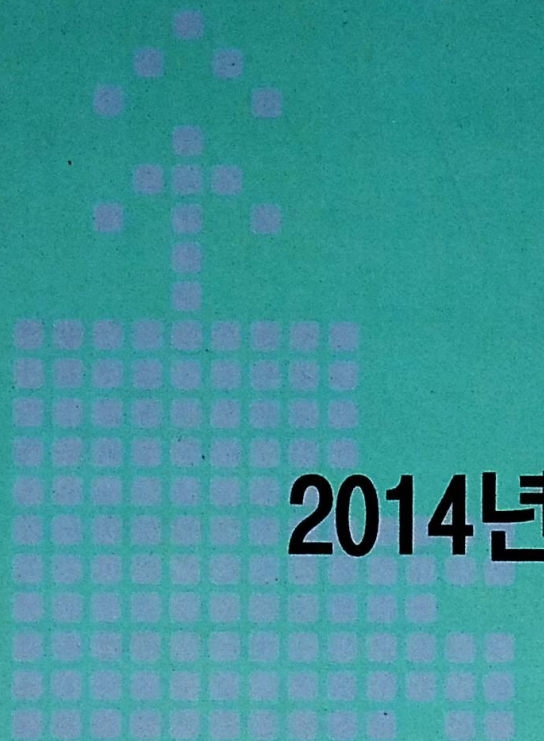
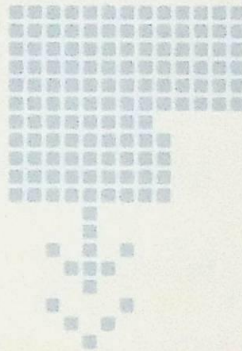




제21회 한국소비자법학회 학술대회

2014년 소비자법학 회고



일 시 : 2015년 2월 27일(금) 13:00 ~ 18:00
장 소 : 한국외국어대학교 법학관 101호
주 최 : 한국소비자법학회
후 원 : 국가경쟁력연구원

제21회 한국소비자법학회 학술대회

2014년 소비자법학 회고

일 시 : 2015년 2월 27일(금) 13:00 ~ 18:00

장 소 : 한국외국어대학교 법학관 101호

주 최 : 한국소비자법학회

후 원 : 국가경쟁력연구원

한국소비자법학회

609-735 부산광역시 금정구 장전동 산 30

부산대학교 법학전문대학원(회장 서희석)

130-791 서울특별시 동대문구 이문동 270 한국의국어대학교 법학전문대학원(연구이사 이병준)

336-708 충청남도 아산시 탕정면 선문로221번길 70

선문대학교 법학과(총무이사 고흥석)

제21회 한국소비자법학회 학술대회

주제 : “2014년 소비자법학 회고”

일시 : 2015년 2월 27일(금) 13:00~18:00

장소 : 한국의국어대학교 법학전문대학원 101호

주최 : 한국소비자법학회

후원 : 국가경쟁력연구원

접 수(12:30~12:50)

전체사회 : 고흥석 교수(선문대)

개회사(12:50~12:55) 서희석 한국소비자법학회장(부산대 법전원 교수)

축 사(12:55~13:00) 이기수 원장(국가경쟁력연구원, 전 고려대학교 총장)

<제1세션> 2014년 법·정책, 연구 및 소비자운동의 동향(13:00~15:30)

사회 : 최완진 교수(한국의대)

제1 발표(13:00~13:45) : “2014년 소비자법·정책의 동향” - 고흥석 교수(선문대)

토론 : 김성천 팀장(한국소비자원), 최경진 교수(가천대)

제2 발표(13:45~14:30) : “2014년 소비자법연구의 동향” - 김진우 교수(한국의대)

토론 : 정병덕 교수(한림대), 진도왕 교수(인천대)

제3 발표(14:30~15:15) : “2014년 소비자이슈 및 소비자운동의 동향” - 나종연 교수(서울대)

토론 : 남궁술 교수(경상대), 강정화 회장(한국소비자연맹)

휴식(15:15~15:30)

<제2세션> 2014년 판례, 심결례 및 분쟁조정 사례의 동향(15:30~18:00)

사회 : 박형연 변호사(자율분쟁조정위원회 위원장)

제4 발표(15:30~16:15) : “2014년 소비자법 판례의 동향” - 이병준 교수(한국의대)

토론 : 권창환 판사(의정부지방법원), 정구태 교수(조선대)

제5 발표(16:15~17:00) : “소비자법 분야의 2014년 공정위 심결 분석” - 신영수 교수(경북대)

토론 : 박신욱 교수(경남대), 김건호 변호사(한국공정거래조정원)

제6 발표(17:00~17:45) : “2014년 소비자분쟁조정사례의 동향과 성과” - 윤태영 교수(아주대)

토론 : 강성진 상임조정위원(소비자분쟁조정위원회), 서종희 교수(국민대)

합토론(17:45~18:00)

회 및 만찬(18:00 ~)

학술대회와 관련된 문의는 아래의 연락처로 해 주시기 바랍니다.

—구이사 : 이병준(한국의대 법전원) leebgb@hufs.ac.kr ; 010-9342-2325

—무이사 : 고흥석(선문대 법학과) suklaw@sunmoon.ac.kr ; 010-4416-4554

<제1세션>

2014년 법·정책, 연구 및 소비자운동의 동향(13:00~15:30)

사회 : 최완진 교수(한국외대)

제1 발표(13:00~13:45) : **“2014년 소비자법·정책의 동향”**
- 고희석 교수(선문대)

토론 : 김성천 팀장(한국소비자원),
최경진 교수(가천대)

2014년 소비자법 · 정책의 동향

고형석 교수(선문대 법학과)

I 서 론

소비자법 또는 소비자보호법은 사업자와 소비자간의 법률관계를 규율하는 법 총체를 의미한다. 이러한 소비자법의 역사(歷史)는 명확하지 않지만, 일반적으로 1980년 헌법 개정과 구 소비자보호법(현 소비자기본법)부터 시작되었다고 인식되고 있다. 물론 그 범주를 어디로 정하는가에 따라 그 효시 역시 달라질 수 있지만, 입법목적이 소비자보호를 주된 내용으로 하는 법을 기준으로 한다면 1980년에 제정된 소비자보호법이 효시라고 할 수 있다. 이후 우리 소비자법은 근 35년이라는 길지 않은 시간 동안 눈부신 발전을 이룩하였으며, 다른 법 분야와 달리 법제 수출이라는 성과도 도출하고 있다.¹⁾

이러한 소비자법은 사업자와 소비자간 관계 속에서 발생하는 다양한 법적 분쟁을 해결하기 위한 법이기 때문에 매우 현실적이며, 필요성이 높은 법이다. 그러나 소비자법관련 입법, 법제의 체계 및 학문의 독자성 등을 고려할 때, 다른 법 분야와 비교하여 발전의 필요성이 매우 강조되는 분야이다. 이러한 점을 감안할 때, 2014년 한 해동안 추진되었던 소비자법 및 정책에 대한 동향을 살펴보고, 그 성과를 논한다는 것은 소비자법과 정책에 대한 반성 및 향후의 발전방안에 대한 모색을 위한 기초라는 점에서 그 의미를 찾을 수 있다. 다만, 소비자법의 범주에 대한 명확한 기준이 정립되어 있지 않기 때문에 평가의 대상을 정하는 것이 쉽지 않지만, 다음의 분류기준으로 연구의 대상을 정하고자 한다.

먼저, 연구의 대상인 소비자법은 소비자전반에 관한 법, 개인정보보호법, 소비자거래법, 소비자결제법, 소비자안전법 및 소비자피해예방 및 구제법으로 구분하며, 소비자정책은 소비자기본법에서 정하고 있는 소비자기본계획을 주된 대상으로 한다. 둘째, 연구의 대상인 소비자법 및 정책의 동향범위는 2014년 한 해를 대상으로 하며, 2015년 2월 20일까지의 법 개정 내용을 포함한다. 마지막으로 소비자법의 입법동향에 있어서는 기본적으로 2014년(2015년 2월까지)에 제/개정된 법 내용을 중심으로 하지만, 2014년에 제안되어 현재 국회에 계류중인 법안 역시 이에 포함한다. 이러한 연구대상인 소비자법 및 정책을 정리하면 다음의 표와 같다.

<표-1> 소비자법 및 정책의 분류 체계

소비자법						소비자정책
소비자전반에 관한 법	개인정보보호법	소비자거래법	소비자결제법	소비자안전법	소비자피해 예방 및 구제법	제3차 소비자 기본계획
소비자기본법	개인정보보호법 정보통신망법 신용정보보호법	민법 약관규제법 표시광고법 할부거래법 방문판매법 전자상거래법	여신전문금융업법 전자금융거래법 정보통신망법	제품안전기본법 어린이제품안전법 공산품안전관리법 식품안전기본법 식품위생법 건강기능식품법	소비자기본법 제조물책임법 전자거래기본법	

1) 소비자법 35년에 대한 평가와 과제에 대하여는 2014년 10월에 개최된 한국법률가대회에서 “한국 소비자법 35년, 회고와 과제”라는 제목으로 이은영 교수가 발제한 바가 있다(이은영, “한국소비자법 35년, 회고와 과제”, 『저스티스』 제146호, 2015, 467면 이하 참조).

II 소비자전반에 관한 법(소비자기본법)의 동향과 평가

1. 소비자기본법 개정 동향

소비자기본법은 구 소비자보호법의 개정법(2006년)이며, 2014년에 소비자기본법에 대한 개정은 이루어지지 않았다. 다만, 2014년부터 2015년 2월까지 소비자기본법 개정안에 대한 발의는 총 6건이 이루어졌으며, 현재 국회에 계류중에 있다.²⁾

(1) 김기선의원 대표발의안(2014년 2월)

공직유관단체의 임직원은 신분상 공무원은 아니지만 공공성이 있는 업무를 수행하기 때문에 각종 이해관계자로부터 로비의 대상이 되는 등 부패행위에 노출되기 쉽다. 공무원 의제 규정은 부패행위 방지를 위해 공공업무를 수행하는 민간인이 업무와 관련하여 범죄를 저지를 경우 이들을 공무원과 동일하게 처벌하도록 하는 것이나, 국민권익위원회에 따르면 실무자인 하위 직원에 의한 부패행위의 비율이 가장 높음에도 불구하고 공무원으로 의제되는 범위가 임원이나 일정 직급 이상인 직원에 국한된 경우가 많아 문제가 제기되고 있다. 이에 이 법의 공무원 의제 규정의 범위를 전체 임직원으로 확대함으로써 부패행위를 방지하고 공공업무의 공정성과 신뢰성을 높이려는 것이다(안 제43조).

(2) 강동원의원 대표발의안(2014년 3월)

현행법에 따르면 국가 및 지방자치단체는 어린이·노약자 및 장애인 등 안전취약계층에 대하여 우선적으로 보호시책을 강구하여야 한다. 그러나 최근 한국소비자원에 따르면 60세 이상 소비자의 피해상담건수가 2008년 1,034건에서 2013년 9월 현재 23,963건으로 크게 증가한 것으로 나타났다. 이는 국가 및 지방자치단체가 실시하는 안전취약계층에 대한 보호시책이 잘 이루어지지 않기 때문으로 보여진다. 이에 공정거래위원회가 수립하는 소비자정책의 목표에 어린이, 노약자 및 장애인 등 안전취약계층에 대한 보호를 명확히 규정함으로써 안전취약계층에 대한 보호시책의 실효성을 제고하려는 것이다(안 제21조제2항제3호라목 신설).

(3) 김기준의원 대표발의안(2014년 3월)

2009년부터 소비자정책위원회는 관계 중앙행정기관 등에게 소비자권리를 침해하는 법령 등을 개선하도록 권고하여 왔다. 정부 정책이 소비자 위주로 전환되기 위해서는 관계 중앙행정기관 등이 적극적으로 이행조치를 마련할 필요성이 있는데, 현행법은 소비자정책위원회의 개선 권고를 관계 중앙행정기관 등이 수용할 법적 의무를 부여하고 있지 아니하여 소비자권리를 침해하는 법령 등의 개선 사업이 효과적으로 시행되지 못하고 있다. 이에 소비자정책위원회가 소비자후생을 저해할 우려가 있는 법령 등에 대하여 필요하다고 인정하는 경우 관계 중앙행정기관의 장 등에게 관련 법률 개선 등 필요한 조치를 권고하도록 하는 한편, 관계 중앙행정기관의 장 등은 요구받은 날부터 3개월 내에 필요한 조치의 이행계획을 수립하여 소비자정책위원회에 통보하도록 함으로써 소비자관련 법령의 개선에 실효성을 높이려는 것이다(안 제25조제2항·제3항 및 제4항 신설).

2) 소비자기본법 개정안의 내용은 국회(<http://likms.assembly.go.kr/bill/jsp/BillSearchResult.jsp>)에서 볼 수 있다.

(4) 이찬열의원 대표발의안(2014년 4월)

소비자는 사업자 등으로부터 재화 또는 용역을 공급받을 때 자신의 성별, 장애, 인종 등을 이유로 부당하게 차별받지 아니할 권리가 있다. 이에 사업자 등이 재화 또는 용역의 거래와 관련하여 합리적 이유 없이 성별, 장애, 인종 등을 이유로 소비자를 차별하지 아니하도록 규정함으로써 소비자가 공정하게 보호받을 수 있도록 하려는 것이다(안 제12조의2 신설).

(5) 이운룡의원 대표발의안(2014년 12월)

정보통신 기술의 발전, FTA확대 등으로 전자상거래를 통한 해외 직접 구매 증가, 새로운 상품의 증가 등 소비환경이 급격히 변화하고 있고, 이로 인해 새로운 유형의 소비자 피해 발생 및 피해의 신속한 확산, 복잡하고 다양한 상품 소비에 따른 소비자안전의 문제 등 다양한 소비자문제가 발생하고 있다. 이에 따라 새롭게 제기되는 다양한 소비자문제에 적극적이면서도 신속하게 대응하고, 소비자피해 예방을 위한 소비자 정보제공 및 소비자교육 등 소비자 역량 강화사업을 적극 지원하기 위하여 재단법인 형태의 소비자권익증진기금을 설립하고자 한다.

(6) 박민수의원 대표발의안(2015년 2월)

「소비자기본법」은 소비자의 기본적 권리로써 정보를 제공받을 권리와 국가와 사업자의 책무로서 정보를 제공할 의무 등을 규정하고 있다. 「소비자기본법」상 소비자정보의 개념은 소비자가 소비생활과 관련하여 의사결정을 하는 데 있어 불확실성을 감소시켜 줄 수 있는 정보로 「소비자기본법」에서 규정하고 있는 정보를 제공받을 권리에 의하여 정부나 기업 등 정보제공의무자가 관련 법령에 의해 반드시 제공해야 할 정보이다. 또한 정보제공의무의 도입은 외국의 입법례를 보더라도 확립되어 가고 있는 추세이기 때문에 동법에 정보제공의무를 구체적으로 규정할 필요가 있다.

2. 소비자기본법 개정안에 대한 평가

(1) 개별 입법안에 대한 평가

첫째, 소비자기본계획에 취약소비자계층에 대한 안전보호를 추가하자는 강동원 의원안은 취약소비자계층의 안전문제가 급증하고 있다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다. 그러나 소비자기본계획에 포함되어야 할 사항에 소비자안전의 강화가 이미 포함되어 있으며(동법 제21조 제2항 제3호 가목), 취약계층에 대한 안전시책을 수립할 의무를 규정하고 있다(동법 제45조 제1항). 따라서 개정안의 내용은 이미 소비자기본법에 규정된 사항을 구체적으로 명시하자는 것에 불과하다고 할 수 있다.

둘째, 소비자권익보호의 강화를 위하여 소비자정책위원회의 권한 강화를 내용으로 하는 김기준의원안은 소비자정책의 실효성 확보방안으로 평가할 수 있다. 그 내용으로 소비자정책위원회의 권고에 대하여 소관 부처에서는 이행계획을 수립하고 이를 보고하도록 규정하고 있지만, 이는 소비자기본계획과 중앙행정기관별시행계획, 시도별시행계획 및 종합시행계획의 내용에서 이미 반영되어 있다. 다만, 소비자기본계획은 3년단위로 수립되며, 시행계획은 1년단위로 수립된다는 점을 감안한다면 수시로 발생하는 소비자문제에 대한 대응방안이 없다는 점에서 개정안은 의미가 있다. 그러나 이러한 개정안이 보다 실효성있게 운영되기 위해서는

실무위원회와 분야별 전문위원회가 실효성있게 운영되어야 한다. 즉, 소비자정책위원회는 부처의 장관으로 구성되어 있기 때문에 소비자문제에 대한 발굴 및 정책 도출을 위해서는 전문기구가 활성화되어야 함에도 불구하고 현재 실무위원회 등은 거의 형식적으로 운영되고 있다.³⁾ 또한 소비자정책위원회가 실효성있게 그 역할을 수행하기 위해서는 위원장을 공정거래위원회 위원장 및 민간위원장에서 최소 국무총리 또는 대통령으로 변경할 필요가 있다.

셋째, 소비자의 차별을 받지 않을 권리는 소비자기본법에서 명시하고 있지 않지만, 헌법상 평등권에 의해 인정되는 권리이다. 따라서 이를 소비자의 기본적 권리와 사업자의 의무로 소비자기본법에서 명시하는 것은 의미가 있다고 할 수 있다. 또한 그 위반행위에 대하여 소비자단체소송 및 과태료의 대상으로 하는 것 역시 그 실효성을 확보하기 위한 조치로 판단된다. 그러나 소비자단체소송의 대상인 소비자기본법 제20조의 내용은 그 자체만으로 문제가 있으며, 추상적 요건만으로 행정벌인 과태료의 대상으로 하는 것은 죄형법정주의에 반할 소지가 있다.⁴⁾

넷째, 현 정부의 중요정책과제 중 하나인 소비자권익증진기금의 조성에 관한 이운룡의원안의 경우 소비자권익증진활동을 위해 필요한 재원을 마련한다는 점에서 매우 의미있는 입법안으로 평가할 수 있다. 그러나 기금(출연재산) 그 자체를 재단법인으로 인정하고 있으며, 설립주체를 명시하고 있지 않다는 점 및 설립에 필요한 요건 등을 전혀 규정하고 있지 않다는 점은 입법안의 문제점으로 지적된다.

마지막으로 정보제공의무의 구체화에 관한 박민수의원안의 경우 현행 소비자기본법상 정보가 물품등에 한정되고 있다는 점에 대한 보완이기 때문에 타당성이 인정된다. 그러나 소비자기본법의 한계, 즉 이를 위반한 사업자에 대한 제재 또는 사법상 효과에 대하여 전혀 규정이 없다는 점은 개정안이 통과되더라도 해결하여야 할 문제로 지적된다. 또한 이 문제에 대하여는 표시광고법에서 이미 규정하고 있기 때문에 그 실질적 의미는 그리 크지 않다고 판단된다.

(2) 소비자기본법에 대한 평가

1980년에 제정된 소비자기본법은 소비자보호에 관한 법제에 있어서 불모지였던 우리나라에 소비자보호를 국가 및 사업자의 책무로 인정하였으며, 각종 소비자보호법이 제정될 수 있는 기반을 제공하였다는 점에서 그 의미가 매우 크다고 할 수 있다. 그러나 규정의 형식 및 내용 등에서 있어서 과연 이 법이 소비자보호에 어떠한 역할을 할 수 있는가에 대하여는 미지수이다. 즉, 선언적 의미의 법 규정이 과연 법률이라는 소비자기본법과 일치하는지, 소비자와 관련된 모든 사항을 하나의 법에서 규율하는 것이 과연 바람직한 것인지 등에 대한 분석이 소비자기본법 35년이 경과한 현 시점에서 매우 심도있게 논의될 필요가 있다.

첫째, 소비자기본법은 그 법명에서 볼 수 있듯이 소비자에 관한 기본적인 사항을 규율하는 법이라고 할 수 있다. 따라서 소비자의 기본적 권리 및 국가와 사업자의 기본적 책무 등

3) 소비자정책위원회 산하 분과위원회는 총 5개 위원회(실무위, 소비자안전전문위, 소비자교육전문위, 국제소비자문제전문위, 소비자지향성과평가전문위)가 존재하고 있지만, 최근 3년간 운영실적은 총 6회로 매년 2회밖에 개최되지 않았다(공정거래위원회, - 공정거래위원회 소관 - 위원회 현황 및 활동내역서, 2015. 1. 3-5면).

4) 유럽연합 공통참조기준초안(DCFR)에서는 차별금지를 명시적으로 규정하고 있으며(제II.-2:101조 이하), 독일의 경우 일반평등대우법(Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz)을 2006년에 제정하였다(김진우, “민사계약법에서의 차별금지”, 비교사법의 현황과 과제, 2014, 192면 이하). 최근 국내에서도 차별금지를 내용으로 하는 연구가 진행되었다(김진우, 앞의 글; 김성천, 소비자차별금지에 관한 연구, 한국소비자원, 2013 등).

을 규정하고 있다. 그러나 소비자기본법은 법률이며, 법률은 헌법에서 규정하고 있는 사항을 구체적으로 규정하여야 한다. 또한 헌법상 경제조항과 달리 그 내용은 추상적, 프로그램적으로 규정하는 것이 아닌 구체적으로 규정하여야 한다. 그럼에도 불구하고 그 내용에 있어서 프로그램적 성격의 조항으로 규정하고 있는 결과, 헌법의 하위법인 법률에서 규정하여야 내용을 규정하지 못하는 결과를 야기하고 있다. 이는 일본 소비자기본법의 체계 또는 내용을 답습한 결과이며, 이러한 프로그램적 성격의 조문은 구체적 규범적 성격을 갖는 조문으로 개정하여야 할 것이다.

둘째, 소비자기본법은 소비자에 관한 기본법이 아닌 소비자종합법이다. 즉, 소비자와 관련된 모든 사항을 규정하고 있다. 그 내용은 사법적 내용, 행정법적 내용, 형법적 내용을 비롯하여, 거래, 안전, 정책, 소비자피해에 관한 모든 사항을 망라적으로 규정하고 있다. 그 결과 이 법의 규범성에 대하여 의문이 제기되고 있을 뿐만 아니라 모든 사항을 규정한 결과 어느 하나도 충실하게 규정하고 있지 못한 결과를 유발하고 있다. 따라서 소비자기본법에서 소비자에 관한 모든 사항을 규정하기 보다는 그 내용에 따라 별개의 법을 제정하여 보다 실효성 있는 법이 될 수 있는 입법적 조치가 필요하다.⁵⁾

III. 개인정보보호법의 동향과 평가

1. 개인정보보호법의 입법동향

(1) 개인정보보호법의 개관

개인정보보호법은 종전 영역별 또는 내용별 개인정보보호에 관한 법제로 세분되었지만, 2011년 개인정보보호법의 제정으로 인하여 통합법제의 방식으로 변경되었다. 다만, 개인정보의 성격 또는 역역에 따른 분류는 그대로 유지된다. 즉, 모든 영역 및 개인정보에 대하여는 개인정보보호법이 적용되며, 정보통신망분야에서는 정보통신망법, 신용정보 및 금융정보 등에 대하여는 신용정보보호법 등이 적용된다.

(2) 개인정보보호법 개정(2014년 3월)

최근 카드사 등에서 대규모의 개인정보 유출 사고가 빈번하게 발생하여 사회문제가 되고 있고, 개인정보가 유출될 경우, 무분별하게 상업적으로 활용되거나, 각종 범죄에 악용되는 등 2차 피해가 발생할 수 있으므로 유출 시 피해를 최소화하기 위한 대책이 필요한바, 개인정보 유출의 피해를 최소화하기 위하여 특히 주민등록번호를 보관하는 개인정보처리자는 주민등록번호를 암호화하도록 의무화하려는 것이다.

(3) 정보통신망법 개정(2014년 11월 개정)

최근 은행, 카드사 등에서 1억 건이 넘는 개인정보가 유출되는 사건이 발생하는 등 개인정보 누출사고가 지속적으로 발생하고 있고, 특히 정보통신망을 통한 개인정보 유출은 그 피해 정도가 지대하며, 유출된 개인정보는 2차 피해 발생 가능성도 높아 사전에 개인정보가 유출되지 못하도록 법적·제도적 장치를 마련할 필요성이 크므로, 개인정보보호조치를 강화함과 동시에 동 법상의 의무위반에 대한 정보통신서비스 제공자의 처벌을 엄격히 하고, 법정손해배상제도를 도입하는 등 이용자 권리구제 수단을 보완하며, 영리성 광고정보 전송조

5) 고형석, “소비자기본법의 평가와 과제”, 『저스티스』 제120호 2010, 20-22면 참조.

치에 대한 규제를 개선하고, 통신과금서비스이용자의 권리보호를 위한 각종 조치를 마련하려는 것이다.

주요내용으로는 정보통신서비스 제공자의 개인의 사생활 관련 정보 수집을 필요 최소한으로 제한한다(제23조). 개인정보 누출 등에 대한 통지 및 신고를 지체 없이 하도록 하되, 정당한 사유 없이 24시간을 경과하지 아니하도록 그 시한을 명시하고 부득이 24시간을 경과하여 신고하는 경우에는 정당한 사유를 소명하도록 한다(제27조의3). 정보통신서비스제공자에게 개인정보를 파기할 경우 이를 복구·재생활 수 없도록 필요한 조치를 하도록 하고, 이를 위반시 처벌을 강화한다(제29조제1항, 제73조제1호의2 신설). 이용자는 정보통신서비스 제공자등이 관리하고 있는 자신의 개인정보가 분실·도난·누출된 경우 등에는 300만원 이하의 범위에서 법정손해배상을 청구할 수 있도록 한다(제32조의2 신설). 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 정보통신서비스 제공자의 경우에는 정보보호 최고책임자를 지정하고 미래창조과학부장관에게 신고하도록 한다(제45조의3). 영리목적의 광고성 정보를 전송할 목적으로 전화번호를 자동으로 등록하는 조치, 수신자를 기망하여 회신을 유도하는 각종 조치를 금지한다(제50조제5항).

(3) 신용정보보호법(2015년 2월 16일 국회 본회의 통과)

최근의 개인정보 유출 사태를 계기로 신용정보의 보호를 강화할 필요성이 제기됨에 따라, 신용정보집중기관에 대한 공적 통제를 제고하고, 신용조회업의 부수업무 제한, 신용조회회사의 영리목적 겸업 및 계열회사에 대한 정보 제공 금지, 신용정보관리·보호인의 임원 지정, 신용정보 보존 기간 제한, 개인신용정보의 제공·활용에 대한 동의 절차 강화, 신용조회사실 통지 및 개인신용정보 삭제요구 제도 도입, 신용정보 처리 위탁 및 재위탁, 모집업무수탁자의 불법취득 정보 사용 규제, 정보유출시 신용정보회사등에 대한 업무정지, 징벌적 과징금 및 징벌적 손해배상 책임, 법정손해배상책임 부과, 손해배상책임 보장을 위한 보험 가입 또는 적립금 예치, 정보유출 행위자에 대한 형벌 상향 등을 규정함으로써, 신용정보 유출에 대한 사전적 예방과 사후적 제재 및 소비자의 피해구제를 강화하려는 것이다.

2. 개인정보관련 법 개정에 대한 평가

2014년 개인정보관련 법의 개정은 금융기관에서 발생한 대규모 개인정보유출에 따른 문제점을 해결하기 위한 것이다. 이를 위해 개인정보보호법에서는 주민등록번호의 예외적 수집의 경우에도 암호화조치를 강구할 의무를 부과하였다. 특히, 개인정보침해에 따른 손해배상청구권을 실효성있게 보장하기 위해 정보통신망법에서는 법정손해배상책임을 도입하였으며, 신용정보보호법에서는 이와 더불어 징벌적 손해배상제도를 도입하였다. 물론 이러한 제도의 도입은 개인정보침해에 따른 효과적인 구제에 있어서 매우 필요한 것이므로 금번 개정은 소비자보호 측면에서 매우 의미있다고 평가할 수 있다. 다만, 개인정보침해로 인한 피해 구제에 있어서 보완되어야 할 사항으로는 다음의 것을 제시할 수 있다. 첫째, 개인정보 침해 그 자체에 대한 손해의 인정이다. 대규모 개인정보의 유출에 따른 손해배상청구사건에 있어서 현재 대법원의 판단은 나오지 않은 상태이며, 하급심 법원에서는 이를 인정한 경우와 이를 부정한 경우로 구분되고 있다. 후자가 더 다수라고 할 수 있다. 그 결과 개인정보의 유출 그 자체로 침해자는 이득을 얻었음에도 불구하고 개인정보유출에 따른 피해가 현실적으로 발생하지 않았음을 이유로 손해배상책임을 부정한 결과 개인정보주체가 개정법에 따라 손해

배상을 받을 수 있는가에 대하여는 미지수이다. 둘째, 피해자의 소송을 통한 구제의 활성화를 위하여 신용정보보호법에서는 징벌적 손해배상제도를 도입하였다. 물론 제도 그 자체의 도입에 대하여는 찬성하며, 추후 다른 분야에 대한 확대가 요망된다. 다만, 개인정보침해를 비롯하여 소비자피해사건은 그 피해규모가 매우 광범위하다는 점을 고려한다면 다수의 피해자가 일괄적으로 구제받을 수 있는 방안에 대한 모색이 필요하다. 즉, 집단적 피해구제제도(소송)의 도입이 필요하며, 이에 대하여는 소비자피해예방 및 구제부분에서 설명한다. 마지막으로 금번 피해구제제도의 신설은 개인정보보호에 관한 일반법인 개인정보보호법에서 규정한 것이 아닌 특별법에서 규정하였다. 그 결과 특정분야에서의 개인정보침해에 대하여 동제도의 활용이 가능하지만, 그 이외의 분야에서는 활용이 가능하지 않다는 단점이 제기된다. 그렇다고 하여 그 이외의 분야에서 발생한 개인정보침해정도가 이러한 분야보다 낮다고 할 수 없다는 점을 감안한다면 조속히 개인정보보호법을 개정하여 이러한 내용을 추가하는 것이 필요하다고 할 것이다.⁶⁾

IV. 소비자거래법의 동향과 평가

(1) 소비자거래관련법 개정동향

1) 민법(2015년 2월)

2015년 2월 개정된 민법에서는 전형계약의 일종으로 여행계약을 추가하였다. 그 추가된 내용으로는 여행계약의 의의, 여행 개시전의 계약해제, 부득이한 사유로 인한 계약 해지, 대금의 지급시기, 여행주최자의 담보책임, 여행주최자의 담보책임과 여행자의 해지권, 담보책임의 존속기간 및 편면적 강행규정으로 구성되어 있다(민법 제674조의2 내지 제674조의9).

2) 표시광고법(2014년 1월)

최근 부당 표시·광고로 인한 소비자 피해가 자주 발생하고 있으나 공정거래위원회의 시정조치만으로는 적절한 구제에 한계가 있고, 개인별 피해금액이 소액인 경우가 많아 피해자들이 보상을 받기 위한 소송을 포기하는 경우가 대부분인바, 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에서 도입된 동의의결제를 이 법에도 도입함으로써, 명백하지 않은 부당 표시·광고행위에 한하여 사업자가 소비자들이 오인할 수 있는 내용의 광고를 스스로 정정하거나 타당한 시정방안을 제시하는 경우, 해당 행위의 위법성 여부를 확인하지 않고 신속하게 종결하도록 하여 실질적이고 신속한 소비자 피해구제를 도모하고, 기업 입장에서는 신속한 사건 종결을 통해 시간과 비용을 절감하고 기업이미지 실추를 방지할 수 있도록 하려는 것이다.

3) 방문판매법(2014년 1월)

방문판매, 전화권유판매, 다단계판매 등의 특수판매의 영역에서 허위 광고 등으로 인한 피해가 발생하고 있으므로, 공정거래위원회가 특수판매 전반에 대한 실태조사 및 교육을 실시할 수 있도록 하려는 것이다.

6) 개인정보침해에 따른 손해배상책임과 관련해서는 개인정보처리자의 책임, 즉 과실책임인가 아니면 무과실책임인가의 문제가 제기되며, 이에 대하여는 고형석, “개인정보침해와 손해배상책임의 원칙”, 저스티스 제145호, 2014, 55면 이하 참조.

4) 전자상거래소비자보호법(모바일 전자상거래법 준수 요령 : 2014년 6월)

공정거래위원회는 모바일 환경에서 '전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률'(이하 전자상거래법)을 준수할 수 있는 방법을 안내하는 '모바일 전자상거래 사업자의 전자상거래법 준수 요령'(이하 준수 요령)을 마련했다. 최근 모바일 전자상거래 시장이 급성장하고 있지만, 전자상거래법은 PC 환경을 중심으로 규정돼 사업자들이 정보제공 의무 등을 준수하는 데에 어려움이 많았다. 따라서 사업자들이 모바일 환경에서도 전자상거래법상 주요 의무를 원활히 준수할 수 있도록 사업자 및 소비자의 의견을 정취하여 이번 준수 요령을 마련했다. 먼저 모바일 쇼핑물에서 소비자에게 사업자 신원정보나 상품정보를 제공하는 방법을 안내했다. 스마트폰 화면이 PC보다 작은 것을 고려해 화면 일부를 누르면 숨어 있던 정보가 화면에 나타나도록 하거나 연결되는 다른 화면에서 정보가 제공토록 했다. 또한 모바일에서만 적용되는 할인쿠폰이 있는 경우 할인 적용의 조건 등을 소비자가 명확히 알 수 있도록 안내토록 했다. 일반 인터넷 쇼핑물에서 제공되는 쿠폰과 구분되도록 쿠폰에 '모바일'이라는 단어를 포함해야 하며, 모바일 쿠폰의 이미지 또는 이미지와 연결된 상세화면 등에서는 할인 적용 조건 등의 정보를 제공해야 한다. 모바일 쇼핑물에서 일반 인터넷 쇼핑물과 동일한 가격으로 판매하는 상품의 경우, 소비자가 모바일에서만 특별히 저렴한 것으로 오해할 수 있는 정보는 제공하지 않아야 한다. 예컨대, 인터넷 쇼핑물과 동일한 가격으로 판매하는 모바일 쇼핑물 상품을 '모바일 특가'라고 표시해서는 안 된다. 또한 모바일 쇼핑물에서 소비자가 회원가입, 계약의 청약 등을 하는 경우, 회원탈퇴, 청약철회 등의 절차도 제공해야 한다. 모바일 쇼핑물에 청약철회 버튼을 마련하거나 소비자가 청약철회 의사를 표시할 수 있는 모바일 게시판 또는 모바일 맞춤형 메일 서비스를 운영해야 한다. 소비자가 모바일에서도 자신이 결제한 내용을 확인하고 동의 여부를 선택할 수 있는 절차를 제공해야 한다. 이와 함께 소비자가 쉽게 민원을 제기할 수 있도록 전화, 전자우편, 모바일 게시판 및 메신저, 문자 메시지 등을 제공해야 한다.⁷⁾

(2) 소비자거래관련법 개정발의동향

1) 약관규제법(장병완의원 대표발의, 2014년 12월)

현행법은 사업자가 불공정한 약관 조항을 계약의 내용으로 하지 못하도록 의무를 부과하고, 이를 위반하는 경우 해당 조항은 무효로 하며 공정거래위원회가 사업자에게 해당 불공정약관조항의 삭제·수정 등 시정에 필요한 조치를 권고할 수 있도록 하고 있다. 그런데 최근 구글, 애플 등 해외 사업자들이 운영하는 해외 앱 마켓에서 모든 판매에 반품, 교환, 환불이 불가하다는 불공정한 약관이 문제된 바 있음. 이처럼 해외 사업자와 국내 고객 간 전자상거래가 활발해지는 상황에서 현행법을 해외 사업자에게도 적용하여 국내 고객을 두텁게 보호할 필요가 있다. 이에 외국 사업자와 국내 고객이 직업 또는 영업활동 외의 목적으로 체결하는 계약의 약관도 이 법을 적용하려는 것이다(안 제2조의2 신설).⁸⁾

2) 할부거래법

7) http://www.ftc.go.kr/news/policy/competeView.jsp?news_no=2217&news_div_cd=2.

8) 제2조의2(역외 적용) 이 법은 외국 사업자가 국내 고객과 직업 또는 영업활동 외의 목적으로 체결하는 계약의 약관에도 적용한다.

① 김희선의원 대표발의안(2014년 1월)

최근 할부거래업자 또는 선불식 할부거래업자가 채권추심업체 등에 채권을 양도하면서 계약 해지 등으로 채무관계가 없거나 이미 소멸시효가 완성된 채권 등 권리실행이 불분명한 채권을 선별 없이 양도하여 문제가 되고 있다. 특히 불법채권추심업체가 이러한 채권을 대량으로 양수한 후 채무자들을 상대로 위법한 채권추심 행위를 자행하는 경우가 많아 소비자의 피해가 지속적으로 발생하고 있는 실정이다. 이에 할부거래업자 또는 선불식 할부거래업자가 소비자에 대한 채권 중 무효이거나 존재하지 아니한 채권을 제3자에게 양도하지 못하도록 금지하고, 할부거래업자 또는 선불식 할부거래업자가 소비자에 대한 채권을 제3자에게 양도하는 경우에는 채무자에게 양수인에 관한 정보와 채권의 원인 및 금액 등을 미리 서면으로 통지하도록 함으로써 부당한 채권추심행위로 인한 소비자의 피해를 방지하려는 것이다(안 제11조의2 신설). 한편, 할부거래업자가 소비자에게 할부금의 지급에 필요한 지로 등의 납부용지를 보내지 않는 등의 방법으로 소비자의 할부금 지급의무 이행을 방해하여 소비자가 기한의 이익을 주장할 수 없도록 한 후 소비자가 납부하여야 할 할부금 전액과 이자를 일시에 청구하는 부당거래행위가 빈번하게 발생하고 있다. 이에 소비자가 할부금을 다음 지급기일까지 연속하여 2회 이상 지급하지 아니하고 그 지급하지 아니한 금액이 할부가격의 100분의 10을 초과하더라도 할부거래업자가 소비자에게 할부금의 지급에 필요한 조치를 이행하지 아니하는 경우에는 소비자의 기한의 이익이 상실되지 않도록 함으로써 소비자 보호를 보다 충실히 하려는 것이다(안 제13조제1항제1호 단서 신설).

② 김관영의원 대표발의안(2014년 3월)

현행법은 선불식 할부거래업자가 폐업하거나 부도 등이 발생할 때 소비자에게 피해보상금을 지급하기 위해 소비자로부터 미리 수령한 선수금의 일정비율을 은행, 공제조합 등을 통해 보전하도록 규정하고 있다. 그런데 현행법은 선불식 할부거래업자가 법정 보전비율을 준수하지 아니하고 영업을 하여도 이를 행정적으로 제재하는 규정을 마련하고 있지 않을 뿐 아니라 민사적으로 소비자를 구제하는 방안도 마련하고 있지 아니하여 소비자 보호에 미흡한 점이 있다. 이에 선불식 할부거래업자가 법정 보전비율을 준수하지 아니한 채 영업행위를 하지 못하도록 규제하고 이를 위반하는 경우 시정조치 등의 제재를 할 수 있는 근거를 마련하는 한편, 선불식 할부거래업자가 선수금 보전비율을 준수하지 아니하는 경우에는 소비자가 계약을 해제할 수 있도록 법정해제요건을 마련하려는 것이다(안 제25조제1항 및 제34조제7호). 한편 영업정지 등의 행정처분을 받은 선불식 할부거래업자를 공개하도록 하여 소비자가 선불식 할부거래계약을 체결함에 있어 합리적인 의사결정을 할 수 있도록 지원하고 소비자 피해를 예방하려는 것이다(안 제40조의2 신설).

③ 이상민의원 대표발의안(2014년 4월)

현행법은 소비자의 선수금을 보전하기 위하여 선불식 할부거래업자가 소비자피해보상보험계약 등을 체결하도록 하고 있다. 또한 소비자피해보상보험계약 등에 따라 소비자피해보상금을 지급할 의무가 있는 자와 선불식 할부거래업자가 소비자에게 소비자피해보상 증서를 발급하도록 규정하고 있다. 그런데 거의 동일한 내용의 소비자피해보상 증서를 두 곳에서 중복하여 발급함에 따라 선불식 할부거래업자가 불필요한 비용을 지출할 뿐이고 소비자 보호 측면에서도 큰 편익이 없다. 이에 소비자피해보상 증서는 지급의무자만 발급하도록 하고, 선불식 할부거래업자는 소비자피해보상보험 등의 계약기간, 보상금액 등을 계약 체결 전에 소비자에

게 미리 알리도록 함으로써 선불식 할부거래업자의 비용부담을 완화하면서도 소비자 보호의 실효성을 제고하려는 것이다(안 제23조제1항). 한편, 현행법은 소비자피해보상 증서의 발급기한을 정하고 있지 않아 소비자보호에 미흡하므로 할부거래 계약 체결일로부터 30일 이내에 소비자피해보상 증서를 발급하도록 하여 소비자 보호를 강화하고자 하는 것이다(안 제27조제7항).

④ 이찬열의원 대표발의안(2014년 4월)

소비자는 할부거래업자 등으로부터 재화 등을 공급받을 때 자신의 장애, 성별, 연령 등을 이유로 부당하게 차별받지 아니할 권리가 있다. 이에 할부거래업자 등이 할부거래계약 등과 관련하여 합리적 이유 없이 연령, 장애, 성별 등을 이유로 소비자를 차별하지 아니하도록 규정을 마련함으로써 소비자가 공정하게 보호받을 수 있도록 하려는 것이다(안 제43조의2 신설).

⑤ 김우남의원 대표발의안(2014년 10월)

현행법상 소비자는 계약서를 교부받은 날 또는 재화 등을 공급받은 날 등으로부터 7일(선불식 할부계약은 14일) 이내에 할부계약에 관한 청약을 철회할 수 있다. 그러나 설·추석과 같이 긴 공휴일이 청약철회기간에 포함되어 있어 청약철회 의사표시를 할 수 있는 실질적인 기간이 과도하게 짧아질 수 있으며, 소비자가 그 손해를 고스란히 떠안아야 하는 실정이다. 이에 청약철회와 관련한 기간을 7일에서 7영업일(선불식 할부계약은 14영업일)로 수정하여 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 제고하려는 것이다(안 제8조제1항 및 제24조제1항).

⑥ 이상직의원 대표발의안(2014년 11월)

현행법은 할부거래 및 선불식 할부거래의 건전한 발전과 소비자의 신뢰도 제고, 그 밖에 공동이익의 증진을 목적으로 설립된 사업자단체를 공정거래위원회에 등록할 수 있도록 하고, 이 법의 효율적 집행을 위하여 필요한 경우 사무의 일부를 위탁할 수 있도록 하고 있다. 그런데 행정업무를 민간에게 맡기는 것은 국민의 권익 보호와 행정의 공정성 확보에 문제가 될 수 있는 바, 위탁대상이 되는 업무를 구체적으로 열거하는 등 법령에 구체적인 위탁범위나 이를 결정할 수 있는 기준을 마련할 필요가 있다. 이에 공정거래위원회가 사업자단체에 위탁하는 업무를 선불식 할부업자 관련 정보공개업무로 한정하여 규정하려는 것이다(안 제46조제1항).

⑦ 정부(2014년 12월)

할부계약 해제 시 최고(催告) 방식을 서면으로 한정하던 것을 구두 방식으로 확대하고, 선불식 할부거래업 등록 사항 중 경미한 사항의 변경은 변경신고 대상에서 제외하는 한편, 선불식 할부거래업 등록의 결격사유를 완화하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하려는 것이다.

⑧ 박민수의원 대표발의안(2014년 2월)

할부계약체결에 있어 소비자의 판단을 위하여 중요정보를 제공토록 하고 있으나 중요한 요소라 할 수 있는 청약철회권, 소유권 유보에 관한 사항, 사업자의 해제권, 기한이익의 상

실, 소비자의 항변권 등의 사항에 대해서는 계약체결 전 정보제공 사항으로 정하고 있지 않음. 이 사항들과 관련한 소비자의 권리는 할부계약에 있어 중요한 사항이므로 사전에 제공해야 할 정보이다. 한편 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」이나 「방문판매 등에 관한 법률」에는 고지, 설명의 형식으로 소비자에게 정보를 알리고 있는데 할부계약에 있어서는 표시의무만 부과하고 있다. 이에 정보제공의무를 보다 명확하고 구체적으로 규정할 필요가 있다.

3) 방문판매법

① 김희선의원 대표발의안(2014년 1월)

최근 방문판매업자, 다단계판매업자 또는 계속거래업자 등이 채권추심업체 등에 채권을 양도하면서 계약 해지 등으로 채무관계가 없거나 이미 소멸시효가 완성된 채권 등 권리실행이 불분명한 채권을 선별 없이 양도하여 문제가 되고 있다. 특히 불법채권추심업체가 이러한 채권을 대량으로 양수한 후 채무자들을 상대로 전자지급명령을 신청하는 등 위법한 채권추심 행위를 자행하는 경우가 많아 소비자의 피해가 지속적으로 발생하고 있는 실정이다. 이에 방문판매업자 등이 소비자에 대한 채권을 제3자에게 양도하는 경우 채무자에게 양수인에 관한 정보와 채권의 원인 및 금액 등을 미리 통지하도록 함으로써 부당한 채권추심행위로 인한 피해를 방지하고 소비자를 보호하도록 하려는 것이다(안 제11조의2·제23조의2·제29조제3항·제34조의2 및 제62조제2호의2·제66조제1항제3호의2 신설).

② 강기정의원 대표발의안(2014년 3월)

현행법은 방문판매 등의 방법으로 계약을 체결한 소비자가 그 계약을 재고할 수 있는 일정 기간 동안에는 아무런 조건 없이 그 계약을 해제할 수 있도록 규정하고 있다. 그런데 고령화가 빠르게 진행되면서 경제여건 및 심리적 안정감이 낮은 고령소비자를 대상으로 방문판매 등에서 부당하게 거래를 강요하는 등 고령소비자의 피해가 급증하는 것으로 나타나면서 고령소비자에 대한 청약철회기간의 연장이 필요하다는 의견이 제기되고 있다. 이에 고령소비자가 행사할 수 있는 청약철회 기간을 현행보다 2배의 기간으로 확장함으로써 취약계층 소비자에 속하는 고령소비자에 대한 보호를 강화하려는 것이다(안 제8조제1항 및 제3항).

③ 김한표의원 대표발의안(2014년 3월)

현행법은 소비자의 청약철회 등의 행사방법·효과 등에 관한 정보를 계약을 체결하기 전에 소비자에게 설명하고 이를 계약서에도 적도록 규정함으로써 소비자가 청약철회 등의 권리를 행사하는데 필요한 정보를 제공하도록 하고 있다. 그런데 방문판매 등과 관련하여 소비자가 청약철회 등의 권한을 제대로 행사하지 못하고 피해를 받는 경우가 끊이지 않고 있음. 이는 현행법에서 설명·제공하도록 규정한 청약철회 등에 관한 정보가 구체적이지 아니하여 방문판매자 등이 이를 악용·부실하게 설명하는 경우가 빈번하고, 계약서에 청약철회 등의 정보가 기재되어도 소비자가 이를 이해하기 쉽지 않기 때문이다. 이에 방문판매자들은 청약철회 등의 구체적인 정보를 포함하여 계약서를 작성하도록 하고, 소비자가 이를 이해하였음을 각각 확인받도록 함으로써 청약철회에 대한 정보제공을 실질적으로 강화하려는 것이다(안 제7조제2항).

④ 김상훈의원 대표발의안(2014년 4월)

최근 일부 방문판매자 등이 자기의 재화등의 판매 목적을 숨기고 무료 사은품 또는 관광·공연 등을 제공하는 방법으로 소비자를 유인하여 자기의 재화등을 판매하고 있다. 이로 인해 무료 사은품 등에 현혹되기 쉬운 고령자 등 취약계층 소비자가 방문판매자 등의 재화등을 충동 구매하게 되는 등 자신의 의사에 반하는 구매를 하는 경우가 자주 발생한다. 이에 방문판매자 등이 자기의 재화등을 판매할 목적으로 다른 재화등을 무료 공급하는 등의 방법으로 소비자를 유인하는 경우에는 그 유인의 목적을 소비자에게 알리도록 함으로써 소비자가 그 판촉행위 등에 적절하게 대응할 수 있도록 하여 소비자의 피해를 최소화하려는 것이다(안 제6조의2 신설). 한편, 재화등의 판매에 관한 계약체결을 강요하는 등 현행법에서 방문판매자 등에게 금지하고 있는 행위는 공정거래위원회 등의 자체 노력만으로 적발하는 것이 한계가 있으므로 신고 제도를 활성화할 필요가 있다. 이에 현행 신고포상금제도의 신고 대상에 방문판매자 등의 금지행위도 포함·확대함으로써 방문판매자 등의 위반행위에 대한 행정청의 조사가 원활하게 이루어지도록 하는 한편 건전한 방문판매업 등의 정착을 유도하려는 것이다(안 제44조).

⑤ 이찬열의원 대표발의안(2014년 4월)

소비자는 방문판매자 등으로부터 재화 또는 용역을 공급받을 때 자신의 성별, 장애, 인종 등을 이유로 부당하게 차별받지 아니할 권리가 있다. 이에 방문판매자 등이 재화 또는 용역의 거래와 관련하여 합리적 이유 없이 성별, 장애, 인종 등을 이유로 소비자를 차별하지 아니하도록 규정함으로써 소비자가 공정하게 보호받을 수 있도록 하려는 것이다(안 제51조의2 신설).

⑥ 김우남의원 대표발의안(2014년 11월)

현행법상 방문판매 또는 전화권유판매의 방법으로 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 계약서를 교부받은 날 또는 재화 등을 공급받거나 공급이 개시된 날 등으로부터 14일 이내에 청약의 철회 및 계약의 해제를 할 수 있다. 그러나 설·추석과 같이 긴 공휴일이 청약철회기간에 포함되어 있어 청약철회 의사표시를 할 수 있는 실질적인 기간이 과도하게 짧아질 수 있으며, 소비자가 그 손해를 고스란히 떠안아야 하는 실정이다. 이에 청약철회와 관련한 기간을 14일에서 14영업일로 수정하여 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 제고하려는 것이다(안 제8조제1항).

⑦ 박민수의원 대표발의안(2014년 12월)

「방문판매 등에 관한 법률 시행령」 제23조에서는 다단계 판매원 및 후원방문판매원의 결격사유에 대하여 규정하고 있으나 이러한 결격사유는 헌법상 직업선택의 자유를 제한하는 사유로서 시행령이 아닌 법률에서 규정해야 할 사항이다. 따라서 시정조치를 2회 이상 받은 자, 이 법 위반으로 징역형을 선고받은 자, 집행유예자와 같은 결격사유를 이 법률로 상향하여 규정할 필요가 있다(안 제15조).

⑧ 정부(2014년 12월)

다단계판매업자 등록의 결격사유를 합리적으로 조정하고, 대통령령에서 일부 규정하여 오던 다단계판매원 등록의 제외 사유를 법률로 옮겨 규정하는 한편, 다단계판매업자의 다단계

판매원 등록증 등의 발급에 따른 부담을 완화하기 위하여 등록증 등의 발급 방식을 다양화하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하려는 것이다.

⑨ 박민수의원 대표발의안(2015년 2월)

행위능력에 관하여 금치산 및 한정치산 제도를 폐지하고 성년후견, 한정후견등의 내용으로 민법이 개정(법률 제10429호, 2011. 3. 7. 공포, 2013. 7. 1. 시행)됨에 따라 국민들이 용어에 대한 혼동이 발생할 우려가 있기에, “금치산자”, “한정치산자”를 “피성년후견인”, “피한정후견인”으로 개정해야 한다.

4) 전자상거래법

① 김희선의원 대표발의안(2014년 1월)

최근 전자상거래사업자 또는 통신판매업자가 채권추심업체 등에 채권을 양도하면서 계약해지 등으로 채무관계가 없거나 이미 소멸시효가 완성된 채권 등 권리실행이 불분명한 채권을 선별없이 양도하여 문제가 되고 있다. 특히 불법채권추심업체가 이러한 채권을 대량으로 양수한 후 채무자들을 상대로 전자지급명령을 신청하는 등 위법한 채권추심 행위를 자행하는 경우가 많아 소비자의 피해가 지속적으로 발생하고 있는 실정이다. 이에 전자상거래사업자 또는 통신판매업자는 소비자에 대한 채권 중 무효이거나 존재하지 아니한 채권을 제3자에게 양도하지 못하도록 금지하고, 채권 양도 과정에서 채무자에게 양수인에 관한 정보와 채권의 원인 및 금액 등을 미리 통지하도록 함으로써 부당한 채권추심행위로 인한 피해를 방지하고 소비자를 보호하도록 하려는 것이다(안 제22조의2, 제42조제1호의2 및 제45조제1항제1호의2 신설).

② 김용태의원 대표발의안(2014년 3월)

전자상거래소비자보호법은 전자상거래 시장에서의 소비자 보호를 위해 2002년 제정된 이후 일부 개정된 바 있으나, 시장의 환경이 빠르게 변화함에 따라 추가적으로 제도를 개선할 필요가 있다. 특히, 사기사이트 등으로 인한 소비자피해의 발생 및 확산을 신속하게 방지하기 위해 임시중지명령 제도를 신설할 필요가 있고, 오픈마켓, 포털사이트 등 전자상거래 플랫폼을 제공하는 사업자의 역할이 증대됨에 따라 각 역할에 상응하는 책임을 부과할 필요가 있으며, 디지털콘텐츠, 용역 등 무형재화의 특성을 반영하여 청약철회 제도를 개선할 필요가 있다.

③ 이찬열의원 대표발의안(2014년 3월)

정부는 소비자의 알권리 증진과 업소 간 건전한 가격경쟁을 유도하기 위하여 지난 2013년 1월부터 음식점의 가격정보를 외부에 게시할 뿐만 아니라 부가가치세와 봉사료 등을 포함하여 소비자가 실제로 내야 하는 최종지불가격을 게시하도록 가격표시제를 시행하고 있다. 현행법은 전자상거래의 거래대금 지급이 전자적 수단에 의하여 이루어지는 경우 사업자와 전자결제업자 등이 소비자에게 재화 등의 가격 등을 명확히 고지하도록 규정하고 있으나 그 가격이 소비자가 실제로 지불해야 하는 가격인지가 명확하지 않다. 또한 통신판매중개시장에서의 소비자 권익 강화 및 공정한 전자상거래질서 정착을 위해서는 통신판매중개자에 대해서도 금지행위를 규정하고 이에 대한 준수 기준을 마련할 필요성이 있다. 이에 전자상

거래의 거래대금 지급이 전자적 수단에 의하여 이루어지는 경우 사업자와 전자결제업자 등이 소비자에게 실제로 지불해야 하는 최종가격을 명확히 고지하도록 하는 한편, 통신판매중개자의 금지행위를 규정하고 이에 대한 통신판매중개자의 준수 기준을 공정거래위원회가 정하여 고시할 수 있도록 하려는 것이다(안 제8조 및 제21조).

④ 김정훈의원 대표발의안(2014년 4월)

현행법은 통신판매중개자가 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 고지하지 않으면 통신판매의뢰자의 고의·과실로 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 진다고 규정하고 있다. 그런데 일부 오픈마켓은 고지와 관계없이 청약의 접수, 대금의 결제 등 통신판매업무의 일부를 수행하여 소비자가 오픈마켓을 통신판매업자로 오인할 수 있다. 이와 같이 통신판매중개자가 소비자와 통신판매업자와의 거래에 깊이 관여하는 경우에는 통신판매중개자도 소비자에게 발생한 재산상 손해에 배상책임을 지도록 할 필요가 있다. 이에 통신판매중개자가 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자에게 미리 고지하였더라도 청약의 접수 등 통신판매업무의 일부를 수행한 경우에는 통신판매중개의뢰자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개의뢰자와 연대하여 배상할 책임을 지도록 하려는 것이다(안 제20조의2제2항 신설).

⑤ 이상직의원 대표발의안(2014년 4월)

현재 사업자가 운영하는 사이버몰이 이용자에게 피해를 유발하는 경우 공정거래위원회가 호스팅서비스를 제공하는 자에게 해당 사이버몰에 대한 접근 차단 등 필요한 조치를 요청할 수 있는 법적 근거가 미비하여 이에 대한 신속한 대처를 못함으로써 이용자 피해가 확대되고 있는 실정이다. 이에 공정거래위원회는 사업자가 운영하는 사이버몰이 사행심을 유발하는 등 피해를 유발한다고 인정하거나 관계 중앙행정기관의 장으로부터 요청이 있는 경우에는 해당 사업자와 호스팅서비스에 관한 이용계약을 체결한 호스팅서비스를 제공하는 자에게 해당 사이버몰에 대한 접근 차단 등 필요한 조치를 요청할 수 있도록 함으로써 사이버몰 이용자의 피해 확산을 방지하려는 것이다(안 제9조제4항 신설). 한편 통신판매는 일반적인 판매와 달리 비대면 거래의 특성상 통신판매업자와 소비자 사이에 분쟁이 자주 발생하고 있음. 이를 방지하기 위한 방안으로 통신판매업자에 대하여 사전적인 교육이 필요한 실정이나 이에 대한 관련 규정의 미비로 제도적 보완이 필요한 실정이다. 이에 공정거래위원회는 통신판매에서의 건전한 거래질서의 확립 및 소비자보호를 위하여 필요한 교육을 실시하고 통신판매업자로 신고하려는 자에 대하여는 신고 전 교육을 이수하도록 하려는 것이다(안 제25조의2 신설).

⑥ 이찬열의원 대표발의안(2014년 4월)

소비자는 전자상거래 과정에서 자신의 장애, 성별, 연령 등을 이유로 부당하게 차별받지 아니할 권리가 있다. 이에 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자의 금지행위에 합리적인 이유 없이 성별, 장애, 인종 등을 이유로 차별하는 행위를 규정함으로써 소비자가 공정하게 보호받을 수 있도록 하려는 것이다(안 제21조제1항제8호).

⑦ 강창일의원 대표발의안(2014년 5월)

최근 소비자가 시용(試用)기간 동안 재화등을 제공받아 사용한 후 시용기간이 끝나기 전

에 구매의사를 표시하거나 시용기간이 끝나면 재화등을 최초로 제공한 시점으로 소급하여 구매계약이 성립하는 상거래가 증가하면서 구매계약 당사자 사이에 청약철회와 관련한 다툼이 빈번하게 발생하고 있다. 이는 해당 상거래에서 소비자는 시용기간 동안에는 재화등의 구매여부를 결정할 수 있고 해당 재화등에 대한 구매의사를 표시하여 구매계약이 성립된 이후에도 현행법에 따라 해당 구매계약에 대한 청약철회를 할 수 있다고 생각하는 반면, 사업자는 소비자가 시험 사용 후 구매의사를 표시하는 시점에 시용기간을 시점으로 계약일자를 소급하여 확정하기 때문에 소비자의 청약철회를 행사할 수 있는 기간이 이미 경과한 것으로 생각하여 소비자의 청약철회를 거절하기 때문이다. 이에 시용기간을 정하여 구매계약을 체결하는 경우에는 시용기간이 종료한 날부터 7일 이내에 청약철회를 철회할 수 있도록 하여 시용기간과 청약철회를 행사할 수 있는 기간을 구분·명시함으로써 무료 마케팅거래에서 발생하는 소비자 피해를 줄이는 한편 소비자분쟁을 최소화하려는 것이다(안 제17조).

⑧ 김우남의원 대표발의안(2014년 10월)

전자상거래는 비대면 거래의 특성을 지니고 있으므로 소비자가 구매한 제품에 결함 및 하자가 있는 경우 이를 발견하기까지 상당한 시간이 필요하고, 이로 인한 소비자의 피해를 최소화하기 위해서는 충분한 청약철회 기간의 확보가 필요하다. 그러나 현행법에서는 설·추석과 같이 긴 공휴일이 청약철회기간에 포함되어 있어 청약철회 의사표시를 할 수 있는 실질적인 기간이 과도하게 짧아질 수 있으며, 소비자가 그 손해를 고스란히 떠안아야 하는 실정이다. 이에 청약철회와 관련한 기간을 7일에서 7영업일로 수정하여 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 제고하려는 것이다(안 제17조제1항).

⑨ 정부(2014년 12월)

현행은 전자상거래 등의 사업자로 하여금 거래 상대방의 성명·주소·주민등록번호 등 거래주체를 식별할 수 있는 개인정보를 보존할 수 있도록 하고 있으나, 주민등록번호의 과도한 수집·보존으로 인한 유출 피해를 방지하기 위하여 사업자가 보존할 수 있는 개인정보의 예시에서 주민등록번호를 전자우편주소로 대체하려는 것이다.

⑩ 박민수의원 대표발의안(2015년 2월)

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」의 신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공이란 규정은 해석상 소비자에 대한 정보제공의무를 규정한 것인데 불명확한 법문 규정으로 인해 혼돈의 여지가 있다. 이에 할부거래법이나 방문판매법과 같이 소비자에 대한 정보제공의무 등으로 명확하게 규정할 필요가 있다(안 제13조).

(2) 소비자거래관련법 개정 및 개정발의 동향에 대한 평가

1) 소비자거래관련법 개정

2014년 한 해 동안 이루어진 소비자거래관련법 개정은 민법과 표시광고법에 국한된다고 할 수 있으며, 양법의 개정은 소비자거래법에 있어서 큰 의미를 가지고 있다. 먼저, 민법 개정을 통하여 전형계약으로 편입된 여행계약은 종전 관광사업법상 여행업에 관한 규정, 소비자분쟁해결기준 및 표준약관으로 규율되었다. 그 결과 여행자와 여행사업자간의 법률관계를 정확히 규율하지 못하는 문제가 제기되었지만, 금번 개정에 따라 이러한 문제는 어느 정도

해소할 수 있는 기초가 마련되었다. 다만, 금번 개정에서는 여행계약만을 규율한 결과 여행 알선계약에 대하여는 규율하지 못하는 한계가 존재한다.⁹⁾ 또한 표시광고법상 동의의결제도의 도입은 매우 의미가 크다. 이는 이미 공정거래법에 도입되어 시행되고 있는 제도이며, 소비자법 분야에 처음으로 도입되었다는 점에서 그 의미가 크다고 할 수 있다. 즉, 법위반의 소지가 있는 사업자의 행위를 사업자 스스로 규제하여 신속한 피해의 구제 및 예방이 이루어진다는 점에서 긍정적이라고 할 수 있다. 그러나 법 위반의 여부를 쉽게 판단할 수 없는 공정거래법 위반사건과 동일하게 취급한다는 점에서는 비판의 소지가 있다. 즉, 표시광고법 위반여부는 공정거래법 보다 쉽게 판단할 수 있음에도 불구하고, 행정편의주의로 전락할 수 있으며, 소비자피해구제를 어렵게 할 수 있다는 점에서 그 운용에 있어서는 매우 신중을 기할 필요가 있다.

전자상거래법에 대하여 2014년에는 개정이 없었지만, 모바일 전자상거래의 활성화에 따라 사업자가 동법을 쉽게 준수할 수 있는 방안이 마련되었다. 그러나 그 취지에는 공감하더라도 그 법적 근거가 없다는 점은 커다란 문제 중 하나이다. 동법에서는 공정거래위원회가 고시할 수 있는 근거로 정보제공에 관한 고시(동법 제13조 제4항), 전자상거래소비자보호지침(동법 제23조)을 규정하고 있다. 그러나 금번 준수요령은 이 중 어느 것에도 해당하지 않는다고 한다. 그럼에도 불구하고 준수요령은 모바일 사업자가 동법을 준수할 수 있는 방법을 제시하고 있기 때문에 사실상 의무사항을 제시하고 있다고 할 수 있다. 따라서 법적 근거를 보다 명확하게 제시하는 것이 필요하다. 또한 내용면에 있어서 두 가지 점에서 문제가 제기된다. 첫째는 정보제공방식이다. 준수요령에서는 사업자가 재화등에 관한 정보를 제공함에 있어 모바일의 특성을 감안하여 두 가지 방식 중 어느 하나의 방식으로 정보를 제공하는 것을 인정하고 있다. 즉, 정보를 모두 표시하는 방법과 소비자가 클릭한 경우에 정보가 표시되도록 하는 방법이다. 그러나 동법에서 규정하고 있는 정보제공방식은 전자이며, 그 구체적인 내용은 다음과 같다. 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 다음 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 한다(동법 제13조 제2항). 따라서 소비자가 클릭하여 그 전체 정보가 제공되도록 하는 방식은 동법에서 규정하고 있는 정보제공방식과 위배된다. 둘째, 동법에서는 '하여야 한다'고 규정하여 사업자의 의무로 규정한 내용을 준수요령에서는 '바람직하다'고 규정하여 동법상 의무를 이행하지 않아도 된다는 인식을 사업자에게 부과하고 있다.¹⁰⁾

9) 여행계약에 대하여는 백태승, “여행계약 입법안”, 민사법학 제62호, 2013, 137면 이하 참조.

10) 해외 구매와 소셜커머스 분야에서 소비자보호를 강화하기 위하여 공정거래위원회는 2015년 2월에 전자상거래소비자보호지침 개정안을 행정예고하였다(공정거래위원회, “보도자료 : 해외 구매·공동할인 구매 분야의 소비자 보호 강화 - 전자상거래 등에서의 소비자 보호 지침 개정안 행정예고 -”, 2015.02). 그러나 소셜커머스에 대하여 이용권을 판매하는 사업자로 정의하고 있다는 점은 소셜커머스의 법적 성질에 대하여 논란이 있다는 점을 고려하지 않고, 이를 이용권 판매방식으로 단정하였다는 점에서 문제가 제기된다(고형석, “소셜커머스 및 쿠폰의 법적 성질에 관한 연구”, 재산법연구 제29권 제2호, 2012, 209면 이하; 이병준, “소셜커머스 사업자의 사업모델과 법적·행정적 규제”, 법학연구 제53권 제3호, 2012, 31면 이하; 서희석, “소셜커머스의 소비자계약법적 과제”, 법학연구 제53권 제1호, 2012, 180면 이하; 송오식, “소셜커머스의 법률관계 - 공동구매형 소셜커머스에서 소비자보호를 중심으로 -”, 재산법연구 제28권 제2호, 2011, 205면 이하). 또한 청약철회와 관련하여 사업자가 청구할 수 없는 금액에 대하여 ‘사이버몰 등의 운영상 수반되는 인건비, 운송비, 포장비, 보관비 등의 비용 또는 취소수수료, 반품위약(공제)금 등 추가적인 금액’으로 규정하여 청약철회시 소비자에게 공급하기 위한 비용까지 청구할 수 없도록 규정하고 있다. 물론 그 취지는 청약철회 이후에 발생하는 비용 중 ‘반환에 필요한 배송 비용’으로 한정하고자 함이지만, 문언상 이로 국한하여 해석할 수 없다는 점 역시 또 하나의 문제점이다. 그리고 후불식전

<표-2> 전자상거래법과 준수요령간 차이점

전자상거래법	준수요령
제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공) ③ 통신 판매업자는 미성년자와 재화등의 거래에 관한 <u>계약을 체결할 때에는 법정대리인이 그 계약에 동의하지 아니하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 미성년자에게 고지하여야 한다.</u>	3. 미성년자와의 거래 시 정보 제공 사업자가 미성년자와 재화 등의 거래에 관한 <u>계약을 체결할 때에는 “법정 대리인이 계약에 동의하지 않으면 미성년자 본인 또는 법정 대리인이 계약을 취소할 수 있다”는 내용을 계약이 체결되기 전에 미성년자에게 고지하는 것이 바람직합니다.</u>

2) 소비자거래관련법 개정발의

① 약관규제법 개정안

약관규제법 개정안은 해외사업자와의 거래활성화에 따라 발생하고 있는 문제점 중 해외사업자의 불공정한 약관에 대하여 우리 약관규제법을 적용하기 위한 것이다. 물론 그 필요성이 높지만, 이를 약관규제법을 통하여 해외사업자에게 직접 적용하는 것이 가능할 것인가에 대하여는 의문이다. 특히, 약관규제법은 사법적 효과뿐만 아니라 공법적 규제까지 포함하고 있기 때문에 매우 신중한 접근이 필요하다. 만일 입법취지와 같이 사법적 규제만을 전제로 하였다면 이 문제는 현재 논의되고 있는 국제사법의 개정에 반영하여 해결하는 것이 보다 정확한 해결일 것이다.¹¹⁾

② 할부거래법 개정안

첫째, 불법채권추심과 관련하여 무효 등의 채권에 대한 양도금지는 법이론상 의미가 없지만, 사실상 자행되고 있다는 점을 감안한다면 사업자의 금지의무로 규정하고 그 위반시 제재를 부과하는 방안은 필요하다. 다만, 사전 통지와 관련하여서는 채권의 공정한 추심에 관한 법률에서 채권추심자의 채권추심 전 수임사실의 통보(동법 제6조)와 개인정보의 제3자

화결제서비스의 사용제한 및 요금분쟁 관련해서는 현행과 동일하지만, 통신과금서비스사업자의 경우 전자상거래법상 결제업자에 해당하기 때문에 소비자와의 관계에서 분쟁당사자이다(고형석, “결제대금예치제도에 관한 연구”, 법과 정책연구 제13집 제4호, 2013, 1573면 이하 참조). 마지막으로 사업자는 유효기간이 있는 재화등의 이용권을 판매할 경우 유효기간이 만료되기 전 1회 이상 전자우편, 휴대전화단문메세지 등을 통하여 소비자에게 해당 이용권의 명칭, 유효기간 등을 알려 유효기간 내 이용권의 사용을 독려하여야 한다. 이는 소셜커머스에서 소비자의 사용을 독려하기 위한 내용으로 금번에 추가된 내용이다. 그러나 그 범위에 대하여 소셜커머스로 한정하고 있지 않기 때문에 모든 상품권 판매사업자에게 적용된다. 물론 소비자의 사용을 독려한다는 점에서 소비자편익을 증진하고 있다는 점에서는 긍정할 수 있을 것이다. 그러나 이용기간이 5년 이상인 경우에는 그 기간 동안 소비자의 개인정보를 보관하여야 하며, 그 이전이라고 하더라도 소비자가 탈퇴 또는 개인정보 삭제요구를 요구한 경우에도 그 개인정보를 보관하여야 하는가의 문제가 발생한다. 이는 지침 개정안의 표현에 있어서 “독려하여야 한다”고 규정하고 있기 때문이다. 이러한 표현은 사업자의 의무사항으로 규정하고 있기 때문이며, 지침의 내용 중 권고사항임에도 불구하고 의무사항인 것으로 표현한 것 자체가 문제이다. 따라서 금번 개정의 취지가 정확히 반영되기 위해서는 이 내용은 소셜커머스에 국한하여야 할 것이다. 또한 이러한 표현상의 문제는 권고사항의 다른 내용에도 동일하다. 즉, 권고 사항은 사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 내용이다. 그러나 지침에서는 ‘하여야 한다’고 규정하여 사실상의 의무를 규정하고 있다. 따라서 권고 사항을 명확하게 나타낼 수 있도록 표현을 수정하여야 할 것이다.

11) 해외 직구와 관련한 소비자문제에 대하여는 고형석, “해외구매계약에서의 소비자보호에 관한 연구”, 민사법의 이론과 실무 제18권 제1호, 2014, 108면 이하; 이병준, “전자상거래를 통한 해외구매 대행서비스와 관련된 소비자법 및 국제사법상의 쟁점”, 성균관법학 제26권 제4호, 2014, 419면 이하 참조.

제공(개인정보보호법 제17조)에서 이미 규정하고 있기 때문에 이러한 법률과의 균형을 맞추는 필요가 있다. 둘째, 선불식 할부거래사업자의 위무위반에 따른 소비자의 해제권 행사에 있어서 단지 소비자의 해제권 보장에 국한하는 것이 아니라 소비자의 손해배상청구권을 함께 규정하는 것이 필요하다.¹²⁾ 셋째, 소비자차별금지 조항의 신설과 관련하여 이를 위반한 사업자에 대한 공법적 제재는 필요하지만, 그 사법적 효과에 대하여 규정이 없다는 점은 한계라고 할 수 있다. 이에 대하여는 다른 법(방문판매법 및 전자상거래법)의 개정안 역시 동일하다. 다만, 이러한 소비자차별금지를 개별 소비자거래법에서 규정하기 보다는 소비자계약법을 제정하여 모든 소비자계약에서의 차별금지와 이를 위반하였을 경우에 있어서 법적 효과를 통일적으로 규율할 필요가 있다. 넷째, 청약철회기간에 대하여 현행 역일방식을 영업일 방식으로 전환하는 것에 대하여는 이미 학계에서 주장된 내용이며, 소비자에게 동일한 기간을 부여한다는 점에서 긍정적이다. 다섯째, 할부계약의 해제시 최고방식을 현행 서면방식에서 구두에 의한 경우까지 확대하는 정부의 개정안은 불필요한 규제의 폐지차원에서 이루어진 것으로 보인다. 그러나 서면에 의한 최고는 소비자에게 채무이행을 명확하게 독촉하는 의미가 있으며, 구두 방식을 인정할 경우 추후 최고 여부에 대한 불명확성으로 인하여 분쟁이 다발할 여지가 크다. 물론 그 증명책임을 사업자에게 부과하기 때문에 문제가 없다고 할 수 있지만, 대화 중 독촉한 경우까지 최고로 인정될 수 있기 때문에 소비자가 알지 못한 상태에서 최고를 받을 수 있는 여지가 있다. 또한 금번 개정안은 동법에서 서면요건이 청약철회 및 항변권 등에 있어서도 규정되고 있음에도 불구하고 사업자에게 유리한 방향으로 개정안이 마련되었다는 점에서 소비자보호에 역행하는 개정안이라고 할 수 있다. 마지막으로 정보제공의무의 보완은 매우 필요한 사항이며, 이를 추가하는 개정안은 소비자보호에 충실한 개정안이라고 할 수 있다. 그러나 동법상 정보제공 및 계약서 기재사항 중 많은 내용이 생략할 수 있기 때문에 이에 대한 개선이 더 이루어질 필요가 있다.

③ 방문판매법 개정안

고령소비자보호를 위한 청약철회기간의 연장은 고령소비자보호에 있어서 현실적인 방안이라고 할 수 있다. 다만, 기간의 연장뿐만 아니라 그 기산점에 대한 개정 역시 필요하다. 즉, 현행 기산점은 사업자의 의무위반임에도 불구하고, 사업자의 의무이행이 아닌 소비자의 과실 여부를 기준으로 하고 있다는 점에서 부당하며, 유럽연합 소비자권리지침 등의 경우 사업자의 의무이행시점(청약철회등에 관한 정보가 기재된 계약서의 교부시점 등)을 기준으로 하고 있다는 점을 고려할 필요가 있다.¹³⁾

④ 전자상거래법 개정안

첫째, 소비자피해의 발생 및 확산을 방지하기 위한 임시중지명령제도 및 호스팅사업자에 대한 접근차단 조치 등의 내용은 전자상거래의 특성을 반영한 소비자보호조치로 도입이 필요한 제도이다. 둘째, 청약철회제도의 개선과 관련하여 용역 및 디지털콘텐츠에 대한 청약철회배제규정의 신설은 필요하다. 다만, 용역의 경우 제공이 개시된 시점, 디지털콘텐츠의 경우 다운로드된 시점으로 정하고 있지만, 이에 대해서는 재검토가 필요하다. 즉, 용역의 경우 유럽연합 소비자권리지침과 거의 유사하게 개시된 시점으로 제안하고 있지만, 이는 청약철회

12) 고형석, 상조업과 소비자보호법, 법문사, 2012, 128면 이하 참조.

13) 유럽연합 소비자권리지침상 청약철회에 관한 내용에 대하여는 고형석, “유럽연합 소비자권리지침상 청약철회권에 관한 연구”, 법학논총 제29집 제4호, 2012, 266면 이하 참조.

회기간의 기산일과 동일하다. 따라서 기산일과 배제사유를 구분할 필요가 있다. 또한 디지털 콘텐츠의 이용방식은 다운로드와 스트리밍이 있으며, 다운로드의 경우 이용 여부의 확인이 곤란할 뿐만 아니라 삭제하더라도 복구가 쉽다. 따라서 이용방식에 따라 청약철회권의 배제 사유를 달리 정할 필요가 있다. 셋째, 통신판매중개자의 책임강화에 관하여 금지행위의 신설 및 연대책임은 이 분야의 소비자보호에 매우 충실한 개정이라고 할 수 있다. 다만, 통신판매 중개자의 책임에 있어서 손해배상에 국한하고 있지만, 청약철회 등의 문제 역시 함께 규정하여야 사항으로 판단된다. 다만, 금지행위의 신설에 있어서 그 구체적인 내용을 포괄적으로 공정거래위원회의 고시 사항으로 위임한 것은 위임입법의 한계를 초과한 것으로 판단된다.

V. 소비자결제관련법의 동향과 평가

1. 소비자결제관련법의 개정 동향

(1) 여신전문금융업법

신용카드부가통신사업자(VAN사)는 카드사와 가맹점 사이에 결제망시스템을 구축하는 업체로 직무의 특성상 민감한 금융정보를 다루는 경우가 많으나 금융관련법령의 관리·감독 대상이 아니어서 그동안 금융당국에서 체계적으로 관리하지 못하였음. 최근 신용카드와 관련한 대규모의 정보유출사건을 계기로 금융당국의 VAN사에 대한 관리·감독 필요성이 높아짐에 따라 현행법의 체계 내에 VAN사를 포섭함으로써 금융당국이 직접 VAN사의 신용정보보호 실태 등에 대하여 관리·감독하려는 것이다. 한편, 최근 대형신용카드가맹점, 신용카드업자 및 신용카드부가통신사업자 사이에 과도한 금품이 제공·수수됨에 따라 시장 왜곡을 초래하고 있으므로, 이러한 행위를 금지함으로써 시장의 경쟁을 촉진하려는 것이다.

(2) 전자금융거래법

1) 2014년 10월 개정법

개인정보 유출방지 및 해킹 등 전자적 침해사고에 대한 대응을 위하여 일정 규모 이상의 대형 금융회사 및 전자금융업자인 경우 정보보호최고책임자의 겸직을 제한하고, 정보기술 부문의 정보보호 관련 업무를 위탁받은 전자금융보조업자가 해당 업무를 제3자에게 재위탁하는 것을 원칙적으로 금지하며, 금융회사 및 전자금융업자의 정보보호 및 IT보안의 중요성을 감안하여 형벌 등의 제재수준을 상향조정하고, 징벌적 과징금제도를 도입하는 한편, 전자금융거래에 있어 공인인증서 사용을 강제하는 근거로 작용할 수 있는 규정을 보완하여 금융회사가 자율적으로 금융보안 수단을 결정할 수 있도록 하고, 이용자의 선택에 따른 전자자금이체의 지급 효력 지연조치를 의무화하며, 보존기간이 경과한 전자금융거래기록에 대한 파기의무를 부여하려는 것이다.

2) 2015년 1월 개정법

최근 타인 명의의 통장을 절취 또는 대여·양수하여 사용하는 통장인 이른바 "대포통장"이 탈세와 불법자금 세탁 등을 위하여 사용되고 있고, 특히 대출사기나 보이스피싱사기 사건 등에서 피해 자금을 입금 받는 통장으로 널리 이용되고 있다. 현행법은 이와 같은 대포통장의 근절을 위하여 대가를 주고 접근매체를 대여받거나 대가를 받고 접근매체를 대여하

는 행위를 처벌하고 있음. 그러나 대가를 약속하였으나 지급이 이루어지지 않은 경우에는 현행법상 처벌이 어려운 부분이 있다. 이에 실제 대가가 없었더라도 영리의 목적으로 접근 매체를 대여받거나 대여하는 경우도 금지함으로써 대포통장으로 인한 범죄행위를 방지하려는 것이다.

(3) 정보통신망법(2014년 5월 개정)

통신과금서비스이용자는 통신과금서비스가 자신의 의사에 반하여 제공되었음을 안 때에는 통신과금서비스제공자에게 이에 대한 정정을 요구할 수 있으며, 정정요구가 이유 있을 경우 통신과금서비스제공자는 판매자에 대한 이용 대금의 지급을 유보하도록 한다(제58조제3항). 또한 통신과금서비스제공자(제2조제1항제10호가목의 업무를 제공하는자)는 통신과금서비스를 제공하거나 이용한도액을 증액할 경우에는 미리 해당 통신과금서비스이용자의 동의를 받아야 한다(제58조제5항).

2. 소비자결제관련법에 대한 평가

소비자결제와 관련된 2014년 개정법 중 가장 핵심은 통신과금서비스에 대한 정보통신망법 개정이라고 할 수 있다. 특히, 통신과금서비스 이용에 있어서 종전 Opt-out 방식에서 Opt-in 방식으로의 전환은 그 동안 무의식적인 결제 등에 의해 발생하는 소비자피해를 예방할 수 있는 하나의 기초가 되었다. 그러나 스마트폰의 활성화와 더불어 발생하고 있는 소비자결제관련 피해를 예방할 수 있는 근본적인 해결방안을 마련하지 않음으로 인하여 동법 개정의 의미는 반감될 수 밖에 없다. 또한 소비자피해구제에 있어서 통신과금서비스의 법률관계에 대하여 명확하게 규정하지 않음으로 인하여 그 분쟁해결에 있어서 곤란성이 발생하고 있다. 이는 정보통신망법만의 문제가 아닌 전자상거래법 및 방문판매법과 연관하여 발생하는 문제이기 때문에 종합적 차원에서 해결방안의 모색이 필요하다. 특히, 통신과금서비스는 전자결제임에도 불구하고 정보통신망법에서 규정하고 있다는 점은 근본적인 문제이며, 이에 대하여는 전자금융거래법에서 직접 규율하는 방식으로의 개정이 시급하다.¹⁴⁾

VI. 소비자안전법의 동향과 평가

1. 소비자안전관련법의 입법동향

(1) 제품안전기본법(2015년 1월)

제품으로 인한 소비자 피해의 사전예방을 강화하기 위하여 안전성조사를 할 수 있는 대상을 확대하고, 제품안전에 관한 국민의 알권리를 실현하기 위하여 안전성조사 또는 사고조사의 결과를 공표할 수 있도록 하는 한편, 소비자의 권리보호를 강화하기 위하여 일정 수 이상의 소비자가 시중에 유통되는 제품에 대한 안전성조사를 요청하는 경우에 중앙행정기관의 장은 안전성조사를 실시하고, 그 결과를 소비자에게 통보하도록 하며, 사업자에게 제품으로 인한 사고의 보고의무를 부과하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하려는 것이다.

14) 고형석, “통신과금서비스와 소비자보호에 관한 연구”, 동북아법연구 제8권 제2호, 2014, 377-387면 참조.

(2) 품질경영 및 공산품안전관리법(2014년 1월)

현행 「수도법」 및 「하수도법」에서는 일정한 인증을 받아 위생안전기준을 충족하는 상·하수도용 자재를 사용하도록 규정하고 있으나, 다량의 중금속이 포함된 폐 PVC를 가공하여 재생산된 불량 PVC 파이프가 판매되고 있어 상·하수도 배관에 대한 철저한 관리·감독이 요구되고 있는 실정인바, 안전·품질표시대상공산품을 이용하여 영업을 하는 자는 안전·품질표시가 없는 안전·품질표시대상공산품을 영업에 사용하지 못하도록 하고, 법으로 정한 안전·품질표시의 방법 외의 방법으로 안전·품질표시를 하지 않도록 하려는 것이다.

(3) 어린이제품안전 특별법(2014년 6월 제정)

최근 장난감·학용품 등의 제품에서 중금속 및 프탈레이트 성분 등이 기준을 초과하여 검출되는 등 유해물질로 인한 어린이 건강이 심각하게 위협받고 있는 실정으로, 어린이가 주로 사용하는 물품 등에 환경호르몬이나 발암물질 등 인체에 유해한 요소가 포함된 경우에는 신체에 대한 위해 사실을 전혀 알지도 못한 채, 해당 물품을 사용하고 그 피해를 고스란히 입게 될 수밖에 없는 문제점이 있는바, 이에 어린이가 사용하는 제품의 안전성을 확보하기 위해 만 13세 이하의 어린이가 사용하기 위하여 제조 또 유통되는 물품 등을 어린이제품으로 정하고, 어린이제품의 안전성을 확보하기 위한 기본적인 사항을 규정하는 법을 제정함으로써, 늘어나고 있는 어린이 안전사고를 예방하고, 어린이의 건강을 보호 및 증진하려는 것이다.

(4) 건강기능식품에 관한 법률

1) 2014년 1월 개정

최근 인터넷상의 구매대행 사이트를 이용한 수입 건강기능식품의 구입이 크게 증가하고 있으나, 이 경우 정식으로 수입신고 절차를 거치지 않은 경우가 많아 제품에 대한 안전성이 검증되지 않고 유해물질이 함유될 우려가 있는바, 인터넷을 통하여 구매를 대행하여 건강기능식품을 수입하는 경우 식품의약품안전처장에게 신고를 하도록 함으로써 안전성이 검증되지 않은 수입 건강기능식품으로부터 국민건강을 보호하려는 것이다.

2) 2014년 5월 개정

건강에 대한 관심이 급증함에 따라 건강하게 오래 살고자 하는 인간의 욕망을 악용하여 위해 건강기능식품 등 판매와 허위·과대·비방의 표시·광고를 통해 부당이익을 취하는 사례가 증가하고 있으므로 이에 대한 처벌을 강화하고, 반복적으로 「건강기능식품에 관한 법률」을 위반하는 건강기능식품 영업자를 형량하한제의 대상으로 포함하고, 부당하게 취득한 이익의 최대 10배까지 환수함으로써 부정불량 건강기능식품을 근절하여 안전하고 건전한 건강기능식품 구매 환경을 조성하고자 하는 한편, 법적 간결성·합축성과 조화를 이루는 범위에서 어려운 용어를 쉬운 우리말로 풀어쓰며 복잡한 문장은 체계를 정리하여 간결하게 다듬음으로써 쉽게 읽고 잘 이해할 수 있으며 국민의 언어생활에도 맞는 법률이 되도록 하고, 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」의 제정(법률 제7849호, 2006. 2. 21. 공포, 7. 1. 시행) 취지 및 「세종특별자치시 설치 등에 관한 특별법」의 제정(법률 제10419호, 2010. 12. 27. 공포, 2012. 7. 1. 시행) 취지에 맞게 관련 규정을 정비하며, 「민법」

의 개정(법률 제10429호, 2011. 3. 7. 공포, 2013. 7. 1. 시행)으로 성년후견제 등을 도입한 취지에 맞게 관련 규정을 정비하려는 것이다.

(5) 식품안전기본법(2014년 5월)

현재 국민이 안전하게 식품을 섭취할 수 있도록 식품등의 안전에 관한 기준 및 규격을 설정하고 있으나, 기후변화 등 환경변화와 식습관 변화로 인해 식품 섭취량이 달라짐에 따라, 유해물질의 인체 노출량이 변화할 수 있기 때문에 식품등의 안전에 관한 기준 및 규격의 재평가가 필요함에도 불구하고, 재평가가 제대로 이루어지지 않아 식품등의 안전에 관한 기준 및 규격이 체계적으로 관리되고 있지 못한 실정인바, 이에 관계행정기관 등이 식품등의 안전에 관한 기준 및 규격을 관리·재평가하는 경우 서로 협력하도록 하여 과학적으로 식품등의 안전에 관한 기준 및 규격을 관리하도록 하려는 것이다.

(6) 식품위생법

1) 2014년 1월 개정

최근 인터넷상의 구매대행 사이트를 이용한 수입식품의 구입이 크게 증가하고 있으나, 이 경우 정식으로 수입신고 절차를 거치지 않은 경우가 많아 제품에 대한 안전성이 검증되지 않고 유해물질이 함유될 우려가 있는바, 인터넷을 통하여 구매를 대행하여 식품을 수입하는 경우 식품의약품안전처장에게 신고를 하도록 함으로써 안전성이 검증되지 않은 수입식품으로부터 국민건강을 보호하려는 것이다.

2) 2014년 3월

「민법」의 개정으로 종전의 금치산·한정치산 제도가 후견제도(성년후견·한정후견 등)로 변경된 것을 반영하여, 영업허가의 제한사유에서 금치산자를 피성년후견인으로 대체하는 한편, 벌금액을 징역 1년당 1천만원의 비율로 개정함으로써 벌금형을 현실화하고, 형벌로서의 기능을 회복시켜 일반인에 대한 범죄억지력을 확보하려는 것이다.

3) 2014년 5월

식품의 기준 및 규격은 기후변화 등 환경변화와 해당 식품 등의 섭취량의 변화에 따라 유해물질의 인체 중 노출량이 변화할 수 있어 주기적인 재설정이 요구되므로, 유해물질에 대해 체계적으로 조사하고 그 결과를 토대로 식품의 기준 및 규격을 재평가하도록 함으로써 국민들이 섭취하는 식품의 안전성을 제고하는 한편, 검사기관의 잘못된 수거·검사로 잘못된 판정이나 검사결과가 나올 가능성이 있으므로 이를 바로잡을 수 있는 재검사제도가 필요하다. 현행법상 식품의 재검사 규정은 입법취지와 다르게 재검사 범위를 한정적으로 제한하여 1995년 재검사 규정이 생긴 이후에 재검사가 단 한 차례도 이뤄진 적이 없이 제도가 유명무실한 상황인바, 재검사 규정을 합리적으로 개선하여 잘못된 분석검사를 시정할 수 있는 기회를 주어 정확한 식품검사행정이 이루어질 수 있도록 하기 위함이다. 또한, '위해요소중점관리기준' 용어는 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)을 한글로 직역한 것으로서 일반인이 의미를 이해하기에는 어려움이 있어 보다 알기 쉬운 용어인 '식품안전관리인증기준'으로 변경하여 소비자의 이해도 및 인식도를 높이고, HACCP의 활성화를 위하여 한국 식품안전관리인증원을 설립함으로써 위해요소관리업무를 전문적·효율적으로 수행하도록 하

며, 식품이력추적관리에 대한 주요사항이 법률이 아닌 고시로서 시행됨에 따라 소비자들이 식품이력추적관리제도를 제대로 인식하지 못하고 있는 문제가 있으므로, 식품이력추적관리에 필요한 기록의 작성·보관 및 확인 등의 주요사항을 법에서 규정함으로써 식품이력추적관리 정책의 실효성과 책임성을 제고하고 소비자에게 정확한 정보를 제공하려는 것이다.

2. 소비자안전관련법에 대한 평가

2014년 소비자안전관련 법에 있어서 가장 큰 특징은 어린이제품안전 특별법이며, 이는 안전취약계층인 어린이안전을 확보하기 위함이라는 점에서 그 의미가 크다고 할 것이다. 또한 안전에 관한 소비자의 알 권리 보장 측면에서 개정된 제품안전기본법 역시 그 의미가 있다고 할 것이다.¹⁵⁾ 다만, 안전성 조사의 결과에 대하여는 공표하는 것이 아닌 열람할 수 있도록 함은 입법적 한계라고 할 수 있다. 물론 동법 제11조에서 리콜명령 등을 발할 수 있음을 규정하고 있지만, 그 형식에 있어서 행정청의 재량행위로 규정하고 있다. 그 결과 제품에 대한 안전성을 검사한 후 안전성에 대한 문제가 발견되었음에도 불구하고 그 후속조치에 대하여 행정청의 재량행위로 규정한 결과 이 조치를 취하지 않을 수 있다는 점은 동법이 가지는 한계이다. 따라서 안전성 조사 결과 안전성에 대한 문제가 발견된 경우 즉시 이를 공표하고, 안전사고가 현실적으로 발생하지 않도록 필요한 조치(리콜 등)를 취할 의무를 부과할 필요가 있다. 또한 일정 수 이상의 소비자가 안전성 조사를 요구할 수 있도록 하는 규정이 신설은 소비자에 의한 안전확보 차원에서 의미가 있지만, 그 결과에 관계없이 그 비용을 안전성 조사를 청구한 소비자에게 부과하는 것은 타당하지 않다.¹⁶⁾ 즉, 안전성 조사의 결과에 따라 비용부담자를 달리 정할 필요가 있다. 안전성 조사의 결과 안전성에 문제가 발견되지 않은 경우에는 신청한 소비자가 부담하는 것을 원칙으로 하며, 국가 등이 그 비용을 지원할 수 있음으로 규정할 필요가 있다. 반면에 안전성 조사 결과 안전성에 문제가 있는 것으로 나타난 경우에는 신청한 소비자에게 부과할 것이 아닌 이러한 제품을 생산한 사업자에게 부과하여야 할 것이다. 물론 그 징수절차에 대하여 시행령에 위임하고 있기 때문에 앞에서 제시한 바와 같이 그 비용부담자를 결정하면 된다고 할 수 있지만, 동법에서는 비용부담자를 소비자로서 국한하고 있기 때문에 사업자에게 부과할 수 있는지는 의문이다.

VII. 소비자피해예방 및 구제법의 동향과 평가

15) 제품에 대한 소비자안전에 관하여는 소비자기본법과 제품안전기본법 등에서 규정하고 있으며, 양 법간 비교분석에 대하여는 고형석, “소비자제품안전법에 관한 연구”, 법학연구 제18권 제2호, 2010, 168면 이하 참조.

16) 제9조의2(소비자의 안전성조사 요청) ① 중앙행정기관의 장은 대통령령으로 정하는 일정 수 이상의 소비자가 요청사유·요청범위 및 소비자의 신분을 확인할 수 있는 증명서 구비 등 대통령령으로 정하는 요건을 갖추어 시중에 유통되는 제품에 대한 안전성조사를 요청하는 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 이에 응하여야 한다.

1. 소비자가 요청한 수준의 안전성조사를 할 수 있는 능력이 없는 경우
 2. 안전성조사의 요청 건수가 과도하여 업무에 중대한 지장을 초래하는 경우
 3. 동일한 소비자가 동일한 목적으로 안전성조사를 반복적으로 요청하는 경우
 4. 특정한 사업자를 이롭게 할 목적으로 안전성조사를 요청하는 경우 등 공익적 목적에 반하는 경우
- ② 중앙행정기관의 장은 제1항에 따라 해당 제품에 대한 안전성조사 요청에 응하는 경우 120일 이내에 안전성조사를 실시한 후 그 결과를 대통령령으로 정하는 바에 따라 안전성조사를 요청한 소비자에게 통보하여야 한다. 이 경우 안전성조사에 소요되는 비용을 대통령령으로 정하는 바에 따라 안전성조사를 요청한 소비자에게 징수할 수 있다.

1. 소비자피해예방 및 구제에 관한 입법 동향

(1) 법 개정 동향(전자문서 및 전자거래기본법 : 2014년 10월)

현재는 전자문서나 전자거래에 관한 피해나 분쟁으로 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청하더라도 분쟁 대상인 거래와 관련된 권리의 소멸시효가 그대로 진행되어 조정 신청을 못하거나 조정 중이더라도 소송을 제기할 수밖에 없는 문제가 있는바, 앞으로는 분쟁조정을 신청한 후에 취하한 경우를 제외하고는 분쟁조정을 신청하면 소멸시효가 중단되도록 함으로써, 분쟁조정 제도를 활성화하고 전자문서나 전자거래와 관련된 분쟁을 낮은 비용으로 보다 신속하게 해결할 수 있도록 하려는 것이다.

(2) 법 개정 발의 동향

1) 집단소송법안(우윤근의원 대표발의 : 2013년 8월)

급속한 산업화와 사회 환경의 변화에 따라 소비자분쟁, 환경·공해분쟁 등 집단적인 피해를 수반하면서도 피해의 입증이 용이하지 않은 현대적 분쟁이 빈발하고 있다. 그러나 이러한 현대적 분쟁을 해결함에 있어 현행 민사소송제도로는 절차가 번잡하고 피해구제가 불충분하여 피해자들이 집단민원의 형태로 문제를 해결하고 있는 점을 감안할 때, 이들 분쟁에 대하여 신속하고 적절한 사법적 해결의 방안으로서 집단소송제도를 마련할 필요성이 제기되어 왔다. 현재 증권의 거래과정에서 발생한 피해 중 일부에 대하여 집단적 손해배상책임을 추궁할 수 있는 「증권관련 집단소송법」이 제정되어 시행되고는 있지만, 집단소송제도는 증권 분야뿐만 아니라 최근 빈번하게 발생하고 있는 소위 갑을관계로 인한 손해배상을 위한 소송, 소비자분쟁, 환경·공해분쟁 등 모든 분야에서 일반적으로 도입이 필요한 제도이다. 이에 다수인의 집단적인 분쟁에서 피해자들이 보다 용이하게 피해구제를 받을 수 있고 소송경제를 도모하기 위하여 구성원이 다수이고 구성원의 각 청구가 법률상 또는 사실상 주요한 쟁점을 공통으로 하는 사건에 대하여는 대표당사자에 의한 집단소송을 허용하려는 것이다.

2) 소비자집단소송법안(서영교의원 대표발의 : 2014년 2월)

최근 발생한 카드사 등 금융권의 '개인정보 대량 유출' 사건으로 인해 최소 2천여만 명의 집단적인 피해자가 발생한 것으로 추산되나, 이에 따른 피해에 대해 소송을 제기하는 소비자는 소수에 불과한 실정이다. 이외에도 집단적인 피해자가 발생한 사례는 유독하게 잘못 제조된 가습기 살균제를 구입한 소비자, 정유기업 담합으로 인해 더 비싼 휘발유를 구입한 소비자, 과대허위 광고로 인해 잘못된 정보를 통한 구매를 한 소비자, 토익 시험 시행사의 부당한 약관으로 인해 부당 환불을 당한 소비자 등이며 소비자의 집단 피해 발생은 계속 증가하고 있다. 이러한 경우 기업에 대한 손해배상소송을 제기하여 피해를 구제받을 수 있으나 소비자 손해 소송의 경우, 손해의 손해가 광범위한 다수에게 발생한 경우가 많아 변호사 비용 등 소송비용으로 인해 적절한 소송제기가 이루어지지 못하는 경우가 다수임. 또 손해액이 큰 경우에도 기업의 행위와 소비자의 손해간의 인과관계를 감정할 때 거액의 감정비용이 필요하므로 다수의 소비자가 모여서 소송을 제기하는 것이 유리하게 되어, 이런 경우에도 구성원 중 한명 또는 일부가 동일 피해 소비자 집단을 대표해서 용이하게 소송을 제기할 수 있는 길을 보장해주어야 할 것임. 그리고 소비자소송의 특징은 다수의 소비자에게 단순한

구매 행위로 인해 동일 손해가 발생한다는 점으므로, 소비자마다 같은 소송을 반복하여 제기하게 하는 것보다는 일부 소비자가 기업을 피고로 하여 자신의 손해를 인정받으면 동일한 형태의 구매 소비자에게는 그 소송의 기판력을 같이 받을 수 있도록 제도화하여 손해배상을 받을 권리를 인정하는 것이 사회적인 비용을 줄일 수 있고 자본주의 사회에서 소비자의 권익을 효과적으로 옹호하고 기업 측의 불법·부당행위를 효과적으로 차단할 수 있을 것이다. 우리 헌법은 제124조에서 국가는 건전한 소비행위를 계도하고 생산품의 품질향상을 촉구하기 위한 소비자보호운동을 법률이 정하는 바에 의하여 보장한다고 규정하고 있다. 이와 같이 소비자를 보호하는 것은 헌법이 규정한 국가의 의무이다. 이에 소비자가 기업의 제조, 광고, 담합, 판매, 소비자정보관리 등에서의 불법행위로 인해 손해를 입은 경우에 그 중 일부의 소송 승소로 모든 관련 소비자가 손해배상권을 인정받을 수 있도록 하여 헌법이 정한 소비자 보호를 도모하기 위해 「소비자집단소송법」을 제정하고자 하는 것이다.

2. 소비자피해예방 및 구제에 관한 입법 동향에 대한 평가

(1) 소비자분쟁조정

소액 다수라는 소비자피해의 원활한 구제를 위하여 소송외적인 분쟁해결방안으로 도입된 분쟁조정제도는 소비자분쟁조정위원회뿐만 아니라 자율분쟁조정위원회, 전자문서 및 전자거래분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회 등 매우 다양한 형태의 조정위원회의 설립 및 발전으로 전개되었다. 이러한 분쟁조정제도의 활성화를 통하여 효율적인 소비자분쟁해결이 이루어져 왔지만, 분쟁조정제도의 다양한 문제점이 지적되어 그 해결방안에 대한 모색이 요구되었다. 그 중 하나가 바로 조정신청에 따른 시효중단의 문제이다. 물론 민사조정법에서는 조정의 신청에 따른 시효중단효를 규정하고 있지만, 소비자기본법 등에서는 이를 규정하지 않아 문제점으로 지적되었다. 이러한 점을 감안하여 전자거래기본법의 개정을 통하여 조정신청에 따라 시효가 중단됨을 규정함은 의미가 있다고 할 것이다. 그러나 이는 시효중단효를 규정하고 있는 민법의 규정을 그대로 다시 규정한 것에 불과할 뿐 조정의 특성에서 비롯한 시효중단효의 문제를 규정하고 있지 못하다. 즉, 금번 개정에서는 조정의 신청에 따라 시효가 중단되지만, 취하의 경우 시효가 중단되지 않음으로 규정하고 있다(동법 제36조의2). 민법에서는 화해를 위한 소환 또는 임의출석의 경우 시효중단효를 규정하고, 상대방의 불출석 또는 불성립의 경우 1개월 이내에 소를 제기한 경우에만 시효중단효를 인정하고 있다(동법 제173조). 또한 의료분쟁조정법에서도 조정의 신청에 대하여 시효중단의 효력을 인정하지만, 그 신청이 취하되거나 각하된 때에는 부정하고 있다. 또한 중단된 시효는 조정이 성립하였거나 제37조에 따라 조정절차 중 합의가 이루어진 경우, 당사자의 일방 또는 쌍방이 조정결정에 동의하지 아니한다는 의사를 표시한 경우에 새로이 진행한다(동법 제42조).¹⁷⁾ 그 결과 조정신청의 각하 또는 거부 등의 사유에 의해 조정절차가 진행되지 못하는 경우에 대한 시효중단효의 문제는 해결하지 못하고 있다. 따라서 조정신청에 따른 시효중단효를 규정함에 있어서는 조정의 특성을 감안하여 종합적으로 규정할 필요가 있다. 그러나 이러한 문제를 해결함에 있어서는 개별 조정관련법을 개정하여 처리하기 보다는 조정에 관한 기본법을 제정하여 조정에 관한 문제를 통일적으로 해결할 필요가 있다. 물론 민사조정법이 있기

17) 의료분쟁조정법상 조정불성립의 경우에도 시효가 새롭게 시작됨을 규정한 것은 민법과의 관계 등을 고려할 때 타당하지 않다(고형석/서상문, “조정제도와 소멸시효의 중단”, 법학논총 제25권 제3호, 2013, 88면).

때문에 이를 통하여 해결할 수 있다고 주장할 수 있지만, 민사조정법은 사법(司法)형 조정제도를 전제로 하기 때문에 행정형 또는 민간형 조정제도에 적용하기에는 한계가 있다. 따라서 일본 또는 유럽연합과 같이 조정에 관한 기본법을 제정하여 조정에 관한 기본적인 사항을 종합적으로 규율하고, 각 조정위원회의 특성에서 비롯되는 사항만을 개별 조정관련법에서 규정하는 것이 바람직할 것이다.¹⁸⁾

(2) 집단적 소비자피해구제

소비자피해의 특성 중 하나가 바로 하나의 피해원인에 의해 다수의 피해자가 발생한다는 점이다. 그 대표적인 예가 바로 개인정보의 침해사건 등이다. 이러한 소비자피해의 특성을 감안하여 2006년 소비자기본법 개정¹⁹⁾에 따라 집단소비자분쟁조정제도가 도입되었지만, 조정제도는 기본적으로 사적자치에 기반한 분쟁해결제도이기 때문에 상대방이 조정절차에 참여하지 않거나 조정안을 거부한 경우 조정은 불성립으로 종결된다. 따라서 소송에 의해 해결할 수 밖에 없지만, 현행 소송제도는 집단적 소비자피해를 일괄적으로 구제함에 있어서는 한계가 있다. 이러한 점을 감안하여 집단적 소비자피해를 원활하게 구제할 수 있는 소송제도의 개선이 요구되었으며, 그 시작으로 2004년에 증권관련 집단소송법이 제정되었다. 그러나 동법은 증권관련 사건에 한정되기 때문에 다른 소비자분쟁에 확대적용할 수 없다. 따라서 집단소비자분쟁을 일괄적으로 해결할 수 있는 소송제도의 개선이 요구되며, 동일한 문제인식을 가지고 있는 프랑스¹⁹⁾와 일본²⁰⁾의 경우 미국의 집단소송제도(class action)와 상이한 집단소비자피해구제를 위한 법을 제정하였다. 이러한 점을 감안한 집단소송법안 및 소비자 집단소송법안은 그 의미가 크다고 할 것이다. 다만, 금번 개정안은 미국식 집단소송제도의 도입을 주된 골자로 하고 있지만, 최근 입법례가 이 방식이 소비자단체를 통한 구제라는 점을 감안한다면 양 방식에 대한 종합적인 검토를 통하여 어느 방식이 집단적 소비자피해구제에 더 적합한 것인가에 대한 분석이 선행되어야 할 것이다.

VIII. 소비자정책

1. 제3차 소비자기본계획의 수립

(1) 소비자기본계획의 비전과 핵심전략

공정거래위원회(위원장 정재찬)는 소비자정책위원회를 개최하여 금년부터 2017년까지 3년 동안 우리나라 소비자 정책의 마스터플랜이 되는 '제3차 소비자정책 기본계획(이하 제3차 기본계획)'과 금년도 시행계획을 확정하고 그 내용을 발표하였다.²¹⁾ 이번에 수립된 제3차 기본

18) 조정기본법 제정에 대하여 찬성하는 견해로는 박철규, "행정형 ADR의 입법현황과 개선방안에 관한 연구", 법제연구, 제46호, 2014, 239면; 김유환, "행정형 ADR 정비방안-모델절차법(안)", 사법선진화를 위한 개혁, 사법제도추진위원회, 2007, 393-407면 등.

19) 프랑스는 소비자법전 개정('14. 3. 17)으로 집단소송을 도입하였다. 이에 대하여는 박희주, "프랑스 집단소송제도 도입", 글로벌 법제동향 제1권 제2호, 2014, 43면 이하 참조.

20) 소비자의 재산적 피해의 집단적 구제를 위한 민사소송절차의 특례에 관한 법률(消費者の財産的被害の集團的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律)은 2013년에 제정되었지만, 그 시행을 위한 준비과정으로 인하여 아직 시행되고 있지 않다. 동법의 내용에 대하여는 고희석, "집단적 소비자피해구제를 위한 법제 개선방안에 대한 연구", 「2013 의원입법 연구보고서」, 법제처, 2013, 80-99면; 김재영, "일본 소비자재판절차 특례법 동향", 글로벌 소비자법제 동향 제1권 제5호, 2014.10, 2-7면 참조.

계획은 우리나라 소비자 정책의 바람직한 방향 설정을 위해 '소비자가 함께 만드는 더 나은'이라는 비전 하에 세 가지 핵심 전략²²⁾을 제시하였다. 이번 제3차 기본계획에서는 소비자, 시장, 정부 측면에서 그간의 환경 변화²³⁾를 고려하여 9가지 중점과제와 24가지 세부과제를 마련하였다.

(2) 추진과제의 주요 내용

1) 소비자 정보제공 활성화 및 빅데이터 활용 촉진

① 소비자 비교정보 제공 활성화

정보 수요가 높은 제품, 변화된 소비 트렌드를 반영한 신상품 및 이동통신·금융·여행 등 서비스 분야의 비교정보 제공을 강화하고, T-Price의 가격정보 제공 대상 품목과 유통점을 확대하여 가격 급등락 등 시장 불안요인에 대한 모니터링을 강화(공정위, 소비자원)할 계획이다.

② 교육·문화·관광서비스의 소비자 정보 제공 체계 개선

교육비 투명화를 위해 경쟁 입찰을 통해 교복을 공동 구매하는 '교복 학교 주관 구매 방식'을 강화하고, 교육청 홈페이지·모바일 앱 등을 통해 학원비 정보 공개를 강화(교육부)할 계획이다. 또한 국내외 스포츠 용품의 성능, 가격·품질 비교 및 글로벌 스포츠산업 트렌드 등의 정보를 제공하는 컨슈머리포트 발간(문화부)할 계획이다. 마지막으로 농촌관광 등급평가를 확대 실시하고, 다양한 농촌관광 정보를 포털과 스마트폰 등으로 폭넓게 제공(농식품부)할 계획이다.

③ 소비자 관련 빅데이터 생산·활용 지원

한국소비자원에 접수된 상담정보, 위해정보 등을 종합적으로 분석하여 생애주기별로 소비자 문제를 진단하고, 관련된 정보를 소비자 분쟁의 사전 예방 및 소비자 시책 수립에 활용할 수 있도록 소비자·기업·공공 부문에 제공(공정위, 소비자원)할 계획이다. 또한 농식품분야, 보건의료분야에서도 빅데이터를 분석하여 수요자 맞춤형 빅데이터를 통합적으로 제공(농식품부, 복지부)할 계획이다.

2) 맞춤형 소비자 교육 및 복지 지원 확대

① 생애 주기별, 대상별 소비자교육 활성화

아동·청소년기, 청년기, 신혼기, 아동양육기, 자녀교육기, 은퇴기 등 생애주기별 소비자문제에 따른 교육콘텐츠를 개발·보급하고, 전문기관과 연계하여 다문화가정·고령자 등 사회적 배려계층의 수요를 반영한 소비자 교육을 실시(소비자원)할 계획이다. 이를 위해 동영상·애니메이션 등 미디어를 활용한 교육콘텐츠를 개발하고, 블로그·모바일 앱 등 다양한 채널을 통해 보급(소비자원)할 계획이다.

21) 공정거래위원회, “보도자료 : 제3차 소비자정책 기본계획 확정·발표”, 2015.1.

22) 제3차 기본계획 핵심전략은 ① 창조경제 시대에 걸맞는 소비자 역량 지원 강화, ② 안심하고 신뢰할 수 있는 시장 환경의 확대, ③ 소비자 정책의 글로벌(Global+Local) 민관 협력체계 구축이다.

23) 인구 고령화 진행 가속 및 새로운 가족구조 확산, 사회적 양극화 지속, 소비 시장의 글로벌화, 소비자 안전 이슈의 부각, 환경 문제의 지속적 발생 등이다.

② 서민소비생활 맞춤형 복지지원 확대

문화·여행·스포츠 관람 등 3개 분야 이용권을 통합한 통합형 여가바우처 제도(문화누리카드)를 도입하여 저소득층의 문화 향유 이용 편의를 제고(문화부)할 계획이다. 또한 소비자종합정보망인 스마트컨슈머에 제공 중인 가격정보(생필품·유가·농산물 도소매가) 이외에 공공요금, 의료비, 학원비 등 서민 맞춤형 생활 정보를 추가로 제공(공정위, 소비자원)할 계획이다.

3) 시장의 소비자 안전망 강화 및 안전 소비문화 확산

① 다중이용시설 및 서비스의 소비자 안전 강화

최근 대형 공연장, 리조트 등 다중이용시설에서 발생한 안전사고로 인해 인명 피해가 계속되면서 국민들의 불안감이 증폭되고 있다. 이에 정부는 대형상업시설, 공연장, 어린이집, 레저시설 등 다중이용시설과 피부미용, 레저 등 서비스 분야에 대한 안전 실태조사를 실시하여 소비자들에게 정보를 제공하고 안전기준 제정 등 제도 개선을 추진(공정위, 소비자원)할 계획이다. 그리고 어린이 놀이시설, 청소년 수련시설에 대한 종합 안전점검을 실시하고, 안전검사 불합격 시설물에 대해서는 이용금지조치를 하는 등 관리 감독을 강화(안전처, 여성부)할 계획이다.

② 식품·의약품·화장품 안전관리체계 강화

방사능 오염과 구제역·AI 등 가축질병 등으로 먹거리 안전성에 대한 소비자들의 불안이 확산되고 있는 바, 농축산 식품에 대한 안전성 검사를 강화하고, 위해 정보에 따른 긴급행동지침을 마련하여 위기 상황에 신속히 대처(농식품부)할 계획이다. 또한 상습적인 농축수산물 원산지 표시 위반업체에 대해 과징금을 부과하는 등 처벌을 강화하여 공정한 유통질서를 확립할 계획이다. 그리고 소비자 단체 등과 협력하여 식품, 의약품 등 국민 생활과 밀접한 생활 밀착형 정보를 공유하는 '식의약 안전교육'을 실시하고, 정부부처와 전문가·소비자단체 등이 참여하는 '위해소통민관협의회'를 운영하여 소비자 이슈를 발굴(식약처)할 계획이다. 마지막으로 안전상의 문제가 지속적으로 제기되고 있는 물티슈를 화장품으로 편입하여 안전관리를 강화하는 한편, 화장품 제조·판매업체 등의 표시·광고 모니터링 등 감시를 지속적으로 실시(식약처)할 계획이다.

③ 위해정보 기반의 안전관리 체계 확립

한국소비자원의 소비자위해감시시스템(CISS)과 여타 국가기관의 위해정보시스템²⁴⁾을 연계하여 위해정보 공유를 활성화하고, 결함·불량제품에 대해 판매금지·회수 등 조치를 신속하게 실시하여 위해 요소 확산을 방지(공정위, 소비자원)할 계획이다. 자동차 결함에 대한 리콜제도를 실효성있게 운영하기 위하여 누적리콜에 대한 벌금 신설, 안전기준 위반에 대한 과징금 강화 등 제도개선 방안을 마련하여 '자동차관리법' 개정을 추진할 계획이다. 또한 리콜알리미서비스(가입자에게 SMS, 이메일(E-mail)로 자동차 리콜정보를 알려주는 서비스)에 대한 홍보를 강화하여 리콜 시정율을 제고(국토부)할 계획이다.

24) 교통안전공단의 자동차결함정보, 어린이집안전공제회·학교안전공제회의 사고정보, 서울시 다산콜센터 상담정보, 국민권익위원회의 민원정보 등이다.

④ 어린이·청소년 통합적 안전시책 마련

어린이·청소년의 안전의식을 함양하고 유사 시 위기 대처능력을 키우기 위해 학교 안전교육을 강화(교육부)할 계획이다. 여러 법률에 분산 규정된 안전교육을 '학교안전법'으로 일원화하고 안전 교육을 교육과정에 체계적으로 반영하는 한편, 유아부터 고교 단계까지 적용하는 안전교육표준안 마련·보급(교육부)한다. 또한 연령별·유형별로 어린이 안전사고 예방을 위한 시청각 교육콘텐츠를 개발하여 유치원과 학교에서 활용할 수 있도록 '어린이 안전넷(www.isafe.go.kr)'을 통해 제공(소비자원)할 계획이다.

4) 소비자 피해구제의 접근성·전문성 향상

① 전자상거래, 방문판매·다단계판매 분야의 정보 신뢰성 강화

민원이 다발하는 인터넷 쇼핑물에 대한 상시 모니터링과 소비자 피해가 빈발하는 분야에 대한 종합적인 실태조사를 실시하고, 방문판매법 위반 업체의 명단을 홈페이지에 공개(공정위)할 계획이다.

② 건전한 상조시장 질서 확립

상조 시장에서 소비자 피해를 예방하기 위해 선수금 보전에 대한 관리·감독을 강화하고, 상조업체 간 불법적인 고객빼오기 등 불법 행위에 대한 대응을 강화(공정위)할 계획이다.

③ 개인정보 보호를 위한 정책 지원

사업자 등 개인정보처리자가 '개인정보 처리방침'에 정보 주체의 권리행사(열람·삭제 등) 방법 등을 구체적으로 기재하도록 하고, 정보 주체가 개인정보의 열람·삭제를 요구할 경우 정당한 이유 없이 개인정보 수집 방법 및 절차보다 어렵게 하지 못하도록 개선(행자부) 할 계획이다.

④ 소비자 구매 및 피해구제 종합지원시스템 구축·운영

정부·지자체·공공기관에서 제공하고 있는 피해구제서비스를 통합한 '소비자 피해구제 종합지원시스템'을 구축하여 표준화된 원스탑 서비스를 구현하고, 축적된 소비자 구매·피해구제 등의 빅데이터를 분석하여 대국민 맞춤형 서비스를 제공(공정위)할 계획이다.

⑤ 해외구매 확대에 따른 소비자피해 대응방안 마련

소비자 피해 다발 해외 인터넷 쇼핑물을 조사하여 공개하고, 해외 구매 시 주의할 사항과 해외 구매 관련 사이트에 소비자 만족도 등의 정보를 소비자들에게 제공(공정위, 소비자원)할 계획이다. 또한 해외구매 대행업자의 전자상거래법 위반행위와 구매·배송대행 업체의 불공정 약관 등의 법 집행을 강화(공정위)할 계획이다. 한편 국내법 적용이 불가능한 외국 사업자와의 거래에서 발생한 소비자 피해를 구제하기 위해서는 국가 간 협력이 필요한 바, UN 산하 상거래위원회(UNCITRAL) 등 국제회의를 통해 해외 직구에서 발생한 소비자 피해를 구제할 수 있는 국제 절차를 마련(공정위)할 계획이다.

5) 소비자 정책의 글로벌 민관협력체계 구축

① 공정위의 소비자시책 연계기능 강화

소비자정책위원회 산하 전문위원회를 통해 안전·교육분야 합동 실태조사를 실시하고 종합 대책을 마련하는 등 유기적인 협업체계를 구축하는 한편, 각 부처 정책·제도의 소비자 지향성을 제고하기 위해 과제를 발굴하고 제도 개선을 추진(공정위)할 계획이다.

② 소비자단체의 역할 강화

소비자권익증진기금 설립을 통해 소비자단체의 소비자 역량 강화 사업을 위한 안정적인 재원을 확보(공정위)할 계획이다. 금년 중 '소비자기본법'을 개정하여 기금 설립의 근거를 마련하고, 기금설립준비 절차를 거쳐 2016년에 출범할 예정이다.

③ 지역소비자행정 활성화

지역의 특성에 맞는 소비자 행정을 추진할 수 있는 기반을 마련하고, 지역별로 유관기관이 참여하는 지역소비자권익증진협의회를 구성하여 지역 소비자 이슈에 공동으로 대응(공정위)할 계획이다.

2. 소비자기본계획에 대한 평가

소비자기본계획은 소비자기본법 개정에 따라 매 3년 주기로 수립되는 소비자정책의 기반이라고 할 수 있다. 금번 3차 소비자기본계획의 주요내용은 정보제공 및 소비자교육, 소비자 안전 및 소비자피해구제로 정리할 수 있다.

(1) 정보제공 및 소비자교육

현대 사회에서 정보의 중요성은 강조되고 있으며, 정보의 격차는 각종 소비자문제의 원인으로 작용하게 된다. 특히, 정보격차가 심한 사업자와 소비자간에 있어서 이를 해소하는 방안의 모색은 현대 소비자정책의 과제 중 하나이다. 또한 이러한 정보제공의 강화는 최근 정부 3.0²⁵⁾의 일환이라고 할 수 있다. 이러한 정보제공의 강화는 소비자의 알권리를 충족시킴과 더불어 정보불균형에서 발생하는 각종 소비자피해를 예방할 수 있다는 장점이 있기 때문에 매우 긍정적이라고 할 수 있다. 다만, 이와 관련하여 문제시 될 수 있는 것은 정보의 부정확성에 따른 책임이다. 즉, 정보제공의 대상은 단지 가격정보에 국한하는 것이 아닌 제품의 품질 등에 관한 포괄적인 정보이다. 따라서 그 수집 및 평가과정에서 오류가 있을 경우 이를 제공받은 소비자뿐만 아니라 해당 사업자에 대하여 손해를 유발할 수 있다.

소비자교육과 관련하여 생애주기별 소비자교육의 실시를 위해 소비자교육교재의 개발 및 온라인 등을 통한 실시를 그 내용으로 하고 있다. 소비자피해의 예방 및 구제를 위해 소비자교육의 중요성 역시 강조된다. 그러나 소비자교육을 위해 가장 기본적인 사항이 소비자교육의 담당자 육성에 대한 내용은 존재하지 않는다. 현재 정부 차원에서의 소비자교육담당자 육성 프로그램으로는 한국소비자원에서 실시하고 있는 단기 프로그램에 불과하다. 그럼 소비자교육 전문가 양성에 있어서 이러한 프로그램만으로 충분할 것인가의 문제가 제기되며,

25) 정부 3.0이란 공공정보를 적극적으로 개방하고 공유하며, 부처간 칸막이를 없애 소통하고 협력함으로써 국민 맞춤형 서비스를 제공하고, 동시에 일자리 창출과 창조경제를 지원하는 새로운 정부운영 패러다임으로 정의하고 있다(<http://www.gov30.go.kr/gov30/int/intro.do>).

소비자교육 전문가는 소비생활, 소비자관련 법제도, 피해구제 등에 대한 종합적인 지식과 경험을 갖추어야 한다는 점을 감안할 때 단기적이고 형식적인 프로그램만으로 이를 양성할 수 없다. 그렇다고 한다면 소비자교육을 충실하게 실시할 수 있는 소비자교육전문가 양성을 위한 전문적인 교육기관의 설립과 프로그램의 개발 등이 필요하며, 이를 위해 가칭 '소비자교육법'을 제정하여 소비자교육에 관한 전반적인 사항을 추진할 필요가 있다.²⁶⁾

(2) 소비자안전

2000년대 이후 소비자정책의 중요 과제 중 하나가 바로 소비자안전확보이다. 이를 위해 제품안전기본법 등 매우 다양한 법제의 신설 및 보완이 이루어졌으며, 제1차 소비자기본계획에서 제3차 소비자기본계획의 핵심과제 중 하나로 선정되었다. 그러나 소비자안전과 관련하여 가장 문제점 중 하나가 바로 소비자안전에 관하여 복수의 부처가 독립적으로 소비자안전을 추진하고 있다는 점이다. 즉, 제품에 대하여는 산업통상자원부(기술표준원), 식품의약품에 대하여는 식약처, 어린이/청소년 및 학교안전에 관하여는 교육부 등 매우 다양한 부처가 소비자안전을 추진하고 있어서 종합적인 소비자안전행정의 추진에 있어서 장애로 작용하고 있다. 따라서 소비자안전을 종합적이고, 체계적으로 추진할 수 있도록 소비자안전행정체계의 정비가 필요하다.

(3) 소비자피해구제

금번 소비자기본계획의 가장 큰 문제점 중 하나가 바로 소비자피해예방 및 구제에 대한 정책의 소극화이다. 소비자정책의 핵심은 소비자피해를 예방하고, 이를 효과적으로 구제하는 것이 초점이 맞추어져야 한다. 물론 그 방식은 시장의 자율에 의해 해결하는 방법과 정부의 개입을 통한 방법으로 구분할 수 있다. 전자를 위한 방안이 정보제공과 소비자교육이며, 이에 대하여는 금번 소비자기본계획에 포함되어 있다. 그러나 후자의 방안에 대하여는 정보공개 등 소극적 방안만을 정하고 있어서 시장에서 소비자보호를 위한 다양한 법제 개선에 대하여는 사실상 언급이 없다. 현행 소비자보호법의 가장 핵심인 할부거래법, 방문판매법 및 전자상거래법은 그 태생적 한계로 인하여 현재 다발하고 있는 소비자문제를 효과적으로 규율하고 있지 못할 뿐만 아니라 모바일 환경 및 국제거래 환경 등에서 발생하는 소비자문제를 해결함에 있어서도 적합하지 않다. 따라서 이러한 시장의 상황 및 환경변화에 적합한 법제 개선이 추진되어야 함에도 불구하고 이에 대한 언급이 거의 없다는 점은 금번 소비자기본계획의 문제점으로 지적된다. 특히, 최근 들어 급속도로 증가하고 있는 집단 소비자분쟁을 해결할 수 있는 방안에 대한 모색이 없다는 점은 문제점 중 하나이다. 마지막으로 이러한 소비자문제를 해결하는 법제도의 개선방안을 마련함에 있어서 심도있는 연구가 필요함은 매우 당연하다. 이는 시장의 현황 및 소비자문제를 해결하기 위한 법제도 개선을 위하여 다양한 방안에 대한 논의를 통하여 가장 효과적인 방안의 모색이 필요하기 때문이다. 이를 위하여는 중장기적이고, 지속적인 연구가 필요하며, 이를 담당할 연구조직이 필요하다. 일본의 경우 소비자관련 법제도의 개선을 위해 연구조직을 구성하고, 중장기적으로 연구를 진행하여 소비자법제도의 개선을 추진하고 있다는 점은 우리에게 시사하는 바가 매우 크다.

(4) 소비자정책에 대한 정보공개 및 평가

26) 일본의 경우 소비자교육추진에 관한 법률(消費者教育の推進に関する法律)을 2012년에 제정하였다 (http://www.caa.go.jp/information/pdf/kyoiku_gaiyou2.pdf).

소비자기본계획은 소비자정책의 가장 핵심적인 사항이며, 3년 동안 국가가 추진할 소비자 정책을 정한다는 점에서 그 의미가 크다. 따라서 그 수립과정에 있어서 직접 당사자인 소비자 또는 사업자의 의견을 수렴하는 것이 필요하며, 소비자기본법에서도 소비자 등의 의견을 청취할 수 있음을 규정하고 있다. 그러나 이러한 절차는 진행되지 않았다. 물론 그 의견수렴 절차에 대하여 재량으로 규정하고 있기 때문에 법 위반의 문제는 아니지만, 직접 이행당사자의 의견을 수렴하지 않은 것은 문제라고 할 수 있다. 이에 대하여 소비자정책위원회의 구성에 있어서 소비자 및 사업자의 대표자가 포함되어 있기 때문에 이를 토하여 의견개진이 이루어졌다고 할 수 있지만, 소비자기본법에서는 이러한 자 이외의 소비자 및 사업자의 의견을 수렴하기 위한 절차를 규정하고 있다는 점을 감안한다면 직접 이해관계자의 의견수렴 절차를 진행하지 않은 것은 문제라고 할 수 있으며, 소비자의 기본적 권리인 의견제시권을 부정하는 것이다.²⁷⁾

또한 소비자기본계획 및 시행계획은 소비자 및 사업자에게 매우 중요한 사항이기 때문에 이를 공개하는 것이 필요하다. 그러나 소비자기본계획의 전부가 아닌 주요내용만 공개하고 있으며, 시행계획에 대하여는 공개되지 않고 있다. 이는 소비자의 기본적 권리인 알 권리를 부정하는 것이다. 일본의 경우 소비자기본계획에 대하여 소비자청 홈페이지에 공개하고 있다는 점은 우리에게 시사하는 바가 크다.

마지막으로 소비자정책은 수립 그 자체가 의미가 있는 것이 아니라 이에 따라 시행하는 것이 핵심이며, 그 시행의 적정성에 대한 평가가 수반되어야 한다. 이러한 점 역시 소비자기본법에서 반영하고 있다(동법 제22조 제5항). 그러나 그 평가가 이루어지고 있는지, 이루어지고 있다면 그 결과가 어떠한 것인가에 대한 공개는 전혀 이루어지고 있지 않다. 일본의 경우 소비자청 홈페이지에서 그 평가결과를 공개하고 있다는 점을 감안할 때, 소비자기본계획에 따른 시책에 대한 평가를 공개할 필요가 있다.²⁸⁾

IX. 결 론

소비자문제는 기본적으로 시장에서 발생하며, 시장환경의 변화에 따라 소비자문제 역시 다양화되고 있는 것은 주지의 사실이다. 이러한 소비자문제는 기본적으로 시장의 기능에 따라 해결하는 것이 가장 바람직하지만, 현실적으로 시장에 전적으로 맡겨둘 수만은 없다. 따라서 소비자가 자율적으로 자신의 문제를 해결할 수 있음과 더불어 사업자의 자정노력을 통하여 소비자문제를 해결하도록 하는 것이 필요하다. 또한 시장에서 해결되지 않은 소비자문제에 대하여 국가가 개입하여 다양한 법제도 및 정책을 통하여 소비자문제를 해결하는 것 역시 현대 사회의 과제 중 하나이다.

이러한 차원에서 2014년 한 해 동안 이루어진 소비자관련 법과 정책의 동향에 대하여 살펴 보았다. 그러나 최근 시장환경의 변화에 따라 다양하고 새로운 소비자문제가 발생하고 있지만, 이를 적절하게 대응할 수 있는 법제도의 개선은 미진한 실정이다. 다만, 소비자계약 중 여행계약을 민법의 전형계약으로 편입시켰다는 점을 비롯하여 개인정보침해에 따른 손해배상제도의 개편(징벌적 손해배상제도 및 법정손해배상제도)는 소비자법 분야의 성과라고

27) 일본 역시 소비자기본법 제9조에 따라 소비자기본계획을 수립하고 있으며, 그 수립과정에서 의견수렴을 진행하고 있다(<http://www.caa.go.jp/adjustments/index.html#m01>).

28) 소비자기본계획의 수립 및 평가에 대하여는 고형석, 앞의 “소비자기본법의 평가와 과제”, 27-29면 참조.

할 수 있다. 따라서 지속적으로 발생하고 있는 소비자문제에 대한 법제도적 개선이 2015년에는 충실하게 이루어질 필요가 있다. 그러나 이를 추진함에 있어서는 종합적이고 체계적인 연구가 뒷받침된 후 추진이 되어야 할 것이다. 즉, 임기응변식의 대응은 소비자문제의 해결이 아닌 또 다른 문제를 야기할 수 있기 때문이다. 또한 소비자정책의 핵심인 소비자기본계획이 수립되었지만, 과연 21세기형 소비자정책에 적합한 것인가에 대하여는 의문이다. 소비자기본계획은 현재 및 미래의 소비자문제를 판단하고, 이를 해결하기 위하여 소비자법/제도, 행정 등에 대한 총괄적인 사항을 담아야 함에도 불구하고 현행 소비자문제에 대한 인식이 미흡하며, 이에 따라 소비자시책 역시 현실적인 소비자문제를 해결함에 있어서는 충분하지 못하다고 평가할 수 있다. 물론 소비자기본계획은 변경이 불가능한 것이 아니기 때문에 조속히 시장에 대한 정확한 평가를 기반으로 한 기본계획 및 시책의 수립이 필요하다.

참고문헌

- 고형석, 상조업과 소비자보호법, 법문사, 2012.
- 고형석, "통신과금서비스와 소비자보호에 관한 연구", 동북아법연구 제8권 제2호, 2014.
- 고형석, "개인정보침해와 손해배상책임의 원칙", 저스티스 제145호, 2014.
- 고형석, "해외구매계약에서의 소비자보호에 관한 연구", 민사법의 이론과 실무 제18권 제1호, 2014.
- 고형석, "결제대금예치제도에 관한 연구", 법과 정책연구 제13집 제4호, 2013.
- 고형석, "집단적 소비자피해구제를 위한 법제 개선방안에 대한 연구", 「2013 의원입법 연구 보고서」, 법제처, 2013.
- 고형석, "소셜커머스 및 쿠폰의 법적 성질에 관한 연구", 재산법연구 제29권 제2호, 2012.
- 고형석, "유럽연합 소비자권리지침상 청약철회권에 관한 연구", 법학논총 제29집 제4호, 2012.
- 고형석, "소비자기본법의 평가와 과제", 「저스티스」 제120호 2010.
- 고형석, "소비자제품안전법에 관한 연구", 법학연구 제18권 제2호, 2010.
- 고형석/서상문, "조정제도와 소멸시효의 중단", 법학논총 제25권 제3호, 2013.
- 김성천, 소비자차별금지에 관한 연구, 한국소비자원, 2013.
- 김유환, "행정형 ADR 정비방안-모델절차법(안)", 사법 선진화를 위한 개혁, 사법제도추진위원회, 2007.
- 김재영, "일본 소비자재판절차 특례법 동향", 글로벌 소비자법제 동향 제1권 제5호, 2014.
- 김진우, "민사계약법에서의 차별금지", 비교사법의 현황과 과제, 2014.
- 박철규, "행정형 ADR의 입법현황과 개선방안에 관한 연구", 법제연구, 제46호, 2014.
- 박희주, "프랑스 집단소송제도 도입", 글로벌 법제동향 제1권 제2호, 2014.
- 백태승, "여행계약 입법안", 민사법학 제62호, 2013.
- 서희석, "소셜커머스의 소비자계약법적 과제", 법학연구 제53권 제1호, 2012.
- 송오식, "소셜커머스의 법률관계 - 공동구매형 소셜커머스에서 소비자보호를 중심으로 -", 재산법연구 제28권 제2호, 2011.
- 이병준, "소셜커머스 사업자의 사업모델과 법적·행정적 규제", 법학연구 제53권 제3호, 2012.
- 이병준, "전자상거래를 통한 해외구매 대행서비스와 관련된 소비자법 및 국제사법상의 쟁점", 성균관법학 제26권 제4호, 2014.

이은영, "한국소비자법 35년, 회고와 과제", 「저스티스」 제146호, 2015.

공정거래위원회, "보도자료 : 제3차 소비자정책 기본계획 확정 · 발표", 2015.

공정거래위원회, - 공정거래위원회 소관 - 위원회 현황 및 활동내역서, 2015 · 1.

공정거래위원회, "보도자료 : 해외 구매·공동 할인 구매 분야의 소비자 보호 강화 - 전자상거래 등에서의 소비자 보호 지침 개정안 행정예고 -", 2015.

<제1세션>

2014년 법·정책, 연구 및 소비자운동의 동향(13:00~15:30)

사회 : 최완진 교수(한국외대)

제2 발표(13:45~14:30) : “2014년 소비자법연구의 동향”

- 김진우 교수(한국외대)

토론 : 정병덕 교수(한림대),
진도왕 교수(인천대)

2014년 소비자법 연구의 동향

김진우

한국외국어대학교 법학전문대학원 교수

I. 들어가며

발표자는 한국소비자법학회로부터 “2014년 소비자법 연구의 동향”에 관한 발제를 의뢰받았다. 이와 같은 주제에 대한 글은 —발표자가 아는 범위 내에서는— 국내에서 처음인 것으로 보인다. 지금까지는 소비자법에 관한 연구결과들이 곳곳에 흩어져 있어 연구의 큰 흐름을 파악하기 쉽지 않았다. 이제 매년 이 무렵에 같은 주제의 보고가 이루어지게 되면, 지난 해의 연구동향을 조감하는데 도움이 될 것으로 보인다. 발표자는 집필의뢰를 받은 직후부터 소비자법에 관한 문헌들을 검색하였으나, 필시 본 발표문에 담지 못한 연구결과도 있을 것이다. 이에 대하여는 소비자법 연구자들의 질정(叱正)을 기대해 본다.

아래에서는 먼저 2014년에 있었던 소비자법에 관한 주요 학술대회를 개관하고(II), 이어서 소비자법의 주요 분야별로 어떤 연구들이 진행되었는지를 알아본다. 그 주요 분야로는 약관(III), 개인정보보호(IV), 금융소비자(V), 제조물책임(VI), 소비자법 관련 서적(VII) 및 외국법제(VIII)로 나누었으며, 이에 속하지 않는 주제들은 기타 (IX)로 분류하였다. 마지막으로 2015년 소비자사법 연구의 전망(X)을 언급하였다.

II. 2014년 한국소비자법학회 및 기타 학술대회

한국소비자법학회는 예년처럼 2014년에도 4차례에 걸쳐 학술대회를 진행하였다.

1. 제17회 한국소비자법학회 (2014년 춘계) 학술대회

2014. 4. 18. 경북대학교에서 개최된 <제17회 한국소비자법학회 학술대회>는 “디지털콘텐츠거래와 소비자보호”라는 대주제 아래 다음과 같은 소주제들이 발표되었다.

- (1) 이병준(한국외국어대학교), 보통유럽매매법상의 디지털 콘텐츠 거래에 관한 규율
- (2) 김민기(경북과학대학교), 대중가요 표절에 관한 저작권법상의 쟁점과 해결방안

(3) 차상욱(경북대학교), 클라우드서비스에 있어서 디지털 콘텐츠의 사적이용과 저작권법상 쟁점

(4) 송민수(한국소비자원), 모바일 오픈마켓 운영자의 책임

2. 제18회 한국소비자법학회 (2014년 하계) 학술대회

2014. 6. 20. 한국외국어대학교에서 개최된 <제18회 한국소비자법학회 학술대회>는 "전자결제와 소비자보호"라는 대주제 아래 다음과 같은 소주제들이 발표되었다.

(1) 최민식(한국인터넷기업협회), 온라인 전자결제의 문제점과 개선방향

(2) 서희석(부산대학교), 공인인증서의 발급 및 관리책임

(3) 윤태영(아주대학교), 전자화폐와 소비자보호

(4) 조용태(한국전화결제산업협회), 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 개정에 따른 이용환경의 변화 —전자결제 중심으로

3. 제19회 한국소비자법학회 (2014년 추계) 학술대회

2014. 8. 21. 한국소비자원에서 개최된 <제19회 한국소비자법학회 학술대회>는 "해외 사업자로부터 직접 구매와 소비자보호"라는 대주제 아래 다음과 같은 소주제들이 발표되었다.

(1) 배윤성(한국소비자원), 해외직구 이용실태 및 개선방안

(2) 권대우(한양대학교), 해외직접구매계약상 당사자의 권리의무

(3) 이병준(한국외국어대학교), 해외직접 구매대행 서비스와 소비자법 및 국제사법상의 쟁점¹⁾

(4) 김도년(한국소비자원), 해외 직접구매 소비자분쟁해결방법으로서 ODR

4. 제20회 한국소비자법학회 (동계) 학술대회

2014. 12. 5. 동아대학교에서 개최된 제20회 한국소비자법학회 학술대회는 "신진 학자 학술발표, 소비자법의 현안문제"라는 대주제 아래 다음과 같은 소주제들이 발표되었다.

<신진학자 학술발표>

1) 이 발제내용은 이병준, 전자상거래를 통한 해외구매 대행서비스와 관련된 소비자법 및 국제사법상의 쟁점, 성균관법학 제26권 제4호(2014)에 게재되었다.

- (1) 박근대(창원대학교), 표시책임과 사법적 구제를 위한 입법론적 시론
- (2) 강수현(경상북도 도청), 디지털콘텐츠 거래에서의 청약철회권의 법적 정합성 확보 방안

<소비자법의 현안문제>

- (3) 이병준(한국외국어대학교), 제3자를 위한 계약과 면책약관의 적용범위
- (4) 좌혜선(소비자단체협의회), 상조업 소비자피해
- (5) 김도년(한국소비자원), 소비자권의 제한 법령 개정 성과와 과제
- (6) 송민수(한국소비자원), 최근 OECD 소비자정책 수립 성과와 법적 시사
- (7) 고형석(선문대학교), 후원방문판매에 대한 연구
- (8) 구태언(테크엔로), IOT와 소비자보호

5. 제9회 한국법률가대회

그 밖에 2014. 10. 24. - 25. <제9회 한국법률가대회>가 “근대사법 120년 — 성찰과 새로운 지향”을 주제로 하여 성균관대학교에서 개최되었는데, 그 심포지엄에서는 당시 한국소비자법학회 회장인 이은영 교수가 “소비자보호법 35년 회고와 과제”를 발제하였다.²⁾

III. 약 관

「약관의 규제에 관한 법률」(이하 “약관규제법”이라 한다) 제1조는 “이 법은 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관(約款)을 작성하여 거래에 사용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제함으로써 건전한 거래질서를 확립하고, 이를 통하여 소비자를 보호하고 국민생활을 균형 있게 향상시키는 것을 목적으로 한다.”고 규정하고 있다. 약관규제법상 고객은 “계약의 한쪽 당사자로서 사업자로부터 약관을 계약의 내용으로 할 것을 제안받은 자”를 말하고(제2조 제3호), 여기의 고객은 자연인은 물론 법인도 포함한다.³⁾ 그런데 약관규제법의 적용을 받는 고객은 많은 경우 소비자⁴⁾이고 따라서 같은 법은 넓은 의미의 소비자법에 포함시킬 수 있을 것이다.

2) 이 발제내용은 이은영, 한국소비자법 35년, 회고와 과제, 저스티스 통권 제146-3호(2015 한국법률가대회 특집호 II)에 수록되어 있다.

3) 예컨대 “키코(KIKO) 사건”으로 알려진 대법원 2013. 9. 26. 선고 2012다1146, 1153 전원합의체 판결을 비롯한 일련의 판결들에서는 상인인 주식회사가 고객인 경우의 약관규제법의 적용 여부가 문제되었다.

4) 현행법상의 소비자 개념에 관하여는 김진우, 소비자과 사업자 개념에 관한 고찰 — 소비자계약에 관한 EU 신 소비자권리지침과 독일민법을 착안점으로 하여 —, 가천법학 제5권 제1호

약관에 의한 계약은 실무적으로 분쟁이 잦고 그래서 전통적으로 소비자법 연구자들이 많은 관심을 가지는 주제의 하나이다. 2014년에도 약관규제법을 중심으로 약관의 법률문제에 관한 연구가 활발히 이루어졌다. 특히 국민적 관심사라고 할 수도 있는 근저당권설정비용의 부담에 관한 선택형 약관조항이 불공정조항으로서 약관규제법상 무효인가 하는 점을 다룬 판결⁵⁾과 이른바 “KIKO 사건”에 관한 전원합의체 판결들⁶⁾에 관한 논문들이 다수 발표되었다.⁷⁾ 후자는 약관을 둘러싼 쟁점 외에도 적지 않은 법적 쟁점을 담고 있는데 아래에서는 이들 논문들도 아울러 소개하기로 한다.

1. 근저당권 설정비용의 부담

최근 대법원⁸⁾ 하급심에서⁹⁾ 근저당권설정비용의 부담조항과 관련하여 고객에게 선택지가 주어졌다 하더라도 약관규제법상의 불공정조항에 해당한다는 취지의 판결이 내려지자 과거 금융기관들과의 대출거래에서 근저당권설정비용을 부담하였던 당사자들이 부당이득의 반환을 구하는 민사소송을 집단적으로 제기하였다. 이들 소송에 대하여 하급심은 고객의 청구를 인용하는 경우와 인용하지 않는 경우로 나뉘고 있었고, 이

(2012); 서희석, DCFR상 소비자·사업자의 정의(定義) -우리 법과의 비교 검토-, 외법논집 제36권 제2호(2012) 참조.

5) 대법원 2014. 6. 12. 선고 2013다214864 판결.

6) 대법원 2013. 9. 26. 선고 2011다53683, 53690 전원합의체 판결; 대법원 2013. 9. 26. 선고 2012다1146, 1153 전원합의체 판결; 대법원 2013. 9. 26. 선고 2012다13637 전원합의체 판결; 대법원 2013. 9. 26. 선고 2013다26746 전원합의체 판결.

7) 근저당권 설정비용의 부담에 관한 선행연구로는 최병규, 근저당권설정비의 부담주체에 대한 연구 -서울고등법원 2008년 11월 20일 선고 2008누7962 판결에 대한 평석을 중심으로-, 상사판례연구 제22권 제1호(2009); 최병규, 은행근저당권설정비 부담주체에 대한 약관의 효력 -대법원 2010.10.14. 선고 2008두23184 판결에 대한 평석을 중심으로-, 상사판례연구 제24권 제1호(2011); 황남석, 근저당권설정비용의 부담주체에 관한 고찰, 법조 통권 제671호(2012); 고동원, 근저당권 설정 비용의 부담주체에 관한 소고, 법률신문 2012. 7. 12.; 고동원, 은행 거래에 있어서 근저당권 설정 비용 부담 주체에 관한 논의의 검토, 은행법연구 제5권 제2호(2012); 김현정/최명, 은행근저당권설정비의 부담주체에 관한 연구, 은행법연구 제5권 제2호(2012); 고동원, 금융기관 대출 근저당권 설정비용 부담은 누가 - 고객부담, 법률신문 2013. 4. 8.; 한혜진, 금융기관 대출 근저당권 설정비용 부담은 누가 - 은행부담, 법률신문 2013. 4. 8.; 지원림, (근)저당권 설정비용의 부담자, 고려법학 제66호(2012); 유주선, 은행근저당권설정비 부담주체 -2012년 5월 8일 선고한 독일 연방대법원 판례를 고려하여-, 기업법연구 통권 제52호(2013); 유주선, 은행근저당권설정비 부담주체, 기업법연구 제27권 제1호(2013); 윤진수, 한국법상 약관규제법에 의한 소비자 보호, 민사법학 제62호(2013); 박상호, 대출거래와 관련한 근저당권설정비용 부담에 관한 쟁점과 부당이득금반환 여부, (경상대) 법학연구 제21집 제1호(2013); 이병준, 선택규정의 약관성 -근저당권설정비용 반환소송과 관련하여-, 안암법학 제42권(2013); 이병준, 약관의 추상적 내용통제와 구체적 내용통제의 관계 -약관의 추상적 내용통제에서 확정된 약관의 무효를 개인의 개별적인 소송에서 주장할 수 있는가?-, 재산법연구 제29권 제2호(2013).

8) 대법원 2010. 10. 14. 선고 2008두23184 판결.

9) 서울고등법원 2011. 4. 6. 선고 2010누35571 판결.

러한 하급심에 대한 학계 및 실무계의 반응도 갈리고 있었다. 이러한 상황에서 대법원 2014. 6. 12. 선고 2013다214864 판결은 대법원 차원에서 최초로 고객의 부당이득반환청구를 기각하였다. 근저당권 설정비용의 부담주체가 누구이며 그에 관한 약관조항이 무효인가 여부를 다룬 2014년의 논문들은 다음과 같다.

(1) 김남홍, 선택규정의 약관성과 근저당권설정비용 부담주체 —서울지방법원 2012. 12. 6. 2012가합56189 판결을 중심으로—, 외법논집 제38권 제1호(2014).

(2) 김진우, 근저당권설정비용의 부담에 관한 선택형 약관조항이 약관규제법 제6조의 의미에서의 불공정조항에 해당하는지 여부 —대법원 2014. 6. 12. 선고 2013다214864 판결—, 민사법학 제69호(2014).

(3) 임건면, 선택형 약관조항과 근저당권설정비용 부담주체, 성균관법학 제26권 제4호(2014).

2. KIKO 사건

근래 문제되었던 KIKO 통화옵션 계약의 조항이 약관에 해당하는지에 관하여 하급심 판결은 통일되지 못하고 있었다. KIKO 통화옵션이라 함은 “수출대금의 환율변동위험을 회피하기 위하여 기업의 은행에 대한 낙아웃(Knock-Out) 풋옵션(Put-Option)과 은행의 기업에 대한 낙인(Knock-In) 콜옵션(Call-Option)을 주로 1 : 2 비율로 결합한 통화옵션”을 말한다. 즉, 기업이 환위험을 회피하기 위하여 은행으로부터 풋옵션(장래의 일정 시기에 계약금액을 행사가격에 매도할 수 있는 권리)을 매입하되, 은행에 그 프리미엄을 지급하는 대신 콜옵션(장래의 일정 시기에 주로 계약금액의 2배를 행사가격에 매수할 수 있는 권리)를 매도하여, 결국 제로코스트(Zero-Cost)를 실현한 통화옵션이다. 다만 기업의 풋옵션에는 낙아웃 조건이, 은행의 콜옵션에는 낙인 조건이 각각 붙어 시장환율이 하단환율 이하로 떨어지면 해당 구간에 관한 계약은 실효되고(낙아웃), 반대로 시장환율이 상단환율 이상으로 오르면 은행의 콜옵션이 실제로 발생하게 된다(낙인).

일련의 KIKO 사건에서 원고들은 KIKO 계약이 약관에 의하여 성립한 것이며, 피고들은 위험성이 매우 큰 상품을 제대로 설명하지 않고 권유하였으므로 KIKO 계약은 약관규제법 제6조가 정하고 있는 신의성실의 원칙에 반하는 불공정약관이라고 주장하였다. 위와 같은 KIKO 계약이 약관에 의한 계약인가에 관하여, 서울고등법원 2009. 8. 21.자 2009라997 결정은, 사건 각 계약의 내용 중 주요 계약조건인 계약금액, 행사환율, 옵션행사의 조건이 되는 환율, 계약기간 등은 그 구체적인 내용을 채권자와 채무자들이 개별적 교섭에 의하여 결정하였으므로 각 계약조항이 모두 약관에 해당한다고 할 수는 없지만, 계약의 기본구조에 관한 조항은 채무자들이 다수의 기업과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련해 놓은 것으로 볼 수 있으므로, 약관에 해

당한다고 보았다.¹⁰⁾ 서울중앙지법 2008. 12. 30.자 2008카합3816 결정, 인천지법 2009. 3. 9.자 2009카합228 결정 등은 여기서 한걸음 더 나아가 KIKO 계약을 전체적으로 약관에 의한 계약으로 이해하였다.

반면 서울중앙지방법원 2010. 11. 29. 선고 2008가합131793 판결, 수원지법 2011. 1. 14. 선고 2009가합3756 판결, 서울고등법원 2011. 5. 31. 선고 2010나34519(본소), 2010나34526(반소) 판결 등은, KIKO 통화옵션계약의 구조가 정형화되어 있는 면이 없는 것은 아니나, 그 계약구조는 개별적 교섭에 의하여 결정된 구체적인 계약조건에 결부되어 계약내용을 이루는 것이고, 구체적인 계약조건에 의하여 보충되지 않은 계약구조에 관한 조항만으로는 계약내용에 편입될 수 없으므로, 계약구조에 관한 부분만을 약관에 해당한다고 하기는 어렵다고 하였다.

학설은 위와 같은 하급심 판결들을 대상으로 KIKO 통화옵션계약이 약관에 의한 계약이라고 보는 견해¹¹⁾와 약관으로 볼 수 없다는 견해¹²⁾로 나뉘고 있다.

그런데 대법원 2013. 9. 26. 선고 2011다53683, 53690 전원합의체 판결을 비롯한 최근의 대법원 판결들은, KIKO 통화옵션계약의 구조는 다른 장외파생상품들과 마찬가지로 은행이 고객의 필요에 따라 구조나 조건을 적절히 변경하여 사용하기 편하도록 표준화하여 미리 마련해 놓은 것일 뿐, 그 구조만으로는 거래당사자 사이에 아무런 권리의무가 발생하지 않고 거기에 개별적 교섭에 의해서 결정된 계약금액, 행사환율, 녹인, 녹아웃 환율, 레버리지, 계약기간 등 구체적 계약조건들이 결부됨으로써 비로소 전체 계약의 내용으로 완결되는 것이므로, 그 구조 자체는 따로 약관에 해당하지 않는다고 보았다. 이처럼 KIKO 통화옵션계약의 계약구조를 약관이라고 볼 수 없는 이상, 그 구조가 약관임을 전제로 한 나머지 상고이유 주장도 받아들일 수 없다고 하였다.

위와 같은 KIKO 사건을 다룬 2014년의 논문들은 다음과 같다.¹³⁾

10) 같은 취지로 서울중앙지법 2008. 12. 30.자 2008카합3816 결정.

11) 이를테면 김두진, KIKO 통화옵션조항의 공정성 통제 - 「약관규제에 관한 법률」의 적용여부를 중심으로 -, 금융법학 제2호(2009); 정상근, 장외 통화옵션상품(KIKO)과 약관규제, 경제법연구 제8권 제1호(2009); 서완석, KIKO 분쟁에 있어서 판례의 동향과 자본시장법상의 쟁점, 상사판례연구 제23권 1호(2010); 전경근, 키코(KIKO) 거래의 법률관계, (이화여대) 법학논집 제14권 4호(2010) 등.

12) 가령 성민섭, 키코통화옵션계약의 무효·취소 가능성에 대한 소고, 경제법연구 제8권 1호(2009); 나태영, 키코(KIKO)통화옵션계약의 효력에 관한 소고, 한양법학 제33집(2011); 윤진수(주 7).

13) 이에 관한 선행연구로는 권순규/정상현, 키코(KIKO)통화옵션계약에 있어서 사정변경 법리에 의한 해지권의 인정여부 - 관련 가처분 결정을 중심으로 -, 성균관법학 제21권 제3호(2009); 박규환, 기본권의 방사효과와 키코(KIKO)계약, 영산법률논총 제6권 제1호(2009); 박의호, 키코(KIKO) 관련 법적 쟁점의 정리, 은행법연구 제2권 제1호(2009); 백태승, “키코”(KIKO)계약과 사정변경의 원칙, 고시계 통권 제629호(2009); 성민섭, 키코(KIKO)통화옵션계

- (1) 강영기, KIKO계약과 금융소비자보호에 관한 법리에 대한 연구, 경영법률 제24집 제2호(2014).
- (2) 김상만, 키코(KIKO) 통화옵션계약에 대한 최근 대법원 판결의 고찰, (송실대) 법학논총 제31집(2014).
- (3) 김용재, KIKO 사건의 주요 쟁점에 관한 법리적 재검토, 저스티스 통권 제140호(2014).
- (4) 김창희, 키코 통화옵션계약의 공정성에 관한 연구 —대법원 2013. 9. 26. 선고 2011다53683(본소), 2011다53690(반소) 판결을 중심으로—, 선진상사법률연구 제65호(2014).
- (5) 김희석, 파생상품의 적합성·설명의무와 분쟁해결기준에 관한 연구, 동아법학 제63집(2014).
- (6) 사동천, 키코(KIKO) 사건에서의 사정변경의 원칙, (한양대) 법학논총 제31집 제1호(2014).
- (7) 윤성승, 키코계약의 구조와 키코사건의 재조명 —대법원 판결을 중심으로—, 상사법연구 제32권 제4호(2014).
- (8) 윤태영, 키코판결과 설명의무, 민사법학 제66호(2014).
- (9) 이병준, 키코판결과 약관규제법상의 쟁점, 외법논집 제38권 제2호(2014).
- (10) 이훈중, 키코(KIKO) 통화옵션계약 체결 당시 적합성원칙과 설명의무를 위반한 경우 손해배상책임에 관한 판례평석, 한양법학 제25권 제3집(2014).
- (11) 임철현, 키코 계약에 있어 “중대한 사정변경”에 대한 법적 보호, 저스티스 통권 제145호(2014).
- (12) 최문희, 계약의 구조에 대한 설명의무 —KIKO(키코) 사건에 관한 대법원 전원합의체 판결을 소재로 하여—, 상사판례연구 제27권 제1호(2014).
- (13) 최문희, 파생상품거래에서 계약의 해지와 재구조화, 증권법연구 제15권 제1호

약의 해지가능성에 대한 소고 —서울중앙지방법원 2008카합3816 효력정지가처분 결정의 판시내용을 중심으로—, 인권과정의 통권 제392호(2009); 이상제/김영도, 키코 파생상품 계약의 위험성과 적합성 원칙, 은행법연구 제2권 제1호(2009); 고동원, “키코(KIKO)” 파생상품 계약의 구조와 적합성 원칙에 관한 법적 검토, 저스티스 통권 제119호(2010); 이희중, 키코(KIKO) 통화옵션계약에 관한 법적 고찰, 경영법률 제20집 제2호(2010); 정상근, 파생상품거래와 금융사기 —키코(KIKO)상품의 법리와 해석을 중심으로—, 경제법연구 제9권 제1호(2010); 한병영, 키코 계약의 소비자 계약성, 비교사법 제17권 제3호(2010); 박선중, 키코계약에 대한 법적 쟁점의 재검토, 한국금융법학회지 제8권 제1호(2011); 박진순, KIKO 1심 판결의 내용 및 분석, 한국금융법학회지 제8권 제1호(2011); 신정순/임예진, 키코에 대한 이해 —키코에 대한 이해와 관련 법적 쟁점들을 중심으로—, 산업경제연구 제24권 제6호(2011); 윤성승, 외국의 장외파생상품 피해 관련 사례와 우리나라에 대한 시사점, 한국금융법학회지 제8권 제1호(2011); 이훈중, 키코(KIKO) 통화옵션상품의 해지성에 관한 연구, 경제법연구 제11권 제1호(2012); 김용재/박기쁨, 키코사건과 관련한 하급심 판결의 재검토, 안암법학 제41권(2013); 최영주, 금융투자업자의 설명의무의 범위에 관한 비판적 검토 —키코통화옵션상품 관련 판례를 중심으로—, 상사법연구 제32권 제1호(2013) 등.

(2014).

3. 약관규제의 근본문제

2014년에는 약관규제의 근본적인 문제점을 다룬 논문들도 발견된다.

- (1) 백경일, 약관규제법의 규범적 정당성에 관한 고찰, 고려법학 제74호(2014).¹⁴⁾
- (2) 서희석, 약관규제 외에 계약조항규제가 필요한가?, 가천법학 제7권 제1호(2014).¹⁵⁾

근대 민법의 입법자는 자유로운 계약당사자들이 대등한 교섭에 의하여 그들 사이의 이해관계를 적절히 조정할 수 있는 개별약정에 의한 계약모델을 전제로 계약법을 구상하였다. 그런데 편입통제, 해석통제 및 내용통제로 대별되는 약관에 대한 규제와 그것이 보장하려는 계약의 공정성은 전통적.형식적 사적 자치와 긴장관계를 형성한다. 여기서 선량한 풍속의 범위 내에서 행하여진 사적 계약에 대한 통제를 정당화하는 실체적 사유가 문제된다. 다시 말해 사적 자치는 자기책임과 자기결정을 그 토대로 하는데, 일응 자기책임과 자기결정에 의하여 계약에 편입된 약관이 무슨 까닭으로 후발적인 공정성 심사를 받는가 하는 점이 의문인 것이다. 이러한 약관통제의 실체적 정당화 사유는 약관통제에 관한 의문이 발생한 경우에 목적론적 해석을 수단으로 해결책을 제시할 수 있도록 하는 중대한 의미를 가진다.

4. 기 타

2014년에는 앞의 주제 외에도 약관에 관한 다양한 법률문제들이 연구되었다.

- (1) 김상찬, 미국법상 약관제시요건 및 사후조항의 효력에 관한 연구, 법과정책 제20권 제1호(2014)
- (2) 이규만, 운전자보험 약관 해석에 관한 타당성 검토 —방어비용 담보 특별약관을 중심으로—, 아주법학 제8권 제2호(2014).
- (3) 이병준, 약관을 통한 소비자중재합의와 그 유효성, 중재연구 제24권 제1호(2014).
- (4) 이병준, 약관의 개념에 관한 약관규제법 제2조의 규정취지와 의미내용, 가천법학 제7권 제3호(2014).
- (5) 정 완, 약관규제법상의 약관의 명시.설명의무에 관한 고찰, 경희법학 제49권 제4

14) 이에 관한 선행연구로는 백경일, 소비자보호법의 존재의의 및 효용성에 대한 비판적 고찰 —소비자보호법의 규범적 정당성과 경제적 실효성에 대한 분석—, (부산대) 법학연구 제49권 제2호(2009); 김진우, 약관 내용통제의 정당화사유, (부산대) 법학연구 제53권 제1호(2012).

15) 이에 관한 선행연구로는 김진우, 불공정조항의 내용통제에 관한 몇 가지 법적 문제점 —유럽 및 독일계약법과의 비교를 중심으로—, 외법논집 제36권 제1호(2012).

호(2014).

(6) 조규성, 자기신체사고보험에서 안전벨트 미착용 감액약관의 효력에 대한 판례연구 —대법원 2014. 9. 4. 선고 2012다204808 판결—, 상사판례연구 제27권 제1호(2014).

(7) 조규성, 자동차보험 약관상 운전피보험자의 범위에 관한 약관해석 고찰, 동아법학 제63호(2014).

(8) 최병규, 약관해석의 특수성과 제도운용방안, 경제법연구 제13권 제1호(2014).

(9) 최병규, 약관의 계약편입요건에 대한 연구, 경제법연구 제13권 제2호(2014).

(10) 최병규, 약관규제법 제8조 손해배상액의 예정에 대한 고찰, 경제법연구 제13권 제3호(2014).

(11) 황현영, 2014년 개정 보험계약법의 주요내용에 대한 검토 — 소비자 보호의 관점에서 —, 경제법연구 제13권 제3호(2014).

IV. 개인정보보호

오늘날 인터넷을 통한 전자상거래의 확대추세에 따라 인터넷을 기업의 마케팅수단으로 활용하는 기업이 급속도로 증가하고 있으며, 소비자도 인터넷을 물품·용역 구입의 일상적 생활수단으로 이용하고 있다. 정보화시대에 정보통신기술의 발전으로 인한 개인정보 침해문제는 모든 국가가 직면하고 있는 법적 쟁점의 하나이다. 국내에서는 개인정보보호법이 개인정보 유출로 인한 국민의 피해를 최소화하고 정보사회에서 개인정보 자기결정권을 보호하기 위한 다양한 내용들을 담고 있다. 그럼에도 국내에서는 사업자의 개인정보 유출사건들이 적지 않게 발생했고, 그에 따라 이에 관한 법적 대응방안에 관한 연구가 활발히 진행되었다.

(1) 곽관훈, 개인정보 보호와 이용자 권리 ; 기업의 빅데이터(Big Data) 활용과 개인정보의 보호의 조화, 일감법학 제27권(2014).

(2) 김경열/권헌영, 공공데이터 활용을 위한 개인정보보호 제도의 개선 과제, 경제규제와 법 제7권 제2호(2014).

(3) 김재경, 빅데이터 활용과 개인정보 보호, (제주대) 국제법무 제6권 제2호(2014).

(4) 김진환, 개인정보 보호의 규범적 의의와 한계 —사법(私法) 영역에서의 두 가지 주요 쟁점을 중심으로—, 저스티스 통권 제144호(2014).

(5) 손영화, 빅데이터 시대의 개인정보 보호방안, 기업법연구 제28권 제3호(2014).

(6) 손형섭, 개인정보의 보호와 그 이용에 관한 법적 연구, (한국법학회) 법학연구 제54집(2014).

(7) 송재일, 개인정보보호의 민사법적 쟁점, (한국법학회) 법학연구 제54집(2014).

(8) 신영진, 금융분야의 개인정보보호 개선과제에 관한 연구 —주민등록번호 수집

근절을 위한 대체수단 적용을 중심으로—, 국정관리연구 제9권 제1호(2014).

(9) 윤주희, 택배사업자의 개인정보 취급특성에 따른 개인정보보호방안 연구, 일감법학 제28권(2014).

(10) 이인곤, 개인정보보호법상 처벌규정에 관한 형법적 고찰, (한국법학회) 법학연구 제55집(2014).

V. 금융소비자

2000년대 후반부터 학계에서는 “금융소비자”라는 개념이 대두되어 이에 관한 논의가 본격화되었다. 그 논의의 결과로 2012. 5. 15. 금융소비자 보호를 위해 금융감독원 내에 “금융소비자보호처”가 신설되었다. 이것은 2011. 9. 국무총리실에서 권고한 금융감독혁신방안을 이행하기 위하여 금융감독원이 감독과 검사 업무에서 금융소비자보호 부문을 분리하면서 창설한 기관이다. 금융소비자에 관한 연구는 주로 상사법을 전공하는 학자들에 의하여 진행되고 있으며,¹⁶⁾ 2014년 발표된 논문은 다음과 같다.

16) 이에 관한 선행연구로는 안수현, 금융소비자 보호와 자본시장법의 과제, 기업법연구 제22권 제4호(2008); 서완석, 자본시장법상의 금융소비자 보호, 기업법연구 제24권 제3호(2010); 성송제, 금융위기와 자본시장법 - 금융소비자보호를 중심으로 -, 비교사법 제17권 제1호(2010); 정순섭, 금융규제개혁과 금융소비자 보호, 상사판례연구 제23권 제2호(2010); 장덕조, 독립 금융소비자보호기구 설립동향과 시사점, 상사법연구 제29권 제1호(2010); 한병영, 장외파생상품거래에 있어서 금융소비자 보호의 체계, 기업법연구 제24권 제3호(2010); 김명아, 금융소비자 보호에 관한 법제도적 고찰 -한국과 중국의 비교를 중심으로-, 상사법연구 제29권 제4호(2011); 성송제, 금융소비자 보호를 위한 법제개선 연구, 법제연구 제17권(2011); 성희환, 금융소비자보호법의 바람직한 제정 방향에 대한 고찰 -통합 금융분쟁조정원(가칭)의 설립을 제안하며-, 상사법연구 제30권 제2호(2011); 안수현, 금융감독시스템과 금융소비자 보호 -해의 금융감독시스템 개편동향과 시사점-, 상사판례연구 제24권 제2호(2011); 이채진, 독립된 금융소비자보호기구 설립에 관한 소고, 한국금융법학회지 제8권 제2호(2011); 정대근, 소비자보호법제를 통한 금융소비자보호에 대한 소고, (부산대) 법학연구 제52권 제1호(2011); 홍성균, 금융투자업자에 대한 금융소비자보상기금 제도의 도입에 관한 연구, (서울대) 법학 제52권 제1호(2011); 김대규, 금융소비자 보호와 대부업 규제 -금융소비자보호를 위한 대부업규제강화의 문제점-, 상사법연구 제30권 제4호(2012); 박정국, 주요국 금융정책의 동향 및 우리나라 금융정책에의 시사점 -금융소비자보호정책의 최근동향을 중심으로-, 경희법학 제47권 제2호(2012); 정군오, 전자금융과 각국의 금융소비자보호 법제에 관한 소고, 지급결제학회지 제6권 제2호(2012); 정유성, 금융소비자 보호를 위한 금융소비자보호법 제정 관련 주요내용, 법과 기업 연구 제2권 제2호(2012); 주규준, 금융소비자보호제도의 입법동향, 법과 기업 연구 제2권 제2호(2012); 이채진, 금융소비자보호와 금융범죄수사, 한국금융법학회지 제9권 제2호(2012); 최준선/박종림, 금융소비자보호원에 대한 소고, 성균관법학 제24권 제3호(2012); 하영태, 금융소비자보호와 분쟁해결제, 한양법학 제39집(2012); 김재범, ‘금융소비자 보호에 관한 법률안’의 내용 및 문제점, 한국금융법학회지 제10권 제2호(2013); 박종림, 금융소비자 보호제도에 관한 법적 연구, 성균관대학교 박사학위 논문(2013); 김재성/임현석, 금융회사의 정보제공의무에 관한 법적 고찰 -금융소비자 보호를 중심으로-, 은행법연구 제6권 제2호(2013); 김주영, 금융소비자 피해의 사법적 구제에 관한 소고, BFL 제58호(2013); 노태석, 「금융소비자 보호에 관한 법률안」상의 판매행위 규제에 관한 검토, 한국금융소비자학회 학술발표논문집(2013); 변환철/이재성, 금융소비자보호의 문제점과 개선방안에 관한 연구,

- (1) 김흥기, 금융소비자 보호를 위한 집단소송제도의 개선방안 —최근 증권관련 집단소송법의 개정 논의를 중심으로—, 상사법연구 제33권 제2호(2014).
- (2) 손정국/성희활, '교육에서 자문으로'의 사전적 금융소비자 보호방식의 패러다임 변화 모색, 증권법연구 제15권 제1호(2014).
- (3) 안수현, 「금융소비자보호법」 제정안의 판매관련 금융소비자보호의 의의와 한계, 금융법연구 제11권 제1호(2014).
- (4) 도제문, 대출자책임소송과 그 시사점에 관한 연구, 금융법연구 제11권 제2호(2014).
- (5) 김용길, 금융분쟁에 있어서 ADR제도의 효율적인 운영방안, 중재연구 제24권 제1호(2014).
- (6) 윤민섭, 非금융형 크라우드펀딩의 법적 제문제와 개선방안, 저스티스 통권 제142호(2014).
- (7) 윤민섭, 금융기관 고객정보 유출사건의 동향과 금융소비자보호, 소비자정책동향 제5호(2014).
- (8) 이기연, 금융소비자 보호를 위한 금융분쟁조정제도 개선에 관한 법적 연구, 연세대 박사논문(2014).

VI. 제조물책임

대법원 2014. 4. 10. 선고 2011다22092 판결은 대법원 차원에서 최초로 담배소송을 다룬 것이다. 대법원은 이 판결에서 ① 국가 등이 제조한 담배에 설계상의 결함이 있다고 보기 어렵고, ② 담배제조자인 국가 등이 법률의 규정에 따라 담뱃갑에 경고 문구를 표시하는 외에 추가적인 설명이나 경고 기타의 표시를 하지 않았다고 하여 담배에 표시상의 결함이 있다고 보기 어려우며, ③ 흡연자의 흡연과 폐암 발생 사이의 인과관계가 인정되지 않는다고 하여 흡연자의 상속인이 담배를 제조·판매한 대한민국과 주식회사 케이티앤지를 상대로 한 손해배상청구소송에서 원고 패소를 확정지었다. 위 대법원 판결은 여러 가지 면에서 사회적으로 큰 함의를 가지고 있는 것으로 보이나, 아직 이에 관한 평석은 아직 발견되지 않는다.

그 밖의 제조물책임에 관한 2014년의 논문들은 다음과 같다.

(중앙대) 법학논문집 제37집 제1호(2013); 안수현, 외화대출과 금융소비자 보호방안 —최근의 하급심판결과 금융감독원의 모범규준을 소재로—, 은행법연구 제6권 제1호(2013); 최유삼/유승은, 금융소비자보호체계에 대한 법적 연구 —금융소비자보호법안을 중심으로—, BFL 제58호(2013) 등.

(1) 김종현, 제조물책임법에 있어서 설계상·표시상의 결함 및 개발위험의 판단기준과 사실상의 추정에 관한 소고 —자동차 급발진 사건과 관련하여—, (한국법학회) 법학연구 제55집(2014).

(2) 손영화, 담배소송과 고엽제소송에 관한 연구 —소송을 통한 법정책에의 영향을 중심으로—, 한양법학 제25권 제4집(2014).

(3) 윤일구, 자동차와 소비자 보호의 문제 —자동차의 하자 및 결함을 중심으로—, 소비자문제연구 제45권 제3호(2014).

(4) 이상수, 스마트태그(RFID)와 제조물책임, 아주법학 제8권 제2호(2014).

(5) 이은영, 제조물책임 면책특약의 효력에 관한 연구, 외법논집 제38권 제1호(2014).

VII. 외국법제

2014년 소비자법 관련 외국법제의 동향을 소개한 글은 다음과 같다.

(1) 가정준, 미국의 소비자렌탈구매계약법안의 내용 및 시사점, (최신) 외국법제정보 2014-5.

(2) 권상로, 독일의 제조물책임에 관한 법적 연구, 한양법학 제45집(2014).

(3) 김동률, 형법상 제조물 책임에 있어 기업 경영진에 대한 보증인 지위의 인정근거 —피해스프레이 판결을 둘러싼 독일에서의 논의를 중심으로—, 한양법학 제45집(2014).

(4) 김민동, 이탈리아 소비법의 '불공정조항' 수용과정에서 살펴본, 소비자계약과 약관규제법의 소비자법 통합론, 재산법연구 제31권 제3호(2014).

(5) 김정애, 개정 중국소비자권익보호법상 사업자의 의무, 소비자문제연구 제45권 제1호(2014).

(6) 김준호, 중국 소비자권익보호법 개정의 의의 —한국소비자법제와의 비교를 중심으로—, 법과정제 제20권 제1호(2014).

(7) 김중길, 유럽연합(EU) 소비자권리지침의 핵심적 규정내용, (경상대) 법학연구 제22권 제1호(2014).

(8) 박희호, 유럽공동구매법(CESL)상의 소비자철회권에 관한 연구, 민사법학 제66호(2014).

(9) 신동현, 유럽공동구매법(CESL)안에서의 약관의 충돌 문제, 민사법학 제66호(2014).

(10) 신지연, 중국의 개정 소비자권익보호법상 청약철회권에 관한 소고, (조선대) 법학논총 제21권 제3호(2014).

(11) 이병준, 보통 유럽구매법 초안의 국제사법적·소비자법적 함의, 재산법연구 제30권 제4호(2014).

(12) 조승현, 보통유럽매매법상 해제의 효과에 관한 고찰 —원상회복을 중심으로—, 민주법학 제55권(2014).

지역별로 보면, 총 12편의 논문 중 유럽연합(EU)법에 관한 연구가 5편이고, 중국법 3편, 독일법 2편, 이탈리아법, 미국법에 관한 연구가 각 1편이다. 외국의 소비자법과 관련하여 EU의 소비자법 연구가 다수를 점하는 것은 유럽사법의 통일화 현상과 밀접한 관련을 가지고 있다.

Ⅷ. 소비자법 관련 연구보고서 및 서적

2014년 출간된 소비자법 관련 연구보고서 및 서적은 다음과 같다.

- (1) 김도년, (정책연구 13-16) 투자자문서서비스와 소비자보호. 한국소비자원, 2014.
- (2) 김도년/송민수, (정책연구 13-15) 소비자거래법의 제정 방향, 한국소비자원, 2014.
- (3) 김성숙, 소비자 금융거래와 법, PNC(피앤씨미디어), 2014.
- (4) 김성천, (정책연구 13-21) 저작권법과 소비자법의 연계방안 연구, 한국소비자원, 2014.
- (5) 김성천, (정책연구 14-06) 창조경제 실현을 위한 소비자법제연구, 한국소비자원, 2014.
- (6) 김재영, (정책연구 14-05) 소비자보호법령 정비방안 연구 1, 한국소비자원, 2014.
- (7) 김홍석, (알기쉬운) 전자상거래 및 통신판매 소비자보호법 해설, 동방문화사, 2014.
- (8) 박희주, (정책연구 14-08) 외국의 징벌적 손해배상 법제 및 사례 연구, 한국소비자원, 2014.
- (9) 송민수/윤민섭/나광식, (정책연구 13-13) 소비자중재의 법제화에 관한 연구, 한국소비자원, 2014.
- (10) 윤민섭, (정책연구 14-03) 금융소비자보호관련 법제 정비방안 연구(I) —여신상품을 중심으로—, 한국소비자원, 2014.

Ⅸ. 기 타

그 밖에 2014년 학계에서는 소비자법에 관한 극히 다양한 주제들이 연구되었다.

- (1) 고흥석, 통신과금서비스와 소비자보호에 관한 연구, 동북아법연구 제8권 제2호(2014).

- (2) 고희석, 해외구매에서의 소비자보호에 관한 연구, 민사법의 이론과 실무, 제18권 제1호(2014).
- (3) 김도년, 전자상거래 소비자 분쟁에서 민간 ADR기관의 활성화와 소비자보호, 재산법연구 제31권 제1호(2014).
- (4) 김태선/유충호, 소비자불매운동과 채권침해의 위법성 —대법원 2001. 7. 13. 선고 98다51091 판결을 중심으로—, 중앙법학 제16권 제1호(2014).
- (5) 김봉수, 물건하자에 대한 매도인의 추완권 —추완의 효율성과 소비자보호관점을 고려하여—, 경제법연구 제13권 제1호(2014).
- (6) 김봉수, 전자상거래의 분쟁조정제도 —온라인 분쟁해결제도(ODR)를 중심으로—, (충남대) 법학연구 제25권 제1호(2014).
- (7) 류승훈, 소비자집단분쟁 해결을 위한 집단분쟁 조정절차의 운영실태 및 개선방안과 관련하여 —소비자기본법을 중심으로—, 재산법연구 제30권 제1호(2014).
- (8) 모성준, 소비자의 권리행사로서의 표현과 정보통신망법상 명예훼손죄의 성립여부 —대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결—, (국민대) 법학논총 제27권 제2호(2014).
- (9) 박성용, 표시광고법상 동의의결제도에 관한 연구, 소비자문제연구 제45권 제2호(2014).
- (10) 서봉석, 리스계약의 계약법적 법리구조에 대한 고찰, (한양대) 법학논총 제31권 제2호(2014).
- (11) 서희석, 전자금융거래법상 '이용자의 중과실'의 판단기준 — 대법원 2014.1.29. 선고 2013다86489 판결의 비판적 고찰—, 비교사법 제21권 제2호(2014).
- (12) 서희석, 일본에서 소비자집단소송제도의 창설, 고려법학 제74권(2014).
- (13) 신상민, 이러닝(e-learning)의 법적 쟁점에 관한 소고, 과학기술법연구 제20권 제3호(2014).
- (14) 심영규, 국제법상 소비자보호와 지속가능한 개발에 관한 고찰 —국제통상법상 소비자이익의 보호와 지속가능한 개발을 중심으로—, 동아법학 제62호(2014).
- (15) 우희숙, 소비자불매운동의 헌법적 허용한계와 형법적 규제의 타당성에 관한 연구, 형사정책연구 제25권 제1호(2014).
- (16) 윤민섭/반도현, 소비자보호를 위한 리스관련법제의 개선방안, (단국대) 법학논총 제38권 제1호(2014).
- (17) 윤주희, 모바일 전자상거래에서 소비자문제에 대한 법적 보호방안 연구, 소비자문제연구 제45권 제3호(2014).
- (18) 윤태영, 실버타운 입주계약에서의 고령 소비자 보호, 재산법연구 제31권 제3호(2014).
- (19) 이성남, 보험업법상 보험계약의 철회제도에 관한 고찰, 금융법연구 제11권 제1호(2014).
- (20) 이원재, 「콘텐츠산업 진흥법」 제27조 청약철회 조항에 대한 고찰, (중앙대) 법학

논문집 제38권 제3호(2014).

(21) 이은영, 소비자안전법제의 기본구조와 개선방향, 소비자문제연구 제45권 제3호(2014).

(22) 이제원, 소비자계약과 소비자보호, (충북대) 법학연구 제15권 제1호(2014).

(23) 이충훈/이성훈, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」상 통신판매중개자의 법적 책임, 홍익법학 제15권 제3호(2014).

(24) 이황/이상윤, 합리적 규제개혁을 위한 규제의 수직적 분류제안 —공정거래법과 소비자법을 중심으로—, 안암법학 제45호(2014).

(25) 최병록, 소비자안전 제고를 위한 행정, 형사, 민사규제의 개선방안, 소비자문제연구 제45권 제3호(2014).

(26) 최현태, 가맹사업거래계약상 가맹본부의 제3자에 대한 책임법리와 소비자보호, (한양대) 법학논총 제31집 제1호(2014).

(27) 한경희, 「방문판매 등에 관한 법률」상 다단계판매 분야의 소비자피해 보상보험에 관한 연구 —공제조합의 공제계약 제도를 중심으로—, 선문대학교 박사학위논문(2014).

X. 2015년 소비자사법 연구의 전망

2015년에도 약관규제법의 해석론을 필두로 2014년과 유사하게 각 연구자의 관심분야에 따라 소비자법에 관한 다양한 주제들이 검토될 것이다. 다만 한국소비자법학회 산하에 “판례연구회”와 “해외법제연구회”가 출범한 만큼 소비자법에 관한 판례연구와 해외법제연구가 이전보다 체계화되고 또한 증가할 것으로 예상된다.

민사법을 전공으로 하는 발표자로서는 개인적으로 2015년에 다음과 같은 주제들에 대한 연구가 필요하다고 본다.

1. 여행계약

2015. 2. 3. 법률 제13125호로 민법에 대한 일부 개정이 있었고, 거기서는 여행계약에 관한 규정들이 신설되어(제674조의2 내지 제674조의9) 2016. 2. 4.부터 시행된다. 개정민법 제674조의2는 “여행계약은 당사자 한쪽이 상대방에게 운송, 숙박, 관광 또는 그 밖의 여행 관련 용역을 결합하여 제공하기로 약정하고 상대방이 그 대금을 지급하기로 약정함으로써 효력이 생긴다.”고 규정하는데, 여기서의 “상대방”은 전형적인 소비자라고 할 수 있다. 신설된 여행계약에 관한 민법규정들에 관한 해석론은 입법과정에서의 검토에도 불구하고 소비자사법의 주요 연구과제의 하나가 될 것이다.¹⁷⁾

2. 독일민법의 개정

해외법제연구와 관련하여서는 특히 2014. 6. 13. 시행된 독일의 소비자권리지침의 전환 및 주거중개의 규제에 관한 법률의 변경을 위한 법률”(Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung)이 주목을 요한다.¹⁸⁾ 이 법률의 시행으로 독일민법상의 소비자 철회권 및 그 밖의 소비자보호를 도모하는 규정의 변경은 물론 소비자 개념이 새롭게 정의되었다. 주지하는 바와 같이 독일민법은 소비자와 사업자 개념을 민법에서 정의하고(제13조, 제14조), 이를 연결고리로 하여 소비자철회권을 비롯한 소비자계약에 관한 다양한 제도들을 민법전으로 규율하고 있다. 유럽재산법의 통일을 위한 2009년의 공통참조기준초안(Draft Common Frame of Reference, DCFR) 완성판¹⁹⁾도 독일민법의 규율방식과 흡사하다.²⁰⁾ 소비자계약법을 민법과 민사특별법 중 어느 곳에서 규율할 것인가의 문제를 떠나 독일법이나 다른 유럽국가의 사법질서가 EU의 개정된 소비자권리지침의 영향 아래 구체적으로 어떻게 개정되었는지를 살펴보는 작업은 우리 소비자 계약법의 계속적 발전을 위한 논의에서 유의미한 일일 것이다.

3. 주문하지 아니한 급부

우리 민법이나 민사특별법에는 사업자가 소비자에게 주문하지 아니한 물품을 인도 하거나 용역을 실행한 경우를 규율하는 법률규정이 존재하지 않는데, 가령 독일민법

17) 이에 관한 선행연구로는 박규용, 여행주최자의 의무위반과 책임에 관한 독일민법의 규정, (한국법학회) 법학연구 제44집(2011); 박재훈, 여행계약에 있어서 여행업자의 담보책임과 책임제한 - 민법개정안을 중심으로 -, 경희법학 제46권 제1호(2011); 박재훈, 여행자의 권리의무와 여행업자의 정보제공 및 설명의무에 관한 고찰, 경희법학 제47권 제1호(2012); 김성욱, 독일에 있어서 여행계약의 법적 성질에 관한 비교법적 고찰, (제주대) 국제법무 제4권 제1호(2012); 김민중, 민법개정을 통한 여행계약의 전형계약화와 관련한 과제, (전북대) 법학연구 제40집(2013); 백태승, 여행계약 입법안, 민사법학 제62호(2013); 김기영, 독일민법상 스포츠 여행을 대상으로 한 여행업자의 민사상 책임, (제주대) 국제법무 제6권 제1호(2014); 김성욱, 여행자 보호와 관련한 법적 문제, 경제법연구 제13권 제1호(2014); 문성제, 프랑스법상 여행 계약의 법적성질과 책임법리 - 기획여행계약을 중심으로 -, 비교사법 제21권 제4호(2014).

18) 이에 관하여는 우선 Förster, Die Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie in §§ 312 ff. BGB - Eine systematische Darstellung für Studium und Examen - Teil I, JA 2014, 721 ff.; ders., Die Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie in §§ 312 ff. BGB - Eine systematische Darstellung für Studium und Examen - Teil II, JA 2014, 801 ff.; Wendehorst, Das neue Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie NJW 2014, 577 ff. 참조.

19) von Bar/Clive (eds.), Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of Reference (DCFR), Full Edition, Munich 2009. DCFR의 제정경위, 의의, 활용가능성 및 전망 등에 관하여는 김진우, 최근 유럽민사법의 발전동향 - 공통참조기준초안과 소비자권리지침초안을 계기로 하여 -, (부산대) 법학연구 통권 제62호(2009), 345면 이하 참조.

20) 이에 관하여는 김진우, DCFR과 유럽소비자계약법 - 우리 민법학에의 시사점을 덧붙여 -, 외법논집 제33권 제4호(2009), 49면 이하 참조.

제241조의a(주문하지 아니한 급부)와 DCFR 제Ⅱ-3:401조(무반응을 이유로 하여서는 채무가 발생하지 않음) 제Ⅷ-2:304조(주문하지 아니한 물품의 소유권의 이전)는 이를 정면으로 규율하고 있다. 독일민법 제241조의a와 DCFR 제Ⅱ-3:401조는 주문하지 아니한 급부가 실현된 경우에 사업자는 소비자에 대하여 원칙적으로 아무런 청구권을 갖지 못한다는 점을, 그리고 DCFR 제Ⅷ-2:304조는 이 경우에 제공된 물품의 소유권은 원칙적으로 소비자에게 귀속된다는 점을 각각 천명한다. 그로써 이들 규정은 주문하지 아니한 급부를 실현한 사업자에 대하여 제재를 가한다. 사업자는 영업기술의 일환으로 대금청구와 함께 주문하지 아니한 급부를 소비자에게 제공하는 경우가 왕왕 있다. 사업자는 소비자가 무지에 기하여 대금지급채무가 있다고 여기거나 또는 사업자의 대금지급청구의 괴롭힘으로부터 벗어나기 위하여 대금을 지급할 것이라는 기대 아래 이러한 영업기술을 사용하는 경우가 있는데, 위 규정들은 이를 근절하기 위한 입법적 대응이다. 우리 민법이나 민사특별법이 이와 유사한 내용의 규정을 도입할 필요가 있는지 여부에 관한 검토가 요망된다.

<제1세션>

2014년 법·정책, 연구 및 소비자운동의 동향(13:00~15:30)

사회 : 최완진 교수(한국외대)

제3 발표(14:30~15:15) : “2014년 소비자이슈 및 소비자운동의 동향”
- 나종연 교수(서울대)

토론 : 남궁술 교수(경상대),
강정화 회장(한국소비자연맹)

2014년도 소비자이슈 및 소비자단체 활동의 동향

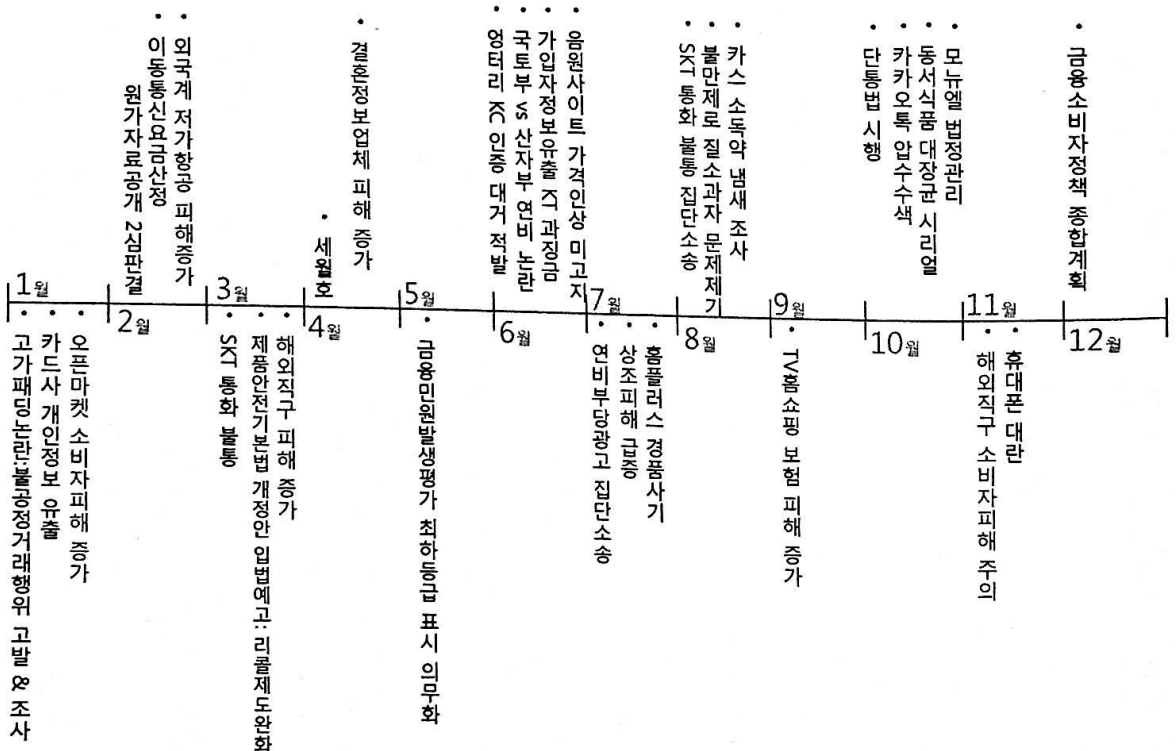
서울대학교 소비자학과
나 종 연

목차

1. 2014년 주요 소비자이슈
2. 소비자운동의 의의
3. 한국 소비자단체 현황
4. 2014 소비자운동 동향
5. 향후 과제

Look back in anger: 2014 주요 소비자이슈 고찰

2014 주요 소비자이슈



소비자문제의 “문제”

1. 해결되지 않고 지속적으로 일어나는 문제
vs. 새롭게 발생하는 문제
2. 피해 규모 vs. 확률 vs. 범위
3. ‘소비’의 편재된 영역: 보편적 문제 vs.
전문성이 요구되는 문제
4. 소비자 문제의 복잡성 증가 – 소비자문제
여부의 판단이 어려워짐
5. 통합적 접근의 필요성

소비자운동의 의의

소비자운동:

소비자의 복지와 정치적인 힘을 증진시키고자 하는
목적을 추구하는 사회운동

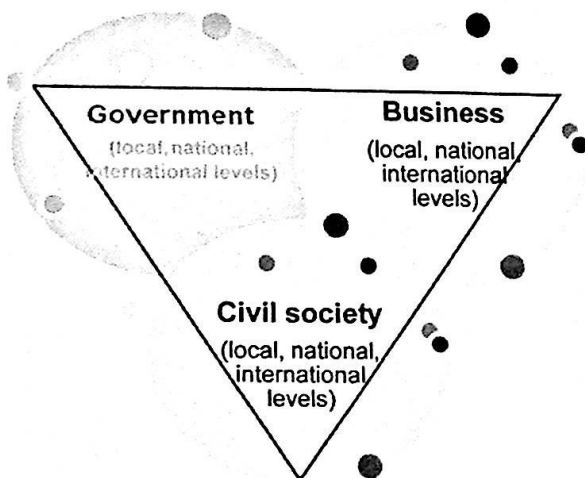
사회운동:

사회제도와 사회구조를 변화시키고자 하는 많은 사람
들의 합목적적이며 총체적인 시도

(Meyer, 1996)

Trisector Governance Model

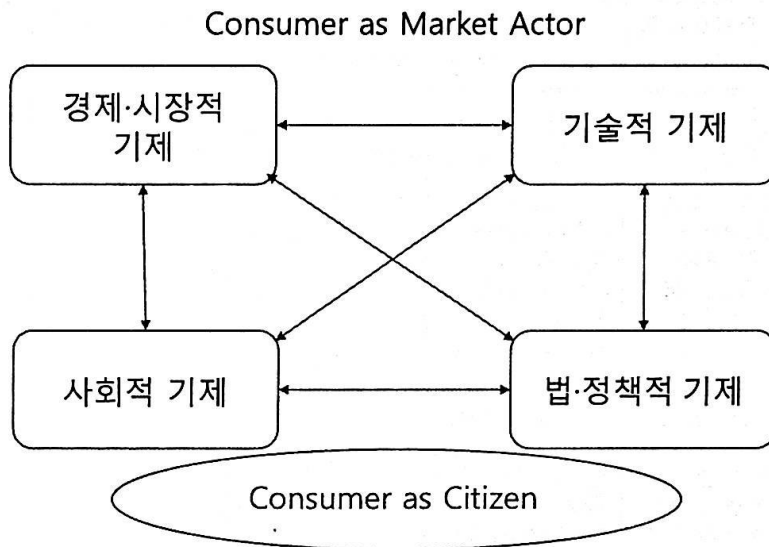
(Ha, 2012, Coghill, 2003)



시민사회:

- 국가와 시장 바깥의 시민적 자율영역
- 시민사회단체는 다양한 집단간의 정치적, 경제적, 사회적 상호작용을 촉진하는 역할을 수행
- 투명성, 효율성, 개방성, 반응성과 책임을 강조하는 것을 통해 효과적인 거버넌스를 증진하는 역할을 수행

소비자문제의 해결기제



Kucuk(2008) "Consumer Exit, Voice and Power on the Internet", Journal of Research for Consumers, 15
Lessig (1998), The Architecture of Privacy

한국 소비자단체 현황

소비자기본법상 소비자단체제도의 변천

(서희석, 2012)

	1980	1986	1999	2003	2006
소비자단체의 역할	- 소비자보호시책에 관한 건의 - 시험, 검사와 결과 공표 - 거래조건, 방법 조사와 공표 - 소비자문제에 관한 조사연구 - 소비자 교육 - 소비자불만처리 - 기타 소비자보호 업무	- 소비자보호시책에 관한 건의 - 시험, 검사 및 거래조건 방법 조사와 공표 - 소비자문제에 관한 조사연구 - 소비자교육 및 계몽 - 상담, 정보제공 및 사업자의 자율적 규제 유도	- 정보제공요청권의 신설	- 소비자단체 협의체에 의한 분쟁조정제도 (자율적 분쟁조정제도) 신설	- 소비자단체 소송제도 신설: 소비자단체는 원고로서 자격을 갖추게 됨
소비자단체의 지원	소비자단체의 업무 지도자 육성 조합 활동 기타 소비자의 조직활동	단체의 등록제: 시험, 검사와 불만처리 / 보조금 (1999에 지자체 추가, 등록 선택제로 변경)			등록요건의 강화 등록취소 규정 보강

소비자단체의 유형별 비교

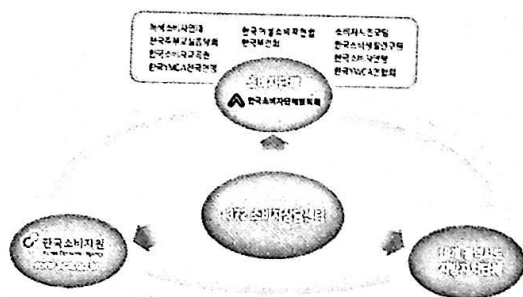
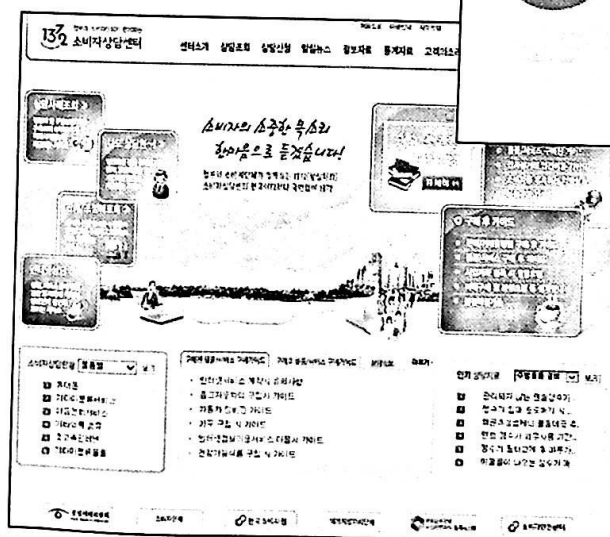
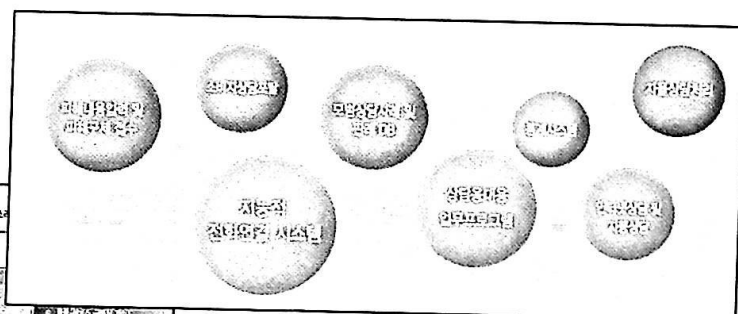
(한국소비자단체협의회, 2014)

	비등록단체	지자체 등록단체	공정위 등록단체
소비자시책 건의	√	√	√
시험검사 조사 분석 및 공표	√	√	√
정보제공요청권		√	√
소비자문제에 관한 조사, 연구	√	√	√
국가, 지자체 발주 조사, 연구			√
소비자교육	√	√	√
상담, 합의권고	√	√	√
자율적 분쟁조정			√
단체소송			√

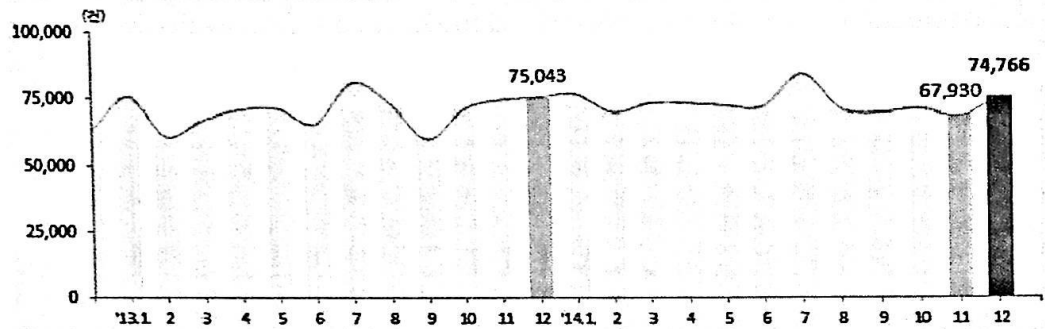
- 2014년 기준 공정거래위원회의 소비자단체 보조금 사업의 규모는 총 446,000천원이었음
- 2013년 기준 16개 시, 도에서 활동 중인 소비자단체는 131개이고, 이 중에서 시,도의 지원을 받는 단체는 66개이며, 지원금액은 연간 총 11억 7천만원 수준으로 보고됨 (지광성, 곽윤영, 2014)

2014년 소비자단체활동의 동향

1. 소비자상담과 피해구제



【 월별 상담건수 현황 】



【 상담기관별 현황 】

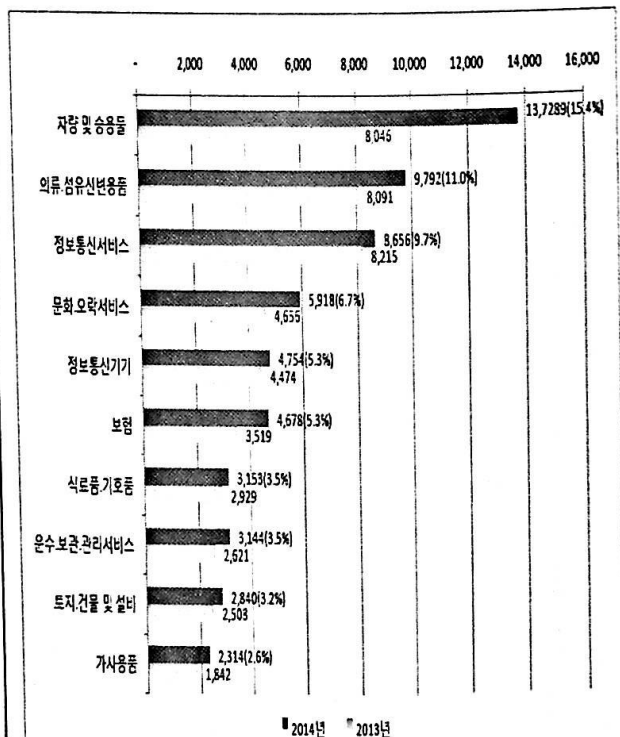
(단위 : 건, %)

상담기관	2014. 11.		2014. 12.		증감률 (전월 대비)
	건수	비율	건수	비율	
소비자단체	47,224	69.5	52,984	70.9	12.2
한국소비자원	16,880	24.9	17,855	23.9	5.8
지방자치단체	3,826	5.6	3,927	5.2	2.6
합계	67,930	100.0	74,766	100.0	10.1

• 피해구제 및 소비자교육의 효과

• 소비자불만정보 DB구축

제 목	불력박스 사고장면 녹화 안돼서 피해보상 요구
개 시 일	2014-11-11
상담	
2014년 초에 차량용 불력박스를 장착했다. 10월 27일에 주행중 차선을 끼어드는 차량이 있어서 접촉사고가 났는데 상대 차량이 끼어들지 않았다고 주장해 불력박스 녹화영상을 확인하니 7월 15일까지는 정상적으로 녹화가 되어 있는데 그 이후는 전혀 찍히지 않았다. 그동안 불력박스 전원을 켜다 키면 상시모드에서 주차모드로 바뀐다는 안내멘트가 정상적으로 나와서 잘 찍히고 있는 줄 알았다. 사고에 대비해 장착한 것인데 사고에 따른 피해보상 버린다.	
처리	
불력박스 제조사에 확인, 정기적인 포맷을 하라고 설명서에 고지가 되어 있으며 사용자가 녹화상태를 정기적으로 확인해야 하는 관리가 소홀했으므로 보상책이 없다고 한다. 불력박스를 보내주면 점검후 하자에 대해 수리 또는 교환처리를 하겠다고 한다.	
불력박스는 사고 발생시 경위 확인을 위해 보조역할을 할 뿐 사고 발생과 직접적인 관련이 없으므로 녹화가 안 된 경우라도 사고에 대한 피해보상 처리가 어렵다. 평소에도 정기적으로 작동 상태나 녹화 상태 등 철저히 관리를 하지 않으면 무용지물이 될 수 있으므로 주의가 요망된다.	



• Issue Spotting 및 정보제공 효과

	보도자료		사단법인 한국소비자연맹 Consumers Union of Korea ☎ 02-795-1993 (담당자 : 남근마 팀장) www.cuk.or.kr
	보도일시	2014. 12. 24 (수요일)	

**차량용 블랙박스, 관리에 필요한 정보제공 부족으로 소비자피해 증가
평소 관리 안하면 필요시 제대로 작동 안 돼 무용지물**

교통사고 발생 시 원인을 밝혀줄 수 있는 차량용 블랙박스에 대한 기대가 크고 자동차 보험료도 할인되기 때문에 개인 차량에 블랙박스 장착이 크게 늘고 있다. 그러나 정작 사고가 발생하여 필요한 때 작동이 되지 않거나 영상이 없다는 소비자 불만이 증가하고 있다. 소비자 불만의 증가 원인 중 하나는 블랙박스를 효율적으로 사용하기 위해 꼭 필요한 주의사항이 제공되지 않는 것이라고 할 수 있다.

한국소비자연맹(강정화 회장)과 1372소비자상담센터가 접수한 차량용블랙박스 관련 상담은 2014년 1월부터 10월까지 3,175건으로 지난해 같은 기간 2,921건에 비해 8.7%(254건) 증가하면서 꾸준히 접수되고 있다.

올해 접수된 3,175건을 분석한 결과 품질 및 제품하자 관련이 1,575건(49.6%)이며 이 중에서 교통사고 발생 시 영상이 작히지 않거나 작동이 안 되었다는 불만이 528건으로 33.5%를 차지했으며 이는 전체상담의 16.6%에 해당된다. 그 외 계약관련이 834건(26.3%), A/S 불만이 405건(25.7%), 기타문의 361건(11.4%) 순서이다.

<교통사고시 블랙박스 미작동 피해건수 및 비율 >

	2012년	2013년	2014년 10월까지	계
블랙박스관련 피해건수	2,355건	3,686건	3,175건	9,216건
사고시 미작동 피해건수(비율)	362건 (15.4%)	555건 (15.1%)	528건 (16.6%)	1,445건

* 출처 : 한국소비자연맹, 1372소비자상담

2. 분쟁조정

- 2014년 총 935건의 분쟁조정
- 합의나 조정성립으로 종결된 사건은 463건이고, 구제금액은 약 3억 5천 8백만원
- 선불식할부거래(상조)가 가장 많았고, 계속거래(헬스클럽, 결혼정보업), 해외직구, long distance selling 등의 순으로 나타남

	조정				당사자 합의	상당	사건취하	진행중	계
	성립	불성립	기각	기타					
건수	50	172	6	8	257	156	240	46	935
비율	5.4%	18.4%	0.6%	0.7%	27.5%	16.7%	25.7%	5.0%	100%

	사건수				증감률
	2013년도		2014년도		
	사건수	비율	사건수	비율	
방문판매	43	5.8%	46	4.9%	▲ 7%
후원방문	-	0%	5	0.5%	▲ 500%
다단계	17	2.4%	23	2.5%	▲ 35.3%
사업권유거래	6	0.8%	3	0.3%	▽ 50%
계속거래	161	21.9%	181	19.3%	▲ 12.4%
전자상거래(통신)	118	16.0%	154	16.5%	▲ 30.5%
선불식할부거래	242	32.9%	372	39.8%	▲ 53.7%
전화거래	26	3.5%	22	2.4%	▽ 15.4%
기타	123	16.7%	129	13.8%	▲ 4.9%
계	736	100%	935	100%	▲ 27%

2014년 성과: 특수거래분야의 전문조정기구로의 자리매김

자율분쟁조정위원회.

서울중앙지방법원 외부 연계형 조정기구로 선정



2014년을 맞아 한국소비자단체협의회 자율분쟁조정위원회가 서울중앙지방법원 조정센터의 외부 연계형 조정기구로 선정되며, 지난 1월 20일(월) 서울중앙지방법원에서 박형연 위원장의 조정총괄위원 위촉식이 진행되었다. 외부 연계형 조정이란 서울중앙지방법원에 소장이 접수되는 사건 중 일부를 법원이 외부 ADR (Alternative Dispute Resolution, 대체적 분쟁해결) 기구에 조정을 의뢰하는 분쟁해결형태로, 금년에 자율분쟁조정위원회가 외부연계조정기구로 선정됨으로써 앞으로 서울중앙지방법원으로부터 정기적으로 소비자 소송사건에 대한 조정의뢰를 받게 될 예정이다.

자율분쟁조정위원회는 2003년 12월 발족 이후 2013년까지 약 5,150건의 소비자 분쟁을 해결하여 왔으며, 이번 법원연계조정기구 선정으로 특수거래 분야의 전문조정기구로 자리매김하여 앞으로 더욱 공정하고 신뢰받는 조정기구로 성장할 것이라 기대된다.

3. 단체소송

경제
경제일반

'불특정 다수 소비자 피해' 사건 4년간 16건...배상은 고작 1천

사건	사건명	불특정 다수 피해	배상액	배상액
카드사 고액정보 유출	금융감독원 조사 중	모집 중	금융소비자연맹	3월 중 예상
7개 자동차보험 수감료 인상 담합	공정위 과징금 18억 원 부과 (2012년 3월)	모집 중	한국소비자연맹	
홈플러스 판매수수료 담합	공정위 과징금 3100만 원 부과 (2013년 9월)	모집 중	소비자시민모임	
삼성전자 등 6개사 휴대폰 가격 부풀리기	공정위 과징금 457억 원 부과 (2012년 3월)	모집 중	서울변호사회 녹색소비자연대	
동양그룹 기업어음 사기발행	현재판 최종 등 전원직 경합권 기소	770명	금융소비자연맹	2014년 1월
21개 항공사 회원포인트 담합 사건	공정위 과징금 1190억 원 부과 (2010년 5월)	4개 항공사 개별사		2014년 1월
4개 항공사 항공권 환불금 불공정 약관	공정위 시정조치 (2013년 6월)	0명	녹색소비자연대	2014년 1월
생명보험회개개인정보 유출	금융감독원 시정조치 (2013년 11월)	112명	금융소비자연맹	2013년 12월
22개 보험업 동업자 담합	공정위 시정조치 (2010년 10월)	1명	녹색소비자연대	2013년 8월 (2013년 11월 1일 소환)
13개 비료업체 담합	공정위 과징금 228억 원 부과 (2012년 1월)	2만9천여명	한국농업경영인 중앙연합회 전국농민지원연맹	2012년 8월 (한농연) 2013년 4월 (한농)
10개 제약회사 불법 리베이트 제공	공정위 과징금 199억 원 부과 (2007년 11월)	4명	소비자시민모임	2013년 1월
20개 증권사 채권 수익률 담합	공정위 과징금 192억 원 부과 (2012년 11월)	73명	금융소비자연맹	2012년 12월
삼성전자 LG전자 전자제품 가격 담합	공정위 과징금 440억 원 부과 (2012년 1월)	26명	녹색소비자연대	2012년 10월
16개 생명보험사 이자율 담합	공정위 과징금 3053억 원 부과 (2011년 10월)	1천여명	서울변호사회 금융소비자연맹	2012년 2월 (서울변호사회 2014년 1월 1일 폐소, 2012년 12월 금융소비자연맹)
금융기관 근저당권 불실행 부당 전기	공정위 시정조치 (2006년 2월)	8천여명 (8조 원)	금융소비자연맹	2011년 9월
6개 LPG 공급사 가격 담합	공정위 과징금 6689억 원 부과 (2009년 12월)	8만3천여명	전국개업연세사 영조한연합회 전국택사노동조합연맹	2010년 12월

- 2014년에도 카드사 개인정보 유출, SKT 장애 보상, 연비 과장 광고, 운동화 성능 과장 광고, 교복 업체 입찰 담합 의혹, 약값 리베이트 피해 항소 등의 이슈에 대해 단체 소송의 필요성이 제기되었고, 일부 소송이 제기됨
- 단체소송의 실효성을 위해 집단소송과 징벌적 손해배상 제도의 필요성이 지속적으로 제기됨
- 2014년 11월 공정거래위원회는 "전문분야에 특화된 소비자단체를 허용하고 소비자단체의 단체소송 요건을 완화하는 방안으로 소비자기본법을 개정할 계획"이라고 발표함

4. 물가조사 및 감시

- 2014년 1월 '소비자불가정보서비스' 홈페이지 서비스 시작
- 원가분석정보 제공을 통해 가격의 투명성과 합리성 제고



- 시장의 가격형성 및 기업의 불공정행위에 대한 watch dog으로서의 역할
- 2014년에는 아웃도어의류가격, 멀티플렉스영화관 원가 대비 가격, 예식비, 원유 가격, 식품(치킨, 빙수, 커피 등) 가격 인상 등의 문제에 대한 이슈 제기

한국소비자단체협의회

Korea National Council of Consumer Organizations

서울특별시 중구 영동 11길 20 서울YWCA 701호 TEL 774-4060, FAX 774-4060

보도자료

시행일자 : 2014년 4월 15일

담당 : 불가감시센터

전화번호 : 02-774-4060

정부는 최근 기업들의 가격인상 행태, 왕복적 탈환 의심돼, 정부는 다소비 품목에 대한 압박행위 철저히 조사하고 처벌 강화해야

<표> 최근 가격인상 현황

구분	업체명	시장점유율	인상시기	인상률 (금액)	최종가격	비고
음료	LG생활건강	29.8%	14.01.01	6.5%	-	콜라기준
	롯데칠성음료	39.9%	14.02.10	6.6%	-	콜라기준
영화관	CGV	43.2%	14.02.24	1,000원	10,000원	일반20기준
	롯데시네마	28.2%	14.03.21	1,000원	10,000원	일반20기준
화장품	마모레퍼시픽	32.0%	14.03.01	3.3~8.3%	-	
	LG생활건강	16.8%	14.03.01	3.0~7.0%	-	
햄버거	롯데리아	67.4%	14.02.14	100~300원	-	
	맥도날드	19.0%	14.02.22	100~300원	-	
	버거킹	13.6%	14.03.24	100~200원	-	

주: 1) 인상시기, 인상률: 관련 언론보도 참조

2) 시장점유율: 각사 사업보고서, 각사 홈페이지, 관련 언론보도 등 참조

5. 소비자교육

- 취약계층 (청소년, 학생, 노인 등)에 대한 소비자교육
- 주제별 소비자교육 (금융, 개인정보보호, 에너지 등)
- 변화하는 교육환경과 학습자에 대한 대응방안 모색의 문제

환경교육사업 협력위해 수서중학교와 MOU 체결



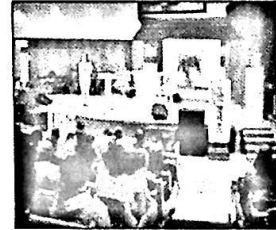
지난 4월 18일 녹색소비자연대는 환경부에서 지원하는 학교-민간 연계 환경교육사업의 협력을 위해 수서중학교와 MOU를 체결했다. 녹색소비자연대는 수서중학교와 6월 2주간 청소년 교육프로그램을 진행할 예정이다.

이 프로그램은 1학년 7개 반을 대상으로 자원 순환과 전자쓰레기 교육을 통해 재활용과 자원 절약의 중요성을 이해하고, 녹색소비생활을 실천할 수 있도록 구성되어 있다. 교육은 토론과 DIY 체험, 모듬활동 등이다.

또한 2학년 8~9월에는 학부모 교육프로그램을 진행할 예정이다. 희망하는 학부모와 교사를 대상으로 5차례 걸쳐 걸쳐 연계 교육을 실시함으로써 청소년들이 학습한 내용을 생활 속에서 실천할 수 있도록 독려할 예정이다.

수서중학교 건청보 교장은 "환경교육의 중요성을 실감하며, 중학교부터 체계적인 환경교육이 필요할 것이다. 앞으로 지속적으로 환경교육을 함께 해나갔으면 한다"고 소감을 밝혔다.

찾아가는 어르신 소비자 교육



한국여성소비자연합 익산지부는 3월 11일 북일노인대학의 60대 이상 어르신 700여명을 대상으로 '악덕상술, 보이스피싱 어림없다!!' 우리는 당당한 소비자를 주제로 어르신 소비자 교육을 실시하였다.

무료관광, 식사절대, 사은품 제공을 내세우고 만병통치약인 것처럼 과장 광고하는 악덕상술과 보이스 피싱, 통신서비스 계약시 주의사항 등 어르신들의 피해를 예방할 수 있는 교육을 실시하여 큰 호응을 얻었다.

앞으로도 어르신 소비자 피해를 줄이고자 복지관, 노인대학, 경로당을 찾아가 이동상담 및 소비자교육을 실시할 계획이다.

6. 소비자운동 자원 지도력 강화

- 소비자전문가의 양성을 통한 소비자운동 역량 강화 및 차세대 소비자리더 양성을 통한 지속가능성의 확보의 문제

모니터교육 및 소비자리더 아카데미-과워업 개강식



전국주요교실 대구광역시지부는 지난 5월 28일(금) 삼익 신철 본점 3층 교육실에서 모니터 회원 40명을 대상으로 모니터교육을 실시하였다. 이번 교육을 통해 홈페이지 구제방안과 국민건강보험공단의 역할, 28일에는 국립농산물품질관리원에서 관리하는 우수농산물(GAP)에 대해 알아보는 시간을 가졌다.

제주특별자치도에서는 5월 9일(금) 제주시 한우프라자 2층 회의실에서 회원 및 일반 여성 40여명을 대상으로 소비자리더 양성을 위한 '소비자리더 아카데미-과워업 개강식'을 가졌으며, 강인수 회장(축산물품질평가원)이 '축산물 안전제도와 소비자리더는 주제의 강연을 들었다.

쌍크머니 협약식 금융강사교육



한국YWCA연합회와 한국씨티은행의 쌍크머니 협약식이 4월 22일(화) 연합회 강당에서 있었다. 올해로 9주년을 맞이한 쌍크머니 협약식에는 본회 차경애 회장과 한국씨티은행 하영구 은행장 등 총 34명이 참석하였다. 본 협약식이 열린 이후 제1차 한국씨티은행 금융 강사교육이 진행되었다.

7. 홍보

- 계몽과 변화를 촉구하는 다양한 사회 참여적 활동
- 다양한 매체의 활용을 통한 시민 참여 유발의 문제

한국부인회총본부

금연운동 확산 공동캠페인 개최



한국소비생활연구원에서는 9월 22일(토) 대전소비생활연구원 사무실에서 2014년 1분기 전국 지부장 워크숍을 실시하였다. 본원 김연화 원장을 비롯하여 9개 지부 지부장 13명이 참석하였으며, 각 지부별 특화사업 발표 및 2014년 소비자운동 방향 논의, 아이디어 공유 등의 시간을 가졌다.

건전소비생활 실천 다짐대회



전국주부생활중앙회 충남도지부는 제51회 지축의 날을 맞이하여 10월 28일(화) 충남교통연수원 대강당에서 도내 소비자단체 회원, 물가모니터, 공무원 등 500여 명이 참석한 가운데 <건전소비생활 실천 다짐대회>를 개최했다.

1, 2부로 나누어 진행된 이날 총시는 1부에서 건전소비생활 모범 소비자단체 회원 및 공무원 11명에게 충남도지사 감사패를 수여했으며, 실천다짐 결의문 낭독을 비롯하여 물가관련 및 소비자 상담 사례 발표 등의 순으로 진행되었다. 이어진 2부에서는 김동규 명예교수(국방대)의 특강이 진행되었다.

8. 정책연구 및 제안

- 전문성 확보의 문제



한국소비자단체협의회

서울특별시 영등포구 영동로 11길 20 서울YWCA 701호 TEL 774-4060, FAX 774-4090

성명서

부동산 중개보수 체계 개선, 조속히 추진하라!
지방자치단체도 조례 개정 신속히 진행하라!

국토교통부가 불합리한 소비자 부담을 유발해 온 부동산 중개보수 체계 개편안을 확정 발표했다. 개편안은 그간 중개보수요를 적용상 고가주택으로 분류되어 온 가격기준을 현실화하고 매매 임대차의 중개보수 역전현상이 나타났던 임대차 3억 원 이상 6억 원 미만 주택의 상한요율을 하향 조정하였으며, 소형 주거용 오피스텔에 대해 신설된 요율을 적용받을 수 있도록 하는 등의 내용을 담고 있다.

한국소비자단체협의회는 그간 부동산 가격의 지속적 상승에 따라 서울시 평균 전세가가 3억 원을 초과하는 상황에서 이번 개편안이 임대차 3억 원 이상 6억 원 미만, 매매 6억 원 이상 9억 원 미만 구간을 신설하여 중개보수를 각각 0.4%, 0.5% 이하로 조정한 것은 중개보수 체계가 마련된 지 15년이 지난 현 부동산 시장을 반영하고 소비자의 불합리한 부담 증가를 감안한 불가피한 제도의 보완으로 판단한다. 또한 주거용으로 분류되지 않아 0.9%의 높은 상한요율을 적용받던 주거용 오피스텔도 그 용도에 맞게 제도적으로 제자리를 찾은 것으로 보인다.

이번 정부의 부동산 중개보수 개편안으로 높은 집값에 고통 받는 서민들의 비용 부담이 일정 부분 줄어들게 되었으나, 소비자단체가 개편된 상한요율을 적용받기 위해서는 지자체의 조례 개정이 선행되어야 하는바, 정부의 개편안이 조속히 시장에 적용될 수 있도록 모든 지자체가 즉각 조례 개정에 적극 나서주기를 촉구한다.

또한 정부의 개편안에 크게 반발하고 있는 업계는 실제 부동산 거래의 현장에서 이루어지는 불합리한 상황을 바로 잡는다는 점에 동의하고 이번 개편안이 부동산 거래가 활성화되고 공인중개사와 소비자 간 신뢰를 구축하는 계기가 될 수 있도록 협력해주길 기대한다. 끝.

9. 소비자문제 연구 & 정보의 생산

- 다양한 사업이 수행되고 있으나, 재정 등의 문제 때문에 선도적인 연구보다는 요구되어지는 용역 형태의 연구가 많이 이루어 짐

서울시 전자상거래센터 10주년 기념 국제세미나 개최



지난 9월 29일(수) 한국소비자연맹이 운영하는 서울시전자상거래센터 10주년을 기념하여 '국경 없는 거래, 전자상거래의 새로운 패러다임'이라는 주제로 국제세미나가 진행되었다. 존 코트너 아시아태평양 CS 대표(이베이), 니즈콜 정책위원(국제소비자기구), 평리후이 비서장(중국전자상회), 마시유키가키오 상임이사(일본 통신판매협회), 강준화 회장(한국소비자연맹) 등이 참여해 발표와 토론을 진행했다.

일반비교정보

가공우유, 저염 유형별로 소비자 선호에 맞는 선택이 필요

공신기관 (사)한국소비자연맹연구원 제공기관: 공립경제연구원 조사일자: 2015.02.12 표본수: 443

주요

가공우유, 저염 유형별로 소비자 선호에 맞는 선택이 필요

말기우유 버나나우유 등의 가공우유는 짭짤한 맛으로 어린이들에게 인기가 높다. 현재 시장이 안정되고 있는 가공우유의 유종으로는 가공우유와 우유로, 저지방 가공우유가 많다. 이들 가공우유는 유지방분(유지방)과 설탕(설탕)이 함유되어 있어, 단맛을 감지하는 등 당류감각에서도 합당 차이를 보이고 있다.

(사)한국소비자연맹연구원은 소비자들의 합리적인 구매선택에 필요한 정보를 제공하기 위해 총 24개 브랜드 제품(버나나우유 8개, 말기우유 5개, 초코우유 7개, 커티우유 4개)을 대상으로 영양성분 함량 및 표시사항, 원재료 및 원산지 표시사항 등을 비교·평가하였다.

이런 제품을 선택하십니까?

소비자 설문조사 결과, 소비자가 선호도가 높은 버나나우유 8개, 말기우유 5개, 초코우유 7개, 커티우유 4개 등 총 24개 제품을 대상으로 시장·평가하였다.

10. 국제협력

2014년 세계 소비자 권리의 날 기념행사



한국소비자연맹연합회는 세계 소비자 권리의 날을 맞이하여 3월 14일(금) 오전 11시부터 전국은행연합회관과 명동 일대에서 세계 소비자 권리의 날 기념행사를 개최하였다.

이번 행사에서는 국제소비자기구(Consumers International)가 정한 2014년도 활동분야 중 '통신서비스의 소비자 권리 확보하자(Fix our phone rights)'를 주제로 캠페인과 라운드테이블이 진행되었다.

캠페인에서는 복잡한 요금고지서, 알 수 없는 통신요금에 소비자가 끌려 다니는 현실을 퍼포먼스로 표현하며 통신 소비자 권리를 주장하였으며, 라운드테이블에서는 국제 소비자기구가 통신서비스에서 소비자들의 기본적인 권리 증진을 위해 발표한 5가지 미수에 대한 우리나라의 실태를 발표하고, 소비자단체와 정부, 기업이 함께 해결책 마련을 위한 논의가 이루어졌다.

CI 아시아 태평양 지역회의 및 국제회의 참석



한국소비자연맹 강정화 회장과 정지연 사무총장은 2014년 4월 1일부터 4월 4일까지 대국 치앙마이에서 개최된 CI 아시아 태평양 지역회의와 디지털시대의 소비자보호라는 주제로 열린 국제회의에 참석했다.

이번 회의에서는 UN 소비자보호 가이드라인에 대한 개정방향과 TPP(환태평양경제동반자협정)에 대한 논의가 진행되었다.

향후 과제

1. 소비자 권익 기금

- 민간소비자단체의 역할에 비해 재정적 지원이 열악한 현실
- 특히 우리나라의 경우 아직 소비자운동에 대한 시민참여가 부족하고, 이에 시민참여를 통한 재원의 확보가 쉽지 않은 현실이므로 소비자운동이 확산될 수 있도록 소비자단체에 대한 (최소한의) 국가 재정의 지원이 요구됨
- 이에 최근 진행되고 있는 소비자권익기금제도의 도입은 조속히 이루어져야 하는데, 다만 권익기금의 배분 방식에 대해서는 면밀한 검토가 필요함 (한국소비자단체협의회, 2014)

2. 역할의 증대 vs. 책임의 증대

뉴스
기타

KBS 소비자리포터가 지적한 라식/라섹수술 부작용, 예방 방법은?

기사입력 2014-06-02 10:00 가+ 가- 등 큰

10

부작용 야기하는 박리다매식 공장형 안과 조심해야...라식 보증서도 병원 선택에 도움

라식소비자단체 라식인증병원 인증실사



1. 숙련된 의료진: 고위험군 라식수술을 40시간 이상 100% 확인
2. 집단 라식수술: 환자 및 수술장비와 장비 조작법과 안전성 확인
3. 고장비교: 한 사람의 검사데이터를 10명 이상의 환자에게 적용할 경우
4. 수술실 내 멸균상태 확인: 수술실 내 미생양자 및 부속기구를 확인
5. 의료시스템 및 안과장비: 박리다매식 공장형 안과에 대한 위험지표확인



라식 환자 2만명 알선, 소개비 40억 챙겨

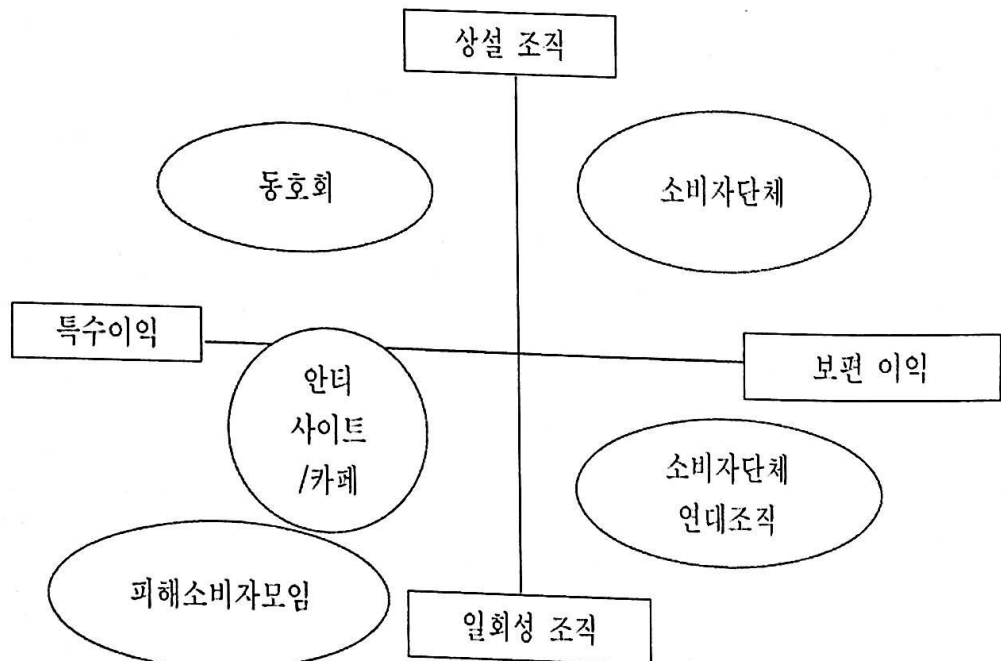
입력 2014.11.06 05:52

브로커 병원장 13명 입건

서울 관악경찰서는 라식 수술 희망자 2만여명을 특정 안과병원에 소개해주고 39억5000만원의 소개비를 받아 챙긴 나모(39)씨 등 브로커 3명과 이들에게 돈을 주고 환자를 소개받은 서울 강남구 B안과병원 원장 김모(44)씨 등 안과병원장 10명을 의료법 위반 혐의로 입건했다고 4일 밝혔다.

경찰에 따르면 나씨 등은 2009년 말 서울 관악구에 '아이프리'라는 민간단체를 차렸다. 이 단체는 '라식 소비자 권익 보호를 위한 비영리단체'를 자처하면서 '심사평가단을 통해 안전성을 검증했다'며 서울 강남 지역 안과병원 3곳을 홈페이지에 공개했다. 그리고 "이 병원들에서 라식 수술을 받으려는 분에게 라식보증서를 무료로 발급해준다"고 홍보했다. 보증서는 '해당 안과에서 라식 수술을 받은 뒤 부작용이 생길 경우 재수술과 보상을 책임진다'는 내용이었다. 이 라식보증서가 큰 인기로 2009년 11월부터 지난 5월까지 무려 2만명이 넘었다. 인증 병원도 3곳이었다.

3. 소비자단체의 유형의 다양화



<제2세션>

2014년 판례, 심결례 및 분쟁조정 사례의 동향(15:30~18:00)

사회 : 박형연 변호사(자율분쟁조정위원회 위원장)

제4 발표(15:30~16:15) : “2014년 소비자법 판례의 동향”

- 이병준 교수(한국외대)

토론 : 권창환 판사(의정부지방법원),
정구태 교수(조선대)

2014 소비자법 판례의 동향

이병준 교수(한국외대 법학전문대학원)

I. 들어가며

소비자법과 관련된 변화, 특히 판례의 변화를 살펴보는 것은 의미 있는 일이다. 특히 소비자법과 관련된 판례는 사회적으로 중요한 의미를 갖고 있고 사건들이 많아서 그 논의가 매우 흥미롭다고 할 수 있다. 2014년에도 매우 중요한 사건들에 관한 판결이 내려졌다. 15년이 걸린 담배소송, 소비자원이 지원하면서 거의 액수와 규모면에서 역사상 최대라고 할 수 있는 근저당권설정비용 반환소송 등 신문지상을 오르내린 판결들이 많았다. 이러한 사건들은 세간의 관심은 물론 이론적으로도 매우 흥미로운 쟁점들을 담고 있어서 소비자법 이론발전에 큰 계기가 되기도 한다.

본 발표문에서는 이러한 의미 있는 사건들에 관하여 법리를 중심으로 살펴보고자 한다. 본 평석에서는 대법원 종합법률정보에서 검색되는 소비자법과 관련하여 필자가 의미 있다고 생각하는 사건들을 선별하여 소개를 하겠다.

II. 담배소송

1. 담배소송의 사건 전개

해외에서 제기되어 부분적으로 큰 손해배상액수가 인정된 적도 있었던 담배소송¹⁾은 우리나라에서 최초로 15년만의 대법원의 판단을 받았으나, 결국 원고들의 패소로 확정되었다.²⁾ 이 사건 흡연자들은 모두 20세 이전부터 흡연을 시작하여, 30년 이상의 흡연력을 가진 고령의 남성이었고 모두 폐암 등의 진단을 받을 무렵까지 계속적으로 흡연을 하여 왔었다. 이에 흡연자나 그 가족들이 대한민국과 주식회사 케이티엔지를 상대로 손해배상을 청구하는 소를 제기하였다. 그러나 1심, 원심에서 모두 피고들의 책임을 인정하지 않고 대법원도 원심을 인용함으로써 사건은 일단락되었다. 그러나 다시 국민건강보험공단이 소송을 제기하면서 담배소송은 새로운 국면으로 접어들었다고 할 수 있다.

2. 대상판결(대법원 2014. 4. 10. 선고 2011다22092 판결)

대상 판결에서 다양한 쟁점들이 문제되었는데, 본 평석에서는 소비자법과 관련이 있는 세 가지 쟁점에 대하여 살펴보고자 한다. 1) 결함의 인정여부 및 2) 구 소비자보호법상의 의무 위반여부, 3) 인과관계의 존부 등이다.

1) 결함의 인정여부

1) 해외의 현황에 관하여 자세한 것은 박규용, 미국과 독일에 있어서 담배소송, 법학연구 제18집, 2005, 755면 이하 참조.

2) 담배소송과 관련된 논의 내용을 원고의 입장에서 소개하는 있는 문헌으로 배금자, 한국담배소송의 쟁점, 한국의료법학회지 제12권 제1호, 2004, 89면 이하 참조.

(1) 우선 **설계상의 결함**이 존재하는지가 문제되었는데, 대법원에서는 법리설시 부분은 기존의 판시를 차용하여 “제조자가 합리적인 대체설계를 채용하였더라면 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도 대체설계를 채용하지 아니하여 제조물이 안전하지 못하게 된 경우”로 정의한 후³⁾ 니코틴이나 타르를 완전히 제거할 수 있는 방법이 있다고 하더라도 이를 채용하지 않은 것 자체를 설계상의 결함이라고 볼 수 없고, 피고들이 흡연으로 인한 담배소비자의 피해나 위험을 줄일 수 있는 합리적인 대체설계를 채용할 수 있었음에도 이를 채용하지 않았다고 인정할 만한 증거가 없다고 한 원심을 인용하였다.

(2) 그 다음으로 문제된 **표시상의 결함**(지시·경고상의 결함)에 관하여도 법리적으로 새로운 판시를 한 것은 아니다. 즉 이는 “제조업자 등이 합리적인 설명, 지시, 경고 기타의 표시를 하였더라면 당해 제조물에 의하여 발생될 수 있는 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도 이를 하지 아니한 때” 인정되고 이를 위반한 경우에 불법행위책임이 성립할 수 있다는 입장을 견지하였다.⁴⁾ 원심은 담배의 폐해는 사회적으로 널리 인식되었고 흡연을 시작하는 것은 물론이고 흡연을 계속할 것인지 여부는 자유의지에 따른 선택의 문제이며, 법령상 정해진 담뱃갑에 경고문구를 표시하는 외에 추가적인 설명이나 경고 기타의 표시를 하지 않았다고 하여 표시상의 결함을 인정하기 어렵다고 판단하였고 대법원도 이러한 판단을 인용하였다.

(3) 마지막으로 대법원은 담배와 그 연기 속에 발암물질 등이 존재한다거나, 담배 연기 속에 포함된 니코틴이 의존증을 유발할 수 있고 금연을 저해하여 발암에 기여한다고 하더라도, 그 사실만으로는 **통상적으로 기대할 수 있는 안전성이 결여되어 있는 등의 결함**이 있다고 보기 어렵다고 판시한 원심을 인용하였다.

(4) 표시상의 결함의 인정여부와 관련하여 학계에서는 다른 의견도 있었다. 즉, 세계보건기구(WHO)가 1975. 6. 1. 담배에 “흡연은 당신의 건강에 해롭습니다(Smoking is dangerous to your health)”라는 경고문구를 표시할 것을 권고함에 따라, 대한민국은 1976. 1. 1.부터 제조담배의 담뱃갑 옆면에 “건강을 위하여 지나친 흡연을 삼갑시다.”라는 문구를 표시하였고, 1988. 12. 31. 제정된 담배사업법이 제조담배의 갑포장지에 흡연은 건강에 해롭다는 내용이 명확하게 표현된 경고문구를 표시할 것을 규정함(제25조 제1항)에 따라, 한국담배인삼공사(주식회사로 전환되었다가 민영화 절차를 거쳐 그 명칭이 주식회사 케이티앤지로 변경되었음)는 1989. 12. 17.부터 담뱃갑 옆면에 “경고 : 흡연은 폐암 등을 일으킬 수 있으며, 특히 임신부와 청소년의 건강에 해롭습니다.”라는 경고문구를 표시하였으며, 그 후에도 피고 회사는 국민건강증진법, 청소년보호법 등의 관계 법령에 따라 흡연이 건강에 해롭다는 내용의 경고문구나 19세 미만 청소년에게 판매를 금지한다는 내용이 포함된 표시문구를 담뱃갑에 표시하였다.

표시의무는 담배의 위험성에 대하여 가장 적은 지식을 가지고 있는 자들, 예컨대 판단능력을 충분히 갖추지 못한 청소년과 같은 자들을 기준으로 해야 하므로, 단순히 “건강을 위하여 지나친 흡연을 삼갑시다.”라고 표시한 것만으로는 경고효과를 기대하기 어려워 표시상의

3) 대법원 2003. 9. 5. 선고 2002다17333 판결.

4) 대법원 2003. 9. 5. 선고 2002다17333 판결.

의무를 제대로 이행하지 않았다고 하는 견해가 있다.⁵⁾ 그러나 여기서는 가장 적은 지식을 갖고 있는 소비자가 아니라, 평균적 소비자를 기준으로 해야 할 것이다. 다만 평균적 소비자를 기준으로 하였을 때도 해당 내용은 충분한 경고효과가 없었던 것으로 볼 여지도 충분히 있었을 것이다.

2) 구 소비자보호법상의 의무위반 여부

그 다음으로 구 소비자보호법상에 정해진 의무 내지 책무를 위반한 것과 관련하여 그러한 규정이 선언적인 규정에 불과한가 아니면 구체적인 개인의 이익을 보호할 의무로까지 인정할 것인가가 문제되었다. 즉 해당 규정이 “오로지 공공 일반 또는 국민 전체의 이익을 도모하기 위한 것”을 넘어서 “부수적으로라도 사회구성원 개인의 안전과 이익을 보호하기 위하여 설정된 것”인지가 쟁점이 되었다. 문제된 규정에서는 “주무부장관은 그 주관하는 물품의 내용 또는 사용방법에 따른 소비자의 위해를 방지하기 위하여 물품의 성분·함량·구조 등 물품의 내용, 사용상의 지시사항이나 경고 등 표시할 내용과 표시의 방법, 기타 위해를 방지하기 위하여 필요하다고 인정하는 사항에 관하여 사업자가 지켜야 할 기준을 정하거나 이를 변경할 수 있다(제12조 제1항)고 규정하는 한편, 물품을 제조하거나, 판매 또는 제공하는 자는 소비자 보호를 위하여 노력하고 국가 및 지방자치단체가 실시하는 소비자보호시책에 적극 협력하여야 하고(제3조), 제12조 제1항의 기준에 위반되는 물품을 제조 또는 판매하여서는 아니된다(제13조)”고 규정하고 있다. 대법원에서는 이러한 규정의 법적 성격을 판시할 좋은 기회였으나, 이에 대한 판단을 유보하고 설혹 개별적인 이익을 보호하기 위한 규정으로 보더라도 해당 규정상의 의무를 위반한 과실이 있다고 보기 어렵다고 판단한 원심을 인용하였다.

이처럼 적극적으로 해당 규정의 법적 성질을 규명하지 않고 사실관계의 판단을 통하여 책임을 부정하는 방식은 “콘텍600” 사건에서 사용하였다.⁶⁾ 법률심인 대법원에서 해당 규정의 법적 성격을 적극적으로 규명하지 않고 사실관계의 판단을 통하여 쟁점을 빚겨나가는 것은 좋아 보이지 않는다. 특히 이론적으로 의미 있는 구 소비자보호법상의 규정의 법적 성격에 관한 적극적인 판단을 하지 않은 점은 참으로 아쉽다고 할 수 있다. 구 소비자보호법의 구체적인 규정에 관한 법적 성질을 논하는 문헌은 찾을 수 없었지만, 그 당시의 규정들이 국가

5) 박영식, 담배소송에 대한 법률적 고찰, 한국의료법학회지 제12권 제1호, 2004, 114면.

6) 대법원 2008.02.28. 선고 2007다52287 판결: 합성 교감신경흥분제인 페닐프로판올아민(Phenylprophanolamine) 함유 일반의약품인 감기약 “콘텍600”을 복용한 사람이 출혈성 뇌졸중으로 사망한 사안에서, 설령 소비자의 생명·신체의 안전에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 의약품에 대한 국가기관의 책무 또는 조치권한 등을 정한 구 소비자보호법(2006. 9. 7. 법률 제7988호 소비자기본법으로 전문 개정되기 전의 것) 및 구 약사법(2007. 4. 11. 법률 제8365호로 전문 개정되기 전의 것)의 규정들이 오로지 공공 일반 또는 국민 전체의 이익을 도모하기 위한 것이 아니라, 부수적으로라도 사회구성원 개인의 안전과 이익을 보호하기 위하여 설정된 것이라 보더라도, 위 의약품의 제조·공급 당시 페닐프로판올아민과 출혈성 뇌졸중의 상관관계에 관한 연구 결과 및 이에 기반하여 식품의약품안전청이 취한 조치의 내용 등에 비추어, 위 사고 당시 국민의 생명, 신체, 재산 등에 대하여 절박하고 중대한 위험상태가 발생하였거나 발생할 우려가 있음에도 식품의약품안전청 공무원 또는 소비자문제 소관 행정기관 공무원이 그 위험을 배제하기 위하여 관계 법령에서 정한 조치를 취하지 아니한 과실이 있다고 보기 어렵다.

의 소비자정책에 대한 선언적 의미를 갖는 것으로 이해하고 있는 것으로 보인다.⁷⁾

3) 인과관계의 존부

대법원에서는 흡연과 폐암 발병 사이의 인과관계에 관하여도 판단하고 있다. 하지만 새로운 판시를 내리고 있는 것은 아니고 고엽제소송에 관한 법리⁸⁾를 그대로 인용하여 원고들의 주장을 배척하였다.

대법원의 판시 내용을 살펴보면 “역학이란 집단현상으로서의 질병의 발생, 분포, 소멸 등과 이에 미치는 영향을 분석하여 여러 자연적·사회적 요인과의 상관관계를 통계적 방법으로 규명하고 그에 의하여 질병의 발생을 방지·감소시키는 방법을 발견하려는 학문이다. 역학은 집단현상으로서의 질병에 관한 원인을 조사하여 규명하는 것이고 그 집단에 소속된 개인이 걸린 질병의 원인을 판명하는 것이 아니다.” 그런데 본 사안에서는 담배라는 “위험인자와 어느 질병 사이에 역학적으로 상관관계가 있다고 인정된다 하더라도 그로부터 그 집단에 속한 개인이 걸린 질병의 원인이 무엇인지가 판명되는 것은 아니다”. 결국 “흡연과 비특이성 질환인 비소세포암, 세기관지 폐포세포암의 발병 사이에 역학적 인과관계가 인정될 수 있다고 하더라도, 어느 개인이 흡연을 하였다는 사실과 위 비특이성 질환에 걸렸다는 사실이 증명되었다고 하여 그 자체로서 양자 사이의 인과관계를 인정할 만한 개연성이 증명되었다고 단정하기는 어렵다”고 판단하였다.

III. 종류물의 하자로 인한 완전물 급부청구권과 그 제한

1. 종류물 매매에서 완전물 급부청구권

종류물매매에서 하자담보책임으로 매수인은 그 하자로 인하여 계약의 목적을 달성할 수 없는 때에는 계약을 해제할 수 있고, 그 하자로 인하여 계약의 목적을 달할 수 없는 정도에 이르지 아니한 때에는 손해배상을 청구할 수 있으며, 또한 이러한 계약의 해제 또는 손해배상의 청구 대신 하자 없는 물건을 청구할 수 있는 권리를 갖는다(민법 제581조 제1항, 제2항, 제580조 제1항, 제575조 제1항). 그리고 여기서 하자 없는 물건을 청구할 수 있는 권리를 완전물 급부청구권이라고 한다.

완전물 급부청구권은 결국 다른 물건으로 바꿔달라고 요구할 수 있는 권리인데, 우리 민법 규정은 마치 이 권리가 손해배상과 병렬적으로 규정되어 있어서 매수인이 손해배상 또는 완전물급부를 선택적으로 행사할 수 있는 것으로 규정되어 있다. 하지만 물건을 바꿔주는 것

7) 이병준, 현대시민사회와 소비자계약법, 집문당, 2013, 27면; 2009년도 법무부 연구용역 과제보고서, 소비자법의 민법전 편입에 관한 연구, 2010, 3면. 그에 반하여 선언적 조항과 실천적 조항을 혼합시켜 실천적 의미를 가지려고 한 것이 입법자의 의도이고 실제로 체계면에서 우수한 입법이었다는 평가로, 강창경, 소비자보호법의 운영과 입법방향, 소비자문제연구 제23권 2000, 4-5면. 한편 구체적인 조항과 관련하여, 소비자보호 문제를 대량생산 및 대량소비시대에 있어서 공익의 문제로서 국민생활과 직결된 과제라는 인식을 전제로 제3조는 사업자의 의무와 관련한 조항 중 하나로서 소비자보호분야에서 사회적 책임의 이념을 반영한 것이라는 문헌으로, 강창경, 기업의 사회적 책임과 소비자보호, 소비자문제연구 제27호, 2004, 151면 참조.

8) 대법원 2013. 7. 12. 선고 2006다17539 판결.

은 매도인에게도 부담이 될 수 있으므로 당연히 인정될 수 있는 것이 아니라, 일정한 제한이 가해져야 할 것이고 이러한 기준을 마련한 것이 대상 판례이다.

2. 대상판결(대법원 2014.5.16. 선고 2012다72582 판결)의 사실관계

원고는 2010. 10. 1. 코오롱글로벌 주식회사(이하 '코오롱글로벌'이라 한다)로부터 '2010년형 BMW 520d 자동차 1대'를 6,240만 원에 매수하는 계약(이하 '이 사건 매매계약'이라 한다)을 체결하고, 2010. 10. 10. 코오롱글로벌로부터 원심 판시 별지 기재 자동차(이하 '이 사건 자동차'라 한다)를 인도받았다. 원고가 이 사건 자동차를 인도받은 지 5일이 지난 2010. 10. 15. 위 자동차 계기판의 속도계가 작동하지 않았고, 점검결과 계기판 자체의 기계적 고장(이하 '이 사건 하자'라 한다)이 있는 것으로 확인되었다. 이 사건 하자는 계기판의 속도계 부분의 바늘이 움직이지 아니하는 것인데, 이 사건 자동차에서는 헤드업 디스플레이 장치를 통해 자동차의 앞 유리에 자동차의 속도가 화면으로 표시되기 때문에 운전자는 굳이 계기판 속도계를 보지 않고도 앞을 보고 운전하는 상태에서 속도를 확인할 수 있고, 실제로 원고는 이 사건 하자를 수리하지 않은 상태에서 헤드업 디스플레이를 사용하여 이 사건 자동차를 운행하고 있다. 이 사건 자동차는 이 사건 하자처럼 계기판의 일부분에 하자가 발생한 경우에도 '계기판 모듈' 전체를 교체하도록 설계되어 있는데, 이러한 계기판 모듈은 볼트나 너트로 조여 있지 아니하고 계기판 탈착과정에서 주변에 흠집이 발생하지 않도록 완충형 받침쇠 두 개로 패널 마운트에 결합되도록 설계되어 있어서 탈착작업이 갈고리 같은 간단한 도구로 흠집 없이 가능하고, 이러한 정비방식은 그 절차도 복잡하지 않으며, 몇 분 만에 교체가 가능하고, 교체비용도 1,407,720원 정도일 뿐 아니라, 정비 후에는 계기판 전체가 정상적인 상태로 회복된다. 이 사건 매매계약의 목적물은 고가의 승용차로서 등록이나 사용으로 인한 가치의 감소가 다른 물건에 비하여 상대적으로 크다고 할 수 있는데, 이 사건 자동차와는 다른 차종이긴 하지만 2012년 2월식 BMW 528i의 경우 주행거리 200km인 경우 가격 하락분이 약 990만 원이고, 2012년 5월식 BMW 730d가 주행거리 1km인 경우 가격하락분이 약 1,000만 원이다.

3. 사건의 쟁점

1) 증류물의 하자로 인한 완전물 급부청구권의 행사를 제약하기 위한 요건

원심인 서울고등법원에서는 완전물 급부청구권의 행사를 제약하기 위한 근거로 신의칙에서 찾고 있다. 즉, "완전물 급부청구권 행사에 대한 제약은 목적물의 하자가 경미하여 계약의 목적을 달성하는 데 별반 지장이 없고 손해배상이나 하자보수를 통하여 능히 적은 비용으로 매수인에 대한 권리구제의 수단이 마련될 수 있을 것임에도 완전물 급부의무의 부담을 매도인에게 부과한 결과 매도인이 입게 될 불이익이 지나치게 크고 가혹하여 이러한 완전물 급부청구권의 행사가 신의칙에 반하여 권리남용에 이르게 될 특별한 사정이 있는 경우에 한하

여 이를 인정할 수 있다.”⁹⁾ 그에 반하여 대법원에서는 그 제한의 근거를 공평의 원칙에서 찾고 있다. 즉, “매매목적물의 하자가 경미하여 수선 등의 방법으로도 계약의 목적을 달성하는 데 별다른 지장이 없는 반면 매도인에게 하자 없는 물건의 급부의무를 지우면 다른 구제 방법에 비하여 지나치게 큰 불이익이 매도인에게 발생하는 경우와 같이 하자담보의무의 이행이 오히려 공평의 원칙에 반하는 경우에는, 완전물급부청구권의 행사를 제한함이 타당하다”. 쌍무계약의 등가관계에 기초한 공평의 원칙이 무엇을 근거로 하여 어느 범위에서 인정될 수 있는지의 여부에 관하여 논란이 있을 수 있지만, 신의칙과 크게 다른 원리라고 보여지지 않는다고 가정을 하게 되면 그 법리 설시에 있어서 고등법원과 대법원은 크게 다른 법리를 설정한 것은 아니라고 볼 수도 있다.

하지만 그 사실관계의 판단에 있어서 그 결과는 매우 달랐다. 원심은, 이 사건 하자가 비교적 저렴하면서도 손쉽게 치유되는 하자에 해당하고 원고가 이 사건 자동차의 수리를 일부러 원하지 아니하고 있으며 이 사건 하자에도 불구하고 계속하여 자동차를 운행해 오고 있다는 사정 등을 인정하면서도, 판시와 같은 이유로 완전물 급부의무를 구하는 원고의 권리행사가 신의칙에 반한다거나 권리남용에 이르지 않는다고 보아, 코오롱글로벌의 당사자지위를 승계한 피고 코오롱글로벌 주식회사에 대하여 신차의 인도 등을 구하는 원고의 주위적 청구를 인용하였다. 이와 달리 대법원에서는 “이 사건 하자는 계기판 모듈의 교체로 큰 비용을 들이지 않고서도 손쉽게 치유될 수 있는 하자로서 위 하자수리에 의하더라도 신차구입이라는 이 사건 매매계약의 목적을 달성하는 데에 별다른 지장이 없고, 자동차를 계속 보유하는 경우에도 하자보수로 인하여 자동차의 가치하락에 영향을 줄 가능성이 희박한 반면, 매도인인 코오롱글로벌에게 하자 없는 신차의 급부의무를 부담하게 하면 다른 구제방법에 비하여

9) 원심은 이러한 법리를 구성함에 있어서 상당한 논거를 제공하여 주고 있다. “① 완전물 급부청구권 행사의 제한이라고 하는 이러한 예외는, 우리 현행 민법상 완전물 급부청구권의 이행에 과다한 비용을 요한다고 하는 등의 명문 규정이 입법적 조치에 의하여 별도로 마련되지 아니한 한에서는 언제나 의문의 여지 없이 인정될 수 있는 것은 아니라 할 것이고, ② 계약을 해제할 것인지, 아니면 완전물 급부청구권(또는 하자보수청구권)을 행사할 것인지 여부는 이를 매수인의 선택에 맡겨 놓고 있을 뿐 매수인이 선택한 특정한 추완청구에 대응하여 매도인이 그 이행을 거절하고 다른 대체적 추완의 방식을 선택하도록 강제하는 제도를 두고 있지 아니한 현행 민법 체계상 더 나아가 완전물 급부청구권의 행사가 권리남용에 이르지도 아니하였음에도 매도인의 불이익을 사유로 매도인의 선택에 의하여 매수인의 완전물 급부청구에 제한을 가하여 일정한 경우 매수인에게 하자보수청구권만을 인정하여야 한다고 보는 것은 입법 정책적인 논의에서는 몰라도 현행 민법의 해석론으로는 다소 지나친 측면이 있으므로 매수인의 보호를 위하여 하자담보책임제도를 둔 민법의 입법 취지와 관련하여 신중한 재음미가 필요하다고 보이며(이 점에서 하자보수라는 대체적 구제수단이 있음을 들어 원고의 완전물 급부청구권에 대하여 유효한 권리장애항변을 할 수 있다는 피고 측의 논리는 이를 받아들이기 어렵다), ③ 종류물 매매에 있어서 특정된 목적물로는 그 하자로 인하여 특히 ‘계약의 목적을 달성할 수 없는 경우’에는 매수인은 계약을 해제하여 아예 그 계약의 효력을 부정해 버릴 수도 있었을 것임에도, 이러한 극단적 선택을 유보하고 그 대신 계약의 유효성을 유지하는 것을 전제로 하여 자신의 대금지급의무는 이를 이행하면서 아울러 상대방에 대하여 하자 없는 완전물의 대체이행을 해 줄 것을 선택한 경우라면 이러한 매수인의 권리행사는 매도인의 불완전이행에 대한 구제수단으로서는 비교적 온건한 방식을 택한 것으로 평가할 수 있고 다른 특별한 사정이 없는 한 이를 두고 신의칙 위반이나 권리남용으로 보기는 어렵다고 할 것이니, 권리남용금지과 같은 일반원칙을 ‘하자로 인하여 계약의 목적을 달성할 수 없지만 계약 해제 대신 완전물 급부청구권을 행사’한 경우에 적용하여 그 권리 행사에 계약을 용인하기 위해서는 그와 같은 계약을 특별히 수긍할만한 현저한 사정이 있는 것을 요한다고 풀이하는 것이 계약 해제의 경우와 대비해 볼 때 거래비용의 증가 방식을 도모하고, 특히 종류물의 대량거래를 수반하는 현대사회에서 소비자 보호의 관점에 비추어 보아 타당하다고 할 것이다.”

코오롱글로텍에게 지나치게 큰 불이익이 발생한다고 할 것"이므로 이 사건 완전물급부청구권의 행사가 허용되지 않는다고 보고 원심판결을 파기환송하였다.

이러한 사실관계의 판단을 보았을 때 서울고등법원에서는 신의칙에 반하여 권리남용으로 볼 수 있을 정도가 아니면 명문규정의 특별한 제한이 없는 완전물급부청구권을 제한할 수 없다고 본 반면, 대법원에서는 사업자의 불이익이 커서 등가관계에 따른 공평의 원칙에 반한다고 한다면 그 행사를 제한할 수 있다고 본 것이다. 대법원에서 판단의 요소로 들고 있는 사정으로는 "매매목적물의 하자의 정도, 하자 수선의 용이성, 하자의 치유가능성 및 완전물급부의 이행으로 인하여 매도인에게 미치는 불이익의 정도" 등으로 보아서는 대법원에서 설정한 제한의 범위가 사업자의 이익을 좀 더 많이 반영하여 더 넓어진 것으로 볼 수 있다. 민법상 명백하게 제한의 요건이 없는 사정을 적극적으로 반영하여 극히 예외적인 신의칙에 반하는 권리행사만을 막으려고 한 것이 서울고등법원의 입장이라고 한다면, 대법원에서는 매매계약의 당사자 사이의 이익균형을 고려하여 제한의 폭을 넓혀서 완전물 급부청구권의 행사를 합리적으로 제한하려고 하였던 것으로 보인다. 하지만 판례가 구체적인 기준을 제시하지 않아서 앞으로 "엔진에 하자 있는 경우"처럼 다른 부품의 하자가 있는 경우에는 어떻게 판단할 것인지에 관한 논의가 남아 있다.¹⁰⁾ 이러한 측면에서 완전물급부청구권의 행사요건과 그 제한에 관한 논의가 이 판결에 만족하지 말고 입법적으로 어떻게 해결할 것인지에 관하여 앞으로 진지하게 논의될 필요가 있다고 생각된다.¹¹⁾

2) 제조자의 품질보증책임과 그 내용

원칙적으로 매수인이 매도인에 대하여 가지는 하자담보책임법상의 권리와 제조자에 대하여 가지는 품질보증계약상의 권리는 전혀 별개의 것이다. 따라서 이러한 권리는 서로 엄격히 구분되어 상호 영향을 미치지 않음이 원칙이다. 그런데 본 사건의 경우 피고 비엠더블유코리아 주식회사(이하 '피고 비엠더블유'라 한다)가 이 사건 매매계약의 매도인인 코오롱글로텍을 통하여 매수인인 원고에게 이 사건 자동차에 관한 품질보증서(Warranty Booklet, 이하 '이 사건 품질보증서'라 한다)를 교부하였는데, 이와 관련하여 피고 비엠더블유가 품질보증서상의 책임을 넘어서 원고에게 매도인인 코오롱글로텍의 하자담보책임의 이행을 보증하였는지가 문제되었다.

원심은 묵시적 보증을 인정하였으나, 대법원은 「이 사건 품질보증서에 따르면 "부품의 재질 또는 제조상 결함에 의한 고장의 경우 당해 부품을 무상으로 수리 또는 교환해 주고, 비사업용 승용차(「비사업용」은 영리법인 또는 개인의 사업목적에 사용되지 않는 차량)에 한하여 주행 및 안전도 등과 관련한 중대한 결함 발생 시 소비자피해보상규정에 따라 보증하여 준다"고 규정하고 있을 뿐, 품질보증인인 피고 비엠더블유가 매도인의 민법상 하자담보책임을 보증한다는 내용은 이 사건 품질보증서의 어디에도 찾아 볼 수 없다」고 판단하는 한편, 구

10) 이러한 사건이 실제로 진행되고 있는 것으로 알고 있다.

11) 독일 민법 제439조 제3항에서는 비용의 과도함을 근거로 하여 매도인에게 거절권을 인정하고 있다. 이에 관하여 자세한 내용 및 신차구매에서 판단방법 등에 관하여는 안병하, 매수인의 사후이행청구권, 판례실무연구 XI(하), 2014, 512면 이하 참조.

체적으로 품질보증서에 따른 책임도 부정하였다.

IV. 근저당권설정비용 반환 소송과 약관의 효력

1. 사건의 개요 (대법원 2014.6.12. 선고 2013다214864 판결)

은행에서는 2003. 3. 1.부터 사용된 은행여신거래기본약관과 대출거래약정서(이 사건 표준약관이라 함)에서 담보설정에 필요한 비용의 종류와 산출근거를 채무자에게 설명하고, 각 항목별로 체크박스를 만들어 부담주체를 결정하도록 하였다.

예시: <저당권설정계약서>

제8조(제 절차이행과 비용부담)

②채권자는 제1항의 절차에 드는 비용의 종류와 산출근거를 채무자와 설정자에게 설명하였고, 그 부담 주체를 정하기 위하여 "□" 내에 "√" 표시를 하고 그 정한 바에 따르기로 합니다.

구 분	부담주체		
	채무자	설정자	채권자
등록세	☐	☐	☐
교육세	☐	☐	☐
국민주택채권매입	☐	☐	☐
법무사수수료	☐	☐	☐
말소(저당권 해지)	☐	☐	☐
감정평가수수료	☐	☐	☐
	☐	☐	☐

그 후 공정거래위원회는 한국소비자원으로부터 은행여신거래와 관련된 표준약관 중 소비자에게 불리하거나 소비자보호가 미흡한 부분을 개선하라고 하는 요청을 받고 2008. 1. 30. 담보설정이 비용의 대부분을 은행이 부담하도록 하는 내용으로 표준약관을 개정하여 2008. 2. 11. 은행연합회와 은행들에 대해 새로운 표준약관의 사용권장처분을 내렸다. 이에 대해 은행연합회와 16개 은행들은 행정소송을 제기하였다. 표준약관 권장처분과 관련된 행정소송이 공정거래위원회의 승소로 이어진 후¹²⁾ 이를 기초로 다양한 고객들이 저당권설정비용을 자신에게 부담시켰던 이러한 약관조항은 무효이므로 해당 은행에 대하여 부당이득을 이유로 한 반환을 청구하였다.

2. 사건의 쟁점

첫째, 본 약관조항은 외형상 고객에게 선택권을 부여하는 형식을 취하고 있어 이것이 약관에 해당하는지의 여부이다. 둘째, 행정사건이었던 공정거래위원회의 표준약관에 대한 사용권장처분이 무효라면 자동적으로 구체적인 사건에서도 해당 조항의 무효가 인정될 수 있는지의 여부가 문제된다. 셋째, 저당권설정비용을 고객에게 전가하는 것이 부당한 약관인지의 여

12) 대법원 2010. 10. 14. 선고, 2008두23184 판결 및 서울고등법원 2011. 4. 6. 선고, 2010누35571 판결 참조.

부이다. 이 사건과 관련하여 학계 및 하급심 법원의 입장이 상당히 나뉘었고 대법원은 각 쟁점에 관하여 판단하였다.

1) 선택규정의 약관성

원심 및 몇 개의 관련 하급심에서는 이 규정을 개별약정으로 보고 약관규제법에 의한 내용 통제가 가능하지 않다고 보았다.¹³⁾ 그 이유는 “이 사건 선택형 부담조항이 계약교섭의 결과로 예견 가능한 경우를 미리 정해 놓고 선택의 방법으로 그 결과를 계약 내용으로 포섭하기 위한 것으로서 계약교섭 후에 그 결과를 직접 적는 것보다 간편하게 한 것일 뿐이고, 이 사건 표준약관을 이용한 대출거래에서 금융기관이 스스로 비용을 부담하는 선택을 한 경우가 상당한 비율에 이르고, 동일한 고객이 동일한 금융기관과 여러 건의 대출계약을 체결할 때에도 고객의 비용부담 선택과 금융기관의 비용부담 선택이 혼재되어 있는 등 비용부담 주체가 고객의 의사와 무관하게 고객에게 일방적으로 불리하게 선택되고 있다고 볼 수도 없다는 등의 사정들만을 이유로 들어, 이 사건 선택형 부담조항에 기초한 약정에 따라 비용을 부담하게 된 것은 개별약정”이라는 것이다.

그러나 대법원은 이와 달리 이 사건 선택형 부담조항은 약관에 해당한다고 판단하였다. “이 사건 선택형 부담조항에 의하여 이루어진 계약 내용이 개별약정으로 인정되기 위해서는, 이 사건 선택형 부담조항에서 정한 선택 항목에 따라 선택이 이루어졌다는 사정만으로는 부족하고, 위 원고들이 피고와 거의 대등한 지위에서 그 비용 부담자 및 부담 정도에 관하여 충분한 검토와 고려를 한 후 개별적인 교섭 또는 흥정을 거쳐 이 사건 선택형 부담조항에서 제시된 제한적인 선택 항목에 구속되지 아니하고 그 내용을 변경함으로써 위 원고들의 이익을 조정할 수 있는 기회를 가졌음에 관한 개별·구체적 사정이 있어야 하며, 그 사정은 피고가 주장·증명하여야 한다고 보았다.”

즉 이와 같은 선택형 약관조항의 경우 어느 것을 고객이 선택하더라도 사업자가 미리 마련한 내용을 선택한 것에 불과하므로 고객의 자유로운 의사에 따라 결정을 한 것이 아니다. 고객은 수동적인 입장에서 여러 선택지 중에서 하나를 선택하였을 뿐이다. 따라서 이는 기본적으로 약관에 해당하고 그와 달리 개별약정이 존재함이 인정되기 위해서는 사업자가 별도의 입증을 해야 한다. 이러한 측면에서 사업자에게 개별약정의 입증책임을 부과한 대법원의 논리는 타당하고 이러한 논리는 이미 일부 학설에서 주장되었고¹⁴⁾ 판결이 내려진 후 이

13) 원심판결(서울고법 2013. 9. 26. 선고 2013나2012790 판결)과 그 밖의 일부 하급심 판결(서울지방법원 2012. 12. 6. 선고 2011가합100645 판결; 서울지방법원 2012. 12. 6. 선고 2012가합56189 판결; 서울지방법원 2013. 5. 31. 선고 2012가합515824 판결; 울산지방법원 2013. 10. 10. 선고 2013나2610 판결)이 이러한 입장에 있으며, 학설 중에서는 고객에게 보충이 전제되어 있는 선택형 조항을 제시함으로써 고객에게 선택권을 부여하여 개별적 교섭에 의하여 부담주체가 결정되는 것을 예정하고 있다는 점에서 개별적 합의가 있는 것으로 보는 견해(고동원, 금융기관 대출 근저당권 설정비용 부담은 누가 - 고객부담, 법률신문, 2013년 4월 8일자), 고객은 은행과 대등한 지위에서 비용부담에 따른 불이익과 이자율이나 중도상환수수료 등 거래조건에서의 이익을 함께 고려하여 비용부담자를 스스로 선택함으로써 이익조정 가능성이 상존하기 때문에 개별약정에 해당하는 것으로 보는 견해(지원림, (근)저당권 설정비용의 부담자, 고려법학 제66호, 2012, 150면)가 주장되고 있다.

14) 이병준, 선택규정의 약관성 - 근저당권설정비용 반환소송과 관련하여 -, 안암법학 제42권, 2013, 99면 이하; 김남홍, 선택규정의 약관성과 근저당권설정비용 부담주체, 서울지방법원 2012. 12. 6. 선고

부분에는 관한 평석에서는 대체로 찬성의 입장인 것으로 보인다.¹⁵⁾

2) 표준약관의 개정에 따른 사용권장처분과 구체적인 고객의 소송의 관계

그 다음으로 문제되었던 쟁점은 행정사건의 판결에서 표준약관이 고객에게 부당하게 불리한 불공정 약관조항에 해당한다고 판단하였는데, 이러한 판단이 사법적 효력에 영향을 미쳐서 해당 약관조항이 약관규제법 제6조상의 “신의성실의 원칙에 위반하여 공정성을 잃은 약관조항”에 해당하는지 여부이다. 이는 구체적으로 약관규제법 제19조의2 제3항 내지 제5항에 따라 공정거래위원회가 내린 표준약관 사용권장처분의 적법성 여부에 대한 판단이 사법적 효력으로 연결될 수 있지의 문제와 연관되는 것이다. 기본적으로 구체적인 사건과는 관련이 없는 추상적 내용통제와 구체적 사건을 대상으로 내용통제를 하는 구체적 내용통제의 관계로 압축할 수 있을 것이다. 이러한 소송이 문제되었을 때 필자는 공정거래위원회의 표준약관에 대한 권장처분은 추상적 내용통제를 기반으로 한 것이고 제도개선의 목적을 갖고 있으므로 장래효를 갖는 것이 원칙이고, 따라서 권장처분이 이루어지기 전에 체결된 계약에는 원칙적으로 소급효가 없고 선례로서의 효력도 없다는 입장을 취한 바가 있다.¹⁶⁾

대법원은 이와 동일한 입장에서 판시를 하였다. 즉 “공정거래위원회가 이 사건 선택형 부담조항을 이 사건 개정 표준약관으로 개정하여 그 사용을 권장한 것도 이러한 표준약관 제도의 취지를 반영하여 소비자의 불만과 분쟁을 예방하고 공정한 거래질서를 확립하기 위한 정책적인 면을 고려한 것으로서, 고객으로 하여금 담보권설정비용의 부담에 관한 정보탐색비용을 절감하고 금융기관의 대출금리만을 비교하여 대출상품을 쉽게 선택할 수 있도록 하는 한편 금융기관에 대하여도 대출 부대비용을 절감하는 노력을 통해 경쟁력을 높이도록 함으로써, 고객의 편의를 도모함과 아울러 금융기관 사이의 경쟁을 촉진하는 효과를 기대할 수 있는 장점을 고려하여 장래를 향한 제도개선 차원에서 행정적인 판단을 한 것으로 보인다. 그리고 이 사건 표준약관이 시행되기 전의 구 표준약관에서는 인지세나 담보권설정비용을 고객이 전액 부담하도록 정하고 있었는데 이 사건 선택형 부담조항은 이를 개선하여 고객이 전액 부담에서 벗어날 수 있는 선택의 기회를 약관으로 명시함으로써 고객의 이익을 보호하

2012가합56189 판결을 중심으로, 외법논집 제38권 제1호, 2014, 214면은 개별약정임을 주장하는 이익이 있는 자가 개별약정을 입증하는 것으로 보고 있으므로 사업자가 입증책임을 부담하는 견해에 해당한다.

- 15) 김진우, 근저당권설정비용의 부담에 관한 선택형 약관조항이 약관규제법 제6조의 의미에서의 불공정 조항에 해당하는지 여부, 민사법학 제69호, 2014, 346-347면에서는 입증책임과 관련하여 사업자는 문제된 조항이 개별약정으로 판명되면 내용통제를 면하는 이익을 누리게 되므로 개별약정의 존재를 사업자가 주장할 것이므로, 다툼이 있는 경우 사업자가 그 증명책임을 부담한다고 한다. 또한 선택형 비용부담조항과 같은 단순한 선택 가능성만 주어진 경우에는 고객이 자신의 이익을 위하여 계약내용에 대하여 실질적인 영향력을 행사할 수 없다는 점을 고려할 때, 고객의 이익 조정가능성 등의 사정은 사업자인 금융기관이 주장·증명하여야 한다는 점에서 대법원의 판시에 찬성하는 입장으로, 임견면, 선택형 약관조항과 근저당권설정비용 부담주체, 성균관법학 제26권 제4호, 2014, 336-338면.
- 16) 이병준, “약관의 추상적 내용통제와 구체적 내용통제의 관계 - 약관의 추상적 내용통제에서 확정된 약관의 무효를 개인의 개별적인 소송에서 주장할 수 있는가? -”, 「재산법연구」, 제29권, 제2호(2013년), 157면 이하 참조. 이러한 내용에 대하여 비판적인 견해로 서희석, “공정위의 표준약관 직권제정 및 사용권장과 그 전제로서의 약관조항의 불공정성 판단 - 추상적 내용통제와 구체적 내용통제의 관계 -”, 「판례연구」, 제24집(2013년), 473면 이하 참조.

기 위하여 마련되었던 것으로서 공정거래위원회의 사전심사 및 승인을 거쳐 표준약관으로 인정되었다. 또한 원심이 인정한 것과 같이 고객이 이 사건 선택형 부담조항에 따라 담보권 설정 비용을 부담하는 선택을 하는 경우에 금융기관이 그 비용을 부담하는 경우와 비교하여 상대적으로 대출금리나 중도상환수수료 등에서는 고객에게 유리한 내용으로 거래가 이루어질 수 있는 측면도 있다.” 따라서 “이 사건 선택형 부담조항을 폐지하고 이 사건 개정 표준약관에 대한 사용권장 처분이 확정되었다는 사정만으로, 이 사건 선택형 부담조항이 건전한 거래질서를 훼손하는 등 고객에게 부당하게 불이익을 주는 약관조항으로서 법 제6조 제1항에 의하여 무효가 되는 ‘신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항’에 해당한다고 보기에 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다”고 보았다.

3) 구체적인 불공정성 판단

근저당권설정 비용부담 주체와 관련하여 판례상으로 배치되는 입장들이 존재하였다. 근저당권 설정등기비용과 관련하여서는 채무자가 부담해야 한다는 판시¹⁷⁾가 있는가 하면, 양도담보의 경우에는 채권자가 부담해야 한다고 보는 판시¹⁸⁾가 있었다. 학설도 이와 관련하여 심하게 대립하고 있었는데, 채무자가 부담해야 한다는 견해가 다수설¹⁹⁾이었고 채권자가 부담해야 한다는 견해가 소수설²⁰⁾이었다. 그런데 학설은 누가 비용을 부담하는 것인지에 관하여

17) 대법원 1962. 2. 15. 선고 4294민상291 판결.

18) 대법원 1981. 7. 28. 선고 81다257 판결; 대법원 1982. 4. 13. 선고 81다531 판결; 대법원 1987. 6. 9. 선고 86다카2435 판결.

19) 최근의 논문에서는, 영리를 위한 여신공여라는 점과 채무자의 요청으로 여신이 이루어지는 점, 은행 실무상 채무자가 부담하는 것이 관행인 점(최병규, 근저당권설정비의 부담주체에 대한 연구, 상사판례연구 제22호 제1권, 209면 이하), 담보대출이 신용대출에 비하여 유리한 조건으로 이루어지고 있고, 채무자의 자금조달 필요성에 의한 담보권 설정이라는 측면에서 담보대출로부터 이익을 얻는 것은 채무자이므로 수익자부담원칙에 따라 채무자가 부담하는 것이 합당하다는 점, 외국의 경우에도 담보권 설정비용을 채무자에게 부담시키는 거래관행이 있다는 점(최병규, 은행근저당권설정비 부담주체에 대한 약관의 효력, 상사판례연구 제24집 제1권, 2011, 190면 이하; 고동원, 은행 거래에 있어서 근저당권 설정 비용 부담 주체에 관한 논의의 검토, 은행법연구 제5권 제2호, 2012, 171면 이하; 최병규, 은행의 근저당권설정비 부담주체에 관한 후속논의, 외법논집 제37권 제2호, 2013, 194면 이하)을 근거로 채무자가 부담하여야 한다는 주장이 있다. 한편 민법상으로 부대비용을 변제비용으로 보아 제473조에 따르면, 거래관행에 따르면 채무자가 부담한다는 견해(지원림, 고려법학 제66호, 135-142면), 근저당권설정비용을 민법상 채무의 변제비용으로 보아 제473조의 규정을 준거하여 채무자가 부담한다는 견해(황남석, 근저당권설정비용의 부담주체에 관한 고찰, 법조 제61권 제8호, 2012, 21-25면)가 주장되고 있다.

20) 채무자 부담이라는 거래관행은 50년이 지난 오래된 판례를 근거로 하는 것이고, 신용대출에 비하여 담보대출이 상대적으로 이율이 낮은 것은 신용대출이 원래 리스크가 크기 때문이며, 채무자가 부담해야 하는 것이 고객이 금리우대를 받기 때문이라는 점은 그러한 내용을 고객이 알기 어려운 점이 있다. 그에 반하여 채권자는 일정한 금액을 일정기간 대여하고 매우 안전한 장치를 강구하면서 지속적인 이율을 받고자 하며, 정해진 이율과 대여된 원금을 회수하지 못할 경우를 대비하여 근저당권을 설정함을 고려할 때 채권자가 부담하는 것이 타당하다는 견해(유주선, 은행근저당권설정비 부담주체 : 2012년 5월 8일 선고한 독일 연방대법원 판례를 고려하여, 기업법연구 제27권 제1호, 2013, 232면)와 판례상 양도담보를 위한 소유권이전등기비용이 채권자의 담보권 확보를 위한 것이어서 특별한 약정이 없는 한 채권자가 부담하도록 하는 입장과 관련하여서, 금융기관이 차주로부터 근저당권을 설정받는 것 역시 종국적으로 우선변제권을 확보하기 위한 것이라는 점에서 양도담보의 경우를 근저당권과 달리 볼 필요가 없는 점, 근저당이라는 담보제도 그 자체는 채권자평등의 원칙을 깨뜨리는 우선변제권을 확보하는 것이므로 그 자체로 채권자의 이익을 위한 것이라는 점, 근저당권설정비용을 변제비용으로 이해하여 제473조를 적용할 것은 아닌 점 등을 기초로 채무자 부담에 대하여 비판적인 견해(김진우, 전거논문, 359-361면)가 주장되고 있다.

논의만 하고 있을 뿐 이러한 기준, 즉 판례상 설정되어 있고 더군다나 확실한 판례가 없는 상황 하에서 해당 조항의 불공정성을 논할 수 있는지에 관하여는 논의가 없었다.

하지만 이러한 비용부담 주체가 누구인지에 관한 민사법적 쟁점 외에도 임의규정처럼 확립된 판례 내지 확립되지 않은 판례를 기준으로 약관의 불공정성을 판단할 수 있는지의 여부에 관하여 논의를 했어야 한다. 이 부분에 관하여 우리나라에서는 거의 논의가 없었다. 그런데 법률규정으로 규정되어 있지 않은 법원칙이더라도 그 원칙이 전체의 법체계, 성문법 내지 비성문법을 통하여 명확하게 도출되고 확립된 것이라고 한다면 이러한 법원칙을 기초로 해서도 약관의 불공정성을 판단할 수 있을 것이다. 독일의 다수설도 이러한 입장이다.²¹⁾ 이를 넘어서 판례법에도 임의규정처럼 지도형상적 기능이 있어서 약관의 불공정성을 판단할 수 있는 척도가 될 수 있다는 견해가 있다.²²⁾ 하지만 판례는 기본적으로 규범성을 인정하지 않은 것이 원칙이고 기본적으로는 구체적인 사건을 대상으로 하는 판단이므로 판례를 약관의 불공정성 판단척도로 활용하는 것은 타당하지 않을 것이다.²³⁾ 더군다나 저당권 설정비용 부담자에 관하여 대법원에서 확립되어 있지 않아서 확고한 판례라고 볼 수 없는 선례를 가지고 불공정성 판단의 척도로 활용하지 않은 것은 타당해 보인다. 따라서 학설의 대립이 존재하였고 명확한 기준이 없는 상황 하에서는 해당 조항을 불공정한 것으로 무효라고 판단할 수 있는지에 관하여는 의문이 있었다. 이러한 측면에서 대법원에서 불공정성을 직접적으로 판단하지 않고 선택형 부담조항을 폐지하고 표준약관의 개정으로 이어진 사정만으로는 해당 조항을 불공정한 것으로 무효로 볼 수 없다는 판단은 이론적 측면에서 보았을 때도 잘 된 판결인 것으로 평가된다.

V. 임의규정을 벗어난 이자율과 불공정약관 해당성

1. 임의규정의 기능과 약관의 불공정 판단

약관규제법상 약관의 내용통제와 관련하여 불공정성을 판단함에 있어서 임의규정은 중요한 의미를 갖는다. 기본적으로 입법자가 설정한 임의규정은 당사자가 명시적 합의를 하지 않은 경우 이를 보충하는 기능을 갖고 있을 뿐 아니라, 약관의 내용통제를 함에 있어서 불공정성을 판단기준이 된다. 왜냐하면 입법자가 공정하다고 생각한 계약당사자의 이익균형점이 임의규정이기 때문이다. 하지만 임의규정은 절대적인 기준은 아니며 임의규정을 벗어났다고 하여 당연히 해당 약관규정이 당연히 불공정한 것으로 판단되는 것은 아니며, 추가로 다양한 요소를 고려해야 한다. 이러한 입장에서 대법원 판시가 이루어졌고 대상 판결도 이러한 견지에서 내려진 판결사례라고 생각된다.

본 판결이 내려지기 전에 대법원은 기본적으로 임의규정을 수정하거나 변경하는 약관이 당연히 불공하지 않다고 판단하고 있었다. 예컨대 상법 제679조를 임의규정이라고 판단한 후²⁴⁾ “자동차종합보험 보통약관의 규정이 자동차보험계약에 있어 원칙적으로 상법 제679

21) Staudinger/Coester, § 307 Rn. 236 f.

22) Staudinger/Merten, § 2 EGBG Rn. 112.

23) 이러한 입장으로 Ulmer/Fuchs, § 307 Rn. 213; Stoffels, AGB-Recht, Rn. 191 f.

조의 적용을 배제하고 있더라도 이는 위 계약에 있어 보험의 목적인 자동차를 교체하는 경우가 자주 생기고, 또 그 경우 보험계약자는 무사고 등을 이유로 보험료의 할인혜택을 받기 위하여 자동차를 교체하는 형태로 보험계약을 유용할 필요성도 있고, 한편 보험자로서도 예측위험율의 변화 등 보험계약의 기초에 중대한 변경을 초래할 가능성이 있는 피보험자의 교체에 대하여 중요한 이해관계가 있어 보험계약관계의 유지나 변경 등의 결정에 관한 기회를 부여받아야 할 필요성도 있다는 점 등을 고려한 것이므로, 위 약관의 규정이 상법 제663조의 보험계약자등의 불이익변경금지조항에 위배된다거나 약관의규제에관한법률 제6조에 정한 신의칙에 반한 불공정한 약관으로서 무효라고 할 수는 없다"고 판시하였다. 또한 "변제충당에 관한 민법 제476조, 제477조의 규정들은 임의규정으로서 당사자가 그와 다른 약정을 할 수 있는 것이기는 하나, 채권자가 어음거래약정서와 같은 약관에서 변제충당에 관한 민법 규정과는 달리 채권자가 임의로 충당할 수 있도록 하는 규정을 둘 경우에는 적어도 고객인 채무자 또는 담보제공자가 제공한 변제금이나 담보물의 처분대금이 채무자가 부담하고 있는 수개의 채무 중 어느 채무에 충당되는 것인지를 채무자 또는 담보제공자가 예측할 수 있도록 하는 등 채무자측의 이익도 배려하여야 할 것인바, 어음거래약정서 중 변제충당에 관한 조항이 채권자에게 무제한의 포괄적 충당권을 부여하면서도 그 순서와 방법의 기준 등을 전혀 규정하지 아니함으로써 채권자로 하여금 수시로 자의적으로 충당할 채무를 정할 수 있도록 하였을 뿐만 아니라, 채무자 또는 담보제공자로서는 충당되는 채무를 알 수도 없게 되어 있고, 심지어는 채권자가 자신에게 아무런 이익이 없으면서 채무자에게 불리한 순서와 방법으로 변제충당을 한다고 하여도 채무자가 이의를 제기할 여지도 없게 되어 있는 경우, 위와 같은 약관조항은 고객인 채무자 등의 정당한 이익을 완전히 무시하여 부당하게 불리하고 신의성실에 반하여 공정을 잃은 조항으로서 약관의규제에관한법률 제6조 제1항, 제2항 제1호에 의하여 무효라고 보아야 한다"고 판단하였다.²⁵⁾

2. 대상 판결(대법원 2014.12.11. 선고 2014다39909 판결)

1) 일반 법리

대상 판결에서 1)계약 해제로 사업자가 이미 받은 금전을 반환함에 이자의 반환의무를 배제하는 약관조항이 무효인지 여부 및 이자를 가산하여 반환하기로 한 경우 가산이자율이 공정을 잃은 것으로 무효인지 여부, 2)분양계약이 해제되는 경우 분양자는 수분양자가 기납부한 대금에 대하여 각각 그 받은 날로부터 반환일까지 연리 2%에 해당하는 이자를 부가하여 수분양자에게 환불한다'고 정한 약관조항 중 분양자가 반환해야 할 금전에 대한 이자율(이하 '가산이자율'이라 한다)을 연 2%로 규정하고 있는 부분이 약관의 규제에 관한 법률 제9조 제5호에 해당하여 무효인지가 문제되었다.

24) 대법원 1991. 8. 9. 선고 91다1158 판결: 상법 제679조의 취지는 보험의 목적이 양도된 경우 양수인의 양도인에 대한 관계에서 보험계약상의 권리도 함께 양도된 것으로 당사자의 통상의 의사를 추정하고, 이것을 사회 경제적 관점에서 긍정한 것이고 동조에 위반한 법률행위를 공서양속에 반한 법률행위로서 무효로 보아야 할 것으로는 해석되지 아니하므로 위 규정은 임의규정이라고 할 것이고, 따라서 당사자간의 계약에 의해 위 규정의 적용을 배제할 수 있다.

25) 대법원 2002. 7. 12. 선고 99다68652 판결.

이에 대하여 대법원은 『약관규제법 제9조는 “계약의 해제, 해지에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음 각 호의 1에 해당되는 내용을 정하고 있는 조항은 이를 무효로 한다.”고 규정하고, 같은 조 제5호는 ‘계약의 해제, 해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항’을 들고 있으나, 민법 제548조 제2항은 계약이 해제된 경우 반환할 금전에 그 받은 날로부터 이자를 가산하여야 한다고 규정하고 있으므로 계약 해제로 사업자가 이미 받은 금전을 반환함에 있어 이자의 반환의무를 배제하는 약관조항은 고객에게 부당하게 불리하여 공정을 잃은 것으로 추정되어 무효이다.』라고 판단하였다.

이러한 판시 내용은 기존의 판례와는 다른 의미를 갖는다. 왜냐하면 기존의 판시내용을 보면 임의규정과 다른 내용을 정하는 약관의 효력을 불공정성을 바로 판단하고 있으나, 본 판례에서는 기본적으로 임의규정을 벗어나면 부당하게 불리한 조항으로서 무효로 추정되는 것이라는 것이다. 즉, 임의규정을 벗어난 규정은 원칙적으로 무효로 보지만, 반증을 통하여 그 공정성을 주장, 입증하게 되면 공정한 것으로 볼 여지가 있다고 보았다는 점에서 의미가 있다.²⁶⁾

또한 불공정성을 판단함에 있어서 고려할 수 있는 요소들을 제시하고 있다. 즉, 『이자를 가산하여 반환하기로 한 경우에는 가산이자율이 공정을 잃은 것으로서 무효인지를 판단함에 있어 일률적으로 이자율이 법정이자율보다 높거나 낮다는 것만을 기준으로 하여서는 아니 되고, 당해 약관을 설정한 의도 및 목적, 당해 업종에서의 통상적인 거래 관행, 관계 법령의 규정, 거래대상 상품 또는 용역의 특성, 사업자의 영업상 필요 및 고객이 입을 불이익의 내용과 정도 등을 종합적으로 고려하여 판단하여야 한다.』고 보아 불공정성을 판단함에 있어서 고려하여야 할 사유들을 열거하고 있다. 다만 아쉬운 점은 이러한 요소들은 기존에 불공정성을 판단함에 있어서 고려해야 할 요소들과 크게 틀리지 않다는 점이다.

학설 중에서는 임의법규에서 벗어나려는 일탈이익과 임의법규에 규정되어 있는 이익을 취득하려고 하는 고객의 유지이익 사이의 형량을 해야 하고 일탈을 허용하더라도 최소한도로 일탈을 허용해야 한다고 한다(최소일탈의 원칙)고 보는 견해가 있다.²⁷⁾ 임의규정의 본질적 규범목적과 현저하게 일치하지 않을 때 불공정성을 인정할 수 있는데, 이러한 경우에도 일탈하는 정당화 사유가 있는 경우에는 부당한 불리함이 극복될 수 있다고 한다.²⁸⁾

이러한 구체적인 기준과 판단요소의 경중을 제시하는 것도 더 필요한 것이 바람직 할 것이다.

26) 유사한 입장으로 이은영, 약관규제법, 박영사, 1994, 185면: 임의규정을 벗어나 고객에게 불리한 내용을 규정하면 불공정한 것으로 추정하고 해당 약관조항이 고객에게 부당하게 불이익을 주지 않는다는 사실을 사업자가 입증해야 한다고 설명하고 있다. 그러면서도 이익형량규범으로서 역할을 하고 있는 규범과 하지 못하는 규범이 있다고 한다. 그 대표적인 예로 법정이자율을 연 5푼으로 규정하고 있는 민법 제379조는 이익형량규범으로서 역할이 약함에 반하여 이행보조자의 고의, 과실을 규정하고 있는 민법 제391조는 규범성이 강하다고 한다.

27) 이은영, 약관규제법, 185면 이하 참조.

28) 최병규, 임의법규에서 벗어나는 약관의 정당성 인정기준에 관한 연구, 경영법률 23권 1호, 2012, 440면 이하.

2) 구체적 사안의 판단

구체적인 사안의 판단과 관련하여 원심과 대법원의 입장이 달랐다.

(1) 원심판결의 판단(수원지법 2014. 5. 23. 선고 2013나35877 판결)

원심판결 이유에 의하면, 원심은 「① 계약 해제로 인한 원상회복 시 가산되는 이자는 부당 이득반환의 성질이 있으므로 반환의무자가 계약 해제 이전까지 급부를 보유함으로써 얻은 이익이나 그로 인하여 상대방이 입은 손해에 상응하는 정도여야 할 것인데, 피고가 원고에게 반환하여야 할 금액 상당을 금융기관으로부터 대출받거나 원고가 위 금액 상당을 금융기관에 예치하였다고 가정할 경우와 비교하여, 연 2%의 가산이자율은 금융기관의 예금이나 대출금리, 원고의 중도금 대출금 비율에 비해 현저히 낮아 원고가 받은 손해를 전보할 수준에 이르지 못하는 점, ② 원고는 주식회사 한국외환은행으로부터 중도금을 대출받으면서 이율을 'CD 기준금리 - 0.73%'로 정하였는바, 그 이율이 2009년도에 9개월가량 연 2.68~2.89% 정도였던 것을 제외하고는 대출기간 내내 연 5%를 초과하고 최대 연 9.15%에 까지 이르러 원고로서는 분양계약이 해제되지 않고 대출기간이 연장될수록 손해가 더욱 커지게 되고 이러한 결과는 원고의 귀책사유로 계약이 해제되는 경우뿐만 아니라 피고의 귀책사유로 계약이 해제되는 경우에도 동일한 점, ③ 공정거래위원회는 아파트표준공급계약서 표준약관(2002. 5. 30.자로 개정 승인된 것)을 공시하면서 당초 계약 해제로 인한 원상회복 시의 가산이자율을 시공사 등이 자율적으로 정할 수 있도록 공란으로 기재해 두었으나, 2013. 11. 8. 이 부분을 '민법 소정의 법정이율(단, 상법 적용 시는 상법 소정의 법정이율)에 해당하는 이자를 가산하여 환급'하도록 개정하여 공시한 점에 비추어 보면, 이 사건 조항 중 가산이자율 부분은 사업자인 피고의 원상회복의무를 부당하게 경감하는 조항으로서 약관규제법 제9조 제5호에 해당하여 무효라고 판단하였다.」

(2) 대법원의 판단

이와 달리 대법원에서는 「① 원심은 원고가 중도금 대출 이자를 지급한 사정을 근거로 들고 있으나 수분양자가 중도금 대출을 받았거나 얼마의 대출 이자를 지급하였는지 등의 사정은 모든 수분양자에게 공통된 사정이 아니므로, 이러한 개별적, 구체적인 사정을 약관 해석의 근거로 삼아서는 안 된다. ② 원심은 시중 금융기관의 대출이나 예금 이자율과 비교하더라도 가산이자율 연 2%는 현저히 낮다고 보았으나, 기록을 살펴봐도 그와 같은 판단을 뒷받침할 만한 충분한 근거를 찾을 수 없을 뿐 아니라, 기준금리나 금융기관 예금 또는 대출 이자율이 오래전부터 지속적으로 내림세에 있음은 이 법원에 현저한 사실이고, 예금의 경우 이자소득세를 공제해야 하므로 실질 수령액은 약정 이자율로 계산한 금액보다 낮아질 수밖에 없는 점 등을 고려하면 이자율 비교에 관한 위와 같은 판단이 적정하다고 보기도 어렵다. ③ 공정거래위원회가 공시한 아파트표준공급계약서 표준약관이 2013. 11. 8. 개정되기 전에는 계약 해제로 인한 원상회복 시의 가산이자율에 관하여 시공사 등이 자율적으로 정할 수 있도록 공란으로 해 두었는바, 피고는 그 표준약관에 따라 이 사건 분양계약을 작성한

것이다. ④ 위약금과 더불어 가산이자율을 낮게 정하는 것은 분양계약의 중도 파기를 방지하여 분양사업의 원활한 추진을 도모하는 데 도움이 된다는 점을 고려하면 이 사건과 같이 수분양자의 귀책사유로 분양계약이 해제되는 경우에는 그 약관 조항의 적용을 정당화할 만한 합리적인 사유가 존재한다고 볼 여지가 있다.」고 보고 이 사건 조항의 가산이자율 부분이 피고의 원상회복의무를 부당하게 경감하는 조항이라고 보기 어렵다고 판단하였다.

(3) 판단에 대한 의견

일단 대법원이 판단한 것처럼 법정이자 관련 규정을 벗어난 약관규정이 당연히 불공정한 것이 아니라고 보고 있다. 왜냐하면 법정이자율을 5%로 정하고 있는 민법규정은 그 규범성이 크지 않기 때문이다. 이자율의 변동은 시장상황에 따라 다르게 판단할 수밖에 없는 것인데, 금융위기 때는 너무 낮은 것이었으나, 현재로는 너무 높은 것이 될 여지가 있다. 이에 따라 법정이자에 관한 규정은 현재 개정필요성이 시급한 조항 중의 하나로 보고 있다.²⁹⁾ 이러한 측면에서 법정이자를 정하고 있는 민법규정이 절대적인 기준이 될 수 없다고 본 것은 타당하다고 생각된다.

그리고 구체적 이익형량에 있어서도 원심이 제시하고 있는 고객의 손해 충당필요성은 잘못된 것이다. 대법원이 논거로 하고 있는 것처럼 모든 고객이 대출을 받은 것이 아니라는 논거를 제시할 필요 없이 기본적으로 부당이득법에서 이득과 손해 중 최대한 것을 기준으로 하기 때문에 손해를 전보할 정도의 이익을 산정할 필요는 없을 것으로 보인다. 결국 이자를 얻어야 하는 이익과 법정이자를 벗어나서 규율하려고 하는 사업자 사이의 일탈이익의 형량으로 보아야 한다. 대법원에서 적절하게 제시하고 있는 바와 같이 “위약금과 더불어 가산이자율을 낮게 정하는 것은 분양계약의 중도 파기를 방지하여 분양사업의 원활한 추진을 도모하는 데 도움이 된다”는 일탈이익은 정당한 것으로 보인다. 따라서 해당 규정을 불공정한 것으로 보지 않은 대법원의 입장은 충분히 타당한 것으로 해석된다.

VI. 전자상거래소비자보호법상의 위반행위와 공표명령

1. 전자상거래법상 공표명령

전자상거래소비자보호법 제32조 제1항에 따라 공정거래위원회는 사업자가 각호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하거나 이 법에 따른 의무를 이행하지 아니하는 경우에는 해당 사업자에게 그 시정조치를 명할 수 있는데, 이러한 시정조치의 내용 중 하나가 제2항 제3호에 따른 시정조치를 받은 사실의 공표이다. 그리고 제2항 제3호에 따른 시정조치를 받은 사실의 공표에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다고 제3항에서 규정하고 있다.

2. 대상판결(대법원 2014. 6. 26. 선고 2012두1815 판결)과 그 의미

대상판결은 공정거래위원회에서 내린 시정조치³⁰⁾에 대한 취소를 그 내용으로 여기서 2가지

29) 개정필요성 및 개정방향에 관하여 권영준, 법정이율 변동제, 비교사법 제20권 제1호, 2013, 51면 이하 참조.

쟁점이 문제되었다. 첫 번째는 “기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위”의 의미와 두 번째는 전자상거래소비자보호법에 규정하고 있는 위반사실에 대한 공표명령의 방법이 재량행위에 해당하는지 그리고 해당한다면 적절한 재량행사인지의 여부이다.

(1) “기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위”의 의미

전자상거래소비자보호법 제21조 제1항 제1호는 전자상거래를 행하는 사업자 또는 통신판매업자가 하여서는 아니 되는 행위로 “허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위”를 규정하고 있다. 대법원은 여기서 ‘기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위’란 “소비자가 재화 또는 용역을 구매하는 데 영향을 미칠 수 있는 사실의 전부나 일부를 은폐·누락하거나 축소하는 등의 방법으로 소비자의 주의나 흥미를 일으키는 행위 자체를 뜻한다고 할 것이다”라고 정의하였다. 더 나아가서 “이러한 유인행위가 성립하기 위하여는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고, 그 행위로 소비자가 유인되는 결과까지 발생하여야 하는 것은 아니다”라고 보았다. 그리고 이러한 논거를 “전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 제고하려는 전자상거래법의 입법 목적 등”에서 찾고 있다.

민법상 사기에 의한 의사표시에 해당하기 위해서는 이중의 고의가 필요하여 (1) 기만행위를 통하여 상대방을 착오에 빠뜨리려는 고의 및 (2) 착오 하에서 계약을 체결하려고 하는 고의가 필요하다.³¹⁾ 하지만 전자상거래 소비자보호법상 공정한 거래질서 확립을 목적으로 하므로 계약에 체결에 이를 필요없이 유인하는 행위도 포함하고 있다. 또한 ‘기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위’에서는 유인의 결과까지 이를 필요 없이 유인할 위험성만 가지면 충분하다고 본 대법원의 판시내용은 타당한 것으로 보인다.(관련 학설 조사)³²⁾

이에 따라 대법원은 ‘원고가 ‘11번가’ 사이트에 상품을 전시하면서 ‘인기도순’, ‘프리미엄 상품’, ‘베스트셀러’ 등으로 구분하여 정렬하였는데, ‘인기도순’ 정렬을 하면서 기준점수 산정

30) 공정거래위원회 의결 제2011 - 077호(2011. 6. 16. 2010전자3138).

31) 2단계의 고의가 있어야 한다는 것이 통설적 견해(곽윤직·김재형, 민법총칙 제9판, 2013, 324-325면; 송덕수, 민법총칙 제2판, 박영사, 2013, 321면)로서 주장되고 있다. 그 밖에 1)기만행위에 관한 고의, 2)착오야기에 관한 고의, 3)의사표시를 하게 하려는 고의 등 3단계의 고의가 있어야 한다는 견해(이영준, 민법총칙 개정증보판, 박영사, 2007, 446-447면; 이은영, 민법총칙 제5판, 박영사, 2009, 544면)가 주장되고 있으나, 3단계의 고의와 2단계의 고의는 내용에 있어서 차이가 없다고 하여(고상룡, 민법총칙 제3판, 법문사, 2003, 442면; 김상용, 민법총칙 제3판, 화산미디어 2014, 505면) 학설상 대립의 실익에 의문을 제기한다.

32) 대법원 2014. 6. 26. 선고 2012두1525 판결: 구 전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률(2012. 2. 17. 법률 제11326호로 개정되기 전의 것, 이하 ‘구 전자상거래법’이라 한다) 제21조 제1항 제1호의 문언에 더하여 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 제고하려는 구 전자상거래법의 입법 목적을 고려하면, 여기에서의 ‘기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위’는 소비자가 재화 또는 용역을 구매하는 데 영향을 미칠 수 있는 사실의 전부 또는 일부를 은폐, 누락하거나 또는 축소하는 등의 방법으로 소비자의 주의나 흥미를 일으키는 행위 자체를 뜻한다. 따라서 이러한 유인행위가 성립하기 위해서는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고 그 행위로 소비자가 유인되는 결과의 발생까지 있어야 하는 것은 아니다.

시 원고로부터 '프리미엄' 또는 '프리미엄 플러스'라는 부가서비스를 구입한 중개의뢰자의 상품에 대하여 가산점을 부여하여 우선적으로 전시되게 하였고, '베스트셀러' 코너에 상품을 정렬하면서 기준점수 산정 시 상품판매량에 가격대별 가중치를 부여하고 '프리미엄' 또는 '프리미엄 플러스' 부가서비스를 구입한 상품에 대하여 가산점을 부여하여 우선 전시되도록 하였으며, '프리미엄 상품'과 '일반상품'을 구분하여 전시하면서 '프리미엄' 또는 '프리미엄 플러스' 부가서비스를 구입한 상품에 대하여만 '프리미엄 상품' 영역에 전시되도록 한 사실, 그러면서도 원고는 이와 같은 상품 전시영역의 구분과 정렬의 기준을 소비자에게 제대로 알리지 아니한 사실"을 바탕으로 하여 "일반 소비자들은 이와 같은 상품전시에서 '인기도'의 의미를 다른 소비자들이 구매를 많이 하거나 관심을 많이 보였던 상품으로 인식하고, '베스트셀러'의 의미를 일정 기간 가장 많이 팔린 상품으로 인식하며, '프리미엄 상품'을 일반 상품에 비하여 품질이나 고객서비스 측면에서 더 우수한 상품으로 인식하는 점을 고려하여, 원고의 이와 같은 행위는 소비자를 유인할 우려가 있는 행위"로 판단한 원심을 인용한 것은 타당한 것으로 생각된다.

(2) 공표명령의 방법이 재량행위에 해당하는지의 여부

대법원은 공정거래위원회가 공표명령을 할 것인지 여부와 공표를 명할 경우에 어떠한 방법으로 공표하도록 할 것인지 등에 관하여 재량을 가진다고 보았다. 또한 공정거래위원회 예규인 「공정거래위원회로부터 시정명령을 받은 사실의 공표에 관한 운영지침」(이하 '공표지침'이라 한다)은 법 위반행위로 시정명령을 받은 사업자에 대하여 공표를 명할 수 있는 요건과 공표방법 등을 규정하고 있는데, 이는 그 형식 및 내용에 비추어 재량권 행사의 기준에 관한 행정청 내부의 사무처리준칙으로 본 후 그 기준이 객관적으로 보아 합리적이 아니라든가 타당하지 아니하여 재량권을 남용한 것이라고 인정되지 아니하는 이상 행정청의 의사는 가능한 한 존중되어야 한다고 보았다.³³⁾

더 나아가서 구체적인 공표명령의 요건 해당성 및 재량권행사의 적절성 여부와 관련하여 "11번가"를 이용하는 소비자들의 프리미엄, 베스트셀러, 인기도순 상품전시에 관한 잘못된 인식이 단기간에 해소되기는 어려울 것으로 보이는 점, 원고의 이 사건 행위는 소비자로서 하요금 거래에서 중요한 사항인 품질이나 고객서비스에 관하여 오인을 일으킬 가능성이 큰 행위로서 그에 관한 소비자의 정보와 인식이 여전히 부족하다고 보이는 점, 그 위반행위의 기간이 2009. 11.부터 2010. 10.까지로 비교적 장기간인 점, 이 사건 위반행위는 오픈마켓에서 이루어진 것이어서 인터넷으로 공표하는 것이 더 효율적이라고 인정되고 공표지침에서도 그와 같은 경우 해당 웹사이트에 공표하게 할 수 있도록 규정하고 있는 점"의 사정을 기초로

33) 대법원 2013.11.14. 선고 2011두28783 판결: 이러한 재량준칙은 일반적으로 행정조직 내부에서만 효력을 가질 뿐 대외적인 구속력을 갖는 것은 아니므로 행정처분이 이를 위반하였다고 하여 그러한 사정만으로 곧바로 위법하게 되는 것은 아니고, 다만 그 재량준칙이 정한 바에 따라 되풀이 시행되어 행정관행이 이루어지게 되면 평등의 원칙이나 신뢰보호의 원칙에 따라 행정기관은 상대방에 대한 관계에서 그 규칙에 따라야 할 자기구속을 받게 되므로, 이러한 경우에는 특별한 사정이 없는 한 그에 반하는 처분은 평등의 원칙이나 신뢰보호의 원칙에 어긋나 재량권을 일탈·남용한 위법한 처분이 된다.

하여 "당해 위반행위의 중지 등을 명한 이 사건 시정명령에도 불구하고 위법사실의 효과가 지속되고 피해가 계속될 것이 명백하며 이 사건 행위로 인하여 소비자에게 남아있는 오인·기만적 효과를 제거할 필요가 있다고 인정되는 경우에 해당하므로, 이 사건 공표명령은 공표지침에서 정한 공표요건을 충족하였고, 거기에 재량권 일탈·남용의 위법이 없다고 판단한 원심을 인용하였다.

공정거래위원회에서 사전에 요건과 절차를 마련하고 그에 따라 공표명령을 내린 것이므로 대법원에서 재량권의 일탈, 남용을 인정하지 않은 것은 타당해 보인다. 하지만 공표문안과 형식은 기존의 다른 업체와의 형평성 면에서 보았을 때 전자상거래업체에게는 상당히 부담스러운 것일 수 있다는 점에서 그 형식을 다소 바꾸는 방향으로 개정을 하는 것은 필요해 보인다.

공표문안(전자매체)

공정거래위원회로부터 시정명령을 받은 사실의 공표

저희 에스케이텔레콤(주)는 2009년 11월부터 2010. 10. 14. 까지 당사의 사이버몰 11번가 (www.11st.co.kr)를 통해 다음과 같은 기만적인 방법으로 소비자를 유인하는 행위를 하여 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률을 위반하였다는 이유로 공정거래위원회로부터 시정명령을 받았습니다.

- 다 음 -

1. '인기도순'이라 표시하고 상품을 전시함에 있어 정렬 기준에 '인기도'와 관계없는 부가서비스 구입여부를 반영하여 우선 전시되게 한 행위
2. '베스트셀러'라 표시하고 상품을 전시함에 있어, 판매량에 가격대별 가중치를 부여 하여 높은 가격의 상품이 우선적으로 전시되게 하고 부가서비스 구입여부를 상품 전시순위에 반영하여 우선 전시되게 한 행위
3. '프리미엄 상품'이라 표시하고 상품을 전시함에 있어 상품의 품질이나 고객센터 등 상품의 특성과는 관계없이 부가서비스를 구입한 상품만을 프리미엄 상품으로 전시한 행위

2011년 월
에스케이텔레콤 주식회사
대표 하성민

VII. 계속적 계약관계와 요금의 부과

1. 숨은 유상계약 내지 요금자동인상 약관의 문제

디지털 콘텐츠 이용계약과 관련하여 실무적으로 현재 2가지 문제가 있다. 하나는 무상으로 서비스를 제공하였다가 해지하지 않으면 유상으로 전환하는 계약(소위 숨은 유상계약)과 유상으로 서비스를 이용하다가 요금이 고객의 동의 없이 자동으로 인상하도록 하는 계약이 문제되고 있다. 두 가지 모두 유상으로 인상하는 경우든 요금을 인상하는 경우든 원칙적으로 명시적으로 고객의 동의를 얻어야지만 효력을 가져야 할 것이다. 본 판결의 사안은 두 가지 유형 중 어느 하나에도 해당하지 않아서 적절한 계약으로 보인다.

2. 판결 사례와 판시내용

본 사안에서 원고는 2012. 2. 29. 종합유선방송업체인 피고와 사이에 종합유선방송서비스 이용계약을 체결하고, 그 무렵 피고가 제공하는 종합유선방송서비스의 일종인 'EBS 키즈' VOD Video on Demand, 시청자가 원하는 프로그램을 컴퓨터나 TV를 통하여 즉시 시청할 수 있도록 제공하는 기술서비스(이하 '이 사건 서비스'라고 한다)에 가입하였다(가입을 위한 TV화면에는 '본 상품은 월정액 가입 상품입니다.', '가입 후 1개월 내 해지 시 한 달 요금이 청구됩니다.'라고 안내되어 있다). 그런데 원고는 이 사건 서비스 가입 당시 이 사건 약관조항의 내용을 알지 못한 관계로, 이 사건 서비스가 1개월간만 제공되는 것으로 이해하고 가입일로부터 1개월이 지난 이후로는 이 사건 서비스를 이용하지 않았고 요금이 부과되는 사실도 알지 못하였는데, 그 결과 가입일로부터 1개월이 지난 이후에도 피고에게 이 사건 서비스 요금으로 16개월간 총 48,000원(= 3,000원 × 16개월)을 납부하게 되었다. 이에 원고는 이용약관에 정해진 "월 단위로 가입하여 이용하는 VOD 서비스는 가입 후 이용자가 해지할 때까지는 서비스가 제공되며, 이에 따른 요금이 부과된다"라는 조항을 무효라고 주장하였다. 그런데 서울고등법원에서는 "이 사건 서비스는 그 이용기간을 1개월로 정해 놓고 고객이 해지하지 않을 때마다 이용기간이 1개월씩 연장되는 서비스가 아니라 그 이용기간의 정함이 없고 다만 그 요금이 콘텐츠나 시리즈별이 아닌 '월 단위'로 부과될 뿐인 서비스라고 봄이 상당하다"고 보고 "이 사건 약관조항은 약관규제법 제12조 제1호의 '일정한 작위 또는 부작위가 있을 경우 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 조항' 또는 전자상거래법 제21조 제1항 제4호의 '소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화 등을 공급하고 그 대금을 청구하거나 재화 등의 공급 없이 대금을 청구하는 행위'에 의한 약관조항에 해당하지 아니한다고 할 것"라고 판단하였다. 본 사안은 통상적인 월단위의 계속적 이용계약이고 자동이체로 원고는 이러한 계약이 유지되고 있다는 사실을 모르고 있었으나, 이러한 월단위의 계약체결사실, 계속적 계약으로서 언제든지 해지가 가능한 사실 등이 공지되고 있음을 이유로 원고의 보호필요성은 없다고 본 것은 타당하다고 할 수 있다.

[참고문헌]

1. 국내문헌

고상룡, 민법총칙 제3판, 법문사, 2003.

곽윤직·김재형, 민법총칙 제9판, 2013.

김상용, 민법총칙 제3판, 화산미디어 2014.

송덕수, 민법총칙 제2판, 박영사, 2013.

이병준, 현대시민사회와 소비자계약법, 집문당, 2013.

이영준, 민법총칙 개정증보판, 박영사, 2007.

이은영, 민법총칙 제5판, 박영사, 2009.

이은영, 약관규제법, 박영사, 1994.

강창경, 기업의 사회적 책임과 소비자보호, 소비자문제연구 제27호, 2004.

강창경, 소비자보호법의 운영과 입법방향, 소비자문제연구 제23권 2000.

김남홍, 선택규정의 약관성과 근저당권설정비용 부담주체: 서울지방법원 2012. 12. 6. 선고 2012가합56189 판결을 중심으로, 외법논집 제38권 제1호, 2014.

김진우, 근저당권설정비용의 부담에 관한 선택형 약관조항이 약관규제법 제6조의 의미에서의 불공정조항에 해당하는지 여부, 민사법학 제69호, 2014.

고동원, 은행 거래에 있어서 근저당권 설정 비용 부담 주체에 관한 논의의 검토, 은행법연구 제5권 제2호, 2012.

권영준, 법정이율 변동제, 비교사법 제20권 제1호, 2013.

박규용, 미국과 독일에 있어서 담배소송, 법학연구 제18집, 2005.

박영식, 담배소송에 대한 법률적 고찰, 한국의료법학회지 제12권 제1호, 2004.

배금자, 한국담배소송의 쟁점, 한국의료법학회지 제12권 제1호, 2004.

서희석, 공정위의 표준약관 직권제정 및 사용권장과 그 전제로서의 약관조항의 불공정성 판단 - 추상적 내용통제와 구체적 내용통제의 관계 -, 판례연구 제24집, 2013.

안병하, 매수인의 사후이행청구권, 판례실무연구 X(하), 2014.

유주선, 은행근저당권설정비 부담주체 : 2012년 5월 8일 선고한 독일 연방대법원 판례를 고려하여, 기업법연구 제27권 제1호, 2013.

이병준, 선택규정의 약관성 - 근저당권설정비용 반환소송과 관련하여 -, 안암법학 제42권, 2013.

이병준, 약관의 추상적 내용통제와 구체적 내용통제의 관계 - 약관의 추상적 내용통제에서 확정된 약관의 무효를 개인의 개별적인 소송에서 주장할 수 있는가? -, 재산법연구 제29권, 제2호, 2013.

임건면, 선택형 약관조항과 근저당권설정비용 부담주체, 성균관법학 제26권 제4호, 2014.

지원림, (근)저당권 설정비용의 부담자, 고려법학 제66호, 2012.

최병규, 근저당권설정비의 부담주체에 대한 연구, 상사판례연구 제22호 제1권, 2009.

최병규, 은행근저당권설정비 부담주체에 대한 약관의 효력, 상사판례연구 제24집 제1권, 2011.

최병규, 은행의 근저당권설정비 부담주체에 관한 후속논의, 외법논집 제37권 제2호, 2013.

최병규, 임의법규에서 벗어나는 약관의 정당성 인정기준에 관한 연구, 경영법률 23권 1호,

2012.

황남석, 근저당권설정비용의 부담주체에 관한 고찰, 법조 제61권 제8호, 2012.

2. 해외문헌

Staudinger/Coester, § 307 Rn. 236 f.

Staudinger/Merten, § 2 EGBG Rn. 112.

Stoffels, AGB-Recht, Rn. 191 f.

Ulmer/Fuchs, § 307 Rn. 213.

3. 신문기사

고동원, 금융기관 대출 근저당권 설정비용 부담은 누가 - 고객부담, 법률신문, 2013년 4월 8
일자)

정구태(조선대학교 법과대학 부교수)

안녕하십니까. 조선대학교 정구태입니다. 소비자법 분야에 관하여 여러 주옥 같은 논문을 발표하고 계시는 이병준 교수님의 발표에 토론을 맡게 되어 큰 영광입니다. 이 교수님께서 작년 한 해 소비자법 분야의 유의미한 판례들을 자세하게 분석하여 주셔서 이 분야의 문외한인 저로서는 아주 많은 공부가 되었습니다. 저는 시간관계상 이 교수님께서 다루신 판례 중 일부에 대하여 몇 가지 질문을 드리는 것으로 토론자로서의 소임을 다하고자 합니다.

1. 담배소송

담배에 표시상의 결함이 인정되지 않는다고 본 대법원판결에 찬동합니다. 언론보도와 법적 규제 등을 통하여 흡연이 폐를 포함한 호흡기에 암을 비롯한 각종 질환의 원인이 될 수 있다는 것이 담배소비자들을 포함한 사회 전반에 널리 인식되게 되었다고 보이는 점, 무엇보다도 흡연을 할 것인지는 자유의지에 따른 선택의 문제라는 점에서, 담배제조자인 국가 등이 법률의 규정에 따라 담뱃갑에 경고 문구를 표시하는 외에 추가적인 설명이나 경고 기타의 표시를 하지 않았다고 하여 담배에 표시상의 결함이 있다고 보기 어렵다고 할 것입니다.

다만, 교수님께서서는 평균적 소비자를 기준으로 할 경우 “경고 : 흡연은 폐암 등을 일으킬 수 있으며, 특히 임신부와 청소년의 건강에 해롭습니다.”는 표시는 충분한 경고효과가 없었던 것으로 볼 여지도 충분히 있었을 것이라고 하셨는데, 표시상의 결함이 인정되어 피고의 제조물책임이 인정된다는 취지인지 궁금합니다.

2. 종류물의 하자로 인한 완전물급부청구권과 제한

원고의 완전물급부청구권 행사가 인정되지 않는다고 본 대법원판결에 찬동합니다. 하자담보책임은 유상계약에서 목적물의 원시적 하자로 인하여 파괴된 급부와 반대급부 사이의 등가성을 회복하기 위하여 인정되는 것이므로, 매수인의 완전물급부청구권 행사로 인하여 매도인이 지나친 불이익을 입게 되어 등가관계가 파괴되는 경우에는 완전물급부청구권의 행사를 제한하는 것이 하자담보책임의 규범목적에도 부합하는 결과일 것입니다. 다만, 이 사건에서는 처음부터 속도계가 작동하지 않은 것은 아니고 자동차를 인도받은지 5일이 지난 시점부터 속도계가 고장이 난 것으로 보이는데, 이를 원시적 하자로 볼 수 있을지는 의문이 없지 않습니다.

한편, 교수님께서서는 “엔진에 하자 있는 경우”처럼 다른 부품의 하자가 있는 경우에는 어떻게 판단할 것인지에 관한 논의가 남아 있다고 하셨는데, 그에 관한 교수님의 고견을 여쭙보고자 합니다.

또한 교수님께서서는 완전물급부청구권의 행사요건과 그 제한 문제를 입법적으로 어떻게 해결할 것인지에 관하여 앞으로 진지하게 논의할 필요가 있다고 하셨는데, 혹시 그에 관한 복안이 있으시면 말씀하여 주시기 바랍니다.

3. 근저당권 설정비용 반환 소송과 약관의 효력

이 사건 선택형 약관을 약관으로 보면서도 결과적으로 은행의 부당이득반환책임을 부인한 대법원

판결의 결론에 찬동합니다. 이 사건 선택형 약관은 외견상 고객이 자유의지에 따라 선택할 수 있는 것처럼 보이지만, 고객이 어느 것을 선택하더라도 이는 사업자가 애초에 마련한 것 중 하나에 불과하고 양자 간의 실질적인 교섭에 의해 사업자가 마련하지 않은 다른 대안을 합의하는 것은 불가능하므로, 이 사건 선택형 약관을 단순히 계약교섭 후에 그 결과를 직접 적는 것보다 간편하게 하기 위한 것일 뿐이라고 보는 것은 타당하지 않습니다.

약관의 불공정성 여부에 관하여 보건대, 약관규제법 제19조의2에서 정한 표준약관 제도는 추상적 규범통제로서 약관규제법 제6조의 구체적 규범통제와는 차원을 달리 하는 문제이고, 전자에서 불공정성인 인정되었다고 하여 당연히 후자에서도 불공정성이 인정되어야 한다고는 볼 수 없습니다.

다만, 교수님께서서는 대법원판결이 이 사건 선택형 약관의 불공정성에 대하여 직접적으로 판단한 것은 아니고, 단지 선택형 부담조항을 폐지하고 표준약관의 개정으로 이어진 사정만으로는 불공정한 것으로 볼 수 없다고 판단하였다고 보고 계십니다만, 다음과 같은 설시를 보면(밑줄 부분) 대법원이 불공정성에 대하여 직접적으로 판단하였다고 보아야 하지 않은가 생각됩니다.

“이 사건 선택형 부담조항의 구체적인 내용과 이 사건 표준약관 개정 전후의 사정, 이 사건 비용 부담조항에 의하여 고객에게 생길 수 있는 불이익과 그 발생의 개연성, 당사자들 사이의 거래과정에 미치는 영향, 불공정약관 및 표준약관 등에 관한 법 규정의 내용 및 입법 취지 등의 여러 사정들을 앞서 본 법리에 비추어 보면, 이 사건 선택형 부담조항을 폐지하고 이 사건 개정 표준약관에 대한 사용권장 처분이 확정되었다는 사정만으로, 이 사건 선택형 부담조항이나 이와 동일한 이 사건 비용부담조항이 건전한 거래질서를 훼손하는 등 고객에게 부당하게 불이익을 주는 약관조항으로서 법 제6조 제1항에 의하여 무효가 되는 ‘신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항’에 해당한다고 보기에 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다.”

물론 대법원판결상 불공정성을 인정할 수 없다는 결론만 있지 그와 같은 결론에 이르게 된 논증이 없다는 점에 대해서는 비판을 면할 수 없다고 할 것입니다.

이와 별개로 근저당권 설정비용의 부담주체가 누구인지에 관한 민사법적 쟁점에 관하여 교수님께서서는 채무자부담설과 채권자부담설 중 어떠한 입장을 가지고 계신지 여쭙보고자 합니다.

4. 임의규정을 벗어난 이자율과 불공정약관 해당성

불공정약관 해당성을 부인한 대법원판결에 찬동합니다. 교수님께서 적절히 말씀하신 바와 같이 공정거래위원회의 표준약관에 대한 권장처분은 추상적 내용통제로서 장래효만 가지므로 권장처분이 이루어지기 전에 체결된 계약의 효력에는 아무런 영향이 없다고 보아야 하는데, 공정거래위원회가 공시한 아파트표준공급계약서 표준약관이 개정되기 전에는 계약 해제로 인한 원상회복 시의 가산이자율에 관하여 시공사 등이 자율적으로 정할 수 있도록 공란으로 해 두었고, 피고는 그 표준약관에 따라 이 사건 분양계약서를 작성하였다는 점을 고려하여야 됩니다.

다른 한편, 교수님께서서는 임의법규에서 벗어나는 약관의 정당성 인정기준에 관하여 최소일탈의 원칙 등 학설을 소개하시면서 구체적인 기준과 판단요소의 경중을 제시하는 것도 더 필요하다고 하셨는데, 혹시 그에 관한 복안이 있으시다면 말씀하여 주시기 바랍니다.

그러면 유익한 발표를 통해 많은 가르침을 주신 이 교수님께 깊이 감사드리며, 이상으로 부족하나마 제 토론을 마치겠습니다. 경청해주셔서 감사합니다.

<제2세션>

2014년 판례, 심결례 및 분쟁조정 사례의 동향(15:30~18:00)

사회 : 박형연 변호사(자율분쟁조정위원회 위원장)

제5 발표(16:15~17:00) : “소비자법 분야의 2014년 공정위 심결 분석”
- 신영수 교수(경북대)

토론 : 박신욱 교수(경남대),
김건호 변호사(한국공정거래조정원)

소비자법 분야의 2014년 공정거래위원회 심결 분석

신 영 수 (경북대)

I. 머리에

공정거래위원회 소관법률로 속해 있는 규범은 제조물책임법(법무부와 공동 소관)을 포함하여 12개에 이른다. 이들 가운데 절반가량은 소비자법적 성격의 규범인데, 그 간의 공정위 심결은 대부분 공정거래분야에 집중되어 온 측면이 있다. 법원의 판결 분포 역시 크게 다르지 않다. 소비자법 분야에서 판결이 도출되는 예는 약관규제법을 제외하고는 그리 흔치 않은 형편이다.

그 이유를 추측해 보자면, 절차규정이 주를 이루는 소비자법 특히 특수거래법 분야의 특성상, 법위반 여부에 대한 해석의 여지가 협소하여 수범자의 예측가능성도 높고 그에 따라 법집행에 대한 수용도가 높은 편이라는 점이 영향을 미치고 있는 것이 아닌가 싶다. 이를 테면 처분청인 공정위와 법위반 사업자간의 다툼발생 소지가 당초부터 적다는 의미이다.

이 점을 고려하자면 공정위의 심결의 완결성 및 실효성은 오히려 소비자법 분야에서 더욱 높은 것으로 평가할 만도 하다. 소비자법 분야에서 공정위 심결을 주목하는 한편, 그 동향을 지속적으로 추적해야 할 이유가 여기에 있다.

본고에서는 지난 2014년에 있었던 소비자법 분야의 공정위 심결 가운데 의미가 있어 보이는 사례들을 법률별로 나누어 살펴보기로 한다. 다만, 소비자법 분야에서 가장 많은 심결과 판결이 도출되고 있는 약관규제법은 논의대상에서 제외하며, 분석의 조밀성을 위해 검토대상을 할부거래법과 방문판매법, 전자상거래소비자법, 그리고 표시광고법 분야에 국한하기로 한다.

II. 할부거래에 관한 법률 위반 사례

1. 할부거래법 분야에 대한 공정위의 법 집행 동향

여느 소비자법 분야와 마찬가지로 할부거래에 관한 법률(이하 '할부거래법')상 규제는 절차규정을 중심으로 이루어진다. 법해석 상 논란의 여지와 쟁점이 많지 않다는

의미로 볼 수 있다. 신용카드나 팩토링 등 여신전문금융업법의 적용을 함께 받는 분야이기도 하다. 이 점에서 수범자의 규제에 대한 예측가능성은 상대적으로 높게 견지되고 있어서 법위반 사례의 적발빈도도 높지 않은 수준을 유지하고 있다.

할부거래법의 법 집행 실적 역시 소비자법 분야 가운데 특히나 미미한 형편이었다. 2000년 이후로 시정명령이 내려진 것은 2012년이 처음이다. 다만, 2012년에는 시정명령이 5건, 시정권고가 43건, 형사고발이 1건, 2013년에는 시정명령이 3건, 시정권고가 14건, 형사고발이 1건으로 집행이 활발히 전개되는 양상을 보이고 있다. 상조업 규제가 선불식 할부거래의 이름으로 할부거래법에 자리잡고, 2010년부터 본격적으로 시행된 데 따른 결과로 풀이된다.

[표] 할부거래법 위반행위에 대한 공정위 시정조치 유형(2005~2013)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
경고	0	0	0	0	0	0	0	26	5
시정권고	0	0	0	0	0	0	0	43	14
시정명령(과징금)	0	0	0	0	0	0	0	5	3
고발(과징금)	0	0	0	0	0	0	0	1	1
자진시정	0	0	0	0	0	0	1	25	6
과태료	0	0	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	0	0	0	0	1	100	29

*출처: 「2013 통계연보」, 공정거래위원회, (2014), 80면

2. 2014년도 심결 분석 : 해약환급금 지급지연 상조업체에 대한 제재 건

2014년에도 할부거래법 위반 사례는 많이 발견되지 않으며, 선불식 할부거래에 집중되어 있다. 실체규정의 유권해석을 엿볼 수 있는 사례는 찾기 어려운 점은 여전히 아쉽다. 다만 계약해제에 관한 할부거래법 만의 특칙이 현실에서 어떻게 적용되는지를 확인할 수 있는 사례가 발견된 점은 주목해 볼 만하다.

주지하다시피, 현행 할부거래법상 상조계약을 체결한 소비자는 사유에 관계없이 언제든지 상조계약을 해제할 수 있다. 이는 채무불이행을 계약해제의 전제로 삼고 있는 민사상 해제권과 구분되는 것으로서 임의적 해제권이라는 특칙을 선불식 할부거래의 소비자에 대해 인정한 것으로 볼 수 있다. 그 취지는 상조계약의 장기계약성, 그리고 그 이행시기의 불확정성에 기인한 것으로 해석되는데,¹⁾ 이를테면 납입기간이 3~10년의 장기인 경우가 많아서 중도에 사정변경에 따라 소비자의 입장에서 상조계약 유지 필요성이 감소될 수 있어서, 계약해제를 통해 투입한 자금을 회수할

1) 고형석, 「상조업과 소비자보호법」, 법문사, (2012), 126면.

수 있는 여지를 허용한 것이다. 이 같은 임의해제권은 상조업체에게 유무형의 손해를 유발할 수 있는 것이어서 상조업체가 해제권의 효과에 따른 환급금지급 의무 등을 해태하거나 기피하는 일이 발생할 수 있다. 아래 사례는 이 점을 보여주는 심결이었는데, 사실관계는 비교적 간단한 사안이었다.

상조업체인 (주)두레세상은 2013년 10월 1일 한국통합상조(주)와 회원이관에 관한 계약체결을 통해 보유회원의 약 90% 정도를 한국통합상조(주)로 이관하는 한편, 2013년 12월 30일 본사 소재지를 대전에서 서울로 이전하였다. 그런데 두레상조 회원 가운데 일부가 이 같은 이관조치에 동의하지 않고 상조계약을 해제키로 하였다. 그 결과 상조업체는 해제에 따른 환급금을 소비자에 지급할 의무를 지게 되었는데, 본 건 두레세상은 2013년 9월 2일부터 2013년 12월 31일까지 상조계약 해제를 요청한 회원 311명에 대하여 해약 환급금 4억 7,679,1000원을 법정 지급기한까지 지급하지 않았다.

통상적으로 계약해제에 따른 환급의무는 해제의 효과가 발생하는 시점에 이행해야 하고 이를 지연한 경우 지연이자를 지급해야 하는데, 할부거래법은 이에 관해서도 역시 특칙을 두고 대금의 반환시기에 대하여 해제된 날로부터 특정시점(3영업일) 이내에 반환토록 하는 한편, 20%의 지연배상금을 규정하고 있다.(제25조 제4항 및 제34조 제10호) 아울러 소비자가 계약을 해제하였음에도 불구하고 정당한 사유 없이 이에 따른 조치를 지연하거나 거부하는 행위를 하지 못하도록 하고 있다.(법 제34조 제10호) 공정거래위원회는 이와 같은 방문판매법상 규정을 위반한 (주)두레세상에 대하여 해약 환급금 지급과 향후 재발방지를 내용으로 하는 시정명령과 200만원의 과태료를 부과하는 한편, 법인 및 대표 이사를 검찰에 고발하는 조치를 취하였다.²⁾

이번 심결을 통해 공정거래위원회는 상조계약을 해제한 소비자에게 해약 환급금을 법정 지급기한까지 지급하지 않는 상조업자에 대해 시정조치와 과태료 부과 이외에 검찰고발까지 하는 등 비교적 엄중한 제재조치를 취한 것으로 볼 수 있다. 상조업계의 준법의식 제고효과를 도모하려는 취지였던³⁾ 것으로 평가해 볼 수 있겠다.

Ⅲ. 방문판매 등에 관한 법률 위반 사례

1. 방문판매법 분야에 대한 공정위의 법 집행 동향

방문판매법 분야의 공정위 시정조치는 그간 방문판매와 다단계판매 영역에 집중되

2) 공정거래위원회 2014. 7. 10. 결정 제2014-031호

3) 공정거래위원회, “해약환급금을 지급하지 않은 상조업체 제재”, 보도자료, (2014. 4. 17).

어 왔다. 특히 불법 다단계판매에 대한 사회적 관심이 증가하면서 2005년에는 소위 공유마케팅 수법을 사용한 제이유네트워크, 위베스트인터넷서널, 2006년에는 디케이코퍼레이션, 2008년에는 다니너스티인터넷서널 등에 대한 시정조치, 과징금 또는 영업정지 조치가 사회적인 관심을 끌기도 했다. 2009년 및 2010년에는 대학생 또는 노인 등 취약계층을 대상으로 한 법 집행이 주를 이루었다. 최근 들어서는 법 위반 행위 적발건수가 감소하는 추세이나 2013년 전후로 다단계판매업체의 수가 대폭 증가하고 있어서 공정위의 조사가 집중되고 있다는 점, 2012년 법개정을 통해 2013년부터 후원방문판매에 대한 규제 개시되었다는 점에서, 향후 이 분야에 대한 공정위의 법 집행동향과 기조가 주목되고 있다.

[표] 방문판매법상 특수거래 분야별 조치 (2005~2013)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
방문판매	33	9	27	18	38	43	5	5	2
전화권유판매	1	21	0	0	23	0	0	0	0
다단계판매	22	49	36	24	16	21	8	3	8
사업권유거래	7	3	0	0	0	0	0	0	0
계속거래	0	2	2	2	6	3	1	3	3
합계	63	84	65	44	83	67	14	11	13

*출처: 「2014 공정거래백서」, 공정거래위원회(2014), 390면

시정조치는 2002년 방문판매법이 개정되면서 공정위가 본격적으로 법을 집행한 2003년 이후 급증하는 추세를 보여 왔는데, 조치의 유형은 시정명령, 시정권고 이외에 형사고발도 적지 않은 비중을 점하는 등 방문판매법 소정의 특수거래형태에 내재된 사회적 이슈가 반영되고 있는 결과를 쉽게 확인할 수 있다.

[표] 방문판매법 위반행위에 대한 공정위 조치 유형 (2005~2013)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
경고	5	11	21	8	24	14	6	7	7
시정권고	12	13	1	0	19	34	3	0	0
시정명령(과징금)	46	51(6)	29(1)	33(4)	33	9	3(1)	4(1)	3(0)
고발(과징금)	0	9	14	3	7(1)	10	2	0	3(0)
자진시정	0	0	0	3	18	13	3	3	2
과태료	0	0	0	0	1	0	0	0	0
합계	68	84	65	44	102	80	17	14	15

*출처: 「2014 공정거래백서」, 공정거래위원회(2014), 391면; 「2013 통계연보」, 공정

2. 2014년도 심결 분석

(1) 미등록 다단계업체의 제제 건

[사실관계]

한강라이프 주식회사는 장례, 웨딩, 칠.팔순, 돌.백일, 어학연수, 크루즈여행 등의 서비스 상품의 판매를 위해 다단계판매조직을 개설하여 관리.운영하는 자로서 방문판매법상 다단계판매업자에 해당한다. 본사 소재지는 대전광역시이었고, 2012. 12. 31. 기준 매출액 105억 1,700만 원, 판매원 수 약 14,000명, 일반회원 수 약 119,000명을 두고 있었다.

한강라이프의 판매원의 직급(직위) 체계는 ㉠설계사→㉢지점장→㉡지사장→㉣팀장(지사장)→㉤본부장(지사장) 등으로 이루어져 있는데, ㉠에서 ㉢가 되기 위해서는 2백만 원, ㉠에서 ㉡가 되기 위해서는 5백만 원, ㉢에서 ㉡가 되기 위해서는 3백만 원을 납부해야 했다. 다만 ㉢가 ㉣, ㉣가 ㉤가 되기 위해서는 일정한 실적 및 한강라이프 인사위원회 심사를 통과해야 하였다. 실적과 본부장 추천에 의한 승급도 가능하나 실적에 의한 승급은 실적요건을 충족하기가 쉽지 않고 승급비 납부에 의한 승급보다 수당수령에 있어서 불리하며, 본부장 추천에 의한 승급도 경력사원·장기근무자 등 자격요건이 까다로워 설계사가 지점장이나 지사장으로 승급하고자 하는 경우는 승급비 납부를 택할 수밖에 없는 구조였다.

현행법상 판매원(설계사)의 상품 판매실적이 직근 상위판매원(지점장)의 수당에는 영향을 미치지 않고 설계사의 차상위 판매원(지사장) 1인의 수당에만 영향을 미치더라도 이러한 수당구조는 다단계 판매의 후원수당으로 보고 있다. 다만, 직근 상위판매원 1인에게만 영향을 미치는 수당구조일 경우 이는 후원방문판매에 해당하여 후원방문판매 관련 규제를 받게 된다.

본 건에서는 한강라이프의 내부 조직구조가 다단계판매에 해당하는지 여부가 주로 문제되었다.⁴⁾

4) 2012. 2. 17. 법 개정을 통해 직하위판매원 실적에 따라 후원수당을 지급하는 조직형 방문판매를 일반적인 방문판매와 구분하여 '후원방문판매'로 규정하고 다단계판매와 유사한 소비자 안전장치를 마련한 바 있다. 이에 따라 후원방문판매도 영업개시를 위한 등록의무, 다단계판매와 동일한 금지행위 적용, 후원수당 총액제한, 취급제품 가격상한제한, 소비자피해보상보험 가입의무화 등 등록 및 사전규제, 행위규제를 적용받게 된다. 다만 판매원이 아닌 최종 소비자 매출비중이 70% 이상인 후원방문판매업자에 한하여 후원수당 총액제한, 취급제품 가격상한, 소비자피해보상보험 가입의무화의 사전규제가 적용되지 않는다. 후원방문판매와 다단계판매는 후원수당 지급방식에서 가장 큰 차이를 보이는데, 후원방문판매는 판매원 자신과 그 직하위판매원의 실적에 대해서만 판매원에게 후원수당을 지급하는 것으로 판매원 자신과 직하위판매원 이외의 자의 실적에 대해 판매원에게 후원수당을 지급하는 다단계판매와는 상이하다. 따라서 판매원에게 회사 전체매출액 또는 특정 라인의 매출액 합계의 일정 비율을 후원수당으로 지급하거나, 직급별로 후원수당을 차등 지급하면서 직급 결정에

[쟁점 1]

한강라이프 측은 기본수당의 다단계성을 없애기 위해 팀장 및 본부장의 판매행위를 금지시켜 이들의 판매원자격을 박탈하였다고 주장하였다. 법 제2조 제6호에 따르면 다단계판매업자는 법 제2조 제5호에 따른 다단계판매를 업으로 하기 위하여 다단계 판매조직을 개설하거나 관리·운영하는 자이므로 해당 사업자가 법 제2조 제5호에 따른 다단계판매조직을 통하여 재화 등을 판매하였는지를 우선 검토하여야 한다.

법 제2조 제5호에 규정된 다단계판매조직의 요건은 ① 판매업자에 속한 판매원이 특정인을 해당 판매원의 하위판매원으로 가입하도록 권유하는 모집방식이 있을 것, ② 위 ①에 따른 판매원의 가입이 3단계 이상 단계적으로 이루어질 것, ③ 판매업자가 판매원에게 판매원의 수당에 영향을 미치는 다른 판매원들의 재화 등의 거래 실적이나 조직관리 및 교육훈련 실적에 따라 후원수당을 지급하는 방식을 가지고 있을 것이다. 이와 관련하여 법원은 하위판매원이라 함은 기존 판매원이 새로 가입한 판매원을 조직·관리 또는 교육훈련을 시키거나 새로 가입한 판매원의 거래실적에 따라 기존 판매원에게 어떤 경제적 이익이 귀속되는 등 기존 판매원과의 사이에 법적이거나 경제적 또는 조직적인 상하 유기적인 관계가 있는 경우를 의미한다고 판시한바 있다.⁵⁾

공정거래위원회는 팀장 및 본부장이 하위판매원들의 판매실적 등에 따른 수당을 지급받고 있다면 이는 하위판매원들을 통해 간접적으로 판매행위를 하고 있다고 볼 수 있고, 이와 같은 수당이 지급되는 경우 판매원들의 승급에 대한 유인효과가 있는 점을 감안할 때 팀장 및 본부장의 판매활동을 금지시켰다고 하여 순차적·단계적 조직 확장의 유인 또는 무제한적 하방확장 유인이 없어졌다고 보기 어려운바 직접 판매행위를 하지 않는다는 사실만으로 이들이 다단계판매조직의 판매원이 아니라 할 수는 없다고 보았다.

[쟁점 2]

한편, 한강라이프 측은 관리수당의 경우 '하위판매원' 및 '가입의 3단계' 요건을 충족하지 않으므로 다단계판매의 후원수당에 해당하지 않는다는 취지의 주장을 하면서, 지사장 아래에 있는 판매원 직급들인 설계사, 소호점장, 지점장 상호간에는 법적, 경제적 또는 조직적인 관련이 없으므로 유기적 관계로서의 상·하위판매원의 관계가 성립되지 않는바, 설계사-소호점장-지점장 사이에서는 하위판매원 요건 충족을 전제로 하는 '단계적 가입' 요건 역시 충족되지 않기 때문에 당해 거래실적을 올린 판매원과 상위 지사장 간에는 '판매원 가입의 3단계'가 형성되지 않으므로 관리수당은 다단계판매 후원수당으로 보기 어렵다고 하였다.

이에 대해 공정거래위원회는 '하위판매원', '가입의 3단계'는 다단계판매의 개념적

있어 판매원 자신과 그 직하위판매원 이외의 판매원의 실적까지 합산하여 반영하는 경우는 후원방문판매가 아닌 다단계판매로 보아야 한다.

5) 서울고등법원 2012. 6. 27. 선고 2011누36694 판결

구성요소이지 다단계판매 후원수당의 개념적 구성요소가 아니므로 특정 후원수당이 다단계판매 후원수당에 해당하는지 여부는 해당 후원수당이 다른 판매원들의 실적 등에 영향을 받는지 여부에 따라 결정되는 것이고, 관리수당은 다른 판매원의 거래 실적에 따라 지급되고 있는 점을 감안할 때 이 같은 주장은 받아들일 수 없다고 하였다.

[공정위 조치]

결국 공정거래위원회는 한강라이프가 다단계 판매업자로서 관할 시 . 도지사에게 등록을 하도록 되어 있는 규정을(법 제13조 제1항)을 위반하여 관할 시 . 도지사(대전광역시)에게 다단계 판매업자 등록을 하지 않은 채 영업을 하였고, 소속 판매원에게 승급을 위해서는 200~500만 원에 달하는 승급비를 납부하도록 하는 부담을 지게 함으로써, 판매원의 등록, 자격유지, 유리한 후원수당 지급 기준의 적용을 조건으로 연간 5만 원을 초과하는 수준의 부담을 지게 하는 것을 금지하는 법 제22조 제1항을 위반하였다고 보고, 시정명령 부과와 함께 검찰고발 조치를 취하였다.⁶⁾

[본건의 의미]

본 사례는 다단계 판매인지 여부를 판단함에 있어 특정 판매원의 판매실적이 차상위 판매원이나 그 이상의 판매원 1인에게만 영향을 미치는 수당구조를 가지고 있어도 다단계 판매에 해당함을 명확히 한 의미가 있다. 아울러 미등록 다단계 영업행위에는 예외 없이 검찰 고발하는 기조를 확인시켜주었다.

(2) 후원수당의 지급 기준을 변경하며 절차를 준수하지 않은 등 다단계 판매업자의 제재 건

본 사례는 후원수당 산정 및 지급 기준 변경 사항을 판매원에게 미리 통지하지 않거나, 불완전한 다단계 판매원 수첩을 발급하는 등 '방문판매 등에 관한 법률'을 위반한 3개 다단계 판매업자에게 시정명령과 과태료 부과 조치를 결정한 사례이다.

먼저 후원수당 지급 기준 변경 사항을 통지하지 않은 경우로서, (주)투에버, (주)하이너스는 후원수당 지급 기준을 변경하려면 변경할 기준, 변경 사유 등을 적용일 3개월 이전에 판매원 전원에게 통지하여야 함에도 이를 통지하지 않고 즉시 시행하여 적발된 사례이다. 현행법상 변경할 후원수당 지급 기준이 판매원 모두에게 유리하다면 즉시 변경 가능하나, 본 변경 건은 일정 직급 이상의 일부 판매원들에게만

6) 공정거래위원회 2014. 3. 3. 의결 제2014-043호

7) 방문판매법 시행령 제28조 제1항: 법 제20조 제2항에 따른 후원수당의 산정 및 지급 기준을 변경하려는 경우에는 변경할 기준, 변경사유 및 적용 일을 명시하여 현행 후원수당의 산정 및 지급 기준과 함께 그 적용일 3개월 이전에 다단계판매원에게 통지(전자우편을 이용한 통지를 포함한다)하여야 한다. 다만, 후원수당의 산정 및 지급기준의 변경이 다단계판매원 모두에게 이익이 되거나 다단계판매원 전원의 동의를 받은 경우에는 즉시 변경할 수 있다.

유리한 경우로서 통지 의무가 있다. 이에 따라 공정위는 해당 사업자들에 대해 시정명령(향후 재발방지 명령)과 함께 과태료를 부과하였다.

다음으로, 후원수당 지급 기준의 변경 사항을 신고하지 않은 경우로서 (주)투에버는 후원수당 지급 기준 등 등록사항을 변경한 경우에는 변경사항이 발생한 날로부터 15일 이내에 관할 시·도지사에게 신고하여야 함에도⁸⁾ 신고의무를 이행하지 않아서 공정위로부터 시정명령(향후 재발방지 명령), 과태료를 부과받았다.

한편, 다단계 판매업자는 후원수당 지급 기준, 재화 등의 반환 및 탈퇴에 관한 사항, '다단계 판매에 관한 해설자료' 고시 등 법정 필수사항을 기재한 다단계 판매원 수첩을 발급하여야 함에도 일부가 누락된 수첩을 발급하여야 하는데,⁹⁾ (주)투에버, (주)하이너스, 에이씨앤코리아(유) 불완전한 다단계 판매원 수첩을 발급하여 공정위로부터 역시 시정명령(향후 재발방지 명령)과 과태료를 부과받았다.

이들 사례는 방문판매법 개정(2012년 8월 18일)으로 후원수당 지급기준 변경 절차가 강화된 이래 최초의 심결이라는 점에 의미가 있다. 다단계 판매업계에 후원수당 지급 기준 변경과 관련하여 일종의 지침으로 작용하게 될 것으로 보인다.

[표] 후원수당 지급 기준 변경 절차 개정 전·후 비교

개정 전	개정 후
후원수당 지급기준 변경이 다단계판매원에게 이익이 되거나,	후원수당 지급기준 변경이 다단계판매원 모두에게 이익이 되거나,
다단계 판매원의 동의를 얻은 경우에는 즉시 변경할 수 있다.	다단계 판매원의 <u>전원</u> 의 동의를 얻은 경우에는 즉시 변경할 수 있다.

(3) 다단계판매업체 지배주주의 다단계판매원 겸임행위 제재 건

다단계판매회사의 지배주주로서 특수관계인(본인이 지배하는 회사, 배우자 및 친인척)과 합하여 씨엔컴 발행주식의 97.6%를 보유하고 있던 A를 다단계판매원에서 탈퇴시키지 않은 다단계판매회사 (주)씨엔커뮤니케이션(대표 이용우, 이하 씨엔컴)에 시정명령을 부과한 사례이다. 2013년 한 해 동안 씨엔컴이 A에게 지급한 후원수당은 2억455만 원으로 씨엔컴이 소속 다단계판매원에게 지급한 평균 후원수당 437만 원의 47배에 달하였다.

주지하다시피 현행 방문판매법은 다단계판매업자의 지배주주 또는 임직원, 공무원, 교원, 미성년자, 법인을 다단계판매원 등록결격자로 규정하는 한편 다단계판매업자

8) 방문판매법 제13조 제2항, 시행령 제20조 제3항

9) 방문판매법 제15조 제5항, 시행규칙 제18조

로 하여금 다단계판매원이 등록결격자에 해당하는 경우에는 그 다단계판매원을 탈퇴시키도록 의무를 부과하고 있다.(법 제22조 제3항) 이 점에서 본 건은 지배주주가 다단계판매원이 되는 경우 자기에 유리하게 후원수당 지급기준을 결정할 가능성이 있으므로 일반 다단계 판매원의 이익 보호를 위해 판매원탈퇴 규제가 필요하다는 점을 확인시켜 준 사례로서 의미를 부여할 수 있다.

IV. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 위반사례

1. 전자상거래소비자법 분야에 대한 공정위의 법 집행 동향

전자상거래분야는 최근 소비자정책의 중핵적 지위를 점하고 있다. 거래규모는 물론 법적 분쟁과 소비자피해의 정도와 발생빈도 면에서 다른 영역을 압도하는 추세이다. 최근 들어 가격비교사이트 자율준수 가이드라인, 소셜커머스 자율준수 가이드라인 등을 제정, 보완한 조치나 오픈마켓 공정거래협약 체결 유도정책도 급변하는 전자상거래 소비환경의 변화에 발빠르게 대처하려는 노력의 일환으로 평가할 수 있다. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하, '전자상거래소비자법') 위반 행위와 심결의 비중 역시 전체 소비자법 분야에서도 많은 부분을 차지하고 있으나, 최근 들어 시정조치 빈도가 감소하는 것으로 나타나는 점은 주목해 볼 만하다.

한편 전자상거래분야 가운데는 인터넷쇼핑몰 분야에서 법위반 사례가 집중적으로 발생하고 있으며, 위반행위 유형별로는 '거짓·가장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인거래하거나 청약철회 등을 방해하는 행위'가 주를 이루고 있다.¹⁰⁾

[표] 전자상거래법 위반행위에 대한 공정위 조치 유형(2010~2013)

구분	2010	2011	2012	2013
경고	175	106	92	26
시정권고	1	13	0	24
시정명령(과징금)	11(0)	21(0)	60(0)	50(4)
고발(과징금)	0	0	0	1
자진시정	74	106	92	26
과태료	0	0	1	0
합계	261	326	412	138

*출처: 「2014 공정거래백서」, 공정거래위원회(2014), 407면

10) 2013년의 경우, 이들 행위는 86건 발생하여 전체 시정대상행위 가운데 62.3%를 차지했으며, 거래 분야별로는 인터넷쇼핑몰이 132건으로 전체의 95.7%를 점한 것으로 집계되었다. 공정거래위원회, 「2014 공정거래백서」, (2014), 407면 참조.

2. 2014년도 심결 분석

(1) 3개 IPTV사업자의 법 위반행위 건

현행 전자상거래소비자법에 따라 단순 변심에 따른 청약철회는 소비자의 사용으로 인해 가치가 감소한 경우 등이 아니라면 재화를 공급받은 날부터 7일 이내에 가능하며, 표시·광고 내용과 다르거나 계약 내용과 다르게 이행된 경우의 청약철회는 재화를 공급받은 날부터 3개월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 가능하다.(법 제17조) 아울러 통신 판매업자는 소비자가 거래 조건을 정확하게 이해할 수 있도록 계약 체결 전에 청약철회의 기한·행사 방법 등을 고지해야 한다.

그러나 3개 IPTV 사업자(에스케이 브로드밴드, 엘지유플러스, 케이티)는 2009년부터 현재까지 판매하는 상품의 목록을 보여주는 첫 화면 또는 소비자가 선택한 개별 상품의 화면 어디에도 청약철회에 관한 사항을 알리지 않아서 공정위로부터 시정명령과 과태료 300만 원을 부과받았다.

IPTV는 2012년 매출이 전년과 비교하여 37% 성장한 신성장 분야로 IPTV를 통해 디지털 콘텐츠를 판매하는 새로운 전자상거래 분야에서의 법 위반 행위를 적발·시정하였다는 점에서 의미가 있다.

(2) 4개 가격비교 사이트의 법위반 행위 건

최근 들어 가격을 상호 비교한 후 상품을 구매하는 소비자가 늘어 나면서 가격비교 사이트의 영향력이 커지는 상황이다. 이런 가운데, 네이버 지식쇼핑, 다음 쇼핑하우, 어바웃, 다나와 등 4개 가격비교 사이트들은 '기획전/이벤트', '프리미엄 추천상품', '소호 베스트100', '스페셜 상품' 등 품질이 우수하거나 특별한 혜택이 주어지는 상품이 게시된 것으로 인식되는 영역에 광고비를 받은 상품을 전시하면서 해당 상품이 광고 상품이라는 사실을 명확하게 표시하지 않은 사실이 공정위로부터 적발되었다. 이 같은 행위는 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사실을 알리지 않고 소비자를 기만적으로 유인한 행위로서 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위(전자상거래법 제21조 제1항 제1호 위반)에 해당한다. 이에 따라 공정위는 4개 가격비교 사이트 운영 사업자에게 시정을 명령하고 과태료 총 2,000만 원을 부과하였다.

(3) 4개 음원 사이트 운영 사업자의 전자상거래법 위반 행위 건

온라인 음원서비스 시장에서는 소비자가 모르는 사이에 자동결제 금액이 변경되는 일들이 자주 발생하고 있다. 이와 관련하여 현행 전자상거래소비자보호법은 사업자

로 하여금 소비자가 대금을 결제할 때에 구매 내역을 확인하고 동의 여부를 선택할 수 있도록 상품의 내용·가격 등을 표시한 전자적 대금 결제창을 제공토록 하고 있다.¹¹⁾ 전자적 대금 결제창 제공 의무는 소비자가 명확하게 구매 내역을 확인하고 동의 여부를 선택할 수 있도록 2012년 법 개정을 통해 도입된 것이다.

그럼에도 (주)로엔엔터테인먼트(멜론), (주)소리바다(소리바다), (주)네오위즈인터넷(벅스), 씨제이이엔엠(씨엠넷) 등 4개 음원 사이트는 그동안 판매했던 자동 결제형 디지털 음원 상품의 가격을 24% ~ 100%까지 인상하고, 기존 가입자가 인상된 가격을 확인하고 결제 여부를 선택할 수 있도록 전자적 대금 결제창을 제공하지 않은 채, 인상된 가격으로 자동결제하였다.

멜론·소리바다·엠넷 등은 이메일·홈페이지 등을 통해 가격 인상 사실을 고지하고, 벅스는 홈페이지에 가격 인상 사실을 고지하고 '동의' 버튼을 두었으나 동의하지 않은 가입자도 인상된 가격으로 자동결제하였다. 이에 따라 소비자들은 음원 상품 가격이 인상된 사실을 알지 못하고, 인상된 가격으로 자동결제되는 피해가 발생하였다.

이에 따라 공정거래위원회는 4개 음원사이트 운영업자에 대해 시정명령을 부과하였다. 본건은 음원 저작권 사용료의 인상으로 음원사이트 상품 가격이 올라가고 있는 상황에서 소비자가 모르는 사이에 자동결제 금액이 변경되는 행위를 적발·제재함으로써 소비자의 선택권을 보장하고 피해를 예방한다는 점에서 의미를 찾을 수 있다.

(4) 9개 온라인여행사 유류할증료 과다 표시 및 부과 건

해외여행자 수가 지속적으로 증가하고, 이 중 여행사 이용 비율이 30%를 넘는 상황에서 여행업계에 관행처럼 자리 잡은 유류할증료 및 항공TAX 과다 부과의 문제가 지속적으로 제기되고 있다. 실제로 최근 9개 여행사(주)하나투어, (주)인터파크투어, (주)온라인투어, (주)모두투어네트워크, (주)노랑풍선, (주)웹투어, (주)여행박사, (주)내일투어, (주)참좋은레저가 해외여행 상품을 판매하면서 유류할증료 및 항공TAX를 항공사가 고시한 금액보다 과다하게 표시·안내하여 소비자에게 지불받았고, 항공권 발권 시점에 확정된¹²⁾ 유류할증료 및 항공TAX가 소비자로부터 지불받은 금액보다 낮았음에도 이를 알리지 않고 차액을 환불하지도 않았다. 이들 9개 여행사가 2013년 6월부터 7월까지 8개 노선에서 유류할증료 및 항공TAX를 항공사가 고시한 금액보다 높게 지불 받은 사례는 총 10,076건인 것으로 나타났으며, 특히 여행사에 따라서는 항공사가 고시한 금액보다 최대 82.32%까지 과다하게 표시, 안내하여 지불받은 사례도 있었다.

이 같은 행위는 거짓된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자와 거래하는 행위로서 전자상거래소비자법 제21조 제1항 제1호에 해당되는 것으로서, 공정

11) 법 제8조 제2항 및 동 시행령 제9조

12) 유류할증료 및 항공TAX는 출국일자와 관계없이 발권시점에 항공사가 고시한 금액으로 확정된다.

위는 이들 9개 온라인 여행사에 대해 시정명령(공표명령 포함)과 함께 과태료(4,800만 원)를 부과하였다.

(5) 18개 모바일 쇼핑몰의 법 위반행위 건

스마트폰 이용자 수가 증가하고 이용 목적이 인터넷 검색, SNS 등에서 전자상거래로 확장되면서 모바일 커머스 시장이 급속도로 성장하고 있다. 그에 따라 소비자피해도 증가하는 추세인데, 모바일 쇼핑몰의 초기화면 등에 '모바일 특가'라는 코너를 개설하고 상품을 판매하여 마치 모바일 쇼핑몰(현대H몰, GS샵, AK몰, 롯데닷컴, 옥션, 11번가 등 6개 쇼핑몰)에서는 특별히 저렴하게 판매하는 것처럼 광고하면서, 실제로는 '모바일 특가' 코너의 상품 중 일부를 자신의 일반 인터넷 쇼핑몰과 동일한 가격으로 판매하여 거짓된 사실을 알려 소비자를 유인하는 사례가 발생하였다.

이 같은 행위는 전자상거래소비자법 제21조 제1항 제1호 소정의 거짓된 사실을 알려 소비자를 유인한 행위에 해당하는 것으로, 공정위는 이들 6개 모바일 쇼핑몰의 거짓 사실을 알려 소비자를 유인한 행위 및 표시·광고 기록 보존 의무 위반에 대하여 시정명령 및 총 3,700만 원의 과태료를 부과하였다.

한편, 전자상거래소비자법에 따르면 통신 판매업자는 상품에 표시·광고 기록을 6개월 간 보존하여야 하나, (전자상거래법 제10조 제1항) '모바일 특가' 코너에 게시한 상품에 표시·광고 기록을 보존하지 않은 현대H몰 (1개 쇼핑몰)과 동법상 사이버몰 운영자는 초기화면에 상호, 주소, 전화번호, 전자우편 주소, 사업자 등록번호 등 사업자 정보와 이용약관 등을 표시하고, 표시한 사항의 진위여부를 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 공정거래위원회의 사업자 정보 공개 페이지를 연결하여야 함(법 제10조 제1항)에도¹³⁾ 이를 이행하지 않은 그루폰 등 17개 쇼핑몰, 그리고 통신판매 중개자는 자신이 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 초기화면, 광고화면, 청약절차 과정에서 고지하여야 함에도(법 제20조 제1항) 이를 이행하지 않은 옥션, 인터파크 등 2개 쇼핑몰에 대하여 엄중 경고조치 하였다.

(6) 유아용품 인터넷 판매 업체의 법 위반행위 건

육아 비용 지출 비중이 커지면서 유아용 제품의 가격이 비교적 싼 인터넷 판매 업체에서 제품을 구매하는 소비자가 증가하고 있다. 실제로 아동·유아용품 인터넷 판매 업체 거래액은 2012년 16,580억 원에서 2013년 20,170억 원으로 급증하는 추세이다. 이 과정에 유아용품 인터넷 판매 업체들이 환불과 반품을 방해하고 기만적 방법으로 소비자를 유인하는 행위를 감행하는 사례들이 나타나고 있다.

제로투세븐닷컴, 남양아이몰, 아이맘쇼핑몰, 아가넷, 뽀띠엘린스토어, 파스퇴르몰, 베

13) 전자상거래법 시행규칙(제7조제3항)에 따라 휴대전화 등과 같은 기기를 이용하여 거래하는 경우에는 신원정보를 화면에 순차적으로 나타나도록 하고, 이용약관 등은 그 내용을 확인할 수 있는 방법을 화면에 나타나게 하는 것으로 대신할 수 있다.

이비타운, 하기스몰, 야세일 등 9개 사업자는 전자상거래법 제17조 제3항에 따라 상품이 표시·광고의 내용과 다르거나 불량일 경우 환불 기한은 상품 수령일부터 3개월, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일내에 소비자가 청약을 철회할 수 있음에도(법 제21조 제1항 제1호), 환불 기한을 '제품 수령 후 7일 이내' 등으로 법정 환불 기한보다 짧게 표시하여 소비자의 청약 철회를 방해하였고, 베이비타운은 법 제17조 제1항 제1호에 따라 소비자가 상품 주문을 잘못했거나 단순 변심으로 환불을 요구할 경우 환불 기한은 상품 수령일부터 7일임에도, 1개 사업자는 상품 수령일로부터 3일 이내에만 환불이 가능하다고 안내하여 소비자의 청약 철회를 방해하였으며,

제로투세븐닷컴, 아이맘쇼핑몰, 아가넷, 베이비타운 등 4개 사업자는 다른 인터넷 판매 업체에서 더 저렴하게 판매되고 있음에도 자신의 업체에서만 최저가로 판매하는 상품이라고 거짓을 알려 소비자를 유인하였고,

'쁘띠엘린스토어'는 특정 회원(파워블로거)¹⁴⁾들이 게시판에 상품 후기를 작성할 경우 내용에 따라 건당 최대 50,000원의 적립금을 지급¹⁵⁾하고 이를 소비자들에게는 제대로 알리지 않는 등 기만적인 방법으로 소비자를 유인하였다. 특히 파워블로거 회원들은 일반 소비자들보다 많은 대가를 지급받고, 상품 후기 내용을 판매에 유리한 방향으로 작성할수록 차등적으로 높은 대가를 지급받기 때문에 거짓·과장된 후기를 작성할 가능성이 커서, 이러한 상품 후기를 구분하거나 별도의 표시·안내를 하지 않을 경우 소비자들을 오인시키게 된다.

이들 9개 사업자에 대해 공정위는 청약 철회 방해 행위 및 거짓·기만적 소비자 유인 행위를 금지하는 한편, 시정명령을 받은 사실을 공표*하도록 하고, 7,000만 원의 과태료를 부과하였다.

V. 표시광고의 공정화에 관한 법률 위반사례

1. 표시광고법 분야에 대한 공정위의 법 집행 동향

국민생활과 밀접하면서도 소비자 피해빈발 업종인 가맹본부의 가맹점 모집, 대입기숙학원의 학원생 모집, 민간 자격증 과련 교재판매, 성형시술 병의원 등에 대하여 직권조사를 실시하여 법위반 사례를 적발 및 시정해 오고 있다.

14) 무료 체험단 행사를 통해 상품 후기를 잘 작성하는 사람들을 모집하여 '파워블로거'라는 회원 등급을 부여하였는데, 이를 일반 소비자에게 알리지 않았다. (구매실적에 따라 '브론즈', '실버', '골드' 및 '플래티늄'으로만 회원등급이 부여된다고 안내되었다.)

15) 일반 회원들은 상품 후기를 작성하면 일반 후기는 건당 500원, 사진 후기는 건당 2,000원의 적립금을 지급함. '파워블로거' 회원들에게는 상품후기 작성 내용에 따라 건당 3,000원 ~ 50,000원의 적립금을 차등 지급하였다.

[표] 표시광고법 위반행위에 대한 공정위 조치 유형(2009~2013)

구분	2009	2010	2011	2012	2013
경고	197	179	234	170	102
시정권고	14	0	0	0	0
시정명령	69	55	40	67	61
과징금	5	5	4	3	5
고발	6	0	1	8	1
합계	286	179	234	170	102

*출처: 「2014 공정거래백서」, 공정거래위원회(2014), 339면

단, 표시광고법은 입법의 과정이나 규범의 성격상 공정거래법과 소비자법적 성격을 겸비하고 있어서 관련 사례도 B2C는 물론이고 B2B(예를 들어, 가맹본부-가맹점, 부동산개발업자-투자자)간에도 발생하는 특징을 보이고 있다. 아래에서는 주로 B2C간의 표시광고에서 발생한 법 위반 사례를 정리해 보기로 한다.

2. 2014년도 심결 분석

(1) 공용 면적에 전실을 설치하여 소비자를 유인한 행위

(주)대우건설은 2007년 5월부터 2010년 8월까지 대구시 달서구 감삼동 소재 '대우 월드마크 웨스트엔드' 아파트 분양광고를 하면서 건본주택에 각 분양 평형별로 4~18m² 크기의 전실을 조성하여 수납공간을 설치하고, 분양전단 등에도 같은 내용으로 전실을 표현하여 광고하였다.

이러한 광고행위는 해당 전실이 복도의 일부분인 공용 공간임에도, 마치 개별 세대가 다용도로 사용이 가능한 공간으로 광고한 것으로 거짓 광고(표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조 제1항)에 해당된다. 이에 따라 공정위는 향후 재발 방지명령을 내용으로 하는 시정조치를 부과하였다.

(2) 영어교육 업계의 경쟁 과열로 인한 부당 광고 건

공정거래위원회는 TV 및 홈페이지 등을 통해 유명 연예인을 출연시켜 경쟁 업체의 토익 교재를 비방·광고한 (주)에스티앤컴퍼니에 시정명령 및 공표명령을 부과하였다. 문제가 된 행위를 구체적으로 살펴보면 경쟁사업자인 해커스 토익 교재를 상징하는 표현으로 '빨갱이 파랭이', '빨간색과 파란색 토익 교재 2권'을 지속적으로 광고에 사용하였고, 그에 따라 해커스 토익 교재는 '05년 출간 당시부터 빨간색과 파란색 표지를 유지하고 있고, 토익 학습자들에게 '빨갱이 파랭이' 라는 별칭으로 불렸다. 해당 부당광고행위는 아래와 같다.

① '토익은 트렌드다 편' TV 비방 광고

- '13년 12월부터 '14년 4월까지 TV 방송, 인터넷, 극장, 지하철 행선기 영상 등을 통해 광고 모델 2인(허지웅, 성시경)이 빨간색과 파란색 토익 교재 2권에 "한참 전 토익 문제들 모아놓은 이거", "에이 요즘 누가 그걸 봐"라는 대화와 교재를 땅바닥에 내팽개치는 내용의 광고를 함.
- 객관적인 근거없이 해커스 토익 교재는 오래 된 토익 문제를 토대로 만들어져 낡은 학습수단인 반면, 자사 강의는 당장 내일 시험에 나올 문제를 담고 있는 것처럼 이미지를 전달함.

② 토익은 기술이다 편' TV 비방 광고

- '13년 12월부터 '14년 4월까지 TV 방송, 인터넷, 극장 등을 통해 바닥에 빨간색과 파란색 토익 교재 2권을 놓고 광고모델 2인(허지웅, 성시경)이 높은 소파 위에 앉아 "영어공부를 12년이나 했잖아. 근데 아직도 토익이 영어라고 생각하는 사람이 있단니까"라고 대화하는 장면의 광고를 함.
- '토익은 트렌드다 편'과 마찬가지로 해커스 토익 교재를 통한 학습이 낡은 학습 방식이라는 부정적인 이미지를 소비자에게 전달함.

③ 토익, 빨갱이 파랭이만 믿은 게 함정' 온라인 배너 비방 광고

- '12년 8월부터 '12년 9월까지 온라인 배너 등을 통해 '함정'이라는 부정적인 표현과 함께, 수험생이 영어 교재를 찢으며 울고 있는 그림을 배치하여 광고함.
- '빨갱이 파랭이' 라는 별칭인 토익 교재를 가지고 공부할 경우 토익 수험생이 피해를 입을 수 있는 것처럼 표현함.

(3) 소셜커머스 사업자의 부당한 광고 건

㈜위메프는 유튜브를 통해 경쟁사업자인 쿠팡은 비싸게 판매하고, 자신은 제일 저렴하게 판매하는 것처럼 과장 광고 및 근거없는 비방 광고를 하여 공정위로 부터 시정명령을 부과받았다. 구체적으로 위메프는 2013년 6월 13일부터 12월 11일까지 6개월간 유튜브 동영상 광고를 통하여 아래와 같이 과장 및 비방광고를 하였다.

- '구빵 비싸', '무료배송 받아봤자 최저가가 더 싸단다', '위메프가 제일 싸다' 등의 표현을 사용하여 마치 자신이 판매하는 모든 상품이 가장 저렴한 것처럼 과장 광고함.
- 쿠팡을 '구빵, 구팔' 등의 명칭으로 표현하면서 쿠팡의 로고를 동영상에 노출하여 쿠팡임을 알 수 있도록 하면서 '구팔 무료배송 미끼 결제금액 > 바가지' 등 부정적인 표현을 사용하여 쿠팡을 비방함으로써 매우 비싼 가격으로 판매하는 것처럼 소비자를 오인하게 하였음.

소셜커머스의 비방 광고를 제재한 첫 사례라 할 수 있는 본건에서 위메프에 대해 행위금지명령이 부과되었다.

(4) 블로그의 상품 추천·보증글을 통한 표시광고법 위반 건

인터넷 댓글의 매체적 영향력이 확장되면서 사업자들이 이를 광고 및 홍보수단으로 활용하는 상황에서 부당한 광고행위들이 나타나고 있다. 이에 따라 공정위는 지난 2012년 8월 20일 '추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침'을 개정하여 경제적 대가를 주고 블로그, 카페 등에 추천·보증글을 올리는 경우 지급 사실을 공개하도록 한 바 있다.

이런 가운데 오비맥주(주), 아우디폭스바겐코리아(주), (주)카페베네, (주)씨티오커뮤니케이션 등 4개 사업자들은 소비자의 구매 선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 대가 지급 사실을 은폐하여, 전문가와 소비자의 추천·보증글인 것처럼 일반 소비자를 기만하였음.

블로거를 통한 부당 광고행위를 구체적으로 살펴보면 자신들의 상품(맥주, 자동차, 커피 전문점, 레스토랑, 온라인 쇼핑몰)의 블로그 광고를 위해 광고 대행사와 계약을 맺고, 광고 대행사들은 블로거를 섭외한 후, 그들에게 해당 상품의 추천·보증글을 올리도록 하였다. 사업자들은 광고 대행사를 통해 1건당 최소 2,000원에서 최대 10만 원의 대가를 지급하였음에도 해당 글에 그 사실을 표시하지 않았다.

이에 대해 공정거래위원회는 표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조 제1항 제2호를 적용하는 한편, 법 위반행위 금지명령과 함께 (과징금) 오비맥주(주) 1억 800만 원, 아우디폭스바겐코리아(주) 9,400만 원, (주)카페베네 9,400만 원, (주)씨티오커뮤니케이션 1,300만 원 등 총 3억 900만 원의 과징금을 부과하였다.

(5) 기능성 신발에 관한 과장광고 건

리복, 뉴발란스, 핏플랩 등 3개 사업자는 이미지, 근육 활동 칼로리 소모량 등의 수치, 다이어트 표현이 결합되어, 누구나 기능성 신발을 신고 걸기만 하면 날씬한 몸매가 되는 등 다이어트 효과가 나타난다고 광고하였다. 구체적으로는 객관성이 없는 기능성 평가 수치를 사용해 신발(또는 의류)의 기능성을 거짓·과장하였고, 객관적인 근거없이 몸매 관리 등의 다이어트 효과가 있는 것처럼 과장하였으며, 객관적인 근거없이 특정 효과가 있는 것처럼, 제품의 기능성이나 품질이 가장 우수한 것처럼 광고하는 한편, 기능성과 관련된 특허·인증을 사실과 다르게 과장하여 광고하였다.

이에 따라 공정위는 표시광고법 제3조 제1항 제1호(거짓·과장의 광고)위반을 근거로 이들 외국계 기능성 신발제조업체에 대하여 시정명령(행위금지 명령)과 함께 총

10억 7,000만 원의 과징금을 부과하였다.

본건은 외국에 본사를 둔 사업자를 국내 광고에 관여한 주체로 인정 하여 제재한 최초의 사례로서, 전 세계적으로 이루어진 기능성 신발 관련 부당 광고에 처음으로 위법성을 확정하고 제재한 데에 의의가 있다.¹⁶⁾

VI. 맺으며

지난 해 공정위 심결에서 목격되는 특징을 추출해 보자면, 먼저 할부거래분야의 심결사례는 그 이전에도 그러했듯이 상조업(선불식 할부거래)에 집중되어 있으며, 절차규정 위반 사례의 적발빈도가 높은 것으로 나타났다. 방문판매 등 특수거래 분야의 경우 새로 도입된 후원방문판매에 대한 법적용이 아직은 활발하지 않은 상황인 것 하나, 일부 심결을 통해 실체법적 개념규정에 관한 행정해석이 내려졌다는 점에 대해서는 의미를 부여할 만하다. 전자상거래 분야의 경우 IPTV, 가격비교사이트, 음원사이트, 모바일 오픈마켓 등 소비자생활 밀착도가 커지는 신산업분야에서 심결을 도출되고 있는 점을 바람직한 측면으로 꼽을 수 있다. 다만 전자상거래 분야의 특성상 향후로도 새롭게 출현하는 소비자피해 유형에 대한 지속적 감시와 조사가 요구된다. 표시광고 분야에서도 블로거에 대해 경제적 대가를 지급하고 추천글을 게재하는 방식에 대해 제재를 개시한 점이 눈길을 끈다.

전반적으로 2014년에는, 노골적 법위반행위는 감소한 반면, 새로 도입된 절차적 규정의 적용을 받은 사례가 많았던 것으로 평가할 수 있다. 자진시정이나 시정권고, 경고 등의 조치가 많고 시정명령까지 이어진 사례 역시 상대적으로 적은 편이었으며, 시정조치 등 공정위 처분의 취소를 목적으로 하는 소송 발생도 드물었다. 모두에 지적인 바와 같이 해석의 여지가 크지 않은 절차규정 위반사건이 다수를 차지하는 상황을 반영한 결과로 이해된다.

다만 새롭게 대두되는 시장에서 신규로 발생하는 피해유형에 대해 공정위의 시정조치가 행해지고 있는 점은 주목된다. 특수거래 등의 분야에서 한번 적발된 행위가 반복해서 적발되는 사례는 상대적으로 적다. 이들 분야에서 공정위의 시정조치가 사업자들에게 주는 계도효과가 특히 큰 만큼, 선제적, 예방적 조치를 통한 준법질서 제고를 지속적으로 도모해야 할 것으로 보인다.

16) 본건에 대해서는 미국, 캐나다 등에서는 법원을 통한 동의의결로 합의되었고, 호주에서는 현재 법원 절차 진행 중이다.

<제2세션>

2014년 판례, 심결례 및 분쟁조정 사례의 동향(15:30~18:00)

사회 : 박형연 변호사(자율분쟁조정위원회 위원장)

제6 발표(17:00~17:45) : **“2014년 소비자분쟁조정사례의 동향과 성과”**
- 윤태영 교수(아주대)

토론 : 강성진 상임조정위원(소비자분쟁조정위원회),
서종희 교수(국민대)

2014년 소비자분쟁조정의 동향과 성과

윤 태 영*

I. 머리말

소비자계약이 주된 계약형태로 등장한 오늘날 보통거래약관에 의한 계약이 일반화되어 기업의 계약 상대방인 소비자는 계약의 자유를 제한받게 되어 불리한 입장에 서게 된다. 이에 계약 체결 과정에서 소비자 보호를 도모하고 불공정한 계약 조항을 시정하여 거래환경의 공정을 기하는 것이 사법 분야에서 독자적 문제영역으로서 비중 있게 다루어지고 있다. 그 중에서도 소비자 보호를 도모하고 나아가 사업자에게도 도움이 되는, 즉 소비자 거래의 적정화에 있어서 가장 중요한 것 중 하나가 소비자 거래 분쟁 해결의 실효성을 확보하는 것이다.

소비자 계약에서 분쟁 해결은 직접적으로는 개별 사업자·소비자 간의 분쟁을 적절하게 해결하는 것을 목적으로 하지만, 그 과정을 통해 소비자에게 불이익이 되는 거래가 시장에서 시정되는 효과도 있다. 또한 분쟁 해결을 위한 적절한 환경이 정비되면, 소비자 피해의 사전 억제라는 측면에서 큰 효과가 있다. 또한 신속한 분쟁해결 장치가 마련되면 소비자가 스스로 분쟁 해결에 임하게 되어 소비자 문제에 대한 주인 의식을 향상시키게 된다. 이러한 점에서 소비자분쟁조정위원회를 비롯한 분쟁조정기관들은 매우 중요한 역할을 담당하고 있고 지금까지 그 역할을 다해 오고 있다고 평가할 수 있다.

분쟁조정제도는 법원에 의한 재판절차보다 탄력적이며 절차진행이 신속하고 간단하여 시간적으로나 금전적으로 매우 경제적이다. 또한 당사자의 상호양보를 통한 해결방안에 의해 소송보다 유연하게 분쟁을 처리하고 분야별 전문가가 직접 참여함으로써 전문성도 확보할 수 있고, 선택권이 당사자의 사적자치에 맡겨져 있다. 또한 분쟁해결방식이 양 당사자의 엄격한 대립구조를 바탕으로 공개적으로 하는 치열한 주장과 엄격한 입증이 아니라, 완화된 대립구조를 취하여 보다 양 당사자의 입장을 반영한 합리적 결론에 도달할 수 있다. 여기에 소비자분쟁조정위원회와 같은 분쟁조정기구의 조정결정¹⁾은 재판상 화해와 동일한 효력을 가지고 있기 때문에 준사법적 기구로서의 역할을 수행하고 있다. 따라서 소비자들의 많은 조정신청이 있어 왔고 매년 사건도 증가하고 있는 추세다. 특히 집단분쟁조정사건도 해마다 증가하고 있는데 2014년도에는 매우 주목할만한 집단분쟁조정이 있었다.

여기에서는 우리나라의 대표적인 소비자분쟁조정기관인 소비자분쟁조정위원회와 필자가 조정위원으로 몸담고 있는 전자문서·거래분쟁조정위원회에서 있었던 2014년도 분쟁조정의 동향을 간단히 살펴보고자 한다. 그리고 조정이 성립된 사건 가운데 향후 시장 및 소비자법 분야에 큰 영향을 끼칠 것으로 보이는 중요한 사건들을 소개하고 법적 쟁점을 분석해 보고자 한다.

* 아주대학교 법학전문대학원 부교수, 법학박사

1) 소비자기본법 제67조(분쟁조정의 효력 등) 제4항에서 「제2항의 규정에 따라 당사자가 분쟁조정의 내용을 수락하거나 수락한 것으로 보는 때에는 그 분쟁조정의 내용은 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다.」고 규정하고 있다. 한편 「전자문서·거래분쟁조정위원회」도 전자문서 및 전자거래 기본법 제35조(조정의 성립) 제3항 「2항에 따른 조정조서는 「민사소송법」에 따른 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다.」에 따라 준사법적 기구의 역할을 수행하고 있다.

II. 2014년 소비자분쟁조정의 동향

1. 소비자분쟁조정위원회에 대한 분쟁조정 신청 사례 분석

(1) 분쟁조정신청 상위 10대 품목

소비자분쟁조정위원회에서는 2014년도에도 3,500건이 넘는 분쟁조정사례가 있었는데 그 중 소분류에 따른 분쟁조정신청 상위 10대 품목 통계를 보면 다음과 같다.

순 위	물품용역(대분류)	물품용역(중분류)	물품용역(소분류)	건 수
1	보험	유사보험	상조회	215
2	의료서비스	병·의원서비스	정형외과	177
3	의료서비스	병·의원서비스	내과	140
4	정보통신서비스	이동통신	이동전화서비스	135
5	문화·오락서비스	회원권	헬스장, 휘트니스센터	118
6	의료서비스	병·의원서비스	신경외과	96
7	의료서비스	병·의원서비스	치과	92
8	운수·보관·관리서비스	여객운송서비스	항공여객운송서비스	88
9	문화·오락서비스	여행	국외여행	87
10	의료서비스	병·의원서비스	외과	67
합 계				1,215

그런데 이들 유형을 재분류해보면 의료서비스 분쟁, 상조회사 탈퇴시 환급금 또는 상조서비스, 이동통신회사의 개인정보 유출 문제, 항공여객운송서비스가 주류를 이루고 있다. 이 가운데 가장 많은 조정신청사건은 의료서비스 분쟁인데, 대부분이 의료과오에 의한 손해배상분쟁 사건이다. 소비자분쟁조정위원회는 2014년 접수된 의료분쟁 조정신청 사건 806건 중 총 660건을 조정, 이중 405건(61.4%)은 의사 과실로 인정해 환자에게 배상 또는 환급할 것을 결정하였다.²⁾ 이 가운데 의료분쟁 조정결정 후 당사자로부터 수락 여부를 통보받아 종결된 360건 중 251건이 성립돼 성립율은 69.7%에 이르렀다. 의료과실이 인정된 405건의 의료기관 종류를 보면 '상급종합병원'과 '의원'이 각각 122건(30.1%)으로 가장 많았고, '종합병원' 84건(20.7%), '병원' 72건(17.8%) 등의 순이었다. 또한 진료 과목별로는 △'정형외과' 20.3%(82건) △'내과' 17.8%(72건) △'치과' 12.3%(50건) △'신경외과' 11.9%(48건) 등의 순이었다. 진료 단계별로는 '수술·시술' 과정 관련 분쟁이 52.8%(214건)로 가장 많았고, '진단·검사' 22.2%(90건), '치료·처치' 17.8%(72건) 등이 뒤를 이었다. 의료사고 유형은 '부작용·악화'가 61.5%(249건)로 가장 많았다. 치료나 수술 후 회복이 어려워 '사망'한 경우 14.3%(58건), '장애 발생' 10.6%(43건) 등이었다.

의료과오는 법원에서조차 다루기 힘든 사건임에도 소비자분쟁조정위원회에서의 조정 성립률

2) <http://www.ewestoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=362110>(이뉴스투데이 기사, '한국소비자원, 의료분쟁 조정결정 10건 중 7건 조정성립' 참조)

이 70% 가까이 이르렀다는 점은 높이 평가할만하다. 다만 가장 높은 배상이 결정된 것이 3억 1,700만원에 이른 사건도 있지만 대부분 조정이 성립된 것은 금액이 적은 단위인 점이 아쉽다. 위원회에서 배상 또는 환급하도록 결정한 405건의 총 배상액은 36억2000만원으로 건당 평균 조정액은 약 895만원이다. 조정사건 전체를 살펴본 바, 금액이 큰 경우에는 조정이 성립되지 않고 있는 점이 눈에 띈다.

(2) 집단분쟁조정사건의 증가

2006년 소비자기본법의 개정을 통해 집단분쟁조정제도가 도입된 이래 매년 중요한 집단분쟁조정사건이 있어 왔다. 집단분쟁조정은 소비자의 피해가 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형으로 발생하는 경우로서(법 제68조 제1항), 「1. 물품 등으로 인한 피해가 같거나 비슷한 유형으로 발생한 소비자 중 소비자의 수가 50명 이상일 것, 2. 사건의 중요한 쟁점이 사실상 또는 법률상 공통될 것」을 신청 대상으로 한다(법시행령 제56조).

< 연도별 집단분쟁조정 신청현황 >3)

(단위: 건, 명)

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
접수건수	15	15	10	10	10
접수소비자수	2,483	2,366	1,087	1,217	782

매년 집단분쟁조정신청사건 가운데 주된 내용으로는 개인정보 유출에 따른 피해, 아파트 등 공동주택 하자 사례, 온라인쇼핑몰 사기판매 등이 많았는데, 2014년에도 역시 개인정보 유출과 아파트 등 공동주택 하자 사례가 있었다.

< 연도별 품목별 신청현황 >4)

(단위: 건)

구 분	공동주택	운송서비스	문화오락서비스	정보통신기기	정보통신서비스	차량 및 승용물	보건 위생용품	기타	합계
2010년	11	-	2	1	-	-	-	1	15
2011년	11	-	1	1	-	1	1	-	15
2012년	6	1	-	2	-	-	1	-	10
2013년	3	2	2	-	-	-	-	3	10
2014년	1	3	1	-	2	1	-	2	10
계	32	6	6	4	2	2	2	6	60

여기에 2014년에 주목할만한 사건으로는 '아파트 과장 광고', '항공기 결항 및 지연'과 '문

3) http://www.kca.go.kr/brd/m_32/view.do?seq=1747&multi_itm_seq=0(한국소비자원 2015년 2월 4일자 보도자료 참조)

4) 상계 보도자료 참조.

화 공연'에 대한 것이 있었다.

먼저 아파트 과장 광고 사건은, 신규 분양자 85명이 "기존 계약금 납입액을 10%에서 5%로 낮추고 중도금 전액을 무이자 대출을 해주며 발코니 확장 및 시스템 에어컨도 무상 설치해줌으로써 5천만 원 이상의 혜택을 볼 수 있는 잔여세대 특별 분양 혜택"이라는 플랜카드 광고와 상담원의 설명을 듣고 분양계약을 체결한 데에서 비롯된 것이다. 그런데 기존 일반 분양자들에게도 동일한 혜택이 제공되었음이 확인되었고, 나아가 쓰레기 자동이송설비도 분양가격에는 200만 원 이상이 반영되어 있음에도 관할 행정관청의 사용중지 조치로 사용을 못하게 되었기 때문에, 광고된 특별 분양 혜택 상당의 보상 및 쓰레기 자동이송설비의 분양가격 반영 상당액의 환급을 요구한 것이다. 이에 대하여 소비자분쟁조정위원회에서는 피신청인인 시공회사가 발코니 확장비용과 시스템에어컨 시공비용의 아파트 분양가격 포함 여부를 판단할 수 있는 자료를 제출하지 않아 이들 비용에 상당하는 금원의 지급을 신청인들에게 지급할 것을 권고하였으나 피신청인이 거절하였다. 또한 쓰레기 자동이송설비의 개선을 권고하였으나, 피신청인은 자신들은 설계대로 시공하여 준공까지 받은 상태여서 책임이 없는 상태라며 거절하였다.⁵⁾

한편 '문화공연'에 대한 집단분쟁조정사건은 다음과 같다. 신청인들(49명)은 2014. 7.경 피신청인2가 운영하는 사이버몰을 통하여 피신청인1이 주관하는 콘서트 좌석 티켓을 대금 121,000원에 구입하였는데, 공연 당일 R석 12구역 일부 좌석이 예매 당시 사이버몰에 공지한 좌석 배치도와 달리 S석 위치에 배치되었는데, 피신청인들에게 티켓 구입가 상당의 손해배상을 요구하며 한국소비자원에 피해구제를 신청한 사건이다. 이에 대하여 소비자분쟁조정위원회는 물품 등으로 인한 피해가 같거나 비슷한 유형으로 발생한 소비자의 수가 50명 이상에 해당되지 아니하므로 집단분쟁조정 절차를 개시하지 아니하되, 피신청인들은 신청인들에게 차액분을 지급하도록 결정하였지만,⁶⁾ 양 당사자가 조정안을 받아들이지 않은 것으로 알려지고 있다.

마지막으로 항공기 이용 관련 소비자피해는 해외여행 수요가 증가하면서 최근 급증한 소비자피해 유형이다. 한국소비자원의 분석에 따르면, 2010년~2012년 접수된 항공서비스 관련 소비자피해는, 2010년 141건, 2011년 254건, 2012년 396건으로 매년 평균 약 70%씩 증가한 것으로 나타났다.⁷⁾ 항공사명 확인이 가능한 320건을 분석한 결과, 외국계 항공사 관련 피해가 55% (176건), 국내 항공사 45%(144건)로 나타났다. 또한 국내 항공사 관련 소비자피해는 저가 항공사 59.7%(86건), 대형 항공사 40.3%(58건)로 저가 항공사 소비자피해가 상대적으로 많았다. 이들 중 대부분의 불만은 항공권 구입 취소시 위약금 과다나 환급 거절에 대한 것과 운행 지연에 대한 피해 배상에 대한 것이었는데 특히 2014년에는 운행지연에 대한 주목할만한 조정사건이 있었다. 이에 대해서는 후술하겠다.

2. 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 대한 분쟁조정 신청 사례 분석

전자거래가 활성화되고 전자문서·거래분쟁조정위원회(이하 '전자거래분쟁조정위'로 약칭

5) 소비자분쟁조정위원회 2014-집단1

6) 소비자분쟁조정위원회 2014-집단9

7)

http://www.kca.go.kr/brd/m_4/view.do?seq=372&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=9(한국소비자원 홈페이지 참조. 최종방문 2015년 2월 23일)

함)의 조정도 민사소송법상 재판상 화해와 동일한 효력을 가진데 기인하여 전자거래분쟁조정위에 대한 상담 및 조정신청사건도 계속하여 증가해 왔다. 2014년 상반기 전자거래분쟁조정사례 분석 결과, '재화' 관련 분쟁신청은 전년 같은 기간 대비 12.6% 증가하였다.

< 전자거래 분쟁상담 및 조정신청현황>8)

구 분	'13년 상반기(A)	'14년 상반기(B)	전년동기대비증감률(B/A)
○ 분쟁상담 신청(건)	26,392	23,140	△12.3%
○ 분쟁조정 신청(건)	4,006	2,044	△49.0%
- 재 화	1,552	1,747	12.6%
- 서비스	2,454	297	△87.9%

이에 반하여 전자거래로 인한 '서비스'에 대한 분쟁신청은 87.9% 감소한 것으로 나타났는데, 분쟁조정신청이 감소된 주된 원인은 음원·영상물, 온라인 게임 등과 같은 '서비스' 분야가 큰 폭으로 감소(△87.9%)한 것에 기인한다. 그 이유는 전화결제산업협회(휴대폰 소액결제)와 콘텐츠분쟁조정위원회(게임 등) 등 서비스분쟁조정전문기관으로 서비스 분쟁신청이 집중된 데 따른 것으로 분석된다고 하였다.

피해 금액별로는 10만 원에서 50만 원 미만(777건) 분쟁이 38.0%, 1만 원 이상 5만 원 미만(557건) 27.3%, 5만 원 이상 10만 원 미만(402건) 19.7% 순으로 나타났는데, 큰 금액 사건이 많은 소비자분쟁조정위원회와 달리 소액이 대부분이다.

<2014년 상반기 피해금액별 분쟁현황>9)

(단위 : 건, %)

구 분	2013년 상반기(A)		2014년 상반기(B)		증감율(B/A)
		구성비		구성비	
1만원 이하	124	3.1	102	5.0	△17.7
1만원 ~ 5만원 미만	1,794	44.8	557	27.3	△69.0
5만원 ~ 10만원 미만	738	18.4	402	19.7	△45.5
10만원 ~ 50만원 미만	1,175	29.3	777	38.0	△33.9
50만원 ~ 100만원 미만	105	2.6	143	2.6	17.3
100만원 ~ 500만원 미만	68	1.7	54	7.0	△36.2
500만원 이상	2	0.1	9	0.4	350.0
합 계	4,006	100.0	2,044	100.0	△49.0

거래 형태에 따른 업체별 분쟁은 일반쇼핑몰(720건) 35.2%, 오픈마켓(315건) 15.4%, 카페/블로그(302건) 14.8%, 종합쇼핑몰(168건) 8.2%, 해외구매대행(136) 6.7% 순으로 나타났다. 이 가운데 최근 언론에도 보도가 되고 있는 바와 같이 가장 문제가 되고 있는 사건이 해외구매대행 사건이라고 할 수 있다.

8) http://www.ecmc.or.kr/board/list.it?c=cate01_04(정보통신산업진흥원 2014년 8월 4일자 보도자료 참조)

9) 상계 보도자료 참조

<2014년 상반기 업체별 분쟁현황>¹⁰⁾

(단위 : 건, %)

구 분	2013년 상반기(A)		2014년 상반기(B)		증감율 (B/A)
		구성비		구성비	
일반쇼핑몰	657	16.4	720	35.2	9.6
오픈마켓	239	6.0	315	15.4	31.8
카페/블로그 등	382	9.5	302	14.8	20.9
종합쇼핑몰	35	0.9	168	8.2	380.5
해외구매대행	98	2.4	136	6.7	38.8
모바일 웹	162	4.0	129	6.3	△20.4
P2P/웹하드	1,862	46.5	111	5.4	△94.0
소셜커머스	75	1.9	49	2.4	△34.7
온라인게임(모바일포함)	446	11.1	42	2.1	△90.6
기타(온라인광고 등)	50	1.3	72	3.5	44.0
합 계	4,006	100.0	2,044	100.0	△49.0

Ⅲ. 2014년 중요 조정사건의 분석

1. 항공기 운행 지연 사건에 대한 조정의 성과

(1) 사건 개요

여행이나 출장 등으로 비행기를 이용할 경우 종종 기상조건 등으로 인해 비행기가 연착되는 경우를 경험할 수 있다. 몇 시간씩 연착되는데도 항공회사의 대처가 불충분한 경우에는 승객의 감정도 많이 상하고 중요한 일정에 차질을 빚기도 한다. 그렇지만 항공기는 안전이 중요하기 때문에 지연을 수반할 수밖에 없고 승객들은 보통 지연되어도 어쩔 수 없다고 생각하기 마련이다. 그러나 날씨나 전란, 테러 등 항공사로서도 불가피한 경우에는 소비자가 책임을 부담할 수밖에 없지만 정비 실수 등으로 인한 지연에서도 승객들이 모두 책임을 부담하는 것은 부당하다고 할 수 있다. 따라서 정비 실수 등 항공사의 사정으로 인한 지연에 대해서 소비자가 항공사에게 손해배상을 청구할 수 있는가가 문제될 수 있다.

이와 관련하여 2014년에 매우 중요한 조정이 이루어졌는데 사건 개요를 보면 다음과 같다. 2013년 8월 17일부터 21일 필리핀 민간항공국으로부터 유압시스템 결함, 연료 연결장치 뚜껑 유실 등 안전규정 위반을 이유로 제스트항공의 운항이 금지됨에 따라, 필리핀 현지에서 발이 묶여 최대 89시간씩 귀국이 지연되는 등의 피해를 입은 소비자 116명이 에어아시아 제스트(주)를 상대로 소비자분쟁조정위원회에 집단분쟁조정을 신청하였다. 이에 소비자보호위원회는 안전규정 위반에 따라 운항이 중단되었음이 명백한 만큼 승객들의 귀국 지연 등 피해에 대한 항공사의 책임을 인정하여, 항공사는 소비자들에게 운송지연 시간별로 최소 USD 200에서 최대 USD 700을 지급하고, 귀국항공권을 별도로 구입한 경우에는 그 비용까

10) 상계 보도자료 참조

지 지급하도록 결정하였다. 그리고 조정이 성립되어, 2015년 1월 19일 에어아시아제스트(주)가 피해 소비자들에게 총 71,354,000원의 배상금을 지급한 것이다.

(2) 관련 법규정

국내 항공사들은 모두 여객 운송 약관을 가지고 있는데, 이 약관들에서는 모두 스케줄을 임의로 변경할 수 있다고 하고 있다. 에어아시아 약관 제9조에서도 「스케줄: 당사는 귀하와 귀하의 수하물을 운송함에 있어 지연이 없도록 최선을 다할 것입니다. 당사는 여행 일자에 효력을 가지는 공표된 스케줄을 지키기 위해 노력할 것입니다. 그러나 시간표, 스케줄 또는 다른 곳에 제시된 시간들은 언제든지 변경될 수 있으며, 그러한 변경으로 인해 발생하는 손해에 대해서는 당사는 아무런 책임이 없습니다.」라고 규정하고 있다.¹¹⁾ 그런데 이러한 약관은 항공사가 일방적으로 제시하는 약관에 지나지 않기 때문에, 따라서 위의 약관 조항이 계약으로 유효한 것인지, 적용범위는 어디까지인지 여부는 개별 사안에 따라 판단할 수밖에 없다.¹²⁾

그런데 상법 제907조에서는 연착에 대한 책임을 규정하고 있다. 즉 「① 운송인은 여객의 연착으로 인한 손해에 대하여 책임을 진다. 다만, 운송인이 자신과 그 사용인 및 대리인이 손해를 방지하기 위하여 합리적으로 요구되는 모든 조치를 하였다는 것 또는 그 조치를 하는 것이 불가능하였다는 것을 증명한 경우에는 그 책임을 면한다. ② 제1항에 따른 운송인의 책임은 여객 1명당 4천694 계산단위의 금액을 한도로 한다. 다만, 여객과의 운송계약상 그 출발지, 도착지 및 중간 착륙지가 대한민국 영토 내에 있는 운송의 경우에는 여객 1명당 1천 계산단위의 금액을 한도로 한다. ③ 제2항은 운송인 또는 그 사용인이나 대리인의 고의 또는 연착이 생길 염려가 있음을 인식하면서 무모하게 한 작위 또는 부작위에 의하여 손해가 발생한 것이 증명된 경우에는 적용하지 아니한다.」고 규정하고 있다.

이 규정은 '국제항공운송에 있어서의 일부 규칙 통일에 관한 협약'(몬트리올 협약)¹³⁾을 반영한 것인데 이 몬트리올 협약 제19조에서는 「운송인은 승객·수하물 또는 화물의 항공운송 중 지연으로 인한 손해에 대한 책임을 진다. 그럼에도 불구하고, 운송인은 본인·그의 고용인 또는 대리인이 손해를 피하기 위하여 합리적으로 요구되는 모든 조치를 다하였거나 또는 그러한 조치를 취할 수 없었다는 것을 증명한 경우에는 책임을 지지 아니한다.」고 규정하고 있다.

공정거래위원회 고시 '소비자분쟁해결기준'에서는 사업자의 고의·과실로 인한 운송지연에 있어서, ① 2시간 이상~4시간 이내 운송지연 : 지연된 해당구간 운임의 10% 배상, ② 4시간 이상~12시간 이내 운송지연 : 지연된 해당구간 운임의 20% 배상, ③ 12시간 초과 운송지연 : 지연된 해당구간 운임의 30% 배상으로 규정하고 있다. 그러나 기상 상태, 공항 사정, 항공기 접속 관계, 안전 운항을 위한 예상하지 않은 정비 등 불가항력적인 이유로 인한 운송 지

11) <http://www.airasia.com/kr/ko/about-us/terms-and-conditions-pq.page>

12) 항공사의 손해배상책임의 근거에 대해서는 소재선·이창규, "항공운송인의 손해배상책임 원인에 관한 법적 고찰-여객 손해배상책임을 중심으로", 항공우주정책·법학회지 제28권 제2호, 2013, 3면 이하 참조.

13) 현행 상법상 여객의 사상 및 연착 손해에 대한 규정은 기존의 바르샤바 협약 체제를 현대화한 몬트리올 협약의 내용을 반영한 것이다(김두환, 「최신 국제항공법학론」, 한국학술정보, 2005, 288면). 몬트리올 협약에 규정된 여객의 사상 및 연착 손해에 대한 규정의 내용은 상법의 항공운송편 규정과 거의 동일하다(김종복, "상법 항공운송편 제정의 필요성과 방향에 관한 고찰", 법학연구 제11집 제1호, 인하대학교 법학연구소, 2008, 238면).

연은 항공사의 책임이 없다.

위 규정에 따르면 결국 날씨에 따른 지연은 항공사가 면책되는 것이 일반적이다. 그러나 기체 고장의 경우에는 항공사의 책임이 문제될 수 있는데, 순수한 정비 실수라면 책임은 면치 못하지만 기체에 결함이 있는 경우에는 그에 따라 항공사가 미리 조치를 취할 수 있었는가 아니면 예상하지 못한 불가항력적인 것이었는가 여부가 쟁점이 된다.

(3) 관련 판례

항공기 지연으로 인한 손해배상 인정여부가 문제된 2개의 하급심 판결을 살펴보면 다음과 같다.

1) 국제선 항공기 엔진고장으로 인한 회항에 따른 15시간 지연 사건

먼저 첫 번째 사건은 확정된 운행 일정에 따라 이륙하였던 항공기가 엔진 고장으로 회항함으로써 운항 스케줄이 당초 예정보다 15시간 늦어졌는데, 항공사가 운송인으로서 손해 방지에 필요한 모든 조치를 취하였다고 인정되어 승객들에 대하여 연착으로 인한 손해배상 책임을 지지 않는다고 한 사건이다.¹⁴⁾ 원고들은 2007. 1. 22. 말레이시아 코타키나발루를 출발하여 대한민국 서울에 도착할 예정인 피고 소속 항공기에 탑승을 시작하였고, 항공기는 이륙하였으나 엔진 이상으로 인하여 코타키나발루 국제공항으로 회항하였다. 그리고 원고들은 피고로부터 제공받은 대체 항공기를 이용하여 코타키나발루 국제공항을 출발하여 계획보다 하루 늦게 인천 국제공항에 도착하였다. 이에 원고들은 정신적 손해에 대한 배상을 요구한 것이다.

이에 대해 법원은 3가지 관점에서 다음과 같이 판단하였다.

첫째, 적용법률과 관련하여서는 종래의 판례¹⁵⁾와 마찬가지로, “우리나라에서의 국제항공운송에 관한 법률관계에 대하여는 1955년 헤이그에서 개정된 ‘국제항공운송에 있어서의 일부 규칙의 통일에 관한 협약(이하 ‘개정 바르샤바 협약’이라고 한다)’¹⁶⁾이 일반법인 민법이나 상법에 우선하여 적용된다”고 하였다.

둘째, 연착에 대해서, “항공기의 운항 스케줄이 사전에 변경된 것이 아니라 확정된 항공기의 운항 스케줄에 따라 이륙하였던 이 사건 항공기가 다시 코타키나발루 국제공항으로 회항함으로써 운항 스케줄이 당초 예정보다 15시간이나 늦어진 경우에는 특별한 사정이 없는 한, 개정 바르샤바 협약 제19조(운송인은 승객, 수하물 또는 화물의 항공 운송에 있어서의 연착으로부터 발생하는 손해에 대하여 책임을 진다)에 규정된 연착에 해당한다고 봄이 상당하다”고 하였다.

셋째, 운송인이 손해 방지에 필요한 모든 조치를 취하였다고 인정되어 개정 바르샤바 협약 제20조에 따라 그 책임이 면제되는지 여부에 대하여 법원은 다음과 같이 판단하였다. 즉 “정신적 손해배상의 청구가 허용된다고 하더라도, 뒤에서 보는 바와 같이 이 사건 사고는

14) 대전지방법원 2009. 6. 26. 선고 2007가합3098 판결

15) 대법원 1986. 7. 22. 선고 82다카1372 판결, 대법원 2006. 4. 28. 선고 2005다30184 판결 등 참조

16) 바르샤바협약은 국제운송에 있어서 사법적 법률관계를 규율하는 최초의 협약이다. 바르샤바협약 제19조와 제20조 제1항은 여객의 연착에 대한 손해에 대하여 항공운송인의 과실 추정 책임에 대하여 규정하고 있다(김종복, “국제협약의 적용과 여객운송인의 책임을 중심으로”, 상사판례연구 제23집(1), 서울지방변호사회, 2009, 393면).

엔진 부품의 설계상 결함으로 인하여 발생한 사고로 항공운송인인 피고의 정상적인 정비 활동 등에 의하여 사전에 방지될 수 있는 성질의 것이 아닐 뿐만 아니라, 피고는 손해의 방지에 필요한 모든 조치를 취하였다고 할 것¹⁷⁾이므로 피고에게 그 책임을 물을 수 없다.”고 하였다.

2) 국내선 출발 당일 여객기의 운항이 취소됨에 따라 운항이 2시간 30분 지연된 사건

이 사건에서는 전문 정비팀으로부터 점검수리 중인 여객기가 완전히 수리되었다는 통보도 받지 못한 상태에서 정상 운항을 전제로 대체기 등을 미리 준비하지 않은 결과 출발 당일 여객기의 운항이 취소됨에 따라 운항이 지연된 데에 대한 항공사의 불법행위책임을 인정하여 1인당 10만원씩의 손해배상책임을 인정한 사건이다.¹⁸⁾

원고들은 제주도에서 열리는 합숙세미나에 참석하기 위하여 왕복 국내여객항공권을 금 70,400원에 각 매입한 후 1996. 10. 19. 이 사건 여객기에 탑승하기 위하여 원고들을 포함하여 탑승예정승객 261명과 함께 탑승절차를 밟고 있었다. 그런데 피고 회사의 정비본부는 같은 날 10:20경 이 사건 여객기의 레프트 랜딩기어 브레이크에 이상이 있어 안전운항을 위한 추가점검이 필요하다는 이유로 종합통제실에 이 사건 여객기의 운항 취소를 요구하였고 종합통제실은 운항스케줄통제규정에 따라 이 사건 여객기의 운항을 취소하고 대체기를 투입하기로 결정하였다. 그런데 탑승 가능 인원이 292석인 이 사건 여객기 대신에 탑승 가능 인원이 109석인 비행기로 우선 대체하여 일부 탑승시켜 출발시킨 다음 원고들을 비롯한 또 다른 승객들을 합하여 승객 374명을 다른 항공기에 출발시킴으로써 원고들은 예정시각보다 2시간 25분이 지연된 상태에서 도착하였고, 이로 인하여 위 세미나 일정 중 1996. 10. 19.자 행사 일부가 변경되고 취소되었다. 문제는 피고 회사가 이 사건 여객기가 브레이크시스템의 이상으로 인하여 전날부터 계속 정비 중에 있음을 알면서도 사고 당일 위 여객기가 정상적으로 운항할 수 있음을 전제로 대체기도 마련하지 않은 상태에서 예정된 시각에 위 여객기가 출발하는 것처럼 원고들을 비롯한 탑승객의 탑승절차를 밟고 있었다는 점이다.

이 사건에서 법원은 “이 사건 여객기에 위 여객기의 제작사에서도 예견하지 못한 부품의 이상으로 인하여 브레이크시스템에 고장이 발생하였고 위와 같은 고장을 단기간 내에 전문 정비팀이 발견하지 못하고 따라서 완전하게 수리되지 않은 위 여객기를 운항에 투입하지 아니하고 취소한 점에 대하여는 피고 회사에게 어떠한 잘못이 있다고는 보여지지 아니하다”고 하여 취소된 점에 대해서는 손해배상책임을 인정하지 않았다.

그러나 “전날부터 브레이크시스템에 이상이 있어 계속 점검수리 중에 있던 위 여객기에 대하여 전문정비팀으로부터 고장이 완전히 수리되어 운항에 투입할 수 있다는 통보도 받지 못한 상태에 있었으므로 위 사고 당일 위 여객기가 정상적으로 운항할 수 없는 만약의 경우도 예상하여 위 여객기에 탑승할 예정인 승객을 모두 탑승시킬 수 있는 대체기를 예비적으

17) 이 사건 사고는 설계상의 결함으로 인한 것으로 전례가 없고, 피고가 정비·점검을 완벽하게 수행하였어도 방지할 수 없는 사고로서 피고의 실질적 통제를 벗어난 영역에서 발생한 것으로 보이는 점. 이 사건 사고 발생 후에도 피고는 말레이시아 출입국관리소와의 협의 및 신속한 호텔 섭외 등으로 승객들의 불편을 최소화하기 위해 최선의 노력을 다한 점, 코타키나발루 국제공항에 즉시 이 사건 항공기를 대체할 항공기가 없었던 관계로 인천공항에 있던 항공기가 대체항공편으로 투입되었는데, 당초 이 사건 항공기가 이륙하였던 시간으로부터 13시간 30분 정도밖에 경과하지 않은 14:00경 대체 항공기가 코타키나발루 공항에 도착한 점이 고려되었다.

18) 서울지방법원 1998. 1. 16. 선고 96가단27141 판결

로 준비하고 사전에 예정탑승객에게 이를 고지하는 등 되도록 운항지연을 방지하고 부득이 운항이 지연되어도 그 지연시간을 줄이려는 노력을 기울일 의무가 있음에도 불구하고, 만연히 위 여객기가 정상적으로 운항할 수 있음을 전제로 대체기도 마련하지 않은 상태에서 예정된 시각에 위 여객기가 출발할 수 있는 것처럼 원고들을 비롯한 탑승객의 탑승절차를 밟고 있다가 뒤늦게 위 여객기의 운항취소를 통보받고는 그 때서야 비로소 탑승가능인원이 위 여객기의 탑승 예정 인원내 훨씬 못미치는 대체기를 준비하는 등”의 점에서 고의 또는 중과실로 인한 불법행위책임을 인정하였다.

한편 손해배상과 관련하여, 피고 회사는 손해의 범위가, 원고들과 피고 회사 사이의 운송계약에 적용되는 국내여객운송약관 및 재정경제원에서 고시한 소비자피해보상규정에 따라 원고 1인당 운임의 20%에 해당하는 금 7,040원씩으로 제한되어야 한다고 항변하였다. 그러나 법원은 “국내여객운송약관 및 재정경제원에서 고시한 소비자피해보상규정은 원칙적으로 원고들과 피고 회사 사이에 체결된 운송계약에 한하여 적용될 뿐 원고들이 구하는 불법행위에 기한 손해배상책임에도 이를 적용하여야 한다고 볼 수 없다”고 하여 원고들에게 각 금 100,000원씩의 배상책임을 인정하였다.

(4) 비교법적 검토

몬트리올 협약은 1999년 5월에 채택되고 2003년 11월에 발표되었지만, 유럽연합(EU)에서는 이에 대응한 항공사법에 관한 중요한 규칙을 제정·적용해 오고 있다. 이 중 장시간 지연에 관한 규정은 'Regulation(EC) 261/2004'이다. 이 가운데 지연에 대해서는 제6조에서 규정하고 있는데 그 내용을 보면, (a) 1,500킬로미터 이하의 비행의 경우는 2시간 이상, 1,500킬로미터 이상의 전 지역 내의 비행의 경우와 1,500킬로미터 이상 3,500킬로미터 사이의 다른 모든 비행의 경우는 3시간 이상, (c) (a) 및 (b)를 제외한 모든 비행의 경우는 4시간 이상을 지연으로 본다. 이 경우, 항공사는 여러 가지 지원을 해야 하는데, 지원방법으로는 (a) 만약 그 항공편이 당초의 여행목적의 달성이 도움이 되지 않는 경우에는 미 실시 여행 부분과 이미 실시한 여행 부분의 항공편의 티켓 구입금액 전액의 지급과 함께 가장 빠른 방법으로 최초의 출발점으로 돌아갈 항공편, (b) 운항방법을 비교할 수 있도록 한 후, 가장 빠른 방법으로 최종목적지에 도달하기 위한 다른 루트의 설정 등을 제공하여야 하고, 여기에 (a) 기다리는 시간에 대한 식사와 음료수, (b) 일박 또는 그 이상의 숙박이 필요한 경우 또는 승객이 의도한 것에 추가하여 숙박이 필요하게 된 경우의 호텔 제공, 비행장과 호텔 사이의 교통수단, 무료의 2회의 전화, 인터넷 제공 등이 규정되어 있다.

이 규정(Regulation)은 항공업계에 큰 부담으로 되기 때문에, 항공업계에서는 이 규정(Regulation)의 입법단계부터 비난의 목소리를 높여 왔는데, 마침내 발효되자 이 규정(Regulation)은 무효라고 유럽사법재판소(ECJ)에 사법심사절차에 기하여 소를 제기하였다. 이 사건은 대법정에서 심리되었는데, 2005년 9월 청구기각으로 판단하였다.¹⁹⁾ 여러 가지 중요한 쟁점들이 있지만 특히 지연에 관하여 다음과 같이 판단한 점이 주목된다.²⁰⁾

19) IATA(the International Air Transport Association) and ELFAA(the European Low Fares Airline Association) vs the Department for Transport, Case C-344/04, [2006] E.C.R. I-403. (이 판결에 대한 자세한 분석은 Kieran St. Clair Bradley, Case C-344/04, The Queen ex parte International Air Transport Association, European Low Fares Airline Association v. Department for Transport, judgment of the Court (Grand Chamber) of 10 January 2006., C.M.L. Rev. 2006, 43(4), 1101-1124. 참조.)

지연에 관한 규정(Regulation) 제6조에서는 대처할 수 없는 특별한 사정(extraordinary circumstances)의 경우에는 면책되도록 하는 조항이 없기 때문에 특별한 사정이 있어도 운송인은 소정의 원조를 해야만 하는 것으로 된다. 그런데 몬트리올조약에서는 특별한 사정이 있는 경우의 면책조항이 명기되어 있기 때문에 본 규정(Regulation)에서 특별한 사정의 면책조항을 배제한 것은 몬트리올조약에 반한다고 원고들은 주장하였다. 이에 대하여 ECJ는 이 규정(Regulation)과 몬트리올조약은 상반하는 것이 아니라 양자는 보완관계에 있다고 하면서 다음과 같이 설명하였다.

지연은 2종류의 손해를 발생시킨다. 첫째는 불편과 고통이라는 형태를 입는 손해이다. 이것은 모든 승객에게 공통된 것으로서 식사, 숙박, 전화라는 표준화된 방법으로 구제된다. 제6조의 입법취지는 여기에 있다고 하였다.

두 번째의 손해는 승객마다 발생하는 결과적 손해로서 발생한 손해를 금전적으로 평가하여 산출된 것이다. 몬트리올협약이 적용되는 것이 이것이다. ECJ는 지연으로부터 발생하는 영향을 시간의 흐름에서 고찰하여 규정(Regulation)은 현장에서 지원을 제공하고 한편으로 몬트리올조약은 개개인의 상황이나 여행계획의 결과로서 발생하는 장기간의 손해를 취급하는 것으로 생각한다. 이상으로부터 양자의 손해는 종류가 다르지만 함께 보완하는 관계에 있기 때문에 양자는 병존하는 것이 가능하고 상반하는 것은 아니라는 것이다.

한편 원고들은 이 규정(Regulation)이 실시되어도 비행기의 지연을 감소시킨다는 목적을 달성할 수 없을 뿐만 아니라 항공운송인에게 큰 경제적 부담으로 되기 때문에 비례원칙에 반한다고 주장하였다. 그리고 승객이 지급하는 운임의 수배의 액을 보상금으로 지급하여야 하므로 이것은 매우 불공평하고 이러한 승객의 손해는 보험으로 커버되어야 한다고 하였다. 이에 대하여 ECJ는, 보상내용은 지연의 길이와 운항 길이에 따라 고정액으로 환산한 것이고, 부적절함이 보이지 않고, 또한 여행보험에서는 그런 경우의 상황에 대응할 수 없을 뿐만 아니라, 운임과의 비교는 경제적 손실의 가설적 숫자로서 손해의 결과와는 하등의 관련성도 없다고 하며 원고의 주장을 배척하였다.

(5) 평가

그동안 비행기 지연에 의한 배상책임과 관련한 대법원 판결이 나오지 않아 우리 법원이 어떤 기준에 따라 판단을 하고 있는지 명확하게 알기는 어렵다. 그렇지만 두 개의 하급심 판결로 볼 때, 출발 전에 정비 활동에 의하여 사전에 알지 못하였는지 아니면 알고서도 대체기 등을 마련하지 않고 정비하면서 만연히 탑승절차를 진행하였는지에 따라 배상여부를 달리 판단하고 있는 것으로 보인다. 그리고 국제선의 경우 대체기 마련에 시간이 걸리더라도 부득이한 경우로 본 데 반하여 국내선의 경우 대체기 마련이 용이한 것으로 본 점도 고려하지 않았나 생각된다. 그런데 문제는 양 판결 모두 기체의 결함에 대해서는 과실을 인정하지 않았는데, 과연 엔진 부품의 설계상 결함과 같은 것이 항공사의 손해배상이 면제되는 미리 조치를 취할 수 없는 예상하지 못한 불가항력적인 것이었는가 하는 의문이 든다.

비행기 지연 또는 연착은 바르샤바 조약 시대부터 항공사가 원칙적으로 책임진다는 과실 추정주의가 취해져 왔다. 그리고 몬트리올을 협약에서도 과실 추정주의가 유지되고 있다. 동 조약에 따르면 항공사가 책임을 면할 수 있는 경우로는 합리적으로 요구되는 모든 조치를 취하였음을 증명하거나 그 조치를 취할 수 없었다는 것을 증명할 수 있는 경우이어야 한다.

20) Id., see paras 80, 81

그런데 과연 출발 후에 발견된 것과 출발 전에 발견된 경우, 즉 시점의 차이로 인하여 어떤 기술적 증명 없이 과실에서 달리 평가하기는 어렵다. 출발한 후에 결함이 발견되어 회항할 정도라면 정비 중 이것을 발견해 냈어야 하고 그 점만 가지고 과실이 추정되지 않는다고는 볼 수 없을 것이다. 'Regulation(EC) 261/2004'이 면책조항을 배제한 것도 이러한 점에서 비롯된 것이 아닌가 생각된다.

이러한 점에서 소비자분쟁조정위원회의 2014년 비행기 지연과 관련한 결정의 내용들은 매우 중요한 의미를 갖는다. 최근 비행기지연에 따른 손해배상을 요구하는 분쟁조정신청사건이 많아졌는데, 물론 앞에서 소개한 제스트항공 사건의 경우에는 결함이 있음에도 이를 시정하지 않아 필리핀항공으로 운항금지를 받았기 때문에 불가항력이라고 보기는 어려울 것이다. 그렇지만 다른 일련의 사건들에서는 기존의 하급심 판결에 비추어 볼 때 불가항력이라고 볼 수도 있는 애매한 경우들도 있었다. 어느 한 사건에서는 항공회사가 항공기의 출발 전 점검 과정에서 예기치 못하게 엔진 연료 공급이 차단되는 현상이 발생되었고 부품의 공수가 필요하였던 관계로 부득이하게 결항될 수밖에 없었다며 이는 예견하지 못한 정비 등 불가항력적인 사유로 인한 것이라고 주장하였다. 또한 지연 당일 신청인들에게 숙박 및 식사를 제공하였으므로 신청인의 요구를 수용할 수 없다고 하였다. 그러나 소비자분쟁조정위원회는 피신청인의 이러한 주장만으로는 이 사건 항공기의 지연이 설계상의 결함에 기인하였거나 피신청인이 정비 및 점검을 완벽하게 수행하였어도 방지할 수 없는 사고로 피신청인의 실질적 통제를 벗어난 영역에서 발생한 불가항력적인 사유에 의한 것으로 보기 어렵다고 하였다. 그리고, 「몬트리올협약」 제19조에 의거 피신청인이 신청인 및 다른 승객들의 손해를 피하기 위해 필요한 합리적으로 요구되는 모든 조치를 다 했다고 보기 어렵다고 판단해 왔다. 이러한 판단은 비행기 운행이 일상생활화되어 있는 유럽의 최근 입법동향에도 부합하는 내용이다. 그리고 그 중 조정성립까지 이룬 사건이 있다는 점은 향후 소비자보호에 매우 중요한 선례가 될 것으로 보인다.

2. 시스템 오류로 인하여 행사물량보다 초과 물량이 결제된 사건에 대한 조정의 성과

(1) 사건 개요

A쇼핑몰과 노트북 제조회사인 B사는 “함께하는 첫 신년 맞이 반값세일”이라는 이벤트를 진행하였다. 노트북 정상가는 50만원 정도였지만 이것을 25만원에 파는 세일 행사였는데 당초 하루 5개의 수량이 계획되어 5일 동안 총 25개의 준비된 수량이 있었다. 그런데 A쇼핑몰의 해당 결제 시스템 오류로 인해 예정과는 달리 실제로는 하루만에 155명이 추가로 해당 이벤트를 통한 구매신청 및 결제를 하게 된 것이다. 이에 A쇼핑몰은 시스템 오류를 고지하고 해당 이벤트를 당일로 종료하고 총 예정수량에서 5개를 더 추가하여 30개의 공급을 이행하였고, 이후 예정된 인원보다 초과된 인원 에 대해서는 일방적으로 신용카드 결제를 취소하였다. 이에 물품을 인도받지 못한 나머지 이벤트 참가자들은 일방적인 결제취소에 항의하며 해당 계약의 이행을 요구하였다. 이 중 대부분의 소비자들에게는 A쇼핑몰 상품권 등을 제공하여 합의를 보았지만 일부 소비자들은 끝까지 노트북을 요구하며 합의에 응하지 않고 결국 전자거래분쟁조정위원회에 조정을 신청하기에 이르렀다. 그리고 결국 A쇼핑몰이 노트북에 해당하는 금액을 배상하기로 하는 조정이 성립하였다.

(2) 법적 쟁점

1) 계약의 성립 여부

인터넷 쇼핑물은 상품, 가격, 품질, 배송비용 등 계약의 조건을 제시하여 소비자로 하여금 물품을 구매토록 권유하는데 소비자는 이러한 쇼핑물의 권유에 따라 물품을 선택하여 주문을 하게 된다. 결국 물품 권유는 '청약의 유인'에 해당하고 주문이 청약에 해당하게 된다.²¹⁾ 이 때 쇼핑물은 소비자가 주문한 사실을 확인하였다는 내용의 통지를 발송한다. 이것은 승낙에 해당하고 그 승낙의 통지가 소비자에게 도달되었을 때 청약과 승낙의 합치에 의한 계약이 성립한 것으로 볼 수 있다. 따라서 소비자가 이벤트의 참가를 통해 신용카드를 통한 결제를 완료하였고 주문확인 통지를 받았다면, 원칙적으로 쇼핑물의 청약의 유인과 소비자의 청약, 또한 쇼핑물의 승낙이 있었다고 볼 수 있어 결국 계약은 성립한 것으로 볼 수 있을 것이다.

2) 계약을 해제할 수 있는지 여부

만일 쇼핑물에서 해당 광고를 고지하였을 때 해당 물품이 수량이 한정되어 있으며 결제시스템 상의 오류 등으로 인하여 고지된 수량을 초과한 구매가 이루어진 경우 해제될 수 있다는 등을 약정하였다면 이를 근거로 계약의 해제를 주장할 수 있는 여지가 없는 것은 아니다. 물론 이 경우에도 구매자에게 발생한 손해에 대해 이러한 계약이 이루어질 것이라고 신뢰함으로써 발생하였던 비용(계약이행비용, 계약체결비용, 구매시의 배송비용 등)에 대해 배상하여야 할 가능성이 있다(민법 제535조). 그러나 위 사건에서는 이러한 약정해제사유가 존재하지 않았다.

3) 계약을 취소할 수 있는지 여부

계약은 성립한 것으로 보이지만, 이 때 시스템상의 오류로 인하여 승낙이라는 의사표시의 착오가 있음을 근거로 착오로 인한 취소를 주장할 수 있는지가 문제된다. 이에 대해 민법 제 109조 제1항은 「의사표시는 법률행위의 내용의 중요부분에 착오가 있는 때에는 취소할 수 있다. 그러나 그 착오가 표의자의 중대한 과실로 인한 때에는 취소하지 못한다.」고 규정하고 있다. 즉 착오로 인한 취소가 인정되려면 법률행위의 내용의 중요부분의 착오이어야 하는데, 중요부분의 착오가 존재하기 위해서는 표의자가 그러한 착오가 없었더라면 그 의사표시를 하지 않았으리라고 생각될 정도로 중요한 것이어야 하고, 일반인도 그러한 의사표시를 하지 않았으리라고 인정될 정도로 중요한 것이어야 한다.²²⁾ 여기서 결제시스템의 오류로

21) 구재균, “전자거래에 있어서 계약의 성립에 관한 법적 검토”, 법학논총, 단국대학교 법학연구소, 제 25집, 2001, 276면; 지원림, 「가상공간에서의 거래의 계약법적 규율에 관한 연구」, 한국법제연구원, 2001, 30면 등 참조. 그 이유로서는, 만약 판매자의 상품소개를 청약으로 본다면 구매자의 상품선택에 의하여 계약이 성립되어 판매자는 목적물인도의무를 부담하고 이를 이행하지 않으면 채무불이행책임을 지게 된다. 대량거래라는 전자거래의 특성상 재고가 부족할 수도 있는데 이에 따른 책임을 판매자에게 부담시키는 것은 부당하고 고객이 변제자력이 없다는 등의 부적격 요인을 가지고 있을 수 있으므로 비록 확정적 조건의 제시가 있었다 하더라도 '청약의 유인'으로 보아야 한다고 한다.

행사물량보다 많은 물량에 대하여 반값에 판매 승낙의 의사표시를 한 것이 이러한 중요부분의 착오의 요건을 갖추는가가 문제되는데, 결국 반값에 팔렸기 때문에 문제된 것이므로 가격의 착오가 쟁점으로 될 것이다. 이에 대하여 가격의 다소 차이는 중요부분의 착오는 아니라고 보는 것이 일반적인 견해지만, 90% 이상의 가격 차이를 중요부분의 착오로 인정한 하급심 판결도 있다.²²⁾ 그렇지만 이와 같이 50%정도 대의 가격 차이가 중요부분의 착오에 해당하는지는 물품의 판매경로, 물품의 종류와 특성에 따라 개별적으로 판단되어야 할 것으로 보인다.

그런데 이 사건에서 문제는 법률행위의 내용의 중요한 착오로 인정된다고 하더라도 쇼핑물의 중대한 과실에 기인한 것이라는 데 있다. 결제시스템은 쇼핑물이 당연히 정상적으로 작동되도록 해야 함에도 불구하고 그 오류가 있다면 중대한 과실로 인정될 수 있다고 볼 수 있다.

4) '전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률'에 의해 카드결제를 취소할 수 있는지 여부

물품의 수량이 부족하여 공급이 불가능한 경우, 사업자를 위하여 '전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 약칭하여 전자상거래법이라 한다)' 제15조²⁴⁾ 제2항에서는, 「통신판매업자는 청약을 받은 재화 등을 공급하기 곤란하다는 것을 알았을 때에는 지체 없이 그 사유를 소비자에게 알리고, 선지급식 통신판매의 경우에는 소비자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하도록」 규정하고 있다. 이 규정을 근거로 위 사건에서 사업자가 카드결제를 일방적으로 취소할 수 있는지 여부가 문제될 수 있다. 규정에 따르면 사업자가 3영업일 이내에 일방적으로 취소할 수 있는 것으로도 볼 수 있지만, 그렇지 않고 청약을 받고 승낙을 하기 전에만 가능한 것으로 한정하여 해석될 수도 있다. 만약 후자로 해석된다면 앞에서 언급한 승낙의 시점이 언제인가가 중요한 쟁점으로 부각될 수 있다.

(3) 평가

위 사건에서 A쇼핑물에게는 결제시스템의 오류라는 중대한 과실이 존재하는 것은 분명하

22) 대법원 2008. 2. 1. 선고 2006다71724 판결 등 참조.

23) 서울지방법원 2002. 5. 30. 선고 2001가단324892 판결

24) 제15조(재화등의 공급 등) ① 통신판매업자는 소비자가 청약을 한 날부터 7일 이내에 재화등의 공급에 필요한 조치를 하여야 하고, 소비자가 재화등을 공급받기 전에 미리 재화등의 대금을 전부 또는 일부 지급하는 통신판매(이하 "선지급식 통신판매"라 한다)의 경우에는 소비자가 그 대금을 전부 또는 일부 지급한 날부터 3영업일 이내에 재화등의 공급을 위하여 필요한 조치를 하여야 한다. 다만, 소비자와 통신판매업자 간에 재화등의 공급시기에 관하여 따로 약정한 것이 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 통신판매업자는 청약을 받은 재화등을 공급하기 곤란하다는 것을 알았을 때에는 지체 없이 그 사유를 소비자에게 알려야 하고, 선지급식 통신판매의 경우에는 소비자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 한다.

③ 통신판매업자는 소비자가 재화등의 공급 절차 및 진행 상황을 확인할 수 있도록 적절한 조치를 하여야 한다. 이 경우 공정거래위원회는 그 조치에 필요한 사항을 정하여 고시할 수 있다.

④ 제2항에 따라 선지급식 통신판매에서 재화등의 대금을 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 하는 경우에는 제18조제1항부터 제5항까지의 규정을 준용한다.

다. 따라서 계약 성립을 전제로 한 착오로 인한 취소가 불가능한 것으로 보인다. 그러나 계약이 성립되었는지 전자상거래법 제15조가 적용될 수 없는 것인지 여부에 대해서는 다소 애매한 점이 있는 것도 사실이다. 민법 제정 당시 이러한 전자거래나 자동결제시스템 등과 같은 체결형태는 예상하지 못하였기 때문에 민법이 규정하고 있는 청약과 승낙에 의한 계약의 성립이라는 법리가 이러한 경우에 어떻게 적용되는지 치밀한 연구나 판례 등을 통해 규명되어야 하지만 아직까지 이에 대한 명쾌한 분석이 없어 보인다. 실제로 그동안 인터넷 쇼핑 중에 수량이 부족하기 때문에 사업자가 일방적으로 거래를 취소하고 대금만을 돌려준 사례도 많다. 이러한 가운데서 비록 조정을 신청한 일부 소비자들에게 한정된 것이기는 하나, 시스템의 오류에 대한 책임을 지고 수량을 초과하여 구매한 소비자들에게 할인된 것만큼 손해를 배상한 점은 매우 의미가 크다고 생각한다. 설사 시스템 오류가 불가항력적인 것이었다고 하더라도 채무자 위험부담주의, 즉 시스템의 위험은 사업자가 부담하여야 한다는 원칙을 확인한 것이라고도 볼 수 있다.

이러한 빅 이벤트 할인행사가 있을 경우 소비자들은 우연히 참여하는 경우도 있지만, 많은 소비자들은 한참 전부터 계속하여 준비하였다가 열심히 참여하기 마련이다. 실제 이 사건에서 문제가 되었던 것은 결제시스템에 오류가 있는 것을 발견하고 이벤트 시간을 임의로 변경하였기 때문에 많은 소비자들이 계속하여 이벤트가 언제 시작되는지 주시할 수밖에 없었고 이로 인해 많은 시간을 허비하였다는 점이다. 그런데 이벤트에 당첨된 것으로 알고 기뻐하고 있었는데 일방적으로 취소되었다면 소비자들의 그 상실감은 분노로 바뀔 수도 있다. 사업자들은 이러한 신뢰 손해를 배상하여야 한다는 책임감을 갖고 보다 시스템의 만전을 기해야 할 것이다.

IV. 맺음말

소비자거래는 대량화, 집단화를 특징으로 하고, 따라서 분쟁도 보통 집단으로 발생할 가능성을 가지고 있다. 이 때문에 2006년 소비자기본법상 집단분쟁조정제도가 도입된 이래 집단분쟁조정신청이 늘어나고 있는데, 2014년도에는 특히 집단분쟁조정이 눈에 띈다. 종래 주된 집단분쟁 유형은 아파트 하자 및 과장광고, 개인정보침해 등과 같은 사건들이었지만, 이 외에도 공연, 항공기 지연 등의 조정신청사건이 있었다는 점은 주목할만하다. 전자거래분쟁조정위원회에서의 결제시스템도 이러한 집단분쟁조정사건의 하나이다. 소비자거래의 특성 때문에 앞으로도 집단분쟁조정신청 사건은 다양한 분야에서 일어날 가능성을 가지고 있다. 이러한 가운데 앞서도 살펴 본 항공기 지연에 대한 배상책임과 관련한 조정 성립이나 초과결제에 대한 조정 성립은 매우 중요한 선례로 될 것으로 보인다. 그리고 이렇게 배상책임을 인정한 것은 기업들에게도 매우 중요하다. 이러한 엄격한 책임이 인정됨으로써 기업들은 결함이 없도록 더 최선을 기할 것이고 이로 인해 더 큰 사고를 막을 수 있기 때문이다.

분쟁이 빈발할 뿐만 아니라 점점 늘어나고 있고 조정신청사건에서 가장 주된 유형에 해당하는 의료분쟁이나 해외직접구매 사건은 여전히 해결이 어려운 사건이다. 최근 의료분쟁에서 소비자분쟁조정위원회의 관목할만한 조정 성립에도 불구하고 금액이 큰 의료분쟁은 여전히 조정이 어렵기만 한 것으로 보인다. 또한 해외직접구매도 한국 법인을 통한 분쟁 해결을 도모할 뿐 외국 현지법인과 조정은 여전히 어려운 과제다. 이에 대한 법제도적 보완과 많은 연구가 이루어져야 할 것으로 보인다.

<참고문헌>

- 구재균, "전자거래에 있어서 계약의 성립에 관한 법적 검토", 법학논총, 단국대학교 법학연구소, 제25집, 2001.
- 김두환, 「최신 국제항공법학론」, 한국학술정보, 2005.
- 김종복, "국제협약의 적용과 여객운송인의 책임을 중심으로", 상사판례연구 제23집(1), 서울 지방변호사회, 2009.
- 김종복, "상법 항공운송편 제정의 필요성과 방향에 관한 고찰", 법학연구 제11집 제1호, 인하대학교 법학연구소, 2008.
- 소재선 · 이창규, "항공운송인의 손해배상책임 원인에 관한 법적 고찰-여객 손해배상책임을 중심으로", 항공우주정책 · 법학회지 제28권 제2호, 2013.
- 지원림, 「가상공간에서의 거래의 계약법적 규율에 관한 연구」, 한국법제연구원, 2001.
- Kieran St. Clair Bradley, Case C-344/04, The Queen ex parte International Air Transport Association, European Low Fares Airline Association v. Department for Transport, judgment of the Court (Grand Chamber) of 10 January 2006., C.M.L. Rev. 2006, 43(4).

<참조 사이트>

- <http://www.ewestoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=362110>(이뉴스투데이 기사, '한국 소비자원, 의료분쟁 조정결정 10건 중 7건 조정성립')
- http://www.kca.go.kr/brd/m_32/view.do?seq=1747&multi_itm_seq=0(한국소비자원 2015년 2월 4일자 보도자료)
- http://www.kca.go.kr/brd/m_4/view.do?seq=372&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=9(한국소비자원 홈페이지)
- http://www.ecmc.or.kr/board/list.it?c=cate01_04(정보통신산업진흥원 2014년 8월 4일자 보도자료)

<참조 판례>

- 대법원 1986. 7. 22. 선고 82다카1372 판결
- 대법원 2006. 4. 28. 선고 2005다30184 판결
- 대법원 2008. 2. 1. 선고 2006다71724 판결.
- 서울지방법원 1998. 1. 16. 선고 96가단27141 판결
- 서울지방법원 2002. 5. 30. 선고 2001가단324892 판결
- 대전지방법원 2009. 6. 26. 선고 2007가합3098 판결
- IATA(the International Air Transport Association) and ELFAA(the European Low Fares Airline Association) vs the Department for Transport, Case C-344/04, [2006] E.C.R. I-403.

토론문(2014 소비자법 판례의 동향)

의정부지방법원 고양지원 판사 권창환

□ 담배소송에 대하여

▷ 제조물책임법상 책임에 대하여

- 제2조 제2호 나목 '설계상의 결함'에 관하여 : 담배의 본질적 특성을 감안한 판단
 - 담뱃잎을 태워 그 연기를 흡입하는 것은 담배의 본질적 특성인 점, 담배 연기 중에 포함되어 있는 니코틴과 타르의 양에 따라 담배의 맛이 달라지고 담배소비자는 자신이 좋아하는 맛이나 향을 가진 담배를 선택하여 흡연하는 점, 담배소비자는 안정감 등 니코틴의 약리효과를 의도하여 흡연을 하는데 니코틴을 제거하면 이러한 효과를 얻을 수 없는 점 등을 고려하면, 설령 니코틴이나 타르를 완전히 제거할 수 있는 방법이 있다 하더라도 이를 채용하지 않은 것 자체를 설계상의 결함이라고 볼 수 없다.
- 제2조 제2호 다목 '표시상의 결함'에 관하여 : 위험에 대한 사용자의 인식을 고려한 판단
 - 이러한 언론 보도와 법적 규제 등을 통하여 흡연이 폐를 포함한 호흡기에 암을 비롯한 각종 질환의 원인이 될 수 있다는 것이 담배소비자들을 포함한 사회 전반에 널리 인식되게 되었다고 보이는 점, 흡연으로 니코틴에 대한 의존증이 어느 정도 생길 수 있다고 하더라도, 그 의존의 정도와 유발되는 장해 증상 및 그 강도 등에 비추어 흡연을 시작하는 것은 물론이고 흡연을 계속할 것인지 여부는 자유의지에 따른 선택의 문제로 보일 뿐만 아니라, 흡연을 시작하는 경우 이를 쉽게 끊기 어려울 수도 있다는 점 역시 담배소비자들 사이에 널리 인식되어 있었던 것으로 보이는 점 등을 알 수 있다.
- 그 밖에 통상적으로 기대할 수 있는 안전성이 결여된 결함이 있는지에 관하여 : 제조, 판매 및 흡연의 허용에 관한 법률체제나 사회통념의 변경이 없음, 흡연여부는 소비자의 자유의지의 문제인 점, 의존증 증가 등에 대한 피고들의 기여행위를 인정할 수 없다는 점 등을 고려한 판단
 - 우리나라에서는 담배를 기호품의 일종으로 보아 그 품질이나 수준에 관하여 아무런 제한을 정하지 아니한 채 그 제조, 판매와 흡연을 법률적, 사회적으로 허용하여 왔고, 그러한 법률 체제나 사회통념이 변경되었다고 볼 만한 사정이 인정되지 아니하므로 ~ 중략 ~ 니코틴은 자연상태의 담뱃잎에도 존재하고 이를 태워 흡연하는 경우 체내에 흡수되는데, 이러한 흡연방법이 피고들에 의해 개발된 것이 아닌 점 ~ 중략 ~ 흡연을 시작하는 것뿐만 아니라 흡연을 계속할 것인지 여부 등도 자유의지에 따른 선택의 문제로 볼 수 있는 점, 피고들의 담배 제조가 법률에 의하여 허용되어 온 점 등
 - 의존증이 높은 담배를 제조하기 위하여 유해한 첨가제를 넣어 니코틴 함량을 조작해 왔다는 원고들의 주장을 인정할 만한 증거가 없다.

▷ 고의에 의한 불법행위에 대하여

- 거짓정보의 전달 내지 기망행위에 관하여 : 기망행위 사실 불인정
- 담배의 위해성에 관한 정보의 은폐에 관하여 : 공개의무 불인정

- 피고들이 제조한 담배에 소비자들이 이전부터 피우던 담배나 다른 제조자들이 만든 담배와는 다른 특별한 위해성이 있다는 정보를 얻게 되었다거나 위해성을 높일 수 있는 행위를 하였다는 등의 특별한 사정이 있는 경우가 아닌 한, 피고들이 성분분석이나 동물실험 또는 외국의 문헌을 통해 알게 된 정보를 모두 공개할 의무를 부담한다고 보기 어렵다.

- 피고 대한민국의 흡연조장행위에 관하여 : 조장행위 사실 불인정

▷ 소비자보호법에 따른 의무를 위반에 관하여 : 의무위반 없음(법 규정의 취지에 따른 조치는 취하였다는 판단을 전제한 듯)

▷ 흡연과 폐암 발병 사이의 인과관계에 관하여 : 역학적 증명 불인정(법리적 문제), 상관관계(역학적 인과관계)의 인정만으로는 인과관계 인정되지 않음(사실판단 문제)

- 역학적 인과관계는 상관관계를 뜻함 ⇒ 인과관계와는 개념이 다름
- 공해(公害)·약해(藥害)소송에서는 역학적 증명의 인정만으로 인과관계의 증명을 인정하고, 가해자에게 반증의 의무를 부과하는 견해(일본 법학계의 일부 견해)도 있음
- 그러나 판시사항과 같이 일부 피고가 진단받은 세기관지 폐포세포암은 흡연과 관련성이 적다는 의학적 연구결과가 있는 등 상관관계의 인정만으로 그대로 인과관계를 인정하기에는 어려움이 있음
- 이러한 판단에는 앞서 본 제조물책임법상의 책임인정이 어렵다는 점도 고려된 듯

▷ 검토

- 국민건강에 대한 국가의 보호의무를 보다 강화하여 본다면?

- 담배사업법상 담배의 제조, 판매 등이 허용되더라도 민사상 책임 인정은 가능할 듯
⇒ 그러나, 피고들의 면책을 위한 보완조치가 있어야 할 것인데, 표시상 결함을 개선(경고문구, 위험 홍보 등) 외에 대체설계가 가능한 것인지는 의문임
- 담배의 위해성에 대한 연구의무 및 정보 공개의무를 신설하고 정보공개의무에 관한 행정적·형벌적 제재를 규정하는 것도 대안일 수 있음

- 물론 고의적 은폐, 위험성에 대한 특별한 기여 등이 인정된다면 손해배상책임이 인정되어야 함. 이 경우 소비자와 판매자가 대등한 관계라는 전제에서 소비자의 자유의지만을 강조할 것이 아니라, 정보, 시장지배 등에 관한 양자의 비대칭성을 전제로 위험성에 대한 은폐 등을 시도하는 등 사회적 분위기(여론몰이, 광고 등)를 조장하였는지 여부도 중요한 요소로 고려하여 함

- 역학적 증명의 도입은 아직 시기상조인 듯(상술 참조)

- 개정안 : 국회 보건복지위원회는 2015. 2. 24. 전체회의를 열고 담뱃갑 경고그림을 의무화하는 내용의 국민건강증진법 일부개정안을 통과시켰다. 이 개정안은 담뱃갑 앞뒷면 포장지에 흡연의 폐해를 나타내는 경고 그림을 전체 면적의 30% 이상 삽입하고, 경고문구까지 포함해 50% 이상으로 표시하도록 하는 내용이 담겼다. 경고 문구에는 흡연이 다른 사람의 건강을 해칠 수 있다는 내용을 추가하기로 했다. 이를 위반할 경우 1년 이하의 징역 또는 1000만 원 이하의 벌금에 처하도록 규정했으며 담배사업법에 따라 제조사의 제조 허가를 취소할 수 있도록 했다. 다만 본격적인 시행에 앞서 1년 6개월의 유예기간을 뒀다.

□ BMW(완전물급부청구권의 제한) 사건에 대하여

▷ 완전물급부청구권의 제한에 관하여

- 공평의 원칙에 따른 제한
- 손해배상책임의 제한에서 일반적으로 인정되는 원칙임. 또한 대상판결이 인용하고 있는 대법원 1995. 6. 30. 선고 94다23920 판결에서도 하자담보책임의 제한을 인정함. 다만 위 선행판결은 손해배상책임의 제한에 관한 판결임에 반해, 당해 사건은 손해배상청구를 대신하는 완전물급부청구권에 대한 제한을 인정하였음에 의의가 있음
- 다만, 완전물급부청구권의 행사를 제한하더라도 그로 인한 손해배상은 인정되어야 할 듯함

▷ 제조사의 보증책임에 관하여

- 제조자의 품질보증서 발행만으로는 매도인의 하자담보책임을 인정할 수 없다고 판단함 : 계약의 성립에 관한 문제로서, 타당한 결론인 듯

□ 근저당권설정비용의 부당이득반환청구 사건에 대하여

▷ 이 사건 선택형 부담조항이 약관인지 개별약정인지 여부에 관하여 : 약관의 정의 개념에 포섭됨 => 사업자인 피고가 개별약정(대등한 지위에서 협상하였는지 여부 등)임을 입증해야 하나 실패함 ∴ 약관에 해당함

- 판시 법리는 확립된 법리임

▷ 약관이므로 약관법 제6조 제1항(고객에게 부당하게 불리한 조항)의 제약을 받는지 여부에 관하여 : 현행 표준약관의 개정경위 즉, 고객이 전액 부담하던 약관 조항이 이 사건 선택형 부담조항으로 변경되어 고객이 비용부담을 할 경우 대출금리나 상환수수료 등에서 유리한 거래가 가능하게 되었던 사정 등을 고려하여 무효는 아니라고 판단함

- 약관법 제19조의3(표준약관) 제9항 사업자 및 사업자단체가 제8항을 위반하여 표준약관 표지를 사용하는 경우 표준약관의 내용보다 고객에게 더 불리한 약관의 내용은 무효로 한다.

⇒ 사용권고 처분이 있으면 현행 표준약관은 무효가 되는가? 추상적 내용통제의 소급효의 문제임.

· 법적 안정성, 재산권 제한의 소급효 금지원칙 등에 비추어 장래효가 타당한 듯. 다만 사용권고처분 이전에 체결된 약관의 유효성 판단의 중요한 고려요소는 될 듯

· 약관법 제6조 등을 위반한 무효의 조항이라는 이유에서 사용권고 처분이 내려지기도 하지만, 무효의 수준에 이르지 않는 경우에도 소비자 권익을 위하여 개선하는 경우도 적지 않을 것임

- 이 사건에서는 공정거래위원회의 사용권장 처분에 따른 개정 표준약관(비용부담자를 사전에 확정하는 조항)의 취지를 고려하더라도 현행 표준약관이 무효는 아니라고 판단함

▷ 담보권설정의 비용부담자에 관한 판례를 불공정성의 척도로 볼 수 있는지 여부

- 어떠한 실익이 있는 것인지?(입증책임의 전환? but 아래의 사례-계약해제 시 반환이
자 감면 사례-에서 보는 것과 같이 무리인 듯)
- 비용부담에 관한 거래관행 내지 지침을 확인하는 차원에서 한 요소가 될 수 있음은
의문의 여지가 없음
- 그러나 이 사건이 판시사항에서는 현행 표준약관의 개정경위가 중요한 고려요소였음
을 고려할 때 비용부담에 관한 판례가 판례법으로서 지도형상적 기능이 있음을 선언
하는 것 나아가 입증책임의 전환을 선언하는 것은 무리인 듯

□ 임의규정을 벗어난 이자율과 불공정약관의 해당성 사례에 대하여

- ▷ 대상판례의 취지가 임의규정 일탈이 곧바로 무효를 추정하고, 입증책임을 사업자에게
전환하는 것인가?
- 발표자가 들고 있는 다양한 판례와 같이 임의규정의 일탈은 불공정성 판단의 한 요
소가 될 뿐임
- 입증책임의 전환은 증거의 편재 등을 고려하여 개선되어야 하는 것은 아닌지....
- ▷ 대상판례에서 모든 고객이 대출을 받은 것은 아니므로 이를 고려해서는 안된다고 판시
한 것은 약관이 사전에 다수의 거래상대방을 고려한 계약임을 염두한 것으로 보임

□ 전자상거래소비자보호법상의 위반행위와 공표명령 사례에 대하여

- ▷ 기만적 방법의 유인행위의 범위 : 문언의 의미 및 보호법익(소비자권익 및 시장신뢰도
제고)를 고려하여 판단함(형법상 추상적 위험범과 유사. 타당한 판단인 듯)
- ⇒ 이러한 유인행위가 성립하기 위하여는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알
게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고, 그 행위로 소비자가 유인되는 결과까지 발
생하여야 하는 것은 아니다.
- ▷ 공정거래위원회의 시정명령의 재량성 인정 : 법규적 효력은 없으나, 가능한 한 존중해
야 함(확립된 판례인 듯)

□ 계속적 계약관계와 요금의 부과 사례에 대하여

- ▷ 서울고법 2014.6.11. 선고 2014나2001827 판결 : 계약해석의 문제로 본 듯
- ▷ 숨은 유상계약 내지 요금자동인상 약관 : 약관법 제12조 제1호('일정한 작위 또는 부
작위가 있을 경우 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 조항')
내지 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제21조 제1항 제4호('소비자의 청
약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화 등을 공급하고 그 대금을 청구하거나 재화
등의 공급 없이 대금을 청구하는 행위')에 해당하여 무효로 봄이 상당

토론문

박신욱 (경남대)

우선 “소비자법 분야의 2014년 공정거래위원회 심결 분석”에 대해 발표해 주신 신영수 교수님께 감사의 말씀을 드립니다. 교수님은 발표문을 통해 특히 할부거래법, 방문판매법, 전자상거래소비자법 그리고 표시광고법과 관련한 공정위 심결을 분석함으로써, 최근의 소비자법의 흐름뿐만 아니라, 법 적용 사례 및 쟁점들을 분석하고, 발전방향까지 제시하셨습니다. 발표문을 읽으면서 그리고 토론문을 작성하면서 소비자법 연구를 시작하는 저에게는 크게 유익한 시간이었노라고 자평해봅니다. 논의의 전개가 빠르고, 비약도 없어 특별히 지적하거나 의심의 여지가 있는 부분도 저에게는 특별히 눈에 띄질 않습니다.

그래서 토론이라기보다는 초학자의 입장에서 몇 가지 궁금한 점을 질문 드리고자 합니다.

첫째로, 교수님은 2페이지에서 할부거래법의 법 집행 실적이 2012년부터 증가된 이유를 상조업 규제가 선불식 할부거래의 이름으로 할부거래법에 자리 잡고, 2010년부터 본격적으로 시행된 데 따른 결과로 풀이하셨습니다.

충분히 의미 있는 추측이라 판단됩니다. 그런데, 말씀하신 2010년과 2012년은 적어도 2년이라는 간극이 존재합니다. 이러한 간극 사이, 즉 2012년과 2013년도의 시정조치 합계차는 71로 유의미하게 감소한 것으로 판단됩니다. 이 부분은 상조업 규제가 선불식 할부거래의 이름으로 할부거래법에 자리 잡고, 2010년부터 본격적으로 시행되었다는 사실로만 설명되기가 어려울 것 같습니다. 혹시 다른 이유로 인해 할부거래법의 법 집행 실적이 증가한 것은 아닐까하는 추측도 가능하다고 판단됩니다. 예를 들어 상조업체의 감소와 상조업체의 총가입자 수의 증가, 상조업체의 부채비율 감소 및 선수금 지급 여력 비율의 증가를 복합적으로 판단해야 하지 않을까 싶습니다. 이 부분은 어떻게 생각하시는지 의견을 듣고 싶습니다.

둘째, 교수님께서 9페이지에서 전자상거래소비자법과 관련한 시정조치 빈도의 감소를 지적하셨고, 이는 공정위가 제시한 자율준수 가이드라인의 제정 및 급변하는 소비환경의 변화에 발 빠르게 대처하려는 노력의 결과로 분석하고 계시다는 생각이 듭니다.

의미 있는 지적이라고 생각합니다. 이와 더불어 몇 가지 변화의 상황들이 감지됩니다. 바로 해외직구의 증가세입니다. 서울특별시 전자상거래센터의 보도자료에 따르면 2013년대비 2014년 해외구매관련 소비자 불만건수는 31% 증가했다고 합니다.¹⁾ 시정조치의 빈도가 해외직구의 증가와는 관련성이 있을까요? 즉 시정조치를 할 수 없는 상황의 발생으로 인한 필연적인 시정조치 빈도의 감소는 아닐까 싶습니다. 이에 대한 교수님의 의견을 듣고 싶습니다.

이상으로 토론을 마치겠습니다.

1) <https://ecc.seoul.go.kr/DR2001IF/FN2006BS.asp>