

공유·플랫폼 경제시대의 실태분석 및 종합적 해결방안 연구

2020. 1.



공유·플랫폼 경제시대의 실태분석 및 종합적 해결방안 연구

연구수행기관 : 충남대학교 산학협력단

책임연구원 맹수석 (충남대학교 법학전문대학원 교수)

공동연구원 이상훈 (경북대학교 법학전문대학원 교수)

김소영 (충남대학교 법학전문대학원 교수)

연구보조원 손호석 (한국외국어대학교 법학전문대학원 박사)

본 보고서의 내용은 연구진의 견해로서 정책기획위원회의 의견과 다를 수가 있습니다.

《요약문》

제1장 연구의 목적

I. 연구의 배경과 필요성

1. 과업의 배경

- 4차 산업혁명이 세계적 추세가 되면서 디지털화, 정보화와 데이터화 등 새로운 경제영역과 행위가 급격하게 증가함
- 공유경제, 플랫폼경제 등 사회경제 분야에서 발생하는 문제가 증가함에 따라 사회적 이슈가 됨으로써 이를 사회 및 규범적인 관점에서 종합적으로 검토할 필요성이 있음.
- 검토된 내용에 따라 혁신 성장의 동력을 확보할 수 있는 발전방안을 종합적으로 제시할 필요가 있음

2. 과업의 목적

1) 공유·플랫폼 경제 하에서 발생하는 최근 복합적 사회 이슈의 분석

- 공유경제, 플랫폼 노동, 사회복합이슈, 사회갈등해결 등에 대한 개념 규정 및 기존 연구 검토
- 공유·플랫폼경제로 인한 복합적인 사회 문제해결을 위한 해외 법·제도 사례 분석

2) 공유·플랫폼 경제의 사회복합이슈에 대한 정책적 함의에 따라 개선안 도출

- 공유 및 플랫폼 경제시대의 사회갈등 원인분석에 시사점
- 공유 및 플랫폼 경제하에서의 관련 복합이슈에 대한 법·제도 개선안 제안

3) 공유·플랫폼 경제시대의 발전적 방안을 통한 혁신성장 동력의 확보

- 법적·제도적 문제점을 해결함으로써 경제침체를 극복하고, 혁신성장의 동력을 확보할 수 있는 발전방안 제시

II. 연구의 방법

○ 문헌연구

- 제4차 산업혁명시대의 공유경제 및 플랫폼 경제가 초래한 변화에 대한 국내 주요 선행연구를 객관적으로 분석, 평가함으로써 합리적인 대응방안을 모색하는데 참고하고자 함

○ 비교법적 연구

- ILO, EU 등 국제기구의 관련 논의와 우리보다 앞서 제4차 산업혁명시대의 변화에 대응하고 있는 주요 선진국(예컨대 독일, 미국, 영국, 프랑스, 호주, 일본 등)의 입법과 정책을 비교·분석함.

제2장 민상법상의 문제점과 개선방안¹⁾

I. 개관

첫째, 계약 당사자 및 책임 확정 문제: 플랫폼 운영자의 역할과 책임 확정 문제

둘째, 플랫폼 운영자의 책임 확장 방안

셋째, 플랫폼 운영자의 고객에 대한 보호의무의 범위

1) 이하의 내용은 본문을 요약하는 요약문의 특성상 관련 내용이 토대한 출처 표기와 인용 등의 각주를 모두 생략하였으므로 그에 관하여는 본문을 참고하기 바람.

II. 계약 당사자 확정 및 책임 확장과 관련한 개선 방안

1. 문제의 소재 - 플랫폼의 다양한 역할과 책임 소재의 불명확

1) 플랫폼의 다양한 역할

- 플랫폼의 역할은 ① 단순 정보제공형, ② 시장의 역할만 하는 경우(장소대여형), ③ 거래의 중개 내지 매개역할을 하는 경우(거래중개형), ④ 직접 판매를 하는 경우(판매자형)

- 유형별 차이 및 구별 실익

- 이러한 운영자의 법적 지위의 차이는, 플랫폼 운영자가 제공하는 시스템 자체의 하자 또는 그 시스템에서 진행된 참가자 간의 거래로 인하여 손해를 입은 소비자에게 시스템 제공에 관한 계약상의 책임의 유무 또는 불법행위상의 책임의 유무에 영향을 미침.

2) 문제의 소재

- 대부분의 플랫폼에서 자신은 시장 내지 중개자에 불과하며 계약 당사자 지위에 있지 않다는 점을 강조하지만 실제 플랫폼의 역할은 이와 맞지 않다는 지적이 제기되며, 이는 세계적인 현상으로 보임.

2. 개선방안

1) 전통적인 민사법 원칙-계약 당사자 확정의 일반원칙에 따른 해결

- 사적자치의 원칙상 계약의 효과는 계약을 체결한 당사자에게만 미치며, 계약당사자 확정은 당사자의 의사해석이 가장 중요
- 계약당사자 확정과 관련하여서는 법률행위의 해석과 관련하여 판례가 확고한 법리를 형성해 오고 있음(예: 대법원 2019. 9. 10. 선고 2016다 237691 판결)
- 플랫폼이 대리인임이 명확하다면(민법 제115조 및 상법 제48조의 현명주의) 계약의 효과는 공급자에게 귀속될 것임.

- 그러나 플랫폼 공간에서 일어나는 거래들의 경우 이러한 당사자 확정 및 효과귀속의 문제가 반드시 명확하지 않다는 문제가 있으며 전자상거래법의 관련 규정은 문제 해결에 상당한 기준을 제공함.

2) 전자상거래법에 의한 해결 방안

(1) 전자상거래법에 의한 해결: 고지의무와 신원정보 제공의무

○ 고지의무와 위반 효과

- 당사자가 아니라는 점에 대한 고지의무 위반 시 통신판매중개자에 대하여도 통신판매의뢰자와 더불어 연대책임을 지도록 규정(제20조의2 제1항), 당사자 확정에 관한 실무적인 문제를 사실상 해결하였다고 볼 수 있음.

○ 신원정보 제공의무와 위반효과와 개선 방안

- 통신판매중개업자가 통신판매중개의뢰자의 신원정보에 관하여 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 규정함(제20조의2 제2항).
- 제공한 신원정보가 사실과 다를 경우 즉 통신판매중개업자가 제공한 신원정보의 정확성에 대하여 책임을 부담시킬 것인지에 논란
 - 플랫폼 운영자는 여러 상거래를 취급함으로써 막대한 이익을 얻을 수 있는 반면, 개별 거래의 당사자들은 그렇지 않은데도 이러한 대규모의 거래로 인하여 발생하는 위험은 전적으로 거래자들이 부담토록 할 경우에 생길 위험과 효익의 불비례성을 고려 필요
 - 향후 개선사항으로서 필요하다면 입법으로 명확히 하는 방법도 고려해 볼 수 있을 것임.

3) 입법적인 개선 방안: 전자상거래법의 개정

(1) 전자상거래법의 의의와 한계

- 전통적인 민사법(민법 및 상법)에 의한 당사자 확정의 현실적인 어려움에서 비롯되는 법률관계의 불명확성과 불합리성을 입법적으로 해결하

였다는 점에 큰 의의가 있음.

○ 다만 다음과 같은 한계가 있음.

- 통신판매중개업자를 핵심 개념으로 하다 보니 플랫폼 운영자 중심의 현상 포괄 한계
- 통신과 판매 개념의 한계: 플랫폼 공간의 다양한 활동 규율 한계
- 고지의무 면책조항의 한계: 내용의 소극성, 플랫폼 운영자의 책임성 확보에 한계. 즉 “고지문구를 내걸었지만, 사실은 관여를 한 경우” 어떻게 할 것인지가 진정한 질문인데 현행 전자상거래법은 이에 관하여는 함구하고 있는 셈임.
- 플랫폼 운영자의 책임 방법으로서 손해배상에 그치는 한계: 계약상 이행책임, 해소책임 등 다양한 고려 필요성

(2) 전자상거래법 개정의 기본 방향

○ 기본 방향 - 온라인 중개플랫폼에 대한 독립된 인식과 규율 필요성의 고려

- 새롭게 등장하고 있는 온라인 플랫폼 현상을 정확히 반영하도록 개선
- 통신판매중개업자라는 제한된 틀로 현상을 규율하는 현행 체제를 온라인 플랫폼 사업자에 대한 적합한 방향으로 재구성
- 전자상거래 시장의 발전과 혁신적 성격을 고려, 그 성장을 저해하지 않는 접근

○ 참고: 최근의 유럽연합의 접근-지배적 영향력 행사 기준

- 최근 유럽법률협회(European Law Institute, 이하 ‘ELI’) 차원에서 온라인 플랫폼 모델법 초안(Draft Model Rules on Online Intermediary Platforms, 이하 ‘모델법’) 제정 사업이 착수되었고, 약 3년의 논의 끝에 모델법 최종안이 2019년 9월 발표되었음.
- 모델법은 그 자체로 법적 효력을 가지는 것은 아니지만, ‘지배적 영향력을 행사하는 플랫폼 운영자의 책임’을 규정
- 즉 모델법 제19조는 플랫폼 운영자가 공급자에게 지배적 영향력을 행

사하고 있다고 판단되는 경우 고객이 공급자에게 행사할 수 있는 권리와 구제수단을 플랫폼 운영자에게도 행사할 수 있도록 하며, 이 경우의 ‘지배적 영향력 행사’ 판단 기준에 관하여 제시함.

○ 구체화 방안

- 전자상거래 플랫폼의 구조 및 책임에 대한 명시(투명성)의무 - 누가 당사자인가

플랫폼 운영자에 대한 신설조문
제00조(전자상거래 플랫폼의 고지의무) 전자상거래 플랫폼 운영자는 <u>거래초기 단계에서 소비자가 명확히 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법으로 다음 각호의 사항을 미리 명시 내지 고지하여야 한다.</u> 1. <u>소비자가 체결하는 계약의 상대방 당사자가 누구인지(계약의 내용이 직접판매, 위탁판매 내지 중개판매 중 어느 형태에 해당하는지도 병기)</u> 2. <u>중개판매의 경우에는 전자상거래 플랫폼 운영자 자신이 전자상거래의 당사자가 아니라는 사실</u> 3. <u>거래플랫폼 사업자가 계약체결, 대금결제, 계약이행, 환불 등 전체 계약절차에서 관여하는 정도와 방법</u>

- 중개플랫폼 운영자의 책임성 강화 - 지배적 영향력 행사 기준

플랫폼 사업자에 대한 신설조문
제00조(중개플랫폼 운영자의 책임) ① 플랫폼 운영자가 고객들 사이의 계약의 중개를 하는 때 전자상거래 사업자와 소비자 사이에 체결된 계약과 관련하여 다음 각 호의 경우에 계약 당사자가 아님에도 불구하고 소비자에 대하여 전자상거래 사업자와 계약당사자로서의 책임을 연대하여 부담한다. 1. 중개플랫폼 운영자로서 계약당사자가 아니라는 사실을 명확히 고지하지 아니한 경우 2. 중개플랫폼 운영자가 전자상거래 사업자에게 <u>지배적 영향력을 행사하고 있다고 소비자가 합리적으로 신뢰할 수 있었던 경우(지배적 영향력 행사 여부의 판단기준은 대통령령으로 정한다)</u> ② 플랫폼 운영자는 전자상거래 사업자에 대하여 또는 그가 제공하는 재화 또는 용역에 대하여 보증을 한 경우 그에 따른 책임을 진다.

Ⅲ. 플랫폼 운영자로서의 보호의무 등과 관련한 개선 방안

1. 서설

- 보호의무 개념의 필요성 - 플랫폼의 안정성과 안전성, 신뢰성의 중요성
 - 전자상거래는 비대면, 신속, 빈번한 다량의 거래 - 시스템의 안정성이 고도로 요구
 - 인적사항 등 민감한 개인정보 다수 취급 해킹과 누출 및 오사용의 위험으로부터 보호할 수 있는 시스템의 안전성이 요구
 - 온라인 플랫폼으로 이루어지는 전자상거래는 이용자들의 이용후기가 소비자들의 구매의사결정에 중요한 요소로 작용하고 있으므로, 소비자들이 제대로 된 의사결정을 하기 위해서는 이용후기 관리 체계 등의 신뢰성이 요구됨.
 - 기타 온라인 플랫폼 상에서 이루어지는 불법행위(명예훼손 등)에 대하여 일정한 정도의 방지책임이 부과될 필요

2. 보호의무 개념의 명시

- 보호의무의 일반적인 개념
 - 강학상의 개념으로 기타의 행위의무 또는 신의칙상의 부수의무라고도 불림
 - 급부의무 이외의 행위의무로서, 통상 채무자가 채무의 이행과정에서 채권자에게 신체적 재산적 손해를 가하지 않아야 할 의무라고 설명됨.

- 보호의무 규정의 예시 규정(유럽연합의 플랫폼지침 토론안)

이용자 보호의무(유럽연합 플랫폼지침 토론안 제9조)
제9조 이용자를 보호할 의무 플랫폼 운영자가 다음 각 호에 관한 신뢰할 수 있는 증거를 취득하였음에도 플랫폼 이용자를 보호하기 위한 적절한 조치를 취하지 않았다면, 플랫폼

운영자는 이로 인하여 발생한 플랫폼 이용자의 손해에 대하여 책임을 진다.

(a) 다른 플랫폼 이용자를 해하는 공급자 혹은 고객의 범죄행위

(b) 계약 상대방의 신체훼손, 개인정보침해, [선택: 물적] 재산권침해, 자유의 박탈 혹은 그 밖의 유사한 권리의 침해를 야기할 수 있는 공급자 혹은 고객의 행위

3. 이용후기 관리시스템의 신뢰성 강화 방안

1) 이용후기 시스템에 대한 관리 규칙 수립 방안

- 이용후기 작성시스템은 오늘날 디지털 시장의 기본 요소 내지 필수 요소로 자리잡아가고 있음.
- 이용후기 시스템은 정보의 비대칭을 완화하고 계약을 제대로 이행하지 않은 시스템 이용자를 시장에서 배제함으로써 계약의 실효성을 강화하고 규제의 필요성을 완화

2) 이용후기 시스템 관리의무의 필요성

- 이용자의 합리적인 의사결정을 보호
- 통상 이용후기 시스템은 계약체결에 이르는 의사결정 과정 즉 계약체결의 전 단계에서 주로 작용하기 때문에 전통적인 민사법원리에 의할 경우 계약상의 의무로 편입시키는데 이론상 난점이 예상됨.
- 계약체결 전 단계의 행위에 관하여 불법행위(민법 제750조) 법리에 의하여 책임을 묻는 것이 불가능하지는 않으나, 입증책임과 책임 발생의 행위 기준에 있어 계약상 채무에 비해 소비자에게 불리하므로 법으로 그 의무이행의 기준과 책임을 마련하는 방안을 고려할 필요가 있음.

3) 공정하고 투명한 이용후기 작성시스템을 위한 의무 도입 신설방안

신설조문(플랫폼 운영자의 이용후기 관리의무)
제00조(전자상거래플랫폼 운영자의 이용후기 관리책임) ① 플랫폼 운영자는 이용후기 작성시스템을 운영할 경우 그와 관련하여 다음과 같은 사항을 준수하여야 한다. 1. 플랫폼 운영자는 자신이 평가 및 사용후기를 수집, 처리, 게시하는 방법에 대하여 정보를 제공해야 한다. 2. 플랫폼 운영자는 평가 또는 사용후기가 실제로 행해진 거래에 대한 것이며 거짓이 없다는 점을 확인해야 한다. 3. 평가 또는 사용후기에 대가 등의 지급이 허용된 경우라면 플랫폼 운영자는 대가 등을 받고 사용후기가 작성되었는지 여부를 표시해야 한다. 4. 플랫폼 운영자는 사용후기의 삭제에 관한 정책을 마련하고 고지해야 한다. 5. 플랫폼 운영자는 사용후기의 게시와 관련된 정책(얼마나 빨리, 어떠한 순서로 사용후기가 게시되는지, 그리고 사용후기가 얼마나 오랫동안 게시되는지 등)을 마련하고 고지해야 한다. 6. 플랫폼 운영자는 사용후기에 통합평가를 행하는 경우 그 산출의 방법(통합평가 산출에 사용된 평점의 총 수와 특정 평점에 부여된 가치 등)을 마련하고 고지해야 한다. ② 플랫폼 운영자가 전1항의 의무를 위반한 경우에는 [효과] 책임을 진다.

제3장 소비자법·경쟁법상의 문제점과 개선방안

I. 서론

- 공유·플랫폼 경제와 소비자피해 및 불공정거래 문제
- 소비자보호 문제와 개선방안
- 경쟁법의 문제와 개선방안
- 유형별 공유·플랫폼 사업자에 대한 규제 방안

II. 공유·플랫폼 경제와 소비자피해 및 불공정거래 문제

1. 소비자 권익과 공유·플랫폼 경제의 쟁점

1) 공유·플랫폼 경제의 다양한 역할

- 인터넷 사이트나 모바일 앱과 같은 플랫폼이 보편화되고 불특정 다수와 정보공유가 가능해지면서 유희자원을 상호거래하는 활동 급증
 - 소비자는 공유·플랫폼 경제시스템에 참여함으로써 시간과 경비의 절약은 물론, 자원이용자는 자원을 직접 소유하지 않고도 일정한 대가를 지급하고 이용 가능
 - 자원제공자는 플랫폼을 통해 자신이 가지고 있는 유무형의 유희자원을 활용하여 수입 증대

2) 공유·플랫폼 경제의 한계

- 공유경제는 기존 공급시장에서 공급자와 공유·플랫폼 제공자 등과 갈등 내지는 충돌 증가
 - 승차공유경제에 참여하는 공급자의 경우 여객자동차법에 따라 면허를 받지 않고 승차서비스를 제공하고 있어, 기존 대중운송사업을 영위하는 사업자와 갈등이 심각하게 대두
 - 숙박시설공유경제에 참여하는 공급자 중 등록숙박업자가 아닌 자가 자신의 집을 숙박시설로 제공할 경우에 이러한 등록 등을 받지 않고 있어 기존 숙박시설업자와의 갈등은 물론 불법성 문제 발생

2. 공유·플랫폼 경제 관련 법규의 부재와 사회적 갈등 문제

1) 혁신기술의 발전과 입법의 부재 현상

- 급속한 기술발전 등에 따른 관련 입법의 정비가 지체되면서 정부는 최근 규제샌드박스의 형식으로 공유경제의 확산 요구에 대응하고 있는 실정

2) 기존 관련 업법의 규제와 소비자권익의 침해

- 사업행위에 대해 개별업법의 형태로 규제를 가하는 것은 이용자(소비자)

의 보호뿐만 아니라, 해당 사업행위에 의해 생기는 사회일반 및 주변 환경에 미칠 수 있는 악영향도 방지하기 위함

- 그런데 최근 혁신기술 관련 산업분야에 있어서 개별업법에 기한 종래의 규제 방식이 소비자의 권익 보호보다는 기존 사업자의 권익보호에 충실하게 되는 문제가 있음
- 따라서 규제완화를 통해 경쟁관계에 있는 플랫폼을 진입시켜 소비자의 권익을 증대시켜야 한다는 주장이 제기됨

3) 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자피해 및 불공정행위 규제

○ 소비자피해 예방을 위해서는 공유경제 활동이 현행 소비자기본법이나 전자상거래법 등에 적용을 받는지 여부와 공유경제 행위자(플랫폼 사업자, 서비스 제공자)가 사업자에 해당하는지 여부

- 공유경제에 있어서 플랫폼 사업자 및 서비스제공자가 사업자에 해당된다면 소비자의 권익을 보호할 책무 부담
- 그러나 현재 규제당국은 이러한 문제들에 대한 명확한 해석이나 이를 뒷받침할 지침 및 법령을 마련하지 못하고 있음

○ 플랫폼 기업은 사업자에 해당하기 때문에 공유경제 기업 혹은 플랫폼 기업은 부당한 공동행위 금지

- 그런데 공정거래법상 부당공동행위 금지에서 제외되기 위해서는 공유경제 기업활동의 내용(공동체 활성화, 지역경제 활성화 등)이 부당공동행위 제외 사유에 포함되어야 함
- 그러나 현실적으로 운영되고 있는 대부분의 공유·플랫폼 사업자의 행위가 산업합리화 등 제외사유에 해당하지 않아 공정거래법상의 불공정거래행위에 해당하게 될 가능성이 높음

Ⅲ. 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자보호 문제와 개선방안

1. 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자 착취형의 문제

1) 플랫폼 사업자의 우월적 지위의 남용 규제

- 플랫폼은 네트워크 효과(Network Effect)가 작동하기 쉽고, 독점화·과점화가 진행되기 용이한 사업 영역이기 때문에, ‘경쟁자배제’나 ‘이익 착취’의 폐해 가능성이 높음
 - 플랫폼 사업자와 소비자와의 거래에 있어서 소비자와 사업자 사이의 정보의 질과 양 및 협상력의 격차가 존재하기 때문에 소비자는 사업자와의 거래에 있어서 거래조건이 일방적으로 불리
 - 플랫폼 사업자와 소비자와의 거래에 있어서 소비자와 사업자 사이의 정보의 질과 양 및 협상력의 격차가 존재하기 때문에 소비자는 사업자와의 거래에 있어서 거래조건이 일방적으로 불리
 - 그 판단에 있어서 ① 소비자에게 대체 가능한 서비스가 존재하지 않는 경우, ② 대체가능한 서비스가 존재하고 있다 하더라도 해당 디지털 플랫폼이 제공하는 서비스의 이용 중지가 사실상 곤란한 경우, ③ 해당 디지털 플랫폼이 그 의사로 어느 정도 자유롭게 가격, 품질, 수량, 기타 거래조건을 좌우할 수 있는 지위에 있는 경우 등을 고려

2) 우월적 지위의 남용으로 되는 행위유형

- 개인정보 등의 부당한 취득
 - 플랫폼 사업자가 ① 이용목적을 소비자에게 알리지 않고 개인정보를 취득하는 경우, ② 이용목적 달성에 필요한 범위를 넘어 소비자의 뜻에 반하여 개인정보를 취득하는 경우, ③ 개인정보의 안전관리를 위해서 필요하고 적절한 조치를 강구하지 않고 개인정보를 취득하는 경우, ④ 자기가 제공하는 서비스를 계속적으로 이용하는 소비자에 대해 소비자가 서비스를 이용하기 위한 대가로 제공하는 개인정보 등과 는 별도로 추가적으로 개인정보 등을 제공하게 하는 경우

○ 개인정보 등의 부당한 이용

- 플랫폼 사업자가 소비자로부터 취득한 개인정보에 대해 ① 이용목적의 달성에 필요한 범위를 넘어 소비자의 의사에 반하여 개인정보를 이용하는 경우, ② 개인정보의 안전관리를 위해 필요하고 적절한 조치를 강구하지 않고 개인정보를 이용한 경우

2. 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자 보호 방안

1) 소비자 피해 예방과 인증제도의 활용

2) 피해를 입은 소비자 등에 대한 사후보상의 문제

○ 보험 또는 보증제도의 활용

- 보험회사는 새로운 형태의 모빌리티 서비스 시스템을 이용하는 소비자들에게 적합한 보험상품을 제공할 필요
- 규제당국은 새로운 형태의 모빌리티 서비스를 활용하는 과정에서 발생한 사고에 대비하여 피해자를 보호하기 위한 의무배상책임의 확대 등을 검토할 필요

○ 제보제공 및 분쟁해결 시스템의 구축

- 정보제공의 강화
- 행정기관의 대응 노력
- 분쟁해결시스템의 구축

3) 공유·플랫폼 거래에 있어서 면책조항의 문제

○ 공유경제에서의 제공자는 이용자가 손해를 입었을 경우 이용계약 등의 형태로 면책조항 활용

○ 해당 면책조항이 유효하게 계약내용으로 되어 있으면 공유사업자는 그 면책조항에 기해 면책될 수 있지만, 해당 면책조항이 무효 또는 해

○ 면책조항이 이용계약의 내용으로 볼 수 없는 경우에는 공유사업자는 해

당 면책조항에 기한 면책을 받을 수 없는데, 면책조항을 계약의 내용으로 볼 수 없는가에 대한 판단은 약관법리에 의함

- 고객에게 부당하게 불리한 조항, 고객이 계약의 거래형태 등 관련된 모든 사정에 비추어 예상하기 어려운 조항, 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항은 무효
- 특히 계약 당사자의 책임에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 사업자, 이행 보조자 또는 피고용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항, ② 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항, ③ 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항, ④ 상당한 이유 없이 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항은 무효

4) 공유·플랫폼 시스템 관련자의 개인정보보호 문제

- 공유·플랫폼의 연결성으로 인해 다양한 개인정보의 침해 발생
 - 인터넷 등을 통해 빅데이터를 유통하는 플랫폼 제공자에게는 소비자정보(consumers privacy)의 보다 엄격한 관리가 필요
 - 플랫폼 기업은 개인데이터의 국제적 거래규제에 대해서도 고려할 필요
 - 다만, 우리나라에 있어서 아직 초기 단계에 머물러 있는 공유·플랫폼경제의 현실을 감안할 때, 이들 산업의 성장·발전을 가로막지 않는 범위에서 합리적인 규제방안이 마련될 필요

IV. 공유·플랫폼 경제에 있어서 경쟁법의 문제와 개선방안

1. 공유·플랫폼 경제와 경쟁정책과의 관계

- 공유·플랫폼 간 또는 기존 사업자와의 수평적 경쟁과 유력 사업자에 의

한 플랫폼 참여자와 데이터를 레버리지하여 인접 분야에 참여하는 수직적 경쟁의 문제 야기 가능성

- 그런데 산업정책적인 측면에서 혁신에 대해 경쟁정책이라는 분야가 본래 힘을 발휘하여야 할 주제는 기존의 비즈니스 모델을 채용하는 사업자(단체)에 의한 혁신적인 비즈니스 모델을 가진 사업자에 대한 다양한 경쟁제한적인 억압행위가 문제됨

2. 플랫폼·공유경제에 있어서 경쟁정책의 방안

1) 혁신과 소비자보호의 조정

- 공유경제 규제 및 정책 당국자는 혁신에 의한 경쟁촉진을 통한 이용자 편의의 향상과 소비자보호 사이에서 적절한 밸런스를 취하도록 노력해야 함.
- 특히 새로운 비즈니스 모델이 단지 기존의 규제시스템을 벗어나있다는 이유로 종전 규제를 그대로 적용시키는 것은 유의해야 할 것
- 규제는 새로운 비즈니스 모델을 허용할 정도로 유연성을 가져야 함
- 경쟁정책적인 관점에서 혁신기술에 관한 개별업법과 개인정보보호법제, 소비자보호법제를 횡단하는 혁신 추진의 종합적인 설계 필요

2) 경쟁규제당국의 역할

- 혁신추진은 목표로 하고 있는 부서가 일정 규제권한을 배경으로, 개별업법, 개인정보보호법제, 소비자보호법제를 종합적으로 조정하여 국가적 어젠다를 만들고, 통합창구 역할을 담당하는 시스템 구축 필요

3) 혁신성장과 경쟁정책의 대응

- 우리나라 공유경제 관련 기업의 다수는 신흥기업이고, 사회적 실적이나 규제사례의 축적이 충분하지 않음
- 따라서 기득권 보호에 귀결될 수 있는 지나치게 엄격한 규제는 성장성

- 있는 새로운 경제활동의 장애가 될 수 있으므로 유의할 필요
- 물론 소비자보호와 공정하고 자유로운 경쟁유지를 위해서는 규제도 필요하기 때문에 양자의 적절한 균형 유지 필요
- 플랫폼 기업에 대해 보다 상세한 정보공개 요구 필요
- 자의적인 정보조작에 의해 소비자에게 오인 혼동을 초래하지 않도록 소비자보호의 관점에서 정부의 감독은 물론, 기업의 공정경쟁 확보의 관점에서 공정거래위원회 등에 의한 감독 등 관련 기관의 연대 필요
- 관련 업계내 자율규제와 같은 소프트 규정도 활용하면서 보다 실효적인 제도를 다층적으로 구축해 나가는 것도 중요

제4장 노동법·사회보장법상의 문제와 개선방안

I. 서론

- 기존의 노동법 체계로는 디지털전환에 의해 발생하는 산업현장 내 이해관계의 다양성과 대립을 합리적으로 조정, 조율할 수 없음.
- 디지털경제하에서 필수적으로 요구되는 자율성과 유연성의 확대는 노동법이나 노사관계에 대한 사고의 근본적 패러다임을 바꾸지 않고서는 불가능하기 때문에 디지털전환은 노동법의 역할을 재검토하고 새로운 방향성을 모색해야 하는 중요한 전기가 되고 있음.
- 우리나라는 이미 1990년대 이래 비정규직이나 특수형태근로 종사자로 인한 노동시장 내 구조적이고 복합적인 문제를 안고 있는 상황에서 기존 노동법체계로는 포섭하기 어려운 디지털 플랫폼노동 종사자에 대한 보호문제에 당면하고 있음.
- 플랫폼노동 종사자의 불안정한 법적 지위와 낮은 소득 수준에도 불구하고 이들은 노동법적 보호 및 사회안전망으로부터의 사각지대에 놓여

있음. 현행 노동법 및 사회보장법 체계는 근로자를 전제로 설계되어 있기 때문에 근로자성을 인정받기 어려운 디지털 플랫폼노동 종사자의 경우 법적 보호에서 제외되고 있음.

II. 디지털플랫폼 노동의 쟁점

○ ‘고용형태 및 일하는 방식’의 변화와 현행 근로기준제도의 부정합성

- 디지털전환에 의한 생산방식은 기존의 정규직 중심의 전통적 고용형태와 일하는 방식에 큰 변화를 초래하게 되므로 ‘자율성과 유연성’의 확보를 필요로 하는데, 이는 기존 근로기준제도와 부정합성을 초래함.
- 디지털플랫폼 노동과 근로기준제도와 부정합성은 근로시간제도와 임금 체계에서 있어서 가장 두드러짐. 이 때 개선의 핵심 키워드는 근로자의 휴식과 직장·사적 생활의 양립과 함께 근로시간 결정의 자율성과 유연성의 확대임. 따라서 근로시간에 대한 규율의 다원성을 확보하여 유연한 근로시간제도 구축을 모색할 필요가 있음.
- 근로시간에 비례한 임금모형에서 벗어나서, 성과중심의 임금체계를 보편화하는 노력이 병행되어야 함. 즉, 근로자의 개별적 역량과 성과가 근로자 평가의 중심이 되어야 함.

○ 파편화된 고용관계와 집단적 노사관계법의 부정합성

- 과거 전통적인 대공장 체계 하에서 노동조합을 중심으로 발전해 온 집단적 노사관계는 노동조합과 사용자 간의 교섭질서를 배경으로 하여, 단체협약과 부당노동행위 그리고 쟁의행위와 조정제도로 법체계가 정착되었음. 그러나 플랫폼노동관계에 있어서는 근로자들마다 이해관계가 다르고, 근로자의 공간적 동일성도 결여되므로 현재와 같은 근로자 연대 체제로서의 노동조합은 더 이상 유지하기 어려울 것임.
- 디지털플랫폼 경제하에서는 개별 근로자마다 고유한 개별적 근로조건 결정 메커니즘을 구축하게 될 개연성이 높기 때문에 근로조건 연대성 내지 통일성을 전제로 하는 노동조합의 조직체계와 운영원리에 대한 법제도 개편 필요성이 대두되고 있음.

- 플랫폼노동 종사자의 보이스메커니즘 구축을 위하여 근로자대표체계의 실질적 구축, 이른바 ‘실용적’ 노사관계체계를 지원할 수 있는 법체계의 개편이 요구됨. 독일의 근로자대표제도를 참고하여 노무제공자들이 사업자와 교섭 또는 협의를 통해 계약 조건의 향상을 도모하는 것을 목적으로 연대하여 단체를 결성하고 가입하게 하는 단결권 보장체계를 고려할 필요가 있음.

Ⅲ. 디지털전환과 플랫폼노동에 대응하는 국제기구 및 각국의 입법적·정책적 동향

○ 국제기구

- ILO(국제노동기구)는 플랫폼 노동의 확산은 새로운 기회를 가져다 줄 것이지만 동시에 불공정과 불평등을 초래할 수 있다고 경고하고 인공지능, 자동화, 로봇 공학 등 기술의 발전이 ‘현재와 미래의 경제성장, 평등, 지속가능성’을 증진할 수 있도록 노동관련 제도를 강화하고 활성화시킬 것을 권고하고 있음.
- ILO는 2019년 보고서에서 플랫폼노동 종사자 보호를 위하여 「i) 보편적 노동권 보장(노동기본권, 적정 생활급, 최대노동시간 제한, 안전하고 건강한 작업환경 보장) 노동시간 자율성(시간주권) 확대 ii) 노동자와 기업 모두의 필요를 충족하는 노동시간 자율성(시간주권) 보장 조치 iii) 사회적 대화를 통한 노사단체의 대표성 보장 iv) 기술 활용과 관리를 통한 양질의 일자리 증진」을 강조하고 있음.
- EU는 2019년 6월 20일 근로자 보호를 위한「투명하고 예측가능한 근로조건에 관한 지침」외에 「온라인 플랫폼시장의 공정성 및 투명화를 위한 2019년 EU이사회 규칙」을 제정하고 2020년 7월 12일부터 시행하기로 함. 이에 앞서 EU 집행위원회는 2016년 6월 온라인 플랫폼 시장의 거래관행에 대한 실태조사 결과를 발표하고, 이를 바탕으로 온라인 플랫폼시장의 불공정한 거래관행을 시정하기 위한 EU 차원의 입법을 2018년 4월에 권고한 바 있음.

○ 주요국가의 입법적·정책적 동향

- 독일은 디지털화가 초래할 경제·사회·노동 분야 등의 급격한 변화에 대응하기 위하여연방정부 주도하에 디지털화 대응전략으로서 ‘산업 4.0’ 전략을 구축하고, 연방노동사회부는 ‘노동 4.0’ 전략을 마련하여 노동 및 일자리 분야에서의 변화에 대비해왔음. 특히, 독일의 경우 노동환경 및 노사관계제도 전반의 개혁에 대한 공감대를 형성하기 위한 ‘사회적 대화’의 중요성을 인식하고, 노사 이해당사자, 전문가그룹, 연방 관계부처, 정치인 등이 디지털화가 가져올 경제·사회·노동 관련 제반 문제와 대응 전략 등을 함께 논의하고, 연구 결과를 통해 대응방향을 지속적으로 제시하고 있음.
- 프랑스는 플랫폼노동 종사자를 「노동법전」 제7편 특수형태고용종사자에 포함시켜 명문의 규정에 의하여 보호하고 있음. 전자적 방식의 플랫폼을 이용하여 직업 활동을 수행하는 비임금노동자를 적용대상으로 하여 산재보험 적용을 가능하게 하고, 노동조합의 조직, 가입을 허용하고 있음.
- 미국의 경우 2015년 캘리포니아 주 연방지방법원에서 우버 운전기사를 주 법상의 근로자로 인정한 사례가 있는데, 이 사건은 결국 2019년 3월 29일 우버가 2천만 달러(약 240억)를 보상하기로 합의하여 5년간의 소송을 마무리 지었음. 반면에 2017년 2월, 플로리다 주 지방법원에서는 해당 주 산업재해보상보험법상의 근로자성을 부정한 사례가 있음. 또한, 2019년 9월 18일 캘리포니아 주에서 플랫폼노동 종사자를 보호할 수 있는 법안(AB-5)이 통과되어 플랫폼노동 종사자는 근로자로 인정되는 경우 최저임금, 산재보상, 실업보험, 유급병가, 가족휴가 등 혜택을 받게 되었음.
- 일본 정부(후생노동성)는 4차 산업혁명에 대비하여 2016년 8월 「일하는 방식의 미래 2035 : 한 사람 한 사람이 빛나기 위해서」라는 제목의 보고서를 발간하였음. 고 간행하였음. 4차 산업혁명에 대응하여 노동정책과 노동법의 이상을 넘어 보다 폭넓은 시각의 법과 제도의 설계를 구축하려고 함. 이 보고서에 의하면 AI를 중심으로 한 기술 혁신은 향후 경제 구조를 급속하게 바꿀 것이며, 이는 일본경제로서는 큰 찬스

며, 일본이 직면하고 있는 과제의 해결에 큰 기여하고 그 혜택은 도시만 아니라 크게 소외되고 고령화가 진행되는 지역에 미칠 것이라고 예상함.

IV. 공유·플랫폼경제시대의 노동관련 개선 과제

- 플랫폼노동 종사자 보호를 위한 선결과제와 기본 방향
- 정확한 실태 파악의 필요성
 - 플랫폼노동 종사자에 대한 실효성 있는 입법적·정책적 보호 방안을 마련하기 위하여 국세자료, 고용보험DB 등 기존 고용노동조사통계시스템을 기초로 전체 종사자의 규모와 실태를 정확하게 파악할 필요가 있음.
- 사회적 대화를 통한 공감대 형성과 합의의 선행
 - 이해당사자간의 조율이나 사회적 공감대 없이 근로자 보호에 대한 당위성만으로 제도 개선을 추진할 경우에는 법의 실효성 확보를 기대하기 어려우므로 충분한 사회적 대화와 공감대 형성을 바탕으로 입법적·정책적 대응방안이 마련되어야 함.
- 국제기준에 부합하는 보호 수준
 - 디지털플랫폼 노동에 대한 보호 수준이나 정책이 다른 나라와 큰 차이가 있을 경우 관련 산업의 성장을 저해할 뿐 아니라 이해관계자 간의 형평성 및 공정성 문제를 야기시킬 수 있으므로 ILO, EU 등의 국제기준과 각국의 보호 수준을 고려하여 정책을 수립하거나 제도를 설계할 필요가 있음.
- 이해당사자의 ‘자율적 개선’에 대한 정부의 지원
 - 2020년 5월 29일 임기가 끝나는 제20대 국회에 플랫폼노동 종사자를 보호하기 위한 법률안이 발의되어 계류중이지만 현실적으로 단시일내에

법 개정이나 새로운 입법이 이루어지는 것은 기대하기 어려우므로 플랫폼노동의 이해당사자들이 자율적 개선을 위한 행동강령을 마련하도록 정부나 지자체가 지원할 필요가 있음.

○ 입법적 과제와 방식

○ 입법론적 논의의 개요

- 현재까지의 입법론적 논의는 「i) 노동법상 근로자로 볼 것인가 ii) 특수형태근로 종사자와 같이 일종의 유사근로자로 볼 것인가 iii) 근로자의 범주에 포섭하지 않는 제3의 영역을 설정하여 노동시장에서 노무제공자로서 당연히 받아야 할 사회권의 향유주체로 인정할 것인가」에 대한 검토로 요약됨.

○ 노동법상 근로자의 범주로 포섭하여 노동법을 적용하는 방안

- 이 방안은 해석론에 의하여 근로자성 판단기준을 확대하거나 근로자의 범주에 플랫폼노동 종사자가 포함될 수 있도록 근로자에 대한 정의 규정을 새롭게 규정하는 방식으로 구분할 수 있음.

○ 특수형태근로종사자에 포섭하는 방안

- 특수형태근로 종사자에 대한 특별법을 제정하거나 노동관련법에 추가적 규정을 신설하는 방식을 고려할 수 있음. 후자의 방식으로는 노동관련법에 그 법률의 입법취지를 고려하여 해당 법률의 근로자 개념에 특수형태근로 종사자를 포함시키거나 특수형태근로 종사자에 대한 정의 규정을 두고 적용 특례를 인정하는 방식을 생각해볼 수 있음.

○ 근로자성을 인정하지 않고, 제3의 영역에서 보호하는 방안

- 플랫폼노동 종사자를 노동법상 근로자 개념에 포섭하거나 특수형태근로 종사자에 포섭하는 방안에 한계가 있다는 측면에서 제3의 영역으로 포섭하는 방식이 있음. 영국은 근로자(Employee)와 노무제공자(Worker)를 구분하고 근로자에게는 노동관계법령을 전면 적용하는 반면에 노무제공자에게는 일부의 노동관계법을 적용하고 있음.

○ 소결(사건)

- 플랫폼노동 종사자를 근로자의 범주에 포섭하여 노동법 및 사회보장법에 의한 전면적 보호를 하는 입법례는 어느 국가에도 존재하지 않으며, 플랫폼노동 종사자에 대한 특별법을 제정한 국가도 없음. 다만, 프랑스의 경우 2016년에 노동법전에서 규정하고 있는 특수형태노무종사 근로자에 플랫폼노동 종사자를 포함시켜 극히 일부의 노동법적 보호를 하고 있으며, 영국은 근로자(Employee)와 노무제공자(Worker)를 구분하고, 플랫폼노동 종사자를 노무제공자로 보아 노동법의 일부 규정을 적용하고 있음.
- 우리의 경우 플랫폼노동 종사자를 특수형태근로 종사자에 포함시켜 노동법과 사회보장법적으로 부분적 보호를 하는 방식이 가장 현실적일 것으로 생각됨. 그러나 특수형태근로 종사자의 경우에도 현재까지 사회보험의 일부 영역(산업재해보상보험법상 특례규정)을 제외한다면 노동법적 보호 입법은 이루어지지 않고 있음.
- 장기적으로는 영국과 같이 플랫폼노동 종사자를 제3의 영역으로 포섭할 것인지 여부에 대하여 입법정책적으로 선택해야 할 것임.

○ 노사관계제도의 중·장기적 개선 방향

- 4차 산업혁명은 생산방식과 생산내용의 변화는 물론 노동을 둘러싼 가치관과 노사관계, 노사관계를 뒷받침하는 법·제도의 변화가 요구되는 등 노동시장 전반에 지대한 영향을 미칠 것으로 예상되고 있음. 그러나 현재의 노동법은 4차 산업혁명에 따른 혁신과 경쟁력을 위한 규범적 인프라로서 한계가 있으므로 전통적 노동법의 패러다임에 입각한 집단적이고 획일적 규제방식을 유연하고 개별적인 규제방식으로 바꾸고, 기업과 사업의 특성과 근로자의 수요를 반영하여 근로조건에 대한 당사자의 자율을 확대하는 방향으로 전환할 필요가 있음.
- 4차 산업혁명에 따른 산업현장 내 이해관계의 다양성과 대립을 합리성으로 조정, 조율할 수 있는 시스템을 법적으로 유연하게 보장할 필요가 있음.

○ 공유·플랫폼경제하에서의 제조업의 혁신과 일자리 창출

- 4차 산업혁명에 의한 공유·플랫폼경제의 확산은 단순반복적 형태의 저숙련직의 일자리를 대체 하거나 소멸시킬 우려가 있지만, 인공지능(AI)이나 로봇관련 전문직·기술직에서는 새로운 일 자리가 급격히 늘어날 것으로 예측되고 있음.
- 한편, 4차 산업혁명의 가장 주목할 만한 혁신을 ‘제조업의 혁신’이라는 관점에서 바라보는 입장이 존재하고 있음. 즉, IoT, 클라우드 컴퓨팅, 3D프린터, 빅데이터 등의 ICT기술을 통해 생산공정과 제품간 상호 소통시스템을 구축함으로써 작업경쟁력을 제공하는 독일의 ‘인더스트리 4.0(Indusrie 4.0)’이 대표적이라 할 수 있으며, 이 중 가장 핵심적인 산업으로써 자동차 산업이 위치하고 있음.
- 따라서 우리나라의 경우 국가 경제의 중요한 비중을 차지하고 있는 제조업 산업에서부터 일자리 창출을 위한 노력을 적극적으로 할 필요가 있음. 도요타의 재택근무 등 새로운 노무제공 방식에 의한 다양한 일자리 창출 사례는 우리에게 큰 시사점을 주고 있음. 따라서 제조업에서도 인공지능 및 로봇과의 협력을 통한 새로운 일자리도 창출할 가능성이 존재함.

○ 공유·플랫폼경제하에서의 일자리 창출을 위한 직업능력개발

- 디지털전환으로 인한 일자리의 축소 내지 소멸에 대응하여 노동정책과 직업능력개발의 연계를 통한 일자리 창출을 모색할 필요가 있음.]
- 재직근로자의 근로시간을 단축하거나 유급휴가 부여 등을 통한 직업능력개발훈련 활성화가 논의되고 있으며, 붓 등에 의해 일자리를 상실한 기술소외계층이나 근로의 기회를 가지지 못하는 취약계층(예컨대 장애인, 여성, 고령자 등)을 위해서는 사회정책적 차원에서 기본소득 내지 실업부조와 같은 제2의 사회안전망을 시급히 도입하여 실시함으로써 생계를 보장하는 동시에 이를 직업능력개발과 연계하는 방안도 모색할 수 있음.

목 차

제1장 연구의 목적	1
제1절 연구의 배경과 필요성	1
제2절 연구의 방법	2
제2장 공유·플랫폼 경제의 민법·상법상의 문제점과 개선방안	3
제1절 서론	3
제2절 공유·플랫폼 경제의 개념과 법적인 구조	5
제3절 공유·플랫폼 거래의 민사책임	21
제4절 민상법상의 문제점과 개선방안	36
제3장 소비자보호법 및 경쟁법 상의 문제와 개선방안	61
제1절 서론	61
제2절 공유·플랫폼 경제와 소비자보호의 문제	67
제3절 경쟁법과 플랫폼·공유경제의 문제	80
제4절 유형별 공유경제의 플랫폼 사업자에 대한 규제	86
제4장 노동법·사회보장법 상의 문제와 개선방안	97
제1절 서론	83
제2절 제2절 플랫폼노동의 실태와 노동법적 쟁점	99
제3절 디지털전환과 플랫폼노동에 대응하는 국제기구 및 각국의 동향	109
제4절 입법적 개선 방향	105
제5장 결어	131
참 고 문 헌	141

제1장 연구의 목적

제1절 연구의 배경과 필요성

1. 과업의 배경

○ 4차 산업혁명이 세계적 추세가 되면서 디지털화, 정보화와 데이터화 등 새로운 경제영역과 행위가 급격하게 증가함

○ 공유경제, 플랫폼경제 등 사회경제 분야에서 발생하는 문제가 증가함에 따라 사회적 이슈가 됨으로써 이를 사회 및 규범적인 관점에서 종합적으로 검토할 필요성이 있음.

○ 검토된 내용에 따라 혁신 성장의 동력을 확보할 수 있는 발전방안을 종합적으로 제시할 필요가 있음

2. 과업의 목적

(1) 공유·플랫폼 경제 하에서 발생하는 최근 복합적 사회 이슈의 분석

○ 공유경제, 플랫폼 노동, 사회복합이슈, 사회갈등해결 등에 대한 개념 규정 및 기존 연구 검토

○ 공유·플랫폼경제로 인한 복합적인 사회 문제해결을 위한 해외 법·제도 사례 분석

(2) 공유·플랫폼 경제의 사회복합이슈에 대한 정책적 함의에 따라 개선안 도출

○ 공유 및 플랫폼 경제시대의 사회갈등 원인분석에 시사점

○ 공유 및 플랫폼 경제하에서의 관련 복합이슈에 대한 법·제도 개선안 제안

(3) 공유·플랫폼 경제시대의 발전적 방안을 통한 혁신성장 동력의 확보

○ 법적·제도적 문제점을 해결함으로써 경제침체를 극복하고, 혁신성장의 동력을 확보할 수 있는 발전방안 제시

제2절 연구의 방법

○ 문헌연구

- 제4차 산업혁명시대의 공유경제 및 플랫폼 경제가 초래한 변화에 대한 국내 주요 선행연구를 객관적으로 분석, 평가함으로써 합리적인 대응방안을 모색하는데 참고하고자 함

○ 비교법적 연구

- ILO, EU 등 국제기구의 관련 논의와 우리보다 앞서 제4차 산업혁명시대의 변화에 대응하고 있는 주요 선진국(예컨대 독일, 미국, 영국, 프랑스, 호주, 일본 등)의 입법과 정책을 비교·분석함.

제2장 공유·플랫폼 경제의 민법·상법상의 문제점과 개선방안

제1절 서론

I. 공유·플랫폼 경제의 법적 특징

공유경제 활동이 등장함에 따라 종전에는 거래대상으로 등장할 수 없거나 등장하기 어려웠던 다양한 유희 자산·서비스 등이 거래의 대상으로 시장에 등장하게 되었다. 이러한 유희 자산·서비스를 활용하는 거래 대상의 다양화는 전통적인 물건에 대한 배타적 이용권을 기반으로 하는 매매나 임대차 등의 전통적인 계약 법리에 대한 재검토의 필요성을 부각하게 되었다. 이러한 공유경제가 가능하게 된 것은 유희 자산·서비스 거래가 가능하도록 다수의 시장참여자들을 네트워크로 연결해주는 플랫폼 경제 때문이라고 할 수 있다. 즉 공유경제는 그것을 가능케 하는 토대라 할 수 있는 ICT 기술과 결합하여 다수인이 연결되는 플랫폼 개념이 그 필수 요소로 등장하게 되면서, 이제 공유경제와 플랫폼 경제는 서로 불가분의 떼어 수 없는 관계로 결합하면서 최근의 사회 현상을 나타내는 핵심 키워드의 하나로 자리잡아가고 있다.

이러한 공유·플랫폼 경제의 등장은 법률적인 관점, 특히 민사적인 계약법 구조, 당사자간의 법적 책임의 관점에서 여러 과제를 던져주고 있다. 종래의 경제활동은 전통적인 매매계약에서 보듯이 기본적으로는 대립되는 두 계약 당사자 구도를 기본으로 하던 것이었는데 공유·플랫폼 경제의 등장에 따라 그 당사자 구도 및 역할에 변화가 초래되고 있는 것도 그 예의 하나라 할 수 있다. 플랫폼 경제 현상은 반드시 공유경제에 국한되는 것은 아니며 사회 전체의 소통과 거래 전반에 등장하여 영향력을 미치고 있는 현상이라고 할 수 있다. 다수의 당사자를 기반으로 하는 플랫폼 개념은 전통적인「수요자·공급자」또는 「소비자·생산자」의 2자 구도를 양면시장에서 이질적인 시장 참여 그룹간의 네트워크를 통한 상호작용을 핵심으로 하는 다면적이고 복합적인 관계로 변화시키고 있다.

특히 플랫폼이 단순히 거래의 토대 수준을 넘어 거래를 만들고 규율하는 지배적인 지위를 점하게 됨에 따라 플랫폼 운영자라는 개념이 중요하게 되었고, 플랫폼 운영자가 실질적으로 계약관계에 어떠한 형태로든 작용하기 마련이기에 관련 당사자들의 역

할과 법적 책임을 명확하게 할 필요성이 증가하고 있다. 공유경제는 이러한 플랫폼을 통해 이루어지기 때문에 플랫폼 경제에 관한 법적 논의는 대부분 공유경제에 관하여도 그대로 적용된다.

II. 민법·상법 문제의 검토 필요성

1. 민사 책임 문제의 검토 필요성

플랫폼 경제의 등장은 예컨대 종래의 중개 개념의 한계를 드러내게 되었고 상법상 중개인 법리와 같은 종전 법리의 재검토를 요구하게 되었다. 또한 민법상 계약 당사자 개념의 재정립, 계약체결 이외의 플랫폼 공간에서 일어나는 다양한 계약 관여행위에 대한 법적 정의와 책임 문제 등을 제기하기에 이르렀다.

종래 이러한 문제에 대처하기 위한 법률로는 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 “전자상거래법”이라 한다)이 있다. 이 법은 이러한 민사책임에 관하여도 어느 정도 규정을 두고 있는데, 후술하는 바와 같이 최근 들어 그 한계를 지적하는 목소리가 높아져감에 따라 이 법에 대하여도 민사법적 관점에서 재검토가 필요하게 되었다.

2. 공유(또는 공용) 활동에 따른 법률관계 정립 필요성

유희 자산서비스의 공유가 활성화됨에 따라 다수의 당사자가 동시에 또는 별도로 대상물을 함께 사용하게 됨에 따라 종래의 소유권과 같은 물권적 개념에 토대를 둔 배타적 소유 또는 이용관계를 규율하는 매매나 임대차 법리로는 설명이 어려운 영역이 등장하게 되었다. 이러한 거래 관계에 대하여 종래의 법리로 규율할 경우의 한계가 무엇인지, 이러한 법률관계를 규율할 적절한 새로운 법리가 무엇인지 검토할 필요성이 대두되고 있다.

한편, 공유경제 활동은 전문적인 상인의 거래가 아닌 비자발적 사인간의 거래(이른바 Peer to Peer: P2P)를 기본 개념으로 한다고 볼 수 있다. 따라서 이러한 비 전문가의 간헐적인 거래에 대하여 채무이행의 요구 수준을 어느 정도로 설정할 것인지, 그에 대한 당사자 간의 기대나 합의에 대한 별도의 검토 필요성이 있는 지에 대하여

도 검토가 필요할 수 있다.

제2절 공유·플랫폼 경제의 개념과 법적인 구조

I. 공유·플랫폼 경제의 개념

이하에서는 공유경제의 개념과 플랫폼 경제의 개념을 각각 살펴 본 뒤, 양자의 종합을 통해 법률 검토의 대상과 초점을 살펴보고 한다.

1. 공유경제의 개념

1) 공유경제의 일반적인 개념

(1) 협력 소비경제

공유경제는 이미 생산된 제품을 여럿이 함께 공유해서 사용하는 협력 소비경제를 의미한다. 이는 2008년 하버드대 로런스 레식(Lawrence Lessig) 교수²⁾가 및 처음 사용한 용어로서,³⁾ 제품이나 서비스를 소유하는 것이 아니라 필요에 의해 서로 공유하는 활동을 공유경제라 정의하고 있다. 로런스 레식 교수가 주창한 Sharing Economy는 Rachel Botsman과 Roo Rogers가 주창한 협력적 소비(collaborative consumption)라는 개념으로 발전되는데, 이는 자신이 소유하고 있는 재화에 대한 접근권이나 사용권을 타인과 공유, 교환, 대여함으로써 새로운 가치를 창출해내는 협력적 소비를 이끌어 내는 것을 의미한다.⁴⁾

(2) 인터넷·플랫폼을 강조하는 협의 또는 광의의 개념

공유경제는 협의의 개념으로도 광의의 개념으로도 사용된다. 협의의 개념에서 공유

2) Lawrence Lessig, Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy, Penguin Press, 2008, pp.143~161.

3) 김점산, 지우석, 강상준, 김점산·지우석·강상준, “공유경제(Sharing Economy)의 미래와 성공조건”, 「이슈&진단」, 경기연구원(2014), 1면; 심재한, “Sharing Economy와 법”, 「경쟁법연구」 제36권, 한국경제법학회(2017), 270면

4) R. Botsman and R. Rogers, What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, HarperCollins Publishers, 2010, pp.67~96; 고윤승, “ICT 발달에 따른 공유경제에 대한 소고”, 「e-비즈니스 연구」 제15권 제6호, 80면; 송태원, “공유경제를 통한 혁신과 규제에 관한 일 고찰”, 「법제」 통권 제669호, 법제처(2015), 8면; 윤현석, “공유경제의 법적 과제”, 「원광법학」 제33권 제4호, 원광대학교 법학연구소(2017), 56면; 심재한, 앞의 논문, 270면.

경제는 옥스퍼드 사전에서 찾아볼 수 있는데 “주로 인터넷을 통하여 무상 또는 유상으로 자원이나 서비스를 사적 개인들이 나누는 경제체제(an economic system in which assets or services are shared between private individuals, either for free or for a fee, typically by means of the internet)”을 가리킨다⁵⁾고 정의하고 있다.

광의의 개념에서 공유경제는 유럽연합 집행위원회에서 제시한 협력적 경제(collaborative economy)를 의미한다. 이는 주로 사적 개인들에 의하여 제공되는 상품 또는 서비스의 일시적 사용을 목적으로 제공된 열린 시장(open marketplace)을 위해 창조된 협력적 플랫폼을 통하여 실현되는 사업활동을 의미⁶⁾한다.

이러한 개념을 정리해 보면⁷⁾ 물건의 소유가 거래를 통하여 이전되는 것이 아니라 공급자에게 계속하여 있어 왔으며 재화와 용역에 대한 제한된 이용을 목적으로 전자적 방식으로 거래가 이루어짐을 알 수 있다.

(3) 2018.3. 발의된 공유경제 기본법안⁸⁾의 개념 정의

2018년 3월에 발의된 공유경제 기본법안은 다음 개념에 기반하고 있다.

○ 공유경제

공유경제는 정보통신기술을 활용하여 특정 서비스의 수요자가 해당 서비스를 창출하는 유희자산을 보유한 공급자에게 유희자산의 사용에 대한 대가를 지불하고 유희자산이 창출하는 서비스를 소비함으로써 사회적 경제적 환경적 가치를 창출하는 경제활동(제2조 제1호)으로서 “유희자산”과 “대가지불” 즉 유상성을 요건으로 규정하고 있다.

○ 유희자산

유희자산은 자산의 보유자가 스스로 사용하기 위한 목적으로 취득·보유하였으나 보유자가 사용하지 않는 유무형의 자산으로 정의되어 있다.(제2조 제2호)

○ 공유경제의 당사자: 공급자, 수요자, 중개사업자

공유경제의 당사자는 공급자, 수요자, 중개사업자로 구성된다. 공급자는 자신이 보유한 유희자산의 사용에 대한 대가를 지급받고 유희자산을 수요자의 사용에 제공하

5) 이병준, “새로운 유통방식으로서의 공유경제(sharing economy)와 그 법적 규제방식에 관한 연구”, 「유통법연구」 제4권 제2호, 한국유통법학회(2017), 45면.

6) Critical assessment of European Agenda for the collaborative economy, p.12; 이병준, 위의 글 같은 곳에서 재인용.

7) 이병준, 위의 글, 48면.

8) 공유경제기본법안(김수민의원 대표발의), 의안번호 12610, 2018.3.22.

는 자이다.(제2조 제3호) 수요자는 유희자산의 이용에 대한 대가를 지급하고 유희자산이 창출하는 서비스를 소비하는 자이며(제2조 제6호) 중개사업자는 정보통신기술을 활용하여 수요자와 공급자 간 유희자산 사용에 관한 거래를 중개하는 자로서 제7조에 따라 지정된 자를 말한다. 동법 제7조는 기재부장관에 의한 중개사업자 지정 절차를 규정하고 있다.

○ 상시공급자와 일시공급자

동법은 일정한 빈도와 거래금액을 기준으로 상시공급자와 일시공급자를 구별하고 있다.(제9조)

[참고] 공유경제 개념에 있어서의 유희성

위 공유경제기본법안에서 보듯이 공유경제 활동은 통상 유희자산이나 서비스, 본래 자신이 사용하던 잉여 자산이나 가치를 서로 나누어 사용하는 개념을 가리킨다. 그러나 이러한 개념에 의할 경우에는 처음부터 소유자의 개인적인 사용이 아니라 공유를 목적으로 취득 보유하는 자산을 이용한 공유는 공유경제의 개념에 해당하기 어렵다. 예컨대 렌터카와 같은 전통적인 비즈니스는 물론, 최근의 쏘카와 같은 차량 공유 비즈니스, 공유주방(표1참조) 등도 대표적인 공유경제의 사례로 소개되고 있지만 공유경제로 분류되기 어렵게 된다. 이러한 다양한 공유경제의 전개 양상은 반드시 유희성을 개념 요소로 삼는 것의 타당성과 필요성은 무엇인지, 이러한 유희성이 계약법적 책임을 해석하고 의무이행의 기준을 설정하는데 어떠한 작용을 하게 될 것인지 법적인 관점에서의 검토 필요성을 제기한다. 유희성은 Peer to Peer 또는 C2C 개념의 징표로 요구되는 것이라 이해될 수 있을 것이다. 이에 관하여는 후술.

<표 1> 공유경제 활동의 최근 사례 - 강남 공유주방⁹⁾

- ☐ 2015년 국내 최초 도입
- ☐ 개념
 - 관리회사가 있고 공유주방의 입주자(음식점주)가 있음.
 - 관리자(관리회사 직원)는 장소를 지원하고 홍보, 마케팅, 주문관리, 배달대행업체와 연결, 메뉴 개발 지원 담당하고 각 입주자로부터 판매액의 몇 %의 수수료를 받음.

9) TV조선, “주방 하나에 사장님만 140명…규제 풀린 공유주방 '꿈틀'” (<https://www.youtube.com/watch?v=2MqZulpPgKY>); KBS 다큐멘터리3일 (2019.9.27.) 등의 내용을 필자가 요약한 것임.

- 입주자는 자신이 음식점을 시작하면 최소 1억원이 드는데 약 200만원 창업비용으로 창업 가능하다고 함.
- 입주자는 창업비용 저렴 및 부역 제공의 이점 때문에 공유부역을 선택
- 입주자가 조리한 음식을 배달대행업체의 택배직원을 통해 배달하는 배달전문업체 형태로 운영됨.
- 도입 배경
 - 1-2인 가구 증가, 주 5일 근무, 요리할 줄 모르는 20-30대의 증가(역삼, 선릉, 대치, 논현의 오피스텔 대상)
 - 시간 없는 직장인과 주말 및 저녁의 배달 애용 가구 중심으로 확산
- 운영실태
 - 강남 중심으로 운영되고 있음.
 - 주방 10개 내외로 소규모 건물에 입점하여 운영됨.
 - 조리 10분, 배달 20분의 시스템으로 운영
 - 입주자는 한 칸 부역(2평 내외)

(4) 공유경제촉진에 관한 특별법안

공유경제촉진에 관한 특별법안은 공유경제기본법안을 수정하여 토론회를 거친 것으로 입법안으로 아직 국회에 발의된 것은 아니다. 이 법안은 공유경제기본법안과는 중대한 차이가 있다. 이 법안은 공유경제기본법안과는 달리 ①상시공급자와 일시적 공급자의 구분을 삭제하고, ②중개사업자 지정 제도를 삭제하는 대신 우수중개사업자 지정 제도로 규정하고 있으며, ③숙박공유 및 승차공유에 대한 특례규정과 벌칙규정(제9조~12조)을 신설하였다.

2) 공유의 개념: 공유 vs. 공용

(1) 민법상 공유개념과의 구별

공유경제에서 말하는 공유는 엄밀한 의미에서의 민법상의 소유 개념인 ‘공동소유’(공유, 합유, 총유를 의미) 또는 민법 제262조에 의한 ‘공유’와는 구별되는 개념이다.¹⁰⁾ 민법상 공유는 소유권을 2인 이상이 공동으로 소유함을 의미하는데¹¹⁾ 공유 경제에서의 공유란 물건을 이러한 법률적 의미에서의 “공동으로 소유”한다는 의미는 아

10) 이병준, 위의 글, 40~41면.

11) 송덕수, 물권법, 359면

니다.

(2) 대안으로서의 ‘공용’ 개념과 그 한계

앞서 살펴본 바와 같이 공유경제에서의 공유의 의미와 민법상 공유 개념과는 다르지만 같은 용어를 사용함으로써 혼동의 우려가 있다. 이에 대한 대안으로서 “공용경제”라는 용어를 사용하여야 한다는 견해가 생겨나기도 하였다.¹²⁾

공유경제의 sharing의 의미는 이용의 공유에 초점이 있다. 공용이라 함은 ‘함께’ 또는 ‘같이’ ‘사용한다’는 것을 의미한다.¹³⁾ 함께 또는 같이 사용한다는 것은 그 시점 현재의 특정 기간 동안의 배타적인 단독 사용이 아니라 동시 사용 즉 사용의 동시성 즉 사용의 중첩성을 가리키는 의미가 있다.

그러나 공용경제에서의 공용의 의미는 사용의 동시성에 초점이 있는 것은 아니다. 설령 시간적으로 동시성을 의미하는 경우가 있을지라도 그것이 초점이 아니라 배타적인 사용권을 함께 사용할 수 있도록 배타성의 제한을 해제하는데 중점이 놓여 있다고 보아야 할 것이다.(전술한 개념 정의 참조)

이에 따라 공용개념은 “함께 사용한다”는 개념을 사용함으로써 사용의 동시성 개념과 혼동 우려가 있다. 단순히 함께 사용한다고 할 때에는 함께 사용한다는 것의 법률관계의 의미가 명확하지 않다는 문제도 있다.

(3) 법적인 관점에서의 “공유” 개념의 실익

□ sharing - “내용적·시간적 분할(分割) 및 이전(移轉)”의 개념으로 추상화 가능성

물건을 “함께 사용한다”는 것은 시간적인 동시성을 의미하기보다는 소유권의 3요소인 사용·수익·처분권의 일부를 나누어 주는 것이다. 다시 말하면 “소유권의 내용적·시간적 분할 이전(유상 또는 무상)”이라는 개념으로 추상화 내지 관념화해 볼 수 있으며¹⁴⁾ 그것이 이 현상을 가리키는 보다 정확한 표현이라고 생각할 수도 있어 보인다.

공유의 개념을 이처럼 사용의 동시성이 아니라 소유권의 분할 이전 특성을 갖는 것으로 정의할 수 있다면 그러한 개념을 나타내는 표현으로는 공용보다는 “공유”라는 표현이 더 적합할 수 있다. 그 점에서 공유라는 표현의 개념적인 효용은 여전히 존재한다고 보인다. 이러한 측면은 반드시 소유권을 전제하지 않은, 가령 이용권 또는 접

12) 이병준, 위 40~41면; 윤현석, 55면.

13) 위 각 같은 곳.

14) 오늘날에도 영미권은 부동산을 시간적으로 분절하고 사람별로 분점하는 소유권(timeshare ownership)을 인정한다고 하며 이는 해당 부동산의 이용권을 소유하는 것과는 구별된다고 한다. 김영희, “공유경제 논의와 민법학”, 「법과 사회」, 제61권(2019), 225면 참조.

근권의 수준인 경우를 상정하더라도 마찬가지라고 볼 수 있다. 즉, 그러한 이용권 또는 접근권 역시 권리로서의 성격을 가지는 한 배타적인 이용 등의 배제성과 비경합성을 가진다고 판단된다.

만약 그러한 배제성과 비경합성이 구비되지 않는다면 그것은 누구나 이용할 수 있는 상태임을 의미하는 것이므로 권리라고 부르기 어려울 것이다. 그러한 경우는 굳이 공유경제라는 표현이나 개념에 의존하지 않더라도 그 등장 이전의 상태에서부터 이미 공유하고 있는 상태일 것이므로 특별히 논의할 실익이 없을 것이다. 결국 반드시 소유권과 같은 완벽한 절대권을 상정하지 않더라도, 그보다 낮은 수준의 이용권이나 접근권과 같은 권리인 경우에도 자신의 배타적인 이용 상태를 타인에게 개방하여 사용이 가능하도록 허락해준다는 것에 본질이 있다고 볼 수 있다. 그렇게 본다면 결국 그 권리를 부분적으로 분할하여 나누어 준다(sharing)는 의미의 ‘공유’적 속성이 있다고 표현할 수 있을 것이다.

□ “공유”와 “공용”의 종합

공유경제는 요컨대 누군가의 배타적인 권리가 전제되어 있는 대상물을, 그 권리자의 허락 하에 함께 사용한다는 것이 법률적인 관점에서의 핵심적인 속성이라고 보인다. 정리하면, 공유와 공용 그 어느 것도 엄밀한 의미에서의 법률적인 관점의 정의로는 부족하다고 할 것이다. 배타적인 권리를 분할 이전한다는 법률적 측면을 강조한다면 공유라는 개념이, 이용권에 대한 접근성 확대라는 사회 기능적 현상을 강조한다면 공용이라는 개념이, 각각 효용성이 있다고 보인다.

따라서 그 어느 것도 완벽한 용어가 되기는 어렵고 다소 관념적 추상화한 표현 내지는 기능적인 측면을 포착하여 그 일면을 나타내는 용어라고 보아야 할 것이다. 이처럼 공유와 공용 그 어느 것도 ‘분할’이라는 뜻을 갖는 sharing이라는 단어의 의미를 온전히 나타낸다고 보긴 어렵다고 한다면, 양자를 택일적 선택적인 관계로 보기보다는 보완적 종합적으로 이해하는 관점의 접근이 바람직할 것이다. 이에 본 검토에서는 기존의 용례에 따라 공유경제라는 용어를 사용하기로 한다.

2. 플랫폼 경제의 의의

1) 플랫폼 사업의 특징

(1) 플랫폼의 의의

□ 플랫폼 개념과 그 확대

사전적인 의미에서 플랫폼은 본래 기차를 타고 내리는 승강장을 말한다. 이처럼 플랫폼은 본래 기차를 승하차 하는 공간이나 강사, 음악 지휘자, 선수 등이 사용하는 무대 강단을 의미하였으나 최근 들어 그 의미가 확대되고 있다.

플랫폼의 확대된 의미는 특정 장치나 시스템 등에서 이를 구성하는 기초가 되는 틀 또는 골격을 지칭하는 용어로서, 컴퓨터 시스템, 자동차 등 다양한 분야에서 사용된다.¹⁵⁾ 플랫폼이란 플랫폼 참여자들의 연결과 상호작용을 통해 진화하며, 모두에게 새로운 가치와 혜택을 줄 수 있는 상생의 생태계라고 할 수 있으며, 네이버, 페이스북, 구글 등이 모두 이에 해당한다고 설명된다.¹⁶⁾

플랫폼이 무엇인지에 대한 규범적 정의는 없는 것으로 보이나, 통상 둘 이상의 서로 다른 이용자들이 하나의 장에 모여 가치를 교환할 수 있도록 서비스를 제공하는 중개매체(Intermediary)로 정의할 수 있을 것이다.¹⁷⁾

□ 플랫폼에 대한 법적인 정의

플랫폼에 대한 명시적인 법적인 정의는 아직 없는 것으로 보인다.¹⁸⁾ 그러나 최근 들어 법률 문헌에서 다양한 조명과 정의가 시도되고 있는데 그 내용은 다음과 같다.

- “서로 다른 이용자 그룹이 거래나 상호작용을 원활하게 할 수 있도록 하는 물리적, 가상적, 제도적 환경”¹⁹⁾
- “통상 둘 이상의 서로 다른 이용자들이 하나의 장에 모여 가치를 교환할 수 있도록 서비스를 제공하는 중개매체”²⁰⁾
- “다양한 종류의 시스템을 제공하기 위하여 공통적이고 반복적으로 사용하는 기반 모듈로서 다양한 제품이나 서비스를 제공하기 위해 사용하는 토대”²¹⁾

15) 네이버 지식백과(2020.1.6. 최종접속)

16) 위 같은 곳.

17) 이금노·서종희·정영훈, 「온라인플랫폼 기반 소비자거래에서의 소비자문제 연구」, 『정책연구』 16-03, 한국소비자원, 2016, 9면.

18) 최지현, “온라인 플랫폼 사업자의 민사책임에 관한 연구 - ‘오픈마켓’을 중심으로 -”, 『아주법학』, 12권 제4호, 아주대법학연구소(2019), 154면.

19) 김현경, “플랫폼 사업자 규제법안에 대한 비판적 검토”, 『법조』 제67권 제2호, 법조협회(2018), 149면.

20) 이금노·서종희·정영훈, “온라인플랫폼 기반 소비자거래에서의 소비자문제 연구”, 『정책연구』 제16권 제3호, 한국소비자원(2016), 9면.

21) 오병철, “전자상거래법상의 거래 플랫폼 규제와 개선방안”, 『외법논집』 제41권 제4호, 한국외국어대

이와 같이 아직 합의된 규범적 정의를 제시하기는 어려운 상황으로 보인다.²²⁾ 법적 인 정의가 어려운 이유는 플랫폼의 법적인 역할과 책임이 명확하지 않다는 점을 의미한다고 볼 수 있을 것이다.

(2) 플랫폼 사업의 특징²³⁾

○ 교차망 외부성(cross network externality)

교차망 외부성은 플랫폼 기업을 중심으로 두 그룹의 이질적 이용자 집단이 동시에 존재하며, 이용자 그룹 간에는 상대방 그룹의 크기가 클수록 자신의 혜택이 커지는 것을 말한다.²⁴⁾ 이는 이질적인 두 그룹을 연결하는 기업이 이들 간의 상호작용이 가능하도록 제품이나 서비스를 제공하는 시장, 즉 양면시장(two-sided market)²⁵⁾에 기반하고 있다.

○ 비대칭적인 가격구조

플랫폼 서비스 제공에 비용이 소요됨에도 불구하고 플랫폼 사업자는 특정 이용자에게는 비용을 부과하지 않는다.²⁶⁾ 이는 교차망 외부성에서 비롯된 특징으로 볼 수 있는데 일단 이용자 그룹의 크기를 키우는 것이 중요하므로 판매자로부터는 수수료를 받지만, 소비자로부터는 수수료를 받지 않는 것이 그 예에 해당한다.²⁷⁾

○ 정보비대칭

플랫폼을 통한 거래에서 소비자는 플랫폼 사업자가 제공하는 정보제공의 틀에 구속되며, 플랫폼사업자는 정보를 통제하고 소비자의 평가를 플랫폼 운영 전반에 적극 이용함으로써 정보비대칭이 발생한다.²⁸⁾

□ 플랫폼 사업의 당사자 구조

학교 법학연구소(2017), 148면.

22) 이금노·서종희·정영훈, 앞의 글, 25면; 최지현, 위의 글, 155면

23) 이 단락의 논의는, 최지현, 위의 글, 155~157면 참조.

24) 이금노·서종희·정영훈, 앞의 글, 53면; 최지현, 위의 글, 155면

25) 서종희·정영훈, “온라인플랫폼 기반 소비자거래에서의 소비자문제 연구”, 한국소비자원 (2016), 17면; 광관훈, “온라인 플랫폼사업자와 상거래법제-‘양면시장(two-sided market)’에 적합한 규제방향 검토-”, 「기업법연구」 제32권 제1호, 기업법연구(2018), 136~139면

26) 이금노·서종희·정영훈, 앞의 글, 62면; 최지현, 위의 글, 156면

27) 이금노·서종희·정영훈, 앞의 글, 64면; 최지현, 위의 글, 156면

28) 이금노·서종희·정영훈, 앞의 글, 66면; 최지현, 위의 글, 156면

플랫폼을 운영하는 사업자와 플랫폼을 이용하는 이용자의 구조를 살펴보면 플랫폼 사업자²⁹⁾는 통신판매나 전자상거래를 위한 플랫폼을 구축 운영하는 사업자를 말하며, 온라인 플랫폼 제공자; Online Platform Provider; OPP)라고도 한다. 플랫폼사업자는 인터넷으로 거래에 관한 정보의 발신 및 이에 대한 접근서비스를 제공한다.

전자상거래법은 이러한 서비스를 제공하는 자를 통신판매중개업자로, 이러한 서비스를 이용하여 스스로 재화나 용역을 판매하는 자를 ‘통신판매중개업자’라고 한다.

OECD는 온라인 플랫폼 운영자라고 할 수 있는 인터넷 매개업체(Internet Intermediary)의 유형을 인터넷 망 제공 플랫폼 업체, 망 기반 인프라 업체, 인터넷 검색 엔진 및 포털 기반의 업체, 전자상거래 중개업체, 결제 시스템 제공 업체, 참여형 네트워크 플랫폼 등 6개 유형으로 구분하고 있다. OECD의 유형분류를 기반으로 세부사업자를 재분류하면 다음 <표 1>과 같이 구분할 수 있다.

<표 2> 온라인 플랫폼 분류 및 대표 사업자 유형³⁰⁾

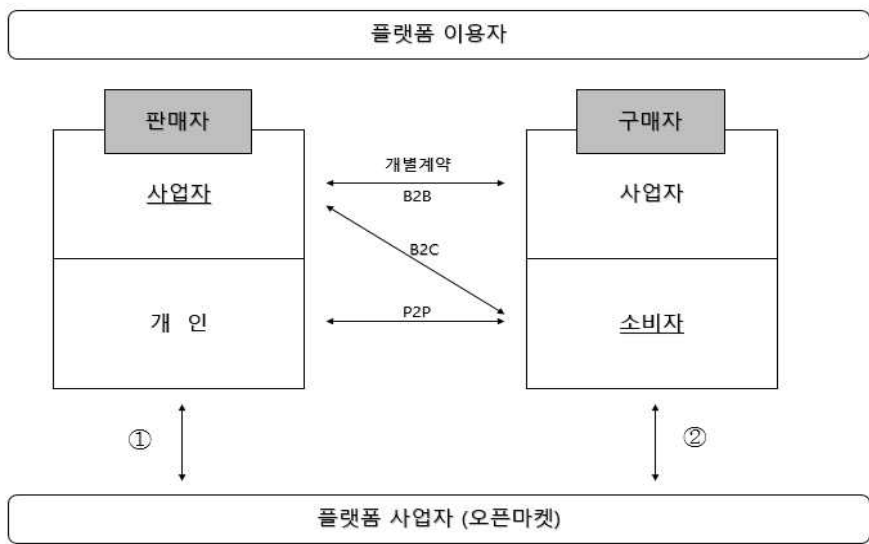
대분류	중분류	소분류	대표 사업자 (서비스유형)
인터넷 서비스 제공	유선		SK 브로드밴드, KT Olleh, LG U+, 지역 케이블 등
	무선		SK, KT, LG 등
소프트 웨어 플랫폼	OS	PC	MS Windows, Apple iOS 등
		모바일	구글 Android, 애플 iOS 등
	웹 브라우저	PC	MS 익스플로러, 구글 크롬, 애플 사파리 등
		모바일	구글 크롬, 애플 사파리, MS 익스플로러 등
검색 및 포털	검색 계열 (가격비교 포함)		구글, 네이버, 다음, 다나와, 에누리 등
	포털		구글, 네이버, 다음
참여형 네트워크 플랫폼	소셜플랫폼	소셜 네트워크 서비스(SNS)	블로그, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 카카오톡 등
		인스턴트 메시지(IM)	카카오톡, 라인, 위챗 등
		미디어 관련	youtube, 아프리카, 다음TV 등
	커뮤니티 서비스 플랫폼		인터넷 커뮤니티, 네이버(다음)카페, linkedin 등

29) 이 부분 설명은 정진명, “플랫폼을 이용한 전자거래의 법률문제”, 『비교사법』제24권 제4호(통권 제 79호), 한국비교사법학(2017.11.), 1565면 참조.

30) 이금노·서종희·정영훈, 앞의 글, 95쪽의 <표 3-1>을 그대로 인용하였다.

대분류	중분류	소분류	대표 사업자 (서비스유형)
전자 상거래 플랫폼	재화		(오픈마켓)11번가, G마켓, 옥션, 인터파크, 아마존, 알리익스프레스 등
	문화/여가	문화	티켓링크, 맥스무비 등
		여행	인터파크투어, 프라이스라인, 익스피디아, 스카이스캐너, 호텔스닷컴 등
	공유경제 및 C2C	숙박	에어비앤비, 코자자 등
		운송	우버, 리프트, 타클 등
		재화 및 서비스	테스크레빗, 열린옷장, 키플 등
		금융	킵스타터, 텀블벅(크라우드펀딩), 8퍼센트(p2p대출) 등
		C2C거래	중고나라, 헬로마켓, 기타 에스프로 시스템
	O2O	외식 배달	배달의 민족, 배달통, 요기요 등
		부동산 및 전문서비스	부동산 : 직방, 다방 등 변호사 및 보험중개: 헬프미, 마이리얼플랜 등
		교통 및 운송	카카오택시, T맵 택시, 비클, 카카오대리운전 등
		기타(청소, 주차, 세차 등)	홈클, 아이파크, 세차왕, yap, 시럽오더 등
	디지털 콘텐츠	ebook 업체	북큐브, Yes24, 알라딘, 교보문고, 네이버북스, 카카오페이지 등
		동영상 제공	IPTV, 넷플릭스 등
		음악 제공	iTunes, 벅스뮤직, 카카오뮤직, 멜론 등
		앱마켓	구글 구글플레이, 애플 앱스토어, SK 원스토어, 아마존 앱스토어 등
결제 및 금융 관련 플랫폼	결제 중개	PG사, VAN사	KG이니시스, KCP, NICE 등
	핀테크 관련	간편 결제	페이코, 페이나우, 카카오페이,페이팔, 삼성페이,알리페이,
		전자지갑	TOSS,뱅크월렛카카오

플랫폼 이용자는 판매자와 구매자로 나눌 수 있다. 플랫폼 사업자와 판매자는 플랫폼 이용계약을 체결한다. 플랫폼 사업자와 구매자 간에는 명시적인 계약관계가 존재하지 않는다거나 일반적으로 아무런 법률관계가 없다는 등의 견해³¹⁾가 있으나, 플랫폼을 통하여 거래를 하는 이상 판매-구매 계약은 아닐지라도 플랫폼이라는 서비스를 이용한다는 점에서 일정한 계약관계는 존재한다고 보아야 할 것이다.



<그림 1> 플랫폼 사업의 거래구조(오픈마켓의 경우)³²⁾

3. 공유·플랫폼 경제의 의의

1) 공유경제의 최근 동향 - 플랫폼과의 결합

최근 공유경제는 10여 년 만에 급성장하였다. 에어비앤비(airbnb)나 우버(Uber) 뿐만 아니라 우리 주변의 다양한 분야에서 차량, 주택, 사무실, 식재료, 의류 등 공유경제의 대상은 거의 모든 유무형 자산을 포함한다³³⁾

급성장의 배경에는 플랫폼과의 결합을 들 수 있다. 공유경제는 유희자산을 공유한다는 개념인 바, 공유가 활성화되기 위해서는 공유의 수요와 공급을 매개해주는 플랫폼

31) 정진명, 위의 글, 1564면; 최지현, 위의 글, 157면

32) 동 그림은 최지현 2020.1.10.자 자문의견서에서 정진명, “플랫폼을 이용한 전자거래의 법률문제”, 『비교사법』 제24권 4호(통권79호), 한국비교사법학회, 2017, 1563쪽에서 발췌 후 일부 수정한 것을 사용함.

33) 안희자, “공유경제 활성화의 이슈와 쟁점: 공유숙박의 제도화 논의”, 「한국관광정책(75)」, 한국문화관광연구원(2019), 86면.

품이 필요하다. 인터넷 통신의 발달로 인한 플랫폼의 확산이 공유경제 확산에 기여하였고 공유경제는 디지털과 모바일 기술의 힘으로 급성장하고 있다.

특히 관광 분야의 공유경제는 온라인 중개 플랫폼을 통해 자신이 거주하는 주택을 활용하여 숙박서비스를 제공하는 숙박공유 서비스가 가장 활발한데, 숙박공유서비스는 호스트와 게스트, 이를 중개하는 플랫폼으로 구성되고 있으며 그 예로 에어비앤비를 들 수 있다.³⁴⁾

2) 공유경제와 플랫폼 경제의 관계

공유경제 개념은 플랫폼 개념과 중첩되어 가는 것이 필수적이라 할 수 있다. 이에 따라 “공유경제란 플랫폼 등을 활용하여 자산·서비스를 타인과 공유하여 사용함으로써 효율성을 제고하는 경제모델”³⁵⁾이라고 볼 수 있다.

플랫폼은 공유경제에 필수적으로 활용될 수 있으나, 그 기능은 공유경제에 국한하지 않는다. 플랫폼은 경제활동에 국한하지 않고 보다 넓은 범위의 참가자들 간의 연결 개념을 포함하고 있으므로, 플랫폼 경제가 공유경제보다 넓은 개념이라고 할 수 있다. 경제활동을 가리키는 경우에도 반드시 공유라는 개념을 요구하지 않으며 전문적인 상인간의 재화·용역의 유통 활동(이른바 B2B)에도 활용된다.

종합해 보면, 공유경제는 본래 논리 필연적으로 플랫폼이 필요하다거나 플랫폼 경제의 하위 개념의 측면을 갖는다고 볼 것은 아니다. 그러나 현실적으로 공유경제는 다수의 참여자들이 관여하게 되고 플랫폼 시장의 특성인 양면시장성과 망외부 효과가 효과적으로 작동해야 활성화될 수 있는 측면이 있다. 이러한 점들로 인하여 공유경제는 불가피하게 플랫폼 경제의 부분화 내지는 그 하위개념화 되어 가고 있는 것이 현실이라고 볼 수 있다.

그러므로 현실적으로는 공유경제와 플랫폼 경제는 구분해서 보기 어려운 면이 있다. 다만 공유경제는 플랫폼을 통해 공유되는 대상이 유희자산·서비스라는 특징을 갖는다는 점에서 플랫폼 경제 개념으로만 모든 특징을 규율 지을 수 없는 면이 있다. 바로 이 부분이 기존의 플랫폼 구조에 대한 법률검토와 차별화되는 공유경제 특유의 법적 관심이 집중되는 부분이라고 볼 수 있다.

전술한 공유경제 기본법안에서도 “스스로 사용하기 위한 목적으로 취득·보유하였으나 보유자가 사용하지 않는 유무형의 자산” 즉 유희자산을 개념 요건으로 하고 있다는 점에서 이러한 특성은 잘 드러나고 있다.

34) 안희자, 위의 글, 86~87면.

35) 관계부처 합동, “공유경제 활성화 방안”, 경제활력대책회의 19-2(2019.1.9.), 1면.

그러나 최근 공유오피스 또는 전술한 바와 같은 공유주방의 예에서 보듯이 반드시 해당 시설이 “스스로 사용하기 위한 목적으로 취득·보유”한 것으로 한정짓기 어려운, 공유 그 자체를 비즈니스로 활용하기 위한 일종의 렌탈 목적의 “전문적인 취득·보유” 형태도 등장하고 있기 때문에 취득 목적에 의한 구분 역시 완벽한 정의로 보기는 어렵다. 하지만 이는 종래의 렌탈영업(예: 렌터카)이 그 범위를 확대해가는 것으로 볼 수 있어 법적인 책임과 규율 관점에서 공유경제 특유의 새로운 접근이 필요하다고 볼 것인지는 논란 소지가 있다.

이상을 요약하면, 공유경제는 다수의 수요자와 공급자를 필요로 한다는 점에서 중개 기능 즉 플랫폼을 필요로 하며 그 점에서 플랫폼 경제와 중첩된다. 다만 특정 자산이나 서비스를 여럿이 함께 이용(동시적 이용이 아닌, 주로 시간 분할에 의한 sharing)한다는 점이 플랫폼을 통해 거래되는 본질적인 대상이라는 점에 특징이 있다고 할 수 있다.

결국 거래의 당사자구조는 플랫폼 경제에 관한 일반적인 분석이 그대로 적용될 것이며, 거기에 내용적인 특수성, 즉 플랫폼 경제의 거래대상이 “특정 자산이나 서비스의 공유”라는 점을 추가하여 분석하는 방법론이 무난할 것으로 보인다.

II. 공유·플랫폼 거래의 법률관계

1. 플랫폼 사업자와 공급자³⁶⁾간 법률관계

플랫폼 사업자와 공급자 사이에는 플랫폼 이용계약을 체결하게 된다. 이 계약의 법적 성질에 대해서는 위임계약이라는 견해, 도급계약이라는 견해, 도급과 위임의 성질을 모두 지니는 혼합계약이라는 견해가 있다.³⁷⁾

오픈마켓³⁸⁾의 경우 공급자는 자신이 직접 쇼핑물을 제작하여 플랫폼 사업자가 운영하는 일정한 공간에서 물품이나 용역을 판매하는 경우가 많을 것인데, 이 경우 플랫폼 사업자와 공급자간 법률관계는 위임계약(민법 제680조³⁹⁾)으로 보는 견해⁴⁰⁾가 있

36) 재화를 판매하는 자 뿐 아니라 용역을 제공하는 자를 포괄하는 의미로 이하 공급자라는 표현을 쓴다.

37) 정진명, 앞의 글, 1564쪽; 신봉근, 「플랫폼 운영자의 계약상의 책임」, 『법학연구』제18권 제3호(통권 71호), 한국법학회, 2018, 424면, 최지현, 앞의 글 158면.

38) 플랫폼 사업자가 온라인에 가상의 마켓(사이버몰)을 열어 놓고 다수의 판매자가 해당 사이버 몰에서 상품을 판매하고 소비자는 해당 사이버 몰에서 구매하는 형태의 사이버 장터를 의미한다. 최지현 앞의 글, 153면, 주1 참조.

다. 이 경우의 법률관계는 이용계약의 내용에 좌우될 것이다.

플랫폼에서 제공하는 서비스의 내용이 일정한 기준을 반드시 충족시켜야 한다고 본다면 일의 완성을 내용으로 하는 도급계약에 가까울 것이다. 다만 일의 1회적인 완성이 아니라 일정한 서비스를 계속 제공해야 한다는 점을 중시하면 그 전체가 하나의 사무로서 ‘타인의 사무’를 위임받아 처리하는 위임계약의 성격도 있다고 할 것이다. 또한 플랫폼의 역할에 따라서는 단지 일정한 서비스 수준을 갖춘 일정한 사이버 공간을 대여하는 것인 경우라면 임대차 계약과 유사한 속성도 있다고 할 것이다. 결국 어느 하나의 민법상 전형 계약으로 구분짓기 보다는 플랫폼의 역할에 따른 다양한 계약의 의무 내용별 특성에 맞는 법률관계를 발견, 종합적으로 적용하는 접근방법이 필요할 것으로 보인다.

2. 플랫폼 사업자와 구매자간 법률관계

플랫폼 사업자와 구매자간에 별도로 계약을 체결하지 않았다면 명시적인 계약관계가 있다고 보기 어려울 것이다.

그러나 교차망외부성이라는 플랫폼의 특징으로 인해 플랫폼 사업자는 적극적으로 다수의 양질의 판매자를 물색하여 그와 플랫폼 이용계약을 체결하고, 수익과 직결되는 플랫폼의 신뢰를 높이기 위해 판매자와 구매자간 거래가 원활하게 성립되도록 필요한 사무를 처리하는 데 이러한 경우 양 당사자 간 법률관계는 위임계약(민법 제680조)라는 견해가 있다.⁴¹⁾

3. 공급자와 구매자(이용자)간 법률관계

플랫폼을 통한 공유경제 활동의 경우 해당 거래는 재화와 용역을 공급하는 자와 이를 구매자(이용자) 사이에 직접 일어나게 되는데, 그 법률관계는 그 구매의 대상을 무엇으로 정의하느냐에 따라 달라질 것이다. 이러한 법적 성격의 정의에 따라 공급자와 구매자(이용자) 간의 법률관계를 정립하고 구매자(이용자)를 어느 정도 보호할 것이며, 공급자에게 어느 정도 책임을 물을 것인지에 대한 논의가 필요할 것이다.

39) 민법 제680조(위임의 의의)

위임은 당사자 일방이 상대방에 대하여 사무의 처리를 위탁하고 상대방이 이를 승낙함으로써 그 효력이 생긴다.

40) 정진명, 앞의 글 1565면, 신봉근, 앞의 글 424면, 최지현 앞의 글, 158면.

41) 정진명, 앞의 글, 1565면; 신봉근, 앞의 글 425면; 최지현, 앞의 글 158면.

4. 참고사례 : 에어비앤비

에어비앤비는 공유경제의 일반적인 사례로 많이 인용되고 있는데 이와 관련된 계약을 보는 견해는 다음과 같이 나뉜다.

○ 민법상 임대차계약이라는 견해

숙박시설 이용계약으로서 임대차라는 견해⁴²⁾가 있다. 미국에서는 에어비앤비를 임대차계약으로 해석하는 것이 일반적이다. 미국에서 에어비앤비 시장에 관하여는 뉴욕과 캘리포니아 주가 가장 거대한 관할권을 갖는데⁴³⁾ 캘리포니아 주법은 30일 이상을 숙박하는 자에게 임차인의 지위를 인정한다. 다만, ①화재에 안전한 건물, ②중앙 연락서비스, ③메이드(maid), 편지, 룸서비스, ④호텔이나 호텔시설과 함께 운영되는 장소에 설치된 음식서비스를 제공한다면 임대차계약에 해당하지 않는다고 정하고 있다.⁴⁴⁾

○ 숙박업자가 체결하는 숙박계약이라는 견해

공유경제 중 숙박시설이용계약은 일반적인 년 단위의 임대차와는 달리 단기간의 임대차에 해당하는 바, 이러한 단기간의 임대차에 대한 법적 성격을 임대차와 유사하나 민법상 임대차계약과는 달리 공중접객업자가 체결하는 숙박계약으로 보는 견해가 있다.⁴⁵⁾

상법은 제151조에서 공중접객업을 “극장, 여관, 음식점, 그 밖의 공중이 이용하는 시설에 의한 거래를 영업으로 하는 자를 공중접객업자라 한다”고 규정하고 있는데 이에 관하여 학설은 공중접객업을 “불특정 다수인이 이용할 수 있는 적합한 설비를 갖추고 그 설비에 의하여 그곳에서 매매, 임대차, 도급, 노무의 제공 등 고객과의 다양한 계약이 이루어지는 유상의 거래”라고 정의하고 있다.⁴⁶⁾

따라서 에어비앤비를 통한 계약은 집주인이 불특정 다수인이 순차로 또는 동시에

42) 고형석, “공유경제산업과 소비자보호-Airbnb를 중심으로-” 「재산법연구」 제34권 제3호, 한국재산법학회(2017), 120면.

43) Matthew Rosendahl, “iTenant : How the Law Should Treat Rental Relationships in the Sharing Economy”, 59 Wm. & Mary L. Rev. 731(2017), p.750; 최단비, 최단비, “에어비앤비 계약의 법적 성격 및 집주인의 보호책임”, 「법학논총」 제31권 제1호, 국민대학교 법학연구소(2018), 219면에서 재인용.

44) 이상 최단비, 위의 글, 219~220면.

45) 최단비, 위의 글, 221면.

46) 정동윤, 「주석상법」 제4판, 한국사법행정학회(2015), 337면.

이용하기에 적합한 숙박시설 및 관리인 등 인적, 물적 시설을 갖추고 그 설비에 의하여 숙소를 빌려주는 임대차계약과, 투숙에 필요한 침구와 가구 및 세탁, 청소 등 각종 생활편의 서비스인 노무를 제공하는 계약을 체결하므로 공중접객업자가 체결하는 숙박계약으로 판단될 수 있다는 것이다.⁴⁷⁾

○ 판례(서비스드 레지던스의 경우)

아래 보듯이 법원은 에어비앤비에 관한 것은 아니지만 부가가치세법 과세대상인지를 판단하는 과정에서 서비스드 레지던스의 경우 주택임대업이라기 보다 숙박업에 해당한다는 취지로 판시하였다.

대법원 2013. 6. 13. 선고 2013두1225 판결은, 원심의 다음과 같은 판단 즉 “① 원고가 이른바 ‘서비스드 레지던스업’을 영위하기 위하여 그 소유자들로부터 임차하여 다시 투숙객들에게 임대한 이 사건 부동산의 경우 7일 이하의 일회성 투숙객의 비율이 가장 높고 나머지 투숙객들도 그 사용기간이 대부분 1년 미만이고, ② 원고가 장·단기 투숙객 모두에게 투숙에 필요한 침구와 가구 및 세탁, 청소 등 각종 생활편의 서비스를 제공하고 있고(장기투숙객의 경우 침구 및 수건 등 목욕용품 교체, 세탁 등의 서비스는 별도의 비용을 받고 제공한다), 장·단기 투숙객 모두 이 사건 건물 내에 있는 수영장, 피트니스센터, 리셉션 데스크 등을 자유로이 이용할 수 있어 원고의 사업 형태는 주택의 임대업이라기보다는 오히려 숙박업에 가까우며, ③ 원고가 투숙객들로부터 받는 대가에는 각 객실의 이용요금뿐 아니라 내부 집기 및 가전과 가구의 사용료, 수영장, 피트니스센터, 주차, 세탁 및 청소 등 편의시설의 사용대가 및 기타 서비스에 대한 대가가 포함되어 있어 상시주거용인 주택을 임대할 경우 통상적으로 받게 되는 임대료로 보기 어려운 사정들 등에 비추어, 원고가 이 사건 부동산의 소유자들로부터 공급받은 용역은 부가가치세 면세대상인 주택의 임대용역에 해당한다고 볼 수 없다”는 판단을 “위법이 없다”고 판단하였다.

상기 판시는 세법 목적상의 판단이므로 민사법상의 책임 여부를 가리는 기준으로 그대로 활용할 수 있을지 불확실한 점이 없지는 않으나, 본질적인 계약의 내용이 무엇인지 그 속성을 파악하는 판단 기준의 의미가 있기 때문에 민사법 목적에서의 에어비앤비에 대한 성질 결정의 경우에 있어서도 참고할 수 있다고 보인다.

47) 최단비, 위의 글, 같은 곳.

제3절 공유·플랫폼 거래의 민사책임

1. 플랫폼 사업자의 민사책임

1) 플랫폼 사업자의 의무

(1) 전자상거래법상의 지위 및 의무

□ 적용법규

오픈마켓은 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 ‘전자상거래법’)상 통신판매중개자(전자상거래법 제2조, 제20조)에 해당된다. 전자상거래법은 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 높여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다(전자상거래법 제1조).

"전자상거래"란 전자거래의 방법으로 상행위를 하는 것을 말하며(전자상거래법 제2조 제1호) 전자상거래법상 소비자란 “사업자가 제공하는 재화 등을 소비생활을 위하여 사용(이용을 포함)하는 자”등을 가리키는 것으로서(전자상거래법 제2조 제5호) 플랫폼 공유경제의 경우 반드시 소비자가 아닌 사업자가 구매하는 경우도 있으므로 정확히 일치하는 개념은 아니나 사업자 이외의 소비자가 구매하는 경우(이른바 B2C)에는 동 법이 적용될 것이다. 공유경제의 개념은 순수한 유희자산의 활용 즉 C2C의 개념으로 파악하게 될 경우에는 전자상거래법의 적용이 어려울 수 있다는 점, 그 경우 플랫폼을 규율할 준거틀이 없어지며, 전자상거래법이라는 민사법적 보완 장치가 사라질 수 있음을 의미한다. 이것이 바로, 뒤에 상술하는 플랫폼 그 자체에 대한 독립적인 규율이 필요한 까닭이다.

결국 민사책임과 관련하여 적용법규의 체계를 정리하면, 특별법인 전자상거래법이 가장 우선 적용되고, 다만 상법 또는 민법을 적용하는 것이 소비자에게 유리하다면 그 법을 적용하게 된다(전자상거래법 제4조⁴⁸⁾). 전자상거래법은 민사적인 의무에 관한 내용도 다수 포함하고 있으면서 상법과 민법에 대한 특별법적 지위를 가지므로 이를

48) 전자상거래법 제4조(다른 법률과의 관계)

전자상거래 또는 통신판매에서의 소비자보호에 관하여 이 법과 다른 법률이 경합하는 경우에는 이 법을 우선 적용한다. 다만, 다른 법률을 적용하는 것이 소비자에게 유리한 경우에는 그 법을 적용한다.

우선 살펴 볼 필요가 있다.

□ 전자상거래법상의 지위

플랫폼 사업자는 통신판매중개자보다 넓은 개념으로 사용된다. 전자상거래법상 "통신판매중개"란 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말함)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다(제2조 제4호).

오픈마켓과 같이 상거래가 이루어지는 플랫폼에서는 직접판매, 위탁판매, 중개판매가 따로이 행해지거나 복합적인 형태로 거래가 이루어질 수 있는데, 이 점이 통신판매 중개자와 구별되는 점이며 따라서 플랫폼 사업자는 통신판매중개자보다 넓은 개념이다.⁴⁹⁾ 플랫폼 사업자는 다양한 역할과 기능을 포함하는 복합적인 개념이라고 할 수 있다.

통신판매중개자는 거래형태에 초점을 맞추어 누가 계약의 당사자인지를 밝히는 개념이지만, 플랫폼 사업자는 판매자와 구매자가 플랫폼 이용계약을 체결하는 것을 전제하고 계약체결 조건을 약관 등으로 정하고 계약체결의 방식을 제공하거나 결제방법을 제공하는 등 다양한 역할과 기능을 포함하는 개념이다.⁵⁰⁾ 또한 플랫폼 사업자는 계약관련 민원 처리에 직접 관여하며, 거래에 관한 정보를 수집하는 등 플랫폼 사업자가 속한 시장 전체의 지배자 역할을 하는 경우가 있다.⁵¹⁾

□ 고지의무

통신판매중개자는 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 알기 쉽게 고지하여야 한다(전자상거래법 제20조 제1항). 소비자가 통신판매중개를 이용하는 이유는 주로 통신판매업자보다 통신판매중개자를 더 신뢰하기 때문인데 이때 거래상대방이 통신판매중개자가 아님에도 불구하고 통신판매중개자를 거래상대방으로 오인하는 것을 방지하기 위한 것이다.⁵²⁾

□ 정보제공의무

49) 최지현, 앞의 글, 159면.

50) 이병준·황원재·박미영, “유럽연합 전자상거래 플랫폼 규제동향과 시사점”, 「외법논집」 제42권 제3호, 한국외국어대학교 법학연구소(2018), 8면; 최지현, 앞의 글, 159면.

51) 이병준·황원재·박미영, 위의 글, 8면; 최지현, 앞의 글, 159면.

52) 고희석, “통신판매중개와 소비자보호”, 「유통법연구」제2권 제2호, 한국유통법학회(2015), 121면; 최지현 위의 글, 160면.

통신판매중개의뢰자의 신원정보 제공의무는 전자상거래법 제20조 제2항에 규정되어 있다. 통신판매중개업자는 통신판매중개의뢰자가 사업자인 경우에는 그 성명·주소·전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 청약이 이루어지기 전까지 이를 소비자에게 제공해야 한다. 통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우에는 그 성명·전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 거래의 당사자들에게 상대방에 관한 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 한다. 이와 같이 통신판매중개의뢰자의 신원정보를 제공하도록 한 것은 거래상대방에게 계약당사자가 누구인지를 알 수 있도록 하기 위한 것이다.⁵³⁾

거래조건 확인의무 도입여부에 관련하여, 중개 행위는 그 속성상 신원정보에 그칠 것이 아니라, 재화 및 거래조건에 관한 정보까지 제공 할 의무를 부담시켜야 한다는 관점에서 위 조항의 규율범위가 부족하다는 취지의 견해가 있다.

즉 재화 및 거래조건을 결정하는 것은 통신판매중개자가 아니라 통신판매중개의뢰자이고 이에 따라 동법은 통신판매업자에게 거래조건에 관한 정보제공의무를 규정하고 있는데(제13조 제2항), 결국 통신판매중개자는 통신판매중개의뢰자가 소비자에게 제공하는 내용이 제13조 제2항⁵⁴⁾에 규정된 내용을 충족하고 있는지 확인할 의무를 부담하는 것이 타당하다는 것이다⁵⁵⁾. 그럼에도 위 조항은 신원정보 제공의무만을 규

53) 고형석, 앞의 글, 122면; 최지현, 앞의 글, 160면.

54) 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공)

② 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 다음 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 하며, 계약이 체결되면 계약자에게 다음 각 호의 사항이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화등을 공급할 때까지 교부하여야 한다. 다만, 계약자의 권리를 침해하지 아니하는 범위에서 대통령령으로 정하는 사유가 있는 경우에는 계약자를 갈음하여 재화등을 공급받는 자에게 계약내용에 관한 서면을 교부할 수 있다.

1. 재화등의 공급자 및 판매자의 상호, 대표자의 성명·주소 및 전화번호 등
2. 재화등의 명칭·종류 및 내용
- 2의 2. 재화등의 정보에 관한 사항. 이 경우 제품에 표시된 기재로 계약내용에 관한 서면의 기재를 갈음할 수 있다.
3. 재화등의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 가격을 결정하는 구체적인 방법)과 그 지급방법 및 지급시기
4. 재화등의 공급방법 및 공급시기
5. 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 "청약철회등"이라 한다)의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회등의 권리를 행사하는 데에 필요한 서식을 포함한다)
6. 재화등의 교환·반품·보증과 그 대금 환불 및 환불의 지연에 따른 배상금 지급의 조건·절차
7. 전자매체로 공급할 수 있는 재화등의 전송·설치 등을 할 때 필요한 기술적 사항
8. 소비자피해보상의 처리, 재화등에 대한 불만 처리 및 소비자분쟁 처리에 관한 사항
9. 거래에 관한 약관(그 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함한다)
10. 소비자가 구매의 안전을 위하여 원하는 경우에는 재화등을 공급받을 때까지 대통령령으로 정하는 제3자에게 그 재화등의 결제대금을 예치하는 것(이하 "결제대금예치"라 한다)의 이용을 선택할 수 있다는 사항 또는 통신판매업자의 제24조제1항에 따른 소비자피해보상보험계약등의 체결을 선택할 수 있다는 사항(제15조제1항에 따른 선지급식 통신판매의 경우에만 해당하며, 제24조제3항에 각 호의 어느 하나에 해당하는 거래를 하는 경우는 제외한다)
11. 그 밖에 소비자의 구매 여부 판단에 영향을 주는 거래조건 또는 소비자피해의 구제에 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

정하고 있어 부족하다는 것이다.⁵⁶⁾

그러나 통신판매중개자에게 해당 거래의 대상물이 거래조건에 부합하는지 확인의무를 부담시킬 것인지는 거래비용, 당사자들의 의사에 비추어 종합적인 고려가 필요하다고 할 것이며 플랫폼 사업자의 근본적인 지위와 역할에 혼동을 가져올 수 있어 신중한 접근이 필요하다고 보인다.

□ 분쟁해결의무

통신판매중개자는 사이버몰 등을 이용함으로써 발생하는 불만이나 분쟁의 해결을 위하여 그 원인 및 피해의 파악 등 필요한 조치를 신속히 시행하여야 한다(전자상거래법 제20조 제3항).

소비자는 플랫폼 사업자를 믿고 거래하는 경우가 많으므로, 실제 분쟁 발생 시 소비자는 플랫폼 사업자에게도 해결을 요구하는 경우가 많으므로, 동법은 통신판매중개자에게도 분쟁해결에 협조할 의무를 부담시키고 있다.⁵⁷⁾

(2) 상법상의 지위 및 의무

□ 상법상 중개인에 해당 여부

오픈마켓을 운영하는 플랫폼 사업자가 특히 상법상 중개인, 즉 타인간의 상행위의 중개를 영업으로 하는 자(상법 제93조⁵⁸⁾)에 해당하는지가 문제된다. 중개란 타인간의 법률행위의 체결에 힘쓰는 사실행위를 말하며,⁵⁹⁾ 그 정도에 이르지 아니하고 단지 당사자 일방에게 거래에 필요한 정보를 제공하거나, 거래의 기회를 제공하거나, 당사자간 합의를 문서화하는 단계에서 계약서 작성만을 대행해주는 행위는 중개라고 할 수 없다.⁶⁰⁾

따라서 플랫폼 사업자의 역할이 구체적으로 무엇인지에 따라 중개인 지위의 인정 여부는 사안별로 달리 취급될 수 있을 것이다. 또한 이 때 중개의 대상이 되는 '상행

55) 고형석, 앞의 글, 123면; 최지현, 앞의 글 160면.

56) 고형석, 앞의 글, 123면; 최지현, 앞의 글 160면

57) 최지현, 앞의 글, 161면.

58) 상법 제93조(의의)

타인간의 상행위의 중개를 영업으로 하는 자를 중개인이라 한다.

59) 정찬형, 「상법강의(상)」 제19판, 박영사(2016), 293면.

60) 이철송, 「상법총칙·상행위」 제14판, 박영사(2017), 484면; 곽관훈, “온라인 플랫폼사업자와 상거래법 제-‘양면시장(two-sided market)’에 적합한 규제방향 검토-”, 「기업법연구」 제32권 제1호, 기업법연구(2018).

146~147면; 박수영, “통신판매중개자의 지위·의무·책임-오픈마켓을 중심으로”, 『법학연구』 통권 제38집, 전북대학교 법학연구소(2013), 270면; 정진명, 앞의 글, 1569면; 최지현, 앞의 글, 161면.

위'는 쌍방적 상행위뿐만 아니라 일방적 상행위를 포함하나, 보조적 상행위는 포함되지 않는다⁶¹⁾

판매자와 구매자간 매매라는 법률행위를 체결하기 위하여 플랫폼을 운영하고, 판매자와 구매자간 거래단계 전반에 걸쳐서 관여하는 경우에는(오픈마켓인 경우 이것이 일반적이라 할 수 있을 것임) 상법상 중개인에 해당한다고 볼 수 있을 것이다.⁶²⁾

통신판매중개자가 사이버몰을 통하여 상인과 상인간 또는 상인과 비 상인간의 쌍방적 또는 일방적 상행위가 되는 거래가 이루어지도록 한 경우 그 통신판매중개자는 상법상 중개인에 해당한다고 보는 것이 일반적인 견해라고 할 수 있다⁶³⁾.

일반적인 전자상거래의 경우는 위와 같이 볼 수 있으나, 공유경제 활동이 전자 플랫폼을 통해 이루어지는 경우 쌍방 또는 어느 일방이 상행위에 해당한다고 볼 수 있을지 문제가 된다. 공유경제는 전문적으로 판매나 용역의 제공을 위한 활동이 아니라 본래는 자신이 사용할 목적으로 취득한 자산이나 서비스를 공유에 내어 놓는 '유희성'이라는 개념을 요소로 삼을 경우 제기되는 쟁점이다. 국내의 문헌 중 이를 자세히 논하는 경우는 찾기 어려운 것으로 보인다. 그러한 유희성을 활용한 공유활동을 상법 제46조의 '상행위'라고 볼 수 있는지에 따라 상행위의 중개를 전제로 하는 상사중개의 성립도 좌우될 것이다. 만약 중개 대상 행위가 상행위가 아닌 경우 즉 상행위 이외의 거래를 중개하는 경우 플랫폼 사업자는 상법상 중개인에 해당하지 않고 민사중개인으로 볼 수 있을 것이다. 하지만 공유경제의 경우에도 유상 거래를 전제로 한다면(전술한 공유경제기본법안의 공유경제 개념 참조) 유상의 매매 또는 용역의 제공행위인 이상 상행위에 해당하지 않기는 어렵다고 봄이 타당할 것이다. 유상성이 있더라도 반복성, 영리성의 관점에서 영업성이 의문시될 소지가 없지 않으나 반복적으로 유상 제공할 의사가 있는 이상 세법상 사업자등록 여부와 무관하게 민사법적으로는 상행위의 요건인 '영업성' 개념은 충족된다고 봄이 타당하다고 보아야 할 것이다.

만약 상법상 중개인에 해당하지 않아 민사중개인에 해당하는 경우, 비록 상법의 중개인 규정이 적용되지는 않겠지만 상법상 중개인 규정은 임의규정이므로⁶⁴⁾ 결국 계약이나 약관이 우선할 것이고 상법의 규정은 보충적으로 적용될 것이라는 점에서 논의의 실익은 제한적일 수 있다. 이러한 배경 하에 이하에서는 공유경제를 취급하는 플랫폼 사업자도 상법상 중개인에 해당함을 긍정하는 견지에서 상법상 의무조항의 내용을 살펴보기로 한다.

61) 정찬형, 앞의 책, 292~293면(영업으로 반복하는 상행위의 중개를 예상한 규정이기 때문이라고 함).

62) 최지현, 앞의 글, 161면.

63) 박수영, 앞의 글, 271면; 최지현, 앞의 글, 161면.

64) 송옥렬, 「상법강의」 제9판, 홍문사(2019), 99면(상행위법의 규정은 대부분 당사자가 거래의 필요과 방식을 정하지 않았을 때 보충적으로 적용되는 임의법규로서의 성질을 가진다).

□ 상법상 중개인으로서의 의무의 내용

상법상 중개인인 경우 상법 제94조 내지 제100조의 규정이 적용된다. 상법상 중개 계약의 법적 성질은 위임계약이라는 것이 통설이다.⁶⁵⁾ 이에 따라 상법상 중개인은 계약당사자에 대하여 수임인으로써 선관주의 의무를 부담하며(민법 제681조), 견품관리 의무, 결약서 교부의무, 장부작성의무 등이 부과된다. 또한 당사자 일방이 자신의 성명 또는 상호를 상대방에게 표시하지 아니할 것을 중개인에게 요구한 때에는 그 상대방에 교부할 결약서 및 일기장의 등본에 이를 기재하지 말아야 할 묵비의무가 있으며(상법 제98조), 이 경우 거래당사자를 모르는 상대방은 중개인에게 이행을 청구할 수 있는 개입권도 인정된다(상법 제99조). 그밖에 상인으로서 보수청구권을 가지며(상법 제 61조), 다른 약정이나 관습비 없는 한 자신이 중개한 행위에 관하여 당사자를 대리하거나 기타 지급의 이행을 받지 못한다.(상법 제94조)

인터넷이라는 공간에서 행해지는 플랫폼 사업의 특성상 오픈마켓 플랫폼 사업자의 경우 일반 상사중개인에 관한 상법의 규정이 그대로 적용될 수는 없을 것이다⁶⁶⁾. 이미 이러한 특수성을 반영하여 이용에 관한 약관이나 계약이 체결되어 운영되는 것이 현실이다. 예컨대, 상사중개인은 각 당사자에게 결약서를 교부한 경우 당사자 쌍방에게 보수를 청구할 수 있으나(상법 제100조⁶⁷⁾), 온라인 거래로 이루어지는 비대면성과 격지성을 고려할 때 이러한 낮은 시점의 보수청구 시점 기준은 비현실적인 면이 있다. 그리하여 통상 오픈마켓 플랫폼 사업자는 판매자와 구매자간 매매가 이루어지기 전에 판매자로부터 등록수수료를 지급받거나, 매매가 이루어지면 매매대금의 일부를 중개수수료 등 명목으로 지급받으며, 구매자에 대해서는 무상으로 서비스를 제공하는 것이 일반적이다.⁶⁸⁾

결약서 교부의무의 경우에도 다소간의 변형이 이루어지고 있다. 즉 상사중개인은 본래 판매자와 구매자 사이에 매매계약이 성립된 때에는 지체 없이 그 계약이 성립되었음을 확인하는 결약서를 각 당사자에게 교부하여야 한다(상법 제96조 제1항⁶⁹⁾).

그러나 오픈마켓 플랫폼 사업자는 통상 판매자와 구매자에게 계약이 성립되었음을 확인하는 메일을 발송함으로써 위 결약서 교부의무의 기능에 갈음하고 있다. 이는 결

65) 송옥렬, 앞의 책, 159면.

66) 박수영, 앞의 글, 271면; 최지현, 앞의 글, 161면..

67) 상법 제100조(보수청구권)

① 중개인은 제96조의 절차를 종료하지 아니하면 보수를 청구하지 못한다.

② 중개인의 보수는 당사자 쌍방이 균분하여 부담한다.

68) 정진명, 앞의 글, 1573면; 박수영, 앞의 글, 264면; 최지현 앞의 글, 162면.

69) 상법 제96조(결약서교부의무)

① 당사자간에 계약이 성립된 때에는 중개인은 지체없이 각 당사자의 성명 또는 상호, 계약년월일과 그 요령을 기재한 서면을 작성하여 기명날인 또는 서명한 후 각 당사자에게 교부하여야 한다.

약서 교부 의무를 현실에 맞게 변용하여 당사자 간에 약정을 체결한 것으로 볼 수 있을 것이고, 상법상 중개를 포함한 상행위 규정은 임의규정이라는 것이 통설이므로, 위와 같은 약정의 효력을 부인하거나 그것이 상법상 결약서 의무 조항과 충돌한다고 해석할 필요는 없을 것이다. 민사적인 사적 자치의 관점 외에 소비자 보호라는 관점을 더하여 보더라도 위와 같이 이메일에 의한 결약서 교부 의무 같음이 특별히 소비자에게 불리하다고 보기도 어려울 것이다.

한편 상법 제95조의 견품보관 의무도 온라인공간의 특수성상 변용될 필요가 있는데 상법 제95조는 중개인이 그 중개한 행위에 관하여 견품을 받은 때에는 그 행위가 완료될 때까지 이를 보관하여야 한다고 규정하고 있는데 이러한 의무는 온라인 가상공간에서 어떻게 구현할 수 있을지 문제된다.

우선 온라인 플랫폼 사업자는 견품을 받지 않기 때문에 아예 위 조항은 적용될 여지가 없다는 견해도 상정해 볼 수 있다. 그러나 온라인 거래에서는 실물이 수수되기 보다는 사진이나 동영상 등 시각 자료와 자세한 거래조건에 대한 설명내용 등이 견품의 대용물 역할을 한다고 보아야 할 것이다. 그렇게 본다면 견품보관 의무는 온라인 거래의 경우 중개인의 서버에 등재된 거래 조건에 관한 안내와 실물에 관한 사진 등의 보관 의무로 해석되어야 할 것이며, 그렇게 보는 것이 상법의 견품보관 의무와 충돌된다고 새길 것은 아니라고 생각된다.

전자상거래법의 경우 제13조 제2항은 판매자가 거래조건에 관한 내용을 기재한 서면을 계약체결 시까지 교부하도록 하고 있고 계약자의 동의가 있는 경우 통신판매중개자가 이를 제공할 수도 있도록 규정하고 있어(시행령 제19조의2 참조) 견품보관 의무와 유사한 기능을 하고 있다고 할 수 있다. 견품보관 의무를 인정하는 취지는 분쟁이 발생할 경우에 대비한 증거 보전의 의미인데⁷⁰⁾ 거래조건에 관한 내용을 교부한 이상 그 기능을 상당부분 충족하였다고 볼 수 있을 것이다. 물론 실물을 실제 보관하는 것과는 차이가 있을 것이나 다수의 자를 상대로 다량의 거래가 이루어지는 온라인 플랫폼의 특성상 현실적으로 견품을 일일이 보관하기란 어려울 것이고 그것은 온라인 상거래의 특징점에 배치되는 요구이기도 할 것이다. 그 점에서 상법상 견품보관 의무 조항은 전자상거래법 조항 또는 당사자들의 합의(약관)에 의하여 수정 내지 유추적용된다고 보아야 할 것이다.

한편 견품보관 의무의 경우 그 보관기한이 언제까지인지 상법에는 정함이 없는데, 위 전자상거래법 및 시행령의 규정은 견품보관 의무에 상응하는 의무라 할 수 있는 거래조건 교부를 계약체결 시에 하도록 함으로써 그 의무의 종기(終期)를 정한 것이라

70) 송옥렬, 위의 책, 160면.

고 볼 여지가 있다. 이것은 상법에 비하여 의무의 종기를 앞당김으로써 상법보다 불리하게 변경한 것이 아닌가 의문을 가질 수 있으나, 관련 내용을 당사자에게 서류로 교부한 이상(그리고 그것이 통상 이메일 등 전자문서 형태로 기록보존도 되는 현실을 감안할 때), 그 종기를 부당하게 단축시킨 것이라고 보기는 어렵지 않은가 생각된다. 그 점에서 위와 같은 전자상거래법의 규율태도 내지 그에 기반한 실무관행을 상법상 견품보관의무와 충돌된다고 볼 것은 아니라고 생각된다.

한편, 상법 제94조는 “중개인은 그 중개한 행위에 관하여 당사자를 위하여 지급 기타의 이행을 받지 못한다. 그러나 다른 약정이나 관습이 있으면 그러하지 아니하다”고 규정하고 있는데, 통상은 매매에 대한 보호장치로서 오픈마켓 약관에 중개인에게 물건을 받기 전에 선납하도록 함으로써 중개인 즉 플랫폼 사업자가 당사자를 위하여 대금을 지급받는 것이 실무인데 이는 위 상법 제94조의 단서에 해당하는 것이라 볼 수 있을 것이다. 그렇게 본다면 플랫폼 경제에서의 선납 약정들은 상법 제94조와 충돌한다기 보다는 그 단서에 기한 함의로서 서로 양립이 가능하다고 보아야 할 것이다.

이와 같이 오픈마켓 플랫폼 사업자가 상법상 중개인에 해당하여 상법을 적용한다고 하더라도 플랫폼 사업의 특성상 그 규정이 그대로 적용될 수 없는 경우에는 민법의 규정도 보충적으로 적용되어야 할 것이다(상법 제1조 참조⁷¹⁾). 이 경우 오픈마켓 플랫폼 사업자가 수행하는 계약의 내용에 따라 플랫폼 사업자에게 민법상 위임에 관한 규정이 준용되어야 할 것이다.

(3) 민법상의 지위 및 의무

오픈마켓 플랫폼 사업자가 상행위 이외의 거래를 매개하는 경우 플랫폼 사업자는 민사중개인으로 볼 수 있을 것이다. 그러나 공유경제 활동의 경우 상사중개인 규정이 적용될 수 있을지 의문이 있을 수 있음은 앞서 본 바와 같다.

공유경제 활동의 경우에도 유상의 반복적인 경우를 전제로 한다면 상행위로 보아야 할 경우가 적지 않을 것이나 비전문적이고 간헐적으로 이루어지는 공유 활동의 경우 유상으로 이루어지는 경우일지라도 상행위로 보기 어려운 경우가 있을 것이라는 점, 상행위는 개념상 영업으로 이루어지는 매매 등의 행위여야 하는데(상법 제46조) 영업성을 인정하기가 어려울 수 있기 때문이라는 점은 전술한 바와 같다.

현재 이 문제에 관하여 자세한 논의는 찾기 어려운 것으로 보인다. 영업성이란 영

71) 상법 제1조(상사적용법규)

상사에 관하여 본법에 규정이 없으면 상관습법에 의하고 상관습법이 없으면 민법의 규정에 의한다.

리성과 반복성을 특징으로 하는데 그러한 요건의 구비 여부를 어떻게 판별할 것인가가 문제될 수 있는데 이는 사실관계(fact)의 문제여서 사안별로 개별적, 구체적으로 판단해야 할 것으로 보인다.

통상은 플랫폼 사업자와의 관계에서 어느 정도 가려질 수 있다고 보이는데, 판매수수료를 지급하며 전문적인 앱 등을 활용하는 반복적인 매매라면 당연히 영리성은 물론 플랫폼 사업장의 상사중개적 성격을 인정해야 할 것이다.

반대로 공급자 측에서 단지 플랫폼 사업자의 공간을 활용하여 스스로 판매활동을 영위하는 경우라면, 플랫폼 사업자는 단순히 거래의 공간을 제공한 것일 뿐이므로 앞서 본 중개의 개념 정의(상사는 물론 민사에도)에 해당하지 않는다고 봄이 타당할 것이다.

플랫폼 사업자의 중개행위를 이용은 하되 영리성과 반복성이 약한 경우라면 민사 중개에 해당한다고 보아야 할 것이나, 유희자산 서비스의 활용과 유사성이라는 공유경제의 개념 요소(공유경제기본법안에 따를 경우)에 비추어 보면, 상행위성이 인정되지 않는 경우는 드물다고 보아야 할 것이다.

상행위성 인정의 실익은 플랫폼 사업자에게 상사중개인 지위를 인정할 것이냐의 점에 중요한 실익이 있는 바 그 범위를 제한적으로 좁혀서 해석할 필요성도 크지 않다고 보아야 할 것이다.

○ 민법 적용의 효과

만일 오픈마켓 플랫폼 사업자가 민사중개인에 해당하는 경우, 플랫폼 사업자는 선량한 관리자의 주의로써 위임사무를 처리하여야 할 의무를 부담한다(민법 제681조⁷²⁾)고 보아야 할 것이다. 아울러 위임사무처리과정에 주의의무 위반은 경우에 따라 위임계약상의 계약책임과 더불어 민법 제750조의 불법행위 책임이 성립하는 경우도 가능할 것이다(청구권 경합관계).

2) 플랫폼 사업자의 의무위반에 대한 민사책임

(1) 전자상거래법상의 책임

□ 적용법규

⁷²⁾ 민법 제681조(수임인의 선관의무)

수임인은 위임의 본지에 따라 선량한 관리자의 주의로써 위임사무를 처리하여야 한다.

공유경제의 플랫폼 사업자는 많은 경우에 전자상거래법상의 통신판매중개자(동 법 제 2조, 제20조)에 해당할 것인 바, 특별법인 전자상거래법이 우선 적용되고, 상법 또는 민법을 적용하는 것이 소비자에게 유리하다면 그 법을 적용하게 될 것이다.

한편 전술한 바와 같이 상법상 중개인에 대하여 상법이 적용되는 경우에도 온라인 공간의 특성상, 그리고 상법 규정의 임의규정 성격으로 인하여 상법상 중개인 규정이 적용되기에 앞서 전자상거래법과 관련 이용계약의 내용이 우선적으로 적용될 것이다.

□ 고지의무 불이행으로 인한 책임

통신판매중개자는 제20조 제1항의 고지를 하지 아니한 경우 통신판매중개의뢰자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 지도록 되어 있다(제20조의2 제1항). 위 책임에 대하여는 고의 또는 과실을 요한다는 문구가 없어 무과실책임이라는 견해와 과실책임으로 보는 것이 타당하다는 견해가 있다.⁷³⁾

그러나 다음과 같은 점들에 비추어 과실책임을 요구한다고 보기는 어려운 면이 있다. 우선 제20조 제1항의 고지는 통신판매중개를 하는 자가 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법⁷⁴⁾으로 미리 고지하여야 하는 것인데, 그 내용의 준수가 그리 어렵지 않다고 할 것이다.

또한 설령 이를 준수하지 않는데 고의 과실 등의 귀책사유 없다할지라도 그로 인한 손해분담의 공평이라는 손해배상제도의 이념에 비추어, 고지를 결여한 경우에는 귀책사유가 없더라도 책임을 지도록 하는 것이 전자상거래의 신뢰보호와 소비자 보호, 전자상거래를 통해 전문적인 중개행위를 통해 이득을 보는 통신판매중개자의 위치에 비추어 법의 취지와 형평에 부합한다고 보는 입론도 가능할 것이다.

후술하는 법 제20조의2 제2항의 정보제공의무 불이행에 대한 책임의 경우 동 단서에서 상당한 주의를 기울인 경우 면책 규정을 두고 있음을 이유로 이곳 고지의무의

73) 오병철, 앞의 글, 156면; 최지현, 앞의 글, 163면.

74) 시행규칙 제11조의2(통신판매 당사자가 아니라는 사실의 고지방법)

① 법 제20조제1항에서 "총리령으로 정하는 방법"이란 통신판매중개자가 운영하는 사이버몰의 초기 화면에 알리는 한편, 다음 각 호의 구분에 따라 추가적으로 알리는 방법을 말한다.

1. 통신판매중개자가 자신의 명의로 표시·광고를 하는 경우: 그 표시·광고를 하는 매체의 첫 번째 면에 알릴 것
2. 통신판매중개자가 법 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 교부하는 경우: 그 서면에 알릴 것
3. 통신판매중개자가 청약의 방법을 제공하는 경우: 법 제14조에 따른 청약내용의 확인·정정·취소에 대한 절차에서 알릴 것

② 통신판매중개자가 제1항제2호 및 제3호의 사항을 알릴 때 그 글씨의 크기는 계약 당사자를 고지하는 글씨와 같거나 그보다 더 크게 하여야 한다.

경우도 과실책임으로 새겨야 한다는 견해⁷⁵⁾가 있다. 그러나, 반대해석상 그러한 조항을 두고 있지 않은 이곳에서는 달리 보아야 하며 행위의 내용 또한 다르다는 점이 제시될 수 있을 것이다.

한편, 위 배상책임상의 ‘재산상 손해’와 관련해서 해당 조문에서 특별히 손해배상의 원인을 제한하고 있지 않아서, 채무불이행과 불법행위에 의한 손해 모두를 포함하는 것으로 봄이 타당할 것이다.⁷⁶⁾ 이에 관하여는 뒤에서 다시 본다.

□ 정보제공의무 불이행으로 인한 책임

통신판매중개자는 제20조제2항에 따라 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 진다(제20조의2 제2항 본문). 다만, 소비자에게 피해가 가지 아니하도록 상당한 주의를 기울인 경우에는 그러하지 아니한다(제20조의2 제2항 단서). 통신판매중개자가 통신판매중개의뢰자의 신원에 관한 정보를 제공하지 않거나 사실과 다른 정보를 제공한 경우 상법 제99조의 내용과 동일하게 이행책임을 부과할 필요가 있다는 견해⁷⁷⁾도 있다. 위 책임은 제20조의2 제2항 단서에서 보듯이 과실책임이라는 취지가 비교적 명확히 규정되어 있다. 통신판매중개자가 소비자에게 통신판매중개의뢰자의 신원정보를 제대로 제공하지 않아 손해배상책임 추궁이 어려워, 대신 통신판매중개자에게 책임을 묻는 경우와 같이 손해배상의 원인이 정보제공의무 불이행에 있는 경우 뿐 아니라 불법행위로 인하여 발생한 경우 모두를 포함한다.⁷⁸⁾

(2) 계약 책임

오픈마켓 플랫폼 사업자는 상법상 중개인에 해당하므로 상법의 적용을 받는데, 플랫폼 사업의 특성상 상법상 중개인에 관한 규정이 그대로 적용될 수 없으므로, 민법의 규정이 보충적으로 적용될 수 있을 것이다. 이 경우 오픈마켓 플랫폼 사업자가 수행하는 계약의 내용에 따라 플랫폼 사업자에게 민법상 위임에 관한 규정이 준용되어야 할 것이다.

중개인으로서의 책임 외에도 플랫폼 운영자로서의 책임도 고려할 필요가 있는데 운

75) 최지현, 앞의 글, 163~164면.

76) 오병철, 앞의 글, 156면; 고형석, “통신판매중개자의 책임에 관한 연구”, 『법학논고』제32집, 경북대학교 법학연구원(2010), 130면; 최지현, 앞의 글, 163면.

77) 고형석, “통신판매중개와 소비자보호”, 『유통법연구』제2권 제2호, 한국유통법학회(2015), 124면.

78) 오병철, 앞의 글, 157면; 최지현, 앞의 글, 164면.

영자의 법적 지위가 다양한 형태를 취하고 있어 이에 의해 플랫폼 운영자가 제공하는 시스템 자체의 하자 또는 그 시스템에서 진행된 참가자 간의 거래로 인하여 손해를 입은 소비자에게 시스템 제공에 관한 계약상의 책임 또는 불법행위상의 책임의 유무에 영향을 미친다. 플랫폼 사업자는 중개인의 역할을 하는 경우도 있으나 그와 겹쳐 또는 별개로 단순히 시스템 운영자의 위치에 그치는 경우도 있을 수 있다. 플랫폼 사업자가 시스템 운영자의 역할을 수행하고 있을 때 이에 따른 플랫폼 운영자의 의무를 어떻게 인정할 것인가가 문제된다. 이 문제는 우선 계약법적인 관점에서 시스템 이용계약상의 권리의무가 무엇인지와 관련될 것이다.

시스템 이용계약상 시스템 제공자가 부담하는 의무는 시스템에 하자가 없도록 하여야 하고 그로 인하여 이용자에게 손실이 발생하지 않도록 할 의무가 포함되어 있다고 보아야 할 것이다. 이러한 사항은 민법상 위임계약 또는 도급계약과 유사한 계약에 해당한다고 보는 이론구성이 가능할 것인데, 시스템 이용 그 자체가 불가능해지거나, 중개가 불가능해지는 것과 같은, 급부义务的 단순한 불이행 수준을 넘어, 이용자에게 그 이상의 손해가 발생하는 경우에 그 손해배상책임과 관련하여 특히 문제될 것으로 보인다.

예컨대 시스템 관리의 하자로 인한 해킹으로 인한 정보유출 피해, 결제시스템의 오류로 인한 송금 내지 수령 과정에서의 손해, 제대로 거래 또는 결제가 이루어지지 않음으로 인한 확대 손해 등의 경우 어떠한 책임을 물을 수 있는지도 문제될 수 있다.

민법의 일반원칙으로는 해당 의무이행의 하자로 인하여 발생하는 것인 한(귀책사유 및 인과관계 인정) 일단 배상책임은 인정된다고 보아야 할 것이다(민법 제390조⁷⁹⁾). 다만 불합리하게 과도한 배상액의 귀속여부는 예견가능성의 법리로 해결된다고 보게 될 것이다(민법 제393조 참조⁸⁰⁾).

그러나 이러한 문제를 민법상 인과관계와 예견가능성의 법리에만 맡겨 둘 경우 피해자로서는 입증이 어렵고 거래의 안전을 저해할 뿐 아니라, 시스템 운영자가 누리는 혜택과 소비자가 입을 피해의 가능성 사이의 이익형량의 관점에서 정당한 비례관계에 불균형이 초래된다고 볼 여지가 있다. 이에 대하여는 별도의 의무조항과 책임 조항이 마련되어야 할 것이다. 예컨대 많은 경우 플랫폼 사업자는 통신판매중개업자로서 개인정보 보호법상의 개인정보처리자(제2조 제5호)로서 개인정보를 엄격히 관리할 책임

79) 민법 제390조(채무불이행과 손해배상) 채무자가 채무의 내용에 좇은 이행을 하지 아니한 때에는 채권자는 손해배상을 청구할 수 있다. 그러나 채무자의 고의나 과실없이 이행할 수 없게 된 때에는 그러하지 아니하다.

80) 민법 제393조(손해배상의 범위)

① 채무불이행으로 인한 손해배상은 통상의 손해를 그 한도로 한다.

② 특별한 사정으로 인한 손해는 채무자가 그 사정을 알았거나 알 수 있었을 때에 한하여 배상의 책임이 있다.

을 지고, 이때 개인정보 유출 등으로 개인정보 주체에게 손해가 발생할 경우 원고 측의 인과관계와 손해액 입증을 경감하여 두고 있다(개인정보 보호법 제 39조 내지 39조의2). 전자상거래법상으로는 통신판매중개 시스템의 하자로 인한 거래상의 손실 가능성에 대하여 개인정보 보호법에서와 같은 별도의 규정을 두고 있지 아니한바 인과관계와 손해액에 대한 입증의 부담을 덜어 줄 수 있는 제도의 마련이 필요해 보인다.

(3) 불법행위책임

□ 원칙

전자상거래법 제20조의2 제1항⁸¹⁾의 해석상 통신판매중개자는 통신판매중개의뢰자의 고의 또는 과실로 소비자가 아닌 제3자에게 발생한 손해에 대하여는 연대하여 배상할 책임은 없다.⁸²⁾ 따라서 이러한 경우 오픈마켓 사업자의 책임은 일반 민상법상 법리로 구성하여야 한다.

□ 판례

① 오픈마켓의 책임을 부정한 사례(대법원 2012. 12. 4 자 2010마817 결정)⁸³⁾.

대법원은 오픈마켓이 위조상품판매로 인한 상표권 침해에 대한 책임을 지는지 여부에 관하여 다음과 같이 판시하면서, 결과적으로 오픈마켓의 책임을 부정한 바 있다. 대법원은 온라인 쇼핑몰 운영자가 판매자로서 직접 소비자들에게 상품을 판매하는 형태가 아니라, 판매자와 구매자 사이에 거래가 이루어질 수 있는 전자거래 시스템을 제공하고 그 대가로 판매자로부터 서비스 이용료를 받을 뿐 판매자와 구매자 사이의 구체적 거래에는 관여하지 않는 이른바 오픈마켓에서는, 운영자가 제공한 인터넷 게시공간에 타인의 상표권을 침해하는 상품판매정보가 게시되고 그 전자거래 시스템을 통하여 판매자와 구매자 사이에 이러한 상품에 대한 거래가 이루어진다고 하더라도, 그러한 사정만으로 곧바로 운영자에게 상표권 침해 게시물에 대한 불법행위책임을 지울 수는 없다고 하였다. 다만 상표권 침해 게시물이 게시된 목적, 내용, 게시기간과 방법, 그로 인한 피해의 정도, 게시자와 피해자의 관계, 삭제 요구의 유무 등 게시에 관

81) 제20조의2(통신판매중개자 및 통신판매중개의뢰자의 책임)

① 통신판매중개자는 제20조 제1항의 고지를 하지 아니한 경우 통신판매중개의뢰자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 진다.

82) 전자상거래법 제20조의2 제1.2항의 '재산상 손해'에는 동 손해가 채무불이행 및 불법행위로 인하여 발생한 경우 모두를 포함한다고 보는 것이 타당하므로, 플랫폼 사업자의 소비자에 대한 계약관계에 따른 불법행위에 관하여는 플랫폼 사업자도 전자상거래법 제20조의2의 연대책임을 부담하여야 할 것이다(오병철, 「통신판매업자의 불법행위에 대한 통신판매중개자(오픈마켓)의 책임」, 『재산법연구』 제26권 제1호, 한국재산법학회, 2009, 210쪽).

83) 박수영, 앞의 글, 281면 이하 참조

련한 쌍방의 대응태도, 관련 인터넷 기술의 발전 수준, 기술적 수단의 도입에 따른 경제적 비용 등에 비추어 볼 때, ① 오픈마켓 운영자가 제공하는 인터넷 게시공간에 게시된 상표권 침해 게시물의 불법성이 명백하고, ② 오픈마켓 운영자가 위와 같은 게시물로 인하여 상표권을 침해당한 피해자로부터 구체적·개별적인 게시물의 삭제 및 차단 요구를 받거나, 피해자로부터 직접적인 요구를 받지 않았다 하더라도 그 게시물이 게시된 사정을 구체적으로 인식하였거나 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나고, ③ 나아가 기술적, 경제적으로 그 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 오픈마켓 운영자에게 그 게시물을 삭제하고 향후 해당 판매자가 위 인터넷 게시공간에서 해당 상품을 판매할 수 없도록 하는 등의 적절한 조치를 취할 것이 요구된다. 오픈마켓 운영자가 이를 게을리하여 게시자의 상표권 침해를 용이하게 하였을 때에는 위 게시물을 직접 게시한 자의 행위에 대하여 부작위에 의한 방조자로서 공동불법행위책임을 진다고 판시하였다.

그러나 이러한 경우에도 오픈마켓 운영자에게 요구되는 조치의무에, 타인의 상표권을 침해하는 것으로 의심되는 게시물을 게시한 판매자의 신원정보 및 판매정보를 오픈마켓 운영자가 임의로 상표권자에게 제공할 의무까지 포함된다고 할 것은 아니라고 하였다.

② 인터넷 게시공간에서 책임을 인정한 사례(대법원 2010. 3. 11 선고 2009다 5643 판결)

비록 오픈마켓에 관한 사안은 아니지만, 대법원은 인터넷 게시공간에 타인의 저작권을 침해하는 게시물이 게시된 사안에서, 플랫폼 사업자에게 민법 제760조 제3항의 방조에 의한 공동불법행위 책임을 인정한 바 있다.

대법원은 “인터넷 포털사이트를 운영하는 온라인서비스제공자가 제공한 인터넷 게시공간에 타인의 저작권을 침해하는 게시물이 게시되었고 그 검색 기능을 통하여 인터넷 이용자들이 위 게시물을 쉽게 찾을 수 있다 하더라도, 위와 같은 사정만으로 곧바로 위 서비스제공자에게 저작권 침해 게시물에 대한 불법행위책임을 지울 수는 없”으나, “저작권 침해 게시물이 게시된 목적, 내용, 게시기간과 방법, 그로 인한 피해의 정도, 게시자와 피해자의 관계, 삭제 요구의 유무 등 게시에 관련한 쌍방의 대응태도, 관련 인터넷 기술의 발전 수준, 기술적 수단의 도입에 따른 경제적 비용 등에 비추어, 위 서비스제공자가 제공하는 인터넷 게시공간에 게시된 저작권 침해 게시물의 불법성이 명백하고, 위 서비스제공자가 위와 같은 게시물로 인하여 저작권을 침해당한 피해자로부터 구체적·개별적인 게시물의 삭제 및 차단 요구를 받은 경우는 물론, 피

해자로부터 직접적인 요구를 받지 않은 경우라 하더라도 그 게시물이 게시된 사정을 구체적으로 인식하고 있었거나 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나며, 또한 기술적, 경제적으로 그 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 위 서비스제공자에게 그 게시물을 삭제하고 향후 같은 인터넷 게시공간에 유사한 내용의 게시물이 게시되지 않도록 차단하는 등의 적절한 조치를 취하여야 할 의무가 있으므로, 이를 위반하여 게시자의 저작권 침해를 용이하게 하는 경우에는 위 게시물을 직접 게시한 자의 행위에 대하여 부작위에 의한 방조자로서 공동불법행위책임이 성립한다”라고 판시하였다⁸⁴⁾.

이는 오픈마켓에 관한 앞서 본 판례(대법원 2012. 12. 4 자 2010마817 결정)의 판시내용과 동일한 취지라 할 수 있다.

□ 검토

○ 다수설과 판례의 입장

민법 제760조 제3항의 방조에 의한 불법행위가 성립하기 위해서는 플랫폼 사업자가 이용자의 위법행위를 방조한 것에 대하여 고의 또는 과실이 필요하며, 과실에 의한 방조는 불법행위에 도움을 주지 않아야 할 주의의무가 있음에도 불구하고 그 주의의무를 위반한 경우에 성립할 수 있다⁸⁵⁾⁸⁶⁾⁸⁷⁾.

○ 플랫폼 사업자의 의무

플랫폼 사업자는 시장조성자에 불과하지만 자신이 제공하고 있는 플랫폼에서 위법행위가 발생할 수 있는 것을 예측할 수 있었다면 이를 조사할 의무가 있고, 조사결과 플랫폼에서 제3자의 권리에 대한 침해가 발생하고 있음을 안 경우에는 일정 기간 동안 해당 판매자의 플랫폼 이용정지 등 손해방지 조치를 취하여야 할 것이다⁸⁸⁾.

84) 대법원은 2010. 3. 11 선고 2009다4343 판결에서도 유사한 취지로 판시함, 최지현, 앞의 글, 167면의 주78 : “....다만 저작권 침해 게시물이 게시된 목적, 내용, 게시기간과 방법, 그로 인한 피해의 정도, 게시자와 피해자의 관계, 삭제 요구의 유무 등 게시에 관련한 쌍방의 대응태도, 관련 인터넷 기술의 발전 수준, 기술적 수단의 도입에 따른 경제적 비용 등에 비추어, 위 서비스제공자가 제공하는 인터넷 게시공간에 게시된 저작권 침해 게시물의 불법성이 명백하고, 위 서비스제공자가 위와 같은 게시물로 인하여 저작권을 침해당한 피해자로부터 구체적·개별적인 게시물의 삭제 및 차단 요구를 받은 경우는 물론, 피해자로부터 직접적인 요구를 받지 않은 경우라 하더라도 그 게시물이 게시된 사정을 구체적으로 인식하고 있었거나 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나며, 또한 기술적, 경제적으로 그 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 위 서비스제공자에게 그 게시물을 삭제하고 향후 같은 인터넷 게시공간에 유사한 내용의 게시물이 게시되지 않도록 차단하는 등의 적절한 조치를 취하여야 할 의무가 있으므로, 이를 위반하여 게시자의 저작권 침해를 용이하게 하는 경우에는 위 게시물을 직접 게시한 자의 행위에 대하여 부작위에 의한 방조자로서 공동불법행위책임이 성립한다”.

85) 편집대표 김용담, 『주석 민법』, 채권각칙, 한국사법행정학회, 2016, 623쪽

86) 대법원 2014. 3. 27 선고 2013다91597 판결 등

87) 최지현, 앞의 글, 167면.

만일 플랫폼 사업자가 이를 알고도 손해방지 조치를 취하지 않았거나 이를 해태하였다면, 플랫폼 사업자의 이용자 위법행위에 대한 방조행위가 인정되므로, 플랫폼 사업자는 이용자에게 그로 인한 손해를 배상하여야 할 것이다⁸⁹⁾.

제4절 민상법상의 문제점과 개선방안

이상에서 현행 공유경제 활동이 이루어지는 온라인상의 플랫폼 관련 당사자들의 법적 책임의 현황에 대하여 살펴보았는데, 이하에서는 향후 보완 내지 개선이 필요한 부분에 대하여 살펴보기로 한다.

I. 개관

공유·플랫폼 경제활동은 플랫폼을 이용하고 그것을 기반으로 활성화가 가능하기 때문에 민사적인 법적 책임과 관련하여서는 주로 플랫폼의 책임이 주된 관심사가 된다.

민사법적 관점에서는 플랫폼과 이용자들 사이에 계약관계가 있는 경우 그에 따른 책임문제일 것이다. 이에 관하여는 크게 다음 세 가지 논점이 제기될 수 있다.⁹⁰⁾

첫째, 계약체결 과정과 관련 책임구조가 명확히 정의되지 않은 경우, 플랫폼 운영자가 공급자와 이용자 사이에 체결된 계약의 당사자로서 책임을 부담할 수 있는가.

둘째, 플랫폼 운영자가 계약체결의 당사자가 되지는 않는 경우, 공급자가 계약상 채무를 제대로 이행하지 않은 경우 플랫폼 운영자가 플랫폼을 통하여 일정한 지배력 내지 영향력을 행사하고 있음을 이유로 공급자와 연대하여 계약책임을 부담하는 것이 가능한가.

셋째, 플랫폼 운영자는 플랫폼을 이용하는 고객에 대하여 어느 정도까지 보호의무를 부담하는가.

88) 정진명, 앞의 글, 1591면; 최지현, 앞의 글, 167면.

89) 정진명, 앞의 글, 1591면; 최지현, 앞의 글, 167면.

90) 이병준, “전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임”, 「소비자법연구」 제5권 제1호, 한국소비자법학회(2019), 12면을 참조, 그에 따름.

II. 계약 당사자 확정 및 책임 확보와 관련한 개선 방안

1. 문제의 소재 - 플랫폼의 다양한 역할과 책임 소재의 불명확

1) 플랫폼의 다양한 역할

□ 플랫폼의 유형

플랫폼이라고 할 때 플랫폼은 크게 다음과 같이 유형화할 수 있다.⁹¹⁾

- 단순히 정보제공만 하는 경우(정보제공형)
- 시장의 역할만 하는 경우(장소대여형)
- 거래의 중개 내지 매개역할을 하는 경우(거래중개형)
- 직접 판매를 하는 경우(판매자형)

□ 유형별 차이 및 구별 실익⁹²⁾

운영자가 주로 인터넷에서의 정보의 발신, 정보에 대한 액세스에 관한 서비스를 제공하는 데 그치고 사이트에서의 거래 성립에는 관여하지 않는다면 「정보제공형」이라 할 수 있다.

반면, 거래를 성립시키거나 성립된 거래의 결제를 위해 운영자가 구축, 제공하는 시스템, 예컨대 사이트에서의 거래에 관한 규약, 약관의 제정과 그 사용의 의무화와 거래 성립에 필요한 정보의 교환이나 제공(Matching), 성립된 거래에 관한 결제 시스템의 제공 등도 실시한다면 「장소대여형」이라고 볼 수 있다.

한편, 장소대여형과 거래중개(매개)형의 차이는, 거래를 위한 시스템이나 장소를 구축하고 참가자에게 이용하게 하는 서비스를 제공하는 것이 장소대여형이며, 이 시스템을 사용하여 거래 참가자간의 개별 거래를 성립시키는 데 적극적으로 관련된 행위(서비스)를 하는 것이 거래중개형이다.

판매자형은 플랫폼에서 스스로 상품·권리 및 서비스의 판매자가 되는 형태이며,

91) 사이토 마사히로(히토츠바시 대학 교수), 박청일 번역, “통신판매중개자(플랫폼운영자)의 법적 규율에 관한 일본법의 현황과 과제”, 「소비자법연구」, 제2권 제2호, 한국소비자법학회(2016), 92면; 이병준, “전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임”, 「소비자법연구」 제5권 제1호, 한국소비자법학회(2019), 15면 참조.

92) 이하의 내용은 사이토 마사히로/박청일 번역, 위의 글, 92면을 소개한 것이다.

플랫폼 운영자 스스로가 통신판매자가 되는 경우라고 할 수 있다.

이러한 운영자의 법적 지위의 차이는, 플랫폼 운영자가 제공하는 시스템 자체의 하자 또는 그 시스템에서 진행된 참가자 간의 거래로 인하여 손해를 입은 소비자에게 시스템 제공에 관한 계약상의 책임의 유무 또는 불법행위상의 책임의 유무에 영향을 미칠 수 있다.

2) 문제의 소재

플랫폼의 다양한 역할과 역할범위의 점차적인 확대로 인하여 플랫폼이 고객과 직접 계약 당사자로 되는가, 아니면 공급자와 고객 사이의 중개 역할에 그치는 것인지가 판단이 어려운 문제로 대두되고 있다.⁹³⁾

대부분의 플랫폼에서 자신은 시장 내지 중개자에 불과하며 계약 당사자 지위에 있지 않다는 점을 강조하지만 실제 플랫폼의 역할은 이와 맞지 않다는 지적이 제기되고 있다.⁹⁴⁾

플랫폼 운영자가 계약관계를 불투명하게 누가 계약자인지 명확하게 드러나지 않는 현상은 세계적인 현상으로 보이며, 한국의 경우 대표적인 사건은 소셜커머스의 경우이다.⁹⁵⁾

3) 사례(2017년도 판결)

소셜커머스 사업자 A가 자신의 인터넷 홈페이지를 통하여 꽃게를 표시 광고하면서 첫째 화면에서 자신이 판매의 당사자가 아니라는 사실을 고지하지 아니하였고 다음 화면에서 생산자를 갑이라고만 기재하였을 뿐 갑의 대표자 성명주소 전화번호도 고지하지 아니한 상태에서 소비자가 꽃게를 구매한 후 계약상 책임을 A에게 물은 사안(소셜커머스 업체를 통신판매중개업자로 취급함)⁹⁶⁾

2. 개선방안

1) 개관 - 민사법과 전자상거래법

민사적인 해결방안과 관련하여서는, 전통적인 민사법원칙에 의한 해결 방안과, 플랫

93) 이병준, 위의 글, 13면, 17면

94) 위의 글, 17면.

95) 위의 글, 같은 곳.

96) 서울중앙지방법원 2017.7.2.9.선고, 2016가소391894판결, 이병준 위의 글 18면에서 재인용.

품 사업자에게 적용될 수 있는 전자상거래법의 해석 또는 개정에 의한 해결 방안을 고려할 수 있다.⁹⁷⁾

전자상거래법은 비록 공법적인 요소를 포함하고 있으나, 계약상 책임, 손해배상 책임 등을 규율하는 등 소비자에게 유리할 경우 민법보다 우선 적용되는 민사 특별법적 요소도 가지고 있으므로 민사법적인 관점에서는 함께 검토되어야 한다.

2) 전통적인 민사법 원칙에 의한 해결 방안

(1) 계약 당사자 확정의 일반원칙에 따른 해결

사적자치의 원칙상 계약의 효과는 계약을 체결한 당사자에게만 미치는 것이 원칙이다.

이러한 계약당사자 확정은 당사자의 의사해석이 가장 중요하며, 계약 당사자가 아닌데도 계약의 효과가 미치는 경우인 대리제도의 성립여부도 검토가 필요할 것이다.

계약당사자 확정과 관련하여서는 법률행위의 해석과 관련하여 판례가 확고한 법리를 형성해 오고 있다.

□ 대법원 2019. 9. 10. 선고 2016다237691 판결:

- 계약의 당사자가 누구인지는 계약에 관여한 당사자의 의사해석 문제이다. 당사자들의 의사가 일치하는 경우에는 그 의사에 따라 계약의 당사자를 확정해야 한다. 그러나 당사자들의 의사가 합치되지 않는 경우에는 의사표시 상대방의 관점에서 합리적인 사람이라면 누구를 계약의 당사자로 이해하였을 것인지를 기준으로 판단해야 한다.
- 계약당사자 사이에 어떠한 계약 내용을 처분문서인 서면으로 작성한 경우에는 서면에 사용된 문구에 구매받는 것은 아니지만 어디까지나 당사자 내심에 있는 의사가 어떠한지와 관계없이 서면의 기재 내용에 따라 당사자가 표시행위에 부여한 의미를 합리적으로 해석해야 한다. 이 경우 문언의 의미가 명확하다면 특별한 사정이 없는 한 문언대로 의사표시의 존재와 내용을 인정해야 한다.

위 판례에 따르면 계약 당사자 사이의 계약 서면의 문언의 의미를 중심으로, 합리적인 사람이라면 누구를 계약의 당사자로 이해하였을 것인지를 기준으로 판단해야 할 것이다.

그러나 문제는 플랫폼 공간에서 일어나는 거래들의 경우 이러한 점이 반드시 명확하지 않다는 점에 있다. 그 점에서 후술하는 전자상거래법의 관련 규정은 비록 완벽

97) 이와 같이 두가지 각도의 접근에 대해서는 이병준 위의 글 19면 이하.

하지는 않을지라도 문제 해결에 상당한 기준을 제공하는 측면이 있다.

(2) 대리법리에 의한 당사자 효과 귀속으로 해결하는 방법

계약 당사자가 아닌데도 계약의 효과가 귀속되는 경우를 규율하는 제도로 대리 법리가 있다. 플랫폼이 대리인임을 명확히 밝히고 계약 체결이 이루어졌다면 계약의 효과는 공급자에게 귀속될 것이나 이를 밝히지 아니한 경우라면 문제될 것이다. 다만 해당 거래가 본인을 위한 것임을 밝히지 아니한 경우에도 민법과 상법상 본인에게 귀속되는 예외가 인정된다.

우선 민법 제115조는 대리인이 본인을 위한 것임을 표시하지 아니한 때에는 그 의사표시는 자기를 위한 것으로 보지만, 상대방이 대리인으로서 한 것임을 알았거나 알 수 있었을 때에는 본인에게 귀속하도록 규정하고 있다.

반면 상법 제48조는, 상행위의 대리인이 본인을 위한 것임을 표시하지 아니하여도 그 행위는 본인에 대하여 효력이 있음을 원칙으로 하되 상대방이 본인을 위한 것임을 알지 못한 때에는 대리인에 대하여도 이행의 청구를 할 수 있도록 규정하고 있다.

위와 같은 대리 행위에 있어서 당사자 표시 즉 이른바 현명주의(顯名主義)의 문제는 대리의 방식 문제일 뿐으로, 기본적으로 모두 대리권을 수여한다는 법률관계가 전제되어 있을 경우의 논의이다.

그러한 대리권 수여된 바가 없는 상태에서 그 법률관계가 명확하지 아니한 채 외관상 당사자가 누구인지 불분명할 때에는 위에서의 현명주의와 관련한 논의는 적용되기 어려운데, 사실은 이러한 경우가 오히려 현실적인 문제 상황이라고 보아야 할 것이다.

3) 전자상거래법에 의한 해결 방안

(1) 전통적인 민사법원칙에 의한 해결의 한계 - 전자상거래법

앞서 본 전통적인 민사법상의 계약당사자 확정의 원칙과 대리의 현명주의 원칙에 의한 당사자 확장의 법리는 현실에서의 사실관계 확정의 어려움으로 인한 한계가 존재한다.⁹⁸⁾

특히 다량의 반복적이고 비대면 거래인 전자상거래의 경우 전통적인 민사법 원칙에 의한 해결은 현실적으로 한계가 있으며 거래의 신속과 안전을 위해 확립된 규칙 마련

98) 표현법리 등 외관법리가 적용될 수도 있을 것이나 이러한 복잡한 법리를 신속과 안전을 요하는 대규모 온라인 거래의 당사자 문제를 해결하는 일반적인 기준으로 삼기는 적절치 않을 것이며, 보다 간편하고 확실한 기준 제시가 바람직할 것이다.

의 필요성이 크다. 이러한 전통적인 민사법원칙의 한계를 보완하기 위한 민사특별법적 성격을 갖는 것이 전자상거래법이라는 점은 전술한 바와 같다.

(2) 전자상거래법에 의한 해결: 고지의무와 신원정보 제공의무

□ 고지의무와 위반 효과

전자상거래법은 당사자가 아니라는 고지의무 위반 시 통신판매중개자에 대하여도 통신판매의뢰자와 더불어 연대책임을 지도록 규정하고 있다(제20조의2 제1항). 이로써 당사자 확정에 관한 문제를 사실상 해결하였다고 볼 수 있다.

□ 신원정보 제공의무와 위반효과와 개선 방안

전자상거래법은 통신판매중개업자가 통신판매중개의뢰자의 신원정보에 관하여 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 규정하고 있다(제20조의2 제2항).

신원정보는 통신판매중개의뢰자를 당사자로 특정하고 그 책임추궁을 위하여 반드시 필요한 정보라 할 수 있다. 그 점에서 통신판매중개업자에게 이에 대한 정보제공의무를 부과하고 위반 시 연대책임을 지도록 한 것은 당사자 확정을 실효성 있게 뒷받침하는 기능을 수행한다고 볼 수 있고 그 점에서 상당히 의미 있는 조항이라고 보아야 할 것이다.

이와 관련하여, 제공한 신원정보가 사실과 다를 경우 즉 통신판매중개업자가 제공한 신원정보의 정확성에 대하여 까지 통신판매중개업자에게 심사할 의무를 부과하는 것은 지나치다는 견해가 있다. 즉 이러한 실질적 심사의무의 부과는 과도한 것이며, 입력이 제대로 이루어 졌는지만 확인토록 하는 등의 형식적 심사의무만 부과하는 것이 타당하다는 것이다.⁹⁹⁾

이 부분은 민사적인 관점에서 당사자의 의사합치 여부로만 판단한다면 통신판매중개업자로서는 통신판매중개의뢰자가 표명한 정보를 신뢰한 이상 책임을 물을 수 없다는 견지의, 반대 관점도 있을 수 있다. 그러므로 이 문제는 사적자치의 전통적인 민사법원칙만을 가지고 본다면 당부당에 관한 판단을 내리기 어려운 문제라고 생각된다. 그 보다는 소비자 보호의 관점에서 또는 플랫폼 운영자의 지위와 영향력, 플랫폼을 통한 거래의 활성화와 안전성 담보라는 여러 법익 목적을 고려하여 플랫폼 운영자

99) 이병준, 위의 글, 22~23면.

에게 어느 정도까지의 담보책임을 부담시키는 것이 합당하느냐는 문제로서 판단의 영역이라고 보아야 할 것이다. 아울러 이러한 판단 영역은, 법 문언상 상당한 주의를 기울이지 않은 경우에 책임을 지도록 하고 있으므로 이 규정의 해석의 폭을 어느 정도 넓이로 가져갈 것이냐에 귀착되고 발현될 것이다.

플랫폼 운영자는 여러 상거래를 취급함으로써 막대한 이익을 얻을 수 있는 반면, 개별 거래의 당사자들은 그렇지 않은데도 이러한 대규모의 거래로 인하여 발생하는 위험은 전적으로 거래자들이 부담토록 할 경우에 위험과 효익의 불비례성이 생길 것이다. 이러한 점을 고려한다면, 플랫폼에 진입하는 공급자가 신원정보가 허위인지 여부 정도는 플랫폼 운영자가 마땅히 확인하고 책임을 져야 한다고 보는 것이 타당하다는 관점도 충분히 존재할 수 있을 것이다.

다만 이 부분은 논란의 소지가 있으므로 향후 개선사항으로서 필요하다면 입법으로 명확히 하는 방법도 고려해 볼 수 있을 것으로 생각된다.

4) 입법적인 개선 방안: 전자상거래법의 개정

(1) 전자상거래법의 의의

전자상거래법은 전술한 바와 같은 전통적인 민사법(민법 및 상법)에 의한 당사자 확정, 현실적인 어려움에서 비롯되는 법률관계의 불명확성과 불합리성을 입법적으로 해결하였다는 점에 큰 의의가 있다. 즉 누가 당사자인지 법률행위의 해석과 대리관계의 성립여부, 통신판매중개업자와 통신판매중개의뢰자 사이의 내부관계 여하라는 복잡한 문제를 들여다 볼 필요 없이, 통신판매중개의뢰자가 고지의무와 신원정보 제공의무를 이행하지 않는 한 사실상 당사자로서의 책임을 묻도록 함으로서 문제를 해결하고 있는 것이다.

(2) 전자상거래법의 한계

□ 개관

다만 위와 같은 전자상거래법에는 여러 가지 한계가 있다.

우선 고지의무와 관련하여 보면, 위와 같은 전자상거래법이 작동하는 공간은 플랫폼 운영자가 통신판매중개업자로 분류될 수 있어야 한다는 제약이 있다. 그러나 이와 관련하여서는, ‘통신’이라는 단어, ‘판매’라는 단어로 인하여, ‘통신판매’와 ‘전자상거래’가 법률적으로 같은 범주의 개념인지¹⁰⁰⁾¹⁰¹⁾등에 관한 의문과 쟁점들을 낳고 있다.

가령 ‘판매’라는 단어를 제한적으로 해석하여 매매만 포함하고 임대차 같은 거래는 포함되지 않는다고 볼 것인지에 견해의 대립도 있는 상황이다.¹⁰²⁾

또한 ‘통신판매중개업자’의 개념 자체가 복잡하여 그와 관련한 의문이 생길 수 있다.¹⁰³⁾ 이 역시 통신판매중개업자 개념 중심의 전자상거래법의 적용 범위의 안정성을 저해하는 요소들이라고 할 수 있다.

□ 통신판매중개업자 개념의 한계

또한 통신판매중개업자의 개념 자체가 복잡한 것도 문제이지만, 최근 들어 다양해지는 플랫폼 현상을 통신판매중개업자 개념으로 모두 담아내기는 본질적인 한계가 있다는 지적도 제기되고 있다.¹⁰⁴⁾

즉 2002년도에 전자상거래법 제정당시에는 인터넷 경매와 중고차 판매 정도가 대표적인 전자상거래시장의 중개기능 영역이었으나, 점차 양면시장으로서의 전자상거래 플랫폼 현상이 뚜렷해지고 시장지배적 사업자가 등장하는 한편, 전자상거래 플랫폼의 형태가 다변화되면서 단순히 중개개념만으로는 이들 현상을 모두 담기에 부족하게 되었다는 것이다.¹⁰⁵⁾ 이 부분은 플랫폼 현상이 대두되면서 전자상거래법의 한계로 가장 두드러지는 부분이라고 할 수 있으며 후술하는 바와 같은 플랫폼 운영자에 초점을 맞춘 법 개정 필요성을 강하게 제기하는 요소이다.

□ 고지의무 면책 조항의 한계

한편 전자거래법은 통신판매중개업자가 고지를 하지 않을 경우 연대책임을 진다는 내용만 규정하고 있을 뿐임은 전술한 바와 같다. 그 결과, 고지만 하면 실제 관여 정도를 묻지 않고 완전한 면책이 되는 것처럼 면책기능이 부여되고 있는 것이 현실인

100) 전자상거래는 통신판매의 범위에 포함되는 것으로 보아야 한다는 견해로, 맹수석, “전자상거래소비자보호법의 법적 문제와 개선방안”, 「기업법연구」, 제12권, 한국기업법학회(2003), 362~363면.

101) 이 쟁점에 관한 학설대립에 관하여 자세한 것은, 이충훈·이성훈, “「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」상 통신판매중개자의 법적 책임”, 「홍익법학」, 제15권3호, 홍익대학교 법학연구소(2014), 215면 참조; 이병준, 위의 글, 27면.

102) 이처럼 판매란 상품의 매매만 포함된다는 입장으로, 오병철, “전자상거래법상의 거래 플랫폼 규제와 개선방안”, 「외법논집」 제41권 제4호, 한국외국어대학교 법학연구소(2017), 162면; 고흥석, “통신판매중개와 소비자보호”, 「유통법연구」제2권 제2호, 한국유통법학회(2015), 142면; 문상일, “O2O시장(온·오프라인 융합시장)에서의 소비자보호를 위한 규제개선방안 연구”, 「경제법연구」제18권 제1호, 한국경제법학회(2019), 162면.

103) 불필요한 논쟁이라면서, 사업자가 아닌 단순 중개자는 삭제하자는 견해로 이병준, 위의 글, 28면.

104) 이병준, 위의 글, 28면.

105) 위의 글, 같은 곳. 전자상거래법도 이와 같은 문제를 의식하여 거래관여형 통신판매중개업자에 관한 제20조의3을 신설하였으나 여전히 부족하다고 함.

데, 이는 책임강화에 기여하지 못한다는 비난을 받아 오고 있다.¹⁰⁶⁾

고지 문구를 제시하기만 하면 민사책임이 면책된다는 것은 불합리하다는 점을 두말할 나위가 없다. 고지 문구는 당연히 실체가 그와 부합할 때에만 의미가 있어야 할 것이다. 그러나 통신판매중개업자가 사실은 당사자 또는 그에 준하는 역할을 하거나 상당한 정도로 관여하였을 경우 위 면책문구 조항은 별 의미가 없고 오히려 면죄부만 부여해주는 기능을 한다는 한계가 있다. 결국 이 부분이 전자상거래법의 공백으로 남아 있는 상황이라 할 수 있다.

다시 말하면 진정한 질문은, “고지문구를 내걸었지만, 사실은 관여를 한 경우” 어떻게 할 것인가라고 할 것인데, 현행 전자상거래법은 이에 관하여는 함구하고 있는 셈인 것이다.

물론 이러한 공백으로 인한 책임 문제도 기본적으로는 민사책임의 문제로서 전통적인 민사법원칙으로 해결할 수 있음이 이론상으로는 당연하다. 하지만 현실적으로 플랫폼이 어느 정도 관여를 하였고 어느 정도 합당한 책임을 져야 하는지는 플랫폼 공간에서 일어나는 복잡하게 전개되는 양상에 비추어 항상 용이한 것은 아니며, 특히 원고 측에서 이를 주장·입증한다는 것은 현실적으로 매우 어렵다. 뿐만 아니라 책임관계와 관할 영역 정보의 비대칭 등에 비추어 불합리한 면도 있을 것이다.

이처럼 해당 전자상거래 플랫폼이 수행하고 있는 실제 기능에 적합한 책임을 부과하는 것이 현재 전자상거래 플랫폼 관련 현재의 화두(花頭)라고 할 수 있음.¹⁰⁷⁾

□ 의무위반 효과상의 한계

한편 고지의무 위반 또는 신원정보 제공의무 위반 등의 경우 법률효과를 연대하여 배상할 책임으로 한 것이 문제라는 지적이 있다.

구체적으로, 이 손해배상 책임의 원인에 관하여 법에 규정이 없는 부분과 관련된다. 이에 관하여는 그 원인 사유로서 채무불이행 책임 뿐 아니라 불법행위 책임까지 확대하여야 하는지에 논란이 있다.

확대에 반대하는 견해는, 고지문구 등을 기재하지 않았다는 이유만으로 불법행위 책임을 지는 것은 과도하다는 것이다.¹⁰⁸⁾ 반면 확대를 긍정하는 견해는 법문상 제한이 없는데다가 통신판매중개의뢰인이 계약체결 전 단계에서 행하는 행위는 계약책임으로 포섭될 수 없기 때문에 불법행위책임까지 포함될 수 있는 것으로 긍정해야한다

106) 오병철, “소셜커머스에서의 전자상거래의 청약철회권”, 「법학연구」제21권 제3호, 연세대학교 법학연구회(2011), 283면; 고희석, 유통법연구, 131면; 이병준, 29면.

107) 이병준, 위의 글, 29면.

108) 이병준, 앞의 글, 29면

는 것이다.¹⁰⁹⁾

긍정설이 타당하다고 보이나 논란의 소지가 없도록 논의가 정리되는 것이 바람직해 보인다.

한편 연대하여 손해배상책임만을 부담시키는 것은 지나치게 책임의 범위가 좁다는 지적도 있다. 중개자가 계약당사자가 아님을 명시하지 않은 이상 손해배상에 그치지 말고 계약당사자와 동일한 책임, 가령 계약의 이행, 계약의 해소 및 환불 등 다양한 계약상 책임을 부담토록 하는 것이 타당하다는 것이다.¹¹⁰⁾

(3) 전자상거래법 개정의 기본 방향

□ 기본 방향 - 온라인 중개플랫폼에 대한 독립된 인식과 규율 필요성의 고려

전자상거래법은 새롭게 등장하고 있는 온라인 플랫폼 현상을 정확히 반영하지 못하고 있다는 점을 상기와 같은 전자상거래법의 제반 문제들을 관통하는 근본 문제로 지적할 수 있다. 가령 통신판매중개업자의 역할을 계약당사자인지 아닌지를 고지하는 것과 같은 이분법적인 접근과 그에 따른 면책이라는 전자상거래법의 기본 구조는, 실제 플랫폼 운영자의 역할에 비추어 지나치게 협소한 규율이라는 점, 이 점을 어떻게 개선할 것인지가 현재 당면한 전자상거래에서 당면한 현안 과제임은 전술한 바와 같다.

이러한 기존의 문제점은 통신판매중개업자라는 제한된 틀로 현상을 규율하려는 데서 비롯된 것이라 할 수 있는데, 최근 들어 성장하고 변모해가는 온라인 플랫폼 현상을 통신판매중개업자의 개념으로만 규율하기에는 한계가 있다. 그러므로 양자가 다르다는 점을 인정하고 온라인 플랫폼 사업자에 대한 적합한 규제를 고려할 필요가 있다.¹¹¹⁾

□ 통신판매중개업자 개념과 온라인 플랫폼 사업자 개념의 구별

통신판매중개라는 개념은 플랫폼 현상을 고려하여 만들어진 개념이 아니다. 플랫폼은 중개 이외에도 다양한 거래관여행위를 하므로 플랫폼 현상 그 자체를 고려한 직접

109) 고희석, “통신판매중개자의 책임에 관한 연구” 「법학논고」 제32집, 경북대학교 법학연구원(2010), 130면 주 13참조.

110) 이병준, 앞의 글, 29면.

111) 이상의 내용은 이병준·황원재·박미영, “유럽연합 전자상거래 플랫폼 규제동향과 시사점”, 「외법논집」 제42권 제3호, 한국외국어대학교 법학연구소(2018), 3면(우리나라의 전자상거래법은 온라인 중개 플랫폼에 대하여 직접적으로 규율하고 있지 않으며, 온라인 중개플랫폼을 고려한 전자상거래법 개정안이 국회에 상정된 바가 없다)을 참조함.

적인 규율방식이 필요하다.

우선 통신판매중개업자 개념은 사업자 아닌 자도 포함시키고 있으나 사업자가 아닌 경우에는 별도의 규율 필요성이 현저히 떨어진다는 문제가 있다. 또한 온라인 플랫폼 사업자를 규율하는 관점의 접근이 적합하지 않을 수도 있는 이질적인 요소들이 포함될 수 있다는 문제가 있다. 이처럼 사업자 아닌 자도 포함하고 있는 부분은 개념이 불필요하게 넓은 것을 의미하며 합목적적으로 개념의 축소 조정이 필요한 부분이라고 할 수 있다.

한편, 통신판매중개자라는 개념은 거래의 형태에 초점을 두어 누가 계약의 당사자인지를 밝히는 데 주안점이 있는 개념이지만, 플랫폼이라는 개념은 공급자와 고객이 플랫폼 이용계약을 체결할 것을 전제로, 판매를 목적으로 하는 광고플랫폼의 역할 외에도, 계약체결의 조건을 약관으로 정하고 계약체결의 방식을 제공하거나 결제방법을 제공하는 등 다양한 역할과 기능을 포괄하는 개념이다.¹¹²⁾

현행 전자상거래법은 통신판매중개자가 판매자인지 중개자인지라는 이분법적인 접근에 기초하여 통신판매중개자 개념을 설정하고 있는데, 이것은 온라인 플랫폼 사업자의 다양한 관여 정도라는 현실을 규율하기 어려운 면이 있다. 따라서 온라인 플랫폼 사업자의 실질을 있는 그대로 받아들이고 이를 반영한 책임 규율이 필요하다.

□ 전자상거래 시장의 특징에 맞는 성장을 저해하지 않는 접근 필요성¹¹³⁾

한편, 온라인 플랫폼을 통신판매중개의 역할을 포함하는 넓은 개념으로 이해할 경우 이를 어떻게 규율할 것인지 방향 정립이 필요해 진다.

전자상거래 시장에서 아마존, 알리바바, G마켓, 11번가 등이 시장지배적 지위로 떠오르고 있으며 단순히 전자상거래 쇼핑몰에서의 양면시장 형태는 점차 시장에서 그 중요성이 감소하고 플랫폼을 통한 거래가 주류를 형성하고 있다. 이러한 플랫폼을 통하여 최근 공유경제, P2P경제 등 새로운 경제활동이 가능해지고 촉진되고 있다.

이러한 새로운 전자상거래 시장의 공통점은 그 형태가 복잡하고 유동적이어서 일의적인 정의가 어렵다. 하지만 모두 플랫폼을 기반으로 한다는 점, 그리고 대규모 이용자 그룹을 선도하며 이들의 상호작용이 가능한 네트워크와 토대를 제공하는 플랫폼 사업자에 의하여 발전되고 있다는 점을 공통점으로 한다. 따라서 이러한 발전과 혁신적인 성격을 저해하지 않는 접근이 되도록 유의할 필요가 있다.

112) 이병준·황원재·박미영, 위의 글, 8면.

113) 이하는 위의 글, 9면을 참조, 요약한 것임.

(4) 참고(비교법적 고찰) - 플랫폼에 대한 유럽연합의 접근 방식

□ 유럽연합 회원국의 접근 방식 - 플랫폼을 별도로 규율할 것인가?¹¹⁴⁾

플랫폼을 과연 별도로 규율하러 필요가 있는지에 대하여 유럽연합회원국은 통일된 입장을 정하고 있지 못하다고 한다.¹¹⁵⁾ 영국, 폴란드, 덴마크 등 11개 회원국은 2016년 플랫폼에 대한 규제를 하지 않기로 결정하였다는 것이다.¹¹⁶⁾

이와 달리 프랑스(적극적으로 입법), 이탈리아(입법과정 중)와 독일(입법 준비 중)은 적극적으로 입법을 통하여 문제를 해결하려 하고 있다고 한다.¹¹⁷⁾

□ 유럽연합의 접근 방식 - 문제 중심의 접근 방법

위와 같이 플랫폼에 대한 규제 필요성에 대하여 대체로 부정적인 개별 회원국들의 입장과 달리 유럽연합 차원에서는 전자상거래 플랫폼의 규제필요성이 크다고 판단하고 있다고 한다.¹¹⁸⁾

계약법적 측면 뿐 아니라 계약외적 측면의 역기능에도 초점을 맞추고 있으나 정작 규제에 대하여는 조심스러워 하고 있는 것으로 보인다.¹¹⁹⁾ 이는 [규제필요성 vs 혁신성 보호] 사이의 긴장과 균형에 대한 고려 때문으로 이러한 점 때문에 신중한 태도를 보여 온 것으로 평가된다.¹²⁰⁾

한편 집행위원회는 플랫폼에 대하여는 경쟁법, 소비자보호법, 개인정보 보호법 등이 이미 규제를 하고 있으므로 별도의 포괄적인 규제방식을 고려하고 있지는 않으며 특정 문제를 해결하기 위한 플랫폼 규제를 도입하고자 한다는 점에서 문제 중심의 접근 방법이라고 할 수 있다고 한다.¹²¹⁾

□ 최근의 유럽연합의 접근¹²²⁾ - 적극적 입법논의: 지배적 영향력 행사 기준

114) 이하의 위의 글, 9면 이하를 요약한 것임.

115) 위의 글, 10면

116) 위 같은 곳.

117) 위의 글, 11~12면.

118) 위의 글, 11면.

119) 위의 글, 12면.

120) 위의 글, 12면.

121) 위의 글, 12면.

122) 이 단락의 내용은, 정신동, EU에서의 통신판매 관련 사업자의 책임 법리 - ELI 모델법상 온라인 (중개)플랫폼 운영자의 책임을 중심으로-, 2019. 11. 22. 한국비교사법학회 추계학술대회 자료집 (2019) 3-27면을 참조한 것으로 이에 기한 최지현, 2020.1.10.자 자문의견서, 13면 이하의 내용을 전재한 것임.

한편, 최근 들어서는 2018년 이후 EU 차원의 온라인 플랫폼 사업자 규제에 대한 적극적인 입법 논의가 이루어지는 등 더 이상 관망하는 자세를 취하지 않고, 플랫폼 거래에 있어 소비자가 보호받아야 할 문제를 정면으로 다루기 시작하였다고 한다.¹²³⁾

즉 최근 유럽법률협회(European Law Institute, 이하 'ELI') 차원에서 온라인 플랫폼 모델법(Draft Model Rules on Online Intermediary Platforms, 이하 '모델법') 제정 사업이 착수되었고, 약 3년의 논의 끝에 모델법 최종안이 2019년 9월 4일부터 6일까지 비엔나에서 개최된 ELI 연례총회에서 발표되었다고 하며,¹²⁴⁾ 모델법은 그 자체로 법적 효력을 가지는 것은 아니지만, 이미 전자상거래 관련 EU 입법에 반영되고 있고 향후 다양한 분야에 있어 온라인 플랫폼 관련 EU 규칙 및 지침 제정에 결정적인 역할을 할 것으로 예상되므로 이를 검토하는 것은 의미가 크다고 할 것이다¹²⁵⁾.

이하에서는 모델법의 여러 내용 중 특히 지배적 영향력을 행사하는 플랫폼 운영자의 책임에 관하여 검토한다.

□ 유럽연합 모델법상의 '지배적 영향력을 행사하는 플랫폼 운영자의 책임'¹²⁶⁾

- 모델법 제19조의 내용은 다음과 같음.

제19조: 지배적 영향력을 행사하는 플랫폼 운영자의 책임¹²⁷⁾

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

123) 최지현, 앞의 자문의견서, 13면.

124) 아직 모델법이 완전히 공식 사이트에서 공개되지는 않았고, 이하에서 설명하는 모델법 내용은 정신동 연구원이 개인적으로 구한 최종안이며, 공식 사이트에 내용은 거의 동일하나 규정의 위치 내지 순서가 변경될 여지가 있다고 함, 정신동, 앞의 글, 7면 각주 11 참조(최지현 앞의 자문의견서, 13면 이하).

125) 아직 모델법이 완전히 공식 사이트에서 공개되지는 않았고, 이하에서 설명하는 모델법 내용은 정신동 연구원이 개인적으로 구한 최종안이며, 공식 사이트에 내용은 거의 동일하나 규정의 위치 내지 순서가 변경될 여지가 있다고 함, 정신동, 앞의 글, 7면 각주 11 참조(최지현 앞의 자문의견서, 13면 이하).

126) 이 단락의 내용은, 정신동, EU에서의 통신판매 관련 사업자의 책임 법리 - ELI 모델법상 온라인 (중개)플랫폼 운영자의 책임을 중심으로-, 2019. 11. 22. 한국비교사법학회 추계학술대회 자료집 (2019) 3-27면을 참조한 것으로 이에 기한 최지현, 2020.1.10.자 자문의견서, 14면 이하의 내용을 옮긴 것임

- 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

모델법 제19조는 신뢰책임¹²⁸⁾을 기반으로 하는 중개플랫폼의 책임을 규정하고 있다.

이에 따르면 온라인 중개플랫폼 운영자가 판매의뢰자인 입점사업자에게 지배적인 영향력을 행사하고 있다고 소비자가 합리적으로 신뢰할 수 있는 경우 플랫폼 운영자는 계약 당사자가 아님에도 불구하고 이에 준하는 책임을 부담하게 된다. 즉, 소비자는 계약 상대방의 계약 불이행에 대해 행사할 수 있는 권리와 구제수단을 플랫폼 운

127) 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.
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. (정신동, 앞의 글, 13쪽 참조)

128) 이는 독일도 마찬가지인 것으로 보인다. 독일에서 플랫폼 운영자의 의무 위반에 대해서는 BGB 제 311조 ③에 따라 신뢰 책임의 제3자로서 책임을 진다. 신봉근, 앞의 글, 423면(이상 최지현, 자문의 견서, 15면).

영자에게도 행사할 수 있게 되는 것이다.

어떠한 경우에 온라인 중개플랫폼 운영자가 판매의뢰자인 입점사업자에게 지배적 영향력을 행사하는 것으로 볼 수 있는지 관건이므로 이를 평가할 수 있는 기준이 없다면 법적 안정성을 담보할 수 없을 것이다. 이에 ELI의 모델법 제19조는 플랫폼에 대한 신뢰책임을 인정할 수 있는 세부적인 평가기준들을 나열하고 있는 것이다.

이와 같이 모델법상에서 나열되고 있는 사항들은 일종의 평가기준으로서 1-2개의 기준 충족만으로도 곧바로 중개플랫폼 운영자의 지배적 영향력이 인정될 여지는 적지만, 이보다 훨씬 많은 기준을 충족시키는 경우라도 지배적 영향력이 부인될 여지가 있다.

모델법은 중개플랫폼 운영자가 판매업자에게 행사하는 지배적 영향력을 인정하기 위한 요건을 규정하지 않고, 일종의 평가기준들만 나열함으로써 법관으로 하여금 종합적인 고찰을 통해 신뢰책임을 기반으로 하는 외관책임을 좀 더 유연한 환경 하에서 판단·부과할 수 있도록 배려하고 있는 것으로 보인다.

(5) 계약 당사자 확정 및 책임확보를 위한 법 개정의 구체적인 방향

□ 세 가지 구체화 방안¹²⁹⁾

다음과 같은 세가지 방안을 상정해 볼 수 있다.

- 첫째, 전자상거래 플랫폼 거래의 계약구조와 책임관계 대한 투명성 제고
- 둘째, 플랫폼 운영자가 면책문구 기재만으로 책임을 면하는 불합리 개선
- 셋째, 사용후기 등 이용자의 합리적 선택을 조장 또는 방해하는 요소에 대한 정비

□ 전자상거래 플랫폼의 구조와 책임에 대한 명시(투명성)의무-누가 당사자인가

전자상거래에서 가장 중요한 것은 누가 계약의 당사자이며 누가 책임을 지는지, 문제가 생길 때 누구에게 책임을 추궁해야 하는지 법률관계가 명확해야 한다는 점일 것이다. 현재의 통신판매중개업자의 고지의무는 자신이 계약 당사자가 아니라는 사실을 고지하도록 되어 있어 어느 정도 이 부분 기능을 수행하고는 있으나 보다 구체화할 필요가 있다. 예컨대, 이용자가 거래를 체결하는 당사자가 누구인지, 문제가 생겼을

129) 이하의 내용은, 이병준, “전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임”, 「소비자법연구」 제5권 제1호, 한국소비자법학회(2019), 30~32면에 기초한 것임.

때 책임을 물을 상대방이 누구인지 명시하도록 의무화가 바람직하다. 이러한 사실은 이용자의 입장에서는 매우 중요한 사항인 반면, 이러한 내용을 알 수 있는 자는 플랫폼 사업자이고 이를 쉽게 알릴 수 있을 것이므로 이러한 의무의 부과는 어렵지 않으면서도 투명성확보에 매우 중요하다.¹³⁰⁾

이러한 견지에서 소비자가 체결하는 계약의 내용이 직접판매, 위탁판매, 중개판매 등 어느 형태에 해당하는 것인지 명시 내지 고지하도록 해야 한다는 견해가 있다.¹³¹⁾ 이러한 내용을 고지하는 것은 적절하다고 보이나 그것만으로 충분하다고 보기 어려울 수도 있다고 보인다. 우선 다수의 이용자에 의한 반복적 일상적 대규모 거래가 이루어지는 플랫폼 전자상거래의 특성을 고려할 때, 비법률전문가인 이용자들에게 직접판매, 위탁판매, 중개판매의 법률적 의미를 이해하기를 요구하는 것이 무리일 수 있고, 이해하는 경우에도 구체적인 사안별로 직접판매, 위탁판매, 중개판매의 개념과 차별점, 그 법률적 의미, 책임의 소재가 반드시 동일하다고 보기 어려운 경우도 있을 것이다.

따라서 위와 같은 거래 유형에 대한 고지 외에도, 비대면적인 온라인 플랫폼의 불명확성을, 전형적이고 전통적인 민사거래인 1:1대면 거래와 가장 유사하게 조건화, 정형화하는 방안으로서, “당사자가 누구인지” 명확히 밝히도록 요구하는 방안도 고려할 수 있을 것이다. 이러한 입법 방식이 “나는 당사자가 아님”이라는 소극적인 명시만 요구하고 있는 현행법의 태도에 비해 진일보된 개선책이 될 수 있을 것이다.

이러한 명시가 이루어진 경우, 당사자 간의 법률행위 해석이라는 민사법 적용 결과 실제 당사자와 다를 가능성도 전적으로 배제할 수 없다는 문제는 있을 것이다. 그러나, 그 경우에도 적어도 스스로 당사자로 책임을 밝힌 경우에는 그에 기한 책임(표현법리 또는 불법행위 책임)을 물을 수 있을 것이라는 점에서 여전히 실익이 있을 것이다.

이러한 내용을 담은 신설 조문안은 다음과 같다.¹³²⁾

플랫폼 운영자에 대한 신설조문
제00조(전자상거래 플랫폼의 고지의무) 전자상거래 플랫폼 운영자는 거래초기 단계에서 소비자가 명확히 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법으로 다음 각호의 사항을 미리 명시 내지 고지하여야 한다. 1. 소비자가 체결하는 계약의 상대방 당사자가 누구인지(계약의 내용이 직접판매, 위탁판매 내지

130) 위의 글, 31면

131) 위의 글, 같은 곳.

132) 위의 글, 31면에 제안된 내용을 기본으로, 계약 상대방 당사자가 누구인지를 밝힐 것을 추가한 것임.

중개판매 중 어느 형태에 해당하는지도 병기)
2. 중개판매의 경우에는 전자상거래 플랫폼 운영자 자신이 전자상거래의 당사자가 아니라는 사실
3. 거래플랫폼 사업자가 계약체결, 대금결제, 계약이행, 환불 등 전체 계약절차에서 관여하는 정도와 방법

□ 중개플랫폼 운영자의 책임성 강화

현행법상 통신판매중개업자가 아니라는 사실만 밝히면 사실상 면책되는 것에 대하여 많은 지적이 있었고 이를 여하히 개선하느냐는 것이 과제라는 점은 전술한 바와 같다.

중개플랫폼 운영자가 실제로는 계약의 당사자가 아니지만, 소비자에게 계약당사자라는 신뢰를 부여할 만한 사실이 존재하는 경우 계약당사자로서의 책임을 부과할 필요가 있다(아래 1항).¹³³⁾ 구체적으로 어떠한 경우에 그러한 신뢰를 부여하였다고 볼 것인지 문제될 수 있는데, 이에 관하여는 전술한 EU의 지배적 영향력 행사기준을 채택하는 방안을 고려해 볼 수 있다(1항 제2호). 한편, 그 밖에도 전자상거래와 관련하여 중개플랫폼 운영자가 어떠한 진술 내지 보증을 한 경우에 이에 따른 책임을 부과할 필요가 있을 것이다(제2항).¹³⁴⁾

이러한 내용을 반영한 신설조문 안은 다음과 같음.¹³⁵⁾

플랫폼 사업자에 대한 신설조문
제00조(중개플랫폼 운영자의 책임)
① 플랫폼 운영자가 고객들 사이의 계약의 중개를 하는 때 전자상거래 사업자와 소비자 사이에 체결된 계약과 관련하여 다음 각 호의 경우에 계약 당사자가 아님에도 불구하고 소비자에 대하여 전자상거래 사업자와 계약당사자로서의 책임을 연재하여 부담한다.
1. 중개플랫폼 운영자로서 계약당사자가 아니라는 사실을 명확히 고지하지 아니한 경우
2. 중개플랫폼 운영자가 전자상거래 사업자에게 지배적 영향력을 행사하고 있다고 소비자가 합리적으로 신뢰할 수 있었던 경우(지배적 영향력 행사 여부의 판단기준은 대통령령으로 정한다)
② 플랫폼 운영자는 전자상거래 사업자에 대하여 또는 그가 제공하는 재화 또는 용역에 대하여 보증을 한 경우 그에 따른 책임을 진다.

133) 위의 글, 32면.

134) 위의 글, 32면.

135) 이하는 위의 글, 32면.

Ⅲ. 플랫폼 운영자로서의 보호의무 등의 개선 방안

1. 서설

□ 플랫폼의 안정성과 신뢰성의 중요성

전자상거래는 비대면으로 신속하고 빈번하게 다량의 거래가 이루어지기 때문에 거래 시스템의 안정성이 고도로 요구된다. 예컨대 거래를 체결하고 금전이 수수되는 과정에서 신속하고 오류가 없도록 전자거래 시스템이 안정적으로 뒷받침되어야 할 것이다. 또한 인적사항 등 거래에 필요한 여러 민감한 개인정보를 집적, 관리하게 되므로 그 정보의 안정적인 관리와 보안유지, 해킹과 누출 및 오사용의 위험으로부터 이를 안정적으로 보호할 수 있는 시스템의 안정성이 요구된다.

이와는 조금 다른 각도에서, 온라인 플랫폼으로 이루어지는 전자상거래는 이용자들의 이용후기가 소비자들의 구매의사결정에 중요한 요소로 작용하고 있으므로, 소비자들이 제대로 된 의사결정을 하기 위해서는 이용후기 관리 체계의 신뢰성이 요구된다 고도 볼 수 있다.

그 밖에도 온라인 플랫폼 상에서 이루어지는 불법행위(명예훼손 등)에 대하여 일정한 정도의 방지 책임이 부과될 수 있음은 앞서 본 바와 같음.

2. 보호의무 개념의 명시 방안

앞에서는 온라인플랫폼 운영자의 거래 당사자로서의 책임 확장에 관하여 보았다. 그러나 플랫폼 운영자가 <해당 재화와 용역 거래>의 당사자가 아닌 경우에도 <플랫폼 이용계약>의 당사자에는 해당할 것인바, 그 이용자에 대하여 어떠한 보호의무를 인정할 수 있을 것인지 구체화될 필요가 있다.

보호의무란 강학상의 개념으로 기타의 행위의무 또는 신의칙상의 부수의무라고도 불리는 것으로 급부의무 이외의 행위의무로서 채무자가 채무의 이행과정에서 채권자에게 신체적 재산적 손해를 가하지 않아야 할 의무라고 설명된다.¹³⁶⁾

이에 대하여는 일반적인 신체와 재산의 완전성을 보호할 의무는 계약상 채무(민법 제390조)가 아닌 불법행위(민법 제750조) 채무로 보아야 한다는 반대 견해가 유력하

136) 송덕수, 채권법총론 제5판, 박영사(2020), 159~161면.

지만,¹³⁷⁾ 여행업자, 병원이나 학원, 여관, 회사 등과 같이 일정한 시설을 갖추어 놓고 그 시설에 채권자를 수용한다든지, 계약상 채무의 내용 자체가 채권자의 안전을 보호할 의무를 포함하는 경우 채무를 이행하는 과정에서 계약상 보호의무가 인정된다는 점에는 학설과 판례가 일치한다고 볼 수 있다.¹³⁸⁾

이러한 보호의무 개념을 플랫폼 이용자에 대하여 적용하여 본다면, 플랫폼 이용자에 대하여서도 그 개인정보가 유출되지 않도록 한다든지, 시스템의 안정성이 결여되거나 그 하자로 인하여 거래의 안정성과 확실성이 저하되어 손실이 발생하지 않도록 한다든지, 구매자들의 이용후기의 관리가 부실하여 합리적인 의사결정을 저해하지 않도록 한다든지 하는 등의 사항을 보호의무의 내용으로 상정해 볼 수 있다.

플랫폼 이용계약의 당사자로서 플랫폼 이용자에 대한 보호의무(계약법상 또는 불법행위법상)의 범위는 앞으로 사회현상의 전개에 따라 계속 변화해 나갈 것으로 보임으로 위와 같은 예는 예시 사항이며 향후 전개 방향에 대한 지속적인 관심이 필요할 것으로 본다.

○ 보호의무 규정의 예시(유럽연합의 플랫폼지침 토론안¹³⁹⁾¹⁴⁰⁾

이용자 보호의무(유럽연합 플랫폼지침 토론안 제9조)
제9조 이용자를 보호할 의무 플랫폼 운영자가 다음 각 호에 관한 신뢰할 수 있는 증거를 취득하였음에도 플랫폼 이용자를 보호하기 위한 적절한 조치를 취하지 않았다면, 플랫폼 운영자는 이로 인하여 발생한 플랫폼 이용자의 손해에 대하여 책임을 진다. (a) 다른 플랫폼 이용자를 해하는 공급자 혹은 고객의 범죄행위 (b) 계약 상대방의 신체훼손, 개인정보침해, [선택: 물적] 재산권침해, 자유의 박탈 혹은 그 밖의 유사한 권리의 침해를 야기할 수 있는 공급자 혹은 고객의 행위

3. 이용후기 관리시스템에 대한 검토 필요성

137) 양창수, 민법주해(9), 343면

138) 송덕수, 위의 책 같은 곳 참조.

139)

https://www.elsi.uni-osnabrueck.de/projekte/model_rules_on_online_intermediary_platforms.html

140) 이에 관한 국문 번역 및 소개는, 이병준·황원재·박미영, 위의 글, 17 및 30면 이하를 참조하였다.

상기와 같은 플랫폼의 안정성 및 신뢰성과 관련하여 제기되는 문제들 중, 시스템의 하자, 해킹 위험 등으로부터의 보호, 불법행위 방지책임 등은 관련 개별법 예컨대 개인정보보호법, 전자금융거래법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호등에 관한 법률 등 개별 법률에 의하여 해결하는 개별적인 접근 방법에 의한다고 볼 수 있고, 그 점에서 전자상거래 또는 플랫폼운영자에게만 특유한 별도 규제 필요성이 있다고 보기는 어렵다는 시각이 있을 수 있다.

그러나 이용후기 시스템은 전자상거래 일반의 문제로서 특히 오늘날 전자상거래가 플랫폼을 통해 이루어지는 현실에서는 소비자의 합리적인 의사결정을 저해하는 남용행위가 이루어지지 않도록 하는 내용을 전자상거래법에 두는 방안을 고려할 수 있다.

1) 이용후기 시스템에 대한 관리 규칙 수립 방안

(1) 이용후기 시스템의 중요성

이용후기 작성시스템은 오늘날 디지털 시장의 기본 요소 내지 필수 요소로 자리잡아가고 있다. 이용후기 시스템은 정보의 비대칭을 완화하고 계약을 제대로 이행하지 않은 시스템 이용자를 시장에서 배제함으로써 계약의 실효성을 강화하고 규제의 필요성을 완화하는 순기능이 있다.¹⁴¹⁾ 그러나 이러한 순기능이 발휘되려면 이용후기 시스템이 공정하고 투명하게 운영되어야 하는데, 현재 시장 상황은 그렇지 않다는 문제가 지적되고 있다.¹⁴²⁾

한편, 이용후기 작성시스템은 플랫폼 경제에서만 중요성을 갖는 것은 아니며 전통적인 온라인 오프라인 시장에서도 중요한 역할을 하고 있으나 온라인 플랫폼에서 사용되는 이용후기 작성시스템은 전통적인 경우와는 달리 플랫폼 경제와 분리할 수 없다는 차이가 있다.¹⁴³⁾

(2) 이용후기 시스템 관리의무의 필요성

특히 이용후기 시스템은 민사적인 관점에서는 계약체결에 이르는 의사결정과정에서 매우 중요한 작용할 담당하는 것이 현실이다. 이용후기의 별점이 소비자들의 구매여부 판단에 매우 중요한 요소로 등장한 것은 어제 오늘의 일이 아닌 것이 현실이다. 이러한 점을 고려하면, 이용자의 합리적인 의사결정을 보호한다는 관점에서 플랫폼 운영자에게 이를 잘 관리하고 신뢰성을 유지할 수 있도록 주의의무를 부과(플랫폼 이

141) 이병준·황원재·박미영, 위의 글, 22면.

142) 위 같은 곳.

143) 위 같은 곳.

용계약상의 보호의무의 일종)할 필요가 있다.

그러나 이러한 의무를 부과하려고 할 경우, 통상 이용후기 시스템은 계약체결에 이르는 의사결정 과정 즉 계약체결의 전 단계에서 주로 작용하기 때문에 전통적인 민사법원리에 의할 경우 계약상의 의무로 편입시키는데 이론상 난점이 예상될 수 있다. 물론 계약체결 전 단계의 행위에 관하여 불법행위(민법 제750조) 법리에 의하여 책임을 묻는 것이 불가능하지는 않다. 하지만 입증책임과 책임 발생의 행위 기준에 있어 계약상 채무에 비해 소비자에게 불리하므로 불법행위 법리에만 맡겨놓기 보다는 법으로 그 의무이행의 기준과 책임을 마련하는 방안을 고려할 필요가 있다.

(3) 공정하고 투명한 이용후기 작성시스템을 위한 의무 도입 신설방안

이상과 같은 배경하에 이용후기 시스템 관리책임 조문을 신설한다면 다음과 같은 내용을 고려해 볼 수 있다.

신설조문(플랫폼 운영자의 이용후기 관리의무)
제00조(전자상거래플랫폼 운영자의 이용후기 관리책임)
① 플랫폼 운영자는 이용후기 작성시스템을 운영할 경우 그와 관련하여 다음과 같은 사항을 준수하여야 한다. 144)
1. 플랫폼 운영자는 자신이 평가 및 사용후기를 수집, 처리, 게시하는 방법에 대하여 정보를 제공해야 한다.
2. 플랫폼 운영자는 평가 또는 사용후기가 실제로 행해진 거래에 대한 것이며 거짓이 없다는 점을 확인해야 한다.
3. 평가 또는 사용후기에 대가 등의 지급이 허용된 경우라면 플랫폼 운영자는 대가 등을 받고 사용후기가 작성되었는지 여부를 표시해야 한다.
4. 플랫폼 운영자는 사용후기의 삭제에 관한 정책을 마련하고 고지해야 한다.
5. 플랫폼 운영자는 사용후기의 게시와 관련된 정책(얼마나 빨리, 어떠한 순서로 사용후기가 게시되는지, 그리고 사용후기가 얼마나 오랫동안 게시되는지 등)을 마련하고 고지해야 한다.
6. 플랫폼 운영자는 사용후기에 통합평가를 행하는 경우 그 산출의 방법(통합평가 산출에 사용된 평점의 총 수와 특정 평점에 부여된 가치 등)을 마련하고 고지해야 한다.
② 플랫폼 운영자가 전1항의 의무를 위반한 경우에는 [효과] 책임을 진다.

144) 이하 제1호 내지 6호의 내용은, 이병준·황원재·박미영, 위의 글, 22면에서 공정하고 투명한 사용후기 시스템을 만들기 위하여 고려할 필요가 있다고 제시된 사항들이다.

IV. 거래 당사자 간의 의무 내용과 관련한 개선 사항

1. 공유·플랫폼 경제와 거래 당사자 간 의무

현대 공유경제의 큰 특징은 통신판매중개자는 사인들 사이의 거래(peer to peer; P2P)가 빈번하다는 특수성이라 할 수 있다. P2P거래가 일어나는 공유경제에서는 전문적인 사업자에 의하여 제공되던 상품 및 서비스가 비전문가인 개인들에 의하여 제공된다는 것이 그 특징이라 할 수 있다.¹⁴⁵⁾ 이로 인하여 탈집중화(decentralization) 현상과 탈전문화(de-professionalization)현상도 일어나게 되며, ‘생산자 대 소비자’ 내지 ‘사업자 대 소비자’의 구별이 무의미하게 된다고 일컬어진다.¹⁴⁶⁾

이것은 민사적으로도 몇 가지 의미를 가질 수 있다.

우선 온라인 플랫폼을 이용하는 공유경제에 대한 전자상거래법의 적용 가능성과 한계 문제이다. 온라인 플랫폼을 이용하는 공유경제활동의 경우에도 전형적인 사업자-소비자 구도인 경우에는 전자상거래법에 의한 의무와 책임 규율이 용이할 것이다. 이러한 전자상거래법에 의한 책임 규율은 전통적인 민사법에 의한 민사책임 확정이 가져올 불확실성과 비효율성을 상당부분 해소해 줄 수 있음은 전술한 바와 같다. 그러나 전형적인 내지는 좁은 의미의 공유경제 활동, 예컨대 peer라는 사적 제공자가 공유경제를 간헐적으로만 이용하는 경우 사업자에 대한 현행 규제를 적용하기 어렵다는 한계가 있다.¹⁴⁷⁾ 이러한 경우 사업자 성이 불분명해지기 때문에 전자상거래법의 적용을 그대로 관철할 수 있는지, 그것이 적절한지의 문제가 제기될 수 있다. 전자상거래법의 적용이 제한될 경우 전통적인 민상법원리에 의지하게 될텐데 그 자체로 과제가 될 수 있다.

다음으로 공유경제 활동의 비전문성, 사적 제공의 측면이 민사적으로 어떠한 효과를 가져올 지도 생각해 볼 문제이다. 예컨대, 전문적으로 숙박업을 영위하는 자가 숙박 서비스에 제공하기 위하여 거래에 내어 놓은 물건 및 서비스의 수준은, 숙박업이 전업이 아닌 일반 사인이 자신이 사용하던 집을 일시적으로 공유경제활동의 일환으로 거래 대상에 내 놓는 경우와는 다를 수 있을 것이다. 이러한 부분은 민사적으로는 당사자 간의 물건 내지 서비스의 수준에 대한 합의가 무엇이냐의 문제에 귀결될 것이

145) 이병준, 앞의 글, 55면.

146) 위의 글, 55~56면.

147) 이병준, 위의 글, 56면. peer에 대하여 사업자에게 적용되는 규제 내용을 모두 준수하라고 한다면 단순한 peer는 그와 같은 사업적 규모도 갖추지 못하고 있을 뿐만 아니라, 규제준수에 수반되는 비용을 감당할 수 없을 것이라고 함.

고, 전문 숙박업자 등 업자에게 적용되는 규제를 어느 수준까지 확장하여 적용할 것이냐는 공법적인 규율도 작용할 것이다. 그러나 그러한 합의와 공법적 규율이 명확하지 않은 경우 당사자의 서비스 수준을 어느 정도로 설정하고 책임의 범위를 논할 것 인지는 결국 의사해석과 보충의 문제로서 사회통념에 따라 결정될 것이므로 종래의 전문업자에 의한 공급의 경우와는 차이가 생길 수 있을지, 그 차이 내용이 어떠한 것 일 수 있는지에 대해서는 논의가 필요할 수 있다.

한편, 여럿이 함께 사용한다는 공유 내지는 공용적인 특성과 관련하여서는 해당 이용의 법률관계의 성격을 무엇으로 볼 것인지 문제될 수 있다. 예컨대 차량이나 숙박 공유의 경우, 해당 물건을 빌려주는 임대차로 볼 것인지, 아니면 해당 목적물을 이용할 수 있도록 편의를 제공하는 시설물 임대와 편의 제공이 결합된 혼합계약으로 볼 것인지, 아니면 이용권의 매매와 같은 매매로 볼 것인지¹⁴⁸⁾ 등도 문제될 수 있다.¹⁴⁹⁾ 전통적인 물건에 대한 소유권에 기반한 매매 또는 임대차로 구성할 경우, 법률관계가 간명한 점은 있으나, 물건의 인도 이외에 추가되는 서비스 부분을 설명하기 곤란하다는 난점, 그리고 물건의 인도 이후의 보호의무의 인정여부도 문제가 될 수 있다.

이상에서 살펴 본 사항들은 현재 자세한 논의가 이루어지고 있지는 않은 상황에서 시론적인 차원의 논점 개관 수준이라 할 수 있으며, 이에 관하여는 추후 공유플랫폼 경제활동이 전개되면서 논의되는 법률문제의 귀추를 주목할 필요가 있을 것이다. 본 단락에서는 상기 논의 중 숙박공유의 경우 임대차로 볼 것인지, 숙박으로 볼 것인지에 관한 앞서의 논의의 연장선상에서 그 구체적인 차이가 어떠한 법률관계 효과 상의 차이를 가져오는지 소개한다.

2. 숙박공유(에어비앤비)의 법적 성격에 관한 논의와 시사점

1) 숙박공유의 법적 성격과 그에 따른 의무내용에 관한 논의

에어비앤비와 같은 숙박공유의 법률관계에 대하여 임대차계약으로 파악하는 견해와 숙박계약으로 파악하는 견해가 있다. 견해차이의 실익은 계약상 보호의무의 인정 여부가 주된 것이다. 임대차계약이라고 볼 경우 임대인에게 별다른 보호의무가 부과되지 않지만, 숙박계약이라고 할 경우에는 보호의무의 불이행 등에 대하여는 불완전이행과 같은 채무불이행 책임을 물어 인적 손해를 배상받을 수 있다는 것이다.¹⁵⁰⁾ 특히

148) 김영희, 앞의 글, 225면.

149) 현단계 공유경제 활동의 기본 법리를 임대차로 보면서, 임대차 체계의 전면 개편, 매매관계에 의한 규율가능성을 주장하는 것으로, 김영희, 앞의 글, 222~226면.

150) 최단비, 앞의 글, 222~225면.

그 경우 에어비앤비나 우버와 같은 플랫폼도 계약 당사자가 아니라는 이유로 책임을 지지 않을 수 있게 되어 공백이 생긴다는 것이다.¹⁵¹⁾ 따라서 에어비앤비와 같은 숙박 공유계약의 경우, 계약 당사자간의 관계를 적절히 반영하고, 이용자의 거주권을 임차인의 지위로서 두텁게 보호할 필요성이 존재하지 않는다는 점을 고려하여 숙박계약으로 봄이 타당하다고 한다. 또한 에어비앤비를 통하여 집을 대여하는 집주인은 손님에게 필수품을 제공하기 위하여 빈번히 목적물을 방문하거나 목적물에 거주함으로써 목적물을 임차인을 통해 점유 및 관리하는 임대인보다 목적물에 대한 더 많은 정보를 갖고 있다는 점에서도 에어비앤비 계약을 임대차계약보다 숙박계약에 가깝다고 판단할 수 있으며, 이러한 목적물에 대한 정보를 바탕으로 집주인에게 이용자에게 발생하는 인적 손해에 대한 책임을 부과할 근거가 있게 된다고 한다.¹⁵²⁾

2) 상기 논의의 시사점 - 임대차 법리의 한계 가능성

통상 공유경제 활동을 단순하게 물건의 대여관계로 파악하여 임대차를 기본적인 법률관계로 삼기 쉽다.¹⁵³⁾ 그 경우 사안에 따라서는 위 숙박공유의 예에서 보듯이 이용자 보호의 흠결, 이용자의 이용관계에 비추어 실질에 부합하기 어려운 점이 생길 수 있음을 알 수 있다. 특히 거래의 대상물이 전적으로 빌려주는데 특화된 전업화된 물건이 아니라, 본래의 소유자와 '공유'한다는 본질적인 특성이 있다는 점과 관련이 되어 있다. 바로 그점으로 인하여, 전적으로 물건의 점유와 이용권을 넘겨주는 임대차는 공유경제활동의 기본 법리로 삼는 것이 과연 적절한 지, 어떠한 문제는 없을지 의문이 생겨나는 면이 있다. 소유자(또는 권리자)와의 공용이라는 관점에서 공급자 쪽의 서비스 제공과 보호의무, 정보제공의무가 수반되어야 한다고 볼 경우가 적지 않을 것으로 생각된다. 상기의 논의는 이러한 점을 잘 보여주었다는 점에 의의가 있으며, 이 점은 모든 공유경제 활동에 있어 중요한 참고가 될 사항이라고 보인다.

151) 위의 글, 228~230면.

152) 위의 글, 234~235면.

153) 공유경제의 기본법리를 임대차로 보는 견해로 김영희, 앞의 글, 222면.

제3장 공유·플랫폼 경제와 소비자법·경쟁법상의 문제 및 개선방안

제1절 서론 - 공유·플랫폼 경제와 소비자피해 및 불공정거래 문제

I. 소비자 권익과 공유·플랫폼 경제의 쟁점

1. ICT 발전과 소비자 편익 증진

ICT 발전에 따라 대량의 재화와 서비스가 다양한 유형의 경로와 방법으로 소비자의 생활에 직접적인 영향을 주고 있고, 이는 공유·플랫폼 경제 규모가 성장·발전함에 따라 더 확대될 것으로 보인다.¹⁵⁴⁾ 소비자들이 공유·플랫폼 경제시스템에 참여하는 이유는 시간과 경비의 절약은 물론, 추가로 획득할 수 있는 경제적 이익을 얻기 위해서라 할 수 있다. 공유경제에 있어서 자원제공자는 플랫폼을 통해 자신이 가지고 있는 유무형의 유희자원을 활용하여 수입을 얻을 수 있고, 자원이용자는 자원을 직접 소유하지 않고도 일정한 대가를 지급하고 이용함으로써 상호간에 효용성을 갖게 되는 장점이 있다.¹⁵⁵⁾ 특히 인터넷 사이트나 모바일 앱과 같은 플랫폼이 보편화되고 불특정 다수와 정보공유가 가능해지면서 유희자원을 상호거래하는 활동이 급증하고 있다.¹⁵⁶⁾

예컨대 대표적인 숙박공유 플랫폼인 Airbnb는 전 세계 700백만개가 넘는 숙소를 보유하면서 집 또는 방을 빌려주며 수익을 창출하고 있고,¹⁵⁷⁾ 차량공유 플랫폼인 Uber의 경우 2018년 이용객 수가 9,100만 명에 달하고 있다.¹⁵⁸⁾ 이러한 유형

154) Marco Inglese, Regulating the Collaborative Economy in the European Union Digital Single Market, Springer Nature, 2019, p.67.

155) 이금노, “온라인플랫폼 기반 공유경제의 소비자정책 이슈와 시사점”, 「소비자정책동향」제68호 (2016), 3면

156) 김수영·강명주·하은솔, “플랫폼 경제활동에 대한 시론적 고찰”, 「한국사회정책」 제25권 제4호 (2018), 207면.

157) “급성장한 에어비앤비 ‘그늘’도 깊어진다”, 주간경향, 2019.10.07.(http://m.weekly.khan.co.kr/view.html?med_id=weekly&artid=201910071415371&code=)

158) “1억명 타는 ‘공유차 1위’ 우버…알리바바 이후 최대 IPO”, 한국경제신문, 2019.04.28(<https://www.hankyung.com/economy/article/2019042819601>).

의 공유 플랫폼은 자원제공자가 공유 플랫폼에 판매할 유희자원(재능, 시간, 물건 등)을 등록하면, 자원이용자는 인터넷 쇼핑몰에서처럼 게시된 각각의 재화나 서비스를 선택·구매 요청하는 구조이다. 즉, 공유·플랫폼은 일반적으로 이용자의 구매 요청을 제공자에게 알리고, 제공자가 이를 수락하면 이용자는 비용을 지불하고, 결제 이후 플랫폼은 건당 중개수수료를 제외한 대금을 정산해 공유경제 자원제공자에게 지급하는 구조로 되어 있다.

2. 공유·플랫폼 경제시스템의 규제와 한계

(1) 공급시장 측면

공유경제는 기존 경제에서 존재하지 않았던 새로운 경제모델이라기 보다는, 기존 경제 모델에서 공급시장의 변화에서 비롯된 형태로 보아야 할 것이다. 이러한 구조적 특성으로 인해 공유경제는 기존 공급시장에서 공급자와 공유·플랫폼 제공자와 갈등 내지는 충돌이 생기게 된다. 물론 기존 경제모델에서 시장진입장벽(인·허가 등)이 없는 산업분야에서는 이러한 갈등이 발생하지 않지만, 기존 시장에서 진입장벽이 존재하는 시장에서의 공유·플랫폼경제는 기존 사업자와의 갈등이 발생할 수밖에 없게 된다. 그 대표적인 사례가 승차공유경제와 숙박시설공유경제라고 할 것이다.

1) 승차공유경제

대중운송사업(대표적으로 택시)을 영위하기 위해서는 여객자동차 운수사업법(이하 “여객자동차법”)에 따라 면허를 받아야 한다. 그러나 승차공유경제에 참여하는 공급자의 경우 여객자동차법에 따라 면허를 받지 않고 승차서비스를 제공하고 있어, 기존 대중운송사업을 영위하는 사업자와 갈등이 심각하게 대두되고 있다. 승차공유경제의 성장에 따라 야기되고 있는 것이 기존 운수업자와의 갈등 고조는 물론 불법성 문제까지 논란이 증폭되고 있는 상황이다.

2) 숙박시설공유경제

숙박시설대여사업을 영위하기 위해서는 지자체에 등록 등을 하여야 한다. 민박업의 경우 역시 이와 동일하다. 그러나 숙박시설공유경제에 참여하는 공급자 중 등록숙박업자가 아닌 자가 자신의 집을 숙박시설로 제공할 경우에 이러한 등록 등을

받지 않고 있어 기존 숙박시설업자와의 갈등은 물론 불법성 문제가 생기게 된다.

(2) 수요시장 측면

공유경제의 특징 중 하나가 인터넷 등을 이용하여 중개플랫폼을 통해 수요자(소비자)가 공급자와 계약을 체결한다는 점이다. 그런데 수요자는 공급자보다 온라인 시스템 운영자(제공자)를 신뢰하는 경향이 있고, 플랫폼 운영자를 계약의 당사자로 오인하는 경우가 생긴다. 그러나 플랫폼 운영자는 공급자가 아닌 ‘중개자’이기 때문에 공유경제계약에서 발생하는 다양한 수요자 피해에 대해 책임을 지지 않게 됨으로써 운영자의 면책 문제가 있다.

특히 공유경제의 공급자는 사업자인 경우와 일반 개인인 경우로 구분되는데, 공급자가 일반개인인 경우에 사업자를 규율하기 위한 각종 소비자 관련법의 적용대상에서 배제됨으로써 수요자는 소비자와 같은 법적 보호를 받지 못하게 되는 문제가 있다.¹⁵⁹⁾ 이와 같이 수요자가 피해를 입은 경우 플랫폼 운영자에게 그 책임을 추궁하고자 하지만, 직접적인 거래 당사자가 아닌 중개업자인 플랫폼 운영자에게 법적 책임을 추궁하는데 한계가 있다.¹⁶⁰⁾

II. 공유·플랫폼 경제 관련 법규의 부재와 사회적 갈등 문제

1. 혁신기술의 발전과 입법의 부재 현상

공유·플랫폼 경제 규모의 성장·발전에 따라 관련 당사자 간의 법률관계가 복잡다기해질 뿐만 아니라, 공유자원 이용자의 피해 유형도 다양해지고, 관련 당사자의 이해관계도 첨예하게 대립하는 등 복잡한 사회적 문제를 야기하고 있다.¹⁶¹⁾ 문제는 다양한 공유·플랫폼 경제 유형에 대해 어떤 법률로 적용·규율할 것인가라는 것이다. 예컨대 Airbnb와 같은 ‘민박’의 형태로 운영되는 공유숙박의 경우 공중위생 관리법에 따라 신고해야 하고, 관광진흥법에 따른 외국인관광 도시민박업 등록¹⁶²⁾

159) David Berke, “Products liability in the sharing economy,” Yale J Regul 33(2), 603, 606(2016).

160) 고형석, “공유·구독경제관련 입법동향 및 입법정책의 과제에 관한 연구”, 「소비자법연구」 Vol. 5 No.3(2019), 37면.

161) Franco Becchis, Monica Postiglione, Stefano Valerio, “Regulating the Platform Economy: Problems, Challenges, Tools,” Network Industries Quarterly, Vol. 21 No. 3, 12(2019).

162) 2019년 9월 현재 2013개 업체(5734객실), 한옥체험업은 1324개 업체(5862객실)가 등록되어 있다.

이나 농어촌정비법에 따른 농어촌민박사업 신고¹⁶³⁾를 하도록 되어 있다. 이 밖에도 풍속영업규제법·식품위생법·청소년보호법 등에 따른 규제도 받게 된다.

그런데 ICT 발전에 따라 다양한 형태의 공유·플랫폼 경제 형태가 출현하고 있음에도 해당 사업에 대해 종래의 규정을 그대로 적용하기에는 한계가 있다. 급속한 기술발전 등에 따른 관련 입법의 정비가 지체되면서 정부는 최근 규제 샌드박스의 형식으로 공유경제의 확산 요구에 대응하고 있는 실정이다.¹⁶⁴⁾ 이와 관련하여 예컨대 숙박업의 경우 종래의 숙박사업자들은 새로운 형태의 공유숙박업의 출현으로 영업의 위축 등의 문제가 생길 것을 우려하여 공유경제시스템의 도입을 반대하고 있다.¹⁶⁵⁾

2. 기존 관련 업법의 규제와 소비자권익의 침해

사업행위에 대해 개별업법의 형태로 규제를 가하는 것은 이용자(소비자)의 보호뿐만 아니라, 해당 사업행위에 의해 생기는 사회일반 및 주변환경에 미칠 수 있는 악영향도 방지하기 위함이기 때문에, 공유·플랫폼 사업자의 요구 내지는 경제의 활성화 측면만을 강조함에는 문제가 있다. 예컨대 ‘타다’ 사태에서 보았듯이, 생존권 등을 내세우며 택시업계가 강력 반발하면서 여객운수사업법의 개정 취지가 변질되었을 뿐만 아니라,¹⁶⁶⁾ 혁신기술의 이용을 통한 소비자 편익 제고를 외면한 처사라는 비판이 잇따르고 있다.

소비자의 관심은 가격뿐만 아니라 품질, 다양성 및 혁신에 관한 것이다. 따라서

163) 2019년 9월 현재 2만7259개 업체(8만7719객실)가 신고되어 있다.

164) 2019. 11. 27. 과학기술정보통신부는 27일 '제7차 신기술·서비스 심의위원회'를 열고 총 8건에 대한 규제 샌드박스 지정 여부를 심의하여, 그 가운데 임시허가·실증특례 지정 6건, 민간 자율규제 개선 권고 1건, 적극행정(규제 없음 명확화) 1건을 결정했다. 현행 관광진흥법상 도시민박업은 외국인 관광객만을 대상으로 하고 있어 내국인 대상의 공유숙박 서비스 제공이 어려웠는데, '위험'의 공유숙박 서비스는 서울 지하철역 근처 공유숙박 호스트를 4000명에 한정해 내·외국인 공유숙박 서비스를 제공할 수 있도록 제한된 범위로 허용했다. 또한 현행 택시발전법상 택시가 여객을 합승하도록 하는 행위가 금지돼 있는데, 현대자동차·KST모빌리티의 대형승합택시 합승은 서울 은평뉴타운에서 최대 100명의 고객을 대상으로 차량 6대에 한정해 3개월간 반경 2km 내외에서 월 구독형 요금제의 방식으로 운영할 수 있도록 실증특례를 부여했다("한국형 에어비엔비 가능해진다.. 8건 규제샌드박스 통과", 파이낸셜뉴스, 2019.11.27(<http://www.fnnews.com/news/201911271506560115>)).

165) "온갖 규제에다 기존 업계와 충돌로 제 자리 걸음...규제 샌드박스로 해결해야", 주간한국, 2019.11.11(<http://weekly.hankooki.com/lpage/economy/201911/wk20191111060221146380.htm>).

166) 현재 여객운수법 시행령 제18조 제1항은 11~15인승 승합차의 경우 아무 조건 없이 운전기사를 알선할 수 있도록 규정하고 있어 이 규정을 근거로 '타다'가 영업을 해왔지만, 여객운수사업법 개정안에 따르면 11~15인승 승합차에 운전기사를 알선하려면 '관광 목적으로 6시간 이상 차량을 빌렸을 경우'이거나 '대여·반납 장소가 공항 또는 항만일 경우'에만 가능하도록 되어 있어, '타다'의 현재 영위하고 있는 사업방식은 위법하게 된다(<https://view.asiae.co.kr/article/2019122414013193076>).

소비자의 선택의 폭을 넓히기 위한 혁신을 촉진시키기 위해 공적 규제가 필요하다. 그런데 혁신기술 관련 산업분야에 있어서 개별업법에 기한 종래의 규제 방식이 소비자의 권익 보호보다는 기존 사업자의 권익보호에 충실하게 되는 문제가 있다.¹⁶⁷⁾ 따라서 규제완화를 통해 경쟁관계에 있는 플랫폼을 진입시켜 소비자의 권익을 증대시켜야 한다는 주장이 제기되고 있다. 또한 노골적으로 기존 사업자의 보호는 아니라 하더라도, 새로운 경제현상을 규율하기에 적합하지 않은 기존 법률의 경우 적절한 소비자 보호기능을 하는 데 한계가 있기 때문에 관련 법률의 정비가 필요하다.

특히 온라인 플랫폼 등을 통한 거래는 오프라인에 비해 시장에 대한 접근성이 용이하기 때문에 효율성 측면에서 잠재력이 크지만, 플랫폼을 통해 사업하는 이용자들은 거래 상대방을 명확히 파악하기 어렵고, 불특정 다수 당사자와 이루어지는 거래 관계에서 플랫폼제공자의 불공정성 문제¹⁶⁸⁾와 손해에 대한 배상시스템의 불완전성 문제 등으로 인하여 디지털시장의 경쟁력 확보에 장애가 되고 있다. 따라서 디지털 방식의 플랫폼시장에서 공정한 거래관행과 체계적인 보상시스템을 확보하게 되면 더 많은 소비자와 제공자가 안심하고 재화와 서비스를 적극 거래하게 되어 궁극적으로 디지털경제규모가 커지게 될 것이다. 결국 IT 혁신기술을 매개로 하는 공유·플랫폼 경제시스템의 발전을 위해서는 거래의 불공정 문제와 배상제도의 불완전 문제를 해결하기 위한 적극적인 노력이 필요하게 된다.

3. 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자피해 및 불공정행위 규제

공유·플랫폼경제 이용자 혹은 소비자는 「소비자기본법」, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “전자상거래법”) 등에 따라 보호를 받을 권리가 있다. 그러나 문제는 해당 공유경제 활동이 현행 소비자기본법이나 전자상거래법 등에 적용을 받는지 여부와 민법에서 규정하는 바와 같이 공유경제 행위자(플랫폼 사업자, 서비스 제공자)가 사업자에 해당하는지 여부이다. 소비자는 소비자관련법에 따라 소비자의 기본적 권리를 보호 받아야 하기 때문에 공유경제 기업 및 서비스제공자가 사업자에 해당된다면 사업자로서의 의무를 성실히 이행하여 소비자의

167) Franco Becchis, Monica Postiglione, Stefano Valerio, op. cit., p.14.

168) 이러한 측면에서 EU 이사회는 온라인 플랫폼 사업자의 불공정한 거래관행으로부터 중소기업을 보호하기 위해 「온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 2019년 EU 이사회 규칙」을 제정하여 시행을 앞두고 있다(「Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services」).

권익을 보호할 책무를 진다. 그러나 현재 규제당국은 이러한 문제들에 대한 명확한 해석이나 이를 뒷받침할 지침 및 법령을 마련하지 못하고 있다.¹⁶⁹⁾

공유경제에서 플랫폼 기업의 경우 전자상거래행위를 할 경우에는 전자상거래법에 따라 사이버몰 운영 사업자로서 등록을 해야 한다(동법 제10조). 또한 일정규모 이상의 거래가 있을 경우에는 통신판매업자로서 신고해야 한다(동법 제12조). 그리고 플랫폼 기업은 사업자에 해당하는데, 공유경제 기업 혹은 플랫폼 기업이 부당한 공동행위를 하여서는 아니 된다. 그런데 공정거래법상 부당공동행위 금지에서 제외되기 위해서는 공유경제 기업활동의 내용(공동체 활성화, 지역경제 활성화 등)이 부당공동행위 제외 사유에 포함되어야 한다(동법 제19조 제1항 및 제2항).¹⁷⁰⁾ 그러나 현실적으로 운영되고 있는 대부분의 공유·플랫폼 사업자의 행위가 산업합리화 등 제외사유에 해당하지 않아 공정거래법상의 불공정거래행위에 해당하게 될 가능성이 높게 된다.

4. 공유·플랫폼 경제의 공공성 확보 문제

플랫폼이 거래의 효율성 등의 측면에서 소비자와 경제매커니즘에 긍정적인 영향을 주기도 하지만, 영리기업의 상업화 전략에 잠식되고 갈수록 인간소외 현상이 심화되고 있는 등의 문제가 있다. 이러한 부정적인 현상을 완화하기 방안이 필요한데, 이를 위해 대항적인 공유 플랫폼이나 플랫폼 공기업 설립의 추진 등이 고려될 수 있다. 유·플랫폼 경제 시스템에서 많은 플랫폼 기업들이 참여와 공동체 문화를 표방해왔지만, 실상은 플랫폼 기업이 플랫폼 자체를 전유하고 일방적으로 운영해 왔던 것이 사실이다. 플랫폼시스템 알고리즘은 전적으로 플랫폼 기업의 이윤추구를 극대화하는 구조로 설계될 가능성이 매우 높다는 문제가 있기 때문에, 플랫폼 이용자 등의 권익을 보호하기 위해 플랫폼의 공유화도 고려될 필요가 있다.¹⁷¹⁾

예컨대 플랫폼을 통해 재화나 서비스를 제공하는 중소기업 등이 플랫폼 조합(Platform Cooperativism)을 결성하여 플랫폼 기업에 대응하거나, 플랫폼 경제활동자의 노동조합 또는 지방정부와 같은 공익적 주체가 플랫폼의 소유와 운영을 담당하는 방식을 활용하는 것이다.¹⁷²⁾ 실제로 운전자들이 지분의 50%를 소유하고

169) 최유성·안혁근, 「공유경제 유형에 따른 규제개혁 대응전략」, 2018년 한국행정연구원 기본연구과제, 2018, 140면.

170) 그런데 현행법령 하에서는 공유경제 플랫폼의 활동은 부당한 공동행위에 해당될 가능성이 높아 공정거래위원회의 인가를 받지 못할 가능성이 높다(최유성·안혁근, 앞의 보고서, 141면).

171) Trebor Scholz, Platform Cooperativism—Challenging the Corporate Sharing Economy, New York: Rosa Luxemburg Stiftung, 2016, p.10(http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/scholz_platformcoop_5.9.2016.pdf).

있던 승차공유 플랫폼 Juno, 조합원의 출자금과 크라우드 펀딩 등으로 운영되는 eBay의 협동조합 버전인 Fairmondo가 대표적인 예이다. 대형화·사유화된 현재의 플랫폼 기업의 상업화 전략과 달리, 본래 ‘공유경제’의 의미에 부합하는 시스템으로서 플랫폼의 조합화 내지는 공유화를 추구하는 것도 의미가 있다고 본다.¹⁷³⁾ 이를 위해서는 일정한 급여와 소득의 보장, 투명성 및 데이터의 이전가능성, 플랫폼 관계자 간의 상호소통의 확산, 휴식권 보장 등 근로자의 보호 등 다각적인 조건이 구비되어야 한다.¹⁷⁴⁾

제2절 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자보호 문제와 개선방안

I. 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자 착취형의 문제

1. 디지털 플랫폼 사업자의 우월적 지위의 남용 규제

(1) 우월적 지위의 남용 유형

최근의 거대 플랫폼을 둘러싼 논의에서 착취형남용(우월적 지위남용)이 문제되고 있다. 플랫폼에 대한 경쟁법상의 우려는 이용자의 선택지가 좁아짐에 따라 생기는 ‘경쟁자배제’나 ‘이익착취’의 폐해에 있다. 공정거래법상 전자는(배제형) 사적독점 또는 불공정한 거래방법(배타적조건부 거래, 구속조건부 거래)의 문제가 되고, 후자는 우월적 지위의 남용의 문제가 된다. 플랫폼은 네트워크 효과(Network Effect)가 작동하기 쉽고, 독점화·과점화가 진행되기 용이한 사업 영역이다. 예컨대, 아마존 등의 거래중개형의 EC몰에 있어서 많은 가맹점이 모이면 모일수록 구매 기회를 찾는 많은 소비자가 모여들기 마련이고, 많은 소비자가 모이면 모일수록 판매기회를 찾아 많은 가맹점이 모이기 때문에 그 규모가 확대될 수밖에 없다.

플랫폼은 규모가 확대될수록 이용자에게 편익을 가져다주지만, 한편으로 이동비용(switching cost)이 높아져 다른 플랫폼으로 전환하는 것이 곤란해지는 효과가

172) 독일 Schönau에서는 소비자협동조합이 해당 도시의 전력 및 가스 공급을 직접 운영하는 방식을 취하고 있다(Trebor Scholz, op. cit., p.11).

173) 김수영·강명주·하은솔, 앞의 논문, 223면.

174) Trebor Scholz, op. cit., pp.18~20.

생긴다. 이로 인해 서비스의 질이 저하하거나 서비스 요금을 부과 받더라도 부득이하게 이를 수용할 수밖에 없게 되는 문제가 있다.¹⁷⁵⁾ 만일 플랫폼 사업자가 이용자에 대해 다른 플랫폼을 이용하지 못하도록 부당하게 지위를 남용하고, 그것이 플랫폼간의 경쟁을 제한·저해하는 것이 된다면, 이른바 배제형 사적독점 또는 불공정한 거래의 문제되고, 플랫폼 사업자가 이용자에 대해 부당하게 요금 등을 부과하면 우월적 지위를 남용한 불공정한 거래방법의 문제도 될 수 있다.

이와 관련하여 2019. 8. 29. 일본 공정거래위원회가 발표한 규제 동향을 살펴보면,¹⁷⁶⁾ 사업자가 어떠한 거래조건으로 거래할지에 대해서는 기본적으로 거래당사자간의 자율적인 판단에 맡기는 것을 원칙으로 하고 있다. 그러나 플랫폼 사업자와 소비자와의 거래에 있어서 소비자와 사업자 사이의 정보의 질과 양 및 협상력의 격차가 존재하기 때문에 소비자는 사업자와의 거래에 있어서 거래조건이 일방적으로 불리해지기 쉽다. 거래 상대방인 소비자에게 우월한 디지털 플랫폼의 구조적 특성상 거래 상대방인 소비자에 대해 그 지위를 이용하여 정상적인 상관습에 비추어 부당하게 불이익을 주는 것은 소비자의 자유롭고 자율적인 판단에 의한 거래를 저해하는 한편, 디지털 플랫폼 제공자는 그 경쟁자와의 관계에 있어서 경쟁상 유리할 우려가 있다. 이러한 행위는 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있기 때문에 불공정한 거래 방법 중 하나인 우월적 지위의 남용으로서 공정거래법에 의해 규제된다.

(2) 거래의 상대방

어떠한 경우에 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있다고 인정되는지에 대해서는 문제가 되는 불이익의 정도, 행위의 범위 등을 고려해 개별 사안별로 판단하게 된다. 개인정보 등은 소비자의 속성, 행동 등 해당 소비자 개인과 관련된 모든 정보를 포함하고, 디지털 플랫폼의 사업 활동에 이용되고, 경제적 가치를 갖게 된다. 소비자가 디지털 플랫폼이 제공하는 서비스를 이용할 때 그 대가로 자기의 개인정보 등을 제공하고 있다고 인정되는 경우에는 당연히 소비자는 디지털 플랫폼의 ‘거래 상대방’에 해당한다고 보아야 할 것이다.¹⁷⁷⁾

175) 예컨대 페이스북이나 트위터 계정은 여러 가지 제3자의 서비스와 제휴하고 있지만, 일단 탈퇴하게 되면 이러한 서비스도 다시 설정할 필요가 생기기 때문에 탈퇴를 주저하게 되는 이용자가 많게 되는 경우가 있다고 한다(山田晃久, “プラットフォームビジネスにおける競争法上の問題”(https://www.clo.jp/wp-content/uploads/2019/12/news94_Part12.pdf)).

176) 이하 일본 공정거래위원회는 2019년 8월 디지털 플랫폼사업자의 지위남용에 대한 규제방안을 공표한 바 있다. 즉, 公正取引委員会, 「デジタル・プラットフォーマーと個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方(案)」, 1頁 이하 참조 (https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/aug/190829_dpfp2.pdf).

177) 公正取引委員会, 前掲資料, 2頁.

(3) 거래상 우월한 지위의 이용

디지털 플랫폼사업자가 개인정보 등을 제공하는 소비자에 대해 우월한 지위에 있다는 것은 소비자가 디지털·플랫폼사업자로부터 불이익한 취급을 받더라도 소비자가 해당 디지털·플랫폼사업자가 제공하는 서비스를 이용하기 위해서는 이를 수용하지 않을 수 없는 경우를 말한다. 소비자가 디지털 플랫폼으로부터 불이익한 취급을 받더라도 소비자가 해당 디지털 플랫폼이 제공하는 서비스를 이용하기 위해서는 이를 수용하지 않을 수 없는 경우인지를 판단함에 있어서는 소비자에게 해당 디지털 플랫폼과 ‘거래할 필요성’을 고려해야 한다.

그 판단에 있어서 ① 소비자에게 대체 가능한 서비스가 존재하지 않는 경우, ② 대체가능한 서비스가 존재하고 있다 하더라도 해당 디지털 플랫폼이 제공하는 서비스의 이용 중지가 사실상 곤란한 경우, ③ 해당 디지털 플랫폼이 그 의사로 어느 정도 자유롭게 가격, 품질, 수량, 기타 거래조건을 좌우할 수 있는 지위에 있는 경우에는 통상적으로 해당 디지털 플랫폼제공자는 소비자에 대해 거래상 지위의 우월성이 인정된다 할 것이다. 또한 우월적 지위에 있는 디지털 플랫폼이 소비자에 대해 부당하게 불이익을 가하여 거래하면 그 지위를 ‘이용하여’ 한 행위이라 할 것이다. 이러한 판단에 있어서는 소비자와 디지털 플랫폼 사이에 정보의 질 및 양과 함께 협상력의 격차가 존재하는 것을 고려할 필요가 있다.¹⁷⁸⁾

이러한 행위가 정상적 상관습에 비추어 부당하게 이루어져야 하는데, 이 요건은 우월적 지위의 남용 여부가 공정한 경쟁질서의 유지·촉진의 관점에서 개별 사안별로 판단되어야 할 것이다. 여기서 ‘정상적인 상관습’이란 공정한 경쟁질서의 유지·촉진의 입장에서 시인되는 것을 말한다. 따라서 사업자의 어떤 행위가 현재 존재하는 상관습에 합치한다고 해서 곧 그 행위가 정당화되는 것은 아니다.

(4) 우월적 지위의 남용으로 되는 행위유형

여기에서는 디지털 플랫폼과 개인정보 등을 제공하는 소비자와의 거래에서 디지털 플랫폼에 의한 개인정보 등의 취득 또는 이용에 있어서 어떤 행위가 공정거래법상 우월적 지위의 남용으로 해당하는지가 문제이다.

1) 개인정보 등의 부당한 취득

디지털 플랫폼사업자에 의한 소비자의 개인정보 등의 취득은 정상적인 상관습에

178) 公正取引委員会, 前掲資料, 3頁.

비추어 소비자에게 부당하게 불이익을 주지 않아야 한다. 그럼에도 불구하고 디지털 플랫폼 제공 서비스를 이용하는 소비자에 대해 플랫폼사업자가 ① 이용목적은 소비자에게 알리지 않고 개인정보를 취득하는 경우,¹⁷⁹⁾ ② 이용목적 달성에 필요한 범위를 넘어 소비자의 뜻에 반하여 개인정보를 취득하는 경우,¹⁸⁰⁾ ③ 개인정보의 안전관리를 위해서 필요하고 적절한 조치를 강구하지 않고 개인정보를 취득하는 경우,¹⁸¹⁾ ④ 자기가 제공하는 서비스를 계속적으로 이용하는 소비자에 대해 소비자가 서비스를 이용하기 위한 대가로 제공하는 개인정보 등과는 별도로 추가적으로 개인정보 등을 제공하게 하는 경우¹⁸²⁾ 등은 소비자에게 부당하게 불이익을 주는 것으로 보아야 할 것이다. 이는 소비자에 대해 우월한 지위에 있는 디지털 플랫폼사업자가 그 지위를 이용하는 것으로, 우월적 지위의 남용 문제가 된다. 또한 디지털 플랫폼사업자에 의한 소비자가 제공하는 개인정보 등의 취득에 관한 행위가 정상적인 상관습에 비추어 부당하게 불이익을 주게 되면, 위와 같은 유형의 행위 이외에도 우월적 지위의 남용의 문제가 될 수 있다.

2) 개인정보 등의 부당한 이용

디지털 플랫폼에서 제공하는 서비스를 이용하는 소비자로부터 취득한 개인정보에 대해 ① 이용목적의 달성에 필요한 범위를 넘어 소비자의 의사에 반하여 개인정보를 이용하는 경우,¹⁸³⁾ ② 개인정보의 안전관리를 위해 필요하고 적절한 조치를 강구하지 않고 개인정보를 이용한 경우¹⁸⁴⁾ 등과 같은 행위를 하는 것은 대가에 대해 상응하지 않은 품질의 서비스를 제공하는 것으로, 소비자에 대해 정상적인 상관습에 비추어 부당하게 불이익을 주는 것으로 된다. 따라서 서비스를 이용하는 소비자에 대해 우월한 지위에 있는 디지털 플랫폼사업자가 그 지위를 이용하여 이와 같은 행위를 하는 것은 우월적 지위의 남용이 될 가능성이 높다. 또한 디지털

179) 예컨대 디지털 플랫폼 A사가 개인정보 취득시 그 이용목적은 자기 회사의 웹사이트 등에서 알리지 않고 소비자에게 개인정보를 제공하게 한 경우이다(公正取引委員會, 前掲資料, 4頁).

180) 예컨대 디지털 플랫폼사업자 B사가 개인정보를 취득함에 있어서 그 이용 목적을 '상품판매'로 특정하여 소비자에게 알렸는데, 상품판매에 필요한 범위를 넘어 소비자의 성별·직업에 관한 정보를 소비자의 동의를 얻지 않고 제공하게 한 경우이다(公正取引委員會, 前掲資料, 4~5頁).

181) 예컨대 디지털 플랫폼 C사가 개인정보의 안전관리를 위해 필요하고 적절한 조치를 강구하지 않고 서비스를 이용하게 하고 개인정보를 제공하게 한 경우이다(公正取引委員會, 前掲資料, 5頁).

182) 예컨대 디지털 플랫폼 D사가 제공하는 서비스를 계속적으로 이용하는 소비자로부터 대가로 취득하는 개인정보 등과 별도로 추가적으로 개인정보 등을 제공하게 한 경우이다(公正取引委員會, 前掲資料, 5頁).

183) 예컨대 디지털 플랫폼 E사가 이용목적을 '상품판매'로 특정한 후 해당 이용목적은 소비자에게 표시하고 취득한 개인정보를 소비자의 동의 없이 '타겟팅 광고'에 이용한 경우나, 디지털 플랫폼 F사가 서비스를 이용하는 소비자로부터 취득한 개인정보를 소비자의 동의 없이 제 3자에게 제공한 경우이다(公正取引委員會, 前掲資料, 6頁).

184) 예컨대 디지털 플랫폼 G사가 개인정보의 안전관리를 위해 필요하고 적절한 조치를 강구하지 않고 서비스를 이용시키고, 개인정보를 이용한 경우이다(公正取引委員會, 前掲資料, 6頁).

플랫폼사업자에 의한 소비자가 제공하는 개인정보 등의 이용에 관한 행위가 정상적인 상관습에 비추어 부당하게 불이익을 주게 되는 경우에는 위와 같은 행위에 한하지 않고 우월적 지위의 남용의 문제가 된다.

II. 공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자 보호 방안

1. 소비자 피해 예방과 인증제도의 활용

(1) 자율적 인증제도의 활용을 통한 안정적인 이용기반 확보

소비자에 의한 플랫폼 사업자의 선택에 도움을 주기 위한 방법의 하나로서 인증제도를 마련하는 것도 고려해 볼 수 있다. 공유경제 인증제도는 정부가 정한 가이드라인에 따라 공유경제 매칭 플랫폼을 제공하는 사업자를 대상으로 플랫폼 신청자(사업자)가 이 가이드라인에서 정하는 기준에 적합한지 여부를 일반 공유경제 단체(사단법인)가 판단하여 적합한 사업자에 대해 인증마크의 사용을 허락 것 등을 의미한다. 즉, 자발적 관련 업체조직(예컨대 ‘공유경제협회’ 등)이 가이드라인에 적합한 경우 인증을 하는 제도이다. 다만, 인증제도와 관련하여 인증기관의 주체를 어떻게 할 것인가의 문제, 새로운 서비스가 등장하는 공유경제분야의 경우에도 인증제도를 유지할 것인가의 문제 등이 숙제로 남는다.¹⁸⁵⁾ 일본의 경우 실무상 사단법에 의한 인증제도를 활용하고 있고,¹⁸⁶⁾ 2016. 11. 공유경제 가이드라인을 발표하면서 인증제도를 도입하였고, 2019. 5.에는 공유경제사업자가 준수해야 할 자율규칙을 추가적으로 제시하고 있는데 이를 소개하면 다음과 같다.¹⁸⁷⁾

185) 일본 내각부(内閣府)는 2019. 4. 18. 「プラットフォームが介在する取引の在り方に関する提言」을 발표하면서 인증제도 등 다양한 방안을 제시하고 있다 (https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2019/20190418_teigen.html).

186) 공유경제 인증마크를 취득하면 ① 안전·안심의 구조가 담보된 서비스로 차별화를 꾀할 수 있고, ② 공유경제 인증취득 사업자를 위한 보험을 할인 받을 수 있으며, ③ 지방자치단체에 대해 협회의 제휴·연계후보 사업자로 우선 추천받을 수 있는 등의 이점이 있다(일본 사단법인 공유경제협회(シェアリングエコノミー協会) 홈페이지 참조(<https://sharing-economy.jp/ja/trust/>)).

187) 内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室은 2019. 5. 「シェアリングエコノミー検討会議 第2次報告書」를 발표했는데, 이 보고서의 주요 내용은 공유사업자(공유경제플랫폼)의 업계에 대한 설명책임을 명확히 하여 거래 등에 대한 충실한 관리를 도모하는 점이 큰 특징이다. 종래 가이드라인과 비교하여 공유사업자가 준수해야 할 사항이 다수 추가되었다. 즉, 제공자 및 이용자의 불안감 해소를 핵심적인 내용으로 하고 있고, 제공자 등에 대해 이메일로 주의를 환기시키는 등의 능동적인 노력도 포함된다. 그리고 공유경제협회에서는 종래 모범 가이드라인에 따른 자율 기준을 정해 심사·인증하는 공유경제 인증제도를 시행하고 있지만, 개정에 따라 인증제도의 장벽도 높아질 것으로 보인다. 즉, 부담증가에 의해 특히 규모가 작은 스타트업의 공유사업자가 인증취득을 하는 것이 어렵게 되었기 때문에, 규모가 작은 스타트업에 대한 별도의 배려가 필요하다는 견해가 있다(市川拓也, “シェアリングエコノ

(2) 일본의 공유경제 가이드라인의 내용¹⁸⁸⁾

1) 기본원칙

가이드라인은 기본원칙으로, ① 안전할 것(생명·신체에 대해 심각한 사고로 이어지지 않는 구조를 구축할 것), ② 신뢰와 신용을 확보할 것(서비스의 품질에 관한 신뢰성, 제공자·이용자의 신용성을 가능한 한 가시화하고 올바른 정보를 기본으로 서비스나 거래 상대를 선택할 수 있는 구조를 구축할 것), ③ 책임분담의 명확화에 의한 가치의 공동창조(서비스제공 불이행, 당사자 간이나 제3자의 손해 발생 등에 대비해 플랫폼제공자, 이용자, 공유사업자의 3자에 있어서의 책임분담을 명확히 하고 가치의 공동창조를 촉진하는 구조를 구축할 것), ④ 지속 가능성의 향상을 위한 구조를 구축할 것 등이다. 이러한 기본원칙에 기해 매칭 플랫폼 사업자가 준수하도록 가이드라인을 규정하고 있다. 그리고 적용대상은 매칭플랫폼의 서비스제공자이다.¹⁸⁹⁾

2) 가이드라인의 규정 내용(규칙)

첫째, 서비스제공에 관한 리스크의 자기평가 실시이다. 즉, 가이드라인에서는 공유경제 매칭플랫폼의 서비스제공에 관해 플랫폼 사업자에게 리스크 등의 자기평가를 실시하도록 하고 있는데, ① 생명·신체에 위해를 줄 가능성 평가 및 강구하는 대책에 의한 리스크 저감 효과의 평가, ② 변호사 등의 활용에 의한 명백한 법령위반 조사 및 법령위반이 되지 않는 근거의 명확화 할 것 등이다.¹⁹⁰⁾

둘째, 등록사항의 준수이다. ① 매칭플랫폼 등록시 연락수단의 확보(이메일주소, 전화번호, SNS 계정, 주소 가운데 하나), ② 본인 확인(공적 신분증명서, 금융과 휴대전화번호 등), ③ 허가 등의 확인(서비스의 제공에 법령상 허가 등이 필요한 경우에는 해당 허가 등을 받았음을 증명하는 서류(전자적 기록 포함)의 제출을 요구하도록 규정하고 있다.¹⁹¹⁾

셋째, 이용규약 등의 준수이다. ① 매칭플랫폼의 이용규약을 제정할 것(이용시 제공자 및 이용자가 준수해야 할 규정을 명확히 할 것), ② 법령준수 특히 법령 등에 저촉될 우려가 높은 분야의 법령을 준수시킬 것(서비스의 형태에 따라 저촉의 우려가 높은 관련 업법, 세법, 저작권법 등을 특별히 명시해 준수시킬 것), ③ 공서양속 위반

ミー・モデルガイドラインの改訂”, 「人と社会」, 2019. 6. 4, 4-5頁).

188) 이하에서는 内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室, 「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」(2016. 11.) 상의 ‘シェアリングエコノミー・モデルガイドライン’의 주요 내용을 소개한다(<https://www.kantei.go.jp/>).

189) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 49頁.

190) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 49-50頁.

191) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 51頁.

행위 및 권리침해 등을 금지할 것(타인의 권리를 침해하는 서비스 제공 및 정당한 권한에 근거하지 않는 서비스 제공을 금지할 것), ④ 이용규약상 안전성, 적법성에 관련하는 사항 등에 대해서는 요약 등 알기 쉬운 형식으로 따로 표시할 것, ⑤ 이용규약의 위반이 있는 경우 위반자에 대해서 이용정지, 회원자격의 취소 등의 처분을 할 등을 규정하도록 하고 있다.¹⁹²⁾

넷째, 서비스 질의 오해를 줄이기 위한 사전대응이다. 매칭플랫폼 이용에 있어서 ① 사전 문의 등의 조치를 취할 것(서비스 제공에 앞서 제공자와 이용자가 상호 연락이나 문의 등 서비스 내용을 확인할 수 있는 기능을 제공할 것), ② 사전 면접 등의 조치를 취할 것(어린이에 대한 안전확보가 요구되는 서비스에 대해서는 보호자가 제공자의 신용성을 확인할 수 있는 기회를 마련할 것), ③ 제공자가 개인임을 표시할 것(제공자가 개인일 경우에는 이용자가 그 취지를 명확하게 인식할 수 있도록 표시할 것), ④ 서비스 내용의 오인 등을 방지할 것(필요 정보에 대해 입력을 필수로 하는 조치, 오인이 발생하기 쉬운 경우에는 'FAQ'로 정리하는 등 서비스 내용의 오인 등을 방지하기 위한 조치를 강구할 것), ⑤ 허위정보·규약위반정보를 삭제할 것(매칭플랫폼 상에 게재된 허위정보·이용규약에 반하는 내용을 적절히 삭제할 것) 등을 요하고 있다.¹⁹³⁾

다섯째, 사후평가의 구축이다. 즉, ① 평가시스템을 마련할 것, ② 평가 시스템의 이용을 촉진할 것(등급 부여에 의한 알기 쉬운 표시나 평가의 기입을 필수로 하는 등 평가시스템의 이용을 촉진할 것), ③ 평가시스템의 적정성을 확보할 것(낮은 평가를 받은 사람이 다른 사람으로 오인하게 할 목적으로 하는 복수 어카운트 등록의 금지 등 평가시스템의 적정성을 저해하는 자를 적절히 배제하도록 노력할 것), ④ 서비스 실시 결과를 확인할 것(어린이의 안전확보가 요구되는 서비스에 대해서는 서비스 종료 후에 제공자로부터 보호자에게 실시 결과를 보고할 것) 등을 규정하고 있다.¹⁹⁴⁾

여섯째, 분쟁의 방지와 대응 노력이다. 분쟁 대응에 대해 가이드라인은 ① 상담창구의 설치(제공자, 이용자 또는 제3자로부터 전화나 전자 메일 등에 의한 문의, 연락, 상담 등을 접수하기 위한 창구를 설치할 것), ② 분쟁해결의 지원(당사자 사이의 분쟁 해결을 기본으로 하되, 분쟁해결에 노력할 것), ③ 사고에 대한 대비(제공자에 대해 배상책임보험 등의 조치를 갖추도록 요구하고, 공유제공자에게 배상책임보험 등의 조치를 갖추게 하는 등 만일의 사고에 대비할 것), ④ 공유제공자의 본인 확인(안전성의 확보가 요구되는 서비스로서 제공자와 이용자가 직접 대면하는 서비스에서는 이용자

192) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 51-52頁.

193) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 52-53頁.

194) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 53頁.

가 사전에 의뢰한 제공자 본인임을 확인하도록 이용자에게 주의를 환기할 것), ⑤ 허가 등을 증명하는 서류 제시(서비스의 제공에 있어서 법령에 근거하여 허가 등이 필요한 경우 제공자와 이용자가 직접 대면하는 서비스에서는 제공자에 대해 허가 등을 받았다는 것을 증명하는 서류를 이용자에게 제시하도록 주지시키고, 이용자에게 동 서류를 확인하도록 주의를 환기할 것), ⑥ 긴급사태 등에 대한 대처(어린이에 대한 안전 확보가 요구되는 서비스에서는 긴급사태, 사고 등이 발생했을 경우의 대처방법을 제공자 및 보호자 간에 명확히 하도록 촉구할 것), ⑦ 서비스 실시 상황의 확인(어린이에 대한 안전 확보가 요구되는 서비스에 대해서는 서비스 제공 도중이라도 보호자의 요구에 따라 제공자가 보호자에게 서비스의 진행 상황 등을 연락하도록 촉구할 것) 등을 규정하고 있다.¹⁹⁵⁾

이 밖에도 매칭플랫폼 이용시 정보 보안에 대해서도 가이드라인은 복수의 규정을 두어 정보 취급의 적정을 확보하고 있다. 그리고 매칭플랫폼 상에서 공유사업을 하는 사업자(공유제공자)에 대해서는 매칭플랫폼 사업자에게 적용되는 기준과 동등한 기준을 준수하도록 규정하고 있다.¹⁹⁶⁾

(3) 제보제공 및 분쟁해결 시스템의 구축

1) 정보제공의 강화

C2C 거래에 있어서 프라이버시 보호의 관점에서 제공자 스스로가 성명, 주소 등의 표시를 하지 않는 경우도 있는데, 이러한 경우 플랫폼 사업자에게 이용자간 계약을 지원하는 역할이 필요하다. 예컨대 플랫폼 사업자가 보상제도의 내실화 또는 플랫폼 사업자에게 있어 일정한 속성(재화·서비스 제공자(이용자)가 B 또는 C인지 등)을 표시함으로써 제공자와의 분쟁을 미연에 방지하고, 조기분쟁해결을 도모하는 조치가 필요하다.

2) 행정기관의 대응 노력

195) 前掲「シェアリングエコノミー検討会議中間報告書」, 54頁.

196) 이와 같이 가이드라인의 내용은 매칭플랫폼 사업자의 물로서는 대체로 적절하고 상응하는 내용이라고 생각할 수 있지만, 매칭플랫폼 상에서 공유제공 사업자에게 적용되는 물이라는 측면에서 매칭플랫폼 사업자에게 적용되는 것과 같은 룰을 준수하도록 권장함에 그치고 있다. 공유경제의 경우 플랫폼 상에서 서비스 등을 제공하는 공유사업자의 속성에 있어서 지식, 경험 및 성향이 각기 다른 자들이 참여할 것이 예상되기 때문에 공유경제 플랫폼에 있어서의 거래 전체적인 측면에서 이 가이드라인의 기능에 한계가 있다는 견해도 있다. 이에 따라 공유사업자가 공유경제 플랫폼상에서 서비스 제공이나 거래할 때 가이드라인에 기재 제정된 공유경제 플랫폼 사업자가 규정하는 규약 등의 룰에 따르는 것을 의무화 하는 취지를 가이드라인 내용에 포함시켜야 한다고 한다(齋藤雅弘 “日本におけるプラットフォーム運営者の法的規律の現状と課題”, 「消費者法ニュース」 No.119(2019), 189頁).

플랫폼 사업자가 행정기관과 협력하여 법령위반사업자에 대한 대응이 가능하도록, 행정기관으로부터 플랫폼 사업자에 대해 법령위반사업자 및 그 내용에 대해 적절한 정보제공을 하는 방안도 고려할 수 있을 것이다. 따라서 행정기관은 한국 소비자원 등과 협력체계를 구축하고, 플랫폼 사업자와도 정기적인 정보교환 등의 장을 마련하는 것이 바람직할 것이다.

2. 피해를 입은 소비자 등에 대한 사후보상의 문제

(1) 보험 또는 보증제도의 활용

소비자가 제공자(판매자)로부터 상품 구입시 생기는 분쟁의 경우 종래의 일반적 거래에서는 기업이 판매한 상품의 문제라면 교환 등에 의해 해결할 수 있다. 그러나 공유경제 사업자의 사이트에서 서비스 등을 거래하는 경우 교환 등에 의해 해결하기 어렵기 때문에 소비자에게는 반품이나 공유사업자에 의한 보상이 중요해질 것이다.

예컨대 IT 기술 발전에 따라 스마트폰 등을 통한 모빌리티 서비스 이용 플랫폼이 소비자 맞춤형으로 변화하고 있다. 특히 자율주행 기술과 모빌리티 서비스의 융합으로 자율주행자동차, 로봇택시, 로봇셔틀, 드론택시 등의 비중이 확대되고, 전기자전거, 전동킥보드, 전동휠 등과 같은 퍼스널 모빌리티 시장도 급속하게 성장하고 있다. 그런데 자율주행자동차를 비롯한 새로운 기술이 접목된 모빌리티 서비스의 안전성 문제 및 사고와 관련한 배상책임 문제가 주요한 쟁점으로 부각되고 있다. 이러한 시점에서 관련 안전법규 제정과 사고 발생 시 배상책임 관련 규제 원칙이 조속히 수립될 필요가 있고, 사고 발생 시 보장공백이 생기지 않도록 보험 회사의 역할이 요구된다.¹⁹⁷⁾

공유경제는 종래의 일반적 거래에 있어서의 구입자로서의 소비자보호 측면뿐만 아니라, 제공자 측의 관리도 중요하다. 예컨대 민박으로 고객에게 빌려준 가옥이 파손되는 경우나 개인간 대여한 공유자동차가 파손된 경우가 생길 수 있기 때문이다. 공유경제 사업자가 이용자에게 보험가입을 의무화하는 케이스와 공유경제 사업자가 보증하는 경우도 있다.¹⁹⁸⁾ 민박 대기업인 Airbnb의 경우 모든 예약에 자동 체결되는 구조로, 이용자(고객)의 재물파손에 대응하여 공간 제공자가 재산 손실을 보상받을 수 있는 ‘고객보증’의 형태로 100만 달러의 보상책임을 지는 보험계약을

197) 최 원, “모빌리티 생태계 변화와 보험산업”, 「KIRI 리포트」 제485호, 보험연구원(2020), 13면.

198) 消費者委員会オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会, 「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書」, 2019. 4. 62頁.

이용하고 있다.¹⁹⁹⁾

우리나라에 있어서도 향후 새로운 모빌리티 서비스 등의 제공과 관련하여 발생할 수 있는 배상책임 리스크를 담보하는 배상책임보험 상품 수요도 확대될 것이다. 국내 손해보험회사들도 다수의 라이드셰어링(Ride-Sharing)과 퍼스널 모빌리티 제공 업체와의 업무제휴를 통하여 모빌리티 관련 리스크에 특화된 보험상품을 출시하고 있지만, 보험회사는 새로운 형태의 모빌리티 서비스 시스템을 이용하는 소비자들에게 적합한 보험상품을 제공할 필요가 있다.²⁰⁰⁾ 그리고 규제당국은 새로운 형태의 모빌리티 서비스를 활용하는 과정에서 발생한 사고에 대비하여 피해자를 보호하기 위한 의무배상책임의 확대 등을 검토할 필요가 있다.

(2) 분쟁해결시스템의 구축

공유사업자의 사이트를 통해 쌍방 합의로 계약을 취소할 수 있는 구조는 당연히 필요하지만, 합의가 불가능한 경우를 고려하여 공유사업자에 의한 보상체계가 구비되어 있다면 제공자 및 이용자 모두가 안심하고 거래할 수 있을 것이다. 따라서 공유경제에서 거래가 활발히 이루어지기 위해서는 공유사업자가 거래에 적극적인 관심을 기울여야 할 것이고, 분쟁해결을 위해 책임을 지는 시스템이 갖추어져 있어야 할 것이다.²⁰¹⁾

3. 공유·플랫폼 거래에 있어서 면책조항의 문제

공유경제에서의 제공자와 이용자 사이의 거래에 있어서 어느 한 주체가 손해를 입었을 경우 손해를 입은 제공자 또는 이용자에 대한 공유사업자의 책임에 있어서 이용규약 등의 형태로 면책조항을 활용하는 경우가 많다. 이때 공유사업자는 이를 근거로 책임을 면할 수 있는가의 문제가 있다. 공유경제 관계에 있어서 공유사업자와 플랫폼을 이용하는 방식의 경우에 있어서 제공자 또는 이용자와 공유사업자 사이에 공유경제 이용에 대한 계약관계가 존재하고, 해당 계약이 공유사업자에 의해 운영되는 플랫폼의 시스템 이용을 당연한 전제로 하고 있다면, 공유사업자는 계약을 상대방인 제공자·이용자에 대해 하자 없는 시스템 구축의무를 부담하게 된다.

199) 미국의 슬라이스(Slice Labs)는 숙박공유 플랫폼 Airbnb를 통해 집을 제공하는 사람이 재산 손실을 보장받을 수 있는 배상책임보험을 판매 중이다(Covering Your Bases With Airbnb Liability Insurance(<https://www.passiveairbnb.com/covering-bases-airbnb-liability-insurance/>)).

200) 최 원, 앞의 자료, 14면.

201) 市川拓也, “シェアリングエコノミーにおける消費者保護の視点”, 「人と社会」, 2019. 1. 11, 6頁.

그런데 결함 없는 시스템 구축의무가 공유사업자에게 부과된다 하더라도 공유사업자는 이용계약상의 면책조항에 근거해 책임을 면할 가능성이 있다. 해당 면책조항이 유효하게 계약내용으로 되어 있으면 공유사업자는 그 면책조항에 기해 면책될 수 있지만, 해당 면책조항이 무효 또는 해당 면책조항이 이용계약의 내용으로 볼 수 없는 경우에는 공유사업자는 해당 면책조항에 기한 면책을 받을 수 없다. 면책조항을 계약의 내용으로 볼 수 없는가에 대한 판단은 약관법리에 의하여 하여야 할 것이다. 공유사업자가 준비한 이용규약에 면책조항이 포함되어 있을 때, 그 면책조항이 약관법리에 근거한다.²⁰²⁾

면책조항이 무효가 되는 경우로는 공서양속 위반(민법 제103조) 이외에 약관규제법이 적용되는 경우를 들 수 있다. 따라서 해당 약관이 신의성실의 원칙을 위반하여 공정성을 잃은 조항은 무효이고,²⁰³⁾ ① 고객에게 부당하게 불리한 조항, ② 고객이 계약의 거래형태 등 관련된 모든 사정에 비추어 예상하기 어려운 조항,²⁰⁴⁾ ③ 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항의 경우 공정성을 잃은 것으로 추정된다(동법 제6조). 특히 계약 당사자의 책임에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 사업자, 이행 보조자 또는 피고용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항, ② 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항,²⁰⁵⁾ ③ 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는

202) 宮澤俊昭, “シェアリングエコノミーをめぐる法的課題”, 「國民生活」 NO.66(2018), 9頁.

203) 대법원 2014. 12. 11 선고 2014다51015, 51022 판결(구 약관의 규제에 관한 법률(2010. 3. 22. 법률 제10169호로 개정되기 전의 것, 이하 '구 약관규제법'이라 한다) 제6조 제1항, 제2항 제1호에 따라 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항으로서 '신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항'이라는 이유로 무효라고 보기 위해서는, 그 약관조항이 고객에게 다소 불이익하다는 점만으로는 부족하고, 약관 작성자가 거래상의 지위를 남용하여 계약 상대방의 정당한 이익과 합리적인 기대에 반하여 형평에 어긋나는 약관 조항을 작성·사용함으로써 건전한 거래질서를 훼손하는 등 고객에게 부당하게 불이익을 주었다는 점이 인정되어야 한다. 그리고 이와 같이 약관조항의 무효 사유에 해당하는 '고객에게 부당하게 불리한 조항'인지 여부는 그 약관조항에 의하여 고객에게 생길 수 있는 불이익의 내용과 불이익 발생의 개연성, 당사자들 사이의 거래과정에 미치는 영향, 관계 법령의 규정 등 모든 사정을 종합하여 판단하여야 한다(대법원 2008. 12. 16.자 2007마1328 결정; 대법원 2014. 6. 12. 선고 2013다214864 판결 등 참조)).

204) 대법원 2010. 10. 28 선고 2008다83196 판결(약관은 사업자가 다수의 고객과 계약을 체결하기 위하여 일방적으로 작성한 것으로서 고객이 그 구체적인 조항내용을 검토하거나 확인할 충분한 기회를 가지지 못한 채 계약의 내용으로 되는 것이므로, 그 약관의 내용이 사적자치의 영역에 속하는 것이라고 하더라도, 사업자가 상당한 이유 없이 자신이 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전하는 내용의 약관조항은 고객의 정당한 이익과 합리적인 기대에 반할 뿐 아니라 사적자치의 한계를 벗어나는 것으로 무효라고 보아야 한다).

205) 대법원 2005. 3. 17 선고 2003다2802 전원합의체 판결(업무상 자동차종합보험약관 중 대인배상 ii에서 "배상책임 있는 피보험자의 피고용자로서 산업재해보상보험법(이하 '산재보험법'이라 한다)에 의한 재해보상을 받을 수 있는 사람에 대하여는 보상하지 아니한다."는 면책조항을 규정한 취지는, 사용자와 근로자의 노사관계에서 발생한 업무상 재해로 인한 손해에 대하여는 노사관계를 규율하는 근로기준법에서 사용자의 각종 보상책임을 규정하는 한편, 이러한 보상책임을 담보하기 위하여 산재보험법으로 산재보험제도를 설정하고 있으므로, 산재보험 대상인 업무상 자동차사고에 의한 피해 근로자의

제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항, ④ 상당한 이유 없이 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항은 무효로 한다(동법 제7조). 이 밖에도 손해배상액의 예정, 계약의 해제·해지, 채무의 이행, 고객의 권익 보호, 의사표시의 의제, 대리인의 책임 가중, 소송 제기의 금지 등의 조항이 불공정한 경우에도 해당 약관의 효력이 부정된다(동법 제8조~제14조).

4. 공유·플랫폼 시스템 관련자의 개인정보보호 문제

플랫폼의 연결성은 플랫폼 이용자의 프라이버시 침해를 심화시킨다. 플랫폼 이용자의 사적 정보의 공개는 어느 정도 불가결한 측면이 있다. 특히 공유·플랫폼 시스템에서 공유자원의 제공자는 자신이 보유하고 있는 자원을 효율적으로 홍보·판매하기 위해서 불특정 다수의 이용자에게 자신의 주소와 공유자원에 관한 사진 등을 네트워크 상으로 공개할 수밖에 없다. 이로 인해 다양한 개인정보의 침해가 발생하고 있다. 특히 시스템이 해킹되는 경우 성명, 직업, 전화번호 등 개인 신상은 물론 계좌번호 및 주민등록번호 등 금융범죄로 악용될 가능성이 큰 민감한 정보들이 다수 포함될 수 있다는 점이다.²⁰⁶⁾

플랫폼 제공자는 거래를 성사시키기 전 이용자의 신용카드 정보와 인적사항(전화번호, 주민번호 등)의 제공을 요구하여 소비자와 공유재화 등의 제공자의 개인정보를 취득하는 것이 일반적이다. 이때 개인정보의 송신 데이터 등이 유통되므로 기업 측에는 개인정보보호법 등의 관련 법규를 준수하여야 한다. 그런데 플랫폼 이용자나 공유자원 제공자들이 공개한 콘텐츠, 신상정보가 플랫폼제공자의 통제를 넘어 링크를 타고 유포되는 경우 네트워크의 특성상 유포 속도가 통제 불가능할 정도로 빠르기 때문에 개별적으로 이를 대처하기 곤란하다.²⁰⁷⁾ 따라서 플랫폼 제

손해에 대하여도 산재보험에 의하여 전보 받도록 하고, 이처럼 산재보험에 의한 전보가 가능한 범위에서는 제3자에 대한 배상책임을 전보하는 것을 목적으로 하는 자동차보험의 대인배상 범위에서 이를 제외하려는 데 있는 것으로 해석함이 상당하며, 그렇지 아니하고 업무상 자동차사고에 의한 피해 근로자의 손해가 산재보험법에 의한 보상범위를 넘어서는 경우에도 면책조항에 의하여 보험자가 면책된다고 한다면 자동차보험의 피보험자인 사업주의 피해 근로자에 대한 자동차손해배상보장법 또는 민법 등에 의한 손해배상책임을 남아 있음에도 불구하고 보험자의 면책을 인정하여 피보험자에게 실질적으로 손해배상책임을 부담하게 하는 것이 되는바, 이는 피보험자동차의 사고로 인하여 피보험자가 타인에 대하여 부담하는 손해배상책임을 담보하기 위한 자동차보험의 취지에 어긋나는 것으로서, 약관의 규제에관한법을 제6조 제1항, 제2항 제1호 및 제7조 제2호 소정의, 고객인 보험계약자 및 피보험자에게 부당하게 불리할 뿐만 아니라, 사업자인 보험자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 것이 되므로, "산재보험법에 의한 보상범위를 넘어서는 손해가 발생한 경우에도 보상하지 아니한다."는 면책조항의 '괄호 안 기재 부분'은 위 같은 법률의 각 조항에 의하여 효력이 없다).

206) “예견된 ‘탈잉’ 개인정보 해킹, IT보안 ‘빨간불’”, 시사주간, 2019.10.08.(<http://www.sisaweekly.com/news/articleView.html?idxno=21944>).

공자가 수집·보유하는 빅데이터의 처리에 있어서 개인정보보호 문제는 중요한 이슈 가운데 하나이다. 이와 같이 개인정보의 허술한 관리나 해킹 등에 의한 누설 또는 데이터 악용 문제가 증가할 수 있으므로, 인터넷 등을 통해 빅데이터를 유통하는 플랫폼 제공자에게는 소비자정보(consumers privacy)의 보다 엄격한 관리가 필요하다.²⁰⁸⁾

나아가 플랫폼 기업은 개인데이터의 국제적 거래규제에 대해서도 고려할 필요가 있다. 예컨대 민박사이트의 경우 국내에서 제공되는 민박시설의 고객에는 외국인 여행자도 포함되어 있다. 그들의 ID, 신용카드 정보 등의 개인정보를 수집하여 다른 국가로 데이터를 송신하는 것은 국제적 데이터 거래에 해당한다. 따라서 EU의 일반데이터 보호규칙²⁰⁹⁾과 같은 엄격한 개인정보의 국경을 넘는 데이터 거래규제를 하고 있는 지역의 고객에 관한 개인정보는 EU규칙의 ‘충분성’ 요건에 적합하여야 할 것이다.²¹⁰⁾ 또한 Uber 같은 차량공유 서비스 사업자의 경우 AI를 통해 GPS 기능 등에서 운전자와 고객의 정보관리를 철저히 하고 있지만, 이러한 개인정보의 취득 방법이 프라이버시 침해 가능성이 상존하고 있어 문제되고 있다.²¹¹⁾

생각건대 공유·플랫폼경제의 다양한 영역에서 데이터 보안의 문제, 개인정보유출에 따른 프라이버시 침해의 문제 등이 지속적으로 제기될 수 있고, 해킹 등에 의해 광범한 피해가 생길 수 있기 때문에 프라이버시 보호를 위한 규제 정비를 서둘러 해야 할 것이다. 다만, 우리나라에 있어서 아직 초기 단계에 머물러 있는 공유·플랫폼경제의 현실을 감안할 때, 이들 산업의 성장·발전을 가로막지 않는 범위에서 합리적인 규제방안이 마련될 필요가 있다.

5. 플랫폼 제공자 및 운영자의 파산과 공법적 문제

(1) 플랫폼제공자 및 운영자의 파산과 투자자보호

플랫폼 사업자의 다수는 스타트업(초기 벤처회사) 형태로 역사가 짧은 신흥기업들이므로 경영 불안정이라는 약점도 안고 있다. 또한 공유경제 관련 기업 가운데에는 사업의 급격한 확대 및 수익 저조로 인해 파산하는 경우도 많다. 실제 차량

207) 김수영·강명주·하은솔, 앞의 논문, 219면.

208) Franco Becchis, Monica Postiglione, Stefano Valerio, op. cit., p.15.

209) EU GDPR(General Data Protection Regulation) §20.

210) 國見真理子, “新たなビジネスモデルとしてのシェアリングエコノミー : 今後の規制を視野に入れつつ”, 「慶應法学」第42号(2019), 112頁.

211) Vanessa Katz, “Regulating the Sharing Economy,” 30 Berkeley Tech. L.J. 1067, 1114(2015).

공유 서비스 기업인 Uber조차 본업에서 수익 증대에 고전하고 있다. 그러므로 플랫폼 기업의 주식상장이 진행됨에 따라 투자자보호 방안에 대해서도 법적인 검토가 필요하다.²¹²⁾

(2) 플랫폼 사업자와 공법적 규제

플랫폼 사업자에 대한 공법(업법)적 규제와의 관계에 대해서도 많은 과제가 있다. 숙박 등과 같이 공중위생 등의 공익이나 사용자·소비자의 권익 보호 등의 필요에 기한 관련 업법상 규제라 하더라도, 기존 사업자의 기득권을 유지·강화하기 위해 이용되고 있는 경우가 있다. 따라서 규제의 취지와 공유·플랫폼경제의 업태를 감안하면서 개별적으로 대응할 필요가 있다. 공유경제는 플랫폼을 통해 C2C 거래 방식도 증가하고 있는데, 이 경우에는 B2C에 비해 정보의 질 및 협상력 격차를 본질적으로 변경하는 것은 아니라 할 것이다. 종래의 소비자와 사업자간의 격차는 유지된 채 플랫폼 상에서 C2C라는 대등한 당사자간의 거래가 이루어지기 때문에, 이러한 상황에 대응하기 위한 사법적 규율과 공법적 규율 시스템을 구상함에 있어서 헌법과 소비자 관련법의 기본적인 이념인 소비자의 기본적 권리(소비자기본법 제4조)의 중요성이 더 커지게 될 것이다.²¹³⁾

제3절 공유·플랫폼 경제에 있어서 경쟁법의 문제와 개선방안

I. 공유·플랫폼 경제와 경쟁정책과의 관계

1. 기존 비즈니스 모델과의 경쟁

공유·플랫폼 경제와 경쟁정책의 관계에 대해서는 공정거래법에 대한 일반적인 분석시스템에 편승하기 쉬운 점도 있지만, 플랫폼 간 또는 기존 사업자와의 수평적 경쟁과 유력 사업자에 의한 플랫폼 참여자와 데이터를 레버리지하여 인접 분야에 참여하는 수직적 경쟁의 문제가 제기될 수 있다.²¹⁴⁾ 그런데 산업정책적인 측면에

212) “우버·위워크…'투자귀재' 손정의 체면구기다-우버·위워크에 이어 줄지어 기업가치 하락·파산보호 신청까지”,
2020.01.12.(<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2019122716372531435>).

213) 宮澤俊昭, 前掲論文, 10頁.

서 혁신에 대해 경쟁정책이라는 분야가 본래 힘을 발휘하여야 할 주제는 기존의 비즈니스 모델을 채용하는 사업자(단체)에 의한 혁신적인 비즈니스 모델을 가진 사업자에 대한 다양한 경쟁제한적인 억압행위이다.²¹⁵⁾

기존 사업자에 의한 혁신기업에 대한 경쟁제한적인 억압행위에는 일정한 패턴이 있다. 즉, 혁신기업에 의한 지장을 주는 사업 모델의 전개를 억압함으로써 종래 사업 모델을 지속하고자 하는 기업의 생존본능에 기한 것이지만, 그러한 주장에는 정통성이 없다.

첫 번째의 전형적인 패턴은 기존 사업자가 소비자 보호를 주장하는 것이다. 새로운 비즈니스 모델은 발전 단계에 있고, 업계 관련 규정 등 실무관행은 확립되어 있지 않다. 혁신기업인 스타트업 기업은 일단은 고객확보와 수익기반의 확보라는 비즈니스 모델 확립에 주력하기 때문에, 규정이 정립되지 않은 가운데 안전대책에 대한 투자는 자연히 적게 이루어진다. 이에 대해 기존 사업자는 자신들의 비즈니스 모델이 제공하는 서비스에 비해 혁신 서비스가 소비자의 안전에 소홀하다고 비판하는 것이다.²¹⁶⁾

두 번째 패턴은 이미 비즈니스 모델을 확립한 기존 사업자가 발전단계에 있는 스타트업 기업에 대해 경쟁이 불공평하다고 주장하는 것이다. 스스로는 다양한 규제에 따라 사업을 하고 있음에도 혁신기업은 같은 규제에 따르지 않아 동일 시장에서 경쟁을 배척하고 있어 기존 사업자가 경쟁상 불리한 상태에 놓이게 된다고 주장한다.

기존 사업자의 ‘단기사업자단체화’ 전략은 소비자를 인질로 잡아 경쟁억압을 꾀하는 것으로, 동일경쟁조건(level playing field) 전략도 자금력과 사회적 신용면에서 압도적인 힘을 가진 기존 사업자가 스타트업 기업과의 공평성을 주장하여 경쟁억압을 꾀하는 것도 있는데, 어느 쪽이든 주장 적격이 없는 자에 의한 경쟁정책적 정통성이 약한 주장이라 할 것이다. 그러나 자금력을 무기로 혁신에 대한 충분한 이해를 결한 매스컴을 동원한 캠페인이나 규제 포획(regulatory capture) 현상을 이용한 규제 당국과 정치인에게 로비를 통한 업계의 일환이 되어 전개되는 반경쟁적 활동은 새로운 비즈니스 모델의 출현을 방해하여 시장에서의 신규참여를 제한하는 실효성이 높은 활동이다.²¹⁷⁾

214) 白石忠志, “「プラットフォームと競争法」の諸論点をめぐる既存の議論”, 「ソフトロー研究」 第28号 (2018), 39頁.

215) 増島雅和, “シェアリングエコノミーの主要な特性と競争政策への示唆”, 「ジュリスト」 第1508号 (2017), 31頁.

216) 増島雅和, 前掲論文, 32頁.

217) 増島雅和, 前掲論文, 32頁.

2. 수평적·수직적 경쟁

공유경제 비즈니스 모델은 개인과 비전문업자가 보유한 잉여자원을 이용자에게 이용하게 하는 특징이 있다. 따라서 기존 비즈니스 모델과 같이 자원의 획득에 선행 투자하는 기존 사업자와 비교할 때 자원 측면의 효율성이 높다. 한편 자원을 가진 경쟁력 유지를 위해 일정 비용이 필요한 점은 양자가 동일하다. 또한 공유경제에서는 플랫폼 상의 안전 전체를 가지고 이용자에 대한 서비스를 구성하고 있으므로, 개개의 자원제공자는 자원을 제공하거나 제공을 멈추는 것이 용이하다. 예컨대 민박사업에 있어서 자기가 이용할 경우에는 물건의 게시를 중단하고, 이용하지 않을 때에만 게시하는 것이 예정되어 있다. 이에 대해 기존 사업자는 고객과의 연결을 개개의 회사마다 형성하고 있으므로 유연성이 떨어질 수밖에 없다. 모델 전체에서 보면 공유경제 모델은 자원 제공의 유연성에 의한 고정비면에서의 우위성이 인정된다.

이에 더해 기존 비즈니스 모델은 관련업법 상의 대응 비용이 부과됨에 비해, 공유경제에서는 플랫폼 사업자는 거래 과정에 앱 등의 제공에 그치고, 자원제공자는 업으로서 제공하는 것은 아니라는 외관을 취하는 경우가 많으므로 규제대응비용이 낮다. 이러한 측면에서 동일경쟁조건의 주장은 전통적인 수평적 경쟁 분석시스템에 적합할 것이다.

(2) 플랫폼 간의 경쟁

공유경제와 같은 쌍방향(다방향) 시장에 있어서는 네트워크 효과는 Facebook과 같은 단지 이용자가 증가하면 증가할수록 개개의 이용자에게 네트워크의 가치가 증가한다는 직접효과만이 아니라, 일방 그룹(예컨대 숙박 공간 제공자)의 수가 늘면 늘수록 타방 그룹(숙박 공간 이용자)에게 있어서 플랫폼의 가치가 높아져 이용자수가 증대하고, 그것이 일방 그룹(숙박 공간 제공자)의 수를 확장하기 쉬운 간접적 효과가 있다. 이를 가속시키기 위해 플랫폼 사업자는 데이터를 최대한으로 활용하고, 이를 통해 얻어진 수익을 타방 그룹에 대해 지원(예컨대 무료화 등)함으로써 환류 증대(feedback loop)를 할 수 있게 된다.²¹⁸⁾

218) 이러한 전략을 활용하는 기업이 이른바 GAFA(Google, Apple, Facebook, Amazon)나 BAT(Baidu, Alibaba, Tencent)이다. 획득한 고객 데이터를 서비스 개선과 마케팅에 활용하는 것은 오프라인에서도 있었지만, 이것이 빅데이터의 특징인 4V(volume, variety, velocity, value)에 의해 경쟁의 질적인 전환 초래가 센서에 의한 통신이 가능해지는 IoT 시대에 있어 새로운 산업경쟁의 패러다임으로 부각되고 있다(増島雅和, 前掲論文, 33頁).

(3) 수직적 경쟁

확보된 이용자와 데이터를 활용하여 플랫폼 사업자가 인접 업종에 참여하는 방식도 경쟁법상 관찰 대상이 될 것이다. 플랫폼 사업자는 시장의 영향력을 확대하기 위해 개방 혁신 전략을 통해 다양한 서비스 제공자를 플랫폼에 끌어들이게 된다. 예컨대 민박사업의 경우 청소업자와 관리대행업자, 체험형 이벤트 편성자 등이 이것이다. 플랫폼 사업자 중에서는 시장의 안정성을 유지하기 위해 플랫폼 중립을 유지하거나, 이러한 사업에 참여하지 않는 쪽으로 방침을 정한 사업자도 존재한다. 그러나 참가자의 경영 결과 수익성 높은 모델이 발견되면 참여 동기가 강하게 나타나는 것이 일반적이다. 특히 플랫폼 사업자는 참가자의 플랫폼상의 행태를 데이터로서 추적하고 있기 때문에 다른 사업자에 비해 경쟁상 우위성이 높다는 점은 유의할 필요가 있을 것이다.

II. 플랫폼·공유경제에 있어서 경쟁정책의 방향

1. 혁신과 소비자보호의 조정

규제당국자와 정책당국자는 혁신에 의한 경쟁촉진을 통한 이용자 편리의 향상과 소비자보호 사이에서 적절한 밸런스를 취하도록 노력해야 한다. 특히 새로운 비즈니스 모델이 단지 기존의 규제시스템을 벗어나있다는 이유로 종전 규제를 그대로 적용시키는 것은 유의해야 할 것이다. 규제는 새로운 비즈니스 모델을 허용할 정도로 유연성을 가져야 하고, 특정 정책목적의 실현을 위해 좁게 설계될 필요가 있을 것이다.²¹⁹⁾ 혁신에 의한 경쟁촉진과 소비자보호의 조화에 의해 전체적으로는 소비자 후생을 최적화한다는 측면은 그동안 정책 입안에 있어서 취하기 어려운 견해였다고 본다.²²⁰⁾ 따라서 경쟁정책적인 관점에서 혁신기술에 관한 개별업법과 개인정보보호법제, 소비자보호법제를 횡단하는 혁신 추진의 종합적인 설계가 필요하다.

219) Edith Ramirez, Keynote Remarks of FTC Chairwoman Edith Ramirez 42nd Annual Conference on International Antitrust Law and Policy, p.7(https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/810851/151002fordhamremarks.pdf).

220) 増島雅和, 前掲論文, 33頁.

2. 경쟁규제당국의 역할

개별업법, 개인정보보호법제와 소비자보호법제를 포괄하는 경쟁정책적인 관점에서 혁신추진의 통합설계에 있어서 규제당국의 분산으로 인해 일관성에 한계가 생길 수 있다. 경쟁정책적인 관점에서 혁신추진을 담당하는 부서가 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 과학기술정보통신부, 금융위원회 등으로 분산되어 있다. 미국 FTC와 영국 CMA 등은 적극적인 정보발신과 정책설계를 하고 있는데, 우리 경쟁당국도 참고하여야 할 것이다. 혁신추진은 목표로 하고 있는 부서가 일정 규제권한을 배경으로, 개별업법, 개인정보보호법제, 소비자보호법제를 종합적으로 조정하여 국가적 어젠다를 만들고, 통합창구 역할을 담당하는 시스템을 구축할 필요가 있다.

3. 혁신성장과 경쟁정책의 대응

공유경제의 플랫폼 기업은 새로운 형태의 복잡한 문제를 발생시킬 수 있다. 따라서 공유경제를 어떻게 규율할 것인지에 대해서는 다양한 논의가 있다. 새로운 비즈니스에 대응하기 위해서는 새로운 법규제가 필요하다는 의견이 있는 반면, 종래의 비즈니스와 기본적으로는 변함이 없기 때문에 기존 법규제의 시스템으로 대응할 수 있다는 견해도 있다. 분명 경제활성화를 위해서는 과도한 규제는 적절하지 않지만, 공유경제의 발전에 수반하여 플랫폼 기업의 사업활동에 대해서는 향후 규제가 필요한 경우는 증가할 것으로 보인다.²²¹⁾

공유경제 비즈니스는 인터넷을 이용한 거래비용의 절감을 통해 그동안 수익을 얻기 어려웠던 잠재적 자산의 활용과 환경보전(이산화탄소 배출삭감, 폐기비용 감소 등)에도 기여할 뿐만 아니라, 기존 서비스 부족의 해소에도 도움이 된다는 점에서 사회적 후생을 증가시키는 등의 장점이 있기 때문에 경제규모의 확대가 예상되고 있다.²²²⁾

그러나 개인간 거래 중심이라는 특성으로 인해 소득 파악에 어려움이 있다. 퇴출되는 기업이 속출하고 있어 투자자보호의 측면에 대한 문제도 있다.²²³⁾ 또한 서

221) 國見真理子, 前掲論文, 114頁.

222) 경제효과의 의미에서 공유경제 비즈니스가 아이디어와 전략에 따라 급속하게 발전할 것이라는 기대에서 거액투자자금을 모집하기 쉬운 실리콘밸리를 중심으로 Airbnb와 같이 창업 후 10년이 채 되지 않아 세계적인 기업으로 성장한 예도 있다.

223) "'성공한 스타트업' 평가받던 위워크 급추락한 이유는?", 뉴스1, 2019.10.05(<http://news1.kr/articles/?3736215>).

비스 제공자와 노동문제 및 개인정보보호의 관점에서 다양한 문제가 속출하고 있기 때문에 법적 규제의 필요성이 높아질 수밖에 없다.

경쟁법의 관점에서는 우리나라 공유경제의 보급도를 보면, 현시점에서는 공유경제의 선두주자라 하더라도 어느 정도 시장지배력을 가질 때까지는 인정하기 어려울지도 모른다. 그러나 스몰 비즈니스의 개인사업자에 대해서는 플랫폼 기업이 강력한 영향력을 가지고 있으므로 거래강요 등에 대해서는 현시점에서도 불공정한 거래방법의 구속조건부거래나 배타조건부거래 나아가 우월적 지위남용 등에 해당할 가능성이 있다.²²⁴⁾ 또한 AI를 통한 가격조작의 문제가 대두될 수 있는데, 향후 공유경제의 발전으로 시장공유가 증가됨에 따라 부당한 거래제한과 사적독점에 해당하는 심각한 경쟁제한적 행위에 해당될 수 있으므로 유의할 필요가 있다.²²⁵⁾

그런데 공유경제 관련 기업의 다수는 신흥기업이고, 사회적 실적이나 규제사례의 축적이 충분하지 않다. 따라서 기득권 보호에 귀결될 수 있는 지나치게 엄격한 규제는 성장성 있는 새로운 경제활동의 장애가 될 수 있으므로 유의해야 한다. 물론 소비자보호와 공정하고 자유로운 경쟁유지를 위해서는 규제도 필요하기 때문에 양자의 균형을 적절히 맞춰야 한다.

소비자나 투자자 같은 조직외부의 이해관계자 보호의 관점에서 플랫폼 기업과 개인의 정보비대칭성 축소를 위해서는 평가제도가 유익할 수 있지만,²²⁶⁾ 그 내용의 적절성을 높이기 위해서는 플랫폼 기업에 대해 보다 상세한 정보공개를 요구할 필요가 있다. 나아가 자의적인 정보조작에 의해 소비자에게 오인 혼동을 초래하지 않도록 소비자보호의 관점에서 정부의 감독은 물론, 기업의 공정경쟁 확보의 관점에서 공정거래위원회 등에 의한 감독 등 관련 기관의 연대의 필요성이 있다. 그러나 새로운 사업 유형에 대한 행정적 강제에 의지하는 데에는 한계가 있다. 따라서 관련 업계내 자율규제와 같은 소프트 규정도 활용하면서 보다 실효적인 제도를 다층적으로 구축해 나가는 것도 중요하다고 본다.

이에 더해 공유경제 관련 비즈니스는 인터넷을 통해 국경을 넘는 개인거래를 촉진시키는 점도 있으므로 국제적인 사업전개가 이루어지는 경우도 많다. 따라서 어느 국가의 규제 강화로 인해 공유경제 관련 비즈니스도 영향을 받기 쉽다. 현시점

224) 최근 국내 배달 앱 시장 1위 '배달의민족'과 2위 '요기요'의 기업 결합과 관련하여, 업계 2, 3위인 '요기요'와 '배달통'을 운영하는 독일계 기업 딜리버리히어로(DH)가 배달의 민족까지 합병하게 되면 배달앱 시장의 90% 이상을 독점하게 되기 때문에, 공정거래위는 모바일 배달 앱 시장을 기존 음식 서비스 시장이나 온라인 쇼핑 시장과 구분해 독립적인 산업영역으로 인식하고 독점이나 경쟁 제한적 요소를 판단해야 할 것이라는 주장이 나오고 있다("배달의민족-요기요 결합 적정성 엄격 심사해야", 중소기업뉴스, 2020.01.13(<http://news.kbiz.or.kr/news/articleView.html?idxno=62447>)).

225) 國見真理子, 前掲論文, 115頁.

226) 플랫폼 기업의 평가제도는 서비스 제공자와 이용자 쌍방의 신뢰를 높여 거래비용을 절감시킬 수 있다는 장점이 있지만, 객관성과 공평성의 측면에서는 불완전한 문제가 있다.

에서 개인정보의 국제적 데이터 이전에 대해서는 EU를 필두로 하는 다른 국가의 법규제의 영향을 받기 때문에 그에 따른 대책도 필요할 것이다.

또한 인터넷을 통한 국제적 거래는 서비스 무역규제에 해당할 가능성도 있으므로 WTO를 필두로 하는 다국간 또는 지역간 통상법규도 주목하여야 한다. 과도한 진입규제의 경우 시장접근의 제한이나 내국민 우대 위반의 문제도 있을 수 있으므로 관련 분야에 대한 규제시 유의할 필요가 있다.²²⁷⁾ 향후 공유경제의 확산에 따라 공유경제 관련 비즈니스에 관한 지역이나 다국간 체제에 있어서 규제가 행해질 가능성도 있을 것이다.

제4절 유형별 공유·플랫폼 사업자에 대한 규제 방안

I. 주요국의 입법례²²⁸⁾

1. 유럽연합 온라인 플랫폼 규칙의 제정

(1) 제정의 경위

EU 집행위원회는 2016년에 온라인 플랫폼 시장에서의 거래관행에 대한 실태를 조사하였으며, 그 결과를 기초로 2018년 4월 온라인 플랫폼 사업자의 불공정한 거래관행으로부터 중소기업자를 보호하기 위한 EU 차원에서 입법을 마련할 것을 권고하였다. EU 이사회와 의회는 2019년 2월 집행위원회의 입법 권고를 수용하여, 「온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 2019년 EU 이사회 규칙」²²⁹⁾(이하 “온라인 플랫폼 규칙”)을 제정하였으며, 온라인 플랫폼 규칙은 2020년 7월 12일부터 시행된다.²³⁰⁾

227) 國見真理子, 前掲論文, 116頁.

228) 이하 내용은 고희석, 2020.1.15.자 자문의견서의 내용을 일부 수정하여 전재한 것임.

229) Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services.

230) 강지원, “EU의 온라인 플랫폼 시장 불공정거래행위 규율 강화”, 「외국입법 동향과 분석」 제22호 (2020), 3면; ELI Project on Online Platforms §12.

(2) 온라인 플랫폼 규칙의 주요 내용

1) 약관에 대한 규제(제3조)

- 약관의 내용은 명확하게 작성되어야 하며, 이용자가 약관을 쉽게 접근하여 이용할 수 있어야 함
- 약관에서는 이용자의 지적재산권에 관한 사항을 포함하고 있어야 함
- 약관은 이용자에게 약관의 변경안을 고지하고, 최소 15일 이상의 동의 요청기간을 부여한 경우에만 변경할 수 있음
- 이용자는 변경약관에 대한 동의기간 내에 플랫폼 이용계약을 해지할 수 있음
- 약관의 내용 요건 및 변경 요건을 충족하지 못한 경우에 해당 약관의 내용이나 변경된 약관은 효력이 없음²³¹⁾

2) 중개서비스의 중단(제4조)

- 중개서비스를 제공하는 플랫폼 운영자는 중개서비스의 제공을 중단하고자 할 경우에 중단일로부터 최소 30일 이전에 플랫폼을 이용하여 상품 등을 판매하는 자에게 그 중단사실을 통지
- 다만, 법적 또는 행정적 의무의 이행에 따라 중단할 경우, 이용자의 반복적인 약관 위반을 이유로 중단하는 경우에는 사전 통지없이 서비스를 중단할 수 있음. 그러나 이 경우에도 중단사실을 통지해야 함²³²⁾

3) 검색순위(제5조)

- 중개서비스를 제공하는 플랫폼 운영자는 플랫폼 화면에 배열되는 업체·상품 등의 우선순위를 결정하는 주요 변수(main parameters) 및 고려되는 각 변수 간의 상대적 중요성을 약관에 명시해야 함
- 플랫폼 운영자는 경제적 대가의 지급이 검색배열·순위의 결정에 영향을 미치는 경우, 그러한 사실과 검색·배열순위 변경에 미치는 영향을 약관에 명시하거나 일반인에게 공개해야 함²³³⁾

4) 분쟁해결(조정 등) 및 단체소송(제11조부터 제14조까지)

231) 이병준 외, “전자상거래 소비자보호법 전면개정에 관한 EU사례 조사 및 개정방안 연구”, 한국법제연구원, 2019, 236~237면.

232) 이병준 외, 앞의 책, 238면.

233) 강지원, 앞의 글, 5면.

· 중개서비스를 제공하는 플랫폼 운영자는 이용자가 무상으로 용이하게 이용할 수 있는 불만처리절차(internal complaint-handling system)를 마련 및 운용하여 플랫폼 이용과 관련한 이용자의 불만을 적절히 처리하여야 함

· 중개서비스를 제공하는 플랫폼 운영자는 불만처리절차에 따라 해결되지 않는 분쟁을 해결하기 위해 조정제도를 운용할 수 있으며, 2인 이상의 조정위원을 선임하여 약관에 그 신원(identity)을 기재하여야 함. 조정위원은 공정성과 독립성이 확보된 자이어야 하며, 경제적 측면에서 이용자가 선임할 수 있어야 하고, 사업자간 거래(B2B)에 대한 전문적인 지식을 갖추고 있어야 함

· 플랫폼 이용자를 대표할 수 있는 정당한 이익(legitimate interest)이 있는 단체·공공기관은 회원국내 법원에 온라인 플랫폼 규칙 위반행위의 금지 또는 중지를 청구하는 소송을 제기할 수 있음²³⁴⁾

2. 중국 전자상거래법²³⁵⁾

(1) 제정경위

중국은 2018년 8월 31일에 개최된 제13회 전국인민대표대회 상무위원회 제5차 회의에서 중화인민공화국 전자상거래법을 제정하고, 동법은 2019년 1월 1일부터 시행되었다.

(2) 주요내용

1) 위조(짝퉁)상품에 대한 책임

· 전자상거래 플랫폼 사업자는 플랫폼 내에서 상품판매업자 또는 서비스 제공자가 사람 또는 재산의 안전을 침해할 수 있다는 사실을 알고 있으며, 소비자권익을 침해하는 행위에 대해 필요한 조치를 취하지 않은 경우에 전자상거래법에 따라 연대책임을 부담

· 소비자의 생명·건강과 관련된 제품이나 서비스의 경우, 전자상거래 플랫폼 사업자가 플랫폼 내 사업자의 자격심사를 하지 않았거나 소비자에 대한 안전보장의무를 이행하지 않아 소비자피해가 발생한 경우에 법에 따라 책임을 부담

234) 강지원, 앞의 글, 6면.

235) 유헤란, 중국 전자상거래법 시행이 가져올 중국 온라인 유통시장 변화 (<http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/list/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=170081&column=&search=&searchAreaCd=&searchNationCd=&searchTradeCd=&searchStartDate=&searchEndDate=&searchCategoryIdx=&searchIndustryCateIdx=&page=1&row=100>).

2) (악성) 댓글 삭제 금지

· 전자상거래 플랫폼 사업자는 신용평가제도를 마련하고, 평가규칙을 공개하여야 하며, 소비자가 플랫폼 내 제품이나 서비스에 대해 평가할 수 있는 시스템을 구축하여야 함

· 전자상거래 플랫폼 사업자는 소비자의 평가를 임의로 삭제할 수 없음

· 위반하는 경우에 시장감독관리부서는 시정을 요구할 수 있으며, 2만 위안 이상 10만 위안 이하의 벌금을 부과할 수 있음, 다만, 위반의 정도가 중한 경우에는 10만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금을 부과할 수 있음

3) 소비자 알 권리 보호와 평가내역 조작 금지

· 전자상거래 플랫폼 사업자는 상품과 서비스 정보를 제공할 때에 사실에 합치한 정보를 제공하여 소비자의 알 권리와 선택권을 보장하여야 함

· 매출을 허위로 조작하거나 소비자의 후기를 조작하는 등과 같이 소비자가 오인할 수 있는 상업적 홍보 또는 기망행위는 금지됨

4) 소비자의 오인방지

· 전자상거래 플랫폼 사업자는 제품 또는 서비스의 가격, 판매량, 신용등급 등에 대해 다양한 방식에 따라 소비자에게 제품 또는 서비스에 대한 검색결과를 제공하여야 함

· 경매식 검색영업을 진행하는 제품 또는 서비스에 대해서는 “광고”임을 필수적으로 명시

5) 분쟁해결에의 협력

· 전자상거래 경영자는 간편하고 효율적인 불만처리체계를 구축 및 운용하고, 피해신고방법 등에 관한 정보를 공개하며 소비자피해신고를 접수하고, 처리하여야 함

· 전자상거래와 관련된 분쟁이 발생한 경우에 전자상거래 사업자는 계약서 원본과 거래내역서를 반드시 제공하여야 함

II. 공유경제의 유형과 구체적인 규제 현황²³⁶⁾

1. 차량공유의 문제

(1) 관련 법령의 규제내용

1) 우리나라의 관련 법제

여객자동차운수법상 개인차량(자가용)을 사용한 유상운송이 원칙적으로 금지된다(동법 제81조 제1항). 다만, 출퇴근시에는 개인자가용의 차량공유가 예외적으로 인정된다(동법 제81조 제1항 단서). 또한 여객자동차운수사업법상 자동차대여사업의 등록기준을 규정하여 규제하고 있다(동법 제29조). 즉, 자동차 대수, 보유 차고 면적, 영업소, 그 밖에 필요한 사항은 국토교통부령으로 정하도록 하고 있고, 여객자동차운수사업법 시행규칙에서는 자동차대여사업의 등록기준을 제시하고 있다(동시행규칙 [별표6]). 그리고 여객자동차운수사업법 시행규칙에 의해 영업구역도 제한되고 있고(동시행규칙제63조), 여객자동차운수사업법 상 대여사업용 자동차도 재임대와 유상운송, 운전자 알선이 불가능하다(동법 제34조, 동시행령 제18조).

2) 주요국의 법제²³⁷⁾

- 프랑스

운전자가 주행을 완료한 후 자신의 차고지로 복귀하여야 한다. 2016년 1월에 법원은 Uber운전자가 택시운전자와 같이 거리에서 승객을 기다린다는 것을 이유로 Uber에게 120만유로 벌금을 부과했으며, Uber 임원을 체포한 바 있다.

- 독일

운전자는 처리기간이 장기이며, 많은 비용을 소요되는 민간 차량 렌탈 사업체로 등록하여야 한다.

- 스페인

2014년 12월에 Uber 운행을 금지함. 이후 운전자를 일반 운전자가 아닌 전문 운전자로 한정하는 방안을 채택하여 2016년 3월부터 마드리드에서만 Uber 운행을 허용하고 있다.

236) 이하 내용은 고흥석, 2020.1.15.자 자문의견서의 내용을 일부 수정하여 전재한 것임.

237) 박유리 외, 「O2O비즈니스 확산에 따른 시장 변화 및 정책방안 연구」, 정보통신연구원, 2016, 144~146면.

- 이탈리아

2015년 5월에 밀라노 법원은 불공정 경쟁을 이유로 UberPro를 금지했으며, 이 판결에 대해 Uber는 항소하였다. 이탈리아 정부는 공유경제법안(Bill of sharing economy act)을 발의하였는데, 법안 내용에는 공유경제 및 공유경제플랫폼을 정의하고, 공유경제플랫폼은 등록과 더불어 반독점규제기관인 AGCM의 허가를 받도록 하고 있다. 또한 공정세금제도의 도입을 포함하고 있으며, 공유경제플랫폼을 통한 얻은 이익이 3천 유로 이상인 자가 대상자이다.

- 네델란드

UberPro는 면허를 받지 않고 차량을 유료로 운행하였다는 것을 이유로 금지하고 있다.

- 영국

2015년 10월 고등법원에서 Uber의 요금시스템이 택시 미터기와 동일한 요금 산정 방식이라고 판결함에 따라 Uber앱이 허용되었다.

2. 숙박공유의 문제

(1) 숙박공유 관련 법령의 현황

1) 우리나라

현행 숙박공유와 관련된 법령은 숙박업 일반을 규율하는 ‘공중위생관리법’ 이외에 외국인관광 도시민박업을 규율하는 ‘관광진흥법’, 농어촌민박업을 규율하는 ‘농어촌정비법’ 등이 있다. 현재 관광진흥법은 외국인 대상으로 한정되어 있어, 내국인을 상대로 한 도시민박업이 원천적으로 봉쇄되어 있다.²³⁸⁾ 도시민박업의 경우 도시지역을 제외한 농어촌 등의 지역은 해당되지 않는다.²³⁹⁾ 건축법을 기준으로 한 ‘건물’로만 제한하고 있는 것도 문제이다. 즉, 현행 해당 건물이 건축법에 따른 단독, 다가구, 연립, 다세대주택 또는 아파트 중 하나로 제한하고 있다.²⁴⁰⁾ 따라서 오피스텔 등의 경우 공유경제의 대상에서 제외된다.

238) 이에 도시 지역에서도 자신이 거주하는 주택을 활용해 내외국인 대상으로 숙박서비스를 제공하는 ‘공유민박업법’ 제정을 추진하고 있지만, 기존 숙박업계의 반대 등으로 지체되고 있는 상황이다(최유성·안혁근, 앞의 보고서, 132면).

239) 도시지역 외에 위치한 펜션 등과 같은 숙박업의 경우 성수기 이외의 기간 동안 매출이 현저히 떨어지기 때문에 단기간 공간 임차를 희망하고 있으나 법률상의 불가능하다(최유성·안혁근, 앞의 보고서, 133면).

240) 외국인의 경우 1인~2인 규모의 공간임차를 원하지만, 원룸이나 오피스텔 형태는 건축법상 임대차 불가능하다(최유성·안혁근, 앞의 보고서, 133면).

2) 주요국의 법제²⁴¹⁾

- 미국(시카고)

숙박시설공유경제를 규제하기 위해 주택의 단기임대(“short-term residential rentals”)에 대한 새로운 규제를 도입했는데, 이 규제내용은 “Shared Housing Ordinance”(SHO)에 포함되어 있다. SHO는 “단기 숙박시설 임대의 중개(short-term residential rental intermediary)”와 “단기 숙박시설 광고 플랫폼(short-term residential rental advertising platform)”로 구성된다. 단기 숙박시설 임대의 중개는 숙박시설공유 플랫폼에 해당하는 중개플랫폼을 대상으로 하는 개념이며, 여기서 활동하는 호스트들은 원칙적으로 허가를 받지 않고 자신의 숙박시설(shared housing units)을 제공한다(예컨대 Airbnb). 단기 숙박시설 광고 플랫폼은 일정한 사업목적으로 휴가용 임대, Bed & Breakfast 및 호텔을 중개하는 플랫폼(예를 들어 VRBO, HomeAway)을 말한다. 첫 번째의 중개플랫폼에서는 플랫폼 운영자가 호스트를 지원하여 관청에의 등록뿐만 아니라 숙박세의 납부에 관여할 의무를 부과함. 두 번째의 광고플랫폼에서는 등록된 숙박시설 제공자들이 사업자이기 때문에 직접 관할관청에 허가를 신청하고, 숙박세(“hotel accommodation tax”)를 직접 납부해야 한다는 점에서 차이가 있다.²⁴²⁾

- 벨기에

개인간 숙박시설공유의 경우 호스트는 지방당국 및 같은 건물내 다른 집주인에게 허락을 받아야 한다.

- 프랑스

하나의 방 및 일박 당 0.83유로를 세금으로 납부하여야 한다.

- 독일

행정기관의 허가를 받지 않으면서 정기적으로 숙박시설을 제공하는 행위를 금지하고 있다.

- 스페인

카탈로아 지방정부는 개인간 숙박시설공유에 대해 연간 이용 기간(최장 대여기간)을 제한하고 있으며, 호스트가 지방자치단체에 부가가치세를 납부하여야 한다.

- 네덜란드

- 암스테르담市는 Airbnb와 협약을 체결하여 2015년 2월부터 Airbnb가 이용자

241) 박유리 등, 앞의 책, 144~146면.

242) 이병준, “숙박공유와 그 법적 규제”, 「소비자문제연구」 제49권 제1호(2018), 73면.

로부터 관광세(tourist tax)를 받아 시에 납부하도록 하고 있다.

- 일본

1948년부터 시행되고 있는 여관업법에 따라 여관업 규율. 외국인 관광객의 증가 등에 따른 숙박시설의 부족, 인구 감소에 따른 빈집 문제, 그리고 인터넷에 따른 새로운 비즈니스 모델의 등장으로 인해 여관업법만으로는 대응할 수 없게 되는 문제가 있었다. 이에 따라 민박 형태로 숙박시설을 제공하는 것을 규율하는 주택숙박사업법을 2017년 6월 9일에 제정하여 2018년 6월 15일부터 시행하고 있고, 주택숙박사업법 시행 이후부터 호스트는 도도부현 지사에 신고한 후 민박업을 영위할 수 있다. 다만, 연간 영업 일수는 최대 180일 이내로 제한되며, 지역실정을 고려하여 지자체가 조례를 통해 연간 영업 일수를 단축할 수 있다²⁴³⁾

Ⅲ. 공유경제의 유형에 따른 규제 방안

1. 차량공유 관련 법령 규제의 문제점과 개선방안

(1) 문제점

이와 같이 여객자동차운수사업법의 관련 규정은 ‘타다’와 같은 렌터카 형식의 공유자동차를 이용한 승차공유, 차량공유, 기사포함 렌터카 등 플랫폼을 통해 실행할 수 있는 다양한 효율적 서비스 모델개발 및 서비스 제공이 원천적으로 불가능하여 소비자 편익을 저해하게 되는 문제가 있다.²⁴⁴⁾ 일반적으로 카셰어링은 모바일 플랫폼을 통해 비대면 대여 방식으로 접근성 높은 고객에게 대여됨으로써 활용성을 높일 수 있음에도, 여객자동차운수사업법 상 대여사업자 등록기준 및 영업방식 제한으로 인하여 불필요한 차고지 및 영업소를 갖추고, 고객으로부터 반납된 후 빈 차로 차고지로 회귀해야 하는 등 비효율이 발생하고 있다.

(2) 개선 방안

여객자동차운수사업법상 개인차량(자가용)을 사용한 유상운송을 원칙적 금지에서 원칙적 허용으로 개정할 필요가 있다. 소비자 편익 증진을 위해 자가용자동차 및

243) 이병준, 위의 글, 77~78면.

244) 최유성·안혁근, 앞의 보고서, 136면.

대여자동차의 유상운송을 원칙적으로 허용하고, 제한적으로 금지하는 것이 타당하다고 본다.

또한 여객자동차운수사업법상 차량공유 사업자에 대한 등록요건을 완화하여 적용할 필요가 있다. 카셰어링 모바일 플랫폼 기반의 대여사업자는 차량별로 지정된 차고지 및 영업소 규제 기준의 완화 규정 마련이 필요하다.²⁴⁵⁾ 다만, 차량공유 분야 새로운 서비스모델을 위한 여객자동차운수사업법 개정은 택시 업계를 비롯한 기존 운수사업자들의 반대가 심한 상황이고, 상생과 소비자 편익증대의 측면에서 기존 운수사업자들의 업종 전환 또는 시장 탈퇴시 보상 방안 등을 검토할 필요가 있다고 본다.²⁴⁶⁾

2. 숙박공유 관련 법령의 개선 방안

(1) 문제점

에어비앤비 등 숙박앱을 이용하는 소비자가 급증하고 있음에도 그에 대한 구체적 규제방안이 수립되지 않아 소비자피해가 증가하고 있다. 그러나 온라인플랫폼 거래의 구조적 문제, 지리적 문제, 법적 문제로 인해 이로 인해 발생한 소비자(이용자) 피해를 구제하는 것이 쉽지 않다. 즉, 숙박시설이용 플랫폼을 이용하여 소비자가 숙박시설이용계약을 체결할 경우에 계약당사자는 플랫폼 운영자가 아닌 숙박시설제공자이기 때문에 숙박시설이용계약과 관련한 소비자가 피해를 입어도 플랫폼 운영자는 이에 대해 책임을 지지 않는다. 또한 플랫폼 운영자가 해외사업자인 경우에 공정거래법과 같이 역외적용을 인정하지 않는 한 공법적 규제가 어렵고, 전자상거래소비자보호법의 정보제공과 청약철회는 통신판매에만 적용되기 때문에 통신판매에 해당하지 않은 전자상거래에 대해서는 청약철회권 등이 인정되지 않고, 통신판매에 해당하더라도 온라인 플랫폼 운영자는 통신판매중개업자에 해당하기 때문에 사실상 전자상거래소비자보호법상 책임을 거의 부담하지 않게 되는 문제가 있다.²⁴⁷⁾

245) 2019. 1. 9. 정부의 관계부처 경제활력대책회의에서도 현재 카셰어링 차량의 배차·반납은 업체별 카셰어링 전용구역에서만 허용하고 있는 것을, 카셰어링 배차 반납장소를 단계적으로 자율화하는 등 규제를 개선하고, 카셰어링 업체에 대한 세제지원 강화 방안을 표명하고 있다(관계부처, 「합동공유경제 활성화 방안」(서비스산업 혁신Ⅱ), 2019, 1면).

246) 최유성·안혁근, 앞의 보고서, 137면.

247) 고형석, “공유경제산업과 소비자보호-Airbnb를 중심으로-” 「재산법연구」 제34권 제3호, 한국재산법학회(2017), 106면.

(2) 개선방안

다양한 형태의 공유숙박업의 허용을 통해 소비자편익 제고 및 주택 등의 소유자 수요에 부응하는 방안을 모색할 필요가 있다. 다만, 위생 및 안전문제 등을 감안하여 관련 법률에 의한 신고·등록 등의 절차를 밟도록 하여야 할 것이다. 이를 통해 Airbnb와 같은 해외 서비스들의 유입을 막고, 국내 주택 등의 소유자의 수익을 창출할 수 있게 하며, 국내 숙박공유 플랫폼 스타트업들에게 창업 기회가 제공될 수 있을 것이다.²⁴⁸⁾

아울러 유럽연합 소비자권리지침²⁴⁹⁾과 같이 사업자와 소비자가 비대면으로 하나 또는 그 이상의 격지통신수단을 이용하여 교섭 및 체결하는 모든 계약에 대해 적용할 필요가 있다(동 지침 제2조 제7호).²⁵⁰⁾ 따라서 판매에 국한할 것이 아니라, 통신수단을 이용하여 비대면으로 체결되는 모든 계약에 대해 전자상거래소비자보호법을 적용시켜야 할 것이다. 즉, 통신판매에만 적용되는 전자상거래소비자보호법 제12조부터 제20조의3까지의 규정을 온라인을 통해 체결되는 숙박시설이용계약에 대해서도 이를 확대하여 적용할 수 있도록 개정하여야 한다.²⁵¹⁾ 아울러 동법 제2조의 전자상거래 및 통신판매의 정의²⁵²⁾ 규정을 개정할 필요가 있다. 왜냐하면 현

248) 최유성·안혁근, 앞의 보고서, 134면.

249) DIRECTIVE 2011/83/EU OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council.

250) (7) ‘distance contract’ means any contract concluded between a trader and a consumer under an organised distance sales or service-provision scheme without the simultaneous physical presence of the trader and the consumer, with the exclusive use of one or more means of distance communication up to and including the time at which the contract is concluded ;

251) 고형석, 앞의 글, 124면.

252) 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “전자상거래”란 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 상행위(商行為)를 하는 것을 말한다.
2. “통신판매”란 우편·전기통신, 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공할 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 또는 용역(이하 “재화등”이라 한다)을 판매하는 것을 말한다. 다만, 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 전화권유판매는 통신판매의 범위에서 제외한다.
3. “통신판매업자”란 통신판매를 업(業)으로 하는 자 또는 그와의 약정에 따라 통신판매업무를 수행하는 자를 말한다.
4. “통신판매중개”란 사이버물(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장)을 말한다. 이하 같다)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다.
5. “소비자”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다.
 - 가. 사업자가 제공하는 재화등을 소비생활을 위하여 사용(이용을 포함한다. 이하 같다)하는 자
 - 나. 가목 외의 자로서 사실상 가목의 자와 같은 지위 및 거래조건으로 거래하는 자 등 대통령령으로 정하는 자
6. “사업자”란 물품을 제조(가공 또는 포장을 포함한다. 이하 같다)·수입·판매하거나 용역을 제공하는 자

행법상 통신판매의 정의는 판매에 국한하고 있기 때문에 임대차 등 그 이외의 계약은 이에 포함되지 않는다. 따라서 통신판매의 정의를 소비자가 사업자와 대면하지 않고 통신수단을 이용하여 교섭부터 체결까지 완료하는 계약으로 정의할 경우에는 모든 계약이 포함될 수 있게 된다. 따라서 전자상거래에 해당하지 않은 계약이라고 하더라도 통신수단을 이용하여 체결되는 계약이라고 한다면 전자상거래 소비자보호법의 전면적 적용이 가능하기 때문에 보다 두텁게 소비자보호가 이루어질 수 있다.²⁵³⁾

를 말한다.
253) 고형석, 앞의 글, 124면.

제4장 노동법·사회보장법 상의 문제와 개선방안

제1절 서론

디지털 혁명인 3차 산업혁명에 기반하여 초연결성(Hyper-Connected)과 초지능화(Hyper- Intelligent)를 특징으로 하는 4차 산업혁명은 공유·플랫폼 경제시대를 열게 되었다. 공유·플랫폼 경제시대에 있어 생산방식의 디지털 전환(digital transformation)은 일자리의 수요와 노동시장, 노사관계에 큰 변화를 초래하고 있다.

디지털 플랫폼이란 ‘개인이나 기업 등 누군가가 참여함으로써 비로소 가치가 창출되는, 주로 IT기업이 제공하는 인터넷서비스’, ‘사용자들이 서로 만나 상호작용이 일어나는 공간’이라는 의미로서, 모바일인터넷이나 스마트폰 혹은 클라우드 컴퓨팅 등과 같이 디지털기술이 매개가 된 다양한 사업 모형을 총칭한다. 우리에게 친숙한 아마존, 구글, 애플, 페이스북, 트위터와 같은 SNS는 모두 디지털 플랫폼에 기반을 두고 있다. 우버(Uber)나 에어비앤비(Airbnb)는 ‘기반’과 ‘매개’라는 플랫폼의 개념적 특성을 가장 잘 대변하는 공유경제의 대표적 예이다.

생산방식의 디지털 전환은 업무의 효율성을 높이고 비용을 절감할 수 있다는 잇점이 있지만 인간이 수행하던 업무를 대체하여 많은 직무를 사라지게 할 위험성이 있다. 또한, 디지털 플랫폼을 통해 일을 하고 보수를 지급받는 개인의 노동은 지금까지 일반적으로 오프라인에서 이루어져 왔던 노동과는 그 근로실태나 고용형태가 크게 다르기 때문에 ‘모호한 고용관계(ambiguous employment relationship)’에 놓이게 되어 기존의 노동법이나 사회안전망 체계와의 정합성을 유지하기 어렵다. 따라서 전 세계적으로 공유·플랫폼 경제의 확산으로 인한 노동환경의 변화는 두 가지의 중요한 과제를 던져주고 있다.

첫째, 산업화단계에서 수립된 노동법 구조를 근간으로 유지한 상태로 디지털경제에서 경쟁력을 유지하고 살아남을 수 있느냐의 문제이다. 즉, 기존의 노동법 체계로는 앞으로 격화될 산업현장 내 이해관계의 다양성과 대립을 합리적으로 조정, 조율할 수 없기 때문에 디지털 전환은 노동법의 역할을 재검토하고 새로운 방향성을 모색해야 하는 중요한 전기가 되고 있다. 그러나 디지털경제하에서 필수적으로 요구되는 자율성과 유연성의 확대는 노동법이나 노사관계에 대한 사고의 근본적 패러다임을 바꾸지 않고서는 불가능한 난제이다.

둘째, 각국은 그 정도의 차이는 있지만 공통적으로 비정규직이나 특수형태근로 종사자로 인한 노동시장 내 구조적이고 복합적인 문제를 안고 있는 상황에서 기존 노동법체계로는 포섭하기 어려운 디지털 플랫폼노동 종사자에 대한 보호문제에 직면하고 있다.

위의 두 가지 과제에 대한 해결의 필요성은 현재 어느 나라나 공통적으로 안고 있는 문제로서 각국은 산업의 디지털 전환에 대응하는 전략을 추진해왔다. ILO와 EU 등 국제기구도 디지털 전환으로 인한 기술 진보가 노무제공자의 인권 및 노동권, 근로조건을 침해하지 않아야 하는 개인적 차원의 문제 뿐만 아니라 디지털 정보 접근도에 따른 차별과 평등의 문제, 국가간 경쟁 침해 등과 관련된 제반 이슈를 해결하기 위한 논의를 지속하고 있다.²⁵⁴⁾

우리나라의 경우 1990년대 이후 진행된 세계화, 정보화, 저출산 및 고령화 등과 같은 사회·경제적 요인을 이유로 하는 노동시장의 양극화와 이중구조의 문제가 이미 존재하는 상황에 덧붙여 디지털 전환으로 인한 노동환경의 변화에 적응하기 위하여 노동관련 법·제도를 합리적이고 종합적으로 개선할 필요가 있다. 또한, 기존의 노동법 및 사회보장법 체계 하에서 보호받기 어려운 디지털플랫폼노동 종사자에 대한 보호가 단기적 과제로서 우리 앞에 놓여 있다.

오토바이 배달원 등 플랫폼 노무 종사자의 근로조건 및 처우 등을 논의하기 위한 사회적 대타협기구(배달의 민족, 민주노총 서비스연맹, 코리아스타트업포럼, 고용노동부 등)가 2020년 2월 발족 예정이다.²⁵⁵⁾ 물론 사회적 합의가 갖는 의미도 적지 않지만, 그에 앞서 플랫폼노동이라는 새로운 고용형태에 대응하는 새로운 시스템을 만들어내려는 정부의 적극적 의지와 노력이 선행되어야 할 것이다.

이하 제2절에서는 우리나라의 디지털플랫폼 노동의 현황과 실태를 바탕으로 공유·플랫폼경제하에서의 노동법적 쟁점과 과제를 분석하고, 제3절에서는 플랫폼 노동에 대응하는 국제기구 및 각국의 입법적·정책적 대응을 살펴본 후 우리에게 주는 시사점을 도출한다. 제4절에서는 공유·플랫폼경제시대의 노동관련 개선 과제에 대하여 단기과제와 중·장기과제로 나누어 제시한다.

254) 한재필, “글로벌 혁신 경쟁과 법제적 시사점 : 노동법과 세법을 중심으로”, 『Global Legal Issues』 (9-③), 한국법제연구원, 2019년 10월, 8쪽 참조

255) 2019년 4월 국토교통부가 주도해 ‘택시·카풀 사회적 대타협기구’(전국택시운송사업조합연합회, 전국택시노동조합연맹, 전국민주택시노동조합연맹 택시4단체, 더불어민주당 택시·카풀 태스크포스(TF) 전현희위원장, 카카오모빌리티 등이 참여 발족했으나 양측의 합의를 이끌어내는데 실패했다. 진통 끝에 ‘타다 금지법’이라 불리는 여객자동차운수사업법 개정안이 발의됐지만 표류중이다. 이번에 발족할 사회적 대타협기구는 문재인 대통령이 2020년 1월 14일 신년 기자회견회에서 ‘타다’와 택시의 갈등을 언급하면서 신규산업간 사회적 갈등을 풀기 위해서 사회적 타협기구들이 건별로 만들어질 필요가 있다고 언급한데서 비롯된 것이다.

제2절 플랫폼노동의 실태와 노동법적 쟁점

I. 플랫폼노동의 개념과 유형

1. 디지털 전환과 플랫폼노동

디지털 정보통신기술의 발전으로 인한 생산방식의 디지털전환은 산업구조는 물론 노동력 활용방식과 노무제공방식에 획기적 변화를 가져왔으며, 플랫폼노동의 확산이 그 대표적 예이다. 플랫폼노동이란 디지털 플랫폼²⁵⁶⁾을 매개로 노무 제공을 수행하는 방식을 의미하는 것으로 통용되고 있지만, 아직 일반화된 정의가 내려져 있지는 않다. 선행연구에 의하면 플랫폼노동을 “수입을 목적으로 디지털플랫폼을 통해서 유급노동을 제공하고 수요 측(고객)과 매칭되는 고용형태” 또는 “조직이나 개인이 디지털플랫폼의 중개를 통하여 수입을 목적으로 특정문제를 해결하거나 특정서비스를 제공하는 고용형태”라고 정의하고 있다.²⁵⁷⁾ 따라서 플랫폼 노동이란 수요자와 공급자 간의 연결성을 기반으로 한 디지털 플랫폼 기업을 매개로 스마트 폰의 앱(App)이나 컴퓨터의 웹(Web)을 통해 직무(task)를 수행하는 일자리로 정의 할 수 있을 것이다.

생산방식의 디지털 전환으로 인해 기업은 고용을 통해 생산을 내부화하는 대신 생산자와 고객을 직접 연결시킬 수 있는 디지털플랫폼을 이용하여 외부 노동력을 활용함으로써 거래비용을 감소할 수 있다. 또한, 플랫폼이 활동하는 시장영역이 매우 다양하고 디지털 플랫폼에서는 자동차, 집과 같은 상품이나 재화 뿐만 아니라 인간의 노동도 매칭과 공유의 대상이 될 수 있다는 측면에서, 디지털플랫폼은 공유경제(sharing economy) 또는 협력경제(collaborative economy)를 촉진시키고 있다.²⁵⁸⁾

플랫폼경제가 초래한 변화를 ‘노동’의 관점에서 보면 인간노동의 대체라는 문제 외에도 플랫폼노동 종사자의 고용과 근로실태의 속성으로 인한 부정적 측면이 부

256) 플랫폼의 종류는 역할에 따라 3가지로 분류할 수 있다. ① 기반형 플랫폼 : 사용자의 요구에 따라 기능 구현(예: 윈도우, 안드로이드) ② 매개형 플랫폼 : 공급자와 사용자를 매개하는 공간을 제공(예: 아마존, 우버, 리프트 등) ③ 복합형 플랫폼 : 기반형과 매개형을 혼합한 형태(예: 페이스북)
(김희성·신동윤, “플랫폼 이코노미와 노동”, 『노동법포럼』 제22호, 2017.11, 106쪽)

257) 김준영, “한국 플랫폼경제종사자 규모 추정”, 플랫폼경제종사자 고용 및 근로실태 진단과 개선방안 모색 정책토론회 자료집, 한국고용정보원, 2019.8.23., 10쪽

258) Airbnb나 Youtube 등은 자본플랫폼에 해당된다. 자본플랫폼은 경제법이나 공정거래법적 적용대상이 된다.

각될 수 밖에 없다. 플랫폼노동의 경우 고용형태나 노무제공 방식에 있어 기존의 전통적 근로자와 구별되므로 노동법이나 사회보장법 체계로 포섭되기 어렵다.

디지털 플랫폼의 중개에 의해서 만들어지는 일자리는 작은 직무들로 세분화된 마이크로 과업(micro task)으로 이루어진 초단기 일자리이기 때문에 플랫폼노동 종사자의 특징은 i) 고용의 강한 비전속성(non-exclusivity)과 ii) 단속성(斷續性, intermittancy)에 있다.²⁵⁹⁾ 따라서 많은 국가에서 플랫폼노동 종사자는 노동법적 보호의 대상에서 제외되고 있으며 근로시간과 장소의 유연성을 누리는 대신에 일 자리의 불안정성, 낮은 임금, 사회안전망으로부터의 배제 등의 공통점을 갖고 있다. ILO는 2006년 고용관계 권고에서 플랫폼경제 종사자의 고용관계를 ‘모호한 고용관계(ambiguous employment relationship)’로 정의하였다.

특히 우리나라의 경우 대부분의 플랫폼노동 종사자가 주문형 노동(on demand work 또는 gig work) 형태로 일하고 있으며 이들은 불안정 취업집단을 의미하는 디지털 프리캐리아트(precariate)로 불리우고 있다.

2. 플랫폼노동의 유형

(1) 주문형 플랫폼노동

주문형 플랫폼노동은 ‘지역기반형(local based) 노동’, ‘주문형 앱 노동(work on-demand via app.)’ 또는 대면적 노무(서비스) 제공을 목적으로 한다는 의미에서 ‘대면형(direct) 노동’이라 칭하기도 한다. 주문형 플랫폼노동은 디지털 플랫폼의 중개를 통해서 노동이 조직되지만 직접 고객을 만나서 노무(서비스)를 제공하는 유형이다. 청소 등 가사서비스나 택배, 운송 등 개인서비스를 제공하는 분야에서 활성화되고 있는데, 세계적인 플랫폼으로 우버나 리프트가 있고 우리나라에서도 ‘타다’ 서비스, 배민라이더스, 대리주부 등이 성행하고 있다. 현재 우리나라에서 사회적 문제로 제기되고 있는 주문형 플랫폼노동 역시 음식배달원이나 택배기사 등의 사례이다. 과거에는 음식점 주인이 직접 고용한 근로자에 의해 수행되던 음식배달 업무가 음식주문 앱의 활성화로 주문형 플랫폼노동으로 대체되었다. 그 결과 음식배달원의 고용형태는 직접 고용에서 간접고용 형태로, 음식배달원이 받던 임금은 배달 건수에 의한 수수료로 변경되었다.

주문형 플랫폼노동은 플랫폼을 통해 떨어져 있는 장소에 있는 일하는 사람(작업자)에게 요청하는 구조이므로 수요자의 주문이 짧은 시간 내에 효율적으로 충족되

259) 김준영, 전개논문, 9~10쪽

고 계속되는 것이 중요하다. 그러므로 플랫폼 기업은 충분한 공급자를 확보하는데 노력을 기울이는 한편 공급자가 직접 수요자에게 제공한 서비스의 품질관리를 위해 개입하게 된다.

주문형 플랫폼노동에 있어서는 플랫폼 기업과 공급자 측과의 관계가 고용관계인지 아니면 자영업자에게 일감을 알선해 주는 계약관계인지 여부가 쟁점이 된다.

그러나 수요자는 단순 소비자로서, 공급자와 수요자 간에 계약이 체결되지 않기 때문에 논의의 의미가 없다. 플랫폼 기업과 공급자의 계약관계는 좀 더 지속적이기 때문에 고용관계로 볼 여지가 더 많아 이에 대한 논의가 주류를 이루고 있다.

(2) 클라우드워크 방식의 플랫폼노동

클라우드워크 방식의 플랫폼노동은 디지털 플랫폼의 중개를 통해서 구한 업무를 고객과 직접 대면하지 않고 가상공간에서 온라인을 통해서 수행하는 방식이다. 장소적 경계를 넘어서 원격지에 있는 발주자(위탁자)와 수주자(수탁인)가 인터넷을 통해서 필요한 업무를 수행한다는 점에서 ‘웹 기반형(web based) 노동’ 또는 ‘비대면형(indirect) 노동’이라 칭하기도 한다. 클라우드 소싱의 경우 공급자, 수요자, 플랫폼 3자간 계약이 체결되나, 계약조건은 공급자와 수요자간에 정해지고, 플랫폼은 대리인 또는 중개인으로서의 역할만 하고, 수요자는 공급자에 대해 스케줄에 맞추어 프로젝트 결과물을 제출한다. 클라우드워크에서 플랫폼의 역할은 모집, 계약관리, 작업장 제공, 보수지급관리, 업적관리 등 단순중개인 보다 훨씬 넓으며, 플랫폼이 징수하는 이용료도 단순히 거래상대방을 중개해준데 대한 대가라기보다는 플랫폼 전체의 서비스를 이용하는데 따른 수수료의 성격이 강하다.²⁶⁰⁾

플랫폼은 노동과 노동력을 단순히 중개하는 역할에 그치지 않고 노동 자체의 내용을 정의하고 이용자와 제공자의 이해관계를 조율하기도 하고 간접적으로 노동력에 대한 통제를 행하기도 한다.²⁶¹⁾ 그러나 클라우드워크에서는 업무위탁자가 플랫폼노동 종사자에게 업무지휘권을 행사하지 않는다. 따라서 수요자나 플랫폼에 대한 공급자의 종속성이 낮고, 일반적으로 근로자성 문제가 발생할 가능성은 상대적으로 낮다.²⁶²⁾

260) 박지순, 전제논문, 128쪽

261) 박지순, “공유경제의 발전과 노동법 및 사회보장법의 과제”, 『미래성장연구』 (제5권 1호), 고려대학교 미래성장연구소, 2019., 125쪽

262) 김희성·신동윤, 앞의 책, 109쪽 이하

II. 플랫폼노동의 규모와 실태

1. 노동시장 변화에 따른 통계 개편의 필요성

우리나라의 경우 1963년 통계청이 경제활동인구조사를 시작한 이래 현재까지 노동시장의 종사상 지위는 단순하게 이분법적으로 임금근로자와 비임금근로자로 구분되어 있다. 종사상 지위는 임금근로자와 비임금근로자라는 2개 대분류와 6개 소분류로 구성된다. 즉, 임금근로자는 고용계약 기간에 따라 ‘상용직(1년 이상), 임시직(1월 이상 1년 미만), 일용직(1월 미만)’으로 구분되고, 고용계약이 없는 비임금근로자는 ‘고용원이 있는 자영업자, 고용원이 없는 자영업자, 무급가족종사자’로 구분된다. 임금근로자와 자영업자 사이의 경계선상에 있는 특수형태근로 종사자 등의 경우에는 기타 종사자로 하위 항목으로 분류되고 있다.²⁶³⁾

따라서 이와 같은 종사상 지위 분류 방식은 노동시장의 변화를 전혀 반영할 수 없다는 비판이 꾸준히 제기되어 왔다. 정확한 규모와 실태를 토대로 하지 않는 정책이나 입법은 실효성을 확보하기 어렵기 때문이다.

ILO는 임금근로자와 자영업자로 분류되어 오던 기존의 분류방식(ICSE-93)을 대신하여 2019년 10월 대분류방식을 ‘지휘권한 유무’와 ‘경제적 위험’에 따라 ‘종속적 취업자’와 ‘독립적 취업자’로 새롭게 정비한 국제 종사상 지위 분류 개정 결의안(ICSE-18)을 채택하였다. 따라서 기존의 자영업자로 분류되던 그룹인 ‘종속적 계약자’와 ‘무급가족종사자’를 ‘종속적 노동’에 새롭게 포함시켜 그 규모를 산출하기 시작하고 있다. 그 결과 플랫폼 노동이 속한 ‘종속적 자영인(dependent self employment)’의 규모산출 방식이 변화되었다.

263) 통계청은 현재 특수형태근로 종사자에 대하여 「i) 독자적인 사무실, 점포, 작업장이 없고 ii) 계약된 사업주에게 종속되어 있지만 iii) 스스로 고객을 찾거나 맞이해 상품이나 서비스를 직접 제공하고 iv) 일한 만큼 실적에 따라 소득(수수료, 봉사료, 수당 등)을 얻으며 v) 근로제공의 방법, 근로시간 등은 본인이 알아서 결정하는 형태」로 일하는 사람으로 정의하고 있다.

< 종사상 지위에 관한 ILO의 개정 ICSE-18과 우리나라의 현재 분류 >

	ILO의 개정 ICSE-18	우리나라 경제활동인구조사의 종사상 지위 분류(현재)
독립적 취업자	○ 고용주 - 고용원 있는 법인 고용주 - 고용원 있는 비법인 고용주	○ 자영업자 - 고용원 있는 자영업자 - 고용원 없는 자영업자 - 무급가족종사자
	○ 자영업자 - 고용원 없는 법인 자영업자 - 고용원 없는 비법인 자영업자	
종속적 취업자	○ 의존도급인	○ 임금근로자 - 상용직(1년 이상) - 임시직(1월 이상 1년 미만) - 일용직(1월 미만)
	○ 임금근로자 - 기간제한이 없는 근로자 - 기간제근로자 - 임시·단기근로자 - 유급 훈련생 및 인턴	
	○ 무급가족종사자	

통계청에 의하면 우리나라는 향후 2~3년 내에 ILO의 ICSE-18에 맞추어 ‘독립취업자’와 ‘종속취업자’의 대분류 하에 종사상지위 분류 개정안을 마련할 예정이다.²⁶⁴⁾ 그러나 통계 개편이 이루어져도 각각의 종사상지위 분류에 대한 구체적 정의와 기준이 마련되지 않는다면 노동시장의 다양한 고용형태를 포착하고 분류하여 정확한 규모와 실태를 파악하기 어려울 것이다.

2. 우리나라의 플랫폼노동 규모와 실태

(1) 플랫폼노동시장의 규모와 특징

우리나라의 기존 노동통계조사는 임금근로자를 중심으로 설계되어 있기 때문에 아직까지 우리나라에서 플랫폼노동 종사자의 전체적 규모와 실태를 파악할 수 있

264) 현재 관계부처와 학계가 참여한 TF를 구성하여 논의중이며, 통계청은 경제활동인구조사와 함께 시범조사를 병행하고 있으며 2~3년 시계열이 쌓이면 개정안을 공표할 예정이다(2010.1.15., ‘전년도 고용동향 및 향후 정책방향 관련 정부합동브리핑’, 정부서울청사).

는 공식적 통계자료는 존재하지 않는다. 다만 2018년 한국고용정보원이 무작위로 추출된 15세 이상 인구 3만명 대상의 표본조사를 실시하여 플랫폼경제종사자의 규모를 추정한 결과에 의하면 우리나라 플랫폼노동 종사자는 최소 47만명에서 최대 54만명으로 추산되는데, 이는 전체 취업자 대비 1.7% ~ 2.0%에 해당한다.

미국의 경우를 제외하고는 다른 나라들의 경우에도 플랫폼노동의 현황을 정확한 통계 수치로 파악하기는 어려운데, 그 이유는 아직까지 플랫폼노동의 개념이나 분류에 대한 명확한 국제기준이 없기 때문이다. 미국의 경우 2017년 5월 실시된 정부기관(BLS) 조사에 의하면 플랫폼노동 종사자에 해당되는 디지털중개 노동자(electronically mediated worker)는 전체 취업자의 1%에 해당하는 161만명으로 추산되었다.²⁶⁵⁾ 반면에 주요국가의 디지털플랫폼 종사자수는 나라별·조사방식별로 편차가 있으며 그 규모 역시 생산가능인구대비 0.5%에서 10% 미만으로 큰 편차를 보이고 있다.²⁶⁶⁾ 주요국의 플랫폼노동종사자의 플랫폼을 유형별로 보면 미국은 우버 등과 같이 오프라인과 연계된 지역기반 플랫폼과 모든 작업이 온라인에서 수행되며 창의성을 요구하는 웹기반 플랫폼노동이 비슷한 비중을 차지하는 반면에 유럽은 웹기반이 더 많은 것으로 나타나고 있다.²⁶⁷⁾

한국고용정보원의 ‘한국 플랫폼경제종사자 규모 추정’(2018)에 의하면 남성이 66.7%로 여성의 33.3%에 비해 약 두 배가 높다. 또한, 남녀간 직종 분리가 비교적 뚜렷한 것으로 나타나고 있다. 남자는 주로 대리운전(26%), 화물운송(15.6%), 택시운전(8.9%), 판매·영업(6.5%), 청소·건물관리(5.9%) 등의 순서로 나타났고, 여자의 경우 음식점 보조·서빙, 가사육아도우미(17.4%), 요양의료(14%), 청소·건물관리(10.9%), 판매·영업(10%) 등의 순서였다.

연령별로 보면 50대 비중이 32.6%로 비플랫폼경제종사자의 동일연령 비중 23.4%에 비해 9.2%가 높다. 60세 이상 고령자의 비중도 플랫폼경제종사자가 18.6%로 같은 연령 비플랫폼경제종사자 비중인 16.9%에 비해 1.7%가 높다. 반면에 15~29세와 30대 등 청년층 비율은 플랫폼경제종사자가 상대적으로 낮다.²⁶⁸⁾

(2) 근로실태

플랫폼노동 종사자에 대한 실효성 있는 입법적·정책적 보호 방안을 마련하기 위

265) 김준영, 전계논문, 13쪽

266) 최기산·김수환, “글로벌 각 경제(Gig Economy) 현황 및 시사점”, 『국제경제리뷰』, 제2019-2호, 한국은행, 1쪽 참조

267) 최기산·김수환, 전계논문, 1쪽의 그림 1 참조; (再) Staffing Industry Analysts, The Human Cloud, the Gig Economy & the Transformation of Work, 2018.6)

268) 김준영, 전계논문 24쪽 이하

하여 전체 종사자의 규모와 실태를 정확하게 파악할 필요가 있다. 따라서 플랫폼 노동의 업종별·유형별 현황과 실태에 대한 체계적인 조사가 요구된다. 그러나 같은 업종이라 해도 플랫폼을 이용하여 노무를 제공받는 사업의 분야와 플랫폼노동 종사자의 근로제공 양태 내지 계약형태가 다양하므로 어떤 기준에 의하여 유형화할 것인지 문제된다. 이를 위하여는 플랫폼노동에 대한 정확한 개념과 통일적 기준이 설정되어야 할 것이다. 또한 플랫폼노동은 물리적 사업장이 없는 플랫폼을 기반으로 이루어지므로 실태조사의 방법이 문제된다. 이에 대한 대안으로서 국세자료, 고용보험DB 등 기존 고용노동조사통계시스템을 기초로 현황과 실태 등 추가조사가 필요하다는 견해가 있다.²⁶⁹⁾

한국고용정보원의 ‘플랫폼경제종사자 실태조사’(2018)는 대리운전기사, 쿼서비스 종사자, 음식배달원, 택시기사 등 4개 직종 종사자(총 422명)를 대상으로 실시되었다. 동 조사 결과에 의하면 플랫폼노동을 택한 이유로 4명 중 1명(25.6%)만이 ‘근무시간 선택 가능’이라고 응답했다. 이는 경찰조사에서 밝혀진 비임금 근로자의 자발적 선택 비율(72.0%)와는 큰 차이를 보이고 있다.²⁷⁰⁾ 조사대상 플랫폼노동종사자의 계약 형태는 3명 중 2명이 계약없이 일하고 1주일 평균 근무일수는 5.2일, 근무시간은 36.9시간으로 나타났다. 플랫폼노동 종사기간은 평균 3.3년으로서 경찰조사 임금근로자(3.3년)과 비임금근로자(10.7년) 보다 짧다.

플랫폼노동 종사자가 얻는 월평균 소득(세전)은 100만원 이하 라는 응답비율(36.5%)이 가장 높고, 300만원 초과라는 응답비율은 3.6%에 그쳤으며, 월 평균 소득의 산술평균은 163.9만원이다. 이들이 일을 소개받은 플랫폼 3곳 중 2곳이 수수료가 있었으며 평균적인 건당 수수료는 1,500원이다. 사회보험 가입률은 건강보험(70.1%), 국민연금(52.6%), 고용보험(34.4%) 순이었다. 업무만족도는 3명 중 1명만이 전반적으로 만족하고 있으며, 근무환경(작업환경의 안전성, 일하는 시간대)에 대한 불만족(매우 불만 + 불만)이 상대적으로 높았다.

민주노총을 비롯하여 노동계에서 실시된 플랫폼노동 종사자의 근로실태 결과를 정리하면 플랫폼노동의 가장 심각한 문제는 불안정한 법적 지위와 낮은 소득 수준으로 지적되었다. 또한, 대부분의 플랫폼노동 종사자는 저소득을 극복하기 위한 장시간 노동과 노동제공과정에서의 위험을 감수하고 있다. 특히, 쿼서비스기사의 경우 기존 순수입을 유지하기 위해 장시간 노동을 수행하고 있다. 대리운전의 경우 취객을 상대로 대면서비스를 제공하는 업종의 특성상 위험에 노출되거나 인권침해

269) 한인상·신동윤, 전계논문, 14쪽 참조

270) 최기성, “플랫폼경제종사자 주요 직종의 근로실태”, 플랫폼경제종사자 고용 및 근로실태 진단과 개선방안 모색 정책토론회 자료집, 한국고용정보원, 2019.8.23., 31쪽 이하

를 경험한 사례들이 발생하는 등 서비스 제공과정에서 폭행, 폭언, 위협 등 인권침해가 발생한다. 뿐만아니라 대리운전기사나 퀵서비스 기사의 경우 산재 발생 가능성이 높은 직종임에도 불구하고 산재보험이 기본적으로 고용관계를 전제로 설계되어 있기 때문에 사회안전망으로부터의 사각지대에 놓여 있다.

2019년 5월 민주노총 서비스연맹이 플랫폼노동 종사자 673명(퀵서비스 기사 283명, 대리운전 기사 224명, 배달 기사 143명)을 대상으로 한 실태조사 결과에 의하면 이들은 평균적으로 월 24.5일, 주 6일 근무하고 있으며 1일 근무시간은 10~14 시간이고, 주말근무(매주 하루 또는 하루이상 28.2%; 토·일 모두 35.3%)의 비중도 높게 나타나고 있다. 산재보험에는 64.2%가 가입하고 있으나 산재보험을 제외한 사회보험 미가입률이 절대다수를 차지하고 있다(국민연금 미가입 84%, 고용보험 미가입 58.1%, 건강보험 미가입 75.7%).²⁷¹⁾

II. 디지털플랫폼 노동의 쟁점

1. 노동법 및 사회보장법 적용의 한계

플랫폼노동을 둘러싼 노동법과 사회보장법 적용의 문제는 구체적 고용형태나 노무제공방식에 따라 달라지게 되므로 개별적 사례에서 판단될 수 밖에 없다. 플랫폼노동 종사자는 i) ‘순수한 프리랜서’에서 ii) ‘일종의 디지털 특수형태근로 종사자’와 iii) ‘근로자’에 이르기까지 그 스펙트럼이 다양하다고 판단된다. 현재 우리나라에서 노동법적 보호의 필요성이 제기되고 있는 플랫폼노동 종사자는 ii)와 iii) ‘의 경우가 될 것이다. 따라서 첫째, 플랫폼과 노무제공자의 관계가 고용관계인지 여부와 둘째, 노무제공자의 근로자성 여부와 그 정도가 중요한 법적 판단의 기준이 된다. 즉, 디지털플랫폼에 의한 노무제공자는 근로자 또는 특수형태근로종사자로 포섭될 수도 있고, 전혀 노동법적 보호의 필요성이 없는 경우도 존재한다.

우리 노동법은 근로기준법과 노동조합법 등에서 근로자에 대하여 정의하고 있지만, 법문상의 추상적 개념정의만으로 직접 근로자성 여부를 판단하기는 어렵기 때문에 판례법리가 이를 뒷받침해왔다. 따라서 판례법리에 의한 ‘근로자성’판단기준은 노동법 적용대상을 가리기 위한 리트머스 시험지의 역할을 한다. 리트머스 시험지가 붉게 변하면 산성으로 판단하고 파랗게 변하면 알칼리성으로 판단하듯이 다양한 노무공급형태의 모든 노무제공자를 ‘근로자성 판단기준’이라는 리트머스 시

271) 김성혁, “플랫폼노동 보호와 조직화 방안”, 경기도 플랫폼노동정책 토론회, 2019.12.19

험지로 테스트하여 근로자로 판명되면 노동법을 적용하고 그렇지 않은 경우에는 노동법을 적용하지 않는다.²⁷²⁾ 특수형태근로 종사자에 대하여는 대체로 노조법상 근로자성은 인정하는 반면에 사안에 따라 다르지만 근로기준법상 근로자로 인정되지 않고 있다. 다만, 산업재해보상보험법 제125조 1항은 특수형태근로종사자에 대한 특례를 두고 있다. 동 조항에 의하여, 「계약의 형식에 관계없이 근로자와 유사하게 노무를 제공하지만 근로기준법이 적용되지 않아 업무상의 재해로부터 보호할 필요가 있으며 ‘주로 하나의 사업에 그 운영에 필요한 노무를 상시적으로 제공하고 보수를 받아 생활하고, 노무를 제공함에 있어서 타인을 사용하지 않는 자’로서 대통령령으로 정하는 직종에 종사하는 자의 노무(勞務)를 제공받는 사업」은 산업재해보상보험법 적용사업에 해당된다. 그러나 현행 산재보험법 시행령에는 9개 직종이 특수형태근로종사자로 열거되어 있는바, 명시·열거된 직종에 해당하지 않는 한 특수형태근로종사자로서 산재보험법 적용 대상이 되기 어렵다.

대법원은 주문형 플랫폼노동 종사자(스마트폰 애플리케이션 배달원)에 대한 판결(대판 2018.4.26., 2016두49372)에서 “배달대행업체의 가맹점(음식점)이 배달대행 프로그램(어플리케이션)을 통하여 요청한 배달요청 내역에 따라 가맹점으로 가서 음식물을 받아다가 가맹점이 지정한 수령자에게 배달하는 스마트폰 애플리케이션 배달원의 업무는 한국표준직업 분류표 세분류 중 ‘9923 음식배달원’ 보다는 ‘9222 택배원’의 업무에 더 부합하므로 이 사건 사업장(배달대행업체) 배달원의 업무는 산업재해보상보험법 시행령 제125조 6호에서 정한 ‘한국표준직업분류표의 택배원’에 해당된다고 보고, 산업재해보상보험법상의 특수형태근로종사자로 인정하지 않았다.²⁷³⁾

흔히 플랫폼 노동을 디지털 특고로 칭하기도 하는데 노무제공방식의 특성상 기존 특수형태근로자와는 구별되는 복잡한 법률관계가 전개된다. 기존의 전통적인 ‘근로자·사용자’의 관계를 넘어 ‘소비자·플랫폼 제공자·플랫폼노동 종사자’의 3자 관계 또는 다자 관계가 형성된다. 이와 같은 3자 관계 내지 다자 관계에서는 사용자 의 확정과 책임 문제가 제기된다. 따라서 근로자와 자영업자의 이원적 구조로 발전한 현행 노동법의 보호 내용과 방법이 디지털 노동세계에 대해서도 적절한 개념과 관점을 보유하고 있는지 여부는 회의적이라고 할 수 있다.²⁷⁴⁾

272) 김소영, 전계논문, 16쪽

273) 근로복지공단은 이 사건 배달원을 산업재해보상보험법 시행령 제125조가 정한 특수형태근로종사자로 인정하면서 산업재해보상보험법상 산재보험수급권을 인정하고 배달원에게 배달업무를 지시한 배달대행업체 사업주에게 산재보험료 부과처분을 내렸는데, 해당 사업주가 배달원은 산업재해보상보험법상의 특수형태근로종사자가 아니라는 것을 주장하면서 산재보험료 부과처분 취소소송을 제기했고, 1심 법원과 2심 법원은 원고인 사업주의 주장을 인정하여 스마트폰 애플리케이션 배달원의 음식배달업무는 한국표준직업 분류표 세분류 중 ‘9222 택배원’의 업무보다는 ‘9923 음식배달원’의 업무에 부합하므로 산업재해보상보험법상의 특수형태근로종사자가 아니라고 판단하였다

2. '단체교섭의 상대'로서의 사용자 확정 문제

전술한 바와 같이 플랫폼노동의 유형에 따라 3자 관계 또는 다자 관계로 전개되는 경우 누가 교섭의 상대방이 되는지가 문제될 수 있다. 예컨대 플랫폼노동 종사자가 복수의 사업자와 노무제공관계에 있을 경우 독일 단체협약법(Tarifvertragsgesetz)을 참조하여 소득의 1/3 또는 1/2을 특정 사용자에게 의존하고 있는 경우 그를 상대로 하여 교섭을 요구할 수 있도록 하는 노조법상 특별규정을 두어 인정하는 방안이 고려될 수 있다.²⁷⁵⁾ 독일 단체협약법 §12a조는 유사근로자(Arbeitsnehmerähnliche Person) 규정을 두고 이들이 주로 경제적으로 종속되어 있으며, 사회적 보호의 대상으로서, 한 명 또는 복수의 사용자에게 노무를 제공하며, 스스로 고용하는 근로자 없이, 수입의 50%를 특정 사용자에게 의존하고 있는 경우 이들의 단체협약 체결권을 인정한다. 또한, 플랫폼노동 종사자가 단결하여 노동조합을 조직하고 행정관청으로부터 노조설립필증을 받고 교섭을 요구해도 사용자가 스스로 교섭의 당사자가 아니라며 교섭에 불응하는 경우도 발생한다. 따라서 노조법상 사용자 및 사용자단체의 규정을 포괄적으로 정비하여 당사자간 실질적인 교섭과 협의가 이루어질 수 있도록 해야 한다.²⁷⁶⁾

3. 사회안전망에 의한 보호의 필요성

자신의 노동력을 이용하여 생계를 유지하는 자는 중대한 사회적 위험(재해, 질병, 실업, 장기요양, 사망 등)으로부터 보호받아야 하는 것이 현대적 사회국가(Sozialstaat)의 이념이다. 따라서 미래지향적 관점에서 1인 자영업자인 플랫폼노동 종사자도 사회안전망의 테두리 내에서 보호받을 수 있도록 하는 것이 바람직하다. 그러나 현실적으로는 근로자성이 일부 인정되는, 즉 종속노동과 자영업인의 중간적 위치에 있는 플랫폼노동 종사자도 사회안전망에서 배제되어 있다. 위에서 전술한 바와 같이 현행 산재보험법 시행령에 열거된 직종에 해당하지 않는 한 특수형태근로종사자로서 산재보험법 적용 대상이 되기 어렵다. 산재보험법 외에 고용

274) 박지순, 전제논문, 133쪽

275) 장지연·이호근, “플랫폼노동자 보호제도의 전망 : 노동법적 보호와 사회보장제도 적용을 중심으로”, 「플랫폼경제종사자 고용 및 근로실태 진단과 개선방안 모색 정책토론회」, 한국고용정보원, 2019.8.23., 67쪽

276) 서울시는 2018년 11월과 2019년 4월 각각 대리운전과 퀵서비스 기사 등 기존 특수형태근로종사자들의 노조설립을 인정 신고필증을 교부한 바 있다. 또한 서울시는 서울지역에서 활동하는 플랫폼노동자들로 구성된 라이더 유니온에 대하여 2019.11.8. 노조설립신고필증을 교부하였다.

보험과, 연금보험 그리고 건강보험법 및 장기요양보험법 등 사회보험법의 적용을 위하여 근로자보다 넓은 개념인 ‘취업자’(Beschäftigte) 개념을 도입하고, 자영업자의 사회보험 가입 방안을 모색할 필요가 있다.

제3절 디지털전환과 플랫폼노동에 대응하는 국제기구 및 각국의 입법적, 정책적 동향

I. ILO(국제노동기구)

1. 플랫폼 노동에 대한 보호원칙

ILO 일의 미래 글로벌위원회(Global Commission on the Future of Work)는 『더 나은 미래를 위한 일』(Work for a brighter Future) 보고서에서 플랫폼 노동의 확산은 새로운 기회를 가져다 줄 것이지만 동시에 불공정과 불평등을 초래할 수 있다고 경고하고 인공지능, 자동화, 로봇 공학 등 기술의 발전이 ‘현재와 미래의 경제성장, 평등, 지속가능성’을 증진할 수 있도록 노동관련 제도를 강화하고 활성화시킬 것을 권고하고 있다.

동 보고서는 인간중심 아젠다를 핵심 의제로 정하고, 정부·사용자·노동단체는 사람과 일을 우선시하는 사회적 합의를 강화해야 한다고 권고하고 있는데, 인간중심 아젠다는 「i) 인간능력에 대한 투자 확대, ii) 노동관련제도에 대한 투자확대, iii) 지속가능한 양질의 일자리에 대한 투자확대」의 세 가지 행동의 축으로 구체화된다. 특히 동 보고서는 규제, 고용계약에서부터 단체협약, 근로감독제도에 까지 이르는 노동 관련 제도는 공정사회의 기반이 됨으로써, 이는 일의 공식화를 위한 기반을 구축하고 노동빈곤을 줄이며 근로자가 존중받고 경제적 안정과 평등한 권리를 보장받는 일의 미래를 실현할 수 있도록 한다는 것을 전제하고, 계약형태나 고용상 지위에 관계없이 플랫폼경제에서의 디지털 노동에 대한 혁신적 조치가 필요하다는 것을 강조하고 있다.²⁷⁷⁾

동 보고서는 플랫폼 근로자에 대한 최소한의 노동권과 근로조건 보호를 위하여

277) 고용노동부, 『더 나은 미래를 위한 일(Work for a brighter future) - ILO 일의 미래 보고서』, 2019, 7쪽 참조

「i) 보편적 노동권 보장, ii) 노동시간 자율성(시간주권) 확대, iii) 사회적 대화를 통한 노사단체의 대표성 보장, iv) 기술 활용과 관리를 통한 양질의 일자리 증진」이 국제거버넌스제도의 개발을 통하여 추진되어야 한다고 제안한다.

2. 『더 나은 미래를 위한 일』 보고서의 주요 내용

(1) 보편적 노동권 보장²⁷⁸⁾

-“노동자 기본권, 적정 생활급, 최대노동시간 제한, 안전하고 건강한 작업 환경 보장 등 보편적 노동권 보장을 촉구한다.”-

작업 조직이 변화함에 따라 정규직에 종사하거나, 온라인에서 아주 간단한 업무를 수행하거나, 자택에서 글로벌 공급망을 위한 생산 활동에 종사하거나, 임시 계약직에 종사하는지 여부와 관계없이 모든 노동자에게 적절한 사회보호를 제공하기 위한 새로운 방법을 찾아야 한다. 고용관계는 노동보호의 핵심적인 부분이다. 책임성을 검토하고 필요시 명확히 해야 하며 법·규제의 범위를 조정해 고용관계에서 노동자에게 효과적인 보호를 제공해야 한다. 동시에 계약형태나 고용지위에 관계없이 모든 노동자는 인간적인 노동환경을 보장하는 적절한 노동 보호를 누릴 수 있어야 한다.²⁷⁹⁾ 따라서 보편적 노동권 보장에 다음의 내용을 포함할 것을 권고한다.²⁸⁰⁾

278) 이하 내용은 고용노동부, 전거서 7쪽, 26~30쪽 참조

279) ILO 창립자들은 「일·주당 최대노동시간 설정을 포함한 노동시간 규제, 적정생활급의 지급, 직업상 발생하는 질병·질환 및 상해로부터 노동자 보호, 아동·청소년·여성 보호, 고령 및 상해에 대한 규정, 타국에서 고용된 노동자의 이해관계 보호, 동일가치의 노동에 대한 동등보수 원칙의 인정, 결사의 자유 원칙의 인정 등」을 인간적인 노동조건으로 보고, 모든 노동자에게 이러한 사회 보호를 보장함으로써 공정한 경쟁의 장을 조성할 수 있다고 천명하였다.

280) 보편적 노동권 보장의 여러 요소는 서로 연결되어 있고 상호 보완적이다. 과도한 노동시간에 대한 제한은 업무상 사고와 이와 관련한 심리사회적 위험을 줄여준다. 적정 생활급은 노동빈곤 및 저임금에서 기인한 아동 및 강제노동을 근절하는데 기여한다. 보편적 노동권 보장은 단체협약이나 법·규제를 통해 올릴 수 있는 사회보호의 최저선을 제공한다. 사회보호 최저선은 포용적인 노동시장제도 구축을 위한 출발점이다. 많은 노동자에 대해 노동보호의 범위를 확대하게 되면 노동자 기본권과 안정적인 소득을 보장함으로써 비공식 고용에서 공식 고용으로 전환할 수 있는 경로를 제공한다. 사회보호 확대가 사회보호 최저선과 함께 추진된다면 직장에서의 안정을 보장하고 빈곤 퇴치를 위한 노력을 배가시킬 수 있다. 보편적 노동권 보장은 고용관계를 강화하고 노동보호의 범위를 확대한다. 앞서 언급한 요소들은 노동인구 생산성 향상에 핵심적인 부분으로 기업에게 도움을 주고 지속가능한 경제 성장에 기여한다.

a) 노동자 기본권

- 결사의 자유 및 단체교섭권의 효과적 인정
- 강제·아동노동 및 차별로부터 자유

b) 기본 노동조건

- 적정 생활급
- 최대노동시간 제한
- 안전하고 건강한 작업환경

(2) 노동시간 자율성(시간주권) 확대

- “노동자와 기업 모두의 필요를 충족하는 노동시간 자율성(시간주권)을 보장하는 조치를 촉구한다.” -

시간과 장소에 관계없이 일할 수 있도록 해주는 정보통신 기술의 발전으로 인해 노동시간과 개인 시간 간 경계가 불분명해지고, 이는 노동시간 연장으로 이어질 위험이 있다. 디지털 시대에 정부, 사용자, 노동자 단체는 디지털 상 연결되지 않을 권리 확립 등 최대노동시간 규정을 효과적으로 적용하기 위한 새로운 방안을 찾아야 한다. 노동자의 노동시간 자율성(시간주권) 확대가 필요하다. 노동시간에 대한 선택·통제권이 확대되면 노동자의 건강과 복지가 증진될 뿐만 아니라 개인 및 기업 성과에도 긍정적인 영향을 가져온다. 정부, 사용자, 노동자는 노동 일정과 관련하여 노동자에게 더 넓은 선택의 폭을 제공하고 유연성을 확대하여 기업의 필요를 충족할 수 있는 노동시간 제도를 구축하기 위해 노력해야 한다. 사회적 대화는 노동자와 사용자의 필요를 모두 충족하는 혁신적인 노동시간 제도를 만드는 데 중요한 수단이다.

(3) 사회적 대화를 통한 노사단체의 대표성 보장

- “단체 대표성과 사회적 대화를 증진하는 공공정책을 촉구한다.” -

정부와 사용자·노동자 단체는 사회적 합의의 당사자로서 사회적 대화를 통해 그 합의를 설계하고 이행할 책임이 있다. 법체계와 작업 조직이 변화하고 비공식 고용이 지속되면서 노동자들이 단결하고 공동의 이해관계를 대표하기가 더욱 어려워졌다. 비공식경제의 영세·소규모기업은 사용자 단체를 통해 자신의 이해관계를 적절히 반영시키기 어려울 수 있다. 그러나 국가 및 분야별 사용자·기업 단체의 회합력(convening power)을 대체할 수 있는 것은 없다. 노동자 단체는 노동자 단결

을 위한 디지털 기술 등 혁신적인 조직 기법을 활용할 필요가 있다. 다양한 직장 및 국가의 노동자는 디지털 수단을 통해 단체를 조직할 수 있으며 새로운 형태의 연대활동에 참여할 수 있다. 디지털 기술을 통해 노동자 단체는 전통적 작업장 밖의 노동자와 연결해 효과적 전략 수립을 위한 데이터 마이닝(data mining), 크라우드워킹(crowd-working) 플랫폼이나 이전 가능 혜택에 대한 정보 공유 등 새로운 서비스를 제공할 수 있다. 단체교섭은 기본권이자 특히 큰 변화의 시기에 경제적 성공과 사회 평등을 달성하기 위한 강력한 수단이다. 노사정 사회적 대화를 통해 사회적 합의 당사자들은 변화로 인해 발생하는 광범위한 사회 문제를 고려해 정책 대응의 방향을 이끌 수 있다. 각국 정부가 이러한 방안을 적극적으로 추진할 것을 권고한다. 관련 사안이 국경을 넘어서는 경우가 많기 때문에 지역 기구, 다국적 기업 및 국제노동조합기구에게도 동일한 권고를 하는 바이다. 자영업자, 비공식 경제 종사자 등 모든 노동자와 기업은 결사의 자유를 누리고 단체 교섭권을 효과적으로 인정받아야 한다.

(4) 기술 활용과 관리를 통한 양질의 일자리 증진.

이는 노동자와 사용자가 노동을 어떻게 설계할 것인지 함께 논의하는 것을 의미하며, 또한 노동에 영향을 미치는 최종결정을 인간이 내리는, 인공지능에 대한 인간주도 접근법을 의미한다.

기술은 노동자를 고되고 더럽고 단조로우며 위험하며 착취적인 노동으로부터 해방시켜 준다. 협력로봇(collaborative robot, or cobots)은 일 관련 스트레스와 잠재적인 상해의 위험을 줄여줄 수 있다. 그러나 기술이 변화를 주도해나가는 과정에서 인간의 노동을 불필요하게 만들어 노동자를 소외시키고 자기 발전을 저해할 수도 있다. 자동화는 노동자의 통제권과 자율성뿐만 아니라 일의 내용을 축소시켜 노동자들의 탈숙련화와 근무 만족도의 감소를 초래할 수 있다. 일의 미래에서 기술의 잠재력을 실현하기 위해서는 노동 설계에 대한 기본적인 선택권이 보장되어야 하며, 여기에는 노동자와 경영진간 상세한 “일의 구성(job crafting)”에 대한 논의에 기반하는 것 등이 포함된다. 디지털 노동 플랫폼에 대한 국제적인 거버넌스 제도 마련을 통해 플랫폼(및 고객)이 최소한의 권리와 보호를 존중하도록 해야 한다. 또한, 기술이 발전하면서 일의 세계에서 데이터 활용 및 알고리즘 신뢰성에 대한 규제가 요구된다.²⁸¹⁾

281) 노동 행정당국은 데이터 마이닝을 통해 지식을 습득하여 고위험 분야를 식별하고 근로감독제도를 개선할 수 있다. 앱과 센서 등 디지털 기술을 통해 기업과 사회적 파트너들이 공급망에서의 노동 조건과 노동법 준수를 더 쉽게 모니터링할 수 있다. 암호화된 블록과 분산된 데이터베이스를 통해 투명성과 보안성을 제공하는 블록체인 기술을 통해 최저임금 지급을 보장하고, 이주 노동자의

II. OECD

OECD는 디지털 전환(digital transformation)이 Society 5.0의 핵심적 가치라고 천명하고²⁸²⁾, 디지털 전환과 관련된 다양한 의제들을 ‘산업혁신기업가위원회’와 ‘디지털경제정책위원회’에서 다루고 있다. 산업혁신기업가위원회는 디지털 전환에 대한 정부 지원, 노동력에 대한 교육, 기업의 경제력 집중 현상 등에 대해 다루고 있으며, 디지털경제정책위원회는 ‘Going Digital’ 프로젝트를 추진하여 포용적인 디지털 경제 및 사회를 만들 수 있는 정책을 수립할 수 있도록 논의해 왔다.²⁸³⁾ 2017년부터 추진된 제1차 ‘Going Digital’ 프로젝트에서 OECD는 Going Digital Summit을 구성하여 회원국들의 디지털경제로 인한 사회·경제적 문제와 경험을 공유하고 포괄적인 정책 방안을 논의해 왔으며, 2019년부터 현재 제2차 프로젝트가 진행 중이다.²⁸⁴⁾

OECD Going Digital Summit은 2019년 3월 11일~ 12일, 프랑스 파리에 열린 회의에서 디지털 전환에 대응하여 다음과 같은 일곱 가지를 통합적 정책 목표로 설정하는 아젠다를 채택했다.²⁸⁵⁾ i) 정보에의 접근성 강화 ii) 정보의 효과적 활용의 증대 iii) 기술 혁신의 유발 iv) 모두에 대한 좋은 일자리 보장 v) 사회적 번영의 조성 vi) 신뢰의 강화 vii) 시장 개방의 촉진」 제1차 ‘Going Digital’ 프로젝트에 이어 현재 OECD는 정부의 내적·외적 연계를 강화하여 디지털 전환이 경제·사회적으로 미치는 영향력을 보다 긍정적이고 극대화하는 방법에 대한 2차 프로젝트를 진행하고 있다.²⁸⁶⁾

III. EU와 주요 회원국

1. EU

기술 및 사회보장 이동을 촉진하거나 디지털 플랫폼 노동자에 대한 사회보장 급여 지급을 용이하게 할 수 있다.

282) <https://www.oecd-forum.org/users/51563-yuko-harayama/posts/29392-digital-transformation-key-values-of-society-5-0>

283) 한재필, 전개논문, 8쪽 참조

284) 제1차 ‘Going Digital’ 프로젝트는 두 권의 보고서 『Going Digital: Shaping policies, improving lives』, 『Measuring the digital transformation: A roadmap for the future』로 발간되었다.

285) The agenda reflected the seven pillars of the OECD’s Going Digital integrated policy framework: enhancing access, increasing effective use, unleashing innovation, ensuring jobs, promoting social prosperity, strengthening trust and fostering market openness.

(<https://www.oecd.org/going-digital/summit/>)

286) 한재필, 전개논문, 14쪽 참조

EU(유럽연합)는 디지털화로 인한 노동시장의 광범위한 변화가 새로운 형태의 고용을 창출하는 측면이 있지만, 일부 새로운 형태의 고용은 예측 가능성과 관련하여 전통적인 고용 관계와 상당히 다르며, 관련된 근로자의 적용 가능한 권리와 사회적 보호에 관한 불확실성을 야기한다는 점에 주목하였다. 이에 따라 EU는 유럽사회권리선언(European Pillar of Social Rights, 2017.11.)에서 고용의 유형이나 기간의 장단에 관계 없이 모든 근로자들은 공정하고 동등한 대우를 받을 권리가 있다고 천명하고, 후속조치로서 2019년 6월 20일「투명하고 예측가능한 근로조건에 관한 지침」(The Directive 2019/1152 on transparent and Predictable Working Conditions)을 마련하였다.²⁸⁷⁾ 동 지침은 4주간을 통산하여 주당 평균 3시간 이하로 일하는 자와 자영업자를 제외하고 모든 근로자에게 적용되며, 플랫폼 근로자와 on-demand 근로자 외에도 가내근로자, 단속(斷續)근로자(intermittent workers), 바우처 기반 근로자(voucher based-workers), 수습 근로자에게도 적용된다. EU의 모든 회원국은 국내법이 동 지침에 어긋나는 경우 2022년 8월 1일까지 동 지침에 적합하게 법을 개정해야 한다.²⁸⁸⁾

「투명하고 예측가능한 근로조건에 관한 지침」(2019.6.20.)의 특징은 첫째, 적용 대상을 고용형태와 계약기간에 관계없이 모든 근로자로 확대했다는 것과 둘째, 근로자들이 업무에 착수하기에 앞서 자신들의 구체적 근로조건을 사용자로부터 서면(전자서면 포함) 형식으로 근로조건에 대한 예측가능성과 투명성이 보장되는 적절한 한도로(an adequate degree of transparency and predictability) 보장되어야 함을 명확히 한 것이다.

사용자가 사전에 근로자에게 알려주어야 할 의무가 있는 정보의 주요 내용은 다음과 같다.(지침 제4조)

- ① 업무의 내용과 범위, 업무수행방법
- ② 기간이 정해진 고용관계의 경우 업무개시일과 종료일 또는 예상 기간
- ③ 수습기간이 있는 경우 수습기간의 길이와 조건
- ④ 업무의 장소(만일 정해진 장소 또는 주요 업무장소가 없는 경우, 근로자가 다양한 장소에서 자유롭게 근무지를 결정할 수 있다는 원칙을 정해야 한다)

287) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1579040655225&uri=CELEX:32019L1152>

288) 동 지침의 제정으로 정규직의 표준적 고용관계를 대상으로 근로계약상 사용자의 정보고지무를 규정한 1991년 「Council Directive 91/553/EEC」는 2022년 8월 1일부터 폐지된다. EU 회원국은 국내법이 동 지침에 위반되는 경우 2022년 까지 자국의 법률을 '지침의 적용을 위하여 가장 적합하다고 회원국이 판단하는 방식'으로 지침에 따라 전환적용(일단 국내법으로 전환시킨 뒤 적용)해야 하며, 실효성 확보를 위한 모든 조치를 취해야 한다. 입법지침의 목적을 실현하는 입법형태나 수단은 회원국의 재량에 맡겨지므로 회원국은 자국의 법체계 내에서 단행법 제정 또는 기존 법령 개정 등의 방식에 의해 전환 적용을 시도할 수 있다.

⑤ 보수의 지급과 구성방법

⑥ i) 작업 방식이 전체적으로 또는 대부분 예측 가능한 경우에는 근로자의 표준(기준) 근로일과 주(standard working day or week). 표준근로일과 주의 확정 은 연장근로수당 지급을 약정한 경우 계산의 필요를 위한 것이다.

ii) 작업 방식이 전적으로 또는 대부분 예측 불가능한 경우에는 “작업 일정 이 변경될 수 있다는 원칙과 근로자가 갑작스러운 업무 개시 이전에 사용자로부터 통지 받을 수 있는 최소한의 기간(the minimum notice period), 사전에 약정한 근로 시간 외의 초과근로시간의 기준과 초과근로수당

또한, EU는 2019년 6월 20일 근로자 보호를 위한 「투명하고 예측가능한 근로조건에 관한 지침」외에 「온라인 플랫폼시장의 공정성 및 투명화를 위한 2019년 EU 이사회 규칙」(Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services)을 제정하고 2020년 7월 12일부터 시행하기로 했다.²⁸⁹⁾ 이에 앞서 EU 집행위원회는 2016년 6월 온라인 플랫폼 시장의 거래관행에 대한 실태조사 결과를 발표하고, 이를 바탕으로 온라인 플랫폼시장의 불공정한 거래관행을 시정하기 위한 EU 차원의 입법을 2018년 4월에 권고한 바 있다.

2. 독일

(1) 선제적 대응전략 추진과 사회적 대화

독일은 디지털화가 초래할 경제·사회·노동 분야 등의 급격한 변화에 대응하기 위하여 일찌감치 정부 차원의 전략을 추진해 왔다. 독일 정부는 연방정부 주도하에 디지털화 대응전략으로서 ‘산업 4.0’ 전략을 구축하고, 특히 연방노동사회부는 ‘노동 4.0’ 전략을 마련하여 노동 및 일자리 분야에서의 변화에 대비해왔다.

연방사회노동부는 2015년 4월 디지털화로 인해 제기되는 노동의 양극화, 노동 유연화에 따른 노사간 이해의 대립 같은 전반적 문제를 비롯하여 디지털플랫폼 노동 종사자 확산에 따른 노동법적 보호와 사회안전망 구축, 종업원대표제나 단체교섭 방식의 문제 등에 대한 쟁점과 개선방향을 정리한 Arbeiten 4.0 녹색(Grünbuch)을 발간하였다. 녹색이 제기한 문제의 제기하는데, 그 가운데 핵심이

289) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1578982288141&uri=CELEX:32019R1150>

되는 사항은 “기술혁신(Innovation)을 어떠한 방식으로 사회적 발전에 활용하고 양질의 일자리를 디지털화된 사회에서 어떻게 유지하고 강화할 수 있는가”에 관한 부분이다. 다가올 4차 산업혁명 시기의 노동은 네트워크화, 디지털화, 유연화되는 특징을 갖게 될 것으로 전망하고 특히 독서는 이러한 기술적 변화와 디지털 경제에 따른 기술 수준의 고저에 따른 노동의 양극화 문제, 기업이 요구하는 노동의 유연화와 개인이 요구하는 유연화간의 충돌문제, 향후 증가가 예상되는 온라인에서 일하는 근로자에 대한 노동법 적용의 문제, 그리고 직원대표제도나 노사간의 단체교섭 방식의 문제, 1인 사업자 등을 위한 국민연금과 같은 사회안전망 제도 전반의 문제를 제기하고 있다.

2016년 11월 28일 발표된 Arbeiten 4.0 백서는 독서에서 제기한 물음에 대해 국민의 논의를 흡수하기 위해 각종 이해관계자(정치인, 경영인, 근로자, 노동조합, 행정가 등)가 참여하여 토의하고 미래의 노동사회에 관한 의식을 공유할 수 있는 다양한 주제별 행사를 진행하였으며, 온라인 설문조사 결과 등을 종합하여 이후 관련 사항에 대한 법안을 마련할 것을 제안하였다. Arbeiten 4.0 백서는 광범위한 대화 프로세스의 결과 문서로서, 큰 틀에서 고용과 노동의 미래의 트렌드를 분석하고, 새로운 노동환경에서 요구되는 사항을 점검한 이후 디지털화에 따른 노동시장 변화에 대응할 수 있는 정책 방향, 즉 8가지 분야에 대한 구체적인 해결책을 제안하였다. 백서의 구체적인 내용은 다음과 같다.

- 고용 가능성(Beschaefigungsfähigkeit) : 실업보험에서 노동보험에 이르기 까지
- 근로시간(Arbeitszeit): 유연하지만, 자기결정의 형태
- 서비스(Dienstleistungen) : 양질의 근로조건 강화
- 건강한 노동(Gesunde Arbeit) : 산업안전보건 4.0 시도
- 취업자 정보보호(Beschäftigtendatenschutz) : 높은 수준의 보장
- 공동 결정과 참여(Mitbestimmung und Teilhabe) : 협력을 통한 변화의 형성
- 자율성(Selbständigkeit) : 자유의 촉진과 보호
- 사회국가(Sozialstaat) : 미래에 대한 전망과 유럽과의 대화

2. 플랫폼노동에 대한 논의 현황

독일은 전체 경제활동인구 중 약 9% 내외가 자영인으로 분류되는데 그 가운데 대략 50%정도인 4~5%내외가 종속적 자영인인 이른바 타인을 고용하지 아니한 '1인 자영인(Solo-selfemployment)'으로 추산되고 있으며, 그 가운데 순수한 플랫폼 노동은 대략 3% 내외에 해당하는 것으로 파악되고 있다.²⁹⁰⁾

현재 독일의 현행법체계하에서 플랫폼에 기반하여 경제활동을 하는 자를 특정하여 노동법적, 사회법적으로 보호하는 규정은 존재하지 않는다. 다만, 기존의 '유사근로자'(Arbeitnehmerähnliche Personen) 및 '자영업자'(Selbstständige)에 대한 해석론을 활용하여 플랫폼노동 종사자에 대한 예외적 보호의 가능성은 열려 있다. 독일은 오래 전부터 유사근로자라는 중간 범주를 설정하여 노동법의 일부 규정(연차휴가, 가족돌봄휴가, 안전보건법, 차별금지법, 노동법원법, 단체협약법 등)을 적용해왔다.

플랫폼노동에 대한 독일의 논의는 i) 유사근로자의 범위를 디지털플랫폼노동 종사자로 확대하자는 견해와 ii) 가내노동법(Heimarbeitsgesetz)의 보호 방식을 플랫폼노동 종사자에게 적용하자는 견해로 나뉘고 있다.

가내노동(Heimarbeit)이란 특정 사업주로부터 업무를 위탁받아 자신의 집이나 취업자가 스스로 정한 장소에서 수행하면서 그 결과물을 그 사업주에게 납품하고 그 대가로 보수를 받는 가내수공업 형태의 특수한 작업방식을 말한다. 가내노동자들은 업무위탁자인 사업주의 지시를 받지 않고 또한 그의 사업조직에 편입되지 않은 채 독립적인 노동을 수행하고 그 성과에 대해 소정의 대가를 받는다는 점에서 근로자와 구별된다.²⁹¹⁾ 가내노동자에게는 보수 및 계약조건에 대한 국가적 감독과 규제, 계약해지 및 불이익변경에 대한 사전통지의무 등이 적용된다.

독일에서 논의되고 있는 플랫폼노동에 대한 사회적 보호 필요성의 공통적 문제는 다음과 같다.²⁹²⁾

- i) 공급초과로 인한 임금 및 근로조건의 하향화 압력
- ii) 고용불안의 문제
- iii) 시간과 장소의 대면주의를 우회로 발생하는 차별의 문제

290) 이는 자영인의 비중이 상대적으로 높은 이탈리아(약 22%) 등 일부 국가를 제외하고, 상당수의 유럽 연합(EU) 국가의 '자영인'(15%내외) 및 '종속적 자영인'(1인 자영인), '플랫폼 노동'의 규모와 대략 유사한 규모와 증가 추이를 보여주고 있다.

291) 박지순, 전계논문, 133쪽

292) 장지연·이호근, 전계논문, 59쪽의 각주 12) 참조

- iv) 플랫폼노동이 자주 심야나 주말 등 비사회적 시간대에 일하게 되는 사회적 고립의 문제
- v) 초과노동의 문제
- vi) 스스로의 법적 지위나 계약상대방의 불투명함이나 비공식성으로 인한 과세의 문제
- vii) 노무공급에 있어서 중개자 문제

이와 같은 보호의 필요성에 대한 구체적 대안으로는 근로시간선택법의 추진, 호출근로(Zero-hours contract)에서 응답하지 않을 권리, 적정소득보장, 디지털기술 활용에 따른 직업병을 포함하는 산재보험과 산업안전보건법 개정, 연금과 건강보험관련 사회보험제도 개혁 등이 논의되고 있다.²⁹³⁾

3. 프랑스

프랑스는 플랫폼노동 종사자를「노동법전」제7편 특수형태고용종사자에 포함시켜 명문의 규정에 의하여 보호하고 있다. 「노동법전」제7편 제3권(방문위탁판매인, 지점장, 협동조합 조합원인 노동자 및 전자적 방식의 플랫폼을 이용하는 노동자) 제4장(전자적 방식의 플랫폼을 이용하는 노동자) 이하에서는 플랫폼노동 종사자에 대하여 다음과 같이 규정하고 있다. ²⁹⁴⁾

(1) 적용 범위

본 장의 규정은 조세법 제242조의2에서 규정하는 전자적 방식의 플랫폼을 이용하여 직업 활동을 수행하는 비임금노동자에게 적용한다(L.7341-1조)

(2) 플랫폼의 사회적 책임

제공되는 노무나 매매되는 재화의 성격과 가격을 플랫폼이 결정하는 경우, 플랫폼은 플랫폼 노동자에 대해서 본 절에서 규정하는 바에 따라 사회적 책임을 부담한다(L.7342-1조).

293) 장지연·이호근, 전제논문, 59~60쪽

294) 박제성, “디지털의 세 가지 표상과 노동법의 과제”, 플랫폼노동연대 출범 선언 및 플랫폼영역에 대한 노동기본권 확대를 위한 정책토론회, 2019.1.30., 전국서비스산업노동조합연맹, 25쪽 참조

(3) 산재보험

플랫폼 노동자가 산재 위험을 예방하는 보험에 가입하거나 사회보장법전 L.743-1조에서 말하는 산재보험에 임의 가입하는 경우, 그 보험료는 시행규칙으로 정하는 상한액의 범위 내에서 플랫폼이 부담한다.

이 상한액은 위 L.743-1조에서 규정하는 보험료를 초과할 수 없다(L.7342-2조 ①). L.7342-2조 ①의 규정은 플랫폼이 동 항에서 말하는 산재보험과 적어도 동일한 수준의 보장을 제공하는 집단 상해보험에 플랫폼 노동자를 가입시키고 그 보험료를 플랫폼이 부담하는 경우에는 적용하지 않는다(L.7342②).

(4) 직업교육

플랫폼 노동자는 L.6312-2조에서 규정하는 직업교육²⁹⁵⁾을 향유할 권리가 있다. L.6331-48조²⁹⁶⁾에서 말하는 직업교육 기여금은 플랫폼이 부담한다(L.7342-3조 1항). ²⁹⁷⁾ 플랫폼 노동자는 L.6111-1조 및 L.6411-1조에서 말하는 경력 인정²⁹⁸⁾을 신청할 수 있다. 플랫폼은 그 과정에 소요되는 비용을 부담하는 한편, 시행규칙에서 정하는 바에 따라 일정한 수당을 플랫폼 노동자에게 지급해야 한다.(L.7342-3조 1항)

(5) 불이익 금지

L. 7341-1조에서 말하는 노동자들이 직업적 요구 사항을 관철하기 위하여 조직적으로 노무의 제공을 거부하는 행동은 권리를 남용한 경우가 아니면 계약상 책임을 발생시키지 아니하며, 플랫폼과의 관계를 단절하는 등 그 행동을 이유로 해당 노동자에게 불이익을 가하는 일체의 이유를 구성하지 아니한다(L.342-5조).

(6) 노동조합

L.7342-6조. L. 7341-1조에서 말하는 노동자들은 노동조합을 조직하거나 노동조합에 가입할 수 있으며, 대표를 통하여 집단적 이익을 주장할 수 있다.

295) 비임금노동자와 자영노동자에게 적용되는 직업교육을 말한다.

296) 비임금노동자와 자영노동자는 직업교육을 위하여 해마다 사회보장법전에서 정하는 연간 소득 총액의 0.25% 이상의 기여금을 부담해야 한다.

297) L.7342-4조. ① L.7342-2조 및 L.7342-3조는 플랫폼 노동자의 매출액이 시행규칙으로 정하는 기준에 미치지 못하는 경우에는 적용하지 않는다. ② 산재보험 보험료 및 직업교육 기여금의 계산을 위해서는 플랫폼 노동자가 해당 플랫폼에서 달성한 매출액만을 고려한다.

298) 국가에서 인정하는 직업 관련 자격증을 취득할 목적의 경력 인정을 말한다.

IV. 미국

1. 현황

미국은 기술과 자금력을 보유한 주요 민간기업들(구글, 마이크로소프트, E 등)을 중심으로 4차 산업혁명과 관련된 전반적 분야에서 우수한 경쟁력을 갖고 있다.²⁹⁹⁾ 2019년 2월 미국은 AI 분야의 선도적 지위를 유지하기 위한 ‘American AI Initiative’를 추진하고, 국가 전반의 AI 역량을 높이기 위해 연구개발 투자, 인프라 개방, 거버넌스 표준화, 전문인력 확충, 국제협력의 5가지 전략을 제시하였다. 미국에서도 플랫폼을 기반으로 하는 새로운 직업군의 출현은 건축, 공학, 컴퓨터, 수학 분야 뿐만 아니라 O2O, 온 디맨드, 클라우드 소싱 등에서 나타나고 있다.

미국의 경우 2017년 5월 실시된 정부기관(BLS) 조사에 의하면 플랫폼노동 종사자에 해당되는 디지털중개 노동자(electronically mediated worker)는 전체 취업자의 1%에 해당하는 161만명으로 추산되었다.³⁰⁰⁾

2. 플랫폼노동에 대한 법원 판결과 캘리포니아주의 노동법 개정

최근 플랫폼노동과 관련하여 미국에서 노동관계법상 법적 분쟁이나 법적인 논의가 전개되고 있는 대표적인 형태는 우버와 같은 온 디맨드형 플랫폼노동이다. 이에 따라 미국 법원은 플랫폼노동 종사자에 대한 근로자 인정 여부를 판단하고 있는데 2015년 캘리포니아 주 연방지방법원에서 우버 운전기사를 주 법상의 근로자로 인정한 사례가 있다.³⁰¹⁾ 이 사례는 결국 2019년 3월 29일, 캘리포니아 주 연방지방법원에서 우버가 2천만 달러(약 240억)를 보상하기로 합의하여 5년간의 소송을 마무리 지었다.³⁰²⁾ 반면에 2017년 2월, 플로리다 주 지방법원에서는 해당 주 산업재해보상보험법상의 근로자성을 부정한 사례도 있다.³⁰³⁾

299) 한국은행 조사국 국제경제부, “2020년 이후 글로벌경제 향방을 좌우할 주요 이슈(1)”, 『국제경제리뷰』, 제2020-1호, 한국은행, 2020.1.2., 4쪽 참조

300) 김준영, 전제논문, 13쪽

301) O'Connor v. Uber Tech., Inc., 82 F. Supp. 3d 1133 (N.D. Cal. 2015).

302) UNITED STATES DISTRICT COURT NORTHERN DISTRICT OF CALIFORNIA, Mar 29, 2019, Case No. 13-cv-03826-EMC (N.D. Cal. Mar. 29, 2019).

303) District Court of Appeal of Florida, Third District. Darrin E. McGillis, Appellant, v. Department of Economic Opportunity; and Rasier LLC, d/b/a UBER, Appellees. No. 3D15-2758, Decided: February 01, 2017.

2018년 미국 캘리포니아 대법원은 Dynamex 판결에서 주문형 플랫폼노동 종사자인 배달원들을 ABC 테스트에 의하여 근로자로 보았다. 전국 규모의 배달업체인 Dynamex는 회사가 배달물량을 배달원들에게 할당하는 방식과 이용자가 어플리케이션을 통해 주문형 배달(on-demand delivery)을 요청하는 플랫폼 주문형식 모두를 활용하며 배달을 수행하는 기업인데 기존에는 배달원들을 정직원으로 직접 고용하다가 2004년부터 운영방식을 바꾸어 배달원들을 자영인(독립계약자)으로 취급하여 이들의 법적 지위가 문제된 사안이다.³⁰⁴⁾

캘리포니아 주는 이 판결을 계기로 ABC 테스트를 성문화하여 2020년 1월 1일부터 시행되고 있다. 일부 주는 2,000년대 이래 ABC 테스트를 도입하여 근로자가 독립계약자(independent contractor)로 오분류(misclassification) 되는 문제에 대응해왔다. 이제 캘리포니아의 플랫폼노동 종사자는 사용자가 ABC 테스트를 입증하지 못하는 한 근로자로서 인정되어 최저임금, 산재보상, 실업보험, 유급병가, 가족휴가 등 혜택을 받게 된다. 특정 노무제공자가 독립계약자로 판단되려면 다음의 3가지 요건을 모두 충족해야 하며, 입증책임은 사용자에게 있다.³⁰⁵⁾

< ABC 테스트 >

- (A) 해당 개인은 사용자에게 서비스를 제공하기 위한 업무를 수행함에 있어서 사용자의 지휘 감독 아래 놓인 적이 없었으며, 앞으로도 계속 없을 것이다. 이는 계약상으로는나 실질적으로나 그래야 하며,
- (B) 해당 서비스는 그 서비스를 이용하는 사용자의 통상적인 사업 외부에 있는 것이며 장소적으로도 그 사업장에서 행해지는 것이 아니며,
- (C) 해당 개인은 자신이 독립적으로 창설한 거래, 업종, 직업 또는 사업에 일상적으로 참여하고 있는 자여야 한다.

304) 이다혜, “미국 노동법상 디지털 플랫폼 종사자의 근로자성 판단 - 2018년 캘리포니아 대법원 Dynamex 판결을 중심으로 -”, 『노동법학』(제72권), 2019.12, 210쪽

305) Section 2750.3 of the Labor Code

제4절 입법적 개선 방향

I 입법론적 검토

1. 서

지금까지 플랫폼노동 종사자 보호에 대한 입법론적 논의는 플랫폼노동 종사자가 근로자와 자영업자 사이의 중간자적 위치에 있다는 전제에서 출발하여, 이들을 「i) 노동법상 근로자로 볼 것인가 ii) 특수형태근로종사자와 같이 일종의 유사근로자로 볼 것인가 iii) 근로자의 범주에 포섭하지 않는 제3의 영역을 설정하여 노동시장에서 노무제공자로서 당연히 받아야 할 사회권의 향유주체로 인정할 것인가」에 대한 검토로 요약된다. 이와 같은 포섭방식의 유형에 따라 보호의 범위도 달라진다. 노동법상 근로자에 포섭하는 경우 노동법의 전면적 보호를 받게 된다. 프랑스와 같이 특수형태근로종사자의 일종으로 볼 경우에는 노동조합법상 근로자성이 인정되어 노동조합 설립 및 활동이 가능하고 일부 사회보장법적 보호가 가능할 것이다. 그러나 어떤 종류의, 그리고 어떤 범위까지 사회보장법적 보호를 허용할 것인가는 입법정책적 문제이다. 영국의 입법례에서 보듯이 제3의 영역으로 포섭하는 경우에는 보호의 범위는 입법정책적으로 결정되며 앞의 두 가지 방식에 비하여 한정적일 수 밖에 없을 것이다.

이하에서는 각각의 포섭방식의 내용과 문제점을 분석하고 외국의 입법례를 비교하여 제시한다.

2. 포섭방식의 유형과 검토

(1) 노동법상 근로자의 범주로 포섭하여 노동법을 적용하는 방안

1) 해석론에 의한 근로자성 판단

플랫폼노동 종사자를 노동법상 근로자의 범주에 포섭하여 노동법을 적용하는 방식은 플랫폼노동 종사자의 근로실태가 현행 판례법리의 근로자성 판단기준인 '사용종속성'에 합치할 경우에만 가능하다. 판례법리에 의한 '사용종속성의 판단기준'은 점차 완화되어 왔지만 여전히 금과옥조와 같이 우리 노동법 해석론의 근간이 되고 있다. 따라서 현행 노동법의 근로자 개념 정의 내지 해석론에서는 어려운 일이다.

다시말하여 현재의 사용종속성 판단기준에 의하면 플랫폼노동 종사자는 근로자성을 인정받기 어렵다.

그런데 최근 플랫폼노동 종사자의 종속성에 대한 새로운 견해가 제기되고 있다. 이 견해에 의하면 디지털플랫폼 노동자는 항상 일하고 있는 것은 아니지만 언제든지 일할 수 있도록 항시대기 상태에 있어야 하므로 디지털 플랫폼에서 시공간이 특정되지 아니한 채 항시적인 종속 상태에 놓이게 된다는 측면에서 '종속성'을 재해석해야 한다고 주장한다.³⁰⁶⁾ 일견 플랫폼노동의 본질적 특성에 착안한 새로운 해석론이지만 법원이 현실적으로 수용할 가능성은 그리 크지 않다고 판단된다.

2) 노동법상 '근로자와 사용자 개념' 규정의 개정

근로자의 범주에 플랫폼노동 종사자가 포함될 수 있도록 근로자에 대한 정의 규정을 개정한다면 노동법적 보호와 더불어 사회보장체계에 편입될 수 있다. 현행 근로기준법과 노동조합법은 근로자 개념에 대하여 약간 상이하게 규정하있는 반면에 사용자 개념은 문언상 동일하다. 이는 근로자 개념이나 사용자 개념이 일신전속성 개념이 아니라는 것과 입법론적으로 개정이 불가능한 것은 아니라는 것을 의미한다.

(2) 특수형태근로종사자에 포섭하는 방안

1) 특수형태근로 종사자에 대한 특별법 제정

특수형태근로 종사자에 대한 특별법을 제정하여 특수형태근로 종사자의 개념을 규정하고 플랫폼노동 종사자를 포함시키고 보호의 범위와 내용을 열거 규정하는 방식이다. 우리 파견법 또는 프랑스 노동법전에 포함된 특수형태근로 종사자 규정을 예로 들 수 있다.

2) 노동관련법에 추가적 규정 신설

노동관련법에 그 법률의 입법취지를 고려하여 해당 법률의 근로자 개념에 특수형태근로 종사자를 포함시키거나 특수형태근로 종사자에 대한 정의 규정을 두고 적용 특례를 인정하는 방식을 생각해볼 수 있다.³⁰⁷⁾ 독일은 유사근로자 개념을 정

306) 박제성, 전계논문, 18쪽 참조. 이 견해에 의하면 디지털 플랫폼에 종속된 노무제공자는 언제 어디에 있든지 간에 실시간으로 도달하는 신호에 즉각 반응해야 한다는 반응성을 특징으로 한다. 이 반응성을 극대화하기 위하여 필요한 것은 근로시간과 장소를 사전에 특정하지 않는 것이다. 노무제공자는 시공간이 특정되지 아니한 채 언제 어디서나 동원될 수 있는 상태에 놓이게 된다. 디지털 플랫폼에서 시공간이 특정되지 아니한 채 노동하는 자는 항시적인 종속 상태에 놓이게 된다.

의하고 연방휴가법, 단체협약법, 노동법원법의 일부 규정을 적용하여 노동법적 보호를 하고 있다.³⁰⁸⁾

3) 근로자성을 인정하지 않고, 제3의 영역에서 보호하는 방안

플랫폼노동 종사자를 노동법상 근로자 개념에 포섭하거나 특수형태근로종사자에 포섭하는 방안에 한계가 있다는 측면에서 제3의 영역으로 포섭하는 방식이 있다. 이와 같이 제3의 영역에서 보호하는 방안은 영국의 입법례에서 찾아볼 수 있다. 영국은 근로자(Employee)와 노무제공자(Worker)를 구분하고 근로자에게는 노동관계법령을 전면 적용하는 반면에 노무제공자에게는 일부의 노동관계법을 적용한다. 노무제공자인지 여부의 판단은 근로관계의 판단을 바탕으로 하지만 완화된 기준을 활용한다. 근로관계의 판단은 역시 종속성 여부에 달려 있다. 영국이 플랫폼노동 종사자를 근로관계에 완전히 포섭되지 않더라도 제3의 영역에서 보호하며 근로자에 대한 보호와는 차등을 두는 기준은 경제적 종속성을 근거로 한 것이다. 즉, '인적 종속성의 부존재'(Absence of subordination) 때문에 근로자로 볼 수는 없지만, '경제적 의존상황'(Situation of economic dependence)을 고려할 때 '경제적 종속노무제공자(Economically dependent worker)'로 개념지우는 것이다. 이러한 개념은 독일의 유사근로자와 같은 것이고, 우리 대법원도 근로자성 판단기준의 하나로써 차용하고 있다. 영국, 독일 등 유럽국가들에서 경제적 의존상황(종속성)을 판단하는 기준은 다음과 같다.³⁰⁹⁾

- 직접적인 작업 수행(work performed personality)
- 작업의 지속성과 조율(continuity and coordination of work)
- 한 명의 사용자로부터 얻은 소득이 소득의 전부 또는 대부분을 차지하는지 여부[income (all or greater part thereof received from one principal)]

이와 같은 판단기준에 의하여 플랫폼노동 종사자가 '경제적 종속노무제공자'로 인정되는 경우 보장되는 최소한의 노동법적 보호는 노동조합 설립과 단체교섭권, 사회보장(특히, 연금), 절차법제(procedure of rules)가 해당된다.

영국의 경우 노무제공자(Worker)에게는 평등법, 최저임금법, 근로시간법, 단시간 근로자법이 모두 적용되며, 고용권법(The Employment Rights Act, 1996)의 일부 규정(내부고발, 불공정한 임금공제 관련)과 고용관계법의 일부 규정(징계 및 고

307) 한인상·신동윤, 전제논문, 15쪽 참조

308) 그 밖에 보편적 동등대우법, 연방정보보호법이 적용된다.

309) 김근주, "디지털경제와 노동법의 새로운 접근법", 디지털경제 확산과 노동유연화 민주노총의 대응방향 토론회, 전국민주노동조합총연맹, 2019.11.21., 201쪽 참조

충처리절차에서 동료근로자로부터 지원받을 수 있는 권리)이 적용된다.³¹⁰⁾ 그런데 영국과 같이 플랫폼노동 종사자를 제3의 영역으로 포섭하는 경우에도 그 보호범위 설정에 관한 논의는 지속적으로 제기되고 있다.³¹¹⁾

3. 소결

플랫폼노동 종사자를 근로자의 범주에 포섭하여 노동법 및 사회보장법에 의한 전면적 보호를 하는 입법례는 어느 국가에도 존재하지 않는다. 플랫폼노동 종사자에 대한 특별법을 제정한 국가도 없다. 다만, 프랑스의 경우 2016년에 노동법전에서 규정하고 있는 특수형태노무종사 근로자에 플랫폼노동 종사자를 포함시켜 극히 일부의 노동법적 보호를 하고 있다. 영국은 근로자(Employee)와 노무제공자(Worker)를 구분하고, 플랫폼노동 종사자를 노무제공자로 보아 노동법의 일부 규정을 적용하고 있다.

우리의 경우 전술한 세 가지 입법론적 방식 중에서 두 번째 방식과 세 번째 방식을 고려해볼 수 있다. 플랫폼노동 종사자를 특수형태근로 종사자에 포함시켜 노동법과 사회보장법적으로 부분적 보호를 하는 방식이 아마도 가장 현실적일 것이다. 그러나 특수형태근로 종사자에 대한 보호 방안에 대한 논의도 2000년 이후 무려 20년째 이루어지고 있지만, 현재까지 사회보험의 일부 영역(산업재해보상보험법상 특례규정)을 제외한다면 노동법적 보호 입법은 이루어지지 않았다. 대신 주로 경제법적 접근이 이루어져왔다(예: 공정거래위원회의 특수형태근로종사자에 대한 거래상지위남용행위 심사지침 등).

세 번째 방식으로서 영국과 같이 플랫폼노동 종사자를 제3의 영역으로 포섭할 것인지 여부는 입법정책적 선택이지만 단기적으로 우리 법 체계에 도입하기는 쉽지 않을 것이다. 사건으로는 우리나라도 중·장기적으로 이 방식을 추진해야 한다고 생각한다.

플랫폼노동 종사자의 불안정한 지위와 열악한 근로조건이 심각한 사회이슈로 떠오르고, 플랫폼노동 종사자의 규모도 산업의 디지털 전환과 맞물려 확산 추세에 있기는 하지만 전체 취업자 비율로 볼 때 수치상 적은 비중을 차지하고 있다. 물론 취업자 수의 많고 적음이 노동법적 보호 방안 마련의 순위에서 잣대가 될 수는 없다. 그러나 냉정하고 현실적인 인식과 정확한 실태 파악을 바탕으로 하지 않는

310) 김근주, 전계논문, 199쪽 참조

311) 김근주, 전계논문, 200쪽 참조

접근은 보호방안을 마련한다 해도, 오히려 법과 현실의 괴리가 더욱 커질 것이다. 예컨대 지나치게 보호수준을 높이는 경우 플랫폼노동 종사자는 노동시장에서 위장된 자영업자의 무리에 편입될 수 있다.

플랫폼노동은 전통적 근로계약관계와 달리 복수의 이해당사자가 존재하는 경우가 대부분이므로 이해당사자간의 조율이나 사회적 공감대 없이 근로자 보호에 대한 당위성만으로 제도 개선을 추진할 경우에는 법의 실효성 확보를 기대하기 어렵다. 따라서 충분한 사회적 대화와 공감대 형성을 바탕으로 입법적·정책적 대응방안이 마련되어야 한다. 충분한 사회적 논의 없이 입법을 한 프랑스의 경우 플랫폼을 중복 활용하는 근로자에 대한 법 적용이나 단체교섭 대상이 되는 사용자의 확정 문제 등에 어려움이 있어 애초의 입법의도와 달리 실제로 플랫폼 종사자에 대한 보호 효과를 거두기에는 한계가 있다는 비판을 받고 있다. 2020년 5월 29일 임기가 끝나는 제20대 국회에 플랫폼노동 종사자를 보호하기 위한 법률안이 발의되어 계류중이지만 현실적으로 단시일내에 법 개정이나 새로운 입법이 이루어지는 것은 어렵다.³¹²⁾ 따라서 플랫폼노동의 이해당사자들이 자율적 개선을 위한 행동강령을 마련하도록 정부나 지자체가 지원할 필요가 있다. 독일의 경우 이해관계자들이 자율적으로 공동의 행동강령을 마련하여 플랫폼노동 종사자에 대한 최저기준 준수 의무와 분쟁해결 절차 등을 규정하고 있다.³¹³⁾

또한, 플랫폼노동 종사자에 대한 보호는 ILO, EU 등의 국제기준과 각국의 보호수준을 고려하여 입법적 정비할 필요가 있다. 산업의 디지털 전환과 경쟁은 전세계적 추세이므로 국내 제도와 해외 제도 간의 괴리가 클 경우 관련 산업의 성장을 저해할 뿐 아니라 이해관계자 간의 형평성 및 공정성 문제를 야기시킬 수 있다.

II. 노사관계제도의 중·장기적 개선 방향

312) 「고용보험법 일부개정법률안」(한정애의원 대표발의, 의안번호 2016373)은 플랫폼노동종사자를 고용보험에 의무가입 형태로 포섭시키고 있다. 그 밖에 「근로복지기본법 일부개정법률안」(김광수 의원 대표발의, 의안번호 2009472)은 플랫폼노동 종사자의 노동환경을 개선하기 위한 휴게시설의 설치·운영에 관한 내용을 담고 있다.

313) 우리나라에서도 서울특별시 플랫폼노동공론화추진단과 시민참여단이 이해당사자가 참여하는 협의기구를 구성하고 사회적 협약을 체결하라는 내용을 포함한 정책 제언을 서울시에 제출한 바 있다. 이들은 서울시가 이런 협의 기구를 통해 플랫폼노동에 적용될 표준계약서와 산재보험 등에 대한 지침을 마련하고, 플랫폼노동 관련 행동 규범과 분쟁 조정 등에 관한 사회적 협약을 자율로 체결토록 하라고 권고했다. (2019.12.30., 연합뉴스 등)

1. 노동법의 패러다임 전환

4차 산업혁명에는 생산방식과 생산내용의 변화는 물론 노동을 둘러싼 가치관과 노사관계, 노사관계를 뒷받침하는 법·제도의 변화가 요구되는 등 노동시장 전반에 지대한 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다. 그러나 현재의 노동법은 4차 산업혁명에 따른 혁신과 경쟁력을 위한 규범적 인프라로서 한계가 있으므로 전통적 노동법의 패러다임에 입각한 집단적이고 획일적 규제방식을 유연하고 개별적인 규제방식으로 바꾸고, 기업과 사업의 특성과 근로자의 수요를 반영하여 근로조건에 대한 당사자의 자율을 확대하는 방향으로 전환할 필요가 있다. 따라서 4차 산업혁명에 따른 산업현장 내 이해관계의 다양성과 대립을 합리성으로 조정, 조율할 수 있는 시스템을 법적으로 유연하게 보장할 필요가 있다.

디지털전환에 의한 생산방식은 노무제공자의 생산과정을 네트워크로 연결하고 일하는 방식을 유연화시키므로, 노무제공자에게 근로시간과 근로장소의 자유로움을 가져다 줄 뿐만 아니라, 기존의 정규직 중심의 전통적 고용형태와 일하는 방식에 큰 변화를 초래하게 된다. 이미 정규직의 근로관계에서도 근로장소에 구애받지 않는 스마트 워크가 증가하고 있으며, 일반적인 근무시간 외에도 스마트기기를 통해 기업과 연결되는 사례가 일상이 되고 있는 상황이다. 또한, 산업 간 경계가 허물어지면서 산업 간 융복합을 통한 인력이동이 상당히 중요한 요소 중 하나로 지목된다. 한 마디로 디지털 전환이 갖는 가장 중요한 시사점은 자율성과 유연성이라 할 수 있다.

디지털플랫폼 노동과 근로기준제도와와의 부정합성은 근로시간제도와 임금 체계에서 있어서 가장 두드러진다. 이때 개선의 핵심 키워드는 근로자의 휴식과 직장·사적 생활의 양립과 함께 근로시간 결정의 자율성과 유연성의 확대라 할 수 있다. 구체적인 개선과제로 1주의 법정 근로시간 범위 내에서 1일의 근로시간 규제를 완화하고 근무일 간 최소휴식시간제를 도입함으로써 근로시간 편성의 자율성을 높일 필요가 있다. 또한 근로시간계좌제도를 통해 초과근로시간을 적립하고 이를 휴식이나 금전으로 보상받는 것도 향후 근로시간 운영의 유연성과 근로자에 대한 휴식 보장이라는 측면에서 유용성이 클 것으로 기대된다. 아울러 탄력적 근로시간제와 재량근무제 등 유연근무제도가 활성화되어야 장시간근로의 문제를 해소할 수 있을 것이다. 다른 한편, 디지털 구속으로 벗어나 사적 생활의 자유를 향유하기 위해서는 퇴근 후 연결되지 아니할 권리를 현실에 맞게 구체화하는 것이 중요하며, 업무의 필요성과 휴식의 보장이 적절히 조화를 이루기 위해서는 연결 가능성과 연결

금지의 기준과 보상에 대해 업종과 업무의 특성을 감안한 자율적인 규제가 필요하다. 다시말하여 근로시간에 관한 양적 선택권을 확대함으로써, 유연한 근로조직 체계를 구축하는 것이 필요하다. 더불어 근로시간에 비례한 임금모형에서 벗어나서, 성과중심의 임금체계를 보편화하는 노력이 병행되어야 한다.³¹⁴⁾

디지털플랫폼 경제하에서는 개별 근로자의 특성이 의미를 갖지 않는 업무는 인공지능으로 대체될 것이므로 얼마나 많은 근로시간 동안 일을 했는가 하는 계량적 지표는 더 이상 무의미하게 될 것이다. 따라서 업무성과의 양과 질에 따른 일자리 평가가 중요하게 될 것이므로 현재와 같은 근로시간 비례형 임금산정방식은 맞지 않으며 야간근로나 연장근로에 대한 가산임금체계와도 어울리지 않는다. 근로자가 스스로 최적의 근로시간과 근로 양을 결정하는 구조라면, 획일적이고 경직된 가산임금체계는 설득력을 가질 수 없다.

2. 공유·플랫폼경제하에서의 제조업의 혁신과 일자리 창출

4차 산업혁명에 의한 공유·플랫폼경제의 확산은 단순반복적 형태의 저숙련직의 일자리를 대체 하거나 소멸시킬 우려가 있지만, 인공지능(AI)이나 로봇관련 전문직·기술직에서는 새로운 일 자리가 급격히 늘어날 것으로 예측되고 있다. 한편, 4차 산업혁명의 가장 주목할 만한 혁신을 ‘제조업의 혁신’이라는 관점에서 바라보는 입장이 존재하고 있음. 즉, IoT, 클라우드 컴퓨팅, 3D프린터, 빅데이터 등의 ICT기술을 통해 생산공정과 제품간 상호 소통시스템을 구축함으로써 작업경쟁력을 제공하는 독일의 ‘인더스트리 4.0(Indusrie 4.0)’이 대표적이라 할 수 있으며, 이 중 가장 핵심적인 산업으로써 자동차 산업이 위치하고 있다. 따라서 우리나라의 경우 국가 경제의 중요한 비중을 차지하고 있는 제조업 산업에서부터 일자리 창출을 위한 노력을 적극적으로 할 필요가 있다. 도요타의 재택근무 등 새로운 노무제공 방식에 의한 다양한 일자리 창출 사례는 우리에게 큰 시사점을 주고 있음. 따라서 제조업에서도 인공지능 및 로봇과의 협력을 통한 새로운 일자리도 창출할 가능성이 존재한다.

디지털전환으로 인한 일자리의 축소 내지 소멸에 대응하여 노동정책과 직업능력개발의 연계를 통한 일자리 창출을 모색할 필요가 있다. 재직근로자의 근로시간을 단축하거나 유급휴가 부여 등을 통한 직업능력개발훈련 활성화가 논의되고 있으

314) 김희성, “노동 4.0을 통해 바라본 디지털시대의 노동 - 4.0 산업시대의 노동”, 디지털경제하에서의 노동법 개혁을 위한 전문가 간담회, 충남대학교 법학전문대학원 노동법연구회(2020.1.12.), 11쪽

며, 붓 등에 의해 일자리를 상실한 기술소외계층이나 근로의 기회를 가지지 못하는 취약계층(예컨대 장애인, 여성, 고령자 등)을 위해서는 사회정책적 차원에서 기본소득 내지 실업부조와 같은 제2의 사회안전망을 시급히 도입하여 실시함으로써 생계를 보장하는 동시에 이를 직업능력개발과 연계하는 방안도 모색할 수 있다.

제5장 결어

공유·플랫폼 경제에 있어서 민사적인 해결방안과 관련하여서는, 전통적인 민사법원칙에 의한 해결 방안과, 플랫폼 사업자에게 적용될 수 있는 전자상거래법의 해석 또는 개정에 의한 해결 방안을 고려할 수 있다. 사적자치의 원칙상 계약의 효과는 계약을 체결한 당사자에게만 미치는 것이 원칙이다. 이러한 계약당사자 확정은 당사자의 의사해석이 가장 중요하며, 계약 당사자가 아닌데도 계약의 효과가 미치는 경우인 대리제도의 성립여부도 검토가 필요할 것이다. 계약당사자 확정과 관련하여서는 법률행위의 해석과 관련하여 판례가 확고한 법리를 형성해 오고 있다.

계약 당사자가 아닌데도 계약의 효과가 귀속되는 경우를 규율하는 제도로 대리 법리가 있다. 플랫폼이 대리인임을 명확히 밝히고 계약 체결이 이루어졌다면 계약의 효과는 공급자에게 귀속될 것이나 이를 밝히지 아니한 경우라면 문제될 것이다. 다만 해당 거래가 본인을 위한 것임을 밝히지 아니한 경우에도 민법과 상법상 본인에게 귀속되는 예외가 인정된다.

전자상거래법은 당사자가 아니라는 고지의무 위반 시 통신판매중개자에 대하여도 통신판매의뢰자와 더불어 연대책임을 지도록 규정하고 있다(제20조의2 제1항). 이로써 당사자 확정에 관한 문제를 사실상 해결하였다고 볼 수 있다. 전자상거래법은 통신판매중개업자가 통신판매중개의뢰자의 신원정보에 관하여 소비자에게 정보 또는 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하지 아니하거나 제공한 정보가 사실과 달라 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 규정하고 있다(제20조의2 제2항).

신원정보는 통신판매중개의뢰자를 당사자로 특정하고 그 책임추궁을 위하여 반드시 필요한 정보라 할 수 있다. 그 점에서 통신판매중개업자에게 이에 대한 정보제공의무를 부과하고 위반 시 연대책임을 지도록 한 것은 당사자 확정을 실효성 있게 뒷받침하는 기능을 수행한다고 볼 수 있고 그 점에서 상당히 의미 있는 조항이라고 보아야 할 것이다. 이와 관련하여, 제공한 신원정보가 사실과 다를 경우 즉 통신판매중개업자가 제공한 신원정보의 정확성에 대하여 까지 통신판매중개업자에게 심사할 의무를 부과하는 것은 지나치다는 견해가 있다. 즉 이러한 실질적 심사의무의 부과는 과도한 것이며, 입력이 제대로 이루어 졌는지만 확인토록 하는 등의 형식적 심사의무만 부과하는 것이 타당하다는 것이다.

이 부분은 민사적인 관점에서 당사자의 의사합치 여부로만 판단한다면 통신판매중

개업자로서는 통신판매중개의뢰자가 표명한 정보를 신뢰한 이상 책임을 물을 수 없다는 견지의, 반대 관점도 있을 수 있다. 그러므로 이 문제는 사적자치의 전통적인 민사법원칙만을 가지고 본다면 당부당에 관한 판단을 내리기 어려운 문제라고 생각된다. 그 보다는 소비자 보호의 관점에서 또는 플랫폼 운영자의 지위와 영향력, 플랫폼을 통한 거래의 활성화와 안전성 담보라는 여러 법익 목적을 고려하여 플랫폼 운영자에게 어느 정도까지의 담보책임을 부담시키는 것이 합당하느냐는 문제로서 판단의 영역이라고 보아야 할 것이다.

플랫폼 운영자는 여러 상거래를 취급함으로써 막대한 이익을 얻을 수 있는 반면, 개별 거래의 당사자들은 그렇지 않은데도 이러한 대규모의 거래로 인하여 발생하는 위험은 전적으로 거래자들이 부담토록 할 경우에 위험과 효익의 불비례성이 생길 것이다. 이러한 점을 고려한다면, 플랫폼에 진입하는 공급자가 신원정보가 허위인지 여부 정도는 플랫폼 운영자가 마땅히 확인하고 책임을 져야 한다고 보는 것이 타당하다는 관점도 충분히 존재할 수 있을 것이다. 다만 이 부분은 논란의 소지가 있으므로 향후 개선사항으로서 필요하다면 입법으로 명확히 하는 방법도 고려해 볼 수 있을 것으로 생각된다.

전자상거래법은 새롭게 등장하고 있는 온라인 플랫폼 현상을 정확히 반영하지 못하고 있다는 점을 상기와 같은 전자상거래법의 제반 문제들을 관통하는 근본 문제로 지적할 수 있다. 이러한 문제점은 통신판매중개업자라는 제한된 틀로 현상을 규율하려는 데서 비롯된 것이라 할 수 있는데, 최근 들어 성장하고 변모해가는 온라인 플랫폼 현상을 통신판매중개업자의 개념으로만 규율하기에는 한계가 있다. 그러므로 양자가 다르다는 점을 인정하고 온라인 플랫폼 사업자에 대한 적합한 규제를 고려할 필요가 있다.

통신판매중개라는 개념은 플랫폼 현상을 고려하여 만들어진 개념이 아니다. 플랫폼은 중개 이외에도 다양한 거래관여행위를 하므로 플랫폼 현상 그 자체를 고려한 직접적인 규율방식이 필요하다. 우선 통신판매중개업자 개념은 사업자 아닌 자도 포함시키고 있으나 사업자가 아닌 경우에는 별도의 규율 필요성이 현저히 떨어진다는 문제가 있다. 또한 온라인 플랫폼 사업자를 규율하는 관점의 접근이 적합하지 않을 수도 있는 이질적인 요소들이 포함될 수 있다는 문제가 있다. 이처럼 사업자 아닌 자도 포함하고 있는 부분은 개념이 불필요하게 넓은 것을 의미하며 합목적적으로 개념의 축소 조정이 필요한 부분이라고 할 수 있다.

현행 전자상거래법은 통신판매중개자가 판매자인지 중개자인지라는 이분법적인 접근에 기초하여 통신판매중개자 개념을 설정하고 있는데, 이것은 온라인 플랫폼 사업자의 다양한 관여 정도라는 현실을 규율하기 어려운 면이 있다. 따라서 온라인 플랫

품 사업자의 실질을 있는 그대로 받아들이고 이를 반영한 책임 규율이 필요하다.

이러한 새로운 전자상거래 시장의 공통점은 그 형태가 복잡하고 유동적이어서 일의적인 정의가 어렵다. 하지만 모두 플랫폼을 기반으로 한다는 점, 그리고 대규모 이용자 그룹을 선도하며 이들의 상호작용이 가능한 네트워크와 토대를 제공하는 플랫폼 사업자에 의하여 발전되고 있다는 점을 공통점으로 한다. 따라서 이러한 발전과 혁신적인 성격을 저해하지 않는 접근이 되도록 유의할 필요가 있다.

앞에서는 온라인플랫폼 운영자의 거래 당사자로서의 책임 확장에 관하여 보았다. 그러나 플랫폼 운영자가 <해당 재화와 용역 거래>의 당사자가 아닌 경우에도 <플랫폼 이용계약>의 당사자에는 해당할 것인바, 그 이용자에 대하여 어떠한 보호의무를 인정할 수 있을 것인지 구체화될 필요가 있다. 플랫폼 이용계약의 당사자로서 플랫폼 이용자에 대한 보호의무(계약법상 또는 불법행위법상)의 범위는 앞으로 사회현상의 전개에 따라 계속 변화해 나갈 것으로 보이므로 위와 같은 예는 예시 사항이며 향후 전개 방향에 대한 지속적인 관심이 필요할 것으로 본다.

상기와 같은 플랫폼의 안정성 및 신뢰성과 관련하여 제기되는 문제들 중, 시스템의 하자, 해킹 위험 등으로부터의 보호, 불법행위 방지책임 등은 관련 개별법 예컨대 개인정보보호법, 전자금융거래법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등 개별 법률에 의하여 해결하는 개별적인 접근 방법에 의한다고 볼 수 있고, 그 점에서 전자상거래 또는 플랫폼운영자에만 특유한 별도 규제 필요성이 있다고 보기는 어렵다는 시각이 있을 수 있다.

그러나 이용후기 시스템은 전자상거래 일반의 문제로서 특히 오늘날 전자상거래가 플랫폼을 통해 이루어지는 현실에서는 소비자의 합리적인 의사결정을 저해하는 남용행위가 이루어지지 않도록 하는 내용을 전자상거래법에 두는 방안을 고려할 수 있다.

온라인 플랫폼을 이용하는 공유경제에 대한 전자상거래법의 적용 가능성과 한계 문제이다. 온라인 플랫폼을 이용하는 공유경제활동의 경우에도 전형적인 사업자-소비자 구도인 경우에는 전자상거래법에 의한 의무와 책임 규율이 용이할 것이다. 이러한 전자상거래법에 의한 책임 규율은 전통적인 민사법에 의한 민사책임 확정이 가져올 불확실성과 비효율성을 상당부분 해소해 줄 수 있음은 전술한 바와 같다. 그러나 전형적인 내지는 좁은 의미의 공유경제 활동, 예컨대 peer라는 사적 제공자가 공유경제를 간헐적으로만 이용하는 경우 사업자에 대한 현행 규제를 적용하기 어렵다는 한계가 있다. 이러한 경우 사업자 성이 불분명해지기 때문에 전자상거래법의 적용을 그대로 관철할 수 있는지, 그것이 적절한지의 문제가 제기될 수 있다. 전자상거래법의 적용이 제한될 경우 전통적인 민상법원리에 의지하게 될텐데 그 자체로 과제가 될 수 있다.

다음으로 공유경제 활동의 비전문성, 사적 제공의 측면이 민사적으로 어떠한 효과를 가져올 지도 생각해 볼 문제이다. 예컨대, 전문적으로 숙박업을 영위하는 자가 숙박 서비스에 제공하기 위하여 거래에 내어 놓은 물건 및 서비스의 수준은, 숙박업이 전업이 아닌 일반 사인이 자신이 사용하던 집을 일시적으로 공유경제활동의 일환으로 거래 대상에 내 놓는 경우와는 다를 수 있을 것이다. 이러한 부분은 민사적으로는 당사자 간의 물건 내지 서비스의 수준에 대한 합의가 무엇이냐의 문제에 귀결될 것이고, 전문 숙박업자 등 업자에게 적용되는 규제를 어느 수준까지 확장하여 적용할 것이냐는 공법적인 규율도 작용할 것이다. 그러나 그러한 합의와 공법적 규율이 명확하지 않은 경우 당사자의 서비스 수준을 어느 정도로 설정하고 책임의 범위를 논할 것인지는 결국 의사해석과 보충의 문제로서 사회통념에 따라 결정될 것이므로 종래의 전문업자에 의한 공급의 경우와는 차이가 생길 수 있을지, 그 차이 내용이 어떠한 것일 수 있는지에 대해서는 논의가 필요할 수 있다.

한편, 여럿이 함께 사용한다는 공유 내지는 공용적인 특성과 관련하여서는 해당 이용의 법률관계의 성격을 무엇으로 볼 것인지 문제될 수 있다. 예컨대 차량이나 숙박 공유의 경우, 해당 물건을 빌려주는 임대차로 볼 것인지, 아니면 해당 목적물을 이용할 수 있도록 편의를 제공하는 시설물 임대와 편의 제공이 결합된 혼합계약으로 볼 것인지, 아니면 이용권의 매매와 같은 매매로 볼 것인지 등도 문제될 수 있다. 전통적인 물건에 대한 소유권에 기반한 매매 또는 임대차로 구성할 경우, 법률관계가 간명한 점은 있으나, 물건의 인도 이외에 추가되는 서비스 부분을 설명하기 곤란하다는 난점, 그리고 물건의 인도 이후의 보호의무의 인정여부도 문제가 될 수 있다.

통상 공유경제 활동을 단순히 물건의 대여관계로 파악하여 임대차를 기본적인 법률관계로 삼기 쉽다. 그 경우 사안에 따라서는 위 숙박공유의 예에서 보듯이 이용자 보호의 흠결, 이용자의 이용관계에 비추어 실질에 부합하기 어려운 점이 생길 수 있음을 알 수 있다. 특히 거래의 대상물이 전적으로 빌려주는데 특화된 전업화된 물건이 아니라, 본래의 소유자와 ‘공유’한다는 본질적인 특성이 있다는 점과 관련이 되어 있다. 바로 그점으로 인하여, 전적으로 물건의 점유와 이용권을 넘겨주는 임대차는 공유경제활동의 기본 법리로 삼는 것이 과연 적절한 지, 어떠한 문제는 없을지 의문이 생겨나는 면이 있다. 소유자(또는 권리자)와의 공용이라는 관점에서 공급자 쪽의 서비스 제공과 보호의무, 정보제공의무가 수반되어야 한다고 볼 경우가 적지 않을 것으로 생각된다. 상기의 논의는 이러한 점을 잘 보여주었다는 점에 의의가 있으며, 이 점은 모든 공유경제 활동에 있어 중요한 참고가 될 사항이라고 보인다.

공유·플랫폼 경제시스템에 있어서 소비자보호 및 경쟁법상의 규율도 중요하다. 공유 경제는 기존 경제에서 존재하지 않았던 새로운 경제모델이라기 보다는, 기존 경제 모

델에서 공급시장의 변화에서 비롯된 형태로 보아야 할 것이다. 이러한 구조적 특성으로 인해 공유경제는 기존 공급시장에서 공급자와 공유·플랫폼 제공자 등과 갈등 내지는 충돌이 생기게 된다. 그 대표적인 사례가 승차공유경제와 숙박시설공유경제라고 할 것이다.

이와 같이 공유·플랫폼 경제 규모의 성장·발전에 따라 관련 당사자 간의 법률관계가 복잡다기해질 뿐만 아니라, 공유자원 이용자의 피해 유형도 다양해지고, 관련 당사자의 이해관계도 첨예하게 대립하는 등 복잡한 사회적 문제를 야기하고 있다. 문제는 다양한 공유·플랫폼 경제 유형에 대해 어떤 법률로 적용·규율할 것인가라는 것이다. 그런데 ICT 발전에 따라 다양한 형태의 공유·플랫폼 경제 형태가 출현하고 있음에도 해당 사업에 대해 종래의 규정을 그대로 적용하기에는 한계가 있다. 급속한 기술발전 등에 따른 관련 입법의 정비가 지체되면서 정부는 최근 규제 샌드박스의 형식으로 공유경제의 확산 요구에 대응하고 있는 실정이다.

사업행위에 대해 개별업법의 형태로 규제를 가하는 것은 이용자(소비자)의 보호뿐만 아니라, 해당 사업행위에 의해 생기는 사회일반 및 주변환경에 미칠 수 있는 악영향도 방지하기 위함이기 때문에, 공유·플랫폼 사업자의 요구 내지는 경제의 활성화 측면만을 강조함에는 문제가 있다. 소비자의 관심은 가격뿐만 아니라 품질, 다양성 및 혁신에 관한 것이다. 따라서 소비자의 선택의 폭을 넓히기 위한 혁신을 촉진시키기 위해 공적 규제가 필요하다. 그런데 혁신기술 관련 산업분야에 있어서 개별업법에 기한 종래의 규제 방식이 소비자의 권익 보호보다는 기존 사업자의 권익보호에 충실하게 되는 문제가 있다. 따라서 규제완화를 통해 경쟁관계에 있는 플랫폼을 진입시켜 소비자의 권익을 증대시켜야 한다는 주장이 제기되고 있다.

특히 온라인 플랫폼 등을 통한 거래는 오프라인에 비해 시장에 대한 접근성이 용이하기 때문에 효율성 측면에서 잠재력이 크지만, 플랫폼을 통해 사업하는 이용자들은 거래 상대방을 명확히 파악하기 어렵고, 불특정 다수 당사자와 이루어지는 거래 관계에서 플랫폼제공자의 불공정성 문제와 손해에 대한 배상시스템의 불완전성 문제 등으로 인하여 디지털시장의 경쟁력 확보에 장애가 되고 있다. 따라서 디지털 방식의 플랫폼시장에서 공정한 거래관행과 체계적인 보상시스템을 확보하게 되면 더 많은 소비자와 제공자가 안심하고 재화와 서비스를 적극 거래하게 되어 궁극적으로 디지털경제규모가 커지게 될 것이다. 결국 IT 혁신기술을 매개로 하는 공유·플랫폼 경제시스템의 발전을 위해서는 거래의 불공정 문제와 배상제도의 불완전 문제를 해결하기 위한 적극적인 노력이 필요하게 된다.

플랫폼 사업자와 소비자와의 거래에 있어서 소비자와 사업자 사이의 정보의 질과 양 및 협상력의 격차가 존재하기 때문에 소비자는 사업자와의 거래에 있어서 거래조

건이 일방적으로 불리해지기 쉽다. 거래 상대방인 소비자에게 우월한 디지털 플랫폼의 구조적 특성상 거래 상대방인 소비자에 대해 그 지위를 이용하여 정상적인 상관습에 비추어 부당하게 불이익을 주는 것은 소비자의 자유롭고 자율적인 판단에 의한 거래를 저해하는 한편, 디지털 플랫폼 제공자는 그 경쟁자와의 관계에 있어서 경쟁상 유리할 우려가 있다. 이러한 행위는 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있기 때문에 불공정한 거래 방법 중 하나인 우월적 지위의 남용으로서 공정거래법에 의해 규제하여야 할 것이다.

특히 플랫폼사업자가 개인정보 등을 제공하는 소비자에 대해 우월한 지위에 있는바, 특히 소비자에게 대체 가능한 서비스가 존재하지 않는 경우, 대체가능한 서비스가 존재하고 있다 하더라도 해당 디지털 플랫폼이 제공하는 서비스의 이용 중지가 사실상 곤란한 경우, 해당 디지털 플랫폼이 그 의사로 어느 정도 자유롭게 가격, 품질, 수량, 기타 거래조건을 좌우할 수 있는 지위에 있는 경우에는 통상적으로 해당 플랫폼 제공자는 소비자에 대해 거래상 지위의 우월성이 인정된다 할 것이다. 물론 이러한 행위가 정상적 상관습에 비추어 부당하게 이루어져야 하는데, 이 요건은 우월적 지위의 남용 여부가 공정한 경쟁질서의 유지·촉진의 관점에서 개별 사안별로 판단되어야 할 것이다.

공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자를 보호하기 위한 사전적인 제도로써 플랫폼 사업자 선택에 도움을 주기 위한 방법의 하나인 인증제도를 마련하는 것을 고려할 필요가 있다. 공유경제 인증제도는 정부가 정한 가이드라인에 따라 공유경제 매칭 플랫폼을 제공하는 사업자를 대상으로 플랫폼 신청자(사업자)가 이 가이드라인에서 정하는 기준에 적합한지 여부를 일반 공유경제 단체(사단법인)가 판단하여 적합한 사업자에 대해 인증마크의 사용을 허락 것 등을 의미한다. 사전적 보호제도로써 제보제공 및 분쟁해결 시스템의 구축도 중요하다.

공유·플랫폼 경제에 있어서 소비자를 보호하기 위한 사후적 대책으로 보험 또는 보증제도의 적극적인 활용이 필요하다. 자율주행자동차를 비롯한 새로운 기술이 접목된 모빌리티 서비스의 안전성 문제 및 사고와 관련한 배상책임 문제가 주요한 쟁점으로 부각되고 있다. 이러한 시점에서 관련 안전법규 제정과 사고 발생 시 배상책임 관련 규제 원칙이 조속히 수립될 필요가 있고, 사고 발생 시 보장공백이 생기지 않도록 보험회사의 역할이 요구된다. 이 밖에도 공유경제에서 거래가 활발히 이루어지기 위해서는 공유사업자가 거래에 적극적인 관심을 기울여야 할 것이고, 분쟁해결을 위해 책임을 지는 시스템이 갖추어져 있어야 할 것이다.

공유경제에서의 제공자와 이용자 사이의 거래에 있어서 어느 한 주체가 손해를 입었을 경우 손해를 입은 제공자 또는 이용자에 대한 공유사업자의 책임에 있어서 이용

규약 등의 형태로 면책조항을 활용하는 경우가 많은데, 이때 공유사업자는 이를 근거로 책임을 면할 수 있는가의 문제가 있다. 공유사업자가 준비한 이용규약에 면책조항이 포함되어 있을 때, 그 면책조항이 약관법리에 근거한다. 따라서 면책조항이 무효가 되는 경우에는 공서양속 위반(민법 제103조) 이외에 약관규제법이 적용되는 경우를 들 수 있다. 특히 해당 약관이 신의성실의 원칙을 위반하여 공정성을 잃은 조항은 무효이고, ① 고객에게 부당하게 불리한 조항, ② 고객이 계약의 거래형태 등 관련된 모든 사정에 비추어 예상하기 어려운 조항, ③ 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항의 경우 공정성을 잃은 것으로 추정된다(약관규제법 제6조). 특히 계약 당사자의 책임에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 사업자, 이행 보조자 또는 피고용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항, ② 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항, ③ 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항, ④ 상당한 이유 없이 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항은 무효로 된다(동법 제7조).

플랫폼의 연결성은 플랫폼 이용자의 프라이버시 침해를 심화시키는 특성이 있기 때문에, 플랫폼 제공자가 수집·보유하는 빅데이터의 처리에 있어서 개인정보보호 문제는 중요한 이슈 가운데 하나이다. 개인정보의 허술한 관리나 해킹 등에 의한 누설 또는 데이터 악용 문제가 증가할 수 있으므로, 인터넷 등을 통해 빅데이터를 유통하는 플랫폼 제공자에게는 소비자정보(consumers privacy)의 보다 엄격한 관리가 필요하다. 나아가 플랫폼 기업은 개인데이터의 국제적 거래규제에 대해서도 고려할 필요가 있다. 생각건대 공유·플랫폼경제의 다양한 영역에서 데이터 보안의 문제, 개인정보유출에 따른 프라이버시 침해의 문제 등이 지속적으로 제기될 수 있고, 해킹 등에 의해 광범한 피해가 생길 수 있기 때문에 프라이버시 보호를 위한 규제 정비를 서둘러 해야 할 것이다. 다만, 우리나라에 있어서 아직 초기 단계에 머물러 있는 공유·플랫폼경제의 현실을 감안할 때, 이들 산업의 성장·발전을 가로막지 않는 범위에서 합리적인 규제방안이 마련될 필요가 있다.

공유·플랫폼 경제에 있어서 경쟁법적 문제가 부각되고 있다. 경제활성화를 위해서는 과도한 규제는 적절하지 않지만, 공유경제의 발전에 수반하여 플랫폼 기업의 사업활동에 대해서는 향후 규제가 필요한 경우는 증가할 것으로 보인다. 경쟁법의 관점에서는 우리나라 공유경제의 보급도를 보면, 현시점에서는 공유경제의 선두주자라 하더라도 어느 정도 시장지배력을 가질 때까지는 인정하기 어려울지도 모른다. 그러나 스몰

비즈니스의 개인사업자에 대해서는 플랫폼 기업이 강력한 영향력을 가지고 있으므로 거래강요 등에 대해서는 현시점에서도 불공정한 거래방법의 구속조건부거래나 배타조건부거래 나아가 우월적 지위남용 등에 해당할 가능성이 있다. 또한 인터넷을 통한 국제적 거래는 서비스 무역규제에 해당할 가능성도 있으므로 WTO를 필두로 하는 다국간 또는 지역간 통상법규도 주목하여야 한다. 과도한 진입규제의 경우 시장접근의 제한이나 내국민 우대 위반의 문제도 있을 수 있으므로 관련 분야에 대한 규제시 유의할 필요가 있다.

4차 산업혁명이 활발히 진행되고 있음에도 현재의 노동법은 4차 산업혁명에 따른 혁신과 경쟁력을 위한 규범적 인프라로서 한계를 내포하고 있다. 따라서 전통적 노동법의 패러다임에 입각한 집단적이고 획일적 규제방식을 유연하고 개별적인 규제방식으로 바꾸고, 기업과 사업의 특성과 근로자의 수요를 반영하여 근로조건에 대한 당사자의 자율을 확대하는 방향으로 전환할 필요가 있다. 따라서 4차 산업혁명에 따른 산업현장 내 이해관계의 다양성과 대립을 합리성으로 조정, 조율할 수 있는 시스템을 법적으로 유연하게 보장할 필요가 있다.

디지털전환에 의한 생산방식은 노무제공자의 생산과정을 네트워크로 연결하고 일하는 방식을 유연화시키므로, 노무제공자에게 근로시간과 근로장소의 자유로움을 가져다 줄 뿐만 아니라, 기존의 정규직 중심의 전통적 고용형태와 일하는 방식에 큰 변화를 초래하게 된다. 이미 정규직의 근로관계에서도 근로장소에 구애받지 않는 스마트워킹이 증가하고 있으며, 일반적인 근무시간 외에도 스마트기기를 통해 기업과 연결되는 사례가 일상이 되고 있는 상황이다. 또한, 산업 간 경계가 허물어지면서 산업 간 융복합을 통한 인력이동이 상당히 중요한 요소 중 하나로 지목된다. 한 마디로 디지털 전환이 갖는 가장 중요한 시사점은 자율성과 유연성이라 할 수 있다.

디지털플랫폼 노동과 근로기준제도와와의 부정합성은 근로시간제도와 임금 체계에서 있어서 가장 두드러진다. 이때 개선의 핵심 키워드는 근로자의 휴식과 직장·사적 생활의 양립과 함께 근로시간 결정의 자율성과 유연성의 확대라 할 수 있다. 구체적인 개선과제로 1주의 법정 근로시간 범위 내에서 1일의 근로시간 규제를 완화하고 근무일 간 최소휴식시간제를 도입함으로써 근로시간 편성의 자율성을 높일 필요가 있다. 또한 근로시간계좌제도를 통해 초과근로시간을 적립하고 이를 휴식이나 금전으로 보상받는 것도 향후 근로시간 운영의 유연성과 근로자에 대한 휴식 보장이라는 측면에서 유용성이 클 것으로 기대된다. 아울러 탄력적 근로시간제와 재량근무제 등 유연근무제도가 활성화되어야 장시간근로의 문제를 해소할 수 있을 것이다. 다른 한편, 디지털 구속으로 벗어나 사적 생활의 자유를 향유하기 위해서는 퇴근 후 연결되지 아니할 권리를 현실에 맞게 구체화하는 것이 중요하며, 업무의 필요성과 휴식의 보장이 적절

히 조화를 이루기 위해서는 연결 가능성과 연결 금지의 기준과 보상에 대해 업종과 업무의 특성을 감안한 자율적인 규제가 필요하다. 다시말하여 근로시간에 관한 양적 선택권을 확대함으로써, 유연한 근로조직 체계를 구축하는 것이 필요하다. 더불어 근로시간에 비례한 임금모형에서 벗어나서, 성과중심의 임금체계를 보편화하는 노력이 병행되어야 한다.

디지털플랫폼 경제하에서는 개별 근로자의 특성이 의미를 갖지 않는 업무는 인공지능으로 대체될 것이므로 얼마나 많은 근로시간 동안 일을 했는가 하는 계량적 지표는 더 이상 무의미하게 될 것이다. 따라서 업무성과의 양과 질에 따른 일자리 평가가 중요하게 될 것이므로 현재와 같은 근로시간 비례형 임금산정방식은 맞지 않으며 야간근로나 연장근로에 대한 가산임금체계와도 어울리지 않는다. 근로자가 스스로 최적의 근로시간과 근로 양을 결정하는 구조라면, 획일적이고 경직된 가산임금체계는 설득력을 가질 수 없다.

4차 산업혁명에 의한 공유·플랫폼경제의 확산은 단순반복적 형태의 저숙련직의 일자리를 대체 하거나 소멸시킬 우려가 있지만, 인공지능(AI)이나 로봇관련 전문직·기술직에서는 새로운 일 자리가 급격히 늘어날 것으로 예측되고 있다. 한편, 4차 산업혁명의 가장 주목할 만한 혁신을 ‘제조업의 혁신’이라는 관점에서 바라보는 입장이 존재하고 있음. 즉, IoT, 클라우드 컴퓨팅, 3D프린터, 빅데이터 등의 ICT기술을 통해 생산공정과 제품간 상호 소통시스템을 구축함으로써 작업경쟁력을 제공하는 독일의 ‘인더스트리 4.0(Indusrie 4.0)’이 대표적이라 할 수 있으며, 이 중 가장 핵심적인 산업으로써 자동차 산업이 위치하고 있다. 따라서 우리나라의 경우 국가 경제의 중요한 비중을 차지하고 있는 제조업 산업에서부터 일자리 창출을 위한 노력을 적극적으로 할 필요가 있다. 도요타의 재택근무 등 새로운 노무제공 방식에 의한 다양한 일자리 창출 사례는 우리에게 큰 시사점을 주고 있음. 따라서 제조업에서도 인공지능 및 로봇과의 협력을 통한 새로운 일자리도 창출할 가능성이 존재한다.

디지털전환으로 인한 일자리의 축소 내지 소멸에 대응하여 노동정책과 직업능력개발의 연계를 통한 일자리 창출을 모색할 필요가 있다. 재직근로자의 근로시간을 단축 하거나 유급휴가 부여 등을 통한 직업능력개발훈련 활성화가 논의되고 있으며, 붓 등에 의해 일자리를 상실한 기술소외계층이나 근로의 기회를 가지지 못하는 취약계층(예컨대 장애인, 여성, 고령자 등)을 위해서는 사회정책적 차원에서 기본소득 내지 실업부조와 같은 제2의 사회안전망을 시급히 도입하여 실시함으로써 생계를 보장하는 동시에 이를 직업능력개발과 연계하는 방안도 모색할 수 있다.

참 고 문 헌

- 강지원, “EU의 온라인 플랫폼 시장 불공정거래행위 규율 강화”, 「외국입법 동향과 분석」 제22호, 국회입법조사처(2020).
- 고용노동부, 「더 나은 미래를 위한 일(Work for a brighter future)-ILO 일의 미래 보고서」(2019).
- 고윤승, “ICT 발달에 따른 공유경제에 대한 소고”, 「e-비즈니스 연구」 제15권 제6호, 국제e-비즈니스학회(2014).
- 고형석, “공유경제산업과 소비자보호-Airbnb를 중심으로-” 「재산법연구」 제34권 제3호, 한국재산법학회(2017).
- 고형석, “통신판매중개자의 책임에 관한 연구” 「법학논고」 제32집, 경북대학교 법학연구원(2010).
- _____, “통신판매중개와 소비자보호”, 「유통법연구」제2권 제2호, 한국유통법학회(2015).
- _____, “공유·구독경제관련 입법동향 및 입법정책의 과제에 관한 연구”, 「소비자법연구」 Vol.5 No.3, 한국소비자법학회(2019).
- 곽관훈, “온라인 플랫폼사업자와 상거래법제-‘양면시장(two-sided market)’에 적합한 규제방향 검토-”, 「기업법연구」 제32권 제1호, 기업법연구(2018).
- 국회입법조사처, “EU의 온라인 플랫폼 시장 불공정거래행위 규율 강화”, 「외국입법 동향과 분석」 제22호(2019).
- 길현종 외, 「공유경제와 고용관계」, 한국노동연구원, 2016.
- 김기선, “디지털화와 노동 - 디지털시대 노동의 과제”, 「노동정책연구」 제16권 4호, 한국노동연구원(2016).
- _____, “배달대행업체 배달기사의 근로자성”, 「노동법률」, 중앙경제사(2018).
- 김근주, “디지털경제와 노동법의 새로운 접근법”, 디지털경제 확산과 노동유연화 민주노총의 대응방향 토론회, 전국민주노동조합총연맹(2019.11.21.).
- 김소영, “4차 산업혁명과 노동법의 미래”, 「노동포스트」, 나라경영, 2016.
- _____, 「노동법사례연습」(제2판), 신조사(2018).
- _____, “디지털플랫폼에 의한 노무제공자의 근로자성 판단”, 「법학연구」, 제29권 제4호(2018).
- _____, “특수고용관계에 있는 근로자들의 노동법적 문제”, 「사회변동과 사법질서」(김형배교수 정년퇴임기념논문집), 2000.

- 김성혁, “플랫폼노동 보호와 조직화 방안”, 경기도 플랫폼노동정책 토론회, (2019.12.19.)
- 김수영·강명주·하은솔, “플랫폼 경제활동에 대한 시론적 고찰”, 「한국사회정책」 제 25권 제4호(2018).
- 김종진, “디지털 플랫폼노동 논의와 쟁점 검토 - 기술혁신과 노동위험성 사이 사회갈등”, 「KLSI Issue Paper」(제112호), 한국노동사회연구소, (2019.7.19.)
- _____, “디지털 플랫폼노동 쟁점과 주요 사례 검토”, 경제사회노동위원회 디지털 분과 발표 자료(2019.2.11.)
- 김준영, “한국 플랫폼경제종사자 규모 추정”, 플랫폼경제종사자 고용 및 근로실태 진단과 개선방안 모색 정책토론회 자료집, 한국고용정보원(2019.8.23.)
- 김영희, “공유경제 논의와 민법학”, 「법과 사회」, No.61, 법과사회이론학회(2019).
- 김재호, 윤현석, “지방자치단체의 공유경제 활성화를 위한 법적 개선방안”, 「지방자치법연구」, Vol.18 No.2, 한국지방자치법학회(2018).
- 김점산·지우석·강상준, “공유경제(Sharing Economy)의 미래와 성공조건”, 「이슈&진단」, 경기연구원(2014).
- 김준영 외 4인, 「플랫폼경제종사자 규모 추정과 특성과 분석」, 한국고용정보원 (2018).
- 김현경, “플랫폼 사업자 규제법안에 대한 비판적 검토”, 「법조」 제67권 제2호, 법조협회(2018).
- 김형균·오재환, “도시재생 소프트전략으로서 공유경제 적용방안”, 부산발전연구원 (2013).
- 김희성, “공유경제와 클라우드 워크”, 「강원법학」 제54권(2018).
- _____, “노동 4.0을 통해 바라본 ‘디지털시대의 노동’- 4.0 산업시대의 노동”, 「디지털 전환과 노동에 대한 집담회 자료집」, 노동과 시장 연구회·충남대학교 법학연구소(2020.1.10)
- 김희성 외, 「4차 산업혁명과 합리적 노사관계를 위한 법·제도 개선과제」, 경제사회노동위원회(2018.11)
- 김희성·신동윤, “플랫폼 이코노미와 노동”, 「노동법포럼」 제22호(2017.11).
- 맹수석, “전자상거래소비자보호법의 법적 문제와 개선방안”, 「기업법연구」 제12권, 한국기업법학회(2003).
- 문상일, “O2O시장(온·오프라인 융합시장)에서의 소비자보호를 위한 규제개선방안 연구”, 「경제법연구」 제18권 제1호, 한국경제법학회(2019).

- 박유리 외, 「O2O비즈니스 확산에 따른 시장 변화 및 정책방안 연구」, 정보통신연구원(2016).
- 박제성, “디지털 플랫폼 근로자의 종속성: 음식배달대행기사의 사례-대법원 2018.4.26. 선고 2017두74719 판결”, 「노동리뷰」 통권 제161호(2018).
- _____, “디지털의 세 가지 표상과 노동법의 과제”, 플랫폼노동연대 출범 선언 및 플랫폼영역에 대한 노동기본권 확대를 위한 정책토론회 자료, 전국서비스산업노동조합연맹(2019.1.30).
- 박지순, “4차 산업혁명과 노동법의 과제”, 「강원법학」(제54권), 강원대학교 비교법학연구소(2018).
- _____, “공유경제의 발전과 노동법 및 사회보장법의 과제”, 『미래성장연구』(제5권 1호), 고려대학교 미래성장연구소(2019)
- 사이토 마사히로(히토츠바시 대학 교수), 박청일 번역, “통신판매중개자(플랫폼운영자)의 법적 규율에 관한 일본법의 현황과 과제”, 「소비자법연구」, 제2권 제2호, 한국소비자법학회(2016).
- 서종희·정용훈, “온라인플랫폼 기반 소비자거래에서의 소비자문제 연구”, 한국소비자원(2016).
- 성영조 외 5인, “경기도 공유경제 활성화 방안”, 「정책연구」 2016-70, 경기연구원(2016).
- 송덕수, 「채권법총론」 제5판, 박영사(2020).
- 송옥렬, 「상법강의」 제9판, 홍문사(2019).
- 송태원, “공유경제를 통한 혁신과 규제에 관한 일 고찰”, 「법제」 통권 제669호, 법제처(2015).
- 심재한, “Sharing Economy와 법”, 경쟁법연구, 36. 한국경쟁법학회 (2017).
- 안희자, “공유경제 활성화의 이슈와 쟁점: 공유숙박의 제도화 논의”, 「한국관광정책」, No.75, 한국문화관광연구원(2019).
- 양창수, 「민법주해」(9), 박영사(1993).
- 오병철, “소셜커머스에서의 전자상거래의 청약철회권” 「법학연구」제21권 제3호, 연세대학교 법학연구원(2011).
- 원동욱, “플랫폼사업자의 면책범위에 관한 연구-미국 사례를 중심으로-”, 「유통법연구」, 제6권 제1호(2019).
- 윤주희, “전자상거래 관여자의 민사책임에 관한 고찰”, 「법학연구」 제14집 제3호, 인하대학교 법학연구소(2011).
- 윤현석, “공유경제의 법적 과제”, 「원광법학」 제33권 제4호, 원광대학교 법학연구소(2017).

- 이금노, “온라인플랫폼 기반 공유경제의 소비자정책 이슈와 시사점”, 「소비자정책 동향」제68호(2016).
- 이다혜, “미국 노동법상 디지털 플랫폼 종사자의 근로자성 판단 - 2018년 캘리포니아 대법원 Dynamex 판결을 중심으로 - ”, 『노동법학』(제72권), (2019.12)
- 이성엽, “공유경제(Sharing economy)에 대한 정부규제의 필요성- 차량 및 숙박 공유를 중심으로”, 「행정법연구」 제44호, 행정법이론실무학회(2016).
- 이병준, “공유경제 법안에 대한 고찰” 소비자법연구, 제4권 제2호, 한국소비자법학회(2018).
- _____, “새로운 유통방식으로서의 공유경제(sharing economy)와 그 법적 규제 방식에 관한 연구”, 「유통법연구」 제4권 제2호, 한국유통법학회(2017).
- _____, 숙박공용(house sharing)과 그 법적 규제. 소비자문제연구, 제49권 제1호 (2018).
- _____, “전자상거래 플랫폼과 거래관계에 대한 책임”, 「소비자법연구」 제5권 제1호, 한국소비자법학회(2019).
- 이병준 외, “전자상거래 소비자보호법 전면개정에 관한 EU사례 조사 및 개정방안 연구”, 한국법제연구원(2019).
- 이병준·황원재·박미영, “유럽연합 전자상거래 플랫폼 규제동향과 시사점”, 「외법논집」 제42권 제3호, 한국외국어대학교 법학연구소(2018).
- 이중기, “공유경제 기업의 자원 조직방식의 특징과 조직법적 의미”, 「홍익법학」 제18권 제1호, 홍익대학교 법학연구소(2017).
- 이충훈·이성훈, “「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」상 통신판매중개자의 법적 책임”, 「홍익법학」, 제15권3호, 홍익대학교 법학연구소(2014).
- 장지연·이호근, “플랫폼노동자 보호제도의 전망 : 노동법적 보호와 사회보장제도 적용을 중심으로”, 「플랫폼경제종사자 고용 및 근로실태 진단과 개선방안 모색 정책토론회」, 한국고용정보원(2019.8.23.)
- 정진명, “플랫폼을 이용한 전자거래의 법률문제”, 「비교사법」 제24권 제4호, 한국비교사법학회(2017).
- 정진명·남재원, “배달앱서비스 이용자보호 방안”, 「소비자문제연구」 제46권 제2호, 한국소비자원(2015).
- 정찬형, 「상법강의(상)」 제19판, 박영사, 2016.
- 정 훈, “O2O 거래의 개념 및 관련 논란의 이해”, 「KB지식비타민」 제15-3호, KB금융지주경영연구소(2015).

- 조대근, “공유경제 플랫폼 규제접근방법에 대한 연구”, 「인터넷정보학회논문지」 제 19권 제5호(2018).
- 진도왕, “차량공유사업(Car-Sharing Business)과 여객자동차운수사업법 제81조 - 공유경제와 소비자보호의 관점에서”, 「홍익법학」 제17권 제4호(2016).
- 최기산·김수한, “글로벌 각 경제(Gig Economy) 현황 및 시사점”, 「국제경제리뷰」, 제2019-2호, 한국은행(2019).
- 최단비, “에어비앤비 계약의 법적 성격 및 집주인의 보호책임”, 「법학논총」 제31 권 제1호, 국민대학교 법학연구소(2018).
- 최승재, “모바일 플랫폼 중립성의 개념 정립”, 「법과 기업연구」 제1권 제1호, 서강 대학교 법학연구소(2011).
- 최유성·안혁근, 「공유경제 유형에 따른 규제개혁 대응전략」, 2018년 한국행정연구원 기본연구과제 보고서, 2018.
- 최지현, “온라인 플랫폼 사업자의 민사책임에 관한 연구 - ‘오픈마켓’을 중심으로 -”, 「아주법학」, 12권 제4호, 아주대법학연구소(2019).
- 클라우드산업연구소, 「새로운 대한민국을 꿈꾸는 기업들을 통해 살펴본 공유경제」, 좋은땅(2013).
- 한국은행 조사국 국제경제부, “2020년 이후 글로벌경제 향방을 좌우할 주요 이슈 (1)”, 「국제경제리뷰」, 제2020-1호, 한국은행(2020).
- 한인상, 신동윤, “플랫폼노동의 주요 현황과 향후과제”, 「NARS 현안분석보고서」 vol. 76, 국회입법조사처(2019).
- 한재필, 「글로벌 혁신 경쟁과 법제적 시사점 : 노동법과 세법을 중심으로」, Global Legal Issues 19-⑬, 한국법제연구원(2019).
- 國見真理子, “新たなビジネスモデルとしてのシェアリングエコノミー : 今後の規制を視野に入れつつ”, 「慶應法学」 第42号(2019).
- 宮澤俊昭, “シェアリングエコノミーをめぐる法的課題”, 「國民生活」 NO.66(2018).
- 大内伸哉, AI時代の働き方と法, 弘文堂, 2017.
- 白石忠志, “「プラットフォームと競争法」の諸論点をめぐる既存の議論”, 「ソフトウェア研究」 第28号(2018).
- 山田晃久, “プラットフォームビジネスにおける競争法上の問題”
(https://www.clo.jp/wp-content/uploads/2019/12/news94_Part12.pdf).
- 市川拓也, “シェアリングエコノミーにおける消費者保護の視点”, 「人と社会」, 2019. 1. 11.

齋藤雅弘 “日本におけるプラットフォーム運営業者の法的規律の現状と課題”, 「消費者法ニュース」 No.119(2019),

増島雅和, “シェアリングエコノミーの主要な特性と競争政策への示唆”, 「ジュリスト」 第1508号(2017).

公正取引委員会, 「デジタル・プラットフォーマーと個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方(案)」 (2019). 8.

29)(https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/aug/190829_dpfp2.pdf).

内閣府, 「プラットフォームが介在する取引の在り方に関する提言」(2019. 4. 18)(https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2019/20190418_teigen.html).

Arun Sundararajan, The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism, The MIT Press, 2016.

Christopher Koopman·Matthew Mitchell·Adam Thierer, “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change”, The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law Vol. 8 Iss 2(2015).

David Berke, “Products liability in the sharing economy,” Yale J Regul 33(2), 603(2016).

Edith Ramirez, Keynote Remarks of FTC Chairwoman Edith Ramirez 42nd Annual Conference on International Antitrust Law and Policy(https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/810851/151002fordhamremarks.pdf).

Franco Becchis, Monica Postiglione, Stefano Valerio, “Regulating the Platform Economy: Problems, Challenges, Tools,” Network Industries Quarterly, Vol. 21 No. 3, 12(2019).

Lawrence Lessig, Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy, Penguin Press, 2008.

Marco Inglese, Regulating the Collaborative Economy in the European Union Digital Single Market, Springer Nature, 2019.

Marcus Felson·Joe L. Speath, “Community Structure and Collaborative Consumption”, 41 Am. Behav. Sciences 614(1978).

- Matthew Rosendahl, "iTenant : How the Law Should Treat Rental Relationships in the Sharing Economy", 59 Wm. & Mary L. Rev. 731(2017).
- McKinsey Global Institute, "A Labor Market That Works: Connecting Talent with Opportunity in the Digital Age", Executive Summary, McKinsey & Company, 2015.
- Rachel Botsman · Roo Rogers, What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, Harper Conllins, 2010.
- Trebor Scholz, Platform Cooperativism-Challenging the Corporate Sharing Economy, New York: Rosa Luxemburg Stiftung, 2016(http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/scholz_platformcoop_5.9.2016.pdf).
- Vanessa Katz, "Regulating the Sharing Economy," 30 Berkeley Tech. L.J. 1067(2015).