



공정거래자율준수 편람

I. 공정거래자율준수프로그램(CP)

1. CP개요	3
2. CP운영지침	3-4
3. CP조직도	4
4. CP조직의 역할	5-6

II. 공정경쟁법규 개관

1. 공정거래제도의 목적	8
2. 공정경쟁법규	8-9
3. 공정거래법의 주요내용	9-11
4. 약관규제법의 주요내용	11
5. 표시·광고법의 주요내용	11-12
6. 전자상거래법의 주요내용	12-13
7. 대리점법의 주요내용	13

III. 분야별 법규 해석

1. 시장지배적 지위의 남용 금지	15-18
2. 부당한 공동행위의 금지	19-30
3. 불공정거래행위의 금지	31-64
4. 약관규제법	65-74
5. 표시광고법	75-87
6. 전자상거래법	88-93
7. 대리점법	94-98

I. 공정거래자율준수프로그램(CP)

최고경영자는 모든 직원에게 서면으로 공정거래 관계법령 및 자율준수 프로그램의 준수 의무와 이를 위반하는 경우의 처벌 방침을 전 직원들에게 선언하여야 합니다.

최고경영자는 이사회 결의로써 자율준수 관리자를 임명하여야 하며, 필요한 경우 자율준수 위원회를 구성하는 등 자율준수 프로그램의 이행에 필요한 조직과 제도를 정비하고 그 효율적 운영에 필요한 지원을 제공하여야 합니다

1. 공정거래자율준수프로그램(CP)

1. CP개요

1.1 의의

- 공정거래관계법령의 이해증진 및 자율준수를 위하여 사업자들이 도입, 시행하는 프로그램으로서, 공정거래 관련 법규를 기업이 자율적으로 준수하기 위해 운영하는 준법시스템을 말함.
- 「자율준수편람」 또는 「자율준수매뉴얼」 이란 자율준수프로그램을 제정·시행하기 위하여 각사업자들이 작성한 문서를 말함.

2. 공정거래 자율준수프로그램 운영지침

2.1 공정거래법 및 관계법령

- 모든 직원은 공정거래 관계법령에서 정하는 유의사항을 충분히 숙지하고 이를 철저히 준수하여야 합니다.
- 「공정거래법」이란 「독점규제및공정거래에관한법률」을 지칭합니다.
- 「소비자법」이란 「소비자기본법」을 지칭합니다.
- 「약관법」이란 「약관의규제에관한법률」을 지칭합니다.
- 「표시광고법」이란 「표시광고의공정화에관한법률」을 지칭합니다.
- 「전자상거래법」이란 「전자상거래에있어서소비자보호에관한법률」을 지칭합니다.
- 「법」 또는 「법령」이라 함은 협의로는 해당 법률만을 지칭하나, 광의로는 해당 법률의 시행령, 수임기관의 지침 및 고시를 포함합니다.

2.2 핵심7대요소의 이행

2.2.1 최고경영자의 의지 표명

- 최고경영자는 모든 직원에게 서면으로 공정거래 관계법령 및 자율준수 프로그램의 준수 의무와 이를 위반하는 경우의 처벌방침을 전직원들에게 선언하여야 합니다.
- 최고경영자는 이사회 결의로서 자율준수 관리자를 임명하여야 하며, 필요한 경우 자율준수위원회를 구성하는 등 자율준수 프로그램의 이행에 필요한 조직과 제도를 정비하고 그 효율적 운영에 필요한 지원을 제공하여야 합니다.
- 최고경영자는 자율준수 관리자와 협의하여 직원들에게 공정거래 관계법령의 준수와 범위반의 사전 예방에 필요한 교육을 실시하며, 필요한 경우 협력업체 등을 대상으로 공정거래 관계법령 및 자율준수 프로그램에 관한 교육이나 행사를 주최하는 등 자유롭고 공정한 경쟁문화의 확산에 노력하여야 합니다.

2.2.2 자율준수관리자의 임명

- 자율준수관리자는 공정거래 관계법령 및 회사의 정책과 절차에 정통한 고위관리자 중에서 선임하되, 생산·영업, 구매·조달, 표시·광고, 고객지원 등 업무를 직접 담당하지 않는 자가 담당하는 것이 원칙입니다.
- 자율준수관리자는 공정거래 관계법령의 준수 및 자율준수프로그램의 수립과 집행을 위한 조직과 업무를 관장하고, 자율준수편람의 제정 및 개정, 자율준수프로그램의 기획, 수립, 집행, 감시, 제재, 개선 및 운영 등에 대한 권한과 책임을 가집니다.

2.2.3 자율준수편람의 제정 및 개정

- 자율준수관리자는 공정거래 관계법령에 따라 자율준수편람을 제정하고 필요한 경우 공정거래 관계법령의 신규 제정과 개정내용 등을 반영하여 자율준수편람을 개정합니다.

2.2.4 교육 시스템

- 자율준수관리자는 회사의 전 직원들이 공정거래 관계법령을 자율적으로 준수하고 법 위반 행위를 사전 예방할 수 있도록 주기적인 교육을 제공하며, 이에 필요한 프로그램과 시스템을 구비하고, 공정위 등 관계기관의 협력과 지원을 받아 교재를 개발합니다.
- 자율준수관리자는 교육 프로그램의 개발, 이행, 결과 등에 관한 기록을 해당 교육 종료 후 5년간 유지합니다

2.2.5 감시 및 감독 시스템

- 자율준수관리자는 회사의 공정거래관련법규준수를 위한 회사의 제반 활동을 감사하고, 그 결과를 최고경영자 및 이사회에 보고하고, 최고경영자와 협의하여 개선방안을 수립하고 집행합니다.

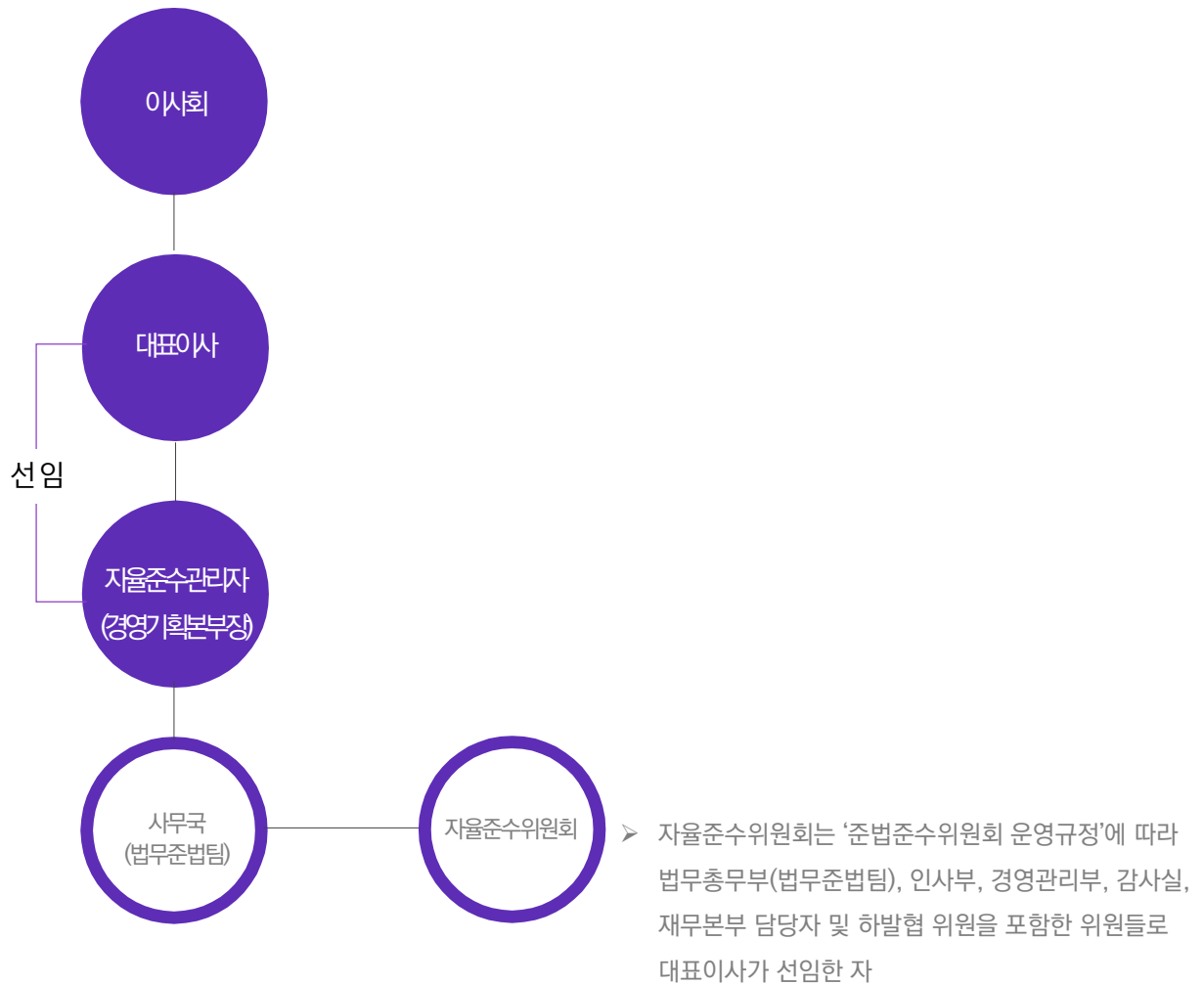
2.2.6 위반에 대한 자율규제

- 자율준수관리자는 직원이 공정거래 관계법령을 위반할 우려가 있거나 위반이 의심되는 사안이 발견된 경우, 지체 없이 조사하여 회사의 직원이 공정거래 관계법령을 위반하였거나 위반한 혐의가 있는 경우, 최고경영자, 기타 관련부서 책임자들과의 충분한 협의를 거쳐 사안에 따라 해당 업무로부터의 격리, 경고, 전직, 업무정지, 감봉, 해고 등 필요한 징계조치를 취합니다.
- 자율준수관리자는 필요한 경우 법위반 사실의 조사내용 및 관련자료와 문서를 기록, 보관 유지합니다.

2.2.7 문서관리체계

- 자율준수관리자는 자율준수의 시행과정에서 생성된 자료와 문서의 관리체제를 구축하여야 하고 경쟁법 위반시 경쟁당국에 대한 근거자료로 활용. 문서관리는 공정거래자율준수프로그램의 핵심6요소를 포함하고 있어야 하며 문서는 정확하고 최신의 정보를 담고 있어야 합니다

3. CP조직도



4. CP조직의 역할

4.1 자율준수 관리자

● 자율준수관리자란?

- 대표이사를 대신하여 공정거래법 위반을 사전에 예방하기 위해, 자율준수 프로그램을 설계하고 운영하며, 조직관리, 실태 점검, 제재 등 사내 공정거래자율준수에 대한 전반적인 권한과 책임을 가지고 있어야 합니다.
- 하나투어의 자율준수 관리자는 CP운영 담당을 맡고 있는 부서가 속한 부문의 임원(본부장)을 선임함을 원칙으로 합니다.

4.2 자율준수 조직

● 자율준수 협의회

- 자율준수 협의회는 CP운영 실무를 맡고 있는 '자율준수 운영담당'과 CP주요 업무별 책임자인 '자율준수실무담당'으로 구성되어 있으며, 협의회 의장은 자율준수관리자입니다.

- 자율준수 운영담당

- 자율준수 운영담당은 CP를 실제로 업무에 적용하고, 공정거래 관련하여 자문을 맡으며, 편람의 제개정 등 관리를 맡습니다.
- 법무준법팀을 운영담당으로 합니다.

- 자율준수 실무담당

- 자율준수 실무담당은 CP유관 업무 중 주요업무 담당부서의 장으로 합니다.
 - 하나투어의 실무담당은 감사실장, 인사부서장, 상품거래 담당부서의 팀장, CP운영을 맡은 '자율준수운영담당'부서의 팀장 등으로 구성합니다.

- 지사 별 자율준수 담당

- 각 지사 별 자율준수 담당은 각 조직 별 CP운영 및 업무를 지원합니다.
- 각 지사에 근무중인 소속부서의 임원(부서장 등)을 자율준수 담당으로 하며, 현장에서 실무운영을 하고 전파교육을 시행하는 등, 현장에 CP실무를 적용하는 가장 중요한 책임자입니다.

2. 공정경쟁법규 개관

공정경쟁법규는 시장경제체제의 기본원리인 공정하고 자유로운 경쟁을 보장함으로써 경제활동의 기본질서를 확립하기 위해 제정된 법규입니다.

2. 공정경쟁법규 개관

1. 공정거래제도의 목적

- 시장경제체제의 기본원리인 공정하고 자유로운 경쟁을 보장하여 경제활동의 기본질서를 확립.
- 사업자의 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형있는 발전을 도모함을 목적으로 함.

2. 공정경쟁 법규

공정경쟁제도는 크게 4개의 목적을 추구하기 위하여 13개의 법률을 운영, 그 중 당사와 관련된 주요법규는 공정거래법, 약관법, 표시광고법, 전자상거래법, 소비자법, 대리점법 등임

2.1 경쟁촉진시책(공정거래법)

- 각종 진입장벽 영업활동 규제를 개혁하고 경쟁제한적인 기업결합을 금지함으로써 경쟁적 시장환경을 조성
- 시장지배적 지위 남용행위, 부당한 공동행위, 기타 재판매가격유지행위 등 경쟁제한행위를 금지함으로써 경쟁질서를 확립

2.2 소비자 보호시책(약관법, 표시광고법, 할부거래법, 방문판매법, 전자상거래법)

- 사업자가 일방적으로 만든 불공정한 약관을 사용하는 것을 방지
- 허위, 과장 표시 광고를 시정하고 중요정보를 공개하도록 함으로써 소비자의 합리적인 상품선택에 필요한 정보를 제공
- 할부거래 방문판매 등 특수거래분야에서의 소비자피해를 방지
- 비대면거래 특성상 피해가 많은 전자상거래분야에서의 소비자 보호

2.3 독립 중소기업의 경쟁기반 확보(하도급법, 공정거래법, 가맹사업법)

- 하도급대금지급 물품수령 등과 관련된 각종 불공정행위를 시정함으로써 중소 하도급업체의 발전기반을 확보하고 사회적 비용을 최소화
- 우월적 지위를 이용한 대형유통업체 가맹사업본부의 횡포로부터 중소 입점 납품업체 및 가맹점을 보호

2.4 경제력집중 억제시책(공정거래법)

- 상호출자 계열사간 채무보증 금지 기업집단현황 공시제도 등의 운용

3. 공정거래법의 주요내용

- 공정거래법은 독과점발생을 방지하기 위한 시장구조개선제도와 주어진 시장구조하에서 사업자의 불공정거래행태를 개선하기 위한 제도로 구성
- 운동경기에 비유하면 먼저 게임의 규칙을 만드는 것이 시장구조의 개선측면이고 경기하는 선수의 반칙에 대한 벌칙이 거래행태를 개선하는 측면으로 볼 수 있음



3.1 시장지배적 지위의 남용금지(법 제5조)

- 독과점시장에서 시장지배적 사업자는 일반사업자에 비해 경쟁압력이 적다는 점을 이용하여 자기상품에 대한 가격과 출고량을 임의로 조절하고 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 등 불공정거래행위를 할 소지가 높고 이 경우 시장에 미치는 악영향이 크므로 이를 엄격히 규제
- 남용행위 유형 : 가격남용, 출고조절, 영업방해, 진입방해, 경쟁사업자 배제 등

3.2 기업결합의 제한(법 제9조)

- 기업간 합병을 공정거래법에서는 기업결합이라고 하는데 공정거래법에서 기업결합을 제한하는 이유는 시장지배적 지위 형성 및 경쟁 감소로 시장기능이 왜곡되는 사회전체의 후생손실을 방지하고 카르텔 금지의 실효성을 확보(합병은 카르텔과 동일한 효과)하여 공정경쟁 질서를 유지하기 위함 임
- 기업결합 제한의 내용 : 경쟁을 실질적으로 제한하는 기업결합의 금지, 일정한 기업결합의 신고의무

3.3 부당한 공동행위(법 제40조)

- 부당하게 경쟁을 제한하기 위하여 사업자가 다른 사업자와 공동으로 특정한 행위를 할 것을 합의하는 행위(담합, 카르텔)는 사업활동의 자유 침해, 기술개발 노력 저해, 가격 상승, 품질저하 등의 폐해를 초래하는 행위로서 강력히 규제하고 있음
- 행위 유형 :
 - 가격의 결정·유지·변경, 지급조건·거래조건 등의 결정
 - 거래제한 거래지역 거래상대방 제한(시장분할)
 - 설비신설 등의 방해 제한
 - 상품 용역의 종류 규격 제한
 - 회사 등의 설립
 - 입찰담합
 - 사업활동 등의 방해 제한

3.4 불공정거래행위의 금지(법 제45조)

- 공정거래법 제23조에서는 부당한 고객유인, 부당지원행위 등 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 불공정거래행위로서 금지하고 있는데, 이러한 불공정 거래행위를 규제하는 이유는 사업자간 경쟁을 촉진하는 공정한 거래질서를 유지 확립하기 위함 임
- 행위 유형
 - 거래거절
 - 차별적 취급
 - 경쟁사업자 배제
 - 부당한 고객유인
 - 거래강제
 - 거래상지위남용
 - 구속조건부거래
 - 사업활동방해
 - 부당한지원행위

3.5 특수관계인에 대한 부당한 이익제공 금지(제47조)

- 일정규모 이상의 기업집단 소속회사가 특수관계인(총수일가)에게 부당한 이익을 제공하는 거래행위를 금지하여 일감 몰아주기를 통한 부당한 富 의 이전을 차단
- 주요 유형
 - 상당히 유리한 조건의 거래, 사업기회 제공
 - 현금, 금융상품을 상당히 유리한 조건으로 거래
 - 가격, 거래조건 등에 대한 합리적 고려나 비교 없이 상당한 규모로 거래

3.6 관련 고시

- 계속적 재판매거래 등에 있어서의 거래상 지위남용행위 세부유형 지정고시
- 부당한 공동행위 자진신고자 등에 대한 시정조치 등 감면제도 운영고시
- 시장지배적지위남용행위 심사기준
- 기업결합 관련 시정조치 불이행에 따른 이행강제금 부과기준
- 기업결합 시정조치 부과기준
- 기업결합 심사기준
- 대규모내부거래 등에 대한 이사회 의결 및 공시에 관한 규정
- 공동행위심사기준
- 부당한 지원행위의 심사지침
- 불공정거래행위 심사지침
- 특수형태근로종사자에 대한 거래상지위남용행위 심사지침

4. 약관규제법의 주요내용

4.1 약관규제법의 목적(법 제1조)

사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립하고, 이를 통해 소비자를 보호하고 국민생활의 균형있는 향상을 도모하는 것이 약관규제법의 목적임.

4.2 약관의 정의(법 제2조 제1항)

‘약관’이란, 그 명칭이나 형태 또는 범위에 상관없이 계약의 한쪽 당사자가 여러명의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식으로 미리 마련한 계약의 내용을 말하며 약관으로 인정되기 위하여는 아래의 요건을 갖추어야 함

- ‘일방당사자’가 ‘다수의 상대방과의 계약체결에 사용하기 위하여’ 특정한 계약체결 전에 ‘미리’ 작성 한 것

5. 표시광고법의 주요내용

표시·광고규제는 소비자를 속이거나 오인하게 하는 부당한 표시 광고행위를 방지하고 소비자에게 정확하고 유용한 정보를 충분히 제공하여 정보의 비대칭성을 해소함으로써 소비자의 합리적인 선택을 유도하고 공정한 거래질서를 확립함을 목적으로 함

5.1 부당한 표시·광고의 유형

- 허위·과장 표시·광고 : 사실과 다르 또는 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고 하는 행위
- 기만적인 표시·광고 : 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 기만적인 방법으로 소비자를 속이는 행위
- 부당한 비교 표시·광고 : 객관적 근거 없이 자기의 것이 경쟁업자의 것에 비하여 우량 또는 유리하다고 하거나 자기 것의 유리한 부분만을 비교하여 표시·광고하는 행위
- 비방 표시·광고 : 객관적 근거 없는 내용이나 불리한 사실만으로 비방하는 행위

5.2 표시·광고의 위법성 판단 기준

- 소비자오인성(부당성), 공정거래저해성

5.3 관련 고시

- 부당한 표시·광고 행위의 유형 및 기준
- 비교 표시·광고에 관한 심사지침
- 기만적 표시·광고 심사지침
- 수상·인증 등의 표시·광고에 관한 심사지침
- 중요한 표시·광고사항 고시

6. 전자상거래법의 주요내용

정보화 기술의 발달에 따라 거래가 확대되고 있는 대면 거래인 전자상거래 및 非 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 거래과정에서 발생하는 사업자의 불공정한 거래로 부터 소비자를 보호

6.1 법 적용범위

- 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 방법으로 이루어지는 사업자 및 소비자 간의 모든 재화 또는 용역의 거래에 대해서 적용 (B2C)
- 금융기관에 의한 금융상품의 거래에 대하여는 제12조 내지 제20조 적용 제외

6.2 준수사항

- 기록보존, 조작실수 방지 등 전자문서 활용관련 소비자 보호 조치
- 사이버몰 운영의 표시
- 소비자 정보수집 · 이용 시 관련 법 준수
- 사업자 금지행위
 - 허위, 과장 광고, 기만적 방법으로 유인
 - 청약철회 방해
 - 분쟁 · 불만처리 방치
 - 구매강요
 - 소비자 정보 남용

6.3 관련 고시

- 전자상거래 등에서의 소비자보호 지침
- 전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시

7. 대리점법의 주요내용

대리점본사가 거래상 우월한 지위를 바탕으로 대리점에게 일방적으로 물량을 밀어내거나 영업비용을 전가하는 등의 불공정행위가 다수 적발되고 사회적 문제로 대두되면서 대리점본사에 대한 규제강화, 대리점주 피해구제에 대한 논의가 증대

7.1 법 적용범위

- 공급업자(대리점 본사)와 대리점 사이의 거래
- 상품 또는 용역의 재판매 또는 위탁판매를 위하여 행해지는 거래
- 일정기간 지속되는 계약을 체결하여 반복적으로 행해지는 거래

7.2 준수사항

- 서면의 교부 및 서류의 보존
- 구매강제행위의 금지
- 경제상 이익제공 강요행위 금지
- 판매목표 강제 행위의 금지
- 불이익 제공행위의 금지
- 경영활동 간섭금지
- 주문내역 확인요청 거부 또는 회피금지
- 보복조치의 금지

7.3 관련고시

- 대리점법 위반사업자에 대한 과징금 부과기준에 관한 고시

3. 분야별 법규 해석

1. 시장지배적 지위의 남용 금지
2. 부당한 공동행위의 금지
3. 불공정거래행위의 금지
4. 약관규제법
5. 표시광고법
6. 전자상거래법
7. 대리점법

3. 분야별 법규해석

1. 시장지배적 지위의 남용 금지

1.1 개념

- 일정한 거래분야에서 상품이나 용역의 가격, 거래조건 등에 실질적인 영향을 미칠 수 있는 지위를 가진 사업자(시장지배적 사업자)가 그 지위를 남용하는 행위를 금지
- 금지이유 : 시장지배적 사업자는 일반사업자에 비해 경쟁압력이 적다는 점을 이용하여 자기상품에 대한 가격과 출고량을 임의로 조절하고 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 등 불공정거래행위를 할 소지가 높음

1.2 시장지배적 사업자의 판단기준

- 시장지배적 사업자의 추정(법 제6조)
다음 요건에 해당하는 사업자는 시장지배적 사업자로 추정됨 (단 일정한 거래분야에서 연간 매출액 또는 구매액이 80억원 미만인 사업자는 제외)
 - 하나의 사업자의 시장점유율이 100분의 50이상
 - 셋 이하의 사업자의 시장점유율의 합계 100분의 75이상
(다만 이 경우 시장점유율이 100분의 10미만인 자를 제외)
- 그 밖에 시장지배적 사업자일 가능성이 큰 경우 (시지남용 심사기준)
 - 진입장벽이 높은 경우
 - 경쟁사업자의 규모가 상대적으로 작은 경우
 - 경쟁사업자간 공동행위 가능성이 높은 경우
 - 유사품 · 인접시장이 존재하지 않는 경우
 - 사업자 (계열사 포함)의 시장봉쇄력이 큰 경우
 - 경쟁사업자에 비해 자금력이 현저히 큰 경우

1.3 금지되는 남용행위의 유형 및 위반사례

- 가격을 부당하게 결정, 유지 또는 변경하는 행위 법 제5조 제1항 제1호
 - 정당한 이유없이 상품의 가격이나 용역의 대가를 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용의 변동에 비하여 현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 행위

사례 : 카드사들의 가격 유지행위(2001.3.28. 2001독점0280)

- 카드사, 은행 등 15개 카드취급 사업자들은 현금서비스 수수료율, 할부수수료 및 연체이자율을 인상한 후 자금조금리, 연체율 및 대손율이 상당기간 하락하였음에도 불구하고 시장지배적 지위를 남용하여 현금서비스수수료율, 할부수수료율 및 연체이자율을 더 높거나 거의 같은 수준으로 유지
 - ⇒ 과징금 총40억원

- 상품판매 또는 용역제공의 부당한 조절행위(법 제5조 제1항 제2호)
 - 정당한 이유 없이 최근 추세에 비추어 상품 또는 용역의 공급량을 현저히 감소시키거나 유통단계에서 공급부족이 있음에도 불구하고 상품 또는 용역의 공급량을 감소시키는 경우
- 다른 사업자의 사업활동에 대한 부당한 방해행위 법 제5조 제1항 제3호
 - 정당한 이유 없이 다른 사업자의 생산활동에 필요한 원재료 구매를 방해 하는 행위
 - 정상인 관행에 비추어 과도한 경제상의 이익을 제공하거나 제공할 것을 약속하면서 다른 사업자의 사업활동에 필수적인 인력을 채용하는 행위
 - 정당한 이유 없이 다른 사업자의 상품, 용역의 생산, 공급, 판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절, 중단하거나 제한하는 행위
 - 기타 부당한 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 행위 행위

사례 : 대리점 영업활동 방해행위

- 자동차 제조사인 A사는 '06.9월 노조와 체결한 단체협약에 대리점 영업직원 총 정원제를 도입하기로 합의한 후, 매 짝수 년도에 총 정원을 설정해서 그 수를 회사의 직판 영업직원 수와 동일하게 결정하고 대리점계약서에 A사가가 판매코드를 부여한 직원만 판매하도록 정하여 총 정원을 초과할 경우 판매코드를 부여하지 않는 방법으로 전체 대리점의 영업직원 총원을 관리함
- 이로 인해 대리점들은 추가로 영업직원을 채용해도 판매코드를 부여 받지 못하거나(197건) 지연(238건)하여 부여 받는 등 영업에 지장을 받았으며 또한 A사는 신규 영업직원에 판매코드를 부여하는 대신 기존 영업직원을 해고하도록 요구하거나 저능률 직원을 해고하게 하여 확보한 판매코드를 다른 대리점 신규직원에게 부여하는 등 경영활동을 간섭함
- 한편 A사는 대리점이 경력 영업직원을 채용할 경우 다른 자동차 판매사를 퇴사한지 6개월이 지나지 않은 경우에는 판매코드를 부여하지 않음
 - ⇒ 과징금 5억원

- 다른 사업자의 사업활동에 대한 부당한 방해행위(법 제5조 제1항 제4호)
 - 정당한 이유 없이 거래하는 유통사업자와 배타적 거래계약을 체결하는 행위
 - 정당한 이유 없이 기존사업자의 계속적인 사업활동에 필요한 권리 등을 매입하는 행위
 - 정당한 이유 없이 새로운 경쟁사업자의 상품·용역의 생산·공급·판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절 중단하거나 제한하는 행위
 - 기타 부당한 방법으로 새로운 경쟁사업자의 신규진입을 어렵게 하는 행위
- 부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하는 행위(법 제5조 제1항 제5호 전단)
 - 부당하게 상품 또는 용역을 통상거래가격에 비하여 낮은 대가로 공급하거나 높은 대가로 구입하여 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 경우
 - 부당하게 거래상대방이 경쟁사업자와 거래하지 아니할 것을 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 경우

사례 : 오픈마켓 운영사의 경쟁사 배제행위

- A사는 오픈마켓시장 점유율 1위사로 신규사업자가 시장에 진출하여 급속하게 성장하자 시장에서의 지위를 이용하여 자신과 단독으로 거래하는 판매자만을 대상으로 메인 노출 프로모션을 실시하고,
- 경쟁사 홈페이지를 통해 판매자가 경쟁사와 거래하는 것이 발견 되면 프로모션서 제외하는 방법으로 경쟁사업자와 거래하지 않도록 강제함
⇒ 과징금 1천만원, 회사 및 담당임원 고발

- 소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있는 행위(법 제5조 제1항 제5호 후단)
 - 거래 건 등을 사업자에게 일방적으로 유리하게 설정함으로써 소비자의 이익 침해하는 경우

사례 태권도 승품 · 단 심사비 부당징수

- ○○시의 A태권도협회회는 국기원으로부터 5단 이하 승품·단 심사업무를 위임받아 심사를 하는 자인데, 심사업무와 관련이 없는 경조사비와 장학기금 등을 승품 · 단 심사비에 포함시켜 응시자로부터 징수함
⇒ 과징금 5천 7백만원, 협회 및 전현직 협회장 2명 고발

1.4 위반 시 제재

제재유형	제재내용
시정명령	가격한하 위반행위 중지 시정명령을 받은 사실의 공표 등
과 징 금	관련매출액(영업수익) 의 6%이내에서 과징금 부과 (법 제8조)
형사처벌	3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금 (법 제124조 제1항 제1호) 양벌규정 적용 (법 제128조)

1.5 문제 가능 사안 및 Do and Don't

- 3.4 불공정거래행위의 금지 항목 참조

2. 부당한 공동행위의 금지

2.1 부당한 공동행위(담합) 규제 내용

2.1.1 담합 개념 및 폐해

- 담합의 개념

담합이란 사업자들이 상품이나 용역의 가격·생산량판매방법·시장·종류 등을 다른 사업자들과 공동으로 결정하거나 합의하는 행위를 의미하며 카르텔 또는 기업연합이라고도 함.

담합을 규제하는 이유는 담합이 경쟁한행위 중에서도 경쟁저해성이 가장 명백하고 자원배분의 비효율을 초래하여 경·사회적 비용을 발생시키기 때문임

- 담합의 폐해

사업자들의 담합 행위는 공정하고 자유로운 경쟁을 저해하기 때문에 창의적인 기업활동이 위축되고 소비자들 피해를 입게 되는 등 국가경제에 끼치는 영향이 매우 크며 구체적으로는 아래와 같은 폐해가 있음

- 담합은 주로 독점이윤을 목적으로 하므로 대부분의 경우에 가격상승을 초래
- 담합의 참가사업자들은 가격, 품질, 서비스 등의 면에서 경쟁 압력을 느끼지 않게 되기 때문에 당해 산업분야에서의 효율성 즉, 원가 절감이나 경영합리화를 기대할 수 없게 되고 사업자들이 품질이나 서비스 개선의 노력을 게을리하게 되므로 결국 소비자만 피해를 봄
- 담합의 참가사업자들은 자체 결을 통하여 잠재적 경쟁자의 시장진입을 방해하거나 기존의 사업자를 축출하려고 함
- 담합을 방임하면 궁극적으로 시장의 경직성과 불균형을 초래

2.1.2 담합금지(법 제40조)

사업자는 계약·협정·결의 기타 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 할 것을 합의하거나 부당한 공동행위 하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 안됨

- 합의

- 담합은 사업자간에 합의를 함으로써 곧바로 성립하며 합의의 구체적인 실행을 해야 성립하는 것은 아니며 명시적인 합의 뿐만 아니라 묵시적인 합의가 있는 경우에도 부당한 공동행위로 인정됨
- 합의는 반드시 계약에 의해 이루어진 것만 말하는 것은 아니며 협정이나 결의 기타 어떠한 방식으로든 사업자간에 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 하기로 하는 의사의 교환과 합치가 있으면 합의가 성립

- 합의 추정

2인 이상의 사업자가 공동행위의 외형을 보이고 있고 사업자간 접촉 등 공동행위의 합의를 한 것으로 볼 수 있는 개연성이 있는 경우에 명시적인 합의가 없었더라도 담합행위를 하고 있는 것으로 추정

- 경쟁제한성

- 일정한 거래분야의 경쟁이 감소하여 특정 사업자 또는 사업자단체의 의사에 따라 어느 정도 자유로 가격, 수량, 품질 기타 조건 등의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는 상태 초래하여야 함
- 경쟁제한적인 행정지도에 따라 사업자들이 공동행위를 실시한 경에도 원칙적으로는 부당한 공동행위가 되며 다만 제재조치를 함에 있어서 정상을 참작하는 사유가 됨

- 담합의 구체적 유형

- ① 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위
- ② 상품 또는 용역의 거래조건이나 그 대금 또는 대가의 지급조건을 정하는 행위
- ③ 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한 하는 행위
- ④ 거래지역 또는 거상대방을 제한하는 행위
- ⑤ 생산 또는 용역의 거래를 위한 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위
- ⑥ 상품 또는 용역의 종류·규격을 제한하는 행위
- ⑦ 영업의 주요부문을 공동으로 수행·관리하거나 수행·관리하기 위한 회사 등을 설립하는 행위
- ⑧ 입찰 관련 공동 결정 행위
- ⑨ 그 밖에 다른 사자의 사업활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한 함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위

2.1.3 담합 유형별 세부 내용

- 가격을 결정, 유지 또는 변경하는 행위

가격담합은 가장 전형적인 공동행위로서 당사자들에게 이익 되는 경우가 대부분이기 때문에 공동행위 중에서 발생빈도가 가장 높은 유형임.

가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위라 함은 상품이나 용역의 가격을 새로 정하거나 현재의 가격을 그대로 유지하거나 또는 인상·인하 하는 행위를 의미

※ 유의사항

외형상 가격을 인하하는 것만으로는 소비자에게 손해가 없고 경쟁 제한하지 않는 것으로 생각하기 쉬우나 사업자들이 경쟁시장에서 자유롭게 개별적으로 가격을 결정한다면 가격변동요인이 서로 달라서 인하율이 다를 것임에도 공동으로 인하율을 정함으로써 경쟁을 제한하게 되기 때문에 공동으로 가격을 인하하는 행위도 규제의 대상임

- ※ 가격결정에 관한 공동의 기준에 합의하고 이에 따라 가격 결정하는 경우에도 부당한 공동행위에 해당

- 상품 또는 용역의 거래조건이나 그 대금 또는 대가의 지급조건을 정하는 행위

거래조건이란 위탁수수료, 출하장려금, 판매장려금 등의 수준, 무료 상품·서비스 제공 여부, 특정 유형의 소비자에 대한 상품·서비스 공급방식, 운송조건 등과 같이 상품 또는 용역의 거래와 관련된 조건을 의미하며 가격을 결정하는 요소와 밀접한 관련이 있음

※ 유의사항

상품을 인도하는 장소, 방법에 관한 합의나 A/S내용, 기간, 비용 등의 조건에 관한 합의, 리베이트에 관한 합의 연체이율에 관한 합의, 계약해지·해제에 관한 합의 등이 모두 거래조건 담합에 해당

- 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위

상품의 생산량, 출고량 또는 수송량을 제한하면 시장에서의 공급상황에 영향을 미치게 되고 결과적으로 가격에 영향을 주게 되기 때문에 규제의 대상이 됨.

사업자가 생산·출고·수송량을 증대시키면 생산원가를 줄일 수 있기 때문에 이를 제한하면 사업자의 경쟁을 제한하는 결과도 발생

- 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위

사업자 공동으로 거래상대방의 제한, 거주지역의 제한, 수주의 배분, 수주 예정자 결정 등 거래지역 및 거래상대방을 제한하는 행위

※ 유의사항

경쟁자와의 신규거래금지, 입찰참가 제한, 거래처에 관한 블랙리스트의 작성, 거래처 분할 등의 유형이 구체적인 시장분할 담합에 해당

- 생산 또는 용역의 거래를 위한 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 한하는 행위

설비 또는 장비는 상품을 생산하기 위한 가장 중요한 수단인데 이러한 설비의 신설·증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 경우에 생산 및 판매활동을 제한하게 되고 그 결과 가격에까지 영향을 미치기 때문에 공정하고 자유로운 경쟁을 저해하는 부당한 공동행위로 규제

※ 유의사항

사업자별로 설비의 규모를 할당하거나 공동으로 결정하는 행위, 설비의 폐하기로 하는 행위, 장비의 도입자금을 제한하는 행위 등이 모두 설비제한 담합에 해당

- 상품 또는 용역의 종류·규격을 제한하는 행위

사업자들이 담합하여 상품이나 용역의 다양화를 제한하게 되면 시장에서의 경쟁을 저해할 뿐만 아니라 소비자의 상품선택권을 제한하고 사업자의 신제품 개발영향을 미치게 되기 때문에 부당한 공동행위로 규제
그러나 부품의 호환성 증대, 유통의 합리화, 생산능률의 향상 등을 위한 표준화의 경우에는 경쟁을 촉진시킴과 아울러 소비자의 편익이 증대되는 등 경제적 효율성을 향상시키기 때문에 허용되는 경우가 있음

※ 유의사항

사업자간에 규격 또는 종류별 생산품목을 할당하는 행위, 공동으로 생산품을 결정하는 등 사업영역을 설정하는 행위, 신제품의 거래여부 또는 거래시기를 제한하는 행위, 일정한 용량의 제품만을 생산하기로 하는 행위 등

- 입찰 관련 공동 결정 행위

사업자들이 낙찰자, 경락자, 투찰가격, 낙찰가격 또는 경락가격 낙찰 또는 경락의 비율, 설계 또는 시공 방법, 기타 입찰 또는 경매의 경쟁 요소가 되는 사항을 공동으로 결정하는 행위는 가격이나 조건 등을 여러 사업자 경쟁하도록 하는 입찰·경매의 본래 취지를 훼손하고 입찰·경매를 실시한 자의 손실을 초래

※ 유의사항

- 타사업자에게 유찰방지를 위한 들러리 입찰을 요하거나 사업자들 간에 입찰 대상이나 지역을 분할하는 등의 행위도 입찰담합에 해당
- 입찰담합의 경우 형법상 입찰방해죄에 해당하여 형사처벌을 받을 수도 있음
- 공정위는 국가, 지자체 또는 정부투자기관이 발주하는 입찰관련 담합을 적발하기 위하여 입찰담합징후분석시스템을 운영 중에 있음

- 그 밖에 다른 사업자의 사업활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위

사업활동은 각 사업자가 자신의 판단에 따라 자유롭게 행할 수 있어야 하는데, 사업자들이 다른 사업자의 사업을 방해하는 행위는 공정하고 경쟁적인 거래를 방해하는 것으로서 부당한 공동행위에 해당

※ 유의사항

주로 사업자단체의 지위를 이용하여 비회원업체의 영업활동을 제한하는 행위, 특정사업자를 시장으로부터 배제 또는 축출하는 행위, 다른 사업자가 시장에 진출하기 어렵게 만드는 행위 등도 포함됨

2.2 적용 제외

2.2.1 인가제도

- 부당한 공동행위의 인가제도

부당한 공동행위가 아래의 각 목적을 위하여 행하여지는 경우에는 공정거래위원회의 인가를 받은 경우에는 사업자 간에 공동행위를 할 수 있음

- 산업합리
- 연구 기술개발
- 불황의 극복
- 산업구조의 조정
- 거래조건의 합리화
- 중소기업의 경쟁력 향상

- 인가요건

- 산업합리화
 - 공동위에 의한 기술향상·품질개선·원가절감 및 능률 증진 등의 효과가 명백한 경우
 - 공동행위외의 방법으로는 산업합리화의 달성이 곤란한 경우
 - 경쟁을 제한하는 효과보다 산업합리화의 효과가 클 경우
- 연구·기술개발
 - 당해 연구·기술개발이 산업경쟁력 강화를 위하여 긴요하며 그 경제적 파급효과가 클 경우
 - 연구·기술개발에 소요되는 금액이 과다하여 한 사업자가 조달하기 어려운 경우
 - 연구·기술개발 성과의 불확실에 따른 위험산정을 위하여 필요한 경우
 - 경쟁을 제한하는 효과보다 연구·기술개발의 효과가 클 경우

- 불황의 극복
 - 특정한 상품, 용역 수요가 상당기간 계속하여 감소하고 수요에 비하여 공급이 크게 초과하는 상태가 계속되며 앞으로도 그 상태가 계속될 것이 명백한 경우
 - 당해 상품 또는 용역의 거래가격이 상당기간 평균생산비를 하회하고 있는 경우
 - 당해 사업분야의 상당수의 기업이 불황으로 사업활동을 계속하기가 곤란하게 될 우려가 있는 경우
 - 기업의 합리화에 의하여는 상기 사항을 극복 수 없는 경우

- 산업구조의 조정
 - 국내외 경제여건의 변화로 특정산업의 공급능력이 현저하게 과잉상태에 있거나 생산시설·방법이 낙후하여 생산능률·국제경쟁력이 현저하게 저하된 경우
 - 기업의 합리화에 의해 상기 사항을 극복할 수 없는 경우
 - 경쟁을 제한하는 효과보다 산업구조를 조정하는 효과가 클 경우

- 거래조건의 합리화
 - 거래조건의 합리화로 생산능률의 향상, 거래의 원활화 및 소비자의 편익증진에 명백하게 기여하는 경우
 - 거래조건의 합리화 내용이 당해 사업분야의 대부분 사업자들에 의하여 기술적 경제적으로 가능한 경우
 - 경쟁을 제한하는 효과보다 거조건의 합리화의 효과가 클 경우

- 중소기업의 경쟁력향상
 - 공동행위에 의한 중소기업의 품질·기술향상 등 생산성 향상이나 거래조건에 관한 교섭력 강화 효과가 명백한 경우
 - 참가사업자 모두가 중소기업자인 경우
 - 공동행위 외의 방법으로는 대기업과의 효율적인 경쟁이나 대기업에 대항하기 어려운 경우

- 인가의 한계

부당한 공동행위 인가대상에 해당하더라도 다음의 요건 중 하나에 해당하는 경우에는 인가받을 수 없음

 - 당해 공동행위의 목적을 달성하기 위하여 필요한 정도를 초과할 경우
 - 수요자 및 관련사업자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있는 경우
 - 당해 공동행위 참가사업자 간에 공동행위 내용에 부당한 차별이 있는 경우
 - 당해 공동행위에 참가하거나 탈퇴하는 것을 부당히 제한하는 경우

2.2.2 법령에 따른 정당한 행위

● 부당한 공동행위의 인가제도

사업자가 다른 법률 또는 그 법률 의한 명령에 따라 행하는 정당한 행위에 대하여는 부당한 공동행위에 관한 규정 적용하지 않음

① 보험업법 제125조에 의한 상호협정의 인가

보험회사가 업무에 관한 공동행위를 하기 위하여 다른 보험회사와 상호협정을 하거나 이를 변경·폐지하고자 하는 경우에 금융위원회의 인가를 받은 경우에는 법령에 의하여 행한 것으로서 공정거래법이 적용 되지 않음

② 관할관청의 행정지도

보험료나 대출이율의 결정 등 금지대상 공동행위 유형에 관한 관할관청의 행정지도가 있는 경우, 그 행정지도가 법률의 위임에 의한 명령으로서 사업자를 구속하는 경우에는 공정거래법 적용되지 않음. 그러나 관할관청의 행정지도가 법률의 위임에 의한 것은 아니지만 사실상 사업자를 구속하는 경우에 각 사업자가 그 행정지도에 따라 일정한 행위를 하였는데 그로 인하여 공동행위의 결과가 난 경우에는 합의가 없었던 것으로 볼 수 있겠지만 사업자들이 행정지도를 핑계로 구체적인 합의를 한 경우에는 부한 공동행위에 해당

● 거래조건의 합리화

- 거래조건의 합리화로 생산능률의 향상, 거래의 원활화 및 소비자의 편익증진에 명백하게 기여하는 경우
- 거래조건의 합리화 내용이 당해 사업분야의 대부분 사업자들에 의하여 기술적 경제적으로 가능한 경우
- 경쟁을 제한하는 효과보다 거조건의 합리화의 효과가 클 경우

● 중소기업의 경쟁력향상

- 공동행위에 의한 중소기업의 품질·기술향상 등 생산성 향상이나 거래조건에 관한 교섭력 강화 효과가 명백한 경우
- 참가사업자 모두가 중소기업자인 경우
- 공동행위 외의 방법으로는 대기업과의 효율적인 경쟁이나 대기업에 대항하기 어려운 경우

● 인가의 한계

부당한 공동행위 인가대상에 해당하더라도 다음의 요건 중 하나에 해당하지 않는 경우에는 인가 받을 수 없음

- 당해 공동행위의 목적을 달성하기 위하여 필요한 정도를 초과할 경우
- 수요자 및 관련사업자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있는 경우
- 당해 공동행위 참가사업자 간에 공동행위 내용에 부당한 차별이 있는 경우
- 당해 공동행위에 참가하거나 탈퇴하는 것을 부당히 제한하는 경우

2.3 문제 가능사안

- 상품 및 용역(보험, 대출, 부동산 등)의 가격에 관한 협의나 정보교환
- 가격책정, 거래조건, 거래상대방 등에 관한 공동 가이드라인 협의
- 상품 및 용역의 공급 내지 수급 조건, 시장, 사업자 등에 관한 협의
- 사업자별로 상품 또 용역의 규격이나 품목을 할당하는 행위
- 입찰과 관련하여 가격, 응찰여부 등 협의

2.4 업계모임 승인·보고제도

● 제도의 목적

당사는 공정거래 CP도입과 동시에 경영정보를 보호하고 카르텔을 예방하기 위하여 동 제도를 도입

● 업계모임의 정의

명칭·형태·주제·장소·시간·참석자를 불문하고 업무와 관련하여 의견이나 정보를 교환하는 등 상호 의사소통을 목적으로 한 2이상의 사업자간 접촉을 말하며 e-mail, FAX, 우편, 택배, 인터넷(카페, 블로그) 등을 통해 정보를 교환하는 행위도 포함함

● 기본 원칙

원칙으로 업계모임 참석 금지, 특히 카르텔의 소지가 있거나 카르텔을 조장할 위험 있는 업계모임과 중요한 경영정보를 교환·제공하는 업계모임은 절대 불가

● 예외적 허용

카르텔과 관련이 없고 경영목표 달성, 감독당국의 요청 등 불가피한 경우와 공정거래법 제58조(법령에 따른 정당한 행위)의 요건을 충족하는 경우에는 준법감시인에게 사전 신고하여 승인을 받은 후 참석 가능

● 예외적 허용

- 사전 시간 장소 등이 정해진 업계모임은 모임 참석 전 준법감시시스템을 통해 모임일시, 주관, 참석자, 모임목적, 주요안건, 공유자료 등을 구체적으로 작성하여 준법감시인에게 승인요청(미승인 된 업계모임은 참석 불가)
- 업계모임인 줄 인지하지 못한 상태에서 참석하게 된 경우에는 즉시 준법감시인에게 보고하고 준법감시인 요구하는 조치를 취해야 함
- 참석이 승인된 모임은 참석 후 즉시 회의결과를 보고

2.5 위반 시 제재

제재유형	제재내용
시정명령	당해 행위 중지 등 법위반상태를 시정하기 위하여 필요한 조치와 법위반사실 공표 (법 제42조)
과징금	관련매출액의 범위 내에서 과징금 부과 단 관련매출액이 20% , 없거나 산정할 수 없는 경우에는 40억원 이하 과징금 부과(법 제43조)
형사처벌	3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금 (법 124조 제1항 9호) 양벌규정 적용 (법 제128조)
입찰제한	공정거래법을 위반한 사업자에 대해서는 국가 또는 지방자치단 체를 당사자로 하는 계약에 있어서 입찰참가자격이 제한됨 [국가 (지방자치단체)를 당사자로 하는 계약에 관한 법률]

2.6 위반 사례

- 경쟁제한성이 발생할 우려가 있는 경우에 담합이 성립

공정위 2011. 8. 24. 2010서감2951, 대법원 2015.4.23. 2012

- '08년부터 유료방송시장에 IPTV가 신규진입하자 5개 케이블TV 사업자들 IPTV 를 통해 방송을 송출하는 채널 사업자에 대해서는 케이블 TV를 통해 송출하는 것을 축소하고, IPTV 를 통해 방송을 송출하지 않는 채널에는 지원금을 지급하여 IPTV 의 시장진출을 어렵게 하기로 합의함

⇒ 공정위는 총과징금 97억을 부과하고 담합을 주도한 2개사를 고발

공정위 2011. 8. 24. 2010서감2951, 대법원 2015. 4. 23. 2012

- 업체들은 일부 사업자들이 IPTV로 방송을 송출하는 채널 사업자의 방송채널을 축소하자는 주장은 했으나 합의하지 않았고, 설령 공동행위가 있었다라도 IPTV가 시장에 진출하여 M/S 가 계속 상승하고 있으므로 경쟁 제한 효과가 없다고 주장하며 소송을 제기하였으나,
- 대법원은 IPTV사업자에 대한 사업활동 방해행위를 함으로써 사업자의 유료방송서비스 시장 진입을 어렵게 만들었을 뿐만 아니라 유료방송서비스 시장에서 사업자 채널 경쟁력이 약화되고 소비자의 유료방송서비스 IPTV 서비스에 대한 선택의 폭이 축소될 우려가 발생하였으므로 이 사건 합의로 인하여 유료방송서비스 시장에서의 경쟁이 제한되거나 제한될 우려가 있는 상태가 초래되었다고 볼 수 있고 이와 같은 사업활동 방해행위로 인하여, 유료방송서비스 시장에 친경쟁적 효과를 가져왔다고 보기 어렵다고 판결

- 과점시장에서 동조행위가 담합으로 인정되는 경우

대법원 2014. 6. 26. 2012두4104(LPG가격담합)

- 과점시장에서 시장점유율이 높은 업체가 독자적인 판단에 따라 가격을 먼저 결정한 뒤에, 그 밖의 경쟁 사업자들이 그 가격을 추종하고 있고 그와 같은 가격 결정 관행이 상당한 기간 누적되어 사업자들이 이러한 사정을 모두 인식하고 있는 경우에, 가격 결정과 관련된 의사 연락 증명되거나, 추가적인 여러 사정들에 비추어 그 의사 연락을 추진할 수 있다면 부당하게 경쟁을 제한하는 행위에 대한 합의가 있다고 인정할 수 있음

- 자진신고한 경우 담합의 종기(終期)

대법원 2015. 2. 12. 2013 두 987

- 부당한 공동행위에 가담한 사업자가 공정거래법 제22조의 2가 정하는 자진신고자 등에 대한 감면조치를 받기 위하여 공정거래위원회에 적법하게 자진신고를 하였다면 신고 후에 정당한 사유 없이 공동행위를 중단하지 아니하거나 조사에 성실하게 협조하지 아니하는 등으로 인하여 자진신고자 지위확인이 취소되는 등의 특별한 사정이 없는 이상 그 자진신고를 부당한 공동행위서 탈퇴하는 의사표시와 함께 합의에 반하는 행위가 있었던 경우에 준하여 볼 수 있음
- 따라서 적법한 자진신고 사업자에 대하여는 감면대상 순위에 해당하는지 여부와 상관없이 자진신고일 시점이 공동행위의 종기가 된다고 보아야 함

- 수 차례 합의가 이루어진 경우 담합행위의 수

대법원 2015. 2. 12. 2013두6169

- 일반적으로 가격담합의 경우, 수회의 합의 중에 일시적으로 사업자들의 가격인하 등의 조치가 있더라도 사업자들의 명시적인 담합파기 의사표시가 있었음이 인정되지 않는 이상 합의가 파기되거나 종료되어 합의가 단절 되었다고 보기 어려움
- 그러나 이 사건에서는 수회의 입찰담합 중에 입찰에서 합의에 이르지 못하여 위와 같이 바로 경쟁입찰이 이루어졌고 그 이후 한달간 있었던 일련의 입찰에서도 계속적으로 경쟁입찰이 이루어졌으므로, 이를 일시적인 가격인하의 경우와 같이 볼 수는 없으며,
- 나아가 2000년 합의는 1998년 합의와 비교하여 그 내용상 상당한 변화가 있었고 이처럼 합의 내용이 변한 이유는 1999년처럼 합의가 불성립하여 경쟁입찰로 나아가는 상황을 방지하기 위한 새로운 장치들을 만들어 두기 위한 것이었으므로 종전의 취약했던 합의의 구조를 개선하여 새로운 담합을 시작하려는 취지의 것으로 볼 수 있음

대법원 2015. 2. 12. 2013 두 6169

- 또한 합의가 불성립하여 경쟁입찰로 나간 후 다음 해 입찰에서 다시 새로운 합의를 시도하기 위해서는 합의에 관한 새로 결의가 필요한바, 1998년 합의 당시에 향후 합의가 불성립하여 경쟁입찰로 나아갈 경우까지 대비한 합의가 이미 있었다고 볼 자료도 없으므로,
- 1998년 합의는 2000년 이후의 나머지 합의와 별개이고 양자 사이에 합의의 연속성이 있다고 보 어려우므로 1998년 합의에 대하여는 처분시효가 경과하였다고 보아야 함

● 행정지도와 담합

공정위 2008. 10. 27. 2008서카1385

- 사실관계
 - 단체상해보험 시장에서 생·손보사간 가격경쟁이 과열되자 금감원은 '02년부터 재무건전성 확보를 위해 각사에 관련제도 개선에 관한 의견 제출 요구 및 할인·급률 축소 등 행정지도 실시
 - '03년까지도 업계간 출혈경쟁이 계속되자 금감원은 관련 제도 정비를 위해 '04.1월 제도개선 계획을 수립하고 '04.6월 직접 업계 T/F를 구성
 - '04.7월 금감원은 T/F가 마련한 할인·환급률 축소 등이 포함된 개선안을 내부결재 후 시행토록 지시, 각사는 이에 따라 상품 개정 실시
- 공정위 생·손보사들이 금감원에 의견을 제출하기 위한 논의와 T/F회의에서 단체상해보험 제도 개선방안을 합의한 것은 담합에 해당하며, 금감원이 보험업법상 기초서류 심사·인가·변경명령권에 기초하여 개선방안에 대해 협의하도록 지시하고 보험사들은 그에 따라 할인·환급률 축소/폐지나 공동위험률 적용에 대해 합의한 행위는 정당 될 수 없다고 판단
 - ⇒ 총 과징금 100억원 부과
- 대법원은 금융감독원이 단체보험시장에서 보험료를 적용방식이나 과도한 할인 환급 등으로 인한 문제점을 인식하고 그 대책을 마련하기 위하여 보험사들의 의견을 청취하였고 그 과정에서 이 사건 합의에 관여한 사실은 인정 하였으나 보험사들로 하여금 이 사건 합의를 할 것을 직접적이고 구체적으로 지시하였다고 할 수 없고 금융감독원의 보험사들에 대한 감독의 근거가 되는 보험업법의 해당 규정들이 자유경쟁의 예외를 구체적으로 인정하고 있는 법률 등에 해당한다고 볼 수도 없다고 판결함

● 시장분할 사례

서울지법 남부지원 95카합4466

- 한국야구위원회규약에서 각 구단은 어느 구단에 의해 지명된 신인선수와 선수계약체결을 위한 교섭을 할 수 없도록 규정하고 있었던 바,
- 법원은 한국야구위원회규약이 형식상 한국야구위원회의 내부규범이지만 실질적으로는 위원회의 구성하는 구단의 합의에 의한 집합적 계약의 성질을 갖고 있고 선수계약에 의해 야구선수가 제공하는 노무 내지 용역은 경제적 재화에 해당하며 선수의 공급시장은 일정한 거래분야로 볼 수 있으므로 규약에서 각 구단은 어느 구단에 의해 지명된 신인선수와 선수계약체결을 위한 교섭을 할 수 없도록 제한하는 것은 사업자들이 시장분할협정을 통하여 선수계약의 상대방을 제한 하는 행위라고 판결

● 사업활동 방해 사례

공정위 2015. 4. 8. 2013카조2845

- 2개 화약제조사들은 신규 사업자가 진출하자 공동대응하기로 합의하고, 합의의 실행을 위해 신규 사업자의 거래처에 관한 정보 파악하여 교환하고, 이 거래처를 공략하기 위해 판매가격을 도매가격 대비 85%수준으로 정하기로 협의하였으며, 신규 사업자의 제품을 취급하는 대리점 또는 건설업체에 대하여 현금결제를 요구하거나 할인율을 낮추는 등 결제조건 을 불리하게 하거나 불이익을 제공하여 신규 사업자의 제품을 취급하지 않도록 회유 및 압박함
=> 총과징금 655억원 부과

3. 부당한 거래행위의 금지

3.1 개요

3.1.1 규제 이유

- 불공정거래행위의 개념

독점규제 및 공정거래에 관한 법 제23조 제1항에 열거된 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위

- 거래거절
- 차별적 취급
- 경쟁사업자 배제
- 부당한 고객유인
- 거래강제
- 거래상 지위 남용
- 구속조건부 거래
- 사업활동 방해
- 부당한 지원

- 금지 이유

불공정거래행위는 경쟁을 제한하고 시장의 효율성 저하를 초래하므로 공정한 거래질서의 유지 확립을 위해 불공정거래행위를 규제하는 것임

3.1.2 불공정거래행위의 일반적 판단기준

공정거래법 제45조 제1항에 열거된 개별행위 유형이 범위반에 해당되는지 여부를 판단하는 기준은 당해 행위가 '공정한 거래를 저해할 우려' 즉, 공정거래저해성이 있는지 여부임

- 공정거래저해성의 의미

- '부당하게'와 동일한 의미
- 경쟁제한성과 불공정성 (unfairness) 을 포함하는 개념
 - 경쟁제한성 : 당해 행위로 인해 시장 경쟁 정도 또는 경쟁사업 자의 수가 유의미한 수준으로 줄어들거나 줄어들 우려가 있음 의미
 - 불공정성(unfairness) : 경쟁수단 또는 거래내용이 정당하지 않음을 의미. 즉, 바람직하지 않은 경쟁수단을 사용하거나 거래상대방의 자유로운 의사결정을 저해하거나 불이익을 강요함으로써 공정거래의 기반이 침해되거나 침해될 우려가 있음을 의미

- ‘정당한 이유 없이(당연위법)’ 와 ‘부당하게(조리위법)’의 구분
 - 정당한 이유 없이
 - ‘정당한 이유 없이’를 요건으로 하는 행위(공동의 거래거절, 계열회사를 위한 차별, 덤핑)에 대해서는 당해 행위의 외형이 있는 경우에는 원칙적으로 공정거래 저해성이 있다고 봄 다만 정당한 이유가 있을 시에는 위법성이 조각됨
 - 부당하게
 - 행위자체만으로 공정거래저해성이 있다고 인정되는 것을 아니며, 경제한성, 불공정성과 효율성 증대효과, 소비자후생 증대효과 등을 비교 형량하여 전자의 효과가 보다 큰 경우에 위법한 것으로 前者 봄

3.2 세부 유형 및 기준

불공정거래행위	세 부 유 형
1. 거래거절	<ul style="list-style-type: none"> - 공동의 거래거절 - 기타의 거래거절
2. 차별적 취급	<ul style="list-style-type: none"> - 가격차별 - 거래조건차별 - 계열회사를 위한 차별 - 집단적 차별
3. 경쟁사업자 배제	<ul style="list-style-type: none"> - 부담염매 - 부당고가매입
4. 부당한 고객유인	<ul style="list-style-type: none"> - 부당한 이익에 의한 고객유인 - 위계에 의한 고객유인 - 기타의 부당한 고객유인
5. 거래강제	<ul style="list-style-type: none"> - 끼워팔기 - 사원판매 - 기타의 거래강제
6. 거래상 지위 남용	<ul style="list-style-type: none"> - 구입강제 - 이익제공강요 - 판매목표강제 - 경영간섭 - 불이익제공
7. 구속조건부거래	<ul style="list-style-type: none"> - 배타조건부거래 - 거래지역 또는 거래상대방의 제한

8. 사업활동 방해	<ul style="list-style-type: none"> - 기술의 부당이용 - 인력의 부당유인 채용 - 거래처 이전방해 - 기타 사업활동방해
9. 부당한 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 부당한 자금지원 - 부당한 자산 상품 등 지원 - 부당한 인력 지원 - 부당한 거래단계 추가

3.2.1 거래 거절

● 개념

- 특정 사업자에 대하여 상품 또는 용역을 공급하지 아니하거나 제한하는 행위로서 공동의 거래거절과 기타의 거래거절로 구분
- 공급거절, 구입거절, 거래개시의 거절, 거래계속의 거절, 사실상 거래를 거절하는 행위 포함
- 거래거절의 상대방 : 특정사업자(합리적 기준을 설정하여 그 기준에 맞지 않는 불특정다수와 거래를 거절하는 행위는 원칙적으로 대상이 되지 않음)
- 소비자에 대한 거래거절은 대상이 되지 않음

● 공동의 거래거절

정당한 이유 없이 자기와 경쟁관계에 있는 다른 사업자와 공동으로 특정사업자에 대하여 거래의 개시를 거절하거나 계속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위

- 위법성 판단기준
 - 관련 시장에서 경쟁을 제한하는지 여부를 위주로 판단
 - 공동의 거래거절을 당한 사업자는 여러 사업자와의 거래 개시나 계속이 제한되므로 사업활동에 어려움을 겪게 되고 그 결과 정상적인 경쟁이 저해될 가능성이 높기 때문에 공동의 거래거절은 원칙적으로 경쟁제한성이 있는 것으로 봄
- 정당한 이유가 인정되어 범위반이 아닌 경우
 - 채고부족이나 거래상대방 사업자의 부도 등 채무불이행 가능성 등으로 인해 공동의 거래거절이 합리적이라고 인정되는 경우
 - 특정사업자가 공동의 거래거절을 당하더라도 대체거래선을 용이하게 찾을 수 있는 경우
- 사업자들이 사전에 당해 사업영위에 합리적이라고 인정되는 거래자격 기준을 정하여 그 기준에 미달되는 사업자와의 거래개시를 거절하는 경우
 예) 신문사나 방송사가 허위·과장광고나 선정적 외설적 광고의 게재를 거절하는 행위

- 공동의 거래거절로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
 - 공동의 거래거절에 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등
- 기타의 거래거절
- 부당하게 특정사업자에 대하여 거래의 개시를 거절하거나 계속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품·용역의 수량이나 내을을 현저히 제한하는 행위
- 위법성 판단기준
 - 거래거절 대상 물품
 - 용역이 거래상대방의 사업영위에 필수적인지 여부
 - 거래거절을 당한 사업자가 대체거래선을 용이하게 찾을 수 있는지 여부
 - 거래거절로 인해 사업자의 사업활동이 곤란하게 되고 그 결과 당해 시장에서 경쟁의 정도를 실질적으로 감소시키게 되는지 여부
 - 거래거절로 인해 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 시장 진입이 곤란하게 되는지 여부
 - 거래거절이 공정거래법에 금지된 행위(부당공동행위 등) 를 강요하기 위한 수단으로 활용되었는지 여부 등
 - 공동의 거래거절에 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등
 - 합리적 사유가 인정되는 경우
 - 생산 또는 재고물량 부족으로 인해 거래상대방이 필요로 하는 물량을 공급할 수 없는 경우
 - 거래상대방의 부도 등 신용결함 명백한 귀책사유, 자신의 도산 위험 등 불가피한 사유가 있고 거래거절 이외에 다른 대응방법으로 대처함이 곤란한 경우 · 당해 거래거절로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우 · 단독의 거래거절에 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등
- 문제 가능 사안
- 경쟁사와 보험대리점 계약이 체결되어 있는 보험대리점에 대하여 합리적 이유 없이 거래를 거절하는 행위
 - 비전속 보험대리점에 대하여 일정기간 내 전속으로 전환하지 않음을 이유로 계약을 해지하는 행위
 - 합리적인 이유 없이 기존에 거래중인 카드사와 동일한 수수료 기준을 제시하는 카드회사와의 거래개시를 거절하는 경우
 - 고객센터 서비스 대상업체 선정에 있어 합리적 이유 없이 거래의 개시를 거절하는 경우

- 계열회사와 경쟁관계에 있고 거래의 의사가 있는 비계열회사에 대하여 거래개시를 부당하게 거절하는 행위
- 계열회사와 경쟁관계에 있으면서 계속적인 거래관계에 있었던 비계열회사에 대하여 부당하게 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위

- 위반사례

신생 도매업자에 주류제품 공급 거절 (2015. 4.24. 2014 서감821)

- 주류제조업체 2개사는 기존 주류 도매업자들 보다 낮은 가격으로 주류를 판매한 특정 도매업자에 대해 제품공급을 중단하거나 축소하고, 신규 주류도매업자의 거래요청에 대해 특별한 이유 없이 거래를 거절함
⇒ 총 과징금 13억원 부과

- Do and Don't

- Do
 - 거래의 개시는 공정한 기준으로 공개입찰에 의함을 원칙으로 함
 - 거래거절을 함에 있어서 정당한 이유를 확보
 - 계속적 거래관계를 중단하는 경우에는 합당한 중단 사유를 확보
- 합리적 사유가 인정되는 경우
 - 다른 사업자와 공동으로 거래거절하는 행위
 - 불합리한 거래조건을 설정하고 이를 관철하기 위하여 거래를 거절하는 행위
 - 당사와 일정한 관계에 있는 회사를 보호하기 위해 정당한 이유 없이 그 회사와 경쟁관계 있는 다른 회사와의 거래를 거절하는 행위
 - 오로지 거래단가만을 낮출 목적으로 계속적 거래관계에 있는 업자와 거래를 중단하는 행위

3.2.2 차별적 취급

- 개념

- 사업자가 가격이나 기타 거래조건 등을 지역별 또는 상대방별로 다르게, 즉 차별적으로 취급하여 거래하는 행위
- 가격차별, 거래조건차별, 계열회사를 위한 차별, 집단적 차별로 구분

- 가격차별

부당하게 거래지역 또는 거래상대방에 따라 현저하게 유리하거나 불리한 가격으로 거래하는 행위

- 대상행위

- 거래지역이나 거래상대방에 따른 가격차별
 - * 가격 : 상품 용역의 제공에 대해 지불하는 모든 대가
 - * 거래상대방 : 사업자 또는 소비자

- 위법성 판단기준

행위자나 거래상대방이 속한 시장에서의 경쟁을 제한하는지 여부를 기준으로 판단

- * 행위자 시장에서의 경쟁제한성

- 행위자가 가격차별로 시장에서의 지위를 유지 강화하거나 할 우려가 있는지 여부
- 가격차별이 경쟁사업자를 배제하려는 의도 하에 이루어졌는지 여부
- 가격차별 정도가 관련 시장에서 경쟁사업자를 배제할 우려가 있거나, 가격차별에 의해 설정된 가격수준이 상품 또는 용역의 제조원가나 매입원가를 하회하는지 여부
- 가격차별이 일회성인지 지속적인지 여부 등

- * 거래상대방 시장에서의 경쟁제한성

- 가격차별로 인해 거래상대방 또는 거래상대방의 경쟁사업자들이 배제되거나 배제될 우려가 있는지 여부
- 가격차별에 의해 상대적으로 불리한 취급을 받게 되는 거래상대방이 거래처를 쉽게 전환할 수 있는지 여부
- 가격차별 정도가 거래상대방의 경쟁사업자를 배제할 우려가 있거나 가격차별에 의해 설정된 가격수준이 상품 또는 용역의 제조원가나 매입원가를 하회하는지 여부

- 합리적 사유가 인정되는 경우

- 가격차별이 거래수량의 다과, 운송비, 거래상대방의 역할, 상품의 부패성 등의 요소에 근거하여 한계비용 차이나 시장상황을 반영하는 경우
- 당해 가격차별로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
- 가격차별을 함에 있어 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등

- 거래조건차별

부당하게 특정사업자에 대하여 수량 품질 등의 거래조건이나 거래내용 관하여 현저하게 유리하거나 불리한 취급을 하는 행위

- 대상행위
 - 가격 이외의 거래조건을 차별하는 행위, 즉 계약의 이행방법, 대금의 결제조건 등 거래내용면에서의 차별
 - 특정사업자를 대상으로 하므로 소비자에 대한 차별은 포함되지 않음 사업자의 특성은 특정기준 특정지역 등의 정도로 족함
- 위법성 판단기준
 - 가격차별에 준하여 판단

- 계열회사를 위한 차별

정당한 이유 없이 계열회사를 유리하게 하기 위하여 가격 수량 품질 등의 거래조건이나 거래내용에 관하여 현저하게 유리하거나 불리하게 하는 행위

- 대상행위
 - 계열회사를 유리하게 하는 가격 등 거래조건, 거래내용 등의 차별행위
 - 차별의 상대방에는 소비자도 포함
- 위법성 판단기준
 - 경쟁제한성 또는 경제력 집중 우려를 위주로 위법성을 판단하되 계열회사에 현저하게 유리하거나 계열회사의 경쟁사업자에 현저하게 불리하게 취급하였을 경우에는 계열회사를 유리하게 하기 위한 행위로 인정하여 원칙적으로 경쟁제한성 또는 경제집중우려가 있는 것으로 봄
- 정당한 이유가 인정되는 경우
 - 당해 행위로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한 효과를 현저히 상회하는 경우

- 집단적 차별

집단으로 가격, 거래조건, 거래내용 등에 대해 특정사업자를 부당하게 차별하여 취급하여 그 사업자의 사업활동을 현저하게 유리하거나 불리하게 하는 행위

- 대상행위
 - 여러 사업자가 공동으로 특정사업자에 대하여 행해지는 차별취급
 - 부당한 공동행위와 달리 집단적 차별취급은 합의가 없더라도 성립될 수 있으며 실제로 차별행위가 행해져야 함
 - 차별취급의 상대방은 특정사업자임. 따라서 불특정다수의 사업자와 소비자는 대상이 되지 않음

- 위법성 판단기준
 - 가격차별 및 거래조건 차별의 경우에 준하여 판단
 - 다만 집단적 차별은 여러 사업자에 의해서 행해지므로 원칙적으로 가격차별 및 거래조건 차별의 경우에 비해 위법성이 인정 될 가능성이 큼
- 문제 가능 사안
 - 합리적인 이유 없이 대리점간 수수료에 차등을 두는 행위
 - 합리적인 이유 없이 특정대리점에 대해서만 사무실 집기 등을 지원하여 다른 대리점을 차별적으로 취급하는 행위
 - 특정 대리점에 대하여 사이버공간을 무상 제공하는 경우
 - 합리적 이유 없이 계열회사에 대하여 수수료를 추가해 주는 행위
- 위반 사례

계열회사를 위한 차별 및 불이익 제공 (공정위 2015. 4.24. 2014 서감 2821)

- 영화상영업자인 A사는 계열 영화배급사인 B사의 영화에 대해서 흥행도와 관객 실적에 따른 통상의 기준과는 달리 상영 회차를 늘리고 더 큰 규모의 상영관을 배정하는 한편, 홍보효과가 높은 시간대에 극장예고편을 높은 비중으로 편성하였으며 전단지 등 선전물을 현장마케팅에 유리한 장소에 게재함
- A사는 상영관 인근 상권과 연계하여 제공하는 할인권을 배급사와 사전협의 없이 발행하여 배급사와 분배하는 총관람료(부금)를 감소시킨 반면 자신은 매점 및 광고 수익을 통해 추가수익을 얻음
⇒ 과징금 37.8억원 부과, 회사 고발

- Do and Don't
 - Do
 - 동일 대리점에 대한 동일 가격, 동일거래조건의 설정을 원칙으로 운용
 - 합리적 사유 있는 경우에만 가격 또는 거래조건의 차별 가능
 - 계열회사에 대해서는 더욱 엄격한 기준 적용
 - 집단적인 차별은 법 위반 가능성이 크므로 더욱 주의
 - Don't
 - 계열회사에 대한 차별은 정당한 이유가 없는 한 금지
 - 경쟁사업자와 집단적 차별 논의 금지

3.2.3 경쟁사업자 배제

- 개념

경쟁사업자 배제란 상품 등을 소요비용보다 현저히 낮거나 높은 대가로 공급 또는 구매함으로써 경쟁사업자를 시장에서 배제하고 그 결과 시장에서 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있는 행위를 말함

- 부당염매

자기의 상품 또는 용역을 공급함에 있어서 정당한 이유 없이 그 공급에 소요되는 비용보다 현저히 낮은 대가로 계속하여 공급하거나 기타 부당하게 상품 또는 용역을 낮은 대가로 공급함으로써 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위

- 대상행위

- 계속적 염매 : 상당기간에 걸쳐 반복해서 공급비용 보다 현저히 낮은 수준으로 상품 또는 용역을 공급
- 일시적 염매 : 일회 또는 단기간(1주일 이내)에 걸쳐 현저히 낮은 대가로 상품 또는 용역을 공급
- 염매의 상대방은 사업자와 소비자

- 부당염매와 구별되는 유인염매 또는 할인특매는 금지되지 않음

- 유인 염매 : 사업자가 상품, 용역 중 일부만 덤핑판매를 하고 나머지는 마진율을 종전과 같이 하거나 상향조정하여 판매하는 것. 이는 판촉전략의 하나임
- 할인 특매 : 공시의 방법으로 실시기간이 확정되어 있고 경쟁사업자 배제의도 보다는 계절상품의 처리 불경기 등 시장상황 변화에 대응하기 위한 경우가 많은 점에서 부당염매와 구별

- 위법성의 판단기준

- 계속적 염매는 원칙적으로 위법함
- 일시적 염매는 아래의 기준에 의해 판단
 - * 염매행위를 하는 동기가 경쟁사업자를 배제하고 시장에서 독 과점적 지위를 구축하는데 있는지 여부
 - * 당해 염매행위로 인해 경쟁사업자가 사업활동을 유지하기에 현저히 어려움이 있거나 부도 등의 위기에 처할 우려가 있는지 여부 * 당해 시장의 경쟁구조 및 진입장벽 유무 등

- 합리적 사유 또는 정당한 이유가 인정되는 경우
 - 당해 시장에 진입장벽(예 : 규모의 경제, 사업영위 인허가, 거래비용 등)이 없어 계속적 염매로 인해 현재의 경쟁사업자들이 배제되더라도 신규 진입자가 잠재적 경쟁사업자로 대두될 수 있는 경우(계속적 염매의 경우)
 - 하자가 있는 상품, 유통기한이 임박한 물건, 계절상품 및 재고의 처리를 위하여 제한된 물량의 범위내에서 염매를 하는 경우
 - 수요보다 공급이 현저히 많아 이를 반영하여 염매로 판매하는 경우
 - 신규사업개시에 즈음하여 홍보목적으로 한정기간 동안 염매를 하는 경우
 - 파산이나 지급불능사태를 막기 위해 염매를 하거나 파산 또는 지급불능상태에 있는 사업자가 염매를 하는 경우
 - 효율성이나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

● 부당고가매입

부당하게 상품 또는 용역을 통상거래가격에 비하여 높은 대가로 구입 하여 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위

- 대상행위
 - 통상 거래가격에 비하여 높은 가격으로 상품 또는 용역을 구입 하는 행위
 - 고가매입의 상대방은 사업자에 한하며 소비자는 포함되지 않음
- 위법성의 판단기준
 - 고가매입의 대상이 되는 상품 또는 용역이 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 사업영위에 필수적인지 여부
 - 당해 상품 또는 용역의 수급이 원활한지 여부와 다른 대체재를 용이하게 조달할 수 있는지 여부
 - 대체재가 존재하더라도 추가비용이 많이 소요되는 경우에는 경쟁사업자 배제우려가 있을수 있음
 - 고가매입으로 인해 경쟁사업자들의 사업활동이 곤란하게 되거나 곤란해질 가능성이 있는지 여부 등
- 법위반이 아닌 경우
 - 사업자가 원재료 등의 품귀가능성에 대비하거나 제품의 안정적 생산확보 등을 위해 불가피한 경우
 - 고가매입으로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
 - 고가매입을 함에 있어 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등

- 문제 가능 사안
 - 입찰에서 낙찰 받기 위해 원가 이하의 상품가를 제시하는 경우
 - 원가 이하의 특별 상품 판매
- Do and Don't
 - Do
 - 통상 거래가격에 비하여 높은 가격으로 상품 또는 용역을 구입 하는 행위
 - 고가매입의 상대방은 사업자에 한하며 소비자는 포함되지 않음
 - Don't
 - 시장점유율을 높이기 위한 과도한 가격경쟁 금지
 - 원가 이하의 상품 판매 지양
 - 입찰 참가 시 기초서류에 근거하지 않은 할인 또는 이익제공 금지

3.2.4 부당한 고객유인

- 개념

사업자가 과도한 이익을 제공하거나 소비자를 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 유인하는 행위를 말함

- 부당한 이익에 의한 고객유인

정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과도한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

- 대상행위
 - 자기와 거래하도록 하기 위해 경쟁사업자의 고객에게 이익을 제공하거나 제공할 제의를 하는 행위 (경쟁사업자의 잠재고객도 포함)
 - 이익제공 또는 제의의 방법에는 제한이 없음 (표시 · 광고를 포함)
 - 적극적 이익제공과 소극적 이익제공 등 모든 경제적 이익이 포함

적극적 이익제공	소극적 이익제공
리베이트· 가격할인 판촉지원금 · 판촉물의 지급 · 경쟁사업자 제품을 자사제품으로 교환하면서 덤으로 자사제품을 과도하게 제공	원래 부과되어야 할 요금이나 비용의 감면, 납부기한 연장, 담보제공 의무나 설정료의 면제 등

- 이익제공(제의)의 상대방에는 소비자 뿐만 아니라 사업자도 포함

- 위법성의 판단기준
 - 정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과도한 이익제공인지 여부
 - 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 고객을 자기와 거래하도록 유인할 가능성이 있는지 여부 등
- 법위반이 아닌 경우
 - 이익제공(제외)으로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁수단의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우
- Don't
 - 시장점유율을 높이기 위한 과도한 가격경쟁 금지
 - 원가 이하의 상품 판매 지양
 - 입찰 참가 시 기초서류에 근거하지 않은 할인 또는 이익제공 금지

- 위계에 의한 고객유인

부당한 표시 광고 외의 방법으로 자기가 공급하는 상품·용역의 내용이나 거래조건 기타 거래에 관한 사항에 관하여 실제보다 또는 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리한 것으로 고객을 오인시키거나 경쟁사업자의 것이 실제보다 또는 자기의 것보다 현저히 불량 또는 불리한 것으로 고객을 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

- 대상행위
 - 자기와 거래하도록 하기 위해 경쟁사업자의 고객(잠재고객 포함)을 기만 또는 위계의 방법으로 유인하는 행위
 - 기만 또는 위계는 표시나 광고 이외의 방법으로 고객을 오인시키거나 오인시킬 우려가 있는 행위를 의미하며, 표시나 광고에 의한 기만 또는 위계행위는 표시·광고법 적용
 - 상품 또는 용역의 내용이나 거래조건 기타 거래에 관한 사항에 대해 기만 또는 위계의 방법을 사용한 행위
 - 기만 또는 위계의 상대방은 소비자 뿐만 아니라 사업자도 포함
- 위법성의 판단기준
 - 기만 또는 위계가 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 고객을 오인시키거나 오인시킬 우려가 있는지 여부
 - 기만 또는 위계가 고객유인을 위한 수단인지 여부 등, 위계로 인하여 경쟁사업자의 고객이 오인할 우려가 있더라도 그 결과 거래처를 전환하여 자기와 거래할 가능성이 없는 경우에는 단순한 비방에 불과할 뿐 부당한 고객유인에는 해당되지 않음
 - 위계에 의한 고객유인은 그 속성상 합리성 등에 의한 예외를 인정하지 않음을 원칙으로 함

- 기타의 부당한 고객유인

경쟁사업자와 그 고객의 거래에 대하여 계약성립의 저지 계약불이행의 유인 등의 방법으로 거래를 부당하게 방해함으로써 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

- 대상행위

- 경쟁사업자와 고객의 거래를 방해함으로써 자기와 거래하도록 유인하는 행위, 거래 성립의 방해와 거래 계속의 방해가 있음
 - 거래방해의 수단에는 제한이 없음
 - 거래방해의 상대방은 경쟁사업자 또는 경쟁사업자의 고객이며 고객에는 사업자와 소비자가 포함됨

- 위법성의 판단기준

- 거래방해가 고객유인을 위한 수단인지의 여부, 거래방해 그 자체가 거래조건의 이점 등 자기의 효율성에 기초할 경우 고객유인의 효과가 있더라도 법위반으로 보지 않음
 - 거래방해에 의해 경쟁사업자와 거래를 중단시킴으로써 자기와 거래할 가능성이 있는지

- 법위반이 아닌 경우

- 기타의 부당한 고객유인으로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁수단 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우
 - 기타의 부당한 고객유인에 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등

- 문제 가능 사안

- 대리점계약을 체결하면서 리베이트 제공하는 행위
 - 허위의 사실로 타사 상품을 비방하여 자사와 계약을 체결하도록 유도하는 행위
 - 계약상 하자를 들추어 경쟁사와 체결한 계약 해지를 종용하는 경우

- 위반 사례

부당한 고객유인(공정위2015. 4. 10. 2012서경3043)

- 담배제조업체인 A사는 편의점 가맹본부와의 계약을 통해 편의점 내 담배의 진열, 광고의 비율 및 면적을 제한함으로써 경쟁사업자들이 편의점 가맹본부와 자사 담배의 진열 및 광고에 대해 자유롭게 계약을 체결하는 것을 제한하고,
 - 고속도로 휴게소, 관공서, 대학, 군부대, 리조트 등의 구내매점 운영 사업자에 대하여 피심인의 제품만 취급하는 조건으로 이익을 제공하였으며,
 - 대형마트, SSM(Super Super Market), 급식업체, 편의점 등 담배 소매인에 대하여 피심인의 제품만 취급하거나 경쟁사업자 담배제품의 취급 판매를 감축하는 조건으로 가격할인, 정액보상금 지급 등의 이익을 제공하는 등의 방법으로 부당하게 경쟁사업자의 고객을 자신과 거래하도록 유인함
⇒ 과징금 25억원 부과

부당한 이익제공에 의한 고객유인

- 상조업체 A사는 경쟁업체 고객을 대상으로 자신과 상조회원 계약을 체결할 경우 경쟁업체에 납입한 불입금 중 일정액을 할인해주고, 만기해지시 할인금액을 포함하여 100% 환급해주는 방식으로 이익제공을 약속하고,
- 경쟁업체 사주와 임원들이 횡령 등의 혐의로 차례로 기소되자 경쟁업체 고객들을 대상으로 해당 업체 가입자들의 해지가 계속되고 있는 사실을 등을 SMS를 통해 알려 불안감을 조성하는 한편 자신이 실제로는 업계 8위 수준임에도 불구하고 안내문에 업계 1~2위인 것처럼 기재하여 경쟁업체 고객을 자기와 거래하도록 유인함
⇒ 신문 공표, 홈페이지 게재 명령, 회사 고발

● Do and Don't

- Do
 - 항상 정확한 사실만 제공하여 소비자의 오인가능성이 없도록 함
 - 안내자료 제작 시 대고객안내자료 작성 관리 지침의 철저히 준수
- Don't
 - 어떠한 경우에도 리베이트 제공 금지
 - 허가 받지 않은 할인제도 운영 금지
 - 부당한 방법으로 타사 고객을 유인 금지
 - 타사 계약에 대한 부당한 감시 금지

3.2.5 거래강제

● 개념

자기의 사원 또는 거래상대방에게 특정품목의 구입을 강제하거나 인기품목의 거래에 부수하여 비인기품목의 거래를 강요하는 행위

● 끼워팔기

거래상대방에 대하여 자기의 상품 또는 용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위

• 대상행위

- 서로 다른 별개의 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입 또는 임대하도록 하는 행위
- 주된 상품과 종된 상품을 동시에 공급하거나 자기가 지정하는 제3자로 하여금 종된 상품을 공급하도록 하는 행위
- 거래상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함

- 위법성의 판단기준
 - 끼워팔기를 하는 사업자가 거래상대방에 대해 주된 상품과 종된 상품의 동반 구입을 강제할 수 있는지 여부
 - 끼워팔기가 당해 시장에서 통상적인 거래관행인 경우에는 특별히 장래의 경쟁을 제한하거나 소비자의 선택권을 침해하지 않는 한 원칙적으로 위법하지 않음
 - 끼워팔기가 당해 시장에서의 통상적인 거래관행이 아닌 경우에는 장래의 경쟁을 촉진하거나 소비자후생을 증대시키지 않는 한 원칙적으로 부당함
 - 통상적인 거래관행이 존재하지 않을 경우에는 경쟁제한효과 또는 소비자 선택권 제한 여부로 판단
 - 주된 상품과 종된 상품을 같이 구입하도록 강제하는지 여부 등
- 법 위반이 아닌 경우
 - 끼워팔기로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁수단의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회 하는 경우

- 사원판매

부당하게 자기 또는 계열회사의 임직원으로 하여금 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위

- 대상행위
 - 자기 또는 계열회사의 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위
 - 영업담당 임직원에게 판매를 강요하는 행위는 원칙적으로 적용 대상이 되지 않음
- 위법성의 판단기준
 - 사업자가 임직원에 대해 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역의 구입 또는 판매를 강제하는지 여부

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ➢ 인사고과 불이익 제공, 구매 강제, 고용관계의 존속이나 정규직 전환과 결부, 판매실적의 체계적 관리·경영진에 보고 등의 경우 강제성 인정 ➢ 목표 달성 시 인센티브를 제공하는 경우로서 임직원의 판단에 따라 목표 미달과 각종 이익 중에서 선택가능성이 있는 때에는 원칙적으로 강제성이 인정되지 않음 ➢ 임직원에게 불이익을 가하지 않고 단순히 자기회사 상품 용역의 목표를 할당하고 이를 달성할 것을 단순 촉구한 행위 는 강제성이 인정되지 않음 |
|--|

- 법위반이 아닌 경우
 - 사원판매로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁수단의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회 하는 경우
 - 부도발생 등 사원판매에 불가피 한 사유가 있다고 인정되는 경우 등

- 기타의 거래강제

정상적인 거래관행에 비추어 부당한 조건 등 불이익을 상대방에게 제시하여 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강제하는 행위

- 대상행위

- 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강요하는 행위
- 기타의 거래강제는 행위자와 상대방간 거래관계가 없어도 성립
- 거래상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함됨

- 위법성의 판단기준

- 사업자가 거래상대방에 대해 불이익을 줄 수 있는 지위에 있는지 여부
- 당해 불이익이 정상적인 거래관행에 비추어 부당한지 여부
- 거래상대방에 대해 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래 하도록 강제하는 효과가 있는지 여부 등

- 위법성의 판단기준

- 기타의 거래강제로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁수단의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우

- 위반 사례

스크린 골프연습장 사례(공정위2014.8.11 2013전사1933)

- 스크린골프 소프트웨어 개발, 공급업체인 A사는 점주들에게 골프 시뮬레이터를 판매하면서 자신이 지정한 프로젝터를 포함한 묶음상품 형태로 판매하고,
- 시스템 장애로 게임이 중단되거나 불가능하게 되어 점주들에게 손실이 발생하는 경우에 점주들의 보상요청에 대해 자신의 독점적 사업자인 지위를 이용하여 일방적으로 일부만 보상하거나 전혀 보상하지 않았으며,
- 자신의 지위를 이용하여 스크린골프연습장 점주의 설비를 이용하여 상업광고를 하면서 점주들에게 광고수익을 전혀 분배하지 않음
⇒ 과징금 49억원 부과,
점주들에게 시정명령 받은 사실 통보 명령, 회사 고발

대리점에 대한 거래 강제(공정위 2013.1.11. 2012서갑1884)

- A 이동통신사는 경쟁사의 판촉지원 인력이 파견되어 있거나 경쟁사 상품을 더 많이 판매한 대리점에 대해 판매점 코드를 정지시키거나 자신의 이동통신 단말기 공급을 중단함
⇒ 과징금 1억원 부과

대학교의 거래강제 행위(공정위 2014.6.23. 2013구사1067)

- A 대학은 기숙사에 입사하는 학생들에 대해서 1일 3식 식비를 기숙사비에 통합하여 청구하는 방식으로 1일 3식을 구매하도록 강제함
⇒ 행위 중지명령, 범위반 사실의 사업장 게재 명령

● Do and Don't

- Do
 - 대리점 계약은 자유롭게 선택할 수 있도록 함을 원칙으로 함
 - 사원 캠페인은 자발적 의사에 의해서만 운영 가능
- 위법성의 판단기준
 - 소비자 또는 거래상대방의 자율적 선택권 침해 금지
 - 대리점에게 특정 업체의 물품 구입 강요 금지

3.2.6 거래상 지위의 남용

● 개념

거래상 지위의 남용이란 자기의 거래상 우월적 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위(구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제, 불이익제공, 경영간섭)

- 민사행위와의 구별
 - 거래상대방이 여러 사업자 중 상대방을 선택할 수 있었고 계약 내용을 충분히 인지한 상태에서 자신의 판단에 따라 거래를 개시하였고 계약내용대로 거래가 이루어지고 있다면 공정거래법 적용대상 거래상 지위남용이 아님
 - 반면 거래상대방이 특정사업자와 거래할 수 밖에 없는 경우에는 공정거래법 적용대상에 해당됨
 - 사업자가 거래상대방의 대체거래선 확보의 곤란 등의 사유로 인해 거래상 지위가 있고 이를 기화로 불이익을 가한다면 공정거래법 적용대상
 - 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 갖는다고 하더라도 양 당사자간 권리의무 귀속관계 채권채무관계 등과 관련하여 계약서 및 관련 법령 내용 등의 해석에 대해 다툼이 있는 경우에는 공정거래법 적용대상이 되지 않음

● 구입강제

거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제 하는 행위

- 대상행위
 - 사업자가 거래상대방에게 구입의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위, 구입요청을 거부하여 불이익을 당했거나 정황상 객관적으로 구입하지 않을 수 없는 사정이 인정되는 경우에는 구입강제가 있는 것으로 봄
 - 거래상대방은 주로 사업자가 될 것이나 소비자도 포함

- 위법성의 판단기준
 - 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지고 있는지 여부

〈거래상 지위가 인정되는 사례〉

- 본사와 협력업체 또는 대리점, 대형소매점과 입점업체, 도시가스사와 지역관리소, 제조업체와 부품납품업체, 지역독점 공공시설 관리업자와 시설임차사업자, 독점적 공공사업자와 계약업체, 방송사와 방송프로그램 공급사업자 등간 거래관계
- 거래상대방인 판매업자가 특정 사업자가 공급하는 유명 상표품을 갖추는 것이 사업운영 극히 중요한 경우 특정사업자와 판매업자간 거래관계
- 제조업자 또는 판매업자가 사업활동에 필요한 원재료나 부품을 특정 사업자로부터 공급받아야 하는 경우 특정사업자와 제조 또는 판매업자간 거래관계
- 특정 사업자와의 거래가 장기간 계속되고 거래관계 유지에 대규모투자가 소요됨으로써 거래상대방이 거래처를 전환 할 경우 설비전환이 곤란하게 되는 등 막대한 피해가 우려되는 경우 등

- 구입강제 행위가 부당한지 여부

- 법위반이 아닌 경우
 - 구입강제로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래저해 효과를 현저히 상회 하는 경우

● 이익제공강요

거래상대방에게 자기를 위하여 금전·물품·용역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위

- 대상행위
 - 거래상대방에게 금전 물품 등 경제상 이익을 제공하도록 강요 하는 행위
 - 이익제공 강요의 상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함
- 위법성의 판단기준
 - 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지는지 여부
 - 이익제공강요 행위가 부당한지 여부 등
- 대상행위
 - 이익제공 강요로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우
 - 이익제공 강요를 함에 있어 불가피한 사유가 있다고 인정되는 경우 등

- 판매목표강제

자기가 공급하는 상품 또는 용역과 관련하여 거래상대방의 거래에 관한 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위

- 대상행위
 - 사업자가 거래상대방에게 판매목표를 정해주고 이를 달성하도록 강제하는 행위
 - 판매목표강제의 상대방은 사업자에 한정되며, 소비자는 미포함
- 위법성의 판단기준
 - 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지는지 여부
 - 판매목표의 달성에 강제성 있는지 여부 등

- 목표를 달성하지 못했을 경우 대리점계약의 해지나 판매 수수료의 미지급 등 불이익이 부과되는 경우에는 강제성이 인정되나 거래상대방에게 장려금을 지급하는 등 자발적인 협력을 위한 수단으로 판매목표가 사용되는 경우에는 원칙적으로 강제성이 인정되지 않음
- 다만 판매장려금이 정상적인 유통마진을 대체하는 효과가 있어 사실상 판매목표를 강제하는 효과를 갖는 경우에는 강제성 인정

- 법위반이 아닌 경우
 - 판매목표 강제로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우

- 불이익제공

구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제 외의 방법으로 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위

- 대상행위
 - 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하는 행위
: 거래조건에는 각종의 구속사항 저가매입 또는 고가판매 가격(수수료 등 포함) 조건, 대금지급방법 및 시기, 반품, 제품검사방법, 계약해지조건 등 모든 조건이 포함
 - 거래상대방에게 거래과정에서 불이익을 주는 행위
 - 거래상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함
- 위법성의 판단기준
 - 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지는지 여부
 - 설정, 변경된 거래조건과 불이익의 내용이 부당한지 여부 등
- 법위반이 아닌 경우
 - 거래조건을 설정, 변경 및 불이익제공으로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우 등

- 경영간섭
 - 대상행위
 - 임직원을 선임 해임함에 있어서 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목, 시설규모, 생산량, 거래내용을 제한함으로써 경영활동에 간섭하는 행위
 - 거래상대방에 소비자는 미포함
 - 위법성의 판단기준
 - 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지는지 여부, 경영간섭이 부당한지 여부 등
 - 대리점 등 판매업자에게 상품 또는 용역을 공급하면서 현찰판매 또는 직접판매 의무를 부과하거나 사용방법 등에 관한 설명 및 상담의무를 부과하는 행위는 경영효율성의 제고 또는 상품의 안전성확보 등 정당한 사유가 있는 경우로서 범위반으로 보지 않음
 - 범위반이 아닌 경우
 - 경영간섭으로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는 경우 등
 - 문제 가능 사안
 - 자주 거래하는 판촉물 업체에 과도한 샘플 및 기타 경제적 이익 제공을 강요하는 행위
 - 대리점에게 과도한 판매목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제해서 달성하지 못할 경우 계약을 해지하겠다고 하는 경우
 - 각종 계약을 체결하면서 지나치게 당사에게만 유리하게 계약을 체결하는 경우
 - 대리점의 영업지역을 제한하는 행위
 - 위반사례

수수료율의 일방적 인하(공정위 2003.11.15. 2003경축0077)

- 도시가스공급업자인 A사는 지역관리소에 지급하는 수수료율을 10%에서 8%로 일방적으로 인하하는 내용으로 자사내규인 “위탁업무 처리규정”을 개정하고 이를 전 지역관리소장에게 통지하여 실시함
- 공정위는 「지역관리소 운영계약서」 제16조에는 A사의 위탁업무 처리규정 등 내규의 개정만으로도 수수료율을 변경할 수 있도록 규정 하고 있으나, 이는 A사가 자신의 독점적 지위를 이용하여 지역관리소에 일방적으로 불리하게 설정한 계약내용으로 A사의 부당한 불이익제공행위를 정당화하는 근거가 되지 못한다고 판단
 - ⇒ 과징금 7.8억원, 신문공표명령

특약점 의사에 반해 방문판매원을 이동

- ▶ 화장품 제조사인 A사는 2005년~2013년까지 신설 특약점을 지원하거나 회사 정책에 협조하지 않는 특약점 관리를 위해 특약점 (전속대리점) 소속 방문 판매원 3,482명을 특약점주의 의사에 반하여 일방적으로 다른 특약점이나 직영점으로 이동시킴
- ▶ A사는 화장품 제조, 판매 시장의 1위 사업자이며, 특약점은 A사에 매출을 전적으로 의존하고 있으며, A사가 특약점에 대해 교육, 경영진단을 실시하는 등 업무상 지휘감독권을 갖고 있는 점에서 거래상 지위가 인정됨
=> 과징금 5억원 회사와 담당 임원 고발
- * 공정위는 당초 고발조치는 하지 않았으나 중소기업청이 고발요청권을 행사함에 따라 고발함

• Do and Don't

- Do

- ▶ 동등한 지위에게 거래상대방을 존중
- ▶ 파트너십 발휘
- ▶ 계약 등 거래 개시, 유지 시 경제적 약자를 보호
- ▶ 각종 계약 시 표준계약서의 활용

- Don't

- ▶ 거래상대방의 자율적 의사 침해 금지
- ▶ 대리점의사에 반하여 사업부 지점 등 회사의 초청 행사에 참여 하게 하고 비용을 부담시키는 행위 금지
- ▶ 납품업체 하청업체 협력업체 등에게 대가 없이 경제상 이익 제공 강요 금지

3.2.7 구속조건부 거래

● 개념

구속조건부거래란 부당하게 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 아니하는 조건으로 거래하거나 거래상대방의 거래지역 또는 거래상대방을 구속하는 조건으로 거래하는 행위를 말함

● 배타조건부 거래

부당하게 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위

• 대상행위

- 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위
- 독점공급계약과 독점판매계약도 배타조건부거래의 내용에 포함

- 배타조건의 형식 : 계약서에 명시된 경우 뿐만 아니라 경쟁사업자와 거래 시 불이익이 수반되어 사실상 구속성이 인정되는 경우가 포함
- 소비자와의 거래에는 적용하지 않음
- 위법성의 판단기준
 - 경쟁사업자가 대체 거래처 또는 유통경로를 확보하는 것이 가능한지 여부
 - 당해 행위로 인해 경쟁사업자가 경쟁할 수 있는 수단을 침해받는지 여부
 - 행위자의 시장점유율 및 업계순위
 - 배타조건부거래 대상이 되는 상대방의 수 및 시장점유율
 - 배타조건부거래 실시기간 의도 및 목적
 - 배타조건부거래가 거래지역 제한 또는 재판매가격유지행위 등 타 경쟁 제한행위와 동시에 이루어졌는지 여부 등
- 법위반이 아닌 경우
 - 당해 상품 또는 용역의 기술성 전문성 등으로 인해 활동등에 있어 배타조건부거래가 필수 불가피 하다고 인정되는 경우
 - 배타조건부거래로 인해 타 브랜드와의 서비스 경쟁촉진 등 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
 - 배타조건부거래로 인해 유통업체의 무임승차(특정 유통업자가 판매촉진 노력을 투입하여 창출한 수요에 대하여 다른 유통업자가 그에 편승하여 별도의 판매촉진 노력을 기울이지 않고 판로를 확보하는 행위)방지, 판매 및 조달비용의 절감 등 효율성 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
- 거래지역 또는 거래상대방의 제한

상품 또는 용역을 거래함에 있어서 그 거래상대방의 거래지역 또는 거래상대방을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위(1인 사업자가 본 행위를 하는 것은 불공정거래행위로 규율되는 것에 반해 2인 이상의 사업자가 거래지역 또는 거래상대방을 제한하기로 하는 행위는 부당한 공동행위로 규율 됨)

 - 대상행위
 - 거래상대방의 판매지역
 - 거래상대방을 제한하는 행위
 - 구속조건은 일방적으로 강요할 것을 요하지 않으며 거래상대방의 요구나 당사자의 자발적인 합의에 의한 것을 포함
 - 거래상대방에 소비자는 포함되지 않음
 - 사업자가 자신의 계산과 위험부담 하에 위탁매매인에게 판매대상 등을 지정하는 상법상 위탁매매관계는 거래상대방의 판매지역 또는 거래상대방 제한에 해당되지 않음

- 위법성의 판단기준

다음 사항을 감안하여 브랜드내 경쟁제한효과와 브랜드간 경쟁 촉진효과를 비교형량한 후 거래지역 또는 거래상대방 제한이 관련시장에서의 경쟁을 제한하는지 여부를 위주로 판단함

- 거래지역 또는 거래상대방 제한의 정도 구속성이 엄격하지 않은 지역제한의 경우 원칙적으로 허용됨
- 당해 상품 또는 용역시장에서 브랜드간 경쟁이 활성화되어 있는지 여부
- 행위자의 시장점유율 및 경쟁사업자의 숫자와 시장점유율
- 지역제한이 재판매가격유지행위 등 타 불공정행위와 병행하여 행해지거나 재판매가격유지의 수단으로 사용되는지 여부
- 당해 행위로 인해 소비자의 선택권을 침해하거나 서비스 질 제고 및 가격인하 유인이 축소되는지 여부 등

- 법위반이 아닌 경우

- 거래지역 및 거래상대방 제한의 효율성 증대효과나 소비자후생 증대 효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

- 문제 가능 사안

- 합리적 이유 없이 DMC에 대하여 자기의 승낙 없이 다른 여행사와 계약 체결 금지 조항을 두는 경우
- 당사와 거래하고 있는 DMC에 대하여 당사외 다른 여행사와 거래 할 경우 계약을 해지하는 조항을 두는 경우
- 모집종사자의 활동지역을 제한하는 경우

- 위반사례

이동통신사의 단말기 유통제한(공정위 2012. 7. 2. 2011서감2550)

- A텔레콤은 화이트리스트제도를 이용하여 이동전화 단말기 제조업체로 하여금 대리점이나 양판점 등 유통채널에 직접 공급하는 단말기 비율을 모델별로 총 공급대수의 20%이내로 제한하고 이를 초과하는 단말기에 대해서는 ESN(단말기식별번호) 등록을 보류함

* 화이트리스트제도 : 단말기 분실 시 사용 차단 등의 이용자 보호를 위해 이동통신사가 자신에게 ESN을 등록한 단말기만 개통이 가능하도록 하는 제도

=> 과징금 4.8 억원

- Do and Don't
 - Do
 - 거래조건은 공정하게 설정
 - 거래조건을 구속할 합리적 이유가 있는 경우에는 사전체크
 - 시장질서 유지를 위하여 거래지역 제한이 필요한 경우 구속성을 최소화
 - Don't
 - 랜드사에 대한 전속 강요 원칙적으로 금지
 - 대리점의 활동지역 거래상대방 제한 금지

3.2.7 사업활동 방해

- 개념

사업활동방해란 다른 사업자의 기술을 부당하게 이용하거나 인력을 부당하게 유인, 채용하는 방법 또는 다른 사업자의 거래처 이전을 부당하게 방해하는 방법 등으로 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위를 말함 (기술의 부당이용, 인력의 부당 유인·채용, 거래처 이전방해 등)

- 기술의 부당 이용
 - 대상행위
 - 다른 사업자의 기술을 부당하게 이용하는 행위
 - 위법성의 판단기준

다음 사항을 종합적으로 고려하여 기술의 부당이용이 바람직한 경쟁질서를 저해하는 불공정한 경쟁수단에 해당되는지 여부를 위주로 판단

 - 기술이용의 부당성 여부
 - 사업활동이 심히 곤란하게 되는지 여부
 - 법 위반이 아닌 경우
 - 합리적인 사유가 있거나 효율성 증대 및 소비자후생 증대효과 가 현저하다고 인정되는 경우
- 인력의 부당 이용

다른 사업자의 인력을 부당하게 유인 채용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

 - 대상행위
 - 다른 사업자의 인력을 유인·채용하는 행위

- 위법성의 판단기준

다음 사항을 종합적으로 고려하여 인력의 부당 유인, 채용이 바람직한 경쟁질서를 저해하는 불공정한 경쟁수단에 해당되는지 여부를 위주로 판단

- 거래조건은 공정하게 설정
- 거래조건을 구속할 합리적 이유가 있는 경우에는 사전체크
- 시장질서 유지를 위하여 거래지역 제한이 필요한 경우 구속성을 최소화

- 법위반이 아닌 경우

- 합리적인 사유가 있거나 효율성 증대 및 소비자후생 증대효과 가 현저하다고 인정되는 경우

- 거래처 이전방해

다른 사업자의 거래처이전을 부당하게 방해하여 다른 사업자의 사업 활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

- 대상행위

- 거래상대방의 거래처이전을 방해하는 행위

- 위법성의 판단기준

다음 사항을 종합적으로 고려하여 거래처 이전방해가 바람직한 경쟁질서를 저해하는 불공정한 경쟁수단에 해당되는지 여부를 위주로 판단

- 거래처 이전방해의 부당성 여부
- 사업활동이 심히 곤란하게 되는지 여부

- 법 위반이 아닌 경우

- 합리적인 사유가 있거나 효율성 증대 및 소비자후생 증대효과 가 현저하다고 인정되는 경우

- 기타의 사업활동방해

다른 사업자의 인력을 부당하게 유인 채용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

- 대상행위

- 기타의 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 현저히 방해하는 모든 행위

- 위법성 판단기준

다음 사항을 종합적으로 고려하여 거래처 이전방해가 바람직한 경쟁질서를 저해하는 불공정한 경쟁수단에 해당되는지 여부를 위주로 판단

- 사업활동방해의 부당성 여부
- 사업활동이 심히 곤란하게 되는지 여부

- 법 위반이 아닌 경우

- 합리적인 사유가 있거나 효율성 증대 및 소비자후생 증대효과 가 현저하다고 인정되는 경우

- 문제 가능 사안
 - 부당하게 타사 임직원이나 대리점을 스카우트하는 경우
 - 대리점이 당사와 거래를 종료하고 다른 경쟁사업자와 거래하고자 하는 경우 이를 부당하게 방해하는 행위

- 위반사례

대리점에의 이익제공을 통한 거래처 유인(공정위 2013. 7. 11)

- A 음료(주)는 먹는 샘물 제품시장에서 경쟁사와 거래중인 11개 대리점에 대해 법률비용 지원, 제품의 공급단가 할인, 제품의 무상제공, 무이자 현금대여 등 경제상 이익을 영입조건으로 제시하면서 당해 대리점으로 하여금 경쟁사와 거래를 중단하고 자신과 거래하도록 유인하여 8개 대리점이 이전함으로써 경쟁사의 사업활동을 방해함
 - ⇒ 시정명령

불이익 제공 암시를 통한 사업활동 방해 (공정위 2006. 3. 28. 2005 경축2292)

- A 출판사는 방송대 학습참고서 시장에 경쟁사가 진입하는 것을 막기 위해 자신이 거래하는 서점에 대해 경쟁사와 거래시 서적 등의 공급을 중단, 감소, 지연하는 등 불이익을 가하거나 공문과 직접 방문을 통해 불이익을 가할 것을 암시함으로써 경쟁사와 거래하는 것을 방해 함
 - ⇒ 과징금 22백만원

- Do and Don't
 - Do
 - 항상 다른 회사의 권리를 침해하지 않는 범위내에서 상품 개발
 - 협력업체의 거래처 이전을 최대한 보장
 - Don't
 - 다른 회사에 권리가 있는 마케팅 기법이나 상표 도용 금지
 - 무리한 방법으로 인력 또는 대리점 전환 시도 금지
 - 다른 회사의 약점을 들추거나 허위사실을 유포하여 인력 또는 대리점 유인 금지

3.2.8 부당지원

- 개념

부당지원이란 부당하게 특수관계인이나 또는 다른 회사에 대하여 자금, 자산, 인력을 상당히 유리한 조건으로 거래하거나 현저한 규모로 거래하여 당해 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위를 말함

- 가지급금 또는 대여금등 자금을 거래한 경우

회계처리상 계정과목에 국한하지 아니하고, 지원주체가 지원객체의 금융상 편의를 위하여 직접 또는 간접으로 현금 기타 자금을 이용할 수 있도록 경제상 이익을 제공하는 일체의 행위 포함

- 행위 예시

- 지원객체의 금융회사로부터의 차입금리보다 저리로 자금을 대여해 준 경우
- 계열금융회사에게 콜자금을 시중 콜금리보다 저리로 대여해 준 경우
- 상품·용역거래와 무관하게 「선급금 명목으로」 지원객체에게 무이자 또는 저리로 자금 제공한 경우
- 지원객체에 대한 매출채권회수를 지연하거나 상각하여 회수불가능 채권으로 처리함으로써 자금을 지원한 경우
- 외상매출금 용역대금을 약정기한내에 회수하지 아니하거나 지연하여 회수하면서 이에 대한 지연이자를 받지 아니한 경우
- 계열금융회사가 특수관계가 없는 독립된 자의 예탁금에 적용하는 금리보다 낮은 금리로 계열금융회사에 자금을 예치한 경우
- 단체퇴직보험을 예치하고 이를 담보로 지원객체에게 저리로 대출하도록 한 경우
- 계열금융회사가 지원객체에게 대여한 대여금의 약정 연체이자율을 적용하지 않고 일반 대출이자율을 적용하여 연체이자를 수령하는 경우
- 주식매입을 하지 않으면서 증권예탁금 명목으로 계열증권회사에 일정기간 자금을 저리로 예탁한 경우
- 보유하고 있는 지원객체 발행주식에 대한 배당금을 정당한 사유없이 회수하지 않거나 회수를 태만히 한 경우
- 지원객체가 생산 판매하는 상품을 구매하는 임직원에게 구매투자를 대여하거나 용자금을 알선해 주고 이자의 전부 또는 일부를 임직원소속 계열회사의 자금으로 부담한 경우
- 지원객체소유 부동산에 대해 장기로 매매계약을 체결하고 계약금 및 중도금을 지급한 뒤 잔금 지급전 계약을 파기하여 계약금 및 중도금 상당액을 지원한 경우
- 지원객체 소유 건물 시설을 이용하면서 특수관계가 없는 독립 된 자와 동일하게 이용료를 지불함에도 불구하고 임차보증금, 임차료 등을 추가적으로 지급한 경우
- 임대료를 약정납부기한보다 지연하여 수령하면서 지연이자를 받지 않거나 적게 받는 경우

- 유가증권·부동산·무체재산권 등 자산을 거래한 경우

지원주체가 지원객체에게 유가증권·부동산·무체재산권이나 기타 자산을 무상으로 또는 정상가격 보다 낮은 가격으로 제공하거나 정상가격 보다 높은 가격으로 제공받는 것

- 행위 예시

- 지원객체가 발행한 기업어음을 비계열사가 매입한 할인율보다 낮은 할인율로 매입한 경우
- 역외펀드를 이용하여 특수관계인 등이 발행한 주식을 고가로 매입하거나 기업어음 등을 저리로 매입하는 경우
- 계열자산운용사가 고객의 신탁재산으로 특수관계인 등의 기업 어음이나 회사채를 저리로 매입하는 경우
- 금융회사의 특정금전신탁에 가입하고 同금융회사는 그 자금을 이용하여 위탁자의 특수관계인 등이 발행한 기업어음 또는 사모사채를 저리로 인수하는 경우
- 특수관계가 없는 독립된 자가 인수하지 않을 정도의 낮은 금리 수준으로 발행된 후순위 사채를 특수관계인이나 친족회사가 인수한 경우
- 지원객체가 제3자 배정방식에 의한 유상증자를 실시하면서 특수관계가 없는 자가 인수하지 않을 정도의 고가로 발행한 주식을 특수관계인 등이 인수한 경우
- 지원객체가 실시하는 유상증자 시 발생된 실권주를 특수관계인 등이 고가로 인수하거나 금융회사를 통해 우회인수 하는 경우
- 유상증자 주식의 발행가격이 주가추이, 주가전망, 재무구조 등 에 비추어 현저히 높음에도 불구하고 지분을 전혀 보유하고 있지 않은 특수관계인 등이 인수에 참여하거나 기존 주주인 특수관계인 등이 자기의 지분을 현저히 초과하여 인수하는 경우
- 전환권행사가 불가능할 정도로 전환가격이 높고 현저히 낮은 이자율로 발행된 전환사채를 특수관계인 등이 인수한 경우
- 경영권 방어목적 등 특별한 사유없이 전환권행사로 인해 포기되는 누적이자가 전환될 주식의 시세총액과 총 전환가액의 차액 보다도 큼에도 불구하고 전환권을 행사한 경우
- 시가보다 현저히 낮은 가격으로 신주인수권부사채를 발행하여 특수관계인 등에 매각하는 경우
- 비계열금융회사에 후순위 대출을 해주고 동금융회사는 특수관계인 등이 발행한 저리의 회사채를 인수하는 경우
- 부동산을 시가에 비하여 저가로 지원객체에 매도하거나 고가로 지원객체로부터 매수한 경우

- 계열회사가 단독으로 또는 지원객체와 공동으로 연구개발한 결과를 지원객체에 무상양도하여 지원객체가 특허출원을 할 수 있도록 한 경우
- 계열금융회사가 지원객체가 보유한 부동산 회사채 및 기업어음 등 유가증권을 고가에 매입한 경우
- 지원주체가 지원객체에게 당해 부동산을 무상으로 사용하도록 제공하거나 정상임대료보다 낮은 임대료로 임대하거나 정상임차료보다 높은 임차료로 임차하는 행위

● 상품 용역을 거래한 경우

지원주체와 지원객체가 상품·용역을 거래함에 있어 거래대가가 정상 가격보다 상당히 낮거나 높은 경우 및 상당한 규모로 거래하여 지원 하는 행위

- 행위 예시
 - 지원객체에 대한 매출채권회수를 지연하거나 상각하여 회수불가능 채권으로 처리한 경우
 - 외상매출금, 용역대금을 약정기한 내에 회수하지 아니하거나 지연하여 회수하면서 이에 대한 지연이자를 받지 아니한 경우
 - 지원객체가 생산 판매하는 상품을 구매하는 임직원에게 구매대금을 대여하거나 용자금을 알선해 주고 이자의 전부 또는 일부를 임직원소속 계열회사의 자금으로 부담한 경우
 - 지원객체가 운영하는 광고매체에 정상광고단가보다 높은 단가로 광고를 게재하는 방법으로 광고비를 과다 지급하는 경우
 - 지원객체와 상당한 규모로 상품 용역을 거래하여 지원객체의 사업개시 유지, 퇴출 방지 등의 효과를 발생시킨 경우(물량 몰아 주기)

● 인력을 제공한 경우

지원주체가 제공하는 인력과 관련하여, 지원객체가 지원주체 또는 당해 인력에 대하여 지급하는 일체의 급여 수당 등이 당해 인력이 근로제공의 대가로서 지원주체와 지원객체로부터 지급받는 일체의 급여·수당 등보다 적은 때

- 행위 예시
 - 업무지원을 위해 인력을 제공한 후 인건비는 지원주체가 부담 한 경우
 - 인력파견계약을 체결하고 인력을 제공하면서 퇴직충당금 등 인건비의 전부 또는 일부를 미회수한 경우

● 거래단계를 추가하거나 거쳐서 거래한 경우(통행세 거래)

지원주체가 다른 사업자와 상품이나 용역을 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 역할이 없거나 미미한 지원객체를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래하는 행위

- 행위 예시
 - 통상적인 직거래관행 및 기존의 거래형태와 달리 지원객체를 통해 제품을 간접적으로 구매하면서 실제 거래에 있어 지원객체의 역할을 지원주체가 수행하거나 지원주체와 지원주체의 역할이 중복되는 등 지원객체가 거래에 있어 실질적인 역할을 하 지 않은 경우

● 위법성의 판단기준

- 위법여부는 지원객체가 속하는 시장의 구조, 경쟁사업자의 경쟁여건, 지원의 규모 및 기간, 지원행위 전후 지원객체의 시장점유율, 시장개방의 정도 등을 종합적으로 고려하여 경쟁제한성 여부를 판단
- 지원행위의 부당성은 공정한 거래질서라는 관점에서 판단되어야 하며 단순한 사업경영상의 필요 또는 거래상의 합리적 내지 필요성이 있다는 사유만으로는 부당성이 부정되지 않음

• 상당한 규모에 의한 지원행위의 위법성 판단기준

- 거래대상의 특성상 지원객체에게 거래물량으로 인한 규모의 경제 등 비용절감효과가 있음에도 불구하고 동 비용 절감효과가 지원객체에게 과도하게 귀속되는지 여부
- 지원주체와 지원객체 간의 거래물량만으로 지원객체의 사업개시 또는 사업유지를 위한 최소한의 물량을 초과할 정도의 거래규모가 확보되는 등 지원객체의 사업위험이 제거되는지 여부
- 지원행위 여부를 판단할 때에는 당해 지원객체와의 거래에 고유한 특성에 의하여 지원주체에게 비용절감 품질개선 등 효율성 증대효과가 발생하였는지 여부 등 당해 행위에 정당한 이유가 있는지 여부를 고려함

• 위법성이 인정되는 경우

- 지원객체가 당해 지원행위로 인하여 일정한 거래분야에 있어서 유력한 사업자의 지위를 형성, 유지 또는 강화할 우려가 있는 경우
- 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 당해 지원행위로 인하여 경쟁사업자가 배제될 우려가 있는 경우
- 지원객체가 지원받은 경제상 이익으로 당해 상품 또는 용역의 가격을 경쟁사업자보다 상당기간 낮게 설정하여 경쟁사업자가 당해 시장에서 탈락할 우려가 있는 경우
- 지원객체가 당해 지원행위로 인하여 경쟁사업자에 비하여 경쟁 조건이 상당히 유리하게 되는 경우
- 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 당해 지원행위로 인해 지원객체 퇴출이나 타사업자의 신규진입이 저해되는 경우
- 법령을 면탈 회피하는 등 불공정한 방법 절차를 통해 지원행위가 이루어지고 이로 인하여 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등으로 공정한 거래가 저해될 우려가 있는 경우

• 위법성이 인정되지 않는 경우

- 대규모기업집단 계열회사가 기업구조조정을 하는 과정에서 구조조정 대상회사나 사업부문에 대하여 손실분담을 위해 불가피 한 범위 내에서 지원하는 경우
- 지원객체에 대하여 기존에 지분을 보유하고 있는 계열회사가 지분비율에 따라 지원객체가 실시하는 유상증자에 참여하는 경우

- 기업구조조정과정에서 일부사업부문을 임직원 출자형태로 분사화하여 설립한 중소기업기본법상의 중소기업에 대하여 당해회사 설립일로부터 3년 이내의 기간동안 자생력 배양을 위하여 지원하는 것으로서 다른 중소기업의 기존거래관계에 영향이 적은 경우
- 정부투자기관 정부출자기관이 공기업 민영화 및 경영개선계획에 따라 일부 사업부문을 분사화하여 설립한 회사에 대하여 분사 이전의 시설투자자금 상환·연구기술인력 활용 및 분사후 분할된 자산의 활용 등과 관련하여 1년 이내의 기간동안 자생력 배양을 위하여 불가피하게 지원하는 경우로서 기존 기업의 거래관계에 영향이 적은 경우

● 문제 가능 사안

거래분야	지원 유형
공통	<ul style="list-style-type: none"> - 특별한 이유 없이 계열사와 수의계약 체결 - 非계열사와 직접 거래가 가능함에도 거래단계에 계열사를 추가 - 계약금, 중도금을 지급한 뒤 계약을 파기하여 위약금 지급 - 현저한 규모로 거래하면서 그에 상응하는 가격할인을 미적용 - 계열사가 사업을 개시·유지할 수 있도록 대량으로 거래
공사	<ul style="list-style-type: none"> - 불필요한 공사 또는 적정 규모를 초과하는 공사 시행 - 그룹 공동사업의 경우 비합리적인 비용 부담
IT	<ul style="list-style-type: none"> - 계약 내용보다 적은 인원 투입 - 투입인원·개발기간을 과다 산정하거나 고급인력 비중을 높여 거래대금 과다 책정
광고	<ul style="list-style-type: none"> - 광고 효과, 필요성 등을 검토하지 않은 채 광고대행사가 임의로 광고를 수행하게 하는 경우
유가증권	<ul style="list-style-type: none"> - 계열증권사에 증권예탁금을 예탁한 후 장기간 주식 미거래 - 시장에서 인수하지 않을 정도의 낮은 금리로 발행된 회사채나 고가로 발행된 주식을 인수 - 계열증권사가 총액인수한 비계열사 주식(또는 채권)에 대한 청약률이 저조할 것으로 예상되자 청약에 참가
부동산	<ul style="list-style-type: none"> - 객관적인 가격 평가 없이 매매가 산정 - 투자가치에 대한 충분한 검토 없이 계열사의 부동산 매입
임대차	<ul style="list-style-type: none"> - 임대보증금, 임대료, 관리비를 비계열 임차인에 비해 너무 높거나 낮게 책정 - 임대료·관리비 연체 시 지연배상금 미징수 - 일반적인 거래 관행에 비추어 합리적인 이유 없이 임대보증금, 임대료의 입금을 유예
신용공여	<ul style="list-style-type: none"> - 계열사가 시중은행에서 대출 받을 때보다 낮은 금리 적용 - 동일 신용등급의 비계열사 대출 보다 낮은 금리 적용

● 위반사례

100% 자회사에 대한 부당지원(공정위 2015. 5. 6. 2014서감2443)

- A공사는 100% 자회사인 공단에 임대주택 25만호의 관리업무와 임대업무를 위탁하면서 관리업무에 투입되는 시간의 절반 수준인 임대업무에 대해 위탁수수료를 관리업무 대비 21배 높게 지급하였던 바
- 이는 공사가 직접 임대업무를 수행하는 경우의 인건비에 비해 56% 높은 수준
⇒ 과징금 146억원

통행세 거래(공정위 2014.3.3 2013제감1910)

- 통상 라면생산업체는 대형유통업체에 직접 납품하면서 판매장려금을 직접 지급하고 있으며, A식품도 B마트를 제외한 대형유통업체에는 직접 납품하는 방식으로 거래중 임에 반해,
- B마트에 라면을 납품할 때는 거래상 역할이 전혀 없는 C사(총수 일가의 지분)를 거래 단계에 끼워 넣어 판매장려금을 지급하는 방식으로 1993년 1월 부터 2013년 12월까지 C사를 부당지원
- A식품은 C사가 수행해야 할 영업활동, 주문/발주,배송을 대신 처리하는 등 C사의 역할이 전혀 없음에도 공급가액의 11%를 판매장려금으로 지급하고 C사는 B마트에 판매장려금 7.4%를 지급하여 3.6%의 차익을 얻음
⇒ 과징금 27.5억원 부과

통행세 거래(공정위 2012. 9. 13. 2012서감1294)

- A사는 현금자동입출금기(ATM)를 제로사로부터 직접 구매하고 있었고, 다른 업체들도 직접 구매방식으로 거래하고 있음에도 불구하고 계열회사인 B사를 중간 유통단계로 추가하여 간접 구매하면서 직접 구매시보다 비싼 가격을 지불함으로써 부당하게 계열사를 지원함
- 이에 대해 A사의 2대주주가 그룹 및 계열사 임원들을 검찰과 공정위에 고발하면서 조사가 개시됨
⇒ 과징금 6.5억원 부과

골프장 사전투자를 통한 부당지원 (공정위 2011. 6. 29. 2011서감 2312)

- 총수일가가 100%지분을 보유한 A사가 골프장 건설을 추진하면 서 낮은 신용도로 인해 금융권 대출이 어렵게 되자 착공 이전에 사전 투자자를 모집하였고 보험사인 B사를 비롯하여 C그룹 소속 9개사는 총 792억원을 투자함(골프장 회원권은 법령에 따라 공정율 30%이상인 경우에 가능하였기 때문에 사전투자라는 변칙적 방법을 활용)

- 사전투자한 9개사는 사전투자약정에 따른 회원권을 취득하지 않고 연 5.22%의 투자수익금을 먼저 받은 후 일반분양에서 회원권을 취득할 수 있었음에도 투자수익금을 포기하고 사전약정에 따라 회원권을 취득함
- 공정위는 이에 대해 선납예치금에 대한 적정수준의 이자를 수취하지 않는 방법으로 부당하게 지원했다고 판단
 - => 총과징금 44.8억원 부과, B사 포함 3개사 고발

※ 공정위 제재와는 별도로, 금융위는 보험업법 제111조(대주주와의 거래 제한 등) 위반으로 B사에 대해 과징금 7.4억원을 부과(보험업법에 따른 과징금 18억에서 공정위가 이미 부과한 10.6억원을 차감한 금액)

● Do and Don't

• Do

- 적정 시장가격으로 거래
- 가격결정에 관한 근거자료를 마련
- 모든 사업자를 동등하게 취급
- 계열회사일수록 계약내용을 엄격하게 적용
- 인건비는 노무를 제공받은 회사에서 지급
- 계약은 원칙적으로 입찰의 방법에 의하되 수의계약을 하는 경우 거래 상대방 선정기준, 가격, 거래조건이 적정해야 함

• Don't

- 시장가격보다 높은 가격으로 상품 또는 용역 구매 금지
- 시장가격보다 낮은 가격으로 판매 또는 임대 금지
- 특혜 제공 금지
- 계열회사에 차별적 취급 금지(부당한 지원의 소지로 판단될 가능성이 큼)
- 계열회사를 위하여 회사에 손해 되는 행위를 하여서는 안됨

3.3 위반 시 제재

제재유형	제 재 내 용
보복조치 금지	불공정거래행위의 상대방이 분쟁조정신청, 공정위 신고, 공정위 조사에의 협조 등을 하였다는 이유로 거래 정지나 물량 축소, 기타 불이익을 주는 행위를 하거나 계열사 등 다른 사업자로 하여금 이를 하도록 해서는 안됨 (법 제48조)
시정명령	당해 행위의 중지, 계약조항 삭제 등 법위반 상태를 시정하기 위하여 필요한 조치와 법위반사실 공표 (법 제49조)
과징금	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 불공정거래행위 (법 제50조 제1항) <ul style="list-style-type: none"> - 관련매출액 4%내에서 과징금 부과 - 관련매출액이 없는 경우 등에는 10억원 이내 과징금 부과 • 부당지원행위(법 제50 제2항) <ul style="list-style-type: none"> - 직전3년 평균매출액의 10%내에서 과징금 부과 - 매출액이 없는 경우 등에는 40억원 이내 과징금 부과 - 지원객체에도 동일한 과징금을 부과
형사처벌	<ul style="list-style-type: none"> • 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금(법 제124조 제1항) • 양벌규정 적용 (법 제128조)

4. 약관규제법

4.1 개요

4.1.1 규제 이유

사업자가 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립함으로써 소비자를 보호하고 국민생활의 균형 있는 향상을 도모

4.1.2 약관의 개념

명칭이나 형태 또는 범위를 불문하고 계약의 일방 당사자가 다수의 상 대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것

4.1.3 약관의 작성원칙(법 제3조 제1항)

- 고객이 약관의 내용을 쉽게 알 수 있도록 작성
- 한글 및 표준화·체계화된 용어 사용
- 중요한 내용을 부호 문자 색채 등을 이용하여 명확하게 표기

4.2 약관의 명시·설명 의무

4.2.1 약관의 명시·교부(법 제3조 제2항)

사업자는 계약체결에 있어서 고객에게 약관의 내용을 계약의 종류에 따라 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하고 고객이 요구할 때에는 당해 약관의 사본을 고객에게 교부하여 이를 알 수 있도록 하여야 함

4.2.2 약관의 설명(법 제3조 제3항)

- 사업자는 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명해야 함
- 중요한 내용
 - 중요한 내용이란 고객의 이해관계에 중요한 영향을 미치기 때문에 계약체결시에 반드시 알아두어야 할 사항으로서 사회통념상 그 약관의 내용을 알았더라면 계약을 체결하지 않았거나 적어도 그러한 조건으로 계약을 체결하지 않았으리라고 인정되는 사항을 의미함

- 약관 별 중요한 내용 예시

약관	중요한 내용
여행약관	<ul style="list-style-type: none"> • 여행업자의 손해배상에 관한 사항 • 여행자가 출발 전 계약을 해제할 때의 배상액 • 표준약관과 특별약관의 구분 • 보험가입에 대한 사항 • 여행상품 구성의 대한 설명
대리점 계약서	<ul style="list-style-type: none"> • 계약 상대방의 업무와 책임 • 계약기간 및 거래조건 • 판매대행 수수료에 관한 사항 • 계약의 해지 또는 해제에 관한 사항

- 설명방법

고객에게 직접 구두로 설명하는 것이 원칙이나 부득이한 경우 약관이외의 별도 설명문에 의해 성실하고 정확하게 고객에게 설명한 경우에는 설명의무를 이행한 것으로 볼 수 있음

- 보험이나 대출거래에 있어서는 고객에게 직접 설명하는 것이 곤란한 부득이한 사정이 있다고 할 수 없으므로 구두에 의하여 설명하고 필요한 때에는 고객의 질문을 받고 이에 대한 답변을 해야 함
- 보험료가 현저히 적다거나 통신판매 방식으로 보험계약을 체결하는 경우에도 보험회사의 약관설명 의무는 면제되지 않음

- 설명의무가 면제되는 경우

- 약관의 규정이 법령에 정해진 사항을 약관에서 되풀이 하거나 부연 하는 정도에 불과한 경우
- 고객이 약관의 내용을 충분히 잘 알고 있는 경우
- 약관의 내용이 거래상 일반적이고 공통된 것으로서 고객이 충분히 예상할 수 있었던 경우
- 대량의 또는 신속한 거래에 있어서 계약의 성질상 설명이 현저히 곤란한 경우

4.2.3 약관의 명시·교부·설명 의무 위반의 효과(법 제3조 제4항)

- 명시·교부·설명 의무를 위반하여 계약을 체결한 때에는 당해 약관의 내용을 계약의 내용으로 주장할 수 없음
- 약관의 명시 의무 등을 위반하여 계약의 내용이 되지 못하는 경우에도 계약은 원칙적으로 유효하나 나머지 부분만으로 계약의 목적을 달성할 수 없거나 일방당사자에게 부당하게 불리한 때에는 계약은 무효가 됨
- 500만원 이하의 과태료 부과

보험금 지급제한사항 설명의무

- ▶ 상해보험의 특별약관에 ‘특별약관의 보장개시 전의 원인에 의하거나 그 이전에 발생한 후유장애로서 후유장애보험금의 지급사유가 되지 않았던 후유장애가 있었던 피보험자의 동일 신체 부위에 또다시 후유장애가 발생하였을 경우에는 기존 후유장애에 대한 후유장애보험금이 지급된 것으로 보고 최종 후유장애상태에 해당되는 후유장애보험금에서 이미 지급받은 것으로 간주한 후유장애보험금을 차감한 나머지 금액을 지급한다고 정한 사안에서,
- ▶ 정액보험인 상해보험에서는 기왕장애가 있는 경우에도 약정 보험금 전액을 지급하는 것이 원칙이고 예외적으로 감액규정이 있는 경우에만 보험금을 감액할 수 있으므로 보험회사는 기왕장애 감액규정을 명시·설명할 의무가 있음

인터넷을 통한 거래 시 약관설명 면제 여부(대법원 2013.2.15. 2011 다 69053)

- ▶ 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 설명하는 방법에 관하여는 특별한 제한을 두지 않고 있지만 당해 계약의 체결 경위 및 방법, 약관에 대한 고객의 이해가능성, 당해 약관이 고객에게 미치는 불이익의 정도 등에 비추어 고객이 이해할 수 있는 설명방법을 취해야 함
- ▶ 사업자가 인터넷을 통하여 약관을 게시하고 그 약관이 적용됨을 전제로 하여 전자거래의 방법으로 계약을 체결하는 경우에 법령에서 특별히 설명의무를 면제하고 있는 등의 특별한 사정이 없는 한 비대면 거래라는 사정만으로 다른 통상의 경우와 달리 약관의 중요한 내용에 관하여 고객이 이해할 수 있도록 설명할 의무가 면제된다고 볼 수 없음
- ▶ 인터넷상으로 신용카드 회원가입신청을 하는 경우 약관을 읽고 이에 동의하여야 신청절차가 진행되도록 조치하고 인터넷상으로 회원가입을 신청한 신청자들에게 카드를 배송할 때 카드회원가입신청서를 추가로 제시하고 ‘신용카드 개인회원규약 등을 충분히 이해하고 동의합니다’ 라는 기재 아래에 서명 또는 날인하도록 한 사실이 인정되지만, 약관규제법이 약관의 ‘명시의무’ 외에 중요 내용에 대한 ‘설명 의무’ 를 별도로 규정하고 있는 취지를 고려할 때에 위 사실만으로는 약관의 ‘명시의무’를 다한 것 이라고 할 수 있을 뿐 중요 내용에 대한 설명의무까지 이행하였다 볼 수 는 없음

4.2.5 Do and Don't

- Do
 - 계약체결후 즉시 약관을 명시·교부
 - 약관에 대한 설명은 반드시 계약 체결시까지 이루어져야 함
 - 고객이 귀찮아 하더라도 중요한 내용은 반드시 설명
 - 고객에게 불리한 내용은 더욱 자세히 설명(특히 특별약관 상 취소료규정!!)
- Don't
 - 고객에게 유리한 내용만 설명하고 불리한 내용을 설명하지 않는 행위
 - 고객안내자료를 제작할 때 고객에게 유리한 내용은 크게 하고 불리한 내용은 상대적으로 매우 작게 표시하는 행위
 - 친인척이나 지인이라고 해서 약관설명을 생략하는 행위

4.3 개별약정 우선의 원칙(법 제4조)

4.3.1 의의

- 개별약정우선의 원칙이란 약관에서 정하고 있는 사항에 관하여 사업자와 고객이 약관과 다르게 합의한 사항(개별약정)이 약관에 우선하여 적용된다는 원칙임

4.3.2 의의

- 방법 : 개별약정의 방법에는 제한이 없음(구두에 의한 개별약정 가능)
- 고객에게 불리한 개별약정도 약관에 우선하는 것이 원칙이나 표준약관에 비교하여 고객에게 불리한 것은 제한하고 있음
 - ※ 주의 고객에게 불리한 약정이 불공정한 행위인 경우 무효

4.3.4 사례

금리변경권에 관한 개별약정 (대법원 2001. 3. 9. 2000다67235)

- 금융기관의 여신거래기본약관에서 금융사정의 변화 등을 이유로 사업자에게 일방적 이율 변경권을 부여하는 규정을 두고 있으나, 개별약정서에서는 약정 당시 정해진 이율은 당해 거래기간 동안 일방 당사자가 임의로 변경하지 않는다는 조항이 있는 경우,
- 약관의규제에관한법률 제4조의 개별약정우선의 원칙에 따라 개별약정은 약관조항에 우선하므로 대출 이후 당해 거래기간이 지나기 전에 금융기관이 한 일방적 이율 인상은 그 효력이 없다고 한 사례

4.3.4 Do and Don't

- Do
 - 계약을 체결할 때 약관과 다른 내용으로 약정할 필요가 있을 때에는 반드시 사전에 충분한 검토를 해야 함
- Don't
 - 약관과 다른 내용으로 설명해서는 안됨
 - 약관과 다른 안내자료를 사용해서는 안됨
 - 조건 금액 등이 변동이 가능할 때에는 미래의 상황에 대하여 어떠한 보증이나 장담도 해서는 안됨

4.4 불공정 약관조항

4.4.1 일반원칙

- 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항은 무효임.
- 단, 개별적인 고객의 입장에서 이익증대의 효과가 있고 당사자가 명시적으로 당해 약관조항을 계약내용에 편입하기로 동의한 경우에는 유효한 조항이 될 수는 있음

4.4.2 불공정성이 추정되는 조항(법 제6조 제2항)

- 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항
- 고객이 계약의 거래형태 등 제반사정에 비추어 예상하기 어려운 조항
- 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항

4.4.3 사업자의 면책조항 금지(법 제7조)

- 계약당사자의 책임에 관한 약관의 내용중 사업자의 책임을 축소·배제 하는 조항 (면책조항)은 무효임
- 무효인 면책조항
 - 사업자 이행보조자 또는 피용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항
 - 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 조항
 - 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항 또는 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질 성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항

4.4.4 과도한 손해배상액의 예정(법 제8조)

- 고객에 대하여 부당하게 과중한 지연손해금 등의 손해배상 의무를 부담 시키는 약관조항은 무효(과도한 손해배상액의 예정)
 - ※ 손해배상액 예정 : 장래의 채무불이행에 대비하여 미리 채무불이행에 따른 채무자의 배상책임액을 정해 놓는 것
- 무효의 효과
 - 적절한 손해배상액을 넘는 부분만 무효가 되는 것이 아니라 처음부터 손해배상액의 예정이 없던 것으로 됨

4.4.5 불공정한 해제·해지권(법 제9조)

- 계약의 해제·해지에 관하여 고객의 권리를 축소하거나 의무를 확대하는 조항과 사업자의 권리를 확대하거나 의무를 축소한 약관조항은 무효
- 무효인 약관조항
 - 고객의 권리의무에 관한 사항
 - 법률에 의한 고객의 해제·해지권을 배제·제한하는 조항
 - 계약의 해제·해지로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 가중하거나 고객의 원상회복 청구권을 부당하게 배제하는 조항
 - 사업자의 권리의무에 관한 사항
 - 사업자에게 법률에서 정하지 않은 해제·해지권을 부여하거나 해제·해지권의 행사요건을 완화하는 조항
 - 계약의 해제·해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상 의무를 부당하게 감경하는 조항
 - 기타
 - 지속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간연장 또는 공정거래 자율준수 편람 갱신이 가능하도록 정하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항

4.4.5 채무의 이행(법 제10조)

- 상당한 이유 없이 사업자가 채무의 내용에 대하여 일방적으로 정하도록 하거나 채무의 이행을 일방적으로 중지할 수 있도록 하는 조항은 무효
- 무효인 약관조항
 - 사업자가 일방적으로 급부의 내용을 정하거나 변경하는 권한을 부여하는 조항
 - 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자로 하여금 대행할 수 있게 하는 조항

4.4.6 고객의 권익을 배제·제한 (법 제11조)

- 고객의 권익을 상당한 이유 없이 제한하거나 침해하는 약관조항은 무효 - 무효인 약관조항
- 무효인 약관조항
 - 법률에 의한 고객의 항변권 상계권 등의 권리를 배제·제한하는 조항
 - 고객에게 부여된 권한의 이익을 박탈하는 조항
 - 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 제한하는 조항
 - 사업자가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 누설하는 것을 허용하는 조항

4.4.7 의사표시의 의제(법 제12조)

- 의사표시에 관한 조항 중 부당하게 또는 상당한 이유 없이 고객의 불이익을 주는 약관조항은 무효
- 무효인 약관조항
 - 일정한 작위·부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 않은 것으로 보는 조항. 단, 부득이한 경우나 고객에게 명확하게 고지한 경우는 제외
 - 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 엄격한 제한을 가하는 조항
 - 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 고객에게 도달된 것으로 보는 조항
 - 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시에 장기의 기한 또는 불확정기한을 정하는 조항

4.4.8 기타

- 고객의 대리인과 계약이 체결된 경우에 고객이 계약상 의무를 이행하지 않으면 대리인이 의무를 이행하도록 책임을 지우는 조항은 무효(법 제13조)
- 고객에 대하여 부당하게 불리한 소제기의 금지나 재판관할을 정하거나 입증책임을 지우는 조항은 무효(법 제14조)

4.4.9 위반 시 제재

- 계약의 일부 무효(법 제16조)

불공정약관조항은 무효가 되며 나머지 부분만으로 계약은 유효함. 단, 유효한 나머지 부분만으로 계약의 목적을 달성할 수 없을 때나 일방 당사자에게 부당하게 불리한 때에는 계약은 무효임
- 시정조치(법 제17조의2)

공정거래위원회는 불공정약관조항에 대하여 삭제·수정 등 시정에 필요한 조치를 권고하거나 그 폐해가 큰 경우에 시정을 명령할 수 있음

- 사용금지권고(법 제17조의2 제3항)

공정거래위원회는 시정조치를 권고하거나 명령함에 있어서 필요한 때에는 당해 사업자와 동종사업을 영위하는 다른 사업자에게 불공정약관조항을 사용하지 말 것을 권고할 수 있음

- 심사청구(법 제19조)

약관조항과 관련하여 법률상의 이익이 있는 자 소비자기본법에 의하, 여 등록된 소비자단체 한국소비자원 및 사업자단체는 약관에 관하여, 약관규제법 위반여부에 관한 심사를 공정거래위원회에 청구할 수 있음

- 벌칙

- 형사처벌

- 시정명령에 위반한 자는 2년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금 (법 제32조)
 - 법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인, 사용인 기타 종업원 이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 시정명령을 위반한 때에는 그 법인 또는 개인도 동일한 벌금(법 제33조)

- 과태료(법 제34조)

- 약관의 명시·교부·설명의무를 위반한 경우 및 공정거래위원회로부터 표준약관의 사용을 권장받은 사업자가 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우에 그 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하지 않은 경우(5백만원)

4.4.10 사례

골프장 회칙(공정위2011. 6. 29. 2010약관0804)

- 추상적이고 불명확한 회원 제명사유는 사업자의 자의적인 판단이 개입될 우려가 있으므로 불공정한 약관에 해당함
 - 대상 약관 내용
 - 회원이 다음의 각 항에 해당되는 행위가 있는 경우에는 운영위원회의 결의로 자격제한 또는 제명할 수 있다.
 - 가. 본 회칙 및 클럽의 제 규칙을 위반하였을 경우
 - 나. 주소변경 또는 회사가 필요로 하는 회원신상 변경 등의 신고를 3개월 이상 태만하였을 경우
 - 다. 운영위원회와 회사에서 회원으로서 부적격하다고 인정하였을 경우
- ⇒ 시정명령

보증금 관련 약관조항(2011. 6. 29. 2010약관0804)

- 중도매인들이 도매시장 시설사용에 따른 공과금이나 거래상 발생하는 미수금을 보증하기 위한 변제담보 수단의 성격을 갖는 보증금의 경우 계약종료로 보증금을 반환할 때 이자까지 반환해야 함에도 이자를 지급하 지 않는다고 규정한 약관조항은 무효임
⇒ 시정권고

입주지연 배상금 관련 약관조항(대법원 2007. 8. 23. 2005다59475,59482, 59499)

- 주택공급계약서상 입주지연 지체상금의 산정대상에서 계약금을 제외한 지체상금 조항은 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하고 고객에 대하여 부당하게 불리하며 신의성실에 반하여 공정을 잃은 조항으로서 무효임

과도한 손해배상의 예정(대법원 2006. 11. 9. 2006다27000)

- 가스공급자는 가스사용자가 계약을 해지하는 경우 당해 가스사용시설을 철거하여 재활용하거나 또는 철거하지 아니한 상태에서 새로운 가스 공급자에게 시설을 양도함으로써 시설비의 일부를 회수할 수 있을 것으로 보이는 점 등을 종합해 보면,
- 액화석유가스 (LPG) 사용자가 가스공급기간을 지키지 않은 경우에 가스공급자가 부담한 시설비의 2배에 해당하는 금액을 가스공급자에게 배상하여야 한다고 정한 공급 및 사용계약서의 손해배상액 예정 조항은 약관의 규제에 관한 법률 제8조의 고객에 대하여 부당하게 과중한 손해배상의무를 부담시키는 약관조항에 해당하여 무효임

공정위가 수정 내용을 지정할 수 있는지(대법원2003. 1. 10. 2001두1604)

- 일반적으로 약관은 계약의 일부로 편입되는 것이고, 계약의 내용은 계약당사자가 정하는 것이므로, 공정거래위원회로서는 약관규제법 제17조의2 제1항에 따라 불공정한 약관 조항에 대하여 소극적으로 그 불공정성을 제거하는 방향으로 삭제 또는 수정할 것을 명할 수 있음. 그 약관 조항을 어떠한 내용으로 수정할 것을 명하는 등으로 적극적으로 계약당사자의 계약내용에 개입할 수는 없음.

4.4.11 Do and Don't

- Do
 - 명칭 · 형태 · 범위를 불문하고 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것이 약관임에 유의
 - 약관 제작시 표준약관을 충실히 반영
 - 약관조항의 법률위반 소지가 있는 때에는 최대한 고객의 입장에서 재검토

● Don't

- 대원칙 : 공평의 원칙에 어긋나는 약관의 사용 금지
- 회사의 이익만을 보호하기 위한 극단적인 내용의 약관 사용 금지
- 법률상, 거래관례상 인정되는 고객의 권리를 제한하는 약관의 사용 금지
- 회사가 일방적으로 또는 합의가 아닌 단순한 협의로 계약내용을 결정·변경·삭제할 수 있도록 하는 약관의 사용 금지

5. 표시광고법

5.1 부당한 표시광고

5.1.1 부당한 표시·광고의 요건

- 표시·광고의 정의
 - 표시라 함은 사업자 또는 사업자단체가 자기 또는 다른 사업자 등에 관한 사항, 자기 또는 다른 사업자 등의 상품 또는 용역의 내용·거래조건 기타 그 거래에 관한 사항을 소비자에게 알리기 위하여 상품의 용기·포장, 사업장 등의 게시물 또는 상품권·회원권·분양권 등 상품 등에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자·도형 및 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 말함(법 제2조 제1호)
 - 광고라 함은 사업자 등이 상품 등에 관한 사항을 신문, 방송, 잡지, 전단, 팜플렛, 견본, 입장권, 인터넷·PC통신, 포스터, 간판, 네온사인, 에드벌룬, 전광판, 비디오물, 음반, 서적, 간행물, 영화, 연극 등을 통하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말함(법 제2조 제2호, 시행령 제2조)
- 부당한 표시·광고 행위라 함은 사업자(사업자단체 포함)가 상품 또는 용역에 관하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 내용을 표시·광고하는 것을 말함
- ※ 따라서 광고내용이 사실과 부합하지 않더라도 소비자 오인성이 없는 광고적 표현(puffing), 예를 들어 “소리가 보인다”, 사이다 광고에서 “가슴속까지 시원한 사이다” 등은 부당한 광고로 보지 아니함

5.1.2 부당한 표시·광고의 유형(법 제3조)

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 허위 과장의 표시 광고 ② 기만적인 표시 광고 ③ 부당하게 비교하는 표시 광고 ④ 비방적인 표시 광고 |
|---|

※ 세부적인 유형 및 기준은 공정거래위원회의 ‘부당한 표시·광고 행위의 유형 및 기준 지정고시’에 제시되어 있음

- 허위 과장의 표시·광고
 - 사실과 다르게 표시 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고 하는 것을 말하며 대부분의 부당한 표시·광고행위가 이 유형에 해당됨
 - 광고내용이 사실과 다르거나 객관적인 근거가 없는 내용을 광고하는 경우와 광고상의 주장이 특정 사실이나 객관적인 근거에 기초하고는 있으나 그 내용을 부풀려서 광고하는 경우에 허위·과장 광고행위로 인정됨

- 예 시
 - 객관적 근거 없이 경쟁사제품이 안전성이 떨어진다고 표시·광고(허위)
 - 자동차 전면의 차량안전성 테스트결과를 근거로 차량 측면 안전성도 입증되었다고 표시·광고 과장
- 기만적인 표시·광고
 - 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시 광고
 - “사실의 은폐”란 소비자가 그 사실을 안다면 상품선택에 중요한 영향을 받을 사항을 생략 (omission) 또는 숨기는 것을 말하는 것으로 광고주의 고의성이 없었다고 하더라도 소비자 오인성이 있으면 부당한 표시 광고로 인정됨
 - 예 시
 - 화장품의 가격에 대해 광고하면서 주문수량대 별로 할인가격이 적용되지 않을 수 있는 사실을 명시하지 않고 광고함으로써 수요자들이 주문수량에 관계없이 할인혜택을 받을 수 있는 것으로 오인할 우려가 있는 광고행위
 - 이동전화 무료통화를 일정기간에만 사용할 수 있도록 하고 있음에도 마치 기간제한 없이 계속 사용할 수 있는 것처럼 사용 기간을 밝히지 않고 광고
 - 소주광고를 하면서 벼가 가득한 논을 배경으로 “○ xozu, ○소주” 라는 상표가 붙은 ‘○ 소주’ 제품을 배치하고, 동 제품의 투명한 용기 속으로 벼가 드러나 보이는 상태에서 “좋은 쌀 부르는 소리”, “맛이 아름다운 ○○○ 소주” 라는 표현을 사용하여 쌀을 주원료로 하여 만든 소주인 것처럼 오인하게 하고, “쌀원액 첨가” 라는 문구는 광고의 좌측상단에 아주 작은 글씨로 표기하여 소비자들이 용이하게 인식할 수 없도록 광고
- 부당하게 비교하는 표시·광고
 - 비교대상 및 기준을 명시하지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품이나 용역을 다른 사업자나 다른 사업자 등의 상품 등과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시 광고하는 행위
 - 비교광고가 되기 위해서는 우선 비교대상인 경쟁사업자가 광고에서 명시적으로 인용되거나 전체적인 문언을 통해 특정될 수 있어야 함. 다만 비교상대방은 반드시 하나의 사업자일 필요는 없고 광고 당시의 시장구조가 과점상태에 있어 소비자들이 경쟁사업자를 쉽게 연상할 수만 있어도 비교대상의 특정성은 인정됨
 - 예 시
 - 음료수에 대하여 광고하면서 비교기준을 명시하지 않고 자사제품의 성수기 판매량과 경쟁사 제품의 비수기 판매량을 비교광고하면서 비교기준을 명시하지 아니함으로써 자사 제품의 소비자 선호도가 높은 것처럼 광고하는 행위

- XX(주)는 자신이 생산, 판매하는 알카라인 건전지에 대하여 표시하면서 제품 포장지 전면에 비교대상을 명시함이 없이 “최고 5배 수명” 이라고 표기하고 후면에 “사용기기에 따라 일반 망간 건전지보다 최고 5배까지 수명이 오래갑니다” 라고 표시하여 마치 경쟁사업자의 동종제품(알카라인 건전지)에 비해서도 수명이 긴 것처럼 부당하게 비교하여 표시
- OO(주)는 세제광고를 하면서 객관적 근거 없이 다른 일반세제에 비하여 6배의 효과를 내는 것처럼 부당하게 비교하여 광고

● 비방적인 표시 · 광고

- 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품 등에 관하여 객관적인 근거 없는 내용으로 표시 광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시 광고하여 비방하는 행위
- 비교광고와 마찬가지로 비교대상인 경쟁사업자가 광고에서 명시적으로 인용되거나 전체적인 문언을 통해 특정될 수 있어야 함
- 예 시
 - 교통사고는 운전자 부주의 도로여건 차량결함 등 다양한 요인에 의해 발생함에도 단지 경쟁사업자의 차량 사고율이 높은 사실만을 들어 경쟁사의 차량에 결함이 있는 것처럼 광고하는 행위
 - D자동차(주)가 「○○○II」에 대하여 광고하면서 광고 문안에서 특히 노란색 글씨로 경쟁사업자의 제품인 「○○○」와 발음이 비슷한 ‘아, 반대로...’ 라는 표현 뒤에 힘없이 왕복할 것인가 라고 하여 「○○○II」로 서울 ↔ 부산을 힘차게 왕복할 수 있다는 점을 강조한 행위
 - J사는 자신이 제조 판매하는 ○○○ 소주에 대하여 광고하면서 “왜 「그런」 소주를 마셨는지 모르겠다” 라는 표제아래 “말로만 부드럽다는 그저 「그런」 소주로 고생 많으셨죠” 라고 표현하면서 「그런」이라는 단어가 D사의 소주의 상표와 같은 활자체 및 색상을 사용하여 그린을 연상시킴

5.2 주요 제도

5.2.1 중요정보 공개제도(법 제4조)

- 소비자가 합리적 상품선택을 하는데 필요한 정보제공을 확대하기 위하여 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 표시 광고사항을 · 업종별로 고시하고 이를 사업자의 표시 광고시에 의무적으로 포함하도록 하는 제도
- 중요정보의 고시대상은 그 사항이 표시 광고에 포함되지 아니할 경우 ① 소비자의 피해가 빈번히 발생하고 그 피해의 사후구제가 곤란한 사항, ② 소비자가 상품 등의 중대한 결함 또는 기능상의 한계 등을 정확히 알지 못하게 되고 그 알지 못한 사정이 구매선택의 판단에 결정적인 영향을 미치게 되는 사항, ③ 기타 공정한 거래질서를 현저히 저해하는 경우로서 다른 법령에서 표시 광고를 의무화하고 있지 아니한 사항으로 한정하고 있음

- 공정거래위원회는 “중요한 표시·광고사항 고시” 를 통해 분야별로는 유전자변형물질 분야, 상품권 분야, 소비자안전 분야에 대해 업종별로는 제조업, 도매 및 소매업, 부동산업 및 임대업, 운수업, 출판·영상·방송통신, 정보서비스업, 전문 과학 기술 서비스업, 교육서비스업, 예술·스포츠·여가관련 서비스업, 협회·단체·수리 기타 개인 서비스업, 할인카드 회원권 운영업에 대해 반드시 공개해야 할 정보를 지정하고 있음

5.2.2 표시·광고 실증제도(법 제5조)

- 사업자 등은 자기가 행한 표시 광고 중 “사실과 관련된 사항”에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 함
- 즉 ① 인체에 직접적으로 영향을 미친다는 내용인 경우 (예, 건강보조식품에 있어서 “담즙분비 촉진효과” 등), ② 안전 환경과 관련된 내용인 경우 (예, 과다섭취시 건강에 부작용이 있을 수 있는 비만해소용 식품에 있어서 “실험결과 부작용 전혀 없음” 등 표현) ③ 성능, 효능, 품질에 관한 내용인 경우 (예, 내연기관용 윤활유에 있어서 “연료절감 10%”등의 표현) ④ 기타 소비자의 구매 선택 및 거래질서에 중대한 영향을 미치는 내용인 경우에는 이를 실증할 수 있어야 함
- 공정거래위원회는 부당한 표시·광고의 우려가 있어 실증이 필요하다고 인정되는 경우 당해 사업자에게 실증자료의 제출을 요청할 수 있고, 동 요청을 받은 사업자는 15일 이내에 실증자료를 제출하여야 하며, 실증자료 중 소비자에 대한 정보제공의 필요성이 있는 경우 공정거래위원회는 사업자의 영업상 비밀을 제외하고는 이를 요약 정리하여 공개할 수 있음
- 실증자료를 제출하지 아니한 사업자에 대해서는 실증자료를 제출할 때 까지 해당 표시 광고 행위 중지명령 가능

5.2.3 사업자단체의 표시·광고 제한행위 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 해서는 안됨
- 다만 소비자의 이익을 보호하거나 공정한 거래질서를 유지하기 위하여 필요하다고 공정거래위원회가 인정하는 경우에는 예외로 인정할 수 있도록 하고 있음
- 위반시 당해 위반행위의 중지명령 이외에 당해 위반행위를 정한 정관·약관 등의 변경을 명할 수 있음
- 예 시
: 대한법무사협회가 법령에 근거없이 법무사 윤리장전 제6조의 규정에 의하여 법무사의 표시·광고를 제한하고 있는 사실을 확인하고 이에 대하여 시정조치

5.2.4 임시중지명령제도(법 제8조)

- 공정거래위원회의 시정조치는 심사개시 후 최종적으로 시정조치하기까지 상당기간이 소요되므로 그때까지 부당한 표시·광고를 방치하는 경우 소비자나 경쟁사업자에게 중대한 피해가 발생할 수 있기 때문에 소비자의 피해를 줄 우려가 있는 부당한 표시·광고에 대하여는 공정거래위원회의 정식절차에 의한 시정조치를 하기 전까지 이를 일시 중지시킬 수 있도록 하고 있음
- 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 한정함
- 임시중지명령에 불복시에는 7일 이내에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있으며 이의제기를 받은 공정거래위원회는 지체없이 서울고등법원에 그 사실을 통보하여 비송사건절차법에 따라 신속히 재판을 받도록 하고 있음
- 임시중지명령을 요청할 수 있는 기관은 소비자단체, 방송통신심의위원회, 한국소비자원, 한국신문윤리위원회 및 한국광고자율심의기구 등임
- 예 시
: D 잠업개발공사가 「○○○ 동충하초」의 약리효과에 대하여 동물실험결과를 근거로 마치 인체에 대하여 항암효과 등이 있는 것처럼 광고한 행위에 대해 최초로 임시중지명령제도를 적용

5.3 비교 표시·광고 유의사항

5.3.1 기본원칙

- 비교 표시·광고는 소비자에게 사업자나 상품에 관한 유용하고 정확한 정보제공을 목적으로 행하는 것이어야 하며 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 없도록 하여야 함
- 비교 표시·광고는 그 비교대상 및 비교기준이 명확하여야 하며 비교내용 및 비교방법이 적정하여야 함
- 비교 표시·광고는 법령에 의한 시험 조사기관이나 사업자와 독립적으로 경영되는 시험 조사기관에서 학술적 또는 산업계 등에서 일반적으로 인정된 방법 등 객관적이고 타당한 방법으로 실시한 시험 조사 결과에 의하여 실증된 사실에 근거하여야 함

5.3.2 비교대상에 관한 사항

- 비교대상과 관련하여 동일 시장에서 주된 경쟁관계에 있는 사업자의 상품으로서 자기의 상품과 동종 또는 가장 유사한 상품을 자기의 상품과 비교하는 경우에는 부당하게 비교하는 표시·광고에 해당되지 않음

- 자기의 상품과 용량 크기 생산시기 등급 특성 등에 있어서 차이가 존재함으로써 거래통념상 동등한 것으로 인정되지 아니하는 다른 사업자의 상품과 비교하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교 표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 자동변속기 차량과 수동변속기 차량의 연비를 비교 표시·광고하는 경우
 - 최신 프린터와 구형 프린터의 출력속도를 비교 표시·광고하는 경우
- 동일 시장에서 자기와 유사한 지위에 있는 다른 사업자가 존재함에도 불구하고 소비자 인지도 시장점유율 등이 미미한 사업자의 상품과 비교하는 등 소비자의 선택에 있어서 정보로서 가치가 없는 사업자의 상품과 비교하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교 표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 시장을 과점하고 있는 사업자가 인지도와 점유율이 미미한 중소기업의 상품과 비교 표시·광고하는 경우
 - 시금고 지정을 위하여 기존의 시금고 지정 금융기관인 협동조합 중 양회와 경쟁하면서 시금고 지정과 관련하여 정보로서 가치가 없는 단위협동조합과의 대출금리 비교를 통하여 자기의 대출금리가 경쟁 사업자에 비하여 유리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 표시·광고하는 경우

5.3.3 비교기준에 관한 사항

- 비교기준과 관련하여 가격, 성능, 품질, 판매량, 서비스내용 등의 비교 기준이 자기의 상품과 다른 사업자의 상품 간에 동일하며 비교기준이 적정하고 합리적으로 설정된 경우에는 부당하게 비교하는 표시·광고에 해당되지 않음
- 서로 다른 조건, 기간, 환경 등 동일하지 아니한 기준에 의하여 비교함으로써 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교 표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 엔진오일의 상온에서의 성능과 경쟁사업자 엔진오일의 고온 또는 저온에서의 성능간 비교를 통하여 자기 상품의 성능이 경쟁사업자에 비하여 우수한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시· 광고하는 경우
 - 자기 맥주의 여름 판매량과 경쟁사업자의 동종 맥주의 겨울 판매량 간 비교를 통하여 자기 상품의 판매량이 경쟁사업자에 비하여 월등한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 표시·광고하는 경우
 - 자기 인터넷 서비스의 부가가치세가 반영되지 않은 이용요금과 경쟁사업자 인터넷 서비스의 부가가치세가 반영된 이용요금간 비교를 통하여 자기 상품의 이용요금이 경쟁사업자에 비하여 저렴한 것처럼 표시·광고하는 경우

- 표시·광고에 나타나지 아니한 사항이 당해 표시·광고상 비교기준과 불 가분의 직접적 관계에 있어 소비자의 선택에 중대한 영향을 미치는 사항임에도 불구하고 이를 명시하지 아니함으로써 소비자를 속이거나 또는 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교 표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 자기의 보험상품은 경쟁사업자의 보험상품과 달리 여러 가지 급여 제한사유가 있음에도 불구하고 이를 명시하지 아니하고 단순히 급여내용만의 비교를 통하여 자기의 보험상품의 급여내용이 경쟁사업자에 비하여 우수한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시· 광고하는 경우
 - 사운드카드에서 입체음향을 지원하는 방법에는 여러 가지 기술방식이 있고 경쟁사업자의 상품도 그 중 한 가지 기술방식에 의하여 입체음향을 지원하고 있음에도 불구하고 이를 명시하지 아니하고 경쟁사업자의 사운드카드와 비교하면서 자기 상품에서 사용하는 기술 방식에 의한 입체음향 지원여부만을 비교함으로써 자기 상품이 경쟁사업자보다 우수한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시· 광고하는 경우
 - 렌트카 회사의 새차 보유현황을 비교할 때 고정대여차량을 제외하고 실제로 렌트해 줄 수 있는 차량을 기준으로 할 경우 경쟁사업자가 새차를 더 많이 보유하고 있음에도 불구하고 이를 명시하지 아니하고 고정대여차량을 포함한 차량대수만을 비교함으로써 자기가 경쟁사업자보다 대여할 수 있는 새차를 더 많이 보유하고 있는 것처럼 비교 표시·광고하는 경우

5.3.4 비교내용에 관한 사항

- 비교내용과 관련하여 비교내용이 진실되고 소비자의 상품선택을 위하여 유용한 경우에는 부당하게 비교하는 표시 광고에 해당되지 않음
- 자기 상품에 대해서 허위 과장된 성능 품질 등을 제시하거나 아니면 다른 사업자의 상품에 대해서 허위 과장된 성능 품질 등을 제시하여 비교 표시·광고를 함으로써 소비자를 속이거나 또는 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교 표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 자기의 오수처리공법에 의한 정수시설에 대해서 표현한 내용이 사실과 다르고 이에 따라 자기 공법에 의한 정수시설이 경쟁사업자에 비하여 관리효율이 월등한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시 광고하는 경우
 - 경쟁사업자의 슬라이스 치즈의 우유함유량이 자기의 표시 광고 이전에 이미 상당히 증가되었음에도 불구하고 이를 알지 못하여 경쟁 사업자의 슬라이스 치즈의 과거 우유함유량을 표시 광고상에 제시함으로써 사실과 다르게 자기의 슬라이스 치즈의 우유함유량이 경쟁사업자에 비하여 2배 이상 많은 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시 광고하는 경우

- 비교사항의 내용상 차이가 객관적으로 의미가 없거나 아주 근소하여 성능이나 품질 등에 미치는 영향이 미미한데도 불구하고 그 차이가 성능 이나 품질 등에 중대한 영향을 미치는 것처럼 표시 광고하거나 다른 사업자의 상품을 실제 이상으로 열등한 것처럼 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우
- 예시
 - 맥주를 제조하는 과정에서의 열처리 여부가 객관적으로 맥주맛의 우열을 결정짓는 것이 아님에도 불구하고 이를 근거로 자기의 비열 처리 맥주가 경쟁사업자의 열처리 맥주에 비하여 맛의 우위를 점하는 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시·광고하는 경우
 - 자기 자동차의 최고출력이 경쟁사업자의 동종 자동차에 비하여 아주 근소하게 높은 것은 사실이나 그 차이가 자동차가 힘차게 주행 할 수 있는지 여부를 결정짓는 것이 아님에도 불구하고 이를 근거로 자기 상품은 힘이 있고 경쟁사업자 상품은 힘이 없는 것처럼 비교 표시·광고하는 경우
 - 자기가 공급하는 솔벤트 상품의 유독물질 함유량이 경쟁사업자 솔벤트 상품에 비하여 아주 근소하게 적은 것은 사실이나 그로 인하여 인체에 미치는 영향은 차이가 없음에도 불구하고 이를 근거로 경쟁사업자 상품은 유해하고 자기 상품은 상대적으로 안전한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시·광고하는 경우

5.3.5 비교방법에 관한 사항

- 객관적이고 공정하게 비교가 이루어지고 시험 조사 결과를 인용할 때 그 내용을 정확하게 인용하는 경우에는 부당하게 비교하는 표시·광고에 해당되지 않음
- 특정항목, 특정조건 등에서의 비교결과를 근거로 전체적인 우수성을 주장함으로써 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교·표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 자기와 경쟁사업자의 휴대용 전화의 보증금 기본요금 통화요금을 비교하면서 서비스 요금은 저렴하나 성능면에서는 뒤떨어짐에도 불구하고 가격 뿐 아니라 성능을 포함한 전체적인 면에서 경쟁사업자에 비하여 우수한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시·광고하는 경우
 - 4개 휴대용 전화상품에 대하여 휴대용 전화상품 사용과 관련 있는 9개 항목을 유력일간신문사와 법령에 의한 특별법인에서 같이 조사한 여론조사결과를 인용하면서 조사기관, 조사시기, 조사대상(지역, 성별, 연령층, 피조사인 수 등) 등을 명시하고 9개 항목 중 자기 상품이 1등을 차지한 ‘인지가치’, ‘고객불평율’의 2개 항목만을 근거로 다른 3개 경쟁사업자 상품보다 전체적으로 우수한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시·광고하는 경우

- 시험·조사결과를 인용하는 경우에 시험·조사 결과를 왜곡하여 자기의 상품이 우수한 것처럼 표시·광고함으로써 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우에는 부당하게 비교·표시하는 행위에 해당
- 예시
 - 교통사고가 차량 결함 이외에 운전자의 부주의 등 다양한 원인에 의해서 유발됨에도 불구하고 교통사고의 원인에 대한 종합적인 분석을 하지 아니한 채 단순히 자기 차량의 교통사고율이 경쟁사업자 차량의 교통사고율보다 낮다는 통계자료만을 인용하여 자기 차량이 경쟁사업자의 차량에 비하여 상대적으로 안전한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시 광고하는 경우
 - 상품의 품질 성능 등을 비교하기 위하여 다수의 항목을 시험한 자료 중 자신에게 유리한 몇 가지 항목만을 자의적으로 선정해서 평균치를 구하거나 그래프로 재구성하는 방법 등을 통하여 당초 시험 결과를 왜곡해서 인용함으로써 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시·광고하는 경우

5.3.6 비방적인 표시·광고와의 관계

- 표시·광고의 내용이 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품과 비교하는 형식을 갖추고 있으나 자기 또는 자기 상품의 우수성을 알리기 위하여 소비자에게 정보를 제공하는 것 이라기 보다는 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품에 관한 단점을 부각시킴으로써 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품이 실제보다 현저히 열등 또는 불리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 표시·광고하는 경우에는 비방적인 표시 광고에 해당
- 사실에 기초한 비교하는 형식의 표시·광고라고 하여도 다른 사업자 및 다른 사업자의 상품에 대한 중대한 이미지 훼손에 이르는 등 표시·광고의 전체 내용이 전달하는 바가 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품이 실제보다 현저히 열등 또는 불리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 한다면 이는 비방적인 표시 광고에 해당
- 예시
 - 승용차의 안전성을 비교하면서 실제 운행상황에서 일어날 수 없는 극단적인 방법으로 이루어지는 주행테스트에서 경쟁사업자의 상품이 전복된 사실을 근거로 이를 크게 부각하여 경쟁사업자 상품의 안전성에 치명적인 결함이 있는 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비교 표시·광고하는 경우
 - 유사한 발음 등을 표시·광고상에 사용함으로써 소비자가 자기 상품과 경쟁사업자 상품을 비교하고 있음을 인지할 수 있는 상황에서 경쟁사업자 상품에 대하여 객관적 근거 없이 맛이나 품질이 좋지 않음을 크게 강조한 표시·광고

5.4 위반 시 제재

제재유형	제재내용
시정명령	당해 행위의 중지, 정정광고, 범위반사실 공표(법 제7조)
과징금	<ul style="list-style-type: none"> • 관련매출액의 내에서 과징금 부과 2% • 매출액이 없는 경우 등에는 5억원 이내 과징금 부과 (법 제9조)
형사처벌	<ul style="list-style-type: none"> • 부당한 표시·광고행위를 하거나 타사업자에게 하게 한 자는 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만원 이하의 벌금(법 제17조) • 양벌규정 적용 (법 제19조)
과태료	<ul style="list-style-type: none"> • 중요정보를 표시·광고하지 않은 경우, 실증자료를 제출하지 않은 경우, 표시·광고행위 중지명령 미이행, 임시중지명령 미이행의 경우 1억원 이하 (법 제20조)

5.5 위반사례

소비자의 사용후기(대법원 2013. 9. 26. 2011두7632)

- A사는 홈페이지를 통하여 자신이 판매하는 연수기 제품 *** 에 관하여 소비자들을 상대로 체험후기를 작성하면 그 중 일부를 선별하여 경품을 주는 이벤트를 실시하여 소비자 25명의 사례들을 수집하고, 위 이벤트와 연계하여 홈페이지에 ‘사진으로 보는 ***개선사례’ 라는 항목을 만들어 “고객님께서 실제로 ***샤워필터를 사용하시고 직접 올려주신 체험후기 중에 *** 설치사례와 개선효과를 생생한 사진과 함께 제공해 드리고자 합니다.” 라고 공지하고 그 아래에 이를 체험후기 형식으로 게시

- 객관적으로 확인될 수 없거나 확인된 사실이 없음에도 불구하고 사용으로 아토피성 피부염, 가려움증, 짓무름, 성인어른 탈모 증상 등이 개선되는 효과가 확실하게 나타나는 것처럼 게시한 행위는 사실과 다르거나 사실을 지나치게 부풀린 것으로서 허위·과장성이 인정되는 점, 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 위와 같은 광고를 접할 경우 이 사건 제품을 사용하면 아토피성 피부염, 가려움증, 짓무름, 성인어른 탈모 증상 등이 개선되는 것으로 오인하거나 오인할 우려가 있는 점, 소비자가 건강, 환경 관련 상품을 구매함에 있어 특정 질환의 개선 치료 여부는 그 상품을 구매·선택함에 있어 중요한 요인으로 작용한다고 볼 수 있으므로 이 사건 광고는 소비자에게 잘못된 정보를 제공하여 소비자의 합리적인 선택을 방해함으로써 소비자 피해를 유발하고 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 점 등에 비추어 볼 때, 본건 행위는 허위 과장광고에 해당한다고 판결
- 표시·광고에 소비자가 본인의 사용 경험에 근거하여 당해 상품을 좋은 상품으로 평가·보증하거나 상품의 구매 사용을 추천하는 내용이 포함되어 있고 그 내용이 추천자의 개인적 경험을 넘어 일반소비자에게도 가능한 사실로 받아들여지는 경우 사업자는 소비자가 추천·보증하는 내용이 진실이라는 것에 관한 증명책임이 있음

허위·과장광고 판단 기준 (대법원 2013. 6. 14. 2011두82)

- A상조회사는 자기의 인터넷 홈페이지를 통하여 “저희 A상조는 한국상조보증 주식회사에 가입되어 있습니다. 회원님께서 매월 납입하시는 금액의 일정 부분은 한국상조보증에 담보로 위탁되어 있으며, 회사가 부득이 폐업을 한다고 해도 회원님께서 상조보증을 통해 계약서와 약관에 명시된 상품과 동일한 내용을 제공받으시게 됩니다.” 는 내용 및 “A상조는 한국상조연합회에서 운영하는 상조보증공제회에 가입되어 있으며 이는 한국소비자보호원에서도 인정한 안전장치입니다. 회원님께서 납입하신 소중한 월부금 중 일부는 매월 상조보증공제회에 담보로 위탁되고 있으며, 회원님께서 회사의 존폐와 전혀 관계없이 행사를 제공받으실 수 있습니다” 는 내용을 광고
- 그러나 A사가 가입한 상조보증은 상조사가 영업정지로 상조회원들에게 상조 서비스를 제공하지 못하거나 휴업, 폐업, 해산, 파산할 경우 상조사들이 위탁, 공탁한 금액의 범위 내에서 회원들에게 해당 금액을 직접 지급하는 상품임
- 대법원은 본건 광고는 일반 소비자에게 전체적·궁극적으로 A사가 폐업 하더라도 회원들에 대한 상조서비스의 이행이 전부 보증된다는 인상을 줌으로써 상조서비스 제공 상품을 구매하려는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있고 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 허위·과장광고에 해당한다고 판결함

- 일반 소비자는 광고에서 직접적으로 표현된 문장, 단어, 디자인, 도안, 소리 또는 이들의 결합에 의하여 제시되는 표현 뿐만 아니라 거기에서 간접적으로 암시하고 있는 사항, 관례적이고 통상적인 상황 등도 종합하여 전체적·궁극적 인상을 형성하므로 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 그 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단해야 함

위탁제작한 허위·과장광고 책임(대법원 2012. 6. 28. 2010두24371)

- 온라인 오픈마켓 사업자인 A사는 포털사이트 초기화면에 “나이키세일 7900원 ”이라는 배너광고를 설치하여 슬리퍼 광고를 하였으나, 실제로는 리복 슬리퍼와 나이키 슬리퍼를 묶어 옵션가 방식으로 판매하는 것이며, 리복 슬리퍼가 7,900원이고 실제로 소비자가 나이키 슬리퍼를 구매하기 위해서는 옵션 주문을 통해 13,900원을 추가로 지불해야 하며, A사는 배너광고를 대행사에 위탁하면서 이러한 사실을 제대로 알리지 않아서 대행사에서 위와 같은 배너를 제작하여 포털사이트에 등록함
- 대법원은 해당 배너광고의 경우는 처음부터 허위의 사실을 알려 소비자를 유인하는 행위에 해당한다고 보아야 하고, 단지 A사가 위 배너광고를 직접 제작하지 않았다는 사정만으로 그 광고내용이 허위임을 알지 못하였다거나 허위광고를 한 것이 정당화된다고 보기는 어렵다고 판결함

미정 사실을 확정적인 것처럼 광고(대법원 2010. 8. 26. 2009다67979,67986)

- A사가 ○○시로부터 아파트 지구 내 단지 전면의 상업용지 4필지, 주차장 용지 및 경관녹지를 대형할인매장부지로 변경을 검토해달라는 요청만을 받고 그 계획변경승인을 득하지 않은 상태에서 만연히 계획변경이 가능하리라고 믿고 실제 고시된 기본계획의 내용과 달리 해당 부지를 대형할인매장 예정부지라고 광고한 것은 소비자를 속이거나 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 허위·과장광고에 해당한다고 판결

5.6 주의사항

- 모든 부서에서 임의 제작하는 유인물은 반드시 법무준법팀과 협의할 것
- 객관적인 사실이나 자료에 근거한 비교광고는 허용되므로 필요시 동종의 상품에 대해 비교광고를 하되, 부분적인 우수성을 전체의 우수성으로 표현하는 행위 등은 지양할 것
- 사보, 홍보만화, 고객 안내문 등 대고객 홍보용 자료도 광고에 해당하므로 각별히 주의하여 문제의 소지가 있다고 판단되면 표현을 수정할 것
- 인터넷, 사외유통망, 구내방송 등 사원끼리 유통되는 정보교환 등도 경우에 따라서는 법에 저촉될 수 있으니 주의할 것
- 모객 시 여행일정표 및 여행상품 포함/불포함 내역 등을 정확하게 이용자에게 안내하고 계약내용과 다르게 가격을 변동하는 행위를 지양할 것
- 홍보물이나 광고물 작성시 문안내용이 객관적 진실에 입각한 것인지 평균 이하의 지적수준을 지닌 소비자의 입장에서 오인할 우려가 없는지 생각할 것
- 광고적으로 기발한 표현이라도 경쟁사를 비방한 것으로 오인될 우려가 있는 광고는 지양할 것
- 표시나 표현을 확정하기전에 항상 전문가가 아닌 평범한 소비자의 입장이 되어 오인성이 있는지 여부를 체크할 것
- 부당 표시·광고사건은 우리 주위에서 항상 제기될 수 있으며 사소한 부주의가 심각한 결과를 초래할 수 있다는 사실을 명심할 것

5.7 임직원 체크리스트

- 가격 : 실제 판매가격을 낮춰 보이기 위해 경쟁사 가격과 허위로 비교하거나 부가세 등을 누락하지 않았는가
- 특징 : ‘절대’, ‘최고’, ‘다시없는’ 등 실증되지 않은 용어를 표시하지 않았는가
- 경쟁사 : 동일한 조건이 아닌 상태에서 비교하지는 않았는가
- 비방 : 객관적 근거 없이 경쟁제품은 품질이 나쁘다고 비방하지 않았는가
- 거래내용/조건: 포함내역, 가액, 기간에 대해 사실과 다르게 표시하지 않았는가
- 기간 : 광고된 기간이 실제기간과 다르게 광고되지 않았는가
- 할인율 : 일부상품을 할인하면서 대부분이 할인되는 것처럼 광고하지 않았는가

6. 전자상거래법

6.1 개요

6.1.1 규제목적

- 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 전자상거래과정에서 발생하는 사업자의 불공정한 거래로부터 소비자를 보호하고 전자상거래 시장의 신뢰도 제고를 통하여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 함

6.1.2 적용대상(법 제3조)

● 적용대상 거래

- 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 방법으로 이루어지는 사업자 및 소비자 간의 모든 재화 또는 용역의 거래에 대해서 적용

① 전자상거래

- 재화 또는 용역의 거래에 있어서 그 전부 또는 일부가 전 자문서에 의하여 처리되는 방법으로 이루어지는 상행위
- 전자문서란 컴퓨터 등 정보처리시스템에 의하여 전자적 형태로 작성, 송·수신 또는 저장된 정보를 말함
- 주문, 결제, 이행단계중 하나의 단계에서 전자문서가 활용 될 경우 전자상거래가 성립함

② 통신판매

- 전기통신(전화 등)이나 우편 등 비대면의 방법으로 상품 등의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 등을 판매하는 행위
- 예시 : 인터넷쇼핑, 홈쇼핑, 카탈로그 쇼핑, 인터넷 어학원·게임 등

- 사업자가 상행위를 목적으로 구입하는 거래에는 적용하지 않음

● 적용제외 거래

- 전화기 등으로 전화정보 서비스를 이용하는 경우와 같이 계약내용에 관한 서면교부가 곤란한 거래와 다른 법률에서 계약서 교부의무를 정하고 있는 경우에는 서면교부의무 적용 제외
- 금융기관의 금융상품거래와 일상 생활용품, 음식료 등을 인접지역에 판매하기 위한 거래에는 통신판매업자 신고, 거래조건에 대한 정보제공, 청약확인, 청약철회 등 일부 규정을 적용하지 않음

6.2 사업자의 의무

6.2.1 전자거래기록 보존(법 제6조)

- 사업자는 전자상거래 및 통신판매에서의 표시·광고 계약내용 및 그 이행 등 거래에 관한 기록을 보존하여야 하며 소비자가 쉽게 거래기록을 열람, 보존할 수 있는 방법을 제공하여야 함
 - 보존대상 거래기록과 그와 관련한 개인정보(성명, 주소, 주민등록번호 등 거래의 주체를 식별할 수 있는 정보에 한함)는 소비자가 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회하는 경우에도 다른 법률의 규정에도 불구하고 보존할 수 있음
 - 보존대상 및 보존기간

보존대상	보존기간
표시·광고에 관한 기록	6월
계약 또는 청약철회에 관한 기록	5년
대금결제 및 재화 등의 공급에 관한 기록	5년
소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록	3년

- 거래기록의 열람·보존 방법
 - 거래가 이루어진 해당 사이버몰에서 해당 소비자가 거래기록을 열람·확인할 수 있도록 하고 전자문서의 형태로 정보처리시스템 등에 저장할 수 있어야 함
 - 해당 소비자와의 거래기록을 소비자의 희망에 따라 방문, 전화, 팩스, 전자우편 등의 방법으로 열람하거나 복사할 수 있어야 함
 - 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회한 소비자의 거래기록과 개인 정보를 보존하는 경우에는 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회하지 않은 소비자의 거래기록 및 개인정보와 분리하여 보관

6.2.2 조작실수 방지(법 제7조)

- 소비자의 조작실수로 인한 피해예방을 위해 거래대금이 부과되는 시점 또는 청약에 앞서 그 내용의 확인 및 정정에 필요한 절차를 마련하여야 함

6.2.3 전자적 대금지급의 신뢰확보(법 제8조)

- 전자문서의 형태로 이루어지는 대금결제방법을 이용하는 경우 사업자와 전자결제수단 발행자, 전자결제서비스 제공자, 금융기관 등은 관련 정보의 보안유지에 필요한 조치를 취해야 함

- 사업자 등은 전자적 대금지급이 이루어지는 경우 소비자의 청약의사가 진정한 의사표시에 의한 것인지 확인하기 위해 다음의 사항을 명확히 고지하고 고지한 사항에 대한 소비자의 확인절차를 마련해야 함
 - 고지사항 : 재화 등의 내용 및 종류, 재화 등의 가격, 용역의 제공 기간
 - 확인방법 : 고지사항에 대해 동의여부를 선택할 수 있는 전자적 대금지급을 제공해야 하며 미리 “동의”란에 체크해 놓아서 안됨
 - 사업자 등은 전자적 대금지급이 이루어진 경우에 그 내용을 전화, 팩스, 휴대전화 등을 이용하여 소비자에게 신속하게 알리고(매월 요금 등을 고지할 때 거래내용과 요금 연락처를 표시) 소비자가 언제든지 열람할 수 있도록 해야 함

6.2.4 사이버몰 운영자의 표시(법 제10조)

- 사이버몰 운영자는 소비자가 사업자의 신원을 쉽게 알 수 있도록 초기 화면에 표시해야 하며 사업자 신원의 진위 여부를 소비자가 확인할 수 있도록 공정위가 운영하는 사업자정보 공개페이지를 사이버몰 초기 화면에 연결해야 함
- 신원 표시 사항
 - 상호 및 대표자 성명
 - 영업소가 있는 곳의 주소(소비자의 불만을 처리할 수 있는 곳의 주소도 가능)
 - 전화번호, 전자우편 주소
 - 사업자등록번호
 - 사이버몰의 이용약관(단, 별도 연결화면으로 구성 가능)

6.2.3 소비자에 관한 정보의 이용(법 제11조)

- 전자상거래를 위하여 소비자에 관한 정보를 수집 및 이용하고자 하는 경우에는 정보통신망법 등 관련 법령에 따라 공정하게 수집·이용하여야 함
- 사업자는 소비자에 대한 정보가 도용되어 소비자가 재산상의 손해가 발생하였거나 발생할 우려가 있는 특별한 사유가 있는 경우에는 다음의 조치를 취하여야 함
 - 소비자 본인이 요청하는 경우 도용여부의 확인 및 당해 소비자에 대한 관련 거래 기록의 제공
 - 도용에 의하여 변조된 소비자에 관한 정보의 원상회복
 - 도용에 의한 피해의 회복

6.3 금지행위(법 제21조)

- 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위
- 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소, 전화번호, 인터넷도메인, 이름 등을 변경하거나 폐지하는 행위
- 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위
- 소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화 등을 공급하고 그 대금을 청구하거나 재화 등의 공급 없이 대금을 청구하는 행위
- 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화 팩스 컴퓨터통신 또는 전자우편 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공하도록 강요하는 행위
- 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락 받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용 제공하는 행위. 단, 다음의 경우는 제외
 - 재화 등의 배송 등 소비자와의 계약을 이행하기 위하여 불가피한 경우로서 배송·전송 재화 등의 설치, 기타 서비스 제공을 업으로 하는 자가 해당 업무를 위탁 받은 자에게 제공하는 경우
 - 재화 등의 거래에 따른 대금정산을 위하여 필요한 경우
 - 도용방지를 위하여 소비자의 신원, 실명, 본인 확인을 위해 기간통신사업자, 신용정보회사, 신용정보집중기관, 전자결제업자 등에게 제공하거나 미성년자와의 거래에서 법정대리인의 동의 여부를 확인 하기 위해 이용하는 경우
 - 법률의 규정 또는 법률에 따라 필요한 불가피한 사유가 있는 경우
- 소비자의 동의를 받지 아니하거나 설치 전에 프로그램의 용량, 기능, 기존의 프로그램에 미치는 영향 제거방법 등 중요사항을 알리지 않고 컴퓨터프로그램 등이 설치되게 하는 행위

6.4 위반 시 제재

제재유형	제재내용
시정명령	<ul style="list-style-type: none"> • 당해 행위의 중지, 의무사항의 이행, 법위반사실 공표, 소비자 피해예방 및 규제에 필요한 조치(법 제32조 제1항) • 위반행위 반복, 시정명령 불이행, 시정조치만으로 소비자피해 방지가 현저히 곤란한 경우에는 1년 이내의 기간동안 영업의 전부 또는 일부에 대해 정지 명령(법 제32조 제2항)
과징금	<ul style="list-style-type: none"> • 위반행위 관련매출액 내에서 과징금 부과 • 매출액이 없는 경우 등에는 5천만원 이내 과징금 부과(법 제34조)
과태료	<ul style="list-style-type: none"> • 금지행위 위반시 1천만원 이하 • 거래기록 미보존, 열람방법 미제공, 사업자 신원정보 미기재 시 5백만원 이하(법 제45조)

6.5 위반사례

기만적인 방법으로 소비자를 유인하는 행위(대법원 2014. 6. 26. 2012두 1525)

- 온라인 오픈마켓 사업자인 A사는 자신이 운영하는 사이트의 'AA랭킹순 상품목록'에서 판매상품을 '프리미엄 상품'과 '일반 상품'으로 구분하여 전시하면서 중개의뢰자가 A사로부터 '프리미엄' 및 '프리미엄 플러스'라는 부가서비스를 구입한 상품만 '프리미엄 상품' 영역에 전시
- A사는 소비자에게 AA랭킹순이 "판매실적과 판매촉진 활동 모두를 고려한 정렬 기준으로서, 판매자가 노출강화 활동을 하는 경우 상품 정렬순서에 반영함" 이라고 설명하였을 뿐, '프리미엄' 등 부가서비스를 구입한 상품만 '프리미엄 상품'영역에 전시한다는 점을 제대로 알리지 아니함
- A사의 이러한 행위는 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사항인 품질이나 고객센터에 관한 구체적 사실을 은폐하거나 축소하는 행위에 해당하고 그로 인하여 소비자가 유인될 가능성도 있으므로, 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위에 해당한다고 판결

기만적인 방법으로 소비자를 유인하는 행위(대법원 2014. 6. 26. 2012두1815)

- 라인 오픈마켓 운영자인 A사는 '○○번가' 사이트에 상품을 전시하면서 '인기도순', '베스트셀러' 등으로 구분하여 정렬하였는데, '인기도순' 정렬을 하면서 기준점수 산정 시 원고로부터 '프리미엄' 또는 '프리미엄 플러스' 라는 부가서비스를 구입한 중개의뢰자의 상품에 대하여 가산점을 부여하여 우선적으로 전시되게 하였고, '베스트셀러' 코너에 상품을 정렬하면서 기준점수 산정 시 상품판매량에 가격대별 가중치를 부여하고 '프리미엄' 또는 '프리미엄 플러스' 부가서비스를 구입한 상품에 대하여 가산점을 부여하여 우선 전시되도록 한 바 이는 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위에 해당함

7. 대리점법

7.1 개요

7.1.1 규제목적

- 대리점 본사가 거래상 우월적 지위를 바탕으로 대리점에게 일방적으로 물량을 밀어내거나, 영업비용을 전가하는 불공정거래행위 다수 적발
- 대리점거래 불공정관행이 사회적 문제로 대두되면서 대리점본사에 대한 규제강화, 대리점주 피해구제에 대한 논의가 증대
- 투명하고 경정한 대리점거래 질서를 확립할 필요

7.1.2 적용대상(법 제2조)

● 대리점 거래

- 공급업자(대리점본사)와 대리점 사이의 거래
- 상품 또는 용역의 재판매 또는 위탁판매를 위하여 행하여지는 거래
- 일정기간 지속되는 계약을 체결하여 반복적으로 행해지는 거래

① 공급업자(대리점 본사)

- 생산 또는 구매한 상품 용역을 대리점에 공급하는 사업자

② 대리점

- 공급업자로부터 상품 또는 용역을 공급받아 불특정다수의 소매업자 또는 소비자에게 재판매 또는 위탁판매 하는 사업자

● 적용제외

- 공급업자(대리점 본사)가 중소기업자인 경우
- 대리점이 중소기업자에 해당하지 아니하는 경우
- 거래상 우월적 지위가 인정되지 않는 경우
- 가맹사업법/대규모유통법 적용거래 대상자인 경우

7.2 사업자의 의무

7.2.1 대리점 거래 계약서의 작성 의무(법 제5조)

- 공급업자의 구두계약 강요, 자의적인 계약해석 강요 등 대리점에 대한 우월적 지위 남용을 방지하기 위해 공급업자에게 일정사항이 기재된 계약서를 작성, 교부하고 보관하도록 의무화
- 계약서 보존 의무: 거래 종료 시부터 3년간 보관

7.2.2 구입강제행위의 금지(법 제6조)

- 대리점이 구입할 의사가 없는 제품 또는 용역을 구입하도록 강요하는 행위
- 세부유형
 - 대리점이 특정 상품 또는 용역을 주문하도록 강요하거나 주문할 수 밖에 없는 상황을 조성하여 구입을 강제하는 행위
 - 대리점의 주문내용을 일방적으로 수정하여 대리점이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 공급하는 행위

7.2.3 경제상 이익 제공 강요행위의 금지 (법 제7조)

- 대리점에게 금전, 물품, 용역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위
- 세부유형
 - 공급업자의 필요에 의해 판매촉진행사를 실시하면서 그에 소요되는 비용 등을 사전에 대리점과 약정하지 아니하고 대리점에게 부담하도록 강요하는 행위
 - 공급업자가 채용·관리하는 자의 인건비의 전부 또는 일부를 대리점에게 부담하도록 강요하거나 대리점이 고용한 인원을 공급업자 또는 공급업자가 지정한 사업장에서 근무하도록 강요하는 행위
 - 대리점 거래와 무관한 기부금, 협찬금 등의 명목으로 경제상 이익의 제공을 강요하는 행위
 - 그 밖의 방법으로 부당하게 대리점에게 금전·물품·용역 등의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위

7.2.4 판매목표 강제 행위의 금지(법 제8조)

- 대리점에게 거래에 관한 목표를 제시하고 목표를 달성하지 못할 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하거나 하겠다는 의사를 표시함으로써 이를 강제하는 것
- 세부유형
 - 대리점 계약의 중도 해지
 - 상품 또는 용역 공급의 중단
 - 대리점에게 지급하여야 할 금원 전부 또는 일부의 미지급
 - 그 밖의 부당한 불이익 제공

7.2.5 불이익 제공행위의 금지(법 제9조)

- 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 거래조건 이행과정 에서 불이익을 주는 행위
- 세부유형
 - 계약 기간 중에 대리점의 의사에 반하여 거래조건을 추가하거나 새로운 계약을 체결하는 행위
 - 계약의 전부 또는 일부를 해지하더라도 손해배상을 청구할 수 없도록 계약을 체결하는 행위

- 대리점에게 임대한 장비나 비품이 대리점의 귀책사유에 의하여 손실, 훼손된 경우 감가상각을 고려하지 않은 당초 구입가격에 근거하여 변상하도록 계약을 체결하는 행위
- 계약서 내용에 관한 해석이 일치하지 않을 경우 공급업자의 해석에 따르도록 계약을 체결하는 행위
- 그 밖에 대리점에게 불리한 거래조건을 부당하게 설정 또는 변경하는 행위
- 공급업자의 귀책사유로 인하여 상품이 파손 또는 훼손되었음에도 불구하고 반품을 거부하는 행위
- 공급업자의 귀책사유로 인한 반품임에도 불구하고 운송비 등 반품에 소요되는 비용을 대리점에게 부담시키는 행위
- 합리적인 이유 없이 상품 또는 용역의 공급이나 대리점에 대한 통상적인 영업지원을 중단 또는 거절하거나 현저히 제한하는 행위
- 대리점거래 계약서상의 판매 장려금 지급 제한 사유에 해당하지 아니함에도 불구하고 판매 장려금을 삭감하거나 지급하지 아니하는 행위
- 그 밖의 방법으로 거래조건 이행과정에서 대리점에게 부당하게 불이익을 주는 행위

7.2.6 경영활동 간섭 금지 (법 제10조)

- 대리점의 경영활동을 간섭하는 행위를 말함
 - 대리점이 임원 또는 종업원 등을 선임 또는 해임하거나 임원 또는 종업원 등의 근무지역 또는 근무조건을 결정함에 있어 공급업자의 지시 또는 승인을 받게 하는 행위
 - 합리적인 이유 없이 거래처 현황, 매출 내역, 자금출납 내역 등 사업상 비밀에 해당하는 정보를 제공하도록 요구하는 행위
 - 대리점의 거래상대방, 영업시간, 영업지역, 판촉활동 등을 공급업자가 일방적으로 정하여 이행을 요구하는 행위
 - 그 밖의 방법으로 대리점의 경영활동에 부당하게 간섭하는 행위

7.2.7 주문내역 확인요청 거부 또는 회피금지(법 제11조)

- 공급업자는 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 대리점이 청약 또는 구입의사를 표시한 제품 수량 등 주문 내역의 정당한 확인요청에, 대하여 이를 거부 또는 회피하는 행위를 하거나 계열회사 또는 다른 사, 업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 됨

7.2.8 보복 조치의 금지(법 제12조)

- 공급업자는 제5조부터 제11조까지와 관련하여 분쟁조정신청, 공정거래법 위반 관련 신고, 공정거래법 위반 조사 협조 등을 하였다는 이유로 대리점에게 불이익을 주는 행위를 행하도록 하여서는 아니 됨

7.3 위반 시 제재

제재유형	제재내용
과징금	<ul style="list-style-type: none"> • 공정거래위원회는 제6조부터 제12조까지를 위반하는 행위가 있을 때에는 해당 사업자에 대하여 대통령령으로 정하는 법 위반 금액을 초과하지 않는 범위에서 과징금을 부과 할 수 있다. 다만, 법 위반 금액을 산정하기 곤란한 경우 등에는 5억 원을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다. * 대통령령으로 정하는 법 위반 금액 <ol style="list-style-type: none"> 1) 법 제6조를 위반하여 대리점으로 하여금 구입하도록 강제한 상품 또는 용역의 가액 2) 법 제7조를 위반하여 대리점에게 제공하도록 강요한 금전, 물품, 용역 그 밖의 경제상 이익의 가액 3) 법 제9조를 위반하여 대리점에게 제공한 경제상 불이익으로서 다음 에 해당하는 것 <ul style="list-style-type: none"> - 반품 거부의 대상이 되는 물품의 가액 - 대리점에게 부담시킨 반품에 소요되는 비용 - 삭감하거나 지급하지 아니한 판매 장려금의 금액
벌칙	<p>법 제6조~12조에 어느 하나에 해당하는 자는 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만 원 이하의 벌금</p>

7.4 위반사례(아직 대리점법 판례가 없어 기존 공정거래법으로 처벌한 사례)

<p>판매목표 강제행위</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A사는 자신의 제품 특약점에 월별 매출 목표를 설정하고 목표 실적을 달성하지 못한 특약점에게 판매 장려금을 지급하지 않음 ▪ 일반적으로 매출 목표 달성도에 따른 판매 장려금 지급은 판매 목표를 강제한 것으로 볼 수 없으나, 예외적으로 판매 장려금이 정상적인 유통 마진을 대체하는 경우 사실상 판매 목표를 강제하는 효과가 있음 ▪ A사는 자신이 설정한 월별 매출 목표를 달성한 특약점에게만 판매 장려금을 지급하는 정책을 유지하면서 사실상 특약점이 매출 목표를 달성하지 않을 수 없는 상황에 처하게 되었음에도 판매 목표를 강요하였음

주문내역 확인요청 거부 또는 회피행위

- N유업 대리점은 대리점 주문 프로그램을 통해 매일 주문 마감시간(오전 10:30 ~ 12:10) 까지 익일 또는 이틀 후 공급받을 제품을 주문을 하고 주문완료 후에는 대리점의 기존 주문 기록정보가 삭제가 됨
- 실제로는 대리점 주문량이 목표량, 할당량 등에 미치지 못할 경우 지점영업사원이 이를 일방적으로 수정 입력함. N유업은 대리점이 주문하지 않은 밀어내기 물량도 카드회사를 통하여 선결제를 시키기 때문에 대리점이 항의 또는 대금 반환 요청 등을 하기 어려움.

경제상 이익제공 행위

- N유업은 대리점과의 사전협의 없이 대형 유통업체에 파견된 진열 판촉 사원의 임금을 50%이상 전가
- 진열 판촉사원 파견 시 제품 진열 상태 개선, 재고물량 효율적 관리, 소비자 호감도 증진 등 추가매출 창출 효과가 N유업 직접적으로 귀속됨에도 불구하고 관련 비용을 대리점에 일방적으로 전가시킴
- 대리점의 수입인 위약수수료 수준(약 매출의 8.5%)이 낮아 진열판촉사원 임금을 부담할 경우 대리점의 위탁업무 마진이 거의 남지 않게 되는 구조

구입강제 행위

- N유업은 제품회전율이 낮아 유통이 부진한 제품 등의 재고를 강제로 소진하기 위한 목적으로 대리점에게 유통기한 임박제품, 대리점이 주문하지 않거나 취급하지 않는 제품 등을 강제 할당, 임의공급 방식으로 구입을 강요
- 2010년부터는 대리점이 접속하는 주문 시스템을 변경하여 대리점의 최초 주문량 등을 검색할 수 없도록 하여, 회사 주문 담당자의 최종 주문량 임의 수정이 용이해짐



(주)하나투어 경영기획본부

법무준법팀

홍일선 redonline@hanatour.com

라소현 sohyun0416@hanatour.com