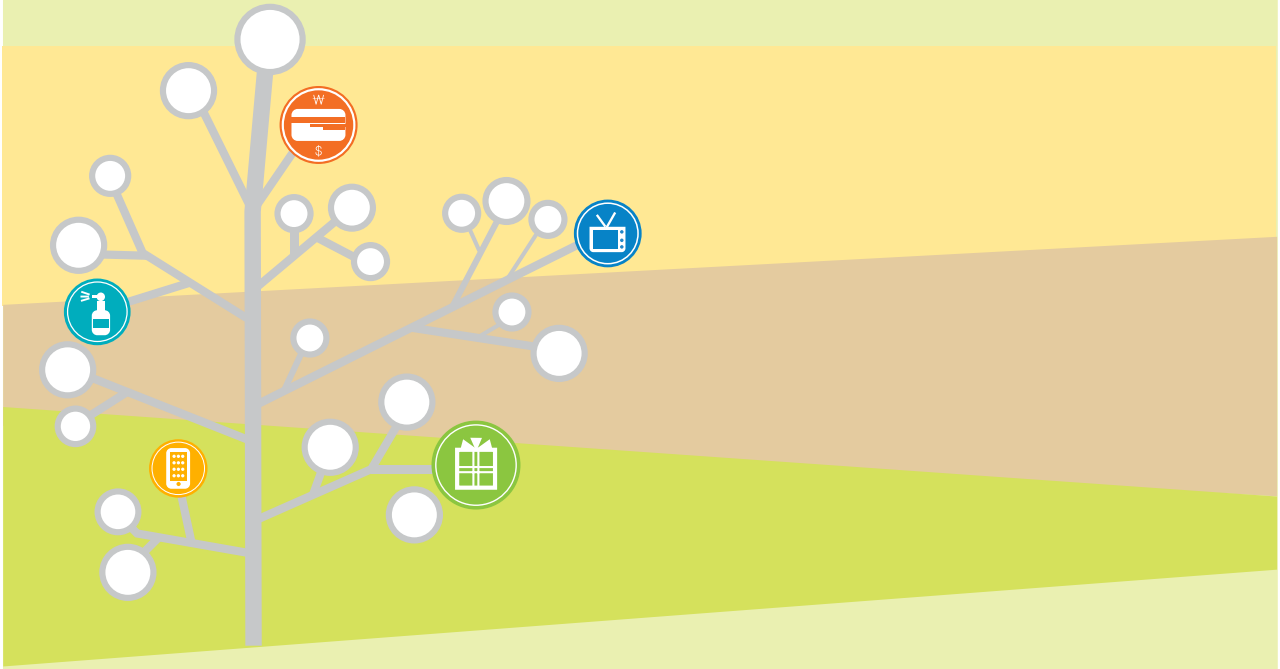
2010년 소비자교육교재

www.kca.go.kr

소비생활가이드 용어집



한국소비자원
Korea Consumer Agency



목 차

제1장 소비자일반 편 ····· 1

1. 소비자기본법 ····· 1
2. 소비자 ····· 4
3. 소비자권리 ····· 5
4. 소비자주권 ····· 7
5. 소비자의 책무 ····· 8
6. 소비의 외부효과 ····· 9
   - ● 속물효과(snob effect) ● 밴드왜건효과(bandwagon effect) ● 베블렌효과(veblen effect)
7. 소비자피해 ····· 10
8. 소비자피해구제 방법 ····· 11
   - ● 사업자와의 상호교섭에 의한 구제 ● 소비자단체에 의한 구제
   - ● 행정기관, 공공기관 등에 의한 구제 ● 한국소비자원에 의한 구제 ● 법원에 의한 구제
9. 소비자상담센터 ····· 15
10. 소비자불만자율관리시스템(Consumer Complaints Management System, CCMS) ···· 16
11. 소액사건재판 ····· 17
12. 대안적분쟁해결방식(ADR) ····· 18
    - ● 협상 ● 알선 ● 중재 ● 조정
13. 분쟁조정제도 ····· 20
14. 소비자피해보상보험 ····· 22
15. 소비자분쟁해결기준 ····· 23
16. 계약 ····· 24
17. 무효, 취소, 추인 ····· 26
18. 소멸시효 ····· 28
19. 채무불이행 ····· 29
20. 하자담보책임 ····· 30
21. 내용증명우편제도 ····· 31

22. 지급명령제도 ····· 32
23. 공탁 ····· 33
24. 미성년자의 법률행위 ····· 34

제2장 거래적정화 편 ····· 35

1. 표시・광고의공정화에관한법률 ····· 35
2. 표시 ····· 36
3. 광고 ····· 37
4. 부당한 표시・광고 ····· 38
   ● 허위・과장의 표시・광고 ● 기만적인 표시・광고 ● 부당한 비교 표시・광고
   ● 비방적 표시・광고
5. 중요정보고시제도 ····· 40
6. 광고내용실증제도 ····· 42
7. 임시중지명령제도 ····· 43
8. 약관의규제에관한법률 ····· 44
9. 약관의규제에관한법률 주요내용 ····· 45
10. 약관심사청구 ····· 49
11. 표준약관 ····· 50
12. 할부거래에관한법률 ····· 51
13 할부거래 ····· 53
14. 매수인의 항변권 ····· 54
15. 기한이익의 상실 ····· 55
16. 방문판매등에관한법률 ····· 56
17. 방문판매 ····· 57
18. 전화권유판매 ····· 58
19. 청약철회 ····· 59
20. 다단계판매 ····· 61
21. 계속거래 ····· 63
22. 사업권유거래 ····· 64
23. 방문판매등에관한법률 주요내용 ····· 65
24. 전자상거래등에서의소비자보호에관한법률 ····· 73
25. 통신판매 ····· 76
26. 전자상거래 ····· 77

27. 독점규제및공정거래에관한법률 ····· 80
28. 시장지배적지위의 남용금지 ····· 81
29. 부당공동행위 ····· 82
30. 사업자단체의 금지행위 ····· 83
31. 불공정거래행위의 금지 ····· 84
32. 재판매가격유지행위의 제한 ····· 85
33. 가격표시제도 ····· 86
● 오픈프라이스(open price)제 ● 권장소비자가격(Recommended Price) ● 고시가격
● 단위가격표시제(A Unit Price Marking System) ● 정가제
34. 경품 ····· 89
● 경품류가액 ● 소비자경품류 ● 소비자현상경품류

제3장 소비자안전 편 ····· 91

1. 소비자안전 ····· 91
2. 결함 ····· 93
● 제조상의 결함 ● 설계상의 결함 ● 표시상의 결함 ● 유통상의 결함
3. 위해정보보고제도 ····· 94
4. 제조물책임법 ····· 96
5. 리콜제도 ····· 99
6. 표준화 ····· 101
● 한국산업표준 ● KS표시인증 ● 국가통합인증마크 ● 신제품인증마크
● GR인증마크
7. 공산품안전관리제도 ····· 106
● 안전인증제도 ● 자율안전확인제도 ● 안전·품질표시 제도
● 어린이보호포장 표시제도
8. 전기용품안전관리제도 ····· 109
● 안전인증제도 ● 자율안전확인제도
9. 식품표시제도 ····· 110
10. 영양표시 ····· 115
● 영양표시의 중요성 ● 영양성분표시 ● 영양정보표시 ● 영양소함량강조표시
● 영양소비교강조표시
11. 원산지표시제도 ····· 118
12. 유전자재조합생물체(GMO, Genetically Modified Organism) 표시제도 ····· 119

● 유전자(Gene) ● 염색체(Chromosome) ● DNA(Deoxyribonucleic acid)
● 유전자재조합
13. 지리적표시제도 ····· 121
14. 농산물품질인증제도 ····· 122
● 가공식품KS인증 ● 친환경농산물인증 ● 전통식품품질인증
15. HACCP(위해요소중점관리기준) 제도 ····· 124
16. 식품첨가물(Food Additives) ····· 126
17. 미생물적 위해물질 ····· 128
● 병원성세균 ● 유해곰팡이
18. 화학적 위해물질 ····· 129
● 잔류농약 ● 항생물질 ● 포장재 ● 공정오염물질
19. 수의역학 위해물질 ····· 131
● 탄저 ● 브루셀라증 ● 구제역 ● 광우병 ● 조류인플루엔자
20. 방사선 조사식품(Irradiated Food) ····· 134
21. 환경오염물질 ····· 135
● 다이옥신

제1장 소비자일반 편

1 소비자기본법

● 입법배경 및 목적

과학기술의 발전과 산업화에 따라 상품의 대량생산, 대량판매 및 대량소비의 시대가 도래하면서 대부분의 거래에서 사업자는 일방적으로 물건의 가격이나 거래조건을 결정하고 소비자는 그 물건의 구입 여부만을 결정할 수밖에 없는 입장에 놓이게 되었고, 또한 허위·과장 광고 등으로 인하여 소비자는 종속적이고 수동적인 지위에서 부당한 가격, 결함상품 및 허위·과장 광고 등으로 피해를 입는 경우가 많게 되었습니다. 특히 일부 기업의 결함상품은 소비자의 안전·건강 및 생명을 위협하는 경우도 있습니다.

이와 같이 소비자는 상품이나 용역의 구매에서 거래주체로서 상대방과 대등한 지위를 확보하지 못하게 되었으며 '사적자치의 원칙'과 '과실책임의 원칙'을 기초로 하는 일반 사법 규정만으로는 소비자의 이익을 보호할 수 없게 되었습니다. 특히 거래과정에서 발생되는 소비자의 피해는 심각한 사회문제로 대두되었고, 이를 해결하기 위해서는 실효성 있는 피해구제 수단의 정비가 요구되고 있습니다.

이에 따라 소비자의 기본권익을 보호하기 위하여 국가·지방자치단체 및 사업자의 의무와 소비자 및 소비자단체의 역할을 규정함과 아울러 소비자보호시책의 종합적 추진을 위한 기본적 사항을 규정함으로써, 소비생활의 향상과 합리화를 기하기 위하여 1980년에 소비자보호법을 제정하였습니다. 그 후 수차례의 개정을 거쳐 2006년 소비자기본법으로 법명을 변경하였습니다.

● 체계

제1장	총칙	제7장	소비자안전
제2장	소비자의 권리와 책무	제8장	소비자분쟁의 해결
제3장	국가·지자체 및 사업자의 책무	제9장	조사절차 등
제4장	소비자정책의 추진체계	제10장	보칙
제5장	소비자단체	제11장	벌칙
제6장	한국소비자원		

● 주요 내용

▌국가·지방자치단체의 책무

기본의무

- 관계법령 및 조례의 제정 및 개정·폐지 의무
- 필요한 행정조직의 정비 및 운영 개선 의무
- 필요한 시책의 수립 및 실시 의무
- 소비자의 건전하고 자주적인 조직활동의 지원·육성

영역별 책무

소비자기본법에서는 위해의 방지 등 10개 정책영역에 있어서 국가 및 지방자치단체의 책무를 규정하고 있습니다.

정책영역	책무
위해의 방지	위해방지기준의 제정
계량규격의 적정화	계량 및 규격에 관한 시책의 강구
표시 규제	표시기준의 제정
광고 규제	광고기준의 제정
거래의 적정화	거래 적정화 시책의 강구 부당거래 행위 지정·고시 약관거래, 특수거래 소비자권익시책의 강구
정보제공	소비자시책에 관한 정보제공 사업자 정보 제공을 위한 시책의 강구
소비자교육	소비자교육의 실시
피해구제	소비자분쟁해결기구 설치 소비자분쟁해결기준 제정
시험·검사	시험·검사 기구시설 설치
개인정보보호	개인정보보호시책 강구 개인정보보호 기준 제정

▌사업자의 책무

- 소비자권익증진시책에의 협력, 자료 및 정보제공 요청에의 협력, 환경친화적 기술개발과 자원재활용

- 위해발생 방지조치 강구, 부당한 거래조건방법의 사용 금지, 물품정보의 성실한 제공, 소비자의 개인정보보호, 소비자불만·피해의 해결 및 보상
- 소비자의 권익증진 관련 법령의 준수

▌소비자정책위원회

소비자정책위원회는 소비자의 권익증진 및 소비생활의 향상에 관한 기본적인 정책을 심의·의결하기 위한 기구입니다. 소비자정책위원회는 위원장 2인을 포함한 25인 이내의 위원으로 구성되는데, 위원장은 공정거래위원장과 대통령이 위촉하는 민간 위원장이 되고 관계 중앙행정기관의 장, 한국소비자원장, 소비자문제 학식·경험자 등으로 구성됩니다.

한편, 시·도지사는 지방자치단체의 소비자권익증진시책 수립 및 시행에 관한 필요한 사항을 심의하기 위하여 지방소비자정책위원회를 설치할 수 있습니다. 심의·의결대상으로는 소비자정책 기본계획 및 종합시행계획, 소비자정책의 종합적 추진에 관한 사항, 소비자정책의 평가 및 제도개선에 관한 사항, 그 밖에 위원장이 소비자의 권익증진 및 소비생활의 향상을 위하여 토의에 부치는 사항 등입니다.

2 소비자

소비자의 개념은 학자와 학문영역에 따라 다양하게 정의될 수 있는데, 사업자가 공급하는 물품 및 서비스를 소비생활을 위해 구입하여 사용하거나 이용하는 자이며, 사업자와 대립되는 개념이라는 점에 있어서는 보편성이 있습니다.

즉, 소비자라는 개념은 첫째, 국민의 소비생활에 관련된 측면을 취급하는 개념이고, 둘째, 사업자에 대립되는 개념이며, 셋째, 소비자는 소비생활을 영위하는 자라는 점에 있어 공통적으로 인식되고 있습니다. 한편, '소비자기본법'과 '방문판매등에관한법률' 등에서는 사업자라 하더라도 보호받아야 할 경제적 약자라는 측면을 고려 소비자의 범위를 일부 확대 적용하고 있습니다.

● 소비자기본법에서의 소비자 범위

- 사업자가 제공하는 물품 및 용역을 소비생활을 위하여 사용하거나 이용하는 자
- 사업자가 제공하는 물품이나 용역을 생산 활동을 위해 사용 또는 이용하는 사업자의 지위에 있는 사람의 경우에도 그 용도가 원재료(중간재) 및 자본재가 아닌 최종적인 사용(이용)인 경우에는 소비자에 포함시키고 있습니다.
- 제공된 물품 등을 농업, 어업, 축산업 활동을 위하여 사용하는 자(다만, 모돈 500두 이상의 양돈업 및 5만수 이상의 양계업을 영위하는 자 및 농림수산식품부 장관의 허가를 받은 원양업자는 제외) 등은 이들이 '보호받아야 할 경제적 약자' 라는 측면에서 소비자의 범위에 포함시키고 있습니다.

● 방문판매등에관한법률에서의 소비자 범위

- 재화 등을 최종적으로 사용하거나 이용하는 자(재화 등을 원재료[중간재를 포함] 및 자본재로 사용하는 자를 제외)
- 다단계판매원, 사업권유거래의 상대방 또는 사실상 소비자와 같은 지위에서 같은 조건으로 거래하는 사업자(당해 재화 등을 판매한 자에 대한 관계에 한함)
- 다단계판매원이 되고자 재화 등을 최초로 구매하는 자
- 방문판매업자 또는 전화권유판매업자와 거래하는 경우의 방문판매원 또는 전화권유판매원
- 농업, 축산업, 어업 활동에 쓸 목적으로 재화 등을 구입하는 자(모돈 500두 이상의 양돈업 및 5만수 이상의 양계업을 영위하는 자 및 농림수산식품부 장관의 허가를 받은 원양업자는 제외)

3 소비자권리

소비자권리는 시장에서 실질적으로 소비자의 이익을 지키려는 자각과 노력이라고 할 수 있으며, 소비자의 이익을 주장하고 그것을 누릴 수 있는 수단을 요구하는 것을 소비자권리라 할 수 있습니다. 소비자권리는 사회·경제적 제도 내에서 소비자가 그 지위를 향유할 수 있는 기본적 권리입니다.

소비자권리는 1962년 미국의 케네디 대통령이 연방의회에 보낸 특별교서를 통해 안전할 권리, 알권리, 선택할 권리, 의사를 반영할 권리를 소비자의 4대 권리로 선언한 이래 시간이 지남에 따라 분화·확대되었고, 오늘날 세계 각 국의 소비자운동과 소비자정책의 목표로 이용되고 있습니다.

우리나라의 소비자기본법에서는 소비자의 8대 권리를 명문화하여 적극적인 권리실현을 도모하고 있습니다.

● 안전에 대한 권리

물품 또는 용역으로 인한 생명·신체 또는 재산에 대한 위해로부터 보호받을 권리를 의미합니다.

● 정보를 제공받을 권리

물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리를 의미합니다.

● 선택할 권리

물품 등을 사용함에 있어서 거래상대방, 구입 장소, 가격 및 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리를 의미합니다.

● 의견을 반영시킬 권리

소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업 활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리를 의미합니다.

● 피해보상을 받을 권리

물품 등의 사용으로 인하여 입은 피해에 대하여 신속, 공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리를 의미합니다.

● 교육을 받을 권리

합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리를 의미합니다.

● 단체권 및 단체행동권

소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리를 의미합니다.

● 쾌적한 환경에서 소비할 권리

안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리를 의미합니다. 환경문제에 관한 소비자의식의 제고 및 소비의 환경 건전성을 의미합니다.

〈소비자권리〉

구분	소비자권리
John F. Kennedy	• 안전에 대한 권리 • 정보를 제공받을 권리 • 선택의 권리 • 의견을 반영시킬 권리
C.I(Consumers International, 국제소비자기구)	• 기본적인 욕구충족의 권리 • 안전에 대한 권리 • 정보를 제공받을 권리 • 선택의 권리 • 의견존중을 받을 권리 • 보상을 받을 권리 • 교육을 받을 권리 • 쾌적한 환경에서 살 권리
일본	• 소비자의 생명 및 건강을 침해당하지 않을 권리 • 적정한 표시를 행하게 할 권리 • 부당한 거래조건에 강제당하지 않을 권리 • 부당하게 입은 피해로부터 공정하고 신속한 구제받을 권리 • 정보를 신속하게 제공받을 권리

4 소비자주권

자유경쟁을 원칙으로 하는 자본주의 경제에 있어서 경제유형, 생산구조 및 생산유형을 결정하는 최종적인 권한은 소비자에게 있다는 것을 의미합니다.

아담 스미스는 그의 저서 국부론에서 '소비는 생산의 유일의 목적이며 기업의 이익은 소비자의 이익을 증대시키는 범위에서 추구되어야 하며 또한 생산에 따른 판매의 최종 결정권자는 소비자'라고 규정함으로써 소비자주권에 대한 개념을 소개하였습니다.

이러한 소비자주권의 개념은 윌리엄 허트에 의해 맨 처음 하나의 경제학적 용어로 사용되기 시작했습니다.
허트는 소비자주권은 '소비자에게 최대의 주권이 부여될 때 가장 잘 실현되며, 소비자로서 개인은 주권자이며 소비자라고 하는 개념은 각 개인이 원하는 것을 최대한 실현하기 위하여 노력하는 자로서만 이해하여야 한다'는 세 가지 특징을 들어 설명하고 있습니다.

민주사회에서 국민들이 투표권을 통하여 후보를 선출하듯이 자본주의 사회의 시장경제에서는 소비자들이 경제적인 주권을 갖고 있다는 의미로 사용하였습니다. 즉, 소비자들은 시장경제에서 주어진 생산자원으로 무엇을 얼마만큼 생산할 것인가의 문제를 구매라는 투표 행위로 결정하며 만약 소비자가 구매를 결정하지 않으면 생산 활동이 이루어질 수가 없으므로 소비자주권이란 생산에 대한 권한을 소비자가 가지고 있다는 의미를 가집니다.

소비자주권이 실현된다는 것은 소비자 선호와 일치하는 소비의 극대화를 의미하며 나아가 민주주의에서 가장 중요한 경제 정책의 목적, 즉 경제성장에 내포되어 있는 중심적 가치라 할 수 있습니다.

소비자주권이 실현되기 위해서는 경쟁을 통해 소비자에게 선택의 범위가 주어져야 하며 또한 소비자는 그 범위 안에서 합리적으로 선택할 수 있어야 합니다. 공급 지향적인 독과점적 구조에서는 생산자가 의사결정권을 가지고 있으므로 소비자주권이 실현되기 어려우나, 경쟁적 시장구조에서는 소비자 선호가 생산자에게 효과적으로 전달되어 소비자주권이 실현될 수 있습니다. 그러나 이러한 경쟁적 시장구조가 갖추어져 있다고 하더라도 소비자가 합리적인 선택을 하지 않는다면 소비자주권은 실현되기 어렵습니다. 소비자주권은 소비자 선호가 소비자의 선택에 의해 결정되는 것이므로 합리적인 선택은 그만큼 중요하다고 볼 수 있습니다.

5 소비자의 책무

우리나라의 소비자기본법은 소비자의 권리뿐만 아니라 소비자의 책무도 강조하고 있습니다.

소비자기본법에 명기된 소비자의 책무로는,
소비자는 사업자 등과 더불어 자유시장경제를 구성하는 주체임을 인식하여 물품 등을 올바르게 선택하고 소비자의 기본적 권리를 정당하게 행사하여야 하고, 소비자는 스스로의 권익을 증진하기 위하여 필요한 지식과 정보를 습득하도록 노력하여야 합니다.

또한 소비자는 자주적이고 합리적인 행동과 자원절약적이고 환경친화적인 소비생활을 함으로써 소비생활의 향상과 국민경제의 발전에 적극적인 역할을 다하여야 합니다.

소비자의 책무는 소비자의 기본 권리의 주장뿐만 아니라 시장에서 책임 있는 행동과 기본적인 윤리를 갖춘 소비자의 역할이 강조되어야 함을 의미하는 것으로서 소비자의 권리만 있는 것이 아니라 여기에 따르는 소비자의 책무도 똑같이 중요하다는 취지입니다.

6 소비의 외부효과

소비자는 주어진 소득에서 최소의 비용으로 최대의 효용을 가지려고 노력하지만, 현실에서의 소비자는 언제나 소비 자체로서의 만족만을 얻는 것이 아니라 지위, 재력, 소유권의 확인 내지 과시로부터 얻어지는 만족을 함께 추구하는 특성이 있습니다. 즉 소비자는 소비를 경제적 개념뿐만 아니라 사회•문화적 개념과 함께 받아들입니다.

이와 같이 한 사람의 소비가 다른 사람에게 영향을 주는 것을 소비의 외부효과라 합니다. 이때 긍정적인 영향을 주는 것을 정(positive)의 외부효과라고 하며, 한 사람의 소비가 타인에게 부정적인 영향을 미칠 경우를 부(negative)의 외부효과라고 합니다.

이는 다음의 속물효과, 밴드왜곤효과, 베블렌효과 등과 같은 예에서 살펴볼 수 있습니다.

● 속물효과(snob effect)

다수의 소비자가 구매하는 제품을 꺼리는 소비현상을 뜻하는 경제용어로 남들이 구입하기 어려운 값비싼 상품을 보면 오히려 사고 싶어하는 속물근성에서 유래되었습니다. 소비자가 제품을 구매할 때 자신은 남과 다르다는 생각을 갖는 것이 마치 백로같다고 하여 백로효과라고도 하며, 스놉효과라고도 합니다. 속물효과는 특히 명품구매라든지 패션의 경우에서 많이 보여 집니다.

● 밴드왜건효과(bandwagon effect)

곡예나 퍼레이드의 맨 앞에서 행렬을 선도하는 악대차가 사람들의 관심을 끄는 효과를 내는 데에서 유래된 밴드왜건효과는, 속물효과와는 달리 다른 사람들의 소비성향을 무조건 따라가는 현상을 의미합니다. 다른 사람이 소유한 것을 나도 가지고 있다는 것과 다른 사람과 함께 소비한다는 것에 가치를 둡니다. 이웃이 자동차나 오디오를 구매하면 따라서 구매한다든지 남과 같은 것을 소유한 것에 의미를 둡니다.

● 베블렌효과(veblen effect)

베블렌효과는 상류층 소비자들에 의해 이루어지는 소비행태로, 가격이 오르는 데도 수요가 줄어들지 않고, 오히려 증가하는 현상을 말합니다. 소비를 통하여 사회적 지위를 얻는 것에 가치를 두며 과시소비 등을 보여 줍니다. 사회적 지위를 얻을 수 있는 대형자동차의 구매, 폴로경기 등에서 그 예를 찾아 볼 수 있습니다.

7 소비자피해

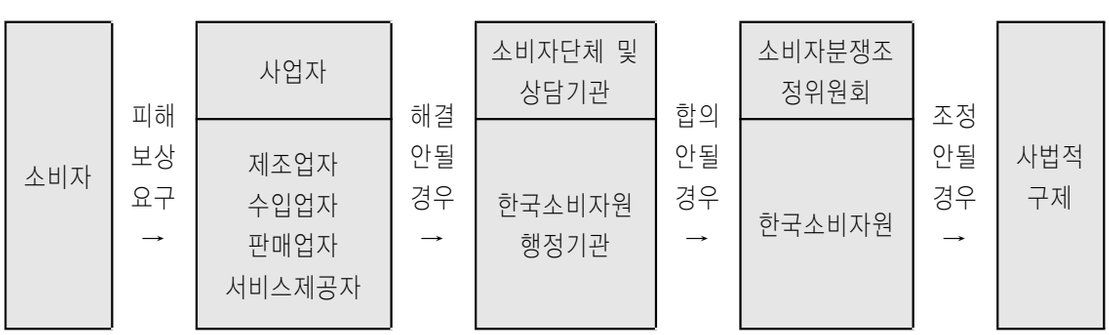
소비자 피해는 사업자가 제공하는 상품이나 서비스를 구입하여 사용하거나 이용하는 과정에서 상품의 하자 또는 결함이나 부당한 가격, 허위·과장으로 인한 불공정한 거래 등으로 입는 재산상의 손해 및 신체상의 피해를 말합니다.

사업자로부터 상품과 서비스를 구입 사용하지 않고 생활하는 것이 불가능하듯이, 상품이나 서비스 구입 후 소비자피해를 전혀 당하지 않고 생활하기란 여간 어렵지 않습니다. 피해 내용도 소규모의 경제적 피해로부터 인체에 심각한 위해까지 다양하고 광범위합니다.

전통적인 소비자피해는 소비자와 사업자 간의 거래관계를 전제로 한 사법상의 법률문제로, 이에 대한 구제절차도 주로 민사소송 절차에 따르게 됩니다. 그러나 소액 다발을 특징으로 하는 소비자 피해 사건을 비용과 시간이 많이 소요되는 민사소송으로 일일이 해결하는 것은 소송의 실익이 적어 사실상 소송을 포기하는 경우가 많습니다.

따라서, 이러한 소비자 피해는 당사자 간의 합의나 제3자에 의한 알선, 중재, 조정과 같은 방법, 즉, 재판 외 분쟁해결제도에 의하여 해결하는 것이 신속·간편하고 비용이 저렴하다는 장점을 가지고 있어 더욱 효과적입니다.

일반적으로 소비자피해를 구제받을 수 있는 절차를 살펴보면 다음과 같습니다.



8 소비자피해구제 방법

● 사업자와의 상호교섭에 의한 구제

소비자피해의 양 당사자인 소비자와 사업자가 직접적인 상호 교섭에 의하여 소비자피해를 처리하는 것으로써, 가장 바람직한 처리방법이며 가장 빈번하게 이용되는 구제방법입니다. 이는 주로 피해의 범위나 규모가 비교적 미미한 경우에는 가장 손쉽고 신속하게 원만한 합의와 적절한 보상을 받을 수 있는 장점이 있고 교환, 보상 등의 방법이 주로 일어납니다.

소비자기본법에서도 원만하고 신속하게 소비자피해를 해결될 수 있도록 하기 위하여, 일정 규모 이상의 사업자들은 소비자상담실이나 고객만족센터와 같은 소비자피해 보상기구를 설치하도록 하고 있습니다.

사업자와 접촉 시 도움이 될 만한 7가지 행동요령

▌불만이나 피해관련 사례 및 정보, 법·규정 등을 찾아보고 보상 관련 본인의 불만이나 보상요구가 적정한지 사전에 확인한다.

▌필요한 자료 등을 미리 준비한 후 사업자에게 연락을 취한다.
- 영수증, 주문서, 상품설명서, 품질보증이나 수리, 서비스 관련 증빙서류 등

▌적절한 담당자를 찾아야 한다.

▌사업자에게 피해 및 불만내용을 명확히 제시한다.
- 언제, 어디서, 어떠한 물품 및 서비스를 구입하였는지
- 제품이나 서비스와 관련해서 어떠한 문제가 발생하였는지
- 과거 문제 제기 여부 및 현재까지 진행 경위
- 소비자의 요구나 해결방안, 문제나 불만이 해결되길 원하는 시일이나 기한

▌문제해결을 위한 소비자의 요구사항을 정확하게 제시하여야 한다.
- 사업자는 다양한 이유를 들어 소비자의 불만 및 보상요구를 거부하는 경우가 많으므로 관련 법규 및 보상기준 등을 미리 살펴보기 바란다.

▌사업자가 보상요구를 거부할 경우에는
- 가급적 사업자에게 거부사유에 대해 서면으로 제공해 줄 것을 요구한다.
- 사업자가 보상거부 근거 자료를 제공하지 않는 경우 사업자와의 대화내용이나 중요사항들을 메모해 두면 분쟁해결기관에 도움을 요청할 때 활용할 수 있다.
- 사업자가 보상에 대해 명확한 입장을 표명하지 않거나 미온적인 태도를 취할 경우 일정 시점을 정해 명확한 보상의사를 통보해줄 것을 사업자에게 요구하라.
- 아울러 회신이 없거나 보상거부 시 소비자 피해구제, 분쟁해결 기관 및 소액재판 등 피해보상, 유관 행정기관 등에 해당내용의 처리를 요구할 것임을 통보한다.

▌소비자상담 및 피해구제 기관에 처리 의뢰

● 소비자단체에 의한 구제

소비자들 스스로의 권익 보호를 위해 자주적으로 단체를 결성 행정기관에 등록한 민간 소비자단체가 소비자피해 및 불만을 처리하기 위하여, 소비자에게 정보를 제공하고 양 당사자 간에 합의권고를 행함으로서 소비자피해를 구제하는 방법입니다. 소비자단체는 업무를 추진함에 있어 필요한 자료를 사업자에게 요청할 수 있으며, 사업자는 정당한 사유가 없는 한 이에 응해야 합니다.

현재 공정거래위원회에 등록하여 소비자관련 업무를 담당하는 민간소비자단체는 한국소비자단체협의회에 회원사로 있는 한국소비자연맹, 소비자시민의 모임 등 10개 단체가 활동 중입니다.

소비자단체 현황



● 행정기관, 공공기관 등에 의한 구제

국가 및 지방자치단체 등의 행정기관이나 금융감독원 등의 공공기관이 소비자기본법이나 관계 법률 등에 의해 소비자의 불만 및 피해구제를 위한 전담 기구를 설치하여 소비자피해를 구제하는 방식을 의미합니다.

중앙행정기관의 경우, 공정거래위원회에서 부당한 표시·광고, 부당한 약관 등을 담당하고 있으며, 금융위원회에서 금융소비자문제를 담당하고 있습니다. 또한 식품의약품안전청의 경우 식품 등의 안전에 관련한 사항을 담당하고, 국토해양부에서는 건축과 자동차와 관련한 소비자피해를 담당합니다. 이 외에도 각 지방자치단체의 경우 소비자피해전담기구를 설치하여 소비자피해구제의 신속화를 위해 노력하고 있습니다.

그러나 행정기관의 소비자피해 구제업무는 기관 본연의 업무라기보다는 기관 고유업무를 처리하는 과정에서 부수적으로 수행하기 때문에, 소비자피해구제를 위한 전문지식이 부족하고 객관적인 심사 절차나 판정 권한이 없기 때문에, 간접적인 공권력 행사에 그치고 있는 실정입니다.

● 한국소비자원에 의한 구제

소비자기본법에 소비자피해의 신속하고 원만한 구제를 위해 한국소비자원에 소비자피해를 구제할 수 있는 기능을 부여하고 있습니다.

소비자의 물품의 사용 및 용역의 이용으로 인한 피해의 구제뿐만 아니라, 소비자단체, 국가, 지방자치단체, 소비자로부터 피해구제를 요구받은 사업자 등도 그 처리를 한국소비자원에 의뢰할 수 있습니다.

한국소비자원은 피해구제를 청구 받으면 피해에 관한 사실확인 및 법령 위반사실 등을 확인한 후 사업자에 피해보상에 관한 합의를 권고할 수 있습니다. 그러나 30일 이내에 사업자와 소비자 간에 합의가 이루어지지 않으면 소비자분쟁조정위원회에 조정을 요청하는 방법으로 당사자들 간의 합의를 도출해낼 수 있습니다.

▌조정결정

소비자분쟁조정위원회는 조정 요청을 받은 날로부터 30일 이내에 조정결정을 하게 되며 그 내용은 즉시 당사자에게 통보합니다. 당사자가 통보를 받은 날로부터 15일 이내에 서면으로 이의 신청을 하지 않은 경우에는 수락한 것으로 간주하며, 양 당사자가 수락하여 성립한 조정결정은 재판상 화해와 동일한 효력을 갖게 됩니다.

조정이 성립된 후 일방 당사자가 이행을 거부할 경우에는 법원으로부터 집행문을 부여받아 강제집행을 할 수 있습니다.

> 한국소비자원에 소비자피해를 구제받기 위해서는 소비자상담센터에 상담을 신청하면 됩니다. 소비자상담센터는 소비자상담을 담당하는 정부기관(공정거래위원회, 전국 16개 시·도 소비생활센터), 한국소비자원, 소비자단체 등이 참여하는 국가 전체적인 상담시스템으로, 전국 단일상담전화번호인 1372로 전국 어디서나 이용할 수 있습니다.

● 법원에 의한 구제

사업자가 제공하는 상품이나 용역으로 인하여 피해를 입은 소비자가 마지막으로 호

소할 수 있는 곳은 법원으로서, 당해 사업자를 상대로 법원에 소송을 제기하여 피해를 구제받을 수 있습니다.

사법상의 권리 또는 법률관계를 둘러싸고 발생하는 분쟁을 민사분쟁이라 하고, 민사분쟁이 발생한 경우에 이를 해결하는 방법을 마련한 것이 바로 법원에 의한 민사소송절차입니다. 법원의 사법적 절차인 민사소송에 의한 소비자피해 구제방법은 다른 방법에 의한 피해구제의 기준이 되는 소비자피해의 최종적인 구제 방법이라 할 수 있지만, 소비자피해는 금액으로는 소액이고 다발적으로 빈번하게 발생하고 있어 소송에 의할 경우, 소비자피해 사건의 경우에는 그 절차가 까다롭고 복잡하며, 시간과 비용이 많이 소요되고 피해원인 규명이 곤란한 경우가 많아 이용에 어려움이 있다는 단점이 있습니다.

9 소비자상담센터

소비자상담센터는 전국 단일 대표전화 1372로 신속한 전화연결로 상담 편의성을 높이고 모범상담 답변과 상담정보 관리를 통해 질 높은 상담서비스 및 정보를 제공함으로써 상담효율성과 소비자 만족도를 높이기 위한 서비스입니다.



● 소비자상담센터의 주요특징

▌신속한 소비자상담을 위한

- 전국 단일 소비자 상담을 위한 전국 대표번호 채택 (1372)
- 전화와 인터넷을 이용한 24시간 상담접수 서비스
- 소비자상담 포털을 통한 다양한 소비자정보를 제공합니다

▌고품질의 상담서비스를 위한

- 모범상담 DB제공으로 고품질 상담자료 제공
- 사업자와의 신속한 연결을 통해 상담 및 피해구제 서비스 개선
- 정기적인 상담원 교육 및 만족도평가로 서비스 수준을 향상하였습니다

▌상담원과 사업자의 상담업무처리 편의성 증대를 위한

- 전국 모든 상담원이 공통 사용하는 상담응대 업무처리시스템의 제공
- 상담기관별 분산 관리되던 소비자정보의 통합관리
- 전화와 인터넷 상담이력 관리를 통한 상담처리 편의성 증대

소비자상담센터는 7가지가 편리합니다. 첫째, 전국 어디서나 하나의 번호로 신속한 상담이 가능합니다. 둘째, 준비된 모범상담사례로 고품질 상담서비스가 이루어집니다. 셋째, 인터넷을 통해 24시간 상담신청이 가능합니다. 넷째, 자동상담서비스로 소비자 스스로 문제해결을 할 수 있습니다. 다섯째, 축적된 상담정보를 통해 소비자 피해를 예방하고 소비환경이 개선됩니다. 여섯째, 선진화된 상담시스템과 프로세스로 소비자 상담이 편리해 집니다. 일곱째, 소비자상담기관, 기업체, 소비자가 자율적으로 참여하는 개방형서비스입니다.

10 소비자불만자율관리시스템(Consumer Complaints Management System, CCMS)

일반적인 소비자 피해구제 방법은 사업자에 의한 구제, 소비자단체나 한국소비자원, 행정기관 등에 의한 구제, 그리고 최종적으로 법원에 의한 구제 등이 있으나, 소비자피해 문제는 기본적으로 제3자가 개입하여 해결하기 보다, 제품 및 서비스판매를 통해 피해를 유발한 기업이 자율적으로 예방책과 구제책을 마련하여 실행하는 것이 가장 효율적이라 할 수 있습니다.

즉, 기업이 제품 또는 서비스의 품질관리, 제품안전, 소비자에 대한 정보제공 등의 예방활동을 한다면 소비자피해의 발생을 상당 부분 막을 수 있고, 또한 소비지피해 발생시에도 기업 내부에 이를 신속하게 대응할 수 있는 시스템과 명확한 기준 등이 마련되어 업무가 처리된다면, 소비자, 사업자 모두 불만처리 및 피해구제에 따른 시간이나 비용을 절감할 수 있을 것입니다.

이러한 측면에서 기업이 자율적, 종합적으로 소비자 불만처리 제도를 도입하도록 하기 위해 공정거래위원회가 2005년 9월 공표한 자율관리프로그램을 말합니다.

소비자불만자율관리시스템 제도는 기존의 소비자피해 문제가 주로 상담실이나 A/S센터 같은 곳에서 전담하는 것으로 인식되던 것을, 전 부서가 유기적으로 연결하여 업무협조를 함으로써 소비자 피해예방 및 신속한 구제가 이루어지도록 유도하는 제도라 할 수 있습니다.

11 소액사건재판

소액사건은 소송가액이 2000만원을 초과하지 아니하는 금전지급을 목적으로 하는 청구(대여금, 물품대금, 손해배상청구)와 같은 비교적 단순한 사건에 대하여 보통의 민사소송 보다 훨씬 간편하여 경제적으로 재판을 받을 수 있게 만든 제도입니다.

● 소액사건 재판의 절차

소액사건의 신속한 처리를 위하여 법원은 소장이 접수되면 즉시 변론기일(법원에 출석하여 판사 앞에서 자기의 주장을 진술하는 날)을 지정하여, 1회의 변론으로 심리를 마치고 즉시 신고할 수 있도록 하고 있습니다. 다만, 법원이 이행 권고 결정을 하는 경우에는 즉시 변론기일을 지정하지 않고, 일단 피고에게 이행권고결정 등본을 송달한 후 이의가 있을 경우에만 변론기일을 즉시 지정하여 재판을 진행하게 됩니다

● 이행권고결정 제도

소액사건의 소가 제기된 때에 법원이 판결 전에 결정으로 소장부본이나 제소조서 등본을 첨부하여 피고에게 청구 취지대로 이행할 것을 권고하는 제도를 말합니다. 즉 간이한 소액사건에 대하여 직권으로 이행권고 결정을 한 후 이에 대해 피고가 이의를 제기하지 않으면 곧바로 변론 없이 원고에게 집행 권원을 부여하자는 것입니다

당사자의 배우자, 직계혈족, 형제자매, 호주는 법원의 허가 없이도 소송대리인이 될 수 있기 때문에 당사자를 대신해서 재판에 참여할 수 있습니다

법원은 소장, 준비서면 기타 소송기록에 의하여 청구가 이유 없음이 명백한 때에는 변론 없이도 청구를 기각할 수 있습니다.

● 소장 작성과 소장 접수 방법

소송은 본인이 직접 접수하고 변론하는 것이 원칙이나 소액사건의 경우 배우자 및 직계혈족 등이 소송을 대리할 수 있습니다. 이 경우 호적등분 또는 주민등록등본 등으로 신분관계를 증명하고 소송위임장으로 수권관계를 증명하면 됩니다.

소장접수는 민사소송법 제1조의 2에 의거, 피고 소재지의 법원에 소장 제기하면 됩니다. 각 법원에서는 통상 소액사건을 접수하는 별도의 창구가 마련되어 있습니다.

12 대안적분쟁해결방식(ADR)

일반적으로 소송은 복잡하고 비용이 많이 들며 시일이 오래 걸리는 단점이 있습니다. 또, 소송은 국가 기관의 일방적이고 강제적인 결정에 의해 분쟁을 해결한다는 점과 엄격한 법 적용에 의해 실제 사례에서는 구체적 타당성을 가지지 못할 수 있다는 점이 문제로 지적되고 있습니다. 따라서 이러한 소송의 문제점을 극복하기 위하여 국제적으로 협상, 알선, 조정, 중재 등의 대안적 분쟁해결방식(Alternative Dispute Resolution, ADR)이 제도화 되고 있습니다.

● 협상

협상이란 분쟁이 발생했을 때 제3자의 개입없이 당사자끼리 합의에 의해 해결하는 것을 말합니다.

● 알선

알선은 당사자끼리 합의에 의해 분쟁을 해결하는 점에서 협상과 같지만, 제3자가 당사자들이 합의할 수 있도록 자리를 마련해 주는 등의 방식으로 도와 준다는 점이 다릅니다.

● 중재

당사자끼리 분쟁이 해결되지 않을 때 중립적인 제3자의 결정에 따르기로 당사자들이 합의하고 제3자가 중재안을 내놓는 것을 중재라고 합니다.

중재는 사적으로도 행해지지만 특히 법원이 아닌 중재위원회 등 다른 공공기관의 판정에 의해 해결하는 경우도 많습니다. 공적 기관에 의한 중재의 예로는, 국가 간의 분쟁에 대해 제3의 판단 기관이 나서는 국제법상의 중재, 상거래 분쟁에 대한 중재법상의 중재, 노사 분규 등에 대한 노동법상의 중재 등이 있습니다.

● 조정

중립적인 제3자가 개입하여 적극적으로 설득하고 양보하게 하는 방식으로, 당사자끼리 합의하도록 도와주는 것을 조정이라고 합니다. 조정은 제3자가 적극적으로 개입하기는 하지만 중재와는 달리 제3자가 합의안을 결정할 권한은 없습니다.

특히 우리나라는 1990년부터 민사소송으로 가기 전에 당사자의 선택에 의하여 민사조정을 거칠 수 있도록 하고 있는데, 이 민사조정 제도는 법관이나 법원에 설치된 조정위원회에서 당사자들의 사정을 참작하여 서로 양보하고 타협하도록 주선함으로써 융통성있는 결론을 맺도록 하는 절차입니다. 판사의 조정에 대해 분쟁 당사자가 합의를

하거나 판사가 직권으로 결정한 조정안에 당사자가 이의가 없을 경우에 조정이 이루어집니다. 이와 같은 조정은 소송 도중에도 할 수 있습니다.

또 가사소송의 경우 일정한 경우에는 반드시 소송으로 가기 전에 조정을 거쳐야 하는 조정 전치주의를 채택하고 있어, 곧바로 소송을 신청할 경우에도 가사 조정을 받게 하고 있습니다.

이러한 대안적 분쟁해결 방식들은 정식 소송 절차와 비교하여 저렴한 비용으로 빠르게 분쟁을 해결하고 당사자들의 타협과 양보에 의하여 해결책을 마련할 수 있다는 점 등의 장점을 갖추고 있습니다.

분쟁해결 방식 비교

유형	수단	내용	특징
화해	재판외 화해	당사자가 서로 양보하여 분쟁을 마무리 하는 약정을 함	-
	재판상 화해	법원이 관여하고 화해 내용을 조서로 작성함	확정판결과 동일 효력
중재	상사 중재	중재과정에 반드시 복종해야하는 강제해결 방식	일종의 자주법정 제도
조정	법원 조정	민사조정법에 따라 민사에 관한 모든 분쟁을 조정하고 조정조서를 작성함	확정판결과 동일 효력
	민간 조정	민간 단체 등 사회적으로 영향력 있는 단체가 조정에 나섬	활용이 낮은 실정임
	행정 조정	노동, 보험, 소비자, 의료, 환경, 금융, 국가배상 등의 문제를 다룸	확정판결과 동일 효력
알선	당사자들이 스스로 합의 양해에 도달하도록 제3자가 직·간접적으로 지원(노동쟁의조정법, 환경오염피해분쟁조정법 등에서 알선 제도를 채택)		

13 분쟁조정제도

사법상의 권리 또는 법률관계를 둘러싸고 발생하는 분쟁을 민사분쟁이라고 하고, 민사분쟁이 발생한 경우에 이를 해결하는 방법을 마련한 것이 바로 법원에 의한 민사소송절차입니다. 그러나 수없이 발생하는 민사분쟁을 오로지 민사소송만으로 해결하는 것은 경제적·시간적·사회적으로 득책이 아니므로 민사소송 외에 화해, 조정, 중재 등과 같은 소송 대체적 분쟁해결방법(Alternative Dispute Resolution : ADR)을 허용하고 있습니다.

소송 대체적 분쟁해결방법의 하나인 분쟁조정제도는 당사자의 사정을 배려하고 상호양보를 통한 해결 방안을 제시함으로써, 법률에 의해 엄격한 판단을 내리는 소송보다 더 유연하게 분쟁을 처리할 수 있고, 분야별 전문가가 직접 참여함으로써 전문성을 확보할 수 있으며, 비용이 거의 들지 않는 등의 장점이 있습니다.

조정이라 함은, 넓은 의미로는 제3자가 분쟁 당사자를 중개하고 쌍방의 주장을 절충하여 화해에 이르도록 알선·협력하는 것을 말하지만, 현재는 국가기관이 제도적으로 행하는 경우를 가리키는 것이 보통입니다.

이러한 조정에는 법원에 의한 조정과 개별법에 의해 설치된 각종 분쟁조정위원회에 의한 조정이 있습니다. 전자는 조정 담당판사 또는 조정위원회에 의하여 조정이 행해지고 있고, 후자에는 소비자분쟁조정위원회, 금융분쟁조정위원회, 의료심사조정위원회, 환경분쟁조정위원회에 의한 조정 등이 있습니다.

이들 위원회에 의한 조정이 성립된 경우는 대부분 '재판상화해'와 동일한 효력이 있습니다.

따라서 조정이 성립된 후 당사자 일방이 이를 이행하지 않는 경우에는 '각종 분쟁조정위원회의 조정조서 등에 대한 집행문 부여에 관한 규칙'(대법원 규칙, 제1198호)에 따라 법원으로부터 집행문을 부여받아 강제집행을 할 수 있습니다.

일반적인 화해(합의)와 재판상 화해
일반적인 화해의 경우에는 화해 후 사업자가 합의한 내용대로 이행하지 아니하면 소비자는 다시 재판을 통하여 그 합의 사실 및 그 내용을 확인하고 그 재판의 결과를 가지고 강제집행을 실시할 수 있으나, 재판상 화해의 경우에는 사업자가 분쟁조정의 내용대로 이행하지 않을 경우 바로 분쟁조정조서를 근거로 법원에 강제집행을 신청할 수 있다.

분쟁조정위원회 현황

구분	근거법률	설치기관	분야	관련부처	효력
소비자 분쟁조정위원회	소비자기본법	한국소비자원	모든 상품 및 서비스	공정거래위원회	재판상 화해
금융 분쟁조정위원회	금융위원회설치에 관한법률	금융감독원	금융	금융위원회	재판상 화해
의료심사 조정위원회	의료법	보건복지부	의료행위	보건복지부	합의
개인정보 분쟁조정위원회	정보통신망이용촉진및정보보호등에 관한법률	한국인터넷진흥원	개인정보	행정안전부	합의(민법상 화해)
우체국보험 분쟁조정위원회	우체국예금보험에 관한법률	우정사업본부	보험	지식경제부	-
전자거래 분쟁조정위원회	전자거래기본법	정보통신산업 진흥원	전자거래	지식경제부	합의(민법상 화해)
하자심사 분쟁조정위원회	주택법	국토해양부	공동주택	국토해양부	합의(민법상 화해)
소협자율 분쟁조정위원회	소비자기본법	한국소비자단체 협의회	특수판매 등	한국소비자단체 협의회	합의(민법상 화해)

14 소비자피해보상보험

‘방문판매등에관한법률’ 상의 다단계판매는 자본금이 필요 없는 무점포판매방식으로서, 일반 영업조직에서는 판매주체가 영업사원인데 반해 다단계판매의 판매주체는 모든 사람들이며, 대표자를 중심으로 여러 개의 조직이 존재하는 계층구조를 가지고 있으므로 일반소비자에 대한 유인효과가 크고 이로 인한 피해도 크기 때문에, ‘방문판매등에관한법률’은 다단계판매에서 발생되는 소비자의 피해를 보상하게 하기 위해 다단계판매업자로 하여금 다음에 해당하는 계약을 체결하도록 하고 있는 바, 이를 일괄하여 소비자피해보상보험이라고 합니다.

- 소비자피해보상을 위한 보험계약
- 소비자피해보상금의 지급을 확보하기 위한 금융기관과의 채무지급보증계약
- 방문판매업자 또는 다단계판매업자가 설립한 공제조합과의 공제계약

‘방문판매등에관한법률’은 다단계판매업자에 대하여는 동 보험가입을 의무화하고 있으나, 방문판매, 전화권유판매, 계속거래 또는 사업권유거래에 대하여는 공정거래위원회가 소비자보호를 위하여 소비자피해 보상보험계약의 체결을 권장할 수 있도록 하고 있습니다.

또한 ‘전자상거래등에서의소비자보호에관한법률’ 및 ‘가맹사업거래의공정화에관한법률’도 전자상거래 및 통신판매에서의 소비자보호와 가맹점사업자의 피해를 보상하게 하기 위하여 관련 사업자에게 ‘방문판매법등에관한법률’ 과 유사한 피해보상보험계약을 체결하도록 하고 있습니다.

15 소비자분쟁해결기준

소비자는 각종 물품의 사용이나 서비스를 이용하는 과정에서 제품의 하자, 부당거래, 계약불이행 등 다양한 피해를 입을 수 있습니다. 이런 경우 소비자가 사업자로부터 적절한 보상을 받을 수 있도록 품목별·피해 유형별로 보상기준을 마련해 놓은 것이 소비자분쟁해결 기준입니다.

소비자분쟁해결 기준은 법률이 아니고 행정적 지도지침인 고시로 강제력은 없지만 규정의 제·개정시 정부, 소비자단체, 사업자단체가 협의하여 그 기준을 정하였기 때문에 실질적인 효력을 가지고 있습니다.

소비자분쟁해결 기준은 소비자피해보상에 관한 일반원칙과 품목별 해결기준으로 구성되어 있습니다. 품목별 보상기준에는 112업종, 541개 품목별로 소비자가 사업자에게 피해보상을 요구할 수 있는 불만유형을 비롯해, 물품이나 용역의 품질·가격·표시상의 불일치·거래조건 등 사실상 소비자와 사업자간에 발생하는 거의 모든 문제를 수용하고 있습니다.

중요한 내용으로는,

첫째, 품질보증기간, 부품보유기간, 수리·교환·환급 등 보상방법 기타 품질보증에 관한 사항을 표시한 증서를 교부하거나 그 내용을 물품에 표시하도록 하고 있습니다.
둘째, 품목별 해결기준은 분쟁 당사자간에 별도의 의사표시가 없고 피해 소비자가 품목별 해결기준에 따른 피해보상만을 청구하는 경우에 한하여 기준이 됩니다.
셋째, 다른 법령에 근거한 별도의 해결기준이 품목별 해결기준보다 소비자에게 유리한 경우에는 당해 해결기준을 품목별 해결기준에 우선하여 적용합니다. 해당 품목에 대한 해결기준을 정하고 있지 아니한 경우에는 동 기준에서 정한 유사제품에 대한 해결기준을 준용할 수 있습니다. 품목별 해결기준에서 동일한 피해에 대한 보상방법을 2가지 이상 정하고 있는 경우에는 소비자가 선택하는 보상방법에 따릅니다.

소비자가 물품과 용역의 이용과정에 불만이 있을 경우 해당 사업자에게 보상을 청구하면 사업자는 원칙적으로 이 기준에 따라 보상해야 합니다.

16 계약

계약은 2인 이상 당사자의 청약과 승낙이라는 의사표시가 일치하여 성립하는 법률행위를 말합니다. 계약의 본질은 자기의 자유의사에 의해서만 구속된다는 확신을 통해 당사자끼리의 특정 목적을 달성키 위한 합의에 따라 계약당사자 쌍방을 구속하기 때문에 의사표시는 자유롭게 이루어져야 합니다. 이에 반하여 청약과 승낙의 표시가 일치하지 않은 때에는 계약이 성립하지 않습니다. 따라서 구속의 목적이 적법하고 자유의사에 의해 합의된 계약은 체결방식, 내용의 여하를 막론하고 그 이행을 실현하는 것이 보장됩니다.

계약의 성립과정에서 당사자중 일방이 책임 있는 사유로 인해 상대방에게 손해를 입힌 때에는 고의나 과실의 책임에 따라 선의의 상대방에게 배상할 책임이 있습니다. 체결된 계약내용이 처음부터 실현 불가능하였음에도 고의 또는 과실로 실현불능을 숨기고 상대방이 그 계약의 유효성을 믿게 하였다면, 이에 따르는 이행이익의 한도 내에서 배상할 책임이 있습니다. 계약의 성립이전에 당사자가 계약 성립을 기대하고 준비 작업을 하였다가 기대에 어긋나게 되었다 하더라도 계약책임에 따라 배상을 하여야 합니다.

만약 계약이 성립하였더라도 일방의 채무가 불능, 무효 및 취소되었다면 상대방의 채무도 성립하지 않습니다. 그러나 당사자 간에 채무가 존재하는 계약에 있어 일방이 그 채무의 변제만기에 도달해서도 이행하지 않는다면, 상대방의 그 이행이 있을 때까지 자신의 채무를 이행하지 않을 권리가 있습니다. 이를 동시이행의 항변권이라고 합니다.

또한 일방의 채무가 채무자의 책임 없는 사유로 인하여 이행이 불가능하게 되었을 경우 그 채무자는 상대방의 이행을 청구할 수 없습니다. 이를 채무자 위험부담주의라고 하는데 채무자는 자기의 채무를 면하는 대신 채권자에 대하여 반대급부를 청구하는 권리를 잃어 버립니다.

● 계약서를 왜 써야 하는 것일까

계약서를 꼭 서야 하는 이유 중의 하나는 계약서가 없으면 계약이 있었다는 사실이 인정되지 않는 계약이 있기 때문입니다. 또, 계약의 내용이 중요하고 복잡해서 문서로 정확히 기록해 두어야 할 필요성이 있기 때문입니다. 계약서가 없으면 계약이 있는 것으로 인정되지 않는 경우도 있고, 계약서를 써 두면 재판을 하게 될 경우에 증거로 활용되어 재판에서 유리하게 적용됩니다.

● 계약할 때 살펴야 할 점

▌사전조사를 철저히 합니다

계약 체결 전 단계에서는 계약의 대상 또는 내용에 대한 충분한 사전 조사가 필요합니다. 예를 들어 근로 계약을 할 때에는 급료, 근무시간, 퇴직금 등을 알아보는 것이 좋고, 은행에 예금할 때에는 이자가 얼마인지, 자유자재로 찾아 쓸 수 있는 지 등을 알아보는 것이 좋습니다.

▌전문가 등의 자문을 받습니다

큰 회사와 계약을 할 때에는 그 쪽에서 제시하는 이미 인쇄된 계약서(이를 보통 거래약관이라 합니다)를 가지고 거래하는 경우가 많습니다. 그러나 그 계약서의 내용이 어렵고 복잡하여 의심스러울 때에는 전문가와 상담하는 것이 바람직하고 상대방에게 설명을 요구할 권리가 있으므로 상대방으로부터 충분한 설명을 들어야 합니다.

▌정당한 상대방인지 확인합니다

계약을 체결할 때에는 먼저 계약의 상대방이 계약 당사자인지 확인하고 대리인인 경우에는 대리권이 있는지 계약 당사자에게 알아보아야 합니다. 그리고 계약의 상대방이 미성년자가 아닌지 거래를 할 수 없는 사람은 아닌지도 살펴보아야 합니다.

▌계약 내용이 사회 질서에 반하지 않아야 합니다

마약을 거래하거나 토지거래 허가 지역인데도 거래 허가를 받지 않고 사업을 진행하겠다는 내용의 계약 등은 법의 보호를 받을 수 없습니다. 이 경우 어느 한 쪽이 의무를 이행하자 않더라도 계약을 실현할 수 없으므로 이러한 계약은 체결하지 않아야 합니다.

● 계약서에 들어가는 내용

일반적으로 계약서에는 계약의 당사자(예를 들어 매매 계약의 경우에는 매도인과 매수인), 계약의 목적물, 일정한 금액의 지급을 내용으로 하는 계약이라면 그 금액의 지급 방법과 시기 등을 기재하여야 합니다. 당사자 사이에 특별히 약속한 사항이나 조건이 있다면 이를 계약서에 반드시 기재하여야 후일 분쟁을 방지할 수 있습니다. 마지막으로 계약을 체결한 장소와 시기 및 당사자의 서명 날인을 정확히 표시하는 것이 좋습니다.

17 무효, 취소, 추인

● 무효

법률행위에 있어서 무효는 당사자가 의도하였던 법률행위의 효력이 법률에 의하여 당연히 처음부터 생기지 않는 것을 말합니다. 이러한 무효는 원칙적으로 모든 사람에게 주장할 수 있으나, 당사자 상호간의 통정에 의해 허위로 의사표시를 한 경우에는 선의의 제3자에게 무효를 이유로 대항하지 못합니다.

일반적으로 무효로 되는 법률행위는 • 표의자가 의사무능력자인 경우 • 법률행위의 목적이 강행법규나 사회질서에 위반한 경우 • 공정성을 현저히 잃은 경우 • 진의아닌 의사표시에 대해 상대방이 표의자인 진실을 알았거나 알 수 있었을 경우 • 허위표시의 경우 • 불법조건이 붙은 경우 등이 있습니다.

법률행위의 무효는 원칙적으로 모든 사람에 대해 이를 주장할 수 있으나, 법률행위의 당사자들이 통정하여 허위의 의사표시를 한 경우와 같은 당사자 간의 법률행위는 무효라 하더라도 제3자에게는 무효임을 주장할 수 없는 것도 있습니다.

이와 같이 무효인 법률행위는 당사자가 후에 추인하더라도 유효로 되지 않으며, 만약 당사자가 무효인 것을 알고 추인한 경우에는 새로운 법률행위를 한 것으로 간주하여 그 때부터 효력이 발생합니다. 이때라도 당해 새로운 법률행위가 사회질서에 반한다면 아무리 추인하여도 무효입니다.

● 취소

법률행위의 취소란 일단 유효하게 발생하고 있는 법률행위의 효력을 후에 행위 당시까지 소급하여 없게 하는 것입니다. 즉, 취소할 수 있는 법률행위는 취소의 의사표시를 함으로써 비로서 무효가 되는 것으로서, 행위무능력자(미성년자, 한정치산자, 금치산자)가 한 법률행위, 사기·강박에 기인한 법률행위 및 착오로 인한 법률행위 등이 있습니다. 이러한 법률행위의 취소는 취소권자의 일방적인 의사표시로 할 수 있고, 상대방이 있는 경우에는 상대방에게 취소의 의사표시가 도달하여야 합니다.

일단 법률행위는 취소를 하면 처음부터 무효이었던 것으로 보아 채무는 이행할 필요가 없으며, 사실상 채무가 이행되었다면 예컨대 매매계약에 있어서 매도인이 대금을 받고 매수인이 목적물을 받았다면 서로 간에 부당이득의 반환을 청구할 수 있습니다.

행위무능력자(미성년자, 한정치산자, 금치산자)가 취소된 법률행위로 인해 받은 이익이 있다면 선의나 악의를 묻지 않고 이익이 현존하는 한도에서 반환하면 됩니다.

법률행위의 취소는 누구에 대해서도 무효가 되었음을 주장할 수 있는 것이 원칙이지만, 착오, 사기 또는 강박에 의한 의사표시의 취소는 선의의 제3자에게 대항할 수 없습니다.

취소할 수 있는 법률행위는 거래의 안정을 위하여 추인할 수 있는 날로부터 3년, 법률행위를 한 날로부터 10년 이내에서만 취소가 가능합니다.

● 추인

추인이란 취소할 수 있는 법률행위를 취소하지 않는다고 결정하는 것으로서, 취소권의 포기를 말합니다. 무효인 법률행위는 추인하더라도 그 효력이 발생하지 않고, 다만, 당사자가 무효임을 알고 추인하였다면 새로운 법률행위로 간주합니다.

취소권자는 추인을 할 수 있고 법정대리인이 추인을 함에 있어서는 아무런 제한이 없습니다. 그러나 무능력자와 착오, 사기, 강박으로 의사표시를 한 자는 취소원인이 종료한 후(능력자가 된 후, 착오, 사기, 강박의 상태를 벗어난 후)에 취소할 수 있는 행위라는 것을 알고서 추인해야 합니다.

다만, 취소원인이 종료하기 전이라도 미성년자와 한정치산자는 법정대리인의 동의를 얻으면 유효한 추인을 할 수 있습니다.

이와 같이 취소할 수 있는 법률행위는 추인이 되면 취소할 수 없게 되고, 그 법률행위는 유효한 것으로 확정됩니다. 또한 취소권자의 뚜렷한 의사에 관계없이 제3자가 보아서 추인이라고 인정될 만한 일정한 행위가 있다면 이를 법정추인으로 간주하여 유효한 것으로 확정됩니다. 법정추인은 취소원인이 종료한 후에 법률행위의 일부나 전부를 이행한 경우, 강제집행을 한 경우, 취소가능한 행위로부터 얻은 권리를 전부 또는 일부 양도한 경우로서 추인한 것으로 봅니다.

18 소멸시효

권리자가 권리를 행사할 수 있는데도 불구하고, 일정기간 동안 이를 행사하지 않으면 권리자체를 소멸시키는 제도가 소멸시효제도입니다.

소멸시효는 권리를 행사할 수 있는 때로부터 진행하며, 채권자의 질병, 부재, 개인적 사정과 같은 사실상의 장애발생으로는 소멸시효의 진행을 멈추지 못합니다.

따라서 채권자는 소멸시효의 진행을 중단시키기 위해 • 소의 제기 • 파산절차의 참가 • 간이재판절차인 지급명령 • 화해를 위한 소환 • 소액사건심판법상 임의 출석 • 압류, 가압류 및 가처분 등의 조치를 취해야 합니다. 채권자가 채무자에게 채무의 이행을 청구하는 최고는 최고 후 6개월 이내에 재판상의 청구를 하지 않으면 시효중단의 효력이 없습니다. 반면, 시효의 이익을 받을 당사자가 시효의 완료에 따라 권리를 잃은 자에 대하여 그 권리의 존재를 알고 있다라고 표시하는 승인에 의해서도 소멸시효는 중단합니다. 이러한 방법으로 시효가 중단한 때에는 기 진행기간은 무효로 되고 그때부터 새롭게 시효가 진행됩니다.

민법이나 다른 법령에서 소멸시효 기간을 정한 경우를 제외하고는, 보통의 채권은 10년간 행사하지 아니하면 소멸시효가 완성되어 그 기산일에 소급하여 해당 권리는 소멸됩니다. 그러나 일상적으로 빈번히 생기고 금전도 소액인 채권에 대해서는, 거래의 안정상 법률관계를 빨리 확정시키기 위해 3년과 1년 단위로 단기소멸시효를 정하고 있습니다.

3년의 단기소멸시효	1년의 단기소멸시효
• 이자, 부양료, 급료, 사용료 기타 1년 이내의 기간으로 정한 금전 또는 물건의 지급을 목적으로 한 채권 • 의사, 조산사, 간호사 및 약사의 치료, 근로 및 조제에 관한 채권 • 도급받은 자, 기사 기타 공사의 설계 또는 감독에 종사하는 자의 공사에 관한 채권 • 변호사, 변리사, 공증인, 공인회계사 및 법무사에 대한 직무상 보관한 서류의 반환을 청구하는 채권 • 변호사, 변리사, 공증인, 공인회계사 및 법무사의 직무에 관한 채권 • 생산자 및 상인이 판매한 생산물 및 상품의 대가 • 수공업자 및 제조자의 업무에 관한 채권	• 여관, 음식점 및 대석, 오락장의 숙박료, 음식료, 대석료, 입장료, 소비물의 대가 및 채당금의 채권 • 의복, 침구, 장구, 기타 동산의 사용료의 채권 • 노역인, 연예인의 임금 및 그에 공급한 물건의 대금 채권 • 학생 및 수업자의 교육, 의식 및 유숙에 관한 교주, 숙주, 교사의 채권

19 채무불이행

채무불이행은 채무의 내용에 수반되는 채권내용의 실현(이행내지 변제)이 없는 상태로서, 흔히 매매의 경우에 매수인이 매매대금의 변제를 이행하지 않는 것만을 생각하기 쉬우나 매도자가 매매의 목적물을 인도하지 않는 것도 채무불이행에 해당됩니다.

채무불이행은 • 이행이 가능함에도 불구하고 이행을 지연하는 이행지체 • 채권의 성립 후에 이행이 불가능한 이행불능 • 채무이행이 이루어졌다 하더라도 불완전하게 이루어진 불완전이행으로 구분됩니다.

채무자가 신의원칙에 어긋나게 채무를 이행하지 않거나, 고의나 과실로 인해 이행할 수 없게 된 때에는 책임을 집니다.

가령 채무의 이행지체일 경우에는 민사소송을 통해 급부를 강제이행 시킬 수 있고, 계약해제권이나 손해배상청구권을 행사할 수 있습니다. 채무이행이 채무자의 과실 있는 사유로 인해 불가능하게 된 경우에는 이행불능 당시의 시가총액에 해당하는 금액으로 손해배상을 청구할 수 있습니다.

그러나 채무자의 이행행위가 있었으나 불완전하거나 부수적인 의무의 위반이 있는 불완전이행의 경우에는 완전이행이나 손해배상을 청구할 수 있습니다.

그런데 채무의 불완전이행의 경우에 있어서 특정물의 매매와 관련하여 인도가 불완전한 경우에는 이를 채무의 불완전이행과는 별도로 하자담보책임으로 다룹니다.

20 하자담보책임

물품이나 서비스로 당할 수 있는 피해사례는 '하자'와 '결함'의 두 가지 경우로 나누어 볼 수 있습니다. '하자'란 상품에 흠이 있어 상품 자제에 문제가 있는 경우이며, '결함' 이란 상품의 안전성에 문제가 있어 피해가 생기는 경우를 말합니다. 따라서 구입한 물건 자체에 흠이 있는 경우(하자)에는 해당 물품 또는 서비스를 판매한 사람이 판매 당시에 그 하자가 있었다는 사실을 알았든 몰랐든 책임을 져야합니다(하자담보책임). 그러나 소비자가 물건을 살 때 이미 물건에 하자가 있었다는 사실을 알고 있었다면 판매자에게 하자담보 책임을 주장 할 수 없습니다.

이와 같이 특정 물건에 대한 매매에 있어서 매도인은 매수인에게 완전한 물건을 인도해야 합니다. 가령 자동차회사가 엔진에 고장이 있는 자동차를 판매한 경우와 같이 자동차에 하지 내지 불완전한 점에 대해 자동차회사의 과실 유무를 가리지 않고 일정한 책임을 지도록 하는 것을 매도인의 하자담보책임이라고 합니다.

통상 하자유무의 판단은·판매자가 상품의 품질에 대해 표시하지 않은 경우에는 보통의 품질, 보통의 용법에 적용되지 않는 상태를 하자로 보고·어떤 형태로든 표시가 있는 경우에는 표시된 품질이나 용법을 결여한 상태를 하자가 있다고 봅니다. 이에 따라 매수인은 구입 물건에 하자가 있고 그것이 거래상 요구되는 통상의 주의로서도 알지 못한 때에는 계약해제권, 대금감액청구권, 손해배상청구권, 대물청구권 등을 행사할 수 있습니다.

그러나 물건의 하자가 계약의 목적(사용 등)을 달성할 수 없을 정도로 중대한 경우가 아니라면 구입자는 손해배상을 청구할 수 있을 뿐이고 계약을 해제할 수는 없습니다. 매매목적물의 하자로 인한 계약해제와 손해배상의 청구는 매수인이 물건의 하자를 발견한 날로부터 6개월 이내에 청구하여야 합니다.

21 내용증명우편제도

내용증명 우편은 언제, 어디서, 누구에게 어떤 내용의 문서를 발송했다는 사실을 우체국이 보증하는 특수우편 제도로서, 서면내용의 정확한 전달은 물론 보낸 사실에 대한 증거로서 활용됩니다.

예를 들면 방문판매, 전화권유판매, 통신판매, 할부거래 등 계약의 해지요구는 서면으로 알려야 하는데 이를 일반우편 발송시에는 분실 또는 수신자가 받은 사실을 부인하거나 수취, 거절하여 반송되는 경우가 있으므로 이를 예방하기 위한 것입니다.

● 어떤 경우에 이용하는가

- 전화권유에 의해 회원권, 어학교재, 학습지, 월간지 등을 구입 또는 이용 계약을 한 후 철회기간 이내(14일)에 청약의 철회를 요구할 때
- 방문판매로 자격증 교재, 건강식품, 유아용교재, 가전제품 등을 구입 또는 스포츠센터 이용 계약을 한 후 철회기간이내(14일)에 청약의 철회를 요구할 때
- 인터넷쇼핑몰, TV홈쇼핑, 통신판매를 이용하여 물품이나 서비스 상품을 구입한 후 철회기간 이내(7일)에 청약의 철회를 요구할 때
- 할부로 물품을 구입한 후 철회기간 이내(7일)에 청약의 철회를 요구할 때 등입니다.

● 작성방법

소비자가 내용증명서를 3부 작성하여 우체국에 가면, 작성된 내용증명은 상대 사업자에게 1통 발송하고, 1통은 발신인에게 나머지 1통은 우체국에서 보관합니다.

다만, 신용카드로 결제하였거나 통신회사에서 대금을 청구한 경우에는 신용카드사 또는 통신회사에도 내용증명을 발송해야 하고, 이 결재 과정에 중간결제 대행업체를 통해 결제한 경우 결제대행업체에도 발송합니다.

● 기타

내용증명으로 발송한 우편물은 3년간 우체국에서 보관하며, 이 기간내에는 해당 우체국에 특수우편물수령증, 주민등록증 등을 제시해 본임임을 입증하면 보관중인 등본의 열람을 청구할 수 있으며 필요시에는 복사를 요청할 수도 있습니다.

22 지급명령제도

지급명령이란 '금전 기타 대체물이나 유가증권의 일정한 수량의 지급을 채권자가 법원에 신청하는 절차'로, 지급명령은 금전 등의 일정금액(또는 수량)의 지급청구에 관하여 채권자 신청 만에 의하여 간이·신속하게 이것을 확정하고 채무자에게 지급을 명하기 위하여 설정된 특별소송 절차인 독촉절차입니다.

지급명령은 채권자의 청구에 의하여 금전, 물품(대체물), 유가증권의 청구인가 아닌가, 관할 법원에 신청했는가 안했는가 등을 채권자가 제출한 신청서에 의하여 서면으로 심사를 하고 요건이 구비되었다고 인정하면 관할 법원은 지급명령을 발합니다. 따라서 판결절차와 같이 변론이나 증거조사 등의 번거로운 절차를 하지 아니하고 누구라도 이용하기 쉬운 소송절차입니다. 이러한 경우 채무자측은 지급명령에 대하여 이의를 신청할 수 있습니다. 채무자가 그 명령을 송달받은 날로부터 2주일 이내에 또는 그 후 가집행의 선고가 있는 지급명령의 송달후 2주일 이내에 이의신청을 한 때에는 사건은 본 소송으로 이행합니다.

지급명령은 채무자의 주소지 또는 사무소나 영업소에 계속하여 근무하는 사무소나 영업소를 관할하는 법원, 재산권에 관하여는 거소지 또는 의무이행지, 어음수표에 관하여는 지급지, 불법행위에 관하여는 불법행위지를 관할하는 법원이 전속관할입니다.

23 공탁

공탁이란 채무자가 자기의 금전채무를 이행하려고 하는데 채권자가 받지 않거나 받을 수 없을 때에, 법원에 이를 보관시킴으로써 자기 채무를 이행한 것으로 간주하는 제도를 말합니다. 즉, 채권자의 귀책사유를 묻지 않고 객관적인 사유가 존재하면 공탁이 가능하고 채권자가 미리 수령을 거절하면 구두제공을 할 필요 없이 공탁할 수 있습니다.

채권자가 받지 않는다고 해서 채무자가 아무런 법적 대응을 하지 않고 있다면 오히려 채권자가 채무불이행이라는 이유로 계약을 해제해 채무자만 낭패를 보게 되기 때문에 채무자의 보호를 위해서 채권자로 하여금 받은 것과 마찬가지의 효과를 주기 위해 고안한 제도입니다.

공탁에는 채무소멸을 위한 공탁(변제공탁), 채무담보를 위한 공탁(담보공탁), 단순히 보관의 의미로 하는 공탁(보관공탁), 기타 특수한 목적으로 하는 것(특수공탁) 등이 있는데, 공탁은 어떤 채무를 이행하기 위한 공탁, 즉 변제공탁이 대부분입니다. 공탁이 되면 채권자가 이 공탁금을 찾든지 말든지 일단 변제받은 것으로 간주합니다.

24 미성년자의 법률행위

출생일을 산입하여 만 20세에 달하였을 때 이를 성년이라 하고, 성년에 달하지 않는 자를 미성년이라고 합니다. 이와같이 연령을 기준으로 미성년자를 구분하는 것은 미성년자가 지식과 경험의 부족으로 정상적인 사회생활을 해 나가는데 경제적, 정신적 기초를 갖추지 못하였으므로 이들을 특별히 보호하기 위한 것입니다. 그러나 미성년자가 혼인하였을 때에는 성년에 달한 것으로 봅니다.

미성년자는 친권자(부모), 후견인과 같은 법정대리인의 동의를 얻어서 법률행위를 해야 합니다. 동의를 얻지 않는 법률행위는 미성년자 자신이나 법정대리인이 취소할 수 있고, 이렇게 취소된 법률행위는 처음부터 무효가 됩니다.

미성년자가 법정대리인의 동의없이 단독으로 가능한 행위로는,

- 권리만을 얻거나 의무만을 면하는 행위(담보물권의 설정 또는 보증취득, 친권자에 의한 부양료 청구, 부담없는 증여의 수락, 서면에 의하지 않은 증여의 해제)
- 처분이 허락된 재산의 처분행위
- 허락된 영업에 관한 법률행위
- 일상적인 거래행위 - 버스 승차, 식품구입 등의 일상행위
- 대리행위 - 행위무능력자도 타인의 대리인이 되어 하는 대리행위는 언제나 단독으로 유효하게 할 수 있음
- 유언행위 - 만 17세 달한 미성년자는 단독으로 유효한 유언이 가능
- 임금청구, 근로계약체결 등입니다.



제2장 거래적정화 편

1 표시·광고의공정화에관한법률

'표시·광고의공정화에관한법률'은 사업자 또는 사업자단체가 상품 또는 용역에 관한 표시·광고를 함에 있어서 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 하는 부당한 표시·광고를 방지하고, 소비자에게 올바르고 유용한 정보의 제공을 촉진함으로써 공정한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호할 목적으로 1999년 2월 제정되었습니다.

구체적으로는 부당한 표시·광고행위의 금지, 중요정보의 고시 및 통합공고, 중요정보제공협의회, 표시·광고내용의 실증, 사업자단체의 표시·광고 제한행위의 금지, 시정조치, 임시중지명령, 과징금, 손해배상책임, 표시·광고의 자율규약, 표시·광고의 자율심의기구 등에 관한 사항을 규정하고 있습니다.

2 표시

일반적으로 표시라 함은 사업자가 상품자체에 부착시켜 놓은 물체 또는 그 제품의 포장이나 사용설명서에 기재해 놓은 그 제품의 내용에 관한 중요한 사항을 말합니다.

'표시·광고의공정화에관한법률'에서 표시의 정의는 '상품에 관한 정보를 소비자에게 알리기 위해 상품의 용기나 포장 혹은 사업장 등의 게시물 또는 상품권, 회원권, 분양권 등에 관해 그 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자나 도형 등 상품의 특성을 나타내는 것을 말합니다. 이러한 표시는 소비자의 구매선택에 중요한 정보가 되며, 사업자에게는 소비자 구매유인 수단으로 기능하기도 합니다. 따라서 올바르고 적정한 표시제도는 소비자에게 유용한 정보제공의 역할을 할 수 있으며, 사업자에게는 상품판매의 기회를 최대한 보장해 주기도 합니다.

표시의 기능은 법률에서 규정하고 있는 부당한 표시행위의 기준에 위반하는 사업자의 표시행위를 규제함으로써 발생하는 기능과 법률에서 반드시 표시하여야 할 사항을 준수함으로써 발생하는 기능으로 살펴볼 수 있습니다. 표시행위를 규제함으로써 공정한 경쟁의 유지와 확보, 소비자의 생명·신체상의 안전성을 확보할 수 있는 기능과, 강제적인 표시제도를 시행함으로써 거래조건의 적정성 및 안전성의 확보와 품질의 식별 등의 기능을 할 수 있습니다.

표시의 종류

구분			내용
표시내용	안전표시		상품의 취급상의 주의사항이나 사용방법 표시
	규격표시		상품의 품질·규격의 법적 기준 부합여부 표시
	자격표시		특정 계량상품의 성질·체적·농도·밀도 등 표시
	가격표시		상품이나 용역의 가격 및 대가 표시
	부당표시		사업자의 부당한 표시행위 방지
강제성	강제표시		
	임의표시	인증표시	제3기관을 통한 제품인증 표시
		자가표시	제품에 대해 일정한 범위내에서 사업자가 표시

3 광고

'표시·광고의공정화에관한법률'에서 광고의 정의는 '광고라 함은 사업자 등이 상품 등에 관한 사항을 정기간행물, 인터넷신문, 방송, 전기통신, 그 밖에 대통령령이 정하는 방법으로 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것'을 말합니다.

광고의 긍정적인 면은, 광고가 소비자에게 제품정보를 제공한다는 점, 소비자의 상위 욕구를 충족하는 데에 기여한다는 점, 광고로 인해 제품판매가 늘어나면 즉, 시장에서 그 제품에 대해 수요가 창출되면 상품의 가격이 하락할 것이라는 점과 대량생산 촉진으로 소비자의 후생이 증대될 것이라는 점을 들 수 있으며,

반면에 광고의 부정적인 측면은 물질 및 소비주의를 조장하고 비윤리적, 때로는 어린이나 판단 능력이 약한 소비자에게 무차별 광고 이후의 무책임함이라든지, 그리고 광고비의 과다지출로 인한 소비자부담의 증가 등을 들 수 있습니다.

4 부당한 표시·광고

'표시·광고의공정화에관한법률'에서는 사업자 등은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 허위·과장의 표시·광고, 기만적인 광고, 부당하게 비교하는 표시·광고, 비방적인 표시·광고행위를 하거나 다른 사업자 등으로 하여금 이를 행하게 하여서는 아니 된다라고 규정하고 있습니다.

● 허위·과장의 표시·광고

사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것을 말합니다.

허위·과장광고는 상품, 용역의 재료, 성분, 품질, 규격, 함량, 원산지, 제조원, 제조방법, 효능, 기타의 거래내용이나 가격, 수량 등의 거래조건에 관하여 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 객관적으로 인정된 근거 없이 경쟁사업자의 것에 비추어 자기의 것이 우량 또는 유리하다고 표시·광고하는 행위를 말합니다. 즉 허위광고는 사실과 다르거나 근거가 없는 내용을 주장하는 행위입니다. 한편 과장광고는 광고의 내용이 심하게 과장되어 있어 소비자를 속일 수 있는 광고로서 허풍과는 다른 개념입니다.

> 예시】 전자악기의 일부 또는 부분에 관련되는 품질 또는 성능을 전체에 관련되는 품질 또는 성능인 것처럼 과장하여 광고,
> 객관적 근거 없이 건강기능식품이 건강증진에 탁월한 효과 있는 것처럼 광고,
> KS규격 또는 외국공인규격 등에 해당하지 않음에도 "KS규격" 또는 "외국기관에서 공인된 규격" 이라는 내용으로 표시광고,
> 객관적으로 인정될 수 없는 자체실험결과를 토대로 자기의 자동차매연감소 제품에 대해 "획기적인 연료절감 10~30% 절감"이라고 광고

● 기만적인 표시·광고

기만적인 표시·광고는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고 하는 것을 말합니다. 이때 사실의 은폐란 소비자가 그 사실을 안다면 상품선택에 중요한 영향을 받을 사항을 생략하거나 숨기는 것을 말하는 것으로, 광고주의 고의성이 없었다고 하더라도 소비자 오인성이 있으면 기만광고로 인정됩니다.

기만광고는 허위광고, 과장광고, 오도광고, 부당광고 등의 용어들과 비슷한 개념으로 사용되고 있습니다.

예시】 중고등학교 학생복 판매를 하면서 이월상품을 아무런 표시 없이 함께 전시하여 신 제품인 것처럼 광고하여 판매하는 경우,
중고피아노 판매광고를 하면서 가격이 저렴하다는 사실을 강조할 뿐 자기가 판매하는 제품이 중고품이라는 사실을 적시하지 않은 경우

● 부당한 비교 표시·광고

비교대상 및 기준을 명시하지 아니하거나 객관적 근거 없이 자기의 상품과 경쟁사의 상품을 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고하는 것을 말합니다.

예시】 업라이트(UP) 피아노 가격을 비교 광고하면서 경쟁사의 그랜드(GP) 피아노와 비교하거나 중국산 저가제품을 비교하여 가격이 현저히 저렴한 것으로 비교 광고하는 경우,
비교기준에 대한 정보제공 없이 수동변속기 차량과 자동변속기 차량의 연비를 비교하는 경우,
맥주 판매량을 비교하면서 경쟁사의 겨울 판매량과 자사의 여름 판매량을 비교하는 경우

● 비방적 표시·광고

경쟁사업자의 상품 또는 경쟁사업자를 객관적인 근거 없이 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것을 말합니다.

예시】 객관적 근거 없이 경쟁사의 그랜드피아노가 자사의 그랜드피아노보다 수명이 현저히 떨어지는 것처럼 광고,
경쟁사의 경승용차에 대하여 “테스트 도중 전복! 치명적인 결함, 시속 20㎞의 저속에서도 차체하부 심하게 손상” 등의 객관적인 근거 없는 내용으로 광고

5 중요정보고시제도

통상 사업자는 상품정보를 독점하면서 자신에게 유리한 정보만을 공개하고 상품결함 등 불리한 정보는 은폐하는 경향이 있습니다. 이러한 현상을 방치할 경우 잘못된 구매로 인한 소비자의 피해는 물론, 사업자간의 품질·가격경쟁도 왜곡·저해되어 시장경제가 제대로 작동하지 않는 문제가 발생합니다.

중요정보고시제도란 소비자가 합리적 상품선택을 하는데 필요한 정보제공을 확대하기 위하여 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 표시·광고사항과 표시·광고의 방법을 업종별로 고시하고, 이를 사업자의 표시·광고 시에 의무적으로 포함하도록 하는 제도입니다.

중요정보의 고시대상은 그 사항이 표시·광고에 포함되지 아니할 경우, • 소비자의 피해가 빈번히 발생하고 있는 사항, • 소비자가 상품 등의 중대한 결함 또는 기능상의 한계 등을 정확히 알지 못하게 되고 그 알지 못한 사정이 구매선택의 판단에 결정적인 영향을 미치게 되는 사항, • 소비자의 생명·신체상의 위해가 발생할 가능성이 있는 경우, • 기타 소비자의 합리적인 선택을 현저히 그르칠 가능성이 있거나 공정한 거래질서를 현저히 저해하는 경우로서 다른 법령에서 표시·광고를 의무화하고 있지 아니한 사항으로 규정하고 있습니다.

'표시·광고의공정화에관한법률'은 상품 또는 용역이나 거래분야의 성질에 비추어 소비자보호 및 공정한 거래질서의 유지를 위하여 표시·광고내용에 반드시 포함시켜야 할 중요정보사항과 그 표시·광고의 방법을 고시할 수 있도록 하고 있으며, 동 고시를 함에 있어서는 소비자·사업자 등 이해관계인에게 종합적인 정보를 제공하게 하기 위하여 다른 법령에서 표시·광고를 하도록 한 사항 및 표시·광고를 제한하거나 금지하고 있는 사항을 모두 통합하여 고시할 수 있도록 하고 있습니다.

현재 총 4개 분야 28개 업종이 지정 대상입니다.

● 4개 분야

유전자변형물질 분야, 상품권 분야, 자격증 분야, 소비자안전 분야

● 28개 업종

부동산중개업, 학습교재업, 학원운영업, 간접투자업, 장의업, 체육시설운영업, 할인카

드회원권운영업, 사진현상 및 촬영업, 화물자동차운수업, 완구업(작동완구), 의류업, 가구업, 주방용품업, 귀금속·보석업, 자동차부품업, 투자자문업, 건강기능식품업, 산후조리원운영업, 공동주택업, 유사금융업, 영화업, 건축물분양업, 여행업, 전화정보서비스업, 토지분양업, 체형·피부관리 서비스업, 렌탈서비스업, 결혼정보업 등.

6 광고내용실증제도

광고내용실증제란 사업자 등이 자기가 행한 광고의 내용 중 사실과 관련한 사항에 대해서는 이를 실증하도록 하는 제도입니다. '표시·광고의공정화에관한법률'은 사업자 또는 사업자단체가 행한 표시·광고 내용 중에서 사실과 관련한 사항이 진실임을 합리적인 근거나 객관적인 자료 등을 통하여 증명하도록 하고 있으며, 당해 광고가 객관성과 신뢰도가 없는 것으로 판단될 경우에는 부당표시·광고에 해당됩니다.

특히 광고의 내용이

- 인체에 직접적으로 영향을 미친다는 내용인 경우이거나,
- 안전 또는 환경과 관련된 내용인 경우,
- 광고가 성능, 효능, 품질에 관한 내용인 경우와
- 기타 소비자의 구매선택 및 거래질서에 중대한 영향을 미치는 내용인 경우에는 이를 실증할 수 있도록 규정하고 있습니다.

객관적 실증자료로 인정받기 위해서는 과학적 조사(연구), 당해 분야의 전문가 의견에 기초, 적임자에 의해 객관적으로 이루어졌을 것, 전문가가 정확하다고 받아들이는 절차를 사용하는 등 4가지 요건을 광고행위 이전에 충족해야 할 것이며, 개인적 경험, 신문기사, 만족한 소비자로부터 온 편지 등은 객관적 실증자료로서 인정되지 않습니다.

공정거래위원회는 부당한 표시·광고의 우려가 있어 실증이 필요하다고 인정되는 경우 당해 사업자에게 실증자료의 제출을 요청할 수 있고, 동 요청을 받은 사업자는 15일 이내에 실증자료를 제출하여야 합니다.

공정거래위원회는 상품 등에 관하여 소비자가 잘못 아는 것을 방지하거나 공정한 거래질서를 유지하기 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는, 사업자가 제출한 실증자료를 비치하여 이를 일반이 열람할 수 있게 하거나 기타 적절한 방법에 의하여 이를 공개할 수 있으며, 만일 사업자가 실증자료의 제출을 요구받고도 제출기간 내에 이를 제출하지 아니한 채 계속하여 표시·광고를 하는 때에는 실증자료를 제출할 때까지 그 표시·광고 행위의 중지를 명할 수 있습니다.

7 임시중지명령제도

임시중지명령제도는 표시·광고 행위가 부당한 표시·광고 행위의 금지에 관한 규정에 위반한다고 명백하게 의심되거나, 당해 표시·광고 행위로 인하여 소비자 또는 경쟁 사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어, 이를 예방하기 위한 긴급한 필요가 있다고 인정될 우려가 있는 부당한 표시·광고에 대하여는 공정거래위원회의 정식절차에 의한 시정조치를 하기 전까지 이를 일시 중지시킬 수 있도록 규정하는 제도입니다.

공정거래위원회의 시정조치는 준사법적 절차를 거치기 때문에, 심사개시 후 최종적으로 시정조치하기까지 보통 2~3개월이 소요됩니다. 따라서 그 때까지 부당한 표시·광고를 방치하는 경우 소비자나 경쟁사업자에게 중대한 피해가 발생할 수 있기 때문에 동 제도를 도입하였습니다.

임시중지명령을 요청할 수 있는 기관으로는 소비자단체, 정보통신윤리위원회, 한국간행물윤리위원회, 한국소비자원, 한국신문윤리위원회 및 한국광고자율심의기구 등이 있습니다.

8 약관의규제에관한법률

약관이란 사업자가 다수의 고객과 동종의 거래를 하기 위하여 미리 작성해 놓은 계약조건을 의미합니다. 약관은 어떤 종류의 계약내용을 표준화, 정형화함으로써 대량적·집단적·반복적 거래에 있어서 계약을 신속하고 원활하게 체결할 수 있게 해줍니다. 따라서 오늘날 운송·보험·금융·전기·가스의 공급 등에 관한 계약은 대부분 약관에 의하여 체결되고 있습니다.

그러나 약관은 경제적으로 우위에 있는 사업자에 의하여 사전에 일방적으로 작성하는 것이므로 거래 상대방인 고객에게는 불리하게 작성되기 쉽고, 일단 통용된 약관에 대해서는 고객이 그 부당성을 항변하기 어렵기 때문에, 어떠한 형태로든 불공정한 약관으로부터 소비자를 보호하기 위한 법적 규제를 필요로 하게 되었습니다.

이에 따라 약관의 규제를 통하여 건전한 거래질서 확립을 위하여 1986년 12월에 '약관규제에관한법률'을 제정하여 1987년 7월부터 시행하고 있습니다. '약관규제에관한법률'은 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립함으로써, 소비자를 보호하고 국민생활의 균형 있는 향상을 도모하기 위해 제정된 법률로, 이법에서는 약관은 그 명칭이나 형태 또는 범위를 불문하고 계약의 일방 당사자가 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 따라 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 말하며, 약관은 일반적으로 조문의 형식을 취하지만 그 형식을 제한하고 있지 않습니다.

'약관규제에관한법률'은 약관의 명시·설명의무, 약관해석의 원칙, 불공정 약관조항(면책조항 금지, 손해배상액의 예정, 계약의 해제·해지, 채무의 애행, 고객의 권익보호, 의사표시의 의제, 대리인의 책임가중, 소제기의 금지 등)의 사용금지, 동 법위반에 대한 시정조치, 표준약관의 심사청구 등에 관한 사항을 규정하고 있습니다.

9 약관의규제에관한법률 주요내용

● 약관의 명시·설명 의무

사업자는 계약체결에 있어서 고객에게 약관의 내용을 계약의 종류에 따라 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하고, 고객이 요구할 때에는 당해 약관의 사본을 고객에게 교부하여 이를 알 수 있도록 하고, 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명할 것을 의무화 하고 있습니다.

● 약관의 해석

약관은 신의성실의 원칙에 따라 공정하게 해석되어야 하며 고객에 따라 다르게 해석되어서는 안 되고, 약관의 뜻이 명백하지 아니한 경우에는 고객에게 유리하게 해석하도록 규정하고 있습니다. 이러한 약관의 해석기준을 신의성실의 원칙, 객관적 해석의 원칙, 작성자 불이익의 원칙이라 합니다.

신의성실의 원칙
사업자의 이익이나 소비자의 이익 중 어느 한 쪽에 기울어져 약관 조항을 해석해서는 안 되며 양자의 이익이 형평을 이루어 구체적 타당성을 갖도록 하여야 합니다.

객관적(통일적) 해석의 원칙
약관은 소비자(고객)에 따라 다르게 해석되어서는 안 되며, 모든 소비자에게 통일적으로 해석되어야 합니다. 따라서 계약 당사자 개개인의 구체적 사정보다는 그 거래에 전형적으로 관여하는 소비자 집단의 총체적인 이해관계를 고려하여야 합니다.

작성자 불이익의 원칙(고객 유리의 원칙)
약관 조항에 관한 해석이 명확하지 아니하고 의심스러운 경우, 동일한 조항에 관하여 복수의 해석이 가능한 경우에는 소비자에게 유리하게 해석하여야 합니다.

● 불공정약관 조항의 무효

▌일반원칙

약관의 공정성을 판단하는 가장 기본이 되는 기준은 신의성실의 원칙입니다. 따라서 신의성실의 원칙에 반하여 공정성을 잃은 약관조항은 무효로 하고 있습니다. 한편, 신의성실의 원칙은 그 내용이 매우 추상적이고 애매하기 때문에, 구체적인 경우에 이를 적용하기가 쉽지 않습니다. 그래서 '약관의규제에관한법률'은 이러한 적용상의 어려움을 덜어주기 위하여, 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항, 고객이 계약의 거래형태 등 제

반사정에 비추어 예상하기 어려운 조항, 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항은 공정성을 잃은 것으로 무효로 하고 있습니다.

▌구체적인 불공정 약관 조항

또한 '약관의규제에관한법률'은 무효사유를 구체적으로 열거하고 있습니다. 즉, 어떤 약관 조항이 이 법에 위반되는지 여부를 심사함에 있어서, 우선 그 조항이 개별적 금지규정에 위반되는지 여부를 검토하여 개별적 금지규정에 위반되면 그것은 무효가 되고, 만약 그 조항이 거기에 위반하지 않을 경우에는 다시 일반원칙에 위반되는지 여부를 심사하게 됩니다. 구체적인 불공정 약관 조항을 살펴보면,

o 부당한 면책조항

- 사업자 등의 고의 또는 중대한 과실로 인해 법률상의 책임을 배제하거나
- 상당한 이유없이 사업자의 손해배상범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키거나
- 상당한 이유없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하는 등 부당하게 사업자의 책임을 배제하거나 제한하는 내용의 약관 조항은 무효입니다.

예시】 주차장내 도난 등 제반사고에 대한 면책, 신용카드 부정사용의 모든 책임을 회원에게 부담 등

o 부당한 손해배상액의 예정

고객에 대하여 부당하게 과중한 지연손해금 등의 손해배상의무를 부담시키는 약관 조항은 무효입니다.

예시】 토지매매대금의 20%를 위약금으로 귀속, 총이용금액의 10%와 해지일까지 이용료외 부가세 추가공제

o 계약의 해제·해지에 관한 부당한 조항

- 법률의 규정에 의한 고객의 해제·해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 조항
- 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권·해지권을 부여하거나 법률의 규정에 의한 해지권·해제권의 행사요건을 완화하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항
- 계약의 해제 또는 해지로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 원상회복청구권을 부당하게 포기하도록 하는 조항
- 계약의 해제 또는 해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항

• 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 정하여, 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 등의 조항은 무효입니다.

예시】 사업자의 채무불이행을 이유로 최고 등의 절차를 거쳐 해제권을 행사할 수 있음에도 고객의 계약 해제권을 배제하는 조항,
스포츠클럽 회원가입 계약에서 납입된 입회비는 사유를 불문하고 일체 반환하지 않는다는 조항,
고객의 계약 위반이 계약의 존속을 무의미하게 할 정도가 아님에도 채무불이행시 최고없이 계약을 해제할 수 있다는 조항

o 채무이행에 관한 부당한 조항

• 상당한 이유 없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항
• 상당한 이유없이 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자로 하여금 대행할 수 있게 하는 조항은 무효입니다.

예시】 상가분양 계약 시 상가의 용도, 위치 등 계약의 중요사항을 상대방의 동의없이 사업자가 임의로 변경할 수 있도록 한 조항,
운송인이 통지 없이 타 운송인으로 대체할 수 있다는 조항

o 고객의 권익에 대한 부당한 침해

• 고객의 항변권, 상계권 등의 권리를 상당한 이유 없이 배제·제한하는 조항
• 고객에게 부여된 기한의 이익을 상당한 이유없이 박탈하는 조항
• 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항
• 사업자가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 정당한 이유 없이 누설하는 것을 허용하는 조항은 무효입니다.

예시】 임차인의 목적물 명도와 임대인의 보증금 반환은 동시에 이행되어야 함에도 상당기간이 지난 후 보증금을 반환하도록 한 조항,
매수인이 계약위반 시 대금분할 납부의 기한 이익을 상실,
채무불이행시 개인신용정보를 정보기관과 관련 업계에 임의 제공

o 의사표시의 부당한 의제

일정한 작위 또는 부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한

것으로 보는 조항. 다만, 고객에게 상당한 기한내에 의사표시를 하지 아니하면 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 본다는 뜻을 명확하게 따로 고지하거나 부득이한 사유로 그러한 고지를 할 수 없는 경우에는 그러하지 아니합니다.

- 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 조항
- 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항
- 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시에 장기의 기한 또는 불확정기한을 정하는 조항은 무효입니다.

예시】 카드사가 사전통지 없이 약관 조항을 개정할 수 있고 고객이 개정통지를 받은 후 카드 사용시 약관 개정을 승낙한 것으로 간주,
진료예약의 취소·변경시 예약전일 특정시간까지 내원하여 취소·변경 수속을 밟도록 하는 조항,
사업자의 의사표시가 연착이나 도착하지 않은 경우에도 통상 도착하여야 하는 때 고객에게 도착한 것으로 간주하는 조항

o 대리인의 책임에 관한 부당한 가중

고객의 대리인에 의하여 계약이 체결된 경우 부당하게 대리인에게 그 의무의 전부 또는 일부를 이행할 것을 요구하는 조항은 무효입니다.

예시】 대리인이 체결한 계약이 무효·취소시 대리인이 무과실 책임을 진다는 조항

o 소 제기의 부당한 제한 등

고객에 대하여 부당하게 불리한 소 제기를 금지하는 조항은 무효입니다.

예시】 귀책사유를 불문하고 민·형사상 책임 제기 금지
운송업자가 명백한 자기 과실이 있는 경우에만 손해배상책임

● 불공정한 약관 조항과 계약의 효력

약관 조항이 '약관의규제에관한법률'에 따라 불공정한 것으로 판단되는 경우, 그 조항이 무효라도 나머지 조항은 유효하게 존속합니다. 다만 유효부분만으로 계약의 목적 달성이 불가능하거나 일방에게 불리한 경우는 계약전체가 무효입니다.

10 약관심사청구

약관조항이 '약관의규제에관한법률'에 위반되는지 여부에 관한 심사를 청구하는 제도를 말합니다. 이미 통용되고 있는 약관조항과 관련하여서는 법률상의 이익이 있는 자, 소비자기본법에 의하여 등록된 소비자단체, 한국소비자원 및 사업자단체 등은 불공정 약관 여부에 관한 약관심사청구를 할 수 있습니다. 또한 소비자 다수의 이해가 관련되고 국민생활과 밀접한 분야에 대해서는 공정거래위원회가 직권심사를 할 수 있습니다.

약관심사청구 시에는 서면으로 심사청구자의 성명 및 주소와 심사청구의 취지 및 이유를 기재하고, 심사청구의 대상이 되는 약관의 사본을 첨부하여 제출하여야 합니다. 공정거래위원회가 약관의 심사청구를 받은 때에는, 그 심의를 하기 전에 당해 약관에 의하여 거래를 한 사업자 또는 이해관계인에 대하여 당해 약관이 심사대상이 되었다는 사실을 통지하여야 하며, 그 통지를 받은 당사자 또는 이해관계인은 공정거래위원회의 회의에 출석하여 그 의견을 진술하거나 필요한 자료를 제출받을 수 있습니다.

또한 당해 약관이 다른 법률에 의하여 행정관청의 인가를 받았거나 받아야 할 때에는 심의에 앞서, 그 행정관청에 대하여 의견의 제출을 요구할 수 있습니다. 공정거래위원회는 특별한 사유가 있는 경우를 제외하고는 약관의 심사청구를 받은 날부터 60일 이내에 심사결과를 심사청구자에게 서면으로 통보하여야 합니다.

한편, 사업자 및 사업자단체는 누구나 일정한 거래분야에서 표준이 되는 약관(표준약관)을 정하여 그 내용이 동 법에 위반되는지 여부에 관하여 심사를 청구할 수 있습니다.

11 표준약관

표준약관은 일정한 거래분야에서 통용하기 위해 사업자 또는 사업자단체가 표준으로 사용하는 약관을 말합니다. '약관의규제에관한법률'은 사업자 또는 사업자단체가 거래상의 지위를 이용하여 불공정한 내용의 약관을 작성하거나 통용되게 하는 것을 사전에 예방하기 위한 목적으로 사업자 또는 사업자단체가 표준약관을 작성하여 사용하는 것을 권장하고 있으며, 사업자 또는 사업자단체는 그가 작성한 표준약관의 내용이 법률에 위반되는 지의 여부에 대해 공정거래위원회에 심사를 청구할 수 있습니다.

공정거래위원회는 심사 또는 직접 작성한 표준약관에 대하여는 이를 공시하고, 사업자 및 사업자단체에 대하여 그 사용을 권장할 수 있으며, 그 사용의 권장을 받은 사업자 및 사업자단체가 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우에는 표준약관과 다르게 정한 주요 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하여야 합니다.

또한 소비자기본법에 의한 한국소비자원, 소비자단체 등은 소비자피해가 자주 일어나는 거래분야의 표준이 될 약관을 마련할 것을 공정거래위원회에 요청할 수 있습니다. 요청을 받으면 공정거래위원회는 이를 조사하여 약관이 없거나 불공정약관 조항이 있는 경우 사업자 및 사업자단체에 표준약관을 마련하여 심사청구할 것을 권고할 수 있습니다.

당해 사업자 또는 사업자단체가 그 권고일로부터 4월 이내에 필요한 조치를 하지 않는 경우 관련 분야의 거래당사자 및 소비자단체 등의 의견을 듣고 관계부처와의 협의를 거쳐 공정거래위원회가 직접 표준약관을 마련할 수 있습니다.

사업자는 자기가 원하는 경우에만 표준약관을 자기 거래에 사용할 수 있습니다. 다만, 사업자가 사용하는 약관조항이 표준약관의 조항보다 소비자에게 불리할 경우 불공정한 약관조항으로 볼 여지가 많습니다.

2009년 5월 현재 25개 분야 총 61개 표준약관이 보급되어 있습니다.

12 할부거래에관한법률

'할부거래에관한법률'은 할부계약에 의한 거래를 공정하게 함으로써 소비자 등의 이익을 보호하고 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 1991년 12월 제정되었습니다.

할부거래의 경우 소비자는 매매대금을 분할 지급함으로서 용이하게 대금채무를 이행할 수 있고 대금을 완납하기 전에 목적물을 사용·수익함으로써 실질적인 효용을 누릴 수 있습니다. 그러나 할부거래는 소비자에게 충동구매를 일으키거나 불리한 약관조항으로 인한 피해를 야기하기도 합니다. 이에 국가는 할부계약에 의한 거래를 공정하게 함으로써 소비자 등의 이익을 보호하기 위하여 할부거래에 관한 법률을 제정·시행하고 있습니다.

동 법은 계약의 명칭·형식 여하를 불구하고 동산 또는 용역의 할부계약에 적용되나, • 농·수·축·임·광산물로서 제조업에 의하여 생산되지 아니한 것 • 약사법에 의한 의약품 • 보험업법에 의한 보험 • 증권거래법에 의한 유가증권·어음 기타 채무증서 • 주식회사의 외부감사에 관한 법률에 의한 회계감사 • 매수인의 주문에 의하여 개별적으로 제조되거나 제공되는 상품 또는 용역은 적용대상에서 제외됩니다.

동 법은 매도인으로 하여금 매수인이 할부계약을 체결하기 전에 할부계약의 내용을 이해할 수 있도록 사업소에 게시하거나 서면으로 매수인에게 고지하도록 하고 있으며, 또한 할부계약은 그러한 내용이 포함된 서면으로 체결하도록 하고 있습니다.

할부계약시 매도인의 고지 의무사항
• 목적물의 종류 및 내용 • 현금가격(할부계약에 의하지 아니하고 매수인이 목적물의 인도 등을 받은 때에 매도인 에게 지급하여야 할 대금 전액) • 할부가격(매수인이 매도인 또는 신용제공자에게 지급하여야 할 할부금의 총 합계액) • 각 할부금의 금액·지급횟수 및 시기 • 할부수수료의 실제연간요율 • 계약금(최초 지급금·선수금 등 명칭여하를 불구하고 할부계약을 체결하는 때에 매수인이 매도인에게 지급하는 금액)

할부계약시 필요한 서면 기재사항
• 매도인·매수인 및 신용제공자의 성명 및 주소 • 목적물의 종류·내용 및 목적물의 인도 등의 시기 • 현금가격, 할부가격 • 각 할부금의 금액·지급횟수 및 시기 • 할부수수료의 실제 연간요율 • 목적물의 소유권의 유보에 관한 사항 • 매수인의 철회권과 행사방법에 관한 사항 • 매도인의 할부계약의 해제에 관한 사항 • 매수인의 기한이익 상실에 관한 사항 • 매수인의 항변권과 그 행사방법에 관한 사항 • 지연손해금 산정 시 적용하는 율

13 할부거래

할부거래란 동산 또는 용역의 매수인이 매도인 또는 신용제공자와 약정에 따라 대금을 2개월 이상의 기간에 걸쳐 3회 이상 분할하여 지급하고, 그 대금의 완납 전에 매도인으로부터 목적물을 인도받는 거래형태로 특수거래의 한 유형이라고 할 수 있습니다.

할부거래는 대금의 전부 또는 일부의 지급을 장래로 연기하고, 장래로 연기된 대금은 분할해서 지급하며, 매매의 목적물은 원칙적으로 매매 계약의 성립과 동시에 매수인에게 인도되고, 매도인은 매매의 목적물에 대한 소유권을 대금이 완급될 때까지 자기에게 유보해 두는 등의 특징을 갖고 있습니다.

할부거래는 소비자입장에서는 구입비용을 나누어 지불함으로써 일시에 목돈이 필요하지 않은 장점이 있으나, 충동구매 등 과소비의 문제가 있고, 생산자입장에서는 고객의 확대에 의한 매출 증대와 생산량의 증가가 생산 비용, 나아가서는 상품의 가격을 인하시킬 수 있는 장점이 있으나 경기 상황에 따라 대금 미회수에 따른 자금압박을 받을 수 있다는 단점이 있습니다.

● 소유권 유보

할부거래의 경우 일반적으로 소비자가 매매대금을 완제하기 전까지는 거래 목적물의 소유권이 사업자에게 유보되고 완전변제와 동시에 당연히 소비자에게 이전한다는 약정이 있게 됩니다.

이와 같이 사업자가 매매대금의 완전변제까지 소유권을 유보하는 것은 사업자의 잔여대금 채권의 확보 수단으로써 소비자가 계약위반이 있으면 그 유보된 소유권에 따라 거래목적물을 회수, 처분함으로써 가장 간편하고 유력한 담보 수단이 됩니다. 이와 같이 할부거래의 목적물이 대금 완납 전까지 판매자에게 소유권이 유보되는 상태에서는 소비자는 목적물의 점유자로서 사용, 수익할 권리만을 가지는 반면, 사업자의 채권담보의 실행을 불가능케 하는 소비자의 처분행위는 금지됩니다.

14 매수인의 항변권

항변권은 청구권의 행사에 대하여 그 작용을 저지하는 작용을 가지는 사권으로서, 권리의 행사에 대한 방어라는 의미에서 반대권이라고도 합니다. 민법상의 동시이행의 항변권, 최고의 항변권, 검색의 항변권 등이 그 예입니다. 항변권은 상대방의 권리를 부인하거나 변경·소멸시키는 것이 아니라, 상대방의 권리는 승인하면서 그 권리의 작용을 저지하는 점에서 특수한 형성권에 속합니다.

한편 할부거래에 있어서 계약해제, 상품하자 등으로 인해 목적을 달성할 수 없는 사유가 있을 때, 매수인은 할부금의 지급을 거절하려는 반면, 매도인은 할부금, 지연손해금 등을 강요하려는 데서 분쟁이 발생합니다. 이때와 같이 매수인은 계약의 목적을 달성할 수 없게 된 때에 매도인의 청구권 행사를 저지할 수 있는 권리가 있는데, 이를 매수인의 항변권이라고 합니다.

그러나 매수인에게 인정되는 항변권의 행사요건으로는 • 할부계약이 무효, 취소 또는 해제된 경우 • 목적물의 전부 또는 일부가 계약서상의 인도시기까지 매수인에게 인도 또는 제공되지 아니한 경우 • 매도인이 하자담보책임을 이행하지 아니한 경우 • 기타 매도인의 채무불이행으로 인해 할부계약의 목적을 달성할 수 없는 경우가 있고, 그 경우에는 항변권의 행사방법으로써 매도인에게 할부금의 지급을 거절할 수 있습니다.

다만, 신용제공자가 있는 할부거래에 있어서 할부가격이 10만원 이상(신용카드를 이용한 할부거래는 20만원 이상)의 경우에만 매수인의 항변권이 인정되는데, 신용제공자에게 거절 당시의 잔여할부금에 한하여 지급거절 의사를 통지한 후, 그 할부금의 지급을 거절할 수 있습니다.

15 기한이익의 상실

기한이익은 기한부 법률행위에 있어서 기한이 존재함으로써, 즉 시기 또는 종기가 도래하지 않음으로써 당사자가 받는 이익을 말합니다.

기한이란 법률행위 효력의 발생·소멸 또는 채무의 이행을 장래 도래할 것이 확실한 때까지 연기되는 때로서, 내년 2월 1일에 대금을 변제해야 하는 채권관계에 있어서 내년 2월 1일은 기한이 되고 채무자는 내년 2월 1일까지는 대금을 지급하지 아니하여도 되는 기한의 이익이 있습니다. 따라서 채무자가 그 기한의 이익을 스스로 포기하지 않는 한, 기한이 도래하기 전에 채권자로부터 채무이행의 청구가 있더라도 기한이 도래하기 전까지 그 이행을 거절할 수 있습니다.

그러나 거래관계상 거래당사자간에 신뢰관계가 훼손된 경우로서, 채무자가 담보를 손상·감소·멸실하게 된 때, 담보제공의무를 이행하지 않을 때, 파산선고를 받은 때에는 채권자를 상대로 기한의 이익을 주장할 수 없습니다.

또한 할부거래에 있어서 채무자는 할부금을 다음 지급기일까지 연속하여 2회 이상 지급하지 아니하고, 그 미지급금액이 할부가격의 1/10을 초과하거나 생업에의 종사나 외국인과의 결혼 및 연고관계로 인해 외국으로 이주하는 경우에는, 채권자가 기한 도래 전에 채무이행을 청구하더라도 기한이익을 주장하여 이를 거절할 수 없습니다.

이와 같이 채무자가 기한이익을 상실하여 채무자가 채권자에게 일시불로 납부하는 금액은, 매매목적물의 할부가격에서 기 지급한 할부금을 공제한 금액과 연체된 할부금에서 파생되는 지연손해금을 합한 금액을 초과할 수 없습니다. 또한 연속 2회 이하의 연체, 연체할부금이 할부가격의 1/10 이하인데도 채무자의 기한이익을 채권자가 상실시킬 수 있다고 약정한다면, 이는 매수인에게 부당하게 불리한 계약으로 효력이 없습니다.

16 방문판매등에관한법률

유통체계의 급속한 발전과 소득증대에 따른 구매력의 향상으로 상품이나 용역의 판매경쟁이 치열해짐에 따라 종래의 점포판매에 그치지 않고, 적극적으로 점포 외에서 고객을 찾아 판매하는 새로운 행태의 판매방식이 나타나게 되었습니다. 특히 교통, 운송 및 통신수단의 비약적인 발달로 이러한 특수한 판매가 더욱 활발히 이루어지고 있고 화장품·약품·서적 등 방문판매 등에 의한 상품의 판매가 증가함에 따라 정부는 1991년 12월 '방문판매등에관한법률'(일명 방문판매법)을 제정·시행하고 있습니다.

동 법은 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 계속거래 및 사업권유거래 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도의 제고를 통하여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 하고 있습니다.

주요 내용으로는, 방문판매 및 전화권유판매업자의 신고, 다단계판매업자 및 다단계판매원의 등록, 방문판매원 등의 명부비치, 계약체결전의 정보제공 및 계약체결에 따른 계약서 교부의무, 청약철회 등에 관한 사항, 다단계판매의 후원수당의 지급기준, 다단계판매업자의 책임, 소비자피해보상보험계약, 공제조합의 설립, 소비자피해분쟁조정의 요청, 소지자 등에 불리한 계약의 금지, 시정조치 및 과징금 부과 등에 관한 사항을 규정하고 있습니다.

● 특수판매

일반적으로 상품 또는 용역의 거래는 일정한 장소에서 상품의 판매자가 판매할 상품을 진열하고 소비자가 그 판매업소를 방문하여 매매가 이루어지나, 이러한 전통적인 판매방법과 다는 여러 형태의 판매방식이 생겨나고 있으며, 이를 특수판매라 합니다.

'방문판매법'에서는 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 계속거래, 사업권유거래를 특수판매라고 하고 있으며, 공정거래위원회는 특수판매에 있어서의 소비자의 권익을 보호하고 사업자의 자율적인 동 법의 준수를 유도하기 위하여 '특수판매에서의소비자보호지침'을 제정·시행하고 있습니다.

17 방문판매

방문판매란 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역의 제공을 받을 수 있는 권리를 포함)의 판매(위탁 및 중개를 포함)를 업으로 하는 자가, 방문의 방법으로 그의 사업장(영업소·대리점·지점·출장소 등 명칭 여하를 불구하고 소유 또는 임차하거나 점용 허가를 받은 장소에서 일정한 시설을 갖추고 3개월 이상 계속적으로 영업하는 고정된 영업장소)외의 장소에서 소비자에게 권유하여 계약의 청약을 받거나 계약을 체결(사업장 이외의 장소에서 권유 등 소비자와 직접 대면하여 재화 또는 용역에 관한 정보를 제공하고 소비자의 구매를 유도하는 방법에 의하여 소비자를 유인하여 사업장에서 계약의 청약을 받거나 계약을 체결하는 경우를 포함)하여 재화 또는 용역을 판매하는 것을 말합니다.

방문판매를 특별히 규율하는 것은 방문판매에 있어서는 일반적인 점포판매와 달리 판매자가 단순히 고객의 내방을 기다리지 않고 적극적으로 고객을 찾아가서 판매함에 따라 강압적이거나 허위·과장된 설명이 행해지기 쉬워 소비자피해가 상대적으로 크기 때문입니다.

방문판매의 형태

직접방문판매	판매원이 가정, 회사 등을 방문하여 판매하는 것으로 방문판매의 대종을 이룸. 직장 내 식당, 복도 등에 상품을 진열하여 판매하는 경우도 해당
노상판매	노상 진열대에 전시판매하는 것과 자동차에 싣고 순회하면서 판매하는 경우 또는 아파트나 주택밀집 지역에 순회 상점을 차려 판매하는 경우 등
파티 세일	호텔, 전시장 등을 단기(3개월 미만) 임차하여 판매하는 경우 등
유인 판매	사업자가 설문조사, 사은품 제공 따위를 빙자하여 소비자의 관심과 흥미를 불러일으켜 소비자를 유인하여 상품을 파는 방식

18 전화권유판매

전화권유판매란 전화를 사용하여 구매를 권유, 소비자의 응답을 유도하고 대화를 함으로써 청약을 받거나 계약을 체결하는 방법으로 재화 등을 판매하는 것을 말합니다.

전화권유판매는 통상 텔레마케팅으로도 불리우나 엄밀히는 구별되는 개념입니다. 텔레마케팅은 고객의 주문을 전화로 접수하거나 전화를 통한 광고, 고객불만 등을 전화로 접수·괸리하는 것을 포함하는 개념으로서 전화를 이용하여 계약체결을 하는 판매방식인 전화권유판매를 포괄하는 개념입니다.

전화권유판매는 소비자에 대한 접근 매체로서 전화를 활용한다는 면에서는 통신판매의 성격도 있으나, 판매자가 소비자에게 적극적으로 다가가서 판매 활동을 한다는 측면에서 방문판매의 성격이 강합니다.

따라서 전화로 재화나 서비스를 소개·광고하는데 그치고, 실제 계약은 추후에 이루어진다면 전화권유판매가 아니라 일반판매 내지는 통신판매에 해당한다고 할 것입니다. 전화권유판매와 통신판매의 차이는 구매 권유 여부의 차이라 볼 수 있습니다.

전화권유판매업자는 '방문판매등에관한법률'에 의해 계약체결 전에 정보제공, 계약체결에 따른 계약서 교부 및 계약서 교부일로부터 14일 이내에의 청약철회 허용 의무 등이 있고, 또한 전화권유판매업자가 재화 또는 용역의 판매에 관한 계약의 체결을 강요하거나 청약철회 또는 계약해지를 방해할 목적으로 소비자에게 위력을 가하는 행위, 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래하거나 하는 행위 등을 금지하고 있습니다.

19 청약철회

방문판매와 같은 특수판매의 경우에 소비자에게 가상적이거나, 일시적 구매 의사를 불러 일으키기 위해 기만적이거나 강요적인 구매권유가 행해지기 쉽습니다. 이 경우에 소비자는 민법에 따라 계약의 무효나 취소를 주장함으로써 그 계약의 효력을 부정할 수 있으나 그 무효와 취소 사유를 입증하는 것이 매우 어렵고 번거롭습니다. 따라서 일정기간 내에는 아무런 조건 없이 계약을 해약할 수 있는 권리를 인정하여 소비자를 보호하는 것이 청약철회 제도입니다.

청약철회 조항은 방문판매 규제의 핵심입니다. 민법에서 계약은 청약과 승낙에 의하여 성립하며 원칙적으로 청약은 철회할 수 없다고 규정하고 있습니다. 그러나 '방문판매등에관한법률'과 '할부거래에관한법률'에서는 예외가 인정되고 있습니다. 청약철회권은 '계약은 지켜져야 한다'는 민법상 대원칙의 예외를 소비자보호를 위하여 특별히 인정한 것입니다.

청약철회권이 인정되는 이유는, 소비자는 돌연한 방문에 놀라서 냉정하게 생각할 수 없는 상태에서 구입 권유를 받게 되고, 소비자가 문제의 상품 또는 용역을 구입한다고 사전에 미리 생각해 두는 경우가 적기 때문에 소비자의 지식이 부족한 경우가 많으며, 판매원의 교묘한 언행에 의하여 실제로는 계약할 의사가 없으면서 결국 구입하게 되는 경우가 적지 않고, 소비자가 다른 상품과 비교하지 못하고 제품을 구입하는 등 여러 사정이 있기 때문입니다.

이와 같은 점을 감안하여 일정기간 동안 판매자의 기만, 강박을 입증할 필요 없이 무조건적으로 계약을 해제할 수 있는 권리를 인정하여 부적절한 구매권유로부터 소비자를 보호하자는 취지입니다.

'전자상거래에있어서의소비자보호에관한법률'은 '할부거래에관한법률', '방문판매등에관한법률'과 같이 전자상거래에서의 청약철회권을 규정하고 있습니다.

청약철회 기간

구분	행사요건
방문판매 전화권유판매	♦계약서를 교부받은 날로부터 14일 이내 ♦계약서를 교부받은 때보다 재화 등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화 등을 공급받거나 공급이 개시된 날부터 14일 이내 ♦계약서를 교부받지 않은 경우, 사업자의 주소 등이 기재되지 아니한 계약서를 교부받은 경우 또는 사업자의 주소 변경 등의 사유로 14일 이내에 청약철회를 할 수 없는 경우에는 그 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 14일 이내 ♦재화 등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 재화 등을 공급 받은 날로부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내
다단계판매	♦소비자의 청약철회 : 상동 ♦다단계판매원의 청약철회는 계약을 체결한 날부터 3개월
계속거래 사업권유거래	♦거래관계가 일정 기간 계속된다는 점을 감안하여 계약기간 중 계약을 해지할 수 있음
전자상거래 통신판매	♦계약서를 교부받은 날로부터 7일 이내 ♦계약서를 교부받은 때보다 재화 등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화 등을 공급받거나 공급이 개시된 날부터 7일 이내 ♦계약서를 교부받지 않은 경우, 통신판매업자의 주소 등이 기재되지 아니한 서면을 교부받은 경우 또는 통신판매업자의 주소 변경 등의 사유로 7일 이내에 청약철회를 할 수 없는 경우에는 그 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 7일 이내 ♦재화 등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 재화 등을 공급 받은 날로부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내

20 다단계판매

다단계판매란 판매업자가 특정인에게 그가 공급하는 재화 등을 소비자들에게 판매할 것과 그 소비자의 전부 또는 일부를 당해 특정인의 하위판매원으로 가입하도록 하여 그 하위판매원이 당해 특정인과 같은 활동을 하면 일정한 이익(소매이익과 후원수당을 말함)을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원의 가입이 단계적(판매조직에 가입한 판매원의 단계가 3단계 이상인 경우를 말함)으로 이루어지는 다단계판매조직을 통하여 재화 등을 판매하는 것을 말합니다.

즉, 제조업자-도매업자-소매업자-소비자와 같은 일반적인 유통경로를 거치지 아니하고 다단계판매업자가 판매하는 상품을 사용해 본 소비자가 다단계판매조직의 판매원이 되어 다른 소비자에게 판매 또는 구매를 권유하고 다시 그 소비자가 판매원이 되어 다른 소비자에게 판매 또는 구매를 권유하는 과정이 순차적·단계적으로 이루어지는 판매형식을 말합니다.

그리고 다단계판매자란 다단계판매를 업으로 하기 위하여 다단계판매조직을 개설 또는 관리·운영하는 다단계판매업자와 다단계판매조직에 판매원으로 가입한 다단계판매원을 말합니다.

여기에서 후원수당이라 함은 판매수당·알선수수료·장려금·후원금 등 그 명칭 및 지급형태를 불문하고 다단계판매업자가 다음 사항과 관련하여 다단계판매원에게 지급하는 경제적 이익을 말합니다.

- 다단계판매원에게 속하는 하위판매원들에 대한 조직관리 및 교육훈련실적
- 다단계판매원 자신의 재화 등의 판매실적이나 그 다단계판매원에게 속하는 하위판매원들의 재화 등의 판매실적

'일정한 이익'은 다단계판매원이 소비자에게 상품을 판매하여 얻는 소매이익과 다단계판매업자가 그 판매원에게 지급하는 후원수당을 의미합니다.

다단계판매에는 무점포판매 및 공격적 판매방식이 사용되며 혈연·지연 등을 활용한 연고판매를 하므로, 민법 등 거래상의 일반법만으로는 소비자보호에 미흡하여 '방문판매등에관한법률'을 통하여 다단계판매를 일반 판매와 구별하여 특별히 규제하고 있습니다.

● 다단계판매공제조합

다단계판매업자가 소비자의 피해를 보상하기 위하여 '방문판매등에관한법률'에 의해 설립한 공제조합으로 다단계판매업자들이 일정 금액을 출자하여 설립하였으며, 이는 다단계판매업자가 보험료를 납부하고 소비자의 일정한 피해에 대해 보상금을 지급하는 일종의 보험회사의 성격을 가지고 있습니다.

2003년 1월 개정된 동 법에 의해 공제조합에 가입하지 아니하고는 영업 활동을 할 수 없게 되었으며, 2007년 4월 현재 직접판매공제조합과 한국특수판매공제조합의 2개 공제조합이 설립되어 있습니다.

동 공제조합은 소비자피해보상 업무 외에 다단계판매와 관련한 소비자피해를 최소화하기 위해 청약철회 등과 관련한 공제제도의 홍보, 불법 다단계판매 신고에 대한 포상금 지급 등의 업무를 수행하고 있습니다.

21 계속거래

‘방문판매등에관한법률’상 계속거래란 1개월 이상 계속하여 상품이나 서비스를 공급하는 계약으로서, 중도에 해지할 경우 대금 환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 경우를 말합니다.

이러한 거래의 예로는, 피부미용, 학원수강, 학습지, 결혼정보, 스포츠센터 등 1월 이상의 기간 동안 수회 제공받거나 또는 이용하는 거래로서, 중도해지 시 대금환급 등에 제한이 있는 경우가 이에 해당됩니다.

동 법은 계속거래를 업으로 하는 자가 10만원 이상, 3개월 이상을 거래조건으로 하는 계속거래에 관한 계약을 체결하는 경우에는, 계약을 체결하기 전에 소비자가 계약의 내용을 이해할 수 있도록 재화 또는 용역의 거래방법과 거래기간 및 시기 등을 설명하고, 계약을 체결할 때에는 그 사항을 기재한 계약서를 소비자에게 교부하도록 하고 있습니다.

또한 계속거래업자가 계속거래의 계약을 체결하게 하거나 계약의 해지 또는 해제를 방해하기 위하여 소비자에게 위력을 가하는 행위, 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기타 기만적인 방법으로 소비자를 유인 또는 거래하거나 계약의 해지 또는 해제를 방해하는 행위, 계속거래에 필요한 재화 등을 통상 거래 가격보다 현저히 비싼 가격으로 구입하게 하는 행위 등을 금지하고 있습니다.

계속거래 분야에서 현실적으로 많이 발생하는 소비자피해는 소비자의 계약해지를 거부하거나 과다한 위약금을 청구하는 행위 등입니다.

22 사업권유거래

사업권유거래는 사업자가 소득 기회를 알선·제공하는 방법으로 거래상대방을 유인하여 재화 등을 구입하게 하는 거래로서, 소비자는 아니지만 대부분 영세상인, 부업희망자들이 거래 당사자이며, 이들도 소비자에 준하여 보호할 필요성이 있기 때문에 '방문판매등에관한법률'에 규정된 것입니다.

온라인 쇼핑몰을 개설하여 주는 대신 컴퓨터를 판매하거나 번역 업무를 맡기면서 번역 관련 서적이나 테이프 등을 판매하는 등의 거래, 아르바이트 일감을 주면서 보다 유리한 조건으로 아르바이트를 하기 위해서는 자격증 등을 취득해야 한다며 교재 구입 및 학원 수강을 하도록 하는 경우, 매달 50만원씩의 번역비를 제공한다고 허위의 사실을 알린 후 번역을 위한 교재비의 구입 명목으로 과도한 금액을 청구하고 정작 50만원에 미치지 못하는 번역비를 제공하는 경우 등이 사업권유거래에 해당된다고 보면 됩니다.

사업권유거래는 계속거래, 방문판매 등과 같이 '방문판매등에관한법률'의 적용을 받으며, 사업권유거래를 업으로 하는 자가 30만원 이상을 거래조건으로 하는 사업권유거래에 관한 계약을 체결하는 경우에는, 계약을 체결하기 전에 구매자가 계약의 내용을 이해할 수 있도록 사업권유거래를 통하여 판매하는 재화의 명칭, 종류 등과 대금 및 그 지급시기와 방법, 그리고 사업권유거래를 통해 재화를 구매하는 경우 사업자가 제공하는 사업기회에 의하여 얻게 되는 이익이나 그 보장에 관한 조건 등을 설명하고, 계약을 체결하는 때에는 그 사항을 기재한 계약서를 소비자에게 교부하도록 하고 있습니다.

이러한 거래는 상당기간 계속되기 때문에, 동 법은 사업권유거래업자가 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기타 기만적인 방법으로 소비자를 유인 또는 거래하거나 계약의 해지 또는 해제를 방해하는 행위, 사업권유거래에 필요한 재화 등을 통상거래 가격보다 현저히 비싼 가격으로 구입하게 하는 행위 등을 금지하고 있습니다.

23 방문판매등에관한법률 주요내용

● 방문판매업자등의 신고 등(제5조)

방문판매업자 또는 전화권유판매업자(이하 "방문판매업자 등"이라 한다)는 상호·주소·전화번호·전자우편주소 그 밖에 대통령령이 정하는 사항을 대통령령이 정하는 바에 따라 공정거래위원회 또는 시장·군수·구청장에게 신고하여야 합니다.

● 계약체결전의 정보제공 및 계약체결에 따른 계약서 교부의무(제7조)

방문판매자등은 재화 등의 판매에 관한 계약을 체결하기 전에 소비자가 계약의 내용을 이해할 수 있도록 다음 사항을 설명하고 계약서를 교부하여야 합니다.

- 방문판매업자등의 성명(법인인 경우에는 대표자의 성명을 말한다)·상호·주소·전화번호·전자우편주소
- 방문판매원등의 성명·주소·전화번호·전자우편주소. 다만, 방문판매업자등이 소비자와 직접 계약을 체결하는 경우는 제외
- 재화 등의 명칭·종류 및 내용
- 재화 등의 가격과 그 지급 방법 및 시기
- 재화 등의 공급 방법 및 시기
- 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 “청약철회등”이라 한다)의 기한·행사방법·효과에 관한 사항 및 청약철회 등의 권리 행사에 필요한 서식
- 재화 등의 교환·반품·수리보증 및 그 대금 환불의 조건과 절차
- 전자매체로 공급이 가능한 재화 등의 설치·전송 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항
- 소비자피해보상·재화 등에 대한 불만 및 소비자와 사업자 사이의 분쟁처리에 관한 사항
- 거래에 관한 약관
- 그 밖에 소비자의 구매 여부 판단에 영향을 주는 거래조건 또는 소비자의 피해구제에 필요한 사항으로서 재화 등의 가격외에 소비자가 추가로 부담하여야 할 사항이 있는 경우 그 내용 및 금액, 판매일시·판매지역·판매수량·인도지역 등 판매조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용

● 청약철회 등(제8조)

방문판매 또는 전화권유판매(이하 “방문판매등”이라 한다)의 방법으로 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 다음의 기간(거래 당사자 사이에 다음의 기간보다

긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간) 이내에 당해 계약에 관한 청약철회 등을 할 수 있습니다.

- 계약서를 교부 받은 날부터 14일. 다만, 그 계약서를 교부 받은 때보다 재화등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화 등을 공급받거나 공급이 개시된 날부터 14일
- 계약서를 교부받지 아니한 경우, 방문판매자등의 주소 등이 기재되지 아니한 계약서를 교부받은 경우 또는 방문판매자등의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간 이내에 청약철회 등을 할 수 없는 경우에는 그 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 14일
- 재화 등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 재화 등을 공급 받은 날부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내

반면에 다음의 경우에는 청약철회가 제한됩니다.

- 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우. 다만, 재화등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우를 제외
- 소비자의 재화 등의 사용 또는 일부 소비에 의하여 그 가치가 현저히 감소한 경우. 이 같은 사실을 상품 포장 등에 명기하지 않거나 시용상품을 제공하지 않은 경우에는 청약철회 가능
- 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우. 이 같은 사실을 상품 포장 등에 명기하지 않거나 시용상품을 제공하지 않은 경우에는 청약철회 가능
- 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우. 이 같은 사실을 상품 포장 등에 명기하지 않거나 시용상품을 제공하지 않은 경우에는 청약철회 가능
- 그 밖에 소비자의 주문에 의하여 개별적으로 생산되는 재화 등에 대하여 청약의 철회 및 계약의 해제를 인정하는 경우 사업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 당해 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 소비자의 서면에 의한 동의를 얻은 경우

한편, 재화 등의 훼손에 대하여 소비자의 책임이 있는지의 여부, 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 재화 등의 공급사실 및 그 시기 또는 계약서의 교부사실 및 그 시기 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 방문판매자등이 이를 입증하여야 합니다.

● 방문판매자의 금지행위(제11조)

- 재화 등의 판매에 관한 계약의 체결을 강요하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해할 목적으로 소비자에게 위력을 가하는 행위

- 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위
- 가입비·판매보조물품·개인할당 판매액·교육비 등 그 명칭 및 형태여하를 불문하고 방문판매원등이 되고자 하는 자 또는 방문판매원등에게 방문판매원등이 되기 위한 조건 또는 방문판매원등의 자격을 유지하기 위한 조건으로서 1인당 연간 2만원 이상의 비용 그 밖의 금품을 징수하거나 재화 등을 구매하게 하는 등 의무를 부과하는 행위
- 방문판매원등에게 다른 방문판매원등을 모집하도록 의무를 지게 하는 행위
- 청약철회 등이나 계약의 해지를 방해할 목적으로 주소·전화번호 등을 변경하는 행위
- 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위
- 소비자의 청약이 없는데도 일방적으로 재화 등을 공급하고 대금을 청구하는 행위
- 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 모사전송, 컴퓨터통신 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위
- 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락 받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용(제3자에게 제공하는 경우를 포함)하는 행위.

● 다단계판매업자의 등록 등(제13조)

다단계판매업자는 대통령령이 정하는 바에 따라 다음의 서류를 갖추어 공정거래위원회에 등록하거나 특별시장·광역시장 또는 도지사에게 등록하여야 합니다.

- 상호 및 주소·전화번호·전자우편주소 등을 기재한 신청서
- 자본금이 3억원 이상으로서 대통령령이 정하는 규모 이상임을 증명하는 서류
- 소비자피해보상보험계약등의 체결증명서류
- 후원수당의 산정 및 지급기준에 관한 서류
- 재고관리·후원수당 지급 등 판매의 방법에 관한 사항을 기재한 서류
- 그 밖에 다단계판매자의 신원확인을 위하여 필요한 사항으로서 총리령으로 정하는 서류

● 계약체결전의 정보제공 및 계약체결에 따른 계약서 교부의무(제16조)

다단계판매의 방법으로 재화등의 판매에 관한 계약을 체결하는 경우에 방문판매에 준용합니다. 이 경우 “방문판매자등”은 “다단계판매자”로, “방문판매업자등”은 “다단계판매업자”로, “방문판매원등”은 “다단계판매원”으로 봅니다.

● 다단계판매자와 소비자

‘방문판매등에관한법률’상 다단계판매자는 다단계판매업자와 다단계판매원을 가리키는데 다단계판매업자는 다단계판매를 업으로 하기 위하여 다단계판매조직을 개설 또는 관리, 운영하는 자를, 다단계판매원은 다단계판매조직에 판매원으로 가입한 자를 말합니다. 다단계판매에 있어 소비자는 다단계판매원이 되고자 다단계판매업자로부터 재화 등을 최초로 구매하는 자를 말합니다.

다단계판매로 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자가 청약철회를 하는 경우, 방문판매에 있어서의 청약철회와 거의 동일하게 적용되나 다단계판매원은 달리 적용됩니다. 따라서 다단계판매에 있어 청약철회권의 주요 쟁점은 소비자와 다단계판매원의 구분입니다. 청약철회에 있어서 소비자의 경우는 구입일로부터 14일, 다단계판매원의 경우는 구입일로부터 3개월로 정하고 있습니다.

공정거래위원회 “특수판매에서의 소비자보호지침”에는 다단계판매원과 소비자의 청약철회 요건을 다음과 같이 구분하고 있습니다.

- 제품을 구입한 시점에 이미 다단계판매원으로 등록이 되어 있다면, 다단계판매원의 지위에서 청약철회 등의 기간을 적용합니다.
- 계약서만으로 어떤 지위에서 구매계약을 체결하였는지 불분명할 경우에는 구매자가 소비자 또는 다단계판매원의 지위로 구입하였는지를 선택할 수 있습니다.
- 제품을 최초로 구입함과 동시에 다단계판매원으로 가입한 경우에는 다단계판매원의 지위에서 청약철회 기간을 적용합니다.
- 구입 당시에는 다단계판매원이었으나, 다단계판매원에서 탈퇴한 후에 청약철회 등을 하는 경우에는 다단계판매원의 지위에서 청약철회 기간을 적용합니다.

● 청약철회 등(제17조)

다단계판매의 방법으로 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자가 청약철회 등을 하는 경우에 방문판매에 준용합니다. 이 경우 “방문판매자등”은 “다단계판매자”로 봅니다. 다만, 소비자가 다단계판매원과 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 경우에는 다단계판매원에게 우선적으로 청약철회 등을 하고, 다단계판매원의 소재불명 등 대통령령이 정하는 사유로 인하여 다단계판매원에 대하여 청약철회 등을 하는 것이 곤란한 경우에 한하여, 소비자는 당해 재화 등을 공급한 다단계판매업자에게 청약철회 등을 할 수 있습니다.

그리고 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 재화 등의 공급사실 및 그 시기, 재화 등의 훼손여부 및 책임소재 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 재화 등을 판매한 자가 이를 입증하여야 합니다.

● 다단계판매자의 금지행위(제23조)

- 재화 등의 판매에 관한 계약의 체결을 강요하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해할 목적으로 상대방에게 위력을 가하는 행위
- 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 상대방과의 거래를 유도하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위 또는 재화등의 가격·품질 등에 대하여 허위사실을 알리거나 실제의 것보다도 현저히 우량하거나 유리한 것으로 오인시킬 수 있는 행위
- 다단계판매원이 되고자 하는 자 또는 다단계판매원에게 가입비, 판매보조물품, 개인할당판매액, 교육비 등 그 명칭 및 형태여하를 불문하고 10만원 이하의 범위로서 대통령령이 정하는 수준 이상의 비용(다음에 해당하는 금액으로 연간 총합계 5만원을 말함 • 다단계판매원의 가입비 또는 회원자격 갱신의 경우에는 1만원 • 판매보조물품을 구입하도록 의무를 부과하는 경우 다단계판매원 1인당 연간 3만원 • 교육을 받도록 의무를 부과하는 경우 다단계판매원 1인당 연간 3만원) 그 밖의 금품을 징수하는 등 의무를 부과하는 행위
- 다단계판매원에게 하위 판매원 모집 자체에 대하여 경제적 이익을 지급하거나 정당한 사유없이 후원수당외의 경제적 이익을 지급하는 행위
- 청약철회 등이나 계약의 해지를 방해할 목적으로 주소·전화번호 등을 변경하는 행위
- 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 상대방에게 피해를 주는 행위
- 상대방의 청약이 없는데도 일방적으로 재화 등을 공급하고 재화 등의 대금을 청구하는 등 상대방에게 재화 등을 강매하거나 하위판매원에게 재화 등을 판매하는 행위
- 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 모사전송, 컴퓨터통신 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위
- 다단계판매원이 사회적인 신분 등을 이용하여 자신의 하위판매원으로서의 등록을 강요하거나 다단계판매원이 그 하위판매원에게 재화 등의 구매를 강요하는 행위
- 다단계판매원이 되고자 하는 자 또는 다단계판매원에게 본인의 의사에 반하여 교육·합숙 등을 강요하는 행위
- 다단계판매업자의 피용자가 아닌 다단계판매원을 다단계판매업자에게 고용된 자로 오인하게 하거나 다단계판매원으로 등록하지 아니한 자를 다단계판매원으로 활동하게 하는 행위

- 소비자피해보상보험계약 등을 체결하지 아니하고 영업하는 행위
- 다단계판매자가 거래의 상대방에게 판매하는 개별 재화등의 가격이 부가가치세를 포함 130만원 이상으로 정하여 판매하는 행위
- 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락 받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용하는 행위.
- 다단계판매조직 및 다단계판매원의 지위를 양도·양수하는 행위. 다만, 다단계판매원의 지위를 상속하는 경우 또는 사업의 양도·양수·합병의 경우에는 그러하지 아니합니다.

● 계약체결전의 정보제공 및 계약체결에 따른 계약서 교부의무(제28조)

계속거래 또는 사업권유거래를 업으로 하는 자는 대통령령이 정하는 금액 및 기간(각각 10만원 및 3월을 말한다) 이상을 거래조건으로 하는 계속거래 등에 관한 계약을 체결하는 경우에는 계약을 체결하기 전에 소비자가 계약의 내용을 이해할 수 있도록 다음 사항을 설명하고 계약서를 소비자에게 교부하여야 합니다. 사업권유거래의 경우에는, 기간에 관계없이 그 금액을 30만원으로 합니다.

- 계속거래업자 등의 성명·상호·주소·전화번호·전자우편주소
- 계속거래를 통하여 판매하는 재화 등이나 사업권유거래를 통하여 판매하는 재화 등의 명칭, 종류 및 내용
- 재화 등의 대금(가입비, 설치비 등 명칭여하를 불문하고 재화등의 거래와 관련하여 지급하는 금액을 포함한다. 이하 이 장에서 같다)과 그 지급시기 및 방법
- 재화 등의 거래 방법과 거래기간 및 시기
- 계약의 해지와 그 행사방법·효과에 관한 사항 및 해지권의 행사에 필요한 서식
- 소비자피해보상·재화 등에 대한 불만 및 분쟁처리에 관한 사항
- 거래에 관한 약관
- 판매일시·판매지역·판매수량·인도지역 등 판매조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용에 관한 사항

● 계약의 해지(제29조)

계속거래업자등과 계속거래 등의 계약을 체결한 소비자는 언제든지 계약 기간 중 계약을 해지할 수 있습니다. 다만, 다른 법률에 별도의 규정이 있거나 소비자의 주문에 의하여 개별 생산된 재화 등과 같이 계약해지로 인해 사업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우에는 계약 해지가 제한됩니다.

● 금지행위 등(제32조)

- 계속거래 등의 계약을 체결하게 하거나 계약의 해지 또는 해제를 방해하기 위하여 소비자에게 위력을 가하는 행위
- 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 그 밖의 기만적인 방법으로 소비자를 유인 또는 거래하거나 계약의 해지 또는 해제를 방해하는 행위
- 계속거래 등에 필요한 재화 등을 통상 거래 가격보다 현저히 비싼 가격으로 구입하게 하는 행위
- 소비자가 계속거래 등의 계약을 해지 또는 해제하였음에도 불구하고, 정당한 사유없이 이에 따른 조치를 지연하거나 거부하는 행위
- 계약의 해지 또는 해제를 방해할 목적으로 주소·전화번호 등을 변경하는 행위
- 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위
- 소비자의 청약이 없는데도 일방적으로 재화 등을 공급하고 대금을 청구하는 행위
- 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 모사전송, 컴퓨터통신 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위

● 소비자피해보상보험계약 등(제34조)

다단계판매업자는 다음에 해당하는 계약을 체결하여야 합니다.

- 소비자피해보상을 위한 보험계약
- 소비자피해보상금의 지급을 확보하기 위한 금융기관과의 채무지급보증계약
- 규정에 의하여 설립된 공제조합과의 공제계약

● 시정조치(제42조)

공정거래위원회는 사업자가 이 법의 규정에 의한 의무를 이행하지 아니하는 경우 해당 사업자 등에 대하여 그 시정을 위한 조치를 명할 수 있습니다.

- 계약체결전의 정보제공 및 계약체결에 따른 계약서 교부 등
- 사업자의 금지행위 등

● 과징금(제44조)

공정거래위원회는 특수판매업자가 제42조의 시정조치에도 불구하고 이 법 위반행위가 반복되거나 시정조치만으로는 소비자피해의 방지가 곤란하다고 판단되는 경우에는 대통령령이 정하는 바에 따라 1년 이내의 기간을 정하여 영업의 전부 또는 일부의 정

지를 명하거나 이에 갈음하여 해당 특수판매업자에 대하여 대통령령이 정하는 위반행위 관련 매출액을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있습니다. 이 경우 관련 매출액이 없거나 이를 산정 할 수 없는 경우 등에는 5천만원을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있습니다.

24 전자상거래등에서의소비자보호에관한법률

2002년 3월 제정·시행된 '전자상거래등에서의소비자보호에관한법률'(일명 전자상거래법)은 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도의 제고를 통하여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 하고 있습니다.

동 법은 구체적으로 전자문서의 활용, 거래기록의 보존, 전자적 대금지급의 신뢰확보, 배송사업자 등의 협력, 사이버몰의 운영, 통신판매업자의 신고, 청약확인, 재화 등의 공급, 청약철회, 전자상거래를 행하는 사업자 또는 통신판매업자의 금지행위, 소비자권익보호와 관련한 전자상거래 등에서의 소비자보호지침의 제정, 소비자피해보상보험계약 등에 관한 사항을 규정하고 있습니다.

● 통신판매업자의 신고(제12조)

통신판매업자는 대통령령이 정하는 바에 따라, 다음의 사항을 공정거래위원회나 특별시장·광역시장 또는 도지사(이하 "시·도지사"라 한다)에게 신고하여야 합니다.

- 상호·주소·전화번호
- 전자우편주소·인터넷도메인 이름·호스트서버의 소재지
- 그 밖에 사업자의 신원확인을 위하여 필요한 사항

● 신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공(제13조)

통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록, 다음의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하고, 계약이 체결된 경우에는 계약자에게 다음의 사항이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화 등을 공급할 때까지 교부하여야 합니다.

- 재화 등의 공급자 및 판매자에 관한 사항
- 재화 등의 명칭·종류 및 내용
- 재화 등의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 그 결정의 구체적인 방법)과 그 지급 방법 및 시기
- 재화 등의 공급 방법 및 시기
- 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 "청약철회 등"이라 한다)의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회 등의 권리를 행사함에 필요한 서식을 포함한다)
- 재화 등의 교환·반품·보증과 그 대금 환불의 조건 및 절차
- 전자매체로 공급이 가능한 재화 등의 전송·설치 등과 관련하여 요구되는 기술적

사항

- 소비자피해보상, 재화 등에 대한 불만 및 소비자와 사업자간 분쟁처리에 관한 사항
- 거래에 관한 약관(그 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함한다)
- 소비자가 구매의 안전을 위하여 원하는 경우에는 재화 등을 공급받을 때까지 대통령령이 정하는 제3자에게 그 재화 등의 결제대금을 예치하는 것의 이용을 선택할 수 있다는 사항 또는 통신판매업자의 소비자피해보상보험계약등의 체결을 선택할 수 있다는 사항

● 청약철회(제17조)

통신판매업자와 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 다음의 기간(거래당사자가 다음 각호의 기간보다 긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간을 말한다) 이내에 당해 계약에 관한 청약철회 등을 할 수 있습니다.

- 계약내용에 관한 서면을 교부 받은 날부터 7일. 단, 그 서면을 교부받은 때보다 재화 등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화 등의 공급을 받거나 공급이 개시된 날부터 7일
- 계약내용에 관한 서면을 교부 받지 아니한 경우, 통신판매업자의 주소 등이 기재되지 아니한 서면을 교부 받은 경우 또는 통신판매업자의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간 이내에 청약철회 등을 할 수 없는 경우에는 그 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 7일
- 재화 등의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 재화 등을 공급받은 날부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내

다만, 소비자는 다음에 해당하는 경우에는 통신판매업자의 의사에 반하여 청약철회 등을 할 수 없습니다.

- 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우. 다만, 재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우를 제외.
- 소비자의 사용 또는 일부 소비에 의하여 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
- 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
- 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우

한편, 재화 등의 훼손에 대하여 소비자의 책임이 있는지의 여부, 재화 등의 구매에 관한 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 재화 등의 공급사실 및 그 시기 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 통신판매업자가 이를 입증하여야 합니다.

● 금지행위(제21조)

- 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위
- 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소·전화번호·인터넷도메인 이름 등을 변경 또는 폐지하는 행위
- 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위
- 소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화 등을 공급하고 그 대금을 청구하거나 재화 등의 대금만을 청구하는 행위
- 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 모사전송, 컴퓨터통신 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위
- 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락 받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용하는 행위.

▌전자거래

재화나 용역의 거래에 있어서 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래를 말하며, 전자거래를 업으로 하는 자를 전자거래사업자라고 합니다. '전자거래기본법'은 전자거래와 관련되는 소비자를 보호하고 전자거래의 안전성 및 신뢰성을 확보하기 위하여 전자거래사업자로 하여금 상호 등 자신에 관한 정보와 자기가 거래하는 재화·용역의 구체적 내용 및 계약조건 등에 관한 정확한 정보를 제공하도록 의무를 부과하고 있습니다.

▌전자문서

정보처리시스템에 의하여 전자적 형태로 작성, 송신·수신 또는 저장된 정보를 말하며, 여기에서 정보처리시스템이라 함은 전자문서의 작성, 송신·수신 또는 저장을 위하여 이용되는 정보처리능력을 가진 전자적 장치 또는 체계를 말합니다. '전자거래기본법'은 전자문서는 다른 법률에 특별한 규정이 없는 한, 서면에 의한 문서와 동일한 효력이 있다고 규정하고 있습니다.

25 통신판매

통신판매란 우편·전기통신, 카달로그, 잡지, 케이블 TV 등의 방법에 따라 재화 또는 용역의 판매에 관한 정보를 제공하고, 소비자의 청약에 의하여 재화 또는 용역을 판매하는 것을 말합니다.

통신판매를 이용할 경우 소비자는 시간과 비용을 절약할 수 있을 뿐만 아니라, 매장에 직접 방문하지 않아도 되므로 편리하지만, 직접 물건을 확인하지 않은 상태에서 부당한 표시·광고 등으로 인해 소비자피해를 유발하는 경우가 있습니다.

특히 소비자가 재화를 공급받기 전에 미리 대금의 전부 또는 일부를 지급하는 선불식 판매방식을 취하기 때문에, 항변권 행사를 할 수 없어 배송상에서의 문제나 하자 등으로 불만이 있더라도 해결하기 곤란한 경우가 많습니다.

또한 소비자가 불만이 있어 계약해지, 반환을 하고자 할 경우에도 일반적인 거래형태보다 처리기간, 상대방, 소요비용 부담 여부 등과 관련하여 소비자피해가 발생하는 경우가 많습니다.

통신판매의 유형

전화판매	주로 우편주문방식과 병행해서 사용되고 있으며 잡지, 신문, 라디오, TV광고에 전화번호를 실어 주문을 받는 판매형태
TV판매	홈쇼핑TV 등을 통해 상품, 서비스를 광고하고 전화로 주문을 받아 판매
인터넷판매	인터넷쇼핑몰, 인터넷광고 등을 통해 상품을 소개하고 온라인 또는 전화로 주문을 받아 판매
카달로그 판매	상품에 관한 정보를 실은 책자를 소비자에게 발송하여 상품판매
직접우편(Direct Mail, DM) 판매	서신이나 광고, 전단, 견본 등을 우편을 통하여 소비자에게 보내고 소비자의 주문에 의해 판매하는 방식

26 전자상거래

전자상거래란 재화 또는 용역의 거래에 있어서, 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 방법으로 상행위를 하는 것을 말합니다. 주문, 결제, 이행단계 중 하나의 단계에서 전자문서가 활용될 경우 전자상거래가 성립합니다.

전자상거래라고 할 때 보통 인터넷쇼핑을 말하는 경우가 대부분이며, 경우에 따라서는 통신판매를 포함하여 보다 넓은 개념으로 사용되는 경우도 있습니다.

일반적으로 전자상거래는 재화나 용역의 거래에 관하여 계약체결 또는 이행단계에서 그 전부 또는 일부를 컴퓨터 등을 이용하여 작성한 전자문서를 인터넷 등으로 송·수신하여 이루어지는 거래라고 할 수 있습니다.

전자상거래와 밀접한 관계가 있는 개념인 통신판매란 전기통신(전화 등)이나 우편 등 비대면의 방법으로 재화 등의 판매에 관한 정보를 제공하고, 소비자의 청약을 받아 판매하는 행위를 말합니다. 사업자가 비대면의 방법으로 정보를 제공하고 소비자도 비대면의 방법으로 청약하여야 통신판매가 성립합니다.

통신판매에 해당하는 경우는 인터넷쇼핑, TV홈쇼핑, 카탈로그 쇼핑, 성인사이트, 인터넷 학원, 인터넷 게임 등이고 통신판매에 해당하지 않는 경우는 인터넷 또는 전단지를 통한 백화점 광고, 인터넷을 통한 중고차 광고, 대면계약 체결 후 인터넷으로 학원을 수강하는 경우 등입니다.

전자상거래는 일반거래와 비교하여 비대면 거래 및 정보노출 우려, 선불식 거래관행 및 배송관련 사고 우려, 분쟁 및 입증 곤란, 조작실수에 따른 피해우려, 초국경적 거래에 따른 관할 문제 발생 등의 특징이 있습니다.

장점으로는, 사업자측의 입장에서는 현실적인 영업망이 필요 없이 가상의 공간에서 영업 활동을 가능케 함으로써 광범위한 시장 확보가 가능하고, 영업망 구축이나 인력고용의 비용을 절감할 수 있으며, 소비자의 상품 등에 대한 선호도를 단시간 내에 조사하고 분석하는 것이 가능하므로 이에 따른 마케팅 활동을 용이하게 할 수 있습니다.

소비자측의 입장에서는 일반 거래에서 재화나 용역에 대한 정보를 얻기 위하여 소비자가 실제로 영업망을 방문하여야 하나, 전자상거래에서는 가상공간의 쇼핑몰에서 이에 대한 정보를 취득하는 것이 쉽고 가격 조건을 비교하고 구입하는 것이 가능하며 구

매 시간 단축의 이점이 있을 수 있습니다.

전자상거래 소비자분쟁의 유형과 주요 내용

계약단계	분쟁유형	주요 내용
청약유인	허위•과장 광고•표시	■ 구매물품에 없는 기능을 있는 것처럼 광고하거나 실제기능보다 과장되게 광고하여 피해를 입은 경우 ■ 원산지, 원료 등이 잘못 표시되거나 광고된 경우 ■ 의류사이즈를 실제보다 크거나 작게 표시한 경우
	가격 등 상품정보 오기	■ 가격이 잘못 표시됨을 사유로 한 사업자의 계약취소요구를 구매자가 거부하는 경우 ■ 한정판매물품이 사업자의 과실로 수량이 초고 주문되어 사업자가 제품공급이 어렵다고 주장하는 경우
계약체결	이용약관 관련	■ 사업자의 반품, 교환 불가조항에 대한 시정조치를 요구하는 경우
	청약철회 거부	■ 소비자의 단순 변심 또는 광고내용과 상이한 물품배상에 따른 청약철회 ■ 반품후 사업자의 의도적인 환급지연 또는 반품배송비에 대한 책임전가 ■ 특가상품 또는 반품, 교환 불가 사전고지 등을 사유로 판매자가 구매자의 청약철회권 행사를 제한하는 경우 ■ 소비자의 포장 개봉 또는 훼손을 사유로 판매자가 환급을 거부하는 경우 ■ 소비자의 사용 또는 일부 소비에 의한 가치하락을 사유로 환급을 거부하는 경우
	주문오류	■ 소비자가 착오로 주문한 물품에 대하여 교환을 요구하자 판매자가 위약금을 청구하는 경우
	승낙거절	■ 쇼핑몰측에서 자체 규정에 따라 반품율이 높은 고객에 대한 구매를 제한하는 경우
계약이행	배상관련	■ 인터넷 경매 사이트를 통해 판매한 물품에 대한 구매자의 반품요청 후 반송 지연 ■ 배송 과정에서 유실된 물품에 대하여 당사자간에 책임소재가 불분명한 경우 ■ 배송지연에 따른 계약취소, 대금환급 및 피해보상청구 ■ 인터넷 오픈 마켓에서 구매한 물품의 반품 사유에 대한 거래당 사자간 입장 차이에 따른 배송비 책임 전가

계약관련	분쟁유형	주요 내용
계약이행	계약변경•불이행	■ 사업자가 소비자의 동의없이 일방적으로 계약내용을 변경하거나 의도적으로 계약이행을 지연시키는 경우 ■ 판매자가 약정 사항을 이행하지 않는 경우 ■ 상품권 구매 후 갑작스런 사용 불가에 따른 보상 청구 ■ 제조사나 판매자의 부도로 인하여 소비자에게 직접적인 피해가 있는 경우 통신판매 중개자의 책임 유무
	물품하자•결함	■ 사용 중에 발생한 물품 하자에 따른 반품 및 환급 청구 ■ 물품이 광고 내용과 달리 하자가 심한 경우 ■ 물품 하자에 대한 원인 규명이 어려운 경우 ■ 물품 자체의 하자가 아닌 소비자의 사용 미숙이라고 주장하여 판매자가 하자를 인정하지 않는 경우
	계약해제	■ 사업자가 계약에 대한 해제•해지를 거부하거나 부당한 위약금을 청구하는 경우
	시스템오류	■ 솔루션 제공업체 측 서버 장애로 인하여 손실된 데이터에 대한 복구 청구
	사이버몰 폐쇄	■ 구매 물품이 배송되지 않은 상태에서 판매자와 연락이 두절되거나 인터넷 쇼핑몰의 운영이 중단되는 경우
대금결제	신용카드	■ 청약철회 후 신용카드 취소를 거부하는 경우 ■ 사업자의 귀책사유로 인한 주문 취소 후 카드결제 취소 지연으로 인하여 대금이 청구된 경우
	전자화폐	■ 사이버머니가 잘못 정산된 경우
	아이템	■ 온라인게임상에서 아이템 교환 후 현금거래로 오인 받아 게임회사가 계정을 압류한 경우
개인정보	개인정보 관리	■ 쇼핑몰이나 중개사이트 가입시 제공된 개인 정보가 목적외로 제3자에게 제공되는 경우 ■ 회원으로 가입한 쇼핑몰에 탈퇴 절차가 없거나 회원 탈퇴에 따른 개인정보 삭제를 거부하는 경우
	명의도용	■ 제3자의 명의도용으로 청구되는 대금
기타	온라인게임	■ 아이템 거래로 인하여 발생한 분쟁에 대한 중개사이트 측 책임 유무
	서비스불만	■ 모호한 상품정보 제공 및 불충분한 고객 서비스에 대한 개선 요구

27 독점규제및공정거래에관한법률

독과점폐해를 규제하고 시장경제체제의 기본 원리인 사업자 간의 자유롭고 공정한 경쟁 질서를 확립하기 위한 경제활동의 기본 질서를 규정한 법률로서 1981년 제정·시행되고 있습니다.

동 법은 사업자의 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여, 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업 활동을 조장하고, 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모함을 목적으로 하고 있으며, 그 내용은 크게 두 가지 유형으로 나눌 수 있습니다.

첫째, 사업자들 간의 경쟁촉진을 위한 여건의 조성에 대한 규제 즉 '시장구조의 개선을 위한 규제'로서 경제력집중의 억제와 관련한 출자규제와 채무보증의 금지, 지주회사의 행위제한, 경쟁제한적 기업결합의 제한 등이 있으며,

둘째, 사업자들의 시장행동에서 나타나는 경쟁제한행위나 불공정한 거래행위에 대한 규제 즉 '거래행태의 개선을 위한 규제'로서 시장지배적 지위 남용행위, 부당한 공동행위, 사업자단체의 경쟁제한행위, 불공정거래행위, 재판매가격유지행위, 불공정한 국제계약체결금지 등이 있습니다.

동 법의 운영을 위해 공정거래위원회를 설치하고 있으며, 아울러 동 법은 공정거래위원회에 현장조사권, 자료의 보고 및 제출명령권, 자료영치권 등 법 위반 사실에 대하여 조사할 수 있는 권한을 부여하고 있습니다.

28 시장지배적지위의 남용금지

일정한 상품이나 용역의 시장에서 가격을 통제하거나, 경쟁을 배제시킬 수 있는 힘을 시장지배력이라고 하며, 시장지배력을 가지고 있는 사업자를 시장지배적 사업자라 말합니다.

'독점규제및공정거래에관한법률'에서는 일정한 거래 분야의 공급자나 수요자로서 단독으로 또는 다른 사업자와 함께 상품이나 용역의 가격·수량·품질 기타의 거래조건을 결정·유지 또는 변경할 수 있는 시장지위를 가진 사업자를 시장지배적 사업자라고 정의하고 있으며, 이를 판단함에 있어서는 시장점유율, 진입장벽의 존재 및 정도, 경쟁사업자의 상대적 규모 등을 종합적으로 고려하되 일정한 거래분야에서 년간 매출액 또는 구매액의 40억원 미만인 사업자는 제외하도록 하고 있습니다. 여기에서 일정한 거래분야라 함은 거래의 객체별·단계별 또는 지역별로 경쟁관계에 있거나 경쟁관계가 성립될 수 있는 분야를 말합니다.

시장이 한 개 혹은 소수의 사업자에 의해 지배되면 제품과 서비스의 가격, 수량, 품질 등의 거래조건이 이들 사업자에 의해 좌우되므로 소비자는 질 좋은 상품을 저가로 구매하기 어렵게 됩니다. 이에 '독점규제및공정거래에관한법률'은 시장지배적 사업자 추정요건을 설정하여 동 요건에 해당하는 경우 이를 시장지배적 사업자로 추정하고 있으며, 이들이 시장지배력을 남용하는 것을 금지하고 있습니다.

시장지배적 사업자의 시장지배적 지위 남용행위는,

- 상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정·유지 또는 변경하는 행위(가격남용행위)
- 상품의 판매 또는 용역의 제공을 부당하게 조절하는 행위(출고조절행위)
- 다른 사업자의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위(사업활동방해행위)
- 새로운 경쟁사업자의 참가를 부당하게 방해하는 행위(진입방해행위)
- 부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하거나 소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있는 행위(경쟁사업자배제행위) 등입니다.

29 부당공동행위

담합이라고도 하는 부당한 공동행위는 대표적인 경쟁제한 행위로, 시장경쟁을 통해 결정되어야 하는 가격과 수량 등을 사업자들이 공동으로 제한함으로써 독점기업이 이윤극대화를 위해 결정하는 것과 같은 수준에서 가격과 생산량을 결정하는 부당한 행위를 말합니다.

이는 시장통제(독점화)를 목적으로 동일 산업분야의 기업들이 협정 등의 방법에 의해 경쟁의 제한이나 완화를 목적으로 연합(카르텔)하는 형태를 말하며, 경쟁기업들은 카르텔을 통해 시장을 인위적으로 독점함으로써 가격의 자율조절 등 시장통제력을 갖게 되고, 이로 인한 독점이윤을 갖는 등 독점에 의한 폐해가 발생하게 됩니다.

즉, 사업자들간의 공동행위로 높은 가격을 형성하고 유지함으로써, 소비자잉여가 생산자에게로 이전되는 결과가 초래되므로, 우리나라를 포함하여 대부분의 나라에서 엄격히 규제하고 있습니다.

'독점규제및공정거래에관한법률'은 '사업자 또는 사업자단체가 계약·협정·결의 기타 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 할 것을 합의하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 된다'라고 규정하고 있습니다.

'독점규제및공정거래에관한법률'에서 사업자간에 공동으로 일정한 거래분야에서 부당하게 경쟁을 제한하는 8가지 행위유형을 부당한 공동행위로 보고, 이를 금지하고 있는 행위는,

- 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위
- 상품 또는 용역의 거래조건이나 그 대금 또는 대가의 지급조건을 정하는 행위
- 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위
- 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위
- 생산 또는 용역의 거래를 위한 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위
- 상품의 생산 또는 거래 시에 그 상품의 종류 또는 규격을 제한하는 행위
- 영업의 주요 부문을 공동으로 수행하거나 관리하기 위한 회사 등을 설립하는 행위
- 기타 다른 사업자의 사업 활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위 등입니다.

30 사업자단체의 금지행위

사업자단체란 그 형태를 불문하고 둘 이상의 사업자가 공동의 이익을 증진할 목적으로 조직한 결합체 또는 연합체를 말하는 것으로, 사업자단체가 나서서 경쟁 제한적 행위를 할 경우에는 개별 사업자들이 모여서 담합을 행할 때와 동일한 효과를 가져 올 수 있습니다.

이에 '독점규제및공정거래에관한법률'에서 네 가지 행위로 분류하여 사업자단체의 경쟁 제한적 행위를 규제하는 행위는,

- 가격의 결정·유지·변경이나 거래지역의 제한 등에 의하여 부당하게 경쟁을 제한하는 행위,
- 일정한 거래분야에 있어서 현재 또는 장래의 사업자수를 제한하는 행위,
- 사업자단체 구성사업자의 사업내용 또는 활동을 부당하게 제한하는 행위,
- 사업자에게 불공정거래행위의 규정에 의한 불공정거래행위 또는 재판매가격유지행위를 하게 하거나 이를 방조하는 행위 등입니다.

31 불공정거래행위의 금지

사업자가 자기의 사업 활동을 함에 있어서 자유롭고 공정한 방법이 아닌 불공정한 방법 또는 정당하지 아니한 방법 등으로 거래를 함으로써, 시장에서의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 일체의 거래행위를 불공정거래행위라 합니다.

'독점규제및공정거래에관한법률'에서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위로 규정하여 금지하고 있는 불공정거래 행위는,

- 부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위,
- 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위,
- 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위,
- 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위,
- 거래의 상대방의 사업 활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업 활동을 방해하는 행위
- 부당하게 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 자금, 자산, 인력 등을 무상 또는 현저히 유리한 조건으로 지원하는 행위 등입니다.

32 재판매가격유지행위의 제한

재판매가격유지행위는 사업자가 상품 또는 용역을 거래함에 있어서 거래상대방인 사업자 또는 그 다음 거래단계별 사업자에 대하여, 거래가격을 정하여 그 가격대로 판매 또는 제공할 것을 강제하거나 이를 위하여 규약 기타 구속조건을 붙여 거래하는 행위를 말합니다.

재판매가격유지행위는 유통단계에서 가격수준을 유지하여 재판매하는 사업자에게 안정적인 이윤을 보장해 주고, 재판매하는 사업자의 협력을 확보하거나 소매가격을 유지해서 자사제품의 브랜드 이미지를 제고하기 위하여 주로 실시됩니다. 그러나 이는 개별사업자의 판매가격결정 등 자율적인 활동을 구속할 뿐만 아니라, 시장 매커니즘을 통해 결정되어야 할 가격에 개입함으로써 가격경쟁을 실질적으로 제한시키는 폐해가 있습니다. 특히, 복수의 상대방간에 행해지는 경우가 다수이기 때문에 당해 상대방간의 가격경쟁은 완전히 소멸하게 됩니다.

'독점규제및공정거래에관한법률'에서는 사업자가 그 상품을 재판매하는 사업자에게 거래단계별 거래가격을 미리 정하여 그 가격대로 판매할 것을 강제하거나, 이를 위하여 구속조건을 붙여 거래하는 행위를 재판매가격유지행위로 규정하고 이를 금지하고 있습니다.

강제행위에 해당될 수 있는 유형을 예시하면, • 거래단계별 가격표를 통보하면서 할인판매를 하는 대리점에 대해 출고정지·해약 등 조치를 하는 경우 • 지정한 가격을 준수하지 않는 대리점에 대해 배상에 관한 서약을 강제하는 경우 • 유통업체들의 가격준수를 담보하기 위해 지급보증증권을 제출하게 하거나 기타 담보물을 제공하게 하는 경우 • 유통업체들이 지정된 가격을 준수하지 않을 경우 판촉활동비, 인테리어 설치비용 등 통상적인 지원을 중단하는 경우 • 가격을 준수하지 않는 대리점에 대해 연간 사업계획 및 영업전략 등에서 제재조치 방침을 정한 후 직접 제재조치를 실행한 경우 • 정찰제를 시행하면서 미준수시 출고정지 등 불이익을 부과하는 경우 등이 이에 해당될 수 있습니다.

또한 직접적인 강제행위가 없더라도 • 희망가격을 준수하도록 하고 위반시 계약 해지조항을 규정한 경우 • 제시된 가격을 준수하지 않을 경우 제재조치를 취할 수 있는 조항을 규정한 경우 등은 강제성이 있는 것으로 봅니다.

이처럼 당연 위법으로 재판매가격유지행위가 금지되는 이유는, 재판매가격유지가 합법적인 경우 유통업자들 간의 가격경쟁을 제한함으로써 유통의 효율성을 저해하고 가격상승을 유발하여 소비자의 후생손실을 초래할 수 있기 때문입니다.

33 가격표시제도

개개 점포에서 일정 판매시점에 상품별로 표시된 가격에 판매한다는 것을 소비자에게 알리는 제도를 말합니다.

'물가안정에관한법률'은 주무부 장관으로 하여금 소비자의 보호 또는 공정한 거래를 위하여 필요하다고 인정할 때에는, 물품을 생산·판매하거나 그 매매를 업으로 하는 자 또는 용역의 제공을 업으로 하는 자에게 당해 물품의 가격 또는 용역의 대가를 표시할 것을 명할 수 있도록 하고 있으며, 동 명령을 받은 사업자는 거래상대방 또는 일반 소비자에게 이를 알기 쉬운 방법으로 표시하도록 하고 있습니다.

동 법에 따라 '가격표시제실시요령'을 고시하고 있는데, 동 고시에서 매장면적이 33㎡(10평)이상인 소매점포, 백화점, 쇼핑센터 등 일정한 소매점포를 운영하는 판매업자는 동 소매점포에서 판매하는 전 품목을 대상으로 판매가격을 표시하도록 하고 있습니다.

판매가격의 표시방법은 라벨, 스탬프, 꼬리표 또는 일람표 등을 만들어 개별상품에 표시하여야 합니다. 다만 개개 점포의 업태나 취급상품의 종류 및 내부 진열상태에 따라 개별상품에 표시하는 것이 곤란할 경우에는, 소비자가 가장 쉽게 알아볼 수 있는 방법으로 판매가격을 별도로 표시할 수 도 있습니다.

● 오픈프라이스(open price)제

최종 판매업자가 상품의 판매가격을 스스로 결정해 판매하는 방식을 말합니다. 이에 반해 제조업자가 유통업체와 소비자 간의 거래에 참고할 수 있는 기준을 제시한다는 명분에 따라 제조업자가 직접 원가에 이윤을 붙여 제시하는 가격은 권장소비자가격 또는 희망소비자가격이라고 합니다. 오픈프라이스제의 효과는 유통업체간의 경쟁을 통해 상품가격이 전반적으로 낮아진다는데 있으며, 또한 같은 상품이라도 유통업체별로 가격차이가 확연히 드러나 소비자가 조금만 노력하면 싼 가격의 구매가 가능하다는 장점이 있습니다. 그러나 소비자는 기준가격이 얼마인지 알 수 없기 때문에 상품구매에 혼란스러운 면도 있습니다.

● 권장소비자가격(Recommended Price)

자신의 상품을 소비자에게 직접 판매하는 것을 업으로 하지 않는 상품의 제조(가공 및 포장을 포함)·판매·수입하는 자가 자기가 취급하는 당해 상품에 대하여 가격정보 제공차원에서 소비자가 구매하는 데 있어 참고가 되도록 표시하거나 또는 판매업자에

게 그 가격대로 팔기를 희망 또는 권장하기 위해 표시하는 가격을 말하며, 때로는 희망소비자가격 또는 추천가격으로 불리어지기도 합니다. 그러나 현재 유통되는 대부분의 상품들은 일반적으로 실제 판매가격에 비해 권장소비자가격이 높게 표시되어 있어 적정가격 판단에 혼란을 주는 경우가 많습니다. 이에 따라 지식경제부는 '가격표시제실시요령'을 고시하여 • 대리점체제의 유통구조가 일반적인 품목으로써 사업자가 표시한 권장소비자가격 등의 가격표시가 가격경쟁을 제한할 가능성이 높아 소비자의 합리적인 선택을 방해하는 경우 • 사업자가 의도적으로 권장소비자가격 등을 높게 표시하여 소비자들로 하여금 높은 할인율을 적용 받는 것처럼 인식시켜 구매를 유도하는 경우 등에는 이를 사업자의 부당한 행위로 보고 있습니다.

● 고시가격

원칙적으로 정부에서 특정 상품이나 용역의 가격을 지정하여 고시하는 가격을 의미하나, 정부에서 인가하는 공공요금도 공고・게시 등 고시와 유사한 형태의 고지행위를 하므로 이들도 고시요금이라 합니다. 정부가 특정상품이나 용역의 가격을 지정・고시하는 경우에는 보통 최고가격을 지정・고시합니다. 즉 '물가안정에관한법률'은 국민생활과 국민경제 안정을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 정부가 특히 긴요한 물품의 가격, 부동산 등의 임대료 또는 용역 대가의 최고가격을 지정・고시할 수 있도록 하고 있으며, '석유사업법'도 석유의 수입・판매가격이 현저하게 등락하거나 등락할 우려가 있는 경우에 국민생활의 안정을 위하여 필요하다고 인정될 때에는 석유제품의 국제가격 및 국내외 경제사정을 참작하여 석유판매가격의 최고액 또는 최저액을 정하여 고시할 수 있도록 규정하고 있습니다. 여기에서의 최고가격의 의미는 가격의 상한을 의미할 뿐 최고가격 이하로의 판매를 금지하는 것은 아닙니다.

● 단위가격표시제(A Unit Price Marking System)

가격표시제의 하나로 '물가안정에관한법률'에 의거한 '가격표시제실시요령'의 개정에 의해 상품판매에 있어서 용량단위가 매우 다양한 우유, 햄, 식용류, 화장지 등 가공식품과 일용품에 대하여 용량 혹은 각 제조회사간 판매가격을 쉽게 비교할 수 있도록, g당, ㎖당, 혹은 m당 등 단위당 가격을 표시하도록 한 제도를 말합니다. 상품의 단위량당 가격(예를 들면 '10g당 ○○원, 10㎖당 ○○원)을 표시하게 되면 용량(중량)이 다른 상품이라도 상품간의 가격을 간단히 비교할 수 있게 되고, 또한 기존 제품과 유사하면서도 품질, 성능이 약간 개선되었거나 새로운 포장용량의 상품이 출시되어도 기존 제품과의 가격비교가 용이하기 때문에 소비자의 상품선택에 도움이 됩니다. 단위가격표시 의무자는 '유통산업발전법' 상의 대규모점포 중 시장・도매센터를 제외한 대형점, 백화점, 쇼핑센터와 기타 대규모점포내의 소매점포를 운영하는 판매업자입니다. 표시방

법은 판매가격과 병행하여 단위당 가격을 개별상품에 표시하여야 하며, 개별상품에 표시하기 곤란할 경우는 진열된 선반 등에 소비자가 가장 쉽게 알아볼 수 있는 방법으로 판매가격과 단위를 표시하여야 합니다.

● 정가제

재판매가격유지제도와 유사한 용어로 물품의 제조업자 또는 유통업자가 동일 제품에 대해 상품가격을 할인·할증 없이 정해진 가격으로 판매하는 제도로서 소비자에게 단순한 판매의 기준이 되는 가격인 권장소비자가격과는 차이가 있습니다. 정가제는 각 점포에서 동일 상품에 대해 동일한 가격으로 판매되므로 소비자입장에서는 비교구매의 필요성 없이 상품을 용이하게 구입할 수 있는 이점이 있고, 생산자입장에서는 가격경쟁이 아닌 품질향상경쟁을 유발시켜 제품의 질적 향상을 가져오는 긍정적인 면이 있습니다. 그러나 정가제는 유통단계에서 소매업자간의 가격경쟁을 원천 봉쇄하여 경쟁의 효과에 의한 가격변동이 일어나지 않게 되는 부정적인 면이 더 큽니다. 따라서 정가제가 '독점규제및공정거래에관한법률'에 의해 재판매가격유지행위에 해당하는 경우에는 동 법상 위법행위가 됩니다.

그러나 동 법은 '저작권법' 상의 저작물 중 관계 중앙행정기관의 장과의 협의를 거쳐 공정거래위원회가 2007년 10월 20일부터 개정 시행하고 있는 '재판매가격유지행위가허용되는저작물의범위'고시에 해당(실용도서 및 학습참고서Ⅱ를 제외한 모든 간행물-단, 발행일로부터 18개월이 경과된 간행물은 제외, 과 일간신문)되는 출판물에 대하여는 이를 허용하고 있습니다.

34 경품

사업자가 자기 또는 자기와 거래관계에 있는 다른 사업자의 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반소비자에게 제공하는 경제상 이익으로 포괄하여 경품류라고도 합니다.

공정거래위원회는 '부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위' 즉 부당한 경품류의 제공행위를 금지하기 위해 '경품류제공에관한불공정거래행위의유형및기준지정고시'를 제정·시행하고 있으며, 동 고시 상 경품류는 소비자경품류 및 소비자현상경품류 2가지 종류가 있습니다.

● 경품류가액

소비자에게 제공되는 경품류의 가치, 즉 총금액을 말합니다. 경품류가액의 산정은 원칙적으로 소비자의 입장에서 얻게 되는 경제상의 이익을 기준으로 하되, 그 객관적 산정이 어려운 경우에는 다음의 방법에 의하여 산정합니다. • 경품류 제공 사업자가 직접 제조한 경품류의 경우에는 그 제조가격에 25%를 가산한 금액, 다른 사업자로부터 구입한 경품류는 그 구입가격에 25%를 가산한 금액을 각각 경품류가격으로 합니다. 다만, 현금 또는 상품권의 경우에는 그 액면 가액, 할인권의 경우는 할인되는 금액을 각각 경품류 가액으로 합니다. • 2 이상의 경품류를 제공하는 경우에는 각각의 경품류가액의 합계액을 기준으로 합니다. • 경품류 제공사업자가 경품류를 무료로 취득한 경우에는 경품류 제공 사업자에게 그 경품류를 무료로 제공한 자를 기준으로 위 의 방법에 따라 경품류 가액을 산정합니다.

● 소비자경품류

'독점규제및공정거래에관한법률'상 사업자가 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반소비자에게 제공하는 경품류를 말합니다.

'경품류제공에관한불공정거래행위의유형및기준지정고시'는 사업자가 일반소비자에게 거래가액의 10%(문화예술진흥법령에서 정하고 있는 도서·문화전용상품권 또는 스포츠관람권을 소비자경품으로 제공하는 경우에는 상품 또는 용역의 거래가액의 20%이내)를 초과하여 소비자경품류를 제공하거나 제공할 것을 제의하는 경우에는 이를 부당한 소비자경품류 제공행위로 보아 금지하고 있습니다. 다만, 경품류가액이 5,000원 이하인 경우(재판매가격유지행위가 허용되는 간행물[실용도서와 학습참고서Ⅱ를 제외한 발행일로부터 18개월 이내의 모든 간행물] 의 거래에 부수한 소비자경품류는 제외) 와 사회통념상 정상적인 상 관행에 비추어 적당하다고 인정되는 • 견본 또는 선전용으로 제공

하는 당해 상품 또는 용역 • 자기의 상품이나 용역의 거래에 사용되는 1회한의 할인권 또는 할인을 약속하는 증표 • 창업, 개업행사 또는 신규 사업분야 진출에 따른 신상품 발매 행사시에 제공하는 물품 및 용역은 제외(이 경우 소비자경품류의 제공기간은 창업일, 개업일 또는 신상품 발매일로부터 3개월간으로 함)됩니다.

● 소비자현상경품류

'독점규제및공정거래에관한법률'상 사업자가 상품이나 용역의 거래에 부수하여 현상의 방법으로 일반소비자에게 제공하는 경품류를 말합니다.

소비자현상에는 • 상품의 용기・포장 등에 응모권을 넣는 방법 • 상품의 용기・포장에 출제하는 방법 • 상품을 구입함으로써 해답이 용이해지는 문제를 광고 등으로 출제하는 방법 • 상품의 구입자를 대상으로 하여 경기・연기 등 특정행위에 의하는 방법을 포함합니다.

'경품류제공에관한불공정거래행위의유형및기준지정고시'는 사업자가 일반소비자에게 소비자현상경품으로 제공하는 경품가액의 합계액이 경품부 상품이나 용역의 예상매출액의 1%를 초과(정기간행물출판업, 경기후원업 및 방송업[TV홈쇼핑업 제외] 을 영위하는 사업자의 경우에는 5%이내)하거나 또는 소비자현상경품류의 가액이 500만원을 초과하는 경품류를 제공하거나 제공할 것을 제의하는 경우에는, 이를 부당한 경품류 제공행위로 보아 금지하고 있습니다.

그리고 사업자가 현상의 방법으로 일반소비자에게 경품류 제공행위를 하면서, 자기의 상품 또는 용역을 구입한 소비자에 비하여 이를 구입하지 아니한 소비자를 응모방법 또는 응모횟수 등에서 불리하게 차별하는 경우 당해 사업자의 경품류 제공행위는 부당한 소비자현상경품류 제공행위로 봅니다.

다만, 사업자가 소비자현상경품으로 제공하는 경품가액의 합계액이 1,000만원 이하인 경우에는 경품부상품 또는 용역의 예상매출액의 1%를 초과하여도 이를 부당한 경품류 제공행위로 보지 아니하며, 또한 창업・개업행사 또는 신규 사업 분야 진출 등에 따른 신상품발매행사시에 제공하는 소비자현상경품류에 대하여도 창업일・개업일 또는 신상품발매일로부터 3개월간은 동 고시를 적용하지 아니 합니다.

그러나, 2 이상 또는 2회 이상 상품이나 용역을 구입하여야만 문자・회화・부호 및 카드 등의 특정 조합을 제시할 수 있도록 하는 방법에 의한 소비자현상경품류의 제공은 상기 조건을 충족하여도 이를 행하는 것이 금지됩니다.



제3장 소비자안전 편

1 소비자안전

소비자안전(Consumer Safety)은 물품 및 용역의 이용과 관련하여 발생할 수 있는 제반 위해로부터 소비자의 생명·신체 또는 재산상의 손실을 최소화 할 수 있는 유·무형의 제반 시스템 및 조치를 의미합니다. 여기서 위해라 함은 제품의 사용으로 소비자의 생명, 신체 또는 재산상의 손실이 발생된 상황을 지칭합니다. 이에 반해 위험은 위해에 이르지는 않았으나, 제품에 의해 신체적 상해나 사고 등 위해가 발생할 가능성이 있는 것을 의미합니다.

오늘날은 산업의 발달로 소비자의 소비생활이 윤택해진 반면, 다양하고 복잡한 기능을 갖춘 제품과 각종 화학적 변화과정을 거쳐 생산·판매되고 있는 많은 제품으로부터 소비자의 안전이 커다란 위협을 받고 있으며, 그로 인한 피해는 그 심각성이 날로 더해 가고 있는 실정입니다.

보통 실생활에서 발생하는 소비자의 안전성 문제는 사업자가 판매하는 상품, 즉, 식품, 의약품, 공산품, 완구, 건강보조식품, 화장품 오·남용과 부작용 등의 문제에서 비롯됩니다.

소비자에게 있어 제품이 안전하여야 한다는 것은 무엇보다도 중요합니다. 소비자가 생명이나 신체상의 위해를 입지 않고 안전해야 할 권리는 인간의 가장 기본적인 권리이며, 기본적인 생존을 위한 욕구입니다.

소비자안전과 관련하여 소비자기본법 제4조에 '위해로부터 보호받을 권리' 또는 '안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리'가 규정되어 있는데, 이러한 규정들이 소비자안전권의 직접적인 근거가 되고 있으며, 이와 같이 소비자의 안전권은 소비자의 생명·신체에 관련된 권리로서 소비자의 생존을 위해 확보되어야 할 필수불가결한 권리입니다.

우리나라의 경우 소비자안전 행정체계는 정부 차원의 종합적이고 체계적인 전담기관

에 의해 소비자안전관리가 이루어지는 것이 아니라 각 소관 부처별로 개별 법령에 의거하여 안전업무가 수행되고 있습니다.

공정거래위원회가 소비자안전에 관한 기본법인 소비자기본법에 따라 소비자안전 업무 등을 총괄 조정하고 있고, 지식경제부, 보건복지부(식품의약품안전청), 국토해양부, 환경부 등 각 중앙행정기관은 각 개별법에 의거 소비자안전 업무를 수행하고 있습니다.

소비자안전 각 품목별·부처별 소관법령

품목별	부처명	소관법령
총괄	공정거래위원회	소비자기본법, 제조물책임법
공산품 가스	지식경제부 (기술표준원)	품질경영및공산품안전관리법, 전기용품안전관리법 고압가스안전관리법 등
식품,의약품	보건복지부(식약청)	식품안전기본법, 식품위생법, 약사법 등
자동차, 건축,주택	국토해양부	자동차관리법, 건축법 등
농·축산물, 농기계	농림수산식품부	축산물가공법, 농수산물품질관리법 등
먹는물, 유해물질	환경부	대기환경보전법, 먹는물관리법 등
학교시설	교육과학기술부	학교시설사업촉진법 등
승강기	행정안전부	승강기시설안전관리법 등
전파	방송통신위원회	전파법 등

2 결함

결함이라 함은 소비자의 신체상 위해나 재산상의 손실을 야기할 수 있는 제품의 위해 요인으로, 제조물에 제조, 설계 또는 표시상의 결함이 있거나 또는 기타 통상적으로 기대할 수 있는 안전성이 결여되어 있는 것을 말합니다.

● 제조상의 결함

제조상의 결함이라 함은 제조업자의 제조물에 대한 제조 또는 가공 상의 주의의무의 이행여부에 불구하고, 제조물이 원래 의도한 설계와 다르게 제조·가공됨으로써 안전하지 못하게 된 경우를 말합니다. 식품의 제조과정에서 이물질이 들어간 경우, 조립을 잘못하여 안전성이 떨어진 경우 등이 이에 해당합니다.

● 설계상의 결함

설계상의 결함이라 함은 제조업자가 합리적인 대체설계를 채용하였더라면 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도, 대체설계를 채용하지 아니하여 당해 제조물이 안전하지 못하게 된 경우를 말합니다. 녹즙기에 이용자의 손가락이 들어가서 잘릴 수 있게 설계한 경우, 설계를 잘못하여 자동차 브레이크가 제대로 작동되지 않는 경우 등이 이에 해당합니다.

● 표시상의 결함

표시상의 결함이라 함은 제조업자가 합리적인 설명·지시·경고 기타의 표시를 하였더라면, 당해 제조물에 의하여 발생될 수 있는 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도 이를 하지 아니한 경우를 말합니다.

● 유통상의 결함

유통상의 결함은 설계, 제조, 표시 단계에서는 정상적 기능과 특성을 갖춘 제품임에도 보완 및 관리의 부실 등 유통상의 잘못으로 결함이 있는 경우를 말합니다.

이러한 제품의 결함은 제품으로서 갖추어야 할 질과 양을 갖추지 못했거나, 제품에 보증된 기능 등을 제대로 갖추지 못한 '하자'와는 구분됩니다.

3 위해정보보고제도

소비자가 상품이나 서비스를 사용하거나 이용하는 과정에서, 인체에 상해를 입거나 사망한 사례 등을 수집하여 그 원인을 분석하고, 사고의 재발 방지를 위한 대책을 강구하기 위한 일련의 과정을 위해정보보고 제도라 합니다.

위해정보보고 제도는 소비자기본법 제52조 및 동법 시행령 제39조에 근거를 두고 있으며, 위해정보의 수집 및 처리, 위해정보 제출기관의 지정·운영 등에 관한 세부적인 사항을 규정하고 있습니다.

● 위해정보의 수집 및 관리

수백만 종류의 물품(서비스 포함)이 대량으로 생산되고 또한 새로운 기술의 신상품이 끊임없이 개발되어 소비자들에게 팔리고 있는 시점에서, 어느 물품이 소비자에게 어떤 위해 문제를 야기하고 있는지 알기가 어렵습니다.

위해물품의 발견은 실제 소비자에게서 일어난 사고정보를 수집하는 것이 효과적이며, 그 정보는 실제 사고를 당한 소비자나 소방서, 병원과 같이 사고정보를 접하는 기관들을 대상으로 수집합니다.

나라마다 위해정보의 수집방법은 위와 같은 기관들을 대상으로 하는 점에서 대동소이하며, 우리나라도 정부가 병원·소방서 등 위해정보제출기관을 지정하여, 한국소비자원 소비자안전센터에서 위해정보 수집·분석 및 조치를 취하도록 소비자기본법에 규정하고 있습니다.

위해정보는 병원, 소방서, 경찰서, 학교 등 위해정보제출기관이나 소비자불만 및 피해사례, 해외의 소비자정보, 국내에 언론 뉴스, 한국소비자원의 소비자안전넷, 위해정보 핫라인(080-900-3500) 등을 통하여 수집합니다.

소비자위해감시시스템(Consumer Injury Surveillance System, CISS)
정부의 위해정보 관리업무의 위탁을 받은 한국소비자원 소비자안전센터에서는 소비자기본법에 의거 지정된 병원, 소방서 등 위해정보 보고기관과 한국소비자원의 소비넷을 통해 접수되는 소비자상담, 핫라인(080-900-3500), 국내외 언론 등으로부터 위해정보를 수집하고 분석·평가하여 관련 조치를 취할 수 있도록 구축된 소비자위해상황 상시 감시 시스템을 말합니다.

● 위해정보수집 경로

- 소비자불만 상담 및 피해구제 사례 : 한국소비자원에서 처리하고 있는 상품이나 서비스의 상담 및 피해구제를 통해 수집
- 핫라인(080-900-3500) : 위해정보를 소비자들이 직접 제공할 수 있도록 수신자부담용 직통전화를 설치하여 수집
- 인터넷(http://www.ciss.or.kr, http://www.kca.go.kr) : 위해정보를 인터넷을 통해 제공할 수 있도록 본원 인터넷 홈페이지에 위해정보 신고란 설치, 운영
- 위해정보제출기관(병원, 소방서) : 위해물품 및 시설물로 인해 다친 소비자의 정보를 병원 혹은 소방서로부터 수집
- 해외기관 : 각종소비자보호활동을 하고 있는 해외소비자보호기관의 자료를 통하여 수집

4 제조물책임법

● 제조물책임

제조물책임이라 함은 시장에 유통된 제조물의 결함으로 인하여 그 제조물의 이용자나 제3자가 생명・신체・재산상의 손해(당해 제조물에 대해서만 발생한 손해를 제외한다)를 입은 경우, 그 제조물의 제조업자나 판매자가 고의나 과실의 존재여부를 불문하고, 그 손해에 대해 배상책임을 지는 것을 말합니다.

● 목적

제조물책임법은 제조물의 결함으로 인한 생명, 신체 또는 재산상의 손해에 대하여 제조업자 등이 무과실책임의 원칙에 따라 손해배상책임을 지도록 하는 제조물책임제도를 도입함으로써, 피해자의 권리구제를 도모하고 국민생활의 안전과 국민경제의 건전한 발전에 기여함을 목적으로 2000년 1월 12일 제조물책임법을 공표하여, 2002년 7월 1일부터 시행해 오고 있습니다.

● 제조물의 범위

제조물이라 함은 다른 동산이나 부동산의 일부를 구성하는 경우를 포함한 제조 또는 가공된 동산을 말합니다. 여기에서 제조란, 제품의 설계・가공・검사・표시를 포함한 일련의 제품을 만드는 행위를 말하며, 생산보다는 좁은 개념이고 서비스를 제외합니다. 그리고 가공이란 동산을 재료로 하여 그 본질을 유지하면서 새로운 속성을 부가하거나 그 가치를 더한 것을 말합니다. 따라서 제조・가공이 아니라 생산의 대상으로 생각되는 1차 농산물(임・축・수산물 포함)은 이 법의 적용대상에서 제외됩니다. 또한 기계, 에어컨, 보일러 등 자재의 판매가 아닌 이것의 설치와 같은 서비스만의 제공도 적용대상에서 제외됩니다. 그러므로 기계나 설비의 설치만을 업으로 하는 자에 대해서는 그 설치에 결함이 있다고 하더라도 제조물책임법에 근거한 손해배상 책임을 물을 수 없습니다. 동산이라 함은 부동산을 제외한 모든 물건을 말하는데 일정한 형체를 가지고 있는 고체, 액체, 기체와 같은 유체물은 물론 형체가 없는 전기, 기타 관리할 수 있는 자연력도 포함됩니다. 그러므로 아파트나 빌딩 등 그 부동산 자체는 이 법의 적용대상이 되지 않습니다. 그러나 부동산의 일부를 구성하고 있는 조명시설, 배관시설, 공조시설 등의 개별적인 동산은 이 법의 적용대상에 포함됨을 명시적으로 규정하고 있습니다. 그리고 동산에 해당하는 한 완성품인지 부품, 원재료인지를 불문하며, 신제품은 물론 중고품, 재생품도 적용대상이 되고 대량생산되는 공업 제품은 물론 수송업 제품에 대해서도 적용됩니다. 또한 우리나라에서는 동산의 개념에 유체물뿐만 아니라 관리할 수

있는 것이면 무체의 자연력도 포함하고 있으므로, 전기 등의 에너지도 제조물책임법의 적용 대상에 포함됩니다.

동산의 정의에 관하여는 민법의 규정에 의합니다. 따라서 제조물에는 전기 및 관리할 수 있는 자연력, 부동산에 부합된 동산, 완성품에 포함된 부품 및 원재료 등이 포함되며 부동산과 미가공의 1차 농수축산물은 제외됩니다.

● 책임의 주체

▌제조업자와 제조물공급자

- 제조물책임의 주체는 제조업자입니다. 그러나 제조물의 가공 또는 수입을 업으로 하는 자, 제조물에 성명·상호·상표 기타 식별 가능한 기호 등을 사용하여 자신을 제조·가공·수입업자로 표시한 자 또는 제조·가공·수입업자로 오인시킬 수 있는 표시를 한 자도 제조업자로 봅니다.
- 제조물공급자란 제조물을 영리목적으로 판매·대여 등의 방법에 의하여 공급한 자를 말합니다. 제조물공급자는 2차적으로 제조물책임을 부담합니다. 즉 결함제조물에 의하여 피해를 입은 자는 제조물의 제조업자를 알 수 없는 경우에 한하여 공급자에 대하여 제조물책임을 물을 수 있습니다.

● 책임의 범위

제조업자는 제조물의 결함으로 인하여 생명·신체 또는 재산상에 손해(당해 제조물에 대해서만 발생한 손해를 제외한다)를 입은 자에게 손해를 배상하여야 합니다. 따라서 제조물책임은 결함제조물로 인하여 확대손해가 발생한 경우에 적용됩니다. 확대손해는 인적 손해, 물적 손해를 불문합니다. 인적 손해의 경우 치료비와 같은 재산적 손해와 정신적 고통과 같은 비재산적 손해가, 물적 손해의 경우에도 재산적 손해 이외에 비재산적 손해가 발생할 수 있으며, 제조업자는 그 손해에 대하여 배상책임을 집니다. 당해 제조물에 대해서만 발생한 손해는 민법상의 하자담보책임 등 계약상의 책임이 적용됩니다.

● 소멸시효 및 제척기간

제조물책임법에 의한 손해배상청구권의 소멸시효는 3년입니다. 따라서 결함제조물에 의한 피해자가 손해 및 손해배상책임자를 안 날로부터 3년간 손해배상청구권을 행사하지 아니하면 시효로 인하여 청구권은 소멸됩니다. 그리고 손해배상청구권의 제척기간은 10년입니다. 즉 피해자의 손해배상청구권의 존속기간은 제조업자가 제조물을 공급한 때로부터 10년입니다. 따라서 제조업자가 제조물을 공급한 날로부터 10년이 경과하면 피해자는 손해배상을 청구할 수 없습니다. 다만, 신체에 누적되어 사람의 건강을 해

하는 물질에 의하여 발생한 손해 또는 일정한 잠복기간이 경과한 후에 나타나는 손해에 대하여는, 그 손해가 발생한 날로부터 제척기간을 기산합니다.

● 입증책임

제조물책임에 있어서도 일반 불법행위소송에서와 같이 원고가 입증책임을 부담합니다. 따라서 피해자가 결함, 손해발생, 결함과 손해발생 사이의 인과관계를 입증하여야 합니다. 불법행위책임의 주관적 요건인 고의 또는 과실을 요하지 않고 객관적 요건인 결함으로 제조물책임의 요건이 완화되었지만 여전히 피해자가 제조물의 결함이나 인과관계를 입증하는 것은 매우 어렵다는 사실을 반영하여 법원에서는 종래부터 제조물책임과 관련한 소송에서 결함이나 인과관계에 대하여 사실상의 추정 등에 의하여 피해자의 입증책임을 완화하고 있습니다.

5 리콜제도

상품의 결함으로 인해 소비자의 생명·신체 및 재산상에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 제품에 대하여, 제조자 또는 유통업자는 스스로 또는 정부의 강제명령에 의해 소비자 등에게 제품의 결함 내용을 알리고 수거·파기 및 수리·교환·환급 등의 조치를 취함으로써, 결함제품으로 인한 위해 확산을 방지하고자 하는 제도로, 리콜제도는 전통적 의미로 서구에서 선거직 공무원을 임기 도중에 국민투표에 의해 해임시키는 소위 '국민 소환제'에서 유래한 개념입니다.

우리나라의 리콜제도는 1991년 2월 자동차배출가스로부터 대기환경을 보존하기 위해 '대기환경보전법'에 자동차 배출가스가 허용기준을 초과할 경우 해당 사업자에게 결함을 시정하도록 하는 리콜제도가 처음 도입된 이래, 각 품목별로 개별법에 도입되어 있습니다. 1996년에는 '소비자보호법'(현 소비자기본법)에 개별법의 적용을 받지 않는 모든 소비재 및 용역을 대상으로 한 리콜제도가 도입되었으며, 이 법을 근거로 하여 세부 리콜절차를 담은 '위해물품 및 용역의 회수절차 등에 관한 규정'이 1999년 4월에 마련되었습니다.

소비자기본법상 리콜제도 비교표

구분	대상	주요 내용	위반시 벌칙
결함정보 보고의무	제조업자, 수입업자,용역제공자, 대형유통업자	사업자가 자사 제품의 중대한 결함사실을 안 날로부터 5일 이내에 시·도지사에게 보고	3천만원 이하 과태료
자발적 리콜	원칙적으로 제조업자, 수입업자, 용역제공자이며 예외적으로 유통업자	사업자가 스스로 시정계획서를 시·도지사에게 제출하고 리콜실시후 시정결과를 시·도지사에게 보고	-
리콜 권고	시·도지사가 리콜 책임자(제조업자, 수입업자, 용역제공자, 유통업자)에게 권고	소비자의 생명,신체 및 재산상의 안전에위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 추정되는 경우 사업자에게 리콜 권고	언론공표(시·도지사)
리콜 명령 (일반 긴급리콜 명령)	시·도지사가 리콜 책임자(제조업자, 수입업자, 용역제공자, 유통업자)에게 명령	소비자의 생명,신체 및 재산상의 안전에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우 사업자에게 리콜 명령	3년이하징역/5천만원이하 벌금

품목별 리콜제도 현황

구분	근거법규	주무기관	리콜요건
물품 및 용역	소비자기본법	중앙행정기관 (시·도지사에게 위임)	소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우
자동차	자동차관리법	국토해양부 장관 〃	자동차안전기준 등에 부적합하거나 안전운행에 지장을 주는 등의 결함이 있는 경우
	대기환경보전법	환경부장관 〃	배출가스 관련부품에 대한 결함확인 검사결과 제작차 배출허용기준을 위반하였을 경우
식품	식품안전기본법	중앙행정기관의 장	국민건강에 위해가 발생하거나 발생할 우려가 있는 경우
	식품위생법	식약청장, 지자체장 〃	식품위생상의 위해가 발생하였거나 발생할 우려가 있는 경우
	건강기능식품에관한법률	식약청장, 시장·군수·구청장	식품위생상의 위해가 발생하였거나 발생할 우려가 있다고 인정되는 경우
의약품	약사법	식약청장, 지자체장	관련 법령을 위반하여 안전성·유효성에 문제가 있는 경우
축산물	축산물가공처리법	농림부장관, 지자체장	공중위생상 위해가 발생하였거나 발생할 우려가 있는 경우
공산품	품질경영및공산품안전관리법	지경부 장관 시·도지사	안전인증을 받지 아니한 경우, 안전검사 기준에 부적합한 경우 등
	전기용품안전관리법	지경부 장관 시·도지사	안전인증을 받지 아니한 경우, 안전검사 기준에 부적합한 경우 등

6 표준화

표준화(Standardization)란 일반적으로 사물, 개념, 방법 및 절차 등에 대하여 합리적인 기준(Standard)을 설정하고, 다수의 사람들이 어떤 사물을 그 기준에 맞추는 것을 의미하는 것으로, 일상적이고 반복적으로 일어나거나 일어날 수 있는 문제를 주어진 여건하에서 최선의 상태로 해결하기 위한 일련의 활동입니다.

한국산업표준에서는 표준(Standard)이란 관계되는 사람들 사이에서 이익이나 편리가 공정하게 얻어지도록 통일, 단순화를 꾀할 목적으로 물체, 성능, 능력, 동작절차, 방법, 수속, 책임,의무, 사고방법 등에 대하여 정한 결정을 의미하며, 표준화란 이러한 표준을 정하고 이를 활용하는 조직적인 행위라고 정의하고 있습니다. 즉 우리가 일상적으로 사용하는 생활용품에서부터 자동차, 비행기 등 모든 제품 및 부품의 치수, 성능, 재질, 시험방법 등을 통일화 및 단순화시키고 그러한 통일화 된 기준에 따르도록 하는 것입니다.

이러한 활동에 필요한 합리적 기준이 바로 표준(standards)을 의미하며, 표준은 합의에 의해 작성되고 인정된 기관에 의해 승인되며, 공통적이고 반복적인 사용을 위해 제공되는 규칙, 가이드 또는 특성을 제공하는 문서로 정의하고 있습니다. 또한, 이러한 표준은 과학·기술 및 경험에 대한 총괄적인 발견 사항들에 근거하여야 하며, 공동체 이익의 최적화 촉진을 목적으로 하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.

표준화의 목적은 생산, 소비, 유통 등 여러 분야에 있어서 능률증진 및 경제성 향상을 통해, 제품의 품질 개선과 생산 능률의 향상, 상거래의 단순화 및 공정화의 효과가 있습니다.

● 한국산업표준(KS : Korean Industrial Standards)

산업표준화법에 의거하여 산업표준심의회의 심의를 거쳐 기술표준원장이 고시함으로써 확정되는 국가표준으로서 약칭하여 KS로 표시합니다.

한국산업표준은 기본부문(A)부터 정보부문(X)까지 21개 부문으로 구성되며 크게 다음 세 가지 국면으로 분류할 수 있습니다.

- 제품표준 : 제품의 향상·치수·품질 등을 규정한 것
- 방법표준 : 시험·분석·검사 및 측정방법, 작업표준 등을 규정한 것
- 전달표준 : 용어·기술·단위·수열 등을 규정한 것

한국산업표준의 분류체계

대분류	중분류
기본부문(A)	기본일반/방사선(능)관리/가이드/인간공학/신인성관리/문화/사회시스템/기타
기계부문(B)	기계일반/기계요소/공구/공작기계/측정계산용기계기구 · 물리기계/일반기계/산업기계/농업기계/열사용기기 · 가스기기/계량 · 측정/산업자동화/기타
전기부문(C)	전기전자일반/측정 · 시험용기계기구/전기 · 전자재료/전선 · 케이블 · 전로용품/전기계기구/전기응용기계기구/전기 · 전자 · 통신부품/전구 · 조명기구/배선 · 전기기기/반도체 · 디스플레이/기타
금속부문(D)	금속일반/원재료/강재/주강 · 주철/신동품/주물/신재/2차제품/가공방법/분석/기타
광산부문(E)	광산일반/채광/보안/광산물/운반/기타
건설부문(F)	건설일반/시험 · 검사 · 측량/재료 · 부재/시공/기타
일용품부문(G)	일용품일반/가구 · 실내장식품/문구 · 사무용품/가정용품/레저 · 스포츠용품/악기류/기타
식료품부문(H)	식품일반/농산물가공품/축산물가공품/수산물가공품/기타
환경부문(I)	환경일반/환경평가/대기/수질/토양/폐기물/소음진동/악취/해양환경/기타
생물부문(J)	생물일반/생물공정/생물화학 · 생물연료/산업미생물/생물검정 · 정보/기타
섬유부문(K)	섬유일반/피복/실 · 편직물 · 직물/편 · 직물제조기/산업용 섬유제품/기타
요업부문(L)	요업일반/유리/내화물/도자기 · 점토제품/시멘트/연마재/기계구조 요업/전기전자 요업/원소재/기타
화학부문(M)	화학일반/산업약품/고무 · 가죽/유지 · 광유/플라스틱 · 사진재료/염료 · 폭약/안료 · 도료잉크/종이 · 펄프/시약/화장품/기타
의료부문(P)	의료일반/일반의료기기/의료용설비 · 기기/의료용재료/의료용기 · 위생용품/재활보조기구 · 관련기기 · 고령친화용품/전자의료기기/기타
품질경영부문(Q)	품질경영 일반/공장관리/관능검사/시스템인증/적합성평가/통계적기법 응용/기타
수송기계부문(R)	수송기계일반/시험검사방법/공통부품/자전거/기관 · 부품/차체 · 안전/전기전자장치 · 계기/수리기기/철도/이륜자동차/기타
서비스부문(S)	서비스일반/산업서비스/소비자서비스/기타
물류부문(T)	물류일반/포장/보관 · 하역/운송/물류정보/기타
조선부문(V)	조선일반/선체/기관/전기기기/항해용기기 · 계기/기타
항공우주부문(W)	항공공우주일반/표준부품/항공기체 · 재료/항공추진기관/항공전자장비/지상지원장비/기타
정보부문(X)	정보일반/정보기술(IT)응용/문자세트 · 부호화 · 자동인식/소프트웨어 · 컴퓨터그래픽스/네트워킹 · IT상호접속/정보상호기기 · 데이터저장매체/전자문서 · 전자상거래/기타

● KS표시인증

인증이란 제품 등과 같은 평가대상이 정해진 표준이나 기술규정 등에 적합 하다는 평가를 받음으로써 그 사용 및 출하가 가능하다는 것을 입증하는 행위를 말하며, KS표시인증은 산업표준을 널리 활용함으로써 업계의 사내표준화와 품질경영을 도입·촉진하고 우수공산품의 보급확대로 소비자보호를 위하여 특정상품이나 가공기술 또는 서비스가 한국산업표준 수준에 해당함을 인정하는 제품인증제도입니다.

KS표시인증대상은 기술표준원장이 표시 지정한 품목으로, 인증심사기준도 동시에 제정 공고 합니다.

KS표시인증대상

제품	품질식별이 용이하지 아니하여 소비자 보호를 위하여 표준에 맞는 것임을 표시할 필요가 있는 광공업품
	원자재에 해당하는 것으로서 다른 산업에 미치는 영향이 큰 광공업품
	독과점 품목/가격변동 등으로 현저한 품질저하가 우려되는 광공업품
가공기술	가공기술 표준에 정하여진 기술수준에 도달한 가공기술
	해당 가공기술을 사용함으로써 품질 또는 생산성향상이 가능한 가공기술
서비스	소비자의 권익보호 및 피해방지를 위하여 한국산업표준에 맞는 것임을 표시할 필요가 있는 경우
	제조업 지원서비스로 다른 산업에 미치는 영향이 큰 경우
	국가 정책적으로 서비스품질 향상이 필요한 경우

● 국가통합인증마크(KC)

현재 우리나라에서 운영되는 인증제도는 법정인증과 민간인증을 모두 포함해 총 158개가 있습니다. 제품 안전이라는 똑같은 목적이더라도, 부처마다 인증마크가 달라 중복해서 인증받아야하는 불편함이 있었습니다. 그러다 보니 시간과 비용이 낭비되는 것은 물론이고, 국가간 거래에 있어 상호 인증이 되지 않아 재 인증을 받아야 하는 등 국제 신뢰도 저하와 국부 유출의 문제를 가져왔습니다. 따라서 법정 강제인증마크 13개를 국가통합인증마크로 단일화하여 중복인증 해소로 기업의 부담 경감 및 마크를 세계적 브랜드로 육성 발전시키기 위하여 도입되었습니다.



마크	이름	분야	주관부처
	공산품안전인증마크	유모차, 압력솥, 보행기 등	지식경제부 (기술표준원)
	자율안전확인마크	등산용로프, 건전지, 보안경 등	지식경제부 (기술표준원)
	승강기인증마크	조속기, 완충기, 비상정지장치 등	지식경제부 (기술표준원)
	전기안전마크	전선, 전원코드, 청소기, TV 등	지식경제부 (기술표준원)
	고압가스용기 (검마크)	안전밸브, 압축기, 증발기 등	지식경제부
	어린이보호포장	방향제, 세정제, 광택제, 얼룩제거제 등	지식경제부 (기술표준원)
	정보통신기기인증	전화기, 모뎀, PC 등	방송통신위원회
	에너지소비효율등급	냉장고, 냉방기, 형광램프, 승용차 등	지식경제부
	품질검사필증 물마크	정수기	환경부
	안전인증	프레스, 전단기 등	노동고용부
	가스용품(검마크)	가스레인지, 압력조정기, 연소기 등	지식경제부
	계량기검정마크	전기계량기, 체온계, 저울 등	지식경제부 (기술표준원)
	소방용품검정마크	소화기, 방염재 등	소방방재청

● 신제품인증마크(NEP, New Excellent Product)

'산업기술혁신촉진법'에 근거하여 국내에서 최초로 개발된 신기술 또는 기존 기술을 혁신적으로 개선한 기술이 적용된 신제품을 평가하여 정부가 인증함으로써, 판로확대 지원 및 기술개발을 촉진하기 위함으로, 국내에서 최초로 개발된 기술 또는 이에 준하는 대체기술로서 기존의 기술을 혁신적으로 개선 개량한 신기술이 적용된 제품으로 사용자에게 판매되기 시작한 후 3년을 경과하지 않은 신 개발제품을 인증대상으로 합니다.

다만, 인증대상 제외품목으로는 이미 국내에서 일반화된 기술을 적용한 제품, 제품을 구성하는 핵심 부품 일체가 수입품인 제품, 적용한 신기술이 신제품의 고유 기능과 목적을 구현하는 데 필요하지 아니한 제품, 엔지니어링기술이 주된 기술이 되는 시설, 식품, 의약품 및 치료용 전문의료기기, 누구나 쉽고 간단하게 모방할 수 있는 아이디어 제품, 과학적으로 입증되지 아니한 이론을 적용한 제품, 그 밖에 선량한 풍속에 반하거나 공공의 질서를 해할 우려가 있는 제품은 제외합니다.

● GR인증마크

'자원의절약과재활용촉진에관한법률'에 근거하여 국내에서 개발·생산된 재활용제품을 철저히 시험·분석·평가한 후 우수제품에 대하여 품질을 평가하여 인증하는 제도로, 국내에서 개발·생산된 재활용제품을 철저히 시험·분석·평가한 후 우수제품에 대하여 품질인증마크(GR마크)를 부여합니다.

인증의 목적은 재활용제품의 품질을 정부가 인증함으로써, 그동안 소비자가 외면해 오던 재활용제품의 품질을 향상시켜 소비자의 불신을 해소하고 수요기반을 확충하기 위함입니다.

7 공산품안전관리제도

공산품의 안전관리를 위한 법규로는, 공산품의 일반적인 사항을 정하고 공산품의 사용으로 인한 생명, 신체상의 위해, 재산상의 손해 등의 우려로부터 소비자의 안전을 도모하고자 하는 '품질경영및공산품안전관리법' 등이 있으며, 공산품 중 전기용품의 안전관리에 관한 사항을 규정하는 법으로는 '전기용품안전관리법'이 있습니다.

'품질경영및공산품안전관리법'의 주요 내용은 소비자가 성분·성능 또는 규격 등을 식별하기 곤란한 공산품에 대한 품질표시와 소비자의 생명 및 신체에 위해를 끼칠 수 있는 공산품에 대한 안전검사 및 그 기준 등에 대해 규정하고 있습니다. 그리고 기존의 제품검사를 제품인증으로 바꾸었으며 품질표시는 권고사항에서 의무사항으로 변경한 것입니다. 또한 법 개정 이전의 '검', '안전마크'가 새로운 KPS(Korea Product Safety) 마크로 대체되었으며, 특히, 자율안전 확인제도를 신설하여 기업의 자율성을 확대하였고, 어린이보호를 위하여 포장하였음을 안전인증기관에 신고하도록 하였으며, 어린이보호 포장마크를 제품에 표시하도록 개정하였습니다.

● 안전인증제도

공산품의 구조·재질·사용방법 등으로 인하여 소비자의 생명·신체상의 위해, 재산상의 손해 또는 자연환경 훼손의 우려가 큰 공산품에 대하여, 제품검사뿐만 아니라 공장심사도 받도록하여 지속적으로 안전한 제품이 생산·유통되도록 의무화한 제도를 말합니다. 안전인증대상 공산품은 연 1회 이상 정기검사를 받아야 합니다.

분야	안전인증대상 공산품(14품목)
섬유	가(假)속눈썹[가(假)속눈썹용 접착제를 포함한다]
화학	자동차용 재생타이어(트레드고무를 포함한다)
금속	가정용 압력냄비 및 압력솥, 휴대용 예초기의 날
생활용품	가스라이터, 물놀이기구, 비비탄총, 어린이놀이기구,자동차용 어린이보호장치
기계	승강기 부품(조속기, 비상정지장치, 완충기, 상승과속방지장치용 브레이크, 승강장문잠금장치)

● 자율안전확인제도

공산품의 구조·재질·사용방법 등으로 인하여 소비자의 신체에 대한 위해를 초래할 우려가 있는 공산품 중 제품검사만으로 그 위해를 방지할 수 있다고 인정되는 공산품

에 대하여, 공인시험기관에서 안전성에 대한 시험·검사를 받아, 당해 제품이 공산품의 안전기준에 적합한 것임을 스스로 확인한 후 생산·유통되도록 의무화한 제도를 말합니다.

분야	자율안전확인대상 공산품(47품목)
섬유	등산용 로프, 스포츠용 구명복, 유아용 섬유제품
화학	건전지(충전지를 포함한다), 부동액, 생활화학가정용품, 자동차용 브레이크액, 자동차용 안전유리, 자동차용 앞면창유리세정액, 자동차용 타이어, 유아보호용품
기계	빙삭기, 자동차용 휴대용잭
토건	미끄럼방지타일
생활용품	고령자용 보행보조차, 고령자용 보행차, 디지털도어록, 롤러스케이트, 롤러스포츠보호장구, 바퀴운동화, 벽지 및 종이장판지, 쇼핑카트, 스노보드, 스케이트보드, 스키용구, 아동용 이단침대, 어린이용 장신구, 완구, 유아용 삼륜차, 유아용 의자, 유아용 캐리어, 이륜자전거, 일회용 기저귀, 학용품(크레용·크레파스, 문구용품, 문구용 찰흙을 포함한다), 헬스기구, 휴대용 레이저용품, 휴대용 사다리, 모터달린 보드, 물휴지(물티슈), 온열시트, 보행기, 승차용 안전모, 운동용 안전모, 유모차, 유아용 침대, 인라인롤러스케이트, 킥보드

● 안전·품질표시 제도

소비자가 취급·사용·운반 등을 하는 과정에서 사고가 발생하거나 위해를 입을 가능성이 있는 공산품과 소비자가 성분·성능 또는 규격 등을 식별하기 곤란한 공산품에 대하여 안전·품질표시를 의무화한 제도를 말합니다.

분 야	안전·품질표시대상 공산품(30품목)
섬 유	가정용 섬유제품, 양탄자
화 학	가죽제품, 농업용 합성수지제 필름(식품용 기구 및 용기·포장을 제외한다), 습기제거제, 화장비누, 화장지, 연질염화비닐호스
토건	물탱크
생활용품	가구, 가정용공구, 간이빨래걸이, 면봉, 보안경, 선글라스, 안경테, 텐트, 고령자용 신발, 고령자용 지팡이, 고령자용 휠체어테이블, 고령자용 목욕의자, 고령자용 위치추적기, 물안경, 반사안전조끼, 보온·보냉용기, 스테인레스 수세미, 시각장애인용 지팡이, 자동차용 정지표시판, 침대 매트리스, 우산 및 양산

● 어린이보호포장 표시제도

성인이 개봉하기는 어렵지 않지만, 만 5세 미만의 어린이가 일정 시간내에 내용품을 꺼내기 어렵게 설계·고안된 포장임을 나타내는 표시제도로서, 마시거나 흡입하는 경우에 중독 등의 위해가 우려되는 공산품 중에서 어린이보호포장의 대상이 되는 공산품에 대하여 표시를 의무화한 제도를 말합니다.

분야	어린이보호포장대상 공산품(7품목)
화학	광택제, 방향제, 부동액, 세정제, 얼룩제거제, 자동차용 세정액, 접착제

8 전기용품안전관리제도

전기용품안전관리에 관한 법으로는 '전기용품안전관리법'이 있습니다. 동 법은 전기용품을 생산·조립·가공하거나 판매·대여 또는 사용할 때의 안전관리에 관한 사항을 규정하여, 화재·감전 등의 위험 및 장해 발생을 방지함을 목적으로 제정되었습니다. 주요내용은 전기용품의 안전인증과 안전검사에 관한 내용과 안정인증의 표시 등에 대해 규정하고 있습니다.

안전인증제도란 소비자가 사용하는 전기용품으로 인한 위험으로부터 소비자를 보호하기 위하여 운영되고 있는 강제인증제도입니다. 안전위해성이 높은 247개 전기용품은 반드시 안전인증을 받아야 하는 강제인증 대상품목이며, 그 외의 전기용품은 임의인증 대상품목입니다. 강제인증품목으로는 전선류, 플러그 등 전기설비용부품, 전기청소기 등 전기기기 등이 있다. 전기용품 이외의 공산품의 안전인증대상 공산품은 현재 18개가 지정되어 있습니다.

● 안전인증제도

구조·사용방법 등으로 인하여 화재·감전 등의 위험 및 장해가 발생할 우려가 크다고 인정되는 전기용품을 대상으로 안전인증기관에서 안전기준 적합여부에 대한 시험 및 생산체제 평가를 통해 안전성을 인증하는 제도입니다.

안전인증대상전기용품은 공급되는 교류전원이 50볼트이상 1천볼트 이하에서 사용되는 것으로서 전기청소기, 전기온수기, 전동공구, 안정기내장형램프 등 53종입니다.

● 자율안전확인제도

구조·사용방법 등으로 인하여 화재·감전 등의 위험 및 장해가 발생할 우려가 있는 전기용품 중 안전인증기관이 실시하는 제품시험을 통한 안전성 확인으로 그 위험 및 장해를 방지할 수 있다고 인정되는 인증제도입니다. 다양한 신개발제품 보급 증가와 소비자안전 욕구 증대 등으로 인해 전기용품을 위해수준에 따라 안전인증제도와 자율안전확인제도를 병행 운영하고 있습니다.

자율안전확인제조는 안전인증제도에서 실시하는 공장심사 및 연 1회 이상의 정기검사(공장심사+제품시험) 절차가 생략됩니다.

자율안전확인대상 전기용품은 이미용기기, 전기훈증기, 텔레비전수상기, 위성방송수신기 등 95종입니다.

9 식품표시제도

식품표시제도란 식품에 관한 각종 정보, 즉 원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 주의사항 표시 등에 관한 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시토록 함으로써, 생산자는 소비자가 건전한 식생활을 할 수 있도록 정확한 구매 정보를 제공하고, 소비자는 자신의 요구에 부합하는 식품을 선택하는 공정한 거래 확보를 통하여 소비자를 보호하는 제도를 말합니다.

최근 들어, 식품표시 정책과 관련된 주변여건들이 급격히 변화함에 따라 식품산업면에서는 식품소재나 공정·포장·유통 등의 모든 분야에 걸쳐 변화가 일어나고 있는 현상에서 생산자는 제품이 좀더 유익한 점이나 다른 제품과는 차별화되는 점을 직·간접적으로 소비자에게 전달하고자 노력하는 것을 쉽게 알 수 있습니다.

한편, 식품을 통해 건강을 유지하려는 소비자의 욕구가 증대하고 있으며, 이에 따른 식품의 안전성에 대한 소비자의 우려 역시 급격히 커지고 있는 실정입니다. 또한 국가간 식품교역량의 증가는 개별 국가의 표시기준을 국제 표시기준과 조화를 요구하고 있으며, 국가 간의 통상마찰의 소지로서 작용하기도 합니다.

이러한 시대적 흐름 속에서 어떤 식품을 선택할 것인가는 국민개인의 건강에 중요한 영향을 미치는 요인으로 작용함에 따라 표시제도의 중요성이 강조되고 있는 실정입니다.

우리나라의 식품표시와 관련한 법률에는, 가장 기본법이 되는 법률인 '식품위생법'을 비롯하여 '건강기능식품에관한법률', '축산물가공처리법', '농산물품질관리법' 등이 있으며, 이 중 식품표시에 가장 기본법이자 일반법인 식품위생법에 근거한 '식품등의표시기준'이 우리나라 식품표시를 운영하는 가장 주요한 규정입니다.

식품표시제도는 기본 성격에 따라 기본표시, 인증표시, 지적재산권 관련 표시의 3가지 종류로 분류할 수 있습니다.

기본표시는 물리적 정보나 성능 등 객관적 정보제공이 목적이고, 표시기준이 단순·명확하며 소비자의 관심이 매우 높은 표시로서 원산지표시, GMO표시, 표준규격표시, 이력추적관리표시가 해당됩니다.

인증표시는 소비자 신뢰도 제고가 목적이며, 표시기준이 복잡·다양하여 내용표기보다 인증마크 등의 표시가 적정한 경우로서 농산물품질인증, 친환경농산물인증, GAP인

증, 수산물품질인증, 전통식품인증, HACCP인증, 지리적특산품표시 등이 이에 속합니다.

지적재산권 관련 표시는 상표등록 및 브랜드가치제고와 관련되는 표시로 지리적표시, 브랜드, 지자체표시 등이 해당됩니다.

정부가 의무표시방식으로 운영하는 제도는 원산지표시, GMO표시, 가공식품에 대한 일반표시입니다. 원산지표시는 소비자의 관심이 매우 높고 국내 농업과 소비자보호를 위해, GMO표시의 경우는 유해성 여부가 과학적으로 입증되지 않았지만 유해성과 관련하여 소비자의 관심이 높기 때문에 의무규정으로 운영되고 있습니다.

● 식품위생법

식품위생법에 근거하여 식품의약품안전청 고시로 운영되는 '식품등의 표시기준'에서는 식품등의 위생적인 취급을 도모하고 소비자에게 정확한 정보를 제공하기 위하여 식품, 식품첨가물, 기구 또는 용기·포장의 표시기준에 관한 사항을 규정하고 있는데 제품명, 업소명, 유통기한, 원재료명 등 기본적인 표시사항과 영양성분, 유기식품에 대한 표시사항 등이 이에 해당합니다. 한편, 동법에 근거한 '유전자재조합식품등의 표시기준'은 콩, 옥수수, 콩나물을 주원료로 제조한 식품에 대한 표시방법, 표시의무자, 표시면제 등에 대하여 규정하고 있습니다.

● 건강기능식품에 관한 법률

건강기능식품에관한법률에 근거하여 식품의약품안전청 고시로 운영되는 '건강기능식품의 표시기준'은 건강기능식품에 표시하여야 하는 내용과 방법 등에 관한 기준을 정하여 건강기능식품의 품질향상을 도모하고 소비자에게 정확한 정보를 제공하고자, 건강기능식품의 제품명, 업소명, 유통기한, 원재료명 등 기본적인 표시사항과 영양성분, 기능정보에 대한 표시사항을 규정하고 있습니다.

● 축산물가공처리법

축산물가공처리법에 근거하여 국립수의과학검역원 고시로 운영되는 '축산물의표시기준'에서는 축산물의 위생적이고 원활한 가공 및 관리를 도모하고 소비자에게 정확한 정보를 제공하고자 축산물에 대한 표시방법을 규정하고 있습니다.

● 농산물품질관리법

농산물품질관리법에 근거하여 국립농산물품질관리원 고시로 운영되는 '농산물원산지표시요령'은 농산물(임산물과 축산물 포함)과 그 가공품의 원산지 표시에 관한 세부적

인 사항을 규정하고 있습니다. 한편, 동법에 근거한 '유전자변형농산물의 표시요령'은 유전자변형 콩, 옥수수, 콩나물, 감자의 표시기준 및 표시방법을 다루고 있습니다.

● 친환경농업육성법

친환경농업육성법은 농업의 환경보전기능을 증대시키고, 농업으로 인한 환경오염을 줄이며, 친환경농업을 실천하는 농업인을 육성함으로써 지속가능하고 환경친화적인 농업을 추구함을 목적으로 제정되었으며, 동법 시행규칙에 친환경(유기, 전환기유기, 무농약, 저농약) 농산물·축산물에 대한 표시사항 및 표시방법이 규정되어 있습니다.

● 양곡관리법

양곡관리법은 양곡을 효율적으로 관리하여 양곡의 수급조절을 원활히 하고 적정가격을 유지함으로써 국민식량의 확보와 국민경제의 안정에 이바지함을 목적으로 제정되었으며 동법에 근거하여 농림부 고시로 운영되는 '양곡매매업자및양곡가공업자등의준수사항'은 포장양곡의 규격표시에 관한 세부적인 사항을 규정하고 있습니다.

● 수산물품질관리법

수산물품질관리법에 근거하여 국립수산물품질검사원 고시로 운영되는 '수산물원산지표시요령'은 수산물과 그 가공품의 원산지 표시에 관한 세부적인 사항을 규정하고 있습니다.

● 표시·광고의공정화에관한법률

표시·광고의공정화에관한법률에 근거하여 공정거래위원회 고시로 운영되는 '부당한 표시·광고행위의유형및기준'은 부당한 표시·광고가 구체적으로 어떠한 경우에 해당되는지를 사업자, 사업자단체 및 일반국민에게 예시함으로써 부당한 표시·광고 행위를 사전에 방지하고 부당한 표시·광고에 대한 법집행의 객관성과 투명성을 확보하고자 가격, 원재료, 품질, 규격, 수량, 유통기한, 제조방법, 원산지 등으로 구분하여 부당행위의 기준 및 사례를 제시하고 있습니다. 또한 동법에 근거한 「중요한 표시·광고사항 고시」는 소비자의 상품 또는 용역의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 표시·광고 사항을 정함으로써, 소비자가 합리적으로 선택하는 데 필요한 정보의 범위를 확대하여 정보부족으로 인한 소비자 피해를 사전에 예방하고자 식품 등 분야별, 업종별 표시·광고에 대한 중요정보 및 예시를 제시하고 있습니다.

한편, 동법에 근거한 '비교표시·광고에 관한 심사지침'은 부당하게 비교하는 표시·광고를 심사함에 있어 이에 관한 구체적인 처리기준을 제시함으로써 사업자의 부당한 비교표시·광고를 방지하는 한편, 객관적 정보제공을 통하여 합리적 소비활동과 건전

한 경쟁촉진에 기여할 수 있는 정당한 비교표시·광고를 활성화하고자 적용범위, 일반원칙, 심사기준 및 예시를 제시하고 있습니다.

● 주세법

주세법시행규칙에 주류의 용기 또는 상표의 표시사항 및 표시기준을 정하여 주류의 종류, 알콜분, 용기주입연월(일) 등을 표시토록 하고 있다. 한편, 동법에 근거한 '주류의 상표사용에 관한 위임고시'에 가정용 및 할인매장용등 용도구분 표시에 관한 사항이 규정되어 있습니다.

● 대외무역법

대외무역법은 대외무역을 진흥하고 공정한 거래질서를 확립하여 국제수지의 균형과 통상 교역의 확대를 도모함으로써 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 제정되었으며 동법 시행령에 원산지표시대상물품, 표시방법, 원산지 판정기준 등에 관한 사항이 규정되어 있습니다.

● 자원의절약과재활용촉진에관한법률

자원의절약과재활용촉진에관한법률에 근거하여 환경부 고시로 운영되는 '분리배출표시에관한지침'은 분리배출표시 도안, 분리배출표시 기준 및 방법, 분리배출표시 적용제외 등에 관한 사항이 규정되어 있습니다.

식품표시관련 법령

관련법령(소관기관)	주요내용
식품위생법(보건복지부) ・식품등의 표시기준(식약청) ・유전자재조합식품표시기준(식약청)	・식품의 전반적인 표시기준 ・유전자재조합식품의표시(콩, 옥수수, 콩나물을 주원료로 사용한 식품)
건강기능식품에관한법률(보건복지부) ・건강기능식품등의 표시기준(식약청)	・건강기능식품의 전반적인 표시기준
농산물품질관리법(농림수산식품부) ・농산물원산지표시요령 ・유전자변형농산물표시요령	・농・축산물 및 가공품의 원산지 표시 ・유전자변형농산물 표시(콩,옥수수,콩나물,감자)
친환경농업육성법(농림수산식품부)	・친환경농산물・축산물에 대한 표시사항 및 표시 방법
축산물가공처리법(농림수산식품부) ・축산물등의표시에관한기준 (국립 수의과학검역원)	・축산물가공품의 전반적인 표시기준
수산물품질관리법(농림수산식품부) ・수산물원산지표시업무처리요령	・수산물의 원산지 표시
양곡관리법(농림수산식품부) ・양곡매매업자및양곡가공업자등의준수사항	・포장양곡의 규격표시
주세법(국세청)	・주류의 용기 또는 상표의 표시사항 및 표시기준 정하여 주류의 종류, 알콜분, 용기주입연월(일) 등에 대해 표시
자원의절약과재활용촉진에관한법률(환경부) ・분리배출표시에 관한 지침	・분리배출표시 도안, 분리배출표시 기준 및 방법 분리배출표시 제외 등
표시・광고의공정화에관한법률 (공정거래위원회)	・시장경제체제의 공정한 거래관행 확보 허위/과장 표시/광고, 기만적인 표시/광고 부당한 비교 표시/광고, 비방 표시/광고
대외무역법(산업자원부)	・원산지표시대상식품, 표시방법, 원산지판정기준 등

10 영양표시

식품의 포장에는 우리가 흔히 알고 있는 유통기한이나 원재료 함량 등에 관한 정보 이외에도 중요한 정보가 많이 있습니다. 매일 새롭게 쏟아져 나오는 수 많은 가공식품들 중에서 소비자는 좀 더 건강에 좋은 제품을 선택하고 싶지만, 막상 제품을 선택할 때에 어느 제품이 좋은 것인지를 구별하기가 어렵습니다.

만일 우리가 지방이나 열량이 적은 식품을 원하거나, 좀 더 건강에 좋은 간식을 선택하고 싶거나, 식사요법을 하고 있어서 특정한 영양소섭취를 주의해야 하거나, 건강한 식사를 계획하고자 할 때, 식품의 포장에 있는 정보들을 잘 살피면 우리의 건강에 도움이 되는 제품을 선택하는데 크게 도움을 줄 수 있습니다.

영양표시는 식품에 어떤 영양소가 얼마나 들어있는지를 식품포장에 표시하는 것을 말합니다. 영양표시 내용을 잘 살펴보면 제품이 가진 영양소의 정보를 알 수 있습니다.

영양표시에는 식품의 1회 제공량당 들어있는 영양소의 함량과 % 영양소기준치가 제시되어 있습니다. 9가지 의무표시영양소인 열량, 탄수화물, 당류, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 나트륨의 함량이 있으며, 기타 다른 영양소에 대한 함량이 표시된 경우도 있습니다.

- % 영양소기준치란 하루에 섭취해야 할 영양성분인 영양소기준치를 100%라고 할 때 해당 식품의 섭취를 통해 얻는 영양성분의 비율입니다.

제품의 포장에는 “무지방”, “저칼로리”, “비타민C 첨가”, “칼슘강화” 등과 같이 일일이 영양표시된 수치를 읽지 않고도 제품의 영양적 특성을 금방 알 수 있도록 표시한 것도 있습니다. 이러한 표현도 영양표시의 한 방법으로 영양강조표시라고 합니다. 이러한 표현을 사용하기 위해서는 기본적으로 영양성분표시를 하고, 추가적으로 표시할 수 있습니다.

즉 제품에 함유된 영양소의 양이 일정기준보다 많거나 적으면 일정한 기준에 따라 “저”, “무”, “고(또는 풍부)”, “함유(또는 급원)” 등의 표시를 사용할 수 있습니다.

● 영양표시의 중요성

- 영양표시는 소비자가 자신의 건강에 적합한 제품을 선택할 수 있도록 도와줍니다. 건강에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서, 건강과 직접적인 영향을 미치는 식생활에 대한 관심도 높아지고 있지만, 실제로 건강한 식생활을 위한 구체적 실천방법을 제대로 알고, 실천하는 비율은 그다지 높지 않은 실정입니다. 예를 들어 당뇨병환자나 당뇨병 가족력을 가진 일반인이 제품에 들어있는 '당'의 함량을 안다면 스스로 당 섭취를 조절할 수 있으므로 건강관리에 큰 도움이 될 것입니다. 마찬가지로 고혈압 환자들이 제품에 들어있는 나트륨의 함량을 알 수 있다면 나트륨 함량이 더 적은 제품을 고르려고 노력하게 될 것입니다.
- 영양표시는 생산자가 자사 제품이 가진 영양적 특성을 알릴 수 있도록 해줍니다. 영양표시를 통해 식품산업체는 소비자들에게 자사 제품이 타사 제품보다 영양적으로 우수하고, 건강에 좋은 제품이라는 것을 알릴 수 있습니다. 예를 들어 소비자들이 나트륨이 적거나 지방 함량이 적은 제품을 선호한다면 식품산업체는 제품에 사용되는 식염이나 지방의 양을 줄일 수 있는 방안을 적극적으로 연구하고 제품을 개발하게 될 것입니다. 이렇게 개발된 제품들에는 "저나트륨" 혹은 "저지방"등의 표현을 하여 이것을 홍보할 수 있습니다. 이로 인해 전 국민이 가공식품으로부터 얻는 나트륨과 지방의 섭취량이 감소될 수 있을 것입니다.
- 영양표시는 국가의료비 절감에 기여할 수 있습니다.
  식품산업체가 자발적으로 모든 자사 제품에 영양표시를 하고, 소비자가 자신의 건강에 적합한 제품을 선택하기 위해 영양표시를 활용하게 되면, 건강에 중요한 영양소의 섭취를 조절할 수 있게 됨으로써 질병의 발생 및 치료에 영향을 미쳐 국가의료비 절감에 기여할 수 있습니다.

영양표시에는 영양성분표시, 영양강조표시가 있고, 영양강조표시에는 영양소함량강조표시와 영양소비교강조표시가 있습니다.

● 영양성분표시

영양성분표시에는 열량, 탄수화물(당류), 단백질, 지방(포화지방과 트랜스지방 포함), 콜레스테롤, 나트륨 등 함량과 열량을 표시하여야 합니다. 표시단위는 소비자가 1회에 섭취하는 경우에는 한 포장 당 함유된 값으로 표시하여야 하며, 용기·포장에 소비자에게 제공되는 횟수를 표시한 경우에는 1인 분량 당 혹은 1회 분량 당 함유된 값으로 표시하여야 합니다. 열량의 경우 킬로칼로리(㎉)로 표시하여야 하며, 영양성분의 표시함량을 나타낼 경우에는 탄수화물 및 단백질은 1g당 4㎉를, 지방은 1g당 9㎉를 각각 곱

한 값의 합으로 산출합니다.

● 영양정보표시

제품의 일정량에 함유된 영양소의 함량 및 영양소 기준치에 대한 비율 등을 표시하는 것을 말합니다.

● 영양소함량강조표시

식품에 포함된 영양소를 '저'. '무', '고' 함유 용어를 사용하여 소비자에게 영양소를 강조하는 표시입니다. '무' 또는 '저'의 강조표시는 해당 영양소의 함량을 낮추거나 제거한 경우에만 사용할 수 있습니다.

● 영양소비교강조표시

'덜', '더', '감소', '라이트', '강화', '첨가' 용어를 사용하는 것으로써 다른 제품과 영양소를 비교 표시하는 것을 말합니다. 영양소 함량의 차이를 다른 제품의 표준 값과 비교하여 백분율 또는 절대 값으로 표시할 수 있습니다. 즉 다른 제품의 표준 값과 비교하여 열량 및 대량영양소의 경우는 최소 25% 이상의 차이가 있어야 하며, 미량영양소이 경우는 최소 일일 권장량의 10% 이상의 차이가 있어야 합니다.

11 원산지표시제도

수입개방화 추세에 따라 값싼 외국산 농수산물이 무분별하게 수입되고, 이들 농수산물이 국산으로 둔갑 판매되는 등 부정 유통사례가 늘어나고 있어, 공정한 거래질서를 확립하고 생산농업인과 소비자를 보호하기 위하여 1991년 농수산물 원산지표시 제도를 도입하였습니다.

원산지표시제도는 농수산물이 생산된 곳에 대한 소비자에게 정확한 정보의 제공과 공정한 거래질서를 확립함과 동시에 국내 생산 농업인을 보호하기 위한 제도입니다.

국내 농산물과 농산물가공품은 '농산물품질관리법', 수산물·수산가공품의 경우 '수산물품질관리법'에 의하여 규제되고 있으며, 수출입 농산물의 원산지 표시제도는 '대외무역법'의 대외무역관리규정(고시)를 근거로 운영되고 있습니다.

원산지란 농산물이 생산 또는 채취된 국가 또는 지역을 말합니다. 국제적 거래에 있어서의 원산지는 일반적으로 그 물품이 생산된 정치적 실체를 지닌 국가를 의미하며 국내적으로는 지역 또는 지방을 의미한다고 할 수 있습니다.

원산지표시는 국산농산물일 경우에는 '국산' 혹은 그 농산물을 생산한 '시·도명, 시·군명'으로 표시하고 있으며, 수입농산물일 경우에는 '수입국명 또는 국명산', 'Made in 국명', 'Product of 국명'으로 표시합니다. 또한 국내가공품일 경우에는 가공품에 사용된 '원료농산물의 원산지'를 표시하도록 하고 있습니다.

가공식품의 경우 배합비율이 50% 이상인 원료는 그 원료를, 배합비율이 50% 이상인 원료가 없는 것은 배합비율이 높은 순서로 2가지의 원료를 포함하여 원산지를 표시해야 합니다.

12 유전자재조합생물체(GMO, Genetically Modified Organism) 표시제도

GMO는 유전자재조합 기술을 이용하여 어떤 생물체의 유용한 유전자(예: 병충해, 살충제, 제초제, 추위 등에 강한 성질)를 다른 생물체의 유전자와 결합시켜 특정한 목적에 맞도록 유전자 일부를 변형시켜 만든 것으로, GMO는 유전자재조합 기술이라는 생명공학의 발전으로 탄생한 새로운 품종개량 방법을 통해 만들어집니다.

유전자재조합 기술을 이용하면 품종개량에 걸리는 시간이 단축되고 해충 저항성 유전자 등 다른 종에 있는 유전자를 옥수수 등의 농산물로 옮겨 생산량을 늘릴 수 있습니다.

GMO는 우리말로 '유전자재조합생물체'라고 하며, 그 종류에 따라 유전자재조합농산물(GMO농산물), 유전자재조합동물(GMO동물), 유전자재조합미생물(GMO미생물)로 분류됩니다. 현재 개발된 GMO의 대부분이 식물이기 때문에 GMO는 통상 유전자재조합농산물(GMO농산물)을 의미하기도 합니다. GMO는 정부의 안전성 평가를 거쳐야만 식품으로 사용될 수 있으며 이러한 농산물 또는 이를 원료로 제조한 식품을 유전자재조합식품(GMO식품)이라고 합니다.

GMO로 만들어진 식품 유무는 유전자재조합 표시를 보면 알 수 있습니다. 우리나라는 GMO를 사용하여 만든 식품 중 새로이 삽입된 유전자(다른 생물체로부터 온 유전자)가 남아 있는 경우에는 '유전자재조합' 이라는 표시를 하도록 하고 있습니다.

유전자재조합식품표시제도는 유전자변형 농수산물을 주요 원료로 하여 제조·가공된 식품 또는 식품첨가물 중에서 제조·가공 후에도 유전자재조합 DNA 또는 외래 단백질이 남아있는 식품을 대상으로 합니다. 유전자재조합식품표시제는 2001년부터 시행되었으며 제조·가공에 사용한 원재료 중 많이 사용한 4가지 주요 원재료 중 한 가지라도 유전자변형 농수산물을 사용한 경우 이를 표시하여야 합니다. 표시방법은 유전자재조합식품, 또는 유전자재조합00포함식품으로 규정되어 있으며, 유전자재조합여부를 확인할 수 없는 경우에는 유전자재조합00포함 가능성 있음으로 표시할 수 있습니다. 유전자변형농산물 표시는 농산물품질관리법에, 유전자변형수산물 표시는 수산물품질관리법에 유전자재조합식품 표시는 식품위생법에 근거합니다.

유전자재조합 식품의 안전성 문제는 유전자 삽입에 의한 독성, 알레르기성, 항생제 내성 문제가 있습니다.

독성 및 알레르기성의 경우 새로 도입한 유전자와 그 유전자산물 및 유전자의 삽입에 의해 농작물 과정에서 잠재되었던 야생종에서 볼 수 있는 유해성분 또는 알레르기

성이 증가할 가능성이 우려되고 있으며, 항생제 내성 문제는 개발과정에서 이용하는 표식유전자중 항생제 내성 표식유전자에 의해 야기됩니다. 항생제 내성 표식유전자에 의해 생성되는 단백질이 경구 투여하는 항생제의 활성을 저하시키거나 내성유전자가 장내 또는 환경 중의 병원성미생물로 전이하여 생긴 항생제 내성 병원성미생물에 감염되었을 때 항생제 치료가 어려워질 가능성이 우려됩니다.

1996년 GMO 작물의 재배국가는 미국을 포함하여 6개국에 머물렀으나 2007년에는 전 세계적으로 22개 국가에서 GMO 작물을 재배하고 있습니다. 2008년 현재 국제적으로 21개 작물 107개 품종의 GMO가 승인되어 있는 상황입니다. 2008년 6월 현재 우리나라에서 안전성 심사를 거쳐 승인된 것은 7개 농산물(콩, 옥수수, 면화, 카놀라, 알팔파, 사탕무, 감자) 54 품목입니다.

● 유전자(Gene)

유전자는 자신의 고유한 형태, 색, 성질 등과 같은 특성에 대한 정보를 담아서 그 특성을 다음 세대에 전하는 물질로, 모든 생물에 들어있는 유전정보의 단위이다.

세포 속에 들어 있는 유전자는 생명현상의 가장 중요한 성분인 단백질을 만드는 데 필요한 유전정보 단위이다.

유전자는 DNA(디옥시리보헥산/Deoxyribonucleic acid)로 불리는 화합물로 구성되어 있다.

● 염색체(Chromosome)

모든 동 식물 세포에는 핵이 존재하는데 이 안에는 유전정보가 들어있는 DNA가 존재한다. 이 DNA는 평상시에는 이중나선이 스프링처럼 여러 번 꼬여있는 염색질이란 형태로 존재하나 세포분열이 시작되면 굵은 실타래나 막대모양의 염색체를 형성한다.

● DNA(Deoxyribonucleic acid)

염색체를 구성하는 DNA는 인산, 당 및 염기로 구성된 뉴클레오타이드(nucleotides)라는 동일한 단위들이 반복되어 선상배열을 하고 있으며, 주로 세포 내에서 생물의 유전정보를 보관한다.

염기는 아데닌(Adenine), 구아닌(Guarnine), 시토신(Cytosine), 티민(Thymine)의 4개의 서로 다른 염기가 두 나선 사이에 2개씩 짝지어 배열되고 있다.

● 유전자재조합

한 생물체의 유용한 유전자를 빼내어 그 유전자를 갖고 있지 않은 생물체에 삽입하여 유용한 성질이 나타나게끔 하는 기술이다.

13 지리적표시제도

지리적 표시는 우수한 지리적 특성을 가진 농산물 및 가공품의 지리적표시를 등록·보호함으로써 지리적특산품의 품질향상, 지역특화산업으로의 육성 도모와 지리적 특산품 생산자를 보호하여 우리 농산물 및 가공품의 경쟁력 강화, 소비자에게 충분한 제품 구매정보를 제공함으로써 소비자의 알권리 충족 등을 위해 농수산물품질관리법에 근거해 도입된 제도입니다.

지리적 표시는 특정 지역의 명칭을 의미하며, 지리적 표시 보호제도는 특정 농식품이 당해 원산지 지역과 밀접한 관련이 있음을 보증하는 것입니다.

지리적 표시제는 이미 명성을 가진 기존 농식품을 보호하기 위한 것이며 새로운 농식품에 적용되는 것은 아닙니다.

세계적으로 유명한 지리적 표시로는, 보르도의 포도주, 샹빠뉴의 발포성 포도주, 스키치위스키, 켄터키 위스키, 꼬냑 브랜디, 까망베로 치즈, 바이에른 맥주, 하바나 시가 등이 있으며, 우리나라의 경우에는 이천 쌀, 나주 배, 순창 고추장, 상주 곶감, 진영 단감, 보성 녹차, 영광 굴비, 양양 송이버섯, 영덕 대게, 흑산도 홍어 등이 그 예입니다.

우리나라에서는 1999년에 지리적표시 보호제를 도입하였으며, 2009년 현재 60개의 지리적 표시가 등록되어 있습니다. 이러한 지리적 표시는 세계무역기구 무역관련 지적재산권 협정에 따라 국제적으로 지적 재산으로 인정되어 보호받고 있습니다.

14 농산물품질인증제도

농산물품질관리법에 근거하여 농산물의 안전성을 확보하고 농업환경을 보존하기 위하여 농산물의 생산, 수확 후 관리 및 유통의 각 단계에서 재배포장 및 농업용수 등의 농업환경과 농산물에 잔류할 수 있는 농약, 중금속, 또는 유해생물 등의 위해요소를 적절하게 관리하여 소비자에게 그 관리사항을 알 수 있게 하는 제도입니다.

농산물품질인증 제도는 안전하고 위생적인 농산물에 대한 소비자의 욕구를 충족하기 위하여, 생산단계에서부터 시작되는 농산물 안전관리체계 구축이 필요하고 농산물 생산단계의 GAP관리체계와 생산이력관리체계를 구축하여 생산 → 유통·가공 → 판매에 이르는 일관화된 농산물관리체계 마련의 일환이며, 농산물 품질관리 관련법 체계뿐만 아니라, 연구 지원, 인프라 구축, 인력 확보 등 전반적인 안전농산물관리시스템을 정비하여 DDA 이후 수입산 농산물과 대응할 수 있는 품질경쟁력 확보체계를 구축할 필요가 있음에 따라 도입되었습니다.

농산물품질인증 제도의 도입으로 소비자가 만족하는 투명한 우수관리인증농산물 생산체계 구축을 통하여 국산 농산물에 대한 소비자 인식제고 및 신뢰 향상으로 수익성 증대를 도모할 수 있으며, 농산물 품질관리제도 도입에 의한 생산농가의 경쟁력 확보도 가능해졌습니다.

● 가공식품KS인증

가공식품 KS 인증은 가공식품 분야에 적용되는 국가표준규격이며, 가공식품이 일정한 품질 요건을 충족하는 식품임을 인증하는 제도입니다. 식품에 대한 소비자의 안정성, 기능성, 영양성, 건전성 및 편리성 그리고 기호성에 이르기까지 다양하고 높은 수준의 요구를 충족하기 위한 목적으로 제정되었습니다.

● 친환경농산물인증

친환경농산물인증은 환경을 보전하고 소비자에게 보다 안전한 농산물을 공급하기에 유익한 제도입니다. 친환경농산물 인증표시는 합성농약, 화학비료, 항생·항균제 등 화학자재를 사용하지 않거나, 이의 사용을 최소화하여 생산한 농산물임을 의미합니다. 친환경농산물은 생산방법과 사용자재에 따라 유기농산물, 무농약농산물, 저농약농산물로 나누어집니다.

● 전통식품품질인증

전통식품 품질인증은 식품산업진흥법에 근거하여 국산 농산물을 주원료로 하여 제조·가공되는 우수 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도입니다. 생산자에게는 고품질의 제품생산을 유도하고, 소비자에게는 질 좋은 우리 전통식품을 공급하는데, 그 목적이 있습니다. 전통식품의 품목지정은 농림수산식품부 장관이 전통식품산업의 지원과 육성을 위해 국산농산물을 주원료로 제조·가공되고 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛·향 및 색깔을 내는 전통식품의 개발과 그 계승·발전을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 전통식품으로 직접 지정하거나 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 이를 지정하여 고시합니다.

15 HACCP(위해요소중점관리기준) 제도

HACCP는 위해요소분석(Hazard Analysis)과 중요관리점(Critical Control Point)의 영문 약자로서 '해썹' 또는 '위해요소 중점관리기준'이라 합니다. 위해요소 분석이란 "어떤 위해를 미리 예측하여 그 위해요인을 사전에 파악하는 것"을 의미하며, 중요관리점이란 "반드시 필수적으로 관리하여야 할 항목"이란 뜻을 내포하고 있다. 즉 HACCP는 위해 방지를 위한 사전 예방적 식품안전관리체계를 말합니다.



HACCP 제도는 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고, 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적인 규정을 말합니다.

결론적으로 HACCP란 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 자율적이며 체계적이고 효율적인 관리로 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리체계라고 할 수 있습니다.

HACCP는 전 세계적으로 가장 효과적이고 효율적인 식품 안전 관리 체계로 인정받고 있으며, 미국, 일본, 유럽연합, 국제기구(Codex, WHO, FAO) 등에서도 모든 식품에 HACCP를 적용할 것을 적극 권장하고 있습니다.

따라서 이들 위해요소를 효과적으로 제어할 수 있는 새로운 위생관리기법인 HACCP를 법적근거에 따라 도입하여 적용하고 있거나 적용을 추진하고 있습니다.

가공식품의 HACCP는 식품위생법에 근거하여 1996년에 설정되었습니다. 축산물의 HACCP는 1997년에 축산물가공처리법에 도입 근거를 마련하였고, 1998년 축산물위해요

소중점관리기준을 제정하여 2000년부터 2003년까지 연차적으로 전국의 모든 도축장에 의무적용하고 축산물 가공품에 대해서는 자율적으로 적용토록 하고 있습니다. 수산물은 수산물품질관리법을 근거로 2002년에 외국과의 협약에 규정되어 있거나 수출상대국에서 정하여 요청하는 수출을 목적으로 하는 수산물·수산가공품의 HACCP 기준을 제정·고시하였습니다. 수산물의 HACCP는 어육가공품 및 냉동수산식품 중 조미가공품 등에 적용되고 있으며, 수출 수산물과 수산가공품의 생산·가공시설에는 등록이 의무화되어 있습니다. 국내 소비용 수산물의 생산·가공시설에 대해서는 자율로 운영됩니다.

● **국제식품규격위원회(CODEX, Codex Alimentarius Commission)**

국제식품규격위원회는 FAO/WHO 합동운영기구로서 전 세계적으로 통용될 수 있는 식품관련기준 및 규격, 원칙, 지침 등을 제정함으로서 소비자의 건강을 보호하고 식품의 국제간 원활한 교역 도모를 목적으로 1962년에 설립된 정부간 국제기구(intergovernmental body)입니다. 우리나라는 1971년에 가입하였고 2002. 4월 현재 회원국은 165개국입니다. 1962년 로마에서 제1차 CODEX 총회가 개최된 이후로 전세계적으로 유통되는 모든 식품 즉 가공, 반가공식품 및 원료에 대한 규격을 설정하고 있으며 미생물학적인 규정을 포함하여 식품의 위생적, 영양학적인 품질규정과 식품첨가물, 잔류농약, 오염물질, 잔류수의약품, 식품표시, 분석 및 시료채취방법에 관한 규격 및 실행규범, 지침 등을 제정하고 있습니다.

16 식품첨가물(Food Additives)

“식품첨가물”이라 함은 식품을 제조·가공·보존할 때 보존성의 향상, 품질향상, 영양강화, 풍미 및 외관을 좋게 하는 등의 목적으로 사용하는 물질을 말합니다.

우리나라 식품위생법 제2조에서는 「식품의 제조, 가공 또는 보존함에 있어 식품에 첨가·혼합·침윤 기타 방법으로 사용되는 물질」로 규정하고 있습니다.

CODEX에서는 영양가에 관계없이 식품의 일반적인 구성성분이 아니며 그 자체를 식품으로서 사용하지 않고 식품의 저장·수송·포장·충진·조제·가공·제조에 기술적인 목적으로 식품에 의도적으로 첨가하는 물질, 혹은 첨가한 그 물질자체나 그 부산물(by products)이 직접 및 간접적으로 식품의 구성성분이 되거나, 식품의 특성에 영향을 미칠 것으로 예상되는 물질로 정의하고 있으며 이 경우 영양의 질적 향상이나 유지를 위하여 첨가되는 물질이나 오염물질은 식품첨가물의 범주에 포함시키지 않고 있습니다.

미국의 경우에는 의도적으로 첨가되는 물질로서 직접 또는 간접으로 식품의 구성성분이 되거나 식품의 특성에 영향을 미치거나 또는 영향을 미칠 것으로 예상되는 물질로서 식품의 생산·제조·충전·가공·조제·처리·포장·보존 등의 목적을 위하여 식품에 의도적으로 사용되는 것을 식품첨가물로 규정하고 있습니다.

EU에서는 식품으로서 그 자체를 소비하지 않고 영양과 관계없이 식품에 구성성분으로 사용되지 않는 물질로써 제조·포장·운반·보관 시에 기술적 목적으로 식품에 첨가될 때 그 식품자체나 식품의 구성성분에 직접 또는 간접적으로 영향을 미치거나 영향을 미치는 것으로 기대되는 물질로 규정하고 있습니다.

식품첨가물은 화학적 합성품과 천연물로 나눌 수 있습니다. 화학적 합성품이란 화학적 수단에 의하여 원소 또는 화합물에 분해반응 이외의 화학반응을 일으켜 얻은 물질을 말합니다. 이러한 화학적 합성품에는 화학물질 등으로부터 화학적으로 합성한 것 이외에도 동물, 식물, 광물 등 천연물 또는 그 추출물을 원료로 하여 이에 화학반응을 일으켜 얻는 것도 포함됩니다.

식품첨가물의 분류

용도	사용목적
보존료	미생물의 증식에 의해 일어나는 부패나 변질방지
살균제	미생물을 단시간내 사멸하는 작용을 가지며 음료수, 식기류, 손 등의 소독에 사용
산화방지제	지방의 산화와 그로 인한 변색을 지연
착색제	인공적으로 착색하여 천연색을 보완함으로써 식품의 기호적 가치를 향상
발색제	삭품 중에 존재하는 색소를 결합시켜 색을 안정시키거나 선명하게 함
표백제	색소파괴로 흰 식품을 만들거나 색소착색 전에 표백하여 색소착색이 아름답게 되도록 함
밀가루 개량제	밀가루 표백과 숙성기간을 단축하고 제빵효과의 저해물질을 파괴함으로써 가공적성 등을 개량함
조미료	식품 본래의 맛을 한층 돋우거나 기호에 맞게 조절하여 미각을 좋게 함
산미료	식품에 적합한 산미를 부여하고 청량감을 줌
감미료	식품에 단맛을 부여함
착향료	식품의 기호적 가치를 증진하는 방향 물질
팽창제	빵 등을 만들기 위해 밀가루를 부풀려 조직을 향상시키고 적당한 형체를 갖추게 함
강화제	식품에 영양을 강화하기 위해 사용하는 비타민, 무기질, 아미노산 등의 물질
유화제	물과 기름같이 잘 혼합되지 않는 두 종류의 액체를 혼합할 때 분리를 막고 유화를 도와줌
호료	식품의 점착성을 증가시키고 유화 안정성을 좋게 함
품질개량제 (결착제)	주로 식육제품에 사용하여 결착성을 높여 씹을 때 촉감을 향상시킴
피막제	과일 및 채소의 신선도를 장기간 유지하기 위해 표면에 피막을 만들어 호흡제한 및 수분증발 방지
껌기초제	껌에 적당한 점성과 탄력성을 갖게 하고 풍미를 유지케 함
소포제	식품의 제조공정 중에 발생하는 거품 제거
추출제	식품의 어떤 성분을 용해 추출하기 위해 사용
이형제	빵의 제조가공 과정에서 구울 때 달라붙지 않게 함

17 미생물적 위해물질

● 병원성세균

세균 중에는 독성물질을 만드는 세균이 있어 식중독을 일으킵니다. 세균성 식중독에는 대량의 세균이 식품과 함께 섭취되어 소화관벽에 감염되어 위장염을 일으키는 경우와 식품 중에 세균이 증식하는 과정에서 생성된 독소에 의해 중독을 일으키는 경우가 있습니다. 전자를 감염형 세균성 식중독이라 하고 대표적인 것으로는 살모넬라와 장염비브리오균이 있습니다. 후자를 독소형 세균성 식중독이라 하고 대표적인 것은 황색포도상구균, 보틀리눔균이 있습니다.

세균성 식중독을 일으키는 세균이 식품의 원료나 공정이나 제품에 들어있는 지를 알기 위해서는 세균검사를 하게 됩니다. 그러나 이러한 세균을 일상적으로 검사한다는 것은 이론상으로는 가능하나 실제로는 불가능하고 비현실적입니다. 이 때문에 검사하기 쉬운 균을 대표적으로 선정하여 세균검사를 실시합니다. 이것이 대장균 검사입니다. 이 검사를 원료나 제품에 대하여 일상 검사함으로써 병원성 세균이 오염되어 있는 지의 여부를 간접적으로 알 수 있습니다. 대장균은 장내에 항상 존재하는 균으로서, 식품에서 대장균이 검출된다는 것은 병원균에 오염되어 있을 가능성이 있고, 병원균에 오염되어 있지 않더라도 분변에 의한 오염의 가능성이 크고 비위생적으로 취급되었다는 것을 의미합니다.

● 유해곰팡이

곰팡이 중에는 그 대사생산물로서 유해물질을 생산하는 것이 있습니다. 이와 같이 곰팡이가 만들어 내는 유독물질을 총칭하여 곰팡이독(mycotoxin)이라고 부릅니다. 곰팡이독의 오명이 염려되는 식품은 곡류를 중심으로 하는 식물성 식품입니다. 곰팡이독의 대표적인 것이 아플라톡신입니다. 이것은 Aspergillus flavas 라는 곰팡이가 만들어내는 것으로 대단히 강한 발암물질입니다.

18 화학적 위해물질

식품에 화학적 유독물질이 오염되는 원인은 농산물 재배과정에서 사용한 농약이 잔류하거나 가축이나 어패류의 사육과정에서 투여한 항생물질이 남아있거나, 식품첨가물의 제조과정에서 정제가 덜 되었거나 작업의 실수로 유독한 이물질이 들어간 것을 식품에 첨가하거나, 미량의 환경오염물질이 먹이사슬을 통하여 축적되어 있는 것을 모르고 사용하거나, 식품의 제조, 가공, 보존, 운반 등에 이용되는 기구 용기 포장 등의 재질이 부적당하여 유해물질이 식품에 혼입되는 등입니다.

● 잔류농약

식량생산의 수단으로 농약사용이 증가하여 농약오염의 문제가 발생하고 있습니다. 이러한 농산물의 잔류농약으로 인한 위해를 사전에 예방하고 농산물을 이용한 가공식품의 안전성을 확보하기 위해서 곡물, 채소, 과일류의 농산물에 대해 농약의 잔류허용기준을 정해놓고 있습니다. 잔류허용량(MRL)이란 사람이 일생동안 허용치 수준의 유해물질이 잔류된 식품을 먹더라도 인체에 독성을 보이지 않을 뿐 아니라, 기형아 출산이나 암을 일으키지 않을 정도의 최대 허용량을 말합니다. 농산물 재배시 농약사용으로 인한 잔류는 사용농약의 종류와 농산물의 종류에 따라 다릅니다. 살포된 농약은 시간이 지남에 따라 분해되고 또 비에 씻겨 내려갑니다. 일반적으로 유기인계는 분해되기 쉬우나 DDT, BHC 등의 유기염소계는 분해되기 어렵습니다. 분해되기 어려운 DDT, BHC는 사용이 금지되어 있으나 후진국에서는 아직도 사용하는 국가도 있기 때문에 후진국에서 수입되는 식품은 농약오염에 주의할 필요가 있습니다.

● 항생물질

가축의 사육과정에서 질병을 예방하기 위하여 사료에 첨가하거나 근육에 주입하는 각종 가축의약품이 우유나 고기에 잔류하여 식품으로 섭취하게 되는 경우로서, 항생물질의 섭취로 인해 인체의 항생제 내성이 증가하면 질병치료에 어려움이 발생할 수 있습니다. 가축 뿐 아니라 어패류나 해조류를 양식할 때에도 이러한 약품이 사용되는데 도축이나 출하 전 투약기간을 준수해야 식품안전성을 확보할 수 있습니다.

● 포장재

용기 및 포장에서 올 수 있는 유해물질은 지류에서는 형광증백제, 도자기류에서는 카드뮴, 납, 금속에서는 카드뮴, 납, 아연, 플라스틱에서는 잔존단량제, 가소제, 포름알데히드 등입니다.

● 공정오염물질

PCB는 화학적으로 안정하고 가열해도 분해되지 않을 뿐만 아니라, 전기절연성이 뛰어나기 때문에 콘덴서, 트랜스 등의 절연유로 사용하기도 하고 진공펌프, 콤프레샤 등의 윤활유로도 사용됩니다. 이것이 흘러나와 식품에 혼입되는 경우가 있습니다. 일본에서는 열매체로 사용된 PCB가 스테인리스관의 작은 구멍에서 흘러나와 미강유에 혼입되어 중독사고가 일어난 사례가 있습니다.

19 수의역학 위해물질

축산식품에서 인수공통전염병은 질병에 전염된 가축을 식용으로 사용할 경우 사람에게 질병이 발생될 수 있으므로 위생안전성 품질로서 매우 중요합니다. 인수공통전염병은 사람과 가축의 양쪽에 이환되는 전염병으로 특히 동물로부터 사람에게 감염되는 병을 말합니다. 사람과 동물의 양쪽에 중증의 병을 일으키는 탄저, 페스트, 광견병, 우결핵병 등 외에, 동물에서는 비교적 경증 또는 불현성감염으로 그치지만 사람에게는 중증의 병을 일으키는 브루셀라증, 야토병, Q열 등이 있습니다. 반대로 사람에게 발병하는 일은 드물지만 동물에게 심한 유행을 일으키는 구제역, 출혈성패혈증 등이 있습니다. 이 밖에도 여러 가지 바이러스병, 원충병, 기생충병, 세균병 등 인수공통전염병이 100가지 이상 알려져 있습니다.

● 탄저

주로 소·말·양 등 초식동물에 발병하는 전염병으로 크게 호흡기형, 피부형, 소화기형의 3가지가 있는데 사람에 나타나는 피부형은 다른 동물에는 없습니다. 탄저의 어원은 그리스어 anthrax로 석탄을 뜻하는데, 이 병에 걸리면 물집이 생기고 검은 딱지가 앉기 때문에 이런 이름이 붙었습니다. 육식동물이나 사람에게는 비교적 적지만 급성이어서 일단 감염되면 동물이 죽고 난 뒤에야 발증을 아는 경우가 많습니다. 주요 증세는 발열, 호흡곤란, 피하의 부종 등이며, 부검하면 급성비종, 혈액응고부전을 볼 수 있습니다. 감염된 동물은 며칠 내에 죽습니다. 보통 흙 속에 있는 탄저균이 가축을 통해 사람에게 전염되지만, 탄저균에 감염된 동물을 손으로 만지거나 동물 배설물에서 나온 탄저균 포자를 들이마시거나, 감염된 동물의 고기를 100℃ 이상의 온도에서 익혀 먹지 않을 때도 걸립니다. 그러나 사람과 사람 사이에서는 균이 유포되지 않습니다.

● 브루셀라증

소 브루셀라균, 산양 브루셀라균, 돼지 브루셀라균이 원인체입니다. 가축의 경우 이 병은 법정전염병으로 규정되고 있으며 주로 소·산양·돼지의 생식기관과 태막에 염증을 수반하여 유산과 불임증을 나타냅니다. 사람에게 감염되면 3주 정도의 잠복기를 거쳐 부정형의 발열·피로·권태감·두통 등의 전신 증세가 나타나는데, 한국에서도 발생한 바 있으며 주로 경구 및 접촉감염으로 전파되었으며, 멸균 처리되지 않은 유제품을 먹은 사람에게도 전염되었습니다. 가축에서는 백신 접종으로 예방이 가능하나 일단 감염된 가축이 발견되면 법에 따라 도살처분해야 합니다. 사람의 경우 그 치료에는 테트라사이클린, 스트렙토마이신, 클로람페니콜 등이 쓰이나, 약제 투여를 중지하면 재발하는 일이 많고 내성균이 나타나므로 치료가 쉽지 않습니다.

● 구제역

발굽이 2개인 소·돼지 등의 입·발굽 주변에 물집이 생긴 뒤 치사율이 5~55%에 달하는 가축의 제1종 바이러스성 법정전염병입니다. 소의 경우 잠복기는 3~8일이며, 초기에 고열(40~41°C)이 있고 사료를 잘 먹지 않고 거품 섞인 침을 흘립니다. 잘 일어서지 못하고 통증을 수반하는 급성구내염과 발굽에 수포가 생기면서 앓다가 죽습니다. 특별한 치료법은 없고 이 병이 발생했을 경우에는 검역을 철저히 하고 감염된 소와 접촉한 모든 소를 소각하거나 매장해야 합니다.

● 광우병

프리온 단백질의 화학구조에 의해 발생하며, 소의 뇌에 구멍이 생겨 갑자기 미친 듯이 포악해지고 정신이상과 거동불안, 그리고 난폭해지는 등의 행동을 보이는 것이 특징입니다. 최근까지 잘 알려지지 않았으나 1996년 3월 영국의 보건부장관이 광우병의 원인이 되는 프리온 단백질의 화학구조가 야곱병을 일으키는 원인 물질과 비슷하다는 연구결과를 받아들여, 광우병이 인간에게 감염될 가능성을 인정함으로써 세계의 육류업계에 커다란 타격을 주었습니다. 이 무렵 영국의 의학전문가위원회는 광우병과의 접촉으로 인간에게 감염될 가능성이 있는 야곱병은 종래에는 고령자에게 나타내는 병이라고 생각되어 왔으나 새로운 종은 젊은이에게도 걸릴 우려가 있다고 경고하였습니다. 사실 이 무렵 신종의 야곱병에 걸린 환자는 60세 이상이 많았던 과거와는 달리 18~41세까지의 비교적 젊은 연령층이었습니다. 또 발병에서 사망까지의 기간이 종래의 4개월보다 긴 1년이며, 병원체로 보이는 프리온이 뇌 전체에 퍼져 있는 것이 고령의 환자와는 다르다는 것입니다. 영국은 광우병에 대한 조사 보고와 함께 1996년 3월 소고기의 일시 판매중지를 선언하고 유럽연합도 영국산 소고기에 대한 전면 금수조치를 취하였습니다. 그후 유럽의 소고기 소비량은 40%나 감소하고 수많은 소가 떼죽음을 당하여 유럽 전역의 육류시장과 농가에 커다란 피해를 주었습니다.

● 조류인플루엔자

조류에 감염되는 급성 바이러스성 전염병으로 주로 닭과 칠면조 등 가금류에 많은 해를 입힙니다. 병원성에 따라 고병원성, 약병원성, 비병원성 3종류로 구분되며, 이 가운데 고병원성은 국제수역사무국에서 리스트 A등급으로, 한국에서는 제1종 가축전염병으로 분류하고 있습니다. 감염은 조류의 분비물을 직접 접촉할 때 주로 일어나며 물방울, 물, 사람의 발, 사료차, 기구, 장비, 알 겉면에 묻은 분변 등에 의해서도 전파됩니다. 증상은 호흡기 증상과 설사, 급격한 산란율의 감소가 나타납니다. 경우에 따라 볏 등 머리 부위에 청색증이 나타나고 안면에 부종이 생기거나 깃털이 한 곳으로 모이는 현

상이 나타나기도 합니다. 폐사율도 병원성에 따라 0~100%로 다양합니다.

조류인플루엔자가 발생하면 사육장안의 가축을 전량 도살 처분하며, 발생국가에서는 양계산물을 수출할 수 없게 됩니다. 따라서 조류인플루엔자가 의심되면 즉시 방역기관에 신고해야 합니다. 이후 보건당국의 지시에 따라 감염예방을 위해 항바이러스 제제를 복용하고, 발열이나 호흡기 증상 등 조류인플루엔자 증상이 발생하는지 살펴야 합니다. 일반인들도 손을 자주 씻고, 환기를 잘 시키며, 호흡기 증상이 있는 사람과는 접촉하지 않는 것이 좋습니다.

20 방사선 조사식품(Irradiated Food)

농산물시장의 개방속도가 가속화되고 국제 교역량이 증가함에 따라 검역대상 유기체의 사멸·방제를 위해 기존에 사용해 오던 화학훈증 방법은 안전성·처리효과·환경공해 등의 이유로 국제사회로부터 시급히 대체 요구를 받고 있습니다. 이에 대한 대안으로 부상하고 있는 방법이 방사선조사 기술입니다.

식품에 사용되는 방사선은 대부분 이온화방사선을 의미하며 이는 물질을 통과할 때 물질의 원자나 원자단을 전리시켜 이온을 생성하는 것으로 알파, 베타, 감마, 엑스선 및 중성자선 등이 포함됩니다. 그 중 식품에 가장 많이 이용되는 방사선은 감마선(약 80%)으로 투과력이 강하고 잔류되지 않는 특성을 가지고 있습니다.

전리 방사선의 주요 생물학적 효과는 ① 생장조절을 통한 식품의 보존성 연장(발아·발근 억제, 숙도 지연, ②살충효과(저곡 해충, 과실 해충, 기생충 살충) ③ 병원성 유해미생물의 제거라고 할 수 있습니다.

방사선 조사 기술은 현재 약 50여개 국가에서 실용화되어 있고 식품 및 농수축산물의 방사선 조사 현황은 연간 수백만 톤 이상으로 추정되고 있지만 정확한 유통 물량과 교역 현황은 밝혀지지 않고 있는 실정입니다.

방사선조사식품은 식품위행법에 의한 식품의 표시기준에 따라 포장 또는 용기에 조사마크를 직경 5㎝ 이상의 크기로 표시하도록 하고 있습니다.
방사선조사식품은 외관, 맛, 냄새, 감촉에 의한 식별은 불가능하고 소비자가 구매제품의 조사여부를 알 수 있는 유일한 방법은 조사마크를 확인하는 방법뿐입니다

21 환경오염물질

환경오염물질은 다이옥신이 대표적입니다. 다이옥신은 염소로 치환된 벤젠 2개가 산소원자에 의해 결합한 고리가 3개인 구조로 염소화합물의 연소과정에서 생성되어 인체 면역계에 치명적인 손상과 생식발육저하에 영향을 미치는 발암물질입니다. 다이옥신은 색과 냄새가 없는 고체물질로서 물에 대한 용해도 및 증기압은 아주 낮으며, 유기용매에 용해되지만 용해성은 그다지 크지 않고 열역학적으로 안정하며 미생물에 의한 분해도 거의 일어나지 않습니다. 다이옥신의 발생원으로는 PCBs, 클로로페놀, 염소, 제초제의 불순물, 도시쓰레기 소각, 자동차 배출가스, 금속제조(Fe, Al, Mg, Ni) 등이 있으며, 다이옥신 오염의 95%가 염소폐기물을 소각하는 과정에서 발생됩니다. 제초제와 살균제를 제조하는 과정에서 불충분하게 정제하거나 또는 제지공장, PVC공장 등에서도 발생합니다.

● 다이옥신

다이옥신은 염화탄화수소화합물로서 서로 비슷한 구조를 가지는 다이옥신계화합물(PCDD)과 퓨란계화합물(PCDF)을 총칭합니다. 다이옥신은 염소가 결합된 두 개의 벤젠을 산소가 연결하고 있는 3고리 방향족화합물입니다.

다이옥신은 쓰레기 소각, 종이 또는 펄프의 표백과정, 여러 종류의 플라스틱 제조공정, 유기염소계 농약(제초제)의 제조과정 등에서 배출됩니다. 화학적으로 안정하여 잘 변화되지 않아 물, 공기, 토양 등의 자연환경에서 오랜 기간 동안 잔류합니다. 지방에 잘 녹기 때문에 먹이사슬을 통한 오염은 직접적 노출에 비하여 훨씬 많은 양의 다이옥신이 체내로 유입되며, 인체 내 지방조직에 축적되어 몸속에서 오랜 기간 동안 잔류하게 됩니다.

다이옥신에 의한 장애로는 생식기능장애, 발달장애 등이 있으며, 면역억제, 불임, 기형, 발육장애, 갑상선 질환, 림프기관의 위축 등을 유발합니다. 또한 다이옥신은 발암물질로서 폐암, 간암, 임파선암, 혈액암, 골수증 등도 유발할 수 있습니다.

발생원인으로는 다이옥신은 공장매연, 폐기물 배출 및 처리, 그리고 염소를 함유한 물질을 소각할 때 발생합니다. 일단 공기 중으로 들어오면 대부분은 희석되어 흙이나 식물, 물속으로 들어와 먹이사슬을 통하여 사람의 체내에 도달됩니다.

다이옥신은 오염된 물고기, 조개류, 육류, 유제품 등의 식품섭취에 의하여 체내로 유입되며, 존재 가능한 주변에서 미량으로 호흡기 또는 피부점막을 통하여 유입될 수 도

있습니다. 또한 직업적 노출이나 모체를 통한 태아의 노출, 그리고 모유를 통한 섭취 등을 들 수 있습니다.

다이옥신의 경우 90% 이상이 식품을 통하여 유입되고 1~3%는 호흡기를 통합니다. 다이옥신 섭취량의 90% 이상이 오염된 축산물을 통하고 있으므로 동물사료, 음수, 토양 등에 대한 규제는 가축에의 다이옥신을 조기에 차단하기 위한 조치입니다. 또한 식품을 섭취할 경우 지방이 많은 부분을 피하는 것도 다이옥신에 노출되는 양을 줄이는 한 방법입니다.

소비생활가이드 용어집

저 자 / 최 용 진

인쇄일 / 2010년 12월 28일
발행일 / 2010년 12월 31일
발행인 / 한국소비자원 원장 김영신
인쇄인 / 에덴복지재단 ☎ 2271-3130

발 행 / 한국소비자원
(137-700)
서울특별시 서초구 양재대로 108
전 화 / 3460-3000
등 록 / 제3-348호(1991년 5월 17일)