

자동차 분야의 에스프로 서비스 정착 가능성

김필수(대림대학 자동차 공학과 교수, email: pskim@daelim.ac.kr)

Escrow services in automobile region

Pill-soo Kim(Dept. of Automotive Eng, Daelim College, email: pskim@daelim.ac.kr)

I. 서 론

온라인을 이용한 인터넷 쇼핑몰이 등장한 것은 상당히 오래 되었으나 자동차 유통에 인터넷을 활용한 것은 불과 10여년 정도이다. 초기에는 주로 자동차 메이커에서 자사의 차종을 홍보하는 정도에 그쳤으나 최근에는 실제 거래에 활용하는 등 점차 인터넷을 이용한 쇼핑몰 형태로 진보하여 기타 인터넷 쇼핑몰과 차이가 없을 정도로 발전하였다. 자동차 메이커에서는 주로 신차 판매에 대한 정보를 주는 것이 주된 역할이나 대부분의 인터넷 쇼핑몰은 중고차 유통에 관련된 업무가 주된 역할이라 할 수 있다. 신차 판매 이후에 관련된 모든 유통과정은 모두 중고차의 유통과정을 지칭하므로 이와 관련된 영역은 매우 광범위함을 알 수 있다. 이른바 자동차 애프터마켓 시장은 일상생활에서 자동차와 접촉된 영역을 말함으로 전체를 대변한다 할 수 있다. 중고차, 정비, 용품, 튜닝, 부품, 보험, 렌트, 리스, 폐차에 이르기까지 다양하나 역시 가장 중요한 역할을 중고차가 담당하고 있다. 자동차 애프터마켓 수급 조원 시장에서 중고차만 10~12조원 정도인 것을 보면 그 광범위한 영역을 짐작할 수 있다. 2005년 국내 중고차 판매 174만대이며, 올해는 180만대를 넘을 것으로 보여 신차 규모의 1.5배를 넘고 있는 실정이다.[1-5] 이러한 중고차 거래 과정에서 인터넷을 이용하여 관련 정보를 입수하고 중고차를 구입한 경우가 올해로 60%를 넘을 것으로 예

상되어 앞으로 기하급수적인 증가가 예상되고 있다. 아직까지는 중고차에 대한 정보를 주로 인터넷에서 구입하나 실제로 구입한 과정에서는 필히 구입 중고차를 눈으로 확인하여 보는 관행이 정착화 되어 있는 실정이다. 그러나 추후 인터넷 활용률이 계속 증가하면서 모든 물품의 유통과정이 모두 인터넷으로 활용되고 있어서 자동차도 구입과정에서 온라인의 비율이 급증할 것으로 보인다.[6-7]

특히 올해 4월부터는 인터넷 쇼핑몰을 이용할 경우 대금결제 시 의무적으로 결제대금 예치제(이하 에스프로 서비스) 등 보장성을 요구하면서 활성화되기 시작함에 따라 자동차도 에스프로 서비스를 활용한 경우가 많아질 것으로 예상되고 있다. 중고차의 평균 거래가를 약 500만원으로 보면 다른 어떠한 상품보다 높게 책정되어 있어 에스프로 서비스의 강점이 부가될 것으로 보인다.[8]

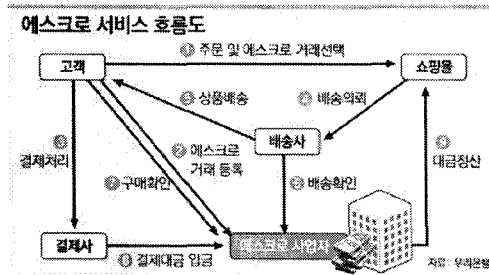
본 연구에서는 점차 활성화되어 가고 있는 에스프로 서비스의 자동차 분야에의 접근 방법을 연구하고자 한다. 특히 현재 협상 중인 한미 FTA에 의한 영향 평가를 통하여 에스프로 서비스의 확대 가능성을 예측하고자 한다. 또한 자동차 분야에 접목할 경우 예상되는 문제점 및 대안은 무엇인지에 대해서도 논의하였다.

특히 현재 에스프로 서비스가 제공되는 자동차 관련 기업을 직접 접촉하여 실제적인 가능성을 확인하고자 한다.

II. 국내 에스프로 서비스 적용 현황

1. 일반 인터넷 쇼핑물의 에스프로 서비스 현황

에스프로 서비스는 물품 대금을 제 3자가 보관했다가 물건이 배송된 것을 확인한 후 수수료를 제하고 판매자에게 지급하는 제도이다. (그림 1 참조 [9]) 을 4월부터 공정거래위원회는 인터넷 쇼핑 이용객을 보호하기 위하여 에스프로 제도 도입을 골자로 하는 '전자상거래 소비자보호법' 을 시행하고 있다.

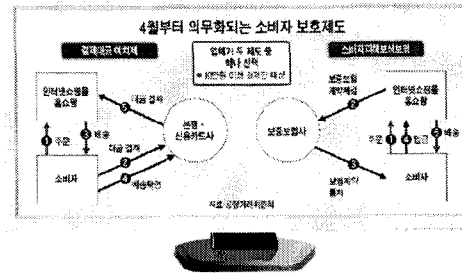


<그림1> 에스프로 서비스 흐름도

현재 서울에 인터넷 쇼핑물 사업을 등록한 경우는 1만 3000곳이며, 이 중 에스프로 제도를 도입한 경우가 672곳이다. 시행 세달 째 이르고 있으나 도입한 곳은 고작 5%에 머무르고 있어서 사실상 개점휴업상태이다.

공정위는 전자상거래 소비자보호법을 시행하면서 모든 인터넷 쇼핑물은 에스프로나 이에 준하는 보증보험을 의무적으로 도입해야 한다고 하였으나 서울시 전자상거래 센터에 등록된 인터넷 쇼핑물 중 5%만이 에스프로나 보증보험을 도입하고 있는 상태이다. 특히 5% 중 상당수가 소비자들에게 이미 잘 알려진 유명 쇼핑물 이어서 소비자 보호가 더욱 철저한 중소 쇼핑물의 에스프로 도입이 무색한 실정이다. 그림2는 에스프로제와 소비자피해보험에 대한 흐름

도이다. [10]



<그림2> 인터넷 쇼핑 소비자 보호제도

2. 현행 에스프로 서비스 적용의 문제점

현재 제정된 전자상거래 소비자보호법 내의 에스프로 제도는 의무적으로 도입을 선업하고 있으나 법을 어겨도 제재할 장치가 없고 관리 감독할 기관도 정해져 있지 않아 실효성 자체가 문제가 있다고 할 수 있다.

현행법에는 금융회사 외에 민간사업자도 자본금 10억원 이상, 부채비율 200%미만이면 에스프로 사업자가 될 수 있다. 그러나 일부에서는 부채비율이 매우 높음에도 불구하고 에스프로 서비스를 제공하고 있는 상황이어서 관리감독이 안되는 상황이다.

다음은 현행 에스프로 관련규정의 문제점으로 보완하여야 할 사항이다.

◆ 에스프로 제도는 무조건 제 3자에게 맡겨야 한다는 논리의 무리이다. 농수산 쇼핑이나 우체국 쇼핑의 경우 농협이나 우체국 등 공신력 있는 금융기관임에도 불구하고 에스프로 사업자로 지정될 수 없다. 충분한 검증 을 통하고 관리감독을 한다면 굳이 제 3자가 아닌 경우를 충분히 검토할 필요가 있다.

◆ 보호 금액이 10만원 이상으로 규정되어 있어 전체 거래의 80% 이상을 차지하는 10만원 미만의 소액 거래자들이 방치되어 있는

상태이다. 우리가 인정하기 어려운 극히 소액인 경우를 제외하고 모두 에스크로제를 적용하여야 한다.

◆ 빠른 시일 내에 관리감독 기관을 지명하여 에스크로제를 도입치 않았을 경우의 제재 수단 및 감독을 철저히 이행하여야 한다.

◆ 소비자와 판매자 사이의 문제 발생 시 분쟁을 소화하고 원만히 치리가 가능한 시스템 구현도 충분히 고려하여 마련하여야 한다.

◆ 법적 기관의 강제적 규정에 앞서 민간 전자상거래 기관의 선도적인 자정노력과 함께 투명한 거래 문화 형성을 위한 기업 윤리가 형성되어야 한다.

3. 일반 전자상거래 소비자보호법의 문제점

전자상거래 소비자보호법 내에 에스크로제 등 소비자 보호를 위한 규정을 강화하였으나 기존 전자상거래 소비자보호법에는 불명확한 규정으로 인하여 여러 문제점이 제기되고 있는 상황이다. 다음은 일반적으로 제기되고 있는 문제이다.

◆ 반품 사유를 물건 하자/단순 변심으로 이분화하여 중간 영역이 모호하다. 따라서 사이즈, 색상 등의 사유 발생 시 택배비 분쟁이 빈발할 수 있다.

◆ 업체의 반품 수거 지연 시 온라인 청약철회 수단 등이 미비되어 있다. 따라서 내용 증명 등 오프라인 방법이 불가피하다.

◆ 업체를 전자상거래 업체, 통신업체로 대별하고 있다. 따라서 다양한 인터넷, 통신판매의 특성을 반영하지 못한다.

◆ 통신판매 중개자는 책임 없다는 사실을 미리 고지하면 면책된다. 따라서 짝퉁 제품 등 판매 시 오픈마켓의 책임이 없다. 또한 가격 사이트가 쇼핑몰 사기사건에 활용되어도 책임이 없다.

◆ 업체가 허위 또는 과장의 사실 알려 소비자를 유인하면 처벌된다. 이 경우 소비자 오인성 기준이 없어 자의적 적용이 가능하다.

◆ 환불 지연 시 공정위 고시에 따라 연 25%의 지연 이자를 부과한다. 이 경우 2003년 헌법재판소가 비슷한 조항이 위헌으로 결정되었다.

III. 국내 온라인 자동차 거래 시의 법적 타당성 분석

에스크로제 자체가 온라인을 기반으로 하는 제도이므로 이의 활성화를 위해서는 중고차 관련 온라인법의 상태를 확인하는 것이 가장 적절한 방법이라고 할 수 있다. 본 장에서는 온라인 자동차 거래 시의 법적 현황을 확인해 보고자 한다.

1. 온라인 자동차 거래 시의 구체적 법적 현황

현재 오프라인을 기반으로 하여 중고차업을 하는 경우에 온라인을 가미하여 중고차 정보를 제공하고 판매하는 경우에는 법적으로 기존의 매매업 관련 규정에 적용하여 전혀 문제가 없다고 할 수 있으나 온라인만을 기반으로 하는 경우에는 법적으로 난해한 부분이 많이 존재하는 상황이다. 가장 큰 문제가 되는 것이 온라인 상에 중고차를 올려놓고 정보제공을 하여 거래가 성사되면 수수료를 징수할 경우 기존의 매매알선에 의한 허가사항에 위배될 수 있다는 것이다. 따라서 현재 일부 업체에서는 당사자 거래로 위장하여 수수료를 받고 있거나 온라인 상에 중고차 정보만을 올려놓고 오프라인상에 편법으로 진행하기도 한다. 또한 옥션 같은 회사의 경우는 다른 일반 상품과 달리 중고차의 거래 수수료는 업두도 못 내는 실정이다. 해당 부서인 건설교통부 자동차팀에서도 최근 중고차

전자상거래에 대한 모호한 문제점을 인식하고 정확한 법적 평가에 대한 위탁연구를 고려하였으나 예산 삭감 등으로 뒤로 미뤄진 상태여서 빠른 결과가 요구되는 상황이다.

현재의 자동차 관리법상 매매와 매매알선에 대한 현황을 파악하면 다음과 같다.

우선 매매알선에 대한 별도의 정의 규정 없이 자동차 매매업에 대해서만 '자동차의 매매, 매매알선 및 그 등록신청의 대행'으로 하는 것을 말한다.' 라고 정의하고 있다 이는 매매알선을 매매업과 동일하게 보겠다는 취지여서 문제가 된다고 할 수 있다. 또한 알선의 개념은 '위탁인 또는 수탁인으로부터 의뢰를 받아 특정 매매를 성사시키기 위한 적극적인 영업적 주선 행위'에 한정하여야 하므로 인터넷 중개 사이트와 같은 단순한 거래의 중개 형태를 띠는 경우에는 적극적인 매매행위외의 주선 행위가 없으므로 기존의 알선의 개념에 포함시키는 것은 무리이다. 이러한 알선의 개념을 단순한 중개와 같은 경우까지 확대 해석하는 것은 인터넷을 통한 중고차 산업전반의 성장과 발전에 장애로 작용할 것임은 말할 필요가 없다고 하겠다.

결과적으로 중고차에 관련된 거래 형태인 매매, 매매알선 및 경매 등이 모두 전형적인 자동차 매매업 규정에 묶여 있는 상황이어서 온라인 상의 중고차 거래의 문제는 아직 별도의 규정이나 유권해석이 없이 기존 법에 치부하는 경향이 많다고 할 수 있어서 개선이 요구된다고 할 수 있다.

2. 외국의 온라인 중고차 거래 시의 법적 사례 자동차의 대표적인 선진국인 미국, 일본 및

유럽 등의 사례를 통하여 온라인 중고차 거래의 실상을 파악할 수 있다. 거래되는 자동차 규모가 크고 유통 구조도 선진화된 만큼 우리에게 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 특히 온라인 중고차 거래에 대한 활성화된 규정은 이제야 시작된 우리의 중고차 거래 실태를 개선할 수 있는 벤치마킹 대상이라 할 수 있다.

(1) 미국의 온라인 중고차 사례

50개 주 법은 대부분 중고차업의 등록 요건에 대하여 규정하고 있는데, 이 50개 중 상당수의 주에서 쇼룸, 일정한 크기의 간판 등 등록요건이 있어서 일반 온라인 중고차 거래가 불가능한 상황이었다. 그러나 이베이 등 온라인 전문 업체에서는 미국 주 의원을 상대로 전문 중고차업을 하는 경우와는 다른 '서비스를 제공하자 자'라는 이유를 내세워 설득에 성공하여 현재 미국에서 중고차 거래의 핵심적인 역할을 하고 있으며, 전체의 수익 중 상당 부분을 차지하고 있다.

따라서 미국의 대부분의 주에서 자동차 매매업에 대한 규정이 있으나 인터넷을 통한 중개의 경우는 매매알선으로 해석하지 않고 있다. 특히 캘리포니아주의 경우 우리나라와 같은 유사한 자동차 관리법규가 존재하며, 이베이의 유권해석 요구에 의하여 캘리포니아 주정부로부터 인터넷 중고차 거래가 주법상 판매중개인(매매알선)으로 인가 받을 필요가 없으며, 인터넷 경매사이트에서 경매 낙찰자 발생 시 거래 수수료를 징수할 수 있는 계기를 마련하였다.

(2) 일본의 온라인 중고차 사례

2002년 4월 이전 인터넷 중개의 형태에

대한 규제 없이 정상적인 영업 행위가 가능하였으며, 우리나라의 자동차 관리법에 해당되는 고물 영업법에서 자동차 매매, 위탁 매매하는 영업과 경매장 영업으로 구분하였다.

2004년 4월 이후 인터넷을 통한 중고차 매매알선 업체를 '중고차 경매알선'으로 추가하여 자동차 매매상의 홈페이지를 이용하여 자동차 거래를 할 경우 URL 신고를 하고, 자동차 매매상이 홈페이지를 이용하여 차차 판매를 하는 경우 성명/명칭/허가증 번호를 명시하게 되었다. 야후 저팬 사례에서 보면 인터넷 중고차 경매 사이트의 관련 해석에서는 인터넷 중고차 경매 시 허가가 필요 없으며, 판매 성공 시 거래 수수료 징수에 대한 법률적 문제가 없는 것으로 나타났다.

(3) 유럽의 온라인 중고차 사례

유럽의 경우에도 별도의 등록 요건을 법률로 규정치 않고 있다. 인터넷을 통한 중개형태의 거래에 대해서도 이러한 규율대상으로 보고 있지 않고 있으며, 사업 영위에 아무런 제약이 없는 상태이다.

유럽 중 가장 대표적인 독일의 경우 중고차업을 하기 위해서는 사업 등록을 하여야 하며, 이 외에 다른 등록 절차는 필요가 없다. 따라서 중고차업의 등록을 하기 위하여 별도의 쇼룸이 필요 없으며, 일반적인 소비자 보호법이 중고차 매매에도 적용되며, 중고차 매매에 적용되는 특별법이나 조항이 없는 상황이다. 피해를 입은 소비자 구제의 경우도 온라인 거래와 오프라인 거래 모두 규제에 차이가 없이 적용하고 있다.

3. 온라인 중고차 거래 시의 법적 문제점 및 개선 방향

온라인 중고차 경매와 같이 매매알선을 통한 수수료를 징수하는 경우에는 기존의 자동차 매매업에 적용할 것인지 아니면 전자상거래 기본법에 적용하여 일반 상품과 같이 인정할 것이냐는 문제가 발생하게 된다. 건설교통부에서는 매매업계의 반발을 생각하여 전자에 해당하는 기존 자동차 매매업 적용을 고려한 유권해석을 할 가능성이 매우 크다고 할 수 있으나 선진 외국의 사례 및 우리 정부가 지향하는 전자정부 내지는 전자상거래 촉진을 위한 방향을 고려하면 인터넷 전자상거래에 대한 별도의 조항 규정, 특별 예외 규정을 고려할 수도 있을 것이다. 그러나 이러한 규정의 신실을 위해서는 수년의 기한이 요구될 것이 확실하므로 현재 발생하고 있는 온라인 상의 문제점을 정리하는 방법은 중고차 매매알선 등 온라인 중고차 거래를 위한 유권해석을 받는 것도 훌륭한 방법이라고 판단된다.

IV. 자동차 분야의 에스크로서비스 적용

1. 자동차 관련 인터넷 쇼핑물 현황

연간 약 174만대가 거래되는 중고차 시장은 최근 경기 침체에 따른 불황으로 신차 시장은 급감하고 있으나 그래도 중고차 시장은 서민의 친구로서 자리를 지키고 있다. 중고차 구입 시 예전에는 오프라인 매장에 가서 직접 구입하거나 주변의 전문가와 함께 찾는 것이 보편적이었으나 최근에는 인터넷의 발달에 따라 우선 인터넷으로 검색하고 마음에 맞는 차량을 고른 다음 실제 매장에서 최종적으로 차를 선택하는 과정으로 바뀌었다. 상대적으로 신차는 가격이 비싸고 옵션이 다양하므로 인터넷을 통하여 구입하

는 경우는 매우 적으나, 중고차의 경우는 최근 구매자와 판매자를 연결하는 중고차 쇼핑몰이 활성화되면서 비교적 활발히 움직이고 있는 형편이다. 최근 국내에서 인터넷 중고차 쇼핑몰로 꼽히고 있는 SK엔카, 보배드림 및 오토샵의 특성에 대하여 알아보도록 한다. 이 업체 외에도 알개네트워크 등 각종 형태의 서비스를 제공하는 중고차 인터넷 쇼핑몰이 운영 중에 있으나 앞서 언급한 세 개의 기업이 압도적인 역할을 하고 있다고 할 수 있다.

(1) SK엔카 (www.encar.com)

2000년에 오픈한 엔카는 진단평가, 수리보증의 양대 서비스를 기반으로 고비자의 인기를 얻고 있는 가장 알려진 1위의 중고차 쇼핑몰이다. 특히 엔카는 SK라는 브랜드 파워를 앞세워 최다 회원수, 최다 방문객수, 최다 페이지뷰 등을 기록하고 있으며, 전국적으로 주요 도시에 오프라인 매장을 함께 운영하여 편중된 온-오프라인의 문제를 해결하고 있으며, 구매자와 판매자의 만남의 장소로 적극 활용되고 있다. 중고차 딜러 입장에서는 이용자수가 많고 매물에 대한 신뢰도도 크기 때문에 최고의 효과를 누릴 수 있으며, 소비자 입장에서도 엔카의 진단 서비스나 수리보증을 통하여 신뢰된 중고차 구입이 가능하다. 더욱이 잘 정돈된 콘텐츠, 짜임새 있는 사이트 설계로 중고차 거래 시 필요한 정보와 각 차종의 정보를 다양하게 알 수 있다. 매 페이지마다 소비자를 위한 친절한 가이드 내용을 정성껏 정리해 놓았으며, 네비게이션 설계가 우수해 용이하게 필요한 정보를 빠르게 얻을 수 있다. 또 보험개발원과 제휴하여 사고이력 정보 서비스도 받을 수 있어 신뢰도를 더한다. 그러나 허위 매물이 상당수 존재하여 소비자의 피해 사례가 많은 만큼 문제점도 많이 노출되고 있다. 즉 당사자 거래에 의한 위장 매물이 많이

올라와 있고 이를 통한 거래 시 법적 보호를 받을 수 없는 문제가 있다. 또한 실소유주 매물이 아닌 타 딜러의 차량을 광고용으로 올리고 연락이 되면 다른 매물로 거래하는 이른바 '미끼 상품'이 있어서 유의하여야 한다. 이러한 '미끼 상품'은 다른 중고차 쇼핑몰에서도 큰 문제가 되고 있다.

(2) 보배드림 (www.bobaedream.co.kr)

보배드림은 수입차, 튜닝카와 같은 특별한 매물이 많이 올라와 있어 중고차 전문 딜러 뿐만 아니라 자동차에 관심이 있는 사람 모두에게 좋은 흥밋거리를 제공한다. 커뮤니티도 풍성하고 차에 대한 코멘트 하나, 질문 하나 올라오면 수많은 답글이 올라오는 경우가 많다. 활성화된 게시판이 약 20개 정도 운영되고 있으며, 특히 자동차 사진 게시판, 레이싱걸 게시판 등 최신 사진, 인기 사진이 매일 올라오고 있다. 특히 수입차 사진 정보를 다량 확보하고 있는 것이 가장 큰 특징이다. 그러나 보배드림이 커뮤니티에 치중하고 있는 반면 중고차 매매에 꼭 필요한 안전장치는 거의 없는 것이 가장 큰 문제이다. 또한 사이트의 주 방문자들이 중고차 전문가가 아닌 마니아가 많아서 관련 전문 지식이나 전문 콘텐츠를 얻기란 쉽지 않은 단점이 있다. 그러나 네이버의 지식검색 서비스를 능가하는 마니아층을 확보하고 있는 장점이 있으며, 게시판의 활용은 가장 큰 장점이다.

(3) 오토샵 (www.autoshop.co.kr)

오토샵은 지난 1년간 급성장한 중고차 쇼핑몰이다. 이 같은 성과는 정확하고 객관적인 정보공개로 얻는 신뢰가 있었기에 가능하였다. 대부분의 중고차 사이트에 올라오는 차량 정보는 판매자가 직접 작성한 것이어서 상당 수준 객관성을 보정하기 어렵다. 대부분은 차량의 성능이

나 사고 이력, 압류 및 근저당 설정 여부, 주행 거리 조작 여부 등은 모두 판매자가 기재한 것이어서 믿을 수밖에 없다. 이러한 중고차 시장의 문제점을 없애고 객관성을 부여한 곳이 오토샵이다. 이 사이트는 전국 중고차 법정업무 전산망 업체인 (주)마이크로인포가 운영하는 인터넷 중고차 쇼핑몰이다. 중고차 법정 업무 및 거래 시 사용되는 실제 데이터를 기반으로 운영되는 사이트여서 어느 사이트의 정보보다 투명성이 높다. 특히 '디지털 단지' 사업으로 전국 주요 매매단지를 온라인화 하여 각 지역 매물을 실시간으로 쉽고 빠르게 검색할 수 있는 장점이 있다. 따라서 사고이력 정보, 원부 조회(압류, 저당 정보), 주행거리 조작 여부, 성능점검 내용, 침수 차량 여부, 품질보증 내역 등 안전 정보가 풍성하여 신뢰성을 더한다. 또한 오토샵은 유일하게 국산차, 수입차, 트럭, 버스 전문 매장까지 갖춘 중고차 종합 쇼핑몰로서 원하는 모든 차종을 구할 수 있다. 특히 자동차 뿐만 아니라 딜러 개인정보 공개가 충실한 것도 소비자의 신뢰를 얻는 데 일조하고 있다.

2. 자동차 분야의 에스크로 서비스 적용 현황

현재 에스크로 서비스를 제공하는 온라인 업체는 몇 개가 있다. (주)SK엔카는 자체적으로 클레임 등에 대한 보상을 하고 있고 (주)옥션은 자체 브랜드 제고를 통하여 문제점을 해결하고 있는 상황이다. 실질적인 제 3의 금융권을 통한 진정한 의미의 에스크로 서비스의 경우는 (주)유카로드가 유리하다고 할 수 있다. 가장 주목을 받고 있는 (주)유카로드에서 제시하고 있는 여러 방법을 통하여 앞으로의 가능성을 확인해 볼 수 있다.

(주)유카로드는 국내에서 대규모 온라인 중고차 쇼핑몰과 함께 약 1년간의 준비기간을 통하여 처음으로 에스크로 서비스를 제공하고 있어서 큰 관심을 끌고 있다. 유카로드

(www.ucaroad.co.kr)는 국내에서 에스크로 서비스를 가장 왕성하게 제공하는 하나은행과 함께 공동 개발하여 올 3월초부터 이 서비스를 제공하고 있다. 이 기업은 특히 이 서비스와 함께 각종 편의 시스템으로 무장한 선진형 서비스를 제공하고 있다. 국내 소비자가 필히 사고자 하는 중고차를 꼭 확인하는 특성을 고려하여 사전 탁송 서비스(Free Delivery Service)를 실시하여 24시간, 30km 이내로 직접 운전이 가능하게 한 점도 많은 주목을 받고 있다. 또한 추후에는 매물에 대한 철저한 성능점검제도와 보험사고이력정보 제공은 물론이고 온라인 쇼핑몰에는 최저 24장에서 30장에 이르는 실물 중고차 사진을 올려 소비자의 신뢰성을 높일 예정이다.

제 3의 은행을 통한 에스크로 서비스를 제공하는 기업은 아직은 한 기업뿐이 없으나 소비자의 요구 경향이 급증하면서 조만간 활성화될 전망이다. 특히 한미 FTA 등에 의한 합작회사의 설립도 예상되고 있고 선진형 제도로 무장한 법인들의 등장도 예견되어 에스크로 서비스의 도입은 소비자들을 위해서도 기본 제도를 정착할 예정이다.

V. 자동차 분야의 에스크로 서비스 가능성 진단

1. 문제점은 무엇인가?

국내 자동차 유통사업은 중고차 유통업이 대표적인 방법이다. 국내의 중고차 거래는 신차의 1.5배에 해당되는 연간 175만대 수준이며, 이 비율은 점차 확대될 것으로 예상된다. 최근의 중고차 유통사업의 형태도 인터넷이 활성화되면서 전자상거래의 중요성이 점차 커질 것으로 예상된다. 중고차의 구입 방법도 인터넷을 통하여 정보를 충분히 입수하고 구입하는 형태가

60%를 넘어서고 있으며, 전체 유통 비율과정에서도 인터넷을 이용하는 빈도가 점차 커지고 있는 상황이다. 오프라인을 기점으로 온라인을 가미하는 형태에서 이제는 온라인을 기점으로 기능성 오프라인을 가미하는 형태로 변할 것이 확실 시 될 것으로 판단된다. 그러나 중고차를 구입하는 최종 선택 시에는 꼭 한번 확인하는 습관은 유통상의 신뢰도 구축에 따라 변할 것으로 보인다.

국내의 중고차 유통업도 급속도로 선진화되면서 다른 상품과 마찬가지로 전자상거래 형태가 나타날 것으로 보인다. 특히 최근의 한미 FTA를 기점으로 기타 FTA가 진전될 것인 이에 따른 자동차의 전자상거래 형태도 다양하고 개발될 것으로 보여 글로벌화가 가속될 것이다. 다른 상품에 비하여 매우 높은 가격인 중고차 가격을 고려하면 에스크로 서비스를 통한 안전 결제의 형태도 눈에 띄게 증가될 것으로 보인다. 자동차 분야에 에스크로 서비스가 본격적으로 제공되기 앞서 제기되는 문제점은 무엇인가 알아볼 필요가 있다.

◆ 에스크로제의 습관성이다. 올해 4월부터 도입된 제도는 아직 정착이 안 된 상황이고 더욱이 중고차 가격 평균 500만원을 생각하면 당장 에스크로 서비스를 받기에는 습관이 안 되어 있는 상태이다. 이 문제는 타 상품의 에스크로제 도입이 본격적으로 되면서 자연스럽게 자동차 분야도 확대될 것으로 보인다.

◆ 중고차의 구입 방법은 다양한 형태를 띠고 있다. 일부 현금, 캐피탈, 카드 결제 등 다양한 방법을 동시에 사용하므로 이를 능동적으로 대처하기 위한 복합형 에스크로제의 도입이 필수적이다. 국내 최초로 제 3 은행을 통한 에스크로제를 도입한 (주)유카로드의 경우도 반년 이상을 프로그램

개발에 소요할 정도로 상당한 노하우가 요구되는 부분이다.

◆ 에스크로 서비스의 취지는 좋으나 앞서 언급한 바와 같이 반품에 의한 대금 반환 등 여러 문제가 발생할 경우 객관적인 대처가 이루어지지 않는다면 에스크로제의 확산은 시간이 걸릴 것으로 판단된다. 기존 문제점을 보완하여 철저하게 관리 감독하는 당국의 의지가 중요하다.

◆ 국내 중고차의 구입에는 아직 객관성 및 투명성이 부족한 상황이다. 구입하는 중고차의 정보도 미흡하고 유통 과정도 부족한 부분이 많으며, 정부에서 의무화하고 있는 품질보증제도 정착이 안 된 상황이다. 중고차의 구입과정은 전체적으로 신뢰성이 최우하므로 이 부분의 정착과 함께 에스크로제의 정착도 함께 진행될 것으로 보인다.

◆ 국내 전자상거래 관련법의 뼈대는 구축이 되었으나 세부적인 문제점이 많은 상황이고 특히 중고차 관련과 전자상거래법 사이의 상충되는 문제점 등이 존재하고 있고 이는 에스크로제의 정착에도 상호 작용할 것으로 보인다.

2. 앞으로의 가능성

국내 신차 및 중고차 시장은 개방이 급진전될 것이고 수출도 함께 변화가 클 것으로 판단된다. 아직까지는 중고차 유통업에 대기업이 참여하는 경우는 드물지만 수익모델의 안착에 따라 기업의 정도도 매우 증가할 것으로 보인다. 이는 제 3의 은행이나 제 3의 기간을 통한 에스크로제의 본격 도입에도 큰 영향을 줄 것으로 보인다. 다음은 앞으로의 가능성이다.

◆ 자동차 애프터마켓 시장의 활성화가 본격적으로 진행될 것이며, 이 분야의 중심인 중고차 유통업은 타 분야의 확대와 함께 확대될

것이 확실 시 된다. 전자상거래의 확대와 함께 자동차 분야의 에스크로제의 확대는 필수적이다. 앞으로 2~3년 사이가 핵심 기간으로 판단된다.

◆ 한미FTA를 비롯한 각종 FTA는 자동차 분야 및 전자상거래 분야에 급격한 변화를 몰고 올 것이 확실하다. 에스크로제도 예외는 아니다.

◆ 제 3의 기업에 의한 에스크로제 운영이 아닌 은행 등 금융기관을 통한 에스크로제 도입이 가장 강력한 힘을 발휘할 것으로 보인다. 특히 자동차 분야의 경우 더욱 금융기관에 기대는 경우가 많을 것이다. 각종 캐피탈 등 지원 비용과 연계된 에스크로제의 도입도 예상된다.

◆ 국내의 여러 특성상 생각 외로 빨리 자동차 분야의 에스크로제가 정착할 수도 있을 것이다. 역시 신뢰성 확보를 위한 기본 요건이기 때문이다.

VI. 결 론

자동차 분야의 에스크로제 도입은 필수적이다. 중고차 분야는 비용 측면에서 가장 높고 문제의 소지가 큰 만큼 안전한 결제시스템의 도입이 많이 요구되는 분야이다. 올해 의무적으로 도입된 에스크로제는 안정화에 따라 2~3년 이내에 광범위하게 사용될 것이다.

본 연구에서는 일반 전자상거래 분야에서의 현재의 도입 성과와 함께 자동차 분야의 적용가능성을 문제점과 함께 비교하였다. FTA에 따른 국내외 시장의 본격적인 개방과 함께 에스크로제의 활성화도 급진전될 것으로 판단된다.

참고 문헌

- [1] 제1회~3회 한국중고자동차문화포럼 세미나 자료집, 2004~2005
- [2] 건설교통부 정책보고서, “중고자동차 품질보증제도 도입에 관한 연구”, 2004.1
- [3] 제1회~4회 중고자동차유통발전세미나 자료집, 2001~2004
- [4] 한국소비자보호원, 중고자동차 관련 보도 자료, 2005.3.31
- [5] 건설교통부 보고서, “중고자동차 품질보증제도 도입에 관한 연구”, 2004.1
- [6] 서울자동차경매장 사외보 Auto Auction Review, 2002.3~2005.8
- [7] 전국자동차매매사업조합연합회, “중고자동차 매매업무 및 규제 개선 방안”, 2002.8
- [8] 김필수, “에스크로 기반의 온라인 중고차 유통시스템 구축”, 한국DB학회 추계 학술대회 논문집, 2005.10
- [9] 중앙일보 기사, “인터넷 결제예금예치제 유명무실”, 2006.5.9
- [10] 동아일보 기사, “인터넷 쇼핑 결제 불안된다”, 2006.2.20



김필수 (대림대학 자동차공학과 교수)

(e-mail) pskim@daelim.ac.kr

저자는 1984년, 1986년 및 1996년에 동국대학교 전기공학과에서 학사, 석사 및 박사를 각각 받았다. 저자는 1992년부터 1995년까지 충청대학교 전기공학과에서 조교수로 재직하다가 1996년부터 대림대학 자동차공학과에서 부교수로 재직하고 있다. 현재까지 약 150편의 논문을 국내외에 발표하였으며, 약 300여 편의 칼럼 집필 및 6개 프로그램의 방송활동을 하고 있으며, 세계인명사전(Who's Who in the World)에 7년 연속 등재되었다. 한국중고차문화포럼 등 5개 포럼으로 구성된 한국자동차문화포럼연합의 대표를 맡고 있다. 저자의 현재 연구 분야는 하이브리드 자동차 등 미래형 자동차 시스템과 자동차, 교통 관련 정책 및 제도에 관한 분야이다.