

## 자율준수편람

# 공정거래자율준수편람

본 문서는 영업상 주요 자산으로써 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률을 포함하여 관련 법령에 따라 보호되는 중요한 정보를 포함하고 있으므로, 그 전부 또는 일부를 무단으로 열람하거나 공개, 사용, 복제, 유출 등을 하는 행위를 엄격히 금지합니다.



E·LAND PARK

관리 책임자	제/개정	
		<input checked="" type="checkbox"/> 관리본 <input type="checkbox"/> 비관리본

	작 성	검 토	승 인
결재			

## ◆ 발간사

이랜드파크 임직원 여러분

우리는 지난해 11월 ISO 37301 : 2021 준법경영시스템 인증을 획득하고 호텔리조트 사업으로 도전을 시작한 이래 이제는 ESG 경영을 선도하는 글로벌 호텔리조트 기업으로 나아가고 있습니다.

준법윤리경영의 내재화를 통해 신뢰받는 글로벌 기업이 되고자 윤리경영원칙을 마련하여 22년 7월에 대내외에 선포한 바 있습니다.

우리는 ESG경영원칙의 핵심가치인 준법경영(Compliance)을 실천하기 위해 2013년도부터 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, 'CP')을 도입하였고, 2019년부터 최고경영자 직속 조직으로 리스크예방위원회를 신설하였습니다. 또한, 2023년부터 최고경영자 직속 조직으로 CP 협의회를 신설하여 공정거래 자율준수 프로그램 경과 및 효과성 평가를 심의 및 보고하여 지속적으로 최고경영자의 의지와 지원을 통해 Compliance 활동을 확대하고 강화하고 있습니다.

Compliance담당 조직을 신설하였고, 자율준수사무국을 CEO직속조직으로 배치하여 구성원들의 공정거래 관련 법규의 이해를 돕고자 정기적인 교육과 CP Letter 발행, 가이드라인 수립을 하고 있습니다.

그리고 업무 지침서로서 '공정거래 자율준수편람'을 꾸준히 발간하여 Compliance 실천사항에 대해 제공하고 있습니다.

이번 2차 개정을 통해 디자인을 전면 개편하여 가독성을 높였고, '13년 1차 제정 이후 법령 제·개정 내용 및 심결례·판례를 반영하였으며, 구성원의 업무활용도를 높이기 위해 행동지침 및 Q&A 등을 보완하였습니다.

개정된 공정거래 자율준수편람이 구성원들의 업무 지침서로서 실제 업무에 폭 넓게 사용되기를 바라며, 구성원들이 본 공정거래 자율준수편람을 적극 활용함으로써, 지속적인 개정과 충실한 준법지침서로 더욱 발전되기를 바랍니다.

끝으로, 공정거래준법경영 실천을 통해 이해관계자들로부터 존경받고 신뢰받는 바른 기업으로 거듭날 수 있도록, 구성원 여러분들의 적극적인 공정거래 자율준수 실천을 당부 드립니다.

**2023.09**

**이랜드파크 자율준수관리자**

**김상범**

## ◆ 공정거래자율준수 CEO 선언문

저희 이랜드파크는 많은 임직원들과 협력업체 및 켄싱턴호텔앤리조트의 노력과 열정으로 크고 작은 계단을 올라가며, 큰 성장을 이루어 왔습니다.

경쟁환경은 급속도로 변화하여, 최근에는 공정거래에 대한 사회적 관심은 회사 내의 문제를 넘어서서 민, 형사상 책임 및 각종 행정 상의 제재 뿐만 아니라 사회적 지탄 및 이로 인한 심각한 이미지 타격으로까지 이어져 회사의 지속 경영의 중요한 명제가 되었습니다.

단기적인 이익에 집착하는 것이 아닌, 공정한 경쟁질서를 준수하며 지속적인 발전을 위해 노력하는 기업만이 위대한 기업이 되는 것임을 잘 아는 저희 이랜드파크는 수익을 창출하되, 공정거래법령준수를 통하여 진정한 경쟁력을 갖춘 존경받는 기업이 되고자 할 것입니다.

공정거래법령 준수를 비롯한 **준법경영은 위대한 기업으로 나가기 위해서, 그리고 지속 가능한 성장을 위해서 반드시 필요한 요소입니다.**

따라서 이랜드파크는 공정거래법령의 정신을 존중하고 제규정을 준수할 수 있도록 공정거래 자율준수 프로그램을 도입하여 실질적인 운영을 위해 내부 감독 체계를 구축할 것입니다.

회사 경영의 모든 분야에서 컴플라이언스를 구체적으로 실천하기 위하여 특별히 다음 사항을 당부 드리니, 실천하여 주시기 바랍니다.

### 첫째,

**이랜드파크 켄싱턴호텔앤리조트는 임직원에게 대해 공정거래원칙에 따라 행동할 것이며, 임직원들이 공정거래법령 및 필수 법령을 준수할 수 있도록 지원할 것입니다.**

먼저, 회사에서 실시하는 컴플라이언스 교육 및 프로그램에 관심을 갖고 반드시 참여하고 이를 학습하는 시간을 마련하여야 합니다.

임직원들에 대한 교육과 지속적인 확인을 통하여 이러한 의지는 구체화할 것이고, 매년 이러한 요소들을 정량화하여 점수로 측정하여 그 발전결과를 직접 보도록 하겠습니다.

회사 CP 운영의 기본이 되는 CP 조직, CP 운영규정 및 공정거래법규 등을 반드시 이해하고 숙지하여 업무에 실천하여 주시기 바랍니다.

### 둘째,

**이랜드파크 켄싱턴호텔앤리조트는 고객에게 공정거래원칙에 따라 각종 서비스를 제공할 것입니다.**

먼저, 이랜드파크는 고객이 회사의 불공정거래로 인한 부당한 피해를 입지 않도록 하겠습니다.

이랜드파크에서 정기적으로 본부 및 전지점에 대해 공정거래법령 및 필수법규 준수 여부를

측정하고 있습니다. 이에 공정거래 관련 리스크를 예방할 것입니다.

또한, 고객과 소통채널을 구축하고 고객의 소리를 들어 이를 적극 반영하도록 노력하겠습니다.

**셋째,**

**이랜드파크 컨싱턴호텔앤리조트는 협력업체에 공정거래원칙에 따라 거래를 이행하겠습니다.**

먼저, 이랜드파크는 불공정계약을 체결하지 않고, 회사 상품을 구매하도록 강제하지 않겠습니다.

또한 정기적인 내부감사로 사내도급 운용 시에 사내도급 법규 및 노동관계법령을 반드시 준수하겠습니다.

협력업체와 동반상생을 위한 상생경영 실천을 위해 협력업체의 의견을 듣고 신뢰를 쌓아 윤리경영 문화를 선도하겠습니다.

이러한 **회사의 준법의지와 정책을 실천하고자 공정거래자율준수를 대내외적으로 천명하는 것인 바,** 업무에 있어 공정거래의 자율준수 문화가 회사 내에서 정착될 수 있도록 모든 임직원 여러분의 철저한 이해와 실천을 부탁드립니다.

**대 표 이 사**  
**윤 성 대**

## ◆ 케니들을 위한 자율준수편람 사용법

### 공정거래 자율준수편람

이랜드파크 컨싱턴호텔앤리조트 구성원들이 공정거래 관련 법령을 자율적으로 준수하여 업무를 수행할 수 있도록 업무와 연관된 '공정거래 관련법규' 내용을 종합적으로 정리한 Guide-Book 입니다.

구성원들은 자율준수편람에 수록된 '공정거래 관련 법규의 개요', '최신 위반 사례/판례', '위반 시 제재 절차/기준'을 통해 업무 수행과 관련된 공정거래 내용을 쉽게 파악할 수 있고 '질의 응답', 'Check-List' 등을 참고하여 업무를 수행하는 것을 통해 법 위반을 효율적으로 예방할 수 있습니다.

### 자율준수편람이 다루고 있는 법규

자율준수편람은 구성원들의 업무 관련성을 고려하여 아래의 공정거래 관련 법규 4가지를 다루고 있습니다

독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법'), 표시·광고의 공정화에 관한 법률(이하 '표시광고법'), 약관의 규제에 관한 법률(이하 '약관법'), 관광진흥법

### 자율준수편람 활용법

구성원들은 총 4단계로 자율준수편람을 활용하여, 공정거래관련법규 위반 사항을 선제적으로 예방할 수 있습니다.

구분	내용
1	공정거래 관련 법령의 개요와 주요 내용을 알아보기
2	위반 시 제재를 알아보기
3	본인의 업무와 관련되는 사례 또는 유의할 사항을 알아보기
4	체크리스트를 통해 자가 점검을 하기

### 자율준수편람 구성

공정거래관련 법규 및 필수 법규의 개요

최신 사례/판례

위반 시 제재 절차/기준

질의 응답

업무 Check List

**자율준수편람은 어디서 볼 수 있나요?**

E-CP 이랜드그룹 공정거래자율준수 프로그램

케니티비 자율준수편람

이랜드넷 법인게시판 준법경영 탭

◆ 공정거래자율편람 개정이력

구분	시기	주요개정 내용
최초 발간	'14.03	-
1차 개정	'23.08.30	- 관광진흥법 추가
2차 개정	'23.09.30	- 공정거래자율준수프로그램 개요 추가
3차 개정	'23.10.11	- 공정거래법, 표시광고법, 약관규제법 최신 개정 내용 및 최신 사례 추가

# 목차

- ◆ 발간사.....2
- ◆ 공정거래자율준수 CEO 선언문 .....3
- ◆ 케니들을 위한 자율준수편람 사용법 .....5
- ◆ 공정거래자율편람 개정이력.....7
- 제1절 공정거래 자율준수 프로그램의 이해 [전 임직원]..... 12**
  - 1. 공정거래 자율준수프로그램 ..... 12
    - 1.1 CP 운영의 필요성..... 12
    - 1.2 CP 핵심 8대 요소..... 12
  - 2. 공정거래 자율준수프로그램 운영지침 ..... 13
    - 2.1 공정거래법 및 필수 법규..... 13
    - 2.2 공정거래 자율준수 프로그램 운영규정..... 13
  - 3. CP 등급평가제도 ..... 13
    - 3.1 평가기관 ..... 13
    - 3.2 평가절차 ..... 14
    - 3.3 평가등급 ..... 14
  - 4. CP 모범 운영 기업에 대한 인센티브 및 지원 제도..... 15
    - 4.1 사전적 인센티브..... 15
    - 4.2 사후적 인센티브..... 15
  - 5. 이랜드파크 CP (Compliance Program) 소개..... 16
    - 5.1 CP 운영조직 ..... 16
    - 5.2 CP 운영현황 ..... 16
- 제2절 공정거래법의 이해 [전 임직원]..... 18**
  - 1. 공정거래법 개요 ..... 18
    - 1.1 공정거래법이란..... 18
    - 1.2 관련용어..... 18
    - 1.3 공정거래법의 체계 ..... 18
    - 1.4 다른 법률과의 관계 ..... 18
  - 2. 일반 불공정거래행위..... 19
    - 2.1 위법성 심사의 일반원칙 ..... 19
    - 2.2 불공정거래행위의 유형 ..... 20
      - 불공정거래행위의 유형 ..... 21
    - 2.3 위반시 제재 조치..... 22
    - 2.4 면책 및 보상제도..... 23
      - 1) 신고자에 대한 면책 제도..... 23
      - 2) 신고포상금 제도..... 23
- 제3절 불공정거래행위 규제 [총무, 구매, 리테일] ..... 24**

1. 거래 거절.....	24
1.1 개요 : 거래거절의 정의 .....	24
1.2 위법한 행위 유형.....	24
1.3 최신 사례 .....	25
1.4 질의 응답.....	26
1.5 업무 Check List .....	26
2. 거래 강제.....	26
2.1 개요 : 거래강제의 정의 .....	27
2.2 위법한 행위 유형.....	27
2.3 최신 사례 .....	28
2.4 업무 Check List .....	29
3. 거래상지위 남용 .....	30
3.1 개요 : 거래상지위의 남용행위.....	30
3.2 거래상 지위남용 유형 .....	31
3.3 업무 Check List .....	37
4. 구속조건부 거래 .....	38
4.1 개요 : 구속조건부거래행위.....	38
4.2 유형.....	38
4.3 최신 사례 .....	39
4.4 업무 Check List .....	40
5. 부당지원행위 금지 .....	40
5.1 개요 : 부당지원행위 .....	40
5.2 유형.....	41
5.3 위법성 판단 기준.....	42
5.4 최신 동향 및 사례.....	42
5.5 업무 Check List .....	44
6. 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위 금지 .....	44
6.1 개요.....	44
6.2 부당지원행위와의 비교 .....	44
6.3 행위유형 .....	45
6.4 안전지대.....	45
6.5 부당성 판단 기준.....	46
6.6 최신 사례 .....	46
6.7 업무 Check List .....	46
<b>제4절 부당한 공동행위 관련 규제 [총무, 구매, 리테일].....</b>	<b>48</b>
1. 부당한 공동행위 .....	48
2. 부당한 공동행위의 성립요건 .....	48
2.1 합의.....	48
2.2 경쟁제한성(공동행위의 위법성 심사).....	49
3. 부당한 공동행위의 유형 및 위반사례 .....	49

3.1	부당한 공동행위의 유형 .....	49
3.2	경성 공동행위 .....	49
3.3	연성 공동행위 .....	51
4.	위반시 제재 .....	52
4.1	시정조치 .....	52
4.2	입찰참가자격제한 요청 .....	52
4.3	과징금 .....	52
4.4	벌칙 .....	53
5.	신고자 감면 및 보상제도 .....	53
5.1	신고자에 대한 감면제도 .....	53
5.2	정보누설 금지 등 .....	54
5.3	신고포상금제도 .....	54
6.	부당한 공동행위 Check List .....	54
<b>제5절 표시 광고 관련 규제 [광고, 마케팅] .....</b>		<b>56</b>
1.	개요 .....	56
2.	의무사항 및 금지사항 .....	56
2.1	부당한 표시·광고 .....	56
2.2	표시광고법에 도입된 주요제도 .....	60
3.	제재조치 .....	62
3.1	행정적 제재 .....	62
3.2	벌칙 .....	62
4.	표시광고행위시 유의사항 .....	62
5.	질의응답 .....	63
6.	표시광고 Check-List 및 유의사항 .....	67
<b>제6절 약관의 규제에 관한 법률 [계약부서, 구매, 리테일, 분양] .....</b>		<b>68</b>
1.	개요 .....	68
1.1	약관의 정의 .....	68
1.2	약관의 성립요건 .....	68
1.3	사업자의 의무 .....	68
1.4	개별약정 우선의 원칙 .....	69
1.5	약관의 해석 .....	69
2.	금지행위(주요 불공정약관조항) .....	70
2.1	개요 .....	70
2.2	약관의 불공정성 통제 일반원칙 .....	70
2.3	사업자 면책조항의 금지 .....	71
2.4	부당한 손해배상액의 예정 .....	71
2.5	사업자의 부당한 계약해제, 해지권 제한 .....	74
2.6	채무의 이행 .....	79
2.7	의사표시의 의제 .....	82
2.8	대리인의 책임 가중 .....	82

2.9 소송제기의 금지.....	82
3. 제재기준 .....	83
3.1 행정적 제재 .....	83
3.2 벌칙.....	83
4. 업무 Check List.....	83
<b>제7절 관광진흥법 [분양] .....</b>	<b>85</b>
1. 관광진흥법 개요 .....	85
2. 제재 규정.....	85
2.1 형사벌.....	85
2.2 과태료.....	86
3. 최근 동향 및 사례 .....	87
3.1 최근 동향.....	87
3.2 최근 사례.....	87
4. 업무 Check List.....	88

## 제1절 공정거래 자율준수 프로그램의 이해 [전 임직원]

### 1. 공정거래 자율준수프로그램

#### 1.1 CP 운영의 필요성

CP도입은 세계적 추세로서 해외선진기업과 국내 선도기업들은 위험관리차원에서 CP제도를 도입, 정착하고 있습니다. 법 위반행위가 적발될 경우 기업은 과징금, 손해배상, 소송비용 등 경제적 부담 뿐만 아니라 법 위반 사실 보도로 인한 사회적 이미지 실추와 같은 유무형의 비용을 부담하게 됩니다.

CP도입을 대·내외에 공표하고 실질적으로 운영하여 투명경영, 윤리경영 기업으로서 거듭나고, 실무자들이 우발적으로 공정거래 관련 법규를 위반하였을 경우 경쟁당국으로부터 과징금 경감, 형사 고발 등 제재조치 경감 등의 혜택을 취득할 필요가 있습니다.

#### 1.2 CP 핵심 8대 요소

##### 1) CP기준과 절차 마련 및 시행

소속 임직원들이 업무와 관련한 공정거래 관련 법규 준수 사항을 명확히 인지하고 실천할 수 있도록 필요한 기준과 절차를 마련하고 시행하여야 합니다.

##### 2) 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원

최고경영자는 공정거래 관련 법규 자율준수 의지를 공개적으로 표명하고 CP운영을 적극적 지원하여야 합니다.

##### 3) CP운영을 담당하는 자율준수관리자 임명

이사회 등 최고 의사결정기구는 조직 내 자율준수관리자를 임명하고, 자율준수관리자에게 효과적인 CP운영에 대한 책임을 부여하여야 합니다.

##### 4) 자율준수편람의 제작 및 활용

자율준수 편람은 자율준수관리자의 책임 하에 작성된 것으로 공정거래 관련 법규 및 CP의 기준과 절차 포함하여 임직원이 쉽게 접근하여 활용 가능하도록 하여야 합니다.

##### 5) 지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시

CP기준과 절차 및 공정거래 관련 법규 준수 사항 등에 대해 최고경영자를 포함한 임직원을 대상으로 효과적인 교육을 정기적으로 실시하여야 합니다.

##### 6) 내부감시체계 구축

위법 행위의 예방 또는 조기 발견을 위법 행위의 예방 또는 조기 발견을 위해 합리적으로 계획된 감시·감사 시스템을 구축하고 운용해야 하며, 감시·감사 결과는 주기적으로 이사회 등 최고 의사결정기구에 보고되어야 합니다.

### 7) 공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재

법규 위반 정도에 상응하는 제재 조치를 규정한 사규 운영 및 직원의 법 위반 행위 발견 시 적극 대응하고 추후 유사 행위가 재발되지 않도록 예방하여야 합니다.

### 8) 효과성 평가와 개선 조치

CP가 효과적으로 지속 운영될 수 있도록 정기적으로 CP기준, 절차, 운용 등에 대한 점검과 평가 등을 실시해 그에 따라 개선 조치를 실시하여야 합니다.

## 2. 공정거래 자율준수프로그램 운영지침

### 2.1 공정거래법 및 필수 법규

공정거래 관련 법규란 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법'), 표시·광고의 공정화에 관한 법률(이하 '표시광고법'), 약관의 규제에 관한 법률(이하 '약관법)을 의미합니다.

### 2.2 공정거래 자율준수 프로그램 운영규정

이랜드파크는 2013년 공정거래 관련 법규 준수를 통한 경영 투명성 및 공정성을 확보하고자 이랜드파크 공정거래 자율준수 프로그램 운영규정을 제정하였습니다.

#### [운영규정의 구성]

- 1) 자율준수관리자의 역할, 직무, 권한, 임면 관련 규정
- 2) 자율준수 모니터링 실적의 이사회 보고의무 규정
- 3) 내부 제보시스템 운영
- 4) 자율준수 관련 교육프로그램 운영
- 5) 공정거래 관련 법규 및 자율준수 제규정 위반시 제재절차 마련
- 6) 자율준수 관련 문서 관리체계 구축 등

## 3. CP 등급평가제도

### 3.1 평가기관

평가는 한국공정거래조정원 또는 공정거래위원회가 평가기관으로 지정·공고하는 기관에서 담당합니다.

### 3.2 평가절차

CP등급평가는 매년 아래와 같은 절차를 통하여 실시합니다.

평가단계	세부 내용
1단계(서류평가)	평가기준을 중심으로 기업의 CP운영자료를 바탕으로 평가위원이 평가
2단계(현장평가)	1단계 서류평가 결과를 바탕으로 기업현장을 방문하여 자율준수관리자 등과의 면접, CP운영에 대한 실사 등을 통해 평가위원이 평가
평가점수 및 등급결과 분석	각 단계별 평가점수를 산출하고, 등급으로 환산하여 기업별, 항목별 결과 분석 최종등급 결정
등급부여 여부 대상 확정	평가신청기업 중 등급 보류 및 미 부여대상 확정

### 3.3 평가등급

등급	정의
AAA(최우수) 90이상~100미만	CP구축 및 운영, CP문화 확산, 평가와 개선 등 모든 부문에서 체계적인 시스템을 갖추고 매우 높은 성과를 시현
AA(우수) 80이상~90미만	CP구축 및 운영, CP문화 확산, 평가와 개선 등 거의 모든 부문에서 체계적인 시스템을 갖추고 높은 성과를 시현
A(비교적 우수) 70이상~80미만	CP구축 및 운영, CP문화 확산, 평가와 개선 등 각 부문에서 비교적 우수한 시스템을 갖추고 비교적 우수한 성과를 시현
B(보통) 55이상 70미만	CP 구축 및 운영, CP 문화 확산, 평가와 개선 등 각 부문에서 보통의 시스템을 갖추고 보통의 성과를 시현
C(미흡) 40이상 55미만	CP 구축 및 운영, CP 문화 확산, 평가와 개선 등 각 부문에서 일반적 시스템을 갖추었으나 성과가 미흡
D(매우 미흡) 0이상 40미만	CP 구축 및 운영, CP 문화 확산, 평가와 개선 등 각 부문에서 시스템 구축 및 성과가 모두 매우 미흡

#### 4. CP 모범 운영 기업에 대한 인센티브 및 지원 제도

CP의 실질적 운영수준에 따라 CP등급을 8등급으로 평가하여 다음과 같이 인센티브가 차등 적용됩니다.

##### 4.1 사전적 인센티브

CP등급	직권조사 면제	적용대상
A	1년	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 공정거래법 제45조(단, 부당지원행위 제외)</li> <li>▶ 표시광고법, 방문판매법, 전자상거래법, 약관규제법 등</li> </ul>
AA	1년 6개월	
AAA	2년	
<p>&lt;인센티브 적용 제외&gt;                      최근 2년간 조사활동방해로 처벌받은 경우                      직권조사관련 법규 위반 신고(인터넷신고 포함)나 민원이 상당한 신빙성이 있는 경우                      명백한 직권조사 관련 법규 위반 혐의가 있다고 인정되는 경우</p>		

##### 4.2 사후적 인센티브

CP등급	위반사항 신문 공표	적용대상
A	공표크기, 매체 수를 1회 한정하여 1단계 하향 공표기간 단축	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 공정거래법(단, 부당공동행위 제외)</li> <li>▶ 표시광고법 등 공정거래 관련 법률</li> </ul>
AA		
AAA		
<p>&lt;인센티브 적용 제외&gt;                      CP 업무 담당자가 공정거래 관련 법규 위반행위에 개입한 사실이 드러난 경우                      공정거래관련 법규 위반행위가 CP도입 이전에 발생한 경우                      타 규정에 감경이 사실상 의무화된 경우(부당공동행위의 신고 또는 조사협조에 따른 감경 등)                      이사 또는 그 이상에 해당하는 고위 임원(등기부 등재여부 불문)이 위반행위에 직접                      관여한 경우                      과거 3년간 3회 이상 공정거래 관련 법규를 위반(경고 이상, 과태료 부과 제외)하여                      누계 벌점이 5점 이상인 경우</p>		

## 5. 이랜드파크 CP (Compliance Program) 소개

### 5.1 CP 운영조직



### 5.2 CP 운영현황

<p>2019. 01. ~ 2022. 05.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>리스크예방TF 신설, 리스크예방위원회 신설 및 매월 운영</li> <li>윤성대 대표이사, 매년 준법경영 협약식을 통해 준법경영 선포</li> <li>리스크예방TF, 리스크 사전 감지 및 예방시스템</li> <li>(바름지수) 반기별 실시하여 컴플라이언스 문화 확산</li> </ul>
<p>2022. 06.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>이랜드파크 법무감사본부, 준법경영시스템 (ISO 37301 : 2021) 도입 추진</li> </ul>
<p>2022. 11.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>이랜드파크, ISO 37301 인증 심사 완료 1. 공정거래 2. 인사노무 3. 안전보건 4. 관광진흥 5. 환경 6. 위생안전 7. 개인정보 8. 반부패 윤리경영 등 8개 분야의 준법관리체계 인정</li> <li>준법경영시스템 (ISO 37301 : 2021) 인증서 수여</li> </ul>
<p>2023. 03.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>CP 도입 (도입, 계획, 자율준수관리자 임명, 직접보고 조직체계) 이사회 승인</li> <li>이랜드파크 켄싱턴호텔앤리조트 준법경영 협약식</li> </ul>
<p>2023. 06.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>내부 제보 감사 이사회 보고</li> </ul>
<p>2023. 07.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>부서별 CP 준수 의식 KPI 설정</li> <li>컴플라이언스 교육 실시</li> <li>공정거래자율준수 효과성 평가 실시</li> </ul>
<p>매월</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정기 컴플라이언스 협의회 개최 및 공정거래자율준수 운영 경과 / 효과성 평가 보고</li> </ul>

구분	검토주기
1) 이사회 보고	반기별
2) 리스크예방위원회 보고	매월
- 연간 CP 관리 및 감사 계획 및 결과	연 1회
- CP 관리 KPI 결과 보고	연 1회
- CP 주요 안건 및 이슈사항 보고	매월
- CP모니터링 점검 계획 및 결과 보고	연 1회
- 정기 준법경영감사 계획 및 결과 보고	반기별
- CP운영 현황 보고 (주요이슈, 교육결과, CP점검 등)	매월
3) 인사위원회 보고 (제재 및 포상)	반기별
4) 제보 특별 감사 결과	매월

## 제2절 공정거래법의 이해 [전 임직원]

### 1. 공정거래법 개요

#### 1.1 공정거래법이란

공정거래법의 정식 명칭은 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」로 사업자의 시장 지배적 지위의 남용과 과도한 경제력 집중을 방지하고 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업 활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모하는 것을 목적으로 합니다(제1조).

#### 1.2 관련용어

##### 1) 사업자

사업자란 제조업, 서비스업, 기타 사업을 행하는 자를 의미합니다. 사업자의 이익을 위한 행위를 하는 임원, 종업원, 대리인 및 그 밖의 자는 사업자단체에 관한 규정을 적용할 때에는 사업자로 봅니다(제2조 제1호). 국가나 지방자치단체도 사경제의 주체로서 타인과 거래행위를 하는 경우에는 공정거래법상 사업자로서 법 적용대상이 됩니다(대법원 1990. 11. 23. 선고 90다카3659판결 참조).

공정거래법은 사업자 간의 거래나, 거래의 일방이 사업자인 거래에 관한 사업자의 행위에 대하여 적용되는 법이므로, 사업자가 아닌 개인이 주체가 된 거래행위는 공정거래법의 적용대상이 아닙니다. 공공기관이 공공업무를 행하는 경우도 법 적용 대상이 아니게 됩니다.

##### 2) 약칭 설명

본 편람에서는 아래와 같이 약칭을 활용하였으므로 참고하시기 바랍니다.

- 공정거래위원회 : 공정위
- 한국공정거래조정원 : 조정원
- 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 : 공정거래법
- 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 시행령 : 공정거래법 시행령

#### 1.3 공정거래법의 체계

공정거래법은 총 14장으로 구성되어 있습니다. 각 장 별로 살펴보면 제1장 총칙, 제2장 시장지배적 지위의 남용금지, 제3장 기업결합의 제한, 제4장 경제력 집중 억제, 제5장 부당한 공동행위의 제한, 제6장 불공정거래행위, 재판매가격유지행위 및 특수관계인에 대한 부당한 이익제공의 금지, 제7장 사업자단체, 제8장 전담기구, 제9장 한국공정거래조정원의 설립 및 분쟁조정, 제10장 조사 등의 절차, 제11장 과징금 부과 및 징수 등, 제12장 금지청구 및 손해배상, 제13장 적용 제외, 제14장 보칙, 제15장 벌칙으로 나뉘어 집니다.

#### 1.4 다른 법률과의 관계

공정거래법은 사업자와 다른 사업자의 거래에서 발생하는 불공정거래행위에 대하여

적용되는 “일반법”입니다. 따라서 가맹사업거래, 불공정약관거래, 대리점거래, 하도급거래, 대규모유통업거래에 대해서는 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「대리점거래의 공정화에 관한 법률」, 「하도급거래 공정화에 관한 법률」, 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」이 특별법으로서 공정거래법에 우선 적용됩니다.

## 2. 일반 불공정거래행위

### 2.1 위법성 심사의 일반원칙

#### 1) 위법성 심사 기준

##### (1) 공정거래 저해성

일반불공정거래행위의 위법성은 행위의 의도·목적, 경쟁관계의 실태, 시장의 상황 등을 종합적으로 고려하여 판단합니다. 공정거래위원회의 불공정거래행위 심사지침에 의하면, 위법성 심사기준으로서 ‘공정한 거래를 저해할 우려’, 즉 ‘공정거래 저해성’을 들고 있습니다(심사지침Ⅲ. 1).

공정거래 저해성이란 경쟁제한성과 불공정성을 포함하는 개념인데, ‘경쟁제한성’은 당해 행위로 인하여 시장 경쟁의 정도 또는 경쟁사업자의 수가 유의미한 수준으로 줄어들거나 줄어들 우려가 있음을 의미하며, ‘불공정성’이란 경쟁수단 또는 거래 내용이 정당하지 않음을 의미합니다.

공정거래 저해성의 판단은 행위의 효과를 기준으로 하고, 사업자의 의도나 거래상대방의 예측은 공정거래 저해성을 입증하기 위한 정황 증거로서의 의미만 있습니다.

##### (2) ‘정당한 이유 없이’와 ‘부당하게’의 구별

공정거래법 시행령 [별표1의2] 「불공정거래행위의 유형 및 기준」에서는 각 행위 유형별 구체적 공정거래 저해성 판단기준으로서 ‘정당한 이유 없이’와 ‘부당하게’를 구별하고 있습니다.

‘정당한 이유 없이’를 요건으로 하는 행위는 법규상 요건에 해당하면 공정거래 저해의 우려가 크므로 위법한 것으로 추정되고, 정당한 이유에 대하여는 행위자가 입증책임을 부담합니다.

‘부당하게’를 요건으로 하는 행위는 법규상 요건에 해당하더라도 위법성이 추정되지 않으며, 원칙적으로 경쟁제한성·불공정성과 효율성 증대효과·소비자후생 증대효과 등을 비교형량하여 위법성을 판단하며 입증책임을 공정위가 부담합니다.

구별	일반불공정거래행위의 유형
정당한 이유 없이	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 거래거절(공동의 거래거절)</li> <li>- 차별적 취급(계열회사를 위한 차별)</li> <li>- 경쟁사업자배제(계속적 부당염매)</li> <li>- 재판매가격유지행위</li> </ul>
부당하게	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 거래거절(기타의 거래거절)</li> <li>- 차별적취급(가격차별·거래조건차별·집단적 차별)</li> <li>- 경쟁사업자배제(일시적 부당염매·부당고가매입)</li> <li>- 부당한 고객유인(부당한 이익에 의한 고객유인·위계에 의한 고객유인·기타의 부당한 고객유인)</li> <li>- 거래강제(끼워팔기·사원판매·기타의 거래강제)</li> <li>- 거래상 지위의 남용(구입강제·이익제공강요·판매목표강제·불이익제공·경영간섭)</li> <li>- 구속조건부 거래(배타조건부거래·거래지역 또는 거래상대방의 제한)</li> <li>- 사업활동방해(기술의 부당이용·인력의 부당유인 및 채용·거래처이전 방해·기타의 사업활동방해)</li> <li>- 부당한 지원행위(부당한 자금지원·부당한 자산 및 상품 등 지원·부당한 인력지원·부당한 거래단계 추가)</li> </ul>

## 2) 안전지대(Safety Zone)의 설정

안전지대란 사업자의 시장점유율 등에 비추어 통상적으로 공정거래 저해성이 미미할 것으로 인정되는 경우(시장점유율이 10%미만인 경우, 시장점유율 산정이 사실상 불가능하거나 현저히 곤란한 경우에는 당해 업체의 연간매출액이 50억원 미만인 경우) 불공정거래행위의 외형에 해당하는 행위가 있다고 하더라도 공정거래 저해성이 없는 것으로 보아 공정거래위원회가 원칙적으로 심사절차를 개시하지 않는 '심사면제 대상'을 의미합니다(불공정거래행위 심사지침 Ⅲ. 2).

안전지대는 경쟁제한성 위주로 심사하는 불공정거래행위 유형인 '거래거절, 차별적취급, 경쟁사업자 배제, 구속조건부 거래 등에 적용되며, '부당한 고객유인행위, 거래강제 행위, 거래상지위 남용행위, 사업활동방해 행위 등'에는 안전지대가 적용되지 않습니다.

### 2.2 불공정거래행위의 유형

공정거래법은 시장지배적지위 남용행위 규제와는 별도로 일반 불공정거래행위를 금지하고 있습니다. 일반 불공정 거래행위의 유형은 다음의 표와 같이 나뉘어집니다. 이하에서는 유형별 불공정거래행위 중 주요 유형에 대하여 자세히 살펴보기로 합니다.

구별	불공정거래행위의 유형	
거래거절	공동의 거래거절	
	기타의 거래거절(단독의 거래거절)	
차별적 취급	가격차별	
	거래조건차별	
	계열회사를 위한 차별	
	집단적 차별	
경쟁사업자 배제	부당염매	계속적 부당염매
		일시적 부당염매
	부당고가매입	
부당한 고객유인	부당한 이익에 의한 고객유인	
	위계에 의한 고객유인	
	기타의 부당한 고객유인(거래방해에 의한 고객유인)	
거래강제	끼워팔기	
	사원판매	
	기타의 거래강제	
거래상 지위의 남용	구입강제	
	이익제공강요	
	판매목표강제	
	불이익제공	
	경영간섭	
구속조건부거래	배타조건부거래	

구별	불공정거래행위의 유형
	거래지역 또는 거래상대방의 제한
사업활동 방해	기술의 부당이용
	인력의 부당유인 채용
	거래처 이전 방해
	기타의 사업활동방해
부당한 지원행위	부당한 자금지원
	부당한 자산, 상품 등 지원
	부당한 인력지원
	부당한 거래단계 추가

### 2.3 위반시 제재 조치

사업자가 일반불공정거래행위를 행한 경우 제재 조치는 크게 행정, 민사, 형사적 제재로 분류할 수 있습니다.

구분	위반시 제재 조치
행정적 제재	불공정거래행위의 중지, 재발방지를 위한 조치, 계약조항의 삭제, 시정명령을 받은 사실의 공표 및 시정을 위해 필요한 조치(공정거래법 제49조)
	부당지원행위를 제외한 일반 불공정거래행위를 행한 경우 공정거래위원회는 해당 사업자에 대하여 관련 매출액에 100분의 4를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과(단, 매출액이 없는 경우 등에는 10억 원을 초과하지 않는 범위 안에서 과징금 부과, 공정거래법 제50조 제1항)
	부당지원행위와 부당지원행위를 받는 행위에 대해서는 해당 사업자의 직전 3개 사업연도의 평균매출액에 100분의 10을 곱한 금액을 초과하지 않는 범위 안에서 과징금 부과(단, 매출액이 없는 경우 등에는 40억을 초과하지 않는 범위에서 과징금 부과, 공정거래법 제50조 제2항)
민사적 제재	'일반 불공정거래행위를 행한 사업자는 해당 행위로 인하여 피해를 입은 자'에 대하여 손해배상 책임을 짐(단, 사업자가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 그 책임을 면할 수 있음, 공정거래법 제109조)

구분	위반시 제재 조치
형사적 제재	공정거래위원회의 고발에 의해 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있음(단, 거래거절, 차별취급, 경쟁사업자배제, 구속조건부거래 위반행위는 제외됨, 공정거래법 제125조 제4호)
	시정조치 등에 응하지 않은 경우 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만 원 이하의 벌금에 처할 수 있음(공정거래법 제125조 제1호)

## 2.4 면책 및 보상제도

### 1) 신고자에 대한 면책 제도

부당공동행위에 참여한 기업이 그 사실을 자진 신고하거나 조사에 협조하는 경우, 시정조치나 과징금 등 제재의 수준이 감면·감경될 수 있습니다.

구분		과징금	시정 조치
조사개시 이전	최초 신고자	필수적 면제	필수적 면제
	2번째 신고자	필수적 50% 감경	임의적 감경
조사개시 이후	최초 조사협조자	필수적 면제	필수적 감경·면제
	2번째 조사협조자	필수적 50% 감경	임의적 감경

### 2) 신고포상금 제도

- 부당한 공동행위를 신고 또는 제보한 참가사업자 이외의 '제3자'에 대하여는 포상금이 지급됩니다.
- 제3자의 범위: 공동행위에 참가하지 않은 사업자, 참가사업자의 내부직원이나 퇴직 임직원 또는 일반인 등
- 포상금액: 최고 30억원
- 불공정거래행위 중 부당한 지원행위의 경우에도 신고자에게 포상금(최고 10억원)이 지급될 수 있습니다.

## 제3절 불공정거래행위 규제 [총무, 구매, 리테일]

### 1. 거래 거절

#### 1.1 개요 : 거래거절의 정의

부당하게 거래를 거절하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 말합니다. (공정거래법 제45조 제1항 제1호). 이러한 행위는 불공정거래행위에 해당합니다.

거래거절에는 공급거절, 구입거절, 거래개시의 거절, 거래계속의 거절이 포함됩니다. 또한 거래상대방에게 현저히 불리한 거래조건을 제시하거나 거래하는 상품, 용역의 수량 또는 내용을 현저히 제한하여 사실상 거래를 거절하는 행위도 포함됩니다.

다만, 거래거절의 상대방은 특정사업자입니다. 따라서 자신의 생산 또는 판매정책상 합리적 기준을 설정하여 그 기준에 맞지 않는 불특정다수의 사업자와 거래를 거절하는 행위는 원칙적으로 대상이 되지 않습니다.

#### 1.2 위법한 행위 유형

- 1) 부당하게 특정사업자에 대하여 계속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위는 금지되며, 계약갱신거절행위도 거래거절의 행위 유형으로써 금지됩니다.  
예외 : 다만 계약기간이 만료된 경우에는 거래 중단에 해당하지 않습니다.

#### 2) 금지되는 부당한 거래거절에 해당하는 경우

- 합리적 이유 없이 거래거절이 행해지고 그 결과 당해 시장에서 사업자의 사업활동이 곤란하게 되고 경쟁의 정도가 실질적으로 감소되는 경우
- 자기 또는 자기와 밀접한 관계에 있는 사업자와 독점적으로 거래하는 사업자와는 거래하면서 경쟁사업자와도 거래하는 사업자에 대하여는 합리적 이유 없이 거래를 중단하거나 제한함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- 합리적 이유 없이 자기로부터 원재료를 공급받는 판매업자나 대리점에게 후방시장에서 자기와 경쟁관계에 있는 사업자에 대해 원재료공급을 거절하게 함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- 자신이 활동하는 시장에 새로이 진입하고자 하는 특정사업자에 대하여 합리적 이유 없이 원재료 공급을 중단하거나 중단하도록 강요함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- 자기가 공급하는 원재료를 사용하여 완성품을 제조하는 자기와 밀접한 관계가 있는 사업자의 경쟁자를 당해 완성품시장에서 배제하기 위해, 당해 경쟁자에 대하여 종래 공급하고 있던 원재료의 공급을 중단하는 행위
- 합리적 이유 없이 원재료 제조업자가 자신의 시장지위를 유지, 강화하기 위하여 원 재료를 직접 생산, 조달하려는 완성품 제조업자에 대해 원재료 공급을 거절하는 행위
- 합리적 이유 없이 할인점이나 온라인 판매업자 등 특정한 유형의 판매업자에 대하여 거래를 거절함으로써 거래거절을 당한 사업자가 오프라인 판매업자 등에

- 비해 경쟁상 열위에 처하게 되는 경우
- 자기와 거래하기 위해서는 자기가 지정하는 사업자의 물품, 용역을 구입할 것을 의무화하고 그에 응하지 않음을 이유로 거래개시를 거절함으로써 당해 물품, 용역 시장에서의 경쟁에 영향을 미치는 경우

**다음은 법 위반이 아닙니다.**

- 생산 또는 재고물량 부족으로 인해 거래상대방이 필요로 하는 물량을 공급할 수 없는 경우
- 거래상대방의 부도 등 신용결함, 명백한 귀책사유, 자신의 도산위험 등 불가피한 사유가 있고 거래거절 이외에 다른 대응방법으로 대처함이 곤란한 경우
- 당해 거래거절로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁 제한효과를 현저히 상회하는 경우
- 단독의 거래거절에 기타 합리적인 이유가 있다고 인정되는 경우

**<합리적인 이유가 있는 경우>**

- 타 회사에게 무담보거래 및 외상기일 연장 특혜를 제공하다가 그 외상대금의 증대에 따른 채권확보대책의 일환으로 종전의 특혜를 배제하고 담보제공 요구나 공급물량감축 및 외상기일 단축 등을 통한 외상대금감축 등의 조치
- 거래를 중단하고 채권을 회수함으로써 손해가 확대되는 것을 방지하기 위한 조치
- 가맹사업자의 지정된 상품이 아닌 상품의 비치, 판매와 허위인터뷰를 이유로 계약을 해지한 경우

**1.3 최신 사례**

**1) 서울고등법원 2019. 10. 2. 선고 2018누76721 판결**

스크린골프 가맹점을 운영하는 A사가 실질적인 영업지역 보호 등을 위하여 가맹전용 상품을 출시하고, 이를 가맹점사업자에게만 공급하고 비가맹점사업자에게는 공급하지 않은 행위가 거래조건 차별, 거래거절에 해당하는지 문제된 사안

A사는 가맹계약 체결 여부에 따라 가맹전용상품의 공급여부를 결정하는 것은 가맹본부로서의 의무를 이행한 것의 일환인 점, 가맹계약을 체결하지 않은 모든 사업자에 대하여 가맹 전용 상품을 공급하지 않는 행위는 불특정 사업자에 대한 것인 점 등을 살펴보면 A의 행위는 거래거절에 해당하지 않는다고 판단함

**2) 공정거래위원회 의결 제2020-252호. 2020. 8. 24.**

각 시·도 교육청이 발주하는 업무용 표준오피스 소프트웨어 연간사용권 구매입찰에서 B사는 자신의 업무용 표준오피스 소프트웨어 연간사용권을 공급받아야만 입찰계약을 이행할 수 있는 거래상대방에 대하여 공급자증명원 등 관련 서류의 발급을 거절하는 행위를 한 것이 문제된 사안

공정거래위원회는 거래상대방이 입찰에 탈락하여 교육청이 발주하는 업무용 소프트웨어 라이선스 입찰 시장에 진입할 기회를 상실하였으며, 거래상대방은 B사 이외에는 대체거래선이 존재하지 않았으므로 B사의 행위가 경쟁제한 효과 발생의 직접적인 원인이 되어, 공급자증명원 발급거부 행위에 합리적인 사유가 있다고 보기 어려우므로 부당한 거래거절에 해당한다고 판단하여 시정명령 조치함

#### 1.4 질의 응답

**문1 :** 협력업체가 계약해지 사유에 해당하는 계약조건을 위반하였을 경우 계약해지의 위법 여부?

**답 :** 협력업체가 계약해지 사유에 해당하는 계약내용을 위반했을 경우 위법하지 않음. 단, 계약해지 사유에 해당하는 내용이 공정하게 합의로 작성되었고 그 내용이 합리적이어야 함.

**문2 :** 당사의 판매부진을 이유로 협력업체와 거래를 중단(조기단산)해야 할 경우 합법적인 절차는 무엇인가?

**답 :** 협력업체에 피해가 없도록 충분한 기간(6개월 전 경고성 문서 발송, 3개월 전 정식 거래중단 알림 문서 발송)을 두고 사전통보를 해야 하며, 거래중단으로 인해 발생하는 협력업체의 손해는 상호 협의를 통해 합리적으로 결정하여 보상해 주어야 함.

#### 1.5 업무 Check List

- 1) 거래거절에 대한 정당한 이유가 있는가?
- 2) 거래거절의 상대방에 대하여 그 이유를 정확히 전달하였는가?
- 3) 단독으로 자기와 거래하기 위해서 자신이 지정하는 사업자의 물품, 용역을 구입할 것을 의무화하고 이에 응하지 않는다는 이유로 거래개시를 거절하지 않았는가?
- 4) 경쟁관계에 있는 다른 사업자와 공동으로 계속적인 거래관계에 있는 특정 사업자에 대한 거래를 중단하거나 거래하는 상품이나 용역의 수량 및 내용을 현저히 제한하지 않는가?
- 5) 자기 또는 자기와 밀접한 관계에 있는 사업자와 독점적으로 거래하는 사업자와는 거래를 하면서 경쟁사업자와도 거래하는 사업자에 대해서는 거래를 중단하거나 제한하지 않는가?
- 6) 자기의 상품과 경쟁사업자의 상품을 모두 취급하는 거래 상대방에게 경쟁사업자의 상품을 취급하지 않을 것을 요구하는 등 부당한 요구를 하고 거래상대방이 이를 지키지 않았음을 이유로 거래를 일방적으로 종료하지 않는가?

## 2. 거래 강제

## 2.1 개요 : 거래강제의 정의

거래강제란 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 강제하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 말합니다(법 제45조 제1항 제5호).

거래강제의 유형으로 '끼워팔기', '사원판매' 및 '기타의 거래강제'가 있습니다.

### 왜 금지되나요?

사업자가 거래상대방 또는 자사 직원 등으로 하여금 본인의 의사에 반하여 자기 또는 자기가 지정하는 자의 상품 또는 용역을 구입(판매)하도록 강제하는 행위는 시장에서의 지위를 이용하여 고객을 확보하는 행위로서, 불합리한 수단으로 시장지배력의 확장을 도모하며 소비자의 자율적 선택권을 제약하므로 금지됩니다.

## 2.2 위법한 행위 유형

### 1) 끼워팔기

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

#### 다음의 행위는 금지됩니다.

- 장례식장 등을 운영하는 사업자가 용역거래시 거래상대방이 자신과 거래할 수밖에 없는 실정임을 이용하여 부대물품이나 부대서비스의 이용을 강제하는 행위
- 인기 있는 상품 또는 용역을 판매하면서 인기 없는 것을 함께 구입하도록 하거나, 신제품을 판매하면서 구제품이나 재고품을 함께 구입하도록 강제하는 행위
- 고가의 기계나 장비를 판매하면서 합리적 이유 없이 인과관계가 떨어지는 유지, 보수, 서비스(유료)를 자기로부터 제공받도록 강제하는 행위
- 특허 등 지적재산권자가 라이선스 계약을 체결하면서 다른 상품이나 용역의 구입을 강제하는 행위
- 합리적 이유 없이 자기와 거래하기 위해서는 자기가 지정하는 사업자의 물품, 용역 등을 구입하도록 의무화하는 행위

#### 다음은 범위반이 아닙니다.

- 어떠한 상품에 부수하여 다른 상품을 파는 것이 그 상품의 성질상 불가피한 경우  
예 : 렌터카와 보험, 프린터와 잉크
- 당해 상품시장에서 그러한 통합판매행위가 널리 행해져서 그러한 행위가 정상적인 상 관행으로 정착하였다고 볼 수 있는 경우
- 두 상품 또는 용역을 따로 공급하는 것이 기술적으로 매우 곤란하거나 상당한 비용을 요하는 두 상품을 끼워 파는 경우

### 2) 사원판매

부당하게 자기 또는 계열회사의 임직원으로 하여금 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위는 금지됩니다.

사원판매는 자기 또는 계열회사의 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위가 대상이 되므로 판매영업을 담당하는 임직원에게 판매를 강요하는 행위는 원칙적으로 적용되지 않습니다.

**다음의 행위는 금지됩니다.**

- 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역을 임직원에게 일정 수량을 할당하면서 판매실적을 체계적으로 관리하거나 대금을 임금에서 공제하는 행위
- 비영업직 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역의 판매에 관한 판매 목표를 설정하고, 미달성시 인사상의 불이익을 가하는 행위
- 비영업직 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역의 판매에 관한 판매 목표를 설정하고 최고경영자 또는 영업담당 이사에게 주기적으로 그 실적을 보고하고 공식적 통계를 통해 판매를 독려하는 경우
- 자신의 계열회사에게 자신이 생산하는 상품 또는 용역의 일정량을 판매하도록 할당하고 당해 계열회사는 임직원에게 협력업체에 대해 판매할 것을 강요하는 행위

**3) 기타의 거래강제**

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

**다음의 행위는 금지됩니다.**

- 사업자가 자신의 계열회사의 협력업체에 대해 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 판매 목표량을 제시하고 이를 달성하지 않을 경우 계열회사와의 거래물량 축소 등 불이익을 가하겠다고 하여 판매 목표량 달성을 강제하는 행위
- 사업자가 자신의 협력업체에 대해 자신의 상품 판매 실적이 부진할 경우 협력업체에서 탈락시킬 것임을 고지하여 사실상 상품판매를 강요하는 행위

**2.3 최신 사례**

**1) 공정거래위원회 의결 제 2023-048호**

- A전자 회사는 2013년부터 2021년까지 자기가 판매하고 있는 제품의 매출증대, 부진재고 해소 등 경영실적을 개선할 목적 하에 주기적으로 자기의 임직원들에게 자기가 지정한 제품들에 대한 사원판매를 실시하였으며, 이를 위해 판매 목표를 할당, 중간현황 비교·점검, 실적의 인사평가 반영 예고 및 실행, 상품의 강제할당 등 강제적인 방식을 활용함
- 공정거래위원회는 A전자의 행위가 소속임직원들에게 고용관계성 우월한 지위를 이용하여 자기의 제품을 구매 또는 판매하도록 강제한 것은 불공정 경쟁수단에 해당하며, 소비자들의 구매 선택의 자유를 침해하는 것으로 소비자 후생을 저해할 가능성이 커 불공정 경쟁수단에 해당하는 반면, A전자의 행위는 매출증대를 목적으로 자신 또는 계열회사 소속 임직원들에게 구매 또는 판매를 강제한 것으로 이러한 행위로 인해 효율성이 증대되었거나 소비자후생이

증대되었다고 보기 어렵고 재무구조 등을 볼 때 부도발생 우려 등으로 인한 불가피한 판매 활동이었다고 볼 수도 없으므로 합리성이 있다고 볼 수 없어 공정거래법 제23조 제1항 제3호 후단에서 금지하는 '사원판매행위'에 해당하여 위법하다고 판단함.

- 공정거래위원회는 A전자에 대하여 시정조치 및 과징금 1,000만 원을 납부하도록 함

## 2) 서울고등법원 2016. 11. 30. 선고 2016누44744판결

- B방송사는 수능시험 관련 교육방송을 하면서 교재를 수능시험과 연계시킨다는 정부 정책으로 획득한 고3 참고서 시장의 독점력을 이용하여 총판 평가 지표를 설정해 잘 팔리지 않는 수능 비연계 교재의 판매 실적에 대해 수능 연계 교재의 최대 5배 정도의 점수를 배정하고, 평가 점수가 저조하면 총판계약을 종료하는 불이익을 주는 것은 물론, 총판별로 판매지역을 설정한 후 다른 지역에 교재를 공급하는 총판에 대해서는 경고하거나 경위서를 징구하는 등 강제수단을 통해 거래 지역을 제한함, 이에 대하여 공정거래위원회는 B방송사가 총판 간의 경쟁을 차단하고, 서점들이 소비자에 대한 가격 할인이나 원활한 교재 공급, 서비스 품질 제고 등 판매 노력을 할 유인을 없애는 불공정 행위를 하였다고 규정하고 시정명령 및 과징금을 부과하였음(공정거래위원회 의결 제2016-024호)
- B방송사는 공정거래위원회의 시정명령 및 과징금납부 명령을 취소할 것을 청구하였으나, 법원은 B의 행위가 거래강제에 해당함을 인정함

## 3) 공정거래위원회 의결 제2013029호

- C호텔앤리조트 회사는 2009년 3월부터 2012년 8월까지 자신이 운영하는 6개 콘도의 회원들을 대상으로 객실 이용 시 조식이 무료라고 안내하였지만, 실제로는 3년여간 조식쿠폰비용을 객실요금에 반영하여 약 120억원 규모의 쿠폰을 판매하면서 무료제공을 이유로 환불해주지 않는 방법으로 조식쿠폰 의무 구입을 강제함
- 이에 대하여 공정거래위원회는 객실을 이용하고자 하는 콘도회원들에게 객실이용권과는 별개의 상품인 조식권을 의무적으로 구입하도록 하고, 조식요금을 제외한 요금으로 객실을 예약·이용하지 못하도록 한 행위는 콘도 회원들의 자율적인 선택권을 침해하는 행위로서, 시정명령 및 과징금 4,800만 원을 부과함

## 2.4 업무 Check List

- 1) 회사 또는 계열회사의 협력업체인 거래상대방과 거래를 개시함에 있어서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 불리한 거래조건을 제시하고 이를 충족시키지 못할 경우 거래물량을 축소하거나 협력업체에서 탈락시킬 것을 고지하는 등 불이익을 제공하지 않는가?
- 2) 거래상대방에게 신제품을 판매하면서 구제품이나 재고품을 함께 구입하도록 계약내용을 변경하거나 그러한 구입을 강요하지 않는가?

- 3) 소비자 선호도가 높은 인기제품에 우리회사 또는 계열회사의 다른 제품을 강제로 끼워 구입하도록 하면서 이럴 거절하면 인기 제품의 공급을 거절하거나 물량을 축소하지는 않았는가?
- 4) 회사 또는 계열회사의 상품, 용역을 임직원에게 일정 수량을 할당하면서 판매실적을 관리하지는 않았는가?

### 3. 거래상지위 남용

#### 3.1 개요 : 거래상지위의 남용행위

자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 말합니다(공정거래법 제45조 제1항 제6호).

#### 거래상 지위남용은 왜 금지되나요?

현실의 거래에서 사업자가 거래상 우월적 지위가 있음을 이용하여 열등한 지위에 있는 거래상대방에 대해 일방적으로 물품 구입강제 등 각종 불이익을 부과하거나 경영에 간섭하는 것은 경제적 약자를 착취하는 행위로서 거래상대방의 자생적 발전기반을 저해하고 공정한 거래기반을 침해하므로 금지됩니다.

#### 1) 거래상 지위 여부

- 계속적인 거래 관계의 존재  
계속적 거래를 하는 경우 통상 특화된 자본설비, 인적자원, 기술 등에 대한 투자가 이루어지는 '고착화 현상'이 발생하였는지 여부를 중점적으로 검토하여 판단합니다.
- 일방의 타방에 대한 거래의존도가 상당거래의존도는 일방 사업자의 전체 매출액에서 타방 사업자에 대한 매출이 차지하는 비중을 중심으로 검토하여 판단합니다.

#### 2) 위법성 판단 기준

사업자가 거래상대방에 대해 거래상지위를 가지고 있는지 여부, 거래내용의 공정성을 침해하는지 여부, 합리성이 있는 행위인지 여부를 종합적으로 고려하여 판단합니다.

#### 3) 거래 내용의 공정성 여부

당해 행위를 한 목적, 거래상대방의 예측가능성, 당해업종에서의 통상적인 거래관행, 관련법령 등을 종합적으로 고려하여 판단합니다.

#### 4) 합리성이 있는 행위인지 여부

당해 행위로 인한 효율성 증대 효과나 소비자후생 증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래 저해 효과를 현저히 상회하는지 여부, 기타 합리적인 사유가 있는 여부 등을 종합적으로 고려하여 판단합니다.

### 3.2 거래상 지위남용 유형

#### 1) 구입강제

거래상 지위를 가지고 있는 사업자가 거래상대방에게 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위는 금지됩니다.

여기서 “거래상 지위를 가지고 있는 사업자랑” 거래상대방의 입장에서 사업자가 상품 또는 서비스의 구입을 요청할 경우 원치 않더라도 이를 받아들일 수밖에 없는지를 기준으로 판단합니다.

대표적으로 아래 각호의 경우는 거래상 지위가 인정됩니다.

- (1) 본사와 협력 업체 또는 대리점 - 본사
- (2) 대형소매점(유통점)과 입점 업체 - 대형소매점
- (3) 거래상대방인 판매업자가 특정 사업자가 공급하는 유명 상표품을 갖추는 것이 사업운영에 극히 중요한 경우 특정사업자와 판매업자간 거래관계 - 특정사업자(유명상표 품 공급자)
- (4) 제조업자 또는 판매업자가 사업활동에 필요한 원재료나 부품을 특정 사업자로부터 공급받아야 하는 경우 특정사업자와 제조 또는 판매업자간 거래관계 - 특정사업자(원재료나 부품 공급자)
- (5) 특정사업자와 거래가 장기간 계속되고, 거래관계 유지에 대규모 투자가 소요됨으로써 거래상대방이 거래처를 전환할 경우 설비전환이 곤란하게 되는 등 막대한 피해가 우려되는 경우(특정사업자)

그리고 “거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역”이란 회사가 공급하는 상품이나 서비스 뿐만 아니라 회사가 지정하는 업체가 공급하는 상품이나 서비스도 포함됩니다. 또한 “구입하도록 강제하는 행위”에는 상대방에게 구입하도록 직접적으로 강제하는 것뿐만 아니라 상대방이 구입하지 않을 수 없는 객관적인 상황을 만들어 내는 것도 포함합니다.

#### 다음의 행위는 금지됩니다

- 합리적 이유 없이 신제품을 출시하면서 대리점에게 재고품 구입을 강요하는 행위
- 합리적 이유 없이 계속적 거래관계에 있는 판매업자에게 주문하지도 않은 상품을 임의로 공급하고 반품을 허용하지 않는 행위
- 합리적 이유 없이 자신과 지속적 거래관계에 있는 사업자에 대해 자기가 지정하는 사업자의 물품, 서비스를 구입할 것을 강요하는 행위
- 합리적 이유 없이 도, 소매업자나 대리점에게 과다한 물량을 할당하고 이를 거부하거나 소화하지 못하는 경우 할당량을 도, 소매업자나 대리점이 구입한 것으로 회계 처리하는 행위

예를 들어 가맹본부(또는 대리점 본사)가 가맹점주(대리점주)의 판매상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정한 자로부터 공급받도록 하거나 그 공급상대방의 변경을 제한하는 행위가 “가맹사업(또는 대리점사업)의 목적과 계약의 내용,

가맹사업(또는 대리점사업)의 대상인 상품과 공급상대방이 제한된 상품과의 관계, 상품의 이미지와 품질을 관리하기 위한 기술관리, 표준관리, 유통관리의 필요성 등에 비추어 가맹점주(대리점주)에게 품질기준만을 제시하고 임의로 구입하도록 하여서는 가맹사업(대리점사업)의 통일적 이미지와 상품의 동일한 품질을 유지하는데 지장이 없는 경우에는 금지되는 구입강제행위에 해당됩니다.

- **최신 사례**

**[사례1 - A의 거래상지위 남용행위 건]**

A는 가맹사업을 진행하면서 가맹점주들에게 가맹점에 설치할 점포의 실내외장식 등의 설비를 A또는 A가 지정한 업체로부터만 구입, 설치하도록 하였는데, 실내외장식 등의 설비는 A가 품질기준을 제시하고 가맹점주가 자유롭게 구매한다고 하더라도 그 용도나 기능에 지장이 있지 않기 때문에 이는 구매강제행위에 해당합니다.

(다만 A가 가맹점주에게 주방기기를 특정업체로부터만 구입하도록 한 것과 인테리어공사를 A가 지정한 업체에게만 의뢰하도록 한 행위는 가맹사업의 목적달성에 필요한 범위 내의 통제이므로 구입강제행위에 해당하지 않습니다.)

**[사례2 B유업의 구입강제 사건]**

B유업은 2007년부터 2013년 5월까지 1,849개 대리점 전반에 걸쳐 유통기한 임박제품, 대리점이 주문하지 않거나 취급하지 않는 제품 등을 강제할당, 임의공급 방식으로 구입을 강요하였습니다.

이에 대하여 공정거래위원회는 구입강제에 해당한다고 판단, 시정명령 및 과징금(약 120억)을 부과하고 주요 임직원을 형사고발 하였습니다.

이후 서울 고등법원은 판결을 통해 구입강제 행위는 인정하였으나, 과징금 산정이 과다하다고 보아 취소판결을 내렸고, 최종적으로 공정거래위원회는 과징금 5억원을 부과하였습니다.

**2) 이익제공 강요**

거래상대방에게 자기를 위하여 금전, 물품, 용역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위를 말합니다. 이익제공강요에는 거래상대방에게 경제상 이익을 제공하도록 적극적으로 요구하는 행위 뿐만 아니라 자신이 부담하여야 할 비용을 거래 상대방에게 전가하여 소극적으로 경제적 이익을 누리는 행위도 포함됩니다.

이익제공을 강요했는지는 아래 경우로 판단하지만, 사업자가 실제로 이익을 제공받지 않았더라도 이익제공 강요행위에 해당할 수 있습니다.

- (1) 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지는지
- (2) 당해 행위를 한 의도 및 목적, 거래상대방의 예측가능성, 업계의 통상적 거래 관행, 이익제공의 성격 등에 비추어 부당한지를 기준으로 판단

다만 당초 계약서에 이익제공의무가 규정되어 있거나 상대방이 충분히 예측가능한 경우에는 부당성이 낮은 것으로 볼 수 있습니다.

**다음의 행위는 금지됩니다.**

- 합리적 이유 없이 수요측면에서 지배력을 갖는 사업자가 자신이 구입하는 물량의 일정 비율만큼을 무상으로 제공하도록 요구하는 행위
- 합리적 이유 없이 사업자가 상품(원재료 포함) 또는 용역 공급업체에 대해 거래와 무관한 기부금 또는 협찬금이나 기타 금품, 향응 등을 요구하는 행위
- 합리적인 이유 없이 회원권 시설운영업자가 회원권 양도양수와 관련하여 실비보다 과한 명의개서료를 징수하는 행위
- 합리적 이유 없이 대형소매점 사업자가 수수료매장의 입점 업자에 대해 계약서에 규정되지 아니한 입점비, POS사용료 등 비용을 부담시키는 행위

- **최신 사례**

**[판촉비용을 대리점에게 부담시킨 A자동차 본사 사건-공정위 의결 제2023-096호(2023. 7. 3.)]**

미국에 본사를 둔 자동차회사의 자회사인 A회사는 2016년부터 2018년까지 낮은 시장점유율 제고, 재고관리비 부담 완화 등을 위해 매월 차량의 판촉행사를 실시하면서 대리점과의 협의 없이 판촉 행사 비용(권장소비자가격 대비 5%초과)을 대리점에게 부담시켰음

공정거래위원회는 의결로써, 위와 같은 A회사의 행위를 '대리점에게 자기를 위하여 경제상 이익을 제공하도록 강요'한 것으로서 거래상지위의 남용행위 중 이익제공 강요에 해당한다고 보아 시정명령 및 2억 6,500만 원의 과징금을 부과함(다만, 대리점법이 시행된 이후의 행위에 대하여는 대리점법을 적용함)

**3) 판매목표강제**

자기가 공급하는 상품 또는 용역과 관련하여 거래상대방의 거래에 관한 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위를 말합니다.

“목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위”에는 상대방이 목표를 달성하지 않을 수 없는 객관적인 상황을 만들어 내거나 사업자가 일방적으로 상대방에게 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 경우 뿐만 아니라 사업자와 상대방의 의사가 합치된 계약의 형식으로 목표가 설정되는 경우도 포함합니다.

판매목표 달성을 “강제”하기 위한 수단에는 제한이 없으며, 목표가 과다한 수준이 아니고, 실제 상대방이 목표를 달성하였더라도 강제성이 인정될 수 있으며, 목표 불이행시 실제로 제재하지 않았더라도 강제하는 행위에 해당됩니다.

**◆ 주의**

- **강제성이 인정되는 행위** : 거래상대방이 목표를 달성하지 못했을 경우 대리점 계약의 해지나 판매수수료의 미지급 등 불이익이 부과되는 경우에는 강제성이 인정됩니다.

- **강제성이 인정되지 않는 행위** : 목표 달성 시 장려금을 지급하는 등 자발적인 협력을 위한 수단으로 판매목표가 사용되는 경우에는 강제성이 인정되지 않습니다. 다만, 판매장려금이 정상적인 유통마진을 대체하는 효과가 있어서 사실상 판매목표를 강제하는 효과를 갖는 경우에는 강제성이 인정되는 것을 주의하여야 합니다.

**다음의 행위는 금지됩니다.**

- 자기가 공급하는 상품을 판매하는 사업자 및 대리점에 대하여 판매목표를 설정하고 미달성시 공급을 중단하는 등의 제재를 가하는 행위
- 자기가 공급하는 용역을 제공하는 사업자 및 대리점에 대하여 회원이나 가입자의 수를 할당하고 이를 달성하지 못할 경우 대리점 계약의 해지나 수수료 지급의 중단 등의 제재를 가하는 행위
- 대리점이 판매 목표량을 달성하지 못하였을 경우 반품조건부 거래임에도 불구하고 반품하지 못하게 하고 대리점이 제품을 인수한 것으로 회계처리하여 추후 대금지급시 공제하는 행위
- 대리점이 판매 목표량을 달성하지 못하였을 경우 본사에서 대리점을 대신하여 강제로 미판매 물량을 덤핑 판매한 수 발생손실을 대리점의 부담으로 하는 행위
- 거래상대방의 판매량이 목표에 미달되는 경우에는 목표를 달성하는 경우에 비해 낮은 단가를 적용함으로써 불이익을 주는 행위

**- 최신 사례**

[대법원 2011. 5. 13.선고 2009두24108 판결협력업체들에 대한 판매목표 강제 사례]

A사는 종합유선방송사업자로 케이블방송 등의 설치, 관리 및 유지 등의 업무를 위탁한 협력업체들에 대하여 영업목표를 설정하고 달성여부를 평가하여 수수료를 감액하거나 위탁계약을 해지할 수 있도록 함

이 사건에서 A사는 영업수수료 산정방식이 차등적, 누적적 인센티브제로서 합리적인 영업촉진수단의 범주에 속한다고 주장하였음

이에 대하여 대법원은 '판매목표강제'에 있어서 '목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위'에는 상대방이 목표를 달성하지 않을 수 없는 객관적인 상황을 만들어 내는 것을 포함하고, 사업자가 일방적으로 상대방에게 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 경우 뿐만 아니라 사업자와 상대방의 의사가 합치된 계약의 형식으로 목표가 설정되는 경우도 포함한다는 전제하에, A의 행위가 거래상지위 남용 중 판매목표 강제에 해당한다고 판단함

**4) 불이익제공**

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

거래조건에는 각종의 구속사항, 저가매입 또는 고가판매, 가격(수수료 등 포함) 조건, 대금지급방법 및 시기, 반품, 제품검사방법, 계약해지조건 등 모든 조건이 포함됩니다.

불이익제공은 적극적으로 거래상대방에게 불이익이 되는 행위를 하는 것뿐만 아니라 소극적으로 자기가 부담해야 할 비용이나 책임 등을 이행하지 않는 부작위에 의해서도 성립할 수 있습니다.

#### - 불이익 제공행위

- (1) 설계용역비를 늦게 지급하고 이에 대한 지연이자를 장기간 지급하지 않아 거래상대방이 사실상 수령을 포기하도록 한 행위
- (2) 하자보수 보증금률을 계약 금액의 2%로 약정하였으나, 준공검사 시 일방적으로 20%로 상향 조정하여 징구한 행위
- (3) 반품조건부로 공급한 상품의 반품을 받아주지 아니하여 거래상대방이 사실상 반품을 포기한 경우
- (4) 사업자가 자기의 귀책사유로 이행지체가 발생한 경우에도 상당기간 지연이자를 지급하지 않아 거래상대방이 사실상 수령을 포기한 경우
- (5) 합리적 이유 없이 사업자가 물가변동으로 인한 공사비 인상요인을 인정하지 않거나 자신의 책임으로 인해 추가로 발생한 비용을 지급하지 않는 행위
- (6) 자신의 거래상 지위가 있음을 이용하여 거래상대방에 대해 합리적 이유 없이 거래거절을 하여 불이익을 주는 행위

#### **다음의 행위는 금지됩니다.**

- 자기가 공급하는 상품을 판매하는 사업자 및 대리점에 대하여 판매목표를 설정하고 미달성시 공급을 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하는 행위
- 계약서 내용에 관한 해석이 일치하지 않을 경우 "갑"의 일방적인 해석에 따라야 한다는 조건을 설정하고 거래하는 행위
- 원가계산상의 착오로 인한 경우 '갑'이 해당 계약금액을 무조건 환수 또는 감액할 수 있다는 조건을 설정하고 거래하는 행위
- 계약 유효기간 중에 정상적인 거래관행에 비추어 부당한 거래조건을 추가한 새로운 대리점 계약을 일방적으로 체결한 행위
- 계약서상에 외부기관으로부터 계약단가가 고가라는 지적이 있을 경우 거래상대방이 무조건 책임을 지도록 한다는 조건을 설정하고 거래하는 행위
- 계약서에 규정되어 있는 수수료율, 지급대가 수준 등을 일방적으로 거래상대방에게 불리하게 변경하는 행위
- 계약기간 중에 자기의 점포 장기임차인에게 광고선전비의 부과기준을 일방적으로 상향조정한 행위

#### **<불이익 제공에 해당하는 사례>**

대리점 계약을 체결함에 있어서 거래상대방에게 계약기간 종료 후 일정기간 동안

경쟁상품을 생산, 판매하지 못하도록 하는 조건을 설정한 행위

불리한 납품기한의 설정, 계약의 일방적 해제, 거래상대방의 귀책사유가 아닌 납기지체 일수에 대해서 지체 상금을 부과한 행위

- 최신 사례

**[사례1 온라인 오픈마켓 운영사 A의 불이익제공 행위]**

온라인에서 오픈마켓을 운영하는 A사가 제조사로부터 공식판매 인증을 받지 않고 자기가 운영하는 오픈마켓에서 상품을 판매하는 판매자의 상품에 대하여 할인서비스 제공을 중단하거나 제한하는 방식으로 거래상대방에게 불이익을 제공하였는지 여부가 문제됨

공정거래위원회는 자신과의 거래규모가 큰 거래상대방인 B를 위하여 B의 경쟁 입점 업체에 대하여 제조사로부터 공식판매 인증을 받지 않았음을 이유로 일방적으로 할인서비스 제공을 중단하였고, 이를 입점 업체에 알리지 않았으며, 해당 입점 업체의 신뢰도나 상품에 문제가 있는지 여부 등에 대한 확인 없이 B의 요청에 의하여 할인서비스 제공을 중단한 것으로서, A사가 입점 업체에 대해 거래상지위가 있는 사업자로서 입점 업체에게 부당하게 불이익을 제공한 거래상지위 남용행위에 해당한다고 판단하였음(B사의 경우 다른 사업자로 하여금 거래상지위 남용행위를 하도록 한 행위에 해당)

이에 공정거래위원회는 시정명령과 과징금 1,500만 원을 부과함(공정거래위원회 약식2023-051. 2023. 6. 30.)

**[사례2 C전자의 불이익 제공행위]**

C전자는 2008년 6월부터 2013년 12월까지 자신의 빌트인 가전제품을 건설사를 상대로 알선·중개하는 영업전문점에게 빌트인 가전제품을 구매한 건설사의 대금지급에 대하여 연대보증을 강요하였을 뿐만 아니라, 연대보증실적을 영업전문점의 실적평가에 반영하고, 영업전문점이 이를 거부할 경우 알선수수료의 1/2를 지급하지 않고 지정된 영업대상 건설사를 환수하여 타전문점으로 이관하였음

공정거래위원회는 C전자의 행위를 거래상지위남용 중 불이익 제공 행위에 해당한다고 보아 행위중지명령 및 과징금 18억 6,500만원을 부과함 (공정거래위원회 의결 제2014-069호. 2014. 4. 3.)

**5) 경영간섭**

임직원을 선임, 해임함에 있어서 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목, 시설규모, 생산량, 거래내용을 제한함으로써 경영활동을 간섭하는 행위를 말합니다. 합리적 이유 없이 대리점의 거래처 또는 판매내역 등을

조사하거나 제품 광고 시 자기와 사전 합의하도록 요구하는 행위를 예로 들 수 있습니다.

공정거래법에서 금지하는 경영간섭행위는 문제된 행위의 의도와 목적, 효과와 영향 등 거래상황, 해당 사업자의 시장에서의 지위 등에 비추어 우월적 지위의 남용 행위로 인정되거나 경쟁제한적 효과가 인정되는 것이어야 합니다. 경영간섭의 거래상대방에는 소비자는 포함되지 않습니다.

**다음의 행위는 금지됩니다.**

- 합리적 이유 없이 대리점의 거래처 또는 판매내역 등을 조사하거나 제품광고 시 자기와 사전합의 하도록 요구하는 행위
- 금융기관이 채권회수에 아무런 곤란이 없음에도 불구하고 자금을 대출해준 회사의 임원 선임 및 기타 경영활동에 대하여 간섭하거나 특정 임원의 선임이 나 해임을 대출조건으로 요구하는 행위
- 상가를 임대하거나 대리점계약을 체결하면서 당초 계약내용과 달리 취급품목이나 가격, 요금 등에 관하여 지도를 하거나 자신의 허가나 승인을 받도록 하는 행위
- 합리적 이유 없이 대리점 또는 협력업체의 업무용 차량 증가를 요구하는 행위

**3.3 업무 Check List**

- 1) 계속적 거래관계에 있는 판매업자에게 주문하지도 않은 제품을 임의로 공급하고 반품을 허용하지 않은 적은 없는가?
- 2) 거래상대방에게 자신이 구입하는 물량의 일정비율만큼 무상으로 제공하도록 요구하고 있지 않는가?
- 3) 거래상대방에 대한 자신의 거래상 지위를 남용하여 거래상대방에게 합리적 이유 없이 거래거절을 하여 불이익을 주는 행위를 하고 있지 않는가?
- 4) 거래상대방이 거래종료를 요청하였음에도 자신의 거래상 지위를 이용하여 거래상대방에게 부당한 조건을 제시하고 충족하지 못할 경우 거래종료를 거부할 의사를 표시하고 있는가?
- 5) 거래상대방의 임직원을 선임·해임함에 있어 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용을 제한함으로써 경영활동을 간섭하는 행위를 하지 않았는가?
- 6) 물품 등 거래계약을 체결할 때 계약서에 거래내용, 대금, 대금의 지급 방법, 지급 기일 등 중요 내용을 기재하고 있는가?
- 7) 정당한 사유 없이 기술자료 제공을 요구하는 행위를 하고 있지 않는가?

- 8) 거래 상대방이 조정신청 등을 하였다는 이유로 거래에 불이익을 주는 행위를 하고 있지 않는가?

#### 4. 구속조건부 거래

##### 4.1 개요 : 구속조건부거래행위

거래상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위

##### 왜 금지되나요?

사업자가 거래상대방에 대해 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하도록 함으로써 거래처선택의 자유를 제한함과 동시에 구매, 유통경로의 독점을 통해 경쟁사업자의 시장 진입을 곤란하게 한다면 시장에서의 경쟁을 저해하고 궁극적으로 소비자 후생의 저하를 초래하게 되므로 금지됩니다.

또한 거래상대방에게 거래지역이나 거래처를 제한함으로써 당해 지역 또는 거래처에 대한 독점력을 부여하여 경쟁을 저해하게 된다면 소비자후생의 저하를 초래할 수 있게 되므로 금지됩니다.

##### 4.2 유형

###### 1) 배타조건부 거래

부당하게 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 거래상대방과 거래하는 행위를 말합니다(불쇄효과, 진입장벽이론)

##### 다음의 행위는 금지됩니다.

- 경쟁사업자가 유통망을 확보하기 곤란한 상태에서 시장점유율이 상당한 사업자가 자 신의 대리점에 대해 경쟁사업자의 제품을 취급하지 못하도록 함으로써 관련에서의 경쟁을 저해하는 행위
- 경쟁사업자가 대체거래선을 찾기 곤란한 상태에서 대량구매 등 수요측면에서 영향력을 가진 사업자가 거래상대방에 대해 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자에게는 공급하지 않는 조건으로 상품이나 용역을 구입함으로써 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- 시장점유율이 상당한 사업자가 다수의 거래상대방과 업무제휴를 하면서 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 중복제휴를 하지 않는 조건을 부과함으로써 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- 구입선이 독자적으로 개발한 상품 또는 원재료에 대하여 경쟁사업자에게 판매하지 않는다는 조건으로 구입선과 거래함으로써 경쟁사업자의 생산활동을 곤란하게 하고 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- 시장점유율이 상당한 사업자가 거래처인 방문판매업자들에 대해 경쟁사업자 제품의 취급증가를 저지하기 위해 자신의 상품판매를 전업으로 하여 줄 것과 경쟁사업자 제품을 취급시에는 자신의 승인을 받도록 의무화하고 이를 어길 시에 계약해지를 할 수 있도록 하는 경우

- 시장점유율이 상당한 사업자가 자신이 공급하는 상품의 병행수입에 대처하기 위해 자신의 총판에게 병행수입업자와 병행수입품을 위급하고 있는 판매업자에 대해서는 자신이 공급하는 상품을 공급하지 말 것을 지시하는 행위
- 석유정제업자가 주유소 등 석유판매업자의 의사에 반하여 석유제품전량구매를 강제하는 등 석유판매업자가 경쟁사업자와 거래하는 행위를 사실상 금지하는 계약을 체결하는 행위

## 2) 거래지역 또는 거래상대방의 제한

- 상품 또는 용역을 거래함에 있어서 그 거래상대방의 거래지역 또는 거래상대방을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위를 말합니다.
- 독립된 사업자로서 그들의 거래상대방은 자신의 영업능력이나 경영여건 등을 감안하여 스스로 결정할 사항이지 타 사업자가 이를 제한할 수는 없기 때문입니다. 또한 거래지역이나 거래상대방을 제한하는 경우 제조업자나 판매업자에게 모두 이익이 될 수는 있으나, 인근 지역판매업자 외의 상표내의 경쟁이 제한되며, 소비자 입장에서는 인근지역에서는 구입할 수 없게 되어 후생이 감소되기 때문에 이를 금지하고 있습니다.

### **다음의 행위는 금지됩니다.**

- 독과점적 시장구조하에서 시장점유율이 상당한 제조업자가 대리점마다 영업구역을 지정 또는 할당하고, 그 구역 밖에서의 판촉 내지 판매활동을 감시하면서 이를 위반할 경우 계약해지를 할 수 있도록 하는 경우
- 독과점적 시장구조하에서 시장점유율이 상당한 제조업자가 대리점을 가정용과 업소용으로 엄격히 구분하고 이를 어길 경우에 대리점 계약을 해지할 수 있도록 하는 행위
- 제조업자가 재판매가격유지의 실효성 재고를 위해 도매업자에 대해 그 판매선인 소매업자를 한정하여 지정하고 소매업자에 대해서는 특정 도매업자에게서만 매입하도록 하는 행위

<예시> H제약사가 도매상들에 대해서 지정 납품처가 아닌 곳의 납품을 금지하고, 이를 어기는 도매상들을 적발하여 각서를 징구하거나, 경고장 발송, 거래 정리 등의 조치를 취한 행위는 구속조건부거래에 해당합니다.

## 4.3 최신 사례

### **[공정거래위원회 의결 제2017-016호. 2017. 1. 12.]**

A회사는 자신과 거래하는 식품대리점 등 유통업체가 지켜야 할 영업기준과 위반시 제재사항을 담은 '정도영업기준'을 제정하여 운영하고, 식품대리점의 정도영업 위반행위를 감시, 추적하기 위해서 식품대리점으로 출고된 주요 제품에 대하여 비표를 운영하면서, 정해진 영업지역을 벗어나서 제품을 판매하는 것을 금지하고, 이를 위반하는 대리점에게 차액보상, 매출실적 이관 등의 불이익을 주었음

공정거래위원회는 A회사가 구속조건부거래 행위를 통해서 식품대리점에 특정지역에

대한 독점 판매권을 부여함으로써 지역 대리점간 가격 경쟁을 차단하고, 식품대리점으로부터 제품을 공급받는 중소마트는 대리점간 가격비교를 통하여 가장 저렴한 가격의 제품을 공급받을 기회를 박탈당하여 결론적으로 소비자가격 상승으로 이루어졌다고 판단

이에 공정거래위원회는 A회사에 대하여 시정명령 및 과징금 10억원을 부과함

**[공정거래위원회 의결 제2021-302호, 2021. 11. 15.]**

B회사는 자사 주력 제품인 누진다초점렌즈와 관련하여 대리점으로 하여금 할인판매점 및 직거래점과 거래하지 못하게 하고, 이를 위반한 대리점에 대하여 위반행위 재발 시 공급계약 해지 등에 대해 민·형사·행정상 이의를 제기하지 않는다는 계약준수확약서를 징구하였음

또한 B회사는 대리점의 영업지역을 설정하고, 대리점의 영업지역 외 활동이 직거래점과의 거래 등으로 이어지는 경우 거래지역 제한 규정을 활용해 해당 행위를 제재함

공정거래위원회는 B회사의 행위에 대하여 구속조건부 거래행위에 해당한다고 판단하여 시정명령과 함께 과징금 총 5,700만 원을 부과함

**4.4 업무 Check List**

- 1) 회사가 해당 상품에 대한 구매력이 상당하고 경쟁 사업자는 대체거래선을 확보하기 곤란한 상태에서 거래상대방에게 해당 상품을 구입하는 조건으로 경쟁사업자에게는 공급하지 말 것을 요구하지 않는지?
- 2) 거래 상대방에게 자신의 상품을 특정인이나 특정지역에 한하여 판매하도록 요구하고 있지 않는지?

**5. 부당지원행위 금지**

**5.1 개요 : 부당지원행위**

'부당지원행위'란 사업자가 부당하게 ①특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 자금·자산·상품·인력 등을 제공하거나 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위, ②다른 사업자와 직접 상품·용역을 거래하면 상당히 유리함에도 특수관계인이나 다른 회사를 매개로 거래하는 행위 중 어느 하나에 해당하는 행위를 통하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원함으로써 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 말합니다(공정거래법 제45조 제1항 제9호).

부당지원행위는 주로 동일 기업집단내의 계열회사간의 내부거래를 통해 이루어지므로 통상 '부당내부거래'라고도 합니다.

**1) 관련 용어**

- 특수관계인

특수관계인이란 당해 회사를 사실상 지배하고 있는 자(동일인), 동일인 관련자를 의미합니다.

- 동일인 관련자

(1) 친족 : 배우자, 4촌 이내의 혈족, 3촌 이내의 인척

(2) 비영리 법인, 단체(법인격이 없는 사단 또는 재단) : 동일인 및 동일인 관련자와 합하여 최다 출연자이거나 그 중 1인이 설립자에 해당하는 비영리 법인 또는 단체, 동일인 및 동일인 관련자가 지배적 영향력(임원 구성, 사업운용 등)을 행사하는 비영리 법인 또는 단체를 의미

(3) 계열회사

(4) 위의 비영리 법인/단체, 계열회사의 임원

## 5.2 유형

### 1) 부당한 자금지원

부당한 자금지원이란 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 가지급금·대여금 등 자금을 상당한 저가·고가·규모로 제공 또는 거래하는 행위를 의미합니다. 예를 들어, 계열사에게 금융회사로부터의 차입금리보다 저리로 자금을 대여해준 경우 계열사는 낮은 금리만큼 이익을 얻게 되므로 계열사가 사업을 하고 있는 시장에서 공정한 거래가 저해될 수 있습니다.

### 2) 부당한 자산·상품 등 지원

특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 부동산·유가증권·무체재산권 등 자산 또는 상품·용역을 상당한 저가·고가·규모로 제공 또는 거래하는 행위를 의미합니다. 예를 들어 부실한 계열사가 자금조달을 목적으로 발행한 기업어음을 시중 할인율보다 낮은 할인율로 우량한 계열사가 매입해주는 행위는 부당한 자금지원에 해당할 수 있습니다. 혹은 계열사의 상품을 시장가격보다 더 높은 가격으로 매입해주는 것은 부당한 상품지원에 해당할 수 있습니다.

### 3) 부당한 인력지원

특수관계인 또는 다른 회사의 인력을 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하거나 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 의미합니다. 예를 들어 업무 지원을 위해 인력을 제공한 후 인건비는 지원주체가 부담하는 경우를 들 수 있습니다.

### 4) 부당한 거래단계 추가

2014년 법 개정으로 추가된 내용으로, '통행세'라고 부르기도 하는 부당한 거래단계 추가는 다른 사업자와 직접 상품·용역을 거래하면 상당히 유리함에도 거래상 역할이 없거나 미미한 특수관계인이나 다른 회사를 거래단계에 추가하거나 그러한 자나 회사에게 거래상 역할에 비하여 과도한 대가를 지급하는 행위를 말합니다.

통상적인 직거래관행 및 기존의 거래형태와 달리 지원객체를 통해 제품을 간접적으로 구매하면서 지원객체가 거래에 있어 실질적인 역할을 하지 않은 경우를

예로 들 수 있습니다.

### 5.3 위법성 판단 기준

#### 1) 지원행위의 존재

지원행위는 지원주체가 지원객체에게 직접 또는 간접으로 제공하는 경제적 급부의 정상가격이 그에 대한 대가로 지원객체로부터 받는 경제적 반대급부의 정상가격보다 높거나(무상제공 또는 무상이전 포함), 상당한 규모로 거래하여 지원주체가 지원객체에게 과다한 경제상 이익을 제공하는 작위 또는 부작위를 의미합니다.

**문1 :** 100% 모자관계에 있는 회사 간에도 부당지원행위가 성립할 수 있나요?

**답 :** 대법원 판례에 의하면 부당지원행위가 성립될 수 있습니다(대법원 2004. 11. 12. 선고 2001두2034판결). 대법원은 100%모자관계에 있는 회사라 할지라도 양자는 법률적으로는 별개의 독립한 거래주체라는 점과 부당지원행위의 객체를 정하고 있는 공정거래법의 '다른 회사'의 개념에서 완전자회사를 지원객체에서 배제하는 명문의 규정이 없다는 점을 이유로 들었습니다.

#### 2) 부당성

부당성에 대하여 대법원은 당해 지원행위로 인하여 지원객체의 관련 시장에서 경쟁이 저해되거나 경제력집중이 야기되는 등으로 공정한 거래가 저해될 우려가 있는지 여부에 따라 판단하여야 한다는 입장입니다(대법원 2004. 3. 12. 선고 2001두7220판결).

#### **이런 행위는 금지됩니다.**

- 지원객체가 해당 지원행위로 인하여 일정한 거래분야에 있어서 유력한 사업자의 지위를 형성·유지 또는 강화할 우려가 있는 경우
- 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 해당 지원행위로 인하여 경쟁사업자가 배제될 우려가 있는 경우
- 지원객체가 해당 지원행위로 인하여 경쟁사업자에 비하여 경쟁조건이 상당히 유리하게 되는 경우
- 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 해당 지원행위로 인하여 지원객체의 퇴출이나 타사업자의 신규진입이 저해되는 경우
- 관련법령을 면탈 또는 회피하는 등 불공정한 방법, 경쟁수단 또는 절차를 통해 지원행위가 이루어지고, 해당 지원행위로 인하여 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등으로 공정한 거래가 저해될 우려가 있는 경우

### 5.4 최신 동향 및 사례

#### 1) 심사지침 개정 및 시행

공정거래위원회는 2022. 12. 9. 부당지원행위의 안전지대기준과 관련하여 '부당한 지원행위의 심사지침'을 개정 및 시행하였습니다.

안전지대 항목	기존 심사지침	개정 심사지침
자금지원	정상가격과의 차이 7%미만 & 지원금액 1억원 미만	정상가격과의 차이 7%미만 & 거래당사자 간 해당 연도 거래총액 30억원 미만
자산·부동산·인력지원	없음	정상가격과의 차이 7%미만 & 거래당사자 간 해당 연도 거래총액 30억원 미만
상품·용역 거래 (거래대가 차이)	없음	정상가격과의 차이 7%미만 & 거래당사자 간 해당 연도 거래총액 100억원 미만
상품·용역 거래 (상당한 규모)	없음	거래당사자 간 해당 연도 거래총액 100억원 미만 & 거래상대방의 평균매출액의 12% 미만
부당성	지원금액 5천만 원 이하 & 공정거래저해성 크지 않은 경우	지원금액 1억원 이하 & 공정거래 저해성 크지 않은 경우

위 심사지침 개정으로 자금지원 안전지대 기준의 예측가능성이 개선된 것은 물론 적용범위가 확대되었습니다. 또한 종전 심사지침에는 자금지원 외에 다른 유형의 지원행위에 대하여 명시적인 안전지대 규정이 존재하지 않았으나, 이번 개정으로 각 지원행위 유형별로 안전지대 규정이 신설되었습니다.

개정 심사지침에서는 부당성의 안전지대 기준을 “지원행위로 인한 지원금액이 1억원 이하로서 공정거래 저해성이 크지 않다고 판단되는 경우”로 규정하여, 대규모 거래로 거래총액 기준을 넘는 사업자라고 하더라도 지원금액이 1억원 이하인 경우에는 부당성 안전지대에 포함될 수 있게 되었습니다.

## 2) 사례

### [부당지원이 인정된 사례대법원 2014. 2. 13. 선고 2013두17466]

A회사는 2009. 9부터 2012. 5. 까지 기업집단이 보유한 편의점 등 점포에 비치하기 위하여 ATM기를 구매하는 과정에서, 제조사로부터 직접 구매하지 않고 같은 계열사인 B를 거쳐 구매함으로써 B로 하여금 판시 매출이익을 실현하게 하는 방법으로 부당지원행위를 하였다고 인정됨

### [부당지원이 부정된 사례 - 공정거래위원회 무혐의 처분, 2015. 11. 25.]

C회사는 100% 자회사로서 직영대리점인 D에게 대리점에게 지급하는 수수료인 관리수수료 외에 핸들링 차지(D가 C로부터 추가로 위탁 받은 업무를 취급하는

과정에서 발생하는 각종 비용을 보전하기 위한 수수료)를 포함시켜 일반대리점보다 높은 수수료를 지급한 사안에서, D가 일반 대리점과는 다른 추가업무를 수행하고 있어 1~2%의 관리수수료 차이만으로는 상당히 유리한 조건의 거래로 보기 어렵다고 보아 무혐의 처분함

## 5.5 업무 Check List

- 1) 계열회사에 저리로 자금을 대여하였는가?
- 2) 특수관계인 또는 다른 회사에 업무지원을 위해 인력을 제공한 후 인건비를 부담하지 않았는가?
- 3) 기존의 거래형태와 달리 지원 대상 기업을 통해 제품을 간접적으로 구매하면서 지원 대상 기업이 거래에 있어서 실질적인 역할을 하지 않는 구조로 거래하지는 않았는가?
- 4) 계열회사 및 특수관계인 등과 거래 시 시장가격에 비하여 현저히 낮게 거래하거나 현저히 높게 거래하여 과다한 경제상의 이익을 제공하지는 않았는가?

## 6. 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위 금지

### 6.1 개요

자산총액 5조원 이상의 상호출자제한기업집단에 속하는 회사가 상당히 유리한 조건의 거래나 사업기회의 제공 등의 방법으로 특수관계인에게 부당한 이익을 제공하는 행위를 하여서는 안됩니다(공정거래법 제47조 제1항). 이는 '사익편취 조항'이라고도 부릅니다. 해당 조항은 2014. 2. 신설되어 시행되었으며, 공정거래위원회는 '특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위 심사지침'을 마련하여 2020. 2. 25.부터 시행하고 있습니다.

특수관계인은 동일인 및 배우자, 4촌 이내의 혈족, 3촌 이내의 인척을 의미하며, 특수관계인이 20%(상장불문) 이상의 지분을 보유한 계열회사 또는 그 계열회사가 50%를 초과하는 지분을 보유한 계열회사가 적용 대상입니다. 특수관계인의 지분보유비율은 주식의 종류 및 의결권 제한 여부와는 무관하게 계열회사가 발행한 모든 주식을 기준으로 계산합니다. 실질적인 소유 관계를 기준으로 계산하며, 직접 보유한 지분이 아닌 두 단계 이상의 소유관계를 통해 간접적으로 영향력을 행사하는 지분은 포함하지 않습니다.

### 6.2 부당지원행위와의 비교

부당한 지원행위와는 달리 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위의 당사자는 그 범위가 좁습니다. 두 조항의 차이에 대하여는 다음과 같이 비교할 수 있습니다.

구분	부당지원 행위	사익편취 행위
관련 규정	법 제45조 제1항 제9호	법 제47조
규제 내용	다른 회사를 부당한 방법으로 지원하는 행위 금지	특수관계인에게 부당한 이익을 제공하는 행위 금지
지원 주체	제한 없음(모든 사업자)	공시대상 기업집단 소속 회사
지원 객체	제한 없음(모든 사업자)	동일인 또는 총수일가가 20%이상 지분 보유한 계열사, 그 계열사가 50%초과 지분 보유한 자회사
금지행위	상당히 유리한 조건의 거래, 거래상 실질적인 역할이 없는 회사를 매개로 하는 거래(통행세)	상당히 유리한 조건의 거래, 상당한 이익이 될 사업기회의 제공, 합리적인 고려나 비교 없는 상당한 규모의 거래(예외 : 효율성, 보안성, 긴급성)
부당성 판단	공정거래 저해성 여부 입증 필요	경제력 집중의 우려 등 부당성에 대한 입증 필요
제재 대상	지원주체 뿐만 아니라 지원 객체도 제재 대상	
	법 제45조 제1항 및 제2항	법 제47조 제1항, 제3항, 제4항

### 6.3 행위유형

공정거래법 제47조 제1항 각호에서는 4가지 유형으로 사익편취를 구분하고 있습니다.

- 1) 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위
- 2) 사업기회제공행위
- 3) 금융상품 등을 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위
- 4) 상당한 규모로 거래하는 행위(소위 일감 몰아주기)

### 6.4 안전지대

특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위는 부당지원행위에 비하여 부당성이 완화되어 보다 쉽게 성립될 수 있습니다. 이로 인한 오류를 최소화하고 예측가능성을 높이기 위한 것이 바로 '안전지대'조항입니다.

상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위, 금융상품 등을 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위의 경우, 정상가격과의 거래조건 차이가 7%미만인면서 거래당사자 간 해당연도 거래총액이 50억원(상품·용역의 경우에는 200억원) 미만인 경우에는 상당히 유리한 조건에 해당되지 않도록 안전지대가 규정되어 있습니다.

일감 몰아주기의 경우에는 거래당사자간 해당연도 거래총액(2 이상의 회사가 동일한

거래상대방과 거래하는 경우에는 각 회사의 거래금액 합계액이 200억 원 미만이고, 거래상대방의 평균매출액의 12% 미만인 경우에는 상당한 규모에 해당하지 않습니다.

안전지대는 거래조건 차이와 연간거래금액(일감 몰아주기의 경우 평균매출액비율) 기준을 모두 충족하여야 합니다.

### 6.5 부당성 판단 기준

특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위의 부당성 판단은 이익제공행위를 통하여 특수관계인에게 직접 또는 간접으로 부당한 이익이 귀속되었는지 여부를 기준으로 판단합니다.

부당한 이익에 해당하는지는 제공주체와 제공객체 및 특수관계인의 관계, 행위의 목적과 의도, 행위의 경위와 그 당시 제공객체가 처한 경제적 상황, 거래의 규모, 특수관계인에게 귀속되는 이익의 규모, 이익제공행위의 기간 등을 종합적으로 고려하여, 변칙적인 부의 이전 등을 통하여 대기업집단의 특수관계인을 중심으로 경제력 집중이 유지·심화될 우려가 있는지 여부에 따라 판단합니다.

특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위는 이익제공행위를 통하여 그 제공객체가 속한 시장에서 경쟁이 제한되거나 경제력이 집중되는 등으로 공정한 거래를 저해할 우려가 있을 것까지 요구하는 것은 아닙니다.

### 6.6 최신 사례

[기업집단 H소속 계열회사들의 부당지원행위 및 특수관계인에 대한 부당이익제공행위에 대한 건]

D항공과 S스카이 간 거래에서 D항공은 자기가 노력하여 만들어낸 인터넷 광고 수익을 S스카이가 전부 누리도록 하고, 계약상 지급받기로 한 통신 판매 수수료를 이유 없이 면제하는 등 다양한 방식으로 S스카이와 그룹 총수 자녀들에게 부당한 이익을 제공하였고, D항공과 U컨버스 간 거래에서 D항공은 U컨버스에게 콜센터 운영 업무를 위탁한 후 시스템 장비에 대한 시설사용료와 유지보수비를 과다하게 지급하는 방식으로 U컨버스와 그룹 총수 자녀들에게 부당한 이익을 제공함

공정위는 D항공이 계열회사인 S스카이 및 U컨버스와의 내부 거래를 통해 총수 일가에게 부당한 이익을 제공한 행위에 시정명령 및 과징금(총 14억 3,000만 원)을 부과하고, D항공(법인)과 조OO를 검찰 고발하기로 결정함

### 6.7 업무 Check List

- 1) 정상적인 거래에서 적용되는 조건보다 상당히 유리한 조건으로 특수관계인 또는 계열회사와 거래행위를 하지 않았는가?
- 2) 특수관계인과 현금, 그 밖의 금융상품을 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위를 하지 않았는가?

3) 사업능력, 재무상태, 신용도, 거래조건 등에 대한 합리적인 고려나 다른 사업자와의 비교 없이 상당한 규모로 거래하지 않았는가?

## 제4절 부당한 공동행위 관련 규제 [총무, 구매, 리테일]

### 1. 부당한 공동행위

부당한 공동행위란 사업자가 계약·협정·결의 기타 방법으로 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 공정거래법 제40조 제1항 각호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의하는 것을 의미합니다. 통상 '담합'이나 '카르텔'이라고도 합니다.

공정거래법은 제5장에서 사업자들 간의 직접적인 부당한 공동행위를 규제하고 있고, 제7장에서는 사업자단체를 통한 간접적인 부당한 공동행위를 규제하고 있습니다. 부당한 공동행위를 규제하는 이유는 경쟁하여야 할 사업자들이 경쟁을 하지 않고 협조를 하여 시장 질서를 교란하고, 이는 소비자 피해로 이어지기 때문입니다.

### 2. 부당한 공동행위의 성립요건

부당한 공동행위가 성립하기 위해서는 ①둘 이상의 사업자가 ②합의를 하고 ③그것이 경쟁을 제한하여야 합니다.

#### 2.1 합의

##### 1) 사업자간 공동행위에 대한 합의의 존재

합의는 명시적인 합의는 물론 묵시적인 합의도 포함되며, 적극적인 의사표시뿐만 아니라 소극적인 암묵적 동의만 있는 경우에도 인정될 수 있습니다. 구두합의와 서면합의를 모두 포함하며, 합의에 따를 의사 없이 한 합의일지라도 다른 당사자가 당해 사업자가 부당한 공동행위로 합의에 따를 것이라고 신뢰하고 이를 이용한 경우에는 제재대상이 될 수 있습니다.

##### 2) 합의추정제도

공정거래법에 의하면 해당분야 또는 상품·용역의 특성, 해당행위의 경제적 이유 및 파급효과, 사업자간 접촉 횟수, 양태 등 제반사정에 비추어 그 행위를 사업자들이 공동으로 한 것으로 볼 수 있는 상당한 개연성이 있거나 담합행위에 필요한 정보를 주고받았음이 입증된 경우에는 합의가 있었던 것으로 추정합니다(공정거래법 제40조 제5항).

#### [합의의 상당한 개연성이 인정되는 경우]

- 직·간접적인 의사연락 등의 증거가 있는 경우
  - (1) 해당 사업자간 가격인상, 산출량 감축 등 비망록 기입내용이 일치하는 경우
  - (2) 모임을 갖거나 연락 이후 행동이 통일된 경우
- 공동으로 수행되어야만 당해 사업자들의 이익에 기여할 수 있고, 개별적으로 수행되었다면 당해 사업자 각각의 이익에 반하리라고 인정되는 경우
  - (1) 원가상승요인도 없고 수요가 감소되고 있음에도 가격을 동일하게 인상하는 경우
  - (2) 재고가 누적되어 있음에도 불구하고 가격이 동시에 인상된 경우
- 당해 사업자들의 행위의 일치를 시장상황의 결과로 설명할 수 없는 경우
  - (1) 수요공급 조건의 변동, 원재료 공급원의 차이, 공급자와 수요자의 지리적 위치

등의 차이에도 불구하고 가격이 동일하고 경직되어 있는 경우  
(2) 시장상황에 비추어 공동행위 없이는 단기간에 높은 가격이 형성될 수 없는 경우

- 당해 산업구조상 합의 없이는 행위 일치가 어려운 경우  
거래의 빈도가 낮은 시장, 수요자가 전문지식을 갖춘 시장 등 공급자의 행위의 일치가 어려움에도 행위가 일치된 경우

## 2.2 경쟁제한성(공동행위의 위법성 심사)

공동행위의 위법성 심사는 공동행위의 성격상 경쟁제한 효과만 생기는 것이 명백한 경우에는(가격·산출량의 결정·제한이나 시장·고객의 할당 등) 특별한 사정이 없는 한 구체적인 경쟁제한성에 대한 심사 없이 당한 공동행위로 판단할 수 있습니다. 다만, 이 경우에도 당해 공동행위와 관련되는 시장의 구조, 거래형태, 경쟁상황 등 시장상황에 대한 개략적인 분석은 하여야 합니다.

공동행위의 성격상 경쟁제한 효과와 효율성증대 효과를 함께 발생시킬 수 있는 경우(공동마케팅, 공동생산, 공동구매, 공동연구·개발, 공동표준개발 등)에는 당해 공동행위의 위법성을 판단하기 위해 경쟁제한 효과와 효율성증대 효과를 종합적으로 심사하게 됩니다.

## 3. 부당한 공동행위의 유형 및 위반사례

### 3.1 부당한 공동행위의 유형

부당 공동행위에는 ①가격의 결정·유지·변경, ②거래조건 및 대금지급 조건 설정, ③거래제한, ④시장분할, ⑤설비제한, ⑥상품의 종류·규격제한, ⑦영업의 주요부문 공동관리, ⑧입찰담합, ⑨기타 다른 사업자의 영업활동방해 및 대통령령으로 정하는 정보를 교환하여 경쟁을 제한하는 행위 등의 9개 유형으로 구분됩니다.

### 3.2 경성 공동행위

#### 1) 가격 공동행위

사업자가 다른 사업자와 공동으로 가격을 결정·유지·변경하는 행위를 의미합니다(법 제40조 제1항 제1호). 가격관련 공동행위는 가격의 인상 행위 뿐만 아니라 인하 또는 유지행위를 모두 포함합니다.

#### [대법원 2001. 5. 8. 선고 2000두6510판결]

- 합의의 대상이 되는 가격은 판매가·정가·수수료·임대료·이자 등 그 명칭이 무엇이든 상관없이 '사업자가 거래의 상대방으로부터 반대급부로 받는 일체의 경제적 이익'을 의미한다고 판단

#### [라면가격 담합 사례대법원 2015. 12. 24. 선고 2013두25924판결]

- 라면 4개사는 최초로 2001년 5~7월 순차적으로 가격인상을 실시한 이래 2010년 2월 가격을 인하할 때까지 가격인상 정보를 교환하면서 총 6차례의 순차적인 가격인상을 실행
- 공정거래위원회 및 서울고등법원은 합의의 존재를 인정하였으나, 대법원은

구체적인 합의 내용의 특징이 어려우며, 합의와 양립하기 어려운 사업자의 행동 등이 나타나고, 각 업체별 가격의 평균 인상율도 다소간 차이가 있고 개별 상품의 가격 인상폭도 다양하여 '외형상 일치'가 인정될 수 있는지 여부가 불분명하다는 등의 이유로 합의를 부인

## 2) 물량 공동행위

상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위인 물량공동행위는 공급제한 공동행위라고 부르기도 합니다(공정거래법 제40조 제1항 제3호).

### [6개 정유회사의 공동행위 사례-공정거래위원회 의결 제88-30호. 1988. 4. 13.]

- 국내 석유제품 시장의 100%를 차지하는 6개 정유회사들이 1981. 1. 1.부터 1982. 6. 30.까지 18개월간의 판매실적을 기준으로 회사별·유종별 시장점유율을 정한 후, 1982. 7. 1.부터 동 기준 시장점유율에 따라 판매물량을 유지하기로 합의하고 이를 시행하면서, 이를 어기는 회사에 대하여는 사후정산을 하도록 하여 담합유지장치를 마련.
- 공정거래위원회는 시정명령과 함께 20억 9,700만 원의 과징금을 부과함

## 3) 시장분할 공동행위

시장분할 공동행위는 사업자들이 공동으로 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위를 의미합니다(공정거래법 제40조 제1항 제4호). 사업자별로 거래지역 또는 거래상대방을 분리하여 정해버리면 사업자 간의 경쟁이 발생할 여지가 소멸하게 되므로 이를 금지하고 있습니다. 거래지역분할은 시장을 지리적으로 분할하는 것이고, 거래상대방분할은 시장을 청소년·남성·여성 등과 같이 거래상대방을 분할하는 것을 의미합니다.

### [40개 석유대리점의 공동행위 사례 - 공정거래위원회 의결 제89-17호. 1989. 3. 29.]

- 수도권 일대에서 석유제품을 주유소나 실수요자들에게 판매하고 있던 40개 석유대리점들은 매주 1회의 정기회의를 개최하면서 특정 대리점이 이미 거래하고 있는 수요처에 대해서는 다른 대리점이 침범하지 않도록 합의하고, 대리점 간의 거래처 침범 등 거래분쟁 사안에 대하여 상호 조정을 한 사안
- 공정거래위원회는 이에 대하여 정기회의를 해체하고 거래상대방에 대한 합의를 파기하도록 시정명령을 내림

## 4) 입찰·경매 공동행위

통상 입찰은 경쟁자가 제시하는 조건을 서로 알 수 없는 상태에서 진행되며, 경매는 경쟁자가 제시하는 조건을 알 수 있습니다. 입찰 또는 경매를 할 때 낙찰자, 경락자, 입찰가격, 낙찰가격 또는 경락가격, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항을 결정하는 행위인 입찰공동행위(공정거래법 제40조 제1항 제8호)는 반사회적 성격이 강하기 때문에 부당한 공동행위로 규제하는 것은 물론, 형법상 입찰방해죄로 처벌하는 조항도 규정하고 있습니다.

**[5개 정유사의 군납유류 입찰담합 사례-공정거래위원회 의결 제2000-158호, 2000. 10. 17]**

- 1998~2000년도 군납유류 구매입찰에 참가한 국내 5내 정유회사가 각 연도별로 사전에 모임을 갖고 전체 입찰유종에 대해 유종별 낙찰예정업체, 투찰가격 및 들러리 가격, 희망수량경쟁입찰의 투찰물량을 사전에 합의하고 응찰한 사안
- 공정거래위원회는 시정명령, 고발과 함께 121,179,000,000원의 과징금을 부과함

**3.3 연성 공동행위**

**1) 거래조건 공동행위**

거래조건 공동행위란 상품 또는 용역의 거래조건이나 그 대금 또는 대가의 지급조건을 **공동으로** 정하는 행위를 의미합니다(공정거래법 제40조 제1항 제2호). 사업자들이 거래조건이나 지급조건을 공동으로 결정하게 되면 시장에서의 유효한 경쟁을 기대하기 어려우므로 금지의 대상이 됩니다.

**[4개 패스트푸드 사업자들의 부당한 공동행위 사례공정거래위원회 의결 제2003-20호]**

- 4개 패스트푸드 사업자들은 탄산음료 리필서비스를 중단하기로 합의하고 실행함
- 공정거래위원회는 이에 대하여 시정명령을

**2) 설비제한 공동행위**

설비제한 공동행위는 사업자들이 합의하여 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위를 의미합니다(공정거래법 제40조 제1항 제5호).

설비제한 공동행위의 유형으로는 ①사업자별 생산·판매시설 등 설비의 규모를 할당하거나 공동으로 결정하는 행위, ②설비의 신·증설 또는 개체를 제한하거나 폐기하도록 하는 행위, ③장비의 도입자금 등을 제한함으로써 실질적으로 설비의 신·증설 또는 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위 등이 있습니다.

**3) 상품의 종류 및 규격제한 공동행위**

상품의 종류 및 규격제한 공동행위란 상품의 생산 또는 거래 시에 그 상품이 종류 또는 규격을 제한하는 행위를 의미합니다(공정거래법 제40조 제1항 제6호). 구체적인 유형으로는 ①공동행위 참가사업자별로 규격 또는 종류별로 생산품목을 할당하거나 공동으로 생산품목을 결정하는 등 사업영역을 설정하는 행위, ②새로운 상품의 개발·생산·판매 등을 제한하거나 공동으로 결정하는 행위 등이 있습니다.

**[6개 출판사의 부당공동행위 사례 - 대법원 1992. 11. 13. 선고 92누8040 판결]**

- 6개 출판사들은 대표자 회의를 개최하여 고등학교 영어교과서의 자습서 및 카세트테이프의 생산·판매에 관한 약정서를 작성하고 이들 영어교재의 규격·체제 등을 공동으로 결정한 다음 이를 시행한 사안
- 공정거래위원회는 이에 대하여 시정조치를 내렸으며, 법원 역시

공정거래위원회의 처분의 정당성을 인정함

#### 4) 영업수행·관리 공동행위

영업수행·관리 공동행위란 다수의 사업자들이 영업의 주요부문을 공동으로 수행·관리하거나 수행·관리하기 위한 회사 등을 설립하는 행위를 의미합니다. (공정거래법 제40조 제1항 제7호).

구체적으로 ①상품의 생산·구매·판매 등의 업무를 수행하는 공동회사를 설립하여 모든 참가 사업자로 하여금 이 회사를 통해서만 거래하도록 하는 행위, ②참가사업자의 제품판매수익을 공동으로 관리하는 회사를 설립하여 제반경비를 공제하고 남은 이익을 판매수익에 관계없이 배분하는 행위 등이 해당할 수 있습니다.

#### 5) 기타 사업활동 방해·제한 및 정보교환 공동행위

기타 사업활동방해·제한 공동행위는 위 8개 유형 이외의 행위로서 다른 사업자의 사업활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위를 의미합니다(제 40조 제1항 제9호).

정보교환행위는 2020. 12. 29. 개정법에서 부당한 공동행위의 유형으로 추가되었는데, 정보교환행위는 부당한 공동행위의 중요한 수단이 될 뿐만 아니라 그 자체로서 경쟁제한적인 측면이 있어 새롭게 추가된 것입니다. 공정거래법 시행령에서는 정보교환의 구체적인 내용으로 ①원가, ②출고량, 재고량 또는 판매량, ③거래조건 또는 대금·대가의 지급조건을 정하고 있습니다(시행령 제44조 제2항).

### 4. 위반시 제재

#### 4.1 시정조치

공정거래위원회는 부당한 공동행위를 한 사업자 또는 하계 한 사업자에 대하여 해당 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 그 밖에 필요한 시정조치를 명할 수 있습니다(공정거래법 제42조).

#### 4.2 입찰참가자격제한 요청

부당한 공동행위의 경우 공정거래위원회가 관계행정기관에 대해서 법 위반 사업자의 입찰참가자격제한 요청을 하는 경우가 있습니다. 공정거래위원회의 요청에 의하여 관계행정기관의 입찰참가자격제한 조치가 있게 되면, 당해 사업자는 공공사업의 입찰에서 배제되므로 심각한 사업상 곤란을 겪을 수 있습니다.

#### 4.3 과징금

2020. 12. 29. 공정거래법 개정으로 인하여 과징금 상한이 상승하였습니다. 부당한 공동행위를 한 사업자에 대하여 관련매출액의 20%를 초과하지 않는 범위내에서 과징금 부과 가능하며, 매출액이 없는 경우 등에는 40억을 초과하지 않는 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있습니다(공정거래법 제43조, 시행령 제13조).

공동행위의 시기는 합의한 날이 되며, 종기는 합의에 따른 실행행위가 종료된 날을 의미합니다.

입찰담합의 경우 계약이 체결된 경우에는 계약금액을, 낙찰은 되었으나 계약이 체결되지 않은 경우에는 낙찰금액을 관련 매출액으로 봅니다. 낙찰이 되지 않은 경우에는 예정가격(예정가격이 없는 경우 응찰금액), 예상물량만 규정된 납품단가 입찰에 대해서는 낙찰이 되어 계약이 체결된 경우에는 심의일 현재 발생한 매출액을, 낙찰은 되었으나 계약이 체결되지 않은 경우에는 낙찰단가에 예상물량을 곱한 금액을, 낙찰이 되지 않은 경우에는 예정단가(예정단가가 없는 경우에는 낙찰예정자의 응찰단가)에 예상물량을 곱한 금액을 해당 입찰담합에 참여한 각 사업자의 관련매출액으로 봅니다. 낙찰자 이외의 가담자(들러리)에 대해서는 감액이 가능합니다.

#### 4.4 벌칙

부당한 공동행위를 한 자 또는 이를 행하도록 한 자에 대해서는 3년 이하의 징역 또는 2억 원 이하의 벌금에 처할 수 있으며, 이 경우 징역형과 벌금형은 병과할 수 있습니다(공정거래법 제124조 제1항, 제2항).

### 5. 신고자 감면 및 보상제도

#### 5.1 신고자에 대한 감면제도

자진신고자 감면제도(Leniency Program)는 부당공동행위에 참여한 기업이 그 사실을 자진신고 하는 경우 시정조치나 과징금 등 제재 수준을 감면해주는 제도입니다. 부당한 공동행위는 은밀하게 이루어져 적발이 어려워 도입된 제도입니다.

##### 1) 감면제도의 내용

###### (1) 감면대상이 되는 조치

감경 또는 면제의 대상이 되는 조치는 시정조치, 과징금, 고발이 해당됩니다(공정거래법 제44조). 과징금에 대해서는 의무적 면제 또는 의무적 감경(50%)을 하도록 규정하고 있고, 시정조치에 대해서는 의무적 면제, 임의적 감면, 임의적 감경을 하도록 규정하고 있습니다(시행령 제51조 제1항 제1호 내지 제3호).

###### (2) 감면요건 및 기준

- 조사개시 전 최초 신고자 : 과징금 및 시정조치 면제, 고발면제
- 조사개시 후 최초 협조자 : 과징금 면제, 시정조치 면제 또는 감경
- 두번째 신고자 또는 협조자 : 과징금 50%감경, 시정조치 감경

###### (3) 추가 감면제도(Amnesty plus)

공동행위에 참가한 사업자에 대한 감면제도와는 별도로 시행령 제51조 제1항 제4호에서는 '부당한 공동행위로 과징금 부과 또는 시정조치의 대상이 된 자가 그 부당한 공동행위 외에 그 자가 관련되어 있는 다른 부당한 공동행위에 대해 최초 신고자 또는 최초 협조자의 요건을 갖춰 신고하는 경우 그 부당한 공동행위에 대해 다시 과징금을 감경하거나 면제하고, 시정조치를 감경할 수 있습니다.

즉, A공동행위 사건에서 과징금 또는 시정조치의 대상이 된 사업자가 B공동행위 사건에 대하여 최초 신고자 또는 최초 협조자의 요건을 갖춘 신고 등을 하는 경우에는 B공동행위 사건에서 과징금 감면 혜택을 받고 그와는 별개의 사건인 A공동행위 사건에서도 감면의 혜택을 주겠다는 것입니다.

(4) 감면제도 제외 사항

감면 요건에 해당하는 경우라도 5가지 사유에 해당하는 경우에는 감면제도의 적용이 제외됩니다.

- 강요 : 부당한 공동행위에 참여할 것을 강요한 자
- 반복행위자
- 2개 사업자 제외 : 부당한 공동행위에 참여한 2개의 사업자 중 하나의 사업자인 경우 제외
- 기간경과 업자 제외 : 최초신고자 혹은 최초협조자가 자진 신고하거나 조사에 협조한 날부터 2년이 지나 자진 신고하거나 조사에 협조한 사업자인 경우
- 관련 재판에서 조사 과정에서의 진술과 달리 진술하는 경우 : 감면을 취소할 수 있음

(5) 감면신청 절차

감면신청은 원칙적으로 서면으로 하여야 합니다. 서면으로 감면신청을 하기 곤란한 사유가 있는 경우에는 구두로 감면신청을 할 수 있으나, 전화로는 감면신청을 할 수 없습니다.

신청인이 증거자료 수집 등에 상당한 시간을 요하거나 기타 신청과 동시에 증거자료를 제출할 수 없는 특별한 사정이 있는 경우에는 기재사항 일부를 생략한 간이신청을 하고 사후에 보정할 수도 있습니다(보정기간은 원칙적으로 15일).

감면을 받기 위해서는 조사협조와 부당한 공동행위 중단이 필요합니다

**5.2 정보누설 금지 등**

공정거래위원회 및 그 소속 공무원은 소송수행을 위하여 필요한 경우 등을 제외하고는 자진신고자 또는 조사협조자의 신원·제보내용 등 자진신고나 제보와 관련된 정보 및 자료를 사건 처리와 관계없는 자에게 제공하거나 누설하지 못하도록 하여(공정거래법 제44조 제4항), 신고자 또는 조사협조자의 신원에 대한 비밀보장하고 있습니다.

**5.3 신고포상금제도**

공정거래법 위반행위를 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 제출한 자에 대해서는 공정거래위원회가 예산의 범위 안에서 포상금을 지급할 수 있습니다.

**6. 부당한 공동행위 Check List**

- 1) 경쟁사업자와 판매가격과 관련해 직·간접적인 의사연락이나 정보 교환을 하지는 않았는가?
- 2) 경쟁사업자와 생산량, 출고량, 재고량 등에 대해 정보를 교환하거나 협의한 사실은 없는가?

- 3) 경쟁입찰 시 사전에 입찰 참가자와 낙찰자, 응찰금액, 응찰 물량 등 입찰 관련 자료를 상호 교환하거나 협의한 사실은 없는가?
  
- 4) 경쟁사 임직원과 만난 자리에서 가격 등 거래조건에 관한 논의를 한 사실은 없는가?

## 제5절 표시 광고 관련 규제 [광고, 마케팅]

### 1. 개요

표시라 함은 사업자(사업자단체 포함)가 자기 또는 다른 사업자에 관한 사항, 자기 또는 다른 사업자의 상품 또는 용역에 관한 사항 등을 소비자에게 알리기 위하여 자기 상품 등의 용기·포장 또는 사업장 등의 게시물 또는 상품권·회원권·분양권 등 상품에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자나 도형 및 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 말합니다(표시광고법 제2조 제1호).

광고라 함은 사업자가 상품 등에 관한 사항을 신문·방송·잡지, 전단·팜플렛·건본·입장권, 인터넷·pc통신, 포스터·간판·네온사인·에드벌룬·전광판, 비디오물·음반·서적·간행물·영화·연극 등을 통하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말합니다. (법 제2조 제2호, 시행령 제2조).

### 2. 의무사항 및 금지사항

#### 2.1 부당한 표시·광고

##### 1) 부당한 표시·광고행위의 요건

부당한 표시·광고행위라 함은 사업자(사업자단체 포함)가 상품 또는 용역에 관하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로서 공정한 거래질서를 해할 우려가 있는 내용을 표시·광고하는 것을 의미합니다.

##### 2) 부당한 표시·광고의 유형

부당한 표시·광고는 ① 허위·과장광고, ② 기만적인 표시·광고, ③ 부당하게 비교하는 표시·광고, ④ 비방적인 표시·광고의 4가지 유형으로 구분됩니다.

##### (1) 허위·과장의 표시·광고

허위·과장의 표시·광고는 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것을 말하며(영 제3조 제1항) 대부분의 부당한 표시·광고 행위가 이 유형에 해당되므로 주의하여야 합니다

<예> ① 백화점 세일 광고 전 단지에 "OO바바리: 79,000원"으로 표시·광고하였으나 실제 매장에는 동 상품이 없는 경우(허위)



② 세일 광고 전단에 "OO품목: 30%~50%원"라고 표시·광고하였으나 50% 해당 상품은 일부에 불과 하고 대부분의 상품은 30% 할인을 적용(과장)



**(2) 기만적인 표시·광고**

사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고(영 제3조 제 2항)하여 소비자를 속이거나 소비로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 입니다.

<예>① 화장품의 가격에 대해 광고하면서 주문 수량 대별로 할인 가격이 적용된다는 사실을 명시하지 않고 광고함으로써 수요자들이 주문수량에 관계없이 할인 혜택을 받을 수 있는 것으로 오인할 우려가 있는 광고 행위가 이에 해당



② 백화점 내 사진관에서 가족 사진 "무료 촬영 권"을 배포하면서 실제로는 소비자가 액자를 구입해야 한다는 사실을 누락·은폐



**(3) 부당하게 비교하는 표시·광고**

비교 대상 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 것(영 제3조 제3항)을 말합니다.

〈예〉① 듀라셀코리아(주)는 자신이 생산 판매하는 알카라인 건전지에 대하여 표시하면서 제품 포장지 전면에 비교 대상을 명시함이 없이 "최고 5배 수명" 이라고 표기하고 후면에 "사용 기기에 따라 일반 망간 건전지보다 최고 5 배까지 수명이 오래갑니다" 라고 표시하여, 마치 경쟁사 업자의 동종 제품(알카라인 건전지)에 비해서도 수명이 긴 것처럼 부당하게 비교하여 표시



② 한국암웨이(주)는 세제 광고를 하면서 객관적 근거 없이 다른 일반 세제에 비하여 6배의 효과를 내는 것처럼 부당하게 비교하여 광고



#### (4) 비방적인 표시·광고

비방적인 표시·광고는 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품 등에 관하여 객관적인 근거 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것 (영 제3조 제4호)을 말한다.

<예>(주)진로는 자신이 제조·판매하는 참이슬 소주에 대하여 광고하면서 "왜「그런」소주를 마셨는지 모르겠다" 라는 표제 아래 "말로만 부드럽다는 그저「그린」소주로 고생 많으셨죠" 라고 표현한 바 있다. 이는「그런」이라는 단어가 (주)두산의 그린 소주의 상표와 같은 활자체 및 색상을 사용하여 그린을 연상시키고 있으며, 광고 문구 자체도 직설적, 노골적이어서 소비자들이 그린 소주를 비방하는 것이라고 인식하기에 충분한 비방적인 광고에 해당



## 2.2 표시광고법에 도입된 주요제도

### 1) 중요정보 공개제도(표시광고법 제4조)

소비자가 합리적 상품 선택을 하는데 필요한 정보 제공을 확대하고 정보부족으로 인한 소비자 피해를 사전에 예방하기 위하여 소비자의 구매 선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 표시·광고 사항을 업종별로 알려 주어 이를 사업자의 표시·광고 시에 의무적으로 포함하도록 하는 제도입니다.

중요정보공개대상은 ①표시·광고를 하지 않아 소비자 피해가 자주 발생하는 경우, ②소비자의 구매선택에 결정적인 영향을 미치는 경우, ③소비자의 생명·신체상의 위해가 발생할 가능성이 있는 경우, ④그 밖에 소비자의 합리적인 선택을 현저히 저해할 가능성이 있거나 공정한 거래질서를 현저히 해칠 우려가 있는 사항입니다. 다른 법령에서 표시·광고하도록 한 사항은 중요정보공개대상에서 제외됩니다.

## 2) 광고실증제도(표시광고법 제5조)

사업자 등은 자기가 행한 표시·광고 중 “사실과 관련된 사항”에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 합니다.

공정거래위원회는 부당한 표시·광고의 우려가 있어 실증이 필요하다고 인정되는 경우 당해 사업자에게 실증 자료의 제출을 요청할 수 있고, 동 요청을 받은 사업자는 15일 이내에 실증 자료를 제출하여야 하고, 실증 자료를 제출하지 아니한 사업자는 1억 원 이하의 과태료에 처해지거나 부당한 표시·광고 행위로 제재 받을 수 있습니다.

실증자료 제출 요청의 주요 대상은 인체에 직접 영향을 미친다고 주장하는 내용, 안전이나 환경과 관련된 내용, 상품의 성능·효능·품질 등에 관한 내용 등 소비자가 구매를 선택하는데 중대한 영향을 미치는 표시·광고 내용입니다.

## 3) 임시중지명령제도(표시광고법 제8조)

부당한 표시·광고로 명백하게 의심되고, 소비자 또는 경쟁 사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위한 긴급한 필요가 있는 경우에 시정조치를 하기 전까지 공정거래위원회가 이를 일시 중지시킬 수 있도록 하는 제도입니다.

## 4) 정정광고제도(표시광고법 제7조)

2001. 1월부터 인체에 영향을 미친다는 내용의 표시·광고, 안전 또는 환경과 관련된 표시·광고 기타 소비자의 구매 선택 및 거래 질서에 중대한 영향을 미치는 표시·광고로서 부당한 표시·광고에 해당하여 정정 광고 제도를 도입하였습니다.

정정 광고 명령을 받게 되면 원칙적으로 광고매체, 광고의 크기, 광고 시간 등 당해 부당한 표시·광고가 행해진 조건과 유사한 조건에서 정정 광고를 해야 합니다.

정정 광고의 횟수는 부당한 표현의 내용 및 정도, 표시·광고의 비용 및 횟수, 표시·광고기간, 표시·광고의 지역적 확산 정도 등을 고려한 평가 기준에 따라 부당한 표시·광고 횟수의 10~30% 이상이어야 합니다.

### <예시문> [기타 상품·용역 등의 홍보]

"우리 회사의 00제품에 대한 10%이상 연료 절감 효과가 있다는 종전의 광고는 0년0월0일 공정거래위원회로부터 표시광고법을 위반하였다는 이유로 000으로 수정하라는 명령을 받았습니다."

## 5) 손해배상 책임(표시광고법 제10~11조)

사업자 등은 부당한 표시·광고를 하여 피해를 입은 자가 있는 경우에는 당해 피해자에 대하여 손해배상의 책임을 집니다.

손해배상의 책임을 지는 사업자 등은 고의 또는 과실이 없음을 들어 그 피해자에 대한 책임을 면할 수 없습니다.

사업자 등은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로서 1. 거짓·과장의 표시·광고, 2. 기만적인 표시·광고, 3. 부당하게 비교하는 표시·광고, 4. 비방적인 표시·광고 행위로 인해 손해가 발생한 사실은

인정되나 그 손해액을 증명하는 것이 사안의 성질상 곤란한 경우 법원은 변론 전체의 취지와 증거 조사의 결과에 기초하여 상당한 손해액을 인정할 수 있습니다.

### 3. 제재조치

#### 3.1 행정적 제재

##### 1) 시정조치

당해 위반행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 정정광고, 기타 위반행위 시정을 위하여 필요한 조치 등을 부과합니다(표시광고법 제7조).

##### 2) 과징금

과징금은 관련매출액의 2%를 초과하지 아니하는 범위 안에서 부과할 수 있으며, 매출액이 없거나 산정이 곤란한 경우에는 5억원의 범위 안에서 부과합니다(표시광고법 제9조 제1항).

#### 3.2 벌칙

##### 1) 형벌

위반유형에 따라 최대 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만 원 이하의 벌금 부과 가능합니다(표시광고법 제17조).

##### 2) 과태료

조사방해의 경우 최대 2억원, 그 외 위반유형에 대하여는 최대 1억원 이하의 과태료 부과 가능합니다(표시광고법 제20조).

### 4. 표시광고행위시 유의사항

**4.1** 표시광고법 위반 행위는 주로 지역 본부나 영업 조직 등에서 발생하고 있으므로 개별 사업단 위에서 임의 제작하는 유인물은 반드시 본사 공정거래 담당 부서와 협의할 것

**4.2** 객관적인 사실이나 자료에 근거한 비교 광고는 허용되므로 필요 시 동종의 상품에 대해 비교광고를 하되, 부분적인 우수성을 전체의 우수성으로 표현하는 행위 등은 지양할 것

**4.3** 사보, 홍보만화, 고객안내문 등 대고객 홍보용 자료도 광고에 해당하므로 각별히 주의하여 문제의 소지가 있다고 판단되면 표현을 수정할 것

**4.4** 인터넷, 사외 유통망, 구내 방송 등 사원끼리 유통되는 정보교환 등도 경우에 따라서는 법에 저촉될 수 있으니 주의할 것

**4.5** 사소한 민원이라도 초기 대응에 실패하면 규제기관에 제소될 수 있으므로, 민원에 대한 초기 대응에 유의할 것

**4.6** 신규 고객 유치 시, 상품 인도 조건 등을 정확하게 이용자에게 안내하고 계약 내용과

다르게 가격을 변동하는 행위를 지양할 것

- 4.7 홍보물이나 광고물 작성 시 문안 내용이 객관적 진실에 입각한 것인지, 평균 이하의 지적수준을 지닌 소비자의 입장에서 오인할 우려가 없는지 생각할 것
- 4.8 광고적으로 기발한 표현이라도 경쟁사를 비방한 것으로 오인될 우려가 있는 광고는 지양할 것
- 4.9 표시나 표현을 확정하기 전에 항상 전문가가 아닌 평범한 소비자의 입장이 되어 오인성이 있는지 여부를 체크할 것
- 4.10 부당 표시, 광고 사건은 우리 주위에서 항상 제기될 수 있으며, 사소한 부주의가 심각한 결과를 초래할 수 있다는 사실을 명심할 것

## 5. 질의응답

**문1 :** 제조사를 불문하고 사용하던 동종 의류(골프 의류 등)를 가져오는 고객에게 일정액을 인정하여 할인하여 주는 보상 판매가 가능한지?

**답 :** 보상 판매와 관련한 광고 내용과 실제 보상 내용이 사실과 일치한다면 표시, 광고법상 문제될 것이 없다. 다만 보상 내용이 정상적인 거래 관행에 비추어 과도한 이익에 해당될 경우 공정거래법상 부당한 고객 유인 행위에 해당될 수 있습니다.

**문2 :** 소비자 현상 경품으로 냉장고 5대를 증정한다고 표시·광고하였는데, 현상(컴퓨터를 이용한 추첨)결과 당첨자가 3명밖에 없어 표시·광고된 냉장고 5대 전부를 증정하지 못한 경우 부당한 고객 유인에 해당하는지?

**답 :** 아무런 부가적인 표현 없이 단지 추첨에 의하여 '냉장고 5대'를 제공한다고 광고하였으나, 실제 제공 대수가 이에 미치지 못할 경우 부당 광고에 해당될 소지가 큼니다 추첨 확률을 정할 때 일반의 예상을 충분히 반영할 수 있도록(즉, 5대가 제공될 수 있도록) 정 하든지, 부득이 하다면 광고에 확률을 정하는 방법 또는 고객 참여도에 따라 실제 제공 대수가 미달될 수 있음을 명시토록 하여야 합니다.

**문3 :** 세일 기간 중에 가격 인하가 가능한지? 정상이 대비 20% 세일 진행 중 정상이 대비 30% 가격 인하를 하는 것이 가능한지) 또한 세일 기간 중 세일율을 높여 실시하는 것이 가능한지? (A브랜드에서 10.10. ~ 10.20.까지 20% 세일을 실시한다고 고지하여 실시하다가 판매 부진 등의 사유로 10.13일부터 30% 세일을 실시하는 경우)

**답 :** 세일(할인특매)은 일반적으로 사업자가 자기가 취급하는 상품에 대하여 일정 기간 동안 특별히 가격을 할인하여 판매하는 행위로 인식되고 있다고 할 것이며 따라서 그 기간이 종료되면 종전 판매가격으로 환원되는 것을 전제로 하고 있다고 볼 수 있습니다. 따라서 일 정 기간을 정하여 할인특매(세일)를 한다고 광고하였음에도 그 기간 중에 오히려 가격을 더 인하하는 것은 소비자의 기대에 반하는 것으로서 특별한 사유가 없는 한 당초의 세일 광고가 원칙적으로 부당 광고에 해당된다고 보아야

합니다. 판매 상황 등에 따라 가격을 더 인하하여야 할 필요성이 예견될 경우 광고상에 행사 종료 시점은 표기하지 않고 인하 시점만 명시하는 가격 인하 형태의 광고를 한 후 다시 재가격 인하 광고를 하는 것도 한 방법이 될 수 있습니다

**문4 :** 1회의 할인권은 경품으로 보고 있는데, 세일 기간 중(예: 10%)에 1회의 할인권을 가지고 물품을 구매하려는 고객(1회의 20% 할인권)의 경우 20% 할인되는 기준은 정상가인지 아니면 10% 할인가인지?

**답 :** 할인권에 사용 가능한 특정 일자 또는 세일 기간 중에는 정상가 기준으로 할인된다는 명시적인 표현이 없는 한 당해 고객이 내점하여 할인권을 제시하는 일자에 실제 판매되고 있는 가격을 기준으로 할인해 주어야 합니다 즉 세일 행사 시에는 세일 가격에 20%를 추 가하여 할인해 주어야 합니다.

**문5 :** 전단지 등 게재된 경품과 실제 고객에게 지급된 경품이 모델 및 기타 불일치한 상태로 지급될 경우 공정거래법 상의 문제는 어떠한 것이 있는지? (단, 경품 가액은 동일함)

**답 :** 광고 내용과 다른 경품을 지급한다면 표시광고법상 부당 광고가 됩니다 다만 실제 지급한 경품이 당초 제공키로 한 경품과 동급 또는 그 이상의 상품에 해당하는지 여부 등에 따 라 조치 수준의 경감만을 고려할 수 있을 뿐입니다.

**문6 :** 이월 상품 판매 시 POP/쇼 카드에 비교가 표시, 할인율의 표시가 가능한지?

**답 :** 할인특매는 통상 최근 상당 기간 동안 자신이 실제 판매하였던 정상 상품을 일정 기간 특별히 가격을 인하하여 판매하는 것으로 인식되므로, 이월 상품 또는 재 고 상품에 대하여 할인율만을 표시할 경우 할인특매 행사로 오인할 소지가 큼니다. 따라서 이월 상품인 경우 이월 상품임을 명시하고 판매가격만 표기하든지 또는 비교 가격을 표시할 경우 비교 가격의 기준시점도 아울러 명시하여야 합니다.

**문7 :** A브랜드의 행사 계획에 의하여 공문 접수 후 전단에 게재하였으나 업체의 사정으로 행 사 하루 전 취소 공문이 도착하였을 경우 정정 또는 사과 POP 게재로 가능한가?

**답 :** 당초 광고가 사실과 다른 허위·과장 광고가 됨에는 변함이 없으나, 정정 광고 등으로 당초 광고의 소비자 오인성을 어느 정도 치유하였는지에 따라 공정위의 조치 수준만 달라질 수 있는 사안으로 보입니다.

**문8 :** 전단 광고 시, 행사 상품 및 가격대가 동일한 중복 브랜드에 대하여 대표 브랜드만 표기 후 광고를 하는 것이 적합한가?

**답 :** 판매 또는 준비 수량 등을 감안할 때 당해 상품이 실제로 대표성이 있는 브랜드라면 무방하다 할 것이나, 대부분이 비인기 상품이고 대표 브랜드로 내건 상품은 일부에 불과할 경우 부당한 표시·광고가 될 수 있습니다.

**문9 :** 가격 인하 또는 세일 시 상품에 부착된 가격표를 모두 변경해야 하는가?

**답 :** 판매가격에 대해 소비자 오인 우려가 없도록 진열대. POP등에 명확하게 표시(예: "상품에 부착된 가격표 대비 30% 할인" 등) 광고한다면 표시·광고법상 문제될 것이

없습니다.

**문10 :**매장에서 실제 진열되어 있지는 않았지만 판매했던 상품에 대하여도 전단 광고 시 세일 율을 표시하고 판매하는 것이 가능한가?

**답 :** 세일행사 직전 최근 상당 기간(20일정도) 자기가 실제 판매하였던 상품임이 입증될 수 있다면 원칙적으로 가능합니다.

**문11 :**전단이나 신문상에는 "00브랜드 30% 세일" 이라고 광고가 나갔으나, 세일율이 잘못 광고되어 실제 매장에서는 20%세일하고자 하는데 정정 광고를 하여도 이 경우 부당한 표시광고행위에 해당하는지 여부?

**답 :** 당초 광고가 부당 광고에 해당됨에는 변함이 없으며, 다만 정정 광고의 노력 정도에 따라 조치 수준이 달라질 수 있는 사안입니다.

**문12 :**서울 지역에서는 00백화점에서만 입점해 있던 00브랜드가 철수하는 경우, 고별전이란 용어를 사용하고 할인율을 표시할 수 있는지 여부?

**답 :** 할인율을 최근 상당기간(20일정도) 자기가 실제 판매하였던 가격을 기준으로 표시한다면 가능합니다. 다만, 동 브랜드에 대해 또다시 고별전이라는 명목의 행사는 불가능합니다.

**문13 :**일정 기간을 정하여<초특가, 기획상품 등>용어를 사용하여 특별행사를 진행하고자 할 때 할인율 및 비교 가격의 표시가 가능한가?

**답 :** 최근 상당 기간(20일 정도) 자기가 실제로 판매하였던 동일한 상품의 가격을 기준으로 할인율 등을 표기하는 것은 가능하다 할 것이나, "초특가" 라는 용어에 걸맞은 할인율이 적용되어야 할 것이며, "기획 상품" 이란 행사를 위하여 별도 제작된 상품으로서 종전 거래가 격이 형성되지 않은 상품임을 유의하여야 합니다.

**문14 :**00할인점에서 구매 고객에게 자체 제작한 스크래치 식 복권을 나누어 주고 당첨 여부를 즉석에서 확인하는 경품 행사를 진행하려고 한다. 당첨 가능한 최대 수량을 반드시 표시하여야 하는지 여부는?

**답 :** 당첨가능한 최대 수량 뿐 아니라 전 점 기준인지 당해 점포기준인지도 명확히 밝혀야 합니다. 그렇지 않을 경우 기만적인 광고 행위에 해당될 소지가 있습니다.

**문15 :**동일 상품인데 상품 수량에 따라 4만원과 6만원으로 나누어 포장 판매하고 있다. 신문광고에 6만원 상품의 사진 하단에 4만원으로 고지되는 실수가 발생하여 고객이 6만원 상품을 4만원에 요구하는 경우 4만원에 판매해야 하는가?

**답 :** 광고 내용대로 이행하지 않을 경우 당초 광고가 부당 광고에 해당됨에는 변함이 없으며, 다만 정정 광고의 노력 정도에 따라 조치 수준이 달라질 수 있는 사안입니다.

**문16 :**경품 행사를 전단 및 신문광고 후 행사 진행하다가 행사 종료 1~2일을 남겨 두고 경품 제공 상품 중 일부가 품절되어 부득이하게 다른 상품으로 대체하려고 하는데 문제가 없는 지 여부?

**답 :** 광고 내용대로 이행하지 않을 경우 당초 광고는 부당 광고가 됩니다. 다만 대체 상품이 당초 제공키로 한 상품과 동급 또는 그 이상의 상품에 해당하는지 여부 등에 따라 조치 수준의 경감만을 고려할 수 있을 뿐입니다.

**문17 :** 재고 상품을 최근 상당 기간 20일 이상 판매하였는데 이 상품을 세일하는데 재고 상품이라고 표시·광고하여야 하는지?

**답 :** 재고 상품임을 명시하여야 합니다.

**문18 :** 판매상품의 가격이 갑자기 변경되었을 경우 미처 가격 태그(tag)를 모두 교체하지 못하였다면 매장내 POP 등으로 고객에게 해당 사실을 알려도 괜찮은가?

**답 :** 당해 매장에서의 POP 표시 등으로 소비자가 가격에 대해 사실과 다르게 오인할 우려가 없도록 조치하였다면 표시·광고법상 가격 태그(tag)까지 교체할 의무는 없다 할 수 있습니다.

**문19 :** POP에 '니트, 점퍼, 조끼: 1만원~5만원' 이라고 표현했다면 니트도 1만원부터 5만원까지 상품이 갖추어져야 하며 점퍼와 조끼도 각각 1만원부터 5만원까지 상품이 있어야 하는가?

**답 :** 당연히 있어야 합니다. 또한 1만원짜리 상품은 일부에 불과하고 대부분의 상품이 이보다 고가인 상품으로 구성되어 있어서도 안 됩니다.

**문20 :** 당사에 최초로 입점 되는 신규 브랜드가 세일 기간 중 입점할 경우 SALE 참여가 가능한가?

**답 :** 최근 상당 기간 동안 거래한 실적인 종전 거래 가격이 형성되어 있지 않으므로 원칙적으로 불가능합니다. 당해 점포에서 판매한 실적이 없는 상품은 거래 가격이 없으므로 할인율의 표시가 불가능하다고 볼 수 있습니다.

**문21 :** A브랜드는 10%에서 30%까지 세일을 하고 있다. 30% 세일을 시행하는 품목이 최소한 몇 % 이상일 경우 대표적으로 30% 세일이라는 표시·광고가 가능한가?

**답 :** 할인율을 표시할 경우 당해 할인율 해당 품목의 비율이 몇 % 이상일 것을 명시적으로 요구하는 규정은 없으나 대부분의 품목이 당해 할인율 적용 품목이어야 할 것이며 또한 당 해 할인율에 미달되는 품목이 있을 경우 동 사실도 명시 (예: 일부 품목 제외)하여야 합니다. 아울러 할인율을 10%, 30% 로 표시하였음에도 실제 10% 또는 20% 할인 품목에 비해 30% 할인 품목의 비중이 현저히 낮을 경우에도 과장 광고에 해당될 수 있습니다.)

**문22 :** 정확한 제품 광고를 위해 보상 기준, 원산지 등의 표시 광고를 의무화하고 있는데, 여러 상품군을 광고하는 신문광고의 경우 각 상품 군별 표시 광고를 구체적으로 표시할 수 없는 현실적인 한계가 있다. 대표적인 문구를 이용하여 광고할 경우 표시광고 고시에 저촉되는가?

**답 :** 『중요한 표시광고 사항 고시』에 의거 상품 군별에 모두 해당하는 항목에 대해서는 대표적 인 문구만을 표기할 수 있으나 각기 다른 항목에 대해서는 상품 군별로 별도

표기하여야 합니다. 예를 들어 보석류 광고 시 중요 정보 항목은 ① 세공 불량 등 소비자 피해에 대한 보상 기준, ② 가공 국가 명 및 가공 지역이며, 의류 광고 시 중요 정보 항목은 ① 원 재료 종류와 그 혼용률 ② 세탁 방법 등 취급상의 주의 사항인 바, 이 경우 양자를 포괄하는 대표 문구 작성이 사실상 어려우므로 각 상품 군별로 중요 정보 항목을 별도 표기하여야 합니다.

#### 6. 표시광고 Check-List 및 유의사항

구분	체크리스트
사업자 자신	국내 최초 사업자라는 사실을 근거로 국내 대표 사업자로 표시하지 않았는가?
가격	실제 판매가격을 낮춰 보이기 위하여 허위의 경쟁품 가격과 비교하거나 부가세 등을 누락하지 않았는가?
원재료·성분	일부만 특허 받은 특수 소재를 사용하였음에도 전체 성분이 특수한 소재 인 것처럼 광고하지 않았는가?
품질·성능·효능	성능이나 품질이 객관적으로 확인될 수 없음에도 확실하게 발휘되는 것 처럼 표시하지 않았는가?
규격·용량·수량	실제 성능이나 수명을 과장하여 표시하지 않았는가?
제조 일자·유효 기간 등	제조 일자 또는 유효 기간을 사실과 다르게 표시하지 않았는가?
제조 방법	단순히 디자인 협찬 등을 한 사실을 근거로 '기술 제휴' 또는 '합작'이라고 표시하지 않았는가?
특징	절대나 최고 등 실증되지 않은 용어를 표시하지 않았는가?
원산지·제조사	국산 제품을 수입품인 것처럼 표시하지 않았는가? 자기 회사는 단순한 판매원임에도 자기가 제조한 제품인 것처럼 표시하 지 않았는가?
추천·권장	전문 기관의 추천·권장의 사실이 없음에도 불구하고 허위 표시하지 않았는가?
용도·사용 방법· 주의 사항	소비자가 알아야 할 사항을 적절히 표시하지 않아 사용상의 오인 가능성이 있게 표현하지 않았는가?
경쟁자·경쟁 관계 상품	동일한 조건이 아닌 상태에서 비교하지 않았는가?
중상·비방	객관적 근거 없이 경쟁 제품은 품질이 나쁘다고 비방하지 않았는가?
거래 내용· 거래 조건	경품 제공 수량 또는 기간에 관해 사실과 다르게 표시하지 않았는가?

## 제6절 약관의 규제에 관한 법률 [계약부서, 구매, 리테일, 분양]

### 1. 개요

#### 1.1 약관의 정의

약관이라 함은 그 명칭이나 형태 또는 범위를 불문하고 계약의 일방 당사자가 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 의미합니다. 약관은 그 명칭을 불문하고 약관의 개념요소를 가지고 있으면 성립합니다. 또한 형태를 불문하므로 계약서 가운데 포함되어 있어도 약관으로 인정될 수 있으며, 약관이 유일조항인지 다수조항인지 역시 상관이 없습니다. 다만, 약관은 개별적인 교섭을 거치지 않은 것이어야 하는 점에 유의하여야 합니다.

#### 1.2 약관의 성립요건

- 1) **일방성&사전성** : 일방당사자에 의하여 미리 마련된 것이어야 합니다.
- 2) **일반성** : 다수(불특정다수 포함)의 상대방과 계약을 체결하기 위한 것이어야 합니다.
- 3) **형식성** : 일정한 형식에 의하여 미리 마련된 것이어야 합니다. 구술로만 계약한 것은 형식을 갖추었다고 보지 않으므로 약관에 해당하지 않습니다.

#### ◆ 이런 경우 약관에 해당합니다.

- 1) 운송약관, 상가 등의 분양·임대차계약서, 가맹점계약서, 대리점계약서
- 2) 지방자치단체의 택지공급계약서

#### ◆ 이런 경우 약관이 아닙니다.

- 1) 상가 등의 공동규약, 회사의 정관 등 단체의 내부 구성원 간의 규율조항
- 2) 계약서에 공란으로 비워 두었다가 계약당사자가 개별적인 교섭을 거쳐 기재한 위약금 등에 관한 조항

#### 1.3 사업자의 의무

##### 1) 명시·조건부 교부의무

- 명시 : 계약체결 전에 약관을 일반적인 방법으로 보여주어야 합니다.
- 조건부 교부 : 고객이 요구하는 경우 약관 사본을 교부(요구가 없는 경우 줄 필요는 없음)하여야 합니다.

##### 2) 설명의무 : 약관의 중요내용을 고객에게 설명하여야 함

#### [대법원 2019. 5. 30. 선고 2016다276177 판결]

- 설명의무의 대상이 되는 '중요한 내용'은 사회통념에 비추어 고객이 계약체결의 여부나 대가를 결정하는 데 직접적인 영향을 미칠 수 있는 사항을 의미함
- 약관에 정하여진 사항이라고 하더라도 거래상 일반적이고 공통된 것이어서

고객이 별도의 설명 없이도 충분히 예상할 수 있었던 사항이거나 이미 법령에 의하여 정해진 것을 되풀이하거나 부연하는 정도에 불과한 사항이라면 설명의무 없음

### 3) 입증의무

사업자는 자신이 계약체결 시 약관을 고객에게 명시·설명하였음을 입증하여야 합니다.

- 일반적으로 모든 고객에 대하여 명시·설명하였다는 사실을 개략적으로 증명하면 충분하고 특정고객에게 명시·설명하였음을 직접적으로 증명할 필요는 없습니다.

### 4) 의무위반시 효과

- 사업자가 의무를 위반한 경우에 약관이 당연히 계약내용에서 배제되는 것이 아니고 단지 사업자가 그 약관을 계약내용으로 주장할 수 없을 뿐입니다.
- 사업자가 명시, 설명의무를 위반했다라도 고객이 아무런 이의를 제기하지 않는다면 약관은 계약의 내용으로 편입됩니다.
- 고객 측에서는 당해 약관을 계약내용으로 주장할 수 있습니다. 사업자가 명시 등의 의무를 이행하지 않더라도 고객 측에서는 계약체결을 원하는 경우가 있고 약관 중에 고객에게 유리한 조항이 있는 경우 고객을 보호하는 것이 바람직하기 때문입니다.

## 1.4 개별약정 우선의 원칙

약관에서 정하고 있는 사항에 관하여 사업자와 고객이 약관의 내용과 다르게 합의한 사항이 있을 때에는 당해 합의사항은 약관에 우선합니다.

※ 서면작성요구 약관조항/개별약정배제 약관조항

약관 중에는 「이와 다른 개별약정은 서면으로 하여야 한다(구두에 의한 합의는 모두 무효)」라는 조항이 있는데, 이 조항은 개별약정 우선의 원칙을 부정하거나 개별약정을 배제하는 약관조항으로 무효로 인정될 수 있습니다.

### <개별약정 우선원칙 사례>

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, 위 약관조항 과 약정서의 내용은 서로 상충된다 할 것이고, 약관규제법 제4조의 개별약정우선의 원칙 및 위 약정서에서 정한 개별약정 우선적용조항에 따라 개별약정은 약관조항에 우선하므로 대출 이후 당해 거래기간이 지나기 전에 금융기관이 한 일방적인 이율인상은 그 효력 이 없다(대판 2001. 3. 9, 2000다67235)

## 1.5 약관의 해석

### 1) 약관해석의 원칙

- (1) 신의성실의 원칙

사업자측과 고객의 이익이 형평을 이루어 구체적 타당성을 갖도록 공정하게 해석되어야 합니다.

(2) 객관적 해석의 원칙(통일적 해석의 원칙)

모든 고객에게 동일하게 해석 및 적용되어야 합니다.

(3) 작성자 불이익의 원칙

의미가 불명확한 점이 있는 때에는 그 불이익은 약관 작성자가 감수하고 복수의 해석이 가능한 경우에는 상대방에게 유리하게 해석합니다.

<작성자 불이익의 원칙 사례>

(대판 1996. 6. 25, 96다12009)

보통거래약관의 내용은 개개 계약체결자의 의사나 구체적인 사정을 고려함이 없이 평균적 고객의 이해가능성을 기준으로 하되 약관거래단체 전체의 이해관계를 고려하여 객관적, 획일적으로 해석하여야 하고, 고객 보호의 측면에서 약관내용이 명백하지 못하거나 의심스러운 때에는 약관작성자에게 불리하게 제한해석 하여야 한다.

(주) 이팩스 물품거래계약서상 불공정약관조항 건(시정권고 제2002-090호)

물품거래계약서상 제19조(조항해석)-본 계약과 관련된 해석에 대하여는 "갑"의 해석에 따르며, "갑" 과 "을" 사이에 이의가 있거나 본 계약서에서 명시되지 않은 사항에 대해서는 일반 상관습에 따른다는 약관을 사용  
공정위는 약관조항이 명확하게 해석되지 않는 조항이 있는 경우 작성자 불이익의 원칙에 따라 고객에게 유리하게 해석되어야 한다고 판단

2. 금지행위(주요 불공정약관조항)

2.1 개요

약관법은 9가지의 불공정약관조항을 규정하고 있습니다(제6조 내지 제14조). 이에 해당하는 약관 조항은 무효로서 계약 내용으로 주장할 수 없습니다.

2.2 약관의 불공정성 통제 일반원칙

1) 신의성실의 원칙

- 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항은 무효입니다.
- 신의성실의 원칙에 반하는 개별약정 : 약관규제법의 적용을 면탈하기 위하여 개별약정의 외관만을 갖춘 경우에는 약관법 제6조 제1항에 따라 무효

2) 불공정성 추정

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

<불공정성 인정 예시>

- 고객에게 속할 물건을 사업자의 소유로 정하는 조항

- 고객의 재산처분권한을 정당한 이유 없이 제한하는 조항
- 약관의 내용을 자의적으로 해석하거나 약관에 명시되지 아니한 사항을 사업자 일방이 정하는 조항(예: 계약내용에 다툼이 있는 경우 "갑"의 해석에 따르기로 한다)
- 사업자가 고객에 대하여 포괄적인 의무를 부과하는 조항

**<불공정약관조항 인정사례>**

**[월튼네사람들의 가맹계약서상의 불공정약관조항 건(의결 제2002-059호)]**

- 피심인은 가맹계약서 제11조(기타) (1)" 본 계약에 명시되지 아니한 사항은 일반 상관례에 준하며 상호 이의가 있을 시 갑의 해석에 따른다"는 약관조항을 사용한 사실이 있다.
- 약관조항이 명확하지 않을 경우에는 신의성실의 원칙에 따라 공정하게 해석되어야 하며 명확하게 해석되지 않는 조항이 있을 경우 작성자 불이익의 원칙에 따라 고객에게 유리하게 해석되어야 한다.
- 공정위는 합의되지 않은 사항은 임대인의 결정에 따르도록 하고 있는 현행 가맹계약조항 은 고객에게 부당하게 불리한 조항으로 약관법 6조제1항제1호에 해당한다고 판단하였다.

**2.3 사업자 면책조항의 금지**

**<불공정하게 사업자를 면책하는 조항 무효>**

- 1) 사업자, 이행보조자, 피용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항
- 2) 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 조항
- 3) 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리 행사의 요건을 가중하는 조항
- 4) 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항

**2.4 부당한 손해배상액의 예정**

- 1) 고객에게 부당하게 과중한 지연 손해금 등의 손해배상 의무를 부담시키는 약관조항은 불공정하여 무효
- 2) 상대방의 공박·경술·무경험에 편승한 승리행위라고 보여지는 경우에는 민법 제104조에 의해 무효  
구체적인 예 : 금융(사채)계약에서 연체이자율을 연80% ~ 200%를 부과하는 것

〈불공정약관조항 인정사례〉

신라명과의 가맹계약서상 불공정약관조항에 대한 건(의결 제99-76호)

- 피심인은 가맹계약서 제27조(손해배상) 3. "만일 을이 일방적으로 계약을 해지하고 갑과 동일 또는 유사 업종의 업체의 대리점 영업을 계속하는 경우 을은 잔여 계약기간에 해당하는 평균매상액을 갑에게 별도로 배상하여야 한다.
- 계약법상 당사자가 계약을 체결하고 그 계약내용을 결정하는 것은 자유이므로 프랜차이즈 계약내용 중 가맹점이 계약내용을 위반하는 경우 위약금의 부과, 계약해 지, 손해배상청구 등의 조항을 두는 것은 가능하나 이는 계약의 정상적인 유지 존속을 위한 필수 불가결한 조항에 한정하여 사안별로 합리적인 범위내에서 이루어져야 한다.
- 공정위는 동조항이 가맹점의 계약위반에 대해 잔여계약기간의 평균 매상액을 배상하도록 하는 것은 일종의 손해배상금의 예정으로 판단되는 바, 사업자는 피해의 정도 및 잔여계약기간, 귀책사유 등에 따라 합리적으로 손해배상금을 예정함에도 불구하고 일률적으로 잔여계약기간의 평균매상액을 배상하도록 하는 것은 고객에 대하여 부당하게 과중한 손해배상의무를 부담시키는 조항으로 약관법 제8조에 해당된다고 판단하였다.



**<가맹계약서상 손해배상액 과다조항>**

- 피심인은 가맹계약서 제10조(손해배상) “가맹점이 제6조제1항, 제12조, 제13조의 규정을 위반할 경우 가맹점은 본사에 손해배상금으로 일금 이천만원 또는 본사가 산출한 손해금 중 본사가 선택하여 청구하는 금액을 본사에 즉시 배상해야 한다. 또한 기타 가맹점의 제의무를 위반하여 본사에 손해를 끼쳤을 경우 본사는 가맹점에 손해배상을 청구할 수도 있다”는 약관조항을 사용한 사실이 있다.
- 공정위는 손해배상액을 예정하는 경우 채권자의 실제 손해액이 예정액보다 많다는 것을 입증하더라도 배상예정액 이상을 청구하지 못하는 것이 민법상의 원칙임에 비추어볼 때 손해배상금으로 이천만원을 예정하면서 본사가 산출한 손해금액을 청구할 수 있도록 규정한 가맹계약서는 고객에 대하여 부당하게 과중한 손해배상 의무를 부담시키는 조항으로 약관법 제8조에 해당된다고 판단하였다.



## 2.5 사업자의 부당한 계약해제, 해지권 제한

법률에 의한 고객의 해제(해지)권을 배제·제한하는 조항

- 1) 사업자에게 법률의 규정에도 없는 해제(해지)권을 부여하거나 법률규정에 의한 해제(해지)권의 행사요건을 완화하는 조항
- 2) 계약의 해제로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 고t중하게 부담시키거나 원상 회복청구권을 부당하게 포기하도록 하는 조항
- 3) 계약의 해제(해지)로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항
- 4) 계속적인 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 정한 조항

### <구체적인 예>

할부거래의 경우 매수인 등이 1회라도 대금지급을 연체하는 경우나 채무자의 주된 채무가 아닌 부수적인 의무위반의 경우에 계약이 자동으로 해제된다는 약관조항

### <관련 판례>

계약기간 만료일에 계약갱신의 통보가 없을 때에도 1년간씩 계속 연장되는 것으로 하며 제21조에 의한 연대보증인의 책임도 이에 준한다는 약관조항은 약관법 제9조 제5호에 위반되어 무효 (대판 1998. 1. 23, 96다 19413)

**<불공정약관조항 인정사례>**

(주) 리치빔의 가맹계약서상의 불공정약관조항 건(시정권고 제2004 1081호)

- 피심인은 가맹계약서 제4조(가맹비에 관한 사항) 3. "가맹비는 어떠한 경우에도 환불되지 않으며 폐점 및 인수인계시 자동소멸된다"는 가맹비 불반환조항을 사용한 사실이 있다.
- 가맹금이란 프랜차이즈계약에 있어서 가맹본부의 영업표지의 사용허가 및 영업활동에 대한 지원 교육 등의 대가로 가맹본부에게 지급하는 금전 등에 대한 반대급부로서 가맹점이 지급하는 금전으로 가맹료, 프랜차이즈대금, 입회금 등으로 통칭되고 있다.
- 공정위는 프랜차이즈계약이 체결되고 가맹점이 영업을 개시하면 가맹본부가 영업표지 및 노하우를 제공한 이후에 계약이 중도해지되거나 프랜차이즈계약이 만료된 경우에 가맹본부가 가맹비를 반환하지 않겠다는 것은 부당하다고 볼 수 없으나 현행 피심인의 가맹계약서에는 계약해지의 귀책소재 및 가맹점과의 영업진행과정 등을 불문하고 어떠한 경우에도 가맹비 환불을 거부하고 있으므로 이는 계약해제로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유없이 과중하게 부담시키거나 원상회복청구권을 부당하게 포기하도록 하는 것으로서 약관법 제9조 제3호에 위반한다고 판단하였다.



**<가맹 계약서 상의 대금 결제 조항>**

- 피심인은 가맹계약서 제17조(대금결제) (3) "을이 갑에게 지불할 금액의 결제가 특별한 사유 없이 결제일로부터 1개월 이상 초과될 경우 사전 통보없이 본 계약을 해지하여도 을은 갑에게 이의를 제기하지 않는다" 라는 약관조항을 사용한 사실이 있다.
- 계약의 해지는 비록 상대방의 이행지체 등 계약위반이 있더라도 그것이 경미한 경우 계약위반이나 계약의 존속을 무의미하게 할 정도가 아니면 상당기간을 두고 이행을 최고한 후 비로소 계약을 해지 가능
- 공정위는 가맹계약서 제17조 제3항은 1개월 이상 대금 미결제시 사전 통보 없이 계약을 해지하더라도 이의를 제기할 수 없도록 하는 것은 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권. 해지권을 부여하거나 법률의 규정에 의한 해제 권. 해지권의 행사요건을 완화하여 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가있는 조항으로 약관법 제9조 제2호에 위반한다고 판단

**<가맹 계약서상의 연대보증인의 보증기간 연장조항>**

- 피심인은 가맹계약서 제24조(연대보증) 4. "연대보증인의 보증기간은 본 계약 약정 일로부터 계약해지일 까지로 한다", "계약이 자동연장시에는 보증인의 의무도 이에 따른다"는 약관조항을 사용한 사실이 있다.
- 공정위는 프랜차이즈계약이 일반적으로 특별한 사유가 없는 한 계약기간이 만료되는 경우 자동적으로 계약기간이 연장되도록 되어 있고, 이 경우 연대보증인이 이의통지 등의 방법을 통해서 보증인의 지위에서 벗어날 수 있도록 하는 규정이 없다. 프랜차이즈계약이 자동 연장된 경우에 연대보증기간도 자동으로 연장되게 하는 조항은 보증인의 지위를 연장시키는 것으로 이는 계속적 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 정하여 고객인 연대보증인에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 불공정 조항으로 판단

**<회원자격상실 확대조항(통신판매)>**

1. 제8조(회원탈퇴 및 자격의 상실)
2. 회원이 다음 각호의 사유에 해당하는 경우, 아이넷 쇼핑은 회원자격을 상실시킬 수 있습니다.
3. 본약관에 위반한 경우
4. 기타 회원으로서의 자격을 지속시키는 것이 부적절하다고 판단되는 경우

- 공정위는 인터넷 사이버몰에서 회원의 자격을 상실시키기 위해서는 먼저, 일정한 경우 (가입 신청시에 허위내용을 등록한 경우, 사이버몰을 이용하여 구입한재화·용역 등의 대금, 기타 사이버몰이용에 관련하여 회원이 부담하는 채무를 기일에 지급하지 않는 경우, 다른 사람의 사이버몰 이용을 방해하거나 그 정보를도용하는 등 전자거래질서를 위협하는 경우, 몰을 이용하여 법령과 이 약관이 금지하거나 공서양속에 반하는 행위를 하는 경우 등)에 한하여 회원자격에 대하여 제한 및 정지시키는 절차가 선행되어야 하고, 회원자격을 제한·정지시킨후, 동일한 행위가 2회이상 반복되거나 일정기간이내에 그 사유가 시정되지 아니 하는 경우에 회원에게 소명할 기회를 주고 비로소 사업자가 회원자격을 상실시킬 수 있음이 원칙임에도 상기 약관조항은 피심인의 약관에 위반한 경우와 '기타 회원으로서의 자격을 지속시키는 것이 부적절하다고 판단되는 경우에 회원자격을 상실시키도록 할 수 있어 경미한 약관위반 뿐만 아니라, 포괄적이고 불분명하여 피심인의 자의적인 판단하에 회원에게 소명기회를 부여하지 아니하고 일방적으로 회원 탈퇴를 처리할 수 있도록 권한을 부여하고 있어 법률의 규정에 의한 해제권·해지권의 행사요건을 완화하여 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항으로 약관법 제9조제2호에 해당된다고 판단



■ 사업자의 해제 · 해지권의 확대조항

- 제14조 (계약의 해지)

"갑"은 다음 각 호의 경우 "을"에 대한 서면 통지로 본 계약을 해지할 수 있다.

① "을" 이 제2조, 3조, 4조②항, 11조, 12조, 13조를 위반한 때.

② "을" 이 본 계약상의 의무를 충실히 이행할 수 없게 된 경우

- 공정위는 계약의 해지는 계약관계를 종료시키는 중대한 영향을 미치므로 계약의 해지의 사유는 고객의 계약위반이 계약목적 달성을 어렵게 하는 경우로 제한되어야 하고 구체적으로 나열되어야 할 것이나, 계약상의 의무를 충실히 이행할 수 없게 된 경우와 제2조 별첨과 같이 계약해제사유를 포괄적이고 추상적으로 규정하고 있으며, 계약위반이 계약목적 달성을 어렵게 하는 경우로 볼 수 없는 제4조제2항, 제11조제1항 및 제2항의 사소한 규정위반을 이유로 계약해제를 할 우려가 있으며 또한 계약해제는 계약의 존속을 무의미할 정도가 아니라면 상당한 기간을 두고 계약이행을 최고한 후 해야 하는 바(민법 제544조) 위 약관조항은 피심인이 계약이행을 위한 최고기간을 두지 않고 계약을 해제할 수 있도록 하고 있어 법률의 규정에 의한 해제권·해지권의 행사요건을 완화하여 고객에게 불이익을 줄 우려가 있는 조항으로 약관법 제9조제2호에 해당된다고 판단



## 2.6 채무의 이행

- 1) 상당한 이유 없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항
  
- 2) 상당한 이유 없이 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자 로 하여금 대행할 수 있게 하는 조항

### <구체적인 예>

- 약속한 채무내용에 적합한 것인가를 사업자가 일방적으로 결정하도록 급부의 결정권한이 사업자에게 부여되는 약관조항
- 채권자 사정에 따라 언제든지 물품공급을 중지 또는 한도액을 축소시킬 수 있도록규정한 조항
- 당초계약의 주요내용이 변경되거나 보증가액이 큰 폭으로 증액되어 연대보증인에게 추가적인 부담이나 책임이 발생하는 경우에는 연대보증인의 동의가 필요함에도 불구하고 연대보증인의 서명, 날인없이 변경에 동의하는 것으로 간주하는 조항

### <불공정약관조항 인정사례>

가맹계약서상의 상품공급 및 반환조항

- 가맹계약서 제15조(상품의 공급 및 반품) (2) “갑은 상당한 사유발생시 을에게 상품의 전체 또는 일부의 공급을 제한 및 보류할 수 있다”는 약관조항을 사용
- 공정위는 현행 약관 제15조 제2항은 상품공급 중단 또는 제한하는 구체적인 사유의 기재없이 정당한 사유라고만 표현하여 사업자의 자의적 판단에 따라 상품의 전체 또는 일부의 공급을 제한 또는 보류할 수 있도록 하는 것은 상당한 이유없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항이며 사업자가 이행해야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 한 조항으로 약관법 제 10조 제1호 및 제2호 위반으로 판단

〈불공정약관조항 인정사례〉

(주)오앤씨 글로벌의 프랜차키스 가맹계약서상의 불공정약관조항 건

- 피심인은 가맹계약서 제13조(상권관리) (1) "같은 상권관리의 주체로서 권리를 행사하며 을은 이를 따른다" (2) "위 (1)의 상권관리 주체란 체인점개설에 따른 적정상권 여부판 단, 독립 및 분할상권의 범위결정, 상권내 개설 및 폐쇄판단, 상권내 확장 및 이전결정등 상권관리 전반에 관하여 판단 결정할 수 있는 주체를 말하며 구체적인 지역을 아래와 같이 결정한다"는 약관조항을 사용한 사실이 있다.
- 일반적으로 프랜차이즈계약에서 가맹계약자는 가맹사업자의 지속적인 관리감독을 받는 동시에 일정한 영업지역에 대한 독립된 영업권을 보장받고 있으며, 가맹계약자는 일정 지역에 대한 배타적 영업권을 행사할 수 있으므로 영업지역은 프랜차이즈계약에 있어 계약의 중요한 내용이라 할 수 있다.
- 공정위는 가맹계약서 제13조 제2항은 가맹사업자가 자기의 판단에 따라 독립 및 분할 상권의 범위결정, 상권내 가맹점의 개설 및 폐쇄판단, 상권내 가맹점 확장 및 이전결정등 상권관리 전반에 관하여 판단 결정할 수 있도록 하고 있는 바 이는 상당한 이유없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할수 있도록 권한을 부여하는 조항이며 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있는 권한을 부여하는 조항이며 사업자가 이행해야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하는 조항으로 약관법 제10조 제1호 및 제2호에 위반된다고 판단하였다.



**<의사표시의 부당한 도달 및 급부의 일방적 변경조항>**

- 제4조 판매계약 조건 변경등의 통지
  1. 본 계약과 관련된 판매계약의 방법, 조건 및 수수료규정은 회사에서 필요로 하는 경우 변경할 수 있으며, 이 경우에 변경내용은 메모를 사업국에 발송함으로써 통지에 갈음한다.
  2. 변경 메모가 발송된 날로부터 15일 이내에 명시적인 이의를 서면으로 제기하지 아니하고 계속해서 판매대리인에게 판매활동을 계속하도록 하는 지도자는 이 변경된 조건을 수락한 것으로 본다.
- 공정위는 판매계약의 방법, 조건 및 수수료 규정은 대리점을 운영함에 있어서 핵심적인 부분으로 어느 정도의 수익과 관련된 사안이라 할 수 있으며, 동 사안의 의사표시의 도달은 실제로 계약상대방의 영역 내에 의사표시가 도달한 경우 또는 객관적으로 도달 되었다고 인정될 만한 상황이 존재하는 경우에 인정되는 것이다. 또한, 원칙적으로 의사표시에는 특별한 방식을 요하지 아니하나, 당사자로 하여금 신중하게 법률행위를 하게 하기 위하여 또는 법률관계를 명확하게 하기 위하여 일정한 방식이 요구된다고 할수 있다. 따라서, 판매계약의 방법, 조건 및 수수료 규정 등의 의사표시는 메모의 통지 만으로 상대방에게 의사표시가 도달되었다고 볼 수 없으며, 법률관계를 명확히 하였다고 볼 수 없어, 상기 약관조항은 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사 표시가 상당한 이유없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항으로 약관법 제12조제3호에 해당되며 한편, 상기 약관조항은 계약상대방이 15일 이내에 명시적인 이의를 제기하지 아니하면 변경된 조건을 수락한 것으로 보고 있어, 의사표시부도달의 항변을 배제하고 계약상대방의 이익을 부당히 침해하여 상당한 이유없이 급부의 내용을 사업자가 일방 적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항으로 약관법 제10조제1호에 해당된다고 판단하였다.

## 2.7 의사표시의 의제

- 1) 고객의 일정한 작위 또는 부작위를 고객의 의사표시로 보는 조항
- 2) 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 조항
- 3) 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항
- 4) 사업자의 의사표시에 부당하게 장기의 기한 또는 불확정 기한을 정하는 조항

### <구체적인 예시>

- 카드 약관 등에서 "회사는 재량에 따라 이 약관의 조항을 개정할 수 있으며, 고객이 그러한 통지를 받은 후 이 카드를 사용한 경우에는 당해 약관의 개정을 승낙한 것으로 간주" 하는 조항
- 연대보증계약에서 "보증기간이 만료된 경우 보증인의 최고 등 별도통지가 없는 한보증기간이 자동적으로 연장되는 것으로 간주" 하는 조항

### <불공정약관조항 인정사례>

LG카드(주)의 LG Lady/2030카드 회원가입신청서상 불공정약관조항에 대한 건

- 나. 의사표시 의제 조항  
신용카드를 발급받으실 수 없는 고객님의께서는 제일은행 예금잔액 범위 내에서 자유롭게 이용할 수 있는 빅패밀리LADY/2030체크카드를 발급해 드립니다.  
빅패밀리 LADY/2030카드회원은 [www.bigfamily.co.kr](http://www.bigfamily.co.kr) 온라인회원가입 됩니다.
- 공정위는 나.의 약관조항은 법 제12조제1호에 해당되고, 피심인은 이 약관 조항들을 계약의 내용으로 하여 법 제17조를 위반하였다고 판단하였다.

## 2.8 대리인의 책임 가중

고객의 대리인에 의하여 계약이 체결된 경우 고객이 그 의무를 이행하지 않으면 그 대리인에게 의무의 전부 또는 일부를 이행할 책임을 지우는 조항

## 2.9 소송제기의 금지

- 1) 고객에게 부당하게 불리한 소송 제기 금지 조항 또는 재판관할의 합의 조항
- 2) 상당한 이유 없이 고객에게 입증책임을 부담시키는 약관 조항

### 〈불공정약관조항 인정사례〉

#### ■ 소제기 관할법원의 불공정한 합의조항

##### 제17조 관할법원

- 본 계약과 관련하여 발생하는 소송에 관하여는 회사의 재판적 소재지 관할법원으로 함.
- 공정위는 분쟁발생을 예상하여 재판관할을 당사자 간의 특약 또는 개별약정으로 정할 수 있으나, 사업자와 고객 간의 거래에 이용되는 약관상에 피심인의 소재지를 관할하는 법원을 재판적으로 하고 있는 약관조항은 민사소송법상의 규정보다 고객의 응소상 불이익을 초래할 우려가 있으므로 동 약관조항은 고객에 대하여 부당하게 불리한 재판관할의 합의조항으로 약관법 제14조에 해당된다고 판단

### 3. 제재기준

#### 3.1 행정적 제재

시정조치 : 법 위반 약관조항의 삭제·수정 등 시정에 필요한 조치의 권고 또는 시정명령을 받을 수 있습니다.

#### 3.2 벌칙

- 1) 시정명령에 위반한 자에 대하여 2년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금 부과 가능
- 2) 위반유형에 따라 최대 5천만 원 이하의 과태료 부과 가능
- 3) 표준약관표지 부정사용자, 공정위 조사거부, 방해 또는 기피한자에 대하여 5천만 원 이하 과태료 부과 가능
- 4) 약관의 명시, 설명의무 위반 시, 표준약관과 다르게 정한 주요내용 표시의무 위반자에 대하여 5백만 원 이하 과태료 부과 가능

### 4. 업무 Check List

- 1) 고객에게 제공할 약관 내용을 쉽게 알 수 있도록 한글로 작성하고, 중요 내용을 부호, 색채 등으로 명확하게 표시하였는지?
- 2) 계약 체결시 약관의 내용을 분명하게 밝히고 고객이 요구할 경우 그 약관의 사본을 고객에게 내주는 절차를 지키고 있는지?
- 3) 약관에 정하여져 있는 중요한 내용에 대하여 고객이 이해할 수 있도록 설명하고 있는지?
- 4) 약관 작성시 계약 상대방의 정당한 이익과 합리적인 기대에 반하지 않고 형평에 맞게 작성하였는지?

5) 약관 내용에 있어서 부당하게 사업자의 면책조항을 설정하지는 않았는지?

## 제7절 관광진흥법 [분양]

### 1. 관광진흥법 개요

관광진흥법은 관광 여건을 조성하고 관광자원을 개발하며, 관광객을 위하여 운송, 숙박, 음식, 운동, 오락, 휴양, 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 관광사업을 육성하여 관광진흥에 이바지하는 것을 목적으로 합니다. (법제1조).

관광진흥법에서 다루는 관광사업으로는 여행업, 관광숙박업(호텔, 휴양 콘도미니엄업), 카지노업, 국제회의업, 관광객 이용시설업 등을 그 대상으로 합니다.

### 2. 제재 규정

#### 2.1 형사벌

- 1) 등록하지 않고 관광숙박업 및 관광객 이용시설업을 경영한 경우 4년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금 대상이고 징역과 벌금은 병과할 수 있다(법제82조 제1호, 제4조 제1항, 제3조 1,2,3호, 제15조, 제3조 제1항 제3호).
- 2) 허가받지 않고 유원시설업을 경영한 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금 대상이고 징역과 벌금은 병과할 수 있다(법제82조 제2호, 제5조, 제3조 제6호).
- 3) 관광숙박업이나 관광객 이용시설업으로서 휴양 콘도미니엄업, 호텔업, 종합휴양업을 등록하거나 그 사업계획의 승인을 받은 자가 아닌 경우 휴양 콘도미니엄의 분양을 또는 회원 모집한 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금의 대상이고 징역과 벌금은 병과할 수 있다(제82조 제3호, 제20조 제1항, 령 제23조).
- 4) 지자체장이 사고보고의무에 따른 자료 및 현장조사 결과에 따라 해당 유기시설 또는 유기기구 안전에 중대한 침해를 줄 수 있다고 판단하여 사용중지, 개선, 철거를 명하였는데 이를 위반한 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금 대상이고, 징역과 벌금은 병과할 수 있다(법 제82조 제4항, 제33조의2 제2항).
- 5) 관광숙박업 등록에 필요한 객실, 관광객 이용시설업의 등록이 필요한 시설, 안정성 검사를 받아야 하는 유기시설 및 유기기구를 타인에게 경영하게 한 경우 2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금 대상이고, 징역과 벌금은 병과할 수 있다(법 제83조 제1항 제3호).
- 6) 관광숙박업, 관광객 이용시설업 등록을 하지 않고 야영장업을 경영하는 경우 2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금 대상이고, 징역과 벌금은 병과할 수 있다(법 제83조 제2항, 제4조 제1항).
- 7) 유원시설업으로 허가받은 사항 중 문화체육관광부령으로 정하는 중요사항을 변경허가를 받지 않거나 변경신고를 하지 않고 영업을 한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이고, 징역과 벌금은 병과할 수 있습니다(법 제84조 제1호, 제5조 제3항).

- 8) 유원시설업을 신고하지 않고 영업을 한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제2호).
- 9) 국외여행인솔자 자격증을 빌려주거나, 빌리거나, 알선한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제2의2호).
- 10) 유원시설업의 허가 또는 변경허가를 받기 위한 검사를 거짓 기타 부정한 방법으로 수행한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 2의3조, 제33조).
- 11) 안전성검사를 받지 않고 유기시설 또는 유기기구를 설치한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제3호).
- 12) 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 안전성 검사를 받은 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제3의2호).
- 13) 법령에 위반하여 제조한 유기시설, 유기기구, 유기기구 부분품을 설치하거나 사용한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제4호).
- 14) 등록기관 장이 법에 근거하여 사업의 전부 또는 일의 정지를 명하거나 시설 등의 개선할 것을 명령하였는데 이를 위반한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제4의2호, 제35조 및 제84조 제5호, 제35조).
- 15) 관광종사원 자격증을 다른 사람에게 빌려주거나, 빌리거나 알선한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제5의2항, 제38조).
- 16) 관광지등으로 지정된 지역에서 지자체장의 허가없이 건축물 건축, 공작물 설치, 토지형질변경, 토석채취, 토지분할, 물건적재 행위 등을 하거나 변경하려는 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제5의3호, 제5의4, 제52조의2).
- 17) 관광지등으로 지정된 지역에서 건축물 건축, 공작물 설치, 토지형질변경, 토석채취, 토지분할, 물건적재 행위에 대하여 지자체장이 원상회복명령을 받았는데 이행하지 아니한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 5의5호, 제52조의2).
- 18) 사업시행자의 허가 또는 협의를 하지 않고 조성사업을 한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금 대상이다(법 제84조 제6호, 제55조 제3항).

## 2.2 과태료

- 1) 유기시설 또는 유기기구로 인하여 중대한 사고가 발생하였음에도 사용중지 등

필요한 조치를 취하지 않거나, 지자체장에게 통보하지 아니한 경우 500만원 이하의 과태료가 부과된다(법 제86조 제1항 제1호, 제333조의2).

- 2) 관광통역안내 자격이 없는 사람을 외국인 관광객을 대상으로 관광안내를 한 경우 500만원 이하의 과태료가 부과된다(법 제86조 제1항 제2호).
- 3) 관광사업자가 아니면서 관광표지 및 관광사업을 명칭을 사용한 경우 100만원 이하의 과태료가 부과된다(법 제86조 제2항 제2호 제10조).
- 4) 안전관리자가 유기시설 및 유기기구의 안전관리에 관한 교육을 정기적으로 받지 아니한 경우 100만원 이하의 과태료가 부과된다(법 제86조 제2항 제4의2호).
- 5) 관광통역안내의 자격을 가진 사람이 자격증을 패용하지 않고 관광안내를 하는 경우 100만원 이하의 과태료가 부과된다(법 제86조 제2항 4의5호).
- 6) 한국관광 품질인증을 받지 아니한 자가 인증을 받은 것처럼 홍보한 경우 100만원 이하의 과태료가 부과된다(법 제86조 제2항 제6호).

### 3. 최근 동향 및 사례

#### 3.1 최근 동향

##### 1) 2023. 12. 21. 시행 관광진흥법 개정

문화체육관광부장관과 지방자치단체의 장이 관광객의 유치, 관광복지의 증진 및 관광진흥을 위하여 추진할 수 있는 사업에 주민 주도의 지역관광 활성화 사업을 추가

##### 2) 2023. 6. 22. 시행 관광진흥법 개정

고령자의 여행 및 관광 활동 권리를 증진하기 위하여 필요한 지원을 할 수 있도록 법적 근거를 마련

##### 3) 2022. 10. 17. 시행 관광진흥법 시행규칙 개정

진입규제 완화를 통해 관광산업을 활성화하기 위하여 종전에는 건축물이 3층 이하인 경우에만 관광펜션업 지정을 하던 것을 4층 이하인 경우에도 지정할 수 있도록 함.

유원시설업의 안전관리 강화를 위하여 유기시설 또는 유기기구의 신설·이전에 따른 변경허가 또는 변경신고 시에 안전관리계획서를 제출하도록 함.

- 4) 쾌적하고 청결한 야영장 이용 환경을 조성하기 위하여 야영장 이용객이 바뀔 때마다 해당 이용객이 사용한 침구의 홀청과 수건을 세탁하게 함.

#### 3.2 최근 사례

- 1) 허가를 받은 유원시설업자가 안전성 검사 대상 유기시설이나 유기기구의 경우에

따라 안전성 검사를 받고 법에서 정한 요건을 갖추어 안전관리자를 항상 배치하여야 하는데 이를 하지 않아 사고가 발생하였으므로 손해배상을 인정한 사례 (의정부지방법원 2019. 7. 26. 선고 2018가합1176 판결).

- 2) 수상레저업체 시설 운영자로서 구명조끼 등을 착용하지 않은 이용객들이 이 사건 기구를 사용하지 못하도록 이 사건 기구의 출입을 통제하거나 안내하고 주변에 안전요원을 배치하여 익사사고를 발생하지 않도록 할 업무상 주의의무가 있다. 사업자가 이런 주의의무를 위반하여 구명조끼를 착용하지 않고 기구에 탑승해서 물에 빠지고 제 때 발견하여 못하여 익사에의 과실을 인정한 사례 (의정부지방법원 2019. 7. 26. 선고 2018가합1176 판결).

#### 4. 업무 Check List

- 1) 새로운 시설물 설치시 '유기시설물'에 해당하는지 확인하였는지?
- 2) 위 새로운 시설물이 유기시설물에 해당할 경우 등록 혹은 안전성 검사를 실시하였는지?
- 3) 시설의 변경을 하는 경우 문화체육관광부령의 중요사항인지 확인하였는지?
- 4) 위 변경내용이 문화체육관광부령의 중요사항에 해당할 경우 변경신고를 하였는지?
- 5) 유원시설물에 대하여 안전성 검사를 받았는지?
- 6) 위 검사 과정에서 기타 부정한 방법을 사용하지 않았는지?
- 7) 건축물 건축, 공작물 설치, 토지형질 변경, 토지분할, 물건적재 행위를 하기 전에 관광지 등으로 지정된 지역에 해당하는 지 확인하였는지?
- 8) 관광지 등에 해당할 경우 지방자치단체장의 허가를 받았는지?

(주)이랜드파크 공정거래 자율준수편람

발 행 : 2023년 10월 초판 1쇄

발 행 처 : (주)이랜드파크 법무감사실

협 업 : 윤리준법경영인증원

홈페이지 : <http://e-cp.eland.co.kr/>  
<https://kensington.co.kr/>