

디지털헬스케어 시장과 O2O서비스 소비자분쟁 및 보호방안

A Study on the Consumer Disputes and Protection Measures of the
Digital Healthcare Market and O2O Service

변승혁*
Byeon, Seung Hyeok

〈목 차〉

- I. 서론
- II. 디지털헬스케어와 O2O서비스 관계
- III. 헬스케어 O2O서비스 소비자분쟁
- IV. 헬스케어 O2O서비스 소비자보호방안
- V. 결 론
- 참고문헌
- Abstract

주제어 : 디지털헬스케어, 비대면, O2O서비스, 소비자분쟁

* 한신메디피아 기획차장(peter0948@dgu.ac.kr)

I. 서론

스마트폰의 보급으로 인한 모바일 경제가 활성화 되면서 국내 전자상거래 시장은 그 형태를 달리하며 지속적으로 진화하고 있다.

이러한 모바일 경제활동은 모바일커머스(M-Commerce)라 불리우며 IcT결합 및 O2O(Online to Offline)형태로 더욱 주목받고 있다.¹⁾

특히 O2O서비스의 확산은 소비형태에도 많은 변화를 가져오고 있다.

과학기술정보통신부에 따르면 국내 O2O시장은 2019년 기준 전년대비 30.4% 성장한 2.9조원으로 나타났다. 이러한 O2O서비스시장은 향후 더욱 높은 성장을 할 것으로 기대된다.

헬스케어 분야에서의 O2O는 COVID-19(코로나바이러스감염증-19) 확산에 따른 위험 인지가 높아지면서 자연스럽게 비대면 의료시장이 주목받게 되었고 헬스케어 O2O서비스 또한 자리를 잡기 시작하였다. 캐나다의 인공지능 기반의 블루닷 플랫폼이 코로나19에 대한 위험을 가장먼저 인지하면서부터 의료시장에 대한 분야가 진료 이외에 4차산업혁명의 대표 기술인 인공지능과 모바일 플랫폼과 융합되는 디지털 헬스케어시장이 주목받게 된 것이다.

인구형태 및 구조의 변화에 따른 의료비 지출증가와 스마트 기기 대중화에 따른 IcT기기의 증가와 같은 사회적 현상은 의료서비스를 이용²⁾하고자 하는 환자 및 소비자로 하여금 디지털 헬스케어에 대한 필요성을 촉진시키는 계기가 되었다.³⁾

특히 고령화 및 유병장수와 같은 인구구조의 변화는 정기적인 의료비 지출을 통한 예방의학 습관에 대한 관심을 높여주었으며, 더 나아가 일상생활 속에서 개인건강데이터를 수집하고 모니터링 하는 것에 주목하기 시작하였다.

Seth R. Frank⁴⁾는 처음으로 디지털 헬스케어 용어를 사용하였으며, 웹 브라우저 및 특정기기를 통한 미디어 접속을 통해 의료서비스가 이전의 정보통신기술이 융합되어 긍정적인 이고 지속적인 새로운 영역이 초해될 것임을 예측하였다.

세계보건기구(WHO)는 의료서비스가 디지털기술과 융합되어 전 세계인이 건강관리를 받을 수 있게 될 것이며, 그 과정이 건강증진 및 세계 안전보장을 위해 중요한 필수조건이라고 주장하였다.

1) 광진현(2017), “헬스케어와 4차산업혁명”, 유진투자증권, pp.4-42

2) 김수범(2015), “디지털헬스케어 융합산업 동향”, 한국보건산업진흥원, pp.1-8

3) 강민영 외 2명(2018), “스마트 헬스케어의 재와 미래”, 삼정 KPMG 경제 연구원, pp.3-10.

4) Digital Health Care—The Convergence of Health Care and the Internet, May 2000, The Journal of ambulatory care management 23(2):8-17

국내에서도 의료법상 완전한 비대면 진료행위는 금지되어 있지만, O2O형태의 비대면 서비스는 2017년 이후 의료법 개정을 통해 실시되고 있다. 헬스케어 O2O서비스를 제공하는 어플리케이션 형태의 강남언니, 굿닥, 똑닥, OK검진과 같은 다양한 플랫폼이 디지털헬스케어 서비스를 제공하고 있다.

최근 국내 SK텔레콤은 유전자검사 DTC를 통한 비대면 진료 및 헬스케어 구독서비스를 런칭 하였고, 국내 대형기업에서는 비대면 헬스케어 시장규모를 7조원 이상으로 전망한다.

이처럼 아직까지 디지털헬스케어 기반으로 O2O서비스는 본격적인 서비스를 시작한지 불과 3년 정도밖에 되지 않았으며, 일반 유통 및 소비재와는 달리 의료법 내 진료행위에 대한 다양한 제안이 있다.

본 연구에서는 디지털헬스케어 기반의 원격진료는 시행되고 있지 않은 바, 비대면 헬스케어 시장에서 허용된 O2O서비스에서의 소비자 분쟁유형을 살펴보고 이에 대한 해결방안을 제시하고자 한다.

II. 디지털헬스케어와 O2O서비스 관계

1. 디지털헬스케어 개념 및 유형

(1) 개념

일반 개인 및 환자가 의료서비스가 필요한 순간 겪는 공통적인 한계점은 접근성 및 정보해석에 대한 문제가 있다. 이는 의료기관의 시설에 대한 접근과 의료서비스를 제공하는 의료인력이 공급부족으로부터 시작된다. 이러한 의료서비스의 공급부족 및 수요충족은 온라인 및 의료빅데이터를 통한 인공지능으로 어느 정도 해소가 가능하다.

온라인을 통한 의료플랫폼은 의료수요자가 필요한 정보를 제공하고 의료빅데이터를 통한 1차 진료 진행을 통해 새로운 패러다임을 형성할 수 있다.

4차산업혁명에 의한 금융 및 유통시장의 변화뿐만 아니라 헬스케어 시장에서도 원격진료 및 디지털헬스케어라는 새로운 서비스로 그 방향에 대한 변화가 요구되고 있다.⁵⁾

이와 같은 형태의 의료서비스 시장을 비대면 헬스케어라고 할 수 있으며, 산업통상자원부는 2015년 ‘바이오분야 산업엔진 프로젝트’ 및 ‘스마트 헬스케어 산업 활성화 방안’ 발표⁶⁾를 통해 헬스케어 시장에서의 의료서비스 방향을 <표1>과 같이 제시하였다.

5) 김현중(2014), “4P 중심의 헬스케어 변화와 ICT융합”, digieco, pp.2-4

6) 한국정보화진흥원(2015), 한국투자증권, KT경제경영연구소 자료 재가공: 산업통상자원부. [보도자료] 스마트

디지털 헬스케어는 ‘보건의료(health 또는 healthcare)와 정보통신/ 디지털 기술이 융합한 것’을 말한다.

〈표1〉 헬스케어 서비스 발전방향⁷⁾

구 분	텔레헬스 (Tele-health)	이-헬스 (e-health)	유-헬스 (u-health)	디지털 헬스케어 (Digital Healthcare)
시 기	1990년대	2000년 이후	2006년이후	2010년 이후
서비스 내용	방문치료	치료 및 정보제공	치료 및 예방	복지/안전/ 치료/예방/
제공자	의료기관	의료기관	ICT기업, 병원	ICT기업, 의료기관 플랫폼 운영자
주 이용자	의료진	환자, 의료진	환자, 의료진 일반인	환자, 의료진, 일반인
주요 시스템	(HIS, PACS) 병원운영	(EMR)의무기록 웹사이트	(EHR)건강기록 모니터링	맞춤형 서비스 플랫폼 기반

<표1>에 따르면, 디지털 헬스케어 시대에는 의료서비스의 내용 및 제공자의 범위, 주이용자 및 주요시스템이 매우 광범위하게 확대되었음을 확인할 수 있다.⁸⁾

디지털 헬스케어 용어는 이밖에도 스마트 헬스케어, 모바일 헬스케어 등 다양한 유사용어와 혼용되어 사용되고 있다. 그리고 유전자 검사기반 또는 개인의무기록 데이터와 같은 특정한 보건의료분야로 사용되기도 하며, 데이터기반 알고리즘이 접목된 의료 인공지능 등 과학적 개념이 포함된 광범위한 의미까지 다양하게 정의되고 있다.⁹⁾

(2) 유형

디지털 헬스케어의 정의 및 유형은 아직까지 명확하게 정의되어 있지 않으며, 앞서 언급한 바와 같이 다양한 형태로 사용되고 있다.

딜로이트(Deloitte)는 영국 생명과학부(Office of Life Sciences)와 함께 디지털 헬스케어 시장에 대한 보고서에서 그 유형을 다음 [그림1]과 같이 정의하였다.¹⁰⁾

보고서에 따르면, 디지털 헬스케어를 산업으로 정의하고 그 영역을 4개의 유형으로 구

헬스케어 활성화와 바이오 분야 산업엔진 프로젝트 발표 - 바이오산업 간담회 및 2015년 신년인사회 개최
붙임1(p.1)

7) 이종원(2015), 스마트 헬스케어산업군 분석 및 통계조사, 한국u헬스협회, 산업통상자원부
8) 문초혜(2020), “포스트 코로나 시대, 바이오헬스 新트렌드”, KDB미래전략연구소 산업기술리서치센터, pp44-62
9) WHO(2019), 빅데이터, 유전체학 및 인공지능에 접단 컴퓨팅 과학의 사용과 같은 신종 분야를 비롯하여 모바일헬스(mHealth)를 포함한 이헬스(eHealth)까지 포괄하는 용어
10) Standing M, Hampson E.(2015) Digital health in the UK: an industry study for the office of life sciences. Monitor Deloitte. Figure 2.

분하였으며, 각 유형별로 세부 범주를 제시하였다. 그리고 각 유형은 개별산업으로 독립되어 있지 않고 매우 밀접한 연관성을 가지고 있음을 강조하였다.

딜로이트 보고서에서 정의한 디지털 헬스케어의 4가지 유형은 다음과 같다.

〈표2〉 디지털 헬스케어 4가지 유형¹¹⁾

유형	특징
원격의료 (Telehealthcare)	환자와 의사 간 임상적 데이터를 원격으로 교환하고, ICT를 이용하여 먼 거리에서도 의 료서비스 제공을 지원하거나 보조함
모바일헬스 (mHealth)	건강 그리고/또는 웰빙에 관련된 모바일 애플리케이션(applications, apps)을 비롯하여 웨어러블 기기와 연결된 모바일 애플리케이션을 일컫음
보건의료분석학 (Health analytics)	소프트웨어 솔루션 및 빅데이터를 이해하는 데 필요한 분석적 역량
디지털화된 보건의료시스템 (Digitised health systems)	디지털 건강 정보 저장 및 디지털화된 환자 의료 기록 교환

2. O2O 서비스 개념 및 유형

(1) 개념

O2O서비스는 그 영역 및 범위의 해석에 따라 그 규모 및 형태는 다르게 해석될 수 있다. 우선 전통적인 온라인 거래 분야인 전자상거래시장과 공유경제분야까지 포함된 광의의 영역으로 까지 그 영역을 확대할 수 있다.¹²⁾

그리고 최근 모바일 플랫폼을 통해 제공되고 있는 서비스에 그 영역을 제한할 경우 전자상거래시장보다 오히려 범위가 작아질 수 있다. 때문에 정확히 O2O시장에 대한 개념을 통한 시장규모의 추정은 매우 어려울 수 있다.¹³⁾

(2) 유형

가장 접근하기 쉽게 O2O서비스 유형은 다음과 같이 분류할 수 있다.

① 제1유형

기존 전자상거래에의 온라인 공간에서 오프라인 영역으로 비즈니스 클라이언트를 확대한 유형으로 온라인 서점으로 출발해 오프라인 서점까지 그 영역을 확대한 경우가 있다.

11) 임종원, 보건지소의 건축계획에 관한 연구 : 경상남도 지역을 중심으로, 경남대학교 대학원, 2003. 2

12) 정영훈, 이금노(2016), “O2O서비스에서의 소비자문제와 개선방안 연구”, 한국소비자원, 정책연구 16-20.

13) 리오이통 외 2명(2018), “O2O가 적용된 스마트 헬스케어 서비스_심천의 헬스케어 회사를 중심으로”, 한국디자인문화학회지 제24권 제2호, 2018. 6, pp. 231-239

② 제2유형

제1유형과 반대로 오프라인 사업에서 온라인으로 비즈니스 영역이 확대된 경우이다.

대표적으로 백화점, 면세점, 대형마트 등이 모바일앱이나 온라인웹을 통해 상품에 대한 검색, 정보습득, 주문 및 배송요청, 결제 까지 가능해진 경우이다.

③ 제3유형

기존 온라인 및 모바일 플랫폼 사업자가 오프라인 서비스 및 채널과 제휴하여 서비스를 제공하는 형태로 구글, 페이스북, 아마존, 네이버, 다음카카오 등이 오프라인 비즈니스 모델과 제휴되는 형태이다.

④ 제4유형

Aggregator 모델로 기존 오프라인과 오프라인의 서비스를 연결하는 중개 어플리케이션으로 배달, 이동수단(택시), 숙박, 부동산 분야의 어플리케이션이다.

전통적인 전자상거래 기반의 온/오프라인 시장의 특징을 유지하고 있는 유형은 제1유형과 제2유형이며, 반면에 제3유형과 제4유형은 온/오프라인 시장의 융합이 매우 강해 새로운 비즈니스 유형으로서의 O2O 모습을 갖추고 있다. 특히 제3유형의 서비스는 가장 광범위한 불특정 다수의 사용자를 보유하고 있으며, 이를 기반으로 기존 오프라인 채널의 서비스를 자연스럽게 결합하고 있어, O2O시장의 규모를 가장 빠르게 확대시킬 수 있다.

제4유형의 서비스는 기존 오프라인 영역에서 소비자와 서비스 공급자 간의 상품이동 및 서비스 제공을 보다 편리하고 빠르게 소비될 수 있도록 하는 aggregator 유형으로 중개자가 고객의 데이터베이스를 확보와 광범위한 제휴처 확보가 핵심인 유형이다.

(3) 특징

O2O서비스시장은 모바일 앱이나 웹페이지를 통한 플랫폼을 통해 서비스가 진행되고 있으며, 사전결제에 의한 계약 및 중개에 의한 서비스 이용예정 의사표시 등으로 비즈니스모델이 구축되어 있기에 서비스를 홍보하기 위한 앱이나 웹페이지 광고가 매우 중요하다. 따라서 기존의 고객 DB 및 검색 데이터베이스를 분석한 맞춤형 광고등 그 형태가 고도화 되고 있다.

최근 클라우드 및 빅데이터를 통한 다양한 분석은 O2O서비스의 비즈니스 영역이 새롭게 확대되는 기대를 할 수 있게 되었다.¹⁴⁾

14) 이민화(2016), “디지털 헬스케어의 미래”, 한국보건산업진흥원, pp.1-6, 2016.

3. 디지털 헬스케어와 O2O 서비스 관계

디지털 헬스케어 기반의 O2O서비스는 클라우드를 통한 의료빅데이터의 구축을 통해 의료기관이 아닌 가상의 공간에서 진료분석 및 예측을 통한 개인 맞춤형 의료진료가 제시되고 O2O서비스를 통해 온라인과 오프라인을 잇는 O2O헬스케어의 중추적인 역할을 하게 될 것이다.¹⁵⁾

디지털 헬스케어의 O2O서비스가 구현되기 위해서는 앞서 살펴본 O2O 제3유형 형태로 발전되어야 하며, 이를 위해 오프라인에서의 시간, 공간, 소비자인 3대 요소가 IoT(사물인터넷) 및 비콘(Beacon) 등을 통해 개인의 건강데이터가 수집¹⁶⁾되어 온라인 공간인 클라우드에 저장되고, 클라우드 공간에 저장된 의료빅데이터는 인공지능을 통해 다시 개인화된 스마트 기기로 그 서비스가 연계되어야 한다.¹⁷⁾

현재의 디지털헬스케어 기반 O2O서비스는 제4유형으로 모바일 앱이나 온라인 웹을 통해 제4의 유형으로 의료서비스가 이루어지고 있다.¹⁸⁾ 본 연구에서는 제4유형의 디지털 헬스케어 기반 O2O서비스에서 발생한 소비자와 중개 플랫폼 간의 분쟁을 중점적으로 다루고자 한다.

Ⅲ. 헬스케어 O2O서비스와 소비자 분쟁

1. 불충분한 정보문제

비대면거래를 중심으로 한 헬스케어 기반 O2O서비스시장은 소비자에게 있어 의료서비스 이용전후의 제공된 모든 정보가 매우 중요하다. 대면의료서비스와는 달리 의료기관에 대한 공간적 판단 및 형태를 온라인 공간을 통해 습득한 정보만으로는 부족하기 때문이다.

방문전 제공되는 정보는 O2O플랫폼 사업자가 공개한 정보와 플랫폼 사업자가 의료기관에 요구하여 공개된 정보와 공개되지 않은 정보로 나눌 수 있다.

궁극적으로 이러한 정보는 의료기관 방문 전 개인이 직접 정보를 탐색하기 위해 필요한 비용이 어느 정도까지의 기대치를 충족시키는지와 관련이 있다. 한편 공개된 정보는 의료기관의 위치, 의료진 수, 진료항목에 대한 정보 등으로 구분될 수 있다.¹⁹⁾

15) 박정우(2016), “인공지능 헬스케어: 새로운 고부가 서비스 창출 기대”, KISTI, pp.1-6, 2016.

16) 최재혁(2017), “4차 산업혁명 시대, 헬스케어 산업과 ICT기술”, 텔코경영연구원, pp.75-80

17) 정성원(2016), “Healthcare에서 빅데이터의 활용”, 대한간학회, pp.18-26

18) 최진영(2011), “헬스케어 3.0: ‘건강수명’ 시의 도래”, 삼성경제연구소, pp.1-3

이중 위치 및 의료진 수와 같은 의료기관의 기본정보 이외에 환자의 진료 및 기타 의료서비스 정보로서 O2O 플랫폼 사업자가 제공하는 정보 중 의료서비스를 이용자에게 가장 의미 있는 것을 확인해 보면 진료비 할인, 진료 이벤트, 취소 및 환불정책, 진료 이후 관리, 의료사고에 대한 보험가입 및 분쟁발생에 따른 처리기구 정보 등이 있다.

2. 의료서비스 이행

의료분야의 O2O서비스 이행과 관련하여 진료일정 변경이나 진료이후에 대한 불만족에 대한 피해를 가능할 수 있다.

이 경우 진료일정 변경에 대한 확인 및 알람에 대한 지연이 주종을 이루고 있으며, 진료이후 불만족의 경우에는 치료보다는 미용 및 시술 관련 의료서비스 분야에서 빈번히 문제되고 있으며, 그 유형은 분쟁해결에 대한 책임 주체 확인이 불분명한 경우에 있다.

3. O2O플랫폼 운영자의 면책조항

헬스케어 O2O사업자들은 대부분 의료서비스 희망자와 의료기관을 중개하는 역할을 하고 있으며, 의료서비스에 대한 불만족 및 손해와 의료사고로 인한 피해 등에 대한 일체의 책임은 참여기관인 의료기관에게 있다는 조항을 두고 있다.

〈표3〉 헬스케어 O2O서비스 공급자의 면책조항²⁰⁾

유형	면책조항
성형업	제11조 면책 ② 회사는 참여기관이 제공하거나 회원이 작성하는 등의 방법으로 서비스에 게재된 정보, 자료, 사실의 신뢰도, 정확성 등에 대해서는 보증을 하지 않으며 이로 인해 발생한 회원의 손해에 대하여는 책임을 부담하지 않습니다. ③ 회사는 사용자가 서비스를 이용하여 기대하는 수익을 얻지 못하거나 상실한 것에 대하여 책임을 지지 않으며, 사용자 상호간 및 사용자와 제3자 상호 간에 서비스를 매개로 발생한 분쟁에 대해 개입할 의무가 없고, 이로 인한 손해를 배상할 책임도 부담하지 않습니다. 제12조 회사와 참여기관의 법적책임 사용자가 참여기관으로 부터 받은 의료시술로 인해 부작용이 발생한 경우, 이에 대한 민형사상의 책임은 해당 참여기관이 집니다.

19) 안수현(2017), “온라인.오프라인 융복합서비스시장(O2O)에서의 소비자이슈와 보호방안”, 한국외국어대학교 법학연구소, 외법논집, 제41권 제2호, 81-116.

20) 국내 성형 및 치과 진료 연계를 이한 O2O서비스 운영약관의 면책조항

유형	면책조항
치과업	<p>제12조 면책</p> <ol style="list-style-type: none"> 회사는 다음 사유로 서비스를 제공할 수 없는 경우 이로 인하여 회원에게 발생한 손해에 대해서는 책임을 부담하지 않습니다. <ul style="list-style-type: none"> - 천재지변 또는 이에 준하는 불가항력의 상태가 있는 경우 - 서비스 제공을 위하여 회사와 서비스 제휴계약을 체결한 제3자의 고의적인 서비스 방해가 있는 경우 - 회원의 귀책사유로 서비스 이용에 장애가 있는 경우 - 기타 회사의 고의·과실이 없는 사유로 인한 경우 회사는 참여기관이 제공하거나 회원이 작성하는 등의 방법으로 서비스에 게재된 정보, 자료, 사실의 신뢰도, 정확성 등에 대해서는 보증을 하지 않으며 이로 인해 발생한 회원의 손해에 대하여는 책임을 부담하지 않습니다. 회사는 회원이 서비스를 이용하여 기대하는 수익을 얻지 못하거나 상실한 것에 대하여 책임을 지지 않고 회원 상호간 및 회원과 제3자 상호간에 서비스를 매개로 발생²¹⁾한 분쟁에 대해 개입할 의무가 없으며, 이로 인한 손해를 배상할 책임도 부담하지 않습니다. <p>제13조 회사의 법적 책임</p> <ol style="list-style-type: none"> 회사는 회원과 파트너병원 및 닥터를 중개하는 역할을 할 뿐 의료광고 및 온라인 상담의 주체가 아니며, 각 의료광고 및 온라인 상담의 주체는 해당 파트너병원 및 닥터입니다. 의료 광고 및 온라인 상담에 대한 법적인 의무 및 책임은 각 의료광고 주체에 있습니다.

4. 취소 및 환불 불이행

O2O플랫폼서비스에서 빈번히 발생하는 문제 중 취소 및 환불에 대한 절차와 범위에 대한 소비자와 플랫폼서비스 운영자 및 참여사업자간의 이해상충문제가 있다. 대부분은 취소 및 환불 규정에 대한 고지가 플랫폼 운영자에게 유리하게 되어 있다. 때문에 간혹 취소 및 환불에 대한 규정을 삭제하거나 플랫폼 운영자의 자율적 기준에 의해 피해를 입은 소비자가 대응을 할 수 없도록 한다는 점에서 문제가 발생된다. 한편 소비자로 하여금 불합리한 경우가 대부분이다. 하지만 이러한 경우는 약관규제법 제 7조에 따라 불공정한 거래로 해석할 수 있다.

21) 「조달청 해외조달시장 진출지원시스템 이용약관」, 조달청고시(제2015-34호), 2015년 12월 1일 시행.

IV. 헬스케어 O2O서비스 소비자 보호방안

1. O2O서비스 참여자 역할과 책임

(1) O2O 플랫폼 운영자의 지위와 책임

헬스케어 O2O서비스 플랫폼 사업자는 기존 온라인 전자상거래와는 달리 서비스참여자와 서비스 이용자가 최종 대면접촉을 통해 서비스가 진행되며, 진료행위로 연결되는 만큼 의료서비스 이용자의 안전 및 서비스 보장에 대한 이슈가 제기될 가능성이 크다.

헬스케어 O2O서비스 영역에서의 사업자와 소비자 간 발생하는 대부분의 분쟁은 기존 전자상거래 거래 시 발생하는 유형과 유사한 면이 있다. 잘못된 정보표기 및 허위사실, 의료법 위반한 과장광고, 부당한 약관 적용, 광고표시 의무 위반, 계약의 일방적 해지 및 불이행, 의료기관 서비스 품질 및 사후관리 피해, 부당행위 및 거래 등과 같은 오프라인 영역에서의 분쟁이 O2O영역에서도 빈번히 발생한다.

하지만 오프라인 영역에서의 분쟁발생이 O2O영역과 그 가장 차이가 있는 부분은 서비스 플랫폼 운영자의 역할이 거래에서 가장 중요한 부분은 차지하고 있다는 점이다.

즉 소비자와 의료기관이 최종 진료를 받기 이전까지 의료기관에 대한 소개 및 의료상품에 대한 홍보 및 광고, 중개(진료예약 및 정보제공)에 이르기까지 플랫폼 사업운영자의 역할이라고 할 수 있다.

(2) O2O서비스 참여자의 지위와 책임

한편, 전자상거래소비자 보호법에 따르면 통신판매를 통해 계약이 성사되면 해당 당사자 뿐만 아니라 플랫폼 운영자에 대한 규정을 따로 두고 있다. 그 예로 전자결제업, 배송사업자, 호스팅 사업자 등이 이에 해당된다.

통신판매업자와 계약이 체결된 소비자는 각종 개인정보를 제공하거나 열람될 수 있도록 해야 하며,²²⁾ 분쟁이 발생할 경우 분쟁해결을 위한 협조의무가 부과된다.²³⁾

이때, 소비자의 정보보안에 필요한 조치 및 의무사항과 관련하여 구체적인 사항은 명시

22) 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 제8조(전자적 대금지급의 신뢰 확보), 사업자와 전자결제업자 등은 전자적 대금지급이 이루어지는 경우 소비자의 청약의사가 진정한 의사 표시에 의한 것인지를 확인하기 위하여 다음 각 호의 사항에 대하여 명확히 고지하고, 고지한 사항에 대한 소비자의 확인절차를 대통령령으로 정하는 바에 따라 마련하여야 한다.

23) 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 제8조(전자적 대금지급의 신뢰 확보), ⑤ 사업자와 소비자 사이에 전자적 대금지급과 관련하여 다툼이 있는 경우 전자결제업자 등은 대금지급 관련 정보의 열람을 허용하는 등 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 분쟁의 해결에 협조하여야 한다.

되어 있지 않다. 때문에 문제발생시 면책범위에 대해서도 명확하지 않으며, 거래시 발생된 분쟁과 관련하여 이해관계자 간의 역할과 책임이 정확하고 명확하게 규정되어야 할 필요가 있다.

(3) O2O서비스 참여 의료기관의 지위와 책임

비대면 진료 및 4차산업혁명관련 기술의 발전은 향후 헬스케어의 새로운 변화를 가져오게 될 것이다. 그리고 이에 대응하는 보건의료정책이 바람직한 방향으로 실현되기 위해서는 의료기관의 환경적 변화가 반드시 필요하다.

① 내부적 환경변화

미래의 비대면 의료시장에 대한 특징을 이해하고 디지털 헬스케어에 대한 인식 및 의료절차에 대한 변화가 필요하다. 무엇보다 빠른 속도로 진화해 가는 디지털 헬스케어 시대를 맞이하기 위해서는 의료기관이 능동적 참여가 필요하다. O2O의료서비스와 같은 소비자의 요구가 활발해지는 현실을 인식하여 이 과정에서 발생하는 진료서비스의 품질문제 개선을 위한 장치를 마련해야 한다.

② 외부적 변화

현재 보건의료분야의 정책결정에 있어 대부분 의료관계자와의 논의보다 정부의 정책을 주도로 진행되고 있는 상황 속에서, 디지털 헬스케어 관련 정책의 수립 및 실행을 위한 세부 논의 주제는 주체 당사자 간의 충분한 검토와 사회적 합의를 통한 합리적 방향이 매우 중요하다.

2. 거래 환경변화와 법.제도적 장치의 변화

(1) 보안환경 구축

헬스케어 분야에서 거래시 발생하는 모든 정보는 그 규모가 매우 방대하며, 개인정보 중 가장 민감한 영역의 정보가 포함되어 있어 보안에 대한 확보가 매우 중요하다. 최근 국내에서도 데이터 3법의 통과로 의무기록 데이터를 활용한 연구 및 비즈니스가 활성화 될 것을 대비해 헬스케어 데이터에 대한 보안 및 정보유출방지에 대해 다양한 기술적 요구사항이 발생되고 있다.

(2) 검증된 정보전달을 위한 제도 구축

현재 헬스케어 O2O 서비스를 이용한 진료행위로의 연결 과정에서 O2O 서비스의 역할

은 의료영역을 대체하는 것이 아닌 의료서비스 행위 이전의 방문결정을 위한 정보제공의 역할자로서 기여하고 있다. 하지만 잘못된 정보전달로 진료예약이 이루어질 경우 소비자는 방문목적의 상이함으로 또 다른 정보파악에 대한 소비를 해야 하며, 자칫 잘못된 시술 예약으로 예기치 못한 문제가 발생할 수 있다.²⁴⁾

(3) 의료법 개선 및 진료보증제도 활용

최근 치과 O2O플랫폼을 통해 치과진료를 예약한 소비자가 진료를 받지 못하고 선납한 진료비도 환불받지 못하는 사건이 있었다. 하루에 진료 가능한 환자의 수를 확인하지 않고 과도한 할인 및 과장된 정보로 진료이벤트에 참가한 소비자들이 진료예약 및 선납이 진행되면서 발생한 사건이다. 치아교정의 경우 단기치료가 아닌 장기적 치료로 반드시 의료진 상담을 통한 진료예약 및 결제가 이루어 져야 하지만, 이벤트에 적용된 할인을 받기 위한 조건으로 선납이 제시되면서 그 피해의 규모가 더 커진 사건이다.

해당 치과는 진료이행 불가능으로 폐업을 진행하고 교정치료를 받던 소비자는 그대로 치료가 중단된 상태라 문제는 더욱 심각한 상태이다.

이에 2018년 의료법 일부개정법률안 발의 내용에 따르면 의료기관의 휴·폐업 시 선납한 진료비 반환에 대한 내용이 언급되어 있으나, 보건복지위원회는 현행법령에 진료비 정산 및 반환에 대한 사항이 규정²⁵⁾되어 있어 진료비 반환에 대한 의무사항 적용은 적절하지 않다는 의견이다. 따라서 이러한 경우를 대비해 진료보증제도²⁶⁾를 통한 피해자의 구제 방안이 마련되어야 하고 O2O플랫폼 사업자는 이 사실을 확인 및 공지해야 할 것이다.

(4) O2O플랫폼 소비자 보호를 위한 제도 신설

O2O 헬스케어 서비스 시대에는 전통적인 진료의 영역과 전자상거래의 영역에 대한 경계가 매우 모호하다. 예컨대 O2O를 통한 진료정보의 습득이나 예약 등이 향후 의료기관 방문 및 진료항목의 결정과 진료이후의 처방과정에서 나타난 문제가 연결되어 있을 경우 그 책임의 소재가 불분명하며, 다양한 분쟁의 영역에서 이를 해결하는데 어려움이 있다.

한편, 전자상거래법에서는 소비자와 판매자 간의 분쟁발생시²⁷⁾ 통신판매중개업자에 대

24) 하경대, “디지털 헬스 성공 조건, 의사-환자 관계 책임소재, 보안성이 핵심”, 「메디게이트뉴스」, 2020. 5. 13., 접속일 : 2020. 9. 1, <http://www.medigatenews.com/news/2195361214>

25) 의료법 시행규칙 제30조의3(폐업·휴업 시 조치사항)에 따르면, 의료업을 폐업·휴업할 때는 신고예정일 14일 전까지 환자 및 환자 보호자가 쉽게 볼 수 있는 곳에 ▲폐업·휴업 개시 예정일자 ▲진료기록부 등의 이관·보관 또는 사본 발급 ▲진료비 등의 정산 및 반환 ▲입원 중인 환자의 다른 의료기관으로의 전원(轉院) ▲환자의 권익 보호를 위해 보건복지부장관이 필요하다고 인정해 고시하는 사항 등을 게시해야한다.

26) 치과진료를 이후, 관리를 잘 해주었음에도 불구하고 문제가 발생하여 다시 치료를 받아야 할 경우 재치료비용 중 비급여 항목에 해당되는 진료비를 지원하는 제도로 치과 자체적으로 실시 중이다.

27) 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제9조의2(전자계시관서비스 제공자의 책임) ① 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조 제1항 제9호의 게시관을 운영하는 같은 항 제3호의 정보통신서비스 제공자(이하 “전자계시관서비스 제공자”라 한다)는 해당 게시관을 이용하여 통신판매 또는 통신판매

한 분쟁해결 의무사항²⁸⁾을 제시하고 있다. 내용에 따르면 플랫폼운영자는 온라인에서 이루어지는 거래진행시 발생하는 소비자의 불만이나 분쟁발생에 대한 해결을 위해 원인규명 및 소비자 피해를 파악하는데 필요한 조치이행을 신속하게 진행해야 한다.

하지만 헬스케어 O2O서비스의 경우 분쟁발생시 해결에 대한 절차는 반영되어 있지 않으며, 오히려 플랫폼 운영자의 면책조항을 통해 책임을 회피하고 있다. 물론 관련 규정 및 약관이 존재하지 않는다고 해서 분쟁발생에 대한 회피나 미준수가 정당화 될 수 없지만 소비자가 이 내용을 명확하게 확인되고 분쟁발생시 관련된 기구에 대한 정보를 확인할 수 있도록 서비스 약관에 명시하도록 해야 할 것이다.

이밖에도 다양한 O2O플랫폼 사업자가 새롭게 등장하는 현실을 고려하여 소비자 분쟁에 대한 파악을 확인할 수 있도록 민원접수 및 분쟁해결을 위한 제도구축 방안이 필요하다.

V. 결론

헬스케어 분야에서의 O2O는 최근 COVID-19(코로나바이러스감염증-19)가 확산되면서

-
- 중개가 이루어지는 경우 이로 인한 소비자피해가 발생하지 아니하도록 다음 각 호의 사항을 이행하여야 한다.
1. 게시판을 이용하여 통신판매 또는 통신판매중개를 업으로 하는 자(이하 "게시판 이용 통신판매업자등"이라 한다)가 이 법에 따른 의무를 준수하도록 안내하고 권고할 것
 2. 게시판 이용 통신판매업자등과 소비자 사이에 이 법과 관련하여 분쟁이 발생한 경우 소비자의 요청에 따라 제33조에 따른 소비자피해 분쟁조정기구에 소비자의 피해구제신청을 대행하는 장치를 마련하고 대통령령으로 정하는 바에 따라 운영할 것
 3. 그 밖에 소비자피해를 방지하기 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항
- ② 전자게시판서비스 제공자는 게시판 이용 통신판매업자등에 대하여 제13조제1항제1호 및 제2호의 신원정보를 확인하기 위한 조치를 취하여야 한다.
- ③ 전자게시판서비스 제공자는 게시판 이용 통신판매업자등과 소비자 사이에 분쟁이 발생하는 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자의 요청에 따라 제2항에 따른 신원 확인 조치를 통하여 얻은 게시판 이용 통신판매업자등의 신원정보를 제공하여 그 분쟁의 해결에 협조하여야 한다.
1. 제33조에 따른 소비자피해 분쟁조정기구
 2. 공정거래위원회
 3. 시·도지사 또는 시장·군수·구청장
- 28) 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 제20조(통신판매중개자의 의무와 책임) ① 통신판매중개를 하는 자(이하 "통신판매중개자"라 한다)는 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법으로 미리 고지하여야 한다. <개정 2016. 3. 29.>
- 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 정하는 사항을 확인하여 거래의 당사자들에게 상대방에 관한 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 한다. <개정 2016. 3. 29.>
- ③ 통신판매중개자는 사이버몰 등을 이용함으로써 발생하는 불만이나 분쟁의 해결을 위하여 그 원인 및 피해의 파악 등 필요한 조치를 신속히 시행하여야 한다. 이 경우 필요한 조치의 구체적인 내용과 방법 등은 대통령령으로 정한다.

자연스럽게 비대면 의료시장이 주목받게 되었고 헬스케어 O2O서비스 또한 자리를 잡기 시작하였다. 인구형태 및 구조의 변화에 따른 의료비 지출증가와 스마트 기기 대중화에 따른 ICT기기의 증가와 같은 사회적 현상은 의료서비스를 이용하고자 하는 환자 및 소비자들로 하여금 디지털 헬스케어에 대한 필요성을 촉진시키는 계기가 되었다.

특히 고령화 및 유병장수와 같은 인구구조의 변화는 정기적인 의료비 지출을 통한 예방의학 습관에 대한 관심을 높여주었으며, 더 나아가 일상생활 속에서 개인건강데이터를 수집하고 모니터링 하는 것에 주목하기 시작하였다.

의료법상 완전한 비대면 진료행위는 금지되어 있지만, O2O형태의 비대면 서비스는 2017년 이후 의료법 개정을 통해 실시되고 있다. 헬스케어 O2O서비스를 제공하는 어플리케이션 형태의 강남언니, 굿닥, 똑닥, OK검진과 같은 다양한 플랫폼이 디지털헬스케어 서비스를 제공하고 있다. 헬스케어 분야의 O2O서비스는 본격적으로 시작된지 불과 3년 정도밖에 되지 않았으며, 그 과정에서 기존 O2O소비재와는 달리 진료행위라는 제한으로 분쟁의 규모와 범위가 더욱 복잡하다.

본 연구에서는 헬스케어 O2O서비스의 분쟁유형을 살펴보고 해결을 위한 대응방안으로 O2O서비스 플랫폼 운영사업자와 의료기관 간의 역할과 책임을 재정립하였고, 거래 환경 변화에 따른 법.제도적 장치에 대한 변화를 제안하였다.

헬스케어 O2O서비스와 관련된 소비자 분쟁 유형을 불충분한 정보문제, 의료서비스 이행과정에서의 문제, 플랫폼 운영자의 면책조항의 문제, 취소 및 환불 불이행 문제로 살펴 보았다.

헬스케어 분야에서 거래시 발생하는 모든 정보는 그 규모가 매우 방대하며, 개인정보 중 가장 민감한 영영의 정보가 포함되어 있어 보안에 대한 확보에 대한 중요성을 강조하였으며, 의료기관 방문이전 O2O영역에서 시작되는 영역도 의료기관 방문결정을 위한 진료행위 이전의 역할자로서 검증된 정보전달을 위한 제도 구축방안을 제기 하였다.

한편, 헬스케어 O2O서비스를 통한 소비자의 의료서비스의 기대를 충족시키지 못하고 금전적 피해로까지 연결되는 분쟁을 방지하기 위해 의료법 개선 및 진료보증제도를 활용하는 방안도 제시하였다.

소비자가 원하는 정보를 언제든지 원하는 장소에서 상품 및 서비스를 경험할 수 있다는 점에서 그 규모와 성장은 더욱 빠르게 증대될 것이다. 하지만 서비스를 이용하는 소비자는 비대면을 통한 상품제공 사업자와의 1차 만남이 일어 지기 때문에 연계역할자인 플랫폼 중개업자에 대한 역할이 더욱 중요해질 것이다. 한편 서비스 제공 사업자는 잘못된 정보제공으로 소비자를 유인하거나 과장광고를 통해 소비자를 현혹하는 부작용이 나타날 수 있다. 이로 인한 비대면 서비스의 상대적 신뢰도 하락으로 인한 잠재적 시장의 성장을 저해하는 것을 방지하기 위해 제도적 장치가 필요하며, 안정적 운영 이전까지 소비자를

보호할 수 있는 장치가 필요할 것이다.

그리고 O2O서비스 시장은 유통, 외식 등을 넘어 의료시장까지 산업 전반으로 확대될 전망이다. 그러나 세부 시장에 대한 정확한 통계를 확인하기 어려운 상황이기 때문에 세부시장별로 다양한 분쟁 및 소비자 보호방안이 요구될 것이며, 향후 종합적인 선도적 해결방안이 중요할 것으로 보인다.

참고문헌

- 강민영 외 2명(2018), “스마트 헬스케어의 재와 미래”, 삼정 KPMG 경제 연구원, pp.3-10.
- 곽진현(2017), “헬스케어와 4차산업혁명”, 유진투자증권, pp.4-42
- 김성룡, 정재승(2014), 전자상거래 분쟁해결을 위한 한국과 중국의ODR제도 비교 및 온라인 중재 사례 연구, *한국중재학회, 중재연구*, 제24권 제4호
- 김수범(2015), “디지털헬스케어 융합산업 동향”, 한국보건산업진흥원, pp.1-8
- 김현중(2014), “4P심의 헬스케어 변화와 ICT융합”, digieco, pp.2-4
- 리오이통 외 2명(2018), “O2O가 적용된 스마트 헬스케어 서비스_심천의 헬스케어 회사를 중심으로”, *한국디자인문화학회지 제24권 제2호*, pp. 231-239
- 문초혜(2020), “포스트 코로나 시대”, 바이오헬스 新트렌드, KDB미래전략연구소 산업기술 리서치센터, pp44-62
- 박정우(2016), “인공지능 헬스케어: 새로운 고부가 서비스 창출 기대”, KISTI, pp.1-6, 2016.
- 안수현(2017), “온라인.오프라인 융복합서비스시장(O2O)에서의 소비자이슈와 보호방안”, *한국의국어대학교 법학연구소, 외법논집*, 제41권 제2호, 81-116.
- 의료법 시행규칙 제30조의3(폐업·휴업 시 조치사항)
- 이민화(2016), “디지털 헬스케어의 미래”, 한국보건산업진흥원, pp.1-6, 2016.
- 이재학, 박철희(2020), “인터넷 쇼핑몰 불만족 요인이 불평행동과 중재제도 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *중재연구*, 제30권 제2호, pp.145-164.
- 이종원(2015), “스마트 헬스케어산업군 분석 및 통계조사”, 한국u헬스협회, 산업통상자원부.
- 심상렬(2007), “디지털상품의 국제거래 유형과 분쟁 해결방안”. *중재연구*, 제17권 제3호, pp.145-167.
- 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 제8조(전자적 대금지급의 신뢰 확보)
- 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제9조의2(전자게시판서비스 제공자의 책임)
- 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 제20조(통신판매중개자의 의무와 책임)
- 정성원(2016), “Healthcare에서 빅데이터의 활용”, *대한간학회*, pp.18-26
- 정영훈, 이금노(2016), “O2O서비스에서의 소비자문제와 개선방안 연구”, *한국소비자원*, 정책연구, 16-20.
- 조달청 해외조달시장 진출지원시스템 이용약관, 조달청고시(제2015-34호), 2015년 12월 1일 시행.

- 최진영(2011), “헬스케어 3.0: ‘건강수명’ 시의 도래”, 삼성경제연구소, pp.1-3
- 최재혁(2017), “4차 산업혁명 시대, 헬스케어 산업과 ICT기술”, 텔코경영연구원, pp.75-80
- 하경대, “디지털 헬스 성공 조건, 의사-환자 관계 책임소재, 보안성이 핵심”, 『메디게이트뉴스』, 2020. 5. 13., 접속일 : 2020. 9. 1, <http://www.medigatenews.com/news/2195361214>
- 한국정보화진흥원(2015), 한국투자증권, KT경제경영연구소 자료 재가공: 산업통상자원부. [보도자료] 스마트 헬스케어 활성화와 바이오 분야 산업엔진 프로젝트 발표 - 바이오산업 간담회 및 2015년 신년인사회 개최 붙임1(p.1)
- Deloitte(2015), “Connected health”, *Deloitte Centre for Health Solutions*, pp.3-34.
- Peter Groves 외 3명(2013), “The ‘Big Data’ Revolution in Healthcare”, McKinsey & Company, pp.1-22, 2013
- S R Frank(2000), Digital Health Care—The Convergence of Health Care and the Internet, *The Journal of ambulatory care management* 23(2):8-17
- Standing M, Hampson E.(2015) Digital health in the UK: an industry study for the office of life sciences. *Monitor Deloitte*. Figure 2.

ABSTRACT

A Study on the Consumer Disputes and Protection Measures of the Digital Healthcare Market and O2O Service

Byeon, Seung Hyeok

The O2O services in the healthcare sector have only been in full swing for about three years, and unlike existing O2O consumer goods, the scale and scope of the dispute are more complicated due to restrictions on medical treatment. In this study, O2O service platform operators and medical institutions' roles and responsibilities were redefined as a countermeasure for resolving disputes in healthcare O2O services and the laws for changing the transaction environment. A change in institutional mechanisms was proposed.

This study looked at the types of consumer disputes related to healthcare O2O services as insufficient information problems, problems in the course of medical service implementation, problems with immunity provisions for platform operators, cancellations, and non-compliance with refunds.

All the information generated during transactions in the healthcare sector was extensive in scale and included the most sensitive information among personal information, stressing the importance of ensuring security. The area that started in the O2O range before the medical institution visit also proposed a plan to establish a system for the delivery of proven information as a pre-medical person.

The scale and growth will grow faster, given that consumers can experience the information they want anytime, anywhere they want. However, the platform broker's role, a link player, will become more important because consumers who use the service will have their first meeting with non-face-to-face product providers. On the other hand, service providers may have side effects of misleading consumers by providing false information or misleading consumers through exaggerated advertisements.

The O2O service market is expected to expand beyond distribution and dining out to the entire industry. However, since it is challenging to check accurate statistics on the detailed market, various disputes and consumer protection measures will be required for each detailed market, and comprehensive leading solutions will be essential in the future.

Key Words : digital healthcare, non-face-to-face, O2O services, consumer disputes