

電子商去來에 있어서 消費者保護에 관한 研究

申鍾澈* · 高炯錫**

A Study on the Protection of Consumer in Electronic Commerce

Jong-Cheol Shin · Hyoung-Suk Ko

< 목 차 >

I. 序論	와 立法
II. 電子商去來의 概念	V. 消費者被害의 豫防에 관한 方案
III. 消費者保護에 관한 國際的 動向	VI. 結論
IV. 消費者保護에 관한 國內의 制度	參考文獻

Abstract

The Electronic Commerce that is rapidly developing in the trade system is being studied in various aspects. This paper investigates laws of International organizations and other nations about damages in relations to supply of goods or service out of various consumer's damages that taken place in the Electronic Commerce. Then it inquiries consumer's rights into the existing laws and systems, proposes the complementary measures at the same time.

I. 序 論

현대 과학기술의 산물인 컴퓨터, 특히 개인 컴퓨터(Personal Computer)의 국민적 보급화와 인터넷의 大衆的 使用은 단순히 情報處理 및 通信手段의 變化에서 머물지 않고 기존 産業時代의 生活樣式과 社會構造 全般에 대하여 근본적인 變化를 가져오고 있다. 일상가사에서 시작하여 직업, 교육, 문화 등 사회 전반에 걸쳐 그 영향력을 받지 않은 곳이 없으며, 특히 去來界는 다른 영역보다 광범위하게 변화하고 있다고 할 수 있다. 이는 기존의 去來 形態(現實 賣買, 訪問販賣, 通信販賣 등)에 컴퓨터 등의 電

* 韓國海洋大學校 國際大學 法學部 教授, 法學博士.

** 韓國海洋大學校 大學院 海事法學科 博士課程.

子媒體와 인터넷 등의 네트워크를 결합시킨 새로운 去來形態인 電子商去來를 의미한다.

電子商去來는 商品과 用役을 販賣하는 賣渡人의 측면에 실제적인 營業網의 開設 必要性的 減少와 時間的 制約에 구매받음이 없이 製品을 販賣할 수 있는 등의 利點을 부여하는 동시에 消費者에게는 가격, 시간, 정보 등의 면에서 많은 利點을 附與하며, 국가와 국가 사이의 무역장벽을 해소하고 있다. 이처럼 電子商去來는 企業의 販賣 方式에서 비롯하여 消費者의 商品 또는 用役의 구매방식에 많은 변화를 가져오고 있으며, 그 변화의 속도는 혁명적이라고 할 만큼 우리들의 예상을 넘고 있다. 하지만 그 이면에는 關稅, 知的財産權, 個人情報의 侵害와 商品 또는 用役과 관련한 消費者被害 등과 같은 많은 법적 문제점을 내포하고 있음은 결코 간과할 수 없는 일이다.

이러한 電子商去來에서 발생하는 문제점 중 消費者 被害에 관한 問題를 해결하기 위하여 UNCITRAL, OECD, WTO 등의 國際機構는 물론, 世界各國은 各種의 消費者 保護宣言, 消費者 保護 指針을 制定함과 동시에 國內 關聯法令의 改正 및 制定을 통하여 消費者 保護 및 被害 救濟의 側面에서 다각적인 노력을 강구하고 있다.

이에 電子商去來를 통하여 발생하는 消費者 被害問題 중 商品 또는 用役의 提供과 관련하여 발생하는 消費者被害에 관한 救濟 및 保護에 관한 國際機構, 外國 및 우리 나라의 立法 內容과 制度를 살펴봄과 동시에 補完點을 제시하고, 빈번히 발생하고 있는 消費者被害를 豫防할 수 있는 方案을 考察하고자 한다.

II. 電子商去來의 概念

1. 電子商去來의 意義

컴퓨터 등의 전자매체와 인터넷 등의 네트워크의 지속적인 발전은 이를 이용하여 이루어지는 電子商去來의 形態를 지속적으로 변화시키고 있다. 따라서 電子商去來에 관한 확정적인 概念定立이 현재까지 이루어지고 있지 않다.¹⁾ 우리 나라의 電子去來基本法에 의한 電子商去來는 ‘財貨나 用役의 去來에 있어서 그 전부 또는 일부가 電子文書에 의하여 처리되는 去來’를 말하며(同法 제2조 4호), 電子文書라 함은 ‘컴퓨터 등 情報處理能力을 가진 장치에 의하여 電子的 形態로 작성되어 送·受信 또는 貯藏되는 情報를 말한다’고 규정하고 있다(同法 제2조 1호). 하지만 가장 일반적으로 사용되는 電子商去來의 概念은 컴퓨터 등의 電子媒體에 의하여 형성된 電子文書와 이의 送·受信이 인터넷 등의 네트워크를 통하여 이루어지는 去來形態라고 할 수 있다.²⁾

1) 최경진, 電子商去來와 法, 현실과 미래, 1998, 27面; 송오식, 電子去來와 消費者保護, 民事法研究 제7집, 1999, 202面. 電子商去來의 概念에 관하여 WTO는 원거리 통신네트워크를 통한 제품의 생산, 광고, 판매 및 유통이라고 정의하고 있으며, OECD는 문자, 소리, 시각이미지를 포함하여 디지털화된 정보의 전송, 처리에 기초하여 이루어지는 모든 형태의 상업적 거래라고 정의하고 있다(www.mofat.go.kr).

2) 電子商去來는 法律行爲 중에서 兩 當事者間의 意思合致에 의하여 형성되는 契約이므로 電子契約이라고 하는 것이 타당할 것이다. 하지만 國內의 立法 등 諸般 文獻 등에서 電子商去來(또는 電子去來)라고 칭하고 있기에 본 論文에서는 다른 文獻과 동일하게 電子商去來라고 표현하고자 한다(同旨; 최경진, 前掲書, 27面).

1) 電子商去來의 成立 要素

電子去來基本法을 기초로 하여 電子商去來가 성립하기 위한 기본 요소를 살펴보면 다음과 같다.

(1) 電子文書의 存在

컴퓨터 등 電子媒體에 의하여 電子的 形態로 작성된 정보가 존재하여야 한다. 따라서 기존의 手記에 의한 文書나 팩스 등을 통한 去來는 電子去來基本法上的 電子商去來에서 除外된다.

(2) 去來에 있어서의 電子文書의 利用

財貨나 用役의 去來에 있어서 電子文書가 利用되어야 한다. 利用의 方式에는 제한이 없다. 즉, 全的으로 電子文書에 의하여 행하여질 필요는 없으며, 契約 締結의 段階에서나 履行의 段階 중 어디에서나 利用되면 되고, 去來의 主된 手段이나 補助의 手段으로 利用되어도 무관하다.

(3) 네트워크를 통한 電子文書의 送·受信

同法 제2조 4호에 의하면 電子商去來의 成立을 위하여 인터넷 등의 네트워크를 통한 電子情報의 送·受信 및 貯藏되는 것을 요구하지 않고 있다. 하지만 電子商去來는 컴퓨터 등의 電子媒體에 의하여 작성된 電子文書와 이의 傳達의 方式에 있어 인터넷과 같은 네트워크를 利用한다는 점에서 既存의 去來와 다른 特性이 있다. 따라서 電子文書의 送·受信을 함에 있어 인터넷 등의 네트워크를 통하지 않는 去來까지 電子商去來로 포함시키는 것은 電子商去來의 特性을 반영하지 못하였다고 할 수 있다.³⁾ 그러므로 電子商去來가 성립하기 위하여는 契約의 締結 또는 履行의 단계에서 인터넷 등의 네트워크를 통한 電子文書의 送·受信이 이루어져야 한다고 規定하여야 할 것이다.⁴⁾

2) 電子商去來의 類型

電子商去來는 그 分類基準에 따라 다양하게 분류될 수 있다. 먼저, 契約 締結의 面에서 電子的 媒體의 種類·範圍를 기준으로 분류하면 3가지의 形態로 類型化할 수 있다. 모든 電子的 媒體가 활용되는 廣義의 電子商去來와 컴퓨터 등을 통하여 이미 만들어진 디지털데이터를 네트워크를 통하여 전달하고 이로써 契約이 성립하는 狹義의 電子商去來와 개방형 네트워크를 통하여 디지털데이터가 전달되고 契約이 締結되는 最狹義의 電子商去來로 분류할 수 있다.⁵⁾ 이와 더불어 電子文書와 인터넷 등의 네트워크가 契約의 締結段階에서나 履行段階에서 또는 兩者 모두의 段階에서 使用되는가에 따라 다시 세분할 수 있다. 즉, 契約의 締結 및 履行 모두가 네트워크를 통하여 消費者에게 제공되는가(契約의 締結 및 履行上的 電子商去來) 아니면 契約의 成立過程만이 네트워크를 통하여 이루어지고 商品이나 用役의 提供은 기존의 방식을 통하여 전달되는가(契約締結上的 電子商去來), 契約의 締結은 기존의 방식(서면, 전화, 팩스 또는 口頭 등)에 의하고 商品이나 用役의 傳達만이 네트워크를 통하여 이루어지는가(契約履行上的 電子商去來)에 따라 세분할 수 있다. 또한 契約의 當事者에 따라 閉鎖的인 電子文書交

3) 同旨; 朴熙主, 인터넷 利用上的 私法的 問題, 慶北大學校博士學位論文, 1998·12, 49~50面. 電子去來基本法 제2조 4호에 의하면, 컴퓨터로 작성한 電子文書を 디스켓에 저장하여 이를 우편으로 송달한 경우 까지 電子商去來에 포함하게 되기 때문이다.

4) 同旨; 橫山哲夫·齊藤雅弘의 6인 共著, 사이버스페이스와 法規制, 日本經濟新聞社, 1997·10, 204面. 이와는 달리 契約의 締結는 반드시 컴퓨터와 네트워크를 통하여 電子的으로 이루어져야 한다는 見解도 있다(朴熙主, 前揭論文, 49~50面).

5) 朴熙主, 前揭論文, 45~50面.

換으로 이루어지는 特定企業間の 電子商去來와 開放的인 電子文書交換으로 이루어지는 特定企業과 不特定企業의 電子商去來, 開放型 電子商去來로 이루어지는 企業과 消費者間的 電子商去來로 분류될 수 있으나⁶⁾, 消費者問題가 발생하는 類型은 제3의 形態인 企業과 消費者間的 電子商去來 形態라고 할 수 있다.

2. 電子商去來의 特性

기존의 契約方式과 비교하여 契約의 締結過程, 履行過程 또는 兩者 모두에서 電子媒體로 작성된 電子文書와 인터넷을 통하여 이루어지는 電子商去來는 다음과 같은 특성을 갖는다.

1) 商品 또는 用役に 관한 情報 接近의 容易性

기존의 契約方式에 따르면 消費者는 구입하고자 하는 商品 또는 用役に 관한 情報를 개별적으로 賣渡人(企業, 都賣商, 小賣商)에 접근하여 商品 또는 用役に 관한 諸般 情報를 수집하여야 했다. 하지만 電子商去來를 利用하는 경우에는 먼저 消費者가 필요한 商品이나 用役을 결정하고, 인터넷 등을 통하여 關聯 情報를 수집하고 消費者에게 가장 적합한 조건을 제시하는 賣渡人と 契約를 締結할 수 있다.⁷⁾ 이 경우에 消費者는 동일 제품 또는 유사한 제품에 대한 많은 情報(제품 구성요소, 가격, 제반비용 등)를 손쉽게 얻을 수 있게 된다.

2) 消費時間의 節約

消費者가 商品·用役に 관한 諸般 情報를 수집하여 契約를 締結, 製品 또는 用役을 수령하는데 소요되는 시간이 기존의 去來에 비하여 현저하게 감소된다. 특히 契約의 締結에서 履行까지의 모든 과정이 인터넷을 통하여 이루어진다면 그 소비시간은 짧게는 몇 분에서 길게는 몇 시간밖에 소모되지 않는다. 또한 商品 또는 用役に 대한 契約의 締結·受領 등이 짧은 시간 내에 이루어지기 때문에 별도의 시간을 할애할 필요가 없이 일상적인 가사를 처리하면서 또는 사무처리와 병행하여 처리할 수 있다. 예를 들어 A라는 소프트웨어를 구입하기 위하여 甲 회사와 인터넷을 통하여 契約를 締結하고 신용카드를 통하여 代金を 支給하고 소프트웨어를 전자우편을 통하여 수령하는 경우에는 消費者의 사무실 또는 가정 안에서 불과 몇 분만에 契約의 締結에서 代金支給 및 受領까지 이루어지게 된다.

3) 附合契約

契約締結에 있어 企業이 일방적으로 작성한 契約條件을 買受人인 消費者에게 일률적으로 제시하여 적용하는 約款을 消費者가 전면적으로 인용하지 않을 수 없는 契約形態를 附合契約이라고 한다.⁸⁾ 電子商去來 중에서 인터넷 사이버몰을 利用하여 契約를 締結하는 경우, 인터넷 사이버몰의 賣渡人は

6) 李銀榮, 電子商去來와 消費者法, 比較私法 9, 1998·12, 111面.

7) 이러한 예로서 인터넷의 역경매 사이트를 들 수 있다(부동산 관련 : www.guidebid.com, 냉난방기 관련 : www.eaircon.com 등). 이는 消費者가 일정품목을 결정하고 사이트의 게시판에 기재하여 두면 企業들 측에서 商品에 대한 價格과 諸般 去來 條件을 제시하게 되고, 消費者는 이들 중에서 자신에게 가장 적합한 去來條件을 제시하는 업체와 契約를 締結하면 된다.

8) 郭潤直, 債權各論, 博英社, 1996, 38面.

般 消費者에게 契約의 內容을 일률적으로 작성한 約款을 제시하고 이에 동의한 경우에만 契約 締結의 다음 단계로 넘어가도록 프로그램을 작성하여 두었다. 따라서 消費者는 자신에게 불리한 내용이 포함되어 있더라도 約款을 거부한 경우에는 당해 契約을 締結할 수 없기 때문에 契約 締結을 위하여는 반드시 約款에 同意하여야 한다. 따라서 消費者 保護를 위하여 사이버몰의 賣渡人에 의하여 일방적으로 작성된 約款에 대한 規制가 요구된다.

4) 國際性을 가진 去來

電子商去來의 대부분은 현실 세계와는 달리 사이버 공간 속에서 契約이 締結된다. 이러한 사이버 공간은 나라와 나라 사이의 경계인 국경이 없는 공간이다. 이 때문에 消費者는 가상 공간 속에서 자신이 원하는 契約 條件에 부합하는 사이버 몰을 검색하게 되고, 이러한 과정 속에서는 國內의 企業뿐만 아니라 外國의 企業과도 손쉽게 契約을 締結할 수 있다. 따라서 既存의 去來 形態 속에서 外國의 企業과 契約을 締結하기 위하여 요구되는 書類 및 節次, 時間 등의 면에서 節減을 할 수 있다. 하지만 國內의 消費者가 外國의 企業으로부터 商品 등을 수령하는 경우에 있어서 關稅賦課의 與否와 함께 紛爭 發生時 裁判管轄權의 決定과 準據法의 問題 등이 발생하고 있다.⁹⁾

5) 意思決定의 自動化

消費者가 사이버몰을 통하여 契約을 締結하는 경우, 契約 締結의 全過程은 자동화된 시스템에 의하여 이루어지고 있다. 즉, 사이버몰의 賣渡人은 契約 締結에 필요한 내용을 자동화된 프로그램에 설치하여 이를 同意하거나 記入하면 자동으로 다음 단계로 전개된다. 이러한 과정을 통하여 契約은 최종적으로 締結되고 兩 當事者는 이에 구속을 받는다. 따라서 賣渡人의 契約 締結에 관한 意思表示(消費者의 請約에 대한 承諾)는 자동화 프로그램에 의하여 결정되도록 만들어졌기 때문에 多數의 消費者와 契約을 동시에 締結할 수가 있게 된다.

6) 非對面契約

電子文書의 交換 등으로 締結되는 電子商去來는 賣渡人과 買受人間의 상호 대면하여 契約을 締結하는 절차를 簡素化하였다. 이러한 節次의 簡素化로 인한 契約의 締結은 兩者에게 時間的, 經濟的 面에서 利點을 준다. 하지만 非對面契約으로 인하여 賣渡人의 詐稱에 의한 去來가 이루어 질 수 있기 때문에 消費者는 契約 締結 前에 사이버몰에 賣渡人의 住所, 電話番號 등 身元確認을 할 수 있는 資料가 기재되어 있는가를 확인할 필요가 있다.

7) 其他

이상과 같은 측면에서 뿐만 아니라 電子商去來는 기존의 去來形態와 비교하여 유통경로, 시장범위, 영업시간, 고객수요파악, 마케팅 활동 등에서 다음과 같은 특색을 가지고 있다. 유통경로에 있어서 電子商去來는 商品 등의 引渡가 企業과 消費者間의 直去來形態로 이루어지지만, 既存의 去來에서는 중간 단계에서 도매상과 소매상을 통하여 최종적으로 消費者에게 전달된다. 시장 범위와 영업시간에 있어서

9) 김성준, 인터넷법률의 형성과 전망, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000·7, 17~25面.

도 前者는 전세계의 消費者를 대상으로 24시간 영업이 가능하지만, 後者는 영업망을 가지고 있는 지역 내에서 한정된 영업 시간의 범위에서 영업활동이 이루어진다. 이러한 점은 전세계의 消費者를 대상으로 하는 企業에게 각 국가마다 다른 시차의 문제를 해결해 줄 수 있다. 고객수요를 파악하여 企業의 마케팅 전략을 세우는 데에 있어서 前者는 온라인으로 수시로 수집하며 雙方向 通信을 利用한 消費者와의 일대일 마케팅이 가능하지만, 後者는 영업사원 등의 특정한 인원에 의하여 수집된 情報를 다시 체계화하여 재입력의 작업이 요구되고 구매자의 의사와 관계없는 企業의 일방적인 마케팅활동이 이루어진다. 商品의 製造單價에 있어서도 前者는 가상공간의 영업소를 운영하며, 사이버공간을 통하여 商品廣告를 하기 때문에 광고비용도 상대적으로 감소되기 때문에 전체적인 商品의 製造單價는 절감된다. 後者는 현실적인 販賣空間이 요구되며, 商品弘報를 위한 과대한 광고비용을 소비하기 때문에 商品單價가 相對的으로 높다고 할 수 있다.¹⁰⁾

3. 電子商去來上 消費者 保護의 必要性 및 接近 方法

1) 電子商去來의 成長 推移 및 消費者 保護의 必要性

OECD 자료에 의하면 인터넷 利用者の 급증과 더불어 電子商去來는 급증할 것으로 예측하고 있다. 인터넷 利用者の 數는 전세계적으로 1996년도 5,200만 명에서 2001년에는 3억명으로 증가할 것이고, 電子商去來額도 2001-02년경에는 3,300억달러, 2003-05년에는 1조달러에 육박할 것으로 예측하고 있다. 우리나라 역시 인터넷 利用者の 數가 1999년말을 기준으로 이미 천만명을 넘고 있으며, 그에 따라 電子商去來額 역시 1996년의 14억원에서 올해에는 614억원을 증가할 것으로 예측하고 있다.¹¹⁾ 이러한 인터넷 사용의 급증과 電子商去來의 비율의 확대와 더불어 점차 다양한 形態의 消費者 被害가 발생하고 있다.

消費者 被害 形態는 消費者가 제공한 個人情報의 流出로 인한 被害와 商品 또는 用役에 관련한 被害로 구분될 수 있다. 前者는 消費者가 契約을 締結하기 위하여 제공한 個人情報의 流出과 消費者가 情報 收集 등을 위하여 사이버 물을 들어가서 契約 締結과 관련 없이 제공한 情報의 流出로 분류될 수 있다. 後者의 경우에는 賣渡人의 匿名性, 詐欺 또는 誇張 廣告에 의한 商品 購入, 返品 및 代金 返還 등과 관련한 被害로 분류할 수 있다. 따라서 電子商去來로 인하여 발생하는 다양한 形態의 消費者 被害를 정확히 분석하고 그 救濟를 위하여 國內의 法令을 정비하고 制度를 마련하는 것이 시급한 문제라고 할 수 있다.

2) 消費者 保護 政策 및 立法에 관한 接近方向

電子商去來에 관련한 政策 및 立法方向에 관하여는 다음의 2가지 입장으로 나타나고 있다. 먼저 電子商去來를 기존의 去來形態와 구분하지 않고 기존의 去來形態를 규율하는 法令을 適用하고, 이를 통해서도 해결할 수 없는 분야에 대하여는 法令의 改正 또는 特別法의 制定을 통하여 해결할 수 있다는 說¹²⁾과 반대로 電子商去來는 기존의 去來形態와는 전혀 별개의 形態이기에 이를 규율하기 위하여 既

10) 김종근, 電子商去來와 消費者行動分析, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護原, 1999·6, 77면.

11) 김종근, 前揭論文, 78~81면.

12) 金宇鉉, 디지털 經濟發展과 法制·改正 方向, 저스티스(제33권 제2호), 2000·6, 67면; 김은기·이정

存의 法令의 適用을 排除하고 새로운 關聯法令의 制定을 통하여 규율하여야 한다는 說¹³⁾로 나누어지고 있다. 兩者의 差異點은 電子商去來가 既存의 去來形態와 비교하여 전혀 새로운 去來形態인가의 認定與否이다. 이를 肯定하는 立場에서는 既存의 去來形態를 규율하는 法令은 電子商去來에 적용될 수 없지만, 이를 否定하는 立場에서는 事案에 따라서 既存의 法令이 적용될 수 있게 된다. 私見으로 電子商去來는 기존의 去來 形態와 비교하여 컴퓨터 등의 전자매체에 의하여 작성된 電子文書와 送·受信 方法으로 인터넷 등과 같은 네트워크가 활용된다는 점에서 특색이 있지만 既存의 去來形態와 전혀 다른 去來가 아니므로 既存 法令의 適用을 통하여도 規律할 수 있을 것이다. 즉, 意思의 合致가 電子文書와 인터넷을 통하여 이루어지며, 商品 등의 廣告가 사이버물을 통하여 이루어지는 점 등에서 既存의 去來形態와 많은 공통점을 가지고 있다. 따라서 既存의 法令을 活用함과 동시에 電子商去來만이 갖는 특수성에 입각하여 現行의 法制에서 規律하고 있지 않는 분야에 대하여 적용할 法令을 改正 또는 制定하는 것이 타당할 것이다. 현재 우리 나라의 立法方向은 이러한 立場에서 既存 法令의 最大한 適用을 통하여 消費者 問題를 해결하고 있으며, 電子商去來의 特有的 問題에 대하여는 關係法令을 制定하여 電子商去來의 活性化와 消費者 問題를 해결하고 있다.¹⁴⁾

Ⅲ. 消費者 保護에 관한 國際的 動向

1. 經濟開發協力機構(OECD : the Organization for Economic Cooperation and Development)

전세계적으로 확산하고 있는 電子商去來에 있어서 消費者 問題를 다루기 위하여 OECD는 1998년 4월 이래 현재까지 다각적인 노력을 강구하고 있다. 이러한 일련의 노력으로 인하여 OECD는 1998년 10월 캐나다 오타와에서 “電子商去來 消費者 保護 宣言”을 하였으며, 1999년 12월 9일 프랑스 파리에서 개최된 OECD 이사회에서 “OECD 電子商去來 消費者 가이드라인”을 회원국에 대한 勸告 形態로 最終合意를 하였다. 이러한 OECD의 宣言과 가이드라인의 내용을 살펴보면 다음과 같다.

1) “電子商去來 消費者 保護 宣言”의 主要 內容

OECD의 電子商去來 消費者 保護宣言은 1999년 말까지 제정이 완료될 계획으로 있었던 電子商去來 消費者保護 가이드 라인의 기저를 이루는 것으로 각국의 電子商去來 消費者保護 對策의 基本 政策 方向을 제시하고 있다.

이 宣言은 크게 問題 認識, 政策 方向 및 決議 事項의 세 가지 부분으로 구성되어 있다. 먼저 인식 부분에서는 電子商去來의 發展, 電子商去來의 便益, 電子商去來 關聯 被害와 信賴, 消費者保護의 方向 및 關聯 主體間의 協力 必要性 등에 관하여 기술하고 있다. 정책방향 부분에서는 電子商去來의 發展과 消費者 保護를 위하여 OECD 회원국 정부가 취하여야 할 책무들을 제시하고 있는데, 法令의 整備, 自

특, 전자상거래에 관한 입법의 보완, 국회사무처, 2000·10, 10面.

13) 賈在桓, 디지털 경제의 발전과 관련법규의 제·개정 방향, 저스티스(제33권 제2호), 2000·6, 62面.

14) 電子去來에 관하여 새로 제정된 法律과 指針을 살펴보면 電子去來基本法(1999년 2월 8일 制定), 電子署名法(1999년 2월 5일 制定), 電子商去來에 관한 標準約款(2000년 1월 28일 制定), 消費者保護指針(1999년 12월 30일 制定) 등이 있다.

律規制의 獎勵, 技術의 發展, 消費者 教育 및 國際協力 등 다섯 가지를 들고 있다. 끝으로 결의사항으로 OECD 회원국 정부는 電子商去來 消費者 保護 가이드 라인을 개발하며, 消費者 政策委員會가 이를 1999년 말까지 완료해 줄 것을 촉구하고 있다.

이러한 宣言의 意味는 점차적으로 증가의 추세에 있는 電子商去來의 발전을 위하여 첫 번째 장애 요소인 消費者 問題에 認識하고 이를 위하여 各國은 國內法의 정비와 더불어 국제적인 협력 체제를 구축하여 電子商去來에 대한 消費者의 信賴를 확보하는 데 그 주안점을 두고 있다고 할 수 있다.¹⁵⁾

2) “OECD 電子商去來 消費者 가이드라인”의 主要 內容

1998년 消費者保護 宣言 이후 OECD는 결의사항이었던 가이드라인을 작성하기 위하여 1999년 12월 프랑스 파리에서 29개 회원국이 참석한 OECD 이사회에서 電子商去來 消費者 가이드라인을 발표하였다. 이 消費者 가이드라인은 勸告의 形態를 취하였기에 회원국들을 법적으로 구속하는 힘은 없으나 이를 회원국이 준수하여야 하는 도덕적 의무를 부담하게 되었다. 하지만 이 消費者 가이드라인의 발표는 電子商去來에서 消費者 保護에 관한 一般 原則을 제시하여 21세기 電子商去來의 발전에 새로운 장을 열었다는 점에 큰 의미를 가지게 되었다.

가이드라인의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 電子商去來에 참여하는 消費者는 다른 形態의 去來에 참여하는 消費者에게 부여되는 수준과 동등하며, 투명하고 효과적인 消費者保護를 받아야 한다.

둘째, 事業者는 不公正한 契約書를 使用하지 말아야 하며, 광고의 표현에 대하여 입증할 수 있어야 한다. 事業者는 消費者에 대하여 스팸 메일을 발송하여서는 안 되며, 消費者가 受信與否를 선택할 수 있어야 한다. 또한 노약자 등 취약 계층의 消費者를 대상으로 광고 또는 마케팅을 할 때에는 특별한 주의를 기울여야 한다.

셋째, 事業者는 事業者의 신원에 관한 모든 情報(商號, 所在地, 許可番號 등)와 제품 및 서비스 제공과 관련한 諸般 情報를 消費者에게 제공하여야 한다.

넷째, 消費者는 承諾의 意思表示를 할 수 있도록 충분한 情報가 제공되어야 한다. 또한 실수를 확인하고 정정하거나 주문을 수정할 수 있어야 하며, 去來에 관한 완전하고 정확한 기록을 보유할 수 있어야 한다.

다섯째, 消費者는 간편하고 안전한 代金 支給 手段과 保安 水準에 관한 情報를 제공받아야 한다.

여섯째, 紛爭解決을 위한 準據法과 裁判管轄은 기존의 틀을 따르지만, 회원국 정부는 消費者와 事業者 兩者에게 紛爭解決에 있어 公正性を 부여하며, 消費者가 시의 적절하게 紛爭解決 및 被害救濟에 접근할 수 있도록 해야 한다. 또한 訴訟를 통한 紛爭解決의 方案以外에 會員國 政府는 訴訟外的인 解決 方案을 통하여 消費者가 被害救濟를 받을 수 있도록 하여야 한다.

일곱 번째, 消費者의 個人情報 保護를 위하여 電子商去來는 1980년에 제정된 “프라이버시와 個人情報의 國際移動에 관한 OECD 가이드라인”에서 규정하고 있는 프라이버시 원칙에 따라 이루어져야 하고 1998년에 제정된 “범세계적 네트워크 상에서의 프라이버시 保護에 관한 OECD 閣僚 宣言”을 준수

15) 강성진, OECD의 電子商去來 消費者保護 宣言에 대한 考察, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護院, 1999·6, 49~62面.

하여야 한다.

여덟 번째, 政府, 事業者, 消費者 代表는 電子商去來에 관하여 消費者를 교육시키기 위하여 범세계적 네트워크에 의하여 가능한 혁신적인 기법을 포함하여 모든 효과적인 수단을 使用하여야 하며, 消費者와 企業家들에게 消費者 保護法律과 被害救濟方案에 대하여 쉽게 접근할 수 있고 이해할 수 있는 形態로 情報를 제공하여야 한다.

이러한 消費者保護를 위하여 회원국은 事業者, 消費者 代表 및 政府間의 상호 대화와 협력을 강화하고 국제적 수준에서 공동 계획의 개발과 이행을 장려하며, 이의 달성을 위하여 兩者 또는 多者間의 協定을 추진하여야 한다.¹⁶⁾

2. 國際聯合 國際商去來法委員會(UNCITRAL : UN Commission on International Trade Law)

國際聯合의 國際商去來法委員會는 電子文書, 電子署名의 法的 效力 등에 관한 國際的 法原則의 統一을 위하여 실무작업반을 두고 EDI(전자문서교환 : Electronic Data Interchange)에 관한 모델법 제정작업을 진행하여 왔다. 그 결과 EDI 및 關聯通信手段에 관한 모델법 草案(Draft Model Law on Legal Aspects of Electronic Data Interchange and Related Means of Communication)이 1995년 제 28차 UNCITRAL 작업그룹회의에서 마련되었다. 그후 1996년 5월 28일부터 6월 14일까지 뉴욕에서 UNCITRAL 제29차 위원회가 개최되어 이 초안을 심의한 끝에 동 모델법의 명칭을 電子商去來에 관한 모델법(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)으로 개칭하여 최종적으로 채택되었다. 同法은 비록 모델법에 불과하지만, 去來法 또는 契約法 性格을 갖는 電子商去來에 관한 최초의 國際的 統一規範이라는 意義가 있다.¹⁷⁾ 또한 電子商去來 모델법만으로 電子商去來에서 발생할 수 있는 法律的 問題를 다루기에는 부족하다는 판단에 따라 UN國際電子商去來法委員會는 1997년 실무작업반을 구성하여 ‘電子署名에 관한 統一規則 草案(Draft Uniform Rules on Electronic Signature)’에 관한 논의를 계속하고 있다. 최근 제36차 실무작업반회의에서는 統一規則草案의 상당부분을 타결하였다.¹⁸⁾

동 모델법은 消費者 問題에 관하여 제1조 適用範圍에서 간략하게 언급하고 있다. 즉, 모델법은 同法 次元에서 消費者 保護에 관한 일정한 基準이나 原則을 제시하지 않고 있으며, 모든 消費者保護를 목적으로 하는 法에 우선되지 않는다고 하여 消極的으로 규정하고 있다.¹⁹⁾

3. 國際消費者機構 (IC : Consumer International)

國際消費者機構에서는 안전하고 신뢰할 수 있는 電子商去來를 위하여 各國의 電子商去來 實態를 분석하는 한편 이에 따른 勸告事項을 발표하였다. 이러한 勸告事項은 一般的인 勸告事項과 細部 勸告事項으로 구분된다.²⁰⁾

16) <http://www.oecd.org> 참조.

17) 이창범, 電子商去來에 있어서 消費者保護의 法的 考察, 消費者保護研究 제20권, 消費者保護院, 1997, 39面; 최경진, 前掲書, 70~71面.

18) 왕상한, 電子商去來 國際論議 動向, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000·7, 152面.

19) Article 1. Sphere of application

** This Law does not override any rule of law intended for the protection of consumers.

1) 一般的인 勸告事項

국제협력체제속에서 電子商去來를 주도하는 가이드라인의 制定이 필요하며, 各 國家의 政府는 國際 機構(예를 들어 OECD)에서 개발된 최선의 행동강령들을 인터넷 업체에서 채택하도록 독려하여야 한다. 업체의 행동강령 채택여부에 대하여 消費者는 높은 수준의 消費者保護 基準을 제공하는 企業인가를 확인할 방법이 필요하다. 이를 위하여 국제적 認證制度 또는 表示制度가 필요하지만 이를 위하여는 상당한 시간이 소모될 것이다.

未配達, 賠償義務不履行 등과 같은 온라인 消費者 被害에 대하여 消費者에게 또 다른 보호 채널을 제시하는 제3자 賠償制度(Third-Party Redress Mechanism)의 導入이 필요하다. 이 制度는 어떠한 인터넷 업체이든지 접근이 가능하여야 하고 업체에 대한 통제가 가능하기 위하여 國家의 支援이 있어야 한다.

2) 細部 勸告事項

첫째, 분쟁 발생시 적용할 準據法에 대하여는 消費者國의 法이 적용되어야 한다. 둘째, 消費者는 업체에 대한 基本 情報(상호명, 실제위치, 전화번호, 메일주소 등)을 알아두어야 한다. 셋째, 업체는 사이트에서 契約이 締結되기 전에 消費者에게 商品 또는 用役의 價格以外에 運送費用 등을 포함한 총액을 미리 제시하여야 하고, 消費者의 판단을 돕기 위하여 消費者의 자국통화로 가격을 변환하여 알려주는 일이 필요하다. 넷째, 업체는 電子商去來와 관련된 賠償, 請約 撤回權, 支拂 및 配達期間, 紛爭 調停과 같은 情報를 消費者가 구매하기 전에 확인할 수 있도록 제공하여야 한다. 다섯째, 電子商去來를 위하여 제공하는 消費者의 個人情報의 流出을 방지하기 위하여 업체는 명확한 情報保護政策을 제시하여야 한다.

4. 유럽공동체 (EU : the European Community)

유럽에서 電子商去來는 주로 EU 집행위원회를 중심으로 논의되고 있다. 1992년 情報保安問題委員會(Committee of Member States on Information Security Issues)가 조직되었고, 1994년부터는 인증기관리에 관한 제3 수탁자 서비스에 관한 연구가 진행중이다. 그밖에 무역상대국의 디지털서명에 관한 慣行, 政策 및 現行法에 대한 전반적 검토를 위해 디지털서명의 法的 問題에 관한 研究(A Study on the Legal Aspects of Digital Signatures)도 현재 진행 중에 있다. 한편 1997년 7월에는 유럽연합과 유럽자유무역연합 그리고 일부 동유럽국가를 포함한 유럽의 29개국이 독일 본에서 유럽인터넷회의를 개최하여 인터넷을 정부의 간섭 없이 민간의 자율운영에 맡겨야 한다는 내용의 宣言文을 채택하였다. 會員國의 立法狀況을 보면 독일이 이미 1997년 8월에 디지털서명에 관한 기술법인 디지털서명법을 발효시킨 바 있다.²¹⁾ 또한 消費者保護와 관련하여 消費者權利를 재인식하고 被害救濟法律을 보완함과 동시에 신속하고 저렴한 紛爭解決節次를 마련하기 위하여 노력하고 있다.²²⁾

20) <http://www.consumersinternational.org> 참조.

21) Gesetz zur Regelung der Rahmenbedingungen für Informationsund Kommunikationsdienste, 1997. 7. 13.

22) 이창범, 前掲論文, 38~39面.

5. 美國

미국은 聯邦去來委員會(FTC : Federal Trade Commission)를 중심으로 消費者保護問題에 적극 대처하고 있다. 聯邦去來委員會에 消費者保護局을 두고 있을 뿐만 아니라 經濟局을 두어서 消費者被害에 대한 消費者保護局을 지원하고 있다. 미국의 電子商去來 消費者保護의 基本原則은 消費者詐欺防止를 위한 法執行과 民間主導를 원칙으로 하되 민간과 공공부문의 협력, 정부, 업계, 消費者團體의 協力を 통한 消費者教育 등이다. 구체적인 내용을 살펴보면, 1997년 7월에는 범세계적인 電子商去來 基本原則을 발표하여 政府 介入을 排除하고 민간부분에 의한 자율적인 발전을 주장하고 있다. 消費者保護와 관련하여서는 특정한 保護指針을 마련하지 않고 주 및 연방차원에서 現行 消費者保護 關聯 法令을 통하여 保護하고 있다. 消費者 保護 法令을 살펴보면, 1978년에 전자단말기, 전화기, 컴퓨터 또는 전자테이프를 매개로 한 카드, 코드, 기타 電子的 手段을 利用하여 消費者가 가계목적으로 금융기관에 개설한 요구불예금, 저축성예금, 기타 자산계좌에 직접 입·출금하는 자금이체와 관련하여 消費者 및 金融機關의 權利義務를 상세히 규정한 電子資金移替法(Electronic Fund Transfer Act)을 제정하였으며, 그밖에 전자통신 프라이버시보호법(Electronic Communications Privacy Act of 1986), 프라이버시 보호법(Privacy Protection Act of 1980), 프라이버시법(Privacy Act of 1974), 공정신용보고법(Fair Credit Reporting Act of 1970), 금융프라이버시보호법(Right to Financial Privacy Act), 電話消費者保護法(Telephone Consumer Protection Act of 1991), 연방기록법(Federal Records Act) 등을 제정하여 개인정보 및 프라이버시 보호에 만전을 기하고 있다. 또한, 네트워크 사기에 대하여는 컴퓨터 사기 및 남용방지법(Computer Fraud & Abuse Act), 전자통신 프라이버시보호법(Electronic Communications Privacy Act) 등에 의하여 엄한 처벌이 가해진다.²³⁾ 이와 더불어 電子商去來에 관한 州法을 통일하기 위한 미국 통일주법전국대의원회의(NCCUSL : The Nation Conference of Commissioners on Uniform State Laws)는 1999년 7월 29일의 연차 총회에서 統一電子去來法(Uniform Electronic Transactions Act)을 최종 승인하였다. 統一電子去來法은 去來領域에서도 電子的 手段의 활발한 이용을 촉진하며, 電子記錄과 電子署名의 使用을 일반적으로 장려하기 위한 法的 根據를 마련함으로써 電子去來의 障礙를 除去하는 것을 내용으로 하고 있다.²⁴⁾

6. 日本

일본에서는 통산성 산하의 전자상거래 실증추진위원회(ECOM)에서 1998년 3월 “消費者去來 가이드라인”을 제정하였고, 우정성 내의 정보통신이용환경정비에 관한 연구회에서 정보통신서비스 관련 消費者被害 救濟節次 등을 검토하여 1997년 12월 “인터넷상의 정보유통 룰”에 관한 보고서를 발표한 바 있다. 법무성은 電子去來上의 損害賠償의 責任問題를 검토하고 있다. 일본의 경우에는 消費者保護를 위하여 새로운 법령을 제정하기보다는 기존의 관련 법령을 적용하는 방안을 추진 중에 있다.²⁵⁾ 이와 더불어 電子商去來 관련 電子 署名과 認證을 규율하기 위하여 電子署名 및 認證에 관한 法律을 제정하였다.²⁶⁾

23) 이창범, 前掲論文, 37~38面.

24) 孫泰宇, 美國의 統一電子去來法 最終案의 內容과 意義, 인터넷 法律 제3호, 法務部, 2000·11, 72~74面.

25) 송오식, 前掲論文, 206面.

이상과 함께 세계 각국은 消費者保護를 위하여 다양한 양국간의 협력체제를 형성하고 있으며²⁷⁾, 우리 나라 역시 1998년 11월에 미국과 공동으로 한·미 電子商去來 共同宣言文을 발표하였다. 共同宣言文의 주된 내용은 關稅, 租稅, 電子認證과 電子署名, 프라이버시, 情報所有에 따른 分化現象의 防止를 위한 教育 및 制度 마련, 保安, 電子結齋, 知的財産權, 消費者 保護에 관한 문제이며, 消費者 保護에 관하여 한국과 미국은 OECD 消費者 保護指針에 따라서 消費者들과 함께 작업을 진행할 의무를 진다고 宣言文은 밝히고 있다.

IV. 消費者 保護에 관한 國內의 制度와 立法

電子商去來 역시 契約的 性格을 가지고 있기 때문에 消費者保護를 위한 기존의 각종 制度와 法令이 적용될 수 있다. 또한 電子商去來의 特性에 따른 消費者保護 問題를 다루기 위한 制度를 신설함과 동시에 法令을 制定하였다.

1. 電子商去來에 있어 消費者保護에 관한 國內의 機構

消費者 保護를 위한 機構는 크게 私的 機構와 公的 機構로 구별할 수 있다. 民間消費者團體에 의하여 消費者들의 被害 相談 및 救濟活動을 하고 있는 私的 機構로써는 소비자보호단체협의회, 한국여성단체협의회, 대한YWCA연합회, 대한주부클럽연합회, 한국소비자연맹, 한국YMCA전국연맹, 녹색소비자연대, 한국소비생활연구원 등이 있으며, 이와 별도로 공동의 被害를 입은 消費者들이 주체가 되어 인터넷에 안티사이트를 개설하여 기업의 商品에 不買運動 등의 활동을 통하여 자신들의 被害救濟活動을 벌이는 새로운 消費者運動이 전개되고 있다.²⁸⁾ 公的 機構로써 서울시소비자중합정보, 통합소비자민원정보시스템 소비넷, 한국소비자보호원, 소비자보호원 e-consumer 등이 있다. 기타의 消費者保護機構로서 시민운동정보센타와 법률소비자연맹이 있다. 이와 더불어 電子商去來上의 消費者保護를 위하여 신설된 公的 機構를 살펴보면 다음과 같다.

1) 電子商去來 關聯 消費者保護 新設機構

(1) 전자상거래 소비자 보호대책반

재정경제원, 통상산업부, 정보통신부 및 공정거래위원회 등 관계기관은 정보의 공유 등의 유기적인 협조를 통해 電子商去來 消費者保護施策을 범부처적으로 수립하고 시행하기 위하여 재정경제원 국민생활국내에 실무대책반을 구성하여 운영하고 있다. 동대책반은 향후 OECD를 비롯한 국제기구에서의 국제적 규범의 정립작업에 대해 관련정보를 공유하고 범정부 차원에서 대처함은 물론, 전자상거래상 소비자보호시책의 수립 및 시행점검을 위하여 대책반 회의를 수시 개최하고 있다.²⁹⁾

26) 平成 12年(2000년 5월 31일) 法律 제102호.

27) 한국·미국 電子商去來 共同聲明(1998년 11월), 미국·아일랜드 電子商去來 聲明書(1998년 9월), 미국·일본 電子商去來 共同聲明(1998년 5월), 미국·EU 電子商去來 共同聲明(1997년 12월), 미국·네델란드 인터넷 발전 및 범세계 電子商去來 促進에 관한 共同聲明(1997년 10월) 등이 있다.

28) 안티사이트의 例로써 안티삼성(www.asamsung.co.kr), 안티구몬(www.antikumon.or.kr), 안티피라미드(www.antipyramid.org) 등이 개설되어 있다.

(2) 전자거래진흥원의 전자거래 분쟁조정위원회

電子去來紛爭調停委員會는 電子去來의 고유한 특성(電子去來의 非對面性·非書面性·內容修正의 容易性 및 少額多數去來로 인한 短期間의 광범위한 被害發生과 경우에 따라서 國境을 넘는 被害의 發生)에 따른 紛爭을 해결하기 위하여 電子去來基本法 제28조와 同法 施行令 제15조에 의거하여 한국전자거래진흥원에 설치되었다.

(3) 한국소비자보호원 사이버소비자센터

한국소비자보호원 홈페이지에 개설된 e-consumer 사이트를 활용하여 消費者의 商品 選擇에 필요한 종합적인 情報를 제공함과 동시에 電子商去來 被害事例를 분석하여 消費者에게 被害 對處 方案 등의 教育을 실시하고 있다.

(4) 전자상거래 감시반

공정거래위원회는 電子商去來 事業者의 虛偽·假裝廣告·詐欺·欺瞞 去來로 인한 消費者 被害를 事前에 豫防하기 위하여 인터넷 동호회, 소비자단체, 지방자치단체 등이 참여하는 電子商去來 監視團을 구성하여 상시 운영하고 있다.

(5) 인터넷 상시 감시반

금융감독위원회는 인터넷 증권 불공정거래를 예방하여 사이버 증권거래 이용자를 보호하기 위하여 동 감시반을 통한 증권정보사이트에 대한 상시모니터링을 실시하고 인터넷 증권범죄 신고센터의 구축을 추진하고 있다.

(6) 전자거래 홍보 및 교육 작업반

금융감독위원회는 동 작업반을 설치하여 電子金融去來 利用上의 예기치 못한 손실을 事前에 방지하기 위하여 金融消費者에 대한 個人情報管理 및 契約締結 內容의 再確認 등 去來時 留意事項에 대한 弘報와 案內를 실시하고 있다.

2. 電子商去來上의 消費者保護에 관한 國內의 立法

電子商去來를 통하여 발생하는 각종의 消費者 問題를 규율하는 法으로써 民法을 비롯한 訪問販賣 등에 관한 法, 割賦去來에 관한 法, 與信金融專門業法, 約款規制에 관한 法, 消費者保護法, 獨占規制 및 公正去來에 관한 法 및 表示廣告의 公正化에 관한 法 등이 있다. 이와 더불어 電子商去來와 관련된 사항을 규율하기 위하여 電子去來基本法과 電子署名法이 새로 制定되었다.

1) 民法

民法은 電子商去來를 規律하는 一般法으로써 消費者(買受人)와 사이버물 運營者(賣渡人)間에 발생하는 各種의 法律關係에 적용될 수 있다. 電子商去來의 締結에서부터 履行에 이르기까지의 法律關係에 적용될 規定을 살펴보면 다음과 같다.

29) <http://www.mofe.go.kr> 참조.

(1) 行爲能力

消費者가 行爲無能力者, 대표적으로 未成年者일 경우에 사이버공간의 사이버몰에서 商品 또는 用役 提供에 관한 契約을 締結하였을 경우, 당해 去來는 取消할 수 있다(民法 제5조 제2항). 따라서 賣渡人은 契約締結을 함에 있어서 未成年者 與否를 확인하여야 하나, 단순히 成人인지 未成年者인지 묻는 항목에 성년으로 표시하였다고 하여 바로 未成年者의 詐術이 있는 것으로 看做하여 取消權을 剝奪할 수 없을 것이다(民法 제17조 1항).³⁰⁾ 따라서 電子商去來上 消費者가 行爲能力者임을 확인할 수 있는 구체적인 방법이 강구되어야 할 것이다. 이러한 방법으로 公認機關에서 발행한 電子署名을 이용하거나 住民登錄番號를 기재하게 하는 방법 등을 통하여 行爲無能力者임을 밝히게 하고, 行爲無能力者인 경우에 法定代理人의 同意를 얻어서 契約을 체결하거나 法定代理人과 契約을 締結하여야 할 것이다.³¹⁾

(2) 意思表示

① 意思表示의 不一致

電子商去來의 特性上(非對面契約) 當事者間의 충분한 情報가 없기 때문에 消費者가 非眞意 意思表示를 한 경우에는 원칙적으로 有效할 것이다. 즉, 消費者가 非眞意 意思表示(請約)를 하였지만 相對方인 賣渡人이 그것을 알 수 없는 경우가 대부분이며, 이 경우에 非眞意 意思表示인 消費者의 請約은 有效하다(民法 제107조 1항 本文). 하지만 賣渡人이 消費者의 意思表示가 眞意아님을 알 수 있었거나 알고 있는 경우에는 無效이다(民法 제 107조 1항 但書). 또한 사이버몰의 운영상태를 점검하기 위하여 사이버몰의 賣渡人과 합의하여 虛僞의 請約을 하고 프로그램의 進行에 따라 承諾이 이루어진 경우에는 通情虛僞表示에 해당하며, 당해 契約은 無效가 된다(民法 제108조 1항). 意思表示와 관련하여 가장 문제가 되는 경우는 錯誤에 의한 意思表示이다. 錯誤의 類型에는 內容上의 錯誤, 表示上의 錯誤와 動機上의 錯誤가 있다.³²⁾ 前者의 두 경우에 消費者가 錯誤를 주장하기 위하여 重要部分에 대하여 錯誤가 있음을 입증하여야 한다(民法 제109조 1항 本文). 動機의 錯誤로 인하여 당해 去來를 취소하기 위한 요건으로 動機가 契約 締結過程 속에서 표시되어야 하고 동시에 重要部分에 대한 錯誤가 있어야 한다.³³⁾ 하지만 대부분의 電子商去來는 非對面으로 체결되기 때문에 動機는 표시되지 않는다. 따라서 消費者가 請約의 意思表示를 動機의 錯誤라 하여 取消하는 것은 거의 불가능할 것이다. 그러므로 충분한 고려없이 이루어진 消費者의 請約에 대하여 撤回權 制度를 인정하는 것이 타당할 것이며, 이에 대하여는 後述하고자 한다.

② 意思表示의 效力發生

意思表示의 效力發生에 관하여 民法은 원칙적으로 到達主義 原則을 취하고 있다(民法 제111조 1항). 다만 隔地者間의 契約成立時期에 관하여 發信主義를 취하고 있다(民法 제531조). 電子商去來의 契

30) 同旨; 大判 1971. 6. 22, 71다940. 判例은 단순히 성인이라고 표시한 것은 詐術에 해당하지 않는다고 判示하고 있다. 이와 반대로 學說은 去來의 安全에 더 치중하여 詐術의 意味를 넓게 해석하여 단순한 沈默·默秘도 詐術이 될 수 있다고 한다(郭潤直, 民法總則, 博英社, 1997, 183面; 李英俊, 民法總則, 博英社, 1995, 817面).

31) 同旨; 최경진, 前揭書, 127面.

32) 郭潤直, 前揭書, 412~414面.

33) 同旨; 郭潤直, 前揭書, 413~414面; 大判 1984. 10. 23, 83다카1187. 이와는 달리 動機가 表示되지 않아도 錯誤를 주장하여 취소할 수 있다고 인정하는 見解가 있다(金容漢, 民法總則論, 博英社, 1986, 297面; 張庚鶴, 民法總則, 法文社, 1987, 488面).

約締結의 形態를 살펴보면, 먼저 실시간의 채팅을 통하여 契約이 성립하는 경우와 電子郵便, 電子揭示板 등을 통하여 契約이 성립하는 경우로 분류할 수 있다. 前者는 對話者間의 契約締結이며, 後者의 경우에는 隔地者間의 契約締結이 된다. 대다수 電子商去來에 관한 契約締結 形態는 後者에 의한 방식으로 契約이締結되고 있으므로 電子商去來은 隔地者間의 契約이 될 것이다.³⁴⁾ 따라서 電子商去來에 있어서 契約締結時期는 民法 제531조에 의하여 賣渡人의 承諾이 발송된 때에 契約은 성립된다고 할 수 있다. 하지만 電子去來基本法에서는 契約成立 時點에 관하여 특별한 규정을 두어 發信主義를 排除하고 到達主義를 취하고 있다(電子去來基本法 제12조).³⁵⁾ 즉, 承諾에 대하여 受信確認通知義務가 附加된 경우와 附加되지 않는 경우로 구분하고 前者에 대하여는 다시 受信確認通知義務를 效力發生條件으로 한 경우와 그렇지 않은 경우로 구분하고 있다. 通知義務가 附加되지 않은 경우에는 隔地者間의 契約成立 時期를 규정하고 있는 民法 제531조의 규정에 의하여 承諾이 발송된 시점에 契約이 성립한 것으로 된다. 賣渡人이 受信確認通知를 效力發生條件으로 承諾에 부가한 경우에 이는 條件을 附加한 承諾이며, 새로운 請約이 된다(民法 제534조). 따라서 隔地者間의 契約成立時期를 規定한 民法 제531조에 의하여 賣渡人의 새로운 請約이 消費者에게 도달하고 消費者가 受信確認通知를 賣渡人에게 발송한 시점에 契約은 성립한 것으로 되어야 하나, 電子去來基本法 제12조 제2항의 規定에 의하여 受信確認通知가 到達한 時期가 契約成立時期가 된다.³⁶⁾ 또한 受信確認通知義務를 부가하면서 效力發生條件으로 하지 않는 경우에도 變更을 가한 承諾이지만 受信確認通知를 發送할 때가 아닌 消費者가 이 變更을 가한 承諾, 즉 새로운 請約에 대하여 다시 受信確認通知를 發送하여 賣渡人에게 到達하였을 때 契約이 성립된다(同法 제12조 제3항). 이 경우에 相當한 期間(賣渡人이 지정한 期間 또는 當事者가 約定 期間)內에 消費者의 受信確認通知가 도달하지 않는 경우에 賣渡人은 새로운 請約을 撤回할 수 있다(電子去來基本法 제12조 제3항). 賣渡人이 受信確認通知를 요구하고 通知方法을 지정하지 않은 경우에 消費者는 賣渡人이 충분히 알 수 있는 방법으로 受信事實을 통지하여야 한다(同法 제12조 제1항).

(3) 代理人

회원제로 운영되는 사이버몰에서 제3자가 회원의 명의(id)와 비밀번호를 도용하여 契約을締結한 경우 이는 無權代理行爲로 名義人에게 契約의 內容을 주장할 수 없다.³⁷⁾ 이 경우에 表見代理의 成立有無가 문제될 수 있으나 名義人이 사이버몰의 賣渡人에게 代理權 授與의 意思表示를 한 것도 아니며, 代理權範圍를 넘는 越權代理도 아니며, 代理權消滅後의 代理行爲도 아니기 때문에 賣渡人은 表見代理를 주장하여 名義人에게 契約의 內容을 主張할 수는 없다(民法 제125조, 제126조, 제129조). 따라서 賣渡人은 消費者가 追認을 하지 않은 경우에 실제 契約을締結하였던 者에 대하여 契約의 履行 또는 損害賠償을 할 수 있을 뿐이다(民法 제135조). 이와 더불어 나타나는 문제로서 電子代理人의 認定 與否이다. 즉, 사이버몰의 賣渡人이 사이버 공간속에서 일정한 請約에 대하여 자신을 대신하여 承諾의 意思

34) 同旨; 최경진, 前揭書, 109~110면.

35) UNCITRAL 모델법에서도 受信確認條件이 附加된 隔地者間의 契約成立時期에 관하여 發信主義가 아닌 到達主義를 취하고 있다(同 모델법 제14조)

36) 한웅길, 電子去來와 契約法, 比較私法 제5권 2호, 1998, 24面.

37) 同旨; 한웅길, 前揭論文, 20面. 이와 반대로 이를 債權의 準占有者에 대한 辨濟로 보아 無權限去來에 대하여 시스템제공자에게 過失이 없는 한 無責任을 주장하여 회원이 책임을 부담하여야 한다고 주장하는 見解도 있다(손진화, 電子商去來의 法的 問題, 暎園大學校 社會科學研究所 法學論叢, 1998·10, 91面).

表示를 하도록 프로그램이 작성되었다면 이를 電子代理人으로 보아 그 法的 效果를 사이버몰의 賣渡人에게 귀속할 것인가의 문제이다. 電子代理人에 관하여 인정하는 立法³⁸⁾이 등장하고 있지만 이를 부정하고 사이버몰의 賣渡人의 意思表示로 看做하는 것이 타당할 것이다. 즉, 사이버몰의 賣渡人이 사이버 공간 속에서 消費者의 일정한 請約이 있으며 그에 따라 承諾의 意思表示나 拒否의 意思表示를 하도록 이미 프로그램을 작성하여 두었다면 그에 따른 承諾 또는 拒否의 意思表示는 사이버몰의 賣渡人의 意思表示로 보아야 할 것이다.³⁹⁾ 하지만 電子代理人은 과학기술의 발전에 따라 인정될 수 있을 것이다. 즉, 사이버 공간 속의 인공지능을 가진 매체가 사이버몰의 賣渡人의 意思와는 독자적으로 판단하여 賣渡人을 代理하여 契約을 締結하는 경우도 생각할 수 있기 때문이다.⁴⁰⁾

(4) 同時履行의 抗辯權

電子商去來를 통한 契約은 雙務契約이기 때문에 원칙적으로 消費者의 代金支給義務와 사이버몰 運營者의 商品 또는 用役 提供義務는 同時履行의 관계에 있게 된다(民法 제536조 제1항 本文, 제568조 제1항).⁴¹⁾ 하지만 대부분의 電子商去來에 있어서 消費者가 代金を 먼저 지불하고 商品이나 用役을 나중에 수령하는 것이 일반적이다. 이로 인하여 消費者가 代金を 먼저 支給하였지만 商品 또는 用役을 제공받지 못하는 消費者 被害가 증가하고 있다. 따라서 消費者가 先履行의 義務를 부담하기로 약정한 경우에도 不安의 抗辯權이 인정되어야 할 것이다(民法 제536조 제2항). 예를 들어 消費者가 賣買代金を 신용카드로 미리 결제하였으나, 賣渡人의 身元을 알 수 없는 경우, 또는 賣渡人의 信用不良의 情報을 알았던 경우에는 신용카드회사에 카드대금지급을 거절하고 商品의 引渡時에 代金を 지불할 것을 抗辯할 수 있어야 할 것이다.⁴²⁾

(5) 契約의 解止·解除權

消費者와 사이버몰의 賣渡人間의 約定 또는 法定的 要件에 따라 兩當事者는 解止·解除權을 행사하여 당해 契約으로부터의 구속을 벗어날 수 있다. 이 경우 이미 수령한 商品 등과 代金은 返還하여야 하며, 兩者의 關係 역시 同時履行의 關係에 있다(民法 제549조, 割賦去來에 관한 法律 제8조 제2항). 解止·解除權의 法定發生原因으로 債務不履行으로 인한 경우와 定期行爲, 履行不能, 不完全履行 등이 있다(民法 제544조 내지 제546조).

(6) 瑕疵擔保責任

사이버몰의 賣渡人이 商品 또는 用役을 제공하였으나 數量이 不足한 경우나 一部 滅失한 경우에는 消費者는 完全物給付請求權이나 不足部分 또는 逸失 部分에 대한 代金減額請求權 또는 殘存部分만으로 契約의 目的을 달성할 수 없는 경우에는 契約을 解除할 수 있다(民法 제581조). 이와 더불어 발생한 損害에 대하여 賠償을 동시에 청구할 수 있다(民法 제574조). 또한 瑕疵擔保責任 역시 債務不履行

38) 美國 統一電子去來法 제14조.

39) 電子去來基本法 제10조에서는 作成者의 代理人 또는 作成者를 대신하여 自動으로 電子文書를 送·受信하도록 구성된 컴퓨터프로그램 기타 電子의 手段에 의하여 送信된 電子文書는 作成者가 送信한 것으로 본다고 규정하고 있다.

40) 同旨; 최경진, 前掲書, 163面.

41) 李銀榮, 債權各論, 博英社, 1999, 5~6面.

42) 同旨; 李銀榮, 前掲論文, 123面.

의 性質을 갖기 때문에 消費者에게 補修請求權을 인정하여야 할 것이며⁴³⁾, 賣渡人에게도 瑕疵補完權을 인정하여 당해 契約의 解除로 인한 損失을 最小化할 필요가 있다.⁴⁴⁾

(7) 損害賠償請求權

電子商去來는 契約의 締結前부터 履行의 過程속에서 電子文書의 送·受信이 인터넷 등을 통하여 이루어지기 때문에 消費者에게 다양한 형태의 손해를 발생시킬 수 있다. 예를 들면, 商品의 在庫가 없음에도 불구하고 사이버몰에 계속적으로 광고하여 消費者가 契約을 締結한 경우나 商品의 販賣 또는 用役의 提供 契約에서 賣渡人의 歸責事由로 債務를 履行하지 않는 경우나 履行할 수 없는 경우, 履行은 하였으나 契約의 내용에 적합하지 않은 不完全履行의 경우에 買受人인 消費者는 賣渡人에 대하여 損害賠償請求權을 갖는다. 또한 이러한 契約關係를 벗어나 E-mail 등을 통하여 바이러스를 전달하고 이에 消費者의 하드디스크 전체 또는 일부에 감염된다면 不法行爲에 기한 損害賠償請求權이 발생하게 된다.

① 契約締結上の 過失責任에 기한 損害賠償責任

目的이 不能한 契約을 締結함에 있어 이를 알았거나 알 수 있었을 者는 相對方에게 損害를 賠償하여야 한다(民法 제535조). 따라서 사이버몰의 賣渡人이 特定 商品이 品切되었음에도 불구하고 계속적으로 광고행위를 하여 消費者가 購買의 請約을 발송하고 자동화 프로그램에 의하여 承諾이 된 경우에 賣渡人은 消費者가 입은 損害에 대하여 信賴利益의 範圍內에서 賠償하여야 한다(民法 제535조 제1항 但書).

② 債務不履行에 기한 損害賠償責任

債務不履行의 形態로는 사이버몰의 賣渡人의 歸責事由로 인하여 商品 또는 用役을 履行하지 않거나 契約 締結 후 債務를 履行할 수 없는 경우, 履行은 하였으나 그 내용이 不完全한 경우가 있다. 각 경우에 債務者는 要件에 따라 履行의 請求 또는 契約의 解除를 함과 동시에 損害賠償을 청구할 수 있다(民法 제390조, 제395조, 제544조, 제546조). 하지만 電子商去來에 있어 債務不履行의 경우에 있어서 損害賠償의 範圍를 결정하는 데에는 약간의 문제점이 있다. 履行遲滯나 履行不能의 경우에 있어서 通常의 損害인 同種의 商品이나 用役을 다른 곳에서 구입할 때의 通信費, 價格差 등은 쉽게 賠償을 받을 수 있으나 非對面去來의 特性에 비추어 特別損害에 대하여는 消費者가 契約의 締結時에 賣渡人에게 알리지 않는 한 이를 알 수 없기에 賠償請求가 곤란할 것이다(民法 제393조 제2항). 또한 바이러스에 감염된 소프트웨어 제공과 같은 不完全履行에 있어서 바이러스로 인하여 컴퓨터와 같은 電子媒體가 감염된 경우의 擴大損害에 대한 損害賠償請求權 認定與否에 대하여 논란이 되고 있지만 損害發生原因과 相當因果關係가 있는 擴大損害에 대하여는 인정되어야 할 것이다.⁴⁵⁾ 이 경우에 賣渡人은 막대한 損害賠償으로 인하여 破産할 수 있기 때문에 이에 관한 保險制度⁴⁶⁾의 신설이 요구된다.⁴⁷⁾ 하지만

43) 同旨; 李銀榮, 前掲書, 341面.

44) 大判 1993. 7. 13, 93다14783.

45) 同旨; 李銀榮, 債權總論, 博英社, 1999, 307面; 大判 1985. 9. 10, 84다카1532.

46) 電子商去來에 관한 國內의 保險은 아직 초보단계에 있다. 현재는 네트워크의 안전성으로 인하여 발생하는 消費者 등의 被害에 대하여만 補償하도록 하고 있다. 따라서 商品 또는 用役의 瑕疵에 인한 被害에 대한 補償을 포함하도록 하는 補償範圍의 擴大의 必要性이 요구된다. 현재 電子商去來保險을 실시하고 있는 한 보험회사의 補償範圍를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 네트워크상의 不法行爲로 인하여 被保險者가 제3자에게 부담하여야 하는 法的 賠償責任保險을 補償限度額內, 둘째, 컴퓨터 바이러스의 침입, 컴퓨터범죄, 서비스 거부, 부정사용, 사용불능 등의 원인으로 인하여 被保險者 所有의 전자데이

不法複製 등을 통하여 바이러스가 컴퓨터 등의 電子媒體에 감염된 경우에는 賣渡人의 損害賠償責任이 免除된다고 할 것이다.

③ 不法行爲에 기한 損害賠償責任

消費者가 電子商去來를 締結하기 위하여 사이버몰에 들어가 商品을 살펴보던 중 이미 사이버몰이 바이러스에 감염되어 있어 그로 인하여 消費者의 컴퓨터 등의 電子媒體가 바이러스에 감염된 경우에 消費者는 사이버몰의 賣渡人에게 不法行爲에 기한 損害賠償을 청구할 수 있다.⁴⁸⁾ 또한 사이버몰의 賣渡人이 商品을 광고하기 위하여 또는 회원모집을 위하여 不特定多數人에게 과다한 용량의 메일(스팸 메일) 등을 보내거나 商品廣告 등을 위하여 바이러스가 감염된 메일을 보내어 消費者의 컴퓨터 등의 電子媒體를 감염시켜 使用을 不可能하게 만든 경우에 消費者는 바이러스 치료비용 또는 제품의 구입 비용 등의 손해를 입게 된다. 이러한 경우에 消費者는 不法行爲에 기한 損害賠償請求權을 행사하여 損害賠償을 請求할 수 있다(民法 제750조).

④ 責任原則

電子商去來로 인하여 消費者가 損害를 입었을 경우 그 損害를 賠償할 責任者가 누구인가를 糾明하는 일은 一般去來와 비교하여 용이하지 않다. 즉, 電子商去來는 契約締結 등에서 인터넷과 같은 네트워크를 利用하므로 債務不履行 등이 발생한 경우에 그 原因이 무엇이며, 原因提供者가 누구이며(賣渡人, 쇼핑몰 運營者, 네트워크 運營者 또는 管理者 등), 原因提供者의 歸責事由 有無를 밝히는 것이 전문적인 지식을 갖고 있지 못하는 소비자에게는 매우 어렵기 때문이다. 따라서 消費者의 立證責任을 완화시키는 방안이 요구된다. 이러한 방안으로 民法 제755조 以下에서 인정하고 있는 立證責任의 轉換의 方式이나 네트워크책임 법리⁴⁹⁾와 같은 過失推定の 原則이 도입되는 것이 바람직하다.

2) 訪問販賣 등에 관한 法律

訪問販賣 등에 관한 法律 제3장에서는 通信販賣에 관한 내용을 규정하고 있다. 電子商去來 역시 同法에서 규정하고 있는 通信販賣의 一類型이므로 同法이 적용된다.⁵⁰⁾

(1) 通信販賣業者의 表示義務

電子商去來를 하고자 하는 者는 사이버몰에서 商品 등의 廣告를 함에 있어 通信販賣業者의 商號·住所·電話番號, 商品의 종류 또는 用役의 내용, 商品의 販賣價格 또는 用役의 代價, 商品代金 또는 用役代價의 지급시기 및 방법, 商品의 引渡時期 또는 用役의 提供時期(同法 제18조 제1항 1호 내지 5호)

터, 전자정보자산, 전자 컴퓨터 프로그램, 전자 데이터 프로세싱 미디어의 손해, 왜곡, 손상, 변경, 파괴 등의 손실이 발생한 경우 補償限度額內, 셋째, 컴퓨터범죄, 컴퓨터 시스템 자원의 도난, 공갈협박 등으로 인하여 被保險者에게 금전적 손실이 있거나, 被保險者가 法的으로 賠償責任을 부담할 경우 이를 補償. 넷째, 被保險者의 네트워크 시스템의 위기가 발생할 위험이 있는 경우 保險加入金額 限度 內에서 危機管理費用의 補償을 내용으로 하고 있다(<http://www.lgins.co.kr/product/ec/ec2.shtml>).

47) 同旨; 한응길, 前揭論文, 40面.

48) 李銀榮, 前揭債權各論, 132~134面.

49) 李銀榮, 前揭論文, 118~119面. 네트워크 責任法理라 함은 첫째, 去來關與者는 네트워크 전체의 안전성을 유지할 의무와 電子商去來의 안전성확보에 대한 배려의무를 부담하기 때문에(電子去來基本法 제14조, 제15조 제1항), 네트워크 사고가 발생한 경우에 消費者가 去來關與者의 歸責事由를 입증하지 않아도 당연히 去來關與者의 過失이 推定된다는 점과 둘째, 네트워크 關與者는 자신의 관여도에 상응하는 損害賠償責任을 부담하는 것을 말한다.

50) 최경진, 前揭書, 131面.

와 請約의 期間 또는 期限이 있는 경우에는 그 기간 또는 기한, 商品의 販賣價格 또는 用役의 代價에 送料가 포함되지 아니한 경우에는 그 送料負擔에 관한 事項, 商品의 販賣價格 또는 用役의 代價外에 消費者가 추가로 부담하여야 할 비용이 있는 경우에는 그 내용 및 금액, 기타 특별한 通信販賣條件이 있는 경우에는 그 내용을 표시하여야 한다(同法 施行令 제8조 1호 내지 4호). 이러한 表示義務는 消費者에게 賣渡人의 身元을 확인할 수 있도록 하여 손쉽게 權利救濟를 받을 수 있는 제도적 장치가 된다.

(2) 商品引渡書 또는 用役의 提供書 送付義務

通信販賣業者가 商品 또는 用役을 제공함에 있어 商品引渡書 또는 用役提供書を 함께 송부하여야 한다. 이러한 인도서 또는 제공서에는 請約의 撤回과 그 行使方法 및 效果에 관한 事項(消費者가 請約의 撤回權을 행사함에 필요한 書式을 포함한다)과 商品의 品質保證 및 事後管理에 관한 사항 및 紛爭이 발생할 경우 紛爭處理에 관한 사항 등을 기재하여야 한다(訪問販賣등에 관한 法律 제20조 제2항 各號).

(3) 撤回權

消費者가 電子商去來를 통하여 구입한 商品 또는 用役이 다음의 각호에 해당하는 경우에는 商品을 引渡받거나 用役을 제공받은 날부터 20日 이내에 당해 契約을 撤回할 수 있다(訪問販賣등에 관한 法律 제21조 제1항). 消費者에게 引渡될 당시 당해 商品이 훼손된 경우, 通信販賣에 관한 廣告의 내용과 다른 商品이 引渡되거나 用役이 제공된 경우, 商品의 引渡 또는 用役의 제공이 通信販賣에 관한 廣告에 표시된 商品의 引渡時期 또는 用役의 제공시기보다 늦어진 경우, 通信販賣業者가 第18條 第1項의 規定에 의하여 廣告에 표시하여야 할 사항을 표시하지 아니한 상태에서 消費者의 請約이 이루어진 경우, 기타 消費者保護를 위하여 大統領令이 정하는 경우에 消費者는 請約을 撤回할 수 있다. 이러한 請約의 撤回은 書面으로 하여야 하며, 消費者가 意思表示를 發送한 때 效力이 발생한다(同法 제21조 3항). 撤回權 行使의 效果로서 消費者는 제공받은 商品 또는 用役을 返還하여야 하며, 販賣業者는 商品의 返還 받은 날 다음의 영업일에 消費者에게 代金を 반환하여야 한다(同法 제22조 제1항). 消費者가 代金支給을 신용카드로 하고 撤回의 意思表示를 한 경우 신용카드회사에게 商品代金 또는 用役代價의 請求를 停止 또는 取消할 것을 요청하여야 한다(同法 제22조 제2항). 通信販賣業者가 신용카드회사로부터 당해 商品代金 또는 用役代價를 이미支給받은 때에는 즉시 이를 신용카드회사에게 返還하여야 한다(同法 제22조 제3항). 또한 引渡받은 商品 또는 제공받은 用役의 返還에 필요한 費用은 通信販賣業者가 이를 부담하며 通信販賣業者는 消費者에게 違約金 또는 損害賠償을 請求할 수 없다(同法 제22조 제5항). 同法 제22조 第1項의 경우 消費者는 用役의 提供과 관련하여 자기의 土地 또는 建物 기타 工作物의 形態가 변경된 때에는 당해 通信販賣業者에게 無償으로 原狀回復하여 줄 것을 請求할 수 있다(同法 제22조 제6항).

(4) 訪問販賣등에 관한 法の 問題點

이상과 같이 電子商去來는 訪問販賣등에 관한 法律 중 通信販賣에 관한 章이 적용될 수 있다. 하지만 同法의 規定 중에서는 電子商去來에 대하여 그대로 적용하기가 곤란한 規定이 있다. 즉, 同法 제17조 1항에서 通信販賣業者는 시·도지사에게 신고하여야 한다고 규정하고 있으며, 위반시 1년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금이 賦課된다(同法 제61조 5호). 하지만 대부분의 사이버물의 賣渡人は 시·도지사에게 신고하고 있지 않다. 이러한 申告義務를 電子商去來에 강제할 경우 사이버공간에서의

政府規制를 최소화하고자 하는 기본정신⁵¹⁾과도不一致하게 된다. 따라서 電子商去來에 관하여는 이러한 요건을 완화시킬 필요가 있다. 또한 同法에서는 撤回權의 行使의 效果에 관하여 消費者의 先履行義務(目的物返還義務)로 規定하고 있다(同法 제22조 제1항). 하지만 消費者의 先履行義務는 賣渡人의 代金返還義務가 履行되지 않을 수 있기 때문에 消費者被害가 발생할 여지를 두게 된다. 따라서 撤回權의 行使로 인한 兩者의 返還義務 역시 同時履行의 關係 또는 消費者의 先履行義務를 인정한 경우에 民法 제536조 제2항의 不安의 抗辯權을 消費者에게 부여하도록 同法의 規定을 改正하여야 할 것이다.

3) 割賦去來에 관한 法律

電子商去來로 商品 또는 用役을 구입하고 그 代金を 2월이상의 기간을 정하여 3회이상 분할하여 지불하기로 약정한 경우에는 割賦去來에 관한 法이 적용된다(割賦去來에 관한 法律 제2조 1항). 따라서 同法의 적용을 받기 위하여 電子商去來上의 消費者가 賣買代金を 일시불이 아닌 2월이상의 기간을 정하여 3회이상 분할하여 납입하여야 한다.

(1) 割賦去來의 書面主義

割賦契約은 반드시 書面에 의하여야 한다. 이러한 서면에는 賣渡人·買受人 및 信用提供者의 姓名 및 住所, 目的物의 종류·내용 및 目的物의 引渡등의 時期, 現金價格, 割賦價格 등이 기재되어 있어야 한다(同法 제4조 1항). 따라서 컴퓨터 등의 電子媒體와 인터넷 등의 네트워크를 利用하여 契約을 締結하는 경우에 반드시 賣渡人은 契約書를 電子文書 또는 우편으로 消費者에게 송부하여야 하며, 이 역시 通信販賣에 있어서와 같이 消費者의 효율적인 權利救濟에 도움을 준다.

(2) 撤回權의 行使

買受人(消費者)은 契約書를 교부받은 날 또는 契約書를 교부받지 아니한 경우에는 目的物의 引渡 등을 받은 날부터 7日이내에 割賦契約에 관한 請約을 撤回할 수 있다(同法 제5조 제1항). 다만, 目的物의 性質 또는 契約締結의 形態에 비추어 撤回을 인정하는 것이 적당하지 아니한 경우로서 大統領令이 정하는 것에 대하여는 그러하지 아니하다.⁵²⁾ 이러한 撤回權의 行使는 반드시 서면에 의하여야 하고 撤回權의 效力發生時期는 撤回의 意思表示를 기재한 서면이 발송되었을 때이다(同法 제5조). 撤回權의 行使로 인하여 消費者는 商品 또는 用役을 返還하여야 하며, 이와 동시에 賣渡人은 代金を 返還하여야 한다(同法 제6조 1항). 이러한 商品 등의 返還費用은 賣渡人이 부담한다(同法 제6조 3항).

(3) 訪問販賣 등에 관한 法律과의 關係

割賦去來에 관한 法律과 訪問販賣 등에 관한 法律이 競合할 경우에는 원칙적으로 訪問販賣 등에 관한 法律이 우선하여 적용되며, 割賦去來에 관한 法律이 消費者에게 유리한 경우에는 割賦去來에 관한

51) 韓·美 電子商去來 共同宣言文, 1998년 11월 21일; 재정경제부 소비자정책과, 消費者保護對策推進方向 및 課題에 관한 회의자료, 2000년 7월.

52) 撤回權의 對象에서 배제되는 경우로는 船舶法에 의한 船舶, 航空法에 의한 航空機, 鐵道法 및 都市鐵道法에 의하여 軌道를 운행하는 車輛, 건설기계관리법에 의한 建設기계, 자동차관리법에 의한 자동차, 냉장고 및 세탁기, 날개로 밀봉된 음반·비디오물 및 소프트웨어, 고압가스안전관리법 제3조제4호의 규정에 의한 냉동기, 전기 냉방기(난방겸용인 것을 포함한다), 보일러와 할부가격이 10만원이하인 割賦契約이 있다. 다만, 興信專門金融業法에 의한 신용카드를 使用하여 割賦去來를 하는 경우에는 할부가격이 20만원이하인 割賦契約을 제외한다(同法 施行令 제4조).

法律을 적용한다(訪問販賣 등에 관한 法律 제52조).

(4) 撤回權 適用 排除 對象의 問題點

현재 정부는 투명경제를 이룩하기 위하여 신용카드 使用者에 대하여 세금공제⁵³⁾를 비롯한 신용카드 복권제⁵⁴⁾를 실시하여 신용카드의 利用을 적극 권장하고 있다. 하지만 割賦去來에 관한 法 施行令 제4 조에서 撤回權 適用 排除 對象을 現金去來에 있어서는 10만원 이하의 契約에 대하여, 그리고 신용카드 去來의 경우에는 20만원 이하의 契約에 대하여는 撤回權을 부정하고 있다. 이는 현금거래와 신용카드 거래를 차별함과 동시에 소액의 신용카드사용을 억제하는 효과를 가져올 수 있다. 따라서 투명경제를 이룩하기 위한 수단으로서 실시되고 있는 신용카드의 使用를 권장하기 위하여 兩者의 差別은 없어야 하고, 소액의 신용카드 使用者를 保護하기 위하여 10만원이하의 商品 또는 用役으로 撤回權의 適用 排除對象을 축소하여야 할 것이다.

4) 與信專門金融業法

消費者가 電子商去來上의 代金を 신용카드로 支給한 경우에 與信專門金融業法 중 신용카드업을 규율하는 제12조 내지 제27조의 규정의 적용을 받는다. 同法 제16조에서는 회원이 신용카드를 紛失·盜難당하여 신용카드회사에 고지한 경우 또는 신용카드를 僞造·變造하여 使用된 경우에 신용카드회사는 使用된 금액을 회원에게 부과할 수 없도록 규정하고 있다.⁵⁵⁾ 同法 제16조에서는 고지한 이후부터의 利用金額에 대하여 회원에게 부과할 수 없다고 규정하고 있으나, 個別會員約款에는 고지후 25일 이전까지 會員以外의 者가 利用한 금액에 대하여도 카드회사의 補償責任을 규정하고 있다.⁵⁶⁾ 또한 이와 더불어 재정경제부에서는 消費者 權益保護를 위한 制度 改善 方案으로 신용카드회원이 脫會한 경우에 殘存債務全額에 대하여 일시에 변제하도록 되어 있는 制度를 消費者가 원할 때에 殘餘 割賦期間 내에 분할하여 支給할 수 있도록 추진하고 있으며, 신용카드 契約 締結時 신용카드사의 契約書 交付를 의무화하고 契約書上 消費者가 반드시 알아야 할 중요한 사항은 굵고 보기 좋은 글씨로 표시하도록 추진하고 있다.⁵⁷⁾

5) 約款規制에 관한 法律

約款이라 함은 그 名稱이나 形態 또는 範圍를 불문하고 契約의 一方當事者가 多數의 相對方과 契約를 締結하기 위하여 일정한 形式에 의하여 미리 마련하여 契約의 내용이 되는 것을 말한다(同法 제2조 제1항). 대부분의 電子商去來에서 賣渡人은 다수의 消費者와 去來하기 위하여 미리 約款을 작성하고

53) 신용카드 所得控除制度는 1999년부터 시행하고 있으며, 그 내용은 俸給生活者의 신용카드 使用金額(현금서비스분 제외)이 연간 총급여액의 10%를 초과하는 경우 그 초과 사용금액의 10%를 과세표준에서 控除(所得控除)하여 勤勞所得稅金을 輕減하고 있다.

54) 1999년 附加價值稅法을 개정하여 2000년부터 신용카드 領收證 福券制度를 실시하고 있다.

55) 비씨카드 會員 約款 제20조; LG카드 會員約款 제9조 제1항.

56) 비씨카드 會員約款 제19조 2항; LG카드 會員約款 제17조 제2항. 하지만 모든 경우에 있어 신용카드업자에게 補償을 받는 것이 아니라 會員의 故意 또는 重過失로 인한 不正使用, 카드의 貸與·讓渡·利用委任·不法貸出 등으로 인한 不正使用, 카드뒷면에 署名을 하지 않은 경우 등으로 인한 使用에 대하여는 報償을 받지 못한다(비씨카드 會員約款 제19조 3항, LG카드 會員約款 제17조 제3항).

57) 재정경제부, 신용카드 관련 消費者權益 提高를 위한 制度改善에 관한 보도자료, 2000년 6월 27일.

이에 동의한 경우에만 契約를 締結하고 있다. 하지만 電子商去來를 이용하는 대다수의 消費者는 約款의 內容을 숙지하지 않고 契約를 締結하고 있기 때문에 消費者에게 불리한 내용의 約款條項(免責條項, 裁判管轄, 準據法 등에 관한 條項)을 그대로 적용할 경우에는 消費者의 權利救濟에 막대한 장애요소로 작용할 수 있다. 이러한 消費者에게 不利益한 約款을 규제하기 위하여 제정된 法이 約款規制에 관한 法律이다.

(1) 賣渡人의 義務

同法에서는 賣渡人에게 約款의 明示義務, 交付義務와 함께 說明義務를 부과하고 있다(同法 제3조 제1항, 제2항). 하지만 電子商去來에서 契約의 締結은 직접 賣渡人에 의하여 이루어지는 것이 아니라 賣渡人이 이미 만들어 놓은 프로그램에 따라 契約이 締結되기 때문에 約款의 現實的인 交付는 이루어지지 않으며, 約款의 條項 중에서 이해가 되지 않는 부분에 대하여 즉시 설명을 받을 수 없다. 따라서 電子商去來에 利用되는 約款에 대하여 작성자인 賣渡人은 約款의 內容을 消費者가 이해할 수 있는 용어를 사용하여 작성하여야 하며, 消費者에게 중요한 사항은 쉽게 인식할 수 있도록 다른 문자와 차별화할 필요가 있다. 또한 商品 또는 用役을 구입하려는 消費者에게 約款의 內容을 주지할 것을 2-3회 정도 반복하여 고지하는 것이 요구되며, 필요시 消費者가 約款을 인쇄 또는 다운받아서 저장할 수 있도록 하여야 할 것이다.⁵⁸⁾

(2) 不公正約款의 效力

賣渡人이 작성한 約款을 消費者가 동의하였다고 하더라도 당해 約款의 內容이 信義誠實의 原則에 반하여 公正을 잃은 경우에는 無效가 된다(同法 제6조 제1항). 또한 일정한 경우에는 約款의 條項이 公正을 잃은 것으로 推定된다(同法 제6조 제1항). 이와 더불어 賣渡人의 責任을 감면하는 條項이나 消費者가 부담하는 損害賠償金을 과중하게 규정한 條項, 解止·解除權의 發生要件과 行使에 있어 賣渡人에게는 이를 완화시키고 消費者에게 과중시키는 條項, 顧客의 抗辯權·相計權 등을 제한하는 條項, 意思表示을 擬制하는 條項들은 不公正을 喪失한 條項으로 無效이다(同法 제7조 내지 제12조).

(3) 電子商去來 標準約款

공정거래위원회는 국내 영업중인 電子商去來 사이버몰업체의 상당수가 去來 約款이 없거나 使用中 이더라도 고객에게 일방적으로 불리한 내용이 다수인 실정을 감안하여 급증추세에 있는 인터넷 電子商去來의 건전한 去來秩序 確立 및 消費者 權益保護를 위해 電子商去來 標準約款을 2000년 1월 28일에 승인하였다. 또한 同 委員會는 標準約款의 活性化와 消費者에게 去來의 安全과 信賴性을 확보하여 주기 위하여 標準約款 使用表示(마크) 付與制度를 도입할 예정이다. 이로 인하여 消費者는 標準約款 使用表示가 있는 사이버몰을 더 신뢰하며 利用하게 될 것이다. 이러한 標準約款의 主要內容은 다음과 같다.⁵⁹⁾

- ① 사이버몰의 신뢰성을 높이기 위하여 상호, 몰의 영업소 소재지, 대표자의 성명, 사업자등록번호, 연락처 등을 초기화면에 게시하도록 하였다(電子商去來 標準約款 제3조 제1항).
- ② 빈번한 約款改正에 따른 消費者 被害를 사전에 예방하기 위하여 約款改正時 適用日字를 明示하

58) 李銀榮, 電子商去來에서 消費者의 權利, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000·7, 55面.

59) <http://www.ftc.go.kr> 참조.

여 7일이상 게시하도록 하고 約款은 適用日字 以後의 契約에만 적용하도록 규정하였다(標準約款 제3조 제3항, 제4항).

- ③ 利用者가 안전하게 인터넷 서비스를 利用할 수 있도록 보완시스템을 갖출 의무와 利用者가 원하지 않은 營利目的의 廣告性 電子郵便의 發送禁止 義務를 규정하였다(標準約款 제16조 제2항, 4항).
- ④ 사이버몰이 歸責事由에 기하여 서비스를 중단하는 경우 消費者의 損害를 賠償하도록 하고 있다(標準約款 제5조 제3항).
- ⑤ 契約의 成立時期에 관하여 사이버몰에 대하여 受信確認通知義務를 부과하여 消費者에게 承諾이 도달한 시점에 契約이 성립한 것으로 보며(標準約款 제10조 제2항), 消費者가 受信確認通知를 받은 후 지체없이 주문변경 및 주문취소를 할 수 있도록 하고 있다(標準約款 제12조).
- ⑥ 消費者가 구입한 商品 또는 用役의 配送手段, 配送費用 負擔, 配送期間 등을 명시하도록 하고 있다(標準約款 제13조).
- ⑦ 通信販賣에 있어서 先拂式通信販賣에 관한 規定과 請約撤回에 관한 規定을 사이버몰 去來에 적용하여 일정한 경우에 商品을 引渡받은 후 20일 이내에 請約을 撤回할 수 있도록 하고 있다(標準約款 제14조 제2항).

6) 獨占規制 및 公正去來에 관한 法律

同法은 사업자의 市場支配의 地位의 濫用과 과도한 經濟力의 集中을 방지하고, 부당한 共同行爲 및 不公正去來行爲를 規制하여 公正하고 자유로운 競爭을 促進함으로써 創意的인 企業活動을 助長하고 消費者를 保護하기 위하여 제정된 法이다. 하지만 同法에서는 적극적으로 消費者에게 일정한 權利를 부여하는 것이 아니라 賣渡人인 事業者의 일정한 行爲를 制限하여 消費者를 보호하는 것을 주된 내용으로 하고 있다.

同法에서 禁止하고 있는 事業者의 行爲를 살펴보면 다음과 같다. 市場支配의 地位를 가진 事業者에게는 일정한 行爲가 금지되며(同法 제3조의 2), 누구든지 직접 또는 특수한 관계가 있는 자를 통하여 다른 회사의 株式를 취득하거나 다른 회사의 任員을 兼任, 다른 회사와의 合併 등의 行爲를 하여 일정한 去來分野에서 競爭을 실질적으로 제한하는 行爲는 금지된다(同法 제7조). 또한 事業者는 契約 등을 통하여 다른 事業者와 공동으로 일정한 去來分野에서 競爭을 실질적으로 제한하는 行爲를 하여서는 안되며(同法 제19조), 事業者가 부당하게 去來를 거절하거나 去來의 相對方을 차별하여 취급하는 行爲, 부당하게 競爭者를 排除하는 行爲, 부당하게 競爭者의 顧客을 자기와 去來하도록 誘引하거나 強制하는 行爲, 자기의 去來上의 地位를 부당하게 利用하여 相對方과 去來하는 行爲, 去來의 相對方의 事業活動을 부당하게 拘束하는 조건으로 去來하거나 다른 事業者의 事業活動을 방해하는 行爲, 부당하게 特殊關係人 또는 다른 會社에 대하여 假支給金·貸典金·人力·不動產·有價證券·無體財產權등을 제공하거나 현저히 유리한 조건으로 去來하여 特殊關係人 또는 다른 會社를 지원하는 行爲, 第1號 내지 第7號이외의 行爲로서 公正한 去來를 저해할 우려가 있는 行爲를 不公正去來行爲 類型으로 보고 이의 禁止 義務를 부과하고 있다(同法 제23조). 同法에서는 사업자가 상기의 금지행위를 하였을 경우에 消費者는 公正去來委員會에 是正措置를 취할 것을 요구할 수 있으며, 이에 公正去來委員會는 是正措置와 함께 過徵金을 부과할 수 있다.

7) 消費者保護法

同法은 각종의 去來로 인하여 발생하는 消費者 被害를 救濟함과 동시에 권익을 보장하여 소비생활의 향상과 합리화를 목적으로 제정된 법이다. 同法은 消費者의 기본적 권리와 국가 또는 지방자치단체의 消費者保護를 위한 役割 및 紛爭發生時 效率的으로 해결할 수 있는 制度 등을 주요 내용으로 하고 있다.

(1) 消費者의 基本的 權利

消費者는 電子商去來를 비롯하여 모든 去來에 있어서 스스로의 安全과 權益을 위하여 다음의 權利를 享有한다(同法 제3조).

- ① 모든 商品 및 用役으로 인한 生命·身體 및 財産上의 危害로부터 保護받을 權利
- ② 商品 및 用役을 選擇함에 있어서 필요한 知識 및 情報를 제공받을 權利
- ③ 商品 및 用役을 使用 또는 利用함에 있어서 去來의 相對方·購入場所·價格·去來條件 등을 자유로이 選擇할 權利
- ④ 消費生活에 영향을 주는 國家 및 地方自治團體의 政策과 事業者의 事業活動등에 대하여 의견을 반영시킬 權利
- ⑤ 商品 및 用役의 使用 또는 利用으로 인하여 입은 被害에 대하여 신속·공정한 節次에 의하여 적절한 補償을 받을 權利
- ⑥ 합리적인 消費生活을 영위하기 위하여 필요한 教育을 받을 權利
- ⑦ 消費者 스스로의 權益을 擁護하기 위하여 團體를 組織하고 이를 통하여 活動할 수 있는 權利

(2) 國家 및 地方自治團體의 義務

국가 및 지방자치단체는 消費者의 基本的 權利를 보장하기 위하여 關係法令 및 條例의 制定 및 改廢, 필요한 行政組織의 整備 및 運營 改善, 필요한 施策의 樹立 및 實施, 消費者의 건전하고 自主的인 組織活動의 支援·育成할 義務를 부담한다(同法 제5조). 또한 商品이나 用役에 대한 表示基準을 제시함과 동시에 誇大廣告를 억제하고 消費者保護와 관련된 主要施策 및 主要決定事項에 관한 情報를 消費者에게 제공하여야 한다(同法 제8조, 제9조, 제11조).

(3) 紛爭解決機構

同法에서는 商品의 使用 또는 用役의 利用과 관련하여 消費者와 賣渡人間의 紛爭을 신속하고 효율적으로 해결하기 위하여 韓國消費者保護院內에 紛爭調停委員會를 설치하고 있다(同法 제34조). 따라서 商品의 使用과 用役의 利用으로 被害를 입은 消費者는 韓國消費者保護院에 被害救濟를 신청할 수 있으며, 신청을 받은 消費者保護院 院長은 兩當事者가 紛爭에 合意 할 것을 勸告할 수 있다. 이러한 合意가 이루어지지 않을 경우에는 당해 분쟁사항을 紛爭調停委員會에 회부하고 紛爭調停委員會에서는 30일 이내에 紛爭調停을 하여야 한다. 조정의 결과를 당사자가 15일 이내에 受諾 또는 拒否의 意思表示를 하지 않은 경우에는 調停의 結果를 受諾하는 것으로 간주한다(同法 제44조, 제45조 제1항 내지 제3항). 이러한 調停의 內容은 裁判上 和解와 동일한 效力을 갖는다(同法 제45조 제4항).

8) 製造物 責任法

製造業者는 製造物의 缺陷으로 인하여 生命·身體 또는 財産에 損害(당해 製造物에 대해서만 발생

한 損害를 제외한다)를 입은 者에게 그 損害를 賠償하여야 한다(同法 제3조 제1항). 이러한 製造物 責任은 他 法과 비교하여 行爲者의 歸責事由를 요하지 않는 無過失責任主義이다(同法 제3조). 同法에서 말하는 製造物은 다른 動産이나 不動産의 一部를 구성하는 경우를 포함한 製造 또는 加工된 動産을 의미하기 때문에 인터넷을 통하여 수령한 소프트웨어에 의하여 발생한 損害는 同法の 適用範圍에 포함되지 않는다. 즉, 民法에서는 動産의 定義를 不動産 이외의 物件이라고 하고 있기 때문에 土地와 그 定着物을 제외한 有體物 및 電氣 기타 管理可能한 自然力이 動産의 範疇에 포함된다(民法 제99조). 따라서 소프트웨어 그 자체는 기타 管理可能한 自然力이 아니므로 動産이 되지 못하며, 同法の 適用에서 排除된다.⁶⁰⁾ 하지만 權利의 客體인 物件, 특히 動産은 과학의 발달에 따라 새로이 발생할 수 있다. 이러한 점을 간과하고 法을 改正하지 않게 되면 法과 現實사이의 乖離가 발생하게 될 것이다. 따라서 動産의 範疇에 소프트웨어와 같은 새로운 요소를 포함할 수 있도록 法을 改正하여야 할 것이다. 즉, 動産의 範疇에 소프트웨어가 포함된다면 소프트웨어의 欠缺로 인하여 財産上의 損害(기존 프로그램의 훼손, 바이러스 감염)를 製造業者에게 그의 歸責事由를 입증하지 않더라도 賠償을 받을 수 있지만, 現行의 法制에서는 損害賠償을 請求하기 위하여 行爲者의 歸責事由까지 입증하여야 한다. 하지만 非專門家인 消費者가 行爲者에게 歸責事由의 存否를 立證한다는 대단히 곤란한 것임을 이미 살펴 보았다. 따라서 소프트웨어 등을 動産으로 인정한다면 소프트웨어의 欠缺로 인한 損害에 대하여 消費者는 입증하기가 곤란한 民法上의 損害賠償을 청구하는 것이 아니라 製造物責任法上의 損害賠償을 청구하여 보다 효율적으로 被害救濟를 받을 수 있을 것이다.⁶¹⁾

9) 表示廣告 公正化에 관한 法律

同法은 商品 또는 用役に 관한 表示·廣告에 있어서 消費者를 속이거나 消費者로 하여금 잘못 알게 하는 不當한 表示·廣告를 防止하고 消費者에게 바르고 유용한 情報의 提供을 촉진함으로써 公正한 去來秩序를 확립하고 消費者를 保護하기 위하여 제정되었다(同法 제1조).

주요내용으로 사업자 등에게 消費者를 속이거나 오해의 우려가 있는 表示·廣告行爲의 禁止義務를 부과하였으며(同法 제3조), 이를 위반시 公正去來委員會가 是正措置와 臨時中止를 명할 수 있음과 동시에 過徵金を 부과할 수 있도록 규정하고 있다(同法 제7조 내지 제9조). 이와 더불어 사업자 등의 不當한 表示·廣告行爲로 인하여 被害를 입은 경우에는 損害賠償을 하여야 하며, 同法上의 責任은 無過失責任이다(同法 제10조).

10) 電子商去來 關聯 新規 立法

우리 나라는 電子商去來에서 발생하는 다양한 法律問題를 규율하기 위하여 電子去來基本法⁶²⁾과 電子署名法⁶³⁾을 제정하였다.

60) 이와는 달리 컴퓨터 파일을 管理可能한 自然力으로 보아 動産으로 인정하는 見解도 있다(김성준, 前掲論文, 8面).

61) 同旨; 李銀榮, 前掲電子商去來에서 消費者의 權利, 57面.

62) 法律 제5834호, 1999년 2월 8일.

63) 法律 제5792호, 1999년 2월 5일.

(1) 電子去來基本法

同法은 電子文書에 의하여 이루어지는 去來의 法的 效力을 명확히 하여 그 安全性과 信賴性的 확보 및 去來의 公정을 기함으로써 건전한 去來秩序를 확립하고 電子去來를 촉진하여 國民經濟의 발전에 이바지함을 목적으로 제정되었으며(同法 제1조), 電子文書로 행하여지는 모든 去來에 적용된다(同法 제3조). 同法の 消費者保護關聯 內容으로는 사이버물 運營者에게 施設具備義務와 運營者의 商號(法人의 경우에는 代表者의 姓名을 포함한다)·住所·電話番號 등을 利用者가 쉽게 알 수 있도록 표시하여야 할 表示義務를 부과하고 있다(同法 제15조). 정부에 대하여는 電子商去來에서의 消費者 保護를 위하여 필요한 시책마련 의무와 함께 電子商去來에 關聯한 消費者 被害 救濟 制度의 構築義務를 부과하고 있다(同法 제30조 제1항, 제31조 제1항). 따라서 電子商去來 關聯 消費者 被害를 신속하고 효율적으로 救濟하기 위하여 韓國電子去來振興院 內에 電子去來紛爭調停委員會를 설치하여 消費者 權利救濟에 조력하고 있다. 同法은 電子商去來에 關한 基本法으로써의 의미를 가지고 있지만, 電子商去來와 關聯하여 消費者의 權利 또는 被害救濟方案에 대한 세부적인 내용은 미약하다. 이러한 점은 電子商去來 역시 既存의 去來形態를 規律하는 立法에 의하여 규율될 수 있음을 전제로 한 것이나 電子商去來의 特性에 따른 問題點은 既存의 法令에 의하여도 해결될 수 없다. 즉, 消費者의 衝動的 請約에 대한 撤回權 認定與否와 소액의 商品을 구매하는 消費者의 保護問題, 소프트웨어의 動產認定與否 등은 既存의 法令에 의하여 해결되지 못하고 있다. 따라서 이러한 문제점들을 해결하기 위하여 電子去來基本法에 關聯規定을 新設하거나 既存法令의 改正이 요구된다.

(2) 電子署名法

電子商去來는 非對面去來이며, 기존의 文書와 다른 電子文書에 의하여 契約이 이루어지기 때문에 作成者의 身元確認이 어렵다. 또한 電子文書의 內容은 타인이 중간에서 변경할 수 있기 때문에 受信者는 電子文書의 變造 與否의 確認이 곤란하다. 따라서 電子文書의 作成者의 身元과 變造與否를 확인할 수 있도록 하는 것이 電子署名이다. 즉, 電子署名은 一般 去來에 있어서 印鑑과 동일한 기능을 한다고 할 수 있다.

電子署名은 전자서명생성키(암호키)⁶⁴와 전자서명검증키(공개키)⁶⁵로 구성되어 있으며, 公認認證機關에 의하여 認證을 받은 電子署名은 法令이 정한 署名 또는 記名捺印으로 봄과 동시에 電子署名이 부가된 電子文書가 電子署名된 후에 변경되지 아니하였다고 推定된다(同法 제3조). 이러한 電子署名을 인증하는 機關으로 公認된 認證機關과 公認되지 않은 認證機關으로 나누어진다. 兩者는 모두 電子署名의 認證을 통하여 電子文書의 名義人의 身元 確認과 變造 與否의 認證을 담당하는 역할을 하지만 公認認證機關을 통하여 인증받은 電子署名은 法令이 정한 署名 또는 記名捺印으로 봄과 동시에 電子署名이 부가된 電子文書에 대하여는 名義人의 署名 또는 記名捺印이고 電子署名 以後에 변경되지 않았다는 것이 추정되지만 後者의 경우에는 이러한 효과가 추정되지 않으므로 당사자가 이를 입증하여야 하는 점에서 차이점이 있다.⁶⁶ 이러한 電子署名을 認證하는 公認認證機關으로는 (주)韓國情報認證(www.signgate.com), (주)韓國證券電算(www.signkorea.com) 및 金融決濟院(www.yessign.or.kr)이 情

64) 전자서명생성키는 電子署名을 생성하기 위하여 利用하는 電子的 情報을 말한다(電子署名法 제2조 3호).

65) 전자서명검증키는 電子署名을 검증하기 위하여 利用하는 電子的 情報을 말한다(電子署名法 제2조 4호).

66) 배대현, 電子署名과 認證, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000·7, 117~118面.

報通信部長官에 의하여 지정되어 있다.

認證書發給節次를 살펴보면 다음과 같다. 電子署名을 인증받고자 하는 者는 먼저 公認認證機關에 認證書 發給申請을 하여야 한다. 신청을 함에 있어서 申請者는 신원을 확인할 수 있는 資料와 전자서명증키를 제출하여야 한다. 認證書を 발급받은 者는 전자서명생성키를 使用하여 당해 認證書에 電子署名을 하여야 한다. 이러한 신청에 대하여 公認認證機關은 認證書の 利用範圍 또는 用度를 제한하는 認證書を 발급할 수 있으며, 認證書の 有效期間을 정함에 있어 認證書の 利用範圍, 用度, 利用된 기술의 안전과 신뢰성을 고려하여야 한다(同法 제15조).

(3) 電子去來消費者保護指針

電子去來上의 消費者保護와 관련하여 電子去來 事業者가 준수하여야 할 諸般事項을 규정함으로써 消費者의 基本權益을 保護하고 消費者의 信賴와 參與를 통해 電子去來의 發展을 위하여 公正去來委員會는 電子去來 消費者保護指針을 제정하였다.⁶⁷⁾ 同指針은 消費者保護를 위한 一般原則과 事業者 등에 부과되는 遵守事項으로 구성되어 있다.

① 同指針上의 內容

一般原則으로 電子去來에 참여하는 消費者는 다른 形態의 去來와 마찬가지로 동등하게 保護를 받을 수 있으며, 이를 위하여 政府, 事業者團體, 消費者團體의 協力義務를 규정하고 있다(同指針 제3조). 遵守事項으로는 事業者의 廣告에 대한 表示義務, 契約條件明示時의 約款規制法의 遵守義務 및 19세 이하의 청소년을 대상으로 한 契約에서는 有害 財貨와 情報의 接近을 제한하여야 하고, 廣告에 있어서 연령을 고려하여 알기 쉽게 하여야 하며, 청소년의 個人情報 收集에 관하여 法定代理人의 事前同意를 얻어야 하는 遵守義務를 규정하고 있다(同指針 제4조). 電子商去來의 信賴性을 보장하기 위하여 事業者의 身元을 인식할 수 있는 情報과 財貨 등 去來條件에 관한 情報提供義務를 규정하고 있다(同指針 제5조, 제6조). 사업자에게 인도된 財貨 등이 不良하거나 相異한 경우에는 交換義務와 消費者의 購買意思變化에 따라 일정기간내에 請約을 撤回할 수 있는 撤回權을 消費者에게 부여하는 賣渡人의 義務를 규정하고 있다(同指針 제10조). 이와 더불어 事業者에게 電子去來와 관련한 消費者의 불만 또는 요구사항을 신속, 공정하게 처리하기 위한 절차마련의무와 紛爭發生時 電子去來紛爭調停委員會 등을 통한 효과적인 해결을 위한 協力義務를 부과하고 있다(同指針 제11조).

② 同指針上의 問題點

이러한 同指針은 다음과 같은 문제점이 있다. 첫째, 同指針 제10조 제4항에서 인정하고 있는 請約撤回權은 적극적으로 消費者에게 인정하는 것이 아니고 소극적으로 賣渡人에게 消費者의 請約撤回權을 부여하도록 하고 있다. 둘째, 同指針 제10조 제4항의 撤回權의 行使에 있어서 訪問販賣등에 관한 法律 제21조 내지 제22조의 規定이 적용되도록 규정되어 있다(同指針 제10조 제5항). 하지만 同法 제21조 내지 제22조의 規定에 의하여 撤回權을 행사할 수 있는 경우는 同法 제21조 各號에 해당하는 경우에만 撤回權이 인정된다. 따라서 消費者의 購買意思變更 등과 같은 개인적인 사유에 의하여도 撤回權을 인정하고자 하는 同指針 제10조 제4항과 제5항은 상호 모순되는 規定이 된다. 이와 같은 문제점을 해결하기 위하여 먼저 請約撤回權에 관하여 소극적으로 규정되어 있는 同指針 제10조 제4항의 規定은

67) 公正去來委員會 告示 제2000-1호, 1999년 12월 30일.

消費者에게 請約撤回權을 부여하는 적극적인 규정으로 改正을 하여야 할 것이며, 請約撤回權의 認定範圍에 관하여 전면적인 認定 즉, 모든 請約에 대한 撤回權의 授與問題는 賣渡人의 재량에 맡기고 商品의 性質上 撤回權을 인정할 수 없는 商品을 제외한 모든 상품에 대하여 일정기간내에 撤回權을 행사할 수 있도록 규정하여야 할 것이다. 그리고 同指針 제10조 제4항과 제5항과의 解釋上의 矛盾點을 해결하기 위하여 同指針 제10조 제5항에서의 適用法規를 訪問販賣등에 관한 法律 제21조에서 1항을 제외한 제2항 내지 제4항과 제22조로 改正하여야 할 것이다. 이상과 같이 同指針을 改正하는 것이 경솔하게 契約을 締結한 消費者에게 일정한 요건과 관계없이 撤回權을 인정하고자 하는 同指針 제10조 제4항의 立法趣旨을 살리는 방안이 될 것이다.

V. 消費者 被害의 豫防에 관한 方案

1. 消費者 被害의 類型과 頻度

電子商去來로 인하여 2000년 1월부터 동년 8월까지 消費者가 입은 被害 중 韓國消費者保護院에 접수된 被害救濟事例은 총 96건이며, 이는 1999년 同期間에 접수된 81건에 비하여 계속 증가추세에 있음을 나타낸다. 이들을 유형별로 분석하면 <표 1>과 같다.⁶⁸⁾

<표 1> 消費者被害 類型別 接受 現況(2000.1. ~ 8.)

利用 段階	被害 類型	件 數	比 重
請約 誘引	虛位·誇張 表示廣告	11건	11.4%
請約	不當 契約締結	6건	6.3%
契約履行	商品의 未引渡 및 引渡遲延	25건	26.0%
	商品의 瑕疵	17건	17.7%
	契約의 不完全 履行	5건	5.2%
	一方의 契約條件變更	6건	6.3%
	不當 代金請求	7건	7.3%
	解約拒絕	5건	5.2%
解約	代金의 未還拂	9건	9.4%
事後管理	A/S불만	2건	2.1%
其他	其他	3건	3.1%
계		96건	100.0%

2. 消費者 被害發生防止를 위한 豫防策

消費者保護院에 접수된 上記의 被害事例에 대하여 消費者는 個別法令上에 規定되어 있는 權利를 주장하여 訴訟을 통한 方法이나 訴訟外的인 方法을 통하여 救濟될 수 있다. 하지만 이보다 消費者被害가 발생하지 않도록 事前에 豫防策을 강구하는 것이 電子商去來의 발전과 함께 消費者 保護를 위한 최선

68) 한국소비자보호원, 2000년 1월 ~ 8월 電子商去來 被害救濟 分析 報道資料, 2000·9.

의 방법이라고 할 수 있다. 이러한 事前豫防策은 政府 또는 地方自治團體에 요구되는 事項과 事業者에게 요구되는 事項 및 消費者에게 요구되는 事項으로 구별할 수 있다.

1) 政府 또는 地方自治團體에 요구되는 事項

電子商去來에 관한 政府의 規制를 최소화하여 業體와 消費者間의 자율적 규율을 장려하고 있지만 相對的 弱者인 消費者의 保護를 위하여 政府 또는 地方自治團體에 다음과 같은 사항이 요구된다.

(1) 消費者保護에 관한 法, 制度의 持續的 整備

電子商去來는 지속적으로 발전하고 있는 去來形態이며, 기존의 去來와 비교하여 많은 차이점을 가지고 있지만, 電子商去來上 발생하는 많은 消費者被害事例가 既存의 法令에 의하여 救濟될 수 있음도 살펴 보았다. 하지만 기존의 去來形態를 규율하기 위하여 제정된 法令 중 電子商去來에 적용하기 곤란한 규정도 있었다. 따라서 기존의 법령을 최대한 활용함과 동시에 電子商去來의 특수성에서 비롯하는 消費者被害 등의 문제점을 해결하기 위하여 지속적인 關係 法令을 改正 또는 制定의 작업이 이루어져야 할 것이다.⁶⁹⁾

(2) 不公正去來行爲의 規制 強化

公正去來委員會는 사이버 공간속에서 발생하는 事業者의 虛位·誇張廣告, 詐欺·欺瞞 去來로 인한 消費者被害를 예방하기 위하여 인터넷 동호회, 소비자단체, 지방자치단체 등으로 구성되는 전자상거래 감시단을 구성하여 상시 운영하고 있다. 또한 電子商去來의 不公正 去來行爲의 類型을 DB화하고 이에 기초하여 不當去來防止 基準을 제정하여 이를 消費者에게 고지함으로써 被害를 예방하고자 검토하고 있다.⁷⁰⁾ 위와 같은 감시활동을 통하여 賣渡人의 不公正行爲에 대한 規制와 동시에 새로이 발생하는 不公正行爲를 消費者들에게 홍보하여 이로 인한 피해가 발생하지 않도록 하여야 할 것이다.

(3) 消費者 情報提供 및 教育實施

政府 등은 消費者가 電子商去來를 이용함에 있어서의 유의사항, 각종의 消費者權利 및 紛爭發生時 解決方案 등을 사전에 알 수 있는 기회를 제공하여야 한다. 현재 재정경제부와 공정거래위원회 등은 소비자정책관련 사이트를 활용하여 電子商去來關聯 消費者 意見を 수렴함과 동시에 관련 정책을 홍보하고 있다. 또한 소비자보호원 홈페이지에 개설된 e-consumer 사이트를 활용하여 消費者의 商品選擇에 필요한 종합적인 情報를 제공하고, 電子商去來 被害事例를 분석하여 消費者에게 被害 對處方案 등의 消費者 教育을 실시하고 있다. 이러한 消費者教育은 電子商去來에서 발생하는 消費者被害를 豫防하는 첫 번째 수단이라고 할 수 있다. 따라서 政府 또는 地方自治團體는 消費者가 쉽게 접근할 수 있으며, 이해할 수 있는 예방교육을 지속적이고 광범위하게 실시하여야 할 것이다.

(4) 迅速·公正하고 低廉한 被害救濟制度

電子商去來가 아직은 초기화 단계이기 때문에 高價의 商品 또는 用役보다는 低價의 商品 또는 用役이 많은 비중을 차지하고 있다. 따라서 消費者의 損害 역시 低價이기에 기존의 訴訟節次를 통하여 權

69) 同旨; 김성준, 前揭論文, 29~30面.

70) 재정경제부 소비자정책과, 消費者保護對策推進方向 및 課題에 관한 회의자료, 2000·7.

利救濟를 받는 것은 경제적, 시간적인 면 등에서 효율적인 救濟가 이루어지지 않을 수 있다. 따라서 消費者의 작은 손해라 할지라도 저렴한 비용으로 신속·공정하게 救濟를 받을 수 있는 制度的 裝置가 마련되어야 할 것이다.⁷¹⁾ 현재 이러한 訴訟外的인 救濟制度로서 대표적인 것으로 消費者保護院의 消費者紛爭調停委員會와 電子去來振興院의 電子去來紛爭調停委員會를 설치되어 電子商去來關聯 紛爭의 專門性和 效率性을 강화하고 있다.

(5) 國際協力強化

電子商去來에서는 國際去來의 締結이 용이하며, 國際去來로 인하여 消費者가 被害를 입은 경우에 그 救濟가 곤란할 수 있다. 즉, 裁判管轄의 問題를 비롯하여 準據法, 外國判決의 承認 및 執行 등의 면에서 많은 事實的, 法律的인 問題를 내포하고 있다. 이러한 문제는 국내법만으로 해결할 수 있는 문제는 아니며, 각종의 국제기구 및 관련 국가간의 兩者條約 등을 통하여야 해결 할 수 있다. 이에 정부는 OECD, WTO, UN 등의 國際機構會議에 참가하여 국제규범 마련을 위한 동향 파악 및 필요한 규범의 국내 수용과 함께, 우리 나라와 電子商去來가 확산되고 있는 국가와 양자간 협력 채널의 구축에 지속적인 노력이 행하여져야 할 것이다.⁷²⁾

2) 賣渡人에 요구되는 事項

電子商去來로 인하여 消費者에게 被害가 발생한 경우에 이는 消費者의 被害만으로 그치지 않는다. 消費者가 商品 또는 用役의 未提供, 瑕疵 등을 이유로 撤回權을 행사하면, 賣渡人은 商品의 返還에 관한 제반비용을 비롯하여 消費者가 입은 被害를 부담하여야 하며, 각종의 금지행위 등을 위반하여 過怠料, 罰金, 懲役刑을 받게 된다면 경제적, 신체적인 면에서 불이익을 받게 된다. 또한 이러한 행위는 전자상거래 감시단 등에 의하여 적발되어 외부에 공개되면 企業의 이미지는 크게 손상될 것이고, 기업에 대한 信賴 역시 하락하여 지속적인 營業활동이 불가능할 것이다. 따라서 電子商去來上 消費者의 被害가 발생하지 않도록 事前豫防措置를 마련하는 것은 消費者의 保護임과 동시에 賣渡人 자신의 保護措置인 것이다.

(1) 안전한 시스템 구비

消費者가 商品의 구입 등으로 제공한 個人情報가 누출됨으로 인하여 詐稱에 의하여 契約이 締結될 수 있다. 또한 契約 締結 또는 履行 過程 중에서 서버의 다운 등으로 契約이 締結되지 못하거나 콘텐츠를 수령하지 못할 수 있다. 따라서 외부의 제3자가 消費者의 個人情報를 취득하는 것을 방지함과 동시에 소비자에게 완전한 서비스의 제공을 위하여 안전한 시스템을 구축하여야 할 것이다.

(2) 各種의 義務遵守

賣渡人은 각종의 법령에서 규정하고 있는 表示義務 등의 기본적인 行爲義務를 준수하여야 하며, 消費者에게 불리한 契約 內容의 부과금지 등과 같은 禁止義務를 위반하지 않아야 한다.

(3) 신용카드 使用時 本人與否確認

消費者가 商品 또는 用役의 代金支給 方法으로 점차 신용카드를 使用하는 것이 점차 증가추세이다.

71) 同旨; 李銀榮, 前揭電子商去來에서의 消費者의 權利, 61面.

72) 박희주, 電子商去來의 法的 問題, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護院, 1999, 48面.

하지만 신용카드로 代金を 결제하는 데 있어 현재는 신용카드번호만으로 代金を 결제하고 있기 때문에 카드번호의 도용 등으로 제3자가 손쉽게 使用할 수 있다. 따라서 신용카드결제시에는 신용카드번호 뿐만 아니라 本人與否를 확인할 수 있는 주민등록번호, 비밀번호 등으로 本人與否를 반드시 확인하여야 할 것이다.

3) 消費者에게 요구되는 事項

消費者는 電子商去來로 인하여 被害를 입지 않기 위하여 본인 스스로가 契約 締結 및 履行에 있어서 다음의 사항을 유의하여야 할 것이다.⁷³⁾

(1) 契約締結前 賣渡人의 身元確認

사이버 공간에서 신원이 명확하지 않은 賣渡人과 去來를 하여 被害를 입은 경우에 그 賠償請求는 거의 불가능하다. 따라서 消費者는 契約 締結前에 반드시 사이버몰에 賣渡人의 주소, 사무실, 성명, 사업자등록번호 등의 신원을 확인할 수 있는 情報가 게시되어 있는지 확인하여야 한다.

(2) 去來·利用約款의 충분한 熟知 및 保管

대부분의 電子商去來에서 約款에 동의하여야만 契約이 締結할 수 있도록 프로그램이 설치되어 있기 때문에 消費者는 約款의 내용을 제대로 숙지하지 않고 동의하고 있다. 約款의 內容을 읽더라도 불명확한 부분에 대하여 설명을 요구할 수 있으나 非對面去來의 특성으로 인하여 契約締結 당시에 約款의 內容에 대하여 자세한 설명을 들을 수 없으며, 신속한 契約를 締結하고자 하는 消費者는 이를 간과하게 된다. 하지만 消費者가 同意한 約款은 賣渡人과 紛爭發生時 判斷根據가 된다. 따라서 約款에 대하여 충분한 숙지와 함께 불명확한 부분에 대하여는 반드시 확인을 하여야 하며, 賣渡人의 約款變更에 대비하여 契約 締結 당시 제시한 約款을 보관하여야 할 것이다.

(3) 製品情報와 去來條件의 정확한 認識

賣渡人이 商品 또는 用役に 관하여 廣告, 表示를 함에 있어 일정한 사항에 대하여 반드시 표시하도록 개별법령에서 이를 규정하고 있다. 하지만 製品情報와 去來條件에 관하여 개괄적으로만 표시하고 구체적인 내용을 표시하지 않아 消費者가 商品 또는 用役의 제공에 관한 契約를 締結 후 수령시에 예측하지 못한 被害를 입을 수 있다. 이러한 경우 撤回權 등을 행사하여 救濟를 받을 수 있지만 撤回權의 行使期間이 한정되어 있기 때문에 被害를 救濟받을 수 없는 상황이 발생할 수 있다. 따라서 消費者는 請約을 하기 전에 반드시 제품의 가격, 구성요소, 원산지, 보증조건 등과 같은 製品情報와 배송기간, 배송료, 배송방법, 구매취소, 교환, 반품, 환불 등에 관한 去來條件을 자세히 밝히는 업체와 去來하는 것이 被害를 예방하는 방법이 될 것이다.

(4) 대금지급관련 보안시스템을 갖추고 있는 업체와 계약체결 및 신용카드사용

商品 또는 用役의 代金 支給 過程에서 신용카드번호 등의 유출로 인한 消費者 被害가 점차 확산되고 있다. 따라서 消費者는 대금지급보안시스템을 갖춘 업체와 去來를 하며, 신용카드번호는 절대 타인에게 노출시키지 말아야 한다. 또한 商品代金を 現金支給보다 신용카드를 사용하여 지급하게 되면 추

73) 韓國消費者保護院, 消費者의 電子商去來 利用實態와 被害 類型에 관한 報道資料, 1999·9.

후 분쟁 발생시 代金の返還에 관하여 신용카드회사가 중간에 개입하게 되어 被害救済에 있어서 유리하게 된다.

(5) 個人情報 保護對策을 갖춘 業體와 契約

電子商去來 事業者가 消費者의 個人情報를 수집할 때에는 그 種類와 用度를 밝히고 事前承認을 얻도록 되어 있다. 이에 消費者는 자신의 情報에 대해 열람, 수정, 삭제 등을 요청할 수 있다. 따라서 消費者는 個人情報提供時 반드시 업체가 個人情報保護對策을 사이버몰에 게시하고 있는지 여부를 확인하여야 하며, 去來를 위하여 꼭 필요한 경우가 아니면 주민등록번호, 신용카드번호, 은행계좌번호, 기타 個人身上情報의 提供에 신중을 기하여야 한다.

3. 請約撤回權 및 Chargeback 制度

1) 請約撤回權

우리 民法에서는 賣買에 있어서 請約에 대한 撤回權을 否定하고 있다(民法 제527조). 하지만 個別法令에서는 일정한 要件下에 請約撤回權을 인정하고 있다. 즉, 訪問販賣 등에 관한 法律 제10조, 제21조, 제35조에서, 割賦去來에 관한 法律 제5조에서 消費者의 請約을 撤回할 수 있음을 규정하고 있다. 하지만 同法上의 請約撤回權을 행사하기 위하여는 該當法律의 일정한 요건을 갖추어야만 한다(訪問販賣 등에 관한 法律 제21조 各號, 割賦去來에 관한 法律 제2조, 제5조). 현재 電子商去來上의 消費者를 보호하기 위하여 주장되고 있는 請約撤回權은 위의 法律에서 규정하고 있는 요건을 요구하지 않고 단순히 消費者의 購買意思의 變更이나 無分別한 請約에 대하여도 인정되는 撤回權이다.⁷⁴⁾ 즉, 현행의 電子商去來를 이용하는 消費者는 高額의 消費者보다는 少額의 消費者가 대다수이고, 體系的인 購買計劃을 수립하여 請約을 하는 것이 아니라 충동적인 구매의사에 의하여 請約을 하는 경향이 있다. 이러한 경우의 消費者는 위의 法律에서 규정하고 있는 請約撤回權을 거의 행사할 수 없을 것이다. 그러므로 이러한 消費者 역시 請約撤回權을 부여하여 無分別한 請約을 撤回할 수 있는 制度的 裝置를 마련하여 주는 것이 타당할 것이다. 하지만 이와 같은 消費者의 請約撤回權을 인정하였을 경우에 賣渡人에게는 막대한 損失을 줄 수 있다. 즉, 제품의 수령 후 구매의사의 변경 등으로 請約을 撤回한다면 賣渡人은 막대한 재고물량을 가지게 되고, 제품을 수령 후 한번이상 사용하였다면 중고품이 되기 때문에 제조단가 이하로 팔 수 밖에 없으므로 막대한 재정적자가 누적될 것이다. 따라서 請約撤回權의 전면적인 立法化는 賣渡人의 측면을 고려하면 불가능하므로 既存의 法令(割賦去來에 관한 法律)에서 규정하고 있는 請約撤回權 制度를 도입함과 동시에 그 適用의 폭을 확대하는 것이 타당할 것이다. 따라서 電子去來基本法을 改正하여 割賦去來에 관한 法律에서 규정하고 있는 請約撤回權制度를 신설하여야 할 것이며, 단 割賦去來에 관한 法律 施行令 제4조 제3호에서 制限事由로 규정하고 있는 現金賣買의 경우 10만원 이하, 신용카드구매시 20만원이하의 규정은 신용카드사용을 증가시키고 소액의 소비자를 보호하기 위하여 양자 모두 동일하게 10만원이하의 거래로 적용범위를 확대하여야 할 것이다. 또한 동 규정은 割賦去來 뿐만 아니라 一時拂 去來에도 당연히 적용되어야 한다. 消費者의 무분별한 請約에 대하여 撤回權

74) 橫山哲夫·齊藤雅弘의 6인 共著, 前掲論文, 220~221面; 이창범, 前掲論文, 45~47面; 한응길, 前掲論文, 25~26面.

을 인정한 立法例로 1997년 2월 17일 채택된 遠隔地去來에 관한 EC消費者保護指針이 있으며, 同指針 제5조 제1항 2문에서 消費者에게 최소한 7일 이상의 조건없는 請約撤回權을 주도록 규정하고 있으며, 消費者가 請約을 撤回한 경우에 賣渡人은 3일 이내에 消費者로부터 지불받은 금액을 全額 還拂해 주어야 한다.⁷⁵⁾

2) Chargeback 制度

電子商去來에서 代金の 결제수단으로 신용카드가 많이 使用되고 있다. 이러한 신용카드 사용시 賣渡人이 契約條件과 다른 商品 또는 用役을 제공하거나 消費者에게 被害를 입힌 경우에 賣渡人에게 직접 代金の 還拂을 요청하기 보다는 신용카드회사가 代金を 還拂하여 주고 신용카드회사가 직접 賣渡人에게 代金返還을 청구하는 것이 消費者의 被害救濟에 더욱 효율적일 것이다. 즉, 電子商去來의 代金を 신용카드로 지불하여 消費者가 商品 또는 用役으로 인하여 被害를 입은 경우 代金の 返還을 신용카드회사가 하여 주는 制度가 Chargeback 制度이다. 이 制度는 代金支給過程에서의 안전장치를 확충하는 것이므로 消費者가 안심하고 電子商去來을 利用하는 촉매제 역할을 할 수 있으므로 이의 도입이 고려되어야 할 것이다.⁷⁶⁾

VI. 結 論

과학기술의 발전과 함께 등장한 電子商去來은 消費者 뿐만 아니라 賣渡人에게 시간적, 경제적 측면에서 많은 利點을 부여하고 있기에 급속히 우리 사회속에서 팽창하고 있으며, 새로운 기술의 발전과 더불어 다양한 모습으로 우리에게 전개될 것이다. 이러한 電子商去來에는 앞에서 살펴본 바와 같이 肯定的인 側面과 함께 消費者 被害와 같은 否定的인 側面이 常存하고 있기에 긍정적인 측면을 더욱 발전시키고, 부정적인 측면을 해소하기 위하여 法令과 制度的 側面에서 많은 노력을 하여야 할 것이다. 이를 위하여 우리 나라는 電子商去來上 발생하는 消費者問題에 관하여 既存의 法令과 制度를 적용함과 동시에 電子商去來의 特性에서 발생하는 문제점을 다루기 위하여 關聯法令을 制定하고 制度를 신설하여 이를 규율하고 있음은 앞에서 살펴 보았다. 즉, 電子商去來 역시 기존 거래의 틀에서 발달한 去來形態이기 때문에 이로 인한 消費者 被害 역시 既存의 法令과 制度를 통하여 효율적인 구제가 이루어질 수 있다. 하지만 既存의 去來形態와는 달리 電子商去來가 가지는 特性(非對面性, 無書面性, 國際的 去來 등) 때문에 既存의 法令을 그대로 적용하기는 곤란할 경우가 있다. 즉, 電子商去來은 商品 또는 用役의 瑕疵로 인한 被害와 함께 少額의 去來 및 消費者의 無分別한 請約이 점차적으로 증대하고 있기 때문에 既存의 消費者保護에 관한 法令만을 적용시에는 적절하게 보호받지 못하는 경우가 발생하게 된다. 이러한 電子商去來의 特性을 감안하여 위와 같은 消費者를 보호할 수 있는 法令의 改正이 요구된다고 할 수 있다. 예로써 앞에서 언급한 電子商去來上 消費者의 無分別한 請約을 無效化시킬 수 있는 撤回權制度 및 Chargeback 制度의 導入이 바람직하나 撤回權制度를 전면적으로 인정하여 법규범

75) § 5 of European Parliament and Council Directive 97/7/EC of 17 February 1997 on the Protection of Consumers in Respect of distance Contracts.

76) 정휴봉, 電子商去來와 消費者保護, 消費者問題研究 제20호, 韓國消費者保護院, 1997·12, 28面.

화하는 것은 현실적으로는 많은 어려움이 따를 것이다. 따라서 現行 個別法令에서 규정하고 있는 撤回 權認定範圍를 擴大함과 더불어 製造物責任法의 適用對象으로써 소프트웨어를 포함할 수 있도록 關聯 規定을 改正하여야 할 것이다. 하지만 電子商去來上 消費者保護와 관련하여 가장 중요한 것은 被害의 救濟 側面이 아니라 被害가 발생하지 않도록 事前에 豫防하는 것이다. 이에 政府는 안전한 電子商去來가 이루어질 수 있도록 諸般施設의 擴充 및 法令의 整備와 制度의 新設을 통하여 消費者가 안심하고 소비생활을 영위할 수 있도록 하여야 하고, 賣渡人은 消費者의 被害가 바로 자신의 被害임을 인식하여 消費者被害가 발생하지 않도록 안전한 시스템의 구축과 더불어 契約內容의 完全한 履行을 하여야 함과 동시에 消費者 被害가 발생하였을 경우에는 效果的인 被害救濟를 위하여 노력하여야 할 것이다. 이보다도 먼저 선행되어야 할 것은 消費者 自身이 피해를 입지 않도록 事前에 注意를 하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 消費者는 契約를 체결하기 전에 항상 賣渡人의 身元을 확인하며, 去來約款은 항상 숙지함과 동시에 복사 또는 다운 받아서 紛爭發生時 이를 제시할 수 있어야 하며, 商品 또는 用役에 관한 諸般事項과 運送費用 등의 去來條件을 반드시 확인 한 후에 契約를 체결하여야 할 것이다. 또한 대금의 결제시에도 현금보다는 신용카드로 지급하여 紛爭發生時 신용카드회사와 함께 분쟁을 수행할 수 있는 여건을 마련하여야 할 것이다.⁷⁷⁾ 이러한 豫防手段에도 불구하고 피해가 발생한 경우를 대비하여 政府는 신속, 공정하며, 효율적인 권리구제가 될 수 있는 제도적 장치를 마련하여야 할 것이다. 앞에서 살펴본바와 같이 電子商去來上의 被害에 있어서 行爲者가 누구이며, 그 行爲者에게 歸責事由의 有無를 입증하는 것은 전문적인 지식을 보유하지 못한 一般 消費者에게는 거의 불가능하다. 따라서 權利救濟의 困難性 때문에 消費者가 自身의 權利를 포기할 수 있으므로 政府는 專門的인 被害救濟機關을 설치·운영하여 消費者의 작은 權利라 할지라도 보호받을 수 있는 제도적 장치를 마련하여야 할 것이다. 또한 消費者는 자신이 입은 피해를 간과하여 救濟에 관한 權利를 拋棄하는 것은 더 많은 消費者에게 類似한 被害를 발생시킬 수 있음을 인식하고 被害救濟를 위하여 적극적으로 자신의 權利를 주장할 것이 요구된다.

參 考 文 獻

- 單行本 곽윤직, 民法總則, 博英社, 1997.
 ----, 債權各論, 博英社, 1996.
 김용한, 民法總則論, 博英社, 1986.
 이영준, 民法總則, 博英社, 1995.
 이은영, 債權總論, 博英社, 1999.
 ----, 債權各論, 博英社, 1999.
 장경학, 民法總則, 法文社, 1987.
 최경진, 電子商去來와 法, 現實과 未來, 1998.
 橫山哲夫·齊藤雅弘의 6인 共著, 사이버스페이스와 法規制, 日本經濟新聞社, 1997.

77) LG카드 會員約款 제22조.

- 論文 가재환, 디지털 경제의 발전과 관련법규의 제·개정 방향, 저스티스(제33권 제2호), 2000.
- 강성진, OECD의 電子商去來 消費者保護 宣言에 대한 考察, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護院, 1999.
- 김성준, 인터넷 法律의 形成과 展望, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000.
- 김우현, 디지털경제전망과 法制·改正 方向, 저스티스(제33권 제2호), 2000.
- 김은기·이정득, 전자상거래에 관한 입법의 보완, 국회사무처, 2000·10.
- 김종근, 電子商去來와 消費者行動分析, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護院, 1999.
- 박희주, 인터넷 利用上의 私法的 問題, 慶北大學校博士學位論文, 1998.
- , 電子商去來의 法的 問題, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護院, 1999.
- 손진화, 電子商去來의 法的 問題, 경원대학교 社會科學研究所 法學論叢, 1998.
- 손태우, 美國의 統一電子去來法 最終案의 內容과 意義, 인터넷 法律 제3호, 法務部, 2000.
- 송오식, 電子去來와 消費者保護, 民事法研究 제7집, 1999.
- 이은영, 電子商去來와 消費者法, 比較私法 9, 1998.
- , 電子商去來에서 消費者權利, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000.
- 이창범, 電子商去來에 있어서 消費者保護의 法的 考察, 消費者保護研究 제20권, 韓國消費者保護院, 1997.
- 왕상환, 電子商去來 國際論議 動向, 인터넷 法律 創刊號, 法務部, 2000.
- 정휴봉, 電子商去來와 消費者保護, 消費者問題研究 제22호, 韓國消費者保護院, 1999.
- 한웅길, 電子商去來와 契約法, 比較私法 9, 1998.
- 其他資料 재정경제부 소비자정책과, 消費者保護對策推進方向 및 課題에 관한 會議資料, 2000·7.
- 재정경제부, 신용카드 관련 消費者權益 提高를 위한 制度改善에 관한 報道資料, 2000·6.
- 한국소비자보호원, 2000년 1월 - 8월까지의 電子商去來 被害救濟 分析 報道資料, 2000·9.

