

수 신: 공정거래위원회

참 조: 소비자정책국 전자거래과

제 목: 입법예고안에 대한 의견 제출

1. 귀 위원회의 일익 번창하심을 기원합니다.
2. 귀 위원회가 2021. 3. 5. 입법예고한 『전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률』(이하 “전자상거래법”) 전부개정법률안 제 29 조에 관하여 행정절차법 제 44 조 제 1 항에 근거하여 첨부와 같이 의견을 제출합니다.

2021. 4. 13.

의견제출인: 고 학 수 (서울대학교 법학전문대학원 교수)  
임 용 (서울대학교 법학전문대학원 부교수)  
박 상 철 (서울대학교 법학전문대학원 조교수)  
조 상 현 (변호사)

주 소: 서울 관악구 관악로 1 (08826)  
서울대학교 법학전문대학원  
서울대학교 인공지능정책 이니셔티브

연 락 처: [woojungb@gmail.com](mailto:woojungb@gmail.com) / 02-880-7549

첨 부: 의견제출서

# 전자상거래법 전부개정안 제 29 조에 대한 의견제출

## I. 서론

귀 위원회가 2021. 3. 5. 입법예고한 『전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률』(이하 “전자상거래법”) 전부개정법률안 제 29 조(이하 “본건 조항”)에 관하여 행정절차법 제 44 조 제 1 항에 근거하여 아래와 같이 의견을 제출합니다.

본건 조항은 전자상거래에 참여하는 개인들의 프라이버시와 신변의 안전에 상당한 영향을 미치는 내용을 포함하고 있어 면밀한 재검토가 필요하다고 판단되는 바, 이하에서 상세히 설명 드리겠습니다.

## II. 본건 조항에 대한 수정의견

### 1. 본건 조항의 내용과 취지

#### 신설된 본건 조항(전부개정안 제 29 조)

제 29 조(개인간 전자상거래에서의 소비자보호)

- ① 재화등의 거래를 목적으로 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 온라인 플랫폼 운영사업자는 자신의 온라인 플랫폼을 통하여 재화등을 판매하는 자가 사업자가 아닌 개인(이하 “개인판매자”라 한다)인 경우에는 그 개인판매자의 성명·전화번호·주소 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여야 하고, 개인판매자와 소비자(재화등을 사업자가 아닌 자로부터 제공받는 자도 포함한다. 이하 이조에서 같다) 사이에 분쟁이 발생한 경우에는 소비자에게 그 정보를 제공하여 분쟁의 해결에 협조하여야 한다.
- ② 온라인 플랫폼 운영사업자가 제 1 항에 따른 개인판매자의 신원정보를 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 다른 때에는 개인판매자의 고의·과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 개인판매자와 연대하여 배상할 책임을 진다. 다만, 소비자에게 피해가 가지 아니하도록 상당한 주의를 기울인 경우에는 그러하지 아니한다.
- ③ 온라인 플랫폼 운영사업자는 자신의 온라인 플랫폼을 통하여 개인 간 재화등의 거래가 이루어지는 경우 제 8 조 제 1 항 제 10 호의 결제대금예치제도를 이용할 수 있음을 개인판매자 및 소비자에게 알려야 한다.

전자상거래법 전부개정안에 신설된 본건 조항은 온라인 플랫폼을 통한 개인 간의 거래(이하 “C2C 거래”)와 관련하여 소비자 피해구제 및 분쟁조정을 원활하게 할 목적으로 C2C 거래가 행해지는 온라인 플랫폼의 운영사업자(이하 “C2C 플랫폼”)로 하여금 그 플랫폼을 이용하는 개인판매자의 신원정보를 확인하고 분쟁발생 시 그 신원정보를 거래상대방인 개인구매자(소비자)에게 제공할 의무를 부과하고 있습니다.

본건 조항은 C2C 거래에서 개인구매자의 권익 보호와 시장의 신뢰 제고를 목적으로 하여 마련된 것으로, 거래상대방인 개인판매자를 사업자와 개인 간의 거래(이하 “B2C 거래”)에 있어서의 사업자와 유사하게 취급한 것으로 이해됩니다. 다만, 일각에서 제기된 프라이버시 침해 우려를 반영하여 B2C 거래처럼 신원정보를 상시적으로 제공하도록 하지 않고 거래당사자 간 분쟁이 발생할 때 제공하도록 하고 있습니다.<sup>1</sup>

## 2. 소비자의 권익 보호와 프라이버시 보호 간의 조화로운 접근의 필요성

### (1) 현행법상 개인정보 보호에 대한 요구

개인정보 보호법은 개인정보처리자가 개인정보를 수집할 경우 그 처리 목적을 명확하게 하여야 하고 그 목적에 필요한 범위 내에서 최소한의 개인정보를 수집하여야 한다는 ‘목적의 명확성 원칙’과 ‘개인정보 최소 수집의 원칙’을 주요 원칙으로 각각 천명하고 있습니다(제 3 조 제 1 항). 이는 헌법상 기본권인 개인정보자기결정권(헌재 2005. 5. 26. 99 헌마 513 결정 등)의 실질적 보장을 위한 원칙들로 오늘날의 디지털 시대에 더욱 중요한 의미를 가지고 있습니다. 실제로 개인정보처리자가 개인정보를 필요 이상으로 수집·저장하게 되면 일반적으로 개인정보가 유출될 위험성이 높아지게 되고, 개인정보처리자 또는 개인정보를 제공받는 제 3 자에 의하여 부당하게 활용될 우려도 늘어나게 됩니다.

---

<sup>1</sup> 공정거래위원회, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전면개정안 설명자료, 2021. 2., 51 면

이러한 법적 원칙을 통해 요구되는 개인정보 보호를 위한 노력에 더해 소비자들의 개인정보 보호의 필요성에 대한 인식과 요구 역시 지속적으로 높아지고 있습니다. 그 결과 이제 개인정보 보호의 수준과 내용이 고객들에게 어필하는 중요한 차별화 요소로도 활용되고 있습니다. 예를 들어 당근마켓의 경우 직거래 등을 통하여 이용자의 불필요한 신원 노출을 최소화한 플랫폼 설계가 시장의 호응을 불러일으키면서 급성장이 가능하게 된 핵심적 기반이 되었던 것으로 인식되고 있습니다.<sup>2</sup>

## (2) C2C 거래의 특성

C2C 거래 시장은 팬데믹까지 겹치면서 급성장하고 있습니다. 닐슨코리아 클릭에 따르면 중고거래 앱 이용자수는 2020년 6월 기준 전년 대비 117% 증가해 천만명을 돌파하였습니다.<sup>3</sup> 거래액 기준으로 2010년 5조원 규모이던 중고거래 시장이 2020년 20조원 규모로 성장했다는 추산도 있습니다.<sup>4</sup> C2C 거래 시장의 폭발적인 성장 이면에서 판매자의 환불 불이행이나 연락 두절 등으로 인한 구매자의 피해 사례가 보고되면서 C2C 거래에 있어서도 소비자보호를 강화해야 한다는 목소리가 나오고 있습니다. 본건 조항 역시 이러한 취지에서 입안된 것으로 이해됩니다.

다만 이 경우에도 일반적인 B2C와 구별되는 C2C 거래의 특성을 고려할 필요가 있습니다. C2C 거래의 경우 참여자가 ‘판매자’와 ‘구매자’의 지위를 번갈아가며 겸유하는 경우가 적지 않습니다.<sup>5</sup> C2C 거래에 있어서의 판매자와 구매자 간의 관계를 일반 B2C에 있어서의 사업자와 소비자의 관계와 동일시하여 구매자의 권익에만 초점을 맞추어 규제할 경우 개인들로 하여금 시장에 참여하는 것 자체를 꺼리게 만들 수도 있습니다. 따라서 주로 B2C 거래를 전제로 하여

---

<sup>2</sup> 조선비즈, 「‘신뢰’ 무기로 원조에 도전하는 당근마켓·번개장터」, 2020. 5. 26.자 기사, [https://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2020/05/21/2020052102802.html](https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/05/21/2020052102802.html).

<sup>3</sup> 닐슨 월간토픽, 「모바일 중고거래 이용자 1000 만시대」, 2020. 7. 23. 제 306-2 호, [http://www.koreanclick.com/insights/newsletter\\_view.html?code=topic&id=583&page=1&utm\\_source=board&utm\\_medium=board&utm\\_campaign=topic&utm\\_content=20200723](http://www.koreanclick.com/insights/newsletter_view.html?code=topic&id=583&page=1&utm_source=board&utm_medium=board&utm_campaign=topic&utm_content=20200723).

<sup>4</sup> 세계비즈, 「‘리셀’ 재테크 열풍 ... 중고시장에 돈이 몰린다」, 2021. 1. 27.자 기사, <http://www.segyebiz.com/newsView/20210127507997>.

<sup>5</sup> 당근마켓 자료에 따르면 당근마켓 이용자 중 1 개 이상의 판매글을 게시한 이용자는 951 만명이고 이중 93.3%인 887 만명이 중고물품 구매를 시도하여 판매자와 구매자의 지위를 겸하고 있습니다.

설계된 소비자보호 법제를 그대로 확장 적용하기보다는 판매자와 구매자를 모두 아우르는 ‘참여자’의 이익을 균형 있게 보호하는 법제를 설계할 필요가 있습니다. C2C 거래는 거래의 양 측면 모두에서 개인들의 자율과 보호를 동시에 추구해야 하는 영역이기 때문입니다.

전자상거래법상 각종 소비자보호 규정의 주요 정책적 근거는 사업자와 소비자 간 정보와 지위에 차등이 존재하기 때문에, 규제를 통해 소비자의 권익을 보호하고 그 지위를 격상시키는 것에 있습니다. 이에 반해 C2C 거래의 경우 참여자인 양 당사자가 상대적으로 동등한 입장에서 교섭하고 거래하기 때문에, C2C 거래에서 소비자보호 법제가 필요한지 자체에 대해서 의문이 제기될 수 있습니다. C2C 거래의 이러한 특징을 고려하여 유럽연합(EU)의 경우 소비자보호 규정의 집행 개선 및 현대화 지침(Directive 2019/2161)에서 소비자보호 법규가 C2C 전자상거래에는 적용되지 않음을 명시적으로 언급하고 있으며,<sup>6</sup> 이러한 입장은 2020. 12. 15. 제안된 디지털 서비스법(Digital Services Act, 이하 “DSA”) 안에도 그대로 승계된 바 있습니다.<sup>7</sup>

### (3) C2C 거래에 있어 개인 참여자의 프라이버시 보호 문제

귀 위원회에 의하면 본건 조항은 통신판매중개의뢰자의 성명 · 주소 · 전화번호 등을 소비자에게 청약 전에 제공(통신판매중개의뢰자가 사업자인

---

<sup>6</sup> 이런 이유로 EU 의 소비자보호에 관한 Directive 2019/2161 는 온라인 거래 플랫폼 운영자에게 소비자가 “trader”(사업자)가 아닌 자와 거래를 하게 되는 경우 EU 의 소비자보호 법제에 근거한 권리를 행사할 수 없음을 고지할 의무를 부과하고 있습니다(“the provider of the online marketplace shall, ... provide the consumer with the following information ... (c) where the third party offering the goods, services or digital content is not a trader, that the consumer rights stemming from Union consumer protection law do not apply to the contract” (Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules; Article 6a (Additional specific information requirements for contracts concluded on online marketplaces))

<sup>7</sup> DSA Explanatory Memorandum; “Furthermore, the rules set out in the present proposal will be complementary to the consumer protection acquis and specifically with regard to Directive (EU) 2019/2161 (...) which establish specific rules to increase transparency as to certain features offered by certain information society services.”

DSA Preamble (10); For reasons of clarity, it should also be specified that this Regulation is without prejudice to (...) Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council and Directive 93/13/EEC of the European Parliament and of the Council, as amended by Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council

경우)하거나 열람할 수 있는 방법을 제공(통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우)하도록 한 규정(현행 전자상거래법 제 20 조 제 2 항)과, 일상 생활용품, 음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래의 경우 이를 적용배제토록 한 규정(동법 제 3 조 제 4 항) 사이의 해석상 혼란을 줄이기 위한 입법입니다.<sup>8</sup>

보다 구체적으로 살펴보면, 위 제 20 조 제 2 항과 동법 시행령 제 25 조 제 2 항에 따르면 통신판매중개업자는 통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우 통신판매중개의뢰자의 성명, 생년월일, 주소, 전화번호 및 전자우편번호 등<sup>9</sup>을 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 하나, 음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래는 동법 제 3 조 제 4 항에 따라 이러한 내용의 의무가 배제되었습니다. 전부개정안의 본건 조항은 개인간 인접지역 전자상거래에 관하여 현행법 하에서 존재하지 않았던 신원정보 제공 의무를 분쟁 시에는 통신판매중개의뢰자로 하여금 제공하도록 하는 의무를 추가하고 있습니다.

이러한 의무의 강화에 대해 혹자는 본건 조항이 통신판매중개업자인 플랫폼이 개인인 판매자의 거래를 중개하는 경우(C2C)와 사업자인 판매자의 거래를 중개할 경우(B2C) 사이에 균형을 맞춘 것에 불과하다고 생각할 수도 있습니다. 그런데, B2C 거래의 경우 사업자인 통신판매업자는 통신판매중개플랫폼을 거치지 않더라도 상호, 주소, 전화번호, 전자우편주소 등을 귀 위원회 또는 지자체에 신고할 의무가 있고(전자상거래법 제 12 조 제 1 항), 귀 위원회는 이러한 정보를 홈페이지의 통신판매사업자 정보공개 페이지를 통해 공개하고 있습니다(동법 제 12 조 제 4 항). 또한 사업자인 통신판매업자는 소비자에게 거래에 관한 청약을 받을 목적으로 표시·광고를 하는 경우 상호, 대표자 성명, 주소, 전화번호, 전자우편주소 등을 포함시켜야 하고(동법 제 13 조 제 1 항), 소비자와의 계약체결 전에 상호, 대표자의 성명·주소 및 전화번호 등을 표시·광고·고지에 포함하고 계약 체결 후 계약내용에 관한 서면(통상 이메일)에 이를 다시 표시하여야 합니다(동법 제 13 조 제 2 항). 즉, B2C 거래를 하고자 하는

---

<sup>8</sup> 공정거래위원회, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전면개정안 설명자료, 2021. 2., 51 면

<sup>9</sup> 전자서명인증사업자 또는 신용정보회사 등을 통하여 확인한 신원정보, 해당 통신판매중개업자가 제공하는 통신판매중개의뢰자의 신용도에 관한 정보 또한 통신판매중개업자가 보유한 경우 포함된다.

사업자는 동법 제 12 조, 제 13 조를 통해 이미 상호, 주소, 전화번호 등의 정보를 신고하고 공시할 의무를 부담하고 있고, 중개 플랫폼을 이용하는 경우에 이러한 정보 제공 의무가 법 제 20 조 제 2 항을 통해 플랫폼 사업자에게도 부과되는 것입니다.

이에 반해 C2C 거래를 하는 개인판매자의 경우 전자상거래법상 신원정보를 신고하거나 공시할 의무가 없는데, 플랫폼을 통해 이러한 의무를 실질적으로 부과하는 방식을 도입하는 것은 적절하지 않습니다. 개인 간 거래에서 상대방에게 자신의 신원정보를 모두 제공하는 것이 바람직함에도 달리 이를 강제할 방법이 없으므로 C2C 플랫폼을 통해 이를 간접적으로 강제할 필요가 있다는 입장이 있을지도 모르겠으나, 개인이 반복적이지 않은 C2C 거래에 판매자로 참여하기 위해 자신의 개인정보를 언제든지 상대방의 요청이나 주장에 의해 열람 가능한 상태에 놓이도록 하는 것은 적절하다고 보기 어렵습니다. 본건 조항은 C2C 거래를 B2C 거래와 동일하게 취급하여, 사업자가 소비자에게 사업자 정보를 제공하듯이 C2C 플랫폼 참여자의 개인정보를 사업자와 동일한 수준으로 제공하도록 강제하는 조항으로, 최근 플랫폼 규제를 강화하고 있는 미국, 유럽 등에서조차 선례를 찾기 어려운 과도한 규제입니다.

특히 디지털 경제에서 가장 적극적인 소비자보호 법률안 중 하나로 평가할 수 있는 EU 의 DSA 안의 경우에도 사업에 종사하는 “trader”<sup>10</sup>에 대해서만 플랫폼 운영자의 정보 확인 및 제공 의무(DSA Article 22, Traceability of traders)<sup>11</sup>를 규정하고 있고, 판매자가 개인인 경우에는 이러한 의무가 부과되지 않습니다. 다시 말해 DSA 안 하에서는 온라인 플랫폼에서 본업이 아닌 형태로(acting for

---

<sup>10</sup> DSA Article 2(e): “‘trader’ means any natural person, or any legal person irrespective of whether privately or publicly owned, who is acting, including through any person acting in his or her name or on his or her behalf, **for purposes relating to his or her trade, business, craft or profession**”(강조 추가).

<sup>11</sup> DSA 안 제 22 조는 온라인 플랫폼에게 사업자의 신원을 확인하고 적합하지 않은 경우 서비스 제공을 중단할 의무를 부과합니다. 온라인 플랫폼은 사업자가 온라인 플랫폼을 통해 소비자에게 계약의 청약 등을 하기에 앞서 (1) 사업자의 성명, 주소, 전화번호, 이메일주소, (2) 신분증 사본, (3) 자연인인 경우 은행계좌 정보, (4) 사업자 등록이 되어 있는 경우 사업자등록증, (5) EU 법을 준수하는 상품 및 서비스만을 제공한다는 확인서 등을 제출받아야 합니다. 나아가 (1), (2), (4) 항목에 대해서는 정보의 신뢰성 평가를 통해 사업자가 제출한 정보가 부정확하거나 불완전하다고 여겨지면 판매자에게 정정을 요청하고, 불이행 시 서비스 제공을 중단해야 합니다.

purposes which are outside his or her trade, business or profession) 상품을 판매하는 개인판매자는 사업자를 지칭하는 “trader”와 구분되는 “consumer”<sup>12</sup>로 규정되어 이러한 규제가 적용되지 않는 것입니다. 이와 같은 구분을 한 것은, 상술한 바와 같이 개인판매자에 대한 신원정보 고지의무는 프라이버시에 대한 과도한 침해를 야기할 소지가 높을 뿐 아니라 C2C 거래의 자율성에 대한 과도한 제약에 해당할 수 있기 때문인 것으로 이해됩니다. DSA 안을 위한 EC 의 설명메모(explanatory memorandum)는 특히 DSA 안과 EU 일반정보보호법(General Data Protection Regulation, Regulation (EU) 2016/679; 이하 “GDPR”) 간의 관계에 대하여, 동 법안은 GDPR 과 여타의 EU 개인정보 및 통신 프라이버시 보호법에 우선하지 않으며, 온라인 플랫폼에서의 광고와 관련한 조치들은 개인정보 처리에 동의하고 이의를 제기할 수 있도록 한 현재의 권리들을 보충할 뿐 수정하지 않는다고 명시하여,<sup>13</sup> 신원정보 고지의무가 결코 개인정보 보호에 우선하거나 이를 무력화할 수 없음을 분명히 하였습니다.

#### (4) 본건 조항으로 예견되는 그 밖의 문제점

본건 조항 신설 및 전자상거래법 제 3 조 제 4 항 개정으로 상대방 신원정보의 열람을 바로 요구할 수 없었던 C2C 거래에 대해서도 구매자는 앞으로 “분쟁이 발생” 했다는 주장만으로 개인판매자의 신원정보를 제공받을 가능성이 열리게 됩니다. 본건 조항에 따른 “분쟁”의 의미가 모호하고, 그로 인해 구매자가 정보 취득을 목적으로 허위로 분쟁이 있다고 주장하는 경우를 가려내기 어렵기 때문에, 분쟁이 실제로는 존재하지 않거나 정보 제공의 필요성이 인정되지 않는 경우에도 C2C 플랫폼을 통해 개인판매자의 정보가 거래상대방에게 제공되는 경우가 발생할 수 있습니다. 그런데, 이처럼 분쟁 발생 여부 등의 확인이 쉽지 않은 상황에서 C2C 플랫폼에 의해 개인판매자의 신원정보가 제공되면 개인정보 보호법 제 17 조 제 1 항 제 2 호, 제 15 조 제 1 항 제 2 호에 규정되어 있는 개인정보 제공 사유인 “법률에 특별한 규정이 있거나

---

<sup>12</sup> DSA Article 2(c): “‘consumer’ means any natural person who is acting **for purposes which are outside his or her trade, business or profession**”(강조 추가).

<sup>13</sup> “This proposal is without prejudice to the Regulation (EU) 2016/679 (the General Data Protection Regulation) and other Union rules on protection of personal data and privacy of communications. For example, the measures concerning advertising on online platforms complement but do not amend existing rules on consent and the right to object to processing of personal data.”

법정상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우”에 해당하는지에 대해 의문이 제기될 수 있습니다. 따라서, 이는 C2C 플랫폼에 대해 개인정보 보호법 위반에 따른 위험을 과도하게 부담 지우는 측면이 있습니다.

더욱 큰 우려는 본건 조항에 따른 심각한 위해 상황의 발생 가능성입니다. 만일 본건 조항이 원안대로 입법된다면 분쟁이 발생했다는 구매자의 주장만으로 개인의 신변 안전과 직결되는 성명, 전화번호, 주소 등 개인정보가 공개될 위험이 있습니다. 상대방의 주소와 전화번호를 쉽게 취득할 수 있게 된다면, 상대방의 주거지를 찾아가 다양한 방법으로 불편을 끼치거나 괴롭히는 상황이 발생할 수도 있습니다. 즉, 본건 조항은 의도와 달리 정보 제공을 통한 원활한 분쟁 해결의 촉진이 아니라 위력 행사를 통한 사적제재 내지 자력구제를 오히려 조장하는 결과를 낳을 수도 있습니다. C2C 플랫폼의 참여자가 스토킹이나 다른 강력범죄의 위험에 노출될 위험 또한 배제할 수 없습니다.<sup>14</sup> 결국 본건 조항은 프라이버시 노출로 인한 위험과 시장 신뢰의 저하로 인해 의도와 달리 개인들이 C2C 플랫폼을 통한 거래에 참여할 유인 자체를 크게 감소시킬 우려가 있는 것입니다.<sup>15</sup> 따라서, 입법안을 검토함에 있어 C2C 거래의 참여자인 일반 시민의 생명과 안전에 대한 충분한 고려도 필요하다고 하겠습니다.

결론적으로, C2C 거래의 (판매자이면서 동시에 구매자인) 참여자를 B2C 거래의 사업자와 동일하게 취급하여, 거래 참여자에 대해서도 유사한 정보공개 의무를 C2C 플랫폼을 통해 간접적으로 강제하고 있는 본건 조항은 적절하다고 보기 어렵습니다. 특히 헌법상 기본권인 개인정보자기결정권 침해가 문제되는 사안인 만큼 참여자 간의 이익 형량을 고려하여 접근할 필요가 있습니다. 이때 C2C 거래는 거래상 지위의 불균형이 있는 사업자와 소비자 간의 관계와 달리 그러한 본질적인 불균형이 있다고 보기 어려운 개인 간의 관계임에 주목할 필요가 있습니다. 다시 말하면 플랫폼별로 차별화된 기준을 스스로 설정하거나

---

<sup>14</sup> 온라인에서의 개인정보 노출 또는 제공이 오프라인에서의 살인 등 참사로 이어진 사례가 보도된 바 있으며, 특히 여성이 피해자인 경우가 적지 않았습니다(대표적으로 신촌 살인사건(2012), 인터넷 갤러리 남성 회원의 여성 회원 살인 사건(2013), 선릉역 살인미수 사건(2018), 노원 세 모녀 살인사건(2021) 등).

<sup>15</sup> 한국인터넷기업협회 및 코리아스타트업포럼 2021. 3. 7.자 공동성명, 디지털경제 특성과 소비자 편익을 외면한 전자상거래법 개정안의 내용과 절차에 깊은 유감, [https://stibee.com/api/v1.0/emails/share/Iv6LJ5jIGP\\_ft6V6LjID0kUgZQi3XQ==](https://stibee.com/api/v1.0/emails/share/Iv6LJ5jIGP_ft6V6LjID0kUgZQi3XQ==)

참여자 간 자율적인 정보공개를 유도하는 것을 넘어, 모든 C2C 플랫폼에 대해 참여자의 개인정보를 수집하도록 강제하고 이렇게 수집된 개인정보를 거래상대방에게 손쉽게 제공하도록 강제하는 것은 극히 신중할 필요가 있습니다.<sup>16</sup>

### 3. 조화로운 접근을 위한 대안 및 조치

본건 조항을 곧바로 입법하기에 앞서 C2C 거래에 있어서의 신뢰 손상 행위를 방지하고 개인들의 자유로운 시장 참여를 보장하고 프라이버시를 존중할 수 있는 더 나은 대안이 있는지 신중한 검토가 필요합니다. 구체적으로 아래와 같은 대안 및 프라이버시 보호 장치들을 검토할 필요가 있습니다.

#### (1) C2C 플랫폼의 자율적인 혁신 촉진에 기반한 대안 모색

본건 조항은 개인간 전자상거래에 있어 참여자의 신뢰가 개인판매자의 신원확인을 통해 확보될 수 있다고 전제한 것으로 보입니다. 판매자와 구매자 모두로부터 신뢰를 확보하는 것은 C2C 플랫폼의 경쟁력을 판가름하는 핵심적인 요소입니다. 따라서 플랫폼 운영업자들도 참여자의 신뢰 확보를 위해 노력할 유인이 있습니다. 그런데, 구체적인 신뢰 확보 방안은 대면거래 권장, 안심번호 사용, 에스스로 제도의 운용 등 다양하게 존재하고 있고 앞으로도 시장 내에서 혁신을 통해 새로운 시도들이 나타날 수 있습니다. 그에 반해 본건 조항은 신뢰 확보 방안을 둘러싼 C2C 플랫폼 간의 경쟁과 혁신을 저해하고 다양한 실험이나 새로운 시도를 저지함으로써 참여자들의 선택을 오히려 감소시킬 우려가 있습니다. 따라서, 분쟁이 발생할 때마다 개인판매자의 신원 정보를 상대방에게 바로 제공하도록 하는 방안에 비해 참여자 모두의 이익을 균형 있게 보호하면서 분쟁을 원만하고 신속하게 해결할 수 있는 더 좋은 방안이 없을지 보다 적극적으로 검토해 볼 필요가 있습니다.

---

<sup>16</sup> 최근 업계와 개인들의 우려를 반영하여 윤관석 국회 정무위원장 주도로 2021. 3. 31. 전자상거래법 개정안이 발의되기도 하였습니다(주요 내용으로 (i) 제 29 조 1 항 개인간 전자상거래 거래에서 성명, 전화번호, 주소 중에 주소 삭제, 분쟁발생시 “소비자에게 그 정보를 제공하여야 한다”는 의무조항을 삭제해 C2C 거래에서 개인정보 보호장치를 마련, (ii) 제 29 조 3 항의 결제대금예치제도를 구비하고 있을 경우 개인판매자에게 알릴 수 있도록 완화해 에스스로 제도 안내를 의무가 아닌 선택사항으로 변경 포함).

가령 C2C 플랫폼이 판매자 등급(tier) 시스템을 도입하여 자발적으로 신원정보 제공에 동의하는 개인판매자를 알기 쉽게 표시함으로써 이를 확인하고 싶어하는 구매자들은 이러한 판매자와 거래할 수 있도록 옵션을 제공하는 방안이 있을 수 있습니다. 이 경우 C2C 플랫폼들도 이와 같은 거래 옵션을 제공함으로써 플랫폼 자체에 대한 신뢰도를 높이고 경쟁에서 우위를 점할 수 있고, 개인판매자도 잠재적 거래상대방을 보다 쉽게 확보하고 그러한 신뢰가 반영된 가격을 책정할 수 있게 되는 이점이 있습니다.<sup>17</sup> 또는, 플랫폼 별로 거래가격이나 참여자의 거래 빈도, 거래대상물의 유형 등 여러 요소를 고려하여, 일정 기준(threshold)를 넘어서는 경우에 신원정보 제공 가능성을 높이거나 별도의 분쟁해결 방식을 마련하도록 유도하는 것도 고려해 볼 수 있습니다.

이러한 대안의 모색에 있어서 중요한 것은, 정보의 제공이 획일적으로 이루어지는 것이 아니라 플랫폼의 특징이나 참여자들의 자율적인 선택에 따라 효율적으로 이루어지도록 하는 것에 있습니다. 아울러 이러한 시스템의 도입은 구매자와 판매자의 지위를 겸유하는 참여자가 많은 C2C 거래의 특징을 보다 현실적으로 반영할 수 있다는 장점도 있습니다.

C2C 거래의 경우 이를 중개하는 플랫폼으로 하여금 C2C 거래의 특성상(특히 중고거래의 경우) 환불이 어렵거나 거절될 가능성이 있다는 점 등을 사전에 고지하도록 하는 방안도 검토할 수 있습니다. EU 의 경우 Directive 2019/2161 로 개정된 Directive 2011/83/EU 의 제 6a 조에서 플랫폼 운영자로 하여금 소비자에게 사업자(trader)가 아닌 자와 거래를 하는 경우 소비자보호 법률에 따른 권리를 행사할 수 없음을 고지하도록 의무를 부과한 것도 이와 같은 맥락으로 볼 수 있습니다.<sup>18</sup>

## (2) 수집 · 제공되는 개인정보의 최소화

본건 조항의 틀을 유지하는 경우에도 개인정보 보호의 관점에서 수집 및 제공되는 개인판매자의 신원정보의 범위와 내용을 최소화할 필요가 있습니다.

---

<sup>17</sup> 구매자들은 신원이 확인된 판매자와의 거래를 선호할 수 있고, 반대로 신원정보 제공을 꺼리는 판매자의 상품은 환불 등을 둘러싼 위험을 감안하여 상대적으로 낮은 거래가격이 형성될 수 있습니다.

<sup>18</sup> 앞의 주 6 참조.

본건 조항은 C2C 플랫폼이 소비자에게 제공해야 할 개인판매자의 신원정보로 개인판매자의 성명·전화번호·주소 등을 규정하고 있습니다. 확인 및 제공해야 하는 신원정보의 범위를 이렇게 규정한 이유에는 민사소송을 제기하기 위해 소송 상대방(피고)의 성명과 주소가 특정되어야 하는 점이 고려된 것으로 이해됩니다.

그러나 민사소송실무에서 상대방의 성명과 주소 등을 모르는 상태에서 절차를 개시하는 경우가 적지 않습니다. 이 경우, 원고는 소장 작성 시 피고란에 “성명불상”, “주소불명”이라 기재하고 피고의 휴대전화번호를 기재하여 제출하면서 통신사에 대한 사실조회신청을 할 수 있고(민사소송법 제 294 조), 이에 따라 휴대전화번호 가입자의 성명, 주소 등을 제공받아 당사자표시정정을 하고 민사소송을 진행할 수 있습니다. 즉, 전화번호 등 최소한의 개인정보만으로도 현행법에서 정하고 있는 절차와 방법에 따라 이용자들 사이의 분쟁을 해결할 수 있는 것입니다. 형사절차의 경우에도 피해자가 고소를 제기한 경우 경찰 등 수사기관은 법원의 영장을 받지 않고서도 통신사로부터 성명, 주민등록번호, 주소 등을 제공받을 수 있습니다(전기통신사업법 제 83 조 제 3 내지 9 항).

한편 C2C 플랫폼이 개인판매자의 신원정보를 확인하고자 할 경우에, 성명과 전화번호는 이동통신사 등 『정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률』(이하 “정보통신망법”)에 따른 본인확인기관을 통해 확인하는 것이 가능하지만, 주소는 주민등록등·초본 등을 제출 받지 않고는 이를 정확히 확인할 수 있는 법적 방법이 없습니다. 만일 개인들이 C2C 거래에 참여하기 위해 주민등록등·초본 등의 서류를 일일이 제출해야 한다면 이는 개인들의 시장 참여 비용을 높이고 온라인 거래의 장점을 상쇄시키는 결과로 이어질 수 있습니다.

따라서 본건 조항의 틀을 유지하는 경우에도, 소비자 피해 구제라는 정책목표와 개인정보 보호, 혁신 산업 생태계 진흥이라는 목표의 균형을 고려하여 거래상대방에게 제공되는 정보는 (“분쟁”에 관한 일정한 전제 조건을 충족하는 경우에) 개인판매자의 전화번호 등으로 가급적 최소화하는 것이 바람직합니다.

### (3) 신원정보 제공에 대한 사전심사 및 개인정보주체의 이의 제기권 보장

앞서 살펴본 바와 같이 본건 조항은 수정이 요구되지만, 이를 유지하는 경우에도 개인판매자의 신원 제공은 프라이버시의 중대한 침해로 이어질 가능성이 있기 때문에 본건 조항처럼 일방의 의견 내지 주장에 의해 진행되는(*ex parte*) 절차로 규정할 것이 아니라, 정보주체의 의견을 청취하여 합리적 공개사유가 존재하는지를 검증하기 위한 최소한의 대심구조를 갖추고 정보의 제공에 앞서 중립적인 제 3 의 기관을 통해 사전심사절차를 거치게 하는 등의 안전장치를 마련할 필요가 있습니다. 이러한 절차는 국내외의 유사 입법례에도 규정되어 있으며 무분별한 개인정보 유출의 가능성을 최소화하기 위한 방안이기도 합니다. 예컨대 저작권법 제 103 조의 3 는 저작권 침해를 주장하는 권리주장자가 민사상의 소제기, 형사 고소 등을 위하여 온라인서비스제공자에게 복제·전송자(침해자)의 성명과 주소 등 정보 제공을 요청하였으나 온라인서비스제공자가 이를 거절한 경우, 문화체육관광부장관은 저작권보호심의위원회의 심의를 거쳐 신원정보 제공을 명할 수 있다고 규정하고 있습니다. 또, 정보통신망법 제 44 조의 6 는 사생활 침해 또는 명예훼손 등 권리를 침해하였다고 주장하는 이용자가 민·형사상의 소제기를 위하여 침해사실을 소명하여 명예훼손 분쟁조정부에 가해 이용자의 정보(성명 및 주소 등 최소한의 정보)를 제공하도록 청구할 수 있도록 규정하고, 해당 청구를 받은 명예훼손 분쟁조정부는 특별한 사정이 없는 한, 가해 이용자의 의견을 들어 정보제공 여부를 결정하여야 한다고 규정하고 있습니다. 그리고 양법 모두 이용자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 소제기 외의 목적으로 사용할 수 없다고 규정하고 있습니다.

따라서 본건 조항의 개정안으로 소비자가 분쟁에 따른 피해사실을 전자상거래 분쟁조정위원회(개정안 제 35 조) 또는 『전자문서 및 전자거래 기본법』에 따라 설치·운영되는 전자문서·전자거래분쟁조정위원회 등에 소명한 경우에 한하여 전자상거래 분쟁조정위원회 등의 명령에 따라 통신판매중개업자가 개인판매자의 신원정보를 소비자에게 제공하도록 하는 방안을 고려해 볼 수 있습니다. 이때 전자상거래 분쟁조정위원회 등은 특별한 사정이 없는 한 개인판매자의 의견을 청취하도록 해야 하고 개인판매자의 신원정보를 제공받은

소비자는 소송 등 정해진 목적 외에 개인정보를 사용할 수 없도록 하는 규정을 함께 검토할 필요가 있을 것입니다.

### III. 결론

아무리 선의로 준비된 법일지라도 그 사회적 편익을 상회하는 리스크와 위해를 내포한다면 미래의 예견에 입각한 좀더 신중한 검토가 필요한 것은 당연합니다. 특히 본건 조항은, C2C 거래와 관련하여 C2C 플랫폼으로 하여금 개인판매자의 신원정보를 구매자에게 쉽게 제공하도록 유도할 가능성이 적지 않아서, (1) “목적의 명확성 원칙”과 “개인정보 최소 수집의 원칙” 등 개인정보 보호법의 일반 원칙에 부합하지 않고, (2) 개인들의 자율과 보호를 동시에 추구해야 하는 C2C 거래의 특성에 부합하지 않으며, (3) C2C 거래를 규제에서 제외하는 해외 입법의 추세에도 역행하고, (4) B2C와 달리 신원정보를 신고하거나 공시할 의무가 없는 개인판매자가 플랫폼을 이용한다는 이유만으로 개인정보를 제공하게 하는 과도한 규제일 뿐 아니라, (5) “분쟁”의 의미도 명확하지 않고, (6) 사적 구제나 위력의 행사(특히 약자에 대한 폭력)를 조장할 수 있으므로 마땅히 수정되어야 합니다. 따라서 C2C 플랫폼의 자율적인 혁신을 촉진하거나, 그렇지 않더라도 수집·제공되는 개인정보를 최소화하거나, 신원정보 제공에 대한 사전심사 및 개인정보주체의 이의 제기권을 보장하는 등 본건 조항으로 인한 부작용을 최소화하기 위한 대안이 강구되어야 할 것이기에, 이와 같이 본건 조항에 대한 수정의견을 제출하는 바입니다.