

# 상조서비스와 소비자보호에 관한 연구

- 상조서비스 표준약관을 중심으로 -

고형석\*

## 차 례

### I. 서론

### II. 상조서비스 계약의 개관 및 소비자피해의 현황

1. 상조서비스 계약의 의의 및 특성
2. 상조서비스업의 현황 및 표준약관의 이용현황
3. 상조서비스관련 소비자피해현황

### III. 상조서비스 표준약관의 내용

1. 표준약관의 제정 및 구성
2. 표준약관의 내용

### IV. 상조서비스 표준약관의 개선방안

1. 계약 체결시 정보제공의무
2. 청약철회권
3. 대금의 지급
4. 상조서비스의 이용권자 등
5. 해제의 요건과 효과
6. 관할법원

### V. 결론

\* 선문대학교 법과대학 전임강사, 법학박사

## I. 서론

조선시대 주자가례의 전통은 현대에 있어서도 그대로 유지되고 있으나, 혼례와 장례가 그 중심을 이루고 있다.<sup>1)</sup> 이러한 예식은 당해 개인뿐만 아니라 가족 및 근친 모두에게까지 해당하며, 그 형식과 절차를 중시하고 또한 이에 소요되는 비용 및 노동력이 적지 않게 소모된다는 특성을 가진다. 특히, 장례의 경우 예기치 못하게 발생할 수 있으며, 유가족들은 고인의 갑작스런 사망으로 정신적 충격 또는 장기적인 간호로 인하여 육체적으로 힘든 상황에 처해 있다. 또한 장례절차는 사망이후 단시간내에 이루어져야 하기 때문에 사전에 이를 준비한 경우를 제외하고 이를 마련하는 데 어려운 점이 있었다.<sup>2)</sup> 그 결과 이러한 유가족들의 상황을 악용하여 장례용품 등에 대하여 폭리를 취득하였으며, 유가족들은 이를 인식하였음에도 불구하고 시간적, 정신적 여건 등으로 인하여 이를 거부하기가 매우 곤란하였다.<sup>3)</sup> 이러한 장례절차에서 발생하는 유가족들의 곤란을 경감하고, 장례용품 등에 대한 폭리를 방지하고자 이를 전담하는 산업이 등장하게 되었으며, 이것이 바로 상조서비스산업이다. 즉, 상조서비스업은 예측할 수 없는 인간의 사망을 겪은 유가족들이 원활하게 장례를 마칠 수 있도록 제반 장례용품의 제공 및 장례절차의 진행을 전담하는 것을 주된 내용으로 한다. 그러나 장례진행에 있어서는 많은 비용이 소요되기 때문에 경제적 곤란을 겪게 되므로 사전에 일정기간 동안 적은 금액을 분할하여 납부하게 된다면 큰 경제적 부담없이 장례절차를 진행할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 특성으로 인하여 상조서비스

1) 상조서비스의 대상은 장례, 혼례, 돌 등 다양하지만, 주로 장례를 중심으로 이루어지고 있기에 본 논문에서는 장례서비스를 중심으로 살펴본다.

2) 장례 등의 절차에 있어서 많은 노동력과 상품 등이 소요되기 때문에 과거에는 향약, 두레, 계 등을 통하여 필요한 재원과 노동력을 충당하였지만, 현대사회로 들어오면서 핵가족화, 개인주의 등의 여러 요소들로 인하여 향약 등의 조합(또는 법인격없는 사단)은 일부 농어촌 지역에서 잔존하고 있으나 점차적으로 소멸되고 있다. 그러나 장례 등의 예식은 유족들만으로 거행하기란 사실상 곤란하였으며, 그 결과 이를 전문적으로 행하는 산업으로써 상조업이 발전하게 되었다.

3) 장례와 관련하여 소비자피해를 방지하기 위하여 공정거래위원회는 2001년 12월 14일 장례식장 표준약관(10029호)을 마련하여 시행하고 있다.

업은 급속도로 발전하고 있으나 이로 인한 소비자피해 역시 급증하고 있다.<sup>4)</sup> 소비자피해의 급증의 원인 중 하나는 상조업이 자유업인 서비스업으로 분류되어 있으며, 이를 직접적으로 규율하는 법이 부존재하여 전적으로 시장자율에 의하여 운용되고 있기 때문이다. 이에 정부는 상조업에서 발생하는 소비자피해의 심각성을 인식하고 피해의 예방 및 효율적인 구제를 위하여 관련법령의 제·개정을 준비하는 한편 상조업 분야에서 통용되는 불공정약관의 사용으로 인한 소비자피해를 방지하고자 상조서비스 표준약관을 마련하여 보급하고 있다.<sup>5)</sup> 상조서비스 표준약관의 제정으로 인하여 종전 불공정 약관의 사용을 통하여 발생한 소비자피해는 어느 정도 예방할 수 있지만<sup>6)</sup>, 그 내용면에 있어서 소비자보호관련 법령과 불일치하거나 소비자에게 불리한 내용이 포함되어 있어 상조서비스 표준

- 
- 4) 상조서비스업 분야에 있어서 소비자피해예방을 위한 개선방안으로 방문판매법상 다단계판매에 적용되고 있는 소비자피해보상보협계약의 도입이 필요하다고 한다(김홍석, “상조업에서의 소비자피해예방을 위한 개선방안”, 『상조서비스관련법률 개(제)정 토론회』, 전국상조협회·선문대학교, 2008.5, 17면 이하). 이와 달리 상조공제조합의 설립을 통하여 소비자보호를 주장하는 견해도 있다(홍응식, “상조서비스 소비자보호 및 산업 발전을 위한 시장 친화적 규제로서의 상조공제조합”, 『상조서비스관련법률 개(제)정 토론회』, 전국상조협회·선문대학교, 2008.5, 35면 이하).
- 5) 현재 상조업에 대한 입법적 규제방식은 할부거래법의 개정을 통하여 선불식 할부거래인 상조서비스를 포함시키는 방안(공정위안, 2008년 10월 28일 입법예고)과 별도의 상조업법(안)을 제정하여 규율하는 방안(권경석 의원안, 2008년 7월 발의)이 있다. 정부안의 주된 내용은 상조업의 등록제, 공탁위탁계약 또는 공제조합 또는 피해보상보험 중 하나의 필수가입, 공제조합의 설립 등이 있다(<http://www.sjnews.co.kr/news/article.html?no=864> ; 2008년 7월 25일 방문). 권경석 의원의 상조업법(안)의 주된 내용은 상조업의 운영을 위하여 공정거래위원회 위원장의 허가를 받도록 함과 더불어, 허가의 조건으로 자본금 5억원 이상, 상조계약 체결에 있어서 임원 또는 상조회사에 등록된 자에 의한 계약체결, 서면주의, 14일 또는 6개월의 청약철회기간의 인정, 해약시 공제비율의 규정(시행령에 위임), 납입금 중 일정금액의 예납, 공제조합 등의 가입 등이 있다(<http://www.sjnews.co.kr/news/article.html?no=896> ; 2008년 7월 25일 방문). 또한 상조서비스업 분야에 대한 조사보고서에서도 소비자보호를 위하여 할부거래법을 개정하여 선불식할부거래를 추가하고, 이의 내용으로 허가신청요건, 영업허가기준, 영업보증금 공탁, 승계 등이 포함되어야 한다고 한다(황진자, 『상조업 관련 소비자 피해실태조사』, 한국소비자보호원, 2005, 32면).
- 6) 상조서비스 표준약관이 제정되기 전에 공정거래위원회가 실시한 상조서비스업 분야에 대한 약관실태조사(2007년 4월부터 10월까지)에 따르면, 조사대상 전체 201개 상조업체 중 20개 업체에 대하여 시정권고를 하였으며, 144개 업체는 자진시정을 통하여 불공정 약관을 시정하였다(공정거래위원회, “보도자료 : 공정위 상조서비스 표준약관 승인”, 2007.12.13).

약관을 통한 소비자보호가 이루어질 수 있는가에 대하여는 의문이 제기된다. 구체적으로 회원가입시 정보제공의무의 미규정, 약관의 편입통제요건(표준약관 제2조), 철회권의 행사(제4조), 추가비용(표준약관 제7조), 잔여할부금의 일시납부의무(표준약관 제8조), 상조서비스 제공지역(표준약관 제12조), 해지와 해약금(표준약관 제14조, 제15조) 및 관할법원(표준약관 제17조) 등이 있으며, 이에 대한 구체적인 내용적 검토를 위하여는 상조서비스계약에 대한 고찰이 필요하다.

본 연구에서는 상조서비스로 인한 소비자피해를 방지하기 위한 방안 중 불공정 약관으로 인한 소비자피해를 방지하기 위한 방안에 대하여 고찰한다. 구체적으로 현재 상조서비스업을 운영하고 있는 사업자의 약관 이용실태에 대하여 조사를 실시하며, 약관의 내용에 대한 고찰은 표준약관을 중심으로 살펴본다. 이를 통하여 상조서비스 표준약관의 문제점을 지적하고, 효율적인 소비자보호를 위한 개선방안을 제시한다.

## II. 상조서비스 계약의 개관 및 소비자피해의 현황

### 1. 상조서비스 계약의 의의 및 특성

상조서비스계약이라 함은 상조서비스제공업자(이하에서는 ‘사업자’라 함)가 회원 또는 회원이 지정한 자에 대하여 사망 등의 가정의례를 진행하여야 할 상황이 발생한 경우 약정된 물품과 서비스를 제공하며, 회원은 매월 또는 일시불로 대금을 지급할 것을 약정하는 계약을 말한다. 이러한 상조서비스계약은 물품에 대한 매매계약과 장례절차진행도우미의 일정한 행위를 제공받는 위임계약 등이 결합된 복합적 계약의 성격을 갖는다. 즉, 상조서비스 계약은 단일의 물품 또는 서비스에 대한 매매 또는 제공계약이 아닌 가정의례의 진행에 필요한 물품과 서비스를 포괄적으로 제공하는 것을 내용으로 한다는 점에서 특징이 있다. 또한 대금의 지급 방식에 있어서 일시불로 지급하는 것이 아닌 일정기간 동안 분할하여 지급하지만, 할부거래와 달리 물품 등을 대금의 완납전에 제공받는 것이 아니라 완납 전 또는 완납후 사망과 같은 상조서비스 제공사유가 발생한

시점에 제공한다는 점에서 그 특징이 있다. 따라서 상조서비스계약에 대하여 할부거래법이 적용될 가능성이 있으나, 상조서비스 전체가 할부거래법의 적용대상이라고 할 수 없다. 마지막으로 상조서비스계약은 물품 등의 매매와 서비스 제공계약이 주된 내용이기 때문에 회원의 사망시 일정한 금액을 지급하는 상조회 가입계약<sup>7)</sup>과 차이가 있다. 일본의 경우 선불식 할부거래에 대하여 할부거래법에서 규율하고 있지만<sup>8)</sup>, 그 적용대상은 대금을 분할하여 지급하는 경우로 한정하고 있기 때문에 일시에 선납하는 경우<sup>9)</sup>에는 적용되지 않는다.

## 2. 상조서비스업의 현황 및 표준약관의 이용현황

### (1) 상조서비스업의 현황

상조서비스업은 일본에서부터 시작하였으며<sup>10)</sup>, 1982년 부산을 중심으로 우리나라에 도입되었다. 2007년 4월말을 기준으로 약 180여개의 상조회사가 운용되고 있으며, 가입회원 수는 약 215만명, 연간 시장규모(회원 납

7) 회원 등의 사망시 일정금액의 지급을 목적으로 매월 또는 정기적으로 일정금액을 모금하는 것을 주된 목적으로 상조회를 결성할 경우 관례는 상조회의 당해 사업을 보험사업으로 인정하고, 이를 영위하기 위하여는 주무관청의 허가를 받아야 한다고 판시하고 있다(대판 1993.3.9, 92도3417, 대판 1990.6.26, 89도2537).

8) 일본 공정거래위원회(公正取引委員會)는 할부거래법의 주무기관은 아니지만, 호조회(互助會 : 우리의 상조회사)에 대한 실태조사를 2005년에 실시하였으며, 이의 운영에 있어서 독점금지법과 경품표시법의 위반여부에 대하여 지속적인 감시활동을 펼치고 있다(公正取引委員會, 『葬儀サービスの取引實態に関する調査報告書』, 2005.7, 1~43頁).

9) 日本辯護士連合會 編, 『消費者契約法講義』, 日本評論社, 2007, 196頁.

10) 우리의 상조업체에 해당하는 일본 호조회(互助會)는 일본 할부거래법상 선불식할부판매업(前拂式割賦販賣業)을 영위하는 자에 해당하기 때문에 경제산업성 장관의 허가를 받아야 하며, 현재 321개 업체가 운영 중에 있다. 또한 경제산업성 장관의 인가를 받아 전체 호조회 중 268개 업체가 가입하고 있는 社団法人全日本冠婚葬祭互助協會가 설립되어 있다(<http://www.zengokyo.or.jp/zengokyo/about/no01.html> ; 2008년 7월 27일 방문). 이러한 선불식할부판매업자에 대하여는 종전 등록제를 유지하였지만, 1968년 할부거래법의 개정에 의하여 허가제로 변경되었다. 또한 선불식할부판매를 영위하기 위하여는 경제산업성 장관의 허가를 받음과 동시에 영업보증금을 공탁하여야 하며(동법 제16조 내지 제18조의2), 전수금보전조치(동법 제18조의3 내지 제18조의5)를 취하여야 한다(通商産業省 産業政策局取引信用課 編, 『割賦販賣法の解説』, 日本クレジット産業協會, 2000, 136~161頁).

입금)는 최소 3,800억원에서 최대 7,000억원으로 예측되고 있으며, 매년 10만여명이 신규로 가입하는 것으로 추정되고 있다. 특히, 상조서비스업이 시작된 부산지역을 중심으로 한 영남 지역에 100여개의 상조회사가 운영 중에 있으며, 최근 서울지역을 중심으로 크게 확대되고 있으며, 통신판매 등을 통하여 시장범위가 전국단위로 확대되고 있다.<sup>11)</sup>

## (2) 표준약관의 이용현황

### 1) 조사대상의 범위

상조서비스업분야에서 약관의 이용실태를 조사하기 위하여 현재 상조업을 운영하고 있는 업체에서 사용하고 있는 약관을 수집하였다. 수집대상은 수집의 곤란성으로 인하여 현재 온라인을 통하여 회원을 모집하거나 홈페이지를 개설한 상조업체의 약관을 대상으로 하였다. 수집기간은 2008년 7월 25일부터 동월 31일까지이며, 총 50개 업체의 약관을 수집하였다. 조사의 내용은 상조업체가 사용하고 있는 약관의 유형, 즉 표준약관의 사용여부이다.

### 2) 조사의 결과

공정위가 2007년 12월 7일 상조서비스 표준약관을 승인한 이후, 온라인을 통하여 상조서비스업을 운영하고 있는 업체는 공정위의 표준약관을 사용하고 있는 업체와 사업자가 개별적으로 작성한 약관을 사용하는 업체로 구분된다. 양자의 구별기준은 홈페이지 또는 약관의 상단 또는 하단에 공정거래위원회 표준약관의 사용을 명시하였는가의 여부에 따라 이를 표시한 업체의 약관은 표준약관으로 인정하고, 이를 표시하지 않은 약관을 개별약관으로 인정하였다.<sup>12)</sup> 조사결과, 조사대상인 총 50개 업체 중 17개 업체<sup>13)</sup>만이 표준약관을 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 29개 업

11) 공정거래위원회, “보도자료 : 16개 상조회사의 표시광고법·방문판매법 위반행위에 대한 시정조치”, 2008.2.4, 붙임자료 2 참조.

12) 공정거래위원회의 표준약관이라고 명시하지 않았지만, 그 내용에 있어서 전반적으로 표준약관과 일치하는 약관에 대하여도 이를 표준약관으로 인정하기는 곤란하기 때문에 본 조사에서는 개별약관으로 판단하였다.

13) 금강상조, 동방상조, 동화상조, 두레상조, 대한상조, 모던종합상조, 아산상조, 아산중

체14)가 개별약관을 사용하였고, 4개 업체15)는 약관을 제시하고 있지 않았다.

<표-1> 상조서비스 표준약관의 이용현황

(단위 : 개, %)

	표준약관 이용	개별약관 이용	약관의 미제공	합계
업체 수	17	29	4	50
비율	34	58	8	100

### 3. 상조서비스관련 소비자피해현황

상조서비스와 관련하여 한국소비자원에 접수된 소비자의 상담추이는 2002년부터 2003년까지는 큰 변화가 없었지만, 2004년 이후 급속도로 증가하고 있다. 이 중 가장 큰 비율을 차지하고 있는 분야는 계약해제시 과도한 위약금을 요구한 경우이며16), 전체 상담건수의 절반을 차지하고 있다. 또한 상조서비스에 대한 법제의 미비로 인하여 소비자의 해제권이 불명확하기 때문에 이를 부정하는 사례 역시 2005년 이후 급증하고 있다. 마지막으로 상조서비스의 미이행 또는 불만족으로 계약을 체결한 상조회사가 도산한 경우, 상조서비스를 제공받지 못한 경우 및 제공된 상조서비스에 대한 불만 역시 점차적으로 증가하고 있는 추세이다.

합상조, 우리상조개발, 유토피아상조, 전국종합상조, 좋은상조, 제일상조, 한국상조, 한라상조, 한빛상조, 현대종합상조 이상 17개 업체(가나다 순).

14) 고려상조, 국민상조, 그린복지상조, 금호라이프상조, 누리상조, 달구벌상조, 더좋은상조, 동남상조, 동아상조개발, 대경상조, 대구상조, 대광상조, 보람상조, 부산상조, 삼성복지상조, 삼성상조, 선홍상조, 신한상조, 이웃사촌상조, 이화상조개발, 전국상조연합, 전국연합서비스, 제일종합상조, GS상조, 천년약속, 한라종합상조, 한일토탈상조, 향군상조, 효원라이프상조 이상 29개업체(가나다 순).

15) 나라상조, 성원상조, 아가페상조, 으뜸라이프 이상 4개업체(가나다 순).

16) 1999년도에 한국소비자보호원에서 조사한 상조업체실태조사에서도 해약에 따른 위약금의 비중이 총불입금의 평균 35.1%에 달하여 과도하다는 지적이 제시되었다(이정구, 『상조회사 운영 및 이용실태조사』, 한국소비자보호원, 2000, 11면).

<표-2> 상조서비스 관련 소비자상담 내역

(단위 : 건, %)

피해내용	2002	2003	2004	2005	2006	2007.3	계	비율
계약해지에 따른 과다 위약금 요구	34	29	51	100	225	31	470	41.9
계약 해지 거절	1			34	120	58	213	19.0
도산 등으로 장례서비스 미이행	3		6	15	24	7	55	4.9
소비자의 동의없는 계약의 체결 등		2	3	15	9	21	50	4.5
계약철회 요구 거절	7	6	8	2	14	11	48	4.3
제공된 장례서비스 불만	1		8	7	3	10	29	2.6
기타 (상조회 관련 문의)	14	21	15	46	114	46	256	22.8
계	60	58	91	219	509	184	1,121	100.0

※ 한국소비자원, 『상조업실태조사』, 2007.5.

### Ⅲ. 상조서비스 표준약관의 내용

#### 1. 표준약관의 제정 및 구성

표준약관이라 함은 사업자 또는 사업자단체가 일정한 거래분야에서 건전한 거래질서를 확립하고 불공정한 내용의 약관이 통용되는 것을 방지하기 위하여 일정한 약관의 내용을 정하여 공정거래위원회의 심사를 받거나 공정거래위원회가 직접 작성한 약관을 말한다.<sup>17)</sup> 상조서비스 표준약관(이하에서는 “표준약관”이라함) 역시 상조서비스업의 전국적인 확대에 따라 급증하는 소비자피해를 예방하기 위하여 한국상조연합회가 마련한

17) 고형석, 『소비자보호법』, 세창출판사, 2008, 174면.



표준약관(안)에 대하여 상조업계, 한국소비자원 및 한국소비자단체협의회 등의 의견을 수렴하고, 약관심사자문위원회의 자문 및 공정거래위원회의 의결을 거쳐 2007년 12월에 승인되었다.<sup>18)</sup> 상조서비스 표준약관은 총 17개 조항으로 구성되어 있으며, 주된 내용은 계약체결(제2조, 제3조), 철회권(제4조), 회비납부(제5조 내지 제8조), 상조서비스(제10조 내지 제13조), 채무불이행 및 해지(제14조, 제15조), 양도(제16조) 및 관할법원(제17조)으로 구성되어 있다.

## 2. 표준약관의 내용

### (1) 계약의 체결

사업자로부터 소비자가 상조서비스를 제공받기 위하여는 가장 기본적으로 상조계약을 체결하여야 한다. 이러한 계약을 표준약관에서는 회원가입계약으로 칭하고 있으며, 개별소비자가 직접 계약을 체결하는 경우와 단체가 계약을 체결하는 경우로 구분된다. 표준약관상 기본적인 회원가입 절차는 약관의 교부 및 설명, 소비자의 청약 및 사업자의 승낙으로 구성된다. 첫째, 사업자는 회원으로 가입하고자 하는 자에게 약관을 교부하고, 중요한 내용에 대하여 설명하여야 한다(표준약관 제2조 제2항). 둘째, 회원으로 가입하고자 하는 소비자는 가입신청서를 작성하여 제출함과 더불어 1회 이상의 납입금을 납부하여야 한다(표준약관 제2조 제1항). 즉, 소비자의 청약에 해당하는 가입신청은 단순히 청약의 의사표시만이 아닌 1회 이상의 납입금을 즉시 납부하여야 하기 때문에 약성계약이 아닌 요물계약의 성격을 갖는다. 마지막으로 사업자는 회원에 대하여 회원증서 및 1회 이상의 납입금에 대한 영수증을 발급하여야 한다(표준약관 제2조 제2항, 제3항). 단체가 계약을 체결하는 경우 역시 상기의 규정이 준용되며, 상조서비스 이용횟수에 제한이 있는 경우(표준약관에서는 ‘포괄적 회원자격’이라고 하고 있음) 그 선택권은 소속단체장에게 있다(표준약관 제3조).

18) 공정거래위원회, “보도자료 : 공정위 상조서비스 표준약관 승인”, 2007.12.13.

## (2) 철회권

청약철회권이라 함은 소비자가 계약을 체결한 이후 일정기간내 자신의 구매의사를 재차판단한 후 구매의사가 변경된 경우 간편하게 당해 계약에서 벗어날 수 있는 권리를 말한다.<sup>19)</sup> 민법에서는 청약의 구속력을 인정하여 철회를 부정하고 있지만(민법 제527조), 할부거래법·방문판매법 및 전자상거래소비자보호법 등에서는 소비자에게 청약철회권을 인정하고 있다(할부거래법 제5조, 방문판매법 제8조, 전자상거래소비자보호법 제17조). 따라서 이러한 방식으로 상조서비스계약을 체결한 소비자는 당해 계약을 철회할 수 있으며, 사업자는 철회권을 행사한 소비자에 대하여 위약금 등을 청구할 수 없다. 또한 소비자가 철회권을 행사한 경우 그 효과는 철회서를 발송한 날부터 발생하며, 사업자는 소비자가 납입한 금액에 대하여 철회일로부터 3영업일내에 반환하여야 한다. 만일 반환을 지연한 경우 납입금에 연 24%의 지연이자를 더하여 반환하여야 한다(표준약관 제4조).

## (3) 대금의 지급

상조서비스계약이 체결된 경우 소비자는 대금지급의무를 부담한다. 대금지급의 방식은 분할방식과 일시불 방식으로 구분된다. 분할방식의 경우 소비자는 매월 약정기일에 대금을 납부하여야 하며, 납부방식은 은행지로·계좌이체·모집인에게의 지급 또는 회사에 직접 납부하는 방식이 있다. 또한 대금을 납입한 소비자는 사업자에 대하여 납입증명을 요구할 수 있

19) 청약철회권 제도는 영미법에서 처음 인정되었으며, 이후 독일 등의 대륙법계 국가 등에서도 이를 인정하였다. 다만, 영미의 계약법에서 청약의 철회는 승낙이 있기 전까지 가능하지만(Ewan McKendrick, *Contract Law*, OXFORD, 2005, p.130), 영국 방문판매 또는 격지판매의 계약체결일로부터 7일 이내에 청약을 철회할 수 있으며(F. D. Rose, *Commercial & Consumer Law 2007-2008*, OXFORD, 2007, pp. 447~450/487~490), 미국의 경우 청약철회규칙(Cooling-Off Rule)에 따라 방문판매의 경우 계약체결일의 익일부터 3영업일 이내에 청약을 철회할 수 있다(FTC, *The Cooling-Off Rule : When and How to Cancel a Sale*([www.ftc.gov](http://www.ftc.gov) 2008년 4월 2일 방문)). 특히, 독일의 경우 2002년 민법의 개정을 통하여 기존 개별소비자보호법에서 인정하였던 청약철회권을 민법으로 수용하였다(하경효, “소비자보호법의 통합수용”, 『독일 채권법의 현대화』, 법문사, 2003, 135면 이하).

으며, 이의가 있는 경우 영수증을 통하여 정정을 요구할 수 있다(표준약관 제5조). 이와 달리 소비자가 대금의 전부 또는 일부를 먼저 납부할 경우 사전에 약정한 비율로 납입금을 할인할 수 있으며, 모집인을 통하지 않고 직접 회사와 계약을 체결하여 모집수당이 절약된 경우 사업자는 미리 약정한 비율로 납입금을 할인할 수 있다(표준약관 제6조). 또한 계약 체결일로부터 일정기간 이내에 사업자가 상조서비스를 제공한 경우 약정된 추가비용을 지급하여야 한다(표준약관 제7조). 마지막으로 회원이 대금의 완납이전에 상조서비스를 제공받은 경우 잔여납입금을 일시에 납입하여야 한다(표준약관 제8조). 만일 소비자가 대금지급의무를 이행하지 않은 경우 24%를 초과하지 않은 범위내에서 당사자간 약정한 지연이자율을 적용한 지연이자를 지급하여야 하며, 지연횟수가 3회 이상인 경우 사업자는 서면으로 대금납부를 최고하고 최고일로부터 14일 이내에 회원이 납입하지 않은 경우 당해 계약을 해지할 수 있다. 당해 계약이 해지된 경우 소비자는 해약환급금을 청구할 수 있으며, 해지통지를 받은 날로부터 5년 이내에 해약환급금을 청구하여야 한다(표준약관 제14조).

#### (4) 상조서비스의 이용권자, 내용 및 제공지역

##### 1) 상조서비스의 이용권자

상조서비스의 이용권자는 회원, 배우자, 회원 및 배우자의 직계존속 그리고 회원의 직계비속이다. 또한 회원은 계약체결시 상조서비스의 이용자를 미리 정할 수 있으며, 이의 변경시 사업자의 동의를 받아야 한다(표준약관 제10조 제1항, 제2항). 회원은 사업자에게 고지한 주소 및 연락처가 변경된 경우 변경일로부터 15일 이내에 변경된 내용을 통지하여야 하며, 미통지시 사업자는 종전의 주소 및 연락처로 통지함으로써 통지의무를 면하게 된다.<sup>20)</sup>

##### 2) 상조서비스의 내용 및 변경

20) 표준약관상 사업자가 통지할 사항으로는 상조서비스의 제공지역이 변경된 경우, 회원의 채무불이행시 최고, 해지통지 등이 있다(표준약관 제12조, 제14조).

상조서비스의 내용은 계약시 상품별로 확정된 내용대로 제공되어야 하며, 이의 내용은 회원증서에 명시되어야 한다(표준약관 제13조 제1항 본문, 제2항). 회원은 상조서비스의 내용을 변경할 수 있으며, 이 경우 사업자의 동의를 받아야 한다. 만일 상급의 상조서비스를 제공받고자 하는 경우 이용에 앞서 회사와 협의하여 추가비용을 결정하여야 하며, 계약했던 상품보다 더 낮은 금액의 상품을 복수로 이용할 수 있다(표준약관 제10조 제4항). 반면에 사업자는 계약체결시 확정된 상품 등을 변경할 수 없지만, 시간의 경과로 인한 단종, 품질 등으로 인하여 대상품목을 제공할 수 없는 경우에 한하여 계약체결시 확정된 물품과 실질적으로 동등한 물품으로 대체할 수 있다(표준약관 제13조 제1항 단서).

### 3) 상조서비스의 제공지역

상조서비스는 계약체결시 지정한 지역에서 제공한다. 만일, 사업자가 상조서비스 제공지역을 변경할 경우 변경지역과 그 적용일을 2월 전에 해당지역의 회원에게 통지하여야 한다. 이 경우 사업자의 지역변경으로 인하여 상조서비스를 받을 수 없게 된 회원은 당해 계약을 해지할 수 있으며, 해지한 경우 사업자는 해지일로부터 10일 이내에 회원이 납입한 납입금 전액과 납입금을 받은 날로부터 신청일까지 연 6%를 가산한 이자 및 지연시 지연이자를 회원에게 반환하여야 한다. 만일 회원의 이사 등으로 인하여 상조서비스 제공지역에 변경이 발생한 경우 회사는 이에 협력하여야 하며, 당해 지역에 서비스를 제공할 수 없는 경우 회원은 당해 계약을 해지할 수 있다(표준약관 제12조, 제15조).

### (5) 해제의 요건 및 효과

#### 1) 회원의 임의적 해제와 해약환급금

상조서비스계약은 계속적 거래와 달리 1회의 서비스제공으로 사업자의 의무는 소멸하는 것이 원칙이지만, 회원은 일정기간 동안 지속적으로 대금을 분할하여 납부하여야 한다. 이러한 점에서 장기계약의 특성을 가진다. 따라서 소비자가 당해 계약을 유지할 수 없는 사유(이용의사의 변경

도 포함)가 발생한 경우 계약관계에서 벗어날 수 있는 권리를 인정할 필요가 있다. 이러한 측면에서 표준약관 제15조에서는 회원의 해지권을 인정하고 있으나, 후술하는 바와 같이 회원의 권리는 해지권이 아닌 해제권이다. 따라서 회원은 상조서비스계약을 체결한 이후 언제라도 제한없이 당해 계약을 해제할 수 있다. 회원이 당해 계약을 해제한 경우 기 납입한 대금은 일정금액을 제외하고 회원이 반환을 신청한 날로부터 10일 이내에 반환된다.<sup>21)22)</sup> 다만, 납입금 범위내에서 다른 상조서비스를 이용한 경우 환급금에서 이용금액을 제외한 금액이 반환되며, 선납 등으로 할인을 받은 경우 환급금 산정의 기준은 회원이 실제 지급한 금액이 기준액으로 된다. 다만, 회원이 가입이후 기초생활수급자가 된 경우에는 납입금 전액을 반환한다. 또한 회원의 신청일로부터 10일 이내에 환급금을 반환하지 않은 경우 24%의 범위내에서 약정한 이율을 적용한 지연이자를 지급하여야 한다 (표준약관 제15조 제1항 내지 제5항).

## 2) 사업자의 채무불이행에 따른 해제와 손해배상청구권

상기의 해제권은 사업자의 채무불이행이 아닌 회원의 사유에 의한 해제권이며, 이와 별도로 사업자가 상조서비스 제공의무를 이행하지 않은 경우 회원의 해제권을 별도로 규정하고 있다(표준약관 제15조 제7항). 이 경우 해제권의 발생원인은 회원이 상조서비스의 제공을 요청하였음에도 불구하고 사업자의 귀책사유로 이를 제공하지 않은 경우이며, 이행지체에 해당한다. 그러나 민법상 이행지체의 경우 해제권이 발생하기 위하여는

21) 회원이 상조서비스계약을 해제할 경우 사업자가 반환하여야 할 환급금을 계산하는 방식은 다음과 같다(표준약관 제15조 제2항).

환급금 = (상조적립금 - 미상각모집수당) × 0.9(단, 100원이하는 절삭, 환급금이 (-)인 경우는 0으로 함)

· 상조적립금=납입금누계-관리비누계

· 미상각모집수당=  $\frac{\text{총납입기간 월수} - \text{총납입 월수} + 1}{\text{총납입기간 월수}} \times \text{모집수당}$

· (모집수당은 최대 15.3%(상품금액대비), 관리비는 최대 10%(상품금액대비), 단 총납입기간월수 ≥ 60인 경우는 60, 미상각모집수당이 (-)면 0으로 함)

22) 상조서비스 표준약관상 환급금 계산방식은 소비자분쟁해결기준에서도 동일하게 적용하고 있다(14. 상조업). 그 결과 상조서비스 계약의 해제와 관련한 분쟁에서 소비자분쟁조정위원회에서는 소비자분쟁해결기준에 따라 납입금 2,250,000원의 80.5%인 1,811,000원을 반환하도록 <http://www.kca.go.kr/jsp/cou/cou=408> ; 2008년 9월 4일 방문).

상당한 기간을 정하여 최고한 후 동 기간내에 이행이 없을 경우에 한하지만, 상조서비스계약과 같은 정기계약의 경우 이행기에 이행하지 않은 것만으로 해제권은 발생한다(민법 제545조). 다만, 해제권의 발생요건에 상조서비스의 미제공과 더불어 이의 원인이 사업자의 귀책사유에 의할 경우로 한정하고 있어 사업자의 귀책사유없이 상조서비스를 제공하지 않은 경우에는 해제권의 발생을 부정하고 있다.<sup>23)</sup>

### (6) 분쟁해결 및 관할법원

상조서비스계약과 관련하여 사업자와 회원간 분쟁이 발생할 경우 분쟁

23) 이행불능과 달리 이행지체의 경우 해제권 발생요건에 있어서 채무자의 귀책사유에 대하여 민법에서는 명시하고 있지 않다. 따라서 학설은 해제권의 발생에 있어서 귀책사유를 요하는 견해와 이를 부정하는 견해로 대별하고 있다. 먼저, 이를 긍정하는 견해의 근거로는 해제 역시 손해배상책임과 함께 채무불이행에 대한 제재이며, 채권자의 손실을 실질적으로 전보해주는 데 그 제도적 의의가 있다. 또한 이행지체로 인한 손해배상책임에 있어서 채무자의 귀책사유를 요구하고 있기에 해제 역시 채무자의 귀책사유가 필요하다고 한다(곽윤직, 『채권각론』, 박영사, 2007, 86면; 김중환·김학동, 『채권각론』, 박영사, 2006, 126면; 김종률, 『민법강의』, 박영사, 2000, 748면; 지원립, 『민법강의』, 홍문사, 2002, 1158면; 윤철홍, 『요해채권각론』, 법원사, 1997, 94면; 김대정, “계약해제의 본질 및 효과”, 『법학논문집』 제31집 제1호, 중앙대학교, 2007·8, 111면; 内田 貴, 『民法 II(債權各論)』, 東京大學出版會, 1999, 88~89頁; 鈴木祿彌, 『債權法講義』, 創文社, 1994, 130頁; 品川孝次, 『契約法(上卷)』, 青林書院, 1989, 139頁; 於保不二雄, 『債權總論』, 有斐閣, 1989, 93頁). 현재 민법개정안에서는 해제권의 발생에 있어서 채무자의 귀책사유를 명시적으로 요구하고 있다(민법개정안 제544조의2). 반면에 해제권은 해제권자가 자신의 채무를 면함과 더불어 계약의 구속력에서 벗어나 다른 계약상 대방을 선택할 수 역할을 하는 제도이며, 이행지체 후 상당한 기간의 최고기간이 경과하게 되면 계약위반의 중대성이 확인되며 이에 따라 해제권이 발생하기 때문에 귀책사유는 불요하며, 귀책사유를 요하지 않은 국제적 입법례와 상치하며, 해제를 채무자에 대한 제재가 아닌 중도에 좌절된 계약으로부터 채권자를 해방시키는 제도로 인정하여야 한다고 한다(이은영, 『채권각론』, 박영사, 2002, 229~230면; 정진명, “계약해제의 요건”, 『재산법연구』 제21권 제2호, 한국재산법학회, 2005, 211~214면; 연기영, “계약해제에 관한 비교법적, 입법론적 과제”, 『비교사법』 제11권 제4호, 한국비교사법학회, 2004·12, 46~47면). 또한 부정설을 취하는 견해는 해제권의 발생에 있어서 채무자의 귀책사유를 요구하고 있는 민법개정안 제544조의2에 대하여 반대하고 있다(민법개정안연구회, 『민법개정안의견서』, 2008, 72~76면; 황적인, 『민법개정안의견서』, 삼영사, 2002, 103면; 정종휴, 『민법개정안의견서』, 삼영사, 2002, 102면). 또한 계약해제권의 발생요건을 국제물품매매조약(CISG)에 따라 귀책사유가 아닌 “계약목적은 달성할 수 없는 경우”로 정하자는 견해 역시 귀책사유를 부정하는 견해이다(加賀山茂, 『契約法講義』, 日本評論社, 2007, 278~287頁).

해결의 기준은 표준약관에 따르며, 표준약관에서 규정하고 있지 않은 사항은 당사자간 합의에 의하고, 합의되지 않은 경우 관계법령 및 일반관례에 따른다(표준약관 제17조 제1항). 분쟁해결의 방식은 소비자기본법상 분쟁조정기구에 의한 조정, 중재법상 중재기관에 의한 중재 또는 법원에 의한 소송 등이 있다(표준약관 제17조 제2항, 제3항). 특히, 소송을 통하여 분쟁을 해결할 경우 표준약관에서는 관할법원을 민사소송법상 관할소재지 법원으로 하고 있다(표준약관 제17조 제3항). 민사소송법상 관할법원은 원칙적으로 피고의 주소지 또는 법인의 경우 주된 사무소를 관할하는 지방법원 1심법원이다(민사소송법 제2조, 제3조, 제5조). 다만, 전속관할이 있는 경우에는 상기의 관할법원이 관할권을 갖지 않고 전속관할권을 갖는 법원이 관할권을 갖는다. 이에 해당하는 경우로 상조서비스계약이 방문판매·전화권유판매·다단계판매·전자상거래·통신판매 등으로 체결되며, 이러한 경우 방문판매법 및 전자상거래소비자보호법에서는 이와 관련된 법적 분쟁에 대하여 소비자의 주소, 주소가 없는 경우 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 정하고 있으며, 주소 및 거소가 분명하지 않은 경우에 민사소송법상 사업자의 주소지를 관할하는 지방법원 또는 합의관할을 인정하고 있다(방문판매법 제46조, 전자상거래소비자보호법 제36조). 따라서 상기의 거래방식 외의 다른 방식으로 체결한 계약으로부터 분쟁이 발생한 경우 사업자의 주소지를 관할하는 지방법원이 관할권을 갖는다.

#### IV. 상조서비스 표준약관의 개선방안

##### 1. 계약의 체결시 정보제공의무

표준약관에서는 계약체결과 관련하여 약관의 교부 및 설명의무와 계약 체결시 회원증서의 발급의무만을 규정하고 있다. 그러나 소비자가 회원가입 여부를 결정함에 있어서 가장 중요한 상품과 서비스에 대한 정보제공의무를 규정하고 있지 않다.<sup>24)</sup> 이러한 점은 상조서비스계약이 표준약관에

24) 상조서비스의 내용에 대하여 표준약관에서는 추후 계약을 체결한 경우 회원증서에 이를 명시하도록 하고 있다(표준약관 제13조).

서 예시하는 바와 같이 5년이상의 장기계약이며, 방문판매 또는 통신판매 등을 통하여 이루어지기 때문에 상품 등을 보지 않은 상태에서 체결하는 계약이라는 점에서 사업자의 정보제공의무는 소비자가 계약체결여부를 결정함에 있어 매우 중요한 역할을 담당한다.<sup>25)</sup> 특히, 상조업을 직접적으로 규율하는 법이 부존재한 상태에서 표준약관에서조차 정보제공의무를 인정하지 않은 경우 사업자에 대한 정보제공의무를 부여하기란 곤란하다. 따라서 계약체결단계에서 추후 상조서비스를 제공하여야 할 조건이 충족된 경우 사업자가 제공할 상품 및 서비스의 내용에 대한 정보를 사전에 소비자에게 제공하도록 정보제공의무를 추가하여야 할 것이다.<sup>26)</sup>

또한 약관의 편입요건으로서 표준약관에서는 약관의 사전교부의무와 중요한 내용에 대한 설명의무를 부과하고 있으나, 약관규제법상의 내용을 고려할 때 약관의 사전교부의무는 명시 및 교부의무에 해당한다고 볼 수 있다. 또한 명문으로 규정하고 있지 않지만, 약관이 계약의 내용으로 편입되기 위하여는 반드시 소비자가 이에 동의를 하여야 하므로 이를 표준약관에서 명시할 필요가 있다. 즉, 교부 및 설명의무만을 규정할 것이 아니라 소비자의 동의를 받아야 함을 명시하여야 할 것이며, 설명의무의 대상인 중요한 내용을 구체적으로 제시하여야 할 것이다. 이에 해당하는 것으로는 철회권의 행사 및 효과, 납입의무 및 지연시 책임, 추가비용, 잔여납입금의 일시납 의무, 상조서비스의 제공지역, 계약의 해제와 효과, 회원의 지위양도 등을 제시할 수 있으며, 이러한 사항에 대하여는 계약체결전에 반드시 설명할 것이 필요하다.

## 2. 청약철회권

25) 전자상거래 표준약관 등에서는 사업자가 계약체결전 소비자에게 제공하여야 할 내용, 즉 사업자의 정보제공의무에 대하여 규정을 두고 있다(동 표준약관 제9조).

26) 정보제공의무의 대상은 사업자의 신원에 관한 정보 및 상품 등과 거래조건에 관한 정보가 포함되어야 한다. 사업자의 신원에 관한 정보로서는 사업자의 성명(법인인 경우 대표자의 성명 등), 주소 및 연락처 등이며, 상품 등에 관한 정보로서는 각 상품별 가격, 추가비용(있는 경우에 한함), 제조국가 및 지역, 제조자 또는 제조업체, 서비스의 경우 자격증 유무 및 자격발급기관, 서비스 제공지역 및 인원 등이 있으며, 거래조건 등으로는 청약철회권과 효과, 소비자의 해제권과 환급금, 사업자의 파산시 등의 소비자피해구제방안 등을 제시할 수 있다.



표준약관에서도 방문판매 등의 방식으로 계약을 체결한 소비자에게 청약철회권을 부여하고 있다.<sup>27)</sup> 즉, 소비자가 방문판매 또는 전화권유의 방식에 의하여 모집인을 통하여 가입한 경우, 전자거래 또는 통신매체를 통하여 가입한 경우 약관을 교부받은 날로부터 14일 이내 또는 약관 및 회원증서를 교부받지 못한 경우 계약일로부터 3월 이내에 청약을 철회할 수 있다(표준약관 제4조).<sup>28)</sup> 그러나 상기의 방식이외의 방식으로 계약을 체결한 경우 소비자는 청약을 철회할 수 없다. 특히, 상조서비스계약에 대하여 할부거래법의 적용이 불명확한 상태이기 때문에 소비자가 직접 회사를 방문하여 계약을 체결한 경우 소비자는 청약철회권을 행사할 수 없다. 그러나 상조서비스계약의 내용은 회원이 대금을 할부로 지급하는 것과 대금납입기간 도중 또는 완납후 상조서비스제공조건(회원 등의 사망)이 성취된 경우 상품 등을 제공하는 것이기 때문에 일률적으로 할부거래

27) 상조서비스 표준약관에서 인정하는 소비자의 청약철회권은 이미 방문판매법과 전자상거래소비자보호법에서 인정하고 있는 내용에 불과하며, 양법이 적용되지 않은 상조서비스계약(회원이 광고 등을 보고 직접 사업자에게 찾아가 계약을 체결한 경우 등)에 대하여는 청약철회권이 부정된다. 즉, 대금의 분할납부이지만, 상품 등이 대금의 완납후에 제공되기 때문에 할부거래법의 적용이 부정되므로 소비자는 청약철회권을 행사할 수 없다. 그러나 상조서비스계약은 대금 완납이전에 상조서비스를 제공할 사유(회원 등의 사망)가 발생하면 사업자는 상조서비스를 제공하여야 하기 때문에 이러한 경우는 할부거래법이 적용될 수 있으며, 할부거래법에서 소비자에게 청약철회권을 인정하는 이유는 대금의 일시납이 아닌 대금의 분납으로 인하여 소비자가 충동적으로 또는 숙고하지 않고 계약을 체결하기 때문에 이를 추후에 재차 판단할 수 있는 기회를 부여하기 위한 것이다. 따라서 상조서비스계약 역시 대금의 분납이라는 점에서는 동일하기 때문에 상조서비스계약을 방문판매, 전화권유판매, 통신판매 등의 방식으로 체결하지 않았다고 하더라도 청약철회권을 인정할 필요가 있으며, 할부거래법 등에서 이를 명시하고 있지 않기 때문에 법의 개정 또는 제정시 이를 포함하여야 할 것이지만, 관련법의 제·개정시까지의 표준약관에서 이를 명시하여 소비자에게 인정할 필요가 있다.

28) 청약철회권의 행사기간의 기산점에 대하여 상조서비스 표준약관에서는 약관의 교부시점을 기준으로 하고 있으나, 방문판매법 및 전자상거래소비자보호법에서는 청약철회권 행사기간의 기산점을 모두 계약서의 교부시점(만일 계약서의 교부시점보다 재화 등의 인도시기가 늦은 경우에는 인도시점)으로 정하고 있다(방문판매법 제8조 제1항, 전자상거래소비자보호법 제17조 제1항). 또한 계약서 등의 미교부 등으로 인하여 소비자가 사업자의 주소 등을 알지 못한 경우에는 이를 안 날 또는 알 수 있었던 날로 정하고 있다. 따라서 상조서비스 계약에 있어서 청약철회권의 행사기간의 기산점은 약관의 교부시점이 아닌 계약서 및 회원증서를 교부한 시점으로 개정하여야 할 것이며, 사업자의 주소 등을 알지 못한 경우에는 이를 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 행사의 기산점을 정하여야 할 것이다.

법의 적용이 배제된다고 할 수 없다. 또한 대금의 지급이 장기이며, 초기에 지급하는 금액이 소액이라는 점은 할부거래의 특성과 매우 유사하다. 그러므로 할부거래법에서 소비자에게 청약철회권을 부여하는 입법목적과 동일하기 때문에 할부거래법상 청약철회권을 부정하는 것은 부당하다. 따라서 청약철회권의 발생요건에 당연히 이러한 내용도 포함되어야 할 것이며, 상조서비스계약이 원칙적으로 대금의 분할지급이라는 점을 고려할 때, 모든 상조서비스계약에 청약철회권을 인정하여야 할 것이다. 또한 현행 표준약관상에는 방문판매, 전화권유판매, 전자상거래 및 통신판매에 대하여만 청약철회권을 인정하고 있으나 다단계판매 역시 청약철회권을 인정하고 있으므로 이를 배제하는 것은 부당하다. 그러나 상기와 같이 모든 상조서비스계약에 대하여 청약철회권을 인정할 경우 이러한 문제는 소멸한다. 또한 청약철회권의 행사기간의 기산점에 있어서 현행 표준약관에서는 약관을 교부받은 날로 정하고 있지만, 표준약관 제4조 제1항 단서를 고려할 때 기산점은 약관의 교부시점이 아닌 약관과 계약서(회원증서)를 교부받은 시점으로 변경하여야 할 것이다. 마지막으로 사업자 등의 주소 변경 등으로 인하여 소비자가 청약철회권을 행사할 수 없는 경우 방문판매법 등에서 청약철회권의 기산점을 이를 안 날 또는 알 수 있었던 날로 정하고 있으므로 이 역시 추가하여야 할 것이다.

### 3. 대금의 지급

소비자의 대금지급의무와 관련하여 표준약관에서는 소비자에게 제시한 금액외 일정금액을 더 청구할 수 있음을 규정하고 있으나, 이는 다음과 같은 점에서 부당하다. 즉, 회원가입시 사업자가 소비자에게 제시한 금액은 상품금액(표준약관상 1,200,000원 · 2,160,000원 · 4,800,000원)은 소비자가 최종적으로 지급하여야 할 금액이다. 그럼에도 불구하고 일정납입기간이 도과하지 않았다고 하여 추가비용을 지급하는 것은 소비자가 최종적으로 지급할 금액이 상지에서 제시한 금액이 아니라는 결론에 도달할 수 밖에 없으며, 소비자의 입장에서 사업자가 제시한 상품금액은 소비자가 최종적으로 지급할 금액으로 생각하는 바 이러한 소비자의 기대를 저버리는 것이다. 만일 회원가입후 단기간내에 상조서비스를 제공할 경우 납

입금에 대한 이자가 발생하지 않아서 추가비용을 요구한다고 하면, 그 기간이후에 상조서비스를 받은 소비자에 대하여는 그 금액만큼 할인하여야 한다. 왜냐하면 장기적으로 납입을 한 경우 납입금에서 이자가 발생하므로 사업자의 측면에서는 상품금액 이상의 금액이 수령한 것이 되기 때문에 초과분은 환급하는 것이 추가비용의 지급의 논리에 상응한다. 또한 비용의 추가부담은 일정기간이내에 상조서비스를 제공할 경우로 일률적으로 정하고 있으나, 상기의 추정근거에 따르면 이자수익의 미발생에 대한 보충분으로 추가적 비용을 요구하는 것이기 때문에 일시불로 지급한 경우 매월 일정액의 납부보다 더 많은 이자수익을 거두었기 때문에 배제하는 것이 타당함에도 불구하고 이를 동일하게 적용하는 것 역시 부당하다. 따라서 먼저 제시한 상품금액을 초과하여 추가 비용을 요구하는 것은 부당하기 때문에 이를 인정하는 동 조항은 삭제되어야 할 것이다.

대금의 완납이전에 상조서비스를 제공받은 경우 잔여대금에 대하여 일시납을 규정하고 있다. 그러나 소비자가 상조서비스계약을 체결하는 근본적인 취지인 고액의 비용에 대한 분할지급을 통한 경제적 곤란의 경감을 고려할 때 상조서비스를 제공받은 경우라 할지라도 일시납이 아닌 분할납부를 인정하고, 기한의 이익상실규정을 신설하여 상조서비스를 제공받은 후 3회이상 지연시 잔여할부금 전액을 청구할 수 있도록 하여야 할 것이다. 또한 소비자가 상조서비스를 제공받고 잔여금을 일시에 납부할 경우 제6조 제1항의 규정을 준용하여 할인할 수 있도록 하여야 할 것이다.

마지막으로 소비자가 대금지급의무를 이행하지 않아 사업자가 당해 계약을 해지한 경우 소비자는 해약환급금을 청구할 수 있도록 하고 있으며, 이의 행사기간을 5년으로 정하고 있다. 이 경우 사업자의 권리가 해지권인가에 대하여는 후술하며, 그 효과에 대하여 사업자의 대금환급의무가 아닌 소비자의 권리형태로 규정하고 있다. 즉, 사업자가 해지하고, 해약환급금에 대하여 통지하지 않은 경우 이 내용을 잘 알지 못하는 소비자는 해약환급금을 청구하지 않을 수 있으며, 5년 동안 환급청구권을 행사하지 않음으로 인하여 환급을 받지 못하는 경우가 발생할 수 있다. 따라서 사업자가 해지권을 행사한 경우 지체없이 소비자에게 해약환급금을 지급하도록 하며, 이의 지연시 지연이자의 지급을 명시하여야 할 것이다. 또한

해지로 인한 소비자의 피해를 방지하기 위하여 해지의 의사표시는 반드시 서면으로 행사할 것을 요구하고, 해지통지서에 해지의 의사표시와 해약환급금의 금액·지급시기 및 수령방법 등을 기재하도록 하여야 할 것이다.

#### 4. 상조서비스의 이용권자 등

##### (1) 상조서비스의 이용권자

회원이 상조서비스 이용권자를 지정하지 않은 경우 표준약관 제10조 제1항에서 다수의 자에게 이용권을 부여하고 있다. 그러나 상조서비스는 1회만 이용할 수 있기에 상기와 같이 다수의 자에게 이용권을 인정할 경우 가입자와 납입자인 회원의 의사에 반하여 상조서비스가 이용될 수 있다. 그러므로 상조서비스의 이용권자는 회원으로 한정하고, 회원의 사망 등의 경우에 상기의 자에게 이전된다고 하여야 할 것이다.

또한 주소 등의 변경시 통지의무를 규정하고, 이의 위반시 사업자의 면책을 규정하고 있으나, 회원의 불통지에도 불구하고 사업자가 회원의 변경된 주소 등을 알았거나 알 수 있었을 경우(예를 들어, 모집인이 회원의 주소 등의 변경사실을 안 경우)에는 면책되지 않아야 할 것이다. 따라서 사업자의 면책사유를 규정하고 있는 표준약관 제9조 제2항에 단서조항을 신설하여 사업자의 면책을 제한하여야 할 것이다. 개정안을 제시하면, “다만, 회사가 회원의 변경된 주소 등을 알거나 알 수 있었을 경우에는 그러하지 아니한다.”로 개정하여야 할 것이다.

##### (2) 상조서비스의 내용 및 변경

상조서비스 내용에 대한 변경가능성을 규정하고 있지만, 상급서비스의 제공을 원하는 경우 대금의 결정에 있어서 협의로 정하도록 하고 있다. 그러나 소비자가 계약체결시 존재하였던 상급 서비스를 선택한 경우에는 그 당시의 금액으로 정하고 그 차액분만 지급하도록 하여야 할 것이다. 또한 더 낮은 상조서비스를 이용할 경우 계약당시 선택한 상품의 가액에서 변경한 상품과의 차액을 환급할 의무에 대한 규정을 두고 있지 않지

만, 상품권<sup>29)</sup>과 같이 차액 중 일정액(해지시 해약환급금을 적용한 금액)을 제외하고 반환을 청구할 수 있도록 하여야 할 것이다.

회원의 상조서비스 변경과 달리 사업자가 상조서비스를 변경할 수 있는 경우를 제한하고 있으나, 소비자보호 측면에서 다음과 같은 점이 보완되어야 할 것이다. 먼저, 변경사유가 발생한 경우에 사업자가 임의적으로 변경할 수 있음을 규정하고 있지만, 상기의 회원의 변경과 같이 상대방의 동의, 즉 회원의 사전동의를 받도록 하여야 할 것이다. 또한 사업자가 상조서비스의 내용을 변경하고자 회원에게 동의를 요청한 경우에 회원의 거부권을 인정함과 동시에 해제권을 인정하고, 해제시 사업자가 반환하여야 할 금액은 납입금 전액 이상으로 하여야 할 것이다. 또한 이의 원인에 사업자의 귀책사유가 있는 경우에는 손해배상 역시 포함되어야 할 것이다.

### (3) 상조서비스의 제공지역

표준약관 제12조 제3항에서 사업자가 상조서비스제공지역을 변경하여 회원이 상조서비스를 제공받을 수 없는 경우 회원에 대하여 해지권을 부여하고, 납입금 환급의무를 규정하고 있다. 그러나 이러한 경우 회원의 권리가 해지권인가에 대하여는 의문이 제기된다. 표준약관상 소비자 또는 사업자의 계약해소권에 대하여 일률적으로 해지권이라는 용어를 사용하고 있다. 이는 상조서비스 계약이 장기계약이라는 점에서 해지권이라는 용어를 사용하는 것으로 추정할 수 있지만, 해지의 대상이 되는 계약은 계속계약이다. 즉, 1회의 상품의 제공 또는 서비스의 제공을 대상으로 하는 계약이 아닌 일정기간 동안 계속·반복하여 상품 또는 서비스가 제공되는 계약에 있어서 약정 또는 법정 사유가 발생한 경우 당해 계약의 효력을 장래에 향하여 소멸시키는 권리가 바로 해지권이다.<sup>30)</sup> 그럼 상조서비스가 해지권의 대상이 되는 계약인가? 상조서비스 계약은 대금의 지급이 장기에 걸쳐 이루어질 뿐 상품과 서비스는 1회만 제공되는 것이 원칙이다(표준약관 제10조 제4항). 또한 해지권을 행사한 경우 해지권을 행사

29) 소비자분쟁해결기준에 따르면, 상품권의 일부사용시 환급기준으로 상품권의 권면금액이 1만원을 초과할 경우 60%이상의 사용, 1만원 미만인 경우 80%이상 사용한 경우 잔액에 대하여 환급하도록 규정하고 있다(소비자분쟁해결기준 15. 상품권 관련업).

30) 김중환·김학동, 전계서, 178면.

하기 전까지 당해 계약은 유효하며, 따라서 당사자는 상대방으로부터 수령한 급부는 부당이득이 되지 않기 때문에 반환의무도 없으며, 원상회복의무 역시 부담하지 않는다. 그러나 표준약관에서 해지권을 행사할 경우 그 효과에 대하여는 원상회복의무를 규정하고 있으며, 회원이 아직 상호 서비스를 제공받기 전을 대상으로 하기 때문에 원상회복의무를 부담하는 자 역시 사업자에 한정되며, 그 내용 역시 기 수령한 납입금의 환급이다. 따라서 이러한 내용을 고려할 때, 표준약관상 회원 또는 사업자의 권리는 해지권이 아닌 해제권이 타당하므로 이러한 용어로 개정하여야 할 것이다.

또한 회원이 당해 계약을 해제한 경우 그 효과는 해제의 의사표시가 상대방에게 도달한 때에 발생하며, 사업자는 회원으로부터 지급받은 대금을 환급할 의무를 부담한다. 그럼에도 불구하고 표준약관에서는 대금환급 시기에 대하여 소비자의 별도청구를 요구하고 청구일로부터 10일 이내에 환급의무를 부여하고 있다. 이는 사업자가 부담할 의무를 회원의 권리행사로 전환하면서 사업자의 대금환급의무를 민법에서보다 완화하는 것이며, 10일이라는 준비기간을 부여하는 것은 납득하기 어렵다. 따라서 회사의 서비스제공지역의 변경에 따른 해제권을 행사한 경우 사업자는 즉시 또는 3영업일 이내에 회원에게 납입금과 이에 대한 이자를 지급하여야 하며, 이를 해태한 경우 지연이자를 지급하도록 하여야 할 것이다.

## 5. 해제의 요건과 효과

### (1) 회원의 임의적 해제와 해약환급금

표준약관에서 회원에게 해제권을 부여하고 있다는 점에서 긍정적인 평가를 할 수 있지만, 그 효과와 관련하여서는 다음과 같은 문제점이 제기된다. 첫째, 환급금을 결정함에 있어서 일률적으로 환급금 계산식을 적용하여 해결하고 있으나, 회원이 계약을 체결하는 방식은 크게 모집인을 통한 방식과 직접 계약을 체결하는 방식으로 구분된다. 그럼에도 불구하고 환급금계산에 있어서 모집수당을 일률적으로 제외하도록 하는 것은 부당하다. 따라서 모집인을 통하지 않고 직접 계약을 체결한 경우 환급금을

계산함에 있어서 미상각모집수당은 포함시켜서는 아니된다.

둘째, 환급금 계산방식에 따라 회원은 최대 81%의 금액을 환급받을 수 있다고 공정거래위원회는 주장하지만<sup>31)</sup>, 이는 지극히 단편적인 계산방식에 의한 결과이다. 먼저, 환급금을 결정함에 있어서 그 주된 기준은 회원이 납입한 금액이지만, 이것만을 기준으로 한다는 것은 부당하다. 즉, 공정거래위원회의 발표에 따르면, 매월 2만원씩 60개월을 납입하고 즉시 해지한 경우 납입금액은 1,200,000원에 불과하지만, 실질적으로 소비자가 지급한 금액은 원금 1,200,000원과 이에 대한 이자 18만원(상사이율 연 6% 단리로 계산하였을 경우), 즉 1,380,000원이다. 이는 소비자가 상조서비스 계약을 체결하였지만, 아직 상품 등을 제공받지 못하였기에 단순히 원금만을 기준으로 한다는 것은 부당하다. 따라서 공정거래위원회의 산식에 의하면 회원은 969,000원을 환급받기 때문에 1,200,000원 중 80.8%에 해당한다고 하지만, 이자를 포함한 금액으로 계산할 경우 실질적으로 소비자가 환급받는 비율은 약 70%에 불과하다. 따라서 실질적인 공제비율은 30%에 해당하며, 이는 공정거래위원회가 기존의 심결례<sup>32)</sup>에서 언급한 바와 같이 통상의 위약금(총 거래대금의 10~20%)<sup>33)</sup>을 훨씬 초과하는 비율이므로 조정이 필요하며, 구체적으로는 완납을 기준으로 100%의 원금이 환급될 수 있도록 하여야 할 것이다.<sup>34)35)</sup> 이와 같이 환급율을 조정하더라

31) 공정거래위원회, “보도자료 : 공정위 상조서비스 표준약관 승인”, 2007.12.13.

32) 공정거래위원회 시정권고 제2008-005호(2008.2.12), 사건번호 2008약관0074 등.

33) 공정거래위원회의 위약금에 관한 심결례에서 그 기준을 초기 10%로 정하였지만(공정거래위원회 제2002-083호(2002.6.10), 사건번호 2001약제4775 등), 그 이후 10~20%로 변경하였으며(공정거래위원회 제2006-090호(2006.7.25), 사건번호 2006약관1072 등), 이후 다시 10%로 제시하고 있다(공정거래위원회 제2007-016호(2007.2.13), 사건번호 2006약관2711 등). 이러한 기준의 변경은 다른 업종에 대한 기준의 변경이라면 그 원인 등을 감안한 것으로 인정할 수 있으나, 동일한 상조서비스업종을 대상으로 한 심결례에서 합리적인 근거를 제시하지 않고 이와 같이 기준을 변경하는 것은 부당하며, 사업자 및 소비자의 예측가능성을 저해하는 것이다. 이는 공정거래위원회가 준사법적 권한을 가진 기관이라는 점을 고려할 때 그 문제성을 더욱 크며, 명확한 기준을 설정하여 불공정성 여부를 판단하여야 할 것이다.

34) 상조서비스업 분야에 있어서 소비자보호 및 상조서비스업계의 과제는 해약환불금의 적정화라고 하면서, 상조서비스 체제는 다른 물품의 구매 혹은 서비스에 대한 대가를 지급하는 내용과는 달리 고객이 원하는 상조서비스가 고객들이 원하는 때에 제공되기 위하여 상시 서비스제공체제를 유지관리하여야 하는 데 이러한 관리비용이 모집비용과 함께 사업기반으로써 또는 소비자를 위한 서비스체제 관리비용 차원에서 고려되어

도 사업자는 회원의 해제로 인한 손해를 원금에 대한 이자수익으로 보전할 수 있게 된다. 또한 다른 특수거래에 있어서 소비자의 채무불이행으로 인하여 사업자가 계약을 해제할 경우 인정하고 있는 손해배상액과 비교하여 해약에 따른 위약금 비중은 매우 높다. 즉, 할부거래법, 방문판매법, 전자상거래소비자보호법에서는 소비자의 채무불이행으로 인하여 당해 계약을 해제하고 소비자에게 손해배상을 청구할 경우 그 금액은 민법상 이행이익이 아닌 일정금액이하로 제한하고 있다. 구체적으로 살펴보면, 재화 등이 반환된 경우와 반환되지 않은 경우로 구분하여 전자의 경우 대금 지연에 따른 지연배상금과 반환된 재화등의 통상 사용료액 또는 그 사용에 의하여 통상 얻어지는 이익에 상당하는 금액 또는 반환된 재화등의 판매가액에서 그 재화등이 반환된 당시의 가액을 공제한 금액 중 큰 금액을 합산한 금액을 초과할 수 없으며, 후자의 경우 지연배상금과 공급받은 재화등이 반환되지 아니한 경우에는 그 재화등의 판매가액에 상당하는 금액을 합산한 금액을 초과할 수 없다(할부거래법 제9조, 방문판매법 제10조 제1항, 전자상거래소비자보호법 제19조 제1항). 특히, 할부거래법에서는 동산 등이 아직 이행되기 전의 경우에 있어서 손해배상액은 지연배상금과 계약 체결 및 그 이행을 위하여 통상 필요한 비용에 한정하고 있다(동법 제9조 제1항). 따라서 상조서비스계약의 해제시 공제액의 계산방식에 대하여는 전면적인 재검토가 요구된다.

셋째, 회원의 해제시 환급금의 반환에 대하여 회원에게 청구할 의무를 부담하고, 신청일로부터 10일 이내에 환급하도록 하고 있다. 그러나 해제

---

야 하기 때문에 일정한 해약위약금을 부담하는 것은 불가피하며, 이에 대한 적절한 조정시스템이 필요하다고 한다(권대우, “소비자보호 및 상조업활성화를 위한 상조업법 제정의 필요성”, 『소비자보호 및 상조업 발전을 위한 상조업 관련법 개(제)정 워크샵』, 한국상조연합회, 2008·4, 26면). 그러나 상조업 분야의 약관에 대한 공정거래위원회의 심결례에서는 상조회사는 고객의 청구시 필요한 물품 등을 구입하여 제공하고 있다는 점, 영업사원에게 지급되는 모집수당은 회원모집영업에서 일반적으로 예상되는 지출로 그 지급기준이 특수할 뿐 본질적으로 근로의 대가에 불과하다는 점 등을 고려할 때, 상조회원 가입계약이 여타의 상품판매계약이나 용역제공계약에 비해 관리비, 운영비 등에 과다한 지출을 요한다거나 통상적인 계약체결에 비해 계약의 체결 및 이행비용이 특별히 과다하게 소요된다고 볼 수 없다고 하였다(공정거래위원회 제2002-083호(2002.6.10), 사건번호 2001약제4775 등).

35) 회원이 임의적으로 상조서비스계약을 해제할 경우 해약환급금에 대하여 회원의 납입금 전액을 환불하고 있는 업체(천사랜드 : [www.1004land.kr](http://www.1004land.kr))도 있다.



의 기본적 효과인 원상회복의무는 사업자가 부담하기 때문에 이를 소비자의 권리행사로 전환하는 것은 앞에서 언급한 바와 같이 부당하며, 그 기간을 10일로 정한 것은 합리적인 근거를 상실한다. 즉, 해약환급의 방식이 이미 정해져 있기 때문에 환급금의 결정은 그리 많은 시간을 요하지 않을 뿐만 아니라 모집인 또는 회원의 계좌번호(자동이체 납부의 회원인 경우) 등을 통하여 짧은 시간내에 반환에 필요한 조치를 취할 수 있으며, 다른 거래형태에서 대금반환시 3영업일<sup>36)</sup>을 기준으로 제시하고 있는 점에 비추어 볼 때 매우 장기간이라고 할 수 있다. 이러한 점은 이미 공정거래위원회도 인정하고 있는 바이다.<sup>37)</sup> 따라서 환급금의 지급에 관하여는 회원이 해제시 사업자는 즉시 또는 3영업일 이내에 회원에게 환급하여야 하며, 이의 지연시 지연이자를 더하여 반환하도록 개정하여야 할 것이다.

## (2) 사업자의 채무불이행에 따른 해제와 손해배상청구권

사업자의 채무불이행을 이유로 당해 계약을 해제하기 위하여는 사업자의 귀책사유를 요구하고 있다. 그러나 상조서비스계약은 회원의 사망 등과 같이 상조서비스를 제공받을 사유가 발생한 경우 장례절차에 필요한 상품과 서비스를 받고자 체결하는 계약이며, 이러한 사유가 발생하였음에도 불구하고 상조서비스를 이행하지 않았으나 그 원인이 사업자의 귀책사유에 기하지 않았다는 것만으로 당해 계약을 유지하도록 하는 것은 부당하다. 따라서 회원의 해제권 발생요건에 있어서 사업자의 귀책사유는 배제하여야 할 것이다.<sup>38)</sup>

36) 소비자가 청약철회권을 행사한 경우 대금의 반환시기에 대하여 할부거래법에서는 동산의 인도와 동시에, 방문판매법과 전자상거래소비자보호법에서는 재화를 반환받은 날로부터 3영업일 이내에 반환하도록 규정하고 있다(할부거래법 제6조 제1항, 방문판매법 제9조 제2항, 전자상거래소비자보호법 제18조 제2항).

37) 민법상 쌍무계약에서 계약해지나 철회에 따른 정산의 이행은 특별한 사정이 없는 한 빠른 시일 내에 이루어져야 하고, 이에 사업자는 정산 후 고객에게 반환하여야 할 납입금에 대해 빠른 시일 내에 환불하여야 한다(공정거래위원회 시정권고 제2007-099호(2007.6.29), 사건번호 2007약관1655 등).

38) 해제권의 발생요건에 관하여 영국 물품매매법(Sale of Goods Act)에서는 계약의 조항을 조건(Condition)과 담보(Warranty)로 구분하고, 조건의 위반시 손해배상청구권과 계약해제권을 인정하고 있는 반면에 담보조항의 위반에 대하여는 손해배상청구권만을

사업자가 상조서비스를 제공하지 않은 경우 그 효과에 대하여 표준약관은 해제권 또는 손해배상으로 정하고 있어, 회원은 해제권 또는 손해배상청구권 중 어느 하나만을 선택할 수 있는 것으로 규정되어 있다. 그러나 채무불이행의 효과는 해제권과 손해배상청구권의 발생 또는 손해배상청구권의 발생으로 구분된다. 전자는 회원이 더 이상 계약을 유지하고자 하지 않을 때 당해 계약을 소멸시킴과 더불어 원상회복(기 지급한 납입금)을 받고 이로 인하여 손해가 있는 경우 손해배상까지 청구할 수 있지만(민법 제551조), 당해 계약을 계속 유지하여 추후 상조서비스를 제공받을 사유가 발생한 경우 상조서비스를 받고자 한 때에는 손해배상만을 청구할 수 있다(민법 제390조). 따라서 사업자의 채무불이행에 대하여 해제권 또는 손해배상청구권 중 하나만을 인정하고 있는 표준약관 제15조 제7항은 “회사가 회원의 요청에도 불구하고 상조서비스 제공의무를 이행하지 아니한 경우 회원은 계약의 해제와 더불어 손해배상을 청구할 수 있다. 다만, 당해 계약을 해제하지 않은 경우 손해배상만을 청구할 수 있다.”로 개정하여야 할 것이다.

표준약관에서는 사업자가 상조서비스를 제공하지 않은 경우만을 대상으로 규정하고 있으나, 사업자의 채무불이행은 이행지체뿐만 아니라 불완전이행도 있다. 즉, 사업자가 계약체결 당시 제공한 상품과 서비스와 상이한 상품 등을 제공<sup>39)</sup>하거나 하자있는 상품 등을 제공하는 경우, 일부만을 제공하는 경우에 대하여는 전혀 규정을 두고 있지 않다. 이러한 경우 역시 사업자의 채무불이행에 해당하는 경우이므로 이에 대한 규정을 두어야 할 것이며, 구체적으로 사업자의 불완전이행으로 계약의 목적을 달

---

인정하고 있다. 또한 조건의 위반에 따른 해제권의 발생에 있어서 조건의 위반이라는 객관적인 사유만을 요구할 뿐 채무자의 귀책사유인 주관적인 사유를 요구하고 있지 않다(G. H. Treitel, *The law of Contract*, Ninth edition, London: Sweet & Maxwell, 1995, p. 674; P S Atiyah · John N Adams · Hector MacQueen, *The Sale of Goods*, Tenth edition, London: Longman, 2001, pp. 78~79; Jill Poole, *Casebook on Contract law*, Fifth edition, London: Blackstone Press, 2001, p. 398). 또한 독일의 경우 2002년 채권법 개정에 따라 해제권의 발생요건에 대하여 급부장애라는 요건만을 기준으로 할 뿐 채무자의 귀책사유를 고려하지 않는다(박규용, “해제의 효과에 관한 독일 민법의 발전”, 『법학연구』 제29집, 한국법학회, 2008 · 2, 107면).

39) 회원증서에는 국내산 수의로 제공한다고 기재되어 있으나, 제공된 수의가 중국산인 경우 등이 그 예이다.

성할 수 없는 경우 계약해제권과 손해배상청구권을 인정하여야 할 것이며, 목적을 달성할 수 있는 경우에는 손해배상청구권만을 행사할 수 있도록 하여야 할 것이다. 또한 사업자의 채무불이행의 효과에 대하여 소비자의 임의적 해제권과 동일하게 규정하는 것은 조문의 성격상 타당하지 않으므로 이를 별도의 조항으로 규정하여야 할 것이다.

## 6. 관할법원

상조서비스계약과 관련하여 분쟁이 발생한 경우 관할법원에 대한 표준약관의 내용은 다음과 같은 점에서 문제가 제기된다. 먼저, 일반소비자인 회원이 상기의 특수거래의 방식으로 계약을 체결하더라도 표준약관상 관할법원에 대하여 구체적으로 명시되어 있지 않기 때문에 자신의 주소 또는 거소를 관할하는 지방법원이 관할권을 갖는지를 쉽게 알 수 없다. 또한 이에 해당하지 않은 계약인 경우 사업자의 주소지를 관할하는 지방법원이 관할권을 갖게 되지만, 이는 상조회사의 약관 중 사업자의 주소지 관할법원에 관할권을 부여하는 조항에 대하여 공정거래위원회가 계속하여 “사업자가 자신의 소재지 관할법원으로 규정하는 것은 고객에게 응소상 불이익을 초래할 우려가 있는 것으로 이는 고객에게 부당하게 불리한 재판관할 합의조항으로 약관규제법 제14조에 해당한다”고 하면서 내린 무효 결정<sup>40)</sup>과 상반된다. 따라서 공정거래위원회의 무효결정의 취지를 고려하고, 소비자가 소송을 통하여 분쟁을 해결하고자 할 때 관할법원의 문제로 인하여 곤란을 겪지 않도록 하기 위하여는 방문판매법 등과 같이 소비자의 주소 또는 거소를 관할하는 지방법원에 관할권을 부여하여야 할 것이며, 이것이 불분명할 경우에 사업자의 주소지를 관할하는 지방법원에 관할권을 부여하는 것으로 개정하여야 할 것이다.

40) 공정거래위원회 시정권고 제2007-093호(2007.6.29), 사건번호 2007약관1649. 이와 동일한 심결례로는 공정거래위원회 시정권고 제2007-096호(2007.6.29), 사건번호 2007약관1652; 공정거래위원회 시정권고 제2007-097호(2007.6.29), 사건번호 2007약관1653; 공정거래위원회 시정권고 제2007-024호(2007.3.14), 사건번호 2007약관0785; 공정거래위원회 시정권고 제2006-087호(2006.7.25), 사건번호 2006약관1108; 공정거래위원회 시정권고 제2006-088호(2006.7.25), 사건번호 2006약관1074; 공정거래위원회 제2002-083호(2002.6.10), 사건번호 2001약제4775 등.

## V. 결 론

유족들이 장례절차를 원활하게 처리할 수 있도록 조력하는 것을 내용으로 하는 상조서비스산업이 급속도로 발전하고 있지만, 이로 인한 소비자피해 역시 급증하고 있다. 이러한 소비자피해의 주된 원인 중 하나가 불공정한 약관의 사용에 의한 피해이며, 이를 예방하고자 공정거래위원회는 상조서비스 표준약관을 2007년 12월에 제정하여 시행하고 있다. 그러나 표준약관을 통한 소비자피해의 예방이라는 목적을 달성하기 위하여는 표준약관의 내용이 소비자보호에 보다 충실하여야 함에도 불구하고 그 내용이 소비자의 이익에 반하는 내용이 다수 포함되어 있어 과연 표준약관을 통한 소비자보호가 충실하게 이루어 질 수 있는가에 대하여 의문이 제기된다. 따라서 상조서비스 표준약관의 내용 중 소비자의 이익에 반하는 내용에 대한 개정이 조속히 이루어져야 할 것이며, 이의 내용을 요약하면 다음과 같다.

먼저, 표준약관의 보급의 확대로써 현재 상조서비스업을 행하는 사업자가 사용하고 있는 약관 중 표준약관을 사용하는 비중이 그리 높지 않다는 점은 표준약관이 완벽하다고 하더라도 이를 사용하지 않은 경우 그 의미가 없기 때문에 사업자 등을 대상으로 표준약관의 소개와 더불어 사용을 적극 권장하여야 할 것이며, 소비자에게도 역시 표준약관을 사용하는 사업자와의 거래가 안전하다는 점을 적극적으로 홍보하여 사업자가 표준약관을 적극적으로 사용할 수 있는 계기를 마련하여야 할 것이다. 둘째, 계약체결에 있어서 사업자의 정보제공의무를 규정하고 있지 않지만, 소비자의 합리적인 선택권의 보장 측면에서 이를 추가하여야 할 것이다. 셋째, 철회권과 관련하여 특수한 거래방식에 의하여 체결된 경우 뿐만 아니라 모든 상조서비스계약에 청약철회권이 인정되어야 할 것이며, 기산점에 있어서 약관의 교부시점이 아닌 약관과 계약서를 교부받은 시점으로 정하여야 할 것이다. 넷째, 대금지급과 관련하여 추가비용의 지급은 삭제하여야 할 것이며, 상조서비스를 이행받은 경우 잔여금에 대하여 일시불로 지급하도록 한 규정 역시 계속적으로 분할하여 납입할 수 있도록 함

과 더불어 기한의 이익상실 규정을 두는 것이 바람직하다. 다섯째, 상조서비스 이용권자를 정함에 있어 회원을 원칙으로 하며, 회사의 통지에 따른 면책사유 역시 제한할 필요가 있으며, 사업자에 의한 상조서비스의 변경시 회원의 동의를 받도록 함과 더불어 회원의 해제권을 동시에 부여하여야 할 것이다. 여섯째, 회원의 임의적 해제에 의한 해약환급금과 관련하여 가입방식에 따라 환급금의 결정방식을 달리 하여야 할 것이며, 계산방식에 있어서 단지 원금만을 기준으로 할 것이 아니라 이자까지도 포함하여 계산하여야 할 것이므로 만기 이후에의 해제시에는 납입한 원금 전액이 반환될 수 있도록 환급금계산방식을 변경하여야 할 것이다. 일곱째, 회사의 채무불이행에 따른 회원의 해제권과 관련하여 상조서비스계약이 정기계약이라는 특성을 가지고 있다는 점을 고려할 때 사업자의 귀책사유는 배제하여야 할 것이며, 불완전이행의 경우에 있어서 해제권과 손해배상청구권을 추가하여야 할 것이다. 마지막으로 관할법원과 관련하여 상조서비스와 관련한 분쟁이 발생한 경우 법원을 통하여 간편하게 분쟁을 해결하기 위하여 소비자를 중심으로 관할법원을 결정하여야 할 것이며, 방문판매법 등과 같이 보다 명확하게 규정하여야 할 것이다.

이러한 제반 사항은 상조서비스 표준약관을 통한 소비자피해를 예방하는 방안이지만, 이외의 소비자피해를 예방하기 위하여 상조서비스업을 영위하는 사업자에 대하여 영업개시요건(등록 또는 허가, 자본금 등)을 마련할 필요가 있으며, 사업자의 도산 등으로 인하여 회원이 상조서비스를 제공받지 못할 것을 고려하여 공제조합 또는 소비자피해보상보험 등의 가입을 의무화할 필요가 있다. 이러한 소비자보호방안은 표준약관의 문제로 해결할 수 없기 때문에 관련 법령의 제정 또는 개정을 통하여 해결하여야 할 것이며, 이에 대한 구체적인 내용에 대한 검토는 지면관계상 다음의 연구에서 다루고자 한다.

**주제어** 상조서비스, 선불식 할부거래, 상조서비스 표준약관, 소비자보호, 할부거래법, 계약해지, 해약금, 청약철회, 정보제공의무

## 참 고 문 헌

- 고형석, 『소비자보호법』, 세창출판사, 2008.
- 곽윤직, 『채권각론』, 박영사, 2007.
- 김종률, 『민법강의』, 박영사, 2000.
- 김증한·김학동, 『채권각론』, 박영사, 2006.
- 윤철홍, 『요해채권각론』, 법원사, 1997.
- 이은영, 『채권각론』, 박영사, 2002.
- 이정구, 『상조회사 운영 및 이용실태조사』, 한국소비자보호원, 2000.
- 정중휴, 『민법개정안의견서』, 삼영사, 2002.
- 지원립, 『민법강의』, 홍문사, 2002.
- 황적인, 『민법개정안의견서』, 삼영사, 2002.
- 황진자, 『상조업 관련 소비자 피해실태조사』, 한국소비자보호원, 2005.
- 민법개정안연구회, 『민법개정안의견서』, 2008.
- 권대우, “소비자보호 및 상조업활성화를 위한 상조업법 제정의 필요성”, 『소비자보호 및 상조업 발전을 위한 상조업 관련법 개(제)정 워크숍』, 한국상조연합회, 2008.4.
- 김대정, “계약해제의 본질 및 효과”, 『법학논문집』 제31집 제1호, 중앙대학교, 2007.8.
- 김홍석, “상조업에서의 소비자피해예방을 위한 개선방안”, 『상조서비스관련법률 개(제)정 토론회』, 전국상조협회·선문대학교, 2008.5.
- 박규용, “해제의 효과에 관한 독일 민법의 발전”, 『법학연구』 제29집, 한국법학회, 2008.2.
- 연기영, “계약해제에 관한 비교법적, 입법론적 과제”, 『비교사법』 제11권 제4호, 한국비교사법학회, 2004.12.
- 정진명, “계약해제의 요건”, 『재산법연구』 제21권 제2호, 한국재산법학회, 2005.
- 하경호, “소비자보호법의 통합수용”, 『독일 채권법의 현대화』, 법문사, 2003.
- 홍응식, “상조서비스 소비자보호 및 산업발전을 위한 시장 친화적 규제로

- 서의 상조공제조합”, 『상조서비스관련법률 개(제)정 토론회』, 전국상조협회·선문대학교, 2008.5.
- 공정거래위원회, “보도자료 : 공정위 상조서비스 표준약관 승인”, 2007.12.13.
- 공정거래위원회, “보도자료 : 16개 상조회사의 표시광고법·방문판매법 위반행위에 대한 시정조치”, 2008.2.4.
- 加賀山茂, 『契約法講義』, 日本評論社, 2007.
- 内田 貴, 『民法 II(債權各論)』, 東京大學出版會, 1999.
- 鈴木祿彌, 『債權法講義』, 創文社, 1994.
- 品川孝次, 『契約法(上卷)』, 青林書院, 1989.
- 於保不二雄, 『債權總論』, 有斐閣, 1989.
- 公正取引委員會, 『葬儀サービスの取引實態に関する調査報告書』, 2005.7.
- 日本辯護士連合會 編, 『消費者契約法講義』, 日本評論社, 2007.
- 通商産業省 産業政策局取引信用課 編, 『割賦販賣法の解説』, 日本クレジット産業協會, 2000.
- Ewan McKendrick, Contract Law, OXFORD, 2005.
- F. D. Rose, Commercial & Consumer Law 2007-2008, OXFORD, 2007.
- G. H. Treitel, The law of Contract, Ninth edition, London: Sweet & Maxwell, 1995.
- Jill Poole, Casebook on Contract law, Fifth edition, London: Blackstone Press, 2001.
- P S Atiyah · John N Adams · Hector MacQueen, The Sale of Goods, Tenth edition, London: Longman, 2001.
- FTC, The Cooling-Off Rule : When and How to Cancel a Sale([www.ftc.gov](http://www.ftc.gov) 2008년 4월 2일 방문).



A Study on the Mutual Aid Service and Consumer  
Protection  
- centering around the Mutual Aid Service Standard  
Adhesion Contracts -

Ko, Hyoung - Suk\*

Along with fast development of mutual aid service industry, consumer damages also are increasing rapidly. One of main cause of consumer damages is due to an unfairness agreement. Therefore, the Fair Trade Commission established the mutual aid service standard adhesion agreement to prevent consumer damages by use of unfair agreement. But the mutual aid service standard adhesion agreement must be amended as soon as possible because there is insufficient in consumer protection in agreement's specific substance. Talk briefly and to the point, as following.

Firstly, a business' a duty to offer informations must be added in making a contract.

Secondly, Cooling-Off will have to be applied in all mutual aid service contracts.

Thirdly, a provision that allows to pay additional cost must be rescinded. Also, it is desirable that a provision paying a lump-sum payment when a business performed a contract would be replaced with a provision paying in installments continually.

Fourthly, the money that must be refunded by a business has to decided via total amount paid and interest. Also, when a consumer rescinds since maturity, sum total payed must be refunded.

Fifthly, a business' causes attributable have to be excluded in occurrence of consumer's right of rescission by business' default.

---

\* Full-time Lecturer, College of Law, Sunmoon University, Ph.D. in Law

Finally, the competent court will have to be decided via consumer's address or dwelling place.

**Key Words** Mutual Aid Service, Pre-paid Installment Contract, Mutual Aid Service Standard Adhesion Contracts, Consumer Protection, Installment Transaction Act, Termination of a Contract, Cancellation Fee, Cooling-off, Duty to furnish informations