

# 최근 EU에서의 전자상거래 중개플랫폼 사업자 책임 강화 논의와 시사점: 유럽법률협회(ELI)의 온라인플랫폼 모델규칙을 중심으로

## 목 차

1. 서론	01
2. 유럽법률협회(ELI)의 온라인 플랫폼 모델법 상 플랫폼 책임 강화 주요 내용	05
3. 국내 전자상거래법 개정(안)과의 비교 검토	19
4. 결론 및 시사점	22

정신동 선임연구원  
jungrecht@kca.go.kr

## 1. 서론

### 1.1 플랫폼 사업자의 영향력 증대와 EU 소비자정책 논의의 전환

- 지난 수십 년간 EU 소비자법상 소비자 보호 논의의 대상이 되었던 법률관계는 주로 2당사자 관계에 한정됨
  - 예컨대 ‘사업자’와 ‘소비자’ 간의 관계 또는 ‘판매자’와 ‘구매자’ 간의 관계에 있어서 발생할 수 있는 지위 상 불균형 문제들을 해결하기 위해 2당사자 관계 하에서의 정보제공의무 부과 및 소비자 철회권의 관철 등이 논의됨
- 그러나 Airbnb, Amazon 등과 같은 대형 플랫폼 사업자들의 영향력이 커지면서 EU 소비자법상 논의에 있어 3당사자 관계의 중요성이 부각되고 있음
  - EU에서 자리매김한 대형 전자상거래 플랫폼 사업자들은 대개 자신의 약관조항에 계약 당사자가 아니라는 사실(Not a party), 단지 거래의 성사를 도와주는 조력자에 불과하고(Only facilitator), 따라서 플랫폼은 책임을 부담하지 않으며(No responsibility), 이용자 개인의 위험부담 하에 (At your own risk) 계약이 체결됨을 명시하고 있음
  - 그러나, 전자상거래 플랫폼 사업자들이 스스로 약관 등을 통해 주장하는 바와 달리 플랫폼 운영자의 계약상 역할 및 지위를 명확히 하고, 경우에 따라서 플랫폼 운영자가 소비자에게 부담해야 할 책임을 인정하려는 EU 입법상의 시도가 주목받고 있음

## 1.2 전자상거래 플랫폼 관련 EU 차원에서의 입법상황 개관

- 최근까지 EU에서 플랫폼 사업자 규율을 논의하는 방식은 적극적인 입법을 통한 규제방식으로부터 거리를 두고, 전자상거래 플랫폼 산업의 발전 상황을 관망하는 접근방식을 취하고 있었음
  - 예컨대 EU 집행위원회는 플랫폼 사업자의 소비자보호와 관련하여 공식 권고 또는 가이드라인 제안의 방식(Online Platforms and the Digital Single Market, COM(2016) 288, European Agenda for the Collaborative Economy, COM(2016) 356 참고)을 취하면서, 과도한 규제로 인해 관련 전자상거래 플랫폼 산업이 위축되지 않도록 조심스러운 접근방식을 유지함
- 그러나, 2018년 이후 EU 차원의 온라인 플랫폼 사업자 규제에 대한 적극적인 입법 논의가 이뤄지는 등 더 이상 관망하는 자세를 취하지 않고, 플랫폼 거래에 있어 소비자가 보호받아야 할 문제를 정면으로 다루기 시작함
  - 예컨대, 2018년 EU 집행위원회는 소위 옴니버스 지침개정(안)이라 불리는 “New Deal for Consumers, COM(2018) 185”<sup>1)</sup>를 제안하여 플랫폼 사업자와 관련된 EU 소비자권리지침 및 불공정상거래에 관한 지침 개정안을 제안하였음
  - 또한, 2018년 EU 집행위원회는 전자상거래 중개플랫폼과 이에 입점하여 상품 및 서비스를 판매하는 입점사업자와의 관계에 있어 발생할 수 있는 불공정성 문제를 해결하기 위하여 소위 PtoB법을 제안<sup>2)</sup>하였고, 동 법안은 2019년 4월 유럽의회 통과 후 2020년 7월 12일 시행이 예정되어 있음<sup>3)</sup>

1) EU 공식 보도자료로 [https://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-3041\\_en.htm](https://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3041_en.htm) 참조.

2) Proposal for a Regulation on Fairness & Transparency for Business Users of Online Intermediation Services, COM(2018) 238.

3) Regulation of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services.

- EU 집행위원회는 온라인 플랫폼 사업자에 대한 입법을 시도하는 방안 외에 기 존재 EU 소비자법의 집행에 대해서도 적극적인 입장을 취하기 시작함
- 예컨대 2018년 7월 EU 집행위원회는 EU 소비자법에 따라 가격을 투명하게 표시하고, 불공정 약관조항을 시정하며, ODR 플랫폼 링크를 제공할 것을 에어비앤비에 요구한 바 있음(CPC Network Common Position Letter on Airbnb, July 2018)<sup>4)</sup>
- 에어비앤비의 가격표시와 약관조항이 EU의 불공정 상거래 지침(Unfair Commercial Practices Directive), 불공정 약관조항 지침(Unfair Contract Terms Directive), 민사·상사사건의 재판관할 규칙(Regulation on the Jurisdiction in Civil and Commercial Matters)을 준수하고 있지 않다고 경고<sup>5)</sup>하였고, 결국 에어비앤비가 EU의 공식경고를 수용하여 약관을 스스로 시정한 바 있음

### 1.3 온라인 플랫폼 규율을 위한 유럽법률협회(ELI)의 프로젝트

- 유럽 법률협회(European Law Institute, ELI)는 2011년 EU 차원에서의 입법 연구를 수행하기 위해 1923년 설립된 미국법률협회(American Law Institute, ALI)를 모델로 하여 설립됨<sup>6)</sup>
- 약 1500명 이상의 판사, 변호사, 법학교수 등이 회원으로 활동하는 유럽법률협회는 EU 집행위원회의 공식 후원을 받는 공익단체로서 대부분의 회원들이 EU의

4) EU 집행위원회 공식 보도자료, 「The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply」 [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-4453\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4453_en.htm) 참조.

5) 자세한 내용은 정신동, 최근 EU위원회의 에어비앤비 약관 시정요구 동향과 시사점, 소비자정책동향 제95호, 한국소비자원, 2018, 참조.

6) 현재 사무국은 오스트리아 비엔나에 있고, 비엔나 법과대학에서 소비자법을 연구하고 있는 Christiane Wendehorst 교수가 협회장직을 수행하고 있다(<https://www.europeanlawinstitute.eu/> 참조).

입법에 상당한 영향을 미치는 전문가 집단으로서 주목 받고 있음

□ EU 집행위원회가 플랫폼 산업의 발전상황을 관망하는 자세를 포기하고, 적극적인 플랫폼 사업자 규제를 시도하는 가운데, 유럽법률협회 차원에서의 온라인 플랫폼 모델법 제정 사업이 진행됨<sup>7)</sup>

○ 2017년 1월부터 시작된 온라인 중개 플랫폼 모델법 제정 사업(Draft Model Rules on Online Intermediary Platforms)은 10개의 EU 회원국가에서 플랫폼 규제 관련 25인의 전문가들이 팀을 이루어 진행되었고, 현재 최종 마무리 단계에 있음

○ 유럽법률협회의 모델법 제정 사업은 독일 오스나브뤼크 대학의 유럽법학연구소(European Legal Studies Institute, ELSI)와 폴란드 야기엘론스키 대학의 연구팀이 마련하였던 온라인 중개 플랫폼에 대한 입법지침 토론안(Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms)<sup>8)</sup>에서 그 기원을 찾을 수 있음

□ 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 최종본이 2019년 9월 4일부터 6일까지 비엔나에서 개최된 ELI 연례 총회에서 발표되었고, 10월중으로 최종 투표 후 유럽법률협회 홈페이지에서 최종 공개될 예정임

○ 향후 온라인 플랫폼 관련 EU 규칙·지침 제정에 결정적인 모델이 될 것으로 예상되므로 이의 검토는 우리 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 ‘전자상거래법’이라 함)의 개정방향에 의미를 가짐

7) 자세한 사업 내용에 대해서는 <https://www.europeanlawinstitute.eu/projects-publications/current-projects-feasibility-studies-and-other-activities/current-projects/online-platforms/> 참조.

8) 이 토론안은 2016년 8월 학술지 “Journal of European Consumer and Market Law (EuCML) 2016, pp. 164-169”에 공개되었고, 현재 <https://ssrn.com/abstract=2821590>에서 이용 가능. 토론안 주요 내용에 대한 소개로 김성천, EU 플랫폼 규제 논의 동향과 시사점: 온라인 중개 플랫폼 지침 토론안을 중심으로, 소비자정책동향 제87호, 한국소비자원, 2018.

## 2. 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법상 플랫폼 책임 강화 주요 내용

### 2.1 적용범위

#### 【모델법상 해당규정】

##### 제1조: 적용범위

1. 본 법은 주로 아래의 플랫폼들에 관한 규정을 둔다.
  - a) 고객으로 하여금 플랫폼 운영자에 의해 통제되는 전자적 환경에서 물품, 서비스 또는 디지털콘텐츠의 공급에 대한 계약을 공급자와 체결할 수 있게 하는 플랫폼
  - b) 공급자로 하여금 플랫폼 운영자에 의해 통제되는 전자적 환경에서 고객이 공급자와 연락을 하거나 플랫폼 밖에서 계약을 체결하기 위해 검색할 수 있는 광고를 할 수 있도록 하는 플랫폼
  - c) 물품, 서비스 또는 디지털 콘텐츠를 공급하는 적절한 공급자를 찾아, 고객에게 그 공급자의 웹사이트 또는 연락사항을 알려주는 비교 서비스 또는 안내 서비스를 고객에게 제공하는 플랫폼
  - d) 플랫폼 이용자로 하여금 사용후기 시스템을 통해 공급자, 고객 내지 기타 이용자, 또는 공급자에 의해 제공되는 물품, 서비스 내지 디지털콘텐츠와 관련된 후기를 작성할 수 있도록 하는 플랫폼<sup>9)</sup>

9) Article 1: Scope

1. These rules are intended to be used in relation to platforms which

a) enable customers to conclude contracts for the supply of goods, services or digital content with suppliers within a digital

## 【규정 해설】

- 전자상거래 관련 플랫폼의 운영 형태가 매우 다양하게 나타나고 있고, 시장의 상황이 급변하고 있음을 고려하여 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법이 적용되는 플랫폼을 그 행태에 따라 4가지로 세분화 하여 규정하였음
  - 전자상거래 관련 온라인 플랫폼들을 거래의 관여도에 따라 i) 플랫폼이 통제하는 전자적 환경에서 계약의 체결 및 결제 등이 이뤄지는 경우, ii) 플랫폼이 통제하는 전자적 환경에서 계약 체결을 위한 사업자와 소비자간 연락(예: 메시지기능)이 가능한 경우, iii) 플랫폼이 소비자가 원하는 적절한 판매업자를 찾아 판매업자의 웹사이트 등을 알려주는 가격비교 서비스 내지 기타 안내서비스를 제공하는 경우, iv) 이용후기 작성을 가능하게 하는 경우로 구분하였음
- 실체에 있어서는 해당 온라인 플랫폼이 모델법에 규정된 4가지 유형 중 어느 하나에만 속하는 경우가 매우 드물 것이고, a)호와 d)호 모두에 해당하는 경우와 같이 하이브리드형 온라인 플랫폼들이 대부분일 것으로 예상하여 마련된 규정임

---

environment controlled by the platform operator;

b) enable suppliers to place advertisements within a digital environment controlled by the platform operator which can be browsed by customers in order to contact suppliers and to conclude a contract outside the platform;

c) offer comparison or other advice services to customers that identify relevant suppliers of goods, services or digital content and direct customers to those suppliers' websites or contact details;

d) enable platform users to provide reviews regarding suppliers, customers, goods, services or digital content offered by suppliers, through a reputation system.

### 【국내 전자상거래법에 대한 시사점】

- 국내 전자상거래법은 통신판매중개자에 관한 규정을 마련하여 특히 유럽법률협회 모델법 제1조 제1항 제a호 및 제b호가 인정하고 있는 플랫폼에 대해 의무와 책임 등을 상세히 규율하고 있음
  - 또한, 전자상거래법 제9조의2에서 카페, 블로그, 인스타그램 등 SNS 서비스 사업자를 전자게시판서비스 제공자로 규정하고, 게시판을 이용하여 거래 또는 중개가 이뤄지는 경우 소비자보호를 위한 다양한 의무들을 부과하고 있음
- 나아가, 유럽법률협회 모델법 제1조 제1항 제c호가 규정하고 있는 플랫폼, 즉 소비자가 원하는 적절한 판매업자를 찾아 웹사이트 등을 알려주는 가격비교 서비스 내지 기타 안내서비스도 국내 전자상거래법상 통신판매중개의 유형으로 해석 가능하나 이를 적극적으로 규율하고 있지는 않음
  - 최근 SNS 내에서 게시판을 이용한 통신판매 또는 통신판매중개가 이뤄지는 경우 외에 SNS 사업자가 적극적으로 전자상거래 관련 정보 및 개별 사이버몰의 링크를 제공하는 서비스가 급부상 중임
  - 이와 같이 개별 사이버몰의 링크를 제공하는 SNS 사업자와 가격비교 서비스를 제공하는 사업자에 대한 규제는 전자상거래소비자보호지침 차원에서 이뤄지고 있으나 법률 차원의 규정은 존재하지 않음
- 통신판매 관련 정보제공서비스를 제공하는 플랫폼 사업자에게 법률 차원에서 의무와 책임을 부여하는 등 입법상의 보완이 필요



- 아울러 이용후기 시스템(만)을 제공하는 사업자도 전자상거래법이 적용될 수 있도록 보완할 필요가 있음
- 이용후기 시스템은 현재 “거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인” 하는 행위를 금지하고 있는 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 및 관련 전자상거래소비자보호지침을 통해 규율
- 향후, 이용후기 시스템 서비스를 주된 사업으로 하는 사업자에 대해서도 전자상거래법이 적용될 수 있도록 하고, 이용후기의 투명성을 위한 규정들이 전자상거래소비자보호지침이 아니라 법률 차원에서 입법될 수 있도록 보완이 필요

## 2.2 검색결과 · 검색순위의 투명성

### 【모델법상 해당규정】

#### 제4조: 검색결과와 투명성

1. 플랫폼 운영자는 이용자에게 검색결과로서 나타나는 순위를 결정하는 주요 매개변수 와 이 주요매개변수의 상대적 중요도에 대해 쉽게 접근할 수 있는 정보를 이용자에게 제공해야 한다. 이 의무로 인해 기본 알고리즘과 관련된 영업비밀이 침해되어서는 안 된다. 플랫폼 운영자는 고객에게 불이익을 줄 수 있는 검색결과 조작에 쉽게 이용될 수 있는 정보를 공개할 필요는 없다.
2. 플랫폼 운영자는 검색결과가 공급자에 의해 지불된 대가에 의해 영향을 받거나, 그 밖에 공급자와 플랫폼 운영자 사이에 금융적 또는 기업간 관계에 의해 영향을 받는 경우 이에 대해 이용자에게 고지해야 한다.<sup>10)</sup>

### 【규정 해설】

- 플랫폼 경제에 있어서 검색결과 내지 검색순위의 투명성이 가지는 중요성을 고려하여 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제4조가 이를 정면으로 규정하고 있음
  - 온라인 플랫폼 운영자는 검색 순위를 결정하는 주요 매개변수(Main Parameter)와 이들의 상대적 중요도에 대한 정보를 제공해야 하고(제4조 제1항 전문), 수수료 등의 대가를 받고 검색결과 상위에 노출시키는 경우 이를 공개해야 함(제4조 제2항)
- 검색순위를 결정하는 주요 매개변수 및 상대적 중요도를 공개해야 할 플랫폼 운영자의 의무에 있어서는 2가지 한계가 존재함
  - 주요 매개변수 내지 알고리즘 등을 공개할 시 이용자들에 의한 검색순위 조작에 이용될 수 있는 경우와 영업비밀의 보호가 필요한 경우에는 플랫폼 운영자의 공개의무가 면제됨
- 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제4조에서 규율되고 있는 검색결과 투명성 조항들은 2020년 7월 12일 시행 예정되어 있는 EU PtoB법상 검색순위 투명성 조항과 내용적으로 거의 동일함

#### 10) Article 4: Transparency of rankings

1. Platform operators must provide users with easily accessible information about the main parameters determining rankings presented to users as result of their search query, and the relative importance of these main parameters. This duty is without prejudice to any trade secrets regarding the underlying algorithms. Platform operators are not required to disclose any information which could easily be used for manipulating search results to the detriment of customers.
2. Platform operators must inform users if the result of a search query has been influenced by any remuneration paid by a supplier or any other financial or corporate ties between the platform operator and the supplier.

- EU PtoB법은 주요 온라인 중개서비스 제공자가 검색 순위를 결정하는 주요 매개 변수와 이들의 상대적 중요도에 대한 사유를 약관에 명시하도록 하고 있고(제5조 제1항), 이러한 공개의무는 온라인 검색엔진 사업자에게도 부과됨(제5조 제2항)
- 나아가 EU PtoB법은 수수료 등의 대가를 받고 검색결과 상위에 노출시키고 있음을 공개하는 경우 구체적으로 검색결과에 어떤 영향을 끼치는지도 설명하도록 (예: 수수료 10% 인상 시 5단계 순위 상승) 규정하고 있음(제5조 제3항)

#### 【국내 전자상거래법에 대한 시사점】

- 검색결과 내지 검색순위는 소비자의 구매의사에 중대한 영향을 주는 광고 효과를 가짐(예: 상품 및 서비스의 내용이 검색 초기화면에 나타나는지 여부)
- 그러나, 구체적으로 어떤 기준에 의해 검색순위가 결정되는지는 불투명한 경우가 대부분임
  - 예상치 못한 순위 기준으로 인해 발생할 수 있는 불공정한 영향력으로부터 소비자를 보호하는 것, 즉 오인유발 예방이 중요한 의미를 가짐
  - 아울러, 전자상거래 플랫폼에 입점하여 상품 및 서비스를 판매하는 입점 사업자에 있어서도 자신의 검색 순위를 최적화(ranking optimization)할 수 있도록 순위 결정 기준을 명확히 인식하는 것이 중요함

- 현행 전자상거래법은 검색순위 조작 등을 “거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인”하는 행위를 금지하고 있는 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 및 관련 전자상거래소비자보호지침을 통해 규율하고 있음
- 이용후기 서비스에 있어서와 마찬가지로 검색결과의 투명성을 위한 규정들도 전자상거래소비자보호지침이 아니라 법률 차원에서 상세히 입법될 수 있도록 보완이 필요

## 2.3 플랫폼 운영자의 책임(1)

### 【모델법상 해당규정】

#### 제12조: 플랫폼의 역할에 대한 정보제공 의무

플랫폼 운영자는 고객이 플랫폼 운영자가 아니라 공급자와 계약을 체결하는 과정에 들어간다는 점을 공급자와 고객 간 계약이 체결되기 전 가능한 한 가장 이른 시점에 현저한 방식으로 고지해야 한다.<sup>11)</sup>

#### 제18조: 공급자에 대한 구제수단의 플랫폼 운영자에 대한 행사

제12조가 위반된 경우 고객은 공급자와 고객 사이의 계약에 있어 공급자에게 행사할 수 있는 권리와 구제수단을 플랫폼 운영자에게도 행사할 수 있다.<sup>12)</sup>

## 【규정 해설】

- 중개플랫폼 운영자의 계약법상 지위가 불투명한 경우가 많다는 점을 고려하여 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제12조 및 제18조에 서 관련 정보제공의무와 책임을 규정하고 있음
- 이에 의하면, 플랫폼 운영자가 중개를 하는 경우 자신이 계약 당사자가 아니라는 사실을 입점사업자와 소비자 간에 계약이 체결되기 전 현저한 방식으로 고지해야 하고(제12조), 이를 위반한 경우 소비자가 계약 상대방인 판매업자에게 행사할 수 있는 권리 및 피해구제 수단을 플랫폼 운영자에게도 행사할 수 있음(제18조)

## 【국내 전자상거래법에 대한 시사점】

- 이미 국내 전자상거래법은 EU 차원의, 즉 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법을 통해서 제안되고 있는 중개플랫폼 사업자의 고지의무를 시행하고 있음
- 전자상거래법 제20조 제1항이 “통신판매중개를 하는 자는 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법으로 미리 고지하여야 한다.” 고 규정하고 있고, 동법 제20조의2 제1항이 “고지

11) Article 12: Duty to inform about the role of the platform

The platform operator must inform the customer at the earliest opportunity and directly before the conclusion of the supplier-customer contract and in a prominent manner that the customer will be entering into a contract with a supplier and not with the platform operator.

12) Article 18: Remedies against the supplier applicable against the platform operator

In the case of violation of Article 12, the customer can exercise the rights and remedies available against the supplier under the supplier-customer contract also against the platform operator.

를 하지 않은 경우 통신판매중개의뢰자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 진다.” 고 하여 고지의무 위반 시 법률효과를 규정하고 있음

- 비록 법률효과 차원에서 약간의 차이가 있지만 EU 차원에서의 중개플랫폼 고지의무 도입이 이제야 제안이 되고 있음에 반해, 국내 전자상거래법은 2002년 첫 시행 단계에서부터 온라인 중개 플랫폼의 고지의무를 적극적으로 규정하였다는 점에서 우리의 전자상거래 분야 법제가 선도적이었다는 점을 확인할 수 있음

## 2.4 플랫폼 운영자의 책임(2)

### 【모델법상 해당규정】

#### 제19조: 지배적 영향력을 행사하는 플랫폼 운영자의 책임

1. 플랫폼 운영자가 공급자에게 지배적 영향력을 행사하고 있다고 고객이 합리적으로 신뢰할 수 있는 경우 고객은 공급자와 고객 사이의 계약의 불이행에 대해 공급자에게 행사할 수 있는 권리와 구제수단을 플랫폼 운영자에게도 행사할 수 있다.<sup>13)</sup>

13) Article 19: Liability of the platform operator with predominant influence

1. If the customer can reasonably rely on the platform operator having a predominant influence over the supplier, the customer can exercise the rights and remedies for the non-performance available against the supplier under the supplier-customer contract also against the platform operator.

【규정 해설】

- 중개플랫폼 운영자가 계약당사자가 아님을 고지하는 것은 매우 간단한 일이기 때문에 면책이 되는 경우가 대부분일 것이라는 점을 고려하여 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제19조에서 플랫폼의 외관책임을 보완적으로 규정하고 있음
  - 이에 의하면, 플랫폼 운영자가 판매의뢰자인 입점사업자에게 지배적인 영향력을 행사하고 있다고 소비자가 합리적으로 신뢰할 수 있는 경우 플랫폼 운영자는 계약 당사자가 아님에도 불구하고 이에 준하는 책임을 부담하게 됨(제19조 제1항)
- 오늘날 온라인 중개플랫폼 사업자들 중 일부는 자유롭게 거래 당사자들이 계약상 협의와 체결을 시도할 수 있는 시장(Marketplaces)을 마련하는 것 이상으로 입점 판매업자들에게 적극적인 통제를 행사하는 경우가 발생<sup>14)</sup>
  - 이 경우 거래비용경제학에서 칭하는 시장과 단일조직의 혼합형(Hybrid between firm und market)으로서 온라인 중개플랫폼이 법적으로 중개자의 지위를 가지고 있음에도 불구하고, 실제에 있어서는 마치 계약 당사자인 듯한 외관을 형성하게 됨
  - 이점을 고려하여 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제19조는 중개플랫폼이 상품 판매업자에게 강력한 통제를 행사하고 있어 외관상 계약 당사자로 인정될 수 있는 경우 강한 책임을 부여하고 있음

14) 어떠한 경우에 온라인 플랫폼이 플랫폼 내 상품 또는 서비스를 판매·공급하는 자에게 지배적 영향력을 행사하는지에 대해서는 EuGH, C-434/15 - Uber Spain 및 EuGH, C-390/18 - Airbnb Ireland 사례 참조. 전자는 2016년 판결이 공개되었으나, 후자는 아직 최종 판결이 판시되지 않았다.

### 【국내 전자상거래법에 대한 시사점】

- 현행 전자상거래법은 통신판매중개자의 고지의무와 위반 시 부여되는 연대책임 외에 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법이 인정하고 있는 외관책임을 규정하고 있지는 않음
  - 이에, 통신판매중개자가 쉽게 면책이 된다는 비판이 각계각층에서 오랜 기간 동안 제기되어 왔음
- EU 차원에서 진행되고 있는 논의를 참고하여 온라인 중개플랫폼 운영자가 거래의 장으로서 온라인 시장을 창설하는 역할뿐만 아니라 통신판매의뢰자에게 적극적인 통제를 행사하는 경우 책임을 강화하는 입법이 필요해 보임<sup>15)</sup>

## 2.5 플랫폼 운영자의 책임(3)

### 【모델법상 해당규정】

#### 제19조: 지배적 영향력을 행사하는 플랫폼 운영자의 책임

2. 플랫폼 운영자가 공급자에게 지배적 영향력을 행사하고 있다고 고객이 합리적으로 신뢰할 수 있는지를 판단함에 있어서 다음 각 호의 평가기준이 특히 고

15) 동일한 지적으로 이병준, 전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임, 소비자법연구 제5권 제1호, 한국소비자법학회, 2019, 31면.

16) Article 19: Liability of the platform operator with predominant influence



려된다.

- a) 공급자와 고객 사이의 계약이 오로지 플랫폼에 의하여 제공되는 기능을 통해서만 체결되는지 여부
- b) 플랫폼 운영자가 공급자와 고객 사이의 계약 체결 이후에 까지 공급자의 신원과 계약의 세부내용을 유보하는지 여부
- c) 플랫폼 운영자가 공급자와 고객 사이의 계약에 따라 지불된 대금을 지불유보할 수 있는 결제시스템만을 사용하는지 여부
- d) 공급자와 고객 사이의 계약조건이 근본적으로 플랫폼 운영자에 의하여 결정되는지 여부
- e) 고객이 지불할 대금액이 플랫폼 운영자에 의하여 결정되는지 여부
- f) 플랫폼 운영자가 공급자들의 단일한 이미지를 제공하는지 여부
- g) 마케팅이 공급자가 아닌 플랫폼에 초점을 맞추고 있는지 여부
- h) 플랫폼 운영자가 공급자의 행위를 모니터링하고 법에 의해 요구되는 수준을 넘어서는 규준의 준수여부를 집행할 것을 약정하였는지 여부<sup>16)</sup>

2. When assessing whether the customer can reasonably rely on the platform operator's predominant influence over the supplier, the following criteria may be considered in particular:

- a) The supplier-customer contract is concluded exclusively through facilities provided on the platform;
- b) The platform operator withholds the identity of the supplier or contact details until after the conclusion of the supplier-customer contract;
- c) The platform operator uses exclusively payment systems which allow the platform operator to withhold payments made by the customer to the supplier;
- d) The terms of the supplier-customer contract are essentially determined by the platform operator;
- e) The price to be paid by the customer is set by the platform operator;
- f) The platform operator provides a uniform image of suppliers or a trademark;
- g) The marketing is focused on the platform operator and not on the suppliers;
- h) The platform operator promises to monitor the conduct of suppliers and to enforce compliance with its standards beyond what is required by law.

【규정 해설】

- 구체적으로 어떠한 경우에 온라인 중개플랫폼 운영자가 판매의뢰자인 입점사업자에게 지배적인 영향력을 행사하는 것으로 볼 수 있는지 평가할 수 있는 기준이 없다면 법적 안정성을 담보할 수 없음
  - 이에 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제19조 제2항에서 플랫폼의 외관 책임을 인정할 수 있는 세부적인 평가기준들을 나열하고 있음<sup>17)</sup>
  - 외관법리에 따라 i) 플랫폼의 통제 하에서만 판매업자와 소비자 사이의 계약이 체결되는지 여부, ii) 플랫폼이 소비자가 지불한 대금을 지불유예할 수 있는지 여부, iii) 판매업자와 소비자 사이의 중요한 계약조건을 플랫폼이 결정하는지 여부, iv) 소비자가 지불할 대금액수를 플랫폼이 결정하는지 여부 등을 고려하고 있음
- 모델법 제19조 제2항에서 나열되고 있는 사항들은 일종의 평가기준으로서 1~2개의 기준을 충족시킨다고 하여 곧바로 중개플랫폼 운영자의 지배적 영향력이 인정되지는 않고, 기준 충족 여부를 종합적으로 판단하도록 설계하였음
  - 모델법은 중개플랫폼 운영자가 판매업자에게 행사하는 지배적 영향력을 인정하기 위한 요건을 나열하지 않고, 일종의 평가기준들만 나열함으로써 외관책임을 좀 더 유연한 환경 하에서 판단·부과하도록 규정함

17) 유사한 기준들을 근거로 하여 온라인 중개플랫폼 운영자의 제조물책임을 인정한 미국 하급심 판결로 Oberdorf v. Amazon.com Inc, No. 18-1041 (3d Cir. 2019), 3 July 2019 참조.

【국내 전자상거래법에 대한 시사점】

- 현행 전자상거래법 제20조 제1항 및 제20조의2 제1항에서의 통신판매  
중개자의 고지의무와 위반 시 부여되는 연대책임 외에 통신판매중개자  
의 외관책임을 신설하고자 하는 경우 유럽법률협회 모델법상의 평가  
기준들의 입법도 함께 검토될 필요가 있음
- 다만, 현행 전자상거래법의 조문체계를 고려해 보았을 때 이러한 평가기준들은  
법률차원에서 규정되기보다 하위법령 차원에서 입법되는 것이 더 적절해 보임

### 3. 국내 전자상거래법 개정(안)과의 비교 검토

#### 3.1 개정 논의 현황

- 플랫폼 역할을 하는 사이버몰들이 입점공간만 제공하던 과거와 달리 시장에서의 인지도·영향력 확대와 함께 청약접수 등 거래에도 관여하고 있음을 고려하여 2018년 11월 전자상거래법 전면개정안<sup>18)</sup>이 의원발의 된 바 있음
  - 오픈마켓 등 통신판매중개업의 영향력 증대에도 불구하고 중개업자는 중개자임을 고지하기만 하면 면책되는 전자상거래법의 구조적 한계를 지적하면서, 온라인 플랫폼 사업자가 거래에서의 역할·행위에 상응하는 의무와 책임을 부담하도록 다양한 규정들을 신설하였음
- 2018년 전자상거래법 전면개정안이 철회된 이후에도 동법 일부개정안이 2019년 7월 3일 의원발의 되어 사이버몰운영사업자의 역할·지위에 상응한 법적 책임을 강화하는 개정이 시도되고 있음<sup>19)</sup>
- 이러한 전자상거래법 개정 논의 상황은 온라인 중개플랫폼 운영자의 의무와 책임 강화 내지 투명성 강화라는 측면에서 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 및 기타 EU 입법과 매우 유사함

18) “전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안” (전재수의원등 10인 제안, 2018.11.09. 제안) 제안이유 참조.

19) “전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안” (전재수의원등 10인 제안, 2019.08.22. 제안) 제안이유 참조.

### 3.2 전자상거래법 일부개정안(의안번호: 22073, 2019년 7월 3일 발의)에서의 온라인 중개플랫폼 운영자의 책임강화 내용<sup>20)</sup>

개정안 제20조(통신판매중개를 하는 사이버물운영사업자 등의 의무와 책임)

① 통신판매중개를 하는 사이버물운영사업자와 그 밖에 대통령령으로 정하는 사업자는 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실과 통신판매의 당사자에 관하여 대통령령으로 정하는 사항을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법으로 미리 고지하여야 한다.

② 통신판매중개를 하는 사이버물운영사업자와 그 밖에 대통령령으로 정하는 사업자는 제1항에 따른 고지를 하지 아니한 경우 또는 고지를 하였더라도 대통령령으로 정하는 바에 따라 소비자가 그 사업자를 계약의 당사자로 오인할 중요한 원인을 제공한 경우 해당 사업자는 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 계약의 당사자와 연대하여 배상할 책임을 진다.

□ 통신판매중개를 하는 사이버물들이 거래에도 깊이 관여하는 경우 거래 당사자가 누구인지에 대한 소비자의 오인을 불러일으키고 있음을 고려하여, 통신판매중개를 하는 사이버물운영사업자가 ‘계약당사자가 아님’을 고지함과 함께 실제 계약당사자가 누구인지를 고지하도록 함(개정안 제20조 제1항).

□ 나아가 이러한 고지를 하지 않거나 고지를 하였음에도 불구하고 소비자가 계약당사자로 오인하게 할 중요한 원인을 제공하였다면

20) “전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안” (전재수의원등 10인 제안, 2019.08.22. 제안) 주요내용 참조.

계약당사자와 연대책임을 지도록 함(개정안 제20조 제2항).

- 동 개정안 제20조 제1항 및 제2항에서 신설하고 있는 사이버몰운영 사업자의 의무 및 책임은 위에서 소개한 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제19조상 플랫폼의 외관책임과 매우 유사함
  - 유럽법률협회 모델법은 “플랫폼 운영자가 입점사업자에게 지배적인 영향력을 행사하고 있다고 소비자가 합리적으로 신뢰할 수 있는 경우” 라고 표현하고 있는 반면, 위 전자상거래법 개정안은 “소비자가 그 사업자를 계약의 당사자로 오인할 중요한 원인을 제공한 경우” 라고 하여 외관법리를 좀 더 정면으로 규정함
- 동 개정안 제20조 제2항은 소비자가 사이버몰운영사업자가 중개를 하였음에도 불구하고 계약당사자로 오인될 수 있는 경우를 대통령령에 위임하고 있음
  - 향후 전자상거래법 시행령을 개정하여 중개플랫폼 운영자가 계약 당사자로 판단될 수 있는 기준을 명시할 때 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법 제19조 제2항에서 나열하고 있는 세부적인 평가기준들을 모델로 고려할 수 있을 것임

## 4. 결론 및 시사점

- 최근 전자상거래 플랫폼 경제가 급성장하면서 자율적 시장 환경을 조성하고 시장의 확대에 기여한다는 긍정적 측면과 함께, 중앙 통제적 환경의 부작용도 많이 지적되고 있음
- 이러한 상황 가운데 플랫폼 규제에 소극적이었던 EU에서 전자상거래 플랫폼 분야의 소비자문제를 적극적으로 다루기 시작했다는 점은 비교법적으로 매우 의미 있음
  - 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법뿐만 아니라, 유럽연합의 “PtoB법” 및 “New Deal for Consumers” 상의 소비자보호 관련 지침 개정(안)을 적극적으로 연구할 필요가 있음
- 특히, 최근 의원발의된 전자상거래법 일부개정(안)에서 신설하고 있는 통신판매중개자의 외관책임제도는 유럽법률협회의 온라인 플랫폼 모델법에서도 가장 핵심적인 규정으로 논의되었다는 점을 주목할 필요가 있음
  - 향후 전자상거래법 관련 하위법령 개정을 준비하는 차원에서 유럽법률협회의 모델법에 대한 지속적인 연구가 필요해 보임

## [참 고 자 료 및 참 고 사 이 트]

김성천, “EU 플랫폼 규제 논의 동향과 시사점: 온라인 중개 플랫폼 지침 토론안을 중심으로”, 소비자정책동향 제87호, 한국소비자원, 2018.

이병준, “전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임”, 소비자법연구 제5권 제1호, 한국소비자법학회, 2019.

전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안 (전재수의원 대표발의, 의안번호: 16485, 2018. 11. 9. 제안) 제안서.

전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안 (전재수의원 대표발의, 의안번호: 22073, 2018. 7. 3. 제안) 제안서.

정신동, “최근 EU위원회의 에어비앤비 약관 시정요구 동향과 시사점”, 소비자정책동향 제95호, 한국소비자원, 2018.

Busch, Dannemann, Schulte-Noelke, Wiewiorowska-Domagalska, Zoll, Discussion Draft of Directive on Online Intermediary Platforms, Journal of European Consumer and Market Law (EuCML) 2016, pp. 164-169.

EU 집행위원회 보도자료 (2018, 4), 「A New Deal for Consumers: Commission strengthens EU consumer rights and enforcement」  
[https://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-3041\\_en.htm](https://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3041_en.htm).

EU 집행위원회 보도자료 (2018, 7), 「The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply」  
[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-4453\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4453_en.htm).

EU Regulation of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services,



<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R1150>.

유럽법률협회(ELI) 홈페이지, <https://www.europeanlawinstitute.eu>.

본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 본원의 공식 견해가 아닙니다.