



제418회국회(정기회)
제7차 정무위원회

전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안

검 토 보 고

〈온라인 플랫폼 운영사업자의 의무·책임 강화 등〉

- 박상혁의원 대표발의(의안번호 제2202509호)
- 이정문의원 대표발의(의안번호 제2202954호)

2024. 11.

정 무 위 원 회

전문위원 황 승 기

목 차

I . 개 요	1
1. 박상혁의원 대표발의안(의안번호 제2202509호)	1
2. 이정문의원 대표발의안(의안번호 제2202954호)	12
II. 검토의견	16
1. 전부개정 필요성	16
2. 각 전부개정안의 체계	19
3. 주요 조문별 검토사항	22
(1) 체계 및 용어 재정비	22
(2) 인접지역 거래에 대한 적용범위 수정	33
(3) 역외적용 규정 신설 및 국내대리인 지정 제도 도입	37
(4) 정보의 투명성 확보조치 신설	46
(5) 맞춤형 광고 제공 시 고지의무	50
(6) 피해방지 협조 및 조치의무 신설	53
(7) 개인간 전자상거래에서의 소비자 보호	59
(8) 전자상거래 소비자분쟁조정위원회 설치·운영	65

(9) 동의를결제도 도입	86
(10) 임시중지명령 발동 요건 완화	98

I. 개 요

1. 박상혁의원 대표발의안(의안번호 제2202509호)

가. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 박상혁의원 등 17인
- (2) 제 안 일 : 2024. 8. 1.
- (3) 회 부 일 : 2024. 8. 2.

나. 제안이유

코로나19 이후 비대면 거래의 급격한 증가, 디지털 경제 가속화로 온라인 유통시장이 급성장하고 있으며, 그 구조도 온라인 플랫폼을 중심으로 재편되는 등 전자상거래 환경이 급격히 변화하고 있음.

그러나 현행 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “전자상거래법”이라 한다)의 경우 우편·카탈로그를 이용해 이루어지는 전통적인 ‘통신판매’ 개념을 기초로 규율체계가 설계되어 있어, 새롭게 변화된 거래환경에서 소비자를 효과적으로 보호하는 데 한계가 있음.

이에 온라인 플랫폼 중심의 새로운 거래환경에 맞춰 현행 규율체계를 개편하고, 소비자 피해 방지 및 구제를 더욱 실효성 있게 할 수 있도록 제도를 보완하는 등 현행 전자상거래법을 전면 개정하려는 것임.

다. 주요내용

가. 법체계 개편 및 용어 정비(안 제2조)

- 1) 최근 온라인 플랫폼을 통한 전자상거래가 급증하고 있고, 온라인 플랫폼 사업자 역시 단순히 판매자와 소비자간 거래를 중개하는 것뿐만 아니라 청약접수, 대금수령, 결제대행 등 다양한 업무를 수행하면서 거래에 직접 관여하는 사례도 늘고 있으나, 현행법은 우편·카탈로그 등을 이용해 이루어지는 전통적인 ‘통신판매’ 개념을 기반으로 설계되어 있어 새로운 거래환경에서 소비자를 효과적으로 보호하는 데 한계가 있음.
- 2) 이에 법 적용대상 사업자를 ‘온라인 플랫폼 운영사업자’, ‘온라인 플랫폼 이용사업자’ 등으로 구분·정의하고, 그와 관련된 ‘온라인 플랫폼 서비스’도 그들 간의 거래방식과 거래관여도 등에 따라 ‘거래중개’, ‘연결수단 제공’ 등으로 구분하여 규정하는 등 전자상거래법 규율체계 전반을 ‘온라인 플랫폼’ 중심으로 개편하고 그에 맞게 용어들도 정비함.

나. 인접지역 거래에 대한 법적용범위 확대(안 제3조제5항)

- 1) 현행법은 판매자가 생활용품·음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래(이하 “인접지역 거래”라 한다)에 대해서는 ‘소비자가 주문 당일 상품을 소비하고, 손쉽게 판매자의 사업장을 방문할 수 있다’는 거래의 특성을 고려하여, ‘주문-소비 시점 간에 시간적 차

이가 있고, 소비자와 판매자의 주소가 물리적으로 멀리 떨어져 있음'을 전제로 설계된 전자상거래법 규제의 적용을 대부분 제외하고 있음.

2) 그러나 최근 배달앱의 등장으로 음식료 등이 판매될 수 있는 '인접지역'의 범위가 물리적으로 크게 넓어져 '소비자가 판매자의 사업장을 손쉽게 방문하기 어려운 경우'도 증가하고 있는데, 현행법에 따르면 이 경우에도 판매자 신원정보 제공에 관한 규제 등 전자상거래법 규제의 적용이 대부분 제외되고 있어 소비자 피해구제를 어렵게 하는 요인으로 작용하고 있음.

3) 이에 '인접지역 거래'의 경우에도, 배달음식료 판매업자와 같은 온라인 플랫폼 이용사업자에 대해서는 표시·광고를 할 때 자신의 상호·주소·전화번호와 같은 신원정보를 소비자에게 제공할 의무를 부과하고, 배달앱과 같은 온라인 플랫폼 운영사업자에 대해서도 자신의 상호·주소·전화번호·인터넷도메인 이름·호스트 서버 소재지 등과 같은 신원정보를 공정거래위원회 또는 지방자치단체장에게 신고할 의무를 부과하는 등 전자상거래법 규제 중 필요한 사항들이 적용되도록 함.

다. 선불식 할부거래에 대한 법 적용범위 합리화(안 제3조제6항)

1) 상조서비스의 경우 계약체결 및 선수금 납입 이후 상당한 시간이 경과하여 사망 등이 발생한 시점에야 비로소 서비스 공급이 개시되는 특성이 있는데, 이 서비스가 온라인으로 판매되어 그 공급계

약(선불식 할부거래)에 전자상거래법이 적용된다면, 현행법 제17조 제1항제1호단서에 따라 ‘상조서비스 공급이 시작된 날’부터 7일 이내, 다시 말해, 사망 이후에도 언제든지 소비자의 청약 철회가 가능해져 사실상 상조영업 자체가 어려워지는 문제가 있음.

2) 또한, 온라인으로 판매된 상조서비스 공급계약에 전자상거래법이 적용된다면 그 서비스를 공급하는 회사는 현행법 제24조에 따른 소비자피해보상보험에 가입하는 상황이 올 수 있는데, 상조회사는 「할부거래에 관한 법률」 제27조에 따라서도 소비자피해보상보험 계약을 체결해야 하기 때문에 온라인으로 서비스를 판매한 상조회사는 두 법에 따른 소비자피해보상보험 계약을 중복 체결하는 부담을 지게 될 수 있음.

3) 이와 같은 문제들을 해결하기 위해 상조서비스 공급계약과 같은 선불식 할부거래에 대해서는 청약철회에 관한 규정(안 제12조부터 제14조까지)과 소비자피해보상보험계약에 관한 규정(안 제35조)이 적용되지 않도록 함.

라. 역외적용 규정 신설(안 제5조)

1) 국외 사업자에 의해 운영되는 플랫폼을 통한 전자상거래 과정에서 소비자 피해사태가 늘어나고 있으나, 국외 사업자를 대상으로 국내 전자상거래법을 적용할 수 있는지 여부에 관한 명시적인 근거규정이 없어 소비자 피해구제를 어렵게 하고 있음.

2) 이에 국외 사업자에 대해서도 국내 전자상거래법을 적용할 수 있

도록 하는 역외적용 규정을 신설함.

- 3) 다만, 「국제사법」 제27조의 취지를 고려하여 국외 사업자와 국내 소비자간 거래에 있어서도 국외 사업자가 적극적으로 국내 소비자를 대상으로 영업활동을 하거나 하려는 경우(전자상거래 등을 하거나 하려는 경우)에만 전자상거래법을 적용토록 함.

마. 정보의 투명성 확보를 위한 전자상거래 사업자의 조치의무 신설
(안 제16조 및 제32조)

- 1) 상품 검색결과 순위 결정기준, 소비자 이용후기 등은 상품 구매 과정에서 소비자의 선택에 결정적 영향을 미치는 요소들이므로, 소비자의 합리적인 선택을 보장하기 위해서는 이에 관한 정보들이 소비자에게 투명하게 제공될 필요가 있음.
- 2) 이에 전자상거래 사업자가 (1) 소비자에게 상품 검색결과 순위를 제공하는 경우에는 조회수, 판매량, 상품가격, 광고비 지급여부 등 그 순위 결정에 이용되는 기준을 표시하도록 하는 한편, 그 표시되는 내용에 영업비밀은 제외되도록 하고, (2) 상품에 대한 소비자 이용후기를 게시하는 경우에는 게시기간, 삭제기준 등 그 후기의 수집·처리에 관한 정보를 공개하도록 의무화함.

바. 맞춤형 광고에 관한 전자상거래 사업자의 고지의무 신설(안 제18조 및 제32조)

- 1) 특정 소비자의 기호·연령·성별·소비습관 등의 특징에 따라 그 소비자에게만 제공되는 광고(이하 “맞춤형 광고”라 한다)가 크게

늘어나고 있으나, 소비자는 이를 일반광고와 구분하기 어려워 구매 과정에서 합리적인 선택을 제약받고 있음.

- 2) 이에 전자상거래 사업자가 맞춤형 광고를 제공하는 경우에는 그 광고가 맞춤형 광고라는 사실을 소비자에게 미리 고지하도록 함.

사. 외국 사업자의 국내대리인 지정제도 도입(안 제19조)

- 1) 외국 사업자와 국내 소비자 간 전자상거래가 늘어나고 있으나, 그 사업자가 국내영업소를 두지 않는 경우에는 그 거래 과정에서 발생한 소비자 피해나 분쟁을 해결하기 어려울 뿐만 아니라, 정부의 법집행과정에 필요한 자료제출이나 그에 수반되는 문서송달 등도 원활히 진행되기 어려움.
- 2) 이에 국내에 주소·영업소를 두고 있지 않은 전자상거래 사업자 중 일정 규모 이상의 사업자에 대해서는 소비자 피해구제 및 분쟁 해결, 자료제출 등의 업무를 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)을 지정하도록 의무화함.

아. 소비자 위해방지를 위한 전자상거래 사업자의 조치의무 신설(안 제20조 및 제30조)

- 1) 전자상거래 과정에서 소비자의 생명·신체·재산에 위해가 되는 상품이 유통되는 사례가 발생하고 있으나, 현행 전자상거래법에는 그 유통을 신속히 차단하기 위한 법적 장치들이 미흡하고, 리콜제도를 규정하고 있는 개별법들에도 그 상품 제조·판매자에 대한 리콜명령 규정은 있으나, 온라인 플랫폼과 같은 판매 중개업자에

대한 규정은 없는 경우가 있음.

2) 이에 리콜명령을 받은 자가 그 명령을 이행하기 위해 온라인 판매사업자에게 위해상품의 회수·수거·폐기·판매중지 등을 요청하거나 온라인 플랫폼 운영사업자(그 사업자가 거래를 중개하거나 거래를 위한 연결수단을 제공하는 경우에 한정한다)에게 그 상품 판매를 차단해달라고 요청하는 경우 온라인 판매사업자와 온라인 플랫폼 운영사업자로 하여금 각각 그 요청에 협조하도록 의무화함.

3) 아울러, 중앙정부 또는 광역지방자치단체가 매출액 등이 일정 규모 이상인 온라인 플랫폼 운영사업자(그 사업자가 거래를 중개하거나, 거래를 위한 연결수단을 제공하는 경우에 한정한다)에게 소비자 위해방지를 위해 필요한 조치를 하도록 명령할 경우 해당 온라인 플랫폼 운영사업자로 하여금 그 명령에 따르도록 의무화함.

자. 온라인 플랫폼 운영사업자의 정보제공 의무 강화(안 제24조)

1) 온라인 플랫폼 운영사업자가 (1) 상품을 직접 매입해 소비자에게 직접 판매(이하 “직매입거래”라 한다)하기도 하면서 동시에 판매자와 소비자간 거래를 중개(이하 “중개거래”라 한다)하기도 하는 경우, 이런 직매입거래와 중개거래를 구분하여 표시하지 않으면 소비자는 자신이 구매한 상품의 판매주체가 누구인지 잘 알지 못하게 되고, (2) 중개거래에 있어 온라인 플랫폼 운영사업자가 청약접수·대금수령·결제·배송 등의 업무를 수행하는데 이를 소비자

에게 알리지 않으면 소비자는 그 업무수행 주체가 누구인지 잘 알지 못하게 되는데, 이와 같이 상품의 판매주체나 청약접수 등 업무의 수행주체를 잘 모르는 소비자는 그 상품과 관련된 피해를 입더라도 이를 신속하고 효과적으로 구제받는 데 어려움을 겪게 됨.

- 2) 이에 온라인 플랫폼 운영사업자로 하여금, 자신이 거래당사자가 아니라는 사실을 고지토록 하는 현행법상 의무와 함께, (1) 직매입 거래에 있어서는 자신이 판매주체임을 표시하도록 하고, 중개거래에 있어서는 자신이 판매주체가 아님을 미리 고지하도록 하며, (2) 청약접수·대금수령·결제·배송 등의 업무를 수행하는 때에는 그 업무의 내용을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 미리 고지하도록 의무화함.

차. 온라인 플랫폼 운영사업자의 책임 현실화(안 제25조, 제26조, 및 제27조)

- 1) 온라인 플랫폼 운영사업자가 판매자·소비자간 거래에 관여하는 사례가 크게 늘어나고 있으나, 현행법의 경우 온라인 플랫폼 운영사업자는 자신이 거래의 당사자가 아니란 사실을 소비자에게 알리지 않거나, 판매자의 신원정보를 소비자에게 제공하지 않거나 거짓으로 제공한 경우 등 매우 제한적인 경우에만 소비자가 입은 손해에 대해 책임을 지게 되어 있음.
- 2) 이에 온라인 플랫폼 운영사업자로 하여금 (1) 직매입거래 상품과 중개거래 상품을 구분하여 표시 또는 고지하지 않거나, 자신이 판

매주체가 아니면서 판매주체인 것처럼 표시·광고하여 자신이 거래당사자인 것처럼 소비자가 오인하거나 오인할 수 있게 한 경우 등에는 판매자의 고의·과실로 발생한 소비자의 손해에 대해 판매자와 연대책임을 지도록 하고, (2) 청약접수·대금수령·결제 등의 업무를 수행하는 경우에는 그 업무 수행과 관련하여 발생한 소비자의 손해에 대해서는 단독으로 책임을 지도록 하며, (3) 청약접수 등의 업무를 수행하는 중 판매자가 소비자에게 청약철회 기한 등의 정보를 제공해야 할 의무 등을 이행하지 않는 경우에는 그 판매자를 대신하여 그 의무를 이행할 책임을 지도록 함.

카. 개인 간 전자상거래에서의 소비자 보호(안 제31조)

- 1) 중고마켓 등 개인 간 전자상거래를 중개하는 온라인 플랫폼(이하 “C2C 플랫폼”이라 한다)을 이용하는 사례가 증가하고 있으나, 그 과정에서 발생하는 소비자 피해를 구제하거나 분쟁을 해결하기 위한 법적 장치가 미흡함.
- 2) 이에 C2C 플랫폼 운영사업자로 하여금 (1) 개인판매자의 전화번호 등 연락처를 확인하고, 그 개인판매자와 소비자 간 분쟁이 발생하는 경우에는 분쟁조정기구, 법원 등에게 해당 개인판매자의 연락처와 거래내역 등을 제공하여 분쟁해결에 협조하도록 하고, (2) 개인판매자와 소비자간 계약에는 청약철회 등에 관한 전자상거래법상 규제가 적용되지 않는다는 사실을 소비자에게 알리고, (3) 자신의 온라인 플랫폼을 이용하는 판매자 중 개인이 아닌 사

업자가 있는 경우에는 이를 표시하도록 의무화함.

타. 동의의결제도 도입(안 제62조 및 제63조)

- 1) 전자상거래 과정에서 발생하는 불공정행위 중 ‘거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하는 행위’(이하 “소비자 기만행위”라 한다)의 경우 여러 소비자에게 동시다발적으로 피해를 주나, 개별 소비자 입장에서 그 피해금액이 크지 않아 소송을 통해 그 피해를 구제받기에 어려운 측면이 있음.
- 2) 이에 소비자 기만행위로 발생하는 피해를 신속하고 효과적으로 구제하기 위해 전자상거래법에 동의의결제도를 도입함.

파. 임시중지명령 제도의 실효성 제고(안 제64조)

- 1) 현행법에는 소비자 피해의 급격한 확산을 막기 위한 긴급조치 수단으로 ‘임시중지명령’ 제도가 도입되어 있으나, 그 명령의 발동요건이 지나치게 엄격해 제도 자체가 사실상 사문화되어 있음.
- 2) 이에 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에 따른 임시중지명령의 발동요건과 같이, 명백한 범위반이 ‘의심’되는 경우에도 임시중지명령이 발동될 수 있도록 하고, 그 명령의 내용에 있어서도 해당 행위의 중지, 영업의 전부 또는 일부 정지 등 다양한 형태의 조치가 가능하도록 함.

하. 금지·무효화되는 ‘소비자에게 불리한 계약’의 범위 확대(안 제66조)

- 1) 현행법은 소비자의 청약철회(안 제12조 및 제13조), 사업자의 손해배상청구금액 제한(안 제15조)에 관한 전자상거래법 규정을 위반한 것으로서 소비자에게 불리한 약정을 금지하고 그 효력을 무효로 하고 있는데, 그 대상이 되는 약정의 범위가 좁아 소비자 권익보호에 한계가 있음.
- 2) 이에 금지·무효화의 대상이 되는 약정에 ‘전자상거래법상 온라인 플랫폼 운영사업자 또는 온라인 판매사업자가 부담해야 할 책임을 배제(안 제25조부터 제28조까지 위반)하는 내용의 약정’으로서 소비자에게 불리한 약정까지 추가해 소비자의 권익을 더욱 두텁게 보호하도록 함.

2. 이정문의원 대표발의안(의안번호 제2202954호)

가. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 이정문의원 등 11인
- (2) 제 안 일 : 2024. 8. 19.
- (3) 회 부 일 : 2024. 8. 20.

나. 제안이유

디지털 경제의 가속화, 코로나19 팬데믹을 겪으며 비대면 거래가 활성화되어 이전 대비 온라인 유통시장이 급성장하고, 온라인 플랫폼 중심으로 거래 구조도 재편되고 있음.

그런데 현행법은 전통적인 통신판매를 기준으로 설계되었기 때문에 시장변화에 따른 다양화된 거래패턴을 반영하지 못하고, 규율체계도 미흡한 측면이 있음. 또한 플랫폼 중심의 전자상거래에 관하여 별도 규율체계를 수립하는 것은 세계적인 추세로 중국·일본 및 유럽연합(EU) 등에서는 이와 관련한 입법도 본격화되고 있으므로, 이러한 흐름에 동참하여야 한다는 의견이 있음.

이에 대폭 변화된 시장상황에 상응하는 규율체계를 마련하고, 소비자권익을 내실 있게 보호할 수 있도록 전면 개정하려는 것임.

다. 주요내용

가. 법 체계 및 용어 재정비(안 제1조부터 제28조까지)

- 1) 최근 전자상거래는 온라인 플랫폼을 통하여 거래하는 비중이 크게 증가하고 있고, 온라인 플랫폼은 단순한 중개기능을 넘어 플랫폼 사업자가 광고게재, 청약접수, 대금수령, 결제대행, 청약철회 접수 등 거래에 관여하는 정도 및 그 역할이 크게 증가하고 있으나, 현행법은 우편·카탈로그 등 전통적인 통신판매 방식의 거래를 기반으로 하고 있어 온라인 플랫폼을 중심으로 재편된 거래구조 및 시장상황 변화를 제대로 반영하지 못하고 있음.
- 2) 이에 법 적용대상 사업자를 크게 온라인 플랫폼 운영사업자, 온라인 플랫폼 이용사업자, 자체 인터넷 사이트 등 이용사업자로 구분·정의하고, 이 중 온라인 플랫폼 운영사업자는 거래방식 및 관여도 등에 따라 중개, 연결수단 제공, 전자게시판 제공의 3가지 유형으로 구분함.

나. 맞춤형 광고에 관한 전자상거래 사업자의 고지의무 신설 (안 제16조)

- 1) 특정 소비자의 기호·연령·성별·소비성향 등의 특징에 따라 그 소비자에게만 제공되는 맞춤형 광고가 크게 늘어나고 있으나, 소비자는 이를 일반광고와 구분하기 어려워 구매 과정에서 합리적인 선택을 제약받고 있음.

- 2) 이에 전자상거래 사업자가 맞춤형 광고를 제공하는 경우에는 그 광고가 맞춤형 광고라는 사실을 소비자에게 미리 고지하도록 함.

다. 위해방지 협조의무(안 제18조 및 제27조)

- 1) 핵심 유통채널로 부각된 전자상거래에서 소비자의 생명·신체·재산에 위해가 되는 상품에 대한 신속한 유통차단이 시급하나, 현행법에는 이에 대한 금지규정이 없고, 리콜제도가 도입된 개별법에는 제조·판매자에 대한 리콜명령·권고 규정은 있는 반면, 중개업자에 대한 규정은 부재한 경우가 있음.
- 2) 이에 리콜명령 대상자의 리콜의무 이행에 협조해야 하는 의무를 명시하고, 중앙·지방정부가 리콜명령 등 발동 시 온라인 플랫폼 사업자에 대해 직접 리콜과 관련하여 필요한 조치의 이행을 명령할 수 있는 근거를 마련함.

라. 전자상거래 소비자분쟁조정위원회 설치 및 운영(안 제35조부터 제50조까지)

한국소비자원의 소비자분쟁조정위원회 조정건수 중 전자상거래 분쟁조정 건수가 지속적으로 증가하고 있는 상황에서, 전자상거래 구조의 특성 상 소비자·플랫폼·입점업체의 3자가 관련된 분쟁을 일회적으로 해결할 수 있는 특화된 분쟁조정 기구가 필요하므로, 한국소비자원에 전자상거래 관련 분쟁조정을 전담하는 전자상거래 소비자분쟁조정위원회를 설치·운영하도록 함.

마. 동의의결제도 도입(안 제58조)

전자상거래에서의 허위·과장·기만적 소비자유인행위는 동시다발적으로 소비자 피해를 야기하나, 소비자 입장에서는 소송비용 및 소송기간 등 경제적·시간적 부담을 이유로 소송을 통한 권리구제를 받기 어려운 측면이 있으므로, 전자상거래 사업자의 허위·과장·기만적 소비자유인행위에 대한 신속하고 효과적인 피해구제를 위하여 동의의결제도를 도입함.

사. 임시중지명령의 발동요건 완화(안 제59조)

사기사이트 폐쇄 등 다수 소비자 피해 예방을 위한 긴급조치 수단으로서 임시중지명령제도는 그 발동요건이 지나치게 엄격하여 사실상 사문화된 상태이므로, 임시중지명령제도의 효율성을 제고하기 위하여 명백한 법 위반이 의심될 경우로 발동요건을 완화하고, 법 위반행위의 내용에 따라 표시·광고의 중지·삭제, 청약철회 방해 문구의 삭제, 사이트 내 경고 문구의 게시 등 다양한 조치가 가능하도록 규정함.

Ⅲ. 검토의견

1. 전부개정 필요성

□ 디지털 경제의 가속화, 코로나19로 인한 비대면 거래의 급격한 증가 등에 따라 온라인 유통시장이 급성장하고 있으며, 온라인 플랫폼을 통한 온라인 거래 증가, 배달앱¹⁾, SNS, C2C 플랫폼 등 신 유형의 거래 활성화 등에 따라 최근 전자상거래 구조도 급격히 변화하고 있는 것으로 파악됨.

○ 온라인쇼핑 거래액은 2017년 94조억 원 수준에서 2023년 228조억 원 수준으로 2.4배 가량 증가하였고, 온라인쇼핑에서 온라인 플랫폼을 통한 거래가 차지하는 비중은 2017년 33.2%에서 2023년 59.4%로 2배 가까이 증가하였으나, 온라인 거래에서의 소비자 피해 사례나 분쟁 등도 함께 증가하는 것으로 나타남.

<온라인쇼핑 거래액>

(단위: 억원)

구분	2017년	2019년	2021년	2023년
총 거래액	941,858	1,366,008	1,902,231	2,288,607

(자료: 통계청 온라인쇼핑동향 추출)

1) 온라인 음식서비스 거래액: ('19)9.8조→('20)17.4조→('21)25.6조→('22)26.6조→('23)26.4조 (자료: 공정거래위원회)

<온라인쇼핑 시장에서 온라인 플랫폼 거래비중>

(단위 : %)

구분	2017년	2019년	2021년	2023년
총 거래액	33.2	44.9	56.6	59.4

(자료: 한국온라인쇼핑협회)

<한국소비자원 온라인 거래 피해구제 신청 건수>

(단위 : 건)

2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
15,898	16,974	15,270	19,636	20,599

(자료: 한국소비자원)

<1372소비자상담센터 전자상거래 관련 상담 건수>

(단위 : 건)

2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
204,083	215,020	195,694	196,444	176,277

주: 1372소비자상담센터는 공정거래위원회가 운영하고 한국소비자단체협의회, 한국소비자원, 광역지자체가 참여하여 상담을 수행하는 전국 단위 소비자상담 통합 콜센터임
(자료: 공정거래위원회)

- 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “전자상거래법”이라 한다)은 전자상거래에서 공정한 거래질서를 확립하고 소비자의 권익을 보호하기 위한 목적으로 운용되는 전자상거래 분야 소비자 보호 정책의 기본 토대가 되는 법임. 그러나 2002년 제정 당시 전자상거래 주 수단이었던 전통적 ‘통신판매’를 전제로 설계되어 다양화된 전자상거래 거래패턴을 제대로 반

영하지 못하고 있으며, 변화한 시장 상황에 효과적으로 대응하여 사업자의 의무와 책임을 적절히 규율하고 소비자를 충분히 보호하는데 한계가 있는 실정임.

- 특히 최근 온라인 플랫폼을 통한 거래가 전자상거래의 주요 수단으로 급 부상하였는데, 온라인 플랫폼이 단순히 거래를 중개하는 기능을 넘어 청약접수나 결제대행 등 거래에 관여하는 역할이 크게 증가하고 있으나, 현행 전자상거래법에 따르면 온라인 플랫폼 운영사업자에 대한 규제가 미흡하여 소비자 피해 예방·구제가 제대로 이루어지지 않고 있다는 지적이 있음.

- 이에 변화한 시장상황에 상응하는 규율체계를 마련하고, 소비자 권익을 보다 내실있게 보호하기 위하여 전자상거래법의 전면 개정 필요성이 인정될 수 있다고 보임.

- 각 개정안은 온라인 플랫폼 운영사업자에 대한 의무와 책임을 강화하고, 새로운 거래 형태의 등장 등 거래환경 변화에 대응하여 관련 규정을 보완하는 한편, 전자상거래 분쟁조정 해결을 위하여 별도의 분쟁조정위원회를 설치·운영하도록 하는 등 소비자 권익 보호 및 전자상거래 시장의 건전한 질서를 정립하려는 것으로 그 취지와 방향은 타당하다고 보임.

2. 각 전부개정안의 체계

□ 박상혁의원안은 총 7장 81개 조문, 이정문의원안은 총 7장 75개 조문으로 구성되어 있으며, 현행법과 각 개정안의 구성을 비교하면 다음과 같음.

<현행법과 각 개정안의 구성 비교>

현행 (7장 51개조)	박상혁의원안 (7장 81개조)	이정문의원안 (7장 75개조)
제1장 총 칙	제1장 총 칙	제1장 총 칙
제2장 전자상거래 및 통신판매	제2장 전자상거래 제1절 온라인판매사업자 등 제2절 온라인 플랫폼 운영 사업자	제2장 전자상거래
제3장 소비자 권익의 보호	제3장 소비자권익의 보호 제1절 총칙 제2절 전자상거래 소비자 분쟁조정위원회	제3장 소비자권익의 보호 제1절 총칙 제2절 전자상거래 소비자 분쟁조정위원회
제4장 조사 및 감독	제4장 조사 및 감독	제4장 조사 및 감독
제5장 시정조치 및 과징금 부과	제5장 시정조치 및 과징금 부과	제5장 시정조치 및 과징금 부과
제6장 보칙	제6장 보칙	제6장 보칙
제7장 벌칙	제7장 벌칙	제7장 벌칙
부칙	부칙	부칙

○ 각 개정안은 현행법의 ‘통신판매’라는 용어를 삭제하여 전자상거래법에서 사용하는 용어를 전반적으로 개편함에 따라 현행법 제2장의 장명을 ‘전자상거래 및 통신판매’에서 ‘전자상거래’로 변경하였음.

- 전자상거래와 관련한 제2장에서 박상혁의원안은 2개의 절로 분리하여 제1절에서는 ‘온라인판매사업자(입점업체, 자체 인터넷 사이트 사업자)’에게 적용되는 규정을, 제2절에서는 온라인 플랫폼 거래와 관련하여 ‘온라인 플랫폼 운영사업자’에게 적용되는 의무와 책임 등의 내용을 분리하여 규정하고 있고, 이정문의원안은 별도의 절 분리 없이 관련 내용을 규정하고 있음.
- 한편, 소비자의 권익 보호와 관련하여 박상혁의원안과 이정문의원안 모두 전자상거래 소비자분쟁조정위원회를 별도로 신설하여 전자상거래 소비자분쟁조정위원회의 설치·절차·효력 등에 관한 조항들을 규정함.
- 그 밖에 박상혁의원안과 이정문의원안 모두 동의의결제도를 도입하였는데 이정문의원안은 이에 이행강제금 내용까지 추가하였고, 박상혁의원안은 서면실태조사, 자료제공 및 협조요청, 전자상거래 소비자보호 등에 대한 교육에 대한 규정 등을 추가로 신설하였음.

<각 개정안의 주요 개정내용 비교>

구분	박상혁의원안	이정문의원안
체계 및 용어 재정비	제2조	제2조
정보의 투명성 확보조치 신설	제16조	-
온라인 플랫폼 운영사업자의 정보 제공의무 확대	제24조	-
연대책임 강화 등	제25조, 제26조	-

구분	박상혁의원안	이정문의원안
위해방지 협조·조치의무 신설	제20조, 제30조	제18조, 제27조
C2C 거래에서 소비자 보호 조치	제31조	-
소비자분쟁조정위원회 설치·운영	제37조~제52조	제35조~제50조
서면실태조사	제55조	-
자료제공 및 협조요청	제57조	-
동의의결제도 도입	제62조	제58조
소비자교육	제73조	-

3. 주요 조문별 검토사항

(1) 체계 및 용어 재정비

□ 박상혁의원안과 이정문의원안은 현행 정의 규정의 “통신판매”, “통신판매업자”, “통신판매중개” 등을 삭제하고, “온라인 플랫폼(안 제4호)”, “온라인 플랫폼 서비스(안 제5호)”, “온라인 플랫폼 운영사업자(안 제6호)”, “온라인 플랫폼 이용 사업자(안 제7호)” 등 온라인 플랫폼과 관련한 정의 규정들 및 “자체 인터넷 사이트 등 이용사업자”(박상혁의원안 제8호) 또는 “자체 인터넷몰등 이용사업자”(이정문의원안 제8호)”, “우편·카탈로그 등 거래”(안 제12호) 등에 대한 정의 규정을 신설하고 있음.

현행	박상혁의원안	이정문의원안
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “전자상거래”란 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 상행위(商行爲)를 하는 것을 말한다. <신설>	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “전자상거래”란 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 상행위(商行爲)를 하는 것을 말한다. 2. “비대면 전자상거래”란 전자상거래	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “전자상거래”란 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 상행위(商行爲)를 하는 것을 말한다. 2. “비대면 전자상거래”란 전자상거래

현행	박상혁의원안	이정문의원안
2. “통신판매”란 우편 · 전기통신, 그 밖 에 총리령으로 정 하는 방법으로 재 화 또는 용역(일정	중 인터넷 등 대통 령령으로 정하는 방법으로 재화 또 는 용역(일정한 시 설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포 합한다. 이하 같다) 에 관하여 소비자 에게 정보를 제공 하고 소비자의 청 약을 받아 재화 또 는 용역(이하 “재 화등”이라 한다)을 거래하는 것을 말 한다. 3. “선지급식 전자상 거래”란 소비자가 재화등을 공급받기 전에 미리 재화등 의 거래대금을 전 부 또는 일부 지급 하는 비대면 전자 상거래를 말한다. <삭 제>	중 인터넷 등 대통 령령으로 정하는 방법으로 재화 또 는 용역(일정한 시 설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포 합한다. 이하 같다) 에 관하여 소비자 에게 정보를 제공 하고 소비자의 청 약을 받아 재화 또 는 용역(이하 “재 화등”이라 한다)을 거래하는 것을 말 한다. 3. “선지급식 전자상 거래”란 소비자가 재화등을 공급받기 전에 미리 재화등 의 거래대금을 전 부 또는 일부 지급 하는 비대면 전자 상거래를 말한다. <삭 제>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<u>한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약</u> <u>을 받아 재화 또는 용역(이하 “재화등”이라 한다)을 판매하는 것을 말한다.</u> <u>다만, 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조제3호에 따른</u> <u>전화권유판매는 통신판매의 범위에서 제외한다.</u> 3. <u>“통신판매업자”란</u> <u>통신판매를 업(業)</u> <u>으로 하는 자 또는</u> <u>그와의 약정에 따라</u> <u>통신판매업무를</u> <u>수행하는 자를</u> <u>말한다.</u> 4. <u>“통신판매중개”란</u> <u>사이버몰(컴퓨터 등</u> <u>과 정보통신설비를</u> <u>이용하여 재화등을</u> <u>거래할 수 있도록</u> <u>설정된 가상의 영</u>	<삭 제> <삭 제>	<삭 제> <삭 제>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<u>업장을 말한다. 이하 같다)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다.</u> <신설> <신설>	4. “온라인 플랫폼”이란 재화등의 거래와 관련된 둘 이상 사용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다. 5. “온라인 플랫폼 서비스”란 온라인 플랫폼을 통하여 이루어지는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 서비스를 말한다. 가. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 인터넷 등 가상의 영업장을 제공하거나 온라	4. “온라인 플랫폼”이란 재화등의 거래와 관련된 둘 이상 사용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다. 5. “온라인 플랫폼 서비스”란 온라인 플랫폼을 통하여 이루어지는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 서비스를 말한다. 가. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 인터넷 등 가상의 영업장을 제공하거나 온라

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>인 플랫폼 이용</u> <u>사업자를 대신</u> <u>하여 소비자의</u> <u>청약 접수를 받</u> <u>거나 계약을 체결하는</u> <u>방법으로 재화등의</u> <u>거래를 중개하는</u> <u>서비스</u> 나. <u>온라인 플랫폼</u> <u>이용 사업자의</u> <u>재화등에 관한</u> <u>정보를 온라인</u> <u>플랫폼 내에서</u> <u>제공하고, 대통령령으로</u> <u>정하는 방법으로 소</u> <u>비자와 온라인</u> <u>플랫폼 이용자</u> <u>업자간에 재화</u> <u>등의 거래를 위</u> <u>한 연결수단을</u> <u>제공하는 서비</u> <u>스</u> 다. 「<u>정보통신망</u> <u>이용촉진 및 정보</u> <u>보호 등에 관한</u> <u>법률</u>」 제2 조제1항제9호의 게시판(공개법	<u>인 플랫폼 이용</u> <u>사업자를 대신</u> <u>하여 소비자의</u> <u>청약 접수를 받</u> <u>거나 계약을 체결하는</u> <u>방법으로 재화등의</u> <u>거래를 중개하는</u> <u>서비스</u> 나. <u>온라인 플랫폼</u> <u>이용 사업자의</u> <u>재화등에 관한</u> <u>정보를 온라인</u> <u>플랫폼 내에서</u> <u>제공하고, 대통령령으로</u> <u>정하는 방법으로 소</u> <u>비자와 온라인</u> <u>플랫폼 이용자</u> <u>업자 간에 재화</u> <u>등의 거래를 위</u> <u>한 연결수단을</u> <u>제공하는 서비</u> <u>스</u> 다. 「<u>정보통신망</u> <u>이용촉진 및 정보</u> <u>보호 등에 관한</u> <u>법률</u>」 제2 조제1항제9호의 게시판(공개법

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>위 설정에 따라 제한된 상대에</u> <u>게만 공개되는</u> <u>경우도 포함</u> <u>다. 이하 “전자</u> <u>게시판”이라 한</u> <u>다)을 이용하여</u> <u>비대면 전자상</u> <u>거래 또는 제2</u> <u>조 제5호가목에</u> <u>서 정하고 있는</u> <u>거래의 중개가</u> <u>이루어지는 경</u> <u>우 해당 전자게</u> <u>시판을 제공하</u> <u>는 서비스</u> <u>라. 가목부터 다목</u> <u>까지의 규정에</u> <u>따른 서비스에</u> <u>부수하여 이루</u> <u>어지는 결제 및</u> <u>배송지원, 고객</u> <u>관리 등의 서비</u> <u>스</u> <u>6. “온라인 플랫폼</u> <u>운영사업자”란 온</u> <u>라인 플랫폼 서비</u> <u>스를 제공하는 사</u> <u>업자를 말한다.</u> <u>7. “온라인 플랫폼</u>	<u>위 설정에 따라</u> <u>제한된 상대에</u> <u>게만 공개되는</u> <u>경우도 포함</u> <u>다. 이하 “전자</u> <u>게시판”이라 한</u> <u>다)을 이용하여</u> <u>비대면 전자상</u> <u>거래 또는 가목</u> <u>에 따른 거래의</u> <u>중개가 이루어</u> <u>지는 경우 해당</u> <u>전자게시판을</u> <u>제공하는 서비</u> <u>스</u> <u>라. 가목부터 다목</u> <u>까지에 따른 서</u> <u>비스에 부수하</u> <u>여 이루어지는</u> <u>결제, 배송지원</u> <u>및 고객 관리</u> <u>등의 서비스</u> <u>6. “온라인 플랫폼</u> <u>운영사업자”란 온</u> <u>라인 플랫폼 서비</u> <u>스를 제공하는 사</u> <u>업자를 말한다.</u> <u>7. “온라인 플랫폼</u>
<신설>		
<신설>		

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	이용사업자”란 온라인 플랫폼을 통하여 재화등의 정보를 소비자에게 제공하거나 재화등을 거래하는 방법으로 비대면 전자상거래를 하는 사업자를 말한다.	이용사업자”란 온라인 플랫폼을 통하여 재화등의 정보를 소비자에게 제공하거나 재화등을 거래하는 방법으로 비대면 전자상거래를 하는 사업자를 말한다.
<신설>	8. “자체 인터넷 사이트 등 이용사업자”란 자체 인터넷 사이트 등 대통령령으로 정하는 방법으로 비대면 전자상거래를 하는 사업자를 말한다.	8. “자체 인터넷몰 등 이용사업자”란 자체 인터넷몰을 통하여 재화등을 거래하는 등 대통령령으로 정하는 방법에 따라 비대면 전자상거래를 하는 사업자를 말한다.
5. ~ 6. (생략)	9. ~ 10. (현행과 같음)	9. ~ 10. (현행과 같음)
<신설>	11. “호스팅서비스”란 사업자가 전자상거래를 할 수 있도록 온라인몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말하며, 제4호의 온라인	11. “호스팅서비스”란 사업자가 전자상거래를 할 수 있도록 온라인몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말하며, 제4호의 온라인

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<신설>	<u>플랫폼을 포함한다.</u> <u>이하 같다)의 구축</u> <u>및 서버 관리 등을</u> <u>하는 서비스를 말</u> <u>한다.</u> 12. “우편·카탈로그 <u>등 거래”란 우편,</u> <u>카탈로그, 그 밖의</u> <u>대통령령으로 정하</u> <u>는 방법으로 재화</u> <u>등의 거래에 관한</u> <u>정보를 제공하고</u> <u>소비자의 청약을</u> <u>받아 재화등을 거</u> <u>래하는 것을 말한</u> <u>다.</u>	<u>플랫폼을 포함한다.</u> <u>이하 같다)의 구축</u> <u>및 서버 관리 등을</u> <u>하는 서비스를 말</u> <u>한다.</u> 12. “우편·카탈로그 <u>등 거래”란 우편,</u> <u>카탈로그, 그 밖의</u> <u>대통령령으로 정하</u> <u>는 방법으로 재화</u> <u>등의 거래에 관한</u> <u>정보를 제공하고</u> <u>소비자의 청약을</u> <u>받아 재화등을 거</u> <u>래하는 것을 말한</u> <u>다.</u>

□ 현행법은 우편·전기통신 등의 방법으로 재화나 용역을 판매하는 통신판매 거래를 기반으로 통신판매업자, 통신판매중개자 등의 의무·책임 등을 규정하고 있으나, 최근 전자상거래는 ‘온라인 플랫폼’ 중심으로 재편되어 새로운 거래 구조를 형성하고 있음.

○ 이에 각 개정안은 전자상거래의 변화 실태를 반영하여 통신판매, 통신판매업자, 통신판매중개 등 기존의 통신판매 관련 정의를 삭제하고, 온라인 플랫폼 중심으로 전자상거래법에서 사용되는 주요 용어들을 정비하며, 정의 규정에서 정비한 용어들을 사용하여

전자상거래법의 전반적인 체계를 재편하고 있음.

□ 두 개정안은 모두 “온라인 플랫폼”(안 제2조제4호)의 정의를 재
화등의 거래와 관련된 둘 이상 이용자 간의 상호작용을 위하여
정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템으로서 구체적인
종류에 대하여는 대통령령으로 정하도록 규정하고 있고²⁾³⁾,

○ “온라인 플랫폼 서비스”(안 제2조제5호)는 온라인 플랫폼을 통하
여 이루어지는 ① 중개 서비스, ② 연결수단 제공 서비스, ③ 전
자게시판 제공 서비스, ①~③ 서비스에 부수하여 이루어지는 결
제, 배송지원 및 고객 관리 등의 서비스로 구분함⁴⁾.

○ 두 개정안 모두 정의 규정에서 온라인 플랫폼의 서비스 유형을
3가지로 구분한 후, 각 플랫폼 유형 별로 온라인 플랫폼 운영사
업자에게 차등화된 책임과 의무를 적용하도록 하고 있음. 이는
거래방식, 거래에의 관여도 등을 고려하여 온라인 플랫폼 운영사
업자에게 차별화된 규율을 적용하려는 취지로 이해됨.

□ 또한 각 개정안은 ‘온라인 플랫폼 운영사업자(안 제2조제6호),’

2) 참고로, 우리 위원회에 계류되어 있는 온라인플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 제정안의 정의와 동일, 유
사함

- “온라인 플랫폼”이란 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함
한다. 이하 같다)의 거래, 정보 교환 등 상호작용을 목적으로 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로
그램 및 이에 준하는 전자적 시스템을 말한다.
- “온라인 플랫폼”이란 정보통신설비를 이용하여 이용자에게 정보의 수집, 저장, 검색, 송신, 수신, 그
밖에 이와 유사한 기능 등을 제공하여 서로 다른 이용자나 이용자 집단 간 거래 및 정보교환 등의 상
호작용이 가능하도록 하는 전자적 시스템을 말한다.

3) 거래를 중개하는 플랫폼 뿐 아니라 검색포털, SNS, 클라우드 서비스 등 사실상 모든 종류의 온라인 서비
스가 온라인 플랫폼으로 포함될 가능성이 있어, 사업영역이나 비즈니스 모델과 무관하게 일률적으로 온라
인 플랫폼으로 규정되어 동일한 의무를 지게 되는 문제가 발생할 수 있다는 한국인터넷기업협회의 우려
의견이 있음.

4) 오픈마켓, 앱마켓, 가격비교사이트, 블로그, 카페 등이 이에 해당됨

‘온라인 플랫폼 이용사업자(안 제2조제7호)’, ‘자체 인터넷 사이트 이용사업자 또는 자체 인터넷몰등 이용사업자(안 제2조제8호)’에 대한 정의를 신설하고 전자상거래법이 적용되는 사업자를 위 세 종류로 구분하고 있음.

○ 현행 전자상거래법의 적용 사업자는 각 조문별로 통신판매업자, 통신판매중개업자, 통신판매중개의뢰자, 사이버몰운영자, 전자게시판서비스 제공자 등으로 상이하게 규정되어 있는데, 개정안은 전자상거래법 적용 사업자를 3가지 유형으로 구분하여 전자상거래법이 적용되는 사업자를 보다 이해하기 쉽게 규정하는 한편,

○ “온라인플랫폼 이용사업자(입점업체) - 온라인플랫폼 운영사업자 - 소비자”의 관계로 이루어지는 전자상거래 및 “자체인터넷 사이트 이용사업자 - 소비자”로 이루어지는 관계의 전자상거래를 구분하여 거래의 성격과 구조에 따라 각 사업자의 의무와 책임 등을 보다 체계적으로 규율하려는 취지로 용어를 정비한 것으로 보임⁵⁾.

□ 한편, 각 개정안은 기존의 우편·카탈로그 등 거래에 대해서는 안 제2조제12호에 정의 규정을 신설하고 우편·카탈로그 등 거래에의 준용규정을 두어 현행법에서 적용되던 소비자 보호 규정이 계속 적용될 수 있도록 체계를 마련하였음.

□ 이와 같이 각 개정안이 온라인 플랫폼을 중심으로 정의 규정을

5) (현행)통신판매업자 → (개정안)온라인 판매사업자(온라인 플랫폼 이용사업자 + 자체인터넷 사이트 이용사업자),
(현행)통신판매중개자(중개업자) → (개정안)온라인 플랫폼 운영사업자
(현행)통신판매중개의뢰자 → (개정안)온라인 플랫폼 이용사업자

정비한 것은 온라인 플랫폼 중심으로 재편된 최근의 전자상거래
변화 현실을 반영한 것으로 보임.

(2) 인접지역 거래에 대한 적용범위 수정

□ 박상혁의원안은 인접지역 거래와 관련되더라도 온라인플랫폼 이용사업자의 경우 신원정보 제공 의무를 적용하도록 하고, 온라인 플랫폼 운영사업자의 경우에는 신고 의무 및 신원정보 제공의무 등 그 밖에 플랫폼 운영사업자의 의무와 책임 규정을 적용하도록 하려는 것임.

현행	박상혁의원안
제3조(적용 제외) ①~③ (생략) ④ 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」의 투자매매업자·투자중개업자가 하는 증권거래, 대통령령으로 정하는 금융회사 등이 하는 금융상품거래 및 일상 생활용품, 음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래에 대하여는 제12조부터 제15조까지, 제17조부터 제20조까지 및 제20조의2를 적용하지 아니한다. <u><신설></u>	제3조(적용 제외) ①~③ (생략) ④----- ----- ----- ----- --금융상품거래에 대하여는 제6조부터 제9조까지, 제11조부터 제16조까지, 제18조제3항 및 제4항, 제19조, 제20조, 제24조부터 제31조까지-----. ⑤ 일상 생활용품, 음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래(이하 “인접지역 거래”라 한다)에 대하여는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 제6조부터 제9조까지, 제11조부터 제15조까지, 제20조, 제30조를 적용하지 아니한다. 1. 제32조의 규정에 의하여 준용

현행	박상혁의원안
	<u>되는 온라인 플랫폼 운영사업자의 제6조에 따른 신고</u> 2. <u>온라인 플랫폼 이용사업자의 제7조에 따른 신원정보 제공</u>

<인접지역 거래 적용 제외 규정 비교>

현행	개정안
제12조(통신판매신고)	제6조(온라인판매사업자의 신고 등) [※ 단, 온라인 플랫폼 운영사업자는 제6조 적용]
제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보제공)	제7조(신원정보의 제공) [※ 단, 온라인 플랫폼 이용사업자는 제7조 적용]
제14조(청약확인)	제8조(거래조건에 대한 정보의 제공)
제15조(재화등의 공급)	제9조(청약확인 등)
제17조(청약철회에 따른 환급 의무)	제11조(재화등의 공급 등)
제18조(청약철회등의 효과)	제12조(청약철회등)
	제13조(청약철회등의 효과)
제19조(손해배상청구금액의 제한)	제14조(휴업기간 등에서의 청약철회 등의 업무처리)
제20조(통신판매중개자-판매자 정보제공)	제15조(손해배상청구금액의 제한 등)
제20조의2(통신판매중개자-소비자 불만 해결 노력 의무)	제20조(온라인판매사업자의 위해방지 협조의무)
	제30조(온라인 플랫폼 운영사업자의 위해방지 조치의무)

□ 현행법은 일상 생활용품, 음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래에 대하여는 제12조(통신판매업자의 신고 등), 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공), 제14조(청약확인 등), 제15조(재화등의 공급 등), 제17조(청약철회등), 제18조(청약철회등의 효과), 제19조(손해배상청구금액의 제한 등), 제20조(통신판매중개자의 의무와 책임), 제20조의2(통신판매중개자 및 통신판매중개의뢰자의 책임)를 적용하지 않음.

○ 인접지역 거래에 대하여 적용 예외를 둔 취지는 주문 당일 재화를 소비하고 소비자가 직접 판매사업자 방문이 가능한 인접지역 거래의 성격을 고려한 것이라고 볼 수 있음⁶⁾⁷⁾.

○ 그런데 코로나 시기를 거치면서 배달앱의 사용이 활성화됨에 따라 과거에 비해 인접지역에 대한 개념이 확대되고 있으며, 배달앱 이용 증가와 더불어 이와 관련한 소비자 불만 및 피해도 크게 증가하고 있지만⁸⁾, 현행 인접지역 거래에 대한 적용 제외 규정으로 소비자의 피해 예방 및 권익 구제에 한계가 있는 측면이 있음.

6) 유럽연합 소비자권리지침에서도 가정 내에서 즉각적인 소비를 목적으로 하는 음식료, 정기적으로 배달되는 음식료 등과 관련한 계약에 대해서는 소비자권리지침을 적용하지 않는다는 예외를 규정하고 있음. 다만 그 범위는 소비자의 집, 거주지 또는 직장에 빈번하게 정기적으로 상인이 상품을 공급하는 경우로 제한됨. (Directive 2011/83/EU, 제3조제3항)

7) ① 인근 지역의 사업자이기 때문에 소비자가 구매한 상품 등과 관련하여 문제가 있는 경우 바로 사업장을 확인하여 직접 방문을 통한 해결이 가능하므로 사업자에게 통신판매업 신고(제12조) 및 신원·정보제공(제13조), 청약확인(제14조) 등의 의무를 부여할 필요가 크지 않음

② 인접 지역의 음식료, 일상 생활용품 등을 구입하는 것은 통상 주문당일에 배송을 받아서 바로 소비하기 위한 경우가 대부분이기 때문에 청약 후 7일 이내 공급(제15조) 또는 7일 이내의 청약철회(제17조), 환급 및 손해배상(제18조, 제19조) 관련 규정이 적용될 필요성이 크지 않음

③ 인접지역의 일상 생활용품, 음식료 등의 거래를 중개하는 경우에도 대면 거래의 성격을 많이 지니고 있기 때문에 통신판매업자의 신원정보 제공, 연대배상 책임 등의 적용을 제외시킴(제20조, 제20조의2)

8) <배달앱 관련 소비자 불만 내용>

〈한국소비자원 연도별 배달앱 관련 소비자 불만 현황〉

구 분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	계
상담건수	433	444	814	901	1,006	3,598

(자료: 한국소비자원)

○ 이에 개정안은 인접지역 거래에 있어서도 사업자의 신원과 관련된 기본정보를 정확하게 소비자에게 제공하도록 함으로써 소비자 피해를 예방하고 소비자의 권익을 보다 두텁게 보호할 필요가 있다는 점에서 긍정적인 조치로 보임.

□ 이와 관련하여 공정거래위원회는 동일한 인접지역 판매 거래임에도 불구하고 온라인 플랫폼을 통한 거래에만 신원정보 제공과 같은 추가적인 규제를 적용하는 것은 형평성에 어긋날 수 있다는 입장임.

구 분	2019	2020	2021	2022	2023	계
AS불만	4	4	11	6	8	33
가격.요금	7	18	20	12	24	81
거래관행	5	10	20	12	16	63
계약불이행(불완전이행)	145	122	240	222	225	954
계약해제.해지/위약금	47	52	74	100	105	378
단순문의.상담	38	41	62	61	75	277
법.제도	—	—	—	4	1	5
부당채권추심	—	—	—	—	1	1
부당행위	60	65	114	146	148	533
안전(제품/시설)	5	11	24	38	30	108
약관	6	3	18	26	36	89
이자.수수료	3	5	3	1	5	17
청약철회	42	27	30	30	42	171
표시.광고	16	16	26	31	28	117
품질(물품/용역)	55	70	172	212	262	771
합계	433	444	814	901	1,006	3,598

(자료: 한국소비자원)

(3) 역외적용 규정 신설 및 국내대리인 지정 제도 도입

□ 박상혁의원안과 이정문의원안은 국내에 주소 또는 영업소가 없는 일정규모 이상의 온라인판매사업자 등에 대하여 국내대리인을 지정하도록 의무화하고, 박상혁의원안은 국내에 주소 또는 영업소가 없는 사업자가 국내 소비자를 대상으로 전자상거래 등을 하거나 하려는 경우에도 전자상거래법이 적용하도록 역외적용 규정을 신설하려는 것임.

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	제5조(국외 사업자의 전자상거래 등에 대한 적용) 이 법은 국내에 주소 또는 영업소가 없는 사업자가 국내 소비자를 대상으로 전자상거래 등을 하거나 하려는 경우에 대해서도 적용한다.	
<신 설>	제19조(국내대리인의 지정) ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인판매사업자로서 매출액, 이용자수 등 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 서면으로 지정하고, 그 결과를 공정거래위원회에 통보하여야 한다.	제29조(국내대리인의 지정) ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인판매사업자 또는 온라인 플랫폼 운영사업자(이하 이 조에서 “온라인판매사업자등”이라 한다)로서 매출액, 이용자수 등 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>국내대리인이 변경된 경우에도 또한 같다.</u> 1. 제29조에 따른 소비자 불만·분쟁해결 및 피해 예방·구제 업무 2. 제57조제1항, 제74조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제1항에 따른 자료·물건 등의 제출 3. 제74조제3항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제98조에 따른 문서의 제출 ② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다.	<u>라 한다)를 서면으로 지정하고, 그 결과를 공정거래위원회에 제출하여야 한다.</u> 1. 제7조제1항제9호 및 제4항에 따른 온라인판매사업자의 소비자 불만등의 처리 이행 2. 제26조제1항에 따른 온라인 플랫폼 운영사업자의 소비자 불만이나 분쟁의 해결을 위하여 필요한 조치 3. 제69조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제1항제3호에 따른 자료·물건의 제출 등 4. 제69조제3항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제98조에 따른 문서의 송달 ② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다. 이 경우 제1항에 따라 국내대리인을 지정하여야 하는 온라인판매사업자들은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 법인이 존재하는 경우에는 해당 법인 중에서 선택한 자를

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	③ 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 때에는 다음 각 호의 사항 모두를 인터넷 사이트 등에 공개하여야 한다. 1. 국내대리인의 성명(법인의 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다) 2. 국내대리인의 주소(법인의 경우에는 영업소 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소 ④ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 해당 국내대리인을 지정한 온라인판매사업자가 그 행위를 한 것	국내대리인으로 지정하여야 한다. 1. 제1항에 따라 국내대리인을 지정하여야 하는 사업자가 설립한 국내 법인 2. 제1항에 따라 국내대리인을 지정하여야 하는 사업자가 임원 구성, 사업 운영 등에 대하여 지배적인 영향력을 행사하는 국내 법인 ③ 온라인판매사업자등은 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 경우 다음 각 호의 사항을 해당 온라인판매사업자등이 이용·운영하는 온라인몰에 공개하여야 한다. 1. 국내대리인의 성명(법인의 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다) 2. 국내대리인의 주소(법인의 경우에는 영업소 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소 ④ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 해당 국내대리인을 지정한 온라인판매사업자등이 그 행위를

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>으로 본다.</u> ⑤ <u>공정거래위원회는 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인판매사업자가 제1항에 따른 국내대리인 지정대상에 해당되는지 여부를 확인하기 위하여 그 온라인 판매사업자에게 매출액, 이용자수 등 대통령령으로 정하는 사항에 대한 자료의 제출을 요청할 수 있다.</u> ⑥ <u>제1항에 따른 결과의 통보 및 제3항에 따른 인터넷 사이트 공개 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</u>	<u>한 것으로 본다.</u> ⑤ <u>국내대리인은 제1항에 따른 온라인판매사업자등과 유효한 연락수단을 확보하여야 한다.</u> ⑥ <u>공정거래위원회는 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인판매사업자등이 제1항에 따른 국내대리인 지정대상에 해당되는지 여부를 확인하기 위하여 해당 사업자에게 매출액, 이용자수 등 대통령령으로 정하는 사항에 대한 자료의 제출을 요청할 수 있다.</u> ⑦ <u>제1항에 따른 결과의 통보 및 제3항에 따른 인터넷 사이트 공개 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</u>

□ 통계청의 온라인쇼핑동향에 따르면, 소매판매액에서 온라인쇼핑 거래액이 차지하는 비중은 계속해서 증가하고 있고 온라인을 통한 해외 직접 구매의 경우에도 계속해서 늘어나는 추세임.

<소매판매액 중 온라인쇼핑 거래액 비중>

(경상금액, 억원, %)

구분	소매판매액(A)	온라인쇼핑 거래액	온라인쇼핑 상품 거래액(B) ¹⁾	비중(B/A)
2021년	5,923,782	1,902,231	1,454,955	24.6
2022년	6,255,518	2,111,236	1,552,633	24.8
2023년	6,397,192	2,288,607	1,627,028	25.4

1) 「여행 및 교통서비스, 문화 및 레저서비스, 이쿠폰서비스, 음식서비스, 기타서비스 거래액」 제외

(자료: 통계청 2024년 6월 온라인쇼핑동향(2024년 2/4분기 온라인 해외 직접 판매 및 구매 통계 포함))

<온라인 해외 직접 구매액>

(단위: 백만원)

구분	합계	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기
2021년	5,257,402	1,193,768	1,223,034	1,248,833	1,591,767
2022년	5,945,356	1,433,886	1,477,039	1,446,370	1,588,061
2023년	6,681,913	1,506,454	1,603,867	1,607,873	1,963,719

(자료: 통계청 2024년 6월 온라인쇼핑동향(2024년 2/4분기 온라인 해외 직접 판매 및 구매 통계 포함) 재구성)

- 해외직구의 증가 추세와 함께 소비자 상담·분쟁 및 관련 피해사례도 증가하고 있으나⁹⁾, 현행법에서 해외사업자와의 전자상거래에 대한 명시적인 규정이 존재하지 않음.

<최근 3년간 국제소비자상담 접수 추이>

(단위: 건)

2021년	2022년	2023년
14,086	16,608	19,418

(자료: 한국소비자원 홈페이지)

9) 국제거래 소비자상담 전년 대비 16.9% 증가(한국소비자원 보도자료, 2024. 3. 29.)

한국소비자원이 온라인 해외 물품구매 및 서비스거래 경험이 있는 소비자(1,000명)을 대상으로 국제거래 이용 및 피해 경험을 설문조사한 결과, 해외직구 이용자의 10%, 해외 숙박·항공 이용자의 22% 이상이 피해를 경험했다고 응답함(국제거래, 물품구매보다 서비스거래에서 피해경험 많아, 한국소비자원 보도자료, 2023. 8. 31.)

□ 이에 박상혁의원안은 국내에 주소 또는 영업소가 없는 사업자가 국내 소비자를 대상으로 전자상거래 등을 하거나 하려는 경우에도 전자상거래법을 적용하도록 역외적용 규정을 신설하는 내용으로¹⁰⁾, 소비자 보호 차원에서 타당한 측면이 있으며 해외사업자에 대하여 국내법 준수에 대한 인식을 제고하도록 하는 효과가 있을 것으로 보임.

○ 다만, 공정거래위원회는 해외 사업자가 국내 소비자를 대상으로 적극적으로 영업행위를 한 경우에는 국내 강행규정인 전자상거래법상 소비자 보호 규정이 적용됨을 명시한 국제사법¹¹⁾ 및 해

10) 참고로 역외적용 규정은 현재 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」, 「전기통신사업법」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률」, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」에서 규정하고 있음.

「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」

제3조(국외에서의 행위에 대한 적용) 국외에서 이루어진 행위라도 그 행위가 국내 시장에 영향을 미치는 경우에는 이 법을 적용한다.

「전기통신사업법」

제2조의2(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다.

「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」

제5조의2(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다.

「가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률」

제3조(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위로서 그 효과가 국내에 미치는 경우에도 적용한다.

「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」

제2조(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위로서 그 효과가 국내에 미치는 경우에도 적용한다.

11) 「국제사법」

제42조(소비자계약의 관할) ① 소비자가 자신의 직업 또는 영업활동 외의 목적으로 체결하는 계약으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 대한민국에 일상거소가 있는 소비자는 계약의 상대방(직업 또는 영업활동으로 계약을 체결하는 자를 말한다. 이하 “사업자”라 한다)에 대하여 법원에 소를 제기할 수 있다.

1. 사업자가 계약체결에 앞서 소비자의 일상거소가 있는 국가(이하 “일상거소지국”이라 한다)에서 광고에 의한 거래 권유 등 직업 또는 영업활동을 행하거나 소비자의 일상거소지국 외의 지역에서 소비자의 일상거소지국을 향하여 광고에 의한 거래의 권유 등 직업 또는 영업활동을 행하고 그 계약이 사업자의 직업 또는 영업활동의 범위에 속하는 경우

2. 사업자가 소비자의 일상거소지국에서 소비자의 주문을 받은 경우

3. 사업자가 소비자로 하여금 소비자의 일상거소지국이 아닌 국가에 가서 주문을 하도록 유도한 경우

② 제1항에 따른 계약(이하 “소비자계약”이라 한다)의 경우에 소비자의 일상거소가 대한민국에 있는 경우

의 유사 입법례¹²⁾ 등을 참고할 때 현행법의 개정이 없이도 법 해석을 통해 해외사업자에게 전자상거래법 적용이 가능하며, 그 간 법 적용의 심결례¹³⁾가 다수 확립되어 있어 별도의 규정 마련 실익이 적다는 입장임.

□ 한편, 박상혁의원안 제19조와 이정문의의원안 제29조는 국내에 주소 또는 영업소가 없는 일정 기준 이상의 해외사업자에게 소비자 불만 및 분쟁 처리, 필요한 자료나 물건의 제출 등의 업무를 대리하는 국내대리인을 지정하도록 규정하고 있는데, 해외 사업자와의 거래에서 발생하는 분쟁이나 소비자 피해 등에 대하여 보다 적극적인 피해 구제 및 원활한 조사 등을 가능하게 한다는 점에서 긍정적 측면이 있음¹⁴⁾.

에는 사업자가 소비자에 대하여 제기하는 소는 법원에만 제기할 수 있다.

③ 소비자계약의 당사자 간에 제8조에 따른 국제재판관할의 합의가 있을 때 그 합의는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에만 효력이 있다.

1. 분쟁이 이미 발생한 후 국제재판관할의 합의를 한 경우

2. 국제재판관할의 합의에서 법원 외에 외국법원에도 소비자가 소를 제기할 수 있도록 한 경우

제47조(소비자계약) ① 소비자계약의 당사자가 준거법을 선택하더라도 소비자의 일상거소가 있는 국가의 강행규정에 따라 소비자에게 부여되는 보호를 박탈할 수 없다.

② 소비자계약의 당사자가 준거법을 선택하지 아니한 경우에는 제46조에도 불구하고 소비자의 일상거소지법에 따른다.

③ 소비자계약의 방식은 제31조제1항부터 제3항까지의 규정에도 불구하고 소비자의 일상거소지법에 따른다.

12) 일본은 전기통신사업관 관련 지침을 통해 전기통신사업법이 적용되는 외국법인의 기준을 i) 서비스가 일본어로 제공, ii) 유료 서비스 결제 통화가 일본 엔화를 포함, iii) 광고, 판촉 등이 일본의 서비스 이용에 관한 것 중 하나에 해당하는 것으로 규정

13) 구글, 아고다, 부킹닷컴('22년), 테슬라('23년), 에어비앤비('24년) 등 해외사업자 제재

14) 다만, 주한미국상공회의소(암참)는 개정안이 국내대리인에게 단순한 절차적 의무를 넘어 통신판매자나 통신판매중개자로서의 실질적인 의무 이행을 대리하도록 규정하고 있고, 이는 해외사업자가 국내에 실질적인 영업조직을 설치하도록 사실상 강제하는 것이므로 과도하다는 입장이며, 한미FTA의 현지 주재 의무 금지 원칙*을 위반할 가능성이 높다는 의견을 제시하였는데, 공정거래위원회는 대리인 지정이 새로운 사무소 등의 설립을 요구하는 것은 아니므로 위반 소지가 없는 것으로 판단하고 있음.

* 제12.5조 현지주재

어떠한 당사국도, 국경간 서비스 공급의 조건으로서, 다른 쪽 당사국의 서비스 공급자에게 자국 영역에서 대표사무소 또는 어떠한 형태의 기업을 설립 또는 유지하도록 요구하거나, 거주자이어야 한다고 요구할 수 없다.

- 참고로, 국내대리인 관련 규정은 2018년 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에서 처음 도입한 이래로, 「개인 정보 보호법」, 「전기통신사업법」, 「전파법」에 규정되어 있고, 2025년 10월 「게임산업진흥에 관한 법률」도 시행될 예정임.

<국내대리인 관련 타 입법례>

구분	정보통신망법	개인정보 보호법	전기통신 사업법	전파법	게임산업법
대상	국내에 주소·영업소가 없는 정보통신 서비스 제공자 등	국내에 주소·영업소가 없는 개인정보 처리자	국내에 주소·영업소가 없는 부가통신 사업자	국내에 주소·영업소가 없는 자가 적합성평가를 받고자 하는 경우	국내에 주소·영업장이 없는 게임배급업 또는 게임제공업을 영위하는 자
대리업무	① 과기부 또는 방통위에서 요구하는 관계물품·서류 등의 제출	① 개인정보 보호책임자의 업무 ② 개인정보 유출 등의 통지 및 신고 ③ 개인정보 보호위원회가 요구하는 물품·서류 등 자료의 제출	① 이용자 요구사항 처리를 위한 국내 연락수단의 확보 ② 과기부에서 요구하는 자료 제출 ③ 이용자 보호 업무 ④ 방통위의 자료제출명령의 이행	① 적합성평가의 신청 및 변경신청과 자기적합확인 공개에 관한 사항 ② 과기부가 요구하는 관련 자료 또는 해당기자재의 제출	① 문체부 등의 보고의 이행 ② 게임물 표시의무의 이행
미지정시 제제수단	2천만원 이하의 과태료	2천만원 이하의 과태료	2천만원 이하의 과태료	국내대리인을 허위로 지정한 경우 적합성평가 취소 등	2천만원 이하의 과태료

- 공정거래위원회는 해외 소재 전자상거래사업자와 거래한 소비자가 분쟁해결 및 피해구제를 보다 쉽게 할 수 있도록 국내대리인 지정제도를 도입하고, 제도의 실효성 확보를 위해 자료요청의 근

거를 마련할 필요가 있다는 입장임.

(4) 정보의 투명성 확보조치 신설

□ 박상혁의원안은 정보제공의 투명성 확보를 위하여 온라인판매사업자가 영업비밀을 제외하고 검색순위를 결정하는 조회수, 판매량 등 주요결정 기준을 표시하도록 의무화하고 사업자가 소비자의 이용후기를 게시하는 경우 이용후기의 수집·처리에 관한 정보를 공개하도록 규정하고 있음. 동 조항은 안 제32조의 준용규정에 따라 온라인 플랫폼 운영사업자에게도 동일하게 적용됨.

< 신·구조문 대비표 >

현행	박상혁의원안
<신설>	제16조(정보의 투명성 확보 조치) ① 온라인판매사업자는 재화등과 관련된 검색결과에 순위를 정하여 표시하는 경우 해당 순위를 결정하는 데 이용되는 조회수, 판매량, 상품가격, 광고비 지급여부 등 주요 결정 기준을 표시하여야 한다. 다만, 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀은 제외한다. ② 제1항에 따른 주요 결정 기준 및 표시방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. ③ 온라인판매사업자는 거래되는 재화등에 대한 소비자의 이용후기를 게시하는 경우 게시기간, 등급평가 및 삭제 기준, 삭제 시 이의제기 절차 등 사용후기의 수집, 처리에 관한 정보를 공개하여야 한다. ④ 제3항에 따른 구체적인 내용과 범위, 방법 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

□ 직접 물건을 보고 구매하던 과거와 달리 요즘은 온라인 플랫폼을 통한 재화등의 구매가 일상화되면서 검색결과·순위, 사용자 후기가 소비자에게 미치는 영향이 커지고 있음¹⁵⁾.

○ 그런데, 온라인판매사업자 및 온라인 플랫폼 운영사업자가 이를 임의로 변경하거나, 허위·과장·기만적 소비자 유인행위를 하는 경우 소비자의 합리적 판단을 저해하여 소비자 피해로 이어질 가능성이 있음¹⁶⁾¹⁷⁾.

○ 이에 개정안은 온라인판매사업자가 ① 재화등과 관련된 검색결과에 순위를 정하여 표시하는 경우 해당 순위를 결정하는 데 이용되는 조회수, 판매량, 상품가격, 광고비 지급여부 등 영업비밀을 제외한 주요 결정 기준을 표시하도록 하고, ② 소비자의 이용후기를 게시하는 경우 게시기간, 등급평가 및 삭제 기준, 삭제 시 이의제기 절차 등 사용후기의 수집, 처리에 관한 정보를 공개하도록 하여, 상품에 대한 정보제공의 투명성을 확보하려는 취지임.

15) 유럽연합의 분석에 따르면 이용자 클릭의 95%는 검색결과 첫 페이지에서 발생('17.6)(2023. 5. 11., 관계부처 합동 보도참고자료, 플랫폼 자율규제 방안 발표회 개최 p.12)

16) 네이버가 쇼핑·동영상 분야 검색 서비스를 운영하면서 검색 연산 방식(알고리즘)을 인위적으로 조정·변경하여 자사 상품·서비스(스마트 스토어 상품, 네이버 TV 등)는 검색 결과 상단에 올리고 경쟁사는 하단으로 내린 사례(2020. 10. 6. 공정거래위원회 보도자료, 부당하게 자사 서비스를 우선 노출한 네이버 쇼핑·동영상 제재)

17) 2023년 3월 한국소비자원이 발표한 국내외 숙박플랫폼 6곳의 조사 결과에 따르면, 상당수의 플랫폼에서 상위에 노출되는 숙박상품의 대부분은 광고 상품이었으며, 일부 플랫폼의 상품 기본 노출 방식은 광고 상품을 우선적으로 노출하는 방식이었음(2023. 3. 21., 한국소비자원 보도자료, 숙박 예약 플랫폼, 상위에 노출되는 상당수가 광고 상품).

- 호텔의 경우 야놀자와 부킹닷컴은 각 93%(93개/100개), 아고다 19%(19개/100개), 호텔스닷컴 4%(4개/100개) 순이었으며, 모텔의 경우 야놀자와 여기어때 상위 노출 상품의 100%(야놀자 210개, 여기어때 202개)가 광고 상품이었으며, 펜션 풀빌라는 야놀자 100%(210개), 여기어때 56.2%(118개/210개)가 이에 해당하였음. 특히 야놀자와 여기어때는 숙박상품의 기본 노출 방식이 '야놀자 추천순', '여기어때 추천순'으로 되어있는데, 이는 광고 상품을 우선 노출하고 있는 것임

□ 현행법상으로도 검색순위를 임의로 변경하거나 사용자 후기를 조작·게시하는 행위 등은 허위·과장·기만적인 방법으로 소비자를 유인하는 행위에 해당하는 것으로 보아 법 제21조제1항제1호¹⁸⁾의 금지행위 조항을 통해 규율이 가능하나, 검색순위, 사용자후기의 영향력이 미치는 효과의 중요성을 고려할 때, 개정안은 이러한 행위를 사전에 차단하고 보다 적극적으로 소비자 오인을 방지하려는 것으로 타당한 측면이 있다고 보임.

○ 참고로, EU의 「온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 2019년 EU 이사회 규칙」은 온라인플랫폼 사업자가 자사 웹사이트 화면에 배열되는 업체·상품 등의 우선순위를 결정짓는 주요 변수 및 고려되는 각 변수간의 상대적 중요도를 약관에 명시하고, 특정 업체의 경제적 대가 지급이 검색·배열순위의 결정에 영향을 미치는 경우 그러한 사실을 약관에 명시하거나 일반 대중에게 공개하도록 하되, 검색·배열 순위 결정에 사용되는 알고리즘 자체를 공개할 필요는 없으며, EU법상 보호되는 영업비밀에 해당되는 사항 역시 공개대상에서 제외하도록 규정하고 있음¹⁹⁾.

○ 그리고, 플랫폼업계, 입점업계, 소비자단체 등으로 구성된 ‘플랫

18) 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」

제21조(금지행위) ① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위

19) 강지원, 국회입법조사처, 외국입법 동향과 분석 제22호(2020. 1. 8.), EU의 온라인 플랫폼 시장 불공정 거래행위 규율 강화 p.5

품 민간 자율기구'는 2023년 5월 검색·추천 기준 공개, 이용자의 권익 증진을 위한 노력, 이행점검 등 실효성 확보를 내용으로 하는 검색·추천 서비스의 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙을 마련한 바 있음²⁰⁾.

- 공정거래위원회는 검색결과·노출 순위, 이용자 후기의 공개방식 및 수준 등은 플랫폼의 특성에 맞게 결정되어야 할 사안으로 현재 자율규제를 통해 규율하고 있어서 법 개정의 실익이 적은 편이라는 입장임.

20) '플랫폼 민간 자율기구'에서 마련하여 발표한 검색·추천 서비스의 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙 (안)

기본원칙: 사업자는 포털·전자상거래·O2O(Online to Offline) 등 업종별 특성을 고려하여 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준에 따라 노출되는 순서, 방식 등을 결정하는 데 활용되는 주요 변수를 자율적으로 공개하여야 한다.

한편, 디지털 산업에서의 기술혁신 및 발전 양상을 고려하여 알고리즘 그 자체나 노출 순서 결정 기준을 구성하는 주요 변수의 세부 가중치 등 사업자의 영업비밀과 서비스 분야별 특수성은 존중되어야 한다.

IV. 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개

1. 공개 사항과 범위

사업자는 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준을 구성하는 주요 변수와 그에 관한 설명 등을 이용자가 쉽게 이해할 수 있도록 평이하고 알기 쉬운 용어를 사용하여 공개하여야 한다.

다만, 사업자의 관련 설명 등에 대한 공개가 아래 사항 중 하나에 해당하는 경우에는 사업자가 이를 부분적으로 공개하지 않을 수 있다.

- 가. 제3자에 의해 이용자에게 기만 또는 피해가 발생하거나 발생할 우려가 있는 경우
- 나. 사업자의 영업비밀을 침해하거나 침해할 우려가 있는 경우

(5) 맞춤형 광고 제공 시 고지의무

□ 박상혁의원안과 이정문의원안은 소비자의 기호, 연령, 성별, 소비습관, 구매내역 등의 특징에 따라 소비자에게 상품이나 서비스에 관한 광고(이하 “맞춤형 광고”라 한다)를 제공하는 경우 그 내용과 방법을 소비자에게 고지하도록 하고 공정거래위원회가 개인정보보호위원회와 협의하여 맞춤형 광고의 고지 내용과 방법을 고시할 수 있도록 규정하고 있음.

현행	박상혁의원안	이정문의원안
제11조(소비자에 관한 정보의 이용 등) ① ~ ② (생략) <u><신설></u>	제18조(소비자에 관한 정보의 이용 등) ① ~ ② (생략) ③ <u>온라인판매사업자는 제1항에 의해 수집한 소비자에 관한 정보를 이용하여 소비자의 기호, 연령, 성별, 소비습관, 구매내역 등의 특징에 따라 소비자에게 상품이나 서비스에 관한 광고(이하 “맞춤형 광고”라 한다)를 제공하는 경우에는 이를 사전에 소비자에게 고지하여야 한다.</u> ④ <u>공정거래위원회는 온라인판매사업자가</u>	제16조(소비자에 관한 정보의 이용 등) ① ~ ② (생략) ③ <u>사업자는 제1항에 따라 소비자에 관한 정보를 수집·이용하여 소비자에게 해당 소비자의 기호·연령·성별·소비성향·구매내역 등의 정보를 고려하여 재화등에 관한 광고를 맞춤형으로 제공하는 경우에는 이를 사전에 소비자에게 고지하여야 한다.</u> ④ <u>공정거래위원회는 제3항에 따른 고지의</u>
<u><신설></u>		

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	제3항에 따라 맞춤형 광고의 제공 사실을 고지하는 경우 그 고지의 내용과 방법 등을 정하여 고시할 수 있다. 이 경우 고시에서 규정할 사항은 개인정보보호위원회와 협의하여 정한다.	내용 및 방법 등 필요한 사항을 정하여 고시할 수 있다. 이 경우 고시는 개인정보보호위원회와 협의하여 정한다.

□ 최근 빅데이터 기술의 발달 등에 따라 소비자의 기호, 소비습관 등을 반영한 맞춤형 광고²¹⁾가 크게 증가하고 있음²²⁾.

○ 맞춤형 광고는 소비자의 온라인 상 활동 정보 등을 반영하여 개인의 선호에 부합하는 정보를 제공함으로써 소비자의 정보검색 비용을 감소시키고 소비자 편의를 증가시키는 긍정적 측면이 있는 반면, 소비자들이 맞춤형 광고와 일반 광고를 구분하기 어려워 맞춤형 광고 제품을 일반 검색 결과로 오인하고 물품을 구매하는 등 소비자의 합리적 선택을 제약할 가능성도 있음.

○ 이에 박상혁의원안과 이정문의원안은 소비자가 일반 광고와 맞춤형 광고를 구분할 수 있도록 맞춤형 광고 제공 시 소비자에

21) 맞춤형 광고란 웹 사이트 방문 이력, 앱 사용 이력, 구매 및 검색 이력 등 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 파악하고 분석할 수 있는 온라인상의 이용자 활동정보를 처리하여 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 분석·추정한 후 이용자에게 맞춤형으로 제공되는 온라인 광고를 말함(개인정보위원회, 「온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인」).

22) 전체 방송통신광고(16.9조)의 절반 이상을 차지하는 온라인 광고(8.8조)는 그 상당 부분이 맞춤형 광고에 해당하는 것으로 추정('23년 기준)(개인정보보호위원회, 맞춤형 광고에 활용되는 온라인 행태정보 보호를 위한 정책 방안, 2024.1.)

게 그 내용과 방법을 고지하려는 것으로, 소비자의 알 권리를 도모하고, 소비자 오인 가능성을 차단하여 소비자의 합리적 선택에 기여할 수 있다는 긍정적인 측면이 있을 것으로 보임.

< 「맞춤형광고 가이드라인」 상 관련 규정 >

- 고지(이용자 안내) : 맞춤형 광고를 전송하는 광고 사업자는 이용자가 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 웹사이트나 앱에 다음 사항을 포함하여 온라인 맞춤형 광고와 관련된 사항을 상세히 안내하여야 한다.

< 안내 사항 >

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| ① 행태정보를 수집·처리하는 사업자명 | ② 수집하는 행태정보의 항목 |
| ③ 행태정보 수집 방법 | ④ 행태정보 수집 목적 |
| ⑤ 행태정보 보유·이용 기간 및 이후 정보처리 방법 | |
| ⑥ 이용자 통제권 행사 방법 | ⑦ 이용자 피해구제 방법 |

- 통제권(선택권) 보장 : 광고 사업자는 이용자가 자신의 행태정보 제공 및 맞춤형 광고 수신 여부를 광고 화면 또는 관련 링크 등을 통해 직접 결정할 수 있는 통제 수단을 제공하여야 한다.

※ 통제 수단은 사전 고지 안내 시 함께 제공되어야 하며, 이용자가 온라인 맞춤형 광고의 차단 또는 허용을 쉽게 선택할 수 있게 하여야 한다.

(자료: 「맞춤형광고 가이드라인」, 개인정보보호위원회)

(6) 위해방지 협조 및 조치의무 신설

□ 박상혁의원안과 이정문의원안은 온라인판매사업자²³⁾가 전자상거래에서 거래되는 재화등으로 인하여 소비자의 생명·신체에 대한 위해가 발생하지 않도록 재화등의 회수·수거·폐기 또는 판매중지 등의 이행에 협조해야 할 의무를 명시하고, 온라인 플랫폼 운영사업자에게 직접 판매 차단, 소비자에게 관련 정보 제공 등 기술적 조치의 이행을 명할 수 있는 근거를 신설하려는 것임.

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
제10조(사이버 몰의 운영) ② 제1항에 따른 사이 버몰의 운 영자는 그 사이버몰에 서 이 법을 위반한 행 위가 이루 어지는 경 우 운영자 가 조치하 여야 할 부 분이 있으 면 시정에 필요한 조	제20조(온라인판매사업자의 위해방지 협조의무) ① 온 라인판매사업자는 전자상 거래에서 거래되는 재화등 으로 인해 소비자에게 생 명·신체에 대한 위해 또 는 재산에 대한 중대한 손 해가 발생하지 아니하도록 다음 각 호의 조치를 취하 여야 한다. 1. 대통령령으로 정하는 법 령에 따라 관련 사업자 에게 개선, 시정계획 수 립 및 시행 등의 조치의 무가 발생한 경우 해당 사업자가 당해 의무를 이행함에 있어 회수·수	제18조(위해방지를 위한 협 조의무) ① 온라인판매사 업자는 전자상거래를 통해 거래되는 재화등으로 인하 여 소비자에게 생명·신체 에 대한 위해 또는 재산에 대한 중대한 손해가 발생 하지 아니하도록 다음 각 호의 조치를 취하여야 한 다. 1. 대통령령으로 정하는 법 령에 따라 관련 사업자 에게 개선, 시정계획 수 립 및 시행 등의 조치의 무가 발생한 경우 해당 사업자가 그 의무를 이 행함에 있어 회수·수거

23) 박상혁의원안: 온라인 플랫폼 이용사업자 및 자체 인터넷 사이트 이용사업자
이정문의원안: 온라인 플랫폼 이용사업자 및 자체 인터넷몰등 이용사업자

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<u>치에 협력</u> <u>하여야 한</u> <u>다.</u>	<u>거·폐기 또는 판매중지</u> <u>등 온라인판매사업자에</u> <u>게 협조를 구하는 조치</u> 2. 기타 대통령령으로 정하 는 조치	<u>· 폐기 또는 판매중지</u> <u>등 온라인판매사업자에</u> <u>게 요구되는 조치</u> 2. 그 밖에 대통령령으로 정하는 조치
<u><신 설></u>	② 제1항에 따른 조치의무 가 있는 사업자는 관계 중앙행정기관의 장, 특별 시장·광역시장·특별자 치시장·도지사·특별자 치도지사(이하 “시·도 지사”라 한다) 또는 시장 ·군수·구청장에게 당 해 조치의무에 대하여 의견을 제출할 수 있다.	② 제1항에 따른 조치의무 를 이행하여야 하는 사 업자는 공정거래위원회, 관계 중앙행정기관의 장, 시·도지사 또는 시장· 군수·구청장에게 그 조 치의무에 대하여 의견을 제출할 수 있다.
<u><신 설></u>	③ 공정거래위원회는 제1 항 및 제2항에 관한 구체 적인 내용과 절차 등을 정하여 고시할 수 있다.	③ 공정거래위원회는 제1 항 및 제2항에 따른 조치 의무의 이행 및 의견제 출에 관한 구체적인 내 용·절차 등을 정하여 고시하여야 한다.
<u><신 설></u>	④ 온라인판매사업자는 제 1항에 따른 조치를 취하 지 않아 소비자에게 손 해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임 이 있다. 다만, 온라인판 매사업자가 고의 또는 과실이 없음을 증명하는 경우에는 그러하지 아니	④ 온라인판매사업자는 제 1항에 따른 조치를 취하 지 아니하여 소비자에게 손해를 발생시킨 때에는 그 손해를 배상할 책임 이 있다. 다만, 온라인판 매사업자가 고의 또는 과실이 없음을 증명하는 경우에는 그러하지 아니

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	<u>하다.</u> <u>제30조(온라인 플랫폼 운영 사업자의 위해방지 조치 의무) ① 온라인 플랫폼 운영사업자(제2조제5호가목 또는 나목의 서비스를 제공하는 경우에 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 전자상거래에서 거래되는 재화등으로 인해 소비자에게 생명·신체에 대한 위해 또는 재산에 대한 중대한 손해가 발생하지 아니하도록 다음 각 호의 조치를 취하여야 한다.</u> <u>1. 대통령령으로 정하는 법령에 따라 관련 사업자에게 개선, 시정계획 수립 및 시행 등의 조치의 무가 발생한 경우 해당 사업자가 해당 의무를 이행함에 있어 판매차단 조치 등 온라인 플랫폼 운영사업자에게 협조를 구하는 조치</u> <u>2. 그 밖에 대통령령으로 정하는 조치</u>	<u>하다.</u>
<신 설>	<u>② 관계중앙행정기관의 장,</u>	<u>제27조(위해방지를 위한 필</u>

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	시·도지사는 전자상거래에서 거래되는 재화등으로 인해 소비자에게 생명·신체에 대한 위해 또는 재산에 대한 중대한 손해가 발생하거나 발생할 우려가 있어 대통령령으로 정하는 법령에 따라 개선, 시정 등을 명하거나 권고한 사항의 이행을 담보하기 위하여 온라인 플랫폼 운영사업자에 대해 당해 재화등의 판매를 즉시 차단하거나 소비자에게 관련 정보를 제공하는 등 대통령령으로 정하는 필요한 조치를 취하도록 명할 수 있다. 이 경우 해당 명령의 대상은 매출액, 이용자수 등을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시하는 일정규모 이상인 온라인 플랫폼 운영사업자에 한한다.	요한 조치) ① 관계중앙행정기관의 장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 전자상거래로 거래되는 재화등으로 인하여 소비자에게 생명·신체에 대한 위해 또는 재산에 대한 중대한 손해가 발생하거나 발생할 우려가 있어 대통령령으로 정하는 법령에 따라 개선, 시정 등을 명하거나 권고한 사항의 이행을 담보하기 위하여 온라인 플랫폼 운영사업자(자신이 운영하는 온라인 플랫폼을 통하여 제2조제5호가목 또는 나목의 서비스를 제공하는 경우에 한정한다. 이하 이 조에서 같다)에 대하여 해당 재화등의 판매 행위를 즉시 차단하거나 소비자에게 관련 정보를 제공하는 등 대통령령으로 정하는 필요한 조치를 취하도록 명할 수 있다. 이 경우 해당 명령의 대상은 매출액, 이용자수 등을 고려하여 공정

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	③ 제1항 및 제2항에 따른 조치의무가 있는 사업자는 관계중앙행정기관의 장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장에게 당해 조치의무에 대하여 의견을 제출할 수 있다.	<u>거래위원회가 정하여 고시하는 일정 규모 이상인 온라인 플랫폼 운영사업자에 한한다.</u>
<신 설>	④ 제2항에 따른 관계중앙행정기관의 장, 시·도지사는 제2항에 따라 온라인 플랫폼 운영사업자에 대해 명한 사실과 그 내용을 공정거래위원회에 통보하여야 한다.	② 제1항에 따른 조치의무가 있는 사업자는 관계중앙행정기관의 장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장에게 해당 조치의무에 대하여 의견을 제출할 수 있다.
<신 설>	⑤ 공정거래위원회는 제1항부터 제3항까지에 관한 구체적인 내용과 절차 등을 정하여 고시할 수 있다.	③ 관계중앙행정기관의 장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 제1항에 따라 온라인 플랫폼 운영사업자에 대하여 명한 사실과 그 내용을 공정거래위원회에 통보하여야 한다.
<신 설>	⑥ 온라인 플랫폼 운영사업자는 제1항 및 제2항에 따른 조치를 취하지 않아 소비자에게 손해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임이	④ 공정거래위원회는 제1항부터 제3항까지에 관한 구체적 내용·절차 등을 정하여 고시하여야 한다.
		⑤ 온라인 플랫폼 운영사업자는 제1항에 따른 조치를 취하지 않아 소비자에게 손해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임이 있다. 다만,

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>있다. 다만, 온라인 플랫폼 운영사업자가 고의 또는 과실이 없음을 증명하는 경우에는 그러하지 아니하다.</u>	<u>온라인 플랫폼 운영사업자가 고의 또는 과실이 없음을 증명하는 경우에는 그러하지 아니하다.</u>

□ 온라인판매의 특성상 단시간에 다수의 구매자에게 재화등의 대량 유통이 가능하여 위해 상품에 대한 유통을 신속히 차단하지 않는 경우 소비자의 생명·신체 등에 중대한 위험을 초래할 우려가 있다는 점을 고려할 때 전자상거래사업자에게 위해 방지를 위한 조치의 이행에 협조하도록 의무를 부여할 필요성이 인정된다고 여겨짐. 위해방지 협조 및 조치 의무가 신설되는 경우 핵심 유통채널로 기능하고 있는 전자상거래에서 사업자의 빠른 협조를 통해 소비자의 피해를 최소화할 수 있을 것으로 보임.

□ 이와 관련하여 공정거래위원회는 소비자의 안전, 위해에 관한 사항은 전자상거래 분야를 넘어 종합적으로 규율될 필요가 있으므로 현재 제정 추진 중인 소비자안전기본법을 통해 규율하는 것이 체계적이라는 입장임.

(7) 개인간 전자상거래에서의 소비자 보호

- 박상혁의원안은 개인간 전자상거래(C2C)에서 분쟁이 발생하는 경우 온라인 플랫폼 운영사업자가 개인판매자의 전화번호 등 연락처, 거래정보 제공을 통해 분쟁의 해결에 협조하도록 하고, 해당 정보를 제공하지 않거나 사실이 아닌 정보 제공을 통해 소비자에게 발생한 손해에 대하여 개인판매자와 연대하여 배상할 책임을 지도록 규정하는 한편, 개인판매자 및 소비자에게 결제대금 예치제도를 이용할 수 있다는 사실 등을 고지하도록 의무를 부여하고 있음.

현행	박상혁의원안
제20조(통신판매중개자의 의무와 책임) ② 통신판매중개를 업으로 하는 자(이하 “통신판매중개업자”라 한다)는 통신판매중개를 의뢰한 자(이하 “통신판매중개의뢰자”라 한다)가 사업자인 경우에는 그 성명(사업자가 법인인 경우에는 그 명칭과 대표자의 성명)·주소·전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 청약이 이루어지기 전까지 소비자에게 제공하여야 하고, 통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우에는 그 성명·전화번호 등 대통령령으로	제31조(개인간 전자상거래에서의 소비자 보호) ① 개인간 재화등의 거래를 목적으로 온라인 플랫폼을 운영하는 사업자(이하 ‘개인간 전자상거래 온라인 플랫폼 운영사업자’라 한다)는 자신의 온라인 플랫폼을 통하여 재화등을 판매하는 자가 사업자가 아닌 개인(이하 “개인판매자”라 한다)인 경우에는 그 개인판매자의 전화번호 등 연락처를 확인하여야 하고, 개인판매자와 소비자(재화등을 사업자가 아닌 자로부터 제공받는 자도 포함한다. 이하 이 조에서 같다) 사이에 분쟁이 발

현행	박상혁의원안
<u>로 정하는 사항을 확인하여 거래의 당사자들에게 상대방에 관한 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 한다.</u> <신설> ② <u>통신판매중개자는 제20조제2항에 따라 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공</u>	<u>생하는 경우에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자의 요청에 따라 그 정보와 거래내역을 제공하여 분쟁의 해결에 협조하여야 한다.</u> 1. <u>분쟁조정기구(제37조에 따른 전자상거래 소비자분쟁조정위원회 또는 제44조제1항에 따른 소비자피해 분쟁조정기구를 말한다)</u> 2. <u>법원(재판상 필요에 의하여 「민사소송법」 제294조의 규정에 의하여 개인간 전자상거래 온라인 플랫폼 운영사업자에게 개인판매자의 신원정보를 요청하는 경우를 말한다)</u> 3. <u>소비자(개인판매자가 개인간 전자상거래 온라인 플랫폼 운영사업자에게 소비자에 대한 정보 제공에 동의한 경우에 한정한다)</u> ② <u>제1항제1호에 따라 개인판매자의 신원정보를 제공받아 분쟁조정업무를 담당하거나 담당하였던 자는 해당 정보를 제공받은 목적 외의 용도로 사용하거나 제3자에게 제공하여서는 아니 된다.</u> ③ <u>개인간 전자상거래 온라인 플랫폼 운영사업자는 제1항에 따른 개인판매자의 정보를 제공하지</u>

- 최근 중고마켓, 당근마켓 등 개인 간 플랫폼을 통한 거래가 급증하면서 사기 거래, 환불 불이행 등 소비자의 피해 사례도 크게 늘고 있음.

<2022년 거래형태별 분쟁조정 신청 현황>

(단위: 건, %)

구분	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		증감률
		구성비		구성비		구성비		구성비		구성비	
B2C	1,138	61.7	1,080	63.3	1,042	51.4	899	17.4	1,212	22.0	34.8
C2C	649	35.2	535	31.4	906	44.7	4,177	80.9	4,200	76.4	0.6
B2B	47	2.5	90	5.3	61	3.0	76	1.5	85	1.5	11.8
기타	10	0.5	-	0.0	17	0.9	11	0.2	1	0.0	△90.9
합계	1,844	100.0	1,705	100.0	2,026	100.0	5,163	100.0	5,498	100.0	6.5

(자료: 2023 전자거래분쟁조정 사례집 p.34)

- 이에 박상혁의원안은 분쟁발생 시 온라인 플랫폼 운영사업자가 개인판매자의 연락처 및 거래정보를 공적 분쟁기구 등에 제공하여 분쟁의 해결에 협조하도록 의무를 부과함으로써 온라인 플랫폼을 통한 개인 간 거래에서 발생하는 소비자 피해를 구제하고 분쟁조정을 원활하게 하기 위하여 타당한 측면이 있다고 보임.
- 다만, 현행법은 통신판매중개를 의뢰한 자가 사업자가 아닌 경우에는 성명·전화번호 등을 확인하여 거래 당사자들에게 상대방에 대한 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 하고, 이를 제공하지 않거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재

산상 손해에 대하여 통신판매중개자는 통신판매중개의뢰자와 연
대하여 배상할 책임을 지도록 규정하고 있는 점을 고려하면, 전
화번호 등 연락처만 확인하도록 규정하고 있는 개정안의 개인정
보 수집 범위에 대하여 개인정보 보호, 사기 등 피해 예방을 위
한 조치 등에 대한 검토를 통하여 개인정보 수집 범위를 결정하
여야 할 것으로 보임.

- 이와 관련하여 공정거래위원회는 사업자가 아닌 경우 통신판매
중개자가 수집하는 정보를 연락처 등으로 지나치게 한정할 경우
사기 등으로 인한 피해 발생 시 적절히 대응하기 어려운 부작용
이 우려된다는 입장임.

- 한편, 개정안 제4항은 거래 안정성을 도모하기 위하여 개인 간
전자상거래 온라인 플랫폼 운영사업자에게 개인사업자 및 소비
자에게 결제대금예치제도를 이용할 수 있음을 알리고, 개인판매
자와 소비자간 계약에는 청약철회 등의 규정이 적용되지 않는다
는 사실을 알리도록 다음과 같이 규정하고 있음.

- 첫째, 판매자 및 소비자에게 결제대금예치제도를 알리고 이의 활
용 등을 권고하도록 개정안의 내용은 지불방법 중 계좌이체를
통한 결제가 분쟁조정 신청의 대부분을 차지하고 있는 점²⁴⁾에서

24) 한국인터넷진흥원의 2022년 전자거래분쟁조정 현황에 따르면, 계좌이체 4,195건(76.3%), 신용카드 844
건(15.4%), 전자화폐 264건(4.8%), 휴대폰 29건(0.5%), 상품권 22건(0.4%), 기타 144건(2.6%)(2023
전자거래분쟁조정 사례집 p.39)

소비자의 구매 안전을 위하여 결제대금예치제도를 활성화할 필요가 있으므로 타당한 조치로 보임.

- 둘째, 개인판매자와 소비자간 계약에는 청약 철회 등 주요 전자상거래법 상 규정이 적용되지 않는다는 사실을 알리고, 판매자가 이용사업자인 경우 이를 표시하도록 규정하고 있는 개정안의 내용은 소비자의 주의의무 환기 및 동일 플랫폼 내에 혼재되어 있는 B2C거래 및 C2C 거래에 대한 명확한 정보를 소비자에게 제공함으로써 소비자 보호에 기여하는 효과가 있을 것으로 보임.

(8) 전자상거래 소비자분쟁조정위원회 설치·운영

- 박상혁의원안과 이정문의원안은 제3장제2절(전자상거래 소비자 분쟁조정위원회)을 신설하여 전자상거래등에 관한 분쟁을 조정하기 위하여 한국소비자원에 전자상거래 관련 분쟁조정을 전담하는 ‘전자상거래 소비자분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라 함)’를 설치하고, 조정위원회의 구성 및 운영, 심의·의결에 관한 사항, 조정위원회의 조정사항 및 조정 절차와 효력 등에 관한 사항들을 규정하려는 것임.

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	제37조(전자상거래 소비자분쟁조정위원회의 설치) ① 이 법의 적용을 받는 전자상거래등에 관한 분쟁을 조정하기 위하여 「소비자기본법」 제33조에 따른 한국소비자원(이하 “소비자원”이라 한다)에 전자상거래 소비자분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라 한다)를 둔다. ② 조정위원회의 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 조정위원회에 분야별 전문위원회를 둘 수 있다.	제35조(전자상거래 소비자분쟁조정위원회의 설치) ① 소비자와 사업자 사이에 발생한 전자상거래등에 관한 분쟁을 조정하기 위하여 「소비자기본법」 제33조에 따른 한국소비자원(이하 “소비자원”이라 한다)에 전자상거래 소비자분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라 한다)를 둔다. ② 조정위원회의 운영 및 조정절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
<신 설>	제38조(조정위원회의 구성 및 운영) ① 조정위원회는 위원	제36조(조정위원회의 구성 및 운영) ① 조정위원회는 위원

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>장 1명을 포함한 50명 이내의 위원으로 구성하며, 그 중 위원장을 포함한 3명은 상임으로 한다.</u> <u>② 조정위원회의 위원은 소비자원의 장이 추천한 사람과 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중 공정거래위원회 위원장이 임명 또는 위촉하는 사람이 된다.</u> <u>1. 대학에서 법률학·경제학·경영학·전자상거래 또는 소비자권익과 관련 있는 분야 학문을 전공한 사람으로서 「고등교육법」 제2조 제1호·제2호·제4호 또는 제5호에 따른 학교나 공인된 연구기관에서 부교수 이상의 직 또는 이에 상당하는 직에 있거나 있었던 사람</u> <u>2. 판사·검사의 직에 있거나 있었던 사람 또는 변호사 자격이 있는 사람</u> <u>3. 4급 이상의 공무원 또는 이에 상당하는 공공기관의 직에 있거나 있었던 자로서 전자상거래 또는 소비</u>	<u>장 1명을 포함한 50명 이내의 위원으로 구성하며, 위원장을 포함한 3명은 상임으로 하고, 나머지는 비상임으로 한다.</u> <u>② 조정위원회의 위원은 소비자원의 원장이 추천한 사람과 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 성별을 고려하여 공정거래위원회 위원장이 위촉한 사람으로 한다.</u> <u>1. 대학에서 법률학·경제학·경영학·전자상거래 또는 소비자권익과 관련 있는 분야 학문을 전공한 사람으로서 「고등교육법」 제2조 제1호·제2호·제4호 또는 제5호에 따른 학교나 공인된 연구기관에서 부교수 이상의 직 또는 이에 상당하는 직에 있거나 있었던 사람</u> <u>2. 4급 이상의 공무원 또는 이에 상당하는 공공기관의 직에 있거나 있었던 자로서 전자상거래 또는 소비자권익과 관련된 업무에 실무경험이 있는 자</u> <u>3. 판사·검사의 직에 있거</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>자권익과 관련된 업무에 실무경험이 있는 자</u> 4. 그 밖에 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 또는 전자상거래등 분야의 거래 및 분쟁조정에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람 ③ <u>조정위원회의 위원장은 상임위원 중에서 공정거래위원회 위원장이 임명 또는 위촉한다.</u> ④ <u>위원의 임기는 3년으로 하고 1차에 한하여 연임할 수 있다.</u> ⑤ <u>위원 중 결원이 생겼을 때에는 보궐위원을 제4항에 따라 임명하거나 위촉하고, 그 보궐위원의 임기는 전임자 임기의 남은 기간으로 한다.</u>	<u>나 있었던 사람 또는 변호사 자격이 있는 사람</u> 4. <u>소비자단체의 임원의 직에 있거나 있었던 자로서 전자상거래 또는 소비자권익과 관련된 업무에 실무경험이 있는 자</u> 5. <u>사업자단체의 임원의 직에 있거나 있었던 자. 다만, 사업자의 임원의 직에 있는 자는 제외한다.</u> 6. 그 밖에 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 또는 전자상거래등 분야의 거래 및 분쟁조정에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람 ③ <u>조정위원회의 위원장은 상임위원 중에서 공정거래위원회 위원장이 위촉한다.</u> ④ <u>조정위원회의 위원장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없는 때에는 상임위원 중에서 공정거래위원회 위원장이 지명하는 위원이 그 직무를 대행한다.</u> ⑤ <u>위원의 임기는 3년으로 하되, 1차에 한정하여 연임할 수 있다.</u> ⑥ <u>위원 중 결원이 생겼을</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	⑥ <u>조정위원회의 위원장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없는 때에는 상임위원 중에서 공정거래위원회 위원장이 지명하는 위원이 그 직무를 대행한다.</u> ⑦ <u>다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람은 조정위원회의 위원이 될 수 없다.</u> <u>1. 피성년후견인 또는 피한정후견인</u> <u>2. 금고 이상의 실형을 선고받고 그 집행이 종료되거나 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 5년이 지나지 아니한 사람</u> <u>3. 금고 이상의 형을 선고받고 그 집행유예 기간이 끝난 날부터 2년이 지나지 아니한 사람</u> <u>4. 금고 이상의 형의 선고유예를 받은 경우에 그 선고유예 기간 중에 있는 사람</u> <u>5. 법원의 판결 또는 다른 법률에 따라 자격이 상실되거나 정지된 사람</u> <u>6. 「형법」 제303조 또는</u>	때에는 보궐위원을 제4항에 따라 임명하거나 위촉하고, 그 보궐위원의 임기는 전임자 임기의 남은 기간으로 한다. ⑦ <u>조정위원회의 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 조정위원회에 분야별 전문위원회를 둘 수 있다.</u> ⑧ <u>다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람은 조정위원회의 위원이 될 수 없다.</u> <u>1. 피성년후견인 또는 피한정후견인</u> <u>2. 금고 이상의 실형을 선고받고 그 집행이 종료되거나 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 5년이 지나지 아니한 사람</u> <u>3. 금고 이상의 형을 선고받고 그 집행유예 기간이 끝난 날부터 2년이 지나지 아니한 사람</u> <u>4. 금고 이상의 형의 선고유예를 받은 경우에 그 선고유예 기간 중에 있는 사람</u> <u>5. 법원의 판결 또는 다른 법률에 따라 자격이 상실되거나 정지된 사람</u> <u>6. 「형법」 제303조 또는</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제10조에 규정된 죄를 범한 사람으로서 300만원 이상의 벌금형을 선고받고 그 형이 확정된 후 2년이 지나지 아니한 사람 ⑧ 조정위원회의 위원장은 조정위원회의 위원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 위원을 해촉(解囑)할 수 있다. 1. 심신장애로 인하여 직무를 수행할 수 없게 된 경우 2. 직무와 관련된 비위사실이 있는 경우 3. 직무태만, 품위손상이나 그 밖의 사유로 인하여 위	「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제10조에 규정된 죄를 범한 사람으로서 300만원 이상의 벌금형 또는 징역형을 선고(집행유예를 포함한다)받고 그 형이 확정된 후 2년이 지나지 아니한 사람 ⑨ 조정위원회의 위원 중 공무원이 아닌 위원은 「형법」 제129조부터 제132조까지를 적용할 때에는 공무원으로 본다. ⑩ 제7항에 따른 전문위원회의 구성 및 운영에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제37조(위원의 위촉해제) 공정거래위원회 위원장은 조정위원회의 위원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 위원의 위촉을 해제할 수 있다. 1. 심신장애로 인하여 직무를 수행할 수 없게 된 경우 2. 직무와 관련된 비위(非違)사실이 있는 경우 3. 직무태만, 품위손상이나 그 밖의 사유로 인하여 위

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>원으로 적합하지 아니하다고 인정되는 경우</u> 4. <u>위원 스스로 직무를 수행하는 것이 곤란하다고 의사를 밝히는 경우</u>	<u>원으로 적합하지 아니하다고 인정되는 경우</u> 4. <u>위원 스스로 직무를 수행하는 것이 곤란하다고 의사를 밝히는 경우</u>
<신 설>	제39조(위원의 신분보장) 조정위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 그의 의사와 다르게 면직되지 아니한다. 1. <u>자격정지 이상의 형을 선고받은 경우</u> 2. <u>신체상·정신상 또는 그 밖의 사유로 직무를 수행할 수 없는 경우</u>	
<신 설>	제40조(조정위원회의 회의) ① 제38조제1항에 따른 조정위원회의 회의는 다음 각 호에 따라 구분하며, 회의에는 소비자 및 사업자를 대표하는 위원이 각 1명 이상 균등하게 포함되어야 한다. 다만, 온라인 플랫폼과 관련된 분쟁의 경우 제38조제2항제4호의 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 분야의 거래 및 분쟁조정에 관한 학식과 경험이 있는 위원이 다음 각 호의 회의에 포함되어야	제39조(조정위원회의 회의) ① 제35조제1항에 따른 조정위원회의 회의는 다음 각 호에 따라 구분하며, 회의에는 소비자 및 사업자를 대표하는 위원이 각 1명 이상 균등하게 포함되어야 한다. 다만, 온라인 플랫폼과 관련된 분쟁의 경우 제36조제2항제6호의 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 분야의 거래 및 분쟁조정에 관한 학식과 경험이 있는 위원이 다음 각 호의 회의에 포함되어야

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>한다.</u> 1. 분쟁조정회의: 위원장, 위원장이 회의마다 지명하는 1명의 상임위원과 5명 이상 9명 이하의 위원으로 구성하는 회의 2. 조정부: 위원장 또는 위원장이 회의마다 지명하는 1명의 상임위원과 2명 이상 4명 이하의 위원으로 구성하는 회의 ② 분쟁조정회의는 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다. 1. 전자상거래등의 소비자분쟁 중 대통령령으로 정하는 금액 이상의 소비자분쟁에 대한 조정 2. 제48조에 따라 의뢰 또는 신청된 집단분쟁조정 3. 조정부가 분쟁조정회의에서 처리하도록 결정한 사항 4. 조정위원회 내부 규칙의 제정·개정·폐지에 관한 사항 5. 그 밖에 분쟁조정회의에서 처리할 필요가 있어 위원장이 분쟁조정회의에 부치는 사항	<u>한다.</u> 1. 분쟁조정회의: 위원장 및 위원장이 회의마다 지명하는 1명의 상임위원과 5명 이상 9명 이하의 위원으로 구성하는 회의 2. 조정부: 위원장 또는 위원장이 회의마다 지명하는 1명의 상임위원과 2명 이상 4명 이하의 위원으로 구성하는 회의

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	③ 조정부는 제2항 각 호 외의 사항을 심의·의결한다. ④ 분쟁조정회의는 위원장이 주관하며, 구성위원 과반수의 출석으로 개의하고 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다. ⑤ 조 정부는 위원장 또는 위원장이 회의마다 지명하는 상임위원이 주관하며, 구성위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다. ⑥ 조정의 대상이 된 분쟁의 당사자인 사업자 또는 소비자(이하 “분쟁당사자”라 한다)는 조정위원회의 회의에 출석하여 의견을 진술하거나 관계 자료를 제출할 수 있다.	② 분쟁조정회의는 위원장이 주재하며, 구성위원 과반수의 출석으로 개의하고 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다. ③ 조 정부는 위원장 또는 위원장이 회의마다 지명하는 상임위원이 주관하며, 구성위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다. ④ 당사자는 조정위원회의 회의에 출석하여 의견을 진술하거나 관계 자료를 제출할 수 있다.
<신 설>	제41조(위원의 제척·기피·회피) ① 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 조정사항의 조정에서 제척된다.	제38조(위원의 제척·기피·회피) ① 조정위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제41조에 따라 조정위원회에 신청되거나 제42조제1항에 따라 조정위원회에 의뢰된 분쟁조정사건(이하 이 조에서 “사건”이라 한다)의 심의·의결에서 제척(除斥)된다.

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	1. <u>위원 또는 그 배우자나 배우자였던 사람이 해당 조정사항의 분쟁당사자가 되거나 공동권리자 또는 의무자의 관계에 있는 경우</u> 2. <u>위원이 해당 조정사항의 분쟁당사자와 친족관계이거나 친족관계였던 경우</u> 3. <u>위원 또는 위원이 속한 법인이나 법률사무소가 분쟁당사자의 법률·경영 등에 대하여 자문 또는 고문의 역할을 하고 있는 경우</u> 4. <u>위원 또는 위원이 속한 법인이나 법률사무소가 해당 조정사항에 대하여 분쟁당사자의 대리인으로 관여하거나 관여하였던 경우 및 증언이나 감정을 한 경우</u> ② <u>위원에게 조정을 공정하게 수행하기 어려운 사정이 있는 경우 분쟁당사자는 서면으로 조정위원회에 그 위원에 대한 기피신청을 할 수 있다.</u>	1. <u>위원 또는 그 배우자나 배우자였던 사람이 그 사건의 당사자가 되거나 그 사건에 관하여 공동의 권리자 또는 의무자의 관계에 있는 경우</u> 2. <u>위원이 그 사건의 당사자와 친족관계에 있거나 있었던 경우</u> 3. <u>위원이 그 사건에 관하여 증언이나 감정을 한 경우</u> 4. <u>위원 또는 위원이 속한 법인이나 법률사무소가 그 사건에 관하여 당사자의 대리인으로 관여하거나 관여하였던 경우</u> 5. <u>위원 또는 위원이 속한 법인이나 법률사무소가 당사자의 법률·경영 등에 대하여 자문 또는 고문의 역할을 하고 있거나 하였던 경우</u> ② <u>당사자는 조정위원회의 위원에게 조정의 공정을 기대하기 어려운 사정이 있는 경우에는 서면으로 조정위원회에 그 위원에 대한 기피(忌避) 신청을 할 수 있다. 이 경우 조정위원회의 위원장은 제2항에 따른 기피신청</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	③ 제2항의 기피신청이 제2항의 방식에 어긋나거나 조정의 지연을 목적으로 하는 것이 분명한 경우에는 위원장의 결정으로 기피신청을 각하한다. ④ 제2항의 기피신청에 상당한 이유가 있는 경우에는 위원장의 결정으로 해당 위원을 조정에서 제외한다. ⑤ 위원이 제1항 또는 제2항의 사유에 해당하는 경우에는 위원장의 허가를 받아 해당 조정사항의 조정에서 회피할 수 있다.	에 관하여 조정위원회의의 결을 거치지 아니하고 결정한다. ③ 조정위원회의의 위원장은 제2항에 기피신청이 제2항의 방식에 어긋나거나 조정의 지연을 목적으로 하는 것이 분명한 경우에는 기피신청을 각하(却下)한다. ④ 조정위원회의의 위원장은 제2항의 기피신청에 정당한 이유가 있는 경우에는 그 위원을 조정에서 제외한다. ⑤ 위원이 제1항 또는 제2항의 사유에 해당하는 경우에는 스스로 그 사건의 조정에서 회피(回避)할 수 있다.
<신설>	제42조(조정위원회의의 조정사항) 조정위원회는 제44조에 따라 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장이 의뢰하거나 분쟁 당사자가 요청하는 사항으로서 이 법의 적용을 받는 전자상거래등에서의 분쟁에 관한 사항을 조정한다.	제40조(분쟁조정회의와 조정부의 관장사항) ① 분쟁조정회의는 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다. 1. 전자상거래등에서의 소비자분쟁 중 대통령령으로 정하는 금액 이상의 소비자분쟁에 대한 조정 2. 제46조에 따라 의뢰 또는 신청된 집단분쟁조정 3. 조정부가 분쟁조정회의에서 처리하도록 결정한 사

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<신설>	제43조(조정 신청 등) 제42조에 따른 조정사항에 관한 분쟁당사자는 조정위원회에 그 조정을 신청할 수 있다.	항 4. 조정위원회 내부 규칙의 제정·개정·폐지에 관한 사항 5. 그 밖에 분쟁조정회의에서 처리할 필요가 있어 위원장이 회의에 부치는 사항 ② 조정부는 제2항 각 호 외의 사항을 심사·의결한다. 제41조(분쟁조정의 신청) ① 제40조의 조정사항에 관하여 분쟁당사자는 조정위원회에 그 분쟁조정을 신청할 수 있다. ② 조정위원회는 제1항에 따라 분쟁조정을 신청받은 경우에는 대통령령이 정하는 바에 따라 지체 없이 분쟁조정절차를 개시하여야 한다. ③ 조정위원회는 제2항에 따른 분쟁조정을 위하여 필요한 경우에는 제36조제7항에 따른 전문위원회에 자문할 수 있다. ④ 조정위원회는 제2항에 따른 분쟁조정절차에 앞서 이해관계인·소비자단체 또는 관계기관의 의견을 들을 수 있다.

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	제44조(분쟁조정요청) ① <u>공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 전자상거래등에서의 이 법 위반행위와 관련하여 소비자의 피해구제신청이 있는 경우에는 제60조에 따른 시정권고 또는 제61조에 따른 시정조치 등을 하기 전에 조정위원회 또는 전자상거래등에서의 소비자보호 관련 업무를 수행하는 기관이나 단체 등 대통령령으로 정하는 소비자피해 분쟁조정기구(이하 “소비자피해 분쟁조정기구”라 한다)에 조정을 의뢰할 수 있다.</u> ② <u>공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 소비자피해 분쟁조정기구의 권고안 또는 조정안을 당사자가 수락하고 이행한 경우에는 제61조에 따른 시정조치를 하지 아니한다는 뜻을 당사자에게 알려야 한다.</u> ③ <u>조정위원회 또는 소비자피해 분쟁조정기구의 권고안 또는 조정안을 당사자가 수락하고 이행한 경우에는</u>	제42조(분쟁조정요청 등) ① <u>공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 전자상거래등에서의 이 법 위반행위와 관련하여 소비자의 피해구제신청이 있는 경우에는 제56조에 따른 시정권고 또는 제57조에 따른 시정조치를 하기 전에 조정위원회에 조정을 의뢰할 수 있다.</u> ② <u>조정위원회의 권고안 또는 조정안을 당사자가 수락하고 이행한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	대통령령으로 정하는 바에 따라 제61조에 따른 시정조치를 하지 아니한다. ④ 공정거래위원회는 제1항에 따라 분쟁조정을 의뢰하는 경우에는 예산의 범위에서 그 분쟁조정에 필요한 예산을 지원할 수 있다. ⑤ 조정위원회 또는 소비자 피해 분쟁조정기구는 분쟁의 조정이 이루어진 경우에는 그 결과를, 조정이 이루어지지 아니한 경우에는 그 경위를 지체 없이 조정을 의뢰한 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장에게 보고하여야 한다.	제57조에 따른 시정조치를 하지 아니한다. ③ 공정거래위원회는 제1항에 따라 분쟁조정을 의뢰하는 경우에는 예산의 범위에서 그 분쟁조정에 필요한 예산을 지원할 수 있다. ④ 조정위원회는 분쟁의 조정이 이루어진 경우에는 그 결과를, 조정이 이루어지지 아니한 경우에는 그 경위를 지체 없이 조정을 의뢰한 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장에게 보고하여야 한다.
<신설>	제45조(조정 등) ① 조정위원회는 제43조 및 제44조제1항에 따라 분쟁조정 신청 또는 의뢰를 받았을 때에는 분쟁 당사자에게 그 내용을 제시하고 조정 전 합의를 권고할 수 있다. ② 조정위원회는 해당 조정 사항에 관한 사실을 확인하기 위하여 필요한 경우 조사를 하거나 분쟁당사자에 대하여 관련 자료의 제출이나	제43조(분쟁조정 등) ① 조정위원회는 제41조 및 제42조제1항에 따라 분쟁조정 신청 또는 의뢰를 받았을 때에는 분쟁당사자에게 그 내용을 제시하고 분쟁조정 전 합의를 권고할 수 있다. ② 조정위원회는 해당 조정 사항에 관한 사실을 확인하기 위하여 필요한 경우 조사를 하거나 당사자에 대하여 관련 자료의 제출 또는 출석

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>출석을 요구할 수 있다.</u> <u>③ 조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 조정신청을 각하하여야 한다.</u> 1. <u>조정신청의 내용과 직접적인 이해관계가 없는 자가 조정신청을 한 경우</u> 2. <u>이 법의 적용대상이 아니거나 제42조의 조정사항이 아닌 사안에 관하여 조정신청을 한 경우</u> <u>④ 조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 조정을 중지할 수 있다.</u> 1. <u>조정 신청 전·후에 분쟁당사자가 법원에 소를 제기한 경우</u> 2. <u>조정 신청 후에 분쟁당사자가 「중재법」에 따라 중재신청을 한 경우</u> <u>⑤ 조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 조정절차를 종료할 수 있다.</u> 1. <u>분쟁당사자의 일방이 조정절차 진행 중에 조정을 거부한 경우</u> 2. <u>그 밖의 조정을 하여야 할</u>	<u>을 요구할 수 있다.</u> <u>③ 조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 조정신청을 각하하여야 한다.</u> 1. <u>조정신청의 내용과 직접적인 이해관계가 없는 자가 조정신청을 한 경우</u> 2. <u>이 법의 적용대상이 아니거나 제40조의 조정사항이 아닌 사안에 관하여 조정신청을 한 경우</u> <u>④ 조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 분쟁조정을 중지할 수 있다.</u> 1. <u>조정의 신청 전후에 당사자가 법원에 소를 제기한 경우</u> 2. <u>조정의 신청 후에 당사자가 「민사중재법」에 따라 중재신청을 한 경우</u> <u>⑤ 조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 조정절차를 종료할 수 있다.</u> 1. <u>당사자의 일방이 조정절차 진행 중에 조정을 거부한 경우</u> 2. <u>그 밖의 조정을 하여야 할</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>실익이 없는 것으로서 대통령령으로 정하는 사항이 발생한 경우</u> ⑥ <u>조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 조정절차를 종료하여야 한다. 다만 제3호의 경우 부득이한 사정이 있는 경우에는 조정위원회의 의결로 처리기간을 연장할 수 있다.</u> 1. <u>분쟁당사자가 조정위원회의 권고 또는 조정안을 수락하거나 조정에 합의하여 조정이 이루어진 경우</u> 2. <u>분쟁당사자가 조정위원회의 권고 또는 조정안을 수락하지 아니하여 조정이 이루어지지 아니한 경우</u> 3. <u>제43조에 따른 조정을 신청 받은 날 또는 제44조제1항에 따라 조정을 의뢰 받은 날부터 60일이 지나도 조정이 이루어지지 아니한 경우</u> ⑦ <u>조정위원회는 제3항부터 제6항까지의 규정에 따라 조정신청을 각하하거나 조정절차를 중지 또는 종료한 경우에는 분쟁당사자에게 그</u>	<u>실익이 없는 것으로서 대통령령으로 정하는 사항이 발생한 경우</u> ⑥ <u>조정위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 조정절차를 종료하여야 한다. 다만, 제3호의 경우 부득이한 사정이 있는 경우에는 조정위원회의 의결로 처리기간을 연장할 수 있다.</u> 1. <u>당사자가 조정위원회의 권고 또는 조정안을 수락하거나 조정에 합의하여 조정이 이루어진 경우</u> 2. <u>당사자가 조정위원회의 권고 또는 조정안을 수락하지 아니하여 조정이 이루어지지 아니한 경우</u> 3. <u>제41조에 따른 조정을 신청 받은 날 또는 제42조제1항에 따라 조정을 의뢰 받은 날부터 60일이 지나도 조정이 이루어지지 아니한 경우</u> ⑦ <u>조정위원회는 제3항부터 제6항까지에 따라 조정신청을 각하하거나 조정절차를 중지 또는 종료한 경우에는 당사자에게 그 사실과 사유</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	사실과 사유를 통보하여야 한다. ⑧ <u>공정거래위원회는 조정 사항에 관하여 조정절차가 종료될 때까지 해당 분쟁당사자에게 제60조에 따른 시정권고 및 제61조에 따른 시정조치를 하여서는 아니 된다.</u>	를 통보하여야 한다. ⑧ <u>공정거래위원회는 조정 사항에 관하여 조정절차가 종료될 때까지 해당 당사자에게 제56조에 따른 시정권고 및 제57조에 따른 시정조치를 하여서는 아니 된다.</u>
<신설>	제46조(분쟁조정 효력 등) ① <u>조정위원회의 위원장은 제45조의 규정에 따라 분쟁조정을 마친 때에는 지체 없이 당사자에게 그 분쟁조정 내용을 통지하여야 한다.</u> ② <u>제1항의 규정에 따른 통지를 받은 당사자는 그 통지를 받은 날부터 15일 이내에 분쟁조정 내용에 대한 수락 여부를 조정위원회에 통보하여야 한다. 이 경우 15일 이내에 의사표시가 없는 때에는 수락한 것으로 본다.</u>	제44조(분쟁조정 효력 등) ① <u>조정위원회의 위원장은 제43조에 따라 분쟁조정을 마친 때에는 지체 없이 당사자에게 그 분쟁조정 내용을 통지하여야 한다.</u> ② <u>제1항에 따른 통지를 받은 당사자는 그 통지를 받은 날부터 15일 이내에 분쟁조정 내용에 대한 수락 여부를 조정위원회에 통보하여야 한다. 이 경우 15일 이내에 의사표시가 없는 때에는 수락한 것으로 본다.</u>
<신설>	제47조(조정조서의 작성과 그 효력) ① <u>제46조제2항의 규정에 따라 당사자가 분쟁조정 내용을 수락하거나 수락한 것으로 보는 경우 조정위원회는 조정조서를 작성하고, 조정에 참가한 위원</u>	제45조(조정조서의 작성과 그 효력) ① <u>제44조제2항에 따라 당사자가 분쟁조정 내용을 수락하거나 수락한 것으로 보는 경우 조정위원회는 조정에 참가한 위원 및 각 당사자가 기명날인하거</u>

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	및 각 분쟁당사자가 기명날인하거나 서명하여야 한다. 다만, 수락한 것으로 보는 경우에는 각 당사자의 기명날인 또는 서명을 생략할 수 있다. ② 공정거래위원회는 제1항에 따른 합의 및 이에 대한 이행이 이루어진 경우에는 제60조에 따른 시정권고 및 제61조에 따른 시정조치를 하지 아니한다. ③ 제1항에 따라 조정조서를 작성한 경우 조정조서는 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다.	나 서명한 조정조서를 작성하여야 한다. 다만, 수락한 것으로 보는 경우에는 각 당사자의 기명날인 또는 서명을 생략할 수 있다. ② 제1항에 따른 조정조서는 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다. ③ 공정거래위원회는 제1항에 따른 합의가 이루어지고, 그 합의된 사항이 이행된 경우에는 제56조에 따른 시정권고 및 제57조에 따른 시정조치를 하지 아니한다.
제33조 (소비자 피해 분쟁 조정의 요청) (생략)	제48조(집단분쟁조정) ① 제43조의 규정에 불구하고 국가, 지방자치단체, 소비자원, 소비자단체, 소비자 또는 사업자는 소비자의 피해가 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형으로 발생하는 경우로서 대통령령이 정하는 사건에 대하여는 조정위원회에 일괄적인 분쟁조정(이하 “집단분쟁조정”이라 한다)을 의뢰 또는 신청할 수 있다. ② 이 법에 따른 집단분쟁조정에 관하여는 「소비자기	제46조(집단분쟁조정) ① 제41조에도 불구하고 국가, 지방자치단체, 소비자원, 소비자단체, 소비자 또는 사업자는 소비자의 피해가 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형으로 발생하는 경우로서 대통령령이 정하는 사건에 대하여는 조정위원회에 일괄적인 분쟁조정(이하 “집단분쟁조정”이라 한다)을 의뢰 또는 신청할 수 있다. ② 제1항에 따른 집단분쟁조정에 관하여는 「소비자기

현행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	본법」 제68조 및 제68조의2를 준용한다. 제49조(시효의 중단) ① 제43조에 따른 분쟁조정의 신청과 제48조제2항에 따라 준용되는 「소비자기본법」 제68조제1항 및 제4항에 따른 집단분쟁조정의 의뢰 또는 신청은 소멸시효중단의 효력이 있다. 다만, 신청이 취하되거나 각하된 때에는 그러하지 아니하다. ② 제1항 단서의 경우에 6개월 내에 재판상의 청구, 파산절차참가, 압류 또는 가압류, 가처분을 한 때에는 시효는 최초의 분쟁조정의 신청으로 인하여 중단된 것으로 본다. ③ 제1항 본문에 따라 중단된 시효는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때부터 새로이 진행한다. 1. 분쟁조정이 이루어져 조정조서를 작성한 때 2. 분쟁조정이 이루어지지 아니하고 조정절차가 종료된 때	본법」 제68조 및 제68조의2를 준용한다. 제47(시효의 중단) ① 제41조에 따른 분쟁조정의 신청과 제46조제1항에 따른 집단분쟁조정의 의뢰 또는 신청은 시효중단의 효력이 있다. 다만, 신청이 취하되거나 각하된 때에는 그러하지 아니하다. ② 제1항 단서의 경우에 6개월 내에 재판상의 청구, 파산절차참가, 압류 또는 가압류, 가처분을 한 때에는 시효는 최초의 분쟁조정의 신청으로 인하여 중단된 것으로 본다. ③ 제1항 본문에 따라 중단된 시효는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때부터 새로이 진행한다. 1. 분쟁조정이 이루어져 조정조서를 작성한 때 2. 분쟁조정이 이루어지지 아니하고 조정절차가 종료된 때
<신 설>	제50조(소송과의 관계) ① 조정이 신청된 사건에 대하여	제48조(소송과의 관계) ① 조정이 신청된 사건에 대하여

현행	박상혁의원안	이정문의원안
	소송이 진행 중일 때에는 수 소법원(受訴法院)은 조정이 있을 때까지 소송절차를 중 지할 수 있다. ② 제1항에 따라 소송절차가 중지된 경우 조정위원회는 해당 사건의 조정절차를 재 개한다. ③ 조정위원회는 조정이 신 청된 사건과 동일한 원인으 로 다수인이 관련되는 동종 · 유사 사건에 대한 소송이 진행 중인 경우에는 조정위 원회의 결정으로 조정절차 를 중지할 수 있다.	소송이 진행 중일 때에는 수 소법원(受訴法院)은 조정이 있을 때까지 소송절차를 중 지할 수 있다. ② 제1항에 따라 소송절차가 중지된 경우 조정위원회는 해당 사건의 조정절차를 재 개한다. ③ 조정위원회는 조정이 신 청된 사건과 동일한 원인으 로 다수인이 관련되는 동종 · 유사 사건에 대한 소송이 진행 중인 경우에는 조정위 원회의 결정으로 조정절차 를 중지할 수 있다.
<신 설>	제51조(조정위원회의 조직· 운영 등) 제37조부터 제50조 까지에서 규정한 사항 외에 조정위원회의 조직, 운영, 조 정절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한 다.	제49조(조정위원회의 조직· 운영 등) 제35조부터 제48조 까지에서 정한 사항 외에 조 정위원회의 조직, 운영 및 분쟁조정 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으 로 정한다.
<신 설>	제52조(「민사조정법」의 준 용) 조정위원회의 운영 및 조정절차에 관하여 이 법에 서 규정하지 아니한 사항에 대하여는 「민사조정법」을 준용한다.	제50조(「민사조정법」의 준 용) 조정위원회의 운영 및 분쟁조정 절차에 관하여 이 법에서 규정하지 아니한 사 항에 대하여는 「민사조정 법」을 준용한다.

□ 현재 소비자와 사업자 사이에 발생한 분쟁을 조정하기 위하여 「소비자기본법」에 따라 설치·운영되고 있는 한국소비자원의 ‘소비자분쟁조정위원회’의 경우 전자상거래 관련 분쟁 조정 건수와 비중이 지속 증가하는 추세임.

< 한국소비자원 분쟁조정사건 접수 현황 >

(단위 : 건, %)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
분쟁조정	3,392	5,265	4,803	4,118	6,390
전자상거래	1,123 (33.1)	1,891 (35.9)	1,477 (30.8)	1,390 (33.8)	2,230 (34.9)

(자료:한국소비자원)

○ 특히 전자상거래 중 온라인 플랫폼 거래와 관련한 소비자 분쟁의 경우 제3자(소비자, 온라인 플랫폼 운영사업자, 입점업체)가 관련되어 있는 거래의 특성상 분쟁의 양상이 매우 복잡하고, 분쟁 해결도 상대적으로 어려운 것으로 조사됨.²⁵⁾

□ 개정안은 한국소비자원에 전자상거래 관련 소비자분쟁을 전담하는 조정위원회를 설치·운영하도록 함으로써 증가하는 전자상거래 관련 분쟁을 합리적으로 조정하고 소비자 구제를 보다 원활하게 하려는 취지로 보임.

25) 한국소비자원에 접수된 피해구제 신청 사건의 각 분야별 합의율(2016-2020): 온라인 플랫폼(58.6%), 주식투자서비스(82.8%), 의류 및 신변용품(78.8%), 초고속인터넷서비스(73.0%), 통신교육서비스(64.8%), 국내결혼중개업(61.9%) (한국소비자원, 「(보도자료) 온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가」, 2021.1.22.)

- 개정안과 같이 한국소비자원에 별도의 전담 분쟁조정위원회를 설치하여 운영하는 경우 전자상거래 관련 소비자 분쟁 해결을 위한 보다 전문성 있는 심의가 가능할 것으로 보임.
- 다만, 조정위원회의 설치 시에는 조정위원 구성, 위원회 운영 등을 위한 인력과 예산이 추가 소요될 것으로 예상되므로 전자상거래 분쟁조정 건수의 증가 추이, 다른 유사 분쟁조정위원회²⁶⁾와의 관계, 추가 소요 예산 등을 종합적으로 고려하여 조정위원회의 별도 설치·운영 필요성을 면밀히 검토할 필요가 있을 것으로 보임.
- 또한, 현재 운영되고 있는 한국소비자원의 소비자분쟁조정위원회가 전자상거래 관련 분쟁을 포함하여 소비자와 사업자 간 분쟁에 대한 조정 결정 등을 심의·의결하고 있어 조정위원회와 업무의 중복 가능성이 있으므로²⁷⁾, 소비자분쟁조정위원회와의 업무범위, 관계를 보다 명확히 할 필요가 있을 것으로 보임.

26) 현행법은 전자상거래 또는 통신판매에서 전자상거래법 위반행위와 관련하여 소비자의 피해구제신청이 있는 경우, 공정거래위원회, 시·도지사 등은 소비자분쟁조정위원회, 전자거래분쟁위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회, 그 밖에 소비자보호 관련 법령에 따라 설치·운영되는 분쟁조정기구에 조정을 의뢰할 수 있도록 규정하고 있음(전자상거래법 제33조 및 같은 법 시행령 제35조).

<인터넷진흥원 전자문서전자거래분쟁조정위원회 사건 접수 현황>

(단위 : 건)

구분	2020년	2021년	2022년
상답	14,930	14,795	15,026
조정신청	2,026	5,163	5,498
합계	16,956	19,958	20,524

27) 「소비자기본법」

제60조(소비자분쟁조정위원회의 설치) ①소비자와 사업자 사이에 발생한 분쟁을 조정하기 위하여 한국소비자원에 소비자분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라 한다)를 둔다.

②조정위원회는 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.

1. 소비자분쟁에 대한 조정결정

2. 조정위원회의 의사(議事)에 관한 규칙의 제정 및 개정·폐지

3. 그 밖에 조정위원회의 위원장이 토의에 부치는 사항

③조정위원회의 운영 및 조정절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

(9) 동의를결제도 도입

- 박상혁의원안과 이정문의원안은 공정거래법 등에 도입되어 있는 동의를결제도를 도입하고, 이정문의원안은 동의를결제도의 실효성 담보를 위하여 정당한 이유 없이 동의를결을 이행하지 아니한 경우 이행강제금을 부과할 수 있도록 규정함.

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	제62조(동의의결) ① 제33조제1항제1호에 위반되는 행위로 공정거래위원회의 조사나 심의를 받고 있는 전자상거래를 하는 사업자등(이하 이 조부터 제63조까지의 규정에서 “신청인”이라 한다)은 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위(이하 이 조부터 제63조까지의 규정에서 “해당 행위”라 한다)로 인한 소비자 권익 침해 상태의 자발적 해소, 소비자 피해구제, 거래질서의 개선 등을 위하여 제3항에 따른 동의를결을 하여 줄 것을 공정거래위원회에 신청할 수 있다. 다만 동의를결의	제58조(동의의결) ① 공정거래위원회의 조사나 심의를 받고 있는 사업자(이하 이 조에서 “신청인”이라 한다)는 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위(이하 이 조에서 “해당행위”라 한다)로 인한 소비자 권익침해 상태의 자발적 해소 등 거래질서의 개선, 소비자 피해 구제 등을 위하여 제3항에 따른 동의를결을 하여 줄 것을 공정거래위원회에 신청할 수 있다. 다만 동의를결이 있기 전 신청인이 신청을 취소하는 경우 공정거래위원회는 동의를결을 하지 아니하고 이 법에 따른 심의 절차를

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>근거가 된 행위와 동일한 위반행위가 반복되거나 동</u> <u>의의결 절차가 진행되는 중</u> <u>에 사업자가 신청을 취소하</u> <u>는 등의 사유로 동의의결에</u> <u>적절하지 않다고 판단되는</u> <u>경우에는 공정거래위원회는</u> <u>동의의결을 하지 아니하고</u> <u>이 법에 따른 심의 절차를</u> <u>진행하여야 한다.</u> ② <u>신청인이 제1항에 따른</u> <u>신청을 하는 경우 다음 각</u> <u>호의 사항을 기재한 서면으</u> <u>로 하여야 한다.</u> 1. <u>해당 행위를 특정할 수</u> <u>있는 사실관계</u> 2. <u>해당 행위의 중지, 원상</u> <u>회복 등 거래질서의 회복</u> <u>이나 개선을 위하여 필요</u> <u>한 시정방안</u> 3. <u>피해보상 등 소비자, 다</u> <u>른 사업자 등의 피해를 구</u> <u>제하거나 예방하기 위하여</u> <u>필요한 시정방안</u> ③ <u>공정거래위원회는 해당</u>	<u>진행하여야 한다.</u> ② <u>신청인이 제1항에 따른</u> <u>신청을 하는 경우 다음 각</u> <u>호의 사항을 기재한 서면으</u> <u>로 하여야 한다.</u> 1. <u>해당 행위를 특정할 수</u> <u>있는 사실관계</u> 2. <u>해당 행위의 중지, 소비</u> <u>자 권익침해상태의 해소</u> <u>등 거래질서의 적극적 개</u> <u>선을 위하여 필요한 시정</u> <u>방안</u> 3. <u>소비자, 다른 사업자 등</u> <u>의 피해를 구제하거나 예</u> <u>방하기 위하여 필요한 시</u> <u>정방안</u> ③ <u>공정거래위원회는 해당</u>

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
	<u>행위의 사실관계에 대한 조사를 마친 후 제2항제2호 및 제3호에 따른 시정방안(이하 “시정방안”이라 한다)이 신속한 거래질서를 회복시키거나 소비자, 다른 사업자 등을 보호하기에 적절한지, 신청인의 행위로 인한 소비자의 피해가 구제되었는지 등을 종합적으로 고려하여 동의를결을 하는 것이 적절하다고 판단되는 경우에는 해당 행위 관련 심의 절차를 중단하고 시정방안과 같은 취지의 의결(이하 “동의의결”이라 한다)을 할 수 있다. 이 경우 신청인과 협의를 거쳐 시정방안을 수정할 수 있다.</u> ④ <u>공정거래위원회의 동의의결은 해당 행위가 이 법에 위반된다고 인정한 것을</u>	<u>행위의 사실관계에 대한 조사를 마친 후 제2항제2호 및 제3호에 따른 시정방안(이하 “시정방안”이라 한다)이 다음 각 호의 요건을 모두 충족한다고 판단되는 경우에는 해당 행위 관련 심의 절차를 중단하고 시정방안과 같은 취지의 의결(이하 이 조에서 “동의의결”이라 한다)을 할 수 있다. 이 경우 신청인과 협의를 거쳐 시정방안을 수정할 수 있다.</u> 1. <u>해당 행위가 이 법을 위반한 것으로 판단될 경우에 예상되는 시정조치, 그 밖의 제재와 균형을 이룰 것</u> 2. <u>공정하고 자유로운 거래질서를 회복시키거나 소비자, 다른 사업자 등을 보호하기에 적절하다고 인정될 것</u> ④ <u>공정거래위원회의 동의의결은 해당 행위가 이 법에 위반된다고 인정한 것을</u>

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	<u>의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의의결을 받은 사실을 들어 해당 행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다.</u> 제63조(동의의결의 절차) ① <u>공정거래위원회는 신속한 조치의 필요성, 소비자 피해의 직접 보상 필요성 등을 종합적으로 고려하여 동의의결 절차의 개시 여부를 결정하여야 한다.</u> ② <u>공정거래위원회는 동의의결을 하기 전에 30일 이상의 기간을 정하여 다음 각 호의 사항을 신고인 등 이해관계인에게 통지하거나, 관보 또는 공정거래위원회의 인터넷 홈페이지에 공고하는 등의 방법으로 의견을 제출할 기회를 주어야 한다.</u> 다만, 시정방안이 수정되어 다시 의견제출할 기회를 주는 경우에는 의견제출기간을 30일 이내에서 정할 수 있다. 1. <u>해당 행위의 개요</u> 2. <u>관련 법령 조항</u> 3. <u>시정방안(제62조제3항 후</u>	<u>의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의의결을 받은 사실을 들어 해당 행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다.</u> ⑤ <u>동의의결의 절차 및 취소에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제90조 및 제91조를 준용한다.</u>

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<신 설>	<u>단에 따라 시정방안이 수정된 경우에는 그 수정된 시정방안을 말한다)</u> 4. <u>해당 행위와 관련하여 신고인 등 이해관계인의 이해를 돕는 그 밖의 정보. 다만, 사업상 또는 사생활의 비밀 보호나 그 밖에 공익상 공개하기에 적절하지 아니한 것은 제외한다.</u> ③ <u>공정거래위원회는 제2항 각 호의 사항을 관계 행정기관의 장에게 통보하고 그 의견을 들어야 한다.</u> ④ <u>동의를결에 관한 심의·의결, 이행관리, 취소, 이행강제금 부과 등 그 밖에 필요한 사항은 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제90조(제1항부터 제3항까지는 제외한다), 제91조, 제92조를 준용한다.</u>	<u>제60조(이행강제금) ① 공정거래위원회는 정당한 이유 없이 상당한 기한 내에 제58조제1항에 따른 동의를결을 이행하지 아니한 자에게 동의를결이 이행되거나 취소</u>

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
		<u>되기 전까지 1일당 200만원 이하의 이행강제금을 부과할 수 있다.</u> <u>② 이행강제금의 부과·납부·징수 및 환급 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 다만, 체납된 이행강제금은 국세강제징수의 예에 따라 징수한다.</u> <u>③ 공정거래위원회는 제1항 및 제2항에 따른 이행강제금의 징수 또는 강제징수에 관한 업무를 대통령령으로 정하는 바에 따라 국세청장에게 위탁할 수 있다.</u>

□ 사업자의 기만행위 등으로 다수 소비자의 피해가 발생한 경우 기업에 대한 공정거래위원회의 제재와는 별개로 일반 소비자들이 피해 구제를 받기 위해서는 별도의 민사소송을 거쳐야 함.

○ 그러나 개인별 피해액이 소액인 경우가 많고 소송으로 얻을 수 있는 경제적 이익에 비해 그에 투입되는 시간과 비용이 커서 별도의 소송 제기를 통하여 피해를 구제받기 어려운 측면이 있음.

○ 이에 박상혁의원안과 이정문의원안은 공정거래위원회의 조사나 심의를 받고 있는 사업자가 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위로 인한 소비자 권익 침해 상태의 자발적 해소, 거래질서의 개선 및 소비자 피해 구제 등을 위한 시정방안을 공정거래위원회에 제출하고, 공정거래위원회가 해당 시정방안이 적절하다고 인정하는 경우 해당 행위의 위법성에 대해서 판단하지 않고 시정방안과 같은 취지의 의결을 통해 사건을 종결시키는 동의의결제도를 도입하는 내용임²⁸⁾.

□ 동의의결제도는 미국의 당사자주의적 분쟁해결시스템(Adversarial Dispute Resolution System)의 산물로서 경쟁법 집행과정에서 행위의 위법성에 대한 최종적인 판단단계에 이르기 전에 피심인과 경쟁당국과의 합의에 의하여 분쟁을 해결하고 사건을 종결시키는 일련의 절차임.

28) 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 도입되어 있는 동의의결제도와 그 내용, 요건 등이 유사하나, 박상혁의원안은 시정방안 수정 시 동의의결 의결제출기간을 30일 이내에서 정하도록 규정하고 있음.

<공정거래법 상 동의의결제와 비교>

구분	공정거래법 §89, §90	전자상거래법 개정안
신청요건	경쟁제한상태 등의 자발적 해소, 소비자 피해구제, 거래질서의 개선	소비자 권익 침해 상태의 자발적 해소, 소비자 피해구제, 거래질서의 개선
개시요건	신속한 조치의 필요성, 소비자 피해 직접 보상 필요성	좌동
동의의결 요건	① 법 위반 판단 시 예상되는 시정조치, 그 밖의 제재와 균형을 이룰 것 ② 공정하고 자유로운 경쟁질서나 거래질서를 회복 또는 소비자, 다른 사업자 등을 보호하기에 적절하다고 인정될 것 (①, ② 모두 충족 필요)	신속한 거래질서 회복 또는 소비자, 다른 사업자 등을 보호하기 적절하다고 인정될 것, 소비자의 피해 구제 여부 등을 종합적으로 고려
동의의결 의결조회기간	30일 이상	30일 이상 (단, 시정방안 수정 시에는 30일 이내)

○ 우리나라에서는 한·미 FTA 합의사항²⁹⁾에 동의명령제도의 도입이 포함됨에 따라 2011년 12월 공정거래법에 처음 도입된 이래로 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(2014. 4. 시행), 「대리점 거래의 공정화에 관한 법률」(2022. 6. 시행), 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」·「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」·「방문판매 등에 관한 법률」·「하도급거래 공정화에 관한 법률」(2022. 7. 시행)에 확대 도입되었음.

□ 동의의결제도는 신속한 사건 해결을 통해 소비자 등의 피해를 효과적으로 구제할 수 있고, 시장 상황에 적합한 실효성 있는 조치를 적시에 취할 수 있다는 장점이 있음.

○ 특히 전자상거래 과정에서 발생하는 불공정 거래 행위 등은 전자상거래의 특성상 다수의 소비자에게 동시적인 피해가 발생하는 경우가 많고, 소송을 통한 방법으로 문제를 해결하기에는 비용과 시간의 과다 소요가 우려되며, 피해금액이 소액인 경우 개별 소비자가 소송을 통해 문제를 해결하기 현실적으로 어렵다는 점 등을 고려할 때 소비자의 실질적 권리 구제 및 피해 상황의 신속한 해소를 위하여 동의의결제도의 도입이 필요한 측면이 있다고 보임.

29) (한미 FTA 협정문 제16.1.5) 각 당사국은 자국의 국가 경쟁법의 집행을 담당하는 자국의 당국에게 그 집행 조치의 대상자와 상호합의에 의하여 자신의 행정적 또는 민사적 집행조치를 해결할 수 있는 권한을 제공한다.

5. Each Party shall provide its authorities responsible for the enforcement of its national competition laws with the authority to resolve an administrative or civil enforcement action by mutual agreement with the subject of such an enforcement action.

□ 다만, 2011년 동의의결제도가 도입된 이후 현재까지 동의의결 신청건수는 총 28건(인용 13건, 기각 11건, 진행 중 4건)에 불과하다는 점에서³⁰⁾ 동 제도의 활성화·내실화 방안을 강구하는 노력이 함께 병행되어야 할 것으로 보임.

<동의의결제도 운영 현황>

신청일	사업자	내용	의결일 (기각 결정일)	처리 결과	적용법률
13-11-20	네이버(주)	네이버(주)의 시장지배적지위남용 행위 등에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	14-05-08	인용	공정거래법
13-11-20	네이버비즈니스 플랫폼(주)	네이버비즈니스플랫폼(주)의 시장지배적지위남용 행위 등에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	14-05-08	인용	공정거래법
13-11-21	(주)다음 커뮤니케이션	(주)다음커뮤니케이션의 시장지배적지위 남용행위 등에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	14-05-08	인용	공정거래법
13-11-06	에스에이피 코리아(주)	에스에이피코리아(주)의 거래상지위남용행위에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	14-12-04	인용	공정거래법
14-11-21	롯데쇼핑(주) (롯데시네마)	롯데쇼핑(주)의 시장 지배적지위 남용행위에 대한 건 관련 동의의결 절차 개시신청에 대한 건	14-12-02	개시 신청 기각	공정거래법
14-11-21	씨제이 씨지브이(주), 씨제이 이엔엠(주)	씨제이씨지브이(주)와 씨제이이엔엠(주)의 시장지배적지위남용행위 등에 대한 건 관련 씨제이씨지브이(주)와 씨제이이엔엠(주)의 동의의결 개시신청에 대한 건	14-12-02	개시 신청 기각	공정거래법
14-08-27	마이크로소프트 코퍼레이션	마이크로소프트 코퍼레이션(MS) 및 노키아 코퍼레이션의 기업결합 제한규정 위반행위에 대한 건 관련 MS의 동의의결에 대한 건	15-08-24	인용	공정거래법
15-10-20	에스케이 텔레콤(주)	에스케이텔레콤(주)의 부당한 광고행위에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	16-09-29	인용	표시광고법

30) 「대리점거래의 공정화에 관한 법률」, 「방문판매 등에 관한 법률」에 따른 신청사례 없음

신청일	사업자	내용	의결일 (기각 결정일)	처리 결과	적용법률
15-10-29	(주)케이티	(주)케이티의 부당한 광고행위에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	16-09-29	인용	표시광고법
15-10-27	(주)엘지유플 러스	(주)엘지유플러스의 부당한 광고 행위에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	16-09-29	인용	표시광고법
16-11-18	퀄컴 인코포 레이티드 외 2개사	퀄컴 인코포레이티드 등의 시장지 배적지위남용행위 등에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대 한 건	16-12-15	개시 신청 기각	공정거래법
17-05-24	현 대 모 비 스 (주)	현대모비스(주)의 거래상지위남용 행위에 대한 건 관련 동의의결절 차 개시신청에 대한 건	17-11-27	개시 신청 기각	공정거래법
18-04-24	(주)엘에스 외 3개사	엘에스 기업집단 계열회사의 부당 한 지원행위에 대한 건 관련 동의 의결절차 개시신청에 대한 건	18-07-02	개시 신청 기각	공정거래법
18-08-13	(주)골프존	(주)골프존의 차별적 취급행위 등 에 대한 건 관련 동의의결절차 개 시신청에 대한 건	18-09-18	개시 신청 기각	공정거래법
19-03-16	(주)엠티알	(주)엠티알의 부당한 광고행위에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	19-09-02	개시 신청 기각	표시광고법
19-02-28	남양유업(주)	남양유업(주)의 거래상지위남용행 위에 대한 건 관련 동의의결에 대 한 건	20-05-28	인용	공정거래법
19-06-04	에 플 코 리 아 (유)	애플코리아(유)의 거래상지위 남 용행위 등에 대한 건 관련 동의의 결에 대한 건	21-03-16	인용	공정거래법
21-05-12	삼 성 전 자 (주) 외 4개사	기업집단 「삼성」 소속 계열회사 들의 부당지원행위에 대한 건 관 련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	21-06-04	개시 신청 기각	공정거래법
22-04-08	(주)스타필드 하남	(주)스타필드하남의 거래상지위남용 행위에 대한 건 관련 동의의결에 대한 건	22-11-24	인용	공정거래법
22-07-13	브로드컴 인 코 포 레 이 티 드 외 3개사	브로드컴 인코포레이티드 등의 거 래상지위 남용행위에 대한 건 관 련 동의의결에 대한 건	23-06-30	기각	공정거래법
22-09-29	(주)한솔	(주)한솔의 가맹사업법 위반행위 에 대한 건 관련 동의의결절차 개 시신청에 대한 건	24-06-07	인용	가맹사업법
22-10-13	(주)유진종합 건설	(주)유진종합건설의 불공정하도급거 래행위에 대한 건 관련 동의의결 에 대한 건	24-03-29	인용	하도급법

신청일	사업자	내용	의결일 (기각 결정일)	처리 결과	적용법률
23-10-19	(주) 카카오 모빌리티	(주)카카오모빌리티의 시장지배적 지위남용행위 등에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	23-12-22	개시 신청 기각	공정거래법
24-05-30	(주) 지에스리테일	(주)지에스리테일의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	진행 중	진행 중	대규모유통업법
24-05-30	(주) 비지에프리테일	(주)비에프리테일의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	진행 중	진행 중	대규모유통업법
24-05-30	(주) 코리아세븐	(주)코리아세븐의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	진행 중	진행 중	대규모유통업법
24-05-30	(주)이마트24	(주)이마트24의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	진행 중	진행 중	대규모유통업법
24-04-29	(주) 리만코리아	(주)리만코리아의 방문판매법 위반행위에 대한 건 관련 동의의결절차 개시신청에 대한 건	24-10-21	개시 신청 기각	방문판매법

(자료: 공정거래위원회)

□ 한편, 이정문의원안은 동의의결 시 정한 이행기한까지 동의의결을 이행하지 아니한 경우 1일당 200만원 이하의 이행강제금을 부과할 수 있도록 하고 있는데, 동 조항은 동의의결의 이행력 담보를 위하여 필요한 것으로 보임.

○ 참고로, 동의의결제도를 도입하고 있는 주요국가에서 동의의결 미 이행 시 도입하고 있는 제재수단은 아래 표와 같음.

<해외 주요국의 동의의결 제도 및 미이행시 제재수단>

국가	도입여부	근거	미이행시 제재수단
미국	○	연방행정절차법	1일당 \$10,000를 초과하지 않는 범위 내에서 민사벌금(Civil penalty) 부과

국가	도입여부	근거	미이행시 제재수단
일본	○	독점규제법 제65조	형벌(시정조치 불이행과 동일) : 2년 이하의 징역 또는 300만엔 이하 벌금
EU	○	Council Regulation 9조	1일당 전년도 1일 평균매출액의 5%를 초과하지 않는 범위 내에서 이행강제금 부과 또는 매출액의 10%를 초과하지 않는 범위 내에서 질서위반벌금 부과
한국	○	공정거래법 제51조의4	동의를결 미이행시 1일당 200만원 이하의 이행강제금 부과

(자료: 한국소비자원, 정책연구 21-12 전자상거래 소비자법제 분석 연구, p.264)

(10) 임시중지명령 발동 요건 완화

□ 박상혁의원안과 이정문의원안은 임시중지명령의 발동요건을 법 위반이 명백하게 의심되는 경우로 완화하고, 임시중지 조치도 법 위반 행위 중지, 영업 정지 등으로 다양화하려는 것임.

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
제32조의2(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 <u>전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자의 전자상거래 또는 통신판매가 다음 각 호에 모두 해당하는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자에 대하여 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지할 것을 명할 수 있다.</u> 1. <u>전자상거래 또는 통신판매가 제21조 제1항제1호에 해당</u>	제64조(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 <u>전자상거래를 하는 사업자등의 행위가 제33조 제1항 제1호를 위반한다고 명백하게 의심되는 경우로서 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자등에 대하여 해당행위의 중지, 영업의 전부 또는 일부 정지 등 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지(이하 “임시중지”</u>	제59조(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 <u>전자상거래를 하는 사업자등의 행위가 제30조 제1항 제1호를 위반한다고 명백하게 의심되는 경우로서 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자등에 대하여 해당행위의 중지, 영업의 전부 또는 일부 정지 등 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지(이하 “임시중지”</u>

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
<u>하는 것이 명백한 경우</u> 2. <u>전자상거래 또는 통신판매로 인하여 소비자에게 재산상 손해가 발생하였고, 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우</u> ② 공정거래위원회는 제1항에 따라 <u>전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 일시 중지하기 위하여</u> 필요한 경우 호스팅서비스를 제공하는 자, <u>통신판매중개자, 전자게시판서비스 제공자</u> 등에게 해당 의무제공의 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 취할 것을 요청할 수 있으며, 그 요청을 받은 사업자는 정당한 사유가 없	라 한다)할 것을 명할 수 있다. ② 공정거래위원회는 제1항에 따라 <u>임시중지를 하기 위하여</u> 필요한 경우 호스팅서비스를 제공하는 자, <u>온라인 플랫폼 운영사업자</u> 등에게 해당 의무제공의 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 취할 것을 요청할 수 있으며, 그 요청을 받은 사업자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.	라 한다)할 것을 명할 수 있다. ② 공정거래위원회는 제1항에 따라 <u>임시중지를 하기 위하여</u> 필요한 경우 호스팅서비스를 제공하는 자, <u>온라인 플랫폼 운영사업자</u> 등에게 해당 서비스제공의 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 취할 것을 요청할 수 있으며, 그 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

현 행	박상혁의원안	이정문의원안
으면 이에 따라야 한다. ③ 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록한 <u>소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자가</u> 제1항의 경우에 해당한다고 인정될 때에는 <u>서면(전자문서를 포함한다)</u>으로 공정거래위원회에 그 <u>전자상거래 또는 통신판매의</u> 전부 또는 일부에 대하여 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다. ④ ~ ⑥ (생략)	③ 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록한 <u>소비자단체나 시·도지사, 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 전자상거래를 하는 사업자 등이</u> 제1항의 경우에 해당한다고 인정될 때에는 <u>서면(전자문서를 포함한다)</u>으로 공정거래위원회에 그 <u>전자상거래등의</u> 전부 또는 일부에 대하여 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다. ④ ~ ⑥ (현행과 같음)	③ 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록한 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 <u>전자상거래를 하는 사업자등이</u> 제1항의 경우에 해당한다고 인정될 때에는 <u>서면</u>으로 공정거래위원회에 그 <u>전자상거래등의</u> 전부 또는 일부에 대하여 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다. ④ ~ ⑥ (현행과 같음)

□ 현행법은 전자상거래 또는 통신판매가 ① 법 위반행위인 것이 명백하고, ② 소비자에게 재산상 손해가 발생하였으며, ③ 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우에 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 일시 중지할 것을 공정거래위원회

가 명할 수 있도록 임시중지명령을 규정하고 있음.

○ 임시중지명령제도는 전자상거래법 상 영업정지 제도가 증거자료의 확보 및 공정거래위원회의 의결에 장시간이 소요됨에 따라 정식 시정조치 결정 전 위법행위로 인한 소비자 피해의 확산을 신속하게 방지하기 위해 2016년 도입되었고, 현재 전자상거래법과 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에 규정되어 있음.

○ 그런데, 현행법상 임시중지명령제도의 요건이 엄격하여 제도의 활용이 떨어진다는 지적이 존재함. 2016년 도입 이후 현재까지 동 제도가 활용된 사례는 2건에 불과함.³¹⁾

□ 이에 박상혁의원안 및 이정문의원안은 ① 법 위반이 명백하게 의심되고, ② 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우로 발동 요건을 완화하는 내용으로, 임시중지명령제도의 활용도를 제고할 수 있을 것으로 보임.

○ 참고로, 개정안의 내용은 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」의 발동요건과 동일함³²⁾.

□ 또한 현행법상 임시중지명령제도는 전자상거래(통신판매)의 전부

31) 어썸의 청약철회 방해 건(2017. 10.), 사크라스트라다의 기만적 소비자 유인행위(2022. 10.)

두 건 모두 인터넷 쇼핑몰 접속차단 및 폐쇄 조치

32) 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」

제8조(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 표시·광고 행위가 다음 각 호 모두에 해당하는 경우에는 사업자 등에 대하여 그 표시·광고 행위를 일시 중지할 것을 명할 수 있다.

1. 표시·광고 행위가 제3조제1항을 위반한다고 명백하게 의심되는 경우

2. 그 표시·광고 행위로 인하여 소비자나 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위하여 긴급히 필요하다고 인정되는 경우

또는 일부 일시중지만 가능하나, 개정안과 같이 다양한 조치를 가능하게 하는 경우 법 위반 정도 및 소비자 피해 수준을 반영하여 차별적 대응이 가능할 것으로 보임.

<임시중지명령제도 요건 비교>

구분	현행법	박상혁·이정문의원안
발동요건	법 위반*에 해당하는 것이 명백할 것 + 재산상 손해 발생	법위반이 명백하게 의심될 것
	다수 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려 + 손해를 예방할 긴급한 필요성	
조치내용	전자상거래(통신판매) 전부 또는 일부 일시중지	해당행위 중지, 영업의 전부 또는 일부 정지, 그 밖에 대통령령으로 정하는 조치**

*거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위(법 제21조제1항제1호)

** (예) 표시·광고 중지·삭제, 청약철회 방해문구 삭제, 사이트 내 경고문구 게시 등

문 의 처

02) 6788-5114