온라인 중고거래 중개자에 관한 문제점과 개선방안

조아름*·신현주**·김주찬***

A Study on the Improvement of Online Secondhand-Goods Transaction

Ah Reum Jo* · Hyun Joo Shin** · Juchan Kim***

■ Abstract ■

The e-commerce market has been more diversified via B2B or P2P, and the size of this market has gradually been expanded as well. A noteworthy phenomenon is the P2P market, which has shown a rapid, approximately 200-fold or more increase in size since 2005. Specifically, the online secondhand-goods market that makes transaction easier and more convenient has attained a fast growth as well, but either sellers or buyers of secondhand goods are properly protected due to a lack of legal regulations on secondhand-goods transaction.

The purpose of this study was to examine problems with online secondhand-goods transaction and to suggest some reform measures.

There is something wrong with the legal status of brokers for secondhand-goods sales. According to the current law, individual brokers are neither mail-order sellers nor mail-order brokers. So they don't have lots of liabilities, and it means that the burden of risk is all imposed on buyers. Therefore it's suggested that individual brokers should be defined as 'involved operator of electronic commerce' so that proper liability might be imposed on them.

Keyword: C2C Transaction, Secondhand-Goods Transaction, Mail-Order Brokerage, Involved Operator of Electronic Commerce, Electronic Commerce

Submitted: January 26, 2015 1st Revision: March 12, 2015 Accepted: March 17, 2015

^{*} 광운대학교 범죄학과 석사과정, 주저자

^{**} 가톨릭 관동대학교 경찰행정학과 조교수, 공동저자

^{***} 광운대학교 행정학과 교수, 교신저자

1. 서 론

통계청의 자료를 보면 전자상거래의 규모는 2008년 총 거래액이 약 630조 원에서 2013년에는 약 1,204 조원으로 두 배 가량 증가하였으며, 매우 빠른 속도로 성장하고 있다. 특히 눈에 띄게 성장한 영역은 '개인 간 거래'로, 오픈마켓, 경매, 공동구매, 중고거래 등 다양한 형태로 존재하고 있다. 개인 간거래 시장의 규모는 2005년 이후 2011년까지 약 6년간 200배 이상 급격히 증가하였으며(National IT Industry Promotion Agency, "E-Commerce mediation cases", 2014), 지난해 11조 8,040억 원으로처음 10조 원대를 돌파한 것으로 나타났다(조선일보, 2013년 11월 18일자).

하지만 시장의 급성장과 동시에 소비자 피해 역시 함께 증가하고 있어 이에 대한 대책마련이 시급한 실정이다. 국민권익위원회는 '인터넷 중고장터'와 관련된 피해가 2013년 월평균 258건에 불과하였으나 2014년 1월 364건, 2월 423건으로 점차 증가하는 추세를 보이고 있다고 발표한 바 있다. 인터넷 중고장터에서 발생하는 피해 사례로는 환불거절, 입금 후 물건을 발송하지 않는 등의 피해가 있으며, 인터넷 중고거래 사기 피해 정보공유 사이트인 더치트(http://thecheat.co.kr/)에서는 2006년 1월부터 중고나라 등 중고거래에서 발생한 사기 피해사례를 공유하고 있는데 2015년 2월 현재 이곳에 등록된 피해사례만 16만 건에 달하며 피해액은약 545억에 달하는 것으로 조사되었다.

문제는 이러한 중고거래가 개인 간 거래이다 보니 정확한 거래건수를 집계하기 힘들다는 점과 소액사기인 경우에는 피해자들이 신고를 꺼려하기때문에 정확한 피해사례와 피해금액 집계가 힘들다는 점이다. 이를 반증하듯 국내 중고거래와 관련된 연구는 중고자동차 거래를 제외하고는 찾아보기 힘들다. 이처럼 최근 온라인 중고거래에 관한 많은 문제점이 발생하고 있음에도 불구하고 아직 학계에서는 이에 대한 관심이 매우 미흡한 편이라 할 수 있다.

중고거래에 관한 몇몇 선행연구들에서는 중고거래 피해를 줄이기 위한 대책으로 거래 중개자의 법적 지위에 대해서 명확하게 해야 함을 강조하고 있다.

⟨Table 1⟩ TResearch about C2C Trade

	Researcher	Contents of research		
Regulation by Law (Government Regulation)	Ko(2010)	Should be clearly applied rules and regulations by transactions type		
	Yun(2011)	Need strong regulation for protect consumers because of asymmetric information between buyers and sellers		
	Lee(2012)	Transaction needs strong regulation for fair trade		
Self- Regulation	Lee(2010)	The terms and conditions of the mail-order traders encourage a safe transaction activity, Ensure the autonomy of the business activities		
	Kang(2005)	The major business's trading standards will help establishing trading standard. So it should be left to self-regulation of operators.		

하지만 중개자의 법적 지위 및 기타 제반조건이 안정화되지 않은 상황에서 온전히 시장 자율에 맡 기는 것은 새로운 범죄의 온상이 될 뿐 아니라 시 장경제 자체를 위축시킬 수 있는 큰 위험부담으로 다가올 가능성이 높을 수 있다.

본 연구는 법적 보호를 받기 어려운 개인 중개 자를 대상으로 한다. 포털사이트에 개설된 카페나 블로그, 개인이 운영하는 커뮤니티, 사이트 중개자 를 말한다. 옥션이나 지마켓처럼 중개사업자로 등 록되어 법적 의무와 책임을 부여받는 사업자는 제 외한다.

온라인 중고거래자의 법적 지위의 공백으로 인하여 다양한 문제들이 발생하고 있다. 그럼에도 불구하고 온라인 중고거래 시장의 규모는 나날이확대되고 있으며, 소비 형태의 발달로 미루어보아

향후 시장의 성장 및 발전 가능성이 무한하다고 볼 수 있다. 따라서 이러한 성장에 발맞춰 안전한 거래 및 소비 활동을 위한 거래를 보호하는 법과 정책의 마련의 필요성이 여기에 있는 것이다. 따 라서 이 연구에서는 온라인 중고거래 개인 중개자 의 법적 지위의 공백 등에 따르는 문제들을 살펴 보고, 향후 정책의 방향을 제언하도록 하겠다.

2. 온라인 중고거래의 개념과 특징

2.1 온라인 중고거래의 개념

2.1.1 온라인 중고거래의 의의

기존의 상거래가 현물 대 현물로서의 가치측정과 평가에 대한 교환이라고 한다면, 전자상거래는 가 상의 공간에서 디지털화 된 가상의 현물과 아날로 그 형태의 물품의 제시에 대한 소비자의 가치지불 체계라고 이해할 수 있다(Kim, 2001). 현행 「전자 상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 전 소법)」제2조에서는 전자상거래란 "전자거래의 방법 으로 상행위(商行為)를 하는 것"으로 정의하고 있다.

이러한 전자상거래의 유형으로는 기업과 기업 간의 거래인 B2B(Business to Business), 기업과 소비자 간의 거래 B2C(Business to Customer), 정부와 소비자 간의 거래 G2C(Government to Customer), 정부와 기업 간의 거래 G2B(Government to Business), 소비자와 소비자 간의 거래 C2C(Customer to Customer)가 있다. 일반적으로 소비자와 소비자 간의 거래(C2C)는 '개인과 개인 간의 거래'라는 용어로 사용되며, '개인 제조·판매 자'와 '개인 소비자' 간의 상품의 판매 및 구매 등 거래를 의미한다(Lee, 2012).

온라인에서 이뤄지는 개인 간 거래는 오프라인 공간에서의 거래에 비하여 시간과 공간의 제약을 받지 않는다는 이점이 있고, 거래 당사자 간 익명 성, 편리성 등이 보장된다. 이러한 개인 간 거래는 오픈마켓, 경매, 공동구매, 중고거래 등 다양한 형 태로 활성화 되고 있다(Park, 2003).

특히 개인 간 거래가 각광을 받게 된 것은 'Re-

commerce' 개념의 도입과 많은 연관이 있다. Recommerce는 '기존에 보유하고 있는 상품을 재판
매함으로써 새로운 가치를 추가적으로 만들어내는
소비 트렌드'이다. 제품을 보유한 사람들은 사용가
치를 충분히 얻은 이후에도 판매를 통해 또 다른
경제적 이익을 볼 수 있으며, 중고품을 구매하는 사
람들은 상대적으로 저렴한 가격으로 자신들의 목적
에 맞는 상품을 얻을 수 있는 등 판매자와 구매자
모두 새로운 가치를 획득할 수 있다(Lee, 2013).

개인 간 거래의 대명사로 비추어지는 중고거래의 경우 공식적으로 그 규모가 알려진 바가 없다. 지난 2009년 통계청이 온라인을 제외한 중고시장의 규모가 4조 1272억 원이라고 발표한 것이 유일하다. 이에 대해 전문가들은 온라인을 포함한 중고시장의 규모를 10조 원 수준으로 보고 있다(머니위크, 2013년 5월 21일자).

이처럼 온라인에서 이뤄지는 중고거래는 수많은 발전과 변화를 거듭하고 있으며, 성장 가능성이 높다고 평가할 수 있다. 앞서 보았듯이 중고거래 라는 것은 기존에 개인이 소유하고 있던 현물로서 의 가치 가진 물건을 온라인이라는 새로운 가상의 공간을 통하여 재 매매하여 새로운 가치를 창출 시키는 경제활동이기 때문에 이 논문에서는 온라 인 중고거래란 '개인이 기존에 보유하고 있던 재 화를 온라인 사이트를 통해 재(再)매매 하는 것'이 라 정의하고 연구를 진행하겠다.

2.1.2 온라인 중고거래와 유사한 개념들

온라인 중고거래 중개자에 관한 논의를 하기에 앞서 이와 유사한 개념으로 사용되고 있는 '통신판매'와 '통신판매중개'의 차이점에 대해 살펴보고 자 한다. 온라인 중고거래 중개와 유사하지만, 그 법적인 책임과 의무는 매우 상이하다.

통상적으로 이루어지고 있는 전자상거래의 경우, 소비자가 되는 개인은 사업자가 구축해 놓은 사이버 몰에 접속하여 일방적으로 제공받는 정보만을 가지고 구매결정을 해야 하기 때문에 유기적으로 복잡하게 얽혀있는 전자상거래 상황에 있어서 절대적으로 불리한 위치에 놓이게 된다(Yun,

2013). 이러한 위험 부담을 떠안고 있는 소비자들을 보호하기 위하여 현행 전소법은 각각의 업자들에게 법적 지위를 부여하고, 그 지위에 맞는 법적의무와 책임을 부과하고 있다.

첫째는 '통신판매 및 통신판매자'이다. 통신판매는 '우편·전기통신, 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 재화 또는 용역의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 또는 용역을 판매하는 것'으로 규정하고 있다. '통신판매자'는 통신판매를 업(業)으로 하는 자 또는 그 와의 약정에 따라 통신판매업무를 수행하는 자를 말한다. 과거에는 전화·우편 등의 방법으로 판매하는 방식을 의미하였으나, 점차 컴퓨터·모바일 등 통신을 이용한 판매방식이 급증하게 되면서 영업 신고제, 정보의 제공 등 새로운 법적 개념의 도입과 규제가 이뤄졌다(Ko, 2009; Park, 2013).

둘째는 '통신판매중개 및 통신판매중개자'이다. 통신판매중개란 '사이버 몰(컴퓨터 등과 정보통신 설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설 정된 가상의 영업장)의 이용을 허락하거나 그 밖 에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위(전소법 제2조 4호)'를 말한다. '통신판매중개자'란 이러한 통신판매 중개 행위 업으로 하는 자를 일컫는데, 국내에서는 11 번가 오픈마켓, 옥션 오픈마켓 등 대부분의 오픈 마켓을 지칭한다. 이러한 통신판매중개에 대한 법 적 개념은 개정 전 방문판매법상 통신판매와 관련 한 규정들이 단순히 사이버 몰을 대여해주는 경우 나, 경매·공동구매와 같이 소비자의 위탁을 받아 통신판매업무를 수행하는 경우에는 적용하기에는 부당하다는 면을 지적하면서 책임에 관한 새로운 논의가 진행된 후 파생된 개념이다(Yun, 2013).

Noh(2009)은 통신판매중개에 대해 "사이버 시장을 마련하고 그 공간에 거래시스템을 구축하여 거래당사자가 만나 거래할 수 있도록 하고 그들로부터 일정의 보수 내지 수수료를 받는 것을 업으로 하는 것"이라고 해석하기도 했다. 이런 논의는거래 당사자인 소비자가 사이버 몰 자체를 판매자로 볼 가능성이 농후하기 때문에 소비자를 고려하

여 진행되었으며 이를 통해 통신판매중개자에 대한 책임 규정이 만들어지게 되었다(Ko, 2003).

개인 간 중고거래가 진행되고 있는 비교적 규모가 큰 거래시장들 중에서는 위와 같이 법적으로 '통신판매중개자'의 지위를 부여받는 경우도 있지만, 일반적으로는 중개를 업(業)으로 삼지 않는 개인이 대부분이다. 예를 들어, 포털 사이트에 개인이 개설한 카페나 블로그 등이 바로 그것이다. 개인 간 거래를 중개하는 개인의 경우에는 위와 같이 통신판매 중개 행위를 업으로 삼고 있지 않기때문에 법적 지위를 부여하기가 상당히 어렵다.

2.2 온라인 중고거래의 특징

온라인 중고거래의 경우 전자상거래의 한 범주에 속하기 때문에 격지자(Abwesender, 隔地者)간의 거래형태, 시·공간적 자유성, 정보의 비대칭 등 전자 상거래의 특징을 포함하고 있다. 아래에서는 온라인 중고거래의 특징적인 부분을 설명하도록 하겠다.

2.2.1 중개자의 존재

일반 상거래의 경우 판매자와 구매자가 직접 만나 거래를 진행하게 되지만 전자상거래의 경우는 여러 역할을 하는 통신판매중개자가 존재한다.1)

온라인 중고거래의 경우에는 사업자로 등록 된 오픈마켓 내의 개인 판매자에게 상품을 구매하거 나, 개인이 포털사이트에 개설한 카페나 블로그,

¹⁾ 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제2 조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <중략>

^{4. &}quot;통신판매중개"란 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정된가상의 영업장을 말한다. 이하 같다)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행규칙 제3조(통신판매 거래의 알선 방법) 법 제2조제4호에서 "총리령으로 정하는 방법"이란 자신의 명의로통신판매를 위한 광고수단을 제공하거나 그 광고수단에 자신의 이름을 표시하여 통신판매에 관한 정보의 제공이나 청약의 접수 등 통신판매의 일부를 수행하는 것을 말한다.

개인 사이트를 통하여 거래를 한 경우가 대다수이다(Lee, 2012). 이와 같이 개인 간 중고물품을 거래 한 경우에는 오픈마켓을 개설한 사업자나, 중고거래를 위한 카페나 블로그, 사이트 등을 개설한 개인을 통하여 거래가 이루어지고 있다.

그러나 사이버 상에 재화 등을 거래할 수 있도록 영업장을 개설하는 경우와 자신의 명의로 통신판매를 위한 광고수단을 제공하거나 통신판매를 알선하는 등 일련의 행위를 하는 자를 전소법에서는 통신 판매중개자라고 한다. 통신판매중개자의 경우 현행 전소법에 그 개념과 책임, 의무 등이 규정되어 있다.

하지만 온라인 개인 간 거래 중개자 중 오픈마켓 사업자가 아닌 일반 개인의 경우 법적 지위가사업자가 아닌 일반 개인이므로 이러한 법적 테두리 안에서 벗어나 있다. 이러한 문제점에 있어서올바른 법적 대응을 하기 위해서는 사업자만 규제하는 현행법으로는 한계가 존재한다(Lee, 2012).

2.2.2 신뢰를 기반으로 한 거래

온라인 상 중고물품이 거래되는 경우에는 대면 적인 거래보다는 온라인을 통한 전자상거래의 특 징에 맞게 익명성이 존재하고, 거래를 중재하는 부분이 없기 때문에 상품의 품질과 가격이 표준화 되기 어렵다. 따라서 온라인 상 중고거래의 경우 에는 신뢰를 기반으로 한 거래가 활성화 될 수밖 에 없다(Park, 2003). 인터넷 커뮤니티 혹은 개인 의 블로그를 통하여 일종의 사회화현상을 겪으면서 사회적 관계가 성립된 참여자들이 반복적으로 거 래를 하는 횟수가 많으므로 신뢰가 온라인 상 개 인 간 거래에 미치는 영향이 매우 큼을 인지할 수 있다. 또한 개인 간 거래의 경우 블로그의 즐거움 이나 명예가 신뢰에 영향을 미치고 이러한 신뢰가 구매의도에 영향을 미친다(Mun and Lee, 2009). 전자상거래에 있어서 소비자들은 사업자에 대한 신원으로부터 신뢰를 얻어 거래를 체결한다. 사업 자의 경우에는 그 신뢰를 확보함에 있어서 어려움 이 없을 것이다. 하지만 그 중개자가 일반 개인인 경우에는 신뢰의 담보가 어렵게 되며 거래시장을 위축되게 할 것이다.

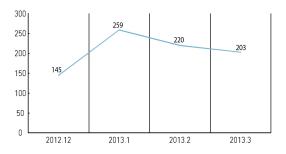
3. 온라인 중고거래의 현황과 외국의 사례

3.1 온라인 중고거래의 현황

통계청 자료에 의하면, 2012년도 3/4분기부터 2013년도 4/4분기까지의 거래주체별 전자상거래 규모 중 개인 간 거래(C2C)를 살펴보면, 2012년 3/4에는 약 2조 9천억 원이 거래되었지만 2013년 4/4에는 약 3조 6천억 원으로 지속적으로 증가하고 있는 추세이다.

반면, 이로 인한 소비자 분쟁 역시 빠르게 급증하고 있는 추세이다.

국민권익위원회는 2013년 1월부터 2014년 2월까지 약 14개월 간 국민신문고를 통해 접수된 '인터넷 중고거래'관련 민원이 총 3,905건이라고 밝히며, 2014년 2월의 경우 총 423건으로 2013년의 월평균 258건에 비해 약 53%나 상승한 수치를 보였다 (National IT Industry Promotion Agency, 2014).



⟨Figure 1⟩ A Number of Disputes on Handed-Trade

위의 그림을 보면 2012년 12월에 발생한 중고관 런 민원은 145건에 불과하였으나, 2013년 1월에 259건으로 크게 늘어났다. 이 수치는 계속적으로 증가하지는 않지만 평균적으로 200여건에 머물며 중고관련 민원의 발생 추이를 나타내고 있다.

2012년 전자거래분쟁조정위원회의 분쟁조정 신청 현황을 살펴보면, 기업과 개인 간 거래 분쟁이 4,550 건으로 81.3%로 가장 큰 부분을 차지하였고, 그 다 음으로 개인 간 거래 분쟁이 997건으로 17.5%를 차 지하였다. 이 수치는 2008년에 기업과 개인 간 거래 분쟁이 2,728건, 개인 간 거래 분쟁이 747건이었던 것에 비하면 상당히 증가하였음을 알 수 있다. 또한 2013년에 기업과 개인 간 거래 분쟁이 5,749건으로 85.1%를 차지하며 확대되는 추세를 보였고, 그에 반하여 나머지 거래형태들은 조금씩 감소하는 추세를 보였다. 개인 간 거래 분쟁의 경우 942건으로 13.9%를 차지하고 있다. 대표적인 분쟁사례는 허위정보제공, 선입금 후 물건 미발송, 환불 거절 등이다.

업태별 분쟁조정 신청 동향을 살펴보면, '인터넷 몰'을 이용한 분쟁이 전체의 76%로 가장 큰 부분을 차지하고 있지만, 본 연구에서 집중하여 보고자하는 개인 간 거래 중에서 중고물품을 거래하는 카페, 블 로그, 커뮤니티, 모바일 웹 등 '인터넷 카페 등'에서 발생한 분쟁이 965건으로 전체의 14.3%를 차지하 였다. 이는 전년대비 2.4% 증가한 수치이다. 이 중 개인 간 거래에서 주로 이용되는 카페, 블로그, 커뮤 니티에서 발생한 분쟁이 668건으로 전체의 69.2% 를 차지하였고, 모바일 웹을 통한 분쟁역시 297건 으로 30.8%를 차지하며 적지 않은 점유를 보였다. 이처럼 빠른 속도로 확장하는 개인 간 거래시장 의 규모에 비례하여 개인 간 중고거래 역시 증가추

세에 놓여있지만, 포털사이트에 개설 된 카페, 블로그, 커뮤니티, 개인 인터넷 사이트 등에서 이루어지

는 거래까지 명확한 수치화 할 수 없어 중고거래만 을 내용으로 하는 통계자료는 찾아볼 수 없다.

이와 같은 맥락으로 소비자 분쟁신청 결과 역시 소액 사건이라 신고를 하지 않거나, 전자거래분쟁 조정위원회를 통하지 않은 분쟁사례의 경우에는 통계치에 취합되지 않기 때문에 현재 중고시장의 정확한 현황을 보고하고 있는 보고서가 부족하다.

3.2 각국의 사례

전자상거래에 있어서 소비자를 보호하는 여러 가지 법률과 규정들은 국내 뿐 아니라 외국에서도 마련되어 있다. 전자상거래에 있어서 사업자에게 의무를 부여하는 경우는 사업자의 정보제공 의무 등 주요한 부분에 있어서 법령으로 규정하고 있는 것은 비슷한 부분이다.

소비자 보호와 관련하여 미국의 경우 연방거래 위원회 소비자보호국(FTC, Federal Trade Commission-Bureau of Consumer Protection)의 통일 전자거래법(Uniform Electronic Transfer Act), EU는 「전자상거래지침」, OECD는 소비자정책위원회의「전자상거래 소비자보호 가이드라인」에서 각각 규정하고 있다.

Contents of law		USA	U.K	Korea
Duty of business	Provide information	О	О	О
	Preservation record of transaction	X	X	О
	Prevention of consumer's operation mistakes	X	X	О
	Shipping and refund period	О	О	О
Subscription Withdrawal	A clause of subscription withdrawal	О	О	О
	An exceptive clause of subscription Withdrawal	X	О	О
Protection of Personal Information and SPAM mail	Regulation of SPAM mail	О	О	О
	Inquire and protection of consumer's credit information	О	О	О
Exaggerated advertisement and prevent of fraud	Fair labeling and advertising act	О	О	О
	Regulations on fraud and deception	О	О	О
	Protecting consumers rights from paying company	X	О	О
Duty of a broker	Broker's duty in internet transaction	X	X	X
Self regulation	A legal basis of self regulation	X	О	X

⟨Table 2⟩ The Comparson of Legal System

EU의 「전자상거래지침」에서는 중개자인 서비스 제공업체의 책임에 관하여는 공정한 경쟁을 하지 못하게 하여 시장경제의 발전을 막을 가능성 때문에 법규의 제정을 제한해왔다. 하지만 서비스 제공 업체 스스로가 불법 활동을 예방하는 역할을 해야 한다고 강조하고 있다. 따라서 이 지침에는 서비스 제공자의 면책조항을 두어 서비스 제공자스스로가 자정작용을 하게 하는 자율규제를 택하고 있다(Kang, 2005).

그러나 우리나라를 포함한 각국의 소비자보호 관련 법률들 중에서도 중개업자의 책임과 관련하 여서는 법률로 규정하고 있는 국가는 현재 없다. 정보통신이 어느 정도 발달한 수준에 있는 국가의 경우, 전자상거래에 있어서 자율규제를 택하면서 사업자들의 자정작용을 통하여 시장경제의 발전을 꾀하고 있는 셈이다.

하지만 자율규제 역시 일정수준의 법적 태두리가 보장되어 있어야 하고, 외국의 사례에서 언급하였듯이 자율규제를 표방하고 있음에도 불구하고 면책조항을 두어 일정 수준의 규제를 하는 등의법적 조치를 하고 있어야 그 본연의 취지를 달성할 수 있으리라고 본다.

따라서 국내법 역시도 일정수준의 법적 보호가 가능할 정도로 시장 환경을 구축 한 뒤 안정기에 접어들 때 쯤 자율규제 방식을 채택한다면 자연스 러운 경쟁에 따른 시장경제 발전이 가능할 것이다.

4. 온라인 중고거래 중개자의 법적 지위와 관련한 문제점

4.1 온라인 중고거래 중개자의 법적 지위의 공백

4.1.1 법적 지위의 공백

개인 간 거래시장의 형성은 사이버 공간이라는 가상의 공간이 생기기 그 이전부터 있어왔던 시장 임에도 불구하고 지인 등을 통하여 적은 빈도수로 발생되어왔다. 이러한 소비형태가 온라인이라는 인프라를 통하여 그 시장은 국경을 초월하여 넓게

빠르게 확대되고 있다. 이렇게 개인 간 거래 시장 이 넓어짐에 따라 새롭고 다양한 방식으로 거래의 중개가 가능해지게 된 것이다.

현행 우리 법은 온라인 상 개인 간 거래 중 발생한 피해에 있어서 '사업자와 소비자 간 의 거래 방식을 위주로 법규가 전개되기 때문에, 오픈마켓을 제외하고 개인 간 거래를 중개하는 개인 중개자의 경우에는 법적 지위를 부여받지 못하는 것이 당연하다. 통상적으로 사용 되는 개인 간 거래라는 용어는 '사업자가 아닌 개인 구매자'와 '사업자가 아닌 개인 제조 · 판매자'와의 거래를 통칭하는데, 현행법에 있어서 소비자의 개념 역시 '사업자가 아닌 개인 구매자'와 다를 바가 없기 때문의 논의의 여지가 없다(Yun, 2013).

하지만 '사업자가 아닌 개인 제조·판매자'의 경우는 기존의 소비자 법에서 다루어진 바가 없다 (Lee, 2012). 전소법상의 개념 정의에 의하면 개인 간 거래 역시 전자거래로 규정됨에도 불구하고 전 자거래를 업으로 하는 자를 '전자거래사업자'로 규정하고 있기 때문에 개인의 카페나 블로그를 통하여 거래가 진행되는 개인 중개자의 경우를 사업자로 보기는 어려울 것으로 판단된다.

하지만 대부분의 중고거래가 이러한 공간에서 이루어지고 있고, 법적인 공백을 노려 사기 등 범 죄의 온상이 된다는 것을 감안한다면 중개자의 영 향력이 큰 만큼 사업자에 국한하여 규제할 것이 아니라 중고거래를 중개하는 개인에게도 법적인 지위를 보장해야 할 것이다.

현행 소비자 보호체계는 "사업자와 소비자의 관계" 즉 "B2C"를 전제로만 규정된 법규가 대부분이다. B2C를 중심으로 제정된 법의 테두리 안에서 온라인 중고거래를 포함하는 개인 간 거래는 현행법의 효력을 갖지 않기 때문에 개인이 구축해둔 사이버 몰을 신뢰하여 성립되는 거래임에도 불구하고 사기 등 범죄피해가 발생했을 경우 신속한 피해보상을 받을 수 없거나, 기본적인 정보제공도이루어지지 않는 등 법의 사각지대를 형성할 가능성이 농후하다(Lee, 2012).

4.1.2 법적 지위 공백으로 인한 문제점

온라인 중고거래 개인 중개자는 거래의 장을 제공하고 있는 등 실질적으로 거래에 있어서 중요부분을 차지하고 있다. 그럼에도 불구하고 통신판매업자 또는 통신판매중개업자 등과 같은 법적 지위가 부여되지 않음으로써 의무나 책임으로부터 배제되면서 발생하는 여러 가지 문제가 있다.

현행 전소법은 통신판매중개자에게 '정보제공의의무'와 함께 소비자의 귀책사유 없이 재산상 손해가 발생할 경우 통신판매중개의뢰자와 연대하여 '배상 책임'을 지우고 있다(전소법 제20조의 2). 또한 동법에 따르면, 통신판매중개자의 경우에는 거래당사자에게 거래 상대방의 정보에 대해서 제공할 책임을 부여하고 있다(전소법 제20조 4항). 이와 더불어 사이버 몰등을 이용함으로써 발생하는 불만이나 분쟁의 해결을 위하여 그 원인 및 피해의 파악 등 필요한 조치를 신속히 시행하여야 한다는 책임도 규정하고 있다.

반면에 온라인 중고거래 개인 중개자는 통신판 매중개자의 법적 지위를 확보 받지 못하므로 이러한 규정 역시 적용되지 않는다(Lee, 2012; Yun, 2013). 이에 대해 일반 개인 간 거래의 중개에 대하여 전소법이 적용된다는 견해(Ko, 2003)도 있다.

온라인상의 개인 간 거래를 중개하는 중개자의 책임규정 배제는 거래를 신뢰하여 체결 한 소비자 에게 전적으로 위험부담을 부과하는 문제가 발생 한다. 정보의 불균형으로부터 기인한 거래의 신뢰 성 부족 그리고 판매자를 신뢰하여 체결된 거래임 에도 불구하고 이로 인한 피해는 소비자가 모두 부담하게 되는 것이다.

나아가 이러한 법적 의무와 책임이 배제된다는 것을 악용하는 경우도 예상해 볼 수 있다. 온라인 개인 간 중고거래는 최근 새로운 소비 트렌드로 자리 잡으면서 중고거래를 중개하는 사이트 들이 우후국순처럼 생겨나고 있고, 카카오 등 모바일 기업들 역시 시장으로의 진입을 예고하는 등 모바일 어플리케이션을 통한 시장의 확장도 예상되고 있다(디지털타임스, 2014년 5월 2일자).

또한 편리성과 기타 온라인 중고거래의 특성으로 인하여 개인 간 거래를 선호하는 소비자들도 늘어나고 있는 추세이다. 만약 이러한 법·제도적 공백이 존재한다는 것을 알게 된다면, 이 점을 악용하여 소비자들에게 거짓된 정보를 제공하고 재화를 취득하는 사기범죄의 온상이 될 가능성이 매우 농후하다.

법적 공백으로 인하여 문제점이 여실히 드러나게 된 개인 간 거래의 개인 중개자의 지위의 문제에 있어서는 한시라도 빠르게 법·제도적 해결책을 제시해 소비자를 보호하고 거래 시장 경제를 보호해야 할 것이다. 따라서 새로운 소비패턴으로 떠오르며 그 범위도 점점 커지고 있는 개인 간 거래와 관련된 개념과 규범이 새로이 정립될 필요성이 있다.

4.1.3 법적지위 부여의 가능 여부

온라인 중고거래 개인 중개자에게 법적 지위를 부여하고 법적 공백을 최소화하기 위해서, 먼저 현행법상 통신판매중개자의 개념을 적용하여 법적 지위를 부여할 수 있는지 여부를 따져보아야 할 것이다.

통신판매중개의 성립요건을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 통신판매 중개계약이 있을 것. 둘째, 중 개자는 사이버 상 중개시스템을 갖출 것. 셋째, 판 매자와 구매자간 계약이 성립하여 유효하게 효력이 발생할 것이다(Noh, 2009). 이 요건으로 따져보았을 때 온라인 중고거래의 개인 중개의 경우 '사이버 상 중개시스템을 갖추고 판매자와 구매자간 계약이 성립하여 유효하게 효력이 발생해야 할 것'이라는 두 번째, 세 번째 요건은 유효하게 갖추고 있다. 그러나 '통신판매 중개계약'이 없는 경우가 대부분이므로 통신판매중개가 성립되지 않는다고 볼 수 있다.

다른 견해로는 통신판매업자의 불법행위에 대한 판례를 연구한 Oh(2009)의 연구를 보면 통신판매 중개자를 현행 전소법의 개념정의를 유추 적용하여 '사이버몰 이용허락자', '정보제공형 알선자', '거래 관여형 알선자' 등 세 가지로 나누고 있다. 위 연구에서는 다른 유형보다도 '거래관여형 알선자'의 경우에 소비자나 제 3자에 대한 무거운 책임을 지워야 한다고 주장하고 있다. 개인 간 중고거래를 중개해주는 경우에는 '거래관여형 알선자'가 될 수는 있지만, 영리의 목적으로 통신판매를 한다고 볼수는 없다. 다시 말하면, 온라인 중고거래 중개의경우 '사이버 몰의 일반 게시판을 통하여 재화 등에 대한 거래'가 이루어지고 있고, '사이버 몰의 운영자가 본 계약을 통한 일정한 보수 내지 수수료를 받지 않기'에 당사자 간의 직거래로 보는 것이옳을 것이다. 따라서 법적인 지위를 부여하고 책임을 지우기는 현실적으로 어려워 보인다(Ko, 2003).

4.2 온라인 중고거래 중개자의 법적지위 부여로 인한 문제점

위에서 살펴보았듯이 온라인 중고거래 중개자에게 법적인 지위를 부여하는 것은 현실적으로 어려워보이나, 법적지위의 부재로 인하여 발생할 수있는 문제점을 간과할 수는 없다.

온라인 중고거래 중개자의 법적 지위 부여로 발생할 수 있는 문제점 중 첫 번째 문제는 사적자치원칙의 위배된다는 점이다. 개인 간 거래는 민법에서 규율하고 있는 문제이다. 우리나라 현행 민법에서 다루는 사인(私人)의 재산권은 "사적자치의 원칙"의 영향을 받고 있다. "사적 자치"는 인간의 자율성과 존엄성에 기반을 두고 있다(Je, 2006). 인터넷을 통한 개인 간의 중고 거래와 그 중개 역시엄밀히 말하면 "사적 자치의 원칙"의 적용을 받고 있는 민법상의 계약관계이며, 또 민법상의 "중개"의 개념을 적용한다.

사적 자치와 공익과의 상호 관계에 있어서는 민법 학자 사이에서도 의견이 양분화 되고 있다. Yang (2013)는 "인간의 자율성과 존엄성을 강조하면서 각 개인의 자유로운 자기형성을 공공체보다 앞세우 는 이념"을 사적 자치의 원칙이라고 정의하고 있다. 이에 반하여 Kwak(2006)은 사적자치의 원칙 등과 같은 원칙들은 공공복리라는 최고 원칙의 실천원리 내지 행동원리라고 반대하는 입장에 있다. 이러한 자율성만을 내세우다보면 권리와 권리사이에 끝없는 충돌이 생길 것이고, 법이 종국적인 목표로하는 평화와 질서가 달성되지 않을 것이라고 하며권리의 사회적 책임성 역시 강조하고 있다.

이 연구에서 제언하고 있는 온라인 중고거래 중 개자에게 법적 지위를 부여하고 책임과 의무를 부 과하자는 것은 우리 민법이 대원칙으로 정하고 있 는 "사적 자치 원칙"에 위배하는 규제로서의 성격 을 가지고 있다. 우리 민법은 계약을 당사자 간의 합의를 통하여 성립하고, 그 계약의 당사자들은 강 행법규에 위반하지 않는 한 계약의 내용에 대해 자 유롭게 정할 수 있다고 명시하고 있다(Choi 2013).

그럼에도 불구하고 적절한 규제를 위하여 법적지위의 공백으로 인하여 발생할 수 있는 문제점인 사적자치 원칙의 침해와 범죄 예방 및 안전한 거래의 도모라는 공익적인 부분과의 이익형량을 따져보아야 할 것이다.

두 번째 문제는 시장경제 위축 가능성이다. 물론 범죄의 예방과 안전한 거래를 도모해야 한다는 부분에 있어서 일종의 규제책이 필요하다는 것은 주지의 사실임이 틀림없다. 그러나 규제책의 강도의 경중을 어느 정도로 둘 것인지, 또 그 기준은 무엇으로 정할 것인지에 대한 현실적인 문제에 부딪히게 된다.

일반적으로 시장경제를 규제하는 방법은 시장규제 (market forces), 정부규제(government regulation), 자율규제(self-regulation)로 구분되는데, 온라인 중고거래 중개자에 대해 법적 지위를 부여하는 정부규제가 시도되면 자연스럽게 법적인 강제집행이 이루어 질 수밖에 없다. 이러한 강제적인 규제의 집행은 정부의 집행비용과 감시비용 등 제반비용의 발생과 함께 시장경제의 위축이라는 결과를 초래할 가능성도 존재한다(Song S.Y, 2011).

온라인 개인 간 거래는 편리한 거래 방식을 채택하고 있는데다 경제성도 뒷받침하고 있어서 새롭게 주목받고 있는 거래 개념이다. 또한 인터넷

망 및 기타 인프라의 발전 속도가 세계 1위인 우리나라에서는 앞으로 더 발전할 가능성이 무궁한 거래개념이라고 볼 수 있다. 이러한 발전을 위해서는 규제하는 데만 급급하여 틀어막고자 하는 것보다는 충분한 논의를 진행하여 합리적인 규제수준을 제시하고 적절한 규제를 고려해야 할 것이다. 이러한 딜레마에서 빠져나오기 위하여 고려해볼수 있는 해결책을 아래에서 제시하도록 하겠다.

5. 온라인 중고거래 중개자의 법적 지위 개선방안

5.1 개인책임주의 원칙에 비례한 규제의 정당성 검토

온라인 중고거래 중개자에게 법적 지위를 부여하고 안전한 거래를 도모할 책임과 의무를 부과하는 것은 규제의 형태로서 자칫하면 민법의 대원칙인 사적자치를 침범하여 거래 시장을 위축시키는 결과를 불러일으킬 수 있다.

전자상거래의 범위가 국내에 국한되지 않고 시간과 공간을 초월하여 이루어지고 있기 때문에 과도한 정부규제를 도입할 경우 유연하게 대처하지 못할 가능성이 있다. 이와 함께 급변하는 인터넷시장과 전자상거래 방식을 따라가지 못한다는 단점을 낳을 수 있다. 때문에 인터넷이라는 가상의공간에서는 정부규제보단 자율규제가 강조되고 있고 이러한 시류의 요청에 따라 외국의 경우 국가를 통한 규제를 하기 전에 사업자들과 시장의 자율에 맡기는 자율규제를 도입하고 있다(Choi, 2013; Anh, 2012; Woo, 2003). 이와 같은 맥락으로 우리나라 전자상거래의 역시 기본적으로 상법을 포함한 민법의 범주 안에서 사적인 영역으로 포함되어기업들의 자율적인 규제를 존중하는 방식을 채택해 왔다.

하지만 국내의 전자상거래 시장을 포함한 사이 버 공간은 아직 확장단계이므로 발생할 수 있는 문제점을 예견하는 차원에 있고, 오프라인 사회와 는 다른 새로운 형태의 기본권 침해를 우려하는 학자들은 정부규제를 강조하고 있다(Song, 2012). 개인 간 거래를 중개하는 개인의 경우 역시 규제를 자율화 하게 되면 현행 법률을 제대로 이해하고 반영하지 못하여 실효성이 매우 떨어질 것이다(Lee, 2007). 따라서 적어도 개인 간 거래의 중개시장이 자리를 잡기 까지 무법천지로 방치 해 두어 범죄의 온상이 되는 것을 막기 위해 목적이 확실한 규제책을 선택하여 안전한 거래의 패러다임으로 자리 잡도록 해야 할 것이다.

규제의 방식이 어떤 형식으로 이루어지든 규제 자체는 공공의 이익이라는 개념을 목표로 하고 있 다는 것은 지당한 사실이다. 따라서 공익을 위해 서는 정당한 방법과 실효성이 담보된 방법으로 규 제를 해야 한다.

과도한 규제정책에서 벗어나 거래 시장 자체에 위임하는 방법도 있을 것이나 그러한 경우에는 정보의 비대칭으로 인하여 소비자에게 거래 결과의 책임을 모두 떠맡기게 되는 상황이 발생하게 될 것이다. 이러한 부분에서 행정청의 예방적 개입이비록 사적자치를 침범하기는 하지만 분쟁의 예방기능을 하므로 일정부분 국가의 규제적 개입이 필요해 보인다(Je, 2006).

우리 헌법 37조 2항은 사적자치가 전통적으로 국가가 개입하지 말아야 할 고유 영역이기는 하나, 공공복리를 위해서 국가 규제가 정당성을 얻게 되는 경우 개입이 가능하다고 본다. 개인과 개인 간의 거래가 사적자치의 영역이라 하더라도 빈번하게 범죄가 발생하고, 개인의 법익을 해치는 것을 넘어서 다수 또는 공공의 이익을 해치는 결과를 초래 한다면 국가 규제가 정당성을 얻게 된다고 본다. 다만 이 경우에 규제가 정당성을 얻는다 하더라도 과연 합리적으로 실효성 있는 규제가 가능할 것인지에 대한 논의도 필요할 것으로 보인다.

안전한 거래를 도모하기 위한 책임과 의무를 온라인상 개인 간 중고거래 중개자에게만 부과하게되면 그들이 주체적으로 하는 행위-중개행위-에비하여 과중한 책임과 의무를 떠안게 될지도 모른

다는 점을 경계해야 한다. 즉, 개인책임주의원칙에 합치할 수 있도록 중개자의 행동에 관한 의무와 적정한 책임을 부과토록 해야 할 것이다(Ko, 2009).

결론적으로 중간의 접점을 끊임없이 고민하여야 하는 국가규제의 과업 앞에서 개인 간 중고거래에 국가가 개입하여야 하는 가에 대한 합리적 이유와 범국민적 요구를 바탕으로 규제가 마련되고 운용 되어야 할 것이다.

5.2 '거래관여자'로서의 법적 지위 부여

온라인 중고거래 사이트에서는 하루에도 몇 만 건의 거래가 개인적으로 이루어지고 있지만 법적 지위를 부여할 수 있는 실질적인 규정이 없기 때 문에 법적지위의 공백이 발생하였고, 이로 인하여 개인 중개자의 경우 안전한 거래를 도모하기 위한 의무와 책임에서 자유롭게 되었다.

우리나라의 개인 간 거래의 시장의 형태를 보면 오픈마켓으로 대표되는 통신판매 중개사이트보다 개인이 운영하는 인터넷 카페 등에서 발생하는 분 쟁의 사례가 더 많은 것으로 보아, 사업자가 아닌 개인이 운영하는 온라인 중고거래의 위험성이 더 큰 것처럼 나타난다.

이러한 오픈마켓이나 개인이 개설 한 포털사이트 내의 카페나 블로그, 개인 사이트를 통한 하지만 온라인 중고거래 개인 중개자들에게 그 어떤 법적 지위도 부여하지 않는 현행법으로는 판매자도 구매자도 거래의 위험부담을 떠안을 수밖에 없다. 때문에 일정 규모 이상으로 거래가 이루어지는 경우의 사이트 운영자들에게 법적 책임까지는 아니더라도 안전한 거래를 도모할 수 있는 의무를 부과해야 함이 마땅할 것이다.

거래의 형태로 미루어 보아 개인 간 중고 거래의 경우 단순히 거래의 장만을 제공하는 것이 아닌 거래 단계 전반에 걸쳐 영향력을 끼치고, 개인사이트로 운영되는 만큼 운영자의 역할이 다른 관여자보다 큰 것이 사실이다. 이렇게 운영자로서의지위가 높아짐에 따라 그들의 지위남용을 경계하

며 그 지위에 비례한 규제가 적절히 이루어 져야 할 것이다(Park, 2013).

전자상거래의 특성상 거래가 체결되기까지 여러 당사자가 거래에 참여하고 있지만 거래의 직접 당사자가 아니라는 이유로 책임을 면제하여주는 경우도 있을뿐더러 위험의 부담을 어떻게 분배할 것인지에 대한 문제도 제기되고 있다. 이에 대응하여 본 논문에서는 '전자상거래 관여자'2)의 개념을 차용하여 온라인상 개인 간 거래를 중개하는 중개자에게도 이러한 관여자로서의 지위를 부여하고, 지침에서 규정하고 있는 소비자보호를 위한 전자상거래사업자가 이행하여야 할 보호조치를 위하여 필요한 조치를 취하도록 하여야 한다고 제언한다.

'전자상거래 관여자'란 전자상거래의 직접당사자 가 아니지만 당해 전자상거래에 일정부분 관련을 맺으면서 거래관계의 완성에 관여하는 자를 말한다. 최근의 전자상거래를 위한 패턴을 보면 거래관계를 현실적으로 가능하게 하는 시스템 제공자, 결제를 돕는 결제업자, 이행에 관한 배송업자 등이 유기적으로 관련을 맺고 협력을 통해 판매와구매가 진행되는 것을 알 수 있다. 현행 전소법 제21조 및 제23조의 규정에 근거하여 제정된 「전자상거래등에서의소비자보호지침」에서는 통신판매 중개자, 호스팅 사업자 등을 '온라인서비스의 확대관련 사업자'로 보고 의무를 부여하고 있다.

온라인 중고거래의 경우 개인 간 거래로 진행되기 때문에 결제업자나 배송업자의 직·간접적인 영향은 없으나 오히려 그러한 거래가 이루어지게끔하는 시스템 제공자의 역할이 크다고 볼 수 있다. 따라서 '전자상거래 관여자'의 범위를 전자상거래 전반에 관련된 당사자로 본다면, 온라인 중고거래의 중개자에게 '전자상거래 관여자'로서의 지위를 부여하는 데는 어려움이 없을 것으로 생각된다(Yun, 2011).

^{2) &#}x27;전자상거래 관여자'라는 용어는 전자상거래에 직접 관여하지는 않기 때문에 개별규정을 각각 적용하기 에는 어려움이 있는 사업자에 대하여, 거래에 관여 하는 정도에 따라 일정부분 책임과 의무를 지우려는 의도에 의해서 생기게 되었다(Yun, 2011: 157-158).

물론 '통신판매중개업자'와 '전자상거래관여자'의 지위에 있어서 그 차이를 명확하게 규정하여 나눌수 있는 법적 개념의 정립이 이루어지지 않은 지금의 현실적인 상황에서 책임부분을 나누는 것이조금 섣부를 수 있지만(Kang, 2005; Yun, 2011), 거래시장과 규모의 성장세를 보았을 때 개인 간거래를 중개하여주는 개인의 거래에 대한 책임과의무의 부여는 반드시 필요할 것이다.

이와 같은 관점에서 개인 간 거래 중개자의 거 래관여자로서의 법적 지위 부여는 시급하게 이루 어져야 할 부분인 것만큼은 확실하다. 때문에 사 업자로서의 무거운 의무와 책임을 지우지 않더라 도 '중개 관여자'로서의 최소한의 의무와 책임은 마련해야 한다.

개인 간 거래를 중개하는 '중개 관여자'는 자신이 개설한 거래의 장에 있어서 최소한의 주의의무를 다하여야 하며 판매자와 구매자 모두가 안전하게 거래할 수 있도록 불법행위에 대한 만전을 기해야 할 것이다(Yun, 2011).

6. 결 론

온라인을 통한 개인 간 거래는 우리에게 많은 이로움과 편리함을 제공하고 있다. 또한 온라인을 통한 개인 간 거래는 극히 소수에 불과하던 오프라인 개인 간 거래의 거래 시장에 사이버 공간이라는 인프라를 통하여 그 성장가능성을 가늠할 수도 없을 정도로 크게 성장해 갈 가능성이 있는 시장이 되었다. 그러나 빠르게 변화하는 상황은 법테두리 안에서 판매자와 소비자 모두를 보호하는 것이 쉽지 않다. 특히 온라인 중고거래의 경우 빈번한 분쟁과 법적 문제가 발생하고 있음에도 불구하고 연구자들의 관심과 연구가 상당히 많이 부족한 편이라 할 수 있겠다.

개인 간 거래는 사적자치의 원칙을 대원칙으로 삼는 민법아래에서 공공의 이익이라는 정당성을 갖지 않는 한 과도한 규제를 할 수 없다. 하지만 온라인을 통한 개인 간 거래의 발전 속도는 지금 보다 더 빠르게 성장할 것이 명백하다. 이와 더불어 하루가 다르게 발전하는 기술과 또 그 기술을 이용하는 사람들이 다양해짐에 따라 법적 공백은 더 커져갈 것이며 그 공백을 악용한 범죄의 증가역시 지금의 현실과 맞닿아 있다.

따라서 이 연구에서는 온라인 중고거래 중개자의 법적 지위가 명확하지 않음에 따라 법적인 책임과 의무가 각각 다르게 부여되고 있는 문제가 있음을 지적하였다. 그러나 거래의 형태와 업무에비하여 과도한 책임과 의무를 수반하는 '통신판매중개업자'라는 법적 지위를 부여하는 데에는 현실적인 한계가 있으므로, '거래 관여자'로서의 지위를 부여하여야 할 것을 제안한다. 다시 말하면, 법적 지위에 맞는 과도한 책임은 면하더라도 소비자를 위해 안전한 거래를 도모해야 하는 최소한의사회적·도의적 의무는 가져야 한다는 것이다.

블로그의 명성과 즐거움이 거래 신뢰에 영향을 미치고 또한 구매의도에도 영향을 미친다(Mun and Lee, 2009: 68-70). 이처럼 개인 간 거래에서 사이트와 사이트 운영자의 역할이 그 어떤 오픈마켓보다도 중요하다. 때문에 사이트를 신뢰하여 거래를 체결하는 판매자 및 구매자들을 위하여 중개자에게 거래의 안전을 도모해야 할 의무와 책임을 지워야 할 당위성이 있는 것이다.

우리나라의 개인 간 거래시장은 벼룩시장으로부터 출발하여 국가 경제 회복의 전환점이 된 '아나바다' 운동을 거쳐 최근의 소비 트렌드로 자리매김한 Recommerce까지 일련의 과정을 지나면서 거침없는 성장세를 떨쳐왔다. 이 이면에는 다른 나라에 비해 뛰어난 기술수준을 가지고 있는 우리나라의 발전된 인프라도 큰 역할을 했을 것이다. 나아가 이러한 발전은 광활한 모바일 마켓을 통하여해외 시장으로의 진출까지 노려봄직한 상황이 되었다. 적절한 시기에 법적 '제도적 밑받침은 이러한 거래방식의 발전에 엔진과도 같은 역할을 하며차기 소비패턴에 있어서 전 세계적 리더의 위치에우리가 설 수 있게 할 것이다.

본 연구의 한계점은 아직까지 중고거래가 전자

상거래 시장에서 큰 부분을 차지하고 있지 않고, 거래 금액이 고액이 아니라는 점 등으로 인해 연 구자들의 관심을 받고 있지 못하여 선행연구가 많 이 부족했다는 점이다. 개인 간 거래 중에서도 중 고거래 시장의 확대 가능성이 크지만 그에 비하여 실제적인 거래규모조차 연구가 되지 않은 점은 매 우 안타까운 현실이다. 최근 소비형태의 변화와 시장의 발전 및 확대 가능성 등을 보면 지금부터 라도 충분한 연구가 이뤄져야 할 것이다.

이 연구는 온라인 중고거래 중개자의 법적인 문제만을 다루고 있는 점에서 연구의 한계가 있다고할 수 있다. 기존의 사이버스페이스와 관련된 법적인 문제들이 사후적 규제였던 점을 감안한다면, 지금부터라도 다각도적인 접근 방법을 통한 연구를 통하여 역기능을 최소화하고 사전적 예방 방법을 모색해 나가야 할 것이라고 제언하고 있다. 사실상 실질적인 거래 주체에게 법적 지위를 부과하고 규제를 가하는 데는 충분한 법·제도적 논의가필요할 것으로 사료된다. 따라서 본 논문에서는 새로운 시장에 대한 법·제도적 규제에 관한 시의적요청을 하는 바이다.

하지만 본 연구의 한계는 안전한 거래를 도모하고 거래시장 활성화를 위하여 법·제도적 필요성에 대해 역설하고 있을 뿐, 자세한 내용에 대해서는 제시하지 못하고 있다. 추후 진행되는 다음 연구에 있어서 이 점을 충분히 반영하여 세세하고 면밀한 연구를 진행하도록 하겠다.

References

- Anh, K.S., "The Public Interest and Regulation", European Constitution, Vol.12, 2012, 459–484.
- Choi, K.J., "Internet and Self-Regulation", *The Journal of Sports and Law*, 2013, 181-197.
- Je, C.U., "Special Issue: Public Interest in Terms of Law; Die Korrelation Zwischen Der Privaten Autonomieund Dem Offentlichen

- Interesse", Seoul Law Journal, 2006, 121–154.
- Kang, J.H. et al., "A Study on the Status Mail Order Brokerage and Comsumer Problem Solution", *Fair Trade Commission*, 2005.
- Kim, Y.M., Cyberspace Law, Beopryulseowon, Korea, 2001.
- Ko, H.S., "Study on a General Conceps and Responsibility of the Mail Order Brokerage and Improvement On Governmental System", *Fair Trade Commission*, 2009.
- Ko, H.S., "The Relationship between Electrionc Commerce and Mail-Order Sales on the Electronic Commerce Comsumer Protection Act", *Advanced Commercial Law Review*, No.47, 2009.
- Ko, H.S., "The Study on the Broker' Liability Of Mail-Order Sales", *Internet Law*, Vol.20, 2003.
- Kwak, Y.J., General Provisions of the Civil Code, Parkyoungsa, Korea, 2005.
- Lee, E.H., "Analysis on Cunsumer Injury and Protection Ways on The Internet C2C Trade", Korea Research Foundation, 2007.
- Lee, J.J., "New Apportunities in Low Growths: Recommerce Trend", Shinhan Review, 2013.
- Lee, K.H., "A Study On Consumer Affairs And Betterments of C2C Trade In Internet Paradigm", *Korea Consumer Agency*, 2006.
- Lee, K.K., "Promotion of E-Commerce and Comsumer Protection", *Advanced Commercial Law Review*, Vol.37, 2007, 75–100.
- Mun, Y.J. and Lee, J.H., "Factors Affecting of Electronic Commerce Trust and Purchase Intention: Focused on the Blog Users", *Journal of KECRA*, Vol.10, No.3, 2009, 51-77.
- National IT Industry Promotion Agency, "E-Commerce Mediation Cases", 2014.

- Noh, J.C., "On the Legal Position and Responsibility of the Mediator of Mail Order Sales In E-Commerce", *Private Law Review*, Vol. 39, No.1, 2009, 279–316.
- Oh, B.C., "Responsibility of Open Market for Torts of A Dealer In Internet Market Place", *Journal of Property Law*, Vol.26, No.1, 2009, 183–213.
- Park, C.U., "Market Uncertainty and Social Construction of Exchange in Online Used Market", Korean Journal of Sociology, Vol.37, No.2, 2003, 35–60.
- Park, S.Y., "The Legal Position, Duty and Responsibility of the Mail-Order Intermediary", *Chonbuk Law Review*, Vol.38, 2013, 255-287.
- Song, K.J., "Study on The Internet Policy of Lee Myung-Bak Administration In South Korea", *Cyber Social and Culture*, Vol.3, No.2, 2012. Song, S.Y., "A Study on Direction of The Im-

- provement of Indeustty and Quot; S Self-Regulation for Consumer Protection", *Journal of Consumer Studies*, Vol.40, 2011, 117–139.
- Woo, K.M., "Activation Scheme to Promote The Self-Regulation of E-Commerce Business", *Journal of International Trade Studies*, Vol. 9, No.2, 2003, 345–367.
- Yang, C.S., INtroduction Of Civil Law, Park-youngsa, Korea, 2013.
- Yun, J.H., "A Study on the Civil Liability of The Party of Those Involved of Electronic Commerce-With Respect to the Liability of Hosting Business Operators", *The Institute for Legal Studies INHA University*, Vol.14, No.3, 2011, 153–190.
- Yun, J.H., "New Approaches on Legal Concept of Electronic Commerce, Mail Order and Mail Order Brokerage", Kyung Hee Law Journal, Vol.48, No.2, 2013, 39–82.





Ah Reum Jo (dkfma@kw.ac.kr)

Ah Reum Jo is now study for a master's course in Criminology at Kwangwoon University.



Hyun Joo Shin (shj1026@cku.ac.kr)

Hyun Joo Shin is currently a Assistant Professor at Department of police administration, Catholic Kwandong University. She received her Ph.D. in Criminology from Korea Advanced Kwangwoon University in 2013. Her current research interests include Criminal Justice, Causes of Crime, Police activities, Private investigation, Game addiction, and etc.



Juchan Kim (jckim@kw.ac.kr)

Juchan Kim is currently a Professor of Public Administration at School of Social Science, Kwangwoon University. He received his Ph.D. in Public Policy from the George Washington University in 1997. His current research interests include government regulation policy on IT service, policy evaluation and policy process.