

소비생활에 가치와 신뢰를 더하여 국민의 삶의 질 향상에 기여한다.

명품 플랫폼 이용 실태조사

2022. 6.



한 국 소 비 자 원
시장조사국 온라인거래조사팀

목 차

I. 조사 개요	1
1. 조사 배경 및 목적	1
2. 조사 내용 및 방법	2
3. 조사기간 및 담당자	2
II. 일반 현황	3
1. 명품 플랫폼 현황	3
2. 관련 법규	6
III. 소비자 불만 현황	10
1. 소비자 불만 현황	10
2. 주요 불만 유형 및 사례	14
IV. 명품 플랫폼(모바일 앱)의 정보제공 실태	17
1. 거래조건 정보의 표시 위치 및 접근성	17
2. 주요 거래조건 정보 제공 실태	19
V. 명품 플랫폼 약관 분석	32
1. 조사 개요	32
2. 조사 결과	32
VI. 명품 플랫폼 이용 관련 설문조사	44
1. 소비자 인식조사 개요	44
2. 설문조사 결과	44
VII. 문제점 및 개선방안	56
VIII. 향후 조치 계획	61

‘표’ 목차

【표 1-1】 명품 플랫폼 관련 소비자상담 현황	3
【표 2-1】 주요 명품 플랫폼의 매출액	5
【표 2-2】 해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관 주요 내용	9
【표 3-1】 연도별 소비자 불만 현황	10
【표 3-2】 품목별 소비자상담 현황	11
【표 3-3】 최근 3년간 명품 플랫폼 관련 불만 유형별 현황	12
【표 3-4】 사업자별 소비자상담 현황	13
【표 4-1】 명품 플랫폼의 표시 위치 및 접근성	17
【표 4-2】 명품 플랫폼의 거래방식	19
【표 4-3】 상품정보 제공 실태	21
【표 4-4】 명품 플랫폼별 청약철회등 사유 및 기간	23
【표 4-5】 청약철회등 제한 사유와 기간 적용례	24
【표 4-6】 제품하자가 아니라고 고지한 사례	27
【표 4-7】 반품비용 정보 제공 현황	26
【표 4-7】 사업자정보 제공 실태	29
【표 4-7】 결제대금예치제도 운영 현황	30
【표 5-1】 회원탈퇴 및 자격 상실 관련 약관	33
【표 5-2】 서비스 중단에 대한 사업자 면책 약관	34
【표 5-3】 회원 간 분쟁 시 사업자 면책 약관	36
【표 5-4】 청약철회 관련 약관	38
【표 5-5】 저작물 이용 관련 약관	40
【표 5-6】 저작물 삭제 관련 약관	41
【표 5-7】 재판관할 및 준거법 관련 조항	42
【표 6-1】 최근 1년간 구매금액	44
【표 6-2】 명품 플랫폼 이용 이유	46
【표 6-3】 플랫폼의 거래방식 인식	47
【표 6-4】 명품 플랫폼 이용 시 중요하게 고려하는 거래조건 정보	47
【표 6-5】 거래조건 정보의 확인 용이성	48
【표 6-6】 상품정보 제공 충실성	48

‘표’ 목차

【표 6-7】 취소·환불 정보 확인 정도	49
【표 6-8】 취소·환불 정보 미확인 이유(복수응답)	49
【표 6-9】 취소·환불 정보 표시방법 만족도	50
【표 6-10】 판매 사업자 정보 확인 정도	51
【표 6-11】 사업자 정보 미확인 이유(복수응답)	51
【표 6-12】 판매자로부터 주문이 취소된 시점	52
【표 6-13】 구체적인 취소 사유	52
【표 6-14】 사업자의 주문취소 이후 환불 소요 기간	53
【표 6-15】 명품 플랫폼 이용 시 피해 여부 및 유형(복수응답)	53
【표 6-16】 명품 플랫폼의 정품 확인을 위한 관여도	54
【표 6-17】 정품 관련 피해 시 배상 여부	54
【표 6-18】 취소·반품비용 관련 세부 피해 유형	54
【표 6-19】 청약철회등 거부 관련 세부 피해 유형(복수응답)	55
【표 7-1】 소비자에게 불리한 명품 플랫폼의 약관 조항	60

‘그림’ 목차

【그림 2-1】 품목별 병행수입 가이드라인의 병행수입 구조(관세청, 2014))	4
【그림 4-1】 상품정보 누락 또는 외국어 표기	21
【그림 4-2】 상품정보 충실 제공	22
【그림 4-3】 해외배송의 반품비용 고지	26
【그림 6-1】 최근 1년간 명품 플랫폼 구매 품목(복수응답)	45
【그림 6-2】 명품 플랫폼 이용 시 개선 요구사항	46
【그림 6-3】 A/S 정보 안내	49
【그림 6-4】 판매자 인식 여부	50
【그림 6-5】 판매자에 의해 주문이 취소된 경험	51

I 조사 개요

1. 조사배경 및 목적

- 코로나19 장기화로 억눌린 소비 욕구를 명품으로 해소하는 보복 소비 현상과 MZ세대의 명품 선호가 증가하면서 온라인을 통한 명품 거래가 급증*하고 있음.

* 우리나라의 2021년 명품 시장 규모는 141억 달러(약 16조원)로 세계 7위이며, '19년 대비 '20년 국내 온라인 명품 시장 규모 11% 증가¹⁾

- 대부분의 명품 플랫폼은 공식 수입업자가 아닌 해외 부티크*에서 상품을 구매하여 국내로 들여오는 '병행수입'과 판매자가 해외에서 구매해 배송해주는 '구매대행'의 형태로 거래되고 있음.

* 사전적 의미는 유행하는 여성의 옷이나 장신구 전문점이며, 명품 유통 구조에서는 명품 브랜드의 총판 또는 도매상을 뜻함.

- 주요 명품 플랫폼*과 관련한 소비자 상담은 최근 3년간('19년 ~ '21년) 총 1,151건으로 매년 꾸준히 증가하고 있음.

* 머스트잇, 발란, 오케이몰, 트렌비

- 2021년부터 소비자상담이 크게 증가하여 2019년 대비 약 3배 증가한 655건이 접수됨.

【표 1-1】 명품 플랫폼 관련 소비자상담 현황

(단위 : 건)

구분	2019년	2020년	2021년	계
건수	171	325	655	1,151
2019년 대비 증감율	-	90.1% ↑	283.0% ↑	

* 출처 : 1372소비자상담센터

- 특히, 플랫폼에서 해외 판매자의 정보와 유통 경로를 명확하게 밝히지 않거나, 제품 불량, 배송 지연 등의 문제가 생겼을 때 플랫폼의

1) 출처: 중앙일보(2021.8.18., 2021.12.10.) 유로모니터 조사결과 재인용

소극적 대응 등의 소비자 불만이 있는 것으로 나타남*.

* 명품 플랫폼이라면서 상품 불량, 환불 문제엔 팔짱(소비자가 만드는 신문, '21.10.8.)

○ 하지만 플랫폼 약관 또는 상품페이지 등은 현지 구매 후 반품 불가, 특정 품목 반품 불가 등을 명시하고 있어 소비자 피해가 예상됨.

□ 이에 따라, 명품 플랫폼의 이용 실태를 파악하고 소비자 상담 분석, 약관 분석 등을 통해 온라인 명품 거래의 문제점에 대한 개선방안을 마련하여 소비자 권익 증진에 기여하고자 함.

2. 조사 내용 및 방법

구분	조사 내용	조사 방법
일반 현황	- 명품 플랫폼 관련 일반 현황 - 시장 동향, 유통 구조 등	자료조사
법·제도	「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「저작권법」, 「관세법」 등	문헌조사
불만·피해 분석	명품 플랫폼 이용 관련 소비자 불만·피해 분석	소비자상담 사례 분석
거래실태 조사	- 명품 플랫폼 관련 소비자 인식조사 - 이용 실태, 거래조건 표시, 피해 경험 등	온라인 설문조사
	- 명품 플랫폼 내 주요 거래조건 실태 모니터링 - 명품 플랫폼의 약관 분석 등	실태조사 (온라인 모니터링)

3. 조사기간 및 조사자

□ 조사 기간 : 2022. 2. 3. ~ 6. 15.

□ 조사자 : 국은숙 차장

Ⅱ 일반 현황

1. 명품 플랫폼 현황

가. 명품 및 명품 플랫폼의 정의

- (명품의 정의) 명품(名品, luxury goods)이란 세계적으로 아주 유명하고 가격이 아주 비싼 상표의 제품²⁾을 의미하며, 최근에는 제품 자체의 성능·품질보다는 제품이 가지고 있는 브랜드에 맞춰져 고가의 해외브랜드 제품으로 인식되고 있음.³⁾
- (플랫폼의 정의) 전자상거래를 실현하도록 돕는 플랫폼으로 범위를 한정하면 계약을 체결하거나 계약체결 과정을 용이하게 하는 현대적 온라인 시장을 의미하며, 시장의 역할만 하는 경우(장소대여형), 거래의 중개 내지 매개역할을 하는 경우(거래중개형), 직접 판매를 하는 경우(판매자형)로 구분할 수 있음.⁴⁾
- (명품 플랫폼의 정의) 고가의 해외브랜드인 패션 명품을 온라인(PC 웹사이트 또는 모바일 앱)으로 거래할 수 있도록 구축된 전자상거래 플랫폼을 의미하며, 본 조사에서 이 정의를 사용함.
- 캐퍼러(Kapferer)는 명품 플랫폼(Luxury Fashion Platform)이 세계 각국의 다양한 명품 브랜드 제품을 취급하고 진보된 기술로 전 세계 시장을 대상으로 빠른 배송 서비스와 안전한 전자상거래 서비스를 제공한다고 기술함.⁵⁾

2) 네이버 국어사전,

https://dict.naver.com/search.nhn?dicQuery=%EB%AA%85%ED%92%88&query=%EB%AA%85%ED%92%88&target=dic&query_utf=&isOnlyViewEE=

3) 문연희, 「위조명품 구매의도에 미치는 영향 요인」, 한국상품학회, 2017.

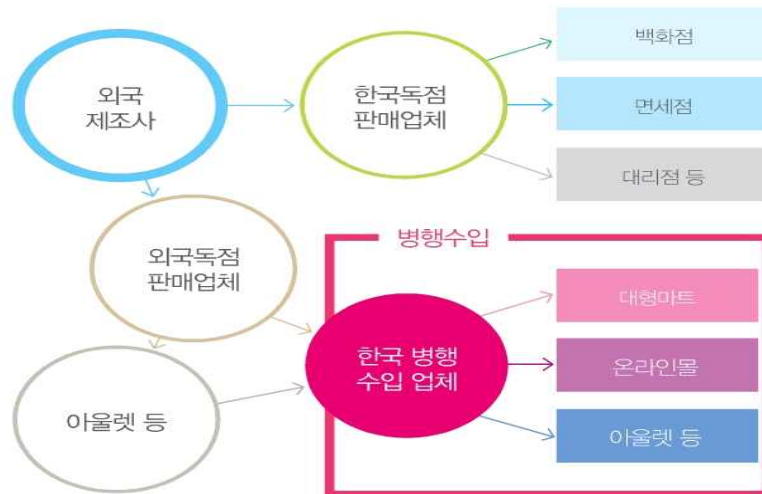
4) 이병준, 「전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임」, 한국소비자법학회, 2019.

5) 김수지, 허희진, 추호정, 「럭셔리 패션 플랫폼 속성이 온라인 구전의도에 미치는 영향」, 한국의류학회, 2021.
재인용(Kapferer, J.-N. (2014). The future of luxury: Challenges and opportunities. Journal of Brand Management, 21(9), 716-726. doi:10.1057/bm.2014.32)

나. 국내 명품 플랫폼의 유통 구조

- (병행수입) 해외 명품 브랜드의 국내 독점 판매권을 가지고 있는 공식 수입업체가 아닌 일반 수입업자가 공식 유통경로 외 다른 유통경로를 거쳐 국내로 들여오는 상품을 판매하는 방식
 - 국내배송 상품은 일반적으로 병행수입 제품으로 볼 수 있으며, 판매자가 사전에 구매를 완료하여 상품의 재고가 있는 경우임.
 - 병행수입 상품은 공식 유통 제품과 비교하여 가격이 저렴하나, 국내에서 공식 서비스센터의 A/S가 제한될 수 있음.

【그림 2-1】 품목별 병행수입 가이드라인의 병행수입 구조(관세청, 2014)



- (구매대행) 해외에서 구매 가능한 상품에 대해 타인(회사 등)에게 구매 절차를 대행하게 하고 소비자는 수수료 등을 지급하는 거래형태로서, 소비자의 명의로 상품을 수입·통관함.
 - 명품 플랫폼은 가격, 구매대행 수수료, 상품 등의 정보를 플랫폼을 통해 판매자가 제공하고 소비자로부터 해외 현지 구매·결제·배송 등 모든 구매 절차를 위임받아 배송하는 거래형태로서 '쇼핑몰형 해외 구매대행'에 해당함.

* '위임형 해외구매대행'은 이용자가 희망하는 재화 등에 대해 회사에 구매해 줄 것을 일체 의뢰하는 형태임.

- 구매대행은 판매자가 재고를 보유하지 않으며, 제품 교환이 어렵거나 국내에서 공식 서비스센터의 A/S가 제한될 수 있음.

다. 명품 플랫폼의 시장현황

- (국내 명품 플랫폼별 매출액) 국내 주요 명품 플랫폼의 2021년 매출액은 오케이몰이 288,596백만원으로 가장 많았고, 다음으로 발란이 52,180백만원, 트렌비가 21,762백만원, 머스트잇이 19,949백만원 순이었음.
- 국내 주요 명품 플랫폼 중 하나인 발란은 2020년 대비 2021년 매출액이 약 114.5% 증가했으며, 머스트잇은 약 66.0%, 오케이몰과 트렌비는 각각 27.2% 증가함.⁶⁾

[표 2-1] 주요 명품 플랫폼의 매출액

(단위 : 백만원)

플랫폼 사업자	매출액	
	2020년	2021년
머스트잇	12,019	19,949 (66.0% ↑)
발란	24,324	52,180 (114.5% ↑)
오케이몰	226,816	288,596 (27.2% ↑)
트렌비	17,106	21,762 (27.2% ↑)

* 사업자명 가, 나, 다순

- 다만, 오케이몰을 제외한 3개 플랫폼은 광고비 지출 등으로 영업이익은 적자에 머물고 있음.

* 2021년 기준 적자는 머스트잇은 약 100억원, 발란은 약 186억원, 트렌비는 약 330억원임.

6) 금융감독원 전자공시시스템(DART) 감사보고서 참고(2022.4.25. 검색)

2. 관련 법규

가. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 [약칭 : 「전자상거래법」]

「전자상거래법」은 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정하여 소비자 권익 보호를 목적으로 하며, 제10조, 제12조, 제13조, 제15, 제17조, 제18, 제20조 등에서 거래 당사자인 소비자와 판매자 및 통신판매중개자의 책임범위 및 준수 사항을 정하고 있음.

- **(정의)** 제2조에서 소비자와 통신판매자 그리고 통신판매중개의 개념을 정의하고 있음.
 - 명품 플랫폼이 직접 거래에 대한 책임을 부담하는 경우 ‘통신판매자’의 지위를 가지고, 플랫폼 내 입점 판매자에게 영리 행위를 할 수 있도록 장을 마련하고 중개하는 경우 ‘통신판매중개자’의 지위를 가짐.
 - 명품 플랫폼을 통해 재화등을 거래하는 입점 사업자는 ‘통신판매업자’에 해당됨.
- **(사이버몰의 운영)** 제10조에서 전자상거래를 하는 사이버몰 운영자의 신원정보 표시 의무를 규정함.
- **(통신판매업자의 준수 의무)** 제12조(통신판매업자의 신고), 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공), 제15조(재화등의 공급 등), 제17조(청약철회 등), 제18조(청약철회등의 효과) 등의 규정을 두고 있음.
- **(통신판매중개자의 의무와 책임)** 제20조에서 통신판매중개자는 자신이 거래 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 초기화면 등에 미리 고지해야 한다고 규정함.
 - 제20조의 2에서는 거래 당사자가 아님을 고지하지 않은 경우 발생한 소비자 피해에 대해 통신판매중개의뢰자와 연대배상 책임을 지도록 정하고 있음.

- (편면적 강행규정) 제35조에서는 청약철회·대금환급·손해배상 등과 관련한 규정을 위반한 약정으로서 소비자에게 불리한 것은 효력이 없다고 명시하고 있음.

나. 「약관규제에 관한 법률」 [약칭 : 「약관법」]

「약관법」은 사업자가 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성하여 사용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하기 위해 제6조부터 제14조까지 불공정약관조항을 규정하고, 그 사용을 금지하고 있음.

- (불공정약관조항) 6조(일반원칙), 제7조(면책조항의 금지), 제8조(손해배상액의 예정), 9조(계약의 해제·해지), 제10조(채무의 이행), 제11조(고객의 권익 보호), 제12조(의사표시의 의제), 제13조(대리인의 책임 가중), 제14조(소송 제기의 금지 등)
- (불공정약관조항의 사용 금지) 제6조부터 제14조까지의 규정에 해당하는 불공정약관조항은 계약의 내용으로 하여서는 안 됨.

다. 「관세법」

「관세법」에서는 해외직구를 이용하는 소비자를 보호하고 사업자 관리·감독 강화를 위해 제222조 및 동법 시행령 제231조에서 일정 규모 이상의 구매대행업자에게 등록 의무를 규정함.

- (보세운송업자 등록) 일정 규모 이상의 구매대행업자는 제222조(보세운송업자등의 등록 및 보고)에 따른 ‘보세운송업자 등’에 포함되므로 관세청장이나 세관장에게 등록하여야 함.
- 등록대상인 구매대행업자는 동법 시행령 제231조(보세운송업자 등의 등록)에 따라 통신판매업자로 신고한 자로써 직전 연도 구매한 수입물품의 총 물품가격이 10억원 이상인 경우임.
 - * 시행 당시 구매대행업을 하고 있는 자는 2022년 6월 30일까지는 등록된 것으로 간주하여 1년간 등록유예

라. 「저작권법」

- (저작물의 이용허락) 제46조에서 저작재산권자는 다른 사람에게 그 저작물의 이용을 허락할 수 있고, 허락을 받은 자는 허락받은 이용 방법 및 조건의 범위 안에서 그 저작물을 이용할 수 있으며, 허락에 의하여 저작물을 이용할 수 있는 권리는 저작재산권자의 동의 없이 제3자에게 이를 양도할 수 없다고 규정함.

마. 「전자상거래(인터넷사이버몰) 표준약관」

- (목적) 전자상거래 사업자가 운영하는 사이버몰에서 제공하는 서비스를 이용함에 있어 사이버 몰과 이용자의 권리·의무 및 책임사항을 규정함을 목적으로 함.
- (주요 내용) 제3조(약관 등의 명시와 설명 및 개정), 제5조(서비스의 중단), 제7조(회원 탈퇴 및 자격 사실 등), 제13조(재화 등의 공급), 제14조(환급), 제15조(청약철회등), 제22조(저작권의 귀속 및 이용제한), 제23조(분쟁해결), 제24조(재판권 및 준거법) 등에 관하여 규정하고 있음.

바. 「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」

- (목적) 쇼핑몰형 구매대행 관련 서비스를 이용하면서 사업자와 소비자 간의 권리 의무·책임사항 및 절차 등을 규정함.
- (주요내용) 제3조(서비스의 제공), 제5조(상품가의 구성), 제7조(검수 및 재포장), 제9조(통관), 제11조(청약철회) 및 제15조(반품), 제16조(교환과 수리) 등에 관하여 규정하고 있음.
 - (정보제공 의무) 판매가격의 구성 내역 고지, 청약철회의 시점에 따른 반품료 구분 고지, 교환 및 수리업무 미수행 고지 등 계약의 주요 사항과 관련하여 적절한 정보제공 의무가 있음.
 - (매매계약 및 발송 관련 입증 의무) 제15조에서는 해외 현지 수령장 소로 제품이 발송된 이후 소비자가 청약철회 요청 시, 소비자가 해

외 현지 운송료 및 구매 수수료, 해외 현지 반송료를 부담하되, 입점 사업자를 포함한 구매대행업체는 매매계약 체결 일시 및 발송 일시를 소비자에게 입증하여야 한다고 규정함.

[표2-2] 해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관 주요 내용

구분	주요 내용
청약철회	제11조(청약철회 등) 이용자는 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일 이내에 청약철회 등을 할 수 있음 제12조(청약철회의 제한) 이용자 책임 사유로 재화 분실 및 파손되거나, 일부 소비 등으로 재화 가치가 현저히 감소하였거나, 복제가 가능한 원본 재화의 포장을 훼손했거나, 주문생산한 재화의 경우 청약철회가 제한됨 제13조(상품상이, 하자, 파손 등) 제12조에도 불구하고 재화 등의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 때에는 해당 재화 등을 공급받은 날부터 3개월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약철회 등을 할 수 있음
반품	제15조(반품) ① (재화가 해외 현지 수령 장소로 발송된 이후의 청약철회) 해외 현지 운송료 및 구매 수수료, 해외 현지 반송료는 이용자가 부담하며, 이 경우 회사는 이용자에게 해당 매매계약이 체결된 일시 및 발송의 일시를 증빙하는 자료를 제시하여야 함. ② (재화가 국내 수령 장소로 발송된 이후의 청약철회) 재화 등의 수입 시 발생한 해외 현지 운송료, 해외 세금, 해외 현지 수령 장소 이용료, 선적비용, 항공운송료, 통관 업무 위탁 수수료, 관·부가세 등 해당 재화 등을 수입하기 위해 들어간 비용과 회사의 국내주소지로 해당 재화를 반송하는 운송료는 이용자가 부담함. ⑤ 회사는 제1항 및 제2항 관련 사실을 사전에 "몰"에 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하여야 함.
교환과 수리	제16조(교환과 수리) ① 회사는 재화 등의 재고를 보유하고 있지 않으므로 교환은 불가능하나, 청약철회 등에 따른 반품 및 환불은 가능 ② 회사는 재화 등의 수리(A/S) 업무를 수행하지 않음 ③ 제1항 및 제2항의 사항을 회사가 "몰"에 사전에 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하는 등의 조치를 취하지 않았다면, 회사는 이용자의 교환과 수리 요구에 협조하여야 함.

Ⅲ 소비자 불만 현황

1. 소비자 불만 현황

1372소비자상담센터 상담 데이터 중 피신청인을 ‘머스트잇, 발란, 오케이몰, 트렌비’로 검색하여 중복데이터 및 명품과 직접 관련이 없는 데이터를 제외한 1,151건을 대상으로 최종 분석함.

가. 연도별 현황

□ 최근 3년간(2019년~2021년) 1372소비자상담센터⁷⁾에 접수된 주요 명품 플랫폼* 관련 소비자상담 건수는 1,151건이었음.

* 머스트잇, 발란, 오케이몰, 트렌비

- 2019년은 명품 플랫폼 관련 소비자상담이 171건이었으나, 2020년은 325건으로 증가하여 2019년 대비 90.1% 증가함.
- 2021년은 소비자상담이 급증하여 2019년 대비 283.0%, 2020년 대비 101.5% 증가한 655건이었음.

[표 3-1] 연도별 소비자 불만 현황

(단위 : 건)

구분	1분기	2분기	3분기	4분기	계 (전년 대비 증가)
2019년	-	19	69	83	171
2020년	64	76	92	93	325 (90.1% ↑)
2021년	114	135	125	281	655 (101.5% ↑)
계	178	230	286	457	1,151

7) 공정거래위원회가 운영하고 한국소비자단체협의회, 한국소비자원, 광역지자체가 참여하여 상담을 수행하는 전국 단위 소비자상담 통합 콜센터

나. 품목별 현황

- 최근 명품 플랫폼에서 품목을 다변화하고 있으나,⁸⁾ 주로 거래되는 품목은 여전히 패션 명품이며, 1372소비자상담센터로 불만 접수된 품목 역시 패션 명품이 대부분을 차지했음.
- ‘의류’가 395건(34.3%)으로 소비자상담이 가장 많았으며, 다음으로 ‘신발류’가 342건(29.7%), ‘가방·지갑류’가 282건(24.5%), 벨트, 스카프 등의 ‘패션잡화’가 66건(5.7%), ‘시계·보석류’가 33건(2.9%) 등으로 분석되었음.

[표 3-2] 품목별 소비자상담 현황

(단위 : 건, %)

품목 ⁹⁾	건수	비율
의류	395	34.3
신발류	342	29.7
가방·지갑류	282	24.5
패션잡화*	66	5.7
시계·보석류	33	2.9
아동용품	2	0.2
화장품·향수	1	0.1
기타**	30	2.6
계	1,151	100

* 스카프, 모자, 벨트, 선글라스 등

** 분류 품목 이외 상품 및 품목이 확인되지 않는 경우

8) “온라인서 구찌 쿠션, 에르메스 그릇 산다...명품 플랫폼의 진화”, <https://www.joongang.co.kr/article/25043758>, 중일일보(2022.1.26.)

9) 명품 플랫폼의 카테고리를 참고하여 소비텔 품목 분류 중 중분류를 재구성함.

다. 불만 유형별 현황

- 최근 3년간 접수된 주요 명품 플랫폼 관련 소비자상담 1,151건을 불만 유형별로 분석한 결과, 명품의 '품질 불량·미흡'이 382건(33.2%)으로 가장 많았고, 다음으로 '청약철회등 거부'가 324건(28.1%)이었음.
- 그 외 '취소·반품비용 불만'이 124건(10.8%), '배송지연'이 70건(6.1%), '표시·광고 미흡'이 58건(5.0%), 'AS 불만'이 55건(4.8%), '계약불이행'이 47건(4.1%), '가품 관련 불만'이 43건(3.8%) 순 등이었음.

【표 3-3】 최근 3년간 명품 플랫폼 관련 불만 유형별 현황

(단위 : 건, %)

불만 유형		세부 불만 유형	건수(비율)
품질 불량·미흡		-	382(33.2)
청약철회등* 거부	단순변심	102(8.9)	324(28.1)
	특정품목의 취소·반품 불가 사전고지	76(6.6)	
	청약철회기간 제한	44(3.8)	
	기타(사용훼손, 귀책원인 불명 등)	102(8.9)	
취소·반품비용 불만		-	124(10.8)
배송지연		-	70(6.1)
표시·광고 미흡		-	58(5.0)
AS 불만		-	55(4.8)
계약불이행**		-	47(4.1)
가품 관련 불만		-	43(3.7)
사업자 연락두절		-	9(0.8)
시스템 오류		-	7(0.6)
추가수수료		-	6(0.5)
기타***		-	26(2.3)
계		-	1,151(100.0)

* 취소, 교환, 반품(환불) 등 청약철회와 계약의 해제 관련

** 사업자의 주문취소, 구성품 누락, 오배송 등

*** 불만이 아닌 단순 문의 등

- ‘품질 불량·미흡’ 유형은 소비자가 상품의 하자를 이유로 청약철회 등을 요청해도 사업자가 제품하자가 아니라며 이를 거부하거나, 반품 비용을 소비자에게 전가하는 것이 주요 불만 내용이었음.
- ‘청약철회등 거부’ 유형은 324건 중 102건(8.9%)이 ‘단순변심’에 의한 청약철회를 거부하는 유형이었고, 76건(22.5%)은 사업자가 ‘특정품목의 취소·반품이 불가하다는 내용을 사전에 고지’했다는 이유로 청약철회를 거부하는 경우였으며, 44건(3.8%)은 청약철회기간 제한에 대한 불만이었음.

라. 사업자별 현황

- 최근 3년간 명품 플랫폼 4곳의 소비자상담 접수 현황을 분석한 결과, 트렌비가 318건으로 가장 많았으며, 발란(299건), 오케이몰(290건), 머스트잇(244건) 순이었음.
- 2021년에는 전체 소비자 상담이 급증하였는데, 전년 대비 증가율은 발란이 330.2%로 가장 높았으며, 트렌비가 207.1%, 머스트잇이 33.7%였음.
- 한편, 오케이몰은 2021년 전년 대비 15.1% 감소하였음.

[표 3-4] 사업자별 소비자상담 현황

(단위 : 건, %)

구분	2019년	2020년	2021년	전년 대비 증가율(2021년)	계(비율)
트렌비	33	70	215	207.1%	318(27.6)
발란	18	53	228	330.2%	299(26.0)
오케이몰	70	119	101	-15.1%	290(25.2)
머스트잇	50	83	111	33.7%	244(21.2)
계	171	325	655		1,151(100.0)

* 사업자명은 소비자상담 접수 건수 순임.

2. 주요 불만 유형 및 사례

- (품질 미흡) 봉제가 불량한 운동화, 얼룩이 있는 가죽 가방, 양말의 사이즈가 차이가 나는 구두 등에 대해 품질 불량이 아니라는 이유로 환불을 거부하는 유형

품질 불량·미흡

소비자(남, 40대)는 2021.12.27. 명품 운동화를 400,000원에 구매함. 수령 후 운동화 양쪽 형태가 비대칭으로 달라 환불을 요구하였으나, 사업자는 품질 불량이 아니며 반품비용을 부담할 경우 환불하겠다고 함. 소비자는 품질 불량이므로 전액 환불을 요구함.

- (청약철회 등 거부) 취소·반품 불가 사전고지에 따른 청약철회 거부, 단순변심으로 인한 청약철회 거부, 사업자가 정한 반품기간이 지난 경우 청약철회를 거부하는 유형

취소·반품 불가 사전고지에 따른 청약철회 거부

소비자(여, 30대)는 2020.6.13. 수영복을 구입하고 사이즈가 작아서 큰 사이즈로 교환 또는 반품을 요구함. 사업자는 수영복은 시착을 하지 않았더라도 교환 또는 반품이 안 되고, 상품 상세페이지에는 없지만 Q&A를 통해 사전고지하고 있다며 교환 또는 반품을 거부함. 소비자는 시착하지 않은 수영복의 반품을 요구함.

단순변심에 의한 청약철회 거부

소비자(여, 40대)는 2021.10월 원피스를 30만원에 구입하고 단순변심으로 청약철회를 신청함. 사업자는 해외배송이므로 단순변심으로 인한 청약철회가 불가하다고 함.

- (취소·반품비용 불만) 주문 후 바로 취소하더라도 일정한 취소비용이 발생하거나, 반품비용이 과다한 유형

주문 후 취소 시 비용 발생

소비자(남, 60대)는 2021.8.12. 신발을 주문하고 30분 후 주문 취소함. 사업자는 해외 판매처에 주문이 되었기 때문에 취소비용 40,000원을 공제하고 환불하겠다고 함. 소비자는 주문 후 30분만에 취소하였고, 해외 판매처에 주문이 되었는지 알 수 없기 때문에 취소비용 공제는 부당하다고 주장함.

과다한 반품비용 발생

소비자(남, 40대)는 2021.10.20. 벨트를 85,000원에 구매함. 수령 후 단순변심으로 환불을 요청하니, 사업자는 반품비용이 150,000원이라고 함. 소비자는 상품 구입가보다 약 2배 비싼 반품비용은 부당하므로 합리적인 조정을 요구함.

□ (배송지연) 주문한 상품의 배송이 지연되는 유형

배송지연

소비자(남, 40대)는 2021.4.25. 시계를 1,700,000원에 구매함. 주문 당시 배송기간이 4일이라고 안내받았으나, 한달이 지나도록 받지 못함. 아무런 연락이 없어 사업자에게 연락하니 6.5.까지 기다리라고 함. 소비자는 배송지연에 대한 배상을 요구함.

□ (표시·광고 미흡) 표시된 상품 정보와 다른 제품이 배송되거나, 고지된 상품 설명이 미흡한 유형

표시·광고 미흡

소비자(여, 40대)는 2020.2.24. 스니커즈 7사이즈(240mm)를 570,200원에 구입함. 수령 후 사이즈가 커서 환불을 요청하니 사업자는 남성용은 7사이즈가 250mm가 맞다며 환불을 거부함. 상품 설명에서 남성용이라고 표시되지 않았고, 스니커즈를 착화한 모델이 모두 여자였음. 소비자는 상품정보 표시가 미흡하고 오인의 소지가 있으므로 환불을 요구함.

□ (AS 불만) 상품에 대한 수리를 거부하거나 비용을 청구하는 유형

AS 불만

소비자(여, 30대)는 2020.7.26. 프라다 지갑을 411,000원에 구매함. 같은 해 똑딱이 버튼이 잘 닫히지 않아 사업자에게 수리를 요구하니 프라다 로고가 없는 부품으로 교체되고 수리비도 유상이라고 함. 소비자는 구매 당시 유상 수리 및 다른 부품으로 진행된다는 내용을 안내받은 적이 없음. 소비자는 품질보증기간 이내 하자 발생이므로 무상 수리를 요구함.

- (계약불이행) 상품 주문 이후 사업자가 일방적으로 계약을 취소하거나, 구성품을 누락하고 배송하는 유형

계약불이행

소비자(남, 50대)는 2021.1.9. M사 패딩을 790,000원에 구매함. 주문 즉시 카카오톡으로 배송준비가 완료되면 배송이 시작된다고 안내함. 그러나 같은 해 1.21. 사업자가 일방적으로 품질로 환불한다고 안내함. 소비자는 사업자의 일방적 주문취소는 부당하며 환불도 지연되고 있으므로 신속한 환불 및 배상을 요구함.

- (가품 관련 불만) 정품이 아니라고 의심되는 상품이 배송된 유형

가품 관련 불만

소비자(여, 40대)는 2021.7.30. 샤넬 클러치를 1,800,000원에 구매함. 수령 후 정품이 아닌 가품으로 의심되어 명품 감정원에 감정을 의뢰하였고, 정품이 아니라는 소견서를 받음. 사업자에게 가품 판정에 대해 알리니 제휴를 맺은 감정원에서 정품이 아니라고 판정할 경우 배상이 가능하다고 함. 소비자는 사업자가 가품일 경우 200% 배상한다고 공지하였으므로 가품으로 판정된 클러치에 대한 배상을 요구함.

IV

명품 플랫폼(모바일 앱)의 정보제공 실태

1. 거래조건 정보의 표시 위치 및 접근성

- (표시 위치) 플랫폼의 상품페이지에서 일정한 양식을 통해 제공하는 정보의 표시 위치를 확인한 결과, 4개 플랫폼 모두 '가격과 배송 정보'가 제일 상단에 위치함.
- '상품 정보'와 '판매자 정보'는 머스트잇의 경우 탭을 클릭하여 이동하는 형식이나, 그 외 플랫폼은 중단에 위치함.
- '교환·반품(환불)' 정보는 상품페이지의 하단이거나 또는 탭의 가장 오른쪽에 위치했고, 상단에 위치해도 한번 더 클릭해야 정보를 볼 수 있음.
- (정보 접근성) '머스트잇 내 입점 판매자의 신원정보'는 4번의 추가 클릭 후에야 확인이 가능했고, '트렌비의 반품/교환 정보'는 기호①를 클릭해야 볼 수 있어 다른 정보들 대비 정보 접근성이 낮았음.

【표 4-1】 명품 플랫폼의 표시 위치 및 접근성

구분	정보 표시 위치 및 접근성			
머스트잇	① 가격 정보			
	② 배송 정보(국내/외 표시)			
	③ 판매자 아이디(판매된 상품, 구매자 만족도, 전체 구매후기)			
	④ 상품정보	⑤ 판매자소개 (배송/AS/반품/교환)	⑥ 리뷰	⑦ 상품문의
	원산지	판매자 아이디	최근 등록순/ 평점 높은순/ 추천 많은순	
	출고지	판매자 배송정보		
	판매형태(병행수입/구매대행)	판매자 반송정보 (반송비용, 교환/반송지역)		
	KC 안전 인증정보	반품/교환 규정		
	사진 및 상품정보			
※ ④ ~⑦은 탭 이동				
발란	① 가격 정보			
	② 배송 정보 (해외/국내)			
	③ 판매자 제공 상품정보			
	④ 발란 제공 상품정보(상품의 모델명 등)			
	⑤ 판매자 정보(판매자샵 가기 클릭 후 이동)			
	⑥ 상품리뷰(최신순/ 추천순)			
	⑦ 배송/교환/반품/AS 안내(반품비용)			
	⑧ 자주 묻는 질문			

구분	정보 표시 위치 및 접근성			
오케이몰	① 가격 정보			
	② 배송정보(비용/출발일/완료예상일)			
	③ 추가정보(원산지, 사용권장계절)			
	④ 상품설명	⑤ 상세설명	⑥ 상품리뷰	⑦ 교환/환불/배송
	상품정보	실측 및 구매 주의사항	최신순	배송(비용)
		브랜드 주의사항	오래된 순	교환/환불/AS
		구매 시 주의사항	만족도 높은 순	자주 묻는 질문
		만족도 낮은 순		
※ ④ ~⑦은 화면 스크롤 이동으로 전체내용 보기가 가능하고 탭 이동도 가능				
트렌비	① 가격 정보			
	② 구매정보(배송비/관세, 배송예정일 ^① , 반품/교환 ^①) * ①를 클릭하여 정보 확인			
	③ 상품정보(브랜드, 상품명, 정상가격)			
	④ 판매자 제공 정보(제공업체, 상품코드)			
	⑤ 리뷰(평점 높은 순)			

2. 주요 거래조건 정보 제공 실태

가. 실태조사 개요

■ 조사 대상: 머스트잇, 발란, 오케이몰, 트렌비 4개 명품 플랫폼*

* 선정기준 : 구글 앱마켓에서 '명품 플랫폼'을 키워드로 검색 시 다운로드 50만 이상인 국내 모바일앱(사업자명은 가나다순)

■ 조사 기간: 2022. 4. 15. ~ 4. 20(1차), 5. 17. ~ 5. 25(2차)

■ 조사 내용: ①거래방식 안내(구매대행, 병행수입 등), ②상품정보 제공 ③청약철회 등 정보 제공 ④사업자 정보 제공, ⑤결제대금예치 제도 운영 ⑥소비자 불만·분쟁해결 기준 마련, ⑦기타(정품 보증 정보, A/S 정보 등)

나. 명품 플랫폼의 거래방식 안내

「전자상거래법」 제13조에서는 거래 관련 주요 정보를 소비자가 알기 쉬운 곳에 표시하도록 정하고 있고, 구매대행 등의 여부는 거래방식에 대한 정보로서 배송 절차, 교환·수리 등 주요 거래조건이 국내 거래와 다르므로 소비자가 구매 결정 전 확인해야 할 중요한 거래조건으로 볼 수 있음.

□ 조사대상 명품 플랫폼이 거래방식을 안내하고 있는지 조사한 결과, 머스트잇은 상품정보에서 거래방식을 구분하여 안내하였고, 오케이몰은 모든 제품이 직매입(병행수입)이라고 안내했음.

○ 발란은 즉시 발송이 가능한 병행수입을 당일배송으로 안내하고 있고, 트렌비는 결제 동의 과정에서 플랫폼 내 거래를 구매대행으로 안내하면서 구매대행 상품(해외), 익일배송 상품(국내), 리세일 상품 등으로 구분하고 있음.

* 일반적으로 해외배송은 구매대행, 국내배송은 병행수입으로 이해되고 있으나, 배송형태와 거래방식이 일치하지 않는 경우도 있을 수 있음.

【표 4-2】 명품 플랫폼의 거래방식

구분	거래방식	안내 여부 및 방법	안내 위치
머스트잇	구매대행, 병행수입	○ (구매대행 또는 병행수입)	상품정보
발란	구매대행, 병행수입	○ (병행수입은 당일배송으로 안내)	배송정보
오케이몰	병행수입(직매입)	○ (직매입)	초기화면
트렌비	구매대행, 병행수입, 개인간거래(C2C)	○ (구매대행, 익일배송, 리세일 등)	결제 과정

다. 상품정보제공고시에 따른 상품정보 제공

- 「전자상거래법」 제13조 제4항에 따른 「전자상거래등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」(이하 ‘상품정보제공고시’라 함)는 통신판매업자가 상품을 판매하는 때에는 계약체결 전에 ‘품목별 재화 등에 관한 정보’를 제공해야 한다고 규정함.

* 표시·광고 및 고지의 내용과 방법은 다르게 정할 수 있음

- 상품 등의 정보 제공 방법은 ①소비자가 알아보기 쉽도록 위치·글자 크기 등을 선택하여 명확하게 제공하여야 하고, ②소비자가 이해하기 쉬운 용어로 작성하여야 함.

상품 등의 정보의 내용_명품 플랫폼에서 주로 거래되는 품목별 재화에 관한 정보			
< 의류 >	< 구두/신발 >	< 가방 >	< 패션잡화 >(모자/벨트/악세서리)
1. 제품소재 (섬유의 조성 또는 혼용률을 백분율로 표시 기능성인 경우 성적서 또는 허가서) 2. 색상 3. 치수 4. 제조자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기(병행수입의 경우 병행수입 여부로 대체 가능) 5. 제조국 6. 세탁방법 및 취급시 주의사항 7. 제조연월 8. 품질보증기준 9. A/S 책임자와 전화번호	1. 제품 주소재(운동화인 경우에는 겹감, 안감을 구분하여 표시) 2. 색상 3. 치수 발길리: 해외사이즈 표기시 국내 사이즈 병행 표기(mm) 굽높이(굽 재료를 사용하는 여성화에 한함, cm) 4. 제조자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기(병행수입의 경우 병행수입 여부로 대체 가능) 5. 제조국 6. 취급시 주의사항 7. 품질보증기준 8. A/S 책임자와 전화번호	1. 종류 2. 소재 3. 색상 4. 크기 5. 제조자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기(병행수입의 경우 병행수입 여부로 대체 가능) 6. 제조국 7. 취급시 주의사항 8. 품질보증기준 9. A/S 책임자와 전화번호	1. 종류 2. 소재 3. 치수 4. 제조자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기(병행수입의 경우 병행수입 여부로 대체 가능) 5. 제조국 7. 취급시 주의사항 8. 품질보증기준 9. A/S 책임자와 전화번호

- 조사 결과, 4개의 명품 플랫폼에서 판매 중인 상품 160개* 중 27개(16.9%)가 품목별 정보에서 일부 사항을 누락하고 있었고, 일부 플랫폼에서는 설명이 외국어로만 표기되거나 글자 크기가 작고 화면 확대가 안 되어 모바일 기기에서 상품정보를 알아보기 어려운 것으로 확인됨.

* 플랫폼별 40개 상품(품목별로 랭킹순 상위, 브랜드가 중복될 경우 후순위 상품 선정)

- 실물 확인이 어려운 전자상거래는 소비자가 거래조건을 정확하게 이해하고 착오없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 판매자가 상품정보를 충실히 제공하여야 하나, 소재, 치수, 제조국, 제조연월, 품질보증기준, 취급시 주의사항 등의 정보가 누락됨.

- 각 플랫폼에서 특정한 형식없이 자유롭게 상품정보를 제공하고 있었고, 판매자가 복수(머스트잇, 발란)이거나 같은 상품에 여러 공급처(트렌비)가 있는 경우 동일한 플랫폼이라도 판매자(또는 공급처)별로 제공되는 정보의 충실성에 차이가 컸음.
- 품목별 정보를 빠짐없이 모두 제공하는 판매자(또는 공급처)가 있는 반면에 사진과 크기 외에는 아무런 정보가 없는 판매자(또는 공급처)도 있었음.

【표 4-3】 상품정보 제공 실태

구분		머스트잇	발란	오케이몰	트렌비
품목별 정보 누락	누락건수 (비율)	40개 중 5개 (12.5%)	40개 중 10개 (25.0%)	40개 중 1개 (2.5%)	40개 중 11개 (27.5%)
	누락 내용	제조연월, 소재, 크기, 굽높이, 제조국, 품질보증기준 취급시 주의사항, AS 책임자와 전화번호 등 일부 품목별 사항 누락			
정보제공 방법 (글자 크기, 외국어)		화면 확대가 가능 하여 알아보기 쉽고, 한글 표기	일부는 글자가 작고 화면 확대가 안 되 어 알아보기 어렵거 나 외국어로 표기	알아보기 쉬운 글자 크기 및 한글 표기	일부는 글자가 작고 화면 확대가 안 되 어 알아보기 어렵거 나 외국어로 표기

* 플랫폼별 40개 상품(품목별로 랭킹 또는 베스트 순, 브랜드가 중복될 경우 후순위 상품 선정)

** 품목별 정보의 사항 중 1개 이상 항목이 누락된 경우를 '누락'으로 봄

【 상품정보 누락 】

모델명 72VA3S3371978 시즌 22SS 소재 0% 컬러 Black 	 Color: white A newcomer to the Balenciaga range of bags, the Cagole features a gorgeously curved baguette shape, with the same hardware and finish as the iconic Classic bag. It comes in croc-embossed white leather, with a little zipped purse and a fun, heart-shaped leather charm that adds a light touch. The it-bag you've been waiting for! Top handle : 30 cm. Worn on the shoulder - One adjustable top handle. Material : Croc-Embossed Calfskin. Lining : Leather. Colour : Blanc - 9016 White. Closure : Top Zip. Interior : One zipped pocket.
(구두/신발) 소재 및 굽높이 누락	(가방) 크기·제조국 누락 및 외국어 설명

【그림 4-2】 상품정보 충실 제공

브랜드	커먼프로젝트
모델명	2155 0506 WHITE
색상	화이트 계열
소재	외부 : 가죽, 내부 : 가죽,스웨이드
구성품	본품, 더스트, 하드케이스
제조국	이탈리아
기타상세정보	굽 높이 : 굽굽 2.8CM
제품특성	세탁 불가(부드럽고 마른천으로 먼지만 관리), 우천시 착용금지 신발 내부 유색염색된 모든 제품은 3~4개월 또는 그 이상 기간에도 발과의 마찰과 땀에 의해 양말에 이염이 되오니 짙은 색상의 양말을 착용하세요.(물어남은 제품 및 개인별 정도 차이 있음)
세탁 및 취급방법	신발의 경우 지면과 닿을 수밖에 없는 형태나 부드러운 재질 감동의 특성, 개인적 착화 및 도보 스타일에 따른 가죽 및 패브릭 등 제품의 손상 및 슥림, 마모가 사용기간과는 별개로 정도의 차이로 발생 할 수 밖에 없는 내용으로 당사의 품질보증 내용 (A/S, 교환, 반품 등)에 포함되지 않습니다.
유의사항	수입품의 특성상 모든 장식을 또는 부품은 사용 이후 손상, 탈락 및 분실시에 동일 부품으로 수선되어질 수 없으며, 대체부품 수선시도 유상 수선되어짐을 명시 드립니다. 하단의 구매전 주의사항 및 판매자 공지 확인후 구매 바랍니다.
체크포인트	
필독사항	

* 권장사이즈 - 개인적인 발볼, 착용핏, 브랜드, 모델등에 따른 사이즈 편차가 발생을 하며
사이즈 교환 및 반품시엔 배송비를 부담 하셔야 합니다.

사이즈국내권장(남성)
EU 39 235~240

< 선택 상품 안내			
INFORMATION			
브랜드	비베리	모델명	A7026 8026737 ARCHIVE BEIGE
원산지	MOLDOVA (몰도바)	제조년월	2022년 4월
관리자	비베리	내부구성	해당사항없음
소재	겔 코팅 : polyamide (폴리아미드) / 디테일 : calf (소가죽)		
구성품	다스트백, 락, 북렛		
제조특정	해당사항없음		
단위(cm)단위(인치)			
가로	세로	폭	관놀이
18	23	11	-
- 실측을 통한 사항의 변동에 (평균 1~3cm 오차)가 발생하며, 개개 된 국내사이(GK)로 또한 단단한 합과사방이므로, 평소 착용하던 사이즈로 선택하시길 권장해드립니다.			

알아볼 수 있는 글자 크기

알아보기 어려운 글자 크기

라. 청약철회(취소 · 환불 등) 관련 정보 제공

1) 청약철회등 사유와 기간 제한(전자상거래법 제17조 관련)

- ☐ 명품 플랫폼 4곳의 청약철회등에 대한 정보 제공 실태를 조사한 결과, 플랫폼 또는 판매자별로 「전자상거래법」 제17조에서 보장하는 ‘단순변심’ 또는 ‘특정품목’에 대한 청약철회를 제한하고 있었음.
- 전자상거래법은 예외적으로 청약철회를 제한하며, 법에서 정한 사유를 소비자가 쉽게 알 수 있는 곳에 명확히 표시하거나, 사전고지 및 소비자의 서면 동의(개별 주문 생산 등의 경우)를 받아야 함.
- 그러나 머스트잇과 발란, 트렌비는 법에서 정한 청약철회 제한 사유가 아닌 ‘단순변심’이나 ‘특정품목’을 상품페이지나 자주 묻는 질문 또는 이용약관에서 청약철회 제한 사유로 고지하고 있음.

- 트렌비는 또한 결제 과정에서 구매대행 상품의 ‘반품 불가 약관’에 ‘필수 동의’를 구하고 있는데, 그 내용이 포괄적이며 미동의시 계약 체결을 할 수 없어 소비자에게 불리한 약정으로 보임.
- 청약철회 가능 기간 역시 관계 법령에서 보장하는 기간보다 ‘단축’하거나 ‘특정 단계 이후 청약철회를 제한’하였으며, ‘일정 기간 내 도착을 조건’으로 청약철회가 가능하다고 고지하고 있었음.
- 4개 플랫폼 중 트렌비는 상품페이지에서 ‘별도의 교환/환불 정책이 고지된 경우 우선 적용한다’고 고지하여 강행규정인 전자상거래법보다 판매자의 청약철회 조건을 우선하고 있었음.

【표 4-4】 명품 플랫폼별 청약철회등 사유 및 기간

구분		머스트잇	발란	오케이몰	트렌비
단순변심, 특정품목 청약철회등		제한	제한	가능	제한
	표시위치	판매자별 상품페이지	판매자별 상품페이지, 자주묻는질문, 이용약관	없음	상품페이지, 이용약관, 결제동의약관
청약 철회 기간		제한	제한	제한	제한
	표시위치	판매자별 상품페이지	판매자별 상품페이지	상품페이지	이용약관, 결제동의약관
	내용	도착 후 2일 이내 접수 4일 이내 회수지 도착 조건	수령 후 3일 이내	환불 신청 후 7일 이내 도착 조건	(중고) 24시간 이내 접수 2일 이내 회수지 도착 조건 (신품) 7일 이내 접수 2일 이내 회수지 도착 조건 (해외배송) 배송 준비 중 이후 반품 불가
사업자 정책의 우선 적용 고지		-	-	-	별도의 교환/환불 정책의 우선 적용

【표 4-5】 청약철회등 제한 사유와 기간 적용례

구분	제한 문구 사례
머스트잇	(사유) 단순변심에 의한 반품은 불가합니다. 해외에서 판매하는 Final sale 제품들은 반품이 되지 않을 수 있습니다. 언더웨어, 수영복의 경우 제품 특성상 교환/반품이 불가합니다. (기간) 상품 도착 후 2일 이내 택배 접수, 4일 이내 당사 도착해야지만 환불이 가능합니다. 불량일 경우 2일 이내에 연락을 주셔야 합니다.
발란	(자주 묻는 질문) 반품불가 항목 : 액세서리, 선글라스, 수영복, 속옷, 시계, 일부 해외구매대행 상품은 주문과 동시에 제작 또는 유사한 상품으로 청약철회불가 (기간) 교환/반품 기간이 지난 경우(수령 후 3일 이내) 교환/반품 불가 (사유) 파이널 세일 제품이나 화이트, 핑크 제품은 교환이나 환불이 불가할 수 있습니다.
오케이몰	(상품페이지) 교환/환불이 불가능한 경우 교환/환불 신청 후 7일 이내에 상품이 도착하지 않은 경우
트렌비	(상품페이지) 반품 불가 상품으로 안내한 상품, 지류 상품(카드, 엽서, 책 등) (이용약관) 상품페이지에 '상품준비중'부터 교환 및 취소 불가 내용이 공지되어 있는 상품 및 파이널 세일 상품은 주문 취소가 불가합니다. (결제 동의 약관) 구매대행 상품의 반품 및 교환 불가 규정을 확인하였으며 구매에 동의하시겠습니까? (필수)동의합니다. · 반품 상품은 상품 수령 후 7일 이내에 트렌비 고객센터를 통해 접수되어야 하며, 접수일 포함 2일 이내 택배 수거가 완료되어 반품 회수지로 도착한 상품에 한해 교환 및 반품 가능합니다. · 리세일 상품의 반품 접수는 상품의 사용 여부를 알 수 없는 중고상품의 특성상 상품 수령 후 24시간 이내에 트렌비 고객센터를 통해 접수되어야 하며, 접수일 포함 2일 이내 택배 수거가 완료되어 반품 회수지로 도착한 상품에 한해 교환 및 반품 가능합니다. · 주문 이후 해외 벤더사 및 현지 매장, 부티크 등 구매처 사정에 따라 상품 입고 지연 또는 웨이팅 필요한 경우가 발생할 수 있으며, 이 경우 상황에 따라 구매가 취소될 수 있습니다.

2) 반품비용 정보

전자상거래법 제18조(청약철회등의 효과) 제17조제1항(단순변심등)에 따른 청약철회등의 경우 반환비용은 소비자가 부담하고, 제17조제3항(표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다른 이행)에 따른 청약철회등의 경우 반환비용은 통신판매업자가 부담

해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관 제15조(반품) ① 해외 현지 수령 장소 발송 이후 청약철회시 이용자가 부담하는 비용: 해외 현지 운송료 및 구매 수수료, 해외 현지 반송료

→ 회사는 이용자에게 해당 매매계약이 체결된 일시 및 발송의 일시를 증빙하는 자료를 제시해야 함.

② 국내 수령 장소 발송 이후 청약철회시 이용자가 부담하는 비용: 해외 현지 운송료, 해외 세금, 해외 현지 수령 장소 이용료, 선적비용, 항공운송료, 통관 업무 위탁 수수료, 관·부가세 등 해당 재화 등을 수입하기 위해 들어간 비용과 회사의 국내 주소지로 해당 재화를 반송하는 운송료 ③ 계약내용과 다른 이행등은 회사가 부담

제35조(소비자에게 불리한 계약의 금지) 제17조부터 제19조까지의 규정을 위반한 약정으로서 소비자에게 불리한 것은 효력이 없음

- (제품하자와 반품비용) 전자상거래법은 청약철회의 원인에 따라 반품비용의 부담자를 구분하고 있는데, 명품 플랫폼 4곳 모두 단순변심은 소비자가, 제품하자는 판매자가 반환비용을 부담한다고 고지하고 있었음.
- 그러나, 플랫폼 모두 스크래치, 흠집, 주름, 눌림 등은 제품하자가 아니라고 표시한 후 교환 또는 반품이 안 되거나, 청약철회를 할 경우 소비자가 반품비용을 부담해야 한다고 고지하고 있어 분쟁의 소지가 있었음.

【표 4-6】 제품하자가 아니라고 고지한 사례

구분	제한 문구 사례
머스트잇	(판매자) 가죽 제품 특성상 가죽 위상, 주름, 색상, 갈라짐(크랙현상) 등 모두 조금씩 다르게 나오며 제품 하자 및 불량일 아닙니다.
발란	(상품페이지) 작은 구겨짐, 제품마감, 자국, 박스 손상, 스크래치, 이염, 색상 및 디테일 차이에 의한 교환/반품은 반품비가 발생할 수 있습니다.
오케이몰	(일부 상품페이지) 봉제, 재단, 마감 등 모든 공정이 수작업으로 이루어지는 명품 브랜드 특성상, 사소한 스크래치가 있을 수 있으며 이는 불량일 아닌 정상 제품입니다. 소재 특성상 미세한 스크래치나 주름, 압착 자국 등이 있을 수 있습니다. 이는 소재의 특성으로 제품 불량으로 간주할 수 없는 부분이니 구매에 참고 바랍니다.
트렌비	(상품페이지) 미세한 스크래치, 미세한 박음질 미흡, 천연가죽 특성상 발생하는 가죽 결 차이 또는 눌림 자국, 일부 디테일의 차이 등 브랜드에서 불량으로 인정하지 않는 사유의 제품은 하자로 판단하지 않으며 이로 인한 교환/환불처리가 어려움 (이용약관) 상품 하자 및 불량은 상품페이지에 명시된 상품 하자 기준 외의 제품 컨디션 등의 사유로 회원이 취소 요청시 리턴 수수료는 회원이 부담합니다. (결제 동의 약관) 대부분의 명품은 수작업 특성상 상품마다 컨디션, 디테일 등이 다를 수 있으며 이는 하자로 간주하지 않습니다.

□ (청약철회 요청 시점에 따른 구분) 해외배송을 하는 명품 플랫폼 3곳 중 트렌비는 소비자의 청약철회 요청 시점 당시 주문진행단계별로 반품 비용을 구분하여 고지하였으나, 그 외 플랫폼은 구분없이 고지하였음.

* 트렌비는 반품비용의 단계별 고지에도 불구하고, 배송 준비 중 이후 단계에서 청약철회가 불가하므로 반품비용 문제 이전에 청약철회권 행사를 제한하는 문제가 있음.

- 「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」은 소비자의 청약철회 요청 시점의 주문진행단계에 따라 반품비용을 달리하여 실제 배송진행 과정에서 소요되는 비용을 근거로 반품비용을 정하고 있는데,
 - 반품비용이 단계별로 구분되지 않은 경우 주문접수 이후에는 해외나 국내 수령 장소로 발송된 단계 모두 실소요비용을 고려하지 않고 동일한 반품비용을 부담하게 되는 문제점이 있음.
- 한편, 소비자의 청약철회 요청 시점의 주문진행단계는 안내가 있으나, 판매자가 해외사업자와 매매계약을 체결한 일이나 발송일시의 증명 자료를 모두 첨부된 것은 아니어서 반품비용 불만의 원인이 되고 있음.

【그림 4-3】 해외배송의 반품비용 고지

배송구분 국내배송 해외배송		
반송방법	진행안함	'해외'로 구매자 직접 반송
지정택배사	-	우체국택배
반송비용	-	100,000원
교환, 반송지역	-	US New Jersey
구매자 귀책으로 교환&반품하는 경우 반송비용을 판매자에게 지불하셔야 합니다. 판매자에게 반송비를 지불하지 않을 경우, 교환&반품이 지연될 수 있습니다. 위 반송 비용은 왕복기준이며, 관부가세가 추가될 수 있습니다.		
머스트잇 반품/교환 가능기간 배송완료일 이후 최대 7일 이내 (상품 수령한 다음날)		

교환/반품 교환/반품은 배송완료일로부터 7일 이내 신청 가능합니다. 단순변심 및 색상/사이즈불만 등에 의한 교환/반품비는 고객님 부담입니다.	교환/반품 비용 300,000원 * 구매자 귀책에 따른 교환 반품 비용입니다. * 도서산간지역 추가비용은 고객님 부담입니다. * 해외 배송 및 반송 관련 비용이 포함된 금액입니다.
반송 방법	판매자 택배 회수

취소 및 반품 수수료 안내 입금대기~주문접수 무료 주문 접수 이후 27,500원 배송 준비 중 이후 불가	
취소 및 반품 수수료 안내 입금대기~주문접수 무료 주문 접수 이후 불가 배송 준비 중 이후 불가	
현지 온/오프라인 스토어의 반품/교환 기간이 끝나거나, 주문 제작 상품으로 반품/교환이 불가능합니다.	

머스트잇

발란

트렌비

□ (반품비용의 합리성) 명품 플랫폼 4곳 중 머스트잇과 발란은 해외배송에서 일부 판매자에 따라 상품 판매가격보다 반품비용이 더 비싼 경우가 조사되었음.

- 발란은 일부 판매자가 반품비용을 고액으로 책정한 경우도 확인되었는데, 가방의 판매가격은 62만이었으나 반품비용이 30만원이었음.
- 「전자상거래법」 제18조 제9항에서는 제17조 제1항에 따른 청약철회등의 경우 반품비용은 소비자가 부담하며 위약금이나 손해배상을 청구할 수 없다고 규정하고 있는데, 해외배송에서 운송비와 구매수수료 외 사업자의 관리비용을 반품비용에 포함하여 책정하였다면 법 위반 여부가 문제될 수 있음.

【표 4-7】 반품비용 정보 제공 현황

구분		머스트잇	발란	오케이몰	트렌비
전자상거래법 제18조 적용		청약철회의 원인(단순변심, 제품하자)에 따라 비용부담자 구분			
제품하자 불인정 (스크래치, 흠집, 주름, 눌림 등)		구매자 비용부담 (판매자별 상품페이지)	구매자 비용부담 (상품페이지)	구매자 비용부담 (일부 상품페이지)	구매자 비용부담 (상품페이지, 이용약관)
과다 반품비용 사례		일부 판매자의 경우 반품비용 > 상품가격	일부 판매자의 경우 반품비용 > 상품가격 또는 고액의 반품비용	해당 없음	해당 없음 (특정 단계 이후 반품 불가)
해외 반품비용 (단계별 구분 고지 여부)		X	X	해외배송 없음	○ (입금대기-주문접수/ 주문접수 이후/ 배송 준비 중 이후)
비용 안내 현황	국내 배송	6천원 ~ 2만원	6천원 ~ 3만원	6천원	주문접수전까지 무료, 배송 준비중 이후 1만원
	해외 배송	2만원 ~ 10만원	2만원 ~ 30만원	해외배송 없음	주문접수 전까지 무료, 주문접수 이후 최대 27500원 또는 청약철회 불가 배송준비중 이후 청약철회 불가

* 플랫폼별 40개 상품(품목별로 랭킹순 상위, 브랜드가 중복될 경우 후순위 상품 선정)

** 동일 상품에 복수의 판매자 또는 공급처가 있는 경우 최저가 우선

마. 사업자 정보 제공 실태

1) 사이버몰 운영자의 신원정보 표시

- ☐ 명품 플랫폼이 초기화면에 사업자의 신원 등 정보를 표시하고 있는지 조사한 결과, 트렌비를 제외한 명품 플랫폼 3곳은 전화번호, 전자우편주소, 호스팅 제공자 등 일부 정보를 미표시하고 있었음.
- 전자상거래법에 따르면 사이버몰의 운영자는 소비자가 사업자의 정보를 쉽게 알 수 있도록 초기화면에 신원 등의 정보를 표시하여야 하며, 일부 정보를 누락한 행위는 법 위반에 해당됨.

2) 통신판매중개자 표시

- ☐ 4개 플랫폼을 조사한 결과, 머스트잇이 판매자와 소비자간 거래를 중개하는 통신판매중개자였고, 자신이 거래의 당사자가 아니라는 사실을 초기화면 등에 표시하고 있었음.
- * 플랫폼의 법적 지위는 초기 화면의 통신판매중개자 표시, 이용약관, 결제단계에서 별도의 판매자를 표시하고 주문 진행을 위해 판매자에게 개인정보를 제공함에 동의할 것을 구하는 내용이 있는 경우를 종합하여 판단함.
- 전자상거래법에 따르면 통신판매중개자는 자신은 중개자일 뿐 상품을 판매한 당사자가 아니라는 사실을 초기화면 등에 표시하여야 하며, 미표시의 경우 소비자의 손해에 대해 통신판매자와 연대하여 배상할 책임이 있음.
- 한편, 오케이몰, 발란, 트렌비는 직접 거래에 대한 책임을 지는 통신판매자였음.

3) 입점 판매자 정보 표시

- ☐ 통신판매중개자인 머스트잇이 입점 판매자의 정보를 소비자에게 잘 제공하고 있는지 조사한 결과, '일부 정보'를 미표시하고 있었음.
- * 머스트잇은 통신판매업 신고번호, 전자우편주소 미표시

- 전자상거래법에 따르면 통신판매중개자는 통신판매중개의뢰자(입점 판매자)의 상호 및 대표자의 성명, 주소, 전화번호, 전자우편주소, 통신판매업 신고번호, 사업자등록번호 등을 소비자에게 제공할 의무가 있음.

【표 4-8】 사업자정보 제공 실태

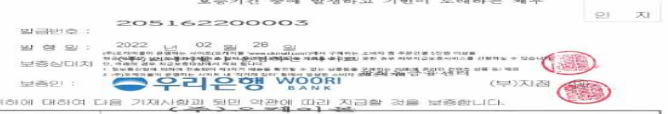
구분		머스트잇	발란	오케이몰	트렌비
사이버몰 운영자의 정보 표시 (법 제10조)	PC 웹사이트	○	△ (연락처, 전자우편주소, 호스팅 제공자 미표시)	△ (전자우편주소, 호스팅제공자 미표시)	○
	모바일 앱	△ (전화번호, 호스팅제공자 미표시)	△ (전자우편주소, 호스팅제공자 미표시)	△ (전자우편주소, 호스팅제공자 미표시)	○
전자상거래법상 법적 지위		통신판매중개자	통신판매자	통신판매자	통신판매자
초기화면 통신판매중개자 표시 (법 20조 제1항)		○	해당없음	해당없음	해당없음
입점 판매자 정보 표시 (법 20조 제2항, 제13조 제1항)		△ (통신판매업 신고번호, 전자우편주소 미표시)	해당없음	해당없음	해당없음

바. 결제대금예치제도(에스크로) 운영

「전자상거래법」 제13조 제2항 제10호 및 제24조 제2항은 전자상거래를 통한 소비자보호를 위하여 선지급식 통신판매업자에게 결제대금예치의 이용 또는 소비자피해보상보험계약 등에 가입하고, 소비자의 선택에 따라 결제대금예치를 이용하도록 하거나 소비자피해보상보험계약 등을 체결할 것을 의무화하고 있음.

- 결제대금예치제도는 은행 등 믿을 수 있는 제3자가 소비자의 결제대금을 예치하고 있다가 상품배송이 완료된 후 그 대금을 통신판매업자에게 지급하는 거래안전장치임.
- 명품은 대체로 고가에 거래되고 있으므로 거래 과정에서 소비자가 선지급한 대금이 안전하게 보호될 필요성이 높다 할 것임.
- 실태조사 결과 4개 플랫폼 사업자 모두 결제대금예치제도를 운영하고 있었고, 웹사이트 초기화면에 관련 내용을 고지하고 있었음.

【표 4-9】 결제대금예치제도 운영 현황

구분	결제대금예치제도 내용	표시 위치	운영 여부
머스트잇		웹페이지 초기화면/ 모바일 앱 사업자정보 아래	○
발란		웹페이지 초기화면	○
오케이몰		웹페이지 초기화면	○
트렌비	01. 에스프로 가입확인 KG모빌리언스는 공경거래위원회로부터 인정받은 에스프로(구매안전)사업자이며, 조화하신 사업자는 KG모빌리언스에서 제공하는 에스프로(구매안전) 서비스에 등록되었습니다. 상 호 주식회사 트렌비	웹페이지/ 모바일 앱 초기화면	○

사. 소비자 불만·분쟁해결 기준 마련

- ☐ 전자상거래법에 따르면, 통신판매중개자는 자신이 운영하는 사이버몰을 이용하는 소비자가 그 이용과정에서 갖는 불만이나 판매자와 겪는 분쟁을 해결할 수 있도록 필요한 조치를 할 의무가 있음.

①불만을 접수·처리하는 인력과 설비를 갖추고, ②통신판매중개자 또는 판매자로 인해 발생한 소비자의 불만 또는 분쟁을 해결하기 위한 기준을 미리 마련해 사이버몰에 고지하며, ③소비자 불만 또는 분쟁의 원인 등을 조사하여 3영업일 이내에 진행 경과를 소비자에게 알리고, 10영업일 이내 조사결과 또는 처리방안을 소비자에게 알려야 함. (「전자상거래법」 제20조 제3항 및 시행령 제25조의2)

- ☐ 통신판매중개자인 머스트잇이 「전자상거래법」 제20조 제3항에 따른 의무를 이행했는지 조사한 결과, 정품 보증, 사업자 주문취소 등에 대해서는 기준을 마련하고 별도의 화면에서 제공하고 있었음.
- 그러나 그 외 사항에 대해서는 소비자 불만·분쟁해결을 위한 원론적인 내용을 고객센터 게시판, 이용약관을 통해 게시했을 뿐 구체적인 내용을 별도의 화면 등을 통해 소비자에게 알리지 않았음.

아. 정품 보증 및 A/S 정보

- (정품 보증 관련) 명품 플랫폼 4곳 모두 플랫폼에서 거래되는 상품이 '정품'이라고 광고하며, 정품이 아닐 경우 배상을 한다고 표시함.
- 머스트잇과 트렌비는 별도 화면을 연결하여 정품 관련 안내를 하였고, 발란과 오케이몰은 고객센터에서 관련 내용을 안내하였음.
 - 머스트잇은 별도 화면에서 정품 여부가 문제되는 경우 처리 절차 및 배상 비율, 정품 판단 기관을 구체적으로 안내하고 있었음.
- (A/S 정보 제공) 명품 플랫폼 4곳 모두 상품페이지에서 A/S 정보를 안내하고 있었으며, 브랜드에 따라 공식 서비스센터를 통한 수리가 가능한 상품이 일부 있으며, A/S가 불가능한 경우 고지하고 있었음.
- 플랫폼에서는 공식 서비스센터가 아닌 제휴 수선업체를 통해 A/S를 진행한다는 절차를 안내하고 있었음.

【표 4-10】 플랫폼의 정품 관련 정책과 A/S 정보

구분		머스트잇	발란	트렌비	오케이몰
정품 보증 관련 정책	배상	200% 책임보상제	100% 피해 보상	200% 배상 명품감정센터 운영	300% 배상
	내용	별도 상세 고지 (절차 및 기준* ○)	별도 상세 고지X 고객센터(자주 묻는 질문)	별도 상세 고지 (구체적 기준 없음)	별도 상세 고지X 고객센터(자주 묻는 질문)
A/S 정보	기간	무상 6개월	-	평생 프리미엄 A/S 서비스	회원 등급에 따라 2~3년
	표시 위치	상품페이지 하단	상품페이지에서 고객센터 문의 안내	상품페이지 하단	상품페이지에서 자주 묻는 질문 보기
	내용	별도 상세 고지 (절차 및 수선업체 안내)	별도 상세 고지X 고객센터(자주 묻는 질문)	별도 상세 고지 (절차 및 수선업체 안내)	고객센터 연결 (자주 묻는 질문)

* 정품 여부가 문제되는 경우 처리 절차 및 배상 비율, 정품 판단 기관 안내

V

명품 플랫폼 약관 분석

1. 조사 개요

■ 조사 대상: 머스트잇, 발란, 오케이몰, 트렌비 4개 명품 플랫폼*

* (선정기준) 구글 앱마켓에서 명품 플랫폼을 키워드로 검색 시 다운로드 50만 이상인 국내 모바일 앱

■ 조사 기간: 2022. 2. 15. ~ 3. 1.(1차), 4. 18. ~ 4. 28.(2차)

■ 조사 내용: ①회원 탈퇴 및 자격 상실, ②이용제한 및 계약해지, ③사업자 면책, ④ 청약철회등 ⑤저작물(게시물)의 이용 및 삭제, ⑥재판관할 등

■ 조사 기준: 「전자상거래법」, 「약관규제법」, 「저작권법」, 「전자상거래 표준약관」, 「해외구매 표준약관」 등

2. 조사 결과

가. 회원 탈퇴 및 자격 상실

■ 「약관규제법」 제9조 제3호(계약의 해제·해지)

- 사업자의 해제·해지권 행사 요건을 완화하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항을 무효로 함.

■ 「전자상거래 표준약관」 제7조(회원 탈퇴 및 자격 상실 등)

- “몰”은 회원이 허위 내용을 등록하거나 대금 지급등의 채무를 지체하거나 타인의 정보를 도용하거나 법령 등에서 금지하는 행위 등을 하는 경우 회원자격을 제한 및 정지시킬 수 있으며 이후 동일 행위가 2회 이상 반복되거나 30일 이내에 그 사유가 시정되지 아니하는 경우 회원자격을 상실시킬 수 있다고 규정함.
- 회원자격을 상실시키는 경우에는 회원에게 이를 통지하고, 회원등록 말소 전에 최소 30일 이상의 기간을 정하여 소명할 기회를 부여하여야 함.

< 공정위 시정조치(2020.11.17.)>

- 사업자가 추상적이거나 타당하지 않은 사유로 서비스 이용을 제한하거나 회원 자격을 상실시키고 이러한 조치 시 개별 통지가 아닌 공지로 대체하는 약관 조항을 불공정하다고 판단하고 시정한 바 있음¹⁰⁾

10) 공정거래위원회는 5개 전통키보드 공유서비스 사업자들의 약관을 심사한 결과, 추상적이거나 타당하지 않은 사유로 서비스 이용을 제한하거나 또는 회원자격을 상실시키는 경우 약관이 불공정하다고 판단하였다(공정위 보도자료 2020. 11. 17.)

- 명품 플랫폼 4곳 중 머스트잇은 이용계약을 해지시키는 경우 회원에게 이를 통지하고, 회원등록 말소 전에 소명할 기회를 부여하여야 한다는 내용이 없어 소비자에게 부당하게 불이익할 우려가 있으므로 개선이 필요함.

[표 5-1] 회원탈퇴 및 자격 상실 관련 약관

플랫폼	해당 약관 조항	표준약관 준수 여부
머스트잇	제8조 (회원 탈퇴 및 이용계약 해지 등) ① 회원은 회사에 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며 회사는 즉시 회원 탈퇴를 처리합니다. (중략) 또한, 회원이 회사에 대한 채무를 전부 이행하지 않으면 회원이 해당 채무를 전부 이행할 때까지 회사는 회원의 이용계약 해지를 제한할 수 있으며, 회원이 이 약관과 관계 법령 등을 위반하여 이용이 정지된 경우 회사가 재발방지를 위하여 회원의 이용계약 해지를 제한할 수 있습니다. ② 회원이 다음 각호의 사유에 해당하는 경우, 회사는 이용계약을 해지할 수 있습니다. 1. 가입 신청시에 허위 내용을 등록한 경우 2. 회사를 이용하여 구입한 재화 등의 대금, 기타 회사 이용에 관련하여 회원이 부담하는 채무를 기일에 지급하지 않는 경우 3. 다른 사람의 서비스 이용을 방해하거나 그 정보를 도용하는 등 전자상거래 질서를 위협하는 경우 4. 회사를 이용하여 법령 또는 이 약관이 금지하거나 공서양속에 반하는 행위를 하는 경우 5. 그 외 회사가 정한 안전거래 이용규칙을 위반한 경우	X (사전통지 없는 이용계약 해지, 소명 기회 미부여)
발란	제10조 (회원탈퇴 및 자격 상실 등) ① 회원은 '몰'에 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며, '몰'은 회원의 탈퇴 요청이 있을 경우, 즉시 회원탈퇴를 처리합니다. ⑤ '몰'이 회원자격을 상실시키는 경우에는 회원등록을 말소합니다. 이 경우 '몰'은 회원에게 이를 통지하고, 회원등록 말소 전에 최소한 30일 이상의 기간을 정하여 소명할 기회를 부여합니다.	○
오케이몰	제7조 (회원 탈퇴 및 자격 상실 등) ① 회원은 "몰"에 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며 "몰"은 즉시 회원탈퇴를 처리합니다. ④ "몰"이 회원자격을 상실시키는 경우에는 회원등록을 말소합니다. 이 경우 회원에게 이를 통지하고, 회원등록 말소 전에 최소한 30일 이상의 기간을 정하여 소명할 기회를 부여합니다.	○
트렌비	제 8조 (회원 탈퇴 및 자격 상실 등) ⑤ '몰'이 회원자격을 상실시키는 경우에는 회원등록을 말소합니다. 이 경우 '몰'은 회원에게 이를 통지하고, 회원등록 말소 전에 최소한 30일 이상의 기간을 정하여 소명할 기회를 부여합니다.	○

나. 사업자 면책

1) 서비스 중단에 대한 사업자 면책

■ 「약관규제법」 제7조 제2호(면책조항의 금지)

- '상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항을 무효로 한다'고 규정함.

■ 「전자상거래 표준약관」 제5조(서비스의 중단)

- 정보통신설비의 보수점검교체 및 고장, 통신의 두절 등의 사유가 발생한 경우 서비스의 제공을 일시적으로 중단할 수 있으며 사업자는 서비스의 제공이 일시적으로 중단됨으로 인해 이용자가 입은 손해에 대하여 배상하되, 사업자가 고의 또는 과실이 없음을 입증하는 경우에는 배상하지 않도록 정하고 있음.

< 공정위 시정조치(2020.11.17.)>

- 회사가 제공하는 서비스로 인해 회원에게 손해 발생 시 일체 책임을 지지 않거나 중과실이 있는 경우에만 책임을 부담하는 약관 조항을 불공정하다고 판단하고 시정한 바 있음¹¹⁾

□ 머스트잇은 사업자의 서비스 제공에 관한 책임을 고의 또는 중과실로 한정함으로써 경과실에 따른 책임을 배제하고 있어 민법* 및 전자상거래 표준약관보다 사업자의 손해배상 범위를 제한하고 있음.

○ 따라서, 명품 플랫폼의 경과실에 의해 서비스가 중단되어 회원이 손해를 입은 경우에도 손해배상 책임을 지도록 개선이 필요함.

* 민법 제390(채무불이행과 손해배상)는 채무자의 **고의 또는 과실** 없는 채무불이행에 대해서는 손해배상을 청구할 수 없다고 규정하고, 동법 제750조(불법행위의 내용)는 **고의 또는 과실**로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 손해배상 책임이 있다고 규정함.

[표 5-2] 서비스 중단에 대한 사업자 면책 약관

플랫폼	해당 약관 조항	표준약관 준수 여부
머스트잇	제23조 (회사의 면책) ② 제10조 제2항의 사유(정보통신설비의 보수, 점검, 교체 및 고장, 통신의 두절 등)로 인하여 서비스를 일시적으로 중단하는 경우 회사는 이로 인하여 회원 또는 제3자가 입은 손해에 대하여 책임지지 않습니다. 단, 회사의 고의 또는 중과실로 인한 경우에는 그러하지 아니합니다.	X (사업자의 경과실 책임 배제)

11) 공정거래위원회는 5개 전통키보드 공유서비스 사업자들의 약관을 심사한 결과, 사업자의 책임을 고의 또는 중과실로 한정함으로써 경과실에 따른 책임을 배제하는 약관이 불공정하다고 판단하였다(공정위 보도자료 2020. 11. 17.)

플랫폼	해당 약관 조항	표준약관 준수 여부
	③ 제10조 제3항의 사유(천재지변 또는 이에 준하는 불가항력)로 인하여 서비스를 제한하거나 중단하는 경우 회사는 불가항력을 이유로 그 책임을 지지 않습니다.	
발란	제6조 서비스의 중단 ② '몰'은 제1항의 사유로 서비스의 제공이 일시적으로 중단됨으로 인하여 이용자 또는 제3자가 입은 손해에 대하여 배상합니다. 단, '몰'이 고의 또는 과실이 없음을 입증하는 경우에는 그러하지 아니합니다. ③ '몰'이 사업 종목의 전환, 사업의 종료 또는 포기, '몰'의 폐업, 합병, 분할, 영업양도 등의 이유로 서비스를 제공할 수 없게 되는 경우에는 '몰'은 제11조에 정한 방법으로 회원에게 통지하고 당초 '몰'에서 제시한 조건에 따라 회원에게 보상합니다.	○
오케이몰	제6조 서비스의 중단 ② '몰'은 제1항의 사유로 서비스의 제공이 일시적으로 중단됨으로 인하여 이용자 또는 제3자가 입은 손해에 대하여 배상합니다. 단, '몰'이 고의 또는 과실이 없음을 입증하는 경우에는 그러하지 아니합니다.	○
트렌비	제 6 조 (서비스의 중단) ② 회사는 제1항의 사유로 서비스의 제공이 일시적으로 중단됨으로 인하여 회원 또는 제3자가 입은 손해에 대하여 배상합니다. 단, 회사가 고의 또는 과실이 없음을 입증하는 경우에는 그러하지 아니합니다.	○

2) 회원 간 분쟁 또는 회원의 손해 발생 시 사업자 책임 면제

■ 「약관규제법」 제7조 제2호(면책조항의 금지)

- '상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항을 무효로 한다'고 규정함.

< 공정위 시정조치(2021.11.26.)>

- 거래 과정에서 구매회원과 판매회원 간 분쟁이 발생하는 경우 일체 책임을 지지 않는다는 약관 조항을 불공정하다고 판단하고 사업자에게 귀책사유가 있는 경우 책임을 부담하도록 시정한 바 있음¹²⁾

☐ 조사대상 플랫폼 중 머스트잇, 발란은 이용약관에서 회원 간 분쟁 발생 시 플랫폼이 일체의 책임이 없다고 규정하고 있었음.

12) 공정거래위원회는 5개 재판매 온라인 플랫폼 사업자들의 약관을 심사한 결과, 거래 과정에서 구매회원과 판매회원 간 분쟁이 발생하는 경우 모든 책임을 회원들이 부담하도록 정하고, 회원에게 발생한 손해에 대하여 회사(플랫폼)가 면책되도록 규정한 약관이 불공정하다고 판단하였다(공정위 보도자료 2021. 11. 26.)

- 정품성 여부 등 거래 과정에서 회원 간 분쟁 또는 회원의 손해 발생이 사업자가 플랫폼의 관리 등을 통해 예방이 가능한 것이었다면, 이에 대하여 사업자의 책임을 면제하도록 하는 조항은 부당하게 불리한 조항에 해당할 수 있어 개선이 필요함.

[표 5-3] 회원 간 분쟁 시 사업자 면책 약관

플랫폼	해당 약관 조항	약관규제법 준수 여부
머스트잇	제5조 (대리행위 및 보증의 부인) ② 회사는 회사가 제공하는 시스템을 통하여 이루어지는 구매자와 판매자 간의 거래와 관련하여 판매 의사 또는 구매의사의 존부 및 진정성, 등록 물품의 품질, 완전성, 안정성, 적법성 및 타인의 권리에 대한 비침해성, 구매자 또는 판매자가 입력하는 정보 및 그 정보를 통하여 링크된 URL에 게재된 자료의 진실성 또는 적법성 등 일체에 대하여 보증하지 아니하며, 이와 관련한 일체의 위험과 책임은 해당 회원이 전적으로 부담합니다.	X (회사의 책임 면제)
발란	제5조 대리 및 보증의 부인 ② 회사는 이용자와 판매자 간의 모든 행위(거래행위 포함)와 관련하여 판매의사 또는 구매의사의 존부 및 진정성, 등록 상품의 품질, 완전성, 안정성, 적법성 및 타인의 권리에 대한 비침해성, 이용자 또는 판매자가 입력하는 정보 및 그 정보를 통하여 연결된 웹사이트에 게재된 자료의 진실성 또는 적법성 등에 대하여 보증하지 아니하며, 이와 관련된 위험과 책임은 해당 당사자들이 부담합니다. 제38조 민원처리 및 분쟁조정 ④ '물'은 제5조 제3항에 따라 판매자의 지위를 갖는 경우를 제외하고는 통신판매중개자로서 '물'을 기반으로 한 거래시스템만을 제공할 뿐이고, 이용자의 구매 거래의 당사자는 이용자와 판매자이며, '물'의 거래시스템을 이용한 거래 내용에 관한 이용자와 판매자 간의 모든 분쟁에 대해서는 당해 거래 당사자가 책임을 부담하고 회사는 이에 관한 일체의 책임을 부담하지 아니합니다.	X (회사의 책임 면제)
트렌비	제25조 (보증의 부인) "회사"가 제공하는 시스템을 통하여 이루어지는 "구매자"와 "판매자" 간의 거래와 관련하여 판매의사 또는 구매의사의 존부 및 진정성, 등록 "상품"의 품질, 완전성, 안전성, 적법성, 및 타인의 권리에 대한 비침해성, "구매자" 또는 "판매자"가 입력하는 정보 및 그 정보를 통하여 링크된 URL에 게재된 자료의 진실성 또는 적법성 등 일체에 대하여 "회사"는 보증하지 아니하며, "판매자"가 "상품"의 정보를 고의적으로 속일 경우에는 모든 책임은 "판매자"에게 있습니다. 단, "회사"는 검수센터의 과실로 인한 검수 실택에 대한 내용에 대해서는 관련 법령 및 본 약관에 따른 책임을 부담합니다.	○

다. 청약철회

■ 「전자상거래법」 제17조(청약철회등)

- ① 통신판매업자와 재화등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 다음 각 호의 기간(거래당사자가 다음 각 호의 기간보다 긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간을 말함) 이내에 해당 계약에 관한 청약철회등을 할 수 있다.

1. 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일 다만, 재화등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화등을 공급받거나 공급이 시작된 날부터 7일

■ 「전자상거래 표준약관」 제15조(청약철회 등)

- ① 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받은 날(공급이 늦게 이루어진 경우 재화등을 공급받거나 공급이 시작된 날)부터 7일 이내 청약철회 가능. 전자상거래법과 달리 정한 경우 동 법 규정에 따름.

- ② 이용자는 다음의 각 호의 1에 해당하는 경우 반품 및 교환을 할 수 없음

1. 이용자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우(다만, 재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우에는 청약철회 가능)
2. 이용자의 사용 또는 일부 소비에 의하여 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
3. 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화등의 가치가 현저히 감소한 경우
4. 같은 성능을 지닌 재화 등으로 복제가 가능한 경우 그 원본인 재화 등의 포장을 훼손한 경우

- ③ 제2항 제2호 내지 제4호의 경우에 "물"이 사전에 청약철회 등이 제한되는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있는 곳에 명기하거나 시용상품을 제공하는 등의 조치를 하지 않았다면 이용자의 청약철회 등이 제한되지 않음

■ 「해외구매 표준약관」 제11조(청약철회 등) 회사의 물에 소개된 해외에서 구매 가능한 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 이용자는 계약내용에 관한 서면을 받은 날(공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화등을 공급받거나 공급이 시작된 날)부터 7일 이내에는 청약의 철회 등을 할 수 있음

■ 「해외구매 표준약관」 제12조(청약철회 등의 제한)

- ① 이용자는 청약철회 등을 할 수 없음

5. 그 밖에 이용자의 주문에 따라 개별적으로 생산되는 재화 등 또는 이와 유사한 재화 등에 대하여 청약철회를 인정하는 경우 소핑몰형 구매대행업체에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 해당 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 이용자의 서면(전자문서 포함)에 의한 동의를 받은 경우

- ☐ 명품 플랫폼 4곳 중 3곳(머스트잇, 발란, 트렌비)은 관계법령의 내용 외 추가로 '특정품목' 또는 '기타 사유'로 청약철회를 할 수 없다고 규정하고 있었고, 오케이몰은 청약철회 제한 사유를 관계법령과 동일하게 규정하고 있었음.

- 전자상거래법은 강행규정이며 청약철회 제한 사유를 한정하여 명시하고 있으므로 사업자가 법률 및 표준약관보다 더 광범위하고 불명확하게 청약철회 제한 사유를 규정하는 것은 소비자의 권리를 부당하게 제한할 위험이 있어 개선이 필요함.

[표 5-4] 청약철회 관련 약관

플랫폼	해당 약관 조항	표준약관 준수 여부
머스트잇	제18조 (반품/교환) ② 반품 또는 교환에 관한 일반적인 사항은 “전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률” 등 관련법령이 판매회원이 제시한 조건보다 우선합니다. 단, 다음 각 호의 경우에는 구매자가 반품이나 교환을 요청할 수 없습니다. 5. 기타 구매자가 환불 또는 교환을 요청할 수 없는 합리적인 사유가 있는 경우	X (청약철회 제한 사유 추가)
발란	제28조 (청약철회, 교환의 특칙) ④ 청약철회 또는 교환을 신청한 이용자가 신청한 날로부터 5영업일 이내에 이미 수령한 상품 등을 판매자에게 반환하지 아니하거나 전화, 전자우편 등으로 연락되지 아니하는 경우, 해당 신청은 효력을 상실합니다. 제29조 (해외 구매대행, 해외 직배송) ④ 이용자가 해외 구매대행, 해외 직배송 상품 등을 구매하는 경우, 해외배송 상품의 특성상 주문 취소가 제한될 수 있으며, 청약철회 또는 교환은 상품 등을 수령한 후에 반품으로 진행될 수 있습니다.	X (청약철회 제한 사유 추가)
트렌비	제 20 조 (청약의 철회 및 제한) ② 회원이 주문한 상품의 '주문 상태'가 '상품준비중'인 경우에 구매취소(청약철회)를 요청할 경우, 구매를 진행하기 위해 온/오프라인으로 시도한 "트렌비" 해외 사무실까지의 물류비, 인건비, 반품물류비용 등을 포함한 수수료를 공제 후 취소 가능하며, 수수료는 상품페이지를 통해 안내합니다. 단, 상품페이지에 '상품준비중' 부터 교환 및 취소 불가 내용이 공지되어 있는 상품 및 파 이널 세일 상품은 주문 취소가 불가합니다. ③ 회원이 주문한 상품을 "트렌비" 해외 사무실에서 수령하여 검수를 진행하던 중 상품에 하자가 발견될 경우, 해당 내용을 회원에 개별 통보하며, 이 때 회원의 요청이 있을 경우 취소가 가능합니다. 단, 상품 하자 및 불량은 해당 브랜드의 하자 판단 기준을 바탕으로 하기에, 상품페이지에 명시된 상품 하자 기준 외의 제품 컨디션 등의 사유로 회원이 취소 요청 시 리턴 수수료는 회원이 부담하며, 상품페이지에 고지된 금액을 기준으로 합니다.	X (청약철회 제한 사유 추가, 사업자가 정한 기준에 따른 반품비용 부담)

라. 저작물(게시물)의 이용 및 삭제

■ 「저작권법」 제46조(저작물의 이용허락)

- 저작재산권자는 다른 사람에게 저작물의 이용을 허락할 수 있으며, 허락을 받은 자는 허락 받은 이용 방법 및 조건의 범위 안에서 그 저작물을 이용할 수 있음.

■ 「전자상거래 표준약관」 제22조(저작권의 귀속 및 이용제한)

- "몰"은 약정에 따라 이용자에게 귀속된 저작권을 사용하는 경우 당해 이용자에게 통보하여야 함

< 공정위 시정조치(2017.6.7., 2020.10.12.) >

- 회원이 작성한 게시물 등의 저작권은 회원에게 귀속됨을 분명히 하고, 회원의 사전 동의를 받은 범위 내에서 게시물을 이용할 수 있도록 시정한 바 있음.¹³⁾
- 사업자가 구체적이고 합리적인 이유 없이 저작물 삭제 권한을 보유하는 조항을 불공정하다고 판단했으며, 이용자에게 문제 시정의 기회나 이의제기 절차상 권리를 보장하기 위해 사전 통지 절차를 마련하도록 시정한바 있음.¹⁴⁾

- (저작물 이용의 사전동의) 오케이몰 외 명품 플랫폼 3곳은 사전동의 없이 또는 동의로 간주하여 회원이 작성한 게시물을 이용, 복제·배포, 수정·편집할 수 있다는 조항을 추가로 명시하고 있음.
 - 머스트잇과 트렌비는 회사가 사전동의 없이 회원의 게시물을 무상으로 이용, 복제·전시·전송·배포, 수정·편집할 수 있다고 규정함.
 - 발란은 회원이 동의한 것으로 간주하고 회사의 게시물의 수정, 복제·배포, 2차적 저작물을 작성할 수 있다고 명시함.
- 저작권법과 공정위의 14개 지식·재능 공유서비스 사업자들의 약관에 대한 불공정 심사에서 회사가 회원의 게시물을 복제, 수정 등 이용하려면 사전동의가 필요하다고 판단하였으므로, 사전동의 없이 게시물 이용이 가능한 약관의 개선이 필요함.

13) 공정거래위원회는 14개 지식·재능 공유서비스 사업자들의 약관을 심사한 결과, 사업자가 회원이 게시한 저작물을 수정하거나 복제, 배포·2차적 저작물 작성 등의 방법으로 이용하기 위해서는 원 저작자인 회원의 사전동의가 필요하다고 보았고, 저작자의 동의 없이 사업자가 무상으로 저작물을 사용할 수 있도록 하는 경우에 대하여 원 저작자의 권리를 상당한 이유 없이 제한하기 때문에 불공정하다고 판단하였다(공정위 보도자료 2017. 6. 7.)

14) 공정거래위원회는 아프리카tv 유료서비스 이용약관을 심사한 결과, 사업자가 구체적이고 합리적인 이유 없이 저작물 삭제 권한을 보유하는 약관 조항을 불공정하다고 판단하였다(공정위 보도자료 2020. 10. 12.)

[표 5-5] 저작물 이용 관련 약관

플랫폼	해당 약관 조항	저작권법 준수 여부
머스트잇	제13조 (저작권 정책) ③ <u>회사는 회원이 등록한 게시물을 검색사이트나 다른 사이트에 노출할 수 있으며, 판촉, 홍보 및 기타의 자료로 무상으로 사용할 수 있습니다. 또한, 회사가 제공하는 서비스 내에서 회원 게시물을 복제, 전시, 전송, 배포할 수 있으며 2차적 저작물과 편집 저작물로 작성 할 수 있습니다. 다만, 해당 게시물을 등록한 회원이 게시물의 삭제 또는 사용중지를 요청하면 회사는 관련 법률에 따라 보존해야 하는 사항을 제외하고 즉시 삭제 또는 사용을 중지합니다.</u> ⑤ <u>회사가 본 조 제3항 이외의 방법으로 회원의 게시물을 상업적으로 이용하고자 할 때에는, 전화, 팩스, 이메일(E-mail)등의 방법으로 미리 회원의 동의를 얻어야 합니다. 회사가 본 항에 따라 회원의 게시물을 상업적으로 이용할 때 회사는 별도의 보상제도를 운영할 수 있습니다.</u>	X (사전동의 없는 게시물의 이용, 복제·전시·전송· 배포, 수정·편집)
발란	제34조 저작권의 귀속 및 이용제한 ③ <u>'물'은 약정에 따라 이용자에게 귀속된 저작권을 사용하는 경우 당해 이용자에게 통보하여야 합니다.</u> 제35조 회원의 게시물 및 저작권 ④ <u>회원이 물에 등록 또는 게시한 게시물을 회사가 국내외에서 다음 각호의 목적으로 사용하는 것에 동의합니다.</u> 1. <u>게시물의 크기 변환, 단순화 등의 수정</u> 2. <u>회사 또는 관계사가 운영하는 본 서비스 및 연동 서비스에 게시물을 복제, 전송, 제시하는 것. 다만 회원이 게시물의 복제, 전송, 전시에 반대의견을 이메일을 통해 관리자에게 통지할 경우에는 그러하지 않습니다.</u>	X (게시물의 수정, 복제·전송·제시 에 대한 회원의 동의 간주)
오케이물	제24조(저작권의 귀속 및 이용제한) ③ <u>"물"은 약정에 따라 이용자에게 귀속된 저작권을 사용하는 경우 당해 이용자에게 통보하여야 합니다.</u>	○
트렌비	제 37 조 ("게시물"의 저작권) ③ <u>"회사"는 약정에 따라 회원에게 귀속된 저작권을 사용하는 경우 당해 회원에게 통보하여야 합니다.</u> ⑤ <u>회사는 회원이 작성한 각종 게시물을 판촉, 홍보 등의 목적으로 서비스에서 사용하는 것 외에도 서비스 제공에 필요한 범위에서 타 사이트에 복제, 배포, 전송, 전시할 수 있으며, 본질적인 내용에 변경을 가하지 않는 범위 내에서 수정, 편집될 수 있습니다.</u>	X (사전동의 없는 게시물의 사용, 복제·배포·전송· 전시, 수정·편집)

- (저작물의 삭제) 발란과 트렌비는 불명확한 사유 또는 합리적 이유가 없더라도 사전통보 없이 게시물 삭제가 가능하다고 명시하고, 머스트잇은 불명확한 사유로 게시물 삭제는 가능하나, 사후 구제절차(회사에 이의제기)를 구비함.
- 플랫폼 사업자의 관리자적 지위를 고려하더라도 구체적이고 합리적인 이유 없이 저작물을 삭제하는 것은 부당하며, 문제 시정의 기회나 이의제기 절차 등 절차상 권리를 박탈해서는 안 되므로 사전통지 절차를 마련하는 등 개선이 필요함.¹⁵⁾

[표 5-6] 저작물 삭제 관련 약관

플랫폼	해당 약관 조항	비고
머스트잇	제13조 (저작권 정책) ⑨ 게시물의 내용이 다음 각 호의 내용을 담고 있을 때 회사는 게시물을 삭제하거나 게시자에게 특정 서비스의 이용제한 또는 정지, 이용계약의 해지 등의 조치를 할 수 있습니다. 이때 게시물이 삭제되면 해당 게시물과 관련된 게시물도 모두 삭제됩니다. 5. 기타 제1호 내지 제4호에 준하는 중대한 사유로 말미암아 회사가 제공하는 서비스의 원활한 진행을 방해하는 것으로 판단되는 경우 ⑩ 회사가 제9항에 따라 게시물을 삭제했을 때, 해당 게시자는 회사에 이의를 제기하여 구제받을 수 있습니다.	X (사전통지 없이 불명확한 사유로 삭제, 사후 이의제기는 인정)
발란	제35조 회원의 게시물 및 저작권 ③ 회원이 '물'에 등록 또는 게시한 게시물에 대한 모든 책임은 회원에게 있으며, '물'은 회원의 게시물이 다음 각호에 해당한다고 판단되는 경우 사전통지 없이 삭제할 수 있고, 이에 대하여 '물'은 어떠한 책임도 지지 않습니다. 13. 정당한 사유없이 회사의 영업을 방해하는 내용의 게시물	X (사전통지 없이 불명확한 사유로 삭제)
트렌비	제 26 조 (부적절 행위) ② "회원"이 다음에 해당하는 부적절 행위를 하는 경우 "회사"는 사전 통보 없이 해당 "회원"이 등록한 내용을 삭제조치하고 "회원"의 "서비스" 이용을 제한하거나 "회원" 자격을 상실시킬 수 있습니다. 파. "회사"의 업무에 방해되거나 기타 "회사"가 필요하다고 판단하는 경우	X (사전통지 없이 불명확한 사유로 삭제)

15) 공정거래위원회는 아프리카tv 유료서비스 이용약관을 심사한 결과, 사업자가 구체적이고 합리적인 이유 없이 저작물 삭제 권한을 보유하는 약관 조항을 불공정하다고 판단하였다(공정위 보도자료 2020. 10. 12.)

마. 재판관할

■ 「약관규제법」 제14조(소송 제기의 금지 등)

- 고객에게 부당하게 불리한 소송 제기 금지 조항 또는 재판관할의 합의 조항을 무효로 한다고 명시함.

■ 「전자상거래법」 제36조(전속관할)

- 통신판매업자와의 거래에 관련된 소는 소 제기 당시 소비자의 주소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 하고, 주소가 없는 경우에는 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 한다고 규정함.

■ 「전자상거래 표준약관」 제24조(재판권 및 준거법)

- 사업자와 이용자 간에 발생한 전자상거래 분쟁에 관한 소송은 제소 당시의 이용자의 주소에 의하고 주소가 없는 경우에는 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 하도록 규정함.
- 물과 이용자 간에 제기된 전자상거래 소송에는 한국법을 적용함.

□ 조사대상 명품 플랫폼 4곳 중 머스트잇은 합의관할법원을 회사의 본사 소재지를 관할하는 법원으로 정하고 있어 전자상거래법 및 표준약관과 달라 개선이 필요함.

○ 준거법의 경우 4곳 모두 대한민국을 기준으로 하고 있어 표준약관을 따르고 있었음.

[표 5-7] 재판관할 및 준거법 관련 조항

플랫폼	해당 약관 조항	관계 법령 및 약관 준수 여부
머스트잇	제24조 (재판권 및 준거법) ① 이 약관과 회사와 회원 간의 서비스 이용계약 및 회원 상호간의 분쟁에 대해 회사를 당사자로 하는 소송이 제기될 경우에는 회사의 본사 소재지를 관할하는 법원을 합의관할법원으로 정합니다. ② 회사와 이용자간에 제기된 소송에는 대한민국 법령이 적용됩니다.	X (회사의 본사 소재지)
발란	제40조 준거법 및 재판관할 ① '물'과 이용자 간에 발생한 전자상거래 분쟁에 관한 소송은 제소 당시의 이용자의 주소 또는 거소를 관할하는 지방법원 또는 서울중앙지방법원을 제1심의 관할법원으로 하기로 합의합니다. 다만, 제소 당시 이용자의 주소 또는 거소가 분명하지 않거나 외국 거주자의 경우에는 민사소송법상의 관할법원에 제기합니다. ② 이 약관과 관련된 사항에 관하여는 대한민국법을 준거법으로 합니다.	○

플랫폼	해당 약관 조항	관계 법령 및 약관 준수 여부
오케이몰	제26조(재판권 및 준거법) ① "몰"과 이용자 간에 발생한 전자상거래 분쟁에 관한 소송은 제소 당시의 이용자의 주소에 의하고, 주소가 없는 경우에는 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 합니다. 다만, 제소 당시 이용자의 주소 또는 거소가 분명하지 않거나 외국 거주자의 경우에는 민사소송법상의 관할법원에 제기합니다. ② "몰"과 이용자 간에 제기된 전자상거래 소송에는 한국법을 적용합니다. ③ 본 약관은 한국어를 정본으로 합니다.	○
트렌비	제 40 조 (재판권 및 준거법) ① 회사와 회원 간에 발생하는 분쟁에 관한 소송은 제소 당시의 회원의 주소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 하고, 주소가 없는 경우에는 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 합니다. 다만, 제소 당시 회원의 주소 또는 거소가 분명하지 않거나 외국 거주자의 경우에는 민사소송법에 따라 관할법원을 정합니다. ② 회사와 회원간에 제기된 전자상거래 소송에는 대한민국의 법률을 적용합니다.	○

Ⅵ 명품 플랫폼 이용 관련 설문조사

1. 소비자 인식조사 개요

- ▣ 조사 대상 : 최근 1년 이내 국내 명품 플랫폼에서 상품을 구매한 경험이 있는 성인 소비자 700명
- ▣ 조사 내용 : ①명품 플랫폼 이용 실태, ②거래조건 정보 표시 및 인식 여부, ③명품 플랫폼 이용 시 사업자의 취소 경험, ④소비자 피해 경험 등
- ▣ 조사 기간 : 2022. 4. 22. ~ 5. 10.
- ▣ 표본오차 : 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.70\%p$
- ▣ 조사업체 : (주)엠브레인퍼블릭

2. 설문조사 결과

가. 명품 플랫폼 이용 실태

(1) 구매횟수 및 구매금액

- (최근 1년간 구매횟수와 구매금액) 조사대상 700명을 대상으로 최근 1년간 명품 플랫폼에서의 구매횟수를 조사한 결과 평균 2.57회였으며, 최소 1회부터 최대 99회까지 나타났다.
- 최근 1년간 명품 구매금액은 '100만원 이상 300만원 미만' 구간이 262명 (37.4%)으로 가장 많았고, 연간 '300만원 미만' 구매가 70.9%를 차지했음.

【표 6-1】 최근 1년간 구매금액

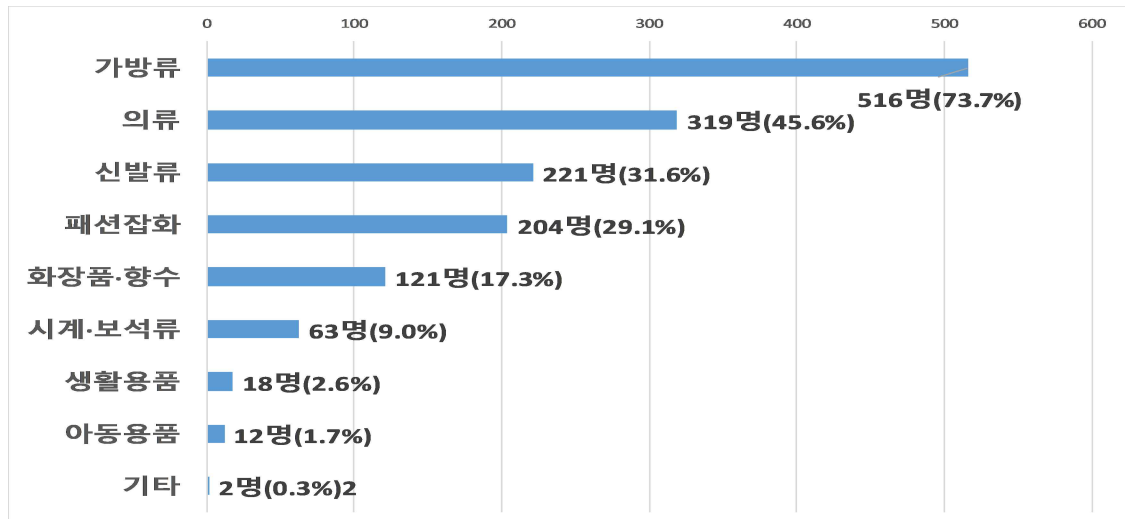
(단위: 명, %)

구분	총 지출 금액	빈도	비율
1	50만원 미만	92	13.1
2	50만원 이상 ~ 100만원 미만	143	20.4
3	100만원 이상 ~ 300만원 미만	262	37.4
4	300만원 이상 ~ 500만원 미만	101	14.4
5	500만원 이상 ~ 1,000만원 미만	70	10.0
6	1,000만원 이상 ~ 3,000만원 미만	25	3.6
7	3,000만원 이상 ~ 5,000만원 미만	5	0.7
8	5,000만원 이상	2	0.3
계		700	100.0

[2] 구매품목 및 배송기간

- (구매품목) 명품 플랫폼에서 주로 구매하는 품목은 ‘가방류’가 516명(73.7%)로 가장 많았고, ‘의류’(319명, 45.6%), ‘신발류’(221명, 31.6%), ‘패션잡화’(204명, 29.1%) 등의 순으로 나타났음(복수응답).

【그림 6-1】 최근 1년간 명품 플랫폼 구매 품목(복수응답)



- (배송기간) 명품 플랫폼에서 구매한 상품의 평균 배송기간은 평균 7.1일이었고, 주문 다음 날 배송된 경우가 있는 반면에 최장 60일의 배송기간도 조사됨.

[3] 명품 플랫폼 이용 이유 및 개선 요구사항

- (이용 이유) 명품 플랫폼을 이용하는 이유를 조사한 결과, ‘상품 가격이 저렴함’이 257명(36.7%)으로 가장 많았고, ‘명품의 정품성 신뢰’(109명, 15.6%), ‘상품의 다양성’(99명, 14.1%), ‘거래조건 정보의 충실성’(74명, 10.6%) 등 순으로 이용 이유를 꼽았음.

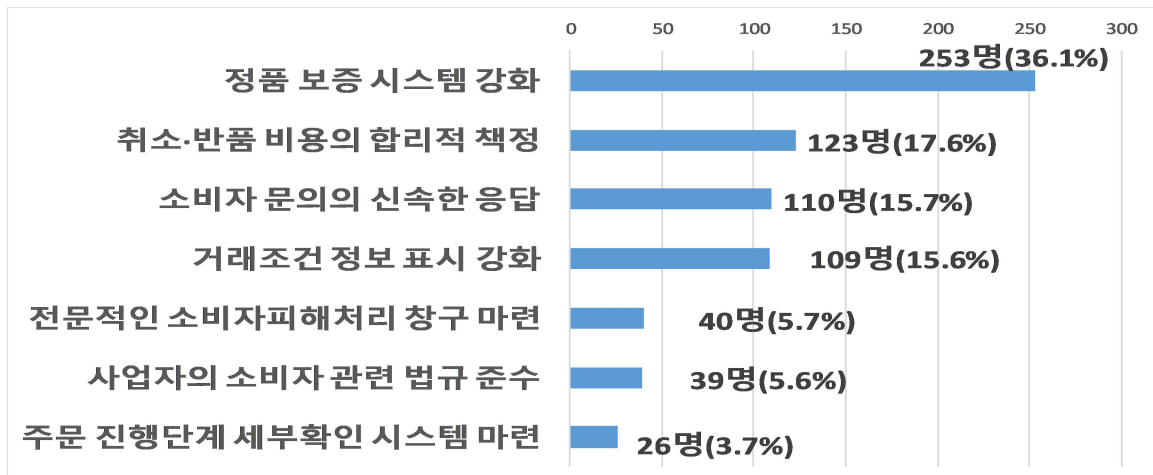
【표 6-2】 명품 플랫폼 이용 이유

(단위: 명, %)

구분	이용 이유	빈도(비율)	
1	상품 가격이 저렴함	257	36.7
2	명품의 정품성 신뢰	109	15.6
3	상품의 다양성	99	14.1
4	거래조건 정보의 충실성	74	10.6
5	사이트 이용 편리	57	8.1
6	매장 방문없이 온라인 거래 가능	41	5.9
7	취소·환불 등 처리 원활	31	4.4
8	배송의 신속성	20	2.9
9	부가 혜택	8	1.2
10	판매자와 연락 용이	3	0.4
11	기타	1	0.1
계		700	100.0

- (개선 요구사항) 명품 플랫폼 이용 시 어떤 점이 개선되어야 하는지에 대해 조사대상 700명 중 253명(36.1%)이 '정품 보증 시스템 강화'라고 응답하여 가장 많았고, 다음으로 '취소·반품비용의 합리적 책정'(123명, 17.6%)이 많았음.
- 그 외 '소비자 문의의 신속한 응답'(110명, 15.7%), '거래조건 정보 표시 강화'(109명, 15.6%) 등의 개선이 필요하다고 꼽았음.

【그림 6-2】 명품 플랫폼 이용 시 개선 요구사항



- 소비자들은 '명품의 정품성을 신뢰'하기 때문에 명품 플랫폼을 이용한다고 응답(109명, 15.7%)하면서도 다른 한편으로는 명품 플랫폼의 '정품 보증 시스템 강화'가 가장 필요하다고 응답(253명, 36.1%)하고 있어, 명품 플랫폼에 대해 기대와 우려라는 양면적 감정을 지니고 있었음.

나. 거래조건 정보 표시 및 인식

[1] 명품 플랫폼의 거래방식 인식

- ☐ (플랫폼의 거래방식) 가장 최근 이용한 명품 플랫폼의 거래방식이 무엇인지 조사한 결과, 조사대상 700명 중 120명(17.1%)는 '모른다'고 응답함.
- ☐ 명품 플랫폼은 구매대행, 병행수입 등 거래방식에 따라 청약철회 등(취소·환불, 교환·수리 등)의 효과가 다를 수 있으나 상당수 소비자들은 거래방식을 잘 인식하지 못하고 있었음.

【표 6-3】 플랫폼의 거래방식 인식

(단위 : 명, %)

구분	구매대행	병행수입 판매	공식수입 제품 판매	오픈마켓	기타	모름	계
빈도	209	183	152	33	3	120	700
비율	29.9	26.2	21.7	4.7	0.4	17.1	100.0

[2] 거래조건 정보의 중요 고려사항 및 확인 용이성

- ☐ (거래조건 정보의 중요 고려사항) 명품 플랫폼 이용 시 중요하게 고려하는 거래정보를 조사한 결과, '상품정보'가 234명(33.4%)으로 가장 많았으며, '가격 정보'(178명, 25.4%), '품질·정품 보증 관련 정보'(168명, 24.0%), '배송 정보'(32명, 4.6%) 등의 순이었음.

【표 6-4】 명품 플랫폼 이용 시 중요하게 고려하는 거래조건 정보

(단위: 명, %)

구분	명품 플랫폼 이용 시 중요하게 고려하는 거래조건 정보	빈도	비율
1	상품정보	234	33.4
2	가격 정보	178	25.4
3	품질·정품 보증 관련 정보	168	24.0
4	배송 정보	32	4.6
5	취소 및 환불 정보	30	4.3
6	사업자 정보	30	4.3
7	A/S 정보	17	2.4
8	할인정보	9	1.3
9	결제 시스템 및 개인정보보호의 안전성	2	0.3
계		700	100.0

- (거래조건 확인 용이성) 명품 플랫폼 이용 시 거래조건 정보가 얼마나 눈에 띄게 표시되어 있었는지 5점 척도로 확인한 결과, '가격 정보'가 3.94점으로 가장 높았으며, '상품정보'(3.77점), '배송 정보'(3.72점) 순으로 나타났다.
- 거래조건 정보 중 'A/S 정보'가 3.29점으로 가장 확인이 어려웠으며, 다음으로 '사업자 정보'가 3.39점으로 확인이 쉽지 않은 것으로 나타났다.

【표 6-5】 거래조건 정보의 확인 용이성

(단위: 점)

구분	거래조건 정보의 확인 용이성	5점 척도
1	가격 정보	3.94
2	상품정보	3.77
3	배송 정보	3.72
4	품질/정품 보증 관련 정보	3.55
5	취소 및 환불 정보	3.45
6	사업자 정보	3.39
7	AS 정보	3.29

[3] 상품정보 및 A/S 정보 관련 인식

- (상품정보 제공 충실성) 소비자들이 가장 중요하게 생각하는 상품정보가 얼마나 충실하게 제공되고 있는지 조사한 결과, 충실하게 제공(대체로 충실, 매우 충실)하고 있다는 응답자가 436명(62.3%)이었고, 미흡하다(매우 미흡, 대체로 미흡)는 응답은 51명(7.3%)으로 나타났다.

【표 6-6】 상품정보 제공 충실성

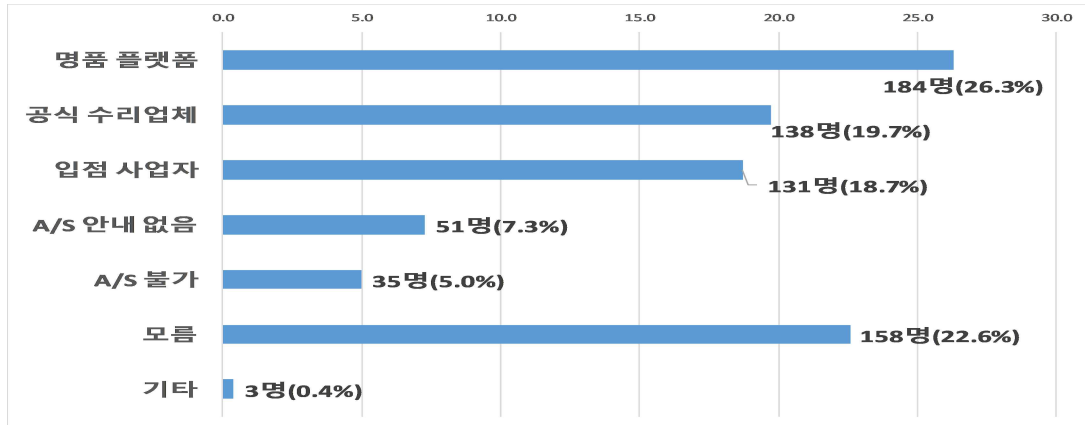
(단위 : 명, %)

구분	매우 미흡	대체로 미흡	보통	대체로 충실	매우 충실	계
빈도	10	41	213	409	27	700
비율	1.4	5.9	30.4	58.4	3.9	100.0

- (A/S 정보 안내) 명품 플랫폼에서 구매한 상품에 대해 누가 A/S 책임을 부담하고 있다고 안내하는지 질문한 결과, '명품 플랫폼'이라는 응답이 184명(26.3%)으로 가장 많았음.
- 다음으로 '공식 수리업체'가 138명(19.7%), '입점 사업자'가 131명(18.7%),

‘안내가 없음’이 51명(7.3%), ‘A/S 불가’가 35명(5.0%) 순이었음. 한편 A/S 책임을 누가 부담하는지 ‘모른다’는 응답도 158명(22.6%)으로 조사됨.

【그림 6-3】 A/S 정보 안내



[4] 취소·환불 정보 관련 인식

- (취소·환불 정보 확인 여부) 명품 플랫폼 이용 시 취소·환불 정보를 어느 정도 확인하는지 조사한 결과, ‘(대체로 또는 항상) 확인한다’는 응답자가 476명(68.0%)으로 나타났고, ‘(전혀 또는 거의) 확인하지 않는다’는 응답자는 60명(8.5%)이었음.

【표 6-7】 취소·환불 정보 확인 정도

(단위 : 명, %, 점)

전혀 확인안함(못함)	거의 확인안함(못함)	보통	대체로 확인	항상 확인	5점 평균
3(0.4)	57(8.1)	164(23.4)	367(52.4)	109(15.6)	3.17

- 취소·환불 정보를 확인하지 않는다고 응답한 60명에게 그 이유를 질문하니, 39명(65.0%)은 ‘문제가 발생해도 명품 플랫폼에서 해결해 줄 것이라고 생각해서’라고 응답함(복수응답).

【표 6-8】 취소·환불 정보 미확인 이유(복수응답)

(단위: 명, %)

구분	명품 플랫폼 이용 시 고려 정보	빈도	비율
1	문제가 발생해도 명품 플랫폼에서 해결해 줄 것이라 믿어서	39	65.0
2	상품을 구매하는데 중요한 정보가 아니므로	16	26.7
3	취소·반품 정보가 있는 위치를 찾기 어려워서	9	15.0
4	급하게 주문하느라 상세 내용을 꼼꼼히 살피지 못해서	9	15.0
5	취소·반품 정보가 전혀 없거나 일부 정보가 누락되어서	5	8.3
6	기타	1	1.7

- (취소·환불 정보의 표시방법 만족도) 조사대상 700명에게 명품 플랫폼 이용 시 취소·환불 정보의 표시방법이 얼마나 만족스러운지 질문한 결과, 종합 만족도는 3.30점으로 보통 수준으로 조사됨.
- 세부적인 표시방법에서는 ‘내용 이해도’가 3.33점으로 가장 만족도가 높았고, ‘표기 위치’가 3.17점으로 가장 낮았음.

【표 6-9】 취소·환불 정보 표시방법 만족도

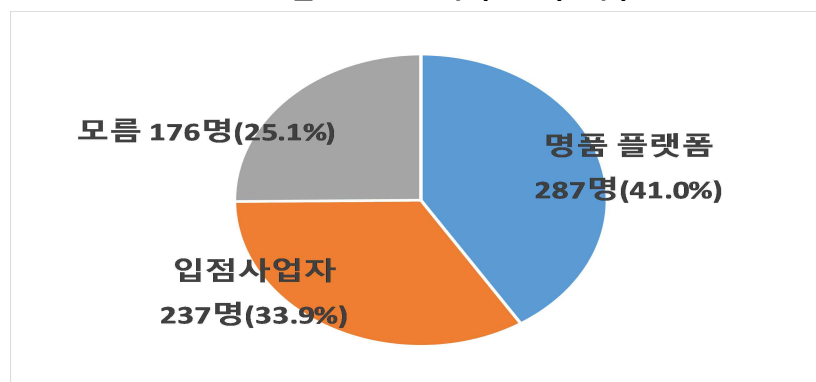
(단위 : 점)

구분	글씨 크기	표기 위치	설명 상세도	내용 이해도	종합 만족도
5점 평균	3.23	3.17	3.21	3.33	3.30

[5] 판매자 정보 관련 인지

- (판매자 인지 여부) 최근 명품 플랫폼에서 구매한 상품의 판매자가 누구인지를 조사한 결과, 조사대상 700명 중 287명(41.0%)은 ‘명품 플랫폼’이라 응답했고, 237명(33.9%)은 ‘입점 사업자’라고 하였음.
- 다만, 176명(25.1%)은 판매자에 대해 ‘모른다’고 응답하여 거래의 상대방인 판매자가 누구인지 정확히 인지하지 않은 채 거래하고 있는 것이 확인됨.

【그림 6-4】 판매자 인식 여부



- (판매자 정보 확인 여부) 명품 플랫폼 이용 시 판매 사업자 정보를 어느 정도 확인하는지 조사한 결과, ‘상호·연락처’를 확인한다는 응답자는 307명(43.9%)이었고, ‘통신판매업 신고’ 여부를 확인한다는 응답자는 258명(36.9%)로 나타났다.

【표 6-10】 판매 사업자 정보 확인 정도

(단위 : 명, %, 점)

구분	전혀 확인 안함(못함)	거의 확인 안함(못함)	보통	대체로 확인	항상 확인	5점 평균
상호·연락처	31(4.4)	180(25.7)	182(26.0)	251(35.9)	56(8.0)	3.17
통신판매업 신고 여부	52(7.4)	186(26.6)	204(29.1)	195(27.9)	63(9.0)	3.04

- 사업자 정보 두 가지 중 한 가지 항목 이상을 확인하지 않는다(못한다)고 답변한 응답자 282명에게 그 이유를 물었을 때, 158명(56.0%)은 ‘문제가 발생해도 명품 플랫폼에서 해결해 줄 것이라고 생각해서’라고 응답함(복수응답).
- 한편 ‘사업자 정보가 있는 위치를 찾기 어려워서’(38명, 13.5%), ‘사업자 정보가 없거나 일부 정보가 누락되어서’(22명, 7.8%) 확인하지 못했다는 응답도 나타나 일부 사업자 정보의 위치나 표시의 문제점도 있는 것으로 판단됨.

【표 6-11】 사업자 정보 미확인 이유(복수응답)

(단위: 명, %)

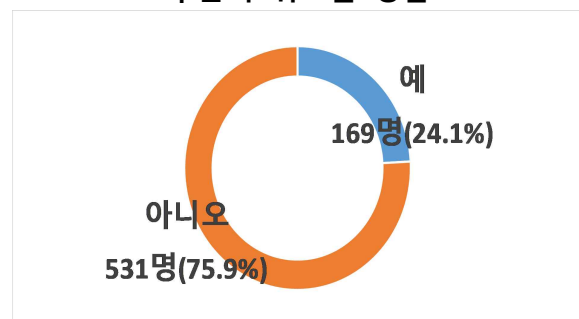
구분	명품 플랫폼 이용 시 고려 정보	빈도	비율
1	문제가 발생해도 명품 플랫폼에서 해결해 줄 것이라 믿어서	158	56.0
2	명품 플랫폼이 판매자인 것을 알기 때문에	98	34.8
3	상품을 구매하는데 중요한 정보가 아니므로	73	25.9
4	사업자 정보가 있는 위치를 찾기 어려워서	38	13.5
5	사업자 정보가 전혀 없거나 일부 정보가 누락되어서	22	7.8
6	기타	1	0.4

다. 판매자에 의해 주문이 취소된 경험

- (취소된 경험 여부) 조사대상 700명에게 ‘판매자에 의해 주문이 취소된 적이 있는지’를 질문한 결과, 169명(24.1%)이 ‘취소된 적이 있다’고 응답함.

- 소비자가 구매 의사가 있음에도 불구하고 판매자에 의해 주문이 취소된 경험으로 앞선 소비자상담 분석에서는 ‘계약불이행’ 유형(47건, 4.1%)로 분석되었음.

【그림 6-5】 판매자에 의해 주문이 취소된 경험



- (취소된 시점) 판매자에 의해 주문이 취소된 적이 있는 169명에게 언제 취소되었는지 질문한 결과, '주문 후 3일 초과~7일 이내'가 60명(35.5%)으로 가장 많았으나, 7일이 지난 후 취소되었다는 응답 역시 50명(29.6%)이나 조사됨.

【표 6-12】 판매자로부터 주문이 취소된 시점

(단위: 명, %)

구분	주문 취소 시점	빈도	비율
1	주문 후 3일 초과~7일 이내	60	35.5
2	주문 후 3일 이내	54	32.0
3	주문 후 7일 초과~14일 이내	38	22.5
4	주문 후 14일 초과~30일 이내	10	5.9
5	주문 후 30일 이후	2	1.2
6	정확히 알지 못함	5	2.9
계		169	100.0

- (취소 사유 안내 여부) 판매자에게 취소 사유를 안내받았는지 질문한 결과, 169명 중 157명(92.9%)이 '안내받았다'고 응답하여, 취소 사유는 잘 안내되고 있었음.
- 구체적인 취소 사유로는 '일시품절 또는 재고부족'이 113명(72.0%)으로 가장 많았음.

【표 6-13】 구체적인 취소 사유

(단위: 명, %)

구분	취소 사유	빈도	비율
1	일시품절 또는 재고부족	113	72.0
2	현지 쇼핑몰 상품 가격의 갑작스러운 변동	18	11.5
3	배송의 장기간 지연	16	10.2
4	개인통관고유번호 미기재 또는 오기재	5	3.2
5	판매 사업자의 사정	4	2.5
6	기타	1	0.6
계		157	100.0

- (환불 소요 기간) 판매자가 주문을 취소한 경우 공휴일을 제외한 환불에 소요된 기간을 질문한 결과, 169명 중 38명(22.5%)이 '3일을 초과하여 환불이 되었다'고 응답함.

※ 전자상거래법 제15조는 통신판매업자가 청약에 받은 재화등을 공급하기 곤란하다는 것을 알았을 때는 대금을 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 한다고 규정함

【표 6-14】 사업자의 주문취소 이후 환불 소요 기간

(단위: 명, %)

구분	환불 소요 기간	빈도	비율
1	취소 통지와 동시에	17	10.1
2	취소 후 24시간 이내	47	27.8
3	취소 후 24시간 초과~ 3일 이내	64	37.9
4	취소 후 3일 초과~ 7일 이내	27	16.0
5	취소 후 7일 초과~ 14일까지	9	5.3
6	취소 후 14일 이후	2	1.2
7	정확히 알지 못함	3	1.8
계		169	100.0

라. 소비자피해 경험

- (소비자 피해 경험) 명품 플랫폼 이용 시 피해를 경험한 적이 있는지에 대해, 조사대상 700명 중 405명(57.9%)이 '피해 경험이 있다'고 응답함.
- 피해 경험자를 피해 유형별로 살펴보면(복수응답) '배송 지연'이 268명(38.3%)으로 가장 많았고, '사업자의 주문 취소'(146명, 20.9%), '정품 여부가 의심스러운 상품 배송'(125명, 17.9%), '품질 불량·미흡'이 83명(11.9%) 순 등이었음.

【표 6-15】 명품 플랫폼 이용 시 피해 여부 및 유형(복수응답)

(단위: 명, %)

구분	피해 유형	빈도	비율
1	배송 지연	268	38.3
2	판매자의 주문취소 등	146	20.9
3	정품 여부가 의심스러운 상품 배송	125	17.9
4	품질 불량·미흡	83	11.9
5	주문취소·반품비용 관련	73	10.4
6	청약철회등 거부 관련(취소, 환불 등)	60	8.6
7	표시 또는 광고 관련	48	6.9
8	A/S 거부	27	3.9
9	기타	6	0.9
10	피해 경험 없음	295	42.1

- (정품 관련 피해에 대한 플랫폼의 관여도) 정품 여부가 의심스러운 상품을 배송받았다고 응답한 125명에게 명품 플랫폼이 피해 해결을 위해 어느 정도 관여하였는지 질문한 결과, '관여하지 않았다'(34명, 27.2%)는 응답이 '관여했

다(29명, 23.2%)는 응답보다 다소 높았음.

【표 6-16】 명품 플랫폼의 정품 확인을 위한 관여도

(단위: 명, %)

구분	전혀 관여 안함	거의 관여 안함	보통	대체로 관여	적극적 관여	계
빈도	4	30	62	28	1	125
비율	3.2	24.0	49.6	22.4	0.8	100.0

- 정품 관련 피해에 대해 확인 후 배상을 받았는지에 대해 질문한 결과, 23명(18.4%)은 '정품 확인이 불가하여 배상받지 못함'이라고 응답하여, 정품 확인 부담을 소비자가 지고 있는 실정이었음.

【표 6-17】 정품 관련 피해 시 배상 여부

(단위: 명, %)

구분	정품 관련 피해 시 배상 여부	빈도	비율
1	정품으로 확인	61	48.8
2	정품 확인 불가였으나 배상받음	26	20.8
3	정품 확인 불가로 배상받지 못함	23	18.4
4	가품 확인 후 배상받음	5	4.0
5	기타(확인 안함 등)	10	8.0
계		125	100.0

- (주문취소·반품비용 관련 피해) 취소·반품비용 관련 피해 경험자 73명에게 세부 피해 유형을 질문한 결과, '구매과정에서 확인한 비용보다 사업자가 실제 청구한 비용이 더 비쌌다'(24명, 32.9%), '주문 이후 바로 취소해도 비용을 부담해야 했다'(23명, 31.5%), '비용에 대한 사전 안내가 없었다'(23명, 31.5%) 등으로 나타났음.

【표 6-18】 취소·반품비용 관련 세부 피해 유형

(단위: 명, %)

구분	세부 피해 유형	빈도	비율
1	구매과정에서 확인한 취소·반품비용보다 사업자가 실제 청구한 비용이 더 비쌌다.	24	32.9
2	주문 이후 바로 취소해도 주문취소 비용을 부담해야 했다	23	31.5
3	취소·반품비용에 대해 플랫폼에서 사전 안내가 없었다.	23	31.5
4	취소·반품비용 책정의 근거인 사업자의 발송 일시 증명 서류를 요청했으나 받지 못했다.	3	4.1
계		73	100.0

- (청약철회등 거부 관련 피해) 청약철회등 관련 피해 경험자 60명에게 세부 피해 유형을 질문한 결과, '단순변심으로 인한 청약철회 거부'가 27명(45%)으로 가장 많았고, 다음으로 '취소·반품 불가 사전 고지로 청약철회 거부'(24명, 40.0%) 등 순이었음(복수응답).

【표 6-19】 청약철회 거부 관련 세부 피해 유형(복수응답)

(단위: 명, %)

구분	세부 피해 유형	빈도	비율
1	단순변심으로	27	45.0
2	취소·반품 불가를 사전에 고지했으므로	24	40.0
3	7일 이내라도 사업자가 정한 청약철회 기간이 경과했으므로	14	23.3
4	포장을 개봉 또는 훼손했으므로	12	20.0
5	기타	2	3.3

- (소비자 피해에 대한 배상 여부) 피해를 경험했다고 응답한 405명 중 아무런 조치를 취하지 않은 59명을 제외한 346명 가운데 307명(88.7%)이 일부배상 또는 전부 배상을 받은 것으로 조사됨.

VII 문제점 및 개선 방안

1. 전자상거래법에 따른 청약철회권 보장 필요

가. 문제점

- ☐ 조사 결과 명품 플랫폼 거래에서 청약철회등을 거부하거나, 전자상거래법보다 짧거나 소비자에게 불리한 조건을 추가하는 등 청약철회기간을 제한하는 실태가 확인됨.
- ☐ 명품 플랫폼 또는 판매자에 따라 단순변심 이나 특정품목은 청약철회가 불가하였고, 청약철회기간도 단축하거나 조건을 추가하는 방법으로 제한하고 있었음.
- ☐ 1372소비자상담 분석에서도 청약철회 관련 불만이 28.1%로 나타나 품질 관련 불만 다음으로 높게 나타났으며, 세부유형으로는 단순변심에 의한 청약철회 거부가 가장 높았음.

나. 개선방안

- ☐ 플랫폼에서 사업자가 제시한 거래조건보다 전자상거래법 등 관계 법령이 우선 적용됨을 소비자의 확인이 용이한 곳에 고지하여 청약철회권에 대한 올바른 정보 제공
- ☐ 전자상거래법은 강행법규로서 사업자의 단순고지나 당사자 약정으로도 소비자의 청약철회권을 배제할 수 없으므로 플랫폼 사업자 및 입점 사업자의 전자상거래법 준수 필요

2. 전자상거래법상 사업자 정보 표시 준수

가. 문제점

- ☐ 실태조사 결과, 모든 명품 플랫폼은 플랫폼 초기화면에 표시해야 하는 사업자 신원 등의 정보를 일부 누락하였고, 입점 사업자의 정보도 일부 또는 전체

정보를 누락하여 관계 법령 위반 소지가 있음.

- ☐ 설문조사에서도 명품 플랫폼을 이용한 소비자들이 판매자가 누구인지 잘 모른다는 응답이 25.1%로 나타났다.

나. 개선방안

- ☐ 전자상거래법은 비대면 거래에서 공정한 거래가 이루어질 수 있도록 거래의 당사자 여부와 사업자 정보를 소비자에게 제공해야 한다고 규정하고 있으므로 플랫폼 및 입점 사업자의 전자상거래법 준수 필요

3. 반품비용 책정 기준에 대한 개선 필요

가. 문제점

- ☐ 실태조사 결과, 플랫폼 또는 판매자별로 반품비용이 달랐는데, 해외 배송에서는 반품비용이 상품가격보다 더 높거나 합리적 근거없이 고액인 경우가 확인되었고, 설문조사에서도 명품 플랫폼의 개선 요구사항으로 '최소·반품비용의 합리적 책정'(17.6%)을 두 번째로 꼽았음.
- ☐ 해외배송에서 반품비용이 청약철회 시점에 따라 단계별로 구분되지 않은 경우에는 주문접수 이후 배송단계에서 실소요비용을 고려하지 않고 동일한 반품비용을 부담하게 되는 문제점이 있음.
- ☐ 한편, 소비자상담 분석 결과 품질 관련 불만이 33.2%로 가장 많았는데, 실태조사에서도 플랫폼 임의로 사소한 스크래치, 흠집, 주름 등은 하자에서 제외하고, 소비자에게 반품비용을 부담하게 하는 실정이었음.

나. 개선방안

- ☐ 반품비용은 「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」과 같이 청약철회의 시점에 따라 소비자가 부담할 반품비용을 단계별로 구분하여 표시하도록 개선이 필요함.
- 또한, 해외배송 상품에 대한 소비자의 청약철회가 있는 경우 「해외구

매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」에 따라 사업자가 '매매계약 체결일 시 및 제품 발송 일시' 입증자료를 시스템 내에 반드시 첨부하도록 개선 필요

- 사업자의 일방적 고지만으로 제품하자 여부를 인정하는 것은 소비자에게 불리하며 해당 기준이 불명확하므로, 구체적인 기준 설정 또는 제3의 기관을 통한 하자 판정이 가능하도록 개선이 필요함.

4. 판매자 주문취소 시 환급 기간 준수

가. 문제점

- 설문조사 결과 판매자로부터 주문이 취소된 경험이 있는 소비자 비율이 700명 중 24.1%(169명)로 나타났으며, 환급처리도 지연되는 것으로 확인됨.
 - 사업자의 주문취소가 전자상거래법에 따른 이행기간인 7일이 지난 이후 이루어진 경우가 29.6%(50명)으로 나타났고, 전자상거래법에 따른 환급 기간인 3일을 초과하여 환불되었다는 응답도 22.5%(38명)로 조사됨.
- 일부 플랫폼은 구매대행이 취소될 수 있음을 전제로 계약을 체결하여, 사업자의 주문취소 시 소비자가 시간과 다른 상품을 구매할 기회를 잃게 되는 등 기회비용에 대한 불만이 나타남.
 - 사업자의 반복된 주문취소는 소비자의 신뢰를 저해하고 거래의 안정성을 해칠 수 있으므로, 「전자상거래법」 제15조는 소비자를 보호하기 위해 품질 등의 경우 소비자에게 즉시 고지 및 환급 처리할 것을 규정함.

나. 개선방안

- (주문취소 고지 기간 단축) 전자상거래법 제15조에서는 계약은 7일 이내 공급에 필요한 조치를 하여야 한다고 규정하고 있으므로 사업자의 주문 취소 고지 역시 7일을 넘기지 않도록 사업자의 자율개선 필요

- (환급 처리 기간 준수) 전자상거래법에 따라 3영업일 내 환급 처리를 준수할 수 있도록 플랫폼의 자율적인 개선이 필요하며, 오픈마켓의 경우 입점 판매자에 대해 관계 법률을 준수하도록 관리·감독 강화 필요
- (주문취소에 대한 배상 필요) 사업자의 주문취소를 감소시키고 소비자를 보호하기 위해 플랫폼의 소비자 배상 및 판매자 패널티 필요

5. 상품정보 등 주요 거래조건 정보 표시 개선

가. 문제점

- 설문조사 결과, 명품 플랫폼 이용 시 소비자들이 중요하게 고려하는 거래 관련 정보에 대해 700명 중 33.4%(234명)가 '상품정보'라고 응답함.
 - 그러나 실태조사 결과, 4개의 명품 플랫폼에서 판매 중인 상품 모니터링 결과, 소재, 치수 등 일부 정보를 누락하고 있었고, 일부 플랫폼에서는 설명이 외국어로만 표기되거나 글자 크기가 작고 화면 확대가 안 되어 모바일 기기에서 알아보기 어려웠음.
- 소비자 설문조사 결과, 취소·환불 정보는 표시 위치가 3.17점으로 가장 만족도가 낮았고, 모바일 앱 상 상품페이지 모니터링에서도 역시 취소·환불 정보와 판매자 정보의 위치가 상품페이지의 하단에 위치하거나 숨겨져 있어 정보 접근성이 낮았음.

나. 개선방안

- (상품정보 표시 개선) '상품정보제공고시'에 따른 품목별 사항을 누락없이 표시하고, 모바일 기기에서 알아보기 쉬운 글자 크기 및 이해하기 쉬운 용어로 상품정보를 제공하도록 개선 필요
- (취소·환불 거래조건 및 사업자 표시 위치 개선) 소비자가 정보 탐색 시간을 줄이고 주요 거래조건을 쉽게 확인할 수 있도록 취소·환불 정보를 상품페이지 상단 부분에 배치하고, 사업자 정보의 거래조건의 노출 경로를 간소화하여 정보 접근성 개선 필요

6. 불공정한 약관 개선 필요

가. 문제점

- ☐ 조사대상 명품 플랫폼 4곳의 이용약관을 검토한 결과, 6개 항목에서 소비자에게 불리한 약관이 확인됨.

【표 7-1】 소비자에게 불리한 명품 플랫폼의 약관 조항

	소비자에게 불리한 약관 조항	머스트잇	발란	오케이몰	트렌비
1	사전통지 없는 회원자격 상실 및 회원등록 말소 전 소명기회 미부여	√			
2	사업자의 서비스 제공에 관한 책임을 고의 또는 중과실로 한정(경과실에 따른 책임 배제)	√			
3	회원 간 분쟁 또는 회원의 손해 발생 시 사업자 책임 면제	√	√		
4	소비자의 청약철회권 제한	√	√		√
5	저작물 등 제한 조항	√	√		√
6	부당한 재판관할 합의 조항	√			

* 명품 플랫폼 이용약관에서 소비자에게 불리한 내용이 있는 경우 √로 표시하고, 미표시는 해당 사항 없음임.

나. 개선방안

- ☐ 회원 탈퇴 및 자격 상실, 이용 제한 및 계약 해지, 사업자 면책, 청약 철회, 저작물의 이용 및 삭제, 재판관할 등 소비자에게 불리한 약관 조항에 대한 개선 필요

VIII 향후 조치 계획

1. 사업자 자율 개선 권고

- ☐ 전자상거래법 위반 소지가 있는 플랫폼 사업자에 대해 자율시정 권고
및 입점 사업자의 전자상거래법 준수를 위한 관리·감독 권고
- ☐ 반품비용 등 불합리한 거래조건에 대한 자율시정 권고
- ☐ 불공정한 약관의 자율시정 권고

2. 소비자 정보 제공

- ☐ 언론 홍보 및 우리원 누리집 게시