

▶일본◀

계속적 용역제공계약에 관한 방문판매법의 개정

■ 글/박희주(한국소비자보호원 정책연구실)

최근의 외국어 학원·보습 학원 등의 서비스 거래는 ① 기간이 장기인 점, ② 그 기간 동안의 대가를 미리 약정하는 점, ③ 기간 중에 소비자 측에서 사정 변경 등이 생겨도 사업자 측에서 중도 해약을 인정하지 않는다는 특성을 갖고 있다. 일본에서는 이러한 특성을 고려하여 계속적용역제공계약의 계약 체결 및 계약 해제의 적정화 등의 조치를 강구하고자, 방문판매법을 개정(‘제 3장의 2 특정계속적용역제공’의 장을 신설)해 99년 10월 22일부터 시행하고 있다.

• 적용 대상 및 범위

현재 방문판매법과 정령에 의하여 적용 대상으로 지정되어 있는 ‘특정계속적용역’(표1)과 같이 4종류가 있다.

그리고 계속적용역계약이 방문 판매로 계약이 체결되는 경우는 물론 방문 판매에 해당되지 않는 경우도 포함한다. 또한 계약 금액이 5만엔 이상인지는 수강료·시술료 뿐만 아니라, 입회금·관

련 상품 대금 등을 포함하는 총액으로 판단한다. 티켓제 경우에는 유효기간을 계약 기간으로 해석한다. 계속적 용역과 관련하여 판매되는 ‘관련 상품’도 포함한다. 예컨대 외국어 학원의 서적이나 테이프 등이 관련 상품이다. 사업자는 계약서면에 관련 상품을 기재할 의무가 있고, 청약 철회나 중도 해약의 경우 관련 상품도 같이 해약 반품할 수 있다.

계약자가 집에서 사용하기 위해 구입했다라도, 그것이 미용이나 학습 등 당해 용역 제공의 목적을 위해 함께 사용하는 것으로 판매됐다면 ‘관련 상품’으로 해석된다. 계약서면에는 상품 판매만으로 기재돼 있어도, 실질적으로 용역 제공과 상품 판매가 결합되어 있는 때에는 전체가 적용 대상이 된다.

• 계약서면 등의 교부 의무

사업자는 ‘계약을 체결하기 전’에 정령으로 정하는 계약의 개요를 기재한 서면을 교부할 의무를 부담한다. 그리고 사업자는 계약을 체결한 때에는 지체없이 계약서면을 교부해야 한다.

• 재무서류 등의 열람·등본청구

선불금을 5만원 이상으로 하는 경

(표2) 계약 해지시 최고 손해 배상액

용역 제공 전	미용 살롱	2만엔
	외국어 학원	1만 5천엔
	보습 학원	1만 1천엔
	가정교사 파견	2만엔
용역 제공 후	미용 살롱	2만엔과 계약 잔액의 10% 중 적은 금액
	외국어 학원	5만엔과 계약 잔액의 20% 중 적은 금액
	보습 학원	2만엔과 1개월분 수업료 중 적은 금액
	가정교사 파견	5만엔과 1개월분 수업료 중 적은 금액

우, 사업자는 업무·재무재표와 같은 관계 서류를 비치해둬야 한다. 선불 계약자는 이 서류들의 열람을 청구하거나 사업자가 정한 비용으로 등본·초본을 청구할 수 있다.

이것은 선불 거래에서 사업자의 도산에 의한 피해를 방지하기 위한 대책의 하나로 채택되었다.

• 청약 철회

소비자는 계약서를 받은 날로부터 8일 이내에 서면으로 계약에 관한 청약을 철회할 수 있다. 기산일, 행사 방법, 효과 등은 방문 판매의 경우와 동일하다. 관련 상품의 구입 계약도 무조건 함께 해약할 수 있다.

• 중도 해약 및 위약금의 제한

소비자는 청약 철회 기간을 경과한 후에도 이유를 불문하고 계약을 해지할 수 있다. 해약에 수반하는 손해 배상액은 (표2)의 금액을 초과하지 못한다.

<국민생활 2000년 2월호>

(표1) ‘특정계속적용역’의 종류

지정 용역	지정 기간	지정 금액
미용 살롱 (aesthetic salon)	1개월 이상	5만엔 이상
외국어 학원	2개월 이상	5만엔 이상
보습학원(일반학원)	2개월 이상	5만엔 이상
가정교사 파견	2개월 이상	5만엔 이상

▶미국◀

소형차 충돌 안전성 테스트

■글/문성기<한국소비자보호원 분쟁조정위원회>

IIHS (고속도로 안전을 위한 보험연구소)는 보험회사들의 지원으로 운영되는 비영리 독립기관으로 1960년대부터 고속도로에서의 자동차 안전을 향상시키기 위한 여러 가지 사업을 수행해 왔다. 지난해 IIHS는 미국에서 시판되고 있는 소형차 최신모델에 대한 충돌테스트를 실시하고 그 결과를 발표했다. 여기에는 현대자동차가

평가표 : 4도어 소형차(전면 옵셋 충돌 시험/40 mph)

시험 대상 차량 모델명	종합 평가	구조/ 안전 공간	탑승자 고정 및 더미 움직임	탑승자의 부상 정도				머리 지지대 디자인	범퍼 기능
				머리/ 목	가슴	다리/ 발 (왼쪽)	다리/ 발 (오른쪽)		
Volkswagen New Beetle 1998-2000 models	G	G	A	G	G	G	G	GA ¹	G
Volkswagen New Jetta/Golf 1999-2000 models	A	A	A	G	G	A	G	MP ²	G
Honda Civic 1996-2000 models	A	A	G	G	A	A	G	P	A
Toyota Corolla Chevrolet Prizm 1998-2000 models	A	A	M	G	G	M	G	A	G
현대 엘란트라* 1996-2000 models 3	A	A	A	A	G	G	A	A	AP ³
Ford Escort Mercury Tracer 1997-2000 models	A	A	G	G	G	G	P	P	A
Saturn SL 1995-2000 models	A	A	M	G	A	A	G	P	G
Nissan Sentra 1998-99 models	A	M	A	A	G	M	G	M	G
Mazda Protege 1999-2000 models	A	A	A	G	G	M	P	M	P
Dodge/Plymouth Neon 2000 models	M	M	M	G	G	P	A	P	A
Mitsubishi Mirage 1997-2000 models	P	M	P	A	G	G	P	A	M
기아 세피아 1998-2000 models	P	M	M	P	G	M	M	AM ¹	M

범례 : G-Good(우수), A-Acceptable(양호), M-Marginal(보통), P-Poor(미흡) * 현대의 엘란트라는 Avante의 미주지역 수출명임.
1. 선택사양에 따라 다름. /2. 모델/선택사양에 따라 다름./3. 모델연도에 따라 다름.

수출하고 있는 엘란트라(아반테의 미국 수출명)와 기아자동차의 세피아가 포함돼 있어 우리 나라 자동차의 안전성을 외국차와 비교하여 가늠해 볼 수 있다.

시험은 시속 40마일(시속 63.4 Km)의 속도로 진행하면서 차량 전면의 1/2을 견고한 벽면에 충돌시키는 '전면 읍셋 충돌' 방법으로 이뤄졌다. 시험 결과 폭스바겐의 New Beetle가 가장 우수한 성능을 보인 반면, 기아자동차의 세피아와 미쯔비시의 Mirage가 가장 낮은 점수를 얻었다(그림 1 참조).

IIHS가 발표한 충돌테스트 결과 현대자동차의 1997년형 엘란트라(아반떼)는 양호, 기아자동차의 1999년형 세피아는 미흡 판정을 받았다. 엘란트라는 전면 읍셋충돌 시험시 운전자 공간이 적절하게 유지되었다.

그러나 운전자의 머리와 무릎에 부상을 입을 가능성이 있는 것으로 나타났다. 머리 지지대는 양호했으며 1999년 모델에 장착된 범퍼는 양호한 수준으로 개선되었다.

세피아는 전면 읍셋충돌 시험에서

〈그림 1〉 BEST:Volkswagen Beetle(위), WORST:기아 세피아(아래)



나타난 뉴세피아의 구조적 성능은 과거 모델에 비해 다소 개선됐지만 충돌시 운전석 공간은 잘 유지되지 않았다. 측정 결과 머리 부상이 발생할 가능성과 운전석 발밑의 공간이 안쪽으로 밀려들어

으로 인해 다리 부상의 가능성이 있었다. 머리 지지대는 양호하거나 보통(시트 옵션에 따라 다름)이었으며 범퍼의 성능도 보통이었다.

〈Insurance Institute for Highway Safety〉

▶프랑스◀

딜레마에 빠진 유기농 소비자

■글/김남수(한국소비자보호원 소비자안전국)

브르타뉴 지방의 다양한 '유기농업협동조합'은 '위대한 자연'이라는 브랜드로 르 갈(Le

Gall : 우유 판매점)을 통해 요구르트를 판매하고 있지만 이 제품의 원 제조자가 브르타뉴 지방 최고의 농업 기업이자 살

충제 공급 업체인 '이븐'이라는 사실을 숨기고 있다.

계양 하이퍼마켓에서 판매되는 비

오다모르(Bio d'amor ; 아르모리크 지방 유기농) 요구르트든 유기농 식품 가게에서 판매되는 것과 포장과 가격만 바뀌 다른 브랜드로 판매되고 있다.

브르타뉴 지방의 전문점에서는 '레프로마제 드 프라디송(Les Fromagers de tradition ; 전통 치즈)'이라는 브랜드 및 대규모 소매점에서 '브라이'라는 브랜드는 유전자 조작 우유를 판매하는 트리바라(Triballat) 회사가 만들고 있지만 브랜드명 어디에도 '트리바라'라는 이름은 찾아볼 수 없다.

비요르그와 에베르나(Bjorg et Evernat)라는 두 가지 브랜드 명 뒤에도 유전자 조작 식품을 유통하는 디스트리보그(Distriborg)라는 회사가 존재한다.

이처럼 브랜드명 뒤에 업체 이름을 숨기는 것 이면에 존재하는 위험은 유기농업이 점차 거대 산업화된다는 점이다. 농장은 점차 유기 농업으로 농산물을 바꾸고, 유기 농업은 단작에 바탕을 두어 발전한다.

심하게는 많은 회사들이 규정을 완화시키려 하고 그렇게 만든 더 많은 식품을 저렴하게 공급하는데 있다.

유기 농업에서 가장 중요한 흐름은 저소득층에게 유리한 유기농 식품을 제조하는 것으로 이는 바람직한 생각이지만, 엘리트주의적 경쟁으로 그러한 생각이 완전히 구현되지는 않을 것이다.

결국 카루프 슈퍼체인은 목적이 '보통 사람들이 유기농 식품을 먹기 쉽도록' 하게 될 것이다.

이러한 가격 할인은 통상적인 농업을 통해서 '이윤을 더 이상 추구할 수 없는' 마비 상태에 있다는 신자유주의

논리와 같다. 비용을 줄인다는 것은 일과 임금을 줄이고, 산출량을 늘리고, 유기농을 강화시키고, 소규모 생산자를 퇴출시킨 결과로서 등장하는 유기농업을 창출한다는 것이다.

프랑스의 소매점에서는 비 유기농 레시틴이 함유된 초콜릿과 케이크를 유기농 식품인 것처럼 판매해 왔다.

비 유기농 레시틴이 5% 범위 내로 존재해야만 AB상표(프랑스 농무성이 인정한 인준한 상품을 의미하는 녹색 및 흰색 AB로고)를 부착할 수 있는 데 이들 상품은 유기농 콩 레시틴이 부족한데도 유기농업협동조합에 의해 승인된 것으로 마치 100% 유기농 식품인 것처럼 포장돼 유통 회사의 진열장에서 제거되지 않고 있다.

소비자들은 AB상표를 믿고 '유기' 농산물이 100%의 유기 농산물이라고 믿고 구매하고 있다.

유기농산물협동조합은 96년 이후 콩 상표에 대한 승인서를 인정하기로 결정했다. 그런데 그것은 '라인강의 오염 원흉'이라고 알려진 종자 및 농화학 제품 거대 기업인 산도즈사 소유의 콩 상표였다. 98년 초가 되어서야 사람들은 이 결정이 '양심의 문제'라는 것을 알게 되었다.

'콩을 보존' 하려는 노력을 기울이는 사람들은 유기 농업의 생존 자체가 우리 앞에는 유전자 조작 세계가 열리게 된다는 기본적 문제를 잊고 있다.

유전자 조작 농업에 의해 점유되는 것을 저항하기 위해서 유기 농업은 경쟁하고, 생산성을 강조하고, 이윤을 추구하는 것 이외에 다른 방법이 강구되어야 한다.

유기 농업이 독자성을 상실하면 위협해진다. 너무 자주 이러한 '윤리'를 거론하는 것은 현실성이 결여돼 있다는 인식을 유포하게 된다.

'투명성, 품질, 함께 생존하는 것, 환경, 유기농 식품, 소비자 행동'은 대다수 유기농 분야의 전문가에 의해 유포되는 슬로건일 뿐이다. 이러한 경향은 기업, 익명의 생산자 및 유통업자 브랜드 네임, 그리고 환경 산업간의 합병을 불러일으킨다.

유기농·환경 분야는 타협하는데 어려움을 겪고 있다. 극소수만 존재하는 독립 유기농 회사도 장기적으로 독립성을 유지하기가 어려워질 것이다.

유일한 해법은 원래처럼 '자율적인 유기농 농장'이 되는 것이다. 그래야만 환경을 존중할 수 있고 소규모 경영으로 농촌 공동체에 생명을 불러일으키게 되고 소비자·생산자 양자에게 치우치지 않는 경영을 할 수 있다.

거대 다국적 기업이 유기농 분야에 눈뜨고 있어, 유기농 소비자들은 위급한 상황에 빠져 있다. '과연 우리는 진정한 유기농산물의 선택과 우리 삶의 질을 향상시키기 위해 올바르게 노력하는가?' 이것이 현재 소비자 운동가가 취해야 할 행동이고 유기 농업을 활성화시키기 위해 노력하는 사람들이 가져야 할 지속 가능한 발전이다.

이러한 것들은 우리가 살고 싶어하는 삶의 종류에 대한 선택이다. 논쟁의 중심은 우리가 먹는 방법, 우리 건강, 우리 스스로에 관해 생각하는 방식 그리고 세계에 대해 생각하는 방식에 의해 존재한다.

〈Le Monde Diplomatique〉



소비자 매매 및 보증에 관한 지침의 제정

■글/김성천(한국소비자보호원 정책연구실)

유럽연합(EU)은 소비자 매매 및 보증에 관한 지침(Directive of the European Parliament and of the Council on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees)을 1999년 5월 25일 채택하고, 동년 7월 7일 공포했다.

이 지침은 하자담보책임 및 보증과 관련한 소비자 권리에 관한 유럽연합회원국 법제의 조화를 목적으로 한다. 지침의 내용은 두 가지로 구성돼 있다.

전반은 소비자가 하자 있는 소비재(불량품)를 구입한 경우 판매자가 부담하는 하자담보책임과 관련한 소비자 권리의 실질적 측면을 규정한다.

후반은 판매자나 제조자가 보증서에 의해 임의의 일정 기간, 제품의 하자담보책임을 부담하는 경우인 임의보증에 관해 명백성에 관한 일정 원칙, 하자담보책임과의 관계 및 보증에 관한 법적 틀 마련을 위한 규정을 두고 있다.

지침의 적용 대상은 소비자와 판매자간에 체결된 동산의 매매 계약에 의한 신제품, 중고품, 용기에 포함된 물이나 가스, 소비재의 제조 부품, 예비 부품 등이다.

지침에서 가장 중요한 내용은 하자

담보책임청구기간의 통일이다. 제품 양도시 존재하며 양도 후 2년 이내에 나타난 하자에 대해 판매자는 책임을 진다. 즉 하자담보책임청구기간은 최저 2년으로 해야 한다.

이는 지금까지 하자담보책임에 근거한 소비자의 권리청구기간이 6개월이었던 독일, 그리스, 오스트리아, 포르투갈, 스페인 등의 회원국에게는 4배로 연장한다는 것을 의미한다.

그러나 매매 계약 체결시 소비자가 당해 하자에 대해 알고 있었다고 볼 수 있는 경우에는 책임을 지지 않는다. 중고품에 대해서는 1년을 최단 기간으로 설정할 수 있다.

소비자는 하자 있는 제품에 대해 무상 수리 및 교환을 청구할 수 있다. 단 수리 또는 교환이 불가능하거나 적당하지 않은 경우 또는 판매자가 합리적인 기간 내에 완료하지 못한 경우 소비자는 대가감액 또는 계약해제를 청구할 수 있다.

이 때 회원국은 소비자가 위의 권리를 행사하기 전에 하자 발견 후 2개월 이내에 판매자에게 통지해야 한다는 내용을 규정할 수 있다.

그리고 양도 후 6개월 이내에 밝혀진 하자에 대해서는 양도시 하자가 이미 존재했다고 추정된다. 그러나 당해 하자

가 양도시 존재하지 않았던 점을 판매자가 증명하거나 그 같은 추정이 제품 또는 하자의 성질과 모순된 경우에는 그렇지 않다.

제조자 또는 판매자 등이 임의로 부가하는 보증의 경우 소비자의 요청이 있으면 보증 내용, 보증에 기초한 청구에 필요한 절차 사항, 특히 보증 기간, 보증의 지리적 적용 범위, 보증인의 성명과 주소가 기재된 서면을 제공해야 한다.

그리고 광고가 실질적인 보증 내용을 포함한 경우 당해 광고 표현도 임의로 부가되는 보증의 일부로 본다.

이 지침은 유럽연합 회원국이 2002년 1월까지 국내법화해야 한다. 그러나 이 지침의 규정은 최저한의 보호를 규정하고 있으므로, 회원국이 보다 높은 소비자 보호 수준의 규정을 도입할 수도 있다.

국내 업체의 유럽 시장 전략이라는 측면에서도 앞으로 각국의 입법 과정을 주의 깊게 지켜볼 필요가 있다.

EU의 소비자 매매 및 보증에 관한 지침은 우리 나라 민법상 하자담보책임 규정은 물론 소비자피해보상규정상 품질보증기간 규정의 개정에 참조가 될 것이다.

〈Consumer Law Today〉 ㉔