



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

허 경 옥 교수 지도
박사학위 청구논문

자동차 안전 이슈와 법제도 고찰 및
안전확보 방안

2022

성신여자대학교 대학원
생활문화소비자학과
이 혜 영

자동차 안전 이슈와 법제도 고찰 및 안전확보 방안

허 경 옥 교수지도

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2022년 4월

성신여자대학교 대학원
생활문화소비자학과
이 혜 영

인 준 서

이혜영의 박사학위 논문으로 인준함

2022년 4월

심사위원 유수현 (서명포함인)

심사위원 양수진 (서명포함인)

심사위원 허재욱 (서명포함인)

심사위원 이신애 (서명포함인)

심사위원 강미영 (서명포함인)

성신여자대학교 대학원

논문개요

현대 소비생활에서 자동차는 생활필수품으로써 다른 소비제품보다 내구재적 성향이 강하고 재산적 가치가 있는 소비제품이다. 그런데 자동차는 사고 발생 시 생명과 신체, 재산상 피해가 심각하므로 다른 소비제품보다 안전이 중요한 소비제품이다. 자동차는 약 2만여 개의 부속품으로 이루어진 제품으로 최근에는 전자 및 기술적 기능까지 더해져 자동차로부터의 소비자 안전이 더욱 중요해지고 있다. 폭스바겐 자동차의 가스 배출량 조작 사건, 도요타 자동차의 리콜 사건, BMW 차량의 화재사건 등이 계속되면서 자동차 결함 여부 및 사건 발생원인 등에 대한 파악 및 소비자 피해구제 관련 논란이 계속되고 있다. 자동차 안전사고가 반복되면서 자동차 제조사의 책임 범위, 리콜 제도의 효율적 운영, 자동차 피해구제에 대한 법적, 제도적 시스템에 대한 논란이 사회적 이슈가 되고 있다. 국내에서도 2010년 이후 급발진 관련 소비자 상담건 수는 5년 평균 196건이었으나 대법원은 자동차 제작사의 손해배상 책임이 없다는 판결을 내린 바 있다. 그러나 자동차 급발진 관련 소비자와 사업자 간의 분쟁은 계속될 것으로 보인다.

뿐만 아니라 신차 구입 이후 소비자와 판매자, 제조업자와의 분쟁이 끊이지 않고 있다. 신차의 하자 및 결함 여부, 신차 교환 및 환불, 신차의 품질보증 등 계약과 관련하여 소비자와 사업자 간 분쟁이 끊이지 않고 있다. 국내 자동차의 교환·환불 요청 건수는 2016년 250여 건이었는데 이 중 4건만이 교환·환불이 진행되면서 2019년 신차의 교환·환불을 용이하게 해주는 한국형 레몬법(자동차관리법 개정)이 도입되었다. 레몬법 도입 이전까지 공정거래위원회 시행령인 자동차 품목별 소비자분쟁해결기준이 보수적이고 엄격하여 신차의 교환이나 환불 또는 피해구제가 제대로 되지 않아 소비자 불만이 높았었다. 다

행히 신차 결함 관련 분쟁처리에 대한 소비자 불만은 '레몬법' 도입으로 상당 부분 해소되었다고 하겠다. 그러나 여전히 레몬법 적용이 보수적이어서 소비자 불만이 계속 고 있다. 그러나 자동차로 인한 소비자 안전 및 피해에 대한 실증조사 연구는 매우 미흡하고, 소비자 관점에서 자동차 안전 및 피해구제에 대해 논의 및 분석한 선행연구는 찾아보기 어렵다. 일반 소비제품 관련 리콜 제도, 제조물책임법, 집단소송, 징벌적 손해배상 등에 대한 논의는 비교적 많았으나 이 같은 논의가 자동차에 초점을 둔 경우는 많지 않다. 또한 최근 입법된 한국형 레몬법 즉 신차의 교환 및 환불 등에 대한 논의는 비교적 많이 진행되어 왔으나, 소비자들의 자동차 안전 및 피해구제에 초점을 두고 여러 법 제도를 소비자 관점에서 비교 논의 및 분석한 선행연구는 찾아보기 힘들다.

따라서 본 연구에서는 자동차로부터의 소비자 안전 및 피해구제 관련 법 제도에 대해 구체적으로 살펴보았다. 본 연구의 목적을 구체적으로 제시하면 첫째, 자동차 소비자 안전 및 피해구제 관련 법 제도의 내용 및 주요 이슈를 살펴보고, 둘째, 자동차 소비자 안전과 소비자 피해구제 관련 선행연구를 고찰하여 이 분야의 주요 이슈를 파악하였다. 셋째, 자동차로부터 소비자 안전을 확보하고 소비자 피해구제의 효율화를 위한 법 제도적 개선방안을 제안하였다.

본 연구에서 논의한 내용을 중심으로 향후 자동차 안전 및 피해구제 관련 개선 방향을 제언하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구조사 결과 자동차 하자 발생 시 소비자들의 불만이나 문제 해결에 어려움이 많음에도 자동차 안전 관련 법, 제도적 기반이 소비자 요구를 수용하지 못하고 있고, 자동차 안전 관련 법제도 및 피해구제가 적절치 않은 것에 대한 소비자 불만이 계속되고 있으며 주목해야 한다.

둘째, 자동차 관련 리콜 제도의 경우 일반 소비제품 리콜보다 자동차 리콜

이 상대적으로 쉽지 않고 그 결과 자동차 분야에서 소비자 안전이 충분히 확보되지 못하고 있다. 자동차 결함이나 안전상 우려가 사회적으로 인정되어야 리콜 법 제도의 적용을 받는데 자동차 리콜 제도의 효율적 운영이 되지 못한다는 주장이 많아 이에 대한 개선이 필요하다.

셋째, 소비자가 자동차를 개별적으로 구입하여 사용하다 결함을 발견하거나 하자 등으로 피해를 입은 경우 또는 자동차 거래 과정에서 발생하는 문제를 해결 또는 구제받기 위해서는 보통 민법이나 소비자분쟁해결기준에서의 자동차 관련 기준을 적용받게 되는데 관련 규정의 개선 및 변화가 필요하다. 공정거래위원회 시행령인 소비자분쟁해결기준(품목별)에서 자동차분쟁해결기준은 자동차 관련 소비자와 사업자의 분쟁 상황을 명확히 반영하고, 사업자가 소비자 피해구제에 적극적으로 수용할 수 있는 합리적 기준으로 개정하여야 한다. 특히 최근 도입된 자동차관리법상의 신차 교환·환불 규정, 일명 레몬법 등을 반영하는 기준이 되어야 한다.

넷째, 자동차 관련 제조물책임법에 근거해서 자동차결함 관련 소비자 피해구제가 쉽지 않다. 실제 이 법을 근거로 자동차 피해구제를 한 사례가 드물다는 사실이 이를 증빙한다고 하겠다. 특히 자동차 급발진의 경우 제조물책임법에 근거하여 소비자 피해구제가 쉽지 않다. 향후 제조물책임법에서 자동차 제조결함 입증을 사업자가 더 적극적으로 하도록 할 필요가 있다. 물론 2017년 제조물책임법 개정으로 소비자 입증책임이 완화되었으나 자동차 결함 관련 제조물책임법의 적용과 운영에서 변화가 보이지 않고 있다. 자동차라는 제품의 특수성을 고려하여, 피해 구제 관련 특별법 제정을 검토할 필요가 있다. 자동차는 다른 소비제품 보다 손해의 범위가 넓고 결함 입증이 쉽지 않다는 점 등이 있기 때문이다.

다섯째, 자동차관리법 시행령 개정안에 따라 국토교통부는 2019년부터 새차 구입 후 1년 이내에 중대하자 2회 발생, 일반 하자 3회 발생 후 또다시 하

자가 발생 시 자동차안전하자위원회의 중재를 거쳐 교환이나 환불이 가능하도록 했다. 일명 한국형 레몬법, 자동차 및 전자 제품 결함에 대해 제조사가 소비자에게 교환, 환불해 주는 이 법의 적극적 운영이 시급하다. 현재 시행되고 있는 한국형 레몬법은 소비자들이 교환·환불을 받으려면 신차를 구입할 때 자동차 제조사들과 하자 발생 시 교환 또는 환불을 보장한다는 서면계약을 해야 한다. 결국 사업자의 협조 없이는 교환 또는 환불이 어려워 사실상 레몬법 규정 취지를 살리지 못하고 있다. 매매계약 시 자동차 제조업체가 레몬법 내용을 수락하도록 하는 적극적인 법 제도적 조치가 추가적으로 필요하고 교환, 환불 최종 의사결정 단계인 중재위원회에서 쉽게 교환·환불해 주지 않는 경향의 변화가 필요하다. 구체적으로 국토교통부령 자동차관리법 시행규칙 98조 2 제1항 제3호(자동차의 교환·환불 요건 등)에 자동차 제작사와의 구매계약에서 자동차 하자 발생 시 신차로의 교환·환불 보장 내용이 포함된 계약서를 의무적으로 작성하도록 자동차관리법 규정을 개정할 것을 제안하고자 한다.

여섯째, 자동차 결함 피해의 경우 집단소송제도를 도입할 필요가 있다. 현재 한국소비자원의 집단분쟁 조정 제도나 증권 분야의 공시 관련 집단 피해구제 제도를 변경·확대하여 자동차 분야 만이라도 일부 도입하여 자동차로부터의 소비자 피해구제를 원활히 할 필요가 있다.

일곱째, 최근 우리 사회에서 미국식 집단소송제도 및 징벌적 배상제 도입 등이 자동차 관련 소비자권의 강화 제도가 필요하다는 요구가 거세다. 특히 한국형 레몬법이 도입되었음에도 아직도 국내 시장에서 자동차 교환·환불은 쉽지 않아 이에 대한 개선이 필요한 것이 현실이다. 최근 징벌적 손해배상제도, 결함에 대한 제조사의 책임 강화, 자동차안전 모니터링 시스템 등 자동차 안전정책 강화에 대한 소비자의 요구가 높아지고 있으며 주목해야 한다.

여덟째, 자동차로부터 소비자를 보호하는 법 제도, 이와 관련한 실증 연구·조사의 활성화가 필요하다. 최근 우리 사회에서 이슈가 되고 있는 소비자와

자동차 판매자의 거래 관계에서의 분쟁을 적용하는 민법 상의 하자에 대한 소비자 입증 책임 문제, 사업자에 비해 소비자의 자동차 정보 및 전문성이 부족으로 인한 거래상의 비대칭성 문제, 특히 리콜 대상이 아닌 소비자 개별적 결함이나 각종 문제와 관련한 법 제도 및 자동차로부터의 소비자 안전에 대해 더 많은 논의와 연구조사가 필요하다. 소비자들을 대상으로 자동차안전강화 정책에 대한 요구 등을 연구 분석할 필요가 있다.

본 연구는 자동차 관련 소비자 안전 확보, 소비자피해구제 효율화, 자동차 관련 소비자와 사업자 간의 분쟁 예방 등에 기초 정보를 제공 할 수 있다. 본 연구를 계기로 자동차 안전 관련 법 제도의 개선, 자동차소비자 안전과 피해구제 관련 후속 연구가 활성화되기를 기대한다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
II. 자동차 소비자안전과 피해구제 이슈 및 선행 연구 고찰	9
1. 소비자피해유발 사업자 제재	9
2. 손해배상책임의 개념 및 이론	9
3. 소비자피해보상 관련 주요 이슈	11
1) 손해배상액 산정방법	11
2) 피해유발 처벌 수준	12
3) 피해보상 법 제도와 소비자 기대 인식 차이	13
4. 자동차 소비자안전 및 피해구제 관련 선행연구 고찰	13
III. 자동차 소비자안전 및 피해구제 관련 법 제도	17
1. 민법상의 소비자피해 책임	17
1) 자동차의 하자 및 결함 관련 피해구제	17
2. 공정거래위원회 품목별 분쟁해결기준	21
1) 품목별 소비자분쟁해결 기준의 의의	22
2) 자동차 품목의 분쟁해결 기준 특징	22
3) 사업자의 자동차 관련 책임	23
4) 자동차 결함 관련 교환·환불 제도	24
3. 자동차 리콜 제도	25
1) 리콜 제도의 개념	27
2) 우리나라 자동차 리콜제도 현황	27

3) 리콜 권고와 명령	28
4) 최근 우리나라 리콜 제도의 강화	28
5) 자동차 안전기준 부적합 판정 시 리콜과 제재조치	30
4. 제조물책임법(PL법)	31
1) 제조물책임법의 개념 및 기초 이해	31
2) 제조물책임법의 주요 내용	32
3) 외국의 제조물책임법 입법 동향	33
4) 최근 자동차 제조물책임 사건·사례	34
5) 중대재해법 도입 및 시행	36
6) 자동차 급발진과 제조물책임법	37
7) 제조물책임과 소비자피해구제의 효율화	39
8) 제조물책임법에서 징벌적 손해배상 도입	40
5. 집단소송제도	43
1) 집단소송제도의 개념	43
2) 집단소송제도의 유형	44
3) 집단피해소송 관련 법 도입의 필요성	44
4) 현행법상 집단소비자피해 구제방법: 선정당사자제도	47
5) 해외 주요 국가의 집단소송법	47
6) 우리나라 자동차 집단소송 관련 이슈 및 현황	51
6. 신차의 교환·환불 제도	52
1) 레몬법의 개념	52
2) 한국의 레몬법 도입 및 시행	53
3) 한국형 레몬법의 한계	55
4) 한국형 레몬법의 개선 필요	57
7. 징벌적 손해배상 제도	59

1) 징벌적 손해배상 제도의 개념	59
2) 징벌적 손해배상 제도의 기능	60
3) 우리나라 징벌적 손해배상 도입 논의	61
8. 자동차 안전 확보 및 피해구제 효율화 방안 제언	62
IV. 결론 및 제언	65
<참고문헌>	
ABSTRACT(영문초록)	

<표 차례>

<표1> 제품의 품질 요소	31
<표2> 제조물책임 제도와 리콜 제도 비교	33
<표3> 미국에서의 제조물책임 소송 사례	34
<표4> 세계 주요국 징벌적 손해배상제도 비교	39
<표5> 소비자피해 관련 벌금·과징금 부과 수준	40
<표6> 자동차 제작사들의 서면동의 관련 자동차관리법 및 시행규칙	52
<표7> 소비자들의 개정 요구사항: 자동차관리법 시행규칙 제98조의2 제1	56
<표8> 소비자피해보상제도 개정 요구 현황	62

자동차 안전 이슈와 법제도 고찰 및 안전 확보 방안

I. 서론

현대 소비생활에서 자동차는 필수 제품으로서 다른 일반 소비제품과 비교할 때, 재산적 가치가 있는 비싼 내구 소비제품이다. 반면 자동차는 고속 주행 능력을 갖추고 있어 소비자의 신체적 안전 문제를 수반하는 제품이다. 자동차는 2만여 개 등 많은 부품 조합으로 이루어진 제품이면서 고도 기술이 집적된 제품, 최근에는 전자 장비까지 추가된 복잡한 소비제품이다. 이 같은 특성으로 문제 발생 시 결함 여부 및 원인을 규명하기 어렵고 소비자가 쉽게 자동차의 결함이나 사고 원인을 파악하기 어렵다. 자동차 안전 관련 소비자와 사업자 간 정보 비대칭성과 교섭력 차이가 클 수밖에 없다.

최근 자동차 생산 및 판매는 증가하고 있다. 국토교통부 발표에 따르면 22년 1분기 자동차 누적등록 대수는 25,070천대로, 인구 2.06명당 1대의 자동차를 보유하고 있다고 밝혔다. 이 같은 상황에서 자동차 결함 또는 하자로 인하여 리콜제도가 처음 도입된 2003년 이후~2021년 누적 리콜 수는 277만 9천1백 대가 리콜되었다(국토교통부 홈페이지). 그러나 우리나라에서 자동차 제조사들이 자동차를 교환·환불해 준 사례는 드문 상황이다. 그런데 자동차로 인한 소비자 분쟁 발생의 경우 소비자는 사업자의 품질보증 성능과 기능 관련 파악이나 조사가 어렵다. 자동차 하자나 결함은 소비자는 물론 제 3 타인의 안전에 중요함에도 하자 존재 여부, 하자 관련 정보 부족으로, 소유 소비자 자신의 권리를 찾지 못하고 있을 뿐만 아니라 자동차 소유자로서의 주의 의무를 충실히 이행하지 못하기도 한다. 따라서 자동차 관련 안전, 자동차 소유 소비자의 권

한과 책임, 자동차 소비자 피해구제 등에 대한 정부의 개입이 필요한 것이다.

우리나라 자동차 관련 법 제도는 자동차 피해구제를 위해 소비자 관점의 특별한 개별법을 마련하고 있지 않아 자동차관리법과 일반 사법(예: 민법) 원칙이 적용되고 있다. 제조물 결함 등 다양한 요인에 의해 자동차 안전사고 및 소비자피해는 끊이지 않고 있는 상황에서 자동차 제조의 결함 근절, 소비자 안전사고예방, 적절한 소비자 피해보상을 위한 법 제도적 장치의 검토가 중요하다. 그동안 민사법, 자동차관리법, 공정거래위원회의 소비자피해분쟁해결기준, 제조물책임법(PL법) 등 다양한 형태의 법제도적 규정을 적용해 왔다. 자동차로 인한 소비자와 기업 간의 분쟁 해결, 소비자 피해 보상의 효율화를 위해 기준의 법 제도를 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 자동차로 인한 피해 소비자 입장에서, 자동차 소비자피해를 예방하고 자동차 안전을 확보할 수 있는 법 제도의 검토는 개인을 넘어 사회적 요구 사항이다.

그동안 공정거래위원회 시행령인 품목별 소비자분쟁해결기준은 분쟁 당사자 및 분쟁조정기관에서 가장 널리 사용되어 왔으나 그 기준이 지나치게 엄격해 자동차로 인한 소비자피해구제에 충분치 못하다는 지적이 많았다. 지나치게 엄격한 규정에 대한 소비자 불만이 높아 현 상황에 부합하는 합리적인 개정이 요구되어 왔다. 그 결과 2019년 시행된 일명 '레몬법' 시행을 통해 신차 교환·환불이 가능하게 되었다.

신차의 교환·환불을 널리 인정한 대표적인 국가는 미국이다. 미국 각 주에서는 자동차의 중대한 하자를 요건으로 자동차 교환·환불 규정을 두고 있다. 대체로 주마다 자동차 하자로 인한 교환·환불은 동일한 하자의 반복을 요건으로 하고 있다(49개 주). 미국 각주에서 인정하는 레몬법상 중대한 하자 요건은 8개 주에서는 신차 구매 후 평균 1회 이상 수리할 경우 2회째 교환·환불 가능, 21개 주에서는 3회 수리 이후, 4회째 교환·환불을 인정하고 있다. 28개 주에서는 4회 수리, 5회째 교환·환불을 요건으로 정하고 있다.

2019년 자동차관리법 개정으로 일명 한국형 레몬법이 도입되면서 공정거래 위원회는 자동차 품목에 대한 소비자분쟁해결기준의 개정을 통해 신차의 교환·환불의 조건을 기존의 기준보다 완화시켰다. 기존의 소비자분쟁해결기준에서는 신차의 교환·환불 요건이 까다로워서 일반 자동차의 결함, 안전도 및 주행과 관련한 결함과 별도 구분하여 교환 수리를 위한 수리 횟수 요건을 차등화하여야 한다는 목소리가 거세었다. 또한 결함 및 중대 결함의 수리 기간이 누적 30일로 해야 한다는 주장도 제기되어 왔었다. 다행히 자동차관리법 개정으로 신차의 교환 및 환불이 어느 정도 용이해졌다.

한편, 최근 집단 피해보상제도를 도입하여 자동차 피해구제에 적용해 달라는 소비자 민원이 계속되고 있다. 집단소송 제도는 소비자가 감당해야 할 소송비용, 소송의 접근성 문제를 줄여주어 피해 소비자가 손해배상을 쉽게 받도록 하는 제도이다. 소비자 개인이 단체나 집단으로 뭉치면 소액다수 피해를 쉽게 구제받을 수 있다. 자동차 분야에 집단소송 제도가 향후 인정된다면 기업의 결함 제품, 안전치 못한 제품 등으로 다수의 소비자들이 피해를 입은 경우 소비자 피해구제 소송을 제기할 수 있다. 우리나라에서 현재 인정되고 있는 집단소송은 증권 분야로써 거짓된 정보 공시 또는 장부 조작으로 주식시장에서 투자자들이 손해를 입었다면 다수의 투자자들이 해당 회사, 회계감사를 맡은 회계 법인에 투자손실액 보전을 요청할 수 있다.

최근 폭스바겐 배기가스 누출 정보 사기 사건, 반복적인 BMW 차량 화재 사건이 발생하면서 자동차 분야에도 다수의 피해구제를 위해 집단적 소송을 도입하자는 움직임이 커지고 있다. 그러나 자동차 관련 집단 소비자피해구제 제도는 아직 도입되지 않고 있다. 자동차의 결함, 품질 문제, 자동차 안전, 다수의 소비자피해구제를 쉽게 하기 위해 집단소송법 제도의 도입이 적극 검토되고 있는 상황이다.

한편, 소비자피해를 예방하기 위한 가장 강력한 법 제도는 미국의 징벌적

손해배상제도이다. 이 제도는 불법행위를 유발한 사업자가 징벌배상 책임을 물을 수 있도록 하는 제도이다. 징벌적 피해보상제도는 손해배상 결정에서 제도자 또는 사업자에게 소비자의 손해 원금과 이자뿐 아니라 형벌적인 차원의 추가적 금액을 배상하도록 하는 법 제도이다. 다시 말해, 기존 민사상 불법행위책임에 대한 손해배상에 추가적 액수를 부과하는 제도이다. 아직 우리나라에서 징벌적 규정이 모든 소비제품에 적용되지 않고 있고, 자동차에도 적용되지 않고 있어 이 제도의 주요 내용 및 이슈에 대해 검토해 보고 적극적으로 도입을 고민해 보아야 한다. 징벌적 피해보상제도가 의도하는 재산상의 손해배상을 쉽게 받게 해 주고 동시에 정신적인 고통에 대해 피해 보상해 주는, 즉 실제 피해액 수보다 많은 액수의 피해 보상, 즉 징벌을 가하는 제도를 검토해 볼 필요가 있다. 다만, 중복적 징벌배상, 과도한 징벌배상액 등 실무적 운용 차원의 문제점을 개선하기 위해 미국의 개별 주와 연방대법원에서는 징벌적 법 제도의 개선을 진행하고 있다. 가장 중요한 개선·정비 대상은 징벌배상액의 산정에 관한 것이다.

김현수(2013)는 여러 개별법에서 징벌배상 제도를 도입할 수 있다고 주장하였다. 그는 대기업으로부터 소비자 보호를 위해 징벌적 손해배상제도는 필요하다고 주장하였다. 그러나 그는 미국에서도 징벌적 손해배상 제도의 부작용 방지를 위한 사법적·입법적 대책 마련이 계속되고 있으므로, 합리적인 징벌배상 산정이 중요하다고 밝혔다.

우리나라에서 자동차 관련 가장 중요하고 기본적인 법률은 자동차관리법이다. 국토부는 2017년 12월 24일 자동차관리법(일명 한국형 레몬법)을 개정하여 2019년 1월부터 동일 하자로 인한 반복 수리의 경우 신차의 교환·환불을 인정하고 있다. 이 규정에 따르면 신차를 구매한 이후 1년 이내에 또는 2만 km 미만 동일 증상으로 일반 하자 3회 이상, 중대 하자 2회 이상, 누적 수리 기간이 30일 이상인 경우 국토부 중재위원회의 중재를 거쳐 교환·환불을 받도록

정하고 있다. 구체적으로 살펴보면 자동차관리법 47조 2, 제1항 1호에서는 신차로의 교환·환불 보장은 서면계약에 국토교통부령(자동차관리법 시행규칙 98조 2 제1항)으로 정하는 사항이 포함된 계약에 따라 판매한 자동차로 한정하였다. 또한 자동차관리법 시행규칙 98조의 2 제1항 제3호에 따라 자동차 제작사와 구매계약 시 하자 발생으로 인한 신차로의 교환·환불 보장 내용이 구매계약서에 담아야 한다고 규정하고 있다. 즉 서면계약의 특약 등으로 교환·환불 보장을 배제하지 않아야 한다. 결국 자동차 제작사 등이 교환·환불 중재 규정을 수락한다고 계약서에 명시한 경우에 교환·환불이 된다는 규정은 자동차 제작사들이 교환·환불 보장을 거부해도 되는 권고 사항임을 암시하고 있다. 그 결과 자동차 제작사들이 한국형 레몬법은 강제 규정이 아닌 자동차 제작사들의 의사에 따라 그 실효성이 좌지우지되는 법 제도라는 평가가 있다. 다시 말해, 한국형 레몬법의 교환·환불 요건이 임의 조항이고 권고사항이어서 신차 구매 시 소비자들이 계약서에 이 규정을 포함시켜 달라는 요청을 해도 자동차 제작사 등이 거절하면 소비자들은 교환·환불을 강제할 방법이 없어 그 피해는 소비자들에게 돌아갈 수밖에 없다.

한편, 2017년 개정된 자동차관리법에서는 기계식 주차장에서 차량 관련 중대 사고 발생 시 기계주차 관리인의 사고보고를 의무화시켰다. 또한 자동차관리법 시행령 규정을 통해 온라인 자동차 매매업체의 정보제공 의무화 등 규제 강화 규정을 추가시켰다. 온라인 자동차 중개업자는 사무실과 전기 시설 등을 갖추지 않아도 되지만 이용약관, 이용자 불만 접수창구, 호스트 서버 용량 등을 갖추어야 한다고 명시되었다. 또한 소비자가 신규 차량으로 교환한 경우 취득세는 면제시켜 소비자들의 환영을 받았다.

우리나라에서 제품으로 인한 소비자 피해 관련 사업자 의무사항은 공정거래위원회가 여러 법 제도를 근거로 적극적으로 규제하고 있다. 그러나 소비자 피해 유발 사업자에 대한 규제 조치가 미흡하다는 지적이 끊이지 않고 있다

(국민권익위원회, 2012). 공정거래위원회의 피해 유발 사업자에 대한 처벌이나 규제가 숨 방망이 수준이라는 지적이 계속되고 있는 것이다. 예를 들면, 2011년 공정거래위원회는 구글과 애플이 사전에 소비자들에게 동의를 받지 않고 소비자의 위치 관련 정보를 수집하고 축적한 것에 대해 과태료 300만원씩을 부과하였는데 행정조치 처벌이 숨방망이 수준이라는 비판이 높았다(SBS뉴스, 2011년 8월 5일). 공정거래위원회 측은 이용자의 사전 동의를 받지 않고 서비스를 켜는데도 저장된 부분의 최대한 적용할 법규를 찾은 결과 법령상 과태료 300만원을 부과할 수밖에 없다는 설명이었다. 당시 법 제도의 개선으로 제재 수위를 더 높여야 한다는 주장이 많았다. 이 사건의 경우 현행법 제도가 기술 속도를 따라가지 못하는 상황에다가 관련 매출이 없어 강력한 과징금 부과가 어렵다는 것이었다. 2014년에는 신용카드 3사의 1억 건의 개인정보 유출 사건이 발생하였다. 그러나 당시 피해구제가 제대로 되지 않았다. 개인정보의 유출로 인한 소비자 피해 발생 시 행정조치적, 법 제도적 조치의 개선이 필요하다는 지적이 제기되기 시작하였다.¹⁾

최근에는 폭스바겐 배기가스 배출 조작 사건 이후 자동차로 인한 소비자 피해 보상에 사회적, 행정 비용을 추가시킨 징벌적 손해배상을 도입해야 한다는 목소리가 드높다. 그러나 자동차로 인한 소비자피해에 대한 징벌적 규제 및 소비자 피해구제는 이루어지지 않고 있다. 따라서 이와 관련한 연구 및 조사가 우선되어야 한다. 자동차로 인한 소비자 사고 및 피해 보상, 법 제도적 규제, 자동차로 인한 소비자피해 및 행정조치, 관련 법제도, 피해구제 적정성 등에 대한 연구조사 연구가 시급하다.

지금까지 소비자 피해 관련 사업자 규제에 대한 선행연구는 법학 분야에서

1) 이 같은 사회적 분위기를 반영하여 2014년 국회에서는 신용정보이용 및 보호에 관한 법률을 개정하여 금융사가 개인정보를 유출시켜 소비자가 피해를 입었다면 금융사에 징벌적 배상책임을 최대 3배까지 인정하였다(한국경제신문, 2015년 1월 12일). 또한 고의중대과실이 아님에 대한 입증을 금융회사가 하도록 조치하였고 정보가 유출되었다는 사실만으로도 법원이 최대 300만원까지 손해액을 인정할 수 있도록 변경하였다.

법리에 대한 논의, 아직 광범위하게 도입되지 않은 집단 손해배상, 징벌적 손해배상 등에 대한 연구가 주를 이루고 있다. 그러나 자동차 분야에서 소비자 관점의 연구조사는 매우 부족하고 소비자들의 평가나 인식을 반영한 연구조사는 거의 진행된 바 없다. 소비자 피해 행정과 사법적 제재조치, 자동차와 소비자 안전, 소비자피해보상 등과 관련한 심층적인 연구조사가 필요하다. 공산품 관련 법, 식품 관련 법, 전자상거래, 광고 및 표시, 기업 불공정거래 및 담합 등에서의 소비자피해구제 및 행정적 제재를 면밀히 분석하여 자동차 안전 및 피해구제에 적용할 필요가 있다. 개별법에서 정하고 있는 자동차안전 및 피해 관련 기준 및 조항에 대해 면밀히 조사하고 이를 토대로 향후 자동차 피해구제와 관련한 법 제도를 개정할 필요가 있다.

소비자 입장에서의 소비자 안전과 피해구제, 소비자적 논의 및 연구, 법 제도의 제정 및 개정 등에 대한 기초 연구가 전무한 상황이다. 특히 소비자 피해보상 및 처벌 수준 등에서 관련 법률들 간에 일치하지 않는 것도 많아 소비자는 물론 사업자들도 혼란스럽다. 게다가 악성적 행위에 대한 제재 수위가 낮다는 지적이 계속되어 왔으므로 이에 대한 논의도 시급한 상황이다. 또한 이미 최근 시행된 한국형 레몬법 운영에 대한 평가 등에 대한 논의 및 연구가 시급하다. 게다가 징벌적 피해보상과 집단소송 제도에 대한 소비자들의 요구가 거세므로 이에 대한 논의도 필요하다. 사업자들조차 모두 한목소리라고 보기 어려운 것이 현실이다. 소비자피해를 방지하기 위한 일정 수준을 갖춘 경쟁력 있는 기업의 경우 현재의 손해배상 규제 조치가 약하다고 인식하고 있다. 결국 자동차로 인한 소비자 피해 유발에 대한 법 제도적 규제 수준에 대한 연구조사가 필요하다고 하겠다. 지금까지 자동차 손해배상에 대한 사회적 요구가 계속되어 왔으나 이에 대한 소비자들의 인식이나 요구, 징벌적 손해배상에 대한 소비자 관점의 연구조사는 진행된 바 없다.

따라서 본 연구에서는 첫째, 자동차로부터의 소비자 안전 및 피해구제 관련

우리나라 현행법 제도의 현황을 면밀하게 살펴보고자 한다. 둘째, 자동차 안전 및 소비자피해와 관련한 선행연구들을 살펴보고 최근 제기되고 있는 이슈 등을 중심으로 이 분야의 주요 이슈나 개선사항 등을 살펴보고자 한다. 셋째, 자동차 안전 확보 및 자동차 피해구제의 효율화를 위한 향후 법 제도 개선 등 다양한 개선 방안을 제언하고자 한다.

II. 자동차소비자안전과 피해구제 이슈 및 선행 연구고찰

1. 소비자피해유발 사업자 제재

소비자피해유발 사업자에 대한 규제는 미국이 가장 적극적인 것으로 알려져 있다. 특히, 미국은 기업의 불공정거래행위로 인한 소비자피해에 대해 매우 적극적인 규제를 하고 있다. 예를 들면, 담합의 경우 서면법의 위반행위에 대한 벌금 액수 산정에서 벌금 상한을 이익/피해의 2배로 규정하고 있고, 관련 매출액의 20%를 위반행위로 인해 초래된 피해액의 대리 변수로 사용하는데 가격 담합에 따른 부당이득을 10%, 사중손실을 10%로 추정하고 있다(윤용석, 2006).

영국의 제재금은 관련 매출액의 10% 범위 내에서 위반 행위의 중대성에 비례하여 특정한 부과율을 정함으로써 특별 억제 목적을 지향한다(문기석, 2010). EU는 제재금 산출을 매출액 기준으로 30%까지 인정하는 형태로 부당이득 규모 억제를 위한 규제를 하고 있다. 독일은 부당이득 환수제도를 운영하고 있다. 일본은 2005년 독점규제법을 개정하여 과징금 금액을 상향 조정하였다. 과징금의 이중제재 또는 과다 과징 문제를 해소키 위해 동일 사건에 과징금과 벌금이 동시에 부과된 경우 벌금액의 2분의 1에 해당하는 금액을 과징금에서 공제토록 하였다.

우리나라에서는 공정거래위원회에서 불공정거래행위, 담합 등 사업자의 경쟁제한 행위와 소비자피해유발 행위에 대한 규제를 하고 있다. 그러나 소비자피해유발 사업자에 대한 조치가 미흡하다는 지적이 끊이지 않아 왔다(국민권익위원회, 2012). 슝 방망이식 처벌이라는 지적이 높았던 사례로써 2014년 신용카드사에서 1억 건의 개인 정보를 유출시키는 등 개인 정보 유출 책임에 대해 당시 과태료가 슝방망이 수준이고 소비자피해가 제대로 되지 않았다는 지

적이 거세었다. 그 이후 소비자피해유발시 행정적, 법 제도적 조치의 무제 및 개선방향에 대한 연구조사가 계속되었다. 금융회사 잘못으로 개인 정보가 유출돼 소비자가 피해를 입었다면 금융사에 징벌적 배상책임을 최대 3배까지 묻도록 하였다. 개인정보를 불법으로 활용해 영업할 경우 매출액 3%에 해당하는 과징금을 부과하도록 하였다(한국경제신문, 2015년 1월 12일). 앞으로 금융회사가 개인 정보를 유출한 경우 부과되는 과태료도 상향 조정하고 정보보호 관련 사업자 의무를 명확히 할 필요가 있다.

2. 손해배상책임의 개념 및 이론

손해배상책임의 개념을 위해서는 고의, 과실의 개념이 중요하다. 보통 과실은 선량한 관리자로서의 주의의무를 다하지 못한 경우를 말한다. 그러나 본질적으로 과실은 주관적 개념으로 그 의미가 분명치 않다. 미국에서 개념은 과실에 대한 가해자의 주의 비용이 기대 사고금액보다 작으면 과실을 범한 것으로 간주하는 것이다. 이는 과실을 사고와 관련된 사회적 비용을 최소화하는 기본 원리를 깔고 있다. 핸들러는 사회적 비용이 최소한으로 되는 만큼의 주의를 하도록 효과를 창출한다. 핸들러는 가해자가 지불한 주의 비용이 기대 손해금액보다 작으면 과실을 범한 것으로 간주하여 배상 책임이 있다고 판정한다. 즉, 가해자는 적어도 사회에 손해를 끼치는 금액의 기대치만큼 주의 비용을 들여야 과실책임에서 벗어날 수 있다.

핸들러 개념은 경제학의 한계원리(한계비용=한계효익)와 같은 개념이며, 사회적 비용을 극소화시킨다. 집단소송제도는 어느 한 손해배상 사건의 판결을 다른 유사한 피손해배상사건에 적용하는 것으로서 손해배상을 받기 쉽도록 하는 제도이다.

징벌적 손해배상제도는 손해배상 금액이 소송비용보다 작아 손해배상청구를

하지 않은 피해자가 많을 때, 청구하지 않은 피해자가 입은 손해 액수도 청구자에게 배상하도록 하는 제도이다.

이 두 제도는 가해자의 사회적 책임을 방지하고 사회 후생을 극대화하려는 목적을 가지고 있다. 손해배상책임의 원리는 민법(제750조) 고의 또는 과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임이 있다는 규정에서 정해 두고 있다. 그런데 이 원칙에 따르면 타인에게 손해를 끼쳤더라도 가해자의 고의 또는 과실이 없으면 손해배상하지 않아도 된다는 의미이다. 그러므로 과실여부 및 입증책임자 이 누구에게 있는가가 매우 중요하다.

3. 소비자피해보상 관련 주요 이슈

1) 손해배상액 산정방법

손해배상액 추정에는 많은 방법이 이용될 수 있는데, 이 방법들 모두 각각의 장단점을 가지고 있어서 어떤 하나의 방법도 여러 측면에서 가장 우월하다고 볼 수 없다(김남우, 2011). 이인권(2010)은 징벌배상액 산정기준 고려 요소로 3가지를 제시하였다. 첫째, 피고의 악성 또는 비난 가능성이다(손해 발생 우려 인식 정도, 가해자의 고의성). 가해자의 피해구제 노력의 정도, 해당 행위 지속기간 등이 해당된다. 둘째, 실손해액이다. 셋째, 피고의 재산상태나 재산 규모, 해당 행위로 피고가 얻은 부당이익 등이다. 현행 규정에서 과징금 부과 관련 매출액을 기준으로 한다. 그러나 이 경우 손해액, 피해액을 기준으로 산정하는 경우 소비자들의 요구 및 기대, 소비자피해의 특성 등이 배제되는 단점이 있다.

소비자피해는 대부분 소액다수 피해가 많아 소비자가 직접 민법에 근거하여 손해배상을 받지 않는 것이 보통이다. 이 같은 상황에서 악질적 소비자 안전

사고의 경우 단순히 실제 피해액을 보상하는 것은 적절치 않다. 안전을 예방하고 사회적 안녕을 위해서는 안전사고 예방비용, 안전사고 감독비용을 포함하여 배상을 물려야 한다(윤용석, 2006). 또한 법원에 간접흡연의 피해액을 요청하는 경우 대체로 개인의 실질적 피해에다가 행정적 낭비와 사회적 책임 부분을 포함시키는 것이 보통이다. 보통 어린이, 노인 등 소외 약자 계층의 경우 가중처벌을 인정하고 있음을 반영해야 한다. 예를 들면, 사업자의 규모, 즉 중소기업인가 대규모인가도 고려해야 한다. 결국 소비자피해에 대한 벌금, 과징금 및 각종 손해배상은 단순히 실제 손해액 배상, 부당이익 환수 차원의 개념이라기보다 경쟁사업자의 권익 침해, 사회 안전이라는 사회적 책임, 소비자의 기대수준 및 요구수준 등을 감안하여 정해야 할 것이다(김보현, 신영근, 2010). 최근에는 고의 또는 중·과실의 경우에는 3배 정도의 징벌적 개념이 도입되어야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있다(참여연대, 2010). 다만 징벌 규정을 민법에 포함시킬 것인지 아니면 개별 징벌법을 신설하여 그 안에 포함시킬지는 논의가 계속되고 있다.

2) 피해유발 처벌 수준

피해유발 사업자에 대한 벌금, 과징금 등의 수준이 낮으면 사업자들이 과징금 행정적 처분을 무시하기 때문이다. 그러다 보니 시정조치가 지연되고 소비자피해가 계속 이어질 가능성이 높다. 실제 많은 사례에서 제재조치가 과태료 수준이어서 솥방망이 처벌이라는 비난이 많았다. 이에 소비자 피해유발 관련 제재조치에 강한 법적 규정을 도입할 필요가 있다는 주장이 늘고 있다. 가습기 살균제 관련 공정거래위원회의 초기 벌금 수준(벌금 5천만 원 부과)이 솥방망이 처벌이라는 비판이 거세었다(베이비뉴스, 2012년 7월 24일).

3) 피해보상 법제도와 소비자 기대 인식 차이

품목별 소비자분쟁해결기준에 의한 피해보상 액수 수준에 대한 불만은 적지 않다. 특히 자동차피해로 인한 피해보상에 대한 기대액수 및 요구수준은 현재의 법적 규정 수준과 많은 차이가 있다. 소비자분쟁해결기준은 사업자의 최소 피해보상을 규정하고 있기 때문이다. 예를 들면, 식품 이물질에 대한 소비자분쟁해결기준의 피해구제 수준이 낮다 보니 “병원을 갈 테면 가라 치료비 줄 테니” 등의 내용에 소비자들이 분노하기도 하였다(충청투데이, 2014년 4월 7일).

소비자들이 체감하는 문제의식과 법적 사후처리 수준 차이가 크다. 따라서 손해배상에 대한 소비자들의 인지 및 요구 수준에 대한 관심 그리고 소비자 기대를 반영하는 손해배상 기준을 새로이 정할 필요가 있다.

영업정지 기간, 매출액 등에 따라 차별적인 책임 주의, 부당이득 환수의 기능이 필요하다. 지광석(2013)은 담합 과징금이 부과 29건에 대해 과징금의 규모와 산정 절차의 적정성을 분석한 결과 대부분 최저 부과기준율을 적용하고 있어 담합을 억지할 수 있는 수준에 미치지 못하고 있다고 밝혔다. 사업자들은 과다이윤을 얻고 사회적 후생손실이 발생한다. 따라서 소비자들은 소비자 피해액 상당의 행정적 규제나 과징금, 과태료가 부과되어야 한다고 주장하고 있다.

4. 자동차 소비자안전 및 피해구제 관련 선행연구 고찰

최근 자동차안전사고가 급증하고 있음에도 소비자 관점에서 자동차안전과 관련한 선행연구는 매우 부족한 상황이다. 자동차안전이나 자동차 피해에 초점을 두고 안전 및 피해구제에 대해 논의하고 분석하는 선행연구는 찾아보기 어렵다. 지금까지 수행된 몇 편의 자동차안전 및 피해구제 관련 선행연구를

살펴보면 다음과 같다.

전상민(2018)은 소비자의 위험지각과 안전행동 수준에 따라 소비자를 4 유형의 집단으로 분류하였고 이들 집단간의 리콜 행동의 차이를 분석하였다. 이 연구에서 분류한 4유형의 집단은 무관심형, 회피형, 상황 주도형, 즉각 대응형이다. 연구자에 따르면 공산품과 의약품과 달리 자동차 리콜 행동의 경우 즉각 대응형에 속하는 소비자가 많은 것으로 나타났다. 이 결과에 대해 연구자는 자동차의 경우 위험 발생 시 생명과 직결되므로 다른 소비제품보다 리콜 즉각 대응형이 많다고 주장하였다. 또한 그는 자동차 회사가 차주에게 리콜 정보를 개별적으로 제공하기 때문에 즉각 대응형이 많다고 주장하였다. 연구자는 즉각 대응형이 가장 바람직한 리콜 소비자 유형이라고 주장하면서 즉각 대응형은 30~40대, 여성, 고학력, 고소득층 소비자가 많으며, 이들 소비자는 리콜 인식과 리콜 행동 수준이 가장 높고 리콜 매체에 대해 호의적이라고 밝혔다.

강나래, 서자우리, 구선정(2017)은 분쟁 발생시 소비자는 민법을 적용받게 되어 하자에 대한 입증 책임을 소비자가 부담하고 있다고 주장하였다. 결국 자동차 정보 및 전문성이 부족한 소비자가 사실상 불리한 입장에 처하게 된다고 밝혔다. 특히, 연구자들은 리콜 대상이 아닌 개별적 결함이나 문제는 피해 구제받기 어렵다고 주장하였다. 리콜 대상이 아닌 자동차로 인한 분쟁 발생시 소비자는 소비자분쟁해결기준을 적용받게 되나 이 기준은 법적 구속력이 없고 까다로워 소비자가 쉽게 피해 구제받기 어렵다는 것이다. 연구자들은 자동차 관리법 내의 리콜 규정, 공정위 고시 소비자분쟁해결기준을 하나의 법으로 통일시키고, 단독법으로서 자동차 소비자보호 특별법을 만들자고 제안한 바 있다. 물론, 2018년 일명 레몬법이 자동차관리법 규정으로 신설되었으므로 연구자들의 주장이 어느 정도 해결된 점도 있다고는 하나 아직도 자동차 안전 확보를 위한 소비자보호 법제도는 개선되어야 할 여지가 많다고 하겠다.

허경옥, 이재학(2021)은 소비자의 안전의식과 행동, 자동차안전추구성향이 자동차안전정책 강화 요구에 미치는 영향을 분석하였다. 연구자들의 분석 결과를 살펴보면 크게 두 가지였다. 첫째, 서울 거주자, 대학원 졸업자, 50대 이상, 고소득 가계(1천만원 초과)의 경우 소비자의 자동차안전추구 수준이 높은 것으로 나타났다. 자동차안전정책 강화 요구는 비수도권 거주자, 비전문직 종사자, 고졸과 대졸, 즉 대학원 졸업자가 아닌 경우 높았다. 둘째, 소비자의 안전의식과 안전행동이 자동차 안전추구 수준에 미치는 정적 영향력은 자동차안전 정보탐색 수준이 높은 소비자 집단에서 더 큰 것으로 밝혀졌다. 또한, 소비자의 자동차 안전추구가 자동차안전정책에 미치는 정적 영향력은 자동차 안전 정보탐색 수준이 높은 집단에서 더 크게 나타났다.

허경옥, 이재학(2021)은 이 같은 연구결과를 토대로 네 가지 제언을 하였다. 첫째, 소비자들의 자동차 안전추구는 막연한 안전 불안감에 영향받지 않고 안전의식과 안전행동에 영향받고 있으므로 소비자의 자동차 안전추구성향을 높이기 위해서는 막연한 불안감보다는 안전의식 고취와 행동이 중요하다고 주장하였다. 막연한 불안감이나 불신을 없애고 직접적인 안전행동이 중요함을 강조하였다.

둘째, 소비자들의 안전 불안감을 줄이는 것보다는 안전 불안감을 없앨 수 있는 자동차안전 정책의 세부 내용 등에 관심을 가져야 한다고 주장하였다. 셋째, 자동차 안전추구와 안전행동은 자동차 안전정책 강화 요구에 영향을 미치므로 향후 소비자들의 요구에 대해 구체적인 조사 분석이 계속되고 그 결과를 토대로 자동차 안전정책의 방향을 설정하여야 한다고 주장하였다.

넷째, 소비자의 불안감은 자동차 안전추구로 이어진다고 보다 자동차 안전 정보탐색 수준이 낮은 상태에서 막연히 자동차 안전정책 강화를 요구하므로 자동차 안전 관련 정보탐색의 중요성을 강조하였다.

한편, 허경옥, 이현주(2014)은 소비자의 리콜경험, 리콜정보탐색원, 리콜에

대한 인식 현황에 대해 조사하였다. 연구자들의 분석결과를 살펴보면, 첫째, 소비자의 89%가 리콜제도를 알고 있었던 것으로 나타났다. 또한 29%의 소비자는 리콜을 경험한 것으로 나타났다. 소비자가 리콜을 경험한 제품으로는 자동차가 가장 많은 것으로 조사되었다. 리콜에 대한 정보는 TV를 통해서 얻는 소비자가 가장 많은 것으로 드러났다. 둘째, 소비자인식은 40대의 소비자가 리콜제도에 대해 가장 긍정적이었고, 기혼 소비자가 미혼보다 긍정적이었다. 또한 소비자 안전지향성이 강한 소비자 안전행동을 적극적으로 취하는 소비자, 리콜을 경험한 소비자가 리콜에 대한 인식이 긍정적인 것으로 나타났다. 셋째, 소비자가 안전지향적일수록 리콜제도에 대한 인식이 긍정적인 것으로 나타났다.

지금까지 몇몇 선행연구들을 살펴본 바와 같이 소비자 관점에서의 자동차 소비자안전과 피해구제 관련 선행연구 조사는 매우 부족함을 알 수 있다. 또한 자동차에 대해 초점을 두고 집중 분석한 선행연구는 매우 드물다. 지금까지 자동차 리콜 제도, 신차의 교환·환불 관련 레몬법 등 개별법 제도에 대한 논의는 어느 정도 수행되어 왔으나, 소비자들의 자동차안전 및 피해구제 관련 법 제도에 대한 실증적이고 구체적인 선행연구가 미흡한 점에 주목할 필요가 있다. 게다가 소비자들을 조사대상으로 자동차안전과 피해구제에 대한 인식, 요구, 기타 이슈를 중심으로 조사·분석한 실증연구가 매우 부족한 상황이다.

III. 자동차 소비자안전 및 피해구제 관련 법 제도

1. 민법상의 소비자피해 책임

1) 자동차의 하자 및 결함 관련 피해구제

소비자피해보상은 기본적으로 민법에 따라 처리한다. 민법 제750조에 따르면 고의 또는 과실을 근거로 손해배상책임을 규정하고 있다. 이 원칙에 따르면 손해를 끼쳤더라도 고의 또는 과실이 없다면 민법상에서는 손해배상을 하지 않도록 하고 있다. 그러므로 민법에 적용 시 과실 여부에 대한 판정이 중요하다. 손해배상책임에서 과실의 정의는 선량한 관리자가 주의의무를 하지 못한 것으로 정의하고 있다. 안전사고 등 각종 피해유발과 관련한 사회적 비용은 사고로 인한 피해액, 사고 방지를 위한 주의 비용, 사고 방지 관련 행정적 비용 등을 포함한다. 사업자들은 사회적 비용을 최소화시키는 수준의 주의를 해야 한다. 사회에 끼친 손해를 보상하면 사회 후생이 극대화되고 사회가 바람직한 상태가 유지된다는 것이 법경제학의 원리이다.

(1) 하자과 결함에 대한 개념

자동차에 발생 문제는 또는 하자 또는 결함이 중요한데 이에 대한 개념 상의 혼란이 존재한다. 하자는 민법(민법 제580조, 제581조)담보책임에 근거하고 있다. 민법에 근거한 판례는 통념상 기대되는 객관적 성능·성질을 결여하거나, 당사자가 보증 또는 예정한 성질을 결여한 경우 하자로 인한 담보책임을 부담하도록 하고 있다.

반면, 제조물책임법 제2조 2호 상에서 결함이란 해당 제조물이 제조상, 설계상 또는 표시상의 결함이 있거나 그 밖에 통상적으로 기대할 수 있는 안전성

이 결여되어 있는 것을 의미한다. 자동차관리법 제31조에서 결함은 자동차 제작자 등에게 자동차 등이 안전운행에 지장을 주거나 안전기준에 적합하지 않을 경우를 말한다. 자동차의 경우 결함과 하자가 공존하는 경우도 있다. 광의의 하자는 하자와 결함이 포함된 것으로 협의의 하자는 담보 책임법상의 하자로 인식하는 것이 보통이다.

(2) 자동차의 하자 및 결함 문제

소비자들은 자동차의 하자과 이로 인한 사고를 직·간접으로 접하며 위험을 느끼고 있다. 우리나라의 자동차에 내재된 결함 및 하자로 인한 피해는 계속 증가하고 있다. 한국소비자원 소비자안전센터 소비자위해감시시스템 및 자동차결함신고센터 등에 접수된 급발진 소비자 상담은 5년 평균 196건을 시작으로 상담이 줄지 않고 있다. 이러한 통계는 급발진으로 인한 소비자의 피해가 증가하고 있다는 것을 알려준다. 우리나라 대법원은 자동차 급발진에 대해 제작사의 손해배상책임을 인정하지 않는 판결을 내려 이에 관한 분쟁은 앞으로도 계속될 수밖에 없다고 예측된다. 한편, 최근 자동차 급발진 관련하여 미국에서 도요타 자동차는 미국 법무부로부터(12억 달러) 벌금을 부과 받은 바 있다. 그러나 우리나라 정부에서는 2012년 현재 기술 수준을 감안할 때 자동차 급발진이 하자로 인한 현상이라고 볼 수 없다는 최종 의견을 내놓았다.

(3) 민법상 하자 관련 피해구제의 한계

신차에서 하자가 발견된 때 민법 제581조의 규정에 따라 자동차 매매계약의 해제, 손해배상청구, 하자 없는 자동차의 인도를 청구할 수 있다. 이에 자동차 제조사들은 보통 신차 출고 시 일정 기간 AS를 약정하는 신차 보증서를 교부하고 소비자는 보증기간 이내 자동차 하자로 인한 손해를 배상받는다. 그러나 이와 관련하여 분쟁이 계속 되고 있고 여러 논쟁 또한 계속되고 있는데 구체

적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 자동차 매매대금 환불 문제란 자동차 하자가 중대한 경우 계약해제를 통해 환불받을 수 있는가에 관한 문제이다. 민법상 하자담보책임에는 계약해제가 명시되어 있지만 이는 임의규정이므로 소비자와 제조사간의 약정이 있다면 이에 따르게 된다. 이와 관련하여, 신차 교환 판단은 소비자기본법상 분쟁 해결기준이 활용된다. 이 분쟁조정기준에 따르면 동일한 하자가 3회 이상 계속될 때 교환·환불을 받을 수 있다. 그러나 분쟁해결기준은 강제성은 없으며 (권고사항) 실제 교환·환불된 사례가 극히 드물다. 따라서 자동차 교환이나 환불에 대한 입법이 필요한 상황이다. 신차 교환 및 환불에 대한 소비자 요구가 계속되어 20년 한국형 레몬법이 제정되었다.

둘째, 무상보증기간은 각 제조사별로 다르고 심지어 같은 차종의 경우에도 다른 경우가 많다. 또한 규정 해석에서도 차이가 있다. 소비자분쟁해결기준 공정거래위원회고시(제 2014-4호 별표, III)에 따르면, 자동차 차체 및 일반 부품 무상보증기간은 2년 이내이며, 이때 주행거리가 4만km를 초과한 경우 기간 만료된 것으로한다. 이에 따라 국내 자동차 제조사들은 무상보증기간을 대체로 일반 부품 및 차체의 경우 2년 4만km에서 5년 10만km 동력전달 주요 부품 및 엔진의 경우 3년 6만km에서 5년 10만km이다. 최근 무상보증기간이 늘어나 소비자 보호가 개선된 측면도 있으나 AS 비용이 차량 가격에 반영된다는 점에서 소비자가 무조건 유리하다고 보기 어렵다는 지적도 있다. 제조사들은 보증기간을 신차 판매일부터 적용하며 주행거리 또는 기간 중 먼저 도래한 것을 보증기간 만료로 간주한다. 만약 보증기간이 3년 6만km라면 소비자가 6만km를 주행하지 않았으나 3년 경과한 다음 발생 하자에 대해 제조사의 책임이 면제된다.

그러나 이러한 규정/관행에 대해 소비자는 상당히 부당하다고 지적한다. 자동차의 부품의 대부분은 소모품으로 고장이나 하자 유무는 주행을 통해서 나

타나기 때문이다. 소비자들은 AS 비용이 매매대금에 포함되었으므로 보증기간을 만료시키면 제조사의 부당이득이 된다는 주장이다. 소비자들은 “보증기간은 … 2년/4만km이며, 기간이 경과하여도 주행거리가 도래할 때까지 보증은 효력이 지속된다.” 또는 “보증기간은 … 2년/4만km이며, 기간이 경과하여도 4만km를 초과하지 않는 경우 보증기간은 3년(또는 4년)으로 연장된다.”라는 식으로 변경되어야 한다고 주장하고 있다.

한편 무상보증 항목에서 자동차에 대한 소비자들이 지식이 없는 경우 본인 자동차 발생 하자가 무상보증에 포함되는지조차 몰라 이 사실을 제조사 및 수리업자가 알려주지 않는 경우, 소비자 손해로 이어진다. 예를 들어 흡기, 배기 매니폴드 및 배기관은 일반 부품 보증품목으로 짧은 AS 기간이 지나도 배출가스 관련 부품에 해당되어 더 긴 시간 동안 보증 서비스를 받을 수 있으나 소비자는 이를 몰라 비용을 부담하게 된다.

셋째, 제조사들이 소비자에게 당연히 무사고 차량을 인도하여야 하나 사고차를 수리하거나 반품 차량을 소비자에게 인도하는 경우가 있다. 자동차에 대한 지식이 없는 소비자는 이를 발견하지 못하거나 기간 경과 후 이를 발견하는 경우가 있다. 이 경우 제조사는 채무불이행의 책임(불완전 이행)을 면하지 못한다(민법 제 390조). 이때 소비자는 채무불이행을 근거로 손해배상을 법원에 청구할 수 있다. 이때 채무완전이행여부에 따라 소비자는 계약해제권을 행사할 수 있다. 물론 민법(제581조)에 근거하여 하자담보책임을 요청할 수 있다. 또한 「자동차관리법」 제8조 2에서는 자동차 판매자에게 일정한 고지의무를 부담시키고 있음에 주목할 필요가 있다.

넷째, 무상보증기간에는 발견되지 않았던 하자가 기간 경과 후 발견되면 제조사는 이 경우 책임을 부담해야 하는지가 중요한 이슈이다. 이는 제조물책임법상의 결함과 연관될 수 있고 제조사들이 리콜을 하고 있지만 소비자가 유상수리를 받지 못하거나 사업자의 자발적 리콜이 이루어지지 않는 경우가 많다.

제조사들은 자동차관리법 제31조에 따라 자동차 제작자 등이나 부품 제작자 등(자동차와 별도로 자동차 부품을 판매하는 경우만 해당한다. 제31조의2 및 제33조에서 같다)은 자동차 부품이 자동차안전기준 또는 부품 안전기준에 적합하지 않은 경우, 안전운행에 지장 주는 등 결함이 발견되는 경우 그 사실을 공개해야 한다. 자동차 소유 소비자가 결함 사실과 시정조치 계획을 명확히 알 수 있도록 우편 발송 등 국토교통부령의 절차와 방법에 따라 지체 없이 그 사실을 공개해야 한다. 그러나 실제 소비자에게 지체 없이 고지 않는 경우가 많고, 자동차 서비스센터에 입고한 경우에서야 소비자가 그 사실을 알게 되는 경우도 많다. 따라서 결함에 대한 시정조치를 소비자들에게 명확하게 적극적으로 고지하도록 강제화할 필요가 있다. 또한 사업자가 소비자에게 충분히 고지하지 않는 경우 보증기간의 경과와 무관하게 관련 책임을 제조사가 부담하도록 규정하는 것이 바람직하다.

2. 공정거래위원회 품목별 분쟁해결기준

공정거래위원회 시행령인 품목별 소비자분쟁해결기준은 소비자와 사업자 간에 자주 일어나는 분쟁을 품목별로 원활하게 해결하기 위한 기준을 제시하고 있다. 자동차는 이 기준에서의 한 품목이다. 소비자피해구제 업무를 담당하는 정부 또는 민간기관에서 이 규정을 근거로 피해구제 관련 업무를 수행하고 있어 소비자피해보상의 기본적이고 중요한 기준이 되고 있다. 소비자피해보상규정은 일반적인 기준을 가지고 적용되고 있다. 물론 제품이나 서비스 종류 또는 유형에 따라 약간의 차이가 있으나 수리비 부담기준의 경우 품질보증기간 내 정상적 사용 상태에서 발생한 제품고장을 수리하기 위한 제 비용은 사업자가 부담하고 소비자 취급 잘못으로 발생한 고장 등은 유상수리 하도록 하고 있다. 또한, 품질보증기간 내 제품 고장 시 동일제품 교환이 가능하고, 환불

요건에 해당하는 경우(중고제품을 신제품 가격으로 구매, 광고/표시의 내용과 불일치, 제품 사용설명서 내용 불충분으로 인한 피해, 사업자 계약 내용 불이행)에만 환불을 해 주도록 하고 있다. 한편, 사업자의 귀책사유에 해당하는 경우 손해배상책임을 부과하고 있다.

1) 품목별 소비자분쟁해결 기준의 의의

현재 제품과 서비스의 하자 관련 분쟁해결의 법적 근거는 민법이다. 우리나라의 경우 특별법으로 소비자보증법 등이 존재하지 않아 소비자는 민법상 물품 하자담보책임, 채무불이행책임에 근거한 완전물 급부청구, 손해배상청구, 감액청구, 계약해제·해지 등을 청구할 수 있다. 한편 소비자분쟁해결의 공정성을 도모하고자 공정거래위원회 시행령으로 소비자분쟁해결기준을 마련해 두고 소비자의 사법적 청구권 요건과 그 효과를 유형화하고 있다.

소비자분쟁해결기준은 소비자분쟁을 유형화 한 것으로 소비자기본법(제16조) 및 소비자기본법 시행령(제8조, 제9조)에 근거하며 ‘고시’ 형태로 제정한 것이다. 소비자분쟁해결기준의 목적은 많은 소비자들이 합리적인 분쟁해결 기준으로 활용하도록 하는 데 있다.

2) 자동차 품목의 분쟁해결 기준 특징

소비자분쟁해결기준에서 자동차 품목의 내용에서 신차 교환·환불 요건 기준은 민법상 하자담보책임, 명시적 보증에 대한 채무불이행책임을 구체화하고 있다. 자동차 소비자분쟁해결기준에서 차량의 품질보증기간 내에 결함 및 하자를 정의하고 있다. 분쟁해결기준은 소비자의 사법적 청구권에 대한 것으로 품질보증기간 내 교환·환불에 관한 요건을 정하고 있다. 사업자가 별도로 품

질보증을 한 경우, 자동차에 결함이 발생한 경우, 사업자의 채무불이행, 하자 없는 자동차를 인도하지 못한 경우, 즉 사업자의 하자담보책임이 있는 경우 소비자의 피해구제 청구권을 인정하고 있다.

소비자분쟁해결기준에서는 소비자가 주행 및 안전과 관련한 동일한 결함으로 반복적으로 수리를 받아야 한다면 결함이 있는 차량으로 간주하고, 해결기준으로 교환·환불 규정을 활용한다. 위 규정의 법적 성격이 간주 규정인 이유는 차량 하자 원인의 입증이 어렵기 때문이다. 동일 결함으로 수리를 반복적으로 하였다는 것은 자동차의 하자를 강하게 인정하는 규정이다.

3) 사업자의 자동차 관련 책임

(1) 담보책임

자동차 매도인의 고의 과실과 상관없이 완전한 자동차를 인도하지 못하는 경우 소비자는 계약해제를 요청할 수 있다. 신차 매매계약에 있어서 담보책임은 완전한 물품의 인도를 의미한다. 그런데 담보책임의 하나인 계약해지·해제 요건으로서 계약 목적 달성치 못하는 범위와 내용 부분에서 사업자와 소비자 간에 분쟁이 발생한다.

(2) 채무불이행책임

소비자는 판매자의 고의 과실에 근거하여 사업자의 채무불이행, 즉 거래 목적을 달성치 못할 경우 계약을 해제 할 수 있다. 자동차 매매계약에서 채무불이행 범위와 내용, 거래의 목적을 달성할 수 없는 수준의 범위와 내용은 법원 판단에 의존한다.

(3) 계약해제·해지

거래목적은 달성할 수 없는 경우 법정해제권, 약정해제권이 발생한다. 특히 법정해제권은 채무불이행책임 및 담보책임으로 인한 법률 적용으로 계약해제가 가능하다.

4) 자동차 결함 관련 교환·환불 제도

자동차는 재산적 가치가 있고, 고도의 기술이 융합되어 있는 제품이다. 따라서 자동차 하자에 대한 법적 규정을 통해 소비자의 권리를 명확히 하고 있다. 사업자와 소비자의 분쟁해결기관은 객관적인 기준을 가지고 분쟁해결의 공정성 확보, 사법상의 청구권 유형화로 규율한다. 분쟁해결 기준은 민법에서 정하지 않은 품목 마다의 권리와 의무를 구체화시켜주는 것이 상호 보완적이다.

신차의 하자 및 결함을 AS보증기간내 수리 횟수를 통해 하자 및 결함을 추정하는 것이 보통이다. 자동차 산업이 매우 발달한 미국에서 일명 레몬법에서 신차 교환·환불 기준으로서 동일한 부분의 수리 횟수로 정하고 있다.

그동안 우리나라의 신차 교환·환불 제도의 문제를 살펴보면 다음과 같다. 첫째 환불 법률 요건의 객관적 기준 부재, 법원의 구체적 기준 및 사례가 부족하다. 법원의 판단 기준은 해당 자동차가 계약의 목적을 달성치 못하는 경우 계약해제, 환불이 가능하다고 규정하고 있다. 환불의 경우에도 사용 이익과 교환 이익의 감소 등을 고려하고 있다. 과거 일명 레몬법 도입 이전까지 법원은 구체적이고 개별적인 사안에 대해 판단하다 보니 신차의 환불 판례가 도출된 경우가 많지 않았다.

자동차관리법 개정으로 신차의 교환·환불이 가능해졌으나 앞으로도 거래목적은 달성할 수 없는 정도의 하자의 명확한 정의, 하자의 범위, 하자 수준의 정도에 대한 기준이 매우 중요하고 구체적이어야 한다. 과거 사법부의 추상적이고 일반적인 기준은 지양해야 한다.

지금까지 소비자분쟁해결기준은 자동차의 하자 및 결함 기준에 초점을 두기보다 하자 및 결함으로 인한 수리 횟수와 시점에 관한 사항을 유형별로 제시하고 있다. 분쟁해결기준은 수리로 인하여 차량을 이용하지 못하는 점에서 그 의의가 있으나, 하자 또는 결함이 있다고 단정하기 어려운 기준이다.

소비자분쟁해결기준 신차의 교환·환불 규정은 신차의 하자 추정 요건으로서 미국 레몬법상 레몬차 규정과 유사하다. 그러나 여전히 미국 레몬법의 실정을 충분히 반영하지 않고 있어 2019년부터 시행하고 있는 한국형 레몬법을 정밀하게 분석하고 그 한계점을 파악하는 조사분석이 필요하다. 한국 자동차 제조사 및 자동차산업협회는 소비자분쟁해결기준의 완화는 신차 관련 블랙컨슈머 증가를 우려하고 있다. 사업자들은 소비자분쟁해결기준의 법적 성질이 고시 수준이나 사업자들은 사실상 준수해야 하는 거래 규범으로 인식하고 있으므로 소비자의 무리한 권리 주장이라도 소비자분쟁해결기준 상의 요건을 충족하면 소비자피해구제를 해주고 있다.

3. 자동차 리콜 제도

국내 리콜 관련 규정은 여러 개별법에서 포함 하고 있다. 모든 물품 및 용역의 리콜규정은 소비자기본법에서, 공산품은 제품안전기본법에서, 식품은 식품안전기본법, 식품위생법에서 다루고 있다. 자동차 리콜은 자동차관리법에서 다루고 있다. 사업자의 리콜 실행 단계는 일반적으로 결함정보 수집, 결함여부조사 및 평가, 리콜 통지와 공포, 리콜실시, 사후 감독 등으로 이루어진다. 리콜 방법은 보통 파기, 유·무상수리, 교환, 환불 등으로 이루어진다. 리콜이 잘 시행되었는지 여부는 결함제품 리콜조치 비율로 평가한다.

자동차는 소비자안전과 직결되므로 대부분의 국가에서 자동차 리콜규정을 법으로 정해 놓고 있다. 자동차 리콜의 경우 자동차가 안전기준에 부합하지

않을 때, 결함이 발생할 가능성 또는 이미 발생했을 때 시행한다. 자동차의 경우 대기 환경보전법에서 자동차의 배출가스 리콜규정을 포함하고 있다. 자동차배기 가스가 허용 기준을 초과하는 수준으로 배출되는 경우 자동차리콜을 실시한다. 자동차의 경우 안전사고나 제품 결함이 실제 발생하지 않았더라도 향후 발생 소지가 있다고 판단되면 리콜을 실시하고 있다.

2013년부터 2017년 자동차 화재위험 관련 리콜 분석 결과에 따르면, 화재위험 리콜 대상 차량은 25개사 24만3,000여대인데, 이 중 2만4,000여대가 2018년 현재 리콜조치를 받지 않은 것으로 나타났다(국회, 임종석 의원 발표자료).²⁾ 정부는 BMW 화재사건 이후 자동차 리콜 체계를 전면 개편하기로 하였다(KBS뉴스, 2018년 9월 7일). 차량화재가 발생한 자동차 제조사인 BMW의 경우 차량 화재 발생 후 미국과 영국에서 선제적으로 리콜을 실시했지만, 국내에서는 화재가 연이어 발생함에도 이를 은폐·축소하려 했다는 불만을 사고 있다(아시아타임즈, 2018년 8월 21일). 벤츠 역시 외국시장과 달리 국내에서는 다카타 에어백 리콜 실시를 지연시킨 바 있다. 과거 벤츠 망치 남성³⁾ 사건을 통해 리콜 대상이 아닌 자동차의 결함에 판매자가 교환이나 환불 요구를 거부하면 법적으로 쉽게 구제받을 방법이 없음을 알 수 있다. BMW 자동차 화재사건을 계기로 사고발생에서 리콜이 시행되기까지의 장기간 소요 문제점, 리콜의 사전적 예방 기능부족문제가 제기되고 있다. 정부의 리콜 개선의 방향은 자동차 제작사의 결함에 대한 법적 책임을 강화하고 능력 리콜 등의 경우, 과징금 수준을 매출액 1%에서 3%로 높인다고 발표하였다.

2) 중금속 검출 관련 어린이제품 회수율(2013-2017.7, 국가표준원)은 52.1%, 생활용품, 어린이 제품, 전기용품(2015-2017년 9월, 국가표준원) 회수율은 76%, 의료기기는 10% 내외, 이케아 서랍장 11% 내외로 나타났다.

3) 몇 년전 벤츠를 구입한 남성 소비자가 구매 한 지 얼마 되지 않은 벤츠 차량이 수시로 반복적으로 시동꺼짐이 발생하자 벤츠 코리아에 교환을 요구했다. 반복적인 교환 요구가 거부당하자 소비자는 영업점 앞에서 자신의 벤츠 차를 골프채로 부셨고, 이 행동이 언론에 주목받자 벤츠 코리아가 교환을 해 준 사건이 있었다.

1) 리콜 제도의 개념

리콜은 상품의 결함으로 소비자가 신체·생명에 위해를 입었거나 향후 위해 우려가 있다고 판단되는 경우, 제조업체(수입자), 유통업자(보관, 운송, 판매)가 자발적으로 또는 정부 명령에 의해 공개적으로 수거 또는 회수 하여 수리·교환·환불 등의 리콜 조치를 취하는 행위이다. 자동차 리콜은 제조업체가 판매한 자동차의 부품에 문제가 발생할 가능성이 있을 때 무상 점검, 제품 교환해주는 제도라서 '결함 사전 점검 서비스제'라고도 한다.

한편, 리콜은 제품의 결함 시정을 위해 사업자가 생산 일련번호를 추적한 뒤 리콜하여 해당 자동차를 점검·수리·교환토록 하는 제도이다. 예기치 못한 개별적 결함에 대해 보상해 주는 애프터서비스(AS)와 구별되는 개념이다. 리콜은 반드시 공개적으로 신문·방송, DM 발송 등을 통해 공표하여 리콜서비스를 받을 수 있도록 하고 있다. 최근 자동차 제작사에서는 차량 소유자에게 휴대전화 문자 및 우편으로 시정방법 등을 알리고 있고 결함시정 전에 차량 소유자가 이미 리콜해당 결함을 자비로 수리한 경우 제작사에 수리비용을 보상 청구 할 수 있다.

2) 우리나라 자동차 리콜제도 현황

우리나라에서는 1991년 리콜제도를 시행하였고, 1993년부터는 휘발유를 사용하는 대부분의 차종으로 확대하였다. 1996년 4월 소비자기본법(구 소비자보호법)에 따라 모든 물품과 서비스로 리콜이 확대되었다. 현재 리콜의 경우 자동차·전기용품·축산물·식품 등은 개별법의 리콜규정에 따라, 개별법에서 다루지 않는 품목은 소비자기본법이 적용된다. 제품별 리콜 법제도는 다음과 같다.

- 일반 소비재: 소비자기본법 및 시행령(각 부처 및 시·도지사 위임)
- 자동차: 자동차관리법 및 시행규칙(국토교통부, 자동차 제작 결함), 대기환경보전법 및 시행규칙(환경부 및 국토교통부, 배출 결함)
- 식품: 식품위생법 및 시행령(식품의약품안전처)
- 축산물: 축산물위생관리법 및 시행령(식품의약품안전처)
- 공산품: 제품안전기본법(산업통상자원부, 시·도지사 위임)

3) 리콜 권고와 명령

리콜은 정부 리콜명령과 사업자의 자발적 리콜 조치로 구분한다. 2001년 사업자의 자발적 리콜을 유도키 위해 리콜권고제도가 도입되었다. 일반 리콜 권고를 받은 사업자는 소관 중앙행정기관의 장에게 7일 이내 리콜 실시 계획을 서면으로 제출해야 한다. 한편 지체 없이 리콜을 시행하는 긴급리콜명령으로 구분할 수 있다. 만약 정부의 리콜명령에 사업자가 불응할 경우 관련 법규정에 따라 벌금 또는 징역이 부과된다.

정부에 리콜계획서를 제출하고 리콜 대상 물품, 리콜 방법, 리콜 사유 등을 포함한 리콜 통지문을 중앙 일간지에 공표하거나 서면으로 소비자에게 전달될 수 있도록 대처해야 한다. 최근 차량 리콜정보를 휴대전화로 알려주는 서비스도 등장하였다.

4) 최근 우리나라 리콜 제도의 강화

(1) 리콜 미이행 차량 대여 불가

국토교통부는 2020년 4월 여객자동차운수사업법을 개정하여 10월부터 리콜하지 않은 렌터카는 소비자들에게 대여하지 못한다. 구체적으로 '자동차관리

법' 제31조에 따르면 대여사업용 자동차의 결함이 공개된 경우 자동차대여사업자는 리콜(시정조치)을 받지 않은 차량에 대한 신규 대여를 할 수 없다(매일경제, 2020년 10월 6일). 대여사업용 자동차를 보유한 대여업자는 리콜 결함차량을 신규로 대여하거나 차량 임차인에게 결함사실을 통보치 않을 경우 1000만원 이하 벌금 조치를 받는다.

(2) 자발적 리콜 위반시 형사처벌 국가 없고 처벌규정 모호

현재 자동차 리콜 관련 법규는 업계가 자발적 리콜을 제때 하지 않으면 10년 이하 징역형이나 1억 원 이하 벌금을 받도록 되어 있다(오늘과내일, 2019년 7월 1일). 그런데 처벌에 관한 규정이 해석의 여지가 크다는 점은 문제가 되고 있다. 리콜 관련 규정에서 결함 관련 은폐 또는 축소, 리콜의 지체 등에 대한 명확한 규정으로 개선해야 한다는 지적이 많다. 여기서 결함의 범위가 문제 발생 차량이 몇 대이어야 자동차 결함이라고 간주할 수 있는지, 사업자가 결함을 인지한 것이 실무자 또는 최고경영자가 기준인가 등에서 모호한 기준으로 인해 논란이 되고 있다(오늘과 내일, 2019년 7월 1일).

(3) 자동차 교환·환불 인터넷 중재서비스

최근 자동차 교환·환불 중재요청이 인터넷으로 가능해 졌다(뉴시스, 2019년 9월 3일). 자동차를 구매한 소비자는 교환·환불 관련 중재 신청을 인터넷으로 할 수 있다. 2019년 9월 국토교통부는 신차의 교환·환불 관련 사이트(www.car.go.kr)를 개설하였기에 가능하게 되었다. 그동안 자동차안전·하자심의위원회에 우편, 직접 방문을 통해서만 중재신청을 할 수 있었으나 중재신청부터 진행상황 확인까지 온라인을 통해 가능하다.

5) 자동차 안전기준 부적합 판정시 리콜과 제재조치

정부에서는 자기인증 부적합 판정을 받는 등 여러 측면에서 안전기준을 위반한 자동차회사에 대해 리콜실시와 병행하여 과징금을 부과하고 있다. 자기인증적합조사 결과 부적합 판정을 받아 과징금 부과 등을 조치한 사례는 다음과 같다(출처: 국토교통부, 소비자연맹-소비자정보-결함자동차).

① 사례 1 자기인증 부적합 판정

혼다자동차 CR-V 모델의 경우 연비(2,286대, 8억) 과다표시로 부적합 판정을 받은 바 있다.

② 사례 2 자기인증 부적합 판정

토요타 자동차 렉서스 ES300h 모델(37,262대, 10억원)는 후부반사기 성능 미달 및 자동차안전성제어장치(1,207대, 5억원) 미작동의 결함 규칙을 위반한 바 있다.

③ 사례 3 자기인증 부적합 판정

혼다 자동차 어코드 모델의 경우 오디오 D/P 소프트웨어가 부적정하여 후방카메라 영상 출력 결함(2,571대, 9억 원), 오디세이 모델의 후면 브레이크 내부 피스톤 결함(246대, 1억 원) (제동력이 감소)으로 자동차안전기준을 위반 사실이 확인된 바 있다.

④ 사례 4 자기인증 부적합 판정

기아자동차 스텡어 모델(3,348대)에서도 ESC(자동차안전성제어장치)결함으로 리콜을 한 바 있으며, 안전기준 위반 사유로 11억 원의 과징금 부과를 받았다.

4. 제조물책임법(PL법)

1) 제조물책임법의 개념 및 기초 이해

(1) 제조물책임법이란?

소비자들은 자동차 충돌, 가스 폭발, 각종 화재사고, 어린이 장난감 사고, 식중독 사고 등을 경험하고 있다. 제조물책임(Product Liability)은 제조물의 결함으로 인해 재산 또는 생명이나 신체에 발생한 손해에 대해 손해배상을 하는 책임을 말한다. 제조업자의 고의 또는 과실은 입증에 제조물책임법 요건이 아니고, 제조물 결함만 입증하면 손해배상을 받을 수 있다. 결함이 있는 제조물에 의해 사고가 발생한 경우, 피해소비자가 손해배상을 쉽게 받을 수 있는 제도가 제조물책임 제도이다. 제조물책임법은 거의 세계 국가 대부분이 인정하고 있는 법 제도이다. 우리나라의 경우 20년간 논의에 거쳐 1999년 제정, 2002년 7월 시행하였다.

(2) 제조물책임법의 중요성

제조물책임법은 기업이나 사업자들의 고객만족경영으로의 전환에 기여할 수 있다. 생산자 관점에서의 품질관리 및 안전성 관리에서 소비자 입장에서 품질, 안전관리체계 구축에 기여한다. 제조물책임법은 기업의 사회적, 경제적 책임 강화, 기업 주도형 안전경영에 도움을 준다. 예를 들면 제품 안전기술의 개발 및 축적, 품질개념의 확대에 기여한다.

<표1> 제품의 품질 요소

사양 품질(제품의 성능, 기능, 특성)	기본 품질(기본적 요구사항)
<ul style="list-style-type: none"> · 사양(성능, 기능 등) · 신뢰성 · 제조품질 · 의장, 디자인 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 안전성(사용, 고장, 수명, 폐기) · 환경성(자연, 환경 영향성) · 에너지 절약부분 · 국제성(호환성) 등

출처: 허경옥(2021).소비자학의기초.

(3) 제조물책임법의 기능

제조물책임법의 기능은 여러 가지이다. 첫째, 제조물책임법은 피해 소비자의 보상이나 구제를 쉽게 한다. 민사책임 법리만으로는 결함상품을 제조한 사업자에게 손해배상에 대한 직접 청구가 어렵다. 특히 소비자가 직접 제조자의 과실을 입증해야 해서 사실상 피해구제가 어려웠다.

둘째, 제조물책임법은 기업의 경쟁력을 강화시킨다. 기업이 제조한 제품에 대한 안전성관리 및 품질확보는 기업의 제조물책임법은 단기적으로 기업의 부담이 될 수도 있으나 장기적으로 기업의 발전, 특히 국제경쟁력 향상에 큰 도움이 된다. 이제는 생존 차원에서 기업 스스로의 제품안전성 확보, 제조물책임법 준수가 중요해지고 있다.

셋째, 제조물책임법은 소비자 사후피해구제 수단이나 제도를 정착시키는데 기여한다. 제조물책임법으로 결함제품 피해구제가 수월해지면 자발적 리콜 강화로 사전 피해를 차단하는 효과를 창출 할 수 있다.

2) 제조물책임법의 주요 내용

제조물책임법의 범위는 영리 목적의 모든 제조물과 동산이다. 제조물책임법 위에 용역이나 부동산이 포함되는 지의 여부는 각 나라마다 차이가 있다. 대체로 많은 국가에서 가공되지 않은 농산물, 수산물, 축산물 제조물책임대상에

서 제외시키고 있다. 제조물책임법의 책임주체는 제조물 제조·가공업자, 수입업자, 공급자(제조자를 규명할 수 없는 경우)이다. 제조물책임법의 책임 범위는 인적 손해, 물적 손해, 경제적 손해이다. 다만 제조업자가 당해 과학기술 수준으로 결함 존재를 발견하지 못하는 경우 또는 제조물의 결함이 제조물 생산 당시 법령이 정했던 기준은 준수함으로써 발생한 경우 제조물책임에서 면책된다.

제조물책임법에서 인정하는 결함 범위는 크게 3가지 유형이다. 이 3가지 유형은 제조 자체의 결함, 설계 측면의 결함, 제품 표시 측면의 결함이다. 예를 들면, 녹즙기에 어린이 손가락 다친 사건: 녹즙기는 어른에게는 안전하지만 어린이의 손은 작기에 쉽게 녹즙기에 빨려 들어가게 설계되어 있었던 것으로 제조상의 결함에 포함된다.

<표2> 제조물책임 제도와 리콜 제도 비교

구분	제조물책임법	리콜 규정
특성	민사적 책임 원칙 변경	행정적 규제의 특성
기능 및 효과	손해배상책임 부과(개별 단독법) 소비자 안전 간접적 확보	사전 리콜을 통해 예방적효과 창출 직접적으로 소비자안전 확보기능
관련 법제도	제조물책임법(PL법)	소비자기본법, 자동차관리법, 식품위생법, 대기환경보전법 등에서의 리콜 관련 규정
요건	제조물의 결함, 소비자손해 발생, 결함과 손해발생 인과관계	제조물결함으로 위해 발생 우려(가능성)있을 때

출처: 허경옥(2011).리콜 관련 법제도 현황조사 및 리콜 활성화방안 조사 연구.

3) 외국의 제조물책임법 입법 동향

거의 모든 국가에서 결함제조물 제조자에게 엄격한 제조물 책임을 부과하고 있다. 유럽공동체의 제조물책임법은 1985년 EC 지침으로써 EC 지역 내 경쟁

조건의 통일화, 유통 촉진, 소비자보호 관점에서 제조물책임 관련 법을 통일화하고 있다. 제조물책임 EU 지침의 주요 내용은 제조자에게 상품의 결함으로 인해 발생한 손해에 대해 무과실 책임을 인정한다. 적용 대상으로는 전기 및 공업적 생산 모든 동산(제1차 농·축·수산물로 제외), 완성품 제조자, 부품 제조자, 수입업자, 공급자에게 적용한다.

한편 미국의 제조물책임법은 판례에 의하여 입법되었다. 미국 법원에서 엄격한 무과실책임을 채택하고 있어, 제조물책임 소송이 급격히 증가하였으며, 기업의 배상액도 고액화되고 있다.

<표3> 미국에서의 제조물책임 소송 사례

제품	사고 내역	배상(청구)액
커피포트	커피포트 유리가 파열되어 뜨거운 물이 쏟아져 넘어지면서 손목골절	25만 달러
셔츠	6세 어린이가 입고 있던 셔츠에 불이 붙어 화상	546만 달러
안경	벽에 부딪혀 안경이 깨지면서 6세 어린이 실명 제조업자는 충격에 강하다고 선전	35만 달러
화장실 세정액	33세 여성이 세정액이 맨손에 묻어 화상 적절한 응급처치 방법이 표시되어 있지 않음	26만 달러
선풍기	27세 남성이 선풍기 날개에 팔을 찢려 감각기능 마비	40만 달러

출처: 밀레니엄리포트, p. 139.

4) 최근 자동차 제조물책임 사건·사례

2002년 7월부터 개정된 제조물책임법에 근거하여 자동차의 결함으로 발생하는 손해에 대해 피해보상을 받을 수 있게 되었다. 제조물책임법은 제조자의 고의 과실여부와 무관하게 결함 존재에 따라 위험책임 또는 무과실책임을 부과하고 있다. 그런데 제조물책임법에서 면책사유, 면책특약, 소멸시효 등으로 소비자가 자동차로부터 피해를 입었음에도 이를 구제받지 못하는 경우가 많았다

는 지적이 계속되어 왔다.

자동차결함으로 인한 소비자피해구제 관련 제조물책임 논란의 대표적 사례는 BMW 자동차 화재사건이다. 수년 전에 BMW 자동차 화재가 우리 사회의 화두이었고 논란의 중심에 섰었다. BMW 차량이 계속적으로 화재를 일으키자 국토부에서는 2011년 3월부터 2016년 11월까지 생산된 BMW 디젤 차량 42개, 차종 10만 6317대에 대한 시정명령(리콜)을 내린 바 있다(머니투데이, 2018년 08월 7일). 당시 화재사건이 빈발하게 발생하자 BMW 측은 자동차 화재의 원인으로 '배기가스 재순환장치(EGR) 결함'이라고 추정하였다. 당시 소비자들은 BMW 자동차 화재에 대해 집단소송 움직임이 있었으나 사실상 쉽지 않았다. 우리나라에서 집단소송은 증권 분야만 허용되고 있었다. 2011년 가슴기 살균제 사망 사건이 발생하였으나 제조물책임법으로 손해배상이 제대로 되지 않았다. 그러다 보니 2018년 제조물책임법을 개정하여 소비자의 입증책임 완화를 도입하였다.

자동차 화재 사건의 피해구제는 제조물책임법을 적용할 수 있다. 제조물책임법은 제조물의 결함으로 발생한 손해에 대한 제조업자 등의 손해배상 책임을 규정하고 있다. 여기서 주목할 것은 2018년 개정 이전에는 차량결함에 의한 손해배상의 경우 소비자가 차량결함 존재, 결함과 손해 사이의 인과 관계를 모두 직접 입증해야만 손해배상을 받을 수 있었다. 그러나 2018년 10월부터 개정된 제조물책임법이 시행되면서 소비자 입증책임이 완화되었다. 자동차를 소유한 소비자가 자동차 제조물을 공급받을 당시 해당 자동차 제조물에 결함이 있었고, 그 자동차의 제조물 결함으로 손해가 발생한 경우 법원은 결함을 인정할 수 있다.

구체적으로 소비자가 입증해야 하는 것은 첫째, 해당 제조물을 정상적으로 사용하는 상황에서 소비자의 손해가 발생했다는 사실, 둘째, 소비자 손해가 제조업자의 실질적 지배 영역에 속한 원인으로부터 초래됐다는 사실, 셋째, 소비

자 손해가 해당 제조물 결함 없이는 보통 발생하지 않는다는 사실 등이다. 그러나 소비자 입장에서선 승소를 낙관적으로 예측할 수 없다. 소비자의 입증 책임이 2018년 10월부터 완화되었지만 자동차 제조사를 대상으로 여러 결함 등의 사실들을 소비자가 입증하는 것이 쉬운 일이 아니다. 교통사고 등으로 화재사고가 나는 차량이 해마다 5천여 대에 달하는 것으로 보고되고 있다. 원인을 알 수 없는 화재도 상당수인데, 이같은 화재사고의 경우 소비자가 차량 결함을 밝히기 어려워 심각한 피해로 이어지고 있다. 원인 미상의 차량 화재의 경우 전문기관의 조사를 지원받을 수 있는 제도 마련이 시급하다. 전기자동차 등 신기술 자동차의 경우 안전검사와 정비 등을 위한 전문 공업사 인프라 확충이 시급하다는 지적이 제기됐다.

5) 중대재해법 도입 및 시행

중대재해법은 최근 입법된 법으로 2022년 1월 27일 시행되었다. 중대재해법 제도는 안전의 의무를 다하지 않은 사업주와 기업 등을 강도 높게 처벌하는 법률로 중대재해처벌법은 기업의 안전관리 의무를 강화하고, 중대재해를 근절하는 것을 목표로 경영책임자나 사업주에게 보건 확보 및 안전의 의무를 부과하는 것이 주요 내용이다.

대검찰청 중대재해처벌법에 따르면 제조물책임법의 면책 기준에 부합하더라도 중대재해처벌법 적용 대상이다. 중대재해처벌법은 원료·제조물(자동차, 식품, 의약품 등), 공중이용시설, 공중 교통수단의 결함이 원인으로 발생한 재해로 인명 피해가 발생하면 경영책임자 등을 처벌한다. 검찰에서는 기업이 제조물책임법의 면책 사유인 법령 기준을 두고 항변할 가능성이 있다고 보고 있다. 제조물을 출시 당시 정부가 제시한 법적 기준을 지켰으므로 중대재해처벌법을 적용할 수 없다는 주장도 나올 수 있다는 것이다. 하지만 제조물책임법

을 준수해도 인명 피해가 생기면 중대재해법 적용이 가능하다(조선비즈, 2022년 03월 08일). 검찰은 사용연한이 지난 제조물에 대해서도 제조 결함이 인정될 수 있다고 적시했다. 대형 로펌의 한 변호사는 “내구연한이 7년인 냉장고를 10년 이상 사용하다가 화재가 발생해 인명 사고가 나도 제조상의 결함으로 인정해 중대재해처벌법을 적용할 수 있다는 취지”라고 말했다.

제조물 결함으로 인해 발생한 손해로 피해자를 보호하기 위해 제정된 제조물책임법에서는 면책 사유를 규정하고 있다. 제조물책임법 4조 3항은 제조물의 결함이 제조업자가 해당 제조물을 공급한 당시의 법령에서 정하는 기준을 준수함으로써 발생한 사실입증을 하면 책임을 면하도록 하고 있다. 그러나 검찰은 제조물책임법상 면책 사유에 해당하더라도 중대재해처벌법 적용할 수 있다고 본다. 예를 들어 자동차 안전기준에 적합한 자동차의 부품의 결함 사고로 시민이 사망하게 되면 제조물책임법에 따른 면책을 받을 수 있지만, 중대재해처벌법의 적용은 피해 갈 수 없다. 우리나라의 제조물책임법에서의 문제점 중 하나는 제조물책임법의 면책사항이었다. 하지만 최근 시행된 중대재해법으로 앞으로 자동차 제조사의 범망 빠져나가기 식의 소송은 줄어들 것으로 예상된다. 이에 따라, 소비자의 피해 구제가 강화될 것으로 보인다.

6) 자동차 급발진과 제조물책임법

자동차에 존재하는 하자과 무관하게 자동차에 존재하는 결함으로 인하여 발생하는 손해는 제조물책임법이 우선 적용된다. 제조물책임법은 제조물의 결함으로 발생한 손해에 대한 제조업자 등의 손해배상책임을 규정함으로써 피해자 보호를 위해(동법 제1조), 2002년 7월부터 시행되고 있다. 제조물책임법은 손해배상청구에 있어 당사자들 사이의 계약관계를 요구하지 않고 제조자의 과실, 불법행위책임을 책임의 요건으로 하지 않고 결함존재 만으로도 책임 근거

로 하고 있다. 즉 위험책임 또는 무과실책임을 인정하고 있다. 그러나 여전히 제조물책임법의 면책특약, 면책 사유, 소멸시효 등에 의해 사업자 책임이 발생하지 않는 경우가 많아 우리 사회에서 제조물책임법의 적용 사례가 매우 적다.

그런데 최근 자동차 급발진 사건이 자주 발생하면서 급발진으로 인한 피해에 대한 제조물책임법 적용여부가 논란이 되어 왔다. 자동차의 급발진 문제는 자동차 선진국인 미국이나 일본에서 오래전부터 사회적 문제가 되어 왔다. 자동차 급발진이란 예상할 수 없는 차량의 제어를 벗어난 가속현상을 말하는데 쉽게 제동성능 상실을 수반하는 현상이다. 급발진은 보통 운전자의 과실(예컨대 페달의 오조작) 또는 기계적·전기적 문제 또는 일부 다른 요인들이 결합되어 발생한다. 1980년대에는 급속한 자동변속기 차량 도입으로 급발진이 문제가 되었지만 최근에는 전자식 스톱 브레이크 보디의 장착이나 전자제어유닛(Electronic Control Unit)에 의한 자동차의 전반적인 제어, 자동항속장치(Cruise Control System) 등의 보급 등 다양한 원인이 문제로 간주되고 있다. 국내에서 발생한 급발진 사고에 대하여 소송이 제기되었으나 아직 자동차제조사의 패소한 사례 즉 소비자피해구제가 인정된 판결은 없는 상태이다. 지금까지 자동차 제조사와 경찰청의 공식적인 차량 급발진 사고 인정 사례는 단 1건도 없다. 2018년 5월 호남고속도로에서 발생한 BMW 급발진 사건이 법원 첫 인정 사례로, 1심 재판에서 패소, 항소심에서 승소 후 대법원의 최종 판결을 남겨두고 있다.

2017년~2021년까지 국토교통부와 소방청에 차량 급발진으로 신고된 건수는 987건에 이르지만, 자동차 제조사와 경찰청이 인정한 차량 급발진 결합 건수는 0건으로 나타났다. 국토교통부와 소방청이 제출한 급발진 의심 건수 중 일부는 운전자의 실수로 인한 사례도 포함되었을 것이다. 그러나 987건의 의심 사례 중 현재까지 차량 급발진으로 인정된 사례는 0건으로 자동차 급발진 결

함에 대해 방치 수준에 가깝다. 원인과 예방이 밝혀진 바 없어 급발진 사고 신고 건수가 많은 차량의 운전자는 불안한 상황에서 운전할 수밖에 없다. 입증책임전환 등 제도 개선이 시급히 이루어져 더 이상의 피해자가 없도록 해야 한다. 현행 법규에 따라 운전자 스스로 차량 급발진 결함을 증명해야 한다. 이에 운전자의 급발진 증명이 쉽지 않다. 현실을 반영한 입증책임전환으로 책임 소재를 명확하게 해야 한다는 주장이 거세다. 차량 급발진(Sudden Unintended Acceleration, SUD)은 RPM이 급격히 상승하며 차량이 돌진하는 현상이다. 자동차가 운전자의 의지와 관계없이 가속된다. 급발진은 주행상태, 저속상태, 정지상태에서 모두 일어날 수 있고, 차량 급발진은 제동장치의 오작동을 수반해 대형 사고로 이어지기 쉬워 위험도와 사망률이 높다. 자동차 제조사는 급발진 의심 사고에 대해 운전자 과실로 치부하며 책임회피하고 있다. 실제 제조물에 대한 결함을 소비자가 입증한다는 것이 어렵고 자동차의 결함과 손해 발생의 인과관계를 밝히는 것이 쉽지 않다.

7) 제조물책임과 소비자피해구제의 효율화

제조물책임법에 대한 명확한 이해, 제조물결함 대응 방안, 제조물책임 제도가 소비자 피해구제 수단으로서 정착되기 위해 제조물책임법 관련 보완점 및 개선 방안을 검토해야 한다. 한편 제조물결함, 제품안전사고 등에 대한 적절한 소비자피해구제는 집단피해소송 제도와 징벌적 배상제도로 보다 강화될 수 있다는 것이다. 아직 우리 사회에서 집단피해소송 제도와 징벌적 배상이 적극 도입되지 않고 있어 제조물책임법의 적극적 운영이 되지 않고 있다. 최근 제조물결함, 제품안전사고 등에 대한 소비자들의 우려와 관련 피해보상에 대한 소비자요구 수준이 높아지고 있어 집단소송과 징벌적 손해배상제도 도입에 대해 구체적으로 검토할 필요가 있다.

8) 제조물책임법에서 징벌적 손해배상 도입

2017년 제조물책임법을 개정하여 2018년부터 시행 하고 있는 제조물책임 규정에서는 고의로 소비자의 생명·신체에 중대 손해를 입힌 경우 최대 3배까지 징벌적 손해배상 책임을 지우는 규정이 도입되었다. 그동안 우리 법원에서는 부당 하도급 거래로 인한 손해, 개인 정보 유출·분실·도난으로 인한 손해에만 징벌적 배상을 인정하였다.

현행 제조물책임법에 근거하여 BMW 자동차 화재폭발에 ‘징벌적 손해배상제’ 도입 논의가 계속되고 있다. 2018년 개정·시행된 제조물책임법에서는 기업이나 제조업자가 자사제품 제조물 결함을 알면서도 그 결함관련 필요한 조치를 취하지 않아 발생한 생명 또는 신체에 중대 손해를 입은 소비자에게 실제 손해액수의 3배 범위에서 징벌적 배상책임을 지우고 있다.

2011년 이후 인체에 유해한 가습기 살균제로 인한 사망자가 1천 명이 넘고 수천 명의 피해자가 발생한 이후 제조물책임법에 징벌적 규정을 도입하자라는 목소리가 거세었던 것이다. 가습기 살균제 피해자들은 제품결함 피해임을 소비자가 직접 입증하느라 힘겨운 싸움을 벌여야 했었다. 미국은 최대 10배까지 배상하게 한다. 이미 하도급법과 개인정보보호법의 징벌적 손해배상제가 도입된 것이다. 기업들 입장에서 징벌적 손해배상제도가 부담스러운 것은 사실이나 소비자보호, 세계 시장에서의 경쟁력확보, 제품 혁신 및 선진적 소비자보호 체계 정착에 기여한다는 효과를 인정해야 하는 상황이다.

한편, 제조물책임제도의 실효성을 높이려면 집단소송제도 도입해야 한다는 주장이 거세다. 피해자 가운데 일부가 가해자 상대로 소송에서 승소하면, 같은 피해를 입은 소비자들은 별도 소송 없이 이미 내려진 판결로 쉽게 피해구제를 받을 수 있는 집단소송제의 도입이 필요하다는 주장이 거세지고 있다. 현재 증권 분야에서 발생한 집단피해에 집단피해 제도가 도입돼 있다. 제조물책임

법에서 자동차는 물론 일반 소비제품에 집단소송 제도를 도입해야 한다는 주장이 계속되고 있다.

공정거래위원회는 관할 일부 법에서 실제 손해액의 최대 3배까지 손해배상을 인정하는 징벌적 규정을 운영하고 있다. 예를 들면, 가맹점주 상대 갑질 못하도록 협동조합형 프랜차이즈 활성화 협동조합, 제조물 결함에 따른 피해구제 관련 제조물책임법(PL)에 징벌적 손해배상제를 도입하였다. 구체적으로 제조업체가 결함을 알고 있으면서 고의 또는 악의적으로 소비자에게 중대한 손해를 입힌 경우 실제 보상액의 최대 3배 까지 보상토록 하는 것을 도입하였다. 이 법의 도입으로 추후 가슴기 살균제 사건 같은 경우에 이 규정이 적용될 수 있다.

<표4> 세계 주요국 징벌적 손해배상제도 비교

한국	하도급법, 대리점법, 정보보호법 등 손해 최대 3배, 제조물책임법 따른 손해에도 최대 3배 적용 예정
미국	악의, 또는 미필적 고의에 따른 손해(제한 없으나 최근 추세 10배 이내), 독점금지법 위반 시 손해액 3배
영국	공권력 남용이나 고의적 불법행위(제한없음)
대만	공정거래법, 소비자보호법 등일부 법률에 실손해액 3배 이내
러시아	저작권 침해 등 손해액 2배

출처: 허경욱(2021).제품 안전관리 정책의 현황, 주요 이슈 및 과제, 향후 개선방향 모색.

징벌적 손해배상 제도는 실제 발생한 손해액 수에 대해서만 배상하도록 하는 현행 민법과는 완전히 다르다. 제조물책임법 개정 이전까지는 대리점법이나 하도급법 등 특수한 거래 관계 규정한 법률에서 배액배상(특정배수)의 형태로 징벌적 규정이 도입되어 왔다. 2018년 제조물책임법에 징벌적 손해배상제가 도입되면서 거의 모든 법 제도에 적용되어야 한다는 주장도 제기되고 있다.

한편, 제조물결함 손해배상에서 소비자의 기업 과실 입증 책임도 완화되었다. 과거 제품결함뿐 아니라 제품결함이 소비자 손해와 직접적 관계가 있는 것을 소비자가 직접 입증해야 하지만, 제조물책임법이 개정된 이후 제품을 정상적으로 사용한 경우라면 제품의 결함과 관련 있다고 추정할 수 있도록 개정되었다. 기업의 고의나 과실로 소비자의 생명 또는 신체에 중대한 피해를 준 기업에게는 소비자 피해액의 최대 3배까지 손해배상금을 부과하는 징벌적 손해배상제도가 도입되었기 때문이다.

<표5> 소비자피해 관련 벌금·과징금 부과 수준

1) 공산품	<ul style="list-style-type: none"> · 안전미인증 공산품에 부과 과태료(1천만원) · 안전미인증 전기용품에 부과 과태료(1천만원) · 제품 결함 사망 사망보상 외 행정조치 벌금 조치 과태료(3천만원) · 제품 결함으로 병원 3주 이상 치료 과태료(2천만원) · 제품 안전기준을 위반한 경우 과태료(1천만원)
2) 식품식당	<ul style="list-style-type: none"> · 식품 이물질(신체적 피해 없는 정신적 피해 보상 없음) · 식당에서 식재료 쇠고기 원산지 등 표시위반 과태료(1천만원)
3) 석유가습기	<ul style="list-style-type: none"> · 가짜석유 판매 영업정지, 1억원 (이하) 과징금 · 가습기 살균제 사망사건 (1년 이하)(벌금 5천만원)
4) 인터넷몰	<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 마켓 인기도, 베스트셀러 순서 과장광고 과태료(500만원) · 사전 동의 없는 소비자의 위치정보 수집·축적 과태료(300만원)
5) 금융	<ul style="list-style-type: none"> · 금융회사가 개인정보유출사고 과태료(최대 5천만원 이하) · 주민번호 등 개인정보유출(20만원 위자료) · 신용카드번호 등 개인정보유출(70만원 위자료)
6) 어린이안전	<ul style="list-style-type: none"> · 어린이 포장 위반 과태료(1천만원) · 놀이시설 안전사고 손해배상에 추가로 과태료(1천만원)
7) 리콜	<ul style="list-style-type: none"> · 리콜 명령 위반 과태료(5천만원이하) · 제품 결함정보보고 의무 위반 과태료(3천만원이하)

출처: 허경옥(2011). 소비자의 리콜제도에 대한 태도, 리콜요구도, 리콜참여도 영향요인분석.

5. 집단소송제도

집단소비자피해는 더 이상 개인 또는 특정 집단만의 문제가 아닌 사회문제라고 할 수 있어 집단피해에 대한 효율적인 구제책이 필요하다는 지적이 거세다. 예를들면 1994년 국산쇠고기와 수입쇠고기를 섞어 국산쇠고기로 포장 대량판매하여 다수 피해자가 속출하였다. 상품 부당표시로 인한 집단피해가 발생한 것이다. 이런 경우 다수피해자가 일괄 피해 손해배상을 받을 수 있도록 하는 법이 집단소송법이다.

1) 집단소송제도의 개념

소비자피해는 대부분 소액다수 피해가 많은데 민법으로는 소비자가 소액의 피해에 대해 손해배상을 받는 것이 비용과 절차 측면에서 어렵다. 현재 소비자기본법에 단체소송 제도의 내용을 일부 도입하여 운영하고 있으나 개인회 피해에 대한 손해배상을 쉽게 받도록 하는 규정은 없어 사업자들의 소비자피해예방 스스로의 노력, 적극적 피해보상, 향후 피해예방 촉진이 되지 않고 있다. 지금까지 제조물책임법에 근거하여 소비자피해배상을 받는 사례도 미흡하고, 소비자 기본법에 근거한 단체소송 규정에 의거해 소비자의 피해를 구제받지 못하고 있다. 물론 민법에서 다수의 피해에 대해 다수당사자 소송 규정이 있으나 이에 의해 피해보상을 받는 경우가 거의 없었다.

예를 들어 보면, 허위과장 광고의 경우 여러 소비자가 피해를 입게 되는데 표시광고의 공정화에 관한 법률에 근거하여 해당 기업에게는 과징금이 부과되나 허위과장광고로 인한 소비자 다수의 집단피해보상을 적극적으로 받기 어렵다. 예를 들면, 2014년 정부는 쌍용차와 현대차에 연비검증결과 과장(수치를 부풀림)광고에 대한 과징금을 부과하였다(국민일보, 2014년 6월 26일). 그러나

표시광고의 공정화에 관한 법률에 근거하여 연비 과장광고, 즉 제작사의 부당한 광고나 표시에 대해 집단소비자 피해보상 규정이 없다. 이에 따라 이 경우 소비자들이 피해보상을 받을 방법은 자동차회사가 자발적으로 보상에 나서거나, 아니면 직접 소비자가 민사소송을 통해 받는 방법뿐이다. 결국 표시광고법 위반 및 자동차관리법 위반으로 자동차제조사 대상 행정조치적 규제조치는 할 수 있으나 소비자가 그 피해를 보상받기는 쉽지 않아 사업자의 소비자피해 방지 효과를 창출하지 못하고 있다.

2) 집단소송제도의 유형

집단소송 제도는 미국식 집단소송법(Class Action)과 독일식 단체소송법(verbandsklage)으로 나뉜다. 우리나라의 경우 아직까지 개별 단독법으로 도입되지 않았다. 다만 증권업 분야에서 집단소송 규정을 도입해 운영 하고 있고, 2008년 개정된 소비자기본법에서는 소비자단체 소송이 인정되었다. 다만 이 단체소송은 소비자단체 등 인정받은 단체가 개별소비자 대신 소송을 제기하는 것으로 피해유발 문제행위를 해결하는 것이 기본 취지일 뿐 개인 피해를 보상하는 것은 포함하지 않고 있음. 집단소송법은 동일한 사건으로 유사한 피해를 입은 다수 소비자들 중 1명 또는 몇 사람이 나머지 피해자들 대표로 소송을 제기하면 소송 결과가 유사 피해를 입은 모든 소비자에게 효력이 발생하는 법이다.

3) 집단피해소송 관련 법 도입의 필요성

집단소송(class action)제도는 기업의 제품이나 서비스로 인하여 유사한 피해를 본 소비자가 여러 명일 경우 이 중 일부 소비자가 전체 소비자를 대표해

손해배상 소송을 제기 할 수 있는 제도를 말한다. 이때, 판결의 효과가 소송에 참여하지 않은 피해자들에게도 적용된다는 게 집단소송의 특징이다. 따라서 기업의 입장에서는 집단소송에서 패소할 경우 엄청난 액수의 손해배상을 해야 할 수 있다. 아직까지 우리나라에서는 증권 분야에서 소액주주를 보호하기 위해 그리고 약덕 기업으로부터 소비자안전을 확보하기 위해 소비자기본법에서 이 제도를 도입하였다. 그러나 다른 소비제품이나 서비스 그리고 자동차에 대해선 집단소송제도가 도입되지 않고 있다. 따라서 BMW 화재와 같은 자동차 피해발생시 집단소송으로 쉽게 피해구제를 받기 어렵다. 소비자 다수가 같은 내용을 공동으로 소송 제기했다는 뜻으로 집단 이라는 표현을 쓰고 있는 것이다. 현재 우리나라에서는 민법상의 '공동소송(원고나 피고 중 한쪽이 여럿인 경우)'이 가능하다.

미국식의 집단소송 또는 징벌적 손해배상에 대해 반대하는 기업 또는 보수주의적 성향의 사람들은 집단소송이 소송 남발을 유발할 수 있고 결과적으로 제품가격 상승 등을 초래할 수 있다는 문제점을 제기하고 있다. 최근 한국도 기획소송, 소송을 부추기는 변호사들이 증가하고 있어 미국식 집단피해소송에 반대하는 논리도 존재하고 있다. 최근 세계 각국에서 변호사들이 항공기 소음, 가슴 성형, 아파트 하자, 송전선 등 피해자들 모아 소송하는 경우가 증가하고 있으며, 승소할 경우 거액의 수입료를 받고 있어 바람직하지 않다는 지적도 존재한다. 최근 우리사회에서도 변호사들이 직접 소송의 원고가 될 피해자들을 모은 뒤 재판에서 승소하면 손해배상액의 일부를 성공 보수로 받는 기획소송에 대한 우려를 제기하고 있다. 기획 소송은 한 번 승소하면 전국의 비슷한 피해자들을 원고로 모집해 계속 소송을 제기할 수 있으므로 변호사들이 원고를 모집하는 지역을 놓고 다투는 일도 있다는 지적도 있다.

최근 우리 사회에서도 소비자피해 보상에서 사회적, 행정 비용을 유발한 비용이나 피해를 포함해야 한다는 징벌적 손해배상 제도를 도입해야 한다는 주

장이 계속되고 있다. 지금까지 제시된 입법안은 행위자의 악성과 재산 상태를 고려하여 배상액의 몇 배수를 징벌배상액으로 설정 또는 배상액의 상한을 설정하는 방안이 제시되었다. 그러나 최근 논의는 소비자기본법에 징벌적 손해배상에 대한 일반 조항의 규정을 마련하거나, 소비자피해에서 발생 원인의 다양성 및 형태의 복잡성 등을 고려하여 구체적 타당성을 확보할 수 있도록 소비자보호와 관련한 각각의 개별법에 징벌적 손해배상 규정을 반영하도록 하는 방안들이 논의되고 있다(김태선, 2010; 김현수, 2013). 징벌적 손해배상제도가 도입되고 또한 미국식의 집단피해소송 제도가 도입되면 소비자피해구제가 쉬워지고 소비자피해 유발 사업자, 담합, 불공정거래행위 등으로 발생하는 사강된 후생손실을 방지할 수 있다. 또한 정부가 불법행위를 적발·감시하고 집행하는 과정에서 발생하는 규제비용 등을 환수하는 효과를 창출할 수 있다(강병모, 2008; 김두진, 2008; 김성천, 2003).

현재 우리나라에서는 집단소송제가 증권 분야에만 제한적으로 시행되어 왔다. 2005년 집단소송 규정이 증권법에 도입된 지 꽤 오랜 시간이 지났지만, 지금까지 법원에서 허가된 증권 분야 집단소송은 1건에 불과했다. 소송 요건이 까다롭기 때문이다. 집단소송이 이처럼 부재한 것은 소송 남발을 막는다는 법제도적 취지가 소송 자체를 가로 막고 있는 것이다.

제품결함, 안전치 못한 제품, 불공정한 거래, 환경오염 등으로부터 다수 피해자 발생하고 있고 독과점적 구조에서 시장지배적 지위 남용할 수 있어 집단소송법 제도가 필요하다. 예를 들어 1990년 낙동강 페놀오염 사건, 기름유출 해양오염, 대기·수질·토양오염 등으로 다수 집단피해 증가하고 있으며 최근 개인정보유출, 개인정보 오남용 등 집단피해도 늘어나고 있다. 또, 소액다수 피해가 소비자에게는 소액이나, 기업에게는 부당이익의 임으로 부당행위 근절을 위해 집단피해소송 제도 필요하다.

소비자가 소송제기를 기피하는 이유는 다음과 같다. 소비자는 법적 권리 실

현을 두려워하며, 어떻게 피해를 구제받을 수 있는지 모르는 경우가 많다. 소송을 해서라도 피해구제를 받아야겠다는 의지가 부족하고 소비자들이 법원이나 변호사와의 접촉에 대해 주저함을 보인다. 소송의 위험부담, 법원이나 변호사에 대한 불신, 소송으로 인한 시간·에너지 비용을 쓰기에는 부담이 있다.

4) 현행법상 집단소비자피해 구제방법: 선정당사자제도

민법에 의해 인정되는 임의적 소송 중 하나는 공동의 이해관계가 있는 다수가 공동소송인으로서 전원을 위하여 소송을 수행 할 대표당사자를 선정하여 소송한다. 선정당사자제도의 제한점으로는 선정자들의 개별적 수권행위(선정행위)가 있어야만 소송 가능하므로 소액다수의 피해자들에게 사용하기 어렵고, 피해구제 신청자에게만 판결 효력이 있어 같은 피해 입고도 미참여자에게는 구제효력 미치지 못함으로 저소득층, 소액피해자, 사회적 불리자 피해구제를 받지 못한다. 선정의 임의성 문제로는 변론 능력 조차 없는 자가 선정될 가능성이 있다. 집단소송법은 고액 다수 피해에 많이 활용되며, 소액다수 피해자는 소송을 기피한다.

5) 해외 주요 국가의 집단소송법

(1) 미국

미국의 집단소송(Class Action)은 개인 소비자의 손해배상 구제는 물론 독점 금지법상 집단소송, 공해 및 환경침해로 인한 피해구제에 활용되고 있다. 반트러스트법(Antitrust Act)에서 금지한 행위로 인해 피해를 입은 피해 소비자는 3배 배상 받을 수 있고, 승소 시 변호사 비용 등 소송비용을 보상받을 수 있다. 이 같은 규정은 경쟁적 시장구조에서 궁극적인 소비자 이익이 보장되므로

반트러스트법의 위반을 시정하여 경쟁을 촉진키 위한 강력한 의도를 엿볼 수 있다(Baer, 1996). 이때 제소권자의 규정과 관련하여 많은 논쟁이 있으나 소비자에게도 제소권을 부여하는 규정을 명백히 하고 있다.

한편, 행정 분야나 공공이익이 침해된 경우에도 집단소송 대상이다. 현대 사회가 복지 국가의 실현이라는 목표 하에 점차 정부의 역할이 확대되면서 각종 행정처분이나 행정행위로 인한 피해가 증가하고 있다. 행정 분야의 집단소송은 주로 환경 분야에서 많이 발생하고 있다. 행정소송과 관련한 집단소송은 미국에서 연방법원보다는 주법원에서 보다 진보적인 경향이 있다.

미국은 세계국가 중 집단소송제도가 가장 활발히 허용되고 있는 국가 중 하나이다. 미국의 경우 집단소송법은 1938년 연방민사소송규칙 제23조(The Federal Rules of Civil Procedure)가 채택되어 본격적으로 활용되기 시작하였다. 대표적인 집단소송 사건은 자동차 관련 소송, 고엽제 소송, 석면 소송, 담배 소송 등이다. 최근에는 애플, 페이스북, 맥도날드, 인텔에 관한 집단소송이 제기된 바 있었다. 미국의 집단소송제도는 다수 피해소비자 가운데 1인(몇 명)의 대표피해 당사자가 소송을 수행하고, 판결의 효력이 피해자 전원에게 미치는 일괄구제 제도(옵트아웃 Opt-out 방식)이다. 캐나다, 영국 등 영미법 계통 국가들은 미국식을 인정하고 있다. 소송에 참가한 당사자만을 구제 대상으로 삼는 우리나라 민법의 다수 당사자 소송과는 다르다.

미국의 옵트아웃 방식은 피해자 모두가 개별적으로 소송을 하지 않아도 되므로 노력과 비용 낭비를 막을 수 있고 소액의 피해자들도 피해구제를 받을 수 있는 제도이다. 그러나 소송에 참여하지 않은 피해자들에게도 재판 결과의 효력이 발생하므로 개별 피해자의 재판청구권 침해가 있는 문제도 있다. 자신이 피해자 인것을 모르거나 소송제기 여부를 모르는 상태에서 타인 동일 피해자가 소송을 제기했다 패소할 경우 다시 소송을 제기할 권리가 사라지게 된다.

한편, 기업은 모든 소액다수의 피해자를 손해배상해야 하는 과중한 부담을 갖게 된다. 결국 기업의 책임이 강화되는 장점이 있으나, 기업이 과중한 부담을 피하기 위해 소송 장기화 또는 화해로 마무리되는 부작용이 발생하기도 한다. 실제로 미국의 집단소송의 경우 최종 판결이 나기까지는 오랜 시간이 소요되며, 소송 대부분(80~90%)이 화해로 조정되곤 한다.

미국 집단피해소송의 대표적인 사례는 담배로 인한 피해구제소송이다. 미국 연방 대법원은 2009년 필립모리스에 8080만 달러(약 900억 원)를 원고에게 지급하라고 확정 판결을 내렸다(중앙일보, 2011년 2월 7일). 피고 회사는 담배의 중독성과 해악성을 알고 있었음에도 담배제조회사가 유해 첨가물을 넣었다는 것이 내부자 고발로 공개되었던 것이다. 담배소송의 경우 미국에서도 처음 40년 동안은 소송을 제기한 흡연자 누구도 승소하지 못했다. 1950년대부터 1980년대까지 미국 재판부는 흡연의 위험성은 이미 알려졌고, 담배갑에 경고 문구도 부착되었기에 담배 회사의 피해 책임을 인정하지 않았다. 그러나 1990년대에 들어서면서 흡연 피해자가 피해소송에서 승소하기 시작하였다. 담배회사들이 흡연의 심각한 중독성을 알고 있었음에도 비밀로 하고, 공개하지 않았기 때문이다. 1954년 시작한 미국의 담배소송은 1998년부터 승소하기 시작해 지금까지 100건 정도(주 정부 소송제기 포함)가 승소했다. 미국의 사법부가 과거에는 친기업적이었으나 최근 시민권을 우선하는 판결을 내리기 시작하였던 것이다.

한편, 한국 기아자동차 집단소송 사건을 살펴보면 전체 차량의 결함을 입증할 근거 없다는 판결로 기아자동차가 선루프 결함 집단소송을 당했으나 미국 법원으로부터 집단피해소송에서 승소하였다. 구체적으로 미국 오하이오 주 남부지방 법원은 미국 현지 법무법인(깁스그룹: Gibbs Law Group)이 기아차 운전자 소비자를 대리해 기아차 구조적 결함을 이유로 제기한 집단소송을 근거 불충분을 이유로 기각한 바 있다. 2012년형 기아 K5(현지명 옵티마)모델을 타던

한 운전 소비자는 2015년 파노라마 선루프가 폭발하듯 깨지면서 팔과 다리에 작은 상처가 생겼다고 집단소송을 제기했다.

(2) 독일의 단체소송법

독일의 단체소송은 소비자단체형 소송 제도이다. 일정한 요건을 갖춘 단체가 소비자 집단피해를 구제하기 위해 소송권을 부여받아 피해를 해결한다. 독일에서는 부정경쟁방지법(UWG), 보통거래약관규제법(AGBG), 경쟁제한금지법(GWB)에서 단체의 제소권을 인정하고 있다는 점에서 우리나라의 단체소송 제도와 유사하다. 독일의 단체소송법은 단체 소송권을 부여받은 단체가 집단적 피해 해결을 위하여 원고 자격을 부여받는 제도이다. 일정한 자격을 갖춘 단체가 제소권을 부여받아 다수의 피해자들을 구제하기 위하여 공익적 소송을 제기하는 집단분쟁구제 법이다. 독일의 소비자피해 관련 단체소송은 결함제조물, 가격 및 부당표시, 부당약관, 공해 및 자연환경침해, 부정경쟁이나 과도한 시장지배, 행정 영역에서 제도화된 것이다. 우리나라처럼 대륙법 체계를 따르는 독일, 일본 등의 국가에서는 미국식의 집단소송제도가 도입되지 않고 있다. 독일의 경우 증권 관련 집단소송에 한해서 제한적으로 집단소송을 인정하고 있고 소송제기를 할 수 있는 자격은 법이 정한 단체에만 주고 있으며, 그 범위 또한 공익성 소송으로 제한하고 있다.

(3) 일본 집단소송제도

일본은 미국식 집단소송제도와는 다른 옵트인(Opt-in) 제도를 채택하고 있다. 옵트인 제도는 2단계로 진행되는데 1단계는 위법성의 확정 단계로, 일정 요건을 갖춘 소비자단체가 소송을 제기하여 기업의 금전 지급의 의무를 확인한다. 만약 1단계에서 소비자단체가 패소한 경우에는 판결의 효력이 많은 소비자들에게 미치지 않는다. 반면 승소한 경우 2단계로써 피해자의 소송참여

신청을 받아 피해자들이 판결에 동참 여부를 결정할 수 있도록 하고 있다. 다시 말해 2단계는 손해배상액 수의 확정 단계로, 1단계에서 내려진 금전 지급의 의무확인판결을 근거로 가입을 신청한 개별소비자들의 채권을 확정한다. 일본의 집단소송방식은 개별 피해자의 재판청구권을 침해하지 않으며, 기업의 부담을 줄일 수 있어 미국식 집단소송제도의 한계를 보완한 제도라는 평가이다.

6) 우리나라 자동차 집단소송 관련 이슈 및 현황

BMW, 메르세데스-벤츠, 폭스바겐 아우디, 토요타 등 주요 수입차들이 집단소송에 휘말렸다(뉴스핌, 2018년 8월 10일). 국내에 수입자동차가 들어온 지 30년이 넘으면서 국내 소비자들의 눈높이가 높아졌고 다양한 제품결함 데이터가 축적된 결과이다. 따르면 수입차시장의 90%를 장악하고 있는 BMW, 메르세데스 벤츠, 아우디/폭스바겐, 닛산, 혼다, 토요타, 렉서스, 포르쉐 등이 소비자피해를 이유로 집단소송을 당했다(뉴스핌, 2018년 8월 10일). 소송내용도 운전자의 안전을 위협하는 제품 결함부터 배출가스 조작 등 사기 혐의, 세금 다툼까지 다양하다. 구체적으로 주요 소송내용을 살펴보면, 닛산 캐시카이 배출가스 조작, 폭스바겐·아우디 79개 모델 인증 서류 변조, EA180 유로 5차량 배출가스 조작, 폭스바겐 골프 1.4TSI 휘발유차량 배출가스 조작, BMW 인증 서류 변조, 포르쉐·아우디·폭스바겐 6기통 및 8기통 디젤엔진 배출가스 조작, 벤츠·BMW·아우디 요소수 담합 등이다.

최근에는 BMW자동차 화재가 잇따르면서 화재피해 집단소송도 제기된 바 있다. 자동차는 1대당 부품이 3만 개에 달하는 데 우리나라 법 체계에서는 소비자가 결함규명을 해야 해서, 개인이 자동차피해소송을 감당하기 어렵다. 이에 전문 A법무법인은 전문성을 무기로 피해소비자들을 모았다. 직접 피해자는

아니어도 결함 자동차 소유에 따른 중고차 가격 하락으로 위자료를 청구할 수 있다는 사실도 새롭게 알려지면서 소송 참여자가 급증했다.

몇 년전 폭스바겐 가스배출 및 연비 조작 사건과 관련하여, 미국에서는 폭스바겐자동차제작사의 책임을 인정하고 해당 모델의 판매를 전면 중단시키고, 배기가스 피해 차량 소비자 1인당 최대 1만 달러를 지급하도록 했다. 또한 사건이 터지기 이전 중고차 가격으로 해당 폭스바겐 차량을 되 사주거나 배출가스 장치 무상수리를 해 주도록 하였다. 폭스바겐자동차제작사가 미국 소비자들에게 지급한 피해보상액수는 약 15억 330만\$(한화 약 17조 9천억 원)로 알려지고 있다.

그러나 우리나라에서는 배상 조치 및 피해보상이 지지부진했다. 폭스바겐 측은 그 이유로서 우리나라가 미국과 다른 법체계를 가지고 있어 배상의무가 없다고 밝힌 것이다. 즉 우리나라에서 집단소송제도가 없었던 것을 악용한 것이다. 이 사건으로 집단소송법제도의 도입필요성이 높아졌고 그동안 증권 분야에만 제한적으로 인정되고 있었던 집단소송제를 일반 소비제품으로 확대되어야 한다는 목소리가 드높다.

6. 신차의 교환·환불제도

신차의 교환·환불 법 제도는 미국의 일명 레몬법이 대표적이며, 2017년 자동차관리법을 개정하고 2019년부터 시행하고 있는 일명 한국형 레몬법이 중요하다. 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 레몬법의 개념

레몬법은 미국에서 1975년 제정된 법으로 자동차 및 전자제품에 결함이 존

제하는 경우 제조사가 교환, 환불 등을 해주도록 하는 법이다. 레몬법의 사실상 법적 명칭은 매그너슨-모스(Magnuson-Moss) 보증법(Warranty Act)이다. 이 법은 미국 상원 의원이었던 워런 매그너슨(Warren G. Magnuson), 하원 의원의 성명인 John Moss 명칭을 딴 것이다. 구체적으로 전자제품 또는 차량에 결함이 있어 일정 횟수 이상 반복적으로 수리를 해주어야 할 만큼 문제가 있는 경우 제조사는 소비자에게 교환, 환불을 해 주어야 한다는 내용을 담고 있는 법이다. 이 법의 구체적인 내용은 주(州)별로 조금씩 차이가 있는데 1975년 연방법으로 처음 제정된 후 1982년 코네티컷 주에서 최초 시행돼 점차 다른 모든 주로 확산되었다.

레몬은 미국이나 유럽 등 서구 국가에서 결함 있는 불량품을 지칭하는 말이다. 이는 소비자가 달콤한 오렌지(정상제품)를 기대하고 구매했는데 기대와 달리 오렌지를 닮은 매우 신 레몬(불량품)이었다는 뜻을 담고 있다. 한 마디로 레몬법은 자동차 교환·환불 제도를 말한다. 비싼 새 자동차가 문제가 있어도 소비자들이 교환·환불 등 대응이 쉽지 않다. 자동차의 교환·환불을 받기 위해서는 전문지식이 요구되며 거대 기업을 상대해야 하기 때문이다. 자동차 교환·환불 제도는 소비자가 쉽게 피해 구제받기 어려운 자동차 시장 환경에서 소비자보호를 위한 법이다.

2) 한국의 레몬법 도입 및 시행

국토교통부는 2018년 7월 31일 자동차관리법, 하위 법령인 시행령, 시행규칙을 개정한 법률을 개정·예고하였다. 개정안에는 미국식 일명 레몬법의 내용을 포함시켜 신규 자동차의 교환·환불 요건, 환불 기준, 중재 절차 등의 세부 사항을 포함하고 있다. 예고기간을 거쳐 2019년 1월부터 개정된 자동차관리법이 시행되어 우리나라에서도 신규 자동차를 구입한 후 동일한 고장이 여러 차례

반복될 경우 소비자가 자동차를 교환·환불 받을 수 있게 되었다. 즉 일명 한국형 레몬법이 시행된 것이다. 2019년 1월부터 시행된 한국형 레몬법의 내용을 구체적으로 살펴보면 자동차관리법(일명 한국형레몬법)은 제47조 2(자동차의 교환·환불요건) 제 ①항 제1호에서 하자발생시 소비자중 신차로의 교환 또는 환불 보장 규정, 즉 국토교통부령으로 정하는 사항이 포함된 서면계약서를 작성하고 구매한 자동차만이 신차 교환·환불이 가능(임의 규정)하다.

<표6> 자동차제작사들의 서면동의 관련 자동차관리법 및 시행규칙

<p>* 자동차관리법 47조의2 제①항</p> <p>1. 하자발생 시 신차로의 교환 또는 환불 보장 등 국토교통부령으로 정하는 사항이 포함된 서면계약에 따라 판매된 자동차</p> <p>* 국토교통부령인 자동차관리법 시행규칙 98조의2 제①항</p> <p>1. 총 판매가격</p> <p>2. 인도 날짜</p> <p>3. 하자발생 시 신차로의 교환 또는 환불 보장(자동차제작자등이 발행하는 제품안내서 등에 교환·환불 보장에 관한 사항이 기재된 경우를 포함하며, 서면계약의 특약 등으로 교환·환불 보장을 배제하지 않아야 한다)</p> <p>4. 법 제47조의7제2항에 따라 같은 조 제1항에 따른 자동차안전·하자심의위원회(이하 "자동차안전·하자심의위원회"라 한다)가 제정한 교환·환불중재 규정(이하 "교환·환불중재 규정"이라 한다) 및 그 수락 사실(자동차제작자등이 교환·환불중재 규정을 수락한 경우에 한한다)</p> <p>5. 자동차제작자등이 신차 매매계약을 체결할 때 교환·환불중재 규정의 요지를 구매자에게 설명하고 구매자가 이를 이해하였다는 서명(자동차제작자등이 교환·환불중재 규정을 수락한 경우에 한하며, 서명의 경우 「전자서명법」 제2조제2호에 따른 전자서명을 포함한다)</p> <p>6. 법 제47조의2제2항에 따라 하자재발 통보를 받을 자동차제작자등의 대표자 및 주소</p>

2019년 1월부터 시행되고 있는 한국형 레몬법, 즉 자동차관리법 규정 중 일부를 개정하였는데 이 중 신차의 교환·환불규정의 내용을 구체적으로 살펴보자. 개정법에서는 신차 구매 후 중대 하자 2회 발생 또는 일반 하자 3회 발생한 이후 또 다시 하자가 발생하면 중재 과정을 거쳐 교환·환불이 가능토록 하

고 있다. 중대한 하자에 해당하는 범위는 법에서 정한 내용으로써 원동기, 동력전달장치, 조향·제동장치, 주행 관련 전기·전자 장치, 주행·완충·조종·연료공급 장치, 차대 등이 포함되어 있다. 자동차의 교체·환불 여부를 결정하는 중재위원회는 국토부 산하 소비자, 자동차, 법학 전문가로 구성된 ‘자동차안전·하자 심의위원회’에서 담당한다.

환불 액수의 결정 기준은 계약 당시 판매가격에서 주행거리 만큼의 사용 이익을 공제하되 필수 비용은 포함하고 있다. 사용이익 산정은 우리나라 승용차의 평균 수명인 주행거리 15만km를 인정하여 그에 비례해 산정하고 있다. 한편, 자동차 제조사는 소비자와 신차 판매계약서 체결 시 추후 신차 결함에 대해 교환·환불 관련 내용을 포함하도록 하고 있다. 계약서 작성에서는 하자 발생 시 교환·환불 보장한다는 내용, 환불액 수 산정에 필요한 총판매가격, 인도 날짜를 기재하여야 한다. 이때 소비자가 이 계약서를 충분히 이해할 수 있도록 설명해야 한다.

한국형 레몬법이 제정되기 이전에는 공정거래위원회 관할 소비자분쟁해결기준에 의거 자동차 교환 또는 환불을 인정해 왔으나 그 기준은 강제력이 없었다. 일종의 권고에 지나지 않았던 것이다. 2019년 한국형 레몬법 시행 이전에는 자동차 제조사들이 무상수리 수준에서 타협을 시도하는 경우가 많았고 소비자는 대안이 없었다. 그 결과 일부 소비자는 억울하다는 현수막을 걸거나, 인터넷상에 호소, 골프채로 새 차를 부수는 행동을 표출하는 경우가 있었다.

3) 한국형 레몬법의 한계

한국형 레몬법은 2018년 자동차관리법 제 5장 2항의 개정(2019년부터 시행)으로 자동차의 교환 또는 환불 조항이 신설로 시작되었다. 레몬법 관련 조항에는 자동차 교환·환불 조건과 절차, 중재부 구성 등을 포함하고 있다. 그러나

교환·환불의 요건을 살펴보면 완벽한 강제력이 있다고 보기 어렵다. 특히 중재 절차가 소비자들에게 여전히 부담된다는 평가가 제기되고 있다. 소비자들의 주요 불만은 교환·환불 요건을 갖췄다고 해도 모두 교환이나 환불을 받을 수 없다는 것이다. 구체적인 절차를 살펴보면 자동차 소유자는 국토부 자동차 안전하자 심의위원회에 중재 신청을 해야 한다. 중재 신청이 접수되면 소비자보호, 자동차, 법학 분야 전문가로 구성된 50인 이내 위원회의원 중 3인이 중재부로 선정된다. 이중 과반수 이상의 찬성이 있어야 소비자가 교환·환불을 받게 된다. 자동차안전하자위원회의 중재 결정은 법원에서의 확정 판결과 동일한 효력을 가지므로 자동차 제작사는 반드시 중재 결정 사항을 이행해야 한다.

소비자가 하자가 있는 신차를 교환 또는 환불을 받으려면 소비자는 교환·환불 조항이 포함된 서면 계약서를 체결하고 신차를 구입해야 한다. 자동차 구매 계약서 형태는 제조사마다 다르다. 즉 계약서에 교환·환불 조항을 넣는 것은 자동차 제조사의 선택이며 강제 조건이 아니다. 이 규정으로 인해 우리나라에서 신차 교환·환불 제도를 인정하지 않는 자동차 제조업체가 존재하고 있다. 현대자동차, 볼보코리아, 기타 많은 자동차 제조사들은 개정안 시기에 맞춰 2019년 1월부터 레몬법을 적용하고 있다. 그러나 여전히 자동차 교환·환불 제도, 한국형 레몬법에 모든 자동차 제조업체가 동참하고 있지 않는 상태이다.

아직 한국형 레몬법을 거부하며 계약서 작성 시 교환·환불 규정 수용을 거부하고 있는 자동차 회사가 있다. 이 같은 제조사는 소비자들이 신차 구입 후 자동차 결함이나 하자가 발생해도 교환·환불을 거부하겠다는 것으로 이들로부터 자동차를 구매하였거나, 구매하려는 소비자들의 주의가 필요하다.

벤츠는 2018년 총 70,798대를 판매해 1위의 자리에 올라 국내 수입 자동차의 31%의 점유율을 가지고 있다. 특히 E클래스와 S클래스 차종은 독일 현지보다도 많이 판매되고 있음에도 한국형 레몬법을 무시하며 자신들의 이익만을

추구하고 있다. 2018년 결함으로 인한 리콜된 벤츠차량은 10만 6,317대, 아우디·폭스바겐 16만 9,348대로 나타나 전체 리콜의 약 40% 수준이었으나 교환·환불은 거부하고 있다. 이 두 자동차 제조업체는 전체 리콜 수의 40%에 육박하는 결함이 있음에도 한국형레몬법을 거부하는 것은 자동차를 판매하여 이익만 얻고 소비자들의 안전과 권리는 무시하는 부적절한 태도라 하겠다.

문제는 한국형 레몬법을 거부하고 있는 외국자동차 제조사들이 미국, 유럽 등 강력한 자동차레몬법을 시행하고 있는 국가에선 레몬법 주요 내용을 모두 수용하여 소비자들을 보호하고 있다는 것이다. 다른 나라들의 레몬법과 비교해 우리나라의 자동차관리법상 교환·환불의 범위와 배상 범위가 낮은 편인데도 교환·환불을 거부하고 있어 소비자들의 불만이 거세다. 한국형 레몬법 규정인 결함·하자 신차의 교환·환불 명시 계약을 이행치 않아도 되는 임의규정 성격의 법 조항은 향후 개정해야 한다는 지적이 드높다.

4) 한국형 레몬법의 개선 필요

일명 한국형 레몬법이 포함된 개정된 자동차관리법이 2019년부터 시행되고 있다. 그러나 신차 구입 이후 하자 및 결함이 발생하면 교환·환불을 받을 수 있으나 그 요건이 까다롭다. 구체적으로 자동차 제조 회사들이 신차계약서 체결 단계에서 신차결함시 교환·환불 동의가 있어야 하고, 동의하지 않아도 임의규정으로써 유명무실한 법제도가 되고 있다. 그 결과 소비자는 일부 수입업체의 자동차를 구입한 경우 쉽게 중재 신청을 할 수 없는 것이 현실이다. 이 때문에 소비자들은 자동차 제조사들의 레몬법 이행의지에 교환·환불이 결정되는 규정인 국토교통부령인 자동차관리법 시행규칙 제98조의 2의 제1항 제3호와 4호, 5호 단서 조항의 개정 또는 삭제가 시급하다고 주장하고 있다.

신차 교환·환불의 전제 조건인 신차 구입 계약서에 자동차 제조사의 레몬법

이행 동의를 적어야 하는 법조항은 레몬법의 실효성을 낮추므로 삭제해야 한다는 지적이 거세다. 소비자들 입장에서는 신차 구매후 하자가 계속 발생하는 즉 교환·환불 요건을 갖추면 자동차 제조사들의 동의 여부와 상관없이 교환·환불 중재 신청을 할 수 있도록 해야 한다고 주장하고 있다.

현대, 기아차는 한국형 레몬법을 수용하여 교환·환불 보장을 수용하는 서면 계약서를 작성하고 자동차를 판매하고 있다. 국내외 자동차 제작자 중 불보 자동차 코리아는 한국형 자동차레몬법을 가장 먼저 수용하여 소비자들을 권리를 보장하며 우리의 법과 제도를 수용하였다. 자동차 매매계약 시 서면계약에 반영해야 한다는 내용을 수용과 동시에 적용하고 있다. 또한 소비자가 중재 규정을 명확하게 인지할 수 있도록 하기 위해 영업사원들 대상 소비자 고지 관련 교육을 진행하여 모범적이었다는 평가가 있었다.

<표7> 소비자들의 개정 요구사항: 자동차관리법 시행규칙 제98조의2 제1항

현행	소비자들의 개정 요청 내용
<p>3. 하자발생 시 신차로의 교환 또는 환불 보장(자동차제작자등이 발행하는 제품안내서 등에 교환·환불 보장에 관한 사항이 기재된 경우를 포함하며, 서면계약의 특약 등으로 교환·환불 보장을 배제하지 않아야 한다)</p> <p>4. 법 제47조의7제2항에 따라 같은 조 제1항에 따른 자동차안전·하자심의위원회(이하 "자동차안전·하자심의위원회"라 한다)가 제정한 교환·환불중재 규정(이하 "교환·환불중재 규정"이라 한다) 및 그 수락 사실(자동차제작자등이 교환·환불중재 규정을 수락한 경우에 한한다)</p> <p>5. 자동차제작자등이 신차 매매계약을 체결할 때 교환·환불중재 규정의 요지를 구매자에게 설명하고 구매자가 이를 이해하였다는 서명(자동차제작자등이 교환·환불 중재규정을 수락한 경우에 한하며, 서명의 경우 「전자서명법」 제2조제2호에 따른 전자서명을 포함한다)</p>	<p>3. 삭제</p> <p>4. 법 제47조의7제2항에 따라 같은 조 제1항에 따른 자동차안전·하자심의위원회(이하 "자동차안전·하자심의위원회"라 한다)가 제정한 교환·환불중재 규정(이하 "교환·환불중재 규정"이라 한다) -----삭제-----</p> <p>5. 자동차제작자등이 신차 매매계약을 체결할 때 교환·환불중재 규정의 요지를 구매자에게 설명하고 구매자가 이를 이해하였다는 서명 -----삭제----- 서명의 경우는 「전자서명법」 제2조 제2호에 따른 전자서명을 포함한다)</p>

소비자들이 수입자동차 제조회사에게 요구하는 내용은 수입자동차 제조사들이 한국 소비자를 보호하고 수출국인 한국의 법률과 제도를 존중해야 한다는 것이다. 수입자동차 제조사들은 소비자들에게 한국형 레몬법의 미수용이 자동차의 품질에 자신이 없고 장기적으로 소비자 신뢰를 낮추는 것임을 인식해야 한다고 밝히고 있다. 한국에 수출하는 자동차 제조사들은 현재 시행되고 있는 한국형 레몬법을 적극 수용하는 것이 제조사의 경쟁력을 향상시키고 소비자들의 신뢰를 얻을 수 있으며, 소비자들의 권리를 보호하는 것임을 인식해야 한다는 것이다. 즉 수출국의 법률과 제도를 존중해야 한다는 것이다.

7. 징벌적 손해배상 제도

1) 징벌적 손해배상 제도의 개념

징벌적 손해배상제도는 소비자의 실제 손해 금액보다 더 많은 액수의 배상 액수를 부과하는 제도이다. 징벌적 배상이란 제품 제조자가 고의적으로 또는 악의적으로 안전사고를 유발했을 때 그 기업이 일으킨 실제 손해배상금에 추가적으로 배상을 피해자에게 지급하도록 하는 것이다. 다시 말해, 기업이 사전에 위험을 알고도 방치했거나 악의성이 있는 상황에서 생산·판매한 상품이나 서비스로 소비자가 피해를 입은 경우 그 실제 피해액수 외에 추가적으로 사회적 책임에 대해서도 손해배상책임을 부과하는 것이다. 또한 이 제도는 소비자 피해의 대부분이 소액다수피해이다 보니 소송까지 제기하여 손해배상청구를 하지 않는 경우가 많아 가해자의 큰 부당 이익을 초래하는 문제점에 대응한 제도이다. 즉 소비자피해 유발자의 도덕적 해이를 방지하고, 사회후생을 극대화하기 위해서 징벌적 손해배상을 부과하는 제도이다. 여러 소비자에게 소액 피해를 입혔으나 피해 소비자들이 손해배상을 받지 못하는 경우가 많아 기업

의 피해유발 행동 또는 안전주의 수준이 나아지지 않고 도덕적 해이가 계속될 수 있어 징벌적 손해배상 법제도가 필요하다는 것이다. 이때 징벌적 손해배상 제도 운영에서 피해 원인 등의 입증책임을 사업자와 소비자 중 어느 쪽에서 부담할 것인지가 매우 중요하다.

우리나라에서는 2011년 3월 공정거래위원회 관할 하도급법에서 징벌적 손해배상 규정을 도입한 바 있다. 이 규정으로 하도급업체가 본사 또는 하청 수준 사업자에 의한 기술 탈취 등으로 손해를 입은 경우 그 실제 손해액의 3배까지 손해배상을 받을 수 있다. 기술 탈취는 기업 생명 자체를 위태롭게 할 수 있기 때문이다. 이 같은 악의적 행위에 실제 손해액보다 훨씬 많은 액수를 배상하게 하면, 유사행위의 반복을 막을 수 있다는 점이 징벌적 손해배상의 주요 긍정적 기능이다.

최근 가슴기 살균제 피해 사건을 계기로 2017년(2018년 시행) 제조물책임법을 개정하여, 제품안전사고의 경우 3배 이하로 징벌적 피해보상을 하도록 하는 규정을 추가시켰다. 당시 소송 남발과 기업활동의 위축 등을 이유로 징벌적 손해배상제도의 도입을 반대하는 기업들도 많았다. 반대의 논리는 영미법계에 퍼져 있는 징벌적 손해배상제도가 한국 법체계에 부합하지 않는다는 것이다. 이들 반대론자들은 민사소송에서는 손해 본 만큼만 배상하게 하고, 악의에 대한 징벌은 국가가 형벌로 내리는 게 적절하다는 논리를 펼치고 있다. 3배씩 배상금을 물리는 것은 과잉처벌로써 헌법 정신에 어긋난다고 반대하는 주장도 있다(뉴스토마토, 2014년 6월 14일).

2) 징벌적 손해배상 제도의 기능

징벌적 손해배상제도는 손해배상 금액이 소송비용보다 작아 손해배상청구를 하지 않은 사람이 많을 때, 소비자피해유발 사업자의 도덕적 해이를 방지하여

사회후생을 극대화하려는 취지의 법 제도이다(이인권, 2010). 즉, 사회의 여러 사람에게 피해를 끼쳤으나, 피해자들이 손해배상을 받지 못하는 경우 또는 기업의 주의 수준이 사회적으로 적정한 수준에 미달하는 경우 사회적 손해를 모두 배상하게 하여 도덕적 해이와 사회 후생의 감소를 방지하려는 제도이다(오지영, 여정성, 2012).

징벌적 손해배상제도의 기능은 크게 3 가지로써 처벌 기능, 억지 기능(일반 억지 및 특별 억지), 사인(私人)에 의한 법 실현의 장려 기능이다. 그런데 징벌적 손해배상의 첫 번째 기능인 처벌과 두 번째 기능인 억지 기능을 효과적으로 달성하기 위해서는 무엇보다 합리적 배상액 산정기준이 가장 큰 쟁점이다(이인권, 2010). 징벌적 배상액의 산정 기준은 사업자의 고의 수준, 손해 발생 수준, 위반행위로 인하여 수급사업자와 다른 사람이 입은 피해규모, 위법행위로 사업자가 취한 경제적 이익, 위반행위 관련 벌금이나 과징금, 위반행위 기간 및 횟수, 사업자의 재산 상태, 사업자의 피해 구제 노력 등이다.

3) 우리나라 징벌적 손해배상 도입 논의

우리나라에서 징벌적 손해배상 제도를 도입 하자는 논의는 계속되어 왔다. 징벌적 손해배상제도 도입시 그 구체적인 방법으로 2가지 주장이 존재하고 있다. 첫째, 소비자기본법에 징벌적 손해배상 규정을 추가하자는 주장이 있어 왔다. 둘째, 소비자피해에서 발생 원인의 다양성 및 형태의 복잡성 등을 고려하여 구체적 타당성을 확보할 수 있도록 각각의 개별법에 징벌적 손해배상 규정을 포함하는 주장이다(김태선, 2010; 김현수, 2013).

징벌적 손해배상제도 도입에 옹호하는 사람들은 징벌적 손해배상제도 도입으로 소비자피해구제 소송이 활성화되면 소비자피해의 적절한 구제효과 외에도 담합, 불공정거래행위 등으로 발생하는 가격 인상과 사장된 후생 순손실,

정부가 불법행위를 적발·감시하고 집행하는 과정에서 발생하는 규제비용 등을 환수하는 효과를 창출할 수 있다는 것이다(강병모, 2008; 김두진, 2008; 김성천, 2003).

그러나 국내 기업들은 징벌적 손해배상 제도 도입이 시기상조라는 반대 의견을 제시하고 있다. 미국에서도 징벌적 손해배상 제도로 인해 엄청난 기업 비용 문제가 발생되고 있어 사회적 부담, 기업의 경제 활동을 위축시킨다는 주장이다. 업계 관계자들은 소비자들의 보호를 위해 기업이 적극적이어야 하나 이를 악용하는 경우를 최소화시키는 노력이 전제되어야 한다고 주장하고 있다. 미국에서 징벌적 손해배상을 악용하여 고액의 보상을 요구하는 소송 남발이 유발되고 있어 이로 인한 제품가격 상승 및 보험료 인상의 부작용이 있을 수 있다는 것이다. 실제 미국에서 현재 징벌적 손해배상액이 실손해액의 2배부터 10배까지 달하는 경우도 발생되고 있다.

8. 자동차 안전 확보 및 피해구제 효율화 방안 제언

지금까지 우리나라에서 집단소송제, 징벌적 손해배상 제도를 도입하려는 시도가 계속되어 왔다(SBSCNBC, 2020년 9월 24일). 집단소송 제도는 현재 증권 관련 소송에만 제한적으로 적용되고 있다. 징벌적 손해배상제는 제조물책임법 개정으로 기업의 악의적 위법행위로 인한 소비자피해발생시 피해액의 3배 이내에서 징벌적 배상 책임을 지우고 있다. 그러나 이 같은 징벌적 규정을 전 산업 분야로 확대하자는 움직임이 계속되고 있다.

자동차의 경우 현재, 한국형 레몬법이 시행되었음에도 적극적으로 교환·환불이 이뤄지지 않고 있는 근본적인 원인이 징벌적 손해배상제도 같은 규제가 없기 때문이라는 지적이 많다. 또한 자동차의 결함을 운전자가 밝혀야 하는 관행, 소비자에게 불리한 손해배상 법제도, 최근 개정·도입된 신차 교환·환불

법 등 자동차 피해구제 관련 법들이 더 강화되어 자동차 안전이 확보되어야 한다는 목소리가 거세다. 향후 집단소송제, 징벌적 손해배상제를 자동차 분야로 확대 도입하는 것에 대한 연구조사 및 논의가 필요하다. 본연구에서 자동차 안전확보 피해구제 효율화를 위한 개선방안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 현재 소비자기본법에 근거하여 피해자가 50명 이상일 경우 단체소송이 인정되고 있는데 이 제도가 자동차로 확대되어야 하고 개인들의 손해배상청구 소송이 되는 방향으로 개선되어야 한다.

둘째, 최근 폭스바겐 배기가스 조작 사건의 경우 집단소송제도가 활발한 미국, 독일 등에서는 피해소비자에게 충분한 보상이 이뤄졌다. 그러나 우리나라에서는 손해배상이 이뤄지지 않았던 사례를 잊으면 안 될 것이다. 폭스바겐 배출가스 조작 논란에 이어 BMW 화재사건, 급발진 등 자동차업계에 변화가 필요하다. 특히, 지난 2018년 BMW 화재 사건 관련 손해배상 소송을 지켜볼 필요가 있다. 소비자들이 BMW를 대상으로 손해배상 청구 소송을 진행 중인데 EGR 클러 결함에 따른 화재사건 피해구제 결과를 지켜볼 필요가 있다. 향후 BMW 화재 소송에 참여한 소비자들만 승소에 따른 배상을 받는 것에서 나아가 이 소송에서 승소할 경우 동일한 증상의 차주 모두가 배상받을 수 있도록 해야 한다.

현재 만트럭코리아가 엔진 녹 문제 등 품질 문제, 고객 서비스를 제대로 이행하지 않은 문제에 집단소송이 진행 중이다. 소송에서 소비자들이 주장하는 결함은 엔진 수시 깨짐, 기어 변속 불가, 엔진 주변 녹 발생, 배기가스재순환장치(EGR) 고장, 경고 알림 시스템 고장 등 총 15가지 항목이다. 이처럼 자동차 결함으로 인한 소비자 불만이 높은 상황에서 한국형 레몬법에 이어 집단소송제도의 도입을 통해 자동차 분야의 소비자 피해구제가 효율적으로 이행되어야 할 것이다. 이때, 집단소송제도 도입에 있어 미국식의 집단소송제도의 단점을 보완해야 한다. 예를 들면 다른 유사·동일 피해자의 위임을 받지 않았더라

도 피해구제 소송에서 이기면 모든 피해소비자에게 판결 효력이 생기는 법제도를 도입할 필요가 있다. 또한 단체소송 조건을 완화해 개인소송도 인정해야 한다. 일부 기업들이 주장하는 여러 기업의 현실화되지 않을 수 있는 방안도 모색할 필요가 있다. 끝으로 소송 남발이나 경쟁사에 의한 소송 악용의 가능성을 배제할 수 있는 전략도 필요하다. 결론적으로 다수 소비자피해 발생 가능성이 높은 자동차 분야에서 개별 소비피해 구제가 어려운 제도적·현실적 상황에서 악덕 사업자의 위법행위, 수익추구 유인을 억제할 집단소송제도의 자동차 분야에 도입할 필요가 있다.

<표8> 소비자피해보상제도 개정 요구 현황

입법 제안	주요 제안 내용	예상 영향과 과제
징벌적 배상제도 도입 (도입)	제품 결함을 사전 인지하였으나 기업에게 실제 안전피해 손해액의 3~10여배에 이르는 배상을 제재 목적으로 부과하는 제도	배상액 증가 (최근 자동차에 10배 주장)
입증책임의 완화/전환 (도입)	일반소비자가 제품 결함 입증은 어려우므로 입증의 책임을 기업에게 전환	자사제품이 안전한 제품임을 확인하기 전에는 공급 어려움
소멸시효 및 책임기간 연장	현재 제조물책임법 상의 3년의 소멸시효를 없애거나, 10년 책임기간으로 연장	기간이 연장될 경우, 제품의 안전성/신뢰성 개선 원요
집단소송제도 도입	제조물책임 피해의 경우 집단 소송제도 적용	소송에 참가하지 않은 피해자도 동일하게 배상 받을 수 있도록 확대
면책사유 축소	공급 당시의 과학기술로 결함을 발견할 수 없는 경우나 법령이 정하는 기준을 준수한 경우임을 입증한 경우 면책하는 것을 축소할 것	면책사유 축소, 제한 가능성 (특히 1항2호의 개발위험의 항변 등)
증거개시제도 도입	증거개시란 기업이 보유하고 있는 정보를 법정에 제출하도록 하는 제도	기업 활동 개선 및 문서관리

* 이황주, 2016. 12월 현재 국회 의안정보시스템의 주요 법률안 제안 내용 및 이후 동향 정리

IV. 결론 및 제언

자동차는 소비자안전에 중요한 제품이다. 그런데 자동차사고 및 안전문제가 자주 발생하므로 자동차안전 정책, 자동차로 부터의 소비자피해구제의 효율화가 중요한 사항이다. 많은 부품으로 구성된 자동차는 소비자 피해 발생 시 결합 여부, 피해 원인 규명 등에서 분쟁이 계속되고 있다. 소비자가 자동차로 피해를 입어도 수많은 부품의 조직체인 자동차 결합을 입증하여 피해구제를 받기 쉽지 않다. 자동차는 자동차 자체의 하자, 자동차의 결합에 의해 리콜 및 피해 구제가 사회적 이슈가 되고 있다. 최근 자동차 급발진, 배기가스 정보 사기 사건, 자동차 화재사건 등이 계속되면서 자동차로부터의 소비자안전이 소비자와 기업 그리고 국가의 관심사가 되고 있다.

이 같은 상황에서 자동차 관련 정책 및 법제도에 대한 면밀한 연구·조사를 통해 자동차안전 관련 법제도의 개선 방향 설정이 필요한 시점이다. 자동차 소비자안전을 위한 법 제도적 그리고 정책적 개선이 필요한 상황에서 자동차 안전 및 피해구제에 초점을 둔 기초조사 분석이 필요하다. 자동차 리콜 및 레몬법 등 여러 차례 입법이 추진되었으나 아직도 자동차 소비자권의 분야에 대한 소비자불만 사례가 많았다는데 문제가 있다. 이를 개선하기 위해 무엇보다 소비자 관점에서 자동차안전과 피해구제 관련 법제도에 대한 연구조사가 우선되어야 한다. 예를 들면, 징벌제의 경우 전체 소비제품으로 한꺼번에 적용하기 보다는 가장 심각한 자동차 분야에 우선적으로 적용하고 점차 확대하자는 소비자들의 주장도 제기되고 있다. 국토부에 결합신고센터를 구축하여 선제적 모니터링 시스템으로 확대해야 한다는 주장도 제기되고 있다. 2019년부터 시행되고 있는 레몬법의 운영에 대한 소비자 인식 및 태도에 대한 조사도 필요하다.

따라서 본 연구는 첫째, 자동차안전 및 피해구제와 관련한 법제도에 대해

면밀하게 살펴보았다. 둘째, 자동차안전 및 피해구제 관련 선행연구를 살펴보고 이 분야의 이슈를 파악하였다. 셋째, 본 연구에서 논의한 법제도의 개선점 그리고 향후 개선 방향을 모색하였다. 본 연구에서 논의한 내용을 중심으로 향후 자동차안전 및 피해구제 관련 개선 방향을 제안하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구조사 결과 자동차 하자발생시 소비자들의 불만이나 문제해결에 어려움이 많았음을 확인하였다. 최근 자동차로 부터의 소비자안전위협 및 피해보상이 이슈가 되면서 국토부, 환경부, 소비자단체, 자동차제조업체들과의 협의 및 공조가 중요해 지고 있다. 자동차안전 관련 법, 제도적 기반이 소비자 요구를 수용하지 못하고 있고, 자동차안전 관련 법제도 및 피해구제가 신속하게 되지 못하는 것에 대한 소비자 불만이 끊이지 않고 있음에 주목해야 한다.

둘째, 자동차 관련 리콜 제도에 대해 다시 고민해 볼 필요가 있다. 자동차의 결함이나 안전상 우려가 사회적으로 인정되면 자동차 리콜 법제도의 적용을 받아 유무상 수리 및 관련 보상을 받게 된다. 자동차 결함으로 소비자의 생명·신체·재산 피해발생시 안전사고를 사전에 예방해야 한다는 사전적 예방제도의 기능으로써 자동차관리법에 규정하고 있는 자동차 리콜 제도를 적용하고 있다. 최근 자동차 생산과정에서 글로벌 부품 소싱, 다국가적 특성으로 자동차 리콜이 많아지는 추세에 있다. 그러나 국내의 경우 일반 소비제품 리콜보다 자동차 리콜이 상대적으로 쉽지 않고 그 결과 자동차 분야에서 소비자안전이 충분히 확보되지 못하고 있다.

셋째, 리콜 대상이 아니고 개별 소비자가 자동차를 구입하여 사용하다 개별적으로 결함을 발견하거나 하자 등으로 피해를 입은 경우 또는 자동차 거래 과정에서 발생하는 문제를 해결 또는 구제받기 위해서는 보통 민법이나 소비자분쟁해결기준에서의 자동차 관련 기준을 적용받게 된다. 그러나 공정거래위원회 시행령인 소비자분쟁해결기준(품목별)에 대한 문제점 지적이 계속되고 있다. 무엇보다 자동차 분쟁해결 기준은 자동차 관련 소비자와 사업자의 분쟁

상황을 명확히 반영하고, 사업자가 소비자 피해구제에 적극적으로 수용할 수 있는 합리적 기준으로 개정하여야 한다는 목소리가 드높다. 또한, 최근 도입된 자동차관리법상의 신차 교환·환불 규정, 일명 레몬법 등을 반영하는 기준이 되어야 한다.

넷째, 자동차 관련 제조물책임법의 개선이 필요하다. 자동차 결함의 경우 제조물책임 규정에 의해 소비자피해구제가 이루어진다. 그러나 현실적으로 자동차결함 관련 소비자피해구제가 쉽지 않다. 우리나라에서는 제조물의 결함에 대하여 제조물책임법을 제정·운영하고 있으나 실제로 이 법을 근거로 자동차 피해구제를 한 사례가 드물다. 특히 자동차 급발진의 경우 제조물책임법에 근거하여 소비자 피해구제가 쉽지 않다. 과거 제조물책임법에서는 제조결함 입증은 소비자가 하도록 정해 두었다. 소비자들은 자동차에 대해 전문적인 지식이 없으며, 자동차 제조업자들이 중요정보를 독점하고 있어 자동차결함을 소비자가 입증하기 어려웠다.

다행히 2017년 제조물책임법 개정으로 소비자 입증책임이 완화되었으나 자동차 결함 관련 제조물책임법의 적용과 운영에서 변화가 보이지 않고 있다. 예를 들면 급발진의 원인을 검증할 수 있는 전문성이 필요하다. 또한 자동차 제조업자들은 자동차 문제 및 피해구제에 적극적인 대응, 소비자 신뢰 확보가 시급하다. 자동차의 특수성을 고려하여, 피해구제 관련 특별법 제정을 검토할 필요가 있다. 자동차는 다른 소비제품 보다 손해의 범위가 넓고 결함 입증이 쉽지 않다는 점 등이 있어 제조물책임법 1개의 법률에 의해 해결하기 쉽지 않다.

다섯째, 2019년 개정된 자동차관리법상의 일명 한국형 레몬법 운영에서 개선이 필요하다. 자동차관리법 시행령 개정안에 따라 국토교통부는 2019년부터 새 차 구입 후 1년 이내에 중대하자 2회 발생, 일반 하자 3회 발생 후 또 다시 하자가 발생 시 자동차안전하자위원회의 중재를 거쳐 교환이나 환불이 가

능하도록 했다. 일명 한국형 레몬법, 자동차 및 전자 제품 결함에 대해 제조사가 소비자에게 교환, 환불해 주는 이 법의 적극적 운영이 시급하다. 2018년 한 해에만 180만대 이상의 신차가 출시되었고, 하자로 인한 리콜이 2,715,495대가 되어 신차 구입 이후 언제 어떤 하자가 발생할지 모르는 상황이다. 그러나 현재 시행되고 있는 한국형 레몬법은 소비자들이 교환·환불을 받으려면 신차를 구입할 때 자동차제조사들과 하자 발생 시 교환 또는 환불을 보장한다는 서면 계약을 해야 한다. 결국 사업자의 협조 없이는 교환 또는 환불이 어려워 사실상 레몬법 규정 취지를 살리지 못하고 있다. 자동차관리법 시행규칙(제98조 2의 1항, 3호, 4호, 5호)의 단서가 각각 임의규정인 관계로 자동차 제작사들이 이를 수락해야 효력이 발생하도록 제정되어 있기 때문이다. 소비자들이 신차를 구입한 이후 하자로 인한 교환·환불 요건이 충족되어도 매매계약 시 자동차 제조업체가 레몬법 내용을 수락하지 않은 경우 중재위원회에 교환·환불도 신청할 수 없다. 현재 시행되고 있는 한국형 레몬법이 유명무실 해지고 있는 이유이다. 뿐만 아니라 신차 구입 후 하자가 발생하여 교환·환불 요건이 충족되어도 최종 단계인 중재위원회에서 쉽게 교환·환불해 주지 않는 경향은 한국형 레몬법을 유명무실하게 하고 있다.

따라서 본 연구는 자동차관리법 47조 2 제1항 제1호(자동차의 교환·환불 요건) 즉 하자발생시 신차로의 교환·환불 대상 차량은 교환·환불의 가능성을 서면계약한 이후 판매한 자동차로 규정한 부분에 개정이 필요하다고 주장하고자 한다. 이 규정은 일부 수입 자동차 제조사들이 레몬법을 이행하지 않아도 되는 결과를 초래하고 있다. 따라서 국토교통부령 자동차관리법 시행규칙 98조 2 제1항 제3호(자동차의 교환·환불 요건 등)에 자동차 제작사와의 구매계약에서 자동차 하자발생시 신차로의 교환·환불 보장 내용이 포함된 계약서를 의무적으로 작성하도록 자동차관리법 규정을 개정할 것을 제안하고자 한다.

결국, 한국형 신차의 교환·환불 요건은 자동차 제조사들의 이행 의지, 즉 이

행하지 않아도 아무런 제재가 없는 자동차관리법 조항을 변경해야 한다. 국내에서 수입자동차 회사인 벤츠, 폭스바겐, 아우디 등 수입자동차사 등은 한국형 레몬법을 거부하며 하자 발생 시 교환·환불을 인정한다는 서면계약을 작성하지 않고 있어 심각한 점에 주목해야 한다. 다시말해, 소비자들이 신차 구입 이후 하자가 발생한 이후 교환·환불 요건이 충족되면 제조사들의 동의와 무관하게 중재 신청을 할 수 있어야 한다.

여섯째, 자동차 결함 피해의 경우 집단소송제도를 도입할 필요가 있다. 현재 한국소비자원의 집단분쟁 조정 제도나 증권 분야의 공시 관련 집단 피해구제 제도를 변경·확대할 필요가 있다. 모든 소비제품에 집단피해구제 제도를 도입하지 못한다 하더라도 자동차 분야만이라도 일부 도입하여 자동차로부터의 소비자 피해구제를 원활히 할 필요가 있다.

일곱째, 징벌적 손해배상제도는 국내에서 아직 일반적으로 적용되지 않고 있다. 불법행위에 대한 손해배상은 원고가 입은 재산상의 손해를 배상하는 것이 목적이다. 그러나 피고의 불법행위가 사기, 협박, 폭행 등 악의·고의적인 경우 재산상의 손해 보다 더 많은 액수의 손해배상을 지우는 제도가 필요하다는 것이다. 최근에는 미국식 집단소송제도 및 징벌적 배상제 도입 등이 자동차 관련 소비자권의 강화 제도가 필요하다는 요구가 거세다. 특히 한국형 레몬법이 도입되었음에도 아직도 국내 시장에서 자동차 교환·환불은 쉽지 않아 이에 대한 개선이 필요한 것이 현실이다. 최근 징벌적 손해배상제도, 결함에 대한 제조사의 책임 강화, 자동차안전 모니터링 시스템 등 자동차안전정책 강화에 대한 소비자의 요구가 높아지고 있음에 주목해야 한다.

여덟째, 오랜 기간 동안 소비자들은 자동차로부터 소비자를 보호하는 법 제도의 문제점을 지적하고 있으나 이와 관련한 실증 연구·조사가 너무 부족하다. 소비자와 자동차 판매자의 거래 관계에서의 분쟁을 적용하는 민법 상의 하자에 대한 소비자입증 책임 문제, 사업자에 비해 소비자의 자동차 정보 및

전문성이 부족으로 인한 거래상의 비대칭성 문제, 특히 리콜 대상이 아닌 소비자 개별적 결함이나 각종 문제는 해결 받기 어려운 상황이다. 따라서, 이와 관련한 법제도 및 자동차로부터의 소비자 안전에 대해 더 많은 논의와 연구 조사가 필요하다. 소비자들을 대상으로 자동차안전강화 정책에 대한 요구 등을 연구분석 할 필요가 있다.

본 연구는 자동차로부터의 소비자안전 확보와 소비자피해구제의 효율화, 그리고 자동차 관련 소비자 분쟁을 줄이고 예방하는데 기여 할 수 있다. 또한 본 연구를 계기로 자동차 안전 관련 법 제도의 개선활동이 활발해 질 수 있다. 끝으로 본 연구가 향후 자동차 소비자안전과 피해구제 관련 후속연구가 활성화 되는데 일조 할 것이다.

<참고문헌>

- 강나래, 서자우리, 구선정(2017). 현행 자동차 리콜제도의 문제점과 자동차 소비자 보호를 위한 과제- 자동차 소비자보호의 측면에서 바라 본 현행 자동차 리콜 제도와 자동차 분쟁해결 기준의 한계점과 대안 제시. *경성법학*, 26(12), 239-256.
- 김대경, 임재학(2018). 한국형 레몬법과 다른 나라와의 비교. *한국신뢰성학회 학술대회논문집*, 83-83.
- 김도년(2016). 자동차품목 소비자분쟁해결기준 개선을 위한 연구. *정책연구보고서*, 1-77.
- 김상태(2012). 일본 전기용품안전법상 리콜제도와 강제집행. *법과 정책연구* 12(1), 9-34.
- 김한아(2015). 미국법상 자동차 등 품질보증에 관한 연구 -이른바 레몬법(Lemon Law)을 중심으로-. *서울대학교 석사학위논문*
- 김현정, 여정성(2008). 소비자보호를 위한 자동차 리콜제도 개선 방안 연구. *소비자학연구*, 19(1), 191-212.
- 김현철(2014). 선제적 리콜: 자동차산업의 효율적인 위기예방전략. *Productivity Review*, 28(3), 214-231.
- 류병운(2015). 자동차 레몬법 중재 연구. *홍익법학* 16(3), 267-292.
- 류병운, 황창근(2018). 한국형 자동차레몬법의 입법(立法)과 이행과제. *홍익법학* 19(2).
- 박문수, 고대영, 이경희(2013). 리콜에 대한 기업의 대응전략 선택 및 영향 분석. *산업연구원*, 61(3), 75-111.
- 손영화(2018). 소비자의 집단구제에 관한 연구 -소비자집단소송을 중심으로-. *상사판례연구 제31집 제4권 연구논문*, 320-375.

- 안창호(2019). 자동차 리콜제도에 관한 헌법적 고찰. 법조 68(3), 7-41.
- 양성국(2017). 도요타, GM, 폭스바겐의 위기역사와 시사점. 경영사학제32집 제 1호(통권 81호), 25-54.
- 오길영(2017). 자동차 레몬법의 입법방향과 내용. 소비자문제연구, 48(1), 109-132.
- 오길영(2019). 자동차 리콜 법제의 쟁점과 그 검토. 민주법학 제71호, 108-138.
- 오토저널(2016). 2016년 달라지는 자동차 기술 및 안전 관련 제도. 오토저널, 38(2), 56-57.
- 윤일구(2014). 자동차와 소비자 보호의 문제. 소비자문제연구, 45(3), 237-254.
- 이재천(1997). 자동차안전정책과 향후 전망. 한국자동차공학회 학술강연 초록집, 5-18.
- 임재학, 김대경(2018). 한국형 레몬법이 국내 자동차 원가에 미치는 영향. 한국 신뢰성학회 학술대회논문집, 85-85.
- 장승익(2010). 리콜의 유형이 기업과 브랜드 신뢰성에 미치는 영향 : 리콜의 자발성과 결함의 심각성을 중심으로. 광고학연구, 21(1), 127-145.
- 장형진, 석주식(2014). 외국의 자동차안전도평가 현황 및 방향. 오토저널, 36(2), 32-37.
- 전상민(2018). 위험지각태도 모형의 위험지각과 안전행동 수준에 따른 소비자 유형화 및 리콜 행동 비교 - 공산품, 식품, 의약품, 자동차 리콜을 중심으로. 한국위기관리논집, 14(2), 1-17.
- 정용수(2019). 제조물책임법상 기업의 면책사유와 제조물 관찰의무 - 개발위험과 제품리콜을 중심으로-. 2019년 한국품질경영학회 추계학술대회, 36.
- 조현진, 김현경(2018). 제품 결함에 따른 기업의 리콜에 대한 소비자 인식 탐색. 윤리경영연구 18(1), 141-173.
- 지광석(2013). 정부부처의 리콜정보 제공체계 개선방안: 정보시스템 관점의 분

- 석. 소비자문제연구, 44, 97-123.
- 한병기, 강신유(2019). 한국형 레몬법(자동차 교환환불 제도) 소개. 오토저널, 41(8), 50-53.
- 허경옥(2008). 제품구매에서 소비자의 안전추구행동 분석, 한국가정관리학회지, 26(5), 61-74.
- 허경옥(2011). 리콜 관련 법제도 현황 조사 및 리콜 활성화 방안 조사연구. 소비자정책교육연구, 7(1), 87-108.
- 허경옥(2011). 소비자안전. 교문사.
- 허경옥(2011). 소비자의 제품안전의식과 관련 행동, 제품안전사고 현황 파악 및 경제주체들의 제품안전추구행동 방향 모색: 제품 관련 안전정보, 안전교육, 안전정책을 중심으로. 소비자정책교육연구, 7(3), 101-121.
- 허경옥(2021). 소비자의 구매행동 특성 및 안전성추구가 수입고급차 구매선호에 미치는 영향 분석. 표준인증안전학회지, 11(1), 15-32.
- 허경옥(2021). 소비자학의 기초(개정판). 교문사.
- 허경옥(2021). 제품안전관리 정책의 현황, 주요 이슈 및 과제, 향후 개선 방향 모색. 표준인증안전학회지, 11(2), 115-132.
- 허경옥, 이신애, 이재학, 이상봉, 한승수(2018). 전기차보급 및 활성화정책, 전기차이용 소비자의 불만, 전기차표준화의 방향에 대한 논의 책임, 표준과 표준화연구, 8(1), 11-30.
- 허경옥, 이재학(2017). 소비자의 개성, 자동차 튜닝에 대한 태도, 자동차튜닝 정보탐색이 자동차튜닝추구행동에 미치는 영향. 소비문화연구, 21(3), 21-44.
- 허경옥, 이재학(2021). 소비자의 구매행동 특성 및 안전성추구가 수입고급차 구매선호에 미치는 영향 분석. 표준인증안전학회지, 11(1), 15-32.
- 허경옥, 이재학(2021). 소비자의 안전의식과 행동, 자동차안전추구성향이 자동

차안전정책강화 요구에 미치는 영향. 표준인증안전학회, 11(3), 57-76.

허경옥, 이현주(2013). 리콜제도에 대한 소비자인식의 차이 및 영향요인 분석.
한국소비자안전학회지, 3(1), 15-34.

현영석(2011). 도요타자동차 대량 리콜의 원인과 교훈. 한국생산관리학회지
22(1), 21-37.

국가법령정보센터, <http://www.law.go.kr/>

국토교통부 자동차 결함신고센터, <https://www.car.go.kr/>

미국 연방 레몬법, (U.S Code 부분을 <http://uscode.house.gov>에서 인용)

미국 주 레몬법, <https://www.westlaw.com>

ABSTRACT

Review of automobile safety issues and legal systems and measures to secure safety

Lee, Hye Young

Dept. of Living Culture & Consumer Science,

The Graduate School

Sungshin Woman's University

In modern consumer life, automobiles are necessities of life, and they are a consumer product that has a stronger tendency to be durable than other consumer products and has property value. However, automobiles are a consumer product in which safety is more important than other consumer products because the damage to life, body and property is serious in the event of an accident. A car is a product made up of about 20,000 parts, and recently, electronic and technical functions have been added, so consumer safety from automobiles is becoming more important. As Volkswagen's gas emission manipulation incidents, Toyota recalls, and BMW car fires continue, controversies regarding the identification of vehicle defects and the cause of the incident and remedies for consumer damage

continue. As automobile safety accidents are repeated, controversy over the scope of liability of automobile manufacturers, the efficient operation of the recall system, and the legal and institutional system for vehicle damage relief has become a social issue. In Korea, the number of consumer consultations related to sudden acceleration since 2010 has averaged 196 cases over the past five years, but the Supreme Court has ruled that automobile manufacturers are not liable for damages. However, disputes between consumers and business operators regarding the sudden acceleration of automobiles are expected to continue.

In addition, disputes between consumers, sellers, and manufacturers have continued since the purchase of a new car. Disputes between consumers and business owners continue to arise regarding contracts related to defects and defects in new cars, exchanges and refunds for new cars, and quality assurance for new cars. The number of exchange/refund requests for domestic cars was about 250 in 2016, and only 4 of them were exchanged/refunded. Prior to the introduction of the Lemon Act, consumer complaints were high because the Fair Trade Commission's enforcement decree, the standard for resolving consumer disputes by car item, was conservative and strict, resulting in insufficient replacement, refund, or damage relief for new cars. Fortunately, consumer complaints about handling disputes related to new car defects have been largely resolved with the introduction of the 'Lemon Act'. However, consumer dissatisfaction continues to arise due to the conservative application of the Lemon Law. However, empirical research studies on consumer safety and damage caused by automobiles are very insufficient, and it is difficult to

find any previous studies that discuss and analyze automobile safety and damage relief from a consumer's point of view. There have been relatively many discussions about the recall system related to consumer products, the Product Liability Act, class action lawsuits, and punitive damages, but there are not many cases where these discussions focused on automobiles. In addition, although there has been a lot of discussion about the recently enacted Korean Lemon Law, that is, the exchange and refund of new cars, there are no prior studies that compare and discuss and analyze various legal systems from the consumer's point of view, focusing on consumers' automobile safety and damage relief. hard to see

Therefore, in this study, the legal system related to consumer safety and damage relief from automobiles was examined in detail. To present the purpose of this study in detail, first, the contents and major issues of the legal system related to automobile consumer safety and damage relief were examined. Second, major issues in this field were identified by examining previous studies on automobile consumer safety and consumer damage relief. Third, it was proposed to improve the legal system to secure consumer safety from automobiles and to increase the efficiency of consumer damage relief.

Based on the content discussed in this study, future directions for improvement related to vehicle safety and damage relief are suggested as follows. First, as a result of this study, even though there are many difficulties in solving consumer complaints or problems in the event of a car defect, the automobile safety-related laws and institutional foundations do not accommodate consumer demands, and consumers are It should be

noted that complaints continue.

Second, in the case of the automobile-related recall system, it is relatively difficult to recall automobiles compared to general consumer product recalls, and as a result, consumer safety is not sufficiently secured in the automobile sector. There are many arguments that the recall law system does not work effectively when a vehicle defect or safety concern is socially acknowledged to be subject to the recall law, so improvement is needed.

Third, when a consumer finds a defect or is damaged by a defect while purchasing and using a car individually, or in order to solve or obtain relief from a problem that occurs in the process of car transaction, it is usually necessary to comply with the automobile-related standards in the Civil Act or Consumer Dispute Resolution Standards. In order to be applied, it is necessary to improve and change the relevant regulations. In the Consumer Dispute Resolution Standards (by item), which is the Enforcement Decree of the Fair Trade Commission, the standards for resolution of automobile disputes should be revised to a reasonable standard that clearly reflects the situation of disputes between automobile-related consumers and business operators and that business operators can actively accept consumer damage relief. In particular, it should be a standard that reflects the new car exchange/refund regulations in the recently introduced Automobile Management Act, the so-called Lemon Act.

Fourth, it is not easy to remedy consumer damage related to automobile defects based on the Automobile-related Product Liability Act. In fact, the

fact that there are few cases of car damage relief based on this law proves this. In particular, in the case of a sudden engine start, it is not easy to remedy consumer damage based on the Product Liability Act. In the future, it is necessary to make the business operator more active in proving automobile manufacturing defects in the Product Liability Act. Of course, with the revision of the Product Liability Act in 2017, the consumer's burden of proof was eased, but there is no change in the application and operation of the Product Liability Act related to automobile defects. It is necessary to review the enactment of a special law related to damage relief in consideration of the specificity of the automobile product. This is because automobiles have a wider range of damages than other consumer products and it is difficult to prove defects.

Fifth, according to the revision of the Enforcement Decree of the Automobile Management Act, from 2019, the Ministry of Land, Infrastructure and Transport will receive an exchange or refund through the arbitration of the Automobile Safety Defect Committee in the event of two major defects and three general defects occurring within one year of purchasing a new car from 2019. made this possible The so-called Korean Lemon Law, which allows manufacturers to exchange or refund defective automobiles and electronic products to consumers, is urgently needed. The current Korean lemon law, which is currently in force, requires consumers to sign a written contract with automakers to guarantee exchange or refund in the event of a defect when purchasing a new car in order to receive an exchange or refund. In the end, it is difficult to exchange or refund without the cooperation of the business operator, so the purpose of the

Lemon Act cannot be effectively lived out. Active legal and institutional measures are additionally required to force automakers to accept the Lemon Act when signing a sales contract, and the arbitration committee, which is the final decision-making stage for exchanges and refunds, needs to change the tendency to not easily exchange or refund. Specifically, in the case of a defect in the purchase contract with an automobile manufacturer in Article 98-2, Paragraph 1, Item 3 of the Enforcement Rule of the Automobile Management Act of the Ministry of Land, Infrastructure and Transport Ordinance, the contract includes the exchange/refund guarantee for a new vehicle. We would like to propose to amend the regulations of the Automobile Management Act to make it mandatory.

Sixth, it is necessary to introduce a class action system in case of damage to automobile defects. It is necessary to change and expand the current collective dispute mediation system of the Korea Consumer Agency or the collective damage relief system related to disclosure in the securities sector, and introduce some in the automobile sector to facilitate consumer damage relief from automobiles.

Seventh, there is a strong demand in our society for a system to strengthen consumer rights related to automobiles, such as the introduction of the American class action system and punitive compensation system. In particular, even with the introduction of the Korean Lemon Law, it is still difficult to exchange or refund cars in the domestic market, so it is a reality that needs improvement. It should be noted that consumer demands for strengthening automobile safety policies such as punitive damage compensation system, strengthened manufacturer's responsibility for defects,

and automobile safety monitoring system are increasing.

Eighth, it is necessary to activate the legal system to protect consumers from automobiles, and empirical research and investigations related to this. The problem of consumer verification responsibility for defects in the civil law that applies disputes in the transaction relationship between consumers and car sellers, which is a recent issue in our society, asymmetry in transactions due to the lack of automobile information and expertise of consumers compared to business operators; In particular, more discussion and research on consumer safety from automobiles and legal systems related to individual defects or various problems that are not subject to recall are needed. It is necessary to research and analyze the demand for automobile safety reinforcement policies targeting consumers.

This study can provide basic information on securing automobile-related consumer safety, enhancing the efficiency of consumer damage relief, and preventing disputes between automobile-related consumers and business operators. It is expected that this study will stimulate the improvement of automobile safety-related legal systems, and follow-up studies related to automobile consumer safety and damage relief.