

신유형 상품권의 유가증권성에 관한 법적 검토*

정 언 희**

《차 례》

I. 서 론	IV. 신유형 상품권의 유가증권성
II. 신유형 상품권의 의의	V. 결 론
III. 전자적 유가증권	

I. 서 론

정보통신망의 발달은 산업의 많은 모습을 변화시키고 있다. 종이문서를 대신하여 전자문서의 사용이 활성화되고, 오프라인 쇼핑을 대신 한 온라인 쇼핑이 소비의 상당 부분을 차지하고 있다. 결제 수단의 하나인 상품권 역시 종이 형태를 벗어나 전자기적 형태 또는 정보통신망을 기반으로 한 다양한 종류의 상품권이 등장하여 매년 그 발행과 사용이 증가하고 있는 추세이다.¹⁾ 공정거래위원회는 종이형태의 상품권(이하, 지류형 상품권)과 구분하여 이러한 상품권을 신유형 상품권으로 정의하고 있다.²⁾

* 이 논문은 2016년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구입니다 (NRF-2016S1A5B5A07920509)

** 경희대학교 경희법학연구소 연구원, 법학박사

1) 통계청이 6월 발표한 '2019년 4월 온라인쇼핑 동향' 조사결과에 따르면 2018년도 e쿠폰(모바일 상품권) 서비스의 온라인 쇼핑 거래액은 2조1000억원에 달했다. 이는 지난 2012년 1084억원과 비교해 볼 때 약 19배가 증가한 규모이다(통계청, '2019년 4월 온라인 쇼핑 동향' 참조).

우리 법제는 상품권과 관련한 독립된 법률을 두고 있지 않다. 1961년에 상품권의 발행과 상환 등에 관하여 필요한 사항을 규정함으로써 상품권 유통의 건전한 질서를 확립하고 소비자의 권익을 보호함을 목적으로 하여 상품권법을 제정하였으나 1999년 기업의 자유로운 경제활동을 도모하기 위한 일환으로 상품권의 발행·유통과 관련된 행정규제를 완화하고자 상품권법 폐지법(법률 제5749호)에 따라 폐지하였다. 그 이후 상품권법을 대신하여 상품권의 법적 가이드 역할을 하고 있는 것은 일반적 사법 논리와 상품권 표준약관이다. 그리고 이러한 법률적 체계는 신유형 상품권 역시 마찬가지이다.

표준약관이 가지는 역할 중에 하나가 법원 등의 소송에서 판결의 기준이 되는 규범적 역할이다. 그러나 표준약관이 폐지된 상품권법과 같은 하나의 법률적 역할을 수행하기에는 충분하지 못하다. 특히 최근에 급격한 활성화의 과정을 겪고 있는 신유형 상품권은 사회적 관례와 법적 논의의 축적이 지류형 상품권에 비하여 미비한 편이다. 그리고 법학론적 관점에서 그 논의의 시작은 법적 성격을 검토해 보는 것부터라고 본다.

지류형 상품권은 일반적으로 유가증권의 일종으로 본다. 지류형 상품권과 동가치적 역할을 할 것으로 예상되지만, 권리를 표창하는 방법에 있어서는 지류형 상품권과는 차이가 있는 신유형 상품권에 대해서 지류형 상품권과 마찬가지로 유가증권으로 볼 수 있는지, 그 법적 성격에 대하여 지류형 상품권과의 비교론적 고찰을 통하여 검토해 보고자 한다.

II. 신유형 상품권의 의의

1. 신유형 상품권의 개념

발행업체에 따라 모바일교환권, 이기프트 쿠폰(e-gift coupon), 이기크프

2) 지류형 상품권 표준약관: 공정거래위원회 표준약관 제10022호 (2019. 5. 15 개정); 신유형 상품권 표준약관: 공정거래위원회 표준약관 제10073호 (2015. 3. 27 개정)

카드(e-gift card), 기프트콘, 모바일쿠폰(mobile coupon) 등으로³⁾ 일컬어지고 있는 “신유형 상품권”은 그 명칭에 관계없이 발행자가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량(이하 ‘금액 등’이라 함)이 전자적 방법으로 저장되어 있거나, 전자정보가 기록되어 있다는 것이 기재된 증표를 전자적 장치(전자카드 등), 모바일 기기 등을 통하여 발행하고 고객이 이를 발행자 등⁴⁾에게 제시 또는 교부하거나 기타의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 재화 또는 용역을 제공받을 수 있는 것을 말한다(신유형 상품권 표준약관(이하, 표준약관) 제2조 제1항).⁵⁾

신유형 상품권의 기준이 되는 표준약관은 발행자가 발행한 신유형 상품권을 구매자 또는 구매자로부터 이전받은 자가 사용함에 있어 고객과 발행자 또는 발행자와 가맹계약을 맺은 자, 발행자가 지정한 자간에 준수할 사항을 규정하기 위한 목적으로 제정되었다(표준 약관 제1조).

표준약관은 그 종류에 대하여 금액형 신유형 상품권과 물품 및 용역 제공형 신유형 상품권으로 구분하고 있다(표준약관 제2조 제2항).

(i) 금액형 신유형 상품권: 비정액(수시로 충전할 수 있는 형태를 뜻함. 이하 ‘충전형’이라 함) 또는 정액형 선불전자지급수단으로 유효기간 내에 잔액 범위 내에서 사용횟수에 제한 없이 자유롭게 상품 등을 제공받을 수 있는 신유형 상품권

(ii) 물품 및 용역 제공형 신유형 상품권 : 한정된 재화 또는 용역 제공을 목적으로 발행된 신유형 상품권

표준약관은 신유형 상품권으로 볼 수 있는 상품권의 형태라고 할지라도 발행자가 고객에게 무상제공임(무료, 이벤트 등)을 표시되어 무상 제공한 경우

3) 신유형 상품권 시장의 80%를 차지하고 있는 카카오톡은 ‘모바일 교환권’으로 호칭하고 있다. 그 밖에SK플래닛: 기프트콘, KT애플하우스: 기프트쇼, LG U+: 기프트유, SPC클라우드: 해피콘, 해피머니 아이앤씨: 해피머니, 신세계백화점: 기프트카드 및 모바일 상품권, 롯데백화점: 모바일 상품권 등으로 표기하고 있다.

4) 발행자 또는 발행자와 가맹계약을 맺은 자등 발행자가 지정한 자를 의미한다(신유형 상품권 표준 약관 제1조).

5) 2014년 미래창조부가 제공한 ‘모바일 상품권 환불가이드 라인’은 모바일 상품권을 인터넷이나 휴대폰으로 바코드가 찍힌 쿠폰을 미리 구매하여 메시지를 보내면 수신자가 해당 매장을 방문하여 상품으로 교환하는 상품권이라고 정의하고 있다.

(프로모션 상품, 이벤트 행사 등), 버스, 기차 등 운송서비스 이용만을 목적으로 발행된 경우, 전화카드 등 통신서비스 이용만을 목적으로 발행된 경우, 영화예매권, 공연예매권 등 특정 서비스 이용권의 매매를 증명하기 위해 발행된 경우의 상품권에 대해서는 적용을 제외하고 있다.

2. 수단에 따른 유형 및 구조

표준약관은 신유형 상품권의 발행, 이전, 사용하는 매개 수단에 따라서 전자형 상품권, 모바일 상품권, 온라인 상품권으로 구분하고 i) 전자형 상품권 : 금액 등이 전자적 장치(전자카드 등)에 저장된 상품권, ii) 모바일 상품권 : 금액 등이 전자정보로 기록되어 있음이 기재된 증표가 모바일기기에 저장되고 제시함으로써 사용가능한 상품권, iii) 온라인 상품권 : 온라인상으로만 조회 및 사용이 가능한 상품권으로 구분하고 있다.

가. 전자형 상품권

전자형 상품권은 기존에 지류형 상품권에서는 상품권의 권면에 표시되던 내용인 사용가능한 금액, 제공받을 수 있는 물품 및 용역 등 사항이 일반적으로 전자카드등의 형태로 저장된 상품권을 의미한다. 즉 전자카드에 저장하는 형식으로 상품권이 발행하고, 그 카드에 저장된 정보를 확인함으로써 그 카드에 화체되어져 있는 권리를 이용할 수 있다.

나. 온라인 상품권

온라인 상품권은 상품권에 관한 정보가 발행자의 서버에 저장되고, 상품권을 구매한 소비자는 회원가입 또는 인증절차 등을 통해서 발행자의 서버에 접속하여 해당 온라인 상품권에 관한 정보의 조회 및 사용을 할 수 있는 형태이다.⁶⁾ 일반 PC환경에서 사용하는 것이 일반적이나, 최근 발행자 또는 유통

6) 한국소비자원, 『신유형 상품권의 약관운용 실태조사 및 상품권 표준 약관 개선 방안 연구』, 2014. 10. 52면.

업자가 전용앱을 통해서 해당 상품권에 관한 정보 조회 및 사용을 가능하게 하는 사례가 증가하고 있다. 따라서 모바일기기에서 앱을 활용하여 발행자 또는 유통업자의 서버에 접속하는 방식의 상품권은 모바일기기를 사용하더라도 엄격한 의미에서는 온라인 상품권으로 보아야 한다.⁷⁾ 또한 전자형 상품권으로 발행된 상품권이라고 하더라도 온라인으로 등록하게 되면 전자형 상품권이 아닌 온라인 상품권으로 전환된다고 보아야 한다.

다. 모바일 상품권

모바일 상품권은 상품권에 관한 정보가 모바일기기에 문자메세지 등의 형태로 저장되고, 소비자는 해당 메시지를 발행자 및 가맹점 등에 제시하는 것만으로 사용할 수 있는 상품권이다. 이때 모바일 상품권은 모바일기기에 저장된다는 점에서 발행자등의 서버에 별도로 접속하거나 할 필요가 없다.⁸⁾

3. 소결

온라인 상품권과 모바일 상품권의 차이는 물품 또는 용역을 제공받기 위한 증서의 제시 방법에서 발행자의 서버를 이용해야 하는지, 그렇지 않은지 여부로 구분된다. 동일하게 모바일을 이용한다고 하더라도 단순히 모바일에 저장된 메시지를 보여주거나 확인 정도에 그치는 경우에는 모바일 상품권에 해당한다고 볼 수 있으며, 모바일에 저장된 형태가 아닌 실시간의 발행자의 서버(앱 형태를 포함)에 접속하여 제시하는 경우에는 온라인 상품권에 해당한다고 볼 수 있다. 그러나 온라인 상품권이나 모바일 상품권 양자는 신유형 상품권으로 전자정보가 기재된 증표의 발행방식의 차이를 의미하는 것이지 신유형 상품권을 규율하는 신유형 상품권 표준약관상 효과적 측면에서 구별의 실익은 없다.

7) 한국소비자원, 앞의 보고서, 동면.

8) 한국소비자원, 위의 보고서, 52면.

Ⅲ. 전자적 유가증권

1. 유가증권의 의의

유가증권의 용어는 독일어인 'Wertpapier'라는 용어를 번역한 것으로 이는 증권에 표창된 권리 측면을 중시한 용어이다. 현재 독일의 통설은 유가증권을 사권에 화체되어 있는 증권으로 그 권리의 행사를 위하여 증권의 소지가 필요한 것이라고 보고 있다.⁹⁾

유가증권의 개념은 대체적으로 사권(私權)을 표창하는 증권이라는 측면과 사권과 증권 사이의 결합이라는 측면으로 검토하고 있다. 첫 번째 요소인 사권을 표창하는 점에 관해서는 학설의 이견이 없다.¹⁰⁾ 따라서 증권을 작성하지 않는 가치권 또는 등록증권은 유가증권이 아니라고 보는 견해도 있다.¹¹⁾ 또한 재산권인 사권을 표창하기 때문에 권리가 표창되지 않은 단순한 사실을 증명하기 위한 목적인 증거증권과는 구분된다.¹²⁾ 두 번째 요소인 화체된 사권과 증권사이의 특별한 결합의 측면인데 이는 증권이 사권을 행사하기 위해서 어느 단계까지 소지해야 하는가의 문제이다. 이와 관련하여 통설은 그 권리의 발생, 행사, 이전의 전부 또는 일부를 증권에 의해야 하는 것이라고 설명하고 있다.¹³⁾ 일반적으로 유가증권의 권리 발생에 법정 사항을 기재하고 기명날인 또는 서명을 필요로 하며, 이전(양도)에는 배서에 의하여 또는 단순한 교부를 통하여 가능하며, 행사에는 소지할 것을 요건으로 하고 있다.¹⁴⁾

이때 유가증권법정주의에 의하여 발행되는 유가증권의 종류와 내용은 법

9) 정찬형, 『영미 어음수표법』, 고려대학교 출판부, 2001, 13면.

10) 정동윤, 『어음수표법』, 법문사, 2004, 13면.

11) 정동윤, 위의 책, 13면.

12) 증거증권은 사권을 체화한 것은 아니고 다툼이 발생하였을 때 하나의 증거로서 역할만 인정되는 증권으로 그 권리 행사에 증권의 소지를 필요로 하는 것은 아니다.

13) 이철승, 『상법강의』, 박영사, 2012, 823면.

14) 상법은 창고증권(제156조 제2항), 주권(제356조), 선하증권(제853조 제1항) 등의 발행에서 법률이 정한 사항을 기재하고 기명날인 또는 서명을 하도록 하고 있으며, 어음 역시 어음법 어음에 적어야 할 사항을 법률로 정하고 있다(어음법 제1조, 제75조). 어음수표가 발행되면 수취인은 배서에 의해 또는 경우에 따라서는 단순한 교부에 의하여 어음과 수표를 양도할 수 있다(이철승, 위의 책, 837면).

률에 의하여 제한된다. 이는 유가증권이 일반 채권에 비하여 법률적으로 특별한 보호를 받고 있기 때문에 그 종류와 내용을 법적으로 제한하는 것으로, 어떤 특정한 증서(채권)가 법률에 근거를 두고 있지 않다면 개념상 유가증권에 해당할 수는 있지만 법률상 유가증권으로 볼 수는 없다.¹⁵⁾

2. 유가증권의 전자화

IT기술의 발달과 인터넷기술의 일상화는 종이 증서가 아닌 무체의 전자화된 증서인 전자문서 형태로 유가증권에 표창된 권리의 행사를 가능하게 하고 있다. 이렇게 전자화된 형태의 유가증권을 지칭하여 “전자유가증권”라 일컫는다.¹⁶⁾ “전자유가증권”은 법률상 정의된 용어는 아니다. 다만, 단어에서 유추해 볼 수 있듯이 유가증권의 전자화라는 특성을 표현한 개념으로 전자금융거래의 특수성이 반영된 용어라고 볼 수 있다.¹⁷⁾

가. 법률에 규정된 전자유가증권

대표적인 유가증권 중에 하나인 (약속)어음을 전자적 방식으로 발행·유통하고 어음상의 권리를 행사할 수 있도록 하기 위해서 제정된 전자어음의 발행 및 유통에 관한 법률(이하, 전자어음법)은 동법에서 사용되는 전자문서에 대하여 전자문서법의 개념을 그대로 차용하고 있으며(전자어음법 제2조 제1호), 전자문서에 의한 배서와 보증(전자어음법 제5조, 제7조, 제8조) 및 전자문서에 의한 지급제시(전자어음법 제9조) 등의 법적 효력을 인정하고 있다.

전자화된 선하증권과 관련해서는 상법은 운송인은 (지류형) 선하증권을 발행하는 대신에 송하인 또는 용선자의 동의를 받아 법무부장관이 지정하는 등록기관에 등록을 하는 방식으로 전자선하증권을 발행할 수 있으며, 이 경우 전자선하증권은 (지류형) 선하증권과 동일한 법적 효력을 갖는다고 명시하고

15) 안성포, “증권적 채권과 유가증권법정주의”, 『비교사법』 제17권 제4호, 한국비교사법학회, 2010, 348면.

16) 손진화, “전자적 증서의 유가증권성”, 『지급결제학회지』 제3권 제1호, 한국지급학회, 2009, 49~50면.

17) 손진화, 앞의 논문, 50면.

있다(상법 제862조).

상법은 주식의 전자발행에 관하여 회사는 주권을 발행하는 대신 정관으로 정하는 바에 따라 전자등록기관(유가증권 등의 전자등록 업무를 취급하는 기관을 말한다. 이하 같다)의 전자등록부에 주식을 등록할 수 있다고 명시하고 있다(상법 제356조의2 제1항). 이때 전자등록은 주식 등의 종류, 종목, 금액, 권리자 및 권리 내용 등 주식 등에 관한 권리의 발생·변경·소멸에 관한 정보를 전자등록계좌부에 전자적 방식으로 기재하는 것을 의미한다(주식·사채 등의 전자등록에 관한 법률(이하, 전자증권법) 제2조 제2호). 또한 전자등록주식을 양도하기 위해서는 해당 전자등록된 전자등록기관 또는 계좌관리기관에 계좌간 대체의 전자등록에 의하도록 하고 있으며(전자증권법 제30조), 이 경우 기명날인 또는 서명은 법률이 정한 기관 또는 시스템에 등록하는 방법으로 대신하게 된다.

법률에 따로 명시된 전자유가증권 중 전자선하증권과 전자증권은 전자등록방식을 취하고 있다. 이러한 전자등록방식은 유가증권의 전제 조건인 사권(私權)을 표창하는 증권을 필요로 하지 않는다. 즉, 지금까지 유가증권을 분류하는 방식이 따르면 전자선하증권과 전자증권은 유가증권의 범주에 포함될 수 없다.¹⁸⁾ 그러나 후술하는 입장에 따르면, 수단의 차이가 있을 뿐 동일한 역할과 기능을 수행하는 전자등록방식에 의한 전자유가증권 역시 유가증권의 일종으로 보는 것이 타당하다.

나. 법률에 규정이 없는 전자유가증권과 유가증권법정주의

유가증권법정주의에 비추어, 법률이 전자유가증권의 발행에 대해서 따로 언급이 없는 경우, 전자문서 및 전자거래기본법(이하, 전자문서법)에 의하여¹⁹⁾ 유가증권으로써 발행의 효력을 인정할 수 있는가의 문제가 발생하게 된

18) 전자등록제도에서의 전자등록증권은 권리의 표창성이나 권리와 증권의 결합성을 결여하고 있어 유가증권성을 인정하기 어렵다고 보는 견해가 있다(정경영, “전자금융거래법안의 문제점에 관한 고찰: 전자증권과 관련하여,” 『증권예탁』, 증권예탁원, 2002, 50, 54면.). 동 견해에 따르면 전자등록증권은 전자등록제도에서 권리가 등록된 전자등록부를 가리키는 것이므로 유가증권으로 보기 어렵다고 본다(오길영, “등록주식의 유가증권성에 대한 연구,” 『상사판례연구』, 제19집 제2권(2006. 6), 109~110쪽 참조).

다.

우리의 유가증권법이 많은 영향을 받은 독일은 유가증권법정주의를 유형의 강제(Typenxwang)와 유형의 확정(Typenfixierung)으로 설명하고 있다. 여기서 유형의 강제란 사인들은 법률에 규정된 종류의 유가증권만을 발행할 수 있음을 의미하며, 유형의 확정이란 증서의 법적 효력은 당사자 간의 합의가 아니라 법률에 의한다는 것을 의미한다.²⁰⁾ 이때 증권의 종류를 사적자치에 의하여 임의로 확장하는 것은 금지되나 기존의 법조항을 광범위하게 해석하여 그 법에 기초한 새로운 종류의 유가증권을 창설하는 것은 인정된다.²¹⁾

이러한 입장에 따르면 전자유가증권은 IT 기술의 발전의 결과로 나타난 새로운 형태의 유가증권이라고 볼 수 있다. 전자유가증권이 각각의 유가증권과 목적론적으로 동일한 역할을 전자적 형태로 수행하기 위함이라고 한다면 이는 종류의 임의 확장이 아니라 기존의 법조항에 기초한 유가증권의 창설이라고 보아야 한다. 즉, 법률에서 전자문서에 의한 유가증권의 발행을 특별히 제한하고 있는 경우가 아니라면 전자문서에 의한 유가증권의 효력은 부인되지 않는다고 보아야 한다. 다만, 이때 전자유가증권은 기존의 (종이)유가증권에 필요한 법률의 요건을 충족시켰다고 볼 수 있을 정도의 전자적 시스템상의 대응적 행위가 있어야 한다. 즉, 권리의 행사에 배서를 필요로 하는 경우 기명날인 또는 서명은 전자서명으로 대체되고²²⁾ 교부는 전자문서를 전자적 시

19) 전자문서법은 전자문서를 정보처리시스템에 의하여 전자적 형태로 작성, 송신·수신 또는 저장된 정보라고 정의하면서(전자문서법 제2조 제1호), 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고 동법은 모든 전자문서와 전자거래에 적용되며(동법 제3조), 전자적 형태로 되어 있다는 이유로 문서로서의 효력이 부인되지 아니한다(동법 제4조 제1항)고 규정하고 있다. 여기서 다른 법률에서 특별한 규정이 있는 경우를 제외한다는 것은 이는 다른 법률에서 전자문서로써 효력에 인정된다고 명시하고 있어서 동법의 적용을 받지 않거나 또는 다른 법률에서 전자문서의 경우를 제외하다고 명시함으로써 전자문서에 의한 효력이 부인되는 것을 의미하며, 전자거래는 재화나 용역의 매매나 도급 또는 이와 관련된 결제 등의 부수적 행위가 컴퓨터 등의 전자처리장치에 의하여 전자문서에 의하여 처리되는 것을 의미한다. 즉, 전자문서 형태라고 해서 유가증권의 증서로서의 역할이 부인되는 않는다고 본다.

20) Marrhias Lehmann, Finanzinstrumente, Mohr Siebeck, 2009, s.13; 안성포, 앞의 논문, 354면, 재인용.

21) Hueck/Canaris, Recht der Wertpapiere, s. 25; 안성포, 앞의 논문, 354면, 재인용.

22) 전자서명법은 다른 법령에서 문서 또는 서면에 서명, 서명날인 또는 기명날인을 요하는 경우 전자문서에 공인전자서명이 있는 때에는 이를 충족한 것으로 보며(전자서명법 제3조 제1항), 공인전자서명 외의 전자서명은 당사자간의 약정에 따른 서명, 서명날인 또는 기명날인으로서의 효력을 가진다(동법 제3조 제3항)고 명시하고 있다.

스택을 통하여 전달되며, 제시는 종이문서를 대신 하여 전자문서를 보여주는 정도의 행위는 있어야 할 것이다.

다. 소결

기존의 법을 광범위하게 해석하여 그 법에 기초하여 새로운 종류의 유가증권을 창설하는 것은 유가증권법정주의에 어긋나지 않는다고 보는 입장에 따르면, 전자유가증권은 IT 기술의 발전의 결과로 나타난 새로운 형태의 유가증권에 해당한다. 따라서 법률에서 전자문서에 의한 유가증권의 발행을 특별히 제한하고 있는 경우가 아니라면 전자문서에 의한 유가증권의 효력은 부인되지 않는다고 보아야 한다. 즉, 이는 전자유가증권이 기존의 유가증권을 기초로 하여 동일한 역할과 기능을 수행하는 것을 목적으로 하고 있다면 전자유가증권 역시 기존의 유가증권을 근거로 한 법률에 의하여 동일한 효력이 인정됨을 의미한다.

또한 전자유가증권이 기존의 유가증권과 동일한 역할과 기능을 수행한다면 유가증권으로 보아야 한다는 목적론적 입장에 따르면, 전자등록방식의 전자유가증권 역시 유가증권으로 보는 것이 타당하다고 본다.

IV. 신유형 상품권의 유가증권성

지류형 상품권은 소지인에 대하여 일정한 가액에 상당하는 물품을 인도하거나 용역을 제공할 것을 약속하여 발행한 일람출급의 무기명식 유가증권이라고 해석되고 있다.²³⁾ 신유형 상품권을 하나의 전자유가증권으로 유가증권

23) 현재 지류형 상품권의 법적 가이드 역할을 하는 지류형 상품권 표준약관은 동 표준약관의 적용을 받는 상품권의 범위를 명시하고 있을 뿐 상품권에 대한 직접적인 정의를 하고 있지는 않다. 반면에 (구) 상품권법은 상품권을 유가증권의 일종으로 판단하고 있다. 1973년 상품권법은 상품권을 “발행인이 소유자에 대하여 일정한 가액에 상당하는 물품을 인도하거나 용역을 제공할 것을 약속하고 공중에 대하여 매출하는 일람출급의 무기명유가증권”이라고 정의했다(1973년 상품권법 제1조의2). 이후 1994년의 전면 개정된 상품권법은 상품권을 “그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자가 일정한

성을 인정하기 위해서는 기존 유가증권에 해당하는 지류형 상품권과 동일한 역할과 기능을 수행하고 이를 바탕으로 동일한 법적 효력을 인정하는데 문제가 없어야 한다.

1. 지류형 상품권과의 동가치성

신유형 상품권은 지류형 상품권과 마찬가지로 상품권에 표창되어져 있는 권리는 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 급여청구권에 해당하는 재산권이다. 다만 그 표창되는 매체가 지류형 상품권과는 다르게 정보처리시스템에 의한다는 차이가 있다.

가. 발행

지류형 상품권은 발행에 상품권의 사용과 관련된 중요한 정보를 권면에 표시하도록 하고 있다(지류형 상품권 표준약관 제3조 제1항).²⁴⁾ 이와 대응하여 신유형 상품권 역시 다음의 사항에 대하여 다음 각호의 내용을 명시하도록 하고 있다(표준약관 제4조 제1항). 1. 발행자, 2. 구매가격(할인된 경우 할인율 및 할인금액), 3. 유효기간(유효기간이 설정된 경우에 한함), 4. 사용조건(사용가능금액, 제공 물품 등, 물품 및 용역 제공형 신유형 상품권의 경우 수량을

금액이나 물품 또는 용역의 수량이 기재(전자 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함)된 무기명증표를 발행·매출하고 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자에게 이를 제시 또는 교부하거나 기타의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행자등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권"이라 정의하고 있다(1994년 상품권법 제2조).

방문판매 등에 관한 법률 시행령에서는 상품권을 "그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자가 일정한 금액이나 재화 등의 수량이 기재된 무기명증표를 발행·매출하고 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자(이하 이 조에서 "발행자등"이라 한다)에게 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 발행자등으로부터 재화 등을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다"고 정의하고 있다(방문판매 등에 관한 법률 시행령 제32조의2).

24) 지류형 표준약관은 금액형 상품권의 경우, 다음 각 호의 내용을 적시하여야 한다. 1. 발행자, 2. 권면액, 3. 유효기간, 4. 사용 후, 잔액의 환불 기준, 5. 상사채권 소멸시효(5년) 이내로서 유효기간이 경과된 상품권에 대한 보상기준(유효기간을 5년 이내로 정한 경우에 한함), 6. 상품권의 사용과 관련한 제한 사항(제한사항이 있는 경우에 한함), 7. 지급 보증 또는 피해보상보험계약 체결에 관한 사항, 8. 소비자피해발생시 연락할 관련 전화번호 등. 또한 물품상품권 및 용역상품권의 경우, 1. 금액상품권 권면 표시사항 1호, 3호부터 8호까지의 사항과 2. 제공되는 물품 및 용역에 관한 사항을 적시해야 한다.

반드시 표기하여야 함), 5. 사용가능 가맹점, 6. 환불 조건 및 방법, 7. 지급보증 또는 피해보상보험계약 체결에 관한 사항, 8. 소비자피해발생 시 연락할 관련 전화번호 등. 표준약관에 의하여 신유형 상품권을 발행할 때 상품권에 명시해야 하는 사항은 거의 동일하다. 다만 신유형 상품권의 경우에는 상품권을 할인해서 판매하는 경우가 많아서 구매액과 사용가능한 금액을 구분하여 명시하도록 하고 있다. 전자형 상품권의 경우에는 전자카드 등의 매체 표면에서 이러한 사항을 확인할 수 있어야 하며, 온라인 상품권이나 모바일 상품권은 전자문서에 명시되어야 한다.

나. 권리이전(양도)과 이용

지류형 상품권의 경우 권리이전(양도)에 어음, 수표 등의 유가증권과는 다르게 이전에 배서를 필요로 하지 않으며, 단순한 교부만으로 권리이전이 가능하다. 이용에 있어서도 상품권을 소지하여 제시하면 된다.

신유형 상품권 역시 권리이전에 배서에 해당하는 기명날인 또는 서명에 해당하는 전자서명을 요건으로 할 필요는 없다. 다만 사권의 정보가 저장된 매체가 전자카드 등에 저장되는 형식인지 아니면 전자문서 형태인지 등에 따라서 권리 이전의 형태에 차이가 있다.

전자카드 등에 저장하는 형식으로 발행되는 전자형 상품권은 지류형 상품권과 마찬가지로 제3자에게 상품권의 권리 이전에는 직접적으로 전자형 상품권 실물을 교부해야 하며, 이용에 전자카드 등의 실물의 제시를 요하게 된다.

온라인 상품권의 경우, 상품권은 이른바 ‘선물하기’ 등으로 방법으로 직접 구매자가 아닌 구매자가 지정한 자에게 바로 발행될 수 있다. 온라인 상품권의 이전은 구매자 또는 구매자로부터 상품권을 이전받은 소지자가 서버에 접속해서 제3자(양수인이자 수신자)에게 상품권을 송·수신하는 방법에 의하게 된다. 수신자가 수신할 정보처리시스템을 지정한 경우에는 지정된 정보처리시스템에 입력된 때를, 수신자가 수신할 정보처리시스템을 지정하지 않은 경우에는 수신자가 관리하는 정보처리시스템에 입력된 때 수신된 것으로 본다(전자문서법 제6조 제2항). 이때 입력된 때라 함은 어느 전자문서가 컴퓨터

내에서 처리를 위하여 이용가능하게 된 때를 의미하게 되는데, 이는 수신자가 이해할 수 있는지 여부 또는 사용할 수 있는지 여부를 묻지 않고 전자문서가 정보처리시스템에 도달한때 수신된 것으로 간주한다.²⁵⁾

모바일 상품권 역시 구매자가 구매과정에서 상품권의 제3자를 소지자로 지정하는 경우에는 모바일 상품권에 해당하는 문자 메시지 등이 구매자를 거치지 않고 바로 제3자에게 송·수신될 수 있다. 그러나 구매자 또는 구매자가 지정한 자에게 모바일 상품권이 발행되고(구매자 또는 구매자가 지정한 자가 우선적으로 문자 메시지 형태의 모바일 상품권을 수신하고) 그 발행된 모바일 상품권을 직접 또는 순차적으로 (구매자 또는 구매자가 지정한 자의 모바일을 통해서) 최종 소지자가 되는 제3자에게 전달되는 방법으로 상품권이 이전하는 형식을 띄게 되면, 이때 모바일 상품권의 권리를 이전하였음에도 불구하고 송신자인 구매자 또는 구매자가 지정한 자가 메시지를 삭제하지 않는 한, 그들의 모바일에는 메시지 형태의 모바일 상품권이 남아 있을 수 있다. 이때 어느 메시지를 모바일 상품권의 원본으로 보아야 하는가 하는 전자문서 원본의 문제가 발생할 수 있으나, 구별의 실익은 없다고 본다. 제3자(수신자)에게 도달하는 것만으로 송신자와 수신자 사이의 권리는 이전되고 양자 사이에 적법한 권리자는 수신자가 되며(민법 제111조), 물품 또는 용역을 제공하는 자(발행자 또는 발행자가 지정한 자)는 어떠한 모바일 상품권이 원본인지를 확인여부와는 상관없이, 정당하게 제시한(즉, 모바일 상품권이 이미 사용되지 않는 일련번호 또는 바코드로 인식되는 경우) 자를 적법한 권리자로 보고 물품 또는 용역을 제공하면 면책된다고 보아야 한다.

2. 유가증권법정주의에 따른 문제

우리나라는 유가증권에 대한 통일된 개념을 따로 두고 있지 않다. 따라서 유가증권을 발행하기 위해서 법률의 규정이 필요하다는 유가증권법정주의 역시 법률에 명시되어져 있지 않다. 다만, 유가증권이 가지는 법적인 특성으로 인하여 그 발행과 내용은 법률에 제한된다고 보는 것이 일반적인 입장이다.

25) 정완용, 『전자상거래법』, 법영사, 2016, 49면.

그러나 전자유가증권을 유가증권의 종류의 임의 확장이 아닌 기존의 범조항에 기초한 유가증권의 창설로 판단하게 될 경우 법률에서 특별히 유가증권의 전자화를 제한하는 경우가 아니라면 전자유가증권을 발행할 수 있다고 보았다.

문제는 모체가 되는 증서의 발행에 법적 근거가 없는 경우이다. 신유형 상품권이 전자유가증권의 일종으로 유가증권으로 인정될 수 있기 위해서는 상품권이 법률의 근거를 두고 있는 유가증권이어야 한다.

현재 상품권은 1994년 상품권법이 폐지된 후로 상품권의 발행과 내용에 관하여 규율하고 있는 법이 없으며,²⁶⁾ 지류형 상품권 표준약관이 그 역할을 대신하고 있다. 그러나 다수설과 판례는 표준약관이 당사자에게 구속력을 미치는 이유를 법규범성이 인정되기 때문이 아니라 당사자 사이의 계약의 효력 때문이라고 본다.²⁷⁾ 즉, 상품권을 관례적으로 유가증권으로 보았기 때문에 개념상 유가증권의 특성을 만족하는 증서라고 볼 수 있을지 모르나, 엄격하게 법률상의 유가증권이라고 보기는 어렵다.

신유형 상품권에 유가증권성을 인정할 경우, 법률에 근거를 두지 않은 유가증권의 종류를 임의로 확장하는 결과가 발생하게 된다. 이러한 문제가 발생하게 된 것은 상품권의 규제를 완화하고 이를 바탕으로 활성화한다는 목적으로 상품권법을 폐지만 했을 뿐, 이를 대신할 법적 근거를 남겨놓지 않았기 때문이다.²⁸⁾

26) 방문판에 등에 관한 법률 시행령은 사실상 금전거래만을 하는 행위에 대하여 규율하면서 그 내용으로 상품권 관련된 행위를 포함. 이때 상품권을 유가증권이라고 개념정의하고 있다. 그러나 이것이 유가증권법정주의를 만족시키는 것은 아니다.

27) 약관의 법규범성에 관해서는 학설이 나누어져 있다. 즉 약관 그 자체를 법규범으로 보아 그 구속력을 인정하는 법원긍정설과 약관 그 자체를 법규범으로 보지 않고 당사자가 그 약관에 따라 계약을 체결할 경우 그 계약에서 구속력을 갖는 법원부정설이 있다. 또한 제한긍정설 다시 약관을 기업거래권이라는 부분사회가 독자적으로 제정한 자치법이라고 보는 자치법설과 약관을 기업의 이념실현을 위하여 기업에 마련되어 있는 제도적인 현상이라고 보는 제도설로 나뉜다. 판례는 약관이 계약 당사자 사이에 구속력을 갖는 것은 그 자체가 법규범이거나 또는 법규범적 성질을 가지기 때문이 아니라 당사자가 그 약관의 규정을 계약내용에 포함시키기로 합의하였기 때문이므로 계약당사자가 명시적으로 약관의 규정과 다른 내용의 약정을 하였다면, 약관의 규정을 이유로 그 약정의 효력을 부인할 수는 없다고 판시하고 있다(대법원 1998. 9. 8. 선고 97다53663)(이병태, 법률용어사전, 2016).

28) 이와 관련하여 2019년 7월 기준, 국회에 상품권법(안)(의안번호:2010316, 제안일자: 2017. 11. 22)이 상정되어 위원회 심사 과정에 있다. 동 제정안 제2조에서 상품권을 “그 명칭 또는 형태에 관계없이

V. 결 론

신유형 상품권의 개념은 이 용어를 공식적으로 처음 사용한 공정거래위원회의 “신유형 상품권 표준약관”을 중심으로 살펴볼 수밖에 없다. 동 약관은 신유형 상품권을 그 명칭에 관계없이 발행자가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량이 전자적 방법으로 저장되어 있거나, 전자정보가 기록되어 있다는 것이 기재된 증표를 전자형 상품권, 온라인 상품권, 모바일 상품권의 형태로 발행하고 고객이 이를 발행자 등에게 제시 또는 교부하거나 기타의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 재화 또는 용역을 제공받을 수 있는 것이라고 정의할 뿐 동 상품권의 법적 성격에 대해서는 명시하고 있지 않다. 이에 본 논문은 신유형 상품권을 무기명 유가증권으로 보는 지류형 상품권과 동일하게 유가증권으로 볼 수 있는지를 검토해 보았다.

유가증권을 전자화한 이른바 전자유가증권이라는 용어는 법률상에 정의되어 있는 개념은 아니다. 그러나 독일의 유가증권법정주의는 해석상 기존의 법조항에 기초하여 광범위하게 새로운 종류를 유가증권을 창설하는 것은 인정하고 있으며, 이러한 입장에 따르면 전자유가증권은 IT 기술의 발전에 따른 유가증권거래의 특수한 발전의 결과로 나타난 새로운 형태로 유가증권의 일종으로 볼 수 있다.

신유형 상품권은 지류형 상품권과 마찬가지로 상품권에 표창되어져 있는 권리는 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 급여청구권에 해당하는 재산권이다. 다만 그 표창되는 매체가 지류형 상품권과는 다르게 정보처리시스템에 의한다. 지류형 상품권의 경우 권리이전(양도)에 어음, 수표 등의 유가증권과는 다르게 권리의 이전에 배서를 필요로 하지 않으며, 단순한 교부만으로 권리이전이 가능하다. 이용에 있어서도 상품권을 소지하여 제시하면 된다. 신유형

발행자가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량이 기재된 무기명증표를 발행하고, 상품권이용자가 상품권발행자 또는 그가 지정하는 자에게 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권”이라고 정의하고 있다. 이 기재의 방법에는 “전자 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다”고 명시함으로써 신유형 상품권 역시 여기에 포함되는 것으로 볼 수 있다.

상품권 역시 권리이전에 배서에 해당하는 기명날인 또는 서명에 해당하는 전자서명을 요건으로 할 필요는 없다. 다만 사권의 정보가 저장된 매체가 전자카드 등에 저장되는 형식인지 아니면 전자문서 형태인지 등에 따라서 권리 이전의 형태에 차이가 있다. 전자카드 등에 저장하는 형식으로 발행되는 전자형 상품권은 지류형 상품권과 마찬가지로 제3자에게 상품권의 권리 이전에는 직접적으로 전자형 상품권 실물을 교부해야 하며, 이용에 전자카드 등의 실물의 제시를 요하게 된다. 반면에 온라인 상품권과 모바일 상품권의 이전은 컴퓨터, 모바일 등 정보처리시스템을 통해서 제3자(양수인이자 수신자)에게 전자문서 형식의 상품권을 송·수신하는 방법에 의하게 되며, 이용의 경우 발행자 등의 서버에 접속 전자문서를 제시하는 방법에 의하게 된다. 이는 지류가 전자카드 또는 전자문서로 바뀌었으나 지류형 상품권이 동가치성을 가진다고 볼 수 있으며, 지류형 상품권을 무기명 유가증권으로 보는 일반론적 입장에서 따르면 신유형 상품권 역시 유가증권으로 볼 수 있다.

문제는 신유형 상품권이 전자유가증권의 일종으로 유가증권으로 인정될 수 있기 위해서는 상품권이 법률의 근거를 두고 있는 유가증권이어야 한다는 점이다. 상품권은 1994년 상품권법이 폐지된 후로 상품권의 발행과 내용에 관하여 규율하고 있는 법률이 없다. 엄격한 의미에서 유가증권법정주의에 따르면 신유형 상품권을 법적 유가증권으로 볼 수는 없으며, 단순히 전자정보가 기록되어 있는 채권의 일종으로 보아야 할 것이다. 현재 신유형 상품권의 개념을 포함하고 있는 상품권법(안)이 국회에 계류 중에 있다. 이 상품권법(안)이 통과되어 신유형 상품권을 포함한 상품권에 대한 법적 근거가 마련되기를 기대한다.

투고일 : 2019. 7. 31.	심사일 : 2019. 8. 30.	계재확정일 : 2019. 8. 30.
--------------------	--------------------	----------------------

참고문헌

단행본

- 국회검토보고서, 「상품권법안」, 2018. 2.
- 김성천, 「상품권거래와 법제개선방안 연구」, 한국소비자원, 2012.
- 이철송, 「상법강의」, 박영사, 2012.
- 정경영, 「전자금융 거래와 법」, 법영사, 2007.
- 정경영, 「유가증권 전자화에 관한 법률적 고찰」, 디지털경제법제②, 한국법제연구원, 2002.
- 정동윤, 「어음수표법」, 법문사, 2004.
- 정완용, 「전자상거래법」, 법영사, 2016.
- 정찬형, 「상법강의(상), (하)」, 박영사, 2016.
- 정찬형, 「영미 어음수표법」, 고려대학교 출판부, 2001.
- 홍복기, 「어음수표법」, 법문사, 2015.
- KB금융지주 경영연구소, 「이슈레포트: 국내 상품권 시장 현황과 시사점」, 2014. 7.
- 한국소비자원, 「신유형 상품권의 약관운용 실태조사 및 상품권 표준약관 개선 방안 연구」, 2014.

논문 및 기타 자료

- 김이수, “전자화폐법제의 도입방향에 관한 비판적 고찰,” 「상사법연구」 제24권 제1호, 한국상사법학회, 2005.
- 미래창조부, ‘모바일 상품권 환불 가이드라인’, 2014.
- 미래창조과학부 보도자료, “모바일 상품권, 편리하게 사용하고 손쉽게 환불받자” 2014. 2. 28.
- 산업자원부·한국전자거래진흥원, 전자상거래 활성화 워킹그룹 보고서(Ⅰ) “전자외상매출채권의 활성화 방안연구”, 2002.

- 손진화, “전자적 증서의 유가증권성”, 『지급결제학회지』 제3권 제1호, 한국지급학회, 2009.
- 손진화 등, “전자금융거래기본법 제정에 관한 연구”, 재정경제부 제출 연구보고서, 2002.
- 안성포, “증권적 채권과 유가증권법정주의”, 『비교사법』 제17권 제4호, 한국비교사법학회, 2010,
- 오길영, “등록주식의 유가증권성에 대한 연구”, 『상사판례연구』, 제19집 제2권, 한국상사판례학회, 2006.
- 정경영, “전자금융거래법안의 문제점에 관한 고찰: 전자증권과 관련하여”, 『증권예탁』, 증권예탁원, 2002.
- 통계청, ‘2019년 4월 온라인 쇼핑 동향’. 2019. 6.

<국문초록>

신유형 상품권의 유가증권성에 관한 법적 검토

정 연 희

공정거래위원회는 기존의 종이형태의 상품권(이하, 지류 상품권)과는 별개로 이러한 상품권을 신유형 상품권으로 구분하고 있다. 1999년 상품권이 폐지된 이후 신유형 상품권뿐만 아니라 지류형 상품권에 대해서도 규율하고 있는 법은 없으며, 모두 표준약관이 기본적인 가이드라인의 역할을 하고 있다. 신유형 상품권이 적용을 받는 신유형 상품권 표준약관은 동 상품권이 유가증권에 해당하는지 여부에 대하여 명시하고 있지 않다. 이에 동 논문은 신유형 상품권을 무기명 유가증권으로 보는 지류형 상품권과 동일하게 유가증권으로 볼 수 있는지를 검토해 보았다. 신유형 상품권은 지류형 상품권과 마찬가지로 상품권에 상품권에 표창되어져 있는 권리는 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 급여청구권에 해당하는 재산권으로 그 표창되는 매체가 지류형 상품권과는 다르게 정보처리시스템에 의한다. 사권의 정보가 저장된 매체가 전자카드 등에 저장되는 형식인지 아니면 전자문서 형태인지 등에 따라서 권리 이전과 행사에서 행태의 차이가 있으나 이는 지류가 전자카드 또는 전자문서로 바뀌었을 뿐, 상품권의 역할과 기능적인 측면에서 지류형 상품권과 동가치성을 가진다고 볼 수 있다. 그러나 신유형 상품권을 유가증권으로 보기 위해서는 그 모체인 지류형 상품권의 법적 성격에 문제가 없어야 하는데, 유가증권 법정주의에 의하면 발행에 법적 근거가 없는 지류형 상품권을 유가증권으로 볼 수 없다. 즉, 전자유가증권을 IT 기술의 발전의 결과로 나타난 새로운 형태로 유가증권의 일종으로 볼 수 있다는 유가증권법정주의의 입장에 따르면이라도 모체인 지류형 상품권의 발행에 법적 근거가 없는 상황에서 신유형 상

품권을 법적 유가증권으로 보기는 어렵다.

주제어: 신유형 상품권, 상품권, 모바일 상품권, 유가증권, 유가증권법정주의,
전자유가증권

<Abstract>

A Legal Review about the Security of New Types of Gift Certifications

Jung, Youn-Hee

Since the 'Gift Certificate Act' was abolished in 1999, there is no law for regulating the issuance and endorsement of gift certificates. Gift certificates are indirectly regulated by the standard terms. The new type gift certificates are also controlled by the New Type Voucher Standardized Agreement, 2015.

Depending on the type of gift voucher, they are subject to different standard terms and conditions, appropriateness and equity between paper gift certificates and new type gift certificates. It is necessary to examine whether the new type of gift certificate is neglecting the special structure and emphasizing the legal equality with the gift certificate that already have a long standing legal social practice, The purpose of this paper is to discuss the basic characteristics of the securities of the gift type of gift certificates.

The new type of gift certificates started with the electronicization of gift certificates. They have been changed to an electronic card or an electronic document, but can be considered to have the same value as the paper in terms of the role and function of the gift certificates. In order to view the new type of gift certificates as the securities, there should be no problem in the legal nature of the paper type gift certificate. However the

paper gift certificates without a legal basis for issuance cannot be regarded as a security according to securities legalism. With no legal basis for the issuance of the paper gift certificates, it is difficult to view new type vouchers as legal securities.

Key Word: Electronic gift card, E-commerce gift card, Gift card, Security,
New Types of Gift Certifications