

현안분석 2007-

비교법제 연구 07-08

EU의 소비자법에 관한 연구

김성천 · 이준우

EU의 소비자법에 관한 연구

A Study on EU Consumer Law

연구자 : 김성천(한국소비자보호원 연구위원)

Kim, Sung-Cheon

이준우(연구위원)

Lee, Jun-Woo

2007. 9. 30



한국법제연구원

KOREA LEGISLATION RESEARCH INSTITUTE

국문 요약

이 연구보고서는 현행 EU 소비자법의 내용과 최근 동향을 EU 소비자보호지침을 중심으로 분석한다.

EU 소비자법의 목적은 물품, 서비스, 사람 그리고 자본의 자유로운 이동을 목적으로 하는 단일시장을 창조하기 위한 것이다. EU 소비자법은 회원국의 국내법을 통일하고 단일시장이 적절하게 기능하도록 보장할 수 있는 유효하고 집행력있는 법규정을 창조하는 것이다.

통합초기에는 내부시장의 시행과 기능에 중요한 기능을 함에도 불구하고 소비자보호이슈는 부재했다. 그러나 1985년 이후 많은 소비자보호지침이 제정되어 회원국에 국내법화가 되었다. 대표적으로 방문판매지침, 주최계약지침, 불공정계약지침, 시분할이용계약지침, 원격거래지침, 소비재매매지침, 제조물책임지침, 제품안전일반지침 등이 있다.

EU 소비자보호지침의 최근 동향은 최소조화에서 최대조화로의 전환이다. 유럽위원회는 2004년 소비자법의 검토에 따라 2007년 2월 8일 녹색서(Green Paper)를 발표하여 EU소비자법의 미래발전을 위한 중요한 이슈를 제시했다. 이 녹색서에 의하면 소비자보호지침의 규제내용을 최소조화에서 최대조화로의 전환과 유럽소비자계약법의 원칙을 포함한 통합적 장치를 채택하려는 움직임을 보이고 있다.

EU 소비자보호지침의 분석은 다양한 법원(法源)간의 흥미롭고 중요한 상호작용의 패턴을 보여주어 우리나라 소비자법의 선진화에 중요한 비교법적 전거가 될 것이다.

키워드 : 유럽법, 유럽소비자, EU소비자법, EU소비자보호지침, EU소비자계약법, EU계약법

Abstract

This Report's aim is to deal with the content and development of EU consumer law, especially EU consumer protection directives.

The Main purpose of EU consumer law was to create a common market based on observance of four fundamental freedoms : free movement of goods, services, persons and capital. EU consumer law were the production of legal provisions valid and enforceable in all Members States, the basic purpose of which is to harmonize national law and thus ensure the proper functioning of the common market.

In the early stages of intergration, consumer protection issues were absent, even though the were of fundamental significance for the implementation and funtioning of the internal market.

Since 1985, there are a number of European Directives that deal with consumer issues that have been, or are being, transposed into Member States law including: Doorstep Selling (85/577 EEC), Package Travel (90/314 EEC), Unfair Contract Terms (93/13 EEC), Timeshare (94/47 EC), Distance Selling (97/7 EC), Sale of Goods and Associated Guarantees (99/44/EC), Product Liability (99/34 EEC), General product Safety (92/59 EEC).

The current trend in EU consumer protection directives shows an shift from minimum to maximum harmonization. Following the structure definded in the Review of the Consumer Acquise of 2004, the Commission adopted a Green Paper on 8 February 2007 and launched a consultation on some key issues on the future developments of EU consumer law. There seems to be a trend the Commission towards the

need to shift from minimum to maximum harmonization, and the adoption of a horizontal instrument containing a set of "Principles" of European Consumer Contract Law.

The analysis of EU consumer protection directives reveals and interesting and important patterns of interplay among different sources of law. EU consumer law should be the comparative law model for the modernization of Korean Consumer law

Key Words : EU law, EU Consumer, EU Consumer Law, EU Consumer Protection Directive, EU Consumer Contract Law, EU Contract Law,

목 차

국 문 요 약	3
Abstract	5
제 1 장 서 론	13
제 2 장 EU 소비자법 총론	17
제 1 절 EU 소비자정책의 연혁	17
1. 태동기 (1970년대 ~ 1980년대 전반)	17
2. 정착기 (1980년 후반 ~ 1990년 중반)	21
3. 확장기 : 소비자정책의 발전·강화	24
제 2 절 EU 소비자법의 법원	31
1. EU의 입법과 입법주체	31
2. EU법의 법원	33
3. EU 소비자보호지침	37
제 3 장 EU의 주요 소비자보호지침들	43
제 1 절 방문판매지침	43
1. 방문판매의 개념	43
2. 적용범위	44
3. 소비자보호수단	47
4. 회원국의 국내법화 현황	51

제 2 절 주최여행지침	52
1. 목 적	52
2. 개념 정의	53
3. 여행계약조건과 그 내용	55
4. 여행주최자 등의 책임	60
5. 이의제기(Complaints)	61
6. 여행대금 및 귀환의 보증	61
7. 엄격한 규정의 채용	62
8. 회원국의 국내법화 현황	62
제 3 절 불공정계약조항지침	63
1. 개 요	63
2. 목 적	63
3. 정 의	64
4. 불공정조항	64
5. 불공정성의 평가	68
6. 해석에 관한 준칙	68
7. 회원국의 국내법화 현황	68
제 4 절 시분할이용계약지침	69
1. 목 적	69
2. 정 의	69
3. 적용대상	70
4. 사업자의 의무	70
5. 철회권	70
6. 회원국의 국내법화 현황	71
제 5 절 원격거래지침	72

1. 목 적	72
2. 정 의	72
3. 적용범위	73
4. 사업자의 의무	73
5. 계약의 철회권	75
6. 계약의 이행	76
7. 지 불	77
8. 비주문 판매	77
9. 원격통신수단의 사용의 제한	78
11. 사법 또는 행정적 구제	78
12. 국내법화 현황	80
제 6 절 소비재매매지침	80
1. 개 요	80
2. 목 적	82
3. 적용대상	84
4. 하자 개념	84
5. 소비자의 권리	85
6. 권리행사기간의 통일	87
7. 입증책임의 전환	88
8. 제조자의 책임	89
9. 보증(Guarantee)	90
10. 회원국의 국내법화 현황	91
제 7 절 제조물책임지침	96
1. 개 요	96
2. 무과실책임의 원칙	97
3. 적용대상이 되는 제품의 범위	98

4. 책임주체인 제조자의 범위	98
5. 입증책임	99
6. 연대책임의 원칙	100
7. 결함의 판단기준	100
8. 제조자의 면책사유	101
9. 제3자 피해자의 과실 등	102
10. 손해의 범위	102
11. 제소기간 및 소멸시효	103
12. 특약에 의한 책임제한 등의 금지	103
13. 인적손해에 대한 책임한도액	103
14. 제조물책임의 중복적용의 가능성	104
15. 회원국의 국내법화 현황	104
제 8 절 제품안전일반지침	106
1. 개 요	106
2. 적용범위의 확대	107
3. 제조업자와 판매업자의 의무 구체화	107
4. 관할행정기관의 권한 강화	108
5. 기 타	108
6. RAPEX의 현황	108
7. 회원국의 국내법화 현황	109
제 4 장 EU 계약법 및 소비자법 논의	113
제 1 절 서	113
제 2 절 2001년 정책제안서	114
1. 제안의 범위 및 대상	115
2. 계약법의 현황	115

3. 계약법에 관한 대안들	116
4. 회원국 및 각계의 반응	118
제 3 절 2003년 실행계획서	119
제 4 절 2004년 정책제안서	123
1. 공통준거들의 역할	124
2. 공통준거들의 법적 성질	124
3. 공통준거들의 예상되는 구조	124
제 5 절 소비자법 재검토 녹서	127
제 5 장 결 론	133
참 고 문 헌	135

제 1 장 서 론

1957년 로마조약이 체결된 이래 유럽통합의 목적은 유럽내부에서 국경없이 제품, 인력, 서비스 및 자본의 자유이동을 실현하고자 하는 내부시장(Internal Market)의 완성이다. 그러나 회원국간 법률의 규율내용 차이는 회원국간 제품 및 서비스의 자유로운 이동을 어렵게 하여, 유럽연합(Europe Union : 이하 EU라고 한다)의 입법정책은 내부시장의 공고화(consolidation)에 집중되고 있다. 이에 내부시장에서 제품 및 서비스의 자유로운 이동을 방해하는 법적 문제점을 해소하기 위한 유럽 법학계 및 공식기관의 활동은 회원국의 문화가 각인된 사법분야에서 추진되고 있다. 특히 방문거래, 불공정계약조항 등 소비자법분야에서 내부시장의 법률상 문제점을 시정할 목적으로 지침, 규칙 등을 제정하여 왔다. 당초 소비자법은 EU회원국들에 의해 독자적으로 발단되어 왔는데, 유럽통합이 진행되면서 EU소비자보호지침이 제정되면서 강화되었고 국제적으로도 선진성을 유지하게 되었다. 우리나라에서도 소비자기본법, 약관의 규제에 관한 법률, 제조물책임법, 방문판매 등에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 민법 등 제·개정에 EU 소비자보호지침이 비교법적 전거로 활용되었다. 최근에는 소비자기본법상 단체소송의 도입에도 많은 영향을 주었고, 향후 품질보증법제, 소비자신용법제 등의 도입에도 많은 참조가 될 것이다.

소비자 보호와 관련하여 고도의 수준을 유지하기 원하는 EU와 그 회원국의 의지는 이미 오랜 역사적 배경을 가지고 있으며 그에 관한 현실적인 노력도 상당부분 현실화되었다. 소비자보호와 관련하여 EU는 1985년부터 여러 개의 지침을 발효하였다. 방문판매지침¹⁾, 원격거

1) Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises.

래지침²⁾, 주취여행지침³⁾, 시분할이용계약지침⁴⁾, 소비자신용지침⁵⁾, 불공정약관조항지침⁶⁾, 소비재매매지침⁷⁾, 전자상거래지침⁸⁾, 이행지체지침⁹⁾, 금융서비스원격판매지침¹⁰⁾ 등 소비자계약분야의 입법지침과 제조물책임지침¹¹⁾이 있다. 그 중 방문판매지침은 방문판매에 관한 것으로 소비자보호와 관련하여 EU가 내놓은 최초의 지침으로 이후 일련의 지침을 통하여 EU의 고도의 소비자보호수준을 나타내어 주는 척도가 되고 있으며, 회원국의 국내법으로의 전환과정을 거쳐 현재 대다수의 EU 회원국이 비교적 통일적인 규정을 가지고 있다.

EU의 소비자법은 유럽통합의 핵심으로 단일시장의 형성에 깊이 관련되어 형성되고 진전되고 있다. 소비자법이 강화되는 가장 중요한 이유는 단일시장에서 소비자의 이익을 보호하는 것이 중요하다는 인식에서 출발하기 때문이다. 최근 생명공학기술의 발전에 따른 소비자

-
- 2) Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts.
 - 3) Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours.
 - 4) Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis.
 - 5) Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit as modified by Directive 90/88/EEC and 98/7/EEC.
 - 6) Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.
 - 7) Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees.
 - 8) Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce in the internal market.
 - 9) Directive 2000/35/EC of the European Parliament and the Council of 29 June 2000 on combating late payment in commercial transactions.
 - 10) Directive 2002/65/EC on distance marketing of consumer financial services of 23 September 2002.
 - 11) Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products(Amended by Directive 1999/34/EC of the Parliament and of the Council of 10 May 1999).

안전문제가 강조되면서 소비자안전에 관한 규제도 강화되고 있는 경향이다.

최근에는 유럽위원회가 EU계약법 제정을 목표로 각종 정책제안서를 발표하면서 EU소비자보호지침의 내용에 대한 검토도 진행하고 있다. 특히 2007년에 들어서 EU소비자법 재검토에 관한 녹색서(Green Paper)를 발표하면서 소비자계약분야의 EU소비자보호지침에 대한 규제방법 및 내용에 대한 대안을 제시하여 EU 소비자법의 변화가 예상된다.

이 보고서에서는 소비자기본법 시행이후 우리나라에서도 소비자권리실현을 위한 법제정비가 필요하다는 인식아래 향후 소비자법의 정비방향을 정립하기 위해 선진적인 EU 소비자법의 내용과 동향을 파악하고자 한다.

EU 소비자법의 법원은 지침, 규칙, 권고 등 다양한 형태로 존재하지만 이 보고서에서는 국내법화의 의무를 부과하여 유럽회원국들이 국내법을 정비하게 되는 소비자보호지침을 중심으로 EU소비자법의 내용을 살펴보고자 한다.

EU소비자보호지침의 대상이 되는 분야는 소비자안전, 소비자계약, 경쟁, 식품안전 등 다양한 영역을 포괄하지만, 국내 소비자법에 직접적으로 영향을 주고 있고 앞으로 참고해야 할 소비자보호지침인 소비자계약과 소비자안전에 관한 지침의 내용을 중심으로 서술하고자 한다.

이러한 연구의 목적과 범위에 따른 이 보고서의 구성은 다음과 같다.

제2장은 EU소비자법의 연혁과 입법형태를 살펴본다. 먼저 EU소비자정책의 연혁을 태동기, 정착기, 확장기로 나누어 검토하고, EU소비자법의 입법형태에 대해서는 입법권주체와 입법절차를, EU소비자법의 법원으로는 지침, 규칙, 권고 등에 대해 서술한다. 마지막으로 EU소비자보호지침의 현황과 연혁을 살펴본다.

제3장은 EU소비자법의 핵심인 소비자보호지침 중 소비자계약 및 소비자안전과 관련한 지침을 중심으로 그 주요내용을 서술한다. 대표

제1장 서론

적으로 방문판매지침, 주최여행지침, 불공정계약조항지침, 시분할이용계약지침, 원격거래지침, 소비재매매지침, 제조물책임지침, 제품안전일반지침 등의 주요 내용과 최근 논의되고 있는 EU계약법 제정에 대해서도 살펴본다.

제4장은 EU 계약법 및 소비자법에 관한 최근 논의의 동향을 검토한다. 유럽위원회가 EU계약법의 제정을 추진하면서 EU소비자보호지침의 중심으로 EU소비자법의 통일화를 논의하고 있다. 이에 유럽위원회의 논의를 중심으로 EU계약법제정논의의 내용과 그에 관련된 EU소비자보호지침에 관한 논의 동향을 살펴본다.

제5장은 결론으로 EU소비자법의 분석이 우리나라의 소비자법에 주는 시사점을 살펴본다.

제 2 장 EU 소비자법 총론

제 1 절 EU 소비자정책의 연혁

EU 소비자정책의 시작은 1970년대이며 그 후 EU 소비자정책의 기초가 되는 기본조약의 개정과 행동계획의 제정을 통해 1990년대 중반에 EU 소비자법의 구조가 형성되었다. 기본조약에서 나타난 소비자정책의 시작과 그 후에 진행된 행동계획의 변천에 대해 살펴본다.¹²⁾

1. 태동기 (1970년대 ~ 1980년대 전반)

(1) 소비자정책의 목적

유럽공동체의 형성은 1957년의 유럽경제공동체설립조약(이하, EEC 설립조약)이 기초로 되어있으나, 이 조약에는 소비자이익의 보호에 대해서 명확한 언급은 없었다.¹³⁾ 1972년에는 파리 회원국정상회담이 개최되어 EU에서의 소비자정책의 확립을 향한 향후 방향을 처음으로 드러냈다.

1) EEC 설립조약(1957년)

EEC 설립조약에서는 소비자보호에 대해 직접적으로 다루고 있지 않지만 시민의 생활과 노동환경의 개선에 대한 기술 가운데 소비자의

12) EU 소비자정책의 연혁에 대해서는 문정숙, “유럽연합(EU)의 소비자정책에 관한 연구”, 『소비자문제연구』제13호, 1994.6 ; 김은경, “유럽공동체법에서의 소비자정책의 개관”, 『유럽연구』(한국유럽학회) Vol.26, 2006 ; 大村敦志, “ヨーロッパ共同體と消費者法政策”(1)(2)(3), NBL No. 538 (1994.2.1)·No.539(1994.2.15)·No.540(1994.3.1); 横内律子, “消費者政策 — 消費者保護の質的強化 —”, 『調査資料』, 国立国会図書館, 2007, [http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/ document/2007/200705/143-157.pdf] ;참조
13) 1960년대에 이르러 미국의 케네디 대통령이 소비자행정의 기점이 된 ‘소비자이익의 보호에 관한 특별교서’를 발표하는 등 세계적으로 소비자보호의 필요성이 인식되게 되었다. EU에서도 소비자단체의 결성 등의 움직임이 있었다.

이익보호의 견해와 통하는 것이 있다. 전문에는 공동체의 기본적 목적 중 하나로써, 시민의 ‘생활·노동환경을 항상 개선할 것’을 들고 있다. 제2조에서는 공동체에서의 생활수준과 생활의 질을 향상시키는 것은 공동체의 역할 중 하나라고 하고 있다.

소비자이익의 촉진과 상응하는 것은 다른 분야에 관한 조문 중에서도 볼 수 있다. 공통농업정책은 농산물이 타당한 가격으로 소비자에게 도달할 것을 보증하는 것을 목표로 하고 있다(제33조(구39조) 제1항(e)). 경쟁정책 분야에서는 독점적 지위 남용의 대표사례로서 ‘제품과 시장, 기술적 진보를 제한하여 소비자의 권리를 침해하는 것’을 들고 있다(제82조 (구86조)).

EEC 설립조약에서의 소비자의 이익 보호는 보다 중요하고 폭넓은 목적을 가진 공동체의 다른 분야에서의 ‘부산물’로 파악하고 있는 것으로 볼 수 있다.¹⁴⁾

2) 파리회원국정상회담(1972년)

파리회원국정상회담에서는 공동체 시민의 생활수준을 향상시키기 위한 행동의 필요성이 확인된 것뿐만 아니라, 이 ‘생활수준의 향상’이 소비자의 경제적인 이익에 더해 소비자의 건강과 안전을 지키는 것도 의미한다고 공식적으로 정하고 있다. 이 회원국정상회담은 소비자이익의 촉진을 명확히 지향한 EU의 소비자정책의 기점이 되었다고 볼 수 있다.

(2) 최초의 기본계획

파리회원국정상회담에서 소비자정책의 필요성이 인식됨에 따라, 1975년에 EU 소비자정책의 기본이 된 ‘소비자보호·정보정책을 위한

14) Nebbia, Paolisa and Tony Askham, *EU consumer law*, Richmond Law & Tax, 2004, pp.5-6.

예비계획'¹⁵⁾(이하 '1975년의 계획'이라 함)이 각료이사회에서 채택되었다. 이 계획에는 소비자의 권리와 소비자정책의 기본적 목적, 원칙, 우선적으로 정비되어야 할 대책이 정해져 있다. 그 개요는 아래와 같다.

우선, 소비자의 기본적인 권리로 소비자의 이익과 손해를 집약한 다음의 5가지 항목을 들고 있다.

- (a) 건강과 안전이 보호될 권리
- (b) 경제적 이익이 보호될 권리
- (c) 구제될 권리
- (d) 정보와 교육에 대한 권리
- (e) 의견을 표명할 수 있는 권리

또한 소비자정책의 목표로써 위의 각 권리에 대응하는 형태로 다음의 사항이 있다.

- A. 건강 및 안전에 대한 위험으로부터 소비자를 유효하게 보호하는 것
- B. 소비자의 경제적 이익이 침해받지 않도록 유효하게 보호하는 것
- C. 조언, 원조, 보상을 받기 위한 충분한 수단
- D. 소비자에의 정보제공과 소비자교육의 개선
- E. 소비자이익에 영향을 끼치는 결정을 할 경우 소비자와 협의하고 그 의견을 대표할 것

다음으로 이러한 사항에 관한 정책의 일반적인 지침과 우선사항이 열거되어 있다.

- A. 제품·서비스는 통상의 이용조건에서 소비자의 건강과 안전을 위협할 수 없다는 것 등.
 - 중점분야는 식료품, 화장품 및 세제, 가정용품 및 내구소비재,

15) Council resolution of 14 April 1975 on a preliminary programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy., OJ 1975, C 92/1.

자동차, 섬유제품, 완구, 위험물질 등.

- B. 제품·서비스의 구매자는 판매자가 힘을 남용하는 것으로부터 보호되어야 한다는 것 등.
 - 우선사항은 소비자 신용에 관한 상황의 개선, 허위·오인을 불러일으키는 광고로부터의 보호, 불공정한 상거래상의 관행으로부터의 보호, 제품의 보증 등.
- C. 소비자는 결함제품으로 인한 손해에 있어서 조언과 원조를 받을 수 있어야 하고, 또한 보상을 받을 권리를 가지는 것.
- D. 제품·서비스를 평가·선택하기 위한 충분한 정보를 받을 수 있어야 한다는 것. 또한 모든 연령대의 시민이 스스로 권리와 책임을 자각한 분별력 있는 소비자로서 행동할 수 있도록 교육하기 위한 수단이 강구되어야 한다는 것.
- E. 소비자는 소비자에 관한 결정이 이루어지는 때에 그에 관한 견해가 있을 경우 그것을 말할 수 있을 것.

1975년 계획은 EEC 설립조약의 공동체의 역할을 규정한 제2조 등을 근거로 하고, 계획의 내용은 그 후 4년 내에 모두 실행하는 것을 목표로 했다. 그러나 이 시기에는 소비자 분야에 관한 공동체의 법적 권한은 조약에 의해 뒷받침되지 않았기 때문에 계획이 제시한 대책은 지침의 제정 등의 규제적인 성질을 가지는 못하고, 관련연구의 촉진과 조정, 정보의 보급·계발, 회원국 간의 협력수단의 창설 등에 한정되어 있었다.¹⁶⁾

또한 계획이라는 구조 자체도 공동체의 법규(규칙·지침·결정·권고 및 의견)에 해당하지 않고 법적 구속력도 가지지 못했다. 1981년에 책정된 5개년의 제2차 계획¹⁷⁾도 1975년 계획의 내용을 유지, 확인하

16) Nebbia and Askham, 앞의 책, pp.6-7.

17) The Council Resolution of 19 May 1981 on a second programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy., OJ 1981,C 133/1.

는 데 그쳤다.

소비자보호에 관한 예비계획의 채택은 EU 소비자정책분야에서 중요한 사건이지만, 계획의 내용을 실행에 옮기기 위해서는 조약에 의한 명확한 소비자보호의 근거 규정을 마련하여야 했다.

2. 정착기 (1980년 후반 ~ 1990년 중반)

(1) 소비자정책의 법적 근거

EU의 심화 및 확대의 기둥 중 하나로, 물, 인, 서비스, 자본 등의 자유로운 이동이 보증되는 영역을 나타내는 단일시장의 형성이 있다. 단일시장의 창설은 소비자에 중대한 영향을 미치는 것으로, 반대로 소비자보호가 충분하지 않은 경우에는 단일시장은 정상적으로 기능하지 않는 것으로도 볼 수 있다. 단일시장의 형성은 1985년의 역내시장통합백서¹⁸⁾의 채택에 의해 본격화되었고 그 시기에 단일시장의 창설에 역점을 두고 있었으므로 소비자정책에 대해서도 현저한 영향을 끼쳤다. 1987년에는 1992년 말까지 단일시장을 완성시킬 것을 명기한 단일유럽의정서가 발효되고, 그 가운데 소비자보호의 중요성이 처음으로 성문화되었다. 이후 소비자보호분야의 원칙은 단일시장정책의 일환으로 여겨지게 되었다. 그 후 단일시장의 완성과 공동체 내의 경제통합의 진전과 정치통합의 추진을 정한 마스트리히트조약이 1993년 발효되었다. 그 조약은 소비자정책에 관한 독립된 조문이 처음으로 설치하여 형식상 소비자정책을 단일시장정책으로부터 독립시키는 것이었다.

1) 단일유럽의정서(1987년)

EEC 설립조약과 비교하여, 단일유럽의정서에는 소비자에 관한 중요한 내용이 추가되었다. 단일시장이 완성·기능하기 위한 대책을 규정

18) "Completing the Internal Market", White Paper from the Commission to the European Council (COM(1985) 310 final).

한 제95조(구 100a조)가 새로 도입되었고 그 제3항은 ‘유럽위원회는 소비자보호에 대한 발의에 대해 높은 수준으로 보호하는 것을 기본으로 한다’고 규정하고 있다. 이에 따라 소비자보호는 유럽위원회의 활동의 목적 중 하나가 되어 소비자정책에 그때까지 존재하지 않았던 조약상의 근거가 부여된 것이다.

2) 마스트리히트 조약 (1993년)

마스트리히트 조약은 소비자정책을 공동체 전체가 추진하여야 하는 것으로 하였다. 제153조(구 제129a조) 제1항은 ‘공동체는 다음의 사항에 따라 소비자보호의 달성에 공헌하는 것으로 한다’고 규정하고 다음과 같이 열거했다.

- (a) 단일시장의 완성에 관하여 제95조(구100a조)을 준용하여 채용된 조치
- (b) 소비자의 건강·안전과 경제적 이익을 보호하고 소비자에 충분한 정보를 제공하기 위해 회원국이 추구하는 정책을 보조하는 명확한 행동

이 제1항(b)가 유럽차원의 조약에서 소비자보호를 독립적으로 규정한 최초의 조문이 되었다. 이에 따라 소비자정책은 단일시장완성을 위한 하나의 요소로 다루어진 시기(단일유럽의정서 후)에 비해 적어도 형식상으로는 단일시장정책, 통화통합정책, 공통농업정책 등과 같이 유럽위원회 만이 아닌, 공동체 전체에 의해 추진되어야 할 공통정책으로서의 지위를 얻게 되었다. 19)

이 시기에 제정된 단일유럽의정서와 마스트리히트조약은 소비자법 정책에 조약상의 근거를 부여한 것만이 아닌, 소비자정책이 단일시장 정책으로부터 독립한 공통정책으로서의 지위를 확립하였다. 그 의미에서 이를 EU의 소비자보호에 있어서 획기적인 것이라고 할 수 있다.

19) 井上裕司. “非国家的國際行為主体と國際機構：EU 政治過程における消費者団体と欧州諸機構を事例として”, 『名古屋大学法学論集』211号, 2006.3. p.17.

(2) 단일시장실현을 향한 계획

조약의 규정에 의해 소비자정책의 근거가 확립되었고 이 시기의 소비자 관련 행동계획은 단일유럽의정서에서 구상된 단일시장의 완성이 라는 목표의 영향을 강하게 받고 있는 점이 특징이다. 아래에서 행동 계획의 개요를 살펴본다.

1) 소비자보호의 장래 방향성에 관한 제3차 협의(1986년)

1975년 및 1981년의 계획에 이어 1986년의 ‘소비자이익의 보호와 촉진을 위한 EEC 정책의 장래 방향성에 관한 제3차 협의’²⁰⁾는 소비자가 단일시장으로부터 이익을 얻을 수 있도록 하는 점이 강조되고 있다. 종래의 계획과 비교하여 소비자의 권리에 대한 언급은 사라지고 소비자를 시장통합의 수익자로서 다루고 있다. 소비자의 권리보다도 시장에서의 선택지 확대가 중요한 주제가 되었다고 할 수 있다.²¹⁾

2) 제1차 3개년 계획(1990~1992년)

1989년 11월의 이사회결의²²⁾는 단일시장의 완성으로부터 발생한 소비자의 이익을 다시 한 번 강조하고 있다. 또한, ‘소비자정책을 위한 유럽위원회의 제1차 3개년 행동계획’²³⁾(대상기간: 1990~92년)에서도 단일시장에 대한 소비자의 신뢰를 얻는 것에 도움이 된다는 이유에서 주요한 대상분야로서 소비자정보, 소비자안전, 소비자 거래 등이 선택되었고, 소비자정책은 단일시장정책에 이바지하기 위한 것으로 다루어지고 있다.²⁴⁾

20) The Council resolution of 23 June 1986., OJ 1986, C 167/1.

21) Weatherill, Stephen, *EU Consumer Law and Policy*, Edward Elgar, 2005, p.9.

22) The Council resolution of 9 November 1989., OJ 1989, C 294/1.

23) The three-year action plan for consumer protection policy in the European Economic Community (1990-1992) (COM(1990)98 final)

24) Weatherill, 앞의 책, p.10. ; Nebbia and Askham, 앞의 책, pp.28-29.

3) 제2차 3개년 계획(1993~1995년)

소비자정책을 단일시장정책에서 분리한 마스트리히트 조약이 채택된 후의 ‘제2차 3개년 행동계획’²⁵⁾에서도 소비자정책의 필요성은 단일시장과 연관되어서 다루어졌다. 이 계획은 소비자의 단일시장에 대한 신뢰를 높이기 위한 중요한 고려분야(소비자정보, 사법적 접근, 소비자의 건강과 안전 등)에서 유럽공동체가 떠안아야 할 역할에 대해 기술하여 완성된 단일시장에서 EU시민이 소비자로서 적극적으로 행동할 수 있도록 함에 주력하는 것이었다.

위와 같이 1970년대부터 1990년대 중반까지는 EU에서의 소비자보호의 필요성이 명확하게 인식되고 정책의 기본원칙이 정하여졌다. 이와 더불어 이 시기는 조약에 의한 법적인 뒷받침의 부여와 단일시장정책의 영향을 받아 소비자정책의 기초가 확립한 시기였다.

3. 확장기 : 소비자정책의 발전 · 강화

EU 소비자정책의 기초는 1990년대 중반까지 거의 확립되었다. 1990년대로부터 지금에 이르기까지의 기간에는 EU회원국의 확대와 BSE 문제 등의 새로운 위협의 출현으로 인해 EU 소비자정책은 질적인 변화를 가져왔다. 이하에서는 그 발전 · 강화의 과정을 간략히 살펴보기로 한다.

(1) EU확대와 소비자정책

1987년의 단일유럽의정서 이후 단일시장의 발전에서 소비자보호는 당연한 것이라는 정책이념과 EU 역내에서 높은 수준의 소비자보호를 보증한다는 정책목표는 지금까지 이어져 오고 있다. 1990년대 후반부

25) The second Commission three-year action plan 1993-1995 (COM(1993)378 final).

터는 ‘소비자정책으로서의 독립된 강화’(소비자정책의 질적 전환)가 도모되었다.

이 시기에는 BSE문제로 시장에서 유통되는 제품·서비스의 안전성의 결여가 소비자에 심각한 영향을 끼침에 따라 대응책의 부재가 큰 사회적 문제가 되었다. 이러한 상황에서 EU 역내에서의 ‘공통된 높은 수준의’ 보호를 실현하기 위해 소비자정책의 강화에의 요청도 높아지고 있다.

확대를 계속해온 EU에서 유효한 소비자보호를 행하기 위해서는 우선 회원국이 협력하여 소비자정책을 추진할 필요가 있다. 특히 소비자의 생활의 안전에 연관된 분야에 대해서는 단일시장의 형성에 부수적인 것이 아닌 소비자보호를 최우선으로 한 대책을 구하는 것도 필요하게 되었다. 구체적으로는 (A) 소비자보호의 관점을 다른 분야의 정책에도 침투시키는 것 (특히 식품안전과 보건 등의 분야에서는 ‘소비자정책’으로 각각의 대책을 종합적으로 추진한다) (B) 소비자의 관점에서 본 이익보호를 행할 것(그 수단으로 소비자정책 추진에 소비자참가를 촉진한다)이 중요한 초점이 되고 있다.

아래에서 유효한 소비자의 보호를 위한 필요한 점을 정리한다.

1) 회원국간의 협력

소비자보호를 확실하게 하기 위해서는 지침의 제정만이 아닌 그 집행·정착을 향한 회원국간의 협력과 공동체에 의한 회원국 지원도 중요하다. EU의 확대과정에서는 회원국간의 다양한 격차가 문제되었고 소비자보호분야도 예외가 아니었다. 협력의 강화에는 그러한 격차를 좁히는 것도 있다고 할 수 있다.

회원국간 협력의 근간은 1985년 유럽위원회의 통신문²⁶⁾에서 찾아볼 수 있다. 이 통신문은 소비자대책의 개선을 위해서는 입법의 촉진만이

26) A new impetus for consumer protection policy(COM(1985)314 final).

아닌 각 회원국이 법률을 적절하고 효과적으로 시행할 수 있는 특별한 배려가 필요하고 이를 위해서 보다 긴밀한 회원국간의 협력이 부족하지 않도록 할 것을 처음부터 명확하게 인정했다. 공동체차원에서의 대책의 강화는 소비자보호정책이 발달하지 않았던 남부유럽회원국(그리스 등)에서 소비자보호의 수준을 향상시키는 효과도 있었다고 할 수 있다.

그 후 마스트리히트 조약과 제2차 3개년 행동계획 등에서도 회원국의 정책시행의 지원, 회원국간의 협력을 발전시키기 위한 분석의 촉진 등이 계속되었다. 또한 중동부유럽의 후발회원국이 소비자정책을 발전시키기 위한 지원도 중시되었다.

2) 소비자보호 관점의 반영

EU의 다른 분야 정책에도 소비자보호의 개념을 도입하는 것은 이전부터 소비자정책의 목표가 되어 왔다. 1986년 12월에 채택된 ‘다른 공통정책에의 소비자정책의 통합에 관한 이사회 결의’²⁷⁾는 공동체의 다른 분야의 정책에 대해서 소비자의 이익의 고려, 소비자정책과 단일시장정책, 다른 공통정책 등을 보다 좋은 방법으로 통합할 것을 목적으로 하고 있다.

3) 소비자정책의 추진에 소비자가 관여하는 것

소비자로서의 능력 강화와 소비자정책의 채택에 소비자 자신이 능동적으로 관여한다는 것은 1975년의 계획에서 고려되었다. 소비생활이 복잡화되고 소비자보호의 시점을 도입해야 할 분야가 확대됨에 따라 입법에 의한 규제에 그치지 않은 대책과 소비자정책에 소비자의 관점을 도입하는 것도 필요하게 되었다. 그 결과 소비자가 자주적이고 적절하게 행동하는 것과 소비자 정책의 추진에 관여하는 것이 중요하게 되었다.

27) The Council resolution of 15 December 1986., OJ 1987,C 3/1.

(2) 소비자정책의 질적 전환

1) 소비자정책의 강화

소비자정책의 지위를 확립한 마스트리히트조약은 1997년 암스테르담조약으로 개정되었다. 암스테르담조약은 소비자의 권리를 명확하게 나타내고 동시에 소비자 지원대책의 강화·충실을 목적으로 할 것을 확인하였다. 이 경향은 2001년의 니스조약과 유럽헌법조약, 기타 행동계획에서도 유지되고 있다.

(가) 암스테르담조약 (1999년)

1999년에 발효된 암스테르담조약에 의해 소비자보호분야에 관한 EU의 권한과 책임은 보다 강화되었다. 암스테르담조약 제153조 제1항은 ‘공동체는 소비자이익을 촉진시키고 소비자보호를 높은 수준으로 실현하기 위해 소비자의 정보를 얻을 수 있는 교육을 받을 권리 및 스스로의 이익을 지키기 위한 조직을 결성할 권리를 촉진함과 동시에 소비자의 건강·안전·경제적 이익에 공헌한다’고 정해져 있다. 이는 소비자정책의 목적을 명확하게 나타냄과 동시에 소비자의 권리에 밀접한 내용이며 소비자의 능력강화의 방향성을 볼 수 있다.

또한 제2항은 공동체가 다른 분야의 정책과 활동을 책정하고 실행할 때 소비자의 요청을 고려하는 것으로 하고 있다. 공동체 모두의 활동에서 일관된 소비자보호를 도모하여 다른 분야의 정책에 소비자보호의 관점이 반영되었다고 볼 수 있다.

또한 제3항 (b)는 ‘공동체는 각 회원국이 추구하는 정책을 지원, 보완하고 감시하는 시책으로 제1항에 언급된 목적의 달성에 공헌하는 것’이라고 하고 있다. 이는 BSE 위기에 따라 소비자의 건강·안전·경제적 이익의 위협을 사전에 제거하는 ‘예방원칙’의 근거를 명확화한 것이다.

(나) 니스조약(2001년) 및 유럽헌법조약

2001년의 니스조약과 유럽헌법조약에서 소비자정책의 방향성에 대해서는 암스테르담조약에 비해 큰 변화는 없다.

니스조약에서는 유럽위원회의 자문기관인 경제사회평의회에 소비자대표가 참가하는 것이 규정되어 있고(제165조, 제257조), 소비자정책추진에의 소비자참여를 촉진하는 방향성을 나타내고 있다.

유럽헌법조약의 제Ⅲ부 제120조 및 제235조는 암스테르담조약 제153조에 대응하는 내용을 정하고 있다. 유럽헌법조약에서는 2000년 EU의 기본적 권리헌장이 통합되고 기본적 권리헌장이 법적 구속력을 가지게 되었고 기본적 권리헌장의 제38조는 ‘EU의 정책은 높은 수준의 소비자보호를 확립하는 것’으로 정하고 있다. 여기에는 소비자보호의 관점이 반영되었다고 볼 수 있다.

2) 소비자정책의 전략적인 추진

EU 소비자정책은 마스트리히트 조약에 의해 독자적인 법적 근거를 부여받았으나, 그 후 한층 강화되고 있는 것은 1990년대 후반 이후에 채택된 소비자계획에 의한 것이라고 할 수 있다. 또한 ‘건강·소비자보호전략 2007-2013’은 소비자정책을 보건 분야의 정책과 조합하여 추진한다는 방향성을 내세운다는 점에 특징이 있다.

(가) 소비자중시의 자세

유럽위원회는 ‘제3차 소비자정책 3개년 행동계획 1996-1998’²⁸⁾(이하 ‘제3차 3개년 계획’이라 함)에서 단일시장정책으로부터 독립한 소비자정책의 중요성에 대해 언급함과 동시에 우선과제를 들었다. 이후의 ‘소비자정책행동계획 1999-2001’²⁹⁾과 ‘소비자정책전략 2002-2006’³⁰⁾에

28) Priorities for Consumer Policy 1996-1998 (COM (1995) 519 final).

29) Consumer Policy Action Plan 1999-2001 (COM (1998) 696 final).

나타난 소비자정책은 단일시장이 소비자에게 가져오는 이익의 최대화와 높은 수준의 소비자의 건강·안전·경제적 이익의 증시 등을 목표로 하고 있다.³¹⁾ ‘소비자정책전략 2002-2006’에서 소비자의 이익은 EU의 정책 책정의 중심에 위치한다고 명시하고 있다.

소비자보호 촉진의 관점에서 보면 이 시기에는 소비자가 정책추진에 참여하는 것과 소비자의 자립을 촉진하는 움직임이 두드러졌다. 암스테르담조약에서는 정보를 습득할 수 있는 교육을 받을 소비자의 권리, 스스로 이익을 지키기 위한 조직을 결성할 수 있는 권리 등을 지원할 공동체의 의무가 규정되어 있다. 제3차 3개년 계획과 ‘소비자정책행동계획 1999-2001’, ‘소비자정책전략 2002-2006’에서도 소비자교육과 소비자에의 정보제공의 강화 등을 통해 소비자의 자립 촉진, 정책결정에 대한 발언력의 강화가 도모되고 있다.

또한 ‘소비자정책전략 2002-2006’은 다른 분야와 연대하지 않고는 소비자정책이 발달할 수 없다고 하고 있다. 이에 다른 분야의 정책에 소비자 이익을 반영시키기 위해 모든 공동체의 정책에 보건 및 소비자 정책의 목표를 포함시키고 있다.

(나) 최근 전략 및 계획의 동향

2005년 유럽위원회는 2007년 이후 소비자정책의 방향성을 나타내는 새로운 ‘보건·소비자보호전략’³²⁾을 채택했다. 이 전략의 특징은 소비자 안전을 확보하기 위해 소비자 관련 정책과 보건분야의 대책을 조합하여 추진하는 것을 목적으로 하고 있는 점이다. BSE 문제가 심각하게 된 1996년 이후, 식품안전정책과 농업정책을 포함한 소비자 관련 정책이 소비자보호의 관점에서 재편되었다. 이러한 움직임은 소비자

30) Consumer Policy Strategy 2002-2006(COM(2002) 208 final).

31) Weatherill, 앞의 책, pp.23-24.

32) "Healthier, Safer, more confident citizens: a health and consumer protection strategy" and Proposal for a Decision establishing a programme of Community action in the field of Health and Consumer Protection 2007-2013 (COM (2005) 115 final).

보호의 개념을 인접영역에도 반영시키는 것으로 소비자정책의 질적인 강화를 도모하는 것이 가능하게 하였다.

‘보건·소비자보호전략’에서는 소비자보호와 보건위생분야의 공통목표로서 다음의 3가지를 들고 있다.

- ① 개인이 통제할 수 있는 범위를 넘어 개개의 회원국이 단독으로는 효과적으로 대처할 수 없는 위험과 위협(건강에의 위협, 안전성을 결여한 구조물, 불공정한 상거래)으로부터 시민을 보호한다.
- ② 시민이 자신의 건강과 소비자이익에 대해 보다 나은 결정을 내리는 능력을 증대시킨다.
- ③ 건강과 소비자문제를 정책책정의 중심에 두기 위해 모든 공동체의 정책에 건강과 소비자목표를 포함시킨다.
- ④ 모든 EU 소비자에게 안전과 경제적 이익에 대한 위협에서의 공통된 높은 수준의 보호를 보증하는 것.
- ⑤ 소비자가 스스로의 이익을 증진시키는 능력을 높인다. 즉 소비자의 자조노력을 지원하는 것.

상기 ②와 ⑤는 시민이 스스로 판단할 수 있는 능력을 증진시키려는 것이고, 소비자의 자립촉진의 관점이 존재하고 있다. 또한 ③에서는 소비자보호의 관점 반영을 엿볼 수 있다. 또한 2006년에는 소비자정책에 관한 상세한 계획 ‘소비자정책 분야에 관한 공동체의 행동에 관한 계획(2007-2013)’³³⁾이 채택되었다. 계획의 목표는 암스테르담 조약 제153조의 내용에 더해 그 실현을 위해 중요한 행동으로서 다음을 열거하고 있다.

- ① 소비자정책의 기초가 되는 데이터와 정보의 수집·분석을 촉진하고, 정책에 소비자 이익을 좀 더 반영시키기 위한 소비자단체에

33) Decision 1926/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 establishing a programme of Community action in the field of consumer policy (2007-2013), OJ 2006, L 404/39.

- 의 지원을 행함에 따라 높은 수준의 소비자보호를 확보하는 것
- ② 회원국의 소비자보호법의 실시에 관한 협력과 소비자에의 정보·조언의 제공, 소비자교육을 통해 소비자보호관련규칙을 효과적으로 적용하는 것

이 계획에도 앞에서 열거한 회원국 간의 협력, 소비자의 관여 등의 관점이 나타난 것이라고 할 수 있다.

이상과 같이 현재 및 이후의 EU 소비자정책은 질적 강화의 방향에 있다. 소비자에 관한 다양한 분야의 정책을 종합적으로 진행함과 동시에 소비자정책추진에의 소비자의 참가를 중시하는 경향을 선명하게 나타내고 있다.

제 2 절 EU 소비자법의 법원

1. EU의 입법과 입법주체³⁴⁾

국가간 연합으로서의 EU도 입법권한을 지니는 기관, 입법절차, 입법의 형태, 입법의 영역에 관한 규정 등을 EU설립조약이나 그 하위규범을 통하여 정하고 있다. 이러한 EU의 법질서는 국가간의 연합이라는 특성상 개별국가의 법질서와는 약간 다른 구조와 형태를 지니고 있다.

개별국가는 헌법이 최고상위법이지만 아직 EU헌법이 확정되지 않은 EU의 경우에는 EU조약을 최고 상위규범으로 하고 있다. 최초의 유럽공동체를 가능하게 한 조약은 베네룩스3국과 독일, 프랑스, 이탈리아간에 1951년에 체결된 유럽석탄철강공동체(ECSC)조약과 1957년에 체결된 유럽경제공동체(EEC)조약과 유럽원자력공동체(Euratom)조약으로서 이는 ‘로마조약’이라고도 불리며, 1958년 1월 1일부터 발효되었

34) EU 소비자법의 입법과 입법주체에 대해서는 홍완식, “유럽연합의 입법에 관한 연구”, 『법제』2004년 12월호 참조.

다. 그러나 현재의 EU의 토대가 되는 조약은 1992년 2월 12개 유럽공동체 회원국이 네덜란드의 마스트리히트에서 체결한 일명 ‘마스트리히트조약’이며, 동 조약이 각국의 비준을 거쳐 1993년 11월 1일부터 발효됨으로써 EU가 탄생하였다. 이후 1997년 10월 2일에 네덜란드의 암스테르담에서 EU조약과 전술한 3개 공동체설립조약을 개정하기 위한 일명 ‘암스테르담조약’이 체결되었고, 이 또한 각국의 비준을 거쳐 1999년 5월 1일부터 발효됨으로써 EU은 보다 더 많은 분야에서 강한 결속력을 갖추게 되었다. 2001년 2월 26일에 체결된 ‘니스조약’은 이러한 EU조약을 약간 수정한 개정조약이라고 할 수 있는데, 동 조약은 2003년 2월 1일부터 발효되었다. 동유럽회원국을 중심으로 하는 10개국이 2004년 5월 1일에 새로이 EU의 회원국으로 가입하여 현재 EU의 조약과 법이 적용되는 EU 회원국의 수는 27개국이다.

EU의 규범체계는 EU의 설립을 가능케 하고 EU의 기본조직 및 기본원리 등을 규정하고 있는 EU조약 등의 제1차 규범과 이를 구체화하는 제2차 규범으로 나누어진다.

EU의 제1차 규범인 EU조약 등의 하위에 위치한 EU의 주된 법원(法源)에 대하여는 법률(Act, Gesetz)이라는 용어가 사용되지 않고 규칙(Regulation, Verordnung)이라는 용어가 사용되고 있다. 개별국가의 국내입법처럼 EU은 EU의 창설목적을 달성하기 위하여 공동체의 기관에 입법권한을 부여하고 있으며, 이러한 EU의 입법자는 입법권한의 행사를 통하여 EU 회원국과 회원국 국민을 법적으로 규율하고 있다.

EU의 중요한 기관으로는 이사회(Council), 유럽의회(European Parliament), 유럽위원회(Commission), 유럽재판소(Court of Justice of the European Communities), 감사원(Court of Auditors) 등을 들 수 있다.

EU의 경우에는 그 발전과정과 국가간의 연합이라는 특성이 있기 때문에 개별국가와는 약간 상이한 권한의 배분과 업무분담이 이루어지고 있다. EU에서는 유럽의회가 실질적 입법권을 지니고 있다고 하

기에는 그 권한이 미약하다. EU의 입법권한은 회원국의 각료로 구성되는 이사회, 유럽위원회 및 유럽의회에 분점되어 있다고 할 수 있으나, 실질적으로는 이사회가 강력한 입법권한을 가지며 유럽의회는 입법권한은 제한적이다. EU의 입법권한은 이사회 중심적이다.

EU의 이사회 및 유럽위원회는 EU 조약의 범위 내에서 입법권한을 행사한다. 이사회는 EU 조약의 규정에 의하여 규칙을 제정하는 권한을 행사하며, 유럽위원회는 이사회의 위임을 받아서 규칙을 제정할 수 있다. 이사회는 중요한 사항에 관한 입법권을 행사하고 유럽위원회는 위임입법권을 행사한다고 할 수 있다. 이처럼 EU의 입법적 기능은 기본적으로 이사회와 유럽위원회가 주도적으로 담당하고 있는 것이다.³⁵⁾

2. EU법의 법원

(1) 법원의 종류

EU 소비자법의 법원(法源)은 일차적 법원(primary sources, Primäres Gemeinschaftsrecht)과 이차적 법원(secondary sources, Sekundäres Gemein-

35) EU의 소비자정책의 실제 추진함에 있어서 중심적인 역할을 부과한 유럽위원회의 행정조직도 소비자정책의 발전에 따라 서서히 강화되어왔다. EU에서의 최초의 소비자정책 담당부문은 1968년에 유럽위원회의 경쟁총국(경쟁정책을 담당)에 설치된 ‘소비자보호유닛(consumer protection unit)’이다. 이 부문은 파리회원국정상회담 후인 1975년에 환경·소비자보호·원자력안전관리총국으로 이관되었다. 이후 1989년, 환경·소비자보호·원자력안전관리총국에서 소비자부문이 독립하여 ‘소비자정책국’(consumer policy service)이 설치되었다. 이 시기까지는 큰 계획이 시행되는 부서의 개조가 이루어지는 경향도 있었다. 1995년 소비자정책국은 소비자보호만을 담당하는 총국인 ‘소비자정책총국’(directorate-general for consumer policy)으로 변경되었다. 이에 따라 소비자정책은 조약레벨에서 뿐만 아니라 유럽위원회 레벨에서도 단일시장 정책과 공통농업정책 등과 같은 지위를 부여받게 되었다. 1990년대 후반 이후에는 BSE 문제가 소비자정책담당부문의 개편에도 영향을 끼쳤다. 1997년에는 보다 유효한 소비자보호정책추진을 위한 상하관계 단절 배제의 일환으로 소비자정책총국은 ‘소비자정책·소비자보건보호총국’(directorate-general for consumer policy and consumer health protection)으로 개편되었다. 또한 1999년에는 ‘보건·소비자보호총국’(directorate-general for health and consumer protection)이 탄생하였다. 이에 대해서는 橫内律子, 앞의 논문, 156쪽.

schaftsrecht)으로 나누어 볼 수 있다. 이외에도 EU소비자법의 법원은 원칙적으로 성문법이지만 불문법도 EU소비자법의 법원으로 인정된다. EU소비자법의 불문법원으로서 EU법원의 판례법 및 법의 일반원칙을 들 수 있다. 이는 적용할 EU소비자법이 없거나 유럽재판소 등에서 EU소비자법을 해석하는 경우에 적용되어진다. EU소비자법의 법원으로는 EU를 창설하고 존속시키는 여러 가지의 조약들이며, 이차적 법원으로는 이러한 조약에 의하여 EU의 입법권을 가지고 있는 기관이 입법한 법령들을 의미한다. 일차적 법원과 이차적 법원의 관계는 일차적 법원은 이차적 법원의 근거가 되며, 이차적 법원이 유효한가를 판단하는 유효성의 판단기준이 된다. EU의 입법행위는 EU 설립조약의 하위에 위치한 부차적 법원이라고는 하지만, 회원국과 회원국의 국민에게 적용된다는 점에서 중요한 공동체법의 법원이라고 할 수 있다.

EU소비자법의 일차적 법원으로는 EU의 설립근거가 된 3개의 조약 즉, 유럽석탄·철강공동체조약(ECSC), 유럽경제공동체(EEC), 유럽원자력공동체(Euratom)와 그 이후에 체결된 마스트리히트조약과 암스테르담조약, 니스조약 등을 들 수 있다.

EU소비자법의 이차적 법원으로는 EU의 입법기구가 제정하는 법규범을 의미한다. EU소비자법의 입법형태는 「규칙(Regulation, Verordnung)」, 「지침(Directive, Richtlinie)」, 「결정(Decision, Entscheidung)」, 「권고(Recommendation, Empfehlung)」 및 「의견(Opinion, Stellungnahme)」의 다섯 가지가 있다.

(2) 규 칙

규칙(Regulation, Verordnung)은 법적으로 구속력을 지니는 입법이다. 규칙은 EU소비자법의 2차적 법원 중에서 중요한 법규범의 형태이다. 이러한 규칙은 다음과 같은 특성을 지닌다.

첫째, 규칙은 일반적으로 적용된다. 일반적으로 적용된다는 것(*general*

application)은 규칙이 적용되는 상황과 그 법적 효과가 비개별적 즉, 일반적이라는 것이다. 규칙이 일반적으로 적용된다는 점에서 개별적인 적용성을 지니는 지침이나 결정과는 차이가 있다. 둘째, 규칙은 그 전체로서 법적인 구속력을 지닌다. 회원국은 규칙의 일부 조항에 대하여 효력발생의 유보를 둔다든가 규칙의 내용 중에서 자신의 국가에 유리한 내용만이 효력을 지니도록 하는 등 규칙에 대한 예외를 둘 수 없다. 이와 같은 규칙의 성격은 지침의 이행조치를 비교적 자유로이 선택할 수 있는 지침과 구별되고 있다. 셋째, 규칙은 직접적으로 적용된다. 즉, 회원국이 국내법으로의 비준 등 별도의 조치를 취하지 않는다고 하여도 즉각적으로 법적 효력을 갖는다는 것인데, 이러한 점에서 규칙은 국제법상의 조약이나 EU소비자보호의 입법지침 등과 구별된다. 따라서 회원국이 규칙의 직접적용을 회피하기 위한 어떠한 회원국 국내법상의 입법조치를 취하는 것은 금지된다. 넷째, 규칙은 EU의 모든 회원국에서 적용된다. EU에서 채택하는 규칙은 EU 조약에 근거를 두게 되므로, 규칙은 원칙적으로 EU 조약이 효력을 미치는 범위에서 적용된다. 따라서 EU의 규칙은 EU 회원국의 영역 및 국민들에게 적용되는 것이다.

(3) 지 침

지침(Directive, Richtlinie)이란 EU의 회원국이 추구하여야 하는 정책 목표를 제시하고 회원국들로 하여금 국내입법을 통하여 그 수단을 마련하게 하는 것이다. 즉, EU 지침의 실행의 형태와 방법에 관하여 회원국의 의회가 결정할 수 있도록 하는 것이다. EU의 입법형식 중에서 지침은 소비자보호분야에서 유럽이사회와 유럽위원회가 가장 많이 제정하는 입법의 형식이다.

EU의 지침을 회원국의 의회가 결정하도록 하는 것과 관련하여, 보통은 결정의 시한을 정하고 있다. EU의 지침도 원칙적으로 구속력이 있

는 법규범이다. 그러나 규칙과 달리 “전부” 구속력이 있는 것이 아니고 회원국에 의하여 이행조치가 이루어지는 범위 내에서만 구속력이 있다. 이는 지침이 회원국의 입법조치로 인하여 “달성될 결과에 대해서만(as to the result to be achieved)” 구속력이 있다는 것이고, 그 이행 형식과 방법은 회원국에 일임되어 있다는 것이다. 즉, 지침에서는 EU가 달성하려고 하는 목표만을 수립하고, 회원국에서는 해당 국가에 적당하다고 생각하는 방법과 수단에 적합하게 그 정책목표를 이행할 수 있도록 하기 위한 것이다.

(4) 결 정

결정(Decision, Entscheidung)이란 특정 회원국이나 어느 개인, 단체 등에게 구체적이고 개별적인 명령을 발하는 것을 말한다. 이러한 결정은 그 결정이 내려지는 수범자들에게 전부 구속력이 있다. 결정의 ‘전부’가 구속력이 있다는 점에서는 규칙과 동일하고 지침과는 이 점에서 차이가 있다. 이처럼 결정은 특정한 수범자를 대상으로 하는 것인데 수범자는 단수 또는 복수의 회원국이나 회원국 내의 개인일 수도 있다. 수범자가 다수인 경우에는 당해 결정에서 그들을 일일이 지칭할 필요는 없고 수범자의 집단이 특정될 수 있을 정도면 된다.

(5) 권고 · 의견

권고(Recommendation, Empfehlung) 및 의견(Opinion, Stellungnahme)은 구속력을 지니지 않는 것으로 이는 EU의 정책을 수행하는데 있어서 회원국의 행동을 정책목적에 부합하도록 유도하는 기능을 한다. 권고와 의견은 주로 회원국정부를 대상으로 하지만, 개인과 기업·단체를 대상으로 하기도 한다. 권고와 의견의 차이점이 명백히 규정되어 있지 않다. 그러나 대체적으로 권고는 구속력이 없다는 점에서 지침

과 다를 뿐이며, EU의 법규와 회원국의 국내법규를 조화시키기 위한 간접적인 수단으로 평가되고 있다. 이에 반하여 의견은 특정한 문제에 대한 구속력을 지니지 않는 ‘관점의 표명’인 것으로 평가되고 있다.

EU은 결의(Resolution)라는 형식으로 그 입장표명을 하는 경우가 있다. 결의가 EU의 법원인가에 관하여는 다툼이 있는데, 결의란 특정사안에 대한 EU의 입장을 확인하는 구속력을 지니지 않는 문서이다.

3. EU 소비자보호지침

(1) 서

EU 소비자보호지침의 제정이 촉진된 주요한 요인으로 조약에 지침 제도의 근거가 정해진 것, 조약의 개정에 따른 지침제도에 관한 각 주체의 권한이 강화된 것을 들 수 있다. 또한 실질적인 면에서 단일 시장정책을 촉진하기 위해서도 필요하였다. EU 소비자정책의 촉진은 단일시장의 형성과 결부되어 구체적인 소비자관련의 대책도 역내에서 제품과 서비스의 원활한 이동에 이바지하는 것 등이 선행적으로 실현되었다. 단일시장의 완성을 중시하는 경향은 1993년의 마스트리히트 조약의 발효까지는 두드러졌으나 이후 소비자보호의 관점이 보다 중시되고 소비자의 경제적 이익의 보호와 포괄적인 소비자 안전대책도 서서히 정비되었다. 이때까지는 사전의 규제보다도 소비자에의 정보 제공과 사후적인 구제조치를 충실히 하는 방법을 우선시하는 경향도 있었다. 그러나 최근에는 소비자의 자립을 추구하고 BSE 등의 문제에 따른 지침 제정 이외의 대책을 포함한 사전의 규제책이 넓은 범위에서 정비되고 있다. 또한 EU 소비자보호지침의 대상 분야에서도 제품·서비스의 안전성에 관한 것뿐만 아니라 사업자와 소비자의 거래에 관한 법정비가 진전되고 있다. 또한 EU소비자법의 형태의 면에서는 지금까지 개별 제품의 종류와 거래의 형태 자체에 책정된 좁은 범

위의 규정이 소비자중시의 관점에서 주요 분야에 대한 일반법이 정비되고 포괄적인 규제가 이루어지게 되었다.

(2) EU 소비자보호지침의 연혁³⁶⁾

1) 지침제정의 침체기

1980년대 중반까지 소비자보호지침은 거의 성립되지 않았다. 그에 따라 1985년의 유럽위원회 통신문은 EEC 설립조약에 소비자보호관련 의 명확한 기술이 없었기 때문에 공동체로서의 소비자정책의 추진이 법적인 근거를 결여한 것, 지침채택의 투표절차가 완전 일치한 것 등을 들고 있다.

2) 단일시장창설의 영향기

1980년대 중반 이후 소비자보호와 관련한 중요한 지침이 제정되었다. 이는 다음과 같은 이유에 따른 것이었다. ① 1987년의 단일유럽의 정서에 의해 소비자보호가 유럽위원회 활동의 목적으로 인식된 것, ② EU이사회의 지침채택에 대한 특정다수결제가 도입된 것, ③ 1993년의 마스트리히트조약에 따라 공동체의 소비자 정책을 추진하는 권한이 강화된 것, ④ 단일시장완성을 위해 소비자 정책이 강화된 것 등.

단일시장의 완성이 큰 목표가 되어있기 때문에 이 시기의 대책은 제품과 서비스의 자유이동에 관한 것이 우선되는 경향이 있었다. 제정된 지침도 개별분야에 관한 대상범위가 좁은 것이 대부분이었으나, 그 중 제품의 안전성에 대해서는 다른 분야에 앞서 포괄적인 일반법인 ‘제품안전일반지침’이 정해졌다.³⁷⁾

36) EU 소비자보호지침의 연혁에 대해서는 横内律子, 앞의 논문, 154쪽 이하 참조.

37) 이 시기에는 제품의 자유이동과 소비자보호의 양립에도 초점이 맞춰졌다. 그 하나의 예로 제품의 안전기준에 관한 대응을 들 수 있다. 단일시장에 안전한 제품을 유통시키는 수단으로서는 공통의 품질기준을 설정하여 회원국간의 차이를 해소하는 ‘표준화’와 품질기준 등을 통일하지 않고 회원국간의 차이를 서로 승인하는 ‘상

이 시기에는 단일시장의 형성에 따라 제품과 서비스의 안전성에 주목하고 소비자정책의 강화에도 영향을 끼쳤다. 그러나 다른 한편, 소비자의 경제적 이익과 법적 권리의 분야에서의 대처는 정체되었다.

3) 소비자안전의 중시기

이 시기에는 마스트리히트 조약에 의해 소비자정책의 법적 근거가 한층 강화되고 포괄적인 대책이 가능하게 된 외에 계약사회의 발전, IT화의 진전 등의 영향으로 소비자계약관련 지침의 제정이 촉진되었다. 규제의 대상도 개별의 거래형태에 관한 것뿐만 아니라 소비자와 사업자의 계약 일반에 적용 가능한 ‘불공정계약조항 지침’, ‘금지청구 지침’, ‘불공정상거래행위 지침’ 등의 중요하고 포괄적인 지침이 제정되었다. 또한 소비자안전에 관한 지침이 재인식되었다. 이는 BSE 문제의 발생을 계기로 1990년대 후반, 소비자 안전에의 관심이 높아진 것도 하나의 원인이 되었다. 식품안전분야에서는 2002년에 ‘일반식품 법규칙’이 제정되었다. 제품안전의 분야에서도 2001년에 제품안전일반 지침이 개정되고 제품의 안전성에 관한 생산자와 유통자의 의무가 강화되었다. 또한 제품안전일반지침의 개정에서는 증대하는 소비자의 안전에의 위협에 대처하기 위한 회원국간의 협력으로 제품에 의한 피해

호승인’등이 고려되었다. 전자에 비해 후자는 자유도가 높고 제품의 원활한 유통을 가능하게 하는 점에서는 현실적이라 할 수 있으나 유럽위원회는 둘 다 병용한다. 표준화에 관해서는 제품의 품질과 안전성에 대해 EU 공통기준을 설치하는 ‘뉴어프로치(new approach)’의 방식에 따라 제품 분야에 뉴어프로치 지침으로 불리는 지침이 제정되었다. 지침은 제품의 안전성 등을 지키기 위한 최소한의 ‘필요요구사항’을 정하고, 이를 충족한 통일규격을 각분야의 유럽표준화기구가 규정하였다. 이러한 구조에서는 규제가 유연하고 단순하게 되어 신제품을 시장에 원활하게 도입할 수 있는 등 단일시장의 활성화를 촉진하는 이점이 있다. 한편 소비자보호의 관점에서 보면, 구체적인 기준의 제정이 표준화기구에 위탁되어 있기 때문에 소비자이익이 반영되지 않을 우려가 강하게 되었다. 따라서 이를 방지하기 위한 대책(기준책정에 소비자단체가 참여하는 등)의 요청이 이루어졌다. 상호승인에 대해서도 이 원칙이 도입되면 자국보다 낮은 안전기준밖에 만족시키지 못하는 제품을 구입한 소비자가 단일 시장에서의 신뢰를 잃는 것도 생각할 수 있다. 이러한 의미에서 소비자보호대책의 강화의 필요성이 재인식되었다.

를 미연에 방지하기 위한 위험정보의 수집·공유 제도가 도입되었다.

EU 소비자보호지침의 현황과 주요 내용은 다음과 같다.

<표 1> EU소비자보호지침의 현황과 주요 내용

년 도	지침명(약칭)	주요 내용
1984	오인광고 (450/EEC)	오인 가능한 광고를 규정
1985	제조물책임 (374/EEC)	제조자·수입업자에 제품의 하자로부터 발생한 손해에 대해 무제한적인 책임을 부과
	방문판매 (577/EEC)	소비자에 계약철회권에 대해 통지할 의무 등을 규정
1987	소비자신용 (102/EEC)	소비자에의 정보 공개 등에 관한 규정
1990	주최여행 (314/EEC)	광고의 기준, 취소시의 배상 등을 규정
1992	제품안전일반(59/EEC)	소비자제품전반의 안전성을 확보
1993	불공정계약조항 (13/EEC)	계약에 따른 사업자의 힘을 남용함으로써 소비자를 보호하기 위한 통일적인 법규정을 채용
	CE 마킹 (68/EEC)	안전성 기준에 따르는 제품에 마크를 부여
1994	시분할이용계약 (47/EC)	시분할이용계약에서 철회권 행사의 수속 등을 규정
1997	오인광고 (55/EC)	1984/450/EEC의 개정. 비교광고에 관한 규칙의 추가
	원격거래 (7/EC)	소비자에의 정보제공의무와 소비자의 무조건 철회 등을 규정
1998	소비자신용 (7/EC)	1987/102/EEC의 개정. 신용조건에 관한 규정. 통일적인 실질연리의 계산법의 도입 등
	금지청구 (27/EC)	부당한 판매행위를 방지하는 금지청구에 대해 규정

년 도	지침명(약칭)	주요 내용
	가격표시 (6/EC)	판매가격 등에 대한 표시의무 부과
1999	소비재매매(44/EC)	제품의 보증서 등에 대한 각국의 법령 정비
	제조물책임 (34/EC)	1985/374/EC의 개정. 미가공의 1차농산물을 적용대상으로 추가
2000	전자상거래 (31/EC)	사업자가 표시해야할 정보, 선전방법 등을 규정
2001	제품안전일반(95/EC)	1992/59/EC의 개정. 제품의 안전성에 관한 정보유통의 강화
2005	불공정상거래행위(29/EC)	소비자의 판단을 오도할 수 있는 행위와 집요한 권유 등 불공정상거래행위의 금지

제 3 장 EU의 주요 소비자보호지침들

제 1 절 방문판매지침³⁸⁾

1. 방문판매의 개념

방문판매지침(The Doorstep Selling Directive (85/577/EEC)³⁹⁾ 제1조 제1항은 방문판매에 관한 개념을 규정하고 있다. 방문판매계약이란 제품을 공급하거나 서비스를 제공하는 영업자와 소비자사이에서 체결된 계약 중 영업자의 영업장소 외, 즉 영업자가 준비한 야외행사에서, 또는 소비자의 명백한 요구나 희망에 의하지 아니한 영업자의 방문 중에서 소비자의 주거지 또는 다른 소비자의 주거지에서 만난 또 다른 소비자와 체결한 계약 등을 의미한다. 실제의 경우에는 이 지침에서 언급한 계약체결 장소는 훨씬 광범위하게 해석되기 때문에 방문판매의 대상으로 보호되는 소비자의 범위는 더 넓어진다. 이에 대하여는 제1조 제2항 이하에서 더 구체적으로 명시하고 있기도 하다.

지침 제1조 제2항은 소비자가 영업자의 방문을 요청하여 그 이후 제품의 공급이나 서비스의 제공에 대한 계약이 체결된 것 중에서 소비자가 방문의 요청을 했던 시점에는 그 영업자의 영업상 또는 직업상의 업무가 제품의 공급이나 서비스의 제공에 속한다는 사실을 알지 못하였던 경우라면 이도 또한 방문판매에 해당하여 동 지침이 적용된다고 규정하고 있다. 또한 제3항에 따라 소비자가 그 자신의 청약에

38) EU 방문판매지침에 대해서는 Schulte-Nölke, Hans and Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers edits., EC Consumer Law Compendium- Comparative Analysis-, 2007 [http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/comp_analysis_en.pdf], 165쪽 이하 ; 김은경, “EU의 방문판매규제의 과제와 전망”, 『방문판매제도의 규제와 전망』 한국기업법무협회·한국비교법학회 주최 세미나 자료집 (2007.9), 1쪽 이하 참조.

39) Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises.

대한 영업자의 승낙 전의 시점에 청약에 구속되지 않았음에도 불구하고 제1항과 제2항에서 정한 조건과 유사한 상황 하에서 한 청약을 했던 경우의 계약에도 이 지침이 적용된다. 그 외에도 제4항에 의해 제1항과 제2항에서 정한 조건과 유사한 상황 하에서 소비자가 계약적 청약을 한 경우에도 소비자가 자신의 청약에 구속되는 한 이 지침이 적용된다고 하고 있다.

2. 적용범위

지침 제1조에서 제3조 사이에서 이 지침이 어떠한 전제조건 하에서 적용되는지를 확정하고 있다. 즉 영업소 외에서 체결되는 계약과 관련하여 소비자를 보호하기 위하여 본 지침이 적용되는 것이다. 제1조가 지침의 일반적인 적용범위를 기술하고 있는 반면에, 제2조는 인적 적용범위를 정하고 있고, 제3조는 지침의 적용범위에 대한 예외적인 상황을 규정하고 있다.

(1) 지침의 인적범위

지침 제1조에 따라 지침은 제품을 공급하고 서비스를 제공하는 영업인과 소비자 사이에 체결한 모든 계약에 적용된다.

1) 소비자

지침은 제2조에 소비자를 정의하고 있는데, 이에 의하면 직업상 또는 영업상의 행위 외의 목적을 가지고 거래하는 자연인을 소비자라고 한다. 이 같은 협의의 소비자개념은 원래 법원으로부터 방문판매에 관한 사안의 해석기준으로써 이끌어내어진 것인데, 예컨대 주취여행지침과 같은 특정상황에서도 널리 광범위하게 해석기준으로 적용되었다.

2) 영업자/자영업자

지침에서 밝히고 있는 영업자는 영업상 또는 직업상 행위의 범주 안에서 해당 사업계약을 체결함으로써 거래를 하는 자로 영업자의 명칭과 계산으로 거래를 하는 자를 포함한다.

(2) 지침의 적용범위에 속하는 상황

지침은 제품을 공급하거나 서비스를 제공하는 영업자와 소비자 사이에 체결되는 계약에 적용된다. 지침 제1조 제1항에 따라 영업장소 외에서 영업자가 주최한 야외행사 즉 간소한 소풍 또는 소비자의 집에서나 또 다른 소비자의 주거지에서 하게 되는 것이나 소비자의 명시적인 희망에 의하지 않고 이루어진 소비자의 근무지 등에의 방문에 근거한 것을 말한다.

많은 회원국이 방문판매업에 대한 법의 적용범위를 확장하여 적용함으로써 소비자를 보호하려는 의지를 보였다.

지침 제1조 제3항과 제4항은 소비자가 방문판매 상황에서 한 청약에 구속력이 있는지의 여부를 묻지 않고 청약을 철회할 지위에 있음을 명백하게 하고 있다. 그러나 이 규정은 청약의 철회라고 하는 일방적인 의사표시로써 소비자를 보호하는 법률행위로 파악하기에 다소 불충분하다고 본다.

지침의 내용은 영업자의 방문상황에서 계약을 체결한 경우뿐만 아니라, 영업자가 소비자의 사적영역으로 방문을 하였으나 계약 자체는 영업자의 영업장소에서 체결한 계약의 경우도 포함하는 것으로 보는 경우가 대부분이다.

(3) 방문판매지침으로부터 예정된 예외상황

1) 금액에 의한 제한; 지침 제3조 제1항

지침 제3조 제1항에는 회원국을 위하여 총액 60 Euro가 넘지 않는 계약, 즉 소액을 대상으로 하는 계약은 국내법 전환의 적용범위로부터 제외하자는 내용을 담고 있다.⁴⁰⁾

2) 특정대상의 제한; 지침 제3조 제2항

지침 제3조 제2항에 따라 특정 유형의 계약에 대하여는 이 지침이 대상이 되지 않는다고 정하고 있다. 첫째 부동산의 건설, 판매, 임대차 및 기타의 다른 권리에 관한 계약, 둘째, 식료품이나 음료수 및 이동판매상으로부터 단시간에 그리고 규칙적으로 제공되는 일상용품의 공급에 대한 계약, 셋째, 다음의 세 가지 조건을 충족하는 것을 전제로 한 제품의 공급과 서비스의 제공에 관한 계약으로 세 가지 조건은 ① 소비자가 영업자의 대리인의 부재에도 불구하고 영업자에 대하여 비교적 상세히 알 수 있었던 경우에 그 영업자의 제품 카탈로그에 근거하여 체결한 계약, ② 영업자의 대리인과 소비자 사이에 소비자 또는 다른 자와 관련하여 추후에 체결되는 계약이 지속적인 부담으로 작용될 것이 예상되는 때, ③ 공급받은 제품을 적정하게 다룰 의무 외에 별다른 의무가 없는 한 공급자에게서 제품을 수령한 후 적어도 7일 이내에 반송하거나 이 기간 안에 계약을 해제할 권리를 분명하게 카탈로그와 계약을 통하여 소비자에게 알려 준 경우이다.

40) 이 내용을 적용시키지 않는 회원국에는 예컨대, 사이프러스, 체코공화국, 덴마크, 프랑스, 그리스, 헝가리, 라트비아, 룩셈부르크와 슬로바키아 등이다. 많은 회원국이 지침 제3조 제1항의 내용을 실제로 받아들였음에도 불구하고 소비자보호의 대상이 되는 총액에 대하여 여러가지 경계를 설정하고 있다. 60 Euro에 근접한 포르투갈이 있기도 하지만 많은 국가들이 20~30 Euro 정도에 그 경계를 삼고 있다.

3. 소비자보호수단

(1) 정보제공의무

지침 제4조에서는 영업자가 소비자에게 자신의 영업행위와 관련하여 제5조에서 정한 기간 안에 철회권을 가지고 있음을 서면으로 알리고 이때에 철회권이 실행될 가능성이 있는 자의 이름과 주소를 기재하여야 한다. 대개의 회원국은 지침상의 이 규정을 국내법으로 동일하게 전환하였으나, 몇몇의 회원국은 이 소비자보호수단에 해당하는 이 규정을 확대하여 전환하기도 하였다. 철회권의 존재에 대하여 지시를 하지 않은 영업자에 대하여 소비자를 보호하기 위하여 국내법규에 적합한 조치를 회원국은 취해야 한다는 것을 지침 제4조 4문에서 정하고 있다.

(2) 철회권

1) 철회기간

철회권을 행사하는데 있어 그 기한은 국가마다 다르긴 하지만 전반적으로 7일에서 15일까지이다.

유럽사법재판소의 판결⁴¹⁾에 따르면 철회권에 대하여 지도를 하지 않은 경우에 철회권 행사기간과 관련하여 어떤 식으로든 제한을 가한 것은 지침 제4조를 위반한 것으로 평가된다는 것이다. 그래서 체코공화국, 리투아니아공화국, 폴란드, 슬로베니아와 이탈리아는 동 지침의 규정을 위반한 것으로 판단한 바 있다. 이는 영업자가 철회권의 존재에 대하여 소비자에게 전혀 지도하지 않았거나 불충분하여 소비자 자체가 철회권 존재를 인식하지 못한 경우에 해당하기 때문에 철회권의

41) EuGH, Rs. C-481/99, Slg. 2001, I-9945.

존재를 인식하고 있는 경우에 있어서의 그 행사를 위한 기산점의 계산과 동일하게 볼 것은 아니라는 것에서 출발하는 것으로 보인다. 즉 이러한 경우는 근본적으로 철회권 행사의 문제가 아니라 동 계약의 무효로 보는 관점에서 이해하면 될 문제이다.

2) 철회기간의 기산점

철회권행사에 관한 기간과 관련하여 지침 제4조 1문의 취지에 따라 영업자로부터 철회권이 존재한다는 사실을 지도받은 때에는 적어도 7일 안에 철회권을 행사하여야 한다는 것을 지침 제5조가 정하고 있다. 즉 철회권 행사의 기산점은 영업자로부터 철회권에 대한 지도를 받은 시점부터 시작된다. 철회권의 행사의 기산점과 관련하여 회원국은 상당히 여러 가지 규정을 가지고 있다. 예컨대 오스트리아, 독일과 리투아니아공화국은 철회권에 대하여 지도를 받은 시점부터 시작하는 반면에, 스페인의 경우는 철회권에 대한 지도를 받은 후에 시작한다고 규정하고 있다. 그러나 아일랜드, 라트비아와 체코공화국은 계약체결과 함께 철회의 기산점이 시작된다고 한다. 또 다른 양상으로는 에스토니아와 폴란드의 경우로 계약체결과정이 개시되기 전에 철회지도를 받았다면 계약체결과 함께 시작하고, 그렇지 못하다면 철회지도를 받은 시점으로부터 시작한다는 것이다.

3) 도달주의 또는 발송주의

방문판매지침은 원격거래지침과는 반대로 소비자가 자신의 철회권을 적시에 행사할 수 있는 것처럼 정한 규정을 가지고 있다. 오스트리아, 벨기에, 덴마크, 에스토니아, 독일, 그리스, 헝가리, 이탈리아, 리투아니아공화국, 폴란드, 포르투갈, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인과 스웨덴은 철회의 의사표시에 대하여 기간을 지키는 것을 내용으로 하는 규정을 가지고 있는 반면에 프랑스의 규정은 발송규칙을 가지고

있지 않는데, 철회문서는 등기로 보내 우편 수령증을 보내져야하는 것인 바, 이를 통해서 우편이 우체국에 보내졌다는 것을 증명할 수 있기 때문이다.

4) 형식적 요건

소비자가 철회권 행사시에 충족해야만 하는 형식적 요건에 대해서는 회원국의 전환법에서 통일적으로 정한 것은 없다.

5) 철회의 법률적 효과

철회를 하기까지는 계약은 유효하다. 그러나 철회권을 행사함으로써 계약은 무효가 되는 것이다. 지침은 단지 회원국에게 소비자가 철회권을 행사함으로써 소비자가 철회된 계약으로부터 모든 의무에서 벗어날 수 있도록 하는 결과가 되도록 하는 것만을 요구하고 있기 때문에 구체적이고 현실적인 구성에 대하여는 회원국의 재량에 맡기고 있다. 지침 제7조는 철회의 법률적 효과를 국내법에 따라 규정하고 특히 제품과 서비스에 대한 대금의 반환과 수령한 제품의 반환과 관련하여 국내법을 마련할 것을 명백히 하고 있다.

이상에서 볼 때 철회기한의 기산점과 그 기간 및 철회의 법적 효과와 관련하여 국내규정의 다양한 차이는 결국 역내시장에서의 무역장애의 결과로 된다는 사실로 나타난다.

(3) 소비자권리의 실효성의 확보

지침 제6조에는 지침에 근거하여 인정된 제반 권리를 소비자가 포기할 수 없다고 정의하고 있다. 소비자가 방문판매지침에서 허용한 권리의 행사를 본인의 적극적인 의사표시로 포기하는 것 외에도 외부적인 작용에 의하여 포기가 유도되는 경우도 배제하기 위한 것으로 소비자 보호에 만전을 기하기 위한 소비자권리의 실효성을 확보하기

위한 하나의 합목적적인 측면의 규정이라고 생각된다.

그 외에도 지침 제8조에서 방문판매지침의 취지보다 더 소비자보호에 부합하는 소비자보호규정이 회원국에 공포되어 있거나 보유되어 있다면 그 소비자보호규정이 적용될 수 있음을 정함으로써 소비자권이 실제적인 보호를 받을 수 있는 근거를 제공하고 있다.

(4) 방문판매 영역에서의 기타 소비자보호수단

방문판매의 경우 철회권은 지침에 등장하는 유일한 소비자보호수단이다. 이와 관련하여 개별 회원국이 재량적으로 국내법에 보호수단으로 가지고 있는 제도에는 다음과 같은 것이 있다. 예컨대 슬로바키아는 방문판매활동시간에 대한 제한을 정하고 있는데 영업일은 8시부터 19시, 일요일과 공휴일은 10시부터 15시까지로 제한하고 있고, 추가적으로 영업자는 허가서를 가지고 있어야 한다. 몰타의 경우도 허가서가 필수적인데 방문판매업자가 허가서없이 영업을 한 경우에는 처벌의 대상이 되어 벌금이나 구금이 될 수 있다.

프랑스에서는 법률상담계약, 법률 문서의 작성 및 통신교육과정과 관련하여서는 방문판매영업이 금지되어 있다. 헝가리법에서는 소비자가 부과되는 제품, 종자 등의 씨앗, 의약품, 살충제, 가연성물질, 위험 폐기물, 고가의 금속 및 석재 내지 보석류, 야채, 과일 외의 생필품 및 기타 다른 법에 의하여 금지된 품목 등의 경우에 대하여는 방문판매가 엄격하게 금지되어 있다. 벨기에의 경우에는 방문판매에 관한 법 외에도 방문판매와 관련한 소비자보호수단을 포함하고 있는 다른 두개의 법이 더 존재한다. 이 법은 일명 이동판매법(Wandergewerbegesetz)⁴²⁾과 이동판매령(Königliches Dekret zu Wandergewerbe)⁴³⁾이다. 적용범위

42) Gesetz vom 25. Juni 1993 zu den Praktiken und der Organisation von Wandergewerbe- und Marktplatzaktivitäten

43) Das Königliches Dekret vom 24. September 2006 zur Ausübung und Organisation

는 주로 박람회 등과 관련되어 있다. 물론 방문판매업자와 그 대리인은 국가로부터 허가를 받아야만 영업을 할 수가 있다. 그 외에도 판매금지품목이 있는데, 의약품, 의료 및 정형외과용 기계, 광학기계 관련 제품, 고가의 금속 및 석재, 또는 보석, 무기 및 탄약 등이 해당된다. 방문판매영업은 8시부터 20시까지 시간적인 제약을 받는다.

4. 회원국의 국내법화 현황

회원국은 EU의 방문판매지침의 발효 전까지는 소비자보호를 위한 통일적인 법률이 존재하지 않았었다. 보호수준에 대하여는 국가마다 큰 차이를 보여주고 있었지만 그 중에서도 덴마크와 스웨덴과 같은 국가는 이미 고도의 보호수준을 유지하고 있었고 이 수준은 사실상 체코공화국, 폴란드나 헝가리와 같은 국가에는 현실적으로 존재할 수 없는 정도의 것이었다. 방문판매업 분야는 유럽위원회가 이에 관해 법규범을 제정할 의도를 갖기 전부터 몇몇의 국가에서는 이미 법률상의 규정의 대상이었다. 예를들면 룩셈부르크의 방문판매와 이동판매에 관한 법(1970), 스웨덴의 방문판매업법(1971)과 프랑스의 가정방문과 방문판매업에 관한 법 및 네덜란드의 방문판매법(1973) 등은 모두 철회권을 인정하고 있다. 그후에 덴마크(1978), 핀란드(1978), 오스트리아(1979)도 또한 방문판매업에 대한 규정을 공포하였다.

방문판매지침의 발효 후 바로 1987년에 덴마크가 당시 법의 간이개정을 통하여 법이 전환되었다. 반면에 독일은 1986년에, 포르투갈과 영국은 1987년에, 아일랜드는 1989년에, 그리스와 스페인은 1991년에 이와 관련하여 새로운 법을 공포하였다. 무엇보다도 신생 EU회원국은 EU에 가입을 준비하기 전에는 방문판매에 관한 내용과 비교될 만한 규범을 갖추지 않은 경우가 대부분이다. 사이프러스와 폴란드의 경우

von Wandergewerbe.

에만 계약과 계약상의 책임청구권에 대한 일반 규정만을 적용하고 있을 뿐이었다. 체코공화국은 법률 Nr. 377/2000로 민법전의 개정을 통하여서 비교할 만한 소비자보호규정을 가지고 있었다. 소비자보호영역에서 최초 규범적 기록은 라트비아에서 1992년 10월에 발효된 ‘소비자권리보호에 관한 법’이다. 그 이후로도 2000년에 리투아니아공화국, 슬로바키아 등이 이어서 방문판매업과 관련한 소비자보호에 관한 법을 제정했다. 반면 신생 회원국 중의 유일한 예외로서 몰타는 방문판매계약법을 이미 1987년에 공포한 바 있다.

제 2 절 주최여행지침⁴⁴⁾

1. 목 적

주최여행지침(Package Travel Directive (90/314)) 제1조에서 주최여행지침의 목적을 설명하고 있는데, 주최여행에 관련된 회원국들의 법률 및 행정규칙을 동등하게 하는 것을 목적으로 한다고 규정한다.

이 지침은 최소한의 수용 가능한 기준을 제시함으로써 주최여행에 관한 법들을 접근시키고 소비자보호를 위한 일반적인 최소 기준을 수립하는데 그 목적이 있다. 또한 그것은 EC회원국가에서 설립된 여행사의 경영자들이 다른 EC 회원국가에서 그들의 서비스를 제공함으로써 단일시장을 이루고, 동시에 EC 여행자들도 어떤 나라에서라도 패키지 여행을 구매할 때 조건을 상호 비교하여 각자가 취사선택하여 적용하도록 법률적인 골격을 제공하는 것이다.

주최여행에 관한 EC지침은 전문과 10개의 조문 및 부록으로 구성되어 있는데 각종 용어의 정의, 관광제품 안내책자에 수록해야 할 필수

44) 주최여행지침에 대해서는 Schulte-Nölke and Twigg-Flesner, Ebers, 앞의 보고서, 205쪽 이하 ; 신동숙, “패키지여행에 관한 EC 준칙의 고찰”, 『계명연구논총』제15집, 1997.3, 35쪽 이하 ; 노영상, “패키지여행에 관한 EC준칙”, 『논문집』(부산여자대학), 제26집, 2003.12, 101쪽 이하 참조.

정보, 주최여행 계약서 조항, 법적 의무에 관한 중요 사항, 관광불만 사항 처리요강, 도산에 대비한 업계의 재정 보증 문제 등을 주요 내용으로 하고 있다.

2. 개념 정의

(1) 주최여행

주최여행(Package Travel)의 개념에 관하여는 지침 제2조 1항에서 규정하고 있는데, 운송, 숙박, 기타 관광서비스 중에서 적어도 2개 이상이 사전에 준비되고 결합되어 일괄대금에 판매되는 것으로 여행기간은 최소 24시간 이상으로 1박의 숙박을 해야 한다.45)

45) 이에 대한 EC 사법재판소의 판결은, 주최여행지침 제2조 1항에서 말하는 ‘주최여행’의 개념이 여행대리점에 의해서 여행자 또는 특정의 여행자 단체의 의향과 특단의 요망에 따라서 조합된 여행을 포함한다고 해석할 수 있는가에 관하여, 동조는 여행대리점이 포괄적인 대금으로 판매하고, 동조 소정의 세가지의 노무의 급부 중 두가지를 포함하는 여행자에 대한 노무의 급부의 조합이고, 그 노무의 급부가 24시간을 넘는 것 또는 숙박을 포함하는 것이라면 ‘주최여행’에 해당한다고 하고 있다. 또한 이 정의는 여행자 또는 특정의 여행자 단체의 의향과 특단의 요망에 따라서 조합된 여행은 이 지침이 정하는 ‘주최여행’이라고 볼 수 없다고 할 어떠한 것도 포함되어 있지 않다고 하였다. 다음으로 지침 제2조 1항의 ‘사전에 준비된 조합’이라는 개념은 여행대리점과 여행자 사이에 계약이 체결된 시점에서 결정된 여행자에 대한 노무의 급부의 조합을 포함하는 것으로 이해하는가에 관하여, 본 판결은 주최여행지침 제2조 1항의 ‘주최여행’의 개념은 여행자의 특단의 요망에 따라서 조합된 여행을 포함하는 것이라고 해석할 수 있으므로, ‘주최여행’의 개념의 요소인 ‘사전에 준비된 조합’이라는 개념은 여행자에 대한 노무의 급부의 조합이 당사자 사이에 합의에 달하고, 계약을 체결하는 시점까지 당해 여행자가 표명한 의향에 기초하는 경우를 필연적으로 포함하는 것으로 이해하여야 하고, 주최여행지침 제2조 1항의 ‘사전에 준비된 조합’이라는 개념은 여행대리점과 여행자 사이에 계약이 체결된 시점에 결정된 여행자에 대한 노무의 급부의 조합을 포함하는 것으로 해석하여야 한다고 하였다.

(2) 여행주최자

여행주최자(Organizer)에 관하여는 지침 제2조 2항에서 “여행주최자란 주최여행을 조직하고, 주최여행을 직접적으로 또는 소매상을 통해서 팔고, 제공하는 사람을 말한다.”고 규정하고 있다.

여행주최자는 시장조사를 통해 주최여행을 구성하는 자로서, 본인 소유의 시설 또는 서비스를 제공하거나 부분적으로 다른 사람의 소유의 것을 가지고도 주최여행을 만들 수 있다.

(3) 소매상

소매상(Retailer)에 관하여는 지침 제2조 3항에서 “여행소매업자란 여행주최자가 개발한 주최여행을 직접 여행자에게 판매하거나 판매하기 위하여 신청을 하는 자를 말한다.”고 규정되어 있다.

소매상은 고객들에게 그들이 이용할 수 있는 주최여행의 종류에 대해서 상담을 하고, 예약 및 여행자들의 요구에 따라 여행을 판매한다. 대부분의 주최여행을 계약하는데 있어서 여행대리점(Travel Agency)은 소매상의 역할을 한다.

(4) 소비자

소비자(Consumer)에 관하여는 지침 제2조 4항에서 “소비자란 주최여행에 참가하거나 또는 참가할 것을 제의한 자(계약자 본인), 또는 계약자 본인이 자신을 대신하여 주최여행을 구매하는 것에 동의하는 자(타수익자), 또는 계약자 본인 또는 다른 수익자가 양도한 주최여행을 양수한 자(양수인)를 말한다.”고 규정하고 있다.

소비자가 위의 규정 중 어떠한 것에 속하더라도 이 지침의 소비자 보호규정의 잇점을 누릴 수 있다고 규정하고 있다.

(5) 계 약

계약(The Contract)에 관하여는 지침 제2조 5항에서 “계약이란 소비자를 여행주최자 또는 소매상과 연결시키는 합의를 말한다.”고 규정하고 있다. 약은 구두나 문서로 성립한다.

3. 여행계약조건과 그 내용

여행계약조건과 내용은 지침 제3조에서 규정하고 있는데, 제1항은 “여행주최자 또는 소매상에 의해 소비자에게 제공되는 주최여행과 관련된 기술사항, 주최여행대금 및 계약에 적용되는 그 외의 어떠한 조건도 오해를 불러일으킬 수 있는 어떠한 정보를 내용으로 해선 안 된다.”고 규정한다. 또한 제2항에서는 “소비자가 이용하는 주최여행과 관련된 출판물, 자료 등은 읽고 이해하기 쉬워야 하며 정확해야 한다. 대금과 기타 관련정보를 읽기 쉽고, 정확하게 이해하기 쉽도록 표현하여야 한다.”고 규정한다.

이어서 대금이외에 주최여행 안내책자에 수록해야 할 여행관련정보는 다음과 같다. 즉, (a) 사용되는 운송의 목적지, 수단, 특징 및 범위, (b) 숙박시설의 유형, 장소, 등급 및 서비스 수준과 특징, 해당 국가의 규정에 의한 관광숙박시설 지정 여부 및 등급, (c) 식사 계획, (d) 여행 일정, (e) 회원국 또는 해당 당사국의 국민에 대해서 여권, 비자의 요구 및 여행, 체재에 요구되는 건강에 관한 일반정보, (f) 현지 관광 제품에 대한 화폐 지불 금액, 또는 할인율 그리고 잔금 지불시기, (g) 주최여행이 시행되기 위해 필요한 최소정원 설정 유무 및 정원 미달로 인한 여행 취소 시 소비자에게 해당 사실을 통보해야 하는 최종기한

여행안내책자에 포함되어 있는 내용은 여행주최자와 소매상을 구속한다. 다만, 당해 사항의 변경이 여행안내책자에 명시되어 계약체결

전에 소비자에게 명확하게 전달된 경우나 계약당사자의 합의에 의하여 후에 변경이 이루어졌을 때는 예외이다.

(1) 여행정보의 제공

1) 정보제공

지침은 정보제공에 대하여 제4조에 규정을 두고 있다. 제1항 (a)에서는, 여행주최자 또는 소매상은 주최여행 매매계약체결 전에 회원국 또는 당해국가의 국민에게 적용되는 여권과 비자문제 등에 관한 전반적인 정보를 문서나 기타 적절한 방법을 통해 소비자에게 제공하여야 한다고 규정한다. 또한 동항 (b)에서는 여행출발 전에 다음과 같은 정보도 제공하여야 한다고 규정한다.

- (가) 중간 기착지나 교통수단을 갈아타야 할 장소, 도착 및 출발시간, 객실번호를 비롯한 숙박시설에 대한 상세한 내용
- (나) 여행목적지에서 도움을 청할 수 있는 해당 여행판매업체의 현지 대리점. 또는 업무대행사의 상호, 주소 및 전화번호
이처럼 대표자 또는 대리인이 없을 경우에는 어떠한 경우라도 여행주최자 또는 소매상은 비상 연락 전화번호를 비롯하여 비상시를 대비한 기타의 제반 정보 제공하여야 한다.
- (다) 미성년자가 혼자 해외여행을 할 경우 해당 어린이 또는 현지의 보호자와 직접 연락할 수 있는 정보
- (라) 여행도중 돌발의 사태로 인한 관광 취소나 사고 및 질병으로 여행자의 본국송환이 필요할 경우 필요경비를 전보할 임의의 보험계약의 체결에 관한 정보

2) 회원국의 계약원칙에 대한 보증

지침 제4조 2항은 회원국은 계약에 관하여 다음의 원칙을 적용하는 것을 보증하여야 한다고 규정한다. 즉,

(a) 계약은 개개의 주최여행으로 하여야 하고, 적어도 다음과 같은 요소를 내용으로 하여야 한다. 즉, i) 여행목적지 및 체재기간이 포함되어 있을 때에는 일정과 체재기간, ii) 사용될 운송수단, 특징 및 등급, 출발과 귀환일시 및 장소, iii) 주최여행이 숙박을 포함하고 있을 때에는 그 장소, 시설의 등급, 주된 특징, 해당국가의 규칙의 승인, 식사 계획, iv) 주최여행이 성립하기 위한 최소한의 인원과 취소될 경우 소비자에게 알려야 하는 최종기한, v) 여행일정, vi) 주최여행에 합의된 포괄대금에 포함되는 견학, 관광 또는 기타의 서비스, vii) 여행주최자, 소매상 및 경우에 따라서는 보험자의 명칭 및 주소, viii) 주최여행대금, 제4조 제4항에 의한 대금변동 가능성의 유무, 주최여행대금에 포함되지 않는 (공항에서의 양륙비, 항구에서의 승선비 또는 하선비, 출입국료, 여행세 등) 비용, ix) 지급계획 및 지급방법, x) 소비자가 예약할 때 및 쌍방이 합의할 때에 소비자가 여행주최자 또는 소매상에게 통지할 특별한 사항, xi) 계약불이행 또는 적절한 이행을 요구해야 할 경우 제출 기간

(b) 계약의 모든 조건은 서면으로 소비자가 알기 쉬운 방식으로 제시되어야 하고, 계약체결 전에 내용을 통지하고 소비자는 계약서사본을 수령하여야 한다.

3) 여행의 양도

지침 제4조 3항에서는, 소비자는 불가피한 사정으로 자신이 구매한 여행에 참가할 수 없을 경우 여행에 참가할 수 없는 불가피한 사정이 있음을 여행주최자 및 여행소매업자에게 적어도 일주일 전에 알리고

해당여행을 타인에게 양도할 수 있다고 규정한다. 또한 주최여행의 양도인 및 양수인은 공동으로, 그리고 각자 지불시기가 도래한 잔금의 지불 및 양도에 따르는 추가비용에 관하여 계약상대방인 여행주최자 또는 소매상에게 책임을 부담한다.

4) 대금변동

지침 제4조 제4항에서 여행대금은 계약서상에 대금을 인상하고 인하할 수 있다는 것을 명시하고 구체적인 수정대금산출 방법을 정확하게 기술했을 때, i) 연료비를 포함한 교통대금, ii) 공항착륙비나 공항세 등 특정서비스에 대한 대금 및 수수료, 세금, iii) 주최여행에 적용되는 환율에 한하여 변경할 수 있다고 규정한다. 그러나 계약상의 여행출발 전 20일 이내에 일체의 여행대금인상은 불가능하다.

5) 계약변경

여행주최자는 대폭적인 대금인상이나 동 지침 부록에 포함된 정보 등 여행 주요계약조건을 현저하게 변경해야 할 경우 가능한 한 빠른 시일 내에 소비자에게 변경 사실을 통보하여 소비자가 적절한 결정을 하도록 해야 한다(동지침 제4조 제5항). 소비자가 결정해야 하는 것은 일체의 위약금을 부담하지 않고 계약을 취소할 것인가, 또는 계약조건의 변경과 대금에 미치는 영향을 명시한 계약서 별첨조항을 받아들일 것인가이다. 소비자는 가능한 빨리 여행주최자나 여행소매업자에게 자신의 의사를 밝혀야 한다(동지침 제4조 제5항).

6) 소비자의 계약철회

여행주최자에 의한 여행계약내용의 변경이나 여행출발예정일 전 취소로 인하여 여행주최자가 주최여행계약을 해제한 때 소비자는 일정한 권리를 가진다(동지침 제4조 제6항). 즉 소비자는 여행주최자나 여

행소매업자가 해제한 해당 여행과 동등 또는 상위의 다른 대체제품을 제공하는 데 대해 수락할 수 있다. 만약 대체여행의 대금이 원래 제품보다 낮을 경우에는 차액을 환불받을 수 있다(동지침 제4조 제6항 a). 또는 가능한 빨리 소비자 자신이 지급한 전액을 환불받을 수 있다(동지침 제4조 제6항 b). 이런 경우, 소비자는 해당 주최여행의 출발에 필요한 최소정원미달로 여행계약에 해제되고 서면으로 적법한 기간 내에 해제통지를 받은 때, 또는 초과예약을 제외한 불가항력적인 일로 인한 여행취소 시를 제외하고는 여행주최자 또는 여행소매업자에 대하여 손해배상을 청구할 수 있다(동지침 제4조 제6항 이하).

한편 여행출발 후 계약상의 제반 여행서비스의 제공이 불가능하거나 불투명할 경우, 여행주최자는 소비자로부터 추가대금을 징수하지 않고 즉시 대체서비스를 준비해서 여행이 계속될 수 있도록 조치를 취하거나 필요한 경우에는 손해배상을 하여야 한다(동지침 제4조 제7항). 그러나 이것이 불가능할 때, 또는 소비자가 정당한 이유로 대안을 철회할 경우, 여행주최자는 최초 출발지점이나 양측이 합의한 장소로 동등의 운송수단을 이용해서 소비자를 귀환시켜야 한다.

7) 서비스의 불이행

제7항에 따르면, 출발 후에 계약에 따른 서비스의 상당한 부분이 제공되어 지지 않거나, 또는 여행주최자가 제공될 서비스의 상당한 부분이 진행되지 않을 부분에 대해 다시 주선할 수 없는 것이 예견되는 경우라면 여행주최자는 다음과 같이 하여야 한다.

- (a) 다른 계획을 준비하는 것이 불가능하지 않고, 소비자가 동의하고 다른 여행일정이 가능하다면 적절한 대안을 계획함으로써 소비자가 특별비용을 부담하지 않고 주최여행을 계속하도록 하여야 한다.
- (b) 소비자는 출발지나 약정된 도착예정지로 되돌아오도록 적절한

수송수단을 제공하여야 한다.

- (c) 약속된 서비스가 제공되지 않는 경우에 서비스의 불이행에 대해서 소비자에서 발생한 현저한 불편함에 대해서는 관련된 회원국가의 법에 따라 보상하여야 한다.

4. 여행주최자 등의 책임

지침 제5조에 따라 회원 국가는 소비자가 계약한 서비스가 여행주최자나 제3당사자에 의해서 정확하고 효과적으로 이행될 것을 보장하기 위하여 필요한 조취들을 취하도록 요구된다. 여행주최자는 계약에 따라 주최여행에서 실행되어야 하는 다양한 서비스가 그 계약된 방식으로 실제로 이행되도록 주최여행을 구성하여야 한다.

(제 1 항) 채무불이행 또는 불완전이행이 아래와 같이 여행주최자나 소매상의 과실로 책임을 전가 할 수 없거나 서비스의 다른 공급자의 과실로 전가할 수 없는 경우가 아니라면, 회원 국가는 계약당사자인 여행주최자와 소매상이 계약의 불이행 또는 불완전이행에 대해 소비자에 대하여 책임을 지도록 필요한 조취를 취하여야 한다.

(제 2 항)

- i) 계약의 이행에서 발생하는 실패가 소비자의 책임으로 전가할 수 있는 경우
- ii) 계약된 서비스의 규정과 관련 없는 제3당사자의 책임으로 전가할 수 있거나, 예견되지 않거나, 회피할 수 없는 경우
- iii) 제4조 제6항 2문에 정의된 것처럼 불가항력이거나 또는 아무리 주의를 다한다고 하더라도 예견할 수 없는 경우

(제 3 항) 주최여행과 관련된 서비스의 불이행이나 불완전이행으로 나타나는 손해에 대하여는 회원 국가는 그러한 서비스를 지배하는 국제협약에 따라 보상을 제한할 수 있다.

주최여행과 관련된 서비스의 불이행이나 불완전이행으로 나타나는 개인적 상해이외의 손해에 대하여는 회원 국가는 계약에 따라 제한된 보상을 허가할 수 있다. 그러나 그 보상은 불합리해서는 안 된다.

(제 4 항) 소비자는 현장에서 소비자 자신이 인지하는 계약의 불이행에 대하여 서비스의 공급자와 여행주최자와 소매상에게 문서나 다른 적절한 방식으로 적절한 시기에 통보하여야 한다.

이 의무는 계약서에 명백하게 기술되어야 한다.

5. 이의제기(Complaints)

소비자가 불만을 제기하면 해당제품판매자인 여행주최자, 소매상, 이들의 현지 대리점업체는 적절한 해결을 위한 신속한 노력을 하여야 한다.

여행주최자는 휴가지역에 여행주최자의 지점이 존재한다면, 특히 이의제기가 문제되는 경우에 소매상들의 이의제기를 위하여 최선을 다해야만 할 지점의 이름과 지점의 사람들과 접촉할 수 있는 방법을 소비자에게 문서에 의해 통지하여야 한다.

회원국가는 지방 여행당국이 공적이든지 사적단체이든지 간에 실질적으로 주최여행에 관한 소비자의 이의제기를 심사할 수 있도록 보장하여야 한다. 지방여행당국은 구제방법이 존재하지 않는다면, 중요한 이의제기의 증거를 기록하여 돕도록 하여야 한다.

본 조는 절차가 아직 확립되지 않은 회원국가에게 주최여행에 대한 소비자의 이의제기를 신속하고, 효과적이고, 저렴한 비용으로 다루는 절차를 만들도록 권고하고 있다.

6. 여행대금 및 귀환의 보증

계약당사자로서의 여행주최자 또는 소매상은 재정과탄 시 이미 지급된 여행대금의 환급 및 여행자의 무사귀환을 충분히 보장할 수 있

는 재정안정장치를 갖추어야 한다.

유럽위원회(The Commission)는 모든 회원국의 여행주최자가 공급하기로 계약한 서비스를 정확하고도 효과적으로 제공하지 않은 경우를 대비하여 보험에 가입하는 의무가 있다면, 일반 대중에게 더 좋을 것이라고 생각하였다.

위원회는 또한 주최여행의 주최자가 파산하는 경우에 소비자를 보호하는 보증기금을 모든 회원 국가에 설립하고자 하였다. 그런 보증기금은 이 지침 이전에 덴마크, 네덜란드, 아일랜드, 영국 등에서 이미 존재하고 있었다.

제7조는 또한 이미 지급된 금액의 보호를 규정한다. 여행주최자와 소매상은 파산의 경우에 대비하여 소비자의 보상을 위해 협의할 것이 요구된다.

7. 엄격한 규정의 채용

지침 제8조는 회원국가가 적용되는 분야에 있어서 소비자를 보호하기 위하여 좀 더 엄격한 규정을 선택할 수 있도록 허용한다.

8. 회원국의 국내법화 현황

국내법화의 기한내에 지침을 국내법화한 회원국은 영국, 프랑스, 네덜란드, 포르투갈 등의 4개국뿐이었다. 오스트리아는 1993년에 이 지침을 국내법화 하여 소비자보호법 제31B조 이하에 규정을 두었다. 그리고 독일은 이 지침을 국내법화한 ‘주최여행에 관한 1990년 6월 13일의 EC 이사회지침의 시행을 위한 법률’을 1994년 6월 24일에 공포하고, 7월 1일부터 시행하였다. 이 법에 의하여 여행주최자의 지불불능 또는 파산의 경우에 있어서의 여행자의 보호조치를 규정한 새로운 제651조 규정이 민법에 삽입되었다.

제 3 절 불공정계약조항지침⁴⁶⁾

1. 개 요

EU 각 회원국의 계약 조항을 심사하는 국내 법률, 규칙 및 행정규정은 국가마다 그 측정 수준이 다르고, 계약조항의 투명성과 불투명성에 따른 결과를 심사하는 데에 각기 다른 표준을 따르고 있었다. 기존 ECJ 판례법은 어떠한 계약 조항이 신의성실에 위배되는지에 대한 판단을 유보함으로써 계약조항의 판단 규범에 대한 조화를 이끌어 낼 수 없었다. 따라서 각국의 사업자는 EU 전체에서 통용되는 계약 법규를 이용하지 못하고 각 회원국마다 다른 법규를 이용하게 되었다. 이는 통합된 역내 시장의 원활한 작용에 명백한 장애가 되었고, 제공자들은 다른 국가의 소비자와의 거래에서 합리적 거래비용을 기대할 수 있는 정형화된 계약만을 수행할 수 있었다. 특히 소비자계약에서의 불공정 조항에 대한 회원국의 국내법은 큰 차이를 보이고 있었고 이러한 불평등을 해소하기 위해 역내시장의 설립과 다른 회원국의 법이 적용된 계약으로 물품 혹은 서비스를 취득하는 소비자로서의 시민을 보호하기 위해서 이사회는 본 불공정계약조항지침을 채택하게 되었다.

2. 목 적

불공정계약지침(Unfair Contract Terms Directive (93/13))은 판매자 또는 제공자와 소비자 사이에서 체결된 계약 내의 불공정 조항에 관한 각 회원국의 법률, 규칙 및 행정규정을 유사하게 하는 데에 있다(동지

46) 불공정계약조항지침에 대해서는 Schulte-Nölke and Twigg-Flesner, Ebers, 앞의 보고서, 327쪽 이하 참조.

침 제1조 a). 그러나 강행적 성질을 가지는 법률이나 규칙을 반영한 조항 및 회원국이나 공동체를 당사자로 하는 국제조약(특히 운수 분야)의 원칙 혹은 규정을 반영한 조항은 본 지침 규정의 적용을 받지 않는다(동지침 제1조 b).

3. 정 의

지침에서 불공정조항(unfair terms)란 동지침 제3조에서 정의된 계약 조항을 말한다(동지침 제2조 a)

또한, 지침에서 사용하는 소비자(consumer)는 ‘지침의 대상이 되는 계약에서 자기의 영업, 사업 또는 전문 직업 외의 목적으로 행위하는 자연인을 말하며 판매자 혹은 제공자(seller or supplier)의 개념은 공적인가사적인가에 관계없이 자신의 영업, 사업 또는 전문 직업에 관계된 목적으로 행위하는 모든 자연인 혹은 법인을 말한다(동지침 제2조 b,c).

4. 불공정조항

지침은 불공정조항에 대해 다음과 같이 규정하고 있다(동지침 제3조).

첫째, 개별적으로 교섭되지 않은 계약조항은 그것이 신의칙에 반하고 그 계약에서 발생하는 당사자의 권리의무에 현저한 불균형을 야기하여 소비자에게 불이익을 주는 경우는 불공정한 것으로 본다.

둘째, 조항은, 그것이 사전에 작성되고 그로 인하여 소비자가 그 내용을 변경할 수 없었던 경우, 특히 사전에 작성된 약관에 의한 계약의 경우는 언제나 개별적으로 교섭되지 않는 것으로 본다. 어떤 조항의 어떤 면 또는 어떤 특정조항이 개별적으로 교섭되었다는 사실은 계약전체를 평가하고, 거기에서도 사전에 작성된 약관에 의한 계약이라고 판단되는 경우는 계약 나머지 부분에 본조가 적용되는 것을 배제하지 못한다.

매도인 또는 공급자가 어떤 약관조항이 개별적으로 교섭된 것이라고 주장하는 때에는 그 입증책임은 그가 부담하여야 한다.

셋째, 별표에서 불공정하다고 볼 수 있는 조항을 예시적으로 열거한다.

(1) 이하 각호의 목적 또는 효과가 있는 조항

(a) 매도인 또는 공급자의 작위 또는 부작위에 의하여 발생한 소비자의 사망 또는 인신 피해의 경우에 매도인 또는 공급자의 법적 책임을 배제하거나 제한하는 조항

(b) 매도인 또는 공급자에 의한 계약상 의무의 전부 또는 일부의 불이행 내지 불완전이행의 경우에 매도인 또는 공급자 기타 당사자에 대한 소비자의 법적 권리를 부당하게 배제하거나 제한하는 조항. 또는 여기서의 법적 권리는 소비자가 매도인 또는 공급자에 대하여 갖는 청구권과 매도인 또는 공급자에 대하여 부담하는 채무를 상계할 수 있는 권리도 포함한다.

(c) 매도인 또는 공급자에 의한 서비스제공에 대하여 그 실현 여부가 그의 의사에만 좌우될 수 있는 조건을 붙였음에도 불구하고, 소비자를 구속하는 합의를 하는 경우

(d) 매도인 또는 공급자가 계약의 해제당사자인 경우에 그 매도인 또는 공급자가 하여야 할 동등한 배상을 소비자가 수령할 수 있다고 규정하지 않고, 소비자가 계약을 체결하지 않거나 이행하지 않겠다고 의사결정한 경우에 매도인 또는 공급자가 소비자가 지급한 금액을 보유할 수 있도록 한 조항

(e) 채무를 이행하지 않은 소비자에 대하여 배상으로서 부당하게 금액을 지급할 것을 요구하는 조항

(f) 같은 편의가 소비자에게 제공되지 않을 경우에 매도인 또는 공급자에게 재량으로써 계약을 해소할 권한을 부여한 조항. 또는 계약을 해소한 당사자가 매도인 또는 공급자인 경우에 아직 제공되지 않

은 서비스에 대하여 지급한 금액을 보유할 수 있는 권한을 매도인 또는 공급자가 보유할 수 있도록 한 조항.

(g) 중대한 이유가 있는 경우를 제외하고, 매도인 또는 공급자가 합리적인 통지없이 불확정기한의 계약을 종료시킬 수 있도록 한 조항

(i) 소비자가 계약의 경신을 희망하지 않는다는 의사를 표시할 수 있도록 정해놓은 기한이 부당하게 이른 경우에 소비자가 다른 의사표시를 하지 않으면 확정기한의 계약이 자동적으로 갱신되도록 한 조항

(j) 계약의 체결 이전에 소비자가 그 존재를 알 수 있는 현실적인 기회를 갖지 않았던 조항에 관하여 철회할 기회를 주지 않고 소비자를 구속한 경우

(k) 정당한 이유없이 계약에서 약정한 계약조항을 매도인 또는 공급자가 일방적으로 변경할 수 있도록 한 조항

(l) 계약체결시에 합한 가격에 비하여 최종적인 가격이 높아진 경우에 소비자에게 계약을 해소할 대항적인 권리를 부여하지 않고, 인도시에 제품의 가격이 결정되도록 약정한 조항, 또는 제품의 매도인 또는 서비스의 공급자가 그 가격을 인상할 수 있도록 한 조항

(m) 공급된 제품 또는 서비스가 계약에 적합한지 여부를 결정할 권리를 매도인 또는 공급자에게 부여한 조항, 또는 계약조항을 해석할 배타적인 권리를 매도인 또는 공급자에게 부여한 조항

(n) 그 대리인에 의하여 인수된 약속을 존중하여야 하는 매도인 또는 공급자의 의무를 제한하는 조항, 또는 매도인 또는 공급자의 약속을 특정한 형식에 따르도록 한 조항

(o) 매도인 또는 공급자가 자기의 의무를 이행하지 않을 경우에도 소비자에게 그 의무를 이행하도록 강요하는 조항

(p) 그 양도가 소비자에 대한 보증을 제한하는 경우에 소비자의 동의없이 매도인 또는 공급자의 계약상 권리 및 의무를 양도할 수 있는 가능성을 매도인 또는 공급자에게 인정한 조항

(q) 따로 다른 방법을 배제하고 오로지 법규에서 정하지 않은 중재에 분쟁을 회부할 것을 소비자에게 요구하거나 소비자가 이용할 수 있는 증거를 제한하거나 또는 적용 가능한 법을 따르면 계약상대방이 부당하여야 할 입증책임을 소비자에게 지움으로써 법적 소송을 제기하거나 기타 법적 구제수단을 행사할 소비자의 권리를 배제하거나 방해하는 조항

(2) 위 (g),(j),(l) 각호의 범위

(a) 위 1(g)는 금융서비스 공급자가 정당한 이유없이 통지를 하지 않고도 불확정기한의 계약을 일방적으로 종료시킬 수 있는 권리를 갖는 근거가 되는 조항을 방해하지 않는다. 다만 위 공급자는 기타 계약당사자에게 이 사실을 직접 통지하여야 한다.

(b) 위 1(j)는 금융서비스 공급자가 정당한 이유없이 통지를 하지 않고도 소비자가 지급할 이율이나 그 변제기 또는 금융서비스에 대한 기타 대가의 액을 변경할 수 있는 권리를 갖는 근거가 되는 조항을 방해하지 않는다. 다만 공급자는 지체없이 그 사실을 기타 계약당사자에게 통지하여야 하고, 또한 소비자는 자유로이 계약을 해소할 수 있다.

(c) 위 1(g)(j)(l)은 이하의 경우에는 적용되지 않는다.

- 그 가격이 매도인 또는 공급자가 지배하지 않는 주식시장 상장이나 지수 또는 금융시장의 이율의 변동에 연결되어 있는 양도가능한 담보(transferable securities), 금융증권(financial instruments), 기타 제품이나 서비스의 거래
- 외국통화, 여행자수표, 국제우편화(international money orders)의 매매계약

(d) 1(l)은 적법한 경우에 한하여 가격지수화 조항을 방해하지 않는다. 다만 가격을 변경하는 방법을 명확히 정해놓아야 한다.

5. 불공정성의 평가

지침은 불공정성의 평가에 대해 규정하고 있다(동지침 제4조)

첫째, 지침 제7조(불공정조항 방지조치)의 경우를 제외하고, 계약조항의 불공정성은 그 계약이 체결된 제품 또는 서비스의 성질을 고려하고 또한 계약체결시 계약체결에 이르게 된 일체의 사정과 그 계약의 다른 조항이나 그 계약의 전제가 된 다른 계약 등을 참조하여 평가하여야 한다.

둘째, 조항의 불공정성을 평가함에 있어서 그것이 평이하고 명료한 용어로 서술되어 있는 한, 계약의 주요 목적물이 정의된 바와, 반대급부로 제공되는 제품이나 서비스에 비추어 그 대가 및 보수가 적정하지는 평가하여서는 안된다.

6. 해석에 관한 준칙

소비자에게 제시된 조항의 전부 또는 일부가 서면에 의한 계약인 경우에는 그 조항은 언제나 평이하고 명료한 용어으로써 작성되어야 한다. 조항의 의미에 대하여 의문이 있는 때에는 소비자에게 가장 유리한 해석이 우선된다. 이 해석에 관한 지침은 동 지침 제7조(2)에서 규정한 절차에는 적용되지 않는다.

7. 회원국의 국내법화 현황

각 회원국은 계약조항의 불공정성을 판단하는 법률, 규칙 및 행정규정을 수정할 의무를 진다(동지침 10조). 이에 본 지침 이전에 이미 계약조항의 내용에 관한 심사 체계를 발전시켜온 대부분의 회원국은 기존 시스템을 유지하면서 규정에 대한 지침의 적용을 작은 범위의 전

환으로 제한하였다. 반면 본 지침 이전에 계약조항에 대한 광범위한 심사체계가 없던 회원국은 지침의 모델을 광범위하게 수용하였다.

2004년 4월 새로이 EU에 가입한 10개국은 기존 체계 중 가능한 한 가지를 채택하고 있다.

제 4 절 시분할이용계약지침⁴⁷⁾

1. 목 적

시분할이용계약지침(Timeshare Directive (94/47)⁴⁸⁾의 목적은 시간공유원칙을 기반으로 하는 하나 혹은 그 이상의 부동산 사용 권한을 직접 혹은 간접적으로 구매하는 계약에서 소비자를 보호하는 회원국의 법, 규칙 및 행정 조치를 조화시키는 것이다.

지침은 계약의 구성부분에 대한 정보와 그러한 정보에 관한 의사소통에 대한 준비 및 취소와 철회에 대한 절차와 준비에 관련된 규정 에 적용된다.

2. 정 의

(1) 시분할이용계약

지침에서 시분할이용계약이란 정당한 대가를 지불하여 최소 3년을 기간으로 그 기한을 정하여 직접 혹은 간접적으로 부동산에 대한 실

47) 시분할이용계약지침에 대해서는 Schulte-Nölke and Twigg-Flesner, Ebers, 앞의 보고서, 419쪽 이하; 김성천, 『회원계약의 소비자문제와 법제개선방안』, 한국소비자보호원, 2001; 김성천, “회원계약관련 법제개선방안”, 『법제』2001년 5월호, 3쪽 이하; 김성천, “스포츠회원 계약과 소비자보호”, 『소비자문제연구』제30호, 2006.12, 참조.

48) Directive 94/47/EC of the European Parliament & Council of 26.10.1994 on the Protection of Purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a time-share basis.

질적이거나 다른 관련 권리를 구매하기 위해 체결되는 어떠한 계약 혹은 계약그룹을 의미한다.

(2) 부동산

지침에서의 부동산은 계약의 목적이 되는 권리의 실현을 위해 설비로서 이용되는 모든 건물 혹은 건물의 부분을 말한다.

(3) 사업자

사업자는 지침에 따른 사업을 영위하거나 자신의 전문적인 능력으로 계약의 목적이 되는 권리를 창설하거나 이전 혹은 그에 대한 책임을 지는 자연인 혹은 법인을 의미한다.

(4) 소비자

소비자는 지침에서 규정하는 거래를 행하는 자신의 전문적인 능력을 사용하지 않는 것으로 간주되는 목적으로 자신 혹은 제3자에게 계약의 목적이 되는 권리가 발생하는 자연인을 말한다.

3. 적용대상

지침은 적용대상은 시간공유 원칙(timeshare basis)에 따라 하나 또는 그 이상의 시설이용 권리를 구매하는 것과 직간접적으로 관련되는 계약 즉 회원계약이다(동지침 제2조).

4. 사업자의 의무

구체적으로 사업자의 의무로는 정보제공의무를 규정하고 있다(동지침 제3조). 즉 사업자가 시설정보를 요구하는 사람에게 사업자의 명칭,

시설의 관리 및 유지, 대가 등 중요정보를 서면으로 제공하도록 규정하고 있다. 그리고 사업자의 서면교부의무를 규정하고 있다(동지침 제 4조). 즉 계약은 서면으로 작성하되 서면의 내용을 법정화하고 있다. 별첨에 규정되어 있는 서면에 포함되어야 할 내용으로는 거래당사자에 관한 사항, 권리의 정확한 내용, 시설의 정확한 위치, 시설이 건설중인 경우에는 진행상태, 완성시기, 건물수, 관청의 명칭, 주소, 각종시설의 상태, 시설완성과 관련한 보증 및 대금반환보증 여부, 유지·보수·관리기준, 권리행사기간, 대금, 청약철회의 행사방법 등이다.

5. 철회권

소비자의 청약철회권(Cooling off)도 규정하고 있다. 즉 소비자는 계약에 서명한 날 또는 예약에 서명한 날로부터 10일 이내에 아무런 이유없이 취소할 수 있다. 그러나 만일 계약서에 중요한 정보가 포함되어 있지 않으면 3개월 이내에 계약에 취소할 수 있고, 만일 문제의 정보가 3개월내에 제공되면 10일의 철회기간은 그로부터 시작된다. 만일 3개월내 철회권을 행사하지 않았고 중요한 계약정보가 포함되지 않았다면 개월기간의 종료후부터 10일의 철회기간이 시작된다. 철회권의 행사는 서면으로 고지하여야 하고, 발송주의를 취한다. 철회권이 행사되면 계약에 명시적으로 규정한 경우 소비자가 부담할 수 있다. 사업자는 철회기간이 종료되기 전에는 소비자에게 어떤 선불도 요구할 수 없다(동지침 제6조). 소비자신용계약을 통해 계약을 체결한 경우 철회권이 행사되면 소비자신용계약도 철회가 된다(동지침 제7조).

6. 회원국의 국내법화 현황

이 지침에 따라 영국(1997), 독일(1996)을 비롯한 오스트리아(1997), 벨기에(1999), 덴마크(1997), 핀란드(1998), 그리스(1999), 이태리(1999),

스페인(1999), 스웨덴(1997), 포르투갈(1999) 등 회원국은 관련 법률을 정비하였다.

제 5 절 원격거래지침⁴⁹⁾

1. 목 적

원격거래지침(Distance Selling Directive (97/7))의 목적은 소비자와 공급자 사이의 원격계약과 관련된 회원국의 법, 규칙 및 행정조치에 부합하기 위한 것이다.

2. 정 의

지침은 원격계약, 소비자, 공급자, 원격통신수단, 통신수단사업자 등에 대해 규정하고 있다.

첫째, 원격계약이란 계약의 목적을 위하여 계약이 체결되는 순간을 포함하여 계약이 체결될 때까지 하나 또는 그 이상의 원격통신수단을 배타적으로 사용하는 공급자에 의해서 행해지는 계획된 원격판매 또는 서비스규정 중에서 공급자와 소비자사이에 체결된 모든 제품 또는 서비스와 관련된 계약을 의미한다.

둘째, 소비자란 이 지침에 계약에 포함된 모든 자연인으로서 교역, 사업 또는 직업을 가지고 외국에서 목적을 수행하는 자를 말한다.

셋째, 공급자란 이 지침에 포함되어진 모든 계약에서 그의 상업적 또는 직업적 능력을 수행하는 모든 자연인 또는 법인을 의미한다.

넷째, 원격통신수단이란 공급자와 소비자가 동시에 물리적인 대면이 없이 해당 당사자 아시에 계약의 체결에 이용되어질 수 있는 모든 수단

49) 원격거래지침에 대해서는 Schulte-Nölke and Twigg-Flesner, Ebers, 앞의 보고서, 478쪽 이하 ; 심종석 외, 『전자상거래 법률과 제도』, 청림출판, 2001 참조.

을 말한다. 이 지침에 포함되는 수단의 목록은 부록 I에 언급하고 있다.

다섯째, 통신수단사업자란 공급자가 이용 가능한 하나 또는 그 이상의 원격통신수단을 포함하는 교역, 사업 또는 직업을 가진 공적 또는 사적인 자연인이나 법인을 말한다.

3. 적용범위

금융서비스와 관련되거나 부록 II에서 언급된 비존재물, 자동판매기 혹은 자동화된 영업자에 의해 체결된 계약, 공준전화를 이용한 전기통신사업자와의 계약, 임대를 제외한 건설 부동산 또는 기타 부동산 관련계약, 경매로 체결된 계약에는 본 지침은 적용되지 않는다.

또한 매일 이루어지는 소비를 위하여 배달원에 의해 가정, 거주지 또는 직장에 공급되는 음식물, 채소 또는 기타 제품의 공급계약이나 계약이 체결되었을 때 공급자가 특정날짜 또는 특별한 기간 내에 숙박, 항공, 운반 또는 여가 서비스를 제공할 의무가 있는 계약에는 본 지침 제4조, 제5조, 제7조 제1항은 적용되지 않는다. 예외적으로 외부에서의 여가활동의 경우에는 공급자가 특별한 상황에서는 제7조 제2항을 적용하지 않을 권리를 가질 수 있다.

4. 사업자의 의무

(1) 사전계약정보

본 지침은 모든 계약의 체결 전 정확한 시간에 공급자는 소비자에게 다음과 같은 정보를 제공하도록 하고 있다(동지침 제4조).

- ① 공급자의 신원확인, 선불을 요구하는 계약의 경우에는 공급자의 주소

- ② 제품 또는 서비스의 주요한 특성
- ③ 모든 세금이 포함된 제품 또는 서비스의 가격
- ④ 적용 가능한 경우 인도의 비용
- ⑤ 대금지급, 운송 또는 여행을 위한 절차
- ⑥ 제6조 제3항에서 언급된 경우를 제외하고 철회권의 존재
- ⑦ 기본료 이외의 산정이 가능한 경우 원격통신수단 사용료
- ⑧ 청약 또는 가격의 유효기간
- ⑨ 적용 가능한 경우, 영구적 또는 정기적으로 이행되어질 제품 또는 서비스의 공급계약을 위한 계약의 최소 지속기간

상기 정보는 원격통신수단의 사용자에게 명확하고 이해하기 쉬운 방법으로 제공되어야 하며 특히 미성년자와 같이 회원국의 규정에 따라 상거래의 신의성실 원칙이 당사자들을 충분히 보호하지 못할 경우, 원격통신수단에 적합한 방법으로 명확하고 이해하기 쉬운 수단으로 제공되어야 한다. 특히 전화통신의 경우에는 공급자는 소비자와의 통화가 개시된 시점에 공급자의 신원과 통화의 상업적 목적을 명확하게 표현하여야 한다.

(2) 정보의 서면확인

지침은 공급자에게 계약 이행 중 적절한 시간 내에 계약 전 소비자에게 제공되었어야 할 정보를 서면 혹은 기타 신뢰할 수 있는 매체를 통해 제공해야 할 의무를 지우고 있다. 만약 서면에 의한 계약체결 혹은 다른 소비자가 접근할 수 있는 다른 영속성 있는 매체에 의한 계약체결 이전에 정보가 소비자에게 제공되지 않았다면, 공급자는 서면 혹은 다른 영속성이 있는 매체로 그 정보에 대한 확인을 하여야 한다. 지침 제4조 제1항의 (a) 내지 (f)에서 규정된 정보는 계약이행 중 적절한 시간 내에 소비자 및 관련 제3자에게 이용 및 접근이 가능

하도록 하여야 한다(동지침 제5조 제1항). 단, 위 사항은 원격통신수단을 통한 1회성 공급 혹은 원격통신수단의 운영자에 의한 주문에는 적용되지 않는다. 그러나 소비자가 항상 이의를 제기할 수 있는 공급자의 영업장 주소지를 알 수 있도록 해야 한다(동지침 제5조 제2항).

5. 계약의 철회권

모든 원격계약에 대해서 소비자는 적어도 7 영업일 내에 위약금 없이 그리고 아무런 조건 없이 계약을 철회할 수 있다. 철회권의 행사로 인하여 소비자가 부담하는 비용은 반품의 직접적 비용일 뿐이다.

철회권 행사에 대한 기간은 아래의 경우 최초일로 하여 기산한다.

- ① 제품의 경우 제5조에서 규정한 의무가 완료되어진 경우 소비자가 수취한 날
- ② 서비스의 경우 계약의 체결일 또는 계약체결 전에 이행되었다면 제5조에 규정한 의무가 완료일. 단, 기간은 아래의 하부조항에서 언급되어진 3개월의 기간을 초과할 수 없다.

만약 공급자가 제5조에 규정된 의무를 이행하지 않는다면 그 기간은 3개월로 연장된다. 기간은 제품의 경우에는 소비자가 수취한 날로부터 서비스의 경우에는 계약이 체결된 날로부터 기산하여야 한다.

제5조에서 규정한 정보가 3개월 안에 제공된다면 첫 번째 세부항목에서 언급되어진 7일 영업일 기간은 그 시점에서부터 시작한다(동지침 제6조 제1항).

소비자에 의한 취소권이 행사되어진 경우, 공급자는 무료로 소비자에 의해서 지급된 총금액을 상환하여야 한다. 이 상환은 30일 이내에 최대한 신속하게 이루어져야 하며 소비자는 취소권 행사 시 반품의 직접비용만을 부담한다. 취소권 행사로 인해 발생하는 소비자의 부담은 반품의 직접비용뿐이다(동지침 제6조 제2항)

당사자가 달리 합의하지 않았다면 소비자는 계약과 관련하여 다음의 경우에는 제1항에서 규정된 철회권을 행사할 수 없다(동지침 제6조 제3항)

- ① 소비자와 합의하여 제1항에서 규정된 7영업일의 종료 전 이행이 시작되어진 서비스조항
- ② 제품과 서비스의 공급에 대해서 공급자가 통제할 수 없는 금융 시장의 변동에 기인한 가격
- ③ 소비자의 조건 또는 명확히 개인적인 조건에 의해 또는 자연발생적 이유로 인해 반품될 수 없거나 또는 열등의 책임이 있거나 또는 신속히 만기가 되는 제품의 공급
- ④ 소비자에 의해서 밀봉이 훼손된 오디오 또는 비디오 녹음 또는 컴퓨터 소프트웨어의 공급
- ⑤ 신문, 정기간행물 및 잡지의 공급
- ⑥ 게임과 복권 서비스

회원국은 제품 또는 서비스의 가격이 공급자에 의해 안정되는 신용의 일부 또는 전부가 포함되거나, 이와 같은 가격이 제3자와 공급자 사이의 합의에 기초하여 제3자에 의해 소비자에게 부여된 신용을 포함한 때, 소비자가 취소권을 행사한 경우에 신용합의는 어떠한 경우에도 위약금 없이 취소된다는 입법규정을 만들어야 한다(동지침 제6조 제4항)

6. 계약의 이행

당사자들이 달리 합의하지 않았다면, 공급자는 소비자의 주문이 공급자에게 전송된 익일부터 최고 30일 이내에 주문을 이행하여야 한다(동지침 제7조 제1항). 주문한 제품 또는 서비스를 이용할 수 없다는 사유로 공급자가 계약에 있어서 그의 의무를 이행할 수 없는 경우에,

소비자는 이와 같은 사항을 통지받아야 하며 가능한 한 신속하게 지불한 모든 금액에 대한 환불을 받아야 한다. 어떠한 경우에도 이와 같은 조치들은 30일 이내에 이루어져야 한다(동지침 제7조 제2항).

또한 회원국은 공급자가 계약이행 중 또는 계약 종료 전에 소비자에게 동일한 질과 가격의 상품과 서비스로 제공할 수 있다고 통지한 경우 이를 이행할 수 있다고 규정할 수 있다. 소비자는 명백하고 이해 가능한 방법으로 이와 같은 가능성에 대해 통지를 받아야 한다. 이 경우에 철회권의 행사에 따른 제품의 반송비용은 공급자가 부담하여야 하며 소비자에게 이와 같은 사정을 통지하여야 한다. 이 경우 제품 또는 서비스의 공급에 있어서 제9조에서 의미하는 주문하지 않은 판매의 요건으로 추정할 수 없다(동지침 제7조 제3항).

7. 지 불

회원국들은 사기적인 원격계약에서 소비자의 신용카드가 사용된 경우 그 대금지급의 취소를 요구하거나 지불된 금액을 반환 또는 그에 상응하는 신용을 회복시킨다는 내용의 대책을 마련하여야 한다(지침 제8조).

8. 비주문 판매

회원국들은 소비자가 주문하지 않은 제품이나 서비스를 공급자가 미리 공급하고 이에 대한 대금지급을 요구할 수 없음을 규정하여야 한다. 또한 승낙의 부재로 인한 불필요하거나 동의하지 않은 공급에 대해 소비자는 면책된다는 조치를 강구하여야 한다(지침 제9조).

9. 원격통신수단의 사용의 제한

자연인이 관여하지 않는 자동화된 전화통화시스템(자동통화기기) 혹은 팩시밀리 기기(팩스)를 공급자가 이용하기 위해서는 사전에 소비자의 동의를 얻어야 한다(동지침 제10조 제1항).

각 회원국은 위에서 말한 것 이외의 개인 통신을 포함한 원격통신수단은 소비자의 명백한 반대가 없을 경우에만 사용될 수 있다고 보장하여야 한다(동지침 제10조 제2항).

10. 사법 또는 행정적 구제

(1) 사법 또는 행정적 구제

회원국들은 적정하고 유효한 수단이 소비자의 이익에 대하여 본 지침과 부합한다는 보장을 확실하게 하여야 하며(동지침 제11조 제1조), 지침이 국내법에 의한 결정과 같은 효력을 가질 수 있도록 다음의 하나 또는 그 이상의 항을 포함한 행정기관 또는 조직을 정하여 지침이 이행되도록 하여야 한다.(동지침 제11조 제2항).

- ① 공공기관이나 그 대행기관
- ② 소비자를 보호하는 합법적인 지위를 가지고 있는 소비자조직
- ③ 대리의 합법적인 지위를 가지고 있는 전문적 조직

회원국들은 사전정보, 서면확인, 시간제한의 일치성 또는 소비자 동의의 존재에 대한 입증책임을 공급자의 부담으로 규정할 수 있으며, 공급자와 통신수단의 사업자가 업무를 위해 채택된 대안과 일치하지 않는 관행은 중지시키는 데에 필요한 대책을 수립해야 한다(동지침 제11조 제3조). 또한 본 지침의 규정과 상응하는 자율구제체계 즉, 회

원국들의 규정과 본 지침이 일치하도록 보장하는 과정에서 발생하는 분쟁을 해결하기 위한 체계를 회복하여야 한다(동지침 제11조 제4조).

(2) 구속성

지침을 국내법으로 전환함으로써 소비자에게 부여된 권리를 박탈할 수 없다(동지침 제12조 제1항).

회원국들은 계약에 적용할 준거법으로 비회원국가의 법을 채택하였을 때, 하나 또는 그 이상의 회원국과의 관계가 종식됨으로 인해 본 지침에서 인정되는 소비자보호가 상실되지 않도록 보장하는 데에 필요한 대책을 수립하여야 한다(동지침 제12조 제2조).

(3) 공통규칙

지침은 전체 원격계약 유형을 규율하는 공통법에 특별한 규정이 없는 한 적용 가능하다(지침 제13조 제1항). 다만 특별한 공통 조항이 특정 물품 공급 혹은 서비스 제공 형태에 대한 내용을 포함하고 있을 때에 이는 본 지침에 앞서 이러한 원격계약의 특정부분에 적용된다(동지침 제13조 제2항).

(4) 최소조항

회원국들은 본 지침에 포함되는 범위에 있어서 소비자보호를 고도로 보장하기 위하여 조약과 일치하는 보다 엄격한 규정을 유지하거나 제정할 수 있다. 적용가능한 경우, 이와 같은 규정은 특정 제품 또는 서비스 특히 의료제품 시장에서 조약을 위한 원격계약의 수단에 의하여 그들의 영토 내에서 금수조치를 포함한다(동지침 제14조).

11. 국내법화 현황

오스트리아, 벨기에, 키프로스, 덴마크, 프랑스, 독일, 아일랜드, 이탈리아, 룩셈부르크, 몰타, 포르투갈, 슬로베니아, 영국은 지침의 원격지 계약의 정의를 그대로 수용하거나 거의 유사하게 수용하고 있다. 핀란드와 네덜란드, 스웨덴은 지침의 정의와 같은 의미이긴 하나, 약간의 차이가 있는 조항을 사용해 왔고, 에스토니아와 라트비아는 공급자는 반드시 소비자를 상대로 청약 혹은 청약의 유인을 해야 한다는 규정을 추가하였다. 이 밖에 체코, 덴마크, 에스토니아, 그리스, 폴란드, 스페인의 법들은 공급자와 소비자가 계약이 이루어지는 시점에 같은 시간, 같은 장소에서 함께 있었다면 원격지 거래는 성립하지 않는다고 하여 그 정의를 명확하게 밝히고 있다.

제 6 절 소비재매매지침⁵⁰⁾

1. 개 요

EU는 1999년 7월 7일 소비재매매 및 보증에 관한 지침(Directive of the European Parliament and of the Council on Certain Aspects of the

50) 소비재매매지침에 대해서는 Schulte-Nölke and Twigg-Flesner, Ebers, 앞의 보고서, 611쪽 이하 ; 박영복, “소비재의 매매 및 관련 보증에 관한 EU 지침”, 『외법논집』 제16집(2004.8) ; 김성천, 김성천, 『소비자피해보상규정의 개선방안연구』, 한국소비자보호원, 2001. 김성천, “품질보증의 법제개선방안”, 『법제』2002년 9월호, 23쪽 ; Staudenmayer, Dirk, The Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees ? A Milestone in the European Consumer and Private Law , European Review of Private Law ,Volume8, Number4 ,2000, pp. 547-564. ; Twigg-Flesner and Bradgate, The E.E. Directive on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees - All Talk and No Do? [2000] Web JCLI <<http://webjcli.ncl.ac.uk/2000/issue2/flesner2.html>>; Beale, Hugh and Geraint Howells, EC Harmonisation of Consumer Sales Law - A Missed Opportunity?, (1997) 12 Journal of Contract Law, 21; Deards, Elspeth, The Proposed Guarantees Directive: Is It Fit for the Purpose?, Journal of Consumer Policy Vol. 21, 1998, 99-119 참조.

Sale of Consumer Goods and Associated Guarantee)를 공포하여, 회원국은 이를 2002년 1월까지 국내법화해야 한다.

이 지침은 소비재와 관련한 법정보증과 임의보증에 관한 소비자권리를 규정하고 있다. 즉 전반은 소비자가 하자있는 소비재를 구입한 경우 판매자가 부담하는 법정보증책임에 관해 규정하고 있고, 후반은 판매자나 제조자가 보증서에 의해 임의 일정기간, 제품의 하자담보책임을 부담하는 경우인 임의보증에 관해 명백성에 관한 원칙, 하자담보책임과의 관계 및 보증에 관한 법적 틀 마련을 규정하고 있다.

이 지침은 보증의 종류를 법정보증과 약정보증을 나누고 있다.

법정보증(legal guarantee)은 구입제품의 하자에 관한 구입자의 모든 법적 보호를 포함, 판매계약의 부대효과로서 법률로부터 직접 발생하는 것을 의미한다. 법정보증은 판매계약에서의 구입자의 신뢰, 즉 구입제품에 관한 정당한 기대를 보호하는 것을 예정, 계약당사자의 의사와 독립적으로 기능하며, 그 효과는 법에 구속된다. 이에 반해 약정보증, 소위 상업적 보증(commercial gurantee)은 보증인(판매자 또는 제조자)이 판매된 제품에 존재할 수 있는 하자에 대해 임의로 책임을 부담하는 의사를 말한다. 이런 종류의 보증은 제품에 부수적으로 도는 구입시 서면의 형태로 이루어지며, 하자가 일정기간내에 발생한 경우 보증인은 수리 또는 교환을 약속하는 것이다.

법정보증의 경우 제품인도시 존재하며 인도 후 2년 이내에 나타난 하자에 대해 판매자는 책임을 진다. 단, 매매계약체결시 소비자가 당해 하자에 대해 알고 있었다고 가름할 수 있는 경우는 예외로 한다. 이 때 소비자는 하자있는 제품에 대해 무상으로 제품 수리 및 무상의 교환을 청구할 수 있다. 여기서 무상이라 함은 우송료, 노동비용, 부품 및 재료비 등 발생한 비용을 모두 판매자가 부담해야 한다는 것을 의미하고 경우에 따라서는 소비자가 당해 권리행사를 위해 지불한 수송비, 우편료 등도 포함된다. 수리 또는 교환이 불가능하거나 적당하

지 않은 경우, 또는 판매자가 합리적 기간 내에 해결하지 못한 경우 소비자는 대금감액 또는 계약해제를 청구할 수 있다. 그러나 하자로 인해 당해 제품을 이용할 수 없게 된 손해의 배상에 대해서는 각 회원국의 재량에 맡겨진다.

소비자가 이런 권리를 행사하기 전에 하자 발견 후 2개월 이내에 판매자에게 통지해야 한다. 또한 인도 후 6개월 이내에 나타난 하자에 대해서는 인도시 하자가 이미 존재했다고 추정된다. 판매자만이 최종소비자에 대해 법정보증에 관한 책임을 진다.

이와 같이 법정보증 즉 하자담보책임청구기간이 통일되었다는 점이 이 지침의 특징이다. 다시 말해 소비재매매에 있어서 품질보증기간은 2년으로 정하고 있고, 중고품의 경우에도 2년 이하로 정할 수 있으나 1년 이상이어야 한다고 규정하고 있다.

약정보증의 경우 보증에 의해 국내법에 기초한 법적 권리를 침해하지 않는다는 점을 명기해야 하고, 보증내용, 보증에 기초한 청구에 필요한 절차사항 특히 보증기간, 보증의 지리적 적용범위, 보증인의 성명과 주소를 명료하게 기재해야 한다. 이 때 소비자의 요청이 있다면 당해 보증은 서면으로 제공되어야 한다.

광고가 실질적인 보증내용을 포함하는 경우 당해 광고표현도 임의로 부가되는 보증의 일부로 간주된다.

2. 목 적

지침의 목적은, 역내시장에서 소비자보호에 과하여 최저수준을 획정하고, 회원국 국내법을 조정하는 것에 의해, 더 나아가서는 EC조약의 목적인 공동시장을 통한 회원국 전체의 조화를 통한 발전 등(EC조약 제 2조)에 공헌하고자 하는 것이다. EU를 실질적으로 하나의 시장으로 만드려고 하는 이상은 회원국 간의 법제를 같게 할 필요가 있는 것이다.

지침에서 「소비자」란 그의 사업, 영업 또는 직업에 관계없는 목적을 가지고 이 지침이 정하는 계약의 당사자로 되는 자연인을 말한다(동지침 제1조 제2항 a). 매도인(판매자)은 그 사업, 영업 또는 직업의 일환으로 계약에 기하여 소비재를 판매하는 자연인 또는 법인을 말한다. 소비재라 함은, 모든 유형의 동산을 의미하며, 예외로, 강제집행이나 그 밖의 법률의 수권(authority of law)에 의해 매도된 물건, 제한된 용적이거나 일정한 양으로 용기에 충전되지 않은 물과 가스 및 전기는 이 지침의 소비재의 개념에 포함되지 않는다. 소비재는 지침 제5조에 정하고 있는 하자담보책임에 관한 권리행사기간과의 관계에서, 제품수명이 2년 이상인 것이라 이해된다. 다만 이것은 내구성 있는 것에 한정하지는 않는다.

이 지침은 크게 두 요소로 구성되어 있다. 전반은 하자담보책임을 다루고, 후반은 제조자·판매자 등에 의하여 임의로 부여된 보증을 규정한다. 특히 하자담보에 대하여는 하자있는 제품을 구입한 소비자의 보호에 밀접한 실질적 측면을 규정하나, 임의의 보증에 관하여는 그 명백성을 관한 일정의 원칙, 하자담보책임과의 관계 및 보증에 관한 법적 테두리를 설정하기 위한 규정을 둘 뿐이다. 따라서 매도인에게 그러한 부가적인 보증을 부여할 의무는 없고, 그 내용, 보증기간 및 보증청구의 절차 등은 판매자의 재량으로 남기고 있다. 지침 2항 e에 규정된 보증의 의의는, 매도인 또는 제조자에 의하여 소비자에 대하여 추가요금의 부담시키지 않고 행하는 모든 보증으로서, 소비재가 보증서 또는 관련 광고에 언급되고 있는 내용에 부합하지 않는 경우에는, 매매대금의 반환, 그 제품을 교환하거나 또는 수리 등을 요구할 수 있는 것이라 한다. 그러므로 유상으로 취득하는 보증에 관련된 법의 문제는 이 지침의 규정에서 제외된다.

3. 적용대상

지침은 상인인 매도인과 소비자와의 사이에 체결된 동산의 매매계약만을 규정하고, 신제품 또는 중고품의 매매를 포함한다. 따라서 이 지침은 부동산매매계약, 상인사이의 매매계약이나 상인이 아닌 사인인 매도인과 상인인 매수인사이의 계약에는 적용되지 않고, 이들에 관하여는 각 회원국의 국내법이 종래와 마찬가지로 적용된다. 제1조 4항에 의하면, 소비자에 의하여 제조되는 소비재에 관한 제품공급계약도 이 지침에 있어서의 매매계약으로 본다. 다만, 매도인은 소비자가 제공한 재료에 의하여 생긴 하자에 대하여는 책임을 지지 않는다(동지침 제2조 제3항).

4. 하자 개념

매도인은 소비자에 대하여 매매계약의 내용에 적합한 제품을 급부할 의무를 진다(동지침 제2조 제1항). 즉 매각된 제품은 계약당사자가 합의한 조건을 충족시켜야만 하고, 매도인은 제품의 인도 시점에 존재하고 있는 모든 계약위반에 관하여 소비자에 대하여 책임을 진다. 구체적으로는, 동 지침 제2조 제2항에 규정된 주관적 및 객관적 기준에 의한다. 즉, 만일 계약당사자가 명문으로 합의하지 않은 경우에 있어서도, 해당 제품이 (a) 매도인이 제시한 견본과 같은 품질을 갖거나, 또는 매도인의 설명에 부합하는 경우, (b) 매매당사자간에 합의된 특정의 목적에 합치하는 경우, (c) 동종의 제품이 통상 사용되고 있는 목적에 적합한 경우, (d) 동종의 제품이 통상 지니고 있는 품질 및 성능을 가지는 경우, 이것이 당해 제품의 성질, 및 매도인·제조자 또는 그 대리인이 광고 또는 상표표시에 표시되고 있는 특징으로서 소비자가 합리적으로 기대할 수 있는 것이라면, 계약내용에 합치하는 것으로 추정된다.

요건 (d)는, 매도인에 대하여 제조자의 광고에 관한 표시에 관하여도 책임을 지우지만, 매도인은 제2조 제4항에 규정된 점(매도인이 ① 그러한 광고·표시에 대하여 알지 못했거나 합리적으로 보아 알 여지가 없었던 것, ② 계약체결시에 당해 광고표현이 수정되었다는 점, 또는 ③ 당해 소비재를 구입한다는 의사결정이 당해 광고표현에 의하여 영향을 받지 않았다는 점)이 증명된 경우에 당해 책임을 면하게 한다. 다만 제2조 제2항 (d)에 의한 계약위반에 관한 추정을 뒤집어야 하는 것은 매도인이므로, 제4항이 의의를 갖는 것은 매도인에게 어느 정도의 입증을 요구되고 있는 지에 관계한다. 소비자가 계약체결시에 적합성 결여를 알았거나 알 수 있었던 경우, 혹은 적합성의 결여가 소비자가 제공한 재료에 원인이 있는 경우에는 계약부적합으로 평가되지 않는다(제3항).

소비재의 부적당한 조립에 의하여 하자가 생긴 경우에도, 조립이 매매계약의 일부이고, 당해 조립이 매도인 또는 그의 감독 하에서 행해진 경우에는 당해 소비재의 하자에 상당한다(제5항). 소비자에 의하여 조립되는 것이 의도되고 있는 소비재에 있어서, 조립 설명이 불분명하기 때문에 소비자가 부정확하게 조립한 경우에도 그러하다.

5. 소비자의 권리

(1) 보호의 형태

지침은 매매의 목적물에 숨은 하자가 있는 때에 매도인이 부담하는 담보책임과, 매도인이나 제조자가 보증서 등에 의하여 임의의 일정기간 제품의 하자담보책임을 부담하는 경우의 보증을 규정한다. 전자는 초안 단계에서는 법적 보증(legal guarantee)이라 표기된, 구입 제품의 하자에 관한 매수인의 모든 법적 보호를 포함하고, 판매계약의 부대적 효과로서 법률로부터 직접 생긴 것을 의미한다. 법적 보증은 매매계약에 있어서 매수인의 신뢰, 즉 구입된 제품에 관한 정당한 기대를

보호하는 것을 예정하는 것으로, 계약당사자의 의사와는 독립되어 가능하고, 그 효과는 법에 규정되어 있다. 한편, 후자는 초안에서는 상업적 보증(commercial guarantee)이라고 한, 이것에 의하여 보증인(매도인이나 제조자)은 판매된 제품에 존재할 수 있는 하자에 대해 임의로 책임을 부담한다는 의사를 의미한다. 이 유형의 보증은 제품에 부수하여 또는 구입시에 부여되는 서면의 약속의 형태를 취하는 것으로, 하자가 일정기간 내에 나타난 경우에 보증인이 수리 또는 대체품의 제공을 약속하는 것을 그 내용으로 한다. 특히 법적 보증이라는 개념이 국가에 따라서 이질적인 법제도임을 고려하여, 이 지침의 본문에서, 제1조부터 제5조에 있어서는 보증이라는 용어를 사용하지 않으면서 법적 보증을 규정하고, 제6조는 임의로 부여하는 상업적 보증을 규정하면서도 보증의 개념을 사용하고 있다.

(2) 이행 우선의 2단계 구조

판매자인 매도인은 제품 인도 시에 존재하는 부적합에 대하여 책임을 진다(동지침 제3조 1항). 구체적인 구제수단으로서는 하자보수청구·대체물급부청구·대금감액청구·해제의 4개의 권리가 규정되어 있지만, 이들 권리는 동위에 있는 것이 아니라, 이행우선의 2단계 구조가 채용되었다(2항 이하, 전문 (II)).

1) 제1단계: 이행의 실현

소비자는 매도인에 대하여, 먼저 무상으로 하자의 보수 또는 대체물의 급부를 청구하는 것이 가능하다. 즉, 계약으로 기도된 본래의 이행의 실현이 우선된다. 다만, 이러한 하자보수나 대체물의 급부청구가 불가능하거나 또는 상당하지 않은 경우에는 이들 구제수단을 행사할 수 없다(제3항). 「상당하지 않은」(disproportionate)이란, 다른 구제수단과 비교하여 매도인에게 불합리한 부담을 과하는 경우를 말한다고 정

의되고 있다. 그리고 불합리한지 여부를 판단하는데 있어서 고려되어야 하는 사항으로서, ① 부적합의 사실이 없었다면 갖게 되었을 제품의 가치, ② 부적합의 정도, ③ 다른 구제수단이 소비자에게 현저한 불이익을 주는지 여부를 명시하고 있다. 하자보수나 대체물급부청구는, 제품의 성질 및 소비자가 제품을 구한 목적을 고려하여, 합리적 기간 내에, 그리고 소비자에 대하여 현저한 불편을 주지 않고 행할 수 있어야만 한다. 또 여기서 말하는 「무상」이란 제품을 계약에 적합한 상태로 유지하기 위하여 필요한 비용에 관한 것으로, 운송료, 노동비용, 부품·재료비 등 발생한 비용을 모두 매도인이 부담하여야 한다는 것을 의미하고, 경우에 따라서는 소비자가 당해 권리행사를 위하여 지불한 수송비, 우송료 등도 이에 포함된다. 다만 당해 변제채무의 이행요건, 특히 하자에 의하여 당해 제품을 이용할 수 없는 것에 의한 손해의 배상에 관한 상세한 내용의 규정은 각 회원국의 자유재량에 맡기고 있다.

2) 제2단계: 대금감액 또는 해제

수리 또는 대체물의 급부가 불가능하거나 상당하지 않거나, 또는 매도인이 합리적 기간 내에 소비자에게 현저한 불편함을 부담시키지 않고 처리할 수 없는 경우에는, 소비자는 대금의 감액이나 계약의 해제를 청구할 수 있다(제5항). 다만 하자가 중요하지 않은 경미한 경우에는 소비자는 계약의 해제를 청구할 수 없다(제6항).

6. 권리행사기간의 통일

(1) 2년의 소멸시효

계약부적합의 사실이 제품 인도 후 2년 이내에 판명된 경우에, 매도인은 제3조 소정의 책임(소비자에 의한 하자보수청구·대체물급부청

구·대금감액청구·해제)을 진다. 회원국이 이들 권리에 대하여 시효기간을 정하는 경우는 인도 후 2년간보다 단기의 기간을 정할 수 없다(제5조 제1항. 다만 중고소비재에 대해서는 예외). 위험이전시와의 관계에 대해서는 지침은 침묵하고 있고, 각 회원국에 위임되어 있다.

(2) 소비자의 통지의무

이 2년이라는 상대적으로 장기의 소비자보호를 위한 기간은 계약위반사실을 안 시점부터 2개월 내에 소비자로 하여금 고지하게 함으로써 균형을 잡고 있다. 즉 회원국은, 소비자가 위 권리를 행사하기 전에, 하자를 발견한 때로부터 2개월 이내에 매도인에 대하여 통지를 하여야 한다는 규정을 둘 수 있다(동지침 제5조 제2항). 이 의무는 법적 확실성을 보장하고, 소비자 측의 주의를 촉구하는 것을 의도한 것이다.

(3) 중고품 매매

중고품매매에 관하여는 회원국은 1년을 최단기간으로 하여 2년보다 단기의 담보책임의 청구기간을 설정할 수 있다(동지침 제7조 제1항). 다만, 중고품의 특징으로 소비자는 제품의 대체(교환)를 청구할 수 없다고 해석된다.

7. 입증책임의 전환

소비자로서는 인도 후 2년간 4개의 권리를 갖는다 하여도, 인도 시에 이미 계약부적합이 존재하였다는 사실의 증명이 곤란하다면 이는 그림의 떡이 될 것이다. 그래서 본 지침은 증명책임의 분배의 영역에 규정을 두었다. 즉, 인도 후 6개월 이내에 발견된 하자(계약부적합)에 대하여는, 그것이 인도 시에 이미 존재하고 있었다고 추정된다. 다만, 그 하자가 인도 시에 존재하지 않았다는 것이 매도인에 의하여 증명

되거나, 또는 그러한 추정이 제품 또는 하자의 성질과 모순되는 경우에는 그러하지 아니한다(동지침 제5조 제3항). 즉 인도 후 6개월간은, 매도인이 인도 시에 하자가 존재하지 않았다는 점, 또는 하자가 매수인에 의하여 생겼다는 것을 증명할 수 없다면, 그 하자는 인도 시에 존재한 것으로 되고, 소비자는 매도인에 대하여 위 권리를 청구할 수 있는 것으로 된다.

8. 제조자의 책임

지침 제4조에 의하면, 최종매도인이 제조자, 동일한 계약연쇄상의 이전판매자, 또는 그 외의 매개인의 고의·과실에 의하여 생긴 하자로 인하여 소비자에 대하여 책임을 지는 경우에는, 최종매도인은 책임 있는 자에 대하여 배상 청구할 수 있다. 지침은 원칙적으로 매도인만이 최종소비자에 대하여 법적 보증에 관한 책임을 부담한다고 한다. 그러나 제2조 제2항 (d)에서 규정하듯이, 지침은 전통적인 계약법의 개념으로부터 이탈하여, 매도인에 대하여 제조자의 광고에 의한 표시에 관해서도 책임을 지게 한다. 제조자 자신은 소비자에 대하여 계약위반의 책임을 지지 않으므로, 매도인이 제조자나 그 외의 책임 있는 자에 대하여 행할 수 있는 청구는 인정되어야 할 것이다. 특히 제조자에 대한 법적 구제가 바람직한 것이므로, 지침 제12조는 유럽 위원회가 제조자의 직접적 책임의 도입에 대하여 조사하고, 유럽의회와 이사회에 의견을 제출하도록 하고 있다. 최종매도인이 배상을 청구할 수 있는 자(책임을 부담하여야 하는 당사자의 범위) 또는 청구내용·요건(권리행사의 방법과 조건)은 국내법에 의하여 규정된다.

9. 보증(Guarantee)

지침은 소비재매매에 있어서의 하자담보책임에 대한 최저의 조화외에 소위 임의보증에 대한 규정을 두고 있다. 보증에 대한 정의로, 물건의 성상이 품질보증서나 기타 관계되는 광고에 부합하지 않는 경우, 대금의 반환, 물건의 교환, 수리나 그 밖의 방법에 의하여 시정할 의무를 매도인이나 제조자가 소비자에 대해 부담하는 것이라 한다(동지침 제1조 제2항 e).

제조자, 매도인 또는 제품유통과정에 있어서 그 외의 자에 의하여 임의로 주어진 보증에 관하여는 계약당사자의 계약의 자유가 존중된다. 원칙적으로 첫째, 이들의 보증은 소비자가 소비재매매에 관한 국내입법에 기한 법적 권리를 갖고 있고, 당해 보증이 이들 권리를 침해하지 않는다는 것을 명기하여야 한다. 또 보증내용, 보증에 기한 청구에 필요한 절차사항, 특히, 보증기간, 보증의 지리적 적용범위, 보증인의 성명과 주소가 명확하게 기재되어야 한다(동지침 제6조 제2항). 그리고 소비자의 요구가 있다면, 당해 보증은 서면 등으로 제공되어야 한다(제3항). 다만, 이러한 형식적 요건을 충족시키지 못하는 보증에 있어서도 그 유효성은 영향을 받지 않으며, 소비자는 당해 보증에 기하여 권리를 행사하는 것이 가능하다(동지침 제6조 제5항).

지침 제6조 제1항에 의하면, 광고가 실질적인 보증내용을 포함하는 경우, 당해 광고표현도 임의로 부여한 보증의 일부로 본다. 즉 광고에 있어서 언급된 보증에도 실제의 보증규정과 같은 지위가 주어진다.

10. 회원국의 국내법화 현황⁵¹⁾

유럽회원국중 독일은 유럽공동체의 소비재매매지침의 국내법 전환이 직접적인 계기가 되어, 채무법의 현대화를 위한 법률안을 마련하였다. 그런데 독일에서의 2001년 채무법개정은 유럽공동체의 소비재매매지침의 국내법으로 전환하는데 필요한 최소한을 넘어 채무법 전반에 걸친 급부장애법의 체계적 구성을 변경하였다. 급부불능을 중심으로 하는 종래의 체계와 달리, UN통일매매법의 표상에 따라 독일민

51) EU 회원국의 법제화동향에 대해서는 European Review of Private Law, Volume 9, Number 2-3, 2001 특집참조. Hondius, E. and Christoph Jeloschek, Towards a European Sales Law ? Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, pp. 157-161; Jeloschek, Christoph, The Transposition of Directive 99/44/EC into Austrian Law, pp. 163-175 ; Kruisinga, Sonja A., What do Consumer and Commercial Sales Law Have in Common? A Comparison of the EC Directive on Consumer Sales Law and the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods, pp. 177-188; Nielsen, Anne-Dorte Bruun, Directive 1999/44/EC of the European Parliament and the Council on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees and its Influence on Danish Law, pp. 189-196; Watterson, Stephen, Consumer Sales Directive 1999/44/EC ? The Impact on English Law, pp. 197-221; Pinna, Andrea, La Transposition en Droit Francais, pp. 223-237; Grundmann, Stefan, European Sales Law ? Reform and Adoption of International Models in German Sales Law, pp. 239-258 ; Arnokouros, Georgios I., The Transposition of the Consumer Sales Directive into the Greek Legal System, pp. 259-277; Bird, Timothy C., Directive 99/44EC on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees: Its Impact on Existing Irish Sale of Goods Law, pp. 279-295 ; Scotton, Manola, Directive 99/44/EC on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, pp. 297-307; Elvinger, Marc, La Directive 99/44 du 25 Mai 1999 et le droit Luxembourgeois , pp. 309-325 ; Hondius, Ewoud and Harriet Schelhaas , In Conformity with the Consumer Sales Directive? Some Remarks on Transposition into Dutch Law, pp. 327-336 ; Hogg, Martin, Scottish Law and the European Consumer Sales Directive, pp. 337-350 ; Lete, Javier, The Impact on Spanish Contract Law of the EC Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, pp. 351-357 ; Sivesand, Hanna, Sweden- Delayed Reforms Due to the Consumer Sales Directive? pp. 359-367 ; Stauder, Bernd, Die Gewährleistung bei Konsumentenkaufverträgen nach OR im Lichte des EU-Rechts , pp. 369-375.

법 제280조에 따라 의무위반을 중심요건으로 하는 통일적인 급부장애법을 두게 되었다. 따라서 이를 기반으로 하면서 소비재매매지침에 상응한 개정은, 기존 매매법의 담보에 관한 특별규정을 대신하여 일반 급부장애법의 적용을 전제로 불가피하게 필요한 범위에서 수정한 것이다.

지침은 소비자인 매수인의 보호만을 목적으로 한 것으로서 매매계약 전반이 아니라, 매도인이 기업자이고 매수인이 소비자로서 동산을 거래 대상으로 하는 매매계약만을 목적으로 하는 것임에도 불구하고, 독일의 입법자는 이러한 소비재매매에 국한하지 않고 급부장애법의 체계적 구조를 변경하면서 매매법 전반을 지침의 수준에서 개정하였다.

지침 제2조 1항은 매수인에게 매도인에 대한 하자없는 물건 제공의 청구권을 인정하고 있다. 이는 기존의 독일 민법전에서는 이러한 모습의 이행청구권을 규정하지 않고 있었기 때문에 채무불이행법에서 체계구조의 교체를 요청하는 것이었다. 물론 독일민법전의 기존 매매법에 있어서도 매도인이 하자있는 물건을 제공한 경우에 면책되는 것은 아니지만, 법기술적으로는 지침과 달리, 매수인의 이행청구권은 물건의 제공과 그에 대한 소유권의 이전에만 한정되어 있었다(구법 제 433조). 즉, 물건의 하자는 이행청구권이 아니라 특별 담보책임법의 규율대상이었는데, 지침에 따라 변경하여야 하였다. 이행청구권의 도입이 강제되고, 이에 따른 하자보수청구권은 독일민법전에 없었던 이행청구권의 확충이다.

독일채무법은 지침이 직접 대상으로 하는 매매법을 넘어서 개정되었는데, 제433조 이하에 그 영향을 파급시켰다. 하자에 관한 책임은 원칙적으로 급부장애법에 편입되어 매매법적 수정을 통해 보완되었다. 매도인에게 하자없는 물건을 제공할 의무를 규정하고, 그 위반에 대해 우선적으로 추완이행청구권을 인정하고 있다.

매매법의 개정은 EU의 소비재매매지침에 의하여 큰 영향을 받았으

나, 이를 넘어서 일반 매매법에서도 중요한 새로운 규정들을 두었다. 법률의 체계를 보면 일반매매법(제433조 이하)과 소비재매매(제474조 이하)가 구분되고, 후자에 대하여는 위 지침의 국내입법화에 필요한 여러 가지 특별규정들을 두었지만, 일반매매법을 새로 정비함으로써 아직 완결된 상태는 아니다.

담보책임법은 일반채무불이행법의 일부로서 파악된다. 특히 하자로 인한 해제는 제323조 이하의 일반 해제조항들의 적용을 받게 되고, 손해배상에 대해서도 일반규정이 적용된다. 하자 있는 물건을 인도하는 것은 개념적으로는 불완전이행, 따라서 계약상 의무위반의 한 유형에 해당한다(제280조, 제281조). 담보책임법의 소멸시효도 특별한 역할을 상실하였다.

물건의 하자(Sachmangel)와 권리의 하자(Rechtsmangel)는 효과면에서 똑같이 취급된다. 물건의 하자에 관한 개념을 새로 규정하였지만 원칙적으로 현행법과 일치한다. 따라서 약정한 매매목적물의 성상이 일차적인 기준이 되고, 계약상 전제하였던 성상이나 통상의 성상이 보충적으로 적용된다(제434조 제1항 제1문). 보증된 성상의 흠결은 더 이상 별도의 하자 사유가 아니다.

제작자나 매도인의 광고 또는 공개적인 발언도 매수인의 정당한 기대수준을 정하게 될 수 있다는 것도 새로운 규정이다(초안 제434조 제1항 제3문). 나아가 조립이나 조립설명상의 결함은 물건의 하자과 마찬가지로 다루어지게 되었다(제434조 제2항). 지금까지 불완전한 인도와 잘못된 인도를 구분하던 것을 폐기한 것은 중요한 의미를 갖는다. 따라서 다른 종류의 물건을 인도하는 것이나 양적 차이도 물건의 하자과 동일하게 다룬다(제434조 제3항).

물건에 하자가 있는 경우에 대한 법률효과도 크게 수정된다. 그리하여 매수인의 “추완이행(Nacherfüllung)”에 관한 권리가 원칙적으로 다른 법적 구제수단들보다 우선하여 인정되는데, 매수인은 하자의 제거

나 하자없는 물건의 제공을 선택할 수 있다(제437조, 제439조).⁵²⁾ 일반 채무불이행법에 기한 손해배상청구권과 해제권은 원칙적으로 매도인에게 상당한 기간을 정하여 추완을 청구하였을 것을 요건으로 한다. 그러나 매도인이 추완이행을 거절하거나, 추완이행이 좌절되거나 또는 매수인에게 이를 기대하기 어려운 경우에는 이러한 기간 설정이 불필요하다(제440조, 제281조 제2항, 제323조 제2항).

해제와 손해배상을 함께 주장할 수 있는데 반하여, 해제와 부수적인 권리구제수단인 대금감액(Minderung)의 경우는 그러하지 아니하고 다만 해제에 갈음하여 감액할 수 있다(제441조). 감액을 선택한 매수인은 원칙적으로 급부교환의 차원을 벗어난 것이 아니기 때문이다. 그렇지만 감액은 손해배상과 함께 주장될 수 있다.

위험부담에 대해서는 종래와 같은 규정을 두고 있다(제446조⁵³⁾, 제447조⁵⁴⁾). 그러나 의무위반과 물건하자의 법적 취급에 관하여 규율함에 있어서 위험부담의 규율이 의미가 없도록 하였는데, 매매목적물의 제공에 방해를 일으키는 급부장애와 위험이전시를 기준으로 판단하는 물건 및 권리의 하자에 관한 법적 효과에 있어서 상호간에 격차가 적도록 하였다. 다만 소비재매매에서는 제447조 송부매매의 위험이전규정이 적용되지 않는다(제474조 2항).

52) 경제계는 영업활동의 경우 사업자에게 선택권을 줄 것을 요구하였지만, 소비재매매의 경우 매수인이 선택권을 갖는 것으로 규정되었다.

53) 제446조(위험 및 부담의 이전) 매도인 물건의 인도(Übergabe)로써 우연한 멸실과 우연한 훼손의 위험은 매수인에게 이전한다. 인도시로부터 그 수익은 매수인에게 귀속되고 또한 매수인은 그 물건의 부담을 진다. 매수인이 수령을 지체한 때에는 인도한 것과 같다.

54) 제447조(송부매매에서의 위험이전) (1) 매도인이 매수인의 요청으로 매도한 물건을 이행지와 다른 장소로 송부하는 경우에는, 매도인인 그 물건을 운송업자, 운송인 또는 그 밖의 송부를 실행하도록 정해진 자 또는 시설에 교부한 때에 위험은 매수인에게 이전한다.

(2) 매수인이 송부의 양태에 관하여 특별한 지시를 하였으나 매도인이 긴박한 사유 없이 그 지시에 따르지 않은 경우에는 매도인은 매수인에게 그로 인해 발생하는 손해에 대해 책임이 있다.

제474조 내지 제479조는 소비재매매지침을 수용하여 특별규정을 두고 있다. 그와 같은 매매는, 매매계약의 한쪽이 영리적인 매도인, 즉 “사업자”이고, 다른 한쪽은 사적 영역에서 행위하는 사람, 즉 “소비자”인 경우를 말한다. 소비자와 사업자의 개념에 관하여 초안은, 이미 2000년 민법전에 규정된 법률상 정의를 원용할 수가 있다(제13조, 제14조).

소비재매매에 관한 특별조항에는 매수인을 위한 입증책임 경감에 관한 규정이 있다(입증책임의 전환). 목적물의 인도 후 6월 이내에 드러난 하자가 있으면 이 하자는 위험이전 당시부터 존재하였던 것으로 추정하여 담보책임을 물을 수 있다(제476조). 다만 「이 추정이 그 물건의 종류 또는 하자의 종류와 합치하지 않는 때는」 그러하지 아니하다. 매도인의 보증은 특히 명확하고 이해하기 쉬워야 한다(제477조). 그러나 무엇보다도 이 영역에서의 거의 대부분을 강행법규로 하여 계약을 통해 매도인의 책임을 배제하거나 제한할 수 있는 가능성을 엄격히 한정하며, 다만 손해배상청구권만이 원칙적으로 임의법규의 성격을 갖는다고 한다(제475조). 따라서 중고품 매매에서 통상적으로 이루어지는 담보책임의 배제는 더 이상 불가능하다고 평가된다.⁵⁵⁾ 끝으로 매수인의 하자담보에 관한 각종 권리들이 이와 같이 강화됨으로써 피해를 입게 된 최종판매인에게는 그에게 물건을 공급한 자나 제조자에 대한 구상권(Rückgriffsanspruch)이 인정된다(제478조).

55) 이에 관하여는 Kessler, Zeitschrift für Rechtspolitik(ZRP) 2001, 70 이하. 제437조(하자에 대한 매수인의 권리)에서 인정하는 청구권의 소멸시효를 경감하는 합의는, 사업자에게 하자를 통지하기 전에는, 「법정의 소멸시효기간의 기산점으로부터 2년 미만으로, 중고품인 경우에는 1년 미만으로 단축하는 경우」는 인정되지 않는다(제475조 2항). 조문상으로는 「소멸시효를 법률행위에 의해 경감할 수 없다」고 하고 있다. 이것은 시효의 기산점을 전도하는 등의 방법으로 실질적으로 2년 보다 짧게 시효의 합기도 인정하는 취지라고 설명되고 있다(현대화법의 정부초안 이유서, Begründung, Deutscher Bundestag - Drucksache 14/6040, 2001, S. 245).

제 7 절 제조물책임지침⁵⁶⁾

1. 개 요

EU 제조물책임지침의 제정은 유럽통합을 염두에 두고 각 국가 간의 법 통일성의 필요성을 이유로 시작되었다. 유럽회원국은 일부 국가를 제외하고는 제조물책임을 전통적인 과실책임에 근거를 두고 있었다. 그러나 구체적으로 보면 각국의 제조물책임법제의 내용은 세 가지로 나눌 수 있다.

첫째, 프랑스, 벨기에, 룩셈부르크 등은 판례에 의해 계약책임법리를 기업과 직접계약관계에 있지 않은 소비자에게까지 확대·적용해 일종의 무과실 책임주의를 채택하고 있다. 특히 프랑스는 직업적 매도인의 악의 추정 및 소비자의 제조자에 대한 직접 소권을 인정하는 판례법이 형성되어 과실책임법리에 의해 제조자의 책임을 추궁할 수 있도록 하고 있다.

둘째, 이탈리아는 전통적인 과실책임주의를 유지함으로써 결함제품에 대한 제조자의 책임이 엄격하지 않다.

셋째, 독일, 영국, 네덜란드 등은 주로 불법행위책임에 입각한 과실책임주의를 채택하면서 경우에 따라 과실의 추정 등의 방법으로 입증책임의 경감 내지 전환을 시도함으로써 양자의 중간적 입장을 취하고 있다.

회원국 간의 이러한 제조물책임법제의 차이는 제조자의 제품비용에 차이를 발생시키고 동시에 역내에서 제품의 유통을 저해함으로써 역내의 시장통합에 장애가 되었다. 따라서 역내 시장통합 작업의 일환

56) EU의 제조물책임지침에 대해서는 하종선·최병록, 『제조물책임법과 결함방지대책』, KSA한국표준협회, 2000; 한봉희, 『제조물책임법론』, 대왕사, 1997 참조.

으로 경쟁조건의 동일화, 유통의 촉진, 소비자보호의 관점에서 제조물 책임에 관한 통일입법의 필요성이 제기되어 결합제품의 책임에 관한 입법지침의 제정노력이 시작되었다.

EU에서는 1968년에 제조물책임에 관한 통일입법화를 위한 검토를 시작했다. 유럽위원회는 1974년 8월과 1975년 7월 두 번의 예비초안의 공표를 거쳐 1976년 7월 제1차 지침안을 제안하고 그 후 1979년 9월 유럽의회와 경제사회위원회의 의견을 가미한 수정지침안을 이사회에 제출했다.

이사회는 이 수정지침안을 심리했으나 1차 농수축산물을 제조물의 범위에 포함시킬지 여부, 제조자에게 개발위험의 향변을 인정할지 여부, 물적 손해의 포함 여부, 책임한도액의 설정 여부 등에 대해서 의견이 대립되었다. 이에 대해서 의견조정을 거듭하다가 1985년 5월 타협적인 형태의 새로운 수정지침안이 이사회에 제출되어 마침내 동년 7월 25일에 제조물책임지침이 채택되었다.

그후 1999년 제조물책임지침(1999/34/EC)이 개정되면서 적용대상이 농산물과 게임이 포함되었다.

2. 무과실책임의 원칙

제조자는 제품의결함에 의해 발생한 손해에 대해 과실의 유무를 묻지 않고 책임을 부담한다(동지침 제1조, 제4조). 제조자는 자연인이든 법인이든 이를 불문한다.

무과실책임의 원칙을 채택함으로써 제조자의 책임이 강화되었다. 제1조의 ‘고의 또는 과실에 의해’ 라는 문구가 없고 제4조의 피해자가 부담하는 입증책임규정에도 이 요건이 존재하지 않는다는 점에서 과실의 유무는 문제되지 않는다는 것이 명백하다.

무과실책임을 채택한 이유에 대해서 지침 전문에서는 ‘특히 전문적 기술이 향상되고 있는 현대에 있어서 최신 기술에 의한 생산에 내재

하는 위험의 공평한 배분이라는 문제를 해결하는 유일한 방법'이라고 명백하게 밝히고 있다.

3. 적용대상이 되는 제품의 범위

전기 및 공업적으로 생산된 모든 동산은 지침의 적용대상이 된다(동지침 전문 및 제2조). 그 동산이 다른 동산이나 부동산에 부합되어 있는 경우에도 적용된다. 1985년 지침⁵⁷⁾에서는 제1차 농산물과 게임이 제외되었으나⁵⁸⁾, 1999년 지침이 개정되면서 제2항⁵⁹⁾을 개정하고 제15조 제1항을 삭제하므로 적용대상이 되었다.

4. 책임주체인 제조자의 범위

‘완성품의 제조자’, ‘원재료 부품의 제조자’, ‘제조물에 성명 및 상표 기타 식별가능한 기호 등을 부착함으로써 자신을 제조자로 표시한 자’는 모두 제조자에 해당한다(동지침 제3조 제1항).

완성품의 제조자는 그 제조물에 대해 전체적으로 책임을 진다. 구성

57) 1985년 지침 제2조에서 ‘제1차 농산물이란 제1차 가공을 한 제품을 제외한 농산물, 축산물 및 해산물을 의미한다’고 규정하고 지침 전문에서는 농업생산물과 수렵물에 대한 책임에 관해 ‘해당 제품에 결함을 일으킬 만한 공업적 성질을 가지는 가공이 된 경우를 제외하고는 이것을 배제하는 것이 적절하다’고 기술하고 있다. 그러므로 농업생산물과 수렵물에 대해 공업적 성질의 가공을 하게 되면 지침의 적용대상이 된다. 다만 회원국은 국내법으로 제1차 농산물 및 수렵물을 적용대상에 포함시켜 이에 대해서도 무과실책임을 부과할 수 있는 선택권(option)을 가지고 있다(동지침 제15조 제1항(a):선택조항).

58) 85/374/EEC Article 2

For the purpose of this Directive 'product' means all movables, with the exception of primary agricultural products and game, even though incorporated into another movable or into an immovable. 'Primary agricultural products' means the products of the soil, of stock-farming and of fisheries, excluding products which have undergone initial processing. 'Product' includes electricity.

59) Directive 1999/34/EC Article 2

For the purpose of this Directive, 'product' means all movables even if incorporated into another movable or into an immovable. 'Product' includes electricity."

부품 또는 원재료의 결함으로 인해 완성품에 결함이 발생하고 그 결함에 의해 손해가 발생한 경우 완성품의 제조자는 구성부품의 제조자 또는 원재료의 제조자와 연대해 책임을 부담한다.

또한 ‘역내에 업으로써 판매 등을 목적으로 제품을 수입하는 자’도 제조자로 간주된다(동조 제2항). 수입업자는 ‘업으로써 판매 등을 목적으로’ 제품을 수입한 경우에만 제조자로서 간주된다. 따라서 개인적 필요를 위해 수입하는 경우(개인적 성격이든 상업적 성격이든 불문함)는 제조자로 간주되지 않는다.

역내의 다른 회원국으로부터 제품을 수입하는 자는 제외된다. 따라서 이 경우 피해자는 다른 회원국의 제조자를 상대로 소송을 제기해야 한다.

제품의 제조자를 확정할 수 없을 때 그리고 수입품에 있어서 그 제조자는 알 수 있으나 수입한 자를 확정할 수 없을 때에는 각각의 공급자를 제조자로 간주한다(동조 제3항). 이 규정은 익명의 제조물을 사용함으로써 입는 피해로부터 소비자를 보호하기 위한 규정이다.

5. 입증책임

피해자는 제조물의 결함, 손해, 결함과 손해와의 인과관계를 입증해야 한다. 지침 제4조에는 ‘피해자는 손해, 결함 및 결함과 손해와의 인과관계를 입증하지 않으면 안 된다’라고 규정하고 있다. 이것은 전통적인 입증책임분배의 원칙을 따르고 있다.

그러나 지침 제7조에서 제조자가 다음 사항을 입증한 경우에는 지침에서 규정한 책임을 지지 않도록 규정하고 있으며, 다음 사항 중 (b)호에서 ‘여러 상황을 참작할 때 손해를 야기시킨 결함이 제조자에 의해 유통된 시점에는 존재하지 않았거나 또는 그 결함이 사후에 발생하였다고 하는 개연성이 높은 경우’이다. 이것은 피해자가 결함, 손

해 및 인과관계를 입증한 경우에 결함은 제조물이 유통과정에 든 시점에서 이미 존재하고 있었다고 추정되는 것으로 해석한다.

무과실책임을 채택한 것과 관련해 제조자와 소비자 사이의 형평을 고려해 고전적인 증명책임의 분배를 채용했다. 그러나 표현증명 또는 사실추정원칙에 의해 원고의 입증책임을 부담을 완화시키는 것은 각 가맹국 법원의 운용과 관련된 것이며, 본조는 그것까지 규제하는 것은 아니다.

6. 연대책임의 원칙

동일한 손해에 대해서 2인 또는 그 이상의 자가 책임을 부담하는 경우에는 연대해 책임을 부담해야 한다(동지침 제5조). 소비자를 보다 두텁게 보호하고 기업의 책임을 강화하기 위한 조항이라고 할 수 있다.

7. 결함의 판단기준

제품의 표시, 합리적으로 예상할 수 있는 제품의 사용, 제품이 유통된 시기 등을 포함한 모든 사정을 고려해 일반인이 당연히 기대하는 안전성을 구비하지 않은 경우 결함이 존재하는 것으로 된다(동지침 제6조 제1항). 다만 나중에 보다 우수한 제품이 유통되었다는 이유만으로 제조물에 결함이 있는 것으로 간주할 수는 없다(동조 제2항).

유통된 시기는 결함유무의 판단기준 시점이 된다. 완성품의 경우 제조자가 판매를 위해 자유의사에 의해 제품을 유통업자에게 보낸 시점을 말한다. 그리고 부품인 경우에는 완성품 제조자에게 납품된 시점을, 원재료인 경우에는 제조업자에게 납품된 시점을 말한다.

8. 제조자의 면책사유

제조자는 무과실책임을 부담하지만 다음 여섯 가지의 일정한 사실을 입증하면 면책되는 것으로 해 제조자의 부담을 덜어주고 있다.

첫째, 제조자가 그 제품을 유통시키지 않았다는 사실이다. 예컨대, 판매를 위해 생산되었으나 아직 유통되지 않은 결함제조물에 의해 기업의 고용인이 상해를 입은 경우에는 제조자는 제조물책임을 부담하지 않는다. 그러나 제품으로써 이미 유통되어 사용된 결함부품 또는 결함원료에 의해 피해가 발생한 경우, 해당 고용인은 결함부품 또는 결함원료의 제조자에 대해 제조물책임을 물을 수 있을 것이다(동지침 제3조 제1호 참조).

둘째, 제조자가 제품을 유통시킨 시점에는 결함이 존재하지 않았다는 사실이다.

셋째, 그 제품이 판매, 기타 영리를 목적으로 제조된 것이 아니며 또 영업활동의 일환으로 제조·공급된 것이 아니라는 사실이다.

넷째, 그 제품의 결함이 당국에서 정한 강제기준을 준수함으로써 발생했다는 사실이다. 여기서 강제기준이라 함은 국가가 제조자에 대해 법률이나 규칙 등으로 일정한(최고 기준인) 제조방법을 강제하고 있고, 제조자로서는 제조하는 이상 그 기준을 따를 수밖에 없고, 또 국가가 정한 기준 자체가 정당한 안전에의 기대(제6조)에 합치하지 않음으로 인해 필연적으로 결함제조물이 나올 수밖에 없는 그런 성격의 것을 의미한다.

다섯째, 제조자가 그 제품을 유통시킨 시점의 과학·기술 수준으로는 결함의 존재를 발견할 수 없었다는 사실이다. 이른바 개발위험의 항변을 말하며, 각 가맹국은 그 판단에 따라 국내법으로 개발위험에 관해서도 제조자에게 책임을 지울 수 있다(동지침 제15조 제1항 (b); 선택조항).

여섯째, 부품 제조자의 경우에는 그 부품을 조립한 최종 제품의 설계가 원인이 되어 결함이 발생했다는 사실 또는 최종 제품 제조자의 지시에 의해 결함이 발생했다는 사실이다.

9. 제3자 피해자의 과실 등

손해가 제품의 결함과 함께 제3자의 작위·부작위로 인해 발생한 경우에도 제조자의 책임은 경감되지 않는다(동지침 제8조 제1항). 이것은 피해자의 보호를 고려한 조항이다. 이 경우 제3자는 지침의 규정에 근거해 책임을 지는 자가 아니므로 연대책임을 부담하지 않는다. 다만 제3자의 책임 여부, 그 책임의 범위 및 구상권 등에 대해서는 각국의 국내법에 위임하고 있다(동지침 제8조 제1항). 그러나 손해가 제품의 결함과 함께 피해자 또는 피해자의 책임으로 돌아가는 제3자의 과실로 인해 발생한 경우에는 제조자의 책임은 경감 또는 면제된다(동조 제2항).

10. 손해의 범위

제조자가 배상책임을 부담하는 손해는 제품의 결함에 의해 발생한 신체손해 및 재산손해이다(동지침 제9조). 신체손해의 경우 원칙적으로 그 배상액의 제한이 없으나, 각국은 책임총액의 제한을 옵션으로 채용할 수 있다(동지침 제16조 제1항 참조). 다만 재산손해의 경우 제품 자체의 손해는 배상대상에서 제외되고 개인적인 사용·소비를 위해 이용되는 재산(따라서 영업용 재산은 제외됨)에 발생한 7천만ECU(유럽통화단위) 이상의 손해에 대해서만 배상책임을 부담한다.

제품 자체의 손해는 계약책임에 의해 처리된다. 이는 무과실책임을 근거로 해서 소액청구가 빈발하는 것을 방지하기 위함이다. 위자료

등의 무형손해에 대해서는 각 회원국의 국내법에 그 취급을 위임하고 있다.

11. 제소기간 및 소멸시효

피해자는 손해 결함 및 제조자의 신원을 안 날 또는 합리적으로 그것을 알수 있었던 날부터 3년 이내에 제소해야 하며(동지침 제10조 제1항), 또한 피해자에게 부여된 권리는 손해의 원인이 된 제품이 유통된 후 10년이 경과하면 소멸한다(동지침 제11조).

12. 특약에 의한 책임제한 등의 금지

제조자는 피해자와의 특약에 의해 자신의 책임을 제한 또는 배제할 수 없다(동지침 제12조). 제조자들 간의 관계는 본 조에서 고려의 대상이 되지 않는다. 따라서 책임의 제한 또는 배제금지는 소비자와의 관계에서만 적용한다.

13. 인적손해에 대한 책임한도액

제조자의 책임에는 특별한 제한이 없는 것이 원칙이지만 각 가맹국은 필요에 따라 동일한 결함을 가진 동종의 제품에 의한 사망 또는 신체상해로 발생한 손해에 대한 제조자의 책임총액을 제한할 수 있다(동지침 제16조 제1항 전단). 다만 그 한도액이 7천만 ECU 이상이어야 한다(동조 1항 후단). 즉 지침은 개발위험을 제조자에게 부담시키지 않는 대신 책임한도액을 설정하지 않는 것을 원칙으로 하면서, 다만 각 가맹국이 인신손해에 한해 7천만 ECU보다 낮지 않은 범위에서 책임한도액을 제한하는 국내 입법도 가능하다는 선택조항을 두고 있다.

14. 제조물책임의 중복적용의 가능성

지침이 통보된 시점에 존재하는 계약상 또는 계약 외의 책임에 관한 법규정 혹은 특별책임제도 등에 의해 피해자에게 부여된 모든 권리는 지침의 영향을 받지 않는다(동지침 제13조). 따라서 개별사건에 있어서 피해자는 각 국내법이 허용하는 한 자유로이, 지침에 의해 제정되는 국내법, 계약책임법, 비계약책임법(불법행위법) 및 제조물책임에 관한 특별책임제도 중 어느 하나를 선택해 손해배상을 청구할 수 있다.

15. 회원국의 국내법화 현황

제조물책임지침은 회원국에 대해 지침이 성립한 1985년 7월 25일부터 3년 이내에 지침을 준수하기 위해 필요한 국내법을 제정·시행할 것을 의무지우고 있다(동지침 제9조). 그러나 영국(1987년 5월 제정, 1988년 3월 1일 시행), 이탈리아(1988년 5월 제정, 1988년 7월 30일 시행), 그리스(1988년 3월 제정, 1988년 7월 30일 시행)만이 기한 내에 국내 입법을 완료했을 뿐이다. 이처럼 회원국 중에 기한 내에 국내 입법화를 할 수 없었던 최대 이유는 지침의 세 가지 선택조항에 관한 국내 조정에 많은 시간이 걸렸기 때문이다. 이 선택조항에 대한 각국의 대응과 현재의 입법 현황을 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> EU회원국의 제조물책임입법 현황

국가	입법시기 또는 상황	입법 형식	비고
영국	1987. 5. 15 제정 1988. 3. 1 시행	소비자 보호법	제1편 제조물책임

국가	입법시기 또는 상황	입법 형식	비고
그리스	1988. 3. 31 제정 1988. 7. 30 시행	제조물책임 부령	(약 5,040만 달러)
이탈리아	1988. 5. 24 제정 1988. 7. 30 시행	제조물책임 대통령령	
룩셈부르크	1989. 4. 21 제정 1989. 5. 2 시행	제조물 책임법	
덴마크	1989. 6. 7 제정 1989. 6. 10 시행	제조물 책임법	
포르투갈	1989. 11. 6 제정 1989. 11. 21 시행	제조물 책임정령	
독일	1989. 12. 15 제정 1990. 1. 1 시행	제조물 책임법	단, 의약품에 대하여 약사법이 있으므로 적용제외
네덜란드	1990. 9. 13 제정 1990. 11. 1 시행	민법 개정	
벨기에	1991. 2. 25 제정 1991. 4. 1 시행	제조물 책임법	
프랑스	1998. 4. 30 국민회의 가결 1998. 5. 21 공포	민법 개정	
스페인	1994. 7. 6 제정 1994. 7. 7 시행	제조물 책임법	
아일랜드	1991. 12. 4 제정 1991. 12. 16 시행	제조물 책임법	

제 8 절 제품안전일반지침⁶⁰⁾

1. 개 요

회원국간 법률의 규율내용 차이는 회원국간 제품 및 서비스의 자유로운 이동을 어렵게 하여, EU의 입법정책은 내부시장의 공고화(consolidation)에 집중되고 있다. 이에 내부시장에서 제품 및 서비스의 자유로운 이동을 방해하는 법적 문제점을 해소하기 위한 법률의 통합 내지 조화를 추진하고 있다. 이중 가장 활발하게 진행되는 분야는 소비자안전분야이다. 대표적으로 제품안전분야에서 제품안전일반지침, 완구지침, 화장품지침 등 다양한 지침이 제정되었다.

최근 1992년 제정된 제품안전일반지침(General Product Safety Directive)(87/357/EEC)이 2001년 개정되면서(2001/95/EC) EU제품안전규제의 내용이 변화하였고, 이에 따라 회원국의 국내법규도 개정 제품안전일반지침에 맞추어 수정되었다.

2001년 개정 제품안전일반지침⁶¹⁾은 2004년 1월 15일부터 시행되었다. 내용은 1999년 지침을 유지한 상태에서 새로운 규정을 신설하였다.

EU는 제품안전에 대해서는 제품안전일반지침을 두고 있지만, 서비스안전에 관한 별도의 지침은 없다. 그러나 운송·관광 등 개별소비자보호지침에서 부분적으로 규정하고 있다.⁶²⁾

60) EU의 개정 제품안전일반지침에 대해서는 김성천, “강화되는 EU의 제품안전규제 동향, 『위험관리』(삼성방재연구소) 2005년 가을호 참조.

61) Directive 2001/95/EC of the European Parliament and of the Council of 3 December 2001 on general product safety, OJ L11, 15.1.2002, p.4 <http://europa.eu.int/eur-lex/pri/en/oj/dat/2002/l_011/l_01120020115en00040017.pdf>

62) 1990년 유럽이사회에서 서비스공급자책임에 관한 지침안(a proposal for a Council Directive on the liability of supplier of services)(OJ 1991 C 12/8.)을 유럽위원회에 제안하였다. 이 지침은 기존의 제조물책임지침(Product Liability Directive)을 보충한 것이나, 엄격책임을 채택하는 대신 과책(fault)의 입증책임을 공급자에게 전환했다(동 지침안 제1조 제2항). 그러나 이 지침안은 1994년 철회되었다.

그 후에는 2003년에 유럽위원회는 소비자를 위한 서비스안전에 관한 보고서를 발

2. 적용범위의 확대

소비자의 건강과 안전에 관련된 모든 제품이 충분히 포함되도록 지침의 적용범위가 확대되었다. 기본적으로 모든 제품(product)은 물론 서비스와 관련하여 소비자에게 제공되는 제품도 적용된다. 미용실에서 사용되는 헤어드라이어, 건강센터에서 사용되는 운동기구, 유통시설이나 사무실에서 사용되는 리프트 등은 명확하게 적용범위이고, 대중교통에 사용되는 비행기, 기차, 자동차 등도 포함된다. 또한 신제품은 물론 중고품, 재활용품도 적용범위이다. 그러나 골동품이나 공급자가 소비자가 사전에 정보를 제공하였다면 사용되기 전에 수리되고 재활용된 제품은 제외된다.

3. 제조업자와 판매업자의 의무 구체화

제조업자와 판매업자의 일반적 의무로서 안전한 제품을 시장에 공급할 의무를 정하고, 구체적으로 개별적 의무로서 제조업자와 판매업자 쌍방에 대해 제품의 위험성에 관한 정보를 관할 행정기관에 보고할 의무와 관할 행정기관과 협력하여 제품위험을 회피할 수 있는 방안을 강구할 의무를 규정하였다. 또한 제조업자에 대해서는 자사의 제품의 위험성을 판단하는데 필요한 정보를 소비자에게 제공할 의무와 자사의 제품의 위험성에 관한 정보를 수입하기 위한 제도를 정비하고 필요에 따라 리콜을 포함한 적절한 조치를 강구할 의무를 규정하고, 판매업자에 대해서는 판매된 제품의 안전성을 감시하고, 위험회피에 협력할 의무와 특히 제품의 유통경위를 알 수 있도록 필요한 서류의 보관·제공의무를 규정하였다.

표하였고, 2004년 유럽위원회는 지침안에 대한 논의를 다시 하기 위해 회원국의 책임체계를 검토하는 보고서를 발표하였다. 이 보고서는 결합있는 소비자서비스로 인한 손해배상책임체계에 대해 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 스웨덴, 영국, 미국 등의 법령과 판례법을 비교하였다.

4. 관할행정기관의 권한 강화

회원국의 관할행정기관에 대해서는 정보수집권한, 위험한 제품에 대해 즉시 경고를 하도록 지시 또는 명령할 권한, 리콜 및 제품폐기의 명령권한 등을 인정하고, 기업과 협력하여 리콜 및 제품폐기를 실행하도록 규정하였다. 또한 관할행정기관은 자율규제기준을 정비하고, 제조업자와 판매업자의 의무가 이행되도록 지도하는 규정을 두고 있다.

5. 기 타

회원국 및 유럽위원회가 얻은 제품의 안전에 관한 정보는 원칙적으로 소비자에게 공개하고, 소비자가 이런 정보를 접근할 수 있도록 규정하였다. 특히 유럽 긴급경보통지시스템(RAPEX notification system)을 강화하도록 규정하였다.

이외에도 안전한 제품이란 개념이 일관되게 적용되도록 표준의 효과적 이용을 활성화하고, 시장감시와 집행활동에 대한 체계적이고 구조적인 접근을 촉진하며, 신속한 유럽공동체의 개입방법에 따라 회수된 제품을 제3국가에 수출할 수 없도록 규정하고 있다. 특히 효과적인 시장감시는 높은 수준의 보호를 보장하는 핵심적인 조건으로 개정 제품안전일반지침은 더 체계적인 시장감시접근을 요구하고 있다.

6. RAPEX의 현황

EU 2001 개정제품안전일반지침은 이미 운영하되 있는 유럽 위해제품긴급경보시스템(Rapid Alert System for Non-Food Products: RAPEX)을 강화했다. RAPEX란 제품안전일반지침에 의해 도입되어 운영되는 시스템으로 비식품분야에서 유럽차원의 위해제품에 대한 긴급경보통지시스템이다⁶³⁾.

63) RAPEX에 대해서는 <http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/dyna/rapex/rapex_

RAPEX의 법적 근거는 2001 개정제품안전일반지침인데, 부록2에서 구체적인 절차와 통지가이드라인이 규정되어 있다. 유럽위원회는 회원국이 통보한 심각한 위험의 제품을 유럽회원국은 물론 제3국에게도 신속하게 알려준다.

2001 개정제품안전일반지침이 시행되기 이전인 2003년에는 139건이었으나, 시행일인 2004년 1월 15일부터 RAPEX에 등록된 리콜사례는 2004년 469건, 2005년에는 847건, 2006년에는 1,051건으로 증가하고 있다.⁶⁴⁾ 리콜대상은 비식품제품(의약품은 제외)으로 주로 전기용품, 가전제품, 완구, 의류, 신발류, 자동차, 오토바이 등이며, 내용은 질식, 목졸림, 누전, 화재, 미끄러짐, 유해물질오염 등의 발생이나 발생우려로 강제리콜이나 자발적 리콜이 된 것이다.

7. 회원국의 국내법화 현황⁶⁵⁾

2001 개정제품안전일반지침은 현재 회원국중 룩셈부르크와 네덜란드를 제외하고는 국내법화했다. 대표적인 회원국의 법령은 독일의 2004 기기·제품안전법과 영국의 2005 제품안전일반규칙이다.

독일은 EU 2001 개정제품안전일반지침의 내용에 따라 2004년 1월 9일 ‘소비자제품 및 산업용기기의 안전규정 재편성에 관한 법’⁶⁶⁾의 제정에 따라 기기·제품안전법(Geräte- und Produktsicherheitsgesetz)이 제정되고 2004년 5월 1일부터 시행되었다.

en.cfm> 참조

64) 이중 제품안전일반지침 제12조에 따라 심각한 위험으로 통지된 건수는 2003년 67건, 2004년 388건, 2005년 701건, 2006년 924건에 이르고 있다. http://ec.europa.eu/consumers/safety/rapex/stats_reports_en.htm 참조

65) EU의 소비자안전법제에 대해서는 김성천, 『서비스안전법제의 개선방안연구』, 한국소비자보호원, 2005 참조.

66) Gesetz zur Neuordnung der Sicherheit von technischen Arbeitsmitteln und Verbraucherprodukten vom 6. Januar 2004(BGBl IS. 2) <<http://217.160.60.235/BGBl/bgbl1f/bgbl104s0002.pdf>>

2005년 기기·제품안전법은 기존의 기기안전법(GSG)의 핵심 부분(산업용 기술기기 및 일용품)과 제품안전법(ProdSG)을 통합한 법률로서 적용법률이 없는 제품은 물론 소비자제품의 특별규칙도 포함하고 있다. 이 법률로 기기안전법과 제품안전법이 존재하므로 발생했던 규정중복, 관할 등의 문제가 해소됐다.

독일 2005년 기기·제품안전법의 내용은 EU 2001 개정제품안전일반지침과 유사하다.

첫째, 기기·제품안전법의 적용대상은 산업용기술기기, 소비자제품, 감시를 필요로 하는 시설설비 등이다. 산업용기술기기란 근로작업용장치·설비로서 정한 용도가 근로작업장에서의 사용에 한정된 것이고, 소비자제품은 일용품 또는 소비자용 제품으로 소비자에 의해 사용되는 제품이다. 그리고 감시를 필요로 하는 시설설비는 보일러, 엘리베이터 등이다. 그리고 제품은 신제품, 중고품, 재활용품 또는 현저한 변경이 가해진 제품 등도 포함된다. 이러한 제품을 사용한 자의 안전 및 건강이 위험하지 않은 경우에만 시장에 유통이 인정된다.

둘째, 제조업자와 수입업자는 소비자에 대해 제품의 안전에 관한 모든 정보를 제공해야 한다.

셋째, 제조업자와 수입업자의 명칭, 상세한 소재지, 제품형식명을 명료하게 식별할 수 있어야 한다.

넷째, 제조업자는 제품의 라이프사이클을 상세하게 감시하고, 결함이 발견된 경우는 관할관청에 보고하고, 경우에 따라서는 회수의 조치를 강구하여야 한다.

다섯째, 그동안 GS마크를 첨부할 수 없었던 제품인 가구, 비품, 베이비용품, 섬유제품에 대해서도 향후 GS마크첨부가 가능하게 되었다.

영국은 EU 2001 개정제품안전일반지침의 내용에 따라 2005년 6월 30일 1994년 제품안전일반규칙(General Product Safety Regulation 1994

(SI 1994/2328))을 개정하고, 2005년 10월 1일부터 시행되었다.⁶⁷⁾

2005 제품안전일반규칙⁶⁸⁾의 내용은 EU 2001 개정제품안전일반지침과 유사하다.

첫째, 적용대상인 제품의 범위를 규정하고 있다(제2조). 중고품은 물론 서비스와 관련하여 제공된 제품도 포함한다. 이외에도 관할행정기관, 제조업자, 판매업자 등을 저의하고 있다. 그러나 명시적으로 수리나 재활용을 위해 공급되는 중고품은 적용대상이 제외된다(제4조).

둘째, 제조업자가 안전한 제품을 시장에 유통시킬 의무가 있고(제5조), 특별한 규정이 없는 한 안전표준에 따른 제품은 안전한 것으로 본다고 규정하고 있다(제6조). 그리고 제조업자는 제품의 위해성에 관한 정보를 고객에게 제공할 의무와 유통된 자사제품의 위해성에 대해 감시할 의무가 있고(제7조), 판매업자는 안전하지 않은 제품이 공급되지 않도록 적절한 주의의무를 진다(제8조). 한편 제조업자와 판매업자는 유통된 제품이 위험을 내포하고 있는 경우 관할행정기관에 통지할 의무가 있다(제9조). 이 규정은 골동품이나 수리나 재활용을 목적으로 한 제품에는 적용되지 않는다.

셋째, 관할행정기관에게는 규칙을 집행할 의무를 규정하고 있다(제10조). 2005 제품안전일반규칙의 상시적 집행에 대한 주된 책임은 지방자치단체의 거래표준부서(the trading standards departments of local authorities)에 담당한다. 관할행정기관은 내용에 따라 의심통지(suspension

67) 영국의 소비자안전법제는 소비자보호법과 제품안전일반규칙이 있다. 소비자안전에 관한 일반법규를 소비자보호법 제2장(소비자안전)에서 소비자안전을 위한 일반법규범 체계를 갖추고 있다. 당초(1987년 이전)에는 영국에서도 미국, 일본과 마찬가지로 별개의 소비자안전법(1978, 1986년 개정)을 가지고 있었다. 실제 1978년 소비자안전법에 근거한 소비자안전규칙은 20여개가 넘고 있다. 그리고 1986년에는 제품의 안전백서(1984)에 포함된 제안의 일부를 수용하는 개정이 있었다. 그 후 1987년에는 동 안전법의 내용을 제조물책임법 등과 함께 소비자보호법에 통합하여 입법하였다. 1987년의 소비자보호법(Consumer Protection Act 1987)에서는 제1장 제조물책임에 이어서 제2장 소비자안전을 규정하고 있다.

68) The General Product Safety Regulation 2005(Statutory Instrument 2005 No. 1803), <<http://www.opsi.gov.uk/si/si2005/20051803.html>>

notices), 표시명령(requirements to mark), 경고명령(requirement to warn), 공급금지통지(withdrawal notices), 회수통지(recall notices) 등 다양한 안전성통지(safety notices)를 행하여야 한다(제11조~제15조).

넷째, 관할행정기관은 시험구매, 제품의 검사, 압수 등에 관한 권한이 있다(제21조~제23조).

스웨덴은 2001년 EU 제품안전일반지침에 따라 1988년 제품안전법(1998:1604)을 폐지하고 2004년 제품안전법(Produktsäkerhetslag)(2004:451)을 새롭게 제정하였다. 이 법의 적용대상은 독일, 영국 등 다른 회원국과 달리 제품은 물론 서비스를 포함하고 있다.

이 법의 주요 내용은 다음과 같다.

제품의 생산자와 동일하게 서비스제공자에게 일반적 안전의무를 부과하고 있다(동법 제7조 이하). 그 밖에도 안전정보제공의무(동법 제13조), 경고정보제공의무(동법 제14조), 리콜(동법 제15조 이하), 위해방지수단 및 협력체계(동법 제20조 이하), 통지의무(동법 제23조), 감독기관(동법 제24조 이하) 등을 규정하고 있다.

제품안전법은 2004년 7월 1일부터 시행되었다.

핀란드는 2001년 EU 제품안전일반지침에 따라 1986년 제품안전법(914/1986)을 폐지하고 2004년 소비자제품 및 서비스의 안전에 관한 법률(75/2004)을 새롭게 제정하였다. 이 법의 적용대상은 독일, 영국 등 다른 회원국과 달리 제품은 물론 서비스를 포함하고 있다.

이 법의 주요 내용은 다음과 같다.

제품의 생산자와 동일하게 서비스제공자에게 일반적 안전의무를 부과하고 있다(동법 제3조 이하). 그 밖에도 적합성평가의 기준(동법 제7조), 제품안전감시기관(동법 제8조 이하), 감독기관의 권한과 책무(동법 제13조 이하) 등을 규정하고 있다.

소비자제품 및 서비스의 안전에 관한 법률은 2004년 2월 16일부터 시행되었고, 일부 조항(동법 제14조, 제15조, 제20조, 제21조)은 2006년 1월 1일부터 시행된다.

제 4 장 EU 계약법 및 소비자법 논의

제 1 절 서

이미 소비자계약 등 특정계약이나 분야에서 내부시장의 계약상 문제점을 시정할 목적으로 지침, 규칙 등을 채택하여 왔다. 그러나 이와 같은 분야특정의 입법방법(sector-specific approach)은 근본적인 해결책이 되지 못해, EU공식기구는 내부시장의 기능을 적절하게 보장하기 위한 계약법의 조화나 통합에 대한 필요성을 강조하고, 이와 관련한 입법정책을 제안하고 있다.

EU에서 ‘유럽계약법(European Contract Law)’ 입법제안은 학계와 EU 공식기구가 동시에 추진하고 있다. 학계의 경우 이미 계약법전초안⁶⁹⁾과 계약법의 일반원칙초안⁷⁰⁾을 발표한 바 있고⁷¹⁾, EU공식기구의 경우 실체사법 특히 계약법의 조화가능성에 대해 논의를 시작한 것은 1989년부터이다.

유럽의회(European Parliament)는 1989년과 1994년의 결의(resolution)⁷²⁾에서 유럽민법전의 작성가능성에 대한 작업을 시작할 것을 촉구하면서, 일정한 사범영역의 조화가 내부시장의 완성에 중요하고, 국경없는 하나의 시장을 성취하기 위한 유럽공동체의 법적 요구사항을 만족시킨다고 전제하며 조화를 추진하기 위한 가장 효과적인 방법이 유럽민법의 형식으로의 사법통일이라고 천명했다.

69) Academy of European Private Lawyers, European Contract Code- Preliminary draft, Universita Di Pavia, 2001.

70) Ole Lando and Hugh Beale(eds.), Principles of European Contract Law Part I and UU, Kluwer Law Internation,

71) 이외에도 유럽법학계에서는 금융서비스, 보험계약, 건축계약, 팩토링, 리스 등 특정분야의 계약과 소유권에 관한 입법논의를 계속하고 있다.

72) OJ C 158, 26.6.1989, p.400(Resolution A2-157/89); OJ C 205, 25.7.1994,p.518 (Resolution A3-0329/94).

그 후 유럽의회는 2000년 3월 16일 결의에서 더 포괄적인 사법의 조화가 내부시장에서 핵심될 것이라 하며 유럽위원회에게 사법분야의 연구를 시작할 것을 촉구했다.⁷³⁾ 유럽의회에 대한 2000년 7월 25일 답변에서 유럽위원회는 Tampere 이사회(Tampere European Council)가 제시한 2001년까지 자세하고 폭넓은 논의를 목적으로 다른 공동체기구와 공공기관에게 정책제안서를 제시할 것이라고 했다. 또한 내부시장의 발전과 미래 상업 및 기술동향을 위한 제2차 입법(secondary legislation)이 중요하다는 전제 아래 정책제안서는 차이를 확인하고 평가하기 위해 관련 사법영역에서 유럽공동체차원의 - 시행되거나 준비 중인 - 입법과 이미 수행되거나 수행중인 학계작업을 분석할 것이라고 했다.

Tampere 이사회의 결정 중 제39조에서 민사소송절차가 잘 기능하도록 장애요소를 제거하기 위해 사법문제에 관한 회원국의 적절한 입법이 필요하다는 종합적인 연구를 요청하였다.⁷⁴⁾ Tampere 결정의 시행을 위한 첫걸음으로 유럽위원회는 2001년 7월 11일 유럽계약법에 관한 정책제안서를 채택하기에 이르렀다.

제 2 절 2001년 정책제안서

유럽위원회는 계약법분야에서 EU차원의 행동이 필요한가의 여부에 대한 정보를 수집할 목적으로 2001년 9월 13일 유럽계약법에 관한 정책제안서를 채택한다.⁷⁵⁾

유럽위원회의 2001년 정책제안서는 제안의 목적, 현행법의 검토, 계약법에 관한 미래유럽주도를 위한 대안 등의 내용으로 되어 있다.

73) OJ C 377, 29.12.2000, p.323(Resolution B5-0228,0229-0230/2000. p. 326 at point 28).

74) Presidency Conclusions, Tampere European Council 15 and 16 October 1999, IS(1999) 800.

75) Communication from the commission to the Council and the European Parliament on European Contract law, COM(2001) 398 final, 11.7.2001(OJ C255, 13.9.2001, p.1).

1. 제안의 범위 및 대상

유럽위원회는 정책제안서에서 언급하는 계약법이 회원국의 다른 문화 및 법전통과 관련되어 있지만, 유사한 개념과 규칙을 갖고 있다며, 계약법의 범위를 매매계약과 금융서비스를 포함한 서비스계약을 토대로 이행, 불이행, 구제방법에 관한 일반원칙, 계약성립 및 유효성과 계약해석을 검토대상으로 했다.

제안서의 주요 내용은 회원국 계약법의 다양성으로부터 발생하는 문제점과 유럽차원에 제시하는 계약법 대안이다.

2. 계약법의 현황

2001년 정책제안서는 이미 회원국 계약법의 차이로 발생한 문제를 해결하고 있는 국제규범을 언급하고 있다. 첫째로 계약에 적용할 법률을 정하는 통일국제사법규칙으로 가장 중요한 것으로 모든 유럽회원국에 적용되는 1980년 로마협약(Rome Convention)⁷⁶⁾이고, 둘째로는 국제적 차원에서 실체법의 조화를 이룩한 1980년 유엔국제매매협약(United Nations Convention on contracts for the international sale of goods)이다.

그리고 이미 사법을 조율하는 규정을 포함한 유럽법제도 서술하고 있다. 이미 획득규범(acquis)으로 방문판매지침⁷⁷⁾, 원격거래지침⁷⁸⁾, 주최여행지침⁷⁹⁾, 시분할이용계약지침⁸⁰⁾, 소비자신용지침⁸¹⁾, 불공정약관

76) 1980 Rome Convention on the law applicable to contractual obligation(consolidated version)(OJ C 27, 26.1.1998, p.34).

77) Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises.

78) Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts.

79) Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours.

80) Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating the

조항지침⁸²⁾, 소비재매매지침⁸³⁾, 전자상거래지침⁸⁴⁾, 이행지체지침⁸⁵⁾, 금융서비스원격판매지침⁸⁶⁾ 등 소비자계약분야의 입법지침과 제조물책임지침⁸⁷⁾이 있다.

3. 계약법에 관한 대안들

제안서는 계약법 개선에 관한 4가지 대안을 제시한다.

첫째 방안은 이미 존재하는 문제점을 시장힘으로 해결하도록 하는 것이다. 이는 유럽차원의 행동은 없이, 경제발전의 결과로서 해결되도록 한다.

둘째 방안은 유럽위원회가 비교법연구 및 학계와 법실무자간의 공동작업을 추진하여 회원국 계약법에서 공통원칙(common principle)을 찾아내는 것이다. 이미 학계에서 진행하고 있지만, EU공식기구인 유럽위원회가 공동작업의 중심적 역할을 하고, 그 결과물에 대해서는 공통원칙(common principles)에서부터 특정계약형태에 관한 특정자율규범이나 가이드라인의 초안 등 다양하게 고려하고 있다. 공통원칙은

purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis.

81) Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit as modified by Directive 90/88/EEC and 98/7/EEC.

82) Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.

83) Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees.

84) Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce in the internal market.

85) Directive 2000/35/EC of the European Parliament and the Council of 29 June 2000 on combating late payment in commercial transactions.

86) Directive 2002/65/EC on distance marketing of consumer financial services of 23 September 2002.

87) Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products(Amended by Directive 1999/34/EC of the Parliament and of the Council of 10 May 1999).

계약당사자에게 새로운 계약의 작성단계는 물론 계약이행단계에서 유용하고, 구속력있는 회원국법제에 의해 해결되지 않거나 전혀 입법적 규칙이 없는 법적 문제를 해결하는데 회원국 법관이나 중재자에게도 유용할 것이라고 한다. 다른 대안으로 표준계약(standard contract)을 제시하고 있다.

셋째 대안은 계약법분야에서 이미 존재하는 유럽법의 내용을 개선하는 것이다. 이는 현행 법제를 현대화하는 의미로서 유럽위원회는 투명성과 명확성에 근거하여 현행 법제를 통합, 규정, 제거하는 행동을 시작한다.

넷째 대안은 유럽차원의 새로운 법제를 채택하는 것이다. 이를 위해서는 법제의 선택과 구속력에 대한 논의가 전제된다.

법제의 선택은 조화의 정도 등 많은 요소에 의존하게 되는데, 그중 하나가 지침(Directive)으로 회원국에게 어느 정도 융통성을 부여할 수 있고, 다른 하나는 규칙(Regulation)으로 회원국에 융통성을 부여하지 않으나, 내부시장의 경제활동가들에게는 더 투명하고 통일된 조건을 보장한다. 권고(Recommendation)는 단지 순수한 대안적 모델이 선택될 때만 가능하다.

법제의 구속력에 관해서는 다음과 같이 제안하고 있다.

- a) 당사자가 선택할 수 있는 순수한 대안모델이다. 예를 들면 계약에 적용할 수 있다고 계약당사자가 동의한 경우에만 적용하는 권고나 규칙이 될 것이다.
- b) 계약에서 적용이 배제되지 않는 한 적용되는 일련의 규칙이다. 이런 종류의 입법은 이미 존재한다. 예를 들면 이행지체지침 제3조(1)(b)와 유엔국제매매협약 제6조이다.

4. 회원국 및 각계의 반응

2001년 정책제안서에 대해 유럽공동체정부, 기업, 법실무자, 학계, 소비자단체 등 이해당사자들로부터 181개 응답이 있었다.⁸⁸⁾

모든 응답자는 각각의 접근방법이 문제가 있거나 포기해야 한다는 것을 제시하지 않았으나, 다양한 대안을 제시했다. 확인된 문제를 시장에서 해결하도록 하는 제1대안을 선호한 경우는 적었고, 유럽계약법의 공통원칙을 발전시키는 대안2를 지지하는 응답자는 많았다. 상대방수는 계약법영역에서 현행 법제의 개선을 제안한 대안3을 지지했고, 유럽계약법에 관한 새로운 법제를 목적으로 하는 대안4를 반대하는 자는 많았다. 그러나 상대방수의 응답자는 대안2와 3을 추구하면서 미래발전이라는 측면에서 더 생각할 것을 제안했다.

유럽의회도 2001년 11월 15일 회원국의 민상법의 적절성에 관한 결의(Resolution on approximation the civil and commercial law of the Member States)⁸⁹⁾를 채택하여, 유럽위원회로 하여금 단기,중기,장기의 방법을 포함한 실행계획을 요구했다.

이사회는 2001년 11월 16일 민사문제관련 적절한 회원국입법의 필요성에 관한 보고서를 채택했다.⁹⁰⁾ 특히 유럽위원회로 하여금 필요하다면 2002년 말까지 녹서나 백서(Green or White Paper) 형태로 적절한 관찰과 권고를 제출하도록 요청했다.

유럽 경제사회위원회(European Economic and Social Committee)는 2002년 7월 17일 전지구적 차원에서 이 분야의 해결방안을 추구해야 할 필요성을 강조했다.⁹¹⁾ 유럽계약법규정은 중기적으로 당사자에 의

88) http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/contract_law/index_en.html

89) COM(2001) 398 final, C5-0471/2001-2001/2187(COS), O.J C140E, 13.6.2002, p.538.

90) <http://register.consilium.eu.int/pdf/en/01/st12/12735en1.pdf>

91) Opinion of the Economic and Social Committee on the Communication to the Council and the European Parliament on European contract law, ECOSOC INT/117

해 선택되고(옵트인 방식), 장기적으로는 특정국내법을 적용하기 원한다면 포기할 수 있는 공통도구가 되어야 한다고 했다.

제 3 절 2003년 실행계획서

유럽위원회는 2003년 2월 12일 “유럽계약법의 일관성 강화(A More Coherent European Contract Law)”라는 제목의 실행계획서를 채택한다.⁹²⁾

2003년 실행계획서는 2001년 정책제안이후 현재 상황 및 확인된 문제점을 검토하고 비규제방법과 규제방법의 혼합이라는 유럽계약법에 관한 새로운 접근방법을 제시했다.

(1) 확인된 문제점

2003년 실행계획서는 2001년 정책제안서에 대한 구체적이고 실무적인 문제점을 지적한다. 확인된 문제의 유형은 다음과 같다.

첫째, 계약법분야의 유럽법에 내재되어 있는 불통일성이다. 이미 제정된 소비자보호입법지침의 내용중 청약철회의 내용을 보면 철회기간과 기산점계산방법 등이 방문판매지침, 부동산시분할이용지침, 원격거래지침, 금융서비스원격판매지침에 따라 다르고, 전자상거래지침과 원격거래지침간에서도 정보제공요건이 다르고 지침에 따라 정보제공요건도 다르다.

용어정의의 불통일성도 존재하고 있다. 지침에 따라 용어를 정의하는 경우와 정의하지 않은 경우가 있고, 어떤 지침은 너무 포괄적으로 정의하기도 한다. 예를 들면 제조물책임지침은 손해배상(damage)을 정의하고 있으나 단체여행지침은 정의하고 있지 않다. 따라서 소비자보

European Contract Law, OJ C 241, 7.10.2002, p.1.

92) Communication from the Commission to the European Parliament and the Council : A More Coherent European Contract Law - An Action Plan, COM(2003) 68 final. OJ C63, 15.3.2003, P.1.

호입법지침의 최소조화원칙 때문에 내부시장에 요구되는 동일한 상황에 대한 통일된 해결을 성취할 수 없다고 비판되고 있다.

둘째, 회원국 계약법의 다양성과 법적 복잡성으로 국가간 거래에 적용하기 곤란하다는 것이다. 특히 강행법규와 임의법규의 구별에서 문제점이 명확하게 드러난다. 임의법규의 경우에는 당사자가 선택하는 것이므로 문제가 없으나, 강행법규의 경우 선택할 수 없으므로 문제이다. 그런데 강행법규와 임의법규는 이론적으로 구별이 분명하나 실무에서 그렇지 않다고 한다.

계약성립에 관한 다양한 요건도 장애요소라 한다. 특히 공증이나 인증서면을 강제하는 경우 등 서식을 요구하거나 일정한 언어로 또는 서면을 요구하고 있다.

또한 약관조항의 적용과 배제에 관한 규칙의 다양성도 문제라고 한다. 회원국간 무효가 되는 약관조항에 상당한 차이가 있다.

(2) 새로운 접근방법의 제안

2003년 실행계획서가 추구하는 대상 및 우선목적은 이미 유럽공동체가 획득한 규범(Acquis)을 개선하는 것이다. 다시 말해 계약법분야 유럽공동체획득규범의 내용을 향상시키고, 새로운 획득규범의 불필요한 불통일성을 회피한다. 그 작성, 시행, 적용에서 상당한 통일성을 갖는 유럽계약법의 획득규범성취가 목적이다. 그러나 지침들의 규정간 차이는 지침이 해결하고자 하는 문제점들의 차이에 따른 것이기 때문에 개입이 불필요하다고 한다. 물론 문제점들의 차이에 의해 설명할 수 없는 조항과 개념의 차이는 제거되어야 한다.

개선된 유럽공동체획득규범은 유럽의 통일적용을 증진시키고 국가간 거래의 원활한 기능을 촉진하므로 내부시장의 완성을 촉구한다.

획득규범의 개선을 위한 방법으로 공통준거틀, 계약법분야의 유럽공동체획득규범의 품질 및 일관성이 제시되고 있다.

이외에도 표준계약서조항의 제정 촉진, 비특정분야방법의 기회 등이 제안되었다.

1) 공통준거틀(Common frame of reference)

유럽위원회는 유럽계약법분야에서 공통원칙 및 용어를 정립할 공통준거틀이 획득계약법을 향상하는 중요한 단계라고 본다. 공통준거틀은 EU공식기구가 유럽계약법분야에 현재 및 미래 획득규범의 더 나은 일관성을 보장하기 위해 이용되는 공개된 접근가능한 문서가 될 것이다.

공통준거틀의 활용목적은 3가지이다.

첫째, 현행 획득규범을 검토하고 새로운 방법을 제안할 때 공통준거틀이 이용될 것이다. 계약이나 손해배상과 같은 기본개념 및 추상적인 용어의 정의와 계약불이행규칙 등 공통용어 및 규칙에 가장 좋은 해결방법을 제공한다. 이런 점에서 계약자유는 중심적인 원칙이고, 계약자유는 제한은 타당한 이유로 정당화될 때만 예상할 수 있다. 가능한 한 공통되는 기본규칙 및 용어에 의해 유럽계약법분야에서 일관된 획득규범을 얻는 것이 본래 목적이다.

둘째, 공통준거틀은 회원국의 계약법간 더 나아가 가능한 한 제3국의 계약법과의 상당한 통합을 성취하는 도구가 되어야 한다.

셋째, 유럽위원회는 선택적 도구와 같이 비특정분야방법이 공통준거틀에 따라 유럽계약법분야의 문제를 해결할 수 있도록 요청되는지의 여부를 반영할 것이다.

그리고 공통준거틀은 향후 연구와 경제주체의 의견에 따라 결정되어야 하지만, 다음과 같은 요소가 포함될 것이 예상된다.

공통준거틀의 범위는 본질적으로 계약법이다. 매매계약과 서비스계약과 같이 국경을 넘는 계약형태 모두이고, 계약체결, 유효성, 계약해

석, 이행, 불이행, 구제방법 등에 관한 일반규칙, 동산신용보증규칙, 부당이득법 등이 포함된다.

2) 유럽표준계약서조항의 제정 촉진(The promotion of EU-wide standard contract terms)

유럽전역에서 사용되는 표준계약서조항들의 제정을 촉진한다. 이를 위한 두가지 개입방법은 다음과 같다.

첫째, 유럽위원회는 발의에 관한 정보교환을 촉진한다.

둘째, 유럽위원회는 표준조항과 조건의 이용에 관한 가이드라인을 제공한다.

3) 비특정분야방법의 기회 검토 계속(Further reflection on the opportuneness of a non-sector-specific measure).

유럽계약법분야에서 선택적 도구와 같은 비특정분야방법의 기회를 좀더 검토한다

(3) 반응들⁹³⁾

2003년 실행계획서에 대해서는 122건의 검토의견서를 받았다. 유럽의회와 이사회는 공통준거틀의 작성시 모든 이해당사자를 참여시킬 필요가 있다고 강조한 실행계획을 환영한다는 결의를 채택했다. 유럽의회는 공통준거틀이 2006년말까지 완성되도록 빨리 시작하기를 요청했고, 이사회는 유럽공동체와 국가지역안에서 계약당사자에 의해 개발된 유럽전역 일반계약조항의 유용성을 확인했다. 또한 유럽의회와 이사회는 선택적 도구에 관한 좀더 많은 검토의 추구를 요청했다.

그리고 이해당사자의 참여를 보장하기 위해 계약법에 관한 워크숍을 2003년 6월 두 번 개최했고, 2004년 1월에는 표준규정 및 조건에

93) http://europa.eu.int/comm/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/cont_law/index_en.htm.

관한 워크숍을 개최했으며, 2004년 4월에는 유럽위원회와 유럽의회가 공동으로 공청회를 개최하였다.

제 4 절 2004년 정책제안서

유럽위원회는 2004년 10월 11일 “유럽계약법과 획득규범의 수정: 향후추진방향(European Contract Law and the revision of the acquis : the way forward)”라는 제목의 정책제안서를 채택한다.⁹⁴⁾

2004년 정책제안서는 2003년 실행계획서의 후속으로 공통준거틀이 현행 및 미래의 획득규범의 일관성을 증진하기 위한 방법과 2002-2006 소비자정책전략에 따라 소비자보호와 관련한 획득부분을 위한 특별한 계획을 제시하고 있다. 그리고 유럽 표준계약조항의 촉진에 관한 계획활동을 서술하고 선택적 도구의 기회에 관한 검토를 계속한다.

향후추진방향에 대해서는 실행계획서에서 언급한 방법인 현행 및 미래 획득규범의 향상(Improving the present and future acquis), 유럽표준조항 및 조건의 이용 촉진(Promoting the use of EU-wide standard terms and conditions), 비특정특정방법 - 유럽계약법의 선택적 도구(A non-sector specific measure - An optional instrument in European contract law)에 관해 구체적으로 서술하고, 공통준거틀의 준비 및 작성방법도 제시하고 있다.

2004년 정책제안서의 주된 관심은 실행계획서상 제1방법인 유럽계약법의 핸드북으로서의 공통준거틀 작성에 있다.

이하에서는 공통준거틀을 중심으로 서술한다.

94) Communication from the Commission to the European Parliament and the Council : European Contract Law and the revision of the acquis : the way forward, COM(2004) 651 final of 11.10. 2004.

1. 공통준거들의 역할

유럽위원회는 공통준거들을 계약법분야의 현행 획득규범 및 미래 법제의 질과 일관성을 향상시키는 적절한 연장상자로 이용할 것이다. 동시 획득규범을 단순화하는 목적에도 기여할 것이다. 공통준거들은 유럽획득규범과 회원국의 법질서에 발견된 최선책에서 이끌어 낸 법 규정, 기본원칙, 계약법의 일관된 규칙 등을 제공할 것이다. 그리고 이사회와 유럽의회가 유럽위원회의 제안을 거부할 때에도 공통준거들을 사용하는 것이 바람직하다고 한다.

이외에도 회원국 입법자가 계약법분야의 EU 지침을 국내법화할 때나 유럽의회에서 제안한 바와 같이 중재기관에서도 공통준거들을 활용하게 될 것이다.

2. 공통준거들의 법적 성질

공통준거들의 법적 성질에 대해서는 이사회와 유럽의회가 채택하는 구속력 있는 법령이어야 한다는 의견이 있지만, 유럽위원회는 구속력이 없는 도구(a non-binding instrument)라고 본다.

3. 공통준거들의 예상되는 구조

유럽위원회는 2004년 제안서 부록1에서 공통준거들의 예상되는 구조를 제시하고 있다.

공통준거들은 계약법의 기본원칙(Principles), 추상적 중요법률용어의 정의(Definitions), 계약법의 규칙모형(Model rules) 등 3개 장으로 나뉜다.

(1) 제 1 장 - 원칙

공통준거틀 첫 번째 장은 유럽계약법의 공통기본원칙과 그 예외를 규정한다. 예외는 경제적 약자가 계약을 체결하는 제한적 상황에만 적용되는 경우를 말한다. 예를 들면, 계약자유의 원칙과 그 예외인 강행규정의 적용, 계약구속력의 원칙과 그 예외인 철회권(right of withdrawal), 신의성실의 원칙 등이다.

(2) 제 2 장 - 정의

공통준거틀의 두 번째 장은 유럽계약법의 추상적인 법률용어를 규정한다. 예를 들면 계약, 손해배상 등이다.

(3) 제 3 장 - 규칙모형

1) 제 1 절 - 계약(Contract)

1. 계약체결 : 청약의 개념, 승낙, 반대청약, 청약의 철회, 계약체결 시점
2. 계약의 형식 : 서면계약, 구두계약, 전자계약과 전자서명
3. 대리인의 권한 : 직접현명 및 간접현명
4. 유효성 : 원시적 불능, 부정확한 정보, 사기, 강박
5. 해석 : 해석의 일반원칙
6. 내용과 효과 : 계약채무를 발생시키는 언행, 묵시적 규정, 이행의 질, 제품인도/서비스제공의무, 이행의 계약적합성,

2) 제 2 절 - 계약체결전 의무들 (Pre-contractual obligations)

1. 계약체결전 의무의 본질(강행규정 또는 임의규정)

2. 계약체결전 정보제공의무들

- a. 원칙/형식 : 명확하고 이해할 수 있는 방법에 의한 서면정보제공
- b. 계약체결전 제공정보 : 제품 및 서비스의 특성, 가격 및 추가비용에 관한 정보, 소비자의 권리에 관한 정보, 전자계약에 관한 특별한 정보.
- c. 계약체결시 제공정보 : 중재요청권에 관한 정보
- d. 계약체결후 제공정보 : 정보수정을 통지할 의무

3) 제 3 절 - 이행/불이행(Performance/Non-Performance)

- 1. 일반원칙 : 이행장소 및 이행기, 제3자에 의한 이행, 인도시점, 인도장소, 이행비용
- 2. 불이행과 구제수단 일반 :
 - a. 불이행 : 계약위반의 개념
 - b. 구제수단 일반 : 이용가능한 구제수단, 구제수단의 총첩, 구제수단을 배제하거나 제한하는 조항
- 3. 불이행에 대한 특별구제수단 : 이행청구권, 계약해소권(계약해제권), 취소권, 가격감액·수리·교환의 권리, 손해배상·이자청구권.

4) 제 4 절 - 다수당사자(Plurality of parties)

- 1. 다수채무자
- 2. 다수채권자

5) 제 5 절 청구권의 양도(Assignment of claims)

- 1. 일반원칙 : 양도가능한 계약상 청구권, 일부양도, 양도방법.
- 2. 양도인과 양수인간 양도효과 : 양도의 효과가 발생할 때 양수인에게 이전되는 권리

3. 양수인과 채무자간 양도효과 : 채무자의 채무에 미치는 영향, 채무자의 보호

6) 제 6 절 채무자 교체 - 계약이전(Substitution of new debtor - Transfer of contract)

1. 채무자 교체 : 항변과 보증에 대한 교체의 효과
2. 계약의 이전

7) 제 7 절 시효(Prescription)

1. 시효기간과 기산점
2. 기간의 연장
3. 기간의 중단
4. 시효의 효과

8) 제 8 절 매매계약에 관한 특별규칙

9) 제 9 절 보험계약에 관한 특별규칙

제 5 절 소비자법 재검토 녹색

2005년 9월 유럽위원회는 2004년 정책제안서(COM 2004)에 대한 이사회와 유럽의회의 의견개진에 대해 그간의 경과에 대한 연례보고서를 제출했다.⁹⁵⁾ 이 보고서에 의하면 유럽위원회는 CFR 작업을 위하여 전문가로 구성된 네트워크를 구축하였고, 30여개 주제를 선별하여 2007년까지 연구할 계획이다.

2004년 정책제안서에 따라 CFR 준비 작업에 대한 정의와 모델규제 등의 검토결과는 소비자법의 재인식을 통해 소비자보호의 분야에서

95) REPORT FORM THE COMMISSION First Annual Progress Report on European Contract Law and the Acquire Review. COM(2005) 456 23.9.2005.

우선적으로 이루어졌다. 구체적으로는 기존 소비자보호지침인 방문판매지침(1999/44/EC), 주최여행지침(90/314/EEC), 불공정계약조항지침(93/13/EEC), 시분할이용계약지침(94/47/EC), 원격거래지침(97/7/EC), 금지청구지침(98/27/EC), 소비재매매지침(1999/44/EC), 가격표시지침(98/27/EC) 등 소비자계약분야의 8개 지침을 대상으로 그 통합의 여부와 통합의 태도에 대해 물었다.

2007년 2월 8일, 유럽위원회는 소비자법(Consumer Acquis)의 재검토에 관한 녹색지침(green paper)을 발표했다.⁹⁶⁾ 소비자법 재검토는 기존의 소비자보호지침에 공통된 사항을 추려내고, 거기에 일반조항을 편입시키는 것으로 일반법으로서의 통합적인 소비자법의 존재형식을 모색하는 것이다. 소비자법 재검토에 대해서는 크게 나누어 기존 지침의 개정으로 충분하다는 수직형 접근(vertical approach), 지침 중 횡단적인 공통사항에 대한 큰 테두리를 정해 세부사항을 규정할 때의 기준으로 하는 통합형 접근(horizontal approach)이 있다. 통합형 접근은 ‘소비자’와 ‘사업자’ 등의 개념과 청약철회기간·권리행사요건 등, 지침간에 공통된 사항을 종합적으로 규제에 편입시키고자 한다. 통합적 규제는 현행 불공정상거래행위지침, 소비재매매지침과 함께 원칙으로서 각 거래에 적용되고 있으나 증권과 보험 등 특수한 규제가 필요한 분야에서는 그 분야에서의 규제가 우선된다.⁹⁷⁾

(1) 규제방식

녹서에서는 소비자법 재검토의 방법에 대해 (i) 종전의 수직적 개별지침을 유지할 것인가, (ii) 통합형을 원칙으로 일부수직형의 존재

96) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER on the Review of the Consumer Acquis, COM (2006) 744 final, 08.02.2007

97) 녹서의 내용과 의의에 대해서는 Poncibò, Cristina, The Challenges of EC Consumer Law, EUI Working Papers MWP 2007/24 ; 村本武志, “EU消費者法(CONsumer Acquis)見直しの現像と動向”, 『消費者法ニュース』No.72, 2007.7, 272쪽 이하 참조.

를 허용할 것인가가 우선 문제된다. 다음으로 통합형 접근을 택하는 경우에 그 적용범위에 대해 (i) 통합적 조항을 국내거래와 국제거래를 불문하고 모든 소비자거래에 적용할 것인가, (ii) 국제간 거래에 대해서만 적용할 것인가, (iii) 국내거래, 국제거래 중 격지자간 거래에 대해서만 적용할 것인가의 선택지가 제시된다. 2005년의 불공정상거래행위지침 이전의 EU 소비자보호지침은 최저기준을 정하는 것이고 (minimum harmonization), 각국에 의한 규제를 인정하고 있다. 이는 EU 역내라도 회원국간에 청약철회기간 등에 차이를 두어 타국 법령에 익숙하지 않은 소비자가 국제간 거래에 주저하는 원인이 되고 있다. 질문에서는 통합적 규제의 각국의 국내법제에의 구속정도를 묻는다. 여기에서는 (i) 완전한 일치로 지향하고 상호승인조항을 도입하여 조정을 도모하는가, (ii) 규정의 구속력을 최소한으로 하고 ‘상호승인조항 (mutual recognition clause)’ 또는 ‘자국주의(country of origin principle)’를 도입하여 조정을 도모하는가가 문제된다.

(2) 소비자·사업자개념

현행 각 지침은 ‘소비자’, ‘전문가’의 어떠한 개념에 대해서도 통일적으로 다루고 있지 않다. 예를 들면 사업자와 같은 단어에 있어서 같은 개념이 아님에도 불구하고 지침에 따라 trader, seller, supplier, vender, retailer 등의 용어가 사용되고 있다. 회원국 가운데에는 자연인 사업자가 당초 자기의 거래, 사업 또는 전문 이외의 목적으로 행위 한 경우에 이에 소비자로서의 보호를 부여하는 경우가 있다. 개인사업자 또는 소규모사업자가 일정한 상품을 구입하는 경우에 소비자와 같은 입장에 설 수 있겠지만, 이 경우 소비자에 부여된 것과 같은 보호를 어떤 범위, 정도로 부여하여할 것인가가 문제된다. 질문에서는 (i) 소비자 개념으로 ‘자연인이며 거래, 사업 또는 전문(profession) 이

외의 목적으로 행위하는 자’, 전문가 개념으로 ‘거래, 영업, 전문에 관한 목적으로 행위하는 자연인 또는 법인’으로 할 것인가, (ii) 국내법의 예에 따라, 자연인이며 당초 시점에서 거래, 영업 및 전문의 범위에서(전문가로서) 행위하거나(사업자), 소비자로서 행위하거나(소비자)에 따라 결정해야 하는가가 문제된다. 또한 소비자 개념에 대해서는 소비자가 거래 당시에 중개자를 사용한 경우에 (i) 소비자보호의 규정은 적용되지 않는가, (ii) 이 경우에도 소비자계약에 포함시키는가가 문제된다.

(3) 일반조항

통합적 규제를 적용하고 일반조항이 정해진다면 개별조항의 해석지침이 될 수 있고, 법원이 현행규정과 발전 과정에 있는 권리, 의무와의 사이에 있는 틈을 메우는 기능이 기대할 수 있다. 녹서는 이러한 ‘통합적 규제에 신의칙 및 공정거래의 원칙에 따른 사업자의 의무를 규정해야 할 것인가’를 묻고 있다. 여기서의 선택지로서 (i) 이를 불필요한 것으로 정하는가, (ii) EU소비자계약법 아래에서 통합적 규제를 규정하여 사업자는 신의칙에 따라 행위할 것을 기대하는 조항으로 할 것인가, (iii) 사업자만이 아닌 소비자도 포함한 쌍방에 적용시키는 일반조항으로 할 것인가가 제시되고 있다.

(4) 정보제공의무

현행 EU 소비자보호지침 가운데에는 사업자에 대해 소비자에게 계약체결 시 또는 그 후의 정보제공의무를 규정하는 것이 있으나 의무해태의 효과에 대한 정합성이 고려되어 있지는 않다. 통합지침에서는 사업자에 의한 정보제공의무가 해태된 경우의 규제를 둔 경우, (i) 각 지침의 거래 특성을 고려하여 사업자에 의한 정보제공의무 위

반에 대해서도 거래에 따라 민사적 효력을 달리하는 현행 지침을 그대로 유지하는 것, (ii) 정보제공의무위반에 대해 일반적 시정수단으로 청약철회기간을 늘리는 것 등을 대안으로 제시하고 있다.

(5) 청약철회

현행 시분할이용계약, 방문판매, 원격거래의 각 지침은 소비자에 대해 일정 기간, 계약의 철회권을 인정하지만 청약철회기간, 시기, 기간 계산방법은 지침마다 다르다. 이에 청약철회기간을 (i) 14일간으로 하는 등 일률적으로 기간을 정할 것인가, (ii) 일률적으로 규제하지 않고 지침의 목적, 규제대상에 따라 기간을 달리 하는 것을 인정할 것인가 (방문판매와 원격거래에서는 10일간, 시분할이용계약에서는 14일로 하는 등)를 문제 삼고 있다. 후자의 대안이 제시된 이유는 방문판매에서의 청약철회는 대체로 주문을 할 것인가 아닌가를 판단하는 것이므로 주문한 상품의 품질과 가격을 비교할 목적으로 하는 것에 대해, 원격거래에서는 소비자가 주문한 상품을 주문한 것인가를 확인할 필요를 인정할 수 있는가의 목적의 차이를 들고 있다.

다음으로 청약철회권의 행사방법에 관한 각 회원국의 국내법은 메일 송부 또는 상품의 반품 등 그 방식이 일정하지 않고, 소비자의 선택에 맡기는 국가도 있으며 서류우편의 방법에 의하는 등 그 방식을 정하는 국가도 있는 등 그 방식은 각기 다르다. 이에 대해 질문에서는 청약철회권의 행사방법으로서 (i) 일정한 통지방식을 정할 것인가, (ii) 통지방식요건은 관계없이 소비자는 어떠한 방법에 따라서도 동 권리를 행사할 수 있을 것인가의 대안이 제시된다.

청약철회권 행사에 따른 원상회복비용을 누가 부담하는가에 대해 현행 지침은 거래의 종류에 따라 달리 다루고 있다. 방문판매지침은 청약철회권의 행사에 의해 철회 내지 해제된 계약에 관해서는 소비자는 모든 의무를 면하도록 하고, 기타 의무에 대해서는 회원국들의 판

단에 맡긴다. 한편, 원격거래지침은 청약철회권의 행사에 의해 판매자는 소비자에 비용을 부담시킬 수 없고 즉시 혹은 늦어도 30일 이내에 소비자가 지급한 대금의 반환의무를 진다. 소비자가 부담하는 것은 상품의 반환비용에 한정된다. 이에 관한 질문은 (i) 소비자는 청약철회권 행사에 따른 비용을 일절 부담하지 않는 것으로 할 것인가, (ii) 거래 종류에 관계없이 청약철회권 행사의 비용부담에 대해서는 현행 옵션의 일반화에 따라 처리할 것인가를 묻고 있다.

(6) 구제조치

통합적 규제에서의 구제조도에 대한 질문은 (i) 일반적인 계약상 구제는 회원국의 국내법에 맡긴다는 현행 지침의 입장으로 충분한가, (ii) 각각의 계약위반에 관한 일반적인 구제조치, 예를 들어 계약의 해제, 가격인하, 이행상품의 유치 등의 권리에 대해 정하는가를 대안으로 제시하고 있다. 일반적인 구제조치로서 가격인하, 계약의 해제 등의 손해배상이 있다. 그러나 손해배상에 대해서는 현행 지침은 주최여행에 관한 것 이외에는 정하지 않고 회원국의 국내법에 맡기고 있다. 질문에서는 (i) 소비자는 거래의 종류 및 성질에 관계없이 예견 가능한 손해에 관해 일반적인 배상청구권을 가지며 청구대상인 손해의 종류는 회원국의 판단에 위임할 것인가, (ii) 손해의 범위를 계약 위반에 따라 예견 가능한 물적 손해로 하고, 비경제적인 위자료손해 등에 대해서는 회원국의 자유로운 판단에 맡길 것인가, (iii) 소비자가 입을 예견 가능한 손해에 대한 일반적 권리로 순수한 경제손해 외에 정신적 손해도 포함할 것인가를 묻고 있다.

제 5 장 결 론

현재 27개 회원국을 보유한 유럽의 여러 주권국가가 EU으로 더욱 강하게 결속되기 위해서는 유럽헌법을 포함한 EU법의 단일화 또는 체계화가 필요하다. 앞으로도 EU의 입법권을 확대하려는 움직임이 계속되어질 것이지만, EU의 각 회원국은 EU을 유지하기 위한 불가피한 입법권의 포기는 감수하면서도, 가능하면 자국의 ‘입법주권’을 방어하려는 기본적인 입장을 지니게 될 것으로 예상할 수 있다.

우리나라에게는 통상과 교역을 포함한 많은 분야에서 EU의 중요성이 날로 증가하고 있다. EU의 모든 정책과 행위는 원칙적으로 EU의 법규범을 통하여 예측가능하다고 할 수 있는데, 이러한 점에서 EU의 법규범의 구조와 그 발전추이에는 관심을 둘 만한 가치가 있다.

EU의 법통일은 가속화될 것이다. 그 중심에 소비자보호지침이 자리하여 계약법통일의 기반을 마련하고 있다. 앞에서 본바와 같이 EU는 역내에서 국경없이 제품, 인력, 서비스 및 자본의 자유이동을 실현하고자 하는 내부시장(Internal Market)의 완성을 위해 법의 통합을 추진하고 있다. 특히 소비자보호지침을 통한 EU 소비자법의 통합은 1985년 방문판매지침을 시작으로 2005년 불공정상거래지침에까지 이르렀다. 그리고 2007년에는 EU 소비자법 재검토 녹서를 발표하여 EU소비자보호지침의 패러다임 전환이 예상된다.⁹⁸⁾

우리나라도 EU소비자법이 차지하는 비중은 점점 커질 것이다. 첫째, 한-유럽FTA가 진행중에 있다. 향후 유럽의 소비자법 수준에 맞는 소비자법을 유지하려면 현행 소비자법의 개정이나 새로운 소비자법의 제정에 영향을 줄 것이다.

98) 최근 유럽소비자법의 움직임에 대한 평가에 대해서는 Reich, Norbert, Protection of Consumers' Economic Interests by EC Contract Law - Some Follow-up Remarks, 28 *Sydney Law Review* 37 (2006); Howells, Geranit G., The Rise of European Consumer Law - Whither National Consumer Law ?, 28 *Sydney Law Review* 63 (2006) 참조

둘째, 일본, 중국, 한국 등을 중심으로 한 동아시아 공동체를 준비하고 있는데 이를 위한 첫작업으로 법통일이 이루어져야 하는데, 그 첫걸음이 소비자법이 될 것이다. 이에 EU의 통합과정에서 소비자보호지침을 통한 회원국의 국내법화를 유도하고, 이를 근간으로 통일된 EU 소비자법체제를 마련하고 있는 EU의 경험은 향후 동아시아 통합시장에도 많은 도움이 될 것이다.

마지막으로 현재 EU는 법통일 특히 계약법의 통일을 앞두고 소비자보호지침을 통한 소비자계약분야의 통일법을 마련하기 위한 작업에 매진하고 있다. 그 경험을 우리나라에서 활용할 수 있도록 앞에서 계속되는 EU소비자법의 통합과정을 지켜보아야 할 것이다. 특히 소비자기본법, 방문판매 등에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 할부거래에 관한 법률, 제조물책임법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 약관의 규제에 관한 법률 등에 대한 전면적인 재검토가 필요한 시기로서 EU소비자법 즉 소비자보호지침의 내용에 대한 좀더 면밀한 연구를 통해 우리나라 민법은 물론 소비자법 발전에 기여할 것이라 사료된다.

참 고 문 헌

【한국문헌】

- 김두수, 『EU법론』, 한국학술정보, 2007.
- 김성천, 『회원계약의 소비자문제와 법제개선방안』, 한국소비자보호원, 2001.
- 김성천, “회원계약관련 법제개선방안”, 『법제』, 2001년 5월호.
- 김성천, 『소비자피해보상규정의 개선방안연구』, 한국소비자보호원, 2001.
- 김성천, “품질보증의 법제개선방안”, 『법제』, 2002년 9월호.
- 김성천, “강화되는 EU의 제품안전규제동향, 『위험관리』(삼성방재연구소), 2005년 가을호.
- 김성천, 『서비스안전법제의 개선방안연구』, 한국소비자보호원, 2005.
- 김성천, “스포츠회원 계약과 소비자보호”, 『소비자문제연구』제30호, 2006.12.
- 김은경, “유럽공동체법에서의 소비자정책의 개관”, 『유럽연구』(한국유럽학회), Vol.26, 2006.
- 김은경, “EU의 방문판매규제의 과제와 전망”, 『방문판매제도의 규제와 전망』한국기업법무협회·한국비교법학회 주최 세미나 자료집, 2007. 9.
- 노영상, “패키지여행에 관한 EC준칙”, 『논문집』(부산여자대학), 제26집, 2003. 12.
- 문정숙, “유럽연합(EU)의 소비자정책에 관한 연구”, 『소비자문제연구』제13호, 1994. 6.

참고문헌

- 박영복, “소비재의 매매 및 관련 보증에 관한 EU 지침”, 『외법논집』, 제16집, 2004. 8.
- 신동숙, “패키지여행에 관한 EC 준칙의 고찰”, 『계명연구논총』, 제15집, 1997. 3.
- 심종석 외, 『전자상거래 법률과 제도』, 청림출판, 2001.
- 채형복, 『EU통상법』, 지산, 2001.
- 하중선·최병록, 『제조물책임법과 결함방지대책』, KSA한국표준협회, 2000.
- 한봉희, 『제조물책임법론』, 대왕사, 1997.
- 홍완식, “유럽연합의 입법에 관한 연구”, 『법제』, 2004년 12월호.
- EU통상연구회, 『EU의 통상정책과 법』, 율곡출판사, 2000.

【일본문헌】

- 大村敦志, “ヨーロッパ共同体と消費者法政策”(1)(2)(3), NBL No. 538 (1994.2.1)·No.539(1994.2.15)·No.540(1994.3.1).
- 井上裕司. “非国家的国際行為主体と国際機構：EU 政治過程における消費者団体と欧州諸機構を事例として”, 『名古屋大学法学論集』, 211号, 2006.3.
- 村本武志, “EU消費者法(Consumer Acquis)見直しの現像と動向”, 『消費者法ニュース』No.72, 2007. 7.
- 横内律子, “消費者政策 — 消費者保護の質的強化 —”, 『調査資料』, 国立国会図書館, 2007, [<http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/document/2007/200705/143-157.pdf>]

【영미문헌】

- Howells, Geraint G, *EC consumer law*, Dartmouth Publishing Company, 1997.
- Howells, Geraint G., The Rise of European Consumer Law - Whither National Consumer Law ?, 28 *Sydney Law Review* 63 (2006).
- Kendall, Vivienne, *EC CONSUMER LAW*, JOHN WILEY & SONS, 1994.
- Nebbia, Paolisa and Tony Askham, *EU consumer law*, Richmond Law & Tax, 2004.
- Poncibò, Cristina, The Challenges of EC Consumer Law, EUI Working Papers MWP 2007/24.
- Reich, Norbert, Protection of Consumers' Economic Interests by EC Contract Law - Some Follow-up Remarks, 28 *Sydney Law Review* 37 (2006).
- Schulte-Nölke, Hans and Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers edits., *EC Consumer Law Compendium- Comparative Analysis-*, 2007 [http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/comp_analysis_en.pdf]
- Weatherill, Stephen, *EU Consumer Law and Policy*, Edward Elgar, 2005.