

## 알기 쉬운 표시·광고법 해설(3)

정 정 길

공정위 표시광고과 서기관

### 6. 표시·광고법에서 새로 도입된 주요제도

#### 가. 중요정보공개제도(법 제4조)

소비자의 구매선택에 영향을 미치는 중요한 표시·광고사항은 공정거래위원회가 관계부처와의 협의, 공청회를 통한 사업자단체·소비자단체의 의견 수렴 후 고시하고 이를 사업자의 표시·광고에 의무적으로 포함되도록 하고 있다. 이는 중요정보의 누락에 따른 부당한 표시·광고를 방지하고 소비자의 구매선택에 필요한 정보제공을 촉진하기 위한 것이다.

중요정보 고시대상으로는 ① 소비자의 피해가 빈번히 발생하고 그 피해의 사후구제가 곤란한 경우, ② 상품 등의 중대한 결함 또는 기능상 한계 등으로 소비자의 구매선택에 결정적 영향을 미치는 경우, ③ 기타 공정한 거래질서를 현저히 저해하는 경우로서 다른 법령에서 표시·광고를 의무화하고 있지 아니한 사항으로 한정하고 있다.(법 제4조)

2000. 4. 1.부터 시행한 동 고시(공정거래위원회 고시 제1999-25호) 적용대상은 부동산중개업, 학습교재판매업, 학원운영업, 증권투자업, 장의업, 체육시설운영업, 할인카드 회원권운영업, 사진현상 및 촬영업, 화물자동차운수업, 완구업 등 10개 업종이며, 2000. 12. 26.(고시 제2000-11호)에는 동 고시를 개정하여 의류업, 가구업, 주방용품업, 귀금속·보석업, 자동차부품업, 투자자문·투자일임업, 건강식품업, 산후조리원운영업, 유치원·보육시설운영업, 공동주택업 등 10개 업종을 추가하여 2001. 4. 1.부터 적용기로 하였으며, 매년 정보 부족에 의한 피해사례 등을 조사하여 단계적으로 확대해 나갈 계획이다.

공정거래위원회가 고시한 중요정보를 표시·광고내용에 포함시키지 아니한 사업자는 1억원 이하의 과태료에 처해진다.

#### 나. 광고실증제도(법 제5조)

사업자 등은 자기가 행한 표시·광고 중 “사실과 관련된 사항”에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 한다. 즉 ①인체에 직접적으로 영향을 미친다는 내용인 경우(예, 건강보조식품에 있어서 “담즙분비

촉진효과” 등의 표현), ②안전 또는 환경과 관련된 내용인 경우(예, 과다 섭취시 건강에 부작용이 있을 수 있는 비만해소용 식품에 있어서, “실험결과 부작용 전혀 없음” 등의 표현), ③성능, 효능, 품질에 관한 내용인 경우(예, 내연기관용 윤활유에 있어서, “연료절감 10%” 등의 표현), ④기타 소비자의 구매선택 및 거래질서에 중대한 영향을 미치는 내용인 경우에는 이를 실증할 수 있어야 한다.

공정거래위원회는 부당한 표시·광고의 우려가 있어 실증이 필요하다고 인정되는 경우 당해 사업자에게 실증자료의 제출을 요청할 수 있고, 동 요청을 받은 사업자는 30일 이내에 실증자료를 제출하여야 하며, 실증자료 중 소비자에 대한 정보제공의 필요성이 있는 경우 공정거래위원회는 사업자의 영업상 비밀을 제외하고는 이를 요약·정리하여 공개할 수 있다. 구체적인 실증자료 요청의 대상·방법, 실증자료의 심사기준, 실증자료의 열람·공개, 심사결과에 따른 처리기준에 대하여는 [광고실증에관한운영지침]을 제정·운영하고 있다. 이 제도는 대부분의 선진 외국에서도 시행되고 있다.<sup>1)</sup>

실증자료를 제출하지 아니한 사업자는 1억원 이하의 과태료에 처해지거나 부당한 표시·광고행위로 제재 받을 수 있다.

〈예〉 한국화장품(주) 및 (주)혜명교역의 부당한 광고행위에 대한 시정명령 및 실증자료의 공개

한국화장품(주) 및 (주)혜명교역은 '99년 8월~12월중 신문과 잡지를 통해 자기가 판매하는 에나(EHNA) 화장품에 대해 광고하면서, 바르는 것만으로도 운동하는 것과 같은 비만완화효과가 있으며, 미국 FDA와 일본 후생성의 화장품 관련테스트를 통과한 것처럼 광고하였다.

※ 한국화장품(주)는 에나(EHNA) 화장품 제조회사와의 독점공급계약 체결을 통해 에나(EHNA) 화장품의 국내외 독점판매권을 가지고 있으며, (주)혜명교역은 한국화장품(주)와의 계약을 통해 국내판매를 전담해 왔다.

위 광고행위에 대해 공정거래위원회가 표시·광고법 제5조에 근거하여 실증자료의 제출을 요청하였으며, 이에 대해 피심인들은 에나(EHNA) 화장품을 바르면 운동하는 것과 같은 비만완화 효과가 있는 것처럼 표현한 근거로서 동 제품을 사용한 여성 100명을 대상으로 [(주)해평](에나화장품 개발 후원업체)이라는 회사가 실시한 설문조사 결과를 제출하였으나 공정거래위원회는 임상실험이 아닌 단순한 설문조사는 화장품의 효과를 입증하는 객관적이고 타당한 방법이라고 할 수 없고, 설문조사 기관도 법령에 의한 시험·조사기관, 또는 사업자와 독립된 시험·조사기관이 아니므로, 이는 객관적 근거 없는 허위·과장광고행위에 해당된다고 판단하였으며, 또한 미국 FDA와 일본 후생성의 화장품 관련테스트에서 합격판정을 받은 것처럼 광고를 하였으나 이는 Shuster Laboratories.Inc.라는 미국 민간시험연구기관의 피부발진 및 독성테스트 결과에 근거한 것으로서 미국 FDA의 화장품 테스트에서 합격판정을 받은 사실이 없으며, 일본 후생성의 화장품 수입적격 테스트를 거친 사실도 없

1) 미국 : 광고실증에 관한 운용지침  
 EU : 오인 야기 광고에 관한 이사회지침  
 독일 : 식품·담배 기타 필수품의 거래규제에 관한 법률

으므로, 이는 객관적인 근거 없이 소비자를 오인시킬 우려가 있는 허위·과장의 광고행위에 해당된다고 판단하였다.

공정거래위원회는 위 행위에 대하여 당해 광고행위의 중지 및 법 위반사실을 신문에 공표토록 하는 한편, 언론, 소비자단체, 소비자보호원에 자료를 배포하고 공정거래위원회의 홈페이지에 게재하는 방법으로 실증자료를 공개하였다.

#### 다. 사업자단체의 표시·광고 제한행위의 금지(법 제6조)

사업자단체가 구성사업자의 표시·광고를 금지 또는 제한하는 것은 일종의 담합행위로서 사업자의 자유로운 사업활동을 방해하여 공정한 경쟁을 저해하는 것이 되므로 사업자단체는 법령에 의하지 아니하고는 당해 사업자단체에 가입된 사업자에 대하여 표시·광고행위를 제한하는 행위를 하여서는 아니 된다고 규정하고 있다. 다만 소비자의 이익을 보호하거나 공정한 거래질서를 유지하기 위하여 필요하다고 공정거래위원회가 인정하는 경우에는 예외로 인정할 수 있도록 하고 있다. 이 규정을 위반할 때에는 당해 위반행위의 중지명령 이외에 당해 위반행위를 정한 정관·약관 등의 변경을 명할 수 있다.

#### 라. 임시중지명령제도(법 제8조)

공정거래위원회의 시정조치는 준 사법적 절차를 거치기 때문에 심사개시 후 최종적으로 시정조치하기까지 보통 2~3개월이 소요되므로 그때까지 부당한 표시·광고를 방치하는 경우 소비자나 경쟁사업자에게 중대한 피해가 발생할 수 있다. 따라서 소비자 또는 경쟁사업자에게 중대한 피해를 줄 우려가 있는 부당한 표시·광고에 대하여는 공정거래위원회의 정식절차에 의한 시정조치를 하기 전까지 이를 일시 중지시킬 수 있도록 하고 있다.

다만, 임시중지명령으로 인한 사업자의 권익침해를 최소화하기 위하여 임시중지명령의 발동요건을 ① 부당한 표시·광고로 명백하게 의심되고, ② 소비자 또는 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위한 긴급한 필요가 있는 경우로 한정하고 있다. 또한 임시중지명령에 불복시에는 7일 이내에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있으며, 이의제기를 받은 공정거래위원회는 지체없이 서울고등법원에 그 사실을 통보하여 비송사건절차법에 따라 신속히 재판을 받도록 하고 있다. 임시중지명령을 요청할 수 있는 기관은 소비자단체, 정보통신윤리위원회, 한국간행물윤리위원회, 한국소비자보호원, 한국신문윤리위원회 및 한국광고자율심의기구 등이다. 이와 같이 임시중지명령 요청기관을 제한하는 것은 무분별한 임시중지명령 요청으로 인한 사업자의 불편을 예방하기 위한 것이다. 대부분의 선진 외국에서도 이 제도를 도입하여 시행하고 있다.<sup>2)</sup>

2) 미 국 : 연방거래위원회법 제13조, 클레이튼법 제7조의2제6항  
 일 본 : 사적독점의 금지 및 공정거래의 확보에 관한 법률 제67조  
 독 일 : 경쟁제한금지법 제56조  
 프랑스 : 가격 및 경쟁의 자유에 관한 명령 제12조

공정거래위원회는 임시중지명령제도의 효율적인 운영을 도모하기 위하여 이에 관한 세부운영기준(임시중지명령에관한운영지침)을 제정(99. 6. 30.)·운영하고 있다.

〈예〉 대한잡업개발공사의 표시·광고에 대한 임시중지명령

대한잡업개발공사(개인기업)는 '99. 8. 13.~8. 28. 기간중 주요 일간지의 전면 등을 통하여 자신이 판매하는 [진품누에동충하초]에 관하여 항암효과, 항피로효과, 면역력증강효과, 항스트레스효과, 항노쇠효과가 있다고 광고하였으며, 원형의 마크안에 “농촌진흥청 인증”이라는 표현을 사용하여 광고하였다.

공정거래위원회는 대한잡업개발공사가 광고한 동충하초의 항암효과 등이 실험용 쥐를 대상으로 한 실험결과일 뿐 인체에 대하여 동일한 약리효과를 발휘한다는 객관적인 근거가 없고, 농촌진흥청의 인증을 받은 바도 없어 명백히 부당한 광고에 해당되며, 동 제품의 가격이 1팩(100g)에 38만원이나 하는 고가로서 동 광고가 계속될 경우 소비자에게 회복하기 곤란한 피해가 발생할 우려가 있다고 판단하여 위의 광고행위에 대해 임시중지명령을 하였다.

#### 마. 손해배상책임(법 제10~11조)

사업자 등은 부당한 표시·광고를 하여 피해를 입은 자가 있는 경우에는 당해 피해자에 대하여 손해배상의 책임을 지며, 그 피해자에 대하여 고의 또는 과실이 없음을 들어 그 책임을 면할 수 없도록 규정하여 부당한 표시·광고에 따른 피해에 대하여 사업자의 책임을 분명히 하고 있다. 다만, 부당 표시·광고로 인한 피해자의 손해배상청구권은 공정거래위원회의 시정조치가 확정된 후가 아니면 이를 재판상 주장할 수 없으며, 손해배상청구권은 이를 행사할 수 있는 날부터 3년이 경과한 때에는 시효에 의해 소멸된다.

## 7. 시정조치, 벌칙 등 기타

### 가. 시정조치(법 제7조)

공정거래위원회는 사업자 등이 부당한 표시·광고행위를 하는 때에는 당해 사업자 등에 대하여 ① 당해 위반행위의 중지, ②법 위반사실의 공표, ③정정광고 등 법 위반행위의 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다.

### 나. 과징금(법 제9조)

공정거래위원회는 부당한 표시·광고행위를 한 사업자 등에 대하여는 매출액의 100분의 2를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있다. 다만, 그 위반행위를 한 자가 매출액이 없거나 매출액의 산정이 곤란한 경우에는 5억원을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부

과할 수 있다. 과징금부과기준매출액의 산정기준, 방법 등은 별도로 공정거래위원회가 정하도록 하고 있다. 과징금은 기준 매출액을 10억원 이하, 10억원 초과 100억원 이하, 100억원 초과 1,000억원 이하, 1,000억원 초과 1조원 이하, 1조원 초과와 다섯 단계로 구분하여 부과하며, 이때 법 위반의 내용 및 정도, 법 위반행위의 기간 및 횟수, 법 위반행위로 인하여 취득한 이익규모 등을 참작하여야 한다.

**다. 벌칙(법 제17조, 제19조) 및 과태료(제20조)**

부당한 표시·광고행위를 하거나 또는 다른 사업자 등으로 하여금 이를 행하게 한 사업자, 공정거래위원회의 시정명령에 응하지 않은 사업자단체 또는 사업자는 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만원 이하의 벌금에 처하도록 하고 있다. 이 경우 법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인, 사용인, 기타 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 위반행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 이외에 그 법인 또는 개인에 대하여도 동조의 벌과금을 과한다(양벌규정). 표시·광고법에 의하여 고시된 표시·광고사항을 포함시키지 아니한 경우 등에는 사업자에게는 1억원 이하, 임원 및 종업원 등에는 1천만원 이하의 과태료를 부과할 수 있도록 하고 있다.

**라. 독점규제및공정거래에관한법률의 준용(법 제16조)**

표시광고법은 위원회 업무에 관한 사항, 이의신청 및 소의 제기 등 법 위반행위의 인지·신고, 조사·의견청취 및 시정권고, 과징금납부기간 연장 및 과징금 징수, 고발 등에 관하여 독점규제및공정거래에관한법률을 준용토록 하고 있다. **공정**

**토막상식**

**폴사인제(Pole Sign制)**

석유판매업자가 석유정제업자의 상표, 상호, 서비스 마크 또는 기타 당해 상품을 식별하게 할 수 있는 상징을 자기의 영업장소에 표시하는 제도를 말한다. 공정거래위원회는 주유소 등 석유판매업의 부당표시·광고를 방지하기 위해 「주유소 등 석유판매업에 있어서의 공급지표시에 관한 불공정거래행위의 유형 및 기준」을 지정, 고시하고 있으며, 동 고시상의 부당표시광고는 다음과 같다. ① 특정석유정제업자의 제품을 판매하면서 이와 다른 석유정제업자의 상표를 표시·광고하는 행위, ② 서로 다른 석유정제업자의 제품을 교체 또는 혼합하여 판매하면서 특정 석유정제업자의 상표를 표시·광고하는 행위 등이 있다.

## 공정거래위원회심결집 판매 안내

본 협회에서는 공정거래위원회 심결을 분기별로 수록한 『공정거래위원회심결집』을 발간하여 다음과 같이 판매하고 있습니다.

### 공정거래위원회심결집 제20권1집

- 2000년도 1/4분기(2000. 1. 1 ~ 3. 31) 심결 수록. 823면 정도
- 2000년 4월 25일 발간
- 판매가격 : 회원(사) 20,000원, 비회원(사) 25,000원

### 공정거래위원회심결집 제20권2집

- 2000년도 2/4분기(2000. 4. 1 ~ 6. 30) 심결 수록. 875면 정도
- 2000년 7월 25일 발간
- 판매가격 : 회원(사) 20,000원, 비회원(사) 25,000원

### 공정거래위원회심결집 제20권3집

- 2000년도 3/4분기(2000. 7. 1 ~ 9. 30) 심결 수록. 1084면 정도
- 2000년 10월 31일 발간
- 판매가격 : 회원(사) 38,000원, 비회원(사) 43,000원

### 공정거래위원회심결집 제20권4집

- 2000년도 4/4분기(2000. 10. 1 ~ 12. 30) 심결 수록. 631면 정도
- 2001년 1월 26일 발간
- 판매가격 : 회원(사) 19,000원, 비회원(사) 24,000원

공정거래 관련 자료에 관한문의 및 구입신청은 본 협회 조서부☎(02) 775-8870~2)로 하시기 바랍니다.

## 원 고 모 집

본 협회에서 공정한 경쟁질서분위기 조성과 공정거래제도의 정착을 위해 발간하는 월간 『공정경쟁』은 공정거래 관련 전문가들의 참신하고 유익적인 글을 모집합니다.

논단과 기고문은 물론 수필, 소설, 공특, 만화 등 소재를 불문합니다. 여러분의 많은 참여를 바랍니다.

### 보내실 곳

주 소 : (100-743) 서울특별시 중구 남대문로 4가 45 상의회관 621호  
사단법인 한국공정거래협회 「공정경쟁」 출판담당자 앞  
전 화 : (02) 7765-8870~2 E-mail : kfca2000@netsgo.com  
PC통신 : kfca2000(천리안)