

오픈마켓 소비자 집단피해 신속 대응 방안

(2023. 5. 11. 플랫폼 자율기구 소비자·이용자분과)

1. 추진배경

□ 소비자 결제 대금을 편취하는 사기 쇼핑몰* 피해는 전국적으로 상시 발생하고 확산 속도가 빨라, 초기에 소비자 유입을 차단하는 것이 중요

* (예) 명품 구매대행 쇼핑몰 '사크라스트라다(sacrastrada.com)'는 고가의 명품 가방·신발·지갑·의류 등을 할인 판매하는 것처럼 소비자를 유인해 상품대금 최소 7억 5천만원(601건)을 편취

○ 공정위가 전자상거래법상 '임시중지명령' 제도(제32조의2)를 통해 판매 중지 명령 및 쇼핑몰 폐쇄 조치 등을 취할 수 있으나,

- 조치까지 통상 수개월이 소요되어 그 사이 피해가 지속되는 한계 존재

○ 한편, 공정위는 소비자 피해 확산 방지를 위해 '민원다발쇼핑몰' 지정·공개 제도를 포털사이트(네이버, 다음 등) 협조* 하에 운영 중

* 공정위-포털사 간 협조체계 구축(12.2.)을 통해 민원다발쇼핑몰에 대한 검색노출 중단 조치를 실시 중이며, 위 '사크라스트라다' 쇼핑몰 사이트에 대해서도 동일한 조치가 이루어짐

- 다만, 포털 외 '오픈마켓' 등 다른 경로를 통해서는 여전히 피해 발생

□ 이에 자율기구*에서 '오픈마켓 소비자 집단피해 신속대응 방안' 마련

* 「플랫폼 자율기구」 소비자·이용자 분과 : 주요 플랫폼 사업자 및 관련 사업자 단체, 주요 소비자단체, 민간 전문가 등 참여, '22.9.부터 약 7개월간 6차례 회의 개최

○ 소비자단체 - 오픈마켓 간 소비자 집단피해 관련 정보를 자율적·선제적으로 신속하게 공유 → 소비자피해의 추가 확산 최소화 도모

※ (참고) 민원다발쇼핑몰 지정·공개 제도

- (근거) 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제28조, 같은 법 시행령 제30조
- (대상) 소비자단체 등에 1개월 간 7건 이상의 피해구제 관련 민원이 접수된 온라인쇼핑몰
- (조치) 사전 소명기회 제공 절차를 거쳐 '민원다발쇼핑몰'로 지정해 공정위 홈페이지 등에 공개

* (19년) 21건 → (20년) 20건 → (21년) 5건 → (22년) 28건 (중복 포함)

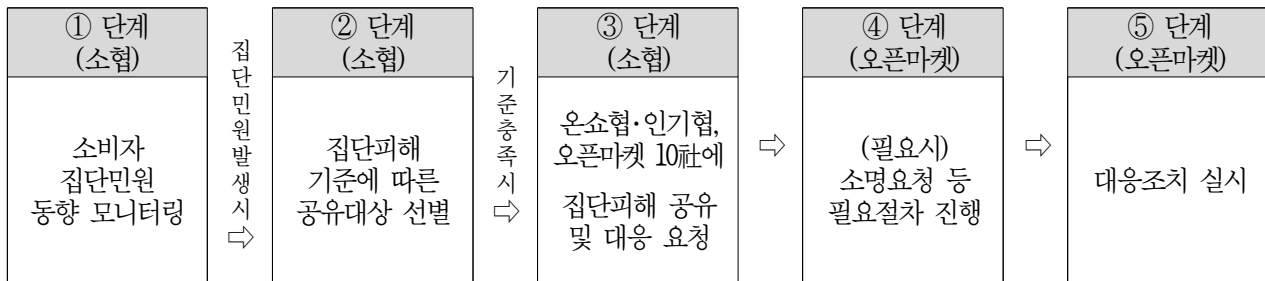
2. 세부 방안

가. 연락망 구축

구분	참여 대상
오픈마켓	네이버, 카카오, 쿠팡, 지마켓, 11번가, 인터파크, 위메프, 티몬, 무신사, 롯데온
사업자단체	한국온라인쇼핑협회, 한국인터넷기업협회
소비자단체	한국소비자단체협의회(한국소비자연맹, 소비자시민모임, 한국여성소비자연합, 소비자교육중앙회, 한국YWCA연합회, 한국부인회, 소비자공익네트워크, 대한어머니회, 녹색소비자연대전국협의회, 한국소비자교육원, 한국YMCA전국연맹, 미래소비자행동)
유관기관	공정위, 방통위, 지방자치단체 등

* 연락망 구축·관리는 한국온라인쇼핑협회에서 담당, 연락처 확보·제공은 한국소비자단체협의회(소비자단체), 공정위(서울·경기·대전·부산 등 지방자치단체)가 협조

나. 소비자피해 확산 방지를 위한 신속 대응 방안 마련



① (소협) 소비자 집단민원 발생 동향* 상시 모니터링

* 1372 상담 현황, 각 기관·단체별 소비자피해예방주의보, 민원다발쇼핑몰 지정·공개 현황 등 고려

② (소협) 소비자 집단피해 기준*에 따른 공유대상 사업자 선별

* ▲소비자 집단피해(다수민원) 기준, ▲소비자 집단피해 발생 우려가 있는 이용사업자(입점업체) 범위 등 구체적인 기준은 후술하는 「소비자 집단피해 대응 협의체」를 통해 수립

③ (소협) 온소협·인기협 및 오픈마켓 10社에 소비자 집단피해 관련 현황을 지체 없이 공유하고 대응조치 요청

* 집단피해 상황 공유 및 조치결과 회신을 위한 수단(예: 비공개 게시판·카페 등)은 소단협이 마련

④ (오픈마켓) 필요시 이용사업자에 대한 소명요청 등 절차 진행

* ▲해당 이용사업자가 자사 오픈마켓에 입점해 있지 않은 경우, ▲이용사업자 소명 결과 등을 바탕으로 별도 조치가 필요하지 않다고 판단하는 경우에는 소단협·온소협·인기협에 관련 사실을 회신하고 종결

5 (오픈마켓) 소비자 집단피해 관련 이용사업자에 대한 조치 실시

- 상황에 따라 유연한 대응이 가능하도록 각사 운영정책 등을 통해 검색노출 제한 조치를 포함한 다양한 조치방안* 강구

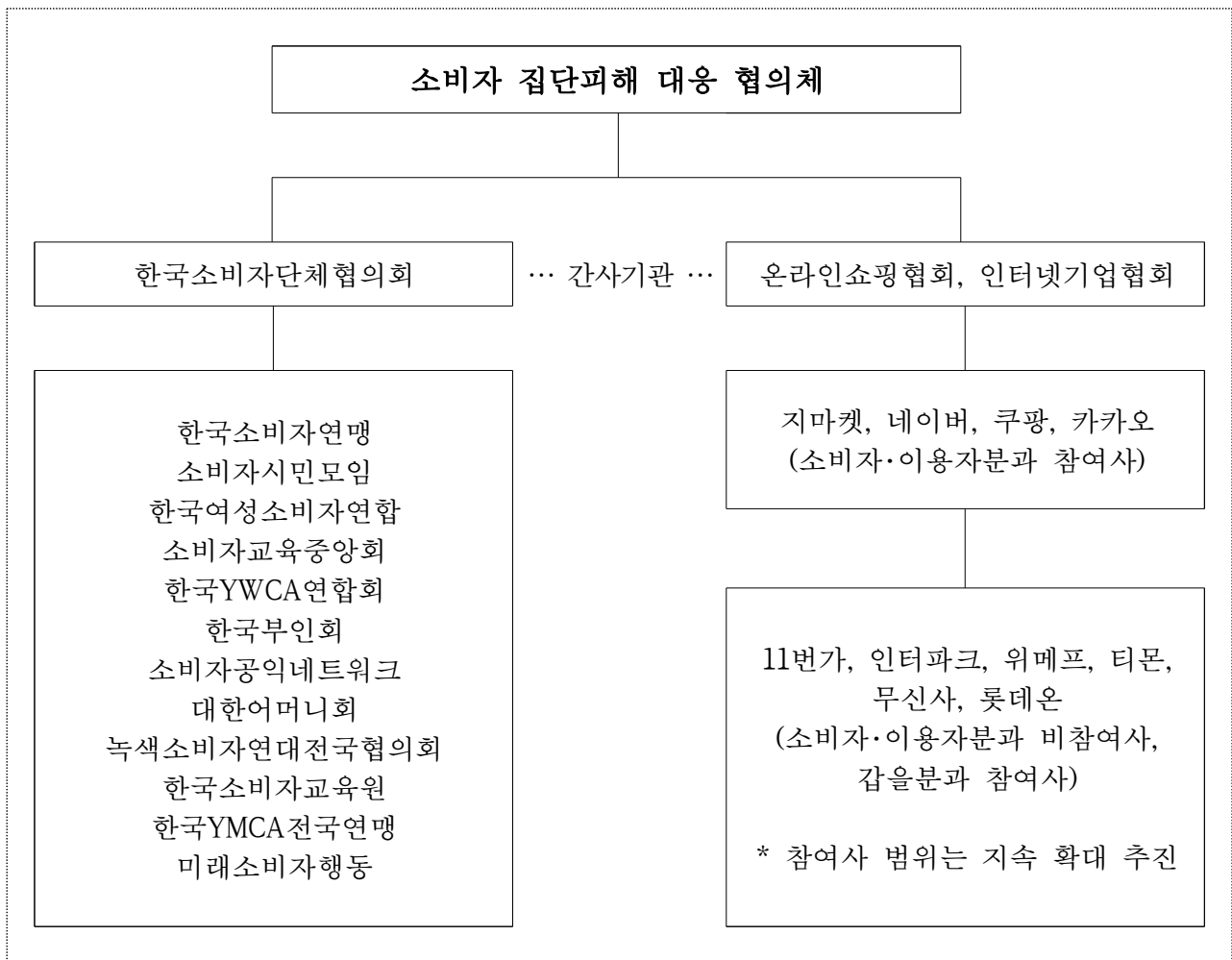
* (예) ①검색노출 제한, ②해당 사업자가 등록된 판매상품명 앞에 주의 마크를 표시하고 마크를 클릭하면 '소비자피해 주의 대상 사업자입니다' 등의 문구를 표시하는 방안, ③해당 사업자의 판매상품 페이지 접속 시 소비자피해 주의 대상임을 알리는 팝업을 표시하는 방안 등

- 각 조치별 시행 기간 및 조치해제를 위한 사유·절차도 함께 마련

- 필요시 각 사별로 계약상 근거 마련을 위한 약관·정책서 개정 등 추진

다. 「소비자 집단피해 대응 협의체」 구성·운영

- 지속적인 협력 및 소통을 위해 오픈마켓 사업자, 사업자 단체, 소비자 단체로 구성된 협의체 운영



○ (운영) 운영위원회* 정기적으로 개최** (반기별 1회, 필요 안건 논의)

* 참여기관·참여자 임원급으로 구성, 안건 정리를 위한 실무자급 작업반 별도 구성

** 운영위 심의·의결 방식 등 구체적인 운영절차는 간사기관 간 협의를 통해 별도 마련

○ (안전) 간사기관 간 협의를 통해 논의 안건 상정

<논의안건 예시>

- 소비자 집단피해(다수민원) 기준 등 소비자단체 - 오픈마켓 간 집단피해 공유 기준 수립

* 민원다발성쇼핑몰 지정제도 운영을 참고한 기준 마련

- 소비자 집단피해의 효과적 대응을 위한 모범 이용약관 권고안 마련

- 전년도 소비자 집단피해 발생 사례·유형, 대응조치 등 분석 및 관련 백서 발간

- 소비자-플랫폼 간 지속적인 소통 채널 운영 및 소비자보호를 위한 제안 사항 공유

3. 향후계획

□ 소비자·이용자 분과 전체회의 및 자율규제 방안 공개 : '23. 5월

□ 「소비자 집단피해 대응 협의체」 구성 : 방안 공개 후 1개월 이내

□ 소비자 집단피해 기준 마련 : '23. 8월말

□ 소비자피해 신속대응 시범적용 : '23. 11월