

통신서비스 이용자보호제도 개선방안 연구

Enhancing Consumer Sovereignty in the Telecommunication Services

서울대학교 생활과학대학 소비자학과
부교수 여 정 성
교 수 이 기 춘
울산대학교 생활과학대학 아동가정복지학과
조교수 이 성 림
(주)태평양 미용연구팀
과 장 박 수 경

Dept. of Consumer Studies & Resource Management, Seoul National Univ.

Associate Professor : Yeo, Jung-Sung

Professor : Rhee, Kee Choon

Deptt. of Child & Family Welfare, University of Ulsan

Assistant Professor : Lee, Seonglim

Pacific Corporation

Section Director : Park, Soo-Kyung

☐ 목 차 ☐

- | | |
|-------------------------|----------------|
| I. 서 론 | V. 정보통신서비스 이용자 |
| II. 연구의 배경 | 보호를 위한 개선 방안 |
| III. 정보통신서비스 약관분석 | 참고문헌 |
| IV. 정보통신서비스 관련 소비자보호 기제 | |

<Abstract>

This study analyzes the contract terms to explore whether the content has any improper and/or unfair clause, reviews the consumer-related laws, and examines the activities of the regulatory systems in the telecommunication service markets. The major results of the study are: first, the level of regulation to contract terms is inconsistent across the services areas and needs to be coordinated; second, the standard contract terms need to be developed; third, the policy implications with respect to regulatory policy making and public education are developed; and lastly establishment of consumer advisory board to advise the commission on

consumer issues and the consumer information and education center is suggested.

주제어(Key Words): 통신서비스시장(telecommunication service market), 불공정 약관 조항(unfair contract terms), 소비자보호 기제(regulatory systems for consumer protection), 소비자교육(consumer education)

I. 서론

통신서비스시장은 이제 전면적인 경쟁도입이 완성이 되었으며, 이용요금의 저렴화, 서비스품질향상, 다양한 신규서비스 등장 등을 통해 소비자의 선택권이 확대되었다. 경쟁이 가중됨에 따라 부당한 고객유인, 소비자 오도적 기만광고 및 부당약관 등 불공정거래행위가 나타나고 있으며, 수요확대와 더불어 정보통신서비스 상품에 대한 소비자 불만이 급증하고 있다. 한편, 산업의 성장에 비해 서비스를 이용하는 소비자들과 소비자를 보호하는 정책체제는 그 보조를 맞추어 발전하지 못하였고, 다른 상품에 비해 이용자를 보호하는 체계가 정비되어 있지 않다. 소비자 측면에서는 정보통신 이용자로서의 소비자능력이 부족하여 심각한 소비자문제를 경험하고 있으며, 바람직한 이용문화가 정착되어 있지 못하다. 그러므로 합리적인 통신서비스 구매와 건전한 통신이용문화의 정립을 위해 국내외의 제도 및 현황을 비교·분석함으로써 문제를 규명하고, 이에 대한 대처로 정보통신서비스 이용자로서의 소비자능력을 배양하는 소비자교육방안과 선진화된 소비자보호체계를 모색함이 요구된다.

본 연구에서는 통신서비스시장에서의 소비자보호와 통신서비스 개선을 위한 정책방향의 정립을 위하여 정보통신서비스 상품 구입과 사용시의 소비자문제를 해결할 수 있는 방안을 모색하고, 건전한 통신이용문화의 정착을 위한 소비자교육 대안을 개발하고자 한다. 본 연구의 구성은 다음과 같다. 먼저 정보통신서비스 중 일반 소비자들이 주로 사용하는 유선전화, 이동전화, 그리고 온라인서비스에 대한 정보통신서비스 상품 구입과 사용상의 소비자문제를 파악하고 각 상품군의 약관을 분석하여 불공정약관조항을 중심으로 문제점과 개선방안을 정리하였다. 다음으로 우리나라의 정보통신서비스 관련 소

비자보호 기제를 관련 법제와 관련기구를 중심으로 고찰한 후 정보통신서비스 이용자 보호를 위한 해결과제 및 개선방안에 대해 논의하였다.

II. 연구의 배경

1 통신서비스 시장의 확대와 소비자 문제

불과 지난 5년 동안 우리 나라의 통신서비스 시장은 시장의 형성과 더불어 이미 괄목할만한 성장을 보이고 있다. 컴퓨터 및 통신기술이 발달하고, 정보검색에서 네트워크를 활용한 전자상거래 등 이용분야가 다양화되면서 각종 통신서비스 이용자수가 급증하는 경향을 보이고 있다. 1996년에 약 73만명에 불과하였던 인터넷 사용자가 5년이 지난 2001년에는 그 수가 3배 이상으로 증가하여 약 2,412만명에 달한다. 이동전화서비스시장은 급속한 신장세를 보이는데 가입자 수가 1996년에 318만 명에 불과하던 것이 2001년에는 무려 9배나 증가한 2,904만 명으로 전 국민의 절반 이상이 이동전화서비스를 사용하는 것으로 나타나고 있다(통계청, 2002; 정보통신부, 2002).

정보통신서비스 상품에 대한 수요확대와 더불어 구입한 정보통신서비스 상품에 대한 소비자 불만 및 피해구제 상담이 급증하고 있다. 한국소비자보호원에 접수된 소비자상담건수를 보면 1997년부터 통신서비스 소비자상담이 서비스업종에서 새로운 상위 품목으로 등장하고 있다. 통신서비스 계약 체결에 있어서 사업자(판매자)들은 가입자 유치에 치중하여 소비자에게 상세히 약관에 대한 설명을 하고 동의를 얻는데 소홀한 경향이 있어서 소비자문제가 발생할 경우 소비자와 사업자 간 분쟁으로 발전할 소지가 크다. 경쟁의 확대에 따라 가입자 유치 등

과당경쟁이 나타나고 있고, 소비자를 오도하는 기만 광고가 증가하고 있으며, 거래 계약에서도 소비자들을 부당하게 대우하는 등 불공정거래행위가 증대하고 있음에도 불구하고 주 규제기관인 통신위원회와 공정거래위원회간 업무분담이 명확하지 않아, 오히려 규제의 공백이 나타나고 있다.

이용요금 체계 또한 복잡하여 이동전화의 경우 5개 이동전화 사업자마다 5-11가지 요금체계를 제시하고 있고 부가서비스마다 상이한 요금이 부과되어 있으므로 이동전화 사업자간의 종합적인 서비스 요금체계의 비교가 쉽지 않다. 인터넷망서비스 소비자는 인터넷망사업자가 부과하는 통신요금과 모뎀 임대료, 보증보험료, 설치비 등의 여러 가지 요금을 지불하고 있다. 온라인서비스의 내용 및 요금 체계에 복잡하고 어려운 기술 용어들이 많이 등장하여 소비자의 합리적 선택의 어려움을 주고 있다.

무선이동전화 사업자들의 가입자 확대의 노력으로 가입자의 수가 급격히 늘면서 통신서비스 요금의 미납자의 수 또한 양산되어 통신서비스 신용불량자의 수가 증가하고 미수채권의 규모가 커졌다. 정보통신 이용자로서의 소비자능력이 부족하며, 바람직한 이용문화도 정립되어 있지 않다. 정보통신서비스는 과거 소비자들이 주로 구입해 온 상품과는 그 성격이 차별되는 새로운 상품으로서 구매 및 사용경험이 충분하지 못한 상품이며 재화와 서비스가 결합된 반내구재로, 반복구매가 빈번하게 이루어질 수 없는 신중 상품이다. 통신사업자의 판촉활동 등에 의해 충동구매가 빈번하게 나타나고 있으며, 소비생활에서도 공공장소에서의 무분별한 통신이용 및 통신 과소비 문제, 폭력 전화, 음란 데이터 통신의 만연, 정확하지 않은 정보의 유통 등 소비자책임을 간과한 다양한 문제가 나타나고 있다. PC통신이나 인터넷상의 정보 중 유해한 정보나 허위·과장된 정보의 유포, 개인정보 누출로 인한 소비자 피해 건수도 꾸준히 확대되고 있는 추세이며 유해한 정보나 허위·과장된 정보의 유통을 막고 개인정보를 보호할 수 있는 제도적 장치의 마련이 필요하다. 합리적인 통신서비스 구매와 건전한 통신이용문화의 정립을 위해 정보통신서비스 상품의 구매 및 사용

에 있어 소비자교육이 시급하며, 통신서비스시장에서의 소비자보호와 통신서비스 개선을 위한 정책방향의 정립이 필요하다.

III. 정보통신서비스 약관분석

본 장에서는 유선전화, 무선전화, 그리고 온라인서비스를 제공하는 사업자가 제시한 소비자에 대한 서비스 제공과 기타 계약내용이 담긴 약관상의 문제점을 고찰하고자 한다. 유선전화 서비스 약관으로는 한국통신(KT)의 전화서비스이용기본약관, 일반전화이용약관, 국제전화이용약관과 하나로통신의 전화서비스이용기본약관, 시내전화서비스이용약관, 데이콤의 전화서비스기본약관, 국제전화이용약관을 분석하였고 무선전화서비스에 대하여 SK텔레콤(주), (주)신세기통신¹⁾, 한국통신프리텔(주), (주)LG텔레콤, 한솔PCS(주) 등의 5개 이동전화 사업자의 이용약관을 분석하였으며 온라인서비스는 PC통신 서비스와 망(line)제공 서비스로 구분하여, PC통신서비스에 관해서는 천리안, 하이텔, 나우누리, 유니텔, 넷츠고, 채널아이 등 6개 사업자의 이용약관을 분석하고, 망제공 서비스에 대해서는 하나로통신의 ISDN이용약관, 두루넷의 약관을 분석하였다.

1. 약관 구성상 및 내용상의 문제점

유무선 전화, 온라인의 통신서비스제공에 대한 약관의 공통적인 문제점은 그 양이 너무 많고 체계가 복잡하며 내용이 복잡하거나 이해하기 어렵다는 점이다. 유선전화의 경우 통화권별로 시내, 시외, 국제를 구분하여 약관을 제공하고 있는데 통화권별로 다른 회사를 선택한 소비자는 여러 회사의 약관을 모두 알기는 사실상 불가능하다.

무선전화서비스의 경우 SK텔레콤(주)은 약관은 별표를 포함하여 70개조항, 33페이지, (주)신세기통신

1) 2002년 1월 11일자 정부의 합병 승인으로 신세기통신은 SK텔레콤으로 통합됨.

신은 70개조항, 35페이지, 한국통신프리텔(주)은 67개조항, 24페이지, (주)LG텔레콤은 70개조항, 37페이지, 한솔PCS(주)은 70개조항, 33페이지로 그 분량이 24-37 페이지에 이르고 있다. 의무사용기간 설정금지, 전파사용료 부과, 단말기 할부판매계약기간 규제 등 사업자의 거래규제조항 등 고객과 사업자의 계약관계 뿐만 아니라 사업자와 정부의 관계까지 규정되어 있고 사업자 자신의 사업수행을 위한 내부관리규정 및 관련법령(전기통신사업법)과 중복되는 조항까지 포함되어 있기 때문이다. 약관내용 중 '요금관련 조항'이 무려 22개 조항이나 되며 불온통신의 금지, 통화내역의 열람 및 교부 등 통신관계법령에 이미 정해진 내용을 중복 규정하고 있는 점도 약관이 긴 이유로 들 수 있다. 약관의 내용면에서도 ARS신용카드 결제방식, 국제로밍서비스, VMS 비밀번호 등 고객이 이해하기 어려운 용어가 별도의 설명없이 제시되어 있다.

온라인서비스 약관의 구성은 대부분이 총 34-37조로 이동통신에 비해 간략하지만 컴퓨터로 제공되는 온라인서비스 약관은 컴퓨터 화면상 30페이지를 넘고 있어 약관전문을 읽어보기 위해서는 30번 이상을 클릭해야 한다.

2. 불공정약관 조항 및 소비자보호를 위한 개선 필요조항

통신서비스별 약관상의 불공정조항은 부록 <부표 1>과 <부표 2>에 정리하였다. 약관 분석 결과 통신서비스를 이용하는 소비자를 보호하기 위하여 다음과 같은 약관상의 개선점이 발견되었다.

먼저 유선서비스의 경우 약관 체계의 통일성 필요하다. 일반전화의 경우 부가서비스의 종류 및 이용조건에 대한 내용은 회사가 별도로 정하여 공시하고 있으나, 국제전화의 경우에는 부가서비스가 약관에 포함되어 있어서 체계의 일관성이 결여되어 있다. 또한 최근 경제체제로 돌입한 유선전화시장에서 부가서비스의 종류가 소비자의 선택에 영향을 미치는 변수가 될 것이므로 그 내용을 약관에 명시해야 할 것이다. 현재 통화권별로 따로 명기된 약관

을 소비자의 편의를 고려하여 "유선전화서비스 이용약관"으로 통일하고 그 내용을 표준화하는 것이 필요한 것으로 보인다. 약관내용의 변경이 수시로 있는 상황에서 그 변경 내용에 대한 소비자 고지의무를 강화할 필요가 있다. 특히 약관 위반 금지 조항은 있지만, 소비자에게 약관을 명시, 교부, 설명하도록 하는 의무조항을 두지 않는 것은 불공정하다. 유선전화서비스 약관 가운데 한국통신과 데이콤은 정보통신부의 인가를 받아야 하는 인가약관이고, 하나로통신의 약관은 신고약관으로 되어 있다. 같은 서비스를 제공함에도 불구하고 각 약관에 대한 규제의 정도가 다르다는 것은 문제가 될 수 있고(약관법의 문제) 상대적으로 규제가 약한 하나로통신 약관에 불공정 조항이 많음을 발견할 수 있다.

무선전화의 경우 서비스 이용 신청시 이용가능지역을 고객이 확인하도록 한 조항이 있는데 전문지식이 없는 소비자로서 하여금 이용가능지역을 확인하도록 규정한 것은 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 책임지게 할 우려가 있다. 사업자로 하여금 고객에게 서비스 이용가능지역을 알려야하는 의무도 동시에 규정하여야 한다. 수사상 필요하여 관계기관으로부터 서면으로 요구받은 경우에는 고객의 비밀 누설이 가능하다는 조항에 대하여 고객정보보호 차원에서 관계기관을 구체적으로 규정하고 기관의 장이 요구하도록 하는 등 절차를 엄격히 하여 이를 지키지 못한 경우 사업자의 책임문제를 분명히 하여야 할 것이다. 회사의 의무조항 중에 이용약관의 주요 내용을 영업점에 게시 또는 비치한다는 조항 역시 보다 강화되어야 하는데 약관법 제3조에 따라 약관의 교부·설명 의무 및 영업점에 전문 비치·게시 의무 보완규정이 필요하다. 즉, 약관에 대한 내용을 교부하고 설명할 것을 의무화하고 영업점에 주요 내용뿐만 아니라 약관의 전문이 비치되도록 하여야 한다. 손해배상 청구시 청구사유, 청구금액 및 산출근거를 함께 제출하여야 한다는 조항은 법률적 지식과 기술적 지식이 부족한 소비자에게 부담을 줄 우려가 있다.

온라인서비스 약관에서 서비스 가입자들에게 변경된 약관을 공지한다는 조항은 공지방법 및 시기

등에 대한 구체적인 언급이 나타나도록 보완되어야 한다. 이용신청시 약관의 주요내용을 비치, 게시하고 이용자의 동의를 받아 가입처리한다는 조항에 동의절차에 대한 내용이 없는 점도 보완되어야 한다. 회사가 취득한 소비자의 개인신상정보에 대한 유출금지에 대하여 관계기관의 요구 등 몇 가지 단서를 달아서 소비자의 개인정보를 누설할 수도 있다는 조항은 소비자의 개인정보 보호권을 침해할 우려가 있다. 명확한 관련법 적용 및 소비자의 동의를 거치는 절차를 보완하고 이를 위반함으로써 발생하는 문제에 대해 회사가 책임을 진다는 조항도 함께 삽입되어야 한다. 온라인서비스의 특성상 게시물 등에 대한 서비스업체의 관리가 필요함에도 불구하고 이와 관련된 조항이 없는 점도 보완되어야 한다. 회사의 관리의무 등에 대한 내용과 이를 소홀히 함으로써 발생할 수 있는 소비자피해에 대한 책임규정을 명확히 하여야 할 것이다.

이상에서 살펴본 약관상의 주요 문제점 및 개선방안을 요약하면 다음과 같다. 첫째 정보통신서비스 약관 분석결과 규제의 정도에 따라 내용의 공정성에 차이가 있는데 사전에 인가를 받아야 하는 유선전화서비스 약관에 비해 신고약관인 온라인 서비스 약관의 경우 불공정 조항이 더 많았다. 따라서 약관의 불공정성을 줄이기 위해서는 약관의 사전심사 및 규제의 통일이 필요하다. 둘째, 서비스별 표준약관 제정이 필요하다. 전반적으로 약관의 내용이 너무 방대하고 복잡하며, 매우 전문적이어서 소비자의 약관 인지가 매우 어렵기 때문에 서비스 이용계약과 관련하여 소비자가 반드시 인지하여야 하는 내용으로 간단하고 이해하기 쉬운 용어로 약관을 표준화하는 것이 필요하다고 본다. 셋째, 약관 관련 사업자의무를 강화할 것이 필요하다. 약관 분석에서 나타난 또 하나의 문제는 약관 내용의 수시 변경에 따른 약관 채용상의 문제인데 통신시장 환경의 급격한 변화와 정책의 잦은 변경으로 약관의 내용이 수시로 변경되고 있으나, 그러한 변경 내용이 소비자에게 제대로 전달되지 못하고 있고 이는 약관의 계약편입 문제를 유발할 수 있다. 따라서 기가입자들에게 변경된 약관 내용을 고지, 동의 절차와 관련

된 사업자의무를 강화할 필요가 있다.

IV. 정보통신서비스 관련 소비자보호 기제

1. 관련 법제

1) 정보통신분야의 소비자보호 관련 법

정보통신분야의 소비자보호 관련 법으로는 전기통신기본법, 전기통신사업법, 통신비밀보호법이 있다. 전기통신기본법은 전기통신에 관한 기본적인 사항을 정한 법으로서 총 7장으로 구성되어 있으며, 그 중 소비자 보호와 관련된 부분은 통신위원회와 관련된 조항 및 벌칙 조항에서 찾을 수 있다. 제37조제1항에 전기통신사업의 공정한 경쟁환경의 조성 및 전기통신역무 이용자의 권익보호에 관한 사항의 심의와 전기통신사업자간 분쟁의 제정을 하기 위하여 정보통신부에 통신위원회를 두도록 하고 있고 제40조제4항에서는 통신위원회의 설치목적(제37조제1항)에 부합되는 금지행위에 대한 조치에 관한 사항을 심의할 수 있는 권한을 통신위원회에 부여하였다. 제47조에서는 공익을 해할 목적으로 전기통신설비에 의하여 공연히 허위의 통신을 한 자는 처벌할 수 있음을 명시하였다. 제48조제2항에서는 전기통신역무를 이용하여 음란한 부호, 문신, 음향 또는 영상을 배포, 판매 또는 임대하거나 공연히 전신한 자는 처벌할 수 있음을 명시하였다.

전기통신사업법(1999년 5월 개정)은 전기통신사업의 운영을 적정하게 하여 전기통신사업의 건전한 발전을 기하고 이용자의 편의를 도모함으로써 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다. 총 7장으로 구성되어 있으며, 그 중 소비자와 관련된 조항은 이용자보호, 불온통신에 대한 단속, 그리고 불건전한 정보의 유통단속 등이 있다. 불온통신은 단속의 대상이 되며, 그 대상은 대통령령으로 정한다고 명시되어 있으며, 이에 따라 정보통신윤리위원회를 설치하고 있다.

통신비밀보호법에서는 누구든지 이 법에 의하지 아니하고는 우편물의 검열이나 전기통신의 감청 등

을 하지 못하도록 하고, 범죄수사 및 국가안보를 위한 우편검열 및 전화감청 절차를 규정하고 있다. 국가기관 외에 감청설비를 제조·수입·판매·배포·소지·사용 등을 하고자 하는 자는 정보통신부장관의 인가를 받도록 하였고 폭언·협박·희롱 등을 방지하기 위하여 발신전화번호확인서비스 시행근거를 마련하였다.

2) 일반적인 소비자보호 관련 법

총괄법으로서의 소비자보호법은 소비자보호를 위한 포괄적이고 기본적인 내용을 규정한 법으로, 1980년에 제정되었고, 그 후 여러 차례에 걸쳐 개정되었다. 그 내용으로는 소비자의 권리, 국가 및 지방자치단체의 의무, 사업자의 의무, 소비자단체, 소비자정책심의위원회, 한국소비자보호원의 업무 등이 포함되어 있다. 독점규제 및 공정거래에 관한 법은 시장규제정책의 근거로서 시장내의 경쟁을 강화하기 위한 일반법이며 '공정하고 자유로운 경쟁의 촉진'과 '소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모함'이라는 두 가지 목적을 추구한다. 약관규제법은 약관을 통한 계약에서의 거래질서를 바로잡기 위해서 1986년에 제정되었으며, 사업자의 약관에 대한 명시, 설명의무 등을 명문화하고, 무효인 불공정약관조항의 일반원칙과 구체적인 유형을 제시하고 있다. 1992년 개정에서는 공정거래위원회가 약관의 무효여부를 심사할 수 있도록 권한을 부여하였다.

2. 관련 기구

1) 정보통신서비스 관련 기구

우리나라의 정보통신서비스 관련 기구는 정보통신부와 정보통신부 산하의 통신위원회와, 정보통신윤리위원회, 정보통신정책심의위원회가 있다. 정보통신부는 정보통신행정의 주관부처로서 소비자보호법에 의거, 매년 '소비자보호종합시책' 중 정보통신 부분에 해당되는 부분을 작성하여 소비자정책심의위원회에 상정한다.

통신위원회는 전기통신사업자의 공정경쟁 확보

및 분쟁조정, 전기통신 이용자의 권익보호, 주요 통신정책의 수립·시행 등에 관한 사항을 심의·의결하는 바, 통신사업자간 분쟁과 통신사업자와 이용자간 분쟁에 대한 재정을 의결하고 상호접속제도 등 공정한 경쟁환경조성을 위한 주요 제도와 불공정행위에 대한 시정조치 및 통신 사업자간 상호접속협정 체결 등을 심의하며 불공정행위에 대한 사실조사 및 통신사업자가 제출한 영업보고서를 검토(통신위원회사무국)하는 조사 기능이 있다. 전기통신사업자의 불공정행위와 소비자가 통신서비스 이용 중 입은 피해에 관한 신고를 받아 빠른 시일 내에 처리함으로써 이용자의 권익을 향상시키고 전기통신사업자의 자율적인 이용자 보호 노력을 유도하기 위해서 '통신서비스이용자 피해신고방'을 운영하고 있다.

정보통신윤리위원회는 건전한 정보문화를 확립하기 위하여 1995년에 설치되었다. 주요 업무는 정보통신윤리에 대한 기본 강령의 제시, 전기통신회선을 통해 일반에게 공개를 목적으로 유통되는 정보 중 대통령령이 정하는 정보의 심의 및 시정요구, 전기통신회선을 이용해 유통되는 정보의 건전화에 관한 대책 수립의 건의, 불건전 정보통신신고센터의 운영, 건전한 정보문화 창달을 위해 필요한 활동, 기타 전기통신을 이용한 불건전 정보유통의 단속과 관련 정보통신부장관에 위임하는 사항 등이다.

정보통신정책심의위원회는 1997년에 설치되었고 정보통신에 관한 주요 정책, 즉, 전기통신기본계획, 기술진흥시행계획, 기간통신사업의 허가, 정보통신산업관련 주요 정책 및 기타 정보통신부 장관이 심의가 필요하다고 인정하는 사항을 심의한다.

2) 일반적인 소비자보호 관련 기구

재정부 소비자정책과는 중앙행정기구 소비자정책의 종합총괄부서로 소비자보호시책의 종합·조정, 소비자정보제도의 확충, 소비자피해구제시책의 수립 및 제도운영, 소비자보호단체의 육성·지원, 소비자협동조합 육성시책의 조정, 한국소비자보호원의 지원·감독의 업무를 맡아 하고 있다. 재경부는 제품의 하자, 부당거래, 계약불이행 등 다양한 피해에 대하여 품목별로 보상기준을 명시해 놓은 2001년 12월

개정 소비자피해보상규정에 이동전화서비스와 초고속인터넷 통신망 서비스, 휴대전화를 포함한 전기통신기자재, 인터넷교육서비스 및 정보이용, 게임이용 서비스, 인터넷쇼핑몰업에 대한 피해 유형 및 보상 기준을 마련하여서 통신서비스 이용과 관련된 소비자 피해 예방 및 구제가 보다 용이해 질 것이 기대된다.

통신서비스 분야의 약관과 광고관련 불공정 거래행위는 공정거래위원회의 규제를 받는데 거래 및 표시·광고 관련 규제행정을 공정거래위원회 소비자보호국이 담당하고 있다. 특히 소비자보호국의 전자상거래보호과에서는 인터넷거래상의 표시광고 및 약관분야의 소비자보호시책을 수립, 집행하는 업무를 집중적으로 관장한다.

한국소비자보호원은 소비자보호시책의 효과적인 추진을 위하여 1986년에 개정된 소비자보호법에 의거, 설립되었다. 2000년 한 해 동안 소비자보호원에서 처리한 소비자상담 및 피해구제 내역을 보면 이동통신서비스에 관한 내용이 7%로 단일 항목으로는 가장 많은 비중을 차지한다. 한국소비자보호원은 사이버소비자센터를 설치하여 통신서비스 이용과 관련한 소비자피해 현황을 심층적으로 분석한 보고서를 발간하고, 인터넷상에서의 개인정보보호문제, 전자상거래에서의 소비자 보호와 관련된 조사 연구 및 정책방안 제시에 주력하고 있다.

V. 정보통신서비스 이용자 보호를 위한 개선 방안

1. 정보통신서비스 이용자 보호를 위한 정책 대안

본 절에서는 정보통신서비스 이용자보호를 위한 정책 대안을 기본방향, 새로운 제도의 도입, 관련 제도의 보완, 통신위원회 기능 제고의 네 가지 측면에서 제시하여 보고자 한다.

1) 기본 방향

정보통신서비스 제공에는 '보편적 서비스'로서의

정보통신서비스 개념을 도입하여야 한다. 이제 무선전화, 고속통신망 등은 사치재가 아닌 일반 소비자들의 유용한 통신수단으로 자리잡고 있지만 초고속인터넷 서비스 사업자들이 적은 비용으로 많은 가입자를 확보할 수 있는 지역(대단위 아파트 단지)에 우선적으로 서비스를 제공하고 있어서, 지역별 격차가 가중되고 있는 실정이다. 그러므로 과거 기본통신서비스에 적용해 왔던 보편적 서비스로서의 장치를 기타 정보통신서비스 규제에서도 반영하여야 한다.

과잉경쟁에 따른 과도한 마케팅비용 지출로 서비스 품질 향상은 미흡했다. 과거 독점시장 체계에서는 가격규제만으로도 정부의 역할은 다할 수 있었으나, 이제 시장내 경쟁이 강화되고 소비자들의 선택대안이 상대적으로 증가함과 동시에 허위적인 제품 차별화 등의 부정적인 현상이 나타나고 있다. 그러므로 이러한 문제점을 해결하고, 더불어 기술 발전과 품질을 향상시킬 수 있는 규제대안을 마련함이 21세기 새로운 정보통신정책의 근간이 되어야 한다.

체계적이고 지속적인 소비자교육을 통해 소비자능력의 향상과 책임있는 서비스 사용자로서의 역할의식을 함양시킬 필요가 있다. 정보통신서비스 시장은 사업자가 주도하고 소비자는 매우 수동적으로 따라가는 형태로서, 새롭게 등장한 통신서비스, 복잡하고 어려운 기술용어, 다양한 요금체계에 대한 소비자의 판단력이 부족하므로 소비자교육이 시급히 요구된다. 또한 사업자의 불공정거래행위와 기만, 오도 광고에 적절히 대응할 수 있는 소비자능력을 제고하는 것이 필요하다.

2) 새로운 제도의 도입

정보통신 소비자를 보호하는 제 정책을 고안하고 심의할 수 있는 독립기구로서 정부, 기업, 민간 소비자대표로 구성된 정보통신소비자보호협의회(가칭: Consumer Advisory Board)를 설치할 필요가 있다. 과거 정보통신정책협의회에서 수행해 오던 대소비자관련 업무와 정보통신윤리위원회의 기능을 통합하여 수행기구로서 위원회 정책 목표는 단순히 윤리성 규제의 측면이 아니라 시장거래의 한 측면 소

비자들이 보다 합리적으로 의사결정할 수 있는 제반 시장여건의 구성을 촉진함을 목표로 해야 할 것이다. 가격규제에 있어서도 정보통신서비스 소비자의 의견이 반영될 수 있도록 하고 가격결정기준과 과정을 공개하여야 한다.

정보통신서비스 업종별 표준약관 도입하여야 한다. 현행 약관규제 체계의 문제점은 정보통신서비스 약관에 있어 같은 서비스를 제공하는 사업자의 약관이라 하더라도 사업자의 시장지배적 지위 등에 따라 사전규제 정도가 다르다는 점이다. 이는 현행 약관법의 처벌규정에서 공정거래법 준용 조항 때문인데 약관규제 체계에서 통일성이 없고 현재 약관 내용이 표준화되어 있지 않아서 사전규제 정도에 따라 내용의 불공정성에 차이가 있는 실정인 만큼 사업자 규모에 관계없이 사전에 인가를 받도록 규제를 통일하는 것이 바람직하다.

친소비자적인 표준약관 개발을 개발할 필요가 있다. 약관은 일반 소비자들이 이해하고 유용하게 사용할 수 있도록 단순명료하게 서술되고 현재 미비한 상태인 내용상 의무조항, 손해배상규정 등의 통신회사의 의무를 강화하는 규정이 포함되어야 한다.

3) 관련 제도의 보완

정보통신서비스 소비자 보호에 관한 법률을 별도로 제정하기보다는 기존 법안의 개정을 통해 소비자 보호의 목적을 달성할 수 있다. 첫째, 전기통신기본법은 정보통신서비스 소비자의 기본적 권리와 사업자 및 국가, 지방자치단체의 소비자보호 의무를 명시하도록 개정되어야 한다. 둘째, 전기통신사업법도 보완하여 개정할 필요가 있다. 현행 전기통신사업법 제36조의3(금지행위) 제2항에 규정에 의거하여 '전기통신사업 금지행위의 유형 및 기준'이 마련되어 있지만 이러한 조항은 이용자 보호를 위해 필수적으로 근간이 되는 내용이므로, 이를 사업법내의 신설규정으로 격상시켜야 한다. 특히 '제5장(제20조에서 제24조) 이용약관위반 및 이용자 이익 저해'의 부분은 반드시 포함되어야 한다.

다음은 효과적인 피해보상체계를 구축을 위하여 소비자피해보상규정을 보완될 필요가 있다. 2000년

정보통신부 통신위원회에 총 5,499건의 통신서비스 이용자 피해 신고가 접수되었는데 이 가운데 이동전화에 대한 피해신고 건수가 2,539건으로 가장 많았고, 초고속인터넷서비스 관련이 1,443건, 일반전화 관련이 740건으로 나타났다. 이동전화의 경우 부당요금 청구, 명의도용, 미성년자 가입 이 주요한 피해 유형으로 나타났고, 초고속인터넷서비스의 경우 중소기업체의 서비스 지연 및 중지, 통신품질에 관한 불만이대다수를 차지하였다. 현행 소비자보호법에 의거하여 소비자피해보상규정이 마련되어 있으나, 이제까지 통신서비스 상품에 경우 매우 미비한 실정이었다. 그러나 2001년 12월에 개정된 내용에 이제까지 통신위원회와 한국소비자보호원 소비자 상담 및 피해 구제 상에 나타난 주요 피해 유형-미성년자계약, 명의도용, 통화품질불량, 서비스 중지 및 장애, 부당요금청구, 설치지연보증기간 등-에 대한 보상 기준을 명시하고 있다. 소비자피해보상기준은 제품 및 서비스의 구입 및 사용 상 발생하는 각종의 소비자 피해 유형에 대한 사업자의 보상 기준과 보증기간을 설정하고 있어서 사업자의 자율적인 피해 구제를 위한 구체적인 방안이 마련된 셈이다.

4) 통신위원회의 기능 제고

정보통신 산업분야의 활성화를 관장하는 정보통신부 산하에 통신위원회가 위치됨으로써 오는 기능이 미분화되어 있다고 볼 수 있다. 통신위원회의 심의결과 역시 정보통신부 장관의 결정에 대한 보완자료에 불과하므로 통신위원회가 심의한 내용에 대한 처벌이 거의 시정조치일 뿐이다. 공정거래위원회와 비교할 때 통신위원회의 소비자보호 기능은 미약하다. 통신위원회는 통신서비스의 공급자에 대한 약자인 소비자의 선택권과 사생활권, 그리고 접근권을 보장할 수 있도록 보다 강화될 필요가 있다.

예방적 규제력의 강화를 통하여 일반 사업자의 품질개선 의무 강화함으로써 정보통신서비스 분야의 전문성을 활용하여 기업으로 하여금 해당 상품에서의 품질문제를 신속하게 해결할 수 있도록 두려울 수 있다. 표준화된 정보를 제공하기 위한 표시 기준을 개발하고 초고속인터넷망 등 새롭게 소개되

는 상품에 대해 1999년 이동통신 품질평가 결과와 같은 품질비교정보를 지속적으로 제공함으로써 소비자가 합리적으로 상품을 선택할 수 있는 기반을 조성하며, 더불어 품질의 향상에 기여할 수 있다. 정확한 상품정보를 제공함으로써 합리적인 소비자선택을 유도하는 정보제공체계를 구축이 필요한데 정보통신분야의 *infra*를 활용하여 효율적으로 정보를 전달할 수 있는 체계를 구축할 수 있다.

마지막으로 공정거래위원회의 규제기능과의 조화를 이루어야 한다. 시장경쟁규제에 있어서는 공정거래위원회가, 표시·광고 등의 규제에서는 통신위원회가 각각 특화된 장점을 발휘할 수 있도록 의사소통 통로를 마련하여 불공정거래행위 규제에서의 업무협조가 이루어지도록 해야 할 것이다.

2. 바람직한 통신소비문화 정착을 위한 소비자교육 대안

정보통신서비스는 나날이 새롭게 개발되어 등장하고 있으므로 이에 대한 소비자들의 적응이 매우 힘들며, 이용과정에서 발생하는 소비자문제의 전문화와 다양성으로 인해 정보통신 서비스 이용자보호를 법이나 제도적 측면에서만 접근하는데는 한계가 있다. 따라서 복잡하고 다양한 정보통신 소비자문제로부터 서비스이용자를 보호하고 바람직한 통신소비문화를 조성하여 정착시키기 위해서는 소비자교육이 매우 중요하며, 평생교육의 차원에서 교육내용의 체계화와 일관성 있는 정보통신서비스 소비자교육이 필요하다.

1) 정보통신서비스 소비자교육 목표

첫째, 정보통신서비스 소비자피해의 예방하는 것이다. 소비자교육을 통하여 정보통신서비스 이용자로서 소비자의 알 권리와 이에 따른 소비자책임의식을 향상시켜서 기본적인 소비자피해를 감소시킬 수 있다. 사이버폭력에 대한 예방책, 대응방법, 처벌 규정 및 폐해에 대한 소비자인식을 강화시키고 정보통신서비스에 대한 소비자정보탐색능력과 효율적인 활용능력을 향상시킴으로써 합리적인 소비를 유

도할 수 있을 것이다. 정보통신서비스의 광고에 대한 판별능력을 키우고 오도광고, 사기, 시만 등의 불공정 거래에 대응할 수 있는 소비자능력을 함양시키는 한편 무분별한 통신이용을 자제시키고 통신과소비를 방지함으로써 통신소비생활의 비합리성을 제거시키는 것을 교육목표로 하여야 한다.

둘째, 소비자교육은 정보통신 대중화시대의 도래에 따른 건전한 통신소비문화 조성하도록 하여야 한다. 정보통신 서비스 소비자로서 가져야 할 윤리적인 책임의식을 향상시키고, 기본적인 태도, 지켜야 할 예절을 학습하게 한다. 공공장소에서 휴대폰 끄기, 운전 중 휴대폰 사용 자제, 휴대폰 사용으로 인한 타인에 대한 소음공해 줄이기 등 인터넷의 불문율적인 행동양식인 '네티켓' 개발해서 보급하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다. 또한 통신관련 기업 및 사업자 교육을 통하여 건전한 통신소비문화를 조성하는데 동참하도록 하여야 한다. 기업의 기존 소비자상담실을 활용하여 기업이 동참할 수 있도록 유도하고, TV 등 대중매체를 통하여 건전한 통신소비문화 캠페인을 추구하고 지원한다.

2) 정보통신서비스 소비자교육 방안

정보통신서비스 소비자교육의 장·단기계획을 체계적으로 수립하고 교육방안을 강구하여야 한다. 장기적인 교육계획을 위해서는 프로그램 계획, 설계, 실행, 평가의 4단계를 적용한 통신서비스 소비자교육 프로그램의 개발과 운영이 필요하다. 소비자교육의 형태를 학교교육, 사회교육, 가정교육으로 구분할 때, 세 가지형태의 교육에서 정보통신소비자교육이 실시되어야 한다. 이를 위하여 소비자에게 흥미 있는 각종 멀티미디어 교육자료의 접근이 공공기관, 민간단체 등을 통해서도 가능하고 힘들지 않아야 하고 학교교육에서 활용할 수 있는 각종 형태의 정보통신 소비자교육자료가 개발되어서 보급되어야 한다. 특히 교사, 부모 등을 대상으로 정보통신소비자교육이 우선적으로 실시되어서 미성년소비자의 피해를 예방하고 예비이용자의 사전교육이 이루어지도록 하는 것이 효과적이다. 통신서비스 이용시의 유의사항, 예절을 생활문화로 정착시킬 수 있는 교

육을 가정 내에서 실시하기 위해서 부모에 대한 정보통신문화교육이 선행되어야 한다.

정보통신서비스 소비자에 대한 정보제공의 활성화가 이루어져야 하는데 소비자를 인구사회적 특성, 정보화수준에 따라 유형별로 구분하여 통신소비생활의 문제를 규명하고 적절한 정보제공체계를 만들어야 한다. 방송 및 언론기관과 연계하여 소비자를 교육할 수 있는 시간, 지면을 확보하고 정보통신소비관련 소비자정보를 제공할 수 있다. 정보통신소비자에게 필요한 각종 형태의 소비자정보를 효과적으로 제작하여 제공하기 위하여 다음과 같은 방안을 도입할 수 있다. 첫째, 정기적으로 소비자교육을 위한 핸드북, 팸플릿 등 발간 : 미국의 경우 소비자정보센터에서 매 2년 주기로 Consumer's Resources Handbook 발간하고 둘째, 통신소비생활영역을 분류하여 구체적으로 실생활에 필요한 정보를 작성하고 지방자치단체와 관련기관에 제공하여 교육자료로 활용하게 하며, 셋째, 정보통신소비자 모니터제를 운영하여 감시활동과 더불어 통신소비자피해사례를 수집하고 소비자피해예방을 위한 교육자료로 제작해서 배포할 수 있다. 약관과 같이 소비자들이 잘 이해하지 못하거나 소홀히 하는 정보를 친소비자적으로 작성하게 하여 철저하게 보급되어야 한다.

한국정보문화센터의 교육기능 부재와 올바른 정보문화창달 역할의 부족으로 소비자교육이 미흡한 실정이다. 정보화추진기금을 활용하여 정보통신전문 소비자교육센터를 설립하여 운영하거나 기존의 교육기관과 연계한 통신소비전문 교육센터의 설립함으로써 정보통신서비스에 대한 소비자 교육이 보다 체계적으로 이루어 질 수 있다. 정보통신전문 소비자교육센터 설립의 필요성과 효과, 실행방안에 대해서는 추후 보다 심층적인 연구가 필요하다.

교육부나 지방자치단체의 행정과 연계하여 미래지향적으로 정보통신관련 소비자문제의 심각성에 대한 정보를 제공하고 이에 대처할 수 있는 소비자교육지원정책을 촉구할 필요가 있다. 정보통신 이용에 관련된 멀티미디어 소비자교육자료의 개발과 보급을 활성화할 수 있는 지원행정이 필요한데 정보통신부에서 민간단체나 교육기관으로 하여금 시민

교육의 일환으로 정보통신 소비자교육을 실시할 수 있도록 지원하는 방안을 검토할 필요가 있다.

■ 참고문헌

- 박기홍 외(1998). 정보통신산업의 경쟁력과 규제제도. 산업연구원.
- 신윤식(1990). 정보통신정책론. 도서출판 범일사.
- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이기춘, 여정성, 송인숙(1997). 한국소비자정책의 현황과 발전방안. 소비자학연구, 9(2), 103-117.
- 이명호 외(1999). 정보통신산업의 공정경쟁과 규제정책. 서울대학교출판부.
- 이상직(1998). 전기통신사업법. 진한도서.
- 정보통신윤리위원회(1997). 정보통신윤리.
- 통신위원회(2001). 2000년 통신위원회심결집.
- 프랭크 웹스터 저, 조동기 역(1998). 정보사회이론. 서울: 나남출판.
- 하태훈, 강동범(1997). 정보사회에서의 형법의 임무와 대응방안. 통신개발연구원, 242-298.
- 한국정보보호센터, 정보통신윤리위원회(1999). 정보화역기능 방지대책 공청회 자료집-정보화역기능 어떻게 대처할 것인가?.
- 한국정보통신진흥협회(1996). 정보통신관련법령해설집.
- 황순경(1999). 기간통신 사업자와 별정통신 사업자간의 공정경쟁 방안. 통신위원회.
- 통계청(2002). STAT Korea. <http://www/nso.go.kr/>
- 정보통신부(2002). 정보통신자료. <http://www/mic.go.kr/>
- Beals, H., Craswell, R. and Salop, S. C. (1981). The Efficient Regulation of Consumer Information. *Journal of Law and Economics*, 24(1), 491-539.
- Mayer, R. N. (1989). *Consumer Movement: Guardians of the Marketplace*, Twayne Publishers, 이기춘 외 역(1996). 소비자주의, 하우.
- Meier, K. and Garman, E. T. (1995). *Regulation and Consumer Protection*. Second edition. Houston: Dame Publications, Inc.

Phlips, L. (1998). *The Economics of Imperfect Information*.
Cambridge University press
Ramsay, I. (1985). Framework for Regulation of the

Consumer Marketplace. *Journal of Consumer Policy*, 8, 353-372.

<부표 1> 이동전화이용약관의 불공정 조항 및 불공정 사유

불공정 약관조항	불공정 사유	해당법조문
정기적으로 납입하는 요금의 경우 요금통보규정 적용배제(천 제26조④, 하 제22조⑥, 나 제25조①, 유 제25조①, 넷 제28조①)	납입청구서를 납기5일전까지 발송해야 함에도 최고없이 청구하는 것은 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
자동계좌이체시 통장번호유출 등에 따른 불이익은 고객책임(하 제23조②2)	상당한 이유없이 위험을 고객에게 이전시키는 불공정 조항	약관법 제7조2호
회사는 이용자가 게시, 전송한 자료의 내용에 관하여는 면책(천 제36조③, 하 제33조③, 나 제31조②, 유 제34조③, 넷 제36조③, 채 제36조③)	이는 회사의 고의나 중대한 과실로 인한 책임까지 배제하는 조항으로 면책금지 조항에 해당	약관법 제7조1호
서비스를 매개로 물품거래를 한 경우 면책(천 제36조④, 하 제33조④, 나 제31조③, 유 제34조④, 넷 제36조④, 채 제36조④)	-	약관법 제7조1호
손해배상 청구는 청구사유가 발생한 날로부터 1개월이 경과한 때에는 청구할 수 없다(하 제34조②)	손해배상의 청구기간은 통상 6개월인데도 1개월로만 규정한 것은 고객에게 불공정	약관법 제6조②1호
게시물등에 대해 삭제, 이동, 등록거부 등의 권리는 있으나 반드시 그럴 의무는 없다(나 제33조①)	회사의 권리만 내세우고 이에 따른 책임을 배제하는 조항으로 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
비밀번호 유출 등 관리부실로 인한 모든 문제는 고객이 책임(SK 제17조③)	회사나 영업점의 귀책사유가 있는 경우에도 고객에게만 책임	약관법 제7조1호
정보통신요금을 체납하여 요금체납자로 등록되어 있는 경우 이용신청 승낙제한(SK 제19조②5, 신세기 제16조⑥, 한통 제14조②5, LG 제15조2.4, 한솔 제14조②5)	고객의 동의없이 관련정보를 이용하여 이용신청을 제한하는 행위는 신의칙에 反하며, 신용정보법의 구체적인 조항을 밝히지 않아 선의고객 피해 가능	약관법 제6조②1호
번호변경시 7일전까지 고객에게 통보(SK 제20조③, 신세기 제18조③, 한통 제15조②, LG 제15조②, 한솔 제21조②)	번호변경에 대한 충분한 고지가 필요함에도 7일간으로만 정한 것은 고객에게 부당하게 불리	약관법 제6조②1호
사이버판매의 경우 단말기발송일을 서비스개통일로 한다(SK 제22조)	발송일을 개통일로 하는 것은 도달주의원칙 위반이며 회사 편의만을 감안	약관법 제6조②1호
그밖에 부득이한 경우 서비스를 일시 중단, 중지(SK 제24조⑤, 신세기 제22조③, 한통 제27조③, LG 제23조③, 한솔 제29조③)	"그밖에 부득이한 경우"라는 표현은 사업자의 책임을 포괄적으로 면제하는 내용의 조항	약관법 제6조②1호
대여받은 단말기 분실 또는 훼손시 별도로 정한 방법에 의해 현금으로 보상(SK 제25조⑦, 신세기 제23조⑦)	보상을 별도로 정한 방법에 의한다는 것은 회사가 그 내용을 일방적으로 결정하거나 자의적 결정 우려가 있음	약관법 제10조1호
그밖에 회사가 특히 필요하다고 인정하는 경우 전화번호안내를 하지 않음(SK 제29조②, 신세기 제27조②5, 한통 제26조②5, LG 제28조②4, 한솔 제28조②5)	회사의 자의적 처리가 가능케 하는 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호

〈부표 1〉 -계속

불공정 약관조항	불공정 사유	해당법조문
회사가 특히 필요하다고 인정하는 경우 타인사용 허용(SK 제34조②, 신세기 제31조①, LG 제10조②2)	타인사용의 허용범위에 대해 허용과 금지가 불분명하고 회사의 자의적 처리가 가능케 하는 조항	약관법 제6조②1호
기타 부득이한 사유가 있는 경우 업무의 제한 및 정지(SK 제37조①, 신세기 제35조①, 한통 제31조①, LG 제32조①, 한솔 제32조①)	회사의 자의적, 해석상 불분명한 규정으로 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
회사가 정한 방법으로 연락해도 고객과 접촉이 안 될 경우, 기타 전기통신관련 법률 위반 경우 이용 정지(SK 제38조5,6,7, 신세기 제36조5, 한통 제32조①5, LG 제33조5, 한솔 제38조5)	포괄적 규정으로 이를 이유로 이용정지함은 부당하며 “기타-”의 조항은 자의적이거나 포괄적인 부당한 조항	약관법 제6조②1호
회사가 정한 방법을 통하여 이용정지를 통지(SK 제29조①, 신세기 제37조①, 한통 제32조②, LG 제34조①, 한솔 제39조①)	회사가 정한 방법을 약관에 명시하지 않았고 이를 근거로 회사가 고객에게 불이익 처리하는 것은 부당	약관법 제6조②1호
일시 정지 기간이 초과된 경우에는 회사에 해지처리(SK 제42조④)	상당기간을 정하여 최고해야 함에도 최고를 요하지 않는 것으로 규정	약관법 제9조2호
해지시 회사에서 별도로 정한 기준에 따라 환불처리(SK 제43조④, 신세기 제42조⑤, 한통 제41조⑤, LG 제70조④, 한솔 제44조③5)	회사가 반환해야 할 돈의 내용은 약관에 명시되어야 할 사항인데도 기준을 미리 제시하지 않는 것은 잘못고객의 귀책사유없이 계약을 해지하고다	약관법 제6조②1호
구입보증금 반환의무를 전부 또는 일부 면제받은 경우 다시 구입보증금 반환의무를 면제받을 수 없다(SK 제44조④, 신세기 제43조⑤)	시 이용계약을 체결할때에는 면제받을 수 있음에도 이를 금지하는 것은 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
구입보증금 반환의무 및 면제의 구체적인 처리기준 및 절차는 영업점에 공시(SK 제44조⑤, LG 제65조⑬)	이 조항은 고객에게 중요한 사항으로 약관에 규정해 놓아야 하는데도 영업점에 공시만 하는 것은 고객에게 부당	약관법 제6조②1호
보증금 등의 반환 시 최근 3개월분 요금을 평균한 1개월분 이상의 금액을 지급보류(SK 제45조②, 신세기 제67조②)	사업자의 편의만을 고려한 조치로 상당한 이유가 없으며 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
보증금 등의 반환시 고객과 협의하여 정하는 방법(회사가 별도로 정하는 방법)으로 상환(SK 제45조④, 신세기 제67조①, 한솔 제68조①④)	보증금은 즉시 반환함이 타당한데도 별도 협의하여 정하는 방법으로 상환하는 것은 고객에게 부당하게 불리	약관법 제6조②1호
자동납부 등의 경우 납입청구서를 납기일 5일전까지 발송의 예외(SK 제55조①, 신세기 제50조①, LG 제54조①)	자동납부의 경우에도 납입청구서를 납기5일전까지 발송해야 함에도 최고없이 청구하는 것은 부당하게 불리	약관법 제6조②1호
고객의 신용도나 평시 사용요금을 기준으로 사용요금한도 관리, 정해진 사용요금 한도에 따라 수시로 요금 등 청구(SK 제55조⑤, 신세기 제50조⑤)	고객의 신용도에 따라 사용요금 한도를 관리하는 것은 부당하고, 수시로 요금청구는 납기일에 대한 고객의 기한의 이익을 박탈하는 부당한 조항	약관법 제6조②1호 제11조2호
이용약관에서 정한 사항을 위반하여 면탈한 요금 청구(한통 제55조①, 한솔 제54조①)	위약내용이 특정되지 않아 포괄적인 사유로 위약금을 청구하는 것은 부당	약관법 제6조②1호
일시정지시 그때까지의 요금을 즉시 납부(SK 제56조, 신세기 51조, LG 제53조②, 한솔 제61조②)	일시정지도 계약관계가 계속되는데도 즉시 납부는 기한의 이익을 박탈하는 부당한 조항	약관법 제11조2호
회사가 정한 보험이용으로 요금 등의 납입보증(SK 제61조①②, 신세기 제55조)	고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항	약관법 제11조3호 제10조1호

<부표 1> -계속

불공정 약관조항	불공정 사유	해당법조문
특별한 경우를 제외하고 통화내역 열람청구에 응한다(SK 제67조, 신세기 제68조, 한통 제59조, LG 제62조, 한솔 제58조)	"특별한 경우"의 해석상 포괄적으로 회사의 자의적 처리가 가능케 하여 고객에게 불리하게 부당한 조항	약관법 제6조②1호
요금 등의 과·오납이 있을 때 그 요금을 반환(가산금없이)(SK 제68조, 신세기 제66조②, 한통 제60조②, LG 제63조②, 한솔 제59조②)	고객에게는 가산금을 부과하면서 회사는 가산금없이 반환하는 것은 형평을 저해하는 부당한 조항	약관법 제6조②1호
8시간이상 서비스를 제공받지 못한 때 요금 반환(SK 제68, 69조, 신세기 제66조①, 제69조, 한통 제60조①, 제66조, LG 제63조①, 제68조, 한솔 제59조①, 제69조)	휴대폰 불통은 8시간내 다발적으로 발생함에도 이에 대한 보상이 없어 이는 사업자의 부당한 면책 조항임	약관법 제7조2호
해지하더라도 회사의 필요에 따라 5년간 회사가 이용고객의 신상자료를 보관(하 제4조①15)	계약관계가 끝났는데도 정당한 이유없이 고객정보를 보유하는 것은 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
신용불량자로 등록되어 있는 경우 이용신청 불승낙(천 제8조①4, 하 제8조①4, 나 제9조①4, 유 제9조①4, 넷 제9조①4, 채 제9조①4)	고객의 동의없이 관련정보를 이용하여 이용신청을 제한하는 행위는 신의칙에 반하는 불공정 조항	약관법 제6조②1호
이용자ID 및 비밀번호에 대한 모든 관리책임은 이용고객에게 있다(하 제10조②, 넷 제16조①④, 채 제15조①④)	사업자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 책임까지 배제하는 조항으로 면책금지 조항에 해당	약관법 제7조1호
타인에게 혐오감을 주거나 미풍양속에 어긋나는 경우 회원ID를 변경(천 제10조3, 유 제11조②2, 넷 제11조②2, 채 제15조⑤)	회원의 ID를 사업자가 바꿀 수 있는 기준으로 명확하지 않은 내용이어서 고객에게 부당하게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
기타 이용고객으로서 부적당하다고 판단되는 경우 서비스제한, 중지(하 제15조①3)	회사의 자의적 처리가 가능케 하는 조항으로 고객에게 부당하게 불리	약관법 제6조②1호
기타 회사의 업무수행에 지장을 초래하는 행위를 하지 않을 고객의 의무(천 제15조②, 나 제14조⑤, 넷 제14조⑤, 채 제14조⑤)	'기타 업무수행에 지장을 초래하는..'이라는 표현은 회사의 자의적 처리가 가능하게 하는 불명확한 조항으로 고객에게는 불공정한 의무를 지우는 조항	약관법 제6조②1호
패밀리아이디를 만들어 준 이용자는 관련된 모든 책임을 진다(천 제15조③)	'모든'이라는 표현은 사업자의 고의 또는 중대한 과실책임까지 배제하는 불공정 조항	약관법 제7조1호
기타 부득이한 사유가 있는 경우 서비스제한 및 정지(천 제18조①, 나 제13조③, 유 제13조③, 넷 제13조③, 제18조①)	'기타 부득이~'라는 표현은 사업자의 책임을 포괄적으로 면제하는 내용의 조항	약관법 제6조②1호
긴급하게 이용을 제한할 필요가 있는 경우에 이용자에게 통보없이 서비스 이용제한(천 제19조②, 유 제17조①, 채 제20조①)	포괄적 규정으로 통보없이 서비스 이용을 제한하는 것은 고객에게 부당하게 불공정한 조항	약관법 제6조②1호
해지된 이용자에 대해 일정기간 재가입을 제한(천 제23조③, 유 제21조⑤, 채 제24조④)	정당한 이유없이 재가입을 제한하는 것은 신의칙에 반하며, 기간을 명시하지 않은 것은 고객에게 불리한 조항	약관법 제6조②1호
약관에 명시되지 않은 요금사항은 회사가 정하여 별도로 공시(천 제24조④, 하 제21조, 채 제25조②)	요금사항은 중요한 내용인데도 회사가 별도로 정한다고 하는 것은 사업자가 일방적으로 급부내용을 정할 수 있게 하는 불공정 조항	약관법 제10조1호

〈부표 2〉 망서비스이용약관의 불공정 조항과 사유²⁾

불공정 약관조항	불공정 사유	해당법조문
부가서비스의 종류, 이용조건, 기타서비스에 필요한 사항에 대해 별도로 공시하여 정한다(하 제3조 2, 5호)	회사 자의성을 남겨두고 그 내용이 불명확하여 소비자에게 부당하게 불공정한 조항	약관법 제6조②1호
회사가 특별히 필요하다고 인정하는 경우에 서비스종류의 변경가능, 특별히 필요하다고 인정하는 변경유형은 사장이 별도 공시(하 제4조)		
회사가 특별히 필요하다고 인정하는 경우 보조금 반환의무 면제(하 제5조 3호)		
이용신청시 기타 회사가 필요로 하는 추가정보를 요구하는 조항(두 제8조③)		
통신서비스의 신용불량자로 등록되어 있는 경우 이용신청 불승낙(두 제12조②)		
기타 회사가 필요하다고 인정하는 경우 이용신청 승낙 제한(두 제12조③)		
기타 회사가 이용자로서 부적당하다고 판단한 경우 서비스 이용정지(두 제16조⑦)		
사유가 정당하다고 판단되는 경우에만 일시정지 신청을 받는 조항(두 제21조①)		
그밖에 부득이한 경우 서비스를 일시 중지한다는 조항(두 제37조⑤)	부당한 의사표시의 의제로 불공정한 조항	약관법 제12조1호
별도의 통보가 없을시 장비임대 계약기간을 자동으로 1년 연장(두 제10조②)		
이용ID 및 비밀번호에 대한 모든 관리책임은 이용자에게 있다(두 제14조①)		
이용자 게시물의 내용검열, 검색 및 관리에 따른 일체의 손해배상 책임을 지지 않는다는 조항(두 제18조③)		
서비스를 통해 얻은 정보, 자료 등으로 인해 발생한 손익의 책임을 면한다는 조항(두 제40조④)	회사의 고의나 중대한 과실에 의한 책임까지 배제한 불공정한 조항	약관법 제7조1호
고객이 해지시 직접 전화 및 방문 등의 방법을 통하여 해지신청서를 작성해야 하며 해지7일전까지 회사에 제출(두 제22조①)		
회사가 해지할 경우 이용자의 의견진술을 제한하는 조항(두 제22조③)		
소송이 제기될 경우 회사의 본사 소재지 법원을 관할법원으로 한다(두 제42조)	고객의 해지 절차는 어렵게 하고 사업자의 경우 자의적인 계약해지가 가능	약관법 제9조1호, 2호
	부당하게 분쟁처리 재판관할을 회사소재지로 전속한 조항	약관법 제14조

2) 표에서 '하'는 하나로통신의 ISDN이용약관, '두'는 두루넷이용약관의 약어임.