

대외무역관리규정

<목 차>

1. 통신판매 등으로 거래되는 수입 물품의 원산지 표시 방법

소관부처 및 작성자 인적사항	소관부처	산업통상부	작 성 자	이름	정재환
	담당부서 (과)	수출입과		직급	서기관
	국장	나성화		연락처	044-203-4044
	과장	민문기		이메일	taewon44@korea.kr

2026. 06. 01. 작성

정 책 책 임 자 직 위 : 국 장 성 명 : 나성화 (서 명)

< 규제 개요 >

기본 정보	1.규제사무명	통신판매 등으로 거래되는 수입 물품의 원산지 표시 방법								
	2.규제조문	대외무역관리규정 제77조								
	3.위임법령	대외무역법 시행령 제56조제3항								
	4.유형	강화	5.입법예고	2026.06.15~2026.06.25						
규제의 필요성	6.추진배경 및 정부개입 필요성	통신판매품 중 대외무역법 상 원산지표시대상품품의 경우, 원산지가 제대로 표시되지 않아, 소비자 및 생산자 민원이 많은 점을 고려하여 현품표시에 준하여 웹사이트 등 판매매체별 표시기준 마련 필요								
	7.규제내용	통신판매품 중 대외무역법 상 원산지표시대상 물품에 대해 원산지를 표시하는 세부기준 예시								
	8.피규제집단 및 이해관계자	통신판매업자 <table><tr><th colspan="2">유 형</th><th>인원수 또는 규모</th></tr><tr><td>피규제자</td><td>통신판매업자</td><td>미상</td></tr></table>			유 형		인원수 또는 규모	피규제자	통신판매업자	미상
	유 형		인원수 또는 규모							
피규제자	통신판매업자	미상								
9.규제목표	통신판매품 중 대외무역법 상 원산지표시대상 물품에 대하여 정확한 표시방식예시를 통해, 판매 시의 표시방식 혼란을 정비하고 올바른 상품정보 제공									
규제의 적정성	10.영향평가 여부	기술영향평가	경쟁영향평가	중기영향평가						
		해당 없음	해당 없음	해당 없음						
	11.비용편익 분석 (정성분석)									
기타	12.규제일몰제	대분류	소분류							
		일몰설정 예외기준	1. 국제조약 등에 따라 동일하게 적용 되어야 하는 규제	미해당						
			2. 국가의 질서 유지 및 국민생명 · 안전과 직접 관련된 규제	미해당						
			3. 사회통념상 보편적으로 통용되는 규범적 성격의 규제	해당						
		경제규제 여부기준	4. 국민과 기업의 경제활동에 대한 규제							

			5. 경제활동에 직접영향을 주는 규제		
		일몰설정 세부기준	6. 피규제자의 규제부담이 매우 큰 규제		
			7. 한시적 목적을 위한 규제이거나 주기적인 검토가 필요한 규제		
		일몰설정여부		일몰조문	연장여부
		일몰유형		일몰설정기간	일몰주기
	13. 우선허용·사후 규제 적용여부				

〈조문 대비표〉

제77조(원산지 오인 우려 수입 물품의 원산지 표시) ① 법 제33조제4항제1호의 원산지로인에 있어 특히 원산지 오인이 우려되는 물품은 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 물품을 말한다.	제77조(원산지 오인 우려 수입 물품의 원산지 표시) ① 법 제33조제4항제1호의 원산지로인에 있어 특히 원산지 오인이 우려되는 물품은 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 물품을 말한다.
1. 주문자 상표부착(OEM)방식에 의해 생산된 수입 물품의 원산지와 주문자가 위치한 국명이 상이하여 최종구매자가 해당 물품의 원산지를 오인할 우려가 있는 물품 2. 물품 또는 포장·용기에 현저하게 표시되어 있는 상호·상표·지역·국가 또는 언어명이 수입 물품의 원산지와 상이하여 최종구매자가 해당 물품의 원산지를 오인할 우려가 있는 물품	1. 주문자 상표부착(OEM)방식에 의해 생산된 수입 물품의 원산지와 주문자가 위치한 국명이 상이하여 최종구매자가 해당 물품의 원산지를 오인할 우려가 있는 물품 2. 물품 또는 포장·용기에 현저하게 표시되어 있는 상호·상표·지역·국가 또는 언어명이 수입 물품의 원산지와 상이하여 최종구매자가 해당 물품의 원산지를 오인할 우려가 있는 물품
<u><신 설></u>	3. 통신판매 등으로 거래되어 원산지를 직접 확인하기 어려운 물품
② 제1항에 해당되는 수입 물품은 해당 물품 또는 포장·용기의 전면에 제76조에 따라 원산지를 표시하여야 하며, 물품의 특성상 전후면의 구별이 어렵거나 전면에 표시하기 어려운 경우 등에는 원산지 오인을 초래하는 표시와 가까운 곳에 표시하여야 한다. 다만, 해당물품	② 제1항제1호 및 제2호에 해당되는 물품은 해당 물품 또는 포장·용기의 전면에 제76조에 따라 원산지를 표시하여야 하며, 물품의 특성상 전후면의 구별이 어렵거나 전면에 표시하기 어려운 경우 등에는 원산지 오인을 초래하는 표시와 가까운 곳에 표시하여야 한다. 다만,

에 원산지가 적합하게 표시되어 있고, 최종판매단계에서 진열된 물품 등을 통하여 최종구매자가 원산지 확인이 가능하며, 국제 상거래 관행상 통용되는 방법으로 원산지를 표시하는 경우 세관장은 산업통상자원부장관과 협의하여 포장·용기에 표시된 원산지가 원산지 오인을 초래하는 표시와 가깝지 않은 곳에 있어도 원산지 오인이 없는 것으로 볼 수 있다.	해당물품에 원산지가 적합하게 표시되어 있고, 최종판매단계에서 진열된 물품 등을 통하여 최종구매자가 원산지 확인이 가능하며, 국제 상거래 관행상 통용되는 방법으로 원산지를 표시하는 경우 세관장은 산업통상자원부장관과 협의하여 포장·용기에 표시된 원산지가 원산지 오인을 초래하는 표시와 가깝지 않은 곳에 있어도 원산지 오인이 없는 것으로 볼 수 있다.
<u>③ 제1항에 해당되는 수입 물품을 판매하는 자는 판매 또는 진열시 소비자가 알아볼 수 있도록 상품에 표시된 원산지와는 별도로 스티커, 푼말 등을 이용하여 원산지를 표시하여야 한다.</u>	<u>③ 제1항제3호에 해당되는 물품의 원산지 표시방식은 별표13과 같다.</u>

<u><신 설></u>	(별표 13) 통신판매 시의 원산지 표시방법(제77조 관련) (별표 13) 통신판매 시의 원산지 표시방법(제77조 관련) 1. 일반적인 표시방법 가. 표시는 한글로 하되, 필요한 경우에는 한글 옆에 한문 또는 영문 등으로 추가하여 표시할 수 있다. 다만, 매체 특성상 문자로 표시할 수 없는 경우에는 말로 표시해야 한다. 나. 원산지를 표시할 때에는 소비자가 혼란을 일으키지 않도록 글자로 표시할 경우에는 글자의 위치·크기 및 색깔은 쉽게 알아 볼 수 있도록 하고, 말로 표시할 경우에는 말의 속도 및 소리의 크기는 제품을 설명하는 것과 같도록 한다. 다. 원산지가 같은 경우에는 일괄하여 표시할 수 있다. 2. 판매 매체에 대한 표시방법
---------------------------	--

	가. 전자매체 이용 1) 글자로 표시할 수 있는 경우(인터넷, PC통신, 케이블TV, IPTV, TV 등) 가) 표시 위치: 제품명 또는 가격표시 옆·위·아래에 붙여서 원산지를 표시하거나, 자막 또는 별도의 창의 위치를 알려주는 표시를 첫 화면(소비자가 제품을 구매할 때 통상적으로 그 제품이나 그 제품의 판매업체를 확인할 수 있는 최초의 화면을 말한다)이나 제품명 또는 가격표시 옆·위·아래에 붙여서 표시하고 매체의 특성에 따라 자막 또는 별도의 창을 이용하여 원산지를 표시해야 한다. 나) 표시 시기: 원산지를 표시하여야 할 제품이 화면에 표시되는 시점부터 원산지를 알 수 있도록 표시한다. 다) 글자 크기: 제품명 또는 가격표시(최초 등록된 가격표시를 기준으로 한다)와 같거나 그보다 커도록 한다. 다만, 별도의 창을 이용하여 표시할 경우에는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조제4항에 따른 통신판매업자의 재화 또는 용역정보에 관한 사항과 거래조건에 대한 표시·광고 및 고지의 내용과 방법을 따른다. 라) 글자색: 제품명 또는 가격표시와 같은 색으로 한다. 2) 글자로 표시할 수 없는 경우(라디오 등) 1회당 원산지를 두 번 이상 말로 표시해야 한다. 나. 인쇄매체 이용(신문, 잡지 등) 1) 표시 위치: 제품명 또는 가격표시 주위에 표시하거나, 제품명 또는 가격표시 주위에 원산지 표시 위치를 명시하고 그 장소에 표시할 수 있다. 2) 글자 크기: 제품명 또는 가격표시 글자 크기의 1/2 이상으로 표시하거나, 원산지표시제도 운영에 관한 고시 제3조의 기준을 준용하여 표시할 수 있다. 3) 글자색: 제품명 또는 가격표시와 같은 색으로 한다.
--	---

I. 규제의 필요성 및 대안선택

1. 추진배경 및 정부개입 필요성

- **(추진 배경)** 2018년 이후 국내 통신판매현황은 연평균 10% 이상의 고성장률로, 총 230조 규모 이상의 시장형성(통계청)
 - **(점유율)** 전체 소매시장에서 통신판매시장이 차지하는 비율은 약 30%로 전 세계 4위의 높은 점유율 유지
 - * (1)중국 : 50%, (2)인도네시아 : 32%, (3)영국 : 30.5%
- **(정부개입 필요성)** 공정한 거래와 소비자·생산자 보호를 위하여 원산지 표시를 규정한 대외무역법의 취지에 따라 비대면으로 판매되는 통신판매품의 특성에 적합한 원산지 표시기준 마련 필요
 - 온라인 쇼핑 등 통신판매*급증에 대응한 원산지 표시기준 공백
 - * 쇼핑몰, TV홈쇼핑, 텔레마케팅, 신문·잡지 광고 등을 이용한 비대면 판매
 - **(대외무역법)** 법('86년 제정)의 일반적 성격 상, 원산지 표시의 기본원칙*만 규정하고, 세부 원산지관리방식은 하위규정에 위임
 - * 원산지 표시의무, 위반 시 제재 등 근거
 - **(하위규정)** 대외무역법 시행령 및 대외무역관리규정에는 전통적인 대면거래중심의 현품위주 표시방식만 규정되어, 유사법령*과 비교 시, 통신판매와 같은 비대면거래에 적합한 표시규정 없음
 - * 농수산물 원산지표시법은 시행규칙에 통신판매에 대한 표시기준 마련
 - **(민원빈발)** 통신판매물품에 대해 구체적인 원산지 표시방식이 없는 점에 대하여 통신판매업자 및 소비자 문의가 증가하고 있으나 구체적인 표시에 대한 예시가 없어 불편 발생

2. 규제 대안 검토 및 선택

① 대안의 내용 및 선택 근거

- **(대안내용)** 통신판매품에 대하여, 유사법령(농수산물 원산지표시법)을 참고하여 각 판매매체 별 특성*에 맞는 원산지 표시방법에 대한

예시기준 마련

* 쇼핑몰, 홈쇼핑, 텔레마케팅, 광고·전단지 판매 등

- **(선택근거)** 이미 유사법령에서 실시하고 있는 예시를 참고하여 실시함으로써, 실행부담을 최소화하고, 거래 상의 편이 및 판매자 이해도를 제고하는 효율적인 방안으로 평가

② 이해관계자 의견수렴

이해관계자명	주요 내용	조치결과
통신판매업자	미실시	간담회 개최 및 행정예고를 통해 의견수렴 예정

3. 규제목표

- 통신판매시장에서 원산지의 명확한 표시로, 공정거래질서 확립과 소비자 피해 예방 및 생산자 이익 보호

II. 규제의 적정성

1. 목적·수단 간 비례적 타당성

- 통신판매물품은 전자상거래법에 따라 주요상품정보를 표시하도록 되어 있으므로, 해당 정보에 포함하여 원산지를 표시하는 것은 비용발생이 거의 미미하나 표시에 따른 거래질서안정 등 공익적 목적은 훨씬 크므로 비례적 타당성에 적합하다고 판단됨

2. 영향평가 필요성 등 고려사항

영향평가		
기술	경쟁	중기
해당 없음	해당 없음	해당 없음

○ 영향평가

- 기술규제영향평가

해당 없음

- 경쟁영향평가

해당 없음

경쟁영향평가 점검항목	해당 여부
(A) 사업자의 수 또는 범위 제한	해당 없음
(B) 사업자의 경쟁능력 제한	해당 없음
(C) 사업자의 경쟁유인 감소	해당 없음
(D) 소비자에게 제공되는 선택과 정보의 제한	해당 없음

- 중기영향평가

해당 없음(소비자 보호를 위해 통신판매품에 적용되는 최소한의 표시요건으로, 관련 제조업계의 기업 규모에 따라 규제를 차등적용하지 않음)

- 규제 차등화 예비분석 결과표

○ 기타 고려사항

- 고용친화적 규제설계

해당 없음

- 시장유인적 규제설계

해당 없음

- 일몰설정 여부

해당 없음(사회통념 상 보편적으로 통용되는 규범적 성격의 규제로서, 기한을 설정하여 운영하는 것은 타당하지 않음)

- 우선허용·사후규제 적용 여부
해당 없음

3. 해외 및 유사입법사례

○ 해외사례

- 해외 국가들도 각각의 법령을 통해 통신판매물품에 대해 상품정보를 정확하게 표시하도록 강제하고 있음

관련 국제기준	일치여부	불일치 사유(불일치 시에 한함)
인도(전자상거래규칙)	일치	

○ 타법사례

- 농수산물의 원산지 표시 등에 관한 법률 시행규칙 제3조 및 별표3에 "통신판매의 경우 원산지 표시방법"이 별도로 규정되어 있음

Ⅲ. 규제의 실효성

1. 규제의 순응도

○ 피규제자 준수 가능성

해당 없음

2. 규제의 집행가능성

○ 행정적 집행가능성

- 통신판매물품의 표시점검에 대한 사항은 여러 기관에서 단속할 수 있고 관련 업계 차원에서도 기술적인 보완으로 간단히 준수할 수 있는 사항으로 실행 상의 부담은 없음

○ 재정적 집행가능성

- 표시기준에 따른 표시에는 별다른 비용이 소요되지 않으며, 이에 대한 지도 점검이나 단속도 통상의 단속에 포함하여 실시하는 것으로 비용이나 예산 상의 부담이 없음

IV. 추진계획 및 종합결론

1. 추진 경과

- 통신판매물품의 원산지 표시 관련 소비자 민원 수시접수('21~'25, 신문고)
- 관련 기관 의견 조회 및 협의 실시(관세청·공정위, '25.6~12)
- 대외무역관리규정 개정안 부처의견조회('26.2)

2. 향후 평가계획

- 개정된 고시 개정안 시행 후 통신판매시장의 표시실태 조사를 통해 표시기준 준수 여부를 확인하고 필요한 경우 행정조치 실시

3. 종합결론

- 통신판매물품의 원산지 표시기준 마련을 통해 판매자의 정확한 표시의무인지를 통해 소비자 알 권리 증진