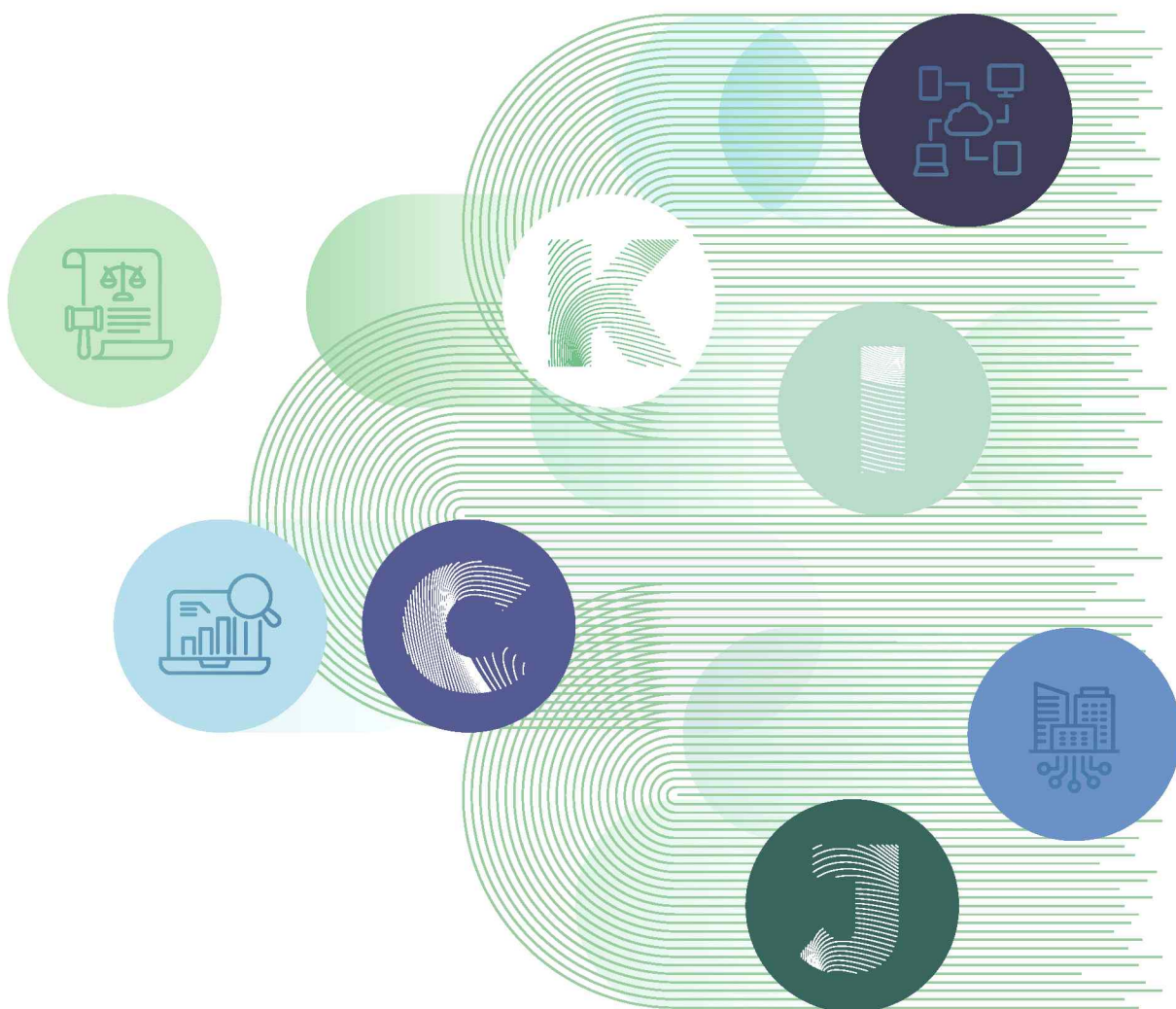


온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

김유근·윤지영



지식재산처

Ministry of Intellectual Property

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자
정보 제공의무 법제화 연구

연구책임자

김 유 근 한국형사·법무정책연구원 선임연구위원

공동연구자

윤 지 영 한국형사·법무정책연구원 선임연구위원

연구지원

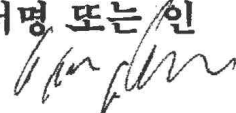
김 지 윤 한국형사·법무정책연구원 조사연구원

정책연구결과보고서

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법
제화 연구에 관한 정책연구과제의

최종보고서를 별첨과 같이 제출합니다.

2025년 12월 22일

주관연구책임자 김유근 서명 또는 인


주관연구기관장 정웅석 서명 또는 인




목 차

국문요약	1
------------	---

제1장

서론	7
----------	---

제2장

관련 법규 현황 및 문제점	13
----------------------	----

1. 온라인 플랫폼의 법적 지위와 판매자 정보 관리 규율	15
가. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률	15
나. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률	16
2. 위조상품 단속을 위한 행정조사 및 자료 확보 권한	17
가. 「부정경쟁방지법」상 행정조사 및 자료열람요구권	17
나. 「표시광고법」 및 「공정거래법」상의 조사권 준용	18
다. 「개인정보 보호법」에 따른 정보 제공의 법적 한계와 충돌	19
3. 위조상품 수사 절차상 정보 접근 및 강제 수사 체계	20
가. 「상표법」상 침해죄 수사와 수사기관의 권한	20
나. 형사사법 절차를 통한 정보 확보의 실무적 한계	21

제3장

주요 외국 입법례	23
-----------------	----

제1절 미국	25
1. 개관	25
2. 플랫폼 책임 관련 판례 동향	25
가. 지식 요건 중심의 전통적 접근	25
나. 책임 확장의 시도	26
다. 책임 부정 및 기준의 후퇴	27
라. 소결	28
3. 연방 차원의 입법적 대응	28
가. 「소비자 정보 알림법(INFORM Consumers Act)」	28

ii 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

나. 「안전쇼핑법안(SHOP SAFE Act)」	33
다. 「악성 장난감 유통 금지법안(SANTA Act)」	36
4. 시사점	37
제2절 유럽연합	39
1. 개관	39
2. 위조상품 근절을 위한 판매자 정보 수집 및 검증 의무	40
가. 비즈니스 고객 확인 원칙의 명문화	40
나. 정보의 정확성 검증 및 현행화 의무	40
다. 정보 제공 의무 불이행에 대한 서비스 이용 중단 조치	41
라. 정보 기반 추적 가능성과 소비자 보호	42
3. 사법·행정 당국 및 소비자에 대한 정보 제공 의무	43
가. 당국의 정보 제공 명령 이행	43
나. 불법 상품 구매자에 대한 고지 의무	44
4. 플랫폼 책임의 경계	45
가. 호스팅 면책의 예외와 ‘자기화’ 이론	45
나. 자발적 모니터링 보호	46
다. 정보 제공과 실질적 통제	47
5. 시사점	48
제3절 독일	49
1. 개요	49
2. 위조상품 판매자 정보에 대한 접근 (수사기관·단속관청)	49
3. 상표권자의 정보제공청구권	50
4. 국외 온라인 플랫폼사의 국내대리인의 지정	51
제4절 일본	51
1. 개요	51
2. 위조상품 판매자 정보에 대한 온라인 플랫폼사의 정보제공의무	51
3. 상표권자의 정보제공청구권	52
4. 국외 온라인 플랫폼사의 국내대리인의 지정	53
제5절 소결	54

제4장

온라인 플랫폼사의 개념 55

제1절 온라인 플랫폼사의 정의	57
1. 현행법	57
2. 법률안	58
가. 온라인 플랫폼사 공정화에 관한 법률안	58
나. 「상표법」 법률안	60

3. 개정 시안	61
제2절 국내대리인의 지정	62
1. 국내대리인의 지정의 필요성	62
가. 현행법	63
나. 주요 외국 입법례	65
2. 법률안	65
3. 개정 시안	66

제5장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무 71

제1절 쟁점	73
1. 적법절차와의 조화	73
2. 「개인정보 보호법」과의 충돌	74
3. 행정조사와 수사와의 구분의 불명확성	75
4. 정보주체의 보호	77
제2절 정보제공의무의 법제화방안	78
1. 모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안	78
2. 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안	80
3. 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방안	83
제3절 상표권자 또는 전용사용권자에 대한 정보제공의무	85
1. 현행법	85
2. 법률안	86
3. 개정 시안	87
4. 제공될 정보의 범위	88

제6장

모니터링에 의한 정보수집 91

제1절 모니터링의 법적 성격	93
제2절 모니터링의 범위: 행정조사 및 수사의 개시 시점	95
제3절 모니터링의 법적 근거	96
1. 법적 근거의 필요성	96
2. 현행법	98

3. 법률안	99
4. 개정 시안	101

제7장

정보관리시스템의 구축·운영	103
----------------------	-----

제1절 정보관리시스템에 관한 근거규정	105
1. 법률안	105
2. 개정 시안	107
제2절 업무의 위탁 등에 관한 근거규정	107
1. 법률안	107
2. 개정 시안	108
제3절 정보관리시스템의 구축·운영에서의 유의사항	108

제8장

개인정보의 수집·관리·보존·폐기	111
-------------------------	-----

제1절 개인정보처리에 관한 근거규정	113
제2절 개인정보의 보존·폐기	114
1. 행정조사나 수사로 연결되지 않은 개인정보	115
2. 행정조사의 증거로 사용된 개인정보	115
3. 수사자료로서의 개인정보	116
제3절 개정 시안	117

제9장

민관협력을 통한 위조상품 판매의 근절방안	119
------------------------------	-----

제1절 민관협력의 필요성과 정책적 의의	121
1. 위조상품 유통의 구조적 특징과 정부 단속의 한계	121
2. 민간 부문의 역할 확대 필요성	122
제2절 국내 민관협력 기반 대응 체계의 현황	123
1. 위조상품 유통방지 협의회	123
2. 온라인 위조상품 모니터링단	125

3. 해외 위조상품 제로(Zero) 민관협력 프로그램	127
4. K-브랜드 보호 민관 공동대응 협의회	128
제3절 현행 제도의 한계와 문제점	130
1. 민관협력의 법적 기반 미비와 책임구조의 불명확성	130
2. 정보 공유 및 데이터 접근 체계의 구조적 한계	131
3. 민간 기반 모니터링·차단 활동의 한계와 탐지 공백	132
4. 민관협력체계 운영상의 한계	133
제4절 해외 주요국의 사례	134
1. 미국	134
2. 유럽연합	137
제5절 민관협력의 발전방안	138
1. 민관협력의 법적·제도적 기반 확립	138
2. 정보 공유·데이터 연계 기반의 고도화	139
3. 민간 기술·모니터링 역량 강화 및 지원	140
4. 협의체의 상설화·전문화 및 거버넌스 강화	141

제10장

개정 시안	143
-------------	-----

제1절 온라인 플랫폼사의 정의	145
1. 온라인 플랫폼사의 정의	145
2. 국내대리인의 지정	146
제2절 온라인 플랫폼사의 정보제공의무	148
1. 모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안	148
2. 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안	150
3. 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로써 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방안	151
4. 피해자의 정보 제공의 청구	152
제3절 모니터링에 대한 근거규정	154
제4절 정보관리시스템의 구축·운영	155
1. 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 근거규정	155
2. 업무의 위탁 등에 관한 근거규정	156
제5절 온라인상 위조상품 판매자의 개인정보처리에 관한 근거규정 (「상표법 시행령」 제20조(고유식별정보의 처리))	157

참고문헌	159
------------	-----

표 차례

〈표 4-1〉 온라인 플랫폼사의 정의와 관련한 현행법 규정들	57
〈표 4-2〉 온라인 플랫폼사의 개념(법률안)	59
〈표 4-3〉 온라인 플랫폼사의 정의에 관한 「상표법」 개정법률안의 비교	60
〈표 4-4〉 온라인 플랫폼사의 정의에 관한 개정 시안	62
〈표 4-5〉 국내대리인의 지정에 관한 이철규 의원안	66
〈표 4-6〉 국내대리인의 지정에 관한 개정 시안	67
〈표 4-7〉 온라인플랫폼사의 조치의무에 관한 개정 시안	68
〈표 5-1〉 모니터링의 결과에 따라 자료제출을 요구하는 방안	79
〈표 5-2〉 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안	82
〈표 5-3〉 온라인서비스제공자의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방식	84
〈표 5-4〉 피해자의 정보제공청구권에 관한 「상표법」 개정법률안의 비교	86
〈표 5-5〉 피해자의 정보제공청구권에 관한 개정 시안	87
〈표 6-1〉 행정기관의 모니터링의 근거규정에 관한 「상표법 개정안」	99
〈표 6-2〉 모니터링에 관한 근거규정에 관한 개정 시안	101
〈표 7-1〉 정보관리시스템의 구축·운영과 업무의 위탁 등에 관한 법률안	106
〈표 7-2〉 정보관리시스템에 관한 근거규정에 대한 개정 시안	107
〈표 7-3〉 업무의 위탁 등에 관한 법률안	108
〈표 7-4〉 업무의 위탁 등에 관한 근거규정의 개정 시안	108
〈표 8-1〉 고유식별정보의 처리에 관한 근거규정에 관한 개정 시안(「상표법 시행령」)	117
〈표 10-1〉 「상표법」 제2조(정의) 개정시안	145
〈표 10-2〉 국내대리인의 지정에 관한 개정 시안	146
〈표 10-3〉 온라인플랫폼사의 조치의무에 관한 개정 시안	147
〈표 10-4〉 모니터링의 결과에 따라 자료제출을 요구하는 방안	149
〈표 10-5〉 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안	150
〈표 10-6〉 온라인서비스제공자의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방식	152
〈표 10-7〉 피해자의 정보제공청구권에 관한 개정 시안 (제108조의6(정보 제공의 청구) 개정 시안)	153
〈표 10-8〉 모니터링에 관한 근거규정 (「상표법」 제108조의2(침해로 보는 행위에 대한 모니터링) 개정 시안)	154
〈표 10-9〉 정보관리시스템에 관한 근거규정 (「상표법」 제229조의2(정보관리시스템의 구축·운영 등) 개정 시안)	156
〈표 10-10〉 업무의 위탁 등에 관한 근거규정 (「상표법」 제229조의3(업무의 위탁 등) 개정 시안)	156
〈표 10-11〉 고유식별정보의 처리에 관한 근거규정(「상표법 시행령」 제20조(고유식별정보의 처리))	157



그림 차례

[그림 1-1] 2022 - 2024.8 온라인 위조상품 판매 단속·적발현황(『보안뉴스』 2024년 10월 8일 보도 각주 1) 참조) .. 9	
[그림 1-2] 최근 10년 간 위조상품 단속 및 처리건수(e-나라지표, 각주 4) 참조)	11
[그림 9-1] 해외 위조상품 제로 민관협력 프로그램	127

위조상품에 의한 사회·경제적 피해가 급증하는 가운데 온라인플랫폼에서 이루어지는 위조상품의 유통·판매자를 온라인 플랫폼상에 공개된 정보만으로 파악하기는 그리 쉽지 않으며 여기에 바로 온라인플랫폼에서의 위조상품 판매자에 대한 단속의 한계가 존재한다.

여기에서 관건이 되는 것이 바로 온라인 플랫폼사의 판매자 정보의 제공의무이다.

그런데 온라인 플랫폼사로 하여금 판매자 정보를 제공하도록 의무짓는 것은 무엇보다도 헌법상 적법절차와 형사소송법상 영장주의, 「개인정보보호법」이나 「통신비밀보호법」 등에 저촉될 위험이 있어서 이러한 의무를 영장주의와 「개인정보보호법」과 어떻게 조화시킬 것인가라는 문제가 제기된다.

본 보고서는 이러한 문제의식을 바탕으로 한편으로는 조사기관에 대한 그리고 다른 한편으로는 상표권자 및 전용사용권자에 대한 온라인플랫폼사의 정보제공의무의 법적 근거와 한계를 살펴보고 현행법상 가능한 해결방안을 위한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여 온라인플랫폼사의 정보제공의무를 법제화할 경우에 있어서의 현행법상의 문제점을 검토하고(제2장), 주요 외국 입법례를 살펴본 다음(제3장), 온라인 플랫폼사의 개념(제4장)과 정보제공의무의 법적 성격과 근거를 검토하고자 한다(제5장). 또한 위조상품 판매자 정보를 획득하기 위한 방안의 하나로서의 조사기관의 모니터링(제6장)과 개인정보의 처리를 위한 정보관리시스템의 구축·운영(제7장) 그리고 개인정보의 처리에 관하여 살펴본 다음(제8장) 마지막으로 위조상품의 근절을 위한 민관협력에 관하여 살펴보고(제9장) 결론에서 정책대안으로서 온라인플랫폼사의 조사기관에 대한 정보제공의무와 상표권자 및 전용사용권자에 대한 정보제공의무를 위한 개정 시안 등을 제시하고자 한다(제10장).

현행 「개인정보보호법」, 「형사소송법」, 「부정경쟁방지법」, 「정보통신망법」, 「행정조사기본법」, 기타 지적재산권법과 관련된 법령, 「공정거래법」 등에 단속·조사기관에 영장 없이도 판매자의 개인정보를 제공하는 의무를 규정하고 있는 경우는 없다. 물론 「전자상거래법」은 판매자 정보를 공개하도록 규정하고 있으나 그것은 어디까지나 소비자보호를 위한 것이며 공개되지 않거나 혹은 사실과 달리 공개된 정보에 대해서는 어디까지나 영장에 의하여 판매자 정보를 공개받을 수밖에 없다.

또한 「개인정보 보호법」은 수집·사용 목적 이외의 개인정보의 제3자 제공을 엄격하게 금지하고 있어서 마찬가지로 법관이 발부한 영장에 의해서만 온라인 플랫폼사가 보유한 개인정보를 수집할 수 있다.

그런데 「형사소송법」은 온라인플랫폼사의 임의제출의 형식으로 판매자 정보를 제공받을 수는 있으나 온라인 플랫폼사가 수사기관의 공무소 등에의 사실조회에 응하지 않는다고 하여 이를 강제할 방법이 없으며(「개인정보 보호법」도 이에 상응하여 개인정보의 목적 외 제3자제공을 엄격하게 제한하고 있다) 어디까지나 영장에 의한 압수·수색만을 허용하고 있을 뿐이다.

주요 외국 입법례를 살펴보면 미국, EU 그리고 독일의 경우 온라인 플랫폼사 및 판매자의 투명성을

2 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

제고함으로써 조사기관, 수사기관 그리고 상표권자 및 일반소비자가 판매자 정보에 쉽게 접근할 있도록 함으로써 온라인 플랫폼사의 책임을 강화하는 방향으로 나아가고 있는데 온라인 플랫폼 내 판매자 정보의 수집 및 검증 그리고 현재화의 의무가 바로 그것이다. 이와 관련하여 EU와 독일의 경우에는 조사기관에 대한 협력의무와 함께 조사기관과 상표권자에 대한 판매자 정보의 제공의무를 법제화하는 한편 국내대리인의 지정을 의무화하고 있다. 그리고 일본의 경우 조사기관에 대한 판매자정보의 제공의무는 법제화되어 있지는 않으나 상표권자에 대한 정보제공의무와 국외 온라인플랫폼의 국내대리인 지정제도를 도입하고 있다.

EU와 독일이 조사기관에 대한 온라인 플랫폼사의 판매자 정보제공의무를 법제화했다고 하여 이것이 곧바로 수사기관에 대해서까지 그대로 적용되는 것은 아니며 수사기관은 수사를 위해서는 영장주의의 제한을 받는다.

본 보고서에서는 이러한 문제의식을 바탕으로 ① 온라인 플랫폼사의 정의, ② 국내대리인의 지정, ③ 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무(모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안, 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안), ④상표권자 또는 전용사용권자에 대한 정보제공의무, ⑤ 모니터링에 관한 근거, ⑥ 정보관리시스템의 구축·운영, ⑦ 업무의 위탁 등에 관한 근거규정 그리고 ⑧ 개인정보의 수집·관리·보존·폐기를 위한 개정 시안을 마련하여 정책입안의 기초자료로서 제시하였다.

또한 민관협력을 통한 위조상품 판매의 근절방안과 관련해서는 온라인 기반 위조상품 유통은 익명성·역외성·기술적 회피 등으로 인해 정부 단독만으로 대응하기 어렵다는 문제가 있다.

주요 외국 입법례를 살펴보면 민관협의체의 상설화 및 전문화 그리고 거버넌스 강화로 특징지을 수 있다. 특히 EU 모델의 특징을 종합하면, 민간의 자율적 협력과 공공기관의 조정·정보 분석 기능이 정교하게 결합된 이중 구조가 위조상품 대응의 중심 원리로 작동하고 있음을 확인할 수 있다.

SUMMARY



Amid a sharp escalation in the social and economic harms attributable to counterfeit goods, identifying—solely on the basis of information publicly disclosed on online platforms—the sellers, and other actors involved in the distribution chain, of counterfeit goods operating through such platforms is by no means straightforward. It is at this juncture that the structural limitations of enforcement measures directed at counterfeit-goods sellers in the online-platform environment become manifest.

The pivotal issue, therefore, concerns whether and to what extent online platform operators are legally obliged to furnish seller information. Yet the imposition of a duty requiring online platform operators to disclose seller information raises, in the first instance, the risk of tension with constitutional guarantees of due process and, under the Criminal Procedure Act, the warrant requirement governing compulsory investigative measures. It further implicates the statutory framework governing the protection of personal data and communications secrecy, including the Personal Information Protection Act and the Protection of Communications Secrets Act. Accordingly, a central doctrinal and policy question arises: how, if at all, an information-disclosure obligation incumbent upon online platform operators can be reconciled with the warrant principle and the relevant privacy and communications-secrecy regimes.

Based on this awareness of the issues, this report aims to examine the legal grounds and limitations of online platforms' obligations to provide information—to investigative agencies on one hand, and to trademark rights holders and exclusive licensees on the other—while providing foundational data for potential solutions under current laws. To this end, the report reviews the issues within the current legal framework regarding the legislation of online platforms' information-sharing obligations (Chapter 2), examines major foreign legislative examples (Chapter 3), and analyzes the concept of online platforms (Chapter 4) along with the legal nature and basis of their information-sharing duties (Chapter 5). Furthermore, it explores investigative monitoring as a means to obtain information on counterfeit sellers (Chapter 6), the establishment and operation of information management systems for processing personal data (Chapter 7), and the general processing of personal data (Chapter 8). Finally, after discussing public-private partnerships for the eradication of counterfeit goods (Chapter 9), the report concludes by proposing policy alternatives, such as draft amendments to mandate online platforms' provision of information to investigative agencies, trademark rights holders, and

4 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

exclusive licensees (Chapter 10).

Under the current statutory framework—including the Personal Information Protection Act, the Criminal Procedure Act, the Unfair Competition Prevention and Trade Secret Protection Act, the Act on Promotion of Information and Communications Network Utilization and Information Protection, etc., the Framework Act on Administrative Investigations, other statutes pertaining to intellectual property rights, and the Monopoly Regulation and Fair Trade Act—there exists no provision that imposes a legal duty upon online platform operators (or other private entities) to provide, absent a judicial warrant, sellers' personal information to investigative or law-enforcement authorities. To be sure, the Act on Consumer Protection in Electronic Commerce, etc. requires the disclosure of certain seller information; however, that disclosure regime is directed to consumer protection. Where seller information is not disclosed, or is disclosed in a manner inconsistent with the truth, the acquisition of the relevant seller information is, in principle, achievable only through disclosure compelled pursuant to a warrant issued by a judge.

Moreover, the Personal Information Protection Act imposes strict restrictions on the provision of personal information to third parties for purposes other than those for which such information was collected and used. On this logic, personal information held by online platform operators may generally be obtained only on the basis of a judicial warrant.

Meanwhile, the Criminal Procedure Act may permit the receipt of seller information in the form of voluntary submission by an online platform operator. However, where an online platform operator declines to respond to an investigative authority's request for a fact-finding inquiry (i.e., an informational request), the legal system provides no mechanism for compulsion. In addition, the Personal Information Protection Act likewise strictly constrains third-party provision of personal information for purposes beyond the original collection and use. As a result, compulsory acquisition is, in substance, limited to seizure and search executed pursuant to a warrant.

A comparative survey of major foreign legislative models indicates that, in the United States, the European Union, and Germany, regulatory developments have proceeded in the direction of reinforcing online platform operators' responsibilities by enhancing platform and seller transparency, thereby facilitating access to seller information by investigative and enforcement authorities, trademark owners and exclusive licensees, and ordinary consumers. Core to this approach are duties imposed upon platform operators to collect seller information, verify its accuracy, and maintain it in an up-to-date state. In this respect, the European Union and Germany, together with general cooperation obligations vis-à-vis investigative authorities, have moved to codify duties requiring the provision of seller information to investigative authorities and to trademark owners, while also mandating the designation of a domestic (local) representative. In Japan, although no duty to provide

seller information to investigative authorities has been codified, a duty to provide information to trademark owners and a domestic-representative designation regime for foreign online platform operators have been introduced. Even so, the mere fact that the European Union and Germany have codified an online platform operator's duty to provide seller information to investigative authorities does not entail that an equivalent regime extends, without modification, to criminal investigative agencies; insofar as criminal investigations are concerned, investigative authorities remain subject to the constraints imposed by the warrant principle.

On the basis of the foregoing problem consciousness, the report develops policy proposals and draft amendments addressing: (1) the definition of "online platform operator"; (2) the mandatory designation of a domestic representative; (3) an online platform operator's obligation to provide information concerning counterfeit-goods sellers—including (a) a proposal to introduce provisions authorizing requests for submission of materials predicated upon monitoring outcomes and (b) a proposal to introduce provisions on requests for submission of materials within the Unfair Competition Prevention and Trade Secret Protection Act; (4) an obligation to provide information to trademark owners or exclusive licensees; (5) the statutory grounding of monitoring activities; (6) the establishment and operation of an information-management system; (7) statutory provisions concerning the delegation/outsourcing of relevant functions; and (8) amendments governing the collection, management, retention, and destruction of personal information—presented as foundational materials for policy design.

With respect to public-private cooperation as a strategy for suppressing counterfeit-goods sales, the online-based distribution of counterfeit goods is difficult to address through governmental enforcement alone, given the anonymity of online transactions, their extraterritorial dimensions, and the prevalence of technological evasions. Major foreign legislative models may be characterized by the institutionalization and professionalization of standing public-private consultative bodies and by strengthened governance arrangements. In particular, considered in the aggregate, the European Union model suggests that a dual structure—wherein voluntary private-sector cooperation is systematically combined with public authorities' coordination and information-analytic functions—operates as a central organizing principle in the contemporary governance of counterfeit-goods enforcement.

제 1 장

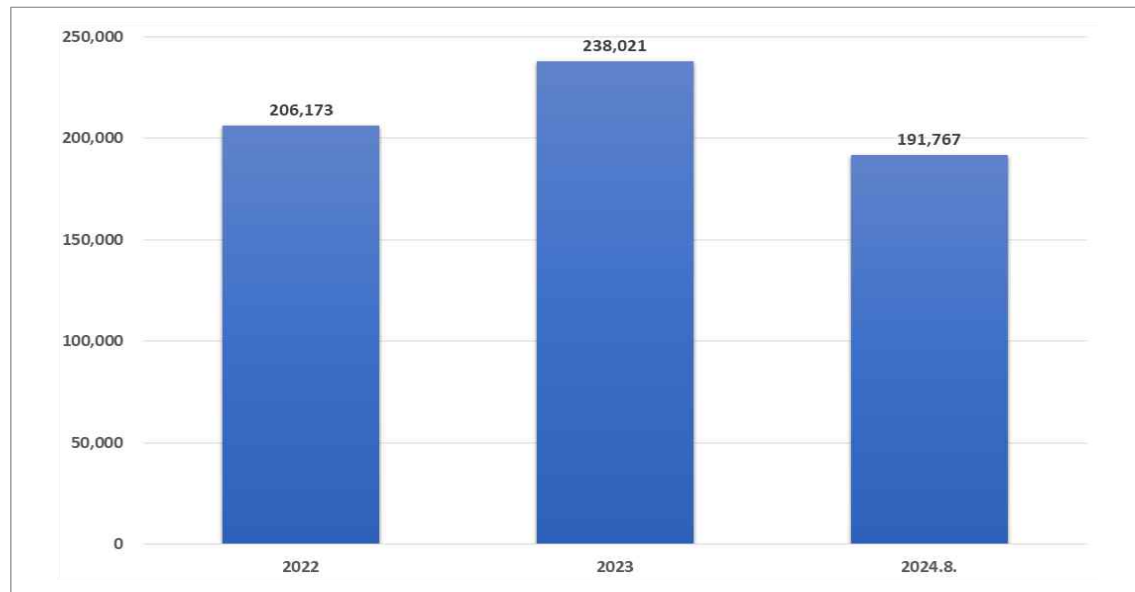
온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

서론

온라인상 위조상품의 유통은 2022년부터 2024년 8월까지 최근 5년간 100만건(1,072,472건)이 적발된 것으로 밝혀지면서 그 심각성이 크게 대두되고 있는 것이 사실이다.

즉 2024년 11월 국정감사에서 장철원 의원이 공개한 자료에 따르면 (통계수치상 약간의 차이는 있으나) 온라인 위조상품 단속 실적은 2022년에 206,173건이던 것이 2023년에는 238,021건으로 증가하였는데 2022년에는 전년 대비 9.1% 포인트 그리고 2023년에는 15.5% 포인트 증가한 것으로 나타났다. 또한 2024년 8월까지 집계한 것만으로도 191,767건이라고 한다(아래의 그림).¹⁾²⁾

» [그림 1-1] 2022 - 2024.8 온라인 위조상품 판매 단속·적발현황(『보안뉴스』 2024년 10월 8일 보도 각주 1) 참조)



그런데 이러한 온라인상 위조상품의 유통은 소비자에 대한 피해도 급증시키고 있다. 지식재산청은 2023년 온라인 위조상품 재택 모니터링단을 통하여 수집한 198,853건에 대하여 해당 게시물의 온라인사

1) 『보안뉴스』 2024년 10월 8일 보도 “‘짜퐁’ 판매, 온라인 적발건수 2023년 12만건... 올해 8월까지 11만건 이상”(https://m.boannews.com/html/detail.html?idx=133372; 최종접속일: 2025년 3월 24일); 『아주경제』 2024년 9월 29일 보도 “[2024 국감] G마켓 2023년 위조상품 적발 전년比 3.6배...국내 오픈마켓 중 1위”(https://www.ajunews.com/view/20240929105755483; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

2) 또한 2022년의 온라인상 위조상품 단속 현황에 대해서는 『국제뉴스』 2022년 9월 29일 보도 “위조상품 유통적발 상위 온라인 쇼핑몰 네이버, 쿠팡, 위메프 순!”(https://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=2561850; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

업자에게 판매증지를 요청한 바 있는데 이때 추산된 피해예방 효과는 정품가액 기준 약 8조 6,575억 원이었으며,³⁾ 이것은 지식재산청의 모니터링으로 적발되지 않았더라면 발생되었을 피해액이라고 볼 수 있다. 그러나 여전히 지식재산청의 모니터링에 의하여 파악되지 못하거나 판매증지를 요청하기 전에 발생된 피해 혹은 영업계속이나 재범에 의하여 발생한 피해는 추산하기도 어려운 실정이다. 그런데 온라인 플랫폼의 이용은 기업의 매출을 기준으로 2023년 166.8조원이었던 것이 2024년에는 179.1조원으로 증가하여 전년 동기 대비 8.2% 포인트 증가한 것으로 나타났다.⁴⁾ 이것은 그런 만큼 소비자의 이용이 증가하고 일반소비자가 위조상품에 노출되어 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

그런데 문제는 온라인상 위조상품 유통으로 인하여 일반소비자에 대한 피해뿐만 아니라 우리나라 기업이 입게 되는 손실은 천문학적인 수치로 추산된다는 것이다. 경제협력개발기구(OECD)가 발표한 “불법무역과 한국경제(*Illicit Trade and the Korean Economy*)”⁵⁾에 따르면 2021년 기준 전 세계에 유통되는 한국기업의 지식재산권을 침해하는 위조상품 규모는 총 11.1조원(97억 달러)에 달했는데 이것은 우리나라 전체 수출액의 1.5%에 달하는 수치라고 하며 이로 인하여 국내외 매출액 손실은 약 7조원(61억 달러)에 달하는 것으로 나타났다.⁶⁾

이러한 상황에서 온라인상 위조상품의 유통을 근절시키기 위한 단속과 처벌이 효율적으로 이루어지고 있는가에 대하여 많은 의문이 제기되고 있다. 실제로 온라인 위조상품 판매 단속·적발현황에도 불구하고 실제로 법적으로 처리된 건수는 많지 않은 것으로 나타나고 있다. 아래의 그래프는 e-나라지표에 게재된 위조상품 사범 처리현황을 나타낸 것이다.⁸⁾

3) 국가지식재산위원회, 『2023 지식재산 보호정책 집행 연차보고서』, 2024, 204면(https://www.ipkorea.go.kr/board/articleDetail.do?bbsId=BBSMSTR_0000000000009&nttId=20711&pageIndex=1&searchCnd=0; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

4) 『연합뉴스』 2025년 1월 23일 보도 “온라인으로 더 쏠린 유통…매출 비중 ‘역대 최고’ 50.6%”(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20250123032400003>; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

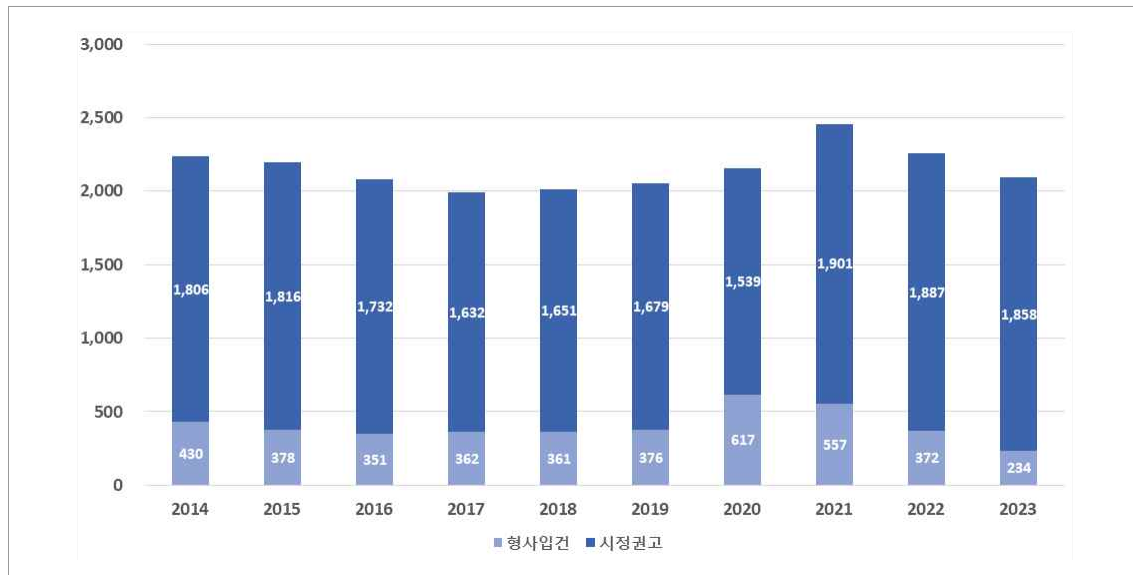
5) Organisation for Economic Co-operation and Development(OECD), *Illicit Trade and the Korean Economy*, 2024(https://www.oecd.org/en/publications/illicit-trade-and-the-korean-economy_bc0bdd4a-en.html; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

6) OECD, *ibid.*, p. 27; IPDaily 2024년 7월 5일 보도 “글로벌 ‘위조상품’, 한국기업에 ‘7조원’ 손실… OECD ‘불법무역’ 보고서”(<https://www.ipdaily.co.kr/2024/07/05/16/41/50/33149/%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C-%EC%9C%84%EC%A1%B0%EC%83%81%ED%92%88-%ED%95%9C%EA%B5%AD%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%97%90-7%EC%A1%B0%EC%9B%90-%EC%86%90%EC%8B%A4-oecd-%EB%B6%88%EB%B2%95%EB%AC%B4/>; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

7) 그 밖에 장병득·임소진, “주요국의 위조상품 피해현황과 정책적 시사점”, 『IP Focus』, 제2024-20호(2024.10.31.), 한국지식재산연구원, 4면 이하 참조(https://www.kiip.re.kr/board/report/view.do?bd_gb=data&bd_cd=4&bd_item=0&po_item_gb=&po_item_cd=¤tPage=6&po_no=12896; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

8) e-나라지표, 위조상품 단속건수(https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1384; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

▶▶ [그림 1-2] 최근 10년 간 위조상품 단속 및 처리건수(e-나라지표, 각주 4) 참조)



이 그래프에 따르면 인지된 위조상품 사범에 대하여 실제로 법적으로 처리된 건수는 최근 10년 간 평균 약 2,154건에 불과하며 이 중에서 형사입건된 경우는 404건 그리고 시정권고를 받은 경우는 1,750건이다. 그리고 이때에도 형사입건되거나 시정권고를 받기 전에 발생한 누범·경합범이나 적발된 후에도 영업을 계속하여 위조상품을 지속적으로 유통시키는 경우 또는 형사처벌이나 시정권고를 받은 후에 재범하는 경우는 정확히 파악되지 못하며 이로 인한 일반소비자와 기업의 피해는 추산하기도 어렵다.

이러한 위조상품의 유통에 대한 단속과 실제 처벌에 있어서의 어려움은 많은 경우 위조상품 제조·유통 수법이 교묘화·지능화되어 가고 있어서 일반소비자 뿐만 아니라 단속·수사기관이 온라인상으로만 위조상품임을 식별하는 것이 쉽지 않다는 점, 제조·유통자들이 많은 경우 신분을 세탁하여 그 추적을 어렵게 만들고 있다는 점에 기인한다. 또한 제조·유통업자 외 제3자를 통하여 위조상품을 국내에 반입하는 경우 이를 「상표법」상 “수입”이나 “상품의 사용”으로 볼 수 있는지의 여부가 명확하지 않아 법적용에 혼란을 초래하기도 한다.⁹⁾ 또한 온라인상에서의 위조상품의 유통·판매는 온라인 플랫폼의 특성으로 인하여 국경을 초월하여 이루어질 뿐만 아니라 상품의 유통·판매와 직접적으로 관련이 없는 온라인 플랫폼에서 광고 등이나 유명 인플루언서 등의 선전으로 다른 판매 사이트로 유도하는 수법이 사회적인 문제가 되면서 온라인플랫폼에서의 위조상품의 유통·판매에 대한 단속을 더욱 어렵게 만들고 있다.

이러한 상황에서 온라인플랫폼에서 이루어지는 위조상품의 유통·판매자를 온라인 플랫폼상에 공개된 정보만으로 파악하기는 그리 쉽지 않으며 여기에 바로 온라인플랫폼에서의 위조상품의 판매자에 대한 단속의 한계가 존재한다.

그런데 그렇다고 하여 온라인플랫폼에서의 위조상품의 유통에 효과적으로 대응하기 위하여 조사기관에 대한 온라인플랫폼사의 정보제공의무와 상표권 및 전용사용권자에 대한 정보제공의무를 법제화하는데 전혀 문제가 없는 것은 아니다.

9) 이를 해결하기 위하여 2024년 12월 4일 「상표법 일부개정법률안」(의안번호: 2206204)이 발의된 바 있다.

첫째 온라인 플랫폼 자체에 대한 개념이 법률상 일의적으로 정의되지 못하고 있다는 점이다. 특히 상품거래에 직접적으로 연관되지 않을 뿐만 아니라 주된 목적이 상품거래의 중개에 있지 않은 온라인플랫폼에서 광고 등을 통하여 다른 판매사이트로 유도하는 행위 등에 대하여 온라인플랫폼사에 대하여 어느 정도까지 책임을 추궁할 수 있는가에 대해서도 여전히 해소되지 못하는 문제이기도 하다. 또한 위조상품의 유통·판매는 국경을 초월하여 이루어지는 만큼 국내 온라인 플랫폼사뿐만 아니라 국외 온라인플랫폼사를 어떻게 규제할 것인가의 문제가 제기된다. 즉 온라인플랫폼의 정의에 따라서는 국내 온라인플랫폼사만 포섭되어 국외 온라인플랫폼사에 대하여 국내 온라인 플랫폼사를 역차별하는 역설적인 문제가 발생하기도 한다.

둘째 온라인 플랫폼사에 대하여 위조상품 제조·판매자의 개인정보를 제공하도록 하는 의무를 부과할 경우 무엇보다도 헌법상 적법절차와 형사소송법상 영장주의, 「개인정보보호법」이나 「통신비밀보호법」 등에 저촉될 위험이 있어서 이러한 의무를 영장주의와 「개인정보보호법」과 어떻게 조화시킬 것인가라는 문제가 제기된다. 즉 온라인 플랫폼사에 대한 정보제공의무가 자칫 형사소송법상 증거제출의무가 되어 영장주의를 우회하는 수단으로 남용되어서는 안되기 때문이다. 더욱이 문제를 보다 복잡하게 만드는 것은 행정조사의 대상과 수사의 대상이 동일한 경우 행정조사의 증거가 곧바로 수사의 증거로 사용될 수 있어서 행정조사에서의 적법절차의 준수가 사후에 공판에서의 증거의 증거능력을 좌우할 수도 있다는 점이다.

셋째 온라인플랫폼사의 정보제공의무가 문제가 되는 것은 비단 조사기관에 대한 것만은 아니며 상표권자 또는 전용사용권자가 위조상품의 유통·판매로 인한 피해를 방지하고 보전하기 위한 경우에도 문제가 된다. 특히 형사상 고소나 민사상 소를 제기하기 위한 최소한의 판매자 정보를 개인이 확보하는 것은 그리 쉽지만은 않기 때문이다.

본 보고서는 이러한 문제의식을 바탕으로 한편으로는 조사기관에 대한 그리고 다른 한편으로는 상표권자 및 전용사용권자에 대한 온라인플랫폼사의 정보제공의무의 법적 근거와 한계를 살펴보고 현행법상 가능한 해결방안을 위한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여 온라인플랫폼사의 정보제공의무를 법제화할 경우에 있어서의 현행법상의 문제점을 검토하고(제2장), 주요 외국 입법례를 살펴본 다음(제3장), 온라인 플랫폼사의 개념(제4장)과 정보제공의무의 법적 성격과 근거를 검토하고자 한다(제5장). 또한 위조상품 판매자 정보를 획득하기 위한 방안의 하나로서의 조사기관의 모니터링(제6장)과 개인 정보의 처리를 위한 정보관리시스템의 구축·운영(제7장) 그리고 개인정보의 처리에 관하여 살펴본 다음(제8장) 마지막으로 위조상품의 근절을 위한 민관협력에 관하여 살펴보고(제9장) 결론에서 정책대안으로서 온라인플랫폼사의 조사기관에 대한 정보제공의무와 상표권자 및 전용사용권자에 대한 정보제공의무를 위한 개정 시안 등을 제시하고자 한다(제10장).

제 2 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

관련 법규 현행 및 문제점

1. 온라인 플랫폼의 법적 지위와 판매자 정보 관리 규율

가. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률

온라인 플랫폼은 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘전자상거래법’이라고 함)상 거래의 구조와 플랫폼이 수행하는 기능에 따라 그 법적 지위와 부담하는 의무의 범위가 달라진다. 위조상품 유통이 주로 문제되는 오픈마켓 구조에서 플랫폼 운영자는 재화나 용역을 직접 판매하는 주체가 아니라, 개별 판매자와 소비자 사이의 거래를 매개하는 ‘통신판매중개업자’¹⁰⁾로 분류된다. 이에 따라 「전자상거래법」은 플랫폼에 대해 직접적인 판매 책임을 부과하기보다는, 중개업자로서의 지위에 상응하는 정보 고지 및 제한적인 확인·협조 의무를 중심으로 규율하고 있다.

우선 「전자상거래법」 제20조 제1항은 통신판매중개업자에게 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 미리 고지할 의무를 부과하고 있다. 이는 소비자가 플랫폼을 실제 판매자로 오인하는 것을 방지하기 위한 규정인 동시에, 플랫폼이 거래의 실질적 주체가 아님을 전제로 책임 범위를 제한하는 기능을 한다. 이러한 규정 체계는 플랫폼을 거래 과정 전반을 관리·통제하는 주체라기보다, 거래 정보를 전시하거나 노출하는 중립적 매개자로 전제하고 있음을 보여준다.

판매자 정보와 관련하여 핵심이 되는 규정은 같은 조 제2항이다. 제20조 제2항은 통신판매중개업자가 통신판매중개를 의뢰한 자가 사업자인 경우에는 그 성명(법인인 경우 명칭 및 대표자 성명), 주소, 전화번호 등 대통령령으로 정하는 사항을 확인하여 청약이 이루어지기 전까지 소비자에게 제공하도록 규정하고 있다. 또한 통신판매중개의뢰자가 사업자가 아닌 경우에는 성명·전화번호 등 일정한 사항을 확인하여 거래 당사자들이 상대방 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하도록 하고 있다.

이 규정은 소비자가 거래 상대방을 식별할 수 있도록 최소한의 정보 접근 경로를 마련한 장치라는 점에서 일정한 의미를 갖는다. 그러나 여기서 통신판매중개업자에게 요구되는 ‘확인’은, 문언과 체계상 판매자가 제공한 정보의 존재 여부 및 형식적 기재사항을 확인하는 수준에 머무른다고 보는 것이 타당하다. 「전자상거래법」은 플랫폼에게 판매자의 실재성, 영업의 진정성, 사업자 정보의 진실성 등을 공적 자료와 대조하여 사전에 검증할 의무까지는 부과하고 있지 않다. 다시 말해, 현행 「전자상거래법」은 플랫폼을 판매자 정보의 ‘검증자’가 아니라, 판매자가 제공한 정보를 소비자에게 전달·노출하는 ‘중개자’로 전제하는

10) “통신판매중개”란 사이버물(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말한다. 이하 같다)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다(「전자상거래법」 제2조 제4호).

이른바 소극적 고지 모델에 기초하고 있다.

한편 제20조 제3항은 통신판매중개자가 사이버몰 등을 이용함으로써 발생하는 불만이나 분쟁의 해결을 위하여 그 원인 및 피해의 파악 등 필요한 조치를 신속히 시행하도록 규정하고 있다. 그러나 이 규정 역시 소비자 분쟁의 사후적 조정과 관련된 절차적 의무를 정한 것에 불과하며, 위조상품 판매자의 신원정보를 권리자나 제3자에게 적극적으로 제공하거나, 이를 사전에 관리·통제할 의무의 근거로 확장하기는 어렵다.

이와 같은 「전자상거래법」상 통신판매중개업자의 지위와 의무 범위에 관하여, 대법원도 비교적 명확한 입장을 취하고 있다. 대법원은 오픈마켓 운영자가 제공한 전자거래 시스템을 통해 제3자 판매자의 상표권 침해 상품이 거래된 사안에서, 단순히 침해 상품의 거래가 이루어졌다는 사정만으로는 곧바로 플랫폼 운영자에게 상표권 침해에 대한 불법행위책임을 지울 수 없다고 판시하였다.¹¹⁾ 다만 대법원은 예외적으로, ① 게시된 상품판매정보의 불법성이 명백하고, ② 플랫폼 운영자가 상표권자로부터 구체적·개별적인 삭제 및 차단 요청을 받았거나, 그러한 요청이 없더라도 해당 게시물의 존재와 침해 사정을 구체적으로 인식하였거나 인식할 수 있었음이 외관상 명백하며, ③ 기술적·경제적으로 해당 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 오픈마켓 운영자에게 게시물 삭제 및 향후 판매 차단 등의 조치를 취할 의무가 발생할 수 있고, 이를 게을리한 경우에는 부작위에 의한 방조자로서 공동불법행위 책임이 성립할 수 있다고 판단하였다.

그러나 대법원은 이러한 경우에도 오픈마켓 운영자에게 요구되는 조치의무의 범위에 상표권 침해가 의심되는 게시물을 게시한 판매자의 신원정보나 판매정보를 상표권자에게 임의로 제공할 의무까지 포함 된다고 볼 수는 없다고 명시적으로 판시하였다. 즉, 플랫폼 운영자가 침해 게시물에 대한 사후적 삭제·차단 조치를 취할 의무를 부담할 수는 있으나, 현행 법체계상 통신판매중개업자에게 판매자의 신원정보를 권리자에게 적극적으로 제공해야 할 일반적 의무가 도출되지는 않는다는 점을 분명히 한 것이다.

요컨대 「전자상거래법」은 통신판매중개업자를 거래의 실질을 관리·통제하는 주체라기보다, 판매자와 소비자를 연결하는 중개자로 규율하고 있다. 그 결과 플랫폼은 판매자 정보의 제공과 관련하여 일정한 고지·확인 의무를 부담하되, 위조상품 판매자의 정보를 사전에 검증하거나 침해 발생 시 이를 권리자 또는 당국에 적극적으로 제공해야 하는 정보 관리의 주체로까지는 포섭되지 않는다. 이러한 규범 구조는 현행 법제하에서 온라인 플랫폼사에 위조상품 판매자 정보 제공의무를 직접적으로 도출하기 어렵게 만드는 구조적 한계로 작용하고 있다.

나. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률

「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 ‘정보통신망법’이라고 함)은 온라인 플랫폼 운영자를 ‘정보통신서비스 제공자’로 규율하고,¹²⁾ 플랫폼을 통해 유통되는 정보로 인한 권리 침해를 사후적으로 조정·구제하기 위한 절차를 중심으로 규범을 구성하고 있다. 「전자상거래법」이 플랫폼과 판매자 소

11) 대법원 2012. 12. 4. 자 2010마817 결정.

12) “정보통신서비스 제공자”란 「전기통신사업법」 제2조제8호에 따른 전기통신사업자와 영리를 목적으로 전기통신사업자의 전기통신역무를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 자를 말한다(「정보통신망법」 제2조 제1항 제3호).

비자 간의 거래 관계를 전제로 일정한 정보 고지 의무를 부과하는 데 중점을 둔다면, 「정보통신망법」은 플랫폼 내에 게시·유통되는 정보 그 자체의 적법성과 그로 인한 권리 침해의 조정에 초점을 맞춘 법률이라고 할 수 있다.

「정보통신망법」 제44조의2는 사생활 침해나 명예훼손 등 권리 침해 정보가 정보통신망을 통해 유통되는 경우, 피해자가 해당 정보를 처리한 정보통신서비스 제공자에게 삭제 또는 반박 내용의 게재를 요청할 수 있도록 규정하고 있다(제1항). 플랫폼 운영자는 이러한 요청을 받은 경우 지체 없이 필요한 조치를 취해야 하며(제2항), 권리 침해 여부가 불분명하거나 다툼의 소지가 있는 경우에는 최대 30일 이내의 임시조치를 할 수 있다(제4항). 이러한 규정은 이른바 ‘통지 및 삭제(Notice and Take-down)’ 모델을 법제화한 것으로, 플랫폼이 침해 게시물을 신속히 차단하도록 유도하는 데 목적이 있다. 나아가 정보통신서비스 제공자가 법이 정한 조치를 이행한 경우에는 손해배상책임을 감경 또는 면제받을 수 있도록 하여(제6항), 사후적 정화 기능을 중심으로 한 책임 구조를 형성하고 있다. 그러나 제44조의2에 따른 조치는 본질적으로 ‘게시물 단위’의 물적 조치에 한정된다. 즉, 특정 게시물의 삭제나 접근 차단을 통해 침해 상태를 일시적으로 해소하는 기능은 수행하나, 해당 게시물을 반복적으로 게시하는 판매자 자체를 식별·추적하거나 재입점을 인적으로 통제하는 데까지는 이르지 못한다. 이로 인해 위조상품 게시물이 삭제된 이후에도 동일한 판매자가 계정을 변경하여 다시 활동하는 이른바 ‘계정 호핑(account hopping)’ 문제에 구조적으로 대응하기 어렵다는 한계가 존재한다.

한편 「정보통신망법」 제44조의6은 권리 침해를 당한 자가 민·형사상의 소 제기를 위해 필요한 경우, 정보통신서비스 제공자가 보유한 이용자 정보의 제공을 청구할 수 있도록 규정하고 있다. 다만 이 조항은 피해자가 방송통신심의위원회 내 명예훼손 분쟁조정부를 통해 침해 사실을 소명하고, 일정한 절차를 거쳐 정보 제공 결정을 받도록 하는 중간적·사후적 절차를 전제로 한다. 이 제도는 본래 사생활 침해나 명예훼손과 같은 인격권 침해를 염두에 두고 설계된 것으로, 제공 대상 정보 역시 성명·주소 등 최소한의 범위로 제한되어 있으며, 정보제공자의 의견 청취 절차도 요구된다. 이러한 구조는 대량·반복적으로 발생하는 위조상품 유통의 특성과는 부합하기 어렵다. 특히 신속성이 요구되는 상표권 침해 대응이나 판매자 추적이라는 관점에서 볼 때, 분쟁조정 절차를 경유한 정보 확보 방식은 실무적 활용도가 낮을 수밖에 없다.

이와 같이 「정보통신망법」은 플랫폼 내 콘텐츠의 적법성에 대한 사후적 정화 기능과, 제한적 범위의 이용자 정보 제공 절차를 각각 규정하고 있으나, 이를 통해 위조상품 판매자라는 침해 주체를 지속적으로 식별·관리하기에는 제도적 제약이 크다. 이러한 규율 구조는 「전자상거래법」상 통신판매중개업자에게 부과된 소극적 정보 고지·확인 의무와 결합하여, 온라인 플랫폼이 판매자 정보의 적극적 수집·검증 및 제공이라는 책임 영역으로 확장되는 것을 제도적으로 제한하는 환경을 형성하고 있다.

2. 위조상품 단속을 위한 행정조사 및 자료 확보 권한

가. 「부정경쟁방지법」상 행정조사 및 자료열람요구권

「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(이하 ‘부정경쟁방지법’)은 위조상품 유통과 같은 부정경쟁

행위를 단속하기 위하여 행정청에 일정한 조사 권한을 부여하고 있다. 다만 그 조사 권한의 내용과 행사 방식은 전통적인 오프라인 거래 구조를 전제로 설계되어 있어, 온라인 플랫폼을 매개로 한 위조상품 유통 환경에서는 구조적인 한계를 드러내고 있다.

먼저 「부정경쟁방지법」 제7조는 부정경쟁행위 여부를 확인하기 위한 행정청의 직접 조사권을 규정하고 있다. 동 조항에 따르면 지식재산처장, 시도지사 등 관계 행정청은 부정경쟁행위 여부를 확인하기 위하여 필요한 경우로서, “다른 방법으로는 그 행위 여부를 확인하기 곤란한 경우”에 한하여 관계 공무원으로 하여금 영업시설 또는 제조시설에 출입하여 관계 자료나 제품 등을 조사하게 할 수 있다. 이는 위조상품의 제조·유통 실태에 대한 증거를 행정청이 직접 확보할 수 있도록 한 법적 근거라는 점에서 일정한 의미를 가진다. 그러나 이와 같은 조사권은 온라인 플랫폼을 통한 비대면 거래 구조에서는 실효성에 한계를 지닌다. 우선 조사권 발동 요건이 ‘보충적 요건’으로 설정되어 있어, 다른 수단을 통한 확인이 가능한 경우에는 적용이 제한된다. 또한 조사 대상 장소가 ‘영업시설 또는 제조시설’로 특정되어 있어, 물리적 사업장 없이 온라인상에서만 활동하는 위조상품 판매자의 실체를 포착하기 어렵다. 더 나아가 위조상품 판매자가 아닌 통신판매중개업자인 플랫폼사의 사업장을, 판매자 정보 확보를 목적으로 출입·조사하는 것이 과연 제7조가 예정한 조사 범위에 포함되는지에 대해서도 법적 논란의 소지가 있다.

한편 2024년 신설된 제7조의2는 부정경쟁행위 조사 과정에서의 자료열람요구권을 규정하고 있다. 동 조항은 조사 대상자 또는 조사 신청인 등이 행정청이 보유한 조사 관련 자료의 열람·복사를 요구할 수 있도록 함으로써, 행정조사의 투명성과 당사자의 방어권을 강화하려는 취지에서 도입되었다. 이에 따라 영업비밀이나 다른 법률에 따라 비공개로 분류된 자료가 아닌 한, 행정청은 열람·복사 요구에 응하여야 한다. 그러나 제7조의2는 어디까지나 행정청이 이미 확보한 자료에 대한 접근권을 규율하는 조항에 그친다. 이 규정만으로 행정청이 온라인 플랫폼사에 대하여 위조상품 판매자의 인적 사항, 계좌 정보 등 핵심적인 식별 정보를 능동적으로 제출받을 수 있는 직접적인 법적 근거가 마련되었다고 보기는 어렵다. 다시 말해, 플랫폼사가 판매자 정보 제출에 소극적이거나 이를 거부할 경우, 제7조의2를 통해 열람할 수 있는 ‘조사 자료’ 자체가 형성되지 않는 구조적 한계가 존재한다.

나. 「표시광고법」 및 「공정거래법」상의 조사권 준용

온라인 플랫폼을 통해 유통되는 위조상품을 정품으로 가장하여 판매·광고하는 행위는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 ‘표시광고법’이라고 함) 제3조 제1항 제1호의 거짓·과장 표시·광고 또는 제2호의 기만적인 표시·광고에 해당할 수 있다. 「표시광고법」은 소비자를 오인·기만하여 공정한 거래질서를 저해하는 표시·광고 행위를 엄격히 금지하고 있으며, 이를 위반한 경우 공정거래위원회는 시정명령, 과징금 부과 등 강력한 행정제재를 통해 대응하도록 하고 있다.

「표시광고법」은 조사 절차와 관련하여 동법 제16조를 통해 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하 ‘공정거래법’이라고 함) 제81조의 조사권 규정을 준용하고 있다. 이에 따라 공정거래위원회는 위반 행위 조사에 필요하다고 인정되는 경우 사업자에 대하여 원가, 거래 조건, 경영상황 등에 관한 보고를 요구하거나 관련 자료 및 물건의 제출을 명할 수 있으며(「공정거래법」 제81조 제1항 제3호), 소속 공무원으로

하여금 사업장에 출입하여 장부·서류·전산자료 등을 조사할 수 있는 권한을 보유한다(동조 제2항). 이와 같은 조사권은 전통적으로 부당 표시·광고의 직접 행위자, 즉 광고를 실행한 판매자 또는 사업자를 대상으로 행사되는 것을 전제로 설계되어 있다. 따라서 온라인 플랫폼을 통해 위조상품이 유통되는 사안에서도 공정거래위원회의 조사권은 원칙적으로 개별 판매자의 부당 광고 행위를 적발·제재하는 데 초점이 맞추어져 있으며, 거래를 중개하는 플랫폼 운영자를 조사 대상의 중심에 두고 구조적으로 설계되었다고 보기는 어렵다.

실무상 공정거래위원회가 「공정거래법」 제81조를 근거로 플랫폼 운영자에게 위조상품 판매자의 인적 사항, 거래 내역, 전산자료 등의 제출을 요구하는 경우, 플랫폼 운영자는 해당 정보가 자신의 경영상황에 관한 정보 또는 영업비밀에 해당한다는 점을 들어 방어권을 행사하는 경우가 적지 않다. 특히 플랫폼 운영자는 「표시광고법」 위반의 직접적 당사자가 아닌 상황에서, 입점 판매자의 거래 데이터나 고객 정보까지 광범위하게 제출하는 것은 기업의 정보 자산 보호 원칙과 개인정보 보호 책임에 반한다고 주장할 수 있다.

또한 「공정거래법」 제81조 제8항은 조사와 관련이 없거나 보관할 필요가 없어진 자료는 지체 없이 반환하도록 규정하고 있는데, 이는 조사 범위가 특정 위반 행위와 직접적으로 관련된 자료로 엄격히 한정되어야 함을 전제로 한다. 이로 인해 플랫폼 운영자는 공정위의 자료 제출 요구가 개별 위반 행위를 넘어 플랫폼 내 다수 판매자의 포괄적 데이터로 확장되는 것에 대하여 강한 법적 이의를 제기할 여지를 갖게 된다. 설령 자료 제출 명령에 불응할 경우 과태료 등의 제재가 예정되어 있더라도, 플랫폼사는 판매자와의 계약 관계, 개인정보 보호 의무, 영업비밀 침해 가능성 등을 이유로 법원의 엄격한 판단이나 사실상 영장에 준하는 절차적 통제를 요구하는 경향을 보이고 있다.

이처럼 「표시광고법」과 「공정거래법」에 기반한 공정거래위원회의 조사 체계는 개별 사업자의 부당 광고 행위를 사후적으로 적발·제재하는 데에는 효과적일 수 있으나, 온라인 플랫폼을 경유하여 다수·분산적으로 이루어지는 위조상품 유통 구조에 대응하기에는 제도적 한계를 지닌다. 특히 플랫폼 운영자에게 판매자 정보의 체계적 수집·관리 및 제출을 전제로 한 적극적 의무가 부과되지 않는 한, 공정위의 조사권은 플랫폼의 자발적 협조에 크게 의존할 수밖에 없으며, 실시간 단속이나 신속한 판매자 식별이라는 목적을 달성하는 데에는 구조적인 제약이 존재한다.

다. 「개인정보 보호법」에 따른 정보 제공의 법적 한계와 충돌

온라인 플랫폼 운영자가 보유하고 있는 입점 판매자의 신원 정보는 「개인정보 보호법」상 개인정보에 해당하며, 원칙적으로 엄격한 보호의 대상이 된다. 동법 제18조 제1항은 개인정보처리자가 당초 수집 목적의 범위를 초과하여 개인정보를 제3자에게 제공하는 것을 금지하고 있으며, 예외적으로 같은 조 제2항 각 호에 해당하는 경우에 한하여 목적 외 이용 또는 제3자 제공을 허용하고 있다. 그러나 이 예외 규정 역시 무제한적으로 적용되는 것이 아니라, 제18조 제2항 본문에 따라 정보주체 또는 제3자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 없어야 한다는 공통적 제한 요건이 전제된다.

문제는 위조상품 유통 단속 과정에서 행정청이나 플랫폼 운영자가 원용할 수 있는 예외 사유의 범위가 매우 제한적이라는 점이다. 제18조 제2항 제2호는 “다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우”를 예외 사유로

규정하고 있으나, 「부정경쟁방지법」이나 「전자상거래법」에 규정된 조사 협조 의무 또는 자료 요청 권한이 「개인정보 보호법」상의 목적 외 제공을 정당화할 수 있을 정도로 명확하고 구체적인 '특별한 규정'에 해당하는지는 불분명하다. 해당 법률들은 행정청의 조사권이나 중개자의 협조 의무를 일반적으로 규정하고 있을 뿐, 개인정보의 제공 범위, 제공 대상, 절차, 제공자 책임 면제까지를 일체로 규율하고 있지는 않기 때문이다. 이로 인해 플랫폼 운영자는 정보 제공의 적법성을 사전에 명확히 예측하기 어려운 상태에서, 「개인정보 보호법」 위반에 따른 법적 책임을 스스로 부담해야 하는 구조에 놓이게 된다.

이러한 법적 불확실성 속에서 행정청이 위조상품 유통 조사를 목적으로 플랫폼사에 판매자 정보를 요청하더라도, 플랫폼 운영자는 제18조 제2항에서 정한 공통적 제한 요건, 즉 정보주체 또는 제3자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있는지를 중심으로 하여 정보 제공에 소극적인 태도를 취하게 된다. 특히 제18조 제2항 제5호부터 제9호까지의 예외 사유는 공공기관을 개인정보처리자로 전제한 규정으로, 민간 기업인 플랫폼 운영자에게는 직접 적용되기 어렵다. 그 결과 플랫폼사는 행정 목적의 정당성 자체를 부정하지 않더라도, 정보주체의 동의 없는 제공을 정당화하기 위해 영장에 의한 압수·수색이나 법원의 사실조회 등 고도의 절차적 통제를 요구하는 방향으로 대응하게 된다. 이는 법적 분쟁 가능성을 최소화하기 위한 합리적인 위험 회피 전략이지만, 행정청의 신속한 단속이라는 정책적 요구와는 구조적으로 긴장 관계를 형성한다.

「개인정보 보호법」에 따른 한계는 행정·수사 단계에 그치지 않고, 권리자 구제 단계에서 더욱 분명하게 드러난다. 제18조 제2항 제7호에 따라 범죄 수사를 목적으로 수사기관에 개인정보를 제공하는 것은 허용될 수 있으나, 그 정보를 다시 상표권자 등 민간 권리자에게 민사상 권리 구제를 위해 전달하는 행위는 당초의 수집 목적을 벗어난 목적 외 이용으로 평가될 가능성이 크다. 제3호의 '재산상 이익을 위하여 필요한 경우'를 원용하려 하더라도, 정보주체의 이익을 부당하게 침해하지 않아야 한다는 요건을 충족해야 하므로, 민간 플랫폼사가 이를 자의적으로 판단하여 정보를 제공하기는 현실적으로 어렵다.

이로 인해 행정·수사기관이 위조상품 판매자의 실체를 파악하고 있음에도 불구하고, 개인정보 보호 규범에 의해 해당 정보가 권리자에게 연결되지 못하는 정보 흐름의 단절이 발생한다. 권리자는 가해자를 특정하지 못해 사법적 구제를 포기하거나, 법원을 통한 별도의 사실조회·문서제출명령 절차를 거치는 동안 판매자가 자금을 은닉하거나 계정을 폐쇄하는 실무적 공백을 반복적으로 경험하게 된다. 이러한 현상은 위조상품 유통 구조에서 「개인정보 보호법」이 단속과 권리 구제를 연결하는 기능적 고리에서 병목 지점으로 작용하고 있음을 보여준다.

3. 위조상품 수사 절차상 정보 접근 및 강제 수사 체계

가. 「상표법」상 침해죄 수사와 수사기관의 권한

「상표법」 제230조는 상표권 또는 전용사용권을 침해한 자에 대하여 7년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금에 처하도록 규정하고 있다. 과거 상표권 침해죄는 권리자의 고소가 있어야 공소를 제기할 수 있는 친고죄였으나, 위조상품 유통의 조직화와 소비자 피해 확산에 대응하기 위해 비친고죄로 전환되었

다. 이를 통해 수사기관은 권리자의 고소 없이도 직권으로 인지 수사에 착수할 수 있는 강력한 사법적 대응 근거를 확보하게 되었다.

이러한 체계 하에서 지식재산처 소속 특별사법경찰은 상표권 범죄에 특화된 전문 수사 주체로 기능한다. 특사경은 상표 유사성 판단 및 위조 여부 감정 등 고도의 전문 지식을 바탕으로 채택 모니터링단 운영 및 디지털 포렌식 등 기술적 단속 실무를 수행하고 있다. 특히 수사 과정에서의 피의자 식별을 위해 「상표법 시행령」 제20조는 지식재산처장이 고유번호 부여, 증거조사 등을 위해 주민등록번호 등 고유식별 정보를 처리할 수 있는 명시적 근거를 부여한다. 이는 수사기관이 확보한 자료를 바탕으로 피의자 신원을 확정하는 단계에서 핵심적인 법적 토대가 된다. 그러나 이러한 정보 처리 권한은 이미 '확보된' 정보의 사후 처리에 중점을 둔 것이어서, 플랫폼이라는 제3자가 보유한 정보를 수사 초기 단계에서 행정적 요청만으로 강제 인계받는 근거로 활용하기에는 법리적 한계가 존재한다.

나. 형사사법 절차를 통한 정보 확보의 실무적 한계

수사기관이 플랫폼 운영자로부터 피의자의 인적 사항이나 거래 기록을 강제로 확보하기 위해서는 「형사소송법」 제215조에 따른 압수·수색 영장이 요구된다. 플랫폼 운영자는 앞서 고찰한 「개인정보 보호법」상 책임과 비밀유지 의무를 근거로, 수사기관의 임의제출 요청(형사소송법 제218조)에 불응하며 법원이 발부한 영장에 의한 집행을 요구하는 입장을 견지하고 있다. 이러한 영장주의의 엄격한 적용은 적법절차를 위한 필수 요건이나, 온라인 위조상품 유통의 휘발성 앞에서는 중대한 한계를 드러낸다. 수사기관이 혐의를 인지한 후 영장을 청구·발부받아 집행에 이르기까지 발생하는 물리적 시간 동안, 판매자는 게시물을 삭제하고 대금을 인출한 뒤 계정을 폐쇄하는 등 증거 인멸과 범죄 수익 은닉을 완료할 수 있다. 결국 현행 강제수사 구조는 온라인 범죄의 속도를 따라잡기에는 사후적·지체적 성격이 강하다는 구조적 난관에 봉착해 있다.

현행 「형사소송법」은 수사기관의 강제수사권을 규정하고 있으나, 온라인 플랫폼 운영자와 같은 제3자에게 범죄 징후를 선제적으로 통보하거나 수사에 능동적으로 협조할 일반적 의무를 부과하지 않는다. 비범죄 전환으로 직권 수사의 문은 열렸으나, 수사의 단초가 되는 판매자 식별 데이터는 여전히 플랫폼사의 사적 관리 영역 내에 단절되어 존재한다. 플랫폼 운영자는 「개인정보 보호법」 제18조 제2항 제7호에 따라 수사 목적의 정보 제공 권한은 가지나, 이를 수사기관의 요청 시 반드시 이행해야 할 법률상 의무로는 인식하지 않는다. 이로 인해 수사기관은 플랫폼 내부의 반복적 침해 징후나 고위험 판매자 행태를 실시간으로 공유받지 못한 채, 이미 발생한 개별 사건에 대해서만 파편화된 영장 집행 절차를 반복하게 된다. 이러한 구조적 공백은 위조상품 판매자들이 플랫폼의 중립적 지위를 방패 삼아 조직적 침해 행위를 지속하게 만드는 사각지대를 만들고 있다.

제 3 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

주요 외국 입법례

제1절 | 미국

1. 개관

미국은 세계 최대의 전자상거래 시장을 보유하고 있으나, 기존의 법체계는 플랫폼의 ‘중개자’적 성격을 과도하게 보호하여 온라인상에서 발생하는 상표 침해 및 위조상품 유통 억제에 한계를 보여왔다. 우선, 미국 「상표법(Lanham Act)」은 제3자의 상표 침해에 대한 플랫폼의 책임을 명시적으로 규정하지 않는다. 이에 따라 사법부는 Inwood 판례에 기초한 ‘기여책임’ 이론을 적용해 왔다.¹³⁾ 이 기준에 따르면 권리자는 플랫폼이 특정 판매자의 침해 사실을 구체적으로 알았거나, 알 이유가 있었다는 점을 입증해야 한다. 이러한 높은 입증 책임은 플랫폼이 사전 검증보다는 권리자의 신고에 의존하는 ‘사후 삭제’ 방식에 안주하게 만드는 결과를 초래하였다. 또한 1996년 제정된 「통신품위법」 제230조는 온라인 플랫폼을 제3자가 게시한 정보의 ‘발행인’이나 ‘유포자’로 취급하는 것을 금지함으로써 강력한 면책권을 부여해왔다. 비록 이 조항이 인터넷 산업의 초기 성장을 견인하였으나, 현대의 전자상거래 환경에서는 플랫폼이 판매자의 신원을 적극적으로 확인하거나 상품의 진위 여부를 검증할 법적 의무를 회피하는 방패막이로 작용하고 있다는 비판이 제기되고 있다. 이렇듯 최근까지 미국의 연방법 체계 내에서는 플랫폼이 입점 판매자의 정밀한 인적 사항을 수집하고 이를 공공기관이나 소비자에게 공개하도록 강제하는 구체적인 법적 근거가 부족하였다. 이로 인해 위조상품 판매자가 익명성 뒤에 숨어 계정을 반복적으로 생성하거나 해외에 거주하며 법망을 피하는 경우, 행정 당국이나 권리자가 실효적인 단속과 피해 구제를 수행하는 데 막대한 지장이 초래되었다.

2. 플랫폼 책임 관련 판례 동향

가. 지식 요건 중심의 전통적 접근

2010년대 초반까지 미국 법원의 주류적 태도는 온라인 플랫폼을 오프라인 시장의 장소 제공자와 유사한 단순 ‘중개자’로 파악하는 것이었다. 이러한 인식은 플랫폼이 입점 판매자의 개별적 상표 침해 행위에

13) Ani Khachatryan, “The Digital Dilemma: Counterfeit Culture And Brand Protection Reform In The E-Commerce Era”, *Loyola L.A. Entertainment Law Review* Vol. 43, No.3., Loyola Marymount University, 2023, p. 270.

대해 원칙적으로 직접적인 책임을 부담하지 않는다는 법리로 정착되었다. 이 시기 판례의 핵심은 기여적 상표 침해의 성립 요건으로서, 상표권자가 플랫폼의 '구체적 지식(specific knowledge)'을 입증해야 한다는 점에 있었다. 대표적 판결인 *Tiffany v. eBay*(2010)¹⁴에서 제2연방순회항소법원은, 이베이가 자사 플랫폼 내에서 위조상품이 거래될 수 있다는 일반적 인식을 가지고 있었다는 사정만으로는 기여책임(contributory liability)을 인정할 수 없다고 판시하였다. 법원에 따르면 기여책임이 성립하기 위해서는 플랫폼이 ① 특정 판매자가 ② 특정 상표권을 침해하고 있다는 사실을 개별적으로 인지하였거나, ③ 그러한 침해 사실을 충분히 인식할 수 있었음에도 불구하고 의도적으로 조치를 회피한 '고의적 무시(willful blindness)'가 입증되어야 한다. 이와 같은 엄격한 지식 요건은 수많은 제3자 판매자가 활동하는 온라인 환경에서 플랫폼이 모든 거래를 사전에 통제하지 않아도 되는 강력한 법적 방어 논리로 기능하였다.¹⁵

이와 함께 법원은 온라인 플랫폼에 대해 위조상품 유통을 선제적으로 차단해야 할 적극적 감시 의무(affirmative duty to monitor)가 존재하지 않는다는 점을 명확히 하였다. 이에 대한 주요 논거는 다음과 같다. 첫째, 일차적 책임의 귀속이다. 법원은 상표의 보호와 침해 감시는 원칙적으로 상표권자의 책임 영역에 속한다고 보았다. 따라서 플랫폼은 권리자의 통지에 대응하여 침해 게시물을 삭제하는 사후적 조치 의무를 부담할 뿐, 권리자를 대신하여 수백만 개의 게시물을 전수 조사할 의무는 없다고 판단하였다. 둘째, 기술적·경제적 한계이다. 법원은 당시 온라인 플랫폼의 규모와 기술적 현실을 고려할 때, 모든 게시물의 진위 여부를 사전에 판별하도록 요구하는 것은 플랫폼에 과도한 비용 부담을 지우고, 나아가 인터넷 산업 전반의 발전을 저해할 우려가 있다고 보았다. 셋째, 합리적 조치의 이행 여부이다. *Tiffany* 사건에서 이베이는 상표권자의 신고를 접수하는 전용 프로그램을 운영하고, 신고된 게시물을 삭제하며, 반복 침해자를 제재하는 내부 정책을 시행하고 있었다. 법원은 이러한 시스템 구축을 침해 방지를 위한 합리적 노력으로 평가하였으며, 이를 성실히 이행한 플랫폼에 대해서는 추가적인 조사나 감시 의무를 부과할 수 없다고 보았다.¹⁶

나. 책임 확장의 시도

2010년대 후반에 들어서면서, 온라인 플랫폼이 단순한 장소 제공을 넘어 상품의 보관, 포장, 배송, 결제 프로세스 전반에 깊숙이 관여하는 '풀필먼트(fulfillment)' 서비스가 보편화되었다. 이에 따라 사법부에서는 플랫폼의 실질적 역할 변화에 주목하여, 기존의 소극적인 책임 기준을 탈피하고 플랫폼의 책임을 확장하려는 판결들이 나타나기 시작했다.

플랫폼의 실질적 통제력과 '판매자' 지위의 인정 가장 획기적인 전환점 중 하나는 제3연방항소법원의 *Oberdorf v. Amazon*(2019) 판결¹⁷이다. 이 사건에서 법원은 제3자 판매자가 판매한 결함 있는 개 줄(dog collar)로 인해 소비자가 실명 위기에 처한 사고에 대해 아마존의 책임을 인정하였다. 법원은 특히 판매자

14) *Tiffany Inc. v. eBay Inc.*, 600 F.3d 93 (2nd Cir. 2010).

15) *Ani Khachatryan*, *ibid.*, p264f.

16) *Ani Khachatryan*, *ibid.*, p. 265.

17) *Oberdorf v. Amazon.com Inc.*, 930 F.3d 136 (2019).

추적의 불가능성에 주목하였다. 아마존 플랫폼 내에서 판매자의 신원이나 소재를 파악할 수 없어 소비자가 직접적인 구제를 받을 수 없는 경우, 해당 거래를 촉진하고 유통망을 통제한 플랫폼이 '판매자'로서 대위 책임을 져야 한다는 논리였다. 이는 플랫폼이 입점 판매자의 신원 정보를 철저히 관리하고 검증해야 할 실무적 의무를 사법적으로 확인한 사례로 평가받는다.

이어지는 *Bolger v. Amazon*(2020) 판결¹⁸⁾에서 캘리포니아 항소법원은 아마존이 제3자 판매자의 상품을 보관하고 배송하는 서비스를 제공한 경우, 단순한 중개자가 아닌 유통망 내 '수직적 통합 관계'에 있는 주체로 보아야 한다고 판시하였다. 법원은 아마존이 소비자에게 상품을 직접 전달하는 핵심적인 역할을 수행하며, 거래로부터 상당한 경제적 이익을 얻고 있다는 점을 근거로 들었다. 따라서 플랫폼은 발생 가능한 위험으로부터 소비자를 보호할 최적의 위치에 있으며, 위조상품이나 결함 상품 유통에 대해 엄격 책임을 부담하는 것이 타당하다고 보았다.

이러한 확장된 책임론의 공통된 기저에는 '정보의 비대칭성'과 '플랫폼의 관리 능력'이 자리 잡고 있다. 법원은 플랫폼이 제3자 판매자와의 계약을 통해 강력한 통제권을 행사하면서도, 정작 사고 발생 시 판매자의 정확한 신원 정보를 소비자나 법원에 제공하지 못하는 상황을 비판적으로 보았다. 요컨대 이 시기의 판결들은 플랫폼이 단순히 '장소를 빌려주는 자'에서 '거래를 지배하는 유통 주체'로 재정의됨에 따라, 입점 판매자의 신원 확인 및 관리 의무가 플랫폼 책임 판단의 핵심 척도로 부상했음을 보여준다. 이는 향후 *INFORM Consumers Act*와 같은 입법적 논의의 중요한 사법적 근거가 되었다.

다. 책임 부정 및 기준의 후퇴

플랫폼 책임을 확장하려는 일련의 판결에도 불구하고, 여전히 많은 법원에서는 전통적인 '중개자' 논리에 입각하여 플랫폼의 책임을 부정하고 있다. 이는 플랫폼과 판매자 사이의 복잡한 계약 관계와 각 주(State)마다 상이한 법 해석으로 인해 사법적 기준이 통일되지 못하고 후퇴하는 양상을 보이기도 한다.

많은 법원이 플랫폼 책임을 부정하는 가장 강력한 논거 중 하나는 플랫폼이 상품의 '소유권(Title)'을 직접 취득하지 않는다는 점이다. *Stiner v. Amazon*(2020) 사건¹⁹⁾에서 오하이오주 대법원은 아마존이 상품의 유통 과정에 깊이 관여했다 해도, 해당 상품의 소유권이 판매자로부터 소비자에게 직접 이전된다면 플랫폼을 '판매자'로 볼 수 없다고 판시하였다. 법원은 엄격 책임을 부과하기 위해서는 해당 주체가 상품에 대한 소유권을 보유하고 유통을 통제해야 하는데, 플랫폼은 거래를 용이하게 하는 '서비스 제공자'에 불과하다는 전통적 입장을 고수하였다.

일부 판례에서는 여전히 「통신망위법(CDA)」 제230조가 플랫폼의 강력한 방패막이로 활용되고 있다. 플랫폼이 판매자가 올린 상품 정보(이미지, 문구 등)를 수정하거나 관리하더라도, 이는 제3자가 제공한 콘텐츠를 단순 편집한 것에 불과하므로 플랫폼에 콘텐츠에 대한 발행인 책임을 물을 수 없다는 논리이다. *Cotter v. Lyft* 사건²⁰⁾과 같은 공유경제 관련 판례에서도 유사한 논리가 적용되었는데, 플랫폼이 제공하는

18) *Bolger v. Amazon.com, LLC*, 53 Cal. App. 5Th 431 (2020).

19) *Stiner v. Amazon.com Inc.*, 120. N.E. 3d 885 (Ohio Ct. App. 2019).

20) *Cotter v. Lyft, Inc.*, 60 F. Supp. 3d 1067 (2015).

기능은 '정보의 연결'일 뿐 '거래의 직접 주체'가 아니라는 해석이 책임 부정의 근거가 되었다.

이와 같은 책임 부정 판례들은 앞서 언급한 확장된 책임론(Oberdorf 등)과 정면으로 충돌하며 사법적 기준의 파편화를 초래하였다. 동일한 플랫폼 서비스라 하더라도 재판이 열리는 주(State)에 따라 책임 유무가 달라지는 상황이 발생하였다. 이는 플랫폼 기업에게는 예측 불가능한 법적 리스크를, 피해 소비자나 브랜드 권리자에게는 일관되지 못한 구제 절차라는 결과를 낳았다. 사법부가 플랫폼의 지위와 책임 범위를 두고 혼란을 겪으면서, 판례에 의한 해결만으로는 한계가 있음이 명확해졌다. 결국 법원은 "플랫폼에 책임을 부과할지 여부는 사법적 해석이 아닌 입법적 결단에 달려 있다"는 입장을 보이게 되었으며, 이는 연방 차원의 통일된 규범인 *INFORM Consumers Act*와 *SHOP SAFE Act*가 논의되는 결정적인 계기가 되었다.

라. 소결

미국 사법부의 판례 동향을 종합해 볼 때, 온라인 플랫폼의 책임에 관한 법리적 판단은 '중립적 중개자'라는 전통적 관점과 '실질적 유통 주체'라는 현대적 관점이 격렬하게 충돌하는 과도기에 있다. *Tiffany v. eBay* 판결 이후 공고해진 '구체적 지식' 요건은 플랫폼에 강력한 면책을 부여했으나, 이는 권리자가 침해 사실을 발견하여 신고하기 전까지 위조상품이 무방비로 유통되는 결과를 초래했다. 특히 익명성을 방패 삼아 계정을 옮겨 다니며 가품을 판매하는 '계정 호핑' 현상에 대해 사후 삭제 방식은 근본적인 해결책이 되지 못함을 확인하였다. 한편, *Oberdorf*와 *Bolger* 판결이 시사하는 핵심은 '판매자 정보의 투명성'이다. 법원은 플랫폼이 제3자 판매자의 정확한 신원정보를 확보·제공하지 못함으로써 소비자의 피해 구제를 원천적으로 차단하는 행위를 플랫폼의 책임 가중 요인으로 보았다. 즉, 플랫폼이 판매자의 신원을 명확히 확인하고 이를 공개하는 시스템을 갖추었는지 여부가 현대적 책임 판단의 핵심 척도로 부상했다. 사법적 기준이 주(State)마다 상이하고 판례에 따라 책임 인정 여부가 엇갈리는 상황은 시장의 혼란을 가중시켰다. 법원은 점차 플랫폼의 지위와 책임을 재정의하는 역할이 사법적 해석의 범위를 넘어섰음을 인정하고, 입법부의 결단을 요구하기 시작했다. 이러한 사법적 흐름은 단순히 침해 게시물을 삭제하는 단계를 넘어, 플랫폼에 '입점 단계에서의 판매자 신원 검증'과 '투명한 정보 공개 의무'를 직접적으로 부과하려는 연방 차원의 입법적 대응으로 이어지게 되었다.

3. 연방 차원의 입법적 대응

가. 「소비자 정보 알림법(INFORM Consumers Act)」

1) 적용 대상

본 법은 온라인 시장 내의 모든 영세 판매자를 무차별적으로 규제하기보다는, 일정 규모 이상의 거래를 지속하며 시장의 투명성에 실질적인 영향을 미치는 '대량 제3자 판매자'를 핵심 규제 대상으로 확정하고 있다.

'대량 제3자 판매자'로 분류되기 위해서는 지난 12개월의 기간 중 어느 한 시점에서 측정했을 때, 연속된 12개월 동안 해당 플랫폼을 통해 이루어진 신규 또는 미사용 상품의 거래 건수가 200건 이상이고, 그

총 매출액이 5,000달러 이상이어야 한다.²¹⁾ 여기서 주목할 점은 이 기준이 고정된 회계연도가 아니라 ‘연속된 12개월’이라는 유동적 기간을 기준으로 한다는 것이다. 따라서 플랫폼 운영자는 입점 판매자의 거래 데이터를 실시간으로 모니터링하여 해당 임계치에 도달하는 즉시 신원 확인 및 검증 절차를 개시해야 할 상시적인 관리 의무를 부여받는다.

본 법에서 규정하는 판매자는 온라인 플랫폼을 이용하여 상품을 전시, 유통, 판매하는 모든 주체를 포괄하며, 여기에는 그동안 익명성 뒤에 숨어 위조상품을 유통해 온 해외 거주 판매자까지 예외 없이 포함된다. 특히 규제 대상 상품을 ‘신규 상품’ 또는 ‘사용하지 않은 상품’으로 한정하고 있는데, 이는 위조상품 유통의 주된 경로가 되는 기업형 리셀러와 전문 판매자를 정밀하게 타격하기 위함이다. 반면 중고 물품의 단순한 개인 간 거래(C2C) 비중이 높은 판매자는 이 요건에서 제외될 가능성이 높아, 법 집행의 효율성을 기하고 있다.

플랫폼을 이용하더라도 특정 요건을 갖춘 경우 ‘제3자 판매자’에서 제외되거나 정보 공개 의무의 일부가 면제될 수 있으나 그 기준은 매우 엄격하다. 우선 플랫폼 운영자가 직접 상품을 매입하여 판매하는 직매입 상품(First-party sales)은 플랫폼 자체가 판매 주체이므로 본 법상의 ‘제3자’에 해당하지 않는다. 또한, 이미 사업자 명칭과 주소 등 신원정보가 대중에게 널리 공개된 상장 법인이나, 정부 당국에 정기적으로 세부 정보를 보고하는 검증된 대형 기업의 경우 플랫폼의 수집·검증 의무가 일부 완화될 수 있다.

다만, 개인 판매자의 사생활 보호를 위해 판매자의 사업장 주소가 개인 거주지 주소와 동일한 경우에 한하여, 소비자에게 정보를 고지할 때 도로명 주소를 제외한 하위 주소(아파트 호수 등)를 생략할 수 있는 부분적 예외 조항을 두고 있다.²²⁾ 그러나 이 경우에도 플랫폼 자체적인 내부 수집 및 검증 단계에서는

21) 15 U.S. Code § 45f (f) (3) High-volume third party seller

(A) In general

The term “high-volume third party seller” means a participant on an online marketplace’s platform who is a third party seller and, in any continuous 12-month period during the previous 24 months, has entered into 200 or more discrete sales or transactions of new or unused consumer products and an aggregate total of \$5,000 or more in gross revenues.

(B) Clarification

For purposes of calculating the number of discrete sales or transactions or the aggregate gross revenues under subparagraph (A), an online marketplace shall only be required to count sales or transactions made through the online marketplace and for which payment was processed by the online marketplace, either directly or through its payment processor.

22) 15 U.S. Code § 45f (b)(2) Exception

(A) In general

Subject to subparagraph (B), upon the request of a high-volume third party seller, an online marketplace may provide for partial disclosure of the identity information required under paragraph (1)(B)(i) in the following situations:

(i) If such seller certifies to the online marketplace that the seller does not have a business address and only has a residential street address, or has a combined business and residential address, the online marketplace may—

(I) disclose only the country and, if applicable, the State in which such seller resides; and

(II) inform consumers that there is no business address available for the seller and that consumer inquiries should be submitted to the seller by phone, email, or other means of electronic messaging provided to such seller by the online marketplace.

(ii) If such seller certifies to the online marketplace that the seller is a business that has a physical address for product returns, the online marketplace may disclose the seller’s physical address for product returns.

(iii) If such seller certifies to the online marketplace that the seller does not have a phone number other than a personal phone number, the online marketplace shall inform consumers that there is no phone number

예외 없이 전체 정보를 제출해야 하므로, 위조상품 유통 시 법적 추적 가능성은 여전히 완전하게 보장되는 구조를 취하고 있다.

2) 플랫폼의 3단계 의무 시스템

*INFORM Consumers Act*는 온라인 플랫폼이 대량 제3자 판매자를 단순히 등록·관리하는 수준을 넘어, 신원 확인-정보 공개-제재 집행으로 이어지는 단계적이고 강제적인 의무 체계를 구축하도록 설계되어 있다. 이는 플랫폼을 수동적 중개자에 머무르게 하지 않고, 시장의 투명성과 소비자 보호를 실질적으로 담보하는 관리 주체로 기능하도록 하기 위한 입법적 장치로 이해된다.

우선 첫 번째 단계는 수집 및 검증 의무(Collection & Verification)이다. 플랫폼은 ‘대량 제3자 판매자’ 요건을 충족한 판매자로부터 핵심 신원정보를 포괄적으로 수집하고, 해당 정보의 정확성을 입증할 책임을 부담한다. 이를 위해 플랫폼은 판매 대금이 지급되는 은행 계좌 정보(계좌 번호 및 계좌 명의자), 개인 판매자의 경우 성명과 연락처, 법인 판매자의 경우 법인 등록 정보와 대표자의 인적 사항을 포함한 연락처 정보, 그리고 국세청(IRS) 신고 자료와 대조 가능한 세금 식별 번호(TIN)를 의무적으로 확보해야 한다.²³⁾ 단순한 정보 제출에 그치지 않고, 플랫폼은 정보 수집 이후 10일 이내에 정부 발행 신분증 사본, 은행 거래 명세서 등 신뢰할 수 있는 제3자의 문서를 통해 제출된 정보의 진위 여부를 대조·검증해야 하며, 이를 통해 허위·도용 정보의 유입을 사전에 차단해야 한다. 이러한 검증 의무는 일회성으로 종료되지

available for the seller and that consumer inquiries should be submitted to the seller's email address or other means of electronic messaging provided to such seller by the online marketplace.

23) 15 U.S. Code § 45f (a)(1)(A) In general

An online marketplace shall require any high-volume third party seller on such online marketplace's platform to provide, not later than 10 days after qualifying as a high-volume third party seller on the platform, the following information to the online marketplace:

(i) Bank account

(I) In general

A bank account number, or, if such seller does not have a bank account, the name of the payee for payments issued by the online marketplace to such seller.

(II) Provision of information

The bank account or payee information required under subclause (I) may be provided by the seller in the following ways:

(aa) To the online marketplace.

(bb) To a payment processor or other third party contracted by the online marketplace to maintain such information, provided that the online marketplace ensures that it can obtain such information within 3 business days from such payment processor or other third party.

(ii) Contact information

Contact information for such seller as follows:

(I) With respect to a high-volume third party seller that is an individual, the individual's name.

(II) With respect to a high-volume third party seller that is not an individual, one of the following forms of contact information:

(aa) A copy of a valid government-issued identification for an individual acting on behalf of such seller that includes the individual's name.

(bb) A copy of a valid government-issued record or tax document that includes the business name and physical address of such seller.

(iii) Tax ID

A business tax identification number, or, if such seller does not have a business tax identification number, a taxpayer identification number.

(iv) Working email and phone number

A current working email address and phone number for such seller.

않는다. 법은 플랫폼에게 매년 최소 1회 이상 판매자로부터 기존 정보의 변경 여부를 확인받도록 요구하고, 정보가 변경된 경우에는 즉시 재검증 절차를 거쳐 해당 정보가 항상 최신 상태로 유지되도록 할 것을 명시하고 있다.²⁴⁾ 즉, 플랫폼은 판매자 신원 관리에 있어 지속적 관리 책임을 부담하게 된다.

두 번째 단계는 소비자 고지 및 정보 공개 의무(Disclosure)이다. 특히 판매 규모가 더 큰 판매자, 즉 일정 수준 이상의 연간 매출을 달성한 판매자에 대해서는 소비자 보호 강화를 위해 보다 강화된 정보 공개 의무가 부과된다.²⁵⁾ 플랫폼은 소비자가 구매 결정을 내리기 이전에 판매자의 정체를 명확히 인식할 수 있도록, 판매자의 성명 또는 법인명과 함께 물리적 주소를 상품 페이지에 명시해야 한다. 이는 위조상품이나 불법 상품 구매로 피해가 발생했을 경우, 소비자가 법적 구제를 요청할 수 있는 상대방과 관할 장소를 특정할 수 있도록 하기 위한 핵심 장치다. 아울러 플랫폼은 단순한 내부 메시징 시스템에 의존하지 않고, 판매자의 실제 전화번호 또는 유효한 이메일 주소를 제공함으로써 소비자와 판매자 간의 직접적인 소통 수단을 보장해야 한다. 더 나아가, 판매 주체와 배송 주체가 일치하지 않는 경우, 예컨대 플랫폼이 제공하는 풀필먼트 서비스를 이용하는 경우에는 소비자가 배송 담당자를 판매자로 오인하지 않도록, 실제 배송을 담당하는 주체의 정보를 별도로 명확히 고지해야 한다. 이는 거래 구조의 복잡성으로 인해 발생할 수 있는 책임 주체 혼동을 방지하기 위한 규정이다.

세 번째 단계는 불이행 판매자에 대한 제재 의무(Suspension)로, *INFORM Consumers Act*의 실효성을 담보하는 핵심 요소에 해당한다. 본 법은 플랫폼에게 자율적 관리 수준을 넘어, 규정 위반 판매자를 시장에서 즉각 배제해야 할 강제적 집행 의무를 부여하고 있다.²⁶⁾²⁷⁾ 판매자가 플랫폼의 정보 제공 요청에 응하지

24) 15 U.S. Code § 45f (a)(1) (B) Notification of change: annual certification

An online marketplace shall—

- (i) periodically, but not less than annually, notify any high-volume third party seller on such online marketplace's platform of the requirement to keep any information collected under subparagraph (A) current; and
- (ii) require any high-volume third party seller on such online marketplace's platform to, not later than 10 days after receiving the notice under clause (i), electronically certify that—
 - (I) the seller has provided any changes to such information to the online marketplace, if any such changes have occurred; or
 - (II) there have been no changes to such seller's information.

25) 15 U.S. Code § 45f (b)(1) (A) In general

An online marketplace shall—

- (i) require any high-volume third party seller with an aggregate total of \$20,000 or more in annual gross revenues on such online marketplace, and that uses such online marketplace's platform, to provide the information described in subparagraph (B) to the online marketplace; and
- (ii) disclose the information described in subparagraph (B) to consumers in a clear and conspicuous manner—
 - (I) on the product listing page (including via hyperlink); or
 - (II) in the order confirmation message or other document or communication made to the consumer after the purchase is finalized and in the consumer's account transaction history.

26) 15 U.S. Code § 45f (a)(1)(C) Suspension

In the event that a high-volume third party seller does not provide the information or certification required under this paragraph, the online marketplace shall, after providing the seller with written or electronic notice and an opportunity to provide such information or certification not later than 10 days after the issuance of such notice, suspend any future sales activity of such seller until such seller provides such information or certification.

27) 15 U.S. Code § 45f (b)(2) (B) Limitation on exception

If an online marketplace becomes aware that a high-volume third party seller has made a false representation to the online marketplace in order to justify the provision of a partial disclosure under subparagraph (A) or that a high-volume third party seller who has requested and received a provision for a partial disclosure under subparagraph (A) has not provided responsive answers within a reasonable time frame to consumer inquiries submitted to the seller by phone, email, or other means of electronic messaging provided to such seller by the

않거나, 제출된 정보가 허위로 판명된 경우, 플랫폼은 지체 없이 시정 절차에 착수해야 하며, 보완 요청에도 불구하고 기한 내 이행이 이루어지지 않을 경우 24시간 이내에 해당 판매자의 모든 거래를 중단하고 계정을 정지해야 한다. 특히 주목할 점은, 이러한 제재 의무가 단순한 권한이 아니라 플랫폼 자신의 법적 리스크와 직접적으로 연결된다는 점이다. 만약 플랫폼이 정보 미제출 또는 허위 정보 제출 판매자의 영업을 방치할 경우, 플랫폼 스스로가 *INFORM Consumers Act* 위반의 주체가 되어 연방거래위원회(FTC)의 직접적인 집행 대상이 된다. 이에 따라 플랫폼은 행정 제재나 과태료 처분을 받을 수 있으며, 이는 플랫폼으로 하여금 판매자 관리 의무를 소극적으로 수행할 유인을 원천적으로 차단하는 효과를 갖는다.

3) 감독 및 집행 체계

*INFORM Consumers Act*는 플랫폼의 의무 이행을 단순한 자율 규제나 선의에 맡기지 않고, 연방 및 주 정부 차원의 다층적 감독·집행 체계를 통해 강력한 법적 강제력을 부여하고 있다. 이는 온라인 시장에서의 정보 비대칭과 익명성을 구조적으로 해소하기 위해, 플랫폼을 규제 집행의 1차적 대상으로 명확히 설정한 입법적 선택으로 평가할 수 있다.

우선 본 법은 플랫폼의 의무 위반 행위를 미국 「연방거래위원회법(*FTC Act*)」 제5조에서 금지하는 ‘불공정하거나 기만적인 행위 또는 관행(*Unfair or Deceptive Acts or Practices*)’으로 명시적으로 규정한다. 이에 따라 플랫폼이 대량 제3자 판매자의 신원정보를 적절히 수집·검증하지 않거나, 소비자에게 필요한 정보를 고지하지 않고 거래를 방치하는 행위는 단순한 절차상 하자가 아니라, 소비자를 기망하고 시장의 신뢰 기반을 훼손하는 중대한 위법 행위로 평가된다. 이러한 법적 성격 부여는 FTC로 하여금 별도의 복잡한 고의성이나 피해 규모 입증 없이도, 법 위반 사실 자체만으로 즉각적인 조사 착수와 행정 집행을 가능하게 한다는 점에서 실효성이 크다.

특히 *INFORM Consumers Act*의 집행력을 실질적으로 담보하는 요소는 과태료 중심의 강력한 경제적 제재 구조에 있다. 플랫폼이 본 법상 부과된 수집·검증·고지·제재 의무를 이행하지 않을 경우, 과태료는 플랫폼 전체에 대해 일괄적으로 부과되는 것이 아니라, 위반이 발생한 개별 제3자 판매자 1인을 기준으로 산정된다. 이로 인해 위반의 누적 효과가 그대로 금전적 책임으로 전이되며 제3자 판매자가 활동하는 대형 오픈마켓의 경우, 체계적인 관리 시스템을 갖추지 못해 집단적인 위반이 발생할 경우 플랫폼의 재무적 존립 자체를 위협할 정도의 막대한 벌금 리스크에 직면하게 된다. 이러한 구조는 플랫폼으로 하여금 사후적 대응이 아니라, 고비용을 감수하더라도 선제적으로 고도화된 신원 확인 및 관리 시스템을 구축하도록 강력한 유인을 제공한다.

연방 차원의 FTC 집행에 더하여, 본 법은 주(State) 법무장관에게도 독자적인 법 집행 권한을 부여함으로써 규제의 공백을 최소화하고 있다. 각 주의 법무장관은 해당 주 거주 소비자가 플랫폼의 의무 불이행으로 인해 피해를 입었다고 판단할 경우, 주를 대표하여 연방법원에 민사 소송을 제기할 수 있다.²⁸⁾ 이 과정에서

online marketplace, the online marketplace shall, after providing the seller with written or electronic notice and an opportunity to respond not later than 10 days after the issuance of such notice, suspend any future sales activity of such seller unless such seller consents to the disclosure of the identity information required under paragraph (1)(B)(i).

28) 15 U.S. Code § 45f (d)(1) In general

법원은 플랫폼에 대해 법 위반 행위의 중단과 의무 이행을 명하는 금지명령(injunction)을 내릴 수 있을 뿐 아니라, 소비자 피해에 대한 손해배상 및 소송 비용의 상환을 명할 수 있다. 이러한 주 법무장관의 소송은 FTC의 행정 제재와 병행하여 진행될 수 있으므로, 플랫폼 입장에서는 단일 규제기관이 아닌 다중 집행 주체로부터의 중첩적 법적 압박에 직면하게 된다.

4) 법적 평가

*INFORM Consumers Act*는 온라인 마켓플레이스의 책임 구조를 근본적으로 재편한 법안으로 평가받으며, 유사한 문제를 겪고 있는 우리나라의 관련 법제 정비에 중요한 이정표를 제시한다. 과거의 법체계에서는 위조상품 유통 시 브랜드 관리자가 직접 침해자의 신원을 파악하고 플랫폼의 기여 책임을 입증해야 하는 과중한 부담을 안고 있었다. 그러나 본 법의 시행으로 플랫폼은 입점 단계에서부터 판매자의 신원 정보를 선제적으로 확보하고 검증해야 할 법적 의무를 지게 되었다. 이는 위조상품 단속을 위한 일차적 정보 수집 책임이 관리자에서 플랫폼으로 이전된 '입증 책임의 전환'을 의미하며, 플랫폼이 단순한 중개자를 넘어 시장의 관리 주체로서 의무를 다하도록 강제하는 구조로 전환되었다. 또한 위조상품 유통의 가장 큰 동력이었던 '판매자의 익명성'이 법적으로 제거됨에 따라, 지식재산권 보호의 효율성이 비약적으로 향상되었다. 플랫폼이 검증된 정보를 보유하고 소비자에게 공개함으로써, 침해 발생 시 상표권자의 민사적 손해배상 청구나 수사기관의 행정적 단속이 훨씬 신속하고 정확하게 이루어질 수 있는 기반이 마련되었다. 특히 국경을 넘어 활동하는 해외 판매자의 신원까지 특정할 수 있게 됨으로써, 온라인상에서의 법적 추적 가능성이 크게 강화되었다.

나. 「안전쇼핑법안(SHOP SAFE Act)」

1) 입법 목적

*INFORM Consumers Act*⁷⁾가 온라인 플랫폼에 대해 판매자 신원 정보의 수집·검증·공개라는 기초적 투명성 의무를 부과하는 데 초점을 두었다면, 현재 미 의회에서 논의 중인 *SHOP SAFE Act(Stopping Harmful Offers on Platforms by Screening Against Fakes in E-commerce)*는 한 걸음 더 나아가, 특정 유형의 위조상품에 대하여 전자상거래 플랫폼의 기여책임을 명시적으로 규정하려는 보다 강력한 입법 시도라 할 수 있다.

이 법안이 제안된 직접적인 배경에는, 전통적인 판례법 체계가 온라인 위조상품 문제에 효과적으로 대응하지 못하고 있다는 인식이 자리하고 있다. 대표적으로 *Tiffany v. eBay* 판결을 중심으로 형성된

If the attorney general of a State has reason to believe that any online marketplace has violated or is violating this section or a regulation promulgated under this section that affects one or more residents of that State, the attorney general of the State may bring a civil action in any appropriate district court of the United States, to—
 (A) enjoin further such violation by the defendant;
 (B) enforce compliance with this section or such regulation;
 (C) obtain civil penalties in the amount provided for under subsection (c);
 (D) obtain other remedies permitted under State law; and
 (E) obtain damages, restitution, or other compensation on behalf of residents of the State.

기존 법리는, 플랫폼이 특정 판매자의 특정 침해 행위를 구체적으로 인지하였거나, 이를 알 수 있었음에도 고의적으로 눈을 감았다는 점이 입증되어야만 기여책임을 인정하였다. 이러한 엄격한 지식 요건은 플랫폼에 광범위한 면책 영역을 부여하는 결과를 낳았고, 그 결과 플랫폼은 위조상품을 사전에 차단하기보다는 상표권자나 소비자의 신고가 접수된 이후에야 대응하는 이른바 '사후적·수동적 관리 모델'에 머무르게 되었다는 비판을 받아왔다. *SHOP SAFE Act*는 바로 이러한 판례법적 한계를 극복하는 것을 주요 목표로 한다. 즉, 플랫폼이 단순한 중립적 중개자에 그치지 않고, 거래 환경을 설계·통제하며 경제적 이익을 향유하는 주체인 이상, 소비자의 건강과 안전을 심각하게 위협하는 위조상품에 대해서는 보다 적극적인 관리·차단 의무를 부담해야 한다는 문제의식이 법안 전반에 관철되어 있다.²⁹⁾

특히 본 법안은 온라인 마켓플레이스를 통해 유통되는 위조 의약품, 불량 자동차 부품, 유해 화학물질이 포함된 유아용품, 안전 기준을 충족하지 못한 전자기기 등을 단순한 상표권 침해 차원의 문제가 아니라, 소비자의 생명·신체에 직접적인 위해를 초래할 수 있는 '위해 상품(harmful goods)'으로 규정한다. 이러한 상품의 유통은 더 이상 권리자와 플랫폼 간의 사적 분쟁에 국한될 수 없으며, 공중 보건과 소비자 안전 차원에서 공적 규제가 필요하다는 점을 명확히 한 것이다. 이에 따라 *SHOP SAFE Act*는, 해당 범주의 위조상품이 플랫폼을 통해 유통되는 경우, 플랫폼이 일정한 사전적·사후적 관리 조치를 이행하지 않았다면 상표권 침해에 대한 기여책임을 부담하도록 명문화함으로써, 온라인 플랫폼에도 오프라인 소매점과 유사한 수준의 주의 의무를 부과하는 것을 궁극적인 입법 목적으로 삼고 있다. 이는 전자상거래 환경에서 플랫폼의 책임 범위를 재정의하고, 소비자 안전 보호를 중심에 둔 새로운 규율 체계를 구축하려는 시도로 평가할 수 있다.

2) 주요 내용

*SHOP SAFE Act*의 핵심은 온라인 플랫폼의 법적 지위를 기존의 '중립적·수동적 중개자'에서, 소비자의 건강과 안전에 중대한 영향을 미치는 상품 영역에서는 능동적 관리 책임을 부담하는 규제 대상 주체로 재정의한 데에 있다. 이 법안은 전통적인 판례법 체계에서 형성된 플랫폼 면책 구조를 전면적으로 재검토하고, 위해 상품이 유통되는 경우 플랫폼의 책임을 원칙화하는 방향으로 규율의 축을 이동시킨다.

가장 두드러진 변화는 입증 책임 구조의 전환이다. 기존 판례 체계에서는 상표권자가 플랫폼이 특정 위조상품 판매를 알고도 방치하거나 이를 조장했다는 점을 입증해야만 기여책임이 성립하였다. 그러나 *SHOP SAFE Act*는 소비자의 건강과 안전을 침해할 수 있는 위조상품이 온라인 플랫폼을 통해 유통된 경우, 플랫폼이 원칙적으로 기여책임을 부담하도록 규정한다. 다시 말해, 플랫폼은 더 이상 '알고 있었는지 여부'를 중심으로 책임이 판단되는 수동적 지위에 머물 수 없으며, 법이 정한 관리 의무를 이행하지 않은 책임을 면할 수 없게 된다.

다만, 본 법안은 무차별적인 책임 부과에 그치지 않고, 플랫폼에게 책임을 회피할 수 있는 세이프 하버(safe harbor)를 동시에 제공한다.³⁰⁾ 이 세이프 하버는 플랫폼이 위조상품 유통을 방지하기 위해 충분하고

29) John H. Zacharia/Kari Kammel, "Congress's Proposed E-Commerce Legislation for Regulation of Third-Party Sellers: Why It's Needed and How Congress Should Make It Better", *Business Law Journal* Vol. 21, No. 1., UCDAVIS(University of California, Davis), 2021, p. 114ff.

성실한 조치를 취했음을 스스로 입증할 수 있도록 설계된 제도적 장치로서, 법안에 열거된 10가지 '최선의 관행(Best Practices)'을 모두 이행한 경우에 한해 적용된다. 이는 플랫폼이 사후적 분쟁 대응에 머무르기보다, 사전적으로 가품 유통 리스크를 관리하지 않는 것이 오히려 더 큰 법적·경제적 손실로 이어지도록 유도하는 강력한 규범적 설계라 할 수 있다.

세이프 하버의 전제가 되는 10가지 의무 사항은 플랫폼의 관리 책임을 구체적·실무적 차원에서 다음과 같이 정형화하고 있다.

-
1. 엄격한 신원 확인(Verification)
: 정부 발행 신분증 사본 및 기타 신뢰할 수 있는 서류를 통해 판매자의 실제 성명, 주소, 연락처 및 주요 사업장 위치를 사전에 철저히 검증해야 한다.
 2. 판매자 선서 및 확약(Attestation)
: 판매자는 자신이 판매하는 상품이 위조상품이 아님을 확인하고 서약해야 하며, 위반 시 발생하는 법적 책임을 수용한다는 확약서를 제출해야 한다.
 3. 관할권 동의 계약(Jurisdiction)
: 판매자가 미국 내 플랫폼을 이용하는 조건으로, 위조상품 판매와 관련하여 미국 연방법원의 관할권 행사에 동의하는 계약 체결을 의무화한다.
 4. 정보의 투명한 고지(Disclosure)
: 소비자에게 판매자의 검증된 주소와 연락처, 상품의 제조국(Country of Origin) 및 실제 배송지를 상품 페이지에 명시적으로 노출하여 소비자의 오인 가능성을 차단한다.
 5. 이미지 사용 제한(Image Accuracy)
: 판매자가 상품 등록 시 자신이 소유하거나 사용 권한을 가진 이미지만 사용하도록 강제하며, 실제 판매 상품과 다른 공식 카탈로그 이미지 등을 무단으로 사용하는 행위를 제한한다.
 6. 선제적 스크리닝(Proactive Screening)
: 상표권자로부터 제공받은 정보를 바탕으로, 상품이 공개되기 전 AI 및 알고리즘 등 고도화된 기술적 수단을 동원하여 가품 의심 상품을 사전에 필터링해야 한다.
 7. 신속한 게시물 삭제(Expeditious Takedown)
: 상표권자의 신고가 있거나 침해가 합리적으로 의심되는 게시물에 대해서는 즉각적으로 접근을 차단하고 삭제 조치를 취해야 한다.
 8. 삼진아웃제(Three-Strikes Policy)
: 위조상품을 반복적으로 노출하거나 판매한 기록이 있는 판매자(통상 1년 내 3회 적발 기준)에 대해서는 플랫폼 이용 권한을 영구히 박탈해야 한다.
 9. 우회 가입 및 재가입 차단(Anti-Rejoining Measures)
: 퇴출된 판매자가 타인의 명이나 다른 계정을 통해 플랫폼에 재가입하는 것을 방지하기 위한 지속적인 모니터링과 기술적 차단 조치를 시행해야 한다.
 10. 수사 협조 및 정보 공유(Information Sharing)
: 침해 판매자의 신원 및 거래 데이터를 수사 기관에 제공하고, 상표권자의 요청이 있을 경우 법적 대응에 필요한 정보를 성실히 공유해야 한다.
-

30) John H. Zacharia/Kari Kammel, *ibid.*, p. 115.

3) 법적 평가

*SHOP SAFE Act*의 가장 중요한 법적 의의는, 그간 추상적으로 논의되어 왔던 플랫폼의 합리적 조치 개념을 10가지 구체적 의무 사항으로 정형화함으로써 책임 판단의 불확실성을 대폭 축소했다는 점에 있다. 이는 플랫폼 운영자에게는 준수해야 할 명확한 규제 기준을 제공하고, 사법부에는 통일된 판단 잣대를 제시함으로써 법 적용의 예측 가능성을 높이는 효과를 가진다. 또한 본 법안은 모든 상품을 일률적으로 규제하는 방식이 아니라, 의약품·화장품·영유아용품 등 인체에 직접적인 위해를 초래할 수 있는 품목에 규제 역량을 집중하는 위험 기반 접근(risk-based approach)을 채택하고 있다. 이를 통해 제한된 집행 자원을 가장 위험도가 높은 영역에 집중함으로써, 소비자 보호의 실효성을 극대화하고 과잉 규제에 대한 우려를 일정 부분 완화하고 있다. 나아가 해외 판매자에 대해 미국 내 관할권 동의 및 사실상 대리인 지정 효과를 발생시키는 구조는, 국경을 넘나드는 전자상거래 환경에서 역외 위조 판매자(bad actors)에 대한 실질적 통제력을 확보했다는 점에서 중요한 의미를 지닌다. 이러한 요소들은 *SHOP SAFE Act*가 단순한 국내 규제에 그치지 않고, 향후 글로벌 전자상거래 규범 형성 과정에서 하나의 기준점으로 기능할 가능성을 시사한다.

다. 「악성 장난감 유통 금지법안(SANTA Act)」

미국 연방 정부는 보편적인 투명성 강화(*INFORM Act*)와 기여 책임 명문화(*SHOP SAFE Act*)에 앞서, 위해성에 가장 민감한 어린이용 제품을 타겟으로 플랫폼의 의무를 극대화하는 특정 품목 중심의 규제를 전개해 왔다. 그 대표적인 사례가 바로 「악성 장난감 유통 금지법안(*SANTA Act*, *Stopping All Nefarious Toys in America Act*)」이다.³¹⁾ 2019년 처음 제안되어 현재까지 입법 논의가 진행 중인 *SANTA Act*는, 비록 단독 법안으로 최종 제정되지는 않았으나 그 핵심 취지인 '판매자 신원 확인 및 공개 의무'가 2023년 시행된 *INFORM Consumers Act*의 실질적인 근간이 되었다.

1) 입법 목적

본 법안은 온라인 마켓플레이스를 통해 판매되는 어린이용 장난감 및 영유아용 제품의 안전을 확보하고, 검증되지 않은 위조·불량 상품으로부터 아동을 보호하기 위해 발의된 특별 규제 법안이다. 영유아 제품은 위조되거나 안전 기준을 충족하지 못할 경우 질식, 중독, 화재 등 즉각적이고 치명적인 사고로 이어질 수 있다는 점에서, 일반 소비재와는 질적으로 다른 위험을 내포한다. 이러한 특수성을 고려하여 본 법안은 플랫폼에 대해 일반 상품보다 훨씬 강화된 수준의 정보 공개 및 사전적 투명성 의무를 부과하는 데 초점을 둔다.

2) 주요 내용

*SANTA Act*는 온라인 마켓플레이스에서 아동용 장난감 및 영유아 제품이 판매되는 경우, 플랫폼이 판매자 정보를 즉각적이고 가시적으로 노출하도록 명확한 의무를 부과한다. 이에 따라 플랫폼은 상품

31) John H. Zacharia/Kari Kammel, *ibid.*, p. 111ff.

상세 페이지 전면에 판매자의 성명, 물리적 비즈니스 주소, 유효한 전화번호 및 이메일 주소를 소비자가 쉽게 인식할 수 있는 방식으로 표시해야 한다. 이러한 정보는 별도의 링크나 추가 탐색을 요구하는 방식이 아니라, 상품 구매 화면 자체에서 직접 확인 가능하도록 제시되어야 한다.

또한 *SANTA Act*는 단순한 연락처 공개에 그치지 않고, 판매자가 공급망 내에서 차지하는 지위를 구분하여 명시하도록 요구한다. 즉, 해당 판매자가 단순 리셀러(reseller)인지, 해외에서 상품을 반입하는 수입업자인지, 또는 직접 제조를 담당하는 제조사인지를 상품 페이지에 명확히 표시해야 한다. 이를 통해 소비자는 해당 상품이 어떠한 유통 구조를 거쳐 제공되는지, 그리고 안전·품질과 관련된 책임이 어느 단계에 귀속되는지를 식별할 수 있게 된다.

아울러 본 법안은 판매자와 실제 배송 주체가 일치하지 않는 경우에 대한 사전 고지 의무를 명시적으로 규정한다. 상품 페이지에 표시된 판매자와 달리, 실제로 상품을 보관·출고·배송하는 주체가 플랫폼의 제3자 물류 시스템이나 외부 물류업체인 경우, 플랫폼은 소비자가 결제를 완료하기 전에 이러한 사실을 반드시 통지해야 한다. 이와 같은 고지는 배송 주체가 누구인지, 그리고 물류 과정에서 플랫폼이 수행하는 역할의 범위를 명확히 드러내는 방식으로 이루어져야 한다.

3) 법적 평가

*SANTA Act*는 아동용 장난감 및 영유아 제품이라는 고위험 품목을 대상으로, 온라인 거래에서 발생하는 정보 비대칭 그 자체를 안전 리스크로 규정하고 이에 대응하는 규율 구조를 제시한 입법례로 평가된다. 이 법안은 플랫폼을 단순한 거래 중개자가 아니라, 소비자에게 도달하기 이전 단계에서 정보를 통해 위험을 차단해야 할 핵심적 관리 주체로 전제하고, 판매자 신원과 유통 구조를 상품 페이지 차원에서 구조적으로 가시화하도록 요구하였다. 특히 본 법안에서 정립된 소비자 대면 정보의 가시성과 판매자 신원 확인·검증 의무는 이후 미국 연방 차원의 통합적 전자상거래 규율로 그대로 계승되었다. 해당 원칙들은 특정 품목에 한정되지 않고 전자상거래 전반으로 확장되어, 2023년 시행된 *INFORM Consumers Act*의 핵심 규범으로 전면 수용되었으며, 나아가 위해 물품의 유통에 대해 플랫폼의 기여책임을 명문화하려는 *SHOP SAFE Act*의 논리적·제도적 기초로 작용하였다. 이와 같은 입법 전개 과정을 고려할 때, *SANTA Act*는 비록 독립된 단일 법률로 제정되지는 않았으나, 특정 고위험 품목을 기점으로 플랫폼 규율을 강화한 단계적 규제 접근의 출발점이자, 현대적 온라인 플랫폼 책임 법제가 어떠한 방향으로 발전해야 하는지를 선명하게 제시한 선도적 규제 모델로 평가할 수 있다.

4. 시사점

미국의 온라인 플랫폼 규율은 사법적 면책 구조가 지닌 한계를 입법을 통해 보완·극복하는 과정 속에서, 플랫폼 책임의 핵심 척도를 ‘판매자 정보의 투명성 확보 및 제공’으로 이동시키고 있다. 이는 위조상품 판매자의 익명성을 구조적으로 차단하고 단속의 실효성을 제고하기 위한 법제화 연구에 여러 가지 중요한 시사점을 제공한다.

첫째, 판매자 정보 제공의무는 사법적 해석이 아닌 입법적 결단의 영역이라는 점이다. *Tiffany v. eBay*

판결을 기점으로 형성된 '구체적 지식' 중심의 판례 법리는 플랫폼에 광범위한 면책을 부여하는 결과를 초래하였고, 이후 책임 확장을 시도한 판결들 역시 주(State)별로 기준이 상이하여 법적 안정성과 예측 가능성을 저해하였다. 이러한 경험은 플랫폼의 판매자 정보 수집·검증·제공 의무를 사후적 책임 판단에 맡겨두는 방식으로는 위조상품 유통 문제를 구조적으로 해결할 수 없음을 보여준다. 결국 미국은 *INFORM Consumers Act*와 같은 명확한 입법을 통해, 플랫폼의 정보 관리 책임을 사전에 확정함으로써 규제의 집행력과 예측 가능성을 동시에 확보하였다.

둘째, '신원 확인'과 '정보 공개'를 결합한 구조적 규율이 익명성 차단이 핵심 수단으로 작동하고 있다는 점이다. *INFORM Consumers Act*는 판매자 정보를 단순히 수집하는 데 그치지 않고, 정부 발행 신분증, 은행 계좌 정보, 세금 식별 번호 등을 통해 이를 검증한 후, 일정 요건을 충족하는 판매자에 대해서는 소비자에게 공개하도록 하는 3단계 정보 관리 체계를 구축하였다. 이는 침해 발생 이후 관리자가 판매자의 신원을 어렵게 추적하던 기존 구조에서 벗어나, 플랫폼이 상시적으로 추적 가능성을 확보해 두는 예방적 정보 책임 모델로의 전환을 의미한다.

셋째, 위해 물품에 대해 정보 제공의무를 강화하는 위험 기반 규제가 높은 실효성을 가진다는 점이다. *SHOP SAFE Act*와 *SANTA Act*는 모든 상품에 동일한 수준의 규제를 적용하는 방식이 아니라, 소비자의 생명·신체에 직접적인 위해를 초래할 수 있는 품목을 중심으로 정보 제공 및 관리 의무를 가중하는 접근을 취하고 있다. 특히 고위험 품목에 대해 판매자의 공급망 내 지위(제조사·수입업자·리셀러 여부)와 실제 배송 주체를 상세히 공개하도록 한 점은, 정보 제공의 범위를 위험도에 따라 차등화함으로써 규제의 정당성을 확보하고 집행 자원을 효율적으로 배분하는 전략적 모델로 평가할 수 있다.

넷째, 플랫폼을 '정보 집중 주체(gatekeeper)'로 인식하고 1차적 책임을 부여하는 관점의 전환이 필요하다는 점이다. 미국의 입법례는 플랫폼을 더 이상 단순한 거래 중개자로 보지 않고, 판매자 신원 정보와 거래 데이터에 접근할 수 있는 독점적 위치에 있는 시장 관리 주체로 재정의한다. 정보 비대칭을 해소할 수 있는 최적의 위치에 있는 플랫폼에게 판매자의 정확한 인적 사항을 수집·관리하고, 이를 소비자나 행정 당국에 제공하도록 의무를 부과하는 것은, 위조상품 유통을 억제하는 가장 경제적이고 효과적인 규율 방식으로 기능한다.

다섯째, 역외 판매자에 대한 실효적 정보 확보를 위한 법적 장치의 필요성이다. 해외 직구와 국경 간 전자상거래가 일상화된 환경에서, 미국 입법례가 보여준 관할권 동의 구조와 실질적 대리인 지정 효과는 중요한 비교법적 시사점을 제공한다. 외국 판매자의 신원 정보를 플랫폼이 의무적으로 확보하고, 침해 발생 시 이를 국내 권리자나 행정 당국에 신속히 제공하도록 강제하는 메커니즘 없이는, 국경 없는 위조상품 유통망에 대한 실효적 대응은 불가능하다.

요컨대, 미국의 입법 사례는 위조상품 판매자 정보 제공의무의 법제화가 단순한 권리 보호를 위한 부수적 절차가 아니라, 디지털 플랫폼 시장의 신뢰 기반을 재구축하는 핵심 규범임을 분명히 보여준다. 이러한 비교법적 분석을 토대로 해서 볼 때, 우리나라 역시 플랫폼의 구조적 역할과 정보 집중 현실을 반영하여, 판매자 정보의 수집·검증·제공 의무를 명확히 규정하고, 그 불이행에 대해 실효적인 제재 수단을 결합한 입법적 대응을 본격적으로 검토할 필요가 있다.

제2절 | 유럽연합

1. 개관

유럽연합은 2000년 제정된 「전자상거래 지침(*e-Commerce Directive*)」을 통해 온라인 중개 서비스 제공자에게 폭넓은 책임 면제를 부여해 왔다. 동 지침은 중개 서비스가 기술적·자동적·수동적 성격에 머무르는 한, 플랫폼이 자신을 통해 유통되는 정보의 내용에 대하여 일반적인 감시 의무를 부담하지 않으며, 불법성을 구체적으로 인지한 경우에만 사후적으로 삭제 또는 접근 차단 의무를 부담하도록 설계되었다. 이와 같은 책임면제 중심의 규율 구조는 초기 인터넷 환경에서 정보 유통의 활성화를 촉진하는 데에는 일정한 기능을 하였으나, 초국경적 전자상거래 플랫폼의 등장과 데이터 기반 유통 구조의 급속한 확산 속에서 그 한계가 점차 분명해지게 되었다.

특히 위조상품 유통이 단순한 상표권 침해를 넘어 위조 의약품, 불량 자동차 부품, 유해 유아용품 등 소비자의 생명과 신체 안전을 직접적으로 위협하는 문제로 확산되면서, 플랫폼을 단순한 중립적 매개자로 전제하는 기존의 수동적 면책 모델은 법 집행의 실효성과 규범적 정당성을 담보하기 어렵다는 비판에 직면하였다. 판매자의 익명성을 전제로 한 온라인 거래 구조에서는 침해 발생 이후의 사후적 삭제 조치만으로는 반복적 위법 행위를 차단하기 어렵고, 책임 귀속 또한 구조적으로 불명확하다는 문제가 지속적으로 제기되었다.

이러한 문제의식 속에서 2024년 2월부터 전면 시행된 「디지털 서비스법(*Digital Services Act*, 이하 ‘*DSA*’라고 함)」은 유럽연합의 온라인 플랫폼 규율을 근본적으로 재구성하는 전환점으로 평가된다. *DSA*는 전자상거래 지침이 확립한 책임면제의 기본 틀을 원칙적으로 유지하면서도, 플랫폼의 규모와 기능, 사회적 영향력에 비례하여 차등화된 상당한 주의의무(*due diligence obligations*)를 새롭게 부과하였다. 이는 플랫폼의 책임을 불법 콘텐츠 인지 이후의 사후적 조치에 국한하지 않고, 사전적인 위험 관리와 구조적 투명성 확보의 영역으로 확장한 것이다. 나아가 *DSA*는 플랫폼을 단순한 정보의 통로가 아니라, 디지털 시장의 질서와 안전을 관리할 책임을 지는 주체로 재정의함으로써, 정보 유통의 전 과정에서 플랫폼이 차지하는 실질적 영향력을 규범적으로 반영하고자 하였다.

DSA 체제하에서 위조상품 단속과 관련하여 특히 주목되는 핵심 개념은 판매자의 익명성을 구조적으로 해소하는 ‘추적 가능성(*Traceability*)’의 확보이다(*DSA* 제30조).³²⁾ 온라인 위조상품 유통의 고질적인 난제는 판매자가 허위 또는 가명 신원 뒤에 숨어 법적 책임을 회피하고, 단속이나 분쟁 발생 시 계정을 삭제한 후 재진입하는 행태가 반복되어 왔다는 점에 있다. 이에 *DSA*는 플랫폼을 정보의 단순 저장·전송 주체에 머무르게 하지 않고, 판매자 정보와 거래 관련 데이터를 체계적으로 관리·유지하며, 필요시 이를 당국이나 소비자에게 제공할 수 있는 환경을 구축해야 할 정보 책임의 주체로 명확히 위치시킨다. 이는 정보 비대칭성을 위조상품 유통의 핵심 원인으로 인식하고, 온라인 시장에서도 오프라인 거래에 준하는 책임 귀속의 명확성과 투명성을 구현하려는 유럽연합의 규범적 선택을 반영한 것으로 평가할 수 있다.

32) *EU Digital Services Act* Article 30. Traceability of traders

2. 위조상품 근절을 위한 판매자 정보 수집 및 검증 의무

가. 비즈니스 고객 확인 원칙의 명문화

DSA는 위조상품 유통의 구조적 원인으로 지적되어 온 판매자 익명성을 해소하기 위해, 이른바 ‘비즈니스 고객 확인(Know Your Business Customer, KYBC)’ 원칙을 온라인 플랫폼 규율의 핵심 요소로 명문화하였다. 제30조 제1항에 따르면, 소비자가 판매자와 원격계약을 체결할 수 있도록 허용하는 온라인 플랫폼 제공자는 판매자가 자신의 서비스를 이용하여 상품을 판매하기 전에, 해당 판매자의 신원을 사전에 확인하기 위한 필수 정보를 수집·보유하여야 한다.³³⁾

구체적으로 플랫폼은 판매자로부터 성명, 주소, 전화번호 및 이메일 주소 등 기본적인 인적·연락처 정보를 확보하여야 하며, 이와 함께 정부가 발행한 신분증 사본 또는 이에 상응하는 신뢰할 수 있는 전자적 식별 수단을 통해 해당 정보의 실재성을 확인해야 한다. 또한 거래 대금이 실제로 지급되는 은행 계좌 정보를 수집함으로써, 판매자의 경제적 실체와 책임 귀속 가능성을 제도적으로 확보하도록 요구하고 있다. 판매자가 사업자에 해당하는 경우에는 관련 법령에 따른 사업자 등록 정보 및 등록 번호를 추가로 확인해야 하며, 아울러 판매자는 적용되는 법령 및 제품 안전 기준을 준수할 의무가 있음을 인지하고 이를 이행할 것을 서면으로 약속해야 한다.

이와 같은 사전적 정보 수집·확인 의무는 플랫폼이 단순히 위조상품 유통 이후의 분쟁 해결을 보조하는 소극적 중개자에 머무르지 않고, 거래 개시 단계에서부터 판매자의 법적 책임 가능성을 구조적으로 담보하도록 하는 데 그 목적이 있다. DSA는 이를 통해 위조상품 판매자가 가명이나 허위 정보에 의존해 시장에 반복적으로 재진입하는 관행을 차단하고, 온라인 거래 환경에서도 오프라인 상거래에 준하는 신원 투명성과 추적 가능성을 확보하고자 한다.

나. 정보의 정확성 검증 및 현행화 의무

DSA는 판매자 정보의 투명성을 형식적인 신고 수준에 머물게 하지 않기 위해, 플랫폼에 대하여 정보의 정확성 검증과 지속적 현행화에 관한 적극적인 관리 의무를 부과하고 있다. 제30조 제2항에 따르면, 온라인 플랫폼은 판매자로부터 수집한 신원 및 사업자 정보가 정확한지 여부를 확인하기 위하여, 신뢰할 수

33) *EU Digital Services Act Article 30. Traceability of traders*

1. Providers of online platforms allowing consumers to conclude distance contracts with traders shall ensure that traders can only use those online platforms to promote messages on or to offer products or services to consumers located in the Union if, prior to the use of their services for those purposes, they have obtained the following information, where applicable to the trader:

- (a) the name, address, telephone number and email address of the trader;
- (b) a copy of the identification document of the trader or any other electronic identification as defined by Article 3 of Regulation (EU) No 910/2014 of the European Parliament and of the Council (40);
- (c) the payment account details of the trader;
- (d) where the trader is registered in a trade register or similar public register, the trade register in which the trader is registered and its registration number or equivalent means of identification in that register;
- (e) a self-certification by the trader committing to only offer products or services that comply with the applicable rules of Union law.

있는 공식 온라인 인터페이스나 공공 데이터베이스 등 객관적이고 검증 가능한 수단을 활용하여 해당 정보를 검증하여야 한다.³⁴⁾ 이는 플랫폼이 제출된 정보를 기계적으로 보관하는 수동적 중개자에 머무르는 것을 허용하지 않고, 정보의 진위에 대해 일정한 수준의 주의의무를 부담하도록 하는 규범적 전환을 의미한다.

특히 플랫폼이 제공된 정보가 부정확하거나 불완전하다고 합리적으로 의심할 만한 사정이 있는 경우, 단순한 방치가 아니라 판매자에게 추가 자료 제출이나 정보 보완을 요청하는 적극적 조치를 취해야 한다. 이러한 검증·보완 절차는 위조상품 판매자가 허위 또는 도용된 신원 정보를 이용해 플랫폼에 진입하는 것을 사전에 차단하기 위한 핵심적 장치로 기능한다.

나아가 DSA는 정보 관리 의무를 일회적 절차로 한정하지 않고, 시간의 경과에 따른 정보의 변동 가능성을 전제로 한 지속적 관리 책임을 명확히 하고 있다. 제30조 제4항에 따라, 온라인 플랫폼은 이미 입점한 판매자의 정보가 항상 최신 상태로 유지되도록 관리하여야 하며, 최소한 연 1회 이상 제공된 정보의 정확성을 재확인하도록 요구된다.³⁵⁾ 이를 통해 판매자가 주소, 연락처, 계좌 정보 등을 변경하였음에도 불구하고 과거 정보가 장기간 방치되는 상황을 방지하고, 침해 발생 시 판매자에 대한 실질적인 추적 가능성을 지속적으로 확보하도록 설계되어 있다.

이와 같은 정보 검증 및 현행화 의무는 플랫폼을 단순한 정보 저장 공간이 아니라, 판매자 정보의 신뢰성과 지속성을 관리하는 정보 책임의 중심 주체로 위치시키는 데 그 의의가 있다. DSA는 이를 통해 온라인 거래 환경에서 구조적으로 형성되어 온 정보 비대칭을 완화하고, 위조상품 단속과 소비자 보호를 위한 제도적 기반을 공고히 하고 있다.

다. 정보 제공 의무 불이행에 대한 서비스 이용 중단 조치

DSA가 규정하는 판매자 정보 수집·검증 의무의 실효성은, 그 이행을 담보하기 위해 마련된 강제적 제재 수단에서 분명하게 드러난다. 제30조 제3항은 온라인 플랫폼이 판매자의 정보 제공 및 검증 의무 불이행을 단순한 행정적 하자로 취급하지 않고, 즉각적인 거래 배제 사유로 연동하도록 설계하고 있다.³⁶⁾

34) *EU Digital Services Act* Article 30. Traceability of traders

2. Upon receiving the information referred to in paragraph 1 and prior to allowing the trader concerned to use its services, the provider of the online platform allowing consumers to conclude distance contracts with traders shall, through the use of any freely accessible official online database or online interface made available by a Member State or the Union or through requests to the trader to provide supporting documents from reliable sources, make best efforts to assess whether the information referred to in paragraph 1, points (a) to (e), is reliable and complete. For the purpose of this Regulation, traders shall be liable for the accuracy of the information provided.

As regards traders that are already using the services of providers of online platforms allowing consumers to conclude distance contracts with traders for the purposes referred to in paragraph 1 on 17 February 2024, the providers shall make best efforts to obtain the information listed from the traders concerned within 12 months. Where the traders concerned fail to provide the information within that period, the providers shall suspend the provision of their services to those traders until they have provided all information.

35) *EU Digital Services Act* Article 30. Traceability of traders

4. Without prejudice to Article 4 of Regulation (EU) 2019/1150, if a provider of an online platform allowing consumers to conclude distance contracts with traders refuses to allow a trader to use its service pursuant to paragraph 1, or suspends the provision of its service pursuant to paragraph 3 of this Article, the trader concerned shall have the right to lodge a complaint as provided for in Articles 20 and 21 of this Regulation.

구체적으로, 판매자가 법에서 요구하는 신원 정보를 제공하지 않거나, 플랫폼의 검증 과정에서 해당 정보가 허위 또는 불완전한 것으로 확인되어 보완 요청을 받았음에도 이를 이행하지 않는 경우, 플랫폼은 재량의 여지없이 해당 판매자의 서비스 이용을 중단해야 한다. 이는 판매자의 고의나 과실에 대한 추가적 판단을 요구하지 않는 자동적 제재 구조로서, 정보 제공 의무 자체를 거래 참여의 전제 조건으로 설정한 것이다.

이와 같은 서비스 이용 중단 조치는 위조상품 판매자가 계정을 폐기한 뒤 새로운 계정을 생성하여 다시 시장에 진입하는 이른바 '계정 호핑' 행태를 구조적으로 차단하는 기능을 수행한다. 판매자는 검증된 신원 정보가 확보되지 않는 한 거래를 재개할 수 없으며, 플랫폼 역시 이러한 상태를 방지할 경우 법 위반의 주체가 된다는 점에서 적극적인 집행 의무를 부담한다. 결과적으로 제30조 제3항은 위조상품 유통의 핵심적 기반이 되어 왔던 익명성과 반복 진입 가능성을 제거함으로써, 불법 유통 행위의 경제적 유인을 근본적으로 약화시키는 장치로 평가할 수 있다.

라. 정보 기반 추적 가능성과 소비자 보호

DAS 제30조에 따라 온라인 플랫폼이 수집·검증한 판매자 정보는 내부적 관리에만 머무르지 않고, 후속 규정을 통해 외부적으로 활용됨으로써 위조상품 단속과 소비자 보호를 위한 추적 가능성을 완성하는 기능을 수행한다. DSA는 제31조를 중심으로, 일정 요건 하에서 판매자의 신원 정보를 소비자에게 명확히 인식 가능하도록 공개하도록 요구하고 있으며, 아울러 사법·행정 당국이 적절한 절차에 따라 이를 요청하는 경우 해당 정보를 제공할 수 있는 법적 기반을 마련하고 있다.

이와 같은 정보 공개 및 제공 구조는 온라인 거래에서 반복적으로 문제되어 온 판매자의 익명성을 구조적으로 해소하는 데 핵심적인 역할을 한다. 판매자가 허위 주소나 차명 계정을 이용하여 법적 책임을 회피하는 것을 제도적으로 차단함으로써, 위조상품으로 인한 피해가 발생한 경우 소비자는 실제 책임 주체를 특정하여 민사적 구제나 행정적 보호를 받을 수 있는 실질적 경로를 확보하게 된다. 나아가 수사기관 및 감독 당국 역시 판매자의 신원과 거래 이력을 신속하게 추적할 수 있게 되어, 위조상품 유통에 대한 사후적 제재와 예방적 단속이 보다 효과적으로 이루어질 수 있다. 이러한 점에서 DSA의 판매자 정보 규율은 단순한 투명성 확보를 넘어, 온라인 환경에서 오프라인 시장에 준하는 책임 귀속 구조를 구현하려는 소비자 보호 중심의 규범적 전환으로 평가할 수 있다.

36) *EU Digital Services Act* Article 30. Traceability of traders

3. Where the provider of the online platform allowing consumers to conclude distance contracts with traders obtains sufficient indications or has reason to believe that any item of information referred to in paragraph 1 obtained from the trader concerned is inaccurate, incomplete or not up-to-date, that provider shall request that the trader remedy that situation without delay or within the period set by Union and national law. Where the trader fails to correct or complete that information, the provider of the online platform allowing consumers to conclude distance contracts with traders shall swiftly suspend the provision of its service to that trader in relation to the offering of products or services to consumers located in the Union until the request has been fully complied with.

3. 사법·행정 당국 및 소비자에 대한 정보 제공 의무

가. 당국의 정보 제공 명령 이행

DSA 제10조는 위조상품 유통 등 불법 행위에 대한 효과적인 조사와 법 집행을 보장하기 위하여, 사법 또는 행정 당국이 특정 서비스 이용자에 관한 정보를 요구하는 경우 온라인 플랫폼을 포함한 중개서비스 제공자가 준수해야 할 절차적·실체적 의무를 규정하고 있다. 이는 플랫폼이 보유한 정보가 공적 법집행에 활용될 수 있도록 제도적 연결 고리를 마련한 규정으로, 추적 가능성 확보의 핵심적 요소에 해당한다.

우선, 관할 사법·행정 당국이 적용 가능한 EU 법 또는 이에 부합하는 국내법에 근거하여 특정 이용자에 대한 정보 제공을 명령한 경우, 중개서비스 제공자는 해당 명령을 지체 없이 수령하였음을 통지하고, 명령에 따라 어떠한 조치를 취하였는지 및 그 이행 시기를 명확히 보고하여야 한다(제10조 제1항).³⁷⁾ 이는 정보 제공 절차 전반에 대한 감독 가능성을 확보하기 위한 최소한의 절차적 투명성 장치로 이해된다.

아울러 DSA는 정보 제공 명령이 충족해야 할 요건과 범위를 엄격하게 한정함으로써, 플랫폼에 과도한 정보 제공 의무가 부과되는 것을 방지하고 있다. 제10조 제2항에 따르면, 정보 제공 명령에는 법적 근거, 명령을 발한 당국의 식별 정보, 계정명이나 고유 식별자 등 정보 제공 대상이 되는 이용자를 명확히 특정할 수 있는 요소가 포함되어야 한다.³⁸⁾ 특히 플랫폼이 제공해야 할 정보는 원칙적으로 '서비스 제공의

37) *EU Digital Services Act Article 10. Orders to provide information*

1. Upon receipt of an order to provide specific information about one or more specific individual recipients of the service, issued by the relevant national judicial or administrative authorities on the basis of the applicable Union law or national law in compliance with Union law, providers of intermediary services shall, without undue delay inform the authority issuing the order, or any other authority specified in the order, of its receipt and of the effect given to the order, specifying if and when effect was given to the order.

38) *EU Digital Services Act Article 10. Orders to provide information*

2. Member States shall ensure that when an order referred to in paragraph 1 is transmitted to the provider, it meets at least the following conditions:

(a) that order contains the following elements:

(i) a reference to the legal basis under Union or national law for the order;
(ii) information identifying the issuing authority;
(iii) clear information enabling the provider of intermediary services to identify the specific recipient or recipients on whom information is sought, such as one or more account names or unique identifiers;
(iv) a statement of reasons explaining the objective for which the information is required and why the requirement to provide the information is necessary and proportionate to determine compliance by the recipients of the intermediary services with applicable Union law or national law in compliance with Union law, unless such a statement cannot be provided for reasons related to the prevention, investigation, detection and prosecution of criminal offences;
(v) information about redress mechanisms available to the provider and to the recipients of the service concerned;
(vi) where applicable, information about which authority is to receive the information about the effect given to the orders;

(b) that order only requires the provider to provide information already collected for the purposes of providing the service and which lies within its control;

(c) that order is transmitted in one of the languages declared by the provider of intermediary services pursuant to Article 11(3) or in another official language of the Member States, agreed between the authority issuing the order and the provider, and is sent to the electronic point of contact designated by that provider, in accordance with Article 11; where the order is not drafted in the language declared by the provider of intermediary services or in another bilaterally agreed language, the order may be transmitted in the language of the authority issuing the order, provided that it is accompanied by a translation into such declared or bilaterally agreed language of at least the elements set out in points (a) and (b) of this

목적에 위해 이미 수집하였고, 그 관리·통제 범위 내에 있는 정보'로 한정되며, 이를 넘어선 추가적인 정보 수집이나 조사 의무는 부과되지 않는다.

더 나아가 *DSA*는 정보 제공 과정에서의 이용자 권익 보호 역시 중시하고 있다. 플랫폼은 정보 제공 명령을 이행하는 시점에, 해당 명령의 존재와 그에 따라 취해진 조치를 관련 이용자에게 통지하여야 하며, 이 과정에서 당국이 제시한 명령 사유와 이용 가능한 구제 수단에 관한 정보도 함께 제공해야 한다(제10조 제5항).³⁹⁾ 이는 비밀리에 이루어지는 정보 제공으로 인해 이용자의 방어권이 침해되는 것을 방지하고, 법 집행과 기본권 보호 간의 균형을 도모하려는 규범적 장치로 평가할 수 있다.

나. 불법 상품 구매자에 대한 고지 의무

DSA 제32조는 온라인 플랫폼을 통해 위조상품 등 불법 상품이 유통된 사실이 사후적으로 확인된 경우, 그 피해가 이미 발생한 소비자에게 직접적인 정보 제공을 의무화함으로써 소비자 보호와 판매자 추적 가능성을 동시에 강화하는 규정이다. 이 조항은 불법 유통을 사전에 차단하는 규율을 보완하여, 사후 단계에서도 플랫폼이 적극적인 정보 전달 주체로 기능하도록 설계되어 있다.

우선, 소비자가 판매자와 원격계약을 체결할 수 있도록 허용하는 온라인 플랫폼 제공자가, 사용된 수단을 불문하고 자신의 서비스를 통해 불법 상품 또는 서비스가 EU 내 소비자에게 제공되었다는 사실을 인지한 경우, 해당 플랫폼은 자신이 연락처 정보를 보유하고 있는 범위 내에서 그 상품 또는 서비스를 구매한 소비자에게 개별적으로 통지하여야 한다(제32조 제1항).⁴⁰⁾ 이 통지에는 최소한 해당 상품이나 서비스가 불법이라는 사실, 이를 제공한 사업자(판매자)의 신원, 그리고 환불·계약 해제·손해배상 청구 등 이용 가능한 구제 수단에 관한 정보가 포함되어야 한다. 이를 통해 소비자는 단순히 피해 사실을 인지하는 데 그치지 않고, 실질적인 권리 구제 절차로 나아갈 수 있는 정보를 제공받게 된다. 이러한 고지 의무는 무제한적으로 과거 거래에 소급 적용되는 것은 아니며, 플랫폼이 불법성을 인지한 시점을 기준으로 이전 6개월 이내에 이루어진 구매에 한하여 적용된다. 이는 소비자 보호의 필요성과 플랫폼의 관리 부담 사이에서 일정한 균형을 도모한 입법적 선택으로 평가할 수 있다.

한편, 플랫폼이 모든 관련 소비자의 연락처 정보를 보유하고 있지 아니한 경우에도 정보 제공 의무는

paragraph.

39) *EU Digital Services Act* Article 10. Orders to provide information

5. At the latest when effect is given to the order, or, where applicable, at the time provided by the issuing authority in its order, providers of intermediary services shall inform the recipient of the service concerned of the order received and the effect given to it. Such information provided to the recipient of the service shall include a statement of reasons and the possibilities for redress that exist, in accordance with paragraph 2.

40) *EU Digital Services Act* Article 32. Right to information

1. Where a provider of an online platform allowing consumers to conclude distance contracts with traders becomes aware, irrespective of the means used, that an illegal product or service has been offered by a trader to consumers located in the Union through its services, that provider shall inform, insofar as it has their contact details, consumers who purchased the illegal product or service through its services of the following:

- (a) the fact that the product or service is illegal;
- (b) the identity of the trader; and
- (c) any relevant means of redress.

The obligation laid down in the first subparagraph shall be limited to purchases of illegal products or services made within the six months preceding the moment that the provider became aware of the illegality.

면제되지 않는다. 이 경우 플랫폼은 불법 상품 또는 서비스에 관한 정보, 해당 판매자의 신원, 그리고 이용 가능한 구제 수단을 자신의 온라인 인터페이스에 공개적으로 게시하고, 소비자가 쉽게 접근할 수 있도록 조치하여야 한다(제32조 제2항).⁴¹⁾ 이러한 공개 게시 의무는 개별 통지가 불가능한 상황에서도 소비자가 스스로 피해 여부를 확인하고 대응할 수 있도록 함으로써, 위조상품 유통으로 인한 정보 비대칭을 최소화하는 기능을 수행한다.

4. 플랫폼 책임의 경계

가. 호스팅 면책의 예외와 ‘자기화’ 이론

DSA는 제6조를 통해 중개 서비스 제공자에 대한 전통적인 책임 면제 원칙을 유지하고 있다. 즉, 호스팅 서비스 제공자가 이용자의 요청에 따라 정보를 저장하는 과정에서 해당 정보의 불법성을 실제로 알지 못했거나, 이를 인지한 즉시 삭제 또는 차단하는 등 신속한 조치를 취한 경우에는 원칙적으로 손해배상 책임을 부담하지 않는다(제6조 제1항).⁴²⁾ 그러나 이러한 면책은 플랫폼이 중개자로서의 중립성을 유지할 때만 유효하다. 즉, 플랫폼의 역할이 정보 전송과 저장을 위한 ‘기술적 수단 제공’에 한정되고, 시스템이 ‘기계적으로 작동’하며, 콘텐츠의 내용에 개입하지 않는 ‘비관여적(Passive) 지위’에 머물러야 한다. 만약 플랫폼이 알고리즘이나 인터페이스 구성을 통해 거래 구조에 적극적으로 개입하여 사실상 공급 주체로 인식되는 경우에는 이러한 면책 특권이 배제된다.

이와 관련하여 제6조 제3항은 면책이 배제되는 핵심 기준을 제시한다.⁴³⁾ 동 조항에 따르면, 온라인 플랫폼이 정보·상품·서비스를 제공하는 방식이 평균적인 소비자로부터 하여금 해당 상품이 플랫폼 자체에 의해 제공되었거나, 플랫폼의 통제 또는 감독 하에 있는 자에 의해 제공된다고 믿도록 하는 경우, 호스팅 면책은 더 이상 적용되지 않는다. 여기서 중요한 것은 플랫폼의 주관적 의도가 아니라, 소비자의 객관적 인식이라는 점이다. 플랫폼이 외관상 판매 주체로 인식될 수 있는 구조를 형성하였다면, 실제 계약 관계가

41) *EU Digital Services Act* Article 32. Right to information

2. Where, in the situation referred to in paragraph 1, the provider of the online platform allowing consumers to conclude distance contracts with traders does not have the contact details of all consumers concerned, that provider shall make publicly available and easily accessible on its online interface the information concerning the illegal product or service, the identity of the trader and any relevant means of redress.

42) *EU Digital Services Act* Article 6. Hosting

1. Where an information society service is provided that consists of the storage of information provided by a recipient of the service, the service provider shall not be liable for the information stored at the request of a recipient of the service, on condition that the provider:

(a) does not have actual knowledge of illegal activity or illegal content and, as regards claims for damages, is not aware of facts or circumstances from which the illegal activity or illegal content is apparent; or
(b) upon obtaining such knowledge or awareness, acts expeditiously to remove or to disable access to the illegal content.

43) *EU Digital Services Act* Article 6. Hosting

3. Paragraph 1 shall not apply with respect to the liability under consumer protection law of online platforms that allow consumers to conclude distance contracts with traders, where such an online platform presents the specific item of information or otherwise enables the specific transaction at issue in a way that would lead an average consumer to believe that the information, or the product or service that is the object of the transaction, is provided either by the online platform itself or by a recipient of the service who is acting under its authority or control.

제3자 판매자와 소비자 사이에 형성되었다 하더라도 책임 회피는 허용되지 않는다.

이 규정은 독일 판례법에서 발전해 온 ‘자기화(Sich-zu-eigen-Machen)’ 이론을 DSA 차원에서 명문화한 것으로 평가된다. 자기화 이론에 따르면, 플랫폼이 타인의 콘텐츠나 상품을 단순히 중립적으로 전달하는 수준을 넘어, 편집상 통제를 가하거나, 자사의 로고·브랜드와 결합하여 노출하거나, 콘텐츠의 선택·배치·표현 방식에 실질적으로 관여함으로써 이를 자신의 콘텐츠로 동일시하는 외관을 형성한 경우, 해당 정보에 대한 책임 역시 플랫폼이 직접 부담하게 된다. 이러한 자기화는 법률상 형식보다도 소비자의 인식과 플랫폼의 기능적 역할에 초점을 맞추어 판단되어야 하며, 이는 DSA 제6조 제3항의 ‘평균적 소비자’ 기준과 맞닿아 있다.⁴⁴⁾

위조상품 유통과 관련하여 이러한 법리는 중요한 함의를 갖는다. 예컨대 플랫폼이 제3자 판매자의 상품과 자사의 직매입 상품을 동일한 인터페이스에서 구분 없이 제시하거나, 배송·결제·고객응대 전반을 통합적으로 관리하여 소비자로 하여금 플랫폼을 사실상의 판매자로 인식하게 만든 경우, 이는 단순한 정보 중개를 넘어선 적극적 관여로 평가될 수 있다. 실제로 *Louboutin v. Amazon* 사건⁴⁵⁾에서 문제 되었던 바와 같이, 플랫폼이 위조상품과 정품 판매를 명확히 구분하지 않아 소비자의 오인을 유발한 경우에는, 플랫폼은 판매자 정보 제공의무를 넘어 상표권 침해에 대한 직접적 책임까지 부담할 수 있다.

나. 자발적 모니터링 보호

DSA 제7조는 위조상품을 적발하기 위해 플랫폼이 적극적으로 노력할수록 오히려 불법성에 대한 ‘인지 가능성’이 높아져 면책을 상실하게 되는 이른바 책임의 역설(liability paradox)을 완화하기 위해 도입된 규정이다. 전통적인 면책 구조 하에서는 플랫폼이 자율적으로 모니터링을 수행할 경우 불법 정보에 대한 인식이 인정되어 책임이 발생할 위험이 커졌고, 이는 결과적으로 불법 콘텐츠를 방치하는 것이 오히려 합리적인 선택이 되는 왜곡된 유인을 초래해 왔다. 제7조는 이러한 구조적 모순을 제거하고, 플랫폼이 보다 적극적으로 불법 콘텐츠 대응에 나설 수 있도록 법적 안전성을 부여하는 데 그 목적이 있다.

제7조의 핵심은 중개 서비스 제공자가 신의성실에 따라 자율적으로 자체 조사를 수행하거나, 불법 콘텐츠를 감지·식별·삭제 또는 접근 차단하기 위한 조치를 취하였다는 사정만으로는 제4조부터 제6조까지

44) 이병준, “디지털 서비스법(DSA)과 온라인 플랫폼의 책임”, 『외법논집』, 제48권 제1호(2024), 한국외국어대학교 법학연구소, 25-26면.

45) *Louboutin v. Amazon*(2022) 판결은 온라인 플랫폼이 제3자 판매자의 위조상품 유통에 관여한 경우, 언제 상표권 침해에 대한 직접 책임을 부담하는지를 명확히 한 유럽사법재판소(CJEU)의 대표적 판례이다. 이 사건에서 크리스찬 루부탱은 아마존 플랫폼 내 제3자 판매자들이 자신의 레드 솔 상표를 무단 사용한 위조 신발을 판매하자, 아마존이 단순한 중개자에 불과한지 아니면 상표를 직접 ‘사용’한 주체인지가 문제라고 주장하였다. 이에 대해 CJEU는, 플랫폼이 제3자 판매자의 상품과 자신의 직매입 상품을 명확히 구분하지 않고 동일한 인터페이스에서 나란히 제시함으로써, 합리적이고 주의 깊은 평균적 소비자로 하여금 해당 상품을 플랫폼이 직접 판매하는 것으로 오인하게 만드는 경우, 플랫폼은 단순 중개자가 아니라 상표의 사용자로 평가될 수 있다고 판시하였다. 특히 광고, 보관, 배송, 반품 처리 등 판매 전 과정을 통합적으로 제공하여 소비자에게 플랫폼이 판매 주체라는 외관을 형성한 경우에는 상표권 침해에 대한 직접 책임을 부담할 수 있음을 분명히 하였다. 이 판결의 핵심적 시사점은, 온라인 플랫폼의 책임 판단에서 형식적인 판매 주체 구분보다 소비자 인식과 플랫폼의 실질적 역할이 중시된다는 점이다. 플랫폼이 판매자 정보의 고지와 구분 의무를 소홀히 하거나, 자신의 브랜드와 서비스 구조를 통해 거래를 실질적으로 지배하는 경우에는 중개자 면책에 의존할 수 없으며, 상표권 침해에 대한 책임이 직접 귀속될 수 있다는 원칙을 확립하였다는 점에서 중요한 의미를 갖는다. CJEU, *Christian Louboutin and Christian Louboutin SAS v. Amazon Europe Core Sàrl and Others*, Joined Cases C-148/21 and C-184/21, Judgment of 22 December 2022.

의 면책 자격을 상실하지 않는다는 점을 명시한 데 있다. 즉, 플랫폼이 필터링 기술, 알고리즘, 전담 인력을 활용하여 위조상품을 선제적으로 탐지·관리하는 행위는, 그 자체만으로 플랫폼을 '적극적 관여자'로 전환시키거나 중립적 중개자의 지위를 박탈하는 사유가 되지 않는다. 이는 플랫폼이 책임 추궁을 우려하여 불법 정보를 방치하게 되는 유인을 제거하고, 자율적인 정화 노력을 촉진하려는 입법적 선택으로 평가된다.

다만 제7조가 플랫폼에 무제한적인 면책을 부여하는 것은 아니다. 자율적 모니터링의 과정에서 특정 상품이 위조상품에 해당한다는 점을 실제로 인식하게 된 경우에는, 제6조 제1항 (b)호에 따라 지체 없이 해당 정보에 대한 삭제 또는 접근 차단 조치를 취해야 할 의무가 발생한다. 이러한 조치를 취하지 않고 위조상품의 유통을 방지할 경우에는, 제7조에도 불구하고 더 이상 면책을 주장할 수 없다. 이 점에서 제7조는 플랫폼의 자율적 노력을 보호하면서도, 명백한 불법성 인식 이후의 소극적 태도까지 정당화하지는 않는 '조건부 보호', 이른바 '반쪽짜리 선량한 사마리아인 특권'으로 이해할 수 있다.

다. 정보 제공과 실질적 통제

DSA가 정립한 '자기화' 이론과 '선량한 사마리아인' 원칙은 온라인 플랫폼의 책임 범위를 설정하는데 있어 상호 보완적인 균형 장치로 기능한다. DSA 체제에서 플랫폼은 더 이상 판매자 정보를 소극적으로 저장·전달하는 주체에 머물 수 없으며, 판매자의 신원을 사전에 확인하고 이를 체계적으로 관리할 적극적인 정보관리책임을 부담한다. 특히 제30조에 따른 판매자 정보 수집·검증 의무, 제10조에 따른 사법·행정 당국의 정보 제공 명령 이행 의무, 그리고 제32조에 따른 불법 상품 구매자에 대한 고지 의무는 플랫폼을 위조상품 단속을 위한 핵심 정보 관문으로 위치시키는 규범적 장치라 할 수 있다.

반면, 이러한 정보관리책임의 강화가 곧바로 플랫폼에 위조상품 유통에 대한 직접적·무제한적 책임을 귀속시키는 것은 아니다. 플랫폼이 판매자의 신원과 거래 구조를 투명하게 고지하고, 자신이 거래의 당사자가 아님을 명확히 하는 방식으로 중개자적 외관을 유지하는 한, 그리고 자율적인 모니터링과 정화 노력을 신의성실에 따라 수행하는 한(제7조),⁴⁶⁾ DSA는 여전히 중개자 면책의 적용 가능성을 열어두고 있다. 이는 플랫폼이 적극적으로 불법 콘텐츠 대응에 나서도록 유도하면서도, 과도한 책임 부담으로 인해 합법적 정보 유통이 위축되는 것을 방지하기 위한 조율의 결과로 이해된다.

그러나 플랫폼이 판매자와의 경계를 흐리거나, 자신의 브랜드와 서비스 구조를 통해 소비자로서 하여금 플랫폼을 실질적인 판매 주체로 오인하게 하는 경우에는 상황이 달라진다. 제6조 제3항이 규정하듯, 플랫폼이 상품의 제공, 광고, 배송, 반품 등 거래 전반에 깊이 관여하면서도 판매자 정보를 불투명하게 처리하거나 소비자의 인식 혼동을 방치한 경우에는, 플랫폼은 더 이상 중립적 중개자로 보호받을 수 없다. 이 경우 플랫폼은 판매자와 동일한 수준의 법적 책임을 부담하게 되며, 이는 정보 제공 의무의 불이행이나 외관 형성을 통한 '자기화'가 책임 귀속에 있어 결정적인 판단 기준으로 기능함을 의미한다.

46) *EU Digital Services Act Article 7. Voluntary own-initiative investigations and legal compliance*

Providers of intermediary services shall not be deemed ineligible for the exemptions from liability referred to in Articles 4, 5 and 6 solely because they, in good faith and in a diligent manner, carry out voluntary own-initiative investigations into, or take other measures aimed at detecting, identifying and removing, or disabling access to, illegal content, or take the necessary measures to comply with the requirements of Union law and national law in compliance with Union law, including the requirements set out in this Regulation.

5. 시사점

유럽연합의 「디지털서비스법(DSA)」은 온라인 플랫폼의 책임 중심을 전통적인 게시물 관리에서 벗어나, 위조상품 유통의 구조적 원인에 직접 대응하는 판매자 정보 관리 체계로 전환하였다는 점에서 중요한 의미를 갖는다. 이러한 전환은 온라인 플랫폼사의 판매자 정보 제공의무 법제화 논의에 있어 다음과 같은 시사점을 제시한다.

첫째, DSA는 판매자 정보의 단순한 수집을 넘어, 그 정확성과 실재성을 검증해야 할 의무를 명시적으로 부과하고 있으며, 이를 이행하지 않을 경우 실효적인 제재가 뒤따르는 구조를 채택하고 있다. 공공 데이터 베이스나 신뢰 가능한 공식 정보원을 통한 검증을 의무화하고, 정보 제공이 이루어지지 않거나 허위로 판명된 경우에는 해당 판매자의 서비스 이용을 중단하도록 강제함으로써, 정보 규율의 실효성을 제도적으로 담보하고 있다. 이는 우리나라 법제에서도 판매자 신원 확인을 형식적 절차에 그치지 않고, 플랫폼이 판매자의 실질적 존재와 책임 귀속 가능성을 확인하도록 하는 방향의 입법적 보완이 필요함을 시사한다. 특히 허위 정보 제공이나 검증 실패에도 불구하고 플랫폼이 거래를 방치하는 경우에는 플랫폼사 자체에 대한 행정적 제재를 연동함으로써 정보 관리 의무의 실효성을 확보할 필요가 있다.

둘째, DSA는 판매자 정보를 플랫폼 내부의 관리 자산으로 한정하지 않고, 공적 법집행과 사적 권리구제를 연결하는 핵심 자원으로 재위치시키고 있다. 사법·행정 당국의 적법한 정보 제공 명령에 대한 협조 의무를 명문화하는 한편, 위조상품 유통이 확인된 경우에는 플랫폼이 해당 상품을 구매한 소비자에게 판매자의 신원과 구매 수단을 직접 통지하도록 규정하고 있다. 이는 정보 비대칭 구조 속에서 플랫폼이 사실상 ‘정보의 관문’ 역할을 수행하고 있다는 현실을 법적으로 반영한 것이다. 우리나라 역시 수사기관의 정보 요청 절차를 보다 명확히 정비하는 동시에, 소비자가 플랫폼을 매개로 실질적인 민·형사적 대응을 할 수 있도록 정보 제공 의무를 제도화함으로써, 사적 구제의 실효성을 강화할 필요가 있다.

셋째, DSA는 정보 투명성과 중개자 면책을 분리된 영역이 아닌 상호 연동된 규범 구조로 설정하고 있다. 플랫폼이 판매자 정보를 불충분하게 고지하거나, 자사 판매 상품과 입점 판매자의 상품을 명확히 구분하지 않아 소비자에게 오인을 초래한 경우에는, 중개자 면책을 부정하고 직접적인 책임을 부담하도록 하고 있다. 이는 이른바 ‘자기화’에 해당하는 경우로서, 플랫폼의 외관 형성과 정보 제공 방식이 책임 귀속의 핵심 기준이 됨을 명확히 한다. 이러한 접근은 국내에서도 플랫폼이 정보 고지 의무를 성실히 이행하는 경우에 한하여 중개자 면책을 인정하는 방식으로 책임 구조를 재설계할 필요성을 시사한다.

넷째, DSA는 자율 규제와 법적 책임 사이의 긴장을 완화하기 위해, 플랫폼의 자발적 모니터링과 정보 정화 노력을 보호하는 규범적 안전장치를 마련하고 있다. 위조상품 탐지나 판매자 정보 정제를 위해 플랫폼이 선의로 취한 조치 자체만으로 면책 지위를 상실하지 않도록 하면서도, 실제로 불법성을 인식한 이후의 부작위에 대해서는 책임을 면할 수 없도록 하는 조건부 구조를 취하고 있다. 이는 플랫폼이 책임을 우려해 불법 정보를 방치하는 소극적 행태를 방지하는 동시에, 능동적인 정보 관리 주체로 기능할 수 있도록 유도하는 균형적 접근으로 평가할 수 있다.

요컨대 DSA는 위조상품 유통 방지의 관건이 판매자가 가명성·익명성에 기대어 책임을 회피할 수 없도록 하는 추적 가능성의 제도적 확보에 있음을 분명히 한다. 온라인 플랫폼사에 부과되는 판매자 정보의

수집·검증·제공 의무는 단순한 행정적 부담을 넘어, 위조상품 유통의 경제적 유인을 구조적으로 차단하고 소비자 신뢰를 회복하기 위한 디지털 시장 규율의 핵심 인프라로 기능한다. 이러한 점에서 우리나라 역시 사후적 삭제 중심의 규제 모델을 넘어, 정보 책임을 축으로 하는 플랫폼 규제 체계로의 전환을 본격적으로 검토할 필요가 있다.

제3절 | 독일

1. 개요

독일의 경우 온라인 플랫폼사가 수사기관에 위조상품 판매자 정보를 제공하여야 하는 의무를 규정하고 있는 경우는 없으며 행정조사에서만 2024년 5월 6일 제정된 「디지털서비스법(*Digitale-Dienste-Gesetz, DDG*)」⁴⁷⁾에 따라 디지털서비스조정관에 대하여 판매자 정보를 제공하는 등 조사에 협력하여야 할 의무를 부과하고 있을 뿐이다.

또한 상표권자의 위조판매자 정보의 청구권과 관련해서도 예컨대 우리나라 「저작권법」 제103조의3(복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구)와 같이 온라인 플랫폼사에 대하여 정보를 청구할 수 있는 권리를 규정하고 있지는 않다. 다만 독일 「상표법」 제16조는 침해자에게 직접 상품 정보 등을 청구하고 침해금지를 청구할 수 있는 권리를 규정하고 있다.

그리고 국외 온라인 플랫폼사에 대한 독일 「상표법」의 역외적용과 관련해서는 「상표법」 제119조 제2호에서 국내대리인의 지정제도를 규정하고 있다.

2. 위조상품 판매자 정보에 대한 접근 (수사기관·단속관청)

독일의 경우 수사기관이 위조상품 판매자의 정보에 접근하는 방법은 독일 「형사소송법」상 영장주의에 의해서만 가능하다. 이것은 일반적인 행정조사에서도 크게 다르지 않다.

다만 EU 「디지털서비스법」의 이행법률인 「디지털서비스법(*Digitale-Dienste-Gesetz, DDG*)」에 따라 디지털서비스조정관은 독일의 행정조사기관이나 수사기관과는 독립적으로 온라인 플랫폼사를 조사하고 필요한 정보를 제공할 것을 명령할 수 있다(제25조). 그리고 온라인 플랫폼사가 이에 불응할 경우 독일 「디지털서비스법」 제33조 제5항 제2호, 제4호, 제5호에 따라 과태료를 부과할 수 있도록 규정하고 있다. 그리고 독일 「디지털서비스법」에 상응하여 「상표법」 제119조 제2호는 EU 「디지털서비스법」 제10조를 그대

47) BGBl. 2024 I Nr. 149 vom 13.05.2024(*Gesetz zur Durchführung der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG sowie zur Durchführung der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten und zur Änderung weiterer Gesetze*)(<https://www.recht.bund.de/bgbl/1/2024/149/VO.html>; 최종접속일: 2025년 9월 20일)(2024년 5월 14일 시행). 동법의 번역본은 세계법제정보센터에서 열람할 수 있다(https://world.moleg.go.kr/web/wli/lgsInfoReadPage.do?CTS_SEQ=54159&AST_SEQ=69&; 최종접속일: 2025년 9월 7일).

로 적용하도록 함으로써 디지털서비스조정관의 정보제공명령을 이행하여야 할 의무를 부과하고 있다.

그런데 독일 「디지털서비스법」상 디지털서비스조정관은 이른바 EU 디지털서비스법의 회원국들 간 연락 및 동법 집행을 담당하는 조사기관이라는 점에서 디지털서비스조정관의 조사는 일종의 행정조사에 해당하며 독일 「상표법」 위반에 해당하여 범죄를 구성하는 경우(독일 「상표법」 제143조 이하) 그 수사는 연방범죄수사청(*Bundeskriminalamt*)이 담당한다(제13조). 원칙적으로 독일의 경우 형사처벌 대상인 범죄에 대한 수사와 범칙금 부과대상인 질서위반행위에 대한 조사는 엄격하게 구별되어 각기 다른 원칙이 적용되기 때문에 행정조사와 수사의 대상이 동일한 경우는 존재하지 않아 행정조사의 증거가 수사의 증거로 사용되지는 않는다. 그러나 「디지털서비스법」의 디지털서비스조정관의 조사의 결과 「상표법」 위반 행위가 범죄에 해당된다고 판단하는 경우에는 사건을 연방범죄수사청에 이관하도록 되어 있기 때문에 행정조사의 증거가 수사의 증거로 사용되는 경우가 발생하게 된다.

3. 상표권자의 정보제공청구권

독일의 경우 「상표법」 제19조에 정한 상표권자의 정보제공청구권은 침해자에 대하여 직접 청구할 수 있는 권리이며 여기에서 문제가 되는 온라인 플랫폼사에 대한 청구권은 아니다.

즉 독일 「상표법」 제19조는 정보제공청구권(*Auskunftsanspruch*)이라는 표제 하에 상표권자는 침해자에 대하여 “1. 해당 상품의 제조자, 공급자 또는 이전 소유자 및 구매자와 판매처의 성명과 주소, 2. 제조, 공급, 제고 또는 주문받은 상품의 수량 및 가격”에 관한 정보를 청구할 수 있으며(제3항) 사실에 반하는 정보의 제공으로 인하여 발생된 손해를 침해자가 추가로 배상하도록 하고 있으며(제5항) 침해자가 정보제공을 거부하는 경우에는 독일 「민사소송법」 제935조부터 제945조에 근거하여 가처분을 신청할 수 있다.⁴⁸⁾

「상표법」상 정보제공청구권이 행사된 대표적인 소송사례로는 이른바 “*Google Ads*. 사건”⁴⁹⁾을 들 수 있다. 타인이 *Google Ads*의 광고를 통하여 피해자의 상표권을 침해하는 내용의 광고를 게재한 사건으로서 피해자는 *Google*을 상대로 침해자의 신원정보 뿐만 아니라 관련 광고 정보, 예컨대 광고기간, 클릭 수, 구매가격 등 일체의 광고정보의 제공을 청구하였으나 거부당하여 법원에 소를 제기한 사건인데 이 사건의 재판은 상고심까지 계속된다. 이 사건에서 독일 연방법원은 독일 「상표법」 제19조 제3항에 따른 정보제공 청구권은 침해상품의 출처와 유통경로를 파악하는데 필요한 정보로 그 대상을 제한하고 있는데 그 입법취지는 위법상품 자체의 추적에 중점을 둔 것이라고 밝히면서 온라인 플랫폼사는 침해자의 신원을 파악하기 위하여 필요한 이름 또는 주소 등 필요한 정보를 제공할 의무가 있으나 그렇다고 하여 상표권 침해 광고의 구체적인 내용, 예컨대 광고기간, 클릭 수, 구매가격 등에 대한 정보를 요구할 수 없다고 판시하였다.

48) 독일 「상표법」상 피해자의 정보제공청구권에 관한 것은 계승균, “독일 상표법상 정보제공청구권”, 『지식재산연구』, 제5권 제4호(2010), 한국지식재산연구원, 44면 이하.

49) BGH, 14.07.2022 - I ZR 121/21.

4. 국외 온라인 플랫폼사의 국내대리인의 지정

독일 「상표법」 제119조 제2호는 EU 「디지털서비스법」 제13조에 정한 국외 온라인 플랫폼사의 국내대리인의 지정에 관한 규정을 그대로 준용하도록 정하고 있다. 즉 유럽연합에 사업장을 가지고 있지 않은 온라인 플랫폼사는 자신의 서비스를 제공하는 EU회원국들 중의 하나에 법인 또는 자연인인 법률대리인을 서면으로 지정하고(EU 「디지털서비스법」 제13조 제1항) 모든 권한을 위임하여야 할 뿐만 아니라 해당 법률대리인은 회원국 내에서 온라인플랫폼사와 동일한 권리와 의무를 부담한다(동조 제2항). 또한 법률대리인은 회원국의 디지털조정관에게 법률대리인의 성명, 주소, 이메일 그리고 전화번호를 통지하여야 하며 국내대리인의 정보가 공개적으로 접근가능하도록 하여야 한다(제4호).

제4절 | 일본

1. 개요

일본의 경우 조사기관이나 수사기관이 온라인 플랫폼사로부터 위조상품 판매자의 정보를 제공받는 것은 영장에 의해서만 가능하다. 또한 일본 「상표법」은 상표권자의 정보제공청구권에 관하여 정하고 있지는 않으나 「특정전기통신에 의한 정보의 유통에 의하여 발생한 권리침해에 대한 대응에 관한 법률(特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律)」(이하 “정보유통플랫폼 대처법”이라 한다)⁵⁰⁾ 제5조 이하에 정한 발신자정보의 개시청구권에 의하여 온라인 플랫폼사에 대하여 권리침해자의 정보를 제공하도록 청구할 수 있다. 이 법률은 특히 명예권, 프라이버시, 지적재산권, 영업상의 이익 등의 침해⁵¹⁾와 음란물, 마약, 보이스피싱 등에 관한 위법정보⁵²⁾에 대한 온라인 플랫폼사의 책임제한에 관한 법률이다.

2. 위조상품 판매자 정보에 대한 온라인 플랫폼사의 정보제공의무

앞서 언급한 바와 같이 일본의 경우 조사기관이나 수사기관이 온라인 플랫폼사로부터 위조상품 판매자의 정보를 제공받는 것은 임의제출⁵³⁾이나 공무소 등에의 사실조회⁵⁴⁾ 외에는 영장에 의해서만 가능하다고

50) 이 법의 전신은 “특정전기통신 서비스제공자에 의한 정보유통에 의하여 발생된 권리침해 등에의 대처에 관한 법률(特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律)”이었으나 2024년 5월 17일 개정에 의하여 그 명칭이 “정보유통 플랫폼 대처법(情報流通プラットフォーム対処法)”으로 개정되었으며 2025년 4월 1일부터 시행되었다. 이에 관한 상세한 것은 총무성 홈페이지 참조(「インターネット上の違法・有害情報に対する対応(情報流通プラットフォーム対処法)」(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai.html; 최종접속일: 2025년 8월 25일)).

51) 이에 관한 상세한 것은 総務省, 『特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第26条に関するガイドライン』, 2025.3.11., 4頁以下(<chrome-extension://efaidnbmninnibpcapcglclefindmkaj/https://www.isplaw.jp/vc-files/isplaw/26G.pdf>; 최종접속일: 2025년 10월 28일).

52) 総務省, 前掲ガイドライン, 9頁以下.

53) 河村博, § 197, 162頁以下, in: 河上和雄・中山善房・古田佑紀・原田國男・河村博・渡辺咲子[編], 『大コンメンタール刑事訴訟法

해석된다.⁵⁵⁾

더욱이 일본의 경우 우리나라와 마찬가지로 특별사법경찰관제도가 존재하기는 하지만 매우 제한적인 영역에서만 운영되고 있는데 「상표법」 위반을 단속·수사하는 특별사법경찰관은 두고 있지 않다. 따라서 행정조사의 대상과 수사의 대상이 중첩되지 않으며 단속공무원은 「상표법」상 범칙행위에 대한 조사에 집중한다.

3. 상표권자의 정보제공청구권

일본 「정보유통플랫폼 대처법」 제5조는 “발신자정보의 개시청구”라는 표제 하에 우리나라 제103조의3 (복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구)과 그 내용에 있어서 동일한 정보제공청구권을 규정하고 있다.

일본 「정보유통플랫폼 대처법」은 특정전기통신에 의한 정보의 유통으로 인하여 타인의 권리를 침해한 경우 해당 특정전기통신망을 제공하거나 그 설비를 설치·운영하는 특정전기통신서비스제공자가 법정된 주의의무를 준수한 경우 책임을 제한하는 것을 그 목적으로 하는 법률이다. 이 때 “특정전기통신”이란 불특정다수의 사람에 의하여 수신될 것을 목적으로 한 전기통신의 송신(공중에 의하여 직접 수신될 것을 목적으로 하는 전기통신의 송신을 제외한다)을 말한다(동법 제2조 제1항). 따라서 동법은 특별히 위조상품의 유통으로 인한 권리침해에만 적용되는 것이 아니라 특정전기통신망에서 발생하는 모든 권리침해에 대하여 적용된다. 그런데 이때 특정전기통신서비스의 제공에는 이를 위한 설비 등을 설치·운영하는 경우가 지 모두 포함되기 때문에 모든 인터넷프로바이더가 여기에 포함될 수 있다.

또한 피해자가 발신자정보의 개시를 청구했음에도 불구하고 특정전기통신제공자가 거부한 때에는 법원에 정보의 제공을 명해 줄 것을 청구할 수 있으며(제15제) 이와 함께 특정전기통신제공자가 보유한 발신자 정보가 폐기되는 것을 방지하기 위하여 폐기금지명령도 청구할 수 있다(제16조).

따라서 상표를 사용하는 행위가 특정전기통신망에서 이루어지는 한 특정전기통신사업자는 동법의 적용을 받는다.

동법 제5조는 “발신자정보의 개시청구”라는 표제 하에 특정전기통신서비스제공자의 전기통신망에서의 정보의 유통으로 인하여 권리를 침해받은 자가 침해자에게 민사상 손해배상을 청구하기 위하여 필요하거나 또는 기타 해당 정보를 제공받아야 할 정당한 사유(예컨대 형사상 고소)가 있는 경우에 당해 특정전기통신서비스제공자에게 자신이 보유한 발신자정보를 직접 제공해 줄 것을 청구할 수 있는 권리를 규정하고 있다(동조 제1항 제1호 및 제2호). 이때 특정전기통신서비스제공자가 제공하여야 하는 발신자정보는 총리령(総務省令)으로 정하도록 하고 있는데 여기에는 직접 침해자의 정보 뿐만 아니라 침해관련통신과 관련한 정보도 포함된다. 즉 동법 시행규칙 제2조(발신자정보)는 침해통신에 관련된 자(반드시 침해자는 아니다)의 성명, 주소, 전화번호, 이메일, IP 주소, 그리고 이동단말기 등을 통하여 해당 침해정보가 송신된 경우에

【第二版】[全11卷], 青林書林, 2010-2017(이하 “大コンメンタル刑事訴訟法【第二版】, 第〇〇条(저자)”로 인용한다); 小向太郎, 前掲論文, 67頁以下.

54) 小向太郎, “捜査機関による第三者保有の個人情報に対するアクセスと本人の保護”, 『情報通信政策研究』, 第4巻第1号(2020.12.1.), 67頁.

55) 이러한 비판으로는 清水晴生, “捜査関係事項照会の違憲性”, 白鷗法学 第30巻3号(通巻第63号)(2024), 111頁以下.

는 인터넷접속서비스의 이용자식별번호, SIM카드 식별번호·해당 SIM 정보와 관련된 침해정보의 발신시간, 침해자의 IP주소에 할당된 포트번호, 발신자 또는 침해정보의 송신에 관련된 자의 이용자관리부호 등 그 범위가 매우 넓다.

발신자정보개시제도에 관한 소송사례로는 주식회사 모리사와가 야후 저팬에 대하여 발신자정보의 개시를 청구한 사건이 있다. 즉 주식회사 모리사와는 야후 저팬이 운영하는 옥션에 자사 상표와 혼동될 수 있는 상표로 상품이 출품되어 있음을 발견하고 야후 저팬에 대하여 출품자에 대한 발신자정보를 청구했으나 거부당하여 법원에 소를 제기한 사건이다.⁵⁶⁾ 본 결정에서 법원은 원고는 야후 옥션에 기재된 출품자의 연락처에 연락하였으나 연결되지 못하여 그 신원을 특정할 수 없었다는 점에서 발신자정보의 개시를 청구할 정당한 사유를 인정할 수 있다면서 원고의 상표권 행사를 위하여 원고가 청구한 출품자의 성명, 주소, 전자메일주소, 전화번호를 개시할 것을 명령하였다.

그 밖에도 Google 검색창에 표시되는 광고와 관련한 사건에서 발신자정보의 개시가 청구된 사건이 있다⁵⁷⁾ 즉 Google 검색창에 표시되는 광고를 클릭하면 상표권자와 무관한 판매자 사이트로 연결되어 상표권 침해 상품이 판매되고 있는 것과 관련하여 상표권자는 인터넷프로바이더인 KDDI 주식회사에 대하여 해당 광고 및 광고로 유도된 사이트의 판매자의 발신자정보의 개시를 청구한 사건으로서 이 사례는 인터넷서비스망을 제공하는 인터넷프로바이더에 대한 발신자정보 개시청구사건이라는 점에서 주목을 끈다.

4. 국외 온라인 플랫폼사의 국내대리인의 지정

일본의 「상표법」은 국외 온라인 플랫폼사에 대한 역외적용에 관한 규정을 두고 있지 않다. 다만 일본 「전기통신사업법」 제10조 제1항 제2호는 외국 법인이 일본의 전기통신사업자로 등록하기 위해서는 국내에 주소를 두도록 하고 있을 뿐이어서 예컨대 국외 온라인 플랫폼사가 일본에서 전기통신사업자로 등록하지 아니하고 단순히 온라인 플랫폼서비스만을 제공하는 경우에는 일본 내 대리인을 둘 필요는 없다.

56) 東京地裁 令和3年7月14日 令和2年(ワ)第18003号. 그 밖에 지적재산권 포털사이트인 知産ポータルサイト IP FORCE “知財判決速報/裁判例集”에 게재된 “令和2(ワ)18003 発信者情報開示請求事件”(https://ipforce.jp/Hanketsu/jiken/no/13218; 최종접속일: 2025년 10월 30일).

57) 東京地裁 令和5年2月16日判決 令和4年(ワ)第23588号. 그 밖에 지적재산권 포털사이트인 知産ポータルサイト IP FORCE “知財判決速報/裁判例集”에 게재된 “令和4(ワ)23588 発信者情報開示請求事件”(https://ipforce.jp/Hanketsu/jiken/no/13218; 최종접속일: 2025년 10월 30일).

제5절 | 소결

주요 입법례에서는 수사기관에 대한 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보의 제공의무를 법제화하고 있는 경우는 찾아 볼 수 없으며 원칙적으로 위조상품 판매자 정보는 영장을 발부받아 제공받고 있다.

이것은 행정조사에서도 크게 다르지 않으며 우리나라와 같이 행정단속기관의 정보제공요구에 불응한다고 하더라도 이에 대하여 과태료 등 제재를 부과하는 경우를 찾기는 어렵다.

다만 위조상품으로 인하여 피해를 입은 기업·소비자 등 피해자 보호를 위하여 피해자에 대하여 민사소송을 위한 판매자 정보의 제공의무를 법제화하고 있는 경우가 있다.

다만 EU 「디지털서비스법」 및 그 이행법률인 독일 「디지털서비스법」의 경우 EU 「디지털서비스법」상 각국 연락관에 해당하는 디지털조정관은 온라인 플랫폼사에 대하여 정보를 청구할 수 있는 권한을 가지며 이것은 강제력을 가진다. 그러나 이것은 어디까지나 행정조사에 해당하는 것으로서 수사의 경우에는 영장주의의 제한을 받는다.

특히 피해자 정보제공청구권과 관련해서는 독일 「상표법」 및 일본 「정보유통플랫폼 대처법」에 규정되어 있다. 그런데 일본의 경우 예컨대 이동단말기에서 접속한 기록을 포함하여 SIM 번호, IP 주소 등 매우 방대한 정보를 청구할 수 있도록 규정하고 있다. 우리나라의 경우 형사상 고소나 민사상 소를 제기하는데 필요한 최소한의 정보에 한정되어 있는 것과는 구별된다.

제 4 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

온라인 플랫폼사의 개념

제1절 | 온라인 플랫폼사의 정의

온라인 플랫폼사의 개념과 관련해서는 현행법뿐만 아니라 여러 법률안에서 다양한 규정형식을 제시하고 있다. 그런데 「상표법」상 위조상품의 유통의 근절을 위한 각종 관리·감독의무를 부과함에 있어서 이들 온라인 플랫폼사의 개념들이 과연 「상표법」상 위조상품의 유통의 근절이라는 목적에 부합하는 것인가에 대해서는 많은 의문이 제기된다.

이하에서는 위조상품 유통·판매근절이라는 목적에 적합한 정의규정이 있는지 현행법 및 법률안을 검토하고자 한다.

1. 현행법

현행법상 온라인 플랫폼사의 정의가 통일적으로 사용되고 있는 것은 아닌 것 같다. 현행법에 온라인 플랫폼사와 유사한 개념을 정의하고 있는 경우를 살펴보면 다음과 같다.

» **〈표 4-1〉** 온라인 플랫폼사의 정의와 관련한 현행법 규정들

법률	정의
「전자상거래법」 제2조	4. “통신판매중개”란 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장)을 말한다. 이하 같다)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다.
「저작권법」 제2조	30. “온라인서비스제공자”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 이용자가 선택한 저작물등을 그 내용의 수정 없이 이용자가 지정한 지점 사이에서 정보통신망(“정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률” 제2조제1항제1호의 정보통신망을 말한다. 이하 같다)을 통하여 전달하기 위하여 송신하거나 경로를 지정하거나 연결을 제공하는 자 나. 이용자들이 정보통신망에 접속하거나 정보통신망을 통하여 저작물등을 복제·전송할 수 있도록 서비스를 제공하거나 그를 위한 설비를 제공 또는 운영하는 자
「정보통신망법」 제2조 제1항	1. “정보통신망”이란 「전기통신사업법」 제2조제2호에 따른 전기통신설비를 이용하거나 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술을 활용하여 정보를 수집·가공·저장·검색·송신 또는 수신하는 정보통신체제를 말한다. 2. “정보통신서비스”란 「전기통신사업법」 제2조제6호에 따른 전기통신업무와 이를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 것을 말한다. 3. “정보통신서비스 제공자”란 「전기통신사업법」 제2조제8호에 따른 전기통신사업자와 영리를 목적으로 전기통신사업자의 전기통신업무를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 자를 말한다.

그런데 온라인마켓의 영업형태와 관련하여 판례는 「전자상거래법」 제2조 제6호에 규정한 “통신판매중개”로 보고 있다.⁵⁸⁾ 그러나 앞서 서론에서도 언급했듯이 상품거래 등이 직접적인 주된 목적이 아닌 소셜미디어(SNS)에서 광고의 정보를 제공함으로써 소비자로 하여금 해당 광고링크를 통하여 또 다른 판매자의 위조상품 판매사이트로 유도하는 행위도 「상표법」 제2조 제11호에 정한 상표의 사용에 해당한다고 본다면 (특히 라목) 이러한 상품거래 등을 직접적인 주된 목적으로 하지 않는 소셜미디어까지 포괄할 수 있는 정의를 찾을 필요가 있다. 즉 온라인 플랫폼사의 정의는 온라인판매중개업자에 한정되지는 않는다.

그렇다면 “거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위”를 대상으로 하는 통신판매중개의 개념에 관하여 정한 「전자상거래법」 제2조는 「상표법」상 온라인 플랫폼사의 정의에는 적합하지 않다.

그리고 「저작권법」 제2조 제30호의 경우 「저작권법」에 의하여 보호되는 저작물이 게재·이전·전송하거나 이를 가능하게 하는 정보통신망 또는 정보통신망의 설비를 제공하는 모든 온라인서비스제공자를 포괄하는 개념이라는 점에서 상표권을 사용하는 모든 경우를 포괄하여야 하는 온라인 플랫폼사의 개념으로는 적합하지 않다.

2. 법률안

가. 온라인 플랫폼사 공정화에 관한 법률안

온라인 플랫폼 개념에 관하여 정확히 정의하고 있는 것으로는 최근에 발의된 온라인 플랫폼 공정화에 관한 법률안들이 있다.⁵⁹⁾ 이 법률안들은 시장지배적 대형 온라인 플랫폼과 그 입점업체들(판매자) 간의 공정거래를 규율하기 위한 법률안들로서 「공정거래법」의 내용에 상응한 규정내용을 가지고 있다.

최근에 발의된 시장지배적 온라인 플랫폼사와 판매자 간 공정거래에 관한 주요 법률안들을 비교하면 다음과 같다.

58) 서울중앙지방법원 2009. 9. 9.자 2009카합653 결정.

59) 최근에 19개 법률안이 발의되기도 했다. 예컨대 2025년 7월 25일 「온라인플랫폼 공정화법안」(윤종오의원 등 15인)(의안번호: 2211738); 2024년 11월 1일 「온라인 플랫폼 시장 독점규제에 관한 법률안」(한창민의원 등 13인)(의안번호: 2205190); 2024년 11월 1일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(한창민의원 등 12인)(의안번호: 2205188); 2024년 10월 21일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(민병덕의원 등 17인)(의안번호: 2204802); 2024년 10월 21일 「온라인 플랫폼 독점규제 및 거래 공정화에 관한 법률안」(강준현의원 등 12인)(의안번호: 2204794); 2024년 10월 18일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(김남근의원 등 58인)(의안번호: 2204777); 2024년 10월 2일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(천준호의원 등 10인)(의안번호: 2204514); 2024년 10월 2일 「온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안」(천준호의원 등 10인)(의안번호: 2204512); 2024년 9월 26일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(권칠승의원 등 11인)(의안번호: 2204346); 2024년 9월 24일 「온라인 플랫폼 독점 규제에 관한 법률안」(신장식의원 등 11인)(의안번호: 2204234); 2024년 9월 9일 「온라인 플랫폼 독점규제 및 공정거래에 관한 법률안」(이강일의원 등 14인)(의안번호: 2203817); 2024년 8월 20일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화 및 독점규제에 관한 법률안」(오세희의원 등 20인)(의안번호: 2202983); 2024년 8월 9일 「온라인 플랫폼 공정화법안」(서영교의원 등 10인)(의안번호: 2202709); 2024년 8월 6일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(김현정의원 등 11인)(의안번호: 2202594); 2024년 7월 5일 「온라인 플랫폼 독점규제 및 거래공정화에 관한 법률안」(박주민의원 등 11인)(의안번호: 2201432); 2024년 7월 5일 「온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안」(김남근의원 등 44인)(의안번호: 2201430); 2024년 7월 5일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(김남근의원 등 44인)(의안번호: 2201416); 2024년 6월 25일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(민형배의원 등 10인)(의안번호: 2200945); 2024년 6월 12일 「온라인 플랫폼 중개거래의 독점규제 및 공정화에 관한 법률안」(오기형의원 등 19인)(의안번호: 2200371) 등.

▶▶ **〈표 4-2〉 온라인 플랫폼사의 개념(법률안)**

	정의
윤종오, ⁶⁰⁾ 한창민, ⁶¹⁾ 김남근 ⁶²⁾ 의원안	1. “‘온라인 플랫폼’이란 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 거래와 관련된 둘 이상 이용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하는 전자적 시스템으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다”.
	2. “‘온라인 플랫폼 중개거래’란 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자로부터 이용대가를 받고 온라인 플랫폼 중개서비스를 제공하는 거래를 말한다”
	“‘온라인 플랫폼 중개서비스’란 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자와 소비자 간의 거래 개시를 중개하는 서비스로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. 가. 다음의 사항이 함께 결합된 서비스 1) 재화 또는 용역(이하 “재화 등”이라 한다)에 대한 정보 제공 2) 대통령령으로 정하는 온라인 플랫폼 이용사업자와의 연결수단 제공 나. 재화 등에 대한 청약의 접수 다. 가목 또는 나목에 준하는 서비스로서 대통령령으로 정하는 서비스 라. 가목부터 다목까지에 따른 서비스에 부수하여 이루어지는 광고, 결제, 배송지원 및 고객관리 등의 서비스”
민병덕 의원안 ⁶³⁾	“‘온라인 플랫폼’이란 둘 이상 집단의 이용자들 간에 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 거래, 정보 교환 등 상호작용을 목적으로 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템을 말한다”
	“‘온라인 플랫폼 중개서비스’란 온라인 플랫폼을 통하여 재화 또는 용역(이하 “재화등”이라 한다)에 관한 정보 제공, 소비자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 소비자)를 말한다. 이하 같다)의 청약 접수 등 대통령령이 정하는 방식으로 온라인 플랫폼 이용사업자와 소비자 간 재화등의 거래의 개시를 알선하는 서비스를 말한다”
강준현 의원안 ⁶⁴⁾	“온라인 플랫폼’이란 정보통신설비를 이용하여 이용자에게 정보의 수집, 저장, 검색, 송신, 수신, 그 밖에 이와 유사한 기능 등을 제공하여 서로 다른 이용자나 이용자 집단 간 거래 및 정보교환 등의 상호작용이 가능하도록 하는 전자적 시스템을 말한다”
	“‘온라인 플랫폼 중개서비스’(이하 ‘중개서비스’라 한다)란 온라인 플랫폼을 통하여 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방식으로 온라인 플랫폼 이용사업자와 소비자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 소비자)를 말한다. 이하 같다) 간 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 거래 개시를 알선하는 서비스(온라인 플랫폼 중개부가서비스를 포함한다)를 말한다. 가. 재화 또는 용역(이하 “재화등”이라 한다)에 관한 정보 제공 나. 재화등의 거래에 대한 청약의 접수 다. 그 밖에 온라인 플랫폼 이용사업자와 소비자 간 재화등의 거래를 연결하기 위하여 대통령령으로 정하는 방식”

이들 법률안들은 온라인 플랫폼 개념을 매우 정교하게 규정하고 있기는 하지만 문제는 위 규정들이 위조상품 유통·판매의 근절을 위한 온라인 플랫폼의 정의로서 적합한가의 문제이다.

이들 법률안들의 온라인 플랫폼의 정의가 착안하고 있는 것은 앞서 언급한 바와 같이 시장지배적 대형 온라인 플랫폼과 그 입점업체들(판매자) 간의 공정거래의 확립이다. 그런 만큼 개념도 상품거래와 서비스 제공이라는 상거래에 초점이 맞추어져 있다. 그러나 위조상품의 유통과 관련한 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 행위는 반드시 상거래나 서비스 제공이라는 거래행위에 한정되지 않고 광고의 정보의 제공 등 직접적으로는 상거래와 관련이 없는 행위도 포섭하고 있다는 점이 문제된다. 그리고 위조상품의 유통은 직접적인 판매행위로만 한정되는 것은 아니고 판매자 사이트로의 유도 등도 포함되기 때문에 앞서 소개한

60) 2025년 7월 25일 「온라인플랫폼 공정화법안(윤종오의원 등 15인)」(의안번호: 2211738).

61) 2024년 11월 1일 「온라인 플랫폼 시장 독점규제에 관한 법률안(한창민의원 등 13인)」(의안번호: 2205190).

62) 2024년 10월 18일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(김남근의원 등 58인)(의안번호: 2204777).

63) 2024년 10월 21일 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(민병덕의원 등 17인)(의안번호: 2204802).

64) 2024년 10월 21일 「온라인 플랫폼 독점규제 및 거래 공정화에 관한 법률안」(강준현의원 등 12인)(의안번호: 2204794).

온라인 플랫폼의 정의는 여기에서 다루고 있는 위조상품의 유통·판매의 근절이라는 입법목적에 정확히 부합하지는 않는다.

나. 「상표법」 법률안

온라인 플랫폼의 개념과 관련하여 최근 「상표법 개정법률안」들이 발의된 바 있다. 예컨대 2022년 6월 30일 「상표법 일부개정법률안」(최승재의원 등 10인)(의안번호: 2116225), 2024년 10월 19일 「상표법 일부 개정법률안」(이철규의원 등 12인)(의안번호: 2205684), 2024년 7월 19일 「상표법 일부개정법률안」(이원택 의원 등 10인)(의안번호: 2202022),⁶⁵⁾ 2024년 11월 22일 「상표법 일부개정법률안」(김정호의원 등 15인)(의안번호: 2205802)⁶⁶⁾ 등이 바로 그것이다.

이들 법률안들에서 규정하고 있는 온라인 플랫폼의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

» **〈표 4-3〉** 온라인 플랫폼사의 정의에 관한 「상표법」 개정법률안의 비교

김정호 의원안 (2024.11.22.)	이철규 의원안 (2024.10.19.)	최승재 의원안 (2022.6.30.)	이원택 의원안 (2023.7.3.)
제2조(정의)	제2조(정의)	제2조(정의)	제114조의2(통신판매중개업자의 책임 등)⁶⁷⁾
① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.	① ----- -----.	① ----- -----.	
1. ~ 11. (생략)	1. ~ 11. (생략)	1. ~ 11. (생략)	
12. “온라인서비스제공자”란 이용자들이 정보통신망(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항 제1호에 따른 정보통신망을 말한다)에 접속하거나 정보통신망을 통하여 상품 등을 양도 또는 인도할 수 있도록 서비스를 제공하거나 그를 위한 설비를 제공 또는 운영하는 자를 말한다.	12. “온라인서비스제공자”란 이용자들이 정보통신망(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항 제1호에 따른 정보통신망을 말한다)에 접속하여 상품을 거래할 수 있도록 가상공간 등 전자적 시스템을 운영하거나 그를 위한 설비를 제공하는 자를 말한다.	12. “온라인상품판매매개자”란 전기통신회선을 통하여 상품의 양도, 인도 또는 양도·인도 목적의 전시 등(이하 이 호에서 “상품판매등”이라 한다)에 관한 정보를 제공하거나 상품판매등을 하는 자에게 가상 장소를 제공하는 자로서 그 제공에 관한 관리·통제가 가능한 자를 말한다.	① 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제20조에 따른 통신판매중개업자(이하 “통신판매중개업자”라 한다)는 자신이 운영하는 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화를 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말한다)에서 ----- ----- (생략)
	13. “서비스이용자”란 온라인 서비스제공자가 제공하는 전자적 시스템이나 설비를 통하여 소비자에게 상품을 판매하거나 광고 등의 정보를 제공하는 자를 말한다.		

이들 법률안들을 살펴보면 모든 법률안들이 온라인 플랫폼사가 상품의 거래, 상품의 양도 또는 인도, 재화의 거래 등 직접적으로 상거래를 전제로 한 전자시스템이나 가상공간을 제공·중개하는 경우에 초점을 맞추고 있다. 그런데 위조상품의 유통·판매의 근절에서 관건이 되는 것은 상품 등의 상거래에 국한되는

65) 2023년 7월 3일 「상표법 일부개정법률안」(이원택의원 등 10인)(의안번호: 2123048)의 내용과 동일하다.
66) 2020년 7월 23일 「상표법 일부개정법률안」(김정호의원 등 10인)(의안번호: 2102330)의 내용과 동일하다.
67) 2024년 8월 2일 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 일부개정법률안」(고동진의원 등 19인)(의안번호: 2202513) 제16조의2(통신판매중개업자의 책임 등) 제1항의 정의와 동일함.

것이 아니라 「상표법」 제2조 제11호에 정한 상품의 사용이다. 즉 「상표법」 제2조 제11호에서 정의하고 있는 “상표의 사용”이란 “가. 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시하는 행위, 나. 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시한 것을 양도·인도하거나 전기통신회선을 통하여 제공하는 행위 또는 이를 목적으로 전시하거나 수출·수입하는 행위, 다. 외국에서 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시한 것을 운송업자 등 타인을 통하여 국내에 공급하는 행위, 라. 상품에 관한 광고·정가표(定價表)·거래서류, 그 밖의 수단에 상표를 표시하고 전시하거나 널리 알리는 행위” 등인데 과연 이러한 상표의 사용을 남용하는 행위들을 상품 등의 상거래에 초점을 맞추고 있는 이들 법률안들이 포섭할 수 있는가에 대해서는 의문이 제기된다.

특히 앞서 언급했듯이 상품거래 등이 직접적인 주된 목적이 아닌 소셜미디어(SNS)에서 광고의 정보를 제공함으로써 소비자로 하여금 해당 광고링크를 통하여 또 다른 판매자의 위조상품 판매사이트로 접속하도록 유도하는 행위도 「상표법」 제2조 제11호에 정한 상표의 사용에 해당한다고 본다면(특히 라목) 상품거래 등을 직접적인 주된 목적으로 하지 않는 소셜미디어까지 포괄할 수 있는 정의로는 적합하지 않다.

또한 김정호 의원안과 이철규 의원안의 경우 상품을 거래하거나 서비스를 제공하거나 “이를 위한 설비를 제공 또는 운영하는 자”까지를 모두 포섭하도록 정의하고 있는데 문제는 정보통신망의 “설비”는 자칫 자칫 KT나 SKT 등 정보통신망 설비 자체의 이용하도록 제공·운영하는 「전기통신사업법」상 정보통신사업자까지 포함하게 된다는 점이다. 이 경우 온라인플랫폼사는 직접적으로 판매자 등의 행위에 대하여 관리·감독의무를 부담하는데 대하여 정보통신망 설비를 제공·운영하는 정보통신사업자는 그러한 판매자 등의 존재조차 인지하지 못할 수 있을 뿐만 아니라 이들 판매자 등과 직접적인 정보통신망의 사용계약을 맺은 당사자도 아니다. 따라서 그러한 판매자들에 대한 관리·감독의무까지 정보통신사업자에게 부담시키는 것은 기대가능성이 없다고 말할 수 있다.

3. 개정 시안

이상의 내용을 바탕으로 온라인 플랫폼에 대한 정의에 관한 개정 시안을 제시하면 다음과 같다.

이 개정 시안에서는 아직 정확히 정의되지 않은 온라인 플랫폼사라는 용어를 사용하기 보다는 현행법상 흔히 사용되고 있는 “온라인서비스제공자”라는 용어를 사용하도록 한다. 물론 다른 법률들에서 동일한 용어를 사용하고 있어서 법적용에 있어서 혼란을 초래할 수 있기는 하지만 각 법률의 입법목적에 상응하는 새로운 용어를 창출하는 것은 오히려 법률개념의 혼동을 야기할 수 있고 동일한 용어를 사용하더라도 각 법률에서 입법취지에 상응하는 개념을 정확하게 정의하는 한 법적용에 있어서 혼란을 가져오지는 않을 것으로 판단된다.

또한 온라인서비스제공자의 정의에 인스타그램 등 상품 등의 거래와 직접적인 관련이 없는 소셜미디어(SNS)에 표출되는 광고를 통하여 위조상품의 판매자 사이트에 유도하는 행위까지 포섭할 수 있도록 광고의 정보를 제공하도록 하는 등의 상표의 사용을 가능하게 하는 자로 정의하였다.

그리고 이철규 의원안을 제외하고는 위조상품 판매자에 관한 정의를 제시하고 있지 않으나 온라인서비스제공자의 온라인서비스(플랫폼)를 이용하는 서비스이용자의 개념을 규정하는 것이 적절하다. 왜냐하면 일반적인 판매자 개념은 상품의 상거래만을 상정한 개념이어서 모든 상표의 사용자를 포섭할 수 있는

개념이 아니기 때문이다.

이때 서비스이용자라는 용어가 일반소비자와 혼동될 수 있다는 우려는 있으나 본 개정 시안에서 정의한 온라인서비스제공자가 제공하는 온라인서비스는 일반소비자가 이용하는 것은 아니다. 따라서 본 개정 시안에서의 온라인서비스의 이용계약을 맺는 자를 온라인서비스제공자 개념에 상응하여 서비스이용자로 정의하였다.

» **〈표 4-4〉** 온라인 플랫폼사의 정의에 관한 개정 시안

현행법	개정 시안
제2조(정의)	제2조(정의)
① ----- (생략).	① ----- (현행과 같음)
1. ~ 11. (생략)	1. ~ 11. (현행과 같음)
〈신설〉	12. “온라인서비스제공자”란 이용자들이 정보통신망(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망을 말한다)에 접속하여 정보통신망을 통하여 상품 등을 거래할 수 있도록 하거나 상품 등을 거래하기 위한 광고의 정보를 제공하도록 하는 등 제2조제1항제11호의 상표의 사용을 가능하게 하는 자를 말한다.
	13. “서비스이용자”란 온라인서비스제공자가 제공하는 전자적 시스템을 통하여 소비자에게 상품 등을 거래하거나 상품 등을 거래하기 위한 광고의 정보를 제공하는 등 제2조제1항제11호의 상표의 사용을 하는 자를 말한다.

제2절 | 국내대리인의 지정

1. 국내대리인의 지정의 필요성

온라인 플랫폼사의 정보제공의무 혹은 관리·감독의무를 법제화함에 있어서 가장 논란이 되는 문제가 바로 국내 온라인 플랫폼사와 함께 국외 다국적 온라인 플랫폼사에 대하여 「상표법」을 그대로 적용할 것인가라는 국외적용의 문제이다.

그런데 온라인 플랫폼사에 대한 규제를 국내 온라인 플랫폼사에만 적용할 경우 법적용에 있어서 국내 온라인 플랫폼사만을 역차별한다는 비판을 피할 수 없는 것이 사실이다. 이러한 법집행에 있어서의 역차별은 법적용의 형평성논란을 촉발시킬 뿐만 아니라 법의 실효성을 약화시키고 수범자의 준법의식마저 희석시킬 위험이 있다.

또한 앞서 서론에서 언급한 바와 같이 국외 온라인 플랫폼사를 통한 위조상품 유통이 국내 온라인 플랫폼사를 통한 유통보다 현저히 증가하고 있다는 점에서도 국외 온라인 플랫폼사를 제외한 「상표법」의 적용은 법집행의 실효성과 효율성을 저해하게 된다.

물론 국외 온라인 플랫폼사에 대한 「상표법」의 역외적용에 대하여 비판이 전혀 없는 것은 아니다. 즉 예컨대 아마존이나 이베이 등 대형 국외 다국적 온라인 플랫폼사들이 국내에 대리인을 지정하지 않았다

고 하더라도 예컨대 접속을 차단하는 등의 조치를 취할 수 있는가라는 현실적인 문제가 제기될 수 있다.

그러나 국외 온라인 플랫폼사가 국내법을 이행하지 않아 위법행위를 범했다는 사실의 공표 등(예컨대 지식재산처나 언론 등에서의 위반사실의 공표 등)은 대형 온라인 플랫폼사 자신의 위조상품 근절 가이드라인을 위반했다는 증거로서 간주되며 이를 통하여 일종의 낙인으로서의 효과를 기대할 수 있다. 특히 온라인 플랫폼사는 경제적 이익창출에 매우 민감하게 반응한다는 점에서 기업이미지의 실추는 매우 중대한 사안이라고 볼 수 있다. 그런데 세계적인 문제로 대두되고 있는 위조상품의 초국가적 유통과 관련하여 온라인 플랫폼사가 스스로 위조상품의 유통을 방조하거나 혹은 조장하고 있다는 이미지가 형성된다면 자신의 윤리경영강령과 위조상품 유통의 근절을 위한 국제적 협력에 동참하지 않는다는 낙인을 얻게 되는데 이것을 위조상품의 유통을 근절하려는 다른 국가의 법집행기관에서도 주목하게 될 것이라는 점은 쉽게 예상할 수 있다.

그리고 민법상 대리의 원칙은 자본주의국가 민법전이라면 모두 규정되어 있는 것이며, 따라서 민법상 대리의 원칙을 국외 온라인 플랫폼사에 적용한다고 하여 특수하게 우리나라에만 있는 대리제도를 국외 온라인 플랫폼사에 강요하는 것이라고 할 수는 없을 것이다.

이러한 점에서 국외 온라인 플랫폼사에 대하여 국내법을 직접 적용하는 데에 현실적인 한계가 있다고 하더라도 최소한의 법집행의 확실성을 담보하기 위하여 국내대리인을 지정하도록 하는 것은 적절한 것이라고 판단된다.

가. 현행법

국내대리인의 지정과 관련해서는 이미 2018년 9월 18일 신설된 「정보통신망법」 제32조의5⁶⁸⁾ 2020년 2월 4일 신설된 「개인정보 보호법」 제31조의2⁶⁹⁾ 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8(국내대리인의 지정)에 관련규정을 두고 있어서 우리나라 법체계에 낯선 것은 아니다.

그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

「정보통신망법」

제32조의5(국내대리인의 지정)

① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 정보통신서비스 제공자등으로서 이용자 수, 매출액 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다.

1. 삭제 <2020. 2. 4.>
 2. 삭제 <2020. 2. 4.>
 3. 제64조제1항에 따른 관계 물품·서류 등의 제출
 - ② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다.
 - ③ 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 때에는 다음 각 호의 사항 모두를 인터넷 사이트 등에 공개하여야 한다. <개정 2020. 2. 4.>
 1. 국내대리인의 성명(법인의 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다)
 2. 국내대리인의 주소(법인의 경우에는 영업소 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소
 - ④ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 정보통신서비스 제공자등이 그 행위를 한 것으로 본다.
-

68) 법률 제15751호, 2018.9.18. 일부개정, 2019.3.19. 시행.

69) 법률 제16930호, 2020.2.4. 일부개정, 2020.8.5. 시행. 당시 제39조의11로 신설되었다가 법률 제19234호(2023.3.14. 일부개정, 2023.9.15. 시행)에 의하여 제31조의2로 이동되었다.

[본조신설 2018. 9. 18.]

제76조(과태료)

- ① ----- (생략)
- ② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다.
 1. ----- (생략)
 - 4의3. 제32조의5제1항을 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자
 - (이하 생략)

「개인정보 보호법」

제31조의2(국내대리인의 지정)

- ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 개인정보처리자로서 매출액, 개인정보의 보유 규모 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 지정하여야 한다. 이 경우 국내대리인의 지정은 문서로 하여야 한다. <개정 2023. 3. 14., 2025. 4. 1.>
 1. 제31조제3항제3호에 따른 개인정보 처리와 관련한 불만의 처리 및 피해 구제 업무
 2. 제34조제1항 및 제3항에 따른 개인정보 유출 등의 통지 및 신고
 3. 제63조제1항에 따른 물품·서류 등 자료의 제출
- ② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있어야 한다. 이 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 법인이 있는 개인정보처리자는 그 법인 중에서 국내대리인을 지정하여야 한다. <개정 2023. 3. 14., 2025. 4. 1.>
 1. 해당 개인정보처리자가 설립한 국내 법인
 2. 해당 개인정보처리자가 임원 구성, 사업 운영 등에 지배적인 영향력을 행사하는 국내 법인으로서 대통령령으로 정하는 법인
 - ③ 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 개인정보처리자는 국내대리인이 업무를 충실히 수행하도록 대통령령으로 정하는 바에 따라 교육하고 업무현황을 점검하는 등의 관리·감독을 하여야 한다. <신설 2025. 4. 1.>
 - ④ 개인정보처리자는 제1항에 따라 국내대리인을 지정하는 경우에는 다음 각 호의 사항을 개인정보 처리방침에 포함하여야 한다. <개정 2023. 3. 14., 2025. 4. 1.>
 1. 국내대리인의 성명(법인의 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다)
 2. 국내대리인의 주소(법인의 경우에는 영업소의 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소
 - ⑤ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 개인정보처리자가 그 행위를 한 것으로 본다. <개정 2023. 3. 14., 2025. 4. 1.> [본조신설 2020. 2. 4.] [제39조의11에서 이동 <2023. 3. 14.>]

제75조(과태료)

- ① ~ ② (생략)
- ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다.
 1. ----- (생략)
 2. 제31조의2제1항을 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자
 3. 제31조의2제2항을 위반하여 국내대리인을 지정한 자
 4. 제31조의2제3항을 위반하여 국내대리인을 관리·감독하지 아니한 자
 - (이하 생략)
- ④ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다
 1. ~9. (생략)
 - 9의2. 제31조의2제4항을 위반하여 국내대리인의 성명·주소·전화번호 및 전자우편 주소를 개인정보 처리방침에 포함하지 아니한 자
 - (이하 생략)

「전기통신사업법」

제22조의8(국내대리인의 지정)

- ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 부가통신사업자로서 제22조의7제1항에서 정한 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다. <개정 2023. 1. 3.>
 1. 제22조의7제1항에 따른 이용자 요구사항 처리를 위한 국내 연락 수단의 확보
 2. 제22조의7제3항 및 제4항에 따른 자료 제출
 3. 제32조제1항에 따른 이용자 보호 업무
 4. 제32조제2항 후단에 따른 자료제출명령의 이행
- ② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다. 이 경우 제1항에 따라 국내대리인을 지정하여야 하는 부가통신사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 법인이 존재하는 경우에는 해당 법인 중에서 선택한 자를 국내대리인으로 지정하여야 한다. <개정 2022. 6. 10.>
 1. 제1항에 따라 국내대리인을 지정하여야 하는 부가통신사업자가 설립한 국내 법인
 2. 제1항에 따라 국내대리인을 지정하여야 하는 부가통신사업자가 임원 구성, 사업 운영 등에 대하여 지배적인 영향력을 행사하는 국내 법인

- ③ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 해당 국내대리인을 지정한 부가통신사업자가 그 행위를 한 것으로 본다.
- ④ 국내대리인은 제1항에 따른 부가통신사업자와 유효한 연락수단을 확보하여야 한다. <신설 2023. 1. 3.> [본조신설 2020. 6. 9.]

제104조(과태료)

- ① ----- (생략)
- ② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 3천만원 이하의 과태료를 부과한다. <개정 2014. 10. 15., 2016. 1. 27., 2022. 6. 10., 2023. 7. 18.>
- (생략)
- 1의3. 제22조의8제1항을 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니하거나 같은 조 제2항을 위반하여 국내대리인을 지정한 자
- (생략)

현재 이들 법률들에 근거하여 국내에 대리인을 지정하고 있는 온라인 플랫폼사들은 *Google, Facebook, Netflix, Amazon, Apple* 등이 있다.⁷⁰⁾

나. 주요 외국 입법례

이러한 국내대리인의 지정은 우리나라에만 있는 제도는 아니다. 이미 EU 2018년 5월 25일 「개인정보보호법(General Protection Regulation, GDPR)」 제3조 제2항에 국내대리인의 지정에 관한 규정을 규정하고 있었으며 온라인상 명예훼손을 포함하여 위조상품의 근절을 위한 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무에 관한 2022년 EU 「디지털서비스법」 제13조에도 마찬가지로 국내대리인의 지정에 대하여 규정하고 있다.⁷¹⁾ 또한 EU 「디지털서비스법」의 이행입법인 독일 「디지털서비스법」도 EU의 「디지털서비스법」에 정한 의무를 이행하도록 하고 있다(독일 「디지털서비스법」 제33조 제5항 제2호, 제4호, 제5호에 EU 「디지털서비스법」 제13조 위반에 대한 과태료를 규정하고 있다). 또한 일본 전기통신사업법 제10조 제2호는 전기통신사업자의 등록을 받으려는 외국인은 국내에 대리인을 지정하도록 정하고 있다.⁷²⁾

2. 법률안

2024년 10월 19일 이철규 의원은 국내대리인의 지정에 관한 「상표법 개정법률안」⁷³⁾을 발의한 바 있다. 이 법률안을 살펴보면 대체적으로 앞서 소개한 「정보통신망법」 제32조의5와 「개인정보 보호법」 제31조의2를 바탕으로 규정되어 있는 것을 알 수 있다.

70) 이에 관한 것은 『조선일보』, 2021년 4월 19일 보도 “김영식, 구글·아마존 등 국내대리인 부실 운영 지적”(https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2021041901160; 최종접속일: 2025년 12월 3일); 김민희·김현수·이보겸·박영덕, 『정보통신망법상 국내대리인제도 운영현황 및 개선방안 연구』, 방송통신위원회, 2021, 34면 이하(https://kisdi.re.kr/report/view.do?key=m2101113024770&masterId=3934580&arrMasterId=3934580&artId=656298; 최종접속일: 2025년 11월 20일).

71) 이에 관한 상세한 것은 김민희·김현수·이보겸·박영덕, 앞의 보고서, 14면 이하.

72) 이에 관한 상세한 것은 김민희·김현수·이보겸·박영덕, 앞의 보고서, 21면 이하.

73) 2024년 10월 19일 「상표법 일부개정법률안」(이철규의원 등 12인)(의안번호: 2205684).

» **〈표 4-5〉 국내대리인의 지정에 관한 이철규 의원안**

제108조의6(국내대리인의 지정)
① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인서비스제공자로서 매출규모, 이용자 수 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 "국내대리인"이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다. 1. 제108조의3제1항에 따른 요구의 수리 2. 제108조의3제2항, 제3항 및 제5항에 따른 조치, 통보 및 공지 등의 이행 3. 제108조의3제7항 본문 및 제8항의 명령에 따른 조치, 공지 또는 자료 제시의 이행 4. 제108조의4제1항에 따른 정보의 제공 요청에 대한 수리 5. 제108조의4제4항에 따른 서비스이용자에 관한 정보의 제공 6. 제108조의7제2항에 따른 자료제출 요구의 이행
② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다.
③ 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 때에는 다음 각 호의 사항을 인터넷 사이트 등에 공개하여야 한다. 1. 국내대리인의 성명(법인인 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다) 2. 국내대리인의 주소(법인인 경우에는 영업소 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소
④ 국내대리인은 제1항에 따른 온라인서비스제공자와 유효한 연락수단을 확보하여야 한다.
⑤ 이 법에 따라 온라인서비스제공자에 대하여 이루어져야 할 통지·신고나 문서의 송달 등은 국내대리인에게 이루어짐으로써 온라인 서비스제공자에게 효력이 있다.
⑥ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 온라인서비스제공자가 그 행위를 한 것으로 본다.
⑦ 특허청장은 제237조제1항제1호, 제2호 및 제4호로 인한 과태료를 국내대리인에게 부과할 수 있다.
제237조(과태료)
① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
~ 2. (생략)
3. 제108조의6제1항을 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자, 같은 조 제2항을 위반하여 국내대리인을 지정한 자 또는 같은 조 제3항을 위반하여 국내대리인 지정 정보를 공개하지 아니한 자
----- (이하 생략)

그런데 동 법률안 제5항은 “이 법에 따라 온라인서비스제공자에 대하여 이루어져야 할 통지·신고나 문서의 송달 등은 국내대리인에게 이루어짐으로써 온라인 서비스제공자에게 효력이 있다”고 규정하고 있으나 국내대리인은 「민법」상 대리인인 이상 「상표법」에 특별히 대리인에 관하여 달리 정하지 않는 이상 「민법」상 대리인에 관한 규정이 그대로 적용되어 대리인의 행위의 법률효과는 직접 본인에게 귀속되기 때문에(「민법」 제114조 이하)⁷⁴⁾ 민법상 원칙을 재차 「상표법」에 규정할 필요는 없을 것이다.

3. 개정 시안

국내대리인의 지정과 관련해서는 이미 「정보통신망법」 제32조의5, 「개인정보 보호법」 제31조의2 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8에 관련규정이 있어서 「상표법」에 이에 관한 규정을 둔다고 하여 법적인 문제는 발생하지는 않는다고 판단된다.

본 개정시안은 2024년 10월 19일 이철규 의원이 발의한 국내대리인의 지정에 관한 「상표법 개정법률안」⁷⁵⁾ 과 「정보통신망법」 제32조의5, 「개인정보 보호법」 제31조의2 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8

74) 「민법」 제114조(대리행위의 효력) “①대리인이 그 권한내에서 본인을 위한 것임을 표시한 의사표시는 직접 본인에게 대하여 효력이 생긴다.

②전항의 규정은 대리인에게 대한 제삼자의 의사표시에 준용한다”.

을 참고한 것이다.

다만 이철규 의원안 중 “이 법에 따라 온라인서비스제공자에 대하여 이루어져야 할 통지·신고나 문서의 송달 등은 국내대리인에게 이루어짐으로써 온라인 서비스제공자에게 효력이 있다”고 규정한 제5항은 「민법」상 대리권의 당연한 효과라는 점에서 「상표법」에 명시적으로 규정할 필요는 없다고 판단된다.

이때 국내대리인을 지정하지 않은 경우 2천만원 이하의 과태료를 징수하도록 한 것은 「개인정보 보호법」 제31조의2, 「정보통신망법」 제32조의5 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8 위반에 대하여 2천만원 이하의 과태료를 징수하도록 한 것에 맞춘 것이다.

다만 국내대리인의 주의의무와 관련하여 해당 주의의무는 국내 온라인 플랫폼의 주의의무와 동등한 것이어야 한다는 점에서 예컨대 이철규 의원안 제108조의3과 같은 온라인 플랫폼사의 주의의무는 국내 대리인에 대해서도 그대로 적용되어야 할 것으로 판단된다. 따라서 개정 시안에서는 이철규 의원안 제108조의3이 법제화될 것을 예정하여 개정 시안에 이를 반영하도록 한다.

»» **〈표 4-6〉 국내대리인의 지정에 관한 개정 시안**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조의4(국내대리인의 지정)
	① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인서비스제공자로서 매출규모, 이용자 수 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다.
	1. 제108조의2제2항의 조치, 제3항의 통보 및 제5항의 조치의 취소 등의 이행
	2. 제108조의3제1항에 따른 자료제출의 요구의 이행
	3. 제108조의5제7항 본문 및 제8항의 명령에 따른 조치, 공지 또는 자료 제시의 이행
	② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다.
	③ 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 때에는 다음 각 호의 사항을 인터넷 사이트 등에 공개하여야 한다.
	1. 국내대리인의 성명(법인인 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다)
	2. 국내대리인의 주소(법인인 경우에는 영업소 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소
	④ 국내대리인은 제1항에 따른 온라인서비스제공자와 유효한 연락수단을 확보하여야 한다.
	⑤ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 온라인서비스제공자가 그 행위를 한 것으로 본다.
	⑥ 제1항에 따른 국내대리인의 지정 및 지정절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령에 정한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① 제108조의4를 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다.
〈신설〉	② (1천만원 이하의 과태료 신설)

현행법	개정 시안
	1. (제108조의2제2항 위반)
	2. (제108조의3제1항 위반)
	3. (제108조의5제7항 본문 및 제8항 위반)
	4. (제108조의6제3항 위반)
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

참고로 이철규 의원안 제108조의3을 바탕으로 “온라인서비스제공자가 준수하여야 할 절차”를 바탕으로 온라인서비스제공자의 조치의무를 개정 시안 제108조의5로 제시하면 다음과 같다.

» **〈표 4-7〉 온라인플랫폼사의 조치의무에 관한 개정 시안**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조의5(온라인서비스제공자가 준수하여야 할 절차)
	① 상표권자 또는 전용사용권자는 온라인서비스제공자의 서비스를 통하여 자기의 권리에 대한 침해가 발생하였다고 주장하는 경우 해당 사실을 대통령령으로 정하는 바에 따라 구체적으로 소명하여 그 온라인서비스제공자에게 해당 상품에 관한 그 정보의 삭제 또는 접근을 차단하거나 그 상품에 관한 판매를 중지하는 등의 침해 방지를 위한 조치를 요구할 수 있다.
	② 제1항에 따른 요구를 받은 온라인서비스제공자는 즉시 침해 방지를 위한 조치를 하고 상표권자 또는 전용사용권자와 서비스이용자에게 그 사실을 통보하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 온라인서비스제공자가 제1항에 따른 조치를 지체 없이 취하는 것이 기술적 또는 경제적으로 불가능한 경우 2. 그 밖에 대통령령으로 정하는 정당한 사유가 있는 경우
	③ 제2항에 따른 통보를 받은 서비스이용자가 자신의 서비스 이용이 정당한 권리에 의한 것임을 대통령령으로 정하는 바에 따라 구체적으로 소명하여 그 서비스의 재개를 요구하는 경우 온라인서비스제공자는 재개요구사실 및 재개예정일을 해당 상표권자 또는 전용사용권자에게 지체 없이 통보하고 그 예정일에 그 서비스를 재개하여야 한다. 다만, 그 상표권자와 전용사용권자가 재개예정일 이전에 온라인서비스제공자에게 대통령령으로 정하는 바에 따라 침해행위에 대하여 소를 제기하였음을 입증할 수 있는 서류를 제출한 경우에는 그러하지 아니하다.
	④ 제3항 단서는 그 서비스의 재개를 명하는 가처분 등이 있는 경우에는 그 가처분 등에 영향을 주지 아니한다.
	⑤ 온라인서비스제공자는 자신의 가상 공간 등 전자적 시스템 또는 설비를 이용하는 자들이 제1항부터 제3항까지에 따른 절차를 쉽게 이용할 수 있도록 관련 사항을 미리 적절한 방법으로 공지하여야 한다.
	⑥ 온라인서비스제공자가 제2항에 따른 조치 또는 제5항에 따른 공지를 하지 아니하는 경우 상표권자 또는 전용사용권자는 지식재산처장에게 그 조치 또는 공지를 하도록 명령하여 줄 것을 요청할 수 있다.
	⑦ 지식재산처장은 제6항에 따른 요청이 있으면 온라인서비스제공자에게 제2항에 따른 조치 또는 제5항에 따른 공지를 하도록 명할 수 있다. 다만, 온라인서비스제공자에게 제2항 단서에 따른 사유가 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

현행법	개정 시안
	⑧ 지식재산처장은 온라인서비스제공자가 제2항 단서의 사유를 주장하는 경우에는 그 주장의 당부를 판단하기 위하여 자료의 제시를 명할 수 있다.
	⑨ 정당한 권리 없이 제1항 또는 제3항 본문에 따른 침해 방지를 위한 조치나 재개를 요구하는 자는 그로 인하여 발생하는 손해를 배상하여야 한다.
	⑩ 상표권자·전용사용권자 또는 서비스이용자는 이 조에 따른 조치나 손해의 배상 등 분쟁을 해결하기 위하여 「발명진흥법」 제41조제1항에 따른 산업재산권분쟁조정위원회(이하 "조정위원회"라고 한다)의 분쟁조정 절차를 이용할 수 있다.
〈신설〉	제234조의2(벌칙)
	① 제108조의6제5항을 위반하여 요청되거나 청구된 목적 외의 용도로 서비스이용자의 정보를 사용한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.
	② 자신에게 정당한 권리가 없음을 알면서도 제108조의5제1항 또는 제3항에 따른 침해 방지 조치 요구 또는 서비스 재개요구를 하여 온라인서비스제공자의 업무를 방해한 자에게는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

제 5 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무

제5장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무

제1절 | 쟁점

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무를 법제화할 때 문제가 될 수 있는 쟁점들은 다음과 같다.

1. 적법절차와의 조화

온라인 플랫폼사의 정보제공의무를 법제화하는 할 때 첫 번째 쟁점이 되는 것은 무엇보다도 어떻게 온라인 플랫폼사의 정보제공의무를 적법절차의 원칙과 조화시킬 것인가라는 문제이다.

온라인 플랫폼사에 대하여 위조상품 판매자 정보의 제공을 의무화하는 것은 실질적으로 형사소송절차와 관련해서는 증거의 제공의무를 법제화하는 것이어서 자칫 「헌법」 제12조 제1항에 정한 적법절차의 원칙과 충돌할 수 있다. 즉 헌법 제12조 제1항은 “모든 국민은 신체의 자유를 가진다. 누구든지 법률에 의하지 아니하고는 체포·구속·압수·수색 또는 심문을 받지 아니하며, 법률과 적법한 절차에 의하지 아니하고는 처벌·보안처분 또는 강제노역을 받지 아니한다”고 규정하는 한편 제3항에서 “체포·구속·압수 또는 수색을 할 때에는 적법한 절차에 따라 검사의 신청에 의하여 법관이 발부한 영장을 제시하여야 한다. 다만, 현행범인인 경우와 장기 3년 이상의 형에 해당하는 죄를 범하고 도피 또는 증거인멸의 염려가 있을 때에는 사후에 영장을 청구할 수 있다”고 규정한다.⁷⁶⁾

즉 수사기관이 유죄의 증거를 수집하는 방법은 임의수사로서 피의자신문, 참고인조사, 감정·통역·번역의 촉탁, 공무소 등에의 조회(사실조회)나 피의자·참고인에 의한 증거의 임의제출의 형식으로 가능하고 강제수사는 법관이 발부한 영장에 의해서만 압수·수색이 허용될 뿐이다.⁷⁷⁾

물론 「헌법」 제12조 제1항 및 제3항은 법문언상 법관이 발부한 영장 없는 압수·수색을 금지하고 있을 뿐 당사자에 대하여 증거제출의무를 부과하는 것이 직접적으로 「헌법」에 위반된다고 규정하고 있는 것은 아니다. 그러나 수사기관이 피의자·참고인에 의하여 임의제출되지 못하는 증거를 획득하기 위하여 영장에 의한 압수·수색에 의하지 않고 피의자·참고인으로 하여금 증거를 제출하도록 하는 의무를 법제화하는

76) 수사에서의 적법절차의 원칙에 관한 상세한 것은 김유근·김정연·최준혁·김정환·박성민(최준혁), 『공정하고 인권친화적인 형사절차를 위한 형사사법의 선진화 방안 연구(III): 수사절차에서의 인권강화방안 연구』, 한국형사·법무정책연구원, 2022, 119면 이하, 특히 영장주의와 관련해서는 121면 이하.

77) 이에 관한 것은 이은모·김정환, 『형사소송법』, 제8판, 박영사, 2023, 220면 이하.

것은 그 실질에 있어서 영장주의를 우회하는 수단으로서 간주될 수 있어서 위헌논란을 피할 수 없는 것이 사실이다.

또한 행정조사에 대해서는 형사소송절차에 적용되는 모든 적법절차의 원칙이 그대로 적용되는 것은 아니다.⁷⁸⁾ 그래서 「행정조사 기본법」은 자료제출요구를 행정조사의 하나의 방법으로 규정하고 있을 뿐만 아니라(동법 제9조 이하) 제출거부에 대해서는 제재를 부과할 수 있도록 정하고 있다.⁷⁹⁾

그런데 행정조사의 대상과 수사의 대상이 동일한 경우 행정조사에서 수집된 증거가 수사의 증거로 활용되어 해당 증거가 법원에 제출된다면 실질적으로 수사기관은 해당 증거를 참고인·피의자·피고인의 동의에 근거한 임의제출의 형식이 아니라 간접강제의 형식으로 수집한 것이 된다. 그러나 현재 행정조사에 대해서도 적법절차를 준수할 것이 요구되고 있다.⁸⁰⁾

물론 현행법상 영장주의의 예외를 전혀 찾아볼 수 없는 것은 아니다. 예컨대 「금융실명법」 제4조는 제1항은 금융거래정보의 제공을 엄격하게 금지하고 이를 위반한 때에는 형사처벌하도록 하고 있는데 그 예외로서 금융위원회·금융감독원·예금보험공사의 불공정거래조사를 위하여 금융거래정보의 제공의 요구를 받은 경우를 열거하고 있다(동항 제4호).⁸¹⁾ 즉 금융위원회 등은 불공정거래조사를 위하여 특정인의 금융거래정보를 영장없이 제공받을 수 있는 것이다. 그런데 이 경우 거래정보등의 제공사실의 통보에 관한 제4조의2가 적용되지 않아 금융기관은 거래정보의 제공사실을 명의인에게 통지할 필요도 없어서 정보주체에 대한 최소한의 안전장치도 마련하고 있지 않다는 문제가 제기된다.⁸²⁾

2. 「개인정보 보호법」과의 충돌

「개인정보보호법」 제18조 제2항 본문은 개인정보처리자는 “범죄의 수사와 공소의 제기 및 유지를 위하여 필요한 경우”(동항 제7호)에는 “정보주체 또는 제3자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있을 때를 제외하고는”⁸³⁾ 개인정보를 목적 외의 용도로 이용하거나 이를 제3자에게 제공할 수 있도록 규정하고 있으나 단서에서 범죄의 수사 등의 경우는 개인정보처리자가 공공기관인 경우에만 적용되도록 한정하고 있다.⁸⁴⁾⁸⁵⁾ 따라서 「개인정보 보호법」 제18조 제2항 제7호에 열거된 “범죄의 수사와 공소의 제기 및 유지를

78) 최용, “고권적(高權的) 행정조사에 있어 적법절차원칙의 준수 및 적용 필요성에 관한 연구 - 입법론적 개선방안을 중심으로 -”, 『입법연구』, 제18집 제1호(2021), 안국입법학회, 184면 이하.

79) 「행정조사 기본법」 제10조(보고요구와 자료제출의 요구) 제2항은 자료제출요구서를 발송할 때에 포함되어야 한 내용 중의 하나에 “제출거부에 대한 제재(근거 법령 및 조항 포함)”(제5호)를 열거하고 있다.

80) 박현정, “권력적 행정조사에 대한 사법통제”, 『행정법학』, 제25호(2023.9.), 한국행정법학회, 337면 이하; 최용, “고권적(高權的) 행정조사에 있어 적법절차원칙의 준수 및 적용 필요성에 관한 연구 - 입법론적 개선방안을 중심으로 -”, 『입법연구』, 제18집 제1호(2021), 안국입법학회, 179면 이하, 특히 188면 이하.

81) 김유근·김정연·최준혁·김정환·박성민(김정환), 앞의 보고서, 257면 이하.

82) 그러나 제한을 위한 법률안이 발의되어 있다. 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 법률 일부개정법률안」(천준호의원)(의안번호: 2205201).

83) 헌법재판소 2018.8.30. 2014헌마368 전원재판부 결정: “정보주체 또는 제3자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있을 때”란 “범죄의 수사를 위하여 필요한 개인정보를 수사기관에게 제공할 경우 정보주체나 제3자의 이익이 침해될 가능성이 있고, 개인정보 제공으로 얻을 수 있는 수사상의 이익보다 정보주체나 제3자의 이익이 큰 경우”.

84) 대법원 2022.10.27. 선고 2022도9510 판결.

85) 「(구)공공기관의 개인정보보호에 관한 법률」 제6조 제3항에서는 목적 외 제3자정보제공의 경우 그 대상을 공공기관에 한정하고 있지 않았으나 2011년 3월 29일 「개인정보보호법」으로 전면개정되면서 단서가 추가되었다.

위하여 필요한 경우”를 근거로 온라인 플랫폼사가 수사기관의 요청에 따라 위조상품 판매자의 개인정보를 수사기관에 제공하는 경우 동법 제59조 제2호에 위반된다(“업무상 알게 된 개인정보를 누설하거나 권한 없이 다른 사람이 이용하도록 제공하는 행위”).

그러나 「개인정보 보호법」 제18조 제2항 제2호도 “다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우”에는 개인정보의 목적 외 이용·제공 제한의 예외가 인정되기 때문에 「상표법」이나 「부정경쟁방지법」에 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무를 규정하는 한 「개인정보 보호법」 위반은 되지 않는다.

그러나 수사와 관련하여 영장주의를 우회하여 증거제출의무를 부과하는 것이 과연 적절한 것인가라는 문제는 남기 때문에 온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자의 정보제공의무를 규정하는 것은 「개인정보 보호법」과 조화되는 방식이기는 하지만 여전히 영장주의를 우회하여 증거를 확보하는 것으로서 영장주의의 예외가 된다.

3. 행정조사와 수사와의 구분의 불명확성

행정조사는 “행정기관이 정책을 결정하거나 직무를 수행하는 데 필요한 정보나 자료를 수집하기 위하여 현장조사·문서열람·시료채취 등을 하거나 조사대상자에게 보고요구·자료제출요구 및 출석·진술요구를 행하는 활동”으로서(「행정조사 기본법」 제2조 제1호) 일반적으로 과태료나 과징금, 시정권고 등 행정처분의 대상이 되는 행정법령 위반행위를 그 대상으로 한다.⁸⁶⁾ 이에 대하여 수사란 “형사사건에 관하여 범죄의 혐의 유무를 명백히 하여 공소의 제기 및 유지 여부를 결정하기 위하여 범인을 발견·확보하고 증거를 수집·보전하는 수사기관의 활동”⁸⁷⁾이라고 설명되고 있는데 이렇게 보면 행정조사와 수사는 명확히 구분되는 것처럼 보인다.

그러나 문제는 행정조사와 수사의 대상이 동일한 경우 행정조사의 증거가 수사의 증거로 사용됨으로써 정작 수사에서 법관의 영장에 의하여 수집하여야 할 증거가 행정조사에서 자료제출요구에 의하여 수집될 수 있게 된다는 것이다.⁸⁸⁾ 그런데 이 문제가 바로 위조상품에 대한 조사절차에서 발생된다.

「상표법」 제230조의 침해죄와 「부정경쟁방지법」 제18조 제4항 제1호에 의하여 형사처벌되는 위조상품 유통·판매 등의 행위에 대한 조사는 원칙적으로 형사사건에서의 범죄수사에 해당하지만 범죄에 대한 조사라고 하여 반드시 모든 조사활동이 수사에 해당하는 것은 아니다. 즉 수사를 개시하기에 충분한 범죄혐의를 확인하기 위하여 “아직 범죄혐의가 확인되지 않은 단계에서 수사기관이 범죄혐의 유무를 확인하기 위해 범죄인지 전의 단계에서 수행하는 조사활동”⁸⁹⁾을 수행하는 경우가 있는데 이것이 바로 내사이며 실무상 입건 전 조사⁹⁰⁾라고 말하기도 한다.⁹¹⁾ 그리고 「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적

86) 이에 관한 상세한 것은 박현정, 앞의 논문, 339면 이하.

87) 이은모·김정환, 『형사소송법』, 제9판, 박영사, 2023, 163면.

88) 박현정, 앞의 논문, 357면 이하; 최용, 앞의 논문, 190면 이하.

89) 박광현, “내사의 허용범위와 개선방안”, 『형사법연구』, 제32권 제2호(2020 여름), 한국형사법학회, 208면.

90) 「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적 수사준칙에 관한 규정」 제3항; 경찰청 「입건 전 조사 사건 처리에 관한 규칙»; 「검찰사건사무규칙」 제225조(내사·진정사건의 수리절차) 이하. 이에 관한 상세한 것은 김유근·김정연·최준혁·김정환·박성민(김유근), 『공정하고 인권친화적인 형사절차를 위한 형사사법의 선진화 방안 연구(III) - 수사절차에서의 인권 강화방안 연구 -』, 한국형사법무정책연구원, 2021, 79면 이하.

수사준칙에 관한 규정」 제16조(수사의 개시) 제3항은 “검사 또는 사법경찰관은 입건 전에 범죄를 의심할 만한 정황이 있어 수사 개시 여부를 결정하기 위한 사실관계의 확인 등 필요한 조사를 할 때에는 적법절차를 준수하고 사건관계인의 인권을 존중하며, 조사가 부당하게 장기화되지 않도록 신속하게 진행해야 한다”고 규정하고 있다. 그런데 내사는 행정기관인 수사기관의 형사사건에 대한 입건 전 조사, 즉 수사 이전단계의 조사라는 점에서 그 성격은 넓은 의미에서 행정조사에 해당하지만 「행정조사 기본법」의 적용은 받지 않는다(「행정조사 기본법」 제3조 제2항 제5호).

그런데 「부정경쟁방지법」 제7조⁹²⁾는 “조사 등”이라는 표제 하에 제2조 제1호(아목과 파목은 제외한다)에 정한 부정경쟁행위를 확인하기 위하여 관계 공무원이 필요한 경우로서 다른 방법으로는 그 행위 여부를 확인하기 곤란한 경우에는 영업시설 또는 제조시설에 출입하여 관계 자료나 제품 등을 조사하거나 조사에 필요한 최소분량의 제품을 수거하여 검사할 수 있을 뿐만 아니라 제7조의2에 따라 조사와 관련한 자료의 열람 또는 복사를 요구할 수 있도록 정하고 있다. 즉 「부정경쟁방지법」 제2조 제1호(아목과 파목은 제외한다)에 정한 부정경쟁행위에 대해서는 그 행위가 형사처벌의 대상이기는 하지만 행정조사도 실시할 수 있도록 정하고 있다. 그런데 「부정경쟁방지법」 제8조가 “위반행위의 시정권고 등” 행정처분에 관하여 정하고 있어서 일견 그 앞에 규정된 제7조 및 제7조의2가 행정처분을 위한 행정조사에 대해서만 국한된 것으로도 볼 수 있으나 제7조 및 제7조의2의 행정조사의 대상이 되는 부정경쟁행위는 제18조 제4항에 정한 형사처벌의 대상과 동일하다. 그리고 행정조사에 의하여 수집된 증거는 형사사건에서의 수사의 증거로 사용될 수 있다는 점을 고려한다면 「부정경쟁방지법」상 행정조사는 그 실질에 있어서 반드시 동법 제8조에 정한 행정처분을 위한 조사에 국한되는가에 대해서는 의문이 제기된다.

그렇다면 「부정경쟁방지법」상 행정조사와 수사를 어떻게 구분할 것인가라는 근본적인 문제가 발생하게 된다. 즉 행정조사에서는 적어도 자료제출요구를 법제화할 수 있기는 하지만 수사에서는 증거제출의무를 법제화하는 것은 영장주의에 대한 중대한 예외를 인정하여야 하는 문제가 발생하게 된다.

첫째 행정조사와 수사를 그 대상에 따라 구분하는 것은 앞서 언급한 바와 같이 행정조사와 수사의 대상이 동일하기 때문에 쉽지 않다.

둘째 조사방법에 따라 구분하는 것도 가능하지 않다. 그 이유는 다음과 같다. 수사의 경우 피혐의자의 출석조사나 공무소 등에의 조회(사실조회)라는 임의수사를 하는 것만으로 이미 수사가 개시된 것으로 간주되기 때문이다(「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적 수사준칙에 관한 규정」 제16조(수사의 개시) 제1항 제1호 “1. 피혐의자의 수사기관 출석조사”; 「형사소송법」 제199조 제2항(공무소 등에의 조회)). 이에 대하여 행정조사의 경우 조사대상자를 출석시켜 조사할 수 있을 뿐만 아니라 자료제출을 요구할 수도 있기 때문에 수사개시의 기준에 따르게 되면 이미 수사가 개시된 것이 되는 문제가 발생하게 된다. 물론 내사는 수사기관의 행정조사에 해당하기는 하지만 일반적인 행정조사와 달리 앞서 언급한 바와 같이 피혐의자에 해당하는 피내사자에 대하여 출석요구를 할 수 없을 뿐만 아니라 임의제출의 경우를 제외하고는 제3자에게 정보제공을 요구할 수 없기 때문이다.

91) 김유근·김정연·최준혁·김정환·박성민(김유근), 앞의 보고서, 80면 이하.

92) 그 밖에 「부정경쟁방지법」 제7조의2(자료열람요구 등); 동법 시행령 제1조의4(부정경쟁행위 등의 조사 방법 등) 및 제1조의5(수거물품 등의 처리 등).

셋째 범죄혐의에 대한 조사인지 아니면 수사를 개시하기에 충분한 혐의를 확인하기 위한 것인지의 여부에 따라 구분하는 것도 쉽지 않다. 왜냐하면 이것은 수사기관의 수사와 내사의 구분과 관련된 것인데 이 기준에 따르면 피혐의자를 특정하고 피혐의자에 대한 정보제출을 제3자에게 요청하는 순간 공무소 등예의 조화에 해당하여 수사의 개시로 간주되기 때문이다. 그런데 많은 법률들에서 자료제출요구에 관하여 정하고 있는데 이것이 바로 수사의 개시를 의미하는 것은 아니다.

넷째 조사주체가 수사기관인지의 여부라는 형식적인 기준에 따라서 단속공무원이 조사를 했는지 아니면 수사기관이 조사를 했는지에 따라 구분하는 방식도 생각할 수 있다. 그러나 행정조사에 특별사법경찰관이 관여했다고 하여 곧바로 수사가 개시된 것이라고 보기 어려우며 행정조사인 내사를 개시한 것으로 볼 수 있다.

이와 같이 「부정경쟁방지법」과 같이 행정조사와 수사의 대상이 동일한 경우에는 예컨대 위조상품 판매자의 정보를 임의로 제공받는 경우를 제외하고는 이것이 행정조사에 해당하는지 아니면 수사의 개시로 간주되는 것인지를 구분하는 것은 쉽지 않다는 문제가 있다.

따라서 이상의 기준들의 어느 하나만을 가지고 행정조사와 수사의 개시를 구분하는 것은 쉽지 않으며 종합적으로 판단하여야 한다.

예컨대 모니터링의 “결과” 이후의 특정 대상자에 대한 단속공무원에 의한 조사활동은 행정조사의 개시가 된다. 즉 예컨대 모니터링의 결과를 바탕으로 「부정경쟁방지법」 제7조, 제7조의2 그리고 동법 시행령 제1조의4 및 제1조의5에 따른 관계인에 대한 자료나 제품 등의 제출 요청, 관계인의 출석 요청, 진술 청취 등의 조사를 하는 시점에 행정조사가 개시된 것이 된다.

행정조사에 의하여 수사기관이 수사를 개시하기에 충분한 주관적인 범죄혐의가 확인되고 기소를 예정한 조사를 실시하는 경우에 수사가 개시된 것이 된다. 따라서 수사기관이 「형사소송법」 제199조 이하에 정한 임의수사, 예컨대 동조 제2항에 정한 공무소 기타 공사단체에 대한 사실조회를 하는 시점에 이미 수사가 개시된 것으로 간주된다. 또한 「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적 수사준칙에 관한 규정」 제16조에 따라 입건 전 조사라고 하더라도 “1. 피혐의자의 수사기관 출석조사, 2. 피의자신문조서의 작성, 3. 긴급체포, 4. 체포·구속영장의 청구 또는 신청, 5. 사람의 신체, 주거, 관리하는 건조물, 자동차, 선박, 항공기 또는 점유하는 방실에 대한 압수·수색 또는 검증영장(부검을 위한 검증영장은 제외한다)의 청구 또는 신청”이 있는 시점에 수사가 개시된 것으로 간주하고 있다.

그리고 행정조사에서 온라인 플랫폼사가 자료제출요구를 거부하고 과태료까지 부과받았음에도 불구하고 자료제출을 거부하는 경우 수사기관이 해당 정보를 확보하기 위하여 법관의 압수·수색영장에 의하여 정보를 확보하는 경우에는 당연히 수사에 해당한다.

4. 정보주체의 보호

온라인 플랫폼사에 대하여 정보제공의무를 부과한 경우에 문제가 될 수 있는 것은 해당 정보주체의 보호를 위한 안전장치의 보장이다. 즉 조사대상자는 자신의 개인정보에 대한 정보주권을 가지고 있을 뿐만 아니라 조사대상자에게는 정보제공의 근거가 된 사실에 대하여 고지받을 권리와 자신을 방어할

권리가 보장될 필요가 있기 때문이다. 그렇지 않으면 정보주체는 자신이 조사대상자라는 사실조차 인지하지 못하는 경우가 발생하기 때문에 조사대상자의 지위는 불안정한 것이 된다.

따라서 정보주체에 대하여 정보제공의 근거가 된 사실에 대하여 고지받을 권리와 자신을 방어할 권리를 실질적으로 보장하기 위하여 정보주체에 대한 통지제도를 마련할 필요가 있다. 물론 해당 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 해당 통지를 유예할 수 있도록 하고 온라인 플랫폼사에 대해서도 「개인정보 보호법」상 제3자 정보제공의 통지를 유예하도록 하여야 할 것이다. 그리고 정보제공의 근거가 된 사유가 해소가 된 경우에는 즉시 제공받은 정보를 삭제하도록 하여야 한다. 따라서 자료의 제출의 방법과 절차, 통지 및 통지의 유예 그리고 제공받은 정보의 폐기에 관하여 필요한 사항은 법률이 아니더라도 대통령령으로 정하도록 할 필요가 있다.

제2절 | 정보제공의무의 법제화방안

이상의 쟁점들을 고려할 때 어떻게 온라인 플랫폼사의 정보제공의무를 근거지울 것인가라는 문제가 제기되는데 이와 관련하여 다음과 같이 두 가지 선택적인 방안들을 고려할 수 있다. 즉 첫째 모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안과 둘째 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안을 생각할 수 있다. 그리고 참고로 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로서 판매자에게 정보제공동의를 받는 방안도 제시하였다.

온라인 플랫폼사의 정보제공의무의 법제화와 관련하여 모니터링 결과에 따라 자료제출을 요구할 수 있도록 한 방안이 적절하다고 판단된다. 이 방안은 행정조사에서 자료제출요구가 가능하다는 점을 고려하였다. 다만 수사를 개시하는 경우에는 「형사소송법」이 적용된다. 그리고 정보주체에 대한 통보와 통보의 유예에 관하여 정함으로써 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있도록 하였다.

1. 모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안

본 방안은 모니터링에 대한 근거규정을 신설하는 것을 전제로 모니터링의 결과 조사가 필요한 경우 자료제출을 요구할 수 있도록 한 것이다.

모니터링은 후술하는 바와 같이 행정조사나 내사 내지 수사와 같이 침익적 행정행위가 아니라고 하더라도 모니터링에 의하여 경우에 따라 개인정보가 수집될 수 있을 뿐만 아니라 일련의 모니터링 과정에서 사실조회 등 사실상 행정조사나 내사가 연속적으로 이루어지는 경우 양자를 정확히 구분하는 것이 쉽지 않는 경우가 있기 때문에 문제된다. 또한 모니터링의 결과가 행정조사 또는 내사나 수사의 증거로 사용될 경우 모니터링의 적법성이 증거능력을 결정할 수도 있다는 점에서도 모니터링에 대한 명문의 근거규정을 두는 것이 적절하다고 판단된다. 또한 모니터링 과정에서 개인정보를 수집하게 되는 경우 「개인정보 보호법」과의 관계에서도 모니터링에 대한 근거규정과 함께 개인정보의 처리에 관한 근거규정이 필요하게 된다.

모니터링의 결과에 따라 온라인 플랫폼사에 대하여 위조판매자의 정보의 제출을 요구하는 경우 원칙적으로 판매자에게 개인정보를 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하도록 함으로써 「개인정보 보호법」과 조화시키려고 했다. 다만 해당 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 해당 통지를 유예할 수 있도록 하고 온라인 플랫폼사에 대해서도 「개인정보 보호법」상 제3자 정보제공의 통지를 유예하도록 요구할 수 있도록 하였다. 그리고 자료의 제출의 방법과 절차, 통지 및 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 하였다.

그리고 온라인 플랫폼사가 모니터링 결과에 따른 지식재산처장의 조치에 불응한 경우 1천만원 이하의 과태료를 부과하도록 한 것은 온라인 플랫폼사는 일반적으로 법인이라는 점 그리고 자연인과 법인과의 과태료에 대한 감수성이 다르다는 점을 고려하여 「상표법」상 과태료 규정보다 높은 과태료를 부과하도록 한 것이다.

» **〈표 5-1〉 모니터링의 결과에 따라 자료제출을 요구하는 방안**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조의3(자료제출의 요구)
	① 지식재산처장은 제108조의2제1항에 따른 모니터링의 결과 서비스이용자의 행위가 제108조제1항 또는 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는 경우에는 온라인서비스제공자에게 상표권 및 전용사용권의 위반사항을 확인하기 위하여 필요한 경우에는 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 자료제출을 요구받은 온라인서비스제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	② 지식재산처장이 제1항에 따라 자료의 제출을 요구하는 경우에는 온라인서비스제공자에게 자료의 범위와 내용, 요구사유, 제공기한 등을 서면으로 알려야 한다.
	③ 제1항에 따라 요구한 자료에 서비스이용자의 성명, 주소 등 개인정보가 포함된 경우에는 지식재산처장은 자료제출을 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하여야 한다.
	④ 지식재산처장은 제3항에 따른 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 제1항의 자료제출의 요구의 사유가 해소될 때까지 제3항에 따른 통지를 유예할 수 있다. 이 경우 지식재산처장은 온라인서비스제공자에게 「개인정보 보호법」 제20조의2에 따른 통지를 유예할 것을 요구할 수 있다.
	⑤ 제2항에 따른 자료의 범위, 제출방법과 제출절차, 제3항에 따른 통지 및 제4항의 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① (제108조의4 위반)
〈신설〉	② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
	1. (제108조의2제2항 위반)

현행법	개정 시안
	2. 제108조의3제1항에 따른 자료제출의 요구를 받은 자로서 정당한 이유 없이 그 요구에 따르지 아니하거나 거짓의 자료를 제출한 자
	3. (제108조의6제3항 위반)
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

2. 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안

본 방안은 「부정경쟁방지법」 제7조에 정한 “부정경쟁행위 등의 조사 등”에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설한 것이다. 일반적으로 행정조사에 관하여 규정하고 있는 법률들은 자료제출의 요구에 관해서도 함께 규정하고 있다는 점에 착안한 것이다.

예컨대 「행정조사 기본법」 제9조 이하에서 조사방법에 관하여 정하면서 제10조에서 “보고요구와 자료제출의 요구”에 관하여 정하고 있을 뿐만 아니라 제28조에서는 정보통신망을 통하여 조사대상자로 하여금 자료의 제출 등을 하게 할 수 있도록 규정하고 있다. 또한 자료제출의 요구를 규정하고 있는 것으로는 「정보통신망법」 제64조, 「표시광고법」 제16조 제2항에서 준용하도록 하고 있는 「공정거래법」 제81조 제1항 제3호, 「고용보험법」 제108조 등이 있다. 이들 규정들을 살펴보면 다음과 같다.

「정보통신망법」	
제64조(자료의 제출 등)	
① 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 정보통신서비스 제공자(국내대리인을 포함한다. 이하 이 조에서 같다)에게 관계 물품·서류 등을 제출하게 할 수 있다. <개정 2011. 3. 29., 2012. 2. 17., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26., 2018. 9. 18., 2020. 2. 4., 2025. 10. 1.>	
1. 이 법에 위반되는 사항을 발견하거나 혐의가 있음을 알게 된 경우	
2. 이 법의 위반에 대한 신고를 받거나 민원이 접수된 경우	
2의2. 이용자 정보의 안전성과 신뢰성 확보를 현저히 해치는 사건·사고 등이 발생하였거나 발생할 가능성이 있는 경우	
3. 그 밖에 이용자 보호를 위하여 필요한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우	
② 방송미디어통신위원회는 이 법을 위반하여 영리목적 광고성 정보를 전송한 자에게 다음 각 호의 조치를 하기 위하여 정보통신서비스 제공자에게 해당 광고성 정보 전송자의 성명·주소·주민등록번호·이용기간 등에 대한 자료의 열람이나 제출을 요청할 수 있다. <개정 2020. 2. 4., 2025. 10. 1.>	
1. 제4항에 따른 시정조치	
2. 제76조에 따른 과태료 부과	
3. 그 밖에 이에 준하는 조치	
③ 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회는 정보통신서비스 제공자가 제1항 및 제2항에 따른 자료를 제출하지 아니하거나 이 법을 위반한 사실이 있다고 인정되면 소속 공무원에게 정보통신서비스 제공자, 해당 법 위반 사실과 관련한 관계인의 사업장에 출입하여 업무상황, 장부 또는 서류 등을 검사하도록 할 수 있다. <개정 2011. 3. 29., 2013. 3. 23., 2016. 3. 22., 2017. 7. 26., 2020. 2. 4., 2025. 10. 1.>	
④ 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회는 이 법을 위반한 정보통신서비스 제공자에게 해당 위반행위의 중지나 시정을 위하여 필요한 시정조치를 명할 수 있고, 시정조치의 명령을 받은 정보통신서비스 제공자에게 시정조치의 명령을 받은 사실을 공표하도록 할 수 있다. 이 경우 공표의 방법·기준 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2011. 3. 29., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26., 2020. 2. 4., 2025. 10. 1.>	
⑤ 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회는 제4항에 따라 필요한 시정조치를 명한 경우에는 시정조치를 명한 사실을 공개할 수 있다. 이 경우 공개의 방법·기준 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2011. 3. 29., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26., 2025. 10. 1.>	
⑥ 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회가 제1항 및 제2항에 따라 자료 등의 제출 또는 열람을 요구할 때에는	

요구사유, 법적 근거, 제출시한 또는 열람일시, 제출·열람할 자료의 내용 등을 구체적으로 밝혀 서면(전자문서를 포함한다)으로 알려야 한다. <개정 2011. 3. 29., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26., 2025. 10. 1.>

⑦ 제3항에 따른 검사를 하는 경우에는 검사 시작 7일 전까지 검사일시, 검사이유 및 검사내용 등에 대한 검사계획을 해당 정보통신서비스 제공자에게 알려야 한다. 다만, 긴급한 경우나 사전통지를 하면 증거인멸 등으로 검사목적을 달성할 수 없다고 인정하는 경우에는 그 검사계획을 알리지 아니한다. <개정 2020. 2. 4.>

⑧ 제3항에 따라 검사를 하는 공무원은 그 권한을 표시하는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 하며, 출입할 때 성명·출입시간·출입목적 등이 표시된 문서를 관계인에게 내주어야 한다.

⑨ 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회는 제1항부터 제3항까지의 규정에 따라 자료 등을 제출받거나 열람 또는 검사한 경우에는 그 결과(조사 결과 시정조치명령 등의 처분을 하려는 경우에는 그 처분의 내용을 포함한다)를 해당 정보통신서비스 제공자에게 서면으로 알려야 한다. <개정 2011. 3. 29., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26., 2020. 2. 4., 2025. 10. 1.>

⑩ 과학기술정보통신부장관 또는 방송미디어통신위원회는 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 자료의 제출 요구 및 검사 등을 위하여 인터넷진흥원의 장에게 기술적 지원을 하거나 그 밖에 필요한 지원을 요청할 수 있다. <개정 2009. 4. 22., 2011. 3. 29., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26., 2025. 10. 1.>

⑪ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 자료 등의 제출 요구, 열람 및 검사 등은 이 법의 시행을 위하여 필요한 최소한의 범위에서 하여야 하며 다른 목적을 위하여 남용하여서는 아니 된다. [전문개정 2008. 6. 13.]

「공정거래법」

제81조(위반행위의 조사 등)

① 공정거래위원회는 이 법의 시행을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 처분을 할 수 있다.

1. 당사자, 이해관계인 또는 참고인의 출석 및 의견의 청취
2. 감정인의 지정 및 감정의 위촉
3. 사업자, 사업자단체 또는 이들의 임직원에게 원가 및 경영상황에 관한 보고, 그 밖에 필요한 자료나 물건의 제출 명령 또는 제출된 자료나 물건의 일시 보관

② 공정거래위원회는 이 법의 시행을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 소속 공무원(제122조에 따른 위임을 받은 기관의 소속 공무원을 포함한다)으로 하여금 사업자 또는 사업자단체의 사무소 또는 사업장에 출입하여 업무 및 경영상황, 장부·서류, 전산 자료·음성녹음자료·화상자료, 그 밖에 대통령령으로 정하는 자료나 물건을 조사하게 할 수 있다.

③ 제2항에 따른 조사를 하는 공무원은 대통령령으로 정하는 바에 따라 지정된 장소에서 당사자, 이해관계인 또는 참고인의 진술을 들을 수 있다.

④ 조사공무원은 제59조제1항 또는 제2항에 따른 심의·의결 절차가 진행 중인 경우에는 제2항에 따른 조사를 하거나 제3항에 따른 당사자의 진술을 들어서는 아니 된다. 다만, 조사공무원 또는 당사자의 신청에 대하여 전원회의 또는 소회의가 필요하다고 인정하는 경우에는 그러하지 아니하다.

⑤ 제1항제1호 및 제3항에 따라 당사자의 진술을 들었을 때에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 진술조서를 작성하여야 한다.

⑥ 제2항에 따른 조사를 하는 공무원은 대통령령으로 정하는 바에 따라 사업자, 사업자단체 또는 이들의 임직원에게 조사에 필요한 자료나 물건의 제출을 명하거나 제출된 자료나 물건을 일시 보관할 수 있다.

⑦ 제1항제3호 및 제6항에 따라 사업자, 사업자단체 또는 이들의 임직원의 자료나 물건을 일시 보관할 때에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 보관조서를 작성·발급하여야 한다.

⑧ 제1항제3호 및 제6항에 따라 보관한 자료나 물건이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 즉시 반환하여야 한다.

1. 보관한 자료나 물건을 검토한 결과 해당 조사와 관련이 없다고 인정되는 경우
2. 해당 조사 목적의 달성 등으로 자료나 물건을 보관할 필요가 없어진 경우
- ⑨ 제2항에 따른 조사를 하는 공무원은 그 권한을 표시하는 증표를 관계인에게 제시하고, 조사목적·조사기간 및 조사방법 등 대통령령으로 정하는 사항이 기재된 문서를 발급하여야 한다.

⑩ 제1항에 따른 처분 또는 제2항에 따른 조사와 관련된 당사자, 이해관계인 또는 참고인은 의견을 제출하거나 진술할 수 있다.

「고용보험법」

제108조(보고 등)

① 고용노동부장관은 필요하다고 인정하면 피보험자 또는 수급자격자를 고용하고 있거나 고용하였던 사업주, 고용산재보험료 징수법 제33조에 따른 보험사무대행기관(이하 "보험사무대행기관"이라 한다) 및 보험사무대행기관이었던 자에게 피보험자의 자격 확인, 부정수급(不正受給)의 조사 등 이 법의 시행에 필요한 보고, 관계 서류의 제출 또는 관계인의 출석을 요구할 수 있다. <개정 2010. 6. 4., 2021. 1. 5.>

② 이직한 사람은 종전의 사업주 또는 그 사업주로부터 보험 사무의 위임을 받아 보험 사무를 처리하는 보험사무대행기관에 실업급여를 지급받기 위하여 필요한 증명서의 교부를 청구할 수 있다. 이 경우 청구를 받은 사업주나 보험사무대행기관은 그 청구에 따른 증명서를 내주어야 한다. <개정 2020. 5. 26.>

③ 고용노동부장관은 피보험자, 수급자격자 또는 지급되지 아니한 실업급여의 지급을 청구하는 사람에게 피보험자의 자격 확인, 부정수급의 조사 등 이 법의 시행에 필요한 보고를 하게 하거나 관계 서류의 제출 또는 출석을 요구할 수 있다. <개정 2010. 6. 4., 2020. 5. 26.>

제출을 요구받은 자료에 판매자의 개인정보가 포함된 경우에는 원칙적으로 판매자에게 개인정보를 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하도록 함으로써 「개인정보 보호법」과 조화시키려고 한 것이다. 다만 해당 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 해당 통지를 유예할 수 있도록 하고 온라인 플랫폼사에 대해서도 「개인정보 보호법」상 제3자 정보제공의 통지를 유예하도록 요구할 수 있도록 하였다. 그리고 자료의 제출의 방법과 절차, 통지 및 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 하였다.

이때 「부정경쟁방지법」 제7조는 “부정경쟁행위 등의 조사 등”에 관하여 정하면서 제2조제1호에 정한 부정경쟁행위 중 아목과 파목을 제외하도록 정하고 있어서 이에 상응하여 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설할 수 있다. 그런데 위조상품의 단속과 관련하여 제2조제1호에 정한 부정경쟁행위 중 아목과 파목은 마찬가지로 「상표법」 제2조제1항 제11호에 정한 상표의 사용에 해당하기 때문에 「부정경쟁방지법」에 자료제출의무를 법제화하는 경우에 동법 제7조에 따라 아목과 파목을 제외하는 것은 적절하지 않다. 따라서 「부정경쟁방지법」 제7조가 위조상품의 단속까지 포함한 조사를 의미한다면 제7조도 개정될 필요가 있다.

▶▶ **〈표 5-2〉 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제7조의2(자료제출의 요구)
	① 지식재산처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)은 제2조제1호의 부정경쟁행위나 제3조, 제3조의2제1항 또는 제2항을 위반한 행위를 확인하기 위하여 필요한 경우로서 다른 방법으로는 그 행위 여부를 확인하기 곤란한 경우에는 조사대상자에게 관계 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 자료제출을 요구받은 조사대상자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	② 지식재산처장이 제1항에 따라 자료의 제출을 요구하는 경우에는 조사대상자에게 자료의 범위와 내용, 요구사유, 제출기한 등을 서면으로 알려야 한다.
	③ 제1항에 따라 요구한 자료에 조사대상자 이외의 자의 성명, 주소 등 개인정보가 포함된 경우에는 지식재산처장은 자료제출을 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하여야 한다.
	④ 지식재산처장은 제3항에 따른 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 제1항의 자료제출의 요구의 사유가 해소될 때까지 제3항에 따른 통지를 유예할 수 있다. 이 경우 지식재산처장은 자료를 제출한 조사대상자에게 「개인정보 보호법」 제20조의2에 따른 통지를 유예할 것을 요구할 수 있다.
	⑤ 제2항에 따른 자료의 제출의 방법과 절차, 제3항에 따른 통지 및 제4항의 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제7조의2(자료열람요구 등)	제7조의3(자료열람요구 등)
----- (현행과 같음)	----- (현행과 같음)
제20조(과태료)	제20조(과태료)
① ----- (생략)	① ----- (현행과 같음)

현행법	개정 시안
1. ----- (생략)	----- (현행과 같음)
〈신설〉	1의2. 제7조의2에 따른 자료제출의 요구를 받은 자로서 정당한 이유 없이 그 요구에 따르지 아니하거나 거짓의 자료를 제출한 자
1의2. ----- (생략)	1의3. ----- (현행과 같음)

3. 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방안

참고로 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방안을 제시한다. 이 방안은 만약 온라인 플랫폼사에 대하여 관리·감독의무를 별도로 법제화할 경우에 제3자 정보제공에 대한 동의를 받도록 의무를 부과하는 방안으로서 온라인 플랫폼사에 대한 관리·감독의무의 법제화를 전제로 한 것이다.

이와 관련하여 온라인 플랫폼사에 대한 관리·감독소관부처는 일반적으로 공정거래위원회이기는 하지만 공정거래위원회는 예컨대 「전자상거래법」상 “전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래”와 관련한 감독기관일 뿐만 아니라(동법 제1조) 「공정거래법」상 “사업자의 시장지배적지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진”과 관련한 감독기관이다(동법 제1조). 그러나 위조상품의 판매·유통의 근절을 위한 감독기관은 어디까지나 지식재산처이기 때문에 공정거래위원회와 감독권에 있어서 충돌이 발생하지는 않는다. 즉 공정거래위원회는 기업과 관련된 모든 사항 혹은 상거래와 관련된 모든 사항에 대하여 각 법률의 입법취지와 상관없이 기업이나 온라인 플랫폼사에 대하여 감독권을 가지는 것은 아니며 각 법률의 소관부처가 해당 법률의 입법취지에 따라(그리고 이 범위 내에서) 온라인 플랫폼사에 대하여 의무를 부과할 수 있고 이 입법취지의 범위 내에서 독자적인 감독권을 가지게 된다. 따라서 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무는 각 법률의 입법취지에 따라 각기 상이한 내용을 가질 수 있다는 점에서 (예컨대 온라인 플랫폼사의 시장지배적 지위의 남용방지나 전자상거래에서의 공정한 거래에 관한 것이 아닌) 위조상품의 유통·판매의 근절과 관련한 것이라면 「상표법」에 규정하는 것이 타당하다. 예컨대 정보통신서비스 제공자라고 하더라도 시장지배적 지위의 남용방지나 전자상거래에서의 공정한 거래와 관련된 사항이라면 공정거래위원회의 감독을 받지만 정보통신망의 안전과 관련해서는 방송미디어통신위원회·과학기술정보통신부의 감독을 받는 것을 생각하면 이해하는 것이 어렵지 않을 것이다. 그리고 예컨대 국내대리인의 지정은 일반적으로 온라인 플랫폼사 등에 대한 일반적인 감독의 문제이고 그렇게 본다면 공정거래위원회의 소관사무임에도 불구하고 공정거래위원회 소관법률이 아닌 여러 법률에서 이에 관하여 정하고 있는 것도 같은 취지라고 볼 수 있다.

개정 시안 제1호부터 제3호까지는 판매자 정보를 온라인 서비스제공자가 관리하고 그 진정성을 확인하는 한편 온라인에 상품정보와 함께 게시하도록 함으로써 판매자 정보가 공개되도록 하고, 한편 제4호 및 제5호는 개인정보의 제3자 제공에 대한 동의를 받도록 한 것이다. 이때 제1호부터 제3호까지는 판매자

의 투명성을 확보하도록 한 EU 「디지털서비스법」 제30조에 정한 “판매자의 추적가능성” 그리고 동 조를 위반한 경우에 과태료를 부과하도록 한 독일 「디지털서비스법」 제33조 제5항 제27호부터 제31호를 참고하는 한편 마찬가지로 판매자의 투명성을 확보하도록 한 미국 쇼핑안전법안 Sec. 2 (a)의 내용을 반영한 것이다. 또한 개정 시안 제4호 및 제5호는 개인정보의 제3자 제공에 대한 동의를 정보주체로부터 받도록 함으로써 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있도록 한 것이다.

그리고 정보주체에 대한 통보와 통보의 유예에 관하여 정함으로써 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있도록 하였다.

이 방안의 장점은 정보주체로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받았다는 점에서 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있고 수사와 관련해서도 증거의 임의제출에 해당되어 영장주의와도 충돌하지 않는다는 점이다.

» **〈표 5-3〉** 온라인서비스제공자의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방식

현행법	개정 시안
〈신설〉	제○○○조(온라인서비스제공자의 책임의 제한)
	① 온라인서비스제공자는 제108조의 침해로 보는 행위와 관련하여 상표권 및 전용사용권이 침해되더라도 다음 각호의 의무를 다한 때에는 고의 또는 과실이 없는 경우에 그 침해에 대하여 책임을 지지 아니한다.
	1. 서비스이용자의 성명, 주소, 연락처, 이메일을 제공받아야 하며 그 진정 여부를 확인하여야 한다.
	2. 서비스이용자에게 국내에 대리인이 없거나 서류를 송달할 주소가 없는 때에는 국내에 대리인을 지정하도록 하거나 또는 서류를 송달받을 국내 주소를 제출받아야 한다.
	3. 서비스이용자가 온라인서비스에서 상품을 판매하는 때에는 상품 정보에 서비스이용자의 연락처와 상품의 원산지를 기재하도록 하여야 한다.
	4. 서비스이용자가 타인의 상표권 및 전용사용권을 침해한 때에는 권리주장자의 민사상의 소제기 및 형사상 고소를 위하여 권리주장자에게 서비스이용자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보를 제공할 수 있음을 동의받아야 한다.
	5. 서비스이용자가 타인의 상표권 및 전용사용권을 침해한 때에는 수사를 의뢰하거나 단속 또는 수사기관의 요청에 따라 서비스이용자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보를 제공할 수 있음을 동의받아야 한다.
	6. -----

제3절 | 상표권자 또는 전용사용권자에 대한 정보제공의무

상표권자 또는 전용사용권자가 위조상품의 유통·판매로 인하여 피해를 입은 경우 형사상 고소를 하거나 민사상 소를 제기하기 위해서는 해당 위조상품 판매자에 대한 정보가 필요하게 된다.

물론 피해자는 법원에 온라인 플랫폼사를 상대로 정보제공명령을 내려줄 것을 청구할 수도 있으나 이러한 민사절차에는 많은 시간과 노력이 소요되기 때문에 즉각적인 피해구제 및 보전에는 한계가 존재할 수밖에 없다. 따라서 온라인 플랫폼사에 대하여 직접 위조상품 판매자의 정보를 청구할 수 있도록 하는 것이 피해자 구제와 피해보전을 위하여 보다 효과적일 것이다.

그러나 문제는 온라인 플랫폼사로 하여금 위조상품 판매자 정보를 피해자에게 제공하도록 하는 것이 「개인 정보 보호법」에 반하는지의 여부이다. 그러나 이 경우 「개인정보 보호법」 제18조(개인정보의 목적 외 이용·제공 제한) 제2항 제2호에 따라 “다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우”로서 「개인정보 보호법」의 예외가 된다.

1. 현행법

이와 같이 「개인정보 보호법」의 예외로서 피해자의 정보제공청구권을 법제화하고 있는 것으로는 「저작권법」 제103조의3(복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구)과 「정보통신망법」 제44조의6(이용자 정보의 제공청구)를 들 수 있다. 그 내용을 소개하면 다음과 같다.

「저작권법」

제103조의3(복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구)

- ① 권리주장자가 민사상의 소 제기 및 형사상의 고소를 위하여 해당 온라인서비스제공자에게 그 온라인서비스제공자가 가지고 있는 해당 복제·전송자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보 제공을 요청하였으나 온라인서비스제공자가 이를 거절한 경우 권리주장자는 문화체육관광부장관에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 그 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다.
- ② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 청구가 있으면 제122조의6에 따른 저작권보호심의위원회의 심의를 거쳐 온라인서비스제공자에게 해당 복제·전송자의 정보를 제출하도록 명할 수 있다. <개정 2016. 3. 22.>
- ③ 온라인서비스제공자는 제2항의 명령을 받은 날부터 7일 이내에 그 정보를 문화체육관광부장관에게 제출하여야 하며, 문화체육관광부장관은 그 정보를 제1항에 따른 청구를 한 자에게 지체 없이 제공하여야 한다.
- ④ 제3항에 따라 해당 복제·전송자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다.
- ⑤ 그 밖에 복제·전송자에 관한 정보의 제공에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. [본조신설 2011. 12. 2.]

「정보통신망법」

제44조의6(이용자 정보의 제공청구)

- ① 특정한 이용자에 의한 정보의 게재나 유통으로 사생활 침해 또는 명예훼손 등 권리를 침해하였다고 주장하는 자는 민·형사상의 소를 제기하기 위하여 침해사실을 소명하여 제44조의10에 따른 명예훼손 분쟁조정부에 해당 정보통신서비스 제공자가 보유하고 있는 해당 이용자의 정보(민·형사상의 소를 제기하기 위한 성명·주소 등 대통령령으로 정하는 최소한의 정보를 말한다)를 제공하도록 청구할 수 있다.
- ② 명예훼손 분쟁조정부는 제1항에 따른 청구를 받으면 해당 이용자와 연락할 수 없는 등의 특별한 사정이 있는 경우 외에는 그 이용자의 의견을 들어 정보제공 여부를 결정하여야 한다.
- ③ 제1항에 따라 해당 이용자의 정보를 제공받은 자는 해당 이용자의 정보를 민·형사상의 소를 제기하기 위한 목적 외의 목적으로 사용하여서는 아니 된다.
- ④ 그 밖의 이용자 정보 제공청구의 내용과 절차에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

2. 법률안

피해자의 정보제공청구권을 「상표법」에 도입하려는 법률안으로서는 2024년 10월 19일 「상표법 일부개정법률안」(이철규의원 등 12인)(의안번호: 2205684)과 2024년 11월 22일 「상표법 일부개정법률안」(김정호의원 등 15인)(의안번호: 2205802)⁹³⁾을 들 수 있다. 이들 법률안을 현행 「저작권법」 제103조의3과 비교하면 다음과 같다.

▶▶ <표 5-4> 피해자의 정보제공청구권에 관한 「상표법」 개정법률안의 비교

「저작권법」	「상표법」 개정법률안	
	김정호 의원안 (2024.11.22.)	이철규 의원안 (2024.10.19.)
제103조의3(복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구)	제108조의3(정보 제공의 청구)	제108조의4(정보의 제공)
① 권리주장자가 민사상의 소제기 및 형사상의 고소를 위하여 해당 온라인서비스제공자에게 그 온라인서비스제공자가 가지고 있는 해당 복제·전송자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보 제공을 요청하였으나 온라인서비스제공자가 이를 거절한 경우 권리주장자는 문화체육관광부장관에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 그 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다.	① 이 법에 따라 보호되는 자신의 권리가 침해됨을 주장하는 자(이하 이 조에서 “권리주장자”라 한다)는 민사상의 소제기 및 형사상의 고소를 위하여 해당 온라인서비스제공자에게 그 온라인서비스제공자가 가지고 있는 해당 침해자의 성명과 주소 등 대통령령으로 정하는 필요한 정보의 제공을 요청할 수 있다.	① 상표권자 또는 전용사용권자는 민사상의 소제기 또는 형사상의 고소를 위하여 해당 온라인서비스제공자에게 그 온라인서비스제공자가 보유하고 있는 해당 서비스이용자의 신상에 관한 정보로서 대통령령으로 정하는 정보의 제공을 요청할 수 있다.
② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 청구가 있으면 제122조의6에 따른 저작권보호심사위원회의 심의를 거쳐 온라인서비스제공자에게 해당 복제·전송자의 정보를 제출하도록 명할 수 있다.	② 온라인서비스제공자가 제1항에 따른 요청을 거절한 경우 권리주장자는 특허청장에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 그 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다.	② 온라인서비스제공자가 제1항에 따른 요청을 거절한 경우 상표권자 또는 전용사용권자는 특허청장에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 그 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다.
③ 온라인서비스제공자는 제2항의 명령을 받은 날부터 7일 이내에 그 정보를 문화체육관광부장관에게 제출하여야 하며, 문화체육관광부장관은 그 정보를 제1항에 따른 청구를 한 자에게 지체 없이 제공하여야 한다.	③ 특허청장은 제2항에 따른 청구가 있으면 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 해당 침해자의 정보를 제공하도록 명할 수 있다.	③ 특허청장은 제2항에 따른 청구가 있으면 조정위원회의 심의를 거쳐 온라인서비스제공자에게 해당 서비스이용자의 정보를 제출하도록 명할 수 있다.
④ 제3항에 따라 해당 복제·전송자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다.	④ 온라인서비스제공자는 제2항의 명령을 받은 날부터 7일 이내에 그 정보를 특허청장에게 제출하여야 하며, 특허청장은 그 정보를 제2항에 따른 청구를 한 권리주장자에게 제공하여야 한다.	④ 온라인서비스제공자는 제3항의 명령을 받은 날부터 7일 이내에 그 정보를 특허청장에게 제출하여야 하며, 특허청장은 그 정보를 제2항에 따른 청구를 한 자에게 지체 없이 제공하여야 한다.
⑤ 그 밖에 복제·전송자에 관한 정보의 제공에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	⑤ 제1항 또는 제3항에 따라 해당 침해자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다.	⑤ 제1항 또는 제4항에 따라 해당 서비스이용자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 제1항의 요청 또는 제2항의 청구 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다.
		⑥ 제3항에 따른 특허청장의 명령에도 불구하고 온라인서비스제공자가 그 정보를 제공하지 아니한 경우에는 상표권자와 전용사용권자는 온라인서비스제공자를 상대로 법원에 정보제공명령을 구하는 소를 제기할 수 있다.
	⑥ 그 밖에 권리주장자의 침해자 정보 제공 요청 및 청구에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	⑦ 그 밖에 서비스이용자의 정보의 제공에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

93) 2020년 7월 23일 「상표법 일부개정법률안」(김정호의원 등 10인)(의안번호: 2102330)의 내용과 동일하다.

3. 개정 시안

본 개정시안은 현행 「저작권법」과 이철규 의원안을 바탕으로 하였다.

다만 정보 제공의 청구의 남용을 방지하기 위하여 제1항에 정보 제공의 청구에 대한 예외를 규정하였다. 즉 해당 서비스이용자의 정보가 이미 온라인서비스제공자의 정보통신망에 공개되어 있는 경우(1.) 공개된 정보에 대한 제공청구는 불필요할 것이다. 또한 상표권자 또는 전용사용권자가 제107조제1항에 따른 침해의 금지 또는 예방을 청구한 경우에도 이미 서비스이용자의 신원을 알고 있기 때문에 제공청구를 허용하는 것은 행정력을 낭비하게 될 수 있다. 이것은 상표권자 또는 전용사용권자가 이미 제107조제3항에 따른 침해의 금지 또는 예방을 청구하는 소를 제기한 경우에도 마찬가지일 것이다. 그리고 만약 이철규 의원안 제108조의3제1항에 따른 온라인서비스제공자에 대한 조치요구권을 법제화하는 경우 상표권자 또는 전용사용권자가 온라인서비스제공자에게 해당 상품에 관한 정보의 삭제 또는 접근을 차단하거나 그 상품에 관한 판매를 중지하는 등의 침해 방지를 위한 조치를 요구한 경우에도 이미 서비스이용자의 신원정보를 알고 있다는 것이 전제되어 있기 때문에 정보 제공의 청구권을 인정할 필요는 없을 것이다.

그리고 온라인 플랫폼사의 의무위반에 대하여 1천만원 이하의 과태료를 부과하도록 한 것은 온라인 플랫폼사는 일반적으로 법인이라는 점 그리고 자연인과 법인의 과태료에 대한 감수성이 다르다는 점을 고려하여 「상표법」 과태료 규정보다 높은 과태료를 부과하도록 한 것이다.

▶▶▶ <표 5-5> 피해자의 정보제공청구권에 관한 개정 시안

현행법	개정 시안
<신설>	제108조의6(정보 제공의 청구)
	① 상표권자 또는 전용사용권자는 민사상의 소제기 또는 형사상의 고소를 위하여 해당 온라인서비스제공자에게 그 온라인서비스제공자가 보유하고 있는 해당 서비스이용자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보 제공을 요청할 수 있다. 다만 다음 각 호의 경우에는 그러하지 아니한다. 1. 해당 서비스이용자의 정보가 이미 온라인서비스제공자의 정보통신망에 공개되어 있는 경우 2. 상표권자 또는 전용사용권자가 이미 제107조제1항에 따른 침해의 금지 또는 예방을 청구한 경우 3. 상표권자 또는 전용사용권자가 이미 제107조제3항에 따른 침해의 금지 또는 예방을 청구하는 소를 제기한 경우 4. 상표권자 또는 전용사용권자가 온라인서비스제공자에게 해당 상품에 관한 정보의 삭제 또는 접근을 차단하거나 그 상품에 관한 판매를 중지하는 등의 침해 방지를 위한 조치를 요구한 경우 (만약 이철규 의원안 제108조의3제1항에 따른 온라인서비스제공자에 대한 조치요구권을 법제화하는 경우)
	② 온라인서비스제공자가 제1항에 따른 요청을 거절한 경우 상표권자 또는 전용사용권자는 지식재산처장에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 그 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다.
	③ 지식재산처장은 제1항에 따른 청구가 있으면 「발명진흥법」 제41조제1항에 따른 산업재산권분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라고 한다)의 심의를 거쳐 온라인서비스제공자에게 해당 서비스이용자의 정보를 제출하도록 명할 수 있다.

현행법	개정 시안
	④ 온라인서비스제공자는 제2항의 명령을 받은 날부터 7일 이내에 그 정보를 지식재산처장에게 제출하여야 하며, 지식재산처장은 그 정보를 제1항에 따른 청구를 한 자에게 지체 없이 제공하여야 한다.
	④ 제3항에 따라 해당 서비스이용자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다.
	⑤ 그 밖에 서비스이용자의 정보의 제공에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
〈신설〉	제234조의2(벌칙)
	① 제108조의6제5항을 위반하여 서비스이용자의 정보를 동조 제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있다.
	② 자신에게 정당한 권리가 없음을 알면서도 제108조의5제1항 또는 제3항에 따른 침해 방지 조치 요구 또는 서비스 재개요구를 하여 온라인서비스제공자의 업무를 방해한 자에게는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① (제108조의4 위반)
〈신설〉	② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
	1. (제108조의2제2항 위반)
	2. (제108조의3제1항 위반)
	3. 제108조의6제3항에 따른 지식재산처장의 명령을 따르지 아니한 자
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

4. 제공될 정보의 범위

온라인플랫폼사에 대한 정보제공의무를 법제화할 경우 제공될 정보의 범위는 정보를 제공받는 목적과 관련된다.

상표권자 또는 전용사용권자의 경우 형사상 고소 또는 민사상 소를 제기하기 위하여 최소한의 필요한 정보에 국한된다. 이와 관련하여 「저작권법 시행령」 제44조의2는 “청구할 수 있는 복제·전송자 정보의 범위”에 관하여 정하면서 “1. 성명, 2. 주소, 3. 해당 복제·전송자의 전화번호·전자우편주소 등 연락처”를 열거하고 있는데 「상표법」의 경우에도 제공받는 정보의 범위를 이에 상응하도록 하는 것이 적절하다고 판단된다.

조사기관에 대한 정보제공의 경우에도 정보의 범위는 행정조사의 목적을 달성하기 위하여 최소한의 필요한 정보에 국한되지만 상표권자 또는 전용사용권자의 경우와 달리 제공받을 수 있는 정보의 범위에는 온라인서비스제공자가 보유한 정보로서 예컨대 상품의 제조·공급자, 전소유자(명의를 변경하여 상속적으로 위조상품을 거래할 수 있기 때문임), 그 밖에 상품의 제조·공급·보유·주문 수량 및 가격 등이 포함될 것이다. 다만 계좌추적을 위한 금융거래정보의 경우와 같이 온라인서비스제공자가 보유하지 않은 정보나

다른 법률(예컨대 「금융실명제법」 제4조)에서 「개인정보 보호법」과 달리 정한 경우에는 제외된다. 물론 계좌추적을 통하여 제조·판매자의 신원을 파악할 수 있다고는 하지만 현행 「금융실명제법」 제4조 제1항에 정한 예외에는 제1호에 “법원의 제출명령 또는 법관이 발부한 영장에 따른 거래정보등의 제공” 외에 위조상품 유통·판매의 단속을 위하여 적용할 만한 예외를 찾아볼 수 없기 때문이다.

또한 행정조사의 증거가 사후에 수사의 증거로 사용될 수 있어서 재판에서 행정조사에서의 증거수집 방식의 적법성이 문제될 수 있기 때문에 사후의 수사 및 기소를 상정하여 행정조사에서도 가능한 한 「행정조사 기본법」에 정한 적법절차를 준수하여 증거를 수집하는 것이 적절하다.⁹⁴⁾

공공기관에게 제공될 수 있는 정보는 업무의 위탁을 받은 업무의 범위 내에서 해당 업무를 수행하는데 불가피하게 처리할 수밖에 없는 정보에 한정된다. 여기에는 예컨대 위탁을 받은 모니터링에 의하여 부득이 수집하게 된 공개된 개인정보도 포함될 수 있으나 이 경우에는 개인정보처리 지침에 따라 처리하면 된다. 따라서 공개되지 않은 개인정보로서 조사기관에 의하여 제공받은 정보에 대한 접근은 접근권한의 등급의 설정이나 모니터링 정보관리시스템과 개인정보 정보관리시스템의 기술적인 분리를 통하여 원칙적으로 제한되어야 한다(제7장 참조).

수사기관의 경우 수사의 목적을 달성하기 위한 것이라면 어떠한 정보라도 사실조회나 임의제출의 형식으로 제공받을 수 있는 것은 당연하다.

94) 이에 관한 상세한 것은 박현정, 앞의 논문, 347면 이하.

제 6 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

모니터링에 의한 정보수집

모니터링에 의한 정보수집

제1절 | 모니터링의 법적 성격

위조상품에 대한 정보통신망상에서의 모니터링이란 일반적으로 위조상품의 유통·판매 등의 위험의 예방이나 단속 및 수사목적으로 정보통신망에서 행해지는 위조상품에 대한 상시적·포괄적 관찰 및 감시활동으로서 그 법적 성격은 정보통신망에 공개된 정보에 대한 위험예방적 정보활동이라고 말할 수 있다.

그런데 모니터링은 정보통신망상에서 불특정다수에 대하여 위반행위가 존재하는지의 여부를 “찾아내는 행위”(관찰·감시)라는 점에서 이미 넓은 의미에서의 조사라고 볼 수 있다. 이러한 점에서 모니터링과 행정조사(넓은 의미에서의) 및 수사와의 경계가 문제되는데 특히 모니터링이 행정조사의 성격을 가질 경우 「행정조사 기본법」의 제한을 그리고 수사의 성격을 가질 경우 「형사소송법」의 제한을 받게 되기 때문이다. 또한 시간적으로도 모니터링의 결과가 행정조사의 증거로 그리고 더 나아가 행정조사의 증거가 수사의 증거로 사용될 수 있다⁹⁵⁾는 점에서 언제 행정조사나 수사가 개시된 것으로 보아야 하는지도 문제된다. 더욱이 모니터링, 행정조사 그리고 내사 및 수사와의 구별이 중요한 의미를 가지는 것은 행정조사는 공무원만이 그리고 내사 및 수사는 수사기관(특히 특별사법경찰관)만이 행할 수 있다는 점에서 모니터링의 법적 성격을 어떻게 규정하느냐에 따라 모니터링을 공무원이나 수사기관만이 행할 수 있는 것인지 아니면 공무원이 아닌 자, 예컨대 공공기관에 해당 사무를 위임·위탁할 수 있는지의 여부가 결정되기 때문이다.

이와 관련하여 좁은 의미에서의 행정조서관 “행정기관이 정책을 결정하거나 직무를 수행하는 데 필요한 정보나 자료를 수집하기 위하여 현장조사·문서열람·시료채취 등을 하거나 조사대상자에게 보고요구·자료 제출요구 및 출석·진술요구를 행하는 활동”으로서(「행정조사 기본법」 제2조 제1호) 일반적으로 과태료나 과징금, 시정권고 등 행정처분의 대상이 되는 행정법령 위반행위를 그 대상으로 한다.⁹⁶⁾ 그리고 수사관 “형사사건에 관하여 범죄의 혐의 유무를 명백히 하여 공소의 제기 및 유지 여부를 결정하기 위하여 범인을 발견·확보하고 증거를 수집·보전하는 수사기관의 활동”⁹⁷⁾이라고 설명된다.

이러한 점에서 「상표법」 제230조의 침해죄와 「부정경쟁방지법」 제18조 제4항 제1호에 의하여 형사처벌되는 위조상품 유통·판매 등의 행위에 대한 조사는 원칙적으로 형사사건에서의 범죄수사에 해당하지만 범죄에 대한 조사라고 하여 반드시 모든 조사활동이 수사에 해당하는 것은 아니다. 즉 수사를 개시하기에

95) 박현정, “권력적 행정조사에 대한 사법통제”, 『행정법학』, 제25호(2023.9.), 한국행정법학회, 357면 이하.

96) 이에 관한 상세한 것은 박현정, 앞의 논문, 339면 이하.

97) 이은모·김정환, 『형사소송법』, 제9판, 박영사, 2023, 163면.

충분한 범죄혐의를 확인하기 위하여 “아직 범죄혐의가 확인되지 않은 단계에서 수사기관이 범죄혐의 유무를 확인하기 위해 범죄인지 전의 단계에서 수행하는 조사활동”⁹⁸⁾을 수행하는 경우가 있는데 이것이 바로 내사이며 실무상 입건 전 조사⁹⁹⁾라고 말하기도 한다.¹⁰⁰⁾ 그리고 「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적 수사준칙에 관한 규정」 제16조(수사의 개시) 제3항은 “검사 또는 사법경찰관은 입건 전에 범죄를 의심할 만한 정황이 있어 수사 개시 여부를 결정하기 위한 사실관계의 확인 등 필요한 조사를 할 때에는 적법절차를 준수하고 사건관계인의 인권을 존중하며, 조사가 부당하게 장기화되지 않도록 신속하게 진행해야 한다”고 규정하고 있다. 그런데 내사는 행정기관인 수사기관의 형사사건에 대한 입건 전 조사, 즉 수사 이전단계의 조사라는 점에서 그 성격은 넓은 의미에서 행정조사에 해당하지만 「행정조사 기본법」의 적용은 받지 않는다(「행정조사 기본법」 제3조 제2항 제5호).

그런데 「부정경쟁방지법」 제7조¹⁰¹⁾는 “조사 등”이라는 표제 하에 제2조 제1호(아목과 파목은 제외한다)에 정한 부정경쟁행위를 확인하기 위하여 관계 공무원이 필요한 경우로서 다른 방법으로는 그 행위 여부를 확인하기 곤란한 경우에는 영업시설 또는 제조시설에 출입하여 관계 자료나 제품 등을 조사하거나 조사에 필요한 최소분량의 제품을 수거하여 검사할 수 있을 뿐만 아니라 제7조의2에 따라 조사와 관련한 자료의 열람 또는 복사를 요구할 수 있도록 정하고 있다. 즉 「부정경쟁방지법」 제2조 제1호(아목과 파목은 제외한다)에 정한 부정경쟁행위에 대해서는 그 행위가 형사처벌의 대상이기는 하지만 행정조사도 실시할 수 있도록 정하고 있다. 그런데 「부정경쟁방지법」 제8조가 “위반행위의 시정권고 등” 행정처분에 관하여 정하고 있어서 일견 그 앞에 규정된 제7조 및 제7조의2가 행정처분을 위한 행정조사에 대해서만 국한된 것으로도 볼 수 있으나 제7조 및 제7조의2의 행정조사의 대상이 되는 부정경쟁행위는 제18조 제4항에 정한 형사처벌의 대상과 동일하다는 점이다. 그리고 행정조사에 의하여 수집된 증거는 형사사건에서의 수사의 증거로 사용될 수 있다는 점을 고려한다면 「부정경쟁방지법」상 행정조사는 그 실질에 있어서 반드시 동법 제8조에 정한 행정처분을 위한 조사에 국한된다고 보기는 어렵다.

이렇게 본다면 위조상품의 유통·판매 등에 대한 조사(넓은 의미)는 엄밀하게 말하면 모니터링, 「부정경쟁방지법」 제7조 이하에 정한 행정조사, 내사 그리고 수사로 구별된다고 볼 수 있는데 이때 「부정경쟁방지법」 제7조 이하에 정한 행정조사의 대상이 동시에 형사처벌의 대상인 경우 행정조사와 내사를 구별하는 것은 쉽지 않다.

이상을 바탕으로 모니터링이 어떻게 행정조사, 내사 그리고 수사와 구별되는지 그리고 언제 이들 조사활동이 개시된 것으로 간주되는지를 살펴보면 다음과 같다.

첫째 모니터링은 불특정다수를 대상으로 한다는 점에서 그 대상자가 특정되어 있는 행정조사, 내사 그리고 수사와 구별된다. 이때 행정조사, 내사 또는 수사의 대상자의 특징은 반드시 대상자의 신원까지

98) 박광현, “내사의 허용범위와 개선방안”, 『형사법연구』, 제32권 제2호(2020 여름), 한국형사법학회, 208면.

99) 「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적 수사준칙에 관한 규정」 제3항; 경찰청 「입건 전 조사 사건 처리에 관한 규칙»; 「검찰사건사무규칙」 제225조(내사 진정사건의 수리절차) 이하. 이에 관한 상세한 것은 김유근·김정연·최준혁·김정환·박성민(김유근), 『공정하고 인권친화적인 형사절차를 위한 형사사법의 선진화 방안 연구(III) - 수사절차에서의 인권 강화방안 연구 -』, 한국형사법무정책연구원, 2021, 79면 이하.

100) 김유근·김정연·최준혁·김정환·박성민(김유근), 앞의 보고서, 80면 이하.

101) 그 밖에 「부정경쟁방지법」 제7조의2(자료열람요구 등); 동법 시행령 제1조의4(부정경쟁행위 등의 조사 방법 등) 및 제1조의5(수거물품 등의 처리 등).

구체적으로 확인되어야 한다는 것을 의미하지는 않는다. 즉 특정 사건에서 대상자는 존재하지만 아직 그 신원을 구체적으로 확인하지 못하는 경우에도 해당 조사는 행정조사, 내사 또는 수사에 해당한다. 따라서 위조상품에 대한 모니터링의 결과 위조상품의 유통·판매의 혐의가 발견되었으나 수사개시에 충분한 범죄혐의가 있는지의 여부를 확인하는 활동을 개시하는 시점에 행정조사 또는 내사가 개시된 것으로 볼 수 있다. 그리고 모니터링의 결과 수사개시에 충분한 범죄혐의를 인지할 수 있어서 행정조사나 내사를 거치지 않고 곧바로 「형사소송법」에 정한 임의수사나 강제수사를 개시하는 경우도 있다.

둘째 모니터링과 다른 조사를 구별하는 또 다른 기준은 혐의의 특정성이다. 모니터링은 특별한 혐의없이 정보통신망에 대하여 위조상품이 유통·판매되고 있는지의 여부를 감시하는 활동이라는 점에서 특별한 혐의를 전제로 하는 행정조사,¹⁰²⁾ 내사 또는 수사와는 구별된다.

그런데 식품위생법상 위생검사나 세법상 세무조사와 같이 특별한 혐의없이 정기적으로 업소 등의 위생 상태를 검사하거나 혹은 세무신고의 적정성 여부를 조사하는 행정조사의 경우 이러한 법 위반사실의 확인을 위한 조사는 특정한 혐의 없는 불특정다수에 대한 조사라는 점에서 일견 모니터링과의 구별이 모호한 것처럼 보이기도 한다. 그러나 이들 조사의 경우 불특정다수 중에서도 조사대상자는 특정되어 해당 대상자에 대하여 실제로 조사가 실시되는 것이라는 점에서 모니터링과는 구별된다.¹⁰³⁾

셋째 수집되는 정보의 공개성 여부와 관련해서도 모니터링은 다른 조사들과 구별된다. 즉 모니터링은 원칙적으로 누구나 합법적으로 접근 가능한 정보의 수집에 국한되지만 행정조사, 내사 또는 수사의 경우 반드시 공개된 정보에 대한 조사에 국한되지 않는다. 즉 행정조사, 내사 또는 수사의 경우 각 조사에서 허용되는 수단을 통하여 공개되지 않는 개인정보 등을 수집할 수 있다.

제2절 | 모니터링의 범위: 행정조사 및 수사의 개시 시점

모니터링의 법적 성격을 앞서 언급한 바와 같이 정보통신망상에 공개된 정보에 접근하는 감시활동으로서 행정조사나 수사의 단서로 보는 경우 모니터링은 행정조사, 내사 및 수사와 구별되며 모니터링의 범위를 넘는 시점에 행정조사, 내사 및 수사가 개시되는 것으로 간주된다.

즉 행정조사의 개시와 관련해서는 모니터링의 “결과” 이후의 특정 대상자에 대한 조사활동은 행정조사가 개시된 것이 된다. 즉 예컨대 모니터링의 결과를 바탕으로 「부정경쟁방지법」 제7조, 제7조의2 그리고 동법 시행령 제1조의4 및 제1조의5에 따른 관계인에 대한 자료나 제품 등의 제출 요청, 관계인의 출석 요청, 진술 청취 등의 조사를 하는 시점에 행정조사가 개시된 것이 된다. 즉 위조상품 판매자가 특정되는 시점 이후에 행해지는 조사는 모니터링의 범위를 벗어나 행정조사에 해당한다. 특히 관계 공무원이 온라인

102) 「부정경쟁방지법 시행령」 제1조의4(부정경쟁행위 등의 조사 방법 등) 제3항은 각호에서 조사·검사를 개시해서는 안 되는 경우를 들고 있는데 제2호는 “기초자료가 미비하여 조사·검사의 대상을 특정할 수 없거나 사실관계의 확인이 불가능한 경우”를 들고 있다.

103) 박현정, 앞의 논문, 345면.

플랫폼사에 대하여 특정 위조상품 판매자 정보의 제공을 요청하는 시점에서 이미 행정조사가 개시되었다고 보아야 한다. 그리고 모니터링의 결과 온라인 플랫폼사에 대하여 위조상품임이 판명된 상품정보의 삭제 등을 요청하는 행위도 모니터링의 범위를 벗어난 행정처분 또는 권고에 해당한다.

수사의 경우에도 행정조사의 경우와 마찬가지로 수사나 혹은 내사에 해당하는 조사를 수행하는 시점에 수사 내지 내사가 개시된 것으로 간주된다. 즉 강제수사가 아니더라도 임의수사나 입건 전 조사를 행하는 시점에 이미 모니터링의 범위를 벗어나 수사 또는 내사가 개시된 것으로 간주된다. 예컨대 수사기관(특히 특별사법경찰관)이 「형사소송법」 제199조 이하에 정한 임의수사, 예컨대 동조 제2항에 정한 공무소 기타 공사단체에 대한 사실조회를 하는 시점에 이미 수사가 개시된 것으로 간주된다. 또한 「검사와 사법경찰관의 상호협력과 일반적 수사준칙에 관한 규정」 제16조에 따라 입건 전 조사라고 하더라도 “1. 피형의자의 수사기관 출석조사, 2. 피의자신문조서의 작성, 3. 긴급체포, 4. 체포·구속영장의 청구 또는 신청, 5. 사람의 신체, 주거, 관리하는 건물, 자동차, 선박, 항공기 또는 점유하는 방실에 대한 압수·수색 또는 검증영장(부검을 위한 검증영장은 제외한다)의 청구 또는 신청”이 있는 시점에 수사가 개시된 것으로 간주하고 있다.

따라서 정보통신망상에서의 위조상품에 대한 모니터링이 관계 공무원만이 행할 수 있는 행정조사나 수사기관만이 행할 수 있는 내사·수사와 구별되는 것인 이상 해당 직무는 공무원이나 수사기관이 아닌 예컨대 공공기관에 위임·위탁하는 것도 허용된다고 볼 수 있다.

제3절 | 모니터링의 법적 근거

1. 법적 근거의 필요성

물론 정보통신망상에서의 위조상품의 유통·판매에 대한 모니터링은 위험예방적 정보활동으로서 행정조사나 내사 및 수사의 단서에 불과하고 모니터링이 행정조사나 내사 및 수사와 구별되기는 하지만 그렇다고 하여 모니터링에 대한 명문의 근거규정을 마련할 필요가 없는가에 대해서는 의문이다. 왜냐하면 모니터링이 행정조사나 내사 내지 수사와 같이 침익적 행정행위가 아니라고 하더라도 모니터링에 의하여 경우에 따라 개인정보가 수집될 수 있을 뿐만 아니라 일련의 모니터링 과정에서 사실조회 등 사실상 행정조사나 내사가 연속적으로 이루어지는 경우 양자를 정확히 구분하는 것이 쉽지 않은 경우가 있기 때문이다. 또한 모니터링의 결과가 행정조사 또는 내사나 수사의 증거로 사용될 경우 모니터링의 적법성이 증거능력을 결정할 수도 있다는 점에서도 모니터링에 대한 명문의 근거규정을 두는 것이 적절하다고 판단된다. 또한 모니터링 과정에서 개인정보를 수집하게 되는 경우 「개인정보 보호법」과의 관계에서도 모니터링에 대한 근거규정과 함께 개인정보의 처리에 관한 근거규정이 필요하게 된다.

이와 관련하여 「부정경쟁방지법」 제2조의5는 “지식재산처장은 부정경쟁행위의 방지 및 영업비밀보호를 위하여 연구·교육·홍보 등 기반구축, 부정경쟁방지를 위한 정보관리시스템 구축 및 운영, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사업을 할 수 있다”고 규정하여 부정경쟁방지를 위한 정보관리시스템을 구축 및 운영할

수 있도록 정하고 있으며 제17조 제1항에서 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 업무를 대통령령으로 정하는 산업재산권 보호 또는 부정경쟁방지 업무와 관련된 법인이나 단체(이하 이 조에서 “전문단체”라 한다)에 위탁할 수 있도록 정하고 있어서 일견 동 규정들이 모니터링의 근거규정이 되는 것처럼 보인다. 그러나 동 규정들은 부정경쟁방지를 위한 모니터링의 정보관리시스템의 근거규정이 될 수는 있어도 모니터링 자체에 대한 근거규정은 되지 않는다.

또한 모니터링은 직접 행정조사가 아닐 뿐만 아니라 내사나 수사도 아니기 때문에 반드시 단속공무원의 직무일 필요는 없는 것이 사실이다. 다시 말해 행정조사, 내사나 수사의 수법이 사용되지 않는 한 모니터링 업무는 예컨대 공공기관에게 위탁할 수 있다. 다만 이때에도 업무의 위탁 등에 관한 근거규정이 필요하다. 따라서 공공기관은 온라인상에 공개된 모든 정보에 접근할 수 있다고 보아야 한다. 그러나 이때에도 개인정보가 부득이하게 수집될 수 있을 뿐만 아니라 AI 학습을 통하여 공개된 정보를 조합하여 특정개인의 신원을 특정할 수도 있기 때문에 공공기관에 대해서도 개인정보를 처리할 수 있는 근거규정이 마련될 필요가 있다. 또한 모니터링 업무를 위탁받은 공공기관에게는 공무원의 비밀유지의무가 그대로 적용되지 않기 때문에 비밀유지의무에 관한 규정을 둘 필요가 있을 것이다.

그리고 국가의 모니터링은 상표권 보호를 위한 권리자의 의무를 대체하는 것은 아니다. 왜냐하면 무엇보다도 일반국민들의 생활, 특히 상거래나 서비스는 온라인 플랫폼에 많은 부분을 의존하고 있어서 위조상품의 유통·판매로 인한 피해는 비단 상표권자에 대해서만 발생하는 것이 아니라 일반소비자를 넘어 사회·경제적인 문제이기 때문이다. 즉 위조상품의 유통·판매에 대한 국가의 선제적인 대응의 목적은 궁극적으로 일반소비자 보호에 있다. 이러한 인식은 EU 「디지털서비스법」이 회원국에 대하여 법적 구속력을 부여하고 이행할 것을 강제하고 있는 데에서도 엿볼 수 있다.¹⁰⁴⁾ 따라서 국가의 위조상품의 유통·판매의 단속은 비단 상표권자의 개인적 권리실현을 대신하는 것은 아니다. 또한 위조상품의 판매·유통은 국경을 초월하는 위법행위라는 점에서 이미 상표권자가 개별적으로 대응하는 데에는 한계가 있는 것이 사실이다.

물론 모니터링은 예컨대 신고·차단제도와 같은 시민의 협력에 기반한 근절방안으로도 충분하다고도 말할 수 있으나 이것은 어디까지나 수동적인 방안에 불과하다. 즉 일반시민이 위조상품 의심사례를 신고하거나 상표권자나 일반소비자 중 피해자가 신고한 경우에 비로소 해당 온라인 플랫폼사에 차단조치 등을 요구하는 것이기 때문에 선제적인 대응방안이라고는 볼 수 없다.¹⁰⁵⁾

104) EU 「디지털서비스법」 전문 (1) “온라인 소셜 네트워크와 소비자가 사업자와 원격계약의 체결을 가능하게 하는 온라인 플랫폼과 같은 새롭고 혁신적인 비즈니스 모델 및 서비스는 사업자 이용자와 소비자가 새로운 방식으로 정보를 제공하고 접근하며 거래를 수행할 수 있도록 했다. 현재 EU 시민의 다수는 이러한 서비스를 매일 이용하고 있다. 그러나 디지털 전환과 이러한 서비스 이용의 증가는 해당 서비스의 개인 이용자, 기업, 그리고 사회 전체에 새로운 위험과 과제도 초래하였다(new and innovative business models and services, such as online social networks and online platforms allowing consumers to conclude distance contracts with traders, have allowed business users and consumers to impart and access information and engage in transactions in novel ways. A majority of Union citizens now uses those services on a daily basis. However, the digital transformation and increased use of those services has also resulted in new risks and challenges for individual recipients of the relevant service, companies and society as a whole)”.

105) 『IP Daily』 2025년 7월 25일 보도 “전 세계 1600여개 플랫폼, '19만여' 건 유통차단… 해외 온라인 위조상품”(https://www.ipdaily.co.kr/2025/07/25/16/32/00/38859/%EC%A0%84-%EC%84%B8%EA%B3%84-180%EC%97%AC%EA%B0%9C-%ED%94%8C%EB%9E%AB%ED%8F%BC-19%EB%A7%8C%EC%97%AC-%EA%B1%B4-%EC%9C%A0%ED%86%B5%EC%B0%A8%EB%8B%A8-%ED%95%B4%EC%99%B8-%EC%98%A8%EB%9D%BC/; 최종접속일: 2025년 10월 20일).

그리고 이러한 모니터링은 “공개된 정보”에 대한 검색이라는 점에서 온라인 플랫폼사에 대하여 어떠한 추가적인 의무를 부과하는 것이 아니기 때문에 온라인 플랫폼에 대한 규제라고 볼 수 없다. 그리고 후술하는 바와 같이 실제로 「전자상거래」 제27조는 “공개정보 검색 등”이라는 표제 하에 모니터링에 대한 근거규정을 두고 있다. 더욱이 이 모니터링은 온라인 플랫폼사에 대하여 일반적 모니터링 및 사실조사를 강제하는 것도 아니다.¹⁰⁶⁾

이상과 같이 모니터링은 현재 실제로 실무상 시행되고 있다는 점,¹⁰⁷⁾ 모니터링이 실무상 시행되고 있는 이상 모니터링 과정에서 부득이 개인정보를 수집하게 될 경우를 대비하여 모니터링 자체에 대한 법적 근거가 필요하다는 점, 모니터링 결과는 추가적인 조사의 단서로 활용될 수 있고 조사의 일관인 자료제출 요구의 근거가 될 수 있다는 점, 모니터링은 “공개된 정보”에 대한 검색이라는 점에서 온라인 플랫폼사에 대하여 추가적인 의무를 부과하는 것이 아니라는 점, 위조상품의 판매·유통의 단속 또는 현재 시행 중인 모니터링은 비단 상표권자 개인의 권리실현을 위하여 국가예산을 투입하고 있는 것이 아니라 일반소비자 보호 및 위조상품의 유통·판매로 인한 사회·경제적 피해를 방지하기 위한 것이라는 점, 그런 만큼 수동적인 신고·차단제도가 아닌 선제적인 대응이 필요하다는 점에서 모니터링에 대한 근거규정이 필요하다.

2. 현행법

현행법상 모니터링에 관하여 규정하고 있는 것으로는 「전자상거래법」 제27조를 들 수 있으며 그러한 점에서 모니터링이 우리 법체계에 낯선 것은 아니다. 여기에서는 참고로 동 규정을 소개하는 것으로만 그친다.

「전자상거래법」

제27조(공개정보 검색 등)

- ① 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 전자상거래 및 통신판매의 공정거래질서를 확립하고 소비자피해를 예방하기 위하여 필요하면 전자적인 방법 등을 이용하여 사업자나 전자상거래 또는 통신판매에서의 소비자보호 관련 법인·단체가 정보통신망에 공개한 공개정보를 검색할 수 있다. <개정 2023. 3. 21.>
- ② 사업자 또는 관련 법인·단체는 제1항에 따른 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장의 정보검색을 정당한 사유 없이 거부하거나 방해하여서는 아니 된다. <개정 2023. 3. 21.>
- ③ 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 소비자피해에 관한 정보를 효율적으로 수집하고 이용하기 위하여 필요하면 대통령령으로 정하는 바에 따라 전자상거래나 통신판매에서의 소비자보호 관련 업무를 수행하는 기관(「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관으로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)이나 법인·단체에 관련 자료를 제출하거나 공유하도록 요구할 수 있다. <개정 2023. 3. 21.>
- ④ 제3항에 따라 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장으로부터 자료 요구를 받은 기관이나 법인·단체는 정당한 사유가 없으면 자료 제출이나 자료 공유를 거부하여서는 아니 된다. <개정 2023. 3. 21.> [전문개정 2012. 2. 17.]

106) EU 「디지털서비스법」 제8조(일반적 모니터링 또는 적극적 사실조사 의무의 부존재) “중개서비스 제공자는 자신이 전송하거나 저장하는 정보를 모니터링할 일반적 의무나, 불법 행위를 시사하는 사실이나 상황을 적극적으로 조사할 일반적 의무를 지지 아니한다(No general obligation to monitor the information which providers of intermediary services transmit or store, nor actively to seek facts or circumstances indicating illegal activity shall be imposed on those providers)”

107) 한국지식재산보호원 홈페이지 참조(https://www.koipa.re.kr/home/content.do?menu_cd=000031; 최종접속일: 2025년 10월 20일).

3. 법률안

이와 관련하여 모니터링에 대한 법적 근거를 마련하려는 법률안이 발의되기도 했는데 2023년 11월 15일 「상표법 일부개정법률안」(이인선의원 등 10인)(의안번호: 2125449)과 2022년 6월 30일 「상표법 일부개정법률안」(최승재의원 등 10인)(의안번호: 2116225)이 바로 그것이다.

아래의 표는 두 법률안들을 비교한 것이다.

▶▶ <표 6-1> 행정기관의 모니터링의 근거규정에 관한 「상표법 개정안」

이인선 의원안 (2023.11.15.)	최승재 의원안 (2022.6.30.)
제108조의2(침해로 보는 행위에 대한 모니터링)	제114조의2(상표권 등 침해 여부 모니터링)
① 특허청장은 정보통신망을 이용하여 상품을 판매하는 행위가 제108조제1항 또는 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당되는지 여부를 모니터링할 수 있다.	① 특허청장은 온라인상의 상품 거래에서 제108조제1항·제2항에 해당하는 침해 행위(이하 이 조 및 제114조의3에서 “침해 행위”라 한다)가 발생하는지를 확인하기 위하여 대학생·주부 등 산업통상자원부령으로 정하는 구성원으로 조직된 시민 모니터링단(이하 “모니터링단”이라 한다)을 구성·운영할 수 있다.
② 특허청장은 제1항에 따른 모니터링 결과 제108조제1항 또는 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는 경우에는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제3호에 따른 정보통신서비스 제공자(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제32조의5에 따라 지정된 국내대리인을 포함한다) 및 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제20조에 따른 통신판매중개업자(이하 이 조에서 “정보통신서비스 제공자등”이라 한다)에 대하여 판매 중인 상품의 위반사항을 알리는 등 대통령령으로 정하는 조치를 요청할 수 있다. 이 경우 조치를 요청 받은 정보통신서비스 제공자등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.	
③ 제2항에 따른 요청을 받은 정보통신서비스 제공자등은 상품 판매자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 통신판매업자 또는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제4호에 따른 이용자를 말한다. 이하 이 조에서 같다)에게 조치가 있었다는 사실을 통보하여야 한다.	
④ 제3항에 따라 통보를 받은 상품판매자는 특허청장에게 해당 상품이 정당한 권리에 따른 것임을 소명할 수 있다.	
⑤ 특허청장은 제4항에 따른 상품판매자의 소명에 따라 해당 상품의 판매가 정당한 것으로 판단될 경우에는 정보통신서비스 제공자등에게 제2항에 따른 조치를 취소하도록 요청하여야 한다. 이 경우 요청을 받은 정보통신서비스 제공자등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.	
⑥ 제1항에 따른 모니터링의 내용, 방법 및 절차, 제2항에 따른 조치 요청, 제4항에 따른 소명과 제5항에 따른 취소 요청의 방법 및 절차에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	
	② 대통령령으로 정하는 규모의 온라인상품판매개개자는 침해 행위의 예방을 위하여 게시물에 대하여 주기적으로 모니터링하고, 그 결과를 특허청장에게 제출하여야 한다.
	③ 모니터링단의 구성·운영과 제2항에 따른 모니터링 내용 및 결과의 제출 주기·방법 등에 필요한 사항은 산업통상자원부령으로 정한다.

이인선 의원안 (2023.11.15.)	최승재 의원안 (2022.6.30.)
제237조(과태료)	제237조(과태료)
	① 제114조의2제2항을 위반하여 제108조제1항·제2항에 해당하는 침해 행위 여부를 모니터링한 결과를 제출하지 아니하거나 거짓으로 제출한 온라인상품판매개시자에게는 500만원 이하의 과태료를 부과한다.
① ----- ----- 1. ~ 3. (현행과 같음)	② (현행 제1항과 같음)
4. 제108조의2제2항에 따른 요청을 이행하지 아니한 자	
② (현행과 같음)	③ 제1항 및 제2항----- -----.

이들 법률안들을 살펴보면 이인선 의원안은 지식재산처 공무원의 모니터링 업무와 모니터링 업무의 위탁, 모니터링 결과에 따른 행정처분 그리고 불이행 시의 과태료처분에 관하여 정하고 있는데 대하여 최승재 의원안은 일반인이 모니터링에 참여하는 이른바 “시민 모니터링단”의 구성과 함께 온라인 플랫폼사의 모니터링 의무와 보고의무 그리고 보고의무 미이행시의 과태료처분을 규정하고 있다.

한국지식재산보호원은 온라인 위조상품 재택 모니터링단을 운영하고 있다는 점에서 최승재 의원안은 위조상품 재택 모니터링단의 운영 및 관리에 대한 근거규정은 될 수는 있으나 지식재산처 공무원의 모니터링에 관해서는 정하는 바가 없으므로 한계가 있다. 또한 최승재 의원안 제114조의2에 “상표권 등 침해 여부 모니터링”이라는 표제로 제1항에 시민모니터링단에 관하여 그리고 제2항에 온라인 플랫폼사의 모니터링의무를 규정하고 있는데 온라인 플랫폼사의 모니터링의무는 온라인플랫폼사의 관리·감독책임과 관련 되는 것이기 때문에 예컨대 「상표법」에 예컨대 「저작권법」 제102조(온라인서비스제공자의 책임 제한)과 같이 온라인 플랫폼사의 주의의무에 관한 독자적인 규정을 마련할 때 해당 주의의무규정에 규정하는 것이 적절하다고 판단된다. 따라서 지식재산처 공무원의 모니터링 업무, 업무의 위탁 등에 관하여 정한 이인선 의원안이 보다 적절하다고 판단된다.

그리고 모니터링의 결과에 따른 지식재산처의 조치요구 등은 행정처분에 해당하고 모니터링 자체에 포함되는 것은 아니다. 그러나 모니터링의 결과에 대한 행정처분이라는 점에서 동일한 조문에 규정하는 것이 적절하다.

그리고 지식재산처의 조치요구에 따라 온라인 플랫폼사가 판매자에 대하여 조치를 내린 경우 판매자에게 지식재산처의 모니터링 및 그 결과를 다룰 수 있는 기회를 제공할 필요가 있으며 불복을 위하여 판매자에게 조치가 있었다는 사실을 통보할 필요가 있다. 이때 판매자의 불복은 조치를 내린 온라인 플랫폼사가 아니라 상표권 및 전용사용권 침해사실을 확인하고 온라인 플랫폼사의 조치를 요구한 지식재산처장에 대하여 제기하도록 하는 것이 타당하다. 왜냐하면 온라인 플랫폼사가 상표권 및 전용사용권의 침해여부를 직접 판단하여 조치를 내린 것이 아니기 때문이다.

4. 개정 시안

이상의 논의를 바탕으로 모니터링에 관한 근거규정에 관한 개정 시안을 제시하면 다음과 같다.

그리고 온라인 플랫폼사의 의무위반에 대하여 1천만원 이하의 과태료를 부과하도록 한 것은 온라인 플랫폼사는 일반적으로 법인이라는 점 그리고 자연인과 법인과의 과태료에 대한 감수성이 다르다는 점을 고려하여 「상표법」 과태료 규정보다 높은 과태료를 부과하도록 한 것이다.

» **〈표 6-2〉** 모니터링에 관한 근거규정에 관한 개정 시안

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조2(침해로 보는 행위에 대한 모니터링)
	① 지식재산처장은 정보통신망상에서 제2조제13호의 온라인 서비스이용자의 행위가 제108조제1항 또는 제2항의 각호에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 행위에 해당하는지 여부를 관찰 확인하고 침해여부에 관련된 정보를 수집할 수 있다 (이하 “모니터링”이라 한다).
	② 지식재산처장은 제1항에 따른 모니터링의 결과 온라인 서비스이용자의 행위가 제108조제1항 또는 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는 경우에는 온라인서비스제공자에 대하여 상표권 및 전용사용권의 위반사항을 알리는 등 대통령령으로 정하는 조치를 요청할 수 있다. 이 경우 조치를 요청 받은 온라인서비스제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	③ 제2항에 따른 요청을 받은 온라인서비스제공자는 온라인 서비스이용자에게 조치가 있었다는 사실을 통보하여야 한다.
	④ 제3항에 따라 통보를 받은 서비스이용자는 지식재산처장에게 해당 상품이 정당한 권리에 따른 것임을 소명할 수 있다.
	⑤ 지식재산처장은 제4항에 따른 온라인서비스이용자의 소명에 따라 온라인서비스이용자의 행위가 정당한 것으로 판단될 경우에는 온라인서비스제공자에게 제2항에 따른 조치를 취소하도록 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 온라인서비스제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	⑥ 제1항에 따른 모니터링의 내용, 방법 및 절차, 제2항에 따른 조치 요청, 제4항에 따른 소명과 제5항에 따른 취소 요청의 방법 및 절차에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① (제108조의4 위반)
〈신설〉	② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
	1. 제108조의2제2항에 따른 요청을 이행하지 아니한 자
	2. (제108조의3제1항 위반)
	3. (제108조의5제7항 본문 및 제8항 위반)
	4. (제108조의6제3항 위반)
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

제 7 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

정보관리시스템의 구축·운영

제1절 | 정보관리시스템에 관한 근거규정

정보관리시스템의 구축 및 운영의 근거규정과 관련하여 부정경쟁방지를 위한 정보관리시스템의 구축 및 운영에 관하여 정한 「부정경쟁방지법」 제2조의5(부정경쟁방지 및 영업비밀보호 사업)가 그 근거규정으로서 충분한 것인지에 대해서는 의문이 제기된다.

「부정경쟁방지법」 제2조의5(부정경쟁방지 및 영업비밀보호 사업)는 “지식재산처장은 부정경쟁행위의 방지 및 영업비밀보호를 위하여 연구·교육·홍보 등 기반구축, 부정경쟁방지를 위한 정보관리시스템 구축 및 운영, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사업을 할 수 있다”고 규정하고 있어서 「부정경쟁방지법」 제2조의5를 모니터링을 위한 정보관리시스템의 구축·운영의 근거규정으로 사용할 수 있는 것처럼 보인다.

그러나 「상표법」 제108조에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 행위와 「부정경쟁방지법」 제2조 제1항 제1호에 정한 부정경쟁행위는 정확히 일치하지 않는다는 점에서 「부정경쟁방지법」 제2조의5를 「상표법」상 정보관리시스템의 근거규정으로 사용하기에는 적절하지 않다. 즉 단속공무원이나 특별사법경찰관이 온라인 플랫폼사로부터 제공받은 개인정보나 모니터링을 통하여 취득한 개인정보를 관리할 수 있는 정보관리시스템에 관한 근거규정도 필요하게 된다.

1. 법률안

정보관리시스템의 구축·운영과 관련하여 최승재 의원¹⁰⁸⁾은 「상표법 개정법률안」 제114조의3에서 “정보시스템의 구축·운영 등”에 관한 근거규정을 제시하고 있다.

그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

108) 2022년 6월 30일 「상표법 일부개정법률안」(최승재의원 등 10인)(의안번호: 2116225).

▶▶ <표 7-1> 정보관리시스템의 구축·운영과 업무의 위탁 등에 관한 법률안

현행법	최승재 의원안 (2022.6.30.)
<신설>	제114조의3(정보시스템의 구축·운영 등)
	① 특허청장은 제114조의2에 따른 모니터링 결과를 체계적·효율적으로 관리하고 침해행위 단속 등에 효과적으로 활용하기 위한 정보시스템을 구축·운영할 수 있다.
	② 특별사법경찰관리(「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률」 제5조제38호에 따라 지명 받은 공무원을 말한다. 이하 같다)는 그 직무를 수행하는 데 필요하다고 인정되는 경우에는 제1항에 따른 정보시스템을 이용할 수 있다.
	③ 제1항에 따른 정보시스템 구축·운영 및 제2항에 따른 특별사법경찰관리의 정보시스템 이용 절차·범위 등에 필요한 사항은 산업통상자원부령으로 정한다.

이 법률안을 살펴보면 최승재 의원안은 제114조의2에서 “상표권 등 침해 여부 모니터링”을 규정한 다음 해당 모니터링을 위한 정보관리시스템의 근거규정을 마련한 것이다. 이 법률안을 살펴보면 제114조의2에서 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 일체의 행위에 대한 모니터링을 규정하고 있어서 해당 모니터링을 위한 정보관리시스템도 「부정경쟁방지법」 제2조의5보다는 넓은 범위의 침해행위를 포괄할 수 있는 정보관리시스템에 대한 근거규정이 될 수 있다는 점에서 적절한 것이라고 판단된다.

다만 「부정경쟁방지법」 제2조의5와 별개로 「상표법」에 정보관리시스템에 관한 규정을 마련할 것이라면 모니터링만을 위한 정보관리시스템이 아니라 「부정경쟁방지법」 제2조의5가 “부정경쟁행위의 방지를 위한 정보관리시스템”과 같이 일반규정으로서 「상표법」 제108조에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해를 방지하기 위한 정보관리시스템에 관해서도 규정하는 방안을 고려할 만하다. 그 이유는 앞서 언급한 바와 같이 「상표법」 제108조에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 행위와 「부정경쟁방지법」 제2조 제1항 제1호에 정한 부정경쟁행위는 정확히 일치하지 않기 때문이다.

또한 최승재 의원안 제114조의3 제2항은 특별사법경찰관리가 그 직무를 수행하는 데 필요하다고 인정되는 경우에는 제1항에 따른 정보시스템을 이용할 수 있도록 하고 있다. 「개인정보 보호법」 제18조 제2항은 정보관리시스템의 개인정보처리자의 개인정보의 목적 외 이용 및 제3자 제공에 관하여 정한 것이기 때문에 특별사법경찰관리가 정보관리시스템의 개인정보처리자가 아닌 경우, 특히 정보관리시스템을 공공기관에게 위탁한 경우에는 특별사법경찰관리가 공공기관으로부터 정보를 제공받거나 이를 직접 이용하기 위하여 근거규정이 필요하게 된다.

따라서 정보관리시스템에 관한 근거규정을 마련할 것이라면 단순히 모니터링만을 위한 정보관리시스템이 아니라 「상표법」의 적용범위에 해당하는 침해행위의 방지를 위한 정보관리시스템에 관한 근거규정을 마련하는 방안이 적절하다고 판단된다.

2. 개정 시안

이상의 내용을 바탕으로 개정 시안을 제시하면 다음과 같다.

▶▶▶ <표 7-2> 정보관리시스템에 관한 근거규정에 대한 개정 시안

현행법	개정 시안
<신설>	제229조의2(정보관리시스템의 구축·운영 등)
	① 지식재산처장은 제108조에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해 방지하기 위한 정보관리시스템을 구축·운영할 수 있다.
	② 특별사법경찰관리(「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률」 제5조제38호 및 제38조의2에 따라 지명 받은 공무원)를 말한다. 이하 같다)는 그 직무를 수행하는 데 필요하다고 인정되는 경우에는 제1항에 따른 정보관리시스템을 이용할 수 있다.
	③ 제1항에 따른 정보관리시스템 구축·운영 및 제2항에 따른 특별사법경찰관리의 정보관리시스템의 이용 절차·범위 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제2절 | 업무의 위탁 등에 관한 근거규정

정보관리시스템의 구축·운영은 공무원의 직무에 전속적으로 속하는 것이 아니기 때문에 정보관리시스템의 기술적인 구축·운영에 관한 것인 이상 해당 업무를 공공기관에 위탁할 수 있을 것이다. 실제로 「부정경쟁방지법」 제17조 제1항은 부정경쟁행위의 방지를 위한 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 업무를 산업재산권 보호 또는 부정경쟁방지 업무와 관련된 법인이나 단체(이하 이 조에서 “전문단체”라 한다)에 위탁할 수 있도록 하고 있다.

또한 공공기관에 대하여 모니터링 및 모니터링을 위한 정보관리시스템의 구축·운영 업무의 위탁에 관한 근거규정을 둘 경우 정보통신망상에 공개된 개인정보는 「개인정보 보호법」 제15조 제1항 제3호에 따라 처리할 수 있다. 다만 이러한 공공기관의 개인정보처리권한은 업무의 위탁의 범위 내에서만 가능하고 공공기관의 권한이 아닌 행정조사나 수사와 관련된 개인정보를 처리할 수는 없다고 보아야 한다는 점에서 접근권한은 제한되어야 한다.

1. 법률안

이와 관련하여 이인선 의원¹⁰⁹⁾이 발의한 법률안도 이와 유사한 내용을 발의한 바 있으며 그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

109) 2023년 11월 15일 「상표법 일부개정법률안」(이인선의원 등 10인)(의안번호: 2125449).

» **〈표 7-3〉** 업무의 위탁 등에 관한 법률안

현행법	이인선 의원안 (2023.11.15.)
〈신설〉	제108조의3(모니터링 업무의 위탁 등)
	① 특허청장은 제108조의2에 따른 모니터링 업무의 일부를 대통령령으로 정하는 기관 또는 단체에 위탁할 수 있다.
	② 특허청장은 제1항에 따른 위탁기관에 대하여 예산의 범위에서 위탁업무 수행에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

2. 개정 시안

개정 시안은 「부정경쟁방지법」 제17조와 이인선 의원안을 참고하여 「상표법」에 맞게 수정하여 제시한 것이다.

» **〈표 7-4〉** 업무의 위탁 등에 관한 근거규정의 개정 시안

현행법	개정 시안
〈신설〉	제229조의3(업무의 위탁 등)
	① 지식재산처장은 제229조의2제1항에 따른 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 업무를 대통령령으로 정하는 상표권 및 전용사용권 보호 및 침해방지 업무와 관련된 기관 또는 단체(이하 이 조에서 “전문단체”라 한다)에 위탁할 수 있다.
	② 지식재산처장은 예산의 범위에서 제1항에 따른 위탁업무에 사용되는 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

제3절 | 정보관리시스템의 구축·운영에서의 유의사항

정보관리시스템의 구축·운영과 관련하여 유의할 사항으로는 무엇보다도 해당 정보관리시스템에 개인정보가 포함될 수 있다는 점 그리고 해당 개인정보와 「상표법」 위반행위가 연결되어 수집·운영·관리될 수 있다는 점을 고려하여 보안과 관련하여 「개인정보 보호법」, 개인정보보호위원회 고시 「개인정보의 안전성 확보조치 기준」 그리고 행정안전부 고시 「행정기관 및 공공기관 정보시스템 구축·운영 지침」에 정한 기준을 충족시켜야 한다는 것이다.

특히 보안과 관련하여 예컨대 모니터링시스템과 개인정보의 저장 및 관리시스템을 기술적으로 분리하는 한편 개인정보 관리시스템에 접속할 경우 로그인 기록 및 접속사유를 보존하도록 함으로써 개인정보의 부정이용·무단유출·무단조취·무단열람·분실·도난·유출·위조·변조 또는 훼손 등을 방지할 수 있는 기술적인 조치를 취하여야 한다.

특히 「개인정보 보호법」과 「개인정보의 안전성 확보조치 기준」에 정한 기준을 바탕으로 정보관리시스템 운영·관리지침에 포함되어야 할 사항들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째 접근권한을 지정하여 관리하는 한편(「개인정보의 안전성 확보조치 기준」 제5조) 개인정보 관리시스템에 대한 접근을 통제하여야 한다(제6조, 제17조).

둘째 정보관리시스템과 외부전산망을 분리하여 운영하여야 할 뿐만 아니라(기준 제6조의2) 특히 모니터링을 위한 정보관리시스템의 경우 모니터링시스템과 개인정보 관리시스템을 분리하여 개인정보 관리시스템에 대한 접근을 통제하여야 한다.

셋째 개인정보를 암호화하여야 한다(기준 제7조).

넷째 개인정보의 오·남용, 분실·도난·유출·위조·변조 또는 훼손 등에 대응하여 개인정보취급자의 개인정보 처리시스템에 대한 접속기록 및 개인정보 다운로드 상황을 확인하고 점검하기 위하여 ① 접속기록을 보관하고 정기적으로 점검하여야 한다(기준 제8조). 이때 개인정보 관리시스템에 대한 접속기록은 1년 이상 보존하도록 하여야 한다(기준 제8조 제1항, 제17조). 특히 공공시스템운영기관의 경우 접근권한을 관리하여야 한다(제14조). 또한 ② 출력·복사 시 안전조치를 강구하여야 한다(기준 제12조).

다섯째 보안과 관련하여 외부로부터의 정보관리시스템에 대한 위법한 접속을 차단하기 위한 기술적인 안전조치를 갖추어야 한다(기준 제9조 및 제10조).

여섯째 재해·재난 대비 안전조치를 갖추어야 한다(기준 제11조).

그 밖에도 이하의 개인정보의 수집·관리·보존·폐기와 관련된 「개인정보 보호법」 및 「개인정보의 안전성 확보조치 기준」을 충족하여야 한다. 정보관리시스템에 저장된 개인정보의 처리와 관련하여 유의할 사항에 관해서는 “제8장 개인정보의 수집·관리·보존·폐기”에서 서술하고자 한다.

제 8 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

개인정보의 수집·관리·보존·폐기

개인정보의 수집·관리·보존·폐기

제1절 | 개인정보처리에 관한 근거규정

개인정보, 특히 고유식별정보의 처리와 관련하여 그 법적 근거를 규정하고 있는 것은 바로 「상표법 시행령」 제20조이다. 동조는 “지식재산처장이나 특허심판원장은 다음 각 호의 사무를 수행하기 위하여 불가피한 경우 「개인정보 보호법 시행령」 제19조제1호 또는 제4호에 따른 주민등록번호 또는 외국인등록번호가 포함된 자료를 처리할 수 있다”고 규정하면서 각호에 상표에 관한 절차에서의 고유번호의 부여에 관한 사무(제1호), 심판 또는 재심에 관한 절차에서 서류의 제출 등에 관한 사무(제2호), 심판관의 증거조사 또는 증거보전에 관한 사무(제3호) 그리고 그 밖에 법 및 이 영에 따른 출원, 심사, 심판, 등록에 관한 신청·신고 또는 제출에 관한 사무(제4호)를 들고 있다.

그런데 「개인정보 보호법」 제19조에 따라 개인정보를 제공받아 처리하거나 제24조 이하에 따라 고유식별정보를 처리하기 위해서는 정보주체의 동의를 얻는 방법 외에는 법령에 근거규정을 두도록 하고 있는데 예컨대 현재 행정조사에 관한 「부정경쟁방지법」 제7조나 자료열람요구 등에 관한 동법 제7조의2에 따라 수집되거나 제공된 개인정보에 관하여 근거규정을 두고 있지 않다는 점이 문제된다. 또한 온라인 플랫폼사의 정보제공의무에 의하여 제공된 개인정보 그리고 모니터링에 의하여 수집된 개인정보 등을 처리하는 경우에도 마찬가지로 법령에 근거규정을 둘 필요가 있다.

특히 정보통신망상에서의 위조상품 유통·판매 등에 대한 모니터링은 정보통신망상에서의 위조상품에 대한 감시활동으로서 공개된 정보에 접근하는 것이라고 정의하였으나 그렇다고 하여 공개된 정보라고 하더라도 제한없이 모든 정보를 수집할 수 있는 것은 아니다. 즉 정보통신망상에 “공개된 개인정보”¹¹⁰⁾라고 하더라도 헌법상 정보주체의 개인정보자기결정권의 보호대상이 되는 이상 「개인정보보호법」의 적용대상이 되는데 공개된 개인정보에는 정보주체 스스로 공개한 개인정보나 법령에 의해 공개된 개인정보(예컨대 온라인 플랫폼에 공개한 개인정보)나 혹은 출판물, 방송매체 등에 포함된 개인정보도 포함될 뿐만 아니라 특히 AI의 학습을 통하여 정보통신망상에 공개된 정보의 조합을 통하여 개인의 신원을 특정하여 수집된 정보도 포함되며¹¹¹⁾ 이 경우 「개인정보 보호법」 제15조의 요건을 충족하여야 한다.¹¹²⁾

110) 공개된 개인정보의 정의에 관해서는 개인정보보호위원회, 『인공지능(AI) 개발·서비스를 위한 공개된 개인정보 처리 안내서』, 2024. 7., 7면(https://www.kisa.or.kr/2060301/form?postSeq=48&lang_type=KO&page=#fnPostAttachDownload; 최종접속일: 2025년 11월 7일).

111) 개인정보보호위원회, 앞의 안내서, 7면 이하.

그런데 정보통신망상에서의 위조상품에 대한 모니터링은 위조상품의 유통·판매 사실 자체에 대한 모니터링만을 의미하는 것이 아니라 경우에 따라서는 위조상품 판매자의 개인정보까지 특정되어 수집되는 경우가 있다는 점에서 모니터링을 하는 자는 「개인정보 보호법」상 개인정보처리자가 되고, 따라서 개인정보 및 고유식별정보(「개인정보 보호법」 제24조 제1항 제2호 및 동법 시행령 제19조)의 처리에 관한 근거규정이 있어야 한다. 그리고 지식재산처 「지식재산처 개인정보보호 세부지침」에도 관련내용들이 포함되어야 한다.

그런데 모니터링의 근거규정이 될 수 있는 부정경쟁행위의 방지를 위한 정보관리시스템의 운영과 관리에 관한 「부정경쟁방지법」 제2조의5(부정경쟁방지 및 영업비밀보호 사업)와 공공기관에 대한 해당 정보관리시스템의 운영과 관리의 위탁에 관한 동법 제17조(업무의 위탁 등)에 관한 사무에 대해서는 고유식별정보의 처리에 관한 근거규정이 존재하지 않는다.

더욱이 문제는 유일하게 고유식별정보의 처리에 관하여 정한 「상표법 시행령」 제20조에는 「부정경쟁방지법」 제7조에 정한 “부정경쟁행위 등의 조사 등”이나 동법 제7조의2에 정한 “자료열람요구 등”과 관련한 사무에서 고유식별정보를 처리할 수 있는 근거도 규정하고 있지 않다는 점이다. 물론 단속공무원이나 특별사법경찰관에게 있어서 단속업무에서 개인정보수집 및 처리 등은 법령상 의무를 이행하기 위하여 불가피한 업무이기 때문에 「개인정보보호법」 제15조 제1항 제3호에 따라 “공공기관이 법령 등에서 정하는 소관 업무의 수행을 위하여 불가피한 경우”에 해당하여 개인정보처리에 있어서 법령에 구체적인 근거규정이 필요없는 것처럼 보이지만 고유식별번호의 처리는 정보주체의 동의를 얻거나 법령에 구체적인 근거규정이 있는 경우에만 허용된다(동법 제24조 제1항).

따라서 모니터링 뿐만 아니라 행정조사에서 제공받은 고유식별정보를 처리하기 위해서는 앞서 언급한 모니터링, 정보관리시스템, 고유식별정보의 처리 등에 관한 규정들이 모두 마련되어야 한다.

제2절 | 개인정보의 보존·폐기

개인정보의 관리·보존·폐기와 관련하여 정보관리시스템에서 관리되는 정보의 수집·관리·보존·폐기와 관련해서는 해당 정보에 「개인정보 보호법」상 보호되는 개인정보가 포함되어 있는지의 여부에 따라 그 처리방식에 차이가 있다.

예컨대 모니터링의 결과에 특정개인의 신원을 식별할 수 있는 고유식별정보 등이 포함되지 않은 경우 해당 정보의 보존과 폐기에 있어서는 개인정보가 포함된 경우에 비하여 엄격한 기준이 적용되지 않는다.

그러나 온라인 플랫폼사로부터 제공받은 판매자 정보와 모니터링의 결과에 특정개인의 신원을 식별할 수 있는 고유식별정보가 포함된 경우에는 일반적으로 「개인정보 보호법」, 개인정보보호위원회 「표준 개인정보 보호지침」 그리고 「지식재산처 개인정보보호 세부지침」(이하 “지식재산처 세부지침”이라 한다)의

112) 개인정보보호위원회, 앞의 안내서, 10면.

적용을 받는다. 그러나 이때에도 해당 정보가 형사처벌의 증거로 사용된 것인지(모니터링이 수사의 단서가 된 경우를 포함) 아니면 모니터링의 결과 수집되어 행정처분의 근거로 사용된 것인지에 따라 그 처리방식도 달라진다.

1. 행정조사나 수사로 연결되지 않은 개인정보

예컨대 모니터링 과정에서 수집되었거나 혹은 AI 학습을 통하여 수집된 개인정보 중 공개된 정보라고 하더라도 행정조사나 수사로 연결되지 않은 개인정보라면 원칙적으로 「개인정보 보호법」, 개인정보보호위원회 「표준 개인정보 보호지침」 그리고 「지식재산처 세부지침」에 따라 계속적인 이용을 위해서는 정보주체의 동의를 받아야 한다(「개인정보 보호법」 제32조(개인정보파일의 등록 및 공개)). 여기서는 주로 상표권 및 전용사용권의 침해와의 연관성이 없음이 확인된 정보들이 그 대상이 된다. 이 경우 모니터링의 목적이 달성된 이상 원칙적으로 수집된 개인정보를 즉시 폐기하는 것이 적절하다(「개인정보 보호법」 제55조(개인정보파일의 파기)).

2. 행정조사의 증거로 사용된 개인정보

모니터링의 결과 온라인 플랫폼사에 조치를 요청하거나 혹은 행정조사를 개시하는 경우에는 행정조사와 관련한 정보의 보존·폐기의 절차에 따라 해당 정보에 포함된 개인정보도 함께 보존·폐기되어야 할 것이다.

행정조사를 위하여 개인정보를 직접 수집하는 것은 「개인정보 보호법」 제15조 제1항에 따라 정보주체의 동의를 받지 않은 경우라고 하더라도 행정조사는 “법률에 특별한 규정이 있거나 법령상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우”에 해당하기 때문에 당연히 허용된다고 보아야 한다. 따라서 예컨대 모니터링의 결과 온라인 플랫폼사에 조치를 요청하거나 혹은 행정조사를 개시하는 경우에는 행정조사와 관련한 정보의 보존·폐기의 절차에 따라 개인정보도 보존·폐기되어야 한다.

그런데 「개인정보 보호법」 제20조는 개인정보처리자가 정보주체 이외로부터 수집한 개인정보를 처리하는 때에는 정보주체의 요구가 있으면 즉시 개인정보의 수집출처, 처리목적, 처리의 정지를 요구할 권리를 정보주체에게 고지하도록 정하고 있으며 「지식재산처 세부지침」 제9조 제1항은 이 경우 정당한 사유가 없는 한 정보주체의 요구가 있는 날로부터 3일 이내에 정보주체에게 이상의 사항을 고지하도록 하고 있다(「지식재산처 세부지침」 제9조 제1항).

그런데 행정조사의 목적을 달성하기 위해서는 행정조사의 내용이 유출됨으로써 발생될 수 있는 행정조사의 방해로 방지하기 위해서 정보주체에 대한 통지가 행정조사의 목적이 달성될 때까지 유예될 필요가 있는 것이 사실이다.

이와 관련하여 「지식재산처 세부지침」 제8조 제2항은 정보주체에 대한 통지를 유예할 수 있는 경우를 열거하고 있는데 행정조사와 관련해서는 제6호에 정한 “고지로 인하여 다른 사람의 생명·신체를 해할 우려가 있거나 다른 사람의 재산과 그 밖의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있는 경우”에 해당할 수 있다.

모니터링과 관련하여 본 보고서의 개정 시안(제108조의2)과 같이 모니터링의 결과 온라인 플랫폼사에 조치를 요청하였으나(동조 제2항) 사후에 판매자의 소명에 의하여 조치가 해제된 경우(제4항 및 제5항) 당사자에게 조치의 해제와 함께 개인정보의 삭제에 관해서도 통지하도록 하는 것이 적절하다.

이때 어느 정도의 기간 내에 개인정보를 폐기하여야 하는가와 관련하여 「표준 개인정보 보호지침」 제10조 제1항은 민간인이 개인정보처리자인 경우 “개인정보처리자는 개인정보의 보유 기간이 경과하거나 개인정보의 처리 목적 달성, 가명정보의 처리 기간 경과, 해당 서비스의 폐지, 사업의 종료 등 그 개인정보가 불필요하게 되었을 때에는 정당한 사유가 없는 한 그로부터 5일 이내에 그 개인정보를 파기”하도록 정하고 있다. 그런데 개인정보처리자가 공공기관인 경우에는 기간과 관련하여 정한 바가 없으나¹¹³⁾ 판매자의 소명으로 인하여 조치가 해제된 이상 모니터링의 목적이 달성된 것으로 보아 가능한 한 빠른 시일 내(5일 내에) 폐기하도록 하는 것이 적절하다.

3. 수사자료로서의 개인정보

온라인 플랫폼사로부터 제공된 개인정보나 모니터링에 의하여 수집된 개인정보가 수사를 위하여 제공되거나 수집되는 경우는 「개인정보 보호법」 제18조 제2항 제7호 “범죄의 수사와 공소의 제기 및 유지를 위하여 필요한 경우”에 해당된다.

이 경우 수집된 개인정보는 수사경력자료로서 그 보존과 폐기는 원칙적으로 「형의 실효 등에 관한 법률」(이하 “형실효법”이라 한다)에 따라 이루어진다(동법 제2조 제4호 및 제6호, 제5조 및 제5조의2).

따라서 원칙적으로 온라인 플랫폼사로부터 제공된 개인정보나 모니터링에 의하여 수집된 개인정보는 수사에 활용된 이상 수사자료로서 「형실효법」 제8조의2에 따라 “1. 사법경찰관의 혐의없음, 공소권없음 또는 죄가안됨의 불송치결정이 있는 경우, 2. 검사의 혐의없음, 공소권없음, 죄가안됨 또는 기소유예의 불기소처분이 있는 경우, 3. 법원의 무죄, 면소(免訴) 또는 공소기각의 판결이 확정된 경우, 4. 법원의 공소기각 결정이 확정된 경우, 5. 가정법원소년부 또는 지방법원소년부의 불처분 결정 또는 심리불개시 결정이 있는 경우”에 해당하므로 보존기간이 경과한 경우 전산입력된 수사경력자료의 해당 사항을 삭제하여야 한다(동조 제1항)).

113) 「개인정보 보호법」 제55조(개인정보파일의 파기)

- “① 공공기관은 개인정보파일의 보유기간 경과, 처리 목적 달성 등 개인정보파일이 불필요하게 되었을 때에는 지체 없이 그 개인정보파일을 파기하여야 한다. 다만, 다른 법령에 따라 보존하여야 하는 경우에는 그러하지 아니하다.
 ② 공공기관은 개인정보파일의 보유기간, 처리 목적 등을 반영한 개인정보 파기계획을 수립·시행하여야 한다. 다만, 영 제30조제1항제1호에 따른 내부 관리계획이 수립되어 있는 경우에는 내부 관리계획에 개인정보 파기계획을 포함하여 시행할 수 있다.
 ③ 개인정보취급자는 보유기간 경과, 처리 목적 달성 등 파기 사유가 발생한 개인정보파일을 선정하고, 별지 제4호서식에 따른 개인정보파일 파기요청서에 파기 대상 개인정보파일의 명칭, 파기방법 등을 기재하여 개인정보 보호책임자의 승인을 받아 개인정보를 파기하여야 한다.
 ④ 개인정보 보호책임자는 개인정보 파기 시행 후 파기 결과를 확인하고 별지 제5호서식에 따른 개인정보파일 파기 관리대장을 작성하여야 한다”.

제56조(개인정보파일 등록 사실의 삭제)

- “① 개인정보취급자는 제55조에 따라 개인정보파일을 파기한 경우, 법 제32조에 따른 개인정보파일의 등록사실에 대한 삭제를 개인정보 보호책임자에게 요청해야 한다.
 ② 개인정보파일 등록의 삭제를 요청받은 개인정보 보호책임자는 그 사실을 확인하고, 지체 없이 등록 사실을 삭제한 후 그 사실을 보호위원회에 통보한다”.

이때 수사경력자료의 보존기간은 동조 제2항에 규정되어 있는데 “1. 법정형(法定刑)이 사형, 무기징역, 무기금고, 장기(長期) 10년 이상의 징역·금고에 해당하는 죄: 10년, 2. 법정형이 장기 2년 이상의 징역·금고에 해당하는 죄: 5년, 3. 법정형이 장기 2년 미만의 징역·금고, 자격상실, 자격정지, 벌금, 구류 또는 과료에 해당하는 죄: 즉시 삭제. 다만, 제1항제1호의 불송치결정이 있는 경우는 6개월간 보존하고, 제1항제2호의 기소유예나 제1항제3호·제4호의 판결 또는 결정이 있는 경우는 5년간 보존한다”.

제3절 | 개정 시안

이상의 내용을 반영하여 개정 시안을 제시하면 다음과 같다.

» **〈표 8-1〉** 고유식별정보의 처리에 관한 근거규정에 관한 개정 시안(「상표법 시행령」)

현행법	개정 시안
제20조(고유식별정보의 처리)	제20조(고유식별정보의 처리)
----- (생략).	----- (현행과 같음).
1. ~ 4. ----- (생략)	1. ~ 4. ----- (현행과 같음)
〈신설〉	5. 법 제108조와 「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무 범위에 관한 법률」 제5조제38호 및 제38의2호에 따른 상표권 및 전용사용권 침해에 관한 단속에 관한 사무
	6. 법 제108조의2제1항에 따른 모니터링의 업무에 관한 사무
	7. 법 제108조의3제1항에 따라 요구한 자료의 관리에 관한 사무 (모니터링과 관련하여 자료제출요구를 규정하는 경우)
	8. 법 제229조의2제1항 및 제2항에 따른 정보관리시스템 구축 및 운영 등에 관한 사무
	9. 법 제229조의3제1항에 따라 위탁받은 사무
	10. 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제7조에 따른 조사와 제7조의2에 따라 요구한 자료의 관리에 관한 사무 (「부정경쟁방지법 시행령」에 고유식별정보의 처리에 관한 규정을 마련하지 않을 경우)

제 9 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

민관협력을 통한 위조상품 판매의 근절방안

민관협력을 통한 위조상품 판매의 근절방안

제1절 | 민관협력의 필요성과 정책적 의의

1. 위조상품 유통의 구조적 특징과 정부 단속의 한계

위조상품 유통은 최근 온라인 플랫폼의 확산과 글로벌 전자상거래 구조의 변화와 함께 과거와 비교할 수 없을 정도로 복잡하고 교묘한 형태로 진화하고 있다. 이러한 환경 변화는 위조상품 단속의 범위와 방식이 기존의 오프라인 중심 구조에서 이미 벗어나 있음을 의미하며, 정부의 단독 단속이나 사후적 제재 중심 접근만으로는 근본적 대응이 어렵다는 구조적 한계를 드러낸다.

우선, 온라인 유통환경의 익명성 증대는 단속기관이 위조상품 판매자의 실체를 특정하는 데 가장 큰 장애로 작용한다. 오픈마켓, SNS, 라이브커머스 등에서 판매 계정은 간단한 인증만으로 손쉽게 생성될 수 있으며, 동일 판매자가 여러 계정을 순환적으로 사용해 적발을 회피하는 사례도 빈번하다. 계정 정보를 포함한 핵심 데이터는 플랫폼 내부 시스템에 저장되므로, 단속기관은 영장 없이 접근하기 어렵다. 영장을 발부받기 위해 필요한 구체적 자료 역시 플랫폼이 보유하고 있어, 초기 정보 확보 자체가 제약을 받는 구조가 된다. 이러한 익명성은 단속기관이 범죄 주체를 특정하는 데 필수적인 신원정보를 확보하기 어렵게 하여, 단속 절차가 본격적으로 작동하기 이전 단계에서부터 한계를 초래한다.

다음으로, 위조상품 유통 경로의 비가시성과 분절성 역시 정부 단속의 실효성을 크게 떨어뜨리는 요인이다. 위조상품은 전통적인 도·소매 시장뿐 아니라, 비공개 SNS 그룹, 메신저 기반의 폐쇄형 거래, 해외 전자상거래 플랫폼 등 다층적인 경로를 따라 이동한다. 계시물과 거래 흔적이 일시적으로 노출되었다가 빠르게 삭제되는 구조에서는 단속기관이 증거를 확보하기도 어렵고, 유통 전 과정을 단일 흐름으로 파악하기도 쉽지 않다. 특히 거래 플랫폼, 물품의 출발지, 보관 창고, 배송지가 서로 다른 국가에 존재하는 경우가 많아, 국내 단속기관은 전체 유통 흐름에 접근할 수 있는 수단이 제한된다. 이처럼 유통 경로가 파편화된 환경에서는 단속의 정확성과 속도 모두에서 한계가 나타날 수밖에 없다.

또한 해외 플랫폼의 확대와 역외 판매자의 증가는 국내 사법권이 미치지 못하는 영역을 빠르게 확장시키고 있다. 아마존, 알리바바 등 주요 해외 플랫폼은 현지 법령에 따라 운영되므로, 국내 수사기관이 판매자 정보나 거래 데이터를 직접 확보하기 어렵다. 해외 직구 방식으로 들어오는 위조상품의 경우 국경 단계에서 차단되지 않으면 이미 소비자에게 배송된 이후에야 대응이 가능해, 피해 예방보다는 사후 조치에 머무르게 된다. 이 같은 역외성은 국제 공조 없이 단속의 실효성을 확보하기 어렵다는 점을 보여준다.

여기에 더해, AI·이미지 합성기술 등을 활용한 위조상품의 고도화는 정부의 탐지 역량을 지속적으로 압도하고 있다. 최근 위조상품 제조·판매 조직은 미세한 로고 변형, 색상·패턴 조작, 정교한 이미지 합성 등을 통해 플랫폼의 자동 탐지 시스템을 회피하고 있으며, 이러한 기술적 우회 방식은 기존의 단속 체계가 전제로 하는 감정·탐지 절차의 속도를 따라잡기 어렵게 한다. 민간 플랫폼은 방대한 사용자 데이터를 기반으로 고도화된 AI 시스템을 구축하고 있으나, 정부 기관은 인력과 예산 측면에서 동일한 수준의 기술 기반을 확보하기 어렵다는 점도 구조적 한계로 작용한다.

이러한 상황에서 정부의 사후적 단속 중심 구조는 위조상품 유통의 속도와 규모를 감당하기 어렵다. 정부는 단계별 법적 절차—정보 수집, 현장 단속, 영장 신청, 압수·수색—를 준수해야 하므로, 실질적 단속까지 상당한 시간이 소요된다. 그러나 위조상품 판매는 짧은 시간 내에 게시·삭제·재등록이 반복되며, 판매 조직은 단속의 흐름을 피하기 위해 유통 경로를 빠르게 전환한다. 절차적 정당성을 확보해야 하는 정부 단속 체계는 속도 면에서 온라인 기반 위조상품 유통에 구조적으로 뒤처질 수밖에 없다.

마지막으로, 정부·상표권자·플랫폼 간 정보 단절은 단속의 실효성을 결정적으로 약화시키는 요소다. 판매자의 반복 판매 여부, 결제 및 배송 기록, 게시물 관리 이력 등 단속에 필수적인 데이터는 대부분 플랫폼이 보유하고 있으나, 현행 법령상 이를 수사기관에 실시간으로 제공할 의무가 없다. 반면 상표권자는 정품·위조품을 식별할 수 있는 전문 지식과 현장 정보를 갖고 있으나 단속 권한이 없어 초기 개입이 어렵다. 이처럼 각 주체가 상호 보완적 정보를 보유하고 있음에도 이를 연결하는 제도적 장치가 부족한 현실은 위조상품 유통 대응의 효과성을 크게 제한한다.

요컨대, 위조상품 유통은 익명성·비가시성·역외성·기술적 교묘화·절차적 지연·정보 단절 등 복합적인 구조적 특성을 지니고 있으며, 이러한 환경에서는 정부 단독의 사후적 단속만으로는 실질적 예방·차단 효과를 기대하기 어렵다. 즉, 위조상품 유통의 구조적 변화는 정부의 단속 체계만이 아니라, 민간 플랫폼의 기술·데이터, 상표권자의 전문성, 국제 협력체계를 결합한 민관 공동 대응 구조 구축의 필요성을 강하게 시사한다.

2. 민간 부문의 역할 확대 필요성

위조상품 유통은 익명성과 비가시성, 그리고 국경을 넘나드는 전자상거래 환경의 변화와 함께 단속기관이 단독으로 감당하기 어려운 구조적 특성을 지니고 있다. 이러한 구조적 한계는 자연스럽게 정부 외부의 주체, 특히 온라인 플랫폼과 상표권자를 중심으로 한 민간 부문의 역할 확대 필요성을 제기한다. 이는 단순히 정부 역량의 부족을 보완하기 위한 차원을 넘어, 위조상품 유통이 실제로 발생하는 장소와 데이터가 민간 영역에 집중되어 있다는 현실적 조건에서 비롯된 필연적인 요구이기도 하다.

무엇보다 온라인 플랫폼은 위조상품의 게시·거래·결제·배송 과정 전반을 가장 가깝게 관찰할 수 있는 위치에 있다. 판매자 계정의 생성·변경 이력, 게시물의 수정 기록, 결제 방식의 패턴, 반복적 신고 이력 등 단속에 필수적인 정보는 대부분 플랫폼 내부에 축적된다. 정부가 법적 절차를 거쳐 접근하기 전에 이미 플랫폼 자체적으로 이상 정보를 감지할 수 있는 경우도 많다. 이러한 데이터 기반의 감시·탐지 기능은 위조상품 대응의 초기 단계에서 결정적인 의미를 갖고, 정부가 실시간으로 수행하기 어려운 영역에서

민간의 참여가 중요한 이유로 작용한다.

상표권자 또한 단속 과정의 또 다른 핵심 주체이다. 기업은 자사 제품의 디자인 코드, 정품·가품의 차이, 브랜드 특성 등 외부에서 확보할 수 없는 전문 정보를 가장 정확하게 보유하고 있으며, 실제로 위조상품 판매로 인해 가장 큰 경제적·사회적 피해를 입는 이해관계자이다. 정부의 행정적 절차보다 더 빠른 속도로 위조상품 정보를 발견하거나, 새로운 위조 수법을 조기에 식별할 수 있는 역량도 민간 기업이 가지고 있다. 이러한 정보와 감식 능력은 정부 단독의 단속 체계만으로는 확보하기 어렵기 때문에, 기업이 단속 과정에 일정 부분 참여하거나 협력할 수 있는 구조가 필요하다.

한편, 민간 전문기관의 역할도 점차 중요해지고 있다. AI 기반 모니터링 업체, 이미지 분석 기업, 브랜드 보호 솔루션 제공사 등은 기술 인프라와 전문 인력을 바탕으로 대규모 데이터를 분석하고, 변화하는 위조 수법을 신속하게 반영하며 탐지 알고리즘을 고도화하고 있다. 이러한 민간의 기술 기반 대응 역량은 정부가 단기간에 자체 구축하기 어려운 영역으로, 위조상품 대응 과정에서 민간의 기능이 사실상 핵심적인 보완축으로 자리 잡았음을 보여준다.

이처럼 민간이 보유한 정보·기술·전문성이 위조상품 대응의 중요한 구성 요소가 되었다는 점을 고려하면, 필요한 것은 단속의 중심을 어느 한 쪽으로 옮기는 것이 아니라 정부와 민간의 장점을 결합하는 공동 대응 체계의 정착이다. 정부는 법적 권한과 공권력을 바탕으로 수사·단속·제재 등 사후적 조치를 담당하고, 민간은 플랫폼 내부 데이터와 기술을 활용해 실시간 탐지·모니터링·예방적 차단을 수행할 때, 양측의 역할 분담이 조화롭게 이루어질 수 있다.

더욱이 온라인 유통 환경은 시장 참여자의 자율적 규범과 내부 통제가 뒷받침되지 않으면 실질적 개선이 어려운 구조이다. 소비자와 직접 연결된 플랫폼의 자체 정책, 상표권자의 신속한 신고와 감정 협조, 전문기관의 상시 모니터링 활동 등이 동시에 작동할 때 비로소 유통 경로 자체가 변화한다. 민간 역할 확대 요구는 정부 기능의 축소를 의미하는 것이 아니라, 변화한 유통 생태계에 맞추어 단속 중심의 단일 체계에서 다층적 협력 체계로 전환해야 한다는 방향성을 보여준다.

이러한 배경 속에서 우리나라는 2014년 이후 다양한 형태의 민관협력 모델을 도입해 왔다. 위조상품 유통방지 협의회, 온라인 모니터링단, 해외 위조상품 대응 프로그램 등 정부와 민간이 공동으로 참여하는 제도가 등장한 것은 이러한 필요성의 연장선상에 있다.

제2절 | 국내 민관협력 기반 대응 체계의 현황

1. 위조상품 유통방지 협의회

위조상품 유통방지 협의회는 2014년 5월 22일에 공식 출범하였다. 당시 블랙야크·코오롱·샤넬·나이키 등 국내외 상표권 보유기업과, 네이버·옥션·G마켓·쿠팡 등 주요 온라인 플랫폼사가 함께했고, (구)특허청·경찰청·관세청이 단속기관으로 참여하면서 총 44개 기관이 초기 구성원으로 자리했다.¹¹⁴⁾ 민간 기업과

정부가 한 자리에서 위조상품 문제를 공동 과제로 규정하고 대응 체계를 만들었다는 점에서 국내 최초이자 본격적 민관협력 조직으로 평가된다. 출범 당시 협의회는 업종별 특성을 반영해 스포츠·아웃도어, 명품, 캐주얼·패션소품 등 여러 분과를 구성했다. 분과에서는 각 기업이 경험한 위조상품 유형, 반복되는 유통경로, 판매자의 새로운 회피 수법 등을 공유하고 대응 방안을 도출하는 실무 중심 논의가 이루어졌다. 개별 기업이 단독으로는 확인하기 어려웠던 시장 정보가 업계 전체의 공통 인식으로 빠르게 확장되었다는 점에서 협의회의 이러한 운영 구조는 큰 의미를 갖는다.

협회의 주요 활동은 크게 ① 민관 합동 위조상품 단속, ② 위조상품 분과별 회의, 성과공유회 개최 및 정책 건의, ③ 위조상품 유통 근절 대국민 홍보, ④ 온라인 사업자 대상 지식재산권 보호 교육으로 정리된다.¹¹⁵⁾ 첫째, 민관 합동단속이다. 특정 지역에서 상습적으로 위조상품이 판매되거나 온라인 채널에서 특정 유형의 가품이 집중적으로 발견되면, 상표권자가 정보를 제공하고 플랫폼은 내부 모니터링 데이터를 공유하며, 단속기관이 현장 단속을 집행하는 방식으로 진행됐다. 부산 국제시장의 합동단속 등은 대표적인 사례다.¹¹⁶⁾ 단속 효과가 일회성에 그치지 않도록 기업과 플랫폼이 지속적으로 정보를 업데이트하였다는 점도 특징이다.

둘째, 정기 간담회 및 분과회의 운영이다. 2024년 한 해 동안만 온라인 플랫폼사 간담회 3회, 상표권자 간담회 5회가 개최되었고, 출범 10주년을 맞아 성과공유회도 열렸다.¹¹⁷⁾ 이러한 회의에서는 협의회 운영 방향뿐 아니라, 위조상품 단속의 현황, 플랫폼별 대응 전략, 지식재산 보호 교육 프로그램 등이 폭넓게 논의되었다.

셋째, 상표권자-플랫폼 공동 모니터링 체계의 운영이다. 상표권자가 위조상품 관련 증거와 제품 식별 정보를 제공하면, 플랫폼이 자체 시스템을 활용해 해당 유형을 식별·차단하는 방식으로 이루어졌으며, 최근에는 플랫폼 내부 모니터링 시스템이 협의회에서 제공된 정보를 학습하도록 설계되어 실질적인 차단 역량이 높아졌다. 2회에 걸친 협력 모니터링만으로도 약 10.5만 건의 위조상품 게시물이 삭제되었고, 소비자 피해예방 효과는 약 2조 3,777억 원으로 추정된다.¹¹⁸⁾ 단속의 선제성과 플랫폼 자율규제의 실효성을 동시에 강화한 사례라 할 수 있다.

넷째, 교육·홍보·정책 건의 기능이다. 협의회는 소비자에게 위조상품의 위험성을 알리는 대국민 홍보를 꾸준히 진행해 왔고, 온라인 사업자 대상 지식재산권 보호 교육도 정례화했다. 또한 위조상품 감정 네트워크를 구축해 상표권자 간 협력을 강화하고, 정책 건의를 통해 온라인 플랫폼의 책임 강화, 정품·가품 식별체계의 표준화, 단속기관 간 협업체계 개선 등 다양한 제도 개선 방향을 제시해 왔다.

114) (구)특허청 2014년 5월 22일 보도자료, “위조상품, 민·관 협력으로 퇴치한다: 특허청 등 위조상품 단속기관, 상표권 보유기업 및 온라인 사업자 참여, 「위조상품 유통방지 협의회」 출범” (지식재산처 홈페이지, <https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=13599&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

115) 한국지식재산보호원 홈페이지, “위조상품 유통방지협의회” (https://www.koipa.re.kr/home/content.do?menu_cd=000133; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

116) (구)특허청 2014년 7월 4일 보도자료, “부산 국제시장 위조상품 민·관 합동단속 실시” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=13781&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

117) (구)특허청, 『2024년 지식재산백서』, 2025, 192면.

118) (구)특허청, 『2024년 지식재산백서』, 2025, 192면.

이와 더불어 협의회는 범정부·범민간 차원의 지식재산 보호활동의 연결축 역할도 수행하였다. (구)특허청·검찰·경찰·관세청이 협의회를 통해 정보를 공유하고 수사를 조정하면서, 상습 판매자에 대한 엄중한 대응, 해외 도주 사범에 대한 인터폴 공조, 해외직구 위조상품의 국경단계 차단 등 다양한 대응이 가능해졌다. 특히 (구)특허청과 관세청이 협력하여 해외 플랫폼에서 적발된 위조상품 정보를 통관 단계에서 바로 활용하는 체계는 협의회 활동이 만들어낸 실질적 협력 성과라고 평가할 수 있다.¹¹⁹⁾

현재 협의회는 출범 당시보다 훨씬 큰 규모로 확대되었다. 2024년 기준 123개 기관이 참여하고 있으며, 위조상품 대응을 위한 민관협력의 중추 플랫폼으로 자리 잡았다.¹²⁰⁾ 참여기관의 확대는 단순한 숫자 증가를 넘어, 온라인 플랫폼, 상표권자, 단속기관, 전문기관 등 다양한 주체가 하나의 구조 안에서 역할을 분담하며 대응해 나가는 체계가 점차 정착되고 있음을 보여준다.¹²¹⁾ 협의회는 지속적인 활동은 우리나라 위조상품 대응의 방향성을 명확히 제시한다. 위조상품 문제는 단속기관만으로 해결할 수 없고, 플랫폼 내부 정책·기업의 자율 모니터링·정부의 제도 정비가 유기적으로 연결될 때 실질적 변화가 가능하다. 협의회는 이러한 구조적 필요성을 제도적으로 구현한 첫 사례이며, 이후 등장한 온라인 모니터링단, K-브랜드 민관 공동대응 협의회 등 다양한 협력 모델의 기반이 되었다는 점에서도 정책적 의미가 크다.

2. 온라인 위조상품 모니터링단

온라인 위조상품 모니터링단은 온라인 기반 위조상품 거래가 급격히 증가하고, 기존의 사후 단속 방식만으로는 대응이 어렵다는 문제의식이 제기되면서 (구)특허청이 2019년 민관협력 형태로 도입한 상시 점검 조직이다. 이 조직은 신고나 단속 요청을 기다리는 방식이 아니라, 다양한 온라인 유통 채널을 지속적으로 탐색하며 위조상품 의심 게시물을 선제적으로 식별하고, 플랫폼·단속기관과 연계하여 판매 차단까지 이어지도록 설계되었다.¹²²⁾ 운영 방식에서도 특징이 있다. 모니터링단은 단순한 ‘단속 보조 인력풀’이 아니라, 재택근무 기반의 업무 구조를 활용해 경력단절 여성 등 취업 취약계층을 중심으로 인력을 선발해 온

119) (구)특허청 2024년 9월 26일 보도자료, “정품 OK, 짝퉁 OUT! 특허청, 위조상품 대응강화 컨퍼런스 개최: (1부) 전시물 관람으로 해외직구 짝퉁도 보고 정품·가품 비교도 (2부) ① 민(民)·관(官) 합동 ‘정품 오케이, 짝퉁 아웃’ 대응 전략 공유 ② 온라인 플랫폼 짝퉁 차단 책임 강화’ 법적 방안도 논의” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=20245&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

120) (구)특허청, 『2024년 지식재산백서』, 2025, 191면.

121) 그러나 협의회 참여가 민간 플랫폼 생태계의 사실상 표준으로 자리 잡아가는 흐름 속에서도 일부 플랫폼의 비가입 사례는 자율 참여 구조의 한계를 드러내는 중요한 논점으로 지적된다. 2024년 에이블리를 둘러싼 논란은, 해당 플랫폼에서 명품 가품 판매가 반복적으로 확인되고 상표권 침해 방조 의혹이 제기되었음에도 위조상품유통방지협의회 가입 요청에 응하지 않은 점에서 비롯되었다. 주요 온라인 플랫폼들이 협의회 참여를 통해 모니터링 강화, 신고 대응 체계 구축, 내부 규정 정비 등을 공동의 기준으로 수용해 온 것과 달리, 공적 규범 형성 과정에 일부 플랫폼이 동참하지 않을 경우 대응 공백과 책임성 문제가 발생할 수 있음을 보여준 사례로 평가된다. 이 사건은 플랫폼의 규모와 영향력이 커질수록 위조상품 방지에 대한 사회적 기대 역시 높아진다는 점을 상기시켜 주며, 민관협력 구조가 실효성을 갖기 위해서는 플랫폼 간 참여 수준의 편차를 어떻게 완화할 것인지가 여전히 중요한 과제로 남아 있음을 보여주는 사례로 언급된다(『아시아투데이』 2024년 7월 23일 보도 “짝퉁 판매 이슈에도…‘위조상품유통방지협의회’ 가입조차 안 한 에이블리:가품유통 방지 위해 대다수 유통 플랫폼 자발적 가입; 협회 :오래 전부터 가입 요청…아직 답변 못 받아” (<https://www.asiatoday.co.kr/kn/view.php?key=20240723010014585>; 최종접속일: 2025년 11월 13일); 『소셜밸류』 2025년 4월 8일 보도 “에이블리서 짝퉁 명품 버젓이 판매…이커머스 책임 강화 요구↑” (<https://www.socialvalue.kr/news/view/1065598178874667>; 최종접속일: 2025년 11월 13일)).

122) (구)특허청 2022년 6월 23일 보도자료, “특허청, 온라인 위조상품 재택 모니터링단 단속실적 발표: 경력단절 여성 등을 활용해 온라인 위조상품 유통 차단, 3조9천억원 피해 예방” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19511&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

점에서 사회적 일자리 정책과 결합된 형태의 조직이다.¹²³⁾ 2023년 6월 기준 약 70만 건의 위조상품 게시물을 적발하고 판매 중지 조치로 연계했으며, 약 10조 2천억 원 규모의 소비자 피해를 예방한 것으로 추정된다.¹²⁴⁾

모니터링단의 기능은 단순한 위조 의심 게시물 신고에 그치지 않는다. 일정 기간 모니터링이 지속되면 특정 브랜드·품목에서 위조상품이 반복적으로 나타나는 양상이나, 새로운 판매 수법이 어떤 플랫폼에서 먼저 발생하는지, 이미지 합성·로그 변형 등 신종 위조 기법이 어떻게 확산되는지에 관한 경험적 데이터가 축적된다. 이러한 정보는 상표권자에게는 침해 유형별 대응전략의 기초자료로, 플랫폼에게는 자동 필터링 및 자체 모니터링 시스템을 고도화하기 위한 실증 데이터로 활용된다. 실제로 일부 플랫폼은 모니터링단이 수집한 데이터를 내부 시스템과 연동하여 동일 유형의 게시물이 재게시될 경우 신속하게 탐지·차단할 수 있는 기술적 기반을 마련해 왔다.

정책적 관점에서도 모니터링단은 중요한 역할을 수행한다. 온라인 위조상품 유통은 판매 채널의 다변화, 거래 속도 증가, 유통 경로의 비가시성 등으로 인해 단속기관이 전체 흐름을 포괄적으로 파악하기 어렵다. 하지만 모니터링단이 축적한 데이터를 분석하면 특정 시기·품목의 유통 급증, 새로운 판매 경로의 등장, 특정 국가발 물량의 증가 등 구조적 변화를 비교적 초기에 식별할 수 있다. 이러한 정보는 기획수사 대상 선정, 합동단속의 우선순위 결정, 관세청과의 협업을 통한 해외직구 위조상품의 통관 단계 차단 등 정책 설계의 주요 근거자료로 활용되고 있다. 모니터링단은 온라인 기반 위조상품 동향을 정교하게 파악할 수 있는 ‘초기 감시체계’로 기능하며, 정부의 정책결정 역량을 보완하는 역할을 수행해 왔다.

다만 인력 중심의 수작업 방식이라는 구조적 한계도 분명하다. 온라인에서 생성되는 방대한 게시물의 양을 고려하면 인력 확충만으로는 모든 채널을 실시간 점검하기 어렵고, SNS·라이브커머스·비공개 메신저방 등 폐쇄형 유통 채널에는 접근이 제한된다. 해외 플랫폼에서 이루어지는 거래는 국내 제도적 권한상 개입 가능성이 제한적이라는 점도 현실적 제약요인이다. 이러한 한계는 (구)특허청이 이후 AI 기반 해외 위조상품 모니터링·차단 사업을 도입하고, 기술 전문 민간업체와의 협업을 확대하는 방향으로 정책을 전환한 주요 배경이 되었다.

그럼에도 온라인 위조상품 모니터링단은 우리나라 민관협력형 위조상품 대응체계의 초기 모델로서 중요한 의의를 가진다. 정부 단속의 공백을 보완하고, 상표권자·플랫폼과의 정보 순환 구조를 구축했으며, 동시에 취약계층을 위한 재택형 일자리를 창출하는 등 다양한 정책적 효과를 실현했다. 더 나아가 온라인 유통구조 변화에 대응하기 위한 정부-민간 공동 감시체계가 실질적으로 작동할 수 있음을 보여줌으로써,

123) 재택 모니터링단 운영은 위조상품 유통을 상시적으로 감시하기 위한 민관협력 기반 모델로, 취업 취약계층을 재택 근로자로 고용해 공공일자리 창출과 지식재산 보호 기능을 결합한 방식으로 설계되어 있다. 매년 2~3월 사이에 인력을 모집해 4월부터 11월까지 약 8개월간 운영되며, 경력단절 여성과 장애인 등 취업 취약계층을 중심으로 선발하는 점이 특징이다. 모니터링단은 국내 주요 온라인 플랫폼, 해외직구 사이트, SNS, 포털 등 다양한 온라인 채널을 대상으로 위조상품 의심 게시물을 탐지하는 업무를 수행한다. 특정 브랜드나 품목을 중심으로 기간을 설정해 집중 모니터링을 실시하며, 이를 통해 지식재산권 침해 게시물의 조기 발견과 판매 차단을 지원한다. 이러한 활동은 위조상품 확산을 사전에 억제하는 한편, 정부 단속기관이 파악하기 어려운 온라인 유통 경로를 보완하는 역할을 하고 있다(한국지식재산보호원 홈페이지, “온라인 단속지원” (https://www.koipa.re.kr/home/content.do?menu_cd=000031); 최종접속일: 2025년 11월 13일).

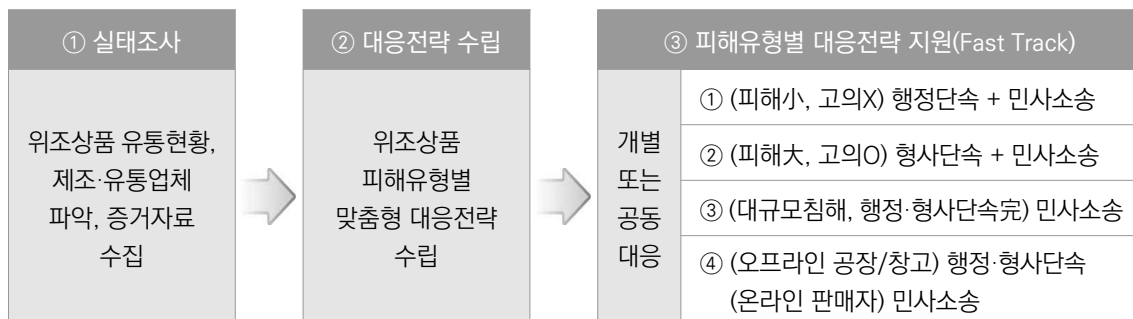
124) 지식재산청 공식 블로그, “온라인 위조상품 재택 모니터링단 단속실적(최근5년)” (<https://blog.naver.com/moipkorea/223164430641>); 최종접속일: 2025년 11월 13일).

이후 AI 자동 모니터링, 해외 플랫폼 협력, 글로벌 대응체계 확장 등 고도화된 정책수단의 도입을 가능하게 한 토대를 마련했다. 이러한 점에서 모니터링단은 사후 단속 중심의 체계에서 예방·탐지 중심의 구조로 전환하는 과정에서 중요한 전환적 계기로 평가될 수 있다.

3. 해외 위조상품 제로(Zero) 민관협력 프로그램

해외 위조상품 제로(Zero) 민관협력 프로그램은 K-브랜드의 해외 진출 확대에 비례하여 증가한 해외 시장 내 위조상품 피해에 대응하기 위해 2022년부터 도입된 정책으로, 해외에서 발생하는 지식재산권 침해에 대해 민간의 전문성과 정부의 조정 기능을 결합한 새로운 유형의 협력 모델이다.¹²⁵⁾ 해외 위조상품 유통은 국가별 제도 환경의 차이, 온라인·오프라인 유통구조의 비가시성, 정부 단독 단속권의 부재 등 복합적 제약요인을 내포하고 있어, 국내 중심의 단속 체계만으로는 실효적인 대응이 어려운 영역이다. 이에 따라 프로그램은 실태조사 - 대응전략 수립 - 단속·소송 지원으로 이어지는 일관된 절차를 구축하고, 이를 민관 공동으로 운영하는 것을 핵심 구조로 한다. 이것을 그림으로 나타내면 다음과 같다.¹²⁶⁾

» [그림 9-1] 해외 위조상품 제로 민관협력 프로그램



우선 프로그램은 각 참여 기업이 직면한 해외 위조상품 피해의 범위와 특성을 파악하기 위해 국가별 실태조사를 수행한다. 실태조사는 온라인 플랫폼, 오프라인 유통망, 제조·보관 거점 등 다양한 단계에서 위조상품의 유통량, 판매 패턴, 모방 유형, 가격대, 침해 주체의 특성 등을 분석하는 것으로 구성된다. 이는 개별 기업이 자체적으로 확보하기 어려운 정보이며, 이후 전략 수립 및 대응 수단 선택의 기초자료로 기능한다.

실태조사 결과는 피해 정도, 고의성, 유통 채널의 구조, 국가별 법집행 역량 등을 기준으로 한 단계별 대응전략으로 연결된다. 프로그램이 제시하는 네 가지 Fast Track 유형은 행정단속, 형사단속, 민사소송을 피해 유형에 맞게 조합하는 구조를 갖는다. 예컨대 경미한 침해 사건은 행정단속과 민사적 구제절차를

125) 『국민일보』 2022년 4월 4일 보도 “특허청, 민·관 공동으로 위조상품 해외 유통 근절한다” (<https://www.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0016937638&code=61121111&cp=nv>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

126) (구)특허청 2022년 4월 4일 보도자료 “특허청, 민관공동으로 위조상품 유통차단에 나선다: -‘해외 위조상품 제로(Zero) 민관협력 프로그램’ 신규 추진-: - 위조상품 실태조사, 행정 형사단속, 민 형사 소송 등 연계 지원 -” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19454&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

병행하고, 고의성이 높고 피해 규모가 큰 사건은 형사단속과 민사소송을 동시에 추진한다. 오프라인 공장·창고가 연계된 대규모 침해 사건의 경우에는 현지 행정·형사당국과의 협력과 온라인 판매자 대상 조치를 결합한 복합 대응이 적용된다. 이러한 유형화는 국가별 법·제도 환경과 산업별 특성을 반영한 ‘맞춤형 대응체계’로서 정책적 안정성을 갖는다.

프로그램의 운영은 지식재산보호원, 업종별 협회·단체, 수행기관 간의 3자 협력 체계를 기반으로 한다. 지식재산보호원은 사업의 총괄·조정 기능을 수행하고, 실태조사 기준 마련, 현지 단속기관 및 법률 전문가와의 연계 등 공적 지원 기능을 담당한다. 협회·단체는 브랜드 특성, 산업별 침해 유형, 참여 기업 모집 등 민간 부문의 정보 제공 역할을 수행한다. 수행기관은 국가별 법률전문가, 조사·탐정업체, IT 모니터링 업체 등으로 구성되며, 해외 현장에서의 조사·단속·소송을 실질적으로 집행한다. 이 구조는 정부의 권한과 민간의 전문성을 결합한 다층적 대응 거버넌스를 형성하며, 국가 단위의 단속 권한이 제한된 해외 시장에서 효과적인 협력 기반을 제공한다.

프로그램 시행 이후 일부 국가에서 실질적 단속성과가 도출되었으며, 특히 패션·화장품 등 K-브랜드에 대한 침해가 빈번한 업종을 중심으로 온라인 판매자에 대한 행정조치와 오프라인 유통망 단속이 연계되는 사례가 증가하였다. 또한 단속조치 이후 민사소송이 신속하게 이어지는 구조가 확립됨에 따라 기업의 피해 회복 가능성도 향상되었다. 실태조사에서 얻어진 데이터는 특정 국가·특정 채널에서의 상표권 침해 위험도를 평가하고 장기적 시장 진출 전략을 조정하는 데에도 활용되며, 이는 기존의 개별 기업 단위 대응과 비교할 때 정보 기반 정책 설계의 폭을 확장하는 효과를 갖는다.

그러나 해외 제로 프로그램이 구조적 제약을 상당 부분 내포하고 있다는 점도 확인된다. 국가별 법집행 의지, 현지 제도 환경, 플랫폼의 협조 수준 등이 상이하여 대응 성과가 지역별로 크게 차이를 보일 수 있으며, 해외 상표권 확보 여부나 내부 IP 역량 부족 등으로 인해 중소기업의 활용 가능성이 상대적으로 제한되는 문제가 존재한다. 또한 해외 위조상품 유통 양상이 빠른 속도로 변화함에 따라 실태조사 기반 대응만으로는 시의성 확보가 어렵다는 지적도 제기된다. 이러한 한계는 이후 글로벌 AI 기반 모니터링 도입, 해외 온라인 차단 지원, K-브랜드 공동대응 협의체 운영 등 후속 정책과의 연계를 통해 보완되는 추세이다.

해외 위조상품 제로 프로그램은 국내 기업의 해외 지식재산권 침해 대응을 개별 기업 중심에서 민관 공동 대응체계로 전환한 최초의 종합 프로그램이라는 점에서 정책적 의의를 갖는다. 특히 해외 시장의 구조적 특성을 고려한 실태조사 - 전략 수립 - 단속·소송의 일관된 프로세스를 제도화함으로써, 해외 위조상품 대응이 모니터링 중심의 단편적 지원에서 데이터 기반의 구조적 대응체계로 발전하고 있음을 보여주는 사례라 할 수 있다.

4. K-브랜드 보호 민관 공동대응 협의회

K-브랜드 보호 민관 공동대응 협의회는 최근 해외 시장에서 증가하는 한국 브랜드 대상 지식재산 침해 문제에 체계적으로 대응하기 위해 2023년 공식 출범한 민관 협력 플랫폼이다.¹²⁷⁾ 한류 확산과 한국 기업의 해외 진출 확대는 브랜드 경쟁력 제고라는 긍정적 효과를 가져왔지만, 동시에 상표 무단선점,

온라인 기반 위조상품 거래, 브랜드 오인·혼동을 유발하는 모방 제품 등 침해 유형을 빠르게 다변화시키는 계기가 되었다.¹²⁸⁾ 특히 식품, 화장품, 패션, 콘텐츠, 프랜차이즈 등 해외 소비자 접점이 넓은 업종을 중심으로 피해가 집중되면서, 기존의 기업 단위 개별 대응만으로는 구조적 확산을 억제하기 어렵다는 인식이 강화되었다.

협의회는 이러한 문제를 해결하기 위해 해외 피해 빈발 업종의 협회·단체를 중심으로 업종별 분과체계를 구성하고 있으며,¹²⁹⁾ 각 업종의 특성과 해외 시장의 제도·유통 구조를 반영한 맞춤형 대응체계를 마련하고 있다. 정례적인 간담회·세미나를 통해 해외 위조상품 유통 동향, 신종 침해 기법, 현지 법·제도 변화 등을 공유하고 업계 의견을 수렴하는 기능도 수행한다. 이 과정에서 수집된 피해사례와 분석자료는 상표 무단선점 조기경보, 해외 온라인 플랫폼 차단 협력, 해외 위조상품 제로 프로그램 등 다른 사업과 연계되어 정책 설계에 반영된다.

협의회는 주요 기능 중 하나는 업종별 침해현황과 대응전략을 체계화하고, 해외 대리인 정보, 현지 규제 정보를 제공하여 기업의 대응 역량을 높이는 것이다. 협의회는 또한 해외 위조상품 대응 사례를 공유하고, 업종별 맞춤형 대응 가이드와 교육 프로그램을 제공함으로써 업계의 인식 제고에도 기여하고 있다. 다만 협의회는 민간의 자율적 참여를 기반으로 운영되기 때문에, 참여 범위와 책임 수준에서 일정한 편차가 발생할 수 있다는 점이 구조적 한계로 지적된다. 일부 플랫폼의 비가입 사례는 이러한 가능성을 확인시켜 주며, 협의회가 제도적 대표성·포괄성을 확보하기 위해 향후 보완이 필요하다는 점을 시사한다.

그럼에도 협의회는 해외 시장에서 K-브랜드의 지식재산을 보호하기 위한 업종 단위의 공동대응 구조를 제도화했다는 점에서 정책적 의미가 크다. 협의회는 민관이 함께 해외 위조상품 대응의 정보를 수집·분석·공유하는 기반을 마련하였고, 정부·업종별 협단체·기업 간의 연계를 강화하여 해외 위조상품 대응체계를 보다 체계적·예방적 구조로 전환하는 과정에서 핵심적 역할을 수행하고 있다.

127) (구)특허청 2023년 11월 8일 보도자료 “민(民)과 관(官)이 손을 잡고, 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 총력 대응키로!:- 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 피해빈발 5개 협·단체와 업무협약 체결(11.8) - 케이(K)-음식(푸드) 위조상품 공동대응 성공사례 공유 및 타 업종 확산 추진 -” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19917&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

128) (구)특허청, 『2024 지식재산백서』, 2025, 197-200면.

129) (구)특허청 2023년 11월 8일 보도자료 “민(民)과 관(官)이 손을 잡고, 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 총력 대응키로!:- 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 피해빈발 5개 협·단체와 업무협약 체결(11.8) - 케이(K)-음식(푸드) 위조상품 공동대응 성공사례 공유 및 타 업종 확산 추진 -” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19917&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

제3절 | 현행 제도의 한계와 문제점

1. 민관협력의 법적 기반 미비와 책임구조의 불명확성

민관협력을 중심으로 한 현행 위조상품 대응체계는 일정한 성과에도 불구하고, 그 운영 기반이 주로 자율적 참여와 임의협력에 의존하고 있다는 점에서 구조적 취약성을 내포한다. 협의회, 온라인 모니터링 단, 해외 공동대응 프로그램 등은 모두 정부·플랫폼·상표권자의 자발적 협업을 통해 유지되어 왔으나, 이러한 방식은 참여의 지속성·대표성·책임성을 제도적으로 담보하기 어렵다는 근본적 한계를 드러낸다.

우선, 현행 제도는 민간 플랫폼이나 상표권자가 위조상품 대응 활동에 참여해야 할 법적 의무나 최소 행위기준을 명확히 규정하고 있지 않다. 플랫폼의 신고 처리 의무, 모니터링 체계 구축 기준, 반복 위반자 관리 기준 등 핵심 기능이 법령이나 행정규칙으로 규율되지 않고, 개별 기업의 내부 정책 또는 협의회 내 합의 수준에 머물러 있는 실정이다. 이로 인해 플랫폼 간 대응 수준의 편차가 크게 나타나며, 협의 체계의 공적 안정성을 제도적으로 확보하기 어렵다. 2024년 일부 대형 플랫폼의 협의회 미가입 논란은 이러한 문제를 단적으로 보여준다. 위조상품 판매가 반복적으로 확인되었음에도 제도적 참여 의무가 없다는 이유로 협의회 밖에 머무를 수 있었고, 이는 민관 공동규범이 실질적인 규범으로 작동하지 못하는 구조적 취약성을 드러낸 사례로 해석될 수 있다.

둘째, 현행 체계에서는 정부와 민간 간 책임 분담의 범위가 명확히 설정되어 있지 않다. 위조상품 대응 과정에는 탐지·신고·조사·단속·차단·사후 조치 등 복수의 단계가 존재함에도, 각 단계별로 누가 무엇을 책임지고 수행해야 하는지에 대한 법적·제도적 기준이 부족하다. 예컨대 플랫폼은 내부 데이터를 기반으로 초기 탐지와 차단을 가장 효과적으로 수행할 수 있는 주체임에도, 이를 어느 수준까지 수행해야 하는지에 관한 규범적 기준은 부재하다. 반면 정부는 법적 단속권을 보유하고 있으나, 플랫폼의 협조 없이는 초기 증거 확보조차 어려운 구조여서 실질적 개입 범위가 제한된다. 상표권자는 피해를 직접 입는 주체로서 가장 높은 관심과 전문성을 가지고 있으나, 단속 권한이 없어 대응 과정에서 할 수 있는 역할이 제한적이다. 결국 세 주체가 상호 보완적 역량을 보유함에도, 이를 연결하는 책임의 명확한 배분 체계가 존재하지 않기 때문에 전체 대응 과정이 균질적으로 작동하기 어렵다.

셋째, 민관협력 체계는 제도적 구속력이 약해 협력 준수 여부를 검증하거나 책임을 부과할 수 있는 장치가 사실상 없다. 협의회나 공동대응 프로그램에서 논의된 기준과 절차는 기업 참여의 동기와 내부 정책에 따라 이행 정도가 달라질 수 있으며, 이를 법적·행정적으로 평가하거나 시정 요구를 할 수 있는 체계도 마련되어 있지 않다. 그 결과, 협력 구조는 참여자 간 선의와 기대에 기반한 “정책적 합의체”로 기능하는 데 그치고, 강제력과 구속력이 부족한 “권고형 자율규범”에 머무는 경향이 나타난다.

마지막으로, 현행 법제는 플랫폼·상표권자·정부가 공유해야 할 데이터 접근과 정보 제공의 의무를 충분히 규정하지 않아, 민관협력의 실효성을 뒷받침할 제도적 기반이 약한 것으로 평가된다. 위조상품 단속에 필수적인 계정정보, 결제 및 배송 기록, 반복 위반자 정보 등은 플랫폼 내부에 집중되어 있으나, 현행 법령은 이러한 정보가 어떤 조건에서, 어느 범위까지 단속기관 또는 피해기업에 제공되어야 하는지 명확히

규정하고 있지 않다. 이는 정보 접근권의 부재로 이어지고, 단속과 차단 속도를 결정적으로 저해하는 원인이 된다.

요컨대 현행 민관협력 기반의 위조상품 대응 체계는 협력 자체는 활성화되어 있으나, 이를 뒷받침할 법적·제도적 기반이 충분히 갖추어져 있지 않다. 참여는 자율적이고, 역할은 불명확하며, 정보 접근은 제한적이고, 협력 이행을 담보할 규범적 기제가 없다. 이러한 조건에서는 민관협력의 범위가 확대되더라도, 위조상품 유통의 구조적 특성에 대응하기 위한 지속가능하고 책임 있는 공동 대응 체계로의 정착에는 한계가 존재할 수밖에 없다.

2. 정보 공유 및 데이터 접근 체계의 구조적 한계

위조상품 대응에서 가장 큰 난점 중 하나는 필요한 정보가 서로 다른 주체에 나누어 축적되어 있음에도 이를 원활하게 이어주는 구조가 충분히 갖춰져 있지 않다는 점이다. 판매자의 계정 정보, 게시물 생성·수정 기록, 결제·배송 데이터 등은 모두 위조상품 단속의 출발점이 되는 핵심 자료지만, 정작 해당 정보는 대부분 플랫폼 내부에 머물러 있다. 현행 법령은 플랫폼이 이러한 정보를 단속기관에 실시간으로 제공해야 할 의무를 명확히 규정하고 있지 않기 때문에, 단속기관이 기본적인 사실관계를 확인하는 절차에도 많은 시간이 소요된다. 위조상품 거래가 짧은 시간 안에 게시·삭제를 반복하는 환경을 고려하면, 이러한 지연은 단속의 초기 단계에서 이미 대응 속도를 크게 떨어뜨리는 요인으로 작용한다.

상표권자와 플랫폼 간의 정보 흐름 역시도 체계적이라고 보기 어렵다. 상표권자는 정품 설계 코드, 위조품의 흔한 변형 방식 등 식별에 필수적인 전문 정보를 갖고 있지만, 플랫폼마다 이를 전달받는 형식과 절차가 다르고, 정기 업데이트 체계가 마련되어 있는 것도 아니다. 결국 플랫폼의 자동 탐지 시스템은 브랜드별로 제각각 작동하거나, 동일한 유형을 각 기업으로부터 다시 학습해야 하는 비효율이 반복된다. 또한 정부·플랫폼·기업이 보유한 데이터 형식이 서로 다르다는 점도 문제를 어렵게 만든다. 플랫폼은 거래·이용자 기반 데이터를 중심으로, 상표권자는 제품 정보 중심으로, 정부는 행정 기록 중심으로 데이터를 관리하고 있어, 서로의 자료를 그대로 활용하기 어렵다. 데이터 연계 과정에서 정제·변환 작업이 필요해, 시급한 사안임에도 분석과 대응에 시간이 지체되는 구조가 만들어진다. 나아가 해외 플랫폼과의 정보 협력은 더 큰 한계에 직면해 있다. 알리바바나 아마존처럼 주요 플랫폼은 현지 법령에 따라 정보 제공 범위와 절차가 좌우되기 때문에, 국내 단속기관이 판매자 정보나 거래 내역을 신속하게 확보하기 어렵다. 해외직구를 통해 국내로 들어오는 위조상품이 지속되는 이유도 여기에 있다. 해외 플랫폼이 협조하지 않는다면, 국내 기관은 통관 이후 단계에서야 실질적 대응을 시도할 수 있는데, 이 경우 이미 소비자 피해가 발생한 뒤다.

한편 협의회나 간담회 등 민관협력 구조가 존재하더라도, 정보 교류가 회의 단위로 이루어지는 경우가 많아 구조적·지속적 공유 체계로 발전하기 어렵다는 점도 지적된다. 각 기관이 보유한 데이터를 정기적으로, 표준화된 형태로 교환하는 시스템이 부재하기 때문에, 협력은 종종 사건 발생 후의 설명·보고 중심에 머무르고, 선제적 대응을 위한 자료 기반 의사결정에는 한계가 뒤따른다. 이처럼 위조상품 대응에서 필요한 정보가 여러 주체에 흩어져 있음에도 이를 신속하게 연결하는 제도적 장치가 부족하다는 점은 현행

민관협력 체계의 가장 뚜렷한 한계로 꼽힌다. 데이터 접근의 제한, 형식의 비표준성, 해외 플랫폼과의 협조 난항 등은 모두 대응의 속도와 정확도를 저하시키는 요인으로 작용하고 있다. 이러한 구조적 제약이 해소되지 않는다면, 위조상품 대응은 여전히 부분적인 조치에 머무를 수밖에 없다.

3. 민간 기반 모니터링·차단 활동의 한계와 탐지 공백

온라인 위조상품 대응에서 민간 부문, 특히 플랫폼, 상표권자, 전문 모니터링 업체의 역할은 점점 확대되고 있다. 실제로 온라인 유통 흐름을 가장 가까이에서 관찰할 수 있는 주체가 민간이라는 점에서, 이들의 모니터링·차단 기능은 정부 단속을 보완하는 핵심 축으로 자리 잡아 왔다. 그러나 이러한 기대와는 달리, 민간 기반 체계만으로는 구조적으로 대응하기 어려운 영역이 존재하며, 일부는 명확한 탐지 공백으로 이어지고 있다.

먼저, 플랫폼의 모니터링 역량은 플랫폼 자체의 기술 수준과 투자 규모에 크게 좌우된다. 대형 플랫폼은 이미지·텍스트 기반 자동 탐지 기술을 비교적 잘 갖추고 있으나, 중소형 플랫폼이나 신규 플랫폼은 기술적 기반이 충분하지 않아 상표권자 신고나 외부 제보에 의존하는 경우가 많다. 이로 인해 위조상품 차단 수준이 플랫폼 간에 크게 차이가 난다. 대형 플랫폼이 일정 수준의 자율 규제를 유지하더라도, 상대적으로 규제가 느슨한 플랫폼이 ‘우회 경로’로 활용될 경우 전체 시장의 위조상품 대응 효과는 제한적일 수밖에 없다.

또한 민간 모니터링 활동은 구조적으로 노동집약적 요소를 포함하고 있어, 처리 속도가 온라인 거래의 확산 속도에 미치지 못하는 한계를 안고 있다. 재택 모니터링단과 같은 인력 기반 체계는 특정 유형의 가품 탐지에는 효과적이지만, SNS·라이브커머스·메신저 기반 거래처럼 비공개성이 강한 영역에서는 접근 자체가 어렵다. 특히 ‘탈플랫폼형’ 거래가 증가하는 최근의 경향에서는 민간 조직이 확보할 수 있는 정보 자체가 제한되기 때문에, 모니터링의 범위가 자연스럽게 축소될 수 있다.

전문 민간업체가 활용하는 AI 기반 탐지 기술 역시 완전한 해결책이 되기 어렵다. 위조상품 판매 조직은 이미지 편집, 로고 변형, 제품명 교란 등 자동 탐지 알고리즘의 허점을 이용해 지속적으로 우회 전략을 개발하고 있다. 기술이 개선되면 위조 수법도 함께 정교해지는 비대칭 진화가 반복되면서, AI 기반 탐지가 일정 시점에서 민첩성을 잃거나 탐지율이 떨어지는 구간이 발생한다. 특히 다국어 기반 해외 플랫폼이나 영상 중심 SNS에서는 이미지·텍스트 분석 정확도가 더 낮아지는 문제도 지적된다.

나아가 해외 플랫폼은 민간 기반 차단의 가장 큰 공백으로 꼽힌다. 국내 플랫폼은 상표권자·정부와의 협력이 비교적 활발한 편이지만, 해외 플랫폼은 자국 법령을 우선 적용하고 협력 절차도 복잡해 국내 기업이나 단속기관이 접근하기 어렵다. 이로 인해 해외 플랫폼에서 판매된 위조상품이 배송 단계에서 걸러지지 않으면 차단이 사실상 불가능해지는 구조가 만들어진다. 해외 위조상품을 전문으로 추적하는 민간업체가 존재하더라도, 해당 플랫폼의 내부 데이터에 접근할 수 없다는 한계는 여전히 남는다.

요컨대, 민간의 모니터링·차단 활동은 위조상품 대응의 중요한 축이지만, 숨겨진 거래 공간, 기술적 우회, 해외 플랫폼 대응 부재 등의 영역에서는 구조적 제약을 벗어나기 어렵다. 이러한 공백은 정부 단속체계와 민간 감시체계가 완전히 분리되어 있기 때문에 발생하는 측면이 크며, 민관 데이터를 연계한 통합적 감시체계 또는 플랫폼 간 협력 기반의 ‘공동 차단 메커니즘’이 부재한 현 제도의 한계를 적나라하게 보여준다.

4. 민관협력체계 운영상의 한계

현행 민관협력 기반 위조상품 대응체계는 여러 이해관계자를 하나의 틀 안에서 묶어내는 구조적 진전을 이루었지만, 실제 운영 과정에서는 여전히 현실적 제약이 반복적으로 드러나고 있다. 이러한 문제들은 제도의 설계 부족만이 아니라, 협력이라는 방식 자체가 갖는 근본적 특성에서 비롯된 것으로 보인다.

우선, 참여 기관 간 역량과 자원 수준의 격차가 크게 나타난다는 점이 첫 번째 제약이다. 대형 플랫폼이나 글로벌 브랜드 기업은 전담 인력과 기술 인프라를 갖추고 있어 협력 프로그램의 활용도가 높지만, 중소기업이나 신생 브랜드는 회의 참석, 자료 제출, 대응계획 수립 등 기본적인 활동 자체가 부담이 되는 경우가 적지 않다. 그 결과 협력체계 내에서도 기관별 참여 강도에 뚜렷한 차이가 생기고, 정보의 흐름이나 대응 속도에서도 자연스러운 불균형이 발생한다.

둘째, 협력 구조가 사건·상황 중심으로 작동하는 경향이 강해 상시적 대응체계로 완전히 정착하지 못했다는 점도 중요한 문제이다. 정기 간담회나 분과회의는 제도의 운영을 위한 기본 틀을 제공하지만, 온라인 위조상품처럼 유통 속도가 빠른 영역에서는 회의 방식의 운영이 즉각적 대응에 한계를 만든다. 회의가 이루어지는 시점 사이에 새로운 침해 유형이 등장하더라도, 공동 대응이 실시간으로 이루어지기 어렵다는 점에서 구조적 지체가 생긴다.

셋째, 기관 간 조정 과정에서 발생하는 절차적 부담 역시 협력체계가 실효적으로 작동하는 데 걸림돌이 되고 있다. 상표권자, 플랫폼, 단속기관은 각기 다른 목표와 우선순위를 가지고 있어 단속 방식, 정보 제공 범위, 조치의 시급성 등을 조율하는 과정에서 시간과 비용이 소요된다. 특히 공동단속이나 공동 모니터링을 추진하는 과정에서는 기관별 검토 절차가 중첩되며, 이로 인해 대응 시점이 늦어지거나 조치 범위가 축소되는 경우도 종종 발생한다.

넷째, 현재의 협력체계는 정책 사업 간 연계가 충분히 이루어지지 않아 사업 단위별로 대응 흐름이 끊어지는 문제가 나타난다. 위조상품 유통방지 협의회, 온라인 모니터링단, 해외 위조상품 제로 프로그램 등은 각각 의미 있는 성과를 내고 있으나, 운영 기간·예산 구조·담당 기관이 상이하다 보니 축적된 정보가 장기적으로 통합되지 못하거나, 특정 사업 종료 이후 대응 공백이 생기는 일이 반복된다. 협력사업 간 연속성이 확보되지 않으면 현장에서의 대응 효과가 단기간에 머무르게 되는 문제가 발생하는 것이다.

마지막으로, 민간의 자율 참여를 전제로 하는 구조는 운영상의 예측 가능성을 떨어뜨리는 요소로 작용한다. 협력기구 참여 여부가 강제되지 않다 보니 주요 플랫폼이 협력체계 밖에 머물 경우 그 영역은 사실상 공백지대로 남게 된다. 이는 참여기관 간 형평성 문제를 넘어, 전체 유통 흐름을 아우르는 대응체계의 완결성을 약화시키는 요인으로 평가될 수 있다.

즉, 현행 민관협력체계는 법제 미비나 기술적 요인과는 별개로, 기관별 역량 격차, 상시 대응 부족, 조정 비용 증가, 사업 간 연계 부족, 자율 참여 기반의 불안정성이라는 운영상의 제약을 내포하고 있다. 이러한 한계는 협력 구조의 필요성을 부정하는 것이 아니라, 제도의 실효성을 높이기 위해 협력체계를 보다 상시적·통합적·예측 가능한 운영 구조로 재정비할 필요가 있음을 시사하는 것으로 이해된다.

제4절 | 해외 주요국의 사례

1. 미국

전자상거래 환경에서 위조·불법복제 상품의 유통을 효과적으로 차단하기 위해서는 정부의 단속과 규제 만으로는 충분하지 않다는 점이 미국에서도 지속적으로 지적되어 왔다. 온라인 거래 구조는 민간 플랫폼의 내부 정책, 판매자 관리, 데이터 접근성을 기반으로 작동하기 때문에, 민간 사업자 스스로가 보다 강도 높은 자율규범을 마련하고 이를 일관되게 적용하지 않는 한 실질적인 개선을 기대하기 어렵다. 이러한 문제의식 속에서 미국 국토안보부(Department of Homeland Security, DHS)는 전자상거래 플랫폼과 제3자 중개업체가 우선적으로 채택해야 할 일련의 모범사례를 제시하고, 국가지식재산권조정센터(IPR Center)를 중심으로 그 이행 여부를 점검하는 체계를 구축하였다. 이 모범사례의 핵심은 온라인 유통 생태계에서 가장 많은 정보를 보유하고 있는 플랫폼·중개업체 스스로가 판매자 검증, 위험 거래 식별, 브랜드 보호 조치, 사후 대응 등의 영역에서 보다 적극적 역할을 수행하도록 하는 데 있다.

모범사례는 ① 포괄적 약관(Comprehensive Terms of Service) 마련, ② 강화된 판매자 심사(Significantly Enhanced Vetting), ③ 고위험 품목 제한(Limitations on High-Risk Products), ④ 효율적 통지·삭제(Notice and Takedown) 절차, ⑤ 사후조치(Post-Discovery Actions) 강화, ⑥ 해외 판매자에 대한 손해배상 책임(Indemnity Requirements) 부과, ⑦ 미국 법집행기관 요구에 응할 수 있는 금융기관을 통한 결제, ⑧ 판매자 신원 공개(Pre-Sale Identification) 강화, ⑨ 판매자 고유식별번호(Marketplace Seller ID) 부여, ⑩ 명확한 원산지 표시(Country of Origin Disclosure)를 주요 내용으로 한다.¹³⁰⁾

우선, 플랫폼은 제3자 판매자를 대상으로 한 포괄적 서비스 약관을 마련하여 위조·불법복제 상품 판매를 명시적으로 금지하고, 위반 시 계정 정지·퇴출·재고 폐기와 같은 즉각적인 조치를 취할 수 있는 권한을 확보해야 한다. 약관은 판매자가 타인의 사용자명·로그인·이미지를 무단 사용하거나 침해 징후가 나타나는 경우, 별도의 법원 판단 없이 플랫폼이 선제적 조치를 취할 수 있도록 규정하는 것이 핵심이다.

이와 함께 플랫폼은 신규 판매자 유입 단계에서부터 강화된 판매자 심사를 실시해야 한다. 구체적으로는 사업자 정보, 주소, 결제 계좌, 이전 판매 이력, 타 플랫폼 퇴출 기록 등을 제출받고, 위험도 평가와 정보 검증 절차를 운영하여 허위·불응 사례에 대해서는 등록 자체를 차단하는 방식으로 위조 판매자의 초기 진입을 억제해야 한다.

또한, 제품군별 위험도에 따라 고위험 품목에 대한 제한을 두는 것도 중요한 대응책으로 제시된다. 의약품, 차량용 안전부품, 유아식, 휴대전화 배터리 등 위조 발생 가능성과 소비자 위해 우려가 큰 상품에 대해서는 판매 금지 또는 사전 승인 절차를 적용하고, 특정 제한 품목에 대해서는 제3자 인증서나 추가 자료 제출을 요구하는 등 차등 규제를 운용하도록 권고된다.

침해 게시물의 처리와 관련해서는 효율적 통지·삭제 절차가 필수적이다. 플랫폼은 권리자의 부담을

130) Homeland Security, "Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods, Report to the President of the United States", January 24, 2020, p.5.

완화하기 위해 침해 판단 기준을 명확히 공개하고, 신고 접수에서 삭제까지의 처리 시간을 단축해야 하며, 대량 판매 계정은 C2C 이용자¹³¹⁾와 달리 사업자로 간주해 보다 엄격한 조치를 적용하는 기준을 마련해야 한다.

침해 사실이 확인된 이후에는 사후조치를 체계적으로 이행해야 한다. 구매자에게 환불을 제공하고, 권리자에게는 침해 상품의 정보와 잔여 재고를 통보하며, 플랫폼이 운영하거나 위탁 관리하는 창고·풀필먼트 센터(Fulfillment Center)¹³²⁾에서 보관 중인 재고는 폐기하는 등 재유통을 방지하는 조치가 뒤따라야 한다. 아울러 수사기관과 즉시 정보를 공유하여 추가 조치를 논의하는 절차도 포함된다.

특히 역외 판매자 문제를 해결하기 위해 플랫폼은 해외 판매자에 대한 손해배상 책임을 부과해야 한다. 이는 보험 가입이나 보증 수단을 요구하여, 해외 판매자의 책임 회피로 인해 소비자와 권리자에게 발생하는 손해를 보상할 수 있는 장치를 마련하는 데 목적이 있다.

결제 및 정산 단계에서는 미국 법집행기관 요청에 응할 수 있는 금융기관을 통한 거래 처리가 요구된다. 판매자의 자금 흐름이 미국의 정보 요청에 응할 수 있는 금융 시스템을 거치도록 하여, 익명 결제를 통한 침해조직의 은닉·도피 가능성을 최소화하는 것이다.

아울러 소비자가 구매 결정을 내리기 전에 판매자의 실체를 명확히 파악할 수 있도록 판매자 신원의 사전 공개를 강화해야 한다. 판매자명, 사업자 등록 정보, 침해 신고 이력, 정품 공식 인증 여부 등 핵심 정보가 상품 페이지에서 명확하게 표시되어야 하며, 이는 소비자가 위조 위험을 스스로 판단하는 데 중요한 역할을 한다.

플랫폼은 동일 판매자가 여러 계정을 순환적으로 사용하는 관행을 막기 위해 판매자 고유 식별번호를 부여하고, 관련 계정을 연계하여 추적할 수 있는 내부 관리 시스템을 구축해야 한다. 이는 소비자뿐 아니라 권리자와 플랫폼 모두가 특정 판매자의 신뢰도와 위험도를 정확히 평가할 수 있게 하는 기반이 된다.

마지막으로, 온라인 유통에서도 오프라인과 동일한 수준의 투명성을 확보하기 위해 명확한 원산지 표시를 요구해야 한다. 제조국과 발송국 등 원산지 정보가 상품 페이지와 결제 과정에서 명확히 표시되도록 함으로써, 소비자 보호뿐만 아니라 국경단계의 통관·규제 조치에도 필요한 정보를 제공하는 효과를 가진다.¹³³⁾

이처럼 미국 DHS가 제시한 전자상거래 플랫폼 모범사례는 플랫폼을 단순한 중개자가 아니라 위조상품 유통을 예방·통제하는 핵심 행위자로 규정하며, 약관·심사·제한·사후조치 등 거래 전 과정에 걸쳐 플랫폼의 책임과 재량을 대폭 확대하도록 설계하고 있다. 이러한 구조는 자율적 민관협력에 기초한 한국의 위조상품 대응 체계와 비교할 때 법적·제도적 기반의 강도, 판매자 식별 체계의 구체성, 역외 판매자 규율 방식에서 중요한 차이를 드러낸다.

131) C2C(Consumer-to-Consumer) 이용자는 온라인 플랫폼에서 일반 소비자끼리 직접 거래를 주고받는 방식의 이용자를 의미한다. 예를 들어, 중고거래 플랫폼이나 커뮤니티 기반 판매처럼 개인이 다른 개인에게 물건을 판매하는 구조가 대표적인 C2C 형태이다.

132) 온라인 쇼핑몰이나 이커머스 기업의 물류 전 과정을 대행해 주는 통합 물류 거점을 말한다. 이는 단순한 창고가 아니라, 상품의 입고부터 출고까지 고객 만족도를 높이는 핵심적인 프로세스를 모두 담당한다.

133) Homeland Security, "Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods, Report to the President of the United States", January 24, 2020, pp.34-40.

우선 미국의 모범사례는 플랫폼이 위조상품 리스크를 관리할 수 있도록 광범위한 약관 권한을 확보할 것을 요구한다. 계정 정지, 게시물 삭제, 재고 폐기, 연계 계정 차단 등 침해 대응을 플랫폼 내부 규범으로 명문화함으로써, 플랫폼이 문제 발견 즉시 조치를 취할 수 있는 제도적 여지를 넓혀 놓는다. 반면 한국의 현행 법제는 위조상품 대응을 플랫폼의 자율 영역에 두고 있어, 약관 기반 조치의 강도 및 범위가 플랫폼마다 상이하고, 침해 대응의 표준화도 충분히 이루어지지 않은 상태다.

또한 미국은 판매자 심사 강화, 위험판매자 식별, 복수 계정 연계 추적 등 실명·식별 기반 규제를 통해 판매자 투명성을 확보하는 반면, 한국은 C2C 영역에서 판매자 신원 파악이 제한되고, 반복 침해 판매자에 대한 체계적 추적·위험도 평가 시스템이 부족하다는 점에서 구조적 차이가 존재한다. 특히 미국의 모범사례는 판매자 고유식별번호 부여를 통해 동일 판매자의 계정 분리·위장 행위를 차단하는 것을 핵심 기능으로 제시하지만, 한국은 플랫폼 내부에서조차 계정 간 연계 및 반복 침해 추적이 제도적으로 확보되지 않아 탐지 공백이 발생할 가능성이 높다.

고위험 품목 관리 방식에서도 차이가 나타난다. 미국은 의약품, 유아용품, 차량용 안전부품 등 위험도가 높은 품목에 대해 금지·제한·사전승인 제도를 운영하며, 인증서 검증 등 차등 규제를 플랫폼 책임으로 부여한다. 반면 한국의 현행 체계는 소비자 안전 관련 규제가 개별 법령에 분산되어 있어 위조상품과 안전위험을 결합한 형태의 플랫폼 규제가 구조적으로 미흡하다. 이는 특정 품목을 중심으로 발생하는 집중적 위조상품 유통을 사전에 통제하기 어렵다는 점에서 정책적 공백으로 지적될 수 있다.

사후조치 체계에서도 미국은 위조상품 발견 이후 구매자 환불, 권리자 통보, 재고 폐기, 법집행기관 협조 등 후속 절차를 명문화한 반면, 한국은 플랫폼 자율조치에 의존하는 구조가 유지되고 있다. 특히 재고 폐기나 법집행기관 자동 통보 등은 미국식 모범사례에서 중요한 요소로 다루어지지만, 한국에서는 협의회 참여 여부나 개별 플랫폼 정책에 따라 조치 강도가 달라짐으로써 대응의 일관성이 저하되는 문제가 발생한다.

또한 역외 판매자 규율 방식에서도 양국 간 차이가 두드러진다. 미국은 해외 판매자의 책임 회피를 막기 위해 보험·보증 또는 보상능력 증명을 요구하고, 거래 결제가 미국 법집행기관의 정보 요청에 응할 수 있는 금융기관을 통해 이루어지도록 유도하는 등 실질적 통제 장치를 마련하고 있다. 한국은 역외 판매자에 대한 법적 규율 수단이 제한적이고, 플랫폼이 해외 판매자에게 책임을 부과할 수 있는 제도적 근거도 충분하지 않아, 역외 기반 위조상품 유통을 막는 데 구조적 어려움이 따른다.

이러한 차이점은 한국 위조상품 정책에 여러 시사점을 제공한다. 무엇보다 플랫폼의 책임을 공적 규범 수준으로 강화하기 위한 법적 근거 마련이 필요하며, 판매자 신원·이력 추적 체계를 제도화하여 C2C 기반 위조상품 유통의 구조적 취약성을 보완해야 한다. 고위험 품목의 선별적 규제, 사후조치 절차의 표준화, 역외 판매자 책임 강화 등도 미국 사례가 제시하는 중요한 정책 방향이다. 아울러 민관협력체계를 자율적 참여가 아닌 최소한의 의무와 평가체계를 갖춘 구조로 재설계함으로써, 협력의 실효성과 거버넌스의 일관성을 확보할 필요가 있다. 요컨대, 미국의 모범사례는 플랫폼을 중심으로 한 책임 기반의 규제모델이 위조상품 대응의 핵심이라는 점을 분명히 보여준다. 한국 역시 민관협력 강화라는 기존 정책기조를 유지하되, 이를 플랫폼 규제 강화·책임 기반 체계와 접목하는 방향으로 제도적 전환을 추진할 필요가

있으며, 이러한 변화는 위조상품 대응이 단속 중심에서 예방·탐지 중심으로 이행하는 데 필수적인 기반이 될 것이다.

2. 유럽연합

EU의 온라인 위조상품 대응 체계는 유럽연합 지식재산청(EUIPO)을 중심으로 운영되며, 주요 온라인 플랫폼 및 권리자 단체와 체결된 ‘온라인 위조상품 판매 근절을 위한 양해각서(MoU on the Sale of Counterfeit Goods Online)’¹³⁴⁾가 그 협력 구조를 떠받치는 핵심 제도적 기반으로 기능하고 있다. 이 MOU는 법적 강제를 전제로 하지 않지만, 참여 플랫폼의 책임성과 대응 수준을 일정 기준까지 끌어올리는 역할을 하며, 온라인 환경에서 위조상품 유통을 예방·차단하기 위한 실질적 운영 규범으로 자리 잡았다.

우선, MOU는 EUIPO, 유럽위원회, Amazon, eBay, AliExpress 등과 같은 주요 글로벌 플랫폼, 브랜드 보호 단체, 산업별 권리자 협의체 등이 모두 참여하는 다자 협력 구조를 갖추고 있다. 이들은 정례회의를 통해 운영 성과를 점검하고, 플랫폼별 기술·정책적 대응 수준을 비교하며, 필요한 조정 사항을 논의한다. 이러한 구조는 개별 국가 단위에서 민관 협력이 운영되는 미국과 달리, EU 단일 시장 전체를 하나의 관리 단위로 통합하려는 EU 특유의 초국가적 거버넌스를 반영한다.

MOU의 핵심은 플랫폼이 단순한 삭제 요청 처리에 머무르지 않고, 게시 단계에서 위조상품을 사전에 걸러내는 선제적 차단(preventive filtering) 역량을 강화하도록 유도하는 것이다. 이를 위해 참여 플랫폼들은 정품 이미지·로고 기반 유사도 분석, 딥러닝 기반 자동 탐지, 반복 위반 계정의 행태 분석 등 기술적 조치를 도입하고 있으며, EUIPO는 이러한 조치의 적용 현황을 평가해 참여 플랫폼 간 모범사례를 공유·확산하는 조정자 역할을 수행한다. EUIPO가 기술적 기준 설정과 성과 비교를 맡음으로써, 참여 플랫폼의 대응 수준이 자연스럽게 상향평준화되는 효과가 나타난다.¹³⁵⁾

또한 MOU는 통지·삭제(Notice and Takedown) 절차를 일정 수준까지 표준화하였다. 권리자가 제출해야 하는 최소 자료 요건, 플랫폼이 삭제 요청을 처리해야 하는 최대 응답 시간, 반복 위반 계정에 대한 제재 기준, 삭제 후 권리자에게 제공해야 하는 정보(계정 정보, 판매 규모, 재고 여부 등)에 관한 기본 규정이 마련되면서, 플랫폼 간 이행 편차가 크게 줄어들었다. 특히 대규모 판매자를 개인 판매자로 취급해 제재 강도가 약화되는 문제를 방지하기 위해, 사업자 기준을 명확히 하는 규정이 포함된 점은 권리자 측 부담을 실질적으로 완화한 개선으로 평가된다.

권리자의 참여를 강화하기 위한 장치로서 MOU는 신뢰받는 권리자(Trusted Flaggers) 제도를 운용한다. 일정 수준의 정확성과 신뢰도를 입증한 권리자는 우선 처리 대상이 되며, 플랫폼은 이들의 신고에 대해 신속 삭제 또는 자동 삭제를 적용할 수 있다. 이는 권리자 측의 모니터링 효율을 높일 뿐 아니라, 플랫폼 입장에서 과도한 수작업 검토 부담을 줄여 지속 가능한 협력 구조를 만드는 기반이 된다.

134) EUIPO, "Memorandum of understanding on the sale of counterfeit goods on the internet" (https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/enforcement-intellectual-property-rights/memorandum-understanding-sale-counterfeit-goods-internet_en; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

135) EUIPO, "Anti-counterfeiting and anti-piracy technology guide (ACAPT Guide)" (<https://euipo.europa.eu/anti-countereifiting-and-anti-piracy-technology-guide>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

나아가 EUIPO는 단순한 중재기관을 넘어, MOU를 통해 수집되는 다양한 데이터를 통합·분석하는 정보 허브(data hub)로 기능한다. 플랫폼에서 제공되는 삭제 건수, 반복 위반 계정 수, 고위험 품목별 탐지 흐름, 신고 처리 시간 등의 데이터는 EUIPO의 분석 시스템에 집적되며, 이를 기반으로 EU 전역의 위조상품 유통 경향을 분석한 보고서가 매년 발간된다. 이 분석 결과는 이후 각국 관세 당국의 국경 단속 전략, EU 차원의 지적재산권 보호 정책 수립 등에 직접적으로 활용되며, 결과적으로 온라인 모니터링·관세 단속·정책 결정이 하나의 유기적 구조로 연결되는 기반을 형성한다.

EU 모델의 특징을 종합하면, 민간의 자율적 협력과 공공기관의 조정·정보 분석 기능이 정교하게 결합된 이중 구조가 위조상품 대응의 중심 원리로 작동하고 있음을 확인할 수 있다. 온라인 환경에서는 EUIPO가 플랫폼과 권리자 간 협력을 촉진하며 기술 기반의 사전적 차단을 강화하는 방향으로 역할을 수행하고, 국경 단계에서는 COPIS(Customs anti-Counterfeit and anti-Piracy Information System)를 매개로 관세 당국 간의 단일한 정보 체계를 구축함으로써 국가별 단속 역량의 편차를 최소화한다. 이러한 체계는 민간 주체의 혁신성과 공공기관의 정보 통합력이 상호 보완적으로 작용할 때 온라인 위조상품 유통의 확산을 억제할 수 있다는 점을 실증적으로 보여준다.

이 같은 EU 모델은 한국의 민관협력 체계에도 몇 가지 중요한 시사점을 던진다. 우선, 아직 개별 기관과 플랫폼 간의 정보 공유에 의존하는 한국의 현행 구조는 COPIS와 같은 중앙 집중형 데이터 플랫폼을 도입함으로써 보다 체계적이고 실시간적인 정보 흐름으로 전환될 필요가 있다. 단속 정보, 위조품 식별 방식, 판매자 정보 등이 일관된 방식으로 축적되고 분석되어야 정책의 정교성이 높아질 수 있다는 점에서 EU의 데이터 기반 협력 방식은 중요한 벤치마킹 지점이 된다.

또한 한국의 현재 모델이 자율적 협력에 크게 의존하고 있는 상황에서, EU가 「디지털서비스법(DSA)」을 통해 일정 규모의 플랫폼에 최소한의 위험 평가와 완화 의무를 도입한 점은 정책적 균형점을 모색하는데 참고할 만하다. 즉, 민간의 자율성을 훼손하지 않으면서도 위조상품 대응의 책임 구조를 강화하는 규범적 기반이 필요하다는 점이다. 이는 플랫폼 간 참여 수준의 편차와 대응 기준의 불균형이 지속적으로 제기되는 한국의 현실에서도 동일한 문제의식을 반영한다.

제5절 | 민관협력의 발전방안

1. 민관협력의 법적·제도적 기반 확립

온라인 기반 위조상품 유통은 익명성·역외성·기술적 회피 등으로 인해 정부 단속만으로 대응하기 어렵다는 점이 이미 여러 차례 확인되었다. 이러한 현실을 고려하면, 민간의 기술·데이터 역량을 정책적으로 결합할 수 있는 제도적 기반을 마련하고, 플랫폼의 역할과 책임을 명확히 규정하는 법적 장치를 갖추는 것이 민관협력의 실효성을 담보하는 출발점이라 할 수 있다.

첫째, 플랫폼의 책임 범위를 명확하게 설정하는 법적 근거가 필요하다. 현재 우리나라의 대응 구조는

플랫폼 자율규제나 민간 협약에 크게 의존하고 있어, 조치의 범위와 집행 강도 면에서 플랫폼 간 편차가 크고, 위조상품 판매자에 대한 실효성을 확신하기 어려운 측면이 있다. 이러한 한계를 극복하기 위해서는 전자상거래 플랫폼을 단순한 ‘중개자’가 아니라, 위조상품 유통의 예방과 통제를 수행해야 하는 주체적 행위자로 규정하는 법적 조정이 요구된다. 예컨대, 반복적 침해자가 확인된 경우 판매자 계정을 정지하거나 연계 계정을 함께 차단하는 조치, 위조 혐의 게시물의 게시 중단, 플랫폼이 관리하는 창고나 풀필먼트센터에 보관된 상품의 폐기와 같은 조치가 법적으로 정당화될 수 있도록 플랫폼에 일정한 재량권과 법적 보호를 동시에 부여할 필요가 있다.

둘째, 판매자 신원 정보의 투명성과 추적 가능성을 확보하는 제도가 마련되어야 한다. 위조상품 유통 조직은 복수 계정 운영이나 해외 계정 위장과 같은 방식을 지속적으로 활용하고 있어, 플랫폼이 실제 파악을 하지 못하는 한 단속이나 차단 조치는 반복적으로 무력화될 가능성이 높다. 이에 따라 일정 규모 이상의 판매자 또는 반복 판매가 확인되는 C2C 판매자에 대해 실명, 연락처, 사업자 정보 등 기본 신원 정보를 확실히 확보하고, 필요한 범위 내에서 이를 소비자와 권리자에게 제공하도록 하는 방안이 고려될 수 있다. 더 나아가 판매자에 대한 고유 식별번호를 부여해 동일·연계 계정 여부를 시스템적으로 확인·추적할 수 있도록 하면, 반복 침해자를 장기적으로 배제하는 데 중요한 기반이 마련될 것이다. 이러한 투명성 확보 조치는 소비자가 합리적 구매 판단을 할 수 있도록 돕는 기능도 수행할 것으로 기대된다.

셋째, 역외 판매자와 고위험 품목을 대상으로 한 제도적 규율을 강화해야 한다. 해외 판매자의 경우 국내 제재가 실효적으로 미치지 어려운 만큼, 플랫폼이 일정 수준의 보증 능력, 예컨대 보험 가입, 보증금 예치 등을 요구하는 장치를 마련하는 것이 필요하다. 이는 피해 발생 시 책임 추궁이 어려운 구조적 한계를 보완하는 수단이 될 수 있다. 아울러 의약품, 유아용품, 차량용 안전부품과 같이 안전 위험을 동반하면서 위조 가능성이 높은 품목에 대해서는 사전 승인, 인증서 검증, 원산지 정보 공개 등 차등적 규제 체계를 도입함으로써, 소비자 보호와 위조상품 차단 기능을 실질적으로 강화할 필요가 있다.

2. 정보 공유·데이터 연계 기반의 고도화

온라인 환경에서 위조상품 대응의 정밀성을 높이기 위해서는 개별 기관과 플랫폼이 보유한 정보를 단순히 공유하는 수준을 넘어, 판매자·거래·국경 정보가 유기적으로 결합되는 데이터 기반 협력 체계를 구축하는 것이 핵심 과제로 부상하고 있다. 이는 위조상품 유통의 구조적 취약점으로 지적되어 온 판매자의 익명성, 역외성, 복수 계정 운영, 거래 경로 은폐 등 다양한 문제를 해소하기 위한 필수적인 기반으로 기능한다.

우선, 위조상품 대응이 상품 단위의 삭제나 적발을 넘어 판매자 단위의 식별과 추적으로 전환되기 위해서는 공공기관과 플랫폼 간의 데이터 연계가 제도적으로 강화될 필요가 있다. 지식재산청이 보유한 신고·차단 정보, 관세청이 확보한 통관 역류 기록, 한국지식재산보호원의 온라인 모니터링 자료, 그리고 플랫폼의 계정 정보·결제 정보·거래 이력 등을 통합하는 방식으로, 반복적 침해 행위를 보이는 판매자를 식별하는 공동 데이터베이스를 구축하는 것이 그 출발점이 된다. 이러한 시스템은 특히 C2C 영역에서 복수 계정을 순환시키며 활동하는 판매자를 추적하는 데 효과적이며, 이를 위해서는 플랫폼이 보유한

제정 연계 정보나 위험 판매자 정보를 공공기관이 적법하게 요청·활용할 수 있도록 하는 명확한 법적 근거가 병행되어야 한다.

나아가 국내 온라인 데이터와 국경 단속 데이터를 실시간으로 연결하는 구조를 마련하는 것이 중요하다. 해외에서 발송된 위조상품은 통관 단계에서 적발되는 경우가 많지만, 그 정보가 플랫폼이나 공공기관의 온라인 단속 시스템과 신속히 연계되지 못하면 반복적인 유통 차단으로 이어지기 어렵다. 이에 따라 관세청의 압류·억류 정보를 온라인 플랫폼과 교차 분석하는 절차를 제도화하고, 해외 발송인·수취인 정보와 온라인 판매 기록을 연동하여 역외 판매자의 활동을 식별하는 체계를 고도화할 필요가 있다. 동시에 EU의 COPIS와 유사한 형태로, 한국 단속기관과 해외 주요 플랫폼·외국 관세 당국 간에 침해 판매자 정보와 유통 경로 정보를 교환하는 상설 정보교류 채널을 구축하는 것은 역외 위조상품 대응력을 대폭 강화하는 전제가 된다.

아울러 민간 플랫폼이 보유한 AI 기반 탐지 기술을 공공 정책과 단속에 환류시키는 체계를 마련하는 것도 필수적이다. 주요 글로벌 플랫폼은 딥러닝 기반 이미지 분석, 텍스트 패턴 탐지, 비정상 거래 행태 분석 등 고도화된 탐지 기술을 통해 위조상품을 사전에 차단하고 있으나, 그 성과와 패턴 정보가 공공기관과 충분히 공유되지 못하고 있다. 이를 개선하기 위해서는 플랫폼의 탐지 시스템이 포착한 최신 위조 수법·침해 패턴을 개인정보를 제거한 익명화 형태로 지식재산처나 한국지식재산보호원에 제공하도록 의무화하고, 이를 기반으로 공공기관과 민간이 공동으로 위조상품 유통 위험도를 분석하는 절차를 마련해야 한다. 이러한 위험도 분석은 특정 국가·품목·온라인 채널에 대한 단속 우선순위 설정, 예산 배분, K-브랜드 해외 진출 전략 등 다양한 정책 영역에서 활용될 수 있는 중요한 정보 자원이 될 것이다.

3. 민간 기술·모니터링 역량 강화 및 지원

온라인 시장이 위조상품 유통의 주요 통로로 자리 잡으면서, 플랫폼이 보유한 기술적 역량과 민간의 전문 모니터링 인력이 공공 단속 체계를 실질적으로 보완하는 핵심 요소로 떠오르고 있다. 민간 부문의 기술 혁신과 감시 능력이 강화되지 않는 한 정부의 단속만으로는 위조상품 유통을 효과적으로 차단하기 어려운바, 이러한 문제의식을 바탕으로 민간의 기술적·조직적 역량을 정책적으로 지원하고, 이를 공공 대응 체계와 조화시키는 방안이 필요하다.

첫째, 플랫폼의 AI 기반 탐지 기술 개발을 적극적으로 지원하는 것이 중요하다. 주요 글로벌 플랫폼이 이미 딥러닝 이미지 분석, 텍스트 패턴 분석, 판매자 행동 기반 위험 예측 등의 기술을 활용해 사전 차단 기능을 고도화하고 있다는 점을 고려하면, 국내 플랫폼 역시 유사한 기술 역량을 확보할 수 있도록 정책적 유인이 마련될 필요가 있다. 예컨대 AI 기반 위조 탐지 시스템을 도입한 플랫폼에 대해 세제 혜택이나 연구개발 지원을 제공하거나, 지식재산처나 한국지식재산보호원이 보유한 침해 사례 데이터를 익명화하여 제공함으로써 알고리즘 학습의 질을 높이는 방식이 가능하다. 나아가 플랫폼 간 기술의 효율성에 대한 상호 평가 체계를 구축하고, 우수 사례를 공유하여 업계 전체의 기술 수준을 상향 표준화하는 것도 고려할 수 있다.

둘째, 기술과 더불어 전문 모니터링 인력과 권리자 역량 강화가 병행되어야 한다. 온라인 위조상품의

유형은 빠르게 변화하고 있으며, 플랫폼마다 탐지 체계가 상이하기 때문에 현장에서 직접 이를 식별하고 신고하는 인력의 전문성이 매우 중요하다. 이를 위해 민간 모니터링 요원에 대한 교육·훈련 프로그램을 마련하고, 변화하는 위조 수법과 탐지 기법을 정기적으로 업데이트할 필요가 있다. 또한 권리자가 플랫폼의 신고 시스템을 보다 효과적으로 활용할 수 있도록 신고 기준·증빙자료·오인 가능성 등을 안내하는 실무 중심의 교육 프로그램을 제공해야 한다. 더 나아가 EU에서 이미 운영 중인 '신뢰 신고자(Trusted Flaggers)' 제도를 국내에도 확대 적용하여, 신고 정확도와 신뢰도가 높은 권리자나 대리인의 신고를 우선 처리하도록 하는 방식도 유효할 것이다.

셋째, 민간이 주도하는 기술 기반의 자율규제 인프라 구축을 지원하는 정책적 접근이 필요하다. 정품 인증 기술(QR 코드, 블록체인 기반 이력관리 등)을 도입하려는 기업에 대한 비용 지원이나 컨설팅 제공은 중소·중견기업이 위조 리스크에 대응할 수 있는 실질적 수단을 확보하는 데 기여할 것이다. 또한 위조상품 탐지·삭제 성과가 우수한 플랫폼에 대한 인증 제도를 마련하여 소비자에게 신뢰도를 높이고, 플랫폼 간 경쟁을 촉진하는 것도 자율 규제를 활성화하는 방법이다.

4. 협의체의 상설화·전문화 및 거버넌스 강화

한국의 위조상품 대응 체계가 보다 안정적이고 전략적으로 작동하기 위해서는 민관협의체를 단순한 논의 기구가 아니라, 정책 형성과 집행을 유도하는 상설적·전문적 거버넌스 기구로 발전시키는 과정이 필요하다. 현재의 협의 구조가 자발적 참여와 비정기적 회의 중심으로 운영되고 있다는 점을 감안하면, 협의체의 제도적 위상을 강화하고 기능을 세분화함으로써 정책 효과를 현실적으로 끌어올릴 수 있는 기반을 마련해야 한다.

우선, 협의체의 상설화 방안이 검토될 수 있다. 협의체 설치·운영에 관한 법적 근거를 마련하여 안정성을 확보하고, 협의 결과가 임시적 권고에 머무르지 않고 실제 행정지침·운영 기준 등으로 이어질 수 있도록 제도적 구속력을 갖출 필요가 있는 것이다. 이를 통해 협의체는 단순한 의견 수렴 창구를 넘어, 정부의 위조상품 대응정책이 민간의 현장 경험과 기술적 판단을 반영해 조정·개선되는 공식적 정책 플랫폼으로 자리매김할 수 있다.

이와 함께 협의체의 기능을 전문화하는 과정도 필요하다. 지식재산 법률, 전자상거래 기술, 관세·통관, 온라인 모니터링 등 주요 분야별 워킹그룹을 구성하고 상시적으로 가동함으로써, 개별 현안을 깊이 있게 분석하고 해결책을 제안하는 구조를 마련해야 한다. 특히 AI 탐지 기술, 자동화된 위조 탐지 시스템, 계정 연계 분석과 같이 전문성이 높은 기술 영역에서는 플랫폼 기술자·데이터 분석 전문가의 참여를 확대해 민간의 기술 혁신이 공공 정책 설계에 직접 반영되도록 해야 한다. 이와 같은 전문화는 협의체가 단순한 조정 창구를 넘어, 기술적·법률적 요소가 결합된 복합 쟁점을 체계적으로 분석하고 해결 방안을 모색하는 정책 개발의 핵심 플랫폼으로 기능하도록 할 것이다.

아울러 협의체 운영이 실제 정책성으로 이어지기 위해서는 성과 평가와 환류 체계를 갖추는 것이 중요하다. 협의체가 설정한 목표와 기준을 바탕으로 위조상품 삭제 속도, 반복 침해 판매자 퇴출률, 플랫폼의 자율 조치 이행 수준 등 정량적 성과 지표를 마련하고, 이에 대한 정기적 평가를 제도화해야 한다. 평가

결과를 기반으로 이행 우수 플랫폼에는 인센티브를, 이행 저조 플랫폼에는 개선 권고 또는 제재적 조치를 부여하는 방식의 차등화도 검토할 수 있다. 이러한 구조는 협의체 논의가 단순한 권고에 머무르지 않고, 실제 정책 이행과 민간 부문의 행태 변화를 이끌어낼 수 있는 동력이 될 것으로 기대된다.

제 10 장

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

개정 시안

결론은 온라인서비스제공자의 정보제공의무 및 관련 규정들에 대한 개정 시안을 제시하는 것으로 같음 하고자 한다.

제1절 | 온라인 플랫폼사의 정의

1. 온라인 플랫폼사의 정의

국내대리인의 지정과 관련해서는 이미 「정보통신망법」 제32조의5, 「개인정보 보호법」 제31조의2 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8에 관련규정이 있어서 「상표법」에 이에 관한 규정을 둔다고 하여 법적인 문제는 발생하지는 않는다고 판단된다.

본 개정시안은 2024년 10월 19일 이철규 의원이 발의한 국내대리인의 지정에 관한 「상표법 개정법률안」¹³⁶⁾ 과 「정보통신망법」 제32조의5, 「개인정보 보호법」 제31조의2 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8을 참고한 것이다.

»» **〈표 10-1〉 「상표법」 제2조(정의) 개정시안**

현행법	개정 시안
제2조(정의)	제2조(정의)
① ----- (생략).	① ----- (현행과 같음)
1. ~ 11. (생략)	1. ~ 11. (현행과 같음)
〈신설〉	12. “온라인서비스제공자”란 이용자들이 정보통신망(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망을 말한다)에 접속하여 정보통신망을 통하여 상품 등을 거래할 수 있도록 하거나 상품 등을 거래하기 위한 광고의 정보를 제공하도록 하는 등 제2조제1항제11호의 상표의 사용을 가능하게 하는 자를 말한다.
	13. “서비스이용자”란 온라인서비스제공자가 제공하는 전자적 시스템을 통하여 소비자에게 상품 등을 거래하거나 상품 등을 거래하기 위한 광고의 정보를 제공하는 등 제2조제1항제11호의 상표의 사용을 하는 자를 말한다.

136) 2024년 10월 19일 「상표법 일부개정법률안」(이철규의원 등 12인)(의안번호: 2205684).

2. 국내대리인의 지정

국내대리인의 지정과 관련해서는 이미 「정보통신망법」 제32조의5, 「개인정보 보호법」 제31조의2 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8에 관련규정이 있어서 「상표법」에 이에 관한 규정을 둔다고 하여 법적인 문제는 발생하지는 않는다고 판단된다.

본 개정시안은 2024년 10월 19일 이철규 의원이 발의한 국내대리인의 지정에 관한 「상표법 개정법률안」¹³⁷⁾ 과 「정보통신망법」 제32조의5, 「개인정보 보호법」 제31조의2 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8을 참고한 것이다.

다만 이철규 의원안 중 “이 법에 따라 온라인서비스제공자에 대하여 이루어져야 할 통지·신고나 문서의 송달 등은 국내대리인에게 이루어짐으로써 온라인 서비스제공자에게 효력이 있다”고 규정한 제5항은 「민법」상 대리권의 당연한 효과라는 점에서 「상표법」에 명시적으로 규정할 필요는 없다고 판단된다.

이때 국내대리인을 지정하지 않은 경우 2천만원 이하의 과태료를 징수하도록 한 것은 「개인정보 보호법」 제31조의2, 「정보통신망법」 제32조의5 그리고 「전기통신사업법」 제22조의8 위반에 대하여 2천만원 이하의 과태료를 징수하도록 한 것에 맞춘 것이다.

다만 국내대리인의 주의의무와 관련하여 해당 주의의무는 국내 온라인 플랫폼의 주의의무와 동등한 것이어야 한다는 점에서 예컨대 이철규 의원안 제108조의3과 같은 온라인 플랫폼사의 주의의무는 국내 대리인에 대해서도 그대로 적용되어야 할 것으로 판단된다. 따라서 개정 시안에서는 이철규 의원안 제108조의3이 법제화될 것을 예정하여 개정 시안에 이를 반영하도록 한다.

» **〈표 10-2〉** 국내대리인의 지정에 관한 개정 시안

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조의4(국내대리인의 지정)
	① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인서비스제공자로서 매출규모, 이용자 수 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다.
	1. 제108조의2제2항의 조치, 제3항의 통보 및 제5항의 조치의 취소 등의 이행
	2. 제108조의3제1항에 따른 자료제출의 요구의 이행
	3. 제108조의5제7항 본문 및 제8항의 명령에 따른 조치, 공지 또는 자료 제시의 이행
	② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다.
	③ 제1항에 따라 국내대리인을 지정한 때에는 다음 각 호의 사항을 인터넷 사이트 등에 공개하여야 한다.
	1. 국내대리인의 성명(법인인 경우에는 그 명칭 및 대표자의 성명을 말한다)
	2. 국내대리인의 주소(법인인 경우에는 영업소 소재지를 말한다), 전화번호 및 전자우편 주소
	④ 국내대리인은 제1항에 따른 온라인서비스제공자와 유효한

137) 2024년 10월 19일 「상표법 일부개정법률안」(이철규의원 등 12인)(의안번호: 2205684).

현행법	개정 시안
	연락수단을 확보하여야 한다.
	⑤ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 온라인서비스제공자가 그 행위를 한 것으로 본다.
	⑥ 제1항에 따른 국내대리인의 지정 및 지정절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령에 정한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① 제108조의4를 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다.
〈신설〉	② (1천만원 이하의 과태료 신설)
	1. (제108조의2제2항 위반)
	2. (제108조의3제1항 위반)
	3. (제108조의5제7항 본문 및 제8항 위반)
	4. (제108조의6제3항 위반)
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

참고로 이철규 의원안 제108조의3을 바탕으로 “온라인서비스제공자가 준수하여야 할 절차”와 관련하여 온라인서비스제공자의 조치의무를 개정 시안 제108조의5로 제시하면 다음과 같다.

» **〈표 10-3〉 온라인플랫폼사의 조치의무에 관한 개정 시안**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조의5(온라인서비스제공자가 준수하여야 할 절차)
	① 상표권자 또는 전용사용권자는 온라인서비스제공자의 서비스를 통하여 자기의 권리에 대한 침해가 발생하였다고 주장하는 경우 해당 사실을 대통령령으로 정하는 바에 따라 구체적으로 소명하여 그 온라인서비스제공자에게 해당 상품에 관한 그 정보의 삭제 또는 접근을 차단하거나 그 상품에 관한 판매를 중지하는 등의 침해 방지를 위한 조치를 요구할 수 있다.
	② 제1항에 따른 요구를 받은 온라인서비스제공자는 즉시 침해 방지를 위한 조치를 하고 상표권자 또는 전용사용권자와 서비스이용자에게 그 사실을 통보하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 온라인서비스제공자가 제1항에 따른 조치를 지체 없이 취하는 것이 기술적 또는 경제적으로 불가능한 경우 2. 그 밖에 대통령령으로 정하는 정당한 사유가 있는 경우
	③ 제2항에 따른 통보를 받은 서비스이용자가 자신의 서비스 이용이 정당한 권리에 의한 것임을 대통령령으로 정하는 바에 따라 구체적으로 소명하여 그 서비스의 재개를 요구하는 경우 온라인서비스제공자는 재개요구사실 및 재개예정일을 해당 상표권자 또는 전용사용권자에게 지체 없이 통보하고 그 예정일에 그 서비스를 재개하여야 한다. 다만, 그 상표권자와 전용사용권자가 재개예정일 이전에 온라인서비스제공자에게 대통령령으로 정하는 바에 따라 침해행위에 대하여 소를 제기하였음을 입증할 수 있는 서류를 제출한 경우에는 그러하지 아니하다.
	④ 제3항 단서는 그 서비스의 재개를 명하는 가처분 등이 있는 경우에는 그 가처분 등에 영향을 주지 아니한다.

현행법	개정 시안
	⑤ 온라인서비스제공자는 자신의 가상 공간 등 전자적 시스템 또는 설비를 이용하는 자들이 제1항부터 제3항까지에 따른 절차를 쉽게 이용할 수 있도록 관련 사항을 미리 적절한 방법으로 공지하여야 한다.
	⑥ 온라인서비스제공자가 제2항에 따른 조치 또는 제5항에 따른 공지를 하지 아니하는 경우 상표권자 또는 전용사용권자는 지식재산처장에게 그 조치 또는 공지를 하도록 명령하여 줄 것을 요청할 수 있다.
	⑦ 지식재산처장은 제6항에 따른 요청이 있으면 온라인서비스제공자에게 제2항에 따른 조치 또는 제5항에 따른 공지를 하도록 명할 수 있다. 다만, 온라인서비스제공자에게 제2항 단서에 따른 사유가 있는 경우에는 그러하지 아니하다.
	⑧ 지식재산처장은 온라인서비스제공자가 제2항 단서의 사유를 주장하는 경우에는 그 주장의 당부를 판단하기 위하여 자료의 제시를 명할 수 있다.
	⑨ 정당한 권리 없이 제1항 또는 제3항 본문에 따른 침해 방지를 위한 조치나 재개를 요구하는 자는 그로 인하여 발생하는 손해를 배상하여야 한다.
	⑩ 상표권자·전용사용권자 또는 서비스이용자는 이 조에 따른 조치나 손해의 배상 등 분쟁을 해결하기 위하여 「발명진흥법」 제41조제1항에 따른 산업재산권분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라고 한다)의 분쟁조정 절차를 이용할 수 있다.
〈신설〉	제234조의2(벌칙)
	① 제108조의6제5항을 위반하여 요청되거나 청구된 목적 외의 용도로 서비스이용자의 정보를 사용한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.
	② 자신에게 정당한 권리가 없음을 알면서도 제108조의6제1항 또는 제3항에 따른 침해 방지 조치 요구 또는 서비스 재개요구를 하여 온라인서비스제공자의 업무를 방해한 자에게는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

제2절 | 온라인 플랫폼사의 정보제공의무

이상의 쟁점들을 고려할 때 어떻게 온라인 플랫폼사의 정보제공의무를 근거지울 것인가라는 문제가 제기되는데 이와 관련하여 다음과 같이 두 가지 선택적인 방안들을 고려할 수 있다. 즉 첫째 모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안과 둘째 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안을 생각할 수 있다. 그리고 참고로 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로서 판매자에게 정보제공동의를 받는 방안도 제시하였다.

1. 모니터링의 결과에 따라 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안

본 방안은 모니터링에 대한 근거규정을 신설하는 것을 전제로 모니터링의 결과 조사가 필요한 경우 자료제출을 요구할 수 있도록 한 것이다.

모니터링의 결과에 따라 온라인 플랫폼사에 대하여 위조판매자의 정보의 제출을 요구하는 경우 원칙적으로 판매자에게 개인정보를 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하도록 함으로써 「개인정보 보호법」과 조화시키려고 했다. 다만 해당 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 해당 통지를 유예할 수 있도록 하고 온라인 플랫폼사에 대해서도 「개인정보 보호법」상 제3자 정보제공의 통지를 유예하도록 요구할 수 있도록 하였다. 그리고 자료의 제출의 방법과 절차, 통지 및 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 하였다.

》》 《표 10-4》 모니터링의 결과에 따라 자료제출을 요구하는 방안

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조의3(자료제출의 요구)
	① 지식재산처장은 제108조의2제1항에 따른 모니터링의 결과 서비스이용자의 행위가 제108조제1항 또는 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는 경우에는 온라인서비스제공자에게 상표권 및 전용사용권의 위반사항을 확인하기 위하여 필요한 경우에는 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 자료제출을 요구받은 온라인서비스제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	② 지식재산처장이 제1항에 따라 자료의 제출을 요구하는 경우에는 온라인서비스제공자에게 자료의 범위와 내용, 요구사유, 제공기한 등을 서면으로 알려야 한다.
	③ 제1항에 따라 요구한 자료에 서비스이용자의 성명, 주소 등 개인정보가 포함된 경우에는 지식재산처장은 자료제출을 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하여야 한다.
	④ 지식재산처장은 제3항에 따른 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 제1항의 자료제출의 요구의 사유가 해소될 때까지 제3항에 따른 통지를 유예할 수 있다. 이 경우 지식재산처장은 온라인서비스제공자에게 「개인정보 보호법」 제20조의2에 따른 통지를 유예할 것을 요구할 수 있다.
	⑤ 제2항에 따른 자료의 범위, 제출방법과 제출절차, 제3항에 따른 통지 및 제4항의 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① (제108조의4 위반)
〈신설〉	② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
	1. (제108조의2제2항 위반)
	2. 제108조의3제1항에 따른 자료제출의 요구를 받은 자로서 정당한 이유 없이 그 요구에 따르지 아니하거나 거짓의 자료를 제출한 자
	3. (제108조의6제3항 위반)
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

2. 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안

본 방안은 「부정경쟁방지법」 제7조에 정한 “부정경쟁행위 등의 조사 등”에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설한 것이다. 일반적으로 행정조사에 관하여 규정하고 있는 법률들은 자료제출의 요구에 관해서도 함께 규정하고 있다는 점에 착안한 것이다.

제출을 요구받은 자료에 판매자의 개인정보가 포함된 경우에는 원칙적으로 판매자에게 개인정보를 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하도록 함으로써 「개인정보 보호법」과 조화시키려고 한 것이다. 다만 해당 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 해당 통지를 유예할 수 있도록 하고 온라인 플랫폼사에 대해서도 「개인정보 보호법」상 제3자 정보제공의 통지를 유예하도록 요구할 수 있도록 하였다. 그리고 자료의 제출의 방법과 절차, 통지 및 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 하였다.

▶▶ <표 10-5> 「부정경쟁방지법」에 자료제출의 요구에 관한 규정을 신설하는 방안

현행법	개정 시안
<신설>	제7조의2(자료제출의 요구)
	① 지식재산처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)은 제2조제1호의 부정경쟁행위나 제3조, 제3조의2제1항 또는 제2항을 위반한 행위를 확인하기 위하여 필요한 경우로서 다른 방법으로는 그 행위 여부를 확인하기 곤란한 경우에는 조사대상자에게 관계 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 자료제출을 요구받은 조사대상자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	② 지식재산처장이 제1항에 따라 자료의 제출을 요구하는 경우에는 조사대상자에게 자료의 범위와 내용, 요구사유, 제출기한 등을 서면으로 알려야 한다.
	③ 제1항에 따라 요구한 자료에 조사대상자 이외의 자의 성명, 주소 등 개인정보가 포함된 경우에는 지식재산처장은 자료제출을 요구한 사실과 제출요청기관 및 그 시기 등을 해당 정보의 당사자에게 서면으로 통지하여야 한다.
	④ 지식재산처장은 제3항에 따른 통지로 인하여 증거인멸, 도주 등 공정한 조사절차의 진행을 방해할 우려가 있는 경우에는 제1항의 자료제출의 요구의 사유가 해소될 때까지 제3항에 따른 통지를 유예할 수 있다. 이 경우 지식재산처장은 자료를 제출한 조사대상자에게 「개인정보 보호법」 제20조의2에 따른 통지를 유예할 것을 요구할 수 있다.
	⑤ 제2항에 따른 자료의 제출의 방법과 절차, 제3항에 따른 통지 및 제4항의 통지의 유예에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제7조의2(자료열람요구 등)	제7조의3(자료열람요구 등)
----- (현행과 같음)	----- (현행과 같음)
제20조(과태료)	제20조(과태료)
① ----- (생략)	① ----- (현행과 같음)
1. ----- (생략)	----- (현행과 같음)
<신설>	1의2. 제7조의2에 따른 자료제출의 요구를 받은 자로서 정당한 이유 없이 그 요구에 따르지 아니하거나 거짓의 자료를 제출한 자
1의2. ----- (생략)	1의3. ----- (현행과 같음)

3. 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로써 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방안

참고로 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무의 하나로써 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방안을 제시한다. 이 방안은 만약 온라인 플랫폼사에 대하여 관리·감독의무를 별도로 법제화할 경우에 제3자 정보제공에 대한 동의를 받도록 의무를 부과하는 방안으로서 온라인 플랫폼사에 대한 관리·감독의무의 법제화를 전제로 한 것이다.

이와 관련하여 온라인 플랫폼사에 대한 관리·감독소관부처는 일반적으로 공정거래위원회이기는 하지만 공정거래위원회는 예컨대 「전자상거래법」상 “전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래”와 관련한 감독기관일 뿐만 아니라(동법 제1조) 「공정거래법」상 “사업자의 시장지배적지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진”과 관련한 감독기관이다(동법 제1조). 그러나 위조상품의 판매·유통의 근절을 위한 감독기관은 어디까지나 지식재산처이기 때문에 공정거래위원회와 감독권에 있어서 충돌이 발생하지는 않는다.¹³⁸⁾ 즉 공정거래위원회는 기업과 관련된 모든 사항 혹은 상거래와 관련된 모든 사항에 대하여 각 법률의 입법취지와 상관없이 기업이나 온라인 플랫폼사에 대하여 감독권을 가지는 것은 아니며 각 법률의 소관부처가 해당 법률의 입법취지에 따라(그리고 이 범위 내에서) 온라인 플랫폼사에 대하여 의무를 부과할 수 있으며 이 입법취지의 범위 내에서 독자적인 감독권을 가지게 된다. 따라서 온라인 플랫폼사의 관리·감독의무는 각 법률의 입법취지에 따라 각기 상이한 내용을 가질 수 있다는 점에서 (예컨대 온라인 플랫폼사의 시장지배적 지위의 남용방지나 전자상거래에서의 공정한 거래에 관한 것이 아닌) 위조상품의 유통·판매의 근절과 관련한 것이라면 「상표법」에 규정하는 것이 타당하다. 예컨대 정보통신서비스 제공자라고 하더라도 시장지배적 지위의 남용방지나 전자상거래에서의 공정한 거래와 관련된 사항이라면 공정거래위원회의 감독을 받지만 정보통신망의 안전과 관련해서는 방송미디어통신위원회·과학기술정보통신부의 감독을 받는 것을 생각하면 이해하는 것이 어렵지 않을 것이다. 그리고 예컨대 국내대리인의 지정은 일반적으로 온라인 플랫폼사 등에 대한 일반적인 감독의 문제이고 그렇게 본다면 공정거래위원회의 소관사무임에도 불구하고 공정거래위원회 소관법률이 아닌 여러 법률에서 이에 관하여 정하고 있는 것도 같은 취지라고 볼 수 있다.

개정 시안 제1호부터 제3호까지는 판매자 정보를 온라인 서비스제공자가 관리하고 그 진정성을 확인하는 한편 온라인에 상품정보와 함께 게시하도록 함으로써 판매자 정보가 공개되도록 하는 한편 제4호 및 제5호는 개인정보의 제3자 제공에 대한 동의를 받도록 한 것이다. 이때 제1호부터 제3호까지는 판매자의 투명성을 확보하도록 한 EU 「디지털서비스법」 제30조에 정한 “판매자의 추적가능성” 그리고 동 조를 위반한 경우에 과태료를 부과하도록 한 독일 「디지털서비스법」 제33조 제5항 제27호부터 제31호를 참고하는 한편 마찬가지로 판매자의 투명성을 확보하도록 한 미국 쇼핑안전법안 Sec. 2 (a)의 내용을 반영한 것이다. 또한 개정 시안 제4호 및 제5호는 개인정보의 제3자 제공에 대한 동의를 정보주체로부터 받도록

138) 그렇지 않으면 국내대리인의 지정에 관한 규정을 「상표법」에 신설할 필요도 없을 것이다.

함으로써 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있도록 한 것이다.

그리고 정보주체에 대한 통보와 통보의 유예에 관하여 정함으로써 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있도록 하였다.

이 방안의 장점은 정보주체로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받았다는 점에서 「개인정보 보호법」과 조화될 수 있고 수사와 관련해서도 증거의 임의제출에 해당되어 영장주의와도 충돌하지 않는다는 점이다.

» **〈표 10-6〉** 온라인서비스제공자의 관리·감독의무의 하나로서 판매자로부터 제3자 정보제공에 대한 동의를 받는 방식

현행법	개정 시안
〈신설〉	제○○조(온라인서비스제공자의 책임의 제한)
	① 온라인서비스제공자는 제108조의 침해로 보는 행위와 관련하여 상표권 및 전용사용권이 침해되더라도 다음 각호의 의무를 다한 때에는 고의 또는 과실이 없는 경우에 그 침해에 대하여 책임을 지지 아니한다.
	1. 서비스이용자의 성명, 주소, 연락처, 이메일을 제공받아야 하며 그 진정 여부를 확인하여야 한다.
	2. 서비스이용자에게 국내에 대리인이 없거나 서류를 송달할 주소가 없는 때에는 국내에 대리인을 지정하도록 하거나 또는 서류를 송달받을 국내 주소를 제출받아야 한다.
	3. 서비스이용자가 온라인서비스에서 상품을 판매하는 때에는 상품 정보에 서비스이용자의 연락처와 상품의 원산지를 기재하도록 하여야 한다.
	4. 서비스이용자가 타인의 상표권 및 전용사용권을 침해한 때에는 권리주장자의 민사상의 소제기 및 형사상 고소를 위하여 권리주장자에게 서비스이용자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보를 제공할 수 있음을 동의받아야 한다.
	5. 서비스이용자가 타인의 상표권 및 전용사용권을 침해한 때에는 수사를 의뢰하거나 단속 또는 수사기관의 요청에 따라 서비스이용자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보를 제공할 수 있음을 동의받아야 한다.
	6. -----

4. 피해자의 정보 제공의 청구

상표권자 또는 전용사용권자가 위조상품의 유통·판매로 인하여 피해를 입은 경우 형사상 고소를 하거나 민사상 소를 제기하기 위해서는 해당 위조상품의 판매자 정보가 필요하게 된다.

물론 피해자는 법원에 온라인 플랫폼사를 상대로 정보제공명령을 내려줄 것을 청구할 수도 있으나 이러한 민사절차에는 많은 시간과 노력이 소요되기 때문에 즉각적인 피해구제 및 보전에는 한계가 존재할 수밖에 없다. 따라서 온라인 플랫폼사에 대하여 직접 위조상품 판매자의 정보를 청구할 수 있도록 하는 것이 피해자 구제와 피해보전을 위하여 보다 효과적일 것이다.

그러나 문제는 온라인 플랫폼사로 하여금 위조상품 판매자 정보를 피해자에게 제공하도록 하는 것이 「개인정보 보호법」에 반하는지의 여부이다. 그러나 이 경우 「개인정보 보호법」 제18조(개인정보의 목적 외 이용·제공 제한) 제2항 제2호에 따라 “다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우”로서 「개인정보 보호법」의 예외가 된다.

▶▶▶ <표 10-7> 피해자의 정보제공청구권에 관한 개정 시안 (제108조의6(정보 제공의 청구) 개정 시안)

현행법	개정 시안
<신설>	제108조의6(정보 제공의 청구)
	① 상표권자 또는 전용사용권자는 민사상의 소제기 또는 형사상의 고소를 위하여 해당 온라인서비스제공자에게 그 온라인서비스제공자가 보유하고 있는 해당 서비스이용자의 성명과 주소 등 필요한 최소한의 정보 제공을 요청할 수 있다. 다만 다음 각 호의 경우에는 그러하지 아니한다. 1. 해당 서비스이용자의 정보가 이미 온라인서비스제공자의 정보통신망에 공개되어 있는 경우 2. 상표권자 또는 전용사용권자가 이미 제107조제1항에 따른 침해의 금지 또는 예방을 청구한 경우 3. 상표권자 또는 전용사용권자가 이미 제107조제3항에 따른 침해의 금지 또는 예방을 청구하는 소를 제기한 경우 4. 상표권자 또는 전용사용권자가 온라인서비스제공자에게 해당 상품에 관한 정보의 삭제 또는 접근을 차단하거나 그 상품에 관한 판매를 중지하는 등의 침해 방지를 위한 조치를 요구한 경우 (만약 이철규 의원안 제108조의3제1항에 따른 온라인서비스제공자에 대한 조치요구권을 법제화하는 경우)
	② 온라인서비스제공자가 제1항에 따른 요청을 거절한 경우 상표권자 또는 전용사용권자는 지식재산처장에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 그 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다.
	③ 지식재산처장은 제1항에 따른 청구가 있으면 「발명진흥법」 제41조제1항에 따른 산업재산권분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라고 한다)의 심의를 거쳐 온라인서비스제공자에게 해당 서비스이용자의 정보를 제출하도록 명할 수 있다.
	④ 온라인서비스제공자는 제2항의 명령을 받은 날부터 7일 이내에 그 정보를 지식재산처장에게 제출하여야 하며, 지식재산처장은 그 정보를 제1항에 따른 청구를 한 자에게 지체 없이 제공하여야 한다.
	⑤ 제3항에 따라 해당 서비스이용자의 정보를 제공받은 자는 해당 정보를 제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다.
	⑥ 그 밖에 서비스이용자의 정보의 제공에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
<신설>	제234조의2(벌칙)
	① 제108조의6제5항을 위반하여 서비스이용자의 정보를 동조제1항의 청구 목적 외의 용도로 사용한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있다.
	② 자신에게 정당한 권리가 없음을 알면서도 제108조의5제1항 또는 제3항에 따른 침해 방지 조치 요구 또는 서비스 재개요구를 하여 온라인서비스제공자의 업무를 방해한 자에게는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
<신설>	① (제108조의4 위반)
<신설>	② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
	1. (제108조의2제2항 위반)
	2. (제108조의3제1항 위반)

현행법	개정 시안
	3. 제108조의6제3항에 따른 지식재산처장의 명령을 따르지 아니한 자
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

제3절 | 모니터링에 대한 근거규정

모니터링은 현재 실제로 실무상 시행되고 있다는 점, 모니터링이 실무상 시행되고 있는 이상 모니터링 과정에서 부득이 개인정보를 수집하게 될 경우를 대비하여 모니터링 자체에 대한 법적 근거가 필요하다는 점, 모니터링 결과는 추가적인 조사의 단서로 활용될 수 있고 조사의 일환인 자료제출 요구의 근거가 될 수 있다는 점, 모니터링은 “공개된 정보”에 대한 검색이라는 점에서 온라인 플랫폼사에 대하여 추가적인 의무를 부과하는 것이 아니라는 점, 위조상품의 판매·유통의 단속 또는 현재 시행 중인 모니터링은 비단 상표권자 개인의 권리실현을 위하여 국가예산을 투입하고 있는 것이 아니라 일반소비자 보호 및 위조상품의 유통·판매로 인한 사회·경제적 피해를 방지하기 위한 것이라는 점, 그런 만큼 수동적인 신고·차단제도가 아닌 선제적인 대응이 필요하다는 점에서 모니터링에 대한 근거규정이 필요하다. 또한 현행법상 모니터링에 관하여 규정하고 있는 것으로는 「전자상거래법」 제27조를 들 수 있으며 그러한 점에서 모니터링이 우리 법체계에 낯선 것은 아니다.

본 개정 시안에서 온라인 플랫폼사의 의무위반에 대하여 1천만원 이하의 과태료를 부과하도록 한 것은 온라인 플랫폼사는 일반적으로 법인이라는 점 그리고 자연인과 법인과 과태료에 대한 감수성이 다르다는 점을 고려하여 「상표법」상 과태료 규정보다 높은 과태료를 부과하도록 한 것이다.

» **〈표 10-8〉** 모니터링에 관한 근거규정 (「상표법」 제108조의2(침해로 보는 행위에 대한 모니터링) 개정 시안)

현행법	개정 시안
〈신설〉	제108조2(침해로 보는 행위에 대한 모니터링)
	① 지식재산처장은 정보통신망상에서 제2조제13호의 온라인 서비스이용자의 행위가 제108조제1항 또는 제2항의 각호에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 행위에 해당하는지 여부를 관찰·확인하고 침해여부에 관련된 정보를 수집할 수 있다 (이하 “모니터링”이라 한다).
	② 지식재산처장은 제1항에 따른 모니터링의 결과 온라인 서비스이용자의 행위가 제108조제1항 또는 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는 경우에는 온라인서비스제공자에 대하여 상표권 및 전용사용권의 위반사항을 알리는 등 대통령령으로 정하는 조치를 요청할 수 있다. 이 경우 조치를 요청 받은 온라인서비스제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	③ 제2항에 따른 요청을 받은 온라인서비스제공자는 온라인 서비스이용자에게 조치가 있었다는 사실을 통보하여야 한다.

현행법	개정 시안
	④ 제3항에 따라 통보를 받은 서비스이용자는 지식재산처장에 게 해당 상품이 정당한 권리에 따른 것임을 소명할 수 있다.
	⑤ 지식재산처장은 제4항에 따른 온라인서비스이용자의 소명 에 따라 온라인서비스이용자의 행위가 정당한 것으로 판단될 경우에는 온라인서비스제공자에게 제2항에 따른 조치를 취소 하도록 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 온라인서비스제공 자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
	⑥ 제1항에 따른 모니터링의 내용, 방법 및 절차, 제2항에 따른 조치 요청, 제4항에 따른 소명과 제5항에 따른 취소 요청의 방 법 및 절차에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제237조(과태료)	제237조(과태료)
〈신설〉	① (제108조의4 위반)
〈신설〉	② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하 의 과태료를 부과한다.
	1. 제108조의2제2항에 따른 요청을 이행하지 아니한 자
	2. (제108조의3제1항 위반)
	3. (제108조의5제7항 본문 및 제8항 위반)
	4. (제108조의6제3항 위반)
① ----- (생략)	③ ----- (현행과 같음)
② ----- (생략)	④ ----- (현행과 같음)

제4절 | 정보관리시스템의 구축·운영

1. 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 근거규정

「부정경쟁방지법」 제2조의5와 별개로 「상표법」에 정보관리시스템에 관한 규정을 마련할 것이라면 모니
터링만을 위한 정보관리시스템이 아니라 「부정경쟁방지법」 제2조의5가 “부정경쟁행위의 방지를 위한
정보관리시스템”과 같이 일반규정으로서 「상표법」 제108조에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해를 방지
하기 위한 정보관리시스템에 관해서도 규정하는 방안도 고려할 만하다. 그 이유는 「상표법」 제108조에
정한 상표권 및 전용사용권의 침해로 보는 행위와 「부정경쟁방지법」 제2조 제1항 제1호에 정한 부정경쟁
행위는 정확히 일치하지 않기 때문이다.

또한 최승재 의원안 제114조의3 제2항은 특별사법경찰관리가 그 직무를 수행하는 데 필요하다고 인정
되는 경우에는 제1항에 따른 정보시스템을 이용할 수 있도록 하고 있다. 「개인정보 보호법」 제18조 제2항
은 정보관리시스템의 개인정보처리자의 개인정보의 목적 외 이용 및 제3자 제공에 관하여 정한 것이기
때문에 특별사법경찰관리가 정보관리시스템의 개인정보처리자가 아닌 경우, 특히 정보관리시스템을 공공
기관에게 위탁한 경우에는 특별사법경찰관리가 공공기관으로부터 정보를 제공받거나 이를 직접 이용하기
위하여 근거규정이 필요하게 된다.

따라서 정보관리시스템에 관한 근거규정을 마련할 것이라면 단순히 모니터링만을 위한 정보관리시스템

이 아니라 「상표법」의 적용범위에 해당하는 침해행위의 방지를 위한 정보관리시스템에 관한 근거규정을 마련하는 방안이 적절하다고 판단된다.

▶▶▶ **〈표 10-9〉 정보관리시스템에 관한 근거규정 (「상표법」 제229조의2(정보관리시스템의 구축·운영 등) 개정 시안)**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제229조의2(정보관리시스템의 구축·운영 등)
	① 지식재산처장은 제108조에 정한 상표권 및 전용사용권의 침해 방지하기 위한 정보관리시스템을 구축·운영할 수 있다.
	② 특별사법경찰관리(「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률」 제5조제38호 및 제38호의2에 따라 지명 받은 공무원)를 말한다. 이하 같다)는 그 직무를 수행하는 데 필요하다고 인정되는 경우에는 제1항에 따른 정보관리시스템을 이용할 수 있다.
	③ 제1항에 따른 정보관리시스템 구축·운영 및 제2항에 따른 특별사법경찰관리의 정보관리시스템의 이용 절차·범위 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

2. 업무의 위탁 등에 관한 근거규정

정보관리시스템의 구축·운영은 공무원의 직무에 전속적으로 속하는 것이 아니라 정보관리시스템의 기술적인 구축·운영에 관한 것인 이상 해당 업무를 공공기관에 위탁할 수 있을 것이다. 실제로 「부정경쟁방지법」 제17조 제1항은 부정경쟁행위의 방지를 위한 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 업무를 산업재산권 보호 또는 부정경쟁방지 업무와 관련된 법인이나 단체(이하 이 조에서 “전문단체”라 한다)에 위탁할 수 있도록 하고 있다.

▶▶▶ **〈표 10-10〉 업무의 위탁 등에 관한 근거규정 (「상표법」 제229조의3(업무의 위탁 등) 개정 시안)**

현행법	개정 시안
〈신설〉	제229조의3(업무의 위탁 등)
	① 지식재산처장은 제229조의2제1항에 따른 정보관리시스템의 구축·운영에 관한 업무를 대통령령으로 정하는 상표권 및 전용사용권 보호 및 침해방지 업무와 관련된 기관 또는 단체(이하 이 조에서 “전문단체”라 한다)에 위탁할 수 있다.
	② 지식재산처장은 예산의 범위에서 제1항에 따른 위탁업무에 사용되는 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.
	③ 제1항에 따른 정보관리시스템 구축·운영 및 제2항에 따른 특별사법경찰관리의 정보관리시스템의 이용 절차·범위 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제5절 | 온라인상 위조상품 판매자의 개인정보처리에 관한 근거규정 (「상표법 시행령」 제20조(고유식별정보의 처리))

고유식별정보의 처리에 관하여 정한 「상표법 시행령」 제20조에는 「부정경쟁방지법」 제7조에 정한 “부정경쟁행위 등의 조사 등”이나 동법 제7조의2에 정한 “자료열람요구 등”과 관련한 사무에서 고유식별정보를 처리할 수 있는 근거도 규정하고 있지 않다. 물론 단속공무원이나 특별사법경찰관의 단속업무에서 개인정보수집 및 처리 등은 법령상 의무를 이행하기 위하여 불가피한 업무이기 때문에 「개인정보보호법」 제15조 제1항 제3호에 따라 “공공기관이 법령 등에서 정하는 소관 업무의 수행을 위하여 불가피한 경우”에 해당하여 개인정보처리에 있어서 법령에 구체적인 근거규정이 필요없는 것처럼 보이지만 고유식별번호에 있어서는 정보주체의 동의를 얻거나 법령에 구체적인 근거규정이 있는 경우에만 정보처리가 허용된다(동법 제24조 제1항).

따라서 모니터링 뿐만 아니라 행정조사에서 제공받은 고유식별정보를 처리하기 위해서는 앞서 언급한 모니터링, 정보관리시스템, 고유식별정보의 처리 등에 관한 규정들이 모두 마련되어야 한다.

▶▶▶ <표 10-11> 고유식별정보의 처리에 관한 근거규정(「상표법 시행령」 제20조(고유식별정보의 처리))

현행법	개정 시안
제20조(고유식별정보의 처리)	제20조(고유식별정보의 처리)
----- (생략).	----- (현행과 같음).
1. ~ 4. ----- (생략)	1. ~ 4. ----- (현행과 같음)
<신설>	5. 법 제108조와 「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무 범위에 관한 법률」 제5조제38호 및 제38의2호에 따른 상표권 및 전용사용권 침해에 관한 단속에 관한 사무
	6. 법 제108조의2제1항에 따른 모니터링의 업무에 관한 사무
	7. 법 제108조의3제1항에 따라 요구한 자료의 관리에 관한 사무 (모니터링과 관련하여 자료제출요구를 규정하는 경우)
	8. 법 제229조의2제1항에 따른 정보관리시스템 구축 및 운영 등에 관한 사무
	9. 법 제229조의3제1항에 따라 위탁받은 사무
	10. 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제7조에 따른 조사와 제7조의2에 따라 요구한 자료의 관리에 관한 사무 (「부정경쟁방지법 시행령」에 고유식별정보의 처리에 관한 규정을 마련하지 않을 경우)

[우리나라]

(구)특허청, 『2024년 지식재산백서』, 2025.

개인정보보호위원회, 『인공지능(AI) 개발·서비스를 위한 공개된 개인정보 처리 안내서』, 2024.7.(https://www.kisa.or.kr/2060301/form?postSeq=48&lang_type=KO&page=#fnPostAttachDownload; 최종접속일: 2025년 11월 7일).

계승균, “독일 상표법상 정보제공청구권”, 『지식재산연구』, 제5권 제4호(2010), 43-75면 이하.

권태상, “수사기관의 요청에 따라 개인정보를 제공한 전기통신사업자의 손해배상책임- 대법원 2016. 3. 10. 선고 2012다105482 판결 -”, 법학논집, 제22권 제4호(2018), 이화여자대학교 법학연구소, 331-364면.
국가지식재산위원회, 『2023 지식재산 보호정책 집행 연차보고서』, 2024(https://www.ipkorea.go.kr/board/articleDetail.do?bbsId=BBSMSTR_000000000009&nttId=207111&pageIndex=1&searchCnd=0; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

김민희·김현수·이보겸·박영덕, 『정보통신망법상 국내대리인제도 운영현황 및 개선방안 연구』, 방송통신위원회, 2021(<https://kisdi.re.kr/report/view.do?key=m2101113024770&masterId=3934580&arrMasterId=3934580&artId=656298>; 최종접속일: 2025년 11월 20일)

김유근·김정환·신가람·김지수, 『기술안보의 관점에서의 국가핵심기술 해외유출에 대한 형사정책적 대응방안』, 한국형사·법무정책연구원, 2025.

김유근·김정환·최준혁·김정환·박성민, 『공정하고 인권친화적인 형사절차를 위한 형사사법의 선진화 방안 연구(III): 수사절차에서의 인권강화방안 연구』, 한국형사·법무정책연구원, 2022.

김일환, “목적구속원칙과 목적 외 개인정보 제3자 제공에 관한 비판적 검토 - 개인정보보호법 제18조에 따른 수사목적의 중심으로 -”, 『성균관법학』, 제27권 제2호(2015), 성균관대학교 법학연구원, 1-26면.

김창화, “위조 상품 유통에 대한온라인상거래매개자의 책임”, 『법학논총』, 제43권 제4호(2019), 단국대학교 법학연구소, 401-426면.

김현수, “위조상품 등의 판매와 온라인 플랫폼의 책임 - 미국의 소비자 정보 알림법(INFORM Consumers Act)을 중심으로 -”, 『소비자법연구』, 제10권 제1호(2024), 한국소비자법학회, 9-34면.

김형규, “형사소송법 제199조 제2항의 적용범위 축소에 따른 문제점과 개선방안”, 『법학연구』, 제65권 제1호, 부산대학교 법학연구소, 447-477면.

박광현, “내사의 허용범위와 개선방안”, 『형사법연구』, 제32권 제2호(2020 여름), 한국형사법학회, 205-233면.

박현정, “권력적 행정조사에 대한 사법통제”, 『행정법학』, 제25호(2023.9.), 한국행정법학회, 337-375면.

오기두, “정보통신망 모니터링에 의한 범죄통제의 적합성”, 『형사정책연구』, 제27권 제4호(2016. 겨울), 5-37면.

유대중, “오픈마켓에서 위조상품 판매에 따른 오픈마켓사업자의 책임”, 『지식재산연구』, 제5권 제4호(2010.12.), 77-110면.

이병준, “디지털 서비스법(DSA)과 온라인 플랫폼의 책임”, 『외법논집』, 제48권 제1호(2024), 한국외국어대학교 법학연구소, 19-42면.

이은모·김정환, 『형사소송법』, 제8판, 박영사, 2023.

이창규, “위조 상품 거래의 법적 규제 — 랜햄법(Lanham Act)을 중심으로 —”, 『유통법연구』, 제11권 제2호(2024), 한국유통법학회, 167-201면.

장병득·임소진, “주요국의 위조상품 피해현황과 정책적 시사점”, 『IP Focus』, 제2024-20호(2024.10.31.), 한국지식재산연구원, 1-25면(https://www.kiip.re.kr/board/report/view.do?bd_gb=data&bd_cd=4&bd_item=0&po_item_gb=&po_item_cd=¤tPage=6&po_no=12896; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

최용, “고권적(高權的) 행정조사에 있어 적법절차원칙의 준수 및 적용 필요성에 관한 연구 - 입법론적 개선방안을 중심으로 -”, 『입법연구』, 제18집 제1호(2021), 안국입법학회, 179-214면.

[일본 문헌]

小向太郎, “捜査機関による第三者保有の個人情報に対するアクセスと本人の保護”, 『情報通信政策研究』, 第4巻第1号(2020.12.1.), 63-80頁.

河上和雄·中山善房·古田佑紀·原田國男·河村博·渡辺咲子[編], 『大コンメンタール刑事訴訟法【第二版】』[全11巻], 青林書林, 2010-2017(이하 “大コンメンタール刑事訴訟法【第二版】”, 第〇〇条(저자)”로 인용한다).

清水晴生, “捜査関係事項照会の違憲性”, 『白鷗法学』第30巻3号(通巻第63号)(2024), 111-143頁.

小泉直樹, “商標法の域外適用に関する 米国連邦最高裁 Abitron 事件判決”, 『慶應法学』, 第52号(20243), 109-126頁.

総務省, “インターネット上の違法・有害情報に対する対応(情報流通プラットフォーム対処法)”(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai.html; 최종접속일: 2025년 8월 25일).

総務省, 『特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第26条に関するガイドライン』, 2025.3.11., 4頁以下(<chrome-extension://efaidnbmnnnnibpcajpcgclefndmkaj/https://www.isplaw.jp/vc-files/isplaw/26G.pdf>; 최종접속일: 2025년 10월 28일).

[영미 문헌]

Ani Khachatryan, “The Digital Dilemma: Counterfeit Culture And Brand Protection Reform In The E-Commerce Era”, *Loyola L.A. Entertainment Law Review* Vol. 43. No.3., Loyola Marymount University, 2023.

BGBI. 2024 I Nr. 149 vom 13.05.2024(Gesetz zur Durchführung der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt

für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG sowie zur Durchführung der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten und zur Änderung weiterer Gesetze(<https://www.recht.bund.de/bgbl/1/2024/149/VO.html>; 최종접속일: 2025년 9월 20일(2024년 5월 14일 시행). 동법의 번역본은 세계법제정보센터에서 열람할 수 있다(https://world.moleg.go.kr/web/wli/lgsInfoReadPage.do?CTS_SEQ=54159&AST_SEQ=69&; 최종접속일: 2025년 9월 7일).

Federal Trade Commission, Informing Businesses about the INFORM Consumers Act(<https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/INFORMAct>; 최종접속일: 2025년 8월 25일).

Homeland Security, "Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods - Report to the President of the United States", January 24, 2020.

John H. Zacharia/Kari Kammel, "Congress's Proposed E-Commerce Legislation for Regulation of Third-Party Sellers: Why It's Needed and How Congress Should Make It Better", Business Law Journal Vol. 21. No. 1., UCDAVIS(University of California, Davis), 2021.

Organisation for Economic Co-operation and Development(OECD), Illicit Trade and the Korean Economy, 2024(https://www.oecd.org/en/publications/illicit-trade-and-the-korean-economy_bc0bdd4a-en.html; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

[인터넷자료]

(구)특허청 2024년 9월 26일 보도자료, “정품 OK, 짝퉁 OUT! 특허청, 위조상품 대응강화 컨퍼런스 개최: (1부) 전시물 관람으로 해외직구 짝퉁도 보고 정품·가품 비교도 (2부) ① 민(民)·관(官) 합동 ‘정품 오케이, 짝퉁 아웃’ 대응 전략 공유 ② 온라인 플랫폼 짝퉁 차단 책임 강화’ 법적 방안도 논의”(<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=20245&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

(구)특허청 2023년 11월 8일 보도자료 “민(民)과 관(官)이 손을 잡고, 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 총력 대응키로!:- 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 피해민발 5개 협·단체와 업무협약 체결(11.8) - 케이(K)-음식(푸드) 위조상품 공동대응 성공사례 공유 및 타 업종 확산 추진 -” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19917&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

(구)특허청 2022년 6월 23일 보도자료, “특허청, 온라인 위조상품 재택 모니터링단 단속실적 발표: 경력단절 여성 등을 활용해 온라인 위조상품 유통 차단, 3조9천억원 피해 예방” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19511&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

(구)특허청 2022년 4월 4일 보도자료 “특허청, 민관공동으로 위조상품 유통차단에 나선다!:- ‘해외 위조상품 제로(Zero) 민관협력 프로그램’ 신규 추진:- 위조상품 실태조사, 행정 형사단속, 민 형사 소송 등 연계 지원 -” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=19511&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>).

Seq=19454&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

(구)특허청 2014년 5월 22일 보도자료, “위조상품, 민·관 협력으로 퇴치한다: 특허청 등 위조상품 단속기관, 상표권 보유기업 및 온라인 사업자 참여, 「위조상품 유통방지 협의회」 출범” (지식재산처 홈페이지, <https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=13599&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

(구)특허청 2014년 7월 4일 보도자료, “부산 국제시장 위조상품 민·관 합동단속 실시” (<https://www.moip.go.kr/ko/kpoBultnDetail.do?menuCd=SCD0200618&ntatcSeq=13781&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000029>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

『국민일보』 2022년 4월 4일 보도 “특허청, 민·관 공동으로 위조상품 해외 유통 근절한다” (<https://www.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0016937638&code=61121111&cp=nv>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

『국제뉴스』 2022년 9월 29일 보도 “위조상품 유통적발 상위 온라인 쇼핑몰 네이버, 쿠팡, 위메프 순!”(<https://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=2561850>; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

『보안뉴스』 2024년 10월 8일 보도 “‘작통’ 판매, 온라인 적발건수 2023년 12만건... 올해 8월까지 11만건 이상”(<https://m.boannews.com/html/detail.html?idx=133372>; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

『소셜밸류』 2025년 4월 8일 보도 “에이블리서 작통 명품 버젓이 판매...이커머스 책임 강화 요구↑” (<https://www.socialvalue.kr/news/view/1065598178874667>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

『아시아투데이』 2024년 7월 23일 보도 “작통 판매 이슈에도...‘위조상품유통방지협의회’ 가입조차 안 한 에이블리: 가품유통 방지 위해 대다수 유통 플랫폼 자발적 가입; 협회 “오래 전부터 가입 요청...아직 답변 못 받아”” (<https://www.asiatoday.co.kr/kn/view.php?key=20240723010014585>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

『아주경제』 2024년 9월 29일 보도 “[2024 국감] G마켓 2023년 위조상품 적발 전년比 3.6배...국내 오픈마켓 중 1위”(<https://www.ajunews.com/view/20240929105755483>; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

『연합뉴스』 2025년 1월 23일 보도 “온라인으로 더 쏠린 유통...매출 비중 ‘역대 최고’ 50.6%”(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20250123032400003>; 최종접속일: 2025년 3월 24일).

『조선일보』, 2021년 4월 19일 보도 “김영식, 구글·아마존 등 국내대리인 부실 운영 지적”(<https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2021041901160>; 최종접속일: 2025년 12월 3일).

『IP Daily』 2025년 7월 25일 보도 “전 세계 1600여개 플랫폼, ‘19만여’ 건 유통차단... 해외 온라인 위조상품” (<https://www.ipdaily.co.kr/2025/07/25/16/32/00/38859/%EC%A0%84-%EC%84%B8%EA%B3%84-180%EC%97%AC%EA%B0%9C-%ED%94%8C%EB%9E%AB%ED%8F%BC-19%EB%A7%8C%EC%97%AC-%EA%B1%B4-%EC%9C%A0%ED%86%B5%EC%B0%A8%EB%8B%A8-%ED%95%B4%EC%99%B8-%EC%98%A8%EB%9D%BC/>; 최종접속일: 2025년 10월 20일).

『IPDaily』 2024년 7월 5일 보도 “글로벌 ‘위조상품’, 한국기업에 ‘7조원’ 손실... OECD ‘불법무역’ 보고서”(h
[tps://www.ipdaily.co.kr/2024/07/05/16/41/50/33149/%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C-%EC%9C%84%EC%A1%B0%EC%83%81%ED%92%88-%ED%95%9C%EA%B5%AD%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%97%90-7%EC%A1%B0%EC%9B%90-%EC%86%90%EC%8B%A4-oecd-%EB%B6%88%EB%B2%95%EB%AC%B4/](https://www.ipdaily.co.kr/2024/07/05/16/41/50/33149/%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C-%EC%9C%84%EC%A1%B0%EC%83%81%ED%92%88-%ED%95%9C%EA%B5%AD%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%97%90-7%EC%A1%B0%EC%9B%90-%EC%86%90%EC%8B%A4-oecd-%EB%B6%88%EB%B2%95%EB%AC%B4/); 최종접속일: 2025년 3월 24일).

지식재산처 공식 블로그, “온라인 위조상품 재택 모니터링단 단속실적(최근5년)” (<https://blog.naver.com/moipkorea/223164430641>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

한국지식재산보호원 홈페이지, “위조상품 유통방지협의회” (https://www.koipa.re.kr/home/content.do?menu_cd=000133; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

한국지식센터보호원 홈페이지, “온라인 단속지원” (https://www.koipa.re.kr/home/content.do?menu_cd=000031; 최종접속일: 2025년 11월 13일)

EUIPO, “Memorandum of understanding on the sale of counterfeit goods on the internet” (https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/enforcement-intellectual-property-rights/memorandum-understanding-sale-counterfeit-goods-internet_en; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

EUIPO, “Anti-counterfeiting and anti-piracy technology guide (ACAPT Guide)” (<https://euipo.europa.eu/anti-counterfeiting-and-anti-piracy-technology-guide>; 최종접속일: 2025년 11월 13일).

지식재산처 연구용역과제 최종보고서

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자

정보 제공의무 법제화 연구

발행 | 2025년 12월

발행처 | 지식재산처

주소 | 대전광역시 서구 청사로 189 정부대전청사 4동

전화 | 1544-8080

홈페이지 | <https://www.moip.go.kr>

인쇄 | 세일포커스(주) 02) 2275-6894

• 보고서 내용의 무단복제를 금함

(비매품)

이용허락과 유형	표시 마크	이용허락 범위
[제4유형] 제1유형+상업적 이용금지+변경금지		- 출처 표시 - 비상업적 이용만 가능 - 변형 등 2차적 저작물 작성 금지

온라인 플랫폼사의 위조상품 판매자 정보 제공의무 법제화 연구

