

관세 납부 등 구매대행업의 문제점 해결을 위한 관세법상 제도적 개선방안

이기영*

Institutional improvement plans under the Customs Act to solve the
problems of the purchasing agency business such as customs payment

Lee, Ki-Young

Abstract

With the development of information and communication technology and the growth of e-commerce, the scale of international B2C transactions is expanding, and the scale of overseas direct purchase through online platforms will grow further in the future. However, with the growth of overseas direct purchase, the scale of illegal income is also growing, causing social problems.

Under the current Customs Act, if a purchasing agent falsely provides a customs value and a shortage of tax occurs, the purchasing agent and the consumer, the shipper at the time of import declaration, are jointly and severally liable for tax payment, enemy improvement is needed

This study proposed opinions on the problem of consumer damage caused by purchasing agents and institutional improvement in the Customs Act to solve it.

Key words: PURCHASING AGENT, TAXPAYER, CUSTOMS

▷ 논문접수: 2023. 02. 28. ▷ 심사완료: 2023. 03. 22. ▷ 게재확정: 2023. 03. 31.

* 경성대학교 국제무역통상학과 초빙교수, 제1저자, lky210@naver.com

I. 서론

정보통신기술의 발달과 전자상거래의 성장으로 국가 간 B2C 거래의 규모가 확대되고 있으며 향후 온라인 플랫폼을 통한 해외직구 규모는 더욱 성장할 것이다. 2022년 통계청 자료¹⁾에 의하면 전년도 대비 22년 상반기 해외직구는 50.0% 증가하였으나 역직구는 57.7% 감소하였다. 하지만 구매대행업체의 수는 해마다 증가하고 있으며 소비자의 구매대행업체를 통한 해외직구 규모도 증가할 것이다. 그리고 구매대행업체를 통한 해외직구 증가로 인한 소비자의 피해도 증가하고 있어서 이에 대한 근원적인 해결이 필요하다. 대표적인 문제로 구매대행업체의 전문성 부족과 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인한 소비자 피해 문제를 들 수 있다. 따라서 구매대행 관련 소비자의 피해 방지와 건전한 관세 행정 실현을 위한 관세법상 제도적 장치의 마련이 필요하다. 이 중 구매대행업체의 거짓 정보로 인한 소비자의 선의의 피해 문제에 대한 제도적 보완은 시급하다. 구매대행을 통하여 물품을 구매하는 소비자는 구매대행업체에서 제공한 정보를 바탕으로 구매대행 수수료 및 관세 등도 구매대행업체에게 물품 구매대금에 포함하여 결제한다. 문제는 물품의 수입과 관련하여 관세 등의 부족이 발생하는 경우 관세법상 원칙적인 경우의 납세의무자인 수입신고 하는 때의 화주인 소비자가 이에 대한 책임을 져야 한다. 구매대행업체의 잘못된 정보 제공으로 인한 문제이지만 현행 법 규정상 구매대행업체는 연대납세의무를 부담하기 때문에 소비자가 원칙적인 납세의무자가 되어 책임을 부담하여야 한다.

두 번째, 구매대행업체의 전문성 부족으로 인한 소비자의 피해도 점점 증가하는 추세로 이에 대한 해결이 필요하다. 일반적으로 세무서에 도매업으로 사업자 등록을 하면 누구든지 수출과 수입을 할 수 있

다. 하지만 사업자 등록만 한다고 무역을 할 수 있는 것이 아니다. 과거와 달리 인증과 같은 다양한 무역 장벽이 형성되어 물품의 수출과 수입에는 전문적 지식이 필요하며 행정적 절차도 수반된다. 다시 말하면 현지국에서는 유통에 문제가 없으나 우리나라에서는 수입 관련 규제 대상이 되어 국내 반입이 어려운 물품도 있다. 따라서 전문성과 경험이 부족한 경우 국제상거래에 어려움이 있다. 인터넷을 통한 국제상거래도 마찬가지이다. 온라인 플랫폼마다 다른 방식으로 거래가 진행되어 이러한 환경에 익숙하지 못한 사용자의 경우 물품 구매에 상당한 시간이 필요하다. 따라서 소비자는 구매대행업체를 통하여 편리하게 물품을 구매하고자 한다. 하지만 무역 거래 대상이 되는 물품마다 다른 인허가 요건을 가지고 있으며 국내 무역 법령에서 요구하는 행정적 절차 및 통관 절차도 다르다. 이러한 요건을 갖추지 못한 경우 수입이 이루어지지 않으며 반품처리 된다. 한국소비자원 조사에 따르면, 해외직구(구매대행) 물품 219개 상품의 반품 비용은 평균 6만1138원이며, 최소 2500원에서 최대 40만원)에 이른다. 대부분 구매대행업체를 통한 구매에서 발생하는데 구매대행업체의 전문성 부족으로 인한 문제이다. 세 번째, 주문한 물품에 대한 관세를 구매대행업자가 소비자를 속이고 과도하게 관세를 대리 수취하는 등 소비자를 기만하는 구매대행업체도 증가하고 있다.

따라서 본 연구는 해외직구의 성장으로 인한 구매대행업 관련 소비자 피해 문제점을 살펴보고 문제점 해결을 위한 관세법상 개선에 관한 의견을 제시하고자 한다. 이를 위하여 해외직구 등에 관한 선행연구를 분석하고 구매대행업의 성장 추이와 구매대행업체의 거짓 정보에 의한 소비자의 피해 문제를 확인하고 문제점 해결을 위한 방안으로 구매대행업자의 관세법상 특별납세의무자 전환 및 구매대행등록 기준의 강화와 관세법상 구매대행 관련 불법행위에 대한 벌칙 제정 필요성 등 관세법상 제도적 보완에 관한 의견을 제시하였다.

1) 통계청 온라인 쇼핑동향, 온라인쇼핑 해외직접 판매 및 구매 동향(22.8월).

II. 선행연구 및 해외직구의 규모

1. 선행연구

2022년 국정감사 보고서에 의하면 관세청 국정감사에서 전자상거래 물품 수입 건수는 해마다 계속 증가하고 있으며, 우리나라로 수입되는 전체 물품의 무려 87%가 해외직구 물품으로 우리나라 국민 중 약 2200만 명이 해외직구를 이용하고 있으며, 경제활동이 왕성한 20~50대 청장년층만 놓고 보면 해당 인구의 3분의 2가 해외직구 경험이 있다는 것을 확인할 수 있다.²⁾

과거에는 대형 수입업체가 수입한 후 국내 유통망을 통하여 소비자에게 물품이 공급되었으나 이제는 개별 소비자가 직접 온라인 공동시장을 활용하여 물품을 선택하고 국제 특송을 통해 물품을 수입하는 일은 평범한 일상이 되었다. 최근 전자상거래는 개인 간 맞춤형 서비스 형태로 진화하고 있으며 기업은 전 세계 소비자를 대상으로 시장을 확대하고 있다. 하지만 B2C 성장으로 인하여 새로운 형태의 문제가 발생하고 있는데 이 중 해외직구를 가장한 불법 물품의 반입과 구매대행업자의 거짓 정보 제공으로 인한 소비자 피해는 점점 증가하는 추세이다. 따라서 본 연구는 구매대행업체의 성장으로 인한 긍정적인 영향보다는 구매대행 관련 문제점을 확인하고 문제 해결을 위한 제도적 보완에 관한 의견을 제시하였다. 본 연구와 관련된 선행연구는 Cross-border B2C 전자상거래의 확대와 이에 대한 물류 및 법제적 개선의 필요성에 관한 연구와 해외직구의 성장에 따른 소비자 통관절차의 문제점과 이에 대한 개선방안 등 두 가지 측면에서 주로 진행되었다.

먼저 Cross-border B2C 전자상거래의 확대와 이에 대한 물류 및 법제적 개선의 필요성에 관한 연구를 살펴보면 첫 번째, 김철호(2016)는 Cross-border B2C 전자상거래의 확산 현황과 배경을 고찰하고

Cross-border B2C의 지속적인 성장을 고려할 때 Cross-border B2C 전자상거래 관련 규범의 필요하며 우리나라의 무역법규에 Cross-border B2C 전자상거래에 관한 규정의 제정 필요성을 제안하였다. 그리고 임재욱(2015)은 Cross-border 성장하고 있으나 특송 물품에 대한 통관절차의 미비로 인한 문제점을 확인하고 새로운 택배 물류센터의 필요성을 제시하였다.

두 번째, 이기영 외(2022)는 글로벌 B2C 시장의 성장 현황과 온라인 공동시장을 통한 해외직구의 추이를 살펴보고 글로벌 B2C 시장의 성장으로 인한 지식재산권 침해와 도용 등에 따른 피해 문제, 소비자의 선의의 피해 등을 파악한 후 이의 해결 방법 및 전자상거래의 발전방안에 관한 의견을 제시하고자 하였다.

세 번째, 김창희 외(2017)는 전자상거래 기업의 펀더멘털과 성과를 분석하여 국내 유통기업의 운영 효율성을 최적화 방안을 모색하였다. 분석은 대표적인 온라인 공동시장인 Amazon, Ebay 등 13개 기업의 데이터를 기반으로 부트스트랩-DEA 분석, 비모수 검정, 토빗 회귀분석을 적용하여 연구하였으며 이를 바탕으로 유통 및 물류 기업의 대응방안을 제시하였다. 그리고 조원길(2020)은 우리나라 주요 항구와 세관의 수출입물동량을 분석해 봄으로써 지속적으로 증가하고 있는 국경 간 전자상거래 물류배송 문제점을 모색하고 이에 대한 개선방안을 시계열 데이터를 활용하여 실증분석하였다. 그리고 그 결과 전자상거래 무역은 거래비용 절감과 최소 비용의 현대식 무역방식으로 자리 잡고 새로운 수출성과 창출수단으로서 육성할 필요성을 강조하였다.

다음으로 해외직구의 성장에 따른 소비자 통관절차의 문제점과 이에 대한 개선방안에 관한 연구 분야가 있는데 첫 번째, 김태형 외(2016)는 소비자의 해외직구에 대한 만족과 웹사이트의 특성과 재구매 의도와의 상관성을 분석을 위하여 다중회귀분석을 통하여 검증하였다. 연구결과를 바탕으로 해외직구 사이트의 개선방안을 제시하였는데 특히 소비자의

2) <https://www.sejungilbo.com/news/>. 2022.11.08.

불만 사항에 대한 처리, 제품 설명의 다국적 언어 사용 필요성, 반품과 환불에 대한 편의 제공을 제안하였다. 그리고 박은현(2020)은 선행연구를 통한 해외 직접구매 현황과 이와 관련된 정부의 통관제도 분석을 통해 해외 국가 통관절차를 비교 분석하고자 하였으며 분석결과를 바탕으로 전자상거래 물품에 대한 관세 및 부가세의 적용 등 수입통관절차 악용을 방지하고 특송물품 통관 도입에 필요한 시스템 구축과 함께 소비자, 특송업체 등 관련 당사자들에 대한 교육 및 훈련, 해외직구에 대한 충분한 홍보 필요성 등 개선방안을 제시하였다.

두 번째, 김종덕 외(2019)는 간이통관이 배제되는 해외직구에 대한 관세 등의 납세신고 방법 개선, 물품 신고시 전자상거래에 적합하도록 신고항목 축소, 서류보관 의무 면제 등의 방안을 제시하였으며, 한상훈(2015)은 해외직접구매의 개념과 현황 그리고 통관과 관련된 해외직접구매 절차와 정부의 제도를 중점적으로 살펴보고 해외직접구매와 관련된 통관제도를 분석하여 연구함으로써 우리나라의 소비시장 확대와 해외직접구매시장 활성화로 인한 역직구와 해외 직판 산업의 발전방안을 제시하였다.

마지막으로 김중호(2017)는 해외직구와 관련하여 관세청 자체감사 결과를 바탕으로 제3자 명의도용 등 부정한 방법으로 통관한 사례, 특송업체의 낮은 법규준수 실태 등의 문제점이 확인하고 이러한 문제가 재발하지 않게 하기 위한 개인 통관고유부호 발급시스템 개선, 통관목록 기재 항목 추가, 특송물품 국내배송지 상이 내역 제출 대상 확대 등 구체적인 해결방안을 제시하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 본 연구와 관련된 선행연구는 주로 해외직구의 현황 및 해외직구 성장으로 인한 문제점 해결과 국가 간 전자상거래에서 간이통관제도의 문제점 분석을 통한 우리나라 간이통관제의 개선 및 Cross-border B2C 전자상거래의 확대와 이에 대한 물류 및 법적 개선의 필요성에 관하여 연구가 이루어졌다.

특송물품의 신고유형은 목록통관, 간이수입신고, 일반수입신고 등으로 신고유형에 따라 수입 절차가 다르다. 그리고 물품마다 수입에 필요한 인허가 요건이 다른 등 구매대행업체는 물품 수입에 따른 전문성이 필요하다. 하지만 대부분 구매대행업체는 무역에 대한 전문성이 부족하며 이로 인한 수입 요건 미비 등으로 반품 발생도 발생한다. 이러한 문제 이외에 관세의 납세의무와 관련된 문제도 발생하는데 현행 관세법에서는 구매대행업자를 통한 해외직구의 경우 구매대행업자의 거짓 정보로 인하여 발생하는 관세 추징에 대해 구매대행업자와 소비자가 연대하여 납세의무를 지도록 규정하고 있는데 이로 인하여 수입신고인이 소비자에게 피해가 발생하고 있다. 따라서 본 연구에서는 기존 선행연구에서 다루지 않은 구매대행업자의 거짓 정보에 의한 관세 납부에 대해 수입신고인이 소비자와 연대납세의무를 지는 것이 아닌 특별납세의무자로 납세의무를 부담할 필요성을 제안하고 해외직구와 관련된 불법행위에 대해 별도로 벌칙 규정을 제정하여 해외직구 및 구매대행과 관련하여 건전한 관세 행정 실현을 위한 의견을 제시하였다는 점에서 기존연구와 차별성이 있다.

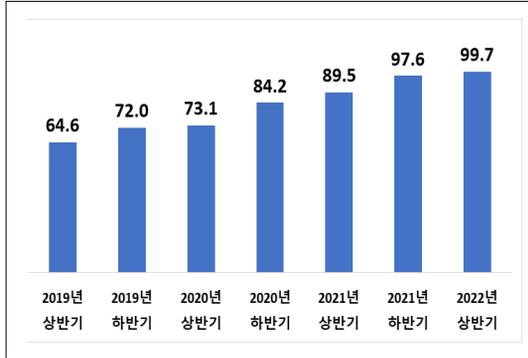
2. 해외직구의 규모

2022년 8월 통계청 자료에 의하면 전체 전자상거래의 규모는 증가하였으나 B2C 규모는 감소한 것으로 나타났다. 2022년 상반기 온라인 쇼핑물 금액은 99.7조 원에 해당하며 이는 2019년 상반기 64.6조 원과 대비할 때 54.3% 증가하였다. 하지만 B2C(해외직구와 역직구를 합산) 거래는 2019년 상반기 4.4조 원 규모였으나 2022년 상반기에는 3.7조 원으로 규모가 감소하였다.³⁾

3) 통계청 온라인쇼핑동향, 온라인쇼핑 해외직접 판매 및 구매 동향(22.8월), 2022.11월 집계 자료.

그림 1. 전체 전자상거래 거래 규모

단위 : 조원(백억원 단위에서 반올림)

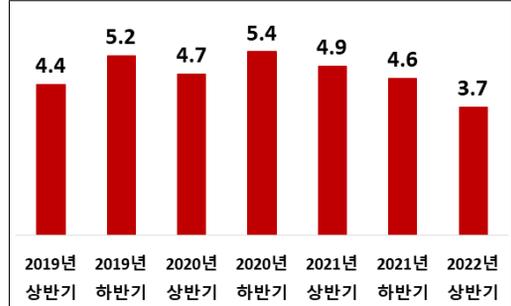


자료 : 통계청, 온라인쇼핑동향(22.08)

지난해 목록통관과 수입신고를 포함한 해외직구는 8838만 건, 금액은 46억5800만 달러로 각각 집계됐다. 건수와 금액 모두 해외 역직구의 2배 이상으로 개인 소비용으로 해외 물품에 대한 직구 이용자 가운데 상위 20명의 월평균 구매 횟수는 101건, 구매 금액은 6269달러였다.⁴⁾

그림 2. B2C 거래 규모

단위 : 조원(백억원 단위에서 반올림)

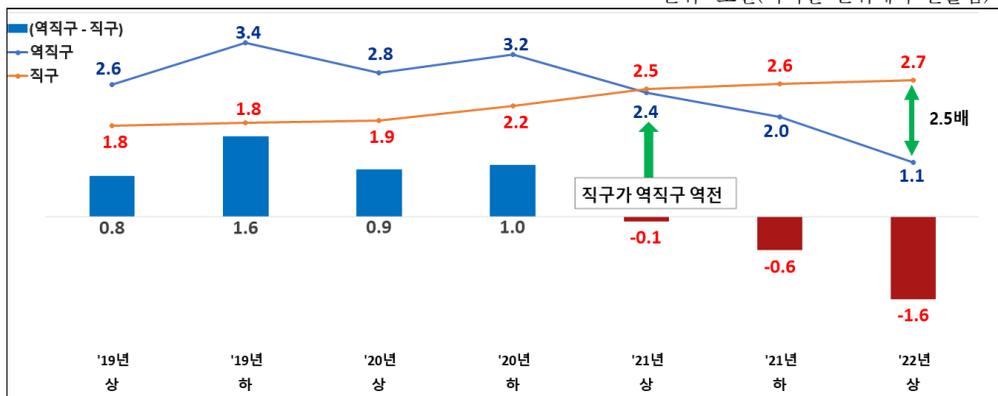


자료 : 통계청, 온라인 해외직접구매액(22.08)

통계청 자료를 살펴보면 2016년 상반기에는 수출에 해당하는 역직구가 수입에 해당하는 해외직구와 비교할 때 흑자였으나 2021년 상반기부터 해외직구가 역직구를 초월하면서 적자를 기록하였다. 이후 2022년 상반기까지 마이너스 성장이 계속되어 해외직구 거래 규모는 2.7조 원, 역직구 규모는 1.1조 원 규모로 역직구와 비교할 때 해외직구 규모가 2.5배 더 확대되었다. 당분간 해외직구의 규모는 더욱 성장할 것으로 예측할 수 있다.

그림 3. 해외직구, 역직구 추이

단위: 조원(백억원 단위에서 반올림)



자료 : 통계청, 온라인쇼핑동향(2022년 08월 기준)

4) <https://www.kita.net/cmmrcInfo/cmmrcNews/cmmrcNews/cmmrcNewsDetail.do?pageIndex=1&nIndex=71143&sSiteid=1>, 2023.01.18.

그리고 해외직구의 지역별 동향을 살펴보면 미국의 경우 2019년 상반기 8,681억 원에서 2022년 상반기 1조 665억 원으로 22.9% 증가하였으며 일본의 경우 2019년 상반기 1,234억 원에서 2022년 상반기 1,966억 원을 기록하였고 EU의 경우 4,073억 원에서 5,953억 원으로 46.2% 증가하였다. 대부분 국가에서 해외직구 규모가 증가하였다는 것을 확인할 수 있다.

표 1. 지역별 해외직구 금액 변화

(단위: 억원 / 천만원 단위에서 반올림)

해외직구	'19년 상반기	'22년 상반기	증감율
미국	8,681	10,665	22.9%
중국	3,381	6,809	101.4%
EU	4,073	5,953	46.2%
일본	1,234	1,966	59.3%
대양주	412	565	37.1%
ASEAN	66	417	531.8%
중동	6	19	216.7%
중남미	0.9	2	122.2%
기타	101	339	235.6%

자료 : 통계청, 온라인 해외직접구매액(2022년 08월 기준)

반면 관세청에 따르면 최근 국민안전 위해물품 반입과 해외직구를 악용한 타인 명의도용, 구매대행업체의 세금 가로채기 등 불법행위가 지속 증가하고 있으며, 2022년 9월 22일부터 11월 30일까지 특별단속을 통해 범칙금액 총 810억 원 규모의 불법행위를 적발했다.⁵⁾ 특히 구매대행업체가 소비자에게 거짓 정보를 제공하고 소비자로부터 과다 관세를 수령하여 부당 이익을 추구하는 불법행위가 증가하고 있으며 향후 소비자의 피해가 증가할 것으로 예측된다. 따라서 이에 대한 관세법상 보완이 필요하다.

III. 구매대행업체로 인한 소비자 피해의 문제점

1. 구매대행업체의 전문성 부족

1) 구매대행업자

구매대행업자는 자가사용물품을 수입하려는 화주의 위임에 따라 해외 판매자로부터 해당 수입물품의 구매를 대행하는 것 또는 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말한다. 이하 같다) 등을 통하여 해외로부터 구매 가능한 물품의 정보를 제공하고 해당 물품을 자가사용물품으로 수입하려는 화주의 요청에 따라 그 물품을 구매해서 판매하는 것을 업으로 하는 자로 규정하고 있다.⁶⁾ 다시 말하면 구매대행업자는 해외의 사이버 몰 등에서 판매하고 있는 물품을 소비자에게 수수료를 받고 대신 구매하는 것을 업으로 하는 자로 구매대행업자 본인이 제조하거나 판매하는 물품이 아니고 해외 쇼핑몰의 물품을 대행하여 구매 후 판매하는 사업자이다. 따라서 물품의 수입에 대한 관세의 납세의무지는 물품의 구매를 위탁한 소비자이며 구매대행업자는 물품 대금 및 수수료와 관세 등을 소비자로부터 수령한 후 이를 대신 납부하고 물품이 소비자에게 전달되도록 거래 중개자 역할을 수행한다. 2010년 이후 글로벌셀러라는 용어가 등장하면서 청년창업지원제도나 아마존 등 E-Market place 등을 활용하면서 구매대행업체의 수는 증가하고 있다.

2) 구매대행업자의 전문성 부족으로 인한 소비자 피해

우리나라는 2000년 이후 무역에 대한 완전 자유화를 선언하였고 누구든지 사업자 등록을 하고 무역을 할 수 있다. 하지만 무역은 관세장벽과 비관세장벽이 존재하기 때문에 전문성이 필요하다. 최근에는 인증

5) <https://www.intn.co.kr/news/>. 2023.02.25.

6) 관세법 제19조 ⑤항.

과 같은 비관세장벽의 확대로 전문적인 지식이나 경험 없이 국가 간 거래를 진행하는 것은 어렵다. 특히 물품 수입과 관련된 인허가 요건은 국가마다 다르다. 예를 들면 미국에서는 건강보조식품으로 분류되어 물품의 판매 제한이 없다고 하더라도 우리나라에서는 해당 물품이 의약품으로 분류되어 있다면 수입 과정에서 인허가 요건 미비로 반송되거나 폐기처분될 수 있다. 이와 관련된 정보는 사전에 구매대행업자가 알고 있어야 하며 자신이 운영하는 대행 물에 세부적인 내용을 공지하거나 이러한 물품은 처음부터 대행 물에 노출하지 않아야 한다. 하지만 대부분의 구매대행업을 운영하는 사업자는 무역에 대한 전문적인 지식이 풍부하지 않다. 따라서 물품의 반입 금지나 반송 등의 문제가 발생하는 경우 소비자 책임으로 떠넘기고 있어 소비자 피해가 심각하게 발생하고 있다.

관세청에 의하면 2021년 기준 연간 약 1300만 건(약 700만 달러)이 반품되어 폐기되는 것으로 파악하고 있으며, 어떤 한 대형기업의 경우 전체 통관물량의 약 15% 내외가 반품되어 폐기되는 것으로 추산되고 있으며, 2017년 이후, 해외직구와 관련하여 세관에 정식으로 수출 신고하고 반품된 것만 약 10만 건, 금액으로는 1000억 원이 넘는 것으로 집계되었다.⁷⁾

구매대행업자를 통하여 물품을 구매하는 소비자는 다른 국가에서 운영하는 쇼핑몰에 대한 전문적인 지식이 없어도 구매대행업자를 통하여 편리하게 물품을 구매할 수 있다는 장점이 있다. 하지만 구매대행업자 중 일부는 외국의 온라인 물에서 판매하는 물품에 대한 정보를 전혀 알지 못하거나 해당 물품의 수입과 관련된 인허가 요건에 관한 정보를 알지 못한 채 단순하게 구매 연결을 통해 이익을 얻고자 사업을 운영하는 경우가 많다. 이런 경우 물품 수입과 관련된 문제는 소비자가 부담하기 때문에 일반 소비자의 피해가 발생하는 것은 당연하다.

2. 구매대행업체의 허위 정보 제공에 의한 피해 발생 문제

물품의 수입은 수출과 달리 관세 등의 부과와 징수 문제가 있다. 수입과 관련된 관세 등은 국자의 재정수입 확보와 국내산업보호 등을 위해 필요하다. 그리고 수입 관세 산정을 위한 과세표준 및 관세율을 확인하고 스스로 자진신고납부하는 방식을 원칙으로 하는 우리나라에서 과세가격을 결정하는 것은 매우 중요하다. 구매대행업자가 수입물품에 대한 관세를 정확하게 수령하고 관세를 납부하는 경우는 크게 문제가 되지 않는다. 하지만 구매대행업체가 소비자 또는 관세사에게 물품 가격에 관한 정보를 거짓으로 제공하는 경우에는 물품을 신고하는 때의 화주인 소비자에게 선의의 피해가 발생한다.

구매대행업체의 거짓 정보 제공을 통한 문제점은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 첫 번째, 구매대행업체가 소비자에게 가격 정보를 과다하게 제공하고 과다 제공 가격 정보를 기반으로 산출한 관세 등을 수령하여 부당 이익을 획득하는 것이다. 구매대행의 경우 소비자는 구매대행업체에게 물품의 판매가격, 배송비용, 구매대행수수료, 관세 등을 구매할 때 결제한다. 따라서 구매대행업체가 해당 물품에 대한 다양한 비용요소 중 일부를 과다하게 책정하고 소비자에게 결제를 청구하여 부당 이익을 도모할 수 있다.

두 번째, 구매대행업체가 과세관청과 소비자 사이의 정보의 비대칭성을 악용하여 실제 물품 구매 가격보다 오히려 낮게 과세가격을 책정한 후 신고하여 관세포탈을 하는 경우이다. 이 경우 차후 부속세액에 대한 추징문제 발생하는 경우 납세의무자인 소비자가 책임을 져야 한다. 즉 현행 관세법에서는 구매대행업자와 관련된 관세 납부에 대하여 구매대행업자가 화주로부터 수입물품에 대하여 납부할 관세 등에 상당하는 금액을 수령하고, 수입신고인 등에게 과세 가격 등의 정보를 거짓으로 제공한 경우에 구매대행업자와 수입신고하는 때의 화주가 연대하여 관세의 납부 의무를 부담하도록 규정하고 있다.⁸⁾ 즉 구매대행업체가 과세가격을 거짓으로 제공하여 부족 세액

7) <https://www.sejungilbo.com/> 2022.01.11.

이 발생하는 경우 구매대행업자와 수입신고하는 때의 화주인 소비자가 연대납세의무를 지도록 규정하고 있다는 점이다.⁹⁾ 현행 관세법상 원칙적인 관세의 납세의무자는 물품을 수입신고하는 때의 화주로 이는 소비를 전제로 수입의 의사가 있는 당사자가 관세의 납세의무자가 된다. 그런데 구매대행업자와 관련된 관세의 납부 의무에 있어서 과세가액 정보를 거짓으로 제공한 당사자는 구매대행업자이며 이에 관한 내용을 전혀 모르는 화주인 소비자가 책임을 지고 구매대행업체는 연대납세의무를 부담하는 것은 부당하다. 따라서 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인한 소비자의 선의의 피해 발생 방지를 위한 납부 의무 규정의 개선 및 벌칙 규정의 제정이 필요하다.

3. 구매대행업 등록 기준의 문제점

해외직구 이용자를 보호함과 동시에 주요한 무역 주체로 떠오른 구매대행업자를 제도권에 편입·관리

하겠다는 목적으로 풀이된다. 관세청은 전자상거래 플랫폼 운영·입점자, 자체 사이트 운영자, 해외 배송업자(특송업체) 등 새로운 무역 거래자를 관리하는 방안도 검토하고 있다. 이에 따라 관세청은 직전 연도 구매대행 금액이 10억 원 이상인 구매대행업자는 반드시 세관에 등록하도록 했으며 10억 원 미만인 업체의 경우는 권고 사항으로 적용하고 있다. 소규모 구매대행업자의 등록 부담을 줄이기 위해 등록 대상 업체 기준을 전년도 10억 규모를 정하고 있는데 규제를 최소화한다는 측면에서는 긍정적인 제도이지만 통신판매업체의 규모로 볼 때 소규모 영세업체를 통한 구매대행이 오히려 소비자 피해 발생의 근원지가 될 가능성이 있다.

따라서 소비자의 피해 방지를 위한 차원에서 통신 판매업 신고업체 중 구매대행업을 하고자 하는 모든 업체는 구매대행업 등록을 고려할 필요가 있다.

표 2. 통신판매업 신고현황 (2020.9.6. 기준)

구분	서울	경기도	인천	부산	대구	경상남도	경상북도	대전	충청남도
법인	99,767	56,136	9,518	8,886	5,668	4,518	4,738	4,764	4,631
개인	364,744	319,099	74,820	68,670	53,359	42,256	37,230	30,962	29,010
총계	464,511	375,235	84,338	77,556	59,027	46,774	41,968	35,726	33,641
법인비율	27.4%	17.6%	12.7%	12.9%	10.6%	10.7%	12.7%	15.4%	16.0%
개인비율	78.5%	85.0%	88.7%	88.5%	90.4%	90.3%	88.7%	86.7%	86.2%
지역비율	33.5%	27.0%	6.1%	5.6%	4.3%	3.4%	3.0%	2.6%	2.4%
	광주	충청북도	전라북도	강원도	전라남도	제주	울산	세종	총계
법인	3,606	4,299	4,758	3,708	4,531	2,806	1,080	437	223,851
개인	25,673	24,530	23,063	22,393	21,114	11,304	12,994	3,174	1,164,395
총계	29,279	28,829	27,821	26,101	25,645	14,110	14,074	3,611	1,388,246
법인비율	14.0%	17.5%	20.6%	16.6%	21.5%	24.8%	8.3%	13.8%	19.2%
개인비율	87.7%	85.1%	82.9%	85.8%	82.3%	80.1%	92.3%	87.9%	83.9%
지역비율	2.1%	2.1%	2.0%	1.9%	1.8%	1.0%	1.0%	0.3%	100.0%

자료 : 관세청¹⁰⁾

8) 관세법 제19조 ⑤항.

9) 관세법 제19조 ①항 1. 연대납세의무와 관련해서 현행 관세법에서는 수입신고가 수리된 물품 또는 제252조에 따른 수입신고수리권 반출증인을 받아 반출된 물품에 대하여 납부하였거나 납부하여야 할 관세액이 부족한 경우 해당 물품을 수입신고하는 때의 화주의 주소 및 거소가 분명하지 아니하거나 수입신고인이 화주를 명백히 하지 못하는 경우에는 그 신고인이 해당 물품을 수입신고하는 때의 화주와 연대하여 해당 관세를 납부하여야 한다.

10) 관세청 보도자료, 2022. 5. 27.(금)

IV. 문제점 해결을 위한 관세법상 제도적 개선방안

1. 구매대행업체의 사전 및 사후 교육의 필요성

2차 세계대전 이후 선진국은 GATT를 기반으로 자유무역의 기틀을 마련하였고 WTO를 창설하여 자유무역을 통해 전 세계는 경제성장을 하고 있다.

그리고 정보통신기술의 비약적인 발전과 전자상거래의 성장으로 국경 없는 무역이 실현되기에 이르렀고 B2B 중심의 거래에서 B2C 거래로 변화하고 있다. 이러한 B2C 거래는 온라인 플랫폼을 통하여 이루어지고 있으며 그 결과 구매대행업이 증가하는 추세이다. 구매대행업의 성장으로 소비자는 어려움이 없이 해외 쇼핑물을 통하여 물품을 구매할 수 있게 되었으며 구매대행업도 성장하고 있다. 하지만 해외로부터 물품을 수입하는 경우 다양한 인허가 요건에 대한 정보를 알고 있어야 하며 이에 맞는 행정적 절차를 진행하여야 한다. 예를 들어 건강기능식품을 수입하고자 하는 경우 수입자는 2중 근린생활시설에 사업장을 갖추고 건강기능식품 수입 전에 건강기능식품 수입판매업신고(영업신고)를 하여야 하며 한국식품산업협회에서 실시하는 위생 교육을 이수하여야 한다. 그리고 수입하고자 하는 물품의 종류에 따라 관련 법령에서 요구하는 서류 및 절차를 진행하여야 한다. 즉 전문성이 부족한 경우에는 무역 거래를 진행하기가 어렵다. 따라서 구매대행업체의 전문성은 소비자 피해 방지를 위해서 필요하며 지속적인 교육과 정보 제공이 필요하다. 이를 위하여 관세청이 중심이 되어 구매대행업체 교육 및 관리를 위한 전담 부서의 설립이 필요하다. 무역 관련 법령은 통상 정책 및 FTA 확대 등으로 변화가 심하며 이에 따라 다양한 정보와 전문성 확보를 위한 교육은 필수적이다. 이를 위하여 온라인 보수 교육 등을 실시하여 구매대행업체의 전문성을 향상하여야 한다.

2. 허위정보 제공 구매대행업체의 특별납세의무자 전환

관세법상 납세의무자는 원칙적인 납세의무자, 연대납세의무자, 특별납세의무자, 납세보증인, 제2차 납세의무자 등으로 구분할 수 있다. 원칙적으로 수입 신고하는 때의 화주가 관세의 납세의무자이며, 원칙적인 납세의무자인 화주가 관세의 납부 의무를 이행하지 않으면 연대납세의무자, 납세보증인 등이 관세의 납세의무를 부담하여야 한다. 이 중 관세법상 특별납세의무자는 정상적인 수입신고를 하지 않고 수입이 이루어지는 물품에 적용되는 규정으로 관세 징수권의 확보를 위해 마련된 제도이며 원칙적인 경우의 납세의무자와 특별납세의무자가 경합하는 경우에는 특별납세의무자 관세의 납부 의무를 부담한다. 그리고 현행 관세법에서는 구매대행업자가 허위 또는 거짓으로 정보를 제공하는 경우 구매대행업자와 원칙적인 납세의무자에 해당하는 소비자가 연대하여 관세의 납부 의무를 부담하도록 규정하고 있다.¹¹⁾ 하지만 처음부터 악의적 의도를 가진 구매대행업자의 거짓 정보 제공으로 인한 문제로 수입신고하는 때의 화주에 해당하는 소비자가 구매대행업자와 연대하여 납세의무를 부담하는 것은 부당하다.

구매대행업자는 소비자가 물품을 주문할 때 이미 납부할 관세 등에 관한 정보를 제공하고 소비자는 이러한 정보를 바탕으로 물품에 대한 구매 의사를 밝히게 된다. 만약 구매대행업자가 제공한 정보가 거짓인 경우 구매대행업자의 정보를 신뢰하고 물품을 구매한 소비자는 의도하지 않은 관세포탈 등에 대하여 소비자의 2차 피해가 발생한다. 처음부터 제공한 정보가 제공되었다더라면 해당 물품에 대한 구매하지 않았을 수도 있다. 이는 소비자의 잘못이 아니라 구매대행업자의 귀책 사유라고 할 수 있다. 최근 무분별한 구매대행업자의 난립으로 구매대행과 관련된 다양한 문제가 발생하는데 그 중 관세 등의 납부와

11) 관세법 제19조 ①항 1.

관련된 소비자의 피해도 발생하고 있다. 해외직구는 해마다 증가 추세이며 이러한 추세에 비추어 볼 때 건전한 해외직구와 관련된 풍토조성이 필요하다. 전자상거래의 확대로 국경 간 장벽이 점점 사라져가고 있으며 B2C 거래의 증가로 외국의 쇼핑몰을 통한 물품 구매와 관련된 소비자 피해도 증가할 것이다. 구매대행업은 복잡하고 까다로운 해외의 다양한 쇼핑몰을 통해 물품을 구매하는 소비자에게 편의를 제공하고 정확한 정보 제공을 대가로 사업을 영위하는 사업자로 국제상거래에 대한 전문성과 책임성을 갖추고 있어야 한다. 하지만 잘못된 과세가격 정보를 제공하고 물품 구매에 관한 관세 등에 대해 소비자가 예상 이외에 관세 등을 많이 부담하게 된다면 사업자의 신뢰성과 영속성에 관하여 심사숙고할 필요가 있다. 따라서 구매대행업자에 대한 관세법상 납세의무 강화는 필요하다. 따라서 이를 효율적으로 관리하기 위해 관세법상 특별납세의무자 규정에 구매대행업자와 관련된 규정을 신설할 필요가 있다. 즉 현행 관세법 제19조 ①항 1 규정의 구매대행업자에 관한 규정을 19조 ①항에 13 규정으로 추가하여 특별납세의무를 부담하도록 규정하여 구매대행업자가 소비자를 거점으로 속여 관세포탈로 소비자가 선의의 피해가 발생하는 것을 방지하여야 한다.

법은 선의의 피해자를 보호하기 위하여 존재하는 것이다. 구매대행을 통한 해외직구 증가로 인한 선의의 소비자 피해 방지를 위하여 구매대행업체의 거짓 정보로 인한 관세 추징 관련 소비자 피해 해결을 위하여 현행 구매대행업자에 대한 연대납세의무 규정을 관세법상 특별납세의무자로 전환하여 건전한 통관 질서를 구현하여야 한다.

3. 구매대행 등록 기준 강화

관세청 자료에 의하면 전자상거래 수입 건수는 2019년 4천 298만 8천 건에서 지난해 8천 838만 건으로 2배 급증하며 전체 수입의 80% 이상을 차지했으며 2017년부터 2021년 최근 5년간 해외직구 물품

중 특송화물 수입통관은 88,380건으로 금액은 4,658,358 달러로 해마다 규모가 성장하고 있다.

표 3. 특송통관(목록통관, 수입신고) 현황

(단위 : 천건, 천불)

구 분	목록통관		수입신고	
	건수	금액	건수	금액
2017	13,217	886,811	10,375	1,223,429
2018	19,158	1,179,064	13,097	1,575,880
2019	25,549	1,291,953	17,439	1,851,258
2020	40,722	1,575,044	22,853	2,178,714
2021	58,553	1,975,198	29,827	2,683,159

자료 : 관세청¹²⁾

문제는 소비자가 구매대행을 통하여 물품을 구매하는 경우 구매대행업체가 소비자를 대신하여 물품을 수입하고 수입통관 및 관세의 납부를 이행하지만 구매대행 여부는 드러나지 않는다는 점이다. 관세청은 이러한 문제를 개선하기 위하여 구매대행업 등록 제도를 실시하고 있다. 하지만 현행 규정은 전년도 구매대행 금액이 10억 원 이상인 업체에 대하여 의무 등록하도록 하고 그 외의 기업은 권고 사항으로 실시하고 있는 한계점이 있다.

구매대행업의 경우 반드시 통신판매업 신고를 하여야 하는데 2020년 9월 기준 통신판매업 신고현황을 살펴보면 법인 223,851개, 개인 1,164,395개 업체 등 총 1,388,246개 업체로 집계되었으며 계속 증가하는 추세이다. 그리고 통신판매업체 중 상당수는 구매대행업을 겸하고 있어 구매대행업체를 통한 전자상거래로 인한 소비자의 피해도 늘어날 가능성이 있다.

현행 관세법상 구매대행업자 등록 및 관리에 관한 고시 규정에는 만약 등록 구매대행업자(그 임직원 및 사용인을 포함)가 그 업무와 관련하여 관세법을 위반하거나 의무를 위반하는 등의 경우에는 그 위반 내용에 따라 등록 취소, 6개월 범위에서의 업무 정지 또는 그 밖에 필요한 조치를 취할 수 있다.¹³⁾ 하지만

12) <https://www.customs.go.kr/>. 20223.0130.

등록을 하지 않은 업체가 관세법을 위반한 경우 처벌에 관한 규정이 없다. 따라서 구매대행업체의 건전성 확보와 통관 질서의 확립 및 선의의 소비자 피해 방지를 위하여 구매대행업을 하고자 하는 모든 업체는 세관에 등록하도록 하여 부정 거래 및 소비자 피해를 방지하여야 한다. 다만 금액이 적은 업체에 대해서는 규제 완화 차원에서 등록 절차 및 서류 요건 등에 대하여 약식으로 진행하는 방안을 검토할 필요가 있다.

4. 구매대행업체의 불법행위에 대한 벌칙 제정

한국소비자원 조사에 따르면 전자상거래 업체와 구매자 간 분쟁과 피해사례 또한 증가하고 있다. 해외직구 반품과 관련한 소비자 불만 유형 중 위약금·수수료 부당청구 등 반품 비용과 관련한 민원이 가장 많이 발생하는 것으로 조사됐다.¹³⁾ 그리고 개인통관 고유번호 기준으로 해외직구 이용자는 27만 3천 명에서 1천 478만 7천 명으로 59.5% 증가하는 등 B2C 전자상거래의 규모가 크게 성장하여 국경 간 전자상거래 형태가 변화하고 있으며 이 중 해외직구가 차지하는 비중은 해마다 성장하고 있다.

하지만 현행 관세법에서 구매대행업체의 등록과 연대납세의무에 관한 규정만 있으며 구매대행업체의 거짓 정보 제공에 의한 소비자 피해 및 구매대행업체의 소비자 명의도용을 통한 불법 거래에 대한 벌칙 규정이 전혀 없다. 따라서 해외직구 및 구매대행업을 통한 관세법상 불법행위에 대하여 관세법상 벌칙을 제정하여야 한다.

특히 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인하여 소비자의 관세 추징이 발생하는 경우 구매대행업체에 과징금을 부과하도록 규정을 신설하여야 한다. 그리고 소비자에게 관세를 과도하게 수령하고 자신의 이익을 도모하거나 고객의 통관보유번호를 도용하여

불법 거래를 하는 경우 관세법상 허위신고죄에 준하는 벌금형을 신설하여 소비자의 피해를 적극적으로 방지하여야 한다.

V. 결론

해외직구 이용자가 증가하면서 전자상거래에서 B2C 거래가 차지하는 비중이 성장하고 있다. 알리바바, shopee, 라자다, 아마존, eBay 등의 전자상거래 플랫폼의 글로벌셀러를 통해 다른 국가에서 생산되는 물품을 소비자가 직접 구매하기에 이르렀고 이러한 전자상거래 플랫폼에 입점한 구매대행업체의 역할도 중요하게 자리 잡고 있다. 소비자는 편리하게 자신이 원하는 물품을 구매대행업체를 통해 구매할 수 있게 되었고 구매대행업의 창업도 증가하는 추세이다. 구매대행은 소비자에게 편리성이라는 긍정적인 효과가 있다. 하지만 반대로 구매대행으로 인한 소비자의 피해가 발생하는 부정적인 측면도 있다.

구매대행업체의 증가로 인한 대표적인 문제점으로 첫째, 구매대행업체의 전문성 부족이다. 무역은 전문성과 경험이 필요하다. 특히 구매대행업체는 전자상거래 플랫폼을 통한 대금결제 및 안전 배송과 같은 부분은 전문적인 지식과 경험이 필요하다. 구매대행업자는 배대지 미발송, 물품 분실, payonner 결제 연결, 통관 요건 미비로 인한 물품 반송 등 복잡하고 전문적인 절차에 대처할 수 있는 노하우가 필요하다. 특히 국가마다 다른 인허가 제도 및 통관 요건 등은 반드시 알고 있어야 한다. 하지만 이러한 전문성을 갖추지 못한 구매대행업체가 우후죽순으로 증가함에 따라 선의의 소비자 피해가 발생한다.

둘째, 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인한 관세 관련 문제이다. 현행 관세법은 구매대행업체가 과세가격을 거짓으로 제공하여 부득 세액이 발생하는 경우 구매대행업자와 수입신고하는 때의 화주인 소비자가 연대납세의무를 지도록 규정하고 있다. 즉 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인한 관세액 부

13) 구매대행업자 등록 및 관리에 관한 고시 제9조.

14) <https://www.sejungilbo.com/>. 2023.01.31.

족에 대하여 원칙적인 납세의무자인 수입신고하는 때의 화주인 소비자가 책임을 지고 구매대행업체는 연대납세의무를 지도록 규정하고 있어 관세 부족액에 대한 책임을 소비자가 부담하도록 규정하고 있어 소비자 입장에서는 거짓 정보로 인한 책임까지 부담하는 문제가 있다. 그리고 구매대행업체가 소비자에게 과다하게 관세를 수령하고 차액 부분을 구매대행업체가 부당하게 자신의 이익으로 수령하는 문제도 있다. 따라서 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인한 관세 관련 문제점에 대한 제도적 개선이 필요하다.

세 번째, 구매대행업 등록 요건과 관련된 문제가 있다. 현행 관세법상 전년도 구매대행 금액이 10억 원 이상인 업체에 대하여 의무 등록하도록 하고 그 외의 기업은 권고 사항으로 실시하고 있는 한계점이 있다. 구매대행업의 경우 반드시 통신판매업 신고를 하여야 하는데 2020년 9월 기준 통신판매업 신고현황을 살펴보면 총 1,388,246개 업체로 집계되었으며 계속 증가하는 추세이다. 이러한 통계자료를 바탕으로 할 때 구매대행업도 증가하고 있다는 것이 명백하며 금액을 기준으로 한 등록은 큰 실효성이 없기에 모든 구매대행업체가 등록하도록 개선할 필요가 있다. 마지막으로 구매대행업의 관세법 위반에 관한 과징금과 벌칙 규정의 신설이 필요하다. 현행 관세법상 구매대행 관련 규정은 구매대행업 등록 및 연대납세의무에 관한 규정 2개만 있으며 구체적인 위법 사항에 관한 규정은 없다. 따라서 건전하고 성실한 구매대행 정착을 위해 위법 사항에 대한 과징금 및 벌칙 규정의 제정이 필요하다.

구매대행업은 전문성을 기반으로 소비자에게 신뢰를 제공하고 소비자가 필요로 하는 물품에 대하여 자신의 역량을 바탕으로 서비스를 제공하고 대가를 받는 사업자이다. 따라서 구매대행업자는 무역에 관한 전문성을 바탕으로 정확하게 무역 관련 정보를 소비자에게 제공하여야 한다. 하지만 이러한 요건을 갖추지 못한 구매대행업체로 인한 소비자 피해가 증

가하고 있다. 본 연구는 이러한 피해 발생을 방지하기 위해 문제점 해결을 위한 방안을 제시하였다.

첫째, 구매대행업체의 전문성 유지를 위한 교육의 필요성을 제시하였다. 이를 위하여 사전 및 사후 교육이 병행되어야 하며 이러한 교육을 전담할 부서와 세관의 인력 보완이 필요하다. 무역 관련 범구나 국제 통상 환경은 급변하기 때문에 동일한 물품이라도 시기에 따라 다른 요건이 필요하다. 따라서 이에 대한 정확한 정보와 전문성을 위한 교육 및 관리 부서가 필요하다. 둘째, 구매대행업체의 거짓 정보 제공으로 인한 관세 부족이 발생하는 경우 구매대행업체는 소비자와 연대하여 납세의무를 부담하도록 규정하고 있는데 이는 구매대행업체의 귀책사유이지만 수입신고하는 때의 화주인 소비자가 원칙적으로 관세를 부담하는 문제가 있다. 따라서 현행 규정을 개정하여 구매대행업체가 특별납세의무자로 관세의 납세의무를 부담하도록 개정하여야 한다. 세 번째, 구매대행업체의 등록 기준을 강화하여야 한다. 전년도 구매대행 금액이 10억 원 이상인 업체에 대하여 의무 등록하도록 하고 그 외의 기업은 권고 사항으로 되어 있는 기준을 모든 구매대행업체로 확대하여 관세행정질서를 확립할 필요가 있다. 다만 규제 완화 측면에서 영세사업자에게는 사후 관리와 관련 부분에 대해서는 유동성을 제공함으로써 구매대행업체의 책임감을 강화하여야 한다.

마지막으로 구매대행업체의 관세법 위반에 대한 과징금과 벌칙 규정을 강화하여야 한다. 특히 관세와 관련된 거짓 정보 제공에 대해서는 허위신고 또는 관세포탈과 관련된 규정에 포함하여 관세 탈루나 화주인 소비자가 피해가 발생하는 것을 강력하게 차단하여야 한다. 이외에도 완전한 전자통관 실현을 위해 모바일에서도 해외직구 및 역직구 관련 통관 서비스가 실현되도록 UNPASS 체제를 개선할 필요가 있다.

참고문헌

- 곽은현(2020), “특송물품 중 간이통관절차의 문제점과 개선방안에 관한 연구 -해외직구를 중심으로-”, 무역금융보험연구 제21권 제1호, 183-199.
- 김규태(2019), “해외 직접구매에 따른 문제점과 개선 방안에 관한 연구-유통물류 피해사례를 중심으로-”, 동중앙아시아연구 제30권 제1호, 19-32.
- 김종덕 · 김율성(2019), “해외직구물품 급증에 따른 통관제도 개선방안 연구” 해사법연구 제31권 제1호, 181-206.
- 김창희 · 양홍석 · 정재훈(2017), “해외직구 및 역직구 수요 증가에 따른 물류 및 유통 기업 대응 방안 수립을 위한 효율성 분석 연구”, 한국경영과학회지 제42권 제4호, 53-66.
- 김철호(2016), “B2C 국경간 전자상거래의 주요 쟁점에 관한 연구”, 무역통상학회지 제16권 제2호, 307-326.
- 김충호(2017), “특송물품 통관제도 발전방안에 관한 연구”, 관세학회지 제18권 제1호, 3-17.
- 김태형 · 정재승(2016), “해외직구 이용자의 만족도와 재구매에 관한 실증연구”, 통상정보연구 제18권 제1호, 3-27.
- 반창현 · 전병준(2019), “전자상거래 경쟁력 확보를 위한 플랫폼과 물류 혁신: 아마존 사례”, 전자무역연구 제17호 제4호, 1-22.
- 박상철(2015), “국경을 넘는 전자상거래의 법적 쟁점과 정책적 시사점 - 소위 “해외직구”와 “역직구”를 중심으로-”, 유통법연구 제2권 제1호, 127-161.
- 이기영 · 신학승 · 김동윤(2022), “글로벌 B2C의 성장으로 인한 문제점과 개선방안에 관한 연구”, 무역금융보험연구 제23권 제1호, 53-65.
- 이석문 · 최장우(2021), “국경 간 B2C 전자상거래 수출통관서비스 활성화 방안에 관한 연구”, 무역연구 제17권 제5호, 293-313.
- 임재욱(2015), “해외직접구매물품의 물류프로세스 및 통관상의 문제점에 관한 연구”, 인터넷전자상거래연구 제15권 제6호, 279-294.
- 정성모 · 박승락(2016), “우리나라 B2C 전자상거래 촉진요인이 온라인쇼핑과 해외직접구매에 미치는 영향: 택배물류기업의 관점을 중심으로”, 통상정보연구 제18권 제2호, 27-51.
- 전승수(2015), “국제우편물에 대한 세관검사와 통제배달”, 형사판례연구 제23권, 한국형사판례연구회, 2015, 651-683.
- 조원길(2020), “전자상거래무역의 통관·배송서비스에 관한 연구”, 통상정보연구, 22(3), 3-27.
- 한상훈(2015), “해외직접구매와 통관제도에 관한 연구”, 전자무역연구 제13권 제1호, 3-17.

관세 납부 등 구매대행업의 문제점 해결을 위한 관세법상 제도적 개선방안

이기영

국문요약

정보통신기술의 발달과 전자상거래의 성장으로 국가 간 B2C 거래의 규모가 확대되고 있으며 향후 온라인 플랫폼을 통한 해외직구 규모는 더욱 성장할 것이다. 하지만 해외직구의 성장으로 부정수입 발생 규모도 성장하고 있어서 사회적 문제가 야기되고 있다.

현행 관세법상 구매대행업체가 과세가격을 거짓으로 제공하여 부족 세액이 발생하는 경우 구매대행업자와 수입신고하는 때의 화주인 소비자가 연대납세의무를 지도록 규정하고 있어서 소비자의 선의의 피해 방지를 위한 법적 개선이 필요하다.

본 연구는 구매대행업체로 인한 소비자 피해의 문제점과 이를 해결하기 위한 관세법상 제도적 개선에 관한 의견을 제안하였다.

주제어: 구매대행, 납세의무자, 관세, 해외직구