

유통시장의 지축을 뒤흔든 공정위 약재가 남긴 과제



최근 자판기 유통시장이 말이 아니다. 사상 유례 없을 정도로 최악의 매출부진에 업체들의 시름이 깊어지고 있고, 사업의 욕도 크게 저하되고 있다. 시장이 이렇게 된 데는 경기불황에 따른 여파에다가, 설상가상으로 공정거래위원회(이하 공정위)의 강도 높은 자판기 유통시장에 대한 제재조치들이 이어졌기 때문이다.

올 한해 자판기 유통 시장의 지축을 뒤흔들었다 할 정도로 공정위 여파는 대단했다. 그간의 고질적인 유통시장의 문제점들이 적나라하게 도마 위에 올랐고, 그 여파로 유통시장은 큰 혼란과 시장위축을 겪고 있다.

이제 유통시장은 어떻게든지 변화와 개혁을 진행해야 하는 전환점에 있다. 더 이상 과거의 구태와 악습을 당연시 하고 나아갈 수 없는 시점이다. 공정위는 자판기 유통의 변화와 개혁을 선택이 아닌 의무로서 강요하고 있다.

금호 기획특집에서는 공정위 여파가 유통시장에 미친 영향들을 살펴보고, 한창 진행 중인 자판기 표준약관 개정의 방향을 살펴보는 시간을 마련했다.

공정위 파장, 올 한해 유통시장 지축을 뒤흔들다



지난 해 공정위가 자판기 유통 분야를 실태조사 할 때만 하더라도 그 파장이 지금같이 클 것이라고는 예상을 못했다. 당시만 해도 자판기 업체는 유통시장 정화를 위해 자판기 매매 표준약관을 도입하고 있었던 지라 그다지 큰 문제가 될 것으로 보지 않았던 게 사실이다. 하지만의 자판기 분야 유통시장 실태조사를 통한 시정명령의 여파는 올 한해 유통시장에 강도 높게 휘몰아쳤다. 공정위 때문에 장사 못해 먹겠다는 소리가 절로 나올 정도로 그 여파는 대단했다.

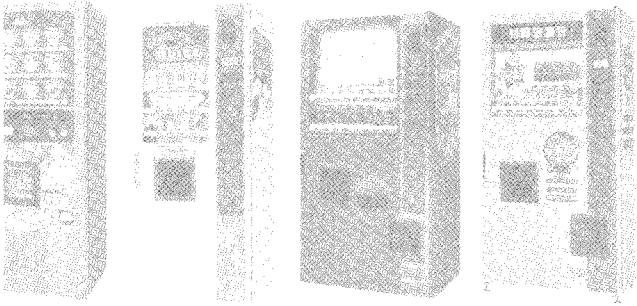
공정위 특수거래보호법의 시정명령은 비단 해당 업체에게만 국한되는 문제가 아니라는 데 사안의 심각성이 있다. 공정위는 해당 전문점에 대한 시정명령과 더불어 자판기 유통을 사업권유거래에 묶어 과거와는

다른 법률적용으로 유통시장 정화에 깊게 개입했다.

사업권유거래로의 적용은 자판기를 계약된 기간 내에 언제든지 해지할 수 있는 임의해지를 인정하고, 자판기 운영을 통해 얻게 되는 수익성 정보를 제공해야 하는 문제를 발생시켰다. 산업계로서는 판매시장의 위축을 가져올 수 있는 사업권유거래로의 적용은 부당하다는 것을 강력하게 어필했다. 그러나 공정위 특수거래보호법은 사업권유거래로의 법률적 해석을 확실하고, 기존 자판기 매매 표준약관을 이에 맞게 개정할 것을 줄기차게 요구해 왔다.

이에 기존 약관은 공중에서 붕 떠버렸다 할 정도로 실효성을 상실했다. 기존 약관을 지켜 판매를 해도 문제가 되는 상황이 발생하고, 이는 유통업체가 방향성을 상실하고 표류하는 상황을 만들어 버렸다.

결국 무용지물화되어 버린 표준약관은 시급히 개정의 당위성이 제시되기 시작했다. 유통분야에 있어서도



영업방향의 혼선과 부작용을 초래하는 기존 약관이 하루빨리 개정하자는 목소리가 높아지기 시작했다. 결과적으로 자판기 유통시장의 부실판매를 강력하게 바로잡겠다는 공정위의 방침은 자판기 판매의 큰 위축 요인으로 작용을 했다. 유통점들은 소비자 클레임을 크게 줄이는 방향으로의 영업을 지향하다보니 판매는 급락하기 시작했다. 더욱이 경기불황으로 자영업체도 산이 부지기수로 속출하는 대외환경에서 공정위 약재는 치명적이었다. 사상유례가 없을 정도로 최악의 매출 부진 속에서 산업계가 깊은 시름을 하고 있다.

자율분쟁조정위원회 활동의 영향

공정위와 더불어 올해 발족된 한국소비자단체협의회도 자판기 유통분야에 문제들에 깊게 개입하고 있다. 한국소비자단체협의회는 판매자와 소비자의 분쟁을 조정하는 자율분쟁조정위원회를 만들어, 자판기 분야의 문제되는 클레임들을 조정하고 있다. 방문판매법이 적용되는 여러 분야의 분쟁들도 조정을 하지만 자판기 분야의 클레임들이 압도적으로 많다. 이 클레임들은 우선 판매자와 소비자가 자체 합의를 볼 수 있게 하는 데, 여기서 조정이 안 되는 분쟁들이 자율분쟁조정위원회에 상정되게 된다. 상정이 된 안건들은 판매인과 소비자의 입장을 수렴해 조정결정이 이루어지게 된다. 이럴 경우 대부분 기존

표준약관의 손율을 조정하는 게 일반적인 분쟁조정이다. 판매자의 과실이 크면 손율적용을 하향해 소비자에게 유리하게 적용을 하고, 뚜렷한 판매자 과실이 없는 경우에는 판매자에게 유리하게 손율적용을 한다. 과거와는 달리 자판기의 분쟁을 이해 당사자들이 해결할 수 있게 하는 게 아니라 분쟁조정위원회를 통해 중재를 하는 시대가 열렸다는 점은 유통업계로 보면 좋을 게 없다. 분쟁조정위원회 중재가 아무래도 소비자 보호측면이 주가 되고, 판매업체에게는 불리하게 작용하는 게 일반적이다.

가뜩이나 좋지 않은 시장상황 속에서 자율분쟁조정위원회를 보는 유통업체들의 시선은 그래서 고물리 없다. 현 상황 하에서는 자판기 운영수입에 대한 불만으로 막무가내로 계약해지를 요구해도 '올며 겨자 먹기 식'으로 받아들이지 않을 수 없다. 과거와는 달리 자판기 분야에 있어서도 소비자의 권리는 점점 강화되고 있는 것이다.

공정위의 법률적용 무엇이 문제인가

공정위의 자판기 방문판매에 대한 사업권유거래의 적용은 부당성이 크다. 영업용기기의 판매 행위를 사업권유 거래에 적용한다는 것은 '억지로 끼워 맞추기 식'의 편법행정이라는 시각이 팽배하다. 그렇다면 과연 공정위가 자판기 방문판매를 사업권유거래로 묶은 구체적인 근거를 살펴보자. 공정위는 특수판매사업자 자율 준수 편람을 통해 사업권유거래 적용에 대한 법적 준거를 마련해 놓고 있다.

□ 특수판매 분야를 규율하는 법

거래에 관하여는 민법, 상법 등이 거래 관계를 일반적으로 규율하고 있다. 그러나 방문판매, 다단계판매와 같은 판매 방식은 일반적인 판매 방식과는 다르게 「방문판매등에관한법률」이라는 별도의 법률에 따라 규율된다.

사업권유거래는 사업기회를 알선하는 방법으로 거래상대방을 유인하여 물품을 구입하게 하는 거래로서 소비자는 아니지만 대부분 영세상인, 부업희망자들이 거래 당사자이며 이들도 소비자에 준하여 보호할 필요성이 있기 때문에 방문판매법에 규정된 것이다.

현행 방문판매법은 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 계속거래, 사업권유거래 등 모두 5가지의 판매·거래 유형에 대하여 규정하고 있으며 이들 5가지 유형의 판매·거래 방식을 일컬어 '특수판매(거래)'라 한다. 이같이 특수판매(거래) 분야를 규제하는 방문판매법은 1995년도에 통상산업부(현 산업자원부) 소관 법률로 처음 제정·운영되다가 1999년 공정거래위원회로 이관되었다. 현행법은 2002년 3월 전면 개정된 것으로 전화권유판매, 계속거래, 사업권유거래와 관련된 규정이 새롭게 도입되어 같은 해 7월부터 시행 중에 있는 것이다.

□ 방문판매, 다단계판매 등 특수판매(거래)를 일반 판매와 구별하여 특별하게 규제하는 이유

상품을 판매하는 방법으로서, 점포를 갖추어 상품을 진열하고 고객이 내방하는 것을 기다리는 것이 일반적이다. 이에 비하여 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매 등과 같은 특수판매(거래)에 있어서는 판매업자가 단순히 고객의 점포 내방을 기다리지 않고 적극적으로 고객을 찾아가서 판매한다. 고객 즉 소비자 입장에서 점포에 가지 않고도 물품을 구입을 할 수 있어서 편리함이 있으나 일반적인 판매에서와는 다르게 기대하지 않은 피해를 당할 위험도 있다.

일반적인 판매·거래에서는 소비자가 상품을 구입하려는 意思를 가지고 자신의 기호에 따라 물건을 택하여 구매하는 것이 보통이다. 이에 비하여 방문판매나 전화권유판매 등의 경우에는 소비자가 구매 意思가 없는 상태에서 돌연한 방문이나 전화를 받고 상품구입을 권유받게 된다. 따라서 애초에 상품을 구입하려는 의

사가 없는 소비자를 상대로 상품구입을 적극적으로 권유하는 만큼 기만적이거나 구매를 강요하는 판매 방식을 사용하고, 이로 인하여 소비자가 필요 없는 물품을 구입하게 될 가능성이 훨씬 높다. 이 같은 특성 때문에 방문판매나 전화권유판매에는 일반적인 판매와 달리 특별한 규제가 가해지고 상대 소비자들을 보호할 필요성도 높아지게 되는 것이다.

계속거래와 사업권유거래도 일반적인 판매방식과는 매우 다른 특성을 가지고 있다. 계속거래는 1개월 이상의 기간동안 계속하여 상품이나 서비스를 공급하는 계약을 체결하여 판매하는 거래로서, 중도에 해지할 경우 소비자가 대금 환급을 제한 받거나 또는 위약금에 관한 약정이 있으며, 一회의으로 끝나는 일반 점포 판매와는 달리 소비자를 특별히 보호할 필요가 있다.

사업권유거래는 사업기회를 알선하는 방법으로 거래상대방을 유인하여 물품을 구입하게 하는 거래로서 소비자는 아니지만 대부분 영세상인, 부업희망자들이 거래 당사자이며 이들도 소비자에 준하여 보호할 필요성이 있기 때문에 방문판매법에 규정된 것이다.

□ 방문판매법 구성 및 적용 범위

• 구성

현 방문판매법은 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 계속거래, 사업권유거래 등 모두 5종의 거래 유형에 대하여 규정하고 있다.

방문판매와 전화권유판매는 거의 동일한 규정을 적용하고 있으며 다단계판매의 규정도 14일간의 청약철회기간을 인정하는 등 방문판매의 규정과 상당 부분 비슷하다.

한편 계속거래와 사업권유거래는 같이 묶어서 규정하고 있다.

이같은 현행법의 태도는 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매의 3가지 거래 유형을 유사한 판매방식으로 보고 유사한 규제를 가하는 한편, 계속거래, 사업권유거래는 이들과 성격이 다른 거래 유형으로 판단하고 있다고 볼 수 있다.

방문판매, 전화권유판매, 다단계판매는 무점포판매로서 소비자와 판매자와의 대면성, 소비자에 대한 적극적인 구매 권유라는 특성을 공유하고 있는 판매방식으로서 통칭 '직접판매'에 해당하는 거래라 할 것이며 계속거래와 사업권유거래는 이들과는 다른 유형의 특수 거래라 할 수 있겠다.

• 법 적용 대상의 범위

현행 방문판매법 특징의 하나는 소비자가 아니더라도 소비자와 유사한 지위에서 거래한 소규모 사업자 등도 소비자에 준하여 법 적용 대상에 포함시켜 보호하고 있는 것이다.

구체적으로는 다음과 같은 사람들이 법 적용 대상이 된다.

- ① 재화 등을 최종적으로 사용하거나 이용하는 자 (일반적인 소비자를 말함)
* 다만, 재화 등을 원재료(중간재) 및 자본재로 사용하는 자는 제외
- ② 농업, 축산업, 어업 활동에 쓸 목적으로 상품 등을 구입하는 자
- ③ 사실상 소비자와 같은 지위에서 소비자와 같은 거래조건으로 거래하는 사업자
- ④ 다단계판매원이 되고자 재화 등을 최초로 구매하는 자
- ⑤ 판매업자와 거래하는 방문판매원 또는 전화권유판매원
- ⑥ 사업권유거래의 상대방

□ 사업권유거래

가. 의의

사업권유거래는 사업기회를 알선·제공하는 방법으로 거래상대방을 유인하여 물품을 구입하게 하는 거래로서 소비자는 아니지만 대부분 영세상인, 부업희망자들이 거래 당사자이며 이들도 소비자에 준하여 보호할 필요성이 있기 때문에 방문판매법에 규정된 것이다.

그러나 방문법 규정을 文理的으로만 해석할 경우 資本財를 目的物로 하는 거래의 대부분이 사업권유거래에 해당하게 되는 등 사업권유거래의 범위가 지나치게 확대될 우려가 있다.

따라서 사업권유거래 규정의 立法 취지를 충분히 고려하여 판단할 필요가 있다.

소비자와 유사하게 정보력, 협상력 등의 측면에서 열악한 지위에 있는 영세상인, 소규모 자영업자, 아르바이트 개념의 부업 희망자 등을 새로운 소득기회로 유인하는 기만적인 판매업자로부터 보호하자는 것이 법 규정의 취지라고 판단된다.

※ 자동판매기 매매 거래와 사업권유거래

- 자판기 거래에 있어서, 자판기를 부업으로 운영하거나 소규모로 자판기 사업을 하는 자로서 처음으로 자판기를 구매한 자만이 사업권유거래의 상대방으로 인정할 수 있을 것임
- 이미 유사한 자판기 운영 사업을 하고 있던 자 및 기업형 자판기 사업자는 법 적용 대상에서 제외함이 타당하다고 해석됨

※ 외국(日本)의 事例

- 일본은 이른바 "모니터 商法", "內職商法" 등 아르바이트 개념의 副業 희망자를 법 적용 대상으로 하고 있음
- * 모니터 商法 : 사업자가 주부 등 일반 소비자를, 이른바 "소비자모니터"로 위촉하면서 모니터료

를 지불하거나 통상보다 저렴하게 해당 상품을 제공하며 그 상품을 파는 판매술

* 內職商法 : 在宅業務를 제공한다면 상품 판매하고 업무 희망자에게 등록료·가입비 등 명목의 각종 금품을 징수하는 판매술

• 피해 사례

- 시중가 20만엔 상당의 에어컨을 판매함에 있어 주부 등을 대상으로 新製品 모니터로 위촉을 제안하여, 모니터로 일할 경우에는 모니터료로 2년간 월 2,000엔을 지급한다거나 市中價 보다 싼 15만엔에 제품을 제공한다면서 保證金으로 10만엔을 수수한 사례

- “컴퓨터를 이용하여 매월 5만엔의 收入을 얻을 수 있습니다. 작가가 쓴 원고를 w/p로 작성하는 간단한 작업입니다” 라고 주부·학생 등을 유인하면서 登錄料 1만엔, w/p 연습비용 5만엔, 회사-당사자간 特殊통신소프트웨어 대금 5만엔을 수수하고 정작 일은 거의 맡기지 아니한 사례

【질의응답】

문] A는 식당을 운영하고 있는 자영업자이다. 몇 년전 식당 앞에 복권자동판매기를 설치하여 관참은 부수입을 올린 경험이 있어 자판기 판매업자에게 연락하여 스티커사진 자판기도 설치토록 하였다. 그러나 당초 예상보다 수입이 매우 적게 발생하여 스티커사진 자판기는 철거하려고 한다. A는 방판법상 사업권유거래 규정에 의하여 해당 자판기·설치·운영 계약을 해지할 수 있는가

답] 이미 자판기를 운영하고 있는 사업자가 다른 자판기를 구입한 경우는 사업권유거래의 상대방에 해당한다고 보기는 힘들다. A는 이미 자판기 운영 경험이 있고 자판기 판매업자에게 유인되어 거래한 것이 아니므로 방문판매법이 보호하려는 사업권유거래의 상대

방에 해당한다고 보기 힘들다. A는 일반 계약 원칙과 민사적 법리에 따라 계약을 이행하여야 할 것이다.

나. 사업자 준수사항

사업자는 소비자에게 다음 사항이 포함된 계약 내용을 설명하고 이를 기재한 계약서를 교부하여야 한다. 다만, 이 같은 사항을 준수하여야 할 경우는 모든 사업권유거래가 아니라 30만원 이상을 거래조건으로 하는 경우에만 해당한다.

- ① 사업권유거래업자의 성명(법인인 경우에는 대표자의 성명)·상호·주소·전화번호·전자우편주소
- ② 사업권유거래를 통하여 판매하는 재화 등의 명칭, 종류 및 내용
- ③ 재화 등의 대금(가입비, 설치비 등 명칭여하를 불문하고 재화 등의 거래와 관련하여 지급하는 금액을 포함)과 그 지급시기 및 방법
- ④ 재화 등의 거래 방법과 거래기간 및 시기
- ⑤ 사업자가 제공하는 사업기회에 의하여 얻게 되는 이익이나 그 보장에 관한 조건
- ⑥ 계약의 해지와 그 행사방법·효과에 관한 사항 및 해지권의 행사에 필요한 서식
- ⑦ 소비자 피해보상·재화 등에 대한 불만 및 소비자 와 사업자 사이의 분쟁처리에 관한 사항
- ⑧ 거래에 관한 약관
- ⑨ 판매일시·판매지역·판매수량·인도지역 등 판매조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용에 관한 사항

□ 계약해지 관련 사항 및 금지 행위

• 사업자는 소비자가 계약 기간 중 계약 해지를 원할 경우 언제든지 해지하여 주어야 하며 소비자로부터 상품을 반환 받은 날부터 3 영업일 이내에 대금을 환급하여야 한다. 대금 환급이 지연될 경우 이에 따른 지연배상금을 또한 소비자에게 지급하여야 한다.

방문판매법 제2조 및 제28조의 사업권유거래란, 판매자가 부업의 일거리를 제공한다고 유인하는 거래 및 부업용 재화의 구입을 권하면서 일정한 매출실적이나 구체적인 사업이익을 보장한다는 조건으로 유인한 거래의 경우를 의미하고, 단순히 재화를 이용한 부업을 소개·권유하여 재화를 판매하는 경우는 이에 해당하지 않는다고 해석하여야 한다.

- 사업자는 자신의 귀책사유 없이 계약이 해지·해제된 경우에는 소비자에 대하여 위약금을 청구할 수 있다.
- 위약금은 소비자의 계약 해지·해제로 인하여 발생하는 손실을 현저하게 초과할 수 없으며 소비자에 대한 대금 환불에 있어서 해당 소비자에게 공급된 상품 등의 대가를 초과하여 거부할 수 없다.

사업권유거래 적용 왜 부당한가

자판기 방문판매의 사업권유거래 적용의 부당성에 대해서는 법리적인 해석이 필요하다. 따라서 지난번 공정위 시장명령을 받은 일부 전문점들이 행한 이의신청의 변론자료를 참조해 그 부당성을 조명해 봤다

사업권유거래 해석론

사업권유거래는 사업자가 소득기회를 알선·제공하는 방법으로 거래 상대방을 유인하여 재화등을 구입하게 하는 거래로서(법제2조 제9호) 사업권유거래의 계약서에는 사업자가 제공하는 사업기회에 의해 얻게 되는 이익이나 그 보장에 관한 조건을 반드시 기재하도록 되어 있다.(법제28조 제1항 제5호, 동법시행령 제37조)

사업권유거래에 대한 특별한 규제의 필요성은 "사업자가 소득기회를 제공"한다는 조건으로 재화의 구입을 강하게 유인한다는 점에 있다. 예컨대 가전제품 모니터 부업을 제시하면서 이를 위해 필요하다면서 가전제품을 구입하게 하는 경우, 운송용역의 위탁(제공)을 약속하면서 경차대리점 또는 운송사업용 경차의 구입을 유인하는 경우, 워드프로세스 용역을 위탁(제공)하겠

다고 하면서 워드프로세스의 구입을 유인하는 경우, 기타 일정한 부업용역을 위탁하거나 알선해 주겠다고 하면서 부업기술의 획득에 필요한 자격교재의 구입을 유인하는 경우 등과 같이, 재화 등을 구입하면 이를 이용한 소득기회 즉 일거리를 "자신이" 제공하여 수입을 올릴 수 있도록 해주겠다는 조건을 제시하여 구매를 유인하는 경우 이에 해당하는 것이라 할 것이다.

따라서, 단순히 사업용 재화를 구입하여 운용해 볼 것을 권하는 경우에 불과한 거래는 원칙적으로 "사업자가 소득기회를 제공"하는 방법으로 유인한 거래에 해당하지 아니하여 "사업권유거래"라 할 수 없다고 해석하여야 한다. 즉 사업자가 제공한 기회라는 것이 단지 사업용 재화를 판매한다는 것일 뿐인 경우에는 "사업자가 소득기회를 제공"한다 할 수 없는 것이다.

다만, 판매자가 직접 소득기회(일거리)를 제공하겠다는 조건을 제시하는 경우는 아니더라도, 구입한 재화등을 이용한 부업에 대하여 판매자가 일정한 매출실적 또는 구체적인 사업이익을 보장한다는 조건을 제시하면서 구매를 유인한 거래라면 이는 "사업자가 소득기회를 제공"한 것과 같으므로 이러한 경우도 사업권유거래에 포함된다고 볼 수 있다.

따라서, 방문판매법 제2조 및 제28조의 사업권유거래란, 판매자가 부업의 일거리를 제공한다고 유인하는 거래 및 부업용 재화의 구입을 권하면서 일정한 매출실적이나 구체적인 사업이익을 보장한다는 조건으로 유인한 거래의 경우를 의미하고, 단순히 재화를 이용한 부업을 소개·권유하여 재화를 판매하는 경우는 이에 해당하지 않는다고 해석하여야 한다. 전자의 경우에는 구매에 따르는 손실위험을 사실상 판매자가 부담

자판기 표준약관 개정의 동기는 공정위에서 마련해 주었지만 산업계는 이 기회에 고질적인 부실판매의 문제점을 개선할 수 있는 기회로 활용을 해야 한다. 현재의 시장상황은 소비자를 기만하는 판매를 추방하지 않으면 안 되는 절박한 시점에 서있다. 바야흐로 유통시장 정화를 바탕으로 제대로 된 유통구조를 정립해야 하는 시점이다.

하겠다는 조건을 제시하는 경우로서 구매의 유인성이 라는 면에서 후자와 비교할 수 없을 만큼 강한 경우이고 바로 이점이 보다 강한 소비자 보호가 필요한 이유인 것입니다.

한편 전술한 바와 같이 방문판매법 법 제28조 제1항 제5호는, 사업권유거래의 경우에는 계약서에 "사업에 관한 거래조건"을 명시하라고 되어 있고, 시행령 제37조는 위 거래조건이란 "사업자가 제공하는 사업기회에 의하여 얻게 되는 이익이나 그 보장에 관한 조건"이라고 규정하고 있다. 이러한 규정은 사업권유거래의 경우에는 사업이익이나 사업이익에 대한 보장이 거래조건으로서 계약내용이 되는 것임을 전제로 하고 있는 규정이라 할 것이다.

그런데, 단순히 부업을 권하면서 재화를 판매한 것에 불과한 경우에는 그 부업의 사업성 등은 가사 이에 관한 판매자의 주관적 평가가 거래과정에 제시되었다고 하더라도 이는 어디까지나 구매자의 구매 효율성 판단에 대한 단순한 조언에 지나지 않는 것으로서 법적으로 거래조건이 될 수 없는 성질이라 할 것이다. 따라서 위와 같이 방문판매법이 "사업에 관한 거래조건"으로서 사업이익 또는 보장한 사업이익을 계약조건으로 반드시 명시하도록 하고 있는 취지에 비추어 보더라도 부업용 재화의 구입을 단순히 권한 거래에 불과한 경우에는 방문판매법 소정의 사업권유거래에 해당한다고 보기는 어렵다 할 것이다.

또, 단순히 부업용 재화의 판매 자체를 '사업자가 소득 기회(사업기회)를 제공'하여 유인한 사업권유거래라고 해석하게 되면, 사실상 대부분의 사업용 재화의 판매가 사업권유거래에 해당하는 것으로 해석될 수 있고

따라서 예측가능성, 법적 안정성이 전혀 보장되지 아니하고 또 행정청의 자의적 법집행을 막을 수 없게 되므로 법규정 자체가 위헌성을 가지게 되고 이에 근거한 처분 역시 위헌, 위법한 처분이 된다 할 것이다.

사업권유거래 적용을 전제로 한 표준약관 개정

이처럼 자판기 방문판매의 사업권유거래의 적용은 부당하기 그지없다. 하지만 관련부처의 일방적인 법해석과 적용은 이미 진행이 되고 있는 상황이어서 어찌할 수 없는 족쇄로 작용하고 있다. 이에 대한 산업계의 반발이 강하다는 것을 알면서도 공정위는 현재의 해석을 밀어 붙이고 있다.

따라서 현재의 단계에서는 자판기 방문판매의 사업권유거래 적용을 전제로 한 표준약관의 개정이 진행될 수밖에 없다. 산업계로서는 억울하기 그지없는 노릇이나 현실적인 한계를 인정하지 않을 수 없다.

산업계 내부적으로 새로운 약관의 개정 시행이 급한 상황에서 일단은 사업권유거래 적용을 전제로 한 개정 방향을 협의할 수밖에 없다. 자판기 방문판매 사업권유거래 적용에서 제외시키는 일은 시간을 가지고 관련부처 협의와 대응책 마련을 통해 진행해 나갈 일이다. 협회는 당장 시급한 과제인 표준약관의 개정을 위해 특수거래보호과와 수차례 협의를 진행했다. 약관 개정의 주체는 공정위 약관제도과 소관이지만 특수거래보호과에서는 유통시장 정화안이 반영된 표준약관을 마련하기 위해 상호 협의안을 먼저 마련할 것을 요구해 왔다.

이에 협회는 산업계 의견을 수렴하여 표준약관의 개정안을 마련했다. 서로간의 이견이 큰 부분은 적정한 선

에서 조율을 통해 협의안을 마련했고, 이는 약관제도의 검토를 거쳐 승인이 되게 된다.

자판기 표준약관 개정의 동기는 공정위에서 마련해 주었지만 산업계는 이 기회에 고질적인 부실판매의 문제점을 개선할 수 있는 기회로 활용을 해야 한다. 현재의 시장상황은 소비자를 기만하는 판매를 추방하지 않으면 안 되는 절박한 시점에 서있다. 바야흐로 유통시장 정화를 바탕으로 제대로 된 유통구조를 정립해야 하는 시점이다.

자판기 표준약관 개정의 방향

자판기 방문판매의 적용의 가장 큰 문제는 임의해지가 가능하다는 점이다. 일정기간의 계약기간 내에는 소비자는 마음이 바뀌면 언제든지 계약을 해지할 수 있다. 고가의 영업용기기를 아무 때나 해지할 수 있는 임의해지는 산업계로서는 수용하기 힘든 부분이다. 하지만 현행법이 이를 강제화하는 현실에서 최대한 판매자에서 피해가 가지 않는 선의 임의해지 규정을 약관에 반영하는 선의 협의가 진행이 되어 왔다.

임의해지 기간을 3개월로 한정을 하고 소비자가 함부로 임의해지를 하면 큰 손해가 가는 손율을 적용하는 방향으로 개정안이 마련될 것 같다.

아울러 임의해지의 반영으로 사용손율의 적용 없이 계약을 해지 할 수 있는 요건을 확실히 했다. 판매자의 확실한 과실이 있으면 소비자에게 손해 없는 계약해지를 확실히 함으로서 그간 문제가 되었던 부실판매를 추방하겠다는 산업계의 확실한 의지가 반영이 되었다.

이를 구체적으로 살펴보면 우선 판매자가 자판기를 소비자에게 임대하는 조건으로 일정기간 운영해 보고 구입 결정을 유도하는 경우는 사용손율없이 계약을 해지할 수 있게 했다. 또한 운영 수익성 보장을 전제로 일정기간 운영해 보고 그 수익이 나지 않으면, 반품을 할 수 있도록 유인하여 계약하는 경우도 포함을 시켰다. 여기서의 수익성 보장이란 일반적인 자판기의 운영 수익

성 설명이 아니라 구체적으로 일정기간 운영수입을 제시 보장하는 행위를 말한다.

이러한 판매행위 여부를 확인하기위해 판매인은 이를 확인하는 매매계약확인서를 소비자의 자필서명을 받아 교부하도록 했다.

매매계약확인서의 시행 역시 부실판매 추방에 대한 산업계의 강력한 의지가 반영되어 있다. 가장 크게 문제가 되었던 임대전제로 소비자를 속이는 판매행위와 차후 운영수익에 불만이 있으면 반품을 해주는 판매행위를 근본적으로 추방할 목적으로 반드시 소비자가 이러한 영업행위가 이루어 졌는지 여부를 확인서를 통해 자필서명을 하도록 한 것이다.

매매계약확인서의 시행은 자판기 분야의 클레임을 크게 줄어줄게 할 수 있을 것으로 기대 된다. 대부분의 자판기 판매사기가 이 두 가지 유형이었기 때문에 매매계약확인서의 시행은 강력한 유통시장 정화효과를 가져다 줄 수 있을 것이다.

임의해지 가능, 자판기 사용손율의 적용은 현금기준으로

자판기 사용손율은 이제 임의해지시만 적용되게 된다. 사용손율의 적용 없는 계약해지 이외의 경우에도, 소비자는 방문판매 또는 전화권유 판매의 형태로 자판기를 매도한 경우에도 계약의 해지를 통보할 수 있게 된다. 계약의 해지는 자유스러워 지지만 대신 소비자가 감당해야할 부담도 만만치 않게 된다.

소비자 임의로 계약이 해제되는 경우, 자판기 판매원금에 해당 사용기간의 손율을 곱해 금액을 적용할 수 있게 했다. 이럴 경우 소비자는 판매인이 소요한 운송비 등의 제비용과 손율적용 금액을 지불하고 계약을 해지할 수 있게 된다.

과거처럼 할부가 기준이 아닌 현금기준의 적용은 소비자들이 계약해지로 입게 되는 부당한 피해를 줄이기 위한 취지이다. 지금까지는 소비자들은 할부가 기

준으로 손율을 적용받아 단기간 안에 계약해지를 하게 되면 부담해야 할 손실분이 과중했던 게 사실이다. 과거에는 이를 악용해 위약금 장사를 하는 경우가 많아 문제가 되었던다.

손율을 현금가 기준으로 적용을 하되 그 적용 %는 판매자에게 큰 피해가 가지 않는 선이 합리적인 절충안이다. 임의해지가 남용되거나 악용되는 선을 막을 수 있고, 판매자도 임의해지에 대해 큰 부담을 가지지 않는 선의 손율적용이 이루어 질 수 있을 것으로 예상된다.

자판기 수익성 정보 제공

자판기 수익성 정보제공에 대한 부분은 지금까지 공정위와 산업계가 큰 이견을 보여 왔다. 산업계는 현실적으로 수익성 정보를 제공하는 것이 오히려 수익성 보장으로 악용이 될 수가 있고, 소비자 클레임 증가의 원인이 될 수 있다는 점에서 강력 반발해 왔다. 이에 공정위에서는 수익성을 보장하는 정보를 제공하라는 게 아니라 소비자가 자판기 운영수익을 자체적으로 판단할 수 있도록 기본 정보만을 제공하는 선을 요구하고 있다.

즉 자판기 운영 수익성 조건표를 통해 원가대비(기계가, 전기료, 재료 등) 수익 정보를 제공해 자판기를 운영해서 이 정도의 매출이 나오면 일정 수익이 발생한다는 것을 구매자에게 알려 주어 사업성을 판단할 수 있는 기준을 제시하라는 것이다. 그러나 이는 수익성 보장이 아닌 단지 사업성 판단 정보를 제공하는 차원임을 분명히 하고 있다. 따라서 구매자가 운영 수익성 정보를 바탕으로 해 자판기 운영 수익에 대한 불만으로 계약해지를 원할 경우 해지손율을 적용하는 것을 인정하고 있다.

사업권유거래 관련조항에도 엄연히 수익성 정보에 대한 것을 제공하도록 되어 있기 때문에 공정위 안을 반영하지 않을 수 없다. 소비자에게 별침의 자판기 운영

수익 조건표를 제공하는 선에서 반영이 이루어 질 것으로 보여 진다.

개정표준약관, 유통시장 거둬낼 수 있는 기회로 삼아야

지금과 같은 표준약관의 개정안은 산업계와 공정위 특수거래보호과가 오랜 기간 상호 협의를 거쳐 절충이 된 안이다. 이 안은 약관제정의 주체인 약관제도와에 정식 개정 신청이 이루어 진후, 검토작업을 거쳐게 된다. 이 과정에서는 전체적인 약관의 공정성 측면에서 문제가 되는 조항에 대해서는 재검토 협의 작업이 이루어지게 된다. 특별히 문제되는 부분이 없으면 빠른 기간 안에 개정약관이 승인될 전망이다.

현시점에서는 빠른 기간 안에 개정약관이 승인되어 시행 단계가 되는 게 산업계로서는 이득이다. 현재의 약관은 거의 실효성을 다했다고 할 만큼 시장현실에 맞지 않는다. 소비자들의 주된 클레임 사례들에 대한 사실관계를 분명히 판단할 할 수 있는 약관이 되지 못하다보니, 이를 명확히 한 개정약관의 필요성이 높다.

이런 점에서 산업계는 개정 약관에 대해 긍정적인 시각을 가져야 한다. 현재의 유통상의 문제점들을 확실히 개선하고, 보다 정도(定道) 영업을 지향할 수 있는 시장 구조가 되기 위해서는 개정약관이 하루 빨리 시행되어야 한다.

표준약관 개정과 더불어 자판기 유통시장은 새롭게 거둬낼 수 있는 기회로 삼아야 할 것이다. 보다 건전한 유통환경하에서 발전의 청사진을 새롭게 마련하는 일은 장기적인 시장 발전을 위해 언젠가는 반드시 겪어야 하는 진통이다.

자판기 유통도 거센 변화의 흐름에 제대로 대처하지 못하면 도태된다는 절박한 의식을 가지고 개정 표준약관을 당당히 받아 들여야 할 것이다.