

# 사업자의 소비자분쟁 해결 활성화 방안에 관한 연구

김 동 균\*

## 목 차

|                      |                         |
|----------------------|-------------------------|
| I. 서 언               | 2. 소비자분쟁 해결방법           |
| II. 소비자분쟁의 의의와 해결    | V. 사업자의 소비자분쟁 해결 활성화 방안 |
| 1. 소비자분쟁의 의의         | 1. 사업자의 소비자분쟁 해결의 필요성   |
| 2. 소비자분쟁의 해결         | 2. 사업자의 소비자분쟁 해결 활성화 방안 |
| III. 외국의 소비자분쟁 해결방법  | 3. 소 결                  |
| 1. 미 국               | VI. 결 언                 |
| 2. 독 일               |                         |
| 3. 일 본               |                         |
| IV. 우리나라의 소비자분쟁 해결방법 |                         |
| 1. 소비자행정 개관          |                         |

## I. 서 언

2006년 9월 제262회 정기국회에서 국가의 소비자정책의 패러다임을 소비자보호에서 소비자주권 확립으로 전환하는 내용을 반영하여 「소비자보호법(消費者保護法)」<sup>1)</sup>이 「소비자기본법(消費者基本法)」으로 전문 개정되어 2007년 3월 28일부터 시행되고 있다. 그동안의 소비자정책이 소비자가 사업자에 비해 상대적으로 약자라는 인식을 전제로 소비자 보호를 위한 피해보상과 정보제공 등에 중점을 두었다면, 앞으로는 소비

\* 도로기획사무관, 건국대학교 법과대학 박사과정 수료

1) 소비자보호법은 1980년 1월 4일 제정되었으며, 그동안 9차례 개정되었다.

자가 스스로 취득할 수 있는 각종 정보와 스스로 집단화할 수 있는 결집력을 바탕으로 소비시장에서 자율적으로 행동하고 책임지는 소비자 주권의식의 향상·실천으로 바뀌게 된 것이다.

이러한 소비자정책의 전환을 위해 『소비자기본법』에는 여러 가지 제도적 장치를 신설 또는 보완하였는데, 그 주요한 내용을 살펴보면 다음과 같은 것들이 있다.

첫째, 소비자의 8대 권리<sup>2)</sup> 이외에 소비자의 올바른 선택과 정당한 권리행사, 필요한 지식·정보의 습득, 합리적이고 자원절약적인 소비생활 등 소비자의 기본적 책무를 신설하였다(제5조). 둘째, 국가 및 지방자치단체의 소비자능력 향상 프로그램의 개발 등을 통하여 소비자의 교육받을 권리를 제도적으로 뒷받침하는 등 소비자의 능력향상에 관한 사항을 보완하였다(제14조). 셋째, 소비자정책의 최고 의사결정기관인 소비자정책심의위원회를 소비자정책위원회로 변경하고 재정경제부장관의 단독 위원장에서 민간위원장과의 공동위원장 제도로 개정하여 민간의 소비자정책 개발 및 참여 기회를 확대하였다(제24조). 넷째, 집단분쟁조정제도(集團紛爭調停制度)를 도입하여 비용부담이나 절차 지연 등과 같은 소송으로 인한 부작용을 방지하고 소액의 다수 피해 발생이라는 특성을 지닌 소비자문제를 일괄적이고 효율적으로 해결할 수 있게 되었다(제68조). 다섯째, 일정한 요건을 갖춘 단체의 제기에 의한 소비자단체 소송제도(消費者團體訴訟制度)의 시행으로 저질 상품으로 인한 위해나 과장광고 등과 같은 불공정 거래행위가 방지되고, 사업자는 소(訴)의 제기를 우려하여 자발적으로 위법행위의 예방과 품질의 안전성 향상, 제품결함의 사후 시정 등에 노력케 하는 효과를 기대할 수 있게 되었다

2) 소비자의 8대 권리는“① 안전할 권리, ② 정보를 제공받을 권리, ③ 선택할 권리, ④ 의견을 반영시킬 권리, ⑤ 피해보상을 받을 권리, ⑥ 교육을 받을 권리, ⑦ 단결 및 단체행동의 권리, ⑧ 쾌적한 환경에서 소비할 권리”이다(소비자기본법 제4조 참조).

(제70조). 여섯째, 그동안은 소비자 관련 행정기관 및 단체 주도로 소비자 분쟁을 해결하였으나, 개정 법률에서는 사업자도 소비자상담기구를 설치하여 소비자의 의견을 기업경영에 반영하고 소비자의 불만을 신속하게 처리하도록 하였으며(제53조), 재정경제부장은 소비자상담기구의 운영에 관한 권장기준을 고시할 수 있도록 하였다(제54조).

이상에서 살펴본 바와 같이 「소비자기본법」은 소비자의 주권 확립과 소비자분쟁의 해결을 위한 여러 가지 새로운 장치를 마련함으로써 1980년 「소비자보호법」 제정 이래 소비자정책이 진일보하는 전기를 가져왔다고 평가할 수 있다. 그러나 소비자분쟁에 관한 규정을 살펴보면, 소비자 측의 입장은 자세히 규정해 놓고 있는 반면, 사업자 측은 주로 소비자 분쟁의 예방에 관한 의무만 규정되어 있으며, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제1조<sup>3)</sup>에 명시되어 있는 “공정한 거래질서 확립”이라는 선언적인 규정도 명시되어 있지 않은 불공평한 문제가 남아 있다.

뿐만 아니라, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제17조 제1항에는 통신판매업자와 재화 등의 구매계약을 체결한 소비자의 청약철회 등에 관한 사항이, 동조 제2항에는 통신판매업자의 의사에 반하여 청약철회 등을 할 수 없는 경우<sup>4)</sup>를 각각 규정하고 있으며, 이와 함께

3) 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제1조(목적)에는 “이 법은 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도 제고를 통하여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.”라고 규정하고 있다.

4) 소비자가 통신판매업자의 의사에 반하여 청약철회 등을 할 수 없는 경우로, ① 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우, ② 소비자의 사용 또는 일부 소비에 의하여 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우, ③ 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우, ④ 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우, ⑤ 그 밖의 거래의 안전을 위하여 대통령령으로 정한 사항으로서 “소비자의 주문에 의하여 개별적으로 생산되는 재화 등의 청약철회 등을 인정하는 경우 통신판매업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 당해 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 소비자의 서면에

제18조에서 청약철회 등에 따른 재화 및 구매대금의 반환을, 제19조에서 소비자에게 책임 있는 사유로 인해 재화 등의 판매계약이 해제된 경우에 서의 소비자의 손해배상금액의 한도를 규정하고 있다.

이와 같이 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」은 전자상거래에 있어서 소비자의 권리를 보호하면서도 소비자의 부당한 청약철회 등의 요구에 대한 사업자의 대항권(對抗權)을 보장하고 있는 반면, 「소비자보호법」에서는 근래에 들어 증가하고 있는 부당한 청약철회 요구에 대한 사업자의 최소한의 자위적 기능도 규정되어 있지 않은 문제점이 있다. 그러한 이유는 사업자에 비해 상대적으로 약자의 위치에 있는 소비자를 보호하려는 취지로 볼 수 있겠으나, 소비자의 과도한 청약철회 요구나 부당한 클레임을 해결하기 위하여 사업자가 지불하는 비용은 상품이나 서비스의 대가에 포함하게 되어 궁극적으로 제3의 소비자에게 전가되는 새로운 문제점을 야기하는 결과로 이어지게 된다.<sup>5)</sup>

그러므로 소비자단체뿐만 아니라 사업자도 소비자분쟁의 사전예방과 발생한 소비자분쟁을 스스로 신속히 해결할 수 있는 역량을 키워야 한다. 이는 기업의 생명이라 할 수 있는 소비자로부터의 신뢰를 증진시키고 보다 공정한 상거래질서를 확립할 있는 지름길이기 때문이다. 이를 위해 본 연구에서는 외국과 우리나라의 소비자분쟁에 대한 해결실태에 대하여 비교 검토하고, 이를 바탕으로 우리나라에서 사업자가 능동적으로 소비자분쟁을 해결할 수 있는 방안을 연구하고 제도적인 개선방안을 제시함으로써 우리나라 소비자법제의 발전에 기여하고자 한다.

---

의한 동의를 얻은 경우”가 있다.

- 5) 사업자가 소비자의 과도한 청약철회 요구 등을 거절할 수도 있겠으나 우리나라 유통환경 특성상 사업자가 이를 거절하기 어려우며, 또한 대형 유통업체는 상품의 반품은 다른 상품의 재구매로 이어진다는 마케팅 전략에 따라 소비자의 반품을 무조건 수용하고 있으며, 반품된 상품의 재생산 또는 재포장에 따른 비용은 납품업체가 부담하여 상품의 제조원가에 포함되고 있다.

## II. 소비자분쟁의 의의와 해결

### 1. 소비자분쟁의 의의

소비자분쟁(消費者紛爭)이란 사업자<sup>6)</sup>가 제공한 상품이나 서비스를 소비자<sup>7)</sup>가 사용 또는 이용하는 과정에서 가격의 공정성 및 지불과정, 상품·서비스의 품질 및 안전성, 광고의 진실성, 상품·서비스에 대한 정보의 신뢰성과 기타 각종 A/S 등과 관련하여 사업자나 소비자가 불만족한 상태에 이르러 발생하는 분쟁을 의미한다. 소비자분쟁의 법적 정의를 특별히 규정하고 있는 법률은 없으나, 「소비자기본법」 제16조(소비자분쟁의 해결) 제2항에서 “국가는 소비자와 사업자 사이에 발생하는 분쟁을 원활하게 해결하기 위하여 대통령령이 정하는 바에 따라 소비자분쟁해결기준을 제정할 수 있다.”고 규정하고 있고, 이에 의거하여 재정경제부장관이 동법 시행령 제8조 제3항의 규정에 의해 고시하는 “품목별 소비자분쟁해결기준”<sup>8)</sup>의 내용을 종합하여 고려할 때, 소비자분쟁의 법

6) 「소비자기본법」 제2조 제2호에서 “사업자라 함은 물품을 제조(가공 또는 포장을 포함)·수입·판매하거나 용역을 제공하는 자”로 규정하고 있다. 따라서 「상법」 제2장의 규정에 의한 상인도 당연히 사업자가 되는데, 개인기업의 경우에는 영업주, 회사기업의 경우에는 회사 그 자체가 상인이 된다(정찬형, 「상법강의요론」, 박영사, 2005, 18면).

7) 「소비자기본법」 제2조 제1호 및 동법 시행령 제2조, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제10호 및 동법 시행령 제4조 등에서 소비자의 정의를 규정하고 있다. 이를 종합하면 소비자란 ① 사업자가 제공하는 물품 또는 용역을 소비생활을 위하여 사용하는 자, ② 타인이 제공하는 물품이나 용역을 생산활동을 위하여 사용하는 사업자의 지위에 있는 경우에도 그 용도가 원재료(중간재) 및 자본재가 아닌 최종적으로 사용하는 자, ③ 다단계판매원, 방문판매원, 전화권유판매원 등의 특수한 판매원(이들은 상인 자격이 있음에도 경우에 따라서는 직접 소비하는 사례가 많음을 고려하여 소비자의 범위에 포함시키고 있음), ④ 농업, 어업, 축산업 등과 같은 생산활동을 위하여 물품이나 서비스를 구입하는 자(이들은 보호받아야 할 경제적 약자라는 측면에서 대규모 사업자를 제외하고는 소비자의 범위에 포함시키고 있음)로 규정하고 있다.

8) 자세한 내용은 “IV. 2. 소비자분쟁 해결방법” 참조.

적 정의는 “소비자와 사업자 사이에 상거래과정에서 발생하는 분쟁”을 의미한다고 볼 수 있다.

소비자분쟁의 발생원인은 사업자와 소비자 간의 당사자적 측면에서 찾아볼 수 있다. 그 첫 번째 원인은 사업자에 의한 소비자의 정당한 권의 침해로서 ① 당초 계약한 대로 상품이나 서비스의 공급이 이루어지지 않았음에도 환불, 교환이나 적절한 피해보상이 이루어지지 아니하였을 때, ② 산업의 고도화에 따라 새롭게 출현하는 상품과 새로운 유통채널을 경험하지 않은 소비자가 구입한 상품이나 서비스가 만족할 효능을 주지 못하였을 때 일어난다. 이러한 현상들은 소비자가 상품과 서비스에 대한 지식과 정보가 부족하여 품질과 내용, 가격 또는 계약조건 등을 충분히 이해하지 못한 상태에서 구매하거나 계약을 체결하기 때문에 발생한다. 이러한 유형의 소비자분쟁은 소비자에게 경제적인 손실이나 정신적 고통, 생명·신체상의 위해를 주게 되어 소비자문제로 발전하게 된다.

소비자분쟁의 두 번째 원인은 소비자에 의한 사업자의 기업활동에 영향을 주는 것으로서, 소비자가 과도하게 청약철회를 요구하거나 부당한 클레임(claim) 또는 컴플레인(complain)을 제기하였음에도 기업이 사회적 신용 유지를 위하여 그 문제를 해결하는 과정에서 발생한다. 특히 정보화의 진전에 따라 상식을 벗어난 소비자의 클레임이 급증하고 있는데, 유통업계에서는 이들을 ‘블랙 컨슈머(Black consumer)’라고 부르고 있다.<sup>9)</sup> 이러한 일부 소비자가 제기하는 부당한 클레임 등은 해당 기업에만 피해를 주는 것이 아니라 그 처리비용이 결국은 상품 및 서비스의 원가에 반영되어 전체 소비자의 비용으로 전가되는 결과를 초래하게 된다.

9) 대한상공회의소가 2007년 3월 5일 발표한 “국내기업의 소비자 불만처리 현황과 애로실태 조사결과”에 따르면 조사대상 300개사(대기업 150개, 중소기업 150개) 중에서 응답 업체의 61.1%가 상습적인 반품 요구, 한도 이상의 보상요구, 언론유포 위협 등과 같은 불합리한 요구나 악성 클레임에 시달린 것으로 나타났다.

## 2. 소비자분쟁의 해결

소비자분쟁의 해결이란, 분쟁의 원인이 된 쟁점들을 체계적으로 분리함으로써 그 대안들을 마련하고, 마련된 대안들을 검토하여 분쟁당사자 간에 합의에 이르도록 상담·주선·알선·조정·중재 등을 하거나, 사법적인 절차에 의해 해결하는 것이라고 할 수 있다.

이 중에서 조정과 중재는 중립적인 제3자가 당사자들의 동의를 얻어 분쟁에 개입하여 사법적 쟁송절차 이외의 방법으로 당사자들이 합의에 이를 수 있도록 독자적인 조정안 또는 중재안을 마련하여 당사자의 수락을 이끌어내는 방법이다. 그러나 조정과 중재는 그 방법 면에서는 유사하나 법적 효과 면에서 명확하게 구별된다. 즉, 조정결정의 내용을 당사자가 수락하면 조정이 성립되어 개별 법률의 규정<sup>10)</sup>에 따라 재판상 화해나 당사자 간의 합의와 같은 효력을 갖게 되나, 이를 거부하면 불성립으로 끝나게 된다. 반면에 중재는 분쟁의 당사자가 애당초 중재에 회부할 것인가를 결정하고, 중재에 회부하기로 결정하였다면 중립적인 중재인 또는 중재기관의 판단에 복종함으로써 분쟁을 최종적으로 해결하는 자주법정제도(自主法廷制度)라고 정의할 수 있다.<sup>11)</sup>

이와 같은 분쟁의 해결에 있어서 현대에 이르러서는 공식적 분쟁해결 방법인 소송제도의 문제점(재판 지연, 과도한 비용 지출, 재판과정의 기술적 난해성 및 경미한 분쟁에 대한 재판절차의 부적합성 등)에 대한 대안을 모색하는 차원에서 조정제도가 새롭게 각광을 받고 있다.<sup>12)</sup> 따라

10) 「소비자기본법」 제67조, 「전자거래기본법」 제35조, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제38조, 「금융감독기구의 설치 등에 관한 법률」 제55조, 「의료법」 제75조.

11) 「중재법」에 의한 중재 판정은 당사자 간에 있어서 법원의 확정판결과 동일한 효력을 가진다(중재법 제35조 참조).

12) Stephan Parmentier, "Alternative dispute resolution in the United States: No roses without Thorns", *Systematic analysis in dispute resolution*, Quorum Book(N.Y.), 1991, 223-239면.

서, 소비자분쟁의 해결방법에 있어서 시간적·경제적인 면에서 중재는 소송보다 좋고, 조정은 중재보다 좋은 제도라고 할 수 있다.

한편, 정보화의 진전에 따라 특정 기업 또는 상품으로 인해 피해를 입었다고 주장하는 소비자가 공식적으로 확인되지 않은 사실을 인터넷 사이트에 게재하거나 불매운동을 하는 것도 분쟁의 원인이 된다. 이러한 일들은 기업에 대한 소비자의 신용을 저하시킬 뿐 아니라 기업경영에 악영향을 미칠 수 있으므로, 사업자는 자체적으로 사실경위를 조사하여 유포된 내용이 허위라고 판단된 때에는 당해 소비자에게 불법행위책임에 따른 정신적·재산적 손해배상을 청구할 수 있다.<sup>13)</sup>(민법 제750조 및 제751조 참조) 또한 그 사안이 「형법」 제307조에 의한 명예훼손이나 「정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제61조에 의한 사이버 명예훼손에 해당된다고 판단한 때에는 형사적인 고발도 할 수 있다.

그러나 사업자가 소비자에게 손해배상 청구나 형사 고발을 하여 사회적 관심사로 대두되거나 재판의 진행이 장기화되는 경우 또는 소비자의 책임이 없는 것으로 판명될 때에는 해당 기업과 상품의 부정적 영향이 매우 크므로 사업자가 쉽게 선택할 수 있는 방법이 아니다. 이에 따라 대부분의 기업들은 소비자의 불합리한 요구를 들어주거나 언론을 통해 해명성 광고를 하여 자사 제품에 책임이 없음을 호소하고 있다. 그러나 이러한 방법은 근본적인 해결책이 될 수 없으므로, 사업자는 소비자의 불만에 대하여 보다 체계적이고 능동적으로 대응할 수 있는 대책을 강구하여야 하며, 또한 제도적으로도 소비자의 불합리한 요구나 악성 클레임에 대응할 수 있는 사업자의 대항권이 보장되어야 할 필요가 있다.

13) 법인의 명예신용이 침해되어 그 법인의 목적인 사업수행에 영향을 미치게 될 경우와 같이 법인의 사회적 평가가 침해되는 경우에는 불법행위를 이유로 침해를 한 자에게 손해의 배상을 청구할 수 있다(대법원 1965. 11. 30. 선고 65다1707 판결 참조).

### III. 외국의 소비자분쟁 해결방법

#### 1. 미 국

미국은 연방 및 주 정부, 소비자단체, 사업자단체 3자간의 적절한 역할분담과 조화를 특징으로 소비자행정을 구현하고 있다. 연방 정부는 소비자안전 및 부당거래·표시·방법, 사기방지 등 공정거래 분야의 정책개발과 관리를 담당하고 있으며, 주 정부는 소비자정책을 구체적으로 시행하면서 소비자상담 및 피해구제 업무를 수행한다.<sup>14)</sup> 소비자단체<sup>15)</sup>들은 소비자의 권리를 확보하는 데 있어 재정의 독립성과 전문성을 갖추고 비교상품 테스트, 소비자교육, 홍보와 같은 사전적 예방활동을 하고 있으며, 이와 함께 불합리한 제도를 개선하도록 정부에 영향력을 행사하는 기능도 수행하고 있다.

미국은 대부분의 분쟁이 사법적 쟁송절차에 의하여 해결되어 왔으며, 이러한 사법적 쟁송절차가 갖고 있는 여러 가지 부작용에 대한 비판에 따라 1960년대 후반부터 대체적 분쟁해결제도(ADR: Alternative Dispute Resolution)<sup>16)</sup>가 대안으로 제시되기 시작하였다. 그 이후 공공행정 분야에서도 제도화의 과정을 거쳐 1990년에 행정분쟁해결법(Administrative Dispute Resolution Act)이 제정되었는데, 동 법률에 의하면 행정기관은 소송을 대신할 수 있는 분쟁해결방안을 개발하고, 분쟁해결 전문가를 선임하며 직원들에게는 이에 관한 교육을 시키도록 규정하고 있다. 이에

14) 한국소비자보호원, 『주요국 소비자정책·기구 현황조사』, 2005, 238-239면.

15) 미국의 대표적인 소비자단체는 소비자연맹(CU: Consumers Union), 미국소비자연합(CFA: Consumer Federation of America), 전미소비자동맹(NCL: National Consumers League), 거래개선위원회(BBB: Better Business Bureau) 등이 있다.

16) 대체적 분쟁해결제도란 “당사자들이 이익을 위하여 분쟁을 법원 밖에서 해결하고, 사법적 쟁송절차에 수반되는 고비용, 복잡성, 형식성, 절차 지연의 폐해를 검감하며, 법정 분쟁으로 발전하는 것을 막기 위한 일련의 절차”라고 정의할 수 있다(김준환, “행정부와 대체적 분쟁해결제도”, 『한국행정학보』, 30(4), 1996, 39면).

따라 연방행정기관들은 연방정부가 소송에 연루된 사건에는 가능하면 협상이나 제3자 개입의 분쟁해결방법을 이용하도록 정하고, 다양한 분쟁해결방법을 개발·운영하고 있다. 이와 같이 미국의 소비자분쟁의 대부분이 대체적 분쟁해결제도(ADR)에 의해 해결되고 있다고 할 수 있다.<sup>17)</sup>

미국의 소비자분쟁에 대한 처리체제를 보면, 연방거래위원회(FTC: Federal Trade Commission)의 소비자대응센터에서 소비자불만 및 피해신고를 접수받아 D/B로 구축하고 법집행에 활용한다. 그러나 소비자대응센터에서는 개별적인 소비자 피해구제는 하지 않고 있으므로, 소비자분쟁에 의한 피해의 구제는 민간단체에서 집단소송(Class Action) 등으로 해결하고 있다. 이와 함께 주 정부나 민간단체에서는 ADR 프로그램을 운영하고 있는데, 상품 및 서비스의 구매와 관련한 불만이나 피해를 입은 소비자들은 주 정부의 법무부(소비자보호국)나 거래개선위원회(BBB: Better Business Bureau)<sup>18)</sup>를 통해서 문제를 해결하고 있다.

뉴욕 주 정부의 소비자피해구제 절차를 예로 살펴보면, 뉴욕 주 정부는 소비자로부터 피해구제 신청이 접수되면 사업자에게 통보하여 소명을 받은 후 위법행위가 명백하면 면허정지나 취소 등의 행정조치를 한다. 그러나 단지 계약상의 문제일 경우에는 양측의 입장을 조율하여 조정안을 제시하고 조정결정에 대한 합의가 성립되면 당사자가 조정된 내용에 따라 이행하게 되나 합의를 강요할 수 는 없다. 따라서 조정결정에 대한 합의가 성립되지 않으면 일반 사법적 쟁송절차에 따라 처리된다.

17) 백병성, 「소비자분쟁조정 활성화방안 연구」, 한국소비자보호원, 2002, 22면.

18) BBB(Better Business Bureau)는 National Better Business Bureau(1912년 설립)와 Association Better Business Bureau(1921년 설립)를 통합하여 1970년에 설립한 사업자 단체로서, 주요 업무는 소비자의 합리적인 구매의사 결정을 위한 정보 제공, 소비자 문제에 대한 상담·조정·중재를 통한 분쟁 해결 및 기업광고의 자율적 규제 등으로서, 사업자와 소비자 간에 보다 공정하고 정직한 관계를 구축하고 유지시키는 일을 하고 있다.

거래개선위원회(BBB)는 미국의 25만여 개의 기업 및 1,000여 개의 경제단체가 참여하여 설립한 기업에 의한 소비자보호기구로서, 미 전역에 150여 개의 지역사무소를 운영하면서 자체적으로 소비자분쟁을 해결하고 있다. BBB의 소비자분쟁 해결과정을 보면, 접수된 소비자분쟁건에 대하여 우선 관계사실을 확인한 후 기업 측의 반응을 확인하며, 이러한 1차적인 비공식적 조정(Informal Mediation)이 성립되지 않을 경우에 BBB가 양 당사자 간에 화해나 조정을 구하며, 화해나 조정으로 해결하지 못하는 경우에는 중재(Imperfect arbitration)에 나서게 된다. BBB의 중재는 법률적으로 양 당사자를 구속하는 효력은 없으나, 기본적으로 미국 국민들은 BBB의 중재역할을 전폭적으로 신뢰하고 있어 BBB의 중재결정에 대하여 양 당사자가 이를 거부하거나 소송으로 가는 경우는 거의 없는 것으로 확인되고 있다.<sup>19)</sup>

BBB는 필요시에 문제된 상품이나 서비스에 대한 검사를 하게 되며, 관련 당사자를 소집하여 심리를 한 후에 분쟁을 중재하는데, 소비자분쟁의 해결에 소요되는 행정비용은 BBB가 부담한다. BBB의 중재 중에 가장 이용이 많은 분야는 자동차분야로서 미국 내에서 가장 큰 ADR 프로그램이라고 할 수 있다.<sup>20)</sup>

## 2. 독 일

독일의 소비자분쟁 해결은 사법적 쟁송절차 외에 소비자단체, 주(州)의 소비자보호센터 및 사업자단체와 같은 중립적인 제3자를 통하여 전개된다. 독일의 소비자단체<sup>21)</sup>는 산하에 소비자상담센터를 설치하여

19) 백병성, 앞의 논문, 25-27면.

20) Better Business Bureau, Arbitration, 1987.

21) 대표적인 소비자단체로는 연방 소비자협회(VZBZ), 상품 시험재단(stiftung Warentest), 소비자협회중앙회(VZBV), 소비자행동(Verbraucherinitiative e. V.)이 있다.

광범위하게 소비자조인활동을 전개하거나 상품시험재단을 통해 매월 상품테스트 결과를 발표하는 등 정보제공을 통한 소비자보호활동을 하고 있다. 그러나 소비자단체는 소비자불만 또는 피해에 대한 알선이나 조정역할을 직접 하지 않는다. 이에 따라 소비자불만의 처리는 각 주에 설치된 소비자보호센터(Verbraucherzentrale e.V.: VZ)<sup>22)</sup>와 사업자단체에 의하여 해결되고 있다. 소비자보호센터(VZ)는 소비자불만에 대한 상담 및 정보를 제공하는 것 외에 소비자피해에 대하여 관계 기업에게 조언을 하여 법적 소송 없이 문제를 해결해 주고 있다.<sup>23)</sup>

또한, 독일은 상공회의소나 각종 동업조합에 조정센터를 설치하여 화해적 합의에 이르기 위한 시도를 하는 등 사업자단체 차원에서 소비자 분쟁을 해결하고 있다. 조정센터의 최고 책임자는 독립된 법률가로 임명되고 그 외의 위원은 사업자 측의 대표자와 소비자 측의 대표자가 각각 동수로 선임되어 운영된다. 현재 세탁업, 중고자동차판매업, 건축업 등 15종류의 조정센터가 운영되고 있으며, 조정에 따르는 비용은 사업자가 동의한 경우에는 일정한 비용을 부담하며, 그 외에 사업자의 과실에 의해 손해가 발생된 것이 인정될 때 사업자는 손해배상 이외의 검사료를 지불하고 있다.<sup>24)</sup>

한편, 독일은 소비자 피해구제와 관련하여 부정경쟁행위의 방지와 같은 법규의 보호목적을 실현하기 위하여 특정한 목적을 가지고 활동하는 단체가 단체의 이익 또는 공공의 이익을 실현하기 위해서 소(訴)를 제기하는 단체소송(Verbandsklage) 제도를 운영하고 있다. 이 단체소송은 위반행위의 방지를 통한 손해발생의 예방을 위하여 활용되고 있는 데 비하여 미국의 집단소송(Class Action)은 주로 이미 발생한 손해에 대한

22) 소비자보호센터는 16개 주에 설치된 민간단체로 소비자협회중앙회(VZBV)의 회원 단체로 소속되어 있으며, 각 주의 시에서 받는 재정지원금과 자체수입을 통하여 운영하고 있다.

23) 백병성, 『소비자행정론』, 시그마프레스, 2003, 233-234면.

24) 백병성, 앞의 논문, 33면.

구제를 위하여 활용되고 있는 점에서 차이가 있다.<sup>25)</sup>

### 3. 일 본

일본은 지방자치단체별로 소비자행정을 전담하여 종합 추진하는 소비행정전담부서와 소비자구제 업무를 직접 수행하는 공공소비자단체가 공조하여 소비자보호활동 및 소비자분쟁을 해결하고 있다. 일본의 대표적인 공공소비자단체인 국민생활센터<sup>26)</sup>는 2004년 5월 개정된 「소비자기본법(消費者基本法)」 제25조에 ① 국민의 소비생활에 관한 정보의 수집 및 제공, ② 사업자와 소비자 사이에 발생한 불만의 처리 알선 또는 해당 불만에 대한 상담, ③ 소비자로부터의 불만 등과 관련된 상품의 시험, 검사 등 및 용역의 조사·연구, ④ 소비자에 대한 제발 및 교육을 하도록 그 역할이 규정되어 있다.

소비생활센터는 지방공공단체의 조례에 의해 설치된 것이기 때문에 소비자센터, 생활과학센터, 현민생활센터 등 여러 가지의 명칭이 있다. 도도부현(都道府縣) 및 시정촌(市町村)에서 소비자행정의 종합창구로서의 기능을 하고 있는데, 전국에 총 463개 단체(도도부현 167개 단체,

25) 독일의 단체소송은 특정 단체가 단체 자신의 이익 또는 그것을 초월하는 공공의 이익을 실현하기 위해서 소를 제기하는 데 반하여, 미국의 집단소송은 동일한 이해관계를 가지고 있는 다수인이 존재하는 경우에 그 중의 1인 또는 수인이 스스로 대표자가 되어 그 집단의 전원을 위하여 소를 제기한다는 점에서도 차이가 있다(권오승, 「소비자보호법」, 법문사, 2004, 311-312면).

26) 일본의 국민생활센터는 국민생활의 안정·향상에 기여하기 위하여 국민생활에 관한 정보의 제공과 조사·연구를 수행할 목적으로 1970년 「국민생활센터법」에 의하여 경제기획청 산하 특수법인으로 설립되었으며, 2003년 10월 「독립행정법민국민생활센터법」에 의거 독립행정법인으로 기관의 성격이 바뀌었다. 국민생활센터는 설치 근거법 및 주요 임무 등이 우리나라의 한국소비자원과 유사하고 1987년 당시 한국소비자보호원의 설립 모델이 되었으나, 한국소비자원은 산하에 소비자분쟁조정위원회를 설치하여 소비자분쟁에 대한 조정을 하고 당사자가 이를 수락한 경우 재판상 화해와 같은 효력을 발생시키는 등의 적극적인 피해구제를 하고 있는 점에서 국민생활센터와 기능상의 차이가 있다.

청령지정도시 16개 단체, 시·특별구·정·촌 280개 단체)에 설치되어 있다. 소비생활센터는 지방공공단체의 소비자행정을 구현하는 일선기관으로서, 국민생활센터 등과 제휴하여 소비자에 대한 정보의 제공과 고충처리, 상품테스트 등의 소비자시책을 추진하고 있다.<sup>27)</sup>

소비자분쟁의 해결과 관련하여 일본에서도 「소비자기본법」<sup>28)</sup>에 대체적 분쟁해결제도를 강구할 것을 규정하고 있다. 이에 따른 소비자분쟁 해결체계를 보면, 기본적으로 전국 각지의 소비생활센터를 통하여 상담이 이루어지고, 소비자상담의 단계에서 해결되지 못한 사건은 지방공공센터의 조례로 설치된 소비자피해구제위원회(또는 소비자고충처리위원회)<sup>29)</sup>로 이송된다.<sup>30)</sup> 소비자피해구제위원회에 대한 안건 회부는 ① 소비생활센터의 피해구제 상담에 응한 분쟁사건으로서 반드시 소비생활센터를 경유하여야 하며, ② 소비생활에 현저하게 위해한 영향을 미치거나 미칠 우려가 있어야 하며, ③ 소비자의 권리나 권익이 사업자에 의해 거부 내지 부인되어 쌍방의 주장이 대립되는 분쟁이어야 한다. 이와 같은 요건을 갖춘 경우 지방공공단체의 장은 안건의 해결을 소비자

27) 消費者トラブルめぐる紛争解決機能の在り方に關する研究會, 「消費者トラブルめぐる苦情處理・紛争解決機能の在り方」, 2003. 3.

28) 「소비자기본법」 제19조에는 지방공공단체는 상품 및 용역에 대하여 관해 사업자와 소비자 사이에 발생한 불만(苦情)이 전문적 식견에 근거하여 적정하고 신속하게 처리되도록 불만처리의 알선 등에 노력하여야 하고(제1항), 특히 국가 및 도도부현은 사업자와 소비자 사이에 발생한 분쟁이 전문적 식견에 근거하여 적절하고 신속하게 해결하는 데 필요한 인재를 확보하고 필요한 시책을 강구할 것을 규정하고 있다(제2항, 제3항).

29) 동경도의 소비자피해구제위원회에 관하여 살펴보면, 1975년 제정된 「도쿄도 생활물자 등 위해의 방지, 표시 등의 사업행위의 적정 및 소비자피해구제에 관한 조례」에 근거하여 지사의 부속기관으로 학식 있는 경험자 5인 이내, 소비자대표 3인 이내, 사업자대표 3인 이내로 구성된 준사법적 기능을 가지고 있는 소비자피해구제위원회를 설치하여 당해 분쟁사건의 해결과 일반적이고 보편적인 해명을 기하고 있다. 또한 소비자피해구제의 실효성을 제고하기 위하여 소송으로 구제받기 곤란한 소액·다수 피해에 대해서도 소송비용 대출 등의 지원을 하고 있다(반홍식, 「재판외 분쟁해결제도에 관한 연구」, 전북대학교 박사학위 논문, 1997, 114-134면 요약).

30) 김성진, 「외국의 소비자정책 동향」, 한국소비자보호원, 2006, 41-42면.

피해구제위원회 회의에 회부한다. 소비자피해구제위원회는 소비자분쟁과 관련한 알선과 조정을 행하기 위하여 알선부회, 조정부회, 소송구조부회 등 3개 부회를 설치하여 전문적인 상담 및 원인규명 테스트를 실시하고, 분쟁처리를 위해 알선을 하거나 자문을 해 준다.<sup>31)</sup> 그러나 이 단계에서도 해결이 되지 않으면 사법적 쟁송절차로 진행된다.

## IV. 우리나라의 소비자분쟁 해결방법

### 1. 소비자행정 개관

우리나라의 소비자행정을 국가 및 지방자치단체의 소비자정책의 수립, 소비자정책의 집행, 소비자보호업무와 민간 차원의 소비자운동으로 구분하여 개관하면 다음과 같다.

먼저, 국가의 소비자정책은 재정경제부가 매 3년마다 소비자정책에 관한 기본계획을 수립하여 소비자정책위원회<sup>32)</sup>의 심의를 거쳐 확정하며, 이 기본계획에 따라 재정경제부장관이 매년 중앙행정기관별 시행계획 및 시·도별 시행계획을 취합·조정하여 소비자정책위원회의 심의를 거쳐 종합시행계획을 수립한다(소비자기본법 제21조 및 제22조 참조. 이하 ‘소비자법’이라 함).

소비자정책의 집행은 중앙행정기관과 지방자치단체의 소비자행정으

31) 백병성, 앞의 책, 337-338면.

32) 소비자정책위원회는 소비자의 권익증진 및 소비생활의 향상에 관한 기본적인 정책을 심의·의결하는 국가의 최고 소비자정책심의기구로서, 재정경제부장관 및 소비자문제전문가 등 2인의 위원장을 포함하여 교육인적자원부, 법무부, 행정자치부, 문화관광부, 농림부, 산업자원부, 정보통신부, 보건복지부, 환경부, 건설교통부, 해양수산부, 기획예산처의 장관과 공정거래위원회위원장, 금융감독위원회위원장, 한국소비자원장과 재정경제부장관이 위촉하는 경제단체장 등 25인 이내의 위원으로 구성된다(소비자기본법 제23조 및 제24조).

로 구분하여 추진하는데, 중앙행정기관은 소비자정책과 직·간접으로 관련된 100여 개의 소비자법제를 운영한다.

재정경제부는 관계 중앙행정기관에 대하여 국가의 소비자정책을 전달하는 동시에 관계 중앙행정기관 및 시·도의 소비자정책과 의견을 조정하는 기능을 수행한다(재정경제부와 그 소속기관 직제령 제11조 참조). 공정거래위원회는 표시·광고, 약관, 할부거래·방문판매·통신판매·다단계판매 및 전자상거래 분야의 소비자시책을 수립·집행하며(공정거래위원회 직제령 제12조 내지 제14조 참조), 소비자단체의 등록 심사 업무와 한국소비자원의 인사·조직·감사 등의 업무를 관장한다(소비자법 제29조, 제30조, 제33조, 제42조). 농림부는 농축산물의 수급 및 가격안정 대책과 안전유통 등의 소비자보호정책을 추진하며(농림부와 그 소속기관 직제령 제8조 참조), 산업자원부는 유통산업·제조업·서비스업의 선진화와 전자상거래에 관한 정책을 수립·집행한다(산업자원부와 그 소속기관 직제령 제9조, 제11조 참조). 정보통신부는 소비자시책과 관련하여 개인정보 보호에 관한 기본정책과 불법스팸 방지대책을 추진하고, 개인정보에 관한 분쟁을 조정하기 위한 개인정보분쟁조정 위원회와 전기통신사업자와 이용자 간의 분쟁을 조정하기 위한 통신위원회를 운영한다(정보통신부와 그 소속기관 직제령 제11조 및 제14조 참조). 보건복지부는 의약품·화장품에 관한 정책을 수립하고 식품의 위생 및 건강기능식품의 제도 개선을 통하여 소비자보호시책을 추진하며(보건복지부와 그 소속기관 직제령 제12조 참조), 산하의 식품의약품안전청은 식품행정, 의약품행정, 의료기기행정으로 구분하여 소비자시책을 구체적으로 실현하고 있다(식품의약품안전청과 그 소속기관 직제령 제15조 참조).

지방자치단체는 소비자와 가장 가까운 거리에 있는 소비자행정기관으로서, 1995년 7월 1일 전면적인 지방자치제 실시와 함께 1995년 12월 개정된 「소비자보호법」 제5조에 의거 제정된 「소비자보호조례」의 규정

에 따라 소비자시책을 추진하고 있다. 시·도에는 소비자상담기구를 운영하고 있으며, 소비생활센터 또는 소비자보호센터 등의 명칭으로 설치된 소비자상담기구에는 전문상담원이 위촉되어 소비자피해에 대한 상담·구제·교육·정보제공과 소비자분쟁의 해결을 위한 알선·중재 등의 기능을 수행하고 있다(경기도 소비자보호조례 제13조 참조).

민간 차원의 소비자운동은 서울여자기독교청년회의(1955년), 한국부인회(1964년), 대한어머니회(1965년), 주부교실중앙회(1972년), 주부클럽연합회(1972년), 한국여성단체협의회(1973년) 등 여성단체에서 시작되었으며, 1976년에 한국소비자단체협의회<sup>33)</sup>가 조직되어 정부에서 국고를 지원하였다. 한국소비자단체협의회에 가입된 회원단체를 비롯한 각급 소비자단체들은 소비자분쟁 해결을 위한 상담 및 정보제공, 소비자교육 및 홍보활동, 물가조사 및 감시활동과 소비자 관련 법제도에 대한 연구와 제안활동과 같은 다양한 소비자운동을 전개하고 있다. 특히 공공요금조정위원회나 지방물가심의위원회 등에 각급 소비자단체의 대표들이 참여하여 공공요금 결정에 소비자의 의견을 반영하고 있다.

한편, 소비자운동이 법적 토대 위에서 본격적으로 활동하게 된 것은 1986년 개정된 「소비자보호법」에 의해 재정경제부 산하 특수공익법인으로 한국소비자보호원(2007년 한국소비자원으로 명칭 변경)의 설립 이후로 볼 수 있다. 한국소비자원은 지방자치단체 및 각급 소비자단체와 협조하여 ① 소비자 권익과 관련된 제도와 정책의 연구 및 건의, ② 물품 등의 규격·품질·안전성·환경성에 관한 시험, 검사와 거래 조건이나 방법에 대한 조사·분석, ③ 소비자의 권익증진·안전 및 소비생활의 향상을 위한 정보의 수집·제공, 국제협력, ④ 소비자교육·홍보

33) 한국소비자단체협의회에는 1976년 한국여성단체협의회, 대한주부클럽연합회, 전국주부교실중앙회, 대한YWCA연합회 등 4개 단체 주축으로 발족하여 2007년 현재 한국소비자연맹, 소비자문제를 연구하는 시민의 모임, 녹색소비자연대, 한국소비생활연구원, 한국소비자교육원, YMCA전국연맹 등 9개 회원단체와 182개 지역단체가 가입되어 있다(<http://www.consumernet.or.kr> 참조).

및 방송사업, ⑤ 소비자의 불만처리 및 피해구제 등의 업무를 추진하고 있다(소비자법 제35조). 이 중에서 소비자상담 및 피해구제와 소비자안전시책의 중점 추진을 위하여 한국소비자원에는 소비자분쟁조정위원회, 소비자안전센터 및 소비자상담실이 조직되어 있다.

## 2. 소비자분쟁 해결방법

우리나라의 소비자분쟁 해결방법은 대체적 분쟁해결제도로서 ① 소비자단체에 의한 해결, ② 사업자에 의한 해결, ③ 한국소비자원에 의한 해결, ④ 행정기관에 의한 해결, ⑤ 개별법에 의해 설치된 분쟁조정기구에 의한 해결이 있으며, 사법적 해결제도 중의 하나로 ⑥ 법원에 의한 해결이 있다. 이 중에서 대체적 분쟁해결제도인 소비자단체, 한국소비자원, 행정기관에 의한 해결절차가 「소비자기본법」에 비교적 구체적으로 규정되어 있으며, 특히 각 개별법에 의거 분쟁조정기구가 제도화되어 있는 등 행정에 의한 대체적 분쟁해결제도가 발달되어 있는 국가라고 할 수 있다.

이에 비하여 사업자 단체에 의한 분쟁해결제도는 선진국에 비하여 제도적·운영적으로 미흡하다고 볼 수 있는데, 그 이유는 그동안의 우리나라 소비자정책이 소비자보호 위주로 발전하였고 사업자들의 소비자분쟁에 대한 관심이 미약하였기 때문인 것으로 사료된다.

소비자분쟁의 해결 또는 피해구제 기준으로는 「민법」, 「상법」, 「소비자기본법」과 같은 법규범이 있으나, 재판에 의한 경우를 제외하고 다양한 소비자분쟁 사건을 각각의 개별법을 적용하여 알선, 중재, 조정 등을 하기 어려운 한계가 있다. 또한 소비자분쟁이 대부분 소액이고 신속히 해결해야 하는 특성이 있음을 종합 고려하여 「소비자기본법시행령」 제8조에 일반적인 소비자분쟁 해결기준을 규정하고 있으며, 재정경제부장관은 이 기준을 근거로 “품목별 소비자분쟁 해결기준”<sup>34)</sup>을 제정·고

시도록 하고 있다. 이에 따라 지방자치단체의 소비자상담실이나 각급 소비자단체 등은 이 기준을 적용하여 소비자분쟁을 해결하고 있다.

### 가. 소비자단체에 의한 해결

한국소비자단체협의회에 가입된 전국 규모의 9개 소비자단체와 182개 지역단체가 중심이 되어 소비자상담실이나 인터넷, 우편 등을 통해 소비자분쟁 사건을 접수받아 사실경위를 조사한 후 당사자 사이의 합의를 권고하거나 소비자에게 피해구제를 위한 정보를 제공한다. 이때 합의가 성립되지 아니한 소비자분쟁은 한국소비자원에 의뢰하여 조정하게 하거나 공정거래위원회에 등록한 소비자단체협의회에서 자율적인 분쟁조정을 할 수 있다(소비자법 제31조). 한국소비자단체협의회는 경우 자율분쟁조정위원회를 설치하여 방문판매, 전화권유판매, 사업권유거래행위, 계속거래행위, 다단계판매 등의 특수판매와 전자상거래에 관련한 소비자분쟁 사건을 위주로 합리적인 조정안과 권고안을 제시하여 당사자 사이에 원만한 합의 도출을 위해 노력하고 있다.<sup>35)</sup> 이러한 소비자단체협의회는 자율적 조정에 대하여 당사자가 수락한 경우에는 당사자 사이에 합의가 성립된 것으로 보며, 사업자가 이를 수락하지 않을 경우 공정거래위원회에 통지하며, 공정거래위원회는 해당 사업자의 범위반 사실이 밝혀지면 시정조치를 명하거나 사법적인 책임을 묻는다.

또한, 소비자분쟁 해결을 위하여 소비자단체는 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형의 피해가 발생한 경우에 개별적인 피해구제절차 없이 소비자분쟁조정위원회가 분쟁을 일괄적으로 조정하는 집단분쟁조

34) 재정경제부장관이 고시하는 소비자분쟁 해결기준에는 44개 분야 124개 품종에 대한 피해유형별 보상기준을 규정하고 있으며, 사용연한이 장기간인 자동차, 모터사이클, 보일러, 농·어업용 기기, 가전제품, 사무용 기기, 전기통신 기자재, 광학기기, 주방용품 등은 품질보증기간 및 부품보유기간이 명시되어 있다(재정경제부 고시 제2006-36호, 2005. 10. 16. 참조).

35) <http://www.amco.or.kr>.

정<sup>36)</sup>을 신청할 수 있다(소비자법 제68조). 이와 함께, 「소비자기본법」 제70조의 규정에 의한 일정한 요건을 갖춘 소비자단체는 소비자의 생명·신체 또는 재산에 대한 권익을 직접적으로 침해하고, 그 침해가 계속되는 경우에 사업자의 위법행위에 대하여 법원에 소비자권익 침해행위의 금지·중지를 구하는 단체소송<sup>37)</sup>을 제기할 수 있다(소비자법 제70조). 이와 같이 소비자단체의 분쟁해결을 위한 제도적 장치가 강화되어 앞으로 소비자의 권익신장에 크게 기여할 것으로 기대되고 있으나, 반면에 사업자의 입장에서는 소비자분쟁의 사전적 예방을 위한 노력이 그 어느 때보다 요구된다고 할 수 있다.

#### 나. 사업자에 의한 해결

사업자에 의한 소비자분쟁 해결은 개별 사업자 단위로 기업 내에 소비자상담실, 고객지원실 등과 같은 소비자상담기구를 설치하여 소비자의 불만이나 피해구제 요청에 대응하고 있다. 이와는 별도로 사업자단체 차원에서 소비자문제에 접근하기 위하여 1984년 사단법인의 형태로 각 기업의 소비자업무 담당 직원과 법인, 기관이 회원으로 참여하는 기업소비자전문가협회(OCAP: The Organization of Consumer Affairs Professionals in Business)<sup>38)</sup>가 설립되어 있다. OACP는 기업의 소비자보호 및 고객만족 활동을 체계적이고 전문적으로 실천하기 위해 소비자관련 정보의 제공

36) 집단분쟁조정이 성립된 경우, 그 조정내용은 '재판상 화해'와 동일한 효력이 있으며(소비자기본법 제67조 제4항), 소비자분쟁조정위원회는 사업자로 하여금 집단분쟁 조정의 당사자가 아닌 자로서 피해를 입은 소비자에 대한 보상계획서를 작성하여 소비자분쟁조정위원회에 제출하도록 권고할 수 있다(동법 제68조 제5항).

37) 단체소송제도는 소비자의 권익침해행위의 금지나 중지를 요구할 수 있을 뿐 손해배상 청구 등을 할 수 없으므로, 손해배상을 청구하기 위해서는 민사소송을 제기하거나 집단분쟁조정제도를 이용하여야 한다.

38) 기업소비자전문가협회(OCAP)는 2007. 7월 현재 공산품분과(8개사), 금융분과(5개사), 서비스분과(2개사), 식품분과(51개사), 유통분과(9개사), 의류분과(22개사), 전자분과(16개사), 제약분과(7개사), 화학분과(30개사) 등 9개 분과에 150개 기업이 법인 회원으로, 한국식품공업협회 등 3개 기관이 기관회원으로 가입되어 있다.

과 회원사 간 업무교류의 활성화를 주도하고 있으며, 또한 기업·소비자 단체·행정기관 간의 상호 협력과 이해증진을 위한 활동을 하고 있다.<sup>39)</sup> 그러나 OACP는 미국의 BBB와 같이 소비자분쟁에 대한 조정이나 중재 등의 활동은 하지 않고 있다.

이와 같이 우리나라는 사업자 차원의 소비자분쟁 해결은 주로 상담과 자율적 합의에 의존하고 개별기업 단위로 접근하고 있으나, 소비자분쟁의 원인 및 피해보상 기준에 대하여 당사자 간의 시각차이가 큰 특성이 있기 때문에 신속한 해결을 기대하기 어려운 한계가 있다. 그러나 정보화의 진전으로 소비자의 사업자에 대한 감시의 기회가 많아지고 2008년 1월 1일부터 「소비자기본법」에 의한 단체소송제도가 시행될 예정에 있으므로, 사업자는 소비자의 불만과 소비자분쟁의 해결을 위한 새로운 접근방안을 강구할 시점에 와 있다고 사료된다.

#### 다. 한국소비자원에 의한 해결

한국소비자원은 각급 중앙행정기관, 지방자치단체, 소비자단체, 사업자로부터 의뢰받거나 소비자상담실에서 직접 접수받은 소비자분쟁사건에 대하여 적절한 정보를 제공함으로써 소비자불만을 처리하거나 관련 기관을 알선하는 방법으로 해결을 도모한다. 또한 한국소비자원은 당사자 간에 피해보상에 관한 합의를 권고할 수 있으며, 피해구제의 신청을 받은 날로부터 30일 이내 또는 피해의 원인규명 등에 상당한 시일이 요구되는 사건의 경우에는 60일 이내에 합의가 이루어지지 않을 때에는 소비자분쟁조정위원회에 조정을 신청하여야 한다(소비자법 제55조, 제57조, 제58조).

소비자분쟁조정위원회는 소비자와 사업자 간에 발생한 분쟁을 조정하는 기구로서, 위원장 1인을 포함한 50인 이내의 상임(2명) 및 비상임

39) <http://www.ocap.or.kr>.

위원으로 구성되어 있으며, 소비자분쟁 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 분야별 전문위원회를 두고 있다(소비자법 제60조 및 제61조). 소비자분쟁조정위원회는 당사자나 관련 행정기구 또는 단체가 분쟁의 조정을 신청한 사건에 대하여 10일 이내의 기간을 정하여 분쟁당사자에 대하여 보상방법에 대한 합의를 권고할 수 있으며(소비자법 시행령 제37조), 분쟁당사자 간의 합의가 성립되지 아니한 때에는 위원장·상임위원·회의마다 지정하는 5인 이상 9인 이하의 비상임위원으로 구성하는 소비자분쟁조정위원회 회의를 개최하여 위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 조정을 결정한다(소비자법 제63조). 이때 필요한 경우에는 한국소비자원장에게 전문적인 시험·검사·조사를 의뢰할 수 있으며, 또한 전문위원회의 자문을 받거나 이해관계인·소비자단체·관계기관의 의견을 들을 수 있다(소비자법 제65조). 이와 같은 절차에 의한 조정 결정을 당사자가 수락한 때에는 그 분쟁조정 내용은 재판상 화해와 동일한 효력이 있다(소비자법 제67조).

또한 소비자분쟁조정위원회는 국가, 지방자치단체, 한국소비자원, 소비자단체, 사업자로부터 소비자의 피해가 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형으로서 피해소비자가 50인 이상이고 사건의 쟁점이 공통되는 사건에 대한 집단분쟁조정을 의뢰받은 때에도 조정을 한다. 집단분쟁조정 내용을 사업자가 수락한 경우에는 소비자분쟁조정위원회는 사업자에게 집단분쟁조정의 당사자가 아닌 자로서 피해를 입은 소비자에 대한 보상계획서를 작성하여 제출하도록 권고할 수 있다(소비자법 제68조). 이와 같은 집단분쟁조정 제도는 소송으로 인한 부작용을 방지하고, 소액 다수 피해 발생이라는 특성을 지닌 소비자문제를 보다 일괄적이고 효율적으로 해결할 수 있는 제도이다. 그러나 소비자분쟁조정위원회의 조정 에 대하여 당사자 일방 또는 쌍방이 수락하지 않으면 구속력을 가질 수 없기 때문에 민사소송절차에 따른 법원의 판결에 의존하게 된다.

그리고 한국소비자원은 피해구제신청사건을 처리함에 있어서 당사

자 또는 관계인이 법령을 위반한 것으로 판단되는 때에는 관계기관에 이를 통보하고 적절한 조치를 의뢰하여야 한다(소비자법 제56조). 이상에서 살펴본 바와 같이 한국소비자원의 소비자분쟁의 해결에 대한 기능은 제도적으로 크게 강화되었다고 할 수 있다.

소비자분쟁의 합리적인 조정은 사업자와 소비자 모두에게 신뢰를 얻게 되고, 나아가 사업자에게는 공정한 상거래질서를 구축케 하고 소비자에게는 자율적인 책임의식을 강화케 하는 효과를 거두게 된다. 이를 위해 소비자분쟁조정위원회의 위원은 소비자분쟁에 관하여 객관적인 위치에 있는 자로 구성하는 것이 합리적이라 할 것임에도, 소비자기본법 제60조 제2항에서 위원의 자격을 ① 대학, 연구기관에서 소비자권의 관련분야 전공자, ② 4급 이상의 공무원 또는 공공기관의 직원으로서 소비자권익과 관련된 업무의 경력자, ③ 판사, 검사, 변호사, ④ 소비자단체의 임원, ⑤ 사업자 또는 사업자단체의 임원, ⑥ 그 밖에 소비자권익과 관련된 학식과 경험이 풍부한 자로 규정하고 있다. 이와 같이 6개의 위원 자격 중 4개의 위원 자격이 소비자권익과 관련되거나 소비자단체의 임원으로 규정되어 위원의 구성비가 소비자에 치중되어 있으므로, ①, ②, ⑥의 규정 중 “소비자권익 관련”을 “소비자행정 관련 또는 소비자분쟁 관련”으로 수정할 필요가 있다고 판단된다.

## 라. 행정기관에 의한 해결

행정기관에 의한 소비자분쟁의 해결방법은 소비자보호행정을 통한 사전적인 방법과 알선·중재 등 행정지도를 통한 사후적 방법이 있다. 행정기관은 「소비자기본법」을 비롯한 관계법령에 규정된 바에 따라 사업자에게 구체적인 의무를 부과하고, 그러한 의무를 위반한 때에는 행정처분이나 벌칙을 부과함으로써 소비자의 개별적 피해를 사전에 예방할 수 있다는 점에서 중요한 소비자분쟁 해결기관이라고 할 수 있다. 또한 중앙행정기관은 산하 기관·단체로 하여금 소비자보호센터

를 운영케 하거나, 개별 법률에 따라 관련 분야에 대한 조정위원회를 구성·운영하는 방법으로 소비자분쟁의 해결에 나서고 있다.

지방자치단체는 소비자보호조례의 규정에 따라 소비자의 불만이나 피해를 해결하기 위하여 소비생활센터·소비자보호센터 등의 명칭으로 소비자상담기구를 설치하여 소비자분쟁에 대한 상담·구제·교육·정보제공·합의의 주선 또는 권고 등의 기능을 수행하고 있다. 지방자치단체가 소비자분쟁을 해결함에 있어서 전문적인 시험·검사가 필요하거나 합의 권고안에 대해 당사자가 수락하지 않을 경우에는 한국소비자원에 그 처리를 의뢰할 수 있다(소비자법 제55조).

#### 마. 분쟁조정기구에 의한 해결

『소비자기본법 시행령』 제8조의 규정에 의해 재정경제부장관이 고시하는 소비자분쟁해결기준에 명시된 업종(품목)을 제외한 업종이나 전자상거래 등과 같은 특수한 상거래로 인한 소비자분쟁은 『소비자기본법』에서 정한 방법 이외에 개별법에 의한 분쟁조정위원회<sup>40)</sup>의 조정에 의한 방법으로도 해결된다.

산업자원부는 『전자거래기본법』 제32조에 의거 전자상거래에 관한 분쟁을 조정하는 전자거래분쟁조정위원회를 운영하고 있으며, 정보통신부는 『정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률』 제33조에 의거 개인정보에 관한 분쟁을 조정하는 개인정보분쟁조정위원회를 운영하고 있다. 『금융감독기구의 설치 등에 관한 법률』 제24조의 규정에 의거 특수법인으로 설립된 금융감독원은 소비자보호센터를 설치하여

40) 분쟁조정위원회의 개별법에 의해 설치되는 준정부조직의 성격을 띠고 있으며, 준정부조직을 집행조직(executive bodies), 자문조직(advisory bodies), 준사법조직(tribunals)으로 분류하면(John Greenwood & David Wilson, *Public Administration in Britain Today*, Unwin Hyman, 1990, 210면), 소비자분쟁 관련 조정위원회는 소비자와 사업자간의 거래관계에서 분쟁을 조정하기 때문에 준사법조직으로 분류될 것이다(백병성, 앞의 논문, 43면).

금융소비자보호를 위한 금융민원상담 업무를 수행하면서, 동법 제51조에 의거 금융분쟁조정위원회를 설치하여 금융기관과 예금자 등 금융수요자 기타 이해관계인 사이에 발생하는 금융관련 분쟁을 조정하고 있다.<sup>41)</sup> 또한, 의료행위로 인하여 생기는 분쟁을 조정하기 위하여 「의료법」 제70조에 의거 보건복지부에 중앙의료심사조정위원회를, 시·도에 지방의료심사조정위원회를 설치·운영하고 있다.

#### 바. 법원에 의한 해결

소비자분쟁으로 인하여 피해를 입은 소비자가 최종적으로 구제받을 수 있는 절차는 당해 사업자를 상대로 법원에 소송을 제기하는 방법이다. 그러나 이 구제방법은 그 절차가 복잡하고 소송에 드는 시간과 비용 등을 감안할 때 소액다발 피해라는 소비자피해의 특성에 비추어 쉽게 이용할 수 있는 제도가 아니다. 이러한 문제를 해소하기 위하여 「소비자기본법」에 단체소송제도가 도입되었으며, 이 밖에 사법적인 방법으로 소비자분쟁을 보다 쉽게 해결할 수 있는 「소액사건심판법」에 의한 소액사건심판제도(少額事件審判制度)와 「민사조정법」에 의한 민사조정제도(民事調停制度)가 있다.

소액사건심판제도는 소송물 가액이 2,000만 원을 초과하지 아니하는 금전 기타 대체물, 유가증권의 일정한 수량의 지급을 목적으로 제1심의 민사소송을 간이절차에 따라 신속히 처리할 수 있는 제도이다(소액사건심판법 제1조 및 제2조 참조). 심판의 청구는 소장뿐만 아니라 구두로도 가능하고, 당사자 쌍방이 임의로 법원에 출석하여 소송에 관해 변론할 수 있다(동법 제4조 및 제5조 참조). 판사는 제소 내용에 대해 지체 없이 피고에게 송달하고, 피고는 그 송달을 받은 날로부터 10일 이내에 원고의 주장에 대한 답변, 증거방법 및 그 입증취지를 명시한 답변서를

41) 금융분쟁조정위원회 회의는 은행·증권분야와 보험분야로 나누어 각각 매월 1회 개최하는 것을 원칙으로 하고 있다(금융감독원, 「민원백서」, 2006. 3, 50면).

제출하여야 한다. 신속한 절차의 진행을 위해 판사는 1회의 변론기일로 심리를 종결하고 필요한 경우 근무시간외 또는 공휴일에도 개정할 수 있다(동법 제7조 및 제7조의2 참조).

민사조정제도는 민사에 관한 분쟁을 조정담당판사 또는 법원에 설치된 조정위원회로 하여금 분쟁의 당사자로부터 각자의 주장을 듣고 관계 자료 검토와 제반 사정을 참작하여 당사자들이 서로 양보하고 타협하여 합의하도록 주선, 권고함으로써 화해에 이르게 하는 방법이다(민사조정법 제1조 및 제7조 참조). 이러한 과정을 거쳐 당사자 사이에 합의된 조정은 재판상 화해와 동일한 효력이 있다(동법 제28조 및 제29조 참조).

## V. 사업자의 소비자분쟁 해결 활성화 방안

### 1. 사업자의 소비자분쟁 해결의 필요성

앞에서 살펴본 바와 같이 우리나라는 다양한 방법에 의하여 소비자분쟁을 해결하고 있으나, 법원에 의한 해결을 제외하고 운영적인 측면과 제도적인 측면에서 사업자 스스로의 분쟁해결 필요성이 적극 요구되고 있다.

먼저 운영적인 측면으로서, 각급 소비자단체 및 행정기관과 한국소비자원은 소비자상담 기능 이외에 분야별 분쟁조정위원회를 설치·운영하는 등 적극적으로 활동하고 있는 반면, 사업자는 주로 소비자상담에 치중하고 소비자분쟁 해결에는 소극적으로 접근하고 있다. 이러한 이유는 소비자분쟁의 한 당사자임에도 불구하고 사업자가 소비자분쟁을 바라보는 문제의식이 미약하였고, 또한 소비자분쟁이 발생하였을 때에는 당사자 간의 화해로 처리하거나 제3의 기관·단체를 통한 피동적인 해결방법에 의존하였기 때문이다. 이에 따라 분쟁해결 과정에서 사업자의 의견을 제대로 반영할 수 없었고, 또한 소비자분쟁의 원인을 기업경영

에 신속히 반영·개선할 수 없는 문제도 있었다.

다음 제도적인 측면으로서, 사업자의 소비자분쟁 해결과 관련하여 「소비자기본법」에 새로이 규정된 사항들을 보면, 사업자 및 사업자단체는 소비자로부터 제기되는 의견 등을 기업경영에 반영하고 소비자 피해를 신속히 처리할 수 있도록 소비자상담기구를 설치하고 전담직원의 배치에 노력할 것을 규정하고 있다(제53조). 이에 따라 앞으로 사업자 차원의 소비자상담이 제도화되어 활성화될 것으로 기대되고 있으나, 소비자단체도 운영할 수 있는 자율적인 소비자분쟁 해결에 관한 사항은 규정되어 있지 않아 소비자분쟁을 적극적으로 해결할 수 없는 한계가 있다. 또한 정보통신·건설·자동차·여행업 등과 같이 동일한 피해가 많이 발생할 수 있는 분야에서 피해를 입은 소비자들이 50명이 모여서 사업자를 상대로 집단분쟁조정을 신청할 수 있는 집단분쟁조정제도가 신설되었는데(제68조), 이 경우 소비자가 분쟁조정 내용을 수락하지 않을 때에는 소비자단체 등을 통하여 단체소송을 제기할 수 있도록 규정하고 있다(제70조).

이에 따라 기업들은 앞으로 집단분쟁조정이나 단체소송이 많이 제기될 것을 우려하고 있는데, 사업자도 변화된 여건에 부응하여 보다 적극적으로 소비자분쟁해결에 나서야 하며, 이를 위한 제도적 장치를 마련할 필요가 커지고 있다. 사업자 차원의 소비자분쟁해결은 소비자로부터 불신의 소지도 있겠으나, 사업자가 주축이 되어 소비자분쟁을 신속하고 공정하게 해결하게 되면 소비자로부터 신뢰를 얻게 되고 사업자도 소비자분쟁 해결에 소요되는 비용과 시간을 절약할 수 있는 장점이 있다.

## 2. 사업자의 소비자분쟁 해결 활성화 방안

사업자가 소비자분쟁을 어떻게 인식하고 있는가의 문제는 소비자분쟁 해결을 위한 근본적인 과제가 된다. 따라서 사업자는 지금까지 소비자

분쟁 해결에 관하여 피동적인 전략에서 전환하여 소비자분쟁을 보다 능동적으로 해결할 수 있는 방안을 강구하여야 한다. 이를 위해서는 미국의 거래개선위원회(BBB)와 독일의 상공회의소나 각종 동업조합의 조정센터와 같은 전문적이고 객관적인 분쟁해결단체를 설치하는 방안이 효율적이라고 판단된다. 사업자 차원의 소비자분쟁해결단체 설치 방안을 제시하면 다음과 같다.

#### 가. 전국경제인연합회의 소비자기구 설치·운영

전국경제인연합회<sup>42)</sup>가 주도가 되어 회장 산하에 소비자상담 및 분쟁 해결기구를 설치하여 각 업종별로 분과위원회를 두어 운영하며, 이를 위해 연합회 정관에 “소비자상담 및 소비자분쟁 해결에 관한 사항”을 추가로 규정하는 방안이다. 이 방안은 우리나라의 대기업이 모두 참여하게 되어 소비자분쟁의 주요 대상이 되는 상품과 서비스로 인한 분쟁을 해결할 수 있으며, 분쟁해결과정에서 도출된 문제점 등을 기업경영에 신속히 반영할 수 있어 소비자분쟁을 예방할 수 있는 장점이 있다. 다만, 전국경제인연합회는 사실상 대기업 위주로 구성되어 있어 여기에 참여하지 않는 중소기업의 상품이나 서비스는 분쟁해결 대상에서 제외되는 문제점이 있다. 또한, 일부 국민들의 대기업에 대한 부정적 인식에 의해 전국경제인연합회 주도의 소비자분쟁 해결에 대한 소비자들의 신뢰가 낮을 수 있으므로, 업종별 분과위원회에 전문적 식견이 있는 자와 소비자단체를 같이 참여시켜 공정하게 운영하여야 한다.

#### 나. 경제단체 연합의 소비자분쟁해결단체 설립·운영

우리나라의 대표적인 경제단체인 전국경제인연합회·대한상공회의

42) 전국경제인연합회는 업종별 경제단체 및 생산업에 종사하는 대기업으로 구성된 종합적 경제단체로서, 1961년 사단법인으로 발족하였으며, 2007년 현재 일반회원 352개사, 단체회원 63개사, 명예회원 4개사 등 총 419개사가 회원으로 가입되어 있다.

소<sup>43)</sup>·중소기업협동조합중앙회<sup>44)</sup>가 주축이 되어 공정거래위원회에서 사단법인 설립허가를 받아 소비자분쟁해결단체를 운영하는 방안이다. 새롭게 설립되는 법인의 당연직 회원으로 전국경제인연합회, 대한상공회의소, 중소기업협동조합중앙회의 모든 회원이 가입하도록 하고, 주요 기능으로는 소비자상담, 소비자분쟁 해결 및 소비자 관련 정보를 수집·제공하는 역할을 수행하도록 하여야 한다. 아울러 경제단체 연합의 소비자분쟁해결단체도 소비자들의 신뢰를 증진시키는 일이 중요한 과제가므로 소비자분쟁 해결의 전문성과 객관성을 확보하는 일이 중요하다.

이러한 경제단체연합의 소비자분쟁해결단체의 설립·운영방안은 실질적으로 업무 관할이 되는 상품 및 서비스의 종류가 많다는 장점이 있으며, 반면에 기존 경제단체들의 협력 여부에 따라 법인 설립이 유동적일 수 있는 문제점이 있다.

#### 다. 기업소비자전문가협회의 조직·기능 확대

사업자단체 차원에서 소비자문제에 접근하기 위하여 1984년 사단법인으로 설립된 기업소비자전문가협회(OCAP)는 현재는 기업에게 소비자 관련 정보 제공 등을 하고 있을 뿐, 미국의 BBB와 같이 소비자분쟁에 대한 조정이나 중재 등의 활동은 하지 않고 있다. 그러나 사업자 차원의 소비자분쟁 해결의 필요성과 중요성이 높아지고 있으므로, 우리나라에서 소비자분쟁의 대상이 되는 상품과 서비스를 제공하는 모든 기업이 참여하여 소비자상담 및 소비자분쟁을 해결할 수 있도록 정관을 개정하

43) 상공회의소는 「상공회의소법」에 의거 상공업자의 경제적·사회적 지위 향상과 상공업의 경쟁력 강화를 위하여 1984년 특수법인으로 설립된 경제단체로서, 2007년 현재 전국에 70개의 상공회의소가 있으며 총 회원은 3만 5000여 개인 및 법인이다.

44) 중소기업협동조합중앙회는 업종별로 조직화된 각급 협동조합을 중심으로 전체 중소기업의 이익을 대변하기 위하여 1962년 「중소기업협동조합법」에 의거 특수법인으로 설립된 경제단체로서, 2007년 현재 제조업·광업·도소매업·서비스업·기타의 5개 분야에 걸쳐 826개 조합과 67,888명의 조합원이 참여하고 있다.

여야 한다. 그리고 법인의 기능 및 조직을 개편하되 사업자뿐만 아니라 각종 상품 및 서비스의 분야별 전문가, 소비자단체를 참여시켜 분쟁해결의 전문성, 공정성을 확보하여야 한다.

기업소비자전문가협회는 경제단체가 아니므로 다른 경제단체 주도의 분쟁해결기구보다 객관성을 확보할 수 있으며, 공정하고 합리적인 소비자분쟁 해결에 나서게 되면 성숙된 국민의식에 의해 공신력을 인정받을 수 있는 장점이 있다. 또한 기업소비자전문가협회는 이미 조직되어 있어 관련 기구 및 기능 확대를 통해 가장 빠르게 소비자분쟁해결단체로 육성시킬 수 있으므로, 기업체와 경제단체의 적극적인 참여를 위한 제도적 보완대책이 검토되어야 한다.

#### 라. 권역별 상공회의소의 소비자문제 취급

『상공회의소법』에 의해 권역별로 설치되어 있는 70개의 상공회의소에서 상공업분야의 소비자문제를 취급토록 하는 방안으로서, 이를 위해서는 동법 제3조(사업)에 “상공업의 소비자상담 및 소비자분쟁 해결”을 추가로 규정하여 법적 근거를 보완하여야 한다. 권역별 상공회의소는 지역의 상공업체가 회원으로 구성되어 있어 지역에서 생산하는 상품에 대한 접근도가 높아 소비자의 불만을 해결하기 쉬운 장점이 있는 반면, 권역별 상공회의소를 운영하는 사무국의 규모가 작아 독자적으로 소비자상담과 소비자분쟁을 해결할 수 없는 한계가 있다. 이러한 한계를 보완하기 위해서는 광역 또는 기초자치단체의 소비자센터와 협조체제를 구축하는 것이 필요하다.

### 3. 소 결

사업자 차원의 소비자상담 및 소비자분쟁 해결의 활성화를 위하여 네 가지의 방안을 제시하고, 각 방안의 장·단점을 검토하였다. 검토 결과

우리나라의 소비자들이 일부 대기업에 대한 부정적인 인식이 상존해 있고 선진국과는 달리 사업자단체의 소비자분쟁 해결방안이 새롭게 제시되는 점 등을 고려할 때 기업소비자전문가협회의 기구와 기능을 확대하여 운영하는 방안이 가장 효율적이라고 판단된다. 또한 이 방안은 미국의 BBB의 사례에서 보듯이 선진국으로 진입하고 있는 우리나라에서도 사업자 차원의 소비자분쟁 해결단체의 설립 필요성에 대한 공감대 형성이 용이하고, 국민적인 신뢰를 빠르게 확보할 수 있을 것으로 기대된다.

그리고 사업자의 소비자분쟁 해결단체에 의한 소비자분쟁 해결도 공신력을 확보할 수 있도록 법적 근거를 보완할 필요가 있다. 소비자기본법 제31조에는 공정거래위원회에 등록한 소비자단체의 협의체는 소비자 불만 및 피해의 자율적인 분쟁조정을 할 수 있고, 그 조정에 대하여 당사자가 수락한 경우에는 당사자 사이에 합의가 성립된 것으로 규정되어 있는데, 사업자단체가 설립한 소비자분쟁 해결단체의 협의체도 공정거래위원회에 등록하고 자율적인 분쟁조정을 할 수 있도록 「소비자기본법」 제29조 내지 제31조를 개정하여야 한다.

## VI. 결 언

소비자 주권의 자주적 확립을 입법목적으로 하는 「소비자기본법」의 개정으로 우리나라의 소비자행정은 새로운 전기를 맞이했다. 소비자주권은 소비자 스스로가 상품과 서비스에 대한 정확한 정보를 바탕으로 구입하고, 구입한 결과에 대해서는 책임을 지는 것에서부터 출발한다. 그리고 사업자가 제공한 정보의 내용이 잘못되었거나 그 정보의 내용대로 공급이 이루어지지 않았을 때에는 피해구제나 시정을 요청하고, 사업자로부터 피해구제 또는 시정조치를 받아 낼 수 있어야 한다. 그러나 소비자가 사업자를 상대로 피해구제와 시정조치를 받아내기에는 어려

움이 있으며, 이러한 한계를 보완하기 위해 소비자단체가 활동하고 있다. 그러나 소비자단체의 활동 중에서 소비자분쟁의 해결은 단체별 전문능력에 따라 실적의 차이가 크며,<sup>45)</sup> 소비자분쟁 해결을 위한 전문능력을 구비한 단체도 적은 것이 현실이다. 특히 사업자는 소비자분쟁의 한 당사자임에도 불구하고 분쟁 발생시 관련 기관·단체의 해결에 의존할 뿐 사업자 스스로 해결하려는 노력이 부족한 문제점이 상존해 있다.

이러한 문제점에 대한 대책을 검토하기 위하여 본 연구에서는 주요 선진국 및 우리나라의 소비자분쟁 해결실태를 비교 분석하였다. 이를 바탕으로 사업자가 능동적으로 소비자분쟁을 해결할 수 있는 네 가지 대안을 제시하였으며, 이 중에서 기업소비자전문가협회의 기구와 기능을 확대 운영하는 방안이 가장 효율적이라고 제안하였다. 이러한 대안들은 보다 심층 연구되고 제도화되면 소비자의 불만이 발생하지 않도록 사업자가 자율적으로 규제하는 효과를 거양하게 될 것이며, 나아가 소비자와 사업자 간에 신뢰하는 상거래질서를 확립하는 지름길이 될 것이라고 사료된다. 다만, 본 연구를 통하여 도출한 『소비자기본법』상의 일부 제도적인 문제점에 대하여는 추가적인 연구를 통하여 정책적 대안을 제시하고자 한다.

(투고일 2007년 7월 24일, 심사일 2007년 7월 29일, 게재확정일 2007년 8월 3일)

**주제어 :** 소비자분쟁, 소비자기본법, 소비자보호, 대체적 분쟁해결제도, 사업자  
단체 분쟁해결

45) 2007년 1월 1일~8월 31일 기간 중 인터넷을 이용한 소비자상담실적은 한국소비자연맹(본부: 서울) 6,049건, 대한주부클럽연합회 2,976건, 소비자문제를연구하는시민의모임 1,214건, 한국YMCA전국연맹 687건, 전국주부교실중앙회 564건, 한국소비생활연구원 174건, 녹색소비자연대 93건으로 나타났다.

[Abstract]

## A Study on the Businessman's Promoting Resolution in Commercial Transaction Dispute

Dong-Kyun Kim\*

There occurs the paradigm shifts from consumer protection to the consumer sovereignty and the whole text of The Consumer Protection Act has been revised to The Consumer Law which are now in action from March 28, 2007. But as we study the regulations in the commercial transaction dispute, there are found details in regulations on behalf of groups of consumer but less details on the groups of corporations, except the preventative duties of the groups of corporations in regulations. And also there are no valid regulations for business judicial orders against consumers' unfair claims of withdrawal such as those in The Consumer Protection Law in e-Commercial Transaction.

The purpose of our research is as follows: first we review the resolution methods of consumer transaction disputes in the United States, Germany and Japan. Second, we compare ADR(alternative dispute resolution) and JDR(judicial dispute resolution) for the resolution in the commercial transaction disputes. Third, we suggest the needs to establish the professional and fair groups for commercial transaction disputes such as trade associations' mediation centers, BBB(Better Business Bureau) in the United States and the chamber

---

\* Deputy Director, Road and Railway Division; Doctor Course, College of Law, Konkuk University Graduate School

of commerce and industry in Germany.

The results are as follows: i) the establishment and enforcement of the consumer association in The Federation of Korean Industries, ii) the establishment and enforcement of trade associations(economic organizations)'s resolution groups for commercial disputes, iii) promotion of the organic functions of OCAP(The Organization of Consumer Affairs Professionals in Business) iv) Regional CCI's involvements in managing consumer disputes. Among the above results, we need the effective method of promoting the organic functions of OCAP in considering that our domestic consumers has the negative opinions against the some big corporations and has different suggestions for business group's commercial transaction dispute. We suggest the revision of the 29th or the 31st in The Consumer Law in order to mediate.

Our suggestions need to be more researched and enforced, then make effects on business groups' own regulation for occurring no consumers' claims and provide shortcuts to establish the commercial morals based on mutual trust between consumers and business. However, the alternative policy suggestion will be provided with more research on the institutional problems in The Consumer Law found in our study.

**Key Words** : commercial transaction dispute, The Consumer Law, consumer protection, ADR(Alternative Dispute Resolution), groups of corporations resolution