

## 경품고시(景品告示)의 내용

옥 화 영 / 공정거래위원회 경쟁국 유통거래과장

### 1. 경품고시는 왜 필요한가

소위 “사은품 행사” 즉, 경품을 제공하는 것만큼 효과적인 판촉수단은 드물다. 자기가 사고자하는 상품 이외에 덩으로 다른 상품을 더 없어준다면 무척 기분 좋은 일이 아닐 수 없다. 더구나 현상경품의 추첨을 통해 실제 구매하는 상품 가격의 수천 수만 배에 해당하는 경품을 받게 된다면 정말 행운이다. 이와 같은 소비자심리 때문에 경품제공행위는 그 자체로서 상품의 구매력을 창출한다. 물론 상품의 가격이 싸고 품질이 좋으면 당연히 잘 팔리겠지만, 그 상품이 소비자에게 잘 알려지기 전이거나 품질과 가격이 비슷한 수준이라면 경품제공행위 등 판촉수단에 의해 소비자의 구매의욕을 돋굴 수밖에 없을 것이다. 새로운 상품을 출시하거나 시장에서 자기의 점유율을 확대시키고자 할 때 경품행사를 하는 것도 그 때문이다. 이와 같이 경품제공은 소비자에게 이익을 주고 상품의 판매를 촉진시키는데 공정거래법은 왜 경품제공행위를 제한하는가? 얼마 전 대기업의 오너들이 중심이 되어 설립된 단체와 관련이 있는 경제연구소의 한 연구원이 경품제공을 제한하는 경품고시는 소비자이익에 배치되는 기능을 하는 것이므로 폐지해야 된다고 주장하였다. 언뜻 보면 일리 있는 주장처럼 느껴진다.

그렇다면 경품제공을 제한하지 않는 현실을 가정해 보자. A라는 상품을 만드는 두 회사 a사와 b사가 있고 품질면에서 b사의 상품은 a사의 상품보다 약간 떨어지지만 가격을 약간 싸게 하거나 경품을 주는 경우 소비자가 b사의 상품도 그런대로 구매할 수 있다고 하자. 또 a사는 기술력은 뛰어나지만 설립된 지 얼마 되지 않으며 또 내부유보가 없어 자금의 여유가 없는 회사이고, b사는 이미 여러 가지 많은 상품을 출시하여 성공을 거둔 우수한 회사이며 또 내부유보가 많아 자금이 충분한 회사라고 하자. 이 경우 b사가 시간이 걸리고 그 성공여부가 불투명한 기술개발을 통한 품질향상정책보다는 a사에 보다 빠른 시일 내에 타격을 줄 수 있고 그 효과와 성공이 보다 확실한 저가정책과 경품제공을 통한 판촉전략에 치중하였을 때 어떤 결과가 일어날까? b사는 a사의 동향을 보아가면서 더 값비싼 경품을 더 많이 제공할 것이고 a사는 상품매출이 떨어지는 것을 만회하기 위해 b사의 경품제공에 대응하여 경품제공행사를 할 것이다. 그러면 b사는 더욱 더 값비싼, 더 많은 경품을 제공할 것이고 a사는 이에 맞대응 하다가 보면 결국 자금부족으로 경품행사를 포기하게 될 것이다. 그렇게 되면 a사의 상품은 사라질 것이고 b사도 경품경쟁을 중단하게 될 것이다. b사가 A상품시장을 독점하게 되면 과거 지출한 경품비용을 회수하기 위해 가격을 인상하고자 할 것이고 소비자후생은 그만큼 희생당할

것이다. 이는 경품제공행위를 방지하면 소비자이익을 해치는 결과를 가져오게 된다는 것을 설명해 주는 것이다. 따라서 경품고시가 소비자이익에 배치되는 기능을 한다는 어느 경제연구소 연구원의 주장은 경제이론과 전혀 동떨어진 잘못된 상식에 불과하다고 봄이 타당할 것 같다.

경품고시의 존재근거는 기업에게 경품경쟁을 지양하고 상품의 가격, 품질, 서비스 향상을 위한 경쟁(소위 “능력경쟁”)을 하도록 하는데 있다. 과도한 경품제공행위에 대해 공정거래법(독점규제및공정거래에관한법률의 약칭)에서는 이를 부당하게 고객을 유인하는 행위로 보고 법 제23조제1항제3호 전단(부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인……하는 행위), 시행령 제36조제1항 관련 [별표1]일반불공정거래행위의유형및기준 4. (부당한 고객유인), 동 기준의 세부기준인 「경품류제공에관한불공정거래행위의유형및기준」(이하 “경품고시” 또는 “고시”로 약칭)에서 그 유형과 제한의 기준을 정하고 있다. 경품고시는 1982년 3월 19일 경제기획원 고시 제56호로 제정되어 그 후 7차의 개정을 거쳐 현재 공정거래위원회 고시 제2000-3호(2000. 4. 25)에 이르고 있다.

다음에, 경품고시가 공정거래법상 어떠한 위치에 있는지 또 어떤 법적 성격을 가지고 있는지에 대해서는 공정거래협회지인 「월간 공정경쟁 제73호, 알기 쉬운 공정거래법 해설- 대규모소매점업고시의 내용」에서 살펴본 바와 같다.

경품고시는 경품의 정의, 경품의 종류, 그 제한내용, 경품 및 경품부 상품의 가액 산정방법 등을 규율하고 있다.

## 2. 경품이 정의

경품<sup>1)</sup>이라 함은 사업자가 자기 또는 자기와 거래관계에 있는 다른 사업자의 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반 소비자에게 제공하는 경제상의 이익을 말한다(제2조).

그러면 개념정의를 분해하여 좀더 상세히 살펴보자.

첫째, 경품은 사업자가 자기 또는 자기와 거래관계에 있는 다른 사업자의 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반 소비자에게 제공하는 것이어야 한다.

경품은 사업자가 판매하고자 하는 상품 또는 용역(이하 “경품부 상품 또는 용역” 또는 “경품부 상품”이라 한다)의 거래에 부수(附隨)하여야 한다. 거래에 부수한다는 의미는 경품부 상품을 구매하는 소비자에게 경품으로 볼펜을 준다든지 경품응모권을 준다든지 해야 한다는 것을 말한다. 그러나 경품부 상품과 관련 없이 모든 사람에게 현상에 참가할 수 있는 응모권을 주는 것은 거래에 부수한 경품이라고 할 수 없다.

그리고 경품인 물품이나 경품응모권을 주는 시기가 언제이어야 거래에 부수한다고 할 것인가? 반드시 경품부 상품을 판매하는 시기에 맞추어서 주지 않아도 경품부 상품을 구매하는 소비자에게 그

1) 경품고시에서는 경품류(景品類)로 표현하고 있으나 여러 가지 경품 또는 경품의 복수를 나타낸 것에 불과하다. 따라서 본 해설에서는 경품 또는 경품류로 혼용한다.

상품을 구매하였기 때문에 경품인 물품이나 경품응모권을 주었다면 거래에 부수하여 경품을 제공하였다고 보아야 할 것이다.

또 여기에서 말하는 경품부 상품 또는 용역의 거래는 상품이나 용역이 생산되어 최종수요자에게 이를 때까지의 모든 유통단계에서의 거래를 말하며 이에 는 판매, 임대, 교환, 예금의 수취, 신용의 공여, 신용카드 이용자의 모집 등이 포함된다(고시 제5조).

둘째, 경품은 사업자가 자기 또는 자기와 거래관계에 있는 다른 사업자의 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반 소비자에게 제공하는 것이어야 한다.

경품부 상품은 경품을 제공하는 자 또는 경품을 제공하는 자와 거래하는 자가 거래하는 것이어야 한다. 바꿔 말하면 경품은 경품부 상품을 거래하는 자가 제공하는 것이든 그의 거래상대방이 제공하는 것이든 상관없다. 이는 공정거래법상 과도한 경품제공행위를 제한하는 근거는 경품부 상품의 능력경쟁을 저해하느냐에 있기 때문이다.

셋째, 경품은 사업자가 자기 또는 자기와 거래관계에 있는 다른 사업자의 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반 소비자에게 제공하는 경제상의 이익이다.

경제적 이익이란 일반적으로 경제적 대가를 제공하지 않고는 취득할 수 없는 편익을 말한다고 할 수 있다. 따라서 해당 사업자가 특별한 비용을 들이지 아니하고 제공할 수 있는 물품이나 시판되고 있지 아니하는 물품 등이라도 일반 소비자가 통상 대가를 지급하지 아니하고는 취득할 수 없는 것이라고 인정되는 경우는 경제적 이익에 포함된다.

여기에서 말하는 경제상 이익에는 ① 물품, 금전, 할인권, 상품권 기타 유가증권, ② 연예, 영화, 운동경기 또는 여행 등예의 초대권, ③ 편익 등의 용역, ④ 기타 고객을 유인하는 수단으로 인정되는 경제상의 이익이 해당된다(고시 제4조제1항).

그리고 비록 경제적 이익에 속하지만 정상적인 영업활동이나 상관행으로 볼 수 있는 것은 경품고시상의 경품으로 규제해서는 안 된다. 고시 제4조제3항은 정상적인 영업활동이나 상관행으로 볼 수 있는 것으로서 경품고시상의 경제적 이익에서 제외하는 것을 다음과 같이 규정하고 있다. 즉,

- ① 사회통념상 정상적인 상관행으로 인정되는 대가의 감액, 인하 또는 수취한 대가의 일부 반환
- ② 사회통념상 정상적인 상관행으로 인정되는 애프터서비스
- ③ 사회통념상 정상적인 상관행으로 인정되는 거래상대방의 노고에 대한 보수
- ④ 상품의 판매 또는 사용이나 용역의 제공에 부수적으로 필요한 물품 또는 용역을 제공하는 경우로서 사회통념상 정상적인 상관행으로 인정되는 경우
- ⑤ 2이상의 상품을 함께 판매하는 것이 상관행으로 되어 있기 때문에 그 중 하나를 무료로 제공받았다고 인식하지 아니하는 경우
- ⑥ 2이상의 상품에 각각 판매가격이 표시되어 있고 거래상대방이 희망하면 그 중 하나만을 구입할 수 있는 경우
- ⑦ 기타 당해 상품이나 용역의 성질 또는 내용 등에 비추어 사회통념상 정상적인 상관행으로 인정되는 경우 등이다.

넷째, 경품은 최종소비자(end-user)에게 제공하는 경제적 이익이다. 경품은 최종소비재로서 구입

하는 소비자에게 제공되는 것이다.

따라서 제조업체가 자기의 대리점에게 경제적 이익을 주는 등 유통단계에서 전 단계의 사업자가 후 단계의 사업자에게 제공하는 경제적 이익은 이 고시에서 말하는 경품이 아니다.

### 3. 경품의 종류

경품고시에서는 소비자경품과 소비자현상경품을 규정하고 있다. 차례로 설명하면 다음과 같다.

#### 가. 소비자경품

소비자경품은 사업자가 상품이나 용역의 거래에 부수하여 일반 소비자에게 제공하는 경품을 말한다(고시 제3조제1호). 개개의 경품부 상품을 구매하거나 일정 금액 이상의 경품부 상품을 구매하는 소비자에게 제공하는 물품 등 경제적 이익이면 소비자경품이 된다.

#### 나. 소비자현상경품

소비자현상경품은 사업자가 상품이나 용역의 거래에 부수하여 현상의 방법으로 일반 소비자에게 제공하는 경품을 말한다(고시 제3조제2호). 여기에서 현상이라 함은 추첨이나 기타 우연성을 이용하는 방법 또는 특정행위의 우열이나 정오에 의하는 방법으로 경품류의 제공상대방이나 제공하는 경품의 가액을 정하는 것을 말하고(고시 제6조제1항), 소비자현상이라 함은 ① 상품의 용기나 포장 등에 응모권을 넣는 방법, ② 상품의 용기나 포장 등에 출제하는 방법, ③ 상품을 구입함으로써 해당이 용이해지는 문제를 광고 등으로 출제하는 방법, ④ 상품의 구입자를 대상으로 하여 경기나 연기 등 특정행위에 의하는 방법에 의한 것을 말한다(고시 제6조제4항). 이를 좀더 상세히 설명하면 다음과 같다.

첫째, 추첨 기타 우연성을 이용하는 방법은 다음의 방법에 의하는 경우이다(고시 제6조제2항).

- ① 추첨권을 사용하는 방법
- ② 영수증, 상품의 용기나 포장 등을 이용하여 추첨을 행하는 방법
- ③ 상품의 일부에만 경품류 또는 당첨권을 넣은 후 구입자가 어느 상품에 경품류 또는 당첨권이 들어있는지 알지 못하게 하는 방법
- ④ 모든 상품에 경품류 또는 당첨권을 넣되 경품류 또는 당첨권가액에 차등이 있고 구입자가 그 경품류 또는 당첨권의 가액을 알 수 없게 하는 방법
- ⑤ 자연현상 기타 미래에 발생할 사건을 대상으로 일정한 조건을 설정하고, 설정된 조건이 이루어지는 경우에 약정된 경품을 거래상대방 모두 또는 일부에게 제공하는 방법

둘째, 특정행위의 우열이나 정오에 의하는 방법은 다음의 방법에 의하는 경우이다(고시 제6조제3항).

- ① 응모시에 일시적으로 명백하지 아니한 사항에 대한 예상을 모집하여 그 회답의 우열 또는 정오에 의하는 방법
- ② 사업자 또는 상품에 관한 정보나 지식 기타 취미·오락·교양 등에 관한 문제의 회답을 모집, 그 회답의 우열 또는 정오에 의하는 방법
- ③ 경기·연기·유기 등의 우열에 의하는 방법

## 4 부당한 경품제공행위의 기준

경품고시에서는 소비자경품의 경우 경품부 상품의 가액에 따라 제공되는 경품의 가액을 제한하고, 소비자현상경품의 경우 1회의 경품제공행사시 제공되는 각 경품의 최고액과 경품을 줄 수 있는 총액을 제한하고 있다. 차례로 설명하면 다음과 같다.

### 가. 소비자경품류의 부당한 제공행위

#### (1) 기준

소비자경품의 가액은 경품부 상품 또는 용역의 거래가액의 10%를 초과해서는 안 된다. 그러나 경품가액이 3,000원 미만인 경우에는 이러한 제한을 받지 않는다(고시 제7조제1항). 이를 부연설명하면 다음과 같다.

(가) 보다 구체적인 사례를 들어 설명해 보자. 경품부 상품 10만원을 구입하는 소비자에게 경품을 주는 경우 소비자에게 줄 수 있는 경품의 가액은  $10만원 \times 10\% = 1만원$ 이므로, 1만원 이상의 경품을 준다면 법 위반이 되고 1만원이하의 경품을 준다면 법 위반이 되지 않는다. 그러나 경품부 상품 1만원을 구입하는 소비자에게 경품을 주는 경우 소비자에게 줄 수 있는 경품의 가액은  $1만원 \times 10\% = 1천원$ 이나, 3천원 이하의 경품을 준다면 법 위반이 되지 않고 3천원을 초과하여 경품을 준다면 법 위반이 된다는 얘기가 된다.

(나) 경품제공행위는 경품을 실제 제공했을 때에는 물론 경품의 제공을 제의했을 때에도 성립한다. 경품의 제공을 제의하는 방법은 경품부 상품의 포장지에 표시하거나 신문이나 전단지에 의한 광고를 한다.

#### (2) 소비자경품류의 가액한도규정의 적용제외

또 경품고시는 다음의 경우에 해당하고 사회통념상 정상적인 상관행에 비추어 적당하다고 인정되는 경품의 제공에 대하여는 제1항의 소비자경품류의 가액한도규정을 적용하지 않는다고 규정하고 있다(고시 제7조제2항). 즉,

- ① 견본 또는 선전용으로 제공하는 당해 상품 또는 용역
- ② 자기의 상품이나 용역의 거래에 사용되는 1회한의 할인권 또는 할인을 약속하는 증표
- ③ 창업, 개업행사 또는 신규사업분야 진출에 따른 신상품발매행사시에 제공하는 물품 및 용역

## 나. 소비자현상경품류의 부당한 제공행위

### (1) 기준

#### (가) 총액한도(고시 제8조제1항, 제2항)

사업자가 소비자현상경품으로 제공하는 경품가액의 합계액은 일반적인 경우 경품부 상품 또는 용역의 예상매출액의 1%를 초과해서는 안 되고, 정기간행물출판업, 경기후원업 및 방송업을 영위하는 사업자의 경우에는 경품부 상품 또는 용역의 예상매출액의 5% 이내로 제한된다. 여기에서는 총액한도의 산정방법이 문제된다.

#### ① 예상매출액의 산정기준(고시 제8조제3항 전단, 동 항 제1, 2호)

##### ㉠ 경기후원업 및 방송업을 제외한 모든 사업

예상매출액 = 경품부 상품 또는 용역의 전년도 총매출액 × 경품제공예정일수 ÷ 365

##### ㉡ 경기후원업 및 방송업

예상매출액 = 경품부 용역의 전년도 총매출액 × 경품제공예정일수 ÷ 연간용역제공일수

② 매출액이 전년 동기대비 30% 이상 현저히 변경되거나 전년도 매출액이 없는 경우에는 경품류 제공예정기간의 개시일이 속한 달 전월의 마지막날까지의 당해연도 매출액을 연간매출액으로 환산하여 그 금액을 기준으로 한다(고시 제8조제3항 후단). 예를 들면, 사업자의 영업개시일이 3월 1일(매출액이 30% 이상 비정상적으로 변경된 경우는 1월 1일로 한다), 경품행사일이 9월 3일이라고 한다면, 3월 1일부터 8월 31일까지의 매출액이 40억원일 때, 연간 매출액 환산액은  $40\text{억원} \times 365\text{일} \div 184\text{일}$ (3월 1일부터 8월 31일까지의 일수)로 계산한다.

#### ③ 예상매출액의 산정시 특수상황 반영(고시 제8조제3항제3, 4호)

경품이 특정 소비자만을 대상으로 제공되거나 특정 점포에서만 제공되는 경우 예상매출액의 산정은 그 특정 소비자로부터 발생하는 예상매출액 또는 그 특정 점포의 예상매출액을 기준으로 한다. 그리고 자기와 거래관계에 있는 다른 사업자의 거래에 부수하여 경품을 제공하는 경우의 예상매출액은 자기와 그 다른 사업자와의 거래액으로 한다.

#### (나) 가액한도(고시 제8조제1항)

소비자현상경품으로 제공하는 경품가액은 100만원을 초과해서는 안 된다. 이것은 소비자현상경품을 제공할 경우 경품추첨시 1등으로 당첨된 소비자가 받는 경품의 가액이 된다. 이 규정은 특히 지나친 경품경쟁을 막기 위해 의미있는 규정이다.

(다) 소비자현상경품류제공행위도 경품을 실제 제공했을 때에는 물론 경품의 제공을 제의했을 때에도 성립하고, 경품의 제공을 제의하는 방법은 경품부 상품의 포장지에 표시하거나 신문이나 전단지에 의한 광고를 한다(고시 제8조제1항).

### (2) 소비자현상경품류의 총액 및 가액한도규정의 적용제외(고시 제8조제5항)

창업, 개업행사 또는 신규사업분야 진출 등에 따른 신상품발매행사에 제공하는 소비자현상경품류에 대하여는 창업일, 개업일 또는 신상품 발매일로부터 3개월간은 소비자현상경품류의 총액 및 가액한도 규정의 적용을 받지 않는다.

(3) 특정한 소비자현상경품의 제공금지

2이상 또는 2회 이상 상품이나 용역을 구입하여야만 문자·회화·부호 및 카드 등의 특정 조합을 제시할 수 있도록 하는 방법에 의하여 소비자현상경품류를 제공하는 행위는 고시 제8조에의 한도적용과 상관없이 무조건 금지된다(고시 제14조). 이 행위는 부당한 고객유인행위 중 해약성이 가장 크기 때문에 당연히 금지되는 것이다.

(4) 소비자현상경품의 제공을 제의할 경우 불공정거래행위(고시 제8조제4항)

경품의 제공을 제의하기 위해 표시·광고를 할 때 당해 경품행사의 구체적인 내용을 제시하지 않아 소비자를 유인하면서도 공정거래법을 회피하는 행위가 일어날 수 있다. 경품고시는 이러한 행위를 방지하기 위해 다음과 같은 경품행사의 구체적인 내용을 나타내지 않은 표시·광고행위는 불공정한 행위로 본다 고 규정하고 있다.

경품행사의 구체적인 내용은 ①경품제공 행사기간, ②경품제공조건 및 경품의 내용 등이다. 그리고 이 내용을 소비자현상경품류의 부당한 제공행위 부분에서만 규정하고 있는데 소비자경품류의 부당한 제공행위 부분에도 해당된다. 이는 입법불비(立法不備)이다. 고시개정시 반영되어야 한다.

## 5. 경품부 상품 또는 용역의 거래가액, 경품의 가액 산정

### 가. 경품부 상품 또는 용역의 거래가액의 산정방법(고시 제10조제1항)

- ① 경품제공을 조건으로 판매하는 물품이나 용역을 소비자가 실제로 구입하는 데 소요되는 금액을 기준으로 한다(제1호).

경품부 상품 또는 용역의 거래가액은 소비자가 실제로 구입하는 가격으로 하는 것이 원칙이다. 그런데 현실에 있어 일물일가(一物一價)의 원칙이 통용되기 어렵다. 가격은 시장의 여건에 따라 여러 가지로 나타날 수 있다. 하나의 상품 또는 용역의 가격이 여러 가지로 형성되어 있을 때 어떻게 거래가액을 산정할 수 있을까? 이 경우를 대비한 구체적인 방법은 제시되지 않고 있으나 정상적인 시장이라고 볼 수 있는 곳에서 형성된 가격을 기준으로 할 수밖에 없다. 예를 들면, 대표적인 대형백화점에서 일반 소비자에게 판매하는 가격을 평균하는 방법을 채택하는 것도 좋을 것이다. 그리고 신규로 출시되거나 시장에서 실제 소비자가격이 형성되지 않은 상품의 경우에는 어떻게 할 것인가? 이 때에는 해당 사업자가 상품의 포장 또는 신문광고상에 표시·광고한 가격에 따르면 될 것이다.

- ② 2이상의 상품이 조합되어 거래단위가 되거나 동일사업자의 점포에서 동일인이 2이상의 상품을 구입한 때에 경품류를 제공하는 경우에는 2이상 상품의 가격의 합계를 기준으로 한다(제2호).

이는 2이상의 상품을 구입해야만 소비자경품이나 소비자현상경품의 응모권을 주는 경우이다. 이 경우 경품부 상품의 거래가액은 그 상품들의 소비자가격을 합계하는 것이 당연하다.

- ③ 상품의 종류에 관계없이 일정금액 이상을 구입한 때에 경품류를 제공하는 경우에는 일정금액을

기준으로 한다(제3호).

예를 들어, ㉠ 1만원에서 5만원 상당의 상품을 구입한 소비자에게는 3천원 상당의 경품을, ㉡ 5만원에서 10만원 상당의 상품을 구입한 소비자에게는 5천원 상당의 경품을, ㉢ 10만원에서 50만원 상당의 상품을 구입한 소비자에게는 1만원 상당의 경품을 주는 경우이다. 이 사례에서 일 정금액이란 최저구입금액을 말하며, 그 금액을 기준으로 경품의 제공한도를 계산하는 것이다. 즉, 위 사례에서 경품의 제공한도는 ㉠의 경우  $1\text{만원} \times 10\% = 1\text{천원}$ , ㉡의 경우  $5\text{만원} \times 10\% = 5\text{천원}$ , ㉢의 경우  $10\text{만원} \times 10\% = 1\text{만원}$ 이 된다는 것이다.

#### 나. 경품가액의 산정방법(고시 제10조제2항)

- ① 경품가액의 산정은 원칙적으로 소비자의 입장에서 얻게 되는 경제상의 이익을 기준으로 한다. 즉, 경품을 소비자가 실제 구입할 경우 소요되는 금액을 기준으로 한다는 의미이다. 동 조 제1항제1호에서 규정하고 있는 경품부 상품의 거래가액의 산정방법과 같다고 할 것이다.
- ② 경품의 소비자가격을 알 수 없을 때에는 경품류제공사업자가 직접 제조한 경품류의 경우에는 그 제조가격에 25%를 가산한 금액, 다른 사업자로부터 구입한 경품류는 그 구입가격에 25%를 가산한 금액을 각각 경품류가액으로 한다.
- ③ 현금 또는 상품권의 경우에는 그 액면가액, 할인권의 경우는 할인되는 금액을 각각 경품류가액으로 한다.
- ④ 2이상의 경품류를 제공하는 경우에는 각각의 경품류가액의 합계액을 기준으로 한다.
- ⑤ 경품류 제공사업자가 경품류를 무료로 취득한 경우에는 경품류제공사업자에게 그 경품류를 무료로 제공한 자를 기준으로 경품류가액을 산정한다.

### 6. 경품고시의 적용관계

#### 가. 고시의 적용배제(고시 제12조)

(1) 제조업의 경우 연간 매출액이 100억원 미만인 사업자, 제조업 이외의 사업의 경우 연간 매출액이 10억원 미만인 사업자가 제공하는 경품류에 대해서는 이 고시를 적용하지 않는다.

이 적용배제 조항의 성격에 대해 논란이 있을 수 있다. 이 조항에 해당하는 사업자의 경품류제공행위에 대해, 이에 부당한 경품류제공행위가 성립되지 않는다는 견해와 부당한 경품류제공행위는 성립하되 해당 사업자에 대해 불공정거래행위에 대한 책임을 묻지 않는다는 견해가 대립될 수 있으나 후자의 견해가 타당하다고 하겠다.

다음의 사례를 보면 후자의 견해가 타당하다는 것을 알 수 있다. 즉, 연간매출액이 10억원이 넘는 유통업체와 10억원이 넘지 않는 유통업체들이 모여 합동으로 소비자현상경품행사를 하면서 경품의 총액이 이들 참여업체의 매출액 합계의 1%에 해당된다고 할 때, 먼저, 연간 매출액이 10억원 미만인



사업자에 대해서도 부당한 경품류제공행위는 성립하되 해당 사업자에 대해 불공정거래행위에 대한 책임을 묻지 않는다는 견해에 따른다면 10억원 미만인 사업자의 매출액도 경품의 제공총액한도 계산에 포함시키게 되고 따라서 매출액 10억원 이상인 사업자는 모두 경품고시를 위반하지 않게 된다.

그러나 연간 매출액이 10억원 미만인 사업자에 대해 이에 부당한 경품류제공행위가 성립되지 않는다는 견해에 따르는 경우 업체들의 매출액합계에서 10억원 미만인 사업자의 매출액을 빼게 되고 따라서 소비자현상경품의 제공총액한도도 적게 산출되므로 매출액 10억원 이상인 사업자는 모두 경품고시를 위반하게 된다. 즉 경품제공행위의 공정거래저해성으로 보아 죄가 되지 않는데도 처벌받는 결과가 되어 불합리하다고 할 수 있다.

(2) 다만, 제13조(경품류의 제공금지대상행위) 및 제14조(특정한 소비자현상경품의 제공금지)의 규정에 대해서는 이 규정이 적용되지 않는다.

#### 나. 미풍양속저해행위, 사행행위(고시 제13조)

미풍약속이나 미성년자의 건전한 성장을 저해할 우려가 있거나 기타 기만적인 현상방법에 의하여 경품류를 제공하는 행위는 금지된다.

#### 다. 기간 등의 산정기준(고시 제15조)

이 고시에서 기간의 계산은 역년을 기준으로 산정한다. 예를 들어, 00월 매출액이라 할 때 해당 월의 1일부터 말일까지의 매출액을, 전년도 매출액이라 할 때 전년도 1월 1일부터 12월 31일까지의 매출액을 말한다.

#### 라. 타법과의 관계(고시 제16조)

현상에 의하여 경품류를 제공하고자 하는 경우에 그 현상내용이 사행심을 유발할 우려가 있는 시설 또는 방법에 의하여 영리를 도모코자 하는 행위인 때에는 『사행행위등규제법』의 적용을 받는다.

#### 마. 대리점 등의 경품류제공행위(고시 제17조)

특정 제조회사의 제품만을 판매하는 대리점 등의 경품류제공행위는 당해 제조회사가 대리점 등의 경품류 제공행사에 직·간접적으로 관여한 경우 당해 제조회사의 경품류제공행위로 본다. 이 규정은 제12조 규정과 밀접히 관련되어 있다. 제12조에서 매출액이 적은 사업자가 부당한 경품제공행위를 하더라도 그 책임을 면하게 되어 있으므로, 이 규정을 두어 실질적으로는 제조회사가 경품행사를 하는데도 매출액이 적은 대리점에 비용을 제공하여 경품행사를 하는 것처럼 하여 경품고시규정을 면탈하는 것을 막기 위해서이다. **공정**