

Study on the Improvement of Management System through Analysis of golf semi-membership market: Focus on Physical Education Facility Act

Ji-Myung Jung¹, Ju-Ho Park^{2*}, & Youngdae Lee³

¹Korea Institute of Sport Science & ²Yonsei University & ³SUHO Law Firm

The purpose of this study was to identify problems that consumer and golf expert faced with and determine types of similar golf membership in Korea through analysing status of golf semi-membership. In addition, as the law related to golf facility was examined, current issues to improve management system of golf semi-membership were diagnosed, some improvements were deducted. In order to achieve the purpose of this research, case-study, expert interview, survey, examination of typical legal-system and expert advisory meeting were conducted. The results were as follows: First, the type of golf semi-membership was classified by 7. Second, the result of survey from consumer who experienced in purchasing golf semi-membership revealed that the number of experienced respondents was more than the unexperienced. Also, awareness of golf semi-membership brings positive effect to development of golf industry. According to the result of IPA, it was required that the current situation of golf semi-membership market would be improved and managed properly. Third, the results from investigating legal system in Korea showed that provision for reducing property loss associated with illegal contracts might be needed. Eventually, in order to minimize the property loss, complementary of membership contract, mandatory of information discloser, enacting provisions against violation and introduction of cooling-off system would be required.

Key words: Golf semi-membership, golf membership, Physical education facility Act 

서론

1890년 경 골프가 국내에 처음 도입된 이래 골프에 대한 사회적 인식은 건전한 레저스포츠와 사치성 접대문화의 한 수단으로 평가받고 있다. 다만 PGA 및 LPGA에서의 우리나라 선수들의 활약은 골프를 대중화시키고 건전한 스포츠로서의 레저 활동이라는 인식의 전환에 긍정적인 역할을 하고 있는 것은 사실이다. 하지만 이러한

긍정적인 평가 외에 일부 층이 누리는 사치성 스포츠, 접대문화의 수단 등과 더불어 농약, 소음, 상수원 고갈을 야기하는 환경파괴의 주범이 되고 있으며, 해당지역 주민과의 위화감 조성 등 사회문제를 종종 야기하기도 한다. 이와 더불어 최근에 수면위로 나타나는 문제점으로 회원권 거래사고, 회원제 골프장 파산으로 인한 입회보증금 반환거부, 회원권가치 하락 등이 나타나고 있다.

국내 골프장은 대내외적으로 여러 가지 어려움에 직면해 있다. 우선 골프장 내장객수가 점점 감소하고 있는 문제이다. 2014년 스포츠산업실태조사(Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2014)에 따르면 12년 기준 42,622천명에서 13년 기준 39,851천명으로 6.5% 감소한 것으로 집계되었으며 반면 골프장의 과잉 공급현상은 지속될 것으로 예상되고 있어 골프장 경영악

논문 투고일: 2016. 10. 10.

논문 수정일: 2016. 10. 28.

게재 확정일: 2016. 11. 26.

* 저자 연락처: 박주호(jjuho@msn.com).

* 본 연구는 한국스포츠개발원(2015)에서 수행된 「골프유사회원권 시장 실태 조사를 통한 제도개선방안 연구」 과제의 일부 내용을 바탕으로 작성한 논문임.

화는 피할 수 없을 것으로 예상된다. 골프산업 제도개선 방안연구(MCST, 2014)에 따르면 현재 운영 중인 골프장은 437개이지만 건설 중이거나 미착공된 골프장수가 100여개를 넘어 앞으로 500개를 뛰어넘을 추세에 있다. 또한 영업이익을 7%로 가정했을 시 중도적 예측치를 적용할 때 적절한 골프장 수는 2016년 513개소가 되는 것으로 예상하고 있는데 현재 예정된 골프장 수는 526개로 17년 이후 수요를 넘어서는 것으로 분석되고 있다.

또한 회원권 시장의 규모감소에서도 문제점을 발견할 수 있다. 전년대비 11년 전체 회원권 시장은 10.1%, 12년 18.3% 감소하는 것으로 나타나 회원권을 분양한 골프장들은 입회금 반환에 직면하게 될 때 적지 않은 영향을 미칠 것으로 판단된다(Korea Golf Membership Manager Association, 2015). 골프장의 수급불균형으로 인한 경영수지 악화는 회원제 골프장이 더욱 심하게 나타나고 있고 대중제 골프장 역시 이용객수 증가를 둔화에 따른 홀당 이용객 수 증가를 하락폭이 회원제 보다 크기 때문에 경영수지를 낙관하기는 어려운 상황이다.

이렇듯 어려움을 타개하기 위하여 골프장들은 편법을 이용하기 시작했는데 바로 선불카드 제도 등이 등장한다. 선불카드는 저가회원권 가격보다 저렴한 소액의 선납받아 카드를 발행하고 사용한 금액만큼 차감하는 형태이다. 선불카드가 일반이용자보다 가격 이외의 우선적 또는 유리한 조건이 포함되어 있다면 실질적으로 골프장에서 회원으로 취급하는 것이기 때문에 회원제 골프장에서는 체육시설의 설치 및 이용에 관한법률(이하 체시법) 제17조에 의하여 회원모집계획서를 작성, 제출하여야 가능하다. 회원제골프장에서는 기존회원의 권리를 침해받거나 회원권익의 부당한 변경에 해당하는 사항이므로 입회계약을 해지할 수 있는 사유가 되기도 한다. 한 가지 사례를 살펴보면 S골프장의 경우 모기업의 무리한 사업 확장으로 부도가 나자 일시적 거금마련을 위해 기존회원의 동의 없이, 또한 체시법 제17조에 의한 회원모집계획서 작성 및 제출 없이 임의로 선불카드를 발행한 것이다(SBS news, 2010). 또한 법률에 따르면 우선예약권이 인정되는 회원제골프장과 무조건 선착순으로 운영해야 할 대중제 골프장으로 구분하여 체시법에 명시되어 있다. 특히 대중골프장은 '특별한 사유가 없으면 이용자의 예약 순서에 따르되, 예약자가 없는 경우에는 이용

자의 도착 순서에 따라 골프장을 이용하게 해야 한다'고 명시하고 있다. 그러나 대중제 골프장에서도 일부 회원제와 유사한 방식으로 운영되고 있는 현실이다. 예컨대 고액의 예약보증금을 예치한 자에게만 부킹 우선권을 주면서 회원자격은 부여하지 않는 경우, 대중제 골프장을 법인화하고 주주를 모집해 명목상 회원은 아니지만 골프장 주주들에게 골프장 우선 이용기회를 주는 경우, 카드사 제휴의 이용권 판매, 관광진흥법에 의한 숙박시설(콘도) 회원권 분양시 부가조건으로 골프장에 대한 회원대우조건으로 분양하였을 경우 등의 사례들이 늘어나고 있다(Cho, 2012; Cho, 2013; Jang, 2013). 대중제 골프장의 경우, 선불카드를 마케팅 차원에서 발행하는 것은 문제가 되지 않지만 회원제골프장 같이 회원에 준하는 대우, 즉 부킹 우선권, 주말예약권 등의 행태는 회원모집에 성격을 포함하고 있기 때문에 검토의 대상이 될 수 있다는 것이다. 또한 회원제 골프장의 경우 회원권은 운영업체가 부도가 나거나 매각되더라도 법에 따라 승계되는 등 보호를 받지만 유사회원권은 그렇지 못하다는 것에 문제점이 있는 것이다. 여러 가지 순기능과 역기능이 동시에 대립되고 있는 현실에서 마케팅의 일환으로 하는 새로운 형태의 이용권으로 보느냐의 관점과 편법을 이용하여 시장의 질서를 무너뜨려 이용자의 피해가 확산되어 규제를 통한 제재에 나서야 하는가의 판단이 필요할 것이다. 따라서 본 연구는 유사회원권 실태조사와 관련 법제도의 검토를 통해 문제점을 파악하고 사회적 측면에서의 역기능을 줄이기 위한 제도 개선방안을 제시하려 한다.

연구방법

연구내용

본 연구는 유사회원권 실태조사, 문제점 및 개선방안 등을 도출하기 위해 총 세 가지로 나뉜 조사·분석을 실시하였다.

첫째, 유사회원권 유형을 도출하고자 전문가 의견 조사를 2회에 걸쳐 실시한 후 유형에 관한 분류결정요인을

파악하였다. 유사회원권 유형별 조사는 300개 이상의 국내 골프장 및 회원권 발행업소 등을 대상으로 하며 그 외 레저업체, 카드사 등이 발행하고 있는 유사회원권의 유형을 조사하였다.

둘째, 도출된 유형을 기준으로 일반수요자와 회원권 전문가를 구분하여 인식 및 실태를 조사하였다. 우선 일반수요자는 골프 참여실태, 유사회원권 구매실태 및 만족도, 유사회원권에 대한 긍, 부정적 인식을 조사할 수 있는 29개 문항으로 구성하였으며, 유사회원권 전문가는 구매실태를 제외한 유사회원권의 긍, 부정적 인식과 유사회원권의 개선방안을 조사할 수 있는 29개 문항으로 구성하였다. 그리고 전문가 대상 설문지는 본 연구진에서 고려하지 못한 내용을 도출하기 위해 가능한 개방형 문항으로 구성하였다

셋째, 유사회원권 유형별 법적 검토를 실시한 후 마지막으로 전문가 회의 등을 통해 개선방안을 도출하였다.

자료수집 및 분석방법

본 연구의 분석방법으로는 사례조사, 전문가 인터뷰, 설문조사, 유형별 법제도 검토 등이 사용되었다.

사례조사(case-study)

유사회원권 유형을 분류하기 위해 본 연구에서는 레저업체 및 카드사, 국내 골프장 300개 이상을 대상으로 온라인 조사 및 전화조사를 실시하였다. 온라인 조사는

홈페이지 내 공지하고 있는 유사회원권 현황을 확인하기 위한 목적으로 실시하였고, 전화조사는 홈페이지 내 공지하고 있지 않는 골프장의 유사회원권 발행 현황 및 금액, 세부유형 등을 파악하기 위한 목적으로 실시하였다. 본 사례조사를 통해 유사회원권은 기간제와 횡수제로 구분하였고, 기간제 및 횡수제의 세부유형이 도출되었다.

전문가 인터뷰(expert interview)

유사회원권의 문제점 및 유형별 소비자에게 미칠 수 있는 부정적 영향을 도출하기 위한 목적으로 전문가 인터뷰를 실시하였다. 전문가 인터뷰는 개방형 질적설문지를 활용하였으며, 회원권 전문가, 정책관계자, 골프장 관계자 및 학계전문가들 중 대표성을 지닌 25명 내외로 선정하였다. 본 연구방법을 통해 전체 유사회원권 및 유형별 회원권의 문제점 및 개선방안 등을 선제적으로 검토하였다.

설문조사(survey)

유사회원권 소비현황 및 수요를 확인하기 위해 본 연구에서는 소비자 대상 설문조사를 실시하였다. 수요조사는 유사회원권 구입현황, 경로, 만족도 등 유사회원권 구매현황에 대한 문항과 유형별 유사회원권의 실소비 만족도와 향후 수요의사를 조사하기 위한 목적으로 실시하였다. 본 설문조사를 통하여 유사회원권의 구매행태와 유형별 유사회원권의 수요가 예측되었다.

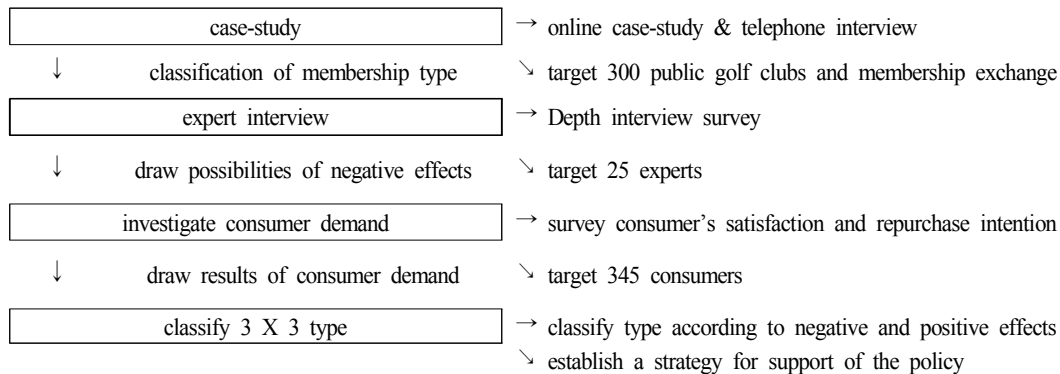


Fig. 1. process of study

조사된 결과는 비 불량 조사표에 한해 편집(Editing)과 코딩(Coding), 입력(Punching)과정을 거친 후, 통계 분석을 실시하였다. 통계처리는 SPSS 21.0 for Windows와 MS-Excel을 이용하였으며, 빈도분석(Frequency analysis)과 교차분석(Cross-tab analysis) 및 IPA분석(Importance-Performance Analysis)을 통해 분석하였다.

유형별 법제도 검토(examination of typical legal-system)

유사회원권에 대한 유형별 법적 검토를 실시하였고, 현행법상 문제를 야기할 수 있는 유형 등을 분석하여 제시하였다. 또한 일본 골프장 회원계약의 적정화에 관한 법률 등을 검토하여 몇 가지 시사점을 도출하였다.

전문가 회의(expert advisory meeting)

전문가 회의는 유형별 유사회원권의 수요와 문제점을 비교하기 위한 목적으로 실시하였다. 유형별 법적검토를 통해 분석한 결과를 기초로 몇 가지 유형으로 분류작업을 실시하였다. 예를 들면 소비자실수요가 높지만 시장 내 문제들을 야기할 수 있는 유형, 소비자실수요가 높지 않으며, 시장 내 문제 발생소지가 낮은 유형, 수요가 높지 않으며, 문제발생소지가 높은 유형, 수요와 문제발생소지가 모두 낮은 유형 등으로 구분되었다.

법적 검토 및 전문가 회의를 통해 도출된 몇 가지 유형 중 문제발생소지가 높은 유형 즉 과도한 금액의 선불 카드 발행, 부킹권을 갖기 위한 대중제 골프장의 인터넷 회원가입 모집 등의 몇 가지 사례에 대해서는 이용자 보호와 배타적 이용권으로 인한 이용자들의 선량한 피해를 파악하고 분석하여 제도적 장치를 마련하고, 문제 발생소지가 높지 않은 유형에 대해서는 지원제도정책이 필요할 것이기에 이에 대한 방안을 강구하였다.

연구결과

골프장 유사회원권 유형별 현황

본 연구에서는 골프장 유사회원권 실태를 파악하기

위해 우선 유사회원권을 구분할 수 있는 분류기준을 선정하였으며, 총 368개의 대중제 골프장, 회원권거래소 및 블로그, 콘도 및 리조트를 대상으로 유사회원권 발행 여부를 조사하였다. 유사회원권 분류기준은 골프회원권 전문가 대상 2차례 설문조사(Delphi)를 통하여 선정하였으며, 유사회원권 발행여부는 온라인 및 전화인터뷰를 통해 조사하였다. 1회 차에서는 유사회원권의 분류결정 요인을 묻는 내용으로 구성하였으며, 이후 분류결정요인의 타당성을 확보하기 위하여 2차 전문가 의견조사를 실시하였으며, 이는 1차에서 도출된 분류결정요인 7개의 적합 및 비적합을 묻는 내용으로 구성하여 조사하였다(table 1).

Table 1. Decision factor for classification of golf semi-membership

Classification	Contents	Remarks
Membership publishing office	· published membership except private golf club (include coupon)	include membership exchange
Members price	· possibility of prior reservation and discount green fee	
Type of membership	· possibility of registered or unregistered membership	
Connection benefit with membership	· connection with other golf clubs or accommodations	
Membership period	· period of membership right	over 1 year
Membership lapse	· lapse membership & membership right	
Online membership	· balance of online member	

도출된 분류기준은 회원제 골프장 이외에서 발행하는 모두 회원권, 발행 회원권 기간이 1년 이상일 경우, 골프장 우선부킹 및 그린피 할인혜택 제공, 기명 및 무기명 회원권 발행 여부, 온라인 회원 예치금 납부 여부, 회원자격 소멸여부, 타 골프장 및 숙박시설과의 연계회원 여부였다.

7개의 분류기준으로 총 368개의 골프장 및 회원권발행기관을 조사한 결과 총 80개의 골프장 및 기관에서 유사회원권을 발행하고 있는 것으로 조사되었으며, 온라인

회원에치금 제도를 운영하고 있는 유사회원권도 33개로 조사되었다(table 2).

Table 2. Frequency of classified decision factors

Factor	Frequency	Remarks
Membership publishing office(except private golf club)	80	· membership exchange or blog condominium and resort
Members price (prior reservation, discount green fee)	6	· 1 prepaid card, 5 balances of member
Type of membership (registered or unregistered membership)	7	
Connection benefit with membership (connection with other golf clubs or accommodations)	9	
Membership period (over 1 year)	37	· 6 coupons, 31 prepaid card or membership
Membership lapse (no return)	55	· 19 coupons, 36 prepaid card or membership
Online membership (balance of member)	33	· 25 prior reservation

Table 3. Type of classified golf semi-membership

Type	Detailed type	Golf clubs
Prepaid card	7	66
Return condition membership	2	3
No-return condition membership	2	6
Coupon	3	22
Coupon book	3	3
Membership connected with condominium and resort	4	9
Online membership	8	33

온라인 회원예치금 포함 총 80개의 유사회원권을 유형별로 구분한 결과 7개의 유형으로 구분되었다. 구분된 7개의 유형은 ①정액제 선불카드(Prepaid card), ②반

환조건 회원권(Return condition membership), ③미반환조건 회원권(No-return condition membership), ④쿠폰(Coupon), ⑤쿠폰북(Coupon book), ⑥리조트·콘도 연계 회원권(Membership connected with condominium and resort), ⑦온라인 회원제(Online membership)였다(table 3).

정액제선불카드는 회원카드에 금액을 충전, 그린피 및 부대시설 이용 시 할인된 가격으로 그린피를 결제할 수 있는 유사회원권으로 가격에 따라 6개의 세부유형으로 구분되었으며, 1,000만원 이하 선불카드가 17개로 가장 많이 세분화되어 있었다.

반환조건 회원권은 약정 금액을 납부 후 우선부킹 혜택 및 그린피를 할인 받을 수 있는 회원권으로 가격에 따라 2개의 세부유형으로 구분되었다. 세부유형별 혜택은 금액에 따라 차등혜택을 주고 있었으며, 약정 기간 만료 시 회원가입금액을 반환해 주는 회원권이었다.

미 반환조건 회원권은 혜택기간 만료 시 회원자격 및 회원가입비가 소멸되는 회원권으로 크게 300만원 이하와 300만원 초과, 2가지 세부유형으로 조사되었으며, 2가지 유형 모두 각각 3개로 세분화되었다.

쿠폰제회원권은 그린피를 쿠폰으로 결제할 수 있는 회원권으로 그린피 할인과 더불어 추가 라운딩 혜택이 제공되며, 사용 요일에 따라 3개의 세부유형으로 구분되었다. 그리고 세부유형 중 주중+주말에 사용할 유형이 총 14개 가장 많이 세분화 되어 있었다. 쿠폰북 회원권은 사용가능 골프장에 따라 총 3개의 세부유형으로 구분되었으며, 우선부킹 혜택의 제공여부가 가장 큰 차이점인 것으로 조사되었다. 리조트·콘도연계 회원권은 그린피와 숙박시설의 할인혜택을 모두 제공하는 회원권으로 제공되는 혜택에 따라 총 4개의 세부유형(그린피 할인형, 부킹우선권 제공형, 카트 및 서비스 할인형, 부대시설 할인형)으로 구분되었다. 그리고 그린피 할인혜택을 제공해주는 유형이 5개로 가장 많이 세분화 되어 있었다. 마지막으로 온라인회원제(회원예치금)는 온라인 회원가입 시 회원예치금을 지불해야 하는 유사회원권으로 예치금 금액에 따라 총 8개의 세부유형으로 구분되었으며, 조사된 33개 유사회원권 중 25개에서 부킹우선 혜택을 제공하고 있었다. 그리고 부킹우선 혜택을 제공하는 30만원 유형이 가장 많은 것으로 나타났다.

골프장 유사회원권 구매실태 및 인식 조사결과

조사는 총 4개 지역 6개 골프장에서 일반수요자 320명, 회원권 전문가 25명, 총 345명을 대상으로 조사하였다. 조사문항은 골프 참여실태, 유사회원권 구매실태 및 구매이유, 유사회원권에 대한 인식 등 총 29개 문항으로 구성하였다.

Table 4. Demographics of survey

Classification		Frequency (expert group)	Rate (expert group)
Sex	Male	243(24)	70.4(96)
	Female	1021(1)	29.6(4)
	Total	345(25)	100.0(100.0)
Age	under 20	3	0.9
	21 - 30	31	9.0
	31 - 40	96	27.8
	41 - 50	112(8)	32.5(32.0)
	51 - 60	78(16)	22.6(64.0)
	over 60	25(1)	7.2(4.0)
	Total	345(25)	100.0(100.0)
Experience (mean 10years 3months)	under 4 years	100	29.1
	4 - 8	74(13)	21.5(52.0)
	9 - 12	63(6)	18.3(24.0)
	13 - 16	35	10.2
	over 17 years	72(6)	20.9(24.0)
	Total	345(25)	100.0(100.0)

조사결과 응답자들은 연평균 31.4회 골프라운딩을 하고 있는 것으로 나타났으며, 10회 이하의 응답이 23.6%로 가장 많았다. 골프 라운딩 부킹방법에 대해서는 골프부킹사이트가 40.7%로 가장 많았으며, 응답자의 49.0%가 유사회원권을 구매해본 경험이 있는 것으로 나타났다. 구매경험이 있는 유사회원권은 정액제 선불카드, 반환조건 회원권 및 횡수제 쿠폰이 가장 많은 것으로 나타났지만 구매 후 만족도는 중간 수준(평균 3점)인 것으로 나타났다. 또한 유사회원권은 회원권거래소 및 골프장을 통해 구매하고 있는 것으로 나타났으며, 구매이유는 가격이 저렴하기 때문인 것으로 나타났다.

유사회원권의 구매경험이 없는 응답자(51.0%) 중

74.5%는 향후 구매의사가 없는 것으로 나타났으며, 구매의사가 없는 이유에 대해 단지 필요성을 느끼지 못해서라는 응답이 42.9%로 나타났다. 반면 구매경험이 없는 응답자 중 25.5%는 구매의사가 있는 것으로 나타났으며, 그 이유는 그린피 가격할인(29.8%)인 것으로 나타났다.

골프장 유사회원권의 인식을 조사한 결과 유사회원권이 골프산업 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 응답(평균 4.1점)이 골프회원권 시장에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 응답(평균 3.8점)보다 높게 나타나 응답자들이 유사회원권을 부정보다 긍정적으로 생각하고 있었다. 긍정적인 영향에 대해서는 그린피의 인하로 골프인구가 증가할 것이며, 장기적으로 골프장 수익과 골프장 수가 증가할 수 있다고 생각하고 있었다. 그러나 부정적인 영향도 있을 것으로 생각하고 있었다. 부정적인 영향은 유사회원권의 법적 보호 장치 및 표준약관 미마련으로 유사회원권 사기피해가 증가할 수 있으며, 기존 회원권의 구매수요가 감소, 회원제 골프장의 도산과 회원권 시장의 혼란을 야기할 수 있다고 생각하고 있었다.

골프장 유사회원권을 유형별로 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 구분하여 분석한 결과 골프산업 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 유사회원권은 횡수제 쿠폰, 쿠폰북이며, 골프회원권 시장에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 유사회원권은 미 반환조건 회원권, 정액제 선불카드, 회원예치금인 것으로 나타났다.

IPA분석을 위한 세부적인 기준은 골프산업 활성화에 대한 기여도(X축)와 골프회원권 시장에 미치는 부정적인 영향(Y축)을 세부기준으로 설정하였으며, 유사회원권의 유형별 인식도 평균점수를 중심으로 4개의 사분면을 구분하여 실시한 결과 중점적인 관리 및 개선이 필요한 유사회원권은 정액제 선불카드, 미 반환조건 회원권, 회원예치금인 것으로 나타났으며, 점진적 개선이 필요한 유사회원권은 반환조건 회원권인 것으로 나타났다. 그리고 골프산업 및 시장 활성화에 도움이 될 수 있는 유사회원권은 횡수제 쿠폰, 쿠폰북, 리조트, 콘도연계 회원권인 것으로 나타났다. 이를 일반 수요자집단과 회원권 전문가집단으로 구분해서 분석한 결과 회원권 전문가는 반환조건 회원권을 점진적 개선이 필요한 유사회원권이 아닌 중점적인 관리 및 개선이 필요한 유사회원권으로 인

식하고 있었으며, 정액제 선불카드를 중점적인 관리 및 개선이 필요한 유사회원권이 아닌 활성화 지원이 필요한 회원권으로 인식하고 있었다.

이에 회원권 전문가를 대상으로 유사회원권의 정책적 관리방안을 추가로 조사 및 분석한 결과, 전문가 대상 IPA분석결과와 유사하게 나타났다. 정책적 규제대상은 반환조건 회원권, 미 반환조건 회원권, 회원 예치금인 것으로 나타났으며, 활성화 지원 대상은 정액제 선불카드, 횃수제 쿠폰, 쿠폰북, 리조트, 콘도 연계회원권인 것으로 나타났다. 이를 종합하면 <table 5>와 같다.

Table 5. result of IPA and expert meeting for management & improvement of golf semi-membership

type	result of IPA			result of political management practices (expert)
	total respondents	general consumer	expert membership	
membership who needed priority management	①, ③, ⑦	①, ③, ⑦	②, ③, ⑦	②, ③, ⑦ (political regulation object)
membership who needed progressive improvement	②	②		
membership who needed active support	④, ⑤, ⑥	④, ⑤, ⑥	①, ④, ⑤, ⑥	①, ④, ⑤, ⑥ (political support object)

① fixed-rate prepaid card, ② refund conditional membership, ③ no refund conditional membership, ④ repetition system coupon, ⑤ coupon book, ⑥ membership connected resort and condominium, ⑦ balance of membership

IPA 및 회원권 전문가 대상 정책적 관리방안 분석결과를 바탕으로 유사회원권의 개선방안을 조사, 분석한 결과 개선을 위해서는 표준약관 등 소비자 보호를 위한 법적근거의 마련과 정부의 관리감독 강화가 시급한 것으로 나타났으며, 유사회원권의 표준유형마련 및 기존 회원권과의 차별화 방안수립도 필요한 것으로 나타났다.

실제로 과거의 피해사례에서도 보면, 대부분 유사회원권 업체들은 가격 대비 파격적 혜택을 제공할 능력과 보증금을 반환해 줄 재무적 여력이 없음에도 불구하고

허위 과대광고를 통해 회원권 분양을 한 사례가 있다 (SBS news, 2010). ‘체육시설의 설치이용에 관한 법률 제17조(회원모집)’에는 회원모집을 체육시설업자 또는 사업계획의 승인을 받은 자로 규정하고 있으나, ‘유사회원권’은 별도의 체육시설을 확충하지 않은 소형 서비스업체에서 발행하는 회원권으로 무늬만 회원권인 경우가 다수를 이루고 있다. 하지만 해당 법률에 구속력이 없어 무한정 회원권을 발행, 남발해도 관리규제가 불가능하기에 이에 대한 대책이 요구되고 있는 실정이다.

따라서, 표준약관 등 소비자 보호를 위한 법적근거의 마련과 정부의 관리감독 강화가 필요하며, 유사회원권의 표준유형마련 및 기존 회원권과의 차별화 방안수립도 반드시 이루어져야 할 것이다.

유사회원권 유형별 법제도 분석

유사회원권은 우선적 이용권이나 유리한 조건을 제공하는 것으로서 ‘회원권’과 같은 성격으로 취급되고, 결국 ‘유사회원’은 ‘회원’과 동일한 법적 지위를 취득하게 된다. 그렇다면 사업자와 기존 회원들 사이의 ‘우선적으로 이용하거나 유리한 조건으로 이용하기로 한 약정’이 지켜지지 않게 되는 것이어서 기존 회원은 탈퇴할 수 있고, 사업자는 입회금 내지 예탁금의 반환을 해야 하는 위기에 직면하게 된다.

다시 말해, 실태조사 결과 우선 부킹권을 부여하는 쿠폰북, 리조트·콘도 연계 회원권, 온라인 회원제의 경우에는 기존 회원의 권익을 침해할 소지가 상당하고, 이 때문에 회원권의 시장가격이 하락하여 입회금 내지 예탁금의 반환이 줄지어 일어나게 되면 골프장이 도산위기에 처할 수 있게 되는 것이다.

정액제 선불카드, 쿠폰 등 다른 유형의 경우에도 그린피의 할인을 제공하는지에 따라 문제될 수 있다. 앞서 논의한 바와 같이 그린피 할인만을 제공한 경우라도 ‘회원의 모집’에 해당한다고 볼 수 있고, 그렇다면 회원의 과다모집으로 인하여 기존 회원의 권익에 중요한 변경을 초래하는 것이므로 우선 부킹권 부여와 마찬가지로 집단적 탈퇴 및 예탁금 반환의 사유가 될 수 있다.

기존 회원의 권익을 침해하여 집단적 예탁금 반환 청구를 할 경우, 회사가 예탁금 반환을 하지 못해 예탁금 반환청구권에 대한 침해가 일어나는 경우 말고도 설악

션밸리, 여주 션밸리 등처럼 입회금을 반환해주는 형태의 유사회원권은 기존 회원의 예탁금반환청구권을 직접 침해하는 것으로 이런 형태의 유사회원권도 '회원권'으로 취급해야 한다.

이렇게 유사회원의 회원 지위 취득으로 인한 문제를 해결하기 위해서는 계약 단계에서의 약관을 규제하는 방법을 생각해 볼 수 있다.

첫 번째 방법으로는 회원계약·이용계약 체결 시 서면 교부의 의무화 및 과대광고, 부실고지, 협박을 섞은 권유의 금지 조항 신설하는 방법이 있다. 회원계약·이용계약은 고객 입장에서 그 내용이 알기 어렵고, 또 계약에서 회원의 권리의무 내용이 반드시 명확하지 않으므로, 고객은 회원계약·이용계약을 체결하기 전에 그 내용에 관해서 충분한 지식을 얻을 필요가 있다. 이 때문에 일본의 골프회원계약 적정화법 제5조제1항에서는 회원제사업자 또는 회원계약대행자에게 계약을 체결할지 여부에 관한 판단의 재료가 되는 정보를 고객에게 제공하도록 규정하였다. 구체적으로는 고객에게 계약이 성립하기 까지 동안 회원 계약의 내용이나 회원제사업자의 업무나 재산에 관한 사항 등을 기재한 서면을 교부하는 것을 의무화하였다.

또 회원계약이 성립한 경우에서, 그 계약내용이 불명확하면 후일 당사자 간에 계약내용을 둘러싸고 분쟁이 발생할 우려가 있으므로 본 법 제5조2항에서는 계약 체결 후에 계약의 구체적 내용을 회원에게 잘 이해, 확인받기 위해서, 성립한 계약 내용을 기재한 서면을 회원에게 교부할 것을 의무화한다. 이 서면은 지체 없이 교부되어야 하며 여기서의 지체없이란 통상 3~4일 이내이다.

또한 회원제사업자가 회원계약에 관한 사항을 변경하는 경우에는 본 법 제5조2항의 서면교부와 같은 취지에서 계약 내용을 명확히 하는 동시에, 회원에 대해서 그 내용을 확인하는 기회를 제공할 필요가 있다. 이 때문에 제5조3항 및 이에 근거한 시행규칙 제9조에서는 회원제사업자가 회원계약에 관한 사항 중 ① 회원 수에 관한 계획, ② 예탁금의 금액 및 거치기간, ③ 지정서비스에 관련된 시설 중 골프장의 홀수에 관한 사항을 변경하는 경우에는 해당 변경 내용을 기재한 서면을 사전에 회원에게 교부하는 것을 의무화한다. 또 일본의 골프회원계약 적정화법에는 과대광고, 부실고지, 부당행위 등을 금지하는 조항(제6조 내지 제8조)이 규정되어 있다.

두 번째 방법으로는 계약 해제 용이하게 하는 'Cooling off' 제도의 도입을 들 수 있다. 회원계약 내지 이용계약은 그 내용을 알기 어려운 면이 있고, 권유 시에 회원제사업자나 회원계약대행자의 언변에 좌우되는 면이 강하고, 계약 체결 시 다액의 금전을 지불하고, 서비스 제공이 장기간에 걸치는 것이 통례이므로 회원의 계약체결 의사가 불안정한 채로, 회원계약의 체결에 이르러 후일 그 이행이나 해약을 둘러싸고 분쟁이 발생하는 경우가 적지 않다. 따라서 일본의 골프회원계약 적정화법에서는 이 문제를 제거하기 위해서 회원계약 체결 시에 cooling-off 제도를 설정하였다.(제12조)

회원은 계약 체결 후, 제5조 제2항에서 정하는 서면을 수령한 날로부터 기산하여 8일간이 경과하기까지 사이에는 서면에 의해 회원계약 해제를 할 수 있다. 이 경우, 회원제사업자는 회원에 대해서 해당 회원계약의 해제에 따른 손해배상 또는 위약금의 지불을 청구할 수 없다. 또 이 규정에 근거한 계약의 해제가 된 경우에는 이미 해당 회원계약에 근거해서 서비스가 제공된 경우라도, 회원제사업자는 회원에 대해서 해당 서비스의 제공에 의해 얻어진 이익에 해당하는 금전의 지불을 청구할 수 없다.

유사회원권이 다량 판매되어 있는 사실을 모르는 신규 회원 또는 기존회원으로부터 회원권을 양수한 자는 회원권으로 인한 혜택을 받지 못해 우선적 시설이용에 불편을 느낄 수 있다. 따라서 체시법에 일정 기간을 정하여 회원권 계약을 용이하게 해제할 수 있도록 하며 그 해제로 인한 손해를 사업자가 부담하도록 하는 조항을 신설한다면 유사회원권으로 인한 정규회원의 피해 사례를 줄일 수 있을 것이다.

논 의

골프유사회원권 현황 및 분석을 통해 현재 우리나라에서 발행되는 유사회원권의 종류와 이용자와 전문가들이 판단하는 문제점을 알아보았으며, 골프장에 적용되는 기본법인 '체육시설의 설치 및 이용에 관한 법률'과 관광진흥법, 골프장 설립과 운영에 관한 각종 규제를 담고 있는 '체육시설의 설치 및 이용에 관한 시행령, 시행규칙' 외에도 회원과 골프장 사업자에게 부과되는 각종 세

금과 관련한 개별소비세법, 조세특례제한법, 지방세법 등을 살펴봄으로써 제도개선 방안을 도출하기 위한 단계별 연구를 진행하였다.

연구결과를 살펴보면 조사응답자나 전문가 집단 설문 결과에서 공통점으로 도출되고 있는 것이 유사회원권의 법적 보호 장치 및 표준약관 등을 마련하므로 유사회원권 사기피해를 최소화해야 한다는 것이다. 체시법에서 분명하게 명시하고 있는 대중골프장의 회원모집 금지 조항들이 현재 골프장 회원권 시장에서 만연하게 발생되고 있다. 수천만원의 유사회원권 판매, 부킹우선권 제공, 1년 이상의 보유 등이 체시법에 위반된다고 보고 있다. 반면 몇 가지 유사회원권 유형은 활성화 지원대상에 포함시켜 저성장 늪에 빠진 골프산업을 위한 지원대상으로 인식해야 한다는 것으로 나타났다. 일본의 경우, 우리나라의 체시법과 같은 법이 없는 상태에서 과도한 공급 초과로 골프장의 분쟁이 극명하게 발생되었고 그 전에도 여러 소송으로 골프산업이 블랙홀에 빠진 경험도 하였다. 이를 극복하기 위하여 입법적 모색의 산물인 '골프장 등에 관한 회원계약의 적정화에 관한 법률'을 제정하고 분쟁을 감소시키는데 크게 기여하였고 여기에는 본 연구에서 도출한 문제점의 해결방안도 제시되고 있다. 이와 같이 정책적 지원과 규제를 통해 골프산업에 긍정적 영향을 주기 위해서는 다음과 같이 몇 가지 제도개선이 이루어져야 한다는 결론에 도달하였다.

법률의 대상이 되는 회원계약의 보완

골프장 회원계약과 관련한 규정은 체시법과 약관규제법에 마련되어 있기는 하지만 이는 골프장만을 위한 법률이 아니고 체육시설 전반에 대한 법률이기 때문에 이것만으로는 골프회원계약에서의 여러 가지 문제점을 해결하지 못할 가능성이 있다. 체시법에서 명시된 대중골프장 회원의 정의가 모호한 점이다. 앞서 4장에서 다른 회원 계약의 법적 성격에서 체시법 제2조에서 '회원'을 체육시설업의 시설을 일반이용자보다 '우선적으로 이용'하거나 '유리한 조건'으로 이용하기로 체육시설업자와 약정한 자, '일반이용자'를 1년 미만의 일정 기간을 정하여 체육시설의 이용료를 지불하고 그 시설을 이용하기로 체육시설업자와 약정한 자라고 정의하고 있으며, 체시법 시행령 제19조에서는 회원자격의 존속기한을 정한 회원

을 '연회원'으로 정의하고 있다.

그러나 본 연구의 조사결과를 보면 대중골프장과 연계된 유사회원권의 종류는 대부분 1년 이상의 유효기간을 가지고 있으며 우선적 이용을 할 수 있는 부킹우선권을 부여하고 수천만 원을 호가하는 유사회원권이 난무하고 있다. 우선 '우선적 이용', '유리한 조건' 등의 모호한 기준만을 회원 자격 취득의 기준으로 삼는 것은 회원의 권익 보호측면에서 회원에게 불이익이 될 수 있고, 회원 모집절차를 거치지 않아 시정명령·영업정지를 받을 수 있는 골프장에서도 위험요소가 되므로 회원의 정의를 구체화할 필요가 있다. 특히 3장에서 밝혀낸 유사회원권 유형은 대부분 그린피 할인의 방법들로 '유리한 조건'에 해당된다. 하지만 체시법의 '유리한 조건'이 어떤 조건을 말하고 있는지 구체적으로 설명하고 있지 않아 논란의 소지를 가지고 있는 것이 사실이다.

골프장 회원계약 내지 이용계약의 중핵은 '회원이 이용요금(그린피)을 지불하고, 회사로부터 우선적 시설이용권과 예약금 반환 청구권을 취득하는 것에 있으므로 여기서의 '유리한 조건'이란 '이용요금에서 유리한 지위를 취득 하는 것', 다시 말해 '이용요금 할인의 혜택'을 받는 것으로 해석할 수 있다. 결국 체시법 2조에서의 정의와 같이 일반이용자보다 '이용금액의 할인'을 제공하는 경우에는 회원권으로 취급해야 하고, 이 경우에도 우선 부킹권과 마찬가지로 회원 권익보호 규정에 적용을 받을 수 있으며 사업자는 이런 유사회원권을 판매할 때 회원 모집절차를 거쳐야 한다. 이렇듯 유리한 조건을 제공하는 형태의 유사회원권도 회원권으로 평가되어 일반이용자 혹은 기존회원에 대한 권익이 침해 될 수 있는바, 유사회원권 가격에 대한 하한선을 마련해야 한다. 유사회원권을 구매함으로써 얻는 이익이 일정 수준이하로 될 수 있도록, 다시 말해 유사회원권의 최저가격을 정액, 또는 비율로 결정하여 시행령 또는 시행규칙에 포함시킬 필요가 있다. 일본의 경우 50만엔(약 500만원)으로 골프회원계약 적정화법에서의 회원계약의 금액을 분명하게 명시하고 있다. 또한 골프장과 그 이외 시설의 이용에 관한 계약이 일체가 되어 있는 경우(소위 복합형시설)도 골프회원계약 적정화법의 대상이 된다. 50만엔의 경우 금액요건이 예약금의 금액뿐 아니라, 입회금, 보증금, 소비제 등, 회원이 회원계약에 근거해서 회원제 사

업자에게 지불하는 일체의 금전의 총액으로 판단된다. 따라서 입회금, 예탁금 등의 구분 없이 일정 금액(일본의 경우 500만원)을 지불하고 1년 이상의 이용계약을 하는 경우에는 모두 '회원'이라고 정의하게 된다면 체시법의 회원모집절차를 따라야 하므로 유사회원권의 난매를 통해 이익을 취하려는 사업자들의 행태에 제동을 걸 수 있을 것이며, 반면 기존에 '유사회원'으로 분류되던 유형들을 '회원'으로 포섭할 수 있게 되어 회원들의 권익을 향상시킬 수 있다면, 유사회원권에 대한 인식조사에서 활성화 지원이 필요하다고 나타난 정액제 선불카드, 횡수제 쿠폰, 쿠폰북, 리조트·콘도 연계회원권 등의 활성화가 용이해 질 것으로 예상된다.

재산 등 정보개시 의무화 도입

유사회원을 모집한 골프장도 '회원모집절차'에 관한 신고를 할 의무가 있다. 하지만 유사회원권 발행을 체시법에 따라 공개모집 하도록 하면 사업자 측에게 부담이 되는 측면이 있고 특히 실효성을 기대하기는 무리이다. 이는 앞서 밝힌바와 같이 체시법 시행령의 복잡한 절차를 고려하면 더욱 그러하다. 또한 우리나라 상법 제 287조의34, 제566조, 제448조 등에서는 채권자가 재무제표 등을 열람과 등사를 청구 할 수 있도록 하고 있어 회원 또는 시설이용자의 권익보호와 편의를 위해서는 사업자의 업무 및 재산상황을 열람할 수 있도록 체시법에 신설하는 방안을 검토해야 한다. 다만 본 체시법 신설에 관한 조항은 사후적 조치이므로 골프회사와 회원계약 체결 전 계약을 체결할지 여부에 관한 판단의 재료가 되는 정보 등을 고객에게 홈페이지, 서면 등을 통해 사전에 공개하는 것을 의무화해야 한다. 실태조사 결과를 보면 법적보호장치가 필요하다는 개선방안 의견이 44%로 높게 나타났다. 또한 사기피해를 걱정하는 비율도 36.6%로 높아 이용자들이 피해를 선제적으로 대처할 수 있도록 정보공개를 의무화 할 필요가 있다.

규정 위반 시 조치에 관한 규정 신설

이용방법(우선적 이용과 유리한 조건)에 관한 규정 위반 시 조치 사항 신설

실태조사의 결과를 분석해보면 현재 대중골프장은 부킹우선권을 부여하여 체시법을 위반하고 있으며 수천만 원대의 유사회원권 판매하는 곳도 여러 곳이 있는 것으로 나타났다. 또한 1년 이상의 유효기간을 두어 일반이용자가 아닌 회원으로 해석될 수 있는 회원모집을 하고 있으며 회원모집절차도 거치지 않고 있다. 대중골프장의 회원모집이 금지 되어 있음에도 불구하고 회원 모집을 한 경우에도 회원의 자격을 인정하므로, 우선적 시설 이용권 내지 유리한 조건으로의 이용권을 제공하는 경우에도 마찬가지로 회원으로 취급하여 체시법의 적용을 해야 할 것이다.

체시법 제15조 제2항에서는 대중골프장 조성비의 투자·관리와 대중골프장의 설치·운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다고 규정하여 시행령으로 위임하고 있고, 체시법 시행령 제15조 제5항에서는 대중골프장의 설치 장소, 설치 규모, 이용료 및 이용 방법 등에 관하여 문화체육관광부령으로 정하는 사항을 지켜야 한다고 규정하여 시행규칙으로 재위임을 하고 있다. 결국 재위임을 받은 체시법 시행규칙 제13조 제2항 제4호에 '특별한 사유가 없으면 이용자의 예약 순서에 따르되, 예약자가 없는 경우에는 이용자의 도착 순서에 따라 골프장을 이용하게 하여야 한다.'라고 그 이용방법이 규정하고 있다. 이 시행규칙에 따라 대중골프장을 운영하는 회사는 누구에게도 우선 부킹권 등 선착순 운영에 반하는 우선적 시설 이용권을 부여해서는 안 된다.

그러나 체시법, 동법 시행령, 동법 시행규칙 어느 곳에도 위반 시의 제재방법에 대한 규정은 있지 않다. 회원제 골프장업과 병설 대중골프장업을 분리하여 운영하지 아니한 때에 제30조의 시정명령을 발할 수 있다는 것과 대중골프장 병설 의무 내지 대중골프장 조성금 예치 의무 위반 시에 제32조의 등록취소를 할 수 있다는 것뿐이다. 따라서 우선예약제과 유리한 조건을 내세워서 실시하는 등 편법으로 대중골프장을 운영할 시 제재수단을 개정안에 포함시킬 필요가 있고, 나아가 '특별한 사유'가 있는 경우에는 이용자의 예약 순서를 따르지 않고 골프장을 운영할 수 있는데, 이 '특별한 사유'의 정의가 내려져 있지 않아 골프장 사업자 임의대로 운영할 여지가 있으므로 '특별한 사유'의 기준을 명확히 할 필요가 있다.

골프장 사업자가 회원을 모집하려고 하는 경우 신고의 의무를 위반하였을 시 조치 사항 신설

현재 대중골프장에서는 회원모집을 할 수 없다는 판단 하에 회원모집에 관한 신고를 하지 못하고 있다. 그러나 대법원의 몇 가지 판례로 보면 유사회원권을 소지한 일부의 이용자들은 회원으로 간주된다고 판단하고 있다. 본 연구에서도 앞서 제시한 결과와 개선방안(법률의 대상이 되는 회원계약의 보완) 등이 고려될 때 골프회사는 유사회원권을 판매하기 전에 회원 모집에 관한 신고를 의무화 하고 이를 위반하였을 시 조치사항에 관한 적절한 명시가 필요하다고 판단된다. 일본의 경우 골프회원계약 적정화법 제3조제1항에 근거해서 ① 회원제사업자에 관한 사항(성명 또는 명칭 및 주소, 법인은 그 대표자 성명, 회원제사업을 하는데 필요한 자금 금액 및 그 조달방법, 기타 경제산업성령에서 정하는 사항) 및 ② 회원계약에 관한 사항(지정서비스의 내용, 시설의 개설 시기, 회원 수에 관한 계획, 출연금의 종류 및 금액, 기타 경제산업성령에서 정하는 사항)에 관해서 경제산업대신에게 신고할 필요가 있다. 이 신고는 모집을 개시하려고 할 때, 사전에 제출하도록 되어 있으나, 이 경우의 모집에는 광고나 기타 이에 유사한 방법에 의한 권유행위도 포함된다.(제2조4항) 그러므로 이들 행위를 하기 전에 제출해야 한다.

또한 골프회원계약 적정화법 시행 전에 회원모집을 했던 골프장사업자가 계속 또는 추가로 회원모집을 하는 경우나 회원모집 신고를 한 회원제사업자가 모집 계획을 변경해서 모집하려고 하는 경우에도 신고가 필요하다(단 경제산업성령에서 정하는 경미한 변경만을 한 경우를 제외). 회원모집 신고를 하지 않거나 또는 허위 신고를 해서 모집한 회원제사업자에게는 경제산업 대신에 의한 지시(제10조)나 업무의 정지명령(제11조)의 대상이 되는 외에 벌칙(50만엔 이하의 벌금, 제23조)도 정해져 있다.

계약철회청구제도(cooling off system) 도입

조사결과에서 나타난 중핵은 법적보호장치의 필요성이다. 골프장의 회원계약은 그 내용을 알기 어려운 면이 있고, 권유 시에 회원제사업자나 회원계약대행자의 언변에 좌우되는 면이 강하고, 계약 체결 당초 다액의 금전을 지불하고, 서비스 제공이 장기간에 걸치는 것이 통례

이므로 회원의 계약체결 의사가 불안정한 채로, 회원계약의 체결에 이르러, 후일 그 이행이나 해약을 둘러싸고 분쟁이 발생하는 경우가 적지 않다. 특히 유사회원권이 다량 판매되어 있는 사실을 모르는 신규 회원의 경우 계약된 내용과 이용에 불편을 느낄 수 있다. 따라서 체시법에 일정한 기간을 정하여 회원권 계약을 용이하게 해제할 수 있도록 하며 그 해제로 인한 손해를 사업자가 부담하도록 하는 조항을 신설한다면 유사회원권 시장에서 이용자와 사업자의 신뢰가 높아져 긍정적인 작용을 할 것으로 판단된다.

결론

골프유사회원권 현황 및 분석을 통해 현재 우리나라에서 발행되는 유사회원권의 종류와 이용자와 전문가들이 판단하는 문제점을 파악하였으며, 골프장에 적용되는 기본법을 살펴봄으로 제도개선 방안을 도출하기 위한 단계별 연구를 진행하였다.

본 연구를 수행하기 위한 연구절차로는 현재까지 유사회원권의 불분명한 유형을 분류하기 위한 사례조사 연구와 델파이를 진행하였으며, 이를 통해 유사회원권 문제점 및 유형별 소비자에게 미칠 수 있는 부정적 영향을 도출하기 위한 전문가 인터뷰, 유사회원권 소비현황과 수요를 알아보기 위한 설문조사와 설문조사를 분석하기 위한 통계처리 및 IPA분석을 통해 분석을 실시하였다. 또한 앞선 분석절차를 통해 유사회원권에 대한 유형별 법적 검토를 실시하였으며, 유형별 유사회원권의 수요와 문제점을 비교하기 위해 전문가 회의를 실시하였으며, 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 골프장 유사회원권 유형별 현황을 조사한 결과, 7개로 분류되었으며, 도출된 분류기준으로 총 368개의 골프장 및 회원권발행기관을 조사한 결과 80개의 골프장 및 기관에서 유사회원권을 발행하고 있는 것으로 조사되었다. 7개의 유형은 정액제 선불카드, 반환조건 회원권, 미 반환조건 회원권, 쿠폰, 쿠폰북, 리조트·콘도 연계 회원권, 회원예치금으로 구분되어 있으며, 이는 다시 각 유형별로 세분화시켜 구분하였다.

둘째, 골프장 유사회원권 구매실태를 조사결과, 유사

회원권을 구매해본 경험이 있는 응답자는 49.0%로 나타났으며, 그중 정액제 선불카드와 반환조건 회원권 및 횡수제 쿠폰이 가장 많았지만 구매 후 만족도는 중간수준으로 나타났다. 골프장 유사회원권의 인식을 조사한 결과로는 유사회원권이 골프산업 활성화에 영향을 미친다는 긍정적인 응답이 부정적인 응답보다 높게 나타났다. 긍정적인 영향에 대해서는 그린피 인하로 골프인구 증가와 장기적으로는 골프장 수익과 골프장수를 증가시킬 것으로 보인다. 하지만 부정적 영향은 법적 보호장치 및 표준약관 미 마련으로 인한 사기피해 증가와 기존 회원권 구매수요 감소, 회원제 골프장 도산 및 회원권 시장의 혼란을 야기시킬 수 있는 것으로 나타났다.

또한 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 기준으로 IPA분석을 실시한 결과 중점적인 관리 및 개선이 필요한 유사회원권은 정액제 선불카드, 미반환조건 회원권, 회원 예치금으로 나타났으며, 점진적인 개선이 필요한 유사회원권은 반환조건 회원권으로 나타났다. 종합적으로 유사회원권의 개선방안을 조사 분석한 결과 개선을 위해서는 표준약관 등 소비자 보호를 위한 법적근거의 마련과 정부의 관리감독 강화가 시급한 것으로 나타났으며, 유사회원권의 표준유형마련 및 기존 회원권과의 차별화 방안수립도 필요한 것으로 나타났다.

셋째, 유사회원권 유형별 법제도를 분석한 결과는 체시법에 일정 기간을 정하여 회원권 계약을 용이하게 해제할 수도 있도록 해야 하며, 그 해제로 인한 손해를 사업자가 부담하도록 하는 조항을 신설한다면 유사회원권으로 인한 정규회원의 피해사례를 줄일 수 있을 것으로 나타났다.

결국 위 연구결과를 통해 도출된 문제점은 유사회원

권의 법적보호장치 및 표준약관 등을 마련함으로써 사기 피해를 최소화해야 한다는 것이다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 몇가지 제도개선 방안을 도출하였다.

첫째, 법률의 대상이 되는 회원계약의 보완이 필요하며, 둘째, 재산 등 정보공개를 의무화 도입을 통해 사기 피해를 선제적으로 대처해야 할 것이다. 셋째, 규정 위반시 조치에 관한 규정이 필요할 것이다. 구체적으로 이용방법에 관한 규정과 골프장 사업자의 신고의무를 위반하였을 때의 조치사항이 신설되어야 할 것이다. 마지막으로 계약철회청구제도(cooling off system)의 도입이 필요할 것이다.

참고문헌

- Cho, S. H. (2012). Case study on the high-end golf membership. *Korea Tourism Research Association*, 27(5), 521-540.
- Cho, S. H. (2013). A study on competitiveness of the public golf club. *Korea Tourism Research Association*, 28(1), 267-281.
- Jang, K. Y. (2013). The Constitutional Evaluation and Improvement Plans of Taxation System on Golf Course. *Korea International Accounting Association*, 51, 475-502.
- Korea Golf Membership Manager Association. <http://www.kgmda.com/>
- Korea institute of sport science. (2014). *study on systematic improvement plans of golf industry*.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2014). *2014 Sports Industry Expenses Survey*.
- SBS news. (2010). "Support green fee of golf club"

골프유사회원권 시장 실태조사를 통한 제도개선방안 연구: 체육시설 설치 및 이용에 관한 법률을 중심으로

정지명(한국스포츠개발원), 박주호(연세대학교), 이영대(법무법인수호)

골프유사회원권 현황 및 분석을 통해 현재 우리나라에서 발행되는 유사회원권의 종류와 이용자와 전문가들이 판단하는 문제점을 파악하였으며, 골프장에 적용되는 기본법을 살펴봄으로써 제도개선 방안을 도출하기 위한 단계별 연구를 진행하였다. 본 연구를 수행하기 위해 사례조사 연구, 전문가 인터뷰, 설문조사, 유형별 법제도 검토 그리고 전문가 회의를 실시하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 골프장 유사회원권 유형별 현황을 조사한 결과, 7개로 분류되었다. 둘째, 골프장 유사회원권 구매실태를 조사결과, 유사회원권을 구매해본 경험이 있는 응답자가 높게 나타났다. 골프장 유사회원권의 인식을 조사한 결과로는 유사회원권이 골프산업 활성화에 영향을 미친다는 긍정적인 응답이 높게 나타났다. 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 기준으로 IPA분석을 실시한 결과 중점적인 관리 및 개선이 필요한 유사회원권은 정액제 선불카드, 미반환조건 회원권, 회원 예치금으로 나타났으며, 점진적인 개선이 필요한 유사회원권은 반환조건 회원권으로 나타났다. 셋째, 유사회원권 유형별 법제도를 분석한 결과는 체시법에 일정 기간을 정하여 회원권 계약을 용이하게 해제할 수도 있도록 해야 하며, 그 해제로 인한 손해를 사업자가 부담하도록 하는 조항을 신설한다면 유사회원권으로 인한 정규회원의 피해사례를 줄일 수 있을 것으로 나타났다. 결국 위 연구결과를 통해 도출된 문제점은 유사회원권의 법적보호 장치 및 표준약관 등을 마련함으로써 사기피해를 최소화하기 위해 법률의 대상이 되는 회원계약의 보완, 재산 등 정보공개를 의무화 도입, 규정 위반시 조치에 관한 규정 신설, 계약철회청구제도(cooling off system)의 도입이 필요할 것이다.

주요어: 골프유사회원권, 골프회원권, 체시법