

제품제조사 보증에 대한 판매자의 설명의무와 범위*

- EuGH v. 5.5.2022, C-179/21를 중심으로 -

이 재 호**

〈국문초록〉

본 연구에서 대상판결은 EU 지침과 독일민법의 불분명한 해석의 문제를 해소한 의미있는 판결이라 판단된다. 즉, 상품제조자의 보증정보의 존재와 그 내용에 대하여 판매자가 해당 정보를 제공해야 하는지 여부 대한 불확실성을 해결하였다는 점에서 EU법원의 결정은 적절하다.

지금까지 보증에 관하여 우리는 제품품질 유지를 위한 행정적 규제에 머물러 있었으며, 계약 당사자의 사적 자치의 실현과 사업자간의 경쟁보장이라는 측면에서 보증규정이 필요하고 그 개괄적인 내용을 검토해 보았다.

판매자로부터 제조자의 보증정보를 제공받기 위해서 소비자는 정당한 이익이 있어야 하며, 이러한 정당한 이익 여부를 판단하기 위하여 EU법원은 높은 수준의 소비자 보호를 강조함과 동시에 판매자간의 경쟁을 고려하였음을 확인할 수 있었다.

또한 판매자의 정보제공 요건이 발생하는 정당한 이익의 판단기준으로, 판매자가 제조자 보증을 청약의 핵심적 또는 결정적인 요소로 활용하였어야 하며, 이러한 이유로 독일연방대법원은 제조업자 보증에 대하여 판매자가 부수적으로만 활용하였다면, 핵심적인 표지로 인정하기에 충분하지 않아, 판매자는 사전에 정보를 제공하지 않아도 되는 것으로 판단하였다.

나아가 판매자가 소비자에게 보증에 관하여 제공해야 하는 정보는, 소비자가 계약체결 여부를 결정하기 위해, 해당 보증의 적용 및 행사에 관한 모든 내용이다. 여기에는 보증 기간 및 범위, 보증의 제한, 보증인의 이름 및 주소 등이 해당한다.

주제어 : 보증, (사전) 정보제공, 소비자의 정당한 이익, 사전적 결정(EuGH C-179/21), 독일민법 제443조

• 투고일 : 2023.10.11. / 심사일 : 2023.10.24. / 게재확정일 : 2023.10.27.

* 법학박사, 한국소비자원 책임연구원.

** 본 논문은 2023년 5월 한국소비자법학회, 부경대학교 법학연구소가 공동주최한 학술대회에서 발표한 내용을 수정 보완하여 게재한 내용입니다.

I. 들어가며

EU의 역내시장에서 잠재력을 극대화하고 거래를 활성화하기 위한 장애물로 여겨졌던, 회원국의 국내법을 통일화하기 위하여 EU 위원회는 2011년 10월 소비자권리지침¹⁾을 제정 및 공포하였다. 최소한의 조화를 추구했던 기존의 지침과 달리 소비자권리지침은 완전한 조화(full harmonization)를 추구하였다는 점에서 소비자권리의 보호라는 측면에서 진일보한 입법이라고 평가된다²⁾.

동 지침의 국내법 전환을 위하여 독일민법은 2013년 개정되었으며³⁾, 해당 개정내용 중에는 제443조의 보증(Garantie)에 관한 내용도 있다. 해당 개정을 통하여 보증의 정의를 구체적으로 마련하였으며, 소비재매매에서 보증인으로 매도인인 판매자⁴⁾뿐만 아니라 제조자도 추가되었다.

그러나 소비자권리지침의 전환과정에서 개정된 독일민법 제443조와 보증에 관한 판매자의 설명의무를 규정하는 독일민법시행법 구 제246조 및 구 제246a조의 해석과정에서 문제가 발생하였다. 즉 온라인거래를 기준으로 볼 때, 독일민법시행법 구 제246조 제1항 5호⁵⁾와 구 제246a조 §1 제1항 제1문 12호에 따르면 소비자는 판매자로부터 보증의 존재와 조건에 대해 알 수 있도록 판매자는 정보를 제공하여야 한다. 이에 독일민법 제479조에 따라 판매자는 제조자의 보증을 적극적으로 광고하는 경우 보증조건을 알려야 하는 의무가 인정되는 판례가 나왔다⁶⁾. 그러나 이러한 보증에 대한 정보제공에 대해서 사안에 따라 다르게 해석되는 경우가 있었다. 즉, 제3자에 의해 제공되거나 판매자의 청약에 언급되지 않은 보증정보에 대하여서도 판매자가 사전에 정보를 제공해야

1) Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. 이하 소비자권리지침이라 칭함

2) 관련하여 김진우, 소비자권리지침의 주요개념 및 적용범위에 관한 고찰, 서울법학 제23권 제2호, 서울시립대학교 법학연구소, 2015. 11, 108면 이하 참고.

3) Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechtlicherichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung vom 20.09.2013.

4) 본 연구에서는 판매자(Unternehmer)를 판매자로 한정하여 사용하고자 한다. 이해의 편의를 위하여 제조자와 구별되어야 할 필요성이 분명하다.

5) 2022년 5월 28일 독일민법시행법 제246조 및 제246a조가 개정되어, 본 연구에서 언급되는 규정은 구 규정임을 표시한다.

6) OLG Frankfurt a. M. Urt. v. Urt. v. 11.1.2018 - 6 U 150/17, GRUR-RR 2018, 352; OLG Hamm Urt. v. 25.8.2016 - 4 U 1/16, GRUR-RS 2016, 18361; Buchmann/Großbach K&R 2020, 259 (262).

하는 의무가 있는지는 불분명하였다⁷⁾.

본 연구에서 살펴볼 사건은 absoluts라는 판매자와 the-trading-company(경쟁판매사)간의 사안으로, absoluts가 아마존에서 Victorinox의 포켓 나이프를 광고하였다. 판매페이지에서 absoluts는 제조자 또는 제3자의 보증에 대한 정보를 게재하지 아니하였다. 소비자권리지침과 독일민법에 따르면 판매자는 보증이 있다고 하더라도 소비자의 권리에 영향을 미치지 않는다는 사실과 제조자 보증의 시간적 장소적 적용범위에 관해서도 언급하지 않았다는 점을 지적하며, the-trading-company는 독일민법 및 관련법 위반을 이유로 판매중단을 요구하였다. 이에 대하여 독일연방대법원(Bundesgerichtshof⁸⁾)은 제3자에 의해 제공된 보증정보를 소비자에게 제공하여야 하는지 여부에 대하여 국내의 본안 판결을 중지하고 EU법원에 사전적 결정을 요청하였으며, 2022년 5월 결정이 내려졌다⁹⁾.

이하에서는 EU법원의 사전적 결정 내용(Ⅱ)과 국내(독일) 법원의 본안판단의 내용(Ⅲ)을 각각 살펴보고, 판례를 구체적으로 분석(Ⅳ)한 후, 우리 법에 시사점(Ⅴ)을 검토해 보기로 한다.

Ⅱ. 사전적 결정(EuGH C-179/21) 판결

1. 배경

1.¹⁰⁾ 이 요청은 소비자권리지침 제6조 제1항 m호 및 소비재매매지침¹¹⁾의 제6조 제2항의 해석에 관한 사전적 결정(Vorabentscheidung)에 관한 것이다.

2. 이 요청은 absoluts -bikes and more- GmbH & Co. KG(이하 absoluts라

7) 이에 관하여 Föhlisch/Löwer, Die Entwicklung des E-Commerce-Rechts seit Mitte 2019, VuR 2021, S. 85.

8) 이하에서는 독일연방대법원이라 표시함.

9) EuGH, Urt. v. 5.5.2022 - C-179/21; EuGH: Umfassende Informationen über werbewirksame Herstellergarantie durch Online-Händler - Victorinox (Herstellergarantie III), GRUR 2022, S. 832.

10) 해당 숫자 표시는 판례의 원문에서 표시된 내용으로 원문의 취지를 살리기 위하여 그대로 표기함. 이하에서도 이와 같이 표시된 숫자의 의미는 동일하며, 연구논문의 방향과 관련성이 떨어지는 내용은 생략하였음.

11) Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees.

칭함)와 the-trading-company간의 소송에서 absolut가 판매용으로 제공하는 제품에서 제3자에 의해 제공된 보증정보를 소비자에게 제공하여야 하는지에 대하여 제기되었다.

3. 소비재매매지침 고려이유 21는; 특정 상품에 있어서, 판매자와 제조자가 특정 기간 내에 나타나는 명백한 결함에 대하여 제품보증을 제공하는 것은 현재의 관행이다. 이러한 관행은 판매자등 간에 경쟁을 유발할 수 있다. 보증은 합법적인 마케팅 도구이지만 소비자의 착오를 유발해서는 안되며, 보증은 소비자의 법적 권리에 영향을 미치지 않는다는 내용을 포함해서 보증에서는 특정 정보가 포함되어야 한다고 하였다.

4. 또한 소비재매매지침 제1조는 다음과 같이 규정한다; 1. 지침의 목적은 역내시장에서 최소 수준으로 소비자 보호를 보장하기 위해 소비재매매와 관련 보증에서 회원국의 법률, 규정 등의 조화를 지향한다. 2. 지침의 이러한 목적을 위해, (e) 보증은 판매자 또는 생산자가, 추가 비용 없이, 보증서나 관련 광고에서 언급된 특성을 충족하지 않는 제품에 대하여 지불한 대금의 환급이나 교환, 소비자가 조치한 수리에 대하여 급부를 제공하는 조치를 말한다.

5. 소비재매매지침 제6조 제2항은 다음의 요건을 규정하는데, 소비자는 소비재매매에 적용되는 해당 국내 법률에 따라 법적 권리가 있으며, 이러한 권리는 보증에 영향을 받지 않음을 명시하여야 한다. 보증의 내용과 보증에 따른 청구에 필요한 세부 내용, 특히 보증 기간과 물적 범위, 보증인 신원 등의 내용은 쉽게 이해할 수 있게 표시되어야 한다.

2. 소송경과

15. absolut는 온라인플랫폼 Amazon에서 판매를 위해 스위스 제조자 Victorinox의 포켓 나이프를 광고했다. 제품의 Amazon의 판매페이지에는 해당 제품에 대하여 제조자 또는 제3자가 제공한 보증에 관한 정보가 포함되어 있지 않았다. 그러나 '추가 기술 정보'라는 부제목 아래에 '작동 안내'라는 제목의 링크가 제공되었으며, 해당 링크를 클릭하면 소비자는 제조자가 작성한 두 페이지 분량의 문서정보 사이트로 접속하게 된다. 그 중 두 번째 페이지에는 'Victorinox 보증'에 관하여 다음과 같이 서술하면서, Victorinox 보증은 무제한의 기간(전자제품의 경우 2년) 동안 재료 및 제작상의 모든 결함에 적용된다고 하였다. 그러나 정상적인 마모나 부적합한 사용으로 인한 손상에는 적용되지 않는다고 했다.

16. absoluts의 경쟁사인 the-trading-company는 absoluts가 제품 제조자가 제공하는 보증에 대하여 충분한 정보를 제공하지 않았다고 주장한다. absoluts에게 소비자의 법적 권리를 알리지 않았고, 해당 보증의 적용 범위 등에 대해서도 언급하지 않은 이유로, 제품의 판매제공을 중단하는 소송을 제기했다.

17. 1심에서는 패소하였지만, 원고 the-trading-company의 청구는 Hamm법원에서 인용되었다. Hamm법원은 독일민법 제312d조 제1항 첫 번째 문장과 독일민법시행법 구 제246a조 제1항 9호에 따라 다음에 대한 정보를 제공해야 하며, 보증에 관한 정보제공은 어떤 형태로든 보증을 활용하는 상품의 판매자에게 있다. 또한, 정보제공의 범위는, 지침 제246a조 제2항을 받아들인, 독일민법 제479조 제1항에 따라 결정되어야 한다. 법원은 absoluts의 청구가 독일민법이 요구하는 내용을 포함하지 않았으며, 그 내용에는 소비자가 상품 주문의 최종 단계까지 해당 정보를 수령했다는 증거는 없다고 확인했다.

18. 이에 absoluts는 Hamm법원의 판결에 대하여 독일연방대법원에 상고를 제기했다.

19. 독일연방대법원은 먼저 우선 판매자는 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라 제조자의 보증의 존재와 조건을 소비자에게 정보를 제공하여야 하는지를 EU법원에 질의하였다. 또한 소비자권리지침 제6조 제1항 사용된 '해당하는 경우'라는 표현을 고려하여, 제조자 보증(이 경우 Victorinox의 보증)의 존재만으로도 관련 제품을 홍보하는 판매자에게 그런 정보제공 의무가 발행하는지, 아니면 판매자가 청약에서 제조업자 보증의 존재를 언급하는 경우에만 해당 정보를 제공하여야 하는지 여부도 또한 질의하였다.

20. 소비자권리지침의 목적과 함께, 판매자의 기본적 권리는 과도하게 제한되어서는 안 된다는 의미를 고려할 때, 독일연방대법원은 소비자권리지침 제6조 제1항 m호의 해석에 있어서, 제조자의 보증이 존재한다고 해서 판매자가 소비자에게 해당 보증에 관한 정보를 제공해야 하는 의무는 발생하지는 않는다고 해석하는 경향이 있다.

21. 독일연방대법원은 그 형태 또는 내용이 강조되었는지와 관계없이, 판매자의 청약에서 제조자의 보증을 단순히 언급하는 것이 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따른 정보제공에 관한 의무가 발생하는 것인지에 대하여 두 번째로 의문을 제기하였다. 심지어 제조자의 보증에 관한 세부사항이 제조자가 아닌 판매자로부터 제공되어야 하는지가 분명하지 않은 경우에도, 소비자에게 쉽고 명확하게 언급되어야 하는지에 대하여 의문이 있어 왔다.

22. 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라, 판매자가 소비자에게 제조자

의 보증에 관한 정보를 제공해야 하는 경우, 그 정보의 내용은 무엇인지(3번째 질의)를 질의한다. 그 내용이 소비자권리지침 제6조 제1항 m호의 내용과 동일해야 하는지 또는 간단한 정보만으로 충분한지에 대한 EU법원에 질의를 하였다.

23. 이에 독일연방대법원은 소송절차를 중단하고 사전적 결정을 위해 다음 질문을 하기로 결정했다.

- (1) 제조자의 보증이 존재한다는 사실만으로 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라 판매자는 정보를 제공하여야 하는지?
- (2) 질문 1에 대하여 부정적으로 답하는 경우: 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따른 정보 제공의무는 판매자의 청약에서 제조자 보증을 언급하는 것만으로도 발생하는지, 아니면, 제조자 보증에 대한 정보가 소비자에게 쉽게 확인될 수 있는 경우에만 발생하는지?
- (3) 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라 요구되는 제조자 보증의 존재 및 조건에 대한 정보는 소비재매매지침 제6조 제2항에 따른 보증과 동일한 세부 정보가 포함되어야 하는지 아니면 더 작은 범위의 내용으로 충분한지?

3. 주문

소비자권리지침 제6조 제1항 m호는 제조자의 보증과 관련하여 다음과 같이 해석되어야 한다. 동 조항이 판매자에게 부과하는 정보 제공의무는 보증이 존재한다는 단순한 사실에서 발생하는 것이 아니라, 소비자가 판매자와 계약 체결여부를 결정하기 위해 보증정보를 얻는 데 정당한 이익(ein berechtigtes Interesse)이 있는 경우에만 발생한다. 그러한 정당한 이익은 판매자가 특히 제조자 보증을 청약의 핵심적 요소 또는 결정적 요소로 제시하는 경우에 발생한다. 보증이 청약의 핵심적 요소 또는 결정적 요소인지를 결정하기 위해서는 관련 상품의 내용, 내용의 배치, 판매 또는 광고 목적에 대한 제조자의 보증에 대한 중요도를 고려해야 한다. 또한 청약에서 해당 보증의 언급이 차지하는 공간, 평균적인 소비자의 구매 의사를 촉발하게 하는 실수 또는 착오 가능성, 상품에 적용되는 다른 보증과 관련된 설명 등이 고려되어야 한다.

소비자권리지침 제6조 제1항 m호는 제조자의 보증에 대하여 소비자에게 제공해야 하는 정보에는 소비자가 판매자와 계약을 체결여부를 결정하게 하는 보증의 적용과 실행 조건에 대한 모든 세부사항을 포함하여야 하는 것으로 해석되어야 한다.

4. 관련 규정 검토

1) 소비자권리지침의 검토

6. 소비자권리지침 고려이유 4, 5 및 7에서는 다음과 같이 설명한다:

고려이유 4. EU기능조약 제26조 제2항에 따라 역내시장은 상품 및 서비스의 자유로운 이동이 보장된다. 통신판매계약의 영역에서 규정의 조화는 높은 수준의 소비자 보호와 기업의 경쟁 강화간의 균형을 실현을 통해 역내시장을 경쟁을 촉진하는 데 필요한 내용이다.

고려이유 5. 소비자에게 제공되는 정보에 있어서 완전한 조화와 통신판매계약에서 철회권 보장은 높은 수준의 소비자보호와 역내시장의 B2C관계에서 효율적으로 기능할 수 있다.

고려이유 7. 완전한 조화는 소비자와 판매자 모두에게 상당한 수준의 법적 확실성을 보장하여야 하며, 소비자와 판매자는 역내 B2C계약에서 명확하게 규정된 법률에 기반하는 단일 규제를 신뢰할 수 있어야 한다. 이로 인해 회원국 간 규정의 파편화로 인한 장벽을 제거하고 나아가 통일된 역내시장을 완성할 수 있게 된다. 또한 소비자는 EU전체에서 높은 수준의 보호를 받아야 한다.

7. 소비자권리지침 제1조는 ‘동 지침의 목적은 높은 수준의 소비자보호달성을 통해서 소비자와 판매자간 체결된 계약에 관한 회원국의 법률, 규정 등의 특정 측면을 유사하게 조정함으로써 역내시장의 적절한 기능에 기여하는 것이다.’라고 규정한다.

8. 또한 소비자권리지침 제2조 제2호, 제7호 그리고 제14조는 이렇게 규정한다;

(정의) (2) "판매자(Trader)"란 동 지침의 적용대상이 되는 계약에 관한 자신의 거래, 영업 또는 직업과 관련한 목적을 위해 자신의 이름으로 또는 자신을 대신하는 다른 사람을 통해 행위하는 모든 자연인 또는 법인을 의미합니다.

(7) "통신판매계약(distance contract)"이란 조직화된 통신판매 또는 서비스 제공계획에 따라 판매자와 소비자가 동시에 물리적으로 대면하지 않고, 하나 이상의 원격 통신수단을 전적으로 사용하여 판매자와 소비자 사이에 체결된 모든 계약을 의미한다.

(14) "보증(commercial guarantee)"이란 판매자 또는 제조자가 계약적합에 관한 보증과 관련된 법상 의무 이외에 계약 체결시 또는 체결 이전에 제공되는 관련 광고 또는 보증서에 명시된 적합성과 관련되지 않은 특성 또는 다른 요구조건을 충족하지 않는 경우, 지급된 가격을 환급하거나 상품의 교체, 수리 또는 사후 서비스를 위해 소비자에게 제공하는 모든 약속을 의미한다.

9. 동지침 제3조 제1항은: ‘지침은, 관련 규정에 명시된 조건과 범위 내에서, 판매자와 소비자 간에 체결된 모든 계약에 적용된다. 또한 물, 가스, 전기 또는

지역난방(공공업체 포함) 공급 계약에도, 이러한 상품이 계약에 따른 경우 적용된다.’

10. 소비자권리지침 제5조 제1항 e호에 따르면, 소비자가 통신판매계약, 사업장외의 계약 또는 이에 상응하는 청약에 구속되기 전에, 판매자는 소비자에게 다음 정보를 명확하고 이해하기 쉽게 제공해야 한다. (e) 제품의 적합성에 관한 법적 보증의 존재를 알리는 것과 함께, 해당되는 경우, 판매후 고객지원, 애프터 서비스 및 보증의 존재 및 조건 등에 대한 정보도 포함되어야 한다.

11. 소비자권리지침 제6조는: 제1항 소비자가 통신판매계약 또는 사업장외의 계약 등에 구속되기 전, 판매자는 명확하고 이해하기 쉬운 방식으로 소비자에게 다음 정보를 제공해야 한다.

- (a) 상품 또는 서비스 등의 적절한 범위 내에서 상품 또는 서비스의 주요 특징
- (l) 상품의 적합성에 대한 법적 보증의 존재
- (m) 해당하는 경우 판매 후 고객 지원, 애프터 서비스 및 보증의 존재 및 조건

2) 국내법(독일법)의 검토

12. '정보 요건'이라는 제목과 함께, 독일민법 제312d조 제1항은 다음과 같이 규정한다. 사업장외의 계약 및 통신판매계약에서 판매자는 독일민법시행법구 제246a조에 따라 소비자에게 정보를 제공해야 한다.

13. 또한 독일민법 제479조는 '보증의 특별규정'이라는 제목과 함께, 보증서(독일민법 제443조)는 명확하고 이해하기 쉬운 방식으로 작성해야 한다. 그리고 그 내용은 1. 소비자의 법적 권리를 명시하고 해당 권리가 보증에 의해 제한되지 않음을 명시하여야 하며, 2. 보증내용 및 보증청구에 필요한 필수사항, 특히 보증기간 및 범위, 보증인의 신원(이름 및 주소 등)을 포함하여야 한다.

14. 독일민법시행법구 제246a조는 '금융 서비스와 관련된 계약을 제외하고 사업장외의 계약 및 통신판매계약과 관련된 요구 사항'이라는 제목과 함께, 제1항에서 판매자는 독일민법 제312d조 제1항에 따라, 해당되는 경우, 판매 후 고객 지원과 서비스 및 보증의 존재 및 조건에 대하여 제312d조 제1항따라 소비자에게 제공해야 함을 규정한다.

5. 판단 이유

1) 첫 번째와 두 번째 질의의 판단 이유

24. 소비자권리지침 제6조 제1항 m호가 제조자 보증에 대해서, 독일연방대법

원은 해당 조항에 따라 판매자에게 부과된 정보제공 관련 내용은 단순히 해당 보증의 존재를 통해서 발생하는지 아니면, 판매자가 제조자 보증의 존재 및 조건을 소비자에게 알리는 특정한 상황에서만 발생하는지에 대하여 질의하였다.

25. 처음부터 통신판매계약은 ‘통신판매 시스템에 따라 판매자와 소비자 간에 체결된 모든 계약으로, 판매자와 소비자는 계약이 체결되는 시점까지 하나 이상의 원격 통신수단을 배타적으로 사용하는 계약을 의미한다(소비자권리지침 제2조 제7항)’. 따라서 온라인플랫폼에서 판매자와 소비자 사이에 체결된 상품 판매계약은 통신판매계약에 해당하며, 동 지침의 제3조 제1항에 따라 동 지침의 적용범위에 해당한다.

26. 무엇보다도 소비자권리지침 제6조 제1항에 따라 소비자가 통신판매계약 또는 사업장의 계약 등에 구속되기 전에 판매자는 소비자에게 명확하고 이해하기 쉬운 방식으로 다양한 정보를 제공해야 한다. 동 규정은 계약체결 전, 계약 조건 및 효과에 대한 정보를 소비자에게 제공하여, 해당 정보를 바탕으로 소비자가 판매자와 계약체결을 결정하여야 한다¹²⁾.

27. 소비자권리지침 제6조 제1항 m호는 판매자는 소비자에게, 해당되는 경우, 제품의 사후 서비스, 판매후 고객지원 및 보증의 존재 및 조건을 알려야 한다.

28. 따라서 판매자의 보증이 존재한다면, 소비자에게 해당 보증의 존재와 조건을 알려야 하는 것은 분명하다.

29. 반면에, 해당 조항은 제조자의 보증이 존재하는 경우, 판매자가 보증의 존재와 조건을 소비자에게 알려야 하는지를 결정하는 근거를 제공하지 않는다.

30. 첫째, 소비자권리지침 제6조 제1항 m호의 ‘해당되는 경우’라는 표현은, 존재하는 보증에 대한 사전정보제공의 대상이 된다는 점을 분명히 하며, 판매자가 자신이 제공하는 보증에 추가적으로 제조자 보증이 존재하지만, 제조자의 보증이 소비자와 판매자 간에 계약내용으로 고려되지 아니한 경우, 판매자가 제조자의 보증이 존재한다는 이유로, 소비자에게 자신의 보증에 대하여 정보를 제공하여야 할 뿐만 아니라 제조자 보증에 대한 정보를 제공하여야 하는지에 대한 효과적인 가이드를 제공하지는 못한다.

31. 다음으로, 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에서 복수형으로 보증들 (commercial guarantees)이라는 표현을 사용하는 것은 판매자가 동일한 상품이나 다양한 상품에 대해 보증을 제공할 수 있으며 나아가 판매자뿐만 아니라

12) judgment of 21 October 2020, Möbel Kraft, C 529/19, EU:C:2020:846, paragraph 26 and the case-law cited.

제조사도 별개로 보증을 제공할 수 있다.

32. 소비자권리지침 제6조 제1항 m호는 독일연방대법원의 질문에 대한 답변을 제공하지 않고 있어, 관련 및 해당 조항의 목적 등을 참조하여 해석해야 한다¹³⁾.

33. 첫째, 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에서 보증은 소비자권리지침 제2조 제14호에서 “판매자나 제조자가 … 소비자에게 …” 라고 규정한다. 소비자권리지침에서 보증은 판매자가 제공하는 보증뿐만 아니라 제조자 보증도 포함한다.

34. 또한 소비자권리지침 제2조 제2호와 제14호에 각각 언급된 판매자와 보증의 개념을 함께 해석해 보면, 해당 지침의 제6조 제1항에서 언급된 사전 정보제공은 적어도 특정 상황에서, 제조자가 제공하는 보증에 적용되지 않는다면, 동 지침 제2조 제14호에서 또는 제조자라는 표현을 사용하지 않았을 것이다.

35. 제조자가 소비자에게 직접 판매하거나, 자신의 이름으로 대리인을 통해 자신이 생산한 상품을 판매하는 경우 소비자권리지침 제2조 제2호에 따른 판매자(판매자)로 간주해야 한다. 따라서 제조자가 제공하는 보증은 해당 지침 제2조 제14호에서 판매자의 약속에 해당할 수 있으며, 동일한 조항에서 제조자의 약속은 아니게 된다.

37. 계약의 대상이 판매자가 아닌 자가 제조한 상품인 경우, 소비자권리지침 제6조 제1항의 사전 정보제공은, 소비자가 판매자와 계약을 맺기를 원하는지 여부를 결정할 수 있도록 상품과 관련된 필수 정보를 포함하고 있어야 한다. 즉, 판매자가 제공하는 정보는, 소비자권리지침 제6조 제1항 a호에 따라 상품의 주요 특성뿐만 아니라 제조자가 제공하는 보증을 포함한, 관련된 모든 보증이 포함되어야 한다.

38. 다음으로, 소비자권리지침은 소비자가 판매자와의 거래에서 안전하고 정보에 기반한 거래를 하고 높은 수준의 보호를 제공받아야 한다는 목적(제1조)을 강조한다. 해당 내용은 EU기능조약 제169조 및 유럽 연합 기본권 헌장 제38조에도 규정되어 있다¹⁴⁾.

39. 소비자권리지침의 해당 조항과 고려이유 4를 볼 때, 높은 수준의 소비자 보호와 기업의 자유로운 경쟁보장이라는 목적을 균형 있게 보장하여야 한다. 또한 기본권 헌장(Charter of Fundamental Rights) 제16조에 명시된 대로 기업의 사업 수행 자유도 존중되어야 한다¹⁵⁾.

13) 효과에 대하여, judgment of 10 July 2019, Amazon EU, C 649/17, EU:C:2019:576, paragraphs 35 and 37 and the case-law cited.

14) judgment of 10 July 2019, Amazon EU, C 649/17, EU:C:2019:576, paragraph 39.

15) judgment of 10 July 2019, Amazon EU, C 649/17, EU:C:2019:576, paragraph 44.

40. 제조자의 보증정보를 소비자에게 제공하는 것은 판매자가 청약한 계약 관계를 형성하는 제품에 대한 본질적인 요소이며, 높은 수준의 소비자 보호에 기여한다. 그러나 모든 상황에서 해당 정보제공을 제공할 것을 무조건으로 부과하는 것은, 특히 소규모 영업의 경우에는 경제적으로 불균형을 야기할 수 있다¹⁶⁾. 이러한 무조건적인 의무는 판매자가 제조자와 직접적인 계약관계를 맺지 않았고, 판매자가 소비자와 체결하려는 계약의 범위에 해당 제조자의 보증이 내용에 포함되지 아니하는 경우라면, 판매자에게 지속적으로 제조자의 보증정보를 수집하고 업데이트하여야 하는 상당한 부담으로 작용한다.

41. 소비자권리지침 고려이유 4를 보면, 높은 수준의 소비자 보호와 기업의 경쟁력을 고려할 때, 합리적으로 관련 정보를 잘 알고 있고, 높은 수준의 보호를 신중하게 고려하는 평균적인 소비자의 정당한 이익이 우선적으로 고려될 수 있는 경우에만, 판매자는 소비자에게 사전정보를 제공해야 한다는 결론에 도달한다.

42. 소비자권리지침에서 선언한 높은 수준의 보호를 비추어 볼 때, 소비자는 판매자와 계약 체결여부를 결정할 수 있는 보증에 관한 정보를 얻는 데 정당한 이익이 있다면, 사전정보 제공의 대상은 판매자와 제조자에 의하여 제공되는 모든 보증이 된다. 따라서 판매자는 제조자의 보증에 대하여 소비자에게 계약 전에 정보를 제공해야 하며, 이는 단순히 제조자 보증이 존재 때문만이 아니라, 소비자에게 정당한 이익이 있기 때문이다.

43. 따라서 본안에서 소비자는 제조자가 제공하는 보증 및 보증 조건에 대하여 판매자로부터 계약 전 정보를 얻는데 정당한 이익이 있는지를 결정하여야 한다.

44. 이와 같은 소비자의 정당한 이익은 판매자가 제조자의 보증을 청약에서 핵심적 또는 결정적(a central or decisive element) 요소로 여겨지는 경우에 존재한다.

45. 즉, 판매자가 판매 또는 광고를 위하여 제조자 보증으로 소비자 관심을 유도하고, 경쟁업체의 청약과 비교하여 자신의 청약을 강조한 경우에는, 소비자권리지침 제6조 제1항 m호의 정보제공의 대상이 된다.

46. 소비자 보호의 측면에서, 소비자는 존재하는 다양한 보증과 그 보증들의 관계에 대하여 불분명하거나 불완전한 정보로 인하여 오인되지 않아야 한다. 특히 소비자는 제조자의 보증은 판매자에 의하여 제공되는 것이 아니라는

16) see, by analogy, judgment of 14 May 2020, EIS, C 266/19, EU:C:2020:384, paragraph 35 and the case-law cited.

점과 상황에 따라 판매자를 통해 해당 보증을 행사여부에 대하여 이해할 수 있어야 한다. 이러한 사전정보제공은 판매자 스스로가 제조자 보증의 존재에 대하여 충분히 인지하고, 이를 통해 소비자의 관심을 유도하게 된다면, 경쟁의 우위가 될 수 있기에, 판매자에게 과도한 부담을 주는 것으로 볼 수 없다.

47. 한편, 판매자의 청약이 제조자의 보증을 부수적으로 또는 무시할 수준으로 언급하여, 그 보증이 영업적 목적으로 판매자가 이용한 것으로 객관적으로 간주할 수 없는 경우이거나 소비자를 오도할 가능성이 없는 경우에는, 판매자가 그러한 가벼운 언급만으로 소비자에게 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라 보증에 대하여 사전에 정보를 제공할 필요는 없다.

48. 제조자의 보증이 청약의 핵심적 또는 결정적 요소인지를 결정하기 위해, 본 결정의 44번을 볼 때, 판매 또는 광고에 언급된 제조자 보증에 대한 언급의 중요성, 해당 내용을 언급한 부분의 위치 및 관련 제품의 내용과 그 구성을 고려하여야 한다. 또한 해당 언급으로 평균적 소비자¹⁷⁾의 착오를 유발할 가능성이거나 보증에 따른 다양한 권리, 보증인의 신원 그리고 상품에 대한 다른 보증에 대한 설명이 있는지 여부도 고려하여야 한다.

49. 본안에서 제조자의 보증에 대한 판매자의 언급이 제품에 대한 청약의 핵심적 또는 결정적 요소인지는 독일연방대법원이 판단한다. 이러한 판단은 오로지 독일연방대법원의 판단에 달려있지만, 본 법원은 사전적 판결을 하면서, 국내 법원 결정에 가이드를 하기 위해 상세한 설명할 수 있다¹⁸⁾.

50. 본 사안에서, 판매자는 제조자의 보증에 대하여 청약에서 직접 언급하지 않았고, 판매 또는 광고 목적으로 주요하게 사용하지 않았다.

51. 우선 그 보증은 청약의 서면, 즉 제조업체 정보 시트의 두 번째 페이지에 부수적으로 언급되었으며, 해당 내용은 '추가 기술'이라는 하위 제목 아래 작은 링크를 통해 접근할 수 있다. 해당 내용은 제품에 대하여 제조자가 제공한 정보이다. 두 번째로, 해당 보증은, 제조자가 작성한 정보제공 페이지에서 확인되는, 제조자가 제공한 정보이다. 마지막으로, 보증의 성격과 보증인의 신원에 대해 소비자가 착오할 수 있는 내용은 거의 없었다.

52. 이러한 상황에서, 문제가 된 제조자의 보증에 대한 언급은 청약의 핵심적 또는 결정적인 요소를 구성하는 것으로 볼 수 없다.

53. 전술한 내용을 볼 때, 첫 번째 및 두 번째 질문에 대한 답으로 소비자권

17) "the average consumer, who is reasonably well informed and reasonably observant."

18) judgment of 3 February 2021, FIGC and Consorzio Ge.Se.Av., C 155/19 and C 156/19, EU:C:2021:88, paragraph 59 and the case-law cited.

리지침 제6조 제1항 m호가 제조자의 보증은 다음과 같이 해석되어야 한다. 판매자의 사전정보제공은 제조자의 보증이 존재한다는 단순한 사실에서 발생하는 것이 아니라, 소비자가 판매자와 계약체결 여부를 결정하기 위해 그 보증에 관한 정보를 얻는 데 정당한 이익이 있는 경우에만 발생한다. 그리고 판매자가 제조자의 보증을 청약의 핵심적 또는 결정적인 요소로 제시하는 경우 인정된다. 나아가 보증이 청약의 핵심적 또는 결정적인 요소인지를 결정하기 위해서는, 청약의 내용, 판매 또는 광고에서 제조자 보증의 중요성을 고려해야 한다. 이는 해당 설명이 차지하는 공간, 그러한 내용이 평균적 소비자의 착오 또는 오해 가능성이 고려되어야 한다.

2) 세번째 질의의 판단 이유

54. 독일연방대법원은 소비자권리지침 제6조 제1항 m호가 제조자의 보증조건에 대하여, 소비자에게 제공되어야 하는 정보가 소비재매매지침 제6조 2항의 내용에 부합되어야 하는지를 질의하였다.

55. 소비재매매지침 제1조는, 동 지침의 목적으로, 소비재매매 및 관련 보증의 측면에서 회원국 법률 등을 비슷하게 조정하고 역내시장에서 최소 수준의 소비자보호를 보장하는 것임을 분명히 규정하였다.

56. 소비재매매지침 제6조 제2항에 대하여 구체적으로 살펴보면, 동 지침 제1조 제2항 (e)와 고려이유 21은 판매자와 제조자의 보증은 소비자가 오해하지 않도록, 동 지침 제6조 제2항의 정보를 포함해야 한다.

57. 소비재매매지침 제6조 제2항과 소비자권리지침 제6조 제1항 m호는 모두 판매자(seller) 또는 판매자와 제조자가 제공하는 보증에 관한 내용이지만, 두 규정들은 다른 목표를 추구한다. 소비재매매지침 제6조 제2항은 보증에 포함되어야 하는 정보를 구체화하는 반면, 소비자권리지침 제6조 제1항 m호는 소비자에게 보증의 존재와 그 조건에 대한 사전정보를 제공하는 것에 중점을 둔다.

58. 따라서 판매자가 제조자의 보증에 대하여 사전에 정보를 제공해야 하는 경우 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라 보증의 존재 및 조건에 관한 정보를 제공해야 하는 것이며, 해당 보증의 전체 내용을 제공하여야 하는 것은 아니다.

59. 따라서 소비재매매지침 제6조 제2항의 내용 중에서 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 해당하는 보증의 조건과 관련된 내용을 결정하여야 한다.

60. 소비재매매지침 제6조 제2항 첫째 단락은 계약적합성의 측면에서 법상 보증의 존재를 상기시키는 의미이고, 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따른

보증의 조건에 관한 내용을 의미하는 것은 아니다.

61. 소비재매매지침 제6조 제2항의 두 번째 단락은 보증의 내용과 보증의 청구에 필요한 세부 내용, 특히 기간 및 범위에 관한 내용은 필수적으로 소비자권리지침 제6조 제1항 m호의 제조자 보증 내용을 포함해야 한다. 또한 보증인의 이름 및 주소는 보증인의 신원 및 지리적 위치가 보증조건에 대하여 추가 정보를 제공하는 경우에, 이러한 보증조건에 포함된다.

62. 소비자권리지침 제6조 제1항 m호의 보증조건의 내용은 보증 기간과 범위 또는 보증인의 이름과 주소에 제한되어 해석될 수 없다

63. 그 개념은 보증의 적용과 보증의 이행을 위한 모든 조건을 포함하며, 제조자의 보증에 대한 사전정보는 소비자가 거래자와 계약을 체결할지 여부를 결정할 수 있게 제공되어야 한다.

64. 따라서 판매자는 보증의 적용 및 이행 조건과 관련된 세부사항을 소비자에게 제공해야 한다. 여기에는 손해 발생 시 배상장소 또는 보증 제한내용뿐만 아니라, 보증인의 이름과 주소도 포함되어야 한다.

65. 이러한 내용을 종합할 때, 세 번째 질문에 대한 답변으로 소비자권리지침 제6조 제1항 m호에 따라 제조업자의 보증조건에 대하여 판매자가 소비자에게 제공해야 하는 정보에는 소비자가 판매자와 계약체결 여부를 결정할 수 있는 보증의 적용 및 이행 조건에 관한 모든 세부 정보가 포함되어야 한다는 의미로 해석되어야 한다.

III. 본안 판결(BGH, Urteil vom 10.11.2022 – I ZR 241/19¹⁹⁾)

이상(II)에서 살펴본 EU법원의 사전적 결정에 따라, 국내 법원인 독일연방대법원에서의 판결내용은 다음과 같다.

주문

온라인 판매에서 제조자의 보증이 자신의 청약에서 핵심적 또는 결정적인 특징으로 구성되는 경우, 판매자는 그 보증에 관하여 소비자에게 사전에 정보를 제공하여야 한다. 반면에, 만약 그가 제조자의 보증을 부수적으로 언급한다

19) BGH: Keine Pflicht zur Information über Herstellergarantie durch Online-Händler bei nur beiläufiger Erwähnung – Herstellergarantie IV, GRUR 2022, S. 1832.

면, 판매자는 소비자에게 해당 정보를 제공할 필요가 없다.

이유

EuGH의 판결에 따르면, 판매자가 제조자의 보증을 핵심적 또는 결정적인 표지로 사용한 경우에는, 소비자는 해당 보증에 대한 정당한 이익이 발생한다. 이 경우에는 대개 판매자가 영업 또는 판매상의 주의를 끌고 나아가 경쟁 판매자의 청약과 비교해서 자신의 청약 경쟁력을 강화하기 위하여, 제조자 보증의 존재를 활용한다. 반면, 판매자가 제조자의 보증을 부수적 또는 사소하게 (beiläufig oder inlangloser oder vernachlässigbarer Weise) 언급하는 경우에는, 영업적 언급으로 판단되지도 않고 소비자의 착오를 유발하지도 않게 된다. 면, 판매자는 소비자에게 제조자의 보증에 대하여 사전에 정보를 제공하지 않아도 된다.

40. 사건에서 제조자 보증은 판매자의 상품청약 사이트에 언급되지는 않았고, 오히려 제조자의 제품정보 설명에만 찾을 수 있었다. 소비자가 제품설명 부분의 클릭을 하고 추가기술정보라는 정보페이지를 확인하지 않는다면, 소비자는 관련 제조자 보증을 알 수 없었다. 또한 제조자의 링크된 제품정보 페이지에서 보증서는 제품 기능과 유지관리에 대한 설명 이후에서 확인할 수 있었다. 해당 페이지에는 “V. 보증”의 제목으로 표기되어 있었으며, 그 보증은 판매자가 만든 내용이 아니라 제조자가 만든 내용이었다. 이러한 상황을 볼 때, 제조자의 보증이 청약의 서면에 포함된 것은 특별한 판매수단으로 사용되지 않았으며, 또한 소비자의 관심을 끌지 않았으며, 보증에 대한 소비자의 착오를 유발하지도 않았다.

IV. 판례의 분석

1. 보증²⁰⁾에 관한 규정

보증은 보증자가 소비자에게 법상의 담보책임과 별개로 제품에 대하여 추가

20) Garantie는 보장(양창수, 박신욱), 보증(김진우), 손해담보(서종희) 등으로 번역되고 있음. 소비자권리지침의 영업보증이라는 개념과 함께 사용하고, 이해의 편의를 위하여 보증으로 사용한다. 본 연구에서 사용되는 보증은 민법 제428조 이하의 보증(Bürgschaft)과는 구별된다.

적인 책임을 지는 보증자와 소비자간 계약이다. 또한 판매자가 제조자의 대리인으로서 또는 제조자와 판매자간의 계약을 통해 소비자에게 보증의 권리를 부여할 수도 있다.

소비자권리지침은 보증을 “법률상의 담보책임 이외의 ... 추가적인 모든 약속”이라고 정의(제2조 제14호)하였으며, 보증의 존재로 인하여 다른 담보책임은 제한을 받지 않는다. 그리고 “제품의 하자과 관련이 없는 다른 요구들”이라는 내용을 추가함으로써, 보증개념은 이전 지침의 내용보다 확장되었다. 즉, 보증은 더이상 “성상보증 및 내구성 보증”(품질보증)에 그치지 않고, 목적물의 특성과 관련 없는 내용도 보증의 대상으로 포섭할 수 있게 되었다²¹⁾.

1) 정의

독일민법 제443조(보증)

① 판매자, 제조자 또는 기타의 제3자가 물건이 매매계약의 체결 전에 또는 체결시에 접할 수 있던 의사표시나 관련 광고에서 진술된 성상을 갖추지 못하거나 무하자와 관련이 없는 다른 요건들을 충족하지 못하는 때에 법정담보책임 외에 추가적으로 특히 매매대금을 반환하거나 물건을 교환 또는 보수하거나 이와 관련된 용역급부를 행할 의무를 지기로 한 경우(보증), 매수인은 보증사안에 해당하는 때에는 법정의 청구권과는 별도로 그 보증을 행한 사람(보증제공자)에 대하여 보증에 기한 권리를 가진다.

② 보증제공자가 물건이 일정한 성상을 일정기간 동안 보유하는 것에 대한 보증(“내구성보증”)을 인수한 경우, 보증의 유효기간 내에 나타난 물건의 하자는 그 보증에 기한 권리를 성립시키는 것으로 추정된다.

소비자권리지침은 보증에 대하여 판매자 또는 제조자가 계약체결 전 또는 체결 시 제공하는 제품에 관한 보증 의사 또는 관련된 광고에서 언급된 제품의 특성을 갖추지 못하거나 하자 없음과는 관계 없는 다른 요건을 충족하지 못한 경우에, 법률상의 권리외에 대금의 환급이나 제품교환 또는 수리, 물품에 관한 서비스를 제공하는 것을 내용으로 하는 추가적인 모든 약속(소비자권리지침 제2조 제14호)로 규정하였다.

이를 독일 입법자는 소비자권리지침을 국내법으로 전환하면서, 보증(Garantie)에 관한 정의를 판매자(Verkäufer²²⁾), 제조자 또는 제3자가 물건이 계약체결 전 또는 체결시 의사표시나 관련된 광고에서 언급된 제품의 성상을 갖추지 못하였거나 하자 없음과 관계 없는 다른 요건을 충족하지 못하는 경우에, 법률이

21) 김진우, 소비자권리지침의 주요개념 및 적용범위에 관한 고찰, 서울법학 제23권 제2호, 121면.

22) 판매자 또는 매도인으로 번역됨.

인정하는 청구권과 관계 없이, 대금 환급, 제품교환 또는 수리와 관련된 서비스를 이행하기로 한 경우로 규정(독일민법 제443조 제1항)하였다.

보증의 정의에 따르면, 보증은 매도인인 판매자가 제공하는 보증이 있을 수 있고, 이는 제품의 매매계약의 일부 내용으로 체결된다. 매매계약의 제3자로서 제조자가 보증을 제공하는 경우는 제조자의 의사가 담긴 제품보증서가 제공되고 소비자가 매매계약을 체결하면서 제조자의 보증계약이 체결되는 것이 일반적이다²³⁾.

정의 규정에서 보증을 제공할 수 있는 자로 판매자뿐만 아니라, 제조자가 추가로 규정되었다. 해당 규정으로 대상판결과 같은 문제가 발생하게 되었다. 제조자는 완제품을 생산한 제조자뿐만 아니라, 부품을 생산하는 자, 수입업자 및 중간 제조업자도 포함된다²⁴⁾. 즉 제품의 판매과정에 참여하거나 이해관계 있는 자까지 보증제공자로 확대하는 것은 소비자권리지침과 조화를 이룰 수 있다는 판단이었다²⁵⁾.

또한 보증은 보증자가 소비자에게 담보책임에 추가적 계약상 책임을 지기로 하는 보증자와 소비자간의 계약이다²⁶⁾. 즉 법적 책임과는 관계없는 판매자 또는 제3자가 약속하는 추가적인(zusätzlich) 계약상 의무이다. 나아가 무하자와 관련이 없는 사항도 적용대상, 즉 정상·내구성의 보증과 같은 품질보증에서 한걸음 더 나아가 제품의 품질과 관련이 없는 사항도 보증대상으로 할 수 있다²⁷⁾.

2) 설명의무

독일민법 제479조(보증에 관한 특칙) ① 보증에 관한 의사표시(법 제443조)는 쉽게 이해되도록 하여야 하며, 다음의 내용을 포함해야 한다.

1. 소비자가 법상의 권리가 있으며, 그 권리는 보증에 의해 제한되지 않는다는 언급
 2. 보증자의 이름과 주소
 3. 보증을 청구하기 위해 준수해야하는 절차
 4. 보증과 관련된 제품의 언급
 5. 보증 기간 및 보증의 장소적 적용범위 같은 보증 조항
- ② 보증서는 늦어도 제품 인도 시까지, 내구성 있는 저장장치로, 소비자에게 제공되어야 한다.
- ③ 제조자가 소비자에게 내구성보증을 한 경우, 소비자는 제조자에게 보증 기간 동안 법 제439조 제2, 3, 5항 및 제6항 제2문 및 제475조 제3항 제1문 및 제5항에 따라 적어도 한 번의

23) MüKoBGB/Westermann, 8. Aufl. 2019, BGB § 443 Rn. 6.

24) MüKoBGB/Westermann, 8. Aufl. 2019, BGB § 443 Rn. 2.

25) BT-Drucks. 17/12637, S. 68.

26) 김진우, 소비재매매계약에서의 품질보증제도의 입법론, 295면.

27) BT-Drucks. 17/12637, S. 68.

청구권을 가진다.

④ 앞의 요건의 어느 하나가 갖추어지지 아니한 이유로 보증의무의 유효성이 영향을 받지 않는다.

독일민법 제479조는 판매자의 보증에 관하여 표현되어야 할 내용을 규정한다. 해당 규정²⁸⁾은 2022년 1월 1일부터 체결된 계약에 적용된다. 동조 제1항 제4호와 제5호에 따르면, 판매자는 보증과 관련 제품을 언급하고, 보증과 관련한 보증 기간 및 보증의 장소적 적용범위에 관한 내용을 소비자에게 제공하여야 한다.

나아가 독일민법시행법에서 소비자계약법과 관련해서 판매자의 일반적 정보 제공의무에 관한 내용을 규정하는데, 계약서 제공 전 소비자에게 명확하고 이해할 수 있는 방법으로 “제품의 결함에 대한 법적 책임에 해당되는 경우 사후 서비스 및 보증의 존재와 조건”에 제공하여야 한다(동법 구 제246조 제1항 제5호). 계약의 내용과 관련된 모든 사후 서비스 및 보증에 관하여 정보를 제공²⁹⁾하여야 하며, 여기에는 판매자와 독립적으로 제3자가 제공하는 보증, 특히 제조자의 보증도 포함된다. 내용 면에서 소비자는 해당 보증의 적용과 보증의 이행청구를 위한 모든 정보를 제공받아야 하며, 이를 바탕으로 소비자는 판매자와 계약상 구속되기를 원하는지를 결정할 수 있어야 한다³⁰⁾.

또한 독일민법시행법 구 제246a조는 ‘사업장외의 계약 및 통신판매계약과 관련된 요건’이라는 제목과 함께, 판매자는 독일민법 제312d조 제1항에 따라, 해당되는 경우, 판매 후 고객 지원과 서비스 및 보증의 존재 및 조건에 대하여 제312d조 제1항따라 소비자에게 제공해야 한다(동조 제1항).

2. 불분명한 규정에 대한 해석 문제

대상판결에서 쟁점이 된 독일민법시행법 구 제246a조 § 1 제1항 1문 9호에 따르면, 판매자는 해당되는 경우 소비자에게 애프터서비스, 사후 서비스 및 보증의 존재와 보증의 조건에 대한 정보를 제공하여야 한다. 나아가 판매자는 제

28) 제품판매지침(EU 2019/771)의 국내법 전환을 위한 과정에서 개정된 내용을 반영된 개정임. Mit dem Gesetz zur Regelung des Verkaufs von Sachen mit digitalen Elementen und anderer Aspekte des Kaufvertrags v. 25.6.21, BGBl. I, 2133 (RegE BT-Drs. 19/27424).

29) OLG Hamm BeckRS 2019, 35802.

30) BeckOK BGB/Martens, 65. Ed. 1.2.2023, EGBGB Art. 246 Rn. 21-24.

조자의 보증을 적극적으로 광고하는 경우, 독일민법 제479조에 따라 제품의 보증조건을 알려야 한다³¹⁾. 그러나 제3자가, 특히 제조자, 제공하고 판매자의 청약에 언급되지 않은 보증에 대하여도 정보를 제공하여야 하는지는 규정에 명확하게 드러나지 않았다³²⁾.

Celle 법원은 규정의 의미, 목적 등을 고려할 때, 판매자는 자신의 광고 또는 제조자 보증에 관한 특별한 언급을 통한 경우에만 사전 정보제공에 관한 규정이 적용된다고 해석하였다³³⁾. 판결이유에서, 판매자는 제품에 존재하는 보증을 지속적으로 조사해야 할 뿐만 아니라 자신의 정보가 최신 정보가 아니라면 상당한 위험을 감수해야 할 처지에 놓이게 된다고 했다.

또한 판매자에게 소비자와 법적 관련성이 없는 제조자 보증에 관한 확인 및 정보의무가 부과되어야 한다는 내용은 찾기 어렵다는 결정도 있었는데³⁴⁾, 대표적으로 Bamberg 법원도 이러한 입장³⁵⁾에 있다. 독일민법시행법 구 제246a조 §1 제1항 1문 9호에 따르면, 판매자는 보증의 존재와 조건에 대하여 소비자에게 정보를 제공하여야 한다는 점만을 해석할 수 있으며, 해당 규정이 판매자가 제공하는 보증만을 의미하는지 또는 제3자가 제공하는 보증도 의미하는지에 대한 문제는 명확하지 않다고 하였으며, 나아가 해당 규정의 의미와 목적을 볼 때, 판매자의 청약에 제3자 보증이 언급될 필요는 없다고 판단할 수 있다고 했다.

반면 Bochum 법원은 독일민법 제312d조 제1항 제1문과 독일민법시행법 구 제246a조 §1 제1문 9호와 관련하여, 자신의 고객에게 보증에 관한 정보를 제공하기 위하여, 판매자는 제품의 (제조자)보증에 대해서 적극적으로 조사하여야 한다고 결정³⁶⁾하기도 했다.

31) OLG Frankfurt a. M. GRUR-RR 2018, 352; OLG Hamm GRUR-RS 2016, 18361; MünchKommBGB/Lorenz, § 479 Rn. 3; Buchmann/Großbach, K&R 2020, S. 262.

32) Buchmann/Großbach, K&R 2020, S. 259.

33) OLG Celle v. 26.03.2020, Az. 13 U 73/19, BeckRS 2020, 6551, nrk., 관련하여 상고심이 계류 중임 BGH unter dem Az. I ZR 72/20.

34) Föhlisch/Löwer: Die Entwicklung des E-Commerce-Rechts seit Mitte 2019, VuR 2021, S. 86-87.

35) OLG Bamberg v. 19.03.2020, Az. 3 U 14/20; Föhlisch/Löwer, VuR 2020, S. 56.

36) LG Bochum v. 27.11.2019, Az. I-15 O 122/19, GRUR-RS 2019, 38904.

V. 우리 법에 시사점과 대상판결의 평가

지금까지 우리 민사법에서는 대상판결이 다루는 보증에 대한 법률규정을 찾기가 어려웠고, 그 학술적 관심도 크지 않았던 것으로 보인다³⁷⁾. 이러한 이유로 최근에도 관련한 적극적인 입법 및 학술논의도 진행되지 아니하였던 것으로 보인다.

전자상거래 소비자보호법³⁸⁾은 소비자가 거래조건을 정확하게 이해하고, 실수나 착오가 없도록 통신판매업자는 거래조건에 대한 정보를 고지해야 한다(동법 제13조)고 규정하고 있으며, 거래조건 중에서 “재화 등의 교환·반품·보증과 그 대금 환불 및 환불의 지연에 따른 배상금 지급의 조건·절차”(동조 제2항 제6호) 관한 내용이 여기에 포함된다. 이 중 보증에 관한 내용을 통신판매업자는 소비자에게 설명하여야 하는 정도의 내용이 대상판결과 직접적으로 관련되는 내용으로 볼 수 있다. 보증은 판매자와 소비자간의 계약의 영역으로만 해결하였던 이유로, 입법적으로는 보증에 대한 논의가 거의 이루어지지 않았다.

반면 EU에서는 소비재매매지침에서 보증에 관한 내용을 규정하고 소비자권리지침 등에서 그 내용을 상세하게 규정하게 되었으며, EU 법원은 소비자권리지침 제6조 제1항 m호 및 독일민법시행법 구 제246a조 §1 제1문 9호의 해석과 관련하여, 판매자가 제조업체의 보증이 존재하는지를 항상 조사할 필요는 없고 소비자가 정당한 이익이 있는 경우에만 조사해야 한다고 결정했다³⁹⁾. 또한 제조업체의 보증이 존재한다고 해서 정보제공 의무가 발생하는 것은 아니다. 그러나 정보를 제공하여야 하는 상황이 있는 경우, 그 정보에는 소비자가 판매자와 계약체결 여부를 결정할 수 있게 하는 보증 적용과 조건에 관한 모든 정보를 포함하여야 하는 것으로 판단하였다. 이러한 EU법원의 사전적 결정

37) 김진우, 소비재매매계약에서의 품질보증제도의 입법론, 홍익법학 제17권 제4호, 294면; 박신욱, 물품거래에 있어 보장(Garantie)에 대한 비교법 연구, 비교사법 제24권 제1호, 178면; 서중희, 유럽연합 소비자권리지침에 의해 개정된 독일민법 제443조의 ‘정상보증’, 일감법학 제33호, 173면.

38) 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 이하 전자상거래법이라 칭함.

39) EuGH Urt. v. 5.5.2022 - C-179/21, ECLI:EU:C:2022:353 = NJW 2022, 1871 - absoluts bikes and more GmbH mit Besprechungsaufsatz Thalhofer/Purucker NJW 2022, 1851. Zur Herstellergarantie nach geltendem Recht vor diesem Urteil, aber nach Umsetzung der WarenkaufRl Brönneke/Föhlisch/Tonner, Neues Schuldrecht/Brönneke/Schmitt/Willburger, 2021, § 4 Rn. 89 ff.; Staudinger/Artz, Neues Kaufrecht und Verträge über digitale Produkte, 2022, Rn. 204 ff.

을 바탕으로 독일연방대법원은 본안판단을 내렸는데, 사실관계를 볼 때, 제조자의 보증은 Victorinox 청약의 주요한 특징이 아니라고 판단하였다. 청약페이지 자체에 보증 관련 내용이 언급되지 않았기 때문이다⁴⁰⁾.

대상판결로 제조자 보증의 존재만으로 판매자의 정보제공의무가 발생하는지에 대한 해석상의 불확실성에 대하여 법적 확실성을 찾을 수 있었다는 점에서, 대상판결의 검토의미가 있으며, 이하에서 판결의 내용과 우리 민사법에서 착안할 사항을 검토해 본다.

1) 보증 규정의 필요성과 그 내용

소비자기본법 제10조제1항은 판매자가 소비자와의 거래에 있어서 물품을 잘못 선택하지 않도록 일정한 표시의무를 부과하고 있는데, 그에 따르면 “제조연월일, 품질보증기간⁴¹⁾ 또는 식품이나 의약품 등 유통과정에서 변질되기 쉬운 물품은 그 유효기간”에 관한 표시기준을 국가가 정한다고 하였다(동조 제1항 제4호). 나아가 동법 제16조에 따라 국가는 소비자와 판매자 사이에 생기는 분쟁을 해결하기 위하여 소비자분쟁해결기준⁴²⁾을 제정하여 시행 중이지만, 소비자분쟁해결기준은 당사자 간의 진정한 사적자치의 실현에는 부족하다는 비판이 있다⁴³⁾. 해당 내용을 살펴보면, 소비자기본법 제16조에 따르면 소비자분쟁해결기준은 계약 당사자간 분쟁해결을 위한 합의 또는 권고기준으로 규정되어 있지만, 판매자가 분쟁해결기준을 준수하지 아니하는 경우에는 1억원이하의 과태료가 부과될 수 있어, 결과적으로 분쟁해결기준의 적용을 사실상 강제하고 있다는 것이다. 즉, 표시광고공정화에 관한 법률 제4조 제1항 및 제5항에 따라 판매자는 공정거래위원회의 고시인 중요한 표시·광고사항 고시⁴⁴⁾에 따른 정보를 고시하여야 하는데, 그 내용에서 “소비자기본법 제16조에 의한 소비자분쟁해결기준보다 소비자에게 불리한 품질보증기준 또는 A/S기준”은 소비자분쟁해결기준과 다르다는 사실과 그 내용을 표시하여야 한다는 점이다. 반면, 현재의 소비자분쟁해결기준은 소비자 피해발생의 확대를 예방하고 신속한 권리

40) BGH Urt. v. 10.11.2022 - I ZR 241/19.

41) 2023년 12월 21일 시행되는 개정내용은 “제조연월일, 부품보유기간, 품질보증기간 또는 식품이나 의약품 등 유통과정에서 변질되기 쉬운 물품은 그 유효기간”으로, 부품보유기간에 관한 내용이 추가되었다.

42) 공정거래위원회 고시(제2022-25호, 2022. 12. 28., 일부개정)로 시행 중.

43) 장원규, 소비자 품질보증법제 개선방안 연구, 한국법제연구원, 2017, 51면; 김진우 교수는 해당 고시가 폐지되어야 한다고 주장한다. 김진우, 소비재매매계약에서의 품질보증제도의 입법론, 홍익법학 제17권 제4호, 2016, 308-309면.

44) 공정거래위원회 고시(제2021-52호, 2021. 12. 27., 일부개정)로 시행 중.

구제가 이루어 질 수 있다는 장점이 있기에 보증이 간접적인 역할을 한다.

이처럼 판매자(또는 사업자)와 소비자간 매매에서 보증에 대한 우리의 법적 해결은 주로 행정규제 또는 공법적 집행을 중심으로 이루어졌다. 이러한 현상은 당사자간의 사법적 구제를 가능하게 하는 보증규정의 필요성⁴⁵⁾으로 연결될 수 있다.

보증에 관한 규정이 필요하다면, 보증의 내용을 어떻게 할 것인지가 중요하다⁴⁶⁾.

우선 보증은 제품의 제조자 또는 판매자가 소비자간의 계약으로 체결된다. 계약의 주된 내용으로 보증은 민사법에서 인정되는 제품의 품질(성상과 내구성) 보증과 관련 없이 사업자(제조자나 판매자)가 제품에 대하여 보장하는 범위가 포함되어야 한다. 즉, 법정의 청구권(예: 매수인의 담보청구권)이외의 추가적인 청구권이 보증에 의하여 인정되는 것이다. 그리고 보증의 내용으로 지불한 대금의 환급, 제품교환 그리고 수리 등이 보장되어야 한다. 보증계약은 계약이 체결 시까지 합의에 이르면 될 것이라고 본다. 이외의 내용은 계약당사자가 자유롭게 합의하여 정할 수 있을 것이라 본다.

2) 판매자의 제조자의 보증 관련 정보제공의무 발생

대상판결의 보증에 관하여 정보제공의 내용을 평가해 보면 다음과 같다.

(1) 소비자의 정당한 이익

EU법원은 판매자에게 보증에 대한 사전 정보제공을 무조건적으로 부과하는 것이어서 높은 수준의 소비자보호를 실현할 수 있지만, 판매자에게 불균형적으로 보일 수 있어서 판매자의 자유도 고려해야 한다고 하였다. 실제 이와 같은 정보제공의무는 판매자와 제조자 사이에 직접적인 계약관계가 존재하지 않을 수 있어서, 제조자의 보증정보를 수집하고 업데이트하는 데 상당한 노력을 기울여야 한다.

결과적으로 높은 수준의 소비자보호와 판매자의 경쟁력을 고려할 때, EU법

45) 신영수, 표시·광고의 규제: 소비자법, 박영사, 2013, 146면; 거래질서와 경쟁의 촉진이라는 측면에서도 보증이 적극 활용되어야 한다는 의견도 있음. 박신옥, 앞의 물품거래에 있어 보장(Garantie)에 대한 비교법 연구, 178면.

46) 사업자가 소비자에게 제품보증에 관한 일정한 내용의 정보를 정하여 두는 것(내용적 통제)이 소비자의 보호와 사업자간의 경쟁 등을 위하여 의미가 있다는 견해가 있다. 김화, 소비자매매에서 보증(Garantie)의 법리 - DCFR의 규정을 중심으로, 민사법의 이론과 실무 22권 제2호, 2019. 12, 257면.

원은 다음과 같은 경우에만 판매자가 소비자에게 제조자보증에 대한 사전 정보제공의무가 있다고 판시했다. 즉, 소비자가 판매자와 계약체결을 결정하기 위해 해당 정보를 수령함에 정당한 이익이 있어야 한다는 것이다. 단순히 제조자의 보증이 존재한다는 사실만으로는 판매자의 무조건적인 정보제공의무는 발생하지 않는다. 상술하면, 높은 수준의 보호에 대한 일반적으로 합리적이고, 적절한 주의력과 이성적인 평균적인 소비자의 정당한 이익이 판매자와 계약관계를 체결할지 의문에 대한 소비자의 결정의 이익을 뛰어넘는 경우에 판매자는 사전 정보제공의무가 있다는 것이다.

(2) 판단기준

EU법원이 판단한 소비자의 정당한 이익이 있는 경우라고 판단기준은 다음과 같다. 즉 판매자가 경쟁자의 청약과 비교해서 경쟁적인 우위를 잡하기 위해서, 판매자가 제조자의 보증을 그의 청약에서 핵심적이거나 결정적인 표시로 삼은 경우, 특히 그가 그것으로부터 판매 또는 광고전략을 도출한 경우, 소비자의 정당한 이익이 존재한다.

이 경우 소비자는 존재하는 보증에 대한 완전한 정보를 알아야 하며, 보증 광고 등을 통해 경쟁판매자와 비교해서 우위를 누리기 때문에 판매자의 사전 정보제공은 과도한 부담이 되지 않는다.

또한 EU법원은 판매자의 청약에서 제조자 보증을 단순히 언급만 하면, 사전 정보제공 의무는 발생하지 않음을 분명히 하였다. 보증이 청약의 핵심적 또는 결정적인 표시로 역할하는지 여부를 결정하기 위해 그 내용 및 구성, 판매 및 광고 요소로서의 언급의 중요성, 청약의 위치 그리고 소비자를 오도할 수 있는 위험 등이 고려된다.

3) 정보제공의무의 범위

판매자가 독일민법 제479조에 따라 소비자에게 제공해야 하는 보증정보의 범위는 독일연방대법원이 제기한 3번째 질의와 관련이 있다. 이에 EU법원은 소비자가 판매자와 계약을 체결할지 여부에 대한 정당한 이익을 고려하기 위하여, 해당 보증의 적용 및 행사에 관한 모든 정보를 소비자에게 제공해야 한다고 판결했다. 해당 정보에는 보증 기간 및 범위, 보증의 제한, 보증인의 이름 및 주소 등이 해당된다.

[참고문헌]

1. 국내 문헌

- 김진우, 소비자권리지침의 주요개념 및 적용범위에 관한 고찰 -우리 소비자계약법의 개정방향을 덧붙여-, 서울법학 제23권 제2호, 서울시립대학교 법학연구소, 2015. 11.
- , 소비자매매계약에서의 품질보증제도의 입법론, 홍익법학 제17권 제4호, 홍익대학교 법학연구소, 2016. 12.
- 김 화, 소비자매매에서 보증(Garantie)의 법리 - DCFR의 규정을 중심으로, 민사법의 이론과 실무 제22권 제2호, 민사법의 이론과 실무학회, 2019. 4
- 박신옥, 물품거래에 있어 보장(Garantie)에 대한 비교법 연구, 비교사법 제24권 1호, 한국사법학회, 2017. 2.
- 서종희, 유럽연합 소비자권리지침에 의해 개정된 독일민법 제443조의 ‘정상보증’, 일감법학 제33호, 건국대학교 법학연구소, 2016. 2.
- 서희석, “소비자분쟁해결기준”의 법적 성격, 민사법학 제61호, 한국민사법학회, 2012. 12.
- 신영수, 표시·광고의 규제: 소비자법, 박영사, 2013.
- 이은영, 소비자법, 박영사, 2013.
- 장원규, 소비자 품질보증법제 개선방안 연구, 한국법제연구원, 2017.

2. 해외 문헌

- Carsten Föhlich, Daniel Löwer, Die Entwicklung des E-Commerce-Rechts seit Mitte 2019, VuR 2021.
- Tobias Brönneke, Carsten Föhlich, Klaus Tonner, Das Neues Schuldrecht, Nomos, 2021.
- Ansgar Staudinger, Markus Artz, Neues Kaufrecht und Verträge über digitale Produkte, C.H Beck, 2022
- MüKoBGB/Westermann, 8. Aufl. 2019, Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch

[Abstract]

Seller's obligation and scope to explain manufacturer's commercial guarantee

Lee, Jae Ho*

The judgment is significant because it confirms the unclear provisions of the EU Directive and the German Civil Code. It resolves the uncertainty as to whether the seller of a product must provide information about the commercial guarantee provided by the manufacturer. In this sense, the EU Court's decision on whether the existence and terms of third-party commercial guarantee, including manufacturer's commercial guarantee, on products must be provided prior to the contract is appropriate.

So far, we have been discussing commercial guarantee as an administrative regulation to maintain product quality. In order to ensure private autonomy and competition, a regulation about commercial guarantee is necessary, and we have reviewed its outline.

In order to receive the manufacturer's commercial guarantee information from the seller, the consumer must have a legitimate interest, and in order to determine whether such a legitimate interest exists, it was confirmed that the EU court emphasized a high level of consumer protection and at the same time considered competition between sellers.

In addition, as a criterion for determining the legitimate interest arising from the seller's information provision requirement, the seller must have used the manufacturer's commercial guarantee as a central element of the offer. For this reason, the German Federal Supreme Court ruled that if the seller only incidentally used the manufacturer's commercial guarantee, it was judged that the seller did not need to provide information in advance as it was not sufficient to be recognized as a central element.

Furthermore, the information that the seller must provide to the consumer

* Head Researcher in Korea Consumer Agency, Ph. D.

regarding the commercial guarantee is all information regarding the application and exercise of the commercial guarantee in order for the consumer to decide whether to enter into a contract.

Keywords : manufacturer's commercial guarantee, obligation of Providing Informations, legitimate interest, preliminary ruling, German Civil Code Section 443