仲裁硏究, 第 33 卷 第 4 號
2023년 12월 1일 발행, pp. 69~87
http://dx.doi.org/10.16998/jas.2023.33.4.69

논문접수일 2023. 11. 02.
심사수정일 2023. 11. 20.
게재확정일 2023. 12. 01.

국제 전자상거래 변화에 따른 중재활용방안*

A Study on the Utilization of Arbitration in the Change of International E-commerce

김은빈**
Eun-Bin Kim
하충룡***
Choong-Lyong Ha

〈목 차〉

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 이론적 배경
Ⅲ. 미국 중재 판정 사례 동향
Ⅳ. 결 론
참고문헌
Abstract

주제어 : 전자상거래, 소비자 주도시장, 소비자중재, 중재가능성

* 이 논문은 부산대학교 기본연구지원사업(2년)에 의하여 연구되었음.
** 주저자, 부산대학교 무역학부 시간강사, ebi8956@naver.com
*** 교신저자, 부산대학교 무역학부 교수, 미국 뉴욕주 변호사, choongha@pusan.ac.kr

Ⅰ. 서 론

무역 거래 절차의 간소화와 무역서류의 표준화를 통한 국제 무역 거래의 원활화를 위하여 기존의 종이 문서 중심의 무역 거래에서 전자문서교환(EDI)을 비롯한 인터넷(Internet) 등을 활용한 무역 거래의 전자화가 이루어져 왔다. 특히 우리나라는 1990년대 이후 인터넷의 활용이 보편화되면서 인터넷을 기반으로 한 홈페이지를 통해 마케팅 활동이 시작되었으며, 이는 무역 거래 전반에 걸쳐 무역업무를 지원하고 구축함으로써 전자상거래를 위한 기틀을 마련하였다.[1)]

통계청(2022)에 따르면, 2022년 연간 전자상거래의 거래액은 206조 4,916억 원으로 전년(192조 원)보다 10.4% 증가를 나타내고 있다. 이 중 모바일 쇼핑 거래액은 153조 6,776억 원을 기록해 전년 대비 13.4%를 증가하며 역대 최대치를 기록한 것으로 나타났다. 그리고 소비자가 직접 온라인을 통한 해외 직접 구매액은 5조 3,240억 원으로 전년 대비 4.1% 증가했다. 상품 군별로는 패션 관련 상품(8.6%) 음·식료품(7.4%) 직구가 늘었다. 국가별로는 일본(29.8%), 아세안(28.3%), 중남미(16.2%), 중국(11.2%) 순으로 증가 추이를 보였다. 통계청 자료에 따른 해외 직접거래인 소비자 중심의 B2C 전자상거래가 확산하고 있음에도 불구하고 관련된 소비자 불만이나 피해가 증가하고 있지만 소비자의 피해구제 및 분쟁 해결이 어려움이 있는 것으로 보인다.

선행연구에 따르면 김철호(2016)는 국경 간 전자상거래는 국내외 소비자와 해외 및 국내 판매자 간의 직접적인 거래가 이루어지는 상거래로 전자무역과 달리 중간 유통업자의 개입 없이 거래가 이루어지는 것이라고 정의를 내리며 국경 간 전자상거래 중에서도 B2C 거래의 확산이 매우 빠르게 이루어지고 있음을 제시하였고[2)] 홍성의(2020)의 연구에서는 B2C 국경 간 전자상거래 현황과 COVID-19로 인한 국경 간 전자상거래의 변화 모습을 분석한 후 한국의 국경 간 B2C 전자상거래의 가장 큰 위험 요소를 도출하고 이를 회피하기 위한 시장 다변화에 대한 시사점을 제시하였다.[3)]

또한 소비자 분쟁 해결과 관련된 연구도 다수 존재하였으며 소비자와 관련한 분쟁 해결 방안에 중재의 도입에 관한 연구도 꾸준히 제기되고 있다. 이병준(2008)의 연구에서는 소비자 법 내에서 집단분쟁 조정제도의 역할과 과제를 중심으로 살펴보았고[4)] 김도년

1) 권진택·김철호, "전자무역 활성화를 위한 소셜 미디어 활용에 관한 연구", 「무역통상학회지」, 제12권 제4호, 한국무역통상학회, 2012, p.110.
2) 김철호, "B2C 국경간 전자상거래의 주요 쟁점에 관한 연구", 「무역통상학회」, 제16권 제2호, 한국무역통상학회, 2016, pp.307-326.
3) 홍선의, "한국의 B2C 국경 간 전자상거래와 시장 다변화에 대한 시사점", 「무역연구」, 제16권 제5호, 한국무역연구원, 2020, p.407-422.

(2021)는 소비자분쟁 중에서 자동차 결함 관련에 중점을 두고 분쟁 해결 과정에서 비공개 합의의 유효성을 검토하였으며[5] 임종천·김재영(2021)은 품목별 소비자분쟁해결기준의 연혁 분석 및 관련 법제 현황 등을 검토를 통해 품목별 소비자분쟁해결기준의 효율적 운영을 모색하는 데 목적을 두었다.[6] 그리고 소비와 관련된 분쟁 중 중재 도입에 관한 선행연구로는 전상민(2021) 연구에서는 소비자가 다양한 유형의 재판 외 분쟁 해결 제도를 하나의 시스템으로 쉽고 편리하게 이용하고 효과적으로 분쟁을 해결할 수 있는 온라인 소비자분쟁 해결플랫폼 운영안을 제안하였고[7] 고형석(2019)은 소비자분쟁에 대한 소송외적분쟁해결제도로서 중재제도의 도입에 대한 필요성을 검토하였으며[8] 김도년·이동하(2018)는 소비자분쟁 해결 수단으로서 중재제도가 형성되기 위해서 어떠한 요소들을 고려해야 하는지를 파악하는데 의의가 있고 국내 소비자 피해구제를 해결 수단으로서의 소비자 중재제도에 대해 살펴보았다.[9]

특히, 미국 내에서 소비자 중재를 살펴보는 연구들도 존재한다. 정영수(2023)의 연구에서는 우리나라의 중재법과 집단중재에 관한 명시적인 규정이 없는 상황에서 집단중재에 관한 명시적인 규정이 없던 시기의 미국 연방대법원의 견해 대립을 검토함으로써 집단중재의 허용 여부를 고찰하였다.[10] 박은옥(2018)은 부합계약 내에 포함된 소비자 중재합의의 유·무효 성을 판단하는 기준이 되는 요소들을 중재 선진국인 미국의 판례를 바탕으로 살펴보고 우리나라 중재법의 소비자 중재와 관련된 특칙 등을 제정함에 도움이 되고자 하였다.[11] 하충룡(2012)의 연구에서는 소비자 보호 법리와 관련한 법리로서 중재조항의 부합계약성에 관하여 미국판례와 여타문헌을 통하여 살펴보고 중재조항의 부합계약성으로 인한 중재합의의 무효가능성에 대한 미국법원의 태도를 살펴보았다.[12]

요즘은 직접 해외 구매 등을 통하여 국제적으로 활동 영역을 확대해 나가고 있다. 이에 따라 예전에는 없었던 복잡하고 새로운 형태의 소비자 관련 분쟁이 발생하므로 그에 따른 해결 방안이 필요하게 된다. 특히, 중재제도는 소송에 대처하는 대안적 분쟁 해결 방법으

---

4) 이병준,“소비자법 내에서의 소비자기본법상 집단분쟁조정제도의 역할과 과제”, 「중재연구」, 제18권 제3호, 한국중재학회, 2008, pp.139-163.
5) 김도년, “자동차 결함으로 인한 소비자 분쟁과 포괄적 비공개 합의의 불공정성 검토”, 「재산법연구」, 제37권 제4호, 한국재산법학회, 2021, pp.77-101
6) 임종천·김재영, “품목별 소비자분쟁해결기준 관련 법제현황 연구”, 「정책연구」, 제21권 10호, 한국소비자원, 2021, pp.1-319.
7) 전상민, “소비자친화적 온라인 소비자분행해결 플랫폼에 관한 연구”, 「소비자정책교육연구」, 제17권 제2호, 한국소비자정책교육학회, 2021, pp.29-60.
8) 고형석, ″소비자중재의 도입과 활성화에 관한 연구“, 「유통법연구」, 제6권 제2호, 한국유통법학회, 2019, pp.299-340.
9) 김도년·이동하, “소비자피해구제제도로서 소비자중재에 관한 연구”, 「중재연구」, 제28권 제2호, 한국중재학회, 2018, pp.67-89.
10) 정영수, “집단중재의 성질에 관한 고찰”, 「비교사법」, 제30권 제2호, 한국비교사법학회, 2023, pp.57-83.
11) 박은옥, “소비자 중재합의의 유효성-미국판례를 중심으로”, 「무역상무학회」, 제77권, 한국무역상무학회, 2018, pp.43-67.
12) 하충룡, “소비자 중재합의의 부합계약성에 관한 검토 - 미국법을 중심으로-”, 「중재연구」, 제22권 제3호, 한국중재학회, 2012, pp.47-69.

로 인식되고 있다. 이에 소비자분쟁은 중재를 통하여 해결하려는 움직임이 나타나고 있다. 그러나 한국 중재법은 소비자와 관련하여서는 별도의 규정을 두고 있지 않다.[13]

사적 분쟁 해결 수단으로서의 중재는 신속하고 저렴하며 효율적인 분쟁 해결 수단으로서 알려져 왔다. 대안적 분쟁 해결 방법 가운데 중재는 현대 미국법률체계에서 중요한 부분으로 일상생활에서도 쉽게 접할 수 있다. 미국의 경우 연방국으로 각 주는 개별 주법이 있으며, 주간 통상이 이루어지는 경우, 당사자의 주법이 상충할 수 있다. 이런 상황에서 중재판정부가 법원보다 더 중립적이라면, 당사자들은 당연히 중재판정을 선호하게 될 것이다. 상이한 국가에서 발생하는 소비자와 기업 간 분쟁 해결 또한 개별국가의 법이 충돌하게 된다. 이에 미국에서 상충하는 주법을 어떻게 해결하고 있는지를 살펴보는 것이 국제적인 소비자 중재의 흐름을 파악하는 데 유용할 것이다.[14]

본 연구에서는 선행연구에 따라 기존의 전자상거래 시장에서 소비자 주도의 전자상거래 시장으로 변화하면서 소비자가 상거래의 주체로 중요해지고 있음을 인지하고 국제 전자상거래의 분쟁에서 소비자 피해구제 방안으로 소비자 중재의 활용을 제시한다. 한국의 경우 소비자 중재에 관한 별도의 규정을 두고 있지 않으므로 소비자 중재가 가장 활발한 미국 중재판정을 분석하여 한국에서도 소비자 분쟁에 있어 구제 수단으로 중재가 활발해질 수 있도록 미국의 중재 판정을 통해 살펴보고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 전자상거래

(1)전자상거래의 진화

4차 산업혁명에 따라 인터넷이 발달하면서 전자상거래는 국제상거래의 요소이며, 국제물품거래를 촉진한다. 통신공학의 발전으로 인해 전자상거래의 견고한 기반을 마련했으며 정보보안의 발달로 인해 전자상거래가 안전하게 진행되었다. 전자상거래에 관한 법적 보장에 대해서는 국제물품 매매협약 등에 의해서 보호된다.

전자상거래의 첫 번째 단계는 EDI(Electronic Data Interchange) 기반의 전자 상거래로 시작되었다. EDI는 컴퓨터에서 다른 컴퓨터로 비즈니스 문서를 전송하는 이동방법으로 종

13) 한나희·하충룡·강예림,“소비자중재조항과 진단중재에 관한 미국법원의 판결동향”, 「중재연구」, 제28권 제2호, 한국중재학회, 2018, p.92.
14) 한나희·하충룡·강예림, 상게논문, p.92.

이사용을 대폭 줄여주기 때문에 이를 “종이 없는 거래”라고 불리게 되었다. 본 방식은 문서를 작성하고 처리하는 데 드는 강도, 실수 및 비용을 대폭 줄이고 다른 한편으로는 효율성을 크게 향상하는 이점을 가지며 국제 비즈니스의 개발 속도가 빨라졌다. 하지만 업무특성에 따라 서로 다른 형식을 채택하여 문서를 전공할 때 EDI의 형식을 변환해야 하므로 이러한 번거로움으로 인해 두 번째 단계로 발전하게 되었다.

20세기 90년대 중 후반에는 인터넷의 급속한 대중화로 인해 정보공유에서 대중매체로 자리 잡게 되었다. 1991년 이후 전자상거래가 인터넷에서 큰 성공을 거두게 되면서 인터넷의 급속한 발전을 촉진하게 되었다. 인터넷 기반의 전자 상거래가 매력적인 이유는 EDI 기반의 전자 상거래에 비해 몇 가지의 분명한 이점을 가지고 있기 때문이다. 그 이점으로 첫째, 인터넷 비용이 VAN의 1/10 이하로 저렴하며 둘째, 인터넷이 전 세계적으로 확산되어 거래당사자에게 정보와 문서를 편리하게 보낼 수 있다. 셋째, 기능이 완전하여 다양한 거래당사자가 전자상거래 정보 발행, 온라인 협상 등 다양한 수준의 목표를 수행하는데 도움을 줄 수 있다. 넷째, 인터넷을 기반으로 한 전자상거래는 특별한 데이터의 교환에만 국한되지 않으므로 변환 작업 없이 누구나 사용가능하다.

인터넷을 기반으로 한 전자상거래는 초반에는 주로 이메일을 통해 ‘비즈니스 서신’을 주고받은 다음 인터넷을 통해 정보를 공개했다. 1995년 이후 기업들은 정보 공개를 위해 점차 인터넷을 활용하였다. 따라서 소비자들은 인터넷을 통해 기업의 정보, 물품, 서비스에 직접 접근할 수 있게 되었고 전 세계적으로 전자 상거래의 급증을 가져왔다.

2000년대 초부터 전자상거래에서 더 높은 개념의 전자상거래로 발전했으며 전자상거래는 정보기술(IT)과 상거래의 결합으로 인식되고 있다. 전자정보기술은 국제 상거래 외에도 의료, 교육, 군사, 행정 등 다양한 분야에서 응용될 수 있으며 E-개념을 형성한다. E-개념을 적용하여 E-B, E-C, E-G 등 다양한 전자상거래의 패턴이 탄생하였고 전자정보기술의 발전과 사회요구의 증가로 인해 더 많은 E-개념이 등장하고 진정한 E-시대가 시작되게 되었다.[15)]

2020년대에 들어와서 빅데이터, AI, 사물인터넷(IoT: Internet of Things), 블록체인, 메타버스 관련 기술들의 비즈니스 활용에 따라 소비자가치 지향 맞춤형 디지털상거래로 전환되고 있다. 따라서 이러한 최신 디지털 기술의 지속 적으로 발전은 디지털 상거래 관련 새로운 비즈니스의 창출과 기존의 비즈니스 모델에 대한 지속적인 수정과 발전을 가능하게 할 것이다. 전자상거래는 지속적해서 발전해 오면서 가장 최근 출현한 블록체인과 메타버스 기술은 전자상거래를 한 차원 높이도록 하는 디지털상거래의 개념을 바꾸게 하는 시도가 등장하였다. 디지털상거래(Digital Commerce)는 인터넷과 디지털 기술의 역할이 각종 거래에서 차지하는 중요성이 높아지는 여건을 반영하여 기존의 전자상거래를 대체 또

15) Zheng Qin, "Introduction to E-commerce", Springe, 2010, pp.4-7.

는 포괄하는 용어로 등장한 것이다. 특히 미국이 통상협상의 주요 의제로 디지털상거래를 제기하면서 국제포럼에서도 확산하고 있다.16)

(2) 소비자 매수인 주도시장

전자상거래의 발전은 시장에서 매도인과 매수인의 관계에서 변화를 불러왔다. 인터넷에 의한 매도인과 매수인의 상호 소통 속에서 매수인인 소비자의 주도권이 점점 더 커지고 있음을 알 수 있다. 정보의 흐름에 따라 기존에는 물품과 서비스에 관한 정보를 주로 매도인이 제공했고 소비자는 매도인의 정보 제공에 대한 대가를 지불해 왔다. 그러나 인터넷이 보급되면서 물품과 서비스에 관한 방대한 정보를 소비자가 자유롭게 접근할 수 있는 환경이 되면서 이로 따라 정보에 대한 매도인의 우위성이 급속히 줄어들고 있다.

디지털 기술을 토대로 하는 전자상거래 시대에 가장 중요한 쟁점이 되는 것은 '소비자 주도'이다. 소비자는 인터넷을 통해 물품을 거래하기 전에 필요한 정보를 원하는 만큼 편리하게 수집할 수 있으며 그 정보를 토대로 여러 매도인이 제공하는 물품이나 서비스의 가격이나 질을 비교한다.

이처럼 소비자가 정보를 기반으로 상거래에서 주도권을 확보하고 매도인은 이에 따라 행동해야 하는 상거래 환경이 형성되면서 실제로 판매되는 물품과 서비스를 둘러싼 정보 자체가 소비가치를 갖게 되었다.

전자상거래의 비즈니스 형태를 살펴보면, 디지털 기술에 의해 갈수록 소비자의 주도권이 강화되는 방향으로 변화하는 것을 알 수 있다. 전자상거래의 초기에는 온라인 점포, 가상 쇼핑몰이 대부분이었다. 그 이후에 사이트나 특정한 분야로 특화된 사이트로 진화하는 모습을 보였다. 최상위 단계에서는 매도인이 시장을 제공한다기보다 전자상거래 제공자가 소비자 주도의 장소를 제공한다는 의미가 강해지게 되었다. 전자상거래의 진화는 소비자의 주도권이 증대되는 상거래의 실현이라고 할 수 있다.

전자상거래에는 B2C와 C2B는 서로 다른 두 가지의 모델이 있다. B2C에서는 사업운영 결정, 제품 및 가격 결정이 먼저 이루어지고 소비자의 쇼핑 소비결정이 이루어진다. 소비자의 쇼핑결정은 수동적이며 소비자는 기업이 제공하는 제품과 그 가격을 보고 쇼핑소비결정을 이어간다. 그러나 C2B는 소비자가 먼저이며 소비자의 소비의사결정이 있고 기업이 생산 또는 구매를 주선하고 소비자에게 물품을 제공하기로 한다. B2C와 C2B의 의사결정 관계에 대한 비교분석을 통해 C2B에서는 비즈니스 의사결정과 그에 따른 생산 또는 구매 활동이 소비자에 의해 주도된다는 것을 알 수 있다. 그러므로 C2B는 소비자 중심의

16) 디지털상거래의 양상은 온라인상의 데이터 이동을 통해 가늠해 볼 수 있으며 시청각·게임 콘텐츠, 검색엔진, 소셜미디어, 공유경제 등 새로운 인터넷 플랫폼 서비스, 클라우드 서비스의 확산과 더불어 메타버스 기반의 데이터의 이동과 서비스의 이용이 보편화되는 추세이다(김정곤, "국경간 디지털상거래의 쟁점과 과제", 「국제통상연구」, 제23권 제1호, 한국국제통상학회, 2018, p.56).

전자상거래이다.[17]

2. 국제 전자상거래 소비자분쟁

인터넷과 모바일의 발달로 소비자의 활동범위는 과거보다 더 증대될 것으로 보인다. 그 이유는 과거에는 대부분의 국내로 한정되었던 소비자활동이 요즘은 직접 해외구매 등을 통하여 국제적으로 활동영역을 확대해 나가고 있다. 이에 따라 예전에는 없었던 복잡하고 새로운 형태의 소비자 관련 분쟁이 발생하기도 하며 그에 따른 해결 방안이 필요하게 된다. 그리고 가상공간에서 이루어지는 전자상거래는 현실공간에서 이루어지는 전통적인 상거래와는 달라 사람들이 국경을 넘는 행위를 해버리기 때문에 "국제"가 가지는 의미는 더욱 커지며 그에 따른 분쟁의 수도 훨씬 늘어날 수밖에 없다.

특히 '가상공간'(cyber space)이라는 인터넷의 특성상 국내의 범위를 넘어서 전 세계를 하나의 공동체로 빠르게 통합하는 특성을 보여주고 있다. 특히 국제 상거래 분야는 기존의 시장이 갖고 있던 지역적·공간적 한계를 극복하고 세계를 하나로 묶는 새로운 시장, '가상시장'(cyber market)을 탄생시킴으로써 단일 경제권으로 진입을 더욱 빠른 속도로 진행하고 있다. 국제거래가 이제는 소비자가 직접 해외 인터넷 쇼핑몰을 통해 물품을 선택하여 구입하고 배송 받을 수 있게 됨으로 소비자의 선택 범위는 국내 시장을 넘어 국제시장으로 확대되기에 이르렀다.[18]

(1) 전자상거래와 소비자

전자상거래에는 5가지의 효과적인 이점을 가지고 있다.[19] 첫째 소비자가 언제든지 정확하고 신속하며 저렴하게 정보를 얻을 수 있다는 점에서 효과적이다. 둘째, 통제되는 비용. 물품을 선택하는 위치까지의 운송비용, 다른 거래당사자와의 가격 비교 및 거래는 무엇보다 쉽게 조절할 수 있다. 그 이유로는 모든 거래의 과정이 마우스의 클릭만으로 수행될 수 있기 때문이다. 셋째, 소비자가 전통적인 시장에 비해 매우 큰 금액을 거래할 때 안전하다고 느낄 수 있으며 물리적으로도 안전하다. 최근에 확산하고 있는 소프트웨어의 위험인 신용카드 번호 도용, 시스템 도용, 해커의 위험 등이 있지만 소매치기나 강도의 위험은 매우 적다. 넷째, 판매단가가 낮은 기업은 마케팅 비용을 절감하고 적시 적용을 통해 이익을 얻을 수 있으므로 소비자는 더 저렴한 제품의 가격으로 물품을 구매할 수 있는

17) Guoliang Dai. "The Concept, Business Model and Evolution Path of C2B Electronic Commerce", The business age. No.17, 2013, pp. 53-54.

18) 문태현, "B2C 국제 전자상거래 소비자 이용행태 및 만족에 관한 탐색적 연구", 「전자상거래학회지」, 제4권 제2호, 한국전자상거래학회, 2003, pp.121-122.

19) Feddy Haris, "Legal Aspects of Electronic Transactions in the Capital Markets, Grasindo, 2000, p.7.

가능성이 높다. 다섯 번째, 소비자는 집, 사무실 등 다양한 장소에서 다양한 조건으로 거래할 수 있다는 점에서 유연성을 띠고 있다. 그리고 오프라인 소비에서처럼 옷차림 등 스스로 조절해야 할 번거로움이 없다.

효과적인 이점과 동시에 문제도 발생하는데 이는 전자상거래의 '실제 공간'에서 소비자에 대한 보호 및 권리가 감소하여 전자상거래 상에서 소비자에게 손해를 끼치고 있음을 보여주는 많은 징후를 알 수 있다.[20] 예를 들어 사업자의 목적지 주소가 명확하지 않거나 물품이나 서비스가 부적절하게 제공되는 경우 소비자는 오프라인 시장에서 이루어지는 거래보다 온라인을 통한 거래에서 더 많은 불이익을 받는 경향이 있다. 또한 전자상거래에서는 소비자가 온라인으로 물품을 구매하거나 서비스를 임대하는 데 있어 기업과 직접 거래를 하지 않는다. 이에 따라 물품이 손상되거나 배송되지 않거나 서비스가 부족하거나 소비자에 대한 기타 사기가 증가할 위험이 커질 수 있다.[21]

전자상거래에서 사업자로부터 구매한 상품과 온라인에서 쉽게 노출되는 신원에 대해 소비자가 불만을 가질 경우 소비자는 환불과 반품을 받기 어렵고 사업자로부터 문제 해결 방안을 찾기 어렵다. 이러한 문제로 인해 소비자는 전자상거래에 대한 신뢰를 잃을 수 있다. 전자상거래로부터 발생하는 분쟁해결 방안에 대해 사법기관을 통해 해결을 가능하지만 분쟁해결 과정이 느리고 소송비용이 비싸다는 점 등 여러 가지 복잡한 문제로 인해 다양한 당사자로부터 분쟁해결의 방안으로써 많은 문제점을 가져왔다.

전자상거래의 분쟁해결에 있어 시간과 비용, 절차가 너무 많이 소요되는 분쟁해결방안 대신 빠르고 저렴하며 절차가 너무 많지 않은 분쟁해결 방안이 제시되어야 한다.

(2) 전자상거래 소비자분쟁에 관한 소송외적 해결방안 현황

국내 전자상거래의 경우 분쟁해결을 직접적으로 하는 기관은 정보통신산업진흥원 내 전자문서·전자거래분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조적위원회, 대한상사중재원, 한국소비자단체의 자율분쟁조정위원회가 있다. 국제 전자상거래에서 분쟁해결을 하는 기관은 소비자분쟁해결기관인 한국소비자원과 국제무역거래 및 B2C 및 B2B 거래에서 발생하는 사적 분쟁을 다루는 상사중재원이 있다.

그리고 소송외적 해결방안은 전형적인 분쟁해결방법들 가운데 소송을 제외한 화해, 알선, 조정, 중재이다. 소송외적 해결방법은 법원개입의 가급적 배제, 절차의 비공개 원칙, 분쟁당사자들의 직접적인 절차참여, 의사결정의 존중과 변호사 역할의 축소, 분쟁당사자들의 지속적인 관계유지 가능, 실체법적 내지 절차법적 제약에 얽매이지 않고 탄력적으로 분쟁을 해결할 수 있는 유연성을 가진 분쟁해결 방법이다.[22]

---

20) Yun Zhao, Dispute Resolution in Electronic Commerce, Martinus Nijhoff Publishers, Leiden, 2005, p.70.

21) Rachelle Andrews, "Electronic Commerce: Lessons Learned From The European Legal Model", Intellectual Property Law Bulletin Spring, Vol.9 No.2, 2005, p.83.

그리고 온라인 ADR은 세계 각국의 사람들에게 분쟁해결의 장소를 제공하며, 소송에서 가능하지 않은 메커니즘을 이용하여 문제점들을 해결할 수 있다. 또한, B2C, C2C 거래에서 주로 야기되는 소액 분쟁사건에 알맞도록 비용이 저렴하고 매우 신속하게 해결되는 특성을 가지고 있다.[23] 하지만 이러한 특성에도 우리나라의 온라인 ADR제도의 운영현황을 살펴보면 국내 유일하게 모든 절차에 ODR을 도입한 전자문서·전자거래분쟁조정위원회는 사이버조정제도와 자동상담시스템을 도입하여 조정신청과 진행절차를 화상 및 채팅시스템을 통해 실시간으로 진행하고 있으나, 그 활용도가 높지 않다. 그리고 ODR 신청 시스템도 분산되어 있어 ODR플랫폼의 접근이 원활하지 않다.[24]

(3) 소비자중재활용의 유용성

전자상거래는 물리적 공간의 제약을 뛰어넘어 거래가 이루어지기 때문에 소비자의 선택폭이 확대되고, 구매의 편의성이 증대된다는 이점을 가지고 있다. 국제 전자상거래는 전자상거래의 이러한 특성이 가장 잘 반영된 형태이다.

국제 전자상거래 상에 소비자피해구제가 현실적으로 매우 어려운 이유는 법 진행의 애로이다. 국제 전자상거래는 특정 국가가 전자상거래 소비자피해의 예방을 위해 법적 근거에 입각한 행정규제나 제도의 시행을 어렵게 한다. 국경을 넘어 소재하는 외국의 전자상거래 사업자에게는 규제와 제도를 적용하지 못하는 경우가 많으므로 국제 전자상거래 관련 소비자피해를 방지하고 구제하는데 한계가 있다.

국제 전자상거래 분쟁해결을 위해 국내에서는 조정을 통해 분쟁이 처리되고 있지만 조정에 의해서 처리가 행해지는 경우에는 당사자 간에 분쟁의 처리에 대한 합의가 성립함으로써 분쟁이 해결되는 것을 볼 수 있다. 이 경우, 합의를 당사자가 임의로 이행하지 않을 때에는 사법기관의 협력을 얻어 합의를 집행하는 것이 곤란한 경우가 많으므로 최종적으로 이행을 강제하는 수단으로써 소송을 추궁할 수밖에 없다. 그러나 소송의 판결에 대해서는 각 국 모두 외국판결을 승인 및 집행하기 위한 요건을 엄격히 하고 있기 때문에 국제적인 집행은 쉽지 않으므로 국제 전자상거래 분쟁에서 발생하는 분쟁에 대한 해결 방안으로는 한계점이 존재한다.[25]

이러한 조정의 한계점에 대해 중재의 경우 1958년 발효된 “외국중재판정의 승인 및 집행에 관한 협약”을 통하여 이 조약에 가입한 국가 간 중재판정에 대해서는 집행력이 보장된다. 그리고 뉴욕협약에 가입되어 있지 않더라도 뉴욕협약의 전신인 “외국중재판정의 집

22) 박종삼, “전자상거래 분쟁해결제도의 활성화 방안에 관한 연구”, 「전자무역연구」, 제10권 제3호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2012, p.86.
23) 이강빈, “전자상거래 분쟁의 유형과 해결제도”, 「중재연구」, 제11권, 한국중재학회, 2001, pp.234-345.
24) 전상민, 전게서, p.32.
25) 박종삼, “전자상거래에 따른 ADR 제도에 대한 소고”, 「문화산업연구」, 제6권 제2호, 한국문화산업학회, 2006, pp.66-67.

행에 관한 협약"에 가입한 국가라면 뉴욕협약의 적용에 의한 집행이 가능하다.

뉴욕협약에 따라서 전자 상거래분쟁이 중재로 해결되는 경우, 뉴욕협약의 기타 다수 국가간조약의 가입국과 양국 간 조약의 체약국에서 승인 및 집행이 보증되어 있다는 점은 국제거래분쟁의 해결 수단으로 상당한 이점이라고 할 수 있다.

또한 소비자 중재는 B2C 국제 전자상거래에서 해결방안을 제공할 수 있다. 최근 "국경을 초월한 전자 상거래에서 소비자 보호를 위한 대안적 분쟁해결 방안의 회의[26]에서는 "국경 간 거래에서 소비자 보호, 전자상거래를 위한 소송 외 분쟁 해결 시스템과 같은 주제를 논의하였다. 본 회의에서는 다양한 논의가 되었지만, 전자상거래에서 소비자 보호를 위한 수단으로써 소비자 중재를 권장하였고 소비자 중재로써 B2C 전자상거래 상의 분쟁을 해결하는 것이 공정한 방법으로 간주하며 필요한 신뢰 수준을 달성할 수 있음을 시사했다.

소비자가 참여하는 소비자중재는 절차적으로 공정하고 효과적이며 예측할 수 있어야 한다. 국제 중재에 관여하는 기관에서는 소비자 중재에서 필수적인 요소들을 충족하도록 중재에 대한 적법한 절차를 가진 소비자 규약을 작성하였다.

소비자 중재에 있어 반드시 존재해야 할 몇 가지의 명확한 기본원칙으로는 모든 당사자가 동등하게 접근할 수 있는 권리를 가질 수 있도록 공정성을 제공해야 하고 당사자들이 결정을 따르도록 하는 강제적인 비용을 통해 효과적인 수단을 제공해야 한다. 그리고 당사자들의 분쟁을 해결하는 데 다른 대안적인 분쟁수단보다 투명하게 결정될 수 있도록 믿고 안심할 수 있는 일관성을 제공해야 한다.

(4) 한국과 미국에서의 소비자중재 가능성

소비자중재는 대체로 당사자 가운데 일방이 소비자인 계약관계로 분쟁이 발생할 경우 법원의 판결이 아닌 중재로 이를 해결하는 것으로 정의될 수 있다.[27]

한국의 중재법은 국제상사중재에 관한 모델법 (UNCITRAL Model Law)을 기초로 하여 동아시아 국가들 중 최초로 UNCITRAL 모델중재법을 전면 수정하여 중재법을 대폭 개정하였고, 2006년 개정된 UNCITRAL 모델중재법도 2016년 개정 중재법에 대폭 수정하였다.[28] 소비자 중재가 이루어지기 위해서는 우리나라 개정 중재법(2016년) 제3조(1)항에 의하면 중재가 가능한 분쟁은 "재산권상의 분쟁" 또는 "당사자가 화해에 의하여 해결할 수

26) Federal Trade Commission, Summary of Public Workshop, Joint Workshop on Alternative Dispute Resolution for Online Consumer Transactions, June 6-7, 2000, at http://www.ftc.gov/bcp/altdisresolution/index/transcripts.htm.

27) 강용찬·박원형, "소비자중재합의의 효력에 관한 미국 법원의 태도와 함의", 「중재연구」, 제21권 제1호, 한국중재학회, 2011, p.76.

28) 우리나라는 다른 선진국들과 마찬가지로 중재법 전반에 걸쳐 국제적인 기준에 부합하는 법체계를 보유하게 되었으며 주변 국가들보다도 훨씬 더 빠른 움직임이었다. 일본은 2004년에야 이를 수용하였고, 중국은 아직도 이를 수용하고 있지 않다.

있는 비재산권상의 분쟁"이라고 규정하고 있어 우리나라는 중재법상 소비자중재가 가능하다.[29] 그리고 중재법은 모델중재법을 수용하면서도 그 범위를 상사로 한정하지 않고 민사도 포함했으므로 소비자중재에도 적용됨이 분명하다.[30] 또한 중재법 제3조 제1호는 '중재'를 "당사자의 합의로 재산권상의 분쟁 및 당사자가 화해에 의하여 해결할 수 있는 비재산권상의 분쟁을 법원의 재판에 의하지 아니하고 중재인의 판정에 의하여 해결하는 절차"로 정의하여 중재가능성의 범위를 간접적으로 명시하고 있다.[31] 그러므로 국제상거래에 의한 소비자계약상의 분쟁은 재산권상의 분쟁에 속하므로 중재법상 중재가능성이 인정된다.

미국의 소비자중재는 민간형 소비자 중재기구를 중심으로 소비자중재제도가 매우 활성화되어 있어 소비자중재 운영기관의 공정성을 담보하기 위한 제도적 장치를 마련하고 있으며 소비자중재의 특성을 고려한 교육제도를 마련하고 있다.[32] 미국은 소비자 권리의 집단소송이 가능하고 고액의 징벌적 손해배상제도를 시행하고 있다. 미국의 기업은 소비자중재를 해결하기 위한 제도로 '중재'를 선호하는데 그 이유는 소송을 대신하여 분쟁을 종국적으로 분쟁을 해결할 수 있는 수단이기 때문이다.[33] 특히 경제적 약자인 소비자를 보호하는 데 있어 중재의 효율성에 대한 의문에 있어 미국의 소비자중재합의에 관련된 판례에서 꾸준히 제기되고 있다.[34] 그리고 미국에서는 연방대법원이 부합계약에 강제중재(mandatory arbitration)[35]를 집행하기 시작하자 소비자계약에 중재조항은 아주 흔한 것이 되었다.[36] 미국의 한 기사에서는 중재조항을 보편성을 강조하며 미국 내에서 소비자중재는 오랫동안 논쟁거리인 동시에 실생활에 자리 잡고 있음을 언급하였다.[37]

---

29) 박은옥, 전게논문, p.46.

30) 석광현, "해외직접구매에서 발생하는 분쟁과 소비자보호: 중재법과 약관구제법을 중심으로", 「국제사법」, 제57권 제3호, 서울대학교 법학, 2016, p.106;, 정선주, "소비자중재에서 소비자보호의 문제", 「국제사법」, 제49권 제1호, 서울대학교 법학, 2008, p.237.

31) 김갑유·임수현·김홍중·김준우 외, 「중재실무강의」, 박영사, 2016, p.80.

32) 김도년, "소비자 분쟁해결방법으로서 소비자중재에 관한 연구", 「정책연구보고서」, 한국소비자원, 2017, pp.39-45.

33) 박철규, "ADR법령체계의 현황과 정립방안 연구:대체적 분쟁해결 기본안(안) 제안을 중심으로", 한국개발연구원, 2012, p.6.

34) Richard M. Alderman, "Consumer Arbitration: The Destruction of The Common Law", J. Am. Arb. vol.2 no.1, 2003, p.2;, Meredith R. Miller, "Contracting out of Process, Contracting out of Corporate Accountability: An Argument Against Enforcement of Pre-Dispute Limits on Process". Tenn. L. Rev. vol.75 no.365, 2008, p.404.

35) Jill I. Gross는 강제중재를 동등하지 않은 교섭력을 가진 당사자 간 부합계약에 사전중재조항으로 비롯되는 중재라고 정의하였다. Jill I. Gross, "The Uberization of Arbitration Clauses", Arb. L. Rev. vol.9 no.43, 2017, p.43

36) Kristina Moore, "The Future of Class-Action in Consumer Contract Arbitration Agreement After DIRECTV, Inc. v. Imburgia", Case W. Res. L. Rev. vol.68 no.611, 2016, p.617.

37) David Horton, "Arbitration About Arbitration", Stan. L. Rev. vol.70 no.363, 2018, p.367

Ⅲ. 미국 중재 판정 사례 동향

대안적 분쟁해결방법 가운데 중재는 현대 미국법률체계에서 중요한 부분으로 일상생활에서도 쉽게 접할 수 있다. 동일한 기간을 비교해 보았을 때 미국 중재 협회(AAA)의 국제 중재 업무량이 3배 이상 증가했으며[38] 세계에서 가장 큰 국제 상업중재기관이다.

미국은 전 세계적으로 소비자 분쟁을 해결하는 데 있어 중재에 우호적인 국가로 평가되고 있으며 소비자 중재는 계약약자의 보호차원이라는 관점에서 적용되어 왔다.

이하에서는 전자상거래에 따른 소비자를 보호하기 위해 중재 활용과 관련된 소비자 중재의 대표적인 사건들을 검토하고자 한다.

1. 체중 감량 제품[39]

본 사건에서는 2013년 1월 원고는 피고로부터 체중 감량 제품인 가르시니아 캄보지아을 홍보하는 이메일 광고를 받았고 2013년 9월 원고는 웹 사이트를 통해 가르시니아 캄보지아를 주문하였다. 원고는 주문한 제품을 받고 2014년 1월 말과 2월 초에 복용을 시작한 후 3월이 된 후 속이 좋지 않아 복용을 중단하였다. 이후 2014년 5월 원고는 병원에 입원하였고 간 기능이 저하된 것으로 확인되고 결국 간이식이 필요로 하였다. 원고가 진료받은 병원에서는 가르시니아 캄보지아 정제가 원고의 급성 간부전의 원인이 되었다고 판단하였다. 이에 원고인 소비자가 온라인을 통해 구매한 체중감량 제품 제조업체를 상대로 결함 제품에 대한 엄격 책임, 경고 결함에 대한 엄격 책임, 과실을 주장하였다.

소비자의 중재선호도에 대해서는 소비자가 온라인 업체와의 중재 조항을 포함한 업체의 이용 약관에 동의하면서 중재 계약을 체결하였다. 원고인 소비자는 ClickWrap 계약[40]으로 이용 약관을 제시받았고 계정을 생성하고 구매를 완료하기 위해서 이용약관을 인지하고 수락하는 내용을 긍정적으로 선택했다. 그리고 이 계약에서 이용약관은 표준화된 계약으로 피고인 업체에만 유리한 협상력을 가지고 있지 않았으며 원고에게도 협상할 기회를 제시하였고 원고인 소비자가 중재조항을 이해하지 못하도록 고의로 만든 조항이 없었으며 이용 약관에 대한 강압적인 동의를 얻기 위해 사용했다는 징후는 보이지 않았다. 이러한

38) CHRISTOPHER R. DRAHOZAL & RICHARD W. NAIMARK,TOWARDS A SCIENCE OF INTERNATIONAL ARBITRATION: COLLECTED EMPIRICAL RE SEARCH No.59, 2005, p.341.

39) Davis v. USA Nutra Labs 303 F.Supp.3d 1183

40) 인터넷 웹 페이지에 표시되는 계약으로, 사용자가 인터넷 거래를 진행하기 위해 화면의 대화 생자를 선택하여 이용약관에 동의하는 것.

이용 약관에 대한 합리적인 통지를 받았음이 입증되면서 이용 약관 또는 중재 조항이 원고인 소비자에게 불공정한 징후는 발견할 수 없었다. 또한 결함제품에 대한 엄격 책임, 경고결함, 과실결함에 대해 엄격 책임을 주장하는 소비자가 피고인 온라인 업체를 대상으로 중재 허용을 원하는 주장을 하였으며 미국 중재협회(AAA) 규칙이 적용됨을 나타내는 특정 문구를 중재 계약에 포함되어 있음을 언급하였다.

2. 노트북[41]

원고는 노트북을 구매한 뒤 18개월 후에 노트북이 과열되어 종료되었고 그 이후로 작동하지 않았다. 이에 대해 원고는 피고 측에서 노트북에 결함이 있는 것을 알면서도 중요한 정보를 숨겼음을 주장하였다. 또한 본 사건에서 원고는 2005년 6월 30일 웹사이트을 통해 피고의 업체로부터 노트북을 구매하였다. 노트북 구매를 위해 피고인 업체의 표준 약관을 동의하였고 동의 목적에는 중재조항이 포함되어 있었다. 조항에서는 중재에 대한 구속력을 언급하면서 원고는 피고의 업체와의 계약으로 인해 발생하는 모든 분쟁은 중재에 의해 해결되며 본 조항에 따라 중재 구속력을 통해 분쟁 발생 시 중재를 통해 명시적으로 해결함을 이해함에 대한 내용을 제시했다.

본 사건의 준거법인 캘리포니아의 법에 따르면 분쟁에 있어 중재함에 있어서는 물품 판매 계약 조항이 협상할 기회가 있고 없음에 따라 중재의 여부가 받아들여질 수 있다. 이에 대해 본 사건에서는 원고가 자신의 컴퓨터를 통해 온라인으로 쇼핑하고 사이트에서 소비하는 시간 동안 약관에 대한 통지와 접근을 반복했으므로 중재를 통해 분쟁을 해결하는 것은 강제적이지 않으며 원고인 소비자의 동의로 인해 중재가능성이 있음을 제시하였다.

3. 스마트폰[42]

본 사건은 구매한 스마트 폰에 결함을 가진 카메라 렌즈가 있어 카메라를 거의 무용지물로 만들었음을 원고는 주장하였다. 원고의 주장에서는 스마트 폰 광고에서와는 다르게 스마트 폰 후면의 카메라 렌즈가 저절로 부서져 카메라를 거의 쓸모없게 만들었기 때문에 고품질이 아니라고 주장하였다. 또한 피고의 제조업체가 결함이 주장되는 스마트 폰을 가진 소비자에게 수리비용을 지불하도록 요구함으로써 보증을 준수하지 않았음 또한 주장했다.

소비자는 스마트 폰 제조업체가 기기의 결함을 의심하며 카메라 렌즈에 대한 클레임을 중재하기 위해 제조업체와 구속력 있는 계약을 체결했다는 사실을 뒷받침하기 위해 기기

41) Oestreicher v. Alienware Corp. 501 F.Supp.2d 1061
42) Pang v. Samsung Electronics America, Inc. 371 F.Supp.3d 633

의 포장 및 중재 합의가 포함된 가이드북을 기기와 함께 포함했다는 사실을 근거로 중재 제안을 인지하였으며 가이드북을 개봉 후 소비자가 기기를 사용함으로써 가이드북 약관을 수락하였다는 문구가 표시되어 있다. 그리고 구매 후 30일 이내에 스마트 폰의 제한적 보증을 적용함으로써 소비자는 제조업체의 중재 제안을 수락하거나 통지를 받았으며 계약상 결함이 있는 카메라 렌즈에 대한 청구를 중재할 의무가 있다. 이렇게 합리적인 통지에 따른 약관의 수락에 따라 소비자인 원고는 스마트 폰 구매와 함께 피고 제조업체의 중재 계약을 거부하지 않았고 이에 따라 대안적 분쟁해결인 중재를 통해 본 사건이 판정되었다.

Ⅳ. 결론

국제상거래와 전자통신 상업의 성장을 전자적으로 제공함으로써 순간적인 정보의 급속한 성장과 재화와 서비스에 대한 수요의 기하급수적인 증가에 대응해 왔다. 전자상거래는 무역의 성장을 촉진하기 위해 협약이나 그 밖의 법적 해결책 없이도 진전될 수 있지만 상거래의 발전에 따른 분쟁해결에 대해서는 여전히 제자리걸음을 하고 있어 그에 따른 대안적 분쟁해결 방안이 필요하다.

전자상거래는 보는 관점과 시대적 발전에 따라서 다양하게 정의되며 변화하고 있다. 오늘날 인터넷의 급속한 발달로 인해 누구나 쉽게 이용하며 전 세계인이 시간과 장소에 관계없이 상거래를 할 방법으로 활용되면서 더욱 주목받고 확산하고 있다. 기존의 전통적인 무역 상거래에서는 기업에서 물건을 생산하면 여러 유통 단계를 거쳐 최종 소비자가 이를 구매할 수 있었으나, 국제 전자상거래에서는 기업이 인터넷이라는 전자적인 매체를 통해 직접 소비자에게 판매할 수 있게 됨으로써 소비자가 주도의 전자상거래 시장이 커지게 되었다.

한국의 경우 공정거래위원회에서 전자상거래로 인한 소비자 피해 건이 2017년에 비해 2023년 11배나 폭증하였음을 발표하였다. 이렇게 소비자 주도 시장이 커지면서 국제 전자상거래로 인해 소비자가 피해를 보는 사례도 폭발적으로 발생하면서 전자상거래 질서 확립으로 소비자가 피해를 최소화할 수 있으며 소비자에게 부담이 되지 않는 대안적 분쟁해결로서 분쟁을 제시하는 바이다.

대안적 분쟁해결 수단으로 중재는 신속하고 저렴하며 효율적인 분쟁해결 수단으로 알려져 있으며 소비자 중재는 기업과 소비자 사이에 이루어지는 중재합의이다. 미국은 중재가 매우 활성화되어있는 국가로 중재가능성에 대해 별도의 규정을 두고 있지 않기 때문에 중재가능성을 법원의 판례를 통해 확정해 나가는 경우가 있으며 중재가능성(Arbitrability)은 어떤 분쟁도 중재로 해결될 수 있음을 야기한다. 그러므로 본 논문에서는 국제 전자상거

래에서 기업과 소비자 간의 계약부적합 물품으로 인한 분쟁이 발생하였을 때 소비자의 중재가능성에 대해 미국에서 발생한 소비자 중재 적용판정을 통해 분석하였다.

국제 전자상거래의 분쟁 사례 중 대표적인 소비자 중재가 적용된 사례를 제시하였다. 체중감량제품사건에서는 잘못된 광고로 인해 온라인 업체를 통해 정제된 알약을 구매하여 섭취 후 질병을 얻게 되었다. 원고인 소비자는 제조업체인 온라인 업체를 상대로 결함 제품에 대한 엄격책임, 경고결함에 대한 과실을 주장하였다. 본 사건에서는 중재를 통해 판정이 내려지게 되었는데 중재로 사건이 적용되게 된 배경은 소비자가 중재 조항이 포함된 온라인 업체의 이용약관에 동의하였고 이용약관을 동의하는 과정에서도 내용을 충분히 숙지 후 수락하였다. 그리고 중재조항에서도 수비자에게 불공정한 조항 또는 제조업체에만 유리한 조항은 없었으며 무엇보다도 소비자가 온라인 업체를 대상으로 중재를 선호한다는 주장을 통해 중재가 받아들여지게 되었다.

노트북사건에서는 원고가 노트북을 구매한 뒤 18개월 뒤 노트북이 과열되고 작용이 되지 않았다. 이에 원고는 피고가 노트북에 결함이 있는 것을 알면서도 중요한 정보를 숨기고 판매하였음을 주장했다. 사건의 중재가능성에 대해서는 노트북 구매를 위해 표준 약관을 동의하였는데 표준 약관에서는 중재조항이 포함되어 있었고 본 사건의 준거법인 캘리포니아 법에서는 중재 여부에 있어 물품매매계약조항이 협상의 여부에 따라 중재 가능성이 결정됨을 언급하였다. 또한 원고가 노트북 구매를 위해 온라인 사이트에서 시간을 소비하는 동안 반복적으로 중재조항에 대한 통지와 허용여부를 확인하였으므로 강제성을 띠지 않고 소비자 동의를 통해 중재가 선호됨을 보여주었다.

스마트 폰 사건에서는 원고가 구매한 스마트 폰의 카메라 렌즈가 광고에서와는 다르게 만들어져 카메라가 거의 쓸모없으며 고품질도 아님을 주장하였다. 소비자는 본 사건을 중재로 해결하기 위해 기기의 포장에 포함된 가이드북에 중재합의가 있음을 인지하였고 가이드 북을 개봉 후 소비자가 기기를 사용할 때 한번 더 중재조항이 포함된 약관에 수락하였다. 그리고 제한적 보증에 따라 계약상 결함이 있는 물품에 대해서는 중재의 의무가 있음을 제조업체 측에서 제시하였는데 이에 대해 소비자는 중재 의무에 대해 거부하지 않고 받아들이는 모습을 보여주었다.

중재판정을 종합하여 보면 전자상거래를 통해 소비자와 기업 간의 분쟁이 발생하는 경우 강제성을 띠지 않고 반복적인 의견수렴을 통해 소비자의 중재 선호 여부를 확인하였다. 기존의 소송에 비해 중재는 소비자에게 유리한 많은 이점을 가지고 있다. 그러므로 약관을 통한 1차 동의 후 기업에 치우치지 않으며 협상의 내용을 조율할 수 있다면 중재로 사건을 해결하는 데 소비자들은 충분히 선호하는 현상을 보이고 있었다.

미국의 소비자 중재 사례를 통해 급증하는 전자상거래의 분쟁해결 방안으로 한국에서도 소송이 아닌 중재를 통해 소비자를 보호하면서도 적극적인 대안적인 분쟁해결방안을 통해

분쟁을 해결할 수 있도록 중재의 활성화가 필요하다. 중재의 활성화에 대한 주제는 이전부터 많이 언급되어 왔지만, 여전히 소송에 비해 중재의 선호도는 낮다. 하지만 이제부터는 기존 상거래의 모습에서 소비자 주도의 전자상거래로 변화하면서 매수인으로서의 소비자가 시장에서 존재가 커지면서 중재를 활용하여 소비자를 피해로부터 구제할 수 있도록 방안을 제시하였다.

참고문헌

강용찬·박원형, “소비자중재합의의 효력에 관한 미국 법원의 태도와 함의”, 「중재연구」, 제21권 제1호, 한국중재학회, 2011.

권진택·김철호, ″전자무역 활성화를 위한 소셜 미디어 활용에 관한 연구“, 「무역통상학회지」, 제12권 제4호, 한국무역통상학회, 2012.

고형석, ″소비자중재의 도입과 활성화에 관한 연구“, 「유통법연구」, 제6권 제2호, 한국유통법학회, 2019.

김갑유·임수현·김홍중·김준우 외, 「중재실무강의」, 박영사, 2016.

김도년, “소비자 분쟁해결방법으로서 소비자중재에 관한 연구”, 「정책연구보고서」, 한국소비자원, 2017.

김도년, “자동차 결함으로 인한 소비자 분쟁과 포괄적 비공개 합의의 불공정성 검토”, 「재산법연구」, 제37권 제4호, 한국재산법학회, 2021.

김도년·이동하, “소비자피해구제제도로서 소비자중재에 관한 연구”, 「중재연구」, 제28권 제2호, 한국중재학회, 2018.

김정곤, “국경간 디지털상거래의 쟁점과 과제”, 국제통상연구, 제23권 제1호, 한국국제통상학회, 2018.

김철호, “B2C 국경간 전자상거래의 주요 쟁점에 관한 연구”, 「무역통상학회」, 제16권 제2호, 한국무역통상학회, 2016.

문태현, “B2C 국제 전자상거래 소비자 이용행태 및 만족에 관한 탐색적 연구”, 「전자상거래학회지」, 제4권 제2호, 한국전자상거래학회, 2003.

박은옥, “소비자 중재합의의 유효성-미국판례를 중심으로”, 「무역상무학회」, 제77권, 한국무역상무학회, 2018.

박종삼, “전자상거래 분쟁해결제도의 활성화 방안에 관한 연구”, 「전자무역연구」, 제10권 제3호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2012.

박철규, “ADR법령체계의 현황과 정립방안 연구:대체적 분쟁해결 기본안(안) 제안을 중심으로”, 한국개발연구원, 2012.

석광현, “해외직접구매에서 발생하는 분쟁과 소비자보호: 중재법과 약관구제법을 중심으로”, 「국제사법」, 제57권 제3호, 서울대학교 법학, 2016.

이강빈, “전자상거래 분쟁의 유형과 해결제도”, 「중재연구」, 제11권, 한국중재학회, 2001.

이병준, “소비자법 내에서의 소비자기본법상 집단분쟁조정제도의 역할과 과제”, 「중재연구」,

제18권 제3호, 한국중재학회, 2008.
전상민, “소비자친화적 온라인 소비자분행해결 플랫폼에 관한 연구”, 「소비자정책교육연구」, 제17권 제2호, 한국소비자정책교육학회, 2021.
정선주, “소비자중재에서 소비자보호의 문제”, 「국제사법」, 제49권 제1호, 서울대학교 법학, 2008.
정영수, “집단중재의 성질에 관한 고찰”, 「비교사법」, 제30권 제2호, 한국비교사법학회, 2023.
임종천·김재영, “품목별 소비자분쟁해결기준 관련 법제현황 연구”, 「정책연구」, 제21권 10호, 한국소비자원, 2021.
하충룡, “소비자 중재합의의 부합계약성에 관한 검토 - 미국법을 중심으로-”, 「중재연구」, 제22권 제3호, 한국중재학회, 2012.
한나희·하충룡·강예림, “소비자중재조항과 진단중재에 관한 미국법원의 판결동향”, 「중재연구」, 제28권 제2호, 한국중재학회, 2018.
홍선의, “한국의 B2C 국경 간 전자상거래와 시장 다변화에 대한 시사점”, 「무역연구」, 제16권 제5호, 한국무역연구원, 2020.
Christopher R. Drahozal & Richard W. Naimark, Towards a science of international arbitration: collected empirical re search no.59, 2005.
David Horton, “Arbitration About Arbitration”, Stan. L. Rev. vol.70 no.363, 2018.
Feddy Haris, ″Legal Aspects of Electronic Transactions in the Capital Markets, Grasindo, 2000.
Guoliang Dai. “The Concept, Business Model and Evolution Path of C2B Electronic Commerce”, The business age. No.17, 2013.
Rachelle Andrews, ″Electronic Commerce: Lessons Learned From The European Legal Model″, Intellectual Property Law Bulletin Spring, Vol.9 No.2, 2005.
Richard M. Alderman, “Consumer Arbitration: The Destruction of The Common Law”, J. Am. Arb. vol.2 no.1, 2003.
Jill I. Gross, “The Uberization of Arbitration Clauses”, Arb. L. Rev. vol.9 no.43, 2017.
Kristina Moore, “The Future of Class-Action in Consumer Contract Arbitration Agreement After DIRECTV, Inc. v. Imburgia”, Case W. Res. L. Rev. vol.68 no.611, 2016.
Meredith R. Miller, “Contracting out of Process, Contracting out of Corporate Accountability: An Argument Against Enforcement of Pre-Dispute Limits on Process″. Tenn. L. Rev. vol.75 no.365, 2008.
Yun Zhao, Dispute Resolution in Electronic Commerce, Martinus Nijhoff Publishers, Leiden, 2005.
Zheng Qin, ″Introduction to E-commerce″, Springe, 2010.

ABSTRACT

A Study on the Utilization of Arbitration in the Change of International E-commerce

Eun-Bin Kim
Choong-Lyong Ha

This study recognizes that consumers are becoming important as a subject of commerce as they change from the existing e-commerce market to the consumer-led e-commerce market, and proposes the use of consumer intervention as a remedy for consumer damage in international e-commerce disputes. In Korea, there is no separate regulation on consumer arbitration, so we will analyze the U.S. arbitration judgment, which is the most active in consumer arbitration, and examine it through the U.S. arbitration judgment so that arbitration can become active as a remedy for consumer disputes in Korea. In summary, in the event of a dispute between consumers and companies through e-commerce, consumers' preference for arbitration was confirmed through repeated collection of opinions without coercion.

It is necessary to revitalize arbitration in Korea to protect consumers through arbitration rather than litigation and to resolve disputes through active alternative dispute resolution as a solution to disputes in e-commerce, which is rapidly increasing through U.S. consumer arbitration cases. The topic of the activation of arbitration has been mentioned a lot before, but the preference for arbitration is still lower than that of litigation. However, from now on, as the appearance of existing commerce has changed to consumer-led e-commerce, it has proposed a plan to use arbitration to rescue consumers from damage as consumers as buyers grow in the market.

Key Words : E-commerce, Business for Consumer, Consumer Arbitration, Arbitrability