

폰트, 그래픽, 블랙, 디자인이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명

|  |
| --- |
| **대표이사 메시지** |
| 뉴스킨 코리아 가족 여러분,  뉴스킨 코리아는 혁신적인 제품과 “선의의 힘(Force for Good)”을 통해 최고의 글로벌 뷰티 및 웰니스 기업으로의 도약에 만전을 기하고 있습니다.  “선의의 힘”을 실현하고 위와 같은 비전을 성공적으로 달성하기 위해서는 공정하고 투명한 기업경영을 통해 기업의 사회적 책임을 다하고 법규를 자율적으로 준수하는 준법문화를 조성하는 것이 필수적으로 요구됩니다.  이에 저희 뉴스킨 코리아는 공정문화 확립에 선제적·선도적 역할을 다하고자 ‘공정거래 자율준수 프로그램(이하 “CP”)’을 도입하고자 합니다.  CP란, 기업이 공정거래 관련 법규를 준수하기 위해 자율적으로 제정·운영하는 기준 및 내부 통제 시스템으로, 해당 프로그램의 도입을 통해 뉴스킨 코리아 임직원들의 준법 및 윤리의식을 향상시키고 법령 위반을 사전에 예방하며, 공정한 거래 문화를 조성하여 정착시키고자 합니다.  따라서 모든 임직원 여러분은 CP 관련 활동에 적극적으로 임하여 주시고 뉴스킨 코리아의 공정문화가 하루 빨리 정착되도록 동참하여 주시기 바랍니다. 특히 회사의 “공정거래 자율준수 프로그램 규정”을 숙지·준수하여 주시기를 당부드리고, 사내 위반사항 발견 시 적극적으로 회사의 내부 제보시스템을 활용하여 주시기 바랍니다.  아울러, 제가 임명하는 자율준수관리자는 CP의 총괄 책임자로서 대내외적으 로 업무상의 독립성을 보장받고, 효과적인 CP 운영을 위한 실질적 책임과 권한을 가집니다. 모든 CP활동은 자율준수관리자의 책임 하에 이루어질 것임을 알려 드립니다. |

뉴스킨 코리아는 CP 운용에 전폭적인 지원을 아끼지 않을 것이며 공정문화 활성화에 기여한 우수 임직원에게는 포상을, 공정문화를 해치는 법 위반 행위나 의무 불이행에 대하여는 ‘무관용의 원칙’을 적용하여 엄중한 제재 조치가 있을 것입니다.

이와 같이 뉴스킨 코리아는 공정거래 문화 조성과 준법경영을 통해 기업의 사회적 책임과 선의의 힘을 다할 것을 선언합니다.

임직원 여러분의 많은 관심과 동참 부탁드립니다. 감사합니다.

뉴스킨코리아 대표이사

조지훈

**공정거래자율준수편람 개정이력**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **구분** | **시기** | **주요개정 내용** |
| 최초 발간 | ’24.01.01 | - |
| 1차 개정 | ’24.10.30 | 1) 공정거래 자율준수 운영현황 추가 (조직도, CP운영현황)  2) 법령 조항 번호 및 조문 내용 최신화  3) 법령 별 관련 부서 명시  4) 웹툰 추가 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

목 차

[제1절 공정거래 자율준수프로그램(Compliance Program) 개요 9](#_Toc180505586)

[Ⅰ. 공정거래 자율준수프로그램의 이해 9](#_Toc180505587)

[1. 공정거래 자율준수프로그램 (Compliance Program) 9](#_Toc180505588)

[1.1 의의 9](#_Toc180505589)

[1.2 이해당사자 9](#_Toc180505590)

[2. 공정거래 자율준수프로그램 운영지침 9](#_Toc180505591)

[2.1 공정거래법 및 관계법령 10](#_Toc180505592)

[2.2 핵심 8대 요소의 이행 10](#_Toc180505593)

[3. 공정거래 자율준수프로그램 운영현황 12](#_Toc180505594)

[3.1 조직도 12](#_Toc180505595)

[3.2 CP 운영현황 13](#_Toc180505596)

[제2절 회사업무별 유의사항 16](#_Toc180505597)

[Ⅰ. 당사와 직접판매(다단계판매)시 유의사항 (관련부서: Sales) 16](#_Toc180505598)

[1. 관련법령 내용 19](#_Toc180505599)

[2. 직접판매(다단계판매)의 개념 19](#_Toc180505600)

[2.1 ‘각목의 활동’과 ‘일정한 이익’과의 관계 22](#_Toc180505601)

[2.2 다단계판매원의 범위 22](#_Toc180505602)

[3. 직접판매(다단계판매)에 대한 주요 규제 22](#_Toc180505603)

[3.1 다단계판매업자의 준수사항 22](#_Toc180505604)

[3.2 다단계판매업자의 금지사항 28](#_Toc180505605)

[3.3 웹툰으로 알아보는 다단계 판매업 금지사항 32](#_Toc180505606)

[4. 업무상 유의사항 36](#_Toc180505607)

[4.1 정보 공개 36](#_Toc180505608)

[4.2 주의 환기 문안 36](#_Toc180505609)

[4.3 판매원 가입자의 지도 교육 36](#_Toc180505610)

[5. 위반시 제재 37](#_Toc180505611)

[5.1 형사적 제재 37](#_Toc180505612)

[5.2 행정적 제재 38](#_Toc180505613)

[Ⅱ. 불공정거래행위 및 재판매가격유지행위 (관련부서: Sales) 39](#_Toc180505614)

[1. 불공정거래행위 39](#_Toc180505615)

[1.1 개요 39](#_Toc180505616)

[1.2 위법성 판단기준(‘공정한 거래를 저해할 ‘우려’) 39](#_Toc180505617)

[1.3 불공정거래행위의 유형 40](#_Toc180505618)

[1.4 업무시 유의사항 43](#_Toc180505619)

[1.5 위반시 제재 43](#_Toc180505620)

[2. 재판매가격유지행위 44](#_Toc180505621)

[2.1 개요 44](#_Toc180505622)

[2.2 유형 44](#_Toc180505623)

[Ⅲ. 프로모션 관련 유의사항 (관련부서: Marketing) 45](#_Toc180505624)

[1. 표시•광고시 유의사항 45](#_Toc180505625)

[1.1 의의 45](#_Toc180505626)

[1.2 위법성 판단기준 47](#_Toc180505627)

[1.3 부당한 표시•광고의 유형 47](#_Toc180505628)

[1.4 표시•광고시 유의사항 48](#_Toc180505629)

[1.5 실효성 확보 제도 56](#_Toc180505630)

[1.6 위반 시 제재 57](#_Toc180505631)

[1.7 업무 시 주의사항 및 Check List 58](#_Toc180505632)

[2. 약관사용시 유의사항 62](#_Toc180505633)

[2.1 의의 62](#_Toc180505634)

[2.2 주요 내용 62](#_Toc180505635)

[2.3 약관해석의 원칙 64](#_Toc180505636)

[2.4 불공정약관조항 65](#_Toc180505637)

[2.5 불공정 약관의 효과 75](#_Toc180505638)

[2.6 벌칙 77](#_Toc180505639)

[2.7 질의응답 77](#_Toc180505640)

[Ⅳ. 온라인 쇼핑몰관련 유의사항 (관련부서: BT) 78](#_Toc180505641)

[1. 쇼핑몰 운영 시 유의사항 78](#_Toc180505642)

[2. 관련 법률내용 78](#_Toc180505643)

[2.1 전자상거래법상 사업자의 의무사항 79](#_Toc180505644)

[2.2 전자상거래법상 사업자의 금지사항 80](#_Toc180505645)

[Ⅴ. 하도급거래시 유의사항 (관련부서: Value stream) 83](#_Toc180505646)

[1. 규제목적 83](#_Toc180505647)

[2. 하도급거래란 83](#_Toc180505648)

[2.1 제조위탁 84](#_Toc180505649)

[2.2 하도급법상의 하도급의 정의 86](#_Toc180505650)

[3. 법적용 대상 87](#_Toc180505651)

[3.1 법 적용 대상사업자 87](#_Toc180505652)

[3.2 법적용대상 기간 88](#_Toc180505653)

[4. 하도급거래 단계별 하도급법상의 규제내용 88](#_Toc180505654)

[4.1 하도급 계약 체결단계 88](#_Toc180505655)

[4.2 하도급거래 이행단계 96](#_Toc180505656)

[4.3 하도급대금 지급단계 104](#_Toc180505657)

[5. 제재 110](#_Toc180505658)

[6. 사건처리절차 110](#_Toc180505659)

[7. 질의응답 111](#_Toc180505660)

[제3절 공정거래법 사건 처리 절차 117](#_Toc180505661)

[1. 개요 117](#_Toc180505662)

[2. 공정위 사건처리 절차 118](#_Toc180505663)

[2.1 인지단계 118](#_Toc180505664)

[2.2 조사∙심사 단계 118](#_Toc180505665)

[2.3 심의∙의결 단계 118](#_Toc180505666)

[2.4 의결 결과 통지 119](#_Toc180505667)

[2.5 공정거래위원회의 조치 유형 119](#_Toc180505668)

[3. 공정한 심결을 위한 주요 제도 119](#_Toc180505669)

[3.1 심의준비 절차제도 119](#_Toc180505670)

[3.2 심의 속개제 119](#_Toc180505671)

[3.3 심의분리제 120](#_Toc180505672)

[3.4 출석 시차제 120](#_Toc180505673)

[4. 불복절차 120](#_Toc180505674)

[4.1 이의신청 및 집행정지 120](#_Toc180505675)

[4.2 행정소송 121](#_Toc180505676)

[5. 사전 심사 청구 제도 121](#_Toc180505677)

[6. 동의의결제도 121](#_Toc180505678)

[7. 공정위 조사 절차 122](#_Toc180505679)

[7.1 조사 주체 122](#_Toc180505680)

[7.2 조사 단서 122](#_Toc180505681)

[7.3 배당과 사전심사 122](#_Toc180505682)

[7.4 사건번호‧사건명 부여와 조사의 실시 123](#_Toc180505683)

[7.5 심사보고서 작성 후 심사관의 조치 123](#_Toc180505684)

[8. 공정위 심판절차 124](#_Toc180505685)

[8.1. 심판 주체 124](#_Toc180505686)

[8.2. 주심위원 지정과 심결보좌 125](#_Toc180505687)

[8.3 심의기일 및 장소의 지정 125](#_Toc180505688)

[8.4 합의 125](#_Toc180505689)

[8.5 의결서 작성 126](#_Toc180505690)

# MC900382574[1]제1절 공정거래 자율준수프로그램(Compliance Program) 개요

## Ⅰ. 공정거래 자율준수프로그램의 이해

### 공정거래 자율준수프로그램 (Compliance Program)

#### 의의

* 공정거래 관계법령의 이해 증진 및 자율준수를 위하여 사업자들이 도입, 시행하는 프로그램으로서, 별도로 명시하지 않는 한 당사의 자율 준수프로그램을 말함
* 「자율준수편람」 또는 「자율준수 매뉴얼」이란 자율준수프로그램을 제정
  + 시행하기 위하여 각 사업자들이 작성한 문서로서, 별도로 명시하지 않는 한 당사의 자율준수편람을 말함

#### 이해당사자

* 「회사」 또는 「당사」란 「뉴스킨」을 말함
* 「거래업체(거래상대방)」란 회사와 계약관계인 협력업체, 공급업체를 말함
* 「직원」이란 회사와 고용계약을 체결한 모든 임원과 직원을 말함
* 「다단계판매원」이란 회사에 판매원으로 가입한 자를 말함
* 「고객」 또는 「실수요자」란 회사의 제품이나 서비스를 직접 사용하는 수요자를 말함
* 「공정위」라 함은 공정거래위원회(Fair Trade Commission)를 말함

### 공정거래 자율준수프로그램 운영지침

#### 공정거래법 및 관계법령

###### 모든 직원은 공정거래 관계법령에서 정하는 유의사항을 충분히 숙지하 고 이를 철저히 준수하여야 함

* 「방문판매법」이란 「방문판매 등에 관한 법률」을 지칭
* 「공정거래법」이란 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」을 지칭
* 「표시•광고법」이란 「표시•광고의 공정화에 관한 법률」을 지칭
* 「약관규제법」이란 「약관의 규제에 관한 법률」을 지칭
* 「전자상거래법」이란 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」을 지칭
* 「하도급법」이란 「하도급거래의 공정화에 관한 법률」을 지칭
* 「공정거래 관계법령」이란 상기의 법률과 시행령을 개별적 또는 집단적 으로 통칭
* 「법」 또는 「법령」이라 함은 협의로는 해당 법률만을 지칭하나, 광의로는 해당 법률의 시행령, 수임기관의 지침 및 고시를 포함

#### 핵심 8대 요소의 이행

##### CP기준과 절차 마련 및 시행

* + - * 당사는 소속 임직원들이 업무와 관련된 공정거래 관련 법규 준수 사항을 명확히 인지하고 이를 실천할 수 있도록 기준과 절차를 마련하고 시행하여야 한다. 또한, 이러한 기준과 절차는 당사의 문서정책에 따라 작성되어야 함

##### 최고 경영자의 의지 표명

* + - * 최고 경영자는 모든 직원에게 서면으로 공정거래 관계법령 및 자율준수 프로그램의 준수 의무와 이를 위반하는 경우의 처벌 방침을 전 직원들에게 선언
      * 최고 경영자는 임원회의 결의로써 자율준수관리자를 임명하여야 하며, 필요한 경우 자율준수위원회를 구성하는 등 자율준수프로그램의 이행에 필요한 조직과 제도를 정비하고 그 효율적 운영에 필요한 지원을 제공
      * 최고 경영자는 자율준수관리자와 협의하여 직원들에게 공정거래 관계 법령의 준수와 법령 위반의 사전예방에 필요한 교육을 실시하며, 필요 한 경우 협력업체 등을 대상으로 공정거래 관계법령 및 자율준수프로그램에 관한 교육이나 행사를 주최하는 등 자유롭고 공정한 경쟁문화의 확산에 노력

##### 자율준수관리자의 임명

* + - * 자율준수관리자는 공정거래 관계법령 및 회사의 정책과 절차에 정통 한 고위 관리자 중에서 선임하되, 생산•영업, 구매•조달, 표시•광고, 고객지원 등 업무를 직접 담당하지 않는 자가 담당하는 것이 원칙임
      * 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 가짐

##### 자율준수편람의 제정 및 개정

* + - * 자율준수관리자는 공정거래 관계법령에 따라 자율준수편람을 제정하 고 필요한 경우 공정거래 관계법령의 신규 제정과 개정 내용 등을 반영하여 자율준수편람을 개정

##### 교육 시스템

* + - * 자율준수관리자는 회사의 전 직원들이 공정거래 관계법령을 자율적으로 준수하고 법위반 행위를 사전예방할 수 있도록 주기적인 교육을 제공하며, 이에 필요한 프로그램과 시스템을 구비하고, 필요 시 공정위 및 연합회 등 관계기관의 협력과 지원을 받아 교재를 개발
      * 자율준수관리자는 최고경영자 및 필요한 부서 단위로 매년 1

회이상 교육 실시

* + - * 자율준수관리자는 교육 프로그램의 개발, 이행, 결과 등에 관한 기록을 해당 교육 종료 후 5년간 유지

##### 감시 및 감독 시스템

* + - * 자율준수관리자는 매년 마다 회사의 공정거래 관련 법규 준수를 위한 회사의 제반 활동을 감사하고, 그 결과를 최고경영자 및 임원회의 시 보고하고, 최고경영자와 협의하여 개선방안을 수립하고 집행

##### 위반에 대한 임직원 제재

* + - * 자율준수관리자는 임직원이 공정거래 관계법령을 위반할 우려가 있거나 위반이 의심되는 사안이 발견된 경우, 지체없이 조사하여 회사의 임직원이 공정거래 관계법령을 위반하였거나 위반한 혐의가 있는 경우, 최고경영자, 기타 관련 부서 책임자들과의 충분한 협의를 거쳐 사안에 따라 해당 업무로부터의 격리, 경고, 전직, 업무정지, 감봉, 해고 등 필요한 징계조치를 취함
      * 자율준수관리자는 필요한 경우 법 위반사실의 조사 내용 및 관련 자료와 문서를 기록, 보관 유지함

##### 효과성 평가와 개선조치

* + - * 대표이사 및 자율준수관리자는 CP가 효과적으로 지속하여 운영될 수 있도록 정기적으로 CP 기준, 절차, 운용 등에 대한 점검, 평가 등을 실시하여 그에 따라 개선조치를 취하여야 함
      * 또한 자율준수의 시행과정에서 생성된 자료와 문서의 관리체제를 구 축하여야 하고 공정거래 관계법령 위반시 경쟁당국에 대한 근거자료로 활용. 문서관리는 공정거래 자율준수프로그램의 핵심 8요소를 포함하고 있어야 하며 문서는 정확하고 최신의 정보를 담고 있어야 함

### 공정거래 자율준수프로그램 운영현황

#### 조직도

* + - * 자율준수관리자 : 법무 박세연 이사

텍스트, 스크린샷, 폰트, 번호이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

#### CP 운영현황

|  |  |
| --- | --- |
| NO | 컨텐츠 |
| 1 | 대표이사의 CP 실천 의지 및 공표 |
| 2 | 1분기 대표이사 컴플라이언스 메시지 |
| 3 | 뉴스킨몰 내 CP 페이지 개설 |
| 4 | 상반기 CP 교육(CP 안내 교육) |
| 5 | CP 관련 사업목표 반영(OKRs) |
| 6 | 2분기 대표이사 컴플라이언스 메시지 |
| 7 | 위험성 평가 |
| 8 | 2024 General Compliance Training |
| 9 | CP 심포지엄 참가 |
| 10 | CP 하반기 운영계획 수립 |
| 11 | CP 교육 운영 방안 수립  1) 교육 계획 2) 교육 강사 평가 기준 3) 강의비 지급 기준 4) 교육 효과성 평가 기준 |
| 12 | CP 관련 인센티브 지급안 수립 |
| 13 | CP 운영 규정 개정 |
| 14 | NU-HOW 사내게시판 개설 |
| 15 | CP 관련 위반 사례 확인 |
| 16 | CEO 메시지 작성 |
| 17 | CP 프로그램 운영 규정 |
| 18 | 2025 예산 수립 |
| 19 | 2024 예산 사용내역 정리 |
| 20 | 임직원 서약서 징구 |
| 21 | 협력사 공정거래 관련 공문 |
| 22 | Team Korea 보고 |
| 23 | 자율준수편람 개정 진행 중 |
| 24 | 공정거래법 교육(임원 대상) |
| 25 | CP 실시책임자의 Objectives 설정, 취합 |
| 26 | 사내게시판(NU-HOW) 자료 업데이트 |
| 27 | 공정거래법 교육(임직원 대상) 1) 교육 컨텐츠 선정 2) 외부 강사 섭외  3) 사장님 스피치 4) 보도자료 작성 및 배포 |
| 28 | 뉴스킨몰 추가 개발 |

# MC900382574[1]제2절 회사업무별 유의사항

## Ⅰ. 당사와 직접판매(다단계판매)시 유의사항 (관련부서: Sales)

|  |  |
| --- | --- |
| 규제사항 | 다단계 회사 |
| 등록방식(방문판매법 제5조, 제13조) | ‐ 공정위 또는 관할 시,도지사에 등 록 |
| 공제계약의 체결(방문판매법 제37조) | ‐ 강제사항  ‐ 공제료와 담보부담 발생 |
| 자본금의 규모(방문판매법 제13조, 동법 시행령 제21조) | ‐ 최소자본금 5억 이상 |
| 후원수당 지급제한(방문판매법 제20조 제3항) | ‐ 부가세를 포함한 매출액의 35%이 내에서 후원수당 지급 |
| 후원수당 정보제공(방문판매법 제21조 제2항) | ‐ 회사의 후원수당 정보제공의 의무 화 |
| 판매상품에 대한 가격규제(방문판매법 시행령 제  30조) | ‐ 판매할 수 있는 개별재화 등의 가 격을 160만원(부가가치세 포함) 미  만으로 규제 |
| 청약철회기간(방문판매법 제8조, 제17조) | ‐ 소비자 : 14일  ‐ 판매원 : 3개월 |
| 금지규정(방문판매법 제23조, 제24조) | ‐ 판매원들에게 지급하는 후원수당을 판매원들에게 공급한 상품의 가격 의 합계액의 35%를 초과하여 지급하는 행위  ‐ 개별 재화의 가격을 160만 원 이 상으로 정하여 판매하는 행위  ‐ 상품의 판매에 관한 계약의 체결을 강요하거나 청약철회 등 또는 계약 해지를 방해할 목적으로 상대방을 위협하는 행위  ‐ 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 상대방과 의 거래를 유도하거나 청약철회 등 또는 계약 해지를 방해하는 행위  ‐ 청약철회 등 또는 계약 해지를 방 해할 목적으로 주소․전화번호 등을 변경하는 행위  ‐ 상대방의 청약이 없는데도 일방적 으로 상품을 공급하고 상품의 대금 을 청구하는 등 상대방에게 상품을 강제로 판매하거나 하위판매원에게 상품을 판매하는 행위  ‐ 판매원 또는 판매원이 되려는 자에 게 하위판매원 모집 자체에 대하여 경제적 이익을 지급하거나 정당한 사유 없이 후원수당 외의 경제적 이익을 지급하는 행위 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | ‐ 판매원 또는 판매원이 되려는 자에 게 5만 원을 초과한 비용 또는 그 밖의 금품을 징수하는 등의 의무를 부과하는 행위  ‐ 사회적인 관계 등을 이용하여 다른 사람에게 판매원으로 등록하도록 강요하거나 상품을 구매하도록 강 요하는 행위  ‐ 판매원 또는 판매원이 되려는 사람 에게 본인의 의사에 반하여 교육· 합숙 등을 강요하는 행위 |

다단계판매는 후원수당이라는 경제적 이익을 얻기 위하여 대인판매•연고판매 방식에 기초하여 판매망과 판매조직을 확장하기 때문에 소비자피해의 개연성 이 상존한다. 대법원은 “법이 다단계판매에 대하여 엄격한 규제를 가하고 있는 것은 다단계 판매형태가 직접적인 대인판매•연고판매에 의존하여 판매조직의 확대에 따른 이익의 증가를 미끼로 사행성을 유발하고 소비자피해를 양산할 가능성이 있기 때문으로 보이는바, 후원수당의 지급이 직근 하위판매원의 판매 실적에만 좌우되는 경우에도 직근 하위판매원의 수가 많을수록 후원수당액이 늘어날 가능성이 크고, 그 직근 하위판매원의 입장에서도 다시 자신이 받을 후원수당의 총액이 그 직근 차하위 판매원의 판매실적에 좌우되는 것이어서 그 직근 상위판매원의 의도와는 무관하게 자신의 하위판매원을 되도록 많이 모집•가입시킬 강력한 유인이 있는 것이므로, 무제한적 하방 확장성이나 대인 판매•연고판매에 대한 의존성, 그로 인한 결과적 사행성 등 다단계판매의 폐해들이 마찬가지로 드러날 수밖에 없다”고 판시하고 있음

### 관련법령 내용

**[방문판매법 제2조 제5호 규정]**

* + 판매원의 가입이 단계적으로 이루어져 가입한 판매원의 단계가 3단계 이상에 이른다는 점
  + 위와 같이 판매원을 단계적으로 가입하도록 권유하는 데 있어서 판매 및 가입유치 활동에 대한 경제적 이익(소매이익과 후원수당)의 부여가 유인(誘引)으로 활용된다는 점
  + 다단계판매란 이러한 다단계판매조직을 통하여 재화 등을 판매하는 것

### 직접판매(다단계판매)의 개념

* + 다단계판매는 여러 층으로 구성된 판매조직이 단계적으로 발전하여 가는 것을 의미하며, 소비자가 판매원으로서 판매조직에 참가하여, 더 나아가 자신의 밑으로 새로운 판매원을 증가시켜 판매조직을 발전시켜나가는 것을 말함
  + 법적으로는 ‘판매업자가 특정인(A)에게 자신이 공급하는 상품을 소비 자에게 판매하거나 그 소비자를 A의 하위 판매원으로 가입토록 하여 A와 같은 판매활동을 하게 함으로써 일정한 이익을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원의 가입이 단계적(3단계 이상)으로 이루어지는 판매 조직을 통하여 상품을 판매하는 것’으로 정의됨

**[현행 정의규정 구성요건]**

* + 판매원 모집방식 요건 : 판매업자 또는 판매원이 다른 판매원을 판매 조직에 가입하도록 권유
  + 다단계판매조직 요건 : 상기 가입권유에 의해 판매원 단계가 3단계 이상인 다단계판매조직이 형성되어야 함

‐ 단계적으로 판매원가입이 이루어져 하며, ‘단계’ 여부는 권유에 의한 가입 (판매원의 추천) 여부로 판단함

* + 후원수당 요건

① 업자가 공급한 재화 등을 판매원이 판매시 후원수당을 얻을 수 있 음

② 판매원이 하위판매원을 모집하여 당해 판매업자가 공급한 재화 등 을 판매하도록 할 경우 후원수당을 얻을 수 있음

✽ 후원수당 (방문판매법 제2조 제9호) : 하위판매원에 대한 조직관리•교육훈련실적 또는 판매원 자신의 판매실적이나 하위판매원의 실적과 관련하여 지급되는 경제적 이익

* + 판매요건 : 판매원 가입 권유에 의한 다단계조직 형성 그 자체만으로 는 다단계판매가 아니며, 다단계판매조직을 통해 재화등을 판매할 것

✽ 실제로 판매하였는지 여부보다는 판매할 수 있는 상태이면 족함

* + 소비자 요건 : 판매원이 당해 회사의 ‘재화 등을 구매한 소비자’일 것

✽ “다단계판매에 해당하기 위하여는 당해 판매업자가 공급하는 재화 등 을 구매한 소비자의 전부 또는 일부가 판매원으로 가입할 것을 필요 로 한다” (나드리화장품 건, 대법원 2009. 4. 9. 선고 2008두17424 판결)

* + 소매이익 요건 : 판매원은 소매이익과 후원수당을 모두 권유 받아야 함 대법원은 다단계판매업에 해당하기 위해서는 소매이익과 후원수당 이 모두 필요하다고 판시 (대법원 2007. 1. 25. 선고 2006도7470 판결)
  + 소매이익은 중개수수료 등도 소매이익에 포함되는 것으로 해석

✽ 단 소매이익을 협의로 ‘판매원이 회사로부터 물건을 구입하여 소비자 에게 자신의 이름과 계산으로 판매하여 얻는 차익’이라고 협의로 해 석한 사건이 있음 (서울중앙지방법원 2008. 11. 20. 선고 2007고합1233 판결)

* + 정의규정에 직접 포함된 것은 아니지만, 판매원이 다단계판매업자와 독립된 개별사업자이어야 함 (방문판매법 제15조에서는 다단계판매업자의 지배주주 또는 임직원이 다단계판매원으로 가입할 수 없다고 규정)
  + 후원수당 지급단계는 고려대상이 아님

✽ “상품 판매 및 판매원 가입유치 활동을 하면 소매이익과 후원수당을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원 가입이 이루어지고, 그와 동일한 과정이 3단계 이상 단계적•누적적으로 반복된 이상, 그 판매조직의 후원수당 지급방식이 직근 하위판매원이 아닌 하위판매원의 판매실적에 영향을 받지 않는 것으로 정해져 있다고 하더라도, 그러한 판매조직 형태는 다단계판매조직에 해당하는 것으로 보아야 할 것”

✽ 이 법에서 정의하고 있는 다단계판매조직 개념에 의하면 반드시 후원 수당의 지급방법에 있어 판매원의 단계가 3단계 이상이어야 한다는 것은 아님

대법원이 판시한 다단계판매 구성요건

|  |  |
| --- | --- |
| 구분 | 판례 |
| 대법원  2005. 11. 25. 선고  2005도977 판결  (황삼나라 건) | * 상품 판매 및 판매원 가입유치 활동을 하면 소매이익 과 후원수당을 얻을 수 있다고 권유하여 판매원 가입이 이루어지고, **☜ 권유요건 및 후원수당 요건** * 그와 동일한 과정이 3단계 이상 단계적•누적적으로   반복된 이상, **☜ 다단계판매조직 요건** |
| 대법원  2006. 9. 22. 선고  2006도4401 판결  (해청원 건) | * ‘다단계판매업자’란 판매업자가 특정인에게 당해 판매업 자가 공급하는 재화 등을 소비자(방문판매법 시행령 제4 조 제3호에 의해 다단계판매원이 되고자 다단계판매업자 로부터 재화 등을 최초로 구매하는 자도 포함된다)에게 판 매할 것과 그 소비자의 전부 또는 일부를 당해 특정인의 하위판매원으로 가입하도록 하여 그 하위판매원이 당해 특 정인의 활동과 같은 활동을 하면, **☜ 권유요건** * 소비자에게 재화 등을 판매하여 얻는 소매이익과 다단 계판매업자가 그 다단계판매원에게 지급하는 후원수당으로 구성된 일정한 이익을 얻을 수 있다고 권유하여 **☜ 권유 요건 및 후원수당 요건** * 판매원의 가입이 단계적(판매조직에 가입한 판매원의   단계가 3단계 이상인 경우를 말한다)으로 이루어지는 다 단계판매조직을 개설 또는 관리•운영하는 자를 말하고,  **☜ 다단계판매조직 요건** |

#### ‘각목의 활동’과 ‘일정한 이익’과의 관계

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 법 제2조 제5호 각목 | 법 제2조 제5호 일정한 이익 | |
| 가. 당해 판매업자가 공급하는 재화 등을 소비자에 게 판매 | 소매  이익 | 다단계판매원이 소비자에게 재화  등을 판매하여 얻는 이익 |
| 후원  수당 | 다단계판매원이 자신의 재화 등의  판매실적에 따라 지급받는 이익 |
| 나. 가목의 규정에 의한 소비자의 전부 또는 일부 를 당해 특정인의 하위판 매원으로 가입하도록 하여 그 하위판매원이 당해 특 정인의 활동과 같은 활동  을 할 것 | 후원 수당 | 다단계판매원에 속하는 하위판매 원들에 대한 조직관리 및 교육훈  련실적과 관련하여 지급받는 이익 |
| 다단계판매원에게 속하는 하위판 매원들의 재화 등의 판매실적과 관련하여 지급받는 경제적 이익 |

#### 다단계판매원의 범위

* ‘자신의 재화 등의 판매실적에 따른 후원수당’만을 지급받을 수 있고 하위판매원을 모집하여 후원활동을 하는데 대한 후원수당이나 하위판 매원들의 재화 등의 판매실적에 따른 후원수당을 지급받지 못한다면, 이러한 사람은 하위판매원을 가입시키더라도 그 판매에 의하여 이익 을 얻는 것이 허용되지 않게 되는바 그러한 방식으로는 순차적•단계 적으로 조직을 확장해가는 다단계판매가 성립될 수 없다 할 것이므로, 이러한 사람은 위 법 소정의 다단계판매원에 해당하지 않는 것으로 보아야 함

### 직접판매(다단계판매)에 대한 주요 규제

#### 다단계판매업자의 준수사항

##### 등록, 신고의무

* + - * 다단계판매업자는 사업을 개시할 때 주된 영업사무소의 소재지를 관 할하는 시•도에 등록하여야 함

‐ 등록사항은 상호•대표자명•대표자 주민등록번호•대표자 주소• 사업장 주소•전화번호•전자우편주소(있을 경우), 자본금 5억원이 상 증명서류, 소비자피해보상보험 가입체결 증명서류, 후원수당 산 정 및 지급기준 서류, 재고관리•후원수당지급 등 판매방법에 관한 서류, 회사영업일을 기재한 서류임

* + - * 등록사항에 변경이 발생한 경우에는 변경사유 발생일부터 15일 이내 에 신고하여야 하고, 휴•폐업 또는 영업을 재개할 경우에도 시•도 에 신고하여야 함
      * 다음에 해당하는 자는 다단계판매업자로서 등록 불가능

‐ 금치산자•한정치산자•미성년자

‐ 파산선고를 받고 복권되지 아니한 자

‐ 방문판매법 위반으로 형사처벌을 받고 일정 기간이 경과하지 아니 하는 등의 상황에 있는 자

‐ 공정위가 등록 취소한 후 5년이 지나지 않은 개인 또는 법인

‐ 등록 취소 당시의 임원이었던 자가 임원으로 있는 업체도 등록 불 가능

##### 소비자•판매자의 청약철회 제도

* + - * 방문판매에 있어서의 청약철회 관련 사항과 거의 동일하며 다단계판 매원의 청약철회가 추가적으로 규정됨

‐ 다단계판매원의 청약철회 기간은 계약 후 3개월 이내이며, 청약철 회의 효과, 청약철회가 제한되는 경우 등에 있어서는 소비자의 청 약철회와 유사함

‐ 다만, 판매원의 청약철회시에는 판매업자가 대금 환불시 일정 비용 을 공제할 수 있음

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 청약철회시점 | 상품공급일로부터  1~2개월 사이 | 상품공급일로부터  3~4개월 사이 |
| 비용공제비율 | 상품대금의 5% 이내 | 상품대금의 7% 이내 |

‐ 또한 다단계판매원은 소비자와 달리 서면으로만 청약철회를 할 수 있음

##### 소비자•판매자에 대한 정보제공 의무

* + - * 소비자에 대한 정보 제공은 방문판매에 있어서와 거의 유사
      * 다단계판매원에 대하여는 후원수당의 산정 및 지급기준을 객관적이고 명확하게 정하여야 하며, 그 기준을 변경할 때에는 변경 기준 적용일 부터 3개월 이전에 판매원에게 통지하여야 함

‐ 다만, 판매원에게 이익이 되거나 판매원의 동의를 얻은 경우에는 즉시 변경할 수 있음

‐ 주소 불명 등 통지가 불가능한 판매원에게는 사보 게재 혹은 1개월 이상 홈페이지에 관련 내용을 게시함으로써 변경 통지를 갈음할 수 있음

##### 소비자피해 보상보험제도

* + - * 종전에는 다단계판매 분야에서 피해 발생시 위법 행위자에 대한 형사 처벌이나 영업정지 등의 제재는 가해졌으나 피해자에 대한 금전적 구 제는 어려운 문제가 있음에 따라 2002년 방문판매법 개정시 「소비자 피해보상보험제도」를 도입
      * 보험원리를 통한 소비자 피해보상 시스템으로서 다단계판매업자는 의 무적으로 보상보험에 가입하여야 함

‐ 다단계판매업자가 보험회사, 은행, 공제조합과 보험 또는 보증계약 을 체결하는 방식

✽ 현재는 공제조합(직접판매공제조합, 한국특수판매공제조합)을 통한 보 상보험만이 운영중

* + - * 보상한도 및 보험금 지급사유
      * 소비자인 경우 대금 환급금액의 90% 이상

‐ 다단계판매원인 경우 대금환급금액의 70% 이상

✽ 소비자의 분별없는 구매행위 방지, 다단계판매원의 책임성 제고 및 모럴해저드 방지를 위해 보상금액의 제한을 둠

‐ 보험금은 소비자가 상품을 구매한 후 판매업자가 상품을 공급하지 않은 경우와 소비자의 청약철회시 판매업자가 대금환불을 하지 않 은 경우에 지급

##### 후원수당 관련

* + - * 후원수당은 소매이익과 함께 다단계판매원의 주된 수입원으로서, 다단 계판매업자가 자신의 우월적 지위를 이용하여 후원수당과 관련하여 판매원에게 불이익을 주는 것을 방지할 필요에 따라 다음과 같은 사 항이 법에 규정되어 있음

‐ 후원수당의 산정 및 지급기준과 다르게 후원수당을 산정•지급하거 나 부당한 방법으로 다단계판매원을 차별대우하는 것을 금지

‐ 후원수당의 산정 및 지급기준의 변경시 3월 이전에 통지하여야 함. 다만, 다단계판매원에게 이익이 되거나 다단계판매원의 동의를 얻 은 경우에는 즉시 변경 가능

‐ 다단계판매원의 요구가 있는 경우 후원수당의 산정•지급명세 등의 열람을 허용하여야 함

‐ 일정수의 하위판매원의 모집 또는 후원의 조건으로 판매 실적에 관 계없이 후원수당의 차등 지급이 금지됨

* + - * 다단계판매업자가 다단계판매원에게 지급할 수 있는 후원수당의 총액 의 범위는 다단계판매업자가 다단계판매원에게 공급한 재화 등의 가 격 합계액의 35%에 해당하는 금액으로 제한됨
      * ○○다단계 회사는 A판매원에게 그 판매원의 매출 실적 대비 50%가 넘는 후원수당을 지급하였다. 그러나 전체 소속 판매원에 대한 후원 수당 지급액은 전체 매출액의 35% 이하이다. 이 경우 A판매원에게 지급한 후원수당액은 법상 문제가 되는가?

‐ 법에서 규정하고 있는 후원수당의 총액범위는 모든 판매원에게 공 급한 물품의 총합계액, 즉 당해 회사의 전체 매출액을 의미하며, 전 체 매출액의 35%에 해당하는 금액의 범위내에서 후원수당을 지급 하여야 함. 따라서 이 경우는 불법이 아님

* + - * 다단계판매업자가 불특정다수의 판매원을 대상으로 주최하는 판매원 교육훈련에 지출된 경비 (교육훈련 실적 및 판매실적, 특정판매원의 하위판매원에 대한 조직관리와 무관하게 지출)는 후원수당에 포함되 지 않음

‐ 다만, 상위판매원이 하위판매원을 대상으로 주최한 교육훈련행사 경비를 다단계판매회사가 지급하는 것이나 판매실적 등 회사에서 요구하는 일정 요건을 달성한 특정 판매원만을 대상으로 교육훈련 등을 제공하기 위하여 지출하는 경비는 후원수당에 포함됨

* + - * 사례 (대법원 1999. 11. 23. 선고 98도2366 판결, 라은실업건)

‐ 판매실적의 고저에 따라 후원수당의 비율을 달리 적용하여 자기 또 는 하위판매원의 판매실적이 일정 수준을 상회하면 후원수당의 비 율을 더 높게 인정해 주는 것은 다단계판매업자가 매출신장을 위하 여 마련할 수 있는 초보적인 동기부여장치로서 허용되는 것으로 보 아야 할 것이므로 피고인들이 정하고 있는 위 승급제도가 방문판매 등에 관한법률 제45조 제1항 제3호에서 금지하고 있는 '다단계판 매원이 되고자 하는 자 또는 다단계판매원에게 부담을 지게 하는 행위'에 해당하지 않음

✽ 방문판매법 제20조제5항 : 다단계판매업자는 일정 수의 하위판매원을 모집 또 는 후원하는 것을 조건으로 하위판매원 또는 그 하위판매원의 판매실 적에 관계없이 후원수당을 차등하여 지급하여서는 아니됨

✽ 방문판매법 시행령 제28조 : 이 경우 다단계판매원이 되려는 자 다단계판매원 또는 그 하위판매원의 판매실적과 구매실적에 따라 후원수당의 지급 기준을 달리하는 행위는 재화 등을 구매하도록 하는 부담으로 보지 않음

* + - * 다단계판매원 가입은 신청서만 작성·제출하면 가능하지만, 후원수당을 받기

위해서는 반드시 일정 실적이 있어야 하는 경우, '부담을 주는 행위' 인가?

‐ 다단계판매원은 판매업자로부터 후원수당을 지급받아야 하며 일정 상품구매 실적이 없을 때, 단지 회원가 구매 자격만 주어지고 하위판매원을 모집하여 후원활동을 하더라도 후원수당을 지급받을 자격을 갖지 못한다면, 등록을 조건으로 하여 부담을 주는행위로 볼 수 있음

##### 다단계판매원 관련

* + - * 공무원, 법인, 다단계판매업자의 지배주주•임직원, 방문판매법 위반 자로서 공정위로부터 시정조치를 2회 이상 받은 자 등은 판매원으로 등록할 수 없음
      * 판매업자는 가입한 판매원에게 다단계판매원 등록증, 판매원 수첩을 교부하여야 함
      * 판매업자는 다단계판매원이 되고자 하는 자 또는 다단계판매원에게 가입비, 판매보조물품 등 그 명칭 및 형태여하를 불문하고 다음에 해 당하는 금액으로 연간 총합계 5만원 이상의 비용 그 밖의 금품을 징 수하는 등의 의무부과가 금지되어 있음

‐ 가입비 또는 회원자격 갱신의 경우 1만원 이하

‐ 판매보조물품의 경우 판매원 1인당 연간 3만원 이하

‐ 교육비의 경우 소비자보호 등을 위한 법준수에 관한 교육 등 공정 위가 정한 내용의 교육에 한하며, 판매원 1인당 연간 3만원 이하

* + - * 가입비, 교육비 등과 달리 개인할당판매액은 법에서 허용하고 있지 않으므로 판매액을 할당하는 경우에는 법에 위반됨
      * 다단계판매원이라고 하더라도 사실상 소비자와 같은 조건으로 구매하거나, 구매한 재화를 판매하지 않고 최종적으로 이용하는 경우, 청약철회 시 14일 또는 3개월 중 어느 것을 적용하여야 하나?

‐ 질문과 같은 상황의 판매원을 소비자로 볼 수 있는지 법상 명시적 규정은 없음

‐ 판매원이 되기 위해 재화 등을 최초로 구매한 자에 한하여 소비자로 봄(방문판매법 시행령 제4조 제3호)

‐ 구입 시점에 판매원 등록 여부를 기준으로 소비자/판매원 지위를 판단(특수판매에서의 소비자보호지침)

‐ 다단계판매원의 청약철회 기간에 대해 별도로 규정하고 있음(방문판매법 제17조 제2항)

‐ 위 3가지를 고려하면, 판매원으로 등록된 경우 3개월을 적용하는 것이 타당함

##### 개별 재화의 거래 가격 한도

* + - * 다단계판매의 방식으로 거래할 수 있는 상품의 가격은 160만원 미만 으로 제한되어 있음
      * 개별 재화의 가격이 160만원 미만이지만 판매된 개별 재화가 그 자 체로서 사실상 사용가치가 없어서 다른 재화를 추가로 구매하여야 사용가치가 있는 경우는 이들 재화들의 가격의 합계로 160만원 이상 여부를 판단함(가격상한)

‐ 주된 재화의 기능에 반드시 필요한 재화를 세트로 판매하는 경우, 주된 재화의 품질과 성능유지나 안전을 위하여 필요한 재화를 세트 로 판매하는 경우 또는 분리하여 개별적으로 판매하는 것이 기술적 으로 매우 곤란하거나 상당한 비용을 요구하는 경우 이들 재화를 세트로 판매하는 경우는 세트를 개별 재화로 간주하여 130만원 이 상 여부를 판단함

#### 다단계판매업자의 금지사항

##### 판매조직 양도•양수

* + - * 다단계판매조직 및 다단계판매원의 지위는 양도•양수할 수 없음

‐ 매수회사는 매도회사의 다단계판매조직을 전체로서 양수할 수 없고, 각 다단계판매원들로부터 개별적으로 가입신청을 받아 새로이 등록 절차를 밟아야 함

‐ 단, 다단계판매원의 지위를 상속하는 경우와 다단계판매업자의 인 적․물적 자산을 포괄적으로 양도•양수•합병하는 경우에는 예외적 으로 허용됨

##### 금지행위(방문판매법 제23조 제1항)

* + - * 재화 등의 판매에 관한 계약의 체결을 강요하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해할 목적으로 상대방에게 위력을 가하는 행위(호방문판매법 제23조 제1항 제1호)
      * 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 상대방과의 거래를 유도하거나 청약철회등 또는 계약 해지를 방해하는 행위 또는 재화등의 가격ㆍ품질 등에 대하여 거짓 사실을 알리거나 실제보다도 현저히 우량하거나 유리한 것으로 오인시킬 수 있는 행위(방문판매법 제23조 제1항 제2호)

‐ 건강식품, 운동기구 등 국민 생활건강과 밀접한 관련이 있으면서도 전문기관의 효능, 품질 등에 대한 검증 없이 노약자, 미성년자를 상 대로 판매자가 허위 또는 과장된 정보나 사실을 알려 청약을 받거 나 판매하는 행위

* + - * 청약철회등이나 계약 해지를 방해할 목적으로 주소ㆍ전화번호 등을 변경하는 행위(호방문판매법 제23조 제1항 제3호)

‐ 판매자가 주소, 전화번호 등을 변경하여 의도적으로 연락이 닿지 않도록 하고 소비자의 물품 반환기일을 넘기도록 하여 청약철회를 방해하는 행위

* + - * 분쟁이나 불만 처리에 필요한 인력 또는 설비가 부족한 상태를 상당 기간 방치하여 상대방에게 피해를 주는 행위(제4호)

‐ 청약철회, 물품반환 등에 있어서 소비자와의 분쟁•불만처리를 위 하여 신속하게 대응을 할 수 있는 인력(환불담당자 등) 또는 설비 (전화, FAX등)를 갖추지 않거나 인력•설비 부족 상태를 방치하여 연락이 불가능하도록 하여 피해를 야기하는 행위

* + - * 상대방의 청약이 없는데도 일방적으로 재화등을 공급하고 재화등의 대금을 청구하는 등 상대방에게 재화등을 강제로 판매하거나 하위판매원에게 재화등을 판매하는 행위(제5호)

‐ 도서판매 등에서 흔히 볼 수 있는 행위로서 소비자가 구매의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 판매원이 일방적으로 재화를 공급하고 대금을 청구하는 행위

* + - * 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔는데도 전화, 팩스, 컴퓨터통신 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위(방문판매법 제23조 제1항 제6호)
      * 다단계판매원이나 판매원이 되고자 하는 자에게 연간 5만원을 초과하 는 금전적 부담을 지우는 행위(방문판매법 제22조 제1항 및 동법 시행령 제29조)
      * 다단계판매원에게 하위 판매원 모집 자체에 대하여 금품을 지급하거 나 정당한 사유 없이 후원수당외의 금품을 지급하는 행위(방문판매법 제22조 제2항)
      * 다단계판매업자에게 고용되지 아니한 다단계판매원을 다단계판매업자에게 고용된 사람으로 오인하게 하거나 다단계판매원으로 등록하지 아니한 사람을 다단계판매원으로 활동하게 하는 행위 ( 방문판매법 제23조 제1항 제7호)
      * 소비자피해보상보험계약 등을 체결하지 아니하 고 영업하는 행위( 방문판매법 제23조 제1항 제8호)
      * 다단계판매원이 특정인을 자신의 하위판매원으로 등록하도록 강요하 거나 하위판매원에게 상품 구매를 강요하는 행위(방문판매법 제24조 제1항 제6호)
      * 판매원이 되고자 하는 자나 판매원에게 본인 의사에 반하여 교육•합 숙 등을 강요하는 행위(방문판매법 제24조 제1항 제7호)
      * 상품 거래 없이 금전거래만을 하거나 사실상 금전거래만을 하는 행위 등(방문판매법 제24조 제1항 제1호)

‐ 누구든지 다단계판매조직 또는 이와 유사하게 단계적으로 가입한 자로 구성된 다단계조직을 이용하여 재화 등의 거래 없이 금전거래 만을 하거나 재화 등의 거래를 가장하여 사실상 금전거래만을 하는 행위를 하여서는 아니 됨

‐ 가격 : 판매업자가 다단계판매원 등에게 재화 등을 판매한 가격이 그 재화 등을 취득한 가격의 10배 이상인 경우 등 판매업자가 다 단계판매원 등에게 같거나 유사한 재화 등의 통상적인 시장가격 보 다 현저히 높은 가격으로 판매하면서 후원수당 또는 이에 준하는 경제적 이익(이하 "후원수당 등"이라 한다)을 지급하는 행위

* + - * 상품권 : 다단계판매원 등에 대하여 상품권을 판매하는 행위로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위(방문판매법 제24조 제1항 제5호)

✽ 판매업자가 다단계판매원 등에게 판매한 상품권을 다시 매입하거나 다른 자로 하여금 매입하도록 하는 행위

✽ 상품권 발행자 등의 재화 등의 공급능력, 다단계판매원 등에 대한 재 화 등의 공급실적, 상품권의 발행규모 등에 비추어 그 실질이 재화 등의 거래를 위한 것으로 볼 수 없는 상품권의 판매실적에 대하여 후원수당 등을 지급하는 행위

‐ 사례 : A라는 자가 자신의 상품을 구매한 자들을 대상으로 단순히 구매한 순서에 따라 다단계판매조직과 유사하게 다단계조직을 구성한 후 동 다단계조직의 구성원들로 하여금 일정 금액을 투자하도록 하고 이들이 하위에 다른 ○명을 다단계조직에 가입시켜 일정금액 을 투자하도록 할 경우 투자금액의 ◎배 정도에 달하는 금액을 지 급하는 방식으로 행한 영업행위

‐ 방문판매법 제2조 규정에 의한 다단계판매조직이 아니더라도 이와 유사하게 단계적으로 가입한 자로 구성된 다단계조직을 이용하여 이 법을 위 반한 경우에 해당함

* + - * 다단계판매자가 거래의 상대방에게 판매하는 개별 재화 등의 가격을

160만원 이상으로 정하여 판매하는 행위(방문판매법 제23조 제1항 제9호)

#### 웹툰으로 알아보는 다단계 판매업 금지사항

##### 대출 후 물품 구매 강요

|  |  |
| --- | --- |
| 스크린샷, 텍스트이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 | 스크린샷, 텍스트이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 |
| 스크린샷, 텍스트이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 | 스크린샷, 텍스트이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 |
| 스크린샷, 텍스트이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 |  |
| <출처 : (소비자24, 웹툰으로 보는 사례 . (2019). https://www.consumer.go.kr/user/bbs/consumer/121/462/bbsDataView/1929.do?page=2&column=&search=&searchSDate=&searchEDate=&bbsDataCategory=.> | | |

##### 단체 합숙, 교육 강요

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
| <출처 : (소비자24, 웹툰으로 보는 사례 . (2019). https://www.consumer.go.kr/user/bbs/consumer/121/462/bbsDataView/1934.do.> | |

##### 취업 알선, 고수익 등으로 유인

|  |  |
| --- | --- |
| 텍스트, 스크린샷이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 | 텍스트, 스크린샷이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 |
| 텍스트, 스크린샷이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 | 텍스트, 스크린샷이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 |
| 텍스트, 스크린샷이(가) 표시된 사진  자동 생성된 설명 |  |
| <출처 : (소비자24, 웹툰으로 보는 사례 . (2019). https://www.consumer.go.kr/user/bbs/consumer/121/462/bbsDataView/1940.do.> | |

##### 환불 방해

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
| <출처 : (소비자24, 웹툰으로 보는 사례 . (2019). https://www.consumer.go.kr/user/bbs/consumer/121/462/bbsDataView/1942.do.> | |

### 업무상 유의사항

다단계 판매시에는 방문판매 등에 관한 법령을 준수해야 한다. 또한

다음의 사항을 준수한다.

#### 정보 공개

* 정보공개를 위해서 교부하는 서류 등에 대해서는 상대방의 이해를 돕게 하기 위해서 이해하기 쉽고, 보기 쉽게 작성하고, 서면 교부 이외 에 구두에 의한 보충 설명을 하는 등 상대방의 이해력을 고려한 정보를 제공하도록 노력한다.
* 또, 해당 다단계판매조직에의 권유에 관한 광고를 할 때에도, 상대 방이 얻을 수 있는 보수(소매이익, 후원수당)에 대해 표시 또는 설 명할 경우에는, 과대한 기대를 갖지 않도록, 정확하고 객관적인 정보 를 공개하고, 구체적으로 이해하기 쉬운 근거를 명시하도록 노력한다.

#### 주의 환기 문안

##### [주의 환기를 위한 표시]

해당 다단계판매 조직에의 가입시에는, 교부된 서면 등의 내용을 충분 히 읽고, 사업 계획 등의 내용 등을 객관적으로 검토한 뒤에 자기의 판단에 근거하는 결정을 하라는 취지를 명시한다.

#### 판매원 가입자의 지도 교육

###### 다단계 조직의 통괄자로서 그 조직 가입자들에 대하여 다음은 금지해 야 할 사항으로서 주의 환기하는 동시에, 그 위반에 대하여는 엄정하게 대처해야 한다.

* 금지해야 할 사항

① 아주 드문 수입을 예로 들거나 또는 과대한 표현으로 수입을 강조하는 것

✽ 월 수입 2,000만원 명세서를 보이는 등 아주 드문 수입을 예로 제시하고 누구나 그러한 수입이 가능한 것처럼 설명하는 것

✽ 「일확천금, 반드시 벌린다」 등이라고 설명하는 것

② 이익을 얻을 수 있다는 것을 미끼로 하여 고액의 물품구입을 권하 는 것

✽ 다단계조직 가입시, 「사람을 소개하면 그 이익이 가능」 등으로 불확실 한 수입을 마치 확실한 것처럼 설명하고, 고액상품의 구입을 권하는 것

③ 개인정보를 허위 기재시켜서 계약시키는 것

- ④ 미성년자에게 부모의 명의로 계약할 것을 교사하는 것

⑤ 돈을 빌릴 것을 권하는 것

✽ 「절대로 성공하는 판매회사의 상품은 훌륭하므로 돈을 빌려서라도 참가해야 할」등이라고 설명하고, 돈을 빌릴 것을 권한다

⑥ 일을 하는데 반드시 구입할 필요가 없는 물건을 구입시키는 것

✽ 「다단계판매조직 등록에는 일정량의 상품구입이 의무다」등으로 필요 없는 상품의 구입을 강요하는 것

⑦ 해당 다단계판매조직에 권유할 목적을 숨기고 호출하는 것

✽ 다단계판매 조직의 권유인 것을 알리지 않고, 「만나고 싶다」 「회사가 주최하는 이벤트에의 초대」등이라고 말하고 호출하는 것

⑧ 구인 광고로 특정 이익•특정 부담 등을 정확하게 통지하지 않고 판매 조직에 유인하는 것

✽ 판매 조직에의 유인임에도 불구하고, 보수 등을 기재하지 않고 「수입 을 얻고 싶은 분 모집」등이라고 하는 광고지를 배부하는 것

⑨ 상대방의 승낙이 없었음에도 전자 메일에 의해 광고 또는 광고로 받아들여질 우려가 있는 것을 발송하는 것

### 위반시 제재

#### 형사적 제재

##### 7년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금

* + - * 미등록 또는 부정한 방법으로 등록하여 다단계판매조직을 개설•관리
        + 운영한 자, 소비자피해보상보험계약을 체결하지 않은 자

##### 5년 이하의 징역 또는 1억 5천만원 이하의 벌금

* + - * 다단계판매원에게 일정수의 하위판매원 모집을 강제한 자, 허위․과장 된 사실을 알리거나 기만적인 방법으로 소비자를 유인하여 거래한 다 단계판매자, 재화 등의 거래없이 사실상 금전거래만을 행한 자 등

##### 1년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금

* + - * 휴업기간 또는 영업정지기간 중에 계속하여야 할 업무를 계속하지 아 니한 방문판매업자 및 다단계판매업자, 다단계판매원으로 등록할 수 없는 자로서 다단계판매원으로 등록한 자 등

##### 1천만 원 이하의 벌금

* + - * 계약서를 교부함에 있어 허위로 기재된 계약서를 교부한 자 등

#### 행정적 제재

##### 시정조치

* + - * 공정위는 당해 행위의 중지, 의무이행, 시정조치를 받은 사실의 공표 등의 조치를 행할 수 있음

##### 시정권고

* + - * 공정위, 시•도지사 또는 시장•군수•구청장은 당해 행위의 중지, 의 무이행 등을 권고할 수 있음

##### 영업정지•등록취소

* + - * 시정조치에도 불구하고 위반행위가 반복되거나 시정조치에 따른 이행 을 하지 않는 경우 1년 이내의 기간을 정하여 영업정지를 명할 수 있 음. 단, 다만, 허위 그 밖의 부정한 방법으로 다단계판매업을 등록한 경우, 다단계판매업의 등록결격사유에 해당하게 된 경우, 소비자피해 보상보험계약 등이 해지된 경우에는 등록을 취소할 수 있음

##### 과징금

* + - * 영업정지에 갈음하여 과징금을 부과할 수 있으며, 위반행위 관련 매출액을 초과하지 않는 범위 안에서 부과함

##### 과태료

* + - * 청약철회 후 재화와 용역의 대금을 환급하지 아니한 자 등에게는 1천 만원 이하의 과태료 부과

## Ⅱ. 불공정거래행위 및 재판매가격유지행위 (관련부서: Sales)

### 불공정거래행위

#### 개요

* 불공정거래행위는 공정거래법 제45조 제1항 각 호의 어느 하나에 해 당하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 말함
* 불공정거래행위에서의 ‘거래’란 통상의 매매와 같은 개별적인 계약자 체를 가리키는 것이 아니라 그보다 넓은 의미로서 사업활동을 위한 수단 일반 또는 거래질서를 뜻하는 것으로 봄

#### 위법성 판단기준(‘공정한 거래를 저해할 ‘우려’)

##### 공정거래저해성(공정한 거래를 저해)

* 불공정거래행위의 위법성 판단기준인 ‘공정거래저해성'은 1)경쟁제한 성과 2)불공정성을 포함하는 개념임

‐1) 경쟁제한성은 당해 행위로 인해 시장 경쟁의 정도 또는 경쟁사업 자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 수가 유의미한 수준으로 감소

‐ 2) 불공정성은 가)경쟁수단 또는 나) 거래내용이 정당하지 않음을 의미, 가)경쟁수단의 불공정성은 상품 또는 용역의 가격과 질 이외에 바람직하지 않은 경쟁수단을 사용함으로써 정당한 경쟁을 저해하거나 저해할 우려가 있음을 의미하고, 나)거래내용의 불공정성이 라 함은 거래상대방의 자유로운 의사결정을 저해하거나 불이익을 강요함으로써 공정거래의 기반이 침해되거나 침해될 우려가 있음을 의미

##### 우려

* 공정한 거래를 저해하는 효과가 구체적인 형태로 나타나는 경우뿐만 아니라 나타날 가능성이 큰 경우를 의미함. 현재는 그 효과가 없거나 미미하더라도 미래에 발생할 가능성이 큰 경우도 포함함.

#### 불공정거래행위의 유형

##### 거래상 지위남용행위

* 거래상 지위남용이란 자신의 거래상 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위를 말함(공정거래법 제45조 제1항 제6호).
* 거래상의 우월적 지위를 이용하여 각종 계약, 물품구매, 용역발주 등 의 과정에서 불공정거래행위가 발생할 수 있으며, 특히 거래상대방에 게 자신의 거래상 지위를 이용해서 과도한 경제적 이익제공강요, 불 이익제공행위, 부당한 거래중단 또는 경쟁사업자배제와 같은 행위를 하지 않도록 주의하여야 함.

##### 거래상 지위여부

* 당사자가 처하고 있는 시장의 상황, 당사자 간의 전체적인 사업능력의 격차, 거래대상인 상품의 특성 등을 모두 고려하여 판단
* 계속적 거래관계 및 거래의존도를 판단함에 있어 그 구체적인 수준이 나 정도는 시장상황, 관련 상품 또는 서비스의 특성 등을 종합적으로 고려하여 판단.

###### 계속적인 거래관계가 존재하여야 함.

* 계속적 거래를 하는 경우에는 통상 특화된 자본설비, 인적자원, 기술 등에 대한 투자가 이루어지게 된다. 이렇게 고착화(lock-in) 현상이 발생하면 상대방은 우월적 지위에 있게 되어 이를 이용하여 불이익한 거래조건을 제시하는 것이 가능해지고 그 상대방은 이미 투입한 투자 등을 고려하여 불이익한 거래조건 등을 수용할 수밖에 없는 상황이 됨
* 계속적 거래관계 여부는 거래관계 유지를 위해 특화된 자본설비, 인 적자원, 기술 등에 대한 투자가 존재하는지 여부를 중점적으로 검토함. 예를 들어 거래상대방이 거래를 위한 전속적인 설비 등을 가지고 있는 경우에는 거래상지위가 있는 것으로 볼 수 있음

###### 일방의 타방에 대한 거래의존도가 상당하여야 함

* 거래의존도가 상당하지 않은 경우에는 계속적 거래관계라 하더라도 거래처 등을 변경하여 불이익한 거래조건을 회피할 수 있으므로 거래 상지위가 인정되기 어려움
* 통상 거래의존도는 일방 사업자의 전체 매출액에서 타방 사업자에 대 한 매출이 차지하는 비중을 중심으로 검토

##### 세부유형

* 거래상지위남용행위 유형에는 구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제, 불이익제공행위, 경영간섭행위로 나뉨

###### 구입강제

* 사업자가 거래상대방에게 구입의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하 도록 강제하는 행위가 대상이 됨.

###### 이익제공강요

* 이익제공강요라 함은 거래상대방에게 자기를 위하여 금전ㆍ물품ㆍ용 역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위를 가리킴 또한 계열회사의 거래상 지위를 이용하여 이익제공을 강요하는 행위도 포 함

###### 판매목표강제

* 사업자가 거래상대방에게 판매목표를 정해주고 이를 달성하도록 강제하는 행위가 대상이 되며, 대상상품 또는 용역은 사업자가 직접 공급하는 것이어야 함
* 거래내용의 공정성 판단시 판매목표 달성에 강제성이 있는지 여부를 중점적으로 판단한다. 판매목표의 달성을 ‘강제’하기 위한 수단에는 제 한이 없으며, 목표가 과다한 수준인지, 실제 거래상대방이 목표를 달 성하였는지 여부는 강제성 인정에 영향을 미치지 않음. 목표불이행시 실제로 제재수단이 사용되었을 필요는 없음
* 목표를 달성하지 못했을 경우 대리점계약의 해지나 판매수수료의 미 지급 등 불이익이 부과되는 경우에는 강제성이 인정되나, 거래상대방 에게 장려금을 지급하는 등 자발적인 협력을 위한 수단으로 판매목표 가 사용되는 경우에는 원칙적으로 강제성이 인정되지 않음. 다만, 판 매장려금이 정상적인 유통마진을 대체하는 효과가 있어 사실상 판매 목표를 강제하는 효과를 갖는 경우에는 그러하지 아니함

###### 불이익제공

* 불이익제공행위라 함은 구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제외의 방 법으로 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행 과정에서 불이익을 주는 행위를 말함

###### 경영간섭

* 임직원을 선임·해임함에 있어서 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거 나 거래상대방의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용을 제한함으로써 경영활동에 간섭하는 행위가 대상이 됨
* 거래상대방의 거래내용이란 생산품목‧시설규모‧생산량 등과 달리 구 체적인 내용을 특정하기 어려운 포괄적인 의미를 가지는 것으로서 판 매가격‧부과수수료율‧결제조건 등 거래와 관련되는 제반사항을 포함.
* 경영간섭 중 하나의 행위태양으로서 거래내용을 ‘제한’한다는 것은 거 래상대방의 판매가격을 변경하도록 요구하거나 판매품목을 승인하고

단가를 조정하는 행위, 거래상대방의 지급대금수준과 결제조건을 계약 조건에 포함시키는 행위, 거래상대방이 징수하는 수수료율을 직접 결 정하거나 출하자에게 지급하는 장려금의 요율 결정에 관여하는 행위 등과 같이 적어도 거래상대방의 의사에 반하여 거래내용을 결정하거 나 영향력을 행사함으로써 거래상대방의 경영활동에 부당하게 관여하는 일정한 행위를 필요로 함.

#### 업무시 유의사항

* 협력회사에 대하여 제재를 목적으로 공급 물량을 감축하는 것은 거래 상 지위행위를 남용한 것으로 인정될 수 있다.
* 단순한 목표설정을 넘어 이를 달성하지 못하는 경우 제재를 가하는 것은 판매목표를 강제한 것으로 인정될 수 있으므로 유의하여야 한다.

#### 위반시 제재

##### 과징금 부과(법 제50조 제1항)

* 관련 매출액의 4% 이내, 매출액이 없는 10억원 이내에서 부과 가능(다 만 부당지원행위의 경우 관련 매출액의 10% 이내, 매출액이 없는 경우 최대 40억원 부과 가능)

##### 시정조치(법 제49조)

* 공정위는 위반행위의 중지, 계약조항의 삭제, 시정명령을 받은 사실을 공표, 기타 필요한 시정조치를 하게 됨.

##### 형사적 제재

* 불공정거래행위를 한 사업자에 대하여 2년 이하 징역 또는 1.5억원 이 하 벌금에 처해지게 됨(법 제125조) (다만 부당지원행위의 경우 3년 이 하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금, 법 제124조).
* 또한, 양벌규정(법 제128조)에 따라 법인 및 관여한 종업원도 처벌을

받을 수 있음. 단, 법인 또는 개인이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해 당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리하지 아니하였음을 입증 한 경우 면책 가능.

‐ 공정위의 고발 행사가 이뤄져야 형사적 재제 가능(전속고발권)

‐ 거래 거절, 차별 취급, 경쟁사업자 배제, 구속조건부 거래, 재판매 가 격 유지행위의 경우, 형사적 제재 제외

##### 민사상 손해배상책임

* 공정거래법 위반행위로 협력업체가 피해를 입은 경우에는 손해배상책임을 지게 된다. 다만, 사업자가 고의 또는 과실이 없었음을 입증하는 경 우에는 면책될 수 있음.

### 재판매가격유지행위

#### 개요

* 사업자가 거래상대방 또는 그 다음 거래단계별 사업자의 거래가격을 정하여 그 가격대로 판매할 것을 강제하거나 지정된 거래가격을 준수하도록 불이익을 부과하는 행위를 말한다.

‐ 유통단계에서의 경쟁을 제한한다는 이유에서 원칙적으로 금지되며, “권장소비자가격”의 경우 단순히 참고사항으로 강제성이 없는 경우 에는 허용되나, 대리점이나 유통점이 이를 준수하도록 강제하는 것은 금지된다.

#### 유형

* 재판매가격 유지행위가 무조건 허용되는 것은 아니며, 경쟁제한 효과 와 경쟁촉진 효과(브랜드 간 경쟁촉진 효과, 서비스 경쟁촉진 효과 등) 를 비교하여, 경쟁제한 효과가 경쟁촉진 효과에 비해 클 경우에는 공 정거래법 위반 행위가 된다.
* 정당한 이유의 예시는 거래처와 전속적 판매계약을 체결하면서 거래 처가 지나치게 높은 이윤을 추구하는 행위를 방지하기 위하여 가격을 일정한 수준 이상으로 올리지 못하도록 하는 경우, 거래처가 소수이고 거래처간 담합 등을 통한 가격인상 가능성을 우려하여 일정한 범위 내에서 최고가격을 설정하는 경우가 있다.
* 불공정거래행위를 한 기업은 정당한 이유가 있는지에 대해 입증책임이 있다(대법원 2001. 12. 11. 선고 2000두833 판결).

##### 최저 재판매 가격 유지 행위

* 최저재판매가격 유지행위는 그 자체로 위법이다. 그러나 대법원은 합리성의 원칙(rule of reason)이 최저 재판매 가격 유지 행위에도 적용될 수 있다고 판단한 바 있다(대법원 2017. 6. 19. 선고 2013두17435 판결).

##### 최고 재판매 가격 유지 행위

* 공정거래법상 최고 재판매 가격 유지 행위는 정당한 이유가 인정되는 경우 허용된다. 다만, 소비자 복지, 효율성 증가 vs. 경쟁제한성에 대 한 입증책임은 회사에 있음을 유의하여야 한다.

##### 업무 시 유의사항

* + - * 대리점에게 “권고” 혹은 “협조”의 방식으로 판매가격을 지정한 경우라 도, 위반시 계약해지, 출고정지, 공급량 제한, 불이익 부과 등의 조치를 실제로 행하거나 혹은 불이익 조치를 행할 것을 고지한 경우에도 인정되므로 이를 유의해야 한다.

## Ⅲ. 프로모션 관련 유의사항 (관련부서: Marketing)

### 표시•광고시 유의사항

#### 의의

* 표시•광고의 의의

‐ 표시

✽ 사업자가 상품/용역에 관한 사항을 소비자에게 알리기 위하여 상품의 용기•포장(첨부물 및 내용물 포함), 사업장 등의 게시물 또는 상품 권•회원권•분양권 등 상품 등에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거 나 붙인 문자•도형 및 상품의 특성을 나타내는 용기•포장

‐ 광고

✽ 전단•팜플렛•견본 또는 입장권, 인터넷 또는 PC통신, 포스터•간판

•네온사인•애드 벌룬 또는 전광판, 비디오물, 음반•서적•간행물• 영화 또는 연극, 자기의 상품 외의 다른 상품, 기타 이와 유사한 매 체 또는 수단을 통하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것

✽ 사보, 홍보만화, 고객 안내문 등 대 고객 홍보용 자료도 광고에 해당

✽ 제3자의 블로그, 카페, SNS 등에 추천∙보증 형태로 게시된 내용도 광 고에 해당

* 다른 법률과 관계

‐ 공정거래법

✽ 공정거래법(불공정거래행위 중 위계에 의한 고객유인 등)과 표시•광 고법은 일반법과 특별법의 관계임. 따라서 표시•광고법이 우선 적용되는 범위내에서 공정거래법은 그 적용이 배제됨

‐ 부정경쟁방지법

✽ 부정경쟁방지법(광고에 의하여 원산지나 상품의 품질•내용•제조방 법•용도 또는 수량의 오인을 일으키게 하는 부정경쟁행위)과 표시• 광고법은 일반법과 특별법의 관계임

‐ 소비자보호법

✽ 소비자보호법(제10조, 제11조의 표시, 광고의 기준)과 표시광고법 은 각각 각 입법 목적을 달리하므로 경합하여 적용(일반법과 특별법 의 관계 아님)

‐ 전자상거래법

✽ 전자상거래법 또한 표시광고법과 같이 정보의 비대칭을 치유하기 위 한 규제에 해당하므로 일부 규제범위가 중복됨(전자상거래를 전제로 한 허위과장광고, 기만광고)

✽ 전자상거래 또는 통신판매에서의 소비자보호에 관하여 전자상거래법 과 다른 법률이 경합하는 경우에는 전자상거래법을 우선 적용. 단, 표 시광고법을 적용하는 것이 소비자에게 유리한 경우에는 표시광고법 우선 적용 (전자상거래법 제4조)

#### 위법성 판단기준

* 소비자의 오인성(誤認性)

‐ 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있음을 의미

‐ 이 사건에서 고름의 의미와 고름우유의 의미에 대하여는 소비자의 상식적인 인식을 기준으로 판단하여야 할 것이지 원고가 주장하는 바와 같이 전문적•의학적인 관점에서 판단할 것은 아님[판례: 대법원 1998.3.27 선고 96누5636 판결].

‐ 허위•과장 광고는 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부 풀려 광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 광고행위를 말하며, 광고가 소비자를 속이거나 소비자 로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일 반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적•궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 한다[판례 : 대법원 2003.6. 27 선고 2002두6965판결].

* 거래질서 저해성

‐ 부당한 표시•광고에 의해 소비자가 오인으로 잘못된 선택권을 행 사하고, 이로 인해 경쟁사업자의 고객을 빼앗는 등 시장에서의 공 정한 거래질서를 저해할 우려를 의미

#### 부당한 표시•광고의 유형

* 허위/과장 표시•광고

‐ 사실과 다르게 표시•광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시•광 고하는 행위

* 기만적인 표시•광고

‐ 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시•광고하는 행위

* 부당한 비교 표시•광고

‐ 비교대상 및 기준을 명시하지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품/용역을 다른 사업자 또는 사업자단체(“사업자 등”) 나 다른 사업자의 상품 등과 비교하여 우량 또는 유리하고 표시• 광고하는 행위

* 비방 표시•광고

‐ 다른 사업자 등 또는 다른 사업자 등의 상품 등에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시•광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시•광고하여 비방하는 행위

<부당한 표시 광고의 범위의 예시>텍스트, 스크린샷, 폰트, 번호이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

<출처 : 식품의약안전처, 2024년 화장품 정책설명회 자료 게시 . (2024). https://www.mfds.go.kr/brd/m\_641/list.do.>

#### 표시•광고시 유의사항

##### 사업자 자신에 관한 표시•광고

* + - * 사업자가 자신이나 구성사업자의 규모, 연혁, 생산시설, 수상경력, 사 업계획, 사업실적, 기술제휴 등에 관한 사항에 대하여 표시•광고할 경우 사실과 다르게 또는 사실을 과장하거나 모호하게 표시•광고하 여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행위는 부당한 표시• 광고가 됨

**<예시>**

‐ 자기의 생산규모가 국내에서만 가장 큰 규모인데도 “세계(아시아)최 대의 규모” 라고 표시•광고하는 경우

텍스트, 스크린샷, 폰트, 번호이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

<출처 : 식품의약안전처, 2024년 화장품 정책설명회 자료 게시 . (2024). https://www.mfds.go.kr/brd/m\_641/list.do.>

##### 가격에 관한 표시•광고

* + - * 자기가 공급하는 상품의 가격을 사실과 다르게 표시•광고하는 행위 는 부당한 표시•광고에 해당됨

‐ 자기가 공급하는 상품을 할인 또는 가격인하하여 판매하고자 하는 경우에 허위의 종전거래가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시• 광고하는 행위

* + - * 타사가격과의 비교 시 자기가 공급하는 상품 등의 실제 판매하는 가격 을 현저히 낮게 보이기 위하여 허위의 경쟁사업자가격을 자기의 판매 가격과 비교하여 표시•광고하는 행위
      * 이 경우 타사의 명칭을 구체적으로 밝히지 않더라도 일반적으로 어느 회사를 지칭하는지 명백한 경우에는 해당됨

**<예시>**

‐ 자기가 판매하고 있는 A상품과 동일한 상품에 대하여 타사업자가 실제 판매하는 가격 1,000원, A상품과 유사한 규격의 상품에 대하 여 타사업자가 실제 판매하는 가격 1,200원, 자기가 판매하고자 하는 A상품의 가격이 900원일 때 아래와 같은 방법으로 자기의 판 매가격을 표시•광고하는 경우

‐ 타사가격 1,200원 → 당사가격 900원 **[참고]**

‐ 종전 거래 가격 : 당해 사업자가 당해 상품과 동일한 상품을 최근 상당기간(과거 20일정도) 동안 판매하고 있던 사실이 있는 경우로 서 그 기간 동안 당해 상품에 붙인 가격, 단, 위 기간 중 당해 상품 의 실거래가격이 변동한 경우에는 변동된 가격 중 최저가격을 종전 거래가격으로 봄

* + - * 자기가 공급하는 상품 등에 대하여 할인 또는 가격인하 판매 시 당해 할인율이나 가격인하율을 산출하는 근거로서 동일조건의 상품이 아니 거나 또는 허위의 종전거래가격을 비교기준가격으로 하여 자기의 할 인율이나 가격인하율을 산출하여 표시•광고하는 행위
      * 할인 특매 기간이 종료한 후에도 현수막 등 표시•광고물을 제거하지 아니하고 이를 부착시켜 둠으로써 소비자로 하여금 할인 특매를 계속 하고 있는 것처럼 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행위
      * 가격인하판매를 실시하면서 비교가격의 기준과 인하시점을 명시하지 아니하는 행위
      * 실제거래가격에는 변동이 없음에도 불구하고 일정한 기간을 정하여 특정한 가격으로 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표 시•광고행위
      * 실제와는 달리 한정된 기간이나 한정된 수량만을 판매하는 것으로 표 시•광고하는 행위

##### 원재료, 성분에 관한 표시•광고

* + - * 자기가 공급하는 상품에 사용된 원재료나 성분에 관하여 표시•광고 할 경우 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하여 표시•광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행위는 부당한 표시•광고 가 됨

‐ 실제 사용되지 않는 원자재나 성분이 포함된 것처럼 표시•광고하 는 행위

‐ 실제 사용된 양보다 많이 포함된 것처럼 과장하여 표시•광고하는 행위

##### 품질, 성능, 효능 등에 관한 표시•광고

* + - * 자기가 공급하는 상품의 품질, 성능, 효능 등에 관하여 표시•광고할 경우 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하여 표시•광고하거나 모 호하게 표시•광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행 위는 부당한 표시•광고가 됨

‐ 품질 또는 성능이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당 해 수준에 해당한다고 하거나 당해 수준에 해당하는 것처럼 표시• 광고하는 행위

##### 보증에 관한 표시•광고

* + - * 자기가 공급하는 상품 등에 관하여 보증•사후관리(A/S)에 관하여 표 시•광고하고자 할 경우 그 내용, 범위, 방법, 기간, 장소, 책임자 등 에 관하여 사실과 다르게 표시•광고하는 행위는 부당한 표시•광고 가 됨

**<예시>**

‐ 보증의 내용, 기간 등에 관하여 표시•광고함이 없이 막연히 “100% 품질보증” 또는 “무조건 보증”이라고만 표기함으로써 사실과 다르게 완벽하게 보증이 되는 것처럼 표시•광고하는 경우

##### 추천, 권장 등에 관한 표시∙광고

* + - * 자기가 공급하는 상품 등에 대한 추천, 권장 등의 사실을 표시•광고 할 경우 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하거나 모호하게 표시∙ 광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행위는 부당한 표시∙광고가 됨

‐ 전문가, 연구기관, 유명단체에 의한 추천, 권장, 수상 등의 사실이 없음에도 불구하고 동 사실이 있는 것처럼 표시•광고하는 행위

‐ 당해 상품 등을 실제로 구입•사용해 본 사실이 없는 소비자의 추 천을 표시•광고하는 행위

‐ 당해 상품에 관하여 실제로 시험, 조사, 검사를 한 사실이 없는 당 해 부문 전문가의 추천을 표시•광고하는 행위

**<예시>**

‐ ○○신문사가 매년 실시하는 ○○인기상품 선정 행사에서 대상이 아닌 10대 부문 히트상품으로 선정되었음에도 불구하고 대상으로 선정된 것처럼 표시∙광고하는 경우

‐ 단지 1년 중 하반기 히트상품으로 선정된 사실을 당해 연도 전체의 히트상품인 것처럼 표시∙광고하는 경우

‐ 특허를 출원한 사실만을 가지고 ‘특허 획득’이라고 표시•광고하는 경우

##### 경쟁사업자 및 경쟁관계상품에 관한 비교표시•광고

* + - * 허위의 표시•광고

‐ 경쟁사업자의 규모, 연혁 등 경쟁사업자 자신에 관한 사항이나 경 쟁사업자가 공급하는 상품의 가격, 품질 등 거래내용 또는 거래조 건 등(이하 “경쟁사업자의 것”이라 한다)에 관하여 표시•광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다. 따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 사실과 다르게 표시•광고하는 행위는 부당한 표시•광고가 됨

* + - * 배타성을 띤 절대적 표현의 표시•광고

‐ 자기 자신이나 자기가 공급하는 상품(이하 “자기의 것”이라 한다)이 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하 여 “최대”, “최고”, “최초”, “제일”, “유일” 등 배타성을 띤 절대적 표현의 용어를 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행 위는 부당한 표시•광고가 됨

✽ 다만 사업자가 명백히 입증하거나 또는 객관성이 있는 자료에 의해 절대적 표현이 사실에 부합되는 것으로 판단되고 경쟁사업자 또는 소 비자에게 피해를 주지 않는 경우에는 이를 사용할 수 있음

**<예시>**

‐ “최초”를 입증할 수 없음에도 불구하고 아래와 같은 방법으로 표시

* + - * + 광고하는 경우

‐ 국내 최초로 제공되는 ○○제품

* + - * 경쟁사업자의 것과 비교 표시•광고

‐ 자기의 것과 경쟁사업자의 것을 비교하여 표시•광고함에 있어서는 사실대로 적정하게 하여야 함

‐ 따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 허위의 내용을 인용하여 비교표 시•광고하거나 또는 사실과 같다고 하더라도 동일 조건하에서 비 교하지 않고 자기에게 유리한 부분만을 발췌하여 비교표시•광고하 거나 사업자 또는 상품 등의 일부에 대하여 비교하면서 마치 전체 에 대한 비교인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고 행위는 부당한 표시•광고가 됨

##### 중상•비방하는 내용의 표시•광고

* + - * + 경쟁사업자의 것에 관하여 중상•비방을 하여서는 아니 된다. 따라서 자기가 공급하는 상품이 현저히 우량 또는 유리하다고 소비자를 오인 시키기 위하여 경쟁사업자의 것에 관하여 객관적 근거 없는 허위의 내용으로 중상•비방하거나 불리한 사실만을 표기하여 비방하는 표시광고행위
      * 이 경우 “회사” 등 경쟁관계에 있는 사업자를 구체적으로 밝히지 아 니하더라도 일반적으로 어느 사업자를 지칭하는지 명백한 경우에는 해당 됨

**<예시>**

‐ 경쟁사의 제품과 자사의 제품이 품질상 우열을 가리기 어려움에도 “아직도 ㅇㅇ사 제품을 사용하십니까?” 광고하는 경우

##### 누락, 은폐 등에 의한 기만적인 표시•광고

* + - * 사업자 자신이나 사업자가 공급하는 상품에 대하여 표시•광고함에 있어서는 소비자가 제품을 선택하는데 있어 필요한 사항을 표기하여 야 하며 제품선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사실이나 내용을 누 락하거나 은폐하여서는 아니 됨

##### 기타의 거래내용 및 거래조건에 관한 사항의 표시•광고

* + - * 사업자가 경품류를 제공한다는 사실을 표시•광고함에 있어서는 사실 대로 명확하게 표시•광고하여야 함. 따라서 제공되는 경품류 내용,

제공 기간 등에 대하여 사실과 다르게 또는 모호하게 표시•광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시•광고행위는 부당한 표시• 광고가 됨

**<예시>**

‐ “선착순 100명에 한함” 또는 “○월 ○일부터 ×월 ×일까지” 등 경 품제공수량 또는 기간에 관한 구체적 제한내용을 명시하지 아니한 채 특정 상품을 경품류로 제공한다고 표시•광고하였는데도 불구하 고 실제 신청자에 대해 정당한 이유 없이 경품류 제공을 거절하는 경우

‐ 유명회사 제품이 아닌 소형의 TV와 세탁기를 경품으로 지급함에도 경품제공사실을 표시•광고함에 있어 “경품: TV, 세탁기” 등으로만 모호하게 표기하여 마치 유명회사의 중형 이상의 제품을 제공하는 것처럼 표시•광고하는 경우

‐ 단지 왕복 항공편만 제공되고 숙박이나 식사는 제공되지 않음에도 경품제공 사실을 표시•광고함에 있어 “동남아여행” 또는 “유럽여행” 이라고만 모호하게 표시•광고함으로써 마치 숙식도 제공되는 것처 럼 표시∙광고하는 경우

##### 질의응답

* + - * 패치류 화장품에 '보톡스 주사 대신 붙이면~' 이라는 내용의 광고?

‐ 의약품의 효과를 대신할 수 있다는 내용을 암시하여 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고에 해당

* + - * '과색소침착증 개선', '기미/주근깨 완화' 관련 내용의 광고?

‐ 과색소침착증은 피부질환으로 인한 증상으로 '과색소침착증 개선'은 '의약품으로 오인될 우려가 있는 광고'에 해당함. '기미/주근깨 완화'는 '피부미백' 효과에 해당하므로, '미백 기능성화장품으로 심사/보고를 완료해야 함

* + - * 임상테스트기관의 '붉은기(홍조) 개선' 인체적용시험을 완료 후, '붉은기 개선'으로 광고?

‐ '인체적용시험자료'의 유/무와 무관하게 이러한 표현은 의약품으로 오인될 우려가 있는 광고에 해당함

* + - * 일반화장품에 탈모방지 및 모발생장 촉진용 조성물로 특허를 받은 성분을 넣은 경우?

‐ 광고에 해당 성분의 특허번호만을 기재하는 것은 화장품 광고 관련 법령에 위배되는 것으로 보기는 어려움. 특허 유/무와 무관하게 탈모방지, 모발생장촉진 표현은 의약품으로 오인될 가능성이 있고, 탈모증상 완화는 기능성화장품으로 오인될 표현으로 구분됨

-단, 기능성 화장품으로 심사를 받거나 보고를 하였을 경우, 탈모증상의 완화에 도움을 준다 또는 탈모 증상을 완화한다는 표현 사용 가능함

* + - * 가려움/스크래치 완화' 내용의 광고?

‐ 피부 건조로 인한 가려움 완화' : 보습력이 있는 화장품의 경우 허용될 수 있음

‐ 넓은 의미로(제한없이) '가려움/스크래치 완화' : 소양증/상처 완화 등 효과가 있는 의약품으로 오인될 수 있음

#### 실효성 확보 제도

##### 중요정보 공개제도

* 소비자의 구매선택에 필수적인 정보를 사업자의 표시·광고시에 의무적 으로 포함하도록 규율하고, 위반시 과태료 등 부과

‐ 사업자는 1억원 이하(사업자의 임원이나 종업원은 1천만원 이하)의 과태료에 처해지며, 또한 부당 표시광고로 제재를 받게 될 수 있음(기만 적인 표시광고).

##### 임시중지 명령제도

* 개요

‐ 정식 심결이 있을 때까지의 부당표시·광고 행위를 일시 중지시키는 긴

급조치

* 요건

① 부당한 표시·광고로 명백히 의심될 것

② 소비자 또는 경쟁사업자에게 회복할 수 없는 손해우려가 있어 이를 예방하기 위한 긴급한 필요가 있을 경우

* 임시중지명령 요청기관

‐ 소비자단체, 정보통신윤리위원회, 한국간행물윤리위원회, 한국소비자원, 한국광고자율심의기구 등

##### 광고실증제도

* 사업자 등은 자기가 행한 표시·광고 중 “사실과 관련된 사항”에 대하여 는 이를 실증할 수 있어야 함(학술적 또는 산업계에서 일반적으로 인정 된 방법 등 객관적이고 타당한 방법).

‐ 인체에 직접적으로 영향을 미친다는 내용인 경우(건강식품의 “항암효 과”), 성능, 효능 품질에 관한 내용(연비 효율 “10%” 증가), 안전 또 는 환경과 관련된 내용(“실험결과 부작용 전혀 없음” 등의 표현)

‐ 학술적 또는 산업계에서 일반적으로 인정된 방법 등 객관적이고 타당 한 방법으로 실증할 수 있어야 함(상품 또는 용역에 대한 시험 결과, 표시광고 내용에 관한 조사, 전문가의 견해, 학술 문헌 등)

* 실증이 필요하다고 인정되는 경우 당해 사업자에게 실증자료의 제출을 요청 (15일 이내에 실증자료 제출), 미제출시 광고중지 명령, 사업자는 1억원 이하(사업자의 임원이나 종업원은 1천만원 이하)의 과태료
* 미실증은 부당한 표시·광고행위로 제재

#### 위반 시 제재

* 시정조치

‐ 공정거래위원회는 부당한 표시•광고를 한 사업자 등에게 ① 당해 위반행위의 중지, ② 시정조치를 받은 사실의 공표, ③ 정정광고, ④ 기타 위반행위의 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있음

* 과징금

‐ 부당한 표시•광고를 한 사업자 ⇒ 법 위반 관련매출액의 2%를 곱한 범위 안에서 과징금 부과(매출액이 없거나 매출액 산정이 곤란한 경우 5억 이내)

* 과태료

‐ 다음 행위자에게 1억 이하의 과태료 처분

✽ 중요사항으로 고시된 표시•광고사항을 표시•광고에 포함시키지 아 니한 자

✽ 요청 받은 실증자료를 공정거래위원회에 제출하지 아니한 자

✽ 임시중지명령에 응하지 아니한 자

✽ 공정거래위원회 조사 및 의견청취 요구에 정당한 사유 없이 출석하지 아니한 자

✽ 공정거래위원회에 보고 또는 필요한 자료나 물건을 제출을 하지 아니 하거나, 허위로 보고 또는 자료나 물건을 제출한 자

✽ 공정거래위원회의 조사를 거부•방해 또는 기피한 자

‐ 상기와 관련한 법인 또는 임직원 기타 이해관계인에 대하여 1천만 원 이하 과태료

* 임시중지명령

‐ 소비자 또는 경쟁사업자에게 중대한 피해를 줄 우려가 있는 부당한 표시•광고에 대하여 정식절차에 의한 시정조치를 하기 전까지 공 정거래위원회가 이를 일시 중지토록 하는 제도

‐ 적용대상

✽ 표시•광고행위가 제3조제1항(부당한 표시•광고행위의 금지)의 규정 에 위반한다고 명백하게 의심되는 경우

✽ 당해 표시•광고행위로 인하여 소비자 또는 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위한 긴급한 필요 가 있다고 인정 되는 경우

‐ 불복절차

✽ 임시중지명령에 불복이 있는 자는 그 명령을 받은 날부터 7일 이내 에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있음

* 벌금/징역

‐ 다음의 행위자에게 2년 이하의 징역 또는 1억 5,000만원 이하의 벌금

✽ 부당한 표시•광고행위를 한 자

✽ 다른 사업자 등으로 하여금 부당한 표시•광고행위를 행하게 한 자

✽ 공정거래위원회의 시정명령에 응하지 아니한 자

‐ 양벌규정

✽ 법인의 대표자나 법인의 종업원이 그 법인의 업무에 관하여 상기의 위반행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 외에 그 법인에 대하여도 1 억 5,000만원 이하의 벌금형을 부과함

#### 업무 시 주의사항 및 Check List

##### 표시•광고의 정확한 의미 이해 필요

* + - * 사업장 등의 게시물 및 간판도 표시에 해당

✽ 예 : 상품 사용설명서, 사업장 간판

* + - * 대규모 광고메일발송도 광고에 해당

‐ 표시•광고의 방식(수단)은 중요하지 않고, PC출력자료도 다른 소비 자에게 전파가능성이 있으면 광고에 해당

##### 다음의 세 가지 요건을 모두 충족하면 부당한 표시•광고

* + - * 표시•광고내용이 사실에 부합하지 않을 것(진실성)
      * 소비자오인성이 있을 것(소비자오인성 ; misleading)
      * 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있을 것(공정거래저해성)

‐ 사업자의 고의•과실 등 의사요건은 고려하지 않음

* + - * 소비자 오인성이 없는 광고적 표현(puffing)은 부당한 광고로 보지 아니함

✽ 아파트 분양광고에서 “최고의 행복을 드리는 아파트”

##### 비교광고시 유의사항

* + - * 비교 표시•광고는 그 비교대상 및 비교기준이 명확하여야 하며 비교 내용 및 비교방법이 적정하여야 함. 따라서, 비교 표시•광고는 객관 적으로 측정 가능한 특성을 비교하여야 하며 객관적으로 측정이 불가 능한 주관적 판단, 경험, 체험, 평가 등을 근거로 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품과 비교하는 표시•광고는 허용되지 않음
      * 비교 표시•광고는 법령에 의한 시험•조사기관이나 사업자와 독립적 으로 경영되는 시험•조사기관에서 학술적 또는 산업계 등에서 일반

적으로 인정된 방법 등 객관적이고 타당한 방법으로 실시한 시험•조 사 결과에 의하여 실증된 사실에 근거하여야 함

* + - * 비교대상과 관련하여 동일 시장에서 주된 경쟁관계에 있는 사업자의 상품으로서 자기의 상품과 동종 또는 가장 유사한 상품을 자기의 상 품과 비교하여야 함
      * 동일 시장에서 자기와 유사한 지위에 있는 다른 사업자가 존재함에도 불구하고 소비자인지도, 시장점유율 등이 미미한 사업자의 상품과 비 교하는 등 소비자의 선택에 있어서 정보로서 가치가 없는 사업자의 상품과 비교하여서는 아니 됨
      * 비교기준과 관련하여 가격, 성능, 품질, 판매량, 서비스 내용 등의 비 교기준이 자기의 상품과 다른 사업자의 상품간에 동일하며, 비교기준 이 적정하고 합리적으로 설정되어야 함
      * 비교사항의 내용상 차이가 객관적으로 의미가 없거나 아주 근소하여 성능이나 품질 등에 미치는 영향이 미미한데도 불구하고 그 차이가 성능이나 품질 등에 중대한 영향을 미치는 것처럼 표시•광고하거나 다른 사업자의 상품을 실제 이상으로 열등한 것처럼 표시•광고 하여 서는 아니 됨

##### 표시•광고행위시 유의사항(十戒名)

* + - * 광고주의 의뢰에 의한 광고제작시 최종 OK 직전에 반드시 광고주의 공정거래 담당부서와 광고내용에 대해 협의할 것
      * 객관적인 사실이나 자료에 근거한 비교 광고는 허용되므로 필요시 동 종의 상품에 대해 비교광고를 하되, 부분적인 우수성을 전체의 우수 성으로 표현하는 행위 등은 지양할 것
      * 사보, 홍보만화, 고객 안내문 등 대 고객 홍보용 자료도 광고에 해당 하므로 각별히 주의하여 문제의 소지가 있다고 판단되면 표현을 수정 할 것
      * 인터넷, 사외유통망, 구내방송 등 사원끼리 유통되는 정보교환 등도 경우에 따라서는 법에 저촉될 수 있으니 주의할 것
      * 사소한 민원이라도 규제기관에 제소될 수 있으므로 민원에 대한 초기 대응에 유의할 것
      * 광고주가 법에 저촉될 우려가 있는 무리한 표현을 요구할 경우에는 부당광고에 저촉될 소지가 있음을 주지시키고 벌칙 등을 자세히 설명 해 준 다음에 의사결정을 할 것
      * 홍보물이나 광고물 작성시 문안내용이 객관적 진실에 입각한 것인지, 평균 이하의 지적 수준을 지닌 소비자의 입장에서 오인할 우려가 없 는지 생각할 것
      * 광고적으로 기발한 표현이라도 경쟁사를 비방한 것으로 오인될 우려 가 있는 광고는 지양할 것
      * 표시나 표현을 확정하기 전에 항상 전문가가 아닌 평범한 소비자의 입장이 되어 오인성이 있는지 여부를 체크할 것
      * 부당 표시•광고사건은 우리 주위에서 항상 제기될 수 있으며, 사소 한 부주의가 심각한 결과를 초래할 수 있다는 사실을 명심할 것

##### 유형별 체크리스트

|  |  |
| --- | --- |
| **구분** | **체크리스트** |
| 사업자 | 처음으로 해당 사업을 시작한 사업자임을 근거로 국내 대표 사업자로 자칭하지 않았는가? |
| 거래 내용 | 제공되는 제품의 수량이나 기간 등 거래 조건을 정확하게 고지하였는가? |
| 성능 및 효능 | 제품의 성능이나 효능이 객관적으로 입증되지 않은 상태에서 그 효과가 확실하다고 표현하지 않았는가? |
| 특징 | '절대', '최고'와 같이 검증되지 않은 수식어를 사용하여 제품의 특징을 과장 표현하지 않았는가? |
| 경쟁 상품 | 비교 광고 시 제품의 조건과 상황이 동일한지 확인하여 공정한 비교가 이루어졌는가? |
| 가격 | 소비자가 제품의 실제 판매 가격을 왜곡하여 인지하게 하여, 소비자를 현혹시키지 않았는가? |
| 용도 및 사용법 | 제품 사용 방법과 주의 사항을 명확하게 표시하여 소비자의 오해가 없도록 하였는가? |
| 전체 성분(재료) | 일부 성분(재료)만 특허를 받았음에도 전체 성분이 특허받은 재료로 구성되었다고 오인하게 광고하지 않았는가? |
| 규격 및 용량 | 제품의 성능이나 내구성을 실제보다 과장하여 표시하지 않았는가? |
| 원산지 및 제조자 | 제품의 원산지를 오인하게 할 정보를 제공하지 않았으며, 제조자를 정확히 표시하였는가? |
| 제조일자 및 유효기간 | 제품의 제조일자나 유효기간을 정확하게 표시하였는가? |
| 추천 | 인증이나 추천 사항을 정확하게 표시하였는가? |
| 제조방법 | 제조 방법에 대한 명시를 명확히 하였는가? |

### 약관사용시 유의사항

#### 의의

* 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성
  + 통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립함으로써 소비자를 보호하고 국민생활의 균형 있는 향상을 도모(약관규제법 제1조)
* 약관이란?

‐ ‘약관’이라 함은 그 명칭이나 형태 또는 범위를 계약의 일방당사자 가 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여

미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 말함(약관규제법 제2조 제1호)

✽ 첫째, 일방당사자가 작성한 것

✽ 둘째, 다수의 상대방과의 계약체결에 사용하기 위한 것

✽ 셋째, 특정한 계약체결 전에 미리 작성한 것

#### 주요 내용

##### 약관의 명시•설명의무

* + - * 사업자는 계약체결에 있어서 고객에게 약관의 내용을 계약의 종류에 따라 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하고, 고객이 요구할 때에는 약관의 사본을 고객에게 교부하여 이를 알 수 있도록 하여야 하고, 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하여야 함
      * 심결례

‐ 약관의규제에관한법률 제3조의 규정에 의하여 보험자는 보험계약을 체결할 때에 보험계약자에게 보험약관에 기재되어 있는 보험상품의 내용, 보험료율의 체계, 보험청약서상 기재사항의 변동 및 보험자의 면책사유 등 보험계약의 중요한 내용에 대하여 구체적이고 상세한 명시•설명의무를 지고 있다고 할 것이어서, 만일 보험자가 이러한 보험약관의 명시•설명의무에 위반하여 보험계약을 체결한 때에는 그 약관의 내용을 보험계약의 내용으로 주장할 수 없고(대법원 1998. 6. 23. 선고 98다14191 판결, 1996. 3. 8. 선고 95다

53546 판결 등 참조), 다만 보험약관의 중요한 내용에 해당하는 사항이라 하더라도 보험계약자나 그 대리인이 그 내용을 충분히 잘 알고 있는 경우에는 당해 약관이 바로 계약내용이 되어 당사자에 대하여 구속력을 가지므로 보험자로서는 보험계약자 또는 그 대리 인에게 약관의 내용을 따로 설명할 필요가 없다고 볼 것임(대법원 1998. 4. 14. 선고 97다39308 판결 참조)

##### 설명의무의 대상 - '중요한 내용'

* + - * 설명의무의 대상은 ‘중요한 내용’에 한하므로 중요한 내용이 아닌 약 관내용에 대하여는 설명의무까지 발생하지는 않으며, 특히 ‘중요한 내 용’인가의 판단기준은 고객의 이해관계와의 관련성에 따라 판단
      * 법원은 ‘중요한 내용’의 판단기준으로 「그 내용에 대해 설명을 들었다 면 계약을 체결하지 아니하였을 것」【대법원 1996. 6. 25. 선고, 96다 12726 판결; 대법원 1995. 12. 12. 선고, 95다11344 판결】이라는 기준을 제시
      * 내용상으로는 계약의 핵심적 사항이라고 하더라도, 당사자 사이에서 그에 대한 설명 의무가 제대로 이행되었더라도 그것이 계약의 체결여 부에 영향을 미치지 아니할 만한 사정이 있다면 설명의무의 대상이 되는 중요한 내용으로 볼 수 없다고 함【대법원 2005. 10. 7. 선고 2005다28808 판결; 대법원 1994. 10.25. 선고 93다39942 판결】

##### 명시•설명의무의 예외

* + - * 약관의 규정이 법령에 정해진 사항을 되풀이하거나 부연하는 정도에 불과한 경우
      * 고객이 약관의 내용을 충분히 잘 알고 있는 경우
      * 약관의 내용이 거래상 일반적이고 공통된 것으로서 고객이 충분히 예 상할 수 있는 경우

##### 명시•설명의무의 상대방

* + - * 원칙적으로 당사자인 고객이나, 대리인과 체결할 때에는 대리인에게 설명하는 것으로 충분

##### 명시•설명의무 위반의 효과

* + - * 사업자가 명시•설명의무에 위반하여 계약을 체결한 때에는 사업자는 당해 약관을 계약의 내용으로 주장할 수 없음(약관규제법 제3조 제4항) 즉, 명시되지 않거나 중요한 내용으로 설명되지 않은 약관조항은 계약의 내용으로 편입되지 아니함
      * 약관의 전부 또는 일부 조항이 명시•설명의무 위반의 효과로 계약의 내용이 되지 못하는 경우에도 계약은 나머지 부분만으로 유효하게 존 속. 다만, 유효한 부분만으로는 계약의 목적달성이 불가능하거나 일방 당사자에게 부당하게 불리한 당해 계약은 무효
      * 명시•설명의무를 위반한 경우 500만원 이하의 과태료

#### 약관해석의 원칙

##### 개별약정우선의 원칙

* + - * 약관에서 정하고 있는 사항에 관하여 사업자와 고객이 약관의 내용과 다르게 합의한 사항이 있을 때에는 당해 합의사항은 약관에 우선하는 원칙

##### 객관적, 획일적 해석의 원칙

* + - * 약관은 신의성실의 원칙에 따라 공정하게 해석되어야 하며 고객에 따라 다르게 해석되어서는 아니 된다는 원칙

##### 작성자 불이익의 원칙

* + - * 약관의 뜻이 명백하지 아니한 경우에는 고객에게 유리하게 해석되어 야 한다는 원칙(약관규제법 제5조 제2항)
      * 고객보호의 측면에서 약관 내용이 명백하지 못하거나 의심스러운 때 에는 고객에게 유리하게, 약관작성자에게 제한 해석하여야 한다 【대법 원 1998. 10. 23. 선고 98다20753 판결】

#### 불공정약관조항

##### 일반원칙(약관규제법 제6조)

* + - * 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항은 무효이며, 아래 내용을 정하고 있는 경우에는 당해 약관조항은 공정을 잃은 것으로 추정함

‐ 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항

‐ 고객이 계약의 거래형태 등 제반사정에 비추어 예상하기 어려운 조 항

‐ 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리 를 제한하는 조항

**<예시>**

‐ 고객의 귀책사유로 인하여 계약을 해제할 경우 사업자의 귀책사유 로 인하여 계약을 해제할 경우 사업자 귀책사유로 인한 경우보다 위약금을 과다하게 책정하는 경우

‐ 계약서에 명시되지 아니한 사항은 양 당사자가 합의하여 결정하여 야 함에도 일방적으로 사업자의 결정에 따르도록 한 조항

‐ 계약서의 해석에 이견이 있을 경우 신의성실의 원칙에 따라 공정하 고 객관적으로 해석하여야 함에도 사업자의 해석에 따르도록 한 조 항

‐ 계약의 해지는 해지절차에 따라 해지의 의사표시가 고객에게 도달한 때 그 효력이 발생함에도 사업자가 고객에게 해지를 통지한 때 효력이 발생하도록 한 조항

‐ 소송비용은 패소자 부담이 원칙임에도 재판의 승소/패소 여부나 패 소비율을 불문하고 고객에게 소송비용 일체 또는 사업자에게 유리한 비율로 부담하도록 한 조항

##### 면책조항의 금지(약관규제법 제7조)

* + - * 계약당사자의 책임에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내 용을 정하고 있는 조항은 이를 무효로 함

‐ 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 손해배상범위를 배제 또는 제한하거나 그 담보 책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항, 또는 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질•성능 등에 관 한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제 한하는 조항

**<예시>**

‐ 민법상의 고의/과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 경우 그 손해를 배상할 책임이 있음에도 귀책사유 및 책임의 정도를 고 려하지 않고 여타 사유로 인한 손해에 대하여 사업자가 책임을 지 지 아니한다는 조항

##### 손해배상액의 예정(약관규제법 제8조)

* + - * 고객에 대하여 부당하게 과중한 지연손해금 등의 손해배상의무를 부 담시키는 약관조항은 무효
      * 손해배상액의 예정이란 채무불이행시 발생할 손해배상의 액수에 관하 여 당사자들이 미리 정해 놓는 것. 이는 실제 채무불이행이 발생한 경우 실손해의 산정이나 입증이 복잡하고 당사자간의 다툼의 대상이 되기 쉬우므로 이를 미리 방지하고자 하는 것임
      * 그러나 당사자들이 손해배상액을 약정하는 보다 중요한 목적은 채무 의 불이행시 고액의 배상액을 지불하도록 약정함으로써 심리적인 압박 을 가하여 계약의 이행을 담보하고자 하는 것임

**<예시>**

‐ 손해배상액의 예정은 채권자의 실제손해액이 예상배상액을 초과하 더라도 그 초과액을 청구할 수 없음이 원칙임에도 계약금을 위약금으로 정하는 외에 별도로 연체료까지 청구하거나 기납부금에서 공 제할 수 있도록 한 조항

**<사례>**

‐ 부동산거래에 있어서의 위약금은 거래대금의 10% 수준으로 함이 통상적인 거래관행이라 할 것이고, 임대차계약에서의 거래대금은 계약기간 동안의 임대보증금에 대한 정기예금 이자분과 월 임대료 를 합한 금액, 즉 임대료 총액으로 보는 것이 적정하다 할 것임에 도, 임대료총액보다 훨씬 큰 임대보증금의 20%를 위약금으로 규정한 위 약관조항은 고객에 대하여 부당하게 과중한 손해배상 의무를 부담시키는 조항으로 약관법 제8조에 해당되어 불공정한 약관으로 인정됨(공정위 의결 제97-79호, 1997.5.16).

##### 계약의 해제•해지(법 제9조)

* + - * 계약의 해제•해지에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내 용을 정하고 있는 조항은 무효

‐ 법률의 규정에 의한 고객의 해제권 또는 해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 조항

‐ 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권•해지권을 부 여하거나 법률의 규정에 의한 해제권•해지권의 행사요건을 완화하 여 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항

‐ 계약의 해제 또는 해지로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 원상회복청구권을 부당하게 포기하도 록 하는 조항

‐ 계약의 해제•해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항

‐ 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간 을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간연장 또는 갱신 이 가능하도록 정하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항

**<예시>**

‐ 계약당사자는 상대방의 채무불이행을 이유로 최고 등의 절차를 거 쳐 해지•해제권을 행사할 수 있음에도 고객의 해지•해제 요구에 대하여 사업자가 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에만 해지• 해제할 수 있다는 조항

‐ 법상 채무불이행에 해당함에도 고객이 사업자에게 계약의 해지•해 제를 청구할 수 없도록 하는 조항

‐ 고객의 경미한 의무위반에 대하여 사업자가 법률이 규정하고 있는 최고 등의 절차 없이도 일방적으로 해지•해제할 수 있도록 하는 조항

‐ 계약의 해지•해제시에 고객이 원상회복의무를 사업자보다 먼저 이 행하도록 하는 조항

‐ 민사상 채무불이행 책임은 채무자의 귀책사유가 있음을 전제로하 는 것임에도 귀책사유의 유무와 관계없이 계약금 일체를 반환하지 않는다는 조항

‐ 사업자의 귀책사유로 계약이 해지•해제 되었음에도 사업자가 고객 으로부터 받은 금전의 일부만을 환불하도록 하는 조항

‐ 계약이 해지•해제된 경우에 이미 고객으로부터 받은 금원 중 이 자 및 연체료를 제외하고 원금만을 반환하도록 하는 조항

‐ 계약이 해지•해제되어 사업자가 고객에게 대금을 반환함에 있어 부당하게 장기의 기한을 붙이는 조항

**<심결례>**

‐ 약관규제법 제9조 제5호는 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간 연장 또는 갱신이 가능하도록 정하여 고객에게 부당하 게 불이익을 줄 우려가 있는 조항은 무효로 한다고 규정하고 있는 바, 위 연대보증기간 자동연장 조항의 내용을 살펴보면 "이 계약의 효력은 계약성립일로부터 향후 1년간 지속된다. 계약기간 만료일에 계약 갱신의 통보가 없을 때에는 1년간씩 계속 연장된 것으로 하며 제21조에 의한 연대보증인의 책임도 이에 준한다"고 되어 있어 계 약기간 종료시 이의 통지 등에 의해 보증인의 지위에서 벗어날 수 있다는 규정이 없고, 새로운 계약기간을 정하여 계약 갱신의 통지 를 하거나, 그것이 없으면 자동적으로 1년 단위로 계약기간이 연장 되도록 규정하고 있을 뿐이므로, 이는 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 규정하여 고객인 연대보증인에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있 다고 보여지므로 위 연대보증기간 자동연장 조항은 약관규제법 제9 조 제5호에 위반되어 무효라고 봄이 상당하다고 할 것임[판례 : 대 법원 1998. 1. 23. 선고, 96다19413 판결].

##### 채무의 이행(약관규제법 제10조)

* + - * 채무의 이행에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정 하고 있는 조항은 무효

‐ 상당한 이유 없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항

‐ 상당한 이유 없이 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자로 하여금 대행할 수 있게 하는 조항

**<예시>**

‐ 거래의 특성에 비추어 객관적이고 타당한 제한사유를 정하지 아니 하고 사업자에게 자유재량권을 인정하여 일방적인 급부변경권을 부여하는 조항

‐ 지나치게 포괄적이거나 불분명한 표현을 사용함으로써 사업자가 자 의적인 해석을 통하여 하자담보책임을 면탈할 수 있도록 한 조항

##### 고객의 권익보호(약관규제법 제11조)

* + - * 고객의 권익에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정 하고 있는 조항은 무효‐ 법률의 규정에 의한 고객의 항변권, 상계권 등의 권리를 상당한 이 유 없이 배제 또는 제한하는 조항

‐ 고객에게 부여된 기한의 이익을 상당한 이유 없이 박탈하는 조항

‐ 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항

‐ 사업자가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 정당한 이유 없이 누설하 는 것을 허용하는 조항

**<예시/사례>**

‐ 고객의 채무불이행시 사업자는 계약을 해지하거나 손해배상을 청구할 수 있으나 이 경우에도 사업자의 귀책사유나 손해배상액의 과다 등을 이유로 이의를 제기하거나 법적 조치를 취하는 것은 고객의 당연한 권리임에도 사업자의 민/형사상 조치에 대하여 아무런 이의를 제기할 수 없도록 한 조항

‐ 기한의 이익은 채무자를 위한 것으로 추정되고 이행지체의 경우에 도 상당한 기간을 정하여 그 이행을 최고하고 그 기간 내에 이행하 지 아니한 때 기한의 이익을 박탈함이 타당함에도 채무의 일부라도 기한 내에 변제하지 아니하면 당연히 기한의 이익을 박탈하는 조항

‐ 기한의 이익을 박탈하기 위해서는 상당한 이유가 있어야 하고 그 이유는 구체적이고 명시적이어야 함에도 포괄적이고 자의적으로 규 정하여 기한의 이익을 상실하게 하는 조항

‐ 거래약정서상의 기한의 이익상실 조항 제10조(기한의 이익상실)

✽ 을이 다음 각호의 어느 하나에 해당되었을 때는 제3조 규정에도 불 구하고 기한의 이익을 당연히 상실하고 지급하지 아니한 부가가치세를 포함한 외상매출금 잔액을 즉시 갑에게 지급하여야 한다.

1. 을이 본 계약을 위반하였을 경우
2. 을이 타 채권자로부터 강제집행이나 현저히 지급능력이 약화되어 더 이상 기한의 이익이 없다고 판단될 때

: 기한의 이익상실이란 거래상대방에게 중대한 영향을 미치는 것이므 로 비록 상대방의 계약위반이 있더라도 그것이 경미한 계약위반으로써 계약의 존속을 무의미하게 할 정도가 아니라면 상당기간을 두고 그 이행을 최고했으나 그 이행을 하지 않을 경우에 한정되어야 하고, 그 사유가 구체적으로 열거되고 또한 그 내용이 타당성을 가져야 할 것임에도 본 건 약관에는 “본 계약을 위반하였을 경우”, “을이 타 채 권자로부터 강제집행이나”라고 규정하고 있어, 그 사유가 단순히 포괄적이고 불분명하며 위반사유의 중요도가 낮은 경우에도 거래상대방 에게 부여된 기한의 이익을 박탈하는 조항으로서 약관법 제11조제2 호에 해당된다고 판단 【공정위 시정권고 제2002-368호】

**<심결례>**

‐ 이 사건 약관 제5조 제4항은 “당사자 간에 반대약정이 없으면 임차인은 임대인에 대하여 그 임대차등기절차에 협력할 것을 청구할 수 있다”고 규정한 민법 제621조의 임대차등기청구권을 배제하는 조 항이라고 할 것인바, 이 사건 약관으로 체결된 임대분양계약의 경 우 임차권의 양도 및 계약기간의 연장이 허용되고, 분양대금에 임 대차보증금 및 5년간 매월 일정금액씩 소멸하는 장기임대료가 포함 되는 등 일반적인 임대차계약과 다른 사정이 있다고 하더라도, 그러한 사정만으로는 계약당사자들 사이의 개별약정이 아닌 약관에 의하여 민법 제621조에 의한 임차인의 임대차등기청구권을 배제할 만한 상당한 이유가 된다고 할 수 없으므로, 위 약관조항은 민법 제621조에 의한 임차인의 임대차 등기청구권을 상당한 이유 없이 배제하는 조항으로서 법 제11조 제1호에 해당 함[판례 : 대법원 2005. 2. 18. 선고, 2003두3734 판결].

##### 의사표시의 의제(약관규제법 제12조)

* + - * 의사표시에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정하 고 있는 조항은 무효

‐ 일정한 지위 또는 부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 조항. 다만, 고객에게 상당한 기한 내 에 의사표시를 하지 아니하면 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 본다는 뜻을 명확하게 따로 고지하거나 부득이한 사유 로 그러한 고지를 할 수 없는 경우에는 예외

‐ 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한 을 가하는 조항

‐ 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항

**<예시/사례>**

‐ 고객의 채무불이행시 사업자가 일방적으로 물건을 회수할 수 있고, 이에 대하여 고객은 동의의 의사표시를 한 것으로 간주하는 조항

‐ 고객이 채무불이행을 하지 않았더라도 모든 경우에 손해가 발생하는 것은 아닐 뿐만 아니라 손해에 대한 다툼이 있을 수 있음에도 합리적인 기준도 없이 고객 이 채무를 불이행하는 경우에는 사업자 에게 유형/무형의 손해가 발생한 것으로 인정하도록 하는 조항

‐ 사업자가 의사표시에 관하여 발신만으로 효력을 발생하게 하거나 연착이나 도착하지 않은 경우에도 통상 도착하여야 하는 때에 고객 에게 도착한 것으로 간주하는 조항

‐ 업무계약서 등의 의사표시의 부당한 도달 및 급부의 일방적 변경조 항 제4조 판매계약 조건변경 등의 통지

✽ 본 계약과 관련된 판매계약의 방법, 조건 및 수수료규정은 회사에서 필요로 하는 경우 변경할 수 있으며, 이 경우에 변경내용은 메모를 사업국에 발송함으로써 통지에 가름함

✽ 변경 메모가 발송된 날로부터 15일 이내에 명시적인 이의를 서면으 로 제기하지 아니하고 계속해서 판매대리인에게 판매활동을 계속하도 록 하는 지도자는 이 변경된 조건을 수락한 것으로 봄

‐ 판매계약의 방법, 조건 및 수수료 규정은 대리점을 운영함에 있어 서 핵심적인 부분으로 어느 정도의 수익과 관련된 사안이라 할 수 있으며, 동 사안의 의사표시의 도달은 실제로 계약상대방의 영역 내에 의사표시가 도달한 경우 또는 객관적으로 도달되었다고 인정될만한 상황이 존재하는 경우에 인정되는 것, 또한 원칙적으로 의사표시에는 특별한 방식을 요하지 아니하나, 당사자로 하여금 신중 하게 법률행위를 하게 하기 위하여 또는 법률관계를 명확하게 하기 위하여 일정한 방식이 요구된다고 할 수 있다. 따라서, 판매계약의 방법, 조건 및 수수료 규정 등의 의사표시는 메모의 통지만으로 상 대방에게 의사표시가 도달되었다고 볼 수 없으며, 법률관계를 명확 히 하였다고 볼 수 없다고 판단【공정위 시정권고 제 2002-094호】

**<심결례>**

‐ 약관법 제12조 제3호는 의사표시에 관하여 정하고 있는 약관의 내 용 중 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항은 무효로 한다고 규정하고 있는데, 위 특별약관 제3조 제3항 후단을 문언 그대 로 보아 피고가 보험계약자 또는 피보험자의 변경된 주소 등 소재를 알았거나 혹은 보통일반인의 주의만 하였더라면 그 변경된 주소 등 소재를 알 수 있었음에도 불구하고 이를 게을리 한 과실이 있어 알지 못한 경우에도 보험계약자 또는 피보험자가 주소변경을 통보 하지 않는 한 보험증권에 기재된 종전 주소를 회사의 의사표시를 수령할 지정장소로 하여 보험계약의 해지나 보험료의 납입최고를 할 수 있다고 해석하게 되는 경우에는 위 약관 조항은 고객의 이익 에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항에 해당하는 것으로서 위 약관법 의 규정에 따라 무효라 할 것이고, 따라서 위 약관 조항은 위와 같은 무효의 경우를 제외하고 피고가 과실 없이 보험계약자 또는 피 보험자의 변경된 주소 등 소재를 알지 못하는 경우에 한하여 적용 되는 것이라고 해석하여야 함[판례: 대법원 2000. 10. 10 선고, 99 다35379 판결].

##### 대리인의 책임가중(법 제13조)

* + - * 고객의 대리인에게 의하여 계약이 체결된 경우 고객이 그 의무를 이 행하지 아니하는 때에는 대리인에게 그 의무의 전부 또는 일부를 책임을 지우는 내용의 약관조항은 무효

**<예시/사례>**

‐ 고객의 대리인에 의하여 체결된 계약이 무효/취소로 되는 경우 대 리인이 그에 대한 무과실의 손해배상책임을 지도록 하는 조항

‐ 고객이 약관을 이행하지 않을 경우에 대리인이 그 이행을 책임 진다 는 조항

**<심결례>**

‐ 약관의 규제에 관한 법률(이하 ‘약관법’이라 한다) 제13조 소정의 '대리 인'이라 함은 약관법 제1조 및 제6조 제1항의 취지를 종합하여 살 펴볼 때 단순히 '본인을 위하여 계약체결을 대리하는 민법상 및 상 법상의 대리인'을 뜻한다고 할 것인데, 판시 사실에 의하면 원고의 입찰안내서상 입찰자(대리점)는 한국내에 소재하는 공급자의 계약상 의 전권 대표부 또는 대리점으로서 자기의 이름으로 원고의 입찰에 참가하고, 원고와 공급자 간의 모든 연락업무를 수행하며, 공급자로부터 선적서류를 송부 받아 원고에게 제출하고, 최종 도착지에서 상품의 검정•검수에 참여하는 등으로 계약의 이행과정에 관여하게 되어 있고, 한편 소외 화경실업의 경우 소외 아틀라스사와의 대리 점 계약에 의하면 위 화경실업은 원고의 쇠고기 입찰에 관련된 모 든 정보를 아틀라스사에 제공하고, 아틀라스사의 요구에 따라 아틀라스사를 대리하여 서류작성업무, 통관에 관한 절차 등의 서비스를 아틀라스사에 제공하며, 양자 간의 중개료약정에 따라 선적이 완료 되면 일정한 금액의 중개료를 받도록 약정이 되어 있고, 이 사건 쇠고기 입찰에 있어서 위 화경실업은 원고에게 입찰보증서와 계약 이행보증서를 원고에게 제출하는 등으로 위 공급계약의 이행과정에 직접 관여하는바, 이러한 점에 비추어 볼 때, 위 입찰안내서의 수입조건 제12조 에프(F)항 소정의 국내대리점은 위 약관법 제13조 소정의 단순한 '계약 체결의 대리인'의 지위를 넘어 '이행보조자'의 지위도 겸하고 있다고 보여지므로, 원고의 입찰안내서의 수입조건 제12조 에프(F)항은 약관법 제13조에 위반되지 않는다는 취지로 판시.[판례 : 대법원 1999. 3. 9선고, 98두17494 판결]

##### 소제기의 금지 등(약관규제법 제14조)

* + - * 고객에 대하여 부당하게 불리한 소제기의 금지조항이나 상당한 이유 없이 고객에게 입증책임을 부담시키는 약관조항은 무효

**<예시>**

‐ 계약당사자의 귀책사유를 따지지 않고 어떠한 사유로도 일체의 민/ 형사상의 책임을 묻지 못하도록 하는 조항

‐ 계약과 관련된 소송의 관할법원을 사업자의 소재지 법원 또는 사업 자가 지정한 법원으로 정하는 조항

**<심결례>**

‐ 이 사건 아파트의 공급계약서 제15조 제6항은 “본 계약에 관한 소 송은 서울민사지방법원을 관할법원으로 한다”고 정하고 있는 바, 이 와 같은 관할 합의 조항은 약관규제법 제2조 소정의 약관으로서 민 사소송법상의 관할법원 규정보다 고객에게 불리한 관할법원을 규정 한 것이어서 사업자에게는 유리할지언정 원거리에 사는 경제적 약 자인 고객에게는 제소 및 응소에 큰 불편을 초래할 우려가 있으므로 약관규제법 제14조 소정의 “고객에 대하여 부당하게 불리한 재판관할의 합의조항”에 해당함[판례 : 대법원 1998.6.29선고. 98마 863판결].

##### 업무시 유의사항

* + - * 과중한 손해배상액의 예정금지시 “부당하게 과중한”의 판단기준

‐ 계약당사자의 경제적 지위, 계약의 목적과 내용, 경위, 배상예정액 의 비율, 예상손해액의 크기, 거래관행, 경제상태 종합 고려

* + - * 약관 변경은 계약체결과 동일한 방법으로 양자의 합의가 필요

‐ 약관 변경 시 고객은 동의를 거부하고 종전약관의 존속, 계약해지를 선택할 수 있는 권리가 부여되어야 함

#### 불공정 약관의 효과

* 약관의 전부 또는 일부 조항이 불공정약관에 해당되어 무효인 경우에 도 계약은 나머지 부분만으로 유효하게 존속. 다만, 유효한 부분만으로는 계약의 목적달성이 불가능하거나 일방 당사자에게 부당하게 불리한 때에는 당해 계약을 무효로 함
* 시정조치

‐ 사업자는 제6조 내지 제14조의 규정에 해당하는 불공정한 약관조항을 계약의 내용으로 하여서는 아니 되며(법 제17조), 이를 위반 한 경우 위반한 경우 공정거래위원회는 사업자에게 당해 약관조항의 삭제∙수정 등 시정에 필요한 조치를 권고할 수 있음

* 시정명령

‐ 위반한 사업자가 다음에 해당하는 경우에는 공정거래위원회가 사업 자에게 당해 약관조항의 삭제•수정 등 시정에 필요한 조치를 명할 수 있음

‐ 사업자가 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 의한 시장 지배적 사업자인 경우

‐ 사업자가 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 계약을 체결하는 경우

‐ 일반공중에게 물품•용역을 공급하는 계약으로서 계약체결의 긴급 성•신속성으로 인하여 고객이 계약을 체결할 때에 약관조항의 내 용을 변경하기 곤란한 경우

‐ 사업자의 계약당사자로서의 우월적 지위가 현저하거나 고객이 다른 사업자를 선택할 범위가 제한되어 있어 약관을 계약의 내용으로 하는 것이 사실상 강제되는 경우

‐ 계약의 성질 또는 목적상 계약의 취소•해제 또는 해지가 불가능하 거나 그로 인하여 고객에게 현저한 재산성의 손해가 발생하는 경우

‐ 사업자가 시정조치 권고를 정당한 사유 없이 따르지 아니하여 다수 고객이 피해가 발생하거나 발생할 우려가 현저한 경우

* 사용금지 권고

‐ 시정조치 권고 및 시정명령을 하는 경우 공정거래위원회는 필요시 당해 사업자와 동종사업을 영위하는 다른 사업자에게 같은 내용의 불공정약관조항을 사용하지 말 것을 권고

* 약관의 심사청구

‐ 약관조항과 관련하여 법률상의 이익이 있는 자, 소비자보호법에 의하여 등록된 소비자단체, 한국소비자보호원 및 사업자단체는 이 법 위반 여부에 관한 심사를 공정거래위원회에 청구가능

#### 벌칙

* 시정명령에 위반한 자는 2년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금

(약관규제법 제32조)

* 양벌규정(법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인•사용인 기타 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 시정명령에 위반행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 외에 그 법인 또는 개인에 대하여도 1억 원 이하의 벌금)
* 공정거래위원회로부터 표준약관의 사용을 권장 받은 사업자가 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우에 그 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하지 않는 경우(500만원 과태료)

#### 질의응답

1. 사업자가 불가피한 경우 기존 약관조항보다 고객에게 불리한 내용으로 변 경할 수 있는가?

☞ 원칙적으로 기존고객에 대해 기존약관 조항보다 불리한 내용으로 변경하는 것은 부당한 행위에 해당될 소지가 있습니다. 다만, 천재지변, 전쟁 등 사업자의 귀책사유가 없는 경우로 인해 불리한 내용으로 변경이 불가피한 경우에는 예외가 될 수 있다고 생각됩니다.

1. 약관규제법 위반사업자에 대한 제재조치는 무엇이며 손해배상 등 피해자의 직접구제는 가능한가?

☞ 사업자가 불공정한 약관을 사용한 경우 공정거래위원회는 사업자에게 당해 약관 조항의 삭제•수정 등 시정에 필요한 조치를 권고할 수 있으며,

① 사업자가 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제2조 제7호의 시장 지배적 사업자인 경우, ② 사업자가 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 계약을 체결하는 경우, ③ 일반공중에게 물품•용역을 공급하는 계약으로서 계약체결의 긴급성•신속성으로 인하여 고객이 계약을 체결할 때에 약관조항의 내용을 변경하기 곤란한 경우, ④ 사업자의 계약당사자로서의 우월적 지위 가 현저하거나 고객이 다른 사업자를 선택할 범위가 제한되어 있어 약관을 계약의 내용으로 하는 것이 사실상 강제되는 경우, ⑤ 계약의 성질 또는 목적상 계약의 취소•해제 또는 해지가 불가능하거나 그로 인하여 고객에게 현저한 재산상의 손해가 발생하는 경우, ⑥ 사업자가 제1항의 규정에 의한 권고를 정당한 사유 없이 따르지 아니하여 다수 고객의 피해가 발생하거나 발생할 우려가 현저한 경우 등에는 공정거래 위원회는 사업자에게 당해 약 관조항의 삭제•수정에 필요한 조치를 명할 수 있습니다. 시정조치명령에 위반한 자는 형사처벌(2년 이하 징역 또는 1억원 이하의 벌금)을 받을 수 있으며, 시정권고에 불응한 경우에는 특별한 제재조치는 없습니다. 아울러 불공정한 약관조항으로 피해를 본 고객은 법원에 소송을 제기하여 손해배상을 받을 수 있으며, 공정거래위원회로부터 직접구제 받을 수는 없습니다.

## Ⅳ. 온라인 쇼핑몰관련 유의사항 (관련부서: BT)

### 쇼핑몰 운영 시 유의사항

* + - 통신판매(전기통신, 우편, 광고물 등 비대면의 방법)로 재화 등의 판 매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 등을 판매하 거나 전자상거래(재화 또는 용역의 거래에 있어서 그 전부 또는 일부가 전자 문서에 의하여 처리되는 방법으로 하는 상행위)를 하는 경우 “전자상거래법”을 준수하여야 함

### 관련 법률내용

#### 전자상거래법상 사업자의 의무사항

* + 영업 전 신고의무(전자상거래법 제12조 제1항): 상호•주소•전화번호•전자우편주소• 도메인이름• 호스트 서버의 소재지 등을 공정위나 특별시장•광역 시장 또는 도지사에게 신고 (시•군•구청장에게 위임)
* 영업전 소비자피해보상보험계약등의 체결(전자상거래법 제24조) : 2006.4.1.부터는 선불식 통신판매사업자의 경우 에스크로, 보험, 채무지급보증계약, 공제계약 중 하나를 택해야 함
* 청약유인단계에서의 자기신원정보 표시 : 소비자가 사업자의 신원 등 에 관하여 쉽게 알 수 있도록 상호, 주소, 사이버몰 이용약관 등을 온라인쇼핑몰의 초기화면에 표시하여야 함(전자상거래법 제10조 제1항), 광고 시 상호, 주소, 통신판매업 신고번호 등을 포함한 통신판매업자의 신원을 표시하여야 함(전자상거래법 제13조 제1항)
* 청약유인단계에서의 표시•광고의 기록보존의무 이행 (전자상거래법 제6조) : 사업자는 전자상거래 및 통신판매에서의 표시•광고(6월), 계약내용 및 그 이행 등 거래에 관한 기록을 상당기간 보존해야 함
* 청약 단계에서의 재화 등에 대한 사항의 표시•광고 또는 고지 (전자상거래법 제13조 제2항) : 재화 등의 명칭, 종류, 내용 등을 적절한 방법으로 표시• 광고, 고지
* 청약 단계에서의 청약확인 및 조작 실수 방지 절차 마련 (전자상거래법 제7조, 14 조) : 거래대금의 부과시점 또는 계약체결 전에 청약의 내용을 확인하 고 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차 구비
* 청약 단계에서의 재화 등의 공급이 곤란한 경우, 지체 없이 통지 (전자상거래법 제15조 제2항) : 청약을 받은 재화 등을 공급하기 곤란함을 알았을 때에 는 그 사유를 소비자에게 지체 없이 알려야 함
* 청약 단계에서의 계약서의 송부(전자상거래법 제13조 제2항) : 소비자에게 계약내용에 관한 서면(전자문서 포함) 교부
* 재화의 공급단계에서의 기간 내 재화 등의 공급에 필요한 조치(전자상거래법 제15조 제1항) : 청약을 받은 날부터 7일 이내(대금을 받은 날부터 3영업일 이내)
* 재화의 공급단계에서의 공급절차 및 진행상황을 확인할 수 있는 조치

(전자상거래법 제15조 제3항)

* 재화의 공급단계에서의 전자적 대금지급사실에 대한 통지 및 자료열 람(전자상거래법 제8조 제3항)

#### 전자상거래법상 사업자의 금지사항

* 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자 를 유인 또는 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위
* 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소, 전화번호, 인터넷도메인 이름 등을 변경 또는 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 대금만을 청구하는 행위

* 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음 에도 불구하고 전화, 모사전송, 컴퓨터통신 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위
* 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용하는 행위. 다만, 재화 등의 배송 등 소비자와의 계약이행 에 불가피한 경우, 대금정산을 위해 필요한 경우, 도용방지를 위해 본 인확인에 필요한 경우 등은 제외
* 확인을 위한 포장 개봉 등의 이유로 반품을 받지 않는 행위

**<예시>**

‐ 15,000원에 판매하는 것처럼 기만적인 방법으로 소비자를 유인한 후 실제로는 16,000원에 판매하는 행위

‐ 시중가의 경우는 부가가치세를 포함시키고 하프몰 판매가격에는 부 가가치세를 포함시키지 않고 비교하여 실제로는 할인율이 50%에 미달하는 데도 불구하고 마치 할인율이 50%인 것처럼 사실과 다 른 할인율을 표시•광고

‐ 판매가격 외에 부가가치세, 배송 비용 등 추가부담이 있음에도 불구하고 이를 정확하게 알리지 않음으로써 마치 추가비용이 없거나 추가 비용은 판매사업자가 부담하는 것처럼 표시•광고

‐ 온라인 쇼핑몰상의 판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 실제 판매수량을 밝히지 않음으로써 마치 수량 등에 제한이 없는 것처럼 소비자가 오인하게 하는 표시•광고

**<사례>**

‐ 다수의 소비자의 주문에 대해 정당한 사유 없이 2주 이내에 물품발주를 하지 않는 등 공급에 필요한 최소한의 절차를 취하지 않아 물 품공급의무를 장기간 이행하지 않음

‐ 배송지연, 환불지연 등에 따른 소비자의 지속적인 민원에도 불구하 고 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 상담원과의 전화통화를 현실적으로 불가능하게 하여 소비 자에게 피해를 줌

‐ 자신의 사이버몰 초기화면에 주소, 연락처, 이용약관 등 사업자의 신원정보를 제대로 표시하지 않음

**<웹툰으로 보는 사례>**

|  |  |
| --- | --- |
| 화장의 시작은 도구준비지 새로운 브러쉬로 새롭게 태어나겠어!! | 잠깐.. 뭐가 묻어있는거지? 누가 쓰고 반품한 제품 아냐?!!!!!! |
| 00브러쉬 고객센터 소비자 : 브러쉬 모에 이물질이 묻어있어요 반품해주세요!!!!! 00브러쉬 : 네 고객님~ 혹시 상자에 부착된 스티커테이프를 개봉했나요? 소비자 : 상품 보려고 개봉했죠! 00브러쉬 : 네 고객님, 그렇다면 상품의 가치를 훼손하여 반품이 불가합니다~ 소비자 : ...네;;;;???..!!!!!!!!!!!!!! | 잠깐!!!!!재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우는 제외된다구요! 전자상거래법 제17조 제2항 제1호 00브러쉬 : (헉..딱 걸려부렸구먼..)이걸 알고있었다니... |
| <출처 : 소바자 24, 웹툰으로 보는 사례 . (2020). https://www.consumer.go.kr/user/bbs/consumer/121/462/bbsDataView/3437.do?page=2&column=&search=&searchSDate=&searchEDate=&bbsDataCategory=.> | |

## Ⅴ. 하도급거래시 유의사항 (관련부서: Value stream)

### 규제목적

* + 원사업자와 수급사업자 간의 관계는 경제력, 사업규모, 시장지배력 등 의 차이로 말미암아 지배•복종의 귀속관계로 되는 경우가 빈번한 바, 수급사업자의 교섭력을 보완하고 원•수급사업자 간의 수직적이고 불 공정한 거래관계를 대등한 협력관계로 전환될 수 있도록 하기 위함

### 하도급거래란

제조하여 납품, 인도, 제공하고 대가 인 하도급대금을 수령하는 행위

수급 사업자

원사업자

제조(가공 포함) 위탁

* + 다음에 해당하는 행위를 業으로 하는 사업자가 그 業에 따른 물품의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 것

‐ 물품의 제조

‐ 물품의 판매

<사업자가 물품의 제조•판매를 업으로 하는 경우>

① 판매의 대상이 되는 완제품(OEM거래포함)을 제조위탁

: 여기서, 위탁범위의 판단기준은 위탁내용이 위탁사업자의 사업의 일 환으로 계속적•반복적으로 하는 행위와 밀접한 관련이 있어야 함

**<예시>**

‐ 위탁 받은 사업자가 자체 개발한 신제품을 위탁사업자의 승인 하에 제조하는 경우

② 물품의 제조•수리과정에서 투입되는 중간재(원자재, 부품, 반제품 등)를 규격 또는 품질 등을 지정하여 제조 위탁하는 경우

: 판단기준은 완제품의 제조에 투입되는 부품 등을 규격을 지정하여 주문 제작한 것을 의미

: 다만, 이 경우에도 대량생산품목으로 샘플 등에 의해 단순 주문한 것은 제외

③ 물품의 제조과정에서 도장작업, 가공, 조립, 도금 등의 제 조를 위탁하는 경우

#### 제조위탁

##### 제조위탁 관련 여러 개념 정의

* + - * 「제조위탁」: 사업자가 다른 사업자에게 물품(그 반제품, 부품, 부속품, 원재료 및 이러한 제조에 사용되는 금형을 포함)의 규격•품질•성능 (性能)•형상(形狀)•디자인•브랜드 등을 지정하여 제조(가공을 포함한다)를 의뢰하는 경우를 말함
      * 「업(業)으로서」: 사업자가 어떤 행위를 반복•계속적으로 행하고 있어, 사회통념상 사업의 수행으로 볼 수 있는 경우를 말함
      * 「제조」: 원재료인 물품에 일정한 공작(工作)을 가해 새로운 물품을 만 들어내는 것을 말하며, 「가공」이란 원재료인 물품에 일정한 공작(工作) 을 가함에 의해 일정한 가치를 부가시키는 것을 말함
      * 「물품」: 동산을 말하며 부동산을 포함하지 아니함. 물품 그 자체의 제 조위탁은 일반적으로 제품외주 또는 완성품 외주로 불리는 하도급거 래임
      * 「반제품」: 목적물인 물품의 제조과정에 있는 제조물을 말함
      * 「부품」: 목적물인 물품에 그 상태대로 장치하여 물품의 일부를 구성하 게 되는 제조물을 말함
      * 「부속품」: 목적물인 물품에 그대로 장치(裝置)시킨다든지 목적물인 물 품에 부속시킴에 의해 그 효용을 증가시키는 제조물을 말함. 예를 들 면,

‐ 상품이나 제품에 부착시키는 명판, 라벨 등

‐ 상품이나 제품을 사용할 시 등에 필요한 취급설명서, 품질보증서, 보호카바, 수납케이스 등

‐ 상품이나 제품과 일체로 판매되는 용기 및 포장용 물품 등

* + - * 「원재료」: 목적물인 물품을 만드는데 기본이 되는 자료(원료, 재료)를 말함
      * 「이들의 제조에 사용되는 금형」 : 「물품 또는 그 반제품, 부품, 부속품 또는 원재료」를 제조하기 위해 사용하는 당해 물품 등의 형상을 본뜬 금속제의 물품을 말함. 나아가 금형의 제조를 위탁한 원사업자가 그것을 사용하여 스스로 물품 등을 제조하는 경우에 한하지 않고, 다른 사업자에 대해 그 금형을 사용하여 제조케 하려고 위탁하는 경우의 금형도 포함

‐ 규격품•표준품을 구입하는 것은 원칙적으로 제조위탁의 대상이 아 니나, 하도급법은 원사업자가 수급사업자에게 위탁하는 거래를 대 상으로 하는 것이므로 규격품•표준품일지라도 그 일부에 원사업자 를 위해 가공 등을 시킨 경우에는 대상이 되며, 나아가 카탈로그 제품 등일지라도 범용성이 낮아 하도급사업자가 원사업자의 위탁을 받을 때부터 제조하는 것이 전제로 되어 있는 경우에는 「제조위탁」에 해당

‐ 또한, 제조설비를 가지지 않아, 제조를 하지 않는 사업자가 그 판매하는 물품에 관한 제조를 다른 사업자에게 의뢰하는 것도 「제조위 탁」에 해당

##### 제조위탁의 유형

* + - * 유형 1 : 물품판매를 하는 사업자가 그 물품의 제조를 다른 사업자에 게 위탁하는 경우. 예를 들면, 제품, 중간제품, 특별주문재료 등의 제 조∙가공외주, 제조공정 중의 검사∙운반 등의 작업외주 등이 여기에 포 함. 나아가 판매하는 물품의 부품 등의 제조에 필요한 금형도 해당

‐ 또한, 판매하는 물품의 부속품(취급설명서•보증서, 용기, 포장재료, 라벨 등)의 제조를 위탁하는 경우도 해당

‐ 사업자가 「물품의 판매」를 하고 있는 경우, 그 물품(그 반제품, 부 품, 부속품, 원재료 및 이들의 제조에 사용되는 금형을 포함)의 제 조(가공을 포함)를 위탁하는 경우에, 조립외주(제품조립, 완성품 조 립 등), 가공외주(기계가공, 프레스∙ 판금 등), 부품외주(스프링 등), 금형외주 등이 포함

* + - * 유형 2 : 물품의 제조를 도급 받고 있는 사업자가 그 물품의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 경우. 예를 들면, 어떤 종류의 제품에 관해 수주생산하고 있는데, 그 생산의 전부 또는 일부를 다른 사업자에게 위탁하는 경우가 이에 해당

‐ 즉, 사업자가 「물품의 제조•가공」을 도급 받고 있는 경우에 그 물 품(그 반제품, 부품, 부속품, 원재료 및 이러한 제조에 사용되는 금 형을 포함)의 제조•가공을 위탁하는 경우

* + - * 유형 3 : 물품의 수리를 하고 있는 사업자가 그 물품의 수리에 필요한 부품 또는 원재료의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 경우. 예를 들 면, 자사에서 수리하고 있는 기계수리에 필요한 특수부품의 제조 또 는 가공을 다른 사업자에게 위탁하는 경우가 이에 해당

#### 하도급법상의 하도급의 정의

* 하도급법에서 정한 하도급이란 “원사업자가 수급사업자에게 제조위탁, 수리위탁을 하거나, 원사업자가 다른 사업자로부터 제조위탁, 수리위 탁을 받은 것을 수급사업자에게 다시 위탁을 하고, 이를 위탁 받은 수급사업자가 위탁 받은 것을 제조 또는 용역 수행하여 이를 원사업 자에게 납품, 인도, 제공하고 그 대가(하도급대금)를 수령하는 행위를 말한다”고 규정(하도급법 제2조 제1항 참조)
* 당사와 관련하여서는 하도급에는 제조위탁이 있음
* 또한, 반드시 원도급거래를 전제로 하는 것은 아니며, 발주자인 동시 에 원사업자인 경우도 있을 수 있음. 즉, 형식상 (원)도급관계로 보이 지만 도급인이 자신이 직접 제조, 용역서비스 할 수 있음에도 불구하 고 다른 사업자에게 그 중 일부나 전부를 위탁하는 경우에는 하도급 법상 하도급거래에 해당할 수 있는 것임. 즉, 하도급법에서는 원사업 자에 대한 거래 의존성에 착안하여 “그 업에 따른 위탁”을 하는 경우 를 “하도급거래”로 보고 있음

### 법적용 대상

#### 법 적용 대상사업자

수급사업자

원사업자

(대기업) ------------------------⇀ (중소기업)

(중소기업) ----------------------⇀ (중소기업)

* 중소기업로 편성되어 있다가 대기업자로 분류된 업체는 3년간 중소기 업로 인정함
* 외국인 투자기업일지라도 국내에 제조사업장을 가지고 있을 경우 ‘하 도급법 적용 대상’이 됨
* 당사와 거래를 개시하면서 제출하는 사업자등록증상에 나타난 ‘업태’ 에 ‘도매, 소매’ 혹은 ‘대리점’으로 표기되어 있고 당사에 표준품이나 시장품을 납품하는 업체라 해서 전부 하도급법 제외 대상인 것은 아님

‐ 즉, ‘당사가 요구하는 SPEC'에 의해 제조, 납품했느냐’하는 점에 의해 구분되어야 함

✽ 대기업/중소기업의 구분을 명확히 하는 이유와 그 중요성?

: 공정위 하도급 조사시 기본이 되는 것은 조사 대상 범위의 확정임. 즉, 대기업인지 혹은 중소기업인지 정확히 구분되어야 수검 시 대응활동이 원활할 것임. 그러나 하도급 조사의 수검을 진행하다 보면 어느 사업장, 어느 사업부를 살펴봐도 수급사업자의 구분을 평소에 명확히 실시하지 않고 있어, 하도급 조사에 대비해 우선적으로 조치를 하면서 주지 않아도 될 지연이자 혹은 하도급 대금을 불필요하게 선지급하거나 조사범위의 확대 등으로 인한 업무 LOSS 및 조사 시 늑장 대응으 로 조사관들의 불신을 초래해 원활한 조사 대응을 어렵게 하고 있는 것이 사실임

#### 법적용대상 기간

* + 하도급법에 의하면, 공정거래위원회는 당해 하도급거래가 종료된 날로 부터 3년이 경과하지 아니한 사건에 한하여 조사할 수 있는 것으로 규 정되어 있음. **단, 3년 이내 신고시 거래종료일로부터 3년 경과 후에도 조 사 개시가 가능하며, 기술탈취 및 유용의 경우 7년**

‐ 여기서의 “거래종료일”이란, 제조위탁은 목적물을 납품한 날을 의미

‐ 다만, 하도급 계약이 중도에 해지되거나 중지된 경우에는 해지 또 는 중지된 날을 말함

### 하도급거래 단계별 하도급법상의 규제내용

#### 하도급 계약 체결단계

##### 서면교부 및 서류보존의무

* + - * 구두발주 시 야기될 다양한 문제들을 미연에 방지하기 위하여 원사업자는 발주 시 발주내용을 명확하게 기재한 서면을 교부하여야 함. 기재해야 할 사항은 다음과 같이 법령에서 구체적으로 정하고 있으며 원칙적으로 해당하는 것을 모두 결정한 상태에서 기재할 필요가 있음

‐ 원사업자 및 수급사업자의 명칭, 위탁한 일, 수급사업자의 급부의 내용, 수급사업자의 급부를 수령한 기일, 수급사업자의 급부를 수령한 장소, 수급 사업자의 급부에 대해 검사를 한 경우는 검사완료 기일, 하도급대금, 하도급 대금 지급기일, 어음을 교부한 경우 어음 금액과 어음 만기, 원재료 등을 유상 지급한 경우는 품명/수량/대가/인도기일/ 결제기일/결제방법

‐ 단, 하도급법에서는 발주서면의 양식을 정하고 있지 않기 때문에 거래내용에 따라 적절한 발주서면을 작성하지 않으면 문제가 됨. 중요한 것은 발주 후 즉시 수급사업자에게 발주서면을 교부하는 것이며 이 규정에 위반하는 경우 과징금에 처해질 수 있음

* + - * 위탁을 시작하기로 하는 하도급거래가 완료된 경우, 원사업자는 급부 내용, 하도급대금 등 거래에 관한 기록을 서류로 작성하여 3년간 보 존하는 것이 의무화되어 있음. 기록해야 할 사항은 다음과 같음

‐ 수급사업자의 명칭, 위탁한 일, 수급사업자의 급부의 내용, 수급사 업자의 급부를 수령한 기일, 수급사업자로부터 수령한 급부의 내용, 수급사업자의 급부에 대해 검사를 한 경우는 검사완료 기일, 검사 의 결과 및 검사에 합격하지 못한 급부의 취급, 수급사업자의 급부 의 내용에 대하여 변경 또는 재작업을 시키는 경우 이의 내용 및 이유, 하도급대금, 하도급대금 지급기일, 하도급대금의 변경이 있었 던 경우는 그 증감액 및 이유, 지급한 하도급대금/지급기일/지급수 단, 하도급대금을 어음으로 교부한 경우 어음 금액/어음을 교부한 일/어음의 만기, 원재료 등을 유상지급한 경우는 품명/수량/대가/인 도일/결제기일/결제방법, 지연이자를 지급한 경우는 지연이자액 및 지연이자를 지불한 일, 하도급대금의 일부를 지급 또는 원재료 등 의 대가를 공제한 경우는 그 후의 하도급대금의 잔액

* + - * 하도급 계약을 체결할 경우에는 수급사업자가 제조나 시공에 착수하 기 전에 계약내용에 관한 중요한 사항을 기재하고 회사 또는 대표자 명의의 기명날인 (서명)한 계약서를 작성하여 이를 수급사업자에게 교 부하여야 하며, 나아가 하도급거래 관련서류는 거래종료일로부터 3년 간 보존하여야 함

‐ 법정기재사항이 일부 또는 전부 누락된 서면을 교부한 경우에는 불 완전한 서면교부에 해당하여 하도급법 위반

‐ 계약서면은 하도급 계약시에 교부하여야 하는 것이 원칙이나, 최소 한 제조에 착수하기 전에 교부하여야 하며, 공사나 제조에 착수한 후에 서면을 교부하는 경우에도 원칙적으로 하도급법 위반

‐ 하도급 계약서면에는 양 당사자의 서명 또는 기명날인이 있어야 하므로 하도급거래 당사자의 서명, 기명날인이 없는 서면을 교부한 경우에는 서면미교부에 해당

‐ 계약서면의 내용은 사실관계를 반영하여야 하므로 실제의 하도급거래와 상이한 서면을 교부한 경우에는 허위 서면교부에 해당하여 하도급법 위반

##### 예외

* + 원사업자는 위탁시점에 확정하기 곤란한 사항에 대하여는 재해•사고 로 인한 긴급복구공사를 하는 경우 등 정당한 사유가 있는 경우에는 해당사항을 적지 아니한 서면을 발급할 수 있음. 이 경우 해당 사항 이 정하여지지 아니한 이유와 그 사항을 정하게 되는 예정 기일을 서 면에 적어야 함. 다만 원사업자는 일부 사항을 적지 아니한 서면을 발급한 경우에는 해당 사항이 확정되는 때에 지체 없이 그 사항을 적 은 새로운 서면을 발급하여야 함
  + 위탁을 시작하기로 하는 하도급거래가 완료된 경우, 원사업자는 급부 내용, 하도급대금 등 거래에 관한 기록을 서류로 작성하여 3년간 보 존하는것이 의무화되어 있음. 기록해야 할 사항은 다음과 같음

‐ 수급사업자의 명칭, 위탁한 일, 수급사업자의 급부의 내용, 수급사 업자의 급부를 수령한 기일, 수급사업자로부터 수령한 급부의 내용, 수급사업자의 급부에 대해 검사를 한 경우는 검사완료 기일, 검사 의 결과 및 검사에 합격하지 못한 급부의 취급, 수급사업자의 급부 의 내용에 대하여 변경 또는 재 작업을 시키는 경우 이의 내용 및 이유, 하도급대금, 하도급대금 지급기일, 하도급대금의 변경이 있었 던 경우는 그 증감액 및 이유, 지급한 하도급대금/지급기일/지급수 단, 하도급대금을 어음으로 교부한 경우 어음 금액/어음을 교부한 일/어음의 만기, 원재료 등을 유상 지급한 경우는 품명/수량/대가/ 인도일/결제기일/결제방법, 지연이자를 지급한 경우는 지연이자액 및 지연이자를 지불한 일, 하도급대금의 일부를 지급 또는 원재료 등의 대가를 공제한 경우는 그 후의 하도급대금의 잔액

* + 하도급계약을 체결할 경우에는 수급사업자가 제조나 시공에 착수하기 전에 계약내용에 관한 중요한 사항을 기재하고 회사 또는 대표자 명 의의 기명날인(서명)한 계약서를 작성하여 이를 수급사업자에게 교부하여야 하며, 나아가 하도급거래 관련서류는 거래 종료일로부터 3년 간 보존하여야 함

‐ 법정기재사항이 일부 또는 전부 누락된 서면을 교부한 경우에는 불 완전한 서면교부에 해당하여 하도급법 위반

‐ 계약서면은 하도급계약 시에 교부하여야 하는 것이 원칙이나, 최소 한 제조에 착수하기 전에 교부하여야 하며, 공사나 제조에 착수한 후에 서면을 교부하는 경우에도 원칙적으로 하도급법 위반

‐ 하도급계약서면에는 양당사자의 서명 또는 기명날인이 있어야 하므 로 하도급거래 당사자의 서명, 기명날인이 없는 서면을 교부한 경 우에는 서면 미교부에 해당

‐ 계약서면의 내용은 사실관계를 반영하여야 하므로 실제의 하도급거래와 상이한 서면을 교부한 경우에는 허위서면교부에 해당하여 하도급법 위반

‐ 추가공사의 범위가 구분되고 금액이 상당함에도 추가계약서 등을 미 교부하는 경우 하도급법 위반

‐ 추가 변경된 공사물량이 입증되었으나 정산에 다툼이 있어 변경계약서나 정산서를 교부하지 아니한 경우 하도급법 위반

##### 하도급계약 추정제도

* + 구두로 발주한 내용에 대해 수급사업자가 확인을 요청하면 원사업자 가 인정 여부를 회신하여야 하며 회신이 없는 경우 계약성립을 추정하는 제도
  + 구두로 작업을 지시받은 수급사업자는 구두계약의 내용 등을 원사업자에게 서면으로 통지하여 확인을 요청하고
  + 원사업자가 15일 이내에 이를 인정하거나 부인하는 회신을 하지 않는 경우, 당초 통지내용대로 계약이 성립한 것으로 추정함(회신에는 반드시 원사업자의 서명날인이 있어야 함)
  + 실무 담당자 유의사항 : 회신을 하지 않은 경우 계약 성립이 추정되므로 추후 수급사업자가 손해를 입더라도 소송을 통해 구제를 청구할 수 있음

##### 부당한 하도급결정금지

* + - * 하도급법상 부당한 하도급대금 결정에 해당하기 위하여는 주관적으로 부당한 방법에 의하여 하도급대금을 결정한 경우이어야 하며, 객 관적으로는 통상 지급되는 대가보다 현저히 낮은 가격으로 하도급대 금을 결정한 경우이어야 함

‐ 주관적 요건

✽ 이러한 부당한 방법에 의한 하도급대금의 결정에는 원사업자의 강요에 의한 일방적인 경우와 원사업자가 기망의 방법을 이용하여 수급사업자의 가격결정에 관한 판단을 방해하는 경우 등임

‐ 객관적 요건

✽ 통상 지급되는 대가보다 현저히 낮은 경우에만 부당한 하도급대금 결정에 해당하는 바, 여기서 “통상 지급되는 대가”라 함은 당해 목적물과 동종 또는 유사한 것에 대하여 동일거래지역에 있어서 일반적으로 적용되는 가격을 말함

✽ 구체적으로는 하도급대금의 결정시 수급사업자의 사정을 충분히 고려하여 협의를 다하는 것이 중요함

* + - * 하도급 대금부당 결정 예시

‐ 정당한 이유 없이 일률적인 비율로 단가를 인하하여 하도급대금을 결정하는 경우

‐ 협조요청 등 명목여하를 불문하고 일방적으로 일정금액을 할당한 후, 당해 금액을 감안하여 하도급대금을 감액하여 결정하는 경우

‐ 수급사업자에게 발주량 등 거래조건에 대하여 착오를 일으키게 하 거나 다른 사업자의 견적 또는 거짓 견적을 내보이는 등의 방법으로 수급사업자를 기만하고 이를 이용하여 하도급대금을 결정하는 경우

‐ 다량 발주를 전제로 하여 수급사업자에게 견적을 수령하고, 실제로는 소량 발주하면서 그 견적가격으로 하도급대금을 결정하는 경우

‐ 원사업자가 수급사업자와의 합의 없이 일방적으로 낮은 단가에 의하여 하도급 대금을 결정하는 경우

‐ 수의계약으로 하도급 계약을 체결함에 있어서 정당한 사유 없이 대 통령령이 정하는 바에 따른 직접공사비 항목의 값을 합한 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금을 결정하는 경우

‐ 경쟁입찰에 의하여 하도급 계약을 체결함에 있어서 정당한 이유 없 이 최저가로 입찰한 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금을 결정하 는 행위

‐ 원사업자가 하도급대금을 정하지 않고 제조 등을 위탁한 후 수급사업자와 협의를 거치지 않고 견적가격을 크게 하회하는 단가로 하도 급대금을 결정하는 경우

‐ 국내용과 같은 물건을 수출용이라는 이유만으로 통상의 대가보다 낮은 단가로 하도급대금을 결정하는 경우

‐ 할인∙특별판매용, 경품류 제공용 또는 견본용 등을 이유로 특히 낮 게 하도급 대금을 결정하는 경우

‐ 견적가격을 훨씬 하회하는 가격을 제시하면서 이에 응하지 아니할 경우, 협력 업체등록 취소 등의 불이익 제공을 경고하면서 하도급 금액을 저가로 결정하는 경우

##### 기술자료 제공 요구 및 유용 행위 금지

###### 기술자료가 되기 위한 요건

* + - * 기술자료란 수급사업자가 ‘비밀로 관리되는 것’으로서 다음 중 어느 하나에 해당하는 정보·자료를 말한다.

‐ 제조·수리·시공 또는 용역수행 방법에 관한 정보·자료

‐ 지식재산권과 관련된 기술정보·자료로서 수급사업자의 기술개발 (R&D)·생산·영업활동에 유용하고 독립된 경제적 가치가 있는 것

‐ 기타 사업자의 기술상 또는 경영상의 정보·자료로서 수급사업자의 기술개발·생산·영업활동에 유용하고 독립된 경제적 가치가 있는 것

‐ 기술자료에 해당하려면 수급사업자의 “상당한 노력에 의하여 비밀 로 유지”되고 있는 것

###### 기술자료제공 요구

* + - * 기술자료 제공 요구란 원사업자가 수급사업자에게 자신 또는 제3자가 사용할 수 있도록 기술자료의 제출, 제시, 개시, 물리적 접근 허용(전 자파일 접속·열람허용), 기술지도, 품질관리 등 그 방법을 불문하고 기술자료의 내용에 접근할 수 있도록 요구하는 행위를 말한다.
      * 기술자료 제공 요구행위는 원칙적으로 위법하다. 다만, 예외적으로 원 사업자가 정당한 사유를 입증한 경우에는 요구할 수 있다.
      * 여기서 정당한 사유란 위탁 목적을 달성하기 위해 수급사업자의 기술 자료가 절차적, 기술적으로 불가피하게 필요한 경우를 의미한다.

‐ 원사업자와 수급사업자가 공동으로 특허를 개발하는 과정에서 그 특허출원을 위하여 필요한 기술자료를 요구하는 경우

‐ 원사업자와 수급사업자가 공동으로 기술개발 약정을 체결하고 동 약정의 범위 내에서 기술개발에 필요한 기술자료를 요구하는 경우

‐ 하도급대금 조정협의 시 하도급대금의 인상폭 결정과 직접 관련이 있는 원재료의 원가비중 자료를 요구하는 경우

‐ 제품에 하자가 발생하여 원인규명을 위해 하자와 직접 관련된 기술 자료를 요구하는 경우

‐ 발주자의 승인, 품목 등록, 구매조건 등을 이유로 발주자가 해당 자 료를 요구하는 등 발주자와의 거래 목적 달성을 위해 필요한 경우

* + - * 유의할 것은 정당한 사유가 있어 요구할 때에도, 목적, 비밀유지에 관 한 사항, 권리귀속 관계, 대가 및 대가 지급방법, 대상 기술자료의 명 칭 및 범위, 요구일, 제공일 및 제공방법, 기술자료의 사용기간, 반환 또는 폐기방법, 반환일 또는 폐기일, 제공 요구가 정당함을 입증할 수 있는 사항을 사전 협의하여 정한 후, 그 내용을 적은 서면(기술자료제 공요구서)을 수급사업자에게 교부해야 함

###### 비밀유지계약 체결 의무화

* + - * 수급사업자가 원사업자에게 기술자료를 제공하는 경우 원사업자가 수 급사업자와 기술자료에 대해 다음 사항에 대해 비밀유지계약을 체결하여야 함

‐ 기술자료의 명칭 및 범위, 기술자료의 사용기간

‐ 기술자료를 보유할 임직원의 명단, 기술자료의 비밀유지 의무

‐ 기술자료의 목적 외 사용금지, 비밀유지의무 위반시 배상

‐ 기술자료의 반환 또는 폐기방법, 기술자료의 반환일 또는 폐기일

###### 기술자료 유용행위

* + - * 기술자료의 유용이란 원사업자가 수급사업자로부터 취득한 기술자료 를 그 취득 목적 및 합의된 사용 범위를 벗어나 자신 또는 제3자가 이익을 얻거나 수급사업자에게 손해를 입힐 목적으로 사용하는 행위 를 의미한다. 원사업자가 취득한 기술자료뿐만 아니라 “열람” 등을 통 해 취득한 기술자료를 임의로 사용하는 행위도 대상이 된다.
      * 기술자료 유용의 위법성은 기술자료 제공 요구 시 사전협의를 거쳐 서면으로 제시한 기술자료의 사용목적과 범위를 벗어나 사용함으로써 하도급거래의 공정성을 침해하였는지를 위주로 판단하게 된다. (구체 적으로 다음 사항을 고려)

‐ 자신 또는 제3자가 이익을 얻거나 수급사업자에게 손해를 입힐 목 적과 의도로 기술자료를 사용하는 것인지 여부

‐ 관련 법령에 위반하여 기술자료를 사용하거나 사용하도록 하였는지 여부

‐ 기술자료 사용의 범위가 당해 기술의 특수성 등을 고려한 통상적인 업계관행에 벗어나는지 여부

‐ 합의 내용(적용 분야, 지역, 기간 등)을 벗어나 사용하였는지 여부

‐ 기술자료 유용으로 수급사업자의 사업활동이 곤란하게 되는지 여부 등

##### 부당한 경영간섭(경영정보 요구) 금지

###### 개념

* + - * 원사업자가 수급사업자의 의사에 반하여 경영에 개입하는 것을 금지함(수급사업자의 임직원 선임 또는 해임에 개입, 생산품목, 시설규모, 생산량 또는 거래내용을 제한)

###### 판단기준

* + - * 원사업자나 특정인의 사적 이득을 위한 것인지, 국민경제 발전 도모 라는 공익을 위한 것인지, 수급사업자에게 불이익한 결과를 초래하는지, 비용 절감·품질 향상 등 효율성 증진 효과 또는 수급사업자 의 경영여건이나 수급사업자 소속 근로자의 근로조건 개선 효과를 나타낼 수 있는지 여부 등을 검토

###### 경영상의 정보를 정당한 이유 없이 요구하는 행위 금지

* + - * 경영상의 정보 유형

‐ 수급사업자가 목적물 등의 납품을 위해 투입한 재료비, 노무비 등 원가에 관한 정보(원가계산서, 원가내역서, 원가명세서, 원가산출내 역서, 재료비, 노무비 등의 세부지급 내역 등)

‐ 수급사업자가 다른 사업자에게 납품하는 목적물 등의 매출 관련 정 보(매출계산서, 거래처별 매출명세서 등)

‐ 수급사업자의 경영전략 관련 정보(제품 개발·생산 계획, 판매 계획, 신규투자 계획 등에 관한 정보 등)

‐ 수급사업자의 영업 관련 정보(거래처 명부, 다른 사업자에게 납품하는 목적물 등의 납품조건(납품가격을 포함)에 관한 정보 등)

‐ 수급사업자가 다른 사업자와의 거래에서 사용하는 전자적 정보 교 환 전산망의 고유식별명칭, 비밀번호 등 해당 전산망에 접속하기 위한 정보

#### 하도급거래 이행단계

##### 부당한 발주취소(수령거부)금지

* + - * 하도급법에서 금지하는 원사업자의 발주취소나 수령거부행위가 부당 한 경우 이어야 함

‐ 여기서 부당성에 대한 판단 기준은 수급사업자에게 책임을 돌릴 만한 사유가 있는지 여부. 예컨대, 발주서대로 제조∙시공되지 않았거나, 납기를 현저히 초과하였거나, 납품한 목적물에 하자가 있는지 등의 제반 문제를 충분히 고려하여 판단

* + - * 부당한 발주취소(수령거부)

‐ 위탁내용이 불명확하여 수급사업자가 납품•시공한 목적물의 내용 이 위탁내용과 상이한지 판단이 곤란함에도 불구하고 수령을 거부하는 행위

‐ 검사기준을 정하지 아니하고 통상의 기준보다 높은 기준을 적용하 거나, 검사기준을 정하였다고 하더라도 내용이 불분명하거나 당초 계약에서 정한 검사기준 보다 높은 기준을 적용하여 수령을 거부하는 행위

‐ 위탁시 납기를 정하지 아니하거나 납기를 변경할 경우 이를 명확히 하지 아니하고 납기지연을 이유로 수령을 거부하는 행위

‐ 원사업자가 공급하기로 되어 있는 원자재 등을 늦게 공급함으로써 납기내 납품이 불가능함에도 납기지연을 이유로 수령을 거부하는 행위

‐ 원사업자가 발주자•외국수입업자•고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 이미 위탁한 물품의 수령을 거부하는 행위

‐ 원사업자가 수급사업자로부터 납품의 수령요구가 있었음에도 정당 한 이유 없이 보관장소 부족 등의 사유를 들어 수령을 거부하는 행 위

‐ 원사업자가 수급사업자의 부도 등에 따라 안정적인 공급이 어렵다 고 판단해서 이미 발주한 물품의 수령을 임의로 거부하는 행위

‐ 원사업자가 여러 품목을 제조위탁하고 일부 품목의 불량을 이유로 다른 품목에 대하여도 수령을 거부하는 행위

* + - * 정당한 발주취소로 인정되는 경우

‐ 발주내용과 다른 물품을 납품하거나 납기를 어겨 납품하는 경우 수 령의무 없음

‐ 수급사업자의 부도, 제3자에 의한 강제집행, 파산선고 신청 등 수 급사업자의 경영상 중대한 사유가 발생하여 계약내용을 이행할 수 없다고 인정되는 경우 발주 취소 혹은 변경 가능

‐ 수급사업자가 원사업자의 승인 없이 영업의 양도를 결의하거나 타 회사로 합병될 경우 발주 취소 혹은 변경 가능

‐ 수급사업자가 특별한 사유 없이 착수를 상당 동안 지연하는 등으로 기간 내에 제조가 곤란할 경우 발주 취소 혹은 변경 가능

##### 물품 등의 구매강제 금지

* + - * 원사업자가 제조 등의 위탁을 하면서 자신이 지정하는 물품이나 장비 등을 구입하게 하거나 사용하도록 강요하는 행위는 금지
      * 부당한 물품 등의 구매강제 예시

‐ 구매•외주담당자 등 하도급거래에 영향을 미칠 수 있는 지위에 있는 자가 하도급 계약을 체결하는 과정에서 구입을 요청하는 경우

‐ 수급사업자에게 목표량을 할당하여 구입을 요청하거나 불응시 불이익이 발생한다는 사실을 시사한 것으로 확인된 경우

‐ 수급사업자가 구입의사가 없음에도 재차 구입을 요구하거나 수급사업자의 영업행위와 관련이 없는 물품의 구매를 요청하는 경우 정당 한 경우로 인정되는 경우

* + - * 물품구매요구가 정당한 사유로 인정되는 경우

‐ 위탁목적물의 품질의 유지•개선을 위하여 필요하다고 인정되는 경우

‐ 발주자, 바이어, 고객이 목적물 제조, 수리 시공 시 특정물품 및 장비 등을 사용하도록 요구하는 경우

##### 내국신용장개설 의무

* + - * 수출품을 제조 위탁한 경우, 원사업자는 위탁한 날로부터 15일 이내에 수급사업자에게 내국신용장을 개설해 주어야 함

‐ 다만, 신용장거래에 있어 원사업자가 원신용장을 받기 전에 제조 위탁하는 경우에는 원신용장을 받은 날로부터 15일 이내에 개설하면 적법

* + - * 적법한 예시

‐ 수급사업자가 영세하거나 내국신용장 개설에 필요한 서류작성능력 이 없는 등의 이유로 내국신용장의 개설을 원하지 아니한 사실이 명백한 경우

‐ 원사업자가 내국신용장 개설은행에 연체 및 대지급 당한 상태에 있거나, 개설한도 부족 등으로 인하여 신용장 개설이 불가능한 경우 등

‐ 월 1회 이상 일괄하여 내국신용장을 개설하기로 원사업자와 수급사업자가 명백히 합의한 경우에는 그 정한 날에 내국신용장을 개설하 는 경우

‐ 내국신용장 미개설 사유는 예외적인 것이므로 이로써 혜택을 보는 원사업자가 입증하여야 함

##### 검사 및 검사결과 통보의무

* + - * 검사결과는 목적물 수령일로부터 10일 이내에 서면으로 수급사업자에 게 통지하여야 함

‐ 여기서 목적물을 수령한 날이라 함은 제조∙수리위탁의 경우 기성부분의 통지를 받은 날을 말함

* + - * 정당한 사유 없이 위 기간을 경과하는 경우에는 검사에 합격한 것으 로 봄

‐ 따라서, 이후부터는 원칙적으로 검사에 불합격한 것으로 반품하거 나 감액할 수 없을 뿐만 아니라, 이 날을 기산일로 하도급대금 지 급기일이 진행

* + - * 검사비용은 별도의 약정이 없는 한, 원사업자 부담이 원칙임. 또한, 수급사업자가 원사업자의 지시에 따라 제3의 기관에 검사를 의뢰한 경우에도 그 비용은 원사업자가 부담함
      * 제조업의 경우 대량 납품하는 경우 샘플검사를 하거나 무 검사 인수를 하는 것이 일반적인데, 납품 받은 후 납품한 제품에 하자가 발생한 경우의 위험은 원칙적으로 원사업자가 부담

‐ 다만, 계약서에 반품에 관한 사항(반품사유, 시기, 보상문제 등)이 명백히 밝혀져 있고, 반품사유가 수급사업자의 과실에 의하여 발생한 것이 확정되어 있는 경우에는 예외적으로 반품이 허용되는 것으로 봄

* + - * 검사 및 검사결과 통보의무에 관한 공정거래위원회의 유권해석

‐ 검사의 방법

✽ 검사의 방법으로는 당사자간에 합의가 있다는 전제하에 전수검사, 발췌검사, 제3자에 대한 검사의뢰, 수급사업자에게 검사위임, 무검사합 격 등이 있음

‐ 검사결과의 통지기간(10일)의 예외 사유로 인정될 수 있는 ‘정당한 사유가 있는 경우’에 대한 판단기준(예시)

✽ 일일 평균 검사물량의 과다 등 통상적인 사유에 대하여는 인정되지 아니함

##### 부당반품의 금지

* + - * 부당반품 예시

‐ 거래상대방으로부터의 발주 취소 또는 경제상황의 변동 등을 이유 로 목적물을 반품하는 행위

‐ 검사기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 목적물을 부당하게 불 합격으로 판정하여 이를 반품하는 행위

‐ 원사업자가 공급한 원자재의 품질불량으로 인하여 목적물이 불합격 품으로 판정되었음에도 불구하고 이를 반품하는 행위

‐ 원사업자의 원자재 공급지연임에도 불구하고 이를 이유로 목적물을 반품하는 경우

‐ 원사업자가 이미 수령한 물품을 발주자•외국수입업자 고객의 클레 임, 판매부진 등을 이유로 반품하는 행위

‐ 원사업자가 수급사업자 이외의 제3자에게 검사를 위탁한 경우로서 수급사업자가 제3자의 검사를 필하여 납품하였음에도 이를 반품하 는 행위

‐ 수급사업자의 납기지연이 있었으나, 이를 용인한 객관적 사실이 있 었음에도 이를 수령한 후 납기지연을 이유로 반품하는 행위

‐ 거래상대방으로부터의 발주취소 또는 경제상황의 변동 등을 이유로 목적물을 반품하는 행위

‐ 검사기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 목적물을 부당하게 불 합격으로 판정하여 이를 반품하는 행위

‐ 원사업자가 공급한 원자재의 품질불량으로 인하여 목적물이 불합격 품으로 판정되었음에도 불구하고 이를 반품하는 행위

‐ 원사업자의 원자재 공급지연에 의한 납기지연임에도 불구하고 이를 이유로 목적물을 반품하는 행위

##### 감액금지

* + - * 수급사업자에게 책임이 없이 발주시에 결정한 하도급대금을 발주후에 감액하는 것을 말함. 협찬금 등의 징수, 원자재 가격의 하락 등 명목 과 방법, 금액에 관계없이 감액하는 일체의 감액행위는 금지됨

‐ 수급사업자에게 책임 없이 발주시에 정해진 금액(발주시에 즉시 교 부하였던 서면에 기재된 금액)으로부터 일정액을 감하여 지급하는 것은 전면적으로 금지됨. 값을 깍아준다거나, 협찬금, 할인 등의 감 액의 명목, 방법, 금액의 다소를 불문함. 또한 수급사업자와의 합의 가 있어도 하도급법 위반이 됨

* + - * 감액 입증책임 전환 및 감액사유 서면교부

‐ 당초의 계약 내용대로 대금을 지급하는 것이 원칙이므로 원사 업자가 정당한 사유없이 감액하는 행위를 금지

‐ 원사업자가 하도급 대금을 감액할 경우 그 근거를 명확히 하기 위 해 감액사유, 기준 등이 명시된 서면을 사전에 교부하도록 의무화

* + - * 부당한 감액 예시

‐ 위탁할 때 하도급대금을 감액할 조건 등을 명시하지 아니하고 위탁 후, 협조 요청 또는 거래상대방으로부터의 발주 취소•경제상황의 변동 등 불합리한 이유를 들어 감액하는 행위

‐ 수급사업자와 단가인하에 관한 합의가 성립한 경우, 당해 합의 성 립 전에 위탁한 부분에 대하여도 일방적으로 이를 소급 적용하는 방법으로 하도급대금을 감액하는 행위

‐ 하도급대금을 현금으로 또는 지급기일전에 지급함을 이유로 과다하 게 감액하는 행위

‐ 원사업자에 대한 손해발생에 실질적 영향을 미치지 아니하는 경미 한 수급사업자의 과오를 이유로 일방적으로 하도급대금을 감액하는 행위

‐ 목적물의 제조 등에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 한 경우에 적정한 구매대금 또는 사용 대가 이상의 금액을 하도급대금에서 공 제하는 행위

‐ 원사업자가 자재 등을 공급하기로 한 경우 이를 지연하여 공급하거 나 사실상 무리한 납기를 정해 놓고 납기내에 납품하지 못함을 이 유로 감액하는 행위

‐ 계속적 발주를 이유로 이미 확정된 하도급대금을 감액하는 행위

‐ 총액으로 계약한 후 제조의 구체적 내역을 이유로 감액하는 행위

‐ 당초 계약내용과 달리 간접노무비, 일반관리비, 이윤, 부가가치세 등을 감액하는 행위

‐ 하도급대금 지급시점의 일반물가 및 제조에 소요되는 자재가격 등 이 계약시점보다 낮아진 것을 이유로 일방적으로 하도급대금을 감 액하는 행위

‐ 위탁내용 및 조건에는 변함이 없음에도 계약내용을 변경하는 등의 방법을 이용하여 결과적으로 하도급대금을 감액하는 행위

‐ 하도급 계약 후 추가제조 또는 재 제조행위가 있었음에도 불구하고 동 추가 하도급대금이 경미함을 이유로 이를 감액하여 당초의 계약 금액만을 지급하는 행위

* + - * 다음 사항들의 대응에 특히 주의할 필요가 있음

‐ 단가의 인하 요구에 응하지 않는 수급사업자에 대해 사전에 정해진 하도급대금으로부터 일정비율 및 일정액을 감액하는 것 : 부당한 하도급대금 결정은 원사업자가 수급사업자에게 발주하는 시점에 생 기는 위반행위이나 하도급대금 감액은 발주시에 정해진 액을 사후 적으로 공제함으로써 생기는 위반행위임

‐ ‘제품을 싼값으로 수주하였다’ 것 또는 ‘판매확대를 위해 협력하길 바란다’는 등의 이유로 사전에 정해진 하도급대금으로부터 일정비율 또는 일정액을 감액하는 것 : 하도급대금으로부터 공제하는 것 이 외에 감액분을 별도 협찬금으로써 징수하는 경우도 감액이 됨

‐ 판매확대와 신규판매 route 확보를 목적으로 수급사업자에 대해 하 도급대금 총액은 그대로 두고 현품을 첨부시켜 납입수량을 증대시 킴으로써 하도급대금을 감액하는 것 : 하도급대금 총액은 그대로 두고 수량을 증대시키는 경우도 하도급대금의 감액에 해당함

‐ 수급사업자 사이에 단가인하에 대해 합의가 성립하여 단가개정이 되었어도 이 합의 전에 이미 발주된 것에 대해서까지 신단가를 적 용하는 것 : 구단가로부터 신단가로 인하하는 때에는 신단가는 단 가 개정이 합의된 후의 발주분부터 적용할 필요가 있음. 이미 발주 한 분에 대해서까지 소급하여 신단가를 적용하는 것도 감액이 됨

‐ 어음을 수급사업자의 희망에 의해 일시적으로 현금으로 지급한 경우에 사무 수수료로서 하도급대금에서 자사의 단기조달금리 상당액 초과한 금액을 감액하는 것

‐ 수급사업자와 합의 없이 하도급대금을 은행구좌로 납입 시 수수료를 수급사업자에게 부담시키고 하도급대금에서 공제하는 것 : 수급 사업자와 합의가 없으면 하도급대금에서 은행납입수수료를 일방적으로 공제하 는 것은 인정되지 않음.

‐ 소비세, 지방소비세액 상당분을 지불하지 않는 것

##### 부당경영간섭 금지

* + - * 부당경영간섭 예시

‐ 수급사업자가 임직원을 선임•해임함에 있어 원사업자의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 수급사업자의 의사에 반하여 특정인을 채용하 게 하는 등의 방법으로 인사에 간섭하는 행위

‐ 객관적으로 합리적인 범위를 초과하여 수급사업자의 생산품목•시설규모 등을 제한하는 행위

‐ 원사업자가 위탁한 목적물의 품질유지, 납기내 납품여부 등 하도급 거래의 목적과 관계없이 2차 수급사업자의 선정•계약조건설정 등

재하도급 거래내용을 제한하는 행위

‐ 수급사업자가 정상적으로 공사를 시공중에 있음에도 불구하고 수급 사업자의 의사에 반하여 현장근로자를 동원하여 공사를 시공케하 는 행위

##### 보복조치 및 탈법행위 금지

* + - * 부당보복조치 및 탈법행위 예시

‐ 공정거래위원회로부터 시정조치를 받은 원사업자가 신고한 수급사업자를 합리적인 이유 없이 협력업체에서 배제시키거나, 협력업체 신용등급을 하향조정 하는 등의 불이익을 주는 행위(보복조치에 해당)

‐ 공정거래위원회의 시정조치에 따라 하도급대금 등을 수급사업자에 게 지급한 후 이를 회수하거나 납품대금에서 공제하는 등의 방법으로 환수하는 행위

‐ 어음할인료∙지연이자 등을 수급사업자에게 지급한 후 이에 상응하는 금액만큼 일률적으로 단가를 인하하는 행위

#### 하도급대금 지급단계

##### 관세 등 환급액의 지급의무

* + - * 원사업자가 수출용 원자재 등과 관련하여 관세를 환급 받은 경우, 원 사업자는 원칙적으로 수급사업자에게 환급 받은 날로부터 15일이내 에 그 내용에 따라 지급하여야 함

‐ 다만, 위 기간(환급 받은 날로부터 15일)보다 하도급대금 지급기일 인 목적물 수령일로부터 60일이 먼저 도래하는 경우에는 목적물 수령일로부터 60일 이내에 지급하여야 함

‐ 한편, 원사업자가 관세 환급금을 수급사업자에게 지급하면서 법정 지급기일을 초과하는 경우에는 그 초과기간에 대한 연 20%의 지 연이자를 부담

##### 하도급대금 지급의무

* + - * 발주한 물품 등을 수령한 날로부터 60일 이내로 정하고 있는 지불기 일까지 하도급대금을 지불하지 않는 것을 말함. 물품 등의 검사 기간 등에 불구하고 납품 후 60일 이내에 지불하지 않으면 지불지연이 됨
      * 자사의 사무처리지연과 수급사업자로부터의 청구서의 지연을 이유로 수급사업자의 급부를 수령한날로부터 60일을 초과하여 하도급대금을 지불하는 것 : 원사업자에게 있어서는 사전에 수급사업자가 청구액을 집계하여 통지하는 데 충분한 기간을 확보하는 동시에 수급사업자로 부터의 청구가 지연하는 경우에는 신속하게 청구하도록 감독하는 등 의 대응을 취하는 것이 바람직함

‐ 하도급대금 지급기간의 말일이 공휴일에 해당하는 때에는 기간은 그 익일에 만료됨

* + - * 하도급대금은 목적물 수령일로부터 60일 이내에 지급하는 것이 원칙
      * 한편, 하도급 계약시 하도급대금의 지급시기를 정하지 아니한 경우에 는 목적물을 수령한 날이 지급기일이 되며, 목적물 수령일로부터 60 일을 초과하는 날을 지급기일로 정한 경우에는 목적물 수령일로부터 60일째 되는 날이 지급기일이 됨
      * 하도급법상 하도급대금의 지급수단과 관련하여 특별한 제한은 없다. 따라서, 현금 외에 재산적 가치가 있어 현금으로 환가할 수 있는 어 음이나 대물로 지급하는 것도 가능

###### 어음할인료 지급의무

* + - * 어음만기일이 목적물 수령일로부터 60일을 초과하는 경우 그 초과기 간에 대한 어음할인료를 수급사업자에게 의무적으로 지급하여야 함

‐ 어음할인료 = 어음지급 하도급대금×0.075×지연일수/365일(수수료 산정방식 동일)

###### 지연이자 지급의무

* + - * 하도급대금은 목적물 수령일 또는 세금계산서 발행일(월 1회 이상 일 괄마감 하기로 약정한 경우)로부터 60일 이내에 지급하여야 하나, 이를 초과하여 하도급대금을 지급하는 경우에는 그에 대한 지연이자를 부담하여야 함
      * 현재의 지연이자율은 「선급금 등 지연지급시의 지연이자율 고시」에 의 하여 연 15.5%로 고시
      * 60일(준공금, 기성금은 15일) 초과 지급시 지연이자(연 20%)

‐ 어음만기일 또는 어음대체결제수단 상환기일이 60일 초과시 할인료 (연 7.5%) 또는 수수료(연 7%. 단, 약정수수료율이 이보다 높으 면 높은 수수료율 적용) 지급

✽ 지연이자 = 지연지급 하도급대금×0.20×지연일수/365일

###### 어음만기일 유지의무

* + - * 원사업자가 발주자로부터 대금을 어음으로 지급받고 수급사업자에게 하도급대금을 어음으로 지급하게 되는 경우에도 원사업자는 지급받은 어음의 만기일 보다 짧은 어음으로 지급
      * 다만, 원사업자가 발주자로부터 제1회 도급대금을 지급받기 전까지 수급사업자에게 하도급대금을 지급하는 경우에는 예외
      * 원사업자가 발주자로부터 교부 받은 어음의 결제기간(발행일로부터 만기일 까지)이 일정하지 아니한 경우에는 수급사업자에게 하도급대 금을 지급함에 있어서는 하도급대금을 지급하기 직전에 원사업자가 발주자로부터 교부 받은 어음의 결제기간을 초과하는 어음으로 하도 급대금을 지급하여서는 아니 됨
      * 어음만기일 유지관련 공정거래위원회 유권해석

‐ 원사업자가 발주자로부터 교부 받은 어음의 지급기간(발행일로부터 만기일까지)이 일정하지 아니한 경우 수급사업자에게 하도급대금을 지급함에 있어서는 하도급대금을 지급하기 직전에 원사업자가 발주 자로부터 교부 받은 어음의 지급기간을 초과하는 어음으로 하도급 대금을 지급하여서는 아니 됨. 원사업자가 발주자로부터 제1회 도 급대금을 지급받기 전까지 수급사업자에게 하도급대금을 지급하는 경우에는 예외로 할 수 있음

‐ 다만, 원사업자가 수급사업자에게 금회 하도급대금을 지급한 후 차 회 하도급대금을 지급하기 전까지 발주자로부터 2회 이상 도급대금을 지급받은 경우에는 각각의 어음지급기간을 산술평균하여 적용함

‐ 원사업자가 다수의 발주자에게 납품하는 물품을 다수의 수급사업자 에게 제조 등 위탁하는 경우에 특정 수급사업자가 납품한 물품이 공급되는 발주자가 명확한 경우에는 당해 발주자로부터 원사업자가 받은 어음지급기간을 적용하고, 불명확할 경우에는 원사업자가 다 수의 발주자로부터 교부 받은 어음지급기간을 산술평균하여 적용함

‐ 발주자가 타인발행의 어음으로 도급대금을 지급한 경우에 어음의 지급기간은 원사업자가 어음을 교부 받은 날로부터 만기일까지로 봄

‐ 원사업자가 발주자로부터 선급금을 지급받은 때에 어음이 포함되어 있는 경우 교부 받은 어음의 지급기간을 초과하는 어음으로 수급사업자에게 교부하여 서는 아니 됨

###### 현금결제비율 등의 유지의무

* + - * 현금결제비율은 원사업자가 수급사업자에게 지급하는 하도급대금 지 급액에서 현금지급액이 차지하는 비중임

현금지급액

현금결제비율= × 100

하도급대금지급액

##### 설계변경 등에 따른 하도급대금의 조정 및 지급의무

* + - * 요건

‐ 제조, 수리위탁을 한 후 물가변동의 사유가 발생했어야 함

‐ 원사업자가 발주자로부터 물가변동을 이유로 추가금액을 지급받아 야 함

‐ 수급사업자도 동일한 사유로 목적물의 완성에 추가비용이 소요되는 경우

* + - * 조정기준

‐ 원사업자가 발주자로부터 받은 추가금액의 내용과 비율이 명확한 경우에는 그 내용과 비율에 따라 수급사업자에게 지급하여야 하고, 내용이 불명확한 경우에는 발주자로부터 지급받은 평균비율에 따라 지급하여야 함

‐ 발주자로부터 조정 받은 기준시점 이후에 체결된 하도급 계약분에 대해서는 이를 적용하지 아니함

* + - * 조정기일

‐ 발주자로부터 조정 받은 날로부터 30일 이내에 하도급 계약내용을 조정해 주어야 함

* + - * 설계변경 등에 따라 도급대금이 조정된 경우 원사업자가 도급대금 조 정내역을 15일 이내에 수급사업자에게 통지

##### 공급원가 변동에 따른 하도급대금(납품단가)의 조정협의

* + - * 원사업자는 수급사업자의 납품단가조정협의 요청(신청)시 10일 이내 에 응하여야 하며 정당한 사유 없이 협의를 거부하거나 게을리하면 아니 됨
      * 요건

‐ 수급사업자는 원재료의 가격이 변동되어 하도급대금의 조정이 불가 피한 경우 원사업자에게 조정을 신청할 수 있음(조정신청권)

‐ 원사업자는 조정신청이 있은 날로부터 10일 이내에 협의를 개시해 야 함

‐ 10일 내에 협의를 개시하지 않거나 30일 이내에 합의에 도달하지 못한 경우 원사업자나 수급사업자는 하도급분쟁조정협의회에 조정 을 신청할 수 있음

* + - * 협의 거부∙해태 유형

‐ 수급사업자의 협의 신청에 응답하지 않거나, 협의를 개시하겠다고 통보한 후 회의 개최, 의견 교환, 단가조정안 제시 등 실질적인 협 의절차를 진행하지 않은 경우

‐ 수급사업자가 협의를 신청한 후 30일이 경과하였음에도 불구하고, 실질적인 단가조정 권한을 가지고 있는 책임자가 협의(담당자를 통 한 단가조정 관련 지시•보고 등 간접적 형태의 협의를 포함함)에 임하지 않은 경우

‐ 단가조정을 위한 시장조사, 원가 산정 등 객관적 근거 없이 수급사 업자가 수용할 수 없는 가격을 되풀이하여 제시하는 경우

* + - * 정당한 이유 없이 협의를 거부하거나 게을리할 경우 과징금 등 제재

‐ 수급사업자의 협의 신청에 응답하지 않거나, 협의를 개시하겠다 고 통보한 후 회의 개최, 의견 교환, 단가조정안 제시 등 실질적인 협의 절차를 진행하지 않은 경우

‐ 수급사업자가 협의를 신청한 후 30일이 경과하였음에도 불구하고 실질적인 단가조정 권한을 가지고 있는 책임자가 협의(담당자를 통 한 단가조정 관련 지시•보고 등 간접적 형태의 협의를 포함한다) 에 임하지 않은 경우

‐ 단가조정을 위한 시장조사, 원가산정 등 객관적 근거 없이 수급사업자가 수용할 수 없는 가격을 되풀이하여 제시하는 경우

* + - * 업무상 유의사항

‐ 조정협의에 대해 합의가 이루어지지 않는다고 하여 법위반은 아니 나 정당한 사유 없이 협의를 거부하거나 게을리하는 경우 시정명령, 과징금 부과, 고발 등의 시정조치를 받을 수 있음

##### 부당한 대물변제의 금지

* + - * 원사업자는 수급사업자의 의사에 반하여 하도급대금을 물품으로 지급하여서는 아니 됨
      * 하도급대금을 대물로 지급하는 것이 부당하지 않다는 것. 즉, 수급사업자의 의사에 반하지 아니한다는 입증 책임은 원칙적으로 원사업자 에게 있다 한다는 입증 책임은 원사업자에게 있음

‐ 따라서, 하도급대금의 대물변제 시 원사업자는 수급사업자와 합의 서 등을 작성하여 이를 보존할 필요가 있음

##### 물품구매대금 등의 부당결제청구의 금지

* + - * 원사업자는 수급사업자에게 목적물의 제조에 필요한 물품 등을 자기 로부터 사게 한 경우에 정당한 이유 없이 당해 목적물에 대한 하도급 대금의 지급기일에 앞서 구매대금이나 사용대가의 전부 또는 일부를 지급하게 하거나 자기가 구입, 사용 또는 제3자에게 공급하는 조건보다 현저하게 불리한 조건으로 지급하게 하여서는 아니 됨
      * 부당결제청구 예시

‐ 계속적인 하도급거래에 있어 원사업자로부터 원재료를 구매한 경우, 실제 투입한 물량에 대한 가액 이상으로 차감하는 것

‐ 원사업자가 자신의 장비를 사용하도록 함에 있어 통상적인 범위를 초과하여 사용대가를 과다하게 요구하는 것

* + - * 기술자료 요구시 서면교부

‐ 기술자료를 요구하는 경우 사전에 목적, 비밀유지, 권리귀속 등에 관한 사전 협의 내용이 기재된 서면을 교부하도록 의무화

### 제재

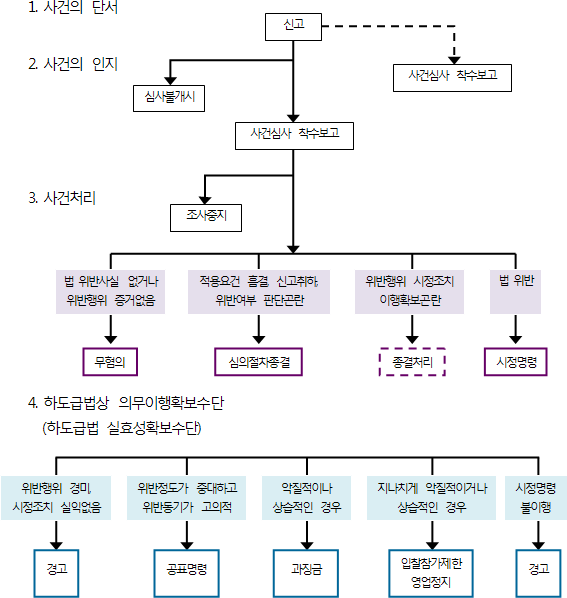
* + 기술자료 탈취, 유용에 따른 손해배상책임 특칙 (하도급법 제35조)

‐ 기술자료 제공 요구의 경우는 발생한 손해만큼, 기술자료 유용의

경우는 발생한 손해의 5배 범위에서 각각 배상 책임

‐ 기술자료의 탈취 및 유용에 대한 고의, 과실의 입증책임을 원사 업 자에게 부담

### 사건처리절차



### 질의응답

1. 규격품, 표준품의 제조를 의뢰하는 경우 제조위탁에 해당하는가?

☞ 소위 규격품, 표준품으로 넓게 시판되고 있어 시장품목으로 구입이 가능 하여 제조의뢰가 실질적으로는 구입으로 인정되는 경우는 해당하지 않습니다. 그러나 규격품, 표준품일지라도 원사업자가 사양 등을 지정하여 수급사업자에게 그 제조를 의뢰하면 제조위탁에 해당한다. 예를 들면, 규격품의 제조의뢰시 의뢰자의 낙인을 넣도록 한다든지 라벨을 붙이도록 한다든지 회사명을 인쇄하게 한다든지 파이프 剛材 등을 자사의 사양에 맞춰 일정한 길이 내지 폭으로 절단하게 하는 작업을 하게 한 경우 등이 이에 해당합니다.

1. 전화로 주문하고 후일 주문서를 교부하는 방법은 문제가 되는가?

☞ 전화만에 의한 발주는 서면미교부로 됩니다. 긴급하여 어찌할 수 없는 사정에 의해 전화로 주문내용을 전달하는 경우는, 「주문내용에 따라 바로 주문서를 교부할 것이므로 그것에 의해 확인될 수 있다」는 취지의 연락을 할 필요가 있습니다. 이 경우 바로 주문서를 교부해야 합니다.

1. 산정방법을 사용하는 경우에는 어떠한 점에 유의해야 하는가?

☞ 산정방법은 구체적인 금액을 기재하는 것이 곤란한 어쩔 수 없는 경우 (예를 들면 試製品의 제조를 위탁하는 경우 등)에 산정방법의 형태로 있으 면 정식단가로서 인정됩니다.

단, ① 산정방법은, 하도급대금의 구체적 금액을 자동적으로 확정할 수 없으면 안 되며, ② 산정방법을 정한 서면과 발주서면이 별도의 것인 경우에 는 이들 서면의 관련성을 명확히 해둘 필요가 있으며, 또한, ③ 늦어도 최초의 대금지불시 까지는 하도급대금의 구체적 금액을 확정하여 수급사업자에게 서면으로 통지해 둘 필요가 있습니다.

1. EDI에 의해 발주하는 경우, 시스템상 단가를 공란으로 해놓고 발주하는 것은 불가능하게 되어있는데 어쩌면 좋은가? 또 실제의 단가는 아니다는 것을 명기한 후에 「0원」으로 표기하는 것은 가능한가?

☞ 수급사업자와 충분히 협의하여 0원이 실제의 단가는 아니라는 것을 명확히 한 후에 발주하는 것은 상관없습니다.

1. 가단가(仮單價)는 금지되는가?

☞ 가단가를 기재하는 것이 금지되는 것은 아니나 가단가를 기재한 경우에 정식 단가가 기재된 것이 아니므로 「단가가 결정되지 못한 사유」와 「단가를 결정할 예정기일」을 기재하여 단가가 결정된 후에는 바로 보충서면을 교부 해야 합니다.

1. 작업내용을 수급사업자에게 제시하여 견적을 제출 받아 그것을 기초로 가 격을 결정했다고 생각했으나, 견적서가 제출된 후에 작업내용이 당초의 예 정을 대폭 상회하게 된 경우에 견적서를 고치지 않으면 부당한 대금결정에 해당하는가?

☞ 원사업자가 하도급대금의 액을 정하는 방법으로는 견적, 타협, 입찰 등 이 있는데, 그 단가의 결정시에 원사업자가 일률적으로 일정비율로 단가를 인하시키거나, 일방적으로 통상 지불되는 대가보다 현저히 낮은 단가로 하 도급대금을 결정하는 등의 경우에는 부당한 대금결정에 해당할 우려가 있 습니다.

이 질문의 경우, 애초보다 작업내용이 증가함에도 불구하고 하도급대금액을 변경하지 않고 당초의 견적가격을 작업내용이 증가한 경우의 하도급대금액으로 정했다고 해석되므로, 이는 부당한 대금결정에 해당할 우려가 있습니다. 따라서 하도급사업자로부터의 요청 여부에 불구하고 재견적을 하여 단가를 변경할 필요가 있습니다.

1. 당사의 결산대책을 위해 발주단가를 일률적으로 인하시켜도 문제가 되는가?

☞ 개별의 발주내용의 상이함을 고려한 것이 아니라 전체의 발주내용에 대 해 일률적으로 일정비율로 인하한 단가로 발주를 한 경우에는 부당한 대금 결정으로 문제가 될 우려가 있습니다.

1. 지정가로 수급사업자에게 주문을 하면 문제로 되는가?

☞ 지정가로 일방적으로 단가를 지정하는 방식에 의해 통상 지불하는 대가 보다 낮은 단가로 하도급대금을 정하는 것은 부당한 대금결정으로 되어 문 제가 될 소지가 있다. 하도급대금은 수급사업자로부터 견적서를 제출 받은 후에 충분히 협의하여 쌍방이 납득하는 단가로 하는 것이 좋습니다.

1. 納期전에 납품된 경우에 어떻게 대처하면 좋은가?

☞ 약속한 納期전에 납품하면 원사업자에게는 수취할 의무가 없어 수취를 거부하더라도 수령거부는 아닙니다. 수급사업자의 요청에 따라 납입된 물품 을 수취하는 것이 바람직하나 그 경우에는 假受領으로 납입된 물품을 납기 까지 보관하고 주문서에 기재된 지불기일에 하도급대금을 지불하면 좋습니 다(假受領 하지 않고 수령한 경우에는 수령한 날부터 60일 이내에 하도급 대금을 지불해야 합니다).

1. 수급사업자가 정식의 발주에 의하지 않고 예상을 해서 제조한 경우에는 그 수령을 거부하더라도 문제가 없는가?

☞ 발주하지 않은 것에 대해 수령을 거부하는 것은 문제가 되지 않습니다. 단, 발주서면을 작성하지 않고 구두발주로 수급사업자에게 일정수량을 만들 도록 한 경우에는 서면교부 의무위반에 머무르지 않고 수령거부에도 해당합니다.

1. 소위 Just in Time 생산방식을 채택함에 있어 법상 문제가 안 되도록 하 려면 어떤 점에 유의해야 하는가?

☞ ① 계속적인 量産品으로 생산공정이 평준화되어 있는 것에 대해서는 쌍 방이 합의하여 도입한다.

② 주문서는 사전에 충분한 숙지기간을 두고 교부한다. 이 주문서에는 일정 기간 내에 구체적으로 납입할 날짜와 납입일마다의 납입수량을 명확히 기재한다.

③ Just in Time 생산방식에 의한 납입지시 카드는 ②의 주문서의 납입일과 납입일마다의 납입수량을 조정하기 위해 교부한다는 생각으로 운용한다.

④ 납입회수 및 1회당 납입수량을 적정하게 하고, 동시에 무리한 납입일

(시간)의 지시는 하지 않도록 주의한다.

⑤ Just in Time 생산방식의 채택에 의해 수송비 등의 비용증가가 발생하는 경우에는 하도급대금에 관해 사전에 잘 협의하여 합의한 후에 실시한다.

Just in Time 생산방식에서, ②의 주문서가 일정기간 내에서의 생산•납입을 위탁하는 발주서면에 해당하며, 이를 ③의 납입지시카드에 의해 그 내용을 변경하는 것이다. 이 방식에서는 상기 ①~⑤의 사항을 전부 준수해야 하며, 납입지시 카드에 의한 변경에 따라 납입일이 지체된다든지 납입일마다의 납입 수량이 작게 되는 경우, 그에 따라 수급사업자에게 비용(보관비용, 운송비용 등의 증가분)이 발생한 경우에 그것을 전액 부담하지 않으면 수령 거부 또는 부당한 급부내용의 변경으로 문제가 됩니다.

또한 납입지시 카드에 의한 변경에 따라 납입일이 지체되어 지불시기와의 관계에서 하도급대금의 지불이 1개월 지체될 수 있는데, 그것이 납입시기 의 조정에 그치는 경우(예를 들면, 당해 발주기간의 최종납입예정일이 차기 발주기간의 최초납입예정일 또는 당해 납입예정일보다 빠른 시점에서 변경 된 경우)에는, Just in Time 생산방식에서는 어쩔 수 없는 것으로 이를 인정 하고 있습니다.

나아가 제품사양의 변경 등 원사업자 측의 일방적 사정에 의한 발주내용의 변경 혹은 발주의 취소 또는 생산의 중단 등의 경우에는 수급사업자가 이 미 완성하고 있는 제품 전체를 수령하지 않으면, 수령거부로서 문제가 되며 반제품의 제작비용이나 부품대금을 포함하는 수급사업자에게 발생한 비용 을 전액 부담하지 않으면 부당한 급부내용의 변경으로 문제가 됩니다.

1. 하도급대금을 어음으로 지불하고 있는데 수급사업자의 희망에 의해 일시 적으로 현금으로 지불하는 경우가 자주 있다. 이 경우 어음할인료 상당분 을 감액해도 좋은가?

☞ 수급사업자와의 사이에 지불수단을 어음으로 정하고 있는데 수급사업자 의 희망에 의해 일시적으로 현금으로 지불하는 경우에, 원사업자의 단기조달금리 상당액을 초과하여 감액하면 그 초과분은 하도급대금 감액으로 법 위반이 됩니다.

나아가 일시적이 아니라 상시적으로 현금으로 지불하는 경우에는, 지불수단 을 현금으로 해서 발주서면을 교부할 필요가 있는데, 이 경우에 발주서면에 기재한 하도급대금액에서 할인료 상당액을 공제하는 것은 하도금대금 감액으로 되므로, 이에 걸맞는 단가설정을 수급사업자와 충분한 협의 후에 할 필요가 있습니다.

1. 단가변경을 하는 경우, 소급적용에 관해 어떤 점에 주의를 해야 하는가?

☞ 단가의 인하에 대해 합의한 날(합의일)과 새로운 단가의 적용을 개시하기로 한 날(단가개정일)이 다른 경우에는, 합의했다고 하여 단가변경일보다 전의 발주에 대해 새로운 단가를 적용하면 하도급대금의 감액에 해당합니다. 또한 합 의일부터 새로운 단가를 적용하는 것으로 하고 있는 경우에도, 수급사업자로부터 견적서가 제출되었을 뿐일 때에는 합의한 것으로 되지 않고, 단가개정에 관 해 서로가 합의한 날이 합의일이 됩니다.

나아가 ○월 납입분부터 새로운 단가를 적용하려는 교섭은, 교섭이 장기간 걸림에 의해 소급적용으로 될 우려가 있기 때문에 ○월 발주분부터로 해서 교 섭을 진행하는 것이 바람직합니다.

1. 수급사업자의 급부에 하자 등이 있어 하도급대금의 지불 전(수령 후 60 일 이내)에 반품하는 경우에는, 하도급대금을 지불하지 않아도 좋은가? 또 한 하도급대금의 지불 후에 반품한 경우에는 하도급대금 상당액을 반환하 도록 요구해도 좋은가?

☞ 수급사업자의 책임으로 돌려야 할 이유가 있어 반품이 허용되는 경우에는 가능합니다.

1. 수급사업자로부터 당월 납입분을 익월 납입분으로 취급해달라는 의뢰를 받고, 하도급대금도 익월 납입된 것으로 간주하여 지불했을 경우 60일을 초과하는 지불지연이라는 지적을 받은 것은 납득할 수 없다.

☞ 법의 적용에서 수급사업자와의 합의는 문제가 되지 않습니다. 수급사업 자와의 합의 유무에 관계없이 하도급대금은 지불기일까지 지불해야 합니다.

1. 당사는 항상 일정한 재고를 확보하고 있기 때문에 수급사업자에 대해 일 정한 재고수준이 항상 유지되도록 납입시키고, 이중 매월 당사가 사용한 분에 대해 익월말까지 지불하는 것은 문제가 되는가?

☞ 이러한 지불방식(使用高支佛方式) 하에서, 수급사업자는 주문서를 교부 받지 않음에도, 혹은 납기가 특정되지 않음에도 일정한 재고수준이 항상 유지되도록 납입하지 않으면 안 되므로, 필연적으로 원사업자의 서면교부의무 위반(서면의 미교부, 교부지체, 기재사항 不備)나 지불지연이 발생할 우려 가 강합니다. 따라서 이러한 방식은 인정되지 않습니다.

# MC900382574[1]제3절 공정거래법 사건 처리 절차

### 개요

* + - 공정거래위원회는 공정거래법 등 위반사건에 대해 심판 기능을 수행하는 준사법적 기관으로, 위원회를 구성하고 있는 위원들의 합의로 운영되는 합의제 행정기관임
    - 공정거래위원회는 심결을 위해 위원 전원(9명)으로 구성 되는 전원회의와 상임위원 1인을 포함한 위원 3인으로 구성되는 소회의를 운영하고 있음
* **심의과정에서 사용하는 주요 용어**
  + 심결

‐ 공정거래위원회가 법 위반 사건에 대해 심의하고 의결하는 일련의 심판과정을 일컬음

* + 심사관

‐ 신고 또는 직권으로 인지된 내용에 대해 조사공무원으로 하여금 조사하게 한 후에 그 조사결과를 바탕으로 당해 인지내용이 법에 위반되는 것으로 볼 수 있는지 여부를 심사하는 공무원을 말함

‐ 이러한 심사관은 공정거래위원회 소속 4급 이상인 직 원 중에서 사무처장이 지정하는 직원이 되고, 일반적으로 국장과 지방사무소장이 심사관이 됨

‐ 물론 법에 위반되는 것인지 여부에 대한 최종적인 판 단은 공정거래위원회가 행하게 됨

* + 피심인

‐ 법을 위반한 혐의가 있는 사업자(법인 또는 개인사업자) 로서 당해 행위가 법에 위반되는지 여부에 대해 공정 거래위원회의 심의를 받아야 되는 사업자를 말함

* + 이의신청인

‐ 공정거래위원회의 처분을 받은 피심인이 당해 처분에 불복하고 당해 처분을 취소하여 줄 것을 공정거래위원 회에 요청하는 자를 말함

### 공정위 사건처리 절차

#### 인지단계

* 법 규정 위반 혐의가 있다고 인정되는 경우 직권 또는 신고에 의한 조사 가능
* 위반혐의는 직권인지가 원칙이고, 신고주의를 보충적으로 채택
* 신고 접수시 예비조사 실시 후 사건화 여부를 결정

#### 조사∙심사 단계

* 사건심사 착수보고(사건번호, 사건명부여) 후 조사권을 발동하여 본조사를 실시
* 조사내용이 법에 위반되는 경우 심사보고서를 작성하여 위원회에 상정하고 시정명령, 과징금 납부명령 등의 조치 의견을 제시
* 사건처리를 담당하는 부서에서 심사보고서를 작성하여 결재를 받은 후, 위원회 전원회의 또는 소회의에 상정

#### 심의∙의결 단계

* 사건심사 착수보고(사건번호, 사건명부여) 후 조사권을 발동하여 본조사를 실시
* 심의는 위원회가 피심인과 심사관을 회의에 출석하도록 하여 대심 구조하에 사실관계 등을 확인하는 과정으로 피심인 등에 대한 본인확인, 심사관의 심사보고, 피심인의 의견진술, 심사관의 의견진술, 위원들 질문 및 사실관 계 확인, 참고인 등의 심의참가, 심사관의 조치의견 발표, 피심인의 최후진술 등의 순으로 진행
* 합의는 심의가 종료된 후 위원들만 참석하여 비공개로 위법여부, 조치내용 등에 대해 논의 · 합의하는 과정)

#### 의결 결과 통지

* 합의 결과에 대해 의결서를 작성하여 당해 심사관이 의결서 정본을 피심인에게 송달하는 절차로 이로써 피심인의 의무가 발생하거나 권리행사가 제한

#### 공정거래위원회의 조치 유형

* 위원회가 심의를 거쳐 조치할 수 있는 유형으로 재심사 명령, 심의절차종료, 무혐의, 종결처리, 조사 등 중지, 경고, 시정권고, 시정명령, 고발 등이 있음

### 공정한 심결을 위한 주요 제도

#### 심의준비 절차제도

* 정식심의에 앞서 심사관과 피심인 간에 상대방의 주장과 증거에 대해 서면 등으로 충분히 탄핵할 수 있는 기회를 부여함으로써 사실관계와 쟁점을 명확하게 정리하기 위 한 제도

#### 심의 속개제

* 심의를 신중하게 하고 충분한 의견진술 기회를 보장하기 위해 심의를 한번에 끝내지 않고 다음 기일에 심의를 속 행할 수 있도록 하는 제도

#### 심의분리제

* 공동행위와 같은 위반행위 건에 대한 심의시 특정 피심 인이 다른 피심인과 별도로 심의를 받고자 신청하는 경 우, 공정위가 기업의 영업상 비밀이 경쟁사에 공개될 우 려가 있거나 공정위 조사에 협조한 자의 신원이 노출되 지 않도록 할 필요가 있는 경우에 심의를 분리하여 진행하는 제도

#### 출석 시차제

* 해당 안건의 심의시작 시간과 관계없이 일률적으로 회의 시작 시간까지 출석하도록 하여 피심인들이 오랫동안 기 다리는 불편 등을 감수하지 않도록, 해당 안건의 심의 시 을 예측하여 그 시간에 맞도록 출석하도록 하여 피심인들의 편의를 보장하려는 제도
* 기타 사건처리의 공정성과 효율성을 제고하기 위해 심사 보고서 첨부자료 공개, 프리젠테이션 시설의 설치·운영, 외국인들의 심의 참가 시 편의제공을 위한 통역부스 설치 허용 등 다양한 심결절차 응용

### 불복절차

#### 이의신청 및 집행정지

* + - 공정위의 처분통지를 받은 날부터 30일 이내에 이의신청 제기가 가능하고, 이에 대해 공정위는 60일 이내에 재결 하고 30일 내에서 기간 연장이 가능 (공정거래법 제 96조)
    - 시정조치 명령을 행할 경우 발생할 수 있는 회복하기 어려운 손해를 예방하기 위해 직권 또는 당사자의 신청으로 집행정지가 가능 (공정거래법 제97조)

#### 행정소송

* + - 공정위의 처분 또는 이의신청에 대한 재결서를 송달 받은 날부터 30일 이내에 서울고등법원에 행정소송을 제기하는 것이 가능 (공정거래법 제99조, 제100조)
    - 이의신청을 하지 않고 바로 행정소송을 제기하는 것도 가 능

### 사전 심사 청구 제도

* + - 사전심사 청구제도는 사업자가 어떤 행위를 하기 전에 공 정거래관계법에 위반되는지에 관한 심사를 청구하면 공정 위가 이를 심사하여 그 적법 여부를 30일 이내에 회답해 주는 제도를 말함
    - 회답은 공정위의 공식의견 이므로 적법하다고 인정한 행 위에 대해서는 사후에 법적 조치를 할 수 없게 되는 확약의 효력이 발생
    - 다만, 구체성이 없는 경우 자료부족으로 법 위반을 판단할 수 없기 때문에, 청구인이 앞으로 실시하기로 확정한 구체 적이고 개별적인 행위에 대해서만 심사가 가능

### 동의의결제도

* + - 동의명령제도란 공정거래 관련 사건에서 조사·심의를 받는 사업자가 스스로 시정방안을 제안하고 공정위가 그 시정 방안의 타당성을 인정하면, 위법여부를 확정하지 않고 사 건을 신속하게 종결하는 제도를 말함(공정거래법 제89조)
    - 기업은 법 위반 판정을 받지 않고 자율적으로 시정 방안 을 마련해 신속하게 사건을 해결함으로써 사업상 불확실 성을 조기에 제거하고 불공정기업 판정으로 인한 이미지 훼손을 막을 수 있으며, 이를 위한 시간과 비용을 절약할 수 있음
    - 공정위 역시 법 집행의 효과를 통상적인 절차와 거의 동 일하게 구현하면서도 피규제자의 동의를 얻어 냄으로써 법 집행을 원활하게 할 수 있으며, 위법성 판단과 관련된 쟁송 등에 소요되는 행정 비용을 상당 부분 절감할 수 있 을 것임.
    - 소비자 등 피해자의 입장에서도 사안에 따라서는 통상의 시정조치에는 포함되기 어려운 가격 인하, 손해보상 등 보 다 직접적이고 다양한 시정 수단을 통해 실질적인 구제를 받을 수 있을 것임

### 공정위 조사 절차

#### 조사 주체

* 사무처 소속의 사건조사업무를 담당하는 5개 국(경쟁정 책국/시장감시국/카르텔 조사국/소비자정책국/기업거래정 책국)과 5개 지방사무소(서울/부산/광주/대전/대구)

#### 조사 단서

* 사건의 조사는 ‘신고’ 또는 조사관의 ‘직권발동’에 의해 개 시되며, 직권발동은 주로 ‘중점감시업종에 대한 조사’, ‘하 도급거래 서면실태조사’ 등과 같이 연초에 조사계획을 세 우는 경우에 이뤄짐

#### 배당과 사전심사

* 신고 또는 직권발동에 의해 개시된 개별사건은 담당과정에 의해 개별 조사공무원 (통상 사무관)에게 배당되며, 배당 받은 조사공무원은 당해 사건이 공정거래법의 적용 대상인지를 사전심사 하며, 사전심사결과 ① ‘피조사인이 사업자 요건에 해당되지 않은 경우’ ② ‘적용제외 사항에 해당되는 경우’ ③ ‘5년의 조치시효가 완료된 경우’에는 “심사불개시결정”을 내리며 사전심사 결과 위와 같은 사 유가 없는 경우에는 “사건착수보고”를 하게 됨

#### 사건번호‧사건명 부여와 조사의 실시

* 사건착수보고가 이뤄지면, 심판관리관실에서‘사건번호’와 ‘사건명’(예: 2008공동12 000에 대한 건)을 부여함으로써 정식으로 하나의 조사사건이 되며,
* 이후 조사공무원은 조사권을 발동하여 관련 사실관계를 조사‧확인한 후, 이러한 사실관계를 토대로 관련 법령을 적용하여 법 위반 여부를 검토함

#### 심사보고서 작성 후 심사관의 조치

* 약식절차 회부

‐ 당해 조사사건이 소회의의 소관사항인 경우, 심사관은 심사보고서를 작성한 후 피심인(피조사인)에게 심사보 고서에 기재된 행위사실을 인정하고 심사관조치의견을 수락하는지 여부를 물어 피심인이 이를 수락하면 “약식 절차”에 회부하며,

‐ 약식절차에 회부된 사건은 위원회의 심의 없이 위원들의 서면결의로 처분이 결정이 되나, ① ‘심사관조치의 견에 고발이나 과징금납부명령이 포함된 경우’ 또는 ② ‘피심인이 심사관조치의견을 수락하지 않을 것이 명백 한 경우”에는 약식절차 대상에서 제외됨

* 위원회 상정

‐ 시정조치∙ 과징금 납부 명령∙ 공표명령 등의 처분이나 형사 고발조치 등 위원회 의결이 필요하다고 판단되는 경우, 심사관은 심사보고서를 작성하여 사무처장에게 제출하 며 사무처장은 자신의 명의로 조사사건을 위원회에 상 정하며, 이 때 중요한 사안은 ‘전원회의’에 경미한 사안 은 ‘소회의’에 각각 상정하며, 외국의 경쟁당국은 조사 사건의 위원회 상정 여부에 관하여도 위원회가 결정(예: 일본의 심판개시결정)함에 비해, 우리의 경우에는 심사 관이 일방적으로 상정할 수 있음

‐ 심사보고서의 송부 및 의견서 제출 고지

‐ 조사사건이 위원회에 상정됨과 동시에, 심사관은 피심 인(피조사인)에게 심사보고서를 송부하면서, 이에 대한 의견서를 원칙적으로 2주 이내에 문서로 제출할 것을 고지하며, 실무상으로는 심사관이 사전에 심판관리관과 협의하여 위원회 심의일자를 잠정적으로 정한 후 그 일자의 약 3~4주 이전에 조사사건을 위원회에 상정함 과 동시에 심사보고서를 송부하고 있으며, 이 때, 피심 인에게는 심사보고서 중 “심사관조치의견”을 뺀 나머지 자료(즉 ① 표지, ② 제안이유, ③ 행위사실, ④ 위법 성 판단, ⑤ 적용법조, ⑥ 첨부자료)만이 송부된다.

‐ 피심인은 정해진 기간 내에 심사보고서에 대한 의견서를 서면으로 제출할 수 있음

### 공정위 심판절차

#### 심판 주체

* 위원회이며, 안건에 따라 중요한 사안은 “전원회의”가 경 미한 사안은 “소회의”가 담당하며,
* 전원회의는 5인의 상임위원(위원장∙ 부위원장 포함)과 4인 의 비상임위원으로 구성되며, 비상임위원 4인은 3인의 대학교수와 1인의 변호사로 구성됨
* 의장의 직은 위원장이 수행하며, 위원장 유고 시 부위원장이 수행하며, 소회의는 총 3개이며, 각 소회의는 1인의 상임위원과 2인의 비상임위원으로 구성되며, 의장의 직은 상임위원이 수행함

#### 주심위원 지정과 심결보좌

* 주심위원은 법원의 주심법관에 대응하는 역할을 수행하며, 심결보좌기구의 보좌를 받으며, 전원회의 사건에서는 위원장이 임의로 주심위원을 지정함
* 심결보좌는 심판관리관실이 담당하며, 심판관리관실의 3 개 담당관(경쟁심판/협력심판/소비자거래심판)은 상임위 원 3인과 일대일 대응관계로 심결보좌업무를 수행하고, 심사관의 심사보고서와 피심인의 의견서를 검토하여 종 합적인 검토의견을 작성∙ 보고함

#### 심의기일 및 장소의 지정

* 심의기일은 의장이 지정하며, 피심인에게는 지정된 일자 의 5일전까지 통지하며,
* 통상 전원회의는 매주 수요일 오후 2시로, 소회의는 매 주 금요일 오후 2시로 지정되며, 피심인은 불가피한 사 유가 있을 때 심의기일의 변경을 신청할 수 있으며, 의장 은 주심위원의 의견을 들어 이를 허가할 수 있음
* 심리장소는 위 심판정으로 지정됨(단, 지방사무소에서의 순회심판은 예외)

#### 합의

* 합의는 비공개로 이뤄지며, 원칙적으로 심의가 종료된 당 일에 마쳐지며,
* “위법성 인정”에 대한 합의 후, ‘시정조치’∙‘과징금부과’∙‘법 위반사실 공표명령’∙‘형사고발’ 등의 “제재수단의 종류와 수준”에 대한 합의를 하며,
* 전원회의는 재적위원 과반수 찬성으로, 소회의는 3인의 만장일치로 의결함
* 소회의의 경우 만장일치가 되지 않을 때에는 전원회의에 회부됨

#### 의결서 작성

* 의결서는 심판관리관실에서 작성하며, 원칙적으로 합의된 날로부터 35일 이내에 작성함