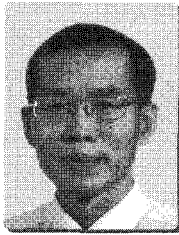


전자상거래 에스크로 제도 도입에 관한 고찰



이 종 인

한국소비자보호원 정책연구실
 선임연구원, 경제학박사

거래당사자간 상품과 대금의 지급을 보장하는 에스크로 서비스는 전자상거래 소비자피해를 예방하고 사후적 피해를 실질적으로 구제할 수 있는 효과적인 안전장치이다. 하지만 소비자보호 측면뿐만 아니라 전자상거래의 지속적인 발전을 위해서는 관련된 제도의 도입 및 보완이 필요하다. 우선 소비자피해보상보험, 사법적 구제 등과 같은 현행 소비자피해보상시스템과 상호 보완적으로 기능 할 수 있는 사전적 안전장치(Ex Ante Safeguard)인 에스크로 서비스의 법제화가 요구된다. 그 형태로는 전자상거래 사업자들이 자체 혹은 별도의 에스크로 업체와의 계약을 통해 에스크로를 제공토록 하되, 그 이용 여부를 소비자가 선택할 수 있도록 시스템을 마련해야 한다. 또한 안전한 대금지급을 위한 정보제공의 차원에서 에스크로 서비스의 이용에 관한 사항을 의무적으로 표시토록 하여 소비자가 쉽게 알 수 있도록 해야 한다. 끝으로, 에스크로 서비스의 공신력을 확보하기 위한 방안으로 에스크로 사업자의 자격기준을 마련하여 규제하는 것이 바람직하다.

I. 서언

국내의 인터넷 사용 인구와 인터넷을 통한 전자상거래가 늘어남에 따라¹⁾ 온라인 거래의

1) 지난해의 경우 우리나라 전자상거래 시장규모는 235조원으로 3년 만에 4배가 증가하였으며, 사업자와 소비자간

익명성, 비대면성, 선지불 및 진퇴의 신속성 등의 특성을 이용한 다양한 형태의 사이버 사기와 소비자피해가 급증하고 있다. 실제로 2003년 초 10만 명에 가까운 소비자에게 피해를 준 '하프플라자' 사건이 발생하였고 그 후에도 이와 유사한 사기성 피해가 지속적으로 발생하였다.²⁾ 또한 최근 들어서는 구매자와 판매자가 속한 국가가 서로 다른 국제 전자상거래에 있어 사기성 온라인 에스크로 사업자에 의한 소비자피해도 종종 보고되고 있다.

이와 같은 여러 인터넷 전자상거래상의 사기와 범죄로부터 구매자와 판매자를 보호하여 전자상거래를 발전시키기 위한 장치 중의 하나가 온라인 에스크로 서비스(Online Escrow Service: OES)이다. 전자상거래에서의 에스크로 제도 도입 문제는 지난 2003년 3월 전자상거래에서의 거래안전에 관한 한 공청회에서 처음으로 제안되었으며, 금년 5월초 공정거래위원회에서 입법예고한 '전자상거래에서의 소비자보호에 관한 법률'³⁾ 개정(안)에 그 내용이 담겨 있다.

전자상거래에서 매매계약 이행 보장 장치로 볼 수 있는 에스크로 제도가 도입되면 구매자와 판매자는 각기 안전한 전자상거래 서비스와 확실한 물품대금지급을 보장 받을 수 있게 된다. 반면에 거래당사자의 수수료부담이 늘어나게 되고, 업계의 자금유동성이 제약될 수 있으며, 거래당사자의 위험에 대한 선택권이 제약되는 등의 경제적 비용도 수반된다. 에스크로 서비스는 전자상거래의 특성상 어쩔 수 없이 발생될 수 있는 거래의 위험을 회피할 수 있는 효과적인 거래장치임에 틀림없지만, 이와 같은 경제적 비효율이 수반될 수 있으므로, 관련 제도를 도입할 경우에는 그 효과에 대한 충분한 사전적 검토가 선행되어야 할 것이다. 하지만 아직 국내뿐 아니라 세계적으로도 전자상거래 에스크로 서비스에 관한 제도적 가이드라인이 제시되지 않고 있는 상태이며(따라서 제도 도입의 효율성을 실증적으로 분석하기는 곤란하다), 또한 아직 전자상거래 에스크로 서비스에 대한 관계자들의 인식도 부족한 것으로 보여지므로, 이에 대한 현황파악과 제도 도입의 효과에 관한 분석이 요긴하다.

이러한 배경 아래 본고는 제2절에서 안전한 전자상거래를 위한 기존의 제도적 장치들과

거래(B2C)가 대부분을 차지하는 사이버쇼핑몰은 7조 548억원으로 전년도 대비 17.0% 증가하였다(자료: 통계청).

2) 2002년 8월에 시작된 하프플라자(www.halfplaza.com) 쇼핑몰이 모든 상품을 시중의 반값에 판매한다는 이른바 '하프플 서비스'를 표방하여 '경매+복권' 형식의 비정상적인 영업형태로 10만 여명의 소비자들에게 310억 여원의 피해를 입힌 우리나라 전자상거래 역사상 최대의 피해 사건이다. 이러한 대규모의 소비자피해가 발생해도 이를 제재할 법적 근거가 없어 피해자들이 제대로 보상을 받지 못하고 있다. 현재 자체적인 피해자모임(www.halfplaza.org, www.antietobiz.com)을 결성하여 소송, 탄원 등의 피해보상 노력을 하고 있는 실정이다.

3) 이하에서는 '전자상거래소보법'으로 약칭한다.

에스크로 서비스의 역할에 대해 고찰하고, 제3절에서 우리나라와 미국에서의 에스크로 서비스 동향 및 제도 도입 논의에 대해 살펴본다. 이어 제4절에서 에스크로 서비스 이용에 따른 법경제학적 시사점을 바탕으로 에스크로 제도 도입의 당위성과 제도 도입시 요구되는 바람직한 에스크로 제도의 시행방안을 제시한다.

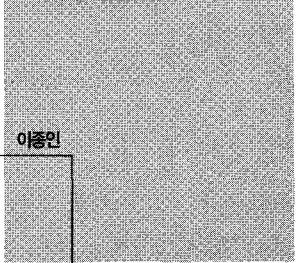
II. 현행 전자상거래 매매보호시스템과 에스크로

인터넷쇼핑몰이나 인터넷경매 등을 이용한 온라인 거래에서는 전통적인 오프라인 상거래와는 달리 가상공간에서의 상거래이기 때문에 거래당사자 모두 잠재적인 피해자의 위치에 설 수 있다. 예컨대, 한 구매자가 인터넷 쇼핑몰에서 상품을 구입하고 대금을 현금이나 신용카드로 결제할 경우에 사업자가 상품을 보내주지 않거나 위조 상품을 보내준 상태에서 고의로 잠적하게 되면 그 소비자는 적절한 보상을 받기가 매우 어려운 상황에 놓인다. 또한 구매자가 환불과 교환을 요구해도 묵묵부답인 것과 같은 여러 피해가 발생할 수 있다.

인터넷쇼핑몰을 통한 상품 거래과정에서 야기된 피해자의 정당한 보상 요구에 대해서는 판매 당사자인 쇼핑몰이 그 책임을 지는 것이 당연하다. 하지만 쇼핑몰의 부도나 사기 후 잠적 등 여러 사유로 해당업자에게 그 책임을 물을 수 없는 경우에 피해자가 여타 제도적 장치에 의해 피해를 보상 받을 수 있는 매매보호 수단이 있어야만 거래의 안전성이 확보될 수 있다.

현행 법률상 전자상거래 피해로부터 소비자를 보호할 수 있는 몇 가지 제도적 장치가 있다. 예컨대, 할부거래에관한법률 제5조①항과 전자상거래소보법 제17조①항 및 ③항에는 쇼핑몰의 이행불능이나 사기에 대해 카드사로부터 보상을 받을 수 있게 되어 있고, 전자상거래소보법 제24조①항에서는 전자상거래 업체들이 '소비자피해보상보험'을 가입하여 소비자를 보호하도록 '권장'하고 있다.⁴⁾ 하지만, 이러한 법적 장치만으로는 거래의 안전성 확보가 충분하지 않다. 예컨대, 법에서 쇼핑몰의 계약이행 불능이나 사기에 대해 카드사로부터 보상을 받을 수 있도록 되어있음에도 불구하고, 가맹점이 고의로 계약서를 송부한 후 상품의 배송을 7일 이상 미루다 잠적한 경우에는 구매자가 카드사에게 철회권 자체를 행사

4) 현행 매매보호장치의 구체적 실태와 문제점에 대해서는 이종인, 『전자상거래에서의 에스크로 서비스와 소비자보호 연구』(2003, p.14~18) 참고.



할 수 없게 된다. 더욱이 상품의 구매대금을 현금이나 전자화폐로 결제한 경우에는 현행 법 테두리 내에서는 신용카드 결제시의 여러 안전장치에 적용되지 않아 보호 받을 수 있는 길이 거의 없다. 따라서 해당 쇼핑물의 부도나 사기로 인한 구매자 피해는 거래당사자의 불법 행위에 대한 사법적 처벌 또는 구제요청 이외에는 달리 보상받을 길이 거의 없는 실정이다.

인터넷을 이용한 전자상거래는 구매자 뿐 아니라 판매자의 경우도 온라인 거래의 신뢰성 취약으로 인한 잠재적 손실을 입을 수 있다. 예를 들어 어떤 인터넷경매 초보자가 경매사이트에 경쟁력 있는 고품질의 상품을 올렸으나, 그 판매자에 대한 신용이 보장되지 않아 이를 구매하려는 소비자들 이 없는 경우 온라인 거래의 특성으로 인한 손실로 볼 수 있다. 일반적인 경우는 아니지만, 선 상품배송 후 대금결제 계약의 경우에도 구매자의 변심 등으로 배송된 상품의 수취 거절, 대금결제 지연으로 판매자가 피해를 입을 수 있다. 또한 도난 카드를 이용한 구매자의 상품 구매신청으로 인해 판매자가 피해를 입게 되는 경우도 종종 발생하고 있다.

이와 같이 전자상거래의 비대면성, 시장진입과 퇴출의 신속성 등의 특성으로 인한 거래의 불안정성 문제는 거래당사자 보호와 거래의 신뢰성을 높이기 위해 우선적으로 해결되어야 할 과제이다. 이러한 거래의 안전성을 보증할 수 있는 장치 중의 하나가 전자상거래에서의 에스프로 서비스(Online Escrow Service; OES)이다.⁵⁾

전자상거래에서의 에스프로 서비스는 매매자간 비대면 거래에서 발생할 수 있는 거래불이행 위험을 회피하기 위해 신뢰성있는 제3자(에스프로 사업자(escrow agent or escrow provider)라 한다)에게 대금결제와 상품인도를 보증하는 거래보호 서비스로 이해할 수 있다. 즉 구매자는 인터넷을 통해 에스프로 사업자 사이트에서 상품의 종류와 가격, 배송방법, 결제방법 등 매매계약 내용을 통보하고 상품의 대금을 입금하게 된다. 이때 에스프로 사업자는 구매자가 주문한 상품이 이상 없이 배달되었음을 확인한 뒤 판매자에게 물품 대금을 결제해 주고, 거래당사자 양측으로부터 혹은 어느 한쪽으로부터 정해진 수수료를 받게 된다. 에스프로 사업자는 만일 구매자가 판매자로부터 물품을 전달 받지 못하게 될 경우 구매자가 결제한 대금을 구매자에게 직접 환불해 주게 되어 구매자의 피해가 사전적으로 예방된다. 또한 판매자가 구매자로부터 물품대금의 결제 없이 미리 배송했을 경우에도 판

5) 에스프로(escrow)란 금전, 채권, 권리증서, 부동산 등 특정물을 매매, 이진, 저당, 대여하고자 할 경우, 이를 제3자에게 맡긴 후 약정조건이 충족된 경우에 한해 상대방에게 교부해 줄 것을 약속하는 일종의 조건부양도증서로 정의할 수 있다. 미국 캘리포니아 주 에스프로법(Escrow Law; California Financial Code, Division 6, 17003(a)) 참고.

매자가 물품대금을 받지 못해 발생할 수 있는 피해도 예방할 수 있다. 다시 말해 전자상거래에서의 에스크로 서비스는 구매자와 판매자 양자를 전자상거래상의 피해사고로부터 보호할 수 있는 시스템이다.

현실적으로 온라인 에스크로 서비스는 거래보호 서비스, 거래안전 서비스, 매매보호장치, 매매보호시스템, 매매계약이행보장장치, 안전거래시스템, 안전거래 서비스, 지불유보 시스템(pay hold system), 에스크로 서비스, 결제대금예치제 등 다양한 용어로 호칭되고 있다. 그 중 '에스크로 장치'와 '매매보호 서비스'라는 명칭은 에스크로 서비스의 대명사로서 가장 많이 사용되고 있지만, 기타 유사한 명칭들이 혼재되어 불리고 있는 실정이다. 이러한 다양한 용어의 사용은 온라인 거래당사자 또는 관계자들이 전자상거래를 함에 있어 개념과 명칭상의 혼동을 가져올 수 있다. 이러한 문제점은 물론 현재 관련 제도상의 가이드라인이 마련되어 있지 않은데 그 원인이 있다.

Ⅲ. 에스크로 서비스의 제도화 추이

1. 에스크로 제도 도입 논의 과정

우리나라의 경우 최근 온라인 시장의 폭발적 증가에 따라 업계 자체적으로 전자상거래 에스크로 서비스를 도입하여 시행하는 경우가 늘고 있다. 하지만, 아직 전자상거래뿐 아니라 전통적인 오프라인 거래에서도 에스크로에 관한 제도적 장치는 마련되어 있지 않은 실정이다.

하지만, 지난해 초부터 온라인거래 사기와 범죄로부터의 소비자피해를 효율적으로 예방하여 안전한 전자상거래 문화를 정착시키기 위한 제도적 방편의 하나로 에스크로 제도의 도입이 공론화되고 있으며, 실제로 관련 법제 도입이 추진되고 있다. 작년 3월에 한국소비자보호원 주최의 '인터넷쇼핑몰 거래안전 확보방안' 공청회에서 에스크로 제도의 도입을 포함한 안전한 전자상거래를 위한 여러 방안이 모색되었으며, 이 공청회에서의 의견 수렴을 바탕으로 에스크로 제도 도입을 주 내용으로 하는 '전자상거래소보법' 개정안이 지난해 4월에 의원발의 형식으로 제안된 바 있다.⁶⁾ 에스크로 제도의 도입에 관한 논의는 지난 해

6) 법 개정안에 포함되어 있는 에스크로 관련 내용은 크게 두 가지였다. 첫째, 전자상거래 사업자들에게 소비자피해를 사전에 효율적으로 예방할 수 있는 매매보호장치를 의무적으로 이용토록 하고 있다. 즉, '선불식 통신판매업

10월 국회에서 개최된 '전자상거래소보법' 개정에 관한 공청회에서 보다 구체화되었다. 개정법안의 소관 부처인 공정거래위원회에서는 이 공청회에서 4월에 발의된 법 개정안에 관한 소비자단체와 업계 등의 다양한 의견을 수렴하여 몇 가지 새로운 제안을 제시하였다. 즉, 그 동안 주로 업계 측에서 제시되어 온 에스크로 제도 도입에 따른 정상적인 사업자의 부담을 줄이기 위해 ① 신용평가 기관으로부터 일정 기준 이상의 신용등급을 확보한 업체, ② 신용카드 거래, ③ 총리령이 정한 일정금액(예시: 10만원) 이하의 현금거래 등의 경우 전자상거래 사업자들의 에스크로 이용의무화 요건을 면제하는 방안을 제시하였다.⁷⁾ 가장 최근에는 공정거래위원회에서 동 법 개정(안)을 5월 10일자로 입법예고하였다.⁸⁾

이러한 에스크로 제도 도입의 추진에 대하여 관련 업체들은 업계의 경영부담 증가, 거래 당사자간의 시장원칙에의 미부합 등의 이유로 반대 입장을 보이는 반면,⁹⁾ 그 동안 본격적인 에스크로 서비스를 준비해 온 금융권에서는 제도 도입에 따른 수수료수입 증가 등의 기대로 에스크로 제도의 도입을 간접적으로 찬성하는 입장이다.¹⁰⁾

따라서 향후 법 개정안이 부처의견 조정 및 국회심의과정에서 관련업체와 소비자단체, 그리고 금융권과 정책당국의 의견이 조정될 것으로 보이며, 법안의 세부내용이 어떻게 결정

자의 경우 통신판매업자는 대통령령이 정하는 기준과 절차에 따라 운용되는 제3자에 의한 매매계약이행보장장치(에스크로)의 이용 또는 소비자피해보상보험계약 등의 체결을 의무화 하고 있다(개정법안 제24조제1항). 둘째, 에스크로 등 매매보호장치 이용에 관하여 소비자가 알기 쉽도록 표시할 것을 강제하고 있다(개정법안 제24조제7항).

- 7) 이러한 공정거래위원회의 새 제안에 대해 학계와 소비자단체에서는 ① 신용평가기관으로부터 우수한 신용등급을 받은 업체의 경우도 소비자피해를 야기할 수 있으며, ② 신용카드 거래도 피해자가 대항할 수 없는 경우가 많으며, ③ 온라인거래의 경우 상당부분이 10만원 이하의 소액거래라는 등의 점을 들어 공정거래위원회의 제안에 이의를 제기하고, 사전적 전자상거래 소비자보호 수단인 에스크로 제도를 조속히 도입할 것을 주장하고 있다.
- 8) 2004년 개정(안)에는 통신판매업체가 소비자들이 원할 경우 에스크로를 이용할 수 있도록 필요한 조치를 하도록 하고 있다(통신판매업자가 소비자피해보상보험이나 공제조합과 공제계약을 체결한 경우는 제외). 전년도 개정(안)과 대비해 볼 때 형식상 명칭을 '매매보호장치'에서 '결제대금예치제도'로 바꾸었으며, 구체적인 사항을 법 대신 대통령령으로 정하도록 하고 있다.
- 9) 업계에서는 만일 에스크로 제도가 도입될 경우 업체들의 수수료 부담 증가, 주문에서 배송확인에 이르는 복잡한 절차에 따른 거래비용 증가, 자금 유동성의 회전지연, 새로운 시스템 구축 등의 추가적인 비용부담을 지게 될 것이라는 항변을 하고 있다. 또한 해외의 경우도 전자상거래에서의 에스크로 제도가 도입된 경우가 없으며, 서비스 이용실적도 매우 낮은 수준이고, 국제 전자상거래에서 외국업체에 비해 역차별을 받을 수 있는 규제라는 점 등의 이유로 에스크로 제도를 '의무적용'이 아니라 '원고사항'으로 제도화해 줄 것을 요구하였다.
- 10) 즉, 에스크로 제도 도입시 예견되는 문제점 중의 하나인 에스크로 사업자의 도덕적 해이 문제는 은행과 같은 공신력 있는 기관에서 에스크로 서비스를 담당함으로써 해결될 수 있으며, 기타 판매자의 유동성 제약 문제, 수수료부담문제 등 주로 전자상거래 사업자들의 부담은 기술적 시스템의 선진화를 통해 상당부분 해소될 수 있다는 입장이다.

되는지에 따라서 에스크로 제도의 도입 및 시행여부가 최종적으로 결정될 것으로 보인다.

아직 제도적 장치가 없지만, 최근 들어 인터넷경매 등 온라인 시장에서 에스크로 서비스를 도입하여 시행하는 국내 인터넷 업체들의 수가 증가하는 경향을 보이고 있다. 인터넷 경매사이트인 (주)옥션(www.auction.co.kr)에서 1998년부터 에스크로 기능을 하는 매매보호서비스를 제공해 왔으며, 지난 2001년 11월부터는 인터넷경매에 있어 필수사항으로 적용해 오고 있다.

최근에는 금융권과 전자지불결제 업체(PG: Payment Gateway) 및 솔루션 업체들이 에스크로 서비스를 개시하거나 준비중에 있다. 금융권 중에서는 우리은행(www.wooriescrow.com)에서 2002년 12월부터 에스크로 서비스를 제공하고 있으며 가맹 사이버쇼핑몰 업체들이 우리에스크로 서비스를 시행중에 있다. 하나은행은 2001년 7월부터 주문과 배송, 지급결제 등 전자상거래 전 과정을 통합관리해 주는 'Transaction Guide' 라는 에스크로 서비스체계를 은행권 최초로 완성하였고, 2003년 3월에 핸드폰 결제시 매매보호가 보장되는 '모바일 에스크로' 서비스를 시작하였으며, 9월에는 한 PG업체와의 제휴로 여러 온라인가맹점에 대하여 인터넷 에스크로 서비스를 시행하고 있다. 기타 몇몇 은행은 기업용 인터넷뱅킹시스템을 구축하면서 B2B거래에 대비한 에스크로 서비스를 구축하여 시행중이나 기업들의 참여 저조로 활성화되지 못하고 있는 실정이다. 이외에 BC카드, LG카드 등에서 2003년 6월부터 PG업체들과 연대하여 일정 금액 이상의 전자상거래에 대하여 에스크로 서비스를 시행중이다. 또한 PG 전문업체인 한국사이버페이먼트주(KCP: www.kcp.co.kr)가 2003년 4월부터 온라인 쇼핑물 대상의 에스크로 서비스를 시작하였으며,¹¹⁾ 코리아페이넷(www.koreapay.net)도 변형된 형태의 에스크로 서비스를 제공하고 있다.

2. 미국의 에스크로 서비스

미국은 각 주가 각기 다른 형태의 전통적인 에스크로 서비스에 관한 규정을 두고 있다. 캘리포니아, 워싱턴, 네바다, 오레곤, 알래스카, 하와이 등을 포함한 10여 개 주의 경우 부동산이나 사업체 거래시 에스크로 회사가 개입하는 것이 일반적이며, 뉴욕, 일리노이 등 여타 주들은 변호사나 소유권 보증보험회사(Title Insurance Co.)가 주로 에스크로 업무를

11) KCP는 지난 2002년 10월부터 입점형 쇼핑물(다음장터, 두루넷쇼핑, 네피앙 등)과 경매사이트(코베이)를 대상으로 서비스를 일부 시행하여 왔으며, 2003년 4월부터는 중소형 쇼핑물로 확대하였다.

취급하고 있다. 미국에서의 에스스크로 서비스는 원래 부동산이나 사업체의 거래 및 용자과정에서 안전한 거래를 위한 수단으로 제공되어 왔지만, 네트워크를 통한 전자상거래 규모가 증가하면서 온라인상의 에스스크로 서비스를 제공하는 인터넷 에스스크로 사업자가 늘어나고 있는 추세이다. 하지만, 아직 전자상거래에서의 에스스크로 서비스에 관한 별도의 제도적 장치를 도입하거나, 온라인 거래에서 에스스크로 서비스를 강제토록 하는 규정을 둔 경우는 없다.

캘리포니아주의 경우 전통적인 오프라인 거래와 온라인 거래의 구분 없이 주 경계내에서 에스스크로 사업을 수행하는 모든 에스스크로 사업자들이 에스스크로 사업자 인가(Escrow Agent License)를 의무적으로 받도록 하고 있다. 이러한 사항은 주 금융법 제6편(California Financial Code, Division 6)에 명시되어 있다.¹²⁾ 즉, 인가를 받기 위한 요건으로써 신용보증금(Fidelity bond)과 이행보증금(surety bond)의 예치 등을 통한 일정 수준의 재무능력을 확보해야 하고, 에스스크로사업자신용조합의 회원으로 가입해야 하며, 일정 수준의 지식, 경력, 도덕성을 갖추 것을 요구하고 있다.

하지만, 최근의 자료를 보면 캘리포니아주의 경우 주정부의 규제에도 불구하고 많은 인터넷 에스스크로 사업자들이 이러한 기본요건을 갖추지 않고 불법적으로 온라인 에스스크로 서비스를 제공하거나 홍보하고 있어 이로 인한 피해가 발생하고 있는 것으로 보인다.¹³⁾

온라인 전자상거래에서 에스스크로 서비스가 도입된 것은 1997년 미국의 I-escrow사가 최초이다.¹⁴⁾ 그 후 Escrow.com 등 많은 사업자들이 시장에 진출하여 온라인 에스스크로 서비스를 제공하고 있다. 미국의 경우 인터넷경매, 온라인쇼핑몰 등 각 인터넷업체 사이트에서는 대부분 안전한 거래를 위한 정보를 소개하면서 에스스크로 서비스의 이용에 관한 안내를 하고 있으며, 소비자들이 에스스크로 온라인 거래에서 서비스의 이용을 선택할 수 있도록 하고 있다. 예를 들어 eBay.com의 경우 회원이 팔거나 사려하는 상품을 등록하는 단계에서 에스스크로 서비스 이용여부를 선택하는 단계를 반드시 거치게 된다.

12) 캘리포니아주 금융법 제6편은 통상적으로 에스스크로법(California Escrow Law)으로 불리며, 에스스크로 사업자와 거래하는 주 경계내의 소비자들을 보호하기 위한 법으로 종종 소개된다. 캘리포니아 주정부의 기업국(Department of Corporations)의 공식자료들을 보면 금융법 제6편을 '에스스크로법'이라고 명시하고 있는 것을 볼 수 있다(www.corp.ca.gov).

13) 캘리포니아 주정부의 보도자료(Press Release 00-13, Department of Corporations, California)에 의하면 많은 불법적 온라인 에스스크로업자들이 주정부의 인가획득명령이나 사업중지명령을 받은 바 있다.

14) 지금의 www.tradenable.com이다. 참고로 I-escrow사의 www.iescrow.com 도메인은 Md Capital, Inc.사에 매각되었다.

미국에서는 최근 에스크로 사업자의 사기성 정보로 인해 구매자나 판매자가 피해를 입은 경우가 종종 보고되고 있는 것을 볼 수 있다. 특히 C2C 인터넷경매의 판매자가 물품을 배송하고도 에스크로 사업자로 부터 대금을 받지 못하거나 구매자가 에스크로 계정에 결제한 후에도 물품을 받지 못하는 피해가 많은 것으로 보인다.

IV. 합리적 에스크로 제도의 도입 및 시행 방안

1. 왜 에스크로 제도를 도입해야 하나

제품이나 거래의 안전성 확보 및 소비자보호를 위한 제반 규제는 시장의 활성화와 상호 보완적인 측면이 있을 수 있지만, 동전의 양면과 같이 상호 대립관계에 있는 것이 일반적이다. 즉 어느 한 편에 비중을 두게 되면 다른 측면의 효율성이 저해될 수 있다. 그러한 관점에서 전자상거래에서의 에스크로 시스템도 가능하다면 제도적 규제보다는 업계의 자발적인 자율규제기능이 효과적으로 작동되도록 하는 것이 바람직할 것이다.

하지만, 거래의 익명성, 비대면, 선지불, 시장진퇴의 신속성 등과 같은 전자상거래의 특성상 거래의 안전성 확보를 위한 제도적 가이드라인이 제시되지 않으면 개별적 이윤을 추구하는 업계의 자율규제시스템이 사회적으로 바람직한 방향으로 작동되기 어렵다. 즉, 업계의 자율적인 소비자피해보상보험 가입이나 에스크로 서비스 시행 또는 자체적 거래의 안전성 확보 노력에 동참하지 않는 업체들이 상존하게 되며, 따라서 향후 하프플라자와 같은 대규모 소비자피해가 재발되지 않는다는 보장이 없다.

따라서 현행 소비자피해보상시스템(소비자피해보상보험, 사법적 구제 등)과 상호 보완적으로 기능할 수 있는 사전적 안전장치(Ex Ante Safeguard)인 에스크로 서비스의 제도화가 필요하다. 앞서 소개하였듯이 에스크로 제도 도입 문제는 이미 수 차례의 공청회 등을 통해 공론화되었으며, 전자상거래소보법의 개정을 통한 에스크로 서비스의 제도화가 추진되고 있다. 따라서 조속히 동법의 개정을 통해 에스크로 서비스가 법제화되는 것이 바람직하다. 에스크로 제도가 마련되어 안전한 전자상거래의 가이드라인 역할을 하게 되면, 에스크로 관련 용어상의 혼란, 사업자 자격기준의 미비, 절차의 비표준화, 불법행위시 제재수단 미비 등으로 인한 전자상거래의 불안정성이 상당부분 해소될 수 있을 것이다.

2 바람직한 제도의 형태

전자상거래 에스크로 장치를 제도화할 경우, 온라인 거래당사자들이 언제든지 에스크로 서비스를 이용할 수 있도록 하는 형태의 시스템 마련이 필요하다. 이와 관련하여 우선적으로 고려해 볼 수 있는 방안으로는 '의무적용' 방안을 들 수 있다. 사업자가 에스크로 장치를 의무적으로 이용토록 하면 물품인도와 대금지급의 보장으로 거래당사자 모두에게 안전한 전자상거래가 가능해진다. 하지만 이러한 안전거래에 따른 사적편익이 거래비용의 물품가격 전가와 위협에 대한 선택권 제약에 따른 사회적 비용과 상충될 수 있어 사회 전체적으로 반드시 효율적이라고 볼 수는 없다. 또한 전자상거래에 대한 이용자들의 신뢰성 제고로 특히 소규모업체 시장이 활성화되는 편익이 발생할 수 있지만, 이러한 편익은 거래의 안전성이 비교적 높은 업체들의 추가적인 에스크로시스템 구축과 수수료 부담 등에 따른 비용 부분에 어느 정도 상충될 것이다. 즉, 업계의 부담 증가와 비용의 전가에 따른 가격왜곡 등으로 전자상거래의 활성화가 저해된다는 주장을 무시할 수 없다.

다음으로 고려해 볼 수 있는 방안으로는, 에스크로 제도를 '의무사항'의 하나로 도입하되 그 이용 여부를 구매자와 판매자간 자율교섭에 의해 결정토록 하는 시스템을 구축하여 시행하는 방안이다.¹⁵⁾ 즉, 온라인쇼핑몰 사업자나 인터넷경매 사업자 등 전자상거래 사업자들이 자체 혹은 별도의 에스크로업체와의 계약을 통해 에스크로 서비스를 의무적으로 제공토록 하되, 그 이용여부는 소비자가 선택할 수 있도록 하는 것이다. 예를 들어 구매자(인터넷경매의 경우 구매자 또는 판매자)가 매매하고자 하는 물품을 등록하는 단계에서 에스크로 서비스의 이용 여부를 선택하도록 전자상거래시스템을 구축할 수 있다.¹⁶⁾

이 경우 에스크로 수수료 등 에스크로의 의무적용에 따른 전자상거래 업체들의 비용부담이 구매자와 분담되거나 감소되어 에스크로 서비스의 편익과 비용이 매매의 양 당사자에게 배분되는 효과가 나타난다. 또한 거래당사자의 위험선택권을 제약하지 않아 에스크로 서비스를 이용함으로써 발생하는 사회적 비용을 절감할 수 있다.

마지막으로, 현행 소비자피해보상보험계약의 경우와 같이 전자상거래 사업자들에게 에스크로 제도를 '권고사항'으로 도입토록 하는 방안을 생각해 볼 수 있다.¹⁷⁾ 다시 말해 업계

15) 현재 공정거래위원회에서 입법예고중인 전자상거래소보법 개정(안)은 이 형태에 가장 가깝다.

16) 예컨대, 에스크로 이용 수수료를 구매자에게 전부 또는 일부를 부담시키는 형태로 에스크로 시스템을 설정하면 될 것이다.

17) 전자상거래소보법 제24조1항.

의 자율성을 존중하여 모든 전자상거래 업체가 에스크로 서비스를 시행하거나 이용토록 제도적으로 적극 권장하는 것이다. 이 경우 에스크로 제도 도입에 대한 상징적 의미는 있으나, 업계의 자발적 참여 없이는 제도의 실효성이 미미할 것으로 보인다.

3. 정보제공을 위한 표시책임의 문제

안전한 대금지불을 위한 정보제공의 차원에서, 에스크로 서비스의 이용에 관한 사항을 소비자가 잘 알 수 있도록 표시토록 하는 것이 바람직하다. 즉, 전자상거래 사업자가 제공하고 있는 에스크로 서비스 또는 직접 제공하지 않는 경우에는 에스크로 서비스의 이용에 관한 사항 등을 적절히 표시토록 강제할 필요가 있다.

에스크로 제도가 시행되더라도 이것이 제대로 표시되지 않는다면 진입과 퇴출이 빈번한 온라인 비즈니스의 특성상 소비자피해가 지속적으로 발생할 것이다. 예컨대, 미국의 경우 인터넷경매 및 쇼핑몰 업체들의 사이트에 안전한 거래를 위한 정보로서 에스크로 서비스 이용에 관한 안내를 하고 있지만 이러한 표시를 하지 않은 경우도 종종 있어 이용자들의 불편이 따르는 것으로 보인다.

따라서 에스크로 제도를 도입할 때 에스크로 서비스의 표시를 법상에 의무화하는 것이 바람직하다.¹⁸⁾

4. 에스크로 서비스의 공신력

에스크로 제도를 도입하더라도 참여하는 에스크로 사업자들의 공신력이 뒷받침되지 않으면, 현행 법률상 통신판매업자의 경우와 같이 유사 사업자의 난립으로 인한 거래당사자의 피해가 발생할 수 있다. 앞서 살펴보았듯이 실제로 미국의 경우 공신력 없는 유사 에스크로 사업자들의 사기로 인한 구매자 및 판매자의 피해가 많이 발생하고 있는 것으로 보인다. 따라서 에스크로 제도 도입시 에스크로 서비스의 공신력 확보가 무엇보다 중요하다.

에스크로 서비스의 공신력을 확보하기 위해서는 에스크로 사업자의 자격기준을 제도화하여 시행하는 방안이 효과적이다. 즉 일정 수준 이상의 재무능력과 지식, 경력, 도덕성 등

18) 지난해의 전자상거래소보법 개정(안)에는 이러한 표시의무사항이 포함되어 있었지만, 올해 입법예고된 법안에는 구체적으로 명시되어 있지 않다. 이 사항은 시행령이나 규칙 등으로 규정하면 될 것이다.

죽을 위한 최소한의 기준을 제시하여, 해당 요건을 갖춘 경우에만 에스크로 사업자 인가 혹은 허가(license for escrow agent)를 얻을 수 있도록 해야 한다. 이 경우 공신력이 뒷받침되지 않는 에스크로 사업자들의 난립이나 이들의 사기성 영업으로 인한 거래당사자의 피해를 억제하여 거래의 불안정성 문제가 상당부분 해소될 수 있을 것이다. 참고로, 에스크로 사업자의 자격기준 마련시 본 고에서 소개한 미국 캘리포니아주의 에스크로 사업자의 자격기준을 benchmarking 할 수 있을 것이다.

V. 결론

지금까지 안전한 전자상거래를 위한 기존의 제도적 장치들과 온라인 에스크로 서비스의 국내의 동향을 분석해 보고, 에스크로 제도 도입의 당위성과 바람직한 제도의 형태, 표시 의무화의 필요성, 에스크로 사업자의 자격기준 마련 등 제도 도입시 고려해야 할 여러 방안을 고찰하였다. 향후 에스크로 제도의 도입과 시행여부는 관련 이해당사자들 간의 의견 조정과 현재 추진중인 법 개정을 통한 입법화 방향에 따라 결정될 것으로 보인다.

아직 세계적으로 전자상거래 에스크로 서비스를 제도화하거나 온라인거래에서의 에스크로 사업자의 자격요건을 제도화한 경우가 없는 상태이다. 이러한 여건에서 우리나라에서 우선하여 제도화를 추진하는 것이 일면 국경을 초월하는 세계화와 시장의 자율규제기능에 반하는 비효율적 규제로 비취질 수 있다. 하지만, 세계 최고 초고속인터넷보급률을 자랑하는 IT강국의 입장에서 에스크로 서비스와 같은 안전한전자상거래를 위한 제도적 가이드라인을 최초로 제시함으로써, 국내적으로 업계의 안전거래시스템 정착을 유도하여 거래자 보호와 전자상거래 활성화를 가져올 수 있을 뿐 아니라, 외국 제도 도입의 모범으로 활용되는 등 글로벌시장에서의 파급효과도 클 것으로 기대한다.

향후 에스크로 서비스의 바람직한 시행방안과 관련 제도의 도입방안에 대한 보다 심도 있는 연구가 수행되기를 바라며, 본 고에서 제시한 제 방안을 포함한 연구결과 및 정부, 학계 및 업계의 의견 조정을 바탕으로 빠른 시일내에 합리적인 에스크로 가이드라인이 마련되어야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 공정거래위원회(2003), 「전자상거래에 있어서 거래안전성 담보를 위한 방안」(공청회 자료).
- 공정거래위원회(2004), 「전자상거래소비자보호법 개정(안)」(입법예고 보도자료).
- 김정곤 외3(2000), "전자상거래를 위한 에스크로 서비스에 관한 연구", 한국SI학회.
- 디지털타임스, 2003.8.21자.
- 박문순(2001), "온라인 에스크로의 역할과 성공조건", 「eBizKorea」, 2001. 5/6월호.
- 이종인(2000), 「법경제학」, 비봉출판사.
- 이종인(2003), 「전자상거래에서의 에스크로 서비스와 소비자보호」, 한국소비자보호원.
- 전자거래분쟁조정위원회(www.ecmc.or.kr), 2003.11.
- 전자상거래소비법 개정법률안(박병석 의원 대표발의), 2003.4.
- 통계청(2004), 「2003. 4/4분기 및 연간 전자상거래 통계조사 결과(보도자료)」.
- 통계청(2003), 「2002. 4/4분기 및 연간 전자상거래 통계조사 결과(보도자료)」.
- 통계청(2004), 「2004년 3월 및 1/4분기 사이버쇼핑물통계조사 결과(보도자료)」.
- 한국소비자보호원(2003), 「2003년 상반기 전자상거래 관련 상담 및 피해구제 분석」.
- 한국소비자보호원(2003), 「인터넷쇼핑물 거래안전 확보방안(공청회자료)」.
- 한국소비자보호원(2003), 「하프플라자 사건 이후 인터넷쇼핑물 피해동향 조사 결과」.
- Antony, Solomon, Lin, Zhangxi, and Xu, Bo(2002), "Determinants of Online Escrow Service Adoption: An Experimental Study," Texas Tech University.
- California Financial Code, Division 6(<http://www.leginfo.ca.gov/>).
- www.ebay.com(eBay).
- www.escrow.com.
- www.fraud.org(National Fraud Information Center: NFIC). 