

## 분양광고의 부풀림은 어디까지가 용서되나?

aw



장원법률사무소  
이 현 변호사

점심식사 때 직장 근처에 신장개업한 음식점 앞에 진열되어 있는 먹음직스러운 식사 모형이나 사진을 보고 구미가 당겨 음식을 주문하였지만 정작 나오는 식사는 그 모형이나 사진과 다른 경우가 비일비재하다. 게다가 음식 맛마저 형편 없다면, 우리는 “에이 이거 다르잖아”라고 불평하고 만다. 이렇게 식사 한끼 정도야 속았다 치고 참고 넘어 갈 수 있지만, 상당한 기간 아니면 거의 반평생을 준비하여 분양받은 아파트나 상가가 이른바 그림이나 광고와 많이 다를 때의 실망감과 분노는 참을 수 없는 경우도 많을 것이다.

어느 누구든 영업을 하면서 자신이 판매하는 상품이나 용역에 대하여 약간의 부풀림(Puffing)을 하는 것은 용인될 수 있고 그것은 곧 영업기술이다. 아파트나 상가를 분양할 때에는 모델하우스, 카탈로그, 신문 등에 분양대상의 내역, 특성, 수익 등을 광고하는데, 시공사나 시행사가 의도했건 아니건 간에 결과적으로 실제 분양될 때의 모습은 위 매체에 나타난 것과 다른 경우가 왕왕 있다. 이와 관련된 법률적 문제를 2개의 상반된 선례를 기준으로 3가지 측면에서 간략하게 소개하고자 한다.

첫째, 과장광고의 내용이 분양계약의 일부로 편입되어 수분양자가 그 내용의 이행을 구할 수 있는지 여부이다. 분양당사자들은 광고와는 별도로 분양계약을 체결하기 때문에 광고의 내용은 분양계약의

내용에 당연히 포함된다고 보기는 어렵다. 대법원은, 상가를 분양하면서 그곳에 첨단 오락타운을 조성·운영하고 전문경영인에 의한 위탁경영을 통하여 분양계약자들에게 100만원 이상의 수익을 보장한다는 광고를 하고, 분양계약 체결 당시 이러한 광고내용을 계약 상대방에게 설명한 사안에서 체결된 분양계약서에 이러한 내용이 기재되지 않았고 그 후의 위 상가임대운영 경위를 비추어 보면, 이러한 광고는 분양계약의 내용에 포함된다고 볼 수 없고, 단지 “청약의 유인”에 불과하다고 판시하고 있다(대법원 2001. 5. 29. 선고 99다55601, 55618 판결).

물론 특별한 사정이 있다면 분양광고나 분양공고도 계약의 내용으로 편입되거나 계약해석의 보충적 기준이 될 수 있음을 유의해야 한다. 서울지방법원은, 입주자 모집공고는 주택공급계약의 청약은 아니지만 대량의 주택공급에서 불특정 다수의 수요자에게 주택공급계약의 내용을 일률적으로 미리 알리고 그 내용에 따른 주택공급청약을 하게 한 후 추첨을 거쳐 당첨자와의 사이에 정형화된 주택공급계약을 체결하기 위한 절차이므로 아파트의 분양자는 수분양자에게 그 분양공고나 분양안내책자대로 시공되지 아니한 하자 또는 미시공 부분에 대한 보수나 재시공비용 상당의 손해를 배상할 책임이 있다고 판단하였다(서울지방법원 2000. 3. 31. 선고 97가합61423 판결). 위 판결은 하급심의 판단이고, 그 사실관계에 있

어서 부풀림의 정도가 좀 지나쳤다는 사정은 있지만, 분양광고의 광고주 입장에서 분양광고 내용에 주의를 기울여야 한다는 경중으로써는 충분하다.

둘째, 과장광고행위가 기망행위에 해당되어 수분양자에게 분양계약에 대한 취소권(민법 제110조) 또는 불법행위에 기한 손해배상청구권(민법 제750조)이 인정되는지 여부이다. 사업자가 자기 또는 사업자단체나 그 각 상품·용역의 내용, 거래조건 기타 그 거래에 관한 사항을 소비자에게 알리기 위하여 상품이나 사업장 등에 '표시'하거나 또는 이러한 사항을 각종 매체를 통하여 소비자에게 널리 알리는 '광고'를 할 때에는 조심하여야 한다. 즉, 허위·과장하는 표시 및 광고행위는 금지되고, 심한 경우 형사처벌을 받을 수도 있다(표시·광고의공정화에관한법률 제3조, 제17조).

그러나 아파트나 상가 분양의 광고에 다소간의 부풀림이 있다고 하더라도 항상 위 법률이 금지하는 부당한 표시·광고금지에 해당되거나 기망행위가 되는 것은 아니다. 상관행이나 신의칙에 비추어 허용되는 수준의 부풀림은 허용되는데,

어느 정도가 그 수위를 넘는 것인지 여부는 일률적으로 말할 수는 없다. 과장광고행위에 관한 대법원의 선례는 백화점 기타 유통회사의 광고에 관해서 많은데, 위 대법원 판례는, 수분양자가 상가의 용도가 특정된 특수시설을 분양받을 경우 그 운영을 어떻게 하고 그 수익은 얼마가 될 것인지와 같은 사항은 투자자들의 책임과 판단 하에 결정될 것이어서 이러한 광고에 다소 과장이 있다고 하더라도 기망행위까지 이른다곤 볼 수 없고, 수분양자들이 분양계약의 중요부분에 착오를 일으켜 계약을 체결한 것으로 볼 수도 없다고 판시하고 있다. 하지만, 위 하급심 판결은 분양광고에 아파트의 성능에 관하여 지나친 광고를 하였다고 판단하고, 기망행위의 성립을 인정하였다는 점을 주목하여야 한다.

셋째, 과장광고에 대하여 광고주가 아닌 시공사도 책임지는지의 여부이다. 분양광고의 광고주는 시행사나 시행대행사인 경우가 통례이므로 시공사가 과장광고에 따른 책임을 지는 경우는 많지 않다. 그러나 위 하급심 판결은 시공사가 과장광고의 내용에 관하여 알거나 알 수 있었음

에도 불구하고 그와 같은 분양광고에 자신의 상호가 표시되는 것을 용인하였다는 등의 사정이 있었던 사안에서, 시공사에게도 공동불법행위책임(민법 제756조)을 인정하였다.

과장된 분양광고에 관련된 3가지 측면을 간략하게 살펴보았다. 시행사나 시공사의 입장에서 높은 분양가와 분양율은 아파트나 상가 신축 및 분양에 있어서 핵심요소이다. 분양대상 건물을 아름답게 포장하는 것은 무엇보다 중요하지만 실제와 지나치게 다를 경우 시행사나 심지어 시공사도 분양계약에 따른 책임은 물론 불법행위책임을 부담할 경우가 있으니 유의하여야 할 것이다. 수분양자도 분양광고에는 약간의 부풀림이 항상 숨어 있다는 점을 유념하고, 본인이 구매결정을 하는 데에 중요하게 여기는 사항이 분양계약서에 부동산자조건 아니면 특약사항으로건 기입되어 있는지 여부와 분양광고와 상이한 점은 무엇인지를 항상 꼼꼼히 챙겨야 한다. 그렇지 않을 경우 수분양자는 첫머리에서 소개한 메뉴선택에 있어서의 낭패를 당하고 후회하기에는 치러야 할 음식값이 너무 클 것이다. **HJ**

## [ 최신판례 ]

### “은마아파트 재건축 불허, 재산권 침해 아니다” - 행정법원

서울행정법원 행정13부(재판장 이태중)는 20일 은마아파트재건축조합이 “2003년 강남구 안전진단 심의위원회가 아파트 재건축을 허가하지 않은 것은 부당하다”며 강남구를 상대로 낸 안전진단신청 반려처분 취소소송에서 원고패소 판결했다.

대치동 은마아파트는 1980년 완공된 4244가구의 대규모 단지로 이 아파트 재건축 조합은 “노후한 시설로 주민불편이 커 재건축해야 한다”며 강남구에 2002년과 이듬해에 걸쳐 두 차례 정밀안전진단을 신청했다. 그러나 강남구 안전진단 심의위원회는 “수도관 누수나 주차시설 부족 등 주민생활 불편은 보수나 리모델링으로 해결할 수 있다”며 “안

전진단 대상에 포함되지 않는다”고 모두 반려했고 주민들은 “재산권을 침해한 위법한 결정이다”라며 소송을 냈다.

(자료원 : 한겨레신문 2005년 12월 21일자)

### “주민 정신적 고통도 배상” 판결

- 서울지방법원

아파트 배관공사 부실로 침수사고가 났다면 건설사가 보수공사를 해주는 것 외에 악취나 이사로 겪은 주민의 정신적 고통도 배상해야 한다는 판결이 나왔다.

서울중앙지법 민사합의19부(부장판사 정현수)는 경기도 분당의 W아파트 주민 은모(64)씨가 “부실공사로 아파트에 물이 차 정신적 고통을 받았다”며 D건설사를 상대로 낸 손해배상 청구소송에서 “건설사는 은씨에

게 위자료 1000만원을 지급하라”고 원고 일부 승소 판결했다고 26일 밝혔다.

재판부는 판결문에서 “건설사의 부실공사 결과로 침수사고가 났기 때문에 은씨가 마루에서 나오는 악취 때문에 받은 고통과 보수기간 중 이 아파트 평수보다 작은 평수의 오피스텔에서 거주하면서 겪은 불편 등을 건설사는 금전적으로 위로할 의무가 있다”고 밝혔다. 은씨는 2003년 6월 자신의 아파트에서 급수배관이 터져 집 전체에 물이 들어차자 이듬해 4월 D사가 마련해 준 오피스텔에 잠시 이사했다. 은씨는 한 달여 뒤 보수공사를 마친 아파트로 돌아왔으나 다시 거실과 마루에 습기가 차는 등 문제가 재발하자 소송을 냈다

(자료원 : 국민일보 2005년 12월 27일자)