

**소비자 대상 사기성 거래
예방을 위한 방안 연구**

**소비자 대상 사기성 거래
예방을 위한 방안 연구**

치안정책연구소 정책기획연구실

선임연구관 백 병 성

목 차

I . 서론	1
II . 이론적 배경	4
1. 특수거래 방식	4
가. 특수거래의 의의	4
나. 특수판매유형과 소비자 상담현황	5
다. 특수판매에서의 청약철회	11
2. 소비자대상 사기성 거래	12
가. 사기성 거래의 개념	12
나. 사기성거래의 특징	13
다. 경제범죄로서 소비자대상 사기성 거래	14
3. 사기성 거래의 발생원인	16
III . 사기성 거래 소비자피해 현황과 문제점	19
1. 특수판매 관련 소비자피해 현황	19
가. 특수거래 품목 및 신청이유별 현황	20
나. 처리결과	22
2. 사기성 거래 현황	22
가. 사기성 거래의 대상 품목 및 이유	24
나. 사기성 거래의 주요 사례	25
3. 사기성 거래에 대한 대응	28
가. 한국소비자원	28

나. 공정거래위원회	31
다. 경찰 및 검찰	33
라. 외국의 소비자대상 사기거래에 대응	35
4. 사기성 거래의 문제점	38
가. 소비자피해의 확산	38
나. 미미한 처벌	39
다. 대응체계의 미비	39
IV. 사기성 거래의 소비자피해 예방 방안	40
1. 사기성 거래행위 예방을 위한 법제도 정비	40
가. 통신판매중개업자의 책임 문제	40
나. 사기성 거래에 대한 행정명령제 도입	41
다. 실효성 있는 민사제재	42
2. 법집행의 엄격성	44
3. 경찰의 대응방안	45
가. 모니터링 활동 강화	45
나. 공동 대응시스템 구축	46
V. 결론	47
<참 고 문 헌>	49

표 목 차

<표 1> 판매 유형별 상담 접수 현황	10
<표 2> 철회의 기간 및 효과	12
<표 3> 판매방법별 피해구제 현황	20
<표 4> 특수판매 피해구제 신청이유별 변화추이	21
<표 5> 판매방법별 사기성 거래 분포	23
<표 6> 청구이유별 사기성 거래 분포	24
<표 7> 소비자피해예방 주의보 발령 현황	29
<표 8> 연도별 위법사실 통보	29
<표 9> 경찰관서에 통보한 위법사건	30
<표 10> 공정거래위원회의 연도별 처벌현황	32
<표 11> 방문판매법 위반 범죄 발생 및 검거현황	34
<표 12> 방문판매법 위반 기소율	35
<표 13> 소비자 과수꾼에 접수된 소비자불만 현황	36

그 림 목 차

<그림 1> 전자상거래와 통신판매의 관계	8
------------------------------	---

I. 서론

과학과 통신의 발달에 따라 유통과 거래방식에도 많은 변화를 가져왔다. 특히 정보화의 진전은 정상적인 의사소통을 촉진시키기도 하지만, 한편으로는 소위 정보비대칭성을 촉진시킨다. 정보비대칭적 상황에서, 정보량이나 정보운용 능력이 큰 판매자는 그렇지 못한 소비자에게 정보를 조작하거나 감추는 기회주의적 행동을 하고 그 결과 지나친 이익을 실현할 수 있다¹⁾. 시장에서 소비자가 피해를 입고 손해를 보게 되는 것은 근본적으로 정보의 불균형에서 비롯된다. 사기성 거래도 마찬가지이다.

사업자는 시장에서 치열한 경쟁에 대응하기 위해 다양한 판매수법을 동원한다. 시장에서 소비자를 유인하는데 과장 광고나 허위 표시를 통해 사기성 거래행위가 빈번하게 발생하여 많은 소비자들이 피해를 입고 있는 것이 현실이다. 2002년 발생한 하프플라자 사건의 경우 6개월간 15만 명에게 피해액이 300억 원에 이르는 사기 사건이었고, 2002년 할인회원권과 관련하여 약 7만 명에게 3백 91억 원에 이르는 사기사건으로 25개 업체 대표가 구속되었다. 또 2005년에는 차량네비게이션을 매개로 1백 억원대 사기혐의로 20개 업체 대표가 입건되었고, 2011년 5월에는 일명 ‘거마대학생’ 사건이 발생했는데 다단계 업체들이 5,000여명의 대학생들을 합숙시키면서 비싼 물건을 팔기 위해 대출을 받도록 하는 수법으로 부당 이득을 챙긴 것으로 나타났고, 2011년 11월에는 울산판 ‘거마대학생’ 다단계 사기 사건이 발생하여 2만 여명의 대학생이 피해를 입은

1) Oliver E. Williamson, 1985), The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, and Relational Contracting: New York: The Free Press.

사건이 발생했다. 이렇게 소비자를 대상으로 한 사기사건은 계속되고 있다.

이에 대해 공정거래위원회 등 소비자문제 담당주무부처에서는 사업자의 사기행위나 기만적인 상행위로 인한 국민들의 피해를 예방하기 위하여 소비자를 대상으로 홍보활동과 동시에 해당 사업자에 대해서는 과징금 등을 부과하고 있지만 근절되지 않고 있다. 공정거래위원회는 매년 1개월간 「사기피해방지의 달」로 정하여 국제적인 캠페인에 참여하고 활동하는 등 수시로 문제가 되는 품목이나 업종에 대해 ‘소비자주의보’ 또는 ‘경보’로서 소비자의 주의를 환기하고 있다.

사기성 거래행위는 반복적으로 소비자의 재산적 피해를 유발시키고 형법상의 사기범죄와 연결될 수 있으므로 피해 확산을 위해서는 무엇보다 조기 대응이 중요하다. 소비자를 대상으로 한 범죄로는 신체, 생명을 해하는 죄, 또는 경제적 이익을 침해하는 죄 등으로 나눌 수 있는데, 소비자를 대상으로 한 사기성 거래는 후자에 속한다. 소비자대상 주요 사기 유형은 다단계판매 사기, 미끼상술 사기, 방문판매 사기, 금융사기, 인터넷 사기, 부업상술 사기 등 다양하게 나타나고 있다.

사기성 거래행위가 문제되는 것은 소비자와 거래 후 사회문제화 될 쯤에는 사이트를 폐쇄하거나 사업자와 연락두절 등으로 사업자와 접촉 자체가 어려워 피해를 입은 소비자는 보상받을 길이 없는 경우이다.

본 보고서의 목적은 소비자거래에서 발생한 소비자피해 중 사기성이 있는 거래를 대상으로 피해의 예방방안을 강구하는 것이다. 이와 같은 목적을 달성하기 위해 연구의 범위는 소비자를 대상으로 한 사기성 거래를 중심으로 했다. 소비자대상 사기성 거래는 그 영역이 방대하다. 그중에서도 소비자 대상 사기성 거래가 빈발하는 부분을 중심으로 했는데, 거래수단에 있어 특수판매방식에 의한 사기성 거래를 범위로 했다. 특수판매행위의 유형에는 방문판매, 다단계판매, 전화권유판매, 계속거래, 사업권유거래 및 전자상거래가 있다. 이외에 할부거래도 특수판매방식으로

포함하기도 하지만, 본 보고서는 할부거래에 의한 방식을 제외한 특수거래방식에 의한 사기성 거래 피해를 중심으로 했다.

본 연구를 위해 내용분석방법을 사용한다. 즉 문헌이나 자료를 확인하여 진의를 추론하고자 한다. 연구의 객관성을 위해 소비자피해 현황 및 관련사건 처리의 객관적인 자료를 중심으로 했다. 우리나라 소비자문제 전문기관인 한국소비자원이 처리한 소비자피해사건 중 특수판매방식에 의해 발생한 소비자피해를 중심으로 했다. 또 공정거래위원회, 경찰청 및 검찰청에서 처리한 관련 법령위반 사건을 대상으로 했다. 그리고 이것을 토대로 문제점을 발굴하고 외국의 사례 등을 참고하여 소비자피해를 예방하고 해결방안을 모색했다.

피해내용의 조사대상 기간은 2002년부터 2010년까지 발생한 사건자료의 획득 가능한 자료를 활용하되, 직접적인 사기성 피해 자료는 2010년 1월부터 2월까지 사기성 거래라고 판단되는 166건을 대상으로 했다. 연간 통계가 있으면 보다 객관적인 분석이 가능하나 사기성거래로 발표된 자료에 국한해서 분석했다. 또 범위반 사실에 대해 정부의 처벌, 조사 등은 2006년부터 2010년까지 실적을 대상으로 했다.

II. 이론적 배경

1. 특수거래 방식

가. 특수거래의 의의

특수거래는 일반적인 매장판매와 달리 통상의 영업장소가 아닌 곳에서 통상의 영업 방법이 아닌 수단을 이용하여 판매하는 거래 유형의 총칭으로 소비자는 이에 충동구매 등의 개연성과 피해의 위험에 노출되는 경우가 많다.

방문판매, 통신판매, 전자상거래, 전화권유, 다단계판매, 할부거래 등을 일컫는다. 이들 판매는 「방문판매 등에 관한 법률」(이하 ‘방문판매법’이라함)과 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘전상법’이라함), 「할부거래에 관한 법률」에 의해 일정하게 소비자를 보호하고 있다.

이러한 특수판매는 사업자의 부당한 판매행위 빈발과 강매 또는 충동구매의 유발 및 허위·과장 광고, 계약체결 과정에서 기만성, 피해구제 소홀 등으로 인하여 소비자피해가 유발되고 있어 민법만으로는 실효성 있는 구제가 미흡하다. 이러한 소비자피해는 특히 노인, 부녀자, 청소년 등 취약계층의 인지 및 계약능력 부족에 의해 그 피해가 크게 발생하는 경우가 많다.

특수거래에 의한 소비자피해를 예방하기 위하여 정부는 방문판매법을 제정하여 운영하고 있다. 소비자를 특별히 보호하는 방안으로 사업자에

게 다양한 책임을 부과하고 있는데, 그것은 표시·광고시 일정부분의 표시 의무, 계약서 교부의무, 손해배상 청구액 제한 등이다. 그럼에도 충동구매로 인한 소비자피해를 보호하기 위하여 민법에서 인정하지 않는 ‘청약 철회권’을 소비자에게 부여하고 있다. 그 외에도 사업자의 신고의무 또는 등록제, 허위신고 등의 경우 영업정지, 부정한 방법으로 등록시 등록 취소, 과태료 부과 등의 행정규제를 실시하고 있다.

특수판매의 소비자보호규정이 적용 대상에서 제외되는 경우가 있다. 이것은 상품과 용역의 성질상 방문판매법을 적용하는 것이 적당하지 아니한 것, 농·수·축·임·광산물로서 제조업에 의하여 생산된 것이 아닌 것, 의약품, 보험, 유가증권·어음, 공인회계사·변호사·세무사·관세사 등의 인적 용역, 또 소비자의 주문에 의하여 개별적으로 제조되거나 제공되는 상품·용역 등이다. 그리고 상행위를 목적으로 상품의 매매 또는 용역의 제공에 관한 계약을 체결하는 경우에는 방문판매 및 통신판매에 관한 규정은 적용되지 않도록 함으로써 이 법은 소비자를 보호하기 위한 규정임을 나타내고 있다.

나. 특수판매 유형과 소비자 상담현황

특수판매유형으로는 방문판매, 통신판매, 전자상거래, 다단계판매 및 계속적 거래 등을 들 수 있다. 특수거래로 인한 소비자불평에 관한 상담현황은 한국소비자원의 자료를 이용했다.

1) 특수판매 유형

가) 방문판매

방문판매는 판매업자 또는 용역업자가 방문의 방법으로 그의 영업소·대리점 기타 영업장소 “외”의 장소에서 소비자에게 권유하여 계약의 청약을 받거나, 계약을 체결하여 상품을 판매하거나 용역을 제공하는 것이다²⁾.

여기서 기타 영업장소란 영업소·대리점·지점·출장소 등 명칭 여하에 불구하고 고정된 장소에서 계속적으로 영업을 하는 장소와 노점·이동판매 시설·임시판매시설 등 상품의 판매 또는 용역의 제공이 반복적으로 이루어지는 장소를 의미한다. 그러나 사업장 “외”의 장소에서 다음의 수단을 통해 소비자를 유인하여 사업장에서 계약의 청약을 받거나, 계약을 체결하는 경우는 방문판매법이 적용된다. 또 우편법에 의한 우편의 이용, 전기통신기본법에 의한 전기통신설비의 사용, 광고물의 배부 또는 음향기기의 사용, 기타 상대방의 관심을 끄는 수단 등도 포함된다.

방문판매업자 등의 의무사항으로는 방문판매원은 성명 및 판매하는 상품 내용을 사전에 밝혀야 하고 계약내용에 대한 서면 교부, 판매업자 및 판매원의 성명·상호·주소·전화번호를 제시하여야 한다. 단, 방문판매업자가 소비자와 직접 계약을 체결할 때는 제외한다. 그 외 상품의 종류, 가격, 대금 지급시기 및 방법, 인도시기에 대하여 알려주어야 하고, 청약의 철회와 그 행사방법 및 효과에 관한 사항 등에 관한 내용도 제시하여야 한다.

나) 통신판매

전기통신(전화 등)이나 우편 등 비대면의 방법으로 상품 등의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 등을 판매하는 행위를

2) 방문판매법 제2조 제1호.

말한다³⁾. 통신판매는 대면·통신 방식의 상품정보 제공 또는 비대면·통신 방식의 청약 및 승낙에 의해 거래가 성립한다. 통신판매에 해당되는 경우는 인터넷쇼핑, TV홈쇼핑, 카탈로그 쇼핑, 성인사이트, 인터넷어학원, 인터넷게임 등이다.

소비자의 청약을 받고 상품을 인도하기 전에 이미 상품대금의 전부 또는 일부를 받은 경우, 상품대금을 받은 날부터 3일 이내에 상품의 인도 또는 용역의 제공을 위하여 필요한 조치를 취하여야 한다.

통신판매와 유사한 전화권유판매는 전화를 이용하여 소비자에게 권유하여 계약의 청약을 받거나 계약을 체결하는 등 총리령이 정하는 방법으로 재화 등을 판매하는 것을 의미한다.

다) 전자상거래

전자상거래는 재화 또는 용역의 거래에 있어서 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 방법으로 상행위를 하는 것을 말한다⁴⁾. 제품의 주문, 결제, 이행단계 중 어느 하나의 단계에서 전자문서가 활용될 경우 전자상거래가 성립한다. 인터넷 등 전자적 통신수단을 통해 계약이 체결되는 상거래뿐 만 아니라, 전자 결제나 자판기에서의 전자적 신호를 이용한 상품거래, 전자문서를 이용한 각종 표시 광고나 통지행위 등이 포함된다. 여기서 전자문서란 컴퓨터 등 정보처리시스템에 의하여 전자적 형태로 작성, 송·수신 또는 저장된 정보를 의미한다.

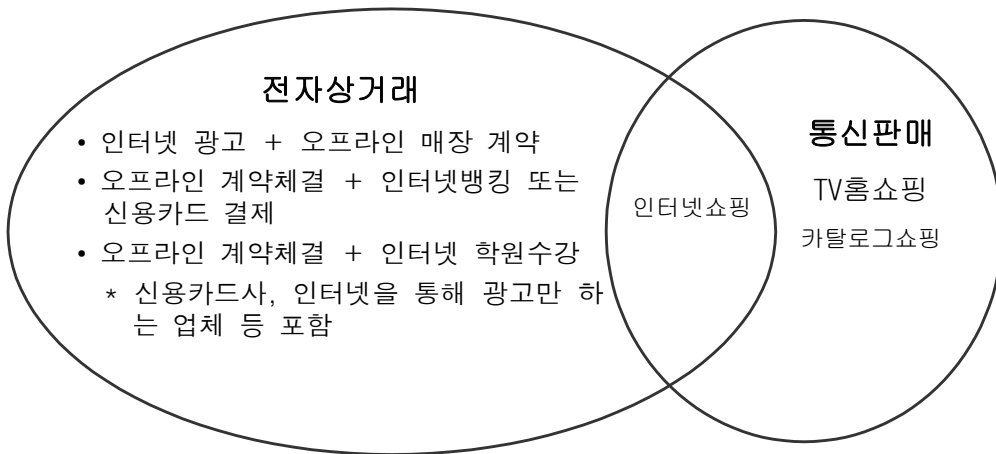
전자상거래와 통신판매간의 관계를 살펴보면, 인터넷쇼핑은 전자상거래인 동시에 통신판매에 해당되나, TV홈쇼핑이나 카탈로그 쇼핑 등은 엄격히 말해 통신판매이지만 전자상거래는 아니다. 대금의 전자적 결제

3) 전상법 제2조 제2호.

4) 전상법 제2조 제1호.

나 인터넷을 통한 용역의 수행 등은 전자적 거래에는 해당되지만 통신판매는 아니다. 전자상거래라고 할 때 보통 인터넷쇼핑을 말하는 경우가 대부분이며, 경우에 따라서는 통신판매를 포함하여 보다 넓은 개념으로 사용되는 경우도 있다<그림 1>.

<그림 1> 전자상거래와 통신판매의 관계



라) 다단계판매

다단계판매업자가 소비자에게 “일정한 활동”을 하면 일정한 이익을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원의 가입이 순차적·단계적(가입한 판매원의 단계가 3단계이상인 경우를 말한다)으로 이루어진 다단계판매조직을 통하여 행하여지는 상품의 판매 또는 용역의 제공을 말한다⁵⁾. 여기서 일정한 활동이란 판매업자가 상품을 구매하거나 용역을 제공받아 소비자에게 판매 또는 제공, 특정인을 하위판매원으로 가입하도록 하여 그 하위

5) 방문판매법 제2조 제5호.

판매원이 당해 특정인과 같은 활동을 하도록 하는 것을 의미한다.

다단계판매업자의 의무사항으로는 우선 계약 체결시 계약내용에 관해 지체 없이 서면으로 교부하도록 하는 명시교부의무가 있다. 명시교부의무로는 다단계판매업자와 판매원을 특정할 수 있는 내용, 상품의 종류, 가격, 대금 지급시기 및 방법 등이다.

다음은 다단계판매원의 관리의무가 있는데, 다단계판매업자에게 등록하여야 하고 동일 판매업자내의 다른 다단계 조직에 등록이 가능하다. 또 다단계판매업자는 다단계판매원등록증 및 다단계판매원수첩을 교부하여야 한다. 그리고 다단계판매상품 등에 대한 가격을 130만원(부가세포함)이하로 제한하고 있다⁶⁾.

다단계판매의 유통 구조적 특성을 보면 다음과 같다. 다단계판매는 상품을 사업자로부터 소비자에게 직접 유통시킴으로써 광고비나 유통비용 등을 절약할 수 있는 장점이 있어 상품가격이 저렴해지는 판매방식으로 인식되고 있다. 다단계판매 구조는 소비자가 상품유통의 중간자 역할을 하면서 유통비용이나 광고비용 등을 절약할 수 있고, 이를 생산자와 소비자가 나누어가지는 공통의 이익이 발생한다. 전자상거래나 대형마트 등의 발달로 유통단계의 축소 및 생산자와 소비자간 직거래가 활발해지면서, 다단계판매의 유통 구조적 우월성이 퇴색되고 있다. 보통은 다단계판매의 개념과 같이 판매원의 순차적 가입에 의한 판매조직을 통해 상품을 판매하지만, 일부 사업자는 온라인에서 회원 가입 후 물품을 구입할 수 있도록 허용하고 있다. 이 경우 다단계판매업자에 의한 상품의 판매이지만, 회원이 다단계판매원의 지위획득이 필수적이지 않으면 실제로는 보통의 회원제 전자상거래와 같다.

2) 소비자상담 현황

6) 방문판매법 시행령 제30조.

특수판매 관련 한국소비자원의 소비자 상담 현황을 살펴보면, 특수판매관련 소비자상담 통계는 시간이 갈수록 증가함을 알 수 있다. 특수판매방식에 의한 상담 건은 2004년에 약32%에서 2009년에는 약40%로 증가되었다. 특히 방문판매와 전자상거래방식에 의한 거래의 상담 건이 두드러지게 증가하는 것을 확인할 수 있다<표 1>.

전체 2004년부터 2009년까지 총 상담사건은 19% 증가한 반면 방문판매소비자상담은 110%, 전자상거래소비자상담은 154%나 증가한 것을 확인할 수 있다(동 기간 중 통신판매소비자상담은 8.5% 감소했다).

이로 미루어 일반적인 거래방식보다는 특수거래방식에 의한 소비자불만이나 피해가 점점 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

<표 1> 판매 유형별 상담 접수 현황

(건/%)

구분	일반 판매	방문 판매	통신 판매	전자 상거래	기타 특수 판매	계
2004년	187,914 (68.8%)	20,661 (7.6%)	35,724 (13.1%)	17,673 (6.5%)	10,970 (4.0%)	272,942
2007년	168,656 (63.9%)	29,632 (11.2%)	30,025 (11.4%)	25,083 (9.6%)	10,418 (3.9%)	263,814 (100.0%)
2009년	197,382 (60.8%)	42,129 (13.0%)	32,275 (10.0%)	44,755 (13.8%)	7,689 (2.4%)	324,230 (100.0%)

출처 : 한국소비자원, 소비자피해연보 및 사례집 각 연도

이 자료에서 다단계 거래로 발생한 상담현황은 ‘기타 특수판매’ 유형에 포함되었다. 그런데 본 자료에서 다단계 판매로를 포함한 ‘기타 특수

판매'의 소비자피해규모가 상대적으로 적은 이유는 다단계판매원의 경우 최종소비자가 아니기 때문에 즉 소비자피해로 볼 수 없기 때문에⁷⁾ 소비자원에서 피해구제로 처리하지 않아 소비자피해규모가 적게 나타난 것이다.

다. 특수판매에서의 청약철회

청약철회란 아직 청약에 대응하는 승낙의 의사표시가 없어 계약이 성립하지 않고 있는 동안에 장차 승낙에 의해 계약이 성립되는 것을 막기 위해 청약자가 일방적으로 청약의 의사표시를 거두어들이는 행위를 의미한다.

특수 판매방식에서 청약철회가 필요한 이유는 사전 계획에 없이 갑작스런 방문·전화·유인 등에 따라 구매의사가 불확정적인 상태에서 계약을 하고 만 사람에게 '머리를 식혀 냉정하게 다시 생각(cooling off)'할 기회를 부여하자는 것이다.

이와 같은 상대방 마음의 준비가 없는 상태를 이용한 구매 권유에 있어서는 구입의사가 애초에 없는 소비자에 대하여 '가상적(假想的)이거나 일시적 구매 의사'를 불러일으키기 위해 판매하는 측에서 매우 공격적인 판매 방식을 동원하기 마련이므로 기만적, 강요적 구매 권유가 행해지기 쉽다.

이와 같은 점을 감안하여 일정기간 동안 판매자의 기만·강박을 입증할 필요 없이 무조건적으로 계약을 해제할 수 있는 권리를 소비자에게 인정하여 부적절한 구매 권유로부터 소비자를 보호하자는 것이 청약철회 제도의 취지이다.

청약철회요건은 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 기산(주소변

7) 소비자기본법 제2조.

경 등에 의한 사유)한다. 철회할 수 없는 경우는 소비자에게 책임 있는 사유로 상품이 멸실·훼손된 경우, 사용 또는 일부 소비에 의하여 가치가 현저히 감소될 우려가 있는 상품으로서 날개로 밀봉된 음반, 비디오물 및 소프트웨어(인도 당시 훼손된 것 제외)를 사용 또는 소비한 경우이다. 청약철회의 효과는 소비자는 철회시 이미 인도 받은 상품을 반환하여야 한다. 판매자는 상품을 반환 받은 날의 다음 영업일 이내에 이미 수령한 대금을 환불하여야 한다.

<표 2> 철회의 기간 및 효과

판매방법	방문판매	통신판매	전화권유	다단계	할부거래
기간	14일	7일	14일	14일	7일
표시·광고와 차이가 날때	3개월 또는 30일	3개월 또는 30일	3개월 또는 30일	판매원의 청약철회기간 3개월	규정없음
효과	3영업일내 환급	2영업일내 환급	3영업일내 환급	3영업일내 환급	할부금 반환

2. 소비자 대상 사기성 거래

가. 사기성 거래의 개념

사기에 대해 형법 제347조는 ‘사기’를 사람을 기망하여 재물의 교부를 받거나 재산상의 이익을 취득하는 행위로 정의한다. 민법상 ‘사기에 의한 표시’란 타인의 기망행위로 인해 착오에 빠지고 그러한 상태에서 한 의사표시라고 정의한다. 이때 ‘기망’이란 허위의 사실을 말하거나 진실을 은폐함으로써 상대방을 착오에 빠지게 하는 행위로서 수단과 방법에 제

한이 없다. 따라서 형법상 ‘사기’가 성립되기 위해서는 기망행위, 피기망자의 착오, 피기망자의 재산상의 처분행위 등이 필요하고, 민법상, 사기자의 고의, 기망행위, 사기의 위법성, 인과관계 등이 요구된다. 사기성 거래행위는 행위 객체로는 ‘소비자에 대한 행위’, 행위의 양태는 ‘사기·기만형 기업범죄’의 범주에 포함되는 것으로 볼 수 있다.

본 보고서에서는 사업자의 기망행위의 개연성이 있는 거래행위에 대해 ‘사기’보다는 ‘사기성’거래행위라는 용어를 사용하고자 한다. 즉, ‘소비자를 기망하여 착오에 빠뜨려 소비자피해를 유발시킬 우려가 있는 거래행위’로 정의하고자 한다. 이에 대해 이상식도 동 개념을 활용한바 있다⁸⁾. 소비자거래에서 사업자의 기망행위에 엄격한 형식요건의 구비를 요구하게 되면 사업자의 부당한 영업행위에 대한 규제가 어려워 소비자피해가 방치되는 결과를 초래한다.

‘사기성’ 거래와 유사한 ‘부당거래’ 개념과의 관계이다. 두 가지 모두 학술적으로 정립된 개념은 아니지만 부당거래의 개념에 대해서는 법적 개념을 확인할 수 있다. 현행 소비자기본법 제12조(거래의 적정화)에는 부당거래행위를 ‘소비자의 합리적인 선택을 방해하고, 소비자에게 손해를 끼칠 우려가 있다고 인정되는 행위’로 정의하고 있다. 따라서 부당거래보다는 사기성 거래가 좀 더 범죄에 가까운 개념이라고 할 수 있다.

나. 사기성 거래의 특징

사기성 거래행위의 주체는 대부분 기업이므로 사기성 거래행위 개념은 기업범죄 이론에 근거하는 것으로 볼 수 있다. 기업범죄란 합법적으로 조직된 공식적인 기업체의 구성원으로서 개인이나 그룹이 그 기업체의

8) 이상식, 사기성 거래행위에 대한 범집행 강화방안, 한국소비자보호원, 시장분석 06-05, 2006, 7-13면.

목적은 추구하는 과정에서 작위 또는 부작위에 의해 고용인, 소비자, 일반대중 그리고 다른 기업에 대해 인적, 물적 손해를 가하는 행위라고 할 수 있다. 기업범죄의 유형은 다양하지만 소비자를 대상으로 한 사기성 광고행위, 물품판매 위장행위 등을 들 수 있다. 기업범죄의 일반적인 특징으로는 범죄피해가 분산되어 개인 수준에는 피해금액이 소액이고 절도 폭력 등 강력범죄보다 처벌이 관대한 경향을 보인다⁹⁾.

또 기업범죄의 전문적 기술성, 지능적 은폐성, 일반국민의 고발정신의 결여, 행정기관의 전문성부족 등으로 범죄 발견이 어렵다. 기업 구성원들이 위법행위에 대해 기업의 경제활동으로 보고 범죄행위로는 거의 인식하지 않는 분위기 또한 심각하다. 그리고 사건이 복잡하여 가해행위와 결과 발생간의 인과관계 파악이 쉽지 않은 점도 작용한다.

다. 경제범죄로서 소비자대상 사기성 거래

경제범죄에 대해서는 일반적인 개념정리가 되어 있지 않다. 이기호·이성호¹⁰⁾에 의하면, 경제범죄를 “경제생활과 경제거래에서 요구되는 신뢰를 깨뜨림으로써 사회적 혹은 초개인적 법익으로서의 경제질서 내지 개개의 경제제도를 침해하거나 위태롭게 하는 행위”로 정리하고 있다. 또 한상훈¹¹⁾은 경제범죄를 크게 3가지 유형으로 나누고 있는데, 먼저 경제범죄를 재산범죄와 구분하여 초개인적 경제질서 자체에 대한 범죄로 이해(협의를 경제범죄)하고, 다른 하나는 초개인적인 경제범죄 외에 개인적 재산범죄(사기, 횡령 등)의 경우도 그 정도나 수법이 증대하면 경제범죄에 포함(절충적 경제범죄)한다. 세 번째는 경제질서 자체를 침해하

9) 이상식, 위의 보고서, 8면.

10) 이기호·이성호, 경제범죄의 개념과 범위에 관한 연구, 경대 논문집, 제22집, 경찰대학교, 2002.

11) 한상훈, “경제범죄의 개념과 형사법적 대책,” 형사정책, 제19권 제2호, 2007, 209-232면.

는 범죄 이외에 모든 재산범죄도 경제 범죄로 포괄(광의의 경제범죄)한다. 김성천¹²⁾은 경제범죄를 법사회학적, 실무상 개념 그리고 법이론적 개념으로 분류한다.

이천현 등(2008)은 민생경제침해범죄를 8개로 유형화했다. 즉 금융질서교란범죄, 취업 및 창업관련 범죄, 유통질서 교란 범죄, 부당산거래 질서 교란 범죄, 갈취형 조직폭력행위, 불법사행성 도박행위, 교육 관련 불법행위, 민생건강침해행위로 대분류하고 있다.

우리나라의 주요 경제범죄는 부정수표범죄, 수산업법위반범죄, 산림법위반범죄, 부동산범죄, 신용카드범죄, 특정경제범죄가중처벌법 위반범죄, 통화·유가증권범죄, 외환범죄, 관세범죄, 상표범죄 등이 전체 경제범죄의 약 80% 이상을 차지하고 있다¹³⁾. 그러나 조세범죄, 부정경쟁행위와 불공정거래행위 등은 대부분 통고처분제도에 의하여 형사사건화 되지 않는 경우가 많지만, 그로인한 피해의 정도가 크고 국민경제에 미치는 영향이 크다는 점에서 결코 경시할 수 없는 범죄라고 할 것이다.

경제범죄는 일반범죄보다 재산형으로 처벌되는 비율이 다소 높은 편이나, 외환범죄, 관세범죄, 부정수표범죄, 신용카드범죄, 증권범죄 등의 경우에는 자유형으로 처벌되는 비율이 비교적 높은 편이다. 또 경제범죄는 일반범죄에 비하여 범죄암수(犯罪暗數: 범행이 행하여졌으나 발견되지 않은 범행 또는 범인의 수)가 훨씬 높고, 그 비율은 범죄유형에 따라 일정하지 않다. 참고로 미국·독일의 연구에 의하면, 경제범죄의 암수율은 약 80%에 달한다고 한다¹⁴⁾. 범죄암수화를 방지할 수 있는 제도적 장치

12) 김성천, “경제형법과 경제질서의 산관관계”, 중앙법학, 중앙법학회, 2009.

13) 사법연수원, 경제범죄론, 2005.

14) 경제범죄의 암수율이 높은 이유는 아래와 같다(사법연수원, 2005).

- 범죄로 인한 피해확정의 곤란
- 경제범죄 관련자들의 신분적 특질(가해자·피해자 모두 화이트칼라 신분을 유지하고 있는 경우가 많아 범행 또는 피해를 스스로 은폐할 가능성이 농후하고, 피해신고를 잘못하면 더 큰 피해를 유발할 가능성이 높음)
- 경제범죄의 전문성·기술성으로 인한 절발 곤란

의 마련이 필요하다. 경제범죄는 대부분 그 보호법익이 초개인적 추상적 법익이기 때문에 법익의 침해 여부를 확인하는 것이 거의 불가능하거나 피해가 다수인에게 귀속되기 때문에 실제의 개별적 침해를 확정·입증하는데 어려움이 있다. 경제범죄를 추상적 위험범의 형태로 처벌하거나 미수범에 대한 처벌을 확대함으로써 결과발생이전에 중지미수의 요건을 갖춘 경우에는 형을 감경하거나 면제하는 제도의 도입도 검토할 필요가 있다.

우리나라의 경제범죄 특히 재산범죄의 추이를 보면, 1997년 IMF 구제금융사태를 겪으면서 경제범죄가 일시 증가하였다가, 2004년을 약 30만 건을 정점으로 이후 약 20만 건 중반을 유지하고 있다¹⁵⁾.

그런데 소비자를 대상으로 한 범죄는 소비자의 개인적 법익을 침해하는 행위뿐 아니라 다수의 또는 불특정 다수인에 대해 연쇄적으로 가해지는 초개인적인 법익을 침해하는 행위로 특징지을 수 있다. 소비자입장에서는 소액의 피해에 대해 보상 또는 소송 등을 통해 대응하기가 쉽지 않은 점도 특징이다.

3. 사기성 거래의 발생원인

사기성거래의 발생 원인을 살펴보기 전에 소비자피해에 관한 일반적인 특성을 검토해 필요가 있다. 소비자를 대상으로 한 사기성 거래는 소비자거래의 일반적인 현상으로부터 나타난다. 소비자피해의 특징을 살펴보면 다음과 같다¹⁶⁾.

- 경제범죄의 몰가치성으로 인한 단속의지 감소
- 주변 여건 변화에 따른 잦은 법령의 개폐

15) 경찰청 홈페이지 참조(2011.10).

16) 백병성, 소비자행정론, 시그마프레스, 2009, 305-307면.

첫째, 피해발생의 보편성이다. 대량생산, 대량판매, 대량소비로 생산과정과 유통구조가 복잡해지고, 기업간 과당경쟁과 판매우선주의가 강화됨에 따라 결함상품의 발생가능성은 어디에도 잠재한다. 소비자피해는 양적으로 확대되고 질적으로 다종, 다양하게 되어 사회적으로 소비자의 생활에 일반화 되고 있다. 둘째, 피해범위의 광범위성이다. 피해는 동시에 소비자에게 광범위하게 파급되는 성향을 지닌다. 부당카드텔이나 가격납용, 유해물질이 함유된 식품 등의 피해는 광범위하여 소비자에게 공급되면 전국적으로 파급된다. 특히 내용적으로 고도화된 상품에 대해서는 피해원인의 발견이 용이하지 않아 피해발생후의 방지조치도 지연되기 쉽다. 셋째, 피해원인규명이 곤란하다. 고도기술로 제조된 상품이나 유통구조가 복잡하여 많은 사업자가 관여한 가운데 소비자피해가 발생하였을 때 과연 그 피해의 원인이 어느 단계에서 발생했는지 규명하기 곤란하다. 이런 경우 소비자는 발생한 피해에 대해 손해보상을 청구하기도 어렵다. 넷째, 소비자는 소비자피해 대응에 있어 소극적일 수밖에 없다. 소비자는 상품이나 서비스의 내용을 제대로 알지 못한다. 특히 대량거래에 대한 기업의 편의와 우월적 지위에 따른 약관에 의한 거래는 소비자 쪽이 교섭할 여지가 거의 없다. 따라서 기업에게 유리한 조건만 제시된 일방적으로 불평등한 거래가 형성된다. 소비자피해가 빈발해도 이에 대항하기에는 무력하고 입증하기도 매우 곤란하다. 뿐만 아니라 피해규모가 일반적으로 소액다수피해가 보편적이다.

사기성 거래의 발생 원인을 분석하면 사업자측면과 소비자측면 그리고 제도적 측면으로 나누어 볼 수 있다.

먼저, 사업자 측면은 사기성 거래행위를 형법상 범죄행위로 보지 않는 사업자의 시각이 있다. 또 시장에서 경쟁이 치열하기 때문에 이를 극복하기 위해 소비자를 부당하게 유인하는 상술을 사용하기도 하는데, 사업자는 이를 정상적인 영업과정의 일부로 생각하는 경우가 많다. 이와 더

불어 새로운 제품이나 판매방식이 등장하고 있다. 예를 들면 소득수준이 향상되면서 소비자가 건강과 미용에 관심이 많음을 이용하여 건강식품, 화장품세트, 차량네비게이션, 할인회원권 등 악덕상술이 여전히 등장하고 최근엔 통신수단의 발달에 따라 소셜네트워크서비스(SNS)를 이용한 소셜커머스 등 다양한 판매수법들이 등장하고 있다. 이러한 환경적 변화는 특수판매 시장 진입이 용이하고 그러다 보니 불량 사업자에 의한 사기성 거래행위가 빈발하고 있다. 문제는 거래의 비대면성이나 선불제를 악용하거나 경제활동 경험이 적은 소비자를 대상으로 현혹수법을 사용하기도 한다는 점이다.

소비자 측면에서는 사기성 거래행위에 관한 정보와 지식이 부족하다는 한계가 있다. 소비자는 사업자에 관한 정보가 많지 않고, 판매상술이나 관련 법제도 등에 관한 정보와 지식이 부족하다. 그렇기 때문에 상대적으로 사회적인 경험이 적은 20대 이하 청소년이나 특정한 상황에서 민첩한 대응이 어려운 노인층의 피해자가 많다. 또 소비자가 가격, 명품 등 구입조건에 집착하는 심리를 이용하기도 한다. 이와 더불어 소비자 고발정신이 결여되어 있음을 노리고 있다. 고발절차의 번거로움이나 또는 피해액이 소액이기 때문에 권리실현을 포기하는 소비자를 노리는 경우도 많다. 이것이 시장에서 사기성 거래가 근절되지 않고 있는 이유이기도 하다.

제도적인 측면에서는 사기성거래 행위에 대한 법규와 형사규제가 미흡하고 또 사기성 거래행위에 대한 조기 감지시스템과 단속시스템의 연계 부족 등 적극적인 대처기능이 부재하다.

Ⅲ. 사기성 거래로 인한 소비자피해 현황과 문제점

사기성 거래는 많은 부분이 특수 판매방식에 의한 거래에서 비롯된다. 특수 판매방식에 의한 거래의 특징은 소비자가 해당 제품이나 서비스를 눈으로 확인하지 못하고 비대면 거래(非對面去來) 방식에 의해 사업자의 설명이나 광고만을 믿고 구입하게 된다는 점이다. 방문판매, 전자상거래 및 전화권유 거래 등은 적극적인 권유나 유도에 의해 소비자가 충동적인 구매를 할 가능성이 높다.

그렇기 때문에 현행 특수거래는 방문판매법과 전상법에 의해 정보제공이나 소비자의 청약철회 등의 수단으로 소비자를 일정부분 보호하고 있다.

1. 특수 판매 관련 소비자피해 현황

소비자상담과 피해구제 전문기관인 한국소비자원의 처리실적을 보면, 최근 3년간 특수판매방식에 의한 소비자피해는 다소 증가추세를 나타내고 있다<표 3>. 2010년에 접수된 피해구제 신청 건을 판매방법별로 구분하면, 일반판매가 15,669건(67.0%), 특수판매로 인한 피해구제 사건은 7,705건(33.0%)이다.

<표 3> 판매방법별 피해구제 현황

단위 : 건, (%)

구분	일반 판매	특 수 판 매									계
		전자 상거래	방문 판매	기타 통신 판매	전화 권유	TV 홈쇼 핑	노상 판매	다단 계판 매	기타 특수 판매	소 계	
2008 년	12,539 (64.9)	3,116 (16.1)	1,999 (10.3)	648 (3.3)	596 (3.1)	166 (0.9)	73 (0.4)	28 (0.1)	162 (1.0)	6,788 (35.1)	19,327 (100.0)
2009 년	15,661 (66.8)	3,872 (16.5)	2,005 (8.5)	737 (3.1)	717 (3.1)	188 (0.8)	163 (0.7)	15 (0.1)	97 (0.5)	7,794 (33.2)	23,455 (100.0)
2010 년	15,669 (67.0)	4,145 (17.7)	1,923 (8.2)	789 (3.3)	498 (2.1)	256 (1.1)	78 (0.3)	16 (0.1)	-	7,705 (33.0)	23,374 (100.0)

출처 : 한국소비자원, 2011

특수판매 사건을 다시 세분하면, 전자상거래 4,145건(17.7%), 방문판매 1,923건(8.2%), 기타통신판매 789건(3.3%), 전화권유 498건(2.1%), TV홈쇼핑 256건(1.1%), 노상판매 78건(0.3%) 등의 순으로 나타났다. 일반판매의 비중이 근소하게 증가하고 상대적으로 특수판매로 인한 소비자피해의 비중은 감소하는 경향을 보인다. 그러나 피해발생 절대 양은 줄지 않고 있다.

가. 특수판매 품목 및 신청이유별 현황

2010년에 접수된 피해구제 건 중에서 특수판매로 분류된 7,705건을 품목별로 살펴보면, 대분류 품목 기준으로 물품이 4,516건(58.6%)으로 가장 많았고 물품 관련 서비스 품목은 224건(2.9%), 서비스 품목은 2,965건(38.5%)으로 나타났다. 중분류 품목별로는 의류·섬유신변용품이 1,775건(23.1%)으로 가장 많고, 그 다음은 정보통신 974건(12.7%), 보

험 804건(10.4%) 등의 순으로 나타났다. 즉 가격이 크지 않은 일상적인 소비재품목에서 소비자피해가 빈발하고 있음을 확인할 수 있다.

<표 4> 특수판매 피해구제 신청이유별 변화추이

단위 : 건, (%)

구 분	2008년	2009년	2010년
계약관련	3,598(53.0)	4,632(59.5)	3,649(47.4)
품질·A/S	1,607(23.6)	1,669(21.4)	1,856(24.1)
부당행위	1,330(19.6)	1,229(15.8)	1,661(21.6)
가격·요금	68(1.0)	63(0.8)	206(2.7)
표시·광고	68(1.0)	81(1.0)	88(1.1)
안전관련	25(0.4)	32(0.4)	59(0.8)
약관·제도	19(0.3)	22(0.3)	71(0.9)
거래관행·사이버장애	5(0.1)	9(0.1)	16(0.2)
수리용부품미보유*	-	-	15(0.2)
기 타	68(1.0)	57(0.7)	8.4(1.0)
계	6,734(100.0)	7,747(100.0)	7,705(100.0)

출처 : 한국소비자원, 2011 * 은 2010년 신설코드,

특수판매로 분류된 7,705건의 신청이유를 살펴보면, 계약 관련이 3,649건(47.4%)으로 가장 많고, 그 다음은 품질·A/S사건이 1,856건(24.1%), 부당행위 1,661건(21.6%) 등의 순으로 나타났다. 최근 3년간 특수판매의 신청이유별로 가장 큰 변화 추이를 살펴보면, 계약 관련 건은 2010년의 경우 2009년에 비해 983건(12.1%p) 감소하였고, 부당행위 관련 건은 432건(5.8%p) 증가한 것으로 나타났다. 소비자의 불만이 가장 많은 유형으로 계약관련 내용을 들고 있어 사기성 거래와 관계가 밀접함을 확인할 수 있다.

나. 처리결과

2010년 중 한국소비자원의 합의권고 단계에서 양 당사자 간에 합의가 성립되어 종결된 피해구제 건의 처리결과를 유형별로 살펴보면, ‘환급’이 3,947건(16.9%), ‘배상’ 2,024건(8.6%), ‘계약해제·해지’가 1,828건(7.8%), ‘수리·보수’ 1,210건(5.2%)등의 순으로 나타났다.

2010년 수리, 교환, 환급, 배상, 계약해제·이행, 부당행위시정 등 실질적인 피해구제 합의 건수는 11,102건으로 합의 성립률은 총 피해구제 신청 23,374건 중 47.5%로 2009년 47.7%에 비해 0.2%p 감소한 것으로 나타났다.

문제는 특수판매로 발생한 소비자피해 중 원만하게 해결되는 사건이 점차 줄고 있다는 점이다. 2008년의 경우 보상이 원만하게 이루어진 사건의 비율이 55.8%인 반면, 2009년과 2010년은 47%수준에 머물고 있고 상대적으로 ‘정보제공’이나 ‘상담기타’로 처리하거나 소비자분쟁조정위원회에 상정 처리한 사건이 증가하고 있다. 이것은 그만큼 소비자피해 구제단계에서 처리되고 있는 비율이 감소하고 대신 사업자의 부도나 도주 등으로 처리되지 못하거나 피해구제단계에서 원만한 해결이 되지 않아 소비자분쟁조정위원회로 상정되어 처리되는 비중이 증가되고 있다. 이것은 전체적으로 특수판매로 인한 소비자피해 상황이 악성화 되는 것을 의미한다.

2. 사기성 거래 현황

실제 사기성 거래에 관한 현황을 살펴볼 필요가 있다. 2010년 1월부터

터 2월까지 한국소비자원에서 처리한 사기성 거래의 판매방법별 현황을 살펴보면 다음과 같다¹⁷⁾.

사기성 거래로 분류된 166건을 세분화하면, 전자상거래가 35건(21.1%)으로 가장 많았고 전화권유판매 33건(19.9%), 방문판매 30건(18.1%) 등의 순으로 나타났다. 전자상거래 및 전화권유 판매의 경우 판매과정에서 ‘비대면’이 가능하다는 약점을 이용하여 제품을 인도하지 않거나 가짜제품 인도, 배송지연 및 ‘무료제공’이라고 한 후 대금청구 등의 판매방법을 쓰고 있었다.

<표 5> 판매방법별 사기성 거래 분포

단위: 건, (%)

판매방법	건수(%)	판매방법	건수(%)
전자상거래	35(21.1)	노상판매	7(4.2)
전화권유판매	33(19.9)	통신판매	4(2.4)
방문판매	30(18.1)	다단계판매	2(1.2)
일반판매	13(7.8)	기타(불명)	42(25.3)
		계	166(100.0)

출처: 한국소비자원, 2010

사기성 거래의 주요 유형을 보면, ①당첨되어 무료제공이라고 한 후 대금 청구하거나, ②계약내용과 다르게 일방적으로 대금 결제하는 경우, ③대금 지불 후 판매자 연락이 두절된 경우, ④주문하지도 않은 제품을 일방적으로 배달되는 경우 그리고 ⑤표시·광고내용과 다른 제품 인도 등으로 나눌 수 있다. 그러나 이들 모두 처음부터 소비자를 기망하여 판매

17) 한국소비자원, ‘빈발하는 사기성 거래, 소비자 주의 필요’, 보도자료 2010.3.

하려는 사기성 거래가 대부분이다.

가. 사기성 거래의 대상 품목 및 이유

차량 및 승용물이 33건(19.9%)으로 가장 많았고, 문화오락서비스 31건(18.7%), 정보통신서비스 17건(10.2%), 식료품·기호품 15건(9.0%) 등의 순으로 나타났다. 구체적인 피해내용으로는 차량 및 승용물의 경우 주로 차량용 네비게이션이나 공회전 방지기, 문화오락서비스는 콘도 및 리조트 등 각종 할인회원권 관련 품목이다¹⁸⁾

<표 6> 청구이유별 사기성 거래 분포

단위 : 건, (%)

청구이유	건수(%)	청구이유	건수(%)
부당행위	57(34.3)	계약해제·해지	22(13.3)
계약불이행	35(21.1)	품질·A/S	8(4.8)
청약철회	24(14.5)	기타(가격, 표시 등)	20(12.0)
		계	166(100.0)

출처 : 한국소비자원, 2010

청구이유를 보면, 판매자의 부당행위가 57건(34.3%)으로 가장 많았고, 다음은 계약불이행(불완전이행) 35건(21.1%), 청약철회 거부 24건(14.5%) 등의 순으로 나타났다. 부당행위의 경우 주로 속아서 물건을 구입하게 된 경우이거나, 사업자 연락두절 등으로 대금을 지불했음에도 물건을 못 받은 경우 등이다.

18) 한국소비자원, 같은 보도자료.

나. 사기성 거래의 주요 사례

1) 당첨되어 무료제공이라고 한 후 대금 청구 한 사례

□ 무료로 설치하기로 하고 대금을 청구한 자동차 공회전 방지기

- 2010.1월경 ○○에너지라는 회사로부터 무작위 추첨에 당첨되어 자동차 공회전 방지기를 무료로 설치해 주겠다는 전화를 받음.
- 몇일 후 찾아온 직원은 정부의 녹색성장 때문에 올해부터는 공회전 방지기를 필수로 달아야 하고 연료절감 효과도 크다면서 처음 3개월 사용해본 후 제품성능이나 불편한 점을 이야기해주면 무료로 설치한다고 하다가 막상 설치하고 나니, 세이브포인트 차감을 적용하면 무료로 사용하는 것과 같다면 198만원을 12개월 할부로 결제할 것을 요구함. 취소를 요구하니 50만원을 배상하라고 함.
- 나중에 카드사에 문의하니 판매처는 세이브포인트 등록업체도 아니었고, 최근에는 회사 사이트도 없어지고, 전화통화도 안됨.

□ 광고내용과 사실과 다른 이벤트권 사기

- 부산 강서구 송정동에 거주하는 30대 여성 이모씨는 서점에서 책을 구입하면서 배부받은 이벤트권에서 L여행사가 제공하는 무료 여행에 당첨됨.
- “호텔+ 소형차렌트” 또는 “펜션+ 중형차렌트” 중 택일하는 것인데, 여행사측에서 제세공과금으로 금 96,800원을 요구하여 계좌이체함.
- 올해 11월에 여행을 갈 목적으로 8월달에 “호텔+ 소형차렌트”로 예약하고 기다렸는데 9. 29. 연락이 와서 신청한 날짜에 호텔 예약이 안되고 펜션으로만 된다면 추가비용 8만원을 지불하라는 문자가 발송되어옴.
- 아무래도 미심쩍어 인터넷에 검색해보니 여행업체가 사기업체여서 소송진행 중이라는 글, 제세공과금 환불 받기가 어렵다는 글이 많고, 특히 이 서비스를 이용해본 사람들은 비성수기 평일만 여행이 가능하다고 불만을 적어놓아, 직장인인 저로서는 평일에 시간을 낼 수 없으니 영영 사용하지 못하는 상품이라고 생각됨.

2) 계약내용과 다르게 일방적으로 대금 결제하는 경우

□ 의학적 효능·효과를 내세워 불량식품 판매 후 연락두절

- 2009.2월 전단지들 보고 ○○역 근처에 있는 영업장소에서 일본에서 수입된 것이라고 하는 건강식품 4박스를 280,000원 현금으로 구입함.
- 판매당시 ‘중풍으로 쓰러진 사람도 15년간 재발이 안 된다’, ‘건강한 사람도 15년간 아무 염려가 없다’고 선전하여 믿고 구입했으나, 실제 복용한 남편은 속이 메스껍고, 두드러기 증상이 나타나 복용을 중단했으며, 판매당시 효과가 없을 시 100% 환불해준다고 하여 알려준 전화번호로 전화하니 연락이 안됨.

□ 가짜 상품 인도

- 2009. 7월경 인터넷 쇼핑몰에서 유명 브랜드 가방을 구입한 적이 있는데 당시 진품여부를 확인한 후 구입했지만 최근 감정사들이 운영하는 사이트에서 구입한 가방이 가짜라는 판정을 받음.
- 해당 쇼핑몰에 항의하자 오픈마켓이기 때문에 책임이 없다면서 판매자에게 책임을 미루고 판매자와는 연락이 안됨. 사이버경찰청에도 문의했지만 해결이 안됨.

3) 대금 지불 후 판매자 연락두절된 경우,

□ 입금 후 연락 두절된 인터넷 쇼핑몰

- 2011.2월경 모 쇼핑몰을 이용해서 신발을 주문했는데 해외배송이라 2주정도 걸린다고 하여 기다리고 있었음.
- 그러나 한 달이 지나도록 물건을 못 받아 사이트를 확인해보니 배송중이라고만 뜨고 게시판에 글도 남기고 전화도 해봤지만 똑같은 말뿐이고 나중에는 전화도 아예 받지 않다가 지금은 없는 번호라고 나옴.

4) 주문하지도 않은 제품을 일방적으로 배달되거나 환급을 방해하는 경우

- A는 B의 권유로 C다단계판매업체에 회원으로 가입하여 물건(통상 200~300만원 상당)을 구매한 후, 금전적인 부담을 느껴 반품을 하려고 하였으나 반품절차를 잘 몰라 B에게 반품을 부탁하였음.
- B는 자신의 후원수당이 줄어들 것을 우려하여 A가 청약철회에 대한 규정을 잘 모르는 것을 악용해 반품이 무조건 안 된다고 거절한 후, A가 구매한 물건의 포장을 뜯어 내용물을 사용케 하였음.
- A는 다음날 C업체에 반품을 요청하였지만 물건을 많이 사용했기 때문에 재판매가 불가능하다는 이유로 반품을 거절함

5) 표시·광고내용과 다른 제품 인도 등

□ 인터넷에 구인광고를 이용한 신종 재택부업 빙자

- 대학신입생 A는 아르바이트 일자리를 찾던 중 인터넷 구직사이트에 "재택홍보 사원모집"이라고 게재된 구인광고를 보고 지원을 했음,
- 나중에 알고 보니 그 광고는 OO이동통신사에서 직접올린 것이 아니고 통신상품을 판매하는 다단계판매업체 소속 판매원이 수당을 받기 위해 이동통신상품이나 인터넷상품 가입자를 유치하는 하위 다단계 판매원을 모집하는 광고였음

□ 취업, 재택부업, 병역특례 등을 빙자한 다단계판매 모집

- 취업준비생인 A는 서울에 있는 친구 B가 대기업에 자리가 있다면서 이력서를 보내라고 해서 이력서를 보내자, 며칠 후에 합격되었다면서 면접을 보러 오라고 해서 서울에 올라옴.
- 친구가 알려준 곳에 가자 바로 연수에 들어간다면서 1주일간 교육을 시키고는 일을 하기 위해서는 1,000만원이 필요하니 부모님께 “대기업에 취직을 해서 방을 얻어야 하니 전세금 1,000만원을 보내 달라”고 하라면서 돈을 마련하는 방법까지 알려주고는 700만원 상당의 제품을 구입하게 함

3. 사기성 거래에 대한 대응

위와 같은 사기성 거래의 발생으로 소비자는 광범위한 피해를 입고 있는 데 관련 부처와 기관에서는 어떠한 조치로 대응하고 있는지를 살펴보자.

가. 한국소비자원

한국소비자원은 소비자문제에 대해 피해를 예방, 구제, 그리고 조사·연구기능을 수행하기¹⁹⁾ 때문에 소비자거래에서 발생하는 사기성 거래에 대해 적극적으로 대응하고 있다. 우선, 소비자피해를 예방하기 위해 각

19) 소비자기본법 제35조.

중 교육과 정보제공업무를 수행하고 있는데 대표적인 것이 관련 ‘소비자경보’와 ‘주의보’이다. 이는 시장에서 발생하는 소비자피해가 갑자기 증가하게 되면 그 추이를 관찰하여 소비자피해의 확산을 방지하기 위해 소비자에게 경보나 주의보를 통해 경각심을 불러일으킴으로써 소비자피해를 예방하고자 하는 목적으로 시행하고 있다.

<표 7> 소비자피해예방 주의보 발령 현황

(단위 : 건)

연도	2008	2009	2010	2011.8	계
건수	22	26	31	20	79

출처 : 한국소비자원, 2011

소비자경보는 주로 소비자의 안전과 관련된 내용을 포함하고 있는 반면, 소비자피해예방주의보는 거래관계에서 발생하는 소비자의 금전적 피해를 예방하기 위한 경우가 대부분이다. 그러므로 사기성 거래가 빈발하는 경우 소비자피해주의보를 발령하고 있다.

<표 8> 연도별 위법사실 통보

단위: 건수

연도	건수	통보기관		조치결과					
		행정기관	경찰·검찰	과태료·과징금	시정명령	고발·검찰송치	무협의	미회신	기타
2005	47	43	6	5	7	3	3	22	9
2006	35	28	10	1	4	2	20	8	11
2007	129	49	87	6	9	32	30	49	10
2008	76	62	20	3	6	9	11	45	8
2009	151	108	63	-	-	11	6	106	48
2010	201	176	27	2	12	14	8	134	33
계 (%)	639	466	213	17 (2.4)	38 (5.5)	71 (10.3)	78 (11.5)	364 (53.0)	119 (17.3)

출처: 한국소비자원, 2011 국정감사 자료집 재정리.(통보기관은 중복되는 경우 있음)

<표 9> 경찰관서에 통보한위법사건

통보 일자	피청구인	통보기관	위반사항	조치결과
2005. 3.14	○○종합센터	서울지방경찰청	채권추심시 금융감독위원회 미허가 (신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 제4조 위반)	내사종결
2005 9. 8	○○○컴퍼니	서울시경찰청	미신고 영업, 금지행위위반, 청약철회 거부 등 (방판법, 전소법, 할부거래법 위반)	서울중앙지검으로 사건 송치, 불구속 기소
2006. 9.22	○○○사업부	사이버테러 대응센터	- 사업자등록번호, 통신판매신고번호 미기재 - 거래조건정보, 재화 등의 미공급 - 사업장 주소 허위기재	수사불가능으로 종결(10.22)
2006. 11.9	○○레콤	사이버테러 대응센터	사업자등록번호, 통신판매신고번호 미기재, 거래조건정보, 재화 등의 미공급, 사업장 주소 허위기재	미회신
2006. 12.8	○○텔(주)	사이버테러 대응센터	- 사업자등록번호, 통신판매신고번호 미기재, 거래조건정보 미제공 및 재화 등의 미공급	미회신
2007.1.4	○○텔	경찰청 사이버테러대응센터	정보 미제공, 재화 미공급, 주소 허위기재	미회신
2007.3.7	○○네비컴	서울성북경찰서		미회신
2007.4.12	○○NKS	중랑경찰서	방판업 미등록, 정보 미제공, 허위광고	기소
2007.4.12	○○정보통신	도봉경찰서	정보 미제공, 허위광고	미회신
2007.4.12	○○모비스	중랑경찰서	정보 미제공, 허위광고	기소
2007.5.3	○○전자	남부지방검찰청 (영등포경찰서)	정보 미제공, 계약서 미교부, 허위광고	무혐의 시정 권고
2009.3.26	○○클럽	강남경찰서	방판법, 중도해지 거부	미회신

또 특수거래 등으로부터 소비자의 피해발생이 심각하게 우려되거나 제도적인 개선사항에 필요한 경우 일정 기간 시장조사를 통해 소비자에

계 관련 정보를 제공하거나 관련 부처에 제도개선을 건의하는 기능을 수행하고 있다. 예를 들면, 2008년에 수행한 ‘건강기능식품의 광고실태조사’를 통해 관련 소비자에게 경각심을 불러일으킨 사례나, 2011년에 수행한 ‘계속거래의 위약금 등 소비자피해 실태 및 개선방안’ 등의 조사사업이 이와 관련이 있다²⁰⁾.

이외에도 소비자피해구제 업무를 수행하면서 관련 사업자의 위법사실이 발견되는 때에는 위법사실에 대하여 관련 부처나 경찰이나 검찰에 통보하여 행정 또는 사법적인 조치를 취하도록 하고 있다²¹⁾. 그러나 위법사실을 통보한 후 관련 기관으로부터 회신이 되지 않는 경우가 절반이상으로 어떻게 처리되고 있는지 불확실한 경우가 많다<표 8>.

경찰청(서)에 사기성거래로 통보 현황을 보면 다음과 같다. 2006년부터 2010년까지 6년간 총 639건의 위법사실 통보건 중 법률위반으로 경찰청(서)에 통보한 사건은 총 12건이다. 이중 행·형사상 처벌이 이루어진 것은 2건이다<표 9>.

나. 공정거래위원회

공정거래위원회는 2004년 9월 범정부적으로 시행한 ‘민생경제 침해사범 특별대책’에 따라 부위원장을 특별대책 추진단장으로, 조사국장을 단속반장으로 하여 본부와 지방, 그리고 특별단속반을 구성·운영한 적이 있다. ‘민생경제 침해사범 신고센터’를 개설하여 민생경제와 관련된 제보를 접수하고 한국소비자원과도 협조체제를 구축하여 운영한 바 있다²²⁾.

공정거래위원회는 특수판매방식으로 인한 소비자피해를 예방하고 관

20) 한국소비자원, 2011 국정감사 자료집, 2011.

21) 한국소비자원, 위 국정감사 자료집.

22) 이천현 외, 민생경제침해범죄의 실태와 대책, 한국형사정책연구원, 2008, 23-40면.

런 사업자를 처벌하기 위해 법 위반사업자를 지속적으로 제재하는 동시에 소비자를 위한 정보의 공개를 지속적으로 추진하고 있다. 공정거래위원회는 특수판매의 소비자보호를 강화하기 위해 전담부서(특수거래보호과)를 2004년에 설치하고 시장감시 활동을 본격적으로 추진하고 있다.

<표 10> 공정거래위원회의 연도별 처벌현황

단위: 건수

구분		2007	2008	2009	2010
방문판매 법 위반	경고	21	8	24	14
	시정권고	1	0	19	34
	시정명령	29	33	33	9
	고발	14	3	7	10
	소계	65	44	83	67
전상법 위반	경고	171	156	193	249
	시정권고	33	0	0	1
	과태료	1	0	0	0
	시정명령	2	32	5	11
	고발	0	1	0	0
	소계	207	189	193	249
합계		272	233	281	316

출처 : 공정거래위원회 2011

공정거래위원회에서 발간한 백서에 나타난 방문판매법과 전상법을 위반한 사업자의 시정실적을 살펴보면, 방문판매법 위반 거래유형별로 보면, 방문판매, 다단계판매의 순으로 나타나고 있다²³⁾.

다음 전자상거래의 경우 청약철회 관련 의무 위반이 138건, 신원 및 거래조건에 대한 정보제공 의무위반이 79건, 허위과장광고 관련 유인 행

23) 공정거래위원회, 공정거래백서, 2011.

위 관련 위반이 24건으로 범위반을 대부분 차지하고 있다.

연도별 단속실적을 보면, 2007년(272건), 2008년(233건), 2009년(281건), 2010년(316건)으로 보고되었다. 계약체결 강요 등의 금지행위에 관한 실적(55건)이 가장 높은 것으로 나타났다. 다단계 판매의 경우 후원수당 초과지급 시정실적(79건)이 가장 많았다.

공정거래위원회는 사기행위나 기만적인 상행위로 인한 국민들의 피해를 예방하기 위하여 캠페인 등의 활동을 하고 있지만, 근절되지 않고 있음에 착안하여 매년 수회의 소비자주의보를 발령하여 소비자의 경각심을 일깨우고 있다. 예를 들면, 2011년 상반기에 소셜커머스를 이용하는 소비자가 증가하면서 할인율 과장, 위조협의를상품 판매 등으로 인한 소비자 피해가 우려됨에 따라 소비자피해주의보를 발령 한 것이나, 명절을 앞두고 인터넷에서 상품권을 싸게 판매한다고 소비자를 유인, 대금만 챙기고 상품권을 배송해 주지 않는 사기성피해가 우려된바 있어, 소비자의 각별한 주의를 요청했다²⁴⁾. 소비자주의보는 2010년 4회, 2011년 10월 현재 7회를 발령하였다.

다. 경찰 및 검찰

경찰과 검찰에서는 유통질서 범죄의 단죄 차원에서 소비자대상 사기성 거래를 처리하고 있다. 경찰청은 오프라인 사기는 경찰청·지방경찰청의 지능범죄수사과에서, 온라인 사기범죄는 사이버테러대응센터에서 담당한다. 사이버테러대응센터에서는 해킹·바이러스 유포는 물론 전자상거래 사기 등 다양한 수법의 사이버범죄에 대한 상담과 수사 및 예방활동을 추진하고 있다. 전국적으로 수사요원이 사기범죄를 담당하고 있으나

24) 공정거래위원회, 보도자료, 2011.5.

인력부족이 심각한 형편이다. 경찰청은 ‘민생침해사범 집중단속’기간 등을 정하여 민생과 관련된 범죄 단속을 통해 일정한 성과를 거두고 있다. 경찰청의 방문판매법 위반 범죄의 발생과 검거현황을 보면 <표 11>과 같다.

<표 11> 방문판매법 위반 범죄 발생 및 검거현황
단위 : 건수(%)

연도	발생건수	검거건수	검거율(%)
2006년	197	196	99.5
2007년	193	179	92.7
2008년	223	216	96.9
2009년	843	822	97.5
2010년	291	262	90.0
평균	349.40	335.00	95.32

출처: 경찰통계연보(각 년도)

검찰청은 사기범죄에 대해 기소업무를 담당하고 있고 온라인범죄에 대해서는 인터넷범죄수사센터를 설치하여 대응하고 있다. 전국적으로 24개 지검, 지청에 인터넷범죄수사센터가 설치되어 있지만 실제 수사요원은 1~2명이고 대부분 검사에 배속되어 있다. 검찰청에서는 방문판매법 위반혐의로 총 처분건수의 약 43%를 기소처분하고 있는데, 일정한 패턴을 보이고 있지는 않으나, 최근 들어 위반건수가 급격하게 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다.

〈표 12〉 방문판매법 위반 기소율

단위 : 건수(%)

연도	총 처분건수	기소	기소율(%)
2006년	183	59	32.2
2007년	769	364	47.3
2008년	547	163	29.8
2009년	962	475	49.4
2010년	2,410	1,043	43.4
평균	974.20	420.80	43.31

출처: 대검찰청(각 년도)

최근 5년간 방문판매법 위반행위에 관한 평균기소율은 43% 수준으로 민생경제침해범죄 전체기소율(31.3%)보다 약 12% 포인트 높은 것이다. 그러나 전체 범죄 기소율이 약 54%임을 고려하면 현저하게 낮은 것을 확인할 수 있다²⁵⁾.

4. 외국의 소비자대상 사기거래에 대응

1) 미국

미국은 1997년 연방거래위원회(FTC: Federal Trade Commission)와 법집행기관들이 의해 사기정보를 수집하고 있는데 그것은 전문 웹사이트인 소비자파수꾼(Consumer sentinel)이다. 미국, 캐나다, 호주 등 연방 및 주(States)의 규제기관이 접속하여 이용한다. 여기는 연방정부

25) 이천현 외, 앞의 보고서.

의 연방거래위원회(FTC), 연방수사국(FBI), 법무부, 경찰청 범죄수사국(U.S. Department of Defense Police, Criminal Investigations)은 물론 각 주(States)의 규제기관과 소비자보호기관 그리고 경영개선협회(BBB) 등 약 670개 이상의 기관이 접속하여 정보를 공유하고 있다. 또 Consumer sentinel 네트워크는 econsumer.gov와 연계하여 국경을 넘는 전자상거래 불만을 수집하여 국가간 트로젝트를 지원하고 있다. 여기에는 호주와 캐나다, 네델란드, 우리나라 한국소비자원 등 9개 국가의 기구가 가입하여 정보를 교류하고 있다.

<표 13> 소비자 파수꾼에 접수된 소비자불만 현황

연도	소비자사기	명의도용	기타	계
2005	437,585	255,687	216,042	909,314
2006	423,672	246,214	236,243	906,129
2007	503,797	259,314	303,039	1,066,150
2008	609,595	314,521	316,970	1,241,086
2009	680,704	278,356	418,785	1,377,845
2010	725,087	250,854	363,324	1,339,265

출처: Consumer Sentinel Network Data Book(WWW.FTC.gov:2011.11.24)

Consumer Sentinel Network Data Book²⁶⁾에 의하면, 2010년 총 소비자불만 중 725,087건이 소비자사기와 관련이 있는 불만이 접수되었고, 피해액은 총17억 달러에 이르며 평균 594달러의 피해액을 나타내고 있다. 피해를 호소한 소비자중 86%는 대금을 이미 지급한 것으로 파악된다.

소비자파수꾼은 소비자를 대상으로 한 사기범죄 정보시스템으로서 정

26) Consumer Sentinel Network Data Book(www.gov, 2011.11.24)

보를 법집행기구에 정보를 제공함으로써 사기 패턴, 현재의 사기동향에 대한 적절한 데이터 등을 제공하여 예방활동에 반영하고 있다. 이에 따라 문제가 되는 부분에 경보를 하거나 조사 등 법집행을 수행하고 있다.

2) 캐나다

캐나다에서는 연방왕립기마경찰(RCMP: Royal Canadian Mounted Police)이 주축이 되어 여러 기관들과 협력하여 공동으로 소비자사기에

대응하고 있다. 퀘백의 COLT는 연방경찰, 각 주 경찰 미국 FBI, 미국 이민관세집행국, 미국연방우편검사국 등이 참여하여 텔레마케팅 사기에 대응하기 위하여 관련 기관 태스크포스팀 형태로 운영하고 있는데, 여기서 사기조사, 텔레마케팅 조기 대응을 위해 규제기관을 지원하고 사전예방프로그램을 추진한다.

또 오타리오-토론토의 전략적 제휴는 토론토경찰국, 소비자기업부, 산업경쟁국 등으로 구성된 멤버들이 텔레마케팅 사기에 대응하는 공조시스템이다. 이들의 공조를 통해 매년 고발, 체포, 수색영장 집행, 회사폐쇄, 기소 등의 실적을 올리고 있다.

3) 일본

일본의 소비자피해는 국민생활센터와 지방소비생활센터에서 접수하여 처리하고 있다. 경찰이나 재판소 등의 관계기관과의 연계는 되어 있으나 공동대응수준까지는 이르지 못하고 있다. 예를 들면, 경찰서로부터 수사 단계에서 'A사가 사기행위를 하고 있을 가능성이 있는데, 센터에서는 소

비자로부터 불만이 접수되는 않는지?’ 등의 문의가 오는 경우, “A사의 불만이 접수되었다든가 또는 A사에 관해 ‘이와 같은 사례가 있었다’ 등의 정보를 제공하고 있다. 즉, 소비자가 주체이므로 상담 후 경찰에 연락을 하지는 않고 있다²⁷⁾).

4. 사기성 거래의 문제점

소비자대상 사기성거래의 문제점은 사기성거래로 소비자피해가 증가되고 있다는 점, 이에 비해 처벌수준은 약간의 과태료 수준에 머물고 있다는 점 그리고 행정기관의 대응체계가 미비하다는 점을 들 수 있다.

가. 소비자피해의 확산

소비자를 대상 사기성 거래로 인한 소비자피해가 줄지 않고 있다. 물론 특수거래로 인한 소비자피해가 모두 사기성 거래라고 단정할 수는 없지만, 특수판매에 의한 소비자거래 중 사기성 거래가 상당부분을 차지하고 있음을 고려하고 경찰의 검거건수와 검찰의 처분건수를 고려할 때 사기성 거래는 계속 증가한다고 판단된다. 그리고 최근 인터넷과 SNS의 발달 등으로 인해 거래수단이 다양화 되면서 사기성 거래는 증가될 것이 예상되고 있어 이에 대한 적극적인 대응이 요구되는 시점이다.

소비자입장에서는 사기성 거래로 피해를 입었더라도 소비자개인이 입은 피해규모는 크지 않은 경우가 많기 때문에 고소·고발 등의 적극적인 행동으로 나타나기 어렵다. 이와 같은 범죄의 암수화 요인이 사기성 거

27) 이상식, 앞의 보고서, 81-83면.

래가 근절되지 않는 한 원인이다.

나. 미미한 처벌

소비자대상 사기성 거래에 대해 적극적인 행정처벌 또는 구제가 되지 않고 있다. 행정처벌이 되더라도 소액의 과태료나 과징금 또는 벌금에 그치는 경우가 대부분²⁸⁾이고, 신체형이나 피해유발액의 몇 배와 같은 처벌적인 금전적인 배상이나 보상을 요구하지 않는 형편이다. 그러다보니 사기를 유발한 사업자들은 사기성 거래로 인한 비용과 이익을 고려할 때 충분히 효용부분이 크다고 판단하여 소비자를 대상으로 한 사기성 거래가 만성적으로 발생하고 근절되지 못하는 한계를 나타내고 있다.

다. 대응체계의 미비

사기성 거래행위에서 조기 대응이 중요하지만, 우리나라에서는 아직까지 사기성 거래행위에 대한 관련기관의 정보 공유 및 공동 대응 시스템이 체계적으로 구축되어 있지 않은 실정이다. 검찰이나 경찰, 또는 공정거래위원회, 민간 기관 등에서 사안에 따라 개별적·산발적으로 대응하고

28) 이와 관련해서는 헌법재판소의 위헌판결(2007년)을 살펴볼 필요가 있다. “보건범죄단속에 관한 특별조치법”상의 양벌규정(제6조)에 대한 2007년 헌법재판소의 판결에 따르면, “개인의 대리인·사용인 기타 종업원이 그 개인의 업무에 관하여 제5조(부정의료업자의 처벌)의 위반행위를 한 때에는 행위자를 처벌하는 외에 개인에 대하여도 처벌한다”고 규정한 부분은 문헌상 종업원의 범죄에 대하여 아무런 귀책사유도 없는 영업주도 자동적으로 처벌되도록 규정하고 있는 것이므로, 그 문헌상 명백한 의미와 달리 ‘종업원의 범죄행위에 대해 영업주의 선임·감독상의 과실이 인정되는 경우’라는 요건을 추가하여 해석하는 것은 문리해석의 범위는 넘어서는 것으로서 허용될 수 없다고 보았다. 종업원에 대한 업무주의 선임·감독상의 과실책임이라고 보더라도 과실밖에 없는 영업주를 고의의 종업원과 동일하게 ‘무기 또는 2년 이상의 징역형’이라는 법정형으로 처벌하는 것은 그 책임의 정도에 비해 지나치게 무거운 법정형으로 규정하는 것이므로 비례성의 원칙에 반한다고 판시(헌법재판소 2007. 11. 29. 선고 2005헌가10 전원재판부판결).

있을 뿐이다. 현실적으로 경찰과 검찰이 연계한 유관기관 공조대응시스템 부재한데, 이는 검찰·경찰의 수사 인력이 부족하고, 경찰 내부의 우선 순위에서 생명·신체적 피해에 후순위로 밀리는 경향이기 때문이다. 이외에도 법률적·제도적 허점을 들 수 있는데, 통신중개업자의 면책, 웹호스팅사업자의 등록업체 신원 확인제도의 미비, 불완전한 결제대금예치제도, 인증마크제의 불완전성 등을 들 수 있다.

이에 비해 외국에서는 각 기관간 공식적인 업무제휴나 사기성 거래행위 관련 신고시스템과 공유시스템을 구축하여 사기성 거래행위를 전담하는 상시적인 태스크포스 설치, 특정 사기성 거래행위에 대한 행정기관·경찰의 장기적인 프로젝트팀을 운영하고 있다²⁹⁾.

IV. 사기성 거래의 소비자피해 예방 방안

1. 사기성 거래행위 예방을 위한 법제도 정비

가. 통신판매중개업자의 책임 문제

통신판매중개사업자의 소비자피해 예방활동을 강화하여야 한다. 현행 전상법에서는 통신판매중개자가 판매에 대한 책임이 없다는 사실을 약정하거나 고지할 경우 입점업체의 고의·과실에 의한 피해에 대한 책임이

29) 이상식, 앞의 보고서, 24-25면.

없다³⁰⁾. 이는 통신판매 중개업자의 범위가 확대됨으로써 사기성 거래가 시장에 받을 불일 수 있는 환경이 조성되고 있다. 이 부분에 대해 통신 판매중개업자와 사업자간의 연대책임 등 제도적인 보완이 강구되어야 한다.

또 통신판매중개사업자의 선량한 관리자로서 자율규제에 관한 활동 강화가 필요하다. 판매 활동시 일정 횟수 이상의 불량·부당 거래 발견시 시장으로부터 퇴출하도록 하는 것도 하나의 방법이다. 또 거래의 안전을 위한 매매 보호장치의 운영, 사후 피해발생시 피해보상 가이드라인 제정 및 운영 등도 사기성거래의 예방을 위한 장치라고 본다.

예를 들면, 판매 참여자의 신용평가 및 보증제도 운영 등인데, 사기성 사이트 웹페이지 등록을 사전 차단함으로써 사기성행위를 한 후 잠적(hit-and-run)하는 경우 보상하고 또 수사 곤란한 경우를 예방하고자 한다.

나. 사기성 거래에 대한 행정명령제 도입

이천현 외³¹⁾ 연구에 의하면 ‘유통질서 교란 범죄대책의 우선순위’에 소비자를 대상으로 한 조사에서 강력한 단속을 가장 선호했다. 다음은 범죄피해예방과 신고를 위한 활발한 홍보, 그리고 피라미드판매방식의 금지, 범법자에 대한 엄중한 처벌, 피해자보호, 사건 접수와 사건처리의 편의성 그리고 피해구제를 위한 적극적인 구제 순으로 응답하고 있다. 일반 국민들은 방문판매법 위반 등 유통경제질서 위반 사업자에 대해 강력한 단속과 더불어 엄중한 처벌을 원하고 있음을 확인할 수 있다.

다음은 사기성 거래행위에 대한 임시중지명령제도 도입하는 것이다.

30) 전상법, 제20조.

31) 이천현 외, 앞의 보고서.

전상법에 ‘표시·광고의 공정화에 관한 법률’에서와 같은 ‘임시중지명령제도’를 도입하여 사기성 거래행위로 인한 피해 확산의 신속한 차단이 필요하다.

‘임시중지명령’이 필요한 사기성 거래행위를 들면, 사업자의 행위가 전상법상의 허위·기망 등 금지행위에 해당한다고 명백히 의심되고, 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있을 경우에는 거래행위 또는 판매행위를 중지할 수 있도록 하는 방안을 고려할 필요가 있다.

다. 실효성 있는 민사제재

실효성 있는 민사적인 제재를 위해서는 소비자가 이용하기 용이한 소송절차를 거치도록 하는 방법과 사업자에게 무거운 책임을 부과함으로써 사기성 거래를 예방하는 방식이다. 전자는 집단소송제도를 도입하는 방식을 들 수 있고, 후자는 징벌적 배상제도를 도입하는 것이다. 집단소송제도는 논외로 하고 여기서 징벌적 배상제도를 살펴보면 다음과 같다.

현행 손해배상제도가 고의와 과실을 구분하지 않고 있고 손해배상의 범위도 손해만 배상하는 원리를 채택하고 있어 고의에 의한 피해발생을 적절하게 억제하지 못하고 있다³²⁾. 징벌적 손해배상(Punitive Damage)이란 피해자가 가해자의 ‘고의 또는 그것에 가까운 악의’에 의해 피해를 입은 경우, 그러한 행위를 장차 두 번 다시 하지 않게 하기 위하여 손해액과는 관계없이 고액의 배상금을 가해자에게 부과하는 제도이다. 배상액을 부과하는 징벌적 손해배상액의 범위는 실손해액의 3배에서 몇 천 배까지 다양하게 결정된다.

소비자피해구제시 소비자가 사업자의 위법·부당한 행위로 인해 받는 손

32) 강병모, 징벌적 배상제도의 소비자보호 효과 및 도입방안 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 2009.

해배상의 범위가 제한적이고 상징적인 금액에 불과하기 때문에 징벌적 배상 제도의 도입을 적극 검토할 필요가 있다. 현행 민법상 손해배상의 원칙은 제한배상주의이고, 실제 위자료의 범위도 적어 소비자가 이와 같은 손해배상을 통해 만족하기 어렵다. 따라서 많은 소비자는 손해배상을 받고자 소송을 제기하는 것을 기피하게 되고, 일부 사업자들은 이런 점을 악용하여 소비자에게 상습적으로 위법·부당한 행위를 행하고 있다.

소비자기본법, 방문판매법, 전상법 등 소비자보호관련 법 규정은 사업자의 위법·부당한 행위에 대한 제재수단으로는 부당거래행위나 금지행위규정을 통해 행정제재 및 형사제재를 하고 있으나, 실효성 있는 민사제재수단도 필요하다.

선진국에서는 실효성 있는 민사제재제도로서 징벌적 손해배상제도를 도입하고 있다. 소비자손해를 자신의 수익으로 취득하려는 악질사업자에 대해 영미법상 징벌적 손해배상제도를 제한적으로 도입하여 소비자의 손해배상청구권을 통해 응징해야 할 것이다. 징벌적 손해배상제도는 영국에서 시작된 영미법계 국가의 특징적인 제도이지만, 특히 미국에서 그 적용 영역이 다양하다. 본래 징벌적 손해배상은 영미보통법(Common Law)상의 제도 즉 판례법에 의해 형성된 제도이나, 최근에는 2배 내지 3배 배상의 규정을 두고 있는 제정법이 나오고 있다. 영국, 노르웨이, 브라질, 러시아, 오스트레일리아, 뉴질랜드, 캐나다 등에서는 판례 및 제정법으로 인정하고 있다³³⁾.

징벌적 손해배상제도는 사업자의 위법·부당한 행위의 재발을 방지하고 실질적인 피해배상을 받을 수 있는 효율적이고 강력한 민사제재수단이요 피해구제방법이라고 판단된다.

막대한 경제적 이익을 취득하는 범죄에게 부과되는 벌금형의 상한이 지나치게 낮다. 막대한 불법 이득에 상응하는 처벌이 이루어질 수 있도

33) 김성천, 징벌적 배상제도와 소비자피해구제, 한국소비자보호원 연구보고서 2003-05.

록 입법적 보완이 이루어져야 하고 이에 따른 엄격한 법집행이 필요하다. 우선 전상법, 방문판매법에서 실제 손해의 3배상에 대한 규정을 두는 것을 검토 할 수 있을 것이다.

2. 법집행의 엄격성

경제범죄의 경우에는 범인은 처벌되어도 영업활동은 계속되는 경우가 많으므로 형사처벌 외에 행정제재가 적절히 병행될 필요가 있다. 경제범죄의 예방 및 효율적 처벌을 위하여 범인에 대하여 동종 유사한 직업·영업에 진출하는 것을 제한하거나, 법인해산, 허가취소·정지, 공급거부 등의 행정적 제재를 병행할 수 있도록 할 필요가 있다.

경제범죄에서는 법인의 역할이 특히 중요하므로, 법인의 경제활동과 관련한 각종 위법행위에 대하여는 그 구성원인 장뿐 만 아니라 법인 자체에 대한 처벌의 필요성이 더욱 크게 나타난다³⁴⁾. 벌금 상한이 정해진 우리나라 입법 현실에서 법인에 대한 벌금형으로의 제재는 그 실효성이 크지 않다는 점에서, 피해액과 연계된 벌금 상한을 정하거나 벌금 하한만을 정하는 방법이 고려될 수 있다. 그러나 경미범죄의 경우에는 비범죄화하여 과태료 또는 이행강제금 등의 질서 위반 제재금으로 전환하는 것도 고려되어야 한다.

통계적으로 민생범죄의 기소율, 특히 방문판매법의 위반행위로 인한 기소율은 약 43%에 머물고 있다. 이것은 전체 범죄의 기소율 54.5%에 비해 현저하게 낮다. 경제범죄 특히 소비자를 대상으로 한 그 범죄의 특성상 범인의 적발 및 처벌이 다른 범죄에 비해 어렵기는 하지만, 기소된

34) 사법연수원, 경제범죄론, 2005.

사건 가운데 민생경제 침해범죄의 구속률도 전체 범죄의 구속률 보다 현저히 낮은 것은 개선의 여지가 있다. 기소율제고, 자유형의 부과나 보다 실질적인 재산형의 처벌 등이 요구된다.

3. 경찰의 대응방안

가. 모니터링 활동 강화

대부분의 소비자들은 생활정보지, 전단지, 인터넷 등을 통한 허위 또는 과장광고에 의해 유인된다. 일반 국민에게 정확한 정보가 제공될 수 있도록 부당광고에 대한 적극적인 모니터링과 단속이 필요하다. 현재 모니터링 활동은 소비자단체와 한국소비자원에서 ‘소비자상담’ 및 ‘소비자 피해구제’활동의 일환으로 수행하고 있다. 또 실효성 있는 예방활동을 위해서는 모니터링 활동과 함께 몇 차례의 간헐적인 단속이 아닌 모니터링과 단속활동의 연계가 요구된다.

인터넷쇼핑몰은 현행법상 개설과 폐쇄가 용이하고, 사전 통제가 거의 불가능하며, 사회문제화된 경우 추적도 쉽지 않다. 그렇기 때문에 더욱 사기성 거래행위에 대해 사전 모니터링 활동 강화가 요구된다. 동일·반복적인 사기성 거래행위를 행하는 오프라인 사업자에 대해서는 사후적인 모니터링 및 경찰과 연계하여 조기에 대응하여야 한다.

나. 공동대응시스템 구축

사기성 거래행위는 일반소비자거래와 달리 형법상 범죄로 연결되고,

개인의 피해규모는 크지 않지만 전체 피해규모가 크고 피해지역이 광범위하다. 지금까지 사기성 거래로 발생하는 소비자피해에 대해 각 기관이 개별적으로 대응해 왔다. 그러다 보니 피해발생이 이미 상당히 진행된 후 단속이나 처벌을 함으로써 소비자피해의 예방에 실질적인 효과를 거두지 못하고 있다. 경찰청, 공정거래위원회, 지자체 등 행정기관, 한국소비자원 등 피해구제기관이 참여하는 관련기관 공동대응시스템 구축 필요하다.

사건의 발생, 유형, 규모, 사업자의 행태 등을 사전에 파악하여 대응함으로써 소비자피해를 예방할 수 있을 것이다. 이를 위해 관련 기관간의 시스템적 대응이 요구된다. 경찰청은 피해사건을 접수하는 소비자기관과 유기적인 협조 및 공조체제를 갖추으로써 조기에 대응하고 범죄자의 도주를 막을 수 있는 방법을 강구하는 것이 필요하다.

관련기관 공동대응시스템의 효율성을 높이기 위해서는 사기성 거래행위 관련 정보를 공유할 수 있는 신고·공유시스템 구축이 선행되어야 한다. 사기성 거래행위는 무엇보다 조기에 대응이 중요하고, 그러기 위해서는 관련 정보를 얼마나 빨리 수집할 수 있는가가 관건이라고 할 수 있다. 이를 위해서 경찰청은 공정거래위원회, 한국소비자원 등과 관련 정보의 공유 등을 통한 협력체계구축을 적극 검토할 필요가 있다.

공동시스템 구축이 현실적으로 어렵다면, 우선 소비자상담 및 피해구제담당기관(한국소비자원)과 관련 법률위반사업자를 단속 처벌할 수 있는 경찰청과 관련 정보를 공유함으로써 범죄예방효과를 거둘 수 있을 것으로 생각된다. 소비자정보수집기관과 경찰청이 협약 등을 통해 실질적인 정보나 관련 사업특성에 관한 노-하우를 공유하여 유기적인 업무협조가 이루어지 지면, 경찰청은 관련 범죄에 관한 정보를 사전에 입수하여 수사의 질을 높일 수 있고, 한국소비자원은 소비자를 대상으로 사기성거래를 유발하는 피해에 대해 형사상 처벌을 통해 악덕한 사업자를 단

죄할 수 있는 성과를 낼 수 있을 것이다.

V. 결론

본 연구는 소비자를 대상으로 한 사기성 거래로 인해 발생하는 소비자 피해를 경제범죄의 일환으로 인식하고, 이에 대응할 실효성 있는 예방방안을 모색하는 것이다. 따라서 사기성 거래를 사기성거래의 개념과 특징 및 발생 원인을 검토했다. 그리고 사기성 거래로 인한 소비자피해현황과 그 처리 내용을 살펴보았다.

그 결과 소비자를 대상으로 한 사기성 거래로 인해 소비자피해가 점차 증가하고 있는 점을 발견했다. 그 이유로는 소비자대상 사기성 거래에 대해 적극적인 행정처벌 또는 소비자피해구제가 되지 않고 있다는 점, 행정처벌이 되더라도 소액의 과태료나 과징금 또는 벌금에 그치는 경우가 대부분이고, 적절한 금전적인 배상이나 보상을 이루어지지 않고 있음을 확인했다. 그러다보니 사기를 유발한 사업자들은 사기성 거래로 인한 비용과 이익을 고려할 때 효용부분이 충분히 크다고 판단하여 소비자를 대상으로 한 사기성 거래가 만성적으로 근절되지 못하는 한계를 나타내고 있다.

이에 반해 사기성 거래행위에 대해 조기 대응이 중요하지만, 아직까지 관련기관의 정보 공유 및 공동 대응 시스템이 체계적으로 구축되어 있지 않은 실정이다.

위와 같은 문제점에 착안하여 다음과 같은 소비자피해 예방 방안을 제안했다.

먼저, 사기성 거래행위 예방을 위한 법제도를 정비하는 것이다. 이를

위해 통신판매중개사업자의 소비자피해 예방활동을 강화하여야 하고, 사기성 거래행위에 대해 행정기관이 일종의 임시중지명령제도 도입하는 것을 검토할 수 있다. 또 실효성 있는 민사제재를 위해 징벌적 배상제도 도입도 검토할 수 있을 것이다.

다음은 법집행의 엄격성을 기하는 것으로 형사처벌 외에 행정제재가 적절히 병행될 필요가 있다. 문제의 사업자(법인)에 대하여 동종 유사한 직업·영업에 진출하는 것을 제한하거나, 법인해산, 허가취소·정지, 공급거부 등의 행정적 제재를 병행할 수 있도록 할 필요가 있다.

마지막으로 사기성 거래행위에 대한 공동대응시스템을 구축하여 운영하는 것이다. 이를 위해 관련 기관의 적극적인 모니터링이 선행되고 경찰청, 공정거래위원회 등 행정기관, 한국소비자원 등 상담기관이 참여하는 관련기관 공동대응시스템 구축, 운영하는 것이 필요하다. 경찰행정이 서민과 취약계층의 보호를 위해 관련 피해예방을 위하여 관련기관과 긴밀한 협력과 정보공유 작업을 적극적으로 추진해야 한다. 만약 공동시스템 구축이 현실적으로 어렵다면, 우선 소비자상담 및 피해구제담당기관(한국소비자원)과 관련 법률위반사업자를 단속 처벌할 수 있는 경찰청과 관련 정보를 공유함으로써 범죄예방효과를 거둘 수 있을 것이다.

이외에도 소비자의식 제고의 방안으로 적극적이고 실시간의 정보제공과 교육활동도 병행되어야 할 것이다. 그 일환으로 청년층이 거의 없고 노인층이 많이 거주하고 있는 농촌지역의 사기성 거래를 예방하기 위하여 농촌지역의 지구대와 파출소에서 경찰방문 등을 활용하여 사기성 피해를 당하지 않도록 예방활동을 전개할 필요가 있다. 또 경찰서 차원에서도 홈페이지, 생활안전협의회, 반사회 등을 활용하여 사기성 거래의 수법 등을 주민들에게 교육시킬 필요가 있다. 지역 내 사기성 거래의 정보가 수집되는 경우 관내 주민에게 알림으로써 지역밀착형 경찰서비스 구현에 접근할 수 있을 것이다.

<참고문헌>

1. 국내문헌

- 강병모, 징벌적 손해배상제도의 소비자보호 효과 및 도입방안 연구, 서울대 대학원 박사학위 논문, 2009.
- 경찰청, 경찰통계연보, 2006-2010.
- 경찰청, 보도자료 '경찰청, 민생침해사범 집중 단속', 2009.6.
- 경찰청, 홈페이지, 2011.10.
- 공정거래위원회, 공정거래백서 2011.
- 김성천, 징벌적배상제도와 소비자피해구제, 한국소비자보호원 연구보고서, 2003-05.
- 김성천, 소비자거래와 형사규제, 한국소비자보호원, 연구보고서, 1997.
- 김성천, 경제형법과 경제질서의 상관관계, 중앙법학, 중앙법학회, 2009.
- 대검찰청, 범죄분석, 2006~2011.
- 백병성, 소비자행정론, 시그마프레스, 2009.
- 사법연수원, 경제범죄론, 2005.
- 이기호·이성호, 경제범죄의 개념과 범위에 관한 연구, 경대 논문집, 제22집, 경찰대학교, 2002.
- 이상식, 사기성 거래행위에 대한 법집행 강화방안, 한국소비자보호원, 시장분석 06-05, 2006.

이천현 · 김지영 · 임정호, 민생경제침해범죄의 실태와 대책, 한국형사정책
연구원, 2008, 23-402면.

한국소비자원, 보도자료 ‘빈발하는 사기성거래, 소비자 주의 필요’, 2010,
3.

한국소비자원, 소비자 피해구제 연보 및 사례집 2011.

한국소비자원, 국정감사 자료집, 2010, 2011.

한상훈, 경제범죄의 개념과 형사법적 대책, 형사정책, 19(2), 2007,
209-232면.

2007. 11. 29 헌가 2005 10 전원재판부판결.

II. 외국문헌

Consumer Sentinel Network Data Book(WWW.FTC.gov:2011.11.24)

Williamson, Oliver E.(1985), The Economic Institutions of
Capitalism: Firms, Markets, and Relational
Contracting: New York: The Free Press.

책임연구보고서 2011-03

소비자 대상 사기성 거래 예방을 위한 방안 연구

2011년 12월 20일 발행

발행인 : 한 광 일

발행처 : **치안정책연구소**

경기도 용인시 기흥구 언남로 74

홈페이지 : www.psi.go.kr

이 책의 무단 복제를 금합니다.

이 책자에 게재된 내용은 연구자 개인의 의견이며
치안정책연구소 공식견해가 아님을 밝혀둡니다.



POLICE SCIENCE INSTITUTE