



공정거래위원회

보도자료

힘내라 대한민국

2020년 9월 28일(월) 배포

시장감시국 시장감시총괄과

담당과장: 이동원(044-200-4484)

2020년 9월 29일(화) 오전부터 보도 가능

담당: 김대간 사무관(044-200-4485)

방송 · 인터넷 매체는 9월 28일(월) 낮 12시

윤상혁 사무관(044-200-4486)

현수민 조사관(044-200-4487)

공정위, 「온라인플랫폼 공정화법」 제정안 입법예고

- 디지털 생태계에서의 공정거래 및 상생협력 기반 마련 본격화 -

- ◆ 공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 ‘온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률’(이하 온라인플랫폼 공정화법) 제정안을 마련하여 2020년 9월 28일부터 11월 9일까지(40일간) 입법예고한다.
- (추진 배경) 디지털 경제로의 전환, 코로나19로 인한 비대면 거래의 급증, 네트워크 효과로 인한 시장집중 가속화에 따라 온라인플랫폼 분야에서 불공정 거래가 현실화되고 있어 공정거래와 상생협력의 기반을 마련할 필요가 제기되었다.
- (추진 경과) 그간 업계 의견 청취(총12회), 전문가 자문 등을 거쳐 온라인플랫폼 거래 분야의 투명성·공정성 제고에 중점을 둔 법 제정안을 마련하였다.
- (주요 내용) 국내 시장을 대상으로 영업하는 일정규모 이상 플랫폼 사업자에 대하여 ①필수 기재사항을 명시한 계약서 작성·교부 의무, ②계약내용 변경 및 서비스 제한·중지·종료 시 사전통지 의무를 부과하고 ③기존 공정거래법상 거래상 지위 남용행위 금지조항을 플랫폼 산업의 특성에 맞게 구체화하여 적용한다.
 - 아울러, 연성 규범인 표준 계약서 도입, 상생 협약 체결의 근거를 마련하고, 플랫폼에 특화된 분쟁조정 협의회를 운영하도록 했다.
 - 특히, 혁신을 저해하지 않으면서 법 위반 억지력이 확보되도록 과징금 부과를 강화하되 형벌 도입은 최소화하고, 동의를결제도를 도입했다.
- ◆ 시장의 구조적 변화에 대응하여 온라인플랫폼 분야의 공정거래 및 상생협력 기반을 마련함으로써, 혁신과 성장이 지속될 수 있는 생태계가 구축될 것으로 기대한다.
- ◆ 공정위는 입법예고 기간 동안 관계 부처, 이해관계자 등 각계 의견을 충분히 수렴하여 국회에 법안을 제출할 계획이다.

1

추진 배경 및 경과

□ (추진 배경) 온라인 거래로의 전환, **코로나19**로 인한 비대면 거래의 급증 등에 따라 온라인플랫폼을 통한 거래규모가 급속히 확대되고 있다.

* 온라인쇼핑몰 거래액(통계청) : (10)25.2조→(15)54.1.조→(19)135.3조→(20.6월)74.3조

○ 이와 함께 입점업체의 거래 **의존도**가 높아지면서 온라인 플랫폼의 **우월적 지위가 강화***되고 입점업체에 대한 불공정행위 등 **피해 발생 우려**가 현실화되고 있지만 기존 정책 수단으로는 효과적인 대응에 **한계****가 있다.

* 온라인플랫폼 사업자는 네트워크효과, 규모의 경제 등 플랫폼 산업의 특수성으로 인해 입점업체에 대해 거래상 우월적 지위를 확보·강화 가능

** 온라인플랫폼은 중개사업자로서 대규모유통업법이 적용되지 않고, 공정거래법에는 계약서 제공 의무, 표준계약서 등 분쟁예방 및 거래관행 개선을 위한 근거 규정이 부재하며 플랫폼 산업의 특수성을 반영하여 거래상 지위 남용행위의 기준을 구체화할 필요

○ 이에 따라 온라인플랫폼-입점업체 간 거래관계의 **투명성과 공정성을 제고**하여 플랫폼 생태계의 **공정하고 지속가능한 발전**이 가능하도록 제도적 기반을 마련할 필요가 제기되었다.

※ **EU·일본** 등은 온라인플랫폼 분야의 투명성·공정성을 제고하기 위한 **입법 완료(붙임 1)**

- **EU** : 「온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 EU 이사회 규칙」을 제정 (19.7.11.)하여 시행 중(20.7.12.)

- **일본** : 「특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성 향상에 관한 법률」 제정 (20.6.3.)

□ (추진 경과) 공정위는 지난 6.22. **반부패 정책 협의회**에서 온라인플랫폼 공정화법 제정 추진계획을 보고(붙임 2)하고, **추진단**(단장: 사무처장)을 구성했다.

○ 이후 총 **12회**에 걸친 **이해관계자 간담회**를 통해 플랫폼 유형별로 입점업체와 플랫폼 사업자의 의견을 **폭넓게 수렴**했다.(붙임 3)

▲ 입점업체 간담회 : 열린 장터(오픈마켓)(7.31.), 배달앱(8.4.), 앱 장터(8.6.), 숙박앱(8.11.), 기타업종(8.14.), 종합 간담회(8.20.)

▲ 플랫폼 사업자 간담회 : 포털(8.21.), 배달앱(8.26.), 열린 장터(8.28.), 숙박앱(9.2.), 앱 장터(9.4.)

▲ 입점업체-플랫폼 사업자 간담회(9.18.)

○ 또한, 전문가 간담회(9.17.), 자문 등을 통해 학계, 법조계 등 전문가 의견 수렴도 병행하여, 제정안을 마련했다.

〈 기본 방향 〉

- ◆ 플랫폼 사업자와 입점업체 간 거래관계의 투명성과 공정성을 제고하는 것을 핵심 원칙으로 삼았다.
- ◆ 플랫폼 사업자와 입점업체가 함께 성장할 수 있도록 자율적 상생협력과 신속한 분쟁해결을 위한 제도적 기반도 마련했다.
- ◆ 변화가 빠른 신산업인 플랫폼 분야의 특성을 고려하여 금지행위 기준을 차별화하고 연성 규범을 도입하는 한편, 혁신이 저해되지 않는 균형감 있는 규율 체계가 갖춰질 수 있도록 했다.

가. 법 적용 대상

□ 온라인 플랫폼 중개서비스를 제공하는 사업자(이하 플랫폼 사업자)가 다음 세 가지 요건을 모두 충족하는 경우 이 법의 적용 대상이 된다.

- ① (중개서비스 계약관계) 온라인플랫폼을 통하여 정보 제공, 소비자로부터 청약 접수 등의 방식*으로 계약관계에 있는 입점업체와 소비자 간 상품·용역 거래의 개시를 알선하는 서비스를 제공하는 사업자이어야 한다.

* 구체적인 거래 개시의 알선 방식에 대하여는 대통령령으로 규정

- 대표적으로 열린 장터, 배달앱, 앱 장터, 숙박앱, 승차 중개앱, 가격 비교 사이트, 부동산중고차 등 정보 제공 서비스, 검색 광고 서비스 등이 이에 해당한다.

<참고> 법 적용 대상이 아닌 경우

- ① 온라인플랫폼을 통하지 않는 거래 개시 알선(대면 방식, 우편·전화·전단지 등을 통한 알선)
- ② 재화 등의 거래가 수반되지 않는 비거래 플랫폼(순수 사회관계망 플랫폼 등)
- ③ 자신이 거래의 직접 당사자가 되어 재화를 판매하거나 서비스를 제공하는 경우
- ④ 거래 개시에 따라 부수적으로 이루어지는 결제 등만을 알선하는 플랫폼
- ⑤ 순수 B2B 또는 C2C 플랫폼
- ⑥ 플랫폼과 계약관계가 없는 사업자와 소비자를 중개하는 플랫폼(검색엔진 등)

② (규모 요건) 플랫폼 사업자 중 매출액* 또는 중개거래 금액**이 일정 규모 이상인 사업자에게만 적용된다.

* 직전 사업년도에 온라인플랫폼 중개서비스 및 부가서비스 제공을 통한 수수료 수입(매출액)이 100억원 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 금액 이상

** 직전 사업년도에 온라인플랫폼 중개서비스를 통해 판매가 이루어진 상품·용역 판매가액 합계액(중개거래금액)이 1,000억원 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 금액 이상

③ (역외적용) 플랫폼 거래는 국경 간 경계 없이 이루어진다는 점을 고려하여 국내 입점업체와 국내 소비자간 거래를 중개하는 경우 플랫폼 사업자의 소재지 및 설립 시 준거 법률에 관계없이 적용된다.

* 국외에 주소·영업소를 둔 사업자에 대해서는 공정거래법 제53조의3[문서의송달] 규정을 준용하여 적용한다.

<참고> 온라인플랫폼 중개서비스 등 개념



나. 플랫폼 사업자-입점업체 간 거래관계의 투명성·공정성 제고

- (계약서 작성 및 교부 의무) 계약 상대방인 입점업체에게 거래조건을 투명하게 공개하여 분쟁이 사전 예방 되도록 플랫폼 사업자에게 계약서 작성 및 교부 의무를 부여하고, 주요 항목은 계약서에 의무적으로 명시(필수 기재사항)하도록 했다.
- 필수 기재사항에는 통상적인 주요 거래조건 외에 플랫폼 중개거래에서 입점업체 이해관계에 직결되는 사항으로서 입점업체 보호 및 분쟁예방을 위해 특별히 요구되는 항목을 포함하였다.

<참고> 계약서 필수 기재사항 항목

1. 입점업체에게 제공하는 온라인 플랫폼 중개서비스 등의 구체적인 내용 및 이에 대한 대가로 수취하는 수수료의 부과 기준 및 절차
2. 계약 기간, 계약 갱신 및 내용변경 절차, 계약해지 사유 및 절차
3. 온라인 플랫폼 중개서비스 등의 개시, 제한, 정지의 기준 및 절차
4. 판매상품의 반품, 환불, 교환 등의 절차 및 기준
5. 판매대금의 정산 방식 및 정산대금 지급 절차, 방식, 시기
6. 입점업체의 다른 온라인 플랫폼 이용 등을 제한하는지 여부 및 그 내용
7. 판매가격·판매방식·판매량·배송방식·결제방식 등 제한 여부 및 그 내용
8. 할인쿠폰 발행 등 판매촉진행사 실시 기준, 절차, 비용분담에 관한 사항
9. 판매과정에서 발생한 손해에 대한 분담 기준
10. 재화 등의 정보가 온라인 플랫폼에서 노출되는 방식 및 노출 순서 결정 기준¹⁾(수수료가 노출 방식 및 순서에 미치는 영향 포함)
11. 입점업체의 재화 등과 자신 또는 계열회사 및 자신이 영업활동을 통제하는 회사²⁾가 판매하는 재화 등을 다르게 취급하는 지 여부 및 내용, 기준
12. 입점업체 및 소비자가 온라인 플랫폼을 이용하는 과정에서 생성된 정보를 입점업체가 제공받을 수 있는지 여부, 제공 가능한 정보의 범위, 제공 방식 및 조건³⁾
13. 온라인 플랫폼 중개서비스 이용을 위해 다른 서비스를 이용해야 하거나, 특정 상품 또는 용역을 구입해야 하는 경우 그 내용
14. 그 밖에 계약 당사자의 권리·의무에 관한 것으로 대통령령으로 정하는 사항

1) 노출 순서에 대한 연산방식(알고리즘)까지 기재하도록 하는 것은 아님

2) 플랫폼 사업자가 가맹본부인 경우 플랫폼 사업자의 가맹점 등이 해당

3) 소비자 정보의 경우 소비자의 정보제공 동의를 전제로 함

□ **(사전통지 의무)** 플랫폼 사업자가 계약 내용을 변경하거나 서비스를 제한·중지·해지하는 경우 사전통지하도록 했다.

- 플랫폼 사업자가 계약 내용 변경 시 **최소 15일 이전에 사전통지할 의무**를 부여*하고, 이러한 절차를 이행하지 않은 계약 내용 변경은 **효력이 부인**되도록 했다.

* 대통령령으로 정하는 부득이한 사유가 있는 경우에는 적용제외

- 서비스 일부 **제한 및 중지**의 경우 **최소 7일 이전, 종료(계약 해지)**의 경우 **최소 30일 이전에 그 내용 및 이유를 사전통지***하도록 했다.

* 대통령령으로 정하는 부득이한 사유가 있는 경우에는 적용제외

- 또한 이러한 절차를 이행하지 않은 **계약 해지***는 **효력을 부인**하여 실질적인 이행을 담보하도록 했다.

* 서비스 제한·중지는 과태료 부과를 통해 이행을 확보

<참고> EU, 일본 입법례

- **(EU)** 약관 변경 전 **최소 15일 전 통지***해야 하고, 입점업체는 통지 기간 중 계약을 종료할 권리 보유(미 이행시 변경 약관 조항 무효)

* 법상 의무준수를 위한 경우, 보안상 위험 등이 있는 경우는 예외

- 서비스 제한·중지·종료 시 그 이유를 통보(종료 시에는 **최소 30일 전 통보***)하고 입점업체에 내부 분쟁해결 절차에 따른 소명 기회 부여

* 법상 의무 준수, 입점업체의 반복적 약관 위반 시 등은 예외

- **(일본)** 서비스 제공조건 변경시 **경제산업성령**으로 정하는 날 전까지 그 내용 및 이유를 공개*

- 서비스 제공 거절 시 그 내용 및 이유를 통보(전부 거절은 **경제산업성령**으로 정하는 날 전까지 통보*)

* 일반 이용자의 이익을 해치거나, 경제산업성령으로 정하는 경우 등은 예외

□ **(불공정행위 금지)** 기존 공정거래법상 거래상 지위 남용행위 금지 조항(제23조①4호)을 플랫폼 산업의 특성에 맞게 구체화하여 적용한다.

- 우선, 플랫폼 사업자에 대한 **거래상 지위의 인정 기준**을 플랫폼 산업의 **특수성***을 고려하여 제시할 수 있는 근거를 도입하였다.

* 온라인플랫폼 산업의 구조, 소비자·입점업체의 플랫폼 이용 양태 및 이용 집중도, 플랫폼사업자와 입점업체 간 사업능력 격차 등

- 기존 공정거래법상 **거래상지위 남용행위**를 온라인플랫폼의 특성에 맞춰 도입하고 세부 유형을 시행령에서 제시하도록 하였다.

- ① (구입 강제 행위) 부당하게 입점업체가 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위를 금지했다.
- ② (경제상 이익 제공 강요행위) 부당하게 입점업체에게 자신을 위하여 금전 재화·용역, 그 밖의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위를 금지했다.
- ③ (부당한 손해 전가행위) 부당하게 입점업체에게 거래과정에서 발생한 손해를 전가하는 행위를 금지했다.
- ④ (불이익 제공행위) 부당하게 입점업체에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위를 금지했다.
- ⑤ (경영 간섭행위) 부당하게 입점업체의 경영활동을 간섭하는 행위를 금지했다.

※ 플랫폼 사업자의 시장 지배적 지위 남용행위 및 경쟁제한성 불공정 거래행위 (거래 거절, 배타 조건부 거래행위, 차별적 취급 등), 일정 규모 이하의 플랫폼 사업자의 거래상 지위 남용행위에 대해서는 기존 공정거래법이 계속하여 적용(붙임2)

<참고> 불공정행위 관련 실태조사 결과(19년 법제연구원, 붙임4)

- (구입 강제행위) '특정 상품·용역에 대한 구입 강제' 경험비율 4.2%
- (경제상 이익제공 강요행위) '판매활동과 무관한 기부금·협찬금 등 경제상 이익제공 강요' 경험비율 4.2%
- (부당한 손해 전가행위) '플랫폼 사업자에 귀책사유가 있음에도 판매과정에서 발생한 책임을 일방적으로 입점업체에 전가' 경험 비율 37.5%
- (불이익 제공행위) '대금 지급 기한 미준수 및 지연이자 미지급' 경험비율 10.4%, '주문 접수부터 배송까지 촉박한 기일 지정 및 위반 시 지체상금 부과' 경험비율 18.8%
- (경영 간섭행위) '상품가격 인하 강요, 타플랫폼 입점방해 및 상품가격 인상강요, 자사거래건 우선배송강요' 경험비율 25.0%

□ (보복조치 금지) 입점업체의 분쟁조정 신청, 신고, 서면 실태조사에 따른 자료 제출, 조사 협조 등을 이유로 불이익을 주는 행위를 금지하였다.

다. 자발적 상생협력과 신속한 분쟁해결을 위한 제도적 기반 마련

- (표준 계약서) 자율적 거래 관행 개선 및 분쟁 예방을 유도해 나갈 수 있도록 표준 계약서 제정 근거 조항을 마련하였다.
 - 변화가 빠르고 다양한 플랫폼 산업의 특성에 맞게 연성 규범을 통한 탄력적 대응이 가능하도록 플랫폼 유형별 표준 계약서를 제시할 예정이다.
- (상생 협약) 플랫폼 사업자와 입점업체 간 상생문화 확산 촉진을 위해 상생 협약 체결 권장 및 지원에 대한 근거조항을 마련하였다.
 - 양면 시장인 플랫폼 특성 상 플랫폼 사업자와 입점업체는 상호 이해관계가 긴밀히 연결되어 있다는 점에서 상생협력이 매우 중요하다.
- (분쟁조정 협의회) 온라인플랫폼 분야에 특화된 분쟁조정 협의회 설치 근거를 마련하여, 신속하고 전문적인 분쟁해결이 가능하도록 했다.
 - 분쟁조정협의회는 공정거래조정원에 설치하도록 하고, 운영방식 및 절차 등은 공정거래법 등에 준하여 규정하였다.

라. 혁신 동력이 유지되는 법 위반 억지력 확보

- (제재 수단) 사업자의 거래상 지위 남용행위에 대해 실효성 있게 억지력을 확보하는 한편, 신산업 분야의 혁신 저해를 방지하기 위해 형벌은 최소한으로 규정했다.
 - 플랫폼 사업자의 거래상 지위 남용행위에 대해 과징금 부과기준을 강화하였다.
 - * 과징금 한도는 법 위반 금액의 2배, 정액 과징금 한도는 10억원
 - 금지 행위 중 가벌성이 높은 보복조치 행위, 시정명령 불이행 등에 대해서만 형벌을 부과(거래상 지위 남용행위는 미부과)한다.
- (동의의결제) 플랫폼 입점업체는 소송을 통한 피해구제가 어려운 소상공인이 많다는 점에서 신속하고 효과적인 피해구제를 위해 동의의결제를 도입했다.
 - 역동적인 플랫폼 산업 특성상 플랫폼 사업자 입장에서조차 동의의결을 통해 법적 불안정성을 조기에 해소할 수 있다는 장점이 있다.

- (서면 실태조사) 급변하는 플랫폼 분야의 거래 관행, 입점업체 애로 사항, 불공정행위 양태 등을 신속하게 파악하고 적기에 대응하기 위하여 공정위가 서면 실태조사를 실시할 수 있도록 했다.
 - 조사 대상, 조사 내용, 조사 기간 등을 특정하여 조사 계획을 수립하고 그 결과를 공표하도록 했다.
- 그 밖에 조사 절차, 시정명령, 과태료, 손해배상 등은 공정거래법[전부 개정안(20.8.31. 국회제출) 포함] 등에 준하여 규정했다.

3

기대 효과 및 향후 계획

- 제정안이 통과되면 플랫폼 사업자와 입점업체 간 투명하고 공정한 거래질서가 정립될 수 있는 계기가 될 것이다.
 - 또한, 제도적 뒷받침을 통해 자율적 상생협력 및 거래관행 개선이 촉진되고 신속한 분쟁해결 및 피해구제가 가능해 질 것이다.
 - 이를 통해 플랫폼 사업자의 혁신이 지속되면서도 입점업체와 함께 성장해 나갈 수 있는 건전한 생태계가 구축될 것으로 기대한다.
- 공정위는 입법예고 기간(2020년 9월 28일 ~ 11월 9일) 동안 이해 관계자(플랫폼 사업자 및 입점업체 등), 관계 부처 등의 의견을 폭넓게 수렴한 후, 규제·법제 심사, 차관·국무회의를 거쳐 개정안을 국회에 제출할 예정이다.

※ 입법예고안에 대한 의견 제출 방법

- ▶ 이 개정안에 의견이 있는 개인이나 단체는 2020년 11월 9일까지 통합 입법예고 센터 (<http://opinion.lawmaking.go.kr>)를 통하여 온라인으로 의견을 제출하시거나, ①예고 사항에 대한 의견(찬성·반대·수정 의견과 그 이유), ②성명(단체의 경우 단체명과 대표자명), 주소, 전화번호를 적은 의견서를 우편 또는 팩스로 제출해주시기 바랍니다.

* 우편 : 세종시 다솜3로95 정부세종청사 2동 공정거래위원회 시장감시총괄과(우: 30108)

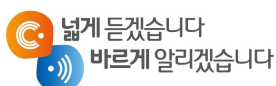
* 팩스 : 044-200-4528

<붙임 1> 외국의 온라인플랫폼 관련 입법례 주요 내용

<붙임 2> 디지털 공정경제 대책 주요 내용

<붙임 3> 쟁점별 입점업체-사업자 의견 요약

<붙임 4> 온라인플랫폼 입점업체 불공정행위 실태조사 결과



위 자료를 인용하여 보도할 경우에는
출처를 표기하여 주시기 바랍니다.

www.ftc.go.kr



〈붙임 1〉 외국의 온라인플랫폼 관련 입법례 주요 내용

1. EU (「온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 EU 이사회규칙」, 20.7.12. 시행)

구 분	내 용
적용대상	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 온라인중개서비스란 상업적 이용자와 소비자간 직접적 거래 개시 촉진을 위하여 온라인중개서비스제공자와 상업적 이용자간 계약관계에 기초하여 소비자에게 상품·용역 제공하도록 허용하는 정보사회서비스 ▶ EU내 소재지를 둔 상업적 이용자가 EU내 소비자에게 상품·용역을 제공하기 위하여 이용하는 온라인중개서비스에 그 주소지와 준거법률에 관계없이 적용 ▶ 사업자-소비자간 직접적 거래를 촉진할 목적이 아니거나, 소비자와 계약관계를 형성하지 않는 온라인결제서비스, 온라인광고수단, 광고교환사업자에게는 미적용
투명성·공정성 제고를 위한 의무	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 약관은 이해하기 쉬운 용어로 작성되어야 하고 거래의 전 과정에 걸쳐 상업적 이용자가 쉽게 이용가능해야 함 ▶ 약관내용 변경시 최소 15일*전에 내구성 있는 매체를 통해 사전통보 <ul style="list-style-type: none"> * 법률상 의무, 보안상 위험을 방지하기 위한 경우 예외 -상업적 이용자는 통지기간 만료 전 계약을 종료할 기회 보유 -절차 미이행시 약관 전체 또는 해당 약관조항은 무효 -이용자에게 불리한 약관변경 사항은 소급적용 금지 ▶ 서비스를 제한·중단·종료할 수 있는 사유를 약관에 기재해야 하고, 제한·중단·종료시 그 사유를 내구성 있는 매체를 통해 통보(종료의 경우 최소 30일 전* 통보)하고 내부분쟁해결절차에 따른 소명기회 부여 <ul style="list-style-type: none"> * 법률상 의무, 반복적 약관 위반 등의 경우 예외 ▶ 상품 노출순위를 결정짓는 주요 변수 및 변수 간 상대적 중요도, 상업적 이용자가 지불하는 경제적 대가가 순위결정에 미치는 영향을 약관에 명시 <ul style="list-style-type: none"> * 검색결과 조작을 통해 소비자 피해가 우려되는 알고리즘 등은 미공개 ▶ 자신이 직접 또는 자신이 지배하는 상업적 이용자의 재화 등과 다른 상업적 이용자의 재화 등을 다르게 취급하는 경우 이에 대한 설명을 약관에 포함 ▶ 상업적 이용자, 소비자가 플랫폼을 사용하면서 제공하거나 생성된 개인정보 및 데이터에 대한 상업적 이용자의 접근권에 관한 설명을 약관에 포함 ▶ 상업적 이용자가 다른 플랫폼을 이용하여 동일한 재화 등을 다른조건으로 판매하는 것을 제한할 경우 제한 근거를 약관에 포함하고 일반 대중에도 공개
기타	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 상업적이용자가 무료로 이용할 수 있는 내부 분쟁해결 시스템을 마련해야 함 <ul style="list-style-type: none"> * 연 매출액이 1,000만유로 미만이고 종업원 수 50인 이하인 경우는 의무면제 ▶ 내부 분쟁해결 시스템으로 해결되지 않는 분쟁을 조정을 통해 해결할 수 있도록 2명이상의 중재인을 정하여 약관에 명시 ▶ 상업적이용자를 대표하는 정당한 이해관계가 있는 기구나 단체는 회원국 법원에 동 규칙 위반행위의 금지를 청구하는 소송제기 가능

* EU 규칙은 온라인중개서비스 제공자 외에도 온라인 검색엔진 제공자에게도 노출순위 결정 변수, 상품의 차별취급 등에 대한 설명을 약관에 명시할 의무를 부과

2. 일본 (「특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성 향상에 관한 법률」, 20.6.3. 제정)

구 분	내 용
적용대상	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 디지털플랫폼이란 다수가 이용하는 것을 예정하고 전자계산기를 이용한 정보처리에 의해 구축된 장으로서, 입점업체의 재화 등 정보표시를 인터넷, 기타 고도정보통신 네트워크를 통해 제공하는 서비스* * 입점업체, 소비자 등 사이에 네트워크 효과가 존재해야 함 ▶ 경제산업대신은 사업의 종류에 따라 매출액, 이용자 수 등이 일정 규모 이상인 디지털플랫폼 제공자를 이 법 적용대상인 특정 디지털플랫폼 제공자로 지정
투명성·공정성 제고를 위한 의무	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 입점업체에게 다음의 사항을 공개해야 함 <ul style="list-style-type: none"> -플랫폼 제공 거절 여부를 판단하기 위한 기준 -자신이 지정하는 상품·권리·서비스를 구입하도록 할 경우 그 내용 및 이유 -재화 등에 관한 정보에 우선순위를 붙여 표시하는 경우 당해 순위 결정 기준 (광고비 등이 순위에 영향을 미치는 영향 포함) -자신이 입점업체가 제공하는 재화 등에 대한 데이터를 취득·사용하는 경우 그 내용 및 조건 -자신이 보유한 재화 등에 대한 데이터를 입점업체가 취득하거나 제3자에게 제공하도록 할 수 있는 지 여부 및 그 내용·방법·조건 -입점업체가 불만 제기 또는 협의 신청을 하기 위한 방법 ▶ 플랫폼 이용조건을 변경하거나 서비스 제공을 전부 거절할 경우 경제산업성령으로 정하는 날 이전까지 그 내용 및 이유를 공개 <ul style="list-style-type: none"> -플랫폼 제공조건에 해당되지 않는 거래를 요청하거나 서비스 제공 일부를 거절할 경우에는 그 내용 및 이유를 공개 * 일반 이용자의 이익을 해치거나 기타 경제산업성령으로 정하는 경우에는 예외 ▶ 상기 정보공개 의무 미준수시 경제산업대신은 필요한 조치를 취하도록 권고할 수 있고, 권고에 따르지 않으면 이를 명령할 수 있음(위반시 100만엔 이하 벌금) ▶ 금지행위 (위반시 공취위에 사적독점금지법에 따라 적당한 조치를 취할 것을 요구) <ul style="list-style-type: none"> -부당하게 입점업체에게 플랫폼 제공을 거절하는 행위 -거래상 지위를 부당하게 이용하여 플랫폼을 계속해서 이용하는 입점업체에게 자신이 지정하는 상품·권리·서비스를 구입하게거나, 입점업체에 불이익이 되도록 서비스 제공조건을 설정·변경하는 행위 -부당하게 플랫폼에서 판매하는 재화 등의 가격, 거래조건 등을 다른 유통채널에서 판매할 때보다 동등·유리하게 할 것을 조건으로 서비스를 제공하는 행위 -부당하게 경쟁관계에 있는 다른 디지털 플랫폼을 이용하는 것을 방해하는 행위 -부당하게 특정입점업체에 유·불리하도록 재화 등 노출 순위를 정하는 행위 -부당하게 특정입점업체에 유·불리하도록 플랫폼 이용 요금 또는 지불 방법을 설정·변경하는 행위
기타	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 특정 디지털플랫폼 제공자는 매년 경제산업대신에게 플랫폼 사업의 개요, 불만처리 및 분쟁해결 사항, 법상 정보공개 상황 등을 기재한 보고서를 제출하고 경제산업대신은 이에 대한 평가결과를 보고서 개요와 함께 공표 ▶ 특정 디지털플랫폼 제공자는 입점업체와의 거래관계에서 상호이해의 촉진을 위해 필요한 조치를 강구해야 하고 경제산업대신은 이에 관한 지침을 제정

3. 중국 (「전자상거래법」, 19.1.1. 시행)

구 분	내 용
적용대상	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 전자상거래 플랫폼 사업자인 전자상거래에서의 쌍방 혹은 다수의 거래당사자에게 온라인사업장을 제공하고 거래를 성사시키며 정보를 공표하는 등의 서비스를 제공함으로써 쌍방 혹은 다수의 거래당사자가 독립적으로 거래를 진행하도록 하는 법인 또는 조직 * 중국 전자상거래법은 전자상거래 분야에서 각 사업자들의 의무, 소비자 보호, 분쟁해결 등을 종합적으로 규정
투명성·공정성 제고를 위한 의무	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 플랫폼 서비스계약 및 거래규칙을 작성하여 플랫폼 가입 및 탈퇴, 상품 및 서비스의 품질보증, 소비자권익보호, 개인정보보호 등의 권리와 의무를 명시 -서비스계약 및 거래규칙은 홈페이지 내 뚜렷한 위치에 지속적으로 링크 표식을 공지해야 하고, 사업자 및 소비자의 편리하고 완전한 열람 또는 저장을 보장 -서비스계약 및 거래규칙 수정시 최소 7일 전에 홈페이지 내 뚜렷한 위치에 의견 수렴을 공지하고 충분한 의견제시를 보장 -입점업체가 수정내용을 받아들이지 않고 탈퇴를 요구할 경우 이를 저지할 수 없고 수정 전 계약과 규칙에 따라 관련 책임을 부담 ▶ 서비스계약 및 거래규칙에 따라 입점업체의 법률, 법규 위반행위에 대해 경고, 서비스 정지 등 조치를 취할 경우 이를 즉시 공시해야 함 ▶ 플랫폼에서 직영업무를 할 경우 직영업무와 입점업체의 업무를 명확히 구분해야 하고 소비자들을 오도해서는 안됨 ▶ 입점업체의 거래, 거래가격, 기타 사업자와의 거래 등에 불합리한 제한이나 조건을 부가하거나, 불합리한 비용을 수취해서는 안됨 ▶ 상기 의무 위반시 시정명령 및 과태료 부과
기타	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 그 밖에 입점업체 관리 및 감독부서 보고의무, 네트워크 및 거래안전 보장 의무, 개인정보 보호 및 소비자 선택권 보장 의무, 신용평가시스템 운영 의무, 지적재산권 보호의무, 분쟁해결체계 구축 및 운영 의무 등을 부담

〈붙임 2〉 디지털공정경제 대책 주요 내용 (세부내용 6.25.자 보도자료 참고)

분야	추진 과제		일정
1. 갑을문제 해소	(1)상생적 갑을관계 확립을 위한 법체계 마련 -온라인플랫폼 공정화법 제정 추진 -법적공백 최소화를 위해 표준계약서 제정 등 병행 추진	법 제정	'21. 상반기
	(2)온라인쇼핑몰 사업자의 불공정행위 심사 지침 제정 -대규모유통업법 적용대상 대형 온라인쇼핑몰을 규율하기 위한 심사지침 제정	지침 제정	'20. 12월
	(3)입점업체·소상공인 대상 불공정행위 적발 및 시정 -판매가격 간섭, 판촉비용 전가 등 거래상 지위 남용행위 감시 강화 -배달앱·외식업체 간 불공정이용약관 개선	시장 감시	계속
2. 소비자 보호	(1)플랫폼 사업자의 책임 강화 -전자상거래법 개정으로 소비자 보호에 대한 플랫폼 사업자의 법적책임 확대	법 개정	'20. 12월
	(2)소비자권익을 침해하는 불공정약관 시정 -배달앱, OTT 전자책 등 소비자 민원이 빈번한 분야의 불공정약관 중점 점검	시장 감시	계속
	(3) 전자상거래의 소비자피해 예방 -온라인 중고거래 중개업, SNS 플랫폼 등 플랫폼 사업자의 전상법 위반 여부 검토	시장 감시	계속
3. 독과점 예방 및 감시 강화	(1) 플랫폼 분야 단독행위 심사지침 제정 -경쟁 플랫폼 간 법위반 소지가 높은 행위 유형, 위법성 판단기준 등을 구체화한 심사 지침 제정	지침 제정	'21. 6월
	(2) 플랫폼의 독과점 남용행위 시정 -독과점 플랫폼의 끼워팔기, 차별취급, 배타 조건부 거래 등 중점 감시	시장 감시	계속
	(3) 신산업 특성을 고려한 M&A정책 추진 -M&A로 인한 수수료 인상 우려, 정보독점 등 경쟁제한효과와 효율성 증대효과를 종합 검토하여 심사	법 개정, 시장 감시	계속

〈붙임 3〉 쟁점별 입점업체-사업자 의견 요약

쟁점	입점업체 측 의견	사업자 측 의견
과도한 수수료	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 수수료 수준이 과도함 -수수료 관련 협의체 구성 필요 -실태조사·공개로 통한 경쟁유도 필요 -수수료 산정에 대한 가이드라인 또는 수수료 상한제 도입 필요 -업체별 수수료 산정 방식 공개 필요 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 과도하다고 보기 어려움 -수수료 경쟁이 치열하고 이커머스 업계는 적자폭이 막대함 -수수료는 시장논리에 따라 정해져야 함 -수수료 상한제 도입시 업계 수수료가 상한에 근접한 수준으로 인상될 수도 있음
상품노출 기준	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 상품노출기준이 불투명 -구체적인 상품노출기준 공개 필요 -어뷰징 문제는 감시시스템 보강으로 해결할 문제 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 악용가능성(어뷰징) 우려 -알고리즘은 영업비밀에 해당 -업계 스스로도 소비자 선택을 받기 위해 합리적인 노출이 이루어지도록 노력
정보공유	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 입점업체 상품을 구입한 고객 정보 제공 필요 -해당 정보 생성에 입점업체가 직접 기여했으므로 정보 공유는 당연 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소비자 보호(개인정보 보호) 측면에서 곤란 -고객 정보 노출로 인한 소비자 피해가 우려돼 소비자들이 정보제공에 반대하는 것 -고객DB는 기업의 노력이 들어간 것이고, 이를 공유할 지는 기업이 결정할 사안
정보의 부당이용	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 수집 정보를 PB상품 개발 등에 활용 -수집 정보를 입점업체와 경쟁관계에 있는 상품 개발·판매에 활용하는 것은 불공정 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ PB상품개발은 기업의 영업자유 -PB상품을 통해 신규 소비자가 유입되는 등 PB상품과 입점업체 상품은 공존이 가능
부당한 책임전가	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 판매과정에서 발생한 손해를 입점업체에 일방적으로 전가 -플랫폼 업체에 귀책사유가 있는 경우에도 입점업체에 모두 전가하는 사례도 존재 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 충분히 책임을 다하고 있음 -회사에 귀책사유 존재시 최대한 회사가 비용 부담 -플랫폼은 중개업자이므로 모든 책임을 다 부담하는 것은 구조적으로 불가
기타	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 입점업체간 수수료 차별 ▶ 불투명한 정산내역 ▶ 계약서 미교부 사례 존재 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 협상력에 따른 차이는 불가피 ▶ 최대한 세부내역까지 공개 중 ▶ 구두계약 사례도 있지만, 입점업체가 원하면 바로 계약서 제공

〈붙임 4〉 온라인플랫폼 입점업체 불공정행위 실태조사 결과

1. 중소기업중앙회·중소기업연구원(18.8.)

☐ 불공정행위 경험이 있다고 응답한 입점업체 비율 오픈마켓 41.9%, 소셜커머스 37.3%, 배달앱 39.6%

☐ 유형별 불공정행위 경험비율

(단위 : %)

불공정행위 유형	오픈마켓		소셜커머스		배달앱	
	14년	18년	16년	18년	16년	18년
광고비 등 비용 및 판매수수료 과다	72.9	35.7	35.0	8.5	27.5	37.0
할인쿠폰, 수수료 등 차별적 취급	51.7	8.4	61.0	3.9	-	-
상품가격 인하 강요, 타오픈마켓 입점방해, 타오픈마켓 상품가격 인상 강요, 자사거래건 우선배송 강요 등 경영간섭	20.1	3.6	36.0	0.7	-	-
경쟁사업자와 거래하지 않거나 유리한 조건으로 거래	17.4	2.3	43.0	2.0	21.5	3.6
부당한 거래거절	17.4	1.3	40.5	0.7	-	-
타 플랫폼의 고객을 자신과 거래하도록 유인	11.1	1.9	19.5	0.0	-	-
대금 지급기한 미준수 및 지연이자 미지급	-	-	-	7.8	-	-
특정 상품·용역 구입을 강제하는 조건으로 거래	6.0	1.0	24.5	-	-	-
거래상지위를 남용한 판매목표 강제, 불이익 제공 등	19.5	3.2	33.0	3.6	21.5	4.3
판매활동과 무관한 기부금, 협찬금 등 경제상 이익 제공 강요	4.0	0.6	2.5	0.0	20.0	3.3
정산 내역을 일방적으로 결정하고 세부내역 미공개	40.3	7.5	68.0	12.4	26.0	5.6
자신의 귀책사유가 있음에도 판매과정에서 발생한 책임을 일방적으로 전가	38.9	15.9	52.0	10.8	25.0	7.9
자신이 직접 판매자 역할을 수행하여 판매 행위를 교란	19.1	2.9	45.0	-	-	-
합의된 서면계약서(전자계약서) 부재	28.9	1.6	29.5	0.3	23.5	3.6

* ‘-’는 해당 항목에 대한 조사를 미 실시한 경우

2. 법제연구원(19.9.)

☐ 대규모 온라인쇼핑몰 입점시 불공정행위 경험이 있다고 응답한 비율 60.8%

☐ 유형별 불공정행위 경험비율

(단위 : %)

불공정행위 유형	경험비율
합의된 서면계약서 부재	25.0
정산시 구체적인 내역을 제시하지 않고 일방적으로 정산절차 진행	31.3
광고비 등 비용 및 판매수수료 과다	58.3
할인쿠폰, 수수료 등 차별적 취급	33.3
상품가격 인하 강요, 타오픈마켓 입점방해, 타오픈마켓 상품가격 인상 강요, 자사거래건 우선배송 강요 등 경영간섭	25.0
자신의 귀책사유가 있음에도 판매과정에서 발생한 책임을 일방적으로 전가	37.5
회원가입 거절, 등록상품의 수량이나 종류 제한	8.3
타 온라인쇼핑몰 입점방해 또는 전속적 계약체결 강요	10.4
거래상 지위를 남용한 판매목표 강제	8.3
판매활동과 무관한 기부금, 협찬금 등 경제상 이익 제공 강요	4.2
특정 상품·용역을 자신 또는 자신이 지정한 사업자로부터 구입 강제	4.2
자신이 직접 판매자 역할을 수행하여 판매행위를 교란	10.4
서버사용료 과다	8.3
대금 지급기한 미준수 및 지연이자 미지급	10.4
주문 접수부터 배송까지 촉박한 기일지정 및 위반시 지체상금 부과	18.8
광고수단 제한	14.6