

- 제10회 한국법률가대회 / 제2세션 제2분과 세미나

## 지정토론문

“한중일 소비자계약법의 조화와 통일 - 전자거래 분야를 중심으로”  
- 한중일간의 전자상거래 활성화를 위한 소비자 보호 방안 -

법무법인(유) 율촌 변호사, 한국소비자단체협의회 자율분쟁조정위원회 위원장 변 응 재

전자상거래에 있어서 소비자보호와 관련된 한중일 3국의 법률제도 비교에 대한 서희석 교수님의 발표를 잘 들었습니다. 저는 우리나라와 중국 간의 cross-border 거래를 주로 담당하고 우리나라의 소비자분쟁을 조정하는 업무를 주로 담당하는 실무자로서 서희석 교수님의 발표에 대해서 실무적인 관점에서 몇 가지 comment를 드리고자 합니다.

첫째, 우선 실제적법인 관점에서 볼 때 서희석 교수님이 상세하게 소개한 바와 같이 한중일 3국간의 전자상거래와 관련된 소비자제도는 서로 차이점이 존재함에도 불구하고 상당한 측면에서 유사성이 발견되고 있고 이러한 유사성은 더욱 확대될 것으로 예상됩니다. 특히, 구매 후 일정 기간의 소비자철회권의 보장이라는 제도는 최근에 중국까지 채택하면서 3국간에 공통된 제도로 정착되었다고 할 수 있습니다. 다만, 이러한 소비자철회권의 예외가 인정되는 사유에 대해서는 아직도 차이가 있는 것으로 보입니다. 그 외에도 전자상거래 판매자에 대한 정보제공 의무, 전자상거래 플랫폼 제공자의 주의 의무 등에 있어서도 3국간에 상당한 접근이 이루어지고 있습니다.

둘째, 이러한 제도가 실제로 어떠한 방식으로 구현되는지에 대해서도 한중일 3국간에 상당한 유사성이 발견되고 있습니다. 이에 대해서는 제도적으로는 행정법적 접근과 사법적 접근 등의 방식이 서로 비교되고 있으나, 사법적인 절차를 통해서 소비자의 권익을 실현하기에는 비용과 시간이 너무 과다하게 요구된다는 단점 때문에 실무상으로는 아직도 3국 모두 행정적인 접근이 많을 것으로 추측됩니다. 특히, 중국과 같이 소비자보호에 있어서 공상행정관리국 등 행정기관의 역할과 권한이 큰 나라에 있어서는 이러한 상황은 더욱 심할 것으로 추정됩니다. 이러한 행정적 접근 방식 위주의 소비자보호를 보완하기 위하여 최근에 우리나라와 중국

모두 징벌적 손해배상 제도와 소비자집단 소송 등 사법적 보호와 절차와 강화하려는 움직임이 있으나(이러한 징벌적 손해배상 제도와 집단 소송 제도의 도입에 있어서는 중국이 우리나라보다 앞서 있다고 보여집니다) 아직 이것이 효과적인 소비자 보호 수단으로 정착되기 위해서는 많은 시간이 필요할 것으로 예상됩니다.

셋째, 전체적인 현황으로 볼 때에는 우리나라와 일본은 전자상거래에 있어 소비자보호에 관한 법률과 실무는 비교적 일찍부터 발전시키고 정착시킨데 반하여 중국은 최근에 소비자권의 보호법을 개정하면서 관련 제도를 도입하였습니다. 따라서 우선 현재 제도와 실무상으로만 보면 앞으로 중국이 어떻게 제도와 실무를 더욱 충실하게 발전시킬 것인지에 대한 것이 주된 관심사가 될 것입니다. 그러나 다른 관점에서 보면 중국과 일본, 특히 중국에 대한 판매를 확대해야 하는 우리나라 기업의 입장에서는 중국의 제도와 관행이 성숙되는 것을 마냥 기다린다는 것은 현실적인 방안이 아닐 것입니다. 또한, 중국의 관련 제도와 관행이 기업에게 지나친 부담이 되는 방향으로 가는 것 또한 전자상거래 활성화를 위해서 바람직한 상황이 아닐 것입니다. 가장 좋은 방안은 한중일 3국간에 관련 협약 등을 체결하는 것일 것이나 이것도 상당한 시간이 소요될 것입니다. 이런 점들을 고려해 볼 때 우리나라 입장에서 고민해야 할 것은 한중일 3국간의 전자상거래를 활성화하기 위하여 어떤 소비자보호 방안을 신속하게 채택하는 것이 가장 효과적인 것일가의 문제입니다. 이런 관점에서 몇 가지 실행 방안을 제시해 보고자 합니다.

(1) 우리나라의 전자상거래 관련 소비자 보호 법률에 국외 소비자 보호에 관한 별도 규정을 두거나 또는 외국소비자 보호에 관한 별도의 법률을 제정하는 것을 고려해 볼 수 있습니다. 서희석 교수님이 소개하신 바와 같이 우리나라의 현행 국제사법에 의하면 경우에 따라서는 어느 나라의 소비자보호 제도가 적용될지에 대해서 모호한 경우가 발생할 수 있으며 이는 외국 소비자가 우리나라의 제품을 전자상거래를 통해서 구매할 경우 자신이 누릴 수 있는 권리와 의무에 대해서 불확실성을 유발할 수 있습니다. 이러한 상황을 처리하기 위하여 기존 법률의 개정 또는 새로운 법률의 제정을 통하여 예를 들면 외국 소비자가 전자상거래 방식으로 우리나라의 기업으로부터 물품을 구매할 경우 누릴 수 있는 권리의 종류를 명시적으로 열거하고 또한 필요에 따라서는 적절한 한도를 설정할 수 있습니다. 이러한 방식으로 한편으로는 전자상거래 해외소비자를 보호하고 다른 한편으로는 우리나라의 전자상거래 기업을 과도한 부담과 책임으로부터 보호할 수 있을 것입니다. 최근에 우리나라는 외국인들을 위한 의료서비스 제공을 활성화하기 위하여 관련 법률(의료 해외진출 및 외국인환자 유치 지원에 관한 법률)을 제정하고 다양한 제도를 채택하였는데 전자상거래에 있어서도 필요한 노력을 할 필요가 있을

것입니다.

(2) 위와 같은 법률개정이나 제정은 상당한 시간이 소요될 수 있고 또한 아주 구체적인 사항이 포함되기에는 한계가 있을 것이므로 외국소비자에 대한 전자상거래사업을 영위하는 기업에 대해서 구체적인 약관으로 적절한 외국소비자 보호를 할 수 있도록 유도할 필요가 있습니다. 현재도 일부 대기업들이 자신들의 기본약관을 외국어로 번역하여 제공하고 있기는 하나<sup>1)</sup> 이는 단순히 번역의 문제가 아니라 외국 소비자들을 위한 맞춤형 약관이 필요하다고 생각됩니다. 또한, 영세한 중소기업을 위해서는 공정거래위원회 등에서 외국 소비자를 위한 표준 약관을 주요 외국어로 작성하여 보급하는 것도 좋은 방안이 될 것입니다. 이러한 약관 제정을 위해서는 서희석 교수님의 작업과 같은 주요 국가들 간의 제도 비교와 국제사법적 검토, 또한 실무적 검토 등이 병행되어야 할 것입니다.

(3) 단순히 법률이나 약관을 제정할 뿐만 아니라 전자상거래를 통하여 구매한 외국소비자와 사이의 분쟁을 어떻게 해결할지에 대한 고민이 필요합니다. 앞에서 설명드린 바와 같이 이는 실질적으로 사법적인 방법으로 해결하는데 한계가 있기 때문에 오히려 행정적 조치나 자율적 분쟁조정 등의 방식으로 이루어질 수 있도록 검토할 필요가 있을 것입니다. 이를 위해서는 우선적으로 외국어로 소비자 불만을 접수하고 해결할 수 있는 시스템을 구축하는 작업이 필요할 것이며 이를 위해서 1372 소비자고발 시스템 및 이와 연계된 분쟁조정이 전자상거래를 통한 외국인 소비자에게도 활용될 수 있도록 필요한 인적, 물적 지원을 할 필요가 있을 것입니다.

(4) 앞에서 설명드린 바와 같이 cross-border 전자상거래를 활성화하기 위해서는 소비자 보호의 측면에서 뿐만 아니라 기업 보호의 측면에서도 고민할 필요가 있습니다. 예를 들면 우리나라의 언론에서 특정 상품에 대한 문제점이 보도되면 이것이 바로 중국어로 번역되어 중국 언론 매체에 소개되고 이로 인하여 중국에서 행정조치가 내려지면 이것에 대해서 우리나라 기업이 조치를 할 수 있는 방안이 실제로는 별로 없다는 문제점에 봉착합니다. 따라서, 전자상

1) 중국어 약관의 예: [http://www.globalinterpark.com/policies.do?\\_method=rules&result=rules](http://www.globalinterpark.com/policies.do?_method=rules&result=rules), <http://www.pandakorea.com/shop/article-45.html> 전자의 경우에는 우리나라 일반 약관을 중국어로 번역한 것이 대부분인 것으로 보여서 과연 중국 소비자와 우리나라 기업이 이를 어떻게 실행할 수 있을지 구체적 절차가 모호하고, 후자의 경우 보다 중국에 특화된 것으로 보이는데 적용법률을 중국법으로 하고 분쟁 해결시 중국법원을 통해서 해결한다고 규정하여 이 경우 중국 소비자법보다 더 강화되어 있는 한국 소비자보호법상의 혜택을 향유하지 못할 가능성이 있고 또한 중국법원의 판결은 우리나라에서 집행될 수 없다는 문제점에 노출된다.

거래에 있어서는 단순히 외국 소비자를 보호하는 것 뿐만 아니라 우리나라 기업이 불의의 손해를 보지 않도록 하는 제도에 대해서도 고민할 필요합니다. 예를 들면 우리나라 정부 기관이나 소비자단체가 외국 소비자나 외국의 전자상거래업체 및 외국 정부기관에 특정 기업이나 제품에 대한 신뢰성 있는 정보를 제공할 수 있도록 하는 장치를 만드는 것도 필요한 작업이라고 할 것입니다.

서희석 교수님의 훌륭한 발표에 대하여 다시 한 번 감사드리며, 이러한 연구 작업과 토론을 통하여 한중일 3국간의 전자상거래가 활성화되는 계기가 형성되기를 기원합니다.