

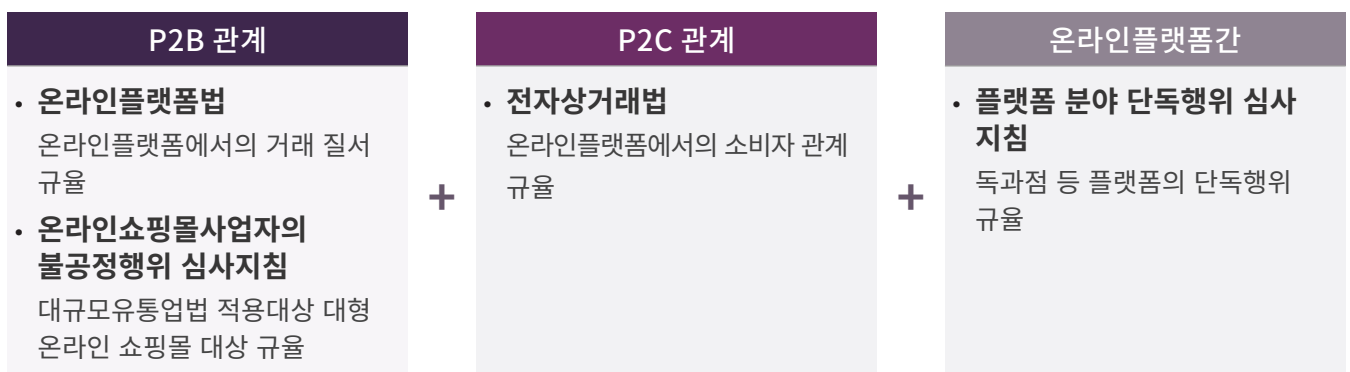
March 23, 2021

Legal Update

전자상거래법 전부개정안의 주요 내용과 시사점

공정위는 2021. 3. 5. 디지털 거래환경에 맞는 소비자 권익 보호를 위하여 전자상거래법 전부개정안을 2021. 4. 14.까지 40일간 입법예고 하였습니다. 공정위는 입법예고 기간 동안 이해관계자, 관계 부처 등의 의견을 수렴한 후 이를 반영한 개정안을 금년 중 국회에 상정할 것으로 예상됩니다.

공정위는 지난 2020. 6. 25. 발표한 디지털 공정경제 정책에서 온라인플랫폼의 특성을 고려하여 P2B(Platform to Business) 관계는 온라인플랫폼 공정화법 제정을 통하여, P2C(Platform to Customer) 관계는 전자상거래법 개정으로, P2P(Platform to Platform) 관계는 플랫폼분야 단독행위 심사지침 제정을 통하여 규제하겠다는 계획을 밝혔습니다. P2B 관계를 규율하려는 온라인플랫폼 공정화법이 지난 2021. 1. 28. 국회에 제출된 상황에서 금번에 전자상거래법 개정안이 입법예고됨에 따라 공정위가 계획하고 있는 온라인플랫폼에 대한 종합적인 규제체계가 조금씩 윤곽을 나타내고 있습니다.



금번 전자상거래법 개정안은 기존 P2C 관계에 상당한 변화를 가져올 것으로 예상됩니다. 지난 2002년 제정된 이래 급속도로 발전하고 있는 IT 기술과 산업, 전자상거래 방식의 변화 양상을 제대로 반영하지 못하고 있었던 전자상거래법의 내용이 대폭 변경될 경우 전자상거래법 적용 대상인 온라인플랫폼 운영사업자,

온라인판매사업자, 소비자 모두에게 큰 영향을 미칠 것으로 예상됩니다. 아래에서는 금번 전자상거래법 개정안의 주요 내용을 살펴보고, 그 시사점에 대해 말씀드리겠습니다.

1. 개정안의 주요 내용

가. 온라인플랫폼 중심의 거래 구조를 고려한 용어 편제 재정비

금번 전면개정안은 변화된 온라인 거래구조 및 시장환경을 반영하여, 전자상거래법 적용 대상 사업자를 온라인플랫폼 운영사업자, 온라인플랫폼 이용사업자, 자체인터넷사이트 사업자로 분류하고, 온라인플랫폼 운영사업자를 거래방식 및 관여도에 따라 다시 정보매개, 연결수단 제공, 거래중개 플랫폼으로 분류하였습니다(제2조). 이는 현행 전자상거래법이 우편 카탈로그 등 전통적인 통신판매 방식의 거래를 기반으로 하고 있어 온라인 플랫폼을 중심으로 재편된 거래구조 및 시장상황 변화를 제대로 반영하지 못하는 상황을 해결하기 위한 것입니다.

나. 새롭게 도입 내지 강화된 사업자의 의무와 책임

금번 개정안에서 가장 주목할 만한 부분은 온라인플랫폼 운영사업자에게 소비자에 대한 의무와 책임을 새롭게 부과하거나 강화하였다는 점입니다. 특히 개정안은 플랫폼과 소비자 간의 관계 뿐만 아니라 플랫폼 분야가 가지는 다면시장적 속성 및 갈수록 활발해 지고 있는 새로운 유형의 거래방식 등을 감안하여 B2C(Business to Customer), C2C(Customer to Customer) 관계에서도 소비자에 대한 의무와 책임을 부과하였습니다:

- ① **[인접지역 거래에서의 법 적용확대]** 배달앱 등을 이용한 거래가 활성화됨에 따라 인접지역의 개념이 확대되고 있음을 고려하여, 배달음식 판매업자 등 입점업체에 신원정보 제공의무를 부과하고, 배달앱 사업자에게 온라인 판매 신고의무, 신원정보 확인 및 소비자 제공의무 등 온라인플랫폼 운영사업자에 대한 의무와 책임 규정이 적용되도록 적용범위를 확대하였음(제3조)
- ② **[소비자에 대한 정보제공 강화]** 소비자의 합리적 선택권을 보호하기 위하여 검색결과와 광고를 구분하여 표시하고, 검색순위 주요결정 기준을 표시하며, 사용자 후기의 수집 처리에 관한 정보를 공개하도록 하였음. 또한 맞춤형 광고 제공시 그 사실을 고지하고, 소비자가 맞춤형 광고와 일반광고를 선택할 수 있도록 하여 소비자가 맞춤형 광고를 거부할 경우 일반광고를 선택할 수 있도록 규정(제16, 18조)
- ③ **[위해상품 유통의 신속한 차단]** 전자상거래 분야에서 리콜제도가 제대로 도입되어 있지 않은 점을 고려하여, 위해상품의 유통을 신속하게 차단할 수 있도록 리콜명령 대상자의 리콜의무 이행

협조의무를 명시하고, 일정규모 이상 사업자에게는 직접 리콜관련 전자적 조치 이행을 명령할 수 있는 근거 신설(제20조)

④ **[실제 수행하는 역할에 대한 정보제공]** 중개거래와 직매입을 혼용하는 플랫폼이 늘어나고 있는 상황을 감안하여, 온라인플랫폼 운영사업자로 하여금 자신이 실제 수행하는 역할에 따라 중개거래와 직매입 상품을 분리하여 표시하도록 하고, 청약접수, 대금수령, 결제, 대금환급, 배송 등 거래과정에서 자신이 수행하는 업무내용을 소비자에게 알리도록 의무화함(제24조)

⑤ **[온라인플랫폼 운영사업자의 외관책임 강화]** 소비자가 온라인플랫폼 운영사업자에게 직접 손해배상 청구하는 것을 용이하게 하기 위하여, (i) 온라인플랫폼 운영사업자가 거래당사자인 것으로 소비자 오인을 초래한 경우(자체영업 및 입점업체 영업을 구분하지 않거나 표시하지 않은 경우, 자신 명의로 표시, 광고,공급, 계약서 교부 등 온라인플랫폼 운영사업자가 계약당사자에 준하는 것으로 볼 수 있는 행위를 한 경우) 온라인플랫폼 이용사업자의 고의 과실로 소비자 손해 발생시 연대책임을 지도록 하였고, (ii) 온라인 플랫폼 운영사업자가 청약 접수 등 거래 과정의 중요업무를 직접 수행하는 과정에서 이와 관련하여 소비자에게 피해를 끼친 경우 온라인플랫폼 이용사업자와 연대책임을 지도록 규정(제 25조)

⑥ **[C2C 플랫폼에서의 소비자 보호 확대]** 중고마켓 등 개인간 전자상거래에서 소비자 피해를 예방하고 피해구제를 확대하고자 C2C 온라인플랫폼 운영사업자에게 신원정보 확인 및 분쟁발생시 제공 의무를 부과하고 판매자에게 결제대금예치제도 활용을 권고하도록 규정(제29조)

구분		대표유형	추가·강화된 주요 의무
온라인플랫폼 운영사업자	정보매개	SNS, C2C 중고마켓 등	①인접지역 거래에서의 법 적용확대 ②소비자에 대한 정보제공 강화 ③위해상품 유통의 신속한 차단 ⑥C2C 플랫폼에서의 소비자 보호 확대
	연결수단 제공	가격비교사이트, SNS쇼핑 등	①인접지역 거래에서의 법 적용확대 ②소비자에 대한 정보제공 강화 ③위해상품 유통의 신속한 차단 ④실제 수행하는 역할에 대한 정보제공 ⑤온라인플랫폼 운영사업자의 외관책임 강화
	거래중개	오픈마켓, 숙박앱, 배달앱, 앱마켓 등	①인접지역 거래에서의 법 적용확대 ②소비자에 대한 정보제공 강화 ③위해상품 유통의 신속한 차단 ④실제 수행하는 역할에 대한 정보제공 ⑤온라인플랫폼 운영사업자의 외관책임 강화
온라인 판매사업자	온라인 플랫폼 이용사업자	오픈마켓 입점사업자, 블로그·카페 등 SNS플랫폼 이용 판매사업자	①인접지역 거래에서의 법 적용확대 ②소비자에 대한 정보제공 강화 ③위해상품 유통의 신속한 차단
	자체인터넷 사이트사업자	홈쇼핑, 종합쇼핑몰, 개인쇼핑몰, OTT 등	①인접지역 거래에서의 법 적용확대 ②소비자에 대한 정보제공 강화 ③위해상품 유통의 신속한 차단

다. 소비자피해 차단 구제 수단 도입

아울러 개정안은 소비자피해를 차단하고, 구제하는 수단들을 도입하였습니다.

- ① **[임시중지명령 활용성 제고]** 다수 소비자에 대한 피해확산을 신속하게 차단하고자, 기존의 엄격한 임시중지명령 발동요건(법위반이 명백하고 재산상 손해가 실제 발생했을 것 등)을 ‘명백하게 법 위반이 의심되는 경우’로 완화하였고, 표시광고의 중지, 삭제, 청약철회 방해 문구의 삭제나 경고 문구의 게시 등 임시중지명령의 조치를 다양화하였음. 또한 기존의 소비자원, 소비자단체 이외에 지자체에서도 공정위에 임시중지명령을 요청할 수 있도록 하였음(제64조)
- ② **[동의의결제도 도입]** 허위 과장 기만적 소비자유인행위에 대한 신속하고 효과적인 피해구제를 위하여 동의의결제도를 도입(제60~63조)
- ③ **[전자상거래 분쟁조정위원회 설치]** 전자상거래 분쟁조정 건수 및 비중이 지속적으로 증가하는 상황, 온라인플랫폼의 3면 관계(운영사업자-이용사업자-소비자)에 대한 분쟁을 일회적으로 신속하게 해결할 필요성 등을 고려하여, 한국소비자원에 전자상거래 관련 분쟁조정을 전담하는 ‘전자상거래 소비자분쟁조정위원회’를 설치하도록 규정(제35~50조)

라. 기타 변경사항

금번 전면개정안은 제도 운영의 실효성과 법 집행력을 확보하기 위한 수단들을 도입하였고, 청약철회조건 및 기간도 명확하게 바꾸었습니다.

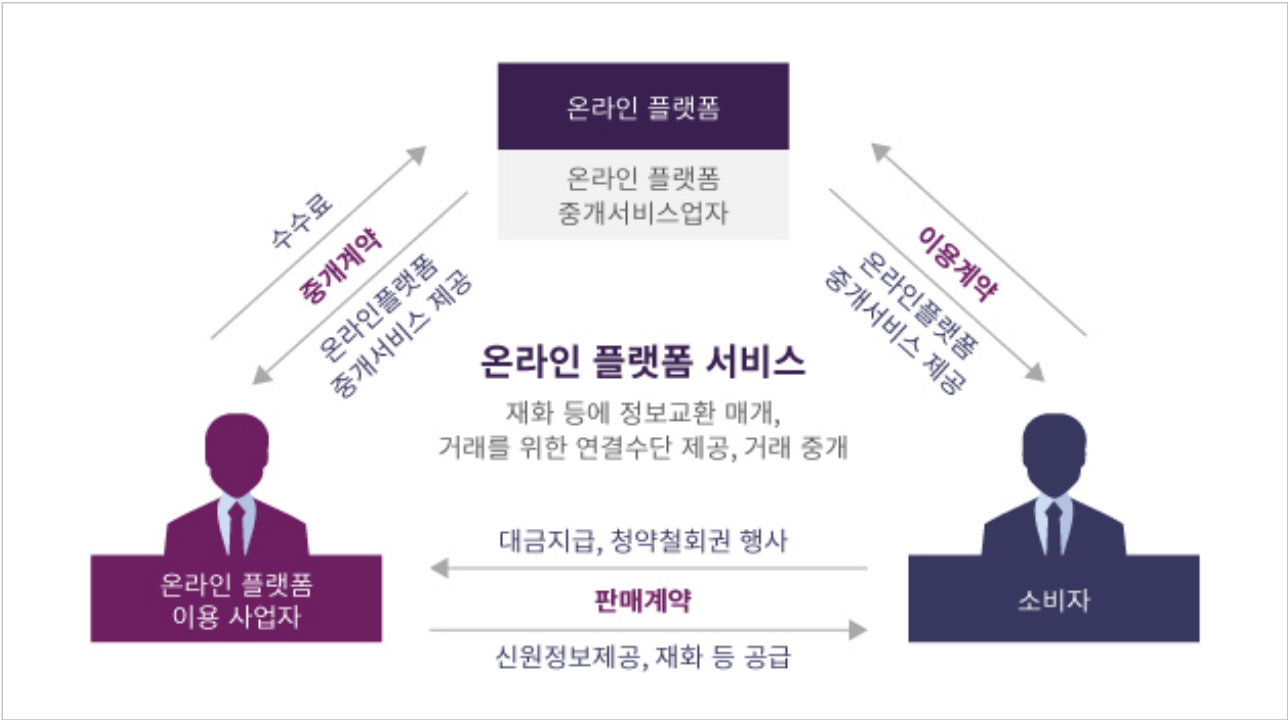
- ① **[역외적용 및 국내대리인 지정제도 도입]** 외국사업자에 대한 실효성 있는 법 집행을 위해, 국내 소비자에게 영향을 미치는 경우 국외에서의 행위도 법 적용대상임을 명확화 하였고(제5조), 국내 주소나 영업소가 없는 대규모 해외사업자에 대하여 국내대리인을 지정하도록 하여 소비자 보호 및 역외적용 제도의 실효성을 제고하도록 하였음(제19조)
- ② **[서면실태조사 도입]** 급변하는 전자상거래 분야의 거래관행, 소비자 피해 및 분쟁해결 현황 등을 신속하게 파악 대응하기 위해 서면실태조사를 실시할 수 있도록 하였음(제53조)
- ③ **[신설 법인에 대한 과징금 부과 근거 규정 도입]** 법위반 사업자의 회사분할(합병)시에도 신설법인에게 분할(합병)일 이전의 법위반행위에 대해 과징금을 부과할 수 있는 근거규정을 마련하였음(제65조, 이는 공정거래법 제55조의3 제3항과 같은 내용임)
- ④ **[청약철회조건 및 기간 변경]** 청약철회와 관련된 분쟁 방지를 위해, 청약철회가 제한되는 주문제작 상품을 “재화등을 개별적으로 주문하고 스스로 사용 이용하는 것이 명백하여 다른 소비자에게

재판매하는 것이 객관적으로 불가능한 경우”로 명확히 하고, 제품하자 시 청약철회 기간을 “소비자가 재화등의 내용이 표시 광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 30일이 되는 날과 그 재화등을 공급받은 날로부터 3개월이 되는 날 중 먼저 도래하는 기간 이내”로 명확하게 수정(제12조)

유형	기준	수정내용
청약철회가 제한되는 주문제작 상품 (12조2항6호)	소비자의 주문에 따라 개별적으로 생산되는 재화등 또는 이와 유사한 재화등	소비자가 재화등을 개별적으로 주문하고 스스로 사용 또는 이용하는 것이 명백하여 다른 소비자 에게 재판매하는 것이 객관적으로 불가능한 경우
청약철회기간 (12조3항)	공급받은 날로부터 3개월 이내로서 안 날 등으로부터 30일 이내	소비자가 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 30일 과 그 재화등을 공급받은 날로부터 3개월이 되는 날 중 먼저 도래한 기간 이내

2. 금번 개정안의 시사점

온라인플랫폼은 (i) 플랫폼 이용 사업자와 소비자 모두 플랫폼 사업자의 고객이 된다는 양면시장(Two-sided market)적 특성, (ii) 플랫폼 규모가 커질수록 플랫폼 이용자의 편익이 직간접적으로 증대되는 네트워크 효과(Network effect) 등으로 인하여 디지털 경제 시대에 그 중요성이 더욱 커지고 있고, 그 만큼 새로운 문제들이 계속 발생하고 있습니다. 이러한 상황에서 온라인플랫폼 변화 양상을 제대로 따라가지 못하고 있던 전자상거래법의 전면 개정은 상당한 의미가 있다고 할 수 있습니다.



[공정위 보도자료 참조]

다만 구체적인 개정안 내용에 대해서는 다음과 같은 우려가 제기되고 있고, 향후 이러한 우려를 둘러싼 다양한 논의가 펼쳐질 것으로 예상됩니다.

- 온라인플랫폼 사업자가 소비자의 손해에 대하여 이용사업자와 연대책임을 부담하는 규정 관련: 개정안의 연대책임 규정이 통과될 경우 온라인플랫폼 운영사업자가 연대책임을 피하기 위해 검증된 이용사업자만 입점하게 되어 신규 이용사업자들의 진입이 어렵게 되고, 그 과정에서 플랫폼 입점 수수료가 상승하여 결국 소비자 피해로 이어질 것이라는 우려가 있습니다. 또한 온라인플랫폼 운영사업자에 대한 소비자의 배상청구가 증대될 것으로 예상되는데, 그렇게 되면 온라인플랫폼 운영사업자에게 고의 과실이 있는지, 연대책임의 범위는 어디까지인지 등에 관한 치열한 공방이 펼쳐질 것으로 예상됩니다.
- 임시중지명령 요건을 완화하는 규정 관련: 개정안에서 임시중지명령 요건이 완화됨에 따라 자칫 임시중지명령이 규제당국의 일방적 의심이나 우려만으로 발동될 수 있는 것은 아닌가라는 우려가 제기될 수 있습니다. 금번 개정 취지가 타법에 비해 요건이 지나치게 엄격했던 임시중지명령을 활성화하는 것에 있는 만큼 향후 임시중지명령 요건을 둘러싼 치열한 공방이 펼쳐질 것으로 예상됩니다.
- 맞춤형광고에 대한 표시의무를 부과하는 규정 관련: 개정안에 따르면 소비자들의 선택에 따라 맞춤형 광고가 제한되는 효과가 발생할 수도 있고, 맞춤형 광고 사실을 표시하는 방식이나 내용에 대해서도 논란이 제기될 수 있습니다. 따라서 향후 맞춤형 광고의 구체적인 규제 내용이나 방식이 담길 시행령 및 고시 등 하위규정 제정 동향에 대해서도 면밀히 살필 필요가 있습니다. 아울러 기존 표시광고에 관한 규정과 어떠한 차이가 있는지에 관해서도 검토할 필요가 있을 것으로 보입니다.
- C2C 플랫폼 운영사업자에게 판매자 신원정보 확인 제공 의무를 부과하는 규정 관련: 신원정보 제공을 의무화하게 되면 개인정보침해 문제가 발생할 가능성이 높고, 사업자가 개인정보 보관과 관리라는 추가적인 부담을 안게 된다는 우려가 제기되고 있습니다. 규제당국은 소비자 피해를 예방 규제하기 위한 최소한의 장치를 마련한 것이라는 입장이나, 개정안은 특히 중고마켓과 같은 C2C 플랫폼 운영사업자에게 신원정보 열람이 아닌 신원정보 자체를 제공하도록 하고 있고, 신원정보가 사실과 다를 경우 C2C 플랫폼 내 판매자의 고의 과실로 발생한 소비자 손해에 대하여 연대책임을 부담하도록 규정하고 있기 때문에 개인정보 문제로 인하여 자칫 C2C 플랫폼이용을 꺼리게 만들고 그 과정에서 플랫폼의 혁신이 저해될 수 있다는 우려도 제기되고 있습니다. 따라서 신원정보의 확인 및 제공의무와 관련된 논란은 앞으로도 계속될 것으로 예상됩니다.
- 검색순위를 결정하는 주요결정 기준을 표시하도록 의무를 부과하는 규정 관련: 개정안은 사실상 모든 온라인플랫폼 운영사업자, 온라인 판매사업자들에게 검색순위 주요결정 기준 표시 의무를 부과하고 있으나, 온라인플랫폼공정화법 제정안에서는 일정 규모 이상의 온라인플랫폼 운영사업자에게만 검색순위 주요결정 기준 표시 의무를 부과하고 있다는 점에서 구체적인 표시방식은 물론 적용

사업자의 범위 등에 대한 논란이 지속될 가능성이 있습니다. 아울러 검색순위와 관련해서는 2020. 12. EU에서 발표된 랭킹 가이드라인(Guidelines on ranking transparency pursuant to Regulation)과 같은 해외 사례도 참조할 필요가 있습니다.

공정위는 향후 중고마켓, 오픈마켓 및 관련협회 등을 대상으로 개정안에 대한 상세한 설명, 추가적인 의견 개진 절차를 진행하겠다는 계획이므로, 그 과정에서 금번 개정안의 내용이 어떻게 변경될 것인지 주목할 필요가 있습니다. 아울러 2021. 4. 14.까지 통합입법예고 센터 또는 소관부서인 공정거래위원회 소비자정책국 전자거래과에 적극적으로 의견을 개진하는 것도 고려할 필요가 있습니다. 참고로 2020. 9. 입법예고된 온라인플랫폼 공정화법도 입법예고 기간 제기된 다양한 의견이 반영되어 국회에 제출된 법안은 처음 발표된 법안에 비하여 상당히 변경되기도 하였습니다.

나아가 향후 전자상거래법 시행령 및 관련 고시를 통하여 소비자에게 공개하여야 하는 정보의 내용 방법 절차, 온라인플랫폼 운영사업자가 이용사업자와 연대책임을 부담하는 중요 업무의 내용, 정부가 직접 위해방지 조치를 명령할 수 있는 사업자의 규모 등 온라인플랫폼 사업자들이 실제로 부담하여야 하는 의무나 책임의 내용이 구체화될 것이므로, 전자상거래법 시행 이후 하위법령의 제정 추이를 지켜볼 필요도 있습니다.

마지막으로 온라인플랫폼을 둘러싼 공정위와 방통위 등 규제기관간 정책조정 과정도 관심을 가지고 지켜볼 필요가 있습니다.

위 내용에 대하여 궁금하신 사항이 있으시거나 입법예고된 제정안에 대한 의견제출 등 도움이 필요하신 경우 언제든지 연락주시면 더욱 상세한 내용을 상담하여 드리도록 하겠습니다.

Contact us



임영철
대표변호사

T. 02-316-4629
E. ycyim@shinkim.com



석근배
파트너변호사

T. 02-316-4640
E. gbseok@shinkim.com



권오태
파트너변호사

T. 02-316-4069
E. otkwon@shinkim.com



김주연
파트너변호사

T. 02-316-1602
E. jyunkim@shinkim.com

SHIN & KIM

법무법인(유) 세종

법무법인(유) 세종 뉴스레터의 게재된 내용 및 의견은 일반적인 정보 제공 목적으로 발행된 것이며, 이에 수록된 내용은 법무법인(유) 세종의 공식적인 견해나 구체적인 사안에 관한 법률의견이 아님을 알려드립니다.

The content and opinions expressed within Shin & Kim LLC's newsletter are provided for general informational purposes only and should not be considered as rendering of legal advice for any specific matter.

서울시 종로구 종로3길 17 디타워 D2 23층 (우)03155 T. 02-316-4114 <https://www.shinkim.com>
