

표시광고법의 이해



제1조(목적) 이 법은 상품 또는 용역에 관한 표시·광고를 할 때 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 하는 부당한 표시·광고를 방지하고 소비자에게 바르고 유용한 정보의 제공을 촉진함으로써 **공정한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호함을 목적**으로 한다.

사업자와의 관계에서 소비자 보호(알 권리 실현)

시장구조가 공급자중심에서
수요자중심으로 전환

공정한 거래질서 확립

표시광고법은 1999. 2. 5
공정거래법에서 삭제되어
독립된 법률로 제정

➡ 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제23조 제1항 제6호(불공정거래행위 유형 중 1개)
사업자, 상품 또는 용역에 관하여 허위 또는 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있는
표시광고 (상호의 사용을 포함한다)를 하는 행위 (삭제) → **표시광고법**

현재 분야별로 표시·광고를 규제하는 개별법은 약 80여개임

식품위생법, 건강기능식품법, 화장품법, 의료법, 약사법, 의료기기법, 방송법 등

부당 표시·광고에 대하여 표시·광고법 및 개별법이 모두 적용 가능

식품위생법은 식품으로 인한 위생상의 위해를 방지하고 식품영양의 질적
향상을 도모함으로써 국민보건의 증진에 이바지
vs 공정거래법은 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진

➡ 양자가 목적 및 제도의 취지가 상이하므로 각 법에 의해 **행정처분이 가능**
(대법원 1990. 9. 25. 선고 89누8200 판결)

표시

사업자 또는 사업자단체가 상품 또는 용역(상품 등)에 관한 다음 사항을 소비자에게 알리기 위하여 그 상품의 용기, 포장, 사업장 등의 **게시물** 또는 상품권, 회원권, 분양권 등 상품등에 관한 **권리를 나타내는 증서**에 쓰거나 붙인 문자, 도형과 상품의 특성을 나타내는 용기, 포장

01

자기 또는 다른 사업자 등에
관한 사항

02

자기 또는 다른 사업자 등의
상품 등의 내용, 거래 조건,
그 밖에 그 거래에 관한 사항

광 고

사업자 또는 사업자단체가 상품 등에 관한 사항을
다음 매체 또는 수단을 이용하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것

신문, 인터넷신문, 정기간행물, 방송, 전기통신

전단, 팜플렛, 견본 또는 입장권

인터넷 또는 PC통신

포스터, 간판, 네온사인, 애드벌룬, 전광판

비디오물, 음반, 서적, 간행물, 영화, 연극

자기 상품 외의 다른 상품

그 밖에 유사한 매체

FAQ는 광고에 해당?

대부회사가 인터넷 홈페이지 중 FAQ란에 대출신청을 하면 신용조회를 하는지, 이로 인한 불이익은 없는지에 관한 내용을 게시

➡ 게시내용, 게시위치, 게시경위에 비추어 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 행위로 광고에 해당 (대법원 2009. 5. 28. 선고 2009두843판결)

신문기사는 광고에 해당?

“00일보”경제면“기업파일”란에 의료용구에 대하여 과대광고

➡ 불특정 다수의 일반인에게 알릴 목적의 ‘기사의 형식을 빌린 광고’에 해당 (대법원 2002. 1. 22. 선고 2001도5530)

오픈마켓 사업자가 경품행사에 대해 **개인정보 수집목적**을
알리지 않고 경품행사 이벤트를 진행



소비자가 경품이벤트라는 용역에 참여할 경우
할인쿠폰을 제공한다는 용역의 거래조건에 관한 것
➡ **광고 해당** (대법원 2017. 4. 7. 선고 2014두1925)

소비자

사업자 등이 생산하거나 제공하는 상품 등을 사용하거나 이용하는 자

※ 전자상거래법 및 소비자기본법상 소비자

┆ 사업자가 제공하는 재화 등을 소비생활을 위하여 사용하는 자(최종소비자)

제조업자로부터
건설자재를 구입한 건설업자

➡ 표시광고법 적용 가능
전자상거래법 적용 불가

청소기를 자기 사무실에
사용하기 위하여 구입한 건설업자

➡ 표시광고법 · 전자상거래법
적용 가능

주체 I 표시광고법상 법적 책임(광고주 vs 광고대행사)

- 비디오물 수입업자가 자신과 비디오물 제작·판매 계약을 맺은 회사에게 광고에 필요한 자료를 제공, 광고와 관련하여 업무연락을 하였고, 수입업자가 비디오물 판매에 이해관계가 크므로

➡ **광고 제작과정에 계속 관여하였다고 판단** (대법원 2002. 1. 11. 선고 2000두4255판결)

- 분양회사가 분양대행사와 분양알선 계약을 체결하여 광고하면서 **분양대행사가 광고내용에 대하여 전적으로 책임을 부담하기로 약정했다** 하더라도

➡ **광고문안의 검토 및 협의조정 사실**, 분양회사 협조 없이는 거액이 소요되는 광고를 분양대행사 단독으로 결정하기 어려운 점, 분양광고에 분양회사 상호만 기재된 사실 등을 고려하여 분양회사에게 부당광고의 책임이 있다고 판단 (서울고법 2003. 6. 5. 선고 2001누19010 판결)

주체 I 표시광고법상 법적 책임(블로그 광고)

- 아우디폭스바겐(아우디)이 온라인 마케팅 대행업체를 통해 블로그 운영자들에게 자기 제품에 관한 광고를 게시하게 함

- 블로그 운영자들은 광고 게재시 경제적 대가를 받았음에도 이와 같은 사실을 해당 블로그에 기재하지 않음

※ 아우디 주장: 포괄적 위임계약 체결, 블로그 운영자들에게 경제적 대가를 은폐할 것을 지시하거나 요청한 바가 없음, 경제적 이해관계를 표시 않은 주체는 광고대행업체나 블로그 운영자임

➡ 아우디가 광고를 기획하고 비용을 부담, 경제적 효과가 귀속, 바이럴 마케팅 특성상 대가관계가 드러나지 않게 하여 광고 효과를 의도한 점 등 고려하면
아우디의 표시광고법상 책임이 있음 (서울고법 2016. 4. 6. 선고 2015누35033판결)

사업자 등은 **소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는** 표시·광고 행위로써 **공정한 거래질서를 해칠 우려가 있는** 다음 각 호의 행위를 하거나 다른 사업자 등으로 하여금 하게 하여서는 아니된다.

(법 제3조 제1항)

위법성 성립 요건	1 거짓·과장의 표시·광고	거짓·과장성, 소비자오인성, 공정거래저해성
	2 기만적인 표시·광고	기만성, 소비자오인성, 공정거래저해성
	3 부당하게 비교하는 표시·광고	비교광고 부당성, 소비자오인성, 공정거래저해성
	4 비방적인 표시·광고	비방성, 소비자오인성, 공정거래저해성

개념

당해 표시·광고 행위를 통하여
소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지 여부

판단기준

전문가가 아닌 **보통의 주의력을 가진 일반소비자**가 당해 광고를 받아들이는
전체적·궁극적 인상을 기준으로 객관적으로 판단하여야 함

한국투자신탁증권은 “운용수익과 관계없이 국내투자분에 대해 연 15%의 이자를 지급한다”
표현이 당해 상품이 투자한 역외펀드 발행채권의 운용수익과 관계없이 연 15%의 이율이 보장되는
확정금리부 채권임을 표현한 내용

➡ **복잡한 금융 상품의 운용방식에 관하여 알지 못하는 일반 소비자에게는** 이 사건 상품을
매입할 경우 사업자가 자신들의 운용수익과 무관하게 연 15%의 이자를 지급하는 것 처럼
오인시킬 우려가 있음 (대법원 2003. 2. 28. 선고 2002두6170판결)

오인성의 치유 가능 여부

부당광고 행위 해당 여부에 대한 판단은 광고 그 자체로 유발된 소비자 오인성의 여부를 판단하는 것이므로 설사 소비자가 건축현장 방문을 통하여 오인된 인식을 **바로잡을 가능성이 있다고 하더라도 광고의 오인성에 영향을 미치는 것은 아님**

(서울고법 2000. 11. 28. 선고 2000누5977판결)

고의과실 여부

유니버설뮤직이 영업상 이익을 위하여 비디오 유통업체인 베어에게 비디오광고를 하게 한 이상 베어의 소비자오인 광고 행위에 대한 책임을 묻기 위하여 유니버설 뮤직의 **고의, 과실이 반드시 필요한 것은 아님**

(서울고법 2000. 4. 25. 선고 99누235판결)

01

일부 진실된 내용이 포함되더라도 소비자가 광고로부터
오인할 우려가 있으면 소비자 오인성 인정

02

오인을 하여 실제 구매, 계약을 하였는지 여부는 오인성에 영향을 주지 않음

03

의미에 이중성이 있는 경우 인정 ex) 천연사이다 [天然 vs 泉淵]

04

상품의 종류, 구매 권유대상, 사회의 경제적 상황 등에 따라 평균적인
일반소비자를 구체적으로 결정할 필요

공정거래저해성

표시 광고내용이 당해 상품, 용역의 구매를 결정할 중요한 요소인지 여부
즉, 소비자 선택권이 침해되는지 여부

소비자는 올바른 제품 및 서비스에 대한 구매 결정이 가능하고,
사업자는 부당광고가 아닌 가격, 품질, 서비스로 경쟁



소비자오인성이 있는 경우 대부분 공정거래저해성 인정

소비자오인성이 있는 표시광고는 특별한 사정이 없는 한 소비자의 합리적인 구매선택을
저해하기 때문에 공정한 거래를 저해하는 것으로 인정

공정거래저해성 부정 사례 (대법원 2013. 6. 14. 선고2011두82 판결)

상조업체가 “**공정거래위원회 표준약관 준수**” 또는 “**상조표준약관준수**” 라고 광고

※ 상조업체의 약관 20개 조항 중 4개 조항이 표준약관과 다름

- ▶ 당해 약관이 매우 예외적인 상황이라 일반소비자가 상조서비스의 **구매여부를 결정**하는 데 영향을 미치는 **중요한 사항이라** 단정하기 어려움
- ▶ 상조업체의 약관이 **전반적으로** 공정위 **표준약관의 규정의 취지**를 따르고 있고 나머지 약관 규정들은 모두 표준약관 규정의 취지에 저촉된다고 보기 어려운 점

거짓

광고내용이 사실과 다르거나
객관적인 근거가 없음

예

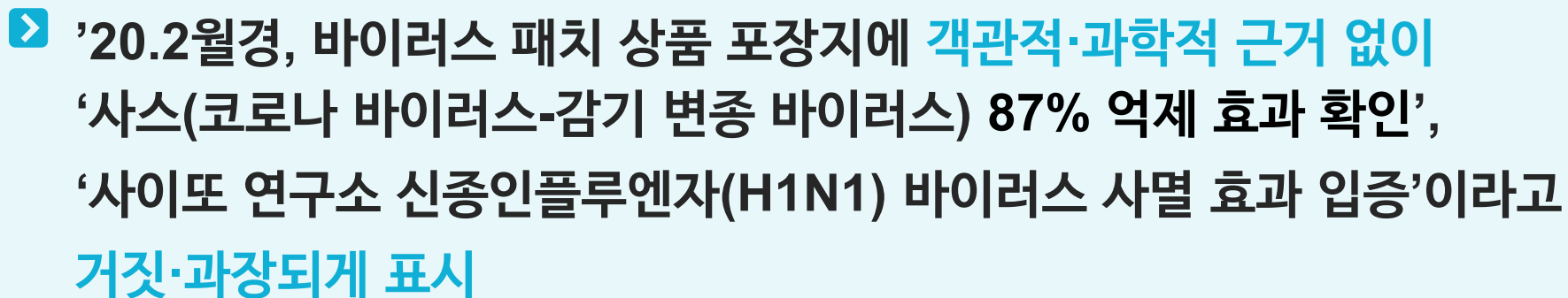
- 원산지가 중국임에도 한국으로 표시
- 미국 FDA승인을 받은 사실이 없음에도 승인 받은 것처럼 광고
- 자신이 국내 유일의 버버리 한국대리점이라고 광고

과장

사실을 지나치게
부풀려서 광고하는 경우

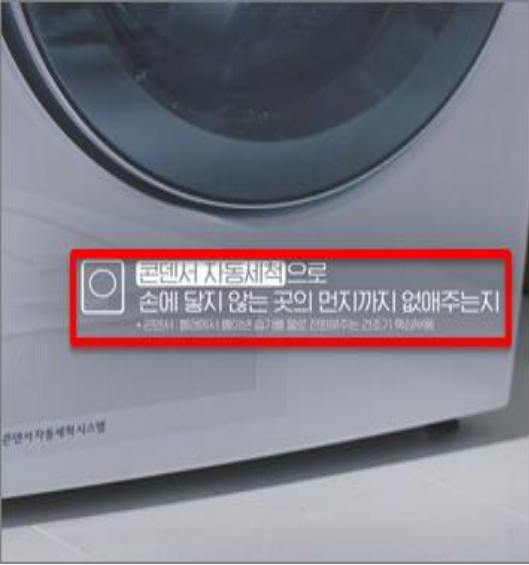
예

- 분양광고를 하면서 객관적 근거없이 2년 이내 투자금을 완전히 회수
- 엠씨스퀘어를 광고하면서 사용한지 몇 달만에 전교석차 64등에서 1등으로
- 다이어트 운동기구에 대하여 불필요한 지방과 독소를 없애주어 살이 찌기 어려운 체질로 유도한다고 광고



18

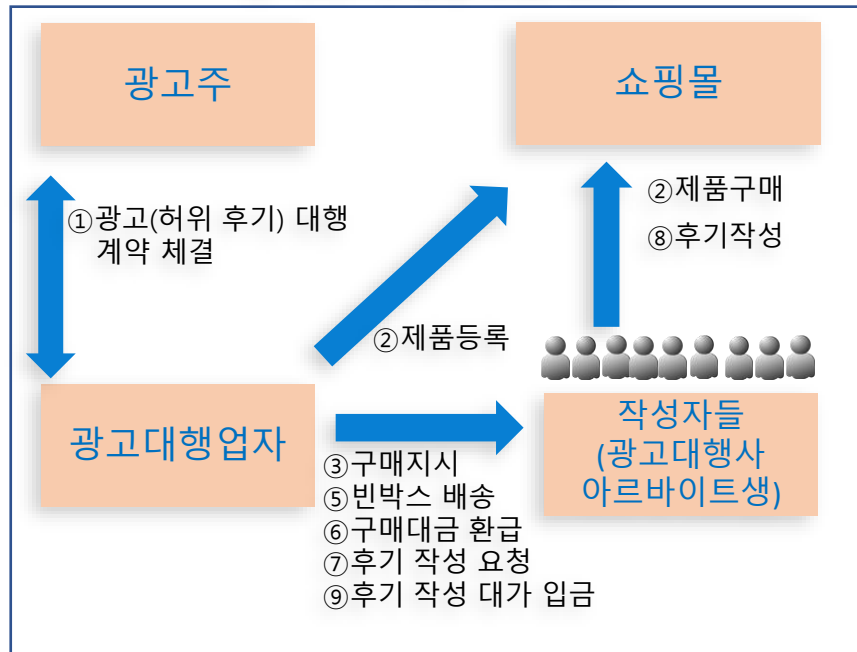
거짓·과장광고 사례2 ('21.4월 보도자료)

		
텔레비전 광고	제품 안내서 광고	열린 장터 광고

- ▶ '17.1월~'19.7월, 의류 건조기 콘덴서 자동 세척 시스템의 **성능·효과 및 작동조건과 관련하여** '번거롭게 직접(따로) 청소할 필요 없이 콘덴서를 자동으로 세척해 언제나 깨끗하게 유지', '건조 시마다 자동 세척' 등으로 **거짓·과장 광고**
- ▶ 실제 사용 환경에서는 **소량 건조, 이불 털기 등 자동 세척 시스템이 작동하지 않아** 먼지가 쌓이는 경우가 존재 (구체적 수치가 없더라도 제품의 성능 관련 광고는 실증 대상)

거짓·과장광고 사례3 ('23.3월 보도자료)

빈 박스 마케팅 프로세스



거짓 구매 후기 광고 예시

★★★★★ 5

dlch*** · 20.07.23. · 신고

저탄고지 식단을 시작하면서 꾸준히 이 상품만 구입하게 되네요^^ 방탄커피를 만들어 드시는 분들이 많던데, 저는 블랙커피에 먹기도 하고, 샐러드 드레싱에 오일을 첨가해서 먹기도 한답니다. 굳지않는 코코넛 오일이라 아침 저녁 선식 먹을 때도 타먹고 있는데, 다양하게 활용할 수 있어서 너무 좋아요^^



▶ '20.4월~'21.6월, 건강기능식품 판매업자 및 광고대행업자는 네이버 스마트스토어 등 온라인몰에 10종 제품과 관련하여 빈박스 마케팅 방식으로 2,700여개의 거짓 후기를 게재 (후기 존재 자체를 비롯하여, 후기의 숫자, 내용 모두 거짓)

※ (빈박스 마케팅) 온라인몰의 후기 조작 단속을 피하기 위해 모집된 아르바이트생들에게 제품을 구매하게 하고 제품이 들어있지 않은 빈 상자를 발송하여 후기 작성 권한을 얻도록 하고 허위 구매후기를 등록하는 행위

거짓·과장광고 사례4 ('23.6월 보도자료)

합격생이 증명하는 최단기합격 1위*
법원직 합격도 해커스공무원입니다.



노베이스 직장인도 합격!

해커스가 가격대비 강사님과 강의스타일 퀄리티가 높다고 판단하여 결정하고 수강을 시작하였습니다.

합격생 이*형님

* 헤럴드 선정 2018 대학생 선호 브랜드 대상 '최단기 합격 공무원학원' 부문 1위

해커스공무원이 최단기합격* 1위인 이유,
“압도적인 수치로 말합니다.”

2018 최단기합격 공무원학원 1위

2016 상반기 최단기합격 공무원학원 1위

2015 하반기 최단기합격 공무원학원 1위

2014 최단기합격 공무원학원 1위

**최단기 합격
공무원학원 1위
4회 수상**



*헤럴드미디어 대학생 선호브랜드 대상 '대학생이 선택한 최단기 합격 공무원 학원' 부문 (2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

- ▶ '14.4월부터, 객관적인 근거 없이 '최단기 합격 공무원학원 1위 해커스' 등 자사 수강생들의 합격 소요 기간이 가장 짧은 것처럼 광고
- ▶ 헤럴드 조사는 합격 소요기간을 조사한 것이 아닌 공무원학원 선호도를 단순 조사한 것으로, 수상·선정의 의미를 실제와 다르게 광고

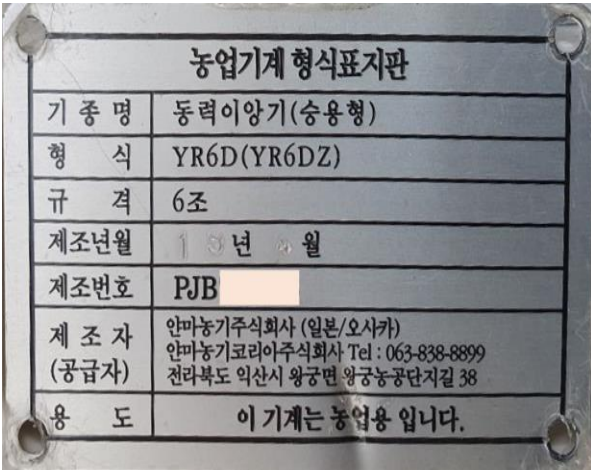
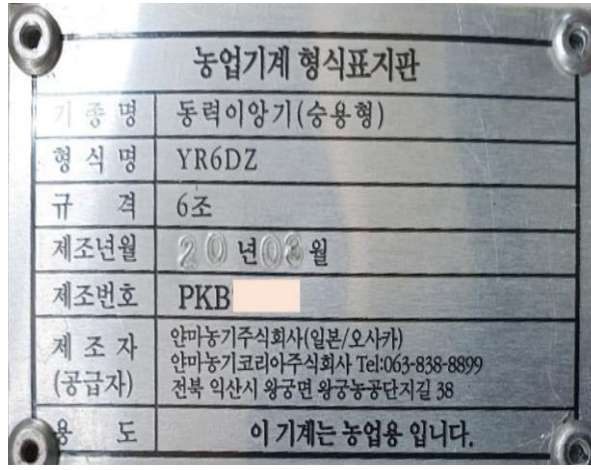
거짓·과장광고 사례5 ('23.11월 보도자료)

6개 펫사료 사업자의 표시광고 내역

		더마독 관절/체중조절 건강사료 국제표준화기구(ISO) 품질인증 GMO원료 방부제, 항생제, 합성보존료 無첨가 글루코사민, 초록잎농합, 콘트로이틴 등 다양한 기능
인섹트도그 하이포알러젠(나투어리베)	그레인프리 치킨&살몬(네츄럴코어)	더마독 건강사료 관절 (더마독)
		인공 첨가물 무첨가 보존제, 인공향 및 색소 등이 전혀 첨가되지 않은 100% 자연식 식단입니다
웰츠 어덜트 독(우리와)	헤일로 독 스포브리드 치킨&치킨 간(우리와)	아투 독 연어·청어 (펫스테이트)

- ▶ 방부제(보존제)가 함유되었음에도 ‘무방부제’, ‘방부제 無첨가’ 등으로 방부제 성분이 없는 것처럼 사실과 다르거나 부풀려 표시·광고
- ▶ 공인시험기관 시험 결과, 최소 한 번 이상의 시험에서 방부제가 검출되었으며, 일부 사업자 자체 시험결과에서도 방부제가 검출된 제품도 존재

거짓·과장광고 **사례6** ('24.1월 보도자료) *고법 계류 중

교체 전	교체 후																																
 <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">농업기계 형식표지판</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기종명</td> <td>동력이앙기(승용형)</td> </tr> <tr> <td>형식</td> <td>YR6D(YR6DZ)</td> </tr> <tr> <td>규격</td> <td>6조</td> </tr> <tr> <td>제조년월</td> <td>19년 4월</td> </tr> <tr> <td>제조번호</td> <td>PJB</td> </tr> <tr> <td>제조사 (공급자)</td> <td>안마농기주식회사(일본/오사카) 안마농기코리아주식회사 Tel: 063-838-8899 전라북도 익산시 왕궁면 왕궁농공단지길 38</td> </tr> <tr> <td>용도</td> <td>이 기계는 농업용입니다.</td> </tr> </tbody> </table> 제조연월: 19년 4월 제조번호: PJB*****	농업기계 형식표지판		기종명	동력이앙기(승용형)	형식	YR6D(YR6DZ)	규격	6조	제조년월	19년 4월	제조번호	PJB	제조사 (공급자)	안마농기주식회사(일본/오사카) 안마농기코리아주식회사 Tel: 063-838-8899 전라북도 익산시 왕궁면 왕궁농공단지길 38	용도	이 기계는 농업용입니다.	 <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">농업기계 형식표지판</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기종명</td> <td>동력이앙기(승용형)</td> </tr> <tr> <td>형식명</td> <td>YR6DZ</td> </tr> <tr> <td>규격</td> <td>6조</td> </tr> <tr> <td>제조년월</td> <td>20년 03월</td> </tr> <tr> <td>제조번호</td> <td>PKB</td> </tr> <tr> <td>제조사 (공급자)</td> <td>안마농기주식회사(일본/오사카) 안마농기코리아주식회사 Tel: 063-838-8899 전북 익산시 왕궁면 왕궁농공단지길 38</td> </tr> <tr> <td>용도</td> <td>이 기계는 농업용입니다.</td> </tr> </tbody> </table> 제조연월: 20년 3월 제조번호: PKB*****	농업기계 형식표지판		기종명	동력이앙기(승용형)	형식명	YR6DZ	규격	6조	제조년월	20년 03월	제조번호	PKB	제조사 (공급자)	안마농기주식회사(일본/오사카) 안마농기코리아주식회사 Tel: 063-838-8899 전북 익산시 왕궁면 왕궁농공단지길 38	용도	이 기계는 농업용입니다.
농업기계 형식표지판																																	
기종명	동력이앙기(승용형)																																
형식	YR6D(YR6DZ)																																
규격	6조																																
제조년월	19년 4월																																
제조번호	PJB																																
제조사 (공급자)	안마농기주식회사(일본/오사카) 안마농기코리아주식회사 Tel: 063-838-8899 전라북도 익산시 왕궁면 왕궁농공단지길 38																																
용도	이 기계는 농업용입니다.																																
농업기계 형식표지판																																	
기종명	동력이앙기(승용형)																																
형식명	YR6DZ																																
규격	6조																																
제조년월	20년 03월																																
제조번호	PKB																																
제조사 (공급자)	안마농기주식회사(일본/오사카) 안마농기코리아주식회사 Tel: 063-838-8899 전북 익산시 왕궁면 왕궁농공단지길 38																																
용도	이 기계는 농업용입니다.																																

- ▶ '16.12월~'21.3월, 농업기계의 본체와 엔진에 부착하는 '농업기계 형식표지판'을 교체하여 **제조번호 및 제조년월을 실제보다 1~3년 최근 제조된 것처럼 표시**
- ▶ 본 건 표시를 접한 **농업인 소비자**는 해당 농업기계가 **실제보다 최근에 제조된 것으로 오인**하거나 오인할 우려

기만

사실을 은폐하거나 축소

소비자가 은폐되거나 축소된 사실을 알았다면 **상품선택에 중요한 영향을 받음**

➡ 광고주의 **고의성**이 없더라도 소비자 오인성이 있으면 부당

예시

골프장 27홀 중 대중골프장이 9홀임에도 27홀 모두가 회원제인 것처럼 광고

아파트 분양광고를 하면서 조망권을 침해하는 건물이 들어선다는 사실을 은폐

2년 전에 “업계 1위”에 대하여 시점을 명시하지 않음

사용한도나 제한이 있음에도 “무제한 요금제”라고 광고

기만광고 사례1 ('19.1월 보도자료) *대법원 승소

〈2015년식 카탈로그〉

토요타 RAV4 광고문구

→ 美IIHS ‘최고안전차량’에 선정!

〈2016.1.21. 보도자료〉

→ 美IIHS Top Safety Pick+ 최고등급 이어 안전 2관왕

→ 2016 All New RAV4는 앞서 미국 고속도로보험협회(IIHS)의 안전평가에서도 전 항목 최우수등급 획득으로 ‘2016 가장 안전한 차(Top Safety Pick+)’에 선정된 바 있다. 국내에는 지난 11월 출시되어 절찬리에 판매중이다.

▶ '15~'16년식 RAV4차량(SUV모델)을 국내에 출시하면서 미국 고속도로안전보험협회(IIHS)의 ‘최고안전차량(TSP)’에 선정되었다는 내용 등을 광고

- ▶ 그러나, 국내 판매차량은 미국 판매차량과 달리 운전석 범퍼레일에 브래킷(안전보강제)이 장착되어 있지 않아 해외 안전도 평가에서 우수차량으로 선정될 수 없음에도 이러한 사실을 은폐
- ▶ 광고 중 일부 하단에 작은 글씨로 ‘사진과 내용은 국내출시 모델의 실제 사용과 차이가 있을 수 있습니다’라는 형식적인 제한사항을 표시한 것만으로는 오인가능성을 제거하기에 부족

기만광고 사례2 ('22.2월 보도자료) *고법 승소



- ▶ '18.11월~'21.8월, 버스 · 지하철에 '합격자수 1위', '공무원 1위'라고 광고하였는데, '합격자 수 1위'는 공인중개사 시험 일부 연도에 한정되고, '공무원 1위'는 특정 기관의 설문조사에 근거하였다는 제한사항을 주된 문구와 떨어진 위치에 작은 글씨로 기재

기만성

- ▶ 합격자 수나 업계 순위는 강의나 교재의 우수성을 가늠할 수 있는 **중요한 정보**
- ▶ 비록 근거를 기재하였더라도 그 근거를 **소비자가 인식하기 어려울 경우** 사실을 은폐한 것으로서 기만성 인정됨
- ▶ **버스나 지하철**을 이용한 광고는 **이동 중에 스치면서 접하게 되는 광고**로서, 1위의 근거를 알아보기 어려워 기만성이 더 큼

소비자오인성

- ▶ 모든 분야 및 모든 기간에 합격자 수가 가장 많고, 공무원 시험의 성과가 업계 1위인 것으로 오인 가능
- ▶ ‘합격자 수 1위’와 ‘공무원 1위’광고를 모두 접한 소비자의 경우 **공무원 시험에서의 합격자 수가 1위인 것으로 오인 가능**

공정거래저해성

- ▶ 합격자 수, 합격률, 시장 점유율 등은 학원 강의 및 교재 등을 선택하는데 있어 중요 고려 요소이므로 이 광고는 소비자의 합리적인 선택을 방해하여 **공정한 거래질서를 저해할 우려가 있음**

기만광고 사례3 ('23.1월 보도자료)



- ▶ 수퍼차저의 종류, 시험조건 등을 밝히지 않고 ‘수퍼차저로 30분(또는 15분) 내에 000km 충전’이 가능하다고 광고
- ▶ 테슬라는 수퍼차저 V3로 실험한 충전 성능을 광고하였으나 수퍼차저 V2로는 광고된 충전이 발휘되기 어려운데, **광고가 시작된 2019년 8월경에는 수퍼차저 V2만 국내에 설치되어 있었고 수퍼차저 V3는 2021년 3월 이후에 설치**

기만광고 사례4 ('23.1월 보도자료) * 고법 승소

부산 명지 우방 아이유셀 출퇴근 홍보 현수막 5,000X1,200mm

명지 최초 all 전세형 5년 공공임대

부산명지 우방 아이유셀
59㎡ 단일평형 총 1,515세대 대단지

293-9922

FIRST PREMIUM

왜! 우방 아이유셀인가?

all 전세형 5년 명품임대 Value5

- ☒ 취득세, 재산세 등 **보유세 無** (임대기간동안)
- ☒ 5년 후 분양전환시 **양도세 無** (요건충족시)
- ☒ 분양전환시 **높은 시세차익** 가능
- ☒ **all 전세형, 매월 임대료 부담 無**
- ☒ 임차인 **우선분양권 부여** (살아보고결정)



- ▶ '17년1월~10월, 'all 전세형, 매월 임대료 부담 無' 등의 문구를 사용하여 임대료 부담이 없는 전세형 아파트라고 광고하였으나, 실제 입주 후 1년이 지난 이후부터 매월 임대료가 부과된다는 핵심적인 거래조건을 은폐·누락

기만광고 사례5 ('23.10월 보도자료)

해커스 교재 홍보 댓글 작성 지시

제목: 공무원 영어 해커스 패스 교재만 봐도 충분하도로 끝날 수 있도록 해주세요

작성자: ○○○ (HomeP > 교육기획1팀 > 공)

작성일: 2013. 4. 8.

<http://cafe.naver.com/m2school/173194>

[댓글]

- [○○○] 네, 팀장님. 해커스 교재만 봐도 공무원 영어 충분히 대비할 수 있다고 홍보진행하겠습니다.
- [○○○] 네, 팀장님. 해당 글에 댓글 작성하였고 계속 지켜보도록 하겠습니다!
- [○○○] 네, 팀장님~! 해커스 교재 홍보댓글 작성하도록 하겠습니다!

- ▶ '12년2월~'19.1월, 자신이 제공하는 강의·교재와 관련된 16개 온라인 커뮤니티(네이버카페)를 운영하면서, **해커스와의 관련성을 은폐·누락한 채 직원들이 관리자 아이디와 개인 아이디를 활용하여 해커스 강의·강사·교재와 관련된 추천글·댓글 등을 게시하고 경쟁사에 대한 추천 글들은 삭제**

거짓·과장·기만광고 사례6 ('22.2월 보도자료) * 고법 계류중

배출가스 저감 성능 광고 (예시)

에너지 사용에 대한 신선한 접근.

The C-Class의 모든 엔진에는 이미 한 가지 이상의 재생 가능 에너지가 사용되고 있습니다. BlueEFFICIENCY[®]는 배출가스 없는 주행을 향한 메르세데스-벤츠의 비전을 뜻합니다. C 300 h에 사용된 BlueTEC HYBRID 기술은 지능적이고 효율적인 구동 조합을 선보입니다. 그 심장에는 4기통 다점 엔진, 콤팩트한 전기 모터, 자동 변속기 7G-TRONIC PLUS와 파워풀한 리튬 이온 고압 배터리로 구성된 하이브리드 모델이 자리하고 있습니다. 제동 시 발생하는 차량의 운동에너지 일부를 다시 에너지로 사용할 수 있는 회생 제동 시스템을 적용한 덕분에 파워풀한 가속, 높은 연료 효율, 배출가스 저감까지 이뤄냈습니다.

전보는 계속됩니다. C 350 e는 PLUG-IN HYBRID 기술 적용으로 더욱 효율적인 복합 엔진 시스템을 완성했습니다. 전기 모터와 4기통 가솔린 엔진을 구동 시스템에 연결해 에너지 회생 외에도 자동차의 배터리를 전기 콘센트에 꽂아 충전할 수 있습니다. 배터리의 용량이 커질수록 배출가스 재료의 순수 전기 모드로 더 오랜 시간 주행할 수 있게 됩니다.

가솔린 엔진과 다점 엔진 전용 모델 또한 경제적이고 선구적입니다. 가솔린 엔진의 경우, 배기가스 터보 차질, 직분사, 연소 과정 개선을 통해 연료 소비와 배출가스를 모두 감소시켰습니다. 다점 엔진 탑재 모델의 경우, 최첨단 BlueTEC 배기가스 후처리 기술을 이용해 질소 산화물을 최소치인 90%까지 줄였습니다. 물론, 모든 C-Class 모델은 유로 6 배출가스 규제의 엄격한 기준에 부합합니다.

엔진 기술, 위대한 자동차를 탄생시키다. 세계 최초로 자동차를 발명한 메르세데스-벤츠는 남다른 책임감을 가지고 있습니다. The C-Class에는 환경 영향을 줄이기 위한 여러 장치들이 추가 적용되었습니다. ECO 스타트/스톱 기능과 기어 변속 안내 기능이 기본 적용되며, 특수 주행 모드와 ECO 경로 추천 기능도 옵션으로 적용할 수 있습니다. (모델별 선택 항목에 제약이 있을 수 있습니다)

- ▶ 자사의 경유 승용차가 (미세먼지 등의 주범인) 질소산화물을 90%까지 줄이고, 유로6 배출가스 기준을 충족하는 성능을 가지고 있다고 광고하였으나,
 - ▶ 실상은 배출가스 조작 소프트웨어 프로그램을 설치하여 일상적 환경에서의 질소산화물 저감장치 성능은 이에 미치지 못함
- 아울러 본 건 차량은 인증시험 조건과 같은 특정 조건에서만 광고상의 성능이 구현됨에도 불구하고 이러한 중요정보를 알리지 않음

주된 표시·광고에 딸린 제한사항의 효과적 전달에 관한 가이드라인

- 1 어떤 표시·광고가 특정한 정보 없이는 소비자를 오인시킬 우려가 있을 때,
표제만으로도 소비자를 오인시킬 소지가 없도록 수정해야 함
- 2 해당 정보를 표제에 담을 수 없는 경우, 소비자가 표시·광고를 대략적으로 확인하는 경우에도 해당 정보(제한사항)를 확인할 수 있어야 함
- 3 제한사항의 **두드러짐**, 주된 표시·광고와의 **근접성**, 표현의 **명확성·구체성**
및 평이성 고려
- 4 제한사항은 주된 표시·광고의 의미, 적용범위를 제한할 수 있을 뿐,
거짓 주장을 치유할 수는 없음
- 5 주된 표시·광고가 거짓이거나 거짓된 인상을 전달하는 경우, 이를 수정해야 함

부당한 비교광고란?

비교대상 및 기준을 분명하게 밝히지 아니하거나 **객관적인 근거**없이 자기 또는 자기 상품 등이 다른 사업자의 상품 등과 비교하여 우량 또는 유리하다고 인식

비교 표시·광고에 관한 심사지침

비교 대상

동일 시장에서 주된 경쟁관계에 있는 사업자의 상품, 자기상품과 동종 또는 가장 유사한 상품

예) 경쟁사업자의 구형 프린트와 자신의 최신 프린터의 출력속도 비교

비교 기준

가격, 성능, 품질, 판매량, 서비스내용 등의 비교기준이 동일하며, 적정·합리적으로 설정

예) 자기의 보험상품은 경쟁사업자의 보험상품과 달리 급여제한 사유가 있음에도 이를 명시하지 아니하고 단순히 급여내용만 비교

비교 표시·광고에 관한 심사지침

비교 내용

비교내용이 진실

예) 맥주의 열처리 여부가 맥주맛의 우열을 결정짓는 것이 아님에도
비열처리 맥주가 맛의 우위가 있는 것 처럼 광고

비교 방법

**비교방법이 객관적이고 공정하게 이루어지고,
시험·조사결과는 왜곡하지 않고 그 내용을 정확하게 인용**

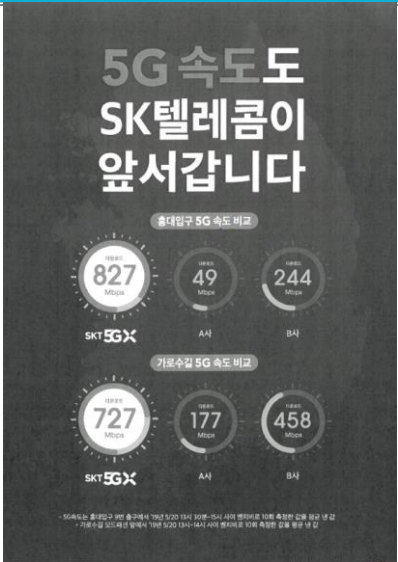
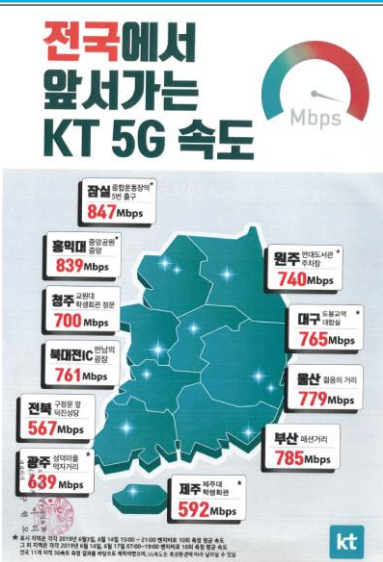
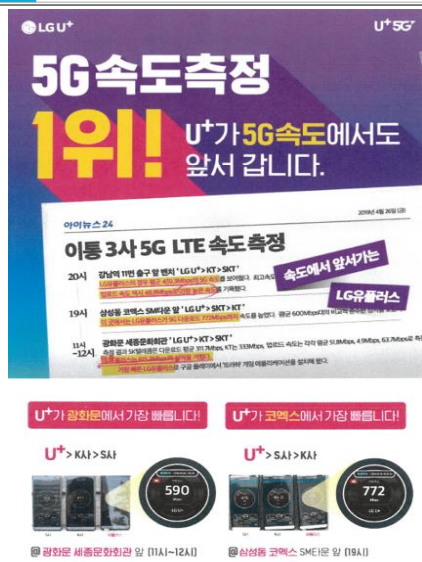
예) 시험조사 결과 중 상품의 품질, 성능 등을 비교하기 위한 다수의 항목이
있음에도 자신에게 유리한 몇 가지 항목을 자의적으로 선정해서 비교

부당한 비교광고 사례1 ('19.7월)



- ▶ 토폴종합반 수가 경쟁사업자 수보다 약 5배 많은 것을 기준으로 ‘강사 1명이 기본부터 실전까지 모든 레벨을 수업하는 곳과 퀄리티를 비교하지 마세요’라고 광고하였으나,
- ▶ 토폴 강사의 품질은 강사의 경력, 전문성 등에 따라 다를 수 있고, 개별 수강생마다 받아들이는 인식이 다른 주관적인 판단영역이므로 비교기준 부적절

부당한 비교광고 사례2 ('23.5월 보도자료) * 고법 계류중

		
에스케이텔레콤(주) 포스터 광고	(주)케이티 포스터 광고	(주)엘지유플러스 포스터 광고

- ▶ 이동통신 3사는 구체적인 속도 측정 결과와 함께 ‘5G 속도도 SK텔레콤이 앞서갑니다’, ‘전국에서 앞서가는 KT 5G 속도’, ‘5G 속도 측정 1위, U+가 5G 속도에서도 앞서갑니다’ 라고 광고하였으나,
- ▶ 독립적인 기관의 실증자료를 제출하지 못했고, **자사 소속 직원이 측정하거나 자신에게 유리한 측정 결과만을 근거로** 다른 사업자의 속도와 **비교**하였다는 점에서 **부당**

비방광고란?

객관적 근거가 없는 내용으로 비방하거나 불리한 사실만 표시·광고하여 비방

※비교광고와의 관계

자기 상품의 우수성을 알리기 위하여 소비자에게 정보를 제공하는 것이라기보다는 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품에 관한 단점을 부각시킴으로써 다른 사업자 또는 다른사업자의 상품이 실제보다 현저히 열등 또는 불리한 것처럼 오인하는 경우는 비방광고

예시

교통사고는 운전자 부주의, 도로여건, 차량 결함 등 다양한데, 경쟁사업자의 차량사고율이 높다는 사실만을 들어 차량에 결함이 있는 것처럼 광고

우유로 만들어야 진짜 생크림, 경쟁사의 제품에 대하여는“속았다”라고 표현

비방광고 사례1 ('14.6월 보도자료)



- ▶ '토익, 빨갱이 파랭이만 믿은 게 함정'이라는 부정적 표현과 함께, 수험생이 영어 교재를 찢으며 울고 있는 그림을 배치하여 광고하였으나,
- ▶ 소비자에게 정보를 제공하는 것이라기보다는 '빨갱이 파랭이'라는 별칭으로 불리는 경쟁 사업자의 토익 교재를 가지고 공부할 경우 토익 수험생이 피해를 입을 수 있는 것처럼 표현

거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하는 행위

▶ 소비자에게 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용

- 거래에 있어 중요한 사항에 관하여 사실과 다르게 광고하거나 지나치게 부풀려 광고
- 소비자가 재화 또는 용역을 구입하는 데 영향을 미칠 수 있는 사실의 전부·일부를 은폐, 누락하거나 축소하는 등의 방법으로 소비자의 주의나 흥미를 일으키는 행위

▶ 그러한 행위를 통하여 소비자를 유인 또는 거래한 경우가 성립

- 소비자가 유인될 우려가 있으면 족하고, 반드시 소비자 유인의 결과가 발생함을 요하지는 않음(2013누1913판결)

거짓 또는 과장된 사실을 알려 소비자를 유인한 행위
(2016.12월 보도자료)

사례1

‘오늘마감’이라고 광고하였으나,
해당 광고일이 지난 후에도 계속
동일한 상품 판매



- ▶ 소비자가 당일이 지나면 해당 상품의 판매가 종료될 것이라는 생각에 구매를 서두르거나 구매하지 않았을 상품을 구매할 우려가 있음



사업자는 자기가 한 표시·광고 중 사실과 관련된 사항을 실증할 수 있어야 함

- 모터파워의 부당한 광고행위 건 (서울고법 2015. 8. 19. 선고 2014누73038판결)

이 사건 상품이 **10~30%의 연비 개선효과**를 가지고 있다고 구체적인 수치를 제시하여 이 사건 표시·광고행위를 하였으므로 그 사실을 스스로 합리적·객관적 근거에 의하여 입증하여야 할 책임이 있음에도 그 주장사실을 증명할 만한 증거를 제출하지 못함

- 대구교차로의 부당한 광고행위 건 (대법원 2000. 9. 29. 선고 98두12772판결)

전국 최고의 발행부수, 최다 정보량, 최대배부처 등 표현에 대하여 **자체적인 분석결과**를 제출하였으나, 이는 법령에 의한 조사기관이나 사업자와 독립적으로 경영되는 조사 기관 등에서 학술적 또는 산업계 등에서 **일반적으로 인정되는 방법 등 객관적으로 타당한 방법**으로 실시한 결과가 아님

조사나 심의 중인 사업자 등은 소비자오인상태의 자발적 해소 등 거래질서의 개선, 소비자 피해구제 등을 위하여 동의 의결 신청이 가능(법 제7조의 2)

▶ 위법성 여부를 판단하지 않고 시정방안과 취지의 의결로 사건을 신속히 종결

▶ 고발요건(명백하고 중대하여 경쟁질서를 현저히 저해)에 해당하는 경우, 동의의결이 있기 전 신청을 취소하는 경우는 동의 의결 불가

이동통신 3사의 동의의결 건(2016.9월 보도자료)

‘LTE 100 + 안심옵션’, ‘T끼리’, ‘LTE 전국민 무한’, ‘band 데이터’의 가입자를 유치하기 위해 요금제에 일정한 제한이 있음에도 “데이터 무제한”, “음성 무제한”, “문자 무제한”이라는 표현을 사용

➡ 과금액 환불, 데이터 쿠폰 제공

➡ 요금제 명칭에 무제한 표현 사용 중지



법 위반이 명백한 경우 and 소비자나 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있는 경우(법 제8조)

▶ 소비자의 생명·신체의 안정에 심각한 위해나 재산상 중대한 손해가 발생

▶ 경쟁사업자가 사업 자체를 계속할 수 없거나 중대한 경영상 위기

(주)수신오가피의 부당광고행위 건(2002.6월 보도자료)

1 경쟁사업자 사업활동에 중대한 피해를 줄 우려

2 공정위 정식 의결을 받을 때까지 중지

시정조치

- 당해 위반행위의 중지 또는 향후 금지(시정명령)
- 시정명령 받은 사실의 공표(공표명령)
- 정정광고 등 법 위반 행위의 시정을 위하여 필요한 조치

과징금

- **관련매출액의 2% 이내**에서 중대성의 정도별 부과기준율 곱한 금액

※ 관련매출액 산정이 곤란한 경우 5억원 이하에서 중대성의 정도별로 정한금액에 부과기준율을 곱하여 산정

고발

- 2년 이하의 징역 또는 1억5천 만원의 벌금
=전속고발권

과태료

- 사업자 : 1억원 이하
임원 및 종업원 : 1천만원 이하
- 중요정보고시 위반, 실증자료 미제출,
임시중지명령 불응

정식 절차

- ▶ 구술심리 기일에 심사관 및 피심인의 **의견 청취 후 심의·의결**

약식 절차

- ▶ **별도의 구술 심리 없이 심의·의결**
- ▶ 피심인의 사회적 심리적 부담 및 심판정 출석 등 **불필요한 시간과 노력 경감**
- ▶ (시정명령 이하) ▲ 소회의 안건 중 심사관 조치의견에 대해 피심인이 수락할 시
- ▶ (소액 과징금 사건 등) ▲ 예상 과징금 1억원 이하 ▲ 피심인이 수락할 것이 명백
- ▶ 약식심의 결과 수락 시 심의협력 10% + 약식감경 10% **추가 감경 가능**

사업자 등은 부당한 표시·광고 행위를 함으로써 피해를 입은 피해자에 대하여 손해배상의 책임이 있음

▶ 고의·과실이 없음을 들어 그 책임을 면할 수 없음

부당한 광고를 믿고 체결한 부동산 분양 광고 계약해제가 가능할까?

▶ 분양광고의 내용들이 분양계약을 좌우하는 중요한 사항인지 여부에 따라 다름

- ‘경의선 복선화 사업으로 유동인구가 늘어나 최소 월 280만원의 임대수익을 올릴 수 있다’고 광고 (대법원 2012. 5. 24. 선고 2011다56675)
- 해운대 주상복합아파트’에 설치하기로 한 해수사우나를 설치하지 않음 (부산지법 2008. 12. 17. 선고 2007가합24513판결)



THANK YOU