

전자상거래 결제대금예치제도의 성공적인 정착방안

이 중 인 | 한국소비자보호원 정책연구실 선임연구원, 경제학 박사

I. 서언 : 현황 및 문제제기

최근 유·무선 인터넷을 수단으로 한 전자상거래의 활성화에 따라 인터넷 쇼핑물, 인터넷 경매, 인터넷 콘텐츠 등 전자상거래에 관련된 소비자피해도 지속적으로 증가하고 있다. 예컨대, 한국소비자보호원에 접수된 전체 소비자상담 건수 중 전자상거래 분야가 차지하는 비율을 보면 2001년 1.5%(5,288건)이던 것이 지난해에는 6.5%(17,673건)로 큰 폭으로 증가하였으며, 동 기간에 접수된 소비자피해구제 요청 건수도 <표1>과 같이 매년 증가추세를 보이고 있다.

[표1] 연도별 전자상거래 소비자피해구제 접수 건수

(단위: 건, %)

연 도	2001	2002	2003*	2004
건 수 (전년대비 증가율)	628	1,045 (66.4)	1,319 (26.2)	1,666 (26.3)

* 2003년도의 경우 '하프플라자' 사건 관련 피해구제 건(762건)을 제외한 건수이다.

이러한 전자상거래 소비자피해 증가의 배경에는 전자상거래 시장의 지속적인 성장과 확대에 그 근본적 이유가 있겠으나, 상당부분 무점포, 비대면, 선지급후배송, 시장진퇴의 용이성 등 전자상거래의 특성을 악용한 전자상거래업자의 행태에 주된 원인이 있다고 판단된다. 비교적 최근에도 이러한 온라인 거래의 특성을 이용해 불법·부당한 이익을 취하거나, 다수의 소비자에게 피해를 입히는 사례들이 적지 않게 발생하고 있다. 지난 6월초 발생한 리치투유 쇼핑물(rich2you.com) 피해사건¹⁾은 가장 최근에 발생한 쇼핑물 사기사건의 전형적인 예이다.

1) 에어컨, 냉장고 등 가전제품을 판매하는 인터넷 쇼핑물 리치투유(www.rich2you.com)에서 주문만 받아놓고 사이

최근 전자상거래에 관련된 소비자피해의 유형을 살펴보면, 다양한 피해유형 중 이용자가 결제하였음에도 상품을 받지 못하거나 지연되고 있는 경우가 가장 일반적인 형태이다. 예컨대 2004년 한 해 동안 한국소비자보호원에 접수된 1,666건의 소비자피해구제 요청 중 24.1%인 402건이 이러한 형태였다. 이 피해 유형을 좀더 구체적으로 살펴보면, 2004년 한 해 동안 2003년도의 '하프플라자(www.halfplaza.com) 쇼핑몰 사기사건²⁾과 같은 대형사고는 없었지만, 사업자가 상품대금을 가로채고 도주하는 사기·기만적인 행위에 따른 피해가 지속적으로 발생한 것으로 보인다. 실제로 '상품 미배송·지연' 유형(402건) 중 '사업자의 도주, 사이트 운영중단→소비자피해'로 이어진 유형이 82건(20.4%)이었으며, 거의 대부분(79건)이 매매보호장치가 없는 인터넷 쇼핑몰에서 주로 발생하였다.

또한, 이러한 피해건(82건)의 결제수단으로는 절대다수인 71건(86.6%)이 '온라인 입금'을 한 결과로써, 별다른 보상을 받지 못한 것으로 나타났다. 이번에 발생한 리치투유 쇼핑몰 사건에서도 알 수 있듯이, 소비자가 신용카드를 결제수단으로 한 경우에는 항변권행사가 가능하여 신용카드사나 결제를 대행한 PG사로부터 결제취소 등을 통한 구제가 가능하다. 문제는 신용카드 이외의 결제수단을 사용한 경우이다(이에 대해서는 다음 절에서 구체적으로 설명한다).

지금까지 최근의 전자상거래 소비자피해의 현황에 대해 살펴보았다. 이와 같은 사기성 온라인 거래는 사업자의 영업행태가 다양해지고 거래규모가 커질수록 그 피해규모도 광범위해지게 마련이다. 또한 향후에도 이와 유사한 사례가 얼마든지 발생할 수 있다. 따라서 안전한 전자상거래 문화를 정착시킬 뿐 아니라 온라인 거래의 지속적인 발전을 도모하기 위해서는 온라인 거래에서의 구매자 피해를 예방하고 발생된 손해를 실질적으로 보상해 줄 수 있는 제도적 장치가 마련되어야 한다. 다행히 지난 2003년 초 하프플라자 쇼핑몰 사건 이후, 정부, 업계 및 소비자 조직들이 협력하여 전자상거래의 안전성과 신뢰성 구축을 위한 여러 제도적 방안들을 검토해 왔으며, 2005년 3월말 결제대금예치(escrow)제도의 도입 등을 포함한 '전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률' (이하 '전소법'이라 한다)이 공포되었고 현재 동 법의 구체적인 시행을 위한 시행령 개정(안)을 마련중에 있다.

이러한 배경 아래 본 고에서는 제2절에서 전자상거래 매매보호체제와 결제대금예치제도의

트를 폐쇄한 사건이다. 동 쇼핑몰은 마이마진 등 가격비교사이트에 최저가로 상품을 올리고 다양한 경품으로 소비자를 유인 단기간에 소비자를 모아 결제완료토록 한 후 6.10-11에 상품을 배송해 주기로 하였으나 6.10(금) 오후 갑자기 사이트를 폐쇄하였다. 현재 이 사건으로 인한 피해자는 약 1천명 피해액은 수 십억원에 달할 것으로 추정되며, 신용카드 결제로 인한 피해액은 대략 27억원에 이른 것으로 보인다. 이 사건은 소비자단체 신고센터, 한국소비자보호원, 경찰청 등에서 신속히 대처하여 소비자피해의 최소화를 꾀하고 있으나, 현금으로 결제한 경우 사이트 운영자의 검거 및 사법처리 이후에나 제한적으로 가능할 것으로 보인다.

2) 지난 2003년 초 모든 상품을 시중의 절반 값에 판매한다는 이른바 '하프몰 서비스'를 내세워 다수의 유료회원을 모집하여 영업하던중 상품의 배송이 지연되거나 배송되지 않아 9만명이 넘는 소비자가 피해를 입었던 대형 사건이다.

기능과 역할에 대해 살펴보고, 제3절에서는 최근까지 추진중인 전소법 개정 추진경위 및 결제 대금예치제도에 관련된 주요 내용을 정리한다. 이어 제4절에서 결제대금예치제도의 성공적인 정착을 위한 구체적인 방안들을 제시한다.

II. 전자상거래 매매보호시스템과 결제대금예치제도

1. 현행 매매보호장치

전통적인 오프라인 거래에서와는 달리 인터넷 쇼핑물이나 인터넷 경매 등을 이용한 전자상 거래는 가상공간에서 익명의 구매자와 판매자가 서로 거래를 하게 된다. 따라서 거래당사자 모두 잠재적인 피해자나 가해자가 될 수 있다. 예컨대 한 구매자가 인터넷 쇼핑물에서 상품을 구입하고 대금을 현금이나 신용카드로 결제할 경우에 판매자가 상품을 보내주지 않거나 가짜 상품을 보내준 상태에서 고의로 잠적하게 되면 그 소비자는 적절한 보상을 받기가 매우 어렵다.³⁾

인터넷 쇼핑물을 통한 상품 거래과정에서 야기된 피해자의 정당한 보상 요구에 대해서는 판매 당사자인 쇼핑물이 그 책임을 지는 것이 당연하다. 하지만 쇼핑물의 부도, 사기 후 잠적 등 여러 사유로 해당 쇼핑물에 책임을 물을 수 없는 경우에 피해자가 여타 제도적 장치에 의해 피해를 보상 받을 수 있는 매매보호 수단이 있어야만 거래의 안전성이 보장될 수 있다. 제한적이긴 하지만, 현행 법률에도 전자상거래 피해로부터 소비자를 보호할 수 있는 제도적 장치가 마련되어 있다. 예를 들어, '할부거래법' 제5조①항과 '전소법' 제17조①항과 ③항에는 쇼핑물의 이행불능이나 사기에 대해 카드사로부터 보상을 받을 수 있게 되어 있으며, 전소법 제24조에는 전자상거래 업체들이 '소비자피해보상보험'을 가입하여 소비자를 보호하도록 '권장'하고 있다(동 법의 2005. 3. 개정법에서는 소비자피해보상보험계약 등을 강제가입토록 규정하고 있으며, 1년의 유예기간을 두어 2006년 4월 1일부터 적용하게 된다).

그럼에도 불구하고 전자상거래 매매보호를 위한 현행 장치로는 거래의 안전성 확보 측면에서 미흡한 측면이 없지 않다. 이러한 현행 매매보호장치상의 발생가능한 문제점을 신용카드 할부결제, 신용카드 일시불결제, 현금결제 및 전자화폐 등 각 대금지급결제 수단별로 구분하여 살펴본다.

3) 또한 판매자가 상품을 보내주었음에도 구매자가 대금의 결제를 미루거나 타인의 신용카드를 부정 사용하여 결제한 경우 판매자에게 불이익이 초래될 수 있다.

가. 신용카드 할부결제의 경우

구매대금을 2개월 이상, 3회 이상 분할 납부하는 신용카드 할부결제의 경우 할부거래법(제5조①항) 또는 전소법(제17조①항)에 의해 신용카드사에 대해 철회권을 행사할 수 있다.⁴⁾ 다시 말해 쇼핑물의 계약이행 불능이나 사기행위에 대해 카드사로부터 피해보상을 받을 수 있어 안전한 거래가 가능하다.

하지만, 철회권 행사 요건이 '계약서 교부일로부터 7일'로 규정되어 있기 때문에 상품을 인도받지 못한 경우라도 철회권을 행사할 수 없는 경우가 발생할 수 있다. 예컨대 가맹점이 고의로 계약서를 송부한 후 상품 배송을 7일 이상 미루다 잠적할 경우 구매자는 카드사를 상대로 한 철회권 행사 자체가 불가능해 진다. 이 경우에도 할부거래법 제12조(매수인의 항변권)의 규정에 따라서 카드사에 대해 항변권을 행사함으로써 철회권 행사와 유사한 효과를 거둘 수는 있으나, 금액이 20만원 이하인 경우는 이에도 해당되지 않을 뿐 아니라, 이미 지급한 할부금도 환불 받을 수 없다. 또한 그 입증책임도 철회권에 비해 까다로운 실정이다.

또한, 쇼핑물 사업자가 고의로 소비자로부터 하여금 상품 수령 후 7일 내에 결함이나 하자를 발견하기 어렵게 할 경우도 문제가 된다. 현행 전소법에 따라 통신판매업자에 대해 상품 수령일로부터 3개월 또는 하자를 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 철회가 가능하지만(동법 제17조③항) 카드사업자에 대한 청약철회는 할부거래법의 적용을 받으므로 7일이 경과한 경우 철회권으로 대항할 수 없다. 다만, 할부거래법 제12조의 규정에 의해 매수인의 항변권 행사는 가능하지만 앞서 언급한 바와 같이 상당히 제한적이다.⁵⁾

나. 신용카드 일시불 결제의 경우

구매대금의 결제를 신용카드 일시불로 하였을 경우는 할부거래법의 적용을 받지 않으므로 신용카드사에 대한 소비자의 대항 장치가 없다. 다만, 위에서 언급하였듯이 PG업체가 결제를 대행하는 체계라면 전소법상 PG업체가 통신판매업자와 연대하여 책임을 부담하므로 PG사업자에 대한 보상청구를 통해 제한적인 피해구제는 가능하다. 또한 상품을 인도받지 못한 경우에는 항상 철회가 가능하고, 쇼핑물이 사술을 사용하여 허위 상품을 제공한 경우에는 3개월이 경과하기 전에 PG사업자에 대해 철회권 행사에 따른 보상 의무를 이행하라고 주장할 수 있다.

하지만, 앞서 본 바와 같이 쇼핑물이 자체 카드 결제 솔루션을 가진 가맹점이라면 보상이 불

4) 할부거래에관한법률 제5조(매수인의 철회권)①항에는, 매수인은 계약서를 교부받은 날 또는 계약서를 교부받지 아니한 경우에는 목적물의 인도 등을 받은 날부터 7일 이내에 할부계약에 관한 청약을 철회할 수 있다고 되어 있다.

5) 이 경우도 쇼핑물이 카드사와 직접 가맹점 계약을 체결한 사업자가 아니고 지불대행(PG; payment gateway)사업자가 결제 대행하는 경우라면, 소비자는 전소법에 따라 PG업체를 대상으로 보상 요구가 가능하다(전소법 제18조제11항, 연대책임 조항).

가능해질 수 있다.

다. 현금결제외의 경우

구매대금을 현금으로 결제한 경우에는 신용카드 결제시의 여러 안전장치에 적용되지 않아 보호 받을 수 있는 길이 별로 없다. 따라서 '리치투유' 쇼핑물 사건에서와 같이 해당 쇼핑물의 부도나 사기로 인한 소비자피해는 거래당사자의 불법행위에 대한 사법적 처벌 또는 구제요청 이외에는 달리 보상 받을 길이 없는 실정이다. 따라서 현금결제외의 경우는 전자거래의 안전성 측면에서 가장 문제가 되는 부분이다.⁶⁾

라. 전자화폐의 경우

기존의 전소법(제24조①항)에는 전자상거래 또는 통신판매에서의 소비자보호를 위하여 관련 사업자에게 소비자피해보상보험계약 등을 체결하도록 '권장' 하고 있고, 전자화폐(전자결제수단) 발행자의 경우는 보험을 의무적으로 가입하도록 하고 있다. 또한 전자상거래 또는 통신판매사업자가 가입한 피해보상보험의 내용은 청약철회 등의 권리 행사에 따라 발생하는 대금환급의무의 불이행 또는 상품 공급 의무의 불이행 등으로 인한 소비자피해를 보상하는 것을 반드시 포함하도록 규정하고 있으며(동 법 시행령 제28조①항), 전자화폐 발행자가 가입한 보험의 내용은 전자화폐를 구매한 소비자가 그 전자화폐에서 정한 권리를 행사할 수 없게 됨에 따른 소비자피해를 보상할 수 있도록 하고 있다(동 법 시행령 제28조②항).

하지만, 이 규정은 쇼핑물이 권장사항을 수용하여 소비자피해보상보험에 가입한 경우라면 전자화폐로 결제한 소비자가 쇼핑물의 의무불이행으로 인해 피해를 당한 경우 보험사로부터 피해를 보상받을 수 있다는 것과, 쇼핑물 사업자와는 상관없이 전자화폐 발행자가 본인이 발행한 전자화폐의 상환 등 의무를 불이행하여 소비자피해가 발생한 경우 소비자는 보험사를 통해 보상을 받을 수 있다는 의미이다. 따라서 보상보험에 가입하지 않은 쇼핑물이 소비자가 결제수단으로 사용한 전자화폐의 발행자로부터 대금을 수령하고 잠적한 경우 전자화폐 발행자가 의무규정에 의해 보험에 가입되어 있다고 하더라도 소비자는 상품을 전달받지 못한 피해에 대하여 보험사로부터 보상을 받을 수 없게 된다.

다만, 해당 쇼핑물이 수령한 전자화폐를 현금으로 전환해야 하므로 그 과정에서 일부 소비자 보호 장치를 이용할 수 있지만 결국, 전자화폐로 결제한 경우 현금결제와 마찬가지로 거래당사

6) 리치투유 쇼핑물 사건의 경우, 비교적 신속한 대처로 말미암아 6. 7. 이후 입금분에 대해서는 은행에 일부 금액이 남아 있어 수사중인 운영자가 검거되면 통장에 남아있는 금액에 한해 환금이 가능하다고 한다. 나머지 금액은 물론 사이트 운영자의 사법처리 및 지불능력에 따라 환급 가능성 여부가 결정될 것이다.

자인 통신판매사업자 이외에 달리 보상을 청구할 대상이 없는 실정이다.

2. 결제대금예치제도(escrow system)

이와 같이 전자상거래의 비대면성, 시장진입과 퇴출의 신속성 등의 특성으로 인한 거래의 불안정성 문제는 거래당사자 보호와 거래의 신뢰성을 높이기 위해 우선적으로 해결되어야 할 과제이다. 온라인 거래의 안전성을 보증할 수 있는 거래안전장치 중의 하나가 전자상거래에서의 결제대금예치제도(Online Escrow Service; OES)이다.⁷⁾

이 결제대금예치 서비스는 구미지역에서 오래 전부터 부동산이나 개인동산의 거래, 국가간 구상무역(barter) 과정에서 거래당사자간 결제와 상품인도를 보증해주는 보증서비스로 이용되어져 왔는데, 이것이 인터넷을 통한 온라인 거래의 발달에 따라 자연스럽게 전자상거래에서도 적용되어 오게 되었다.

전자상거래에서의 결제대금예치 서비스는 매매자간 비대면 거래에서 발생할 수 있는 거래불이행 위험을 회피하기 위해 신뢰성 있는 제3자(에스크로 사업자, escrow agent or escrow provider)에게 대금결제와 상품인도를 보증하는 거래보호 서비스로 이해할 수 있다. 즉 구매자는 인터넷을 통해 에스크로 사업자 사이트에서 상품의 종류와 가격, 배송방법, 결제방법 등 매매계약 내용을 통보하고 상품의 대금을 입금하게 된다. 이때 에스크로 사업자는 구매자가 주문한 상품이 이상 없이 배달되었음을 확인한 뒤 판매자에게 상품 대금을 결제해 주고, 거래당사자 양측으로부터 혹은 어느 한쪽으로부터 정해진 수수료를 받게 된다. 에스크로 사업자는 만일 구매자가 판매자로부터 상품을 전달 받지 못하게 될 경우 구매자가 결제한 대금을 구매자에게 직접 환불해 주게 되어 구매자의 피해가 사전적으로 예방된다. 또한 판매자가 구매자로부터 상품대금의 결제 없이 미리 배송했을 경우에도 판매자가 상품대금을 받지 못해 발생할 수 있는 피해도 예방할 수 있다. 다시 말해 전자상거래에서의 에스크로 서비스는 구매자와 판매자 양자를 전자상거래상의 피해사고로부터 보호할 수 있는 시스템이다.

7) 에스크로(escrow)란 금전, 채권, 권리증서, 부동산 등 특정물을 매매, 이전, 저당, 대여하고자 할 경우, 이를 제3자에게 맡긴 후 약정조건이 충족된 경우에 한해 상대방에게 교부해 줄 것을 약속하는 일종의 조건부양도증서로 정의할 수 있다. 즉 어떤 계약에 있어서 계약의 조건이 아무 문제없이 종료될 때까지 보증을 서주는 서비스인 것이다. 에스크로의 어원은 프랑스어인 'Escroue: 서류로 사용하기 위한 두루마리'에서 유래되었다. 그 후 중세 영어의 scroll로 변천되어 오늘날의 escrow로 변화된 것이다. 구체적인 사항은 이종인, 『전자상거래에서의 에스크로 서비스와 소비자 보호 연구』(한국소비자보호원, 2003)를 참고하라.

III. 전소법 개정 추진경위 및 에스크로 관련 주요 내용

우리나라의 경우 최근 업계 자체적으로 온라인 에스크로 서비스를 도입하여 영업에 활용하는 경우가 늘고 있다. 예컨대 모 인터넷 경매사이트의 경우 수년 전부터 매매보호서비스라는 이름으로 에스크로 서비스를 거래의 필수사항으로 적용해오고 있으며, 상당수 온라인 쇼핑물들이 자체 이용약관에 매매보호장치 조항을 규정하고 있다.

하지만, 이러한 업계의 사정과는 달리 에스크로제도의 도입 등 전자상거래 매매보호를 위한 제도적 대처는 '하프플라자' 사건이 발생한 2003년 초 이후 비로소 시작되었다. 즉 2003년 3월 한국소비자보호원 주최의 '인터넷 쇼핑물 거래안전 확보방안' 공청회에서 에스크로제도 도입을 포함한 안전한 전자상거래를 위한 여러 방안이 모색되었고, 이어 4월에 에스크로제도 도입을 주 내용으로 하는 전소법 개정안이 의원발의 형식으로 제안되었다. 그 후 수 차례의 공청회가 있었으며, 지난 2004년 4월에는 정부(공정거래위원회)에서 업계와 소비자조직의 여러 의견을 수렴한 새로운 안을 제시하였고, 이어 5월 10일자로 입법예고 한 바 있다.

그 후 서면 및 토론회를 통해 주요 전자상거래업체 및 관련업체(신용카드사, 보험사, PG업체 등)의 의견과 소비자조직의 의견을 수렴하여 소비자가 원할 경우 결제대금예치서비스의 이용 또는 소비자피해보상보험 등의 체결을 의무화하는 등 법의 개정안을 마련하여 입법 추진하였으나 2004년에는 성사되지 못하였고, 2005년 초 국회를 통과하여 지난 3월말 공포되기에 이르렀다.

이번에 개정된 에스크로 관련 주요 내용(법 제24조②항 내지③항)을 보면, 선불식 통신판매의 경우 통신판매업자는 구매의 안전을 위하여, 소비자가 원하는 경우에는 소비자가 재화 등을 공급받을 때까지 그 결제대금을 제3자에게 예치하도록 하거나, 통신판매업자 본인이 소비자피해보상보험계약 등을 체결하도록 하되, 신용카드 거래, 서비스 등 배송이 필요 없는 거래, 10만원 미만의 범위 안에서 대통령령이 정하는 금액 이하인 소액거래, 분할거래 등에 대하여는 그 적용을 제외하도록 하고 있다. 또한 제3자(에스크로 사업자)의 범위는 대통령령으로 정하도록 하고 있다.

이러한 개정 내지 신설사항은 당초 추진된 결제대금예치제도의 내용과는 상당한 차이가 있는 내용이다. 즉 제도의 도입추진 과정에서 업계 등의 의견이 대폭 반영된 측면이 없지 않다. 예컨대, 신용카드 거래와 10만원 미만(대통령령에서 정하는 금액)의 소액 현금거래 등을 제외한 점은 제도시행에 따른 업계의 부담을 완화시켜주기 위한 사항들이다.

전소법 개정 법률이 공포됨에 따라 정부(공정거래위원회)에서는 동 법의 시행령의 개정을 추진중에 있다. 정부에서 추진중인 동 법 시행령 개정안의 주요 내용을 보면, 첫째, 소비자들이 결제대금을 예치할 제3자의 범위(제19조의2 신설)를 정하고 있다. 즉 전소법 제10조②항

10호의 규정에 따라 통신판매를 이용하는 소비자가 결제대금예치의 이용을 선택할 경우, 소비자가 그 결제대금을 예치할 제3자의 범위를 정하고 있다. 즉 에스크로 서비스의 공신력을 확보하기 위해 에스크로 사업자의 범위를 일정한 자본금, 재무건전성 등의 요건을 갖추어 등록한 자 또는 은행법에 따른 금융기관 등 그 밖의 기관으로 정하고 있다. 둘째, 신설한 개정령(안) 제28조의3(구매자의 수령여부의 확인 등)의 제3항에서 에스크로 사업자(제3자)는 구매자 등이 정당한 사유 없이 수령 받은 사실을 확인해주지 않을 경우에 상품이 구매자 등에게 배송된 날부터 3영업일 이상이 경과한 후에 통신판매업자에게 그 결제대금을 지불할 수 있도록 규정하고 있다. 셋째, 신설한 개정령(안) 제28조의2(결제대금예치의 이용 및 소비자피해보상보험 계약 등의 체결 적용 제외대상 거래)에서 전소법 제24조제3항제1호에 따른 '대통령령이 정하는 금액'을 10만원으로 규정하고 있다.

IV. 성공적인 제도 정착방안

지금까지 전자상거래 매매보호체제와 에스크로의 기능과 역할에 대해 살펴본 후에, 정부(공정거래위원회)에서 추진해 온 전소법 개정 및 동 법의 시행령 개정(안) 사항 중 결제대금예치제도에 관련된 주요 내용을 살펴보았다. 본 절에서는 이러한 내용을 토대로 결제대금예치제도의 성공적인 정착을 위한 구체적인 방안을 제시한다.

1. 에스크로 사업자의 공신력 확보

결제대금예치제도의 시행과 관련하여 향후 제기될 수 있는 중요한 문제 중의 하나는 에스크로 사업자의 사기·기만행위나 유사 사업자의 난립에 따른 소비자 및 사업자의 피해발생 가능성이 있다.

업계 자율적으로 에스크로 서비스가 제공되고 있는 미국의 경우 주마다 다소의 차이가 있지만, 에스크로 사업자의 자격요건을 의무화하고 있는 경우도 있다. 캘리포니아 주의 경우 에스크로 사업자의 인가요건을 의무화되어 있음에도 불구하고, 주정부의 최근 보도자료에 따르면 불법적 온라인 에스크로 사업자들로 인한 소비자의 피해가 다수 발생하고 있으며, 주정부의 사업중지명령을 받는 경우도 다수 있는 것으로 나타났다. 또한 판매자들도 불법 에스크로 사업자들의 사기(scam)에 피해를 입는 경우도 종종 보고 되고 있다. 한 조사에 따르면 100여개 사이트가 이러한 사기성 에스크로와 관련 있으며, 그 중 47개는 여전히 영업중인 것으로 나타났다.

우리의 경우도 향후 이러한 사기성 에스크로에 따른 구매자 내지 판매자의 피해가 발생할 수 있으며, 유사 에스크로 사업자의 난립에 따른 소비자의 혼란도 우려된다. 이러한 문제들은 물론 이용자의 각별한 주의로 예방될 수도 있지만, 근본적인 해결을 위해서는 제도적 뒷받침이 필요하다. 가능한 방안으로는 서비스의 공신력을 확보할 수 있는 수준의 에스크로 사업자의 자격기준을 설정하고, 실제 시행과정에서 불법적인 에스크로 사업자의 영업행위를 엄격히 규제하는 것이다. 이 문제는 전소법 제10조②항10호의 규정에 따라 개정 추진중인 동 법 시행령에서 반영해줄 문제이다. 앞 절에서 소개한 바와 같이 전소법 시행령 개정(안)에 이러한 사항을 반영하여 전자금융거래법(안)을 준용한 에스크로 사업자의 범위를 지정해 놓고 있다.

동 개정(안)에 대한 하나의 대안으로 제시할 수 있는 사항은 전자금융거래법(안)의 도입 여부와 관계없이, 일정 수준 이상의 재무능력과 지식, 경력, 도덕성 충족을 위한 최소한의 제3자(에스크로 사업자)의 자격기준을 제시하여, 해당 요건을 갖춘 경우에 에스크로 사업자 인가 혹은 허가를 득하도록 할 수 있다. 또한 자격요건의 하나로 사업주 내지 종사원의 도덕성 요건의 충족을 위해 신원조치를 의무화하며,⁸⁾ 전문지식과 경력에 대한 기준을 제시할 수 있을 것이다.

2. 결제대금예치제도 대상사업자의 범위에 대한 신중한 검토

앞서 언급했듯이 2005. 3월말 공포된 전소법에서의 에스크로 관련 사항은 당초 추진되었던 내용과는 상당히 차이를 보이고 있다 예컨대, 결제대금예치의 이용 대상에서 신용카드 거래를 제외한 점과, 소액 현금거래⁹⁾ 등을 제외한 점은 제도시행에 따른 경영부담을 완화시킬 필요가 있다는 업계의 사정이 상당히 반영된 결과로 보여 진다.

제도의 도입과정에서 적용대상사업자의 범위에 관해서는 정부와 업계 및 소비자조직 간에 상당한 이견이 존재하였다. 예컨대 업계에서는 향후 법에서 허용된 하위 고시의 제정을 통해¹⁰⁾ 결제대금예치제도 내지 소비자피해보상보험계약 등의 요건이 면제되는 대상사업자의 범위가 좀더 확대되기를 기대하는 것으로 보인다.¹¹⁾

하지만, 법에 규정된 결제대금예치의 이용대상의 범위가 이미 상당부분 좁아져 있는 상태이다. 물론 업계의 입장에서 보면 2003년의 하프플라자 사건이나, 최근의 리치투유 사건에서 보

8) 소비자피해를 야기하는 쇼핑물의 경우 기존의 피해유발자와 관련되어 있거나, 다른 사기성 영업에 연관된 경우가 많다.

9) 10만원 미만의 범위 안에서 대통령령이 정하는 금액 이하인 소액거래(전소법 제24조③항제1호).

10) 전소법 제24조③항제5호(기타 법률에 의거 소비자의 신뢰도가 갖추어진 경우 또는 공정거래위원회가 필요하지 않다고 정하여 고시하는 거래).

11) 한국온라인쇼핑협회의 공청회 자료(2005.5.23) 참조.

듯이 악성 사건의 경우 기존의 '우량한' 전자상거래업체와는 관련이 거의 없으며, 대부분 신생 사기·기만적 악덕업체와 연관되어 있다. 그렇다고 업계의 기대와 같이 적용범위가 더 축소될 경우 전소법 개정을 통해 도입된 결제대금예치제도 등 매매보호강화 정책수단들이 사실상 무용지물이 되어 제도 도입의 취지가 유명무실하게 될 것이다. 따라서 제도 도입의 시점(始點)인 현재로서는 적용대상 면제범위의 확대가 바람직하지 않으며, 장기적인 관점에서 신중한 검토가 필요할 것이다.

3. 제도 정착을 위한 소비자홍보 및 관계자간 상호 협력

결제대금예치제도의 성공적인 정착을 위해서는 무엇보다도 정책당국과 업계, 그리고 소비자 조직 등에서의 적극적인 홍보로 소비자와 정보를 공유할 수 있어야 한다. 정부와 소비자정책 관련기관에서는 제도의 취지와 이용방법을 소비자들에게 적극적으로 홍보할 필요가 있다. 일례로, 미국 연방거래위원회(FTC)와 같이 유혹광고(teaser advertisements)를 제작하여 소비자에게 에스크로 사업자의 사기행위를 경고하거나 관련 정보를 제공하는 방안을 고려해 볼 수 있겠다. 업계에서는 법에 충실하여 결제대금예치 서비스의 이용에 관한 사항을 이용자가 잘 알 수 있도록 표시해야 할 것이다. 또한 소비자단체에서도 실질적 민원처리 과정에서 결제대금예치제도를 통한 소비자피해 방지수단을 적극적으로 소개하여 활용도록 계몽하는 역할을 담당할 수 있다.

제도의 건실한 정착을 위해서는 정책당국과 업계, 그리고 소비자단체, 소비자보호원 간의 상호협력이 요망된다. 즉 필요시 업무 네트워크를 구축하여 사기·기만적 사업자에 관한 정보를 공유하고, 소비자피해현황과 대처에 대한 공동 대응이 필요하다.

4. 장기적 발전방향

이번에 전소법 개정을 통해 도입한 결제대금예치제도 등 온라인 거래에서의 매매보호시스템은 온라인거래의 안전성과 신뢰성 제고를 위한 최선책은 아니다. 이러한 매매보호장치들은 사실 법규에 따른 의무화보다는 시장에서 구매자와 판매자간 자발적 교섭에 의해 선택되어 이용되어지도록 하는 시스템이 보다 효율적일 것이다. 따라서 장기적으로 볼 때, 결제대금예치제도 등 매매보호장치에 대한 소비자홍보가 충분하여, 보통의 소비자가 스스로의 판단에 따라 결제대금예치제도의 이용을 선택할 수 있는 여건이 된다면, 시장 자율에 맡기는 것을 고려해 볼 수 있을 것이다.

하지만, 앞서 언급하였듯이 아직까지는 비대면, 선지불후배송, 신속한 진퇴 등 온라인 거래

의 특성상 구매자와 판매자 간의 대등한 정보하에 교섭할 수 있는 시장여건이 형성되지 않았다고 본다. 따라서 이러한 시장여건이 충분히 조성되지 않거나, 다른 효과적인 소비자피해 예방 내지 구제를 위한 대체수단이 마련되지 않는 한, 전소법 개정을 통한 결제대금예치제도 등의 선택적 의무화는 전자상거래의 건전한 발전과 소비자보호를 위한 최선책이라고 본다.

V. 결 언

지금까지 본 고에서는 전자상거래 매매보호체계와 결제대금예치(escrow)제도의 기능과 역할에 대해 요약해서 살펴보고, 최근까지 추진중인 전소법 개정 추진경위 및 결제대금예치제도에 관련된 주요 내용을 정리해 보았다. 이어 이러한 내용을 토대로 하여 지난 3월말 전소법 개정을 통해 도입된 결제대금예치제도의 성공적인 정착을 위한 몇 가지 구체적인 방향을 제시하였다.

오프라인 거래뿐 아니라 전자상거래에서도 시장에서 거래당사자간 자발적 교섭 내지 협상에 의해 매매보호수단을 선택할 수 있는 시스템이 가장 이상적이다. 하지만, 현실은 이상과 다르다. 인터넷을 통한 온라인 거래의 속성을 보면 구매자와 판매자 간의 대등한 정보하에서의 시장교섭은 단지 희망사항인 경우가 종종 있다. 업계 입장에서는 온라인 거래상 소비자피해의 귀책사유의 상당 부분이 소비자에게 있기 때문에 소비자도 그 책임을 분담해야 한다고 주장할 수 있다. 시장논리에 따르면 이러한 주장이 타당할 수 있다. 하지만, 적절한 주의를 기울이는 다수 소비자가 피해를 입고 있는 것이 현실이다. 따라서 위에서도 언급하였듯이 보다 효과적인 소비자피해 예방 내지 구제를 위한 대체수단이 마련되지 않는 한 결제대금예치제도 등의 선택적 의무화는 불가피하다. 향후 관련 제도에 대한 소비자홍보가 충분하여, 보통의 소비자가 스스로의 판단에 따라 결제대금예치제도 등의 이용을 선택할 수 있는 여건이 성숙하게 되는 경우에는 거래의 안전성과 신뢰성 문제를 시장 자율에 맡기는 것이 바람직할 것이다. **경쟁저널**