소비생활에 가치와 신뢰를 더하여 국민의 삶의 질 향상에 기여한다.

중고거래 플랫폼 소비자문제 실태조사

(담당자 : 이다래 대리)

2022. 5.

한 국 소 비 자 원
시장조사국 온라인거래조사팀

목 차

Ⅰ. 조사 개요 ····· 1

1. 조사 배경 및 목적 ····· 1

2. 조사 내용 및 방법 ····· 2

3. 조사 기간 및 조사자 ····· 2

Ⅱ. 일반현황 ····· 3

1. 중고거래 플랫폼 일반현황 ····· 3

2. 관련 법규 ····· 5

Ⅲ. 소비자 불만 현황 ····· 11

1. 1372소비자상담센터 소비자 불만 현황 ····· 11

2. 주요 소비자 불만 유형 사례 ····· 13

Ⅳ. 중고거래 플랫폼 관련 소비자 설문조사 ····· 15

Ⅴ. 중고거래 플랫폼 실태조사 ····· 24

1. 소비자보호 관련 운영정책 조사 ····· 24

2. 플랫폼 내 거래금지품목 차단 정책 및 모니터링 유통실태 현황 ····· 33

Ⅵ. 문제점 및 개선방안 ····· 44

Ⅶ. 향후 조치 계획 ····· 47

표 목차

[표2-1] 중고거래 플랫폼별 주요 특징 ····· 4
[표3-1] 중고거래 플랫폼 관련 소비자 불만 ····· 11
[표3-2] 중고거래 플랫폼 관련 소비자 불만(유형별) ····· 12
[표4-1] 설문응답자 인구통계학적 특성 ····· 15
[표4-2] 중고거래 플랫폼 이용 빈도 ····· 16
[표4-3] 중고거래 플랫폼 이용 범위 ····· 16
[표4-4] 중고거래 시 주거래 품목 ····· 17
[표4-5] 중고거래 시 거래 방법 ····· 18
[표4-6] 거래완료까지의 소요시간 ····· 18
[표4-7] 중고거래를 하는 이유 ····· 19
[표4-8] 중고거래 플랫폼의 개선점 ····· 19
[표4-9] 중고거래 시 소비자피해 경험 ····· 20
[표4-10] 중고거래 시 경험한 피해 유형(거래·상품·대금 관련) ····· 20
[표4-11] 중고거래 시 경험한 피해 유형(플랫폼 관련) ····· 21
[표4-12] 소비자피해에 대한 대응방법 ····· 21
[표4-13] 소비자피해에 대한 보상유형 ····· 22
[표4-14] 중고거래 플랫폼 내 거래금지품목 인지 여부 ····· 22
[표4-15] 중고거래 플랫폼 내 거래금지품목 유통 목격 여부 ····· 23
[표4-16] 거래금지품목 유통 시 제재조치 여부 ····· 23
[표5-1] 조사대상 플랫폼의 법적 지위 및 표시 실태 ····· 24
[표5-2] 조사대상 플랫폼의 판매자 특성 및 표시 여부 ····· 28
[표5-3] 조사대상 플랫폼의 판매사업자 신원정보 제공 실태 ····· 28
[표5-4] 사업자 신원정보 제공 의무 준수 여부 ····· 29
[표5-5] 이용약관 상 사업자의 의무 관련 약관 기재내용 ····· 31
[표5-6] 플랫폼별 거래금지품목 관련 운영현황 ····· 33
[표5-7] 플랫폼별 거래금지품목 판매자에 대한 제재조치 ····· 34
[표5-8] 금지품목 거래 유통실태 ····· 35
[표5-9] 세부 품목별 거래금지품목 모니터링 결과 ····· 36
[표5-10] 플랫폼별 거래금지품목 모니터링 결과 ····· 37
[표5-11] 검색어 유형별 거래금지품목 모니터링 결과 ····· 37
[표5-12] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(생활용품류) ····· 38
[표5-13] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(식품류) ····· 39
[표5-14] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(의약품류) ····· 40
[표5-15] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(의료기기류) ····· 42

그림 목차

[그림5-1] 통신판매중개자 여부 고지 및 내용 ····· 25
[그림5-2] 분쟁발생 시 개입 여부 ····· 27
[그림5-3] 사업자 신원정보 제공 방법 예시 ····· 29
[그림5-4] 플랫폼 내 사업자 판매 관련 이용정책 예시 ····· 30
[그림5-5] 거래금지품목 게시글 차단 형태 예시(판매시) ····· 34
[그림5-6] 거래금지품목 게시글 차단 형태 예시(구매시) ····· 34
[그림5-7] 거래금지품목 사례(생활용품류) ····· 38
[그림5-8] 거래금지품목 사례(식품류) ····· 40
[그림5-9] 거래금지품목 사례(의약품류) ····· 41
[그림5-10] 거래금지품목 사례(의료기기류) ····· 43

Ⅰ 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

□ 인터넷·모바일 거래의 활성화에 따라 전통적 거래방식인 B2C 거래 뿐 아니라 소비자 대 소비자가 원하는 물품을 자유롭게 거래하는 C2C 거래가 활발히 이루어지고 있음.

* 국내 C2C 거래액 규모 : ('08년) 약 4조원 → ('20년) 약 20조원[1]으로 추정되며, 개인 간 거래 특성상 정확한 수치를 파악하기 어려움.

□ 2010년대 이후 지역 기반, 명품 특화 등 다양한 형태의 중고거래 플랫폼 등이 등장하면서 개인 간 거래가 일상화되는 한편 소비자 피해 또한 증가하고 있음.

○ 최근 3년간(2019~2021) 1372소비자상담센터에 접수된 중고거래 플랫폼과 관련된 상담은 총 2,790건으로 매년 800건이 넘는 소비자 상담이 접수되고 있음.

□ 중고거래 플랫폼을 통한 개인 간 거래는 전자거래의 방법으로 이루어지나, 판매 당사자가 사업자의 지위에 있지 않아 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」의 적용을 받지 않음.

○ 또한, C2C 거래는 기본적으로 당사자 간 직접 소통을 통해 이루어지며 플랫폼 사업자의 개입이 제한되는 측면이 있어 소비자 피해가 발생하더라도 구제가 어려움.

○ 실제로 개인 간 거래 플랫폼 쇼핑에서 소비자피해를 경험한 소비자의 36.9%가 교환·환불 등 분쟁해결 과정에서 어려움을 겪었다고 응답하였음[2].

□ 또한, 중고거래 플랫폼을 통해 전문적인 판매 행위로 수익을 창출하는 사업자임에도 개인 판매자로 위장 활동함으로써 법의 규제에서

1) 하나 CEO 경영이슈(2020.7.24.) 중고거래 플랫폼의 부상과 시사점
2) 한국소비자원(2021) 2021소비생활지표생산연구 p310

비껴나, 이러한 사실을 알지 못하는 소비자는 관련 법에 보장된 소비자로서의 권리를 행사하지 못하는 문제도 있음.

□ 한편, 중고거래 플랫폼에서는 현행법령 상 판매가 허용되지 않는 금지상품 및 유해상품 등이 거래되는 경우도 있어 판매자 및 구매자 모두의 주의가 요구됨.

□ 이에, 온라인 중고거래 플랫폼 소비자문제 실태조사를 통해 중고거래 플랫폼 전반에 걸쳐 문제점을 도출하고, 개선방안을 마련하여 중고거래 시장에서의 소비자 권익 보호에 기여하고자 함.

2. 조사 내용 및 방법

구분	조사 내용	조사 방법
일반현황	• 중고거래 플랫폼 관련 일반 현황 • 중고거래 플랫폼 관련 소비자 불만·피해 분석	문헌조사 · 사례분석
법 · 제도 분석	• 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「민법」 등	문헌조사
실태조사	• 소비자 대상 설문조사 결과분석 - 구조화된 설문지를 통한 온라인 설문조사 * 2022년 유통조사팀 중고거래앱 서비스 비교조사와 연계하여 조사 수행 • 중고거래 플랫폼 모니터링 - 소비자 보호와 관련된 이용약관 분석 - 플랫폼 내 중고거래 판매 실태 모니터링 등	설문조사 · 온라인 모니터링

3. 조사 기간 및 조사자

□ 조사기간 : 2022. 2. ~ 5. / 4개월

□ 조사자 : 이다래 대리

Ⅱ 일반 현황

1. 중고거래(C2C 거래) 플랫폼 일반 현황

□ (정의) ‘C2C 거래’는 사업자가 아닌 개인과 개인이 전자거래의 방식을 이용하여 목적물을 매매·교환하는 등의 거래행위를 의미함.

□ 국외 현황

○ (미국) Garage Sale 등을 통해 오래전부터 중고거래가 활발하게 이루어졌으며[3], ‘Thred UP’, ‘Therealreal’ 등 패션·명품 위주의 중고거래 플랫폼이 급성장함.

○ (중국) 2020년 기준 중국 중고시장 규모는 1조 위안에 달할 것으로 추정되며, 중국 내 IT 기업들을 중심으로 중고 전자상거래 플랫폼을 출시하고 있음. 대표적으로 ‘시앤위’, ‘쫜쫜’, ‘이이후이 써우’ 등 3개 플랫폼이 시장을 선도하고 있음[4].

○ (일본) 오프라인 중고매장 위주로 성장하였으며 2022년 기준 시장규모가 약 3조엔에 달할 것으로 추정됨[5]. 대표적 업체인 ‘GEO홀딩스’는 2019년 기준 약 1,900개의 점포를 보유하고 있으며, ‘메루카리’ 등 중고거래 플랫폼 스타트업의 성장이 두드러짐[6].

□ 국내 현황

○ (시장 형성) 1990년대 후반부터 ‘인터넷 경매’ 사이트를 중심으로 온라인 기반의 중고거래가 성장하였고, 2003년 포털사이트 네이버에 ‘중고나라’ 카페가 개설된 것을 시작으로 현재는 모바일 플랫폼 앱을 중심으로 개인 간 중고거래가 활발하게 이루어지고 있음[7].

○ (시장 규모) 국내 중고거래 시장은 2008년 약 4조원에 불과하였으나 2020년 기준 약 20조원 규모로 성장한 것으로 추정됨[8].

3) 하나 CEO 경영이슈(2020.7.24.) 중고거래 플랫폼의 부상과 시사점
4) KOTRA(2020) 중국 중고시장 성장
5) KOTRA(2020) 꾸준히 성장하는 일본의 중고시장, IT기업의 비즈니스 확장 기대
6) 하나 CEO 경영이슈(2020.7.24.) 중고거래 플랫폼의 부상과 시사점
7) 박고은·천혜정(2020) 당근하세요? : 모바일 플랫폼을 이용한 소비자간 중고품 거래 경험의 의미

○ (이용현황) 국내 중고거래 플랫폼 중에서는 당근마켓, 번개장터, 중고나라, 헬로마켓 순으로 월간순이용자수(MAU)가 많음.

□ 국내 주요 중고거래 플랫폼별 주요 특징은 다음과 같음.

[표2-1] 중고거래 플랫폼별 주요 특징

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓
운영주체	(주)당근마켓	번개장터(주)	(주)중고나라	(주)헬로마켓
서비스 출시 (통신판매업 등록)	2015 (2016.1.)	2011 (2012.8.)	2003 (2014.5.)	2011 (2011.7.)
월간순이용자수[9]	1518만	304만	64만(앱)	120만
주 거래방식	직거래	택배거래	택배거래	택배거래
주 운영채널	모바일 앱	모바일 앱	네이버카페	모바일 앱
주 결제방식	직거래, 자체페이	비대면 안전결제, 직거래	비대면 안전결제, 직거래	비대면 안전결제
안전결제 수수료	없음	거래액의 3.5%	거래액의 3.5%	거래액의 1.9~4.2%*
연락수단	채팅, 앱내통화	채팅	휴대폰번호 및 이메일**(카페), 채팅(앱)	채팅
주요특징	지역 기반(당신 근처의 마켓)의 상품 노출	명품,패션 분야 등 취향에 집중한 거래	오래된 역사 및 최대 가입자수 및 물품수 보유	100% 헬로페이 이용, 전국 택배비 2,900원으로 동일

* 1.9%(간편계좌이체), 3.2%(신용카드, 소액결제, 가상계좌, 토스), 4.2%(100만원이상 고액결제) 및 안전거래수수료 1,000원

** 판매자정보(휴대폰번호, 이메일)는 판매기간 내에만 열람 가능

8) 하나 CEO 경영이슈(2020.7.24.) 중고거래 플랫폼의 부상과 시사점

9) 3월 쇼핑 앱 MAU '3500만'…"국민 70%가 앱으로 쇼핑한다" (2021.4.26. 전자신문)

2. 관련 법규

가. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(약칭 '전자상거래법')

□ 전자상거래법은 사업자-소비자 간의 거래(B2C)를 적용대상으로 하므로, 소비자-소비자 사이에서 이루어지는 개인 간 거래(C2C)에는 적용되지 아니함.

□ 전자상거래법에서는 통신판매중개자가 통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매를 중개하는 경우, 구매 후 거래조건에 관한 정보제공 및 청약확인, 청약철회 등의 규정은 적용되지 않음을 명시하고 있음(제3조).

□ 그러나, 개인 간 거래라고 하더라도 통신판매중개자는 소비자를 보호할 의무가 있으며, 통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우*에도 성명·전화번호 등 거래 상대방 정보를 열람할 방법을 제공하도록 규정함(제20조).

* 통신판매중개를 의뢰한 자가 사업자가 아닌 경우에는 성명·주소·전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 거래의 당사자에게 상대방에 관한 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 함.

○ 또한, 통신판매중개자는 통신판매업자가 성명, 사업자등록번호 등 신원 및 거래조건에 대한 정보 및 청약확인에 관한 정보를 제공하지 않는 경우 통신판매업자를 대신하여 해당 정보를 제공해야 하며(제20조의3),

○ 소비자 불만이나 분쟁해결을 위한 인력을 갖추고 불만처리를 위한 기준을 마련하여 고지하는 등 소비자 보호를 위한 조치를 시행해야 함(시행령 제25조의2).

§ 법 제3조(적용제외)

③ 통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매중개를 하는 통신판매업자에 대하여는 제13조부터 제15조까지, 제17조부터 제19조까지의 규정을 적용하지 아니한다.

<참고> 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공), 제14조(청약확인 등), 제15조(재화등의 공급), 제17조(청약철회등), 제18조(청약철회등의 효과), 제19조(손해배상청구금액의 제한 등)

§ 법 제20조(통신판매중개자의 의무와 책임)

① 통신판매중개를 하는 자(이하 "통신판매중개자"라 한다)는 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 총리령으로 정하는 방법으로 미리 고지하여야 한다.

② 통신판매중개를 업으로 하는 자(이하 "통신판매중개업자"라 한다)는 통신판매중개를 의뢰한 자(이하 "통신판매중개의뢰자"라 한다)가 사업자인 경우에는 그 성명(사업자가 법인인 경우에는 그 명칭과 대표자의 성명)·주소·전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 청약이 이루어지기 전까지 소비자에게 제공하여야 하고, 통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우에는 그 성명·전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 거래의 당사자들에게 상대방에 관한 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 한다.

③ 통신판매중개자는 사이버몰 등을 이용함으로써 발생하는 불만이나 분쟁의 해결을 위하여 그 원인 및 피해의 파악 등 필요한 조치를 신속히 시행하여야 한다. 이 경우 필요한 조치의 구체적인 내용과 방법 등은 대통령령으로 정한다.

§ 법 제20조의3(통신판매의 중요한 일부 업무를 수행하는 통신판매중개업자의 책임)

통신판매에 관한 거래과정에서 다음 각 호의 업무를 수행하는 통신판매중개업자는 통신판매업자가 해당 각 호의 각 목에 따른 의무를 이행하지 아니하는 경우에는 이를 대신하여 이행하여야 한다. 이 경우 제7조 및 제8조의 "사업자"와 제13조제2항제5호 및 제14조제1항의 "통신판매업자"는 "통신판매중개업자"로 본다.

1. 통신판매중개업자가 청약의 접수를 받는 경우
   가. 제13조제2항제5호에 따른 정보의 제공
   나. 제14조제1항에 따른 청약의 확인
   다. 그 밖에 소비자피해를 방지하기 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항
2. 통신판매중개업자가 재화등의 대금을 지급받는 경우
   가. 제7조에 따른 조작 실수 등의 방지
   나. 제8조에 따른 전자적 대금지급의 신뢰 확보
   다. 그 밖에 소비자피해를 방지하기 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

§ 시행령 제25조2(소비자 불만이나 분쟁해결을 위해 필요한 조치의 내용과 방법 등)

통신판매중개자는 법 제20조제3항에 따라 다음 각 호의 조치를 시행하여야 한다.

1. 통신판매중개의뢰자와 소비자 사이에 발생하는 분쟁이나 불만을 접수·처리하는 인력 및 설비를 갖출 것
2. 통신판매중개자 또는 통신판매중개의뢰자에 의하여 발생한 불만이나 분쟁을 해결하기 위한 기준을 사전에 마련하여 사이버몰에 고지할 것
3. 소비자 불만이나 분쟁의 원인 등을 조사하여 3영업일 이내에 진행 경과를 소비자에게 알리고 10영업일 이내에 조사 결과 또는 처리방안을 소비자에게 알릴 것

나. 「민법」

□ 「민법」에서는 매매 계약에서 목적물의 하자로 인해 계약의 목적을 달성할 수 없는 경우 매수인의 계약 해제권을 규정하고 있음.

○ 중고거래 플랫폼을 이용한 개인 간 거래에서 목적물의 하자가 있는 경우, 민법이 계약해제의 근거가 될 수 있음.

§ 법 제575조(제한물권 있는 경우와 매도인의 담보책임)

① 매매의 목적물이 지상권, 지역권, 전세권, 질권 또는 유치권의 목적이 된 경우에 **매수인이 이를 알지 못한 때에는 이로 인하여 계약의 목적을 달성할 수 없는 경우에 한하여 매수인은 계약을 해제할 수 있다.** 기타의 경우에는 손해배상만을 청구할 수 있다.

§ 법 제580조(매도인의 하자담보책임)

① **매매의 목적물에 하자가 있는 때에는 제575조제1항의 규정을 준용한다.** 그러나 매수인이 하자있는 것을 알았거나 과실로 인하여 이를 알지 못한 때에는 그러하지 아니하다.

다. 「소득세법」, 「부가가치세법」

□ 반복적으로 재화를 공급하는 행위를 통해 부가가치를 창출하는 자는 사업자로 등록하여 부가가치세 10% 및 소득에 대한 종합소득세(6~45%)를 납부해야 함(소득세법 제2조, 부가가치세법 제3조).

§ 소득세법 제2조(납세의무)

① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 개인은 이 법에 따라 각자의 소득에 대한 소득세를 납부할 의무를 진다.

1. 거주자
2. 비거주자로서 국내원천소득이 있는 개인

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 이 법에 따라 원천징수한 소득세를 납부할 의무를 진다.

1. 거주자
2. 비거주자
3. 내국법인
4. 외국법인의 국내지점 또는 국내영업소(출장소, 그 밖에 이에 준하는 것을 포함한다. 이하 같다)
5. 그 밖에 이 법에서 정하는 원천징수의무자

§ 부가가치세법 제3조(납세의무자)

① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로서 개인, 법인(국가·지방자치단체와 지방자치단체조합을 포함한다), 법인격이 없는 사단·재단 또는 그 밖의 단체는 이 법에 따라 부가가치세를 납부할 의무가 있다.

1. 사업자
2. 재화를 수입하는 자

라. 온라인 판매 또는 개인간 거래 금지 품목 관련 법령

□ 종량제봉투 :「폐기물관리법」

○「폐기물관리법」에 의해 각 지자체에서 허가된 자만 지자체를 대신하여 종량제봉투의 제작・유통・판매가 가능함(제14조).

□ 홍보·판촉용 화장품 및 소분화장품 :「화장품법」

○ 판매의 목적이 아닌 제품의 홍보・판매촉진 등을 위해 소비자가 시험・사용하도록 제조 또는 수입된 화장품의 판매행위와 화장품 용기의 내용물을 나누어 판매하는 행위가 금지되어 있음(제16조).

§ 폐기물관리법 제14조(생활폐기물의 처리)

⑦ 특별자치시장, 특별자치도지사, 시장・군수・구청장은 조례로 정하는 바에 따라 종량제 봉투등의 제작・유통・판매를 대행하게 할 수 있다.

§ 화장품법 제16조(판매 등의 금지)

① 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 화장품을 판매하거나 판매할 목적으로 보관 또는 진열하여서는 아니 된다. 다만, 제3호의 경우에는 소비자에게 판매하는 화장품에 한한다.

3. 판매의 목적이 아닌 제품의 홍보・판매촉진 등을 위하여 미리 소비자가 시험・사용하도록 제조 또는 수입된 화장품

② 누구든지(맞춤형화장품조제관리사를 통하여 판매하는 맞춤형화장품판매업자 및 제2조 제3호의2나목 단서에 해당하는 화장품 중 소분 판매를 목적으로 제조된 화장품의 판매자는 제외한다) 화장품의 용기에 담은 내용물을 나누어 판매하여서는 아니 된다.

□ 주류 :「주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시」

○ 고시에 의하여 주류의 통신판매가 허가된 자만 온라인을 통한 주류의 판매가 가능한데, 전통주와 무형문화재・식품명인 등이 제조한 주류에 한해서만 온라인을 통한 판매가 가능함(제2021-14호).

□ 담배 :「담배사업법」

○ 담배는 법령에 따라 허가를 받은 소매인만 판매가 가능하며, 소매인은 전자거래의 방법으로 담배를 판매할 수 없음(제12조).

□ 식품 :「식품위생법」

○ 즉석판매제조・가공업 및 식품소분・판매업 등의 영업행위를 하기 위해서는 관할 지자체의 장의 허가를 받아야 함(제37조).

□ 건강기능식품 :「건강기능식품에 관한 법률」

ㅇ 건강기능식품 판매업을 하려는 자는 법령에 의해 정해진 시설을 갖추고 영업소의 관할 지자체에 영업신고를 해야 함(제6조).

§ 주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시(제2021-14호)

주류를 통신판매(음식점에서 전화 등을 통해 음식과 함께 주문 받은 주류를 배달하거나, 소매점에서 전화 등을 통해 주문 받은 조미용 주류를 배달하는 것은 주류 통신판매로 보지 않음)하기 위해서는 주류제조업면허자로 관할세무서장의 승인을 받아야 함

§ 담배사업법 제12조(담배의 판매)

② 소매인이 아닌 자는 담배를 소비자에게 판매해서는 아니 된다.

④ 소매인이 담배를 소비자에게 판매하는 경우에는 우편판매 및 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 하여서는 아니 된다.

§ 식품위생법 제37조(영업허가 등)

① 제36조제1항 각 호에 따른 영업 중 대통령령으로 정하는 영업을 하려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 영업 종류별 또는 영업소별로 식품의약품안전처장 또는 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장의 허가를 받아야 한다.

§ 건강기능식품에 관한 법률 제6조(영업의 신고 등)

② 제4조제1항제3호에 따른 건강기능식품판매업을 하려는 자는 총리령으로 정하는 바에 따라 영업소별로 제4조에 따른 시설을 갖추고 영업소의 소재지를 관할하는 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장에게 신고하여야 한다. 다만, 「약사법」 제20조에 따라 개설등록한 약국에서 건강기능식품을 판매하는 경우에는 그러하지 아니하다.

□ 의약품 :「약사법」

ㅇ 약국개설자 및 의약품판매업자는 약국 또는 점포 이외의 장소에서 의약품을 판매할 수 없음(제50조).

§ 약사법 제50조(의약품 판매)

① 약국개설자 및 의약품판매업자는 그 약국 또는 점포 이외의 장소에서 의약품을 판매하여서는 아니 된다. 다만, 시장·군수·구청장의 승인을 받은 경우에는 예외로 한다.

□ 안경 및 콘텍트렌즈 :「의료기사 등에 관한 법률」

ㅇ 안경 및 콘텍트렌즈는 전자상거래의 방법으로 판매하는 것이 금지되어 있음(제12조).

□ 의료기기 :「의료기기법」

○ 관할 지자체에 판매업에 관한 영업신고를 한 자만 인터넷쇼핑몰을 통해 의료기기 판매가 가능함(제17조).

§ 의료기사 등에 관한 법률 제12조(안경업소의 개설등록 등)

⑤ 누구든지 안경 및 콘택트렌즈를 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 판매 등을 하여서는 아니 된다. 1. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조에 따른 전자상거래 및 통신판매의 방법

§ 의료기기법 제17조(판매업 등의 신고)

① 의료기기의 판매를 업으로 하려는 자(이하 “판매업자”라 한다) 또는 임대를 업으로 하려는 자(이하 “임대업자”라 한다)는 영업소마다 총리령으로 정하는 바에 따라 영업소 소재지의 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)에게 판매업신고 또는 임대업신고를 하여야 한다.

Ⅲ 소비자 불만 현황

1. 1372소비자상담센터 소비자 불만 현황

가. 중고거래 플랫폼 관련 소비자 불만 접수 현황

□ 최근 3년간(2019~2021) 1372소비자상담센터에 접수된 중고거래 플랫폼 거래 관련 소비자 불만은 총 2,790건임.

○ ’19년 917건, ’20년 986건, ’21년 887건으로 중고거래 플랫폼과 관련하여 매년 800건 이상의 소비자 불만이 꾸준히 접수되고 있음.

[표3-1] 중고거래 플랫폼 관련 소비자 불만

(단위 : 건, %)

구분	2019	2020	2021	계
상담건수	917	986	887	2,790
증감률	-	7.5	-10.0	

* 검색기준 : 1372소비자상담센터 소비자상담 접수건수 중 제목에서 ‘당근마켓’, ‘당근 마켓’, ‘번개장터’, ‘번개 장터’, ‘중고나라’, ‘중고 나라’, ‘헬로마켓’, ‘헬로 마켓’으로 검색함.

※ 한국인터넷진흥원 전자거래분쟁조정위원회 접수 현황[10)]

□ 2021년 전자거래분쟁조정위원회에 조정 신청된 C2C 관련 분쟁은 전년도에 비해 361% 증가한 4,177건이었음.

* (’19) 535건 → (’20) 906건 → (’21) 4,177건

** 해당 사례에는 중고거래 플랫폼을 통한 거래 뿐 아니라 SNS 등을 통해 이루어지는 개인 간 거래도 포함됨.

10) 과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원(2021) 「2021년 전자거래분쟁조정사례집」
개인 간 거래(C2C) 플랫폼, 건전한 시장 생태계 조성을 위한 자율규제 첫발 딛다(2022.3.18. 과학기술정보통신부 보도자료)

나. 소비자 불만 유형별 현황

[표3-2] 중고거래 플랫폼 관련 소비자 불만(유형별)

(단위 : 건(%))

구분	사례수	(비율)
사전고지한 상품정보와 상이	**903**	**(32.4)**
주문취소 시 환불거부 관련	**376**	**(13.5)**
구매 후 미배송, 일방적 계약취소	**322**	**(11.5)**
거래대금 지급 지연	**137**	**(4.9)**
중고거래 플랫폼 관련 불만	129	(4.6)
가품 의심	109	(3.9)
안전거래 사칭 등 결제 관련 사기	64	(2.3)
배송 지연	31	(1.1)
개인정보 관련 피해	14	(0.5)
거래 당사자 간 연락 지연	11	(0.4)
기타*	201	(7.2)
중고거래 관련 단순 문의 등 유형 구분이 불가한 경우	303	(10.9)
B2C 거래	190	(6.8)
합계	**2,790**	**(100.0)**

※ 소비자 불만은 여러 불만 사항이 중첩되어 있으나, 불만의 내용 중 가장 주요한 부분을 기준으로 사례를 분류하였음.

* AS관련 불만, 배송비 부담 관련 불만, 가격 관련 불만 등

□ 중고거래 플랫폼 이용시 경험한 소비자 불만을 유형별로 분석한 결과, ‘사전고지한 상품정보와 상이함’에 대한 불만이 32.4%(903명)로 가장 많았음.

○ 이어 ‘주문취소 시 환불 거부 관련(13.5%, 376명)’, ‘구매 후 미배송, 일방적 계약취소(11.5%, 322명)’, ‘거래대금 지급 지연(4.9%, 137명)’의 순으로 나타남.

2. 주요 소비자 불만 유형 사례

□ 주요 소비자 불만 유형

주요유형	주요 사례 내용
고지한 정보와 상이한 상품상태	○ 소비자 A씨는(남, 40대) 중고거래 플랫폼을 통해 중고 노트북을 구매함. 구매 전 판매자는 2017년식 노트북이라고 하였으나 노트북을 받아 확인해보니 2015년식임을 알게 되어 판매자에게 이의제기하며 환불을 요청하였으나 거절당함.
주문취소 시 환불거부 관련	○ 소비자 B씨(남, 불명)는 중고거래 플랫폼을 통해 자동차용 라이트를 구입하고 대금을 입금하였는데, 라이트가 필요 없어져 판매자에게 배송을 거부하고 환불을 요청하였으나, 판매자가 환불을 거부하였음.
구매 후 미배송	○ 소비자 C씨(여, 50대)는 중고거래 플랫폼을 통해 헤어드라이어를 구매하였는데, 직거래가 아닌 택배거래를 하면 할인해주겠다는 판매자의 말에 물품 대금을 입금하였음. 그러나 입금 후 판매자와의 연락이 두절되었으며 물품도 수령하지 못하여 소비자 C씨는 경찰서 사이버수사대에 해당 판매자를 신고하였음.
거래대금 지급 지연	○ 소비자 D씨(남, 20대)는 중고거래 플랫폼을 통해 물건을 구매하고 판매자와 협의하여 반품처리를 하기로 하였는데, 판매자가 물품을 받은 후에도 환불처리를 해주지 않아, 경찰서에 판매자를 신고하였음.

□ 기타 유형

주요유형	주요 사례 내용
사업자인 판매자와의 거래	○ 소비자 E씨(남, 20대)는 중고거래 플랫폼을 통해 귀걸이를 구매하였음. 구매 과정에서 개인 판매자가 아닌 사업자임을 알게 되었고, 제품을 수령하고 마음에 들지 않아 환불을 요청하였는데 판매자가 청약철회를 거부함. ○ 소비자 F씨(남, 50대)는 중고거래 플랫폼에서 중고 휴대폰을 구매하였는데, 구매 과정에서 개인 판매자가 아닌 대리점에서 판매하는 제품임을 알게 되었음. 사용 중 액정 잔상이 심하여 AS센터에 방문하여 확인하니 수리비가 생각보다 과도하여 판매자에게 환불을 요청함. 이에 판매자는 환불하겠다고 하였으나, 환불처리가 지연되고 있으며 반품한 휴대폰은 이미 다른 사람에게 판매가 완료된 상태임.
안전결제 사기	○ 소비자 G씨(여, 30대)는 중고거래 플랫폼을 통해 화분을 구매하고 판매자가 보내준 안전결제 링크를 통해 제품대금 100,000원을 무통장송금 하였음. 판매자는 수수료 1,000원 추가입금이 필요하다고 하며 100,000원을 환불해줄테니 101,000원을 입금하라고 하여 입금하였는데, 이후로 판매자 연락이 두절되었음.
미성년자 거래	○ 소비자 H씨(여, 40대)는 자녀가 중고거래 플랫폼을 통해 휴대폰을 구매하고 570,000원을 결제한 것을 이틀 후 알게 되어 판매자에게 미성년자 거래임을 알리고 계약취소를 요청하였으나 판매자가 계약취소를 거부함.

Ⅳ 중고거래 플랫폼 관련 소비자 설문조사

※ 우리 원 시장조사국 유통조사팀에서 실시한 '중고거래앱 서비스 비교조사' 사업의 소비자 대상 설문조사 결과 중 이용행태, 피해 경험을 중심으로 작성하였음.

[설문조사 개요]

□ **(조사대상)** 최근 3달 이내에 4대 중고거래 플랫폼* 이용 경험이 있는 소비자 1,150명
* 당근마켓, 번개장터, 중고나라, 헬로마켓

□ **(조사방법)** 구조화된 설문지를 이용한 온라인 설문조사
[신뢰수준 95%, 표본오차 ±2.89%]

□ **(조사내용)** ①소비자 이용행태 ②소비자피해 경험 ③거래금지물품 인지여부

□ **(조사기간)** 2022. 4. 6. ~ 4. 20.

□ **(조사기관)** (사)한국소비자정책교육학회, (주)인바이트

[표4-1] 설문응답자 인구통계학적 특성

구분		사례수	(비율)
성별	남	557	(48.4)
	여	593	(51.6)
	계	1,150	(100.0)
연령대	10대	207	(18.0)
	20대	203	(17.7)
	30대	245	(21.3)
	40대	271	(23.6)
	50대 이상	224	(19.5)
	계	1,150	(100.0)

1. 소비자 이용행태

□ **(이용 빈도)** 중고거래 플랫폼 이용 빈도는 '월 1회' 이용한다는 응답이 28.9%(332명)로 가장 많았고, '3개월에 2~3회'가 22.3%(257명)로 뒤를 이었음.

[표4-2] 중고거래 플랫폼 이용 빈도

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
3개월에 1회	243	(21.1)
3개월에 2~3회	**257**	**(22.3)**
월 1회	**332**	**(28.9)**
월 2회~3회	218	(19.0)
주1회	59	(5.1)
주 2회 이상	41	(3.6)
계	1,150	(100.0)

□ **(이용 범위)** 중고거래 플랫폼 이용 범위에 대해서는 '구매·판매경험이 모두 있음'이 59.7%(687명)로 가장 많았고, '구매경험만 있음'이 22.9%(263명), '판매경험만 있음'이 17.4%(200명)의 순이었음.

○ 과반수의 이용자가 중고거래 플랫폼에서 중고물품을 구매 및 판매에 모두 이용하고 있는 것으로 보임.

[표4-3] 중고거래 플랫폼 이용 범위

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
구매경험만 있음	263	(22.9)
판매경험만 있음	200	(17.4)
구매·판매경험 모두 있음	**687**	**(59.7)**
계	1,150	(100.0)

□ **(주거래 품목)** 중고거래 플랫폼을 이용하여 주로 거래하는 품목은 주방·가사용품 등 '생활용품'이 21.1%(243명)로 가장 많았고, '가전제품' 16.2%(186명), '의류' 13.7%(158명), '도서·음반·티켓' 12.2%(140명) 등의 순이었음.

○ 응답자들은 일상적으로 사용하는 물품을 가장 활발하게 거래하고 있는 것으로 보임.

[표4-4] 중고거래 시 주거래 품목

(단위 : 명(%))

구분		사례수	(비율)	구분		사례수	(비율)
1	**생활용품**	**243**	**(21.1)**	8	문구·팬시용품	45	(3.9)
2	**가전제품**	**186**	**(16.2)**	9	유아동	37	(3.2)
3	**의류**	**158**	**(13.7)**	10	화장품	25	(2.2)
4	**도서·음반·티켓**	**140**	**(12.2)**	11	식품·가공식품	18	(1.6)
5	핸드폰·타블렛·노트북·디지털기기	107	(9.3)	12	가구·인테리어	16	(1.4)
6	패션잡화	72	(6.3)	13	명품잡화	12	(1.0)
7	스포츠·레저용품	46	(4.0)	14	기타	45	(3.9)
계				1,150(100.0)			

□ **(거래 방법)** 중고거래 플랫폼 이용 시 주로 이용하는 거래 방법은 택배, 현관 앞 거래 등을 활용하는 '비대면 거래'가 51.3%(590명), 직거래 등 '대면 거래'가 48.0%(552명)로 큰 차이가 없었음.

※ 대면거래와 비대면거래 프로세스 비교
: 대면 거래는 거래당사자가 오프라인에서 만나 물품 인도와 대금 지급이 동시에 이루어지는 반면, 비대면 거래는 보통 매수인의 대금 지급(송금) 후 매도인의 물품 발송 순으로 진행되는 점에서 차이
- (대면거래) 플랫폼 접속 → 구매의사 전달 → 거래약정 → 물품 인도 및 대금 지급
- (비대면거래) 플랫폼 접속 → 구매의사 전달 → 거래약정 → 대금 지급 → 물품 발송

○ 최근 코로나19의 확산 및 거래 시 안전에 대한 우려로 비대면 거래의 비중이 높아진 것으로 보임.

[표4-5] 중고거래 시 거래 방법

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
비대면 거래(택배 등)	**590**	**(51.3)**
대면 거래(직거래 등)	**552**	**(48.0)**
기타(둘 다 잘 이용)	8	(0.7)
계	1,150	(100.0)

□ **(거래완료까지의 소요시간*)** 중고거래 플랫폼을 이용하여 거래 시, 거래완료까지의 소요시간에 대해 '2시간 이내'라고 응답한 비율이 전체의 28.5%(328명)로 가장 많았고, '6시간 이내(21.9%, 252명)', '24시간 이내(18.3%, 211명)'의 순으로 나타남.

* 대면거래는 구매의사를 전달한 후 대금 및 상품이 인도되기까지, 택배거래는 구매의사 전달 후 입금을 완료하기까지 시간을 의미함.

○ 중고거래 플랫폼을 이용하여 진행되는 대부분의 거래가 24시간 이내(83.7%)에 완료되고 있었음.

[표4-6] 거래완료까지의 소요시간

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
2시간 이내	**328**	**(28.5)**
6시간 이내	**252**	**(21.9)**
12시간 이내	**173**	**(15.0)**
24시간 이내	**211**	**(18.3)**
48시간 이내	126	(11.0)
48시간 이상	60	(5.2)
계	1,150	(100.0)

□ **(중고거래를 하는 이유)** 중고거래를 하는 주된 이유는 '사용하지 않는 물품의 처분을 위해'가 3.96점(5점 척도)으로 가장 높게 나타났고, '저렴한 가격으로 물품을 구매하기 위해서'가 3.89점, '중고물품 판매를 통해 경제적 이득을 얻기 위해'가 3.35점으로 뒤를 이었음.

[표4-7] 중고거래를 하는 이유

(단위 : 점(5점))

구분	5점 척도
사용하지 않는 물품의 처분을 위해	**3.96**
저렴한 가격으로 물품을 구매하기 위해	**3.89**
중고물품 판매를 통해 경제적 이득을 얻기 위해	**3.35**
중고거래를 통해 자원 재순환에 기여하기 위해	3.28
시중에서 판매하지 않는 희소성 있는 물품을 구매하기 위해	3.04
계	-

□ **(개선점)** 중고거래 플랫폼에서 개선되어야 할 점에 대해, '안전결제 시스템 보완' 등 거래 안전성 확보에 관한 응답이 30.0%(345명)로 가장 많았고, '불량판매자 패널티 제공 등 이용자 필터링(28.7%, 330명)', '전문판매업자 차단(13.7%, 158명)'의 순이었음.

ㅇ 조사대상 플랫폼 모두 안전결제 시스템 및 이용자 관리 시스템이 있음에도 불구하고 실제 이용자들은 그 기능에 대해 불만족하는 것으로 파악됨.

[표4-8] 중고거래 플랫폼의 개선점

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
안전결제 시스템 보완 등 안전성 확보	**345**	**(30.0)**
불량판매자 패널티 제공 등 이용자 필터링	**330**	**(28.7)**
전문판매업자 차단	**158**	**(13.7)**
원활하게 소통할 수 있는 고객센터 구축	151	(13.1)
개인정보 유출 방지를 위한 시스템 마련	79	(6.9)
정가품 판별 등 상품 신뢰도 향상을 위한 시스템 마련	50	(4.3)
판매금지상품 유통 근절을 위한 시스템 마련	34	(3.0)
기타	3	(0.3)
계	1,150	(100.0)

2. 소비자피해 및 대응 경험

□ **(피해 경험)** 중고거래 플랫폼 관련 소비자피해 경험에 대해 설문한 결과, ‘피해경험이 있다’고 응답한 비율이 23.8%(274명)이었고, ‘피해경험이 없다’고 응답한 비율이 76.2%(876명)로 나타남.

[표4-9] 중고거래 시 소비자피해 경험

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
피해경험 있음	**274**	**(23.8)**
피해경험 없음	**876**	**(76.2)**
계	1,150	(100.0)

□ **(피해 유형)** 소비자피해를 경험했다고 응답한 274명을 대상으로 구체적으로 어떤 피해를 경험했는지 설문하였는데(중복응답),

○ **(거래·상품·대금 관련)** ‘거래 당사자 간 연락의 어려움’ 53.6%(147명), ‘구매 후 배송 지연’ 29.6%(81명), ‘구매 후 미배송, 일방적 거래 취소’ 28.8%(79명) 등의 순이었음.

[표4-10] 중고거래 시 경험한 피해 유형(거래·상품·대금 관련)

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
판매자와 구매자 간 소통의 어려움, 연락지연	**147**	**(53.6)**
구매 후 배송 지연	**81**	**(29.6)**
구매 후 미배송, 일방적 거래취소	**79**	**(28.8)**
사전 고지한 상품정보와 상이한 상품의 배송(인도)	57	(20.8)
주문취소 및 환불 거부	45	(16.4)
가품의심	43	(15.7)
대금지급 지연	29	(10.6)
대면거래 시 불미스런 사고 발생	19	(6.9)

N=274, 복수응답

○ **(플랫폼 관련)** ‘중고거래 플랫폼과의 소통 어려움’ 15.3%(42명), ‘중고거래 플랫폼의 불량이용자 관리 소홀’ 14.2%(39건), ‘피해 구제과정에서 플랫폼의 미개입’ 11.7%(32명) 순으로 나타남.

- 중고거래 플랫폼 이용자들은 당사자 간 물품 거래 과정에서 더 빈번한 피해를 경험하나 플랫폼과 관련된 피해 또한 상당수를 차지했음.

[표4-11] 중고거래 시 경험한 피해 유형(플랫폼 관련)

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
중고거래 플랫폼 업체와의 소통의 어려움	**42**	**(15.3)**
중고거래 플랫폼 업체의 불량이용자 관리 소홀	**39**	**(14.2)**
피해구제 과정에서의 플랫폼의 미개입	**32**	**(11.7)**
전문판매업자의 위장 판매	31	(11.3)
개인정보 노출 등의 피해	20	(7.3)
혜택 및 서비스 사용 거부	5	(1.8)
기타	6	(2.2)

N=274, 복수응답

□ **(대응방법)** 소비자피해 경험 시 대응방법에 대해, '해당 거래자에게 문의·항의 및 보상을 요청'한다는 응답이 46.7%(128명)로 가장 많았고, '경찰서 등 수사기관에 신고' 21.2%(58명), '해당 중고거래 플랫폼 업체에 문의·항의 및 보상 요청' 20.4%(56명)의 순이었음.

○ 소비자피해 발생 시, 아무런 이의제기하지 않는다는 응답 또한 38.3%(105명)이었음.

[표4-12] 소비자피해에 대한 대응방법

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
해당 거래자에게 문의·항의 및 보상요청	**128**	**(46.7)**
경찰서, 검찰 등 수사기관 신고	**58**	**(21.2)**
해당 중고거래 플랫폼 업체에 문의·항의 및 보상요청	**56**	**(20.4)**
더치트 등 사기방지 플랫폼에 피해사실 등록	50	(18.2)
소비자보호기관에 문의 혹은 피해구제 요청	25	(9.1)
법원을 통한 민사소송 제기	10	(3.6)
이의제기하지 않음	105	(38.3)
기타	10	(3.6)

N=274, 복수응답

□ **(보상 유형)** 소비자피해 보상에 대해 '아무런 답변을 받지 못함', '답변은 받았으나 보상을 받지 못함' 등 보상을 받지 못했다는 응답이 총 67.9%(186명)이었으며, 해당 거래자 또는 플랫폼을 통해 보상을 받은 경우는 33.2%(91명) 이었음.

[표4-13] 소비자피해에 대한 보상유형

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
아무런 답변을 듣지 못함	**103**	**(37.6)**
해당 거래자에게 보상을 받음	**91**	**(33.2)**
답변을 받았으나 보상받지 못함	**83**	**(30.3)**
중고거래 플랫폼의 보상을 받음	22	(8.0)
해당 거래자가 사법기관을 통해 처벌받음	21	(7.7)
기타	20	(7.3)

N=274, 복수응답

3. 플랫폼 내 거래금지품목 유통 관련 인식

<거래금지품목 예시>
- ㅇ 법령에 의해 온라인에서 개인의 판매가 금지되어 있는 품목
  - 종량제봉투, 화장품 샘플, 주류, 담배 등
- ㅇ 영업신고 등 인허가를 받은 자만 가능하며 일반 개인의 판매가 불가능한 품목
  - 홍삼제품, 프로바이오틱스(유산균), 다이어트보조제 등 건강기능식품
  - 철분제, 엽산, 다이어트약 등 일반·전문의약품, 동물의약품
  - 모유착유기(유축기), 의료용흡인기, 창상피복재 등 의료기기
  - 도수가 있는 안경 및 콘텍트렌즈류
  - 가정에서 만든 과일청 등 수제식품류 등

□ **(거래금지품목 인지)** 중고거래 플랫폼에서의 판매금지품목 인지 여부를 설문한 결과, '인지'하고 있다는 응답이 54.1%(622명), '미인지' 한다는 응답이 45.9%(528명)로 나타남.

[표4-14] 중고거래 플랫폼 내 거래금지품목 인지 여부

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
거래금지품목 인지	**622**	**(54.1)**
거래금지품목 미인지	528	(45.9)
계	1,150	(100.0)

□ **(거래금지품목 유통)** 중고거래 플랫폼에서 금지품목 거래 게시글을 본 경험에 대해 '있음'이 34.6%(398명), '없음'이 65.4%(752명)로 나타남.

[표4-15] 중고거래 플랫폼 내 거래금지품목 유통 목격 여부

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
거래금지품목을 본 경험이 있음	398	(34.6)
거래금지품목을 본 경험이 없음	**752**	**(65.4)**
계	1,150	(100.0)

□ **(제재조치)** 거래금지품목 게시글을 본 경험이 있는 응답자에게 이에 대한 플랫폼의 제재조치(판매글 삭제, 이용자 제한 등) 여부를 설문한 결과, '제재가 있었다' 44.0%(175명), '제재가 없었다' 56.0%(223명)로 나타남.

[표4-16] 거래금지품목 유통 시 제재조치 여부

(단위 : 명(%))

구분	사례수	(비율)
플랫폼의 제재가 있었음	175	(44.0)
플랫폼의 제재가 없었음	**223**	**(56.0)**
계	398	(100.0)

Ⅴ 중고거래 플랫폼 실태조사

1. 소비자보호 관련 운영정책 조사

【 조사 개요 】

□ 조사대상 : 4개 중고거래 플랫폼(당근마켓, 번개장터, 중고나라, 헬로마켓)

□ 조사내용 : 약관 및 이용정책(①이용자간 분쟁해결 ②거래금지품목 ③전문판매자 관련)

□ 조사방법 : 조사대상 모바일앱(당근마켓,번개장터,중고나라,헬로마켓)·카페(중고나라) 게시내용 모니터링 및 필요시 개별 문의

□ 조사기간 : 2022.4.11. ~ 2022.5.16.

가. 플랫폼 사업자의 법적 지위 표시 실태

[표5-1] 조사대상 플랫폼의 법적 지위 및 표시 실태

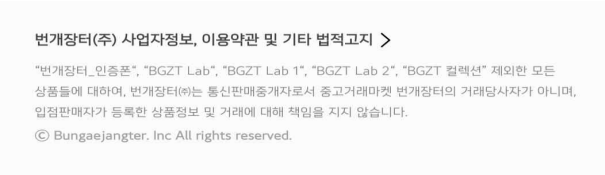
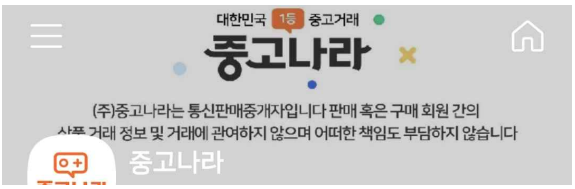
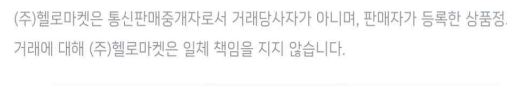
구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	관련 법규
플랫폼의 법적 지위	-	통신판매중개자	통신판매중개자	통신판매중개자	전자상거래법 제2조
통신판매중개자 표시 여부	X	O	O	O	전자상거래법 제20조1항

* 당근마켓은 종래 대면거래를 중개하므로 통신판매중개자 지위에 있지 않다는 입장이었으나 현재 공정거래위원회에서 법적지위 관련해 조사중에 있어 공식적인 입장 표명이 불가하다고 답변함.

□ **(통신판매중개자 표시 여부)** 조사대상 플랫폼은 전자상거래법상 통신판매중개의뢰자가 의뢰한 전자거래를 중개하므로 통신판매중개자에 해당하며(법2조), 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 고지해야 함(법 제20조).

○ 1개 사업자(당근마켓)는 해당 내용에 대해 고지하지 않았고, 3개 사업자는 앱 및 웹사이트 상에 해당 내용에 대해 고지함.

[그림5-1] 통신판매중개자 여부 고지 및 내용

	번개장터(주)는 통신판매중개자로서 중고거래마켓 번개장터의 거래당사자가 아니며, 입점판매자가 등록한 상품정보 및 거래에 대해 책임을 지지 않습니다.
	㈜중고나라는 통신판매중개자입니다. 판매 혹은 구매 회원 간의 상품거래 정보 및 거래에 관여하지 않으며 어떠한 책임도 부담하지 않습니다.
	㈜헬로마켓은 통신판매중개자로서 거래당사자가 아니며, 판매자가 등록한 상품정보 및 거래에 대해 ㈜헬로마켓은 일체 책임을 지지 않습니다.

나. 플랫폼의 소비자 불만·분쟁 해결 시스템 실태

□ **(소비자 불만·분쟁해결 시스템)** 통신판매중개자는 성명·전화번호 등의 정보를 열람할 수 있는 방법을 거래의 당사자에게 제공해야 하며(법 제20조), 분쟁해결을 위해 필요한 조치를 취해야 함(시행령25조의2).

* 당근마켓은 통신판매중개자인지 여부에 대해 이견이 있으나, 플랫폼의 이용자 보호 책무 관점에서 전자상거래법 시행령 제25조2의 조치 현황을 살펴봄.

○ (C2C 거래에서 거래 상대방 정보열람 방법)

- 플랫폼 1곳은 안전결제 서비스를 이용하는 경우 거래 당사자의 인적정보(닉네임, 아이디, 연락처) 확인이 가능하였음(중고나라).

* 중고나라(카페)의 경우 거래 시 판매자 이메일 및 전화번호가 노출되므로, 구매자가 거래 상대방에 관한 정보를 구매 과정에서 확인할 수 있음.

- 플랫폼 3곳은 주문서, 거래내역 등을 통해 거래 상대방 확인은 가능하나, 그 외의 정보는 수사기관을 통해 요청하는 경우 수사기관으로의 정보제공이 가능했음(당근마켓, 번개장터, 헬로마켓).

○ (분쟁해결을 위한 조치) 조사대상 플랫폼은 모두 자체 신고센터(고객센터)를 운영하고 있으며, 추가피해 발생을 방지하기 위한 해당 이용자 제재(계정정지 등)에 목적을 두는 것으로 보임.

- (불만처리의 방법 및 기준) 또한, 조사대상 플랫폼 4곳 모두 분쟁해결절차 및 주의사항 등에 대해 이용자에게 안내하였음.

□ **(안전결제 서비스 제공 여부)** 조사대상 플랫폼 중 3곳은 안전결제 시스템을 이용하고 있었고(번개장터, 중고나라, 헬로마켓), 1곳은 안전결제 시스템을 두고 있지 않음(당근마켓).

○ 당근마켓은 자체 결제시스템을 두고 있는데, 제3자가 대금을 보관 후 거래 완료 후 상대방에게 대금을 지급하는 에스크로 서비스로 오인할 수 있으나, 자체 페이를 이용하는 간편결제 서비스임을 주의해야 함.

□ **(분쟁발생 시 개입여부)** 이용자 간 분쟁이 발생한 경우, 조사대상 플랫폼 모두 1차적 책임은 거래 당사자에게 있음을 고지하거나, 피해 사실을 외부기관에 신고할 것을 안내하고 있었음.

[그림5-2] 분쟁발생 시 개입 여부

🔸 **당근마켓은 이런 정책으로 운영됩니다.** 당근마켓은 중고 거래를 위한 서비스를 운영정책에 따라 제공하고 거래에 대한 모든 책임은 거래 당사자에게 있어요. 따라서 거래 관련 문제가 발생했을 경우 구매자와 판매자가 직접 합의하여 해결하는 것을 기본으로 합니다.	**(당근마켓)** **1차적 책임이 거래 당사자에게 있음을 고지** 거래에 대한 모든 책임은 거래 당사자에게 있어요. 따라서 거래 관련 문제가 발생했을 경우 구매자와 판매자가 직접 합의하여 해결하는 것을 기본으로 합니다.
제24조 (분쟁해결) ① '회사'는 '이용자' 상호간 분쟁에서 발생하는 문제에 대해서 일체의 책임을 지지 않습니다. '이용자' 상호간 분쟁은 당사자간에 직접 해결해야합니다. ② '이용자' 상호간에 발생한 전자상거래 분쟁과 관련하여 '이용자'의 피해구제신청이 있는 경우에는 공정거래위원회 또는 시·도지사가 의뢰하는 분쟁조정기관의 조정에 따를 수 있습니다.	**(헬로마켓)** **1차적 책임이 거래 당사자에게 있음을 고지** '이용자' 상호간 분쟁은 당사자간에 직접 해결해야 합니다.(후략)
사기거래 발생 시 수사기관 접수 사기거래 발생 시 즉시 수사기관을 통해 신고 접수해 주시기 바라며, 아래의 접수 방법 참고를 부탁드립니다. [수사기관 접수 채널 및 신고 방법] 1. 상대방과 거래한 내용에 대해 증거자료 수집 (대화내용, 입금내역) 2. 경찰청 사이버안전지킴이 신고(온라인 접수 바로가기) ※ 다중 피해 사건의 피해자 중 1명이라도 신고한 사실이 있다면, 다른 피해자들은 온라인 신고만으로 정식 수사 진행이 가능합니다. 3. 경찰청 민원실 신고(내방 접수) ① 경찰서 민원봉사실 방문 ② 고소장 작성 ③ 사건사실확인서 발급 요청 ④ 계좌를 통해 인출된 경우 은행 방문하여 계좌지급정지 신청(사건사실확인서 제출)	**(번개장터)** **피해 발생 시, 외부기관에 신고할 것을 안내** 사기거래 발생 시 즉시 수사기관을 통해 신고 접수해 주시기 바라며…(후략)
사기를 당한 것 같아요! 중고나라 이용 과정에 안타까운 상황이 발생한 것 같아 무거운 마음을 전하며 사기 피해 발생 시 처리 절차를 안내해 드립니다. **[객관적으로 사기를 판단할 수 있는 증빙자료 수집]** - 상대 회원과의 대화 내용 전체 (최초 대화 내용부터 입금 후 연락 두절 정황이 확인 가능한 내용까지/만약 상대방의 안심번호로 제품 문의를 먼저 진행하신 경우 해당 내용부터 전체 대화 내용) - 상대 회원의 중고나라 아이디 - 게시글 (판매물품 / 닉네임 포함) - 입금내역 등 **[사이버 수사국 신고 방법]** [PC] 사이버수사국 접속 ☞ 신고하기	**(중고나라)** **피해 발생 시, 외부기관에 신고할 것을 안내** 사기 피해 발생 시 처리 절차를 안내해 드립니다. … [사이버수사국 신고방법] (후략)

다. B2C 거래의 경우 판매사업자 신원정보 제공 실태

※ 연간 판매횟수 50회 이하인 사업자는 간이과세자로 분류되어 통신판매업 신고만 면제될 뿐 온라인 상 판매행위와 관련된 전자상거래법 준수 의무는 발생하므로 '사업자'로 통일하여 작성하였음.

□ **(판매자 특성)** 조사대상 플랫폼은 개인의 판매만 가능한 플랫폼과 개인 및 사업자의 판매가 가능한 플랫폼으로 구분됨.

[표5-2] 조사대상 플랫폼의 판매자 특성 및 표시 여부

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓
사업자 판매 허용 여부	X	O	O	O

□ **(판매사업자* 신원정보 제공 실태)**

* 플랫폼에 사업자로 등록한 경우의 판매자 신원정보 제공 실태를 살펴봄.

○ 1개 플랫폼은 사업자 판매를 허용하지 않고 있어서, 개인이 아닌 사업자로 의심되는 경우 플랫폼에 신고하도록 함(당근마켓).

○ 사업자 판매가 허용된 나머지 3개 플랫폼은 플랫폼에 사업자 여부를 알리거나 사업자 회원으로 가입할 것을 안내하고 있음.

- 1곳 플랫폼은 '셀러회원'으로 등록한 판매자의 경우, 등급을 구분하여 사업자임을 알리거나 사업자 신원정보를 공개함(중고나라).
- 1곳 플랫폼은 사업자로 등록한 판매자의 경우, 사업자 신원정보 열람을 가능하게 하였음(번개장터).
- 1곳 플랫폼은 판매자에게 사업자 정보를 밝힐 것을 공지하였으나, 별도의 메뉴나 양식이 없어 판매자가 스스로 정보를 제공하지 않는다면 이용자가 해당 판매자의 사업자 여부를 알 수 없었음(헬로마켓).

[표5-3] 조사대상 플랫폼의 판매사업자 신원정보 제공 실태

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	관련 법규
사업자 신원정보* 제공 여부	해당사항 없음	O	O	X	전자상거래법 제20조2항

* 상호, 대표자, 주소, 전화번호 등 신원에 관한 정보

□ **(판매사업자 의무)** 중고거래 플랫폼 상에서 개인이 아닌 사업자가 판매 행위를 하는 경우, 사업자는 아래 조문 전자상거래법*상 통신판매업자로서의 의무를 준수해야 함.

* 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공), 제14조(청약확인 등), 제15조(재화등의 공급 등), 제17조(청약철회 등), 제18조(청약철회등의 효과), 제19조(손해배상청구금액의 제한 등)

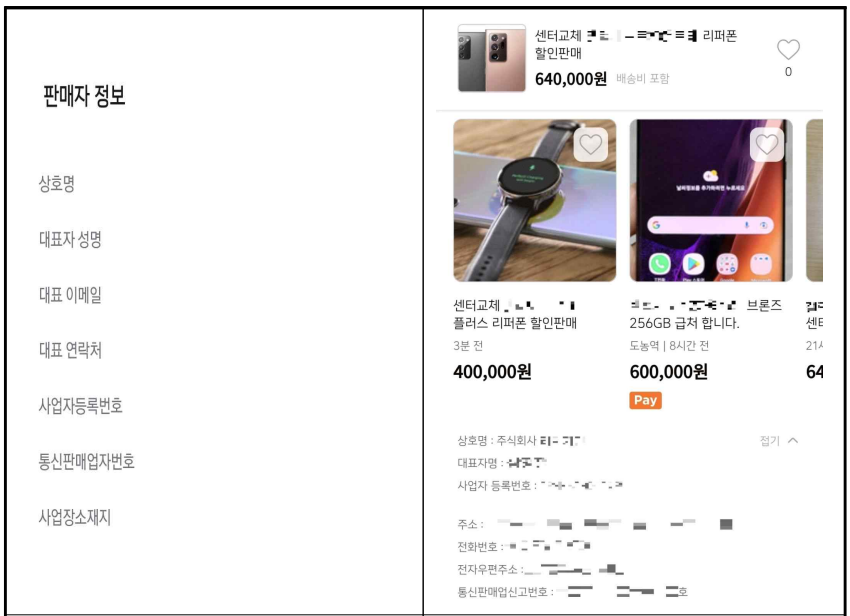
□ **(판매사업자 신원정보의 제공)** 전자상거래법에 따라 통신판매중개자는 통신판매중개의뢰자(사업자인 판매자)의 신원정보를 소비자에게 제공해야 함.

○ (등록 사업자) 플랫폼에 등록된 사업자의 신원정보 제공 준수 여부는 다음 표의 내용과 같음.

[표5-4] 사업자 신원정보 제공 의무 준수 여부

구분	준수여부	주요 내용
당근마켓	미해당	개인판매자 이외의 사업자의 판매를 허용하지 않음.
번개장터	○	공지사항을 통해 ① 상점정보 ② 주문서에서 사업자 정보 확인이 가능함을 안내함.
중고나라	○	(카페) 판매를 희망하는 사업자의 경우 '셀러회원'으로 등록하여 판매가 가능하나, 사업자 신원에 관한 정보 확인은 불가함. (앱) 사업자 신원정보가 제공되고 있음.
헬로마켓	X	공지사항을 통해 사업자정보를 등록할 것을 안내하나, 사업자가 상점소개란에 직접 사업자 정보를 작성하지 않는다면, 사업자 여부 및 사업자 신원에 관한 정보 확인이 불가함.

[그림5-3] 사업자 신원정보 제공 방법



예시① 번개장터 | 예시② 중고나라

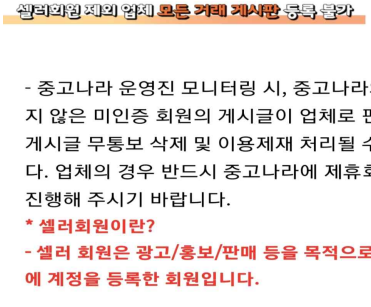
○ (미등록 사업자) 사업자 판매가 가능한 플랫폼 3곳을 모니터링한 결과, 개인판매자가 아닌 사업자로 의심되는 경우가 있었으며, 이 경우 판매자 신원정보가 제공되지 않았음.

* 조사대상 플랫폼 4곳은 개인판매자와 사업자를 구분하는 기준을 외부로 공개하고 있지 않으나, 금번 조사에서는 판매자가 동일 품목을 판매하는 온·오프라인 매장을 운영하거나 지속적·반복적으로 동일 품목을 판매하는 경우 사업자로 판단함.

□ **(플랫폼 내 통신판매사업자 조치방법)** 위와 같이 사업자임이 의심되나 플랫폼에 사업자임을 밝히지 않는 경우, 플랫폼 내 신고 기능을 통해 판매자를 신고할 수 있음.

○ 조사대상 플랫폼 중 2개는 신고항목에 '전문판매자' 신고 관련 항목이 존재함(당근마켓, 중고나라).

[그림5-4] 플랫폼 내 사업자 판매 관련 이용정책 예시

<table>
<tr>
<td>
</td>
<td>(당근마켓)
사업자 의심 시 신고기능 ①
게시글 신고 사유 중 '매장이 있는 판매업자', '인터넷 쇼핑몰 판매업자', '점포 재고 정리' 등 다양한 사업자 판매 유형이 존재함.</td>
</tr>
<tr>
<td>
</td>
<td>(중고나라)
사업자 의심 시 신고기능 ②
신고센터의 문의유형 중 '업자의심' 항목이 존재함.</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>(중고나라)
플랫폼에 사업자로 등록할 것을 안내하는 기능
플랫폼 이용 시 제휴되지 않은 회원이 사업자로 의심되는 경우 제재조치가 있음을 설명함.</td>
</tr>
</table>

□ **(이용약관)** 조사대상 플랫폼 중 판매자가 사업자인 경우 전자상거래법에서 정한 사업자 의무를 표기하고 이를 준수해야 함을 이용약관에 포함한 플랫폼은 2개였음(번개장터, 중고나라).

[표5-5] 이용약관 상 사업자의 의무 관련 약관 기재내용

구분	해당 기재 내용
당근마켓	해당내용 없음(개인판매자 이외의 사업자의 판매를 허용하지 않음.).
번개장터	**'업자인 판매자'의 신원정보 제공을 규정(이용약관 제5조 판매자 등록)** 2.업자인 판매자의 다음 각 호 정보를 회원에게 공개됩니다. 1.상호 2.이름 3.주소 4.전화번호 5.이메일주소 6.사업자등록번호 7.통신판매업신고번호 **'업자인 판매자'의 의무를 규정(이용약관 제32조 판매자의 의무).** 2. 업자인 판매자는 다음 각 호에 따른 의무를 추가적으로 이행하여야 합니다. 1. 전자상거래법에 따라 통신판매업자로 신고하여야 합니다. 2. 구매자가 구매 청약을 한 날로부터 7일 이내에 물품 공급에 필요한 조치를 취하여야 하고 번개페이거래의 경우 구매자가 번개페이를 통해 물품 대금 결제를 한 날로부터 3영업일 이내에 물품 공급을 위해 필요한 조치를 하여야 합니다(직거래의 경우 3영업일 이내에 직거래를 위한 거래 일정을 정하여야 합니다). 다만, 판매자가 구매자와 별도로 달리 협의한 경우에는 위 의무가 적용되지 않을 수 있습니다. 3. 구매자가 물품을 수령한 후 7일 이내에 단순 변심 등의 사유에 따라 청약을 철회할 의사를 표시한 경우 구매자가 수령한 방법으로 물품을 판매자에게 반환할 수 있도록 협조하여야 하고, 구매자로부터 물품을 반환 받은 후 즉시 구매자로부터 직접 받은 물품 대금을 구매자에게 반환하거나 회사로부터 정산 받은 물품 대금을 회사에 반환하여야 합니다. 4. 판매자가 판매한 물품이 기존의 판매 게시글에 기재된 정보와 다르거나 다르게 이행되었다면 구매자가 물품을 수령한 후 3개월 이내에, 위 다르거나 다르게 이행된 사실을 구매자가 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 30일 이내에 청약을 철회할 의사를 표시한 경우 구매자가 수령한 방법으로 물품을 판매자에게 반환할 수 있도록 협조하여야 하고, 구매자로부터 물품을 반환 받은 후 즉시 구매자로부터 직접 받은 물품 대금을 구매자에게 반환하거나 회사로부터 정산 받은 물품 대금을 회사에 반환하여야 합니다. 5. 구매자의 책임 있는 사유로 물품이 이미 멸실 또는 훼손되거나 구매자의 사용 또는 소비로 물품의 가치가 현저하게 감소하였거나 재판매하기 곤란한 정도로 물품의 가치가 현저히 감소한 경우에는 본조에 따라 구매자가 청약을 철회할 의사를 표시하였다고 하더라도 이를 거부할 수 있습니다.
중고나라	**사업자인 판매자의 의무를 규정(이용약관 제29조 판매자의 판매활동).** 10.판매자가 사업자인 경우에는 다음 각호에 따른 의무를 추가 이행하여야 합니다. ①전자상거래법에 따라 통신판매업자로 신고하여야 함. ②구매자가 구매 청약을 한 날(안전결제 서비스로 물품 대금 결제를 한 날)로부터 3영업일 이내에 물품의 택배 배송을 위한 조치를 하여야 함.(직거래의 경우 3영업일 이내에 직거래 일정을 정하여야 함) ③구매자가 물품 수령 후 7일 이내에 단순 변심 등의 사유로 청약을 철회하고자 하는 경우 물품이 판매자에게 반환될 수 있도록 협조하여야 하고, 물품을 반환받은 후 회사로부터 정산 받은 물품대금을 회사에 반환하여야 합니다. ④판매한 물품이 기존에 등록한 판매내용과 다르거나 청약내용과 다르게 이행되었다면 구매자가 물품을 수령한 후 3개월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 철회하고자 하는 경우 물품이 판매자에게 반환될 수 있도록 협조하여야 하고, 물품을 반환받은 후 회사로부터 정산 받은 물품대금을 회사에 반환하여야 합니다.
헬로마켓	해당 내용 없음.

*번개장터(2022.5.11. 이용약관 기준), 중고나라(2022.5.2. 이용약관 기준), 헬로마켓(2022.5.16. 이용약관 기준)

○ 한편, 중고거래 플랫폼 거래의 판매 당사자가 사업자 여부에 대해 알리지 않는 경우, 구매 당사자(소비자)는 청약철회 등 전자상거래법상 행사할 수 있는 소비자의 권리가 제한될 우려가 있어, 사업자 표시 및 사업자 의무규정을 이용자가 알기 쉽게 제공할 필요가 있음.

(상담사례) 소비자 J씨(남성, 30대)는 중고거래 플랫폼을 통해 의류 3종을 구매하였고, 마음에 들지 않아 2종을 반품하려고 하였는데, 판매자가 사업자인지 개인인지 확인이 되지 않아 사업자 정보에 대한 확인 방법이 있는지 1372소비자상담센터에 상담을 요청하였음.

2. 플랫폼 내 거래금지품목 차단 정책 및 모니터링 유통실태 현황

【 조사 개요 】

□ **조사대상** : 중고거래 플랫폼 4곳의 거래금지품목 차단정책 및 게시물 모니터링
※ 모바일 앱(당근마켓, 번개장터, 중고나라, 헬로마켓), 인터넷 카페(중고나라) 이용

□ **조사기간** : 2022.4.6. ~ 2022.4.29.

□ **모니터링 품목 : 온라인 판매 또는 인허가를 받지 않은 개인 판매가 금지된 품목 9종**
* 법령에 의해 온라인 판매가 금지되거나 인허가를 받은 자만 판매가 가능한 물품 중 중고거래가 활발한 대표적인 품목 9개(종량제봉투, 화장품, 기호식품, 건강기능식품, 수제식품, 의약품, 동물의약품, 시력교정용 제품, 의료기기)를 선정함.

□ **(모니터링 방법) 품목별 키워드 검색 후 금지 품목 유통 게시물 확인**
* **최근 1년간(2021.5~2022.4) 판매중/판매완료 게시물을 대상으로 세부 품목명 및 변형키워드(약칭,은어,상품명 등) 키워드를 검색하여 유통 게시물을 확인**
* **한 판매자가 같은 내용의 게시물을 연속하여 중복으로 올린 경우 1건으로 집계**

가. 플랫폼 내 거래금지품목 관련 차단정책

[표5-6] 플랫폼별 거래금지품목 관련 운영현황

구분		당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓
해당 정보제공 실태	거래금지품목 고지	○	○	○	○
	게시글 작성 시 금지품목 안내 여부	X*	○	○(앱),X(카페)	X
거래차단 실태	게시글 차단(삭제)	○	○	○	○
	검색 차단	○	○	○(앱),X(카페)	○
	키워드알림 차단	○	○	○(앱),X(카페)	○
	판매자 제재	○	○	○	○

* 당근마켓은 게시글 작성 시 거래금지품목이 있다는 사실은 안내하고 있으나, 해당 품목을 구체적으로 열거하고 있지는 않으며, '22.6. 중으로 기능개선 예정임을 회신함.

□ **(정보제공)** 조사대상 플랫폼 모두 거래금지품목이 있음을 약관이나 이용정책을 통해 안내하고 있었으며, 금지 품목에 대해서는 플랫폼 간 큰 차이가 없었음.

○ 1곳은 앱에서는 게시글 작성 시 거래금지품목에 대해 안내하였으나, 카페에서는 안내하지 않았음(중고나라).

○ 1곳은 게시글 작성 시 거래금지품목에 대해 안내하였음(번개장터).

○ 2곳은 공지사항 메뉴에서 거래금지품목을 안내하고 있었으나, 개별 게시글 작성 시에는 별도의 안내가 없었음(당근마켓, 헬로마켓).

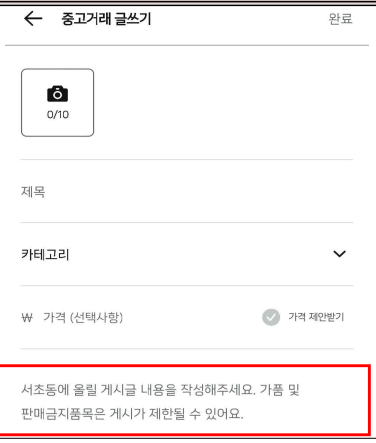
- 따라서 공지사항을 확인하지 않거나 금지품목이 있다는 사실을 알지 못하는 이용자는 판매 게시글을 작성할 우려가 있었음.

□ **(거래차단 시스템)** 조사대상 플랫폼 모두 게시글 작성 및 검색 시 키워드 기반의 모니터링 시스템으로 금지품목의 유통을 차단하고 있었음.

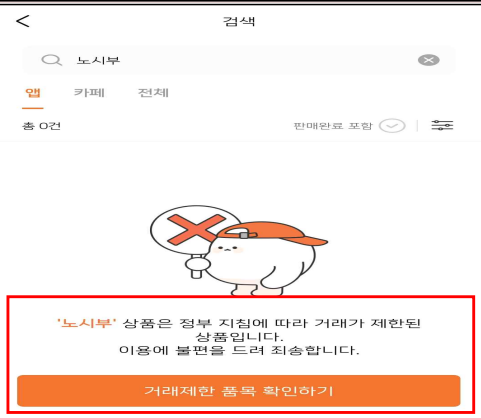
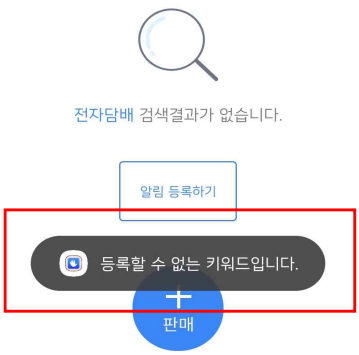
○ (판매시) 판매글 작성 시 거래금지품목이 있음을 안내하거나(번개장터, 중고나라앱) 금지품목 게시글 작성을 차단(제재)하는 방법을 활용함(당근마켓, 번개장터, 중고나라앱).

○ (구매시) 조사대상 플랫폼 4곳 모두 키워드등록 알림 차단, 검색어 차단등의 기능을 활용하여, 금지품목 구매 시도를 차단함.

[그림5-5] 거래금지품목 게시글 차단 형태 예시(판매시)

게시글 작성 시 금지품목을 안내	판매시도 시 게시물 작성을 차단
	
· 게시글 작성 시 거래금지품목이 있음을 알리는 기능(당근마켓)	· 거래금지품목 판매시도 시, 금지품목임을 알리며 게시글 등록을 차단하는 기능(번개장터)

[그림5-6] 거래금지품목 게시글 차단 형태 예시(구매시)

검색어 차단 기능	키워드 알림 등록 차단 기능
	
· 차단검색어를 검색하면 차단된 검색어임을 알리는 기능(중고나라앱)	· 거래금지품목의 알림 등록을 시도하면 금지품목임을 알리는 기능(헬로마켓)

○ (제재조치) 조사대상 플랫폼 모두 자체 모니터링 시스템을 통해 거래금지품목의 유통을 차단하고, 이용자를 제재하였음.

- 플랫폼별로 거래금지품목을 거래한 판매자에게 경고조치부터 일정 기간 이용정지까지의 제재가 있었음.

[표5-7] 거래금지품목 판매자에 대한 제재조치

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓
내용	동일 사유로 반복 신고 시 정지	3회 위반 시 30일 이용정지	3회 위반 시 30일 이용정지	경고 후 반복적발 시 정지

나. 플랫폼 내 거래 금지품목 모니터링 결과

□ **(유통실태)** 온라인 판매 또는 개인 간 거래가 금지된 9가지 품목의 유통 여부 모니터링을 실시한 결과, 모니터링 대상 품목 전반에 걸쳐 금지 품목이 유통되고 있음을 확인함.

[표5-8] 금지품목 거래 유통실태

※ 판매가 확인되는 경우 ○, 판매가 확인되지 않는 경우 X로 표기함.

품목		당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓
생활용품류	종량제봉투	○	○	○	○
	화장품류	○	○	○	○
식품류	기호식품	X	○	○	X
	수제식품	X	○	○	○
	건강기능식품	○	○	○	○
의약품류	의약품류	X	○	○	○
	동물의약품류	○	○	X	X
의료기기류	시력교정용 제품	○	○	○	○
	유아동용 의료기기	○	○	○	○

□ **(세부 품목별)** 품목별로는 건강기능식품(5,029건), 화장품(134건), 의약품(76건), 의료기기(63건)의 순으로 위반 게시물이 많은 것으로 나타남.

[표5-9] 세부 품목별 거래금지품목 모니터링 결과

(단위 : 건)

구분	품목구분	세부 품목	건수	소계
생활용품류	종량제봉투	종량제봉투	62	196
	화장품	홍보·판촉용 화장품, 소분 화장품	134	
식품류	기호식품	담배, 주류	5	5,050
	건강기능식품	유산균, 비타민, 루테인	5,029	
	수제식품	수제청	16	
의약품류	의약품	식욕억제제, 철분제, 제산제, 파스	76	80
	동물의약품	심장사상충약	4	
의료기기류	시력교정제품	안경, 콘텍트렌즈	45	108
	유아동의료기기	모유착유기,의료용흡인기,창상피복재	63	
합계			5,434	

□ **(플랫폼별)** 번개장터(3,725건), 헬로마켓(1,026건), 당근마켓(382건), 중고나라(301건)의 순으로 거래금지품목 유통 게시물이 많은 것으로 조사되었음.

○ 번개장터의 경우 '건강기능식품' 카테고리에서 금지상품 유통건수가 타 플랫폼에 비해 높게 나타났는데, 조사대상 플랫폼 중 이용자수가 당근마켓 다음으로 많으며 지역과 상관없이 거래가 가능한 점 때문에 거래건수가 높게 나타난 것으로 보임.

- 또한, 중고나라의 경우 '식품' 카테고리가 존재하지 않아 상대적으로 건강기능식품의 판매가 많지 않은 것으로 보임.

* (22.5.기준) 건강기능식품 카테고리 게시물 수 : (번개장터)29,097건, (헬로마켓)5,599건

** 모니터링 지역 : (당근마켓)서초동 기준, (번개장터,중고나라,헬로마켓)전국 기준

[표5-10] 플랫폼별 거래금지품목 모니터링 결과

(단위 : 건)

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	합계
생활용품류	19	70	88	19	**196**
식품류	347	3,536	180	987	**5,050**
의약품류	1	62	6	11	**80**
의료기기류	15	57	27	9	**108**
합계	**382**	**3,725**	**301**	**1,026**	**5,434**

□ **(검색어 유형별)** 금지상품 판매 총 게시물 건수 5,434건 중 품목명 키워드로 적발된 건수가 4,845건(89.2%)이었고, 변형·제품명 키워드로 적발된 건수가 589건(10.8%)으로 나타남.

[표5-11] 검색어 유형별 거래금지품목 모니터링 결과

(단위 : 건,(%))

키워드 구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	합계	(비율)
품목명	345	3,324	274	902	**4,845**	**(89.2)**
변형, 제품명	37	401	27	124	**589**	**(10.8)**
합계	**382**	**3,725**	**301**	**1,026**	**5,434**	**(100.0)**

□ **(기타)** 소비자 인식조사 결과, 거래 완료까지의 소요시간에 대해 '2시간 이내'라고 응답한 비율이 전체의 28.5%이며 24시간 이내에 거래가 완료되는 비율이 83.7%인 바, 플랫폼에서 거래금지상품의 신속한 차단이 필요할 것으로 보임.

나. 모니터링 세부 내용

□ (생활용품류) 종량제봉투, 화장품류

[표5-12] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(생활용품류)

(단위 : 건)

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	합계
종량제봉투	**3**	**43**	**5**	**11**	**62**
품목명	0	0	0	6	6
변형*	3	43	5	5	56
화장품류	**16**	**27**	**83**	**8**	**134**
품목명	13	27	82	0	122
변형**	3	0	1	8	12

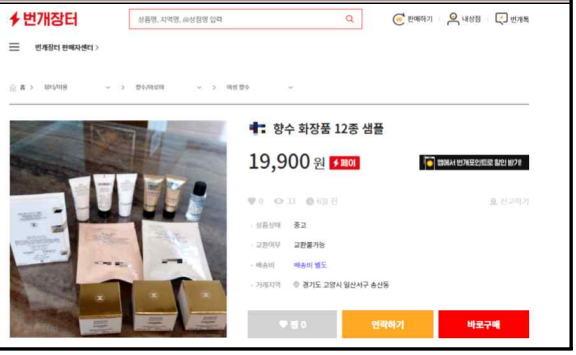
*종량제봉투(쓰레기봉투, 쓰봉)
**화장품샘플(쌤플)

○ (종량제봉투) 전반적으로 품목명으로는 차단이 잘 이루어졌으나 '쓰레기봉투', '쓰봉' 등 변형키워드로 검색하는 경우 거래가 가능한 게시물이 확인되었음.

○ (화장품류)

- (홍보·판촉용 화장품) 본품과 함께 홍보·판촉용 화장품을 함께 판매하는 사례가 빈번했으며, '쌤플' 등의 변형키워드로 검색 시 거래 가능한 게시물이 확인되었음.
- (소분 화장품) 기초화장품, 향수, 헤어제품 등 다양한 품목의 소분 화장품이 거래되는 것으로 조사됨.

[그림5-7] 거래금지품목 사례(생활용품류)

종량제 봉투	화장품 샘플
	

□ (식품류) 기호식품, 수제식품, 건강기능식품

[표5-13] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(식품류)

(단위 : 건)

구분		당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	합계
기호식품		**0**	**3**	**2**	**0**	**5**
	품목명	0	2	0	0	2
	변형*	0	1	2	0	3
수제식품		**0**	**12**	**2**	**2**	**16**
	품목명	0	8	1	2	11
	변형**	0	4	1	0	5
건강기능식품		**347**	**3,521**	**176**	**985**	**5,029**
	품목명	325	3,228	175	874	4,602
	변형***	22	293	1	111	427

*주류(하이트, 카스), 담배(에쎄, 전담)
**수제청(과일청)
***유산균(락토핏), 비타민(고려은단), 루테인(아이클리어)

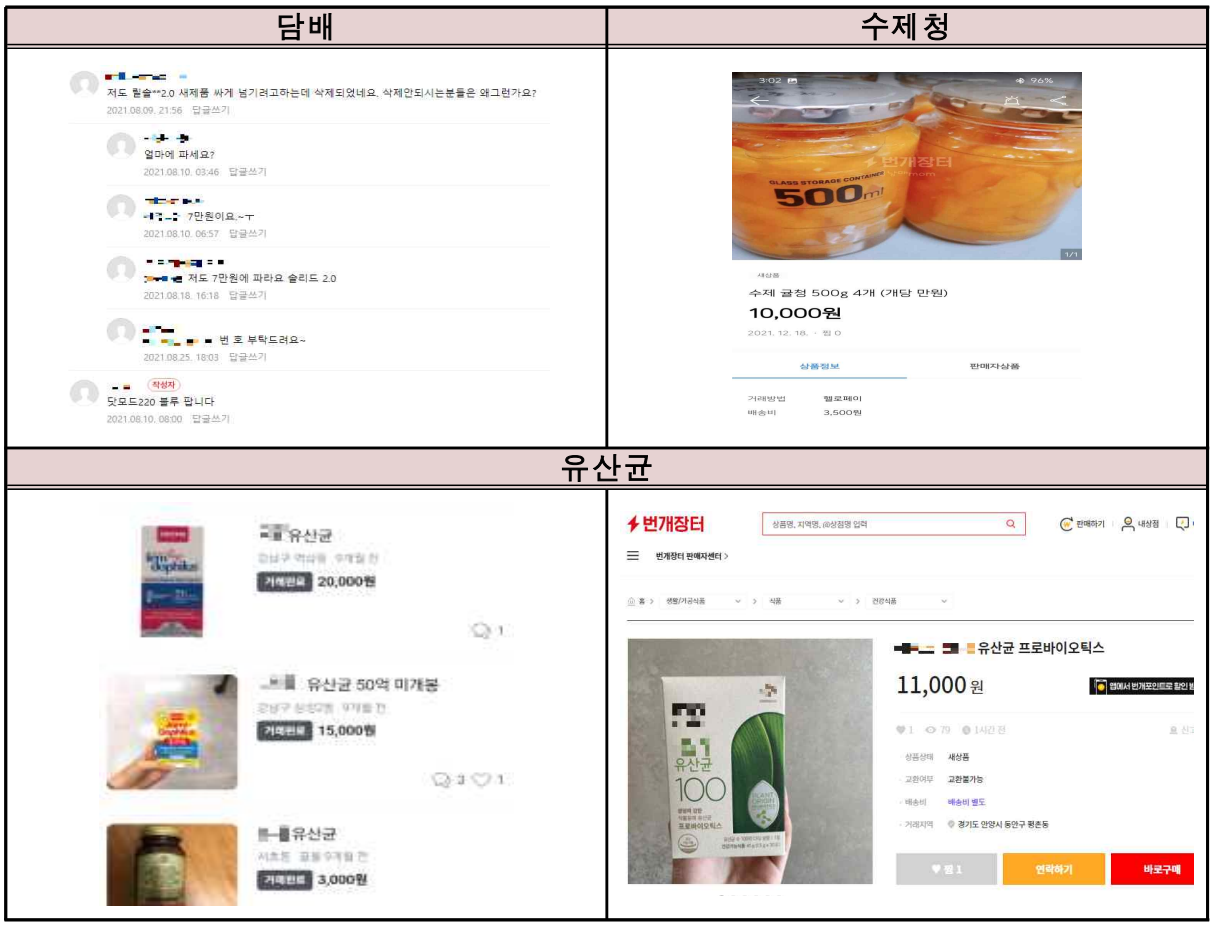
○ (기호식품) '주류'와 '담배' 모두 전반적으로 잘 차단이 되고 있었으나, '주류'가 판매되는 플랫폼이 있었고(번개장터), '담배'의 경우 게시판 댓글을 통해 거래하는 등 우회 수법을 이용하여 거래가 이루어지고 있었음(중고나라).

○ (수제식품) 자격이 없는 개인이 판매하는 제품뿐 아니라 카페 등 음식점에서 제조하는 수제청이 거래되고 있어 구매자의 주의가 필요했음.

○ (건강기능식품) 조사대상 플랫폼 모두 유산균, 비타민, 루테인 등 다양한 종류의 건강기능식품이 판매되고 있었음.

- 중고나라의 경우 '식품'을 판매하는 카테고리가 없어 상대적으로 유통 게시물 수가 적게 집계된 것으로 보임.

[그림5-8] 거래금지품목 사례(식품류)



□ (의약품류) 의약품, 동물의약품

[표5-14] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(의약품류)

(단위 : 건)

구분	당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	합계
의약품	**0**	**59**	**6**	**11**	**76**
품목명	0	42	6	11	59
변형*	0	17	0	0	17
동물의약품	**1**	**3**	**0**	**0**	**4**
품목명	1	0	0	0	1
변형**	0	3	0	0	3

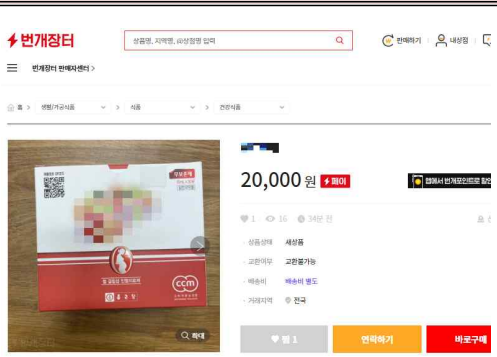
*식욕억제제(삭센다), 철분제(볼그레), 제산제(카베진), 파스(신신파스, 동전파스)
**심장사상충약(넥스가드, 스펙트라, 애드보킷)

○ (의약품) 식욕억제제, 철분제, 제산제, 파스 등 4가지 품목에 대해 모니터링하였는데,

- (식욕억제제) 전반적으로 차단이 잘 되었으나 다이어트 한약(환) 등 의사의 처방이 필요한 전문의약품이 유통되고 있었음(헬로마켓).
- (철분제) 품목 및 제품명 검색 시, 거래 가능한 게시물을 확인하였고, 대표적 제품명인 '볼그레'로 검색했을 때 유통을 확인할 수 있었음(번개장터, 중고나라).
- (제산제) 품목으로 검색하는 경우 4개의 플랫폼 모두 차단이 잘 되었으나, '카베진'으로 검색했을 때 유통되는 것을 확인함(번개장터).
- (파스) 국내제품 뿐 아니라 해외에서 판매되는 동전파스 등이 유통되고 있었음(번개장터, 헬로마켓).

○ (동물의약품) 품목명으로 검색 시 거래 가능한 게시물을 확인함(번개장터).

[그림 5-9] 거래금지품목 사례(의약품류)

<table>
<tr><th>철분제</th><th>파스</th></tr>
<tr><td> 
</td><td>
</td></tr>
<tr><th>다이어트 한약</th><th>심장사상충약</th></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

□ (의료기기류) 시력교정제품, 유아동용 의료기기

[표5-15] 거래금지품목 유통 게시글 확인 플랫폼 현황(의료기기류)

(단위 : 건)

구분		당근마켓	번개장터	중고나라	헬로마켓	합계
시력교정제품		**8**	**26**	**6**	**5**	**45**
	품목명	5	5	5	5	20
	변형*	3	21	1	0	25
유아동용 의료기기		**7**	**31**	**21**	**4**	**63**
	품목명	1	12	5	4	22
	변형**	6	19	16	0	41

*안경(린드버그), 콘텍트렌즈(오렌즈)

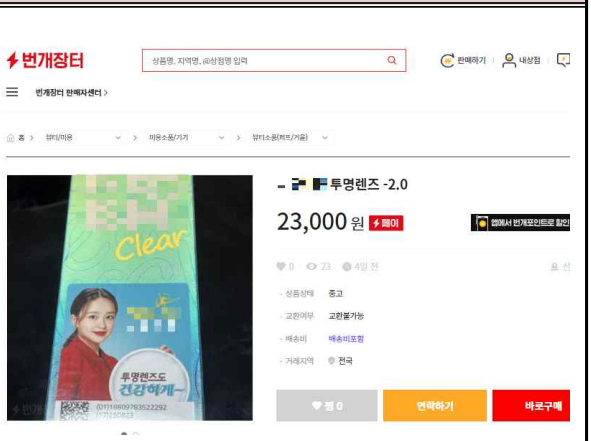
**모유착유기(스펙트라), 의료용흡인기(노시부), 창상피복재(제로이드)

○ (시력교정제품) 안경의 경우 사용하던 렌즈가 부착된 중고 안경이 빈번하게 판매되고 있었고, '콘텍트렌즈'의 경우 대표적 브랜드명인 '오렌즈'를 검색했을 때 거래 가능한 게시물이 있었음(번개장터).

○ (유아동용 의료기기) 모유착유기, 의료용흡인기, 창상피복재에 대해 유통여부를 모니터링 하였는데,

- (모유착유기) 대표적 제품명인 '스펙트라'로 검색했을 때, 유통 가능한 게시물이 있었음(당근마켓, 번개장터, 중고나라).
- (의료용흡인기) 대표적 제품명인 '노시부'로 검색했을 때, 거래 가능한 게시물이 있었음(당근마켓, 번개장터).
- (창상피복재) md크림으로 검색했을 때 거래 가능한 게시물이 있었음(당근마켓, 번개장터, 헬로마켓).

[그림5-10] 거래금지품목 사례(의료기기류)

시력교정용 안경	콘텍트렌즈
	
모유착유기	**의료용흡인기**

Ⅵ 문제점 및 개선방안

1. 플랫폼 내 거래금지상품 유통 차단을 위한 노력

□ (문제점) 조사대상 플랫폼들은 키워드를 기반으로 하여 거래금지제품의 유통을 차단하고 있으나 품목명 뿐 아니라 약칭, 은어 제품명 등 변형키워드로 검색하는 경우 유통이 확인되고 있으며, 거래금지상품 정보에 대해 일부 플랫폼은 구체적 금지품목은 공지사항을 통해 안내하고 게시글 작성 시에는 안내하지 않아 소비자가 인지하지 못할 우려가 있음.

- ㅇ (모니터링) 플랫폼 내 게시판 댓글을 통해 금지품목이 거래되는 경우가 있으며, 검색 차단 기능 및 키워드 알림 기능 등을 운영하고 있음에도 불구하고 명백한 판매금지 품목이 검색되거나 키워드 알림 등록이 가능한 플랫폼이 존재함.
- ㅇ (소비자 인식조사) 중고거래 플랫폼을 통한 대부분의 거래가 24시간 이내(83.7%)에 완료되는 것으로 나타났는데, 온라인 상에서 빠르게 이루어지는 중고거래의 특성을 고려할 때, 신속한 금지품목의 차단이 필요할 것으로 보임.

□ (개선방안)

- ㅇ 대표적 제품명을 포함한 시의성 있는 차단 키워드 업데이트 및 중고거래가 빈번하게 일어나는 제품에 대한 신속한 차단 조치가 필요함.
- ㅇ 또한, 이용자들이 금지품목에 대해 인지할 수 있도록 게시글 작성 시 팝업이나 글 작성 기본 양식 등을 활용하여 해당 정보를 다시 한번 제공하는 등 플랫폼의 기능적 개선과 관련 부처의 관리감독 강화가 필요함.

2. 소비자 분쟁 발생 시 플랫폼 사업자의 역할 강화 필요

가. 개인간 거래에서의 소비자피해 예방을 위한 조치 강화

□ **(문제점)** 1372소비자상담센터 사례 및 소비자 인식조사 결과, 거래 과정에서 계약 불이행으로 인한 피해 및 분쟁 발생 시 플랫폼의 소극적 대처에 대한 불만이 큰 것으로 나타나 소비자피해 해결을 위해 플랫폼 차원의 조치가 필요한 것으로 보임.

○ 현행 전자상거래법상 통신판매중개자는 소비자에게 성명·전화번호 등의 정보를 열람할 수 있는 수단을 제공해야 한다고 규정하고 있으나, 수사기관을 통해서만 제공이 가능한 플랫폼이 있으며, 전상법 상 규정된 정보가 아닌 플랫폼 닉네임 등 최소한의 정보만 제공하는 플랫폼도 존재함.

* (2021.3) 공정거래위원회에서는 C2C플랫폼과 관련된 소비자 분쟁 해결을 위해 플랫폼의 통신판매중개자로서의 의무를 강화하는 전자상거래법 개정안을 추진하였음.

○ (소비자 인식조사) 소비자피해가 발생하였을 때, 수사기관에 신고하는 소비자의 비율은 전체의 13.1%에 지나지 않으며, 대다수는 소극적으로 대처하고 있는 것으로 나타남.

□ **(개선방안)** 중고거래 플랫폼이 전자상거래법상 통신판매중개자로서의 책임을 준수하여, 소비자 간 분쟁 발생 시 분쟁해결에 필요한 거래 당사자의 정보를 플랫폼을 통해 소비자가 직접 열람할 수 있도록 하며, 현행법에서 정하고 있는 성명, 전화번호 등 신원정보 제공 의무를 이행해야 함.

나. 플랫폼 내 통신판매업자 의무 관련 규정 마련 및 고지 강화

□ **(문제점)** 중고거래 플랫폼 내에서 사업자(통신판매업자)가 판매 활동을 하는 경우 전자상거래법에 따라 판매자의 신원에 관한 정보가 제공되어야 하나 조사대상 플랫폼 모니터링 결과 해당 정보가 이용자에게 제대로 제공되지 않는 플랫폼이 존재하며,

○ 플랫폼 이용약관 상에도 전자상거래법상 통신판매업자 신원정보 제공 등 통신판매업자 의무와 관련된 조항을 포함하지 않는 플랫폼이 존재함.

□ **(개선방안)** 플랫폼 내 통신판매업자의 전자상거래법 준수와 관련하여 다음과 같은 내용을 포함하도록 이용약관 개정이 필요함.

○ (플랫폼 상 판매 사업자 등록 의무화) 중고거래 플랫폼에서 판매활동을 하는 사업자는 플랫폼에 자신이 사업자라는 사실을 알리고, 필수정보(상호, 대표자명, 주소, 전화번호, 사업자등록번호, 통신판매등록번호 등) 등록을 의무화 함.

○ (전자상거래법에 따른 필수정보 제공) 중고거래 플랫폼을 이용하는 구매자가 사업자의 신원 및 거래에 관한 정보를 확인할 수 있도록 해야 함.

○ 또한, 플랫폼 내 개인판매자와 전문판매자를 구분하는 명확한 기준(판매금액, 횟수 등)을 마련 및 공개하고, 이 기준에 따라 전문판매자에 해당하는 경우 플랫폼이 신원정보, 과세 등에 대해 관리해야 할 것임.

3. C2C거래에 대한 소비자 인식 제고

□ **(문제점)** 일반적으로 중고거래 플랫폼을 통한 C2C 거래는 전자상거래법상 청약철회 등 규정의 적용이 어려우나 소비자들은 플랫폼을 통한 거래가 오픈마켓 등을 통한 일반적인 전자상거래와 유사하다고 오인할 가능성이 있어 소비자 피해가 지속적으로 발생함.

□ **(개선방안)** 소비자들이 C2C거래의 특성에 대해 인지하고 비대면 거래 시 안전결제를 활용하거나 구매 제품에 대해 정확하게 확인하는 등 피해예방 수칙에 대해 명확하게 인지할 수 있도록 플랫폼에서의 적극적인 홍보가 필요함.

Ⅶ 향후 조치 계획

1. 사업자 자율시정 권고

□ 플랫폼 사업자의 「전자상거래법」 준수 및 이용약관 상 사업자인 판매자 의무를 규정하는 조항 신설 권고

□ 플랫폼 내 거래금지품목 유통 차단을 위한 플랫폼 기능개선 권고

2. 소비자 정보 제공

□ 언론홍보 및 우리원 홈페이지 게시 등