



## 01 부당한 표시·광고 행위의 금지

- ◆ 소비자가 제품이나 서비스에 대한 올바른 정보를 제공받지 못하여 합리적인 구매행위를 하지 못할 뿐만 아니라, 구매행위를 하지 않더라도 광고자체의 내용을 잘못 받아들일 가능성이 있는 표현을 하는 행위 금지
- ◆ 소비자 오인 표현을 사용한 광고는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에 따라 거짓·과장 광고, 기만 광고, 부당한 비교 광고, 비방 광고 등으로 구분됨
  - ※ 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 및 동법시행령 제3조

### 관련법률

#### 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 및 동법시행령 제3조

- ① 사업자 등은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로서 공정한 거래질서를 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 행위를 하거나 다른 사업자등으로 하여금 하게 하여서는 아니 된다.
  1. 거짓·과장의 표시·광고
  2. 기만적인 표시·광고
  3. 부당하게 비교하는 표시·광고
  4. 비방적인 표시·광고
- ② 제1항 각 호의 행위의 구체적인 내용은 대통령령으로 정한다.

### 관련판례

#### 대법원 2013.9.26 선고 2011두7632판결

표시·광고에 소비자가 본인의 사용 경험에 근거하여 당해 상품을 효능, 효과, 성능 등의 면에서 좋은 상품으로 평가·보증하거나 당해 상품의 구매·사용을 추천하는 내용이 포함되어 있고 그 내용이 추천자의 개인적 경험을 넘어 일반 소비자들에게도 가능한 사실로 받아들여지는 경우에는, 그 추천·보증의 내용이 추천자가 실제로 경험한 사실에 부합한다고 하더라도 추천자의 경험내용이나 판단내용이 일반 소비자들에게 보편적으로 발생하는 현상이 아니거나 학계 등 관련 전문분야에서 일반적으로 받아들여지고 있는 견해가 아니라면 표시·광고행위를 한 사업자가 그 소비자가 추천·보증하는 내용이 진실임을 입증할 책임이 있다.

◆ 부당한 표시·광고 행위를 한 경우 시정조치 및 과징금, 벌칙 등의 제재를 받을 수 있음

| 제재조치   | 내용   | 관련규정                     |
|--------|--|--------------------------|
| 시정조치   | • 위반행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 정정 광고, 그 밖에 위반행위의 시정을 위하여 필요한 조치  | 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제7조  |
| 임시중지명령 | • 위반행위가 명백할 경우 또는 그 표시·광고 행위로 인하여 소비자나 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위하여 긴급히 필요하다고 인정되는 경우 중지 가능 | 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제8조  |
| 과징금    | • 위반행위의 내용, 정도, 기간, 횟수 등을 고려하여 대통령령에 따라 과징금 부과   | 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제9조  |
| 벌칙     | • 2년 이하의 징역 또는 1억5천만 원 이하의 벌금에 처함  | 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제17조 |

### 가. 거짓·과장 광고

◆ '거짓·과장 광고'란 광고 내용과 제품·서비스의 실제 내용이 다르거나 사실을 지나치게 부풀림으로써 소비자의 합리적인 선택을 방해하는 광고를 의미함

#### 관련법률

- 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 제1항 제1호 및 동법시행령 제3조 제1항
- 허위·과장의 표시·광고란 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것으로 한다.

#### 관련판례

대법원 2015.05.28 선고 2014다24327 판결


구 표시·광고의 공정화에 관한 법률(2011. 9. 15. 법률 제11050호로 개정되기 전의 것) 제3조 제1항 제1호에서 말하는 허위·과장의 광고는 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 광고를 말하고, 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 한다.

## 관련판례

대법원 2014.1.23 선고 2012다84417,84424,84431

상품의 선전·광고에 다소의 과장이나 허위가 수반되는 것은 그것이 일반 상거래의 관행과 신의칙에 비추어 시인될 수 있는 한 기망성이 결여된다고 하겠으나, 거래에 있어서 중요한 사항에 관하여 구체적 사실을 신의성실의 의무에 비추어 비난받을 정도의 방법으로 허위로 고지한 경우에는 기망행위에 해당한다.

### ◆ 거짓·과장광고 사례(대법원 2012.6.28 선고 2010두24371판결)

| 이미지   | 내용   |
|---|--|
|  | <p>온라인 오픈마켓 사업자인 갑 주식회사가 포털사이트 초기 화면에 <b>✓ SALE 7.900원</b> *이라는 배너 광고를 설치 하여 슬리퍼를 광고 하였으나 실제 소비자가 나 이키 슬리퍼를 구입하기 위해서는 옵션 주문을 통하여 '+13,900'으로 표시된 부분을 선택해야 하고 주문 및 결제 화면에서 21,800원을 지불해야 함에 따라 실제 상품내역과 배너 광고 사이에 불일치가 발생하게 된 사실에 대하여 공정거래위원회가 시정명령 등을 한 사안에서, <b>✓ SALE 7.900원</b> * 배너 광고는 전자상 거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제21조 제1항 제1호의 허위 광고에 해당한다고 본 원심판단을 정당하다고 한 사례</p> |

표시광고분쟁, 바이럴마케팅, 저작권분쟁, 형사/민사소송, 손해배상, One-Stop 대응, A~Z 수행

T. 02-591-0657 E. [kkh@kasanlaw.com](mailto:kkh@kasanlaw.com) H. [www.kasanlaw.com](http://www.kasanlaw.com)