



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2021년 8월
석사학위논문

국가 간 전자상거래 주요쟁점과 RCEP의 규정 분석

조선대학교 대학원
무역학과
진성봉

국가 간 전자상거래 주요쟁점과 RCEP의 규정 분석

An Analysis of International e-Commerce Issues and
Electronic Commerce Chapter of RCEP

2021년 8월 27일

조선대학교 대학원

무역학과

진성봉

국가 간 전자상거래 주요쟁점과 RCEP의 규정 분석

지도교수 김 석 민

이 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 4월

조선대학교 대학원

무역학과

진성봉

진성봉의 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 심재희 (인)

위 원 조선대학교 교수 이종하 (인)

위 원 조선대학교 교수 김석민 (인)

2021년 5월

조선대학교 대학원

【 목 차 】

ABSTRACT

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 방법 및 구성	3
제2장 이론적 논의 및 선행연구 검토	4
제1절 국제규범의 논의 배경과 주요 쟁점	4
1. 전자상거래 국제규범의 논의 배경	4
2. 국제 전자상거래 관련 주요 쟁점	4
제2절 선행연구 검토	9
1. 디지털 제품의 과세	9
2. 국경 간 데이터 이동과 개인정보 보호	10
3. 전자상거래 관련 지식재산권 보호	11
제3장 RCEP의 전자상거래 현황과 정책	13
제1절 회원국별 전자상거래 시장규모	13
1. 전 세계 전자상거래 현황	13
2. 한·중·일 3국의 전자상거래 시장규모	14
제2절 회원국별 전자상거래 정책 동향	23
1. 한국의 전자상거래 관련 정책	23
2. 중국의 전자상거래 관련 정책	23
3. 일본의 전자상거래 관련 정책	25
4. ASEAN의 전자상거래 관련 정책	26
제3절 RCEP 역내 주요 전자상거래 플랫폼	30
1. 한국의 전자상거래 플랫폼 현황	30
2. 중국의 전자상거래 플랫폼 현황	31

3. 일본의 전자상거래 플랫폼 현황	31
4. ASEAN의 전자상거래 플랫폼 현황	32
제4장 RCEP의 전자상거래규정 비교분석	34
제1절 WTO 전자상거래 협상 동향 및 쟁점	34
1. WTO의 전자상거래 논의 동향	34
2. WTO 전자상거래 협상의 주요 쟁점	34
제2절 TPP의 전자상거래 규정	38
1. TPP 전자상거래 규정의 특징	38
2. TPP 전자상거래 주요 규정 분석	40
3. TPP 전자상거래 규정 평가	42
제3절 RCEP의 전자상거래 규정 분석	43
1. RCEP 추진 경과와 주요 내용	43
2. RCEP의 전자상거래 규정 분석	47
3. 분석결과의 시사점	62
제5장 결 론	65
<참고문헌>	67

【표 차례】

<표 3-1> 한국의 전자상거래 수출통계 산출방법	15
<표 3-2> 한국의 전자상거래 수출입 현황	16
<표 3-3> 상위 10개국 전자상거래 매출	18
<표 4-1> WTO 전자상거래 협상용 통합문서의 구성	35
<표 4-2> TPP와 한·미 전자상거래 규정 비교	39
<표 4-3> RCEP 협정문의 장별 구성	44
<표 4-4> RCEP 전자상거래 장 구성	48
<표 4-5> 제12.1조 (정의) 국·영문 비교표	49
<표 4-6> 제12.3조(적용범위) 국·영문 비교표	50
<표 4-7> 제12.5조(종이 없는 무역) 국·영문 비교표	51
<표 4-8> 제12.6조(전자인증 및 전자서명) 국·영문 비교표	52
<표 4-9> 제12.8조(온라인 개인정보 보호) 국·영문 비교표	53
<표 4-10> 제12.9조(요청하지 않은 상업용 전자 메시지) 국·영문 비교표	54
<표 4-11> 제12.10조(국내 규제의 틀) 국·영문 비교표	55
<표 4-12> 제12.11조(관세) 국·영문 비교표	57
<표 4-13> 제12.12조(투명성) 국·영문 비교표	58
<표 4-14> 제12.13조(사이버 보안) 국·영문 비교표	58
<표 4-15> 제12.14조(컴퓨터 설비의 위치) 국·영문 비교표	59
<표 4-16> 제12.15조(전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전) 국·영문 비교표	61
<표 4-17> 제12.16조(전자상거래에 관한 대화) 국·영문 비교표	62
<표 4-18> RCEP과 TPP의 전자상거래규정 비교	63

【그림 차례】

<그림 3-1> 세계 국경 간 전자상거래 규모 전망	14
<그림 3-2> 중국의 국경 간 전자상거래 규모	19
<그림 3-3> 한국의 모바일 전자상거래 플랫폼 이용 현황	30
<그림 3-4> 중국의 전자상거래 플랫폼 현황	31

ABSTRACT

An Analysis of International e-Commerce Issues and Electronic Commerce Chapter of RCEP

Chen, Sheng-Peng

Advisor : Prof. Kim, Seog-Min, Ph.D.

Department of International Trade

Graduate School of Chosun University

Cross border transactions of non-material goods / services and information are increasing rapidly, and new problems and challenges are raised in terms of domestic and international rules. By studying and distinguishing digital trade, we can find out the economic potential of cross-border digital trade. Based on the international focus analysis related to e-commerce, this paper systematically analyzes RECP's e-commerce field (Chapter), and then focuses on mastering the current situation of e-commerce market in RCEP.

The second chapter mainly defines Digital Trade and classifies related issues through the discussion of international rules, economic theory and empirical literature. As the object of transaction, the focus of international e-commerce is on the invisible digital products. However, the essence of digital commerce includes the visible transaction and the invisible product transaction. Part of the focus of the debate is caused by the different ways of transaction, so it is difficult to distinguish tangible products from intangible products, including the related disputes with tangible products in network transaction.

The third chapter mainly introduces the current situation and related policies of RCEP e-commerce. This chapter introduces the world situation and the current situation of e-commerce development scale in Korea, China and Japan from three aspects: e-commerce scale, policy trends and main e-commerce

platforms. Besides, this chapter also talks about the E-commerce policy trends and major e-commerce platforms in South Korea, China, Japan, ASEAN and other countries.

The fourth chapter mainly points out the trend of WTO e-commerce discussion and the main arguments of negotiation, and makes a comparative analysis on the e-commerce provisions of RCEP and TPP. If the current e-commerce related agreements are only based on non legally binding guidelines or cooperation programs proposed by various countries, then the nature of e-commerce provisions of TPP and RCEP as obligations will be more standardized. In addition, in the existing FTA signed by South Korea, the nature of cooperation provisions has been greatly strengthened as the provisions of obligations, and new provisions that have not been introduced before have also been introduced.

The last chapter mainly analyzes the focus of disputes in Chapter 4 on WTO, TPP and FTA, and draws relevant conclusions. The sharp conflicts of interests between interested parties are: 1) restrictions on cross-border information movement and domestic personal information protection law system and localization measures of computing facilities; ② Protect digital intellectual property rights; ③ Establish an appropriate taxation system for foreign network service providers; ④ In order to protect consumers and solve disputes, improve the tariff system, ensure the convenience between consumers; ⑤ Reduce tariffs.

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

인터넷 네트워크, 디지털에 기반의 혁신은 과거 어떤 다른 유형의 혁신보다 빠르고 광범위하게 진행되고 있으며, 모바일 네트워크와 저가 스마트폰의 확산이 전 세계 디지털 경제의 물질적 기초를 구축하고 있다. 또한, 정보통신기술(ICT)의 급속한 기술 진화가 혁신의 매개체로 작동해 인터넷을 기반으로 한 다양한 혁신 서비스와 시장을 창출하고 있다.

이러한 인터넷·디지털 환경은 과거보다 접근성, 격차의 문제를 극복하고, 국경적, 물리적 제약을 초월하는 새로운 경제 환경을 제공하고 있다. 그러나 국가 간 제도 및 규제 차이로 인해 글로벌 무역 및 혁신을 저하하는 점을 보면 국가 간 정책 제도 조율의 문제가 대두되고 있다.

한편 디지털 경제의 부상은 기존 무역모델에 대해 편입되지 못하는 기업들에 새로운 기회와 도전을 부여하고, 물리적 공간 규제를 철폐하는 전자상거래 플랫폼을 통해 기존과 다른 서비스 및 시장 진출의 기회를 알려주고 있다. 전통적으로 글로벌 무역시장은 자본과 규모, 운영에 일정한 역량을 갖춘 대기업들만 참여하고, 현지 고객 확보의 어려움, 서비스무역을 위한 막대한 초기 비용, 물류 및 배송 네트워크의 부재 등으로 인터넷 기반 무역 환경을 완화하면서 중소기업에게도 진출할 수 있게 됐다. 최근에는 클라우드 기반 플랫폼의 부상과 함께 마케팅, 결제 및 유통 환경이 크게 개선되면서 기존에서 볼 수 없었던 무역환경이 새롭게 나타나게 되고 있다는 평가까지 나오고 있고, 특히 글로벌 시장 접근성이 떨어지는 중소기업에는 새로운 기회다.

결론적으로 인터넷과 디지털 기술로 때문에 하드웨어 기반 위에 있는 소프트웨어, 제조업 기반에서 서비스와 콘텐츠, 단일 산업 주도 경제에서 플랫폼 기반 경제로 성장하고 있으며, 이러한 변화를 증명할 새로운 제도와 규범의 필요성이 큰 선진국을 중심으로 거버넌스에 대한 논의가 제기되고 있다.

한편 1995년 출범한 세계무역기구(WTO)는 상품무역을 더불어 서비스무역을 포함한 참된 글로벌 무역체제로서 기능하고자 야심 차게 출범하였지만, 후속 협상인 도하개발아젠다(DDA)가 선진국과 개발도상국 간 마찰로 진전이 지지부진하다. 도하 라운드의 부진에 대한 대응의 하나로서 으나, 인터넷 기술을 기반으로 경제에서 나타나는 글로벌 가치사슬의 변화 등 과거에는 볼 수가 없었던 새로운 통상 이슈가 나타나면서 다시 기존의 양자 FTA로는 해결 불가능 문제들이 제기되었다.

이러한 양자 FTA 한계를 벗어나기 위해, 최근 TISA, RCEP, TPP 등 복수국간 지역무역협정이 새로운 대안으로 떠오르고 있다. 일례로 다자 무역협정인 WTO의 틀 밖에서 일부 WTO 회원국 중심으로 복수국간 서비스협정(Trade in International Service Agreement, TISA) 협상이 2013년 3월부

터 정식으로 시작되었다. 이는 WTO의 GATS의 내용을 기반으로 하되, 기존의 GATS 보다 진일보한 서비스 자유무역체제 구축을 목표로, 국내규제, 투명성, 금융서비스, 통신서비스, 전자상거래, 현지화, 모드 4(mode 4), 전문직서비스, 해운서비스, 배달, 도로운송, 직접판매, 항공, 환경, 에너지, 정부조달, 환자이동성, 보조금 등 매우 다양한 신규·진일보된 규범을 집중하여 논의하면서 서비스무역과 관련된 통상규범의 질적 심화를 추구 중이다.

한편 Mega 지역무역협정(RTA) 협상에서 제일 유심히 봐야할 부분은 TISA, 환태평양경제동반자협정(TPP), 역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 등을 통해 구체화하고 있는 ‘전자상거래’ 신규규범 논의이다. TISA-TPPRCEP 협정의 기본 취지는 21세기에 맞는 진일보한 통상규범 마련이다. 현재 많은 글로벌 무역, 경제 활동이 정보통신 기술을 통해 이루어지고 있다는 점을 고려하여, TISA, TPP, RCEP 등 새로운 21세기형 무역협정 논의에서는 ICT 관련 전자상거래 통상규범 논의가 가장 중요 핵심적인 고려사항으로 떠오른 것은 지극히 자연스러운 현상이다.

특히 TISA, TPP, RCEP에서 논의 중인 새 ICT 통상규범은 기존의 한·미 FTA 등 기체 FTA 체결은 선언적 규정이 아니라 법적 구속력을 갖는 강제적 의무규범의 성격이다. 이러한 측면에서 현재 협상이 진행 중인 WTO 전자상거래 협상 등의 다자 간 무역규범이나 TPP의 전자상거래 관련 주요쟁점에 대한 분석에 기초하여 2020년 11월 최종 서명된 RCEP의 전자상거래 관련 규정에 대한 체계적 분석과 영향평가 및 대응전략 수립을 위한 연구가 시급한 상황이다.

제2절 연구의 방법 및 구성

한국은 WTO 출범 이후 국제통상환경이 다자주의와 지역주의가 공존하는 형태로 변화되자, 이에 대응하기 위하여 동시다발적 FTA추진 로드맵을 수립하고 적극적인 자유무역협정 체결정책을 펼친 결과, 2020년 현재 모두 58개국과 16개의 자유무역협정을 발효시켰으며, 4개국(지역)과는 협상이 타결(서명)되었으며 나아가 11건의 협상을 진행하고 있다. 이에 따라 한국의 전체 교역액 대비 FTA 교역의 비중도 2004년 0.6%에서 2019년 기준으로 69.4%로 빠르게 증가하였다. 또한, 정부의 적극적인 FTA활용 지원정책의 결과로 2000년대 초반 20% 선에 불과하였던 FTA수출입 활용률이 2016년 각각 63.8%, 69.6%로 증가하였으며, 2020년 2분기 FTA 수출입활용률은 각각 74.08%, 77.6%로 크게 증가하였다.

특히 2019년 11월 타결되고 2020년 11월 서명된 역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 한국이 참여한 최초의 광역 RTA(Mega RTA)로서, RCEP 참가국의 교역 규모, 인구, 국내총생산(GDP)이 전 세계에서 차지하는 비중은 30%에 달하기 때문에 한국의 신남방 정책과 어우러져 교역 및 투자 활성화, 수출시장 다변화 등 새로운 기회를 제공할 것으로 기대되고 있다. 또한, 기존 한·ASEAN FTA에 포함되지 않은 게임·영화 등 서비스부문과 전자상거래, 지식재산권 부문을 포함하고 있어, 무역, 투자 자유화 등의 경제 부문을 넘어 사회·문화·인력 등 전방위적 협력이 확산할 것으로 전망된다. 나아가 RECP 발효 시 일본과 최초의 FTA를 체결하게 된다는 점에서 의의가 크다 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 국제 전자상거래 관련 국제적 논의 쟁점 분석에 기초하여 RECP의 전자상거래 장(Chapter)을 체계적으로 분석하고, RCEP 회원국 간 전자상거래 활성화를 위한 시사점을 도출하는데 주목적을 두고 있다.

본 논문은 총 5장으로 구성되었다. 먼저 제1장 서론에서는 본 연구의 배경과 목적을 제시하였다. 제2장의 이론적 논의 및 선행연구에서는 국가 간 전자상거래 관련 국제적 논의 배경과 주요 쟁점 고찰과 주요 쟁점에 관한 선행연구를 검토하였다.

제3장에서는 RCEP 회원국의 전자상거래 현황과 정책 동향 및 RCEP 역내의 주요 전자상거래 플랫폼 현황을 파악하였다.

제4장에서는 제2장과 제3장의 분석결과를 토대로 RCEP의 전자상거래 규정을 주요 쟁점별로 분석하였다. 마지막으로 제5장에서는 분석결과를 요약하고 RCEP 역내국가 간 전자상거래 활성화를 위한 정책적 시사점을 제시하였다.

제2장 이론적 논의 및 선행연구 검토

제1절 국제규범의 논의 배경과 주요 쟁점

1. 전자상거래 국제규범의 논의 배경

정보통신기술의 급속한 발달과 모바일 기기의 확산으로 인터넷 기반의 글로벌 전자상거래가 확대되고 경제구조가 변화하면서 기존의 전통적인 무역 거래와는 다른 디지털상품과 서비스의 국제간 상거래가 활성화되고 있다.

디지털콘텐츠 등 디지털 재화의 거래가 기하급수적으로 증가함에 따라, 이로 인하여 디지털 무역거래가 활성화되고 디지털 무역거래에 대한 국제규범의 필요성이 점진적으로 대두되었다. 이러한 디지털 무역거래의 확산으로 다양한 의견들이 나타나면서 많은 국가가 디지털 무역 관련 규범의 제정이나 정비 등에 노력을 기울이고 있다.¹⁾

여기에서 디지털 무역거래에 대한 규범을 상품무역협정(GATT: General Agreement on Tariffs and Trade)으로 할 것인지 아니면 서비스무역협정(GATS: General Agreement on Trade Service)으로 할 것인지에 대한 논의가 첨예하게 이루어지고 있다. 현재까지 상황을 보면 개별국가들은 WTO 체제에서는 이러한 디지털 무역거래를 규율할 수 있는 적절한 협정의 부재로 인하여 양자 간 FTA에서 이러한 디지털 무역거래²⁾에 대한 관련 규범을 제정하여 운용하고 있다. 그러나, 이러한 규범은 한시적이거나 특정된 국가에만 적용되는 규범이어서 확장성이나 범용성에 있어 한계가 있다.

이러한 한계를 극복하기 위하여 TPP, RCEP 등과 같은 Mega FTA, USMCA 등과 같이 미국 주도의 FTA협정, 그리고 WTO 회원국 중 일부가 참여하고 있는 복수국 간 서비스협정(TiSA) 등이 대안으로 추진되고 있다.

2. 국제 전자상거래 관련 주요 쟁점

현재 WTO, OECD 등의 국제기구와 TPP, RCEP 및 주요 자유무역협정(FTA)에서 논의되고 있는 국제 전자상거래 관련 주요 쟁점은 크게 다섯 가지로 분류할 수 있다.³⁾ 최근 국제 전자상거래 관련 쟁

1) 이재영 (2020), "디지털 무역규범의 주요 이슈에 관한 연구", 『e-비즈니스 연구』, 21(3), p. 108.

2) 디지털무역이라는 용어에 대해서는 아직까지 국제적으로 정립된 개념은 아니며 전자상거래라는 용어를 사용하고 있는 양자 간 FTA 등도 있는데, 예를 들어 한·미 FTA에서도 전자상거래(Electronic commerce)라는 용어를 사용하고 있다. 여기에서 말하는 디지털 무역의 의미는 정보통신망 등을 통해서 거래의 전부가 이루어지는 개념으로 접근하는 것이 타당할 것으로 보인다.

점은 거래 대상으로서 무형의 디지털재화를 중심으로 전개되고 있지만, 디지털 상거래는 실질적으로 인터넷을 통한 유무형 재화의 거래를 모두 포함하고 있으며, 일부 쟁점은 거래방식에서 비롯된 것으로 유무형 재화 간의 구분이 어려운바, 유형재화의 인터넷 거래와 관련된 쟁점도 포함하였다.

가. 전자상거래와 디지털제품(Digital Product)의 정의

전자상거래(e-commerce) 또는 디지털 상거래(digital trade)에 대한 통용되는 정의는 존재하지 않지만 “주문을 하거나 받는 목적을 위해 특별히 제작된 방법으로 컴퓨터 네트워크상에서 행해지는 상품과 서비스의 매매 행위”로 정의한 OECD(2009)의 개념이 가장 일반적으로 사용되고 있다.

한편 인터넷상의 디지털 재화의 개념과 분류, 디지털화된 정보의 국경 간 거래 및 이동에 관한 이슈는 OECD, WTO, APEC 등의 국제기구와 미국, EU 등의 주요 국가, 그리고 FTA에서 중요한 이슈로 다루어지고 있는데, 이는 디지털재화의 분류 방법에 따라 적용되는 규범(GATT, GATs, TRIPs 등)이 달라지고 이에 따라 관련 국가-산업의 이해관계가 크게 엇갈리기 때문이다.

앞에서 언급한 바와 같이 WTO는 업무계획에서 전자상거래를 전자상거래에 의한 생산, 유통, 마케팅, 판매 및 운송으로 정의하고 유형제품(goods)과 무물질서비스(services)를 모두 전자상거래 대상에 포함하고 있다. 그러나 WTO의 전자상거래 정의는 ‘작업계획의 목적만을 위해서(Exclusively for the purposes of the work programme)’라는 표현과 같은 일반적인 규정이 아니라 ‘작업계획에서만’ 적용되는 개념이다.

WTO는 전자상거래 대상의 무체물 내용을 서비스로 분류하는 견해가 우세하다고 볼 수 있다. 하지만 분류 및 적용 문제는 각국의 입장에 따라 다양한 이해득실 문제가 파생돼 WTO가 일반적인 합의의 도출할 수 없고, 세계 각국은 개별적인 FTA 등을 통해 각자의 이익을 추구하고 있다.⁴⁾

한편 디지털제품은 일반적으로 디지털 신호로 전환할 수 있는 모든 대상이 포함됐다는 게 중론이다. 이에 따라 컴퓨터 소프트웨어·전자책·음악·동영상 등 멀티미디어 콘텐츠는 컴퓨터가 인터넷을 통해 전송하는 모든 기능의 형태로 인식되고 있다. 이에 따라 디지털제품이라는 용어는 전자적 전송물(electronic transmissions), 또는 디지털콘텐츠(digital contents) 등으로 다양하게 사용되고 있다.

한편 미국은 자국 기업의 이익을 위하여 미국이 체결한 주요 FTA를 통해서 디지털 제품을 정의하여 이에 대한 비차별 원칙을 규정하고 있다. 미국이 체결한 주요 FTA에서 디지털 기기에 대한 정의는 미국 싱가포르 FTA 유형과 미국 칠레의 FTA 두가지 유형으로 나뉜다. 우선 미국-싱가포르 FTA에는 디지털 기기가 전자적으로만 전송되는 것이 아니라 전자매체에 저장된 거래도 포함된다.

3) 김정근 외 (2015), “국제 디지털 상거래의 주요 쟁점과 한국의 대응방안”, 「연구보고서」, 15-18, 대외경제정책연구원, pp. 79-82.

4) 미국은 무체물의 콘텐츠를 ‘상품’이라는 입장이나, EU 등 유럽은 ‘서비스’라는 입장을 주도하고 있음.

한·미 FTA 전자상거래 업소에서 디지털 기기는 전파매체에 고정돼 있든, 전자전송이든 상업적으로 판매하거나 배포하기 위해 만들어진 것으로 디지털 코딩 컴퓨터 프로그램, 텍스트, 비디오, 그래픽, 음성을 녹음하고 기타 제품이다. 큰 틀에서 보면 이 같은 디지털 제품의 정의는 기존의 미국-싱가포르 FTA 유형에 속하기 때문에 미국이 그동안 체결한 대다수 FTA의 정의와 전체적인 문맥상 큰 차이가 없다. 하지만 세부적으로 보면 한·미 FTA 전자상거래장에서는 디지털 기기를 다음과 같이 정의하고 있다.

첫째, 정의 규정 중 상업적 판매나 배포를 위한 생산이라는 표현은 이전 미국 FTA 체결 때 없던 새로운 규정이다. 이는 전자화폐, 이메일, 소위 UCC(User Created Contents) 등 디지털 제품으로 분류가 될 가능성을 줄이며 제품의 범위를 더욱 명확히 하기 위하여 긍정적으로 평가될 수 있다.

둘째, 미국은 기체결한 FTA에서는 디지털제품의 정의가 WTO에서 논의 중인 디지털제품의 분류문제와는 관련이 없음(OTT 서비스에 대한 해석 등)을 각주를 통해 명확히 밝히고 있다. 그러나 한·미 FTA에서는 동 표현은 역시 각주로 포함되어 우리나라의 입장이 충분히 반영되었다.⁵⁾

나. 국경 간 데이터 이동 및 개인정보보호

국경 간 데이터 이동 및 개인정보 보호와 관련한 핵심 사항은 국경 간 데이터를 제한하는 현지화 조치(localization measures)를 완화하고, 정보 유출을 효과적으로 통제하는 방안이다.

자국 기업과 국민에 대한 정보가 국경 밖으로 유출되는 국가가 있기 때문에 국내에 데이터센터를 설립하거나 자국 정보의 해외 서버 이동을 제한할 의무가 있다. 글로벌 인터넷 기업은 일반적으로 일부 국가에서만 데이터센터(구글의 데이터센터 등)를 운영하여, 데이터 서버의 위치를 제한하는 것은 기업의 활동에 있어서 아주 주요한 장애 요인이 될 수 있다.

국경 간 데이터 이동의 자유화는 기업의 비용을 최소화하는 적당한 수준·형태의 개인정보보호 체제에서 이뤄질 수 있으며, 국경 간 데이터 이동 자유화 및 개인정보보호 체제의 균형점을 발견하는 것이 핵심 쟁점이다. 또 개인정보 보호에 관한 국가별 법체계를 운영하면서 보호 수준이 달라 국경을 넘나드는 데이터의 이동을 막고 기업 활동의 발전을 저해하는 만큼 각국이 공통된 토대 위에서 서로 다른 법규와 제도를 새로 만들고 호환성을 확대할 필요가 있다.

이와 관련한 국제적 논의는 OECD의 1980년 “프라이버시 보호 및 국가 간 개인정보 이전에 대한 지침(OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data)과 2013년 “개정된 OECD 프라이버시 지침(Guidelines Governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data), 2005년 APEC 프라이버시 프레임워크(APEC

5) 한·미 FTA 최종안, 제15.9조 각주 4 참조.

Privacy Framework) 등이 있다.

한편 유럽연합(EU)과 미국은 개인정보의 국외이전과 개인정보보호 접근방식에서 가장 큰 차이를 보이는 대표적인 국가이다. EU는 적정성 원칙(Adequacy principle)에 입각하여 모든 산업 분야를 일컫는 일괄법(omnibus law) 차원으로 개인정보를 규제하고 있고, 포괄적인 개인정보 규정이 부재한 미국은 책임성 원칙(Accountability principle)에 따라 각 분야별로 관련된 규정을 사용하는 방식(sectoral approach)을 취한다(USITC 2013, Chapter 5-8).

한국의 개인정보보호에 관한 법률체계는 개인정보보호에 관한 일반법적 차원의 「개인정보보호법」이 규율하고, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」, 「전기통신사업법」, 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」 등 개별법에서 각 세부사항을 규율하는 이중구조를 취하고 있다. 또한, 방송통신위원회는 “정보통신서비스 제공자가 개인정보가 포함된 공개된 정보를 ‘비식별화 조치한 경우에는 이용자의 동의 없이 수집·이용할 수 있다’”는 내용의 「빅데이터 개인정보보호 가이드라인」을 제정했다.

한편 FTA에 포함되는 개인정보보호 관련 규정은 대부분 국제표준 및 관련 국제기구의 기준(international standards and the criteria of relevant international organizations)을 준수하는 수준이다. 한·미 FTA는 최초로 전자상거래 장(제15장)에 인터넷 개방과 안정성에 대한 특별 원칙을 포함하였으며, 한·EU FTA(제7장)와 한·중 FTA(제13장) 등에도 디지털 정보의 국경 간 이동과 개인정보 보호에 관한 내용이 포함되었다. 2015년 11월 공개된 TPP 협정문 중 제14장 전자상거래 장에는 국경 간 데이터 이동, 데이터 현지화 조치, 개인정보 보호 등에 관한 내용이 포함되어 있다.⁶⁾

한편 국내법 상 국내 개인정보 국외이동 시 사전동의제를 규정하고 있는 ‘정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’과 TISA 또는 RCEP에서의 ‘국경간 자유로운 정보이동 금지’ 규범과의 정합성 문제로 2020년 8월 5일 개정을 통해 동법 제63조(국외 이전 개인정보의 보호)와 제63조의2(상호주의)를 삭제한 바 있다.

다. 지식재산권 보호

세계지식재산권기구(WIPO)의 정의에 따르면 지식재산권(Intellectual Property Rights)은 “문학, 예술 및 과학 작품, 연출, 예술가의 공연, 음반 및 방송, 인간 노력의 모든 분야에서의 발명, 과학적 발견, 공업의장, 등록상표·서비스마크, 상호 및 기타 명칭, 부정경쟁에 대한 보호 등의 권리와 공업·과학·문학 또는 예술 분야의 지적 활동에서 발생하는 기타 모든 권리”를 의미한다.

지식재산권과 관련한 국제적 논의로는 WIPO 주도의 특허통합 논의와 WTO의 무역관련 지식재산권

6) <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/trans-pacific-partnership/tpp-full-text>.

협정(TRIPS: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)을 들 수 있다.

한편 디지털 제품은 일반적으로 복제가 용이하며 원본과 복제본이 실질적으로 다르지 않기 때문에 정당한 대가를 지불하고 소비하는 유인이 비교적 낮다. 이에 따라 디지털재화의 불법복제를 방지 위한 기술적인 해결책이 디지털 저작권 관리 라면, 제도적 해결책은 지적재산권이라고 할 수 있다. 디지털 재화의 국경을 넘나드는 거래가 확대되면서 인터넷에서는 각종 지적재산권 침해 행위, 디지털 재화에 대한 권리 보호 등 이전에 없었던 쟁점들이 등장했다.

라. 과세 및 국경 조치(border measures)

전자상거래 대상에 대한 과세 문제는 OECD, EU 등을 중심으로 논의되고 있는 쟁점이다. 우선 관련 법규가 나라마다 다르다는 점이 문제로 지적된다. 해외 판매할 때 기업의 판매액은 일정 수준이 넘어서면 외국의 과세기관에 등록해야 하는데, 국가별로 소비세율과 등록면제 기준액과 행정절차가 상이하여 기업들이 어려움을 겪고 있다.⁷⁾

더욱 논란이 되는 대목은 해외 공급업체에 대한 과세 문제다. 역외 공급업체의 디지털 콘텐츠나 서비스 공급이 넓혀지면서 이들에 대한 과세가 중요한 문제가 되고 있다는 것이다. 이는 특히 고정사업장장(Permanent Establishment)의 해석을 놓고 국내외에서 논의가 지속하고 있다.

한편 디지털 상거래와 관련한 과세 논의는 OECD가 1998년 캐나다 오타와 각료회의에서 전자상거래에 관한 과세 기본 원칙(the Ottawa Taxation Framework Conditions)이 통과되면서 시작됐다. WTO, FTA 등의 통상협상에서 디지털 상거래 관련 부가가치세, 법인세 등 내국세 대비 관세 부과문제가 중점적으로 논의되었으며, 국가 간 디지털 재화에 관한 전자 전송(electronic transmissions)은 1998년 5월 WTO 제2차 각료회의에서 채택한 “글로벌 전자상거래에 대한 선언(Declaration on global electronic commerce)”을 통해 무관세 관행을 유지하기로 했다.

7) European Commission(2015)에 따르면 EU 역내에서 국경 간 판매 시 상대국 부가세 기준을 준수하는 데 평균적으로 최소 연간 5,000유로 이상의 비용이 소요되는 것으로 추정됨.

제2절 선행연구 검토

1. 디지털제품의 과세

권현호(2018)는 WTO로 대표되는 다자간 차원에서의 전자상거래 논의를 크게 관세문제와 분류문제(classification)로 대별하였다. 전자적으로 전송되는 콘텐츠 제품의 취급에 대한 다자간 협정의 진전을 막는 주요 요소는 결국 미국과 EU간의 디지털 제품의 법적 성격과 동 제품의 무역에서 제기되는 각종 쟁점들에 대한 의견불일치라고 주장하였다.⁸⁾

김정곤 외(2015)는 국제 디지털 비즈니스의 주요 쟁점과 대한민국의 대응 방안 보고서에서 디지털 재화의 과세 문제에 대한 국제적 논의 배경과 주요 쟁점을 분석하였다. 분석결과, 직접세 분야에서는 고정사업장 규정과 신규 사업에 대한 소득정의 및 과세범위 규정 등이 주요 쟁점사항으로 제기되고 있다. 관세는 디지털 제품의 전자 전송과 관련한 무관세 원칙 등 큰 쟁점은 재확인 안 했지만 전달매체에 고정된 디지털재화에 대한 관세부과의 경우 FTA별로 다소 엇갈린 상황을 보이고 있다고 분석하였다.

한편 전자상거래 과세 문제와 관련하여 한국 내 연구는 주로 전자상거래 유체물과 무체물의 과세의 정당성에 대한 논의로 집중되고 있다. 대표적 연구로 이지홍(2003)은 전자상거래 수입물품에 대해 관세를 부과해야 한다는 당위성을 제시하고 전자상거래시 발생하는 무체물에 대해서도 관세를 부과하여야 한다고 주장한다. 특히 카드를 이용한 결제는 세관에서 통제하지 못하기 때문에 정부와 카드 관련 기관이 이를 통제하여야 한다고 주장하였다.⁹⁾

나아가 이제홍(20)은 과세제도의 중립성과 투명성 확보를 위하여 디지털 상품이든 물리적 상품이든 지간에 동일한 목적으로 이용될 때는 관세를 부과하여야 한다고 주장하였다.¹⁰⁾

또한 송선옥(2001)은 전자상거래 무관세 원칙을 고수한다면 관세수입확보에 어려움이 발생하며, 오프라인 업차와 온라인 업체 사이의 과세차별 문제로 인하여 오프라인 업체의 반발이 우려되기 때문에, 적절한 과세방안이 마련되면 과세하여야 한다는 입장을 표명하였다.¹¹⁾

반면 이호건·윤영한(2002)는 디지털 재화에 대한 무관세 관행은 국제적으로 영구화 또는 법제화를 통해 관세를 부과하지 않은 방향으로 나아가고 있으므로 구태어 디지털 재화에 대한 관세부과는 타당하지 않다고 주장하였다.¹²⁾

8) 권현호 (2018), “전자상거래 통상규범 형성을 위한 다자적 접근의 한계”, 『동아법학』, 제78호, p. 378.

9) 이지홍 (2003), “국제 전자상거래 수입물품의 관세부과 여부에 관한 논의”, 『창업정보학회지』, 제7권 제1호, pp. 23-48.

10) 이제홍 (2004), “글로벌 전자상거래 관세부과의 제도적 정비 방안”, 『통상정보연구』, 제6권 제2호, pp. 243-263.

11) 송선옥 (2001), “전자상거래 과세에 대한 국제적 논의동향과 한국의 대응과제에 관한 연구”, 『한국관세학회지』, 제2권 제2호, pp. 109-141.

12) 이호건, 윤영한 (2002), “글로벌 전자상거래 환경하에서 디지털 재화의 분류동향과 전망”, 『국제상학』, 제17권 제3호,

2. 국경 간 데이터 이동과 개인정보보호

국경 간 데이터이동규제는 이미 30 여 년의 발전 역사를 갖고 있으며, 유럽과 미국이 각자 주도하는 두 가지 규제체계를 형성하게 되었다. 두 규제체계 간의 역사전통, 입법목적, 규제경로 등 측면에서의 차이로 인해 국경 간 데이터 이동규제가 세계 각국의 보편적 난제가 되었다. 그러나 유럽의 GDPR 그리고 미국과 체결하였던 <세이프하버협정>과 <프라이버시 쉴드프레임워크>은 국제협력의 창구를 열어 주었으며, 다른 나라의 데이터입법에 좋은 참고로 되었다.

이인호(2016)는 미국과 유럽연합이 개인정보의 이동문제를 어떻게 풀어가는지를 양 지역의 개인정보보호 체계를 비교 분석함으로써 고찰하였다. 분석결과, 유럽연합의 개인정보보호 접근방식은 ‘단일의 포괄적 보호체계’라 할 수 있으며, 미국은 ‘부문별 개별적 보호체계’라는 특징할 수 있으며, 양자는 각각 자신의 접근방식이 타당함을 주장하고 있다는 것이다.¹³⁾

이제희(2017)는 국경간 정보이동을 제한하는 것은 개인정보의 보호에 효과적이지만 정보이동을 통해 정보주체는 다양한 상품과 서비스를 접할 수 있으며, 시장의 효율적 작동이 가능하다는 점에서 개인정보의 보호와 활용간 균형이 필요하다고 주장한다. 그러나 정보주체가 개인정보의 국경간 이동 시, 정보이전국에서의 개인정보 보호수준 등을 판단하기 어려운 만큼 시스템을 통한 보호가 이루어져야 한다. EU는 역내와 역외를 구분하여, 역외로의 이동에 대해서는 개인정보보호가 적정한 국가에 한해 개인정보의 이동이 가능하다. 개인정보의 보호와 활용의 균형을 위해 개인정보가 이동되는 국가의 개인정보보호 수준과 정보주체의 인격권에 미치는 영향이 고려되어야 한다. 개인정보보호가 충실히 이루어지는 국가에 대해서는 정보주체의 사전동의를 완화하여 정보처리자의 경제적 자유도 보장해야 한다. 국외로 이동되는 정보가 민감정보인 경우, 개인정보의 보호가 부적절한 국가로의 이동을 금지하여 개인정보를 실질적으로 보호해야 한다. 또한, 한국은 EU보다 시장규모가 작은 만큼 정보이전국의 개인정보보호 수준을 평가함에 있어 현실적 한계가 존재한다. 정보이전국의 보호수준에 따른 사전동의제의 차등 적용이 개인정보보호에 대한 국가의 적극적 역할을 검토하여야 한다고 주장하였다.¹⁴⁾

정애령(2019)은 유럽연합의 개인정보 국외이전과 관련한 개인정보보호에 관한 일반규칙(GDPR)에 대한 검토를 통해 한국의 현행 국내법제에 대한 비판적 검토를 실시하였다. 분석결과, 국경과 무관한 네트워크 상에서 개인정보보호를 위한 국가별 법적 접근 방식의 다양성을 인정하면서 동시에 서로 다

pp. 265-283.

13) 이인호 (2016) ‘미국과 유럽 사이 개인정보 이동의 합법성 보장체계’, 『법학논총』, 제36권 제3호, 전남대학교 법학연구소, pp. 79-105.

14) 이제희 (2017), “국경간 개인정보이동과 국가의 역할”, 『공법학연구』, 제18권 제4호, 한국비교공법학회, pp. 229-253.

른 법역 간에 개인정보보호 제도의 양립·호환이 가능하도록 규제정비에 힘써야 한다. 또한, 개인정보 국외이전 역시, 정보의 자유로운 유통으로 인한 이익과 정보보호 사이의 조화로운 균형을 찾는 것이 중요하다고 주장하였다.¹⁵⁾

이한영·차성민(2018)은 한국이 개인정보보호에 관한 일반법인 개인정보보호법에 비해 특별법인 정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 인터넷 멀티미디어 방송사업법 등 개인정보 보호와 직접 관련이 없는 분야별 법령 개정을 위한 EU GDPR 벤치마킹이 활성화되고 있다고 주장했다..

또한, 정보통신망법 개정안상의 개인정보 국외이전에 관한 상호주의 적용 조항은 심각한 통상마찰 가능성이 있음을 지적하였다. 이는 명백하게 국적 구분에 기초해 온라인서비스 사업자 간 차별을 유발하는 조치로써, 한국이 관련 조약을 통해 최혜국대우 의무를 면제받지 않은 이상 최혜국대우(MFN) 의무 위반을 피해가기 어렵다. 따라서 GATS 양립성 제고를 위해서는 지금이라도 EU의 적정성심사 규정에 대한 면밀한 검토를 통해 개인정보 국외이전에 관한 통상친화적 심사절차를 준비하는 것이 시급하다고 주장하였다.¹⁶⁾

3. 전자상거래 관련 지식재산권 보호

세계지식재산권기구(WIPO-World Intellectual Property Organization)의 정의에 근거한 지식재산권은 “문학, 예술 및 과학 작품, 연출, 예술가의 공연, 음반 및 방송, 인간노력의 모든 분야에 있어서의 발명, 과학적 발견, 공업의장, 등록상표·서비스마크, 상호 및 기타 명칭, 부정경쟁에 대한 보호 등의 권리와 공업·과학·문학 또는 예술분야의 지적활동에서 발생하는 기타 모든 권리”를 의미한다.

한편 그동안 제기된 소프트웨어, 디지털 콘텐츠 등 주요 디지털재화의 지식재산권 관련 이슈는 크게 보아 특허보호를 통해 디지털 제품의 권리보호를 강화해야 하는지와 관련된 이슈와, 데이터베이스권 등과 같이 지금까지 보호받지 못하던 항목들의 재산권 확대 관련 이슈, 그리고 불법복제(Internet Piracy) 경감을 위한 각국의 노력과 관련된 이슈로 구분할 수 있다.¹⁷⁾

이승영·조영자(2008)은 전자상거래의 새로운 방향 전환에 따른 기업의 신지식재산권 보호방안을 모색하고, 향후 기업들이 능동적으로 대응할 수 있는 경영지조적 성격의 발전방향을 제시하고자 시도하였다. 또한 정책방향으로 각국의 IT 관련 법제도를 중심으로 사업자에 대한 지원방안을 강구하여야 한다고 주장하였다. 기업차원에서는 경영전략 차원에서 신지식재산권 보호를 위한 방안을 체계적으로 수립하되, 전문성을 겸비한 인력을 우선으로 확충하여야 한다고 주장하였다.¹⁸⁾

15) 정애령 (2019), “개인정보 국외이전 허용요건의 검토; 유럽연합의 개인정보보호에 관한 일반규칙(GDPR)을 중심으로”, 「공법학연구」, 제20권 제2호, 한국비교공법학회, pp. 209-244.

16) 이한영, 차성민 (2018), “데이터의 국가간 이동에 관한 규제정책의 통상법적 합치성 제고방안 연구”, 「증장기통상전략연구」, 제18권 제3호, 대외경제정책연구원, pp. 1-272.

17) 김정곤 외 (2015), “국제 디지털 상거래의 주요 쟁점과 한국의 대응방안”, 「연구보고서」, 15-18, 대외경제정책연구원, pp. 121-122.

18) 이승영, 조영자 (2008), “전자상거래 관련 한국기업의 신지식재산권 보호방안”, 「통상정보연구」, 제10권 제3호, pp.

김정곤 외(2015)는 국제 디지털 상거래의 주요 쟁점과 한국의 대응방안 보고서에서 디지털 재화의 지식재산권 문제에 대한 국제적 논의 배경과 주요 쟁점을 분석하였다. 분석결과, 주요 쟁점은 특허권 적용범위 확대, 보호대상의 범위 확대, 불벌복제 근절 등으로 구분하였다. 또한 디지털 지식재산권의 확립을 위해서 먼저 특허권의 역할이 확대될 필요성이 있음을 주장하였다.

제3장 RCEP의 전자상거래 현황과 정책

제1절 회원국별 전자상거래 시장규모

1. 전 세계 전자상거래 현황

국경 간 전자상거래는 서로 다른 국가에 속하는 거래 주체가 온라인상에서 상품을 거래하는 비즈니스를 의미한다. 국내소비자에 의한 해외직접구매와 해외소비자에 의한 국내 제품의 직접구매로 이루어지므로 안전한 국제운송 및 통관, 반품처리 등 선진화된 물류시스템이 중요한 성공요인이다.¹⁹⁾

국경 간 전자상거래는 새로운 현상이라고 볼 수 없다. 실제로 무역은 수천 년 전부터 향신료, 야채, 과일, 귀중품 등을 여러 국가의 사람들이 교역하면서 발전했다. 무역은 세계적으로 문화 및 경제 네트워크를 형성해왔으며 현대에도 다양한 경로의 무역이 발생하고 있다.

국경 간 전자상거래를 통해 마케팅, 운송수단, 운송경로, 결제방법 등이 변화한 것이지 기본적인 무역의 패턴이 변화한 것은 아니다.²⁰⁾ 국경 간 전자상거래는 Alibaba, Amazon 및 eBay와 같은 글로벌 기업들이 지배하고 있지만, 전통적 유통기업들과 중소기업 등도 적극적으로 참여하고 있다. 이는 국경 간 전자상거래가 물리적 인프라나 특허 등이 없어도 진출이 용이하고 새로운 고객들에게 접근성이 뛰어나며 해외시장에 대한 세부적 분석이 없어도 유통채널을 형성할 수 있으므로 가능하다.

UNCTAD에 따르면 글로벌 전자상거래 거래가 2013년 16조 달러에서 2015년 25조 달러로 증가하여 약 56%의 성장세를 보인 것으로 나타났다. 국경 간 전자상거래는 2015년 기준 글로벌 전자상거래 시장의 약 15%를 차지하고 있으며 지속적인 성장세가 예견되어 2020년까지 연평균 25% 이상 성장할 것으로 보인다. 이러한 성장세가 지속되면 2020년에는 국경 간 전자상거래 규모는 약 9천억 달러로 예측된다.²¹⁾

WTO는 국경 간 전자상거래를 무역의 디지털화 진전으로 명명하였다. 디지털 혁신이 진전되면서 새로운 시장 및 거래형태인 국가 간 전자상거래가 성장하고 있는 것으로 보았다.²²⁾

거래의 특성상 현재 세계 국경 간 전자상거래와 관련된 일관성 있는 통계는 부재하지만, 전 세계 전자상거래시장의 규모는 2017년을 기점으로 2조 달러를 돌파하였고, 2016년 전 세계 소매판매액의

19) 박지원 (2019), “우리나라 국경 간 전자상거래 현황과 시사점”, 「KIET 산업경제」, 2019년 12월, pp. 66-76.

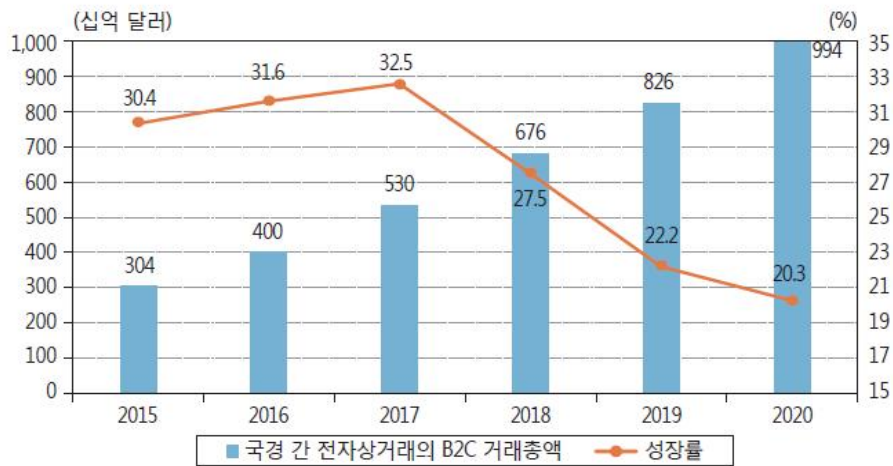
20) Arkadiusz Kawa (2017), “Fulfillment Service in E-commerce Logistics”, *Scientific Journal of Logistics*, 13(4), pp. 429-438.

21) UNCTAD (2017), *Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development*, UNCTAD/IER/2017/Corr.1

22) WTO (2019), *World Trade Report 2018: Trade in the 21st Century—How Digital Technologies are Transforming Global Commerce*, WTO Publications.

8.7%에 불과하던 거래 규모가 2020년에는 14.6%로 증가할 것으로 전망된다.²³⁾ 이 가운데 국경 간 전자상거래 규모는 2014년 2,330억 달러에서 2018년 약 6,800억 달러로 증가하였다.

<그림 3-1> 세계 국경 간 전자상거래 규모 전망



자료 : Accenture, Global Cross-Border e-commerce market 2020, June 2015 발췌 및 저자 재구성.

2. 한·중·일 3국의 전자상거래 시장규모

가. 한국의 전자상거래 시장규모

현재 한국의 전자상거래 수출입 관련 통계청은 전자상거래 수출규모 산정방법이 통일되지 않아 통계청의 온라인 해외직접판매 통계와 관세청의 수출통계에서 작지 않은 차이를 보이고 있다.

²³⁾ eMarketer, 2016.8.

<표 3-1> 한국의 전자상거래 수출통계 산출방법

	관세청	통계청
구분	전자상거래 수출	온라인 해외직접판매
근거	관세청통계(관세법 제32조)	국가지정통계(통계법 제3조)
공표주기	주기적인 공표 없음	분기 작성·공표, 2016년부터 발표
조사대상	-일반 간이 신고, 목록제출(특송우편)	-표본조사, 91개 사업체 현장설문
조사방법	관세행정정보시스템 이용	-국내는 직접 또는 호스팅사 결제정보 -해외는 중진공(1,600개업체)자료이용
면세점통계	온라인 면세점 통계 포함하지 않음	온라인 면세점 통계 포함
상품군 분류	대1개, 중52개, 소12개로 상품 구분	14개 상품군으로 분류
국가별 분류	각 국별로 수출통계	9개 국가(대륙)별 분류
기업 규모 별 분류	대기업, 중견기업, 중소기업, 기타로 분류	기업분류 없음

자료: 온라인 수출 중소기업 통계 개발 연구용역(2019), 대외경제정책연구원.

한국의 전자상거래 수출입 관련 현황을 살펴보기 위해 세관의 정식 통관절차를 거쳐 수출입 신고된건을 기준으로 산정(간이 통관목록 제출건은 미포함)한 관세청 전자상거래 수출입 통계를 분석하였다.

전자상거래 수출은 2020년 5월 기준 금액비중이 0.06%로 매우 낮으나 건수 비중으로는 30.62%를 차지하고 있다. 이는 전자상거래의 품목거래 특성이 다품종, 소량화물, 다빈도로 배송되는 특성에 기인한 것으로 판단할 수 있다. 금액비중은 2015년부터 점차적으로 증가하고 있으며 건수기준으로는 2015년 8.44%에서 2020년 30.62%까지 38%가량 증가하는 등 폭발적으로 성장하고 있다.

전자상거래의 수입은 2020년 5월 기준 금액비중이 0.42%로 매우 낮으나 건수 비중은 72.58%로 매우 높다. 이는 전자상거래의 품목거래 특성이 다품종, 소량화물, 다빈도로 배송되는 특성에 기인한 것으로 판단할 수 있다. 금액비중은 2015년부터 점차적으로 증가하고 있으며 건수기준으로는 2015년 46.93%에서 2020년 72.58%까지 성장하고 있다.

<표 3-2> 한국의 전자상거래 수출입 현황

(단위: \$, %, 건)

구분	기간	전자상거래				전체	
		금액	비중	건수	비중	금액	건수
수출	2020	11,775,920	0.06	1,229,667	30.62	201,508,400,600	4,015,494
	2019	193,384,913	0.04	2,509,998	25.34	542,232,609,969	9,907,139
	2018	135,268,731	0.02	1,675,506	18.72	640,859,656,650	8,950,209
	2017	103,047,245	0.02	1,235,156	14.66	573,694,420,822	8,423,120
	2016	128,861,901	0.03	1,270,849	15.36	495,425,939,637	8,273,729
	2015	100,630,199	0.02	628,041	8.44	526,756,503,366	7,438,562
수입	2020	821,127,732	0.42	8,699,986	72.58	194,430,181,905	11,986,826
	2019	1,859,872,389	0.37	17,455,201	67.42	503,342,947,435	25,889,882
	2018	1,588,058,376	0.3	13,107,481	60.79	535,202,428,391	21,559,704
	2017	1,235,737,921	0.26	10,403,481	55.66	478,478,295,995	18,691,086
	2016	915,173,366	0.23	7,630,883	49.18	406,192,887,095	15,517,151
	2015	808,366,041	0.19	6,785,600	46.93	436,498,972,625	14,459,780

주: 2020년 5월 수출 기준.

그러나 2020년대 들어 신종 코로나바이러스 여파로 B2C 국경을 넘나드는 전자상거래 거래량은 마이너스를 기록했다. 2020년 1분기 해외 직접 매출은 2019년 4분기보다 -21.0%로 급락했고, 2020년 2분기 역시 1분기보다 -16.5%의 하락세를 이어갔다. 해외직접 구매액 마찬가지로 동반 하락세를 보여주며 2020년 1분기는 전분기 대비 -1.9%, 2분기 -6.6%로 해외 직접 매출에 비해 상대적으로 감소폭이 적었다.

이러한 한국 B2C 국경을 넘나드는 전자상거래의 발전 추세는 해외의 주요 국가의 B2C 국경 간 전자상거래 추세는 1분기, 2분기가 시작되는 4월부터 회복되기 시작하여 5월, 20% 이상의 가파른 증가세와 대조적으로 미국은 5월에 전월보다 45%의 증가율을 보여주었으며 서유럽과 호주는 각각 30%, 29%의 증가율을 보인 데 비해 현저한 차이를 보여주고 있다.

매출액 감소의 직접적인 해외 주요 원인은 미국·중국·일본의 구매액 급감하고 있다. 1분기 일본, 중국이 37.9%감소 전 분기 대비 20.6%감소하고, 미국 28.5%감소하고 있다. 2분기 아세안은 중국 50.0%, 중국 17.6%, 유럽연합 13.7%로 감소세를 이끌었다.

그럼에도 불구하고 미국과 일본 2분기 각각 늘었고 39.9%, 27.7%이 1분기에 비해서는 적지만 격차를 줄이면 하락률을 보여 3분기부터 반등의 여지가 없다. 그러나 중국은 B2C 국경을 넘나드는 전자상거래의 경우 1분기 전체 매출의 89%, 2분기 전체 매출의 85.9%를 차지할 정도로 중국의 구매력

하락이 전체 매출의 큰 영향을 미쳤다. 따라서 중국의 구매력이 어느 정도 회복됐다가 다시 성장세로 돌아설 때까지 의미 있는 해외 직접 매출 증가는 어렵다.

한국의 B2C 국경 간 전자상거래 현황을 품목별로 살펴보면 다음과 같다. 2020년 1분기에는 상품군별로 해외 직거래 화장품 1조2896억 원, 의류 및 의류 관련 상품 866억 원, 음반·비디오·악기 317억 원이 판매됐다.

2020년 2분기 화장품은 1조7530억 원, 의류 및 의류 관련 상품은 877억 원, 음반은 877억 원, 비디오는 477억 원의 해외 직접 매출을 올렸다. 지난 분기와 비교했을 때 음반, 비디오, 악기. 35.9% 증가했고 가전·전자·통신기기 역시 8.6%으로 증가했다. 2020년 1분기 해외 직접 매출에서 화장품이 차지하는 비중은 86.8%였고, 2분기에도 마찬가지로였다. 84.4%의 비중을 보였다. 그 뒤를 이어 의류패션 관련 상품이 분기 5.8%, 2분기 6.9%로 1위 화장품과의 격차가 얼마나 큰지 알 수 있다.

나. 중국의 전자상거래 시장규모

중국은 명실상부한 세계에서 가장 큰 이커머스 시장이다. 2020년 이커머스의 조사에 따르면 중국은 세계 1위 이커머스 시장으로 2020년에는 2조900억 달러 매출을 달성할 것으로 예상하고 있다. 이는 전 세계 이커머스 매출 총액의 53.4%에 달하며, 총 소매 판매액 중 이커머스 비중이 15.9%에 달한다. 중국의 세계 1위는 이뿐만이 아니다. 인터넷 이용자의 88.3%가 온라인을 통해 상품을 구입하고 있고, 전체 소매 판매의 41.2%가 디지털 방식으로 이뤄지고 있다. 시장 규모는 물론 이용 규모 역시 세계 최고를 달리고 있다.²⁴⁾

중국판 블랙 프라이데이인 11월 11일 광군제()의 하루 온라인 쇼핑 판매액이 6,000억 위안(약 102조 원)을 넘어섰다. 전년 대비 49.4% 증가한 것이며, 이용자 수는 전년 대비 32.9% 증가한 8억2,000만 명을 넘어섰다.

중국 이커머스 시장은 2015년부터 이미 세계적으로 선두를 유지하고 있다. 중국 상무국 발표에 따르면 2019년 온라인 쇼핑 판매액은 10조63억 위안을 달성하여 전년 대비 16.5% 성장했다. 2011년부터 2019년까지 온라인 쇼핑 판매액 평균 증가율은 38.7%에 달한 것으로 나타났다. 코로나19 영향을 받은 2020년은 1~10월 동안 9조22억 위안으로 전년 동기 대비 11.99%의 증가세를 나타냈다. 2019년 중국 온라인 쇼핑 이용자 수는 7억1,000만 명이었으며, 2020년은 8억4,900만 명으로 전년 대비 약 16% 증가할 것으로 전망된다.

24) 중소벤처기업부 (2021), 「글로벌 이커머스 HOT 리포트; 중국·일본·UAE·멕시코·칠레」, 중소벤처기업진흥공단, p. 13.

<표 3-3> 상위 10개국 전자상거래 매출

(단위: 십억 달러)

순위	국가	2019	2020	증감률
1	중국	1,801.56	2,089.78	16.0%
2	미국	601.65	709.78	18.0%
3	영국	133.92	153.61	17.4%
4	일본	123.45	130.61	5.8%
5	인도	42.58	51.52	21.0%
6	한국	87.08	104.06	19.5%
7	캐나다	32.49	39.22	20.7%
8	독일	79.47	92.33	16.2%
9	프랑스	66.00	77.27	17.1%
10	캐나다	32.49	39.22	20.7%

자료: 이마켓터, 2020.

중국 전자상거래연구센터의 2019년 분석 보고서에 따르면 2019년 중국 이커머스 총거래액(GMV, Gross Merchandise Volume) 기준으로 이커머스 플랫폼 순위는 알리바바(티몰@타오바오)(50.1%), 쑤닝(3.0%), 징둥(26.5%), 웨이핀후이(1.9%), 핀뉘뉘(12.8%), 귀메이(1.7%), 윈지(0.5%), 모구지에(0.2%) 순으로 나타났다. 주목할 부분은 핀뉘뉘의 급성장이다.

중국 전자상거래의 후발주자인 핀도도는 공동구매 방식과 다른 도시 목표에 따라 마케팅을 진행하며 선두 자리를 바짝 추격하고 있다. 중국 전자상거래 플랫폼에서 가장 중요한 것은 알리바바그룹에 대한 이해다. 알리바바그룹은 알리바바인터내셔널, 타오바오, 티몰 등 5개 플랫폼을 운영중이다.

특히 중국은 국경 간 이커머스를 뜻하는 국경 간 전자상거래(Cross-Border)의 성장세가 두드러지게 나타나고 있다. 중국 상무부에 따르면 2020년 1~6월 중국 전체 온라인 판매액은 5조1,500억 위안(약 879조8,775억 원)으로 전년 동기 대비 7.3% 증가한 것으로 나타났다. 증가율도 4개월 연속 상승했고 6월에는 증가폭이 18.6%를 기록했다.

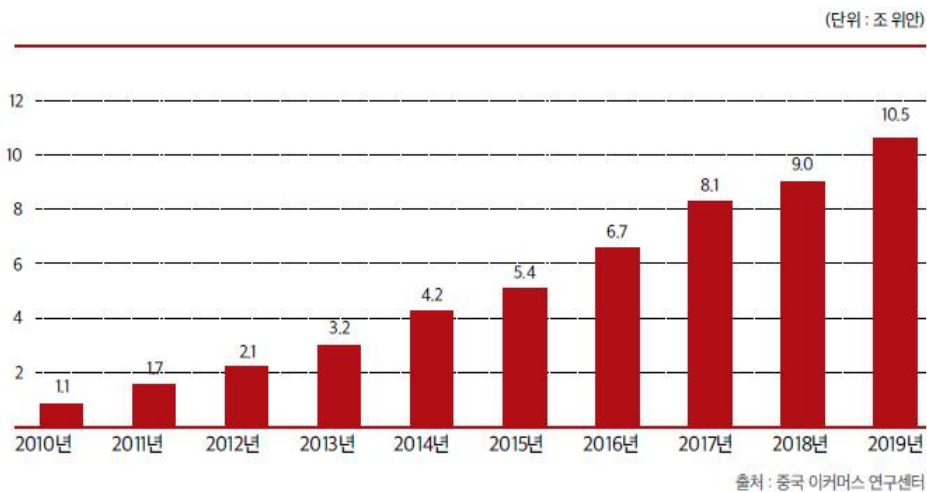
이 중 국경 간 전자상거래의 성장세는 더욱 두드러진다. 이커머스 관련 빅데이터에 따르면 2020년 11월까지 중국의 국경 간 전자상거래 거래액은 2조 위안에 이르며, 2020년 10월까지 전년 대비 25.7% 성장한 것으로 나타났다. 중국 전자상거래연구센터에 따르면 2010년 이후 중국의 국경을 넘나드는 전자상거래 규모는 연평균 20%씩 늘고 있다. 2019년 국경 간 전자상거래 거래 규모는 전년 대비 16.7% 증가한 10조5,000억 위안에 달했으며 중국 전체수출입에서 33.3%를 차지했다.

중국 상무부에 따르면 2019년 중국에서 새로 만들어진 국경 간 전자상거래 관련 기업은 6,000개를

넘어섰다. 이 중 광둥성의 2020년 1분기 국경 간 전자상거래 수출입 규모는 4.7% 증가한 130억 9,000만 위안으로 전국 1위에 올랐다.

현재 중국 국경 간 전자상거래 시범 도시는 15개, 국경 간 전자상거래 종합 시험구는 59개, 국경 간 전자상거래 수입 시범 도시는 87개, 국경 간 전자상거래 B2B 수출 감리 시범 도시는 22개에 이른다.

<그림 3-2> 중국의 국경 간 전자상거래 규모



다. 일본의 전자상거래 시장규모

일본은 미국보다 1년 빠르게 이커머스 기업이 문을 열었다. 다른 나라들보다 빨리 이커머스 시장이 시작됐지만, 중국과 미국, 한국 등 다른 나라에 비해서는 전체 소비시장 중 이커머스 시장이 차지하는 비중이 낮은 수준이다. 하지만 1억2,000만 명의 인구 규모와 세계 3위의 GDP 규모에서 나오는 구매력을 바탕으로 하고 있어 이마켓터의 2019년 조사에 따르면 이커머스 시장 규모는 세계 4위에 달한다.

일본 이커머스 시장 규모는 일본 경제산업성 조사와 미국의 리서치 회사인 이마켓터 통계 간 차이는 있지만 세계시장 순위로 보면 4위로 동일하다. 일본 경제산업성 통계에 따르면 2019년 일본 전자상거래 시장규모는 19조3,609억 엔(약 1,869억 달러)이다. 소매시장 내 상품 판매 전자상거래화 비율도 전년 대비 6.76% 증가했으며, 해마다 전자상거래화 비율이 계속 올라가는 추세이다. 특히 2020년은 코로나19로 인해 오프라인 쇼핑을 지양하는 분위기와 고령층의 이커머스 유입 등으로 이커머스 시장이 더욱 성장할 것으로 예상되고 있다.

이커머스 시장의 대표 기업인 미국의 아마존은 1994년에 시작됐다. 이에 비해 일본 최초의 이커머스 기업은 1993년에 문을 연 온라인 외국 서적 판매 기업인 '다이이치'다. 이 쇼핑몰은 오늘날 일본

최대의 온라인 쇼핑몰인 ‘라쿠텐’으로 성장했다. 1999년 야후 옥션, 2000년 아마존 재팬이 오픈하면서 일본 이커머스 시장의 현재 모습이 완성됐다.

세계 4위의 시장 규모에도 불구하고 전반적인 이커머스 문화는 선두권 시장과는 다르다. 물건을 선호하는 일본인의 쇼핑문화, 현금 선호, 거래 안전성과 같은 일본 국민성의 영향으로 이커머스 시장에 대한 분위기가 호의적이지 않다는 게 원인이다. 한국의 B2C 기준 이커머스 비율은 18.8%, 일본은 7.9% 수준에 머물렀다. 이렇게 전통적인 거래방식을 선호하지만, 스마트폰 사용자가 증가하고, SNS와 전자결제 활성화 등의 요인이 이커머스 시장 성장을 이끌고 있다.

한편 코로나19를 기점으로 일본의 온라인 쇼핑 이용률이 크게 증가했는데, 그 배경에는 스마트폰 사용자가 늘어남에 따라 온라인 쇼핑 접근성이 확보된 것이 크게 작용한 것으로 보인다. 스마트폰 전용 앱을 이용해 즉시 쇼핑몰로 접속이 가능하고, 편의성도 PC에 비해 높아 접근하기 쉽기 때문이다. 일본 경제산업성의 온라인 유통망 보고서에 따르면 2019년 온라인 B2C 매출 중 42.4%가 스마트폰을 이용한 것으로 나타났다.

3. ASEAN의 전자상거래 시장규모

가. 싱가포르

싱가포르는 2017년 1인당 GDP가 5,700만 달러로 동남아에서 구매력이 가장 높으며 아시아 최대의 물류 유통과 공급망, 국제선박 및 항공노선이 교차하는 도시국가다.

2018년 싱가포르 전자상거래 매출은 20억9600만 싱가포르달러, 2022년 38억 싱가포르달러였다. 2018년부터 2020년까지 싱가포르 전자상거래의 연평균 성장률은 20%다.

나. 태국

태국 전자상거래 시장은 B2C와 B2B를 중심으로 빠르게 확대되고 있다. 2015년 기준 태국 전자상거래 시장 규모는 9억 달러에서 2019년 50억 달러로 5배 이상 성장했으며, 2024년 180억 달러에 이를 것으로 예상된다. 태국 전자상거래 시장의 5대 트렌드는 전자상거래 시장 활성화, 역직구 상품 등록 급증, 신종 코로나바이러스에 따른 매출 증가, 공식 브랜드 등록 증가, 라이브 커머스 활성화 등으로 대표된다. 태국 전자상거래 시장 규모는 2015년 9억 달러에서 2019년 50억 달러 수준으로 성장했다. 태국 전자상거래 시장은 2024년까지 180억 달러 규모로 확대돼 인터넷 경제 중 가장 큰 매출을 올리는 온라인 여행시장에 점차 다가설 전망이다.

다. 말레이시아

다. 말레이시아는 쇼핑몰에서 쇼핑하는 것이 레저로 자리 잡으면서 온라인 쇼핑몰 발달이 더디지만, 최근 교통체증의 이유로 온라인 쇼핑의 인기가 상승하고 있다.

말레이시아의 온라인 시장은 2013년에 28.2%의 크게 성장률을 기록한 이후 매년 15% 이상 급성장하고 있다. 2016년 11번가에서 실시한 설문조사에 따르면, 응답자의 60%가 인터넷 쇼핑을 선호하고 95%가 만족감을 표시한 결과로 보아 성장세의 지속이 전망된다.

라. 인도네시아

인도네시아의 온라인 유통시장은 2013~2014년 45% 이상 급성장했고 지금도 계속 성장하고 있다. 인도네시아 온라인 시장은 전체 유통시장에서 0.67%로 낮은 비중을 차지하고 있지만, 연 평균 성장률은 오프라인 시장의 약 3.5배이다. 경기 부진으로 전체 오프라인 시장의 매출 증가율이 떨어지고 있다. 최근 4년간 온라인 시장 평균 성장률은 약 45.13%로 오프라인 시장 평균의 3.5배다.

마. 베트남

베트남 온라인시장 규모는 약 8억3870만 달러로 전체 유통시장의 0.92%(2016년 기준)를 차지한다. 온라인 시장의 절대 규모는 비록 아직 매우 작지만, 전체 유통 시장 내 비중은 지속적인 증가 추세에 있으며, 2012년에는 0.36%에 불과했으나 2016년에는 0.92%로 높아졌다.

베트남 정부는 2016부터 2020까지 전자상거래 개발계획 방안 에 따라서 2020년까지 전자상거래 매출을 100억 달러로 확대해 전체 소매시장 매출의 약 5%를 차지할 계획이다. 2016년 베트남 온라인 유통시장 규모는 약 8억 3,870만 달러로 전년 대비 31% 성장하였다. 2012년 75%에서 2013년 51%로 폭발적으로 성장한 뒤 매년 30% 이상의 성장세를 이어가고 있다.

바. 필리핀

필리핀의 온라인 유통시장 규모는 5억6200만 달러(2016년 기준)로 전체 유통시장에서 0.8%로 낮은 비중을 차지하고 있다. 최근 중산층을 중심으로 홈쇼핑과 인터넷쇼핑의 인기는 높아지고 있는 반면 일반 소비자들은 전통 점포를 선호하는 경향이 높다.

최근 5년 동안의 연평균 성장률은 20.0%이다. 필리핀의 최근 5년간 연평균 6%성장하고 있고, 해외거주노동자의 본국 송금(연간 5~10% 증가)에 따른 가처분소득 증가 등이 배경이다.

사. 캄보디아

캄보디아는 인터넷 사용 인구 비중이 27.3%로 낮은 편이지만 2016년 사용 인구가 5년 전보다 3.6배 늘어나는 등 빠른 증가세를 보이고 있다. 캄보디아는 연평균 GDP 성장률이 7%대로 최근 경제 성장이 가속화되면서 인터넷 사용 인구도 함께 증가할 것으로 전망된다. 특히 저가 스마트폰 유통 등 스마트폰 보급이 확대되면서 인터넷 접근성이 낮은 저소득층도 인터넷 이용이 확대되는 추세이다.

아. 미얀마

미얀마의 전자상거래 시장 규모는 약 600만 달러로 추정되어 아직 시장 진입 단계이지만 미얀마의 휴대전화 보급률이 총인구의 90%에 달해 모바일 상거래의 성장 가능성은 매우 큰 것으로 평가된다.

미얀마 정부는 2019년 2월 '마이안마 디지털 이코노미 로드맵(Myanmar Digital Economy Roadmap)'을 발표하고 '디지털 거래'를 9개 우선순위로 선정하고, 2020년 말까지 전자상거래법 초안을 마련하는 등 미얀마 전자상거래 시장 확대를 위한 법규 및 정책을 도입할 계획이다.

제2절 회원국별 전자상거래 정책 동향

1. 한국의 전자상거래 관련 정책

전자상거래는 인터넷의 확산과 정보통신기술의 발달로 거래 효율화로 새로운 부가가치를 창출하는 대표적인 지식기반 산업으로 21세기 국가경쟁력을 결정하는 핵심 요소로 등장하고 있다.

이에 따라 한국 정부가 7월1일 전자상거래기본법이 발효됨에 따라 저작권법 개정, 방문판매 등에 관한 법률 개정 등 전자상거래 보급 정책이 본격 추진하고 있다. 산업자원부는 전자상거래의 중요성을 감안, 인력양성·기술개발·인터넷환경 고도화 등 전자상거래 관련 인프라에 대한 지원을 확대키로 했다. 또 중별 전자상거래 구축사업을 통해 대기업과 중소기업의 협력관계를 수평적이고 투명성이 보장된 거래관계로 발전시키고 인터넷 공간을 활용한 인터넷 수출도 지속적으로 추진해 나갈 방침이다.

한국 정부는 전자상거래 관련 법적·제도적 기반을 구축하기 위하여, 전자거래 분쟁조정, 소비자보호 지침 등을 골자로 한 ‘전자거래기본법’을 2020년 7월 1일 발효하였다. 이어 2020년 12월 10일 ‘전자서명법’과 동법 시행령을 제정하였다.

최근 관심사로 떠오른 전자상거래 보안 문제를 개선하기 위해 전자문서의 안정성 유지, 전자서명 인증절차 확립, 인터넷 거래 보안 문제를 해결하기 위해 민간의 자유로운 암호 기술을 경제협력개발기구(OECD)의 암호이용 가이드라인에 적합하도록 강구해 나갈 계획이다.

한국 정부는 전자상거래 초기 수요 활성화를 위해 전자상거래 시장의 80% 이상을 차지하는 기업 간 전자상거래 시범사업을 본격적으로 추진한다. 우선 가전, 자동차, 섬유 등 8개 업종의 대기업과 중소기업 공동 EDI 표준 구축을 통해 공동구매, 판매, 물류, 공용화, 부품표준화, 유도부품 구매부터 판매까지 빛의 속도로 처리한다.

국제 전자상거래 촉진을 위한 여건 조성을 위해 전 세계를 상대로 한 전자상거래 활성화로 무역확대에 이바지할 수 있도록 필요한 체제를 확충하고 있다. 특히 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 무역협회 등을 통해 온라인 무역지원을 강화하고 이를 위해 외국인 고객과 국내 무역업체를 연결하는 서비스인 코브라(KOTRA), EC21(무역협회) 등의 무역안내사이트를 본격 제공하고 대규모 온라인 수출구매 상담회(가칭 인터넷 실�크로드 2000)도 개최한다.

2. 중국의 전자상거래 관련 정책

중국의 국경 간 전자상거래 관련 기본법은 ‘중국 상무발전 13.5 계획(2016.7)’, ‘중국 전자상거래산업 13.4 계획’(2016.12), ‘중국 전자상거래법 초안’(2016.12), 전국 통관일체화 개혁 실시’(2017.7) 및 ‘해관직구 통관규제 강화’(2016.4) 등이다.

중국 정부는 동 법률을 통하여 전자상거래 인프라구축, 관련산업 발전, 전자상거래 플랫폼 사업자 및 소비자의 의무와 권리 규정, 국경 간 전자상거래 물품 통관 및 과세제도를 정비하였다.

한편, 2019년 1월 1일부터 새롭게 시행된 전자상거래 관련 법규로는 ‘중화인민공화국전자상무법(電子商務法)’, ‘전자상거래경영자 등기업무에 관한 의견’(關於做好電子商務經營者登記工作的意見), ‘국제 전자상거래 소매수입 감독업무에 관한 통지’(關於完善跨境電子商務零售進口監管有關工作的通知), ‘국제 전자상거래 소매수입 세금정책조정’(調整跨境電商零售進口稅收政策) 등이 있다.

국경 간 전자상거래 신법의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 전자상무법을 적용하게 되는 전자상거래의 범위로 인터넷 플랫폼, 위챗, 홈페이지, TV 등을 통해 상품을 판매하거나 서비스제공을 포함하였다.

둘째, 전자상거래관계자들 모두 사업자등록증을 취득해야 한다. 인터넷 플랫폼 사업자(타오바오 등)와 플랫폼 내 개인 판매업자는 모두 중국 정부에 시장 주체를 등록해 사업자등록증을 받아야 한다. 시장주체등기는 법인(公司), 사영기업(私營企業), 합화기업(合夥企業), 개인사업자(個體工商戶) 등의 형태로 가능하며, 외국인일 경우 회사나 합화기업으로만 가능하다.

셋째, 지식재산권에 대한 보호 강화이다. 전자상거래 중에 지식재산권 침해행위 발생 시 플랫폼운영자는 권리인의 통보를 받은 후 즉시 정보삭제, 연결차단, 거래중지 등의 응급조치를 해야 하며, 이에 상응하는 조치를 취하지 않아 권리인에 손실이 발생한 경우 권리침해인과 연대배상책임을 지게 된다.

넷째, 소비자권익에 대한 보호 강화이다. 전자상거래를 통해 인체 또는 개인재산을 침해하는 소비자는 중국소비자보호협회에 신고 및 고발을 하거나, 법원에 기소할 수 있으며 관련 분쟁에 있어서 전자상거래경영자는 거래기록 등의 자료를 법원에 제출할 의무를 지며, 제출하지 못하면 경영자가 법적 책임을 가지게 된다.

다섯째, 국제전자상거래 관계자에 대한 관리 강화이다. 국제전자상거래 플랫폼운영자는 시장주체등기 및 해관등록을 해야 하며, 중국 내 시장주체 등록을 한 업체를 대리인으로 지정해 업체와 수입통관 및 판매, 대리업체와 민사연대의 법적 책임을 진다. 또한, 국내 소비자가 구매한 상품은 다시 국내에서 판매할 수 없으며, 온라인 결제 대행업체는 반드시 중국인민은행으로부터 “지급 업무 허가증”을 받아야 하며, 물류대행업체는 중국우정국에서 발급한 ‘배달업무경영허가증’을 취득해야 한다. 마지막으로 국제전자상거래를 통한 국내 2차 재판매하거나 타인의 개인정보로 국제전자상거래업무를 할 경우 밀반출로 처벌할 수 있다.

여섯째, 국제전자상거래 수입상품의 거래품종을 확대하고 세금혜택 범위를 확대하였다. 매년 매년 누계거래금액 제한을 2만 위안에서 2만6천 위안으로 인상하였으며, 매 차의 거래금액 제한을 5천 위안으로 인상하였다. 상기 제한금액을 초과할 때는 초과 부분에 대하여 일반무역으로 보아 관세, 부가세 및 소비세를 징수한다.

중국의 이러한 신법 실행으로 한국 상품의 지식재산권 보호, 개인정보 및 소비자권리는 대폭 개선되었지만, 한국 개인 셀러들의 중국 오픈마켓(타오바오, 웨이디엔 등) 접근성이 차단되고 기존 입점하고 있는 셀러들도 시장주체 등록, 경영소득 신고 및 세금 납부 의무가 발생하여 수익률이 급감하는 현상이 발생하고 있다. 또한 파이공(代工)으로 한국 물품(면세품 포함) 수입하여 중국 내 재판매하는 예도 대폭 축소될 것으로 예상된다.

3. 일본의 전자상거래 관련 정책

일본 정부는 인터넷을 둘러싼 환경변화가 급속하게 진행되고 전자상거래 시장이 대폭 확대됨에 따라, 새로운 법령 제정 및 기존 법령 개정 등 관련 규정의 정비를 통해 전자상거래의 촉진을 도모하고 있다.²⁵⁾

일본의 전자상거래 관련 기본법률은 민법 '제1편 총칙' 및 '제3편 제2장 계약'에 규정되어 있다. 또한, 일본 경제산업성은 2007년 3월 '전자상거래 및 정보재 거래 등에 관한 준칙'의 전면 개정을 통해 온라인 거래 시 계약의 방법에 관한 문제, 전자상거래의 특유한 거래 형태, 소비자 보호, 국경 간 거래(신규)의 네 가지 분야를 규율하고 있다. 또한, 정보재 거래 시 라이선스 계약과 지적재산 문제를 다루고 있다.²⁶⁾

일본의 전자상거래에 관한 기본법으로는 소비자 보호를 위한 법률, 거래에 관한 법률, 정보처리에 관한 법률, 가이드라인 등이 있다.

첫째, 전자상거래에 관한 기본적인 법률은 민법이 규정한 것이다. 특히 '제1부 총칙'과 '제3부 2장 계약'은 전자상거래와 관련이 깊다. 계약이 어느 시점에 성립되고 거래가 없는 경우로 볼 수 있다는 기본 원칙이 정해져 있기 때문이다.

둘째, 소비자 보호를 위한 법률 전자 상거래는 통신 판매의 여러 가지 형식 중 하나로, 특정 거래법이 지정한 상품·서비스 판매에 관한 규정을 적용한다. 이 규제는 표시의무와 광고규제, 경품표시법 등에 관한 규정이다. 이용약관 등에서 일방적으로 불리한 조건을 제시할 경우 소비자계약법을 적용하면 전체 계약과 관련 약관이 무효가 될 수 있다.

셋째, 개인정보보호법은 정보취급·관리준중에 관한 법률 개인정보 취득 시 이용 목적을 명시해야 하

25) 이향근 (2016), 일본 전자상거래 시장현황 분석 및 정책 시사점, 「연구자료」, 16-10, p. 36.

26) 최정락 (2008), 일본의 전자상거래 및 정보재 거래 등에 관한 준칙(2007.0.)의 분석 및 한국 디지털 통칙의 제정방향, 「선진상사법률연구」, 제41권, pp. 126-155.

는 것을 규정하고 있다. 또한, 동의 없이 광고 메일을 보낼 때는 특정거래법과 전자우편법에 따라 표시해야 한다. 여기에 전자상거래를 통한 정보교환은 거래대상자(소비자) 보호는 물론 제삼자의 권리를 침해하지 않도록 주의하여야 한다. 이는 저작권법이나 상표법과도 연관되어 있다. 누구든지 자유롭게 업로드할 수 있는 게시판이나 블로그를 마련할 때 이 법이 정한 규칙을 적용한다.

넷제, 가이드라인 등 소비자보호 및 상관습 확립을 위해 가이드라인을 설정하는 반면, 법적 의미의 강제력이나 구속력이 없는 경우도 있다. 국제적으로 1999년 경제협력개발기구(OECD)는 전자상거래에 관한 소비자 보호 가이드라인을 발표했다.

4. ASEAN의 전자상거래 관련 정책

가. 싱가포르

싱가포르의 전자상거래 관련 기본법은 1998년 제정된 ‘전자상거래법’(ELECTRONIC TRANSACTIONS ACT, CHAPTER 88)이다. 싱가포르의 전자상거래법은 제1장 총칙, 제2장 전자기록, 서명과 계약, 제3장 전자기록과 전자서명의 보안, 제4장 특정 보안 절차와 특정 보안 절차 제공자에 관한 규제, 제5장 공공기관의 전자기록과 전자서명 사용, 제6장 네트워크 서비스 제공자의 법적 책임, 제7장 총칙으로 구성되어 있다.²⁷⁾

싱가포르의 전자상거래법에는 외국인의 전자상거래 기업 설립 운영 및 셀러 등록 관련 별도의 제한을 두고 있지 않다. 그러나 최근 지침을 통해 해외사업자가 싱가포르에 온라인 판매할 경우, 반품, 환불, 통관비용, 배송추적, 고객응대, 판매자 정보 등을 반드시 고지하도록 규정을 강화하였다.

한편 싱가포르 정부는 전자상거래 시장 활성화를 위해 다양한 정책적 지원을 하고 있다. 일례로 정부 산하의 경제개발청(Economic Development Board; EDB)은 타 정부 부처와 협력해 다양한 제도와 보조금, 세금 인센티브 등을 마련하고, 기업에 파트너사, 정부 지원책 등의 정보를 제공함으로써 투자를 독려하고 있다. 또한, 전반적인 전자상거래 흐름에서 조달, 마케팅, 판매 및 이행을 통합 관리하기 위해 IBM과 합작으로 IBM Smarter Commerce Center of Competency(SCCOC)를 공동 설립해 운영하고 있다.²⁸⁾

나. 태국

2001년에 태국은 전자거래법(Electronic Transactions Act)을 제정해 데이터 보호, 전자데이터 교환, 전자자금 이체, 디지털 서명 등에 관한 사항을 명시했다.

27) Kotra (2017), “동남아 온라인 유통시장 현황 및 진출방안”, 「Global Market Report」, 대한무역투자진흥공사.

28) 김태훈 (2019), “신남방 시장보고서 6; 아세안 이커머스의 중심 싱가포르”, KITA Market Report.

또한, 태국 정부는 신성장동력 창출 및 노동생산성의 높은 향상을 위해 2014년 11월 '디지털 이코노미' 정책을 발표했다. 디지털 이코노미 정책을 통하여 집중적으로 육성하고자 하는 IT, 통신, 방송 콘텐츠 등 6대 분야에 전자상거래가 포함되어 있다.

다. 말레이시아

말레이시아는 2006년에 전자상거래법(Electronic Commerce Act)을 제정하였다. 또한, 2007년 소비자피해보상위원회 판결 청구사항으로 소비자보호법(1999년 제정)에 전자상거래를 추가해 새 약관으로 편입했다. 이에 따라 2012년에 '전자상거래에 대한 소비자보호 규정'이 제정됐고 인터넷 유통업체는 이 규정에 따라 홈페이지와 기타 인터넷 쇼핑몰에 상호, 등록번호 등을 공개해야 한다.

라. 인도네시아

인도네시아 전자상거래 시장규모는 갈수록 커지고 있으며 중산층의 구매력이 올라가면서 전자 소매(internet retailing) 시장성장은 유로모니터 시장자료에 따라 2012년부터 2017년까지 5년간 연평균 42% 성장했다.

인도네시아는 2019년 11월 20일 전자상거래 법적 기틀 마련 및 관리감독 강화를 위해 정부령 2019년 제80호(PP No 80 Tahun 2019)를 제정하여 11월 25일 발효(유예기간 2년)시켰다. 정부령 2019년 80호는 총 15개의 장과 82개 조로 구성돼 있으며 이들 구성을 통해 '전자 시스템을 통한 교역(PMSE)'의 원리, 전자상거래 참여 주체의 정의, 외국인 사업자, 전자상거래 메카니즘, 전자상거래 광고, 소비자들에게 고지돼야 하는 필수 정보 목록, 지불 결제, 분쟁 및 행정처분에 대한 내용을 규정하고 있다. 또한, 외국인 사업자와 관련된 조항에는 소프트웨어, 도메인, 검색엔진 등의 외국 거래 시스템 제공자 및 전자상거래 사업자가 준수해야 하는 내용이 포함되어있으며, 외국 전자상거래 관련 사업자라 하더라도 인도네시아에서의 거래실적 및 인도네시아 소비자 대상 판매 실적 등 인도네시아에서의 경제적 활동이 확연히 나타나는 경우는 인도네시아에 연락사무소 설치를 통해 사업을 영위해야 한다는 규정을 포함하고 있다.²⁹⁾

동 법의 시행으로 인도네시아에 진출한 전자상거래 플랫폼은 조세 납부를 회피하기 위해 Instagram, Facebook 등의 SNS 또는 해외 전자상거래 플랫폼으로 판매 시장을 이동할 가능성이 커지고 있다. 그러나 아마존(Amazon)과 같이 인도네시아에서 사업장을 두고 있지 않은 해외 전자상거래 플랫폼에 대해 규제 방안은 마련돼 있지 않은 상황이다.

29) 허유진 (2020), "인도네시아, 전자상거래 제도 체계화 위한 법적 기반 마련", 인도네시아 자카르타무역관.

마. 베트남

베트남은 2016-2020년 전자상거래 개발 계획을 수립(2016년 8월)하였는데, 동 마스터플랜에 따라 2020년까지 베트남은 전자상거래 관련 법적 기틀을 다지고 전자상거래 서비스가 실현할 수 있도록 네트워크를 구축하는 데 집중할 계획이다.

베트남 전자상거래법은 2005년에 도입되어 2006년 3월부터 발효되었으며, 금융활동중 전자상거래에 관한 법령(27/2007/ND-CP(2007년 2월 23일 발표), 전자서명 및 전자서명의 사실증명에 관한 전자상거래법 시행에 관한 구체적인 규정(26/2007/ND-CP(2007년 2월 15일 공포), 은행활동 전자상거래에 관한 법령 35/2007/ND-CP(2007년 3월 8일 공포) 등의 관련 법령을 제정하였다.

한편 베트남의 전자상거래분야 외국인투자 규정과 관련하여 2015년 7월부터 발효된 개정 투자법에 따라 전자상거래 활동은 조건부 투자업종 중 하나로 지정되었다.

바. 필리핀

2020년 1월에는 7,300만 명 이상의 디지털 인구가 있는 필리핀에서 전자상거래 시장은 빠르게 성장하고 있다. 웹사이트 접속 수와 모바일 앱 이용자 수 기준으로 필리핀 내 전자상거래에서는 Lazada와 Shopee가 압도적인 1위를 유지하고 있다. 필리핀 유통업체들은 전자상거래를 통해 시장 규모와 범위를 넓히고 있다. 이들은 웹사이트와 더불어 다양한 플랫폼에서 사용할 수 있는 모바일 전용 앱을 보유하고 있다.

필리핀 통상산업부(DTI)는 ‘필리핀 E-커머스 로드맵 2020-2022’를 통해 전자상거래 시장 및 산업의 현재를 평가하고 향후 발전 로드맵을 그리고 있다. 동 로드맵은 ① 필리핀 전자상거래 인프라 개선, ② 전자상거래분야 외국인 투자유치(FDI) 증진 및 투자유치 정책개발, ③ 전자상거래분야의 연구개발 진폭지지, ④ 지적재산권 보호를 통한 무단 도용 방지, ⑤ 정보 접근성 개선으로 빠르고 믿을 수 있는 인터넷 환경 구축, ⑥ 필리핀 자국 산업의 국제 시장 진출 능력 강화의 6개의 핵심가치(6I)를 중점으로 두고 있다.³⁰⁾

사. 캄보디아

캄보디아 전자상거래 시장은 인접국인 베트남이나 태국만큼 크지 않고 활성화되지 않고 있다는 평가다. 다만 전자상거래 시장 형성에 핵심적인 요소인 인터넷 이용자(복수건 포함)가 전체 인구의 95%를 차지하고 있다는 점은 긍정적이라 할 수 있다.

30) <https://www.dti.gov.ph/roadmap>

캄보디아 전자상거래법은 2020년 5월 2일 발효되었다. 총 12장 67조로 구성되었으며, 소비자 보호 및 비윤리적인 판매 관행을 줄여 기업에는 공정한 경쟁의 장을 만들고 나아가 소비자 보호를 주된 목적으로 하고 있다.

한편 소셜미디어나 전자시스템을 이용해 상품, 서비스를 제공하는 개인사업자는 2년짜리 라이선스를 취득해야 한다. 단 판매자가 만든 상품과 서비스의 광고와 판매, 소규모 납세자에 해당하는 매출 규모를 밑도는 경우는 라이선스가 면제된다. 부령은 소셜미디어를 통한 판매자에게도 라이선스를 요구하고 있어 페이스북 의존도가 매우 높은 한국산 화장품과 의존도가 상대적으로 높은 인삼 제품 등 건강식품의 판매업자에게 부담으로 작용하지 않을지 우려된다. 한국산 식음료는 대개 매장을 통해 판매하고 있어 영향을 받지 않을 전망이다.³¹⁾

아. 라오스

라오스 전자상거래 산업부 무역정책국은 전자상거래 활성화 및 ICT 인프라 지속 개발을 위해 2025년까지 관련 법률 및 제도 마련하겠다고 계획을 수립하고 있다. 그러나 일부 라오스 회사는 페이스북 등의 소셜 네트워크 서비스(SNS; Social network service)를 통해 제품 판매 및 홈페이지를 통해 제품을 판매하는 등 전자상거래가 이뤄지고 있다.

이러한 제도적 미비점 이외에도 지방의 인터넷 접근성 제약, 높은 문맹률 등은 라오스에서 전자상거래가 활성화되는 데 제약으로 작용해 실제 보편화하기까지는 다소 시간이 걸릴 것으로 전망된다.³²⁾

자. 미얀마

미얀마 전자상거래 시장 규모는 약 600만 달러로 아직 시장접근 단계이지만 미얀마의 휴대전화 보급률은 전체 인구의 90%에 달할 정도로 모바일 비즈니스의 발전 가능성이 높다.

2019년 2월에 미얀마 정부는 '마이안마 디지털 이코노미 로드맵'을 발표하고 '디지털 거래'를 9개 우선순위 중 하나로 선정하고, 2020년 말까지 전자상거래법 초안을 마련하는 등 미얀마 전자상거래 시장 확대에 따른 법규 및 정책을 마련할 계획이다.

31) KATI (2020), “캄보디아 전자상거래시장 진입장벽 높아져”, 농식품수출정보, 2020.11.04.

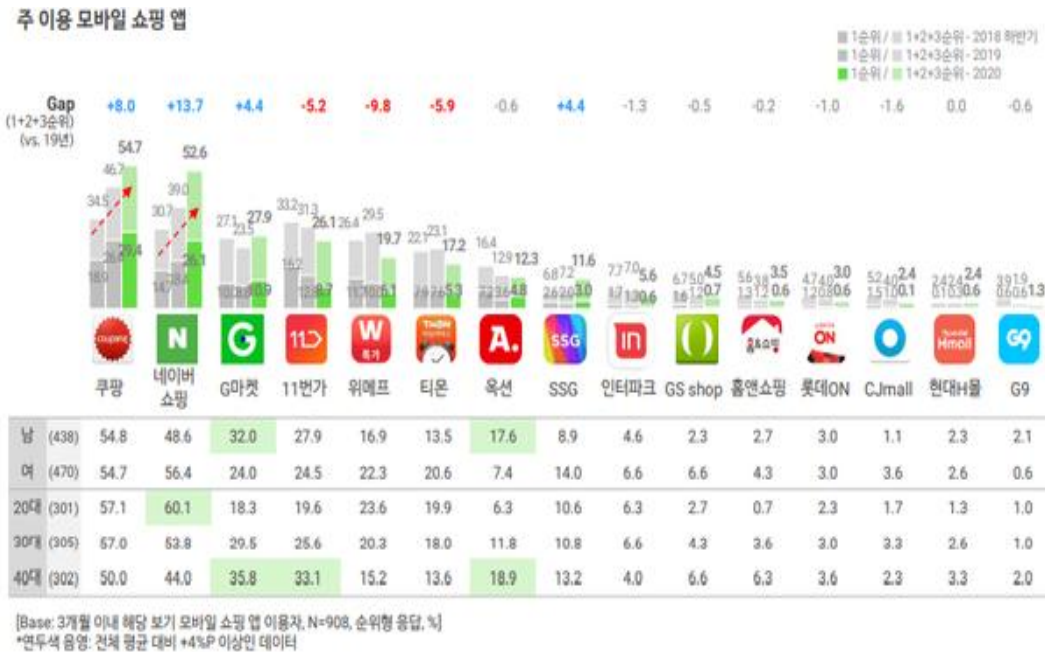
32) 김고은 (2019), “라오스 전자상거래 동향 인터뷰”, KOTRA 라오스 비엔티안무역관.

제3절 RCEP 역내 주요 전자상거래 플랫폼

1. 한국의 전자상거래 플랫폼 현황

시장조사업체 오픈서베이가 2020년 8월 전국 20~49세 남녀 1000명을 대상으로 한 '모바일 쇼핑 트렌드'를 분석한 결과 쿠팡 앱 이용률 1위인 네이버가 2위를 차지했다. 그 뒤를 이어 G마켓, 11번가, 위메프 순이었다. 특히 네이버 쇼핑 이용률은 지난해보다 13.7% 증가해 쿠팡(8%)과 G마켓(4%)을 압도했다. 쇼핑 결제액 기준 네이버는 20조9249억원으로 17조771원인 쿠팡을 제치고 1위를 차지했다.

<그림 3-3> 한국의 모바일 전자상거래 플랫폼 이용 현황



특정 쇼핑물을 자주 이용하는 이유는 쿠팡 이용자 중 84.9%가 빠른 배송 상품을 자주 이용한다고 답한 반면 네이버 쇼핑의 간편결제 시스템은 55.2%였다. G마켓과 11번가는 각종 혜택과 행사 때문에 주로 이용한다는 응답이 가장 많았고 위메프와 티몬의 경쟁력은 저렴한 상품 가격이었다. 쿠팡은 로켓배송, 네이버는 네이버를 통해 지불하는 각종 혜택과 결제 편의성 마케팅을 펼친 결과 이런 차별화 전략의 덕택을 본 것으로 드러났다.

로켓와우의 경우 지난해보다 11.6% 늘었지만 여성(63.9%)과 20대(67.1%)의 선호도가 높았고, 스마일클럽은 남성(53.6%)과 30대/40대(54.7%/54.5%)에서 상대적으로 이용률이 높았다.

2. 중국의 전자상거래 플랫폼 현황

중국 전자상거래 시장을 주도하는 플랫폼 가운데 소비재 전 분야를 취급하는 종합 플랫폼은 타오바오(淘宝网), 티몰국제(天猫國際), 왕이카오라(网易考拉), 징둥월드와이드(京東全球購), 샤오홍수(小紅書), VIP 인터내셔널(維品會), 핀뉘뉘(拼多多), 양마터우(洋碼頭), 샤오미유핀(小米有品), 청두 이토요카도(伊藤洋華堂), 우상왕(武商网), HAPPIGO(快樂購) 등이 있다.³³⁾ 이중 국경 간 전자상거래 대표 플랫폼은 왕이카오라(网易考拉), 티몰국제(天猫國際)와 징둥월드와이드(京東全球購)를 들 수 있다.

이중 왕이카오라는 매출액 250억 위안의 중국 내 B2C 해외직구 시장점유율 1위의 직영 플랫폼이나 입점조건과 해외 입점기업의 보증금(1만5천 달러)과 판매수수료(평균 6%)가 높아 중소기업의 입점 부담이 크다는 어려움이 있다.

티몰국제(天猫國際)는 중국 최대 전자상거래 플랫폼 티몰에 마련된 B2C 해외 직구 플랫폼이다. 입점 시 뚜렷한 매출 실적을 달성한 브랜드에 대해서만 까다로운 심사를 통해 허가하고 있으며, 평균 15만 위안의 보증금을 요구한다.

징둥월드와이드는 중국 최대 B2C 직영몰이며, 신속 배송의 선도 주자이다. 2018년 기준 거래액은 1조 7억 위안이며, 해외법인 해외직구로 입점가능하나 보증금이 1만5천 달러에 달한다.

<그림 3-4> 중국의 전자상거래 플랫폼 현황



3. 일본의 전자상거래 플랫폼 현황

일본의 이커머스 플랫폼 1위는 라쿠텐이다. 일본의 최대 온라인 쇼핑몰 라쿠텐과 종합 쇼핑몰 아마

33) KOTRA (2019), “중국의 전자상거래 시장 현황과 진출 방안”, 「KOTRA자료 19-071」, p. 25.

존 재팬이 어깨를 나란히 하며 압도적으로 1, 2위를 차지하고 있다. 엔과워숍 자료에 따르면 2019년 기준 라쿠텐은 유통 총액 3조8,595억 엔으로 전년 대비 13.4%나 성장했다. 2위인 아마존 재팬은 유통 총액 3조4,238억 엔이며, 전년 대비 성장률은 라쿠텐보다 높아 20%를 훌쩍 넘었다. 3위부터는 1, 2위와 큰 격차를 보이는데 야후 쇼핑, 야후 오쿠, 메루카리 순이다.

야후 쇼핑과 야후 오쿠는 소프트뱅크 그룹의 야후 주식회사가 운영하는 사이트로, 각각 임대형 이커머스 사이트와 인터넷 경매 사이트다. 메루카리는 중고상품 거래 플랫폼으로 한국의 '당근마켓'과 같은 서비스를 한다.

외국 사업자가 라쿠텐에 입점하기 위해서는 일본에 법인을 설립해야 하고, 최소 500만 엔의 자본금을 납부하고 투자경영 비자를 취득해야 한다. 비자 취득 후에도 일본법인 설립에 추가로 100만 엔이 소요되며, 입점 신청 후 점포 개설까지 1.5개월의 시간이 소요된다. 결제방식은 기본적으로 카드 결제이나 최근에는 라쿠텐 페이 서비스가 제공되고 있다.

시장 규모 4위인 야후 오쿠는 라쿠텐이나 아마존 재팬과 달리 인터넷 경매 중심의 이커머스 플랫폼이다. 경매를 통해 최고가를 매긴 구매 희망자가 상품을 낙찰받아 구매하는 시스템이다. 5위를 기록하고 있는 메루카리는 중고거래 플랫폼으로 일본 C2C 이커머스 플랫폼 중 이용자가 가장 많다. 전년 대비 성장률도 30.1%로 일본 이커머스 플랫폼 중 가장 높은 만큼 급성장하고 있다는 것이 특징이다. 이밖에 글로벌 패션·잡화브랜드 전문몰인 조조타운을 비롯해 이씨큐브, 메이크샵, 라쿠마 등이 10위권 안의 이커머스 플랫폼으로 꼽힌다.

일본 소비자가 온라인 쇼핑물을 통해 구매하는 주요 제품 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 의류다. 최근에는 시착, 반송 등 옷을 착용한 뒤 구입을 원하는 소비자를 위한 맞춤형 서비스를 제공하면서 수요가 더욱 상승하고 있다. 두 번째는 식품·특산물로 아마존 프레스시 등 온라인 슈퍼의 보급, 코로나19로 인한 오프라인 매장 방문 자제 분위기로 온라인화가 급속히 진행되고 있다. 향후 맞벌이 세대, 고령자 세대를 중심으로 식품 제품군의 판매가 증가할 것으로 예상된다.

4. ASEAN의 전자상거래 플랫폼 현황

가. 토크피디아(Tokopedia)

2009년 설립된 토크피디아(Tokopedia)는 인도네시아를 대표하는 유니콘 업체로, 월평균 방문자 수가 약 1억3700만 명에 이르는 인도네시아 내 최대 규모의 온라인 시장이다.

주요 특징은 잦은 소비자 프로모션과 멀리 떨어진 지역에 도달하는(far-reaching) 물류 네트워크, 수천 가지 제품 판매, 세계 최고(world-class) 모바일 사용자의 경험을 꼽을 수 있다. 토크피디아는

쇼피(Shopee)와 라자다(Lazada)에 이어 동남아 내 가장 많은 누적 방문자 수를 가진 플랫폼으로 소비자의 75%가 스마트폰을 이용해 주문 활동을 한다. 결제수단별로는 (OTP를 이용한) 인터넷뱅킹, e-money, 계좌이체, 신용카드, 무이자 할부, (편의점 방문) 직접결제 등으로 나눌 수 있다.

나. 라자다(Lazada)

2012년에 설립된 라자다는 중국 알리바바 그룹이 투자하고 있으며, 동남아 6개국(인도네시아·태국·베트남·싱가포르·말레이시아·필리핀)에서 이용할 수 있으며 월평균 방문자 수는 약 5,204만4500명으로 추정되고 있다.

결제 수단은 큰 범주에서 볼 때, (OTP를 활용한) 인터넷 뱅킹·온라인 에스크로(Escrow) 결제·e-머니·계좌 이체·신용카드·무이자 할부·편의점 방문 결제 등으로 나눌 수 있다.

다. 쇼피(Shopee)

싱가포르에서 2015년에 설립된 쇼피는 중국 텐센트가 투자하고 있으며, 동남아시아 7개국(인도네시아, 태국, 말레이시아, 베트남, 필리핀, 싱가포르, 대만)에서 이용할 수 있으며 월평균 방문자 수는 약 7,499만5300명으로 추정된다.

쇼피는 편리한 셀러 센터 기능을 이용하여 언제 어디서나 쉽게 상품 업로드 및 판매할 수 있습니다.

라. 큐텐(Qoo10)

2010년 싱가포르에서 설립된 한국계(G마켓) 이커머스 플랫폼 큐텐(Qoo10)은 7개국 사이트와 글로벌 사이트를 동시에 운영하고 있는 큐텐은 전체 트래픽의 83%를 차지하는 싱가포르 기준으로 월평균 방문자 수가 약 1350만 명이다.

싱가포르에 물류 자회사 Qxpress 통해 빠른 배송 시스템 도입을 통한 전자상거래 물류시스템 변화를 꾀하고 있으며, 최근에는 블록체인 기술을 기반으로 암호화폐인‘큐코인’으로 결제할 수 있는 큐브(QuuBe)를 오픈하였다. 판매자들에게 제품 등록 수수료를 받지 않아 진입장벽이 거의 없고 가격경쟁력을 확보할 수 있어 개인이나 중소기업 판매자가 빠르게 흡수되고 있으며, 구매자도 싸게 물건을 구매할 수 있는 장점이 있다.

제4장 RCEP의 전자상거래규정 비교분석

제1절 WTO 전자상거래 협상 동향 및 쟁점

1. WTO의 전자상거래 논의 동향

1998년 2월에 WTO 전자상거래 논의는 미국이 WTO 일반이사회에 전자상거래 무관세화를 위한 국제규칙 제정을 공식 제안하면서 시작됐다. 국경 간 전자상거래는 중소기업들에 세계시장 진출할 수 있는 기회를 제공하지만, 주문, 배송, 결제, 통관 등 단계별로 규범도 복잡하고 상이해 전자상거래 활성화에 제약이 되고 있다.

2018년 3월 14일에 WTO 복수국간 전자상거래 협상하여, WTO 71개 회원국이 채택한 전자상거래 공동선언문을 토대로 2019년 3월부터 협상을 시작해서 지금까지 76개국에서 86개국으로 늘어났다. 일본, 호주, 싱가포르 주재국을 맡고 공동 협상 참여국으로 2019년 1월부터 회람된 제안서를 토대로 6차례에 걸쳐 협상 라운드에 참여했다.

2. WTO 전자상거래 협상의 주요 쟁점

본 절에서는 2021년 2월 10일 Bilaterals.org 홈페이지에 공개된 WTO 전자상거래 협상용 통합문서(consolidated negotiating text)³⁴⁾를 활용하여 WTO 전자상거래 협상의 내용과 주요 쟁점을 검토한다.³⁵⁾

가. 통합문서의 구성

통합문서는 참가국들이 제출된 제안과 협의내용('19년 3월~'20년 12월)을 취합하여 정리된 업무문서로, 6개 분야(개방과 전자상거래, 전자상거래 원활화, 공통 이슈, 통신, 신뢰와 전자상거래, 시장접

34) WTO 온라인 기록저장소의 비공개(restricted) 자료인 WTO 전자상거래 협상용 통합문서(INF/ECOM/62/Rev.1)는 2020년 8월 19일까지 취합·정리된 파일(INF/ECOM/57)에 최신 정보를 반영한 것으로서, WTO 홈페이지 아이디와 비밀번호를 보유한 자에게만 열람이 허용됨.

35) 이규엽·강민지 (2021), "WTO 전자상거래 협상 전망과 한국의 과제", 「오늘의 세계경제」, 21(3), 대외경제정책연구원, pp. 4-9.

근)와 부속서로 구성되었다.

통합문서에는 전자거래 자체가 원활하게 진행되도록 도와주는 전자전송 관련 법체계와 인증, 서명, 계약서, 영수증 등에 관한 법률 효력의 동등성 검토, 전자결제 서비스에 관한 제안 등이 포함돼 있다.

<표 4-1> WTO 전자상거래 협상용 통합문서의 구성

구분	소구분	내용
전자상거래 원활화	1.전자거래 원활화	-전자 전송에 관한 법적 체계, 전자인증과 전자서명, 전자계약 -전자송장(e-Invoicing), 전자결제 서비스
	2.디지털 무역원활화 및 로지스틱스	-무종이 무역, 스마일 마진, 세관 수속 -로지스틱스(logistics), 서비스, 무역 원활화 강화 -상품 반출과 통관을 위한 기술사용, 무역 원활화 지원 서비스 -싱글 윈도우 정보 교환과 시스템 상호운용성
개방과 전자상거래	1.비차별 및 책임	-인터랙티브 컴퓨터 서비스: 책임 제한 - 디지털 기기의 비차별적 대우 -인터랙티브 컴퓨터 서비스: 침해
	2.정보의 이전	-전자적 수단에 의한 정보의 국경간 이전/국경간 정보 이전 -컴퓨팅 설비의 의치 - 금융정보/금융서비스 공급업체의 금융계산설비의 위치
	3.전자적 전송에 대한 관세	
	4.인터넷과 정보로의 접근	-공공데이터 개방, 인터넷 접근 개방/[전자상거래/디지털 무역]을 위한 인터넷 접근과 사용 원칙, 인터랙티브 컴퓨터 서비스의 접근과 사용, 경쟁
신뢰와 전자상거래	1.소비자 보호	-인터넷 소비자 보호, 원하지 않는 상업 전자 정보
	2.프라이버시	-개인정보(information/data)보호
	3.비즈니스 신뢰	-소스코드, 암호를 사용하는 ICT 제품
공통 이슈	1.투명성, 국내 규제 및 협력	-투명성, 무역 관련 정보의 전자 가용성 (electronic availability) -국내 규제, 협력, 협력 메커니즘(mechanism)
	2.사이버 보안	
	3.역량 강화	-역량 강화(capacity building), 기술 지원(technical assistance)
통신	E1 통신서비스에 대한 WTO 참고문서 업데이트	-범위, 정의, 경쟁적인 세이프가드(competitive safeguards), 상호연결(inter-connection), 보편적 서비스(universal service), 라이선싱(licensing)과 인증, 통신 규제 기관
	E2 네트워크장비 및 제품	-전자상거래 관련 네트워크 장비와 상품
시장접근	서비스 시장접근, 임시 입국 및 전자상거래 관련 인력 부족, 상품 시장접근	
첨부 파일	서언, 정의, 범위,원칙, 다른 협정과의 관계, 건전성 조치, 조세, 일반적인 예외, 안보 예외,분쟁해결, 전자상거래의 무역 측면에 대한 위원회	

자료: INF/EOOM/62/Rew.1을 활용하여 저자작성.

또한 전자전송(electronic transmission) 관세에 관한 전자전송에 관세가 붙지 않는 내용을 다루고

있으며, 전자상거래 업체와 소비자의 신뢰도를 높이기 위해 온라인 소비자 보호와 스팸 관련 약관, 프라이버시 보호를 위한 [법체계·조치]의 채택 또는 유지, 국제기구가 제시한 기준·원칙·지침·기준 등을 고려한다.

나. 국경간 데이터의 자유로운 이동 보장

미국은 국경간 이동 데이터에 ‘개인정보를 포함할 것’을 포함해야 한다고 강력히 주장했지만, EU는 개인정보는 협상의 대상이 아니라고 밝혔고, 실제 EU가 제안한 데이터 이동 관련 조항에는 ‘개인정보 포함(including personal information)’이라고 명시돼 있지 않다.

미국이 주도한 자유무역협정을 보면 국경간 데이터의 자유로운 이동을 강조하고 TPP 14.11조, USMCA 19.11조, USJDTA 11조는 당사국이 이행 대상의 사업을 위해 활동할 때 개인정보를 포함해 전자적 수단을 이용한 국경이전(TPP)이나 무제한(USMCA, USJDTA)을 허용하고 있다.

다. 컴퓨팅 설비 현지화 요구 금지

컴퓨팅 설비(computing facility)를 상업 목적으로 하는 데이터 저장하거나 처리하는 데 필요한 컴퓨터 서버나 저장 장비를 뜻하는데, 컴퓨팅 설비 현지화를 요구하는 것을 금지하는 다분히 중국을 포함한 개도국을 겨냥해 협상 전부터 쟁점이 되었던 사안이다.

‘데이터 지역화 요구’를 ‘디지털 무역장벽(digital trade barrier)’으로 규정하는 선진국의 입장과 ‘자국 내 디지털 산업 육성 및 시장 확대를 위한 정당한 정책수단’으로 간주하는 입장이 대립하고 있다(UNCTAD 2021).

통합문서에 따라 미국, 싱가포르, 영국, 캐나다, 일본등이 금융분야 미포함 영역에 대해 컴퓨팅 설비 현지화 요구 금지를 제안하였으며, 한국도 유사한 내용을 제안하였다.

라. 전자전송의 무관세 적용 기간

전자전송(electronic transmission)에 대한 ‘한시적(2년)’ 무관세 적용 관행을 지속하는 것은 전자전송에 관한 법률 개념, 적용 대상, 지위(상품/서비스) 등 관련 전문가들이 기술적 합의를 도출하지 못했기 때문이다.

2018년에 인도네시아 정부는 법 개정을 통해 전자전송을 관세 부과대상에 포함시키고, 법적 근거를 바탕으로 소프트웨어나 디지털 상품은 과세 범위 안에 두고 있다. 한편 전자전송에 대한 영구적 무관세 논쟁에는 선진국과 개도국간의 대결 구도가 밑바탕에 있다.

현재 미국, 싱가포르, 홍콩, 브라질, 한국, 뉴질랜드, 캐나다, EU, 러시아, 일본 등의 대다수 국가들

은 전자적 전송의 영구적 무관세를 제안하고 있지만, 전자전송(전자전송 내용 제외) 관세 면제 관행을 유지하고는 있지만, 추후 전자상거래 작업반과 관련된 WTO 장관회의의 결정이 있을 경우에는 전자전송에 관한 관행을 조정할 수 있다는 인도네시아의 제안과 WTO 장관회의를 통한 합의에 따른 전자전송 무관세 관행 유지하자는 중국의 안 등이 존재한다.

마. 향후 협상 전망

WTO 전자상거래 협상 진전에 영향을 미치는 긍정적 및 부정적 요인이 동시에 작용하고 있어 향후 협상의 타결전망이 어려운 상황이다.

미국과 여타 선진국의 협상 주도하고 있고 협상 참여국의 적극적인 참여와 MC-12에서 상대적으로 전자상거래 분야의 성과 도출 가능성이 높은 점은 긍정요인으로는 작용하고 있지만, 주요쟁점에 대한 선진국과 개도국의 입장이 첨예하게 대립하고 있다.

제2절 TPP의 전자상거래 규정

1. TPP 전자상거래 규정의 특징

2015년 10월 타결된 환태평양경제동반자협정(TPP) 협정문안이 2015년 5일 참여국인 뉴질랜드에서 공개됐다. 협정에 참여한 12개국은 관세를 즉시 철폐하는 것을 시작으로 최장 30년간 관세를 철폐하고 95~100% 수준의 관세를 자유화하기로 의견을 모은 것으로 알려졌다.

TPP 전자상거래 규정의 특징을 요약하면 다음과 같다.³⁶⁾ 첫째, 기존 전자상거래 관련 협정이 법적 구속력이 없는 지침에 의한 가이드라인 또는 협력방안 제시에 그쳤다면 TPP 전자상거래 규정은 의무 규정 성격으로 보다 강화된 규범 적용하고 있다. 그간 OECD 가이드라인, UN 가이드라인, APEC 정보보호체계, EU 지침 등에서 협력적 성격 또는 제한적 범위에서 법적 구속력을 가졌던 규범을 강제성을 갖는 의무규정으로 강화하였다. 또한 기존 한국의 기체결 FTA에서 협력규정 성격이었던 내용을 대폭 의무규정으로 강화했을 뿐 아니라 기존에 없었던 신규규정도 도입하였다.

36) 박지은 (2016), “TPP 전자상거래 규정 연구”, 「TRADE FICUS」, 2016년 37호, 한국무역협회 국제무역연구원, pp. 3-4.

<표 4-2> TPP와 한·미 전자상거래 규정 비교

TPP		성격	한미 FTA 성격	특징
조항				
1조	용어 정의	일반규정	일반규정	
2조	범위 및 일반조항	일반규정	일반규정	
3조	관세 부과	의무규정	의무규정	
4조	디지털상품의 비차별적 대우	의무규정	의무규정	
5조	전자거래 국내법 체계	의무규정	-	신규
6조	전자인증 및 전자서명	의무규정	의무규정	
7조	온라인 소비자보호	의무규정	협력규정	협력→의무
8조	개인정보보호	의무규정	-	신규
9조	종이 없는 무역(전자무역)	협력규정	협력규정	
10조	인터넷 접속료 분담	협력규정	협력규정	
11조	전자적 수단에 의한 정보의 국경간 이전	의무규정	협력규정	협력→의무
12조	인터넷 접속료 분담	협력규정	-	신규
13조	컴퓨팅 시설의 의치	의무규정	-	신규
14조	원치 않는 상업적 전자메시지(스팸)	의무규정	-	신규
15조	회원국 간 협력	협력규정	-	신규
16조	사이버 정보보안 협력	협력규정	-	신규
17조	소스코드	의무규정	-	신규
18조	분쟁해결	의무규정	-	별도규정

자료: 박지은 (2016), “TPP 전자상거래 규정 연구”, 「TRADE FOCUS」, 2016년 37호,
 한국무역협회 국제무역연구원, p. 3.

둘째, 전자상거래의 글로벌 통상규범인 TPP 전자상거래 규정은 디지털 경제 환경에서 '정보보호의 높은 수준'보다는 '정보의 자유로운 이동과 이용'을 강조하였다.

OECD, EU 등에서 강조하는 '정보이용과 보호의 균형'이라는 측면에서 TPP는 데이터 현지화 요구 금지, 개인정보 보호를 포함한 정보의 국경을 넘어 이동 등 정보의 자유로운 이동과 이용에 관한을 부각시키고 있다.

2. TPP 전자상거래 주요 규정 분석

가. 디지털상품에 대한 관세부과 금지

TPP 협정 제14.3조(관세부과)는 전자상거래에 대해 어떠한 당사국도 일방 당사국의 인(人)과 타방 당사국의 인(人)간의, 전자적으로 전송되는 콘텐츠를 포함하여, 전자거래에 관세를 부과해서는 안 된다고 규정하고 있다.

이는 대부분의 기체결함 FTA에 적용된 규정으로 전자적으로 전송되는 디지털 상품(e-book, 게임, 소프트웨어, 비디오, 음악 등)에 대해 무관세 적용하고 있는 바와 일치한다.

나. 디지털 상품의 비차별적 대우보장

TPP 협정 제14.4조(디지털 제품의 비차별적 대우)의 어떤 당사국도 처음으로 창작, 제작, 발행, 계약, 주문 혹은 상업적 조건으로 사용할 수 있는 디지털 제품에 대하여 기타 같은 종류의 디지털 제품에 대해 불리한 대우를 해서는 안 된다.

이는 당사국에 대한 디지털 제품은 본국 상품 혹은 제3국 상품과 동등한 대우를 해줘야 함을 의미한다. 단, 방송에는 적용되지 않고 있으며, 정부 보조금에 대해서도 예외를 인정하고 있기에 회원국의 디지털콘텐츠 육성을 위한 문화산업 정책에 대한 영향은 제한적이다.³⁷⁾

다. 온라인 소비자 보호

TPP 협정 제14.7조(온라인 소비자 보호)는 당사국들은 소비자가 전자상거래에 참여할 때 기만적이고 기만적인 상행위로부터 소비자를 보호하기 위해 투명하고 효과적인 조치가 필요성을 인식하고 유지해야 한다고 규정하고 있다.

즉 온라인상에서 이뤄지고 있는 사기적이고 기만적인 상업 행위와 관련해 소비자 보호를 위해 투명하고 효과적인 조치를 취할 수 있다. 한국의 국내법은 적극적 기만 행위만을 금지하고 TPP는 사실 오인 묵인 등 네거티브를 규제한다는 점에서 TPP는 국내법에 비해 소비자 보호 수준을 높였다.

라. 개인정보의 보호

TPP 협정 제14.8조(개인정보보호)는 당사국은 전자상거래 이용자의 개인정보 보호를 위한 법체계를 취하거나 유지해야 한다.

미국은 프라이버시 보호 문제에서 기업의 자율성을 최대한 보장하고 있어 개인정보 보호 수준이 상

37) TPP 제14.4조 2~4항에 예외규정을 두어 방송, 정부 보조금 및 교부금 등에 대해서 예외를 인정하고 있음.

대적으로 낮다. 그러나 상대적으로 개인정보보호가 높은 수준인 한국의 경우 소비자의 개인 보호수준이 약화할 가능성이 있는 것으로 판단된다.

마. 정보의 국경간 이전 허용

TPP 협정 제14.11조(전자적 수단에 의한 정보의 국경간 이전)는 당사국은 개인정보를 포함해 전자적 수단에 의한 정보의 국경을 넘나들며 사업을 수행하는 활동일 경우 이를 허용하도록 규정하고 있다.

한편, 한국의 국내 제도는 정보 이전을 제한하기 때문에 한국은 TPP에 가입하게 된다면 국내법과 상충할 우려가 있다. 소비자의 개인정보를 해외로 반출하려면 개인정보 이전 국가, 시기, 방법 등 내용을 사전에 소비자에게 알려 동의를 얻어야 한다.

한편, 국내제도는 정보의 이전에 일정한 제한을 두고 있어 한국이 TPP에 가입할 경우 국내법과 상충할 우려가 있다. 그 외에도 측량정보, 의료보험정보, 보안정보 및 첨단기술정보 등 공공기관이 보유·관리하는 정보 및 국가안보와 산업안보에 관련된 정보는 국외 유출이 금지되고 있다.³⁸⁾

바. 컴퓨팅 시설 위치 지정 금지(데이터 현지화)

TPP 협정 제14.13조(컴퓨터 시설의 위치)는 어떠한 당사국도 인(人)으로 하여금 그 영역 내에서의 사업 수행 조건으로 당사국의 영토에서 컴퓨팅 시설을 이용 또는 위치하도록 요구하는 것은 안된다고 규정하고 있다.

즉 TPP 해외진출 금지 시 비용 상승과 비효율적 투자 데이터 현지화 요건을 금지하고 기업이 필요한 곳에 서버를 설치할 수 있도록 보장했다. 이는 IT 운영 인프라가 국내에 없어도 클라우드 서비스가 가능하기 때문에 국내에는 IT 인프라가 없는 해외 클라우드 서비스 기업의 공세가 우려되기는 규정이다.

사. 원치 않는 상업적 전자 메시지(스팸)

TPP 협정 제14.14조(원치 않는 상업적 전자 메시지)는 각 당사국은 원하지 않는 상업적 전자정보 관련 조치를 수용하거나 유지해야 한다고 규정하고 있다.

이는 스팸 등 원하지 않는 상업용 전자정보에 대한 조치를 의무화한 것으로 규정 방식과 수준은 각국의 자율로 이뤄졌고 성공적이었다.

38) 한국의 「개인정보보호법」, 「공간정보의 구축 및 관리 등에 관한 법률」, 「공공기관의 정보 공개에 관한 법률」, 「정보통신망법」 등에서 개인정보, 공공정보 등의 국외유출을 금지하고 있음.

이러한 규제방식에는 국가별로 ① 스팸 수신 거부 조치, ② 사용자의 동의가 필요한 조치, ③ 스팸 메시지를 최소화할 수 있는 그 외 기타 조치 등으로 구분할 수 있다.³⁹⁾

아. 소스코드 제공 요구 금지

TPP 협정 제14.17조 어떠한 당사국도 그 영토에서 소프트웨어 또는 소프트웨어를 포함한 제품의 수입, 배포, 판매 또는 이용을 위한 조건으로, 타방 당사국 인(人)에 의해 소유된 소프트웨어 소스코드의 이전 또는 접근을 요구해서는 안된다고 규정하고 있다.

전자상거래 규범 논의에 있어서 소스코드 제공 요구 금지 규정은 주로 중국을 대상으로 제기하고 있는 이슈로 기업이 해외 진출할 때, 당사국의 정부 및 경쟁사가 의무적으로 소프트웨어 소스코드를 공개하는 것을 금지하는 규정이다.

3. TPP 전자상거래 규정 평가

TPP 협정은 2017년 1월 미국이 탈퇴하면서, 원래의 취지는 퇴색되었으나, 일본, 호주의 주도로 TPP 11개 국가들 간에 TPP 출범 방안을 협의하였다. 2017년 1월 미국이 TPP에서 탈퇴하고 난 후 2017년 5월 TPP 11개국의 협정 추진에 합의하였으며, 2017년 10월에는 TPP 11개국 수석대표가 회의를 개최하였다. 2017년 11월 APEC 정상회의에서는 CPTPP 공동선언문을 발표하여 CPTPP 출범을 공식화하였다. 이후 11개국은 최종 합의에 도달하여 2018년 3월 CPTPP를 새로이 출범하였다.

TPP 전자상거래 규정의 의미를 평가하면 다음과 같다. 첫째, TPP 전자상거래 규제는 향후 논의 방향뿐 아니라 빅데이터 분야의 성장, 국내 업계의 해외 진출 확대 등 관련 산업에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

둘째, 한국이 TPP 가입 시 한국 소비자 관점에서 개인정보 침해 위험성이 있어 이에 따른 효과적 대응방안 마련이 필요할 것으로 판단된다.

셋째, 미국이 다시 TPP에 복귀할 경우 글로벌 클라우드 시장 주도하는 미기업 국내시장 잠식 우려가 있어 관련 기업의 경쟁력 제고 노력이 필요할 것으로 판단된다.

39) 'opt in 방식'은 미리 동의, 신청한 사람에게 자료를 보내는 방식, 'opt out 방식'은 받는 사람이 수신을 거부하면 그 뒤로는 보낼 수 없는 방식을 의미함.

제3절 RCEP의 전자상거래 규정 분석

1. RCEP 추진 경과와 주요 내용

가. RCEP의 추진 경과

RCEP은 동아시아의 경제통합을 논의하는 과정에서 2011년 아세안(ASEAN)이 다자간 무역협정으로 RCEP을 제안하면서 추진되기 시작하였다. 이에 중국과 일본이 동아시아 경제통합을 통한 경제적 이익을 극대화하기 위해 아세안+한·중·일(3) 및 아세안(10)+한·중·일·호주·뉴질랜드·인도(6) 형태의 무역협정을 제안하였다. 2011년 아세안이 역내 경제통합을 선도하기 위한 아세안+6개국 형태를 제안하였으며, 중국이 미국이 참여한 TPP에 대응할만한 동아시아지역 경제통합체의 필요성을 느껴 RCEP 협상에 협력하였다.⁴⁰⁾

협상 경과를 보면 먼저 2012년 11월 동아시아 정상회의(EAS)에서 협상 개시가 선언되었다. 2013년 5월 첫 공식협상이 개최되었으며, 이후 2019년 10월 말까지 28차례의 공식협상, 7차례의 회기간 수석대표회의, 16차례의 장관회의가 진행되었다. 2018년 11월 14일 2차 정상회의에서는 2019년 내 타결을 목표로 설정하였다. 2019년 11월 4일 3차 정상회의에서 초기 협상에 참가했던 16개국 중 인도를 제외한 15개 회원국이 협정문 타결을 선언하였다. 협상참여 국가 중 인도는 중국 제품의 자국 범람과 중·인 국경분쟁 등에 따른 양국 간 갈등으로 참가를 철회하였다. 최종적으로는 2020년 11월15일 참가 15개국 정상들이 화상으로 열린 RCEP 정상회의 및 협정문 서명식을 개최하여 서명함으로써 RCEP이 출범하게 되었다. RCEP 참가 15개국은 우리나라를 포함한 한·중·일, 호주, 뉴질랜드, 그리고 ASEAN 10개국으로 구성되어 있다.⁴¹⁾

나. RCEP의 주요 내용

1) 전반적 내용

RCEP 협정은 전반적으로 한·중·일, 아세안 10개국, 호주, 뉴질랜드 등 15개 참가국 간 이미 발효된 FTA에서 다루지 않았던 부분이나 국제적 통상 흐름에서 미반영된 사항들을 보완했다고 볼 수 있다. 예를 들면 한-아세안 FTA에 포함되지 않았던 전자상거래, 지식재산권 챕터를 도입하였으며, 15개 참가국에 대한 통합 원산지 기준을 만들었다는 것이다. 국가 간 통상 분야에서 그 중요성이 점차 증가하는 서비스 및 투자규범에서는 한-아세안 FTA 대비, 서비스, 투자 분야 시장 자유화 규범을 강

40) 김희중 (2021), “RCEP 서명에 따른 CPTPP와의 협정문 주요 내용 비교 분석”, 「법학논총」, 제49집, p. 143.

41) KOTRA (2019), “RCEP 협정문 타결 경과 및 회원국 반응”, 「Global Market Report」, 19-101호, p. 2.

화하였으며, 투자자의 권리 보호 수준을 높였다. 상품 관세 양허율도 2007년 발효된 한-아세안 FTA가 관세철폐율이 79.1~89.4%이었으나, RCEP의 관세철폐율은 91.9~94.5%로 시장개방률을 높였다.⁴²⁾

<표 4-3> RCEP 협정문의 장별 구성

1장	최초 규정 및 일반 정의	11장	지식재산권
2장	상품무역	12장	전자상거래
3장	원산지규정	13장	경쟁
4장	통관절차 및 무역 원활화	14장	중소기업
5장	위생 및 식물위생 조치(SPS)	15장	경제 및 기술협력
6장	표준, 기술규정 및 적합성 평가절차	16장	정부구매
7장	무역구제	17장	일반 규정 및 예외
8장	서비스 무역 (금융, 통신, 전문 서비스 첨부)	18장	제도 규정
9장	자연인의 일시 이동	19장	분쟁해결
10장	투자	20장	최종조항

자료: 산업통상자원부, RCEP 협정문(검색일 2020.11.20.).

2) 전자상거래 및 지적권 조항

총 20개의 장(Chapter)으로 구성된 RCEP 협정문에는, 기존의 RCEP 회원국 15개국 가운데 10개국이 포함되어있는 한·아세안 FTA에 미포함된 전자상거래, 지식재산권 챕터가 새로이 도입하였다. 이는 최근의 무역환경 변화를 반영하기 위한 것으로 최신규범의 확보를 위한 것으로 평가된다.

전자상거래 확산 등 최근의 디지털 기술발전을 반영하여, 전자상거래 챕터(Chapter)을 신규로 도입(Chapter 12)하였으며, 저작권·특허·상표·디자인 등 지식재산권을 보호하기 위한 지식재산권 챕터(Chapter 11)를 만들었다.

3) 통합 원산지 기준

RCEP 회원국들의 무역 원활화 기반을 마련하기 위해 회원국에 대한 통합 원산지 기준을 설정하여 기업의 FTA 활용도를 높일 수 있도록 하였다. 원산지 기준은 과거에 RCEP 참여국과 체결한 FTA⁷⁾

42) 파이낸셜 뉴스, “나라별 관세 90% 이상 철폐; .철강, 자동차 수출시장 커졌다[RCEP 타결 메가 FTA 탄생]”, 2020년 11월 15일.

가 각각 다른 원산지 기준을 갖고 있어 수출기업이 이를 활용하는데 복잡하고 애로사항이 많았었다. 그러나 이번 RCEP 협정문 챕터(Chapter 3)에서는 이러한 개별 FTA의 원산지규정을 통일하여 원산지 증명 절차를 단일화하여 개선하였다. 이로써 RCEP 참여국 전 지역에서 재료를 조달, 가공하여도 재료 누적이 인정되어 생산기업으로서는 RCEP 역내 생산 및 가공에 대해 원산지 혜택을 받을 수 있게 되었다.

4) 중소기업 조항과 통관 및 무역 원활화 조항

RCEP에서는 중소기업의 조항(Chapter 14)을 새로이 도입하여, 중소기업이 경제성장과 고용, 혁신 등에 상당하게 기여한다는 것을 인정하였다. 그리고 RCEP 협정문에서 만들어진 기회를 이용하고 혜택을 누리기 위해 중소기업의 역량을 증가시키는데 상호 정보를 공유하는 것을 증진하기로 하고 이를 명문화 하였다.

또한, 통관 절차 및 무역 원활화에 관한 조항을 도입(Chapter 4)하였으며, 이는 각 회원국의 관세 관련 법과 규정의 적용에 있어 예측 가능성, 일관성, 투명성 등을 확보하여 무역이 보다 원활히 이루어지도록 하기 위함이다. 각 회원국의 통관 절차를 간소화하고, 관세 당국 간 협력 증진하는 내용도 명문화하였다. 무역 원활화 조항에서는 글로벌 및 지역 공급망(supply chains)을 통한 무역을 포함하여 각 회원국들 간의 교역을 원활히 이루어지도록 하는데도 그 목적이 있음을 명문화하였다.

5) 서비스 및 투자 규범

서비스 무역 분야(Chapter 8)는 비교적 상세히 규정하면서 부속서를 통해 금융, 통신, 전문직 서비스에 대한 내용을 별도로 명문화하였다. 금융·통신부속서 채택은 새로운 비즈니스 분야인 핀테크와 금융 및 통신사업진출을 명시함으로써 이 분야의 진출을 통한 사업을 수행할 수 있는 기반을 확보하였다고 할 수 있다. 이로써 향후 금융, 통신 분야의 RCEP 회원국 내 서비스 시장 진출이 보다 용이해졌다고 할 수 있다.

투자분야(Chapter 10)에서는 외국인투자 차별 금지, 투자 원활화 조항과 같은 보호규범을 반영하였다. RCEP 국가들로의 투자가 최근 증가추세를 보이면서, 이러한 투자증가 추이를 반영하여 투자자 보호 수준을 제고하였으며, 이러한 결과로 한-아세안 FTA 대비 높은 수준의 투자 자유화 규범을 확보하였다.

6) 상품 분야

RCEP 상품 관세양허는 전체적으로 90% 이상의 자유화가 이루어졌다. RCEP은 품목별 관세철폐 수

준이 국가별로 91.9~94.5%이다. 이는 RCEP 15개 회원국 중 10개국을 차지하는 아세안 국가들과 체결한 기존의 한·아세안 FTA가 79.1~89.4%인 것과 비교하면 관세 자율화율이 높아졌음을 보여주고 있다.

2. RCEP의 전자상거래 규정 분석

RCEP 협정문에 포함된 전자상거래 규정(제12장)은 총 5절 17조로 구성되어 있으며, 한국의 기체결 FTA 전자상거래규정보다 더욱 포괄적이고 구체적인 내용을 의무규정과 협력규정의 형식으로 담고 있다.

<표 4-4> RCEP 전자상거래 장 구성

조항	조항 제목	주요 내용
제12.1조	정의	용어별 정의
제12.2조	원칙 및 목적	전자상거래 촉진 목적
제12.3조	적용범위	챕터의 적용 범위 -전자 상거래에 영향을 주는 조치에 적용 -정부 구매, 정부 보유 정보 등 적용 제외 -서비스 투자 챕터 미양허/유보된 조치는 제12.14조 및 제12.15조 적용배제
제12.4조	협력	국가 간 협력 노력
제12.5조	종이 없는 무역	전자적 무역 행정 문서 수용 협력
제12.6조	전자인증 및 전자서명	전자 형태의 서명 효력 인정, 전자 인증 상호 결정 인정
제12.7조	온라인 소비자 보호	소비자 보호 법제의 제정, 소비자 보호 기관 간의 협력
제12.8조	온라인 개인정보 보호	개인정보보호법 제정, 개인정보보호조치 공개
제12.9조	요청하지 않은 상업용 전자메시지	스팸 메시지 규제법제 마련, 위반자에 대한 해결수단 제공
제12.10조	국내 규제의 틀	국내 법적 체제 구비
제12.11조	관세	WTO 각료결정에 따른 현재 관행 유지 -향후 WTO 결정에 따라 조정 가능 -향후 WTO 결정 반영 시 리뷰
제12.12조	투명성	챕터 관련 조치의 공개, 타국의 조치와 관련된 정보의 요구
제12.13조	사이버 보안	사이버 보안의 중요성 인정 및 협력
제12.14조	컴퓨터 설비의 위치	컴퓨터 설비 현지화 금지 -정당한 공공정책 목적, 필수 안보이익을 위한 조치 허용 (조치의 필요성)
제12.15조	전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전	국경 간 정보이동 금지의 금지 -정당한 공공정책 목적, 필수 안보이익을 위한 조치 허용
제12.16조	전자상거래에 관한 대화	전자상거래 분야 발전 등을 통한 대화 실현

제12.17조	분쟁해결	국가 간 분쟁 발생시 협의 우선 -분쟁해결 챕터 적용 여부 향후 리뷰 -협의 실패 시 RCEP 공동위원회 상정
---------	------	---

자료: 산업통상자원부,RCEP 협정문(검색일 2020.11.20).

RCEP의 전자상거래규정은 역내 전자상거래 기업의 RCEP 회원국 역내 진출 가능성 확대 등 관련 산업에 긍정적인 영향을 미칠 수 있지만, 한편으로는 ASEAN에 진출한 다국적 기업의 한국 시장접근이 쉬어짐에 따라 관련 국내산업 피해 발생과 국내 전자상거래 소비자의 권리를 침해될 가능성도 있다. 이에 본 장에서는 RCEP의 전자상거래규정을 WTO 전자상거래 협상, TTP의 전자상거래 규정 및 한·미 FTA 등 한국이 기체결한 FTA와 과 비교하여 체계적으로 분석하고자 한다.

가. 일반규정

RCEP 제12장(전자상거래) 제1절(일반규정)에서는 제1조(정의), 제2조(원칙 및 목적), 제3조(적용범위), 제4조(협력)을 규정하고 있다.

1) 정의

제12.1조(정의)에서는 컴퓨터설비, 적용대상인, 전자인증 및 요청하지 않은 상업용 전자메세지에 대해 정의하고 있다. 그러나 TPP 제1조(정의)에서 디지털제품(digital product)을 전자적으로 전송되는 컴퓨터 프로그램, 비디오, 텍스트, 이미지, 사운드(화폐를 포함한 금융상품의 디지털화된 표현 제외) 등으로 정의하고 있는 것과는 달리, RCEP에서는 디지털제품에 대한 정의를 특정하고 있지 않고 제11조(관세)에서 전자적 전송(electronic transmissions)의 용어를 사용하여 전송방법(전달매체에 고정 여부 불투명)을 강조하고 있다.

<표 4-5> 제12.1조 (정의) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.1: Definitions</p> <p>For the purposes of this Chapter:</p> <p>(a) computing facilities means computer servers and storage devices for processing or storing information for commercial use;</p> <p>(b) covered person means:</p> <p>(i) a "covered investment" as defined in subparagraph (a) of Article 10.1 (Definitions);</p> <p>(ii) an "investor of a Party" as defined in subparagraph (e) of Article 10.1 (Definitions), but does not include an investor in a financial institution or an investor in a financial service supplier;¹ or</p> <p>(iii) a service supplier of a Party as defined in Article 8.1 (Definitions), but does not include a "financial institution", a "public entity", or a "financial service supplier", as defined in Article 1 (Definitions) of Annex 8A (Financial Services);</p> <p>(c) electronic authentication means the process of verifying or testing an electronic statement or claim, in order to establish a level of confidence in the statement's or claim's reliability; and</p> <p>(d) unsolicited commercial electronic message means an electronic message which is sent for commercial or marketing purposes to an electronic address, without the consent of the recipient or despite the explicit rejection of the recipient</p>	<p>제12.1조 정의</p> <p>이 장의 목적상,</p> <p>가. 컴퓨터 설비란 상업적 용도로 정보를 처리하거나 저장하는 컴퓨터 서버 및 저장 장치를 말한다.</p> <p>나. 적용대상인이라 다음을 말한다.</p> <p>1) 제10.1조(정의)가호에정의된"적용대상투자"</p> <p>2) 제 10.1 조(정의)마호에 정의된 "당사자의 투자자". 다만, 금융기관에 대한 투자자 또는 금융서비스 공급자에 대한 투자자는 포함하지 않는다. 또는</p> <p>3) 제 8.1 조(정의)에 정의된 당사자의 서비스 공급자</p> <p>다만, 부속서 8-가(금융서비스) 제 1 조(정의)에 정의된 "금융기관", "공공기관" 또는 "금융서비스 공급자"는 포함하지 않는다.</p> <p>다. 전자인증이란 전자적 내역 또는 청구의 신뢰도에서 신뢰 수준을 확보하기 위하여 그 내역 또는 청구를 검증하거나 시험하는 절차를 말한다. 그리고</p> <p>라. 요청하지 않은 상업용 전자 메시지란 수신자의 동의 없이 또는 수신자의 명시적인 거부에도 불구하고, 상업적 또는 마케팅 목적으로 전자적 주소로 송부되는 전자 메시지를 말한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(FTA.go.kr).

2) 적용 범위

제12.3조(적용범위)에서는 정부조달⁴³⁾과 FTA 전자상거래규정에서 핵심쟁점이 되는 컴퓨터 설비의 위치 및 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전에서는 서비스 무역(내국민대우, 시장접근, 최혜국대우, 현지주재) 또는 투자(내국민대우, 최혜국대우, 이행요건 금지, 고위경영진 및 이사회 조항)의 예외에는 적용되지 않는다. 그러나 전자적으로 전달되는 서비스의 공급에 영향을 미치는 조치는 서비스무역과 투자 관련 규정에 포함된 의무의 적용대상이 된다고 전자상거래 장의 적용범위를 규정하고 있다.

43) 복수국간 서비스 협정(TISA) 협상 과정 중 EU는 원칙으로 전자상거래 규범의 포괄적 적용을 선호하며 정부조달이 포함되어야 한다는 의견이며, 전자상거래 규범의 정부조달 분야 적용에 반대 견해를 밝히고 있으며, 전자상거래의 범위에서 금융서비스를 완전배제하는 것도 바람직하지 않다는 주장을 하고 있음.

<표 4-6> 제12.3조(적용범위) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.3: Scope</p> <p>1. This Chapter shall apply to measures adopted or maintained by a Party that affect electronic commerce</p> <p>2. This Chapter shall not apply to government procurement.</p> <p>3. This Chapter shall not apply to information held or processed by or on behalf of a Party, or measures related to such information, including measures related to its collection</p> <p>4. Article 12.14 (Location of Computing Facilities) and Article 12.15 (Cross-Border Transfer of Information by Electronic Means) shall not apply to aspects of a Party's measures that do not conform with an obligation in Chapter 8 (Trade in Services) or Chapter 10 (Investment) to the extent that such measures are adopted or maintained in accordance with:</p> <p>(a) Article 88 (Schedules of Non-Conforming Measures) or Article 108 (Reservations and Non-Conforming Measures);</p> <p>(b) any terms, limitations, qualifications, and conditions specified in a Party's commitments, or are with respect to a sector that is not subject to a Party's commitments, made in accordance with Article 86 (Most-Favoured-Nation Treatment) or Article 87 (Schedules of Specific Commitments); or</p> <p>(c) any exception that is applicable to the obligations in Chapter 8 (Trade in Services) or Chapter 10 (Investment).</p> <p>5. For greater certainty, measures affecting the supply of a service delivered electronically are subject to the obligations contained in the relevant provisions of:</p> <p>(a) Chapter 8 (Trade in Services); and</p> <p>(b) Chapter 10 (Investment), including Annex II (Schedules of Specific Commitments for Services), Annex III (Schedules of Reservations and Non-Conforming Measures for Services and Investment), as well as any exceptions that are applicable to those obligations</p>	<p>제12.3조 적용범위</p> <p>1. 이 장은 전자상거래에 영향을 미치는 당사자가 채택하거나 유지하는 조치에 적용된다.</p> <p>2. 이 장은 정부조달에 적용되지 않는다.</p> <p>3. 이 장은 당사자에 의하여 또는 당사자를 대신하여 보유되거나 처리되는 정보, 또는 그 정보의 수집에 관련된 조치를 포함하여 그러한 정보에 관련된 조치에 적용되지 않는다.</p> <p>4. 제 12.14 조(컴퓨터 설비의 위치) 및 제 12.15 조(전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전)는 당사자의 조치가 다음에 따라 채택되거나 유지되는 한도에서, 제 8 장(서비스 무역) 또는 제 10 장(투자)의 의무와 합치하지 않는 그러한 조치의 측면에 적용되지 않는다.</p> <p>가. 제8.8조(비합치 조치 목록) 또는 제10.8조(유보 및 비합치 조치)</p> <p>나. 제 8.6 조(최혜국 대우) 또는 제 8.7 조(구체적 약속에 관한 양허표)에 따라 만들어진 당사자의 약속에 명시되거나 당사자의 약속의 적용대상이 되지 않는 분야에 관한 모든 조건, 제한, 자격 및 요건, 또는</p> <p>다. 제8장(서비스 무역) 또는 제10장(투자)의 의무에 적용 가능한 모든 예외</p> <p>5. 보다 명확히 하기 위하여, 전자적으로 전달되는 서비스의 공급에 영향을 미치는 조치는 다음의 관련 규정에 포함된 의무의 적용대상이 된다.</p> <p>가. 제 8 장(서비스 무역), 그리고</p> <p>나. 제 10 장(투자)</p> <p>이는 그러한 의무에 적용 가능한 모든 예외뿐만 아니라, 부속서 II(서비스에 대한 구체적 약속에 관한 양허표), 부속서 III(서비스 및 투자에 대한 유보 및 비합치 조치 목록)을 포함한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

TPP 전자상거래규정 역시 정부조달과 공공정보 및 관련조치에 대한 적용을 배제(제14.2조)하고 있으며, 또한 적용대상에서 금융기관 또는 국경 간 금융서비스 공급자를 제외해 금융정보는 국경 간 정보 이전의 자유와 컴퓨팅 시설 현지화 금지 대상에 해당하지 않는다(제14.1조)고 규정한다.

나. 무역원활화

RCEP 전자상거래규정 제2절에서는 무역원활화를 위한 종이 없는 무역(제5조)과 전자인증 및 전자서명(제6조)을 규정하고 있다.

1) 종이 없는 무역

제5조에서는 국제기구에서 논의되고 있는 종이 없는 무역의 사용을 규정하는 이니셔티브를 이해하기 위한 노력(캄보디아, 라오스 및 미얀마 5년간 유예 인정)과 무역행정문서의 법적인 동등성 보장 및 이용 등에 관한 협력규정을 두고 있다.

<표 4-7> 제12.5조(종이 없는 무역) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.5: Paperless Trading</p> <p>1. Each Party shall:</p> <p>(a) work towards implementing initiatives which provide for the use of paperless trading, taking into account the methods agreed by international organisations including the World Customs Organization;⁴</p> <p>(b) endeavour to accept trade administration documents submitted electronically as the legal equivalent of the paper version of such trade administration documents; and</p> <p>(c) endeavour to make trade administration documents available to the public in electronic form.</p> <p>2. The Parties shall cooperate in international fora to enhance acceptance of electronic versions of trade administration documents.</p>	<p>제12.5조 종이 없는 무역</p> <p>1. 각 당사자는</p> <p>가. 세계관세기구를 포함한 국제기구에 의하여 합의된 방법을 고려하여 종이 없는 무역의 사용을 규정하는 이니셔티브를 이행하기 위하여 노력한다.</p> <p>나. 전자적으로 제출된 무역행정문서를 종이 형태의 그러한 무역행정문서와 법적으로 동등한 것으로 수용하도록 노력한다. 그리고</p> <p>다. 무역행정문서가 대중에게 전자적 형태로 이용 가능하도록 노력한다.</p> <p>2. 당사자들은 전자적 형태로 된 무역행정문서의 수용을 제고하기 위하여 국제 포럼에서 협력한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(FTA.go.kr)

2) 전자인증 및 서명

제6조에서는 의무조항으로 전자거래의 참여자가 그 전자거래를 위한 적절한 전자인증(Electronic authentication)⁴⁴⁾ 기술 및 실행 모델을 결정할 수 있도록 허용하고 있으며, 전자거래를 위한 전자인증 기술 및 실행 모델의 인정을 제한하지 않고 있다. 따라서 RCEP 회원국은 서명이 전자적 형태라는 근거만으로 그 서명의 법 효력을 부인해서는 안 된다.

44) RCEP 제12.1조(정의) (다)에서는 “전자인증이란 전자적 내역 또는 청구의 신뢰도에서 신뢰 수준을 확보하기 위하여 그 내역 또는 청구를 검증하거나 시험하는 절차를 말한다”고 정의하고 있음.

<표 4-8> 제12.6조(전자인증 및 전자서명) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.6: Electronic Authentication and Electronic Signature</p> <p>1. Except in circumstances otherwise provided for under its laws and regulations, a Party shall not deny the legal validity of a signature</p> <p>2. Taking into account international norms for electronic authentication, each Party shall:</p> <p>(a) permit participants in electronic transactions to determine appropriate electronic authentication technologies and implementation models for their electronic transactions;</p> <p>(b) not limit the recognition of electronic authentication technologies and implementation models for electronic transactions; and</p> <p>(c) permit participants in electronic transactions to have the opportunity to prove that their electronic transactions comply with its laws and regulations with respect to electronic authentication.</p> <p>3. Notwithstanding paragraph 2, each Party may require that, for a particular category of electronic transactions, the method of electronic authentication meets certain performance standards or is certified by an authority accredited in accordance with its laws and regulations.</p> <p>4. The Parties shall encourage the use of interoperable electronic authentication.</p>	<p>제12.6조 전자인증 및 전자서명</p> <p>1. 당사자의 법과 규정에 따라 달리 규정된 상황을 제외하고, 그 당사자는 서명이 전자적 형태로 되어있다는 근거만으로 그 서명의 법적 효력을 부인하지 않는다.5</p> <p>2. 전자인증에 관한 국제규범을 고려하여, 각 당사자는</p> <p>가. 전자거래의 참여자가 그 전자거래를 위한 적절한 전자인증 기술 및 실행 모델을 결정할 수 있도록 허용한다.</p> <p>나. 전자거래를 위한 전자인증 기술 및 실행 모델의 인정을 제한하지 않는다. 그리고</p> <p>다. 전자거래의 참여자가 그 전자거래가 전자인증에 관한 자신의 법과 규정을 준수하고 있다는 것을 입증할 기회를 갖도록 허용한다.</p> <p>3. 제 2 항에도 불구하고, 각 당사자는 특정한 범주의 전자거래에 대하여 전자인증의 방법이 일정한 성능 기준을 충족하거나 그 당사자의 법과 규정에 따라 공인된 당국에 의하여 증명될 것을 요구할 수 있다.</p> <p>4. 당사자들은 상호운용이 가능한 전자인증의 사용을 장려한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

그러나 전자인증의 방법이 일정한 성능 기준을 충족하거나 그 당사자의 법과 규정에 따라 공인된 당국에 의하여 증명될 것을 요구할 수 있다. 한편 협정은 협력조항으로 당사자 간 상호운용이 가능한 전자인증의 사용을 장려하고 있다.

또한, 전자서명(electronic signature)의 법적 효력을 의무조항으로 인정(캄보디아, 라오스 및 미얀마 5년간 유예 인정)하고 있다.

그러나 국가별로 전자인증과 서명의 사용과 확인(검증) 목적이 신분확인 또는 전자적 결제의 완결성을 확인하느냐에 따라 관련 법에 차이가 있고, 전자거래(electronic transactions)의 정의와 범위 역시 구체적으로 특정하지 않아 적용범위 및 예외에 대한 이견이 발생할 수 있다. 따라서 기술적인 부분과 법률적인 부분에 대한 추후 논의가 필요할 것으로 판단된다.

다. 전자상거래에 기여하는 환경 조성

RCEP 전자상거래규정 제3절(전자상거래에 기여하는 환경조성)에서는 제7조(온라인 소비자 보호),

제8조(온라인 개인정보 보호), 제9조(요청하지 않은 상업용 전자 메시지), 제10조(국내규제의 틀), 제11조(관세), 제12조(투명성) 및 제13조(사이버 보안)에 대하여 규정하고 있다.

1) 온라인 소비자 개인정보 보호

먼저 온라인 소비자 보호와 관련하여 RCEP은 의무조항으로 전자상거래 사용자의 개인정보의 보호를 보장하는 법적 체제를 채택하거나 유지하도록 하고 있으며, 전자상거래 사용자에게 개인이 구제를 구할 수 있는 방법과 기업이 모든 법적 요건을 준수할 수 있는 방법을 공표하도록 하고 있으며, 법인이 개인정보의 보호에 관련된 그들의 정책 및 절차를 인터넷을 포함하여 공표하도록 장려하고 있다. 또한, 협력사항으로 개인정보 보호를 위한 당사자 간 협력을 요구하고 있다.

<표 4-9> 제12.8조(온라인 개인정보 보호) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.8: Online Personal Information Protection</p> <p>1. Each Party shall adopt or maintain a legal framework which ensures the protection of personal information of the users of electronic commerce.</p> <p>2. In the development of its legal framework for the protection of personal information, each Party shall take into account international standards, principles, guidelines, and criteria of relevant international organisations or bodies.</p> <p>3. Each Party shall publish information on the personal information protection it provides to users of electronic commerce, including how:</p> <p>(a) individuals can pursue remedies; and</p> <p>(b) business can comply with any legal requirements.</p> <p>4. The Parties shall encourage juridical persons to publish, including on the internet, their policies and procedures related to the protection of personal information.</p> <p>5. The Parties shall cooperate, to the extent possible, for the protection of personal information transferred from a Party.</p>	<p>제12.8조 온라인 개인정보 보호</p> <p>1. 각 당사자는 전자상거래 사용자의 개인정보의 보호를 보장하는 법적 체제를 채택하거나 유지한다.</p> <p>2. 개인정보의 보호를 위한 각 당사자의 법적 체계의 발전에서, 그 당사자는 관련 국제기구나 국제기관의 국제 표준, 원칙, 지침 그리고 기준을 고려한다.</p> <p>3. 각 당사자는 다음을 포함하여 자신이 전자상거래 사용자에게 제공하는 개인정보 보호에 관한 정보를 공표한다.</p> <p>가. 개인이 구제를 구할 수 있는 방법, 그리고</p> <p>나. 기업이 모든 법적요건을 준수할 수 있는 방법</p> <p>4. 당사자들은 법인이 개인정보의 보호에 관련된 그들의 정책 및 절차를 인터넷을 포함하여 공표하도록 장려한다.</p> <p>5. 당사자들은 당사자로부터 이전된 개인정보의 보호를 위하여 가능한 한도에서 협력한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(FTA.go.kr)

한편 TPP에서는 온라인 소비자보호와 관련하여 적극적 기만행위만을 금지하고 있는 국내규칙⁴⁵⁾과

45) 전자상거래 등에서의 소비자보호 지침(시행 2015. 8. 20., 공정거래위원회고시 제2015-7호, 2015. 8. 20., 일부개정)

는 달리 행위로 규정하는데 사실오인의 묵인과 같은 소극적 행위도 사기적이고 기만적인 상업 행위로 간주하고 있다.

그러나 RCEP에서는 온라인 개인정보를 위한 원칙만을 규정하고 있고 온라인 소비자피해 발생 시 각국의 소비자 보호기관이 국내법을 적용하여 해외 적용대상인에게 법적으로 대응할 수 있는 근거 규정은 없어 대응방안이 필요한 것으로 판단된다. 따라서 국가별 개인정보체계의 상이성에 대한 추가 논의와 일체화 논의가 요구될 것이다.

제8조(온라인 개인정보 보호)에서도 의무조항으로 개인정보 보호를 보장하는 법적 체제와 개인이 구제를 구할 수 있는 방법과 법인이 법적 요건을 준수할 수 있는 방안에 관한 정보를 공표하도록 하고 있다.

결국, 온라인 소비자 보호와 개인정보 보호에 관해서 당사국의 자율성을 보장하고 있다고 판단된다. 그러나 RCEP 회원국 간 소비자 보호 및 개인정보 보호 수준에는 큰 차이가 있으므로 개인정보 보호 수준이 미흡한 회원국으로 개인정보가 이전되는 경우, 우리나라 소비자의 개인정보 침해 위험성이 높아질 수 있기에 국가 간 협력채널 확보를 위한 적극적 노력이 절실히 필요할 것으로 판단된다.

2) 요청하지 않은 상업용 전자 메시지(스팸메일)

제9조(온라인 개인정보 보호)에는 의무조항으로 요청하지 않은 상업용 전자 메시지 또는(or) 마케팅 목적으로 전자적 주소로 송부되는 전자 메시지⁴⁶⁾의 제공자에게 그러한 메시지의 수신을 중지할 수신자의 능력을 촉진하도록 요구하는 조치, 그 당사자의 법과 규정에 명시된 대로 상업용 전자 메시지의 수신에 수신자의 동의를 요구하는 조치, 또는 요청하지 않은 상업용 전자 메시지의 최소화를 달리 규정하는 조치를 채택하거나 유지하도록 하고 있다.

이는 기체결된 모든 한국 FTA에서 협력규정으로 두고 있지만, RCEP에서는 이를 의무규정으로 강화했다는 측면에서는 평가되지만, 결국 스팸 등 원치 않는 상업적 전자메시지 또는 마케팅 목적의 전자메시지에 대한 규제 방식과 수준을 각국의 자율에 맡기고 있어 한국 전자상거래 이용자에 대한 충분한 보호가 어렵다는 한계가 있는 것으로 평가된다.⁴⁷⁾

3) 국내규제의 틀

46) 미국은 자국 제도상 스팸의 정의가 상업적 목적으로 제공되는 스팸으로 한정되어 있으며, 다수 국가는 ‘상업적’과 ‘마케팅 목적’을 ‘or’로 연결하여 폭넓게 규정하는 것을 선호하고 있음.

47) 스팸 메시지 거부 방식은 미리 동의한 사람에게만 자료를 보내는 방식(opt in 방식)과 받는 사람이 수신을 거부하면 그 뒤로는 보낼 수 없는 방식(opt out 방식)으로 구분되며, 한국은 명시적으로 사용자에게 동의 사항을 모두 알리고 동의를 받아야 하는 매우 높은 수준의 opt-in 방식을 채택하고 있음.

<표 4-10> 제12.9조(요청하지 않은 상업용 전자 메시지) 국.영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.9: Unsolicited Commercial Electronic Messages</p> <p>1.Each Party shall adopt or maintain measures regarding unsolicited commercial electronic messages that:</p> <p>(a) require suppliers of unsolicited commercial electronic messages to facilitate the ability of recipients to stop receiving such messages;</p> <p>(b) require the consent, as specified according to its laws and regulations, of recipients to receive commercial electronic messages; or</p> <p>(c) otherwise provide for the minimisation of unsolicited commercial electronic messages.</p> <p>2.Each Party shall provide recourse against suppliers of unsolicited commercial electronic messages who do not comply with its measures implemented pursuant to paragraph</p> <p>3.The Parties shall endeavour to cooperate in appropriate cases of mutual concern regarding the regulation of unsolicited commercial electronic messages.</p>	<p>제12.9조 요청하지 않은 상업용 전자 메시지</p> <p>1. 각 당사자는 요청하지 않은 상업용 전자 메시지에 관하여 다음의 조치를 채택하거나 유지한다.</p> <p>가. 요청하지 않은 상업용 전자 메시지의 제공자에게 그러한 메시지의 수신을 중지할 수신자의 능력을 촉진하도록 요구하는 조치</p> <p>나. 그 당사자의 법과 규정에 명시된 대로 상업용 전자 메시지의 수신에 수신자의 동의를 요구하는 조치, 또는</p> <p>다. 요청하지 않은 상업용 전자 메시지의 최소화를 달리 규정하는 조치</p> <p>2. 각 당사자는 제1항에 따라 이행되는 자신의 조치를 준수하지 않는 요청하지 않은 상업용 전자 메시지의 제공자에 대하여 청구 수단을 제공한다.</p> <p>3.당사자들은 요청하지 않은 상업용 전자 메시지의 규제에 관하여 상호 우려가 있는 적절한 경우에 협력하기 위하여 노력한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국.영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

제10조(국내 규제의 틀)에서는 의무조항으로 각 당사자가 「1996년 유엔국제상거래법위원회 전자상거래 모델법」, 2005년 11월 23일 뉴욕에서 채택된 「국제계약의 전자통신 이용에 관한 유엔협약」, 또는 전자상거래에 관련된 그 밖의 적용 가능한 국제 협약 및 모델법을 고려하여, 전자거래를 규율하는 법적 체제를 채택하거나 유지하도록 하고 있다.

<표 4-11> 제12.10조(국내 규제의 틀) 국.영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.10: Domestic Regulatory Framework</p> <p>1. Each Party shall adopt or maintain a legal framework governing electronic transactions, taking into account the UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce 1996, the United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts done at New York on 23 November 2005, or other applicable international conventions and model laws relating to electronic</p>	<p>제12.10조 국내 규제의 틀</p> <p>1. 각 당사자는 「1996년 유엔국제상거래법위원회 전자상거래 모델법」, 2005년 11월 23일 뉴욕에서 채택된 「국제계약의 전자통신 이용에 관한 유엔협약」, 또는 전자상거래에 관련된 그 밖의 적용 가능한 국제 협약 및 모델법을 고려하여, 전자거래를 규율하는 법적 체제를 채택하거나 유지한다.</p>

commerce 2. Each Party shall endeavour to avoid any unnecessary regulatory burden on electronic transactions.	2. 각 당사자는 전자거래에 대한 모든 불필요한 규제적 부담을 회피하기 위하여 노력한다.
--	---

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

4) 전자적 전송에 대한 관세부과

제11조(관세)에서는 의무조항으로 각 당사자는 전자상거래 작업계획에 관한 「2017년 12월 13일 세계 무역기구 각료회의 결정(WT/MIN(17)/65)에 따라 당사자들 간 전자적 전송에 관세를 부과하지 않는 현재의 관행을 유지하도록 하고 있다. 그러나 조세, 수수료 또는 그 밖의 부과금이 이 협정과 합치하는 방식으로 부과되는 한, 당사자가 전자적 전송에 대하여 그러한 조세, 수수료 또는 부과금을 부과하는 것을 배제하지 않는다고 명시하여 부가가치세 등 내국세의 부과를 허용하고 있다.

TPP에서도 디지털콘텐츠에 대해서는 영구적 무관세를 보장하고 있지만, 국가별로 내국세 부과는 가능하도록 허용하고 있다. 이에 한국이 2015년 7월 1일부터 구글, 애플 등의 해외 앱 마켓에서 구매하는 디지털콘텐츠(앱, 음원, 영화 등)에 대해 해외 앱 마켓 사업자에게 과세하는 것은 TPP에서 허용하고 있다. 실제 한국뿐 아니라 EU, 일본 등의 국가에서는 디지털콘텐츠에 대한 부가가치세를 부과하고 있다.⁴⁸⁾ 한편 미국은 디지털콘텐츠에 대해 내국세도 없애자는 태도를 지니고 있다.

48) 한국은 '2014년 세법 개정안'을 통해 국내 소비자들에 의해 구글, 애플 등 해외 앱 마켓에서 구매한 앱과 음원에 대해 부가세를 부과하기로 결정함(기획재정부, 2014.8.6).

<표 4-12> 제12.11조(관세) 국.영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.11: Customs Duties</p> <p>1. Each Party shall maintain its current practice of not imposing customs duties on electronic transmissions between the Parties.</p> <p>2. The practice referred to in paragraph 1 is in accordance with the WTO Ministerial Decision of 13 December 2017 in relation to the Work Programme on Electronic Commerce (WT/MIN(17)/65).</p> <p>3. Each Party may adjust its practice referred to in paragraph 1 with respect to any further outcomes in the WTO Ministerial Decisions on customs duties on electronic transmissions within the framework of the Work Programme on Electronic Commerce.</p> <p>4. The Parties shall review this Article in light of any further WTO Ministerial Decisions in relation to the Work Programme on Electronic Commerce.</p> <p>5. For greater certainty, paragraph 1 shall not preclude a Party from imposing taxes, fees, or other charges on electronic transmissions, provided that such taxes, fees, or charges are imposed in a manner consistent with this Agreement.</p>	<p>제12.11조 관세</p> <p>1. 각 당사자는 당사자들 간 전자적 전송에 관세를 부과하지 않는 현재의 관행을 유지한다.</p> <p>2. 제1항에 언급된 관행은 전자상거래 작업계획에 관한 「2017년 12월 13일 세계무역기구 각료회의 결정(WT/MIN(17)/65)」에 따른다.</p> <p>3. 각 당사자는 전자상거래 작업계획의 틀에서 전자적 전송에 대한 관세에 관한 세계무역기구 각료회의 결정에서의 모든 추가적인 결과와 관련하여 제 1 항에 언급된 자신의 관행을 조정할 수 있다.</p> <p>4. 당사자들은 전자상거래 작업계획과 관련된 모든 추가적인 세계무역기구 각료회의 결정에 비추어 이 조를 검토한다.</p> <p>5. 보다 명확히 하기 위하여, 제 1 항은 조세, 수수료 또는 그 밖의 부과금이 이 협정과 합치하는 방식으로 부과되는 한, 당사자가 전자적 전송에 대하여 그러한 조세, 수수료 또는 부과금을 부과하는 것을 배제하지 않는다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

그러나 전자적 전송물이 상품인지 서비스인지에 대한 논란이 존재하지만, RCEP에서는 TISA 등 관련 국제규범의 해당 결정에 영향을 안 받음을 확인하는 문구가 없어 전자적 전송물의 해석에 대한 논쟁이 발생할 수 있을 것이다.

한편 TPP 제14.4조(디지털상품의 비차별적 대우)와 한미FTA 제15.3.2조에서는 어떠한 당사국도 일부 디지털제품에 대하여 다른 동종의 디지털제품에 부여하는 것보다 불리한 대우를 부여할 수 없다고 규정(방송에 대한 보조금 및 교부금 예외 인정)한 것과 달리 RCEP에서는 디지털콘텐츠에 대한 비차별적 대우보장 규정이 마련되지 않아 ASEAN 역내에서 우리나라 한류 콘텐츠에 대한 공정한 시장접근이 제한될 가능성(OTT 서비스에 대한 쿼터 설정 등⁴⁹⁾)이 있는 것으로 판단된다.

5) 투명성

제12조(투명성)에서는 의무조항으로 각 당사자가 전자상거래 장의 운영에 영향을 미치거나 이 장과 관련하여 일반적으로 적용되는 모든 관련 조치를 실행 가능한 경우 인터넷을 포함하여, 가능한 한 신

49) 중국은 매년 전년도에 구매한 국산 영화 및 TV 드라마 총량의 30% 이내에서 해외 영화 및 TV 드라마 수입을 할 수 있으며, EU의 신규 AVMSD(시청각물서비스지침) 개정안에 따르면 인터넷을 통해 콘텐츠 편성권(콘텐츠 스케줄링 카탈로그 구성권)을 가진 방향 VOD서비스 제공자에게까지 EU 제작물 20% 편성 의무 부과하고 있음(콘텐츠 카탈로그 구성권을 가진 Netflix, Amazon prime, Hulu 등도 해당 쿼터 의무가 적용됨).

속하게 공표하며, 자신의 모든 조치에 관한 특정 정보에 대한 다른 당사자의 관련 요청에 가능한 한 신속하게 응답하여야 한다고 규정하고 있다.

<표 4-13> 제12.12조(투명성) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.12: Transparency</p> <p>1. Each Party shall publish as promptly as possible or, where that is not practicable, otherwise make publicly available, including on the internet where feasible, all relevant measures of general application pertaining to or affecting the operation of this Chapter.</p> <p>2. Each Party shall respond as promptly as possible to a relevant request from another Party for specific information on any of its measures of general application pertaining to or affecting the operation of this Chapter.</p>	<p>제12.12조 투명성</p> <p>1. 각 당사자는 이 장의 운영에 영향을 미치거나 이 장과 관련하여 일반적으로 적용되는 모든 관련 조치를 실행 가능한 경우 인터넷을 포함하여, 가능한 한 신속하게 공표하거나 그것이 실행 가능하지 않은 경우 달리 공개적으로 이용 가능하도록 한다.</p> <p>2. 각 당사자는 이 장의 운영에 영향을 미치거나 이 장과 관련하여 일반적으로 적용되는 자신의 모든 조치에 관한 특정 정보에 대한 다른 당사자의 관련 요청에 가능한 한 신속하게 응답한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

6) 사이버 보안

제13조(사이버 보안)에서는 컴퓨터 보안 사고 대응을 담당하는 그들 각자의 권한 있는 당국의 역량 구축, 그리고 사이버 보안과 관련된 사안에서 협력하기 위한 기존의 협력 메커니즘 사용하는 것의 중요성을 인정하는 등의 협력조항을 두고 있다.

<표 4-14> 제12.13조(사이버 보안) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.13: Cyber Security</p> <p>The Parties recognise the importance of:</p> <p>(a) building the capabilities of their respective competent authorities responsible for computer security incident responses including through the exchange of best practices; and</p> <p>b) using existing collaboration mechanisms to cooperate on matters related to cyber security.</p>	<p>제12.13조 사이버보안</p> <p>당사자들은 다음의 중요성을 인정한다.</p> <p>가. 모범 관행의 교환을 통하는 것을 포함하여 컴퓨터 보안 사고 대응을 담당하는 그들 각자의 권한 있는 당국의 역량 구축, 그리고</p> <p>나. 사이버 보안과 관련된 사안에서 협력하기 위한 기존의 협력 메커니즘 사용</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

라. 국경 간 전자상거래 증진

RCEP 전자상거래규정 제4절(국경 간 전자상거래 증진)에서는 국제 전자상거래 관련 중요 쟁점이지만

기체결 한국 FTA에서 다루지 않았던 제14조(컴퓨터 설비의 위치), 제15조(전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전에 대하여 새롭게 규정하고 있다.

1) 컴퓨터 설비 위치 지정 금지(데이터 현지화)

‘컴퓨터 설비’란 상업적 용도로 정보를 처리하거나 저장하는 컴퓨터 서버 및 저장 장치를 말한다 (RCEP 제12.1조, 가).⁵⁰⁾

제14조(컴퓨터 설비의 위치)에서는 의무조항으로 당사자들은 각 당사자가 통신의 보안 및 기밀성을 보장하기 위한 요건을 포함하여 컴퓨터 설비의 사용 또는 위치에 관한 자신만의 조치를 가질 수 있다는 것을 인정하며, 어떠한 당사자도 그 당사자의 영역에서 사업을 수행하는 조건으로 적용대상인에게 그 당사자의 영역에서 컴퓨터 설비를 사용하거나 둘 것을 요구하지 않는다고 규정하고 있다.

<표 4-15> 제12.14조(컴퓨터 설비의 위치) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.14: Location of Computing Facilities</p> <p>1. The Parties recognise that each Party may have its own measures regarding the use or location of computing facilities, including requirements that seek to ensure the security and confidentiality of communications.</p> <p>2. No Party shall require a covered person to use or locate computing facilities in that Party's territory as a condition for conducting business in that Party's territory</p> <p>3. Nothing in this Article shall prevent a Party from adopting or maintaining:</p> <p>(a) any measure inconsistent with paragraph that it considers necessary to achieve a legitimate public policy objective, provided that the measure is not applied in a manner which would constitute a means of arbitrary or unjustifiable discrimination or a disguised restriction on trade; or</p> <p>(b) any measure that it considers necessary for the protection of its essential security interests. Such measures shall not be disputed by other Parties.</p>	<p>제12.14조 컴퓨터 설비의 위치</p> <p>1. 당사자들은 각 당사자가 통신의 보안 및 기밀성을 보장하기 위한 요건을 포함하여 컴퓨터 설비의 사용 또는 위치에 관한 자신만의 조치를 가질 수 있다는 것을 인정한다.</p> <p>2. 어떠한 당사자도 그 당사자의 영역에서 사업을 수행하는 조건으로 적용대상인에게 그 당사자의 영역에서 컴퓨터 설비를 사용하거나 둘 것을 요구하지 않는다.¹¹⁾</p> <p>3. 이 조의 어떠한 규정도 당사자가 다음을 채택하거나 유지하는 것을 금지하지 않는다.</p> <p>가. 정당한 공공정책 목표를 달성하기 위하여 당사자가 필요하다고 간주하는 제 2 항과 불합치하는 모든 조치. 다만, 그 조치가 자의적이거나 부당한 차별 또는 무역에 대한 위장된 제한 수단을 구성할 방식으로 적용되지 않아야 한다. 또는</p> <p>나. 당사자의 필수적인 안보 이익 보호를 위하여 그 당사자가 필요하다고 간주하는 모든 조치. 그러한 조치는 다른 당사자들에 의하여 분쟁의 대상이 되지 않는다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(FTA.go.kr)

즉, RCEP은 타방 회원국의 컴퓨터 설비를 당사국 영토 내에서 이용 및 위치하도록 요구할 수 없도록 조치하고 있는데, 이는 전자상거래 당사자의 회원국 진출 시 비용의 상승과 투자 비효율의 원인인 데이터 현지화 요건을 금지하는 조항으로써 기업이 원하는 곳에 서버를 둘 수 있도록 보장중에 있다.

50) 국내법상 ‘전산설비’가 컴퓨터 설비(computing facilities)에 해당하는지모두는 추후 많은 쟁점을 일으킬 가능성이 있음.

이와 같은 컴퓨터 설비 위치 지정 금지조항은 한국의 기체결 FTA에는 포함되지 않은 조항이나, TPP(제14.13조)에서는 동 조항을 두고 있다. 이 경우 데이터 현지화 없이 클라우드 서비스⁵¹⁾가 가능하므로 기술력이 있는 국내 기업들이 별다른 설비투자 없이 RCEP 역내국 진출이 가능할 것으로 판단된다. 반면 ASEAN 지역에 진출하고 있는 다국적 기업의 국내시장 공세 역시 대비할 필요성이 있을 것이다.

한편 소스코드 공개 의무규정은 전자상거래 규범 논의에 있어서 주로 중국을 대상으로 제기되는 이슈이다. 기업이 해외 진출 시, 당사국의 정부 및 경쟁사에 소프트웨어 소스코드 제공 요구를 원칙적으로 금지하는 규정을 두고 있는 TPP(제14.17조)와 복수국간 서비스 협정(TISA)과는 달리 RCEP에서는 소스코드 제공 요구 금지조항을 반영하지 않았다.

해당 쟁점은 국내 중소기업의 경우 글로벌 클라우드컴퓨팅 서비스 이용을 통해 자체 컴퓨팅설비를 구축하지 않아도 인허가등록지정에 필요한 요건을 충족할 수 있어서 비용 절감 효과가 예측되는 반면, 국내 클라우드컴퓨팅 산업이 아직 초기 단계이며, 해당 조항 도입에 따라 Amazon, Google, MS 등 글로벌 클라우드컴퓨팅 활용 기반이 더욱 확대된다면, 국내 클라우드컴퓨팅 사업자들은 글로벌 사업자와의 경쟁에서 더욱 도태될 가능성도 존재한다. 국내 관련 법 검토 결과, 해당 의무를 명시적으로 위배하는 법제는 존재하지 않으나⁵²⁾, RCEP의 동 조항이 국내산업에 미치는 영향을 자세히 검토할 필요가 있을 것이다.

2) 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전

제15조(전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전)에서는 전자상거래 규정의 핵심의무조항으로 당사자는 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전이 적용대상인의 사업을 수행하기 위한 것인 경우, 그러한 행위를 금지하지 않는다고 규정⁵³⁾하여 개인정보를 포함한 정보의 자유로운 국경 간 이전이 가능하도록 하고 있다. 그러나 부당한 차별 또는 무역장벽의 수단이 아닌 경우 정당한 공공정책 목적이나 필수적 안보이익을 위한 경우의 예외를 인정하고 있다.

그러나 예외 조항인 ‘공공정책 목적(legitimate public policy objective)’ 또는 ‘필수적 안보이익’의 개념은 매우 포괄적이며 자의적 해석도 가능하여⁵⁴⁾ 동 조항이 실제 국가 간 정보이동 자유화에 미치는

51) 클라우드(Cloud)는 하드웨어나 소프트웨어 등 인프라 자원을 직접 구축하지 않고 네트워크 접속을 통해 이용하는 방식의 서비스임. IT 기기를 통해 인터넷상의 서버에 저장된 정보를 활용할 수 있음.

52) 강하연·박은지 (2016), “복수국간서비스협정(TISA) 전자상거래규범 영향평가 및 대응전략 수립”, 정보통신정책연구원, p. 103.

53) 캄보디아, 라오스 및 미얀마는 5년의 기간 동안, 필요한 경우 3년의 추가기간 동안 이 항을 적용할 의무를 지지 않으며, 베트남은 5년의 기간 동안 이 항을 적용할 의무를 지지 않음.

54) 특히 제17장(일반 규정 및 예외)의 제17.7조(정보의 제공), 제17.8조(비밀유지), 제17.12(일반적 예외), 제17.13조(안보 예외)와의 관계

영향은 매우 제한적일 것으로 평가된다.

<표 4-16> 제12.15조(전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.15: Cross-border Transfer of Information by Electronic Means</p> <p>1. The Parties recognise that each Party may have its own regulatory requirements concerning the transfer of information by electronic means.</p> <p>2. A Party shall not prevent cross-border transfer of information by electronic means where such activity is for the conduct of the business of a covered person.</p> <p>3. Nothing in this Article shall prevent a Party from adopting or maintaining:</p> <p>(a) any measure inconsistent with paragraph that it considers necessary to achieve a legitimate public policy objective, provided that the measure is not applied in a manner which would constitute a means of arbitrary or unjustifiable discrimination or a disguised restriction on trade; or</p> <p>(b) any measure that it considers necessary for the protection of its essential security interests. Such measures shall not be disputed by other Parties.</p>	<p>제12.15조 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전</p> <p>1. 당사자들은 각 당사자가 전자적 수단에 의한 정보의 이전에 관하여 자신만의 규제 요건을 가질 수 있다는 것을 인정한다.</p> <p>2. 당사자는 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전이 적용대상인의 사업을 수행하기 위한 것인 경우 그러한 행위를 금지하지 않는다.</p> <p>3. 이 조의 어떠한 규정도 당사자가 다음을 채택하거나 유지하는 것을 금지하지 않는다.</p> <p>가. 정당한 공공정책 목표를 달성하기 위하여 당사자가 필요하다고 간주하는 제 2 항과 불합치하는 모든 조치. 다만, 그 조치가 자의적이거나 부당한 차별 또는 무역에 대한 위장된 제한 수단을 구성할 방식으로 적용되지 않아야 한다. 또는</p> <p>나. 당사자의 필수적인 안보 이익 보호를 위하여 그 당사자가 필요하다고 간주하는 모든 조치. 그러한 조치는 다른 당사자들에 의하여 분쟁의 대상이 되지 않는다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

또한, 이전된 정보의 접근, 처리 및 저장에 대한 구체적인 지침⁵⁵⁾이 없어 자국법에 다른 자의적 해석이 가능하여 통상문제를 넘어서는 문제를 발생할 수도 있는 것으로 판단된다. 따라서 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전에 관한 분쟁 발생 시, 이의 해결은 국제관습에 따라 상호주의 원칙에 따라 처리될 것으로 판단된다.

마. 전자상거래에 대한 대화 및 분쟁해결

RCEP 전자상거래규정 제5절(그 밖의 규정)서는 전자상거래 개념과 범위 확대와 쟁점에 유연하게 대응하기 위하여 제16조(전자상거래에 대한 대화), 제17조(분쟁해결)에 대하여 규정하고 있다.

제16조(전자상거래에 대한 대화)에서는 디지털제품의 취급, 소스코드, 그리고 금융서비스에서 국경 간 데이터의 흐름 및 컴퓨터 설비의 위치와 같은 현재 및 새로운 사안, 그리고 반경쟁 관행, 온라인 분쟁 해결, 그리고 전문가의 국경 간 일시적 이동을 포함하는 전자상거래와 관련된 기술 촉진과 같은 전자상

55) 특히 미국은 정보의 이전과 처리는 분리하기 힘든 개념이며, 정보의 이전을 허용해도 특정 지역 내 처리를 강요할 경우 정보의 이전은 아무런 의미가 없음을 주장하고 있음

거래의 발전과 사용에 관련된 쟁점 발생 시, RCEP 공동위원회 차원에서 이를 다루도록 하고 있다.

<표 4-17> 제12.16조(전자상거래에 관한 대화) 국·영문 비교표

영문	국문
<p>Article 12.16: Dialogue on Electronic Commerce</p> <p>1. The Parties recognise the value of dialogue, including with stakeholders where appropriate, in promoting the development and use of electronic commerce. In conducting such a dialogue, the Parties shall consider the following matters:</p> <p>(a) cooperation in accordance with Article 12.4 (Cooperation);</p> <p>(b) current and emerging issues, such as the treatment of digital products, source code, and cross-border data flow and the location of computing facilities in financial services; and</p> <p>(c) other matters relevant to the development and use of electronic commerce, such as anti-competitive practices, online dispute resolution, and the promotion of skills relevant for electronic commerce including for cross-border temporary movement of professionals.</p> <p>2. The dialogue shall be conducted in accordance with subparagraph 1(j) of Article 18.3 (Functions of the RCEP Joint Committee).</p> <p>3. The Parties shall take the matters listed in paragraph 1, and any recommendation arising from any dialogue conducted pursuant to this Article, into account in the context of the general review of this Agreement undertaken in accordance with Article 20.8 (General Review).</p>	<p>제12.16조 전자상거래에 관한 대화</p> <p>1. 당사자들은 적절한 경우 이해관계자와의 대화를 포함하여, 전자상거래의 발전 및 사용 증진에서 대화의 가치를 인정한다. 당사자들은 그러한 대화를 수행할 때 다음의 사안을 고려한다.</p> <p>가. 제 12.4 조(협력)에 따른 협력</p> <p>나. 디지털제품의 취급, 소스코드, 그리고 금융서비스에서 국경 간 데이터의 흐름 및 컴퓨터 설비의 위치와 같은 현재 및 새로운 사안, 그리고</p> <p>다. 반경쟁 관행, 온라인 분쟁해결, 그리고 전문가의 국경 간 일시적 이동을 포함하는 전자상거래와 관련된 기술 촉진과 같은 전자상거래의 발전과 사용에 관련된 그 밖의 사안</p> <p>2. 그 대화는 제 18.3 조(역내포괄적경제동반자협정 공동위원회의기능)제 1 항차호에 따라 수행된다.</p> <p>3. 당사자들은 제 1 항에 열거된 사안 및 이 조에 따라 수행된 모든 대화로부터발생하는 모든 권고를 제 20.8 조(일반 검토)에 따라 수행되는 이 협정의 일반 검토의맥락에서 고려한다.</p>

자료: RCEP 협정문 국·영문 공식 번역문서(fta.go.kr)

마지막으로 제17조(분쟁해결)에서는 전자상거래 관련 분쟁은 RCEP 제19장(분쟁해결)의 대상이 아님을 분명히 하고, 당사자 간 이견에 대한 자율적 합의가 불가능할 시, RCEP 공동위원회에 사안을 회부 할 수 있도록 규정하고 있다.

3. 분석결과의 시사점

분석결과 기존 전자상거래 관련 협정은 법적 구속력이 없는 지침에 따라 가이드라인 또는 협력방안 제시에 그쳤다면 TPP와 RCEP의 전자상거래 규정은 의무규정 성격으로 이전보다 더 강화된 규범 적용되었다.

<표 4-18> RCEP과 TPP의 전자상거래규정 비교

RCEP		TPP	
조항	성격	조항	성격
1조 정의	일반	1조 용어정의	일반
2조 원칙 및 목적	일반	2조 범위 및 일반조항	일반
3조 적용 범위	일반	3조 관세 부과	의무
4조 협력	협력	4조 디지털상품의 비차별적 대우	의무
5조 종이 없는 무역	협력	5조 전자거래 국내법 체계	의무
6조 전자인증 및 서명	의무	6조 전자인증 및 전자서명	의무
7조 온라인 소비자 보호	의무	7조 온라인 소비자보호	의무
8조 온라인 개인정보 보호	의무	8조 개인정보보호	의무
9조 요청하지 않은 상업용 전자 메세지	의무	9조 종이 없는 무역	협력
10조 국내규제의 틀	의무	10조 인터넷에 대한 접근 및 이용	협력
11조 관세	의무	11조 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전	의무
12조 투명성	의무	12조 인터넷 접속료 분담	협력
13조 사이버 보안	협력	13조 컴퓨팅 시설의 위치	의무
14조 컴퓨터 설비의 위치	의무	14조 원치 않는 상업적 전자메시지	의무
15조 전자적 수단에 의한 정보의 국경 간 이전	의무	15조 회원국 간 협력	협력
16조 전자상거래에 관한 대화	협력	16조 사이버 정보보안 협력	협력
17조 분쟁해결	의무	17조 소스코드	의무
		18조 분쟁해결	의무

자료: 박지은(2016)에 기초하여 저자작성.

또한, RCEP의 전자상거래 규정은 디지털 경제환경에서 ‘정보보호의 높은 수준’을 견지하기보다 ‘정보의 자유로운 이전과 이용’을 강조함과 동시에 미국이 주장하고 있는 디지털 제품의 개념을 사용하지 않는 등 아세안 지역의 전자상거래 환경을 고려하고 있다는 특징이 있다.

또한, RCEP협정은 각 당사국의 데이터 규제주권을 폭넓게 존중함으로써 구속력이 있는 데이터 무역규칙 수용국가 다양성 및 글로벌화 촉진의 전기를 마련한 점에서 긍정적으로 평가된다. 하지만 당사국의 규제주권을 보장하기 위한 안전장치의 도입이 데이터 무역규칙의 국제적 확산을 촉진한다는 성과의 이면에는 이러한 안전장치가 오히려 데이터 무역규칙의 취지와 목적에 반하는 조치에 대한 실효적인 법적 제재를 곤란하게 만든다는 내재적 한계가 공존한다.⁵⁶⁾

이에 한국은 앞으로 체결될 무역협정에서 ‘데이터 제한 주권 존중’과 ‘데이터 국제 이동 자유화’라는 다소 모순된 가치가 조화를 이룰 수 있도록 각 조항의 부적합 조치 정당화 요건과 데이터 무역 규칙의 적용 배제 범위를 신중하게 조정할 필요가 있다.

한편 RCEP협정이 데이터의 국제이동, 개인정보보호, 스팸 메시지 대응 대응 등의 무역 규칙을 보

56) 김승민 (2020), “RCEP협정의 데이터 국제이동 관련 무역규칙의 주요내용과 시사점”, 「KISDI Premium Report」, 20-12, 정보통신정책연구원, pp. 32-37.

면 최근 논의되는 무역협정은 데이터 획득, 가공, 저장, 이동 등에 관한 무역규칙을 수립하는데 큰 비중을 차지한다. 그러나 데이터 무역규칙의 대세적 과급력이 확대되고 있는 반면 글로벌 대기업, 로컬 중소기업, 서비스제공자, 최종 이용자 간 데이터 무역 규칙 형성 과정에 참여해 정보를 얻고, 자신의 입장을 반영할 기회와 능력의 차이는 줄어들지 않고 있다. 따라서 이에 디지털 무역 소외 현상이 심화되는 것을 방지하는 한편 고도화된 디지털 무역 환경 혜택에서 제외되거나 이전보다 불리한 경쟁 환경에 직면할 수 있는 취약계층의 이해관계를 반영하기 위한 데이터 무역 의제 공론 확대 및 대응 역량 강화 노력이 필요하다.

제5장 결 론

본 연구는 국경 간 전자상거래 관련 국제적 논의 쟁점 분석에 기초하여 RECP의 전자상거래 장(Chapter)을 체계적으로 분석하고, 나아가 RCEP 지역의 전자상거래 시장현황을 파악하는데 주목적을 두고 진행되었다.

WTO, TPP 및 FTA에서 논의되고 있는 쟁점을 분석한 결과, 이해 당사국 간 이해가 첨예하게 충돌하고 있는 쟁점은 ①국경을 넘나드는 정보 이동 제한 및 국내 개인정보보호법 체계 및 컴퓨팅 시설 현지화 조치, ② 디지털 지식재산권의 보호, ③ 역외 인터넷 서비스 공급업체에 대한 적정 과세 시스템 구축, ④ 소비자 보호 및 분쟁 해결, 결제 시스템 등 편의성 확보, ⑤ 디지털 제품에 대한 무관세 부과, 유형제품 배송비용 절감, 소규모 품목에 대한 관세 면제 등 국경 조치 개선으로 나뉜다.

특히, 컴퓨터 소프트웨어, 전자책, 음악, 동영상 등의 멀티미디어 저작물 등을 서비스로 규정할 것인지, 아니면 이러한 디지털콘텐츠를 상품으로 분류할 것인지에 대해 미국은 무체물의 콘텐츠를 ‘상품’이라는 입장이나, EU 등 유럽은 ‘서비스’라는 입장을 주도하고 있다. 한편 한·미FTA에서는 디지털제품에 대해 ‘원산지 상품’이라는 용어를 사용함으로써 기술침해를 근거로 해서 전자상거래에서 보호무역 조치가 단행될 가능성도 존재하고 있다.

한편 RCEP 제12장(전자상거래) 제1절(일반규정)에서는 제1조(정의), 제2조(원칙 및 목적), 제3조(적용범위), 제4조(협력)를 규정하고 있다. RCEP에서는 디지털제품의 용어를 채택하지 않고 전자적 전송(electronic transmissions)의 용어를 사용하여 전송방법을 강조하고 있다.

또한, 협정은 무역원활화를 위하여 협력조항으로 종이 없는 무역과 당사자 간 상호운용이 가능한 전자인증의 사용을 장려하고 있으며, 온라인 소비자 보호와 개인정보 보호를 규정하고 있으나 자국의 법체계에 따른 규율을 허용하고 있다. 이렇듯 소비자보호, 정보보안 및 인증제도에 대한 자율성 인정은 협정의 유연한 적용을 가능케 하는 반면, 경제발전 수준과 전자상거래 인프라 수준이 상이한 RCEP 역내에서 자국 시장을 보호하기 위한 수단으로 작용할 수도 있다. 따라서 이러한 규범을 일체화하기 위한 역내 정책협력이 요구될 것이다.

반면 국경 간 정보 이전에 대해서는 신중한 접근이 필요할 것으로 판단된다. 국경 간 정보 이전을 허용하기 위해서는 우선 개인정보보호 체계 마련 및 정비가 전제되어야 한다. 그러나 RCEP 지역은 국가별로 개인정보보호에 대한 정책이나 규정이 모두 달라, 개인정보보호 규범 수립을 위한 가이드라인이 필요할 것으로 보이며, 이를 위한 역내 협력이 요구된다.

한편, ASEAN 지역은 전자상거래 시장이 활성화되기 시작한 2010년대 초기에는 외국 전자상거래 플랫폼의 투자를 촉진하는 정책을 펴다가 최근에는 다시 제한하는 정책으로 선회하는 국가가 나타나

고 있는 것으로 판단된다. 중국은 2019년부터 전자상거래 경영자의 중국 내 사업자등록증 취득을 의무화하여 내국세 과세를 강화하였다. 인도네시아는 2018년 재무부 장관령 2018년 제210호 발표를 통해 전자상거래를 통해 거래되고 있는 물품에 세금을 부과하기로 발표했다. 한편 인도는 중국산 저가 수입품 수입을 규제하고, 아마존과 월마트 등 미국 거대 기술 기업들이 자국 시장을 잠식하는 것을 방지하기 위하여 컴퓨터 설비를 자국 내 영역에 설치할 것을 의무화한 데이터 현지화 조치⁵⁷⁾를 시행하고 있어, 인도의 RCEP 참여 시 협정문과 인도 자국법이 상충하는 문제를 지니고 있다.

마지막으로 전자상거래 통관, 물류 효율성을 높이기 위해, 역내 전자상거래 상품의 수출입 전체 프로세스를 실시간으로 파악하고 각 국가의 통관 정보 시스템을 표준화함으로써 RCEP의 통관·물류 연결성을 강화하여야 할 것이다.

이러한 연구결과에도 불구하고 본 연구는 다음의 한계를 지닌다. 단기간 연구가 진행됨에 따라 RCEP 역내국의 전자상거래 관련 법의 최근 개정 현황과 법원 판례의 태도를 구체적으로 파악하지 못하였다. 둘째, RCEP 회원국 간 전자상거래 관련 규범의 통일화 필요성을 역설하였으나 쟁점 별 구체적인 협력모델을 제시하지 못하였다. 따라서 향후 연구에는 RCEP 역내의 전자신원확인제도 표준화, 정보의 국경 간 이동, 전자적 전송 자료에 대한 비차별 대우, 소비자 보호, 오픈마켓 중립성 및 지식재산권 보호 등의 국제규범과 국내법 합치성 검토, 국제적 협력(단일 플랫폼 개발 등) 방안 등 세부적인 사안에 중점을 맞추고 심도 있는 연구를 진행하여야 할 것으로 판단한다.

57) 전자상거래장의 데이터 현지화 조치 금지조항과 더불어 서비스협정에서는 서비스공급의 조건으로 대표사무소나 기업을 설립하거나, 거주해야 한다는 현지주재(Local Presence) 금지조항이 쟁점이 되고 있다.

<참고문헌>

- 강신원 (2004), “한·싱 FTA 전자상거래 관한 연구”, 한국통신학회 학술대회논문집.
- 강하연·박은지 (2016), “복수국간서비스협정(TISA) 전자상거래규범 영향평가 및 대응전략 수립”, 정보통신정책연구원.
- 권현호 (2018), “전자상거래 통상규범 형성을 위한 다자적 접근의 한계”, 「동아법학」, 제78호.
- 김고은 (2019), “라오스 전자상거래 동향 인터뷰”, KOTRA 라오스 비엔티안무역관.
- 김승민 (2020), “RCEP협정의 데이터 국제이동 관련 무역규칙의 주요내용과 시사점”, 「KISDI Premium Report」, 20-12, 정보통신정책연구원,.
- 김윤근·박복재 (2017), “한국의 FTA전자상거래규정 비교분석”, 「통상정보연구」, 제19권, 제2호, 한국통상정보학회.
- 김정곤·나승권·장중문·이성희 (2015), “국제 디지털 상거래의 주요쟁점과 한국의 대응방안”, 「연구보고서」, 15-18, 대외경제정책연구원.
- 김태훈 (2019), “신남방 시장보고서 6; 아세안 이커머스의 중심 싱가포르”, KITA Market Report.
- 김현수 (2016), “EU의 전자거래를 위한 전자신원확인 및 인증업무 규정에 관한 고찰”, 「법학연구」, 제27권, 제1호, 충북대학교 법학연구소.
- 김현수 (2020), “코로나19 이후 글로벌 전자상거래 트렌드”, 「TRADE FOCUS」, 2020년 21호, 한국무역협회 국제무역연구원.
- 김희중 (2021), “RCEP 서명에 따른 CPTPP와의 협정문 주요 내용 비교 분석”, 「법학논총」, 제49집.
- 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사 (2019), “아세안 이커머스 플랫폼 서비스 현황 및 소비트렌드”.
- 박덕영 (2007), “한미 FTA 전자상거래장(Chapter)의 주요내용 고찰”, 한미 FTA 전자상거래 장(Chapter)의 주요내용 고찰, 「상사법률연구」, 제39집, 법무부 상사법무과.
- 박정효 (2013), “유럽연합의 전자신원확인 및 인증업무에 관한 정책”, 「Internet & Security Focus」, 2013 10월호, 한국인터넷진흥원.
- 박지원 (2019), “우리나라 국경 간 전자상거래 현황과 시사점”, 「KIET 산업경제」, 2019년 12월.
- 박지은 (2016), “TPP 전자상거래 규정 연구”, 「TRADE FOCUS」, 2016년 37호, 한국무역협회 국제무역연구원.
- 비욘드엑스 (2019), “주요 관세당국 전자상거래 전담조직-제도 개편동향 연구”, 관세청 연구용역자료.
- 송선옥 (2001), “전자상거래 과세에 대한 국제적 논의동향과 한국의 대응과제에 관한 연구”. 「한국관세학회지」, 제2권 제2호.

- 오수현·한형민·연원호·이보람·김지현 (2019), “역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 잠정 타결: 의미와 시사점, KIEP 오늘의 세계”, 2019년 11월 19일.
- 이규엽·강민지 (2021), “WTO 전자상거래 협상 전망과 한국의 과제”, 「오늘의 세계경제」, 21(3), 대외경제정책연구원.
- 이승영·조영자 (2008), “전자상거래 관련 한국기업의 신지식재산권 보호방안”, 「통상정보연구」, 제10권 제3호.
- 이인호 (2016) “미국과 유럽 사이 개인정보 이동의 합법성 보장체계”, 「법학논총」, 제36권 제3호, 전남대학교 법학연구소.
- 이재영 (2020), “디지털 무역규범의 주요 이슈에 관한 연구”, 「e-비즈니스 연구」, 제21권 제3호.
- 이제홍 (2003), “국제 전자상거래 수입물품의 관세부과 여부에 관한 논의”. 「창업정보학회지」, 제7권 제1호.
- 이제홍 (2004), “글로벌 전자상거래 관세부과의 제도적 정비 방안”. 「통상정보연구」, 제6권 제2호.
- 이제희 (2017), “국경간 개인정보이동과 국가의 역할”, 「공법학연구」, 제18권 제4호, 한국비교공법학회.
- 이한영·차성민 (2018), “데이터의 국가간 이동에 관한 규제정책의 통상법적 합치성 제고방안 연구”, 「중장기통상전략연구」, 제18권 제3호, 대외경제정책연구원.
- 이향근 (2016), “일본 전자상거래 시장현황 분석 및 정책 시사점”, 「연구자료」, 16-10.
- 이호건, 윤영한 (2002), “글로벌 전자상거래 환경하에서 디지털 재화의 분류동향과 전망”. 「국제상학」, 제17권 제3호.
- 임소영 (2020), “아세안 국가의 디지털 전환을 위한 개발협력 과제”, 「정책자료」, 2020-05, 산업연구원.
- 정애령 (2019), “개인정보 국외이전 허용요건의 검토; 유럽연합의 개인정보보호에 관한 일반규칙(GDPR)을 중심으로”, 「공법학연구」, 제20권 제2호, 한국비교공법학회.
- 정준화·신용우·권성훈 (2020), “비대면 경제 활성화를 위한 정보통신기술의 현황과 과제”, 「NARS」, 제178호, 국회입법조사처.
- 정찬모 (2017), “FTA 전자상거래 장(章)의 변천과 과제 -한·미FTA, 한·중FTA, TPP를 중심으로», 「IT와 법 연구」, 제14권, 경북대학교 IT와 법 연구소.
- 최정락 (2008), “일본의 전자상거래 및 정보재 거래 등에 관한 준칙(2007.0.)의 분석 및 한국 디지털 통칙의 제정방향”, 「선진상사법률연구」, 제41권.

- 허유진 (2020), “인도네시아, 전자상거래 제도 체계화 위한 법적 기반 마련”, 인도네시아 자카르타무역관.
- IBK경제연구소 (2019), “역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 타결이 한국경제에 미치는 영향”, 「IBK경제브리프」, 2019-11-12.
- KATI (2020), “캄보디아 전자상거래시장 진입장벽 높아져”, 농식품수출정보, 2020.11.04.
- Kotra (2017), “동남아 온라인 유통시장 현황 및 진출방안”, 「Global Market Report」, 대한무역투자진흥공사.
- KOTRA (2019), “RCEP 협정문 타결 경과 및 회원국 반응”, 「Global Market Report」, 19-101호.
- KOTRA (2019), “중국의 전자상거래 시장 현황과 진출 방안”, 「KOTRA자료 19-071」
- Kawa, Arkadiusz (2017), “Fulfillment Service in E-commerce Logistics”, *Scientific Journal of Logistics*, 13(4).
- UNCTAD (2017), “*Information Economy Report 2017; Digitalization*“, *Trade and Development*, UNCTAD/IER/2017/Corr.1
- WTO (2019), “*World Trade Report 2018; Trade in the 21st Century—How Digital Technologies are Transforming Global Commerce*”, WTO Publications.