

개정 방문판매법에 관한 소고

A Study on the revision of the Door to Door Selling Act

이 종 구*
Lee, Jong-Koo

목 차

- I. 서 언
- II. 개정 방문판매법의 취지와 배경
- III. 개정 방문판매법의 주요내용
- IV. 개정 방문판매법에 대한 검토
- V. 결 어

국문초록

현행 방문판매법상 다단계판매 요건을 회피하는 방법으로 편법 영업을 해왔던 변종 다단계판매업체(신방문판매업체 또는 무등록다단계판매업체) 등을 규제하기 위하여 「방문판매 등에 관한 법률 전부 개정법률안」(이하 '개정 방문판매법'이라 한다)이 2011년 12월 29일 국회 본회의에서 의결되었다. 이번 개정 방문판매법의 핵심내용은 첫째, 변종 다단계를 규율대상에 포함하고 둘째, 후원방문판매를 신설하여 후원수당을 지급하는 방판매체를 다단계에 준하여 규율하는 한편, 셋째, 불법 피라미드판매에 대한 규율 강화, 넷째, 소비자의 청약철회권의 보완 다섯째, 신고포상금제 도입 등이다. 이를 자세히 살펴보면 변종 다단계판매를 규율대상에 포함하여 2002년 방문판매법상 지나치게 엄격

논문접수일 : 2012.06.28

심사완료일 : 2012.07.25

게재확정일 : 2012.08.02

* 법학박사 · 충북대학교 법학연구소 전임연구원

하게 되어있는 다단계판매의 정의규정을 단순화하여 법적·제도적 사각지대에 있는 신종·변종 다단계 영업형태에 대한 방문판매법 규율이 가능해지는 것이 개정 방문판매법의 중요한 내용이라 할 수 있다.

개정 방문판매법에서 후원방문판매 규정의 신설로 인하여 판매원 실적에 따라 후원수당을 지급하는 조직형 방문판매를 일반적인 방문판매와 구분하여 '후원방문판매'로 규정하고 다단계판매와 유사한 소비자안전장치를 도입하였다. 또한, 다단계판매와 마찬가지로 영업개시를 위하여 시·도 등록을 의무화하였다. 다단계판매와 동일한 금지행위 적용 및 후원수당 총액제한(매출액 대비 38%이내), 취급제품 가격상한, 소비자피해보상보험 가입 의무화 등이다. 2002년 방문판매법상 다단계판매는 현재 매출액 대비 35% 이내로 제한하고 있다. 다만 판매원이 아닌 최종소비자 매출비중이 70% 이상인 후원방문판매업체에 대해서는 사전규제 적용을 제외하여 건전한 유통방식으로 전환을 유도하고, 후원수당 총액제한, 취급제품 가격상한, 소비자피해보상보험 의무화를 제외하였다. 불법 피라미드판매제도에 대한 규율 강화에 대한 내용으로는 기존에 다단계판매에만 적용되던 금지행위들을 사행적 판매원 확장행위로 정의하고, 후원방문판매 등 단계적으로 가입된 조직에 모두 적용되도록 하고 벌칙도 강화하는 내용으로 하고 있다.

소비자의 청약철회권 보완의 내용은 계약서에 청약철회 사항이 기재되지 아니한 경우에는 청약철회를 할 수 있음을 안 날·알 수 있었던 날부터 14일 이내까지, 청약철회 행사를 방해한 경우에는 그 방해행위가 종료된 날부터 14일 이내까지 청약철회를 할 수 있도록 보완하는 내용이다. 미등록 다단계·후원방문판매, 사행적 판매원 확장행위 위반업체에 대하여 신고포상금제를 도입하는 것이다.

개정 방문판매법의 주요내용으로는 다단계판매 정의규정 개선(개정 방문판매법 제2조 제5호), 후원방문판매 신설 및 소비자안전장치 도입(개정 방문판매법 제2조 제7호, 제29조), '사행적 판매원 확장행위' 금지규정 신설 및 처벌강화(개정 방문판매법 제24조), 청약철회등의 행사기간 연장(개정 방문판매법 제8조 제1항 제3호 및 제4호), 신고포상금제 도입(개정 방문판매법 제44조), 방문판매 판매원명부 비치의무 삭제(개정 방문판매법 제6조 제2항), 방

문·다단계판매 직권말소 사유 구체화 (개정 방문판매법 제12조 제2항, 제26조 제3항), 다단계판매 변경신고 사항의 합리화(개정 방문판매법 제13조 제2항), 계속거래시 자동갱신계약 만료일 전 통지의무 신설(개정 방문판매법 제30조 제3항), 다단계판매 등록 변경사항 미신고를 형사벌에서 과태료로 전환(개정 방문판매법 제66조 제1항 제4호), 전화권유판매 수신거부의사 등록시스템 구축근거 마련(개정 방문판매법 제42조)등을 구체적으로 살펴보고자 한다.

주제어 : 방문판매법, 개정 방문판매법, 소비자보호, 청약철회, 소비자의 항변권, 후원수당, 옴니트리션

1. 서 언

다단계판매는 판매형식의 다양화로 인하여 등장한 판매유형의 한 형태이다. 그러나 다단계판매업체들의 불법성으로 인하여 이른바 거마대학생,¹⁾ 취업사기 등의 형태로 변화 또는 진화하거나 변종 다단계로 변질되어 많은 피해자가 발생하기도 하였다. 이에 2011년 개정된 방문판매법을 주요내용을 살펴 보면서, 개정 방문판매법의 문제점과 개선방안을 고찰하고자 한다.²⁾

II. 개정 방문판매법의 취지와 배경

1. 개정 방문판매법의 취지

개정 방문판매법³⁾의 취지는 다음과 같다. 최근 방문판매업체로 신고하고

- 1) 이른바 '거마대학생'이라는 신조어는 서울 송파구 거여동과 마천동 일대에서 불법 다단계 업체의 뒷에 빠져 집단 합숙소 생활을 하는 대학생들을 의미한다. 경향신문 홈페이지(<http://news.khan.co.kr>, 2012년 5월 31일 검색)
- 2) 개정 방문판매법의 자세한 내용은 국회법률지식정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr>, 2012년 5월 31일 검색)

실질적으로는 다단계판매 영업을 하는 이른바 신방문판매업체들에 의한 소비자 피해가 확산되었다. 이는 2002년 방문판매법상 다단계판매의 정의가 지나치게 엄격하여 거래 현실과 일치하지 않기 때문이다. 이러한 문제점을 시정하기 위하여 2002년 방문판매법에서 규정하고 있는 다단계판매의 정의 규정을 정비하려는 것이다. 또한 후원방문판매라는 개념을 신설하여 규제의 공백이 발생하지 않도록 하고, 사행적 확장행위 금지 규정 신설, 전화권유판매 수신거부의사 등록시스템 도입 등을 통하여 소비자의 피해를 예방하며, 국민이 법문장을 이해하기 쉽도록 용어 및 문장을 정비하려는 것이다.⁴⁾

2. 개정 방문판매법의 경과 및 배경

개정 방문판매법의 경과 및 배경을 보면 다음과 같다.

2009년 7월 6일 정부가 제출한 방문판매 등에 관한 법률 일부개정법률안, 2009년 7월 14일 김동철의원이 대표발의한 방문판매 등에 관한 법률 일부개정법률안, 2009년 8월 5일 박상돈의원이 대표발의한 방문판매 등에 관한 법률 일부개정법률안 이상 3건의 법률안을 2009년 11월 25일 제284회 국회(정기회) 제10차 정무위원회에 각각 상정한 후 제안설명, 검토보고 및 대체토론을 거쳐 심사소위원회에 회부하였다. 2009년 12월 16일 홍영표의원이 대표발의한 방문판매 등에 관한 법률 일부개정법률안을 2010년 2월 18일 제287회 국회(임시회) 제2차 정무위원회에 상정한 후 제안설명, 검토보고 및 대체토론을 거쳐 법률안심사소위원회에 회부하였다. 2010년 9월 8일 제294회 국회(정기회) 제1차 법률안심사소위원회, 2011년 2월 21일 제297회 국회(임시회) 제1차 법률안심사소위원회, 2011년 3월 3일 제298회 국회(임시회) 제1차 법률안심사소위원회는 위 4건의 개정 법률안과 국회법 제58조 제4항5)에 따라 소위원회에 회부된 방문판매 등에 관한 법률 일부 개정 법률안(2010년 6월 18일 조원진의원

3) 전부개정 2012. 2. 17(법률 제11324호).

4) 방문판매 등에 관한 법률 전부개정법률안(대안), 의안번호 14310. 제안연월일 2011년 12월 28일.

5) 국회법 제58조 제4항제1항 및 제3항의 규정에 불구하고 소위원회에 회부되어 심사 중인 안건과 직접 관련된 안건이 위원회에 새로이 회부된 경우 위원장이 간사와 협의를 거쳐 필요하다고 인정하는 때에는 이를 바로 해당 소위원회에 회부하여 함께 심사하게 할 수 있다.

대표발의), 이상 5건을 심사한 결과 이들 법률안을 각각 본회의에 부의하지 아니하고 각 법률안의 내용을 수렴하여 대안을 위원회안으로 제안하기로 합의하였다. 2011년 3월 4일 제298회 국회(임시회) 제1차 정무위원회는 법률안 심사소위원장의 심사보고를 듣고 소위원회의 심사결과를 받아들여 이들 5건의 법률안을 각각 본회의에 부의하지 아니하고 위원회 대안으로 제안하기로 의결하였다.⁶⁾ 이를 표로 정리하면 다음과 같다.

〈표 1〉 개정 방문판매법의 경과

2007.12.~2008.6.	방문판매법 개정 방향을 논의하기 위해 공정위 차원에서 4차례 T/F를 구성하여 논의하였다.
2008.11.~12.	방문판매법 개정안 입법예고 및 공청회(08.12.10)
2009.7.6.	방문판매법 개정안(정부안) 국회 제출
2009.7.14.	김동철의원안
2009.8.5.	박상돈의원안
2009.12.16.	홍영표의원안
2010.6.18.	조원진의원안
2009.11.25.	방문판매법 개정안 국회 정무위원회에 상정하였다.
2010.6.24.	정무위 법안소위에서 방문판매법 T/F를 구성하여 정부안 및 4개 의원발의안간의 절충안을 논의하도록 지시하였다.
다단계판매 정의 및 신방문판매 규제방식과 관련한 5개안의 입장이 상충됨에 따라 업계·소비자단체·전문가 등으로 T/F 구성하였다.	
2010.7.~2010.8.	방문판매법 개정 T/F논의 및 T/F협의를 마련하였다.
2010.9.~2011.3.	정무위원회 법안소위에서 3차에 걸쳐 법안 심의하였다.
2011.3.4.	국회 정무위원회 의결(정무위원회 대안)하였다.
2011.4.28.	법사위 전체회의 상정 및 법안2소위 회부하였다.
2011.11.17.	법사위 법안2소위 의결하였다.
2011.12.28.	법사위 전체회의 의결하였다.
2011.12.29.	국회 본회의 의결하였다.

3. 방문판매법의 연혁

방문판매법은 다단계판매 등 특수판매로 인한 소비자를 보호하기 위하여

6) 방문판매 등에 관한 법률 전부개정법률안(대안), 의안번호14310, 제안연월일 2011. 12. 28.

1991년에 제정되었다.⁷⁾ 초기에는 매우 엄격한 규제태도를 취하여 1991년의 방문판매법⁸⁾ 제2조 제3호는 “다단계판매”를 “판매업자(판매의 알선을 업으로 하는 자를 포함한다)·용역제공업자(제공의 알선을 업으로 하는 자를 포함한다) 또는 조직개설자가 상대방에게 일정한 이익을 얻을 수 있다고 권유하여 그 권유를 받은 상대방이 판매업자·용역제공업자 또는 조직개설자에게 일정한 부담을 하는 것을 조건으로 그 권유를 받은 상대방과 동일한 종류의 상품의 판매(알선을 포함한다) 또는 동일한 내용의 용역의 제공(알선을 포함한다)에 관한 거래(거래내용의 변경을 포함한다)를 하는 것”이라고 정의하고 있다. 여기서 “일정한 이익”이라 함은 “다단계판매에 관한 거래단계의 확산과정에서 동일한 종류의 상품을 판매(알선을 포함한다)하는 다른 자 또는 동일한 내용의 용역을 제공(알선을 포함한다)하는 다른 자에 의하여 발생하는 이익으로서 상공부령이 정하는 것”을 말하며, “일정한 부담”이라 함은 “다단계판매에 있어 동일한 종류의 상품을 구입하거나 동일한 내용의 용역을 제공받고 그 대금 또는 대가를 지불하거나 기타 금품을 제공하는 것으로서 상공부령이 정하는 것”을 말한다(방문판매법 제2조 제4호, 제5호). 이에 따라 판매원은 첫째, 자신이 가입시킨 하위판매원 이외의 자로부터는 어떠한 이익도 제공받을 수 없으며 둘째, 판매원이 제공받는 일정한 이익에는 판매수당 이외에 그 명칭이나 형태를 묻지 않고 지급되는 모든 경제적 이익이 포함되며 셋째, 판매원으로 가입시 판매업자로부터 상품 구입 등의 경제적 부담을 진다.⁹⁾

그 후 1995년 1월에 개정된 방문판매법¹⁰⁾은 “다단계판매”를 “판매업자 또는 용역제공업자가 특정인에게 다음 각목의 활동을 하면 일정한 이익을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원의 가입이 2단계이상 순차적·단계적으로 확산되는 과정에서 이루어지는 상품의 판매 또는 용역의 제공을 말한다; 가. 당해 판매

7) 방문판매법의 입법경위에 대하여는 김찬진, 「방문판매법 해설」, 요한사, 1992, 34면 이하.

8) 제정 1991. 12. 31(법률 제4481호).

9) 김성천, “방문판매법상 다단계판매규제에 관한 고찰”, 「경제법연구」, 한국경제법학회, 2007년 6월, 117면; 이봉의, “방문판매법상 다단계판매 규제의 문제점과 개선방안”, 「경쟁법연구」, 한국경쟁법학회, 2009년 5월, 7면; 정진명, “다단계판매의 개념 및 판단기준에 대한 고찰”, 「재산법연구」, 한국재산법학회, 2010년 10월, 365면.

10) 전문개정 1995. 1. 5(법률 제4896호).

업자 또는 용역제공업자가 공급하는 상품을 구입하거나 용역을 제공받아 이를 소비자들에게 판매 또는 제공할 것, 나. 가목의 규정에 의한 소비자들의 전부 또는 일부를 당해 특정인의 하위판매원으로 가입하도록 하여 그 하위판매원이 당해 특정인과 동일한 활동을 하도록 할 것"으로 정의하고(방문판매법 제2조 제7호), 여기서 "일정한 이익"이라 함은 "다단계판매에 있어서 다단계판매원이 소비자에게 상품을 판매하거나 용역을 제공하여 얻는 소매이익과 다단계판매업자가 그 다단계판매원에게 지급하는 후원수당"을 말한다고 규정하였다(방문판매법 제2조 제8호). 이에 따라 다단계판매는, 첫째 판매원의 가입이 2단계 이상 순차적·단계적으로 이루어지는 판매방식으로 제한되었고, 둘째 판매원은 자신이 모집한 1단계 하위판매원의 판매실적에 따른 이익을 분배받을 수 있게 되었고, 셋째 다단계판매업자는 다단계판매원에게 비용 기타 금품을 징구하는 등의 일정한 부담을 지게 하는 행위가 금지되었다.¹¹⁾ 특히 판매원의 가입이 2단계 이상 단계적으로 이루어지고, 하위판매원의 판매에 따른 후원수당을 얻기 위한 피라미드판매 방식으로 변질되는 계기가 되었다.¹²⁾

2002년 개정된 방문판매법¹³⁾은 "다단계판매"를 "판매업자가 특정인에게 다음 각목의 활동을 하면 일정한 이익(다단계판매에 있어서 다단계판매원이 소비자에게 재화 등을 판매하여 얻는 소매이익과 다단계판매업자가 그 다단계판매원에게 지급하는 후원수당을 말한다)을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원의 가입이 단계적(판매조직에 가입한 판매원의 단계가 3단계 이상인 경우를 말한다)으로 이루어지는 다단계판매조직(판매조직에 가입한 판매원의 단계가 2단계 이하인 판매조직 중 사실상 3단계 이상인 판매조직으로 관리·운영되는 경우로서 대통령령이 정하는 판매조직을 포함한다)을 통하여 재화 등을 판매하는 것을 말한다. 가. 당해 판매업자가 공급하는 재화 등을 소비자에게 판매할 것, 나. 가목의 규정에 의한 소비자의 전부 또는 일부를 당해 특정인의 하위판매원으로 가입하도록 하여 그 하위판매원이 당해 특정인의 활동과 같은 활동을 할 것"으로 정의하였다(방문판매법 제2조 제5호). 여기서 "대통령령이

11) 정진명, 전계논문, 365면.

12) 김성천, 전계논문, 118면; 정진명, 전계논문, 365면.

13) 전부개정 2002. 3. 30(법률 제6688호).

정하는 판매조직"은 첫째, 판매원에 대한 후원수당의 지급방법에 있어 판매원의 단계가 3단계 이상인 경우와 동일하거나 유사한 판매조직 둘째, 다른 사람으로부터 판매 또는 조직관리를 위탁받은 자(방문판매법 제13조의 규정에 의하여 다단계판매업자로 등록한 자를 제외한다)가 자신의 하위판매원을 모집하여 관리·운영하는 경우 위탁한 자와 자신의 하위판매조직을 하나의 판매조직으로 볼 때 3단계 이상인 판매조직이거나 이와 유사하게 관리·운영되는 판매조직을 말한다(방문판매법 시행령 제2조 제1호).

2002년 개정된 방문판매법은 1995년 개정 방문판매법과 비교·정리하면 다음과 같다. 첫째, '판매'의 개념에 '위탁과 중개'를 포함시켰다. 둘째, 가목의 "당해 판매업자 또는 용역제공업자가 공급하는 상품을 구입하거나 용역을 제공받아 이를 소비자들에게 판매 또는 제공할 것"을 "당해 판매업자가 공급하는 재화 등을 소비자에게 판매할 것"으로 개정함으로써 '상품의 구입'부분을 삭제하였다. 셋째, 1991년 제정 당시 정의규정에 포함되었던 판매원 가입시의 일정한 경제적 부담 요건이 정의규정에서 삭제되는 대신 금지행위(방문판매법 제23조 제1항 제3호)로 대체되었다.¹⁴⁾ 넷째, "판매원의 단계가 3단계 이상인 경우와 동일하거나 유사한 판매조직"이라고 하여 다단계판매조직에의 가입단계가 2단계에서 3단계로 확대되었다. 다섯째, 판매업자로부터 재화 등을 공급받는 자를 '특정인'으로 규정하고 있어 다단계판매에 특유한 판매원과 소비자의 중첩적 지위가 발생하게 되었다.

Ⅲ. 개정 방문판매법의 주요 내용

1. 다단계판매 정의 규정의 정비

"다단계판매"란 다음 가. 판매업자에 속한 판매원이 특정인을 해당 판매원의 하위 판매원으로 가입하도록 권유하는 모집방식이 있을 것, 나. 가목에 따

14) 이는 판매원의 부담 요건이 판매조직에 대한 사전규제에서 사후적인 행위규제로 전환된 것이다(이봉의, 전제논문, 8면).

른 판매원의 가입이 3단계(다른 판매원의 권유를 통하지 아니하고 가입한 판매원을 1단계 판매원으로 한다. 이하 같다) 이상 단계적으로 이루어질 것. 다만, 판매원의 단계가 2단계 이하라고 하더라도 사실상 3단계 이상으로 관리·운영되는 경우로서 대통령령으로 정하는 경우 다. 판매업자가 판매원에게 제9호나목 또는 다목에 해당하는 후원수당을 지급하는 방식을 가지고 있을 것의 요건을 모두 충족하는 판매조직을 통하여 재화등을 판매하는 것을 말한다(개정 방문판매법 제2조 제5호).¹⁵⁾

이는 다단계판매의 요건 중 '소비자' 및 '소매이익' 부분을 삭제하여 유사 다단계판매업체들을 다단계판매업체로 규율하는 것이다. 이를 구체적으로 표로 정리하면 다음과 같다.

〈표 3〉 다단계판매 정의규정 비교¹⁶⁾

(현행) 다단계판매	(개정) 다단계판매
①판매원이 특정인을 하위판매원으로 모집	①판매원이 특정인을 하위판매원으로 모집
②판매원 가입 3단계 이상	②판매원 가입 3단계 이상
③판매원의 판매 및 조직관리 활동에 대해 후원수당 지급	③판매원의 판매 및 조직관리 활동에 대해 후원수당 지급
④판매원이 판매업체로부터 물건을 구입·재판매하면서 차익발생(소매이익 요건)	(삭제)
⑤재화 등을 구입한 소비자가 판매원으로 가입하였을 것(소비자 요건)	(삭제)

2. 후원방문판매 신설

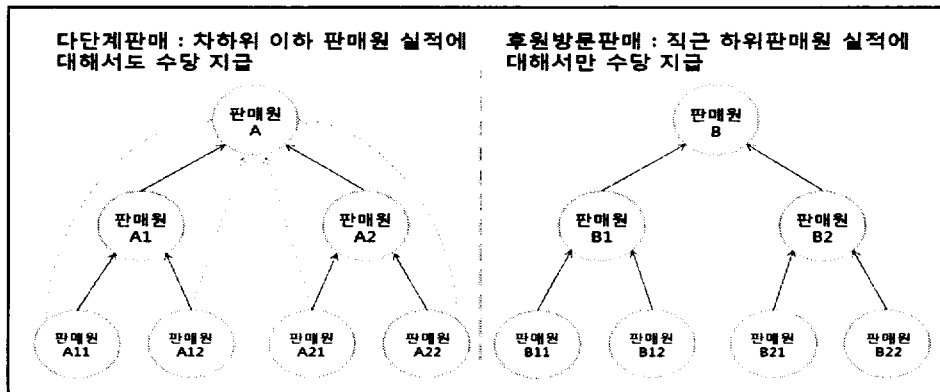
후원방문판매 신설하면서 소비자피해보상보험 가입의무, 후원수당 총액제한,

15) ①판매원이 판매원을 모집하고 ②3단계 이상 조직을 갖고 있으면서 ③본인 외 다른 판매원 실적에 따라 수당을 받는 영업형태는 모두 다단계판매로 규율하도록 하여 탈법 소지를 제거하였고, 그간 규제회피 수단으로 악용되어 온 소비자·소매이익요건을 삭제하였다. 공정거래위원회(www.ftc.go.kr, 2012년 6월 28일 검색)

16) 공정거래위원회(www.ftc.go.kr, 2012년 6월 28일 검색)

취급제품 가격상한을 두었다. 이를 자세히 살펴보면 첫째, 특정 판매원의 실적 이 직근 상위판매원 1인의 후원수당에만 영향을 미치는 후원수당 지급방식을 가진 방문판매를 후원방문판매로 정의하고 다단계판매에 준하는 규제를 도입 하는 것이다. 후원방문판매 신설 및 소비자안전장치 도입 하는 것이다(개정 방문판매법 제2조 제7호, 제29조). 또한 다단계판매에 비해 상대적으로 소비자 피해 가능성이 높지 않은 후원수당 1단계 영업방식을 '후원방문판매'¹⁷⁾로 별도로 구분하는 것이다.

〈표 4〉 다단계판매·후원방문판매 차이¹⁸⁾



후원방문판매에 다단계판매와 유사한 규율체계 도입하고, 또한 소비자피해 보상보험 가입 의무화함으로써 후원방문 사업자에게 보험·공제조합·지급보증 중 하나를 체결하도록 의무화하였다. 후원방문판매에 대하여 시·도 등록을 의무화하되, 소규모 판매대리점을 고려하여 다단계판매와 달리 별도 자본금¹⁹⁾ 요건은 두지 않았다는 것이 특징이라 할 수 있다. 둘째, 취급제품 가격상한이다. 고가 상품은 점포판매나 정규 영업사원을 통한 방문판매 방식이 적절하다는 점을 고려하여 취급제품 가격상한 규제를 도입하였다. 이는 상한금액은 시

17) 직근 판매원의 실적에 대해서만 후원수당을 받는 형태이다.

18) 공정거래위원회(www.ftc.go.kr, 2012년 6월 28일 검색)

19) 현행 방문판매법은 다단계판매는 5억원의 등록자본금 요건을 두고 있다.

행령 위임사항이나, 현재 다단계에 시행중인 130만원에서 그간 물가상승율을 반영하여 160만원 수준으로 상향 한 것이다. 셋째, 후원수당 총액규제이다. 후원수당 과다 지급으로 인해 불법 피라미드판매로 변질될 위험을 방지하기 위해 후원수당 지급 총액을 매출액 대비 38% 이내로 제한하였다.²⁰⁾ 넷째, 청약철회 기간 연장이다. 다단계 판매원의 청약철회 기간을 다단계판매와 동일하게 3개월로 연장하여 다단계 판매원의 권익을 보호하기 위한 것이다. 다섯째, 최종소비자 매출비중이 70% 이상인 업체들에 대해서는 사전규제 적용을 제외하여 다단계 판매원의 사재기 우려가 없는 업체들이 불필요한 규제를 받지 않도록 하기 위한 것이다.

3. '사행적 판매원 확장행위'금지규정 신설 및 처벌 강화

현재 다단계판매는 금지행위·사실상 금전거래행위 등으로 분산되어 있던 불법 피라미드판매 유형을 별도 금지행위로 신설하고 벌칙을 대폭 강화하는 내용을 담고 있다.²¹⁾(개정 방문판매법 제24조)

4. 청약철회등의 행사기간 연장

현재 다단계판매는 계약서에 청약철회 관련사항이 미기재되었거나 청약철회 방해행위가 있었던 경우에도 계약서 교부일로부터 14일내에만 청약철회가 가능하여 소비자의 청약철회가 제약되는 경우가 많았다. 개정 방문판매법에서는 계약서에 청약철회 사항이 기재되지 아니한 경우에는 청약철회를 할 수 있음을 안 날·알 수 있었던 날부터 14일 이내까지, 청약철회 행사를 방해한 경우에는 그 방해행위가 종료된 날부터 14일 이내까지 청약철회를 할 수 있도록 보완하였다(개정 방문판매법 제8조 제1항 제3호 및 제4호).

20) 이는 현재 다단계판매에 적용하고 있는 35%에 비해 일부 완화한 것이다.

21) 금지적용사례로는 취직·재택알바·부업알선 등 명목으로 유인하여 다단계판매 교육을 받도록 하는 행위이다. 예컨대, 건강기능식품을 원가 2만원에 구입하여 다단계판매원에게 30만원에 판매하는 행위, 판매원 또는 판매원이 되려는 사람에게 본인의 의사에 반하여 교육·합숙 등을 강요하는 행위 등이다. 7년이하의 징역, 2억원 이하의 벌금이 규정되어 있다.

5. 신고포상금제 도입

미등록 다단계·후원방문판매, 사행적 판매원 확장행위 위반업체에 대하여 신고포상금제를 도입하고, 이에 대한 자세한 포상금 지급대상·절차 등은 대통령령으로 규정하였다.

공정거래위원회는 다음 각 호 1. 제13조 제1항 또는 제29조 제3항을 위반하여 등록을 하지 아니하고 다단계판매조직 또는 후원방문판매조직을 개설·관리 또는 운영하는 행위, 2. 제24조를 위반한 행위 어느 하나에 해당하는 위반행위를 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 제출한 자에 대하여 예산의 범위에서 포상금을 지급할 수 있다(개정 방문판매법 제44조 제2항). 개정 방문판매법 제44조 제1항에 따른 포상금의 지급대상이 되는 이 법 위반 행위 및 포상금 지급대상자의 범위, 포상금 지급의 기준·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다(개정 방문판매법 제44조 제2항).

6. 방문판매 판매원명부 비치의무 삭제

판매원명부 비치의무를 삭제하고, 대신 소비자의 요청이 있는 경우에 판매원의 신원을 확인해 주도록 규제를 완화하였다(개정 방문판매법 제6조 제2항). 생각이는 다단계판매원은 반드시 계약 체결 전에 소비자에 대한 설명의무를 추가하여야 할 것이다.

7. 방문·다단계판매 직권말소 사유 구체화

직권말소 사유를 파산선고를 받은 경우, 세무서에 폐업신고를 한 경우, 6개월을 초과하여 영업을 하지 않는 경우로 구체화하였다(개정 방문판매법 제12조 제2항, 제26조 제3항).

8. 다단계판매 변경신고 사항의 합리화

다단계 판매업자가 변경신고 사항 가운데 재고관리·후원수당 지급등 판매 방법 기재 서류 등 일부 사항을 제외하여 절차 간소화였다 (개정 방문판매법 제13조 제2항).

9. 계속거래시 자동갱신계약 만료일 전 통지의무 신설

1개월 이상에 걸쳐 재화등을 공급하는 계속거래계약 가운데 자동갱신되는 계약에 대해서는 계약종료 50일전~ 20일전까지 기간에 종료일을 통지하도록 의무화하였다(개정 방문판매법 제30조 제3항).

10. 다단계판매 등록 변경사항 미신고를 형사벌에서 과태료로 전환

다단계판매 등록 변경사항 미 신고를 현행 방문판매법은 형사벌이었으나, 개정 방문판매법에서는 과태료로 전환하였다(개정 방문판매법 제66조 제1항 제4호). 이는 다단계판매 등록사항 변경 미신고시 형벌을 부과하고 있으나 단순 행정의무 위반이라는 점을 고려, 과태료로 전환한 것이다.

11. 전화권유판매 수신거부의사 등록시스템 구축근거 마련

소비자가 전화권유판매 수신거부의사를 명시적으로 표시·등록할 수 있는 등록시스템을 구축할 수 있도록 법적 근거 마련하였다(개정 방문판매법 제42조).

IV. 개정 방문판매법에 대한 검토

1. 다단계판매 정의규정에 대한 검토

개정 방문판매법은 판매원이 판매원을 모집하고, 3단계 이상 조직을 갖고 있으면서, 본인 외 다른 판매원 실적에 따라 수당을 받는 영업형태는 모두 다

단계판매로 규율하도록 하여 탈법적인 소지를 제거하였다. 또한 그동안 규제 회피 수단으로 악용되어 온 소비자·소매이익요건을 삭제하였다.

〈표 5〉 다단계판매 정의규정과 관련한 5개 개정안별 핵심내용

구분	주요내용
정부안	○ 다단계요건 중 '소비자요건'을 삭제하여 다단계판매의 범위를 일부 확장 ⇒ 신방문판매업체가 다단계판매업체로 분류
김동철 의원안	○ 판매원단계 2단계이상을 다단계로 정의하여 다단계판매의 범위를 대폭 확대 (후원수당 지급단계는 불문) ○ 신방문판매업체들 뿐만 아니라 일반 방문판매업체 상당수가 다단계판매업체에 포함
홍영표 의원안	○ 다단계요건 중 '소비자요건'과 '소매이익요건'을 삭제하여 다단계판매의 범위를 정부안보다 확장
박상돈 의원안	○ "판매원 3단계 이상"에서 "후원수당 2단계이상"으로 변경하여 다단계판매의 범위를 대폭 축소 ⇒ 신방문판매업체가 방문판매로 분류 ※ 판매원 조직단계가 3단계 이상이고, 후원수당이 지급되더라도, 수당이
조원진 의원안	적근하위판매원의 실적에만 연동되는 한 방문판매로 분류 ○ 위험성 있는 신방문판매업체가 방문판매로 분류되는 점을 감안하여 방 문판매에 대한 규제 강화
T·F 협약안 주요내용	○ 후원방문판매(가칭)의 총매출액, 매출액대비 후원수당 지급비율, 등록 판매원 수 등 정보공개 ○ 청약권 14일에서 3개월로 강화 ○ 소비자피해보상 보험 체결 의무화, ○ 직근 하위 판매원이 아닌 다른 판매원과 관련해 후원 수당을 지급하는 행위 금지, ○ 후원방문판매 등록은 의무화 하되 자본금 요건 부과 금지, ○ 옴니트리션(비판매원에 대한 최소매출비율) 기준 신설 ○ 기타 임직원 결격사유, 판매원 등록 결격사유 등 다단계판매 시장의 건 전화에 기여해 온 각종 금지행위를 포함

생각건대, 단계 제한의 문제를 살펴보면 미국²²⁾이나 일본에서는 다단계 판
매의 개념에 있어서 단계에 대한 제한은 없고 재화 등의 판매 또는 후순위가

22) 고흥석, "다단계판매에 관한 미국법제 및 정의규정에 대한 연구", 「법학논총」, 단국대학교
법학연구소, 2010년 12월, 3면 이하.

입자의 모집을 통해 일정한 이익을 얻을 수 있다고 유인하여 판매조직을 형성하고 상품 등을 판매하는 행위를 다단계판매로 보고 있다. 하지만 우리나라의 경우 위와 같은 성격의 조직 중 판매조직이 3단계 이상인 경우만을 다단계로 정의하고 있다는 점에서 차이가 있다. 즉, 우리나라의 경우도 1995년 1월 법률 개정 전에는 판매조직의 단계수와 무관하게 다단계판매의 성격을 가지는 경우는 모두 다단계판매로 보아 규제하였으나, 1995년 1월과 1995년 12월에 법률을 개정하면서 판매원의 단계를 각각 2단계 이상과 3단계 이상으로 한정하는 것이다. 그런데 이러한 단계수의 제한으로 말미암아 유사다단계조직인 신방판매체나 방판매조직을 이용한 금전피라미드를 처벌하기 곤란한 측면이 있다. 물론 방문판매법은 「누구든지 다단계판매조직 또는 이와 유사하게 단계적으로 가입한 자로 구성된 다단계조직을 이용하여 재화등의 거래 없이 금전거래만을 하거나 재화등의 거래를 가장하여 사실상 금전거래만을 하는 행위를 하여서는 아니된다」고 규정하여 유사다단계 조직도 처벌하지만 그 개념이 불명확하여 사실상 처벌에 어려움이 있다.²³⁾

2. 후원방문판매 신설 및 소비자안전장치 도입에 대한 검토

다단계판매에 비해 상대적으로 소비자피해 가능성이 높지 않은 후원수당 1단계 영업방식을 '후원방문판매'로 별도로 구분하였다. 즉, 후원방문판매에 다단계판매와 유사한 규율체계 도입하였다. 소비자피해보상보험 가입 의무화함에 따라 후원방판매 사업자에게 보험·공제조합·지급보증 중 하나를 체결하도록 의무화하였다.

생각건대, 현행 방문판매법에서 첫째, 다단계 판매업자는 보험·공제조합·지급보증 중 하나를 체결하도록 의무화하고 있으나, 공제조합만이 소비자피해보상을 하고 있는 실정이다. 그에 대한 실효성이 의문이다. 또한 등록제에 부분으로 시·도 등록을 의무화하되, 소규모 판매대리점을 고려하여 다단계판매와 달리 별도 자본금 요건은 두지 않은 것은 또다른 새로운 유형이 등장할 것으

23) 김홍석, 전제 논문, 108면.

로 생각된다. 둘째, 제품 가격상한에 대한 것으로 고가 상품은 점포판매나 정규 영업사원을 통한 방문판매 방식이 적절하다는 점을 고려하여 취급제품 가격상한 규제를 도입한 것, 그리고 상한금액은 시행령 위임사항이나, 현재 다단계에 시행중인 130만원에서 그동안의 물가상승율을 반영하여 160만원 수준으로 도입키로 함은 실제로 동일대비 제품보다 후원수당으로 다단계판매업체의 제품가격이 높다.²⁴⁾ 셋째, 후원수당 총액규제 부분에서 후원수당 과다 지급으로 인해 불법 피라미드판매로 변질될 위험을 방지하기 위해 후원수당 지급 총액을 매출액 대비 38% 이내로 제한한 것은 후원방문판매 '비 판매원 소비자'에 대한 매출이 전체 매출액의 70% 이상이어야 한다'는 '옵니트리션²⁵⁾' 기준을 도입했으므로, 1단계 후원수당만 지급하는 후원방문판매 특성 상 후원수당 35% 이내 제한이 적용되서는 안 된다."는 것이다. '옵니트리션' 제도의 가장 큰 맹점은 소비자에게 직접 팔았다는 사실을 입증할 증거가 없다는 점이다. 즉, 차명 등을 이용해 얼마든지 '눈 가리고 아웅'하는 식의 편법을 동원한 영업이 판 칠 가능성이 매우 높다는 것이다. 이는 다단계판매와 방문판매의 형태의 차이를 이해 하지 못한 것이라 생각된다. 즉 옵니트리션 제도는 방문판매업체의 잘못된 영업 행위를 규제하는데 제 역할을 다하지 못할 뿐만 아니라, 소비자에게 직접 팔았다는 증거가 없는 것이다. 한편 순수방문판매에서 수당한도 및 상품가격제한이 없어도 크게 문제되지 않는다. 반면 타인의 실적에 대한 후원수당을 허용하는 후원방문판매에서는 후원수당 지급 한도와 취급 상품 가격 상한선이 반드시 도입되어야 한다. 실질적으로는 파악이 불가능하면서 허울만 좋은 '옵니트리션' 제도 도입 대신 현실성 및 실효성이 있게 운용해야 할 것이다. 넷째, 후원수당 범위에 대한 형평성 문제이다. 외국계 기업이 교육 훈련에 대한 경비를 본사에서 지출할 경우, 한국법인은 이를 후원수당에

24) 한편, 단일상품 130만원 미만 가격 제한에 대해 2002년 개정된 이 규제가 그 동안의 물가 상승 등을 고려해 150만원으로 상향조정된다 해도 큰 무리가 없을 것으로 판단된다. 다만, 이 조항 또한 다단계판매와 마찬가지로 형평성을 위해 동일하게 적용되어야 한다. 현재 화장품 등 대형방문판매업체들이 취급하는 물품은 사실상 단품으로 150만원 이상을 호가하는 것이 거의 없다.

25) 최종소비자 매출비중이 70% 이상인 업체들에 대해서는 사전규제의 적용을 제외하여 판매원 사재기 우려가 없는 업체들이 불필요한 규제를 받지 않도록 하기 위한 것이다.

전혀 포함하지 않아도 되는 반면 한국 기업은 모든 교육경비가 후원수당에 포함되기 때문에, 외국계 기업과의 동일한 범위 적용은 불공평하다는 것이 문제점이라 생각된다.

3. '사행적 판매원 확장행위'금지규정 신설 및 처벌 강화에 대한 검토

현재 다단계판매 금지행위·사실상 금전거래행위 등으로 분산되어 있던 불법 피라미드판매 유형을 별도 금지행위로 신설하고 벌칙을 대폭 강화하는 내용을 담고 있다.

특히 대학생 다단계 등 사례에서 문제된 취업·부업알선 등 거짓 명목으로 유인하는 행위에 대한 금지행위를 신설하여 다단계·후원방문판매 및 이와 비슷한 단계적 조직에 대하여 포괄적으로 금지하여 탈법적 운영을 원천적으로 금지하기 위한 것이라 생각된다. 또한 미등록 다단계판매 및 사행적 판매원 확장행위에 대해서는 신고포상금제를 도입하여 불법행위에 대한 대응 강화하기 위한 것이다. 그러나 사인간의 계약임에 불구하고 소비자의 취소권에 대한 부분이 추후 검토되어야 할 것이다.

현행 방문판매법은 「누구든지 다단계판매조직 또는 이와 유사하게 단계적으로 가입한 자로 구성된 다단계조직을 이용하여 재화등의 거래 없이 금전거래만을 하거나 재화등의 거래를 가장하여 사실상 금전거래만을 하는 행위를 하여서는 아니된다」고 규정하고 있다(제23조 제2항).

반면, 일본의 무한연쇄강방지법²⁶⁾에서는 무한연쇄강의 금지와 관련하여, 「누구든지 무한연쇄강을 개설하거나, 운영하거나, 무한연쇄강에 가입하거나, 가입을 권유하거나, 이러한 행위를 조장하는 행위를 하여서는 아니된다」고 규정하고 있다(무한연쇄강방지법 제3조).²⁷⁾

26) 일본의 연쇄판매거래 법제에 대한 분석으로는 한국법제연구원, 방문판매 및 다단계판매 법제에 관한 비교법적 연구, 2008년, 82면 이하; 이효경, "일본 특상법상의 방문판매와 연쇄판매거래의 개념에 관한 고찰", 『비교사법』, 2009년, 12월, 한국비교사법학회, 409면; 이효경, "일본의 특상법에 있어서 방문판매규제의 과제와 전망", 『성균관법학』, 2007년 12월, 성균관대학교 법학연구소, 367면 이하; 정진명, 전계논문, 359면 이하.

27) 한편, 당해 규정을 위반하였을 때의 벌칙 규정을 비교해 보면, 우리나라는 '5년 이하의 징

따라서, 우리나라 현행 방문판매법 제23조 제2항은 '다단계판매조직...을 이용하여 ...'라고 규정하고 있기 때문에 동 규정에 의하여 규제되는 대상은 금전다단계거래행위를 개설하거나 운영하는 자만으로 제한되어 있다고 할 수 있다. 따라서 일본의 무한연쇄강방지법에서 규정하고 있는 것처럼 무한연쇄강에 가입하거나 가입을 권유하거나 조장하는 행위를 하는 자에 대하여는 별도의 금지규정을 마련하고 있지 못하여, 이들에 의한 금전피라미드 조직의 확대에 적절하게 대응하지 못하는 점이 있다. 우리 방문판매법의 다단계금전거래 행위 금지규정이 일본의 무한연쇄강방지법과 규정 취지를 같이 하는 것임에도 불구하고 그 구체적인 규정 내용에 있어서는 개설·운영자만을 처벌하도록 하고 있어 일본의 무한연쇄강방지법에 비하여 처벌 범위가 협소하다는 것은, 다단계금전거래조직에 대한 법적 규제에 있어 소극적·온정적인 태도를 취한 것으로 평가될 수밖에 없을 것이다. 그러나 다단계금전거래조직은 최초에는 소수의 개설·운영자에 의하여 주도적으로 조직되지만, 이들에 의하여 일정한 수의 가입자가 발생하게 된 다음에는 이들 선가입자들의 권유와 회유에 의하여 보다 많은 후순위가입자가 생기게 되며, 이들이 다시 권유행위를 계속함으로써 가입자 수는 물론이고 잠재적인 피해규모도 급격하게 늘어나게 되는 것이라는 점을 고려할 때, 우리나라 방문판매법이 금전거래조직의 개설·운영자만을 규제하고 권유자를 규제 대상에서 제외하고 있는 것은 이들도 피해자의 성격을 가진다는 측면을 고려한 것으로 이해할 수 있지만, 반면에 자신의 이익을 위하여 다른 희생자를 물색한다는 측면에서 본다면 가해자로서의 측면도 결코 무시할 수 없는 것이라고 보아야 할 것이다.²⁸⁾

역 또는 1억5천만원 이하의 벌금'에 처한다고 규정하고 있지만(동법 제52조 제1항 제3호), 일본은 무한연쇄강을 개설하거나 운영하는 자에 대하여 '3년 이하의 징역 또는 300만엔 이하의 벌금'에 처하거나 이를 병과한다고 규정하여(동법 제5조), 우리나라가 일본의 경우보다 무한연쇄강 개설·운영의 측면에 국한하여 볼 때, 더 강한 처벌규정을 마련하고 있다고 볼 수 있다. 그러나 일본의 경우에는 무한연쇄강에의 가입을 권유한 자에 대하여도 별도의 처벌규정을 마련하고 있다는 점에서, 이러한 규정을 두고 있지 않은 우리의 경우보다는 더 엄격한 태도를 취하고 있다고 할 것이다. 김홍석, 전계논문, 108면.

28) 김홍석, 전계논문, 108면.

4. 청약철회등의 행사기간 연장에 대한 검토

개정 방문판매법에서는 계약서에 청약철회 사항이 기재되지 아니한 경우에는 청약철회를 할 수 있음을 안 날·알 수 있었던 날부터 14일 이내까지, 청약철회 행사를 방해한 경우에는 그 방해행위가 종료된 날부터 14일 이내까지 청약철회를 할 수 있도록 보완하였다(개정 방문판매법 제8조 제1항 제3호 및 제4호). 이에 대하여 검토하면 판매원의 청약철회와 관련하여 첫째, 청약철회권에서 계약해제권으로 변경이다. 이는 판매원의 계약해소권의 근본 취지와 일치시키기 위하여 계약해제권으로 개정할 필요가 있으며, 그 기간 역시 1년으로 연장할 필요가 있다. 둘째, 상위 판매원에 대한 하위 판매원의 해제권 신설이다. 계약당사자인 상위 판매원에 대한 해제권의 도입하여야 한다. 이는 상위 판매원에 대한 해제권행사 불가능 또는 실효성이 없는 경우 판매업자에 대한 해제권의 행사 또는 소비자 취소권 등의 규정이 신설되어야 할 것이다.

5. 신고포상금제 도입

미등록 다단계·후원방문판매, 사행적 판매원 확장행위 위반업체에 대하여 신고포상금제를 도입하고, 이에 대한 자세한 포상금 지급대상·절차 등은 대통령령으로 규정하였다(개정 방문판매법 제44조 제1항, 제2항).

이에 대하여 공법적 규제가 이루어지지만 사법적 효과에 대하여는 아무런 규정이 없다. 사행적 판매원 확장행위, 기망행위를 한 미등록 다단계·후원방문판매에 대하여도 사법상 불이익을 부과하고, 이를 통하여 계약을 체결한 소비자 등을 보호하기 위하여 민법상 취소권과 별도의 소비자취소권을 부여하여 당해 계약관계에서 벗어날 수 있도록 하는 방안의 도입을 고려할 필요가 있다고 생각한다. 즉, 계약법적인 관점에서 보면 계약의 해소를 위한 소비자계약의 취소권 도입의 검토 부분도 추후에 논의되어야 할 것이라 생각된다.

V. 결 어

방문판매법은 다단계판매를 금지하는 것이 아니라 판매자체는 허용하면서 그로 인한 피해를 방지하기 위한 규정들이다. 특히 다단계 판매방식의 특징은 판매원의 가입이 순차적·단계적으로 확산된다. 직접적인 대인판매·연고판매에 의존하기 때문에 사행성과 소비자 피해를 야기할 가능성이 매우 높다. 그러므로 다단계판매 및 방문판매의 개념을 명확히 하여 탈법적인 유형의 판매조직이나 불법적인 피라미드판매가 이루어지지 않도록 하여야 하고, 이와 함께 방문판매법이 허용하는 다단계판매는 보호될 수 있도록 하여야 한다. 따라서 다음에서는 다단계판매의 개념에 대한 개정방안을 제시하고, 이를 바탕으로 개정안을 제안해 보고자 한다. 방문판매법은 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 계속거래 및 사업권유거래에 대해 규정하고 있다.

첫째, 다단계판매는 기존의 형식적인 '다단계' 판매조직 유무를 떠나 '부당한 유인'의 성격을 가지고 있는지의 여부를 기준으로 판단하여야 한다. 방문판매법상 다단계판매에 대한 개념의 변천에서 볼 수 있듯이 다단계판매는 판매원의 가입단계가 2단계인지, 3단계인지가 본질적인 문제가 아니라 판매단계를 계속해서 확장하는 유인의 수단 내지 방식이 관건이다. 미국의 경우 다단계판매는 '가입의 권유'에 초점을 맞추어 다단계판매 개념을 정립하고, 보수 및 후원수당은 상품의 판매 실적 또는 서비스의 제공 실적이 주요한 원인행위인지의 여부를 기준으로 불법적인 피라미드와 구분하고 있다. 독일의 경우도 단계적 고객모집 방식의 판매방법은 영업상 경험이 없는 소비자를 후원수당을 통하여 사업자의 판매 및 유통조직에 참여시켜 이를 확대하려는 것으로 보아 부정경쟁방지법의 적용대상으로 삼고 있다. 일본의 경우도 다단계판매는 단계별 기준이 아닌 거래 내지 행위 형태별 기준을 중심으로 판단하고 있다.

둘째, 방문판매법상 다단계판매의 정의규정은 단계별 구별을 삭제하여 방문판매는 순수방문판매의 경우로 한정하고, 그 외의 다단계판매의 성격을 가지고 있는 모든 거래행위는 다단계판매의 규정을 적용하는 것이 타당할 것이다.²⁹⁾ 이 경우 재화를 판매하는 모든 사업자가 규제대상이 될 수 있으며, 또

한 현행 방문판매법상 다단계판매에 대한 규제의 입법취지와 일치하지 않는 문제가 있다.³⁰⁾ 그러나 다단계판매의 개념을 형식적인 단계적 방식에서 벗어나 부당한 이익을 통한 가입권유 행위 중심으로 전환할 경우 방문판매법상 다단계판매에 관한 규정이 적용되지 않거나 단계구분의 모호성을 악용한 판매방식도 규제대상으로 포섭할 수 있다.³¹⁾ 또한 상품이 아직 판매되지 않았거나 서비스가 제공되지 않았다고 하더라도 부당한 이익을 제시하여 판매원을 모집하는 단계에 있는 다단계판매에 대하여도 규제가 가능하게 된다.³²⁾

셋째, 방문판매법상의 금전거래행위는 다단계판매조직 또는 다단계판매방식을 이용한 금전거래행위에 제한적으로 적용되는 규정이며, 유사수신행위규제법상의 유사수신행위는 다단계판매조직 또는 다단계판매방식이 사용되지 않는 기타의 경우의 자금수입 행위에도 포괄적으로 적용되는 규정으로 보는 것이 타당할 것이다. 보다 구체적으로 일정한 금전거래행위가 다단계조직을 이용하지 않고 단지 사업설명회 등을 통하여 투자자와 회사간에 직접 이루어지는 경우나, 물품이나 용역의 거래가 수반되지 않고 단지 좋은 사업투자기회의 제공만을 주목적으로 하는 경우(단순투자권유형)에는 유사수신행위로 보아 유사수신행위규제법을 적용하는 것이 타당할 것이지만, 이러한 자금수수행위라도 그것이 다단계판매조직 또는 다단계판매방식을 이용하여 이루어지는 것이라면 (설령 일부 상품거래를 가장하더라도) 방문판매법상의 다단계금전거래행위로 보는 것이 타당하다고 본다.

29) 이러한 측면에서 국민권익위원회의 권고안을 고려할 수 있다. 국민권익위원회(구 국가청렴위원회)는 다단계판매 정의규정을 ““다단계판매”라 함은 판매업자가 특정인에게 재화 등을 소비자에게 판매하거나 판매원으로 가입할 것을 권유·유인·유치·추천 등의 활동을 하면 일정한 이익을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원의 가입이 이루어지고, 그와 같은 과정이 순차적·반복적으로 이루어지는 판매조직(위탁·알선관계를 포함한다)을 통하여 재화 등을 거래하는 것을 말한다”로 개선할 것을 권고한 바 있다.(국가청렴위원회 보도자료, “청렴위, 다단계판매 관련법 전면적으로 고쳐야!”, 2007. 8. 20).

30) 김홍석·한경수, 전계논문, 112면; 심재한, 전계논문, 347면.

31) 불법 다단계판매의 경우 규제기관은 행정조사로 3단계 이상의 단계를 가진 다단계라는 증명을 하기 곤란하고, 업체가 이의신청, 소송을 제기하는 경우 불법행위를 즉시에 조치하기 어렵다.

32) 이봉의, 전계논문, 16면.

참고문헌

- 고형석, 「소비자보호법」(제2판), 세창출판사, 2008.
- 권오승, 「소비자보호법」(제5판), 법문사, 2005.
- _____, 「경제법」(제9판), 법문사, 2011.
- 김준녕, 「다단계 마케팅」, 21세기 북스, 1995.
- 김찬진, 「방문판매법 해설」, 요한사, 1992.
- 김형배·김규완·김명숙, 「민법학강의」(제9판), 신조사, 2010.
- 김홍석/한경수, 「다단계판매와 방문판매법에 관한 해설」, 앞세, 2008.
- 송덕수, 「신민법강의」(제5판), 박영사, 2012.
- _____, 「신민법입문」(제2판), 박영사, 2010.
- _____, 「민법총칙」, 박영사, 2011.
- 이호영, 「소비자보호법」, 홍문사, 2010.
- 정영훈, 「다단계법률가이드」, 유토피아북, 2002.
- 고형석, “다단계판매에 관한 미국법제 및 정의규정에 대한 연구”, 「법학논총」, 제34권 제2호, 단국대학교 법학연구소, 2010.
- _____, “소비자계약에 있어서 청약철회권의 적정화에 관한 연구”, 「소비자문제연구」, 한국소비자원, 2010.
- _____, “소비자보호법상 청약철회권에 관한 연구”, 「선진상사법률연구」, 법무부, 2009.
- 김성천, “소비자기본법의 개정과정과 내용에 관한 연구”, 「경제법연구」, 제6권 제2호, 한국경제법학회, 2007.
- _____, “방문판매법상 다단계판매규제에 관한 고찰”, 「경제법연구」, 제6권 제1호, 한국경제법학회, 2007.
- 김홍석, “다단계판매조직의 성립요건에 관한 소고”, 「기업법연구」, 제22권 제2호, 한국기업법학회, 2008.
- 김홍석/한경수, “방문판매법상 다단계판매의 개념정의와 개정방향에 관한 연구”, 「법학논총」, 제22집, 숭실대학교 법학연구소, 2009.

- 이봉의, “방문판매법 개정(안) 관련 토론문”, 방문판매 등에 관한 법률 개정(안) 공청회 자료, 공정거래위원회, 2008.
- _____, “방문판매법상 다단계판매 규제의 문제점과 개선방안”, 『경쟁법연구』, 제19권, 한국경쟁법학회, 2009.
- 이효경, “일본의 특상법에 있어서 방문판매규제의 과제와 전망”, 『성균관법학』, 제19권 제3호, 성균관대학교 법학연구소, 2007.
- _____, “일본 특상법상의 방문판매와 연쇄판매거래의 개념에 관한 고찰”, 『비교사법』, 한국비교사법학회, 2009.
- 전삼현, “방문·다단계판매의 판단기준에 관한 비교법적 고찰”, 『기업법연구』, 제22권 제3호, 한국기업법학회, 2008.
- 정진명, “다단계판매의 개념 및 판단기준에 대한 고찰”, 『재산법연구』, 제27권 제2호, 한국재산법학회, 2010.

[Abstract]

A Study on the revision of the Door to Door Selling Act

Lee, Jong-Koo

*Ph. D in Law, Researcher, Law Reserch Institute,
Chungbuk National Univ.*

Variants to regulate Multi-level companies was passed in the National Assembly.

For the first, multi-level variants, including rules for the target. Second, the new sponsorship sales visit. Third, strengthening discipline on illegal pyramid selling. Fourth, offer complementary revocation for consumers. Finally, include the introduction reward reported.

Strains included in this discipline, when the target of Multi-level marketing provisions to simplify the definition. Consumer safety devices are introduced nine minutes Door-to-Door sales and the general histology-door sales.

In addition, the Multi-level sales as well as to initiate compulsory registration. The same applies to prohibited conduct Multi-level marketing and support allowance cap limit (38% of sales max).

Handling the product price cap, consumer damage compensation insurance include mandatory. Under current law, Multi-level marketing is currently limited to within 35% of sales. The final consumer rather than a salesperson more than 70% of total sales for the sponsoring dealer prior to visit, except for applicable regulatory. Induced transition to a sound distribution system, and the total limit Commissions, handling the product price caps, mandated consumer damage compensation insurance were excluded.

Rules apply only to Multi-level marketing illegal pyramid scheme that was extended salesperson acts prohibited acts defined as aleatory.

Phased sponsors joined the organization in both sales, epenalties to be applied to content that has been strengthened.

Revocation of an offer to compensate consumers for information not listed in the contract cancellation of contract cases where the user can withdraw the contract that you could not tell me, within 14 days from the date of, cancellation of contract in the event that prevented the sabotage within 14 days from the date of completion to allow withdrawal of an offer to supplement contains information.

Key words : The Door to Door Selling Act, Revision of the Door to Door Selling Act, Consumer Protection, Cooling-off, Consumer' Right of Defense, Rescission, Commission, Omnitrition