체	내용
B사	제7조 (계약의 해제· 청약의 철회 및 효과) ④ 제 1항에 따른 청약철회등의 경우 렌탈상품의 설치와 반환에 필요한 비용은 고객이 부담하며, 회사는 고객에게 청약철회등을 이유로 위약금이나 손해배상을 청구할 수 없습니다.

- (재판관할 조항) 관할에 관한 규정은 법률상 전속관할에 관한 것을 제외 하고는 원칙적으로 당사자 간 합의로 관할법원을 정할 수 있어야 함.
- 4개 사는 계약 및 약관 관련 분쟁 및 소송이 발생할 경우, 재판관할 법원을 사업자 본점 또는 지점(영업)소재지 기준으로 함.

15) 「방문판매 등에 관한 법률」 제8조, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제 17조에는 소비자가 계약서를 받거나 재화 공급 시작일로부터 각각 14일, 7일 이내, 그리고 제품이 표시·광고와 다르거나 계약과 달리 이행된 경우 3개월 이내, 그 사실을 안 날로부터 30일 이내 청약 철회가 가능한 것으로 규정함.

[표4-7] 재판관할 관련 조항

업체	내용
C사	제17조(관할법원) (생략....) 만약 법률상의 분쟁이 발생하였을 경우에는 " <u>을</u> "(사업자)의 본점소재 관할 법원에 제기합니다.
D사	제13조(분쟁의 처리 및 관할 법원) ② " <u>렌탈 계약</u> "에 관한 분쟁이 발생하여 소송이 필요한 경우 " <u>렌탈회사</u> "의 본점또는 지점 소재지 법원을 관할 법원으로 합니다.
I사	제 16조(관할 법원) 계약 및 본 약관에 관한 분쟁이 발생하여 소송이 필요한 경우 " <u>갑</u> "(사업자)의 소재지를 관할 법원으로 합니다.
J사	제13조(관할법원) 본 계약에 관한 분쟁이 발생하여 소송할 필요가 있을 경우 회사의 본점 또는 영업소 소재지 관할 법원으로 합니다.

⇒ '21년 공정위에서 불공정 약관으로 판단한 내용과 유사한 조항을 사용하고 있는 7개 사는 해당 약관에 대한 개선이 필요함.

V 가정용 안마기기 및 의료기기 렌탈서비스 소비자 설문조사

■ **설문대상** : 최근 5년('19년 1월~'23년 5월) 이내 안마의자·안마기·의료기기 중 렌탈 서비스 이용 경험이 있는 만20~69세 남녀 중 렌탈이용 시 의사 결정권을 가진 자

* 표본오차는 95% 신뢰수준에서 $\pm 5.7\%P$

■ **설문방법** : 온라인 설문조사

■ **설문기간** : 2023.6.15. ~ 6. 21.

■ **설문 수행기관** : (주)엠브레인퍼블릭

1. 이용현황

- (이용자 경험) 설문 응답자 300명 중 이용경험이 가장 많은 품목은 '안마의자' (182명, 60.7%)였으며, '안마기'(88명, 29.3%), '의료기기'(30명, 10.0%) 순이었음.

[표5-1] 안마기가의료기기 렌탈서비스 이용경험 품목(N=300)

(단위: 명, %)

구분	안마의자	안마기	의료기기	합계
응답자수(비율)	182(60.7)	88(29.3)	30(10.0)	300(100.0)

- (계약 방법) 렌탈서비스 계약 방법으로는 '매장 직접 방문'이 42.0%(126명)로 가장 많았고, '온라인 홈페이지' 37.0%(111명), '홈쇼핑' 14.7%(44명) 등의 순이었음
- 품목별로는 안마의자와 의료기기는 '매장 직접 방문'이 각각 47.8%(87명), 53.3%(16명)로 가장 많았고, '안마기는' '온라인 홈페이지' 47.7%(42명)로 가장 많았음.

[표 5-2] 렌탈서비스 계약 방법(N=300)

(단위 : 명, %)

구분	전체							
			안마의자		안마기		의료기기	
매장 직접 방문	126	(42.0)	87	(47.8)	23	(26.1)	16	(53.3)
온라인 홈페이지	111	(37.0)	60	(33.0)	42	(47.7)	9	(30.0)
홈쇼핑	44	(14.7)	23	(12.6)	18	(20.5)	3	(10.0)
방문판매원	13	(4.3)	9	(4.9)	4	(4.5)	-	-
기타	6	(2.0)	3	(1.6)	1	(1.1)	2	(6.7)
합계	300	(100.0)	182	(100.0)	88	(100.0)	30	(100.0)

- (제품 사용 이유) '가정에서 편하게 사용할 수 있어서'(173명, 57.7%), '통증 완화 및 치료 목적을 위해'(119명, 39.7%), '매장 등을 통해 체험한 후 마음에 들어서'(93명, 31.0%) 순으로 나타남. (중복응답)

[표 5-3] 안마기가의료기기 제품 사용 이유(N=300, 중복응답)

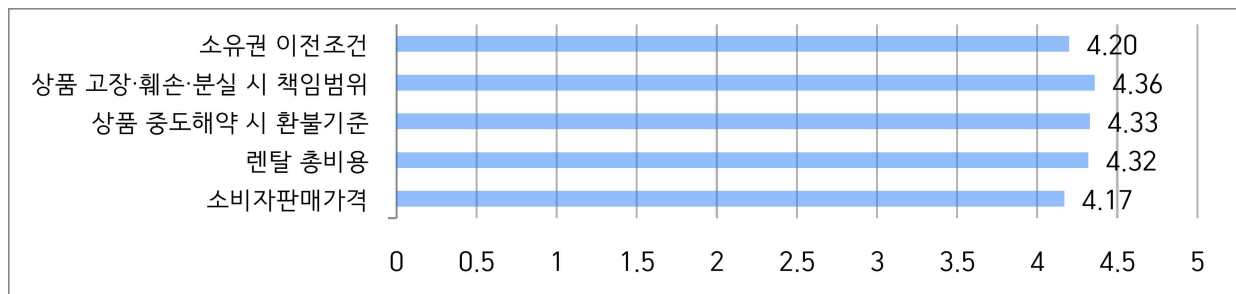
(단위 : 명, %)

구분		응답자수(비율)
1	가정에서 편하게 사용할 수 있어서	173(57.7)
2	통증 완화 및 치료 목적을 위해	119(39.7)
3	매장 등을 통해 체험한 후 마음에 들어서	93(31.0)
4	주변 지인의 추천으로	70(23.3)
5	가족, 친지, 지인 등을 에게 선물로 드리기 위해	59(19.7)
6	기타	32(10.6)

2. 정보제공 현황 및 인식

- (중요정보 인식도) 「중요한 표시·광고사항 고시」에 따른 렌탈서비스의 중요 정보에 대한 인식도는 평균 4.28점으로 높은 수준임.

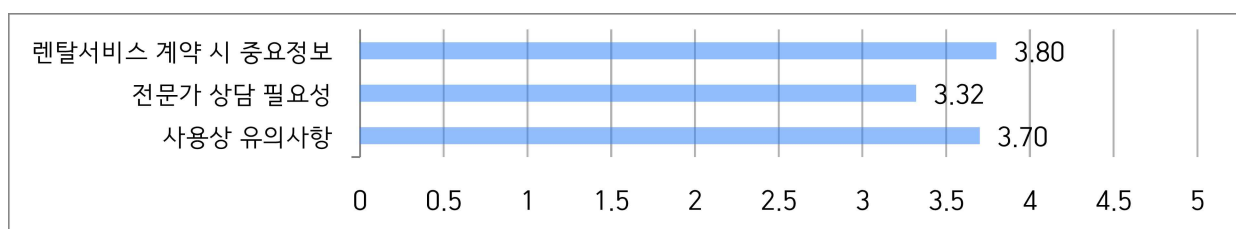
[그림 5-1] 중요정보 인식도(N=300, 5점 리커트 척도)



* 점수가 높을수록 중요하다고 인식함.

- (정보제공 충분도) 반면, 사업자가 렌탈 서비스 계약 시 소비자에게 정보를 충분히 제공했는지에 대해서는 평균 3.61점으로 보통 수준으로 나타남.
- 특히 렌탈기간·중도해지 조건 등 ‘렌탈서비스 계약 시 중요정보(3.80점)’나 ‘사용상 유의사항(3.70점)’에 비해 기저질환·수술여부 등에 따른 ‘제품 사용 전 전문가 상담이 필요한지 여부(3.32점)’에 대한 정보제공이 부족했다고 응답

[그림5-2] 렌탈서비스 계약 시 정보제공 충분도(N=300, 5점 리커트 척도)



* 점수가 높을수록 정보제공이 충분하다고 인식함.

3. 불만(불편) 및 피해경험

- ☐ (불만 및 피해경험) 렌탈제품 이용과정 중에 불만 및 피해경험이 있다고 응답한 소비자는 전체의 21.0%인 63명이었음.
- 이 중, 'A/S불만(47.6%, 30명)'이 가장 많았고, '품질 불량·하자(46.0%, 29명)', '설치·이전서비스 불만(30.2%, 19명)', '계약해지 어려움(27.0%, 17명)' 순이었음.

[표 5-4] 불만(불편) 및 피해경험(N=63, 중복응답)

(단위 : 명, %)

구분	응답자(비율)
A/S불만(수리불가, A/S지연, 유상서비스 등)	30(47.6)
품질 불량·하자(작동불량, 소음, 성능 미흡 등)	29(46.0)
설치·이전서비스 불만(과도한 설치비 요구, 이전설치 거부 등)	19(30.2)
계약해지 어려움(중도 계약해지 거부, 과도한 위약금·반품운송비 요구)	17(27.0)
정보제공 미흡	16(25.4)
제품 사용 시 신체적 불편 발생(통증, 어지러움, 높은 온도로 인한 화상 등)	9(14.3)
계약 시 표시·광고와 실제 렌탈한 상품이 다름	6(9.5)
기타	5(7.9)

- ☐ (A/S문제 경험) 사업자의 귀책사유로 인해 A/S문제로 렌탈제품을 사용하지 못한 경험이 있는 소비자에게 미사용 기간을 조사한 결과, '1개월 미만(62.5%, 35명)'이 가장 많았고, '1~2개월(17.9%, 10명)', '2~3개월(12.5%, 7명)' 등으로 나타남.

[표 5-5] 사업자의 귀책사유로 제품 사용하지 못한 기간(N=56)

(단위 : 명, %)

구분	응답자(비율)	구분	응답자(비율)
1개월 미만	35(62.5)	1개월 이상~2개월 미만	10(17.9)
2개월 이상~3개월 미만	7(12.5)	3개월 이상~4개월 미만	2(3.6)
5개월 이상	2(3.6)	합계	56(100.0)

* 제품 사용을 위한 일반적인 A/S 기간(예 1~2주) 동안 사용하지 못한 기간은 제외

- ☐ (A/S 문제 보상 인식도) A/S 문제 발생으로 렌탈제품을 사용하지 못한 기간에 대해서 87.7%(263명)가 보상이 필요하다고 응답함

[표 5-6] A/S 문제 보상 관련 인식도(N=300)

(단위 : 명, %)

구분	필요없음	보통	필요	매우 필요	계
응답자수(비율)	3(10.0)	34(11.3)	164(54.7)	99(33.0)	300(100.0)

- 반면 A/S 문제로 제품을 사용하지 못한 경험이 있다고 응답한 소비자(56명) 중 64.3%(36명)가 해당 문제 관련 보상을 받지 못했다고 응답

4. 중도해지 시 위약금 관련

- (위약금 인식도) 위약금에 대해 인식도 조사 결과, 응답자의 74.0%(22명)가 잔여 렌탈료 총합의 '20% 미만'이 적정하다고 응답함.

[표 5-7] 중도해지 시 위약금 인식도(N=300)

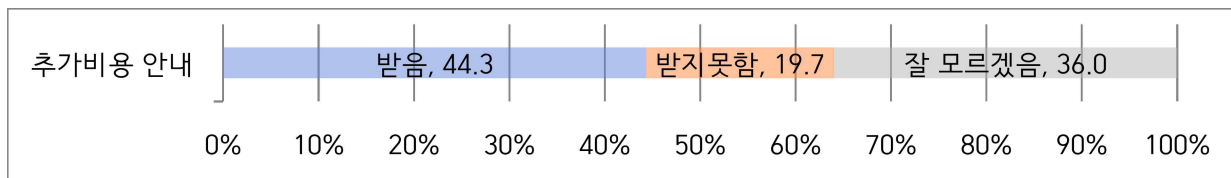
(단위 : 명, %)

구분	응답자(비율)	구분	응답자(비율)
0% 이상~10% 미만	146(48.7)	10% 이상~20% 미만	76(25.3)
20% 이상~30% 미만	28(9.3)	30% 이상~40% 미만	14(4.7)
40% 이상~50% 미만	6(2.0)	50% 이상	9(3.0)
잘 모르겠음	21(7.0)	합계	300(100.0)

- (추가비용 안내여부 및 인식도) 중도해지 시 위약금 외 추가 비용 안내 여부에 대해서 55.7%(167명)가 '받지 못함' 또는 '잘 모르겠음'이라고 응답함.

[그림 5-3] 중도해지 시 위약금 외 추가비용 안내여부

(단위 : %)



- (위약금 외 추가비용) 하지만 중도해지 경험이 있는 16명 중 68.8%(11명)가 추가비용이 발생했다고 응답함.

- 추가 비용 항목으로는 철거비·회수비·반품비·운송비·사은품비 등으로 다양하였고, 비용은 최소 5만 원에서 최대 50만 원이었으며, 평균 금액은 약 20만 원이었음.

5. 이용 만족도

- (만족도) 가정용 안마기기·의료기기 렌탈서비스 이용 만족도에 대하여 절반 이상인 54.0%(162명)가 만족한다고 응답함.

[표 5-8] 렌탈서비스 이용 만족도(N=300)

(단위 : 명, %)

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	계
응답자수(비율)	3(1.0)	13(4.3)	122(40.7)	144(48.0)	18(6.0)	300(100.0)

VI 문제점 및 개선방안

1. 소비자에게 불리한 약관의 개선 필요

가. 현황 및 문제점

- ☐ 조사대상 10개 사 중 7개 사의 약관이 '21년 공정거래위원회에서 임대서비스 사업자 대상 불공정 약관으로 판단한 유사한 내용을 포함하고 있었음.
- 해당 내용은 소비자가 월 렌탈료 납부를 지연 할 경우 과도한 지연손해금을 부과하게 하거나, 사업자가 부담해야 하는 비용 일부를 소비자에게 전가하는 등 6개 항목에 해당하였음.

[표6-1] 불공정 약관 주요내용

조항(업체수)	주요내용
지연손해금(4개)	월 임대료 지연손해금이 연 12~24%로 법정이율(연 5~6%)과 비교해 2배 이상 높음
설치비(2개)	사업자가 부담해야 하는 설치비용의 일부를 소비자에게 비용 부담을 전가할 우려
철거비(1개)	계약 만료 시 사업자가 부담해야 하는 철거 비용을 소비자에게 전가할 우려
등록비, 선납금(1개)	사업자 귀책사유로 인한 중도해지 시 등록비, 선납금을 반환해야 함에도 반환하지 않음
청약철회(1개)	청약철회 시 사업자가 부담해야 하는 반환 비용을 소비자에게 전가할 우려
재판관할(4개)	재판관할 법원을 사업자 본점 또는 지점(영업)소재지 기준으로 설정

나. 개선방안

- ☐ (사업자 자율 시정 및 개선 권고) 불공정 약관에 해당하는 6개 조항은 해당 사업자에게 개선 요청

2. 중요정보 표시사항 개선 및 품목 확대 필요

가. 현황 및 문제점

- ☐ 조사대상 10개 사의 온라인 홈페이지 모니터링 결과, 중요정보 표시가 미흡한 업체는 총 6개 사였으며, 표시가 미흡한 제품은 77개로 전체 모니터링 대상 제품(181개)의 42.5%에 해당함.

※ 「중요한 표시광고 사항 고시」에는 렌탈서비스 업종의 **중요정보 항목 5개**를 규정하고 있음^① 소유권 이전 조건

^② 상품 고장훼손분실 시 소비자 책임범위 ^③ 중도해약 시 환불 기준 ^④ 렌탈 총비용 ^⑤ 소비자판매가격

* ④⑤ 표시사항은 안마의자만 해당

- 설문조사 결과, 응답자 300명 중 온라인 홈페이지를 통해 렌탈서비스를 계약하는 비율이 37.0%(111명)로 두 번째로 높았고, 표시대상 중요정보*의 각 항목은 렌탈서비스 선택 시 큰 영향을 미치는 정보라고 응답함.

* 소비자 중요도 인식조사(5점 만점) 결과 평균 4.28점으로 각 항목 4점 이상으로 높게 나타남.

- 또한, 현재 규정상 렌탈 총비용 및 소비자판매가격은 조사대상 품목 중 '안마의자'에만 표시*하게 되어있지만, 설문조사 결과 '안마기기' 및 '의료기기'의 이용자도 해당 항목을 중요한 정보로 인식한다고 응답함.

* 정수기, 비데, 연수기, 공기청정기, 음식물처리기, 안마의자, 침대(매트리스 포함)에 한함.

[표6-2] 품목별 표시대상 중요정보 인식조사(5점 척도)

(단위 : 점)

구분	안마의자	안마기	의료기기
렌탈 총 비용	4.33	4.29	4.37
소비자판매가격	4.11	4.25	4.23

나. 개선방안

- (사업자 자율 시정) 소비자의 합리적인 구매 선택을 위하여 온라인 홈페이지 중요정보 표시사항이 미흡한 6개 사는 보완이 필요함.
- (부처 건의) 렌탈서비스 제공 품목이 확대되고 다양해짐에 따라 소비자 구매 선택에 큰 영향을 미치는 가격 관련 정보(렌탈 총비용, 소비자판매가격 등)의 표시대상 품목 확대 검토 요청

3. 할인가격 · 판매방식 등 표시 개선 필요

가. 현황 및 문제점

- ☐ 조사대상 업체 10개 사 중 3개사에서 할인가격·판매방식 등을 명확히 표시하지 않아, 소비자가 렌탈서비스 선택 시 오인할 가능성이 있었음.
- 해당 내용은 월 렌탈료 관련 설명 부족, 할인가격 오인 가능, 판매방식 오인 가능 등으로 나타남.

[표6-3] 설명 부족 및 소비자 오인 가능 표시 주요내용

구분(업체수)	주요내용
설명 부족(1개)	동일 제품 동일 계약기간임에도 월 렌탈료가 상이하였으나, 관련 설명 부족
할인가격 오인(1개)	기본 렌탈료와 할인 렌탈료가 같으나, 마치 할인을 하는 것처럼 표시
판매방식 오인(1개)	할부판매 제품에 '렌탈전용 제품' 등으로 표시하여 렌탈서비스 제품으로 오인 가능

나. 개선방안

- ☐ (사업자 자율개선 권고) 설명이 미흡한 3개 사는 정보를 추가하고, 소비자 혼동을 줄이기 위해 오인 가능한 표시를 자율적으로 개선하도록 권고

4. A/S로 인한 제품 미사용 기간 렌탈료 보상기준 마련 필요

가. 현황 및 문제점

- ☐ 조사대상 10개 사 모두 A/S 문제로 인한 렌탈서비스 제품 미사용 기간 관련 보상기준이 없는 것으로 나타남.
- 「소비자분쟁해결기준」에는 사업자의 서비스가 지연된 경우, 지연된 기간 만큼 렌탈서비스 요금을 감액하도록 규정되어있음.
- 설문조사 응답자 300명 중 87.7%(263명)가 A/S 문제로 인해 렌탈제품 미사용 기간에 대해 보상이 필요하다고 응답했지만, 관련 피해를 경험한 소비자(56명) 중 64.3%(36명)가 관련 보상을 받지 못한 것으로 나타남.

나. 개선방안

- ☐ (보상절차 기준 마련) 통상적으로 소요되는 A/S 기간 이외에 렌탈제품을 사용하지 못하는 기간에 대하여 렌탈료 감액 등 보상절차 및 기준을 마련할 필요

5. 중도해지 시 위약금 외 발생하는 추가비용에 대한 설명 필요

가. 현황 및 문제점

- ☐ 조사대상 10개 사의 약관 내용을 확인 한 결과, 8개사에서 중도해지 시 위약금 외 추가 비용(반품비·사은품비 등)이 발생하고 있으며, 해당 금액이 소비자에게 고지되어야 함.
 - 「소비자분쟁해결기준」에서도 중도해지 시 위약금과 별도로 발생하는 철거 비용 등은 청구 사실과 금액 등에 대하여 약관이나 계약서를 통해 소비자에게 고지되어야 한다고 명시하고 있음.
 - 설문조사 응답자 300명 중 55.7%(167명)가 렌탈 계약 당시 중도해지 위약금 외 추가비용이 발생한다는 것에 대해 안내받지 못했거나, 잘 모르겠다고 응답함.

나. 개선방안

- ☐ (사업자 설명의무 강화) 계약의 중도해지 시 발생하는 위약금 외의 추가 비용에 대해 소비자가 명확히 인식할 수 있도록 계약 전에 상세히 설명하고, 지급해야 할 항목과 금액에 대해 구체적으로 명시하는 것이 필요함.

VII 후속 조치

- ☐ 사업자 자율 개선
 - 조사대상 업체(10개 사) 조사 내용 공유 및 개선 권고
- ☐ 공정위 등 관계 부처 실태조사 내용 공유
- ☐ 보도자료 배포

【참고 자료】

- ☐ 헤럴드경제, 안마의자 의료가전 ‘홈 헬스케어’ 대세(2022.2.28.)
- ☐ 공정거래위원회, 7개임대 서비스 사업자의 불공정 약관 시정(2021.11.19.)
- ☐ 국회입법조사처, 리스 및 렌탈 용어와 소비자 보호 관련 쟁점(2015.11.2.)
- ☐ 자유기업원, 코웨이, 생활환경 가전의 길을 열다.(2016.6.3.)
- ☐ 조선비즈, 업계 최초 안마의자 렌탈..“자신과 가족을 위한 스몰 럭셔리 누린다”(2017.11.28.)
- ☐ 서울경제, 세라젬, 바디프랜드 제치더니...내친김에 ‘이것’까지(2023.1.29.)
- ☐ 뉴스핌 ‘잘 나가는 안마의자, 코웨이·SK매직 등 렌탈업계 ‘계륵’ 된 이유는?(2021.8.11.)
- ☐ 통계청, 2022년 인구주택총조사
- ☐ 뉴스1, 2027년까지 노인인구 10% 수준 일자리 만든다...초고령 사회 대비(20.23.7.27.)
- ☐ 통계청, 2021년 서비스업 조사
- ☐ 매일경제, 혈당·체지방 척척...안마의자의 변신(2023.7.11.)
- ☐ 식품의약품안전처 ‘21년 의료기기 무역수지 3조 7,489억 흑자, 2년 연속 흑자 달성(2022.5.3.)

【참고 사이트】

- ☐ 공정거래위원회, www.ftc.go.kr
- ☐ 식품의약품안전처, www.mfds.go.kr
- ☐ 국가법령정보센터, www.law.go.kr
- ☐ 국가통계포털, www.kosis.