NS홈쇼핑

2021 NS 공정거래 자율준수 편람

NS홈쇼핑

NS 공정거래 자율준수 편람

2021

NS홈쇼핑

2021

NS 공정거래 자율준수 편람

NS홈쇼핑

목차

I 공정거래 자율준수 선언문

1. 공정거래 자율준수 서약문 10

2. 공정거래 자율준수 프로그램 11
가. 공정거래 자율준수 프로그램의 의의 11
나. 공정거래 자율준수 프로그램의 8대 핵심요소 11
다. 공정거래 자율준수의 범위 12
라. 공정거래 자율준수 프로그램의 실행 16
마. 당사의 공정거래 자율준수 프로그램 도입 및 운영 현황 17
바. 당사의 CP조직 구성 19

2. 편람 제작의 필요성 및 목적 20
가. 편람 제작의 필요성 20
나. 편람 제작의 목적 20

II 공정거래제도 및 관련 법령의 이해

1. 공정거래제도 개관 및 공정거래위원회의 역할 24
가. 공정거래제도 개관 24
나. 공정거래위원회의 역할 24
다. 경쟁법(공정거래법)의 기초 개념 30
라. 적용범위 31
마. 공정위 조사 · 심판절차 및 불복절차 31
바. 법 위반행위에 대한 제재 33
사. 대안적 구제제도 34

2. 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 35
가. 경쟁제한적 기업결합의 금지(기업결합 심사제도) 35
1) 총설: 기업결합의 정의 및 유형 35
2) 기업결합의 신고 39
3) 기업결합의 심사 41
4) 기업결합 규정 위반 시 제재 43
나. 경제력 집중의 억제 47
1) 대규모 기업집단 시책 47
2) 기업집단제도 48
3) 상호출자 및 채무보증 제한제도 52
4) 금융 · 보험사 의결권 제한제도 54
5) 공시제도 56
6) 지주회사 제도 66
7) 부당지원 및 특수관계인에 대한 부당한 이익제공 금지 67

다. 일반 불공정거래행위 84
1) 경쟁제한적 행위의 규제 체계 84
2) 불공정거래 행위의 유형 및 기준 85
3) 다른 규제조항과의 관계 88
4) 위반행위에 대한 제재 88
5) 개별행위 유형별 기준 88
6) 보복조치의 금지 117
라. 재판매가격 유지행위의 제한 117
1) 재판매가격 유지의 경제적 효과 117
2) 재판매가격유지행위의 제한 117
3) 위법성 판단 기준 118
4) 위반 시 제재 118
마. 시장지배적 지위의 남용금지 118
1) 시장지배적 사업자의 정의 및 판단기준 118
2) 시장지배적 지위 남용행위 규제의 4단계 118
3) 시장지배적 지위남용 행위 유형 119
4) 시장지배적 지위남용 행위에 대한 제재 122
바. 부당한 공동행위의 제한 122
1) 부당한 공동행위 126
2) 부당한 공동행위의 추정 127
3) 부당한 공동행위의 구체적 예 127
4) 행정지도와 공동행위 131
5) 부당한 공동행위에 대한 제재 132
사. 사업자단체의 금지행위 133
1) 공정거래법상의 사업자단체 133
2) 사업자단체 금지행위 133
3) 위반 시 제재사항 133

3. 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 134
가. 대규모유통업법 적용대상 및 기준 134
나. 서면의 교부 및 서류의 보존의무 139
다. 상품대금 감액의 금지 143
라. 상품판매대금의 지급의무 145
마. 상품 수령거부 및 지체 금지 148
바. 상품의 반품 금지 149
사. 판촉비용의 부담전가 금지 152
아. 납품업자 등의 종업원 사용금지 등 156
자. 배타적 거래강요 금지 157
차. 경영정보 제공요구 금지 158
카. 경제적 이익제공 요구 금지 160

타. 매장 설비비용 보상 162
파. 기타 강요행위 등 금지 163
하. 보복조치의 금지 165
[참고] 대규모유통업법 위반 제재조치 166

4. 기타 공정거래 관련 법령 167
가. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 167
1) 사업자의 신원 등 표시의무 167
2) 신원 및 거래조건에 관한 정보제공 의무 168
3) 사업자의 광고 관련 의무 171
4) 개인정보 관련 의무 173
5) 거래 일반 의무 173
6) 결제 관련 의무 175
7) 청약 관련 의무 178
8) 전자상거래법 상 금지 의무 183
9) 온라인쇼핑몰 표준거래계약서 187
10) 해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관 187
나. 표시 · 광고의 공정화에 관한 법률 188
1) 표시광고법 체계 188
2) 개별 법령과의 관계 188
3) 표시 · 광고의 정의 및 범위 189
4) 부당한 표시 · 광고행위의 위법성 판단기준 189
5) 부당한 표시 · 광고행위의 유형 190
6) 부당한 표시 · 광고행위 관련 용어 정리 191
7) 부당한 표시 광고행위의 유형 예시 194
8) 기타의 거래내용 및 거래조건에 관한 사항의 표시 · 광고 194
9) 품목별 중요정보 항목 196
10) 표시 · 광고 실효성 확보를 위한 제도적 장치 197
11) 표시 · 광고의 책임을 지는 주체 198
다. 약관의 규제에 관한 법률 204
1) 약관의 정의 208
2) 중요내용의 설명의무 208
3) 개별 약정 우선의 원칙 209
4) 작성자 불이익의 원칙 210
5) 축소해석의 원칙 210
라. 소비자기본법 214
1) 소비자법 체계 216
2) 기초개념 216
3) 소비자기본법 내용 217
4) 소비자단체와 한국소비자원 219
5) 소비자 안전 219
6) 소비자 분쟁해결기준 220
7) 소비자피해 구제제도 222

마. 하도급거래 공정화에 관한 법률 225
1) 하도급법 일반 225
2) 하도급법 적용 대상 226
3) 하도급법 적용 대상 위탁거래 227
4) 하도급법 상 의무사항 및 금지사항 229

III 공정거래 자율준수 프로그램의 주요내용

1. 사전예방(내부감시)제도 240
가. 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정 240
나. 내부감사규정 247
다. CP 모니터링 운영지침 252
라. 내부신고처리규정 255
마. 계약/채권 업무처리 지침 260
바. 구매 및 용역계약 규정 266
사. CP 사전업무협의제도 운영지침 276
아. CP 문서관리지침 278
자. 윤리강령 279
차. 윤리강령 실천 지침 280
카. 이사회 규정 282
타. 감사위원회 운영규정 288
파. 내부거래위원회 운영규정 293

2. 사후조치(대응 프로세스)제도 296
가. CP 제재 운영지침 296
나. CP 포상지침 299
다. 불공정거래행위로 인한 협력사 피해보상 규정 302

3. NS 공정거래 준수 가이드라인 305
가. 대규모유통업법 가이드라인 305
나. 부당반품 가이드라인 313
다. 내부거래 가이드라인 316

IV 부록

1. 표준 거래계약서 및 약관 322
2. 공정거래 자율준수 체크리스트 355

CEO Message

사랑하는 NS임직원 여러분!

「2021년 공정거래 자율준수 편람」이 발간되었습니다.

NS는 2004년 공정거래 자율준수 프로그램(CP)을 도입한 이래 윤리와 준법을 최우선 행동기준으로 삼아 각종 규정과 제도 · 조직을 정비하고 교육과 캠페인 실시, 편람 배포 등을 통해 자율준수문화를 정착시켜 왔습니다.
그 결과 2018년 공정거래위원회 CP등급평가에서 AA등급이라는 업계 최고수준의 쾌거를 거뒀고,
체계적인 CP 활동으로 경쟁질서 확립과 기업의 사회적 책임을 성실히 이행하는 명문기업으로 자리매김하고 있습니다.

하지만 우리는 여기에 그치지 않고 더 큰 도전을 맞이하고 있습니다. 코로나로 인해 사회 · 경제 전반의 변화가 촉진되고 있고, 시대의 전환이 가속화되며 기업의 부침도 빨라지고 있습니다. 이 과정에서 우리는 변화에 대응하고 혁신하면서도 중심을 잃지 않아야 합니다. 우리의 모든 경영 활동이 사회의 약속인 법을 지키는 선에서 이루어져야 합니다. 이를 위해서는 임직원 모두가 각자의 자리에서 스스로를 자율적으로 점검하고 시정할 수 있도록 법령과 규정을 내재화하여야 할 것입니다.

중국 전국시대 전략가들의 책략을 정립한 전국책 중 '반구십리(半九十里)' 라는 말이 있습니다. 백 리를 가려는 사람이 구십 리에 이르러서도 겨우 반 정도 온 것으로 여긴다는 뜻으로 일을 끝마칠때까지 초심과 긴장을 잃지 않고 최선을 다한다는 뜻입니다. 임직원 여러분께서는 모두가 반구십리의 마음으로 준법 문화의 정착과 사회적 요구에 적극 부응하는 신뢰받는 백년기업으로의 기틀을 마련하는데 최선을 다 해주시기 바랍니다.

감사합니다.

2021년 공정거래 자율준수 편람을 내면서

代表理事 趙 恒 穆

자율준수관리자
Message

임직원 여러분, 안녕하십니까?

NS「공정거래 자율준수 편람 제8판」을 발간하게 되었습니다.

공정거래 자율준수 편람 제8판은 7판을 다방면에서 보완하여 임직원 여러분의 편람 가독성 및 가용성을 높이고자 하였습니다.

7판에 비교하여 웹툰 등을 추가하여 임직원 여러분이 보다 쉽게 편람에 다가설 수 있도록 노력하였으며, 2021년 기준으로 제 · 개정된 법령, 최신 심결례 · 판례 및 당사 사규 등의 최신 버전을 수록하였습니다. 또한, 체크리스트 뿐만 아니라 주요 업무 가이드라인을 소책자로 구성하여 휴대성을 높여 임직원 여러분이 업무 수행 시 사용이 편리하도록 개선하였습니다.

임직원 여러분의 가독성을 높이고자 노력했지만, 법률용어가 생소하여 다소 이해가 어려운 부분이 있을 수 있습니다. 이러한 부분은 언제든지 자율준수관리자 또는 전담부서에 문의하시기 바랍니다.

마지막으로, 임직원 여러분께서는 부서에 비치된 편람을 십분 활용하시어 위법사항 발생을 사전에 예방하고, 준법정신을 체득화하여 업무 처리 시 항상 준법경영을 실천하는 NS인이 될 수 있도록 관심과 노력을 당부 드립니다.

감사합니다.

「공정거래 자율준수 편람 제8판」 개정에 부쳐

자율준수관리자 이사 이 상 근

Ⅰ. 공정거래 자율준수 선언문

1. 공정거래 자율준수 서약문

2. 공정거래 자율준수 프로그램

2. 편람 제작의 필요성 및 목적

01 공정거래 자율준수서약문

당사는 매년 전 임직원이 공정거래 자율준수 서약을 실시함으로써 임직원의 준법정신 및 실천의지를 확인하고, 법규 준수와 상생 협력을 통해 지속적으로 성장하는 회사를 만들어가고 있습니다.

NS홈쇼핑

공정거래 자율준수 서약문

나는 (주)엔에스쇼핑의 임직원으로서 자율적으로 공정거래 법규를 준수하고 고객과 협력사를 보호함으로써, 공정하고 건전한 방송·유통산업 거래질서의 확립에 기여할 것을 다짐하며 다음과 같이 서약합니다.

하나. 협력사와 체결한 계약내용과 다르게 상품대금을 감액하지 않습니다.
하나. 협력사로부터 납품 받은 상품의 전부 또는 일부를 정당한 사유 없이 반품하지 않습니다.
하나. 판매촉진 행사를 실시하기 전에 협력사와 법적 기준을 준수하여 비용 부담 등 상세사항을 서면으로 정합니다.
하나. 협력사에게 정당한 사유 없이 경제적 이익 제공을 요구하거나 불이익을 제공하지 않습니다.
하나. 협력사에 대하여 방송편성을 조건으로 방송의 일자, 시각, 분량 및 제작비용을 불공정하게 결정하거나 취소 또는 변경하지 않습니다.
하나. 협력사에게 방송편성을 조건으로 타방송사에 대한 연계편성을 요구하지 않습니다.
하나. 계열회사 및 특수관계인을 부당하게 지원하거나 지원을 받지 않습니다.
하나. 고객에게 상품정보 및 거래기준을 명확히 고지하고, 고객의 동의를 받지 않은 고객정보는 이용하거나 제3자에게 제공하지 않습니다.

02 공정거래 자율준수 프로그램

가. 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)의 의의

공정거래 자율준수 프로그램이란 회사가 임직원으로 하여금 직무수행에 있어 법규를 준수해 나가도록 준법 감시체제를 스스로 마련하고 이를 운영·점검하는 활동으로, 법규위반에 대한 사후감독(감사 등) 전에 실시되는 사전적인 통제 시스템입니다. 넓은 의미로는 법규위반 외에도 기업 운영에 수반되는 제반 Risk를 사전에 통제하는 것을 포함하고 있습니다 (사규, 경영방침의 준수 등).

나. 공정거래 자율준수 프로그램의 8대 핵심요소

공정거래 자율준수 프로그램의 핵심요소는 최고경영진의 의지 천명(리더십), 자율준수관리자 임명(거버넌스), 자율준수편람(매뉴얼) 제작 및 배포, 프로그램 기준 및 절차 마련, 임직원 교육 훈련, 내부감시체계 구축, CP효과성 평가와 개선 조치로 이루어집니다.

1) CP 기준과 절차 마련 및 시행

임직원들의 업무 상 법 준수 실천을 위한 기준과 절차를 마련하고 시행합니다.
(→ NS: 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정)

2) 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원

최고경영자는 자율준수의지를 공개적으로 표명하고 CP운영을 적극 지원합니다.
(→ 자율준수의지 강화 선포식, CEO 메시지 등)

3) CP운영을 담당하는 자율준수관리자 임명

CP운영을 총괄 지휘하는 자율준수관리자를 임명합니다.
(→ 자율준수관리자 임명 이사회 보고 및 그룹웨어 공시)

4) 자율준수편람의 제작 및 활용

공정거래 관련 법규의 최신 제·개정 내용 및 CP 관련 사내규정 등을 포함한 편람(매뉴얼)을 제작하여 임직원에게 배포합니다.

5) 지속적이고 체계적인 자율준수 교육 실시

임직원을 대상으로 정기적으로 CP 관련 교육을 실시합니다.
(→ 전사 CP교육 및 특별 CP교육)

6) 내부감시체계 구축

임직원의 위법행위 사전 방지 및 조기 발견을 목적으로 정기적인 점검 및 감사 시스템을 구축하고 운용합니다.
(→ NS : CP 운영규정, 내부신고처리규정)

7) 공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재

탐지된 임직원의 위법 행위에 대해 제재를 가하고 추후 유사한 행위가 발생하지 않도록 예방합니다.
(→ NS : CP 제재운영지침)

8) 효과성 평가와 개선 조치

CP 운영이 효과적으로 계속될 수 있도록 정기적으로 CP 관련 평가를 실시하고 개선합니다.
(→ NS : 상/하반기 CP인식도 조사, CP교육 만족도 조사)

다. 공정거래 자율준수의 범위

공정거래 이슈는 회사 운영의 모든 영역에서 발생 가능합니다.

1) 공정거래

모든 사업자는 시장지배적 지위 남용행위, 부당한 공동행위, 사업자단체 금지행위, 불공정 거래행위 (거래거절, 차별적 취급, 경쟁사업자 배제, 부당한 고객유인, 거래강제, 거래상지위 남용행위 등), 대규모유통업법 위반행위, 전자상거래법 위반행위, 표시광고법 위반행위, 하도급법 위반행위 등을 하여서는 안 됩니다. 공정거래 위반으로 제재를 받을 경우, 회사의 이미지 손상 등 부정적 효과가 예상되므로 관련 법령을 숙지하여 준수하여야 합니다.

2) 부정청탁 및 금전수수

가) 누구든지 공무원이나 거래 상대방에게 부적절한 금전을 건네거나 받아서는 안 됩니다. 부적절한 금전 수수 시 뇌물죄, 배임죄, 수증재죄 등의 형벌 외에도 주가 하락, 대외 이미지 실추 등 부수적인 영향이 훨씬 클 수 있으므로 각별한 주의가 필요합니다. 부적절한 금전 수수의 예는 다음과 같습니다.

사례 뇌물공여사건

행위사실	S그룹 임원이 대통령등에게 그룹 경영권 승계와 관련한 부정한 청탁의 대가로 뇌물 86억원을 건넨 혐의
법적조치	징역 2년 6개월
부수적 효과	S그룹 시가총액 하루 만에 28조원 감소

나) 특히 부정청탁 및 금품등 수수의 금지에 관한 법률이 시행((2016.09.28) 됨에 따라,누구든지 직접 또는 제3자를 통하여 직무를 수행하는 공직자등(NS 임직원도 해당)에게 해당 법령을 위반하거나 지위·권한을 벗어나거나, 사회상규에 반하는 것을 내용으로 하는 청탁을 할 수 없게 되었고, 부정청탁을 하거나 신고의무를 불이행하면 제재를 받게 되었습니다. 또한 공직자등(NS 임직원도 해당)이 금품등을 수수하는 경우에도 처벌 등 제재를 받게 되었으므로 이를 위반하여 불이익을 당하지 않도록 높은 윤리의식과 각별한 주의가 요구됩니다.

3) 환경/안전/보건

가) 제조물책임

제조업체뿐만 아니라 수입업체 등에게도 동일하게 제조물책임이 부과됩니다. 그러므로 안전기준과 규제제도를 정비하고, 분쟁조정기관을 설치하며, PL보험에 가입하는 것이 필요합니다. 이를 통하여 소비자 클레임에 대비할 수 있고, 제품의 안정성 및 기업 경쟁력을 향상시킬 수 있습니다.

나) 당사는 입점업체가 화장품법, 의료기기법, 건강기능식품에 관한 법률, 식품위생법, 약사법 등 환경/안전/보건 관련 법령을 준수하였는지 여부를 반드시 확인하여야 합니다. 입점업체의 위법으로 인하여 제재를 받을 경우, 당사 역시 영업손실, 이미지 훼손, 행정처분 등 각종 손실이 발생할 수 있습니다.

다) 사고나 질병 발생 또는 발생 우려가 있는 경우 임직원은 즉시 회사에 보고하여야 하며, 회사는 근무환경을 개선하는 등 사고나 질병 발생 전 예방하여야 합니다. 이를 통해 비용 절감, 업무 효율 증진 및 쾌적한 근무환경 조성이 가능합니다.

4) 지식재산권 및 영업비밀

가) 지식재산권이란 특허권 · 실용신안권 · 디자인권 · 상표권 · 저작권 등을 총칭하며 산업활동과 관련된 사람의 정신적 창작물이나 연구결과 또는 창작된 방법을 인정하는 독점적 권리입니다. 지식재산권의 종류는 다음과 같습니다.

권리	특허	실용신안	상표	디자인	저작권
권리의 대상	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작	타자상품 식별을 위해 사용하는포장 (기호, 도형, 문자 등 시각적으로 인식 가능한 것+소리, 냄새 등 시각적으로 인식 불가능한 것)	물품(물품의 부분 및 글자체 포함)의 형상, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는것	인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물
등록요건 내지 보호요건	• 산업상 이용가능성 • 신규성 • 진보성	• 산업상 이용가능성 • 신규성 • 진보성	• 시각적 표현 가능성 • 자타상품 식별력 • 부등록 사유에 불해당	• 공업상 이용가능성 • 신규성 • 창작성	• 사상 및 감정의 표현 • 창작성
보호기간	출원시부터 20년까지	출원시부터 10년까지	등록일부터 10년+갱신	출원시부터 20년까지	저작자 생존시+사후 70년

나) 당사는 위 지식재산권 취득/유지와 관련하여 특허 등록, 상표 출원·등록 등 필요한 절차를 모두 이행하여 지식재산권을 보호하여야 합니다. 뿐만 아니라, 타인의 지식재산권을 침해하는 행위를 하여서도 아니 됩니다. 타인의 지식재산권 침해 시 민사적 배상은 물론, 관련 법령에 따라 처벌받을 수 있습니다.

다) 특허제도와 유사한 제도로 영업비밀보호제도가 있습니다. 특허 등록으로 보호하기 부적합한 영업비밀의 경우 영업비밀보호제도로 보호가 가능합니다. (부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률)

특허	vs.	영업비밀
기술의 공개	기본적 속성	기술의 비공개
출원심사 등록의 과정을 통해 발생	권리의 발생	별도의 절차 없이 창작에 의해 발생
절대적, 대세적 효력	권리의 효력	상대적, 대인적 효력
출원시로부터 20년	보호기간	영업비밀성이 유지되는 동안

라) 지식재산권 남용행위

- 특허 취득(표준기술 설정) 과정에서의 부당행위 : 경쟁법 적용 가능
- 실시허락(거절/제한/조건부) 과정에서의 남용행위 : 경쟁법 적용 가능

5) 방송 관련 법령

당사는 방송법상 방송채널사용사업자로서, 방송법 및 동법 시행령, 시행규칙과 방송심의에 관한 규정, 상품소개 및 판매방송 심의에 관한 규정 등 방송 관련 법령의 적용을 받습니다. 해당 법령에 의해 금지되는 주요 행위 및 사례는 다음과 같습니다.

법령 명칭	주요 금지행위
방송법	- 방송편성을 조건으로 상품판매방송의 일자, 시각, 분량 및 제작비용을 불공정하게 결정·취소 또는 변경하게 하는 행위 - 방송편성을 조건으로 제작비용의 전부 또는 일부를 부당하게 전가하는 행위 등
방송심의에 관한 규정	- 방송의 공적책임 위반행위 - 사생활 침해, 명예훼손, 인권침해 등 권리침해행위 - 성표현, 폭력묘사 등 부적절한 표현 사용행위 등
상품소개 및 판매방송 심의에 관한 규정	- 중요정보 누락행위 - 한정판매 등 허위표현 사용행위 - 보도형식 표현행위 - 경쟁상품 부당비교행위 등

사례 거짓·과장광고사건

행위사실	L사가 TV홈쇼핑 방송에서 정품보다 용량이 적고 가격도 책정되지 않은 화장품 샘플을 정품인 것처럼 광고함(정확한 제품 구성과 용량은 방송 시작 직후와 종료 직전 단 2차례 각 1초씩 방영하는 등 샘플이라는 사실이 명확히 고지되지 않음)
조치	시정명령(금지명령), 과태료 800만원

6) 회사 자산의 부적절한 이용

내부자 거래, 주가조작 등 회사의 재산이나 정보를 개인적인 이익을 얻을 목적으로 이용하는 행위는 금지됩니다. 이를 위반 시 다음과 같은 Risk가 존재합니다.

가) 금융감독원의 단속 대상
나) 적발 시 형사처벌의 대상
다) 내부자로부터 미공개 정보를 직접 들은 '1차 정보 수령자'도 같은 처벌

사례 시장질서 교란행위

행위사실	K사 직원들이 협력사가 홈쇼핑을 통해 상품 판매를 재개한다는 소식을 미리 듣고 협력사의 주식을 미리 사뒀다가 주가가 오른 뒤 되팔아 차익을 남김
조치	과징금 4억7990만원 부과

7) 보안/고객정보보호

가) 고객의 개인정보는 기업의 마케팅 주요자산입니다. 한편으로는 전자상거래 활성화로 인하여 고객정보 보호의 중요성이 더욱 높아져, 정보 유출이 불가능한 내부체계 구축이 필요합니다.

사례 개인정보 유출사건

행위사실	해커에 의해 인터넷쇼핑몰인 I사의 내부 전산망이 해킹 당하는 사고가 발생하여, 회원들의 비밀번호와 생년월일, 휴대전화 번호 등 개인정보가 유출됨
조치	1인당 각 10만원의 손해배상 판결

나) 뿐만 아니라, 신용정보보호법(제43조), 정보통신망법(제32조), 개인정보보호법(제39조)에 징벌적 손해배상제도가 도입되어 최대 3배까지 손해배상해야 합니다.

8) 준법경영 및 이사회 운영

가) 계열회사간 거래 시 체크리스트

(1) 거래의 필요성 및 거래조건의 합리성 (계열회사 부당지원, 총수일가 부당이익제공 여부 검토)

(2) 계약서 작성

(3) 내부수권절차 (이사회, 내부거래위원회 등)

(4) 공시

(5) 당사자 일방이 상장회사/해외계열회사인지 여부

나) 자기거래

이사 또는 주요주주(발행주식총수의 10% 이상 보유 또는 사실상 영향력을 행사하는 주주) 등의 자가 자기 또는 제3자의 계산으로 회사와 거래를 하기 위하여는 미리 이사회에서 해당 거래에 관한 중요사실을 밝히고 이사회의 승인을 받아야 합니다. 이 경우, 이사회의 승인은 이사 3분의 2 이상의 수로써 하여야 하고, 그 거래의 내용과 절차는 공정하여야 합니다.

다) 상장회사의 이해관계자에 대한 신용공여 금지

상장회사는 주요주주 및 그의 특수관계인, 이사 및 집행임원, 감사를 상대방으로 하거나 그를 위하여 신용공여(금전 등 경제적 가치가 있는 재산의 대여, 채무이행의 보증, 자금 지원적 성격의 증권 매입, 그 밖에 거래상의 신용위험이 따르는 직접적 · 간접적 거래)를 하여서는 안 됩니다. 단, 복리후생을 위한 경우, 다른 법령에서 허용하는 경우, 상장회사의 경영건전성을 해칠 우려가 없는 경우 등에는 예외적으로 신용공여가 허용됩니다.

라) 이사회

(1) 이사회의 구성

이사회는 사내이사, 사외이사, 기타 비상무 이사의 3인 이상의 이사로 구성되어야 하며, 각각 구별하여 선임 및 등기하여야 합니다. 이사회의 의장은 대표이사로 하며, 감사위원회 및 사외이사 추천위원회 등 위원회는 3인 이상의 이사로 구성됩니다.

(2) 이사회의 결의사항

중요한 자산의 처분 및 양도, 대규모 재산의 차입, 영업의 전부 또는 중요한 일부의 양수도, 지점의 설치나 이전 또는 폐지 등 회사의 업무집행은 이사회 결의로 하여야 합니다.

(3) 이사회의 결의방법

(가) 결의요건 : 과반수 출석 및 출석이사의 과반수 찬성

- 예외 : 재적 이사 2/3 이상 - 이사의 자기거래 및 회사의 기회 및 자산의 유용 승인
- 정관 규정으로 가중은 가능하나 완화는 불가능

(나) 1인 1의결권

- 감사는 출석 및 의견 진술권은 있으나 의결권은 없음
- 이사 상호간 또는 이사와 주주 기타 제3자 간의 이사의 의결권을 구속하는 계약은 무효임

(다) '특별이해관계 있는 이사'의 의결권 제한

- 개인적 이해관계가 있는 경우: 자기거래, 경업, 회사 사업기회 이용 등(대표이사 선임, 해임은 해당되지 않음)
- 이해 관계 있는 이사의 출석은 출석 정족수 산정에는 포함, 결의 정족수 산정에는 불포함

(라) 출석: 모든 이사가 음성을 동시에 송수신하는 원격 통신수단에 의하여 결의에 참가 가능

(마) 표결 방식: 자유이나, 비밀·무기명 투표는 허용되지 않음(이사의 책임)

(바) 의사록

- 작성의무(상법 제391조의3): 의사의 안건, 경과요령, 그 결과 및 반대하는 자와 그 반대이유 작성 후 출석한 이사 및 감사가 기명 날인 또는 서명하여야 함
- 등기사항인 경우 공증 필요
- 비치의무는 없음(통상 본점에 배치하는 것이 실무적 관행)
- 열람등사 청구권
  - 주주 : 영업시간 내 열람 또는 등사 청구 가능 (채권자는 권리 無)
  - 회사 : 정당한 이유 존재 시, 거절 가능
  - 회사 거절 시 : 주주는 법원의 허가를 얻어 열람 또는 등사 가능

라. 공정거래 자율준수 프로그램의 실행

공정거래 자율준수 프로그램은 ① 실행체계 구축, ② 자율준수 촉진, ③ 운용성과 평가를 통한 프로그램 개선의 3단계로 나누어 실행됩니다.

【공정거래 자율준수 프로그램의 3단계】

□ 1단계 : 실행체계의 구축

- 기업이 추구하는 자율준수 정책의 목표를 명확히 설정하여 행동강령이나 행동준칙을 마련한 다음, 자율준수 관리자(임원)를 임명하고 조직(자율준수 전담부서 등)을 구축하여 적절한 권한과 책임을 부여

□ 2단계 : 자율준수의 촉진

- 자율준수 전담부서가 중심이 되어 자율준수 편람의 작성, 임직원에 대한 교육 실시, 내부통제 체제의 구축 등을 위한 인적·물적 자원의 투입이 이뤄짐

□ 3단계 : 운용성과 평가 및 프로그램 개선

- 프로그램의 전반적인 운영 실태에 대해 평가를 실시하고 그 결과를 토대로 자율준수 정책이나 운영제도에 관한 개선 시도

마. 당사의 공정거래 자율준수 프로그램 도입 및 운영 현황

당사는 2004년부터 공정거래 자율준수 프로그램을 도입하여 자율준수 실행체계를 구축하였고, 2010년부터 잠시 중단되었던 공정거래 자율준수 프로그램을 2016년 말부터 재구축 하여, 2018년에는 공정위의 CP등급평가에서 AA등급이라는 업계 최고 수준의 결과를 이루어내, 현재까지 지속적으로 다양한 CP운영을 진행하고 있습니다.

1) 2019년 공정거래 자율준수 프로그램의 운영 현황은 다음과 같습니다. (이사회 보고 완료)

2019년은 NS윤리준법시스템을 구축하여 윤리·준법경영의 통합 관리를 가능케하고, 자율준수문화 확산 캠페인 등을 실시함

실행월	실행사항
3월	- 상반기 CP점검 실시 : 1차) 이용약관 내 법적 리스크 발굴 2차) CP 관련 사규 전면 재점검
4월	- CP전사교육 : CP골든벨 실시 등 CP 관련 다양한 오프라인 행사 진행
4,7,8,9,11월	- NS자율준수의 날 및 CP Week 신설
6월	- NS Way(사보) 이용한 CP 전략 홍보 진행
7월	- NS윤리준법시스템 구축 및 오픈 - 협력사 대상 만족도 조사 실시
8월	- CP특별교육 : 자율준수담당자 대상 역량 강화교육 실시 - 자율준수책임자 및 담당자 대상 간담회 실시 - 하반기 CP점검 실시 : 공정위 판촉비 부담전가 심시지침 관련 프로세스 점검
11월	- NS윤리준법시스템 연동한 전사 CP교육 실시
12월	- 온라인 전사 CP교육 이수 우수 임직원 포상

2) 2020년 공정거래 자율준수 프로그램의 운영 현황은 다음과 같습니다. (이사회 보고 완료)

2020년은 NS윤리준법시스템 개편을 통해 임직원의 접근성 및 사용 편의성을 향상시키고, 코로나19 발생에 따라 CP 교육의 전면적인 온라인화를 즉각 도입/실시함

실행월	실행사항
2-3월	- 상반기 CP점검(1차) : 반품 관련 지침 내 법적 리스크 발굴
4월	- 상반기 CP 전사교육 : 대규모유통업법의 이해
5월	- CP교육 성적우수자 포상 실시 - 상반기 CP점검(2차) : 일부 공산품의 화장품으로의 품목 전환 관련 법 준수
6월	- NS윤리준법시스템 마일리지 부여 프로세스 개선 - 상반기 CP 특별교육 : 지식재산권
7월	- 자율준수책임자 및 담당자 변경 임명 - NS윤리준법시스템 마일리지 우수자 포상 실시

8월	- 교육 영상 컨텐츠 제작
9월	- 하반기 CP전사교육(1차) : 한 눈에 보는 NS준법교육 - SNS 인플루언서 광고·협찬 가이드라인 제정 및 배포
10월	- 하반기 CP점검(1차) : 전자계약 관련 프로세스 및 계약서 양식 재점검
11월	- 하반기 CP 전사교육(2차) : 전자상거래법
12월	- CP포상지침 개정 - 하반기 CP점검(2차) : 판매촉진비용 약정서 체결 운영 점검 - 하반기 CP 특별교육 : 표시광고제도의 이해 - NS윤리준법시스템 준법상담 게시판 신규 개설 및 CP사이버교육 게시판 리뉴얼 - 2020 CP모범상 선정 및 포상 실시 - 대규모유통업법 가이드라인 제정 및 배포

3) 2021년에는 이사회에 보고한 운영계획을 바탕으로 아래와 같이 적극적인 CP 운영활동을 수행하였습니다.

2021년은 계약 체결 프로세스, NPB상품 관련 가이드라인 등을 배포하여 임직원의 업무상 유의사항을 인지하도록 하였으며, NS윤리준법시스템 마일리지 부여 프로세스 등을 개편함

실행월	실행사항
1월	- 2021년 CP 운영계획 수립
2월	- 2021년 연간 CP점검 계획 수립 및 보고
3월	- 2021년 연간 CP비용 집행계획 수립 및 보고
4월	- 상반기 CP 전사교육 : 청탁금지법 - CP교육 성적우수자 포상 - 공정거래 자율준수 임직원 전자서약 실시 - 상반기 CP인식도 조사 실시 및 결과보고(그룹웨어 공시)
5월	- 상반기 CP 특별교육 : 표시광고법, 전자상거래법 - 상반기 CP점검(1차) : NPB상품 계약 관련 프로세스 수립 및 가이드라인 배포
6월	- 상반기 CP 점검(2차) : 전자 직매입계약 체결 프로세스 - 상반기 CP 점검(3차) : 서면 계약 체결 프로세스 재수립
8월	- 하반기 CP 전사교육(1차) : 유통업분야 공정거래교육
10월	- 하반기 임직원 CP인식도 조사 실시 및 결과보고(그룹웨어 공시) - 자율준수담당자 변경 임명
11월	- 하반기 CP 전사교육(2차) 실시 : 사례로 보는 지식재산권 - 하반기 CP 교육 만족도 조사 실시 - 하반기 CP 점검(2차) 실시 : CP 관련 사규 전면 재점검 및 개정
12월	- 2021년 CP 모범상 선정 및 포상 실시 - 공정거래 자율준수 편람 제8판 제작 및 배포

바. 당사의 CP 조직 구성

당사는 자율준수 전담부서 배치, 감사 및 법무 조직과의 연계하여 CP 조직을 구성하고 있습니다.

[CP조직구성도]

2021. 10. 06 기준

03 편람 제작의 필요성 및 목적

가. 편람 제작의 필요성

2021년 공정거래 자율준수 편람 제8판을 발간합니다. 올해 발간하는 제8판은 2018년 발간한 공정거래 자율준수 제7판을 보완 개정하여 임직원 여러분의 편람 가독성 및 가용성을 높이고자 노력하였습니다. 2021년 최신 법령 제·개정내용 및 판례·심결례를 반영하였고, 웹툰을 추가 수록하여 이해를 돕고자 하였습니다. 본 편람을 숙독하여 업무 수행 시 위법 사항이 발생하지 않도록 유의해주시기 바랍니다.

측 면	내 용	
법률 리스크 관리	국내외 기업의 위법행위에 대한 법적 제재 빈도 및 수준 증가	- 공정거래 관련 법규 위반 시 거액의 과징금 부과 및 형사 고발, 행정 제재 - 담합의 경우 손해배상청구 일상화
	관련 법규의 강화로 인한 리스크 증대	- 상법 : 준법지원인 제도, 이사의 사업기회유용·자기거래 규제 강화 - 공익신고자보호법 : 위법행위에 대한 내부고발 증가 - 공정거래법 개정으로 인한 규제 강화 - 개인정보보호법 : 고객정보 등 보안관리 Risk 증가
실질적 필요성	회사 내부로부터의 소요	- 기업 이미지. 신용도 저하 방지 - 매출/이익 감소 등 경제적 손실 방지
	협력사 및 고객으로부터의 소요	- 위법사항 발생 시 거래 중단조치 위험 - 위법행위 내용의 외부로의 전파·고발 가능성
	사회로부터의 소요	- 언론의 부정적인 보도 사전 대처 - 클레임 및 불매운동 예방

나. 편람 제작의 목적

1) 공정거래 자율준수 프로그램(CP)의 지속성 및 계속성 확보

2021년 발간한 편람 제8판은 공정거래 자율준수 프로그램(CP)의 지속적이고 계속적인 운영을 통해 임직원의 준법정신을 고취시키고, 사내 자율준수 문화를 확산함으로써 준법경영을 핵심으로 하는 기업임을 확고히 하기 위하여 제작하였습니다.

가) 불공정행위에 대한 적극적인 내부신고 유인 및 감사를 통한 위법 Risk에 대한 선제적 조치

나) 공정거래 자율준수 프로그램을 담합에 대한 자진신고의 기회로 활용

다) 임직원의 위법행위에 대한 기업책임을 감면하는 사유로 활용

『예』 이사·주요주주 등 이해관계자와의 거래 규정 위반 시 양벌규정을 두고 있으나, 공정거래 자율준수 프로그램의 이행은 법인에 대한 벌금 부과 면제 사유로 활용 여지 있음(상법 제634조의3)

2) 공정거래 자율준수 프로그램(CP)의 리스크 관리 단계

리스크 식별
업무 프로세스 상 법규 위반 리스크 및 행위유형 식별

↓

리스크 평가
리스크 발생 가능성 및 영향력 평가를 통한 리스크 등급화

↓

리스크 통제
발생가능성·영향력 높은 리스크 대상 개선방안 및 실행계획 수립

↓

모니터링
Compliance 리스크 통제활동 관련 주기적 모니터링

↓

보고
정기·비정기로 평가 및 모니터링 결과를 경영진에 보고

3) 공정거래 자율준수 프로그램(CP)의 지속적 운영에 대한 효과

공정거래 자율준수 프로그램을 지속 발전시켜 사내 자율준수 문화가 확산되면 공정위 등 관련 부처로부터 인센티브를 부여받을 수 있으며, 회사의 대외적인 이미지 향상, 법적 분쟁 리스크 감소, 글로벌 스탠다드 준수, 준법경영 실현 등의 다방면에서 긍정적 효과를 낼 수 있습니다.

4) <2021 CP 편람>의 특징

- 2021 제·개정 법령 및 제도, 사내규정 등을 반영
- 변호사 감수를 통한 정보의 정확성 및 전문성 확보
- 주요 준법 가이드라인을 소책자에 게재하여 임직원의 사용 편의성 증대
- 웹툰 추가를 통한 임직원 편람 접근성 향상
- 유의부서 아이콘 변경 등을 통한 편람 가독성 증진

우리 회사는 지속적인 CP 운영 및 관리를 통해 준법경영을 실천하고자 합니다. 임직원 여러분 또한 본 편람을 항상 가까이하며 준법의식을 제고하여 우리 회사의 준법경영을 극대화할 수 있도록 함께 해주시기 바랍니다.

Ⅱ. 공정거래제도 및 관련 법령의 이해

1. 공정거래제도 개관 및 공정거래위원회의 역할

2. 독점규제 및 공정거래에 관한 법률

3. 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률

4. 기타 공정거래 관련 법령

01 공정거래제도 개관 및 공정거래위원회의 역할

가. 공정거래제도 개관

1) 공정거래제도는 시장경제체제의 기본원리인 '기업 간의 공정하고 자유로운 경쟁'을 보장하기 위한 경제활동의 기본질서를 확립하기 위해 마련된 제도
2) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법')의 목적

공정거래법 제1조(목적)

이 법은 사업자의 시장 지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모함을 목적으로 한다.

나. 공정거래위원회(이하 '공정위')의 역할

1) 경쟁촉진 (경쟁정책 - 사업자와 사업자)

가) 각종 진입장벽 및 영업활동을 제한하는 반경쟁적 규제를 개혁하고 경쟁제한적 기업결합을 규율함으로써 경쟁적 시장환경을 조성

나) 시장 지배적 지위(독과점) 남용행위, 부당한 공동행위(카르텔), 기타 불공정거래행위(경쟁제한적 행위)를 금지함으로써 시장에서의 공정한 경쟁질서를 확립

다) 정부 각 부처에서 정책을 수립할 때 경쟁의 원리가 중요한 요소로 고려되도록 하기 위하여 정부에 경쟁원리를 확산시킴

2) 소비자 주권 확립 (소비자정책 - 사업자와 소비자)

가) 소비자에게 일방적으로 불리하게 만들어진 약관조항을 시정하고 표준약관을 보급함으로써 불공정 약관으로 인한 소비자 피해를 방지 (약관법)

나) 소비자 주권을 확립하고 소비자 안전을 보호 (소비자기본법, 제조물책임법)

다) 허위·과장의 표시·광고를 시정하고 소비자 선택에 꼭 필요한 중요정보를 공개하도록 함으로써 소비자가 정확한 정보를 바탕으로 합리적인 선택을 할 수 있도록 함 (표시광고법)

라) 할부거래(상조업 등), 방문판매, 다단계판매, 전자상거래 등 특수한 거래분야에서 나타날 수 있는 특수한 유형의 소비자피해를 방지 (할부거래법, 방문판매법, 전자상거래법)

구분		주요법령		주요관련기관
		공정위소관	타부처소관	
규제행정	거래적정화	공정거래법, 표시광고법, 할부거래법, 방문 판매법, 약관법, 전자상거래법	품질경영 및 공산품안전 관리법, 산업표준화법	공정위, 산업통상부
	안정성	소비자기본법	약사법, 식품위생법, 품질경영 및 공산품안전관리법	복지부(식약처), 한국소비자원
지원행정	정보제공	표시광고법	각 부처 개별법령	공정위, 한국소비자원
	소비지교육	소비자기본법	평생교육법	각부처
	피해규제	소비자기본법 제조물책임법	민법	공정위 한국소비자원, 법원

3) 중소기업 경쟁기반 확보 (공정거래정책 - 사업자와 사업자)

가) 사업자간 거래에 있어서의 불공정한 거래를 방지하고 시정 (공정거래법)

나) 하도급대금지급, 물품수령 등 하도급 거래에서 발생할 수 있는 대형업체들의 각종 불공정행위를 시정함으로써 중소 하도급업체의 발전기반을 확보 (하도급법)

다) 대형유통업체, 가맹사업본부, 본사 등이 거래상의 우월적 지위를 이용하여 중소 입점·납품업체, 가맹점, 대리점에게 행하는 각종 불공정행위를 시정 (대규모유통업법, 가맹사업법, 대리점거래법)

4) 경제력 집중 억제 (경제력집중억제정책 - 대기업집단)

대기업집단 계열사간 상호출자 금지, 채무보증 금지, 부당내부거래 억제 제도, 지주회사 규제, 금융계열사 의결권 제한 등을 운영함으로써 선단식 경영체제의 문제점을 시정

[즐거운 경쟁이야기 - 공정거래위원회의 역할1]

※ 출처: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)

[즐거운 경쟁이야기 - 공정거래위원회의 역할2]

엄마엄마! 소식 들으셨어요?
응?무슨 소식?

핸드볼 대회에서 편파판정으로 피해를 본 나라들이 재경기를 한대요!
오~!! 그거 잘됐네!!

최선을 다하면 항상 좋은 결과가 있나봐~
하하 정말요

심판의 공정한 판정은 공정한 경쟁을 위한 필수요소입니다.
스포츠에서는 심판의 역할이, 시장에서는 공정위의 역할이 그만큼 중요하겠죠!
하하하~

다. 경쟁법(공정거래법)의 기초 개념

1) 시장, 경쟁, 거래의 개념

가) 시장 : 어떤 상품/서비스의 수요와 공급이 이루어지는 상황과 메커니즘으로서, 경쟁정도와 성격에 따라 완전경쟁시장, 독점시장, 과점시장, 독점적 경쟁시장, 경합시장 등이 있음

나) 경쟁 : 같은 업종의(같은 거래단계의, 수평적 관계의) 다른 사업자보다 고객, 판매, 시장점유율, 이익을 늘리기 위해 노력하는 과정

다) 거래 : 전/후방의 사업자와의 수직적 관계에서 발생하며, 거래상대방에 대한 수직적 제한이 수평적 관계의 경쟁사업자에게도 영향을 미칠 수 있음

2) 경쟁법의 집행과 경제분석

가) 특정 행위만으로 위법 여부가 결정되지 않으며, 경제학 이론을 바탕으로 특정 기업행동에 대해 경제분석 과정을 거쳐 법률적 결론을 도출하게 됨

나) 경제분석 : 산업(시장)분석, 시장 획정, 경쟁제한효과 분석, 손해배상액 산정을 위한 경제분석

3) 관련시장과 경쟁제한성

가) 관련시장 : 거래의 객체별(관련 상품시장), 단계별(제조/도매/소매 등), 지역별(관련 지리적시장), 거래상대방별(특정 구매자군/특정판매자군)로 경쟁관계에 있거나 경쟁관계가 성립될 수 있는 분야를 말함(= '일정한 거래분야')

나) 시장획정 : 관련시장의 획정은 경쟁법 집행의 출발점으로서, '기업결합' 사건과 '시장지배력 남용행위' 사건에 많이 활용됨

다) 경쟁제한성 : 경쟁제한 효과(잠재적 효과 포함)와 효율성증대 효과(실무상 입증 곤란)의 비교형량으로 판단

라) 당연위법과 합리의 원칙

(1) '당연위법' : 일정 요건사실 충족 시 그 자체로 불법으로 간주되는 것

(2) '합리의 원칙' : 어떤 행위 외형이 존재하더라도 그 자체로 위법성을 인정하지 않고, 경쟁제한효과, 목적/의도, 효율성증대효과 등을 종합적으로 검토하는 것

라. 적용범위

1) 적용 대상 : 모든 사업자의 행위 (사업자로서 활동하는 행정기관, 개인사업자도 적용됨)

2) 적용 제외(공정거래법 제58~60조) : ① 법령에 따른 정당한 행위 ② 무체재산권의 정당한 행사 행위 ③ 일정한 조합의 행위

마. 공정위 조사/심판절차 및 불복절차

1) 조사절차

가) 공정위의 조사권 : 사업자의 자발적인 협조를 전제로 하는 '임의조사'이지만, 조사방해의 경우 형사처벌까지도 가능하므로 사실상 강제조사에 준함 (공정거래법 제66조)

나) 공정위의 조사절차

(1) 전산실이나 사내통신망 등의 전체 전산자료에 대한 수색 또는 열람을 요구하는 것은 거부할 수 있음 (판례)

요령 예시

① 전자정보(이메일, 전자문서 등)는 조사목적 범위 내의 것만을 담당자가 보여주는 방식으로 확인해 달라고 요청할 수 있으며, 그 과정에서 법 위반과 관련될 수 있는 부분의 자료 제출을 요청할 경우 출력물로 주거나 저장매체에 복사하여 주는 방식으로 제출함

② 개인정보, 영업비밀 등이 포함되었다는 이유로 공무원이 어느 정도 자료의 범위를 특정하여 열람/제출을 요구하는 경우에는 이를 거부할 수 없고, 거부 시 조사방해가 성립할 수 있음

③ 저장매체 자체를 직접 반출하거나 저장매체에 들어 있는 전자파일 전부를 하드카피나 이미징 등 형태로 반출 제한 (판례)

※ 디지털 증거의 수집·분석 및 관리 등에 관한 규칙('포렌식 고시') 및 3가지 예규 제정 (2018.4.3시행) : 포렌식 조사의 투명성·신뢰성 및 정보보호 강화

(2) 조사공문에 적시된 것 외의 조사에 대해서는 거부할 수 있음

조사공문 제시를 요청하여 조사기간/목적/범위 등을 구체적으로 파악하고, 이와 관련이 없는 사항에 대한 조사권 행사에 대하여 이의제기 가능

2) 심판절차

3) 불복절차 : 이의신청, 행정소송/집행정지, 헌법소원

바. 법 위반행위에 대한 제재

1) 시정조치 : 법 위반 상태를 제거하고 시장질서를 회복시키기 위한 공법상의 조치 (행정제재)

가) 유형

(1) 모든 위반행위 공통(2가지) : 위반행위 중지명령, 시정명령을 받은 사실의 공표명령

(2) 기타 : 각 위반행위 유형별로 특유한 시정명령 (예: 가격인하명령, 주식처분명령 등)

(3) 시정권고 : 수락 시 시정명령을 한 것으로 봄

나) 효력 : 처분 통지를 받은 날(또는 이의신청 재결서 정본송달 받은 날)로부터 30일이 경과한 후에는 누구도 시정조치의 효력을 다툴 수 없음 (불가쟁력)

다) 시정명령 불이행죄 : 공정위의 고발을 전제로, 2년 이하 징역 또는 1억5천만원 이하 벌금 (공정거래법 제67조 제6호)

2) 공표명령 : 시정명령과 공표명령이 함께 내려진 경우, 공표명령만의 취소를 구할 수 있음 (고법판례)

3) 과징금 : 행정법상의 의무 위반에 대하여 행정청이 그 의무자에게 부과·징수하는 금전적 제재 (원칙적으로 법 위반의 효과가 중대한 경우에 부과됨)

가) 과징금액 : 각 위반행위 유형별로 '대통령령이 정하는 매출액'의 일정 비율 또는 일정액을 부과 한도로 함

[공정거래법 시행령 제9조] '관련매출액'

과징금 부과 한도의 기준이 되는 매출액('관련매출액') : 위반사업자가 위반기간 동안 일정한 거래분야에서 판매한 관련상품이나 용역의 매출액 또는 이에 준하는 금액

나) 과징금 고시 ('과징금부과 세부기준 등에 관한 고시') : 공정거래위원회 내부의 사무처리준칙일 뿐이고 대외적으로 국민이나 법원을 기속하는 효력이 없음 (판례)

다) 과징금 납부명령의 추가 변경 문제

판례

"공정거래위원회가 동일한 법령 위반행위에 대하여 새로운 부과기준 자료를 발견한 경우, 이를 기준으로 산정한 과징금액과 당초의 과징금액의 차액에 대하여 다시 과징금 납부명령을 하는 것은 허용되지 않는다."

라) 과징금 징수 및 가산금 : 과징금 부과 통지가 있은 날로부터 60일 이내에 과징금을 납부해야 하고, 기한 내 완납하지 않으면 체납 과징금에 대해 가산금을 징수함

4) 형사처벌 (공정거래법 제66~69조)

가) 양벌규정(공정거래법 제70조) : 공정거래법 제66~68조 위반행위에 적용됨 (벌금형)

나) 전속고발제도 (공정거래법 제71조)

(1) 적용범위 : 공정거래법 제66, 67조 위반행위

(2) 내용 : 공정거래위원회의 고발이 있어야 검찰이 공소를 제기 가능

(3) 한계 : 공정위의 자유재량이 아니고, 공소제기 후 고발취소 불가

① 공정위의 고발의무 (검찰총장에게)

- 법 위반의 정도가 객관적으로 중대·명백하여 경쟁질서를 현저히 저해하는 경우
- 검찰총장, 감사원장, 조달청장, 중소벤처기업부장관의 고발요청이 있는 경우

② 검찰총장의 고발요청권 : 법 위반의 정도가 객관적으로 중대·명백하여 경쟁질서를 현저히 저해하는 경우 공정위에 고발요청 가능

③ 감사원장, 조달청장, 중소벤처기업부장관의 고발요청권 : 공정위가 고발의무 요건불비로 판단하더라도 공정위에 고발요청 가능

5) 과태료(공정거래법 제69조의2), 이행강제금(경쟁제한적 기업결합)

6) 민사상 손해배상 : 사업자 또는 사업자단체는 공정거래법 규정을 위반하여 피해 입은 자가 있는 경우 손해배상의 책임을 진다. (공정거래법 제56조)

[손해배상청구권 성립요건]

(1) 공정위의 시정조치 여부와 관계없이 소 제기 가능 (시정조치 전치주의 폐지)

(2) 과실책임이지만, 고의·과실이 없다는 점을 행위사업자가 입증 (입증책임의 전환)

(3) 기타 : 민법상의 소멸시효 규정 적용, 손해액 인정제도 도입 (공정거래법 제57조), 징벌적 손해배상 규정(공정거래법 제56조 제3항, 2018.9.18. 신설)

사. 대안적 구제제도

1) 동의의결제도

행위의 위법 여부가 불분명하고, 그 판단에 많은 노력과 시간이 필요한 경우 사업자가 스스로 원상회복, 소비자피해구제 등 시정방안을 제안하고, 공정위가 이해관계자 등의 의견수렴을 거쳐 그 타당성을 인정하는 경우 위법 여부를 확정하지 않고 사건을 신속히 종결하는 제도

2) 공정거래법상 분쟁조정제도

가) 의의 : 중립적인 조정자가 분쟁당사자의 이해관계를 조정하여 마련한 조정안에 대하여 당사자의 수락을 권고하여 양 당사자가 수락하면 조정이 성립하고, 일방이라도 수락을 거부하면 조정은 불성립하여 소 제기 등 다른 절차로 이행하게 됨

나) 조정조서의 작성과 효력

(1) 조정사항에 대해 조정이 성립하면 기명날인 한 조정조서를 작성하고, 분쟁당사자는 조정에서 합의한 사항을 이행한 후 그 결과를 공정위에 제출해야 함

(2) 공정위는 합의사항 이행 시 시정조치 및 시정권고를 하지 않음

(3) 조정결과는 재판상 화해화 동일한 효력(기판력) : 조정내용 불이행 시 상대방은 법원을 통해 강제집행 가능

02 독점규제 및 공정거래에 관한 법률

유의 경영지원

가. 경쟁제한적 기업결합의 금지 (기업결합 심사제도)

1) 총설 : 기업결합의 정의 및 유형(공정거래법 제7조)

가) 기업결합의 정의(개념)

개별기업의 경제적 독립성이 소멸됨으로써 사업활동에 관한 의사결정권이 통합되는 기업 간의 자본적·인적·조직적 결합으로서, 법적으로 하나의 법인체로 통합되는 경우도 있고, 기업활동의 일부가 동일한 관리체제 안에서 상호 조율되는 경제적 통합에 그치는 경우도 있음

나) 기업결합 심사제도의 목적 : 소비자 피해(소비자 후생 감소)와 경제적 효율성 저하의 방지

다) 기업결합의 유형

(1) 영위업종 간의 관계에 따른 분류

① 수평결합 : 경쟁사업자 간의 결합

② 수직결합 : 동종산업이나 거래단계를 달리하는 사업자 간의 결합

③ 혼합결합 : 서로 다른 업종을 영위하는 사업자 간의 결합

(2) 기업결합의 수단·방법에 따른 분류

① 다른 회사의 주식의 취득 또는 소유

② 임원 또는 종업원에 의한 다른 회사의 임원지위의 겸임

③ 다른 회사와의 합병

④ 다른 회사의 영업의 전부 또는 주요부분의 양수·임차 또는 경영의 수임이나 다른 회사의 영업용 고정자산의 전부 또는 주요부분의 양수

⑤ 새로운 회사설립에의 참여

[즐거운 경쟁이야기 - 공정위가 기업결합(M&A) 심사를 하는 이유]

M&A를 기업결합이라고 하는데,
기업결합으로 관련시장에서 경쟁이 많이 제한될 경우에는 일반기업결합 심사를 하고,
경쟁제한이 적을 때는 간이심사를 하지.
그렇군요.

상위 3개 회사 점유율 50% 미만
or
신규M&A회사 점유율25%미만
예를 들어서 기업결합 후 상위 3개 회사의 시장점유율의 합계가 50% 미만이고,
기업결합으로 탄생하는 회사의 시장점유율이 25%미만이면 간이심사 대상이지.
여기서 시장점유율은 매출액을 기준으로 하는 것이겠죠?
대부분 매출을 기준으로 하지.
계속..

기업결합으로 탄생하는 회사의 시장점유율이 4위 이하 일 때에도 간이심사 대상이야.
점유율2위
점유율3위
신규M&A 점유율4위
점유율1위
간이심사라면 기업결합, 즉 M&A가 허가될 가능성이 높다는 뜻인가요?
아무래도 그렇지. 그 밖에도 경쟁제한 요건이 적은 기업결합은
모두 간이심사 대상이야. 사실 대부분의 기업결합이 간이심사 대상이지.

우리 회사의 이번 일진자동차 기업결합 건은 어떨까요?
우리 회사의 자동차 시장 점유율이 15%이고, 일진자동차의 시장 점유율이 10%이니까 합치면 25%가 되는군.
1위 새명자동차
2위 신규M&A 법인
3위 민진자동차
게다가 합병을 하게 되면 1위인 새명자동차가 30%, 2위인 우리 회사와 일진자동차의 합병 법인이 25%, 3위인 민진자동차가 10%니까
합병이후 자동차 시장 상위 3사의 점유율이 65%에 달합니다.

※ 출처: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)

2) 기업결합의 신고(공정거래법 제12조, 제12조의2, 동법 시행령 제18조 제1~2항)

가) 기업결합의 신고대상 회사규모

기업결합 회사(특수관계인 포함, 계열회사 합산)의 직전 사업연도 자산총액 또는 매출액이 일방은 3,000억원, 타방은 300억원이 넘는 경우, 법상 기준에 해당하는 기업결합에 대해서는 공정위에 신고하여야 함 ('17.9.28. 시행령 개정)

※ [용어설명] 특수관계인(시행령 제11조)

① 당해 회사를 사실상 지배하고 있는 자(동일인)
② 동일인 관련자: 동일인의 친족(배우자, 6촌이내 혈족, 4촌이내 인척), 동일인이 지배하는 계열회사 및 비영리법인, 계열사의 임원 등 포함(시행령 제3조 제1호)
③ 경영을 지배하려는 공동의 목적을 가지고 당해 기업결합에 참여하는 자

나) 결합 수단별 신고기준

기업결합의 유형	신고대상 행위
주식 취득·소유	• 다른 회사의 발행주식총수(의결권 없는 주식 제외)의 100분의 20(상장법인의 경우에는 100분의 15) 이상을 소유하게 되는 경우 • 다른 회사의 발행주식을 100분의 20(상장법인의 경우 100분의 15) 이상으로 소유한 자가 당해 회사의 주식을 추가로 취득하여 최다 출자자가 되는 경우
임원의 겸임	• 대규모 회사(계열회사의 자산총액 또는 매출액의 합계가 2조원 이상인 회사)의 임원 또는 종업원이 다른 회사의 임원을 겸임하는 경우(계열회사의 임원을 겸임하는 경우 제외)
합병	• 다른 회사와의 합병
영업양수	• 다른 회사의 영업의 전부 또는 주요부분의 양수·임차 또는 경영의 수임이나 다른 회사의 영업용 고정자산의 전부 또는 주요부분의 양수
새로운 회사 설립에의 참여	새로운 회사설립에 참여하여 그 회사의 최다출자자가 되는 경우(동일인 및 동일인 관련자만 참여하는 회사 설립이나 상법상 회사 분할에 의한 설립의 경우 제외)

다) 기업결합의 신고시기 (공정거래법 제12조 제6항, 동법 시행령 제18조 제8~10항)

구분	신고의무자	기업결합 유형	신고시기
사전신고	대규모회사	주식 취득·소유	주식취득 계약일 또는 이사회 결정일 이후 기업결합일 이전
		합병	합병계약일 이후 기업결합일 이전
		영업양수	양수계약일 이후 기업결합일 이전
		회사신설 참여	주총(이사회) 의결일 이후 주식대금 납입 기일까지
사후신고	대규모회사 外	주식 취득·소유	주권교부일 등 기업결합일로부터 30일 이내
		합병	합병등기일로부터 30일 이내
		영업양수	영업양수 대금지불 완료일로부터 30일 이내
		회사신설 참여	주식대금 납입기일 다음날로부터 30일 이내
	대규모회사	임원겸임	겸임되는 회사의 주주(사원)총회에서 선임이 의결된 날로부터 30일 이내

라) 신고제외 대상 및 간이신고 대상

(1) 신고제외 대상

① 벤처투자촉진에 관한 법률, 중소기업창업지원법, 여신전문금융업법, 기술보증기금법, 자본시장과 금융투자업에 관한 법률, 사회기반시설에 대한 민간투자법, 부동산투자회사법에 의하여 특정 정책목적 달성을 위해 특정회사의 출자를 장려하는 경우 신고의무가 없음 (공정거래법 제12조 제3항)

② 관계 중앙행정기관의 장이 다른 법률의 규정에 의하여 미리 당해 기업결합에 관하여 공정위와 협의한 경우 신고의무가 없음 (공정거래법 제12조 제4항)

(2) 간이신고 대상 (기업결합의 신고요령 II)

① 당사회사가 서로 특수관계인(경영을 지배하려는 공동의 목적을 가지고 당해 기업결합에 참여하는 자 제외)인 경우

② 피취득회사 임원총수의 3분의 1미만의 임원을 겸임하는 경우(대표이사 겸임은 제외)

③ 자본시장과 금융투자업에 관한 법률에 따른 사모투자전문회사의 설립에 참여하는 경우

④ 자산유동화에관한법률에 따른 유동화전문회사를 기업결합 하는 경우

⑤ 선박투자회사법에 따른 선박투자회사의 설립에 참여하는 경우

마) 임의적 사전심사 요청제도 (공정거래법 제12조 제9항)

(1) 사전·사후 신고대상을 막론하고 기업결합 신고의무가 발생하기 전이라도 계획 중인 기업결합에 대해 법 위반 여부를 심사 받을 수 있음

(2) 임의적 사전심사를 받은 경우에도 기업결합 신고 시기가 도래하면 정식 신고를 해야 함 (심사기간이 30일에서 15일로 단축됨)

사례 P사와 대우인터내셔널의 기업결합

행위사실	P사는 대우인터내셔널의 주식 68.15%(3조4천6백억원)를 취득하는 양해각서를 체결(2010. 5. 25)하고 이 기업결합에 대한 임의적 사전심사를 공정거래위원회에 요청(2010. 6. 30)
공정위 조치	이 기업결합이 관련 시장에서 경쟁을 실질적으로 제한하지 않는다고 판단하여 승인함

바) 기업결합 업무 Flow chart

(1) 주식 취득·소유 시 업무 Flow

(2) 임원 겸임 시 업무 Flow

3) 기업결합의 심사

가) 기업결합의 심사 흐름도

나) 지배관계 형성 여부의 판단 (기업결합 심사기준 Ⅳ.지배관계 형성여부 판단기준)

기업결합의 유형	판단기준
합병 또는 영업양수	- 당해 행위 자체로 지배관계 형성
주식 취득·소유	- 주식소유 비율이 50% 이상인 경우 - 주식소유 비율이 50% 미만이더라도 주식소유비율이나 임원겸임관계 등을 종합 고려하여 경영전반에 실질적 영향력을 행사 가능한 경우 - 단독 지배관계는 없지만 의결권 보유비율이나 임원 지명권 보유여부 등을 종합 고려하여 다른 자와 공동으로 경영전반에 실질적 영향력을 행사 가능한 경우
임원겸임	- 겸임자의 수가 피취득회사 임원 총수의 1/3 이상이거나, 겸임자가 피취득회사의 대표이사 지위를 겸하는 등의 사정을 종합 고려하여 경영 전반에 실질적인 영향력을 행사할 수 있는 경우
새로운 회사설립에의 참여	- 참여회사 중 2 이상 회사의 신설회사에 대한 지배관계가 형성되는 경우 (주식소유에 대한 지배관계 판단기준을 준용함)

다) 관련시장의 획정 (기업결합 심사기준 Ⅴ.일정한 거래분야의 판단기준)

경쟁관계가 성립될 수 있는 거래분야로, 거래대상, 거래지역 등에 따라 구분

① 거래대상(상품시장) : 소비자가 상품의 특성, 가격, 사용목적 등을 고려하여 구매를 전환할 수 있는 상품 또는 서비스의 집합

② 거래지역(지역시장) : 기업결합 회사가 상품이나 서비스를 공급하는 지역 중 경쟁조건이 동질적이어서 인접지역과는 구별될 수 있는 지역

사례1 무학의 대선주조 취득 건

행위사실	무학은 지리적 시장(거래지역)이 전국시장이라고 주장
법적 판단	- 공정위 및 서울지방법원은 관련시장을 '경남 소주시장', '부산 소주시장'으로 구분하여 시장 획정함 - 결합 회사의 매출 대부분이 부산 및 경남 지역에서 발생하는 점, 소주가격 인상 시 소비자가 해당 지역을 벗어나 구매하기는 어려운 점, 진입장벽을 감안 시 타 지역의 경쟁 업체가 진입하기 용이하지 않은 점 등이 고려되었음

사례2 하나로텔레콤의 두루넷 주식취득 건

행위사실	하나로텔레콤은 초고속 인터넷 서비스의 지리적 시장(거래지역)을 '단독주택'과 '아파트'로 구분해야 한다고 주장
법적 판단	- 공정위는 주거형태를 구분하지 않고 동일시장으로 획정함 - 초고속 인터넷 사업자가 서비스를 제공함에 있어서 특별히 주거형태에 따른 경제적 기술적 제약이 없고, 이에 따라 소비자는 주거형태를 바꾸지 않고도 초고속 인터넷 서비스를 제공받을 수 있기 때문에 공급대체성과 수요대체성이 높음

라) 경쟁제한적 기업결합 추정 (공정거래법 제7조 제4항)

기업결합이 다음 중 하나에 해당하는 경우, 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 것으로 추정

(1) 1사 시장점유율이 50% 이상 또는 3사 이하 합계 시장점유율이 75% 이상(연간매출액 또는 구매액 40억 미만인 자 및 시장점유율이 10% 미만인 자는 제외)이면서, 기업결합 당사회사 시장점유율 합계가 당해 거래분야에서 1위이고, 시장점유율 2위인 회사의 시장점유율과의 차이가 기업결합 당사회사 시장점유율 합계의 25% 이상인 경우

(2) 대규모회사(자산총액 또는 매출액의 규모가 2조원 이상인 회사)가 직접 또는 특수관계인을 통하여 행한 기업결합이 중소기업의 시장점유율이 2/3 이상인 거래분야에서의 기업결합이면서, 당해 기업결합으로 5% 이상의 시장점유율을 가지게 되는 경우

마) 경쟁제한성 평가 (기업결합 심사기준 VI.경쟁제한성 판단기준)

(1) 수평형 결합의 심사항목별 판단기준

(가) 단독효과 : 기업결합 당사회사가 단독으로 가격통제·경쟁배제능력 등을 보유·행사할 수 있는 지 여부

(나) 협조효과 : 기업결합에 따른 경쟁자 감소 등으로 사업자간의 가격, 수량, 거래조건 등에 관한 협조가 이루어지기 용이하거나 이행여부에 대한 감시 및 위반자 제재가 가능한지 여부

(다) 구매력 증대에 따른 효과 : 결합 이후 당사회사가 원재료 시장과 같은 상부시장에서 구매자로서의 지배력이 형성 또는 강화되어 구매물량 축소 등을 통하여 경쟁이 실질적으로 제한될 수 있는지 여부

(2) 수직형 결합의 심사항목별 판단기준

(가) 시장의 봉쇄효과 : 기업결합을 통해 당사회사가 경쟁관계에 있는 사업자의 구매선 또는 판매선을 봉쇄하거나 다른 사업자의 진입봉쇄 여부

(나) 협조효과 : 기업결합 결과로 경쟁사업자간 협조가능성 증가 여부

(3) 혼합형 결합의 심사항목별 판단기준

(가) 잠재적 경쟁의 저해효과 : 신규진입에 특별히 유리한 조건을 갖출 필요가 있는지 여부, 결합당사회사의 시장점유율 및 시장집중도 수준, 유력한 잠재적 진입자의 존재 여부 등을 고려하여 판단

(나) 경쟁사업자 배제효과 : 당해 기업결합으로 종합적 사업능력이 현저히 증대되어 가격·품질 외의 요인으로 경쟁사업자를 배제할 수 있을 정도가 되는지를 고려하여 판단

(다) 진입장벽 증대효과 : 시장진입을 위한 필요 최소자금규모가 현저히 증가하는 등 신규진입이 어려울 정도로 진입장벽이 증대되는지를 고려하여 판단

4) 기업결합 규정 위반 시 제재

가) 시정조치 (공정거래법 제16조)

(1) 시정조치요건

당해 기업결합이 경쟁제한 또는 강요 기타 불공정한 방법에 의한 기업결합인 경우

(2) 시정조치내용

(가) 당해 행위의 중지

(나) 주식의 전부 또는 일부의 처분

(다) 임원의 사임

(라) 영업의 양도

(마) 시정명령 받은 사실의 공표

(바) 기업결합에 따른 경쟁제한의 폐해를 방지할 수 있는 영업방식 또는 영업범위의 제한

(사) 기타 법 위반 상태 시정을 위해 필요한 조치

나) 시정조치 미이행 시 제재 (공정거래법 제17조의3)

- 이행강제금 : 1일당 법상 기준금액의 1만분의 3을 넘지 않는 범위에서 이행강제금 부과 (임원겸임의 경우, 매 1일당 200만원의 범위 안에서 이행강제금 부과)

※ 이행강제금 기준금액

구 분	기준금액
주식취득, 회사신설	취득 또는 소유한 주식의 장부가액과 인수하는 채무의 합계액
합병	합병의 대가로 교부하는 주식의 장부가액과 인수하는 채무의 합계액
영업양수	영업양수금액

다) 벌칙 및 과태료 (공정거래법 제66조, 제69조의2)

제재요건	제재내용
경쟁을 제한하거나 강요 기타 불공정한 방법에 의한 기업결합을 한 경우	3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금 부과
기업결합 신고규정을 위반한 경우	1억원 이하의 과태료를 부과

라) 기타 : 공정위는 기업결합 규정을 위반한 합병 · 설립이 있는 경우, 합병 또는 설립무효의 소 제기 가능

Q A

Q1 우리 회사가 계열회사의 주식취득, 임원겸임, 합병 등 기업결합을 하는 경우 공정거래법상 기업결합 신고의무가 있는가?

A1 네. 신고의무가 있습니다 (단, 임원겸임의 경우 신고의무 면제). 계열회사 간 기업결합은 원칙적으로 경쟁제한성이 없는 기업결합으로 추정되며, 공정거래위원회는 신고내용의 사실 여부만을 심사하여 신고서류 접수 후 15일 이내에 심사결과를 통보합니다(기업결합 심사기준 III.간이심사대상 기업결합).

Q2 기업결합 신고의무의 기준이 되는 자산총액 또는 매출액, 주식취득 비율의 산정방법은?

A2 자산총액 또는 매출액은 기업결합이 속한 사업연도의 직전 사업연도 종료일 현재의 대차대조표에 표시된 계열회사의 자산총액 또는 손익계산서에 표시된 매출액을 합산하여 산정하며, 주식취득비율을 산정하는 경우에도 특수관계인이 취득한 주식의 소유 비율을 합산합니다.

Q3 영업의 주요부분을 양수한다고 할 때 영업의 주요부분의 의미는?

A3 양수 또는 임차부분이 독립된 사업단위로서 영위될 수 있는 형태를 갖추고 있거나 양수 또는 임차됨으로써 양도회사 매출의 상당한 감소를 초래하는 경우로서, 영업양수금액이 양도회사의 직전 사업연도 종료일 현재 대차대조표 상의 자산총액의 10% 이상이거나 50억원 이상인 경우를 말합니다(기업결합의 신고요령 III.기업결합의 신고요령). 영업의 주요부분 여부 판단이 모호한 경우에는 자율준수전담부서에 문의하시기 바랍니다.

Q4 자산규모 2조원인 대규모기업에 속하는 회사가 단독으로 100% 출자하여 새로운 법인을 설립하는 경우 신고의무가 있는지?

A4 순수하게 특수관계인만이 참여하는 기업결합의 경우에는 신고의무가 발생하지 않습니다 (공정거래법 제7조 제1항 제5호 가목).

【심결례】

ㅁ 롯데면세점의 파라다이스 면세점 인수 건

행위사실	2009년 5월, (주)호텔롯데는 파라다이스 면세점의 부산 시내점 및 대구 공항점의 인수를 추진함
위법성판단	① 관련시장의 획정 • 관련 상품시장은 "시내면세점과 출국장면세점"을 포함하는 면세점 시장으로, 지리적 시장은 "부산·경남지역 시장"으로 획정 ② 경쟁제한성 판단 • 결합으로 인해 거의 완전한 독점상태(시장점유율 97.4%)가 초래되었고, 경쟁이 사실상 소멸되어 가격인상 및 소비자 선택기회 감소와 같은 경쟁제한효과가 발생할 우려가 있음 • 결합 후 롯데의 상품 공급업체들에 대한 영향력이 더욱 커져 경쟁제한행위 가능성도 증가 • 세청의 시내면세점 특허 요건이 엄격하여 신규진입이 사실상 불가능한 상황
조치	부산·경남지역 면세점 시장의 경쟁을 실질적으로 제한할 우려가 있어 이를 불허하기로 결정

ㅁ 이베이의 G마켓 인수의 조건부 승인 건

행위사실	2008년 4월, eBay Inc.가 (주)인터파크지마켓의 주식을 인수하고자 함
위법성판단	오픈마켓업체와 거래하는 판매자의 경우에는 점유율이 87.5%에 달해 피해가 발생할 수는 있으나, 종합인터넷쇼핑, 인터넷포털 등의 진입가능성이 높은 것으로 판단해, 중장기적으로는 문제점이 자연스럽게 시장 내에서 해소될 것으로 분석되므로 시정조치 기간을 3년으로 제한함
조치	향후 3년간 아래의 조건을 준수할 것을 조건으로 승인 ① 판매수수료율의 인상금지 ② 등록수수료, 서비스(광고)수수료(경매방식 제외) 단가의 인상을 소비자물가인상률 이내로 제한 ③ 중소규모 판매자를 위한 보호대책 수립 ④ 공정거래법 준수 방안 수립·시행 및 수립 내용 판매자 공지

ㅁ CJ헬로비전과 SK브로드밴드간 합병 건

행위사실	SK텔레콤의 CJ헬로비전 발행 주식 30% 취득 계약 및 CJ헬로비전(존속)과 SK브로드밴드(소멸) 간 합병 계약을 체결(2015년 11월)하고 2015년 12월, 동 기업결합을 공정위에 신고함
위법성판단	기업결합이 이루어질 경우, 23개 지역 유료 방송 시장 및 이동통신시장에서 경쟁 압력이 크게 감소하고, 결합 당사회사들의 시장 지배력이 더욱 강화됨으로써 동 시장에서의 독과점적 구조가 회복되기 어려운 수준으로 악화될 것으로 예상됨에 따라, 동 기업결합이 유료 방송 시장, 이동통신 소매 시장 및 이동통신 도매 시장 등 방송 및 통신 시장에서의 경쟁을 실질적으로 제한할 우려가 있다고 판단
조치	① SK텔레콤의 CJ헬로비전 주식 취득 금지 ② CJ헬로비전과 SK브로드밴드 간 합병 금지

ㅁ KT스카이라이프와 현대HCN 기업결합 건

행위사실	KT스카이라이프는 2020년 10월 현대HCN 및 현대미디어의 주식 각 100%를 취득하는 계약을 체결한뒤 2020년 11월 공정위에 기업결합을 신고함.
위법성판단	공정위는 관련시장 중 디지털유료방송, 8VSB방송 등 2개 시장에서 결합으로 인해 '경쟁제한성이 있다'고 판단. 다만 초고속인터넷시장 등 나머지 8개 시장에서는 안전지대에 해당하거나 결합으로 인한 시장점유율 증가분이 미미해 '경쟁을 제한하지 않는다'고 판단.
조치	서울 관악구·동작구, 부산 동래구·연제구등 8개 방송구역 디지털 유료방송시장 및 8VSB 유료방송시장에서 경쟁제한 우려를 해소하기 위해 시정명령을 받은 날부터 2024년 12월 31일까지 아래 조건 준수를 조건으로 승인 ① 케이블TV 수신료의 물가상승률 초과 인상 금지 ② 단체가입 수신계약 체결거부·해지 금지 ③ 전체 채널수 및 소비자선호채널 임의감축 금지 조건 ④ 신규가입·전환가입시 불이익조건 부과행위 금지 ⑤ 수신계약 연장·전환 거부 금지 ⑥ 고가형 상품전환 강요 금지 ⑦ 채널구성내역과 수신료 홈페이지 게재·사전고지 등에 대한 의무를 부여

나. 경제력 집중의 억제

1) 대규모기업집단 시책

가) 대규모기업집단 지정제도

(1) 공정위가 지정(매년 5월 1일 지정)한 기업집단은 대규모기업집단 시책의 대상이 됨(단, 국내 계열사만 해당).
※ '대규모기업집단'은 법률용어는 아님

대규모기업집단 시책

(2) 기존에 지정된 공시대상기업집단의 소속 회사는 매년 5월 31일까지 당사 주주의 주식소유현황, 재무상황, 다른 국내 회사 주식 소유현황, 채무보증 현황을 공정위에 신고하고 자료를 제출해야 함 (공정거래법 제13조, 시행령 제20조)

【주요 대규모기업집단 시책】

구 분	제 도	적용대상
출자 규제	상호출자금지제도	상호출자제한기업집단 소속회사
	신규/추가 순환출자금지제도	상호출자제한기업집단 소속회사
	금융·보험사 의결권 제한제도	상호출자제한기업집단 소속 금융·보험사
	지주회사제도	지주회사·자회사·손자회사 등
행태 규제	채무보증 제한제도	상호출자제한기업집단 소속 비금융회사
	부당지원행위 금지	모든 사업자
	특수관계인에 대한 부당한 이익제공 금지	공시대상기업집단 소속회사
시장 감시(공시제도)	기업집단 현황 공시제도	공시대상기업집단 소속회사
	비상장회사 등의 중요사항 수시 공시제도	공시대상기업집단 소속 비상장·비금융 회사
	대규모내부거래 의결·공시제도	공시대상기업집단 소속회사

나) 대규모기업집단의 유형

유형	지정요건
공시대상 기업집단	기업집단에 속하는 국내회사들의 직전 사업연도 대차대조표상의 자산총액의 합계액이 5조원 이상인 기업집단 (공정거래법 시행령 제21조 제1항)
상호출자제한 기업집단	- 지정된 공시대상기업집단 중에서 기업집단에 속하는 국내회사들의 직전 사업연도 대차대조표상의 자산총액의 합계액이 10조원 이상인 기업집단 (공정거래법 제14조 제1항, 시행령 제21조 제2항) - 지정 기준금액(10조원) : 국민경제규모의 변화 기업집단 자산총액 변화, 기업집단간 자산총액 차이 등을 고려하며 3년마다 재조정함 (시행령 제21조 제3항)

2) 기업집단제도

가) 기업집단의 정의 (공정거래법 제2조 제2호)

동일인이 사실상 그 사업 내용을 지배하는 회사의 집단으로서, 최소 2개 이상의 회사로 구성됨

ㅁ 기업집단의 개념

ㅁ 기업집단 및 계열회사의 범위

- 기업집단의 범위: 국내 및 해외 계열회사의 범위
- 계열회사의 범위: 지분율 요건 또는 지배력 요건 충족 회사

요 건	판단기준
지분율 (시행령 제3조 1호)	동일인 또는(및) 동일인관련자가 30% 이상 소유하고 최다출자자인 회사
지배력(영향력) [①~④ + 회사의 경영에 지배적 영향력 행사] (시행령 제3조 제2호)	① 동일인이 대표이사 임면권, 임원의 50% 이상 선임권을 가진 회사
	② 동일인 또는 동일인관련자가 조직변경, 신규사업투자 등 주요의사결정이나 업무집행에 지배적 영향력을 행사하고 있는 회사
	③ 동일인이 지배하는 회사와 임원겸임, 인사교류 등이 있는 회사
	④ 통상적 범위를 초과하여 동일인 또는 동일인관련자와 자금·자산·상품·용역거래, 채무보증·피보증 및 계열회사로 인정될 수 있는 영업상 표시행위 등 사회통념상 경제적 동일체로 인정되는 회사

※ 용어해설

- 동일인 : 법인이든 자연인이든 누구든지 2개 이상의 회사의 사업내용을 지배하고 있는 자. 통상 총수가 있는 기업집단은 기업집단의 총수가, 총수가 없는 집단인 경우 기업집단 내 주력회사가 동일인임
- 동일인 관련자(시행령 제3조) : ① 동일인이 자연인인 경우 동일인의 배우자, 6촌 이내의 혈족, 4촌 이내 인척 ② 동일인 및 동일인 관련자가 지배적 영향력을 행사하는 비영리법인 및 단체 ③ 동일 기업집단에 속하는 계열회사 ④ 동일인 또는 동일인이 지배하는 비영리법인·단체, 계열회사의 사용인을 모두 포함
- 계열회사 : 2 이상의 회사가 동일한 기업집단에 속하는 경우에 이들 회사는 서로 상대방의 계열회사라 함

나) 대규모기업집단 소속회사의 변동

(1) 계열회사 편입 및 제외 (공정거래법 제14조의2)

공정위는 공시대상기업집단의 계열회사로 편입/제외할 사유 발생 시, 회사의 요청 또는 직권에 의해 계열회사 해당 여부를 심사하여 계열회사로 편입/제외함

(2) 계열회사 변동 신고의무

(가) 공시대상기업집단 소속회사는 지정 이후 주식취득, 처분 등으로 소속회사의 변동사유가 발생한 경우에는 30일 이내에 그 변동내용을 기재한 신고서를 공정거래위원회에 제출하여야 함 (공정거래법 시행령 제20조 제3항)

(나) 자료제출거부, 허위자료제출로 인해 기업집단에 편입되지 않은 경우에는, 공시대상기업집단 지정통지일 또는 편입사유 발생일의 익월 1일에 편입·통지한 것으로 간주함 (공정거래법 시행령 제21조 제8항)

(다) 위반 시 제재 : 계열회사 편입/제외 사유 발생 30일 이내 신고하지 않은 경우에는 1억원 이하의 벌금 부과 (공정거래법 제68조 제3호)

(3) 기업집단 편입신고 변동사유 발생일 기준 (공정거래법 시행령 제20조 제3항)

유형	기업집단 편입신고 기준
지분취득 (주식소유 또는 주식소유비율 증가)	- 주식 양수의 경우에는 주권의 교부일 (주권 미발행 법인의 경우에는 주식대금 지급일) - 신주를 유상 취득하는 경우에는 주금 납입일의 다음날 - 지분양수의 효력이 발생하는 날
새로운 회사 설립 참여	회사의 설립 등기일
임원선임	임원을 선임하는 회사의 주주총회 또는 사원총회에서 임원의 선임이 의결된 날
기타	주요 주주와의 계약·합의 등에 의하여 해당 소속회사의 경영에 대하여 지배적인 영향력을 행사할 수 있게 된 날

(4) 기업집단 편입 신고서 내용 (공정거래법 시행령 제20조 제1항)

(가) 당해 회사의 명칭, 자본금 및 자산총액 등 회사의 개요

(나) 계열회사 및 특수관계인이 소유하고 있는 당해 회사의 주식수

(다) 해당 회사의 국내회사 주식소유 현황

(5) 공시대상기업집단 편입 시 발생 의무

의 무		비 고
계열사간 상호출자금지		상호출자제한기업집단만 해당 (공정거래법 제9조)
순환출자를 형성하는 신규·추가 계열출자의 금지		상호출자제한기업집단만 해당 (공정거래법 제9조의2)
중소기업 창업 투자회사는 국내계열회사 주식취득 및 소유 금지		상호출자제한기업집단만 해당 (공정거래법 제9조 제3항)
계열회사에 대한 채무보증제한		상호출자제한기업집단 소속 비금융사만 해당 (공정거래법 제10조의2)
금융·보험사의 국내계열회사에 대한 의결권 제한		상호출자제한기업집단만 해당 (공정거래법 제11조)
공정거래법상 공시 의무	대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시	(공정거래법 제11조의2)
	기업집단 현황 공시	(공정거래법 제11조의4)
	비상장사의 중요사항 공시	비금융사만 해당 (공정거래법 제11조의3)
주주의 주식소유 현황, 재무상황, 다른 국내회사 주식 소유현황 신고의 의무		(공정거래법 제13조 제1항)
채무보증현황 신고의무		상호출자제한기업집단만 해당 (공정거래법 제13조 제2항)
공인회계사의 회계 감사를 받아야 할 의무		(공정거래법 제14조 제5항)

다) 기업집단으로부터 제외 (공정거래법 시행령 제3조의2)

(1) 동일인이 사업내용을 지배하지 않는다고 인정되는 경우에는 이해관계자의 요청에 의해 당해 회사를 기업집단의 범위에서 제외할 수 있음

(2) 민간투자 촉진 등 특정 정책목적에 따라 제외될 수도 있음

(3) 제외결정의 취소 : 제외결정을 받은 자가 그 제외요건에 해당하지 않게 된 경우, 공정위는 직권 또는 이해관계자의 요청에 의해 그 제외결정을 취소할 수 있음

Q A

Q1 기업집단과 계열회사의 차이는?

A1 기업집단은 동일인이 사실상 그 사업내용을 지배하는 2개 이상의 회사로 구성된 집단을 말하고, 계열회사는 2개 이상의 회사가 동일한 기업집단에 속하는 경우에 이들 회사를 서로 상대방의 계열회사라고 합니다.

Q2 우리 회사가 지분을 전혀 보유치 않은 특정 회사에 대하여 임원의 임면 등 실질적인 지배력을 행사하고 있다면 기업집단에 편입시켜야 하는가?

A2 지분을 보유하지 않더라도 실질적인 지배력, 예를 들면 조직 변경 또는 신규 사업에의 투자 등 주요 의사결정이나 업무 집행에 지배적인 영향력을 행사한다면 기업집단에 편입시켜야 합니다.

[심결례]

ㅁ 효성 동일인의 계열회사 신고 누락 건

행위사실	2009년, 효성의 동일인은 상호출자제한기업집단등의 지정자료를 제출하면서 본인의 아들 또는 계열회사 등이 최다출자자로서 공정거래법상 계열회사 요건에 해당되는 트리니티에셋매니지먼트(주) 등 총 7개 회사를 누락한 자료를 제출함
위법성판단	공정거래법 제14조 제4항(상호출자제한기업집단등의 지정) 위반임
조치	효성의 동일인(사실상 기업집단을 지배하는 자를 의미하며 효성의 경우는 조석래임)을 검찰에 고발하기로 의결

ㅁ 박문덕(공시대상기업집단 「하이트진로」의 동일인)의 지정자료 허위제출행위에 대한 건

행위사실	공시대상기업집단 하이트진로의 동일인 박문덕 회장이 대기업집단 지정을 위한 자료를 제출하면서 2017~2018년 2년간 친족이 지분 100%를 보유했던 5개사와 친족 7명을, 2017~2020년 기간 동안 평암농산법인을 고의로 누락
위법성판단	공정거래법 제14조 제4항(상호출자제한기업집단등의 지정) 위반임
조치	고발

유의 경영지원

3) 상호출자 및 채무보증 제한제도

가) 상호출자 및 순환출자의 금지

(1) 상호출자, 순환출자의 비교

구 분	상호출자	순환출자
형 태		
설 명	A사가 B사에 출자하고 B사가 다시 A사에 출자하는 형태	A사가 C사에 출자하고 C사가 B사에, 다시 B사가 A사에 출자하는 형태
특 징	기업집단 간의 상호출자는 금지되나, 비계열사와의 상호출자는 금지되지 않음	현재 국내 재벌의 기업지배구조의 대표적 형태로 소액의 자본으로 가공자본을 형성하여 기업집단 전체를 지배하게 되는 구조
위반 여부	공정거래법 위반	신규 및 추가출자만 금지

(2) 상호출자의 금지 (공정거래법 제9조)

(가) 상호출자제한기업집단에 속하는 회사(금융업·보험업을 영위하는 회사 포함)는 자기의 주식을 취득 또는 소유하고 있는 계열회사의 주식을 단 1주도 취득 또는 소유하여서는 아니 됨

A사가 B사와 동일 기업집단 소속이고 그 기업집단이 상호출자제한 기업인 경우
A사가 B사의 지분을 소유하고 있다면 B사는 A사의 지분을 취득하지 못함

(나) 예외적 상호출자의 허용

① 회사의 합병 또는 영업전부의 양수로 인한 경우, 담보권의 실행 또는 대물변제 수령으로 인한 상호출자의 발생 시 ⇒ 6개월 이내에 상대회사 주식을 처분해야 함 (공정거래법 제9조 제1,2항)

② 신규로 지정된 상호출자제한기업집단 소속회사 또는 신규 편입된 계열회사가 상호출자금지 규정을 위반하고 있는 경우에는 1년간 유예기간 인정됨 (공정거래법 제14조 제3항 제1호)

(다) 상호출자제한기업집단에 속하는 중소기업창업투자회사는 국내계열회사 주식 취득/소유가 금지됨 (공정거래법 제9조 제3항)

(3) 신규/추가 순환출자 금지

(가) 순환출자의 의미 : 3개 이상의 계열출자로 연결된 계열회사 모두가 계열출자회사 및 계열출자대상회사가 되는 계열출자관계 (공정거래법 제2조 3의5)

(나) 금지 내용 (공정거래법 제9조의2)

(4) 탈법행위 금지(공정거래법 제15조 제1항, 시행령 제21조의4 제1항)

(가) 특정금전신탁을 이용하여 신탁업자로 하여금 자기의 주식을 취득/소유하고 있는 계열회사의 주식을 취득/소유하도록 하고, 신탁업자와의 계약 등을 통해 해당 주식에 대한 의결권을 사실상 행사하는 행위

(나) 자기의 주식을 취득/소유하고 있는 계열회사의 주식을 타인의 명의를 이용하여 자기의 계산으로 취득/소유하는 행위

(5) 위반 시 제재 (공정거래법 제16,17,18,66조)

(가) 시정조치명령 : 당해 행위의 중지, 주식의 전부/일부 처분, 법 위반사실의 공표 등 필요한 조치

(나) 의결권행사 금지 : 시정조치명령을 받은 날로부터 법 위반상태 해소 시까지 당해 주식 전부

(다) 과징금 : 위반행위로 취득 또는 소유한 주식의 취득가액의 10%의 범위 내에서 부과

(라) 형벌 : 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금

나) 계열회사에 대한 채무보증의 금지 (공정거래법 제10조의2)

(1) 채무보증의 개념 (공정거래법 제2조 제3호의7)

(가) 금지되는 채무보증 : 상호출자제한기업집단에 속하는 회사가 채무보증 금지대상 국내금융기관으로부터 여신(대출, 회사채무의 보증 또는 인수)을 받을 때 동일 기업집단 소속 국내계열회사가 행하는 보증

[채무보증 금지대상 금융기관] (공정거래법 제2조 제3호의7)

① 은행법에 의한 은행, 한국산업은행, 한국수출입은행, 중소기업은행
② 보험업법에 의한 보험회사
③ 자본시장과 금융투자업에 관한 법률에 의한 투자매매업자, 투자중개업자, 종합금융회사
④ 상호저축은행법에 의한 상호저축은행 (자산총액 3천억원 이상. 시행령 제3조의4)
⑤ 여신전문금융회사 (자산총액 3천억원 이상인 신용카드사, 할부금융사, 리스회사, 신기술금융회사. 시행령 제3조의4)

(나) 금지되는 채무보증에 해당하지 않는 경우

① 국내 금융기관의 여신과 관련되지 않은 기업과 기업 간에 직접 행하는 보증

② 해외현지법인 간 또는 해외현지법인과 국내법인 간 보증

③ 계열회사 중 금융·보험회사로부터 보증 받는 경우

④ 운용리스와 관련한 보증이나 물적 보증의 경우

⑤ 분할 또는 분할합병으로 인해 설립되는 회사 또는 존속회사가 분할 전 회사의 채무에 대해 연대해서 변제하는 경우(상법 제530조9 제1항)

(2) 계열회사에 대한 채무보증의 금지

상호출자제한기업집단에 속하는 회사(금융사·보험사 제외)는 국내금융기관의 여신과 관련하여 국내계열회사에 대하여 채무보증을 해서는 안 됨

(3) 채무보증의 예외적 허용

(가) 조세특별제한법에 의한 합리화 기준에 따라 인수되는 회사의 채무와 관련된 채무보증 (공정거래법 제10조의2 제1호)

(나) 기업의 국제경쟁력 강화를 위하여 필요한 경우에 대한 채무보증 (공정거래법 제10조의2 제2호, 시행령 제17조의5 제2항 각호)

(다) 신규로 지정된 상호출자제한기업집단 소속회사 또는 신규 편입된 계열회사가 상호출자금지 규정을 위반하고 있는 경우(채무보증을 받고 있는 회사가 새로 계열회사로 편입되어 위반하게 되는 경우를 포함)에는 2년간 유예기간 인정됨 (공정거래법 제14조 제3항 제3호)

(4) 탈법행위의 금지 (공정거래법 제15조 제1항, 시행령 제21조의4 제1항)

(가) 국내금융기관에 대한 자기 계열회사의 기존의 채무를 면하게 함이 없이 동일한 내용의 채무를 부담하는 행위 (병존적 채무보증)

(나) 다른 회사로 하여금 자기의 계열회사에 대하여 채무보증을 하게 하는 대신 그 다른 회사 또는 그 계열회사에 대하여 채무보증을 하는 행위 (기업집단 간 교차 채무보증)

(다) 기타 이면보증 행위 등

(5) 채무보증금지 위반 시 제재조치 (공정거래법 제16,17,66조)

(가) 시정조치명령 : 관련 채무보증의 취소, 법 위반 사실의 공표 등 필요한 조치

(나) 과징금 : 법 위반 채무보증액의 10% 이내 부과

(다) 형벌 : 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금

4) 금융·보험사 의결권 제한제도

가) 상호출자제한기업집단에 속하는 회사로서 금융업 또는 보험업을 영위하는 회사는, 취득 또는 소유하고 있는 국내계열회사 주식에 대하여 원칙적으로 의결권을 행사할 수 없음 (공정거래법 제11조)

나) 예외적으로, ① 금융보험업을 영위하기 위한 경우와 ② 보험업법에 의한 승인을 얻은 경우에는 자유롭게 의결권 행사 가능하며, ③ 상장 국내 계열회사의 임원 임면, 정관 변경, 합병영업양도에 대한 결의시에는 다른 특수관계인 지분과 합하여 발행주식총수(의결권 없는 주식 미포함)의 15%까지 의결권 행사 가능

다) 위반 시 제재 : 시정조치명령, 형사처벌 (공정거래법 제16,66,67조)

Q A

Q1 공정거래법상 금지되는 상호출자는 계열회사 간 직접적인 상호출자만 해당되는가 아니면 순환적인 상호출자에도 해당되는가?

A1 공정거래법 제9조에 의해 금지되는 상호출자는 계열사 간의 직접적인 상호출자만을 대상으로 하고 있으며, 순환출자에 의한 상호출자는 원칙적으로 금지되지 않고 계열사에 대한 신규 및 추가 순환출자만 금지되고 있습니다(공정거래법 제9조의2).

Q2 해외 계열회사에 대한 채무보증도 규제대상에 해당되는가?

A2 공정거래법 제10조의2에 의한 채무보증금지규정은 국내 계열회사에 대한 채무보증만을 대상으로 하고 있으므로 해외 계열사에 대한 채무보증이나 해외 계열사로부터의 채무보증은 규제대상에 해당하지 않습니다.

Q3 금융·보험사의 여신과 관련하여 계열회사를 위해 담보를 제공하는 행위도 채무보증에 해당되는가?

A3 공정거래법 제10조의2에 의한 채무보증은 국내 금융기관의 여신과 관련된 인적 보증만을 대상으로 하므로 계열회사를 위한 담보제공(물적 보증)은 법상 규제대상에 해당하지 않습니다.

Q4 모회사가 자회사의 건설이행보증을 위해 서울보증보험에 연대보증 하는 경우 채무보증에 해당하는가?

A4 공정거래법 제2조 제9호 여신에 해당되어 공정거래법상 제한되는 채무보증 항목에 공시하여야 합니다. 단, 해외건설 시 공사이행보증은 동법 시행령 제17조의5 제2항의 채무보증 금지대상 제외요건에 해당되어 공정거래법상 제한되는 채무보증 이외의 채무보증 항목에 공시하여야 합니다.

[심결례]

ㅁ SK(주)와 SK글로벌(주)간 상호출자 건

행위사실	- 2000년 7월, SK글로벌(주)가 SK(주) 주식을 소유하고 있고, SK(주)가 SK에너지판매(주)의 주식을 소유하고 있는 상황에서 SK글로벌(주)가 SK에너지판매(주)를 흡수 합병함에 따라 SK(주)는 SK글로벌(주)로부터 SK글로벌(주) 주식을 교부 받는 방법으로 SK글로벌(주) 주식을 취득하여 SK(주)와 SK글로벌(주)간에 상호출자가 발생 - SK(주)는 동 상호출자를 공정거래법상 해소시한(6개월내)인 2001.1.31.까지 해소하여야 함에도 불구하고 이를 해소하지 아니함
위법성판단	SK(주)는 동 상호출자를 공정거래법상 해소시한(6개월내)인 2001.1.31.까지 해소하여야 함에도 불구하고 이를 해소하지 아니한 행위는 상호출자금지규정 위반행위에 해당함
조치	상호출자를 1년 이내에 해소하도록 하는 시정명령과 1,142백만원의 과징금 부과

ㅁ 현대자동차(주)의 기아자동차(주)에 대한 채무보증 건

행위사실	현대자동차(주)는 채무보증제한기업집단 현대자동차의 소속회사로서 계열사에 대한 채무보증이 금지됨에도 불구하고 2001년 8월, 기아자동차(주)에 대해 1,746백만원의 채무보증을 함
위법성판단	채무보증금지규정 위반행위는 원칙적으로 법상 시정조치 및 과징금부과대상이 되지만, 피보증회사인 기아자동차(주)가 서울보증보험(주)에 추가수수료를 납부하여 이 건 채무보증이 2003.5.21. 해소됨에 따라 법위반 상태가 소멸되었으므로 시정명령은 부과하지 않고 과징금만 부과하기로 하였음
조치	175백만원의 과징금을 부과하기로 결정

ㅁ 한라㈜의 케이에코로지스㈜에 대한 채무보증 건

행위사실	한라㈜는 채무보증제한기업집단 한라 소속으로 계열회사에 대한 채무보증이 금지됨에도 불구하고 2010. 11. 16. 케이에코로지스㈜와 서울보증보험 사이에 체결된 보증보험계약(보험가입금액은 3,811백만원)에 연대보증을 하였음.
위법성판단	채무보증이 위법하게 된 시점인 2015년 2월 기준 케이에코로지스㈜가 산지복구 공정을 사실상 완료하여 한라㈜가 보증책임을 이행할 위험이 소멸된 점, 한라㈜가 이 사건 채무보증의 위법성을 인지하고는 바로 해소하여 법 위반행위를 시정한점 등을 종합적으로 고려할 때 법 위반의 정도가 경미하고 당해 위반행위를 스스로 시정하여 시정조치의 실익이 없다고 인정하였음.
조치	경고

5) 공시제도

가) 대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시 (공정거래법 제11조의2, 시행령 제17조의8 제2~6항)

(1) 대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시

공시대상기업집단에 속하는 회사(비상장회사 포함. 해외현지법인과 비영리법인은 제외)는 자본총계 또는 자본금 중 큰 금액의 5% 이상 또는 50억원 이상인 거래로서 ① 특수관계인을 상대방으로 하거나 특수관계인을 위하여 자금, 자산, 유가증권을 제공 또는 거래하거나 ② 동일인 단독 또는 동일인 친족 출자 계열회사를 상대방으로 하거나 동 계열회사를 위하여 상품, 용역을 제공 또는 거래하고자 할 때에는, 미리 이사회의 의결을 거친 후 공시해야 함

(가) 자본총계 : 주주총회에서 승인된 최근 사업연도말 재무제표에 표시된 자본총계 기준

(나) 자본금 : 이사회 의결일 전일의 자본금 기준 (이사회 의결일 이전에 유상증자 또는 전환사채의 주식전환으로 자본금이 증가한 경우는 이를 포함한 금액)

(다) 적용대상 거래

① 특수관계인을 직접적인 거래상대방으로 한 경우뿐만 아니라 특수관계인을 위한 거래(특수관계인을 직접 상대방으로 하지는 않으나, 제3자를 통하여 간접적으로 특수관계인과 거래하는 경우)도 해당

② 계열사 발행 유가증권을 비계열 금융회사를 통하여 인수한 경우도 해당

【대규모내부거래 적용제외】(대규모 내부거래 공시규정 제4조 제5항)

① 자금·유가증권·자산·상품·용역 거래에 대한 권리의 행사 또는 의무의 이행에 따라 발생하는 부수적인 거래로서 새로운 거래관계가 성립하지 않는 행위

『예』

a) 채권, CP매입 또는 장단기 차입 후 이를 만기 상환하는 경우

b) 상품, 금융거래에 수반하여 부수적으로 이루어지는 할부금융이나 카드 결제의 경우

② 거래당사자가 거래금액, 거래단가, 이자율 등 거래조건을 결정할 수 없는 행위

『예』

a) 주식을 계열 증권사를 통하여 장내 시장에서 거래하는 경우

b) 자산운용사와 계열증권사 간 수익증권 위탁판매계약을 체결하는 경우

개정

(라) 거래상대방 회사 : 동일인이 단독으로 또는 동일인의 친족과 합하여 발행주식 총수의 20% 이상을 소유하고 있는 계열회사 또는 그 계열회사의 상법 제342조의2(자회사에 의한 모회사 주식의 취득)에 따른 자회사인 계열회사를 말하고, 동일인이 자연인이 아닌 기업집단에 소속된 회사는 제외함 (공정거래법 시행령 제17조의8 제3항, 2020.6.16.개정)

(2) 적용대상 거래행위의 기준

구분	기준
자금·유가증권·자산 제공/거래의 경우	동일 거래상대방과 동일 거래대상에 대한 거래행위 기준 (대규모 내부거래에 대한 이사회 의결 및 공시에 관한 규정 제4조 제2항)
상품·용역 제공/거래의 경우	동일 거래상대방과의 거래행위 기준 (대규모 내부거래에 대한 이사회 의결 및 공시에 관한 규정 제4조 제2항)
계약서상 자동 연장 조항에 의해 계약이 자동 연장되는 경우	기존 계약과 별 건으로 보아 이사회 의결 후 공시해야 함 (대규모 내부거래 공시규정 제4조 제4항)
이사회 의결 및 공시를 회피하고자 동일 거래상대방과의 동일 거래대상에 대한 1건의 거래행위를 분할하여 거래하는 경우	거래금액을 합산하여 1건의 거래행위로 간주
동일 거래상대방과 같은 날 약관에 의한 여러 건의 기업어음거래가 동일 조건(발행일, 기간만료일, 이자율 등)으로 거래되는 경우	기업어음의 금액을 합산하여 1건의 차입행위로 간주

(3) 거래금액의 산정 기준 (대규모 내부거래 공시규정 제4조 제2항)

(가) 자금, 유가증권, 자산 거래 : 실제 거래하는 금액을 기준(원칙)

개정

부동산 임대차의 경우	[연간임대료]와 [부가가치세법 시행규칙 제47조에 의한 이율을 적용하여 보증금을 연간임대료로 환산한 금액]을 합산한 금액 = (보증금 X 기획재정부 고시 이자율1.2%) + (월임대료 X 12)
담보 제공의 경우	담보 한도액
보험계약의 경우	보험료 총액

(나) 상품·용역 거래 : 동일 거래상대방과의 분기별 예상 매출·매입 거래금액의 합계액

(4) 이사회 의결 및 공시 방법과 절차 (대규모 내부거래 공시규정 제5,6조)

(가) 의결/공시 의무 : 공시대상기업집단에 속하는 회사(내부거래공시대상회사)는 대규모내부 거래를 하고자 하면 이사회 의결을 거치고 그 내역을 공시해야 함

① 상장법인이 상법 제393조의2(이사회 내 위원회)에 따라 설치한 위원회에서 의결한 경우에는 이사회 의결을 거친 것으로 봄

② 자본시장과 금융투자업에 관한 법률에 따라 신고·공시하면 공정거래법상 공시의무를 이행한 것으로 봄 (대규모 내부거래 공시규정 제10조)

※ 공정거래법상 공시의무사항에 해당되는 사항임을 표시하여야 함

(나) 공시내용 : 거래의 목적, 상대방, 규모 및 조건 등 주요내용을 포함해야 함 (공정거래법 제11조의2 제2항, 시행령 제17조의8 제4항)

(다) 공시시기 : 주권상장법인은 이사회 의결 후 1일 이내 (주권상장법인이 아닌 경우에는 이사회 의결 후 7일 이내)

※ 마지막 날이 영업일이 아닌 경우에는 다음의 최초영업일까지 공시

(라) 공시절차 : 금융감독원의 전자공시시스템(DART)에 등록된 표준서식에 따라 해당 시스템에 공시

[공시제도의 특례] (대규모내부거래 공시규정 제9조, 9조의2)

① 약관에 의한 대규모내부금융거래에 대한 특례

a) 공시대상기업집단에 속해 있는 금융업 또는 보험업을 영위하는 회사가 일상적인 거래분야에서 약관법상의 약관에 의해 금융거래를 하고자 할 때에는 이사회 의결을 거치지 않을 수 있음 (공정거래법 제11조의2 제4항)

b) 공시대상기업집단에 속해 있는 비금융 회사가 약관에 의한 금융거래를 할 경우에는 분기별로 일괄하여 이사회 의결 가능

② 상품 또는 용역의 대규모내부거래에 대한 특례

a) 공시대상기업집단에 속해 있는 회사가 상품 또는 용역의 거래를 하고자 하는 경우에는 1년 이내의 거래기간을 정하여 일괄하여 이사회 의결 가능

b) 상품·용역의 실제 거래금액이 당초 공시한 거래금액보다 20% 이상 감소한 경우에는 이사회 의결을 거치지 않고 분기 종료 후 45일 이내에 실제 거래금액 공시 가능

(5) 이사회 의결 및 공시사항의 주요내용 변경 (대규모 내부거래 공시규정 제7,8조)

(가) 이미 공시한 사항 중 주요내용을 변경하고자 할 경우 이사회 의결 및 공시 필요

(나) 주요내용 : 거래목적, 거래대상, 거래상대방, 거래금액 및 거래단가 등(20% 이상)의 변경

(6) 대규모내부거래 이사회의결 및 공시의무 위반 시 제재조치 (공정거래법 제16조, 제69조의2)

(가) 시정조치명령 : 공시의무의 이행 또는 공시내용의 정정 등

(나) 과태료 : 1억원 이하 부과 (공정거래법 시행령 제65조 제1항 별표3 및 고시)

Q A

Q1 양 거래당사자가 대규모내부거래에 해당되는 경우, 모두 본 규정에 의해 이사회 의결 및 공시를 해야 하는가?

A1 모든 당사자가 이사회 의결 및 공시를 해야 합니다.

Q2 특수관계인을 위하여'의 구체적 의미는?

A2 계열사가 발행한 주식, CP 등을 비계열 금융회사를 통하여 계열사가 인수하는 경우, 직접적인 거래상대방은 비계열 회사이지만 실질적으로는 계열회사를 위한 거래로서 대규모 내부거래의 이사회 의결 및 공시의 대상이 됩니다.

Q3 발행어음이 만기가 되었으나 만기 출금하지 않고 자동 연장되는 경우에도 이사회 의결 및 공시의무가 발생하는가?

A3 만기 도래한 거래의 연장은 새로운 거래로 볼 수 있으므로, 이사회 의결 및 공시의무가 발생합니다.

Q4 부동산 임대차 계약 시에는 대규모 내부거래 기준에 해당되지 않았으나, 임대차금액이 상향 조정되어 대규모 내부거래 기준에 해당되는 경우 이사회 의결 및 공시를 해야 하는가?

A4 이사회 의결 및 공시가 필요합니다.

Q5 1일 총거래금액이 자본금의 5% 또는 50억원 미만일 경우에도 대규모 내부거래로 보지 않아 이사회 의결 및 공시의 필요성이 없는가?

A5 이사회 의결 및 공시의무가 없습니다. 다만, 이러한 거래가 동일목적을 위한 동일 거래임에도 불구하고 공정거래법을 회피할 목적으로 분할하여 이루어진 거래라면 이사회 의결 및 공시의무가 있습니다.

Q6 A회사가 계열사 B에 서울, 경기, 부산 3개 지역에 소재하는 부동산을 1년 임대할 경우 거래금액 산정기준은?

A6 거래상대방이 같더라도 임대목적물, 계약기간 등 거래조건이 다른 경우에는 동일거래라고 할 수 없으므로 각 임대 목적물 별로 공시대상 여부를 판단하면 됩니다.

Q7 자본총계 또는 자본금 중 큰 금액의 5%'에서 자본총계와 자본금의 기준은 이사회 의결일 전일의 자본총계와 자본금을 의미하는가?

A7 자본금은 이사회 의결일 전일의 자본금을, 자본총계는 최근 사업연도 말 재무제표에 표시된 자본총계를 기준으로 합니다.

Q8 부동산매매 행위가 대규모 내부거래에 해당되어 이사회 의결 및 공시를 한 이후, 추가적으로 거래가 있는 경우 추가 거래금액이 대규모 내부거래에 해당되지 않은 경우에도 다시 이사회 의결 및 공시를 해야 하는가?

A8 당초 의결 및 공시한 행위와 추가로 발생한 행위 간 거래대상이 동일한 경우에는 추가 거래 금액이 당초 거래금액보다 20% 이상 변동 있다면 다시 이사회 의결 및 공시를 해야 하지만, 거래대상이 다를 경우에는 추가 거래금액만을 기준으로 대규모내부거래 해당여부를 판단하여야 합니다.

【심결례】

ㅁ 금호생명보험(주)의 특수관계인에 대한 자금 제공행위

행위사실	금호생명보험(주)는 2003년 4월 1일로부터 2004년 4월 29일까지 1조 5,882억원을 91회에 걸쳐 하나기업금융(주) 등 10개 금융기관이 발행한 기업어음을 매입하거나 콜거래를 통해 자금을 제공하고 본 금융기관으로 하여금 금호석유화학(주), 금호산업(주), 아시아나항공(주) 및 금호렌터카(주)가 발행한 기업어음을 매입토록 하는 방법으로 특수관계인에게 자금을 우회적으로 제공함
위법성판단	금호생명보험(주)는 자신의 특수관계인인 금호석유화학 등 4개사를 위하여 금융기관과 100억원 이상의 자금거래를 하였음에도 불구하고 그 거래내용을 공시하지 아니하여 대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시규정을 위반함
조치	10억원의 과태료 부과

ㅁ 현대자동차 소속 3개사의 대규모 내부거래 이사회 의결 및 공시규정 위반행위에 대한 건

행위사실	현대커머셜 주식회사, 현대카드 주식회사, 현대캐피탈 주식회사는 국내 계열회사인 현대라이프생명보험 주식회사와 2017. 12. 29. 50억 원 이상의 퇴직연금보험 거래를 함
위법성판단	거래금액(현대커머셜 74억원, 현대카드 118억원, 현대캐피탈 139억원)이 각 50억 원 이상인 이사회 의결 및 공시의 대상이 되는 대규모 내부거래에 해당함에도, 이사회 의결을 거치지 않고 지연하여 공시하여 대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시 규정을 위반함
조치	경고

나) 비상장회사 등의 중요사항 공시 (공정거래법 제11조의3, 시행령 제17조의10)

(1) 비상장회사 등의 중요사항 공시

공시대상기업집단 소속회사 중 금융사·보험사가 아닌 비상장회사(단, 자산총액이 100억원 미만으로서 청산 중이거나 1년 이상 휴업중인 회사는 제외)는 소유지배구조와 관련된 중요사항, 재무구조에 중요한 변동을 초래하는 사항, 경영활동과 관련된 중요사항을 수시로 공시하여야 하고, 위반 시 시정조치 및 1억원 이하의 과태료가 부과됨 (공정거래법 제16조, 제69조의2)

(가) 연도 중에 공시대상기업집단의 계열회사로 신규 편입된 회사는 신규 계열 편입된 날로부터 공시의무가 부과됨

(나) 연도 중에 공시대상기업집단의 계열회사로부터 계열 제외된 회사 또는 지정 제외된 공시대상기업집단에 소속된 회사는 계열 제외 또는 지정 제외된 날로부터 공시의무가 면제됨

(2) 공시대상 업무 (시행령 제17조의10)

(가) 소유지배구조와 관련된 중요사항 (제2항)

공시항목	공시기준일	공시기준	비고
최대주주의 주식보유 비율의 변동사항	변동일	변동비율 1% 이상	최대주주 등 구성원 변동도 공시
임원의 변동사항	등기일	변동 내용 (신임/해임 등)	등기부등본 기준

(나) 재무구조에 중요한 변동을 초래하는 사항 (제3항)

공시항목	공시기준	비고
고정자산의 취득 또는 처분 결정사항	자산총액의 10% (납입자본금의 10%) 이상	기업회계기준에 따른 고정자산 모두 포함 (예. 건설 중인 자산)
타 법인 주식 및 출자 증권의 취득·처분 결정사항	자기자본의 5% (납입자본금의 5%) 이상	국내 계열사 외 모든 회사 (해외 계열사 포함)
증여 또는 수증 결정사항	자기자본의 1% (납입자본금의 1%) 이상	무상으로 타인과 재산을 주고 받는 모든 행위
타인을 위한 담보제공 또는 채무보증 결정사항	자기자본의 5% (납입자본금의 5%) 이상	해외계열사 대상의 담보제공, 채무보증도 포함
채무의 면제 또는 인수 결정사항 및 채무 면제받기로 한 결정사항	자기자본의 5% (납입자본금의 5%) 이상	-
증자 또는 감자 결정사항	결정 여부 (금액기준 없음)	최대주주의 지분변동 공시 해당 여부 확인
전환사채·신주인수권부사채 발행	결정 여부 (금액기준 없음)	추후 주식으로 전환 가능한 사채에 한정함

* 공시기준일: 이사회 또는 대표이사의 결정일

(다) 회사의 경영활동과 관련된 중요한 사항 (제4항)

공시항목	공시기준	비고
영업의 양도·양수·임대, 분할·합병 결정사항	결정여부	상법 제374, 522, 527의2, 527의3, 530의2조에 근거
주식의 포괄적 교환결정 및 주식이전 결정사항	결정여부	상법 제360조2의 규정과 상법 제360조의15에 근거
해산사유, 회생절차 결정사항, 관리절차 결정사항	결정여부	상법 제517조, 채무자 회생 및 파산에 관한 법률, 기업구조조정 촉진법 제8, 19, 20, 21조에 근거

* 공시기준일 : 이사회 또는 대표이사의 결정일

(3) 공시시기 (공시대상기업집단 소속회사의 중요사항 공시 등에 관한 규정 제5조의2)

(가) 공시시기 : 사유 발생일로부터 7일 이내 (제4항) - 수시

(나) 사유발생일 기준 (제5항)

① 소유지배구조 관련 '변동이 있을 때'란

i) 주식회사의 주식을 양수하는 경우 : 주권을 교부 받은 날

ii) 신주를 유상취득 하는 경우 : 주식대금의 납입기일의 다음날

iii) 주식회사 외의 회사의 지분을 양수하는 경우 : 지분양수의 효력이 발생하는 날

② 임원의 '변동이 있을 때'란, 등기부등본상에 임원이 등재된 날

③ 재무구조 관련 '결정이 있은 때'란, 이사회(위원회)의 결의 또는 대표이사 기타 사실상의 권한이 있는 임원·주요주주 등의 결정이 있은 때

(4) 공시방법 및 절차 (공시대상기업집단 공시규정 제6조, 제7조)

(가) 공시대상회사는 금융감독원이 운영하는 전자공시시스템의 전산망을 통하여 금융위원회가 정하는 '증권의 발행 및 공시 등에 관한 규정'에 따라 공시하여야 함

(나) 공시양식은 공정거래위원회가 정하는 양식이 있는 경우에는 그에 따르나, 금융감독원이 운용하는 전자공시시스템의 표준서식이 있는 경우에는 이를 준용한다.

Q A

Q1 추가적인 주식매입이나 매각이 없이 증자 또는 주식소각 등으로 인하여 보유지분이 1% 이상 변동이 생기는 경우 공시하여야 하는가?

A1 어떤 사유에서건 발행주식 총수의 100분의 1 이상 변동이 있는 경우에는 공시 대상입니다.

Q2 최대주주의 총 지분율은 변동이 없으나 최대주주 간에 지분 이동이 있을 경우 공시의무가 있는가?

A2 최대주주가 보유하고 있는 총 지분율은 변동이 없으나, 최대주주의 주식보유 현황이 100분의 1 이상 변동이 있는 경우, 최대주주 구성원이 변동된 경우에는 해당 내용을 공시하여야 합니다.

Q3 공시대상 중 임원의 변동과 관련하여 공시기준은 임원의 선임 및 해임 시 공시하도록 되어있는데, 임원의 변동 없이 중임(연임)하는 경우에도 공시하여야 하는가?

A3 중임(연임)하는 경우에는 임원의 변동에 해당하지 아니하므로 공시대상이 아닙니다.

Q4 계열회사 주식보유 변동 공시에서 계열회사이면서도 해외법인인 경우도 동일하게 적용되는가?

A4 국내법인만을 대상으로 하므로, 해외 계열회사는 공시대상이 아닙니다.

Q5 A사(비상장사)와 B사(비상장사)가 합병, B사가 소멸되는 경우 A사와 B사가 동시에 보유하던 혹은 B사가 보유하던 C사 주식과 관련하여 공시대상은(A, B, C는 계열회사)?

A5 A사와 B사 모두 합병결정 공시를 하여야 합니다. 또한, 합병 후 A사는 계열회사 주식보유 변동 공시를 하여야 합니다. 다만, B사는 계열 제외일로부터 공시의무가 없습니다.

Q4 기업회계 기준상 유형자산으로 분류되는 건설공사비도 비유동자산의 취득으로 보아 공시대상인가?

A4 취득중인 자산이 기업회계 기준에 따라 유형자산으로 분류된다면 이에 대한 결정사항도 공시대상입니다.

Q5 비유동자산 취득과 관련하여 단일 건의 기준은?

A5 단일 건이란, 계약 건(이사회 결정 건)으로 보아야 할 것입니다. 동일인물과 계약을 체결하더라도 각각의 자산별로 계약(이사회 결정)을 한다면 각각의 계약금액을 기준으로 공시여부를 판단하여야 할 것입니다. 다만, 공시를 회피하기 위하여 고의적으로 분할 거래한 경우에는 법 위반에 해당합니다.

【심결례】

ㅁ P건설사의 채무보증 지연공시 건

행위사실	P건설사는 2006년 4월 18일 해외 자회사인 IBC 등 3개사가 한국수출입은행 등 5개 은행으로부터 대출받은 939억원(자기자본 9,289억원의 10.1% 해당)의 채무에 대해서 지급보증을 하기로 이사회결의를 하였으나 이사회 결의일로부터 7일 이내인 2006년 4월 25일까지 이를 공시하여야 함에도 불구하고 2006년 5월 4일 공시함으로써 공시시기를 9일 지연함
위법성판단	P건설사는 공정거래법 시행령 제17조의10에 따른 공시대상 회사로서 채무보증 결정사항을 지연공시한 행위는 공정거래법 제11조의3 위반임
조치	경고

다) 기업집단 현황 공시제도 (공정거래법 제11조의4)

(1) 기업집단 현황 공시제도

공시대상기업집단 소속회사(단, 자산총액이 100억원 미만으로서 청산 중이거나 1년 이상 휴업중인 회사는 제외)는 기업집단의 일반 현황, 주식소유 현황, 지주회사 등이 아닌 계열회사 현황, 상호출자 현황, 순환출자 현황, 채무보증 현황, 취득소유하고 있는 국내 계열회사 주식에 대한 의결권 행사 여부, 특수관계인과의 거래 현황 등을 공시하여야 함 (시행령 제17조의11 제2항)

(2) 공시빈도 및 시기 (공시대상기업집단 공시규정 제5조)

(가) 국내 계열회사간 주식소유현황 등 : 분기 1회 (매년 2·5·8·11월 말까지)

(나) 일반현황, 특수관계인의 주식소유현황 등 : 연 1회 (매년 5월 말까지)

(3) 위반 시 제재 (공정거래법 제16조 및 제69조의2, 시행령 제65조 및 별표3)

공시를 하지 않은 경우, 허위로 공시한 경우, 주요내용을 누락한 경우, 공시기한을 초과하여 공시한 경우, 시정명령 또는 과태료(1억원 이하) 부과

Q A

Q1 유상증자에 참여하여 주식을 받은 경우 유상증자 한 회사가 계열회사 간 유가증권 거래 현황을 공시해야 하는가?

A1 유상증자에 참여한 회사가 아니라, 유상증자 한 회사가 공시하여야 합니다.

Q2 동일인 관련자 중 상업사용인 및 피용인은 무엇을 의미하며, 상업사용인과 거래를 한 경우에는 무슨 범주에 포함시켜 공시하여야 하는가?

A2 상업사용인 또는 피용인이란, 자연인인 동일인과 묵시적 합의, 고용계약 등을 통해 동일인을 보좌하거나 대리하는 역할을 하는 개인(지배인 등)을 의미하고, 임원의 범주에 포함시켜 공시하여야 합니다.

Q3 자회사나 손자회사가 있는 경우 지주회사나 자회사는 이들 내용도 같이 공시하는가?

A3 개별회사는 자기회사 내용만 공시하면 되고, 전체 기업집단 현황은 기업집단 대표회사가 공시하여야 합니다.

Q4 합병 후 피합병 회사로부터 차입금, 사채 등을 인수하는 경우 이들 금액도 차입 현황, 유가증권 거래 현황에 포함되는가?

A4 피합병 회사가 공시대상 기간(직전 분기)동안 차입한 금액, 발행한 사채금액 등은 포함하여 기재하고, 공시대상 기간 이전에 차입한 금액, 발행한 사채금액은 기재할 필요가 없습니다.

Q5 12월 31일에 주식매매거래가 발생했으나, 다음해 1월 2일에 대금을 결제하는 경우에는 공시기준일이 언제인가?

A5 기업회계 기준상 발생주의 회계원칙에 따라 주식매매 거래일인 12월 31일 기준으로 공시하여야 합니다.

[심결례]

ㅁ 대기업집단(부영) 소속회사의 주식소유현황 허위신고 및 허위공시 제재 건

행위사실	기업집단 '부영' 소속회사들인 ㈜부영 ㈜광영토건, 남광건설산업㈜, 부강주택관리㈜, ㈜부영엔터테인먼트 등 5개 사는 동일인(이중근)과 그 배우자의 차명 주식 보유 사실을 숨기고 주주 현황을 공정위에 허위로 신고하고 시장에 허위로 공시함
조치	5개사 고발 조치. 총 3,200만 원의 과태료 부과

유의 경영지원

6) 지주회사 제도

가) 지주회사 등의 개념 (공정거래법 제2조, 시행령 제2조)

(1) 지주회사 : 주식(지분)의 소유를 통하여 국내회사의 사업내용을 지배하는 것을 주된 사업으로 하는 회사(자회사 주식가액 합계가 자산총액의 50% 이상)로서, 설립·합병·분할 등기일 현재의 또는 직전 사업연도 종료일 현재의 대차대조표에 기재된 자산총액이 5천억원 이상인 회사

(2) 자회사 : 지주회사에 의하여 사업내용을 지배 받는 국내 계열회사로서, 지주회사가 소유한 주식이 특수관계인 중 최다출자자가 소유하는 주식보다 같거나 많은 회사

(3) 손자회사 : 자회사에 의하여 사업내용을 지배 받는 국내 계열회사로서, 자회사가 소유한 주식이 특수관계인 중 최다출자자가 소유하는 주식보다 같거나 많은 회사

나) 지주회사, 자회사, 손자회사(증손회사)의 성립시점 (지주회사 해석지침(공정위 예규))

지주회사	자회사	손자(증손)회사
지주회사 설립 시에는 설립등기일	지주회사가 설립/전환 당시에 소유하고 있는 자회사는 지주회사의 성립시점에서 정한 날	지주회사가 설립/전환 당시에 소유하고 있는 자회사가 소유하고 있는 손자회사는 지주회사의 성립시점에서 정한 날
회사 합병/분할을 통해 지주회사 전환 시에는 합병/분할 등기일	지주회사가 타회사 주식취득으로 지주회사의 자회사가 되는 경우에는 시행령제18조제8항제1호각목에서 정한 날	자회사가 타회사 주식취득으로 자회사의 손자회사가 되는 경우에는 시행령제18조제8항제1호각목에서 정한 날
타법 규정에 따라 지주회사 적용 제외 후 다시 지주회사로 전환 시에는 제외기간 종료일의 익일	지주회사가 자회사 설립 시에는 자회사의 설립등기일	자회사가 손자회사 설립 시에는 손자회사의 설립등기일
타회사 주식취득, 자산증감 등으로 지주회사 전환 시에는 당해 사업년도 종료일의 익일	-	-

다) 지주회사 행위 제한 (공정거래법 제8조의2 제2항)

(1) 출자단계 제한 : 원칙적으로 2단계(자회사, 손자회사)까지만 출자를 허용하고, 증손회사의 경우는 주식 100% 소유하는 경우에만 예외적으로 허용됨

(2) 부채비율 규제 : 자본총액(자산총액에서 부채액을 뺀 금액)의 2배를 초과하는 부채액 보유 금지

(3) 최소지분율 규제 : 자회사 주식보유비율 하한 제한

(가) 비상장법인 : 40% 이상

(나) 상장법인, 국외상장법인, 공동출자법인, 벤처지주회사의 자회사 : 20% 이상

(4) 국내 비계열사의 주식을 당해 회사 발행주식총수의 100분의 5를 초과하여 소유하는 행위 금지

(5) 계열사간 수평/순환출자 금지 : 자회사 외의 국내 계열회사의 주식을 소유하는 행위

(6) 지주회사의 금산분리 : 금융지주회사는 비금융(보험)회사를 자회사로 둘 수 없고, 일반지주회사는 금융(보험)사를 자회사로 둘 수 없음

(7) 채무보증 해소의무 : 상호출자제한기업집단에 속하는 회사를 지배하는 동일인(및 그 특수관계인)이 지주회사 설립/전환 시에는 다음의 채무보증을 해소해야 함

- 채무보증의 범위 : 지주회사와 자회사간의 채무보증, 지주회사와 다른 국내계열사간의 채무보증, 자회사 상호간의 채무보증, 자회사와 다른 국내계열사간의 채무보증

라) 자회사 행위 제한 (공정거래법 제8조의2 제3항)

(1) 손자회사 주식보유비율 하한 제한

(가) 비상장법인 : 40% 이상

(나) 상장법인, 국외상장법인, 공동출자법인, 벤처지주회사의 자회사: 20% 이상

(2) 금융(보험)업 영위 회사를 손자회사로 지배 금지

(3) 손자회사 외 국내 계열회사 주식 소유 금지

마) 손자회사 행위 제한(공정거래법 제8조의2 제4항) : 국내계열회사(100% 증손회사는 예외) 주식소유 금지

바) 증손회사 행위 제한(공정거래법 제8조의2 제5항) : 국내계열회사 주식소유 금지

사) 법 위반 시 제재 : 시정조치, 과징금, 형벌(3년 이하 징역, 2억원 이하 벌금) 등

7) 부당지원 및 특수관계인에 대한 부당한 이익제공 금지

가) 부당지원행위 (공정거래법 제23조 제1항 7호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2] 10)

부당하게 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 가지급금·대여금·인력·부동산·유가증권·무체재산권 등을 제공하거나 상당히 유리한 조건으로 거래하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위

『예』 계열사에게 공장, 사무실 등을 무상 또는 낮은 임대료로 임대해 주거나, 업무지원을 위해 인력을 제공하고 인건비를 받지 않는 등의 행위

나) 부당지원행위 성립 요건

(1) 지원주체 : 공정거래법 적용 대상이 되는 모든 사업자 (주로 기업집단 소속회사. 개인은 제외)

(2) 지원객체 : 지원행위로 인한 경제적 이익이 귀속된 특수관계인(동일인·동일인관련자)이나 다른 회사(비계열사도 포함)

(가) 일반적으로 계열회사를 지원하는 행위를 규제

(나) 지원객체와 100% 모자회사 관계에 있는 완전자회사의 경우에도 성립 (판례)

(다) 지원객체가 지원행위 당시 관련시장에 직접 참여하고 있을 필요까지는 없음 (판례)

: 즉, 경쟁저해의 '우려'만 있으면 되므로 잠재적인 사업자도 포함

(3) 지원행위 : 거래를 통해 경제상 이익을 제공하는 행위 (상당히 유리한 조건의 거래 및 불필요한 거래단계 추가행위)

정상가격 > 실제거래가격	매수자(지원객체) 에게 경제상 이익 귀속
정상가격 < 실제거래가격	판매자(지원객체) 에게 경제상 이익 귀속

(가) 상당성 : 거래조건이 지원객체에게 상당히 유리 (7% 이상 차이부터는 리스크 존재)

(나) 부당성 : 지원객체의 관련시장에서 경쟁저해 또는 경제력 집중 야기

(다) 지원의도 : 지원주체의 주된 의도가 관련시장에서의 공정거래를 저해할 우려가 있는지를 고려함 (판례 - 동기, 목적, 거래관행, 지원객체 상황, 경제효과 귀속 등을 종합적으로 고려하여 지원의도를 객관적으로 추단 가능)

다) 부당지원행위의 판단기준

(1) 상당히 유리한 조건의 거래 (부당한 지원행위 심사지침)

(가) 의미 : 지원주체가 지원객체에게 직접 또는 간접적(제3자를 매개)으로 제공하는 경제적 급부의 정상가격이 그에 대한 대가로 지원객체로부터 받는 경제적 반대급부의 정상가격보다 높은 경우, 지원주체가 지원객체에게 과다한 경제상 이익을 제공하는 작위/부작위를 말함

(나) 상당성 판단 : 개별적으로 당해 거래에 관한 제반 구체적 상황을 종합적으로 고려

① 정상가격 산정 : 지원주체와 지원객체 간에 이루어진 경제적 급부와 동일한 경제적 급부가 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 간에 이루어졌을 경우 형성되었을 거래가격

② 지원금액 산정 : 경제적 급부의 정상가격에서 경제적 반대급부의 정상가격을 차감

⇒ 실무 : 정상가격에서 실제 거래가격을 차감하는 방식으로 산출 (VAT포함)

③ 지원성 거래규모 : 지원주체가 지원객체에게 제공하는 경제적 급부의 실제거래가격이 정상가격보다 높거나 낮은 것으로 보는 것이 합리적이나, 정상가격의 구체적 수준을 합리적으로 산정하기 어려운 경우에 당해 거래 (무상제공 또는 무상이전을 포함)의 규모

④ 대법원 : "급부와 반대급부 사이의 차이, 지원성 거래규모와 지원행위로 인한 경제상 이익, 지원기간, 지원횟수, 지원시기, 지원행위 당시 지원객체가 처한 경제적 상황 등을 종합적으로 고려하여 개별/구체적으로 판단"

(다) 정상가격 산정의 합리성

① 정상가격에 관한 검토자료를 구비하였는지?

- 외부업체(가능한 한 유사업체)와의 가격비교자료 등 가격적정성 평가 근거 마련 필요 (가격비교자료가 없는 경우 감정평가 실시)

② 구체적이고 충분한 가격비교가 이루어졌는지?

i) 구체적인 비교 없이 그룹 차원 일괄구매 등으로 할인이 이루어졌다고만 기재하는 것은 부적절

ii) 가격적정성의 재평가 필요

【정상가격 관련 판례】

ㅁ 발전사들의 한전산업개발에 대한 부당지원행위 사건(서울고법 2015누40356판결)

행위사실	원고들과 지원객체 사이에 수의계약으로 체결한 공사계약의 낙찰률이 최저 98.00%에서 99.99%이었던 사안(반면, 참고가격으로 제시된 거래의 평균 낙찰률은 86.13%)
판결내용	피고는 정상가격을 특정하지 않고 참고가격안을 제시하여 비교하였는데, 참고가격이 정상가격으로 볼 수 있을 정도로 합리적으로 추산되었다고 볼만한 증거가 없음 ⇒ 현저히 높은 대가로 거래하여 과다한 경제상 이익을 제공하였는지를 판단할 수 없음

ㅁ 신세계 기업집단의 부당지원 행위(대법원 2015. 1. 29. 선고 2014두36112판결)

행위사실	2013.2.25 신세계 기업집단 소속 (주)신세계, (주)이마트 및 (주)에브리데이리테일이 계열사인 (주)신세계SVN 및 (주)조선호텔에게 판매수수료를 과소책정하는 방법으로 부당하게 지원함 ※ 공정위는 시정명령, 과징금 40억 6,100만원 부과
판결내용	공정위가 비교대상으로 삼은 만두/도너츠 거래를 더 적합한 사례라고 단정하기 어렵고, 설령 비교에 적합한 사례라고 하더라도 차이점을 합리적으로 조정하지 않은 채 정상수수료율을 추단하는 것은 합리적이지 않으므로 부당지원행위라고 판단한 원심판결을 파기 환송함

【'상당히 유리한 조건' 관련 판례】

ㅁ 대우 2차 사건(대법원 2004.10.14. 선고2001두2935판결)

행위사실	정상할인율보다 2~7% 정도 낮은 할인율로 기업어음을 인수한 행위
판결내용	부당한 지원행위에 해당

ㅁ SK 4차 사건 중 에스케이네트웍스 외 2의 에스케이해운 부당지원행위 건 (대법원 2005.4.29. 선고2004두3281판결)

행위사실	계열회사의 실질적인 주식가격이 액면가에 현저히 미치지 못함에도 불구하고 유상증자에 참여하여 액면가로 주식을 인수한 행위
판결내용	현저히 유리한 조건의 거래에 해당

ㅁ 에스케이건설 외 11(에스케이 1차)의 부당지원행위 건(대법원 2007.1.25. 선고 2004두1490판결)

행위사실	기준주가에서 10% 할인한 금액으로 증자주식을 인수함
판결내용	비록 증자회사가 자본잠식 상태이더라도 향후 주가전망이 밝아 투자가치가 있다고 볼 수 있다면, 현저히 유리한 조건으로 자산을 거래한 경우에 해당하지 않는다고 봄

ㅁ 삼성생명보험 외 3(삼성3차) 부당지원행위 건(대법원 2007.10.26. 선고 2005두3172판결)

행위사실	중개기관에 지급하는 수수료 등 경비를 제외한 수익률(정상수익률)보다 현저히 낮은 금리로 인수함
판결내용	현저히 유리한 조건의 거래에 해당

ㅁ 중앙일보사의 부당지원행위 건(대법원 2005.5.13. 선고 2004두2233판결)

행위사실	원고가 JMI 및 중앙방송에게 자신의 임차가격보다 훨씬 낮은 가격으로 건물을 임대해 줌
판결내용	현저히 유리한 조건의 거래에 해당

ㅁ 산업은행의 부당지원행위 건(대법원 2011. 9. 8. 선고 2009두11911 판결)

행위사실	한국산업은행이 계열사인 산은캐피탈 주식회사가 발행한 BBB 등급의 무보증사모사채 500억 원을 인수하며 적용한 금리가 그보다 우위의 조건을 가진 거래행위에 적용된 금리보다 오히려 낮음
판결내용	현저히 유리한 조건의 거래에 해당

ㅁ 한국철도공사의 부당지원행위 건(서울고법 2007.5.16. 선고 2006누24352판결. 고법 확정)

행위사실	특별한 이유 없이 수의계약으로 경쟁입찰에 의한 낙찰률인 87.7%보다 9.4% 높은 97.1%로 체결
판결내용	부당한 지원행위에 해당

개정 (2) 지원행위의 구체적 기준 및 지원금액 산정원칙 (부당한 지원행위 심사지침, 2020.9.10. 일부개정)

(가) 가지급금 또는 대여금 등 자금 거래

① 가지급금·대여금 등 자금을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위, 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 행위 해당.

② 실제 적용금리가 동일 또는 유사한 상황에서의 '개별정상금리'보다 상당히 낮거나 높은 경우에 성립

③ 지원 의도 하에 제3자를 매개하여 자금거래를 하고, 그로 인해 지원객체에게 실질적으로 경제상 이익을 제공하는 경우에도 성립

* 적용제외 : 실제 적용금리와 개별/일반 정상금리와의 차이가 개별/일반 정상금리의 7% 미만이면서(and) 개별/일련의 지원행위로 인한 지원금액이 1억원 미만인 경우

판례

웅진 기업집단의 부당지원 행위(대법원 2014. 6. 12. 선고 2013두4225판결)

행위사실	행위1) 웅진 기업집단의 5개 계열사는 직접 구매하던 소모성 자재를 웅진홀딩스를 통해 일괄구매하고 구매대행수수료 명목으로 인건비를 대신 지급함 행위2) 웅진홀딩스는 웅진폴리실리콘이 시설자금을 차입할 수 있도록 자사 소유 600억원 예금과 웅진코웨이 주식 100만주를 담보로 제공함 ※ 공정위는 시정명령, 과징금 34억 2,800만원 부과
판결내용	행위1) 웅진홀딩스가 지원받은 금액이 정상가격보다 높다는 점을 인정할 만한 근거가 없고 부당지원 의도가 있다고 보기 어려워 부당지원행위로 보지 아니함 행위2) 담보제공행위는 부당지원행위에 해당하나, 공정위가 개별정상금리를 산정하기 어렵다는 이유만으로 일반정상금리를 기준으로 부당지원금액을 산정한 것은 위법함 → 공정위 과징금 재산정 및 부과

(나) 유가증권, 부동산, 무체재산권 등 자산 거래

① 유가증권/부동산/무체재산권 기타 자산을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과대한 경제상 이익 제공하는 경우 해당

② 예시 : 기업어음/주식/후순위사채/전환사채/회사채/사모사채/부도유가증권 고가매입, 주식 우회인수, 전환사채의 저가주식 전환, 신주인수권부사채 저가매각, 부동산 저가매도/고가매수, 무체재산권 무상양도 등

(다) 부동산의 임대차

: 공장/매장/사무실 등 부동산을 무상으로 사용하도록 제공하거나, 정상임대료보다 낮은 임대료로 임대하거나 정상임차료보다 높은 임차료로 임차하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 경우 해당

* 정상임대료 : 합리적 산정이 어려운 경우에는 아래 산식에 의함

⇒ (부동산 정상가격의 50/100) X 임대일수 X 정기예금 이자율/365

* 임대보증금이 포함된 임대차계약의 정상임대료는 아래 산식에 의함

⇒ 해당 기간의 임대보증금 X 임대일수 X 정기예금 이자율/365

(라) 상품·용역의 거래

① 거래대가 차이로 인한 지원행위

i) 상품·용역을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 경우 해당

ii) 예시 : 매출채권을 회수지연/상각하여 회수불가능 채권으로 처리한 경우, 외상매출금/용역대금을 약정기한 내 회수하지 않거나 늦게 회수하면서 지연이자를 받지 않는 경우, 지원객체가 생산/판매하는 상품을 구매하는 임직원에게 구매대금을 대여하거나 융자금을 알선해 주고 이자의 전부/일부를 임직원 소속 계열회사 자금으로 부담한 경우, 지원객체가 운영하는 광고매체에 정상 광고단가보다 높은 단가로 광고비를 과다 지급하는 경우 등

② 상당 규모에 의한 지원행위

i) 상품·용역을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 행위 해당

ii) 예시 : 거래대상의 특성상 지원객체에게 거래물량으로 인한 규모의 경제 등 비용절감효과가 있음에도 동 비용절감효과가 지원객체에게 과도하게 귀속되는 경우, 지원주체와 지원객체 간의 거래물량만으로 지원객체의 사업 개시/유지를 위한 최소한의 물량을 초과할 정도의 거래규모가 확보되어 지원객체의 사업위험이 제거되는 경우 등

(마) 인력의 제공

① 인력을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 행위에 해당 또한 지원주체가 지원객체와 인력을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당

② 예시 : 업무지원을 위하여 인력을 제공한 후 인건비는 지원주체가 부담한 경우, 인력파견계약을 체결하고 인력을 제공하면서 퇴직충당금 등 인건비의 전부/일부를 미회수한 경우 등

(바) 거래단계 추가 (일명 '통행세')

① 지원주체가 다른 사업자와 상품·용역 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 역할이 없거나 미미한 지원객체를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래하거나, 거래상 역할이 있더라도 그 역할에 비해 과도한 대가를 지원객체에게 지급하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 것도 지원행위에 해당

② 예시 : 통상적인 직거래관행 및 기존의 거래형태와 달리, 지원객체를 통해 제품을 간접적으로 구매하면서 실제 거래에 있어 지원객체의 역할을 지원주체가 수행하거나, 지원주체와 지원주체의 역할이 중복되는 등 지원객체가 거래에 있어 실질적인 역할을 하지 않은 경우 등

(3) 지원행위의 부당성 여부 (부당한 지원행위의 심사지침 - Ⅳ. 부당성 판단기준)

(가) 부당성이 인정되는 경우 : 원칙적으로 당해 지원행위로 인하여 지원객체의 관련 시장에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등의 '공정한 거래를 저해할 우려'가 있다면 부당성이 인정됨 (공정거래저해성 입증 필요)

① 지원객체가 지원행위로 거래분야에서 유력한 사업자의 지위를 형성, 유지 또는 강화할 경우

② 지원객체가 속하는 거래분야에서 지원행위로 인하여 경쟁사업자가 배제될 우려가 있는 경우

③ 지원객체가 지원행위로 경쟁사업자에 비하여 경쟁조건이 상당히 유리하게 되는 경우

④ 지원객체가 속하는 거래분야에서 지원행위로 인하여 지원객체의 퇴출이나 타 사업자의 신규진입이 저해되는 경우

⑤ 관련 법령을 면탈 회피하는 등 불공정한 방법 또는 절차를 통해 지원행위가 이루어지는 경우

【'부당성' 인정 판례】

ㅁ 대우 3차 사건(대법원 2004.10.14. 선고 2001두6012판결)

행위사실	당기순이익의 10%를 초과하는 금액을 지원
판결내용	지원객체의 재무구조를 현저히 개선시키는 등 공정한 거래를 저해하였거나 저해할 우려가 있다고 봄

ㅁ 엘지반도체 외 18개사의 부당지원행위 건(대법원 2004.1112. 선고 2001두2034판결)

행위사실	지원객체의 생존 자체가 위협을 받고 있는 상황에서, 그 후순위사채를 현저히 높은 대가로 인수함
판결내용	대규모의 현금유동성을 제공함과 동시에 BIS 비율을 제고시킨 것으로서 부당지원행위에 해당

ㅁ 대우 2차 사건(대법원 2004.10.14. 선고 2001두2935판결)

행위사실	정상할인율보다 2~7% 정도 낮은 할인율로 기업어음을 인수한 행위
판결내용	부당한 지원행위에 해당

ㅁ 에스케이엠의 동산씨앤지 부당지원행위 건(대법원 2006.10.27. 선고 2004두3274판결)

행위사실	202억 6천만원에 달하는 자금을 정상금리보다 현저히 낮은 금리로 조달할 수 있게 함으로써 7억여원 상당의 금융상 이익을 제공
판결내용	지원객체로 하여금 관련시장에서 퇴출되지 않고 계속 사업할 수 있게 함으로써 공정하고 자유로운 경쟁을 저해할 우려가 있음

(나) 부당성이 인정되지 않는 경우 : 공정한 거래질서라는 관점에서 판단하여, 지원행위에 단순한 사업경영상의 필요 또는 거래상의 합리성 내지 필요성이 있다는 사유만으로는 부당성이 부정되지 않음

① 대규모기업집단의 계열회사가 기업구조조정 과정에서 구조조정 대상회사나 사업부문에 대해 손실분담을 위해 불가피한 범위 내에서 지원하는 경우

② 기업구조조정 과정에서 일부 사업부문을 임직원 출자형태로 분사화하여 설립한 중소기업에 대해 설립일부터 3년 이내의 기간 동안 자생력 배양을 위해 지원하는 것으로서 타 중소기업의 기존 거래관계에 영향이 적은 경우

③ '대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률'에 의하여 위탁기업체가 사전에 공개되고 합리적이고 비차별적인 기준에 따라 수탁기업체(계열회사 제외)를 지원하는 경우

④ 개별/일련의 지원행위로 인한 지원금액이 5천만원 이하로서 공정거래저해성이 크지 않다고 판단되는 경우

⑤ '장애인고용촉진 및 직업재활법'에 따른 장애인 고용의무가 있는 사업주가 같은 법 제2조 제8호에 해당되는 장애인 표준사업장의 발행주식 총수 또는 출자총액의 50%를 초과 소유하여 실질적으로 지배하고 있는 장애인 표준사업장에 대하여 자생력 배양을 위하여 합리적인 범위 내에서 지원하는 경우

⑥ '사회적 기업 육성법'에 따라 고용노동부장관의 인증을 받은 사회적 기업의 제품을 우선 구매하거나, 사회적 기업에게 각종 용역을 위탁하거나, 사회적 기업에게 시설·설비를 무상 또는 상당히 유리한 조건으로 임대하는 등의 방법으로 지원하는 경우 등

⑦ 정부투자기관·정부출자기관이 공기업 민영화 및 경영개선계획에 따라 일부 사업부문을 분사화하여 설립한 회사에 대하여 분사 이전의 시설투자자금 상환·연구기술인력 활용 및 분사후 분할된 자산의 활용 등과 관련하여 1년 이내의 기간동안 자생력 배양을 위하여 불가피하게 지원하는 경우로서 기존 기업의 거래관계에 영향이 적은 경우

⑧ 금융지주회사법에 의한 완전지주회사가 완전자회사에게 자신의 조달금리 이상으로 자금지원을 하는 경우

(다) 사업자가 아닌 특수관계인에 대한 지원행위의 경우 : 특수관계인이 당해 지원행위로 얻은 경제상 급부를 계열회사 등에 투자하는 등으로 인하여 지원객체가 직접 또는 간접적으로 속한 시장에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등으로 공정한 거래를 저해할 우려가 있는지(입증 필요) 여부에 따라 부당성을 판단함

【'부당성' 부정 판례】

ㅁ 한국투자증권의 부당지원행위 건(대법원 2008.6.12. 선고 2006두7751판결)

행위사실	자산총액이 0.4% 미만의 금액을 지원
판결내용	지원객체의 관련시장 점유율이 상당히 적고, 지원금액이 자산총액의 0.4%에도 미치지 못할 만큼 적은 점을 감안하면 지원행위가 관련시장에서 공정한 거래를 저해할 우려가 있다고 보기 어려움

ㅁ 한국토지공사의 부당지원행위등 건(대법원 2006.5.26. 선고 2004두3014판결)

행위사실	원고 등 4개 공사가 공기업 경영혁신계획에 따라 소외 공사에게 수의계약을 전면적으로 중단할 경우 민영화를 원만히 추진할 수 없게 될 우려가 생기자, 원고 등 4개 공사는 건설교통부장관에게 정부투자기관회계규칙 제15조 제2호에 따라 수의계약승인을 신청하였고, 건설교통부장관이 이를 승인함
판결내용	공익적 목적으로 수의계약 집행권한의 범위 내에서 이루어졌고, 책임감리 용역 발주행위의 규모 및 그로 인한 경제상 이익이 크지 아니한 점에 비추어, 책임감리용역 발주행위가 공정한 거래를 저해한 것으로 보기 어려움

ㅁ한국도로공사의 부당지원행위 등 건(대법원 2006.6.2. 선고 2004두588판결)

행위사실	고속도로 휴게시설에 대한 임대료를 전액 면제해 줌
판결내용	임대료 면제가 공익적 요청 등에 의해 이루어진 것이고, 이로 인해 지원객체가 얻은 경제상 이익이 없다면 부당성이 인정되기 어려움

라) 계열회사를 위한 차별취급과의 관계

: 공정거래법 제23조 제1항 제1호 차별취급조항은 상품·용역 거래에 있어서의 차별에 관한 규정

⇒ 자금/자산/인력 거래를 통한 부당지원행위를 규제하기 위해 제7호를 신설

⇒ 부당지원행위 규제대상에 상품·용역 거래를 추가 신설

⇒ 상품·용역 거래로 계열회사를 유리하게 해준 경우에는 부당지원행위 금지 위반(기준 : 상당성)과 계열회사를 위한 차별취급 금지 위반(기준 : 현저성) 경합 가능

마) 부당지원행위의 사례

(1) 통행세

(가) 예시

– a사가 중간에 개입하지 않을 경우 A사는 B사로부터 더 싸게 상품 · 용역 구매 가능

* 문제될 만한 산업: 물류, MRO등

(나) 주요 확인사항

① a사의 구체적 역할 : 전문적 역할, 거래비용 절감, 규모의 경제 등

② a사의 매개가 있기 전의 거래관계 : A사의 지급금액은 그대로인 가운데 a사가 수수료를 수취하고, B사에는 그만큼 더 낮은 대금을 지급하는지 여부

【관련 판례】

ㅁ ATM기 경유거래 사건(대법원2013두17466판결, 서울고등법원2012누30730판결)

행위사실	- 롯데피에스넷은 ATM을 제조사인 네오아이씨피로부터 직접 구매하지 않고 계열회사인 구 롯데기공를 통해 구매 - 구 롯데기공은 네오아이씨피로부터 구매한 ATM에 마진을 붙여 다시 롯데피에스넷에 판매함으로써 총 4,151백만원의 매출이익 실현
판결내용	- 롯데피에스넷의 행위는 거래관행 등에 비추어 볼 때 매우 이례적인 것이었고, 불필요한 유통단계를 추가하는 것이어서 롯데피에스넷에게 불리한 조건의 거래방식이었던 것으로 보임 - 롯데알미늄은 미미한 역할만을 수행하였으며, 롯데피에스넷은 더 저렴한 가격에 구매할 수 있었음 - 부당지원행위에 해당

ㅁ 내츄럴삼양의 통행세 수취 행위(대법원 2016. 3. 10. 선고 2015두5657판결)

행위사실	내츄럴삼양은 이마트에 라면류를 공급하는 과정에서 아무런 실질적 역할 없이 매출액의 3.4~4.8%(NB제품) 및 11%(PB제품)을 중간에서 통행세로 수취함 ※ 공정위는 시정명령, 과징금 26억 2,400만원 부과
판결내용	- NB제품 : "내츄럴삼양의 공급가격"을 정상가격이라고 볼 수 없고, 내츄럴삼양이 공급한 제품의 총 매출액이 내츄럴삼양 전체 매출액의 60%라는 사정만으로 거래규모가 현저하다고 볼 수 없으므로 부당지원행위에 해당하지 않음 - PB제품 : 판매장려금을 지급하였으나, 내츄럴삼양의 시장점유율은 9.3%에 불과하고, 삼양식품이 다른 대형할인점에 공급한 가격과 내츄럴삼양에 공급한 가격이 현저한 차이가 없거나 유사하므로 공정거래저해성이 없어 부당지원행위에 해당하지 않음

(2) 계열사와의 수의계약 (몰아주기)

(가) 예시

– 다른 회사와 거래하지 않고 a사와만 거래
* 문제될 만한 산업 : 기업보험, SI, 광고, 건설 등

(나) 주요 확인사항

① 수의계약의 필요성 : 영업비밀 보호, 거래선 전환 시 거래비용 등

② 업계 관행 : 다른 기업집단들도 동일한 상품·용역을 계열회사로부터만 구매하는지 여부

③ 적정 가격의 산정 : 시장가격의 부재 시 대응방안 필요 (협상과정 등)

【관련 판례】

ㅁ 에스케이 기업집단의 부당지원 행위(대법원 2016. 3. 10. 선고 2014두8568)

행위사실	- 에스케이텔레콤 등 7개사는 CKS&C와 IT아웃소싱(OS)계약을 체결하면서 인건비 단가를 정부 고시단가로 적용하여 비계열사들이 SKC&C에게 적용한 인건비 단가보다 현저히 높게 적용함
판결내용	- 정상가격 : 제출 증거만으로는 고시단가를 할인하여 인건비 단가로 적용하는 관행이 성립하였다고 인정하기 곤란함 - 서비스 수준 : 서비스 수준이 다르므로 인건비 단가를 단순 비교하여 지원여부를 판단하는 것은 잘못 - 부당지원행위에 해당하지 아니함

(3) 인력 파견

(가) 예시

(나) 주요 확인사항

① 원칙 : A사는 a사로부터 甲의 3개월치 임금 중 3/5을 지급받아야 함

② 甲의 임금 중 복리후생 비용에 대한 분담

【부당지원행위 관련 유의사항】

① 거래의 필요성이 충분하여야 함: 지원행위성 중 '지원의도'

② '정상가격'의 기준은 특수관계가 없는 제3자와 거래를 했더라면 적용했을 가격

③ 정상가격을 찾기 위한 충분한 노력, 객관성의 담보가 핵심

④ 상당성의 기준이 모호하므로, 상당성 주장은 매우 신중하여야 함

⑤ 지원행위성이 인정되고 나면 부당성(경쟁제한성)을 다투기가 매우 어려움

바) 특수관계인의 사익편취 금지 (특수관계인에 대한 부당한 이익제공 금지)

(1) '공정거래저해성' 입증 불필요 : 기존 부당지원행위 규제 조항과 위법성 기준을 달리 하여 시장에서의 경쟁제한성 분석을 요하지 아니하고, 제공된 이익이 '부당'하면 위법성 인정 가능

<'부당성'의 문제>

① '부당성'의 판단기준은 무엇인지, '부당성'을 별도로 입증해야 하는지의 문제

② 공정위의 입장 : 비정상거래를 할 만한 특별한 사정 또는 합리적 이유가 없으면 '부당성'이 인정된다고 함

③ 서울고등법원 : 행위의 목적, 행위 당시 행위주체/객체들이 처한 경제적 상황, 귀속되는 이익의 규모 등을 종합적으로 고려하여 사익편취를 통한 '경제력 집중이 발생할 우려'가 있는지를 개별/구체적으로 판단해야 한다고 함

(2) 규제의 대상 및 범위

(가) 규제 대상 (공정거래법 제23조의2 제1항, 시행령 제38조 제2항)

제공주체	동일인이 자연인인 공시대상기업집단에 속하는 회사
제공객체	특수관계인(동일인 및 그 친족에 한정)이나 특수관계인(동일인 및 그 친족에 한정)이 30% 이상의 지분(비상장사는 20%)을 보유한 계열회사
금지행위	특수관계인(동일인 및 그 친족에 한정)에게 부당한 이익을 귀속시키는 행위

(나) 금지행위의 적용제외 요건 (시행령 제38조 제3항 별표 1의3)

상당히 유리한 조건의 거래 (특수관계인과의 현금, 금융상품의 거래 포함)	유사한 상황에서 정상적인 조건과의 차이가 7% 미만이고(and) 당사자간 연간 거래총액이 50억원(상품·용역의 경우 200억원) 미만인 경우
사업기회 제공(유용)	① 회사가 해당 사업기회를 수행할 능력이 없는 경우 ② 회사가 사업기회 제공에 대한 정당한 대가를 지급받은 경우 ③ 그 밖에 회사가 합리적인 사유로 사업기회를 거부한 경우
합리적 고려나 비교 없는 상당한 규모의 거래	① 당사자간 상품·용역의 연간 거래총액이 200억 미만이고(and) 거래상대방 평균매출액의 12% 미만인 경우(2 이상의 회사가 동일한 거래상대방과 거래하는 경우에는 각 회사의 거래금액의 합계액 기준) ② 효율성·보안성·긴급성 등 거래의 목적달성을 위해 불가피한 경우 (공정거래법 제23조의2 제2항)

【효율성·보안성·긴급성】(시행령 별표 1의4)

1. 효율성 증대효과가 있는 거래
   주로 부품/원료의 공급 등 상하방 연관관계에 있는 회사 간에 수직계열화가 이루어진 경우로서, 다른 자와의 거래로는 달성하기 어려운 비용절감, 판매량 증가, 품질개선 또는 기술개발 등의 효율성 증대효과가 있음이 명백하게 인정되는 거래
2. 보안성이 요구되는 거래
   다른 자와 거래할 경우 영업활동에 유용한 기술 또는 정보 등이 유출되어 경제적으로 회복하기 어려운 피해를 초래하거나 초래할 우려가 있는 거래 (예 : 전사적(全社的) 자원관리시스템, 공장, 연구개발시설 또는 통신기반시설 등 필수시설의 구축·운영, 핵심기술의 연구·개발·보유 등과 관련된 경우 및 거래 과정에서 영업·판매·구매 등과 관련된 기밀 또는 고객의 개인정보 등 핵심적인 경영정보에 접근 가능한 경우)
3. 긴급성이 요구되는 거래
   경기급변, 금융위기, 천재지변, 해킹 또는 컴퓨터바이러스로 인한 전산시스템 장애 등 회사 외적 요인으로 인한 긴급한 사업상 필요에 따른 불가피한 거래

【관련 사례】

ㅁ 100% 자회사에 대하여 정액 임대료가 아닌 정률 임대료를 받을 경우 부당지원행위 해당 여부

행위사실	100% 자회사에 건물 일부를 임대하면서 정액 임대료가 아닌 정률 임대료를 받음
법적판단	- 해당 건물의 다른 매장에 대해서는 정액 임대료를 받고 있는 점, 인근 지역에서 정률 임대료 방식을 취하는 것이 일반적으로 보이지 않는 점, 정률 임대료 방식을 원한 것이 임차인(자회사)인 점, 별도 검토 없이 정률 방식을 취한 점 등을 고려할 때 지원행위에 해당할 가능성을 배제할 수 없음 - 정상임대료와 본 건 정률임대료 차액이 7% 및 1억원 이상일 경우 상당히 유리한 조건의 거래로 판단될 가능성이 높아 보이고, 상당히 유리한 조건의 지원행위의 존재가 인정된다면 부당성도 인정될 가능성 큼

【관련 판례】

ㅁ 삼성SDS사건(대법원 2004.9.24. 선고, 2001두6364 판결)

행위사실	- 삼성SDS가 1999년 신주인수권부사채(BW)를 대량으로 발행한 후 비계열 증권회사와 계열 증권회사를 순차적으로 거치는 거래를 통하여 당해 기업집단을 실질적으로 지배하고 있는 동일인(총수)의 자녀를 포함한 6인의 특수관계인에게 정상가격보다 현저히 낮은 가격으로 매각한 행위를 공정위가 부당지원행위로 판단하여 시정명령 및 과징금을 부과한 사례
판결내용	- 특수관계인들이 지원 받은 자산을 계열회사에 투자하는 등으로 관련시장에서의 공정한 거래를 저해할 우려가 있다는 점을 입증하여야 함 - 본 건 행위는 공정거래저해성이 인정되지 아니함

【심결례】

ㅁ 한진 총수일가 사익편취 건

행위사실	(주)대한항공은 계열회사인 (주)싸이버스카이, 유니컨버스(주)와 내부거래를 통해 총수일가에게 부당한 이익을 제공함
위법성판단	- 대한항공은 완전자회사인 싸이버스카이에게 인터넷 광고 수익을 몰아주고, 통신 판매 수수료도 받지 않는 등 상당히 유리한 조건으로 거래함 - 대한항공은 유니컨버스에게 콜센터 운영 업무를 위탁한 후 장비 시설 사용료와 유지 보수비를 과다하게 지급하는 방식으로 유니컨버스와 그룹 총수 자녀들에게도 부당 이익을 제공함
조치	시정명령, 대한항공 7억 1,500만 원/싸이버스카이 1억 300만 원/유니컨버스 6억 1,200만 원 등 총 14억 3,000만 원의 과징금 부과, 검찰 고발조치(대한항공, 조원태 부사장)

ㅁ DL 총수일가 사익편취 건

행위사실	디엘그룹의 호텔 브랜드인 '글래드'(GLAD) 상표권에 대해 자신과 장남 이동훈씨가 100% 지분을 소유한 가족 회사 에이플러스디(APD)가 출원·등록하게 하고, 2016년 1월~2018년 7월까지 브랜드 수수료 약 31억원을 지급함.
위법성판단	수수료 책정과 관련하여 신라스테이, 호텔신라의 관계 등에 비춰봐도 글래드의 브랜드 사용료는 정상가격보다 매우 큼.
조치	고발(대림산업, 오라관광, 이태욱)

(3) 규제 대상 행위 (시행령 제38조 제3항 별표 1의3)

(가) 상당히 유리한 조건의 거래

① 상당히 유리한 조건의 자금 거래 : 가지급금 · 대여금 등 자금을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공하거나 거래하는 행위

② 상당히 유리한 조건의 자산 · 상품 · 용역 거래 : 부동산 · 유가증권 · 무체재산권 등 자산 또는 상품 · 용역을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공하거나 거래하는 행위

③ 상당히 유리한 조건의 인력 거래 : 인력을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공하거나 거래하는 행위

④ 특수관계인(동일인 및 그 친족에 한정)과 현금, 그 밖의 금융상품을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공하거나 거래하는 행위

(나) 회사의 사업기회 제공

- "회사의 사업기회"의 개념 : 회사가 수행하고 있거나 수행할 사업과 밀접한 관계가 있고, 회사가 직접 또는 지배하는 회사(자회사 등)을 통해 수행할 때 상당한 이익이 기대되는 경우

<검토사항>

① 상법상 회사 기회 유용의 개념과 유사 : 이사의 법적 의무와 관련된 종합적인 검토의 일부로서, 이사회에서 이사 2/3 이상의 동의를 얻으면 회사의 사업기회 이용 가능 (단, 이사가 아닌 주주나 친족에게는 적용 안됨)

② 특히, 수의계약으로 사업기회를 제공하였다고 하더라도 핵심은 '정당한 대가를 받고 사업기회를 제공하는지'이므로, 정상가격의 산정방법에 준하는 방법으로 정당한 대가를 산정하였다는 점을 입증할 가격적정성 평가자료를 구비할 필요 있음

③ 회사의 이사로 등재하지 않는 한 특수관계인은 형법상 배임죄가 성립하지 않음

(다) 상당한 규모의 거래 (물량 몰아주기)

① 거래상대방 선정이나 계약체결 과정에서 통상적으로 기대되는 적합한 과정(정상적인 절차)을 거치지 않고 상당한 규모로 거래하는 행위가 금지됨

② 거래상대방의 사업능력, 재무상태, 신용도, 기술력, 품질, 가격, 거래조건 등에 대한 합리적인 고려나 다른 사업자와의 비교 없이 상당한 규모의 거래를 할 경우

- 거래의 의사결정에 필요한 정보를 충분히 수집, 조사하고, 이를 객관적, 합리적으로 검토하거나 다른 사업

자와 비교, 평가하는 등 해당 거래의 특성상 통상적으로 이루어지거나 이루어질 것으로 기대되는 거래상대방의 적합한 선정 과정이 없이 상당한 규모로 거래하는 행위를 말함

<검토사항>

① 업체 선정의 근거 제시

- 경쟁입찰을 실시하는 것이 가장 바람직 (당사의 '구매 및 용역 계약규정')
- 수의계약을 실시한 경우 아래 사항에 대한 근거를 마련해 두어야 함
  - 거래상대방의 사업능력, 신용도, 기술력, 품질 등 기초적인 현황 정보
  - 정상가격(시장가격)의 산정
  - 다른 사업자와의 객관적이고 합리적인 비교, 평가 근거

② 적용제외 사유 검토/명시

- 거래의 성격상 적용제외 요건(대체 불가능한 효율성 증대, 보안성, 긴급성 등)에 해당할 가능성 검토
- 품의서에 수의계약 체결 근거를 법령상 적용제외 요건에 따라 명확히 기재해 둘 것

(4) 특수관계인의 의무

(가) 지원객체에 대한 규제 : 공정거래법 제23조의2 제1항의 거래 또는 사업기회 제공의 상대방은 제1항 각호의 어느 하나에 해당할 우려가 있음에도 불구하고 해당 거래를 하거나 사업기회를 제공받는 행위를 하여서는 아니됨 (제23조의2 제3항)

(나) 지시/관여 금지 : 특수관계인(동일인 및 그 친족에 한정)은 누구에게든지 제1항 또는 제3항에 해당하는 행위를 하도록 지시하거나 해당 행위에 관여하여서는 아니됨 (제23조의2 제4항)

(5) 부당지원 금지규정(공정거래법 제23조 제1항 제7호)과의 관계

(가) 공시대상기업집단에 속하지 않는 회사간 거래 : 제23조 제1항 제7호만 적용됨

(나) 정상가격과 차이가 있는 공시대상기업집단 계열사간 거래 중 특수관계인에게 부당한 이익이 돌아가지 않는 거래 : 제23조 제1항 제7호만 적용됨

(다) 정상가격과 차이가 있는 공시대상기업집단 계열사간 거래 중 특수관계인에게 부당한 이익이 돌아가는 거래 : 제23조의2가 우선 적용됨

Q A

Q1 계열사 간 임대차 거래에서 연체 시 연체료 청구조항이 있음에도 불구하고 청구하지 않았을 경우 공정거래 위반 여부는?

A1 원칙적으로 계열회사에 대한 부당한 지원행위에 해당됩니다(연체금액이 1천만원 미만인 경우 제외. 부당한 지원행위의 심사지침 Ⅳ.부당성 판단기준). 만약 계열회사, 비계열회사 모두에게 연체료를 청구하지 않는다면 부당지원행위 또는 차별적 취급행위에 해당되지 않습니다.

Q2 계열사 소속 직원이 당사에 파견되어 업무를 하고 발생된 노하우를 양사가 공유한다면 문제가 되는가?

A2 파견에 따른 인건비 정산 등이 제대로 이루어진 경우라면 파견근무 과정에서 얻은 노하우를 공유한다고 하여 이를 부당지원으로 보기는 어렵습니다.

Q3 계열사에 직원을 파견할 경우 소규모 인원이라 비용 정산을 하지 않는다면 이 경우 공정거래법상 문제가 되는가?

A3 다수 계열사들이 동시에 특정 계열사에 인원을 파견한다면 부당지원이 될 수 있으므로, 비용 정산은 확실하게 하는 것이 좋습니다.

【심결례】

ㅁ 기업집단 효성 소속 계열회사들의 사익편취 행위 건

행위사실	효성그룹 총수 2세의 사실상 개인회사인 갤럭시아일렉트로닉스(주)(이하 "GE")가 경영난 · 자금난으로 퇴출 위기(완전 자본 잠식 상태)에 처하자, (주)효성 재무본부는 효성투자개발(주)를 지원주체로 결정한 뒤 직접 금융회사를 섭외하고 거래구조를 기획 · 설계하고 효성투자개발(주)를 교사하여 자금 조달을 지원함으로써 GE 및 특수 관계인인 조현준에게 부당한 이익이 귀속됨
위법성판단	조현준은 한계기업인 GE의 퇴출 모면에 따라 GE에 투입한 기존 투자금이 보존되고, 경영권이 유지되었으며, 저리의 CB 발행을 통해 얻은 금리차익도 지분율 만큼 제공 받음으로써 GE가 속한 시장에서의 공정거래 질서도 훼손되었고, GE의 퇴출이 저지되어 시장경쟁 원리가 훼손되었으며, GE는 자신의 경쟁력과 무관하게 사업기반도 강화되어 LED조명 시장의 공정한 경쟁기반이 훼손됨
조치	효성투자개발(주), GE, (주)효성, 조현준에 향후 행위 금지명령, 3개사에 각각 4,000만원, 12억 2,700만원, 17억 1,900만원의 과징금, 법인 효성투자개발(주)와 (주)효성, 조현준 · 송형진 · 임석주 등 고발

ㅁ 현대 기업집단의 총수일가 사익 편취 행위

행위사실	행위1) 현대증권은 제록스와 직거래할 수 있음에도 실질적 역할을 수행하지 않은 HST와 지점용 복합기 임대차 계약을 체결하면서 마진율 10%를 확보해 줌으로써 4억 6,000만원을 지원함 행위2) 현대로지스틱스는 기존 거래처와의 계약을 중도 해지하고 쓰리비와 3년간 택배운송장 공급 계약을 체결함으로써 쓰리비가 안정적으로 사업활동을 영위하여 상당한 마진을 확보하게 함
위법성판단	행위1) HST는 상당히 유리한 조건으로 거래를 한 것이고, 현대증권은 HST를 거래 단계에 추가하여 마진율 10%만큼 손실을 보았으므로, 총수일가 사익편취 행위에 해당함 행위2) 쓰리비는 현대로지스틱스의 일감 몰아주기로 인하여 상당한 시장 점유율을 확보하였고, 이로 인하여 중소기업의 사업기회를 축소시켰으므로 부당지원행위에 해당함
조치	시정명령, 현대로지스틱스에 대한 검찰 고발, 총 12억 8,500만원의 과징금 부과

ㅁ NHN의 부당지원행위 건

행위사실	NHN(주)는 임차한 빌딩에 대한 임차료보다 현저히 낮은 가격으로 자회사인 서치솔루션(주) 및 NHN서비스(주)와 전대차 계약을 체결(2002년 5월~2007년 4월)하여 부당한 방법으로 계열사를 지원
위법성판단	서치솔루션(주)의 경우 지원시기(2002년 5월)가 회사설립(2002년 2월) 초기이며 지원규모도 5년간 당기순이익의 7%에 해당하고, NHN서비스(주)의 경우 회사설립과 동시에 지원행위가 있었으며 지원규모도 2005년, 2006년 당기 순이익 합의 15%에 해당한 바, 이는 공정거래법 제23조 제1항 제7호의 부당지원행위에 해당함
조치	시정명령, 과징금 총 2억 2천 7백만원 부과

ㅁ GS칼텍스의 부당지원행위 건

행위사실	- GS칼텍스(주)는 기존 VAN서비스 사업자와의 신용카드 VAN서비스 계약을 해지하고, 기존에 VAN업무는 하지 않았던 업체인 (주)스마트로를 신용카드 VAN서비스 사업자로 지정함 - (주)스마트로는 이후 GS칼텍스(주)와 사실상 계열회사 관계가 됨 - 통상적인 거래관행과 달리 GS칼텍스(주)는 (주)스마트로에 대해 보너스카드 중계수수료를 지급함
위법성판단	GS칼텍스(주)는 (주)스마트로에게 자신의 계열 주유소에 대한 전속적인 신용카드 VAN서비스 업무를 맡기고 보너스카드 중계수수료까지 지원함으로써 공정한 거래를 저해하였으므로 공정거래법 제23조 제1항 제7호에 위반됨
조치	시정명령, 과징금 7억 2천 7백만원 부과

ㅁ 삼성의 부당지원행위 건

행위사실	삼성전자 등 4개사(삼성전자,삼성디스플레이, 삼성전기, 삼성SDI)는 2013년 4월부터 2021년 6월 2일까지 사내급식 물량 전부를 웰스토리에게 수의계약 방식으로 몰아주면서, 식재료비 마진 보장, 위탁수수료로 인건비 15% 추가 지급, 물가·임금인상률 자동 반영 등의 계약구조 설정하여 웰스토리가 높은 수준의 이익을 유지할 수 있도록 지원
위법성판단	삼성전자㈜ 등 4개사는 자신들의 사내급식을 계열회사인 삼성웰스토리 주식회사에 위탁하면서 상당한 규모의 물량을 식재료비 마진 및 위탁수수료를 보전해주는 등의 상당히 유리한 조건으로 거래하여 과다한 경제상 이익을 제공하고 삼성웰스토리 주식회사를 부당하게 지원한 행위에 해당함
조치	시정명령, 과징금 총 2천349억2천700만원 부과, 삼성전자 및 전 미래전략실장(부회장) 고발

다. 일반 불공정거래행위

1) 경쟁제한적 행위의 규제 체계

행위유형 분류		불공정거래행위 (제23조)	시장지배적 지위 남용 (제3조의2)
단독행위	경쟁제한 유형 (배제적 남용)	단독 거래거절, 차별적 취급, 부당염매/고가매입, 사업활동 방해	사업활동 방해, 신규진입 방해, 부당염매/고가매입, 소비자이익 저해
	이익침해 유형 (착취적 남용)	사원판매	가격남용, 출고조절, 소비자이익 저해
거래상대간 수직적 제한	브랜드간 경쟁제한 유형	끼워팔기, 배타조건부 거래, 부당지원	배타조건부 거래, 다른 사업자 사업활동 방해 중 행정절차/특허권남용 등, 경쟁사업자 진입방해 중 행정절차/특허권남용 등 (공정위 고시)
	브랜드 내 경쟁제한 유형	거래지역/거래상대방 제한	재판매가격 유지행위(쌍방간 합의보다는 행위사업자의 강제성에 중점)
	상대방 이익 착취 유형	부당한 고객유인, 거래상지위 남용	
경쟁상대간 수평적 제한		공동의 거래거절	부당한 공동행위(카르텔), 사업자단체 금지행위

2) 불공정거래 행위의 유형 및 기준

가) 불공정거래행위 : 자유로운 경쟁, 경쟁수단의 공정성, 자유경쟁기반의 확보에 악영향을 미치는 것. 즉, 공정한 경쟁을 침해하는 것 (경쟁제한적 행위, 불공정한 경쟁행위, 공정거래 저해행위의 복합 개념)

나) 성립요건 (불공정거래행위 심사지침)

(1) 공정한 거래를 저해할 우려(공정거래저해성)

(가) '공정거래저해성' = 공정거래법 제23조 제1항 각호의 '부당하게'와 같은 의미

= '경쟁제한성' + '불공정성'을 포함하는 개념

① 경쟁제한성

i) 당해 행위로 인해 시장 경쟁의 정도 또는 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 수가 유의미한 수준으로 줄어들거나 줄어들 우려가 있음을 의미 (구체적으로는 당해 행위로 인하여 시장가격 상승 또는 시장 전체의 생산량 축소가 발생하거나 발생할 가능성을 의미)

ii) 판단기준 (불공정거래행위 심사지침 별첨 '경쟁제한성 판단기준')

a. 경쟁사업자 배제효과를 분석하여 판단

b. 시장력이 있는 사업자의 경쟁사업자 배제행위는 경쟁제한효과 수반 가능성이 높음

c. 경쟁제한효과가 있더라도 효율성증대효과 주장이 제기되면 비교형량해야 함 (경쟁제한효과보다 효율성증대효과가 더 크다는 것을 입증)

※ 참고. 시장력에 대한 판단기준 (불공정거래행위 심사지침 [별첨]경쟁제한성 판단기준)

시장점유율	시장력(market power)
10% 이상	다수의 시장참여자들이 동일한 행위를 하고 그 효과가 누적적으로 발행하는 경우 (누적적 봉쇄효과)에 한하여 시장력이 인정될 수 있음
20%~30%	시장집중도, 경쟁상황, 상품의 특성 등 제반 사정을 고려하여 시장력이 인정될 수 있음
30% 이상	시장력을 보유하고 있는 것으로 추정됨

② 불공정성 : 경쟁수단 또는 거래내용의 불공정성

i) 경쟁수단의 불공정성 : 상품 또는 용역의 가격과 질 이외에 바람직하지 않은 경쟁수단을 사용함으로써 정당한 경쟁을 저해하거나 저해할 우려가 있음을 의미

ii) 거래내용의 불공정성 : 거래상대방의 자유로운 의사결정을 저해하거나 불이익을 강요함으로써 공정거래의 기반이 침해되거나 침해될 우려가 있음을 의미

[('부당하게'와 '정당한 이유없이'의 구분] (불공정거래행위 심사지침 III.)

① '부당하게'를 요건으로 하는 행위유형은 경쟁제한성·불공정성과 효율성 증대효과·소비자후생 증대효과 등을 비교형량하여 경쟁제한성·불공정성의 효과가 보다 큰 경우에 위법한 것으로 봄 (공정위가 위법성 입증책임 부담)

② '정당한 이유없이'를 요건으로 하는 행위(공동의 거래거절, 계열회사를 위한 차별, 계속적 염매)에 대해서는 당해 행위의 외형이 있는 경우에는 원칙적으로 공정거래저해성이 있는 것으로 봄 (정당한 이유가 있는지에 대한 입증책임은 피심인이 부담)

(나) '우려'의 의미

① 공정한 거래를 저해하는 효과가 실제로 구체적인 형태로 나타나는 경우뿐만 아니라 나타날 가능성이 큰 경우를 의미

② 현재는 그 효과가 없거나 미미하더라도 미래에 발생할 가능성이 큰 경우를 포함

(2) 행위 : 직접 행하거나 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 행하도록 함

다) 위법성 판단

(1) 원칙적으로 공정거래저해성은 당해 행위의 효과를 기준으로 판단

(2) 사업자의 의도나 거래상대방의 주관적 예측은 공정거래저해성을 입증하기 위한 정황증거로서의 의미를 가짐

라) 적용범위

(1) 불공정거래행위 심사지침 : 사업자와 소비자간 거래에도 적용되는 것으로 명시

(2) 대법원 : 거래상지위 남용(공정거래법 제23조 제1항 제4호)의 규제대상에 사업자와 소비자간 거래가 포함된다고 판결

(3) 표시광고법, 전자상거래법, 할부거래법, 방문판매법, 약관법 등의 제정/이관으로 인해 사업자와 소비자간 거래에 대한 공정거래법의 역할이 축소됨

개정 **【안전지대(Safety Zone)】(불공정거래행위의 심사지침 - V. 개별행위 유형별 위법성 심사기준)**

행위 사업자의 시장점유율 합계가 10% 미만인 경우(시장점유율 산정이 사실상 불가능/현저히 곤란한 경우에는 당해 사업자들의 연간 매출액 합계액이 50억원 미만인 경우)에는 경쟁제한효과가 미미하다고 보아 원칙적으로 심사를 면제함

⇒ 거래거절, 차별취급, 경쟁사업자 배제, 구속조건부 거래 등 불공정행위에 해당하는 외형이 있어도 원칙적으로 심사 절차를 개시하지 아니함

마) 불공정거래행위의 세부 유형

공정거래법상 유형 (공정거래법 제23조 제1항)	위법성 기준 (입증책임)	불공정거래행위의 유형 및 기준 (시행령 제36조 제1항 별표1의2)	
1. 부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위	정당한 이유없이	(1) 거래거절(전단)	1. 공동의 거래거절
	부당하게		2. 기타의 거래거절
	부당하게	(2) 차별적 취급(후단)	3. 가격차별
			4. 거래조건 차별
	정당한 이유없이		5. 계열회사를 위한 차별
	부당하게		6. 집단적 차별
2. 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위	정당한 이유없이	(3) 경쟁사업자 배제	7. 부당염매
	부당하게		8. 부당고가매입

3. 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위	정상적인 거래관행에 비추어 부당하게	(4) 부당한 고객유인 (전단)	9. 부당한 이익에 의한 고객유인
	-		10. 위계에 의한 고객유인
	부당하게		11. 기타의 부당한 고객유인
	정상적인 거래관행에 비추어 부당하게	(5) 거래강제(후단)	12. 끼워팔기
	부당하게		13. 사원판매
	정상적인 거래관행에 비추어 부당하게		14. 기타의 거래강제
4. 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위	-	(6) 거래상 지위남용	15. 구입강제
			16. 이익제공강요
			17. 판매목표강제
			18. 불이익제공
			19. 경영간섭
5. 거래상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위	부당하게	(7) 구속조건부거래 (전단)	20. 배타조건부거래
			21. 거래지역 또는 거래상대방 제한
	부당하게	(8) 사업활동방해 (후단)	22. 기술의 부당이용
			23. 인력의 부당유인·채용
			24. 거래처 이전방해
	부당한 방법으로		25. 기타의 사업활동 방해
6. <삭제> 표시·광고법 별도 제정	-	-	-
7. 부당하게 다른 회사에 대해 가지급금·대여금·인력·부동산·유가증권·무체재산권 등을 제공하거나 현저히 유리한 조건으로 거래하여 다른 회사를 지원하는 행위	부당하게	(9) 부당한 자금·자산·인력 의 지원	26. 부당한 자금지원
			27. 부당한 자산지원
			28. 부당한 인력지원
8. 제1호 내지 제7호 이외의 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위	-	-	-

바) 특정 분야 불공정거래행위 유형 및 기준

(1) 병행수입에 있어서의 불공정거래행위의 유형 고시

(2) 신문업에 있어서의 불공정거래행위 및 시장지배적 지위 남용 행위의 유형 및 기준

(3) 경품류 제공에 관한 불공정거래행위의 유형 및 기준 지정고시 : 2015년 폐지

(4) 하도급거래상의 불공정거래행위 지정고시 : 1984년 폐지 (현행 : 하도급법)

(5) 가맹사업에서의 불공정거래행위 기준 지정고시 : 2002년 폐지 (현행 : 가맹사업법)

(6) 대규모 소매업에 있어서의 특정 불공정거래행위의 유형 및 기준 지정고시 : 2016년 폐지 (현행 : 대규모유통업법)

(7) 계속적 재판매거래 등에 있어서의 거래상지위 남용행위 세부 유형 지정고시

(관련법 : 2016년말 시행된 '대리점거래의 공정화에 관한 법률')

3) 다른 규제조항과의 관계

가) 시장지배적 지위 남용 금지 조항(공정거래법 제3조의2)과의 관계

(1) 불공정거래행위 심사지침 : "지침 위반행위가 공정거래법 제3조의2 위반에도 해당될 경우에는 제3조의2를 우선 적용" (= 위법성 요건에 차이가 없고 특수신분(시장지배적 사업자)의 경우에는 더 제재수준이 높은 시장지배적 지위 남용 금지 위반이 적용)

(2) 대법원 : "규제목적 및 범위를 달리하므로 위법성 성립요건인 '부당성'도 별도로 독자적 평가 및 해석해야 함"

(시장지배적 지위 남용행위인 배타조건부 거래 사안)

나) 부당한 공동행위 금지 조항(공정거래법 제19조)과의 관계

- 불공정거래행위 심사지침 : "공동의 거래거절 행위가 부당한 공동행위 요건도 충족하는 경우에는 제19조를 우선 적용하여 더 강하게 제재"

4) 위반행위에 대한 제재

가) 시정조치(공정거래법 제24조) : 당해행위 중지명령, 계약조항의 삭제, 법위반사실 공표, 기타 시정에 필요한 조치

나) 과징금(공정거래법 제24조의2) : 당해 행위 관련매출액 100분의2(영업중단 등으로 매출액이 없거나 산정이 곤란한 경우 5억원) 범위 내 부과

다) 벌칙(공정거래법 제67조) : 2년 이하 징역 또는 1억 5천만원 이하 벌금

5) 개별행위 유형별 기준

가) 경쟁사업자 배제

(1) 부당염매

(가) 자기의 상품, 용역을 공급함에 있어, 정당한 이유 없이 그 공급에 소요되는 비용보다 현저히 낮은 대가로 계속하여 공급하거나(계속적 염매), 기타 부당하게 상품, 용역을 낮은 대가로 공급함으로써(일시적 염매) 자기 또는 계열사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려(경쟁제한성. 추상적 위험)가 있는 행위

(나) 염매의 상대방에는 사업자 뿐 아니라 소비자도 포함됨

(다) 경쟁사업자에는 잠재적 사업자도 포함됨 (판례)

<비교개념>

유인염매 : 사업자가 취급 상품·용역 중 소비자에게 잘 알려진 일부 품목만 덤핑판매를 하고, 나머지 품목은 마진율을 종전과 같이 하거나 상향 조정하여 판매하는 것

(2) 부당고가 매입 : 부당하게 상품·용역을 '통상거래가격'에 비하여 높은 대가로 구입하여 자기 또는 계열사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위 (고가매입의 상대방에 소비자는 불포함)

【위반 예시】

ㅁ 부당염매

- 시장에 신규진입을 시도하는 사업자를 저지하기 위해 제조 원가를 하회하는 가격으로 상품 또는 용역을 일정기간 계속적으로 판매하는 행위
- 경쟁사업자를 퇴출시키기 위한 목적으로 제조원가에 못 미치는 가격으로 계속하여 상품 또는 용역을 공급하는 행위

ㅁ 부당고가 매입

- 합리적 이유 없이 제품의 생산 판매에 필수적인 요소를 통상 거래가격에 비하여 높은 대가로 매점하여, 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자가 시장에서 배제될 수 있을 정도로 사업활동을 곤란하게 하는 행위
- 신규로 시장에 진입하는 것을 저지할 목적으로 그 사업자가 필요로 하는 상품 또는 용역을 통상 거래가격 보다 높은 가격으로 매점함으로써 사실상 진입을 곤란하게 하는 행위

【업무 유의사항】

- 부당염매와 판촉행사 구분(의문시 자율준수 전담부서와 사전 협의)
- 원가/매입가 이하의 행사 관련, 법 위반 자체 판단이 안될 때 행사 전 자율준수 전담부서와 협의
- 계약 체결 시, 통상의 거래조건 기준으로 판단하고 공정성을 유지할 것

【Dos and Don'ts】

ㅁ Dos

- 정당한 이유로 인정, 판단되는 경우
  - 하자, 유통기한 임박, 계절상품, 재고처리의 제한된 물량의 범위 내 염매, 파산 직면, 신규 개점, 시장진입·홍보의 목적, 공급이 현저하게 많아 이를 반영한 염매 등 불가피한 상황 (품귀에 대비한 고가 매입, 기타 불가피한 사유)

ㅁ Don'ts

- 염매 가격이 제조원가·매입원가 이하로, 시장에서 자기 또는 계열사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있거나 가능성이 있는 것
- 원가 이하의 행사 상품을 장기간 진행(단기 판촉행사 구분)
- 구매 형태, 구매 간격, 통상적인 시장가격을 기준으로 과하다고 판단되는 행사
- 행사 및 특별 거래의 목적이 판촉의 범위를 넘어, 경쟁사 배제를 목적으로 한 행사
- 계열사, 특수관계인을 위한 통상의 범위를 넘은 거래, 혜택

【관련 판례】

ㅁ (주)캐드랜드의 경쟁사업자 배제행위에 대한 건(서울고법 1997.7.31. 선고, 96구21388 판결)

행위사실	(주)캐드랜드는 한국전력공사의 배전지리정보시스템 구축용 컴퓨터소프트웨어 구매입찰에 응찰하면서 응찰가격 1원을 제시하여 낙찰 받음(부당염매)
판결내용	장기간의 거래를 예정하고 있는 입찰에 부당하게 낮은 가격으로 응찰함으로써 경쟁사업자를 배제할 우려가 있음(공정위 승소)

[비교판례] (주)현대정보기술의 부당염매행위 건에서는 입찰참가자격이 제한됨에 따라 경쟁사업자들이 모두 대규모 기업집단 소속 계열회사로서 소수인 점, 이 사건 용역이 1회성의 것인 점 등을 고려하면 경쟁사업자가 관련 시장에서 배제될 우려가 없다고 보아 부당염매가 아니라고 판시(서울고등법원 98누9181)

[즐거운 경쟁이야기 - 공정거래위원회의 역할1]

다된 밥에 재를 뿌려도 유분수지 말이야~!!!!!
그러게 말입니다

음~

부장님, 좋은 방법이 있습니다...

응?
이번에 개발한 제품을 적정 가격인 3,000원이 아니라, 1,500원에 판매하는 게 어떨까요?

뭐라고? 원가 이하로 팔자고?

그게 가능한가?
당장은 좀 힘들겠지만, 이런 가격으로 6개월만 판매하면 경쟁회사는 아마 망하고 말겁니다.
오....그렇겠구만...

시장을 장악하게 되면 4,000원에 판매하는 거구요!!!
오! 그거 좋은 생각인데!
!

와아 하하 하하

잠깐만요 부장님!! 그런 행위는 불공정거래행위 중 경쟁사업자 배제에 해당되는거 아닌가요?
뭐? 경쟁사업자 배제?
예!! 경쟁사업자를 시장에서 배제하기 위해 일정기간동안 원가이하로 팔다가, 시장을 장악한 후 가격을 올리는 행위는 전형적인 부당염매 행위라구요!!!
무슨소리야, 싸게 팔면 소비자도 좋은 건데 뭘...
하지만, 경쟁사업자를 시장에서 배제한 후 가격을 올리면 결국 소비자만 피해를 입게 된다구요!
....
그래? 그럼 흔히 볼 수 있는 폭탄세일도 부당염매인 거야?
그쵸!

할인행사는 경쟁 사업자를 배제하려는 의도가 아니라 계절상품을 처리하거나 불경기 등 시장상황 때문에 이뤄지기 때문에 부당염매가 아닙니다.
결국 정당한 가격 경쟁과 품질 경쟁을 해야 한다는 소리?
그렇죠. 반대로 부당하게 특정회사의 상품을 아주 비싸게 매입해서 경쟁사업자가 필요로 하는 상품을 구입할 수 없도록 함으로써 경쟁사업자의 사업활동을 곤란하게 하는 행위도 역시 위법행위가 될 수 있구요!!
그래! 정정당당하게 승부하자고! 우리 드링크도 경쟁력이 있으니까 포장 예쁘게 해서 시장에 내놓으면 못팔릴 이유가 어디있겠어?!!!
맞습니다. 부장님~
부당고가매입! 그건 나도 들어본건데..
부당염매와 부당고가매입은 아주 예외적인 경우입니다.
결국, 기업이 아주 싸게 팔거나 비싸게 구입하는 것이 공정거래법 위반이 될 수 있다는 말이네.
좋아요!!! 그런 모습을 원했다구요!!
좋아, 어디 한번 정정당당하게 붙어보자구!
아야야...

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 마케팅 / 영업기획·지원 / QA / 심의

나) 부당한 고객 유인

(1) 행위유형

(가) 부당한 이익에 의한 고객 유인 : 정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과대한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

(나) 위계에 의한 고객 유인

① 부당한 표시 광고 외의 방법으로 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 내용, 거래조건, 기타 거래 사항에 관해 실제보다 또는 경쟁사업자의 것이 실제보다 또는 자기 것보다 현저히 불량 또는 불리한 것으로 고객을 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

② 합리성(효율성증대효과, 소비자후생증대효과 등)에 의한 예외를 인정하지 않음이 원칙

(다) 기타 부당한 고객 유인 : 경쟁사업자와 그 고객의 거래에 대하여 계약성립의 저지, 계약불이행의 유인 등의 방법으로 거래를 부당하게 방해함으로써 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

(2) '경쟁자의 고객' : 경쟁사업자와 기존 거래관계가 유지되고 있는 상대방 뿐 아니라 경쟁사업자의 고객이 될 수도 있는 상대방을 포함 (소비자 뿐 아니라 사업자도 포함)

【업무 유의사항】

- 통상의 기준을 벗어나거나 처음 시도되는 방식의 행사 시행 시, 사전에 자율준수 전담부서와 협의
- 표시·광고법 등 관련법규 준수

【Dos and Don'ts】

ㅁ Don'ts

- 과도한 이익 제공 및 제안으로 고객 유인 행위 불가
- 고객의 구매 판단 기준이 되는 조건에 있어 과도한 제시 또는 제안 불가
- 경쟁회사의 활동 제한을 목적으로 하는 수단 및 행사, 거래 형태 불가
- 경쟁사의 판촉활동 및 영업 활동 방해 목적의 행위
- 허위, 과장, 기만, 부당한 비교, 비방 광고를 통한 고객 유인 및 방해 행위 기타 불공정한 방법에 의한 거래 및 고객 유인 행위

위반 예시

ㅁ **부당한 이익에 의한 고객 유인**

- 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 소개·의뢰·추천하는 자에게 리베이트 등의 이익을 제공하거나 제공하겠다는 제의를 함으로써 고객을 유인하는 행위

ㅁ 위계에 의한 고객 유인

- 표시·광고 이외의 방법으로 사실과 달리 가격이나 품질, 성능, AS 조건 등이 경쟁사업자의 것보다 현저히 우수한 것으로 거래상대방을 오인시켜 자기와 거래하도록 하는 행위
- 할인판매를 한다고 선전하면서 예상 수요를 충족시키기에 현저히 부족한 수량만을 할인판매 대상으로 하여 고객을 유인하는 행위(미끼 상품)
- 사업자가 자신과 경쟁사업자의 영업현황, 제품기능, 기술력 등에 대해 사실과 다른 허위의 비교분석 자료를 작성하여 발주자에게 제출함으로써, 당해 사업을 수주하는 행위

ㅁ 기타 부당한 고객 유인

- 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래토록 경쟁사업자와 고객간 계약성립을 저지하거나 계약해지를 유도하는 행위

【심결례】

ㅁ 통신 3사와 휴대폰제조 3사의 부당고객유인행위 등

행위사실	통신 3사와 제조 3사는 휴대폰 판매 시 보조금이 소비자 유인효과가 크다는 점을 이용하여 보조금을 감안하여 휴대폰 가격을 높게 설정하고 가격을 부풀려 마련한 보조금을 대리점을 통해 소비자에게 지급
위법성판단	소비자는 실질적인 가격할인 혜택이 없음에도 불구하고 가입대가로 통신요금 수익에 기반한 보조금을 지급받음으로써 고가 휴대폰을 싸게 구입하는 것으로 오인하였고, 이러한 요금할인 혜택 때문에 통신이용 패턴과 무관하게 더 비싼 요금제에 가입하는 문제도 발생하고 고착효과로 인해 이동서비스 시장 경쟁도 둔화됨
조치	시정명령 및 과징금 부과(총 453억 3천만원)

ㅁ 삼일제약(주)의 부당한 고객유인행위에 대한 건

행위사실	삼일제약(주)는 09년 11월부터 13년 5월까지 병·의원 의사 등에게 7,000여 회에 걸쳐 총 23억원 상당의 의약품 불법 리베이트를 제공
위법성판단	부당고객유인행위에 해당함
조치	시정명령, 총 3억 3천 7백만원 과징금 부과, 법인 및 영업본부장(전무이사) 검찰에 고발조치

ㅁ 일동후디스(주)의 부당한 고객유인행위에 대한 건

행위사실	일동후디스(주)는 2012년~2015년까지 자사 분유를 쓰는 대가로 산부인과 병원과 산후조리원에 저리의 대여금, 분유, 현금및 물품을 무상 제공하거나 비용을 대신 지급
위법성판단	분유 판매와 관련하여 정상적인 거래관행에 비추어볼 때 부당하거나 과대한 경제상 이익을 제공함으로써 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 부당고객유인행위에 해당함
조치	시정명령, 총 4억 8백만원 과징금 부과

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 마케팅 / 영업기획·지원

다) 거래강제

(1) 거래강제의 정의 : 시장에서의 지위를 이용하여 고객을 확보하는 행위로서, 불합리한 수단으로 시장지배력 확장을 도모하며 소비자의 자율적 선택을 제약하는 행위

(2) 거래강제의 유형

(가) 끼워팔기 : 거래상대방에 대하여 자기의 상품·용역을 공급하면서 정상적인 관행에 비추어 부당하게 다른 상품·용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하게 하는 행위

① 위법성 요건

i) 위법성 요건의 합리화 (2015년 불공정거래행위 심사지침 개정)

: 끼워팔기는 주된 상품시장에서의 상당한 지위가 있는 사업자가 종된 상품을 끼워 팔아 종된 상품 시장의 경쟁을 제한하는 행위를 규제하는 것임

→ 위법성 판단기준 중 '경쟁수단의 불공정성'을 삭제하고 '경쟁제한성' 위주로 합리화

ii) '경쟁제한성'의 종합적 판단

a. 별개 상품성 + 결합판매의 강제성 + 정상적인 거래관행에 비추어 부당한지 여부

b. 주된 상품시장에서의 시장력 여부

c. 종된 상품시장의 경쟁사업자 배제 가능성 등

iii) 대법원 : '시장력 보유'를 필요조건으로 보지 않으며, '경쟁제한성' 뿐만 아니라 '소비자 선택권 침해'도 중요한 요소로 보고 있음

② 비교개념 : '결합판매'와의 구별 (서로 다른 종류의 상품을 묶어서 파는 경우)

i) 반경쟁적 의도가 있는 경우 : 경쟁자 배제, 가격차별, 가격 위장 등의 경우

⇒ 주로 '끼워팔기'로 칭함

ii) 위법적 요소가 없는 경우 : 가격책정의 효율화, 완전한 상품구성, 비용절감, 품질관리, 품질개선 등의 경우

⇒ 주로 '묶음판매' 또는 '결합판매'로 칭함

iii) 구매자의 선택권 보장 여부로 구분 : 구매자가 분리상품을 선택 가능하면 위법성 없는 '묶음판매' 또는 '결합판매'이고, 오로지 결합상품을 살 수 밖에 없으면 위법한 '끼워팔기'

(나) 사원판매

① 부당하게 자기 또는 계열사의 임직원으로 하여금 자기 또는 계열회사 상품·용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위

② 판매 영업을 담당하는 임직원에게 판매를 강요하는 행위는 원칙적으로 적용 대상이 아님

③ 계열관계에 있지 않는 협력업체의 상품을 구입/판매하도록 하는 행위는 불포함

(다) 기타의 거래 강제

① 정상적인 관행에 비추어 부당한 조건 등 불이익을 거래 상대방에게 제시하여 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래토록 강제하는 행위

② 거래상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함

③ 상대방이 주된 거래관계를 다른 거래처로 전환하기 용이한 경우에는 강제성이 인정 안됨

<'구입강제'와의 구별> (불공정거래 심사지침)

① 기타의 거래강제 : 행위자와 상대방간 거래관계가 없이도 성립 가능, 공급강제도 해당
(거래, 고용, 계열 등의 사정에 의한 우월적 지위를 전제)

② 구입강제 : 거래상 지위남용의 유형으로서, 행위자와 상대방간 거래관계가 있어야 성립 가능
(거래관계에 기초한 우월적 지위를 전제)

위반 예시

ㅁ 끼워팔기

- 예식장에서 장소 임대 시, 자신과 거래할 수밖에 없는 실정을 이용, 부대물품, 부대서비스의 이용을 강제하는 행위
- 인기 있는 상품을 판매하면서 인기 없는 것을 함께 구입하도록 하거나, 신제품을 판매하면서 구제품이나 재고품을 함께 구입하도록 강제하는 행위

ㅁ 사원판매

- 비영업직 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역의 판매에 관한 판매목표를 설정하고, 미달성시 인사상의 불이익을 가하는 행위
- 자신의 협력업체에 대해 일정량을 당해 협력업체 사원들에게 구입 또는 판매하도록 강요하는 행위

ㅁ 기타의 거래 강제

- 합리적 이유 없이 자기와 거래하기 위해서는 자기가 지정하는 사업자의 물품·용역을 구입할 것을 의무화하는 행위
- 협력업체에 대해 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 판매 목표량을 제시하고 이를 달성하지 않을 경우, 불이익을 가하겠다고 하여 판매목표량 달성을 강제하는 행위

【업무 유의사항】

- 업체에 대하여 홈쇼핑회사는 우월적 지위남용 주체임을 유의
- 업체의 자율적 판단 존중, 업체의 입장에서 판단

【Dos and Don'ts】

ㅁ Don'ts

- 우월적 지위를 이용하여 구입 및 거래를 유도, 암시적 제안
- 업체의 자율적인 구입 의사를 제한하는 행위
- 매출 부진 만회를 목적으로 업체에게 부당하게 거래 강제하는 행위
- 업체에 불이익임을 알면서 하는 행위
- 업체에 판매목표 미달성에 따른 제재조치
- 구입의 강제성이 있는 행위 (특히 끼워팔기, 사원 판매)

【심결례】

ㅁ 한화호텔앤드리조트(주)의 거래강제행위에 대한 건

행위사실	- 한화호텔앤드리조트(주)는 2009년 3월부터 2012년 8월 기간 동안 자신이 운영하는 6개 콘도의 회원들을 대상으로 객실 이용 시 조식쿠폰을 의무적으로 구입하도록 강제함 - 회원들에게는 조식이 무료라고 안내하였지만 실제로는 3년여간 조식쿠폰비용을 객실요금에 반영하여 약 120억원 규모의 쿠폰을 판매하면서 무료제공을 이유로 환불해주지 않음
위법성판단	객실을 이용하고자 하는 콘도회원들에게 객실이용권과는 별개의 상품인 조식권을 의무적으로 구입하도록 하고, 조식요금을 제외한 요금으로 객실을 예약·이용하지 못하도록 한 행위는 콘도회원들의 자율적인 선택권을 침해하는 행위(거래강제행위·끼워팔기)
조치	시정명령 및 과징금 4,800만원 부과

ㅁ 엘지 4개 계열사의 사원판매행위

행위사실	엘지파워콤, 엘지화학, 엘지전자, 엘지마이크론은 사원으로 하여금 고속인터넷상품 엑스피드(Xpeed) 가입자를 유치하게 함
위법성판단	조직별·개인별 가입자 유치목표 설정하고 유치실적은 체계적 집계하여 비교 점검하는 등 사원판매행위의 강제성이 인정되고, 고용관계상의 우월적 지위를 이용하여 임직원으로 하여금 계열회사의 상품을 구입 또는 판매하여 가격, 품질을 중심으로 하는 공정한 거래를 저해한 사실이 인정됨
조치	시정명령, 과징금 6억 9천 1백만원 부과

ㅁ 사조산업의 사원판매행위

행위사실	사조산업은 2012년부터 2018년까지 매년 설과 추석 명절에 사조그룹 소속 전체 임직원들에게 계열회사들이 제조하는 명절 선물세트를 구입·판매하도록 강제함.
위법성판단	사조산업의 행위는 자기·계열회사 임직원들에게 자기·계열회사의 상품을 구입·판매하도록 강제한 것으로, 공정거래법에서 금지하고 있는 사원 판매 행위에 해당. 또 매일 체계적으로 실적을 집계해 달성율을 공지하고, 판매가 부진할 경우 회장 명의의 공문을 보내 징계를 시사한 점 등은 강제성 인정
조치	시정명령, 과징금 14억 7천 9백만원 부과

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 마케팅 / 영업기획·지원 / QA / 심의 / IT

라) 사업활동 방해

(1) 기술의 부당이용

(가) 다른 사업자의 기술을 부당하게 이용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

(나) 특허 받은 기술이 침해된 경우에는 특허법이, 영업비밀이 침해된 경우에는 부정경쟁방지법 등 다른 법이 우선 적용됨

(2) 인력의 부당유인·채용 : 다른 사업자의 인력을 부당하게 유인, 채용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

(3) 거래처이전 방해 : 다른 사업자의 거래처 이전을 부당하게 방해하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

(4) 기타 사업활동의 방해 : 상기 방법 이외의 방법으로 부당한 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

위반 예시

ㅁ 기술의 부당이용

- 다른 사업자의 기술을 무단으로 이용하여 다른 사업자의 생산이나 판매활동에 심각한 곤란을 야기시키는 행위 (특허침해 및 영업비밀 침해행위에 해당 가능)

ㅁ 인력의 부당유인 · 채용

- 다른 사업자의 핵심인력 상당수를 과다한 이익을 제공하거나 제공할 제의를 하여 스카우트함으로써 당해 사업자의 사업활동이 현저히 곤란하게 되는 경우
- 자기의 사업활동에는 필요하지도 않는 핵심인력을 대거 스카우트하여 사업자의 사업활동을 현저히 곤란하게 하는 행위

ㅁ 거래처이전 방해

- 거래처이전 의사를 밝힌 사업자에 대하여 기존에 구입한 물량을 일방적으로 반품 처리하거나 담보해제를 해주지 않는 행위

ㅁ 기타 사업활동의 방해

- 타 사업자에 대한 근거 없는 비방전단을 살포하여 사업활동을 곤란하게 하는 행위

【업무 유의사항】

- 거래 관계에 있어 계열사 및 특수관계인과 관련될 시, 객관적인 자료 준비 및 보관
- 행위의 결과에 대한 사전 예측 필요
- 의도가 없더라도 행위의 결과가 지원행위로 판정될 수 있음에 주의

[심결례]

ㅁ 하이트진로음료(주)의 사업활동방해 행위에 대한 건

행위사실	하이트진료음료(주)는 대전·충남지역의 중소규모 생수사업자인 마메든샘물(주) 소속 대리점들에게 마메든샘물(주)와의 계약중도해지를 위한 소송비용 50% 지원, 계약 후 1년 동안 대리점 판매물량의 절반을 무상지원, 일반 대리점 공급가보다 30% 인하된 가격으로 제품 공급 등 현저한 혜택을 제공할 것을 약정하여 유인함
위법성판단	경쟁자인 마메든샘물(주)와 계약기간 중에 있는 대리점들을 대상으로 과도한 경제상 이익을 제공함으로써 마메든샘물(주)와의 거래를 중단하게 한 행위는 기타의 사업활동 방해에 해당
조치	시정명령

[즐거운 경쟁이야기 - 거래거절]

SO(System Operator) : 지역 종합유선방송사업자. 구역별로 케이블TV를 송출하는 지역방송국이다.

PP(Program Provider) : '방송채널사용사업자' 또는 '프로그램공급자'라고 불린다. 케이블TV나 위성방송에 프로그램을 제작/편성하여 제공한다.

잘 아시면서… 우리가 어디서 그런 프로그램을 구해요!
아무튼 우리는 프로그램을 제공할 계획이 없습니다.
뚜 뚜 뚜
아~!!!!! 나참…
팀장님 무슨 문제 있으세요?
'화끈한 엔터테인먼트' 에 김사장 있잖아~ 글쎄 그양반이, 우리 방송국에는 절대로 프로그램을 공급하지 않겠다지 뭐야...
....
팀장님, 이런 경우면 공정거래법상 불공정거래 행위 중에 거래거절에 해당되지 않을까요?
나도 그 생각을 했는데, 계약의 자유가 있는 마당에… 거래를 하고말고는 각 사업자가 알아서 결정하는 것이고… 거래거절은 주위에서 흔히 발생하고 있잖아.
하지만 이번 경우는 그 쪽에서 우월적인 지위를 가지고 유독 우리 쪽에만 횡포를 부리는 거 아니에요?
음,
'화끈한 엔터테인먼트' 가 내부적으로 합리적인 기준을 설정해서 프로그램 제공 여부를 결정했다면 법 위반이 아닐 수도 있겠죠 물론~
어쨌건 그 쪽의 컨텐츠가 있어야 우리도 경쟁력을 확보할 수 있고, 소비자인 시청자들도 원하니까 좀 더 노력해 보자고!
네....
수익비율 때문에 거래를 거절하는 것 같기는 한데… 자네 말 대로면 부당성이 있다고 할 수 있지. 그래도 거래거절은 특별히 예외적인 경우에 인정되는 거야.
그러고 보니 예전에 우리 동네 우유 대리점에서 생겼던 일이 생각나네요.
응?

※ 출처: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 영업기획·지원

마) 부당한 거래거절

사업자는 계약자유의 원칙상 누구와 거래를 개시할 것인지, 거래의 내용과 조건을 어떻게 할 것인지, 거래를 계속할 것인지 여부를 자유로이 결정할 수 있으나, 시장경제의 기본이 되는 경쟁질서가 침해될 때 계약자유 원칙에 대한 제한이 가능함

(1) 공동의 거래거절 (공정거래법 제23조 제1항 제1호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2] 1. 가)

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

『예』 S우유, N유업, M유업 등 3개 우유대리점들은 새로이 L우유를 취급하는 대리점에 대해 영업환경 악화 등을 이유로 공동으로 우유공급을 거절함

(나) 공동의 거래거절 행위의 판단기준

① 대상 행위

i) 공급거절, 구입거절, 거래개시의 거절, 거래계속의 거절 등 거래상대방에 대하여 공동으로 거래를 거절하는 행위

ii) 거래 상대방에게 현저히 불리한 거래조건을 제시하거나 거래하는 상품·용역의 수량 또는 내용을 현저히 제한하여 사실상 거래를 거절하는 행위 포함 (불공정거래행위 심사지침 V.)

iii) 경쟁관계에 있는 사업자들이 아닌 자기와 상하방 시장에 있는 사업자, 즉 당해 시장에 원료나 부품을 공급 또는 구매하는 사업자와 함께 거래를 거절하는 경우는 '공동의 거래거절'이 아니라 '기타의 거래거절'에 해당 가능

② 거래거절 상대방 : 특정사업자만 해당하고 불특정 다수나 소비자는 해당 안됨

- 예 : 동종 업종 사업자들이 공동으로 생산/판매 정책상 합리적 기준을 설정하여 그 기준에 맞지 않는 불특정 다수의 사업자와 거래를 거절하는 경우는 허용됨

③ 위법성 판단기준

- 불공정거래행위 심사지침

a. 관련 시장에서 경쟁을 제한하는지 여부를 위주로 판단함

b. 입증책임의 전환 : 원칙적으로 경쟁제한성이 있는 것으로 봄 (정당한 사유 소명 필요)

<정당한 사유(위법성 조각)> (불공정거래행위 심사지침 V.)

① 재고부족이나 거래상대방의 부도 등 채무불이행 가능성 등으로 인해 공동의 거래거절이 합리적인 경우

② 특정 사업자가 공동의 거래거절을 당하더라도 대체 거래선을 용이하게 찾을 수 있는 경우

③ 사업자들이 사전에 당해 사업 영위에 합리적이라고 인정되는 거래자격 기준을 정하여 그 기준에 미달되는 사업자와의 거래개시를 거절하는 경우

④ 효율성증대효과나 소비자후생증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

⑤ 기타 합리적 사유가 인정되는 경우

(다) 부당한 공동행위와의 관계

- 불공정거래행위 심사지침 : "공동의 거래거절에 해당하는 행위가 공정거래법 제19조 제1항의 부당한 공동행위 요건을 충족하는 경우에는 부당한 공동행위 규정을 우선 적용함"

(2) 기타의 거래거절 (공정거래법 제23조 제1항 제1호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]1. 나)

(가) 의의 : 부당하게 특정사업자에 대하여 거래의 개시를 거절하거나 계속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위

『예』 A화장품 제조업자가 온라인 화장품 쇼핑몰을 운영하는 사업자에게 가격을 할인하여 판매한다는 이유로 제품공급 요청을 거절하였고, 공정위는 이를 당해 온라인 화장품 판매시장에서의 경쟁에 영향을 미치는 행위로 판단함

(나) 기타의 거래거절 행위의 판단기준

① 대상 행위 : 사업자가 단독으로 특정사업자와의 거래를 거절하는 행위 (불공정거래행위 심사지침)

② 거래거절 상대방 : 특정사업자만 해당하고 불특정 다수나 소비자는 해당 안됨

- 예 : 개인의 신념이나 종교적 신념에 따라 일정한 부류의 사업자와는 거래하지 않는 것은 허용됨

③ 위법성 판단기준(경쟁제한성 여부 위주) (불공정거래행위의 심사지침 V)

i) 거래거절 물품·용역이 거래상대방의 사업영위에 필수적인지 여부

ii) 대체거래선을 용이하게 찾을 수 있는 지 여부

iii) 거래거절로 인해 특정사업자의 사업활동이 곤란하게 되고, 그 결과 당해 시장에서 경쟁의 정도를 실질적으로 감소시키는지 여부

iv) 거래거절로 인해 경쟁사업자(잠재사업자 포함)의 시장진입이 곤란하게 되는지 여부

v) 거래거절이 공정거래법에 금지된 행위를 강요하기 위한 수단으로 활용되었는지 여부

<합리적 사유(위법성 조각)> (불공정거래행위 심사지침 V.)

① 생산/재고 물량 부족으로 인해 거래상대방이 필요로 하는 물량을 공급할 수 없는 경우

② 거래상대방의 부도 등 신용결함, 명백한 귀책사유, 자신의 도산위험 등 불가피한 사유가 있고 거래거절 이외에 다른 대응방법으로 대처함이 곤란한 경우

③ 효율성증대효과나 소비자후생증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

④ 기타 합리적 사유가 인정되는 경우 (예 : 사업경영상의 필요성 등 참작사유/간접사실 등)

(다) 다른 규정과의 관계(불공정거래행위 심사지침 V.)

사업자가 거래상대방에 대하여 거래상 지위가 있음을 이용하여 불이익의 일환으로 합리적 이유 없이 거래거절을 하거나 거래상대방의 사업활동을 곤란하게 할 목적으로 거래거절을 하는 경우에는 '거래상 지위 남용' (불이익 제공) 또는 '기타의 사업활동 방해'에 해당할 수 있음 ⇒ 경쟁제한성 분석이 불필요

【심결례】

ㅁ P사의 거래거절행위

행위사실	P사는 협력작업 계약에 따라, 선재공장에서 제품소재 및 제품의 입출하·절단·연마 등의 조업지원 업무를 수행하여 오고 있는 화성기업(주)의 대표에게 면담요청을 하여 협력작업에 대한 사업양도를 요구하였으며, 화성기업(주)가 이에 응하지 아니하자, 1999년 12월 3일 3년 기간으로 연장한 재계약의 만료시점인 2000년 3월 31일에 거래를 종료하고 계약연장을 하지 않을 것임을 통보함
위법성판단	화성기업(주)는 P사에 전적으로 의존하고 있으며 P사 이외의 거래처를 확보할 수 없는 여건임에도 불구하고 P사가 화성기업(주)에게 협력작업에 대한 사업양도를 강요한 행위는 거래상의 지위를 이용한 경영간섭에 해당하고, 타당한 사유 없이 계약연장을 하지 않을 계획임을 통보한 행위는 부당한 거래거절에 해당함
조치	시정명령, 법 위반사실 공표 명령

ㅁ 마이크로소프트사의 거래거절행위

행위사실	각 시·도 교육청이 발주하는 업무용 표준오피스 소프트웨어 연간사용권 구매 입찰에서 마이크로소프트사의 업무용 표준오피스 소프트웨어 연간사용권을 공급받아야만 입찰계약을 이행할 수 있는 G사에 대하여 부당하게 공급자증명원 등 관련 서류의 발급을 거절하였음
위법성판단	G사는 이 사건 입찰에 탈락하여 경상북도교육청이 발주하는 업무용 소프트웨어 라이선스 입찰 시장에 진입할 기회를 상실하였음. G사는 피심인 외에는 대체거래선이 존재하지 않았으므로 마이크로소프트사의 행위가 이 사건 입찰 시장에서의 경쟁제한 효과 발생의 직접적인 원인이 되어쏙, 공급자증명원 발급거부 행위에 합리적 사유가 있다고 보기 어려우므로 마이크로소프트사의 행위는 부당한 거래거절에 해당함
조치	시정명령

Q A

Q1 계약 만료에 따라 해당 판매대리점과 계약 체결을 일방적으로 하지 않을 경우 법에 위반되는가?

A1 계약 만료 시점에 즈음하여 계약을 갱신하지 않겠다는 사전 통보를 한 경우라면 문제가 되지 않으나, 시장에서 유력한 지위에 있는 회사가 거래거절을 함으로써 거래거절을 당한 상대방이 다른 거래처를 찾기 쉽지 않은 경우에는 위법성이 인정될 가능성을 배제할 수 없습니다.

Q2 거래종료 당연 사유가 아닌 회사 내 정책적인 사유로 인하여 특정 수급사업자와 거래를 중단하고자 할 경우 어떤 절차를 갖춰야 하는가?

A2 회사의 사정으로 불가피하게 거래를 중단하고자 할 경우, 거래 상대방이 다른 거래처를 물색하는데 필요한 만큼의 기간을 부여하여야 합니다.

Q3 납품업체들이 공동으로 특정점에 대한 구매를 거부 또는 제한해 줄 것을 우리 회사에 요구하고 이에 따라 우리 회사가 특정점에 대한 구매를 중단할 경우 위법인가?

A3 납품업체들의 행위는 공동으로 다른 사업자로 하여금 특정사업자에게 거래거절을 하게 한 행위로써 위법이 되며, 우리 회사 또한 합리적인 이유 없이 특정점에 대한 구매를 거부하는 경우로써 위법이 됩니다.

[즐거운 경쟁이야기 - 차별적 취급]

왜 그런
차별취급을 하고,
차별취급의 결과
어떤 효과가
발생하느냐도
중요한 문제야.

차별의 의도,
차별의 정도,
차별의 효과로
판단한다는
말이네?

언제
그런 걸
알았어?

너도
승진해도
되겠다.

차별의 의도를 보면
경쟁사업자를 시장에서
배제하려고 하거나,
자기 계열사를 유리하게
하려고 하는 경우가
있지.
그리고
끼워팔기 등
다른 불공정 거래행위를
강요하게 위한
수단으로
차별취급하는
경우도 있어.

* 2002년 8월 B사가 납품 대금을 지급하면서
계열사에게는 지급대금의 약 90%를
현금으로 지급하고, 비계열사에게는
지급대금의 약 90%를 어음으로 지급하여
공정위의 제재를 받았다.

옳거니!
차별의 정도는
간단히 설명하기에는
어렵지만
현저한 수준으로
상당기간에 걸쳐 지속적으로
차별이 이뤄질수록
위법행위에 해당할
가능성이 커지는
거야.

차별의 폭과 깊이,
그리고 기간이 길수록
위법 가능성이 높다는
뜻이군.

알았네!
돼지고기도
차별적 취급이라고
생각하지 않고
맛있게 먹겠네.
하하...

이 사람!
한 마디만 더
들어 봐.
마지막으로
차별의 효과를
살펴보면
차별을 하는
사업자의 지위가
시장에서 강화될 수
있거나,
차별을 당하는
사업자가 시장에서
배제되거나
그런 우려가 있는지 등을
종합적으로 분석해서
위법여부를 판단하는
거야.

바) 차별적 취급

사업자는 가격 등 거래조건, 거래내용 등을 자유로이 결정할 수 있는 것이 원칙이나, 사업자가 단독·공동으로 거래지역·상대방에 따라 가격 등 거래조건, 거래내용을 차별적으로 설정하여 자기가 속한 시장 또는 거래상대방이 속한 시장에서의 정상적인 경쟁을 저해할 경우에는 금지됨

(1) 가격차별 (공정거래법 제23조 제1항 제1호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]2. 가)

(가) 의의

① 부당하게 거래지역 또는 거래상대방에 따라 현저하게 유리/불리한 가격으로 거래하는 행위

② 할인율 등 가격에 직접 영향을 미치는 모든 거래조건 차별 취급도 포함

(나) 상대방 : 특정 사업자를 대상으로 하는 것은 아니고, 소비자를 대상으로 하는 것은 포함됨

(다) 비교개념 : '가격차이' (서로 다른 재화이거나 동일한 재화라도 품질·브랜드·신용 등의 면에서 차별화 되는 경우)

(라) 위법성 판단기준(경쟁제한성 여부 위주) (불공정거래행위의 심사지침 V.)

① 행위자가 가격차별로 인해 시장에서 지위를 유지·강화할 우려가 있는지 여부

② 가격차별이 경쟁사업자를 배제할 의도로 이루어졌는지 여부

③ 가격차별 정도가 관련 시장에서 경쟁사업자를 배제할 우려가 있거나, 가격차별에 의해 설정된 가격수준이 상품 또는 용역의 제조원가나 매입원가에 미달하는지 여부

④ 가격차별이 일회성인지 지속적인지 여부

⑤ 거래상대방 또는 거래상대방의 경쟁사업자가 가격차별로 인해 시장에서 배제되거나 배제될 우려가 있는 경우

⑥ 불리한 취급을 받게 되는 거래상대방의 거래처 전환 용이성 여부

<합리적 사유(위법성 조각)> (불공정거래행위의 심사지침 V.)

① 거래수량의 다과, 운송비, 거래상대방의 역할, 상품의 부패성 등 요소에 근거하여 한계비용 차이나 시장상황을 반영하는 가격차별

② 효율성증대효과나 소비자후생증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

③ 기타 합리적인 사유가 있는 경우

(2) 거래조건 차별 (공정거래법 제23조 제1항 제1호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]2. 나)

(가) 의의

① 부당하게 특정사업자에 대하여 거래조건(수량, 품질, 규격, 대금지급조건, 인도조건, 수송조건, 리베이트, A/S조건, 하자 책임기간 등)이나 거래내용에 관하여 현저하게 유리 또는 불리한 취급 행위

② 가격이나 가격에 직접 영향을 미치는 조건을 제외한 거래내용 면에서의 차별을 말함

(나) 상대방 : 특정 사업자를 대상으로 하고, 소비자에 대한 차별은 제외됨

(다) 위법성 판단기준 : '가격차별'의 위법성 판단기준과 동일

(3) 계열회사를 위한 차별취급 (공정거래법 제23조 제1항 제1호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]2. 다)

(가) 의의 : 정당한 이유 없이 자기의 계열회사를 유리하게 하기 위하여 가격, 수량, 품질 등의 거래조건이나 거래내용에 관하여 현저하게 유리하거나 불리한 취급을 하는 행위

(나) 상대방 : 직접 거래관계에 있는 상대방(A) 뿐만 아니라, 상대방(A)이 거래조건을 이행한 결과 경제적 효과가 그 사업자(A)의 거래상대방(B) 및 경쟁사업자(C) 사이에 차별적으로 귀속되는 경우, 차별의 상대방 범위에 (B) 및 (C)도 포함 (판례)

(다) 입증책임의 전환 : 정당한 이유를 입증하지 않는 한 원칙적으로 경쟁제한성 또는 경제력 집중의 우려가 있는 것으로 봄 ⇒ 정당한 이유 소명 필요 (불공정거래행위 심사지침)

(라) 위법성 조각 : 효율성증대효과나 소비자후생증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우, 또는 기타 합리적인 사유가 인정되는 경우

【심결례】

ㅁ CGV의 CJ E&M 차별취급행위

행위사실	CGV는 계열회사인 CJ E&M을 유리하게 하기 위하여 동 회사가 배급하는 영화에 대하여 상영회차, 상영관 규모, 극장예고편, 현장 마케팅 등의 거래조건 또는 거래내용을 현저히 유리하게 제공하는 방법으로 차별적으로 취급함
위법성판단	CGV는 CJ E&M에 대해 영화흥행에 필수적인 요소들을 유리한 내용으로 제공함으로써 영화배급시장에서의 CJ E&M의 지배력을 강화하였음
조치	시정명령, 과징금 31억 7천 7백만원 부과

ㅁ CJ엔터테인먼트의 CJ미디어 차별취급행위

행위사실	CJ엔터테인먼트는 2003년 1월부터 2007년 3월까지 자신이 판권을 소유한 영화 125편 중 124편의 케이블TV 방영권을 계열회사인 CJ미디어에게만 독점적으로 공급한 반면, CJ미디어와 경쟁관계에 있는 비계열회사인 케이블TV 영화방송 채널사업자에게는 케이블TV 방영권을 공급하지 아니함
위법성판단	케이블TV 방영권을 경쟁입찰 등의 방법으로 공급하는 것이 자기에게 이익이 됨에도 불구하고 CJ미디어와 수의계약을 통해 지속적으로 조건 없이 독점 공급하고 있는 점, 경쟁사업자들은 경쟁에서 배제될 수 있으며 신규사업자도 쉽게 진입하지 못하고 있는 점 등을 볼 때 CJ엔터테인먼트의 행위는 계열회사를 위한 차별행위에 해당함
조치	시정명령

(4) 집단적 차별 (공정거래법 제23조 제1항 제1호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]2. 라)

(가) 의의

집단으로 특정사업자 ㅇ를 부당하게 차별적으로 취급하여 그 사업자의 사업활동을 현저히 유리하게 하거나 불리하게 하는 경우

(나) 성립요건

① 부당한 공동행위와 달리 합의가 없더라도 성립될 수 있고, 실제로 차별행위가 행해져야 함

② 차별취급에 참가하는 사업자가 반드시 현실적/잠재적 경쟁관계에 있을 필요 없음

③ 차별취급 상대방은 특정 사업자만 해당하고, 불특정 다수 사업자와 소비자는 해당 안됨

(다) 위법성 판단기준 : '가격차별'의 위법성 판단기준과 동일

Q A

Q1 특정 판매점에게만 가격할인, 보조금 등 긴밀한 지원을 할 경우 위법인가?

A1 운송비 차이나 거래량의 다과에 따른 합리적인 거래조건 차별이 아니라 특별한 이유 없이 특정 판매점에게만 현저히 유리한 조건으로 거래하여 다른 판매점이 그 판매점과 공정한 경쟁을 할 수 없도록 하는 경우라면 법 위반 가능성이 큽니다.

Q2 협력업체를 매 분기별로 평가하고 이를 등급별로 구분하여 등급에 따라 대금결제를 차별화할 경우 문제가 있는가?

A2 인센티브 성격의 합리적 차별은 가능하나 패널티를 부과하는 행위는 거래의 상대방에게 불이익한 거래조건을 설정하는 거래상 지위 남용행위에 해당되어 공정거래법 위반 소지가 있습니다.

Q3 동일상품을 고객의 신용등급에 따라 다른 가격으로 판매하는 것이 공정거래법에 위반되는가?

A3 고객의 신용등급에 따라 가격의 기준을 정해 놓고 파는 것은 공정거래법 위반사항으로 보기 어렵습니다.

Q4 우리 회사의 구매정책과는 무관하게 물품 판매업체의 영업정책상 우리 회사의 우수한 신용도 등을 감안하여 다른 회사에 비해 대금결제 조건을 유리하게 해주는 경우에도 문제가 되는가? 만일 계열회사가 그런 조건으로 원재료를 공급한다면 문제가 되는가?

A4 상대방과의 협의에 따라 결정된 거래조건 자체를 문제 삼을 수는 없습니다. 거래상대방이 계열회사인 경우에도 당해 회사의 영업정책이나 기준이 합리적이라면 위법이 아닙니다.

유의 상품(MD) / 영상(PD)

사) 거래상 지위남용

사업자가 거래상 우월적 지위가 있음을 이용하여 열등한 지위에 있는 거래상대방에 대해 일방적으로 물품 구입 강제 등 각종 불이익을 부과하거나 경영에 간섭하는 행위

(1) '거래상 지위' 판단기준

- '계속적 거래관계' 및 '거래의존도의 상당성' 중심으로 검토

(2) 위법성 판단(일반기준) : 거래상 지위를 갖는지 여부 + 거래내용의 공정성 침해 여부 + 합리성 있는 행위인지 여부를 종합적으로 고려하여 판단 (불공정거래행위 심사지침)

(가) 거래내용의 공정성 여부 : 당해 행위의 목적, 거래상대방의 예측 가능성, 당해 업종에서의 통상적인 거래관행, 관련 법령 등 종합 고려

(나) 합리성 있는 행위 여부 : 효율성증대효과나 소비자후생증대효과가 거래내용의 불공정성으로 인한 공정거래저해 효과를 현저히 상회하는지 여부, 기타 합리적 사유 여부 등 종합 고려 (단, 제한적으로 해석)

(다) 거래상대방이 일반 소비자인 경우

- 일반 소비자에 대한 거래상 지위남용(불이익 제공)은 불특정 다수의 소비자에게 피해를 입힐 우려가 있거나 유사한 위반 행위 유형이 계속적·반복적으로 발생할 수 있는 등 거래질서와의 관련성을 중심으로 판단할 필요 있음 (대법원 2012두18235판결)

【관련 판례】

ㅁ 보금개발의 골프장 회원 회칙 임의 변경 건(대법원 2012두18235판결)

행위사실	보금개발은 계약기간 중 골프장 평일 회원의 사전 동의 없이 일방적으로 자격기간 및 그 연장 관련 거래조건을 불리하게 변경하고, 소멸성 연회비 신설 등 추가적인 비용을 부담시키는 거래조건을 설정함
판결내용	거래상 지위 남용행위의 상대방이 일반 소비자인 경우, 거래상 지위를 가지는 사업자의 불이익 제공행위 등으로 인하여 불특정 다수의 소비자에게 피해를 입힐 우려가 있거나, 유사한 위반행위 유형이 계속적·반복적으로 발생할 수 있는 등 거래질서와의 관련성이 인정되는 경우에 한하여 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 것으로 해석함이 타당하므로 본 건에서 거래상 지위남용행위 성립 부정함

Q A

Q1 판매점의 원활한 기능 수행을 유도하고 이를 통해 유통구조를 개선하기 위한 기초자료 수집 차원에서 판매점으로부터 경영정보 자료를 요구하여 이를 모니터링한 경우 문제가 되는가?

A1 모니터링 자체만으로 거래상 지위남용에 해당한다고 보기는 어렵습니다. 단, 모니터링 과정에서 대리점이 원하지 않는 자료의 제출을 요구하거나 경영에 간섭할 소지가 있기 때문에 주의가 필요합니다.

Q2 어떤 경우에 거래상 지위가 우월하다고 판단할 수 있는가?

A2 행위자가 속하는 업계가 과점시장으로 상대방이 당해 업계의 거래 관행을 무시할 수 없는 경우, 상대방이 행위자에 맞추어 특화된 생산체계를 갖추고 있는 경우, 유통계열화가 진행되고 있는 경우, 상대방이 그 거래처를 쉽게 변경할 수 없는 경우 등에 있어 거래상 지위의 우월성이 인정됩니다.

(3) 거래상 지위남용의 유형

(가) 구입강제 (공정거래법 제23조 제1항 제4호, 시행령 제36조 제1항, [별표1의2]6. 가)

① 의의 : 거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위

② 적용대상

i) 구입요청을 거부하여 불이익을 당하였거나, 주위의 사정으로 보아 객관적으로 구입하지 않을 수 없는 사정이 인정되는 경우도 포함 (판례)

ii) 행위자가 공급하는 상품·용역 뿐 아니라 행위자가 지정하는 사업자가 공급하는 상품·용역도 포함 (판례)

iii) 구입강제의 상대방은 원칙적으로 사업자에 한정되고, 소비자는 포함 안됨

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 영상제작 / 경영지원

(나) 이익제공 강요 (공정거래법 제23조 제1항 제4호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]6. 나)

① 의의 : 거래상대방에게 자기를 위하여 금전, 물품, 용역, 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위

② 적용대상

i) 거래상대방에게 경제상 이익을 제공토록 적극적으로 요구하는 행위 뿐만 아니라 자신이 부담하여야 할 비용을 거래상대방에게 전가하여 소극적으로 경제적 이익을 누리는 행위도 포함

ii) 이익제공 강요의 상대방은 원칙적으로 사업자에 한정되고, 소비자는 포함 안됨

<이익제공 강요 행위의 예> (불공정거래행위 심사지침 V.)

① 수요 측면에서 지배력을 갖는 사업자가 합리적 이유 없이 구입물량의 일정 비율만큼 무상제공을 요구하는 행위

② 합리적 이유 없이 상품·용역 공급업체에 대해 거래와 무관한 기부금/협찬금 기타 금품/향응 등을 요구하는 행위

③ 대형소매점사업자가 수수료 매장 입점업자에 대해 합리적 이유 없이 계약서에 규정되지 않은 입점비 등 비용을 부담시키는 행위 등

【심결례】

ㅁ 티브로드홀딩스의 이익제공 강요행위

행위사실	유선방송사업자인 티브로드홀딩스는 2007년 8월~2008년 11월 기간동안 거래관계에 있는 3개 홈쇼핑사(GS홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑)에게 자신의 계열사인 동림관광개발(주)가 춘천에 건설 예정인 골프장에 사전투자할 것을 강요함
위법성판단	채널편성권을 가진 종합유선방송사업자(SO)가 방송채널사용사업자(PP)에 대해 계열사를 지원하기 위해 골프장 사전투자를 강요한 행위는 자신의 거래상 지위를 부당하게 이용한 사례에 해당함
조치	해당 행위 금지, 과징금 4천 2백만원 부과

ㅁ **대형종합병원의 이익제공 강요행위**

행위사실	학교법인 가톨릭학원, 연세대학교, 서울대병원, 대우학원 등 4개 대형종합병원은 2005년 3월 ~2008년 5월까지의 기간 중 자신의 거래상 지위를 이용하여 건물건립, 부지매입 등의 명목으로 거래관계에 있는 제약회사로부터 약 241억원의 기부금을 수령함
위법성판단	대형종합병원의 행위는 자신이 부담해야 할 비용을 거래관계 유지 또는 불이익 방지 등을 대가로 거래상대방에게 전가한 것으로 그 의도나 목적이 부당하고 기부금도 순수한 기부금으로 보기 어렵기 때문에 대형종합병원의 기부금 제공요구는 '이익제공 강요'에 해당하고 더불어 상품의 가격·품질이 아닌 기부금 납부관계에 따라 거래관계가 유지될 가능성이 높아 관련시장에서의 건전한 경쟁이 저해되고, 의약품 가격인상 및 소비자 이익 저해의 폐해를 초래하기 때문에 공정거래법 제23조 제1항 제4호에 위반됨
조치	시정명령, 과징금 5억 5천만원 부과

(다) 판매목표 강제 (공정거래법 제23조 제1항 제4호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2] 6. 다)

① 의의 : 자기가 공급하는 상품 또는 용역과 관련하여 거래상대방의 거래에 관한 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위

② 적용대상 (불공정거래행위 심사지침 V.)

i) 사업자가 직접 공급하는 상품·용역만 해당하고, 상대방은 사업자에 한정됨

ii) 강제하기 위한 수단에는 제한이 없음 (목표수준과 달성여부는 불문, 실제로 제재수단 사용여부 불문)

iii) 계약서에 명시적으로 규정된 경우 뿐 아니라, 계약 체결 후 구두로 이루어지는 경우도 포함

『예』 목표를 달성하지 못했을 경우 대리점 계약의 해지나 판매수수료의 미지급 등 불이익이 부과되는 경우에는 강제성이 인정되나, 거래상대방에게 장려금을 지급하는 등 자발적인 협력을 위한 수단으로 판매목표가 사용되는 경우 강제성이 인정되지 않음

⇒ 단, 이 경우에도 판매장려금이 정상적인 유통마진을 대체하는 효과가 있어 사실상 판매목표를 강제하는 효과를 갖는 경우에는 강제성이 있음 (불공정거래행위 심사지침 V.)

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 경영지원

(라) 불이익 제공 (공정거래법 제23조 제1항 제4호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]6. 라)

① 의의 : 구입강제, 이익제공 강요, 판매목표 강제 이외의 방법으로 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위

② 적용대상 (불공정거래행위 심사지침 V.)

i) 이행과정에서 불이익을 주는 행위 : 거래조건의 불이행 뿐 아니라 거래관계에 있어서 사실행위를 강요하여 거래상대방에게 불이익이 되도록 하는 행위

ii) 적극적으로 거래상대방에게 불이익이 되는 행위를 하는 작위 뿐 아니라, 소극적으로 자기가 부담해야 할 비용·책임 등을 이행하지 않는 부작위도 포함

iii) 상대방은 원칙적으로 사업자에 한정되고, 소비자는 포함 안됨

<불이익제공 행위의 예> (불공정거래행위 심사지침 V.)

① 계약서 내용에 관한 해석이 일치하지 않을 경우 '갑'의 일방적 해석에 따라야 한다는 조건을 설정하여 거래하는 행위

② 계약 유효기간 중에 정상적인 거래관행에 비추어 부당한 거래조건을 추가한 새로운 계약을 일방적으로 체결하는 행위

③ 계약서에 규정되어 있는 수수료율, 지급대가 수준 등을 일방적으로 거래상대방에게 불리하게 변경하는 행위

④ 계약기간 중에 자기의 점포 장기임차인에게 광고선전비 부과기준을 일방적으로 상향조정 하는 행위

⑤ 설계용역비를 늦게 지급하고 이에 대한 지연이자를 장기간 지급하지 않아 거래상대방이 사실상 수령을 폭한 경우

⑥ 하자보수보증금률을 계약금액의 2%로 약정하였으나, 준공검사시 일방적으로 20%로 상향조정 하여 징구한 행위

⑦ 합리적 이유 없이 사업자가 물가변동으로 인한 공사비 인상요인을 불인정하거나 자신의 책임으로 인해 추가로 발생한 비용을 불지급 하는 행위

⑧ 자신의 거래상 지위가 있음을 이용하여 거래상대방에 대하여 합리적 이유 없이 거래거절을 하여 불이익을 주는 행위 등

【관련 판례】

ㅁ 홈쇼핑의 모바일 주문 유도가 불이익제공행위에 해당하지 않는다는 판결 (2020. 6. 25. 선고 2016두55896 판결)

행위사실	TV홈쇼핑사가 납품업자와 거래계약 체결 시, TV홈쇼핑 주문의 경우에는 혼합수수료 방식(판매수수료 중 일부는 정액(정액제)으로, 일부는 판매금액의 일정률을 받는 형태(정률제)의 혼합형)으로, 모바일앱 주문의 경우에는 정률제 방식으로 계약을 체결하면서, 모바일앱 주문의 정률 수수료율을 TV홈쇼핑 주문의 정률 수수료율 부분보다 약 2~4배 정도 높은 수준으로 정하고, 자막 등을 이용하여 모바일앱으로 주문하도록 유도한 것이 공정거래법이 금지하는 불이익제공행위에 해당한다는 등의 이유로 시정명령 및 과징금 부과 처분을 한 사례
판결내용	TV 수수료는 정액과 정률의 혼합이고, 모바일 수수료는 순수하게 정률제이므로 단순히 정률 부분만을 가지고 모바일이 불리하다고 단정할 수는 없는 점, 판매금액 대비 실제 지급된 수수료를 기준으로 볼 때 TV 수수료율이 모바일 수수료율 보다 오히려 높은 점, 물품 자체뿐만 아니라 그 물품을 소비자가 구입할 수 있는 다양한 경로를 홍보하는 것도 홈쇼핑 방송의 목적인 판매량 극대화에 부합하는 행위라 할 수 있는 점, 다수의 홈쇼핑 사업자가 실제로 스마트폰 모바일앱의 사용을 권장하는 방식의 방송을 행해왔기 때문에 모바일앱을 통한 홍보를 예상할 수 있는 점, 동일한 제품에 대해 모바일 주문이 활성화된 이후 분당 효율과 납품업자의 매출액이 모두 증가하였다는 점 등을 이유로 불이익제공행위로 볼 수 없다고 판단

【심결례】

ㅁ 엘지전자(주)의 불이익 제공행위

행위사실	엘지전자(주)는 2008년 6월부터 심의일(2013년 12월)까지 자신의 빌트인 가전제품을 건설사를 상대로 알선·중개하는 영업전문점에게 빌트인 가전제품을 구매한 건설사의 대금지급(441건, 총 1,302억 9백만원)에 대하여 연대보증을 강요하였을 뿐만 아니라, 연대보증실적을 영업전문점의 실적평가에 반영하고, 영업전문점이 이를 거부할 경우 알선수수료의 1/2를 지급하지 않고, 지정된 영업대상 건설사를 환수하여 타 전문점으로 이관함
위법성판단	엘지전자(주)의 행위는 거래상 지위를 남용하여 불이익을 제공한 행위임
조치	행위중지명령(납품 알선 및 수수료 지급계약 수정·삭제 명령), 과징금 18억 6천 5백만원 부과

(마) 경영간섭 (공정거래법 제23조 제1항 제4호, 시행령 제36조 제1항 [별표 1의2]6. 마)

① 의의 : 상대방의 임직원을 선임·해임함에 있어 자기의 지시 또는 승인을 받게 하거나 거래상대방의 생산품목, 시설규모, 생산량, 거래내용을 제한함으로써 경영활동을 간섭하는 행위

② 적용대상

i) 지시/승인에는 실질적인 영향력을 행사하는 경우도 포함

ii) 거래내용의 간섭 : 거래상대방의 의사에 반하여 거래내용을 결정하거나 영향력을 행사함으로써 거래상대방의 경영활동에 부당하게 관여하는 행위 (판례)

iii) 거래 상대방에는 소비자가 포함되지 않음

<경영간섭 행위의 예> (불공정거래행위 심사지침 V.)

① 합리적 이유 없이 대리점의 거래처 또는 판매내역 등을 조사하거나 제품 광고시 자기와 사전합의 하도록 요구하는 행위

② 상가를 임대하거나 대리점 계약을 체결하면서 당초 계약내용과 달리 취급품목이나 가격, 요금 등에 관해 지도를 하거나 자신의 허가/승인을 받도록 하는 행위 등

【심결례】

ㅁ (유)딜리버리히어로코리아의 거래상지위남용행위

행위사실	'요기요'는 타사 앱이나 직접 전화로 주문할 때 자사 앱보다 더 싼 가격에 음식을 팔지 못하도록 하는 '최저가 보장제'를 배달음식점에 강요
위법성판단	거래상대방인 배달음식점들의 판매경로별 판매가격이라는 거래조건을 직접적으로 제약한 경영간섭행위에 해당
조치	시정명령, 과징금 4억 6천 8백만원 부과

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 경영지원

아) 구속조건부 거래

사업자가 거래상대방에 대해 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하도록 함으로써 거래처 선택의 자유를 제한함과 동시에 구매·유통 경로의 독점을 통해 경쟁사업자의 시장진입을 곤란하게 하는 행위
(거래상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위)

(1) 배타조건부 거래 (공정거래법 제23조 제1항 제5호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]7. 가)

(가) 의의 : 부당하게 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 아니하는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위

(나) 적용대상

① 경쟁사업자에는 잠재적 경쟁사업자가 포함되며, 거래상대방에 소비자는 포함 안됨

② 경쟁사업자와의 거래 금지/제한 뿐 아니라, 경쟁품목의 취급 금지/제한도 포함

③ 배타조건이 계약서에 명시된 경우 뿐 아니라 불이익이 수반됨으로써 사실상 구속성이 인정되는 경우도 포함

(다) 위법성 판단기준(경쟁제한성 위주) (불공정거래행위의 심사지침 V)

① 경쟁사업자가 대체적 물품 구입처 또는 유통경로를 확보하는 것이 가능한 지 여부

② 당해 행위로 인해 경쟁사업자가 경쟁할 수 있는 수단을 침해 받는 지 여부

③ 행위자의 시장점유율 및 업계순위 (시장점유율 높을수록 위반가능성 높음)

④ 배타조건부 거래대상이 되는 상대방의 수 및 시장점유율 (상대 사업자의 숫자가 많고 그 시장점유율이 높을 경우 법 위반 가능성이 높음)

⑤ 배타조건부 거래의 실시기간이 단기인지 장기인지 여부

⑥ 배타조건부 거래의 의도 및 목적

⑦ 배타조건부거래가 거래지역 제한 또는 재판매가격 유지행위 등 타 경쟁제한행위와 동시에 이루어졌는지 여부 등

<합리적 사유(위법성 조각)> (불공정거래행위 심사지침 V.)

① 당해 상품·용역의 기술성·전문성 등으로 인하여 A/S활동 등에 있어서 배타조건부 거래가 필수불가피하다고 인정되는 경우

② 배타조건부 거래로 인해 타 브랜드와의 서비스경쟁촉진 등 소비자후생증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

③ 유통업체의 무임승차(예 : 특정 유통업자가 판매촉진 노력을 투입하여 창출한 수요에 대하여 다른 유통업자가 그에 편승하여 별도의 판매촉진 노력을 기울이지 않고 판로를 확보하는 행위) 방지, 판매 및 조달비용의 절감 등 효율성증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우 등

【심결례】

ㅁ (주)석수와퓨리스의 배타조건부 거래행위

행위사실	(주)석수와퓨리스는 국내 먹는샘물 시장에서 PC(Polycarbonate, 말통) 제품(12.5리터, 18.9리터)만으로는 시장점유율 1위를 차지하는 사업자로, (주)진로 시절부터 2007년 9월까지 자신의 PC제품을 취급하는 대리점과 '다른 사업자의 PC제품을 취급하면 위약금을 부과하고 계약을 해지한다'는 내용의 계약을 체결함
위법성판단	거래상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 것은 '독점규제 및 공정거래에 관한 법률' 제23조 제1항 제5호의 배타조건부 거래행위에 해당함
조치	시정명령

ㅁ 에쓰-오일(주) 등 4개 정유사의 배타조건부 거래행위

행위사실	에쓰-오일(주) 등 4개 정유사는 자영주유소와 소요제품 전량을 자신으로부터 공급받기로 하고, 의무 위반시 계약해지, 손해배상 등 제재를 규정한 계약을 체결함
위법성판단	전량공급조건으로 인하여 경질유제품 시장에서 경쟁사업자에 대한 봉쇄효과가 발생(전량공급 계약을 체결하고 있는 자영주유소 비율이 약 86%로서 잠재적 경쟁사업자의 진입이 거의 차단됨)하여 경쟁제한성이 인정됨
조치	시정명령

(2) 거래지역 및 상대방 제한 (공정거래법 제23조 제1항 제5호, 시행령 제36조 제1항, [별표 1의2]7. 나)

(가) 의의 : 상품 또는 용역을 거래함에 있어서 그 거래상대방의 거래지역 또는 거래상대방을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위 (판매지역/고객 제한)

(나) 적용대상

① 사업자가 거래상대방이나 거래지역을 일방적으로 강요할 것을 요하지 않으며, 거래상대방의 요구나 당사자의 자발적인 합의에 의한 것을 포함

② 거래상대방이 사실상 구속을 받는 것으로 충분하고, 거래상대방에 소비자는 포함 안됨

③ 상법상 위탁매매관계(사업자가 자신의 계산과 위험부담 하에 위탁매매인에게 판매대상 등을 지정하는 것)는 해당 안됨

(다) 위법성 판단기준(경쟁제한성 위주) (불공정거래행위의 심사지침 V)

① 거래지역 또는 거래상대방 제한의 정도 (지역제한을 하여도 제재가 없는 등 구속성이 엄격하지 않은 지역제한의 경우 원칙적으로 허용)

② 당해 상품 또는 용역시장에서 브랜드 간 경쟁이 활성화 되어 있는 지 여부

③ 행위자의 시장점유율 및 경쟁사업자의 숫자와 시장점유율

④ 지역제한이 재판매가격 유지행위 등 타 불공정행위와 병행하여 행해지거나 재판매가격 유지의 수단으로 사용되는지 여부

⑤ 당해 행위로 인해 소비자의 선택권을 침해하거나 서비스 질 제고 및 가격인하 유인이 축소되는지 여부 등

(라) 위법성 조각 : 효율성증대효과나 소비자후생증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우, 또는 기타 합리적인 사유가 인정되는 경우

Q A

Q1 대리점에게 판매지역을 일정한 지역으로 지정하고, 이에 따르지 않을 경우 계약을 해지할 수 있도록 한 것은 문제가 되는가?

A1 지역구속성이 약한 단순한 지역책임제나 판매거점제는 원칙적으로 허용되나, 지역구속성이 강한 지역제한은 문제가 됩니다.

Q2 제조업자가 대리점 계약을 체결하면서 자기의 상호를 부착한 대리점에 대하여 자사 제품을 취급하도록 하는 것은 문제가 되는가?

A2 자사 상호를 부착한 대리점에 대하여 자사 제품만을 취급하도록 한 것은 부당한 거래제한에 해당되지 않습니다.

6) 보복조치의 금지 (공정거래법 제23조의3)

(1) 의의 : 사업자는 불공정거래행위(공정거래법 제23조 제1항)과 관련하여 분쟁조정 신청, 신고, 공정위 조사 협조를 한 사업자에게 그 행위를 한 것을 이유로 거래의 정지 또는 물량의 축소, 그 밖에 불이익을 주는 행위를 하거나 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 됨

(2) 위반 시 처벌 : 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금 (공정거래법 제66조)

라. 재판매가격 유지행위의 제한

1) 재판매가격 유지의 경제적 효과

가) 친경쟁적 효과

판매 전 특별 서비스 제공, 품질보증 및 브랜드 이미지 관리, 시장정보의 획득 등

나) 반경쟁적 효과

브랜드 내 경쟁제한으로 소비자 후생 침해, 담합의 보조수단으로 이용, 소비자의 선택권 침해 등

2) 재판매가격유지행위의 제한

가) 재판매가격유지행위의 원칙적 금지 (공정거래법 제29조 제1항 본문)

- 재판매가격유지행위 : 사업자가 상품·용역을 거래함에 있어서 거래상대방인 사업자 또는 그 다음 거래단계별 사업자에 대하여 거래가격을 정하여 그 가격대로 판매/제공할 것을 강제하거나, 이를 위하여 규약 기타 구속조건을 붙여 거래하는 행위 (제2조 제6호)

나) 예외적 허용 (공정거래법 제29조 제1항 단서, 시행령 제43조, 공정위 고시, 예규)

(1) 상품이나 용역을 일정한 가격 이상으로 거래하지 못하도록 하는 최고가격유지행위로서 정당한 이유가 있는 경우

(2) 저작권법 제2조(정의)의 저작물 중 관계중앙행정기관장과의 협의를 거쳐 공정거래위원회가 정하는 출판된 저작물 (전자출판물을 포함)

(3) 수탁자가 위탁자의 계산으로 자기명의로서 상품·용역을 판매하고 그 법적효과는 위탁자에게 귀속하는 '위탁판매'의 경우, 위탁자는 위탁판매시 자기 소유의 상품·용역의 거래가격을 수탁자에게 당연히 지정할 수 있으므로 재판매가격유지행위에 해당 안됨

3) 위법성 판단 기준 (대법원 2010.11.25선고 2009두9543판결, 대법원 2011.3.10선고 2010두9976판결 등)

가) 상표간 경쟁을 촉진하여 소비자후생 증대하는 등 정당한 이유 있는 경우 재판매가격유지행위 허용되나, 입증책임은 사업자에게 있음

나) 정당한 이유 유무는 상표간 경쟁의 활성화 여부, 서비스경쟁이 촉진되는지 여부, 상품선택이 다양화되는지 여부, 신규진입을 용이하게 하는지 등을 종합적으로 고려하여 판단

4) 위반 시 제재

가) 계약내용의 수정 명령 : 소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있는 경우 (공정거래법 제30조)

나) 시정조치 : 당해 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표 기타 시정을 위한 필요한 조치 명령 (공정거래법 제31조)

다) 과징금 : 관련매출액에 100분의 2를 곱한 금액을 초과하지 않는 범위에서, 관련매출액에 중대성의 정도별로 정하는 부과기준율을 곱하여 산정. 단, 관련매출액 산정 곤란한 경우등에는 5억원 이내에서 중대성의 정도를 고려하여 산정 (공정거래법 제31조의2, 시행령 제61조, 별표2)

라) 벌칙 : 2년 이하의 징역 또는 1억5천만원 이하의 벌금 (공정거래법 제67조 제4호)

마. 시장지배적 지위의 남용금지

1) 시장지배적 사업자의 정의 및 판단기준

가) 시장지배적 사업자의 정의 (공정거래법 제2조 제7호)

일정한 거래분야의 공급자나 수요자로서 단독으로 또는 다른 사업자와 함께 상품이나 용역의 가격·수량·품질 기타의 거래조건을 결정·유지 또는 변경할 수 있는 시장지위를 가진 사업자

나) 시장지배적 사업자 여부의 판단기준 (공정거래법 제2조 제7호, 시장지배적 지위남용 행위의 심사기준)

(1) 시장점유율, 진입장벽의 존재여부 및 정도, 경쟁사업자의 상대적 규모, 경쟁사업자간의 공동행위의 가능성, 유사품 및 인접시장의 존재, 시장봉쇄력, 자금력 등을 종합적으로 고려하여 판단

(2) 시장지배적 사업자 추정제도(공정거래법 제4조) : 일정한 거래분야에서 1 사업자의 시장점유율이 50% 이상이거나, 3 이하 사업자의 시장점유율의 합계가 75% 이상(단, 시장점유율 10% 미만인 자는 제외)인 경우에 해당하는 사업자는 시장지배적 사업자로 추정

다) 시장지배력의 전이 : 경쟁제한의 효과가 문제되는 관련시장은 시장지배적 사업자 또는 경쟁사업자가 속한 시장 뿐만 아니라, 그 시장의 상품생산을 위해 필요한 원재료나 부품/반제품 등을 공급하는 시장 또는 그 시장에서 생산된 상품을 공급받아 새로운 상품을 생산하는 시장도 포함 (판례)

2) 시장지배적 지위 남용행위 규제의 4단계

① 관련시장의 획정, ② 시장지배적 지위의 측정, ③ 행위요건 충족 여부 검토, ④ 경쟁제한효과 분석

3) 시장지배적 지위남용 행위 유형

가) 가격남용 행위 (공정거래법 제3조의2 제1항 제1호)

상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정·유지 또는 변경하는 행위

『시행령(제5조 제1항)』

정당한 이유 없이 상품의 가격이나 용역의 대가를 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용(동종/유사업종의 통상적인 수준의 것에 한함)의 변동에 비하여 현저히 상승시키거나 근소하게 하락시키는 행위

【심결례】

ㅁ 비씨카드 및 12개 회원은행의 가격남용 행위

행위사실	비씨카드 및 12개 회원은행은 현금서비스 평균 수수료율이 종전 20.3%이었던 것을 동일시점에 동일 또는 거의 같은 요율체계 및 수준으로 조정(21.6% → 22.9% → 23.4%)하여 2001년 3월 현재까지 동 수준을 유지 중임
위법성판단	- 비씨카드 및 12개 회원은행은 수수료율의 결정, 유지 등에 있어 신용카드업 시장에서 하나의 경제적 행위 동일체로서의 영향력을 가지고 있으므로 사실상 하나의 사업자로 볼 수 있으며 시장지배적 사업자로 인정됨 - 피심인들은 수수료율 등을 인상 후 자금조달금리, 연체율 및 대손율이 상당기간 하락하였음에도 불구하고 수수로율을 더 높거나 거의 같은 수준에서 유지하고 있는 등 가격남용 행위를 함
조치	시정명령, 과징금 40억 2천 3백만원 부과

나) 출고조절 행위 (공정거래법 제3조의2, 제1항 제2호)

상품의 판매 또는 용역의 제공을 부당하게 조절하는 행위

『시행령(제5조 제2항)』

① 정당한 이유 없이 최근의 추세에 비추어 상품 또는 용역의 공급량을 현저히 감소시키는 경우

② 정당한 이유 없이 유통단계에서 공급부족이 있음에도 불구하고 상품 또는 용역의 공급량을 감소시키는 경우

【심결례】

ㅁ (주)신동방의 대두유 제품의 국내 출고량 조절행위

행위사실	(주)신동방은 1997년 12월 8일~16일 기간 중 대두유 제품의 판매량을 현저히 감소시킨 반면, 동 제품의 재고량은 증가시킴으로써 대두유 제품의 국내 출고량을 조절함
위법성판단	① 출고조절 기간 중 피심인의 대두유 판매량은 감소하고 재고량은 계속 증가한 점, ② 대두유 출고량을 제한할 수 밖에 없었던 불가피한 경영상의 이유가 발견되지 않은 점, ③ 영업전략에 의한 것이라는 점 등을 고려할 때, 피심인의 행위는 자신의 시장지배적 지위를 남용하여 대두유 제품의 국내 출고량을 부당하게 조절한 행위로서 공정거래법 제3조의2 제1항 제2호 위반임
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령(2개 중앙일간지에 1회 게재), 과징금 3억 1천 5백만원 부과

다) 사업활동 방해 행위 (공정거래법 제3조의2 제1항 제3호)
다른 사업자(직접적인 경쟁관계가 아닌 사업자도 포함)의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위

『시행령(제5조 제3항)』

① 직·간접적으로 정당한 이유 없이 다른 사업자의 생산활동에 필요한 원재료 구매를 방해하는 행위
② 직·간접적으로 정상적인 관행에 비추어 과도한 경제상의 이익을 제공하거나, 제공을 약속하면서 다른 사업자의 사업활동에 필수적인 인력을 채용하는 행위
③ 직·간접적으로 정당한 이유 없이 다른 사업자의 상품, 용역의 생산·공급·판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절·중단·제한하는 행위 (필수설비원리)
④ 기타 부당한 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 행위로서 공정위가 고시하는 행위

라) 신규 진입 제한 (공정거래법 제3조의2 제1항 제4호)
새로운 경쟁사업자(신규진입 후 판매 미개시 사업자 포함)의 참가를 부당하게 방해하는 행위

『시행령(제5조 제4항)』

① 직·간접적으로 정당한 이유 없이 거래하는 유통사업자와 배타적 거래계약을 체결하는 행위
② 직·간접적으로 정당한 이유 없이 기존 사업자의 계속적인 사업활동에 필요한 권리 등을 매입하는 행위
③ 직·간접적으로 정당한 이유 없이 신규 경쟁사업자의 상품 또는 용역의 생산·공급·판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절·제한하는 행위
④ 기타 부당한 방법으로 신규 경쟁사업자의 진입을 어렵게 하는 행위로서 공정위가 고시하는 행위

마) 경쟁사업자 배제 (공정거래법 제3조의2 제1항 제5호 전단, 시행령 제5조 제5항)

부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하는 행위

『시행령(제5조 제5항)』

① 약탈적 가격설정 : 부당하게 상품 또는 용역을 통상 거래가격에 비하여 낮은 대가로 공급하거나 높은 대가로 구입하여 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 경우

② 배타조건부 거래 : 부당하게 거래상대방이 경쟁사업자와 거래하지 아니할 것을 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 경우

【심결례】

ㅁ 현대모비스(주)의 경쟁사업자 배제행위

행위사실	현대모비스(주)는 "부품 대리점 경영 매뉴얼"을 통해 대리점에게 경쟁부품 등을 판매할 경우 현대모비스(주)에게 고지할 의무를 부과하고 위반시 대리점 등급평가에 반영하는 방법으로 대리점을 통제함으로써 자동차부품 유통망을 장악함
위법성판단	현대모비스(주)가 대리점으로 하여금 현대모비스(주)의 정비용 자동차부품 이외의 경쟁부품 판매금지 의무를 부과한 후 이를 위반할 경우 부품 공급가격을 할증하거나 기존의 DC 혜택을 폐지하는 등 거래조건에서 불이익을 제공하고, 대리점 계약의 갱신을 거절하거나 계약을 해지하는 행위는 경쟁사업자 배제행위로서 공정거래법 제3조 제3항 제5호에 위반되는 시장지배적 지위남용행위에 해당
조치	시정명령, 법 위반 사실 공표명령, 과징금 150억원 부과

바) 소비자 이익 저해행위 (공정거래법 제3조의2 제1항 제5호 후단)

(1) 의의 : 부당하게 소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있는 행위

(2) 성립요건

① 소비자 이익을 저해할 우려가 있는 행위의 존재, ② 소비자 이익 저해 정도의 현저성, ③ 그 행위의 부당성

【심결례】

ㅁ 인텔사의 리베이트 제공 행위

행위사실	인텔사는 경쟁사업자인 AMD사를 배제하기 위해 국내 PC 시장의 1위 사업자인 삼성전자에게 AMD사 제조 CPU 구매를 중단하는 조건으로 리베이트를 제공하였고, 뿐만 아니라 국내 PC 시장의 2위 사업자인 삼보컴퓨터에게도 AMD사의 CPU를 인텔사 CPU로 전환하는 조건으로 리베이트(약 260만달러)를 제공함
위법성판단	인텔사의 행위는 경쟁사업자의 시장점유율을 크게 하락시키는 등 경쟁을 현저하게 제한하였으므로 인텔사가 제공한 리베이트는 국내 PC 제조회사들의 거래상대방 선택의 자유를 제한함으로써 관련 시장에서의 경쟁을 저해하는 것으로 공정거래법 제3조의2 제1항 제5호 전단에 위반됨
조치	시정명령, 과징금 260억원 부과

4) 시장지배적 지위남용 행위에 대한 제재

가) 시정조치(공정거래법 제5조) : 가격인하 명령, 당해 행위 중지명령, 시정명령을 받은 사실의 공표 및 기타 시정을 위해 필요한 조치

나) 과징금(공정거래법 제6조) : 당해 사업자의 직전 3개 사업연도 관련 매출액의 3%를 초과하지 않는 범위 내에서 부과 (매출액이 없거나 매출액 산정이 곤란한 경우 10억원을 초과하지 않는 범위 내에서 부과)

다) 벌칙(공정거래법 제66조) : 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금

바. 부당한 공동행위의 제한

[즐거운 경쟁이야기 - 부당한 공동행위(카르텔)]

맞아요.
하지만 그게
다 일까요?

음…
담합, 부당공동행위라고도
합니다.

하하!
맞아요.
하지만 내 말은
카르텔에는 가격합의 이외에
다른 형태도 있다는 의미였어요.
다른
형태요?

네.
예를 들어 사업자들이
거래조건을 서로 합의하는 것도
카르텔이에요.

그런가요?
* 패스트푸드 사업자들이
서비스 차원에서 제공하던
탄산음료 리필서비스를
중단하기로 합의하여,
2003년
공정위의 제재를 받았다.

외상거래를 중단하고
현금으로만 판매한다고 합의한다면
결국 가격을 인상하는 것과 마찬가지
결과를 초래하기도 합니다.
아하!
그렇군요.

교수님?
사업자들이 모여서
상품의 출하시기나 수량을
합의하는 것도
카르텔이 아닐까요?

우리 이번 여름에
음료수 출하시기를 좀 늦추고,
수량도 제한합시다.
그럼
제품 가격이
오를 것 같아요.
이런
식으로요.

교수님!
그렇다면 상품의 규격이나
종류를 제한하는 것도
카르텔일까요?
맞아요.
다양한 규격과 종류의 상품이
시장에서 경쟁하는 것을
막는다는 측면에서
카르텔이라고 할 수 있어요.

* 2개 소주 제조업자들이
종이박스형 소주 생산을
중단하기로 합의하여
2000년
공정위의 제재를 받았다.

뿐만 아니라,
업체들이 모여서 공동판매,
공동운송 등 중요한
사업활동을 함께 하거나,
이를 위해
회사를 설립하고 운영하는 것도
카르텔이라고 할 수 있어요.

카르텔의 종류가
참 다양하네요.

* 14개 정화조회사들이 공동으로 출자한
공동판매회사를 운영하는 방법으로
판매창구를 단일화하여,
1989년
공정위의 제재를 받았다.

결국 카르텔은,
사업자들이 서로
경쟁을 하지 말자고
하는 것입니다.
경쟁은
소비자들에게는
유익하지만,
사업자들에게는
피곤하니까
경쟁을
그만 두자는
유혹에 빠지기
쉽겠네요.

공정위가
카르텔을 적발하면
시정명령과 과징금을 부과하고,
과징금은 국고에 환수됩니다.

교수님!
하지만 카르텔로 인한 피해는
소비자가 보는 것 아닌가요?
예를 들어
카르텔로 가격이 오르면
소비자가
오른만큼의 추가비용을
지불하는 거잖아요.
소비자에 대한 보상은
따로 없나요?

※ 출처: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)

1) 부당한 공동행위

가) 부당한 공동행위의 정의 : 부당하게 시장에서의 경쟁을 제한하기 위하여 사업자가 다른 사업자와 공동으로 특정한 행위를 할 것을 합의하는 행위

나) 부당한 공동행위의 금지 : 사업자는 계약·협정·의결 기타 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 할 것을 합의하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하면 아니 됨 (공정거래법 제19조 제1항)

다) 성립요건

(1) 둘 이상의 사업자(행위의 주체)

(가) 비영리법인, 공기업, 지자체등 공공행정기관도 포함(국공립병원 등)

(나) 수직적 관계에 있는 사업자간의 공동행위도 포함

(2) 사업자 간의 합의의 존재

(가) 묵시적 합의를 포함 : 의사의 일치가 있었다는 상호 인식/이해/암묵적 요해 포함

(나) 합의의 실행행위는 불필요

<비교개념>

1. 의식적 병행행위 : 시장점유율이 높은 선도업체가 가격을 인상하고 후발업체가 이에 동조하여 가격을 인상하는 경우 추가적인 정황증거가 필요
2. 단순 가격모방 : 가격선도업체가 먼저 가격을 올리고 타 사업자들은 거기에 따라가는 것이 유리하다는 판단 하에, 어떠한 의사연락 없이 독자적으로 결정한 경우는 문제 안됨

(3) 경쟁제한성

(가) 대법원 : "일정한 거래분야에서 사업자 간의 경쟁이 감소하여 특정사업자가 가격, 수량, 품질 기타 거래조건 등의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는지를 살펴 개별적으로 판단"

(나) '공동행위 심사기준'

① 경성카르텔 : 경쟁제한적 효과만 발생시키는 것이 명백하므로 특별한 사정이 없는 한 구체적인 시장상황에 대한 심사 없이 부당한 공동행위로 판단 가능

- 가격고정, 산출량의 결정/조정, 시장/고객의 할당, 입찰담합

② 기타의 공동행위 : 경쟁제한효과와 효율성증대효과를 종합적으로 심사

- 공동생산, 공동마케팅, 공동구매 등

【유의사항】

① 부당한 공동행위를 실제로 하지 않더라도, 부당한 공동행위를 할 것을 합의하는 것만으로도 위법이 됨

② 과당경쟁 방지 경영 압박에 대한 업계의 자구책, 정부 고시가격 준수 등이 부당한 공동행위를 합리화하는 이유가 될 수 없음

③ 원재료·상품을 구입하는 제조·유통업자의 구매시의 공동행위도 문제가 됨

- 공동으로 공급자의 저하게 유리한 가격이나 거래조건 등을 강요하기 위해 공동구매하기로 하는 것

④ 부당한 공동행위는 일시에 동일한 행위를 하는 것뿐만 아니라, 순차적으로 행해지는 경우에도 성립

라) 부당한 공동행위의 유형 (공정거래법 제19조 제1항 각호)

(1) 가격고정 : 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위

(2) 거래조건 공동결정 : 상품(용역 포함)의 거래조건이나 대금지급 조건을 정하는 행위

(3) 공급제한 : 상품(용역 포함)의 생산·출고·수송 또는 거래를 제한하는 행위

(4) 시장분할 : 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위

(5) 설비제한 : 설비의 신·증설이나 장비의 도입을 방해·제한하는 행위

(6) 상품의 종류·규격 제한 : 상품(용역 포함)의 생산·거래 시 상품의 종류·규격을 제한하는 행위

(7) 영업 공동수행·관리 : 영업의 주요부문을 공동으로 수행·관리하는 회사 등을 설립하는 행위

(8) 입찰담합 : 입찰 또는 경매에 있어 낙찰자, 경락자, 투찰가격, 낙찰가격 또는 경락가격 등을 결정하는 행위

(9) 기타 사업활동 제한 : 기타 다른 사업자의 사업활동 또는 사업내용을 방해·제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위

2) 부당한 공동행위의 추정 (공정거래법 제19조 제5항)

2 이상의 사업자가 제1항 각호 어느 하나의 행위를 하는 경우, 해당 거래분야 또는 상품·용역의 특성, 해당 행위의 경제적 이유 및 파급효과, 사업자간 접촉의 횟수, 양태 등 관련 정황에 비추어 그 행위를 공동으로 한 것으로 볼 수 있는 상당한 개연성이 있으면 공동행위를 합의한 것으로 추정

<공정위 심결 또는 법원 판례에서 인정된 정황근거>

① 합의사실을 나타내는 회사 내부문건 (단, 합의사실을 구체적으로 나타내고 실제 행위와도 일치한다면 합의에 대한 직접적 증거자료로도 활용할 수 있음)

② 실무자, 임원모임 또는 협의체 등에서 가격인상 등을 논의한 사실

③ 가격인상 정보 또는 영업방식을 사전 교환한 사실

④ 원가나 비용구조가 상이함에도 불구하고 유사시기에 동일한 가격수준, 같은 인상률로 인상한 사실

⑤ 시장구조, 과거 법 위반 전력 등

⑥ 모임을 나타내는 신용카드 매출전표

3) 부당한 공동행위의 구체적 예

가) 가격고정의 예

① 공동으로 가격 인상·인하율을 결정하거나 일정 수준으로 가격을 유지하는 행위

② 평균가격, 기준가격, 표준가격, 최고·최저가격 등 가격 설정기준을 정하는 행위

③ 할인율, 이윤율 등 가격 구성요소의 수준이나 한도를 정하거나 일률적인 원가 계산 방법을 공동으로 결정함으로써 실질적으로 가격을 동일하게 하는 행위

④ 과당경쟁 방지, 고시가격 준수 등을 이유로 할인판매를 하지 못하게 하는 행위

【심결례】

ㅁ 서울우유 외 3개사의 가격 공동인상행위

행위사실	치즈 제조, 판매 4개사(서울우유, 매일유업, 남양유업, 동원데어리푸드)는 2007년 7월부터 2008년 8월까지 '유정회'라는 치즈업체 간 모임을 통해 가격정보를 서로 교환하고 업계 1, 2위 사업자가 먼저 가격을 인상하면 후발업체들이 이를 따라가는 형식으로 치즈가격을 공동 인상함
위법성판단	상기 공동행위는 과점 시장에서 100%에 가까운 점유율을 갖는 치즈 4개사가 모두 가격담합에 가담함으로써 소비자 선택권을 크게 제한함
조치	시정명령(가격 공동인상 및 정보교환 금지), 과징금 총 106억원(서울우유 36억원, 매일유업 35억원, 남양유업 22억원, 동원데어리푸드 13억원) 부과

나) 거래조건 공동결정의 예

① 경쟁사업자와 공동으로 대금지급 방법을 제한하거나, 상품 인도일부터 대금지급 기일까지의 기간이나 어음의 만기일 등을 정하는 행위

② 경쟁사업자와 공동으로 상품 등의 인도 장소, 방법 등을 제한하거나, 애프터 서비스의 기간, 내용, 방법 등을 제한하는 행위

③ 원재료 공급업체들로부터의 가격인상 요청에 대하여 구입자들이 합의하여 가격인상 요청에 응하지 않기로 하거나 인상 폭을 정하는 행위

④ 경쟁사업자와 공동으로 공급자의 가격인상 요구를 거부하기로 하거나 특정 공급자에게서만 구매하기로 하는 행위

【심결례】

ㅁ 빙과제조업체들의 부당한 공동행위

행위사실	4개 빙과제조업체들은 전남 동부권 빙과대리점 대표자 10여 명과 함께 모임을 갖고 덤핑업자에 대한 대책 등 '시장 관리방안'에 대해 논의하였으며, 거래조건 설정, 거래상대방 제한, 다른 사업자의 사업활동 방해 등을 담은 '시장 안정화기준'을 결정하여 실행함
위법성판단	4개 사업자들은 광주, 전남 지역의 80% 이상 시장점유율을 차지하고 있어 상당한 영향력을 행사할 수 있는 지위를 가지고 있으며, 공동으로 거래조건 설정, 거래상대방 제한 등을 합의하는 행위는 부당한 공동행위로 실질적으로 경쟁을 제한하는 행위로 법 위반행위임
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령(1개 지방일간지에 1회 게재)

다) 공급제한의 예

① 사업자별로 상품의 생산량, 출고량 등을 할당하거나 용역조건을 제한하는 등 공동으로 그 수준을 결정하는 행위
② 최고·최저 생산량, 필요 재고량 등 공동행위 참가 사업자 간에 생산량 등 수량의 수준을 정하는 행위
③ 가동률, 가동시간, 시설의 신·증설 및 개체 등을 공동으로 결정함으로써 실질적으로 생산·출고·수송 수량을 제한하는 행위
④ 다른 사업자와 공동으로 구매량, 구매가격, 구매하는 물품의 인도방법 등을 결정하거나 구매량 또는 납품업체를 사업자 간에 할당하는 행위

【심결례】

ㅁ (주)엘에스 등 전선제조사 및 전선조합의 전력선 물량배분 및 낙찰가격 담합행위

행위사실	(주)엘에스 등 34개 전선제조사 및 전선조합은 한전에서 발주하는 지하전력선 등 11개 품목의 전력선 구매입찰에서 사전에 합의한 참여사들 간에 물량을 배분하고 수주 예정자를 선정해 높은 가격으로 낙찰(평균 99.4%) 받은 후, 배분 비율대로 참여사들 간에 배분하기로 합의하고 이를 실행함
위법성판단	한국전력공사 발주 전력선 구매입찰 시장에서 11년간(1998년~2008년)에 걸쳐 고질적으로 이루어졌던 지하전력선 등 11개 품목의 전력선 물량배분 및 낙찰가격 담합행위는 공정거래법 제19조 제1항 및 제26조 제1항 위반행위에 해당
조치	물량배분 및 정보교환 등 담합 금지명령, (주)엘에스, 대한전선, 가온전선, 전선조합을 고발, 32개사(전선조합 포함)에 총 386억원의 과징금 부과

라) 시장분할의 예

① 공동으로 거래처 또는 거래지역을 제한하거나 거래처 또는 거래지역을 공동으로 정하여 상호 간에 침범하지 않도록 하는 행위
② 특정한 사업자와는 거래하지 않도록 하거나 특정사업자하고만 거래하도록 공동으로 거래상대방을 제한하는 행위
③ 객관적이고 합리적인 기준 없이 공동으로 특정한 사업자를 우량업자 또는 불량업자로 구분함으로써 실질적으로 거래상대방을 제한하는 행위

【심결례】

ㅁ 신약 특허권자의 담합 이익 공유 사례

행위사실	신약 특허권자인 GSK가 복제약사인 동아제약에게 '이미 출시된 복제약을 시장에서 철수하고 향후 경쟁 의약품을 제조·판매하지 않는' 대가로 '신약 판매권 등 경제적 이익을 지급'하고 경쟁을 회피함으로써 담합의 이익을 공유하고자 한 건
위법성판단	특허분쟁 과정에서 당사자간 '부당한' 합의를 통하여 경쟁을 제한하는 행위로서 공정거래법 제19조 제1항에 해당
조치	비경쟁조항 금지명령, 총 51억 7천 3백만원의 과징금 부과

마) 설비제한의 예

① 사업자 별 생산·판매시설 등 설비의 규모를 할당하거나 공동으로 결정하는 행위
② 공동으로 설비의 신·증설 또는 개체를 제한하거나 폐기하도록 하는 행위
③ 공동으로 장비의 도입자금 등을 제한함으로써 실질적으로 설비의 신·증설 또는 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위

바) 상품의 종류·규격 제한의 예

① 공동으로 규격 또는 종류별로 생산품목을 할당하거나 공동으로 생산품목을 결정하는 등 사업영역을 설정하는 행위
② 거래승인 거부, 거래시기 제한 등 신상품의 출고를 제한하는 행위. (단, 소비자의 이익을 위해 상품이나 규격을 공동 결정하는 행위는 문제되지 않음)

【심결례】

ㅁ 통신 3사의 공동행위

행위사실	KTF와 LGT가 무제한 정액요금 상품을 출시하자, SKT도 이에 대응하기 위해 정보통신부에 무제한 정액요금 제도의 인가를 신청하던 중 3사가 서로 합의하여 무제한 정액요금 상품은 모두 폐지하며 SKT의 인가 신청도 철회하기로 3사 간에 합의한 건
위법성판단	공정거래법에서 규정하고 있는 사업자들이 공동으로 상품 또는 용역의 종류·규격을 제한하는 행위를 할 것을 합의한 것에 해당되며, 본 합의는 다양한 요금 상품의 판매를 통해 이루어지는 사업자 간의 경쟁을 제한하는 행위로써 공정거래법에 저촉됨
조치	SKT에게 6억 6천만원 등 총 17억 8천 2백만원의 과징금 부과

사) 영업 공동수행·관리의 예

가격의 공동결정이나 판매량 제한 등 경쟁제한적 효과를 목적으로 경쟁사업자들 간에 생산, 판매, 구매 등을 담당하는 공동회사를 설립하는 행위

아) 입찰담합의 예

공정거래법 제19조 제1항 제8호에서 입찰 또는 경매에 있어 낙찰자, 경락자, 투찰가격, 낙찰가격 또는 경락가격, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항(낙찰 또는 경락의 비율, 설계 또는 시공의 방법, 그 밖에 입찰 또는 경매의 경쟁이 되는 요소가 되는 사항)을 결정하는 행위

【심결례】

ㅁ 시스템 에어컨 정부조달 계약 관련 3개 사업자의 부당한 공동행위

행위사실	국내 가전 3사는 2007년부터 2009년까지 조달청과의 시스템 에어컨 연간 조달단가 계약을 체결하는 과정에서 조달청과의 단가협상 전에 조달단가를 인상 또는 유지하기로 합의하고 이를 실행하는 등 입찰을 담합함
위법성판단	가격의 결정 및 유지를 통하여 정부조달 발주에서 입찰을 담합한 행위는 부당한 공동행위에 해당함
조치	부당한 공동행위 및 정보교환 금지, 삼성전자 160억 1백만원·캐리어 16억 5천 1백만원에 해당하는 과징금 부과

ㅁ 삼성중공업 입찰 관련 3개 사업자의 부당한 공동행위

행위사실	주식회사 한진, 씨제이대한통운 주식회사 및 주식회사 동방은 삼성중공업 주식회사가 발주하는 수입강재 하역·운송용역 입찰에서 사전에 낙찰예정자 및 투찰가격을 합의하는 방법으로 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 함
위법성판단	입찰에서 낙찰예정자를 사전에 정하고 들러리 참여 및 투찰 가격 등을 합의하여 실행한 행위는 낙찰자 및 낙찰가격 결정에 영향을 미치는 것이 분명하므로, 그 성격상 효율성 증대 효과는 기대하기 어려운 반면 경쟁을 제한하는 효과가 명백한 경성 공동행위임
조치	한진 3천만원, 씨제이대한통운 1천7백만원, 동방 4백만원에 해당하는 과징금 부과

자) 기타 사업활동 제한의 예

① 영업장소의 수 또는 위치를 제한하는 행위
② 특정한 원료의 사용비율을 정하거나 직원의 채용 또는 자유로운 기술개발이나 이용을 방해·제한하는 행위
③ 광고의 내용, 횟수, 매체 등을 제한하거나 결정하는 행위

4) 행정지도와 공동행위

가) 행정지도 : 행정주체가 스스로 의도하는 바를 실현하기 위하여 상대방의 임의적 협력을 기대하여 행하는 비권력적 사실행위 (실무상 지시, 권고, 요망, 협조요청, 주의, 경고 등)

나) 행정지도에 따른 행위

(1) 행정지도에 따라 사업자들이 '개별적'으로 행동한 결과 행위의 일치가 발생하더라도 부당한 공동행위 불성립

(2) 행정지도를 기화로(전후하여) 사업자간에 별도 '회합'을 하거나 '의사연락'을 통하여 행동을 통일한 때에는 사업자간 합의가 있으므로 부당한 공동행위 성립

다) 법령에 따른 정당한 행위(공정거래법 제58조)

(1) 다른 법령에서 행정기관에게 사업자들로 하여금 가격 등 경쟁요소에 관하여 행정처분을 할 수 있는 구체적 권한을 부여한 경우, 이러한 처분에 따라 사업자들이 공동행위를 한 때에는 법 적용 제외 ('행정지도가 개입된 부당한 공동행위에 대한 심사지침')

(2) 대법원 : "사업자의 독점적 지위가 보장되는 반면 고도의 공적 규제가 필요한 사업 등에 있어서 자유경쟁의 예외를 구체적으로 인정하는 법령의 범위 내에서의 필요최소한의 행위를 의미"

5) 부당한 공동행위에 대한 제재

가) 시정조치(공정거래법 제21조): 공동행위 행위자에 대한 당해 행위 중지명령, 시정명령을 받은 사실의 공표 및 기타 시정을 위해 필요한 조치

나) 과징금(공정거래법 제22조): 공동행위 사업자에 대하여 매출액의 10% 한도에서 과징금을 부과하고 매출액이 없는 경우 20억원을 초과하지 않는 범위 안에서 과징금 부과

※ 매출액 : 당해 공동행위의 대상이 되는 상품·용역의 법 위반 기간 중의 매출액(입찰담합의 경우 입찰을 통한 계약금액)

다) 벌칙(공정거래법 제66조 제1항 제9호) : 부당한 공동행위를 한 자에 대해서는 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금

【자진신고자 감경제도(Leniency Program)】

부당한 공동행위 참가 사업자가 그 사실을 자진 신고한 경우 과징금 또는 시정조치 등을 면제 또는 감경해 주는 제도 (공정거래법 제22조의2)

Q A

Q1 다른 사업자들이 우리 회사의 가격인상과 비슷한 시기와 인상률로 가격이나 판매조건을 변경하는 경우 부당한 공동행위에 해당되지 않는가?

A1 다른 경쟁사업자의 행동을 인식하고 그러한 인식으로부터 경쟁사업자들이 하는 대로 따라서 하는 것만으로는 위반행위가 되지 않으며, 정황증거가 같이 제시되어야 법 위반이 될 수 있습니다. 원가상승 시, 비슷한 원가구조를 가진 사업자간의 가격 인상행위도 법 위반행위라 하기 어렵습니다.

Q2 우리 회사가 계열사와 공동으로 특정물품을 구매하여 구매가격을 낮출 경우도 공정거래법상의 부당한 공동행위에 해당하는가?

A2 유권해석에 따르면 100% 지분을 가진 계열사와의 공동구매일 경우에는 공정거래법상 문제가 없으나, 지분 50% 이하의 계열사와의 공동구매일 경우에는 공정거래법상 위반 가능성이 높습니다.

Q3 판매부서에 전달하는 문서에 경쟁사 정보(가격 인상 및 신상품 출시 등)가 언급되면 문제가 되는가?

A3 판매활동 시 참고자료로서 경쟁사 정보를 공급하는 것이라면 문제될 소지가 낮습니다. 다만, 현업부서와의 협조행위를 목적으로 하거나 그러한 결과를 가져오지 않도록 유의가 필요합니다.

Q4 정부의 행동지도로 사업자들이 공동행위를 한 경우가 법 위반인가?

A4 행정관청의 행정지도에 의하여 사업자 간에 행해지는 공동행위는 법 위반이 됩니다.
단, 공정거래법 제58조의 요건을 충족하는 행정지도에 의한 공동행위는 법 위반이 되지 않습니다.

사. 사업자단체의 금지행위

1) 공정거래법상의 사업자단체

가) 그 형태 여하를 불문하고, 2개 이상의 사업자가 공동의 이익을 증진할 목적으로 조직한 결합체 또는 그 연합체

나) 사업자의 이익을 위한 행위를 하는 임원, 종업원, 대리인 기타의 자는 사업자단체에 관한 규정의 적용에 있어 이를 사업자로 봄 (공정거래법 제2조 제1호, 제4호)

다) 사업의 종류는 불문하며, 서로 다른 종류의 사업에 종사하는 자들이 결성해도 무방함

라) 사업자단체는 형태를 불문하나, 구성사업자와 별개로 인식될 수 있는 사회적인 존재가 인정되어야 함 (즉, 독립적인 명칭을 갖고 어느 정도 상설적인 조직을 유지하고 있어야 함)

2) 사업자단체 금지행위 (공정거래법 제26조)

가) 공정거래법 제19조(부당한 공동행위) 제1항 각 호의 행위에 의하여 부당하게 경쟁을 제한하는 행위

나) 일정한 거래분야에 있어서 현재 또는 장래의 사업자 수를 제한하는 행위

다) 구성사업자의 사업내용 또는 활동을 부당하게 제한하는 행위

라) 사업자에게 불공정 거래행위 또는 재판매가격유지 행위를 하게 하거나 이를 방조하는 행위

3) 위반 시 제재사항

가) 당해 사업자단체에 대하여 5억원의 범위 안에서 과징금 부과 가능

나) 사업자단체의 금지행위에 참가한 사업자에 대해 매출액의 10%, 매출액이 없는 경우 20억원을 초과하지 않는 범위 안에서 과징금을 부과 가능

【심결례】

ㅁ 경남학생복협의회의 부당한 제한행위

행위사실	경남학생복협의회는 유명브랜드 업체의 공동입찰 참여와 가격 등의 이유로 모든 구성사업자에게 공동구매 입찰에 참여하지 말도록 통보하였고, 이후 단독으로 입찰에 참여하여 사업자로 선정된 스쿨룩스를 경남학생복협의회의 의결사항 미준수를 사유로 제명 처분한 건
위법성판단	경남학생복협의회(사업자단체)의 구성사업자들은 학생복 판매업을 영위하는 개별사업자로서 공동구매 입찰에 대한 참여여부 결정은 개별사업자가 자율적으로 할 수 있어야 하나, 경남학생복협의회에서 이를 부당하게 제한하여 구성사업자의 사업내용 또는 활동을 부당하게 제한하는 행위를 함
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령, 과징금 300만원 부과

Q A

Q1 조합원이 생산한 제품을 조합이 검사하여 합격된 제품에 한해 수요자에게 물품 판매 계약을 하는 경우 사업자단체의 금지행위에 해당되는가?

A1 조합이 조합원의 판매행위를 금지하고 조합만이 판매할 수 있도록 하거나, 조합과 조합원이 동시에 판매할 수 있는 경우에도 만약 조합원이 판매할 수 있는 지역을 제한하는 등의 제약이 있다면 공정거래법에 위반될 소지가 큽니다. 다만, 중소기업협동조합법 등에 의해 당해 행위가 정당화될 수 있는 경우에는 공정거래법이 적용되지 않을 수 있습니다.

03 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률

가. 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률(이하 '대규모유통업법') 적용대상 및 기준

1) 규제대상 및 집행동향

가) 대규모유통업자 : 직전사업연도 소매업 매출액 1,000억원 이상이거나, 매장면적 합계 3천제곱미터 이상인 점포를 소매업에 사용하는 자

⇒ 백화점, 아울렛, 대형마트, SSM, TV홈쇼핑, 편의점, 전문점, 대형서점, 면세점, 온라인쇼핑몰사업자 등

나) 온라인 업체에 대한 규제도 강화되는 추세

다) 납품업자 : 거래형태와 상관없이 대규모유통업자가 판매할 상품을 대규모유통업자에게 공급하는 자

(1) 거래형태는 직매입, 특약매입거래, 위수탁거래에 한정되지 않음

(2) 대규모유통업자가 판매한 상품을 소비자에게 직접 공급하는 경우를 포함

2) 납품업자의 거래 형태 (대규모유통업법 제2조 제4호부터 제6호까지)

가) 직매입거래 : 대규모유통업자가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품에 대한 판매책임을 부담하고 납품업자로부터 상품을 매입

나) 특약매입거래 : 대규모유통업자가 매입한 상품 중 판매되지 않은 상품을 반품할 수 있는 조건으로 상품을 외상매입하고 상품판매 후 일정률, 일정액의 판매수익(수수료)를 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급

다) 위수탁거래 : 납품업자가 납품한 상품을 대규모유통업자가 자기명의로 판매하고 상품판매 후 일정률, 일정액의 판매수익(수수료)을 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급

【직매입과 특약매입거래의 비교】

- 공통점 : 상품 매입시 대규모유통업자에게 소유권 이전됨. 대규모유통업자 명의로 소비자에게 판매
- 직매입 : 대규모유통업자가 미판매 위험(재고) 부담

상품발주	상품입고	매입처리	판매대금 지급 (반품 원칙적 불가)

⬆

상품의 보관·관리, 매장 운영·관리, 광고·판촉 활동은 당연히 대규모유통업자 책임
* 납품업자는 그 대가로 대규모유통업자에게 판매장려금 지급

- 특약매입 : 납품업자가 미판매 위험(재고) 부담 (반품조건부 외상매입)

상품발주	상품입고	외상매입처리	수수료 공제 후 판매대금 지급	미판매분 반품

⬆

Q. (반품 가능성 있는) 상품의 보관·관리, 매장 운영·관리, 광고·판촉활동은 누구 책임?
A. 상품의 보관·관리, 매장 운영·관리, 광고·판촉 활동은 대규모유통업자가 책임 부담
(공동판촉비용의 경우 상호 협의에 따라 5:5 분담 가능)

※ 참고. 『대규모유통업 분야의 특약매입거래에 관한 부당성 심사지침』 주요내용

단계	비용	비용부담 주체
상품 보관·관리	상품에 대한 보험비용	대규모유통업자(소유권자) 부담
	상품 보관비용	대규모유통업자 부담
	멸실·훼손에 따른 비용	대규모유통업자 부담 (다만, 입점업자의 귀책이 명백한 경우 또는 입점업자가 상품을 실질적으로 관리하는 경우 입점업자가 부담)
광고· 판촉 활동	점포차원의 광고·판촉비용	대규모유통업자 부담 (ex. 백화점 VIP 고객 할인 등)
	공동 판매촉진행사 비용	상호 협의에 따라 5:5까지 분담 가능 (ex. 입점업체의 직접적 매출 증진 효과가 있어 자발적 참여한 판촉행사)

3) 법 적용 시 고려사항 (대규모유통업법 제3조, 제4조)

가) 적용제외 : 납품업자등에 대하여 대규모유통업자의 거래상 우월적 지위가 인정되지 않는 경우

나) 다른 법률과의 관계

(1) '공정거래법' 제23조 제1항 제4호(거래상지위남용), 제5호 전단(구속조건부거래)에 우선하여 적용

(가) 공정거래법은 위와 같은 행위가 부당한지 여부를 공정위가 입증

(나) 대규모유통업법 (사실상 입증책임의 전환)

① 2개 유형(배타적 거래강요 금지, 경영정보 제공요구 금지) 이외에는 '부당성'을 위법행위 요건사실에서 제외

② 5개 유형(상품대금 감액 금지, 상품수령 거부/지체 금지, 상품반품 금지, 경제적이익 제공요구 금지, 기타 강요행위등 금지)은 명시적으로 '정당한 사유'를 위법성 조각사유로 규정

(2) '하도급거래 공정화에 관한 법률'에 따른 제조위탁의 경우 하도급법이 대규모유통업법에 우선하여 적용됨

< PB상품 거래에 대한 하도급법 적용 가능성>

1. 제조위탁을 통한 PB상품 거래 : 주문자가 요구하는 규격/의장/형식 등에 따라 상품을 제조하고 주문자의 상표를 부착하는 경우가 대부분('비대체물') ⇒ '대체물'의 직매입거래와 달리 취급
2. 하도급법 : 대규모유통업법에 비해 법 위반 요건이 완화되어 있고 수범자에게 더 침익적임
3. 하도급법 적용대상 여부 : 거래의 실질을 고려하여 명확한 기준에 따라 엄격하게 판단 (판례)

① 원사업자의 위탁행위 + ② 수급사업자의 제조행위 + ③ 위탁받은 것의 제조

(3) 기타 공정거래 관련 법률과의 관계 : 소비자기본법, 표시광고법, 전자상거래법, 방문판매법, 할부거래법, 약관법, 가맹사업법과 대규모유통업법은 규율 영역을 달리하는 병존적인 법률로서, 중첩 적용될 수 있음

(4) 일반 민사법과의 관계 : 대규모유통업자와 납품업자등은 상법이 적용되고, 기타 상관습, 민법의 차례로 적용됨

다) 거래상 우월적 지위의 판단

【거래상 우월적 지위의 의의(대법2000두9395, 2013두1188 등)】

① 절대적 우월성이 아닌 상대적 우월성을 의미 (대기업 간에도 성립)

② 당사자가 처한 시장 및 거래의 상황, 당사자간 전체적 사업능력의 격차, 거래의 대상인 상품 또는 용역의 특성, 해당 사업자의 시장에서의 우월한 지위의 정도를 모두 고려

③ 최소한 상대방의 거래활동에 상당한 영향을 미칠 수 있는 지위

(1) 종합적 고려사항

- 유통시장의 구조, 소비자의 소비실태, 대규모유통업자와 납품업자등 사이의 사업능력의 격차, 납품업자등의 대규모유통업자에 대한 거래의존도, 거래의 대상이 되는 상품의 특성, 기업집단이나 하나의 대규모유통업자가 운영하는 유통업태의 범위

(2) 문제가 되는 거래마다 개별적으로 판단

Q A

Q1 대기업 납품업자의 경우에도 대형유통업체의 거래상 우월적 지위가 존재하는가?

A1 대규모유통업자는 제일모직, 엘지패션 등 상호출자제한 기업집단 소속 납품업체에 대하여 거래상 우월적 지위가 있습니다.

【관련 판례】

ㅁ 백화점의 납품업체에 대한 EDI 정보 제공 요구 건

행위사실	'08년 백화점의 납품업체에 대한 EDI 정보 제공 요구행위
판결내용	제일모직, 엘지패션, 에스케이네트웍스, 신세계인터내서널, 코오롱 등 상호출자제한 기업집단 소속 납품업자에 대한 현대백화점(백화점 시장 점유율 21%)의 거래상 지위 인정

ㅁ 한국물류(현대백화점 소속 계열사)의 거래상지위남용 건

행위사실	한국물류(현대백화점 소속 계열사)의 거래상지위남용행위
판결내용	한국 P&G, 유한킴벌리, LG생활건강, 대한펄프 등 한국물류에 비하여 매출규모가 큰 다국적기업 또는 대기업이라 하더라도 "모기업인 현대백화점을 비롯하여 원고와 거래하는 유통업체들의 구매력이 상당하여…원고는 적어도 납품업체의 유통업체들에 대한 상품납품 등 거래활동에 상당한 영향을 미칠 수 있는 지위에 있는 사업자에 해당함

【심결례】

ㅁ 6개 홈쇼핑사의 대규모유통업법 위반행위

행위사실	6개 홈쇼핑사는 서면 미교부, 판촉비용 부당전가 등 대규모유통업법 위반 행위를 함
위법성판단	- 서면미교부(6개사) - 제6조 - 판촉비용 부담전가(4개사) - 제11조 제1항 및 제4항 - 부당한 경영정보요구(4개사) 제14조 제1항 - 수수료 수취방법 변경 등 불이익 제공(4개사) - 제17조 제9호 - 모바일 주문 수수료 불이익 제공(5개사) - 부당한 경제적 이익 제공 요구(1개사) - 공정거래법 제23조 제1항 제4호 - 상품판매대금 등 미지급 또는 지연 지급(4개사) - 제8조 제1항, 제2항
조치	시정명령 (위반행위 금지 / 시정사실통지 / 지급명령), 과징금 총 14,368 백만원 부과

4) 납품업체 추가비용 분담기준 마련 위한 제도개선

가) 온라인쇼핑몰업자의 불공정거래행위 심사지침 제정 (2021.2.1. 제정 및 시행)

(1) 적용대상 : 온라인 네트워크에 기반하여 소매업을 경영하는 자 중 대규모유통업자에 해당하는 자

(2) 규정대상

- 상품의 반품 금지 : 정당한 사유 없이 납품받은 상품의 전부 또는 일부를 반품하는 행위를 금지하며, 정당한 사유에 대한 입증책임은 온라인쇼핑몰업자가 부담
- 판매촉진비용 부담전가 금지 : 사전약정의무, 서면교부의무, 판매촉진비용 분담의무(납품업자 부담비율 50% 초과 금지), 일괄 약정 기준 완화(온라인쇼핑몰 특성 고려)
- 경영정보 제공 요구 금지
- 경제적 이익 제공 요구 금지 : 직매입거래에서 연간거래 기본계약으로 약정하는 경우 판매장려금은 예외적으로 허용
- 불이익제공행위 금지

나) 특약매입거래 시 비용 분담 기준 ('대규모유통업 분야의 특약매입거래에 관한 부당성 심사지침')

(1) 상품 입고 및 관리 단계

- 상품에 대한 재산보장보험 비용
  : 매입 처리된 상품에 대한 소유권은 대규모유통업자에게 있으므로 재산보장보험 비용 부담
- 상품 검품·검수 후 보관 비용
  : 상품의 검품·검수 종료 후 상품에 대한 소유권은 대규모유통업자가 가지므로 보관 비용 부담
- 상품 멸실·훼손 비용
  : 최종 매입 처리된 상품은 대규모유통업자의 소유이므로 검품·검수 단계 이후 상품의 멸실·훼손 비용은 대규모유통업자가 부담

(2) 판매 관리 단계

- 판촉사원 비용 : 예외적으로 판촉사원을 파견 받는 경우, 납품업체에게 판촉사원 규모를 일정 수 이상으로 하여 줄 것을 요구 또는 강요하여서는 안 됨
- 광고 및 판매촉진 활동 단계 : 점포 차원에서 실시하는 광고, 판매촉진 행사의 비용은 대형유통업체가 부담
  * 전단지, DM, 카탈로그, 잡지, 신용카드 할인, 무이자 할부 비용

유의 영업기획·지원 / 상품(MD) / 영상(PD) / 영상제작 / CS

5) TV홈쇼핑 표준거래계약서 (2013년 5월 제정, 2018년 1월 개정) 을 통한 납품업체 추가비용 분담기준 마련

가) 판매전문가, 모델비, 세트제작비 등

(1) TV홈쇼핑사는 방송을 통한 상품판매의 대가로 판매수수료를 수취하고 있으므로, 방송제작에 소요되는 비용은 원칙적으로 TV홈쇼핑사가 부담

(2) TV홈쇼핑사가 특정업체를 통해 사전영상을 제작을 강요하는 행위 금지

나) ARS할인 비용

- ARS할인 비용을 납품업자에게 50% 이상 분담시킬 수 없음

*대규모유통업법 제11조 제4항: 납품업자의 판매촉진비용 분담비율은 원칙적으로 50%를 초과 불가함

다) 배송비 분담

(1) TV홈쇼핑사가 배송을 책임질 경우, 납품업자의 배송책임은 TV홈쇼핑사에 납품할 때까지로 한정

(2) 납품업자가 배송을 책임질 경우, 배송 및 반송 책임과 비용은 납품업자 부담

(3) TV홈쇼핑사가 납품업자에게 특정 택배회사(계열사 등) 이용을 강제하는 행위 금지

6) 대규모유통업법의 구조

가) 입증(소명)책임에 따른 구분

나) 거래단계별 의무/금지 구분

유의 상품(MD) / 영업기획·지원

나. 서면의 교부 및 서류의 보존의무

1) 서면교부의무 (대규모유통업법 제6조 제1, 2항, 시행령 제2조)

가) 대규모유통업자는 납품업자등과 계약 체결 즉시 계약사항이 명시된 서면(전자문서 포함)을 교부할 의무 부담

※ '즉시' : 거래개시 전(홈쇼핑의 경우 방송개시 전날, 몰 사이트 게시 전날, 발주서 교부 전날)까지.
다만, 당사는 방송일 3일 전 체결 및 교부를 원칙으로 하고 있음

나) 납품업자에게 교부하는 서면에는 아래의 사항(동법 시행령 제2조)이 명시되어 있어야 함

【서면기재사항(일반)】(시행령 제2조 제1항)

① 거래형태(직매입, 특약매입 등), 거래품목 및 기간
② 납품방법, 납품장소 및 일시
③ 일정수량의 상품을 납품받는 계약의 경우 판매를 위하여 납품업자가 공급/준비하는 상품의 수량 (납품수량)
④ 상품대금의 지급수단 및 지급시기
⑤ 상품의 반품조건 (반품사유, 절차, 기한 등)
⑥ 매장임차료, 상품판매대금에서 공제하는 판매수익/수수료(특약매입 및 위수탁거래만 해당), 기타 납품업자의 추가 부담비용
⑦ 납품업자등으로부터 종업원등을 파견받는 경우 그 종업원의 파견조건(종업원의 수, 근무기간 및 시간, 업무내용 등), 파견비용 분담 여부/조건 등
⑧ 판매장려금을 받는 경우 판매장려금 관련 사항(종류, 명칭, 지급목적·시기·횟수, 액수 등)
⑨ 하나의 점포에 복수 매장이 있는 경우 매장의 위치 및 면적, 매장 설비비용의 분담 여부 및 조건

【서면기재사항(TV홈쇼핑업자)】(시행령 제2조 제2항)

① 서면기재사항(일반)의 ①부터 ⑥까지

② 방송횟수 및 일시

③ 방송출연자의 인건비(모델료 등)와 그 분담 여부 및 조건

④ 소비자가 주문한 상품의 배송조건

⑤ 소비자가 구매를 취소하거나 반품한 상품의 배송 및 처리조건

【서면기재사항(인터넷쇼핑몰업자)】(시행령 제2조 제3항)

① 서면기재사항(일반)의 ①부터 ⑤까지

② 소비자가 주문한 상품의 배송조건

③ 소비자가 구매를 취소하거나 반품한 상품의 배송 및 처리조건

다) 대규모유통업자와 납품업자 각각의 서명 또는 기명날인(전자문서의 경우 공인전자서명 포함) 필요

*서면교부 시점과 서명날인 시점 유의 ⇒ 홈쇼핑사가 지속적으로 위반하는 사항

라) 서면 계약서 교부 이전, 대규모유통업자는 납품업자에게 상품 관련 준비행위 요구 금지

(대규모유통업법 제6조 제3항)

(1) 납품할 상품을 제조·주문하거나 납품할 상품을 위한 설비·장치를 준비하도록 요구하는 행위 금지

* 납품할 상품을 위한 설비, 장치 : 규정의 취지상, 당해 상품의 납품을 위한 직접적 또는 간접적 설비나 장치로서, 당해 상품 납품을 위해 추가 비용이 투입되는 경우를 말함

(2) 다만, 대규모유통업자가 서명 또는 기명 날인한 서면으로 위 사항들을 요구하는 경우 가능

2) 계약추정제도

가) 납품업자로부터 계약내용 확인 요청의 통지를 받은 날로부터 15일 이내 확인서면을 발송(회신)하지 않으면 납품업자가 통지한 내용대로 계약 체결된 것으로 추정됨 (대규모유통업법 제6조 제5항)

나) 위의 납품업자의 확인 요청 통지에 대해 서명 또는 기명날인한 서면으로 통지 또는 회신하되, 내용증명우편 (그 밖에 통지와 회신의 내용 및 수신 여부를 객관적으로 확인할 수 있는 방법)으로 상대방의 주소(또는 전자우편주소)로 발송해야 함

3) 서류보존의무 : 계약이 끝난 날부터 5년간 거래 관련 주요 서류 보관 (대규모유통업법 제6조 제8항)

※ 처분시효 5년(대규모유통업법 제31조)과 관련

【보존대상 서류】(동법 시행령 제5조)

① 계약체결 즉시 교부하는 서류 (계약서)
② 계약 확인을 위한 통지 및 회신
③ 상품대금 감액 관련 서류(상품목록, 수량, 감액일자, 약정상품대금, 감액사유 및 감액 액수 기재 서류)
④ 상품판매대금의 지급일, 지급금액, 지급수단 및 공제 항목별 금액이 기재된 서류
⑤ 판매대금 지급 지연 관련 이자의 지급 관련 서류
⑥ 상품 수령 거부 및 지체 관련 서류, 반품 관련 서류
⑦ 판촉행사 관련 체결 약정 및 실시에 관한 서류
⑧ 파견 종업원 관련 서류
⑨ 경영정보 제공요구 관련 서류
⑩ 매장 설비비용 보상 관련 서류, MD 개편 관련 서류
⑪ 구입하게 한 상품권의 관리대장, 매장위치/수수료/판매장려금 등 변경 관련 서류
⑫ 판매장려금 비율 또는 액수, 공제하는 판매수익 또는 수수료 조건 변경 협의내용이 기재된 서류

4) 금지행위

가) TV홈쇼핑업자가 판매방송의 횟수 및 일시를 명시한 계약서를 교부하지 않고 구두로만 약정하는 행위

나) 대규모유통업자가 납품업자에게 양 당사자의 기명날인 또는 서명이 누락된 서면을 교부하는 행위

【업무 유의사항】

- 양사가 날인한 모든 서류는 사전 교부 원칙
- 전자서명인증 및 교부 없이 입점 금지: 전자서명인증(전자서명법 제2조)을 위한 충분한 시간을 갖고 사전에 교부 후 입점 전 계약인증 완료 확인
- 계약서면 미교부에 따른 업체의 계약내용 확인 요청 공문 수령 후 15일 내 확인 여부에 대한 발신(회신)공문 없으면 업체의 확인 요청 내용대로 계약 체결된 것으로 추정됨
- 수/발신 공문에 직인 생략 불가(원본서류 보관 의무)
- 계약서 등 모든 입증서류를 5년간 보관 필요(대규모유통업법 시행령 제5조)
  : 서류보관 미이행에 따른 과태료 부과 후 불공정거래행위로 판명 시 별도 과징금 부과
- 계약서 내 반품조건 구체적으로 명기: 특약매입 포함

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 분쟁 소지 사항에 대해 양사 사전 합의하여 구체적인 별도 서면 또는 특약(약정) 체결
- 사전합의 공문 구비 필수(수수료 변경 등)
- 서면 계약 체결 시 위임장, 인감증명서 등 관련 서류 확인 및 구비 필수
- 계약 변경, 자동갱신 시 내용이 거의 유사하더라도 별도 서면 작성 필요(ex. 재방송)

ㅁ Don'ts

- 분쟁 소지 사항을 계약서에 의존하여 임의적으로 추측하거나 자기 해석으로 판단
- 계약서 사후 교부
- 업체와 사전합의 없는 일방적 계약내용 변경
- 계약기간 중 수수료 인상 또는 대금 감액

Q A

Q1 계약서(전자(서면) / 본계약, 특약, 약정서 포함)는 사전에 교부하고 체결하여야만 법 위반이 아닌가?

A1 양사 날인이 필요한 모든 계약서는 구두 및 사후 계약은 법 위반이며, 계약서 미교부로 불공정거래행위에 해당합니다.

Q1 전자(서면)계약서상에 계약기간, 수수료 등 계약에 필요한 중요사항을 기재하지 않고 체결한 경우도 불공정거래행위로 보는가?

A1 계약을 체결하였어도 계약서 내 중요사항을 누락하거나 기재하지 않았다면 불공정거래행위에 해당합니다.

Q1 전자(서면)계약서의 보존기한은 계약이 종료한 날로부터 5년간 보관하여야 하는가?

A1 대규모유통업법에서는 계약과 관련된 모든 서류의 보존기간을 5년으로 규정하고 있습니다. 해당 기간 내에 계약 관련 서류를 분실하거나 보존하지 않은 경우 법 위반이 됩니다.

【심결례】

ㅁ G사의 특정불공정거래행위에 대한 건

행위사실	TV홈쇼핑 업체인 G사가 2008.1.1.부터 같은 해 12.31.까지의 기간 동안 52개 납품업자들과 체결한 전자문서 형태의 '업체 부담 방송제작비에 대한 합의서' 112건을 방송일 또는 방송일 이후에 발송한 사실
위법성판단	G사의 거래상 지위 인정하였고, 거래조건의 확정 시점은 무한정으로 늦출 수 없고 이를 늦추더라도 최소한 거래가 이루어지는 시점(이 사건의 경우 방송 진행으로 인하여 상품 판매가 처음으로 이루어지는 시점) 이전이므로, 대규모유통업법 제6조 제1항의 규정 취지상 최소한 거래개시일 전일까지는 서면계약서를 교부하여야 함
조치	시정조치

ㅁ N사의 계약서면 지연 교부 행위에 대한 건

행위사실	2017. 1. 1. 부터 2018. 4. 9. 기간 사이에 납품업자 등과 납품계약을 체결하면서 계약 효력이 발생하는 계약기간의 시작일 까지도 거래형태 등의 계약사항이 명시되고 양 당사자가 서명 또는 기명날인한 계약서면을 계약이 시작되기 전에 교부하지 않은 사실
위법성판단	N사의 거래상 우월 지위의 성립을 인정하였고, 전자계약시스템 도입에 따른 계약서 갱신과정에서 발생한 지연 교부이더라도, 자동갱신 조항에 따라 종전 계약과 거래조건, 기간 등 일체의 계약 내용이 완전히 동일하게 유지되는 것이 아니라 거래조건이 변경되어 이에 대한 계약서면이 새로이 교부되어야 하므로, 대규모유통업법 제6조 제1항의 계약서면 즉시 교부의무를 위반함
조치	계약서면 지연 교부 행위에 대해 과징금 8천만원 부과

다. 상품대금 감액의 금지 (대규모유통업법 제7조)

납품 받은 이후 상품대금 원칙적 감액 금지(감액정도 및 감액형태 불문)

가) 대규모유통업자가 임의로 상품 가격을 인하하여 판매하고 가격인하로 인한 손실분을 납품업자 등에게 지급하는 상품대금에서 감액하는 행위 금지

나) 당초 상품매입 시 결정한 단가를 판매부진, 계절경과, 원가절감 등을 이유로 추후에 단가인하 계약을 다시 체결하고 이를 소급하여 적용하는 행위 금지

다) 판매과정에서 발생하는 손실분을 매입분에서 제외하고 대금을 지급하는 행위 금지

【예외적 허용 : 정당한 사유 + 합리적 기간】(대규모유통업법 제7조)

① 감액이 불가피한 정당한 사유가 있는 경우
- 계약한 상품과 다른 경우
- 납품업자의 책임 있는 사유로 인하여 오손, 훼손, 하자가 있는 경우
- 위 두 예시에 준할 정도의 정당한 사유가 발생한 경우

② 합리적 기간
- 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간

③ 신선 농수축산물의 특례 (대규모유통업법 제7조 제2항, 시행령 제6조)
- 감액에 정당한 사유가 있다고 하더라도, 시행령으로 정한 기간(특별한 사유가 없으면 2일을 초과할 수 없음)을 경과한 후 감액 불가

* 예외사유 해당 여부 판단 가능하도록, 납품시점, 감액시점, 감액사유를 확인할 수 있는 명확한 증빙 서류를 작성하여 납품계약 종료일로부터 5년간 보관의무(대규모유통업법 제6조 제8항, 시행령 제5조)

【업무 유의사항】

- 신선식품은 매입전표 발생 이후, 정당한 사유 및 특별사유 없으면 2일을 초과하여 감액/반품 불가능
- 특약매입의 신선식품 반품도 규제 대상이기 때문에 특별사유 없으면 2일을 초과하여 감액/반품 불가능
- 신선식품은 매입 전 철저한 검품·검수를 통해 입고된 수량만 매입이 되도록 관리 필요
  (2일 초과하여 감액하는 경우 법 위반)

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 납품 상품의 문제(오손, 훼손, 하자 등)가 있는 경우 또는 납품 상품이 주문한 물건과 다른 경우에 정당한 금액 및 기간 내 상호 합의하여 감액 결정
- 정당한 사유를 정확히 상호 확인하여 명시한 서류(합의서) 구비
- 객관적인 사실 근거에 입각한 감액되는 금액 협의 산정

□ Don'ts

- 납품 가격 결정 후 또는 매입 확정 후에 할인행사 등을 위한 납품가 조정
- 납품업자와 사전 협의 및 동의(합의서) 없이 임의적 감액
- 감액 사실의 사후 통보
- 각종 명목을 통한 비용전가로 실질적 감액 행위
- 별도 서면 약정을 통한 감액이라도 정당성이 없는 감액

Q A

Q1 판매부진, 계절경과, 원가절감 등을 이유로 기존에 체결된 계약 대비 인하된 단가로 계약을 새로 체결한 후 재체결한 계약상의 단가를 기존 계약기간 내 특정시점으로 소급하여 적용하는 경우, 양 당사자가 상호 합의한 것이므로 부당감액에 해당하지 않는가?

A1 양 당사자간 상호 합의 및 약정 체결을 하였더라도 정당한 사유에 의한 것이 아니므로 부당감액이며 대규모유통업법 위반에 해당합니다.

【심결례】

ㅁ G사의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건

행위사실	G사는 2015년 및 2016년에 자체 행사인 '헬스·뷰티 시상식'을 2차례 개최하고 동 시상식에서 수상한 납품업자들에게 상품대금을 지급하면서 해당 행사 비용 명목으로 대금을 감액하고 지급함
위법성판단	G사가 주최한 헬스·뷰티 시상식은 G사가 매년 주관하는 내부적인 자체행사로서 G사가 행사 비용을 부담해야 하는 것이 원칙이며, 행사 실시에 대해 납품업자와 사전에 서면 약정을 체결하지도 않았으므로 해당 행사 비용을 납품업자가 지급받을 상품대금에서 감액한 행위에 대해 정당한 사유가 존재하지 않음
조치	법 위반사실 공표명령 및 과징금(10억 5천 8백만원) 납부명령 부과

ㅁ 홈플러스(주) 및 홈플러스스토어즈(주)의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건

행위사실	홈플러스는 2014년 1월부터 2015년 3월까지 4개 납품업자에게 지급해야 할 납품 대금 중 총 121억여 원을 '판촉 비용 분담금' 명목으로 공제하고 지급함
위법성판단	매월 상품군(스낵, 면, 음료 등)별 전체 매입액의 일정하게 공제한 점, 사전에 공제율 또는 공제금액을 연간 약정한 점 등을 고려하면, 이는 법이 허용하는 판촉 비용 분담금으로 볼 수 없음
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령, 과징금 총 220억 3천만원 부과

ㅁ 대형마트 운영업체 C사의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건

행위사실	C사는 201개 납품업자들과 직매입 거래계약을 체결하여 거래하던 중, 별도로 납품업자들과 "구매가격할인"(Purchase Price Discount, 이하 "PPD") 합의서를 작성하고 2005. 1. 1.~2005. 10. 31. 기간 동안 PPD 합의서에 기재된 금액 1,737,407,000원을 납품대금에서 공제하였음
위법성판단	대규모소매점업고시 제4조(부당감액) 위반
조치	시정명령 및 과징금(13억 8천 9백만원) 납부명령 부과

유의 상품(MD) / 경영지원

라. 상품판매대금의 지급의무 (대규모유통업법 제8조)

1) 상품판매대금의 지급 기한 준수

가) 월 판매마감일로부터 40일 이내 지급 (특약매입거래, 위·수탁거래, 점포임대차거래 등 거래형태 구분하지 않음 직매입거래는 해당 상품수령일로부터 60일 이내 지급)

나) 지연 지급 시 공정위 고시 이율(15.5%)에 따른 이자 지급

2) 상품대금 및 이자를 상품권, 물품 등으로 지급하는 행위 금지

【업무 유의사항】

- 거래형태 구분 없이 40일 내 지급 (직매입은 제외)
- 판매대금에서 지급 보류하는 유보금도 40일이 초과되는 기간에 대한 이자 지급 필요
  (40일을 초과한 기간에 대한 이자 미지급 시 법 위반에 해당)
- 공정위가 정한 고시의 연체이자율 적용(40일 초과 기간에 대해 연이자 15.5%의 이자 지급)
- 상품판매대금 및 이자는 상품권이나 물품으로 지급 금지
- 매월 월마감 시 업체의 대금 지불 현황 확인 필요
- 직원 실수로 대금 미지급/보류 발생되지 않도록 주의
- 재고 발생 시 지불보류 되나 항시 재고 현황 확인 및 반영 필요
- 업체의 지불 보류 요청 공문 수령 등 증빙서류 확보
- 보증금은 계약서에 따라 환급 필요
- 대금지급기한 도래 전에 확정적으로 발생한 자동채권이 있을 경우에는 상계 가능
  (단, 손해배상채권 등 장래의 불확정 채권은 주의)

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 상품판매대금은 월 판매마감일로부터 40일 내 지급
- 위의 40일 초과한 경우 초과기간에 대해 이자 지급
- 대금지급 조건에 대하여는 사전에 계약서 작성 필요
- 불가피하게 감액 내지 공제해야할 경우 감액부분에 대한 계약성, 법령상 근거 자료를 철저히 구비

□ Don'ts

- 계약기간 중 정당한 사유 없이 상호 서면 약정한 대금지급조건 변경 금지
- 상품판매대금 및 이자에 대해 상품권이나 물품으로 지급하는 행위 금지
- 대금지급 조건과 같이 중요한 기재사항을 누락한 계약서 교부 금지

Q A

Q1 TV홈쇼핑사업자는 협력업체 퇴점 시 계약서에 의거하여 상품판매대금의 일부를 하자보증기간까지 유보할 수 있는가?

A1 당월 정산일 기준 40일 이내에 상품판매대금의 100%를 지급하는 것이 원칙입니다. 다만, 당사가 협력업체에게 사전 공지한 기준에 근거하여 유보규모 및 유보기간을 증액 및 연장할 수 있으나, 40일을 초과한 금액에 대해서는 향후 대금 지급 시 이자를 가산하여 지급하여야 합니다.

【심결례】

ㅁ 롯데쇼핑(주)(슈퍼부문) 및 씨에스유통(주)의 대규모유통업법 위반 행위에 대한 건

행위사실	① 롯데쇼핑(주)(슈퍼부문)은 2015. 1월부터 2018. 3월까지의 기간 동안 22개 납품업자와 특약매입거래를 하면서 상품판매대금 34,714,949원을 법정지급기일(월 판매마감일로부터 40일)을 초과하였음에도 미지급함 ② 롯데쇼핑(주)(슈퍼부문)은 2015. 5월부터 2018. 4월까지 100개 납품업자와 3,520건의 특약매입거래를 하면서 상품판매대금 총 184,031,165원을 법정지급기일(월 판매마감일로부터 40일)을 초과하여 지급하였으나, 그 초과기간에 대한 지연이자 6,325,535원을 지급하지 않음 ③ 씨에스유통(주)는 2016. 2월부터 2018. 5월까지 10개 납품업자와 특약매입거래를 하면서 상품판매대금 총 15,591,254원을 법정지급기일(월 판매마감일로부터 40일)을 초과하여 지급하였으나, 그 초과기간에 대한 지연이자 271,013원을 지급하지 않음
위법성판단	롯데쇼핑(주)(슈퍼부문) 및 씨에스유통(주)의 납품업자에 대한 거래상 우월적 지위를 인정하며, 납품업자에게 상품판매대금을 법정지급기일인 월 판매마감일로부터 40일 이내에 지급하지 않은 행위와 이에 대한 지연이자 또한 지급하지 않은 행위는 대규모유통업법 제8조 제1항 및 제3항에 위반됨
조치	과징금 부과 - 상품판매대금 미지급 행위 (롯데쇼핑(주)(슈퍼부문): 17,041,884원) - 상품판매대금 지연지급 및 지연이자 미지급 행위 (롯데쇼핑(주)(슈퍼부문): 3,105,262원 / 씨에스유통(주): 73,913원)

ㅁ 소셜커머스 3사의 대규모유통업법 위반행위 제재 건

행위사실	① ㈜위메프의 대규모 유통업법 위반 행위 - 직매입거래 계약을 체결하면서, 164건에 대해서 상품발주 이후에 계약서면을 교부했고 23건은 계약서면을 교부하지 않음 - 납품업자 13,254개에게 지급해야 하는 상품판매 대금을 법정 지급기한이 지난 뒤에 지급했고, 그 초과기간에 대한 지연이자 38억 3,300만원을 지급하지 않음(이후 자진시정) - 초특가 할인행사에서 66개 납품업자에게 할인비용 7,800만원을 부담시키고 할인쿠폰 제공 행사에서 2개 납품업자에게 쿠폰비용 100만원을 부담시키는 과정에서, 납품업체와 사전에 서면약정을 하지 않음 - 납품업체와 체결한 거래계약서에 자신을 통해 판매되는 상품을 판매개시 후 3개월 동안 동종업계에서 판매하지 못하도록 함(위반 시 위약금 100만원 부과 내용도 포함) ② 쿠팡(주)의 대규모 유통업법 위반 행위 - 계약서면 미교부 및 6개 납품업자로부터 직매입한 42개 품목 499개 상품(매입 가격 총 약 2,000만 원)을 정당한 사유 없이 반품함 ③ ㈜티몬의 대규모 유통업법 위반 행위 - 거래시작 이후 계약서면 교부 및 상품판매대금 지연지급 및 이자 미지급(이후 자진시정) - 482개 납품업자와 체결한 2,006건의 위수탁거래 계약기간 중에 정당한 사유 없이 판매수수료율을 최소 0.3%p부터 최대 12%p까지 인상
조치	소셜커머스 3개 사(위메프, 쿠팡, 티몬)에 시정명령(통지명령 포함), 과징금 총 1억 3,000만원(잠정) 부과

유의 CS / 상품(MD)

마. 상품 수령거부 및 지체 금지(대규모유통업법 제9조)

1) 납품에 관한 계약(직매입, 특약매입, 위수탁 거래 등 모든 유형의 납품계약 포함) 체결 후 주문한 상품의 전부 또는 일부의 수령을 거부하거나 지체하는 행위(PB상품 이외 일반상품도 동일) 금지

『예』 TV홈쇼핑사업자가 납품업자에게 여성용 여름샌들 10,000족을 주문하여 초도상품으로 3,000족을 판매방송을 진행하였으나, 장마로 인해 판매가 부진하자 생산이 완료된 나머지 7,000족에 대해 수령을 거부하는 행위

【예외적 허용 사유(정당한 사유가 있는 경우)】(동법 시행령 제7조)

① 납품업자 귀책으로 인한 납품받은 상품의 훼손

② 납품받은 상품에 결함이 있는 경우

③ 납품받은 상품이 주문한 상품과 다른 경우

④ 일정기간 동안 집중적으로 판매되는 상품임에도 해당 기간을 넘겨 납품한 경우

⑤ 그 밖의 정당한 사유가 있는 경우

- 그러나, 일부 납품만으로는 거래의 목적을 달성할 수 없다고 인정되는 경우가 정당한 사유로 볼 수 있는지 불명확함 (예 : 지나치게 소량이어서 일반 판매가 어려운 경우)

2) 수령을 거부하거나 지체한 상품의 목록, 수량, 주문일자 및 수령거부 또는 지체사유가 기재된 서류를 납품계약이 끝난날로부터 5년간 보존하여야 함 (대규모유통업법 제6조 제8항, 시행령 제5조)

【업무 유의사항】

- 판매소진 예측이 빗나가, 재고가 과다 발생하더라도 계약 체결한 상품 수량은 모두 수령해야 함
- 제조 발주 시, 계약에 따른 납품 상품 수령
- 명확한 업체의 사유로 수령 거부(지연)시 업체와의 공동 확인 동의 등 관련 증빙서류 확보
- 주문제조상품은 하도급법도 위반하지 않도록 고려하여야 함
- 미/오송의 경우라도 관련 증빙자료 확보 필요

【Dos and Don’ts】

□ Dos

- 계약서, 발주서의 내용에 의거한 상품 수령

□ Don’ts

- 사유 없는 수령 거부 및 지연
- 재고 과다, 발주 실수 등 당사 사유에 의한 수령 거부 및 지체
- 정당한 사유 없는 보복성의 수령 거부 및 지연

Q A

Q1 납품 받은 상품이 여러 종류일 경우(추가 구성품이 있거나 사은품이 있는 경우 등), 그 중 한 종류의 상품에 문제가 발생하여 모든 상품에 대하여 수령을 거부한다면 이는 정당한 사유에 의한 수령거부 행위에 해당하는가?

A1 당사가 여러 품목을 제조위탁하고, 일부 품목의 불량을 이유로 다른 품목에 대하여도 수령을 거부하는 행위는 정당한 수령 거부로 보지 않습니다.

유의 상품(MD) / CS

바. 상품의 반품 금지 (대규모유통업법 제10조)

1) 금지되는 사항

가) 납품 받은 상품을 반품하는 행위 (거래형태나 상품의 매입 여부와 상관없이 일단 납품 받은 후에는 정당한 사유가 있는 경우를 제외하면 원칙적으로 형식을 불문하고 반품이 금지됨)

【금지되는 반품 예시】

① 상품의 판매부진이나 계절경과 등을 이유로 반품하는 행위

② 직매입한 우유, 요구르트 등의 일일배송 상품을 판매하면서 유통기한 2~3일 전에 신상품으로 교체하는 행위

③ 신선농산물의 일부 상품에 하자가 있는 것을 이유로 매입한 상품 전체에 대한 반품을 하는 행위

④ 월말 또는 기말의 재고 조정을 이유로 반품하는 행위고객이 단순변심으로 반품한 상품을 납품업자에게 반품하는 행위

⑤ 시즌상품을 반품하면서 시즌상품 아닌 상품을 함께 반품하는 행위

나) 대규모유통업자가 납품 받은 상품을 되돌려 주거나 납품업자의 다른 상품과 바꾸는 등 형식에 상관없이 납품 받은 상품을 납품업자에게 실질적으로 되돌려주는 모든 행위가 대규모유통업법에서 금지하는 반품 행위에 해당됨

(1) 법률적 형식을 '반품약정 이행', '채무불이행에 따른 반환', '재매매', '환매', '취소', '철회' 등 어떠한 형태로 하더라도 상품이 납품업자에게 되돌아갔으면 "반품"에 해당함

(2) 거래계약상 '납품'으로 볼 수 있는 시점 이후의 행위이어야 함

(3) 유통실무상, 반품의 종류는 '특약매입 반품', '위·수탁 반품', '불량/하자 반품', '신제품 반품', 계절상품 반품', '양품 반품' 등 다양한 기준으로 구별하여 운영 중. 각 반품 형태에 따라 대규모유통업법에 의한 허용/금지 여부가 결정됨

2) 예외적 허용 사유

【반품의 예외적 허용 사유】(대규모유통업법 제10조)

① 정당한 사유가 있는 반품인 경우

② 정당한 사유의 추정 요건

: 다음 각 사유 + 합리적 기간 이내의 반품 (공정위의 반증으로 추정 복멸 가능)

(a) 특약매입거래의 경우로서 계약체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 반품조건을 명시한 서면을 납품업자에게 준 경우

(b) 위·수탁거래의 경우

(c) (모든 거래) 납품 받은 상품이 납품업자의 책임 있는 사유로 인하여 오손·훼손되었거나 상품에 하자가 있는 경우

(d) (모든 거래) 납품 받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우

(e) (모든 거래) 대규모유통업자가 반품으로 인하여 생기는 손실을 부담하고 해당 납품업자 에게 반품의 동의를 받은 경우

(f) 직매입거래의 경우로서 일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품(신선 농수축산물 제외)에 대하여 계약체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 반품조건이 명시된 서면을 납품업자에게 준 경우

(g) 직매입거래의 경우로서 납품업자가 반품이 자기에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료를 첨부한 서면으로 반품일 이전에 자발적으로 반품을 요청한 경우 (예: 새로운 제품이 출시되어 납품하여야 하는데, 구 제품의 재고가 많아 납품하기 어려운 경우)

(h) 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률상 가맹점사업자로부터 반품 받은 상품을 가맹본부가 납품업자에게 반환하는 경우

(i) 직매입거래의 경우로서 위 (c)~(h)에 준하는 정당한 사유가 있는 경우

③ 오손·훼손이나 하자((c)), 상품의 불일치((d))를 이유로 한 신선농수축산물의 반품 기간 : 특별한 사유가 없는 한 2일 초과 불가 (동법 시행령 제6조)

【업무 유의사항】

- 반품상황 발생 시 상품 반품의 정당성에 대한 정확한 사유 내용 등 증빙서류 확보 및 보관
- 납품 당시 철저한 검품/검수 실시
- 납품업자의 귀책 사유로 인한 반품이라도 정당한 기간 내에 반품
  (일반적인 상품은 10일 이내, 신선농수축산물은 2일 이내 반품 가능)
- 통상적인 관행 또는 계약서 내용에 의한 기간 내에 별도 통보 없을 시, 검품/검수에 합격한 것으로 봄
- 일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품(명절선물세트, 계절상품, 신학기 학용품, 봄·가을 등산용품 등)은 사전에 업체와 미리 구체적인 반품조건에 합의하여 서면약정 체결한 경우 반품 가능
  (※ 업체요청 공문에 객관적 이익 되며, 자발적인 요청이라는 점이라는 내용이 포함됨을 확인, 공문 수령일자 체크 - 상품의 납품 이전이어야 함)
- 계절상품의 기준은 그 객관성이 인정되는 범위 내 상품이어야 함
- 주문한 물건이 아닌 경우에는 반품이 아닌, 검품/검수 단계에서 검품 하자로 매입 불가 처리
- 특약매입 거래도 반품특약 체결(계약서에 명기 - 특수상황은 별도 특약으로 체결 및 교부) 가능
- **반품의 정당성은 당사 입증사항**
  (※ 특약매입 포함. 신선식품을 제외한 상품류에 대한 반품기한이 명확하게 제시되지 않은 관계로 검품 시 미매입 처리하여 매입 후 반품되지 않도록 철저한 관리 필요)
- 특약매입, 임대차 등에서 상품의 하자가 아닌 고객 반품 요청으로 납품업자에게 반품 처리하는 것은 부당반품임 (반품의 정당성 입증 불가)

* 부당반품 : 시즌 경과 반품, 장기간 이후 고객 변심 반품, 블랙컨슈머의 재판매 불가 상품

* 부당반품 시 비용 : 당사 부담

→ 상품하자로 인한 정당한 반품인 경우 : 심의결과서 또는 업체가 하자임을 인정하는 업체 발송 공문 등 증빙자료 보관 필수

→ 특약매입 반품 절차 : 상품하자를 인정하는 업체공문 수령 후 반품 전표 발생 원칙
(정당반품 관련서류: 심의결과서, 상품하자인정 업체 공문, 당사 비용처리증명서)

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 철저한 검품/검수 절차 수행: 하자 등 발견 시 납품업자에 즉시 통보하고 처리
- 반품으로 생기는 손실을 부담하고, 납품업자의 동의로 반품
- 장기간 경과된 정상상품에 대한 고객 변심의 반품인 경우, 관련 처리비용은 당사 부담 원칙(납품업체에 반품 불가)
- 납품업자 스스로 요청에 의한 반품 (업체의 반품요청서, 합의서 등 증빙서류 확보)

□ Don'ts

- 반품(교환)을 강요하는 행위
- 교환을 빙자한 실질적 반품 행위
- 정당한 사유 없는 직매입 상품/PB상품 반품
- 반품조건부매입 또는 재계약 등의 행정처리
- 정상적인 상식선 외의 빈번한 소량 발주

Q A

Q1 직매입으로 상품을 매입하다가 특약매입 거래형태로 전환하였을 경우, 실제로 상품의 반품은 없으나 서류상으로 직매입 상품을 반품하고 특약매입 상품으로 매입할 경우 부당한 반품행위에 해당하는가?

A1 부당한 반품행위에 해당할 가능성이 큽니다. 거래형태의 전환이 계약 당사자 상호간에 이익이 되거나 협력업체에 이익이 되는 것으로서 양 당사자가 사전에 합의한 것임을 서면 등으로 증명하지 않는 한 원칙적으로 부당한 반품 행위에 해당합니다.

【심결례】

□ O사의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건

행위사실	O사가 납품업자와 서면으로 약정한 반품조건약정서 상 '시즌상품 목록'에 기재되지 않은 상품을 일정기간 내 집중 판매되는 상품이라는 사유로 들어 172개 납품업자들에게 반품한 사실
위법성판단	O사는 납품업자에 대한 우월적 지위가 인정되며, 일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품에 대하여 별도 서면약정을 체결하고 있음에도, 반품한 상품의 경우 해당 서면에 기재되지 않았고 다른 객관적인 근거자료를 토대로 반품을 요청한 것이 아니므로 부당반품행위에 해당함
조치	과징금 500백만원 부과

ㅁ C사의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건

행위사실	C사는 2013. 8. 9.부터 2015. 10. 30.까지 6개 납품업자로부터 직매입한 상품을 발주 오류, 딜 오픈 지연, 거래방식의 변경, 납품업자의 요청 등의 이유로 반품한 사실
위법성판단	C사의 납품업자에 대한 거래상 우월적 지위가 인정되며, 납품업자로부터 직매입한 상품을 C사의 귀책사유가 있거나 편의 도모를 위한 사유로 인하여 반품하였고 해당 반품에 대해 납품업자의 자발적인 요청이었다고 볼 객관적인 증거가 없으므로 대규모유통업법 제10조 제1항에 위반되는 부당반품행위에 해당함
조치	과징금 21백만원 납부명령

ㅁ S사의 특정불공정거래행위에 대한 건

행위사실	2004.2월부터 2004.7월까지 총 338백만원에 해당하는 직매입거래 상품을 과대재고, 취급종료 또는 고객변심을 이유로 230개 납품업자들에게 반품한 사실
위법성판단	예외 사유에 해당되지 않는 직매입으로 매입한 상품의 재고 처리 및 상품 순환을 위한 조치는 S사 자신의 비용으로 처리해야 할 사항임에도 불구하고 납품업자들에게 반품함으로써 그 비용을 부담시킨 S사의 행위는 자신의 거래상 우월적인 지위를 남용하여 부당하게 납품상품을 반품하는 행위로서 대규모소매업고시 제3조의 규정에 의한 부당반품행위에 해당함
조치	과징금 120백만원 부과

유의 마케팅 / 상품(MD) / 영상(PD)

사. 판촉비용의 부담전가 금지 (대규모유통업법 제11조)

1) 사전약정의무

대규모유통업자는 판매촉진행사를 실시하기 이전에 다음 사항들을 납품업자 등과 서면으로 약정해야 함 (동법 시행령 제9조)

가) 판매촉진행사의 명칭, 성격, 기간

나) 판매촉진행사를 통해 판매할 상품의 품목

다) 판매촉진행사에 소요될 것으로 예상되는 비용의 규모 및 사용내역

라) 해당 판매촉진행사를 통해 대규모유통업자와 납품업자 등이 얻을 것으로 예상되는 경제적 이익의 비율

마) 판매촉진비용의 분담비율 또는 액수

- 해당 판매촉진행사로 인한 직접적인 예상이익의 비율에 따라 정하되, 그 비율을 산정할 수 없는 경우 예상이익이 같은 것으로 추정. 단, 납품업자 등의 분담비율은 50%를 초과할 수 없음

2) 서면교부의무

대규모유통업자와 납품업자 등이 각각 서명 또는 기명 날인한 서면을 약정과 동시에 교부하고 관련 자료를 5년간 보존할 의무 (대규모유통업법 제6조 제8항, 동법 시행령 제5조)

3) 판촉비용 분담비율은 예상이익의 비율에 따라 산정

납품업자의 부담분은 50%를 초과하지 않도록 하여야 함

4) 납품업자의 자발성, 차별성, 개별성이 인정되는 판매촉진행사는 예외 인정 (자유로운 분담비율 결정 가능)

가) 납품업자 등이 자발적으로 대규모유통업자에게 요청한 경우일 것
나) 다른 납품업자 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우일 것
다) 유통업자의 '집단적 판촉행사'에는 예외를 인정하지 않을 가능성이 높음
(대규모유통업 분야의 특약매입거래에 관한 부당성 심사지침 III. IV.)

5) 금지되는 사항 (예시)

가) 유통업자가 우선 최저가격보상제 또는 초특가할인판매 등을 자기비용으로 실시하고 추후 납품업자와의 재계약 시 수수료 또는 판매장려금 등을 인상하는 방법으로 비용 전가
나) 유통업자가 납품업자와 사전에 광고비용, 판매사원 인건비 및 모델출연료 등의 분담에 대해서만 약정한 뒤, 판매 도중에 사전 약정에 없던 사은품 제공행사를 실시하고 납품업자에게 비용 전가

【특약매입 판촉행사 참여의 강제성 판단기준】(특약매입거래에 관한 부당성 심사지침 IV.)

① 강제성은 판촉행사에 대한 입점업자의 자발적 참여의사 여부와 불참시 제재수단 존부 내지 불이익여부 등과 같이 사실상 참여를 강제하였는지를 중심으로, 판촉행사의 성격 및 우월적 지위의 정도, 거래의존도, 거래관계의 지속성, 거래상품의 특성 등도 고려하여 종합적으로 판단

② 형식적으로는 각 입점업자가 개별적으로 진행하는 판촉행사라 하더라도, 실제 대규모유통업자가 판촉행사를 주도적으로 기획하였고 대규모유통업자의 요청 등을 통해 입점업자의 의사에 반하여 참여하게 하였다면 법 위반 소지 있음

③ 법 위반 행위 예시

a. 대규모유통업자가 판촉행사 미참여 업체를 별도 관리하면서 불이익을 주거나 재계약 심사 등에 반영하는 경우
b. 대규모유통업자가 입점업자의 의사에 반하여 노세일브랜드를 바겐세일 행사 등에 참여시키는 경우
c. 대규모유통업자가 입점업자의 의사에 반하여 당초 판촉행사의 내용(할인율, 할인기간 등)을 변경하여 참여시키는 경우

6) 판매촉진행사

가) 의의 : 명칭 및 형식에 상관 없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킬 목적으로 행하는 모든 행사 또는 활동
나) 실무적으로 많이 실시하는 판매촉진행사
(1) 정기/부정기/계절/특수시즌 행사 (가격할인, 사은품 증정 행사 등)
(2) 대대적 광고/홍보 행사 (TV/라디오/전단지/리플렛/팸플릿 등 제작 배포 행사 등)
(3) 기타의 소비자 이익 제공 행사 (1+1/추가 액세서리 제공/신용카드 수수료 지원/무이자할부/배송비 지원 행사, 시식 행사 등)
다) 판매촉진행사의 유형 및 구분
(1) 대규모유통업자가 주관하여 점포 전체(대규모유통업자의 전체 점포 또는 특정 점포의 매장 전체나 일부)의 판촉을 목적으로 해당 점포에 대해 공통적으로 실시하는 유형
- 판촉비용을 납품(입점)업자에게 부담시키면 대규모유통업법 위반 가능

<대규모유통업자 판촉행사 예시> (대규모유통업 분야의 특약매입거래에 관한 부당성 심사지침 III.)

① 자신의 점포에서 일정금액 이상 구매자에게 일률적으로 지급하는 사은품/상품권 등

② 제휴 신용카드 할인, 무이자 할부 비용

③ 대규모유통업자가 점포 우수고객에게 발송하는 할인쿠폰

④ 대규모유통업자가 점포 우수고객을 대상으로 실시하는 문화행사 등 각종 행사비용

⑤ 대규모유통업자가 구매여부와 관계없이 점포 방문 고객을 대상으로 일률적으로 지급하는 사은품

(2) 납품업자등이 단독으로 또는 복수의 납품업자등이 주관하여 자신들의 상품의 특별한 판촉을 목적으로 하는 유형

- 납품(입점)업자의 판촉비용 분담비율이 50/100을 초과할 수 없음

<납품업자 판촉행사 예시> (대규모유통업 분야의 특약매입거래에 관한 부당성 심사지침 III.)

① 대규모유통업자가 개별 납품업자와 공동으로 당해 납품업자의 일정금액 이상 구매고객을 대상으로 지급하는 사은품/상품권 등

② 대규모유통업자가 개별 납품업자의 우수 구매고객을 대상으로 실시하는 문화행사 등 각종 행사비용

③ 대규모유통업자가 개별 입점업자와 공동으로 구매여부에 관계없이 입점업자 매장 방문고객을 대상으로 일률적으로 지급하는 사은품

【업무 유의사항】

- 당사가 개입된 판촉 및 광고는 사전에 상호 부담액 관련 객관적 산출 근거로 각자의 예상 이익 범위 내에서 부담하되, 협력업체에게 판촉비용의 50%를 초과하여 분담해서는 안 됨
- 사전에 판매촉진행사에 관한 중요 약정사항을 작성하여 상호 약정을 체결하고, 1부를 교부하여야 함
- 상품의 품목을 협력업체의 공문 내용에 포함하여 받아야 함 (예 : 행사품목 - 재킷 및 코트류)
- 당사 판촉비용에 포함되는 에누리는 그 행사와 관련되어 추가적으로 발생되는 에누리만 비용으로 볼 수 있음 상시 부여되는 행사와 무관하게 적용되는 에누리는 포함 불가
- 공동 판촉행사 진행 시 협력업체 발송 공문 내용 : 자발적 참여, 분담내역 및 부담 여부, 파견사원 유/무, 행사를 통한 업체의 예상이익 외 경품 등 기본 정보 기재하여야 함

【광고/판촉비 분담기준】

ㅁ 당사 자체 광고/판촉행사

- 당사 단독주관, 기획에 의해 진행된 판촉활동으로 당사비용 100% 부담
- 별도 약정서 불요
- 예 : 상품권 증정행사, 점포차원 이벤트 등

□ 협력업체 자체 광고/판촉행사

- 협력업체 주관, 자체계획에 의해 집행된 판촉활동으로 협력업체비용 100% 부담
- 업체요청공문 필요
- 예 : 뷰티클래스, 메이크업쇼, 자체제작 사은품 증정 등

□ 협력업체와 공동, 당사 개입된 브랜드간 공동 광고/판촉행사

- 당사 주관, 기획에 의해 상호간 협의과정을 거쳐 공동으로 집행된 판촉활동으로 상호 수익자 부담원칙에 의해 일정 부분 공동 비용 부담 (업체 비용부담 50% 초과 금지)
- 광고판촉분담 약정서 체결 및 상호협조공문(당사 안내공문 발송, 업체자발적 참여 공문)
  예 : 우수 VIP고객초청행사, 패션쇼, 골프초대전, 사은품 등
- 특히, 브랜드 공동 상품권 증정행사는 당사와의 분담비율을 동일하게 하여 진행. 업체 비용 100% 분담으로 진행할 경우는 판촉비용 전가 되므로 원칙적 금지

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 판매촉진행사 공동비용 분담 시 사전에 서면 약정 체결하고 1부 교부
- 홈쇼핑 사가 주관하는 모든 판촉행사는 협력업체에게 사전에 행사의 기획목적 및 의도와 비용분담과 관련된 내용을 서면으로 통보
- 협력업체가 요청하는 판매촉진행사는 요청 공문 등 서면을 받아 보존
- 판매촉진행사에 관한 약정사항은 약정서에 빠짐없이 작성하여 약정 체결해야 함

□ Don'ts

- 모든 판매촉진행사 진행 시 협력업체 참여 강요 금지
- 협력업체에게 소요되는 판촉비용의 50% 초과 분담 금지
- 사전 서면 약정 없이 판매촉진행사 진행 불가
- 정상적인 상식선 외의 빈번한 소량 발주

Q A

Q1 납품업체가 자기 상품의 판매촉진행사 진행을 당사에 요청하면서 납품업체가 당사에 비용 지원도 요청할 경우 당사는 별도의 약정 없이 납품업체의 요청 공문을 수령하고, 납품업체는 자기 스스로 판촉행사를 추진해도 되는가?

A1 원칙적으로 불가합니다. 다만, 자발적, 차별적, 개별적 판매촉진행사로 인정되는 경우에는 예외적으로 가능하나, 이 경우에도 당사와 납품업체간 별도의 서면 약정(판촉비용 분담비율 등 관련사항 명시)을 체결하는 것이 바람직합니다.

【관련 사례】

ㅁ **판촉비용 분담비율 등에 대하여 사전 서면약정 없이 납품업자에게 판촉비용을 부담시킨 사례**
ㅁ **납품업자의 판매촉진에 기여하지 않은 비용을 부담시킨 사례**
- TV홈쇼핑 방송제작 비용을 납품업자에게 부담시킨 경우 위법

ㅁ **홈쇼핑사업자 H사의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건**

행위사실	H사는 70개 납품업자들과 204회 방송판매계약을 체결하면서 신용카드 할부수수료를 납품업체에게 부담시켰고, 이 금액은 전체 판매촉진비용(할부수수료, 일시불 할인, 할인쿠폰, 포인트 적립금) 총액의 50%를 초과하는 51.3 ~ 68.4%에 이름
위법성판단	대규모유통업법 제11조 제4항 위반
조치	시정명령 및 과징금 납부명령(9억 4백만 원) 부과

유의 영상제작 / 상품(MD) / 영상(PD) / 영업기획·지원

아. 납품업자 등의 종업원 사용금지 등 (대규모유통업법 제12조)

1) 금지되는 사항

가) 납품업자로부터 종업원을 파견 받는 행위

『금지행위 예시』

① 납품업자가 파견한 판촉사원을 홈쇼핑사의 창고정리, 청소업무 등 고유업무에 종사시키는 행위

② 납품업자의 종업원 파견에 관해 상호간에 구체적인 약정 없이 대규모유통업자가 임의대로 종업원의 파견을 요청하거나 파견종업원의 업무범위 및 인건비 수준을 결정하는 행위

③ 대규모유통업자가 납품업체의 자발적 요청 이전에 구두/유선/이메일로 납품업체에 종업원 파견을 요구하고, 사후에 납품업체에게 자발적 파견요청서를 제출하도록 하는 행위

④ 대규모유통업자가 입점업체에 대해 판매목표를 설정하고, 파견된 종업원에 대해 이를 달성하도록 강요하는 행위

나) 자신이 고용한 종업원의 인건비 전가 행위

『금지행위 예시』 납품업자로부터 파견 받던 판촉사원을 대규모유통업자가 직접 고용(자사 직원 전환)한 후 그 인건비를 점내 광고비, 판촉비용 분담금 등의 명목으로 공제하거나 상품 무상납품, 판매장려금 추가징수 등의 방법으로 납품업자로부터 받는 행위

2) 예외적 허용 사유

가) ① 대규모유통업자가 제반 비용을 부담하거나, ② 납품업자의 자발적 파견요청이 있거나, ③ 특수한 판매기법이나 능력을 가진 숙련 종업원의 파견이거나, ④ 공정위가 고시하는 상품류의 판매관리를 위한 파견일 것

나) 파견조건 사전 서면약정 체결할 것 (별도 파견합의서의 사전 작성)

서면약정에는 종업원 수, 근무기간/근무시간, 종사할 업무내용, 인건비 분담 여부 및 조건을 명시해야 함

※ 대규모유통업 분야에서 납품업자 등의 종업원 파견 및 사용에 관한 가이드라인(2020.12.18. 일부개정)

다) 해당 상품의 판매 및 관리업무에 종사할 것

3) 대규모유통업법 제11조와 제12조의 관계 (대법원 2017. 3. 15. 선고 2016두51481 판결)

Question	대규모유통업법 제12조에 의하여 종업원을 파견받아 제11조가 규정한 '판촉행사'를 위한 '상품 판매 및 관리업무'(시식행사)에 종사하게 하는 경우, 파견종업원의 인건비 등을 누가 부담하는지?
쟁점	'파견사원이 참여하는 판촉행사에서의 파견사원 인건비' 부담과 관련해서, 어떤 조문이 적용되어야 하는지의 문제
판시사항	• 대규모유통업자가 제12조(종업원사용) 제2~4호의 요건을 모두 충족하는 경우에는 파견받은 종업원을 판촉행사 업무에 종사시키면서 인건비 전부를 납품업자등이 부담하도록 하는 것도 허용됨 • 단, 제11조(판촉행사)의 적용이 배제되려면 대규모유통업자가 파견종업원 인건비 이외의 판촉비용을 납품업자등에게 부담시키지 않아야 함

자. 배타적 거래강요 금지 (대규모유통업법 제13조)

1) 금지되는 사항

가) 부당하게 배타조건부 거래를 요구하는 행위

나) 납품업자 등이 다른 사업자와 거래하는 것을 방해하는 행위

【예시】

① 경쟁홈쇼핑사가 새로 설립된 경우, 자기와 거래관계에 있는 납품업자에게 매출이 분할된다는 이유로 납품업자에게 경쟁홈쇼핑사와 거래를 하지 못하게 하는 행위

② 납품업자가 경쟁홈쇼핑사와 거래를 시작한다는 이유로 편성시간 변경 등의 불이익을 주는 행위

2) 부당성

공정위가 입증책임을 부담하고, 공정거래법의 거래상지위남용에 준하여 판단

3) 처벌

시장에서의 경쟁제한적 성격이 강하여 형사처벌 가능 (2년 이하 징역/1억 5천만원 이하 벌금. 대규모유통업법 제39조 제1항)

【업무 유의사항】

- 경쟁사 입점 방해 등과 같이 배타적 거래행위로 인한 위반 적발 시 벌칙조항 적용
- 양벌규정 적용되어 행위자인 개인에게도 벌칙 부과 (대규모유통업법 제40조)

유의 상품(MD) / 영업기획·지원 / 마케팅

차. 경영정보 제공요구 금지(대규모유통업법 제14조)

1) 금지되는 사항

가) 납품업자가 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건(공급가격 포함)에 관한 정보의 제공 요구 (대규모유통업법 제14조 제1항 제1호)

나) 상품의 원가에 관한 정보, 다른 사업자에게 납품하거나 다른 사업자의 점포에서 판매하는 상품의 매출 관련 정보, 다른 사업자에 입점하여 행하는 판매촉진행사에 관한 정보, 다른 사업자와의 거래에 사용하는 납품 관련 전산망에 접속하기 위한 정보의 제공 요구 (대규모유통업법 제14조 제1항 제3호)

다) 추가적인 불이익제공행위 없이 '요구'만으로도 위법

2) 부당성 : 공정위가 입증책임 부담

3) 경영정보 제공 요구 시 서면교부의무 (대규모유통업법 제14조 제2, 3항)

가) 허용요건 : 사전에 요구목적, 비밀유지, 침해시 손해배상, 요구일자, 제공일자, 제공방법, 제공요구의 불가피성을 객관적으로 증명할 수 있는 사항을 적은 서면(각각 서명/기명날인)으로 필요최소한의 범위에서 요구하는 경우

나) 관련 서류 5년간 보존 의무 부담 (대규모유통업법 제6조제8항, 동법 시행령 제5조)

4) 처벌

후발적 불공정행위의 단초로 기능할 가능성 있어, 형사처벌 가능 (대규모유통업법 제14조 제1항을 위반하여 부당한 경영정보 제공요구 시 2년 이하 징역/1억 5천만원 이하 벌금. 대규모유통업법 제39조 제1항)

【심결례】

ㅁ L, H백화점의 경영정보 제공요구행위

행위사실	L, H백화점은 자기의 거래상 지위를 이용하여 자사에 입점한 납품업체로부터 경쟁백화점의 EDI 정보통신망에 접속하는 ID 및 패스워드를 제공받아 경쟁백화점에 대한 매출정보를 취득한 후 매출대비율(경쟁사 대비 자사의 매출비중 등)을 일정한 수준으로 유지하도록 강요하였고, 매출대비율이 부진한 납품업체에게 할인행사를 진행하도록 하거나 경쟁백화점에서 할인행사를 진행하지 못하게 함
위법성판단	부당한 경영정보 제공요구행위에 해당함
조치	시정명령, 과징금 1,048백만원 부과

ㅁ H 홈쇼핑사의 대규모유통업법 위반행위 및 공정거래법상 거래상 지위 남용행위에 대한 건

행위사실	H 홈쇼핑사는 2014년 8월 경 납품업자에게 경쟁 홈쇼핑사에 납품하는 상품의 모델명, 방송시간, 판매수량, 목표달성율, 할부기간 및 할인금액 등에 관한 정보를 요구하여 수집함
위법성판단	H 홈쇼핑사는 납품업자에 대하여 거래상 우월적 지위가 있는 것으로 인정되며, 납품업자에게 요구하여 받은 정보가 대규모유통업법 제14조 제3호에서 규정하는 매출 관련 정보에 해당하고 정보를 제공받음으로써 경쟁홈쇼핑사 정보와 비교하여 불합리한 요구를 받을 수 있어 공정한 거래를 저해할 우려가 있음 (대규모유통업자가 요구하여 받은 정보를 기초로 납품업자에게 불이익 행위가 이루어져야 하는 것이 아닌 정보를 요구하는 자체가 위법임)
조치	과징금 110백만원 부과

【판례】

ㅁ (주)롯데쇼핑 백화점부문의 경영정보 제공 요구행위(서울고등법원 2014. 12. 4. 선고 2014누46678판결)

행위사실	납품업자가 판매 중인 60개 브랜드에 대하여 경쟁 백화점의 월별 또는 특정 기간별 매출자료를 구두 또는 이메일을 통해 제공 요구하고 취합하는 한편, 매출대비율이 저조할 경우 판촉행사 등을 요구하거나 경쟁 백화점에서 판촉행사를 진행하지 말 것을 요구하고 미협조 시 불이익을 가함
판결내용	시정명령 및 과징금 45억 7,300만원 부과한 공정위 처분에 대하여 경영정보 요구행위의 부당성을 인정하면서, 부당성을 인정하기 위해 불이익 제공 행위가 현실적으로 이루어져야 한다거나 공정위가 그 행위를 증명할 필요가 없다고 함

【업무 유의사항】

- 협력업체에게 경영정보 제공 요청 원칙적 금지
- 협력업체가 아닌 경쟁업체와의 매출 교환도 금지
- 경영정보 유형을 구체적으로 명시하고 있으며, 위반행위 적발 시 벌칙조항 적용
- 회사의 각종 보고서(경영전략, 사업계획, 월간, 주간 판촉전략보고 등)에 경쟁사 관련 정보 및 대비율 등 일체 작성 금지
- 경영정보 제공 요구가 불가피함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항에 한정 (거의 불가능)

【Dos and Don'ts】

ㅁ Dos

- 협력업체에 경영정보 요구 시 서면으로 요청
- 경영정보 제공 요청서 등 증빙자료 구비하여 보관
- 서면 내용에 요구 목적, 비밀유지에 관한 사항 등 포함하여 기재

ㅁ Don'ts

- 협력업체 및 판촉사원을 통한 경쟁업체의 EDI 정보통신망 아이디와 패스워드 취득행위 금지
- 경쟁 업체 EDI 정보통신망 접속행위 금지

Q A

Q1 홈쇼핑 회사가 경쟁업체에 입점한 동일 브랜드의 협력업체에게 매출자료를 요구하면서 서면 계약을 체결하지 않고 구두로 합의한 경우 법 위반인가?

A1 부당한 경영정보 제공요구행위에 해당할 가능성이 크기 때문에 협력업체에게 매출자료를 요청해서는 안 됩니다.

Q1 협력업체의 경영정보 자료의 범위는?

A1 시행령에서는 협력업체에서의 상품원가, 경쟁점의 매출액, 기간별 판매량 등 매출 관련정보, 경쟁점의 판매촉진 행사의 시기, 횟수 및 거래조건 등, 경쟁점 전산망에 접속하기 위한 정보 등을 포함하고 있습니다.

Q1 납품업자가 아닌 타 경쟁업체 관계자로부터 관련 정보를 취득하여 보관하고 있는 경우 법 위반인가?

A1 타 경쟁업체 관계자로부터 관련 정보를 취득하는 것은 대규모유통업법 제14조 위반행위에 해당한다고 보기 어려우나 카르텔(부당공동행위)의 소지가 큽니다.

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 영상제작 / 영업기획·지원

카. 경제적 이익제공 요구 금지 (대규모유통업법 제15조)

1) 금지되는 사항 : 정당한 사유 없이 납품업자에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 제공하도록 하는 행위

가) 방송판매상품의 매출 부진에 따른 판매수수료 수입 부족분 보전을 위해 기존 계약에 없던 금전 제공을 요구하는 행위

나) 거래와 무관한 기부금, 협찬금, 기타 금품 및 향응 등을 요구하는 행위

다) 방송제작비용(예. 해외 홍보영상물 제작 위한 항공/숙박비 등 경비, 방송출연인력의 인건비 등)을 납품업자로 하여금 부담하도록 요구하는 행위 등

2) 판매장려금 제공에 관한 특례

가) 판매장려금 : 직매입거래에서 수수되는 장려금에 한정됨

⇒ 특약매입거래 등에서 장려금 명목으로 지급하는 것은 '경제적 이익'이지만 대규모유통업법상의 판매장려금은 아님

나) 대규모유통업자는 연간거래기본계약의 내용으로 판매장려금의 지급목적, 지급시기 등을 납품업자 등과 약정하고, 납품업자 등으로부터 판매장려금을 지급받을 수 있음

⇒ 연간거래 기본계약의 내용에 포함되지 않은 판매장려금을 거래 도중 신설하는 행위는 위법

다) 판매장려금 허용 범위 : '대규모유통업 분야에서 판매장려금의 부당성 심사에 관한 지침'

(1) 허용되는 판매장려금의 유형 : 판매촉진 즉, "해당 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진" 시킴을 목적으로 하는 판매장려금

구 분	내 용
성과 장려금	전년동기 대비 납품액 신장목표에 도달하였을 때 받는 장려금
신상품 입점장려금 (출시 후 6개월 이내)	납품업자의 신상품을 매장에 진열해 주는 대가로 받는 장려금 (상품코드만 바뀐 경우는 해당하지 않음)
매대(진열) 장려금	상품을 매출증가 가능성이 큰 자리(매대)에 진열해 주는 서비스에 대한 대가로 받는 장려금

(2) 허용되지 않는 판매장려금의 유형

구 분	내 용
기본장려금	상품 매입금액의 일정비율 혹은 일정금액을 받는 장려금
무반품장려금	직매입한 상품을 반품하지 않음을 조건으로 받는 장려금
시장판매가격 대응장려금	직매입으로 기 납품 받은 상품의 판매가격을 인하하기 위한 목적으로 받는 장려금 (판매가격인하 비용보전 장려금)
재고소진 장려금	직매입한 상품의 재고를 소진시킬 목적으로 재고분의 일정 비율에 해당하는 금액을 받는 장려금
폐점장려금	폐점 시 덤핑, 가격할인 등을 통해 남아 있는 상품을 소진하는 과정에서 발생하는 비용을 보전하기 위해 받는 장려금
기타	• 대규모유통업자가 받은 판매장려금액이 납품업자의 납품액 증가로 인한 이익액보다 큰 경우 • 양자간 협의된 매출신장 목표에 도달하지 아니하였음에도 성과장려금을 받는 경우 • 매대(진열)장려금 지급수준을 통상적인 거래관행에 비해 현저히 상승시키고 이를 납품업체에 수용하도록 하는 경우

【업무 유의사항】

- 사전에 연간계약으로 판매장려금 약정사항을 구체적으로 정할 것
- 계약기간 중 추가 장려금 약정은 금지

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 연간거래 기본계약 시 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 횟수, 판매장려금의 비율이나 액수 등의 사항을 납품업자 등과 약정해야 함

□ Don'ts

- 협력업체에게 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익 제공 요구 금지
- 반품과정에서 분실상품 관련비용을 납품업자에게 전가하는 행위 금지

Q A

Q1 당사가 판매장려금의 지급목적, 지급시기 등을 납품업자와 사전에 구두로 합의한 경우, 당사는 납품업자에게 판매장려금의 지급을 요구할 수 있는가?

A1 판매장려금에 대한 약정은 사전에 서면(연간거래 기본계약)으로 이루어져야 하므로, 구두로만 합의한 경우에는 판매장려금의 지급을 요구할 수 없습니다.

【심결례】

ㅁ 대규모유통업자 C사의 대규모유통업법 등 위반행위에 대한 건

행위사실	C사는 2017. 1월부터 2019. 6월까지의 기간 동안 직매업거래를 하고 있는 총 330개 납품업자들로부터 판매장려금 지급에 관한 약정사항을 연간거래 기본계약의 내용으로 약정하지 않고 성장장려금 목적으로 총 10,428,221,601원을 수취함
위법성판단	부당한 경영정보 제공요구행위에 해당C사는 납품업자에 대해 거래상 우월적 지위가 인정되며, 납품업자로부터 수취한 금원은 판매촉진을 위하여 매입하는 상품의 물량이 증가하면 그에 따라 납품업자가 지급하는 성과장려금 명목의 경제적 이익으로 판매장려금에 해당하나, C사는 납품업자에게 이러한 판매장려금을 제공하도록 하면서 판매장려금 지급에 관한 법정사항을 연간거래 기본계약으로 약정하지 않았으므로 대규모유통업법 제15조 제2항을 위반함
조치	시정명령을 받은 사실에 대한 통지명령 및 과징금 총 3,297백만원 부과

ㅁ 대형마트 운영업체 L사의 골프대회 광고협찬금 모금행위

행위사실	L사가 주최한 여자오픈 골프대회의 광고 협찬금 모금을 위해 납품업체들에게 광고협찬계획을 송부한 뒤 총48개 납품업체로부터 각각 1~2천만원씩 총 6억 5천만 원을 받음
위법성판단	대규모유통업법 제15조 제1항 위반
조치	시정명령 및 과징금(3억 3천만 원) 납부명령 부과

타. 매장 설비비용 보상 (대규모유통업법 제16조)

대규모유통업자는 계약기간 중 거래를 중단/거절하거나, 위치/면적/시설을 변경하는 경우 설비비용의 잔존가치를 산정하여 보상해야 함

파. 기타 강요행위 등 금지 (대규모유통업법 제17조)

1) 정당한 사유 없이 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위 금지

2) 금지되는 강요행위의 유형

가) 상품권이나 물품을 구입하게 하는 행위
나) 통상적인 시장의 납품가격보다 현저히 낮은 가격에 납품하게 하는 행위
다) 판촉행사를 실시하기 위하여 통상의 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위
라) 납품업자등의 의사에 반하여 판촉행사에 참여하게 하거나 상품광고를 하게 하는 행위
마) 한시적으로 인하하기로 약정한 납품가격을 기한 경과 후 환원을 거부하거나 지연하는 행위
바) 계약기간 중에 판매장려금의 비율/액수, 판매수익(수수료) 조건을 변경하는 행위
사) 퇴점방해, 입점강요, 계약기간 중 매장 위치/면적/시설 변경 행위
아) 그 밖에 위에 준하는 행위로서 납품업자등에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위

【금지되는 행위 예시】

① 대규모유통업자가 '국내 최저가 판매', '초특가판매' 등의 행사를 기획한 후 납품업자가 통상 10,000원에 납품하는 면바지를 40%나 낮은 6,000원에 납품하도록 하는 행위
② 납품업자 등이 자체적인 경품행사 또는 할인특매행사를 끝낸 후에 대규모유통업자가 또 다시 유사한 행사를 기획하여 동참 의사/여력이 없는 납품업자 등의 참여를 강요하는 행위
③ 백화점이 자신의 매출목표 달성을 위해 납품업자에게 가매출을 강요하는 행위
(수수료, 가매출액에 대한 부가세 부담)
④ 계약서상 "판매효율을 위해 임의로 편성시간을 변경할 수 있다"라는 조항을 규정하는 행위

【관련 사례】

ㅁA사의 대규모소매점업에 있어서의 특정불공정거래행위에 대한 건

- 공정위는 특약매입거래를 하면서 계약기간 중에 특약매입 판매 수수료율을 1%p 인상하는 변경계약을 체결함으로써 납품업자들에게 총 2,565,270원의 판매수수료를 추가로 부담시켰음을 이유로 시정명령 및 과징금 1,000,000원 부과

ㅁ 홈쇼핑사업자 G사의 계약기간 중 판매수수료율 변경행위 (고법 판례)

행위사실	39개 납품업자들과 추가매출 광고방송 142건을 실시하면서 방송 이후 정산 과정에서 당초 계약서상에 기재된 정률 수수료율보다 높게 변경 적용
위법성판단	당사자 사이의 사전 합의에 따라 신채널 판매수수료를 정산한 것일 뿐 추가 수취로 보기 어려움
조치	공정위의 과징금 부과 일부 취소 (30억원 부과 ⇒ 계약서 미교부 및 경영정보 요구에 대해서만 2억9천만원 부과)

【업무 유의사항】

- 제17조 각호에 해당하는 행위 발생시 정당한 사유를 입증할 수 있는 모든 증빙자료 구비
- 제17조의 정당성 입증은 상호 수/발신 공문 및 업체 요청이 있었음을 입증할 수 있는 자료 구비를 통해 입증
- 상품권 판매 및 물품 구입 강요, 요구, 권고, 요청 등 금지 (특히, 업체 공동 상품권 사은행사 및 물품 경품행사 참여 등)
- 한정판매 상품의 낮은 가격, 수량 등 납품 요구 금지
- 판매촉진행사 참여 강요 금지 : 공동판촉행사 50대 50 분담
- 판촉행사 시, 당사 안내 발신공문, 업체공문, 약정서, 품의서, 결과보고서 구비
- 인하 및 가격 환원 요구 금지 (세일 종료 후 매출 부진 이유로 지속적인 할인판매 및 추가할인 요구 등)
- 업체 의사에 반하는 광고 금지 (사전 동의 없이 행사 전단, DM 등을 광고하고 비용을 부담시키는 행위)
- 업체에 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위 일체 금지

【Dos and Don'ts】

□ Dos

- 협력업체의 자발적인 판촉행사 요청이 있는 경우, 서면 수령
- 정당성 입증 가능한 모든 증빙자료 5년간 보존

□ Don'ts

- 협력업체에게 가매출 요구
- 현저히 낮은 저가상품 납품 요구
- 계약기간 중 마진 변경 요구
- 협력업체의 동의 없이 광고하는 행위

Q A

Q1 경쟁업체에서 진행하고 있는 판촉행사를 당사 협력업체에게 동일하게 요구하는 경우 법 위반이 되는가?

A1 협력업체의 의사에 반하여 강요하는 경우에는 불공정거래행위로 봅니다.

Q2 협력업체가 당사에 상품을 납품하면서 협력업체 자체행사를 한 후에, 당사가 해당 행사의 매출이 부진하다는 이유로 다시 동일한 행사를 또 기획해서 협력업체의 동참을 요구하는 경우에도 법 위반이 되는가?

A2 당사 요청으로 진행하였다면 당사가 강요한 것이 아님을 입증해야 합니다. 만약 협력업체의 의사에 반하여 강요하였다면 이 또한 불공정거래행위로 봅니다.

Q3 협력업체가 매출 증진을 위해 자발적으로 영업행사 진행을 당사에 요청하는 경우에도 당사는 건건이 협력업체에게 행사 진행 요청 공문을 발송하고 협력업체로부터 수락 공문을 수령해야 하는가?

A3 협력업체의 자발적인 판매촉진행사 요청의 경우에도 협력업체로부터 수락 공문을 수령하여야 합니다.

Q4 판매촉진행사 중 상품행사나 세일은 협력업체에서 당해 상품행사의 가격 할인을 위해 추가 비용이 투입되는 것이 아니며, 비슷한 가격으로 타 유통업체에서도 상품행사를 진행하고 있음에도 불구하고 당사는 협력업체의 의사에 반하여 진행하지 않았다는 것을 입증하기 위하여 협력업체로부터 상품행사 진행과 관련된 공문을 수령하여야 하는가?

A4 본 건과 같은 경우에도 협력업체로부터 상품행사 진행 관련 공문을 수령해 두는 것이 향후 분쟁 방지를 위해 바람직합니다.

Q5 다양한 형태의 광고에 대해 모든 협력업체의 동의를 서면으로 받기에는 현실적인 어려움이 따르는데, 협력업체의 동의를 서면으로 증빙해야 하는 광고의 범위는 어떻게 되는가?

A5 신문, 옥외광고, 전단, DM 등 모든 형태의 광고가 포함됩니다. 다만, 해당 규정은 대규모유통업자가 납품업자에게 광고를 하게 하는 행위를 규제하고 있으므로, 사실상 당사가 광고비를 모두 부담하면서 자체적으로 행하는 광고는 규제대상 행위로 보기 어려울 것입니다.

하. 보복조치의 금지 (대규모유통업법 제18조)

1) 금지되는 사항

납품업자등이 대규모유통업자의 법 위반행위를 관계기관에 신고하거나 제보한 것을 이유로 하는 아래 행위가 금지됨 (보복금지)

가) 계약조건을 불리하게 변경하는 행위

나) 납품이나 매장 임차 기회를 제한하는 행위

다) 계약의 이행과정에서 불이익을 주는 행위

[예] 공정위의 서면실태조사에 응하거나 공정위에 신고·제보하였다는 이유로 거래를 중단하는 행위

2) 처벌

형사처벌 가능(2년 이하 징역/1억 5천만원 이하 벌금. 대규모유통업법 제39조 제1항)

【업무 유의사항】

- 협력업체가 관계기관에 신고했다는 이유로 불이익을 주는 행위 금지

  * 불리한 계약조건으로 변경하거나 퇴점시키는 행위, 각종 판촉행사를 배제하여 매출 발생을 어렵게 하는 행위 등

【Dos and Don'ts】

□ Don'ts

- 계약이행과정에서 불이익을 주는 행위
- 불리한 계약조건으로 변경하는 행위

[참고] 대규모유통업법 위반 제재조치

1) 시정명령(대규모유통업법 제32조), 시정권고(제33조), 과태료(제41조)

2) 과징금

(대규모유통업법 제35조, 시행령 제28조 및 2018년 9월 개정 대규모유통업법 위반사업자에 대한 과징금 부과기준 고시 IV.과징금의 산정)

가) 위반기간 동안 구매한 관련상품의 매입액 또는 이에 준하는 금액 이내에서 과징금 부과 가능 (단, 매출액 산정 곤란 시 5억원 이하)

나) 위반행위 별 과징금 합계액은 위반기간 동안 구매한 관련상품의 매입액 또는 이에 준하는 금액의 2배를 초과할 수 없음

다) 과징금 산정식

(1) 관련 납품대금(관련 임대료) x 위반금액 비율 x 부과기준율 = 산정기준 과징금

(가) 위반금액 비율 = 위반금액 / 관련납품대금(관련임대료)

(나) 부과기준율 : 매우 중대한 위반행위 140%, 중대한 위반행위 100%, 중대성이 약한 위반행위 60%

(2) 매출액(관련 납품대금, 관련 임대료, 위반금액)을 산정하기 곤란한 경우

매우 중대한 위반행위 3억원~5억원 이하, 중대한 위반행위 1억원~3억원 미만,

중대성이 약한 위반행위 1천만원~1억원 미만

라) 원칙적 과징금 부과대상

(1) 대규모유통업법 제6조[서면의 교부 및 서류의 보존 등], 제12조[납품업자등의 종업원 사용 금지 등], 제13조[배타적 거래 강요 금지], 제14조[경영정보 제공 요구 금지], 제17조[불이익 제공행위의 금지] 또는 제18조[보복조치의 금지]를 위반한 경우

단, 제6조 위반의 경우 해당 납품업자등이 10개 미만인 경우 및 납품금액이 5천만원 이하인 경우는 제외

(2) 위반행위(제35조 제1항에 의한 과징금 부과대상이 되는 13개 조문별 위반행위를 말한다)의 수가 2개 이상이며, 위반행위와 직접 관련된 납품업자 등이 30개 이상인 경우

(3) 위반사업자가 과거 3년간 2회 이상 법 위반으로 조치(경고 이상을 포함하되 과태료 부과는 제외한다)를 받고 위반횟수 가중치의 합산이 2점 이상인 경우

3) 형사벌 (대규모유통업법 제39, 40, 42조)

가) 2년 이하 징역 또는 1억 5천만원 이하의 벌금

나) 양벌규정 : 행위자 및 법인 모두 처벌

다) 공정위 전속고발권

(1) 대상범죄(4가지) : 배타조건거래, 경영정보제공 강요, 불이익 등 금지 위반, 시정명령 불이행

(2) 검찰총장, 감사원장, 중기청장은 고발요청 가능

(3) 공정위는 대상범죄 중 위반정도가 객관적으로 명백하고 중대하여 거래질서를 현저히 저해하는 경우에는 고발의무 있음

4) 언론보도 등 기타 제재

04 기타 공정거래 관련 법령

유의 상품(MD) / CS / QA / 심의

가. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률

1) 사업자의 신원 등 표시의무

가) 사업자의 단계별 준수사항 : 영업 전 단계

(1) 통신판매업 신고 : 통신판매업자는 다음 사항을 기재하여 주된 사무소 소재지 관할 시·도·군·구의 장 또는 공정위에 신고하여야 함
(전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 '전자상거래법') 제12조 제1항, 시행령 제13조 제1항)
(가) 상호, 주소, 전화번호
(나) 전자우편주소, 인터넷도메인 이름, 호스트서버 소재지
(다) 사업자가 개인인 경우 그 성명 및 주민등록번호(시행령 제15조)

개정 (2) 신고의 면제 : 직전년도 통신판매의 거래횟수가 50회 미만 또는 간이과세자인 경우(통신판매업 신고 면제 기준에 대한 고시 제2조)

(3) 변경신고 : 통신판매업 신고사항에 변경 있는 경우 변경사항이 발생한 날부터 15일 이내에 변경신고를 하여야 함
(전자상거래법 제12조 제2항, 시행령 제16조)
[예] 주소 변경 : 변경 후 소재지 관할 시·도·군·구청에 변경 신고
기존 쇼핑몰과 별도의 쇼핑몰을 운영하는 경우 : 도메인을 추가하는 변경 신고

(4) 휴업·폐업, 재개신고: 영업의 휴업·폐업 또는 영업재개 5일 전에 신고하여야 함(전자상거래법 제12조 제3항, 시행령 제17조, 시행규칙 제10조 제1항)

나) 사업자의 단계별 준수사항 : 청약 단계

(1) 사이버몰 운영자는 소비자가 사업자의 신원을 쉽게 알 수 있도록 다음의 신원정보를 초기화면에 표시하여야 함
(전자상거래법 제10조 제1항)
(가) 상호 및 대표자 성명, 영업소의 주소(불만처리 할 수 있는 곳의 주소 포함)
(나) 전화번호·전자우편주소, 사업자등록번호
(다) 이용약관(연결화면도 가능. 시행규칙 제7조 제1항)
(라) 사업자정보 공개페이지 링크(시행규칙 제7조 제2항)
(마) 호스팅서비스 제공자의 상호(시행령 제11조의4)

(2) 통신판매업자가 청약을 받을 목적으로 표시·광고를 할 때에는 다음 사항을 포함하여야 함
(전자상거래법 제13조 제1항)
(가) 상호 및 대표자 성명
(나) 주소, 전화번호, 전자우편주소
(다) 통신판매업 신고번호 및 신고를 확인할 수 있는 사항(신고기관 이름 등)

다) 사업자의 단계별 준수사항 : 기타

(1) 호스팅사업자 신원확인 : 호스팅사업자가 사업자와 호스팅서비스에 관한 이용계약을 체결하는 경우 사업자의 신원을 확인하기 위한 조치를 취하여야 함(전자상거래법 제9조 제2항)

(2) 호스팅사업자 협조 의무 : 사업자와 소비자 사이에 분쟁이 발생하는 경우, 공정위 등의 요청에 따라 사업자의 신원 정보 등의 자료를 제공하여 분쟁 해결에 협조하여야 함(전자상거래법 제9조 제3항)

(3) 배송(전송)사업자 협조 의무 : 배송사업자는 배송 사고나 배송 장애로 인한 분쟁에서, 소비자가 요청하는 경우 배송 관련 기록 제공 및 사실 확인을 위한 기록 열람 등 분쟁 해결에 지체 없이 협조하여야 함
(전자상거래법 제9조 제1항, 시행령 제11조)

2) 신원 및 거래조건에 관한 정보제공 의무

가) 거래조건의 표시·광고·고지 또는 교부의 내용

통신판매업자는 계약 체결 전에 다음 사항을 표시·광고·고지하고, 계약이 체결되면 다음 사항이 기재된 서면을 교부하여야 함

【구체적인 거래조건 등 정보제공 예시】(전자상거래법 제13조 제2항)

1. 재화 등의 공급자 및 판매자의 상호, 대표자의 성명·주소 및 전화번호 등
 - 상호 및 대표자 성명, 주소·전화번호·전자우편주소, 통신판매업 신고번호 및 신고를 확인할 수 있는 사항

2. 재화 등의 명칭·종류 및 내용
 - (의류) 남녀 공용 크루넥 긴팔 티셔츠 ○○○○

2의2. 재화 등의 정보에 관한 사항

※ 상품정보고시에서 해당되는 품목(유사한 품목이 없는 경우 기타 재화 품목)에 기재되어 있는 항목에 대한 정보를 제공하여야 함

예시. 의류

제품소재	면 60%, 폴리에스터 40%
색상	와인색
치수	95, 100, 105
제조자, 수입자(병행수입 여부)	(주) ○○○○
제조국	중국
세탁방법 및 취급시 주의사항	라벨에 따른 세탁법 권장/드라이 크리닝 권장
제조연월	2015.1월
품질보증기준	제품 이상시 공정거래위원회 고시 소비자분쟁해결기준에 의거 보상
A/S 책임자와 전화번호	○○고객센터, ○○○○-○○○○

3. 재화 등의 가격과 그 지급방법 및 지급시기
 - 가격 : 27,800원
 - 지급방법 : 신용카드/무통장 입금/휴대폰 결제
 - 지급시기 : 결제 즉시/입금 즉시

4. 재화 등의 공급방법 및 공급시기
 - 배송방식 : ○○택배
 - 공급시기 및 예상배송기간 : 결제 익일 출고, 출고 후 3일 내 도착

5. 청약의 철회 및 계약의 해제의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항
- 청약철회의 기한 : 단순변심의 경우 상품 수령 후 7일 내, 계약내용 및 표시·광고와 불일치할 경우 상품 수령 후 3개월 이내 및 안 날부터 30일 이내
- 청약철회의 행사방법 : 반품게시판에 반품 요청
- 청약철회의 효과 : 반품 받은 날부터 3영업일 이내에 환급
- 단순변심에 의한 청약철회시 반품비용 : (일반상품의 경우) 택배비 2,500원
  (해외구매대행의 경우) 외국 내 배송비(5불) + 국제택배비(20불) + 수입세금(20불) = 약 45불
- 단순변심에 의한 청약철회가 불가능할 경우 사유 및 근거 : 복숭아의 경우 신선식품으로 시간이 지나면 신선도가 떨어져 재판매가 불가능합니다.

6. 재화 등의 교환·반품·보증과 대금 환불 및 환불의 지연에 따른 배상금 지급의 조건 및 절차
- 재화 등의 교환·반품·보증 조건 및 품질보증기준
  : '1개월 이내 제품 불량 시 교환 또는 환불'/ '제품 이상 시 공정거래위원회 고시 소비자분쟁해결기준에 의거 보상합니다.'
- 재화 등의 A/S 관련 전화번호 : ○○○○-○○○○
- 대금 환불 방법과 환불 지연 시 배상금을 받을 수 있다는 사실 및 배상금 지급조건과 절차
  : 마이페이지 내 환불/반품코너에 환불 신청 및 확인 가능. 환불 지연 시 지연기간에 대해 연 15%의 지연이자를 환불/반품코너를 통해서 신청할 수 있음

7. 전자매체로 공급할 수 있는 재화 등의 전송설치 등을 할 때 필요한 기술적 사항
- 구입하신 E-북을 보기 위해서는 해상도가 ○○○ 이상이어야 하며, ○○○ 버전 이상의 기기가 필요합니다.

8. 소비자피해보상의 처리, 불만 처리 및 분쟁처리에 관한 사항
- 불만, 피해보상 요청 등의 접수 시 3일 이내에 응답 및 5일 이내에 처리할 예정이며 마이페이지 및 1:1 문의게시판을 통해 요청 바랍니다.

9. 거래에 관한 약관
- 사이트 하단의 약관 참조

10. 구매안전서비스에 관한 사항
- ○○○(구매안전서비스 제공사업자명 또는 상호) 및 "고객님은 안전거래를 위해 현금 결제 시 저희 쇼핑몰에서 가입한 ○○○의 구매안전서비스를 이용하실 수 있습니다."를 표시하고 ○○○의 구매안전서비스 가입사실을 확인할 수 있는 링크 마련
  * 구체적인 표시·광고 또는 고지의 방법은 "구매안전서비스에 대한 통신판매업자의 표시·광고 또는 고지의 방법에 관한 고시" 참조

11. 그 밖에 소비자의 구매 여부 판단에 영향을 주는 거래조건 등
- 재화 등의 가격 외에 교환·반품 비용 등 소비자가 추가로 부담하여야 할 사항이 있는 경우 그 내용 및 금액, 판매일시·판매지역·판매수량 및 인도지역 등 판매조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용(동법 시행령 제20조)

【예시】

① 침대의 경우 부피 및 무게로 인하여 반품 시 일반배송이 불가능하여 트럭운송비용(20,000원)이 부과됩니다.

② 본 상품은 국내만 배송되고, 1인당 100개까지 구매할 수 있으며, 재고가 모두 소진될 때까지만 판매합니다.

【거래조건의 표시 관련 사례】

① 이용자 약관에는 청약철회의 기한, 방법 등에 관한 사항을 표시하였으나, 상품판매화면에는 이러한 정보를 제공하지 않음

→ 이용자 약관에 표시한 것만으로는 소비자가 거래조건을 정확히 이해할 수 있도록 적절한 방법으로 정보를 제공한 것으로 보기 어려우므로 전자상거래법 제13조 제2항 위반에 해당

② 해외구매대행 거래에서 반품비용을 '수입 시 발생한 국제운송료와 제비용'으로 표시

→ 국제배송의 특수성으로 인해 반품비용이 상품가액의 40%에 이르기도 하여 반품비용은 소비자 구매 여부 판단에 영향을 주는 중요한 비용임에도 구체적인 반품비용을 고지하지 않았으므로 전자상거래법 제13조 제2항 위반에 해당

【심결례】

ㅁ (주)지니뮤직의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	① (주)지니뮤직은 2012년 5월경부터 자신의 스마트기기 전용 사이버몰(앱)인 '지니뮤직'을 통해 디지털 음원서비스 상품을 판매하면서 자신의 신원 등을 앱 초기화면 또는 초기화면과 연결된 상세화면을 통해 표시하지 않았고, 소비자가 앱 초기화면에서 최소 2차례 클릭을 해야 신원 등을 확인할 수 있도록 하였으며, 소비자가 사이버몰 초기화면에서 어디를 클릭해야 (주)지니뮤직의 신원 등을 확인할 수 있는지도 제대로 표시하지 않음 ② (주)지니뮤직은 2014. 2. 10.부터 2018. 1. 31까지 자신의 사이버몰에서 '지니캐시'를 판매하는데 이에 대한 이용조건, 기간, 청약철회 또는 계약의 해제·해지에 따른 효과 등 상품 및 거래조건에 대한 정보를 이용약관에서만 규정하고 상품 구매 단계별 화면에서는 제공하지 않음
위법성판단	(주)지니뮤직은 스마트기기 전용 사이버몰(앱)인 '지니뮤직'을 통해 디지털 음원서비스 상품을 판매하면서 해당 사이버몰의 초기화면에 자신의 신원 등을 전혀 표시하지 않고, '지니캐시'에 대한 거래조건 정보도 이용약관에만 규정하여 소비자가 상품정보를 알아보기 쉽고 명확히 제공하지 않은 점에서 전자상거래법 제10조 제1항 및 제13조 제2항을 위반함
조치	시정조치 및 과태료 100만원 부과

나) 약관의 개정 공지

【전자상거래 소비자보호 지침Ⅲ. 제4호 가】

(1) 약관을 개정할 경우에는 적용일자, 개정내용, 개정사유 등을 명시해서 그 적용일의 최소 7일 이전부터 초기화면 또는 초기화면의 연결화면을 통해 공지해야 함.

(2) 소비자에게 불리하게 계약내용을 변경하는 경우에는 최소한 30일의 유예기간을 두고 공지해야 함(개정 전 내용과 개정 후 내용을 명확하게 비교하여 소비자가 알기 쉽도록 표시해야 함)

유의 QA / 심의 / 상품(MD) / 영상(PD) / 영상제작

3) 사업자의 광고 관련 의무

가) 부당한 표시 · 광고행위 금지 의무

【전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시(이하 '상품정보제공고시')】

- 품목별 정보(상품의 제조일자, 유통기한, 원산지 등)를 규정
  - 38개 품목 중 가장 유사한 품목에 대한 정보 제공(유사 품목 없는 경우 기타 품목의 정보 제공)
  - 제조일 등은 전체 범위 또는 가장 빠른 날짜로 대체 가능
  - 예) 의류(소재, 제조국, 제조일자 등), 식품(제조일, 유통기한, 원산지, 영양성분, 유전자재조합식품 여부 등)
- 거래조건 정보(배송기간, 반품비용, 불만처리 등)
- 정보를 제공할 수 없는 항목은 그 이유와 준하는 정보 제공

【표시 · 광고의 공정화에 관한 법률 제3조 및 시행령 제3조 1~4항】

사업자는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 다음의 행위를 하거나 다른 사업자로 하여금 이를 하게 해서는 안 됨.

(1) 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위

(2) 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위

(3) 비교대상 및 기준을 명시하지 않거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품을 다른 사업자의 상품과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고하는 행위

(4) 다른 사업자의 상품에 관해 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위

【심결례】

ㅁ (주)야놀자의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	㈜야놀자는 자신이 운영하는 숙박예약 애플리케이션 '야놀자 앱'을 통해 재화 등의 판매를 중개하면서 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인함
위법성판단	㈜야놀자는 이용자가 작성한 후기 중 불만족 이용후기를 비공개하였는데 이 행위는 판매에 불리한 사실을 축소·은폐한 것인바 이는 소비자에게 기만적인 방법을 사용한 것이고, 다른 이용자가 해당 숙박업소의 시설이나 서비스가 우수한 것으로 오인하도록 하여 소비자를 유인한 행위임
조치	시정조치 및 과태료 250만원 부과

ㅁ 넷마블게임즈㈜ 등 3개사의 거짓/과장/기만적 방법으로 소비자를 유인한 전자상거래법 위반 건

행위사실	㈜넥슨코리아, 넷마블게임즈㈜, ㈜넥스트플로어 등 3개 게임 사업자는 확률형 아이템을 판매하면서 획득 확률 및 획득 기간과 관련된 정보를 허위로 표시하는 등 거짓 · 과장 · 기만적 방법으로 소비자를 유인함
위법성판단	확률형 아이템을 판매하는 게임 사업자의 거짓 · 과장 및 기만적인 확률 표시 행위를 적발 · 제재하여, 소비자의 구매 선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 정보의 경우에는 소비자가 오인하지 않도록 표시할 책임이 있음을 분명히 함
조치	3개 사업자에게 시정명령 및 과태료 총 2,550만원 부과 ㈜넥슨코리아, 넷마블게임즈(주) 등 2개 사업자에게는 공표명령 및 과징금 총 9억 8,400만원도 부과

ㅁ 경록(공인중개사 자격증 온라인강의 서비스업자)의 전자상거래법 위반 건

행위사실	- 경록(주)는 2016년 11월 중순부터 인터넷 포털 사이트 네이버에서 '경록', '공인중개사' 등을 검색하면 검색결과 화면에 '22년(21년) 연속 99% 적중'과 같은 문구가 나타나도록 광고 - 자신이 운영하는 사이버몰 초기화면(http://www.kyungrok.com)에서도 2016년 11월 중순부터 '100% 합격 프로젝트, 21년 연속! 99% 적중!!'이라고 광고
위법성판단	공인중개사 시험의 출제범위가 정해져 있고, 출제범위에 해당하는 기본적인 내용을 담고 있는 것이 기본서의 본질적 역할인 점 등을 고려할 때 해당 자격증을 다루는 교재들은 대부분 100%에 가까운 적중률이 나올 수밖에 없음 -> 거짓 · 과장된 광고로 소비자를 유인한 행위에 해당
조치	시정명령(향후 금지명령 및 행위 중지명령), 과태료 500만원 부과

나) 수신거부의사에 반하는 광고의 전송 금지

【전자상거래법 제24조의2 제1항】

구매권유광고 수신거부의사 등록 시스템(www.donotcall.go.kr)에 등록된 소비자에 대해서는 전자우편 등을 이용해서 상품의 구매를 권유하는 광고를 전송해서는 안되며, 사업자는 공정거래위원회가 확인하여 게시한 소비자의 수신거부 의사를 월1회 이상 확인해야 함

【정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제50조 제1항 본문】

사업자가 수신자의 전자적 전송매체(전화, 팩스 등)에 영리목적의 광고성 정보를 전송하려면 해당 수신자의 명시적인 사전동의를 받아야 함

유의 정보보호 / CS / 마케팅 / IT

4) 개인정보 관련 의무

가) 소비자에 관한 정보를 수집하거나 이용하는 경우 정보통신망법 준수

【전자상거래법 제11조 제1항】

사업자는 전자상거래 또는 통신판매를 위하여 소비자에 관한 정보를 수집하거나 이용(제3자 제공 포함)하는 경우에는 정보통신망법을 준수하여 공정하게 수집하거나 이용하여야 함

나) 소비자의 개인정보 도용 발생 시 조치

【전자상거래법 제11조 제2항 및 동법 시행령 제12조】

사업자는 소비자에 관한 정보가 도용되어 해당 소비자에게 재산상의 손해가 발생하였거나 발생할 우려가 있는 특별한 사유가 있는 경우에는 다음과 같은 조치를 취해야 함

(1) 소비자 본인이 요청하는 경우 도용 여부의 확인 및 해당 소비자에 대한 관련 거래기록의 제공

(2) 도용에 의한 변조된 소비자에 관한 정보의 원상회복

(3) 도용에 따른 피해의 회복

5) 거래 일반 의무

가) 약정하지 않은 주소로 보낸 문서의 효력

【전자상거래법 제5조 제1항 본문】

사업자는 사전에 소비자와 약정한 전자우편주소로 거래에 관한 내용을 담은 전자문서(이메일 등을 말함)를 보내지 않은 경우 그에 대한 권리를 주장할 수 없음

【동법 시행령 제4조】

다만, 위 규정에 불구하고 다음의 경우에는 사업자의 권리를 주장할 수 있음

(1) 소비자와 특정한 전자우편주소로 2회 이상 거래한 경우에 그 전자우편주소로 전자문서를 보낸 경우

(2) 소비자가 전자문서를 출력한 경우

(3) 소비자의 이익의 반하지 않고 해당 소비자도 전자문서의 효력을 부인하지 않는 경우

(4) 긴급하게 연락할 필요성이 있고 전자우편 외에 다른 수단을 활용할 수 없는 경우

나) 조작 실수의 방지 조치

청약내용 확인 및 정정 절차 마련【전자상거래법 제7조】

사업자는 소비자의 조작실수와 같은 의사표시의 착오로 인해 발생하는 피해를 예방할 수 있도록 거래대금이 부과되는 시점 또는 청약에 앞서 그 내용의 확인 및 정정에 필요한 절차를 마련해야 함

『예시』

다) 거래기록의 보존 의무

표시 • 광고, 계약내용 등 거래 기록의 보존 (전자상거래법 제6조 제1항 전단 및 동법 시행령 제6조 제1항)

- 표시·광고에 관한 기록 : 6개월
- 계약 또는 청약철회 및 계약해제에 관한 기록 : 5년
- 대금결제 및 상품의 공급에 관한 기록 : 5년
- 소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록 : 3년

거래기록의 열람보존 방법 (전자상거래법 제6조 제1항 후단 및 제6조 제2항)

- 거래가 이루어진 해당 사이버몰에서 거래당사자인 소비자가 거래기록을 열람 확인할 수 있도록 하고 전자문서의 형태로 정보처리시스템 등에 저장할 수 있도록 할 것
- 사업자가 개인정보 이용에 관한 동의를 철회한 소비자의 거래기록 및 개인정보를 보존하는 경우, 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회하지 않는 소비자의 거래기록 및 개인정보와 별도로 보존할 것

라) 적립금에 대한 표시 및 보상의무

① 적립금의 표시【전자상거래 소비자보호 지침 II. 제12호 가】

- 적립금(포인트, 마일리지 등)제도를 운영하는 사업자는 적립금의 이용조건, 이용기간, 소멸조건, 보상기준 등을 소비자가 알기 쉬운 방법으로 게시해야 하며, 행사 등을 통해 적립금을 지급하는 경우에는 해당 행사의 화면에서 그 내용을 고지해야 함

② 미사용 적립금의 보상【전자상거래 소비자보호 지침 II. 제12호 나】

- 적립금제도 폐지, 영업부분 폐지, 업체간 통합 등으로 소비자가 적립금 등을 사용할 수 없게 되는 경우, 당초 사이버몰 등에서 제시한 조건에 따라 소비자에게 보상해야 함
- 다만 보상기준 등을 알리지 않는 경우에는 사이버몰 등에서 통용되는 통화가치에 상응하는 현물 또는 현금으로 소비자에게 보상해야 함

6) 결제 관련 의무

가) 전자적 대금 지급 시 신뢰 확보 (전자상거래법 제8조)

- 사업자, 전자결제업자는 전자결제 시 재화 등의 내용, 종류, 가격, 용역의 제공기간을 명확하게 고지하고 소비자 확인 및 동의 절차를 마련하여야 함

① 대금지급 관련 정보의 보안유지【전자상거래법 제8조 제1항, 제2항 및 동법 시행령 제7조 및 제9조】

- 사업자가 전자문서의 형태로 이루어진 대금결제 방법을 이용하는 경우에는 관련 정보의 보안 유지에 필요한 조치를 해야 하며, 소비자가 입력한 정보가 소비자의 진정한 의사표시인지를 확인하는데 주의를 기울여야 함

② 대금지급 사실의 통지 및 관련 정보의 공개【전자상거래 소비자보호 지침 II. 제6호 나, 라】

- 사업자는 전자적 대금지급이 이루어진 경우 전자우편, 휴대전화 단문메세지(SMS) 등을 이용해서 소비자에게 신속하게 전자적 대금지급 사실을 알리고 언제든지 소비자가 전자적 대금지급과 관련한 자료를 열람할 수 있도록 해야 함
- 대금지급 사실을 알리는 경우 사업자와 전자결제업자 등에 관한 소비자의 혼란을 방지하기 위해 그 통지내용을 다음과 같이 구분해서 통지할 수 있음
  - 사업자의 통지 내용 : 구입상품 가격, 지불조건 등 구매 관련 중요정보
  - 전자결제업자 등의 통지내용 : 결제자 명, 결제 일시, 결제 수단, 결제 금액, 할부여부 등 결제관련 정보

【표준결제창】

소비자가 직접 동의여부를 선택하기 전에 미리 동의함을 표시하여 제공하는 방식으로 확인절차를 진행해서는 아니 됨

□ 1단계 : 정보입력 및 동의여부 확인창

□ 2단계 : 본인확인창

나) 전자적 대금 고지 관련 사례

【관련 판례】

ㅁ 전자적 대금 결제창을 제공하지 않은 채 바뀐 가격으로 월정액 요금을 결제하여 청구한 사례 (서울고등법원 2015.9.24.선고 2014누66856 판결)

행위사실	월정액 요금의 가격을 변경하면서 홈페이지 및 메일을 통해 해당 사실을 알렸으나, 별도로 전자적 대금 결제창을 제공하지 않은 채 바뀐 가격으로 월정액 요금을 결제하여 청구함
판결내용	- 사업자의 가격인상 고지행위는 '청약의 유인'에 해당 - 자동결제조항에 의한 묵시적 갱신은 대금 등 계약조건이 동일한 것을 전제함 - 계약조건을 변경하기 위해서는 소비자의 새로운 청약이 필요. 이때 사업자는 최초 계약 시와 마찬가지로 전자상거래법 제8조 제2항 및 시행령 제9조에 따라 소비자의 청약의사가 진정한 의사인지 확인하기 위한 대금 결제창을 제공하여야 함

【심결례】

ㅁ 씨제이이앤앰(주)의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	씨제이이앤앰(주)는 자신이 운영하는 사이트를 통해 대금결제가 자동결제 방식으로 이루어지는 음악감상 등 8개 월정액 상품을 판매하던 중 자신이 부담하는 음원사용료가 인상됨에 따라 월정액 상품의 가격을 인상하기로 하고 기존에 해당 상품을 사용중인 이용자에 대해서도 가격을 인상하여 받음
위법성판단	씨제이이앤앰(주)는 월정액 상품의 가격인상에 대해 기존 이용자들에게 이메일 등을 통해 가격인상 사실과 내용 및 시기 등의 변동사항을 고지하였으나, 기존 이용자에게 인상된 가격으로 대금지급이 이루어지며 이에 대한 직접 동의 여부를 선택할 수 있는 전자적 대금 결제창을 제공하지 않았으므로, 고지 확인 절차를 이행하지 않아 전자상거래법 제8조 제2항을 위반함
조치	시정명령

【기타 위법사례】

- 무료이벤트 가입을 위한 본인인증절차로 가장하여 실제로는 결제를 진행하는 소비자 기만행위
- 무료이벤트 후 자동유료결제 전환됨을 사전에 고지하더라도 확인 및 동의를 구하지 않고 결제되게 하여 피해를 유발하는 행위
- 자동연장결제 사실을 고지하지 않거나 확인하기 힘들게 만들어 피해를 유발하는 행위 등

다) 거래안전장치

(1) 결제대금예치제도(Escrow) : 금융기관 등 공신력 있는 제3자가 결제대금을 예치하고 있다가 배송이 완료되면 대금을 통신판매업자에게 지급하는 거래 안전 장치

(2) 소비자피해보상보험계약 등 : 재화 등의 구매자를 피보험자로 하는 보험계약, 채무지급보증계약, 공제조합과의 공제계약

라) 구매안전서비스 제도 도입 의무

- 결제대금예치제도의 이용 또는 통신판매업자의 소비자피해보상보험계약 등의 체결을 선택하는 경우, 사기성 거래 등으로부터 당해 소비자의 구매안전을 보장
- 구매안전서비스 가입여부 및 서비스의 내용 표시·광고 또는 고지 위치 :
  사이버몰 초기 화면, 결제수단을 선택하도록 하는 부분의 바로 위

【적용 제외】

1. 신용카드로 재화 등의 대금을 지급하는 거래
2. 정보통신망에 의하여 전송되거나 제3자가 배송을 확인할 수 없는 거래
3. 일정기간에 걸쳐 분할되어 공급되는 재화 등을 구매하는 거래
4. 국가기관, 지자체, 공공기관, 특별법에 따른 공익 법인, 각급 학교 등과의 거래

7) 청약 관련 의무

가) 청약확인 및 관련 정보의 제공

【전자상거래법 제14조】

- 통신판매업자가 소비자로부터 상품의 거래에 관한 청약을 받은 경우 청약의 의사표시의 수신확인 및 판매가능 여부에 관한 정보를 소비자에게 신속하게 알려야 함
- 통신판매업자는 계약체결 전에 소비자가 청약의 내용을 확인하고, 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차를 갖춰야 함

나) 상품의 공급관련 의무 (전자상거래법 제15조)

(1) 통신판매업자는 소비자가 청약한 날부터 7일(선지급식 통신판매는 대금을 받은 날로부터 3일) 이내에 재화 등의 공급에 필요한 조치를 하여야 함(전자상거래법 제15조 제1항). 다만, 소비자와 통신판매업자 사이에 상품의 공급 시기에 관해 별도의 약정을 한 경우에는 약정에 따름

* 재화 등의 공급에 필요한 조치 예시

- 주문제작 상품의 경우 주문제작을 의뢰하는 행위
- 물품배송을 위해 배송업자에게 최소한의 소비자정보를 제공하고 배송을 지시하는 행위

(2) 거래조건이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화 등의 공급 시까지 교부 (교부 내용은 청약 전 단계의 계약체결 전 표시·광고·고지의 내용과 동일)

(3) 통신판매업자는 청약을 받은 재화를 공급하기 곤란하다는 사실을 알았을 때에는 그 사유를 소비자에게 지체 없이 알려야 함(선지급식 통신판매는 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 필요한 조치를 하여야 함) (전자상거래법 제15조 제2항)

(4) 통신판매업자는 소비자가 재화의 공급 절차 및 진행 상황을 확인할 수 있도록 적절한 조치를 하여야 함 (전자상거래법 제15조 제3항)

① 기간 내 재화 등의 공급에 필요한 조치【전자상거래법 제15조 제1항】

- 청약을 한 날부터 7일 이내 (선지급식 통신판매는 대금을 받은 날부터 3 영업일 이내)

② 재화 등의 공급이 곤란한 경우, 지체 없이 통지【제15조 제2항】

- 청약을 받은 재화 등을 공급하기 곤란함을 알았을 때에는 그 사유를 소비자에게 지체 없이 알려야 함
- 선지급식 통신판매의 경우에는 소비자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 함

【사례】

ㅁ 환급조치를 완료한 경우 추가적인 손해배상 책임 유무 (공정위)

행위사실	인터넷으로 김치냉장고를 구입하고 신용카드로 결제한 신청인에 대하여 피신청인은 재고부족을 이유로 주문취소를 요구하였으나 신청인이 거절하였음 피신청인은 임의로 주문취소 및 신용카드 결제를 취소하였으나 신청인은 같은 날 다른 판매자로부터 같은 모델명의 김치냉장고를 더 비싸게 구입하였음
판단	① 전자상거래법 제15조제2항의 환급조치 규정을 통신판매업자에게 재고 부족 등을 이유로 하는 해제권이 당연히 인정된다는 것이 아님 ② 신청인이 주문취소에 동의하지 않는 한, 매매계약 해제를 이유로 제품을 공급할 의무가 없다는 피신청인의 주장은 인정 안됨 ③ 피신청인이 일방적으로 주문 취소하고 대금을 환급하여 채무를 이행하지 않을 의사를 명백히 표시하였는바, 신청인은 최고 없이 바로 이행에 갈음한 손해배상을 청구할 수 있고, 그 손해액은 이행거절 당시 제품의 시가 상당액 ⇒ 즉, 환급조치를 완료한 경우에도 추가적인 손해배상 책임 성립 가능 (공정위)

ㅁ 가격표시 오류로 인한 제품인도 요구 (서울지법)

행위사실	전자상거래 사이트에 1대당 원래 가격 355,000원에서 90% 할인된 35,500원으로 게시되어 있는 것을 보고 구매자가 2대 주문을 체결하고 대금을 입금하였으며, 결제내역을 확인하는 전자우편을 발송 받음 판매자는 해당 대금을 잘못 입력한 것이라고 하며 매매계약을 취소하겠다고 함
판결내용	(1) 웹페이지에 위 상품의 매매조건을 게시한 것이 단순한 매매의 '청약의 유인'에 해당한다고 볼 수는 없고 '매매의 청약'이며, 대금결제까지 마침으로써 승낙이 있었으므로 매매계약은 일단 유효하게 성립되었음 (2) 상품 가격을 잘못 표시한 것은 법률행위의 내용에 중요한 부분에 착오가 있는 경우에 해당하므로 판매자는 청약의 의사표시를 취소할 수 있음 (3) 대금결제, 확인전자우편의 발송 등이 모두 자동적으로 컴퓨터 프로그램에 따라 실행되고 직원이 개입할 여지가 없는 점 등에 비추어, 판매자가 가격 입력 오류를 방지할 안전장치나 검증장치를 두지 아니하였다거나 24시간 이상 방치되었다는 사정만으로는 중대한 과실이 있었다고 보기 어려움

<가격오류로 인한 제품인도 요구사례> (전자문서 · 전자거래 분쟁조정위원회)

- 쇼핑몰 물품이 정상가격에서 50%를 넘는 할인된 가격으로 게시되어 있다면 착오로 인정될 가능성이 많고, 쇼핑몰의 가격 오기에 중대한 과실을 인정하지 않는 판례 입장 등을 감안하면, 쇼핑몰측이 착오를 이유로 거래를 취소할 수 있다고 보게 될 가능성이 높음
- 다만 쇼핑몰측이 착오를 이유로 거래를 취소할 수 있다고 하더라도 쇼핑몰은 소비자에게 소비자가 무효가 된 거래를 유효라고 믿었기 때문에 입은 손해(계약이행비용, 계약체결비용, 구매시의 배송비용 등)를 배상하여야 함 (민법 제535조)
- 따라서 소비자는 물품 대금의 환급을 요구하는 외에 거래에 따른 수수료, 배송료, 전화료 등의 금전적 손해의 배상을 쇼핑몰 측에 청구할 수 있음

다) 청약철회 및 계약 해제 관련 의무 (전자상거래법 제17조)

(1) 단순변심으로 인한 청약철회 : 소비자는 계약서면을 받은 날 또는 재화 등의 공급을 받은 날로부터 7일 이내에 청약철회 가능함 (전자상거래법 제17조 제1항)

(2) 계약위반으로 인한 청약철회 : 재화 등의 내용이 표시·광고와 다르거나 계약과 다르게 이행된 경우(비록 소비자의 귀책사유로 재화등의 멸실·훼손·가치감소 등이 있어도) 공급받은 날부터 3월, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약철회 가능함 (전자상거래법 제17조 제3항) ⇒ 어느 하나의 기간이라도 경과하면 청약철회 등이 불가능(공정위)

【청약철회 등 기간 및 기산점 관련 사례】

- 소비자 A는 통신판매업자 B의 인터넷쇼핑몰에서 의류를 2015.9.3.(목)에 구매하였고, 동 의류는 2015.9.5.(토)에 배송되었음

  ⇒ 소비자 A는 2015.9.14.(월)까지 청약철회 가능

  ※ 민법 제157조에 따라 초일 불산입, 민법 제161조에 따라 기간의 말일이 토요일 또는 공휴일에 해당한 때에는 기간은 그 익일로 만료됨

(3) 청약철회의 제한

(가) 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우. 다만, 재화 등의 내용확인을 위한 포장훼손은 제외됨 (전자상거래법 제17조 제2항 제1호)

<예시>

- "흰 옷은 청약철회 불가"라고 고지 또는 약관 삽입 ⇒ 무효
- 의류의 Tag를 제거할 경우 청약철회 제한 ⇒ 가능
- 홈쇼핑/쇼핑몰 등 온라인 판매상품(특히 고가의 휴대전화, 노트북컴퓨터 등)에 "제품 개봉 후에는 고객사유(단순변심)에 의한 교환/반품/환불 불가"라는 스티커를 부착하는 경우

  ⇒ 실제로 반품/환불을 해준다 하더라도 전자상거래법 위반 가능 (공정위)
- 전자제품의 포장 훼손 : 내용물 확인을 위한 포장훼손에 대해 Seal 제거를 이유로 청약철회 제한 ⇒ 불가
- 외장하드 상품페이지 교환·반품 안내란에 "포장 개봉/훼손 시 재포장 판매가 법으로 금지되므로 교환/반품 불가" 라고 기재

  ⇒ 전자상거래법 제17조(청약철회)에 반하여 소비자에게 불리한 약정으로서 무효(제35조)

(나) 소비자의 사용 또는 일부 소비로 인하여 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우 (전자상거래법 제17조 제2항 제2호)

<'전자제품' 청약철회 제한 문제 : 엇갈리는 조정결정>

ㅁ 조정사례(1) : 전원을 공급한 TV 청약철회 제한 (공정위)

행위사실	신청인은 구입한 TV가 구매자가 기존에 사용하던 특수방식의 유선방송을 볼 수 없고, 이러한 내용의 문구나 안내가 없었을 뿐 아니라 제품을 설치 후 사용했다는 이유만으로 반품을 거부하는 것은 부당하므로 TV 반품 및 환급을 요청함
판단	제품 자체에 하자가 없고 '전원이 공급'될 경우 제품의 사용으로 인해 현저한 가치 하락과 새 제품 재판매가 어려우므로 청약철회를 제한하는 것이 허용됨

ㅁ 조정사례(2) : PDP TV임을 명확히 광고하지 않은 TV 청약철회 (공정위)

행위사실	신청인은 홈쇼핑에서 구입한 TV가 설치 후 확인 결과 LED TV가 아니라 PDP TV임을 알게 되어 즉시 청약철회 의사를 표시하였으므로 구입가 환급을 요청함 피신청인은 재판매가 곤란하여 환급조치는 불가를 주장. (10만원 상품권 제시) ※ 특이사항 : '배송팀'과의 통화기록에 따르면 스마트 TV 50인치 PDP 제품 구매 확인 질문에 대해 신청인의 배우자가 "네"라고 답변하는 녹취가 존재함
판단	TV를 벽에 설치하는 과정에서 부속품의 일부가 소비/사용되었다는 사실만으로 TV의 '가치가 현저히 감소하여 회복할 수 없는 중대한 손해가 발생'하였다고 보기 어려우므로, 피신청인은 전자상거래법 제18조제8항에 따라 '설치로 인해 발생한 비용에 상당하는 금액을 소비자에게 청구'할 수 있을 뿐, 신청인의 청약철회권의 행사는 제한되지 않고, 피신청인은 TV를 반환 받은 날로부터 3영업일 이내에 구입가(1,200,000원)을 환급해야 함

(다) 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란한 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
(전자상거래법 제17조 제2항 제3호)

(라) 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우 (전자상거래법 제17조 제2항 제4호)
예. 음반, 서적 등과 같은 재화 등이 해당

(마) 용역 또는 「문화산업진흥기본법」 제2조 제5호의 디지털콘텐츠의 제공이 개시된 경우. 다만, 가분적 용역 또는 가분적 디지털콘텐츠로 구성된 계약의 경우에는 제공이 개시되지 아니한 부분에 대하여는 그러하지 아니함
(전자상거래법 제17조 제2항 제5호)

(바) 소비자의 주문에 따라 개별적으로 생산되는 재화로 청약철회를 인정하면 통신판매업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되고, 별도로 그 사실을 고지하고 소비자의 서면동의를 얻은 경우
(전자상거래법 제17조 제2항 제6호, 시행령 제21조)

(사) 전자상거래법 제17조 제2항 2호~5호에 의해 청약을 철회할 수 없는 재화 등은 통신판매업자가 그 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있는 곳에 명확하게 적거나 시험 사용할 상품을 제공하는 등의 방법으로 청약철회 등의 권리행사가 방해 받지 않도록 조치하여야 하며, 제2항 제5호 중 디지털콘텐츠의 경우에는 청약철회 등이 불가능하다는 사실의 표시와 함께 대통령령으로 정하는 바에 따라 시험 사용 상품을 제공하여야 함
(전자상거래법 제17조 제6항)

(4) 청약철회의 효과 - 대금 환급

(가) 통신판매업자는 재화 등을 반환 받은 날부터 3영업일 이내에 대금을 환급하여야 함

(나) 대금 환급을 지연하면 지연이자(연 15%)를 지급하여야 함

(다) 신용카드 등 현금 외 수단으로 결제한 경우 지체 없이 결제업자에게 대금청구의 정지·취소를 요청하여야 함
(전자상거래법 제18조 제2,3,4항)

- 다만, 통신판매업자가 결제업자로부터 대금을 이미 받은 때에는 지체 없이 그 대금을 결제업자에게 환급하고 그 사실을 소비자에게 알려야 함
- 이 때 통신판매업자가 대금 환급을 지연하여 소비자가 대금을 결제하게 한 경우에는 지연기간에 대해 연 15%의 지연배상금을 지급하여야 함
- 또한, 통신판매업자로부터 대금을 환급 받은 결제업자는 그 환급 받은 금액을 지체 없이 소비자에게 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 함

(5) 청약철회의 효과 - 반환 비용

(가) 단순변심에 의한 청약철회는 반환 비용을 소비자가 부담함(전자상거래법 제18조 제9항)

(나) 계약위반에 의한 청약철회는 반환 비용을 통신판매업자가 부담함(전자상거래법 제18조 제10항)

(6) 전자상거래법 제17조부터 제19조까지 규정을 위반한 약정으로 소비자에게 불리한 계약은 무효
(전자상거래법 제35조)

(7) 소비자의 귀책사유로 계약이 해제된 경우 손해배상액은 미납 또는 사용 등으로 인한 손해가액과 지연배상금을 더한 금액을 초과할 수 없음(전자상거래법 제19조)

(8) 전자상거래법 제17조 제1항에 따른 '단순변심 청약철회'의 경우, 통신판매업자는 소비자의 재화 등의 일부 사용 및 소비에 대하여 일정 범위의 금액을 소비자에게 청구할 수 있음(전자상거래법 제18조 제8항)

【재화 등이 일부 소비된 경우의 비용청구 범위(동법 시행령 제24조)】

1. 재화 등의 사용으로 소모성 부품의 재판매가 곤란하거나 재판매가격이 현저히 하락하는 경우에는 해당 소모성 부품의 공급에 든 비용
2. 다수의 동일한 가분물로 구성된 재화 등의 경우에는 소비자의 일부 소비로 인하여 소비된 부분의 공급에 든 비용

8) 전자상거래법 상 금지 의무

가) 금지행위

【전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자의 금지행위(전자상거래법 제21조)】

1. 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위

『예』

- 휴대폰에 광고문자메시지를 전송하거나 사이버몰에 광고를 하면서 해당 메시지를 삭제하거나 취소, 거부하는 버튼을 누르는 경우 자신의 번호 또는 사이트로 연결되게 하는 등의 기만적인 방법으로 자신의 번호나 사이트로 연결되도록 하는 경우
- 시중가의 50%에 판매한다는 광고를 하였으나 실제로는 판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 이를 표시하지 아니하여 소비자로 하여금 주문만 하면 구매할 수 있는 것으로 오인하게 한 경우

2. 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소, 전화번호, 인터넷 도메인 이름 등을 변경하거나 폐지하는 행위

유의 CS

3. 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위

『예』

- 상담원이 부족하여 소비자가 상담원과 통화할 수 없는 경우
- 소비자가 사업자와의 전화통화가 이루어지지 않아 자동 안내된 콜백 안내에 따라 자신의 전화번호를 남겼음에도 불구하고 사업자가 3영업일 이내에 전화를 하지 않는 경우. 다만, 소비자가 전화번호를 잘못 남겼거나 소비자의 부재 등으로 부득이하게 연락이 지연된 경우 제외

4. 소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화 등을 공급하고 그 대금을 청구하는 행위 및 재화 등의 공급 없이 대금을 청구하는 행위

5. 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 팩스, 컴퓨터통신 또는 전자우편 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위

6. 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락 받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용하는 행위

   * 다만, 재화 등의 배송 등 소비자와의 계약을 이행하기 위하여 불가피한 경우, 대금 정산을 위해 필요한 경우, 도용 방지를 위해 본인 확인에 필요한 경우 등은 예외

7. 소비자의 동의를 받지 아니하거나 소비자에게 설명·고지하지 아니하고 컴퓨터 프로그램 등이 설치되게 하는 행위

나) 금지행위 사례

【관련 판례】

ㅁ 유류할증료 및 항공 TAX 과다 수령 행위(서울고등법원 2014.11.26.선고 2014누41635 판결)

행위사실	해외 여행 상품을 판매하면서, 유류할증료 및 항공 TAX를 항공사가 고시한 금액보다 과다하게 표시 및 안내하여 소비자에게 지불 받음
판결내용	전자상거래법 제21조 제1항 제1호에 해당 - 유류할증료 및 항공TAX를 과다하게 표시하면서 차액이 발생할 가능성과 이를 돌려받을 수 있다는 사실을 알리지 않고 거래한 것은 거짓사실을 알린 행위에 해당 - 거짓 사실을 알린 행위와 거래의 성립 사이에 반드시 인과관계가 존재할 필요는 없음

ㅁ 오픈마켓의 '프리미엄 상품' 영역 전시행위(대법원 2014.6.26.선고 2012두1525 판결)

행위사실	오픈마켓이 통신판매중개 의뢰자들의 상품목록을 전시하면서 제품의 특성과 관련 없이 부가서비스를 구입한 상품에 대해서만 '프리미엄 상품' 영역에 전시함
판결내용	- 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사항인 품질이나 고객서비스에 관한 구체적 사실을 은폐하거나 축소하여, 법 제21조 제1항 제1호에 해당 - 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고 그 행위로 소비자가 유인되는 결과의 발생까지 있어야 하는 것은 아님

ㅁ 오픈마켓의 "베스트셀러" 코너 운영행위(대법원 2014.6.26.선고 2012두3675 판결)

행위사실	오픈마켓이 "베스트셀러" 코너를 운영하면서 상품을 전시할 때 상품판매량에 가격대별 가중치를 적용하여 가격이 높은 상품이 먼저 전시되도록 한 행위
판결내용	- 소비자들은 통상 판매량이 많은 것으로 기대할 뿐 그 선정기준에 가격대별 가중치가 적용될 것으로 기대하지 않으므로, 전자상거래법 제21조 제1항 제1호에 해당 - "베스트셀러" 선정기준에 가격대별 가중치를 적용함으로써 판매량이 많더라도 가격이 낮은 상품은 "베스트셀러" 코너에 전시되기 어렵게 하고 가격이 높은 상품이 먼저 전시되도록 한 행위는 기만적 방법에 해당

【심결례】

ㅁ (주)우리홈쇼핑(롯데홈쇼핑)의 거짓·과장 광고행위

행위사실	(주)우리홈쇼핑은 정품보다 용량이 작고 가격도 책정되지 않은 화장품 샘플을 마치 40만원 상당의 정품인 것처럼 광고하고, 정확한 제품의 구성과 용량은 방송 시작 직후와 방송 종료 직전 단 2차례, 각 1초씩만 방영함
위법성판단	전자상거랩법상 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하는 행위에 해당함
조치	시정명령, 과태료 800만원 부과

ㅁ 쿠팡의 소비자 유인행위

행위사실	쿠팡은 2012년 11월부터 2013년 2월까지 9차례에 걸쳐 중국산 제퍼 서류가방을 판매하면서 '제퍼 소가죽 비즈니스백', '천연 소가죽 소재로 부드럽고' 등으로 허위광고를 하였음
위법성판단	해당 가방은 인조가죽 제품임에도 불구하고 천연 소가죽으로 표기하여 품질이 우수한 것처럼 소비자들을 현혹하였으며, 169,000원 짜리를 43% 할인된 가격 96,000원에 판매하여 마치 높은 품질, 낮은 가격인 것처럼 소비자를 유인하였음
조치	시정명령, 과태료 1,000만원 부과

ㅁ 쇼핑몰의 "모바일 특가" 코너 운영 사례

행위사실	모바일 쇼핑몰에 "모바일 특가" 코너를 운영하면서 실제로는 일반 쇼핑몰과 동일 가격으로 상품을 판매함
위법성판단	해당 쇼핑몰은 거짓된 사실을 알려 소비자를 유인하였으며, 특히 스마트폰 등을 통하여 모바일 쇼핑몰을 이용하는 경우 PC를 통하여 일반 인터넷 쇼핑몰을 이용할 때보다 상대적으로 짧은 시간 동안 적은 정보만을 기초로 구매의사 결정을 내릴 가능성이 높다는 점에서, "모바일 특가"라는 문구를 접한 보통의 주의력을 가진 소비자들은 동 코너에서 자신의 일반 인터넷 쇼핑몰보다 할인된 가격으로 판매하는 것으로 오인할 가능성이 높음
조치	시정명령, 과태료 3,700만원 부과

ㅁ 3개 오픈마켓의 광고상품 우선 표시행위

행위사실	(주)이베이코리아(지마켓, 옥션), 에스케이플래닛(주)(11번가), (주)인터파크(인터파크) 3개 오픈마켓은 광고를 구입한 입점 사업자의 상품을 모바일 쇼핑몰 내 상품 랭킹 등에 우선 전시하였음에도 이를 축소·은폐함
위법성판단	전자상거래법상 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위에 해당함
조치	시정명령, 과태료 2,600만원 부과

ㅁ 9개 화장품 온라인쇼핑몰의 청약철회 방해행위 등

행위사실	행위1) (주)아모레퍼시픽 등 9개 화장품 온라인쇼핑몰은 7일 ~ 30일이 지나면 청약 철회를 할 수 없다고 안내함 행위2) 소비자가 작성한 후기 중 상품 품질 불만 등 부정적인 후기는 비공개함 행위3) 소비자가 제품을 구매하는 첫 화면부터 구매가 완료되는 화면 어디에도 사용기한, 물품 공급방법과 시기 등이 명확하게 고지되지 않음
위법성판단	행위1) 소비자의 청약철회 또는 계약 해지를 방해하는 행위에 해당함 행위2) 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위에 해당함 행위3) 사업자에 대한 정보, 공급방법, 철회방법 등 거래조건을 미고지한 행위에 해당함
조치	경고, 과태료 3,250만원 부과

ㅁ N사의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	N사가 인터넷 사이트에서 일반상품에 비해 품질이 우수하거나 소비자의 관심이 높은 것처럼 인식되는 "A+ 상품 AD"이라는 용어를 그 의미에 부합하는 객관적인 기준에 따라 선정한 상품이 아닌 광고비를 받은 상품을 게시하는 영역의 명칭으로 사용하고, 이 영역이 광고비를 받은 상품을 게시하는 영역이라는 사실도 소비자가 명확하게 알 수 있도록 표시하지 않음
위법성판단	거짓, 과장, 기만적인 방법으로 소비자를 유인하는 행위에 해당
조치	공표명령(7일간, 전체화면 1/6 이상의 팝업 화면), 과태료500만원 부과

ㅁ D사의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	D사는 자신이 운영하는 사이버몰을 통하여 의류, 수제화 등을 판해하면서 상품 판매화면 및 이용안내화면에 "상품 수령 후 2일 이내에 접수를 하지 않은 경우", "수제화 제품이나 자체 제작한 상품" 등 교환 및 반품이 불가한 상품을 공지하였고, 선지급식 통신판매의 방식으로 판매하면서도 결제수단 선택화면에 "구매안전 서비스의 이용 관련 정보"를 소비자에게 제공하지 아니함
위법성판단	어떠한 경우에도 교환 및 반품이 불가능한 것처럼 표시한 행위는 소비자에게 거짓된 사실을 알린 행위에 해당되고, D사가 판매하는 "수제화"는 재판매가 가능하므로 청약철회 인정 시 D사에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우라고 볼 수 없으므로 청약철회를 할 수 없는 경우에 해당하지 아니함 또한, 정보제공 의무도 위반함
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령, 과태료 300만원 부과

ㅁ G사의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	G사는 실제로 구매하여 사용하지도 않은 상품들에 대해서 허위로 유리한 상품평 등을 작성하여 게시하였고, 자사 G캐시를 이용하여 다량으로 상품을 구매하여 판매개수를 과장되게 보이게 한 후 이를 취소하는 방식으로 실제 소비자들의 구매를 유인함
위법성판단	허위의 구매후기 작성 행위는 '허위 또는 과장된 사실을 알려 소비자를 유인 또는 거래하는 행위'에 해당하고, G캐시를 이용하여 '구매자 수'를 과장되게 보이게 한 후 이를 취소하는 행위는 '기만적인 방법으로 소비자를 유인 또는 거래하는 행위'에 해당함
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령, 과태료 500만원 부과

ㅁ A사의 전자상거래법 위반행위에 대한 건

행위사실	온라인 오픈마켓 사업자인 A사가 포털사이트 초기화면에서 "000"이라는 배너광고를 설치하였는데, 단기간에 모두 매진됨에 따라 입점업체가 판매관리시스템을 통하여 상품목록에서 위 9,900원짜리 나이키 상품을 삭제하여 소비자가 위 배너를 클릭하더라도 더 이상 프로모션 이벤트 페이지나 상품상세정보 화면에서 위 9,900원짜리 "나이키 상품"을 검색할 수 없게 되었음에도 배너광고에 광고상품이 여전히 표시되도록 방치함
위법성판단	위 광고행위는 허위 과장된 사실을 알려 소비자를 유인 또는 거래한 행위에 해당함
조치	시정명령, 법 위반사실 공표명령, 과태료 1,000만원 부과

【기타 사례】

ㅁ 5개 상품에 대해 실제 판매가격이 아닌 가격을 최저가로 표시하고, 7개 상품에 대해서는 다른 사이버몰과 비교하여 최저가가 아님에도 불구하고 최저가라고 표시한 행위
- 소비자들은 정보를 그대로 받아들여 다른 사이버몰보다 더 저렴하게 판매한다고 오인할 가능성이 높음

【해외구매대행 사업자 위반 사례】

- 소비자가 주문을 취소할 때, 외국 사업자에게 반품하지 않고도 국제 배송비 등을 청구하거나 반품 비용 외에 인건비, 물류비 등 사업자의 관리 비용을 소비자에게 청구함
- 상품 파손, 잘못된 배송 등이 계약 내용과 달라 주문을 취소한 경우에는 사업자가 반품 비용을 부담해야 하지만, 해당 비용을 소비자에게 청구함
- 소비자는 청약 철회 제한 사유에 해당하지 않는 한 상품을 공급받은 날부터 7일(상품이 표시·광고 또는 계약내용과 다르게 공급된 경우에는 공급받은 날부터 3개월) 이내에 반품·환불을 할 수 있음에도 사업자는 청약 철회 기간을 축소하거나 청약 철회가 불가능하다고 안내함

  ⇒ (예) "상품 배송 완료 후 7일이 경과한 상품", "해외 사이트에서 Final Sale 등의 이유로 반품이 불가능한 경우" 등
- 소비자와의 계약을 체결하기 전에 제공해야 하는 주문 취소·반품 등의 기한·행사 방법과 효과에 관한 사항, 거래에 관한 약관 등의 정보를 표시하지 않음

유의 상품(MD)

9) 온라인쇼핑몰 표준거래계약서 (2017.1. 제정, 2017.12. 개정)

가) 제정 배경 : 온라인 쇼핑의 확대로 온라인 쇼핑업체와 거래하는 중소납품업체 수가 지속적으로 증가하여 분쟁 발생 소지 증가

나) 주요 내용

(1) 선환불, 페널티 제도 원칙적 금지
(2) 상품대금 정산 내역 확인 요청시 확인하여 제공할 의무
(3) 온라인 업체의 발주 지연으로 소비자 구매취소시 손해배상 의무
(4) 광고비 산정기준 수립시 납품업체에 제공 의무
(5) 할인행사시 적용 수수료율 별도 명시
(6) 상품판매 가격 결정 개입 금지
(7) 왕복 배송비 전가 금지 등

개정

다) 개정 사항 : 직매입거래에서 공급원가 변동에 따른 납품 가격의 조정 조항 추가하여 납품업자가 대규모유통업자에게 납품가격을 증액해달라고 요청할 수 있는 권리를 부여

유의 상품(MD)

10) 해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관

(1) 쇼핑몰형 구매 대행의 정의 및 법적 성격 : 해외 재화의 정보와 그 판매가를 게시하여 소비자의 청약을 받고 해당 재화를 해외 사업자로부터 구매하여 소비자에게 판매하는 형태로서 매매 계약에 해당함

(2) 청약 철회

(가) 원칙 : 재화 등을 공급 받은 날로부터 7일 이내 철회 가능
(나) 예외 : 이용자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 분실 또는 파손된 경우 등에는 청약 철회 제한

(3) 반품 비용
(가) 원칙 : 반품 비용 이용자 부담
(나) 예외 : 재화 등의 내용이 표시광고된 내용과 다르거나 계약 내용과 다르게 이행되어 이용자가 청약 철회를 하는 경우 사업자 부담
(4) 교환과 수리
(가) 원칙 : 교환 수리 불가
(나) 예외 : 교환이나 수리가 불가능하다는 사실을 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하지 않은 경우 이용자의 교환이나 수리 요구에 협조하여야 함

유의 상품(MD) / 영상(PD) / 영상제작 / QA / 심의

나. 표시 • 광고의 공정화에 관한 법률

1) 표시 • 광고의 공정화에 관한 법률(이하 표시광고법) 체계

01 표시·광고법의 체계	• 법 : 표시·광고의 공정화에 관한 법률 • 시행령 : 표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령 • 18개 고시·지침·공고·규정
02 주요고시·지침·공고·규정	• 부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시 • 비교표시·광고에 관한 심사지침 • 소비자 안전에 관한 표시광고 심사지침 • 주된 표시광고에 딸린 제한사항의 효과적 전달에 관한 가이드라인 • 중요한 표시·광고사항 고시 • 기만적인 표시·광고 심사지침 • 추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침 • 표시·광고 실증에 관한 운영 • 표시·광고 사항에 대한 통합광고

2) 개별 법령과의 관계

가) 표시광고법은 표시·광고사항을 규제하는 일반법
(1) '중요한 표시·광고사항 고시' : 해당 업종의 경우는 지정된 표시·광고항목을 반드시 표기해야 함
(2) 현재 분야별로 표시·광고를 규제하는 개별법은 80여 개임 : 식품위생법, 건강기능식품법, 화장품법, 의료법, 약사법, 의료기기법, 방송법 등
⇒ 안전인증 표시, 원산지 표시, 식품(용량, 영양성분, 첨가물 등), 의약품 (제조업자, 유효기한, 사용기한, 일일 섭취량 등), 사용상 주의표시 등
(3) 전자상거래법 : 통신판매업자는 '상품정보제공고시'의 개별 항목을 반드시 표기해야 함

나) 표시·광고행위 시 표시광고법 및 개별법이 모두 적용 가능
- 표시·광고법과 개별법률은 법 목적과 취지가 다르므로 2중 처벌문제 발생하지 않음

다) 법적으로 강제(사전규제)하는 표시나 광고 항목이 없는 경우 : 사업자가 자율적으로 표시·광고
(1) 사업자가 소비자에게 알릴 필요가 있다고 판단되는 사항을 선별하여 표기
- 소비자기본법 제10조(표시의 기준) 각호 참고 ⇒ 상품용도, 성능, 규격, 사업자정보, 원산지, 사용상 주의사항, 품질보증기간 등
(2) 다만, 소비자가 오인하지 않도록 객관적인 근거자료에 맞게 표시나 광고하여야 함

3) 표시·광고의 정의 및 범위

가) 표시 (표시광고법 제2조 제1호)

① 사업자(사업자단체 포함)가
② 상품(용역 포함)에 관한 사항 중 i) 자기나 다른 사업자에 관한 사항, ii) 자기나 다른 사업자의 상품의 내용, 거래조건, 기타 거래에 관한 사항을
③ 소비자에게 알리기 위해
④ i) 상품의 용기·포장(첨부물·내용물 포함), ii) 사업장 등의 게시물, iii) 상품 등에 관한 권리를 나타내는 증서(상품권/회원권/분양권 등)에 쓰거나 붙인 문자, 도형 및 iv) 상품의 특성을 나타내는(형상화된 그 자체의) 용기·포장

나) 광고 (표시광고법 제2조 제2호, 시행령 제2조)

① 사업자(사업자단체 포함)가
② 상품(용역 포함)에 관한 사항 중 i) 자기나 다른 사업자에 관한 사항, ii) 자기나 다른 사업자의 상품의 내용, 거래조건, 기타 거래에 관한 사항을
③ 신문·인터넷신문, 정기간행물, 방송, 전기통신, 기타 전단, 팜플렛, 인터넷, 포스터, 간판, 네온사인, 애드벌룬, 전광판, 비디오, 음반, 서적, 영화, 연극, 기타 자기의 상품 외의 다른 상품 등(구두 제외)의 수단/매체를 이용하여
④ 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 (일체의) 행위

<광고로 볼 수 있는 경우>

(가) 인터넷 홈페이지의 FAQ (대법원 2009.5.28.선고 2009두843)
① FAQ 내용이 소비자들이 거래할 것인지를 결정하는데 영향을 미치는 사항이고,
② 일반 소비자가 누구나 접근할 수 있는 인터넷 홈페이지에 게시되어 있으며,
③ 게시 경위도 미리 소비자에게 알리고 싶은 내용을 선정하여 질문과 답변형식으로 게시해 놓은 것으로서,
⇒ 광고에 해당함

(나) 인터넷 배너 팝업 (대법원2017.4.27.선고 2014두1925)
① 개인정보 수집 페이지의 내용은 소비자가 경품 이벤트라는 용역에 참여할 경우 그 대가로 할인 쿠폰을 제공한다는 것으로 표시광고법 제2조 제1호 (나)목에서 정한 상품 등의 거래 조건에 관한 사항에 해당하고,
② 배너 팝업 광고와 개인정보 수집 페이지를 통해 소비자에게 널리 알리거나 제시하였으므로,
⇒ 광고에 해당함

(다) 제3자의 블로그, 카페, SNS 등에 추천·보증 형태로 게재된 글 등

4) 부당한 표시·광고행위의 위법성 판단기준

가) 진실성 : 표시·광고 내용이 객관적 사실에 부합하는지 여부
(1) 연구 조사자료 등 실증자료, 통계자료 등 객관적 자료 등 기초
(2) 사실인지, 은폐/누락인지 축소인지 등
(3) 광고 당시를 기준으로 판단, 무과실 책임, 사업자 입증 책임

나) 소비자 오인성 : 소비자를 속이거나 잘못 알게 할 우려가 있는지 여부
(1) 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반 소비자 기준
(2) 전체적 광고의 이미지
(3) 광고 자체로 유발된 소비자 오인성 여부로 판단
(4) 사후적으로 오인성을 바로 잡을 가능성이 있더라도 위법성 유지

다) 거래질서 저해성 : 부당한 비교나 비방적인 내용을 표시·광고하여 공정한 거래질서를 해할 우려가 있는지 여부
(소비자의 합리적인 선택 방해 여부)

5) 부당한 표시·광고행위의 유형

가) 허위/과장 표시·광고 : 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위

나) 기만적인 표시·광고 : 사실을 은폐 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위

다) 부당한 비교 표시·광고 : 비교 대상 및 기준을 명시하지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품·용역을 다른 사업자 등의 상품과 비교하여 우량 또는 유리하게 표시·광고하는 행위

라) 비방 표시·광고 : 다른 사업자 등의 상품 등에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위

※ 은폐 : 전부 또는 일부, 소비자가 인식 못하도록 감추거나 지나치게 작은 글씨나 짧은 시간 동안 노출
(소비자가 사실에 부합하는 것으로 인식하기 어렵게 하는 경우)
※ 누락 : 당초에 아예 밝히지 않거나 빠뜨린 것

【업무 유의사항】
- 표시물, 광고물 내용은 일반 이하의 수준의 고객이 보고 듣고 이해가 되는 입장에서 판단 후 시행
(평균 이하의 소비자 10% 이상이 오인하면 오인성이 있다고 판단)
- 비교 광고 시 경쟁사업자의 자료는 객관적인 자료 확보 후 자율준수전담부서와 협의 후 진행
- 협력업체의 표시·광고물에 위반사항 있을 시 당사 책임 부담 가능성 있으니 유의 필요
- 표시된 광고는 표시된 그대로 진행되어야 함

【Dos and Don'ts】

□ Don'ts
- 허위 과장의 표시 광고: 사실과 다르게 또는 사실보다 지나치게 부풀려 광고하는 경우
EX) 표시광고된 바바리 79,000원 상품이 실제로는 판매되지 않는 경우
- 기만적인 표시 광고: 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 하는 광고
EX) 무료 촬영권을 배포하면서, 실제로는 액자를 구입해야 한다는 사실을 누락, 은폐
- 부당하게 비교하는 표시 광고: 비교 대상 및 기준을 명시하지 않거나 객관적 근거 없이 자기를 다른 사업자와 비교하여 우량/유리하다고 하는 광고
EX) 업계 판매 1위 광고가 일부분만을 비교한 것을 마치 전체 업계에서 1위인 것으로 오인케 하는 경우
- 비방적인 표시 광고: 다른 사업자 또는 상품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용을 표시 광고하거나, 불리한 사실만을 표시 광고하여 비방하는 행위
EX) 쌀로 만든 고추장을 광고하면서, "아직도 밀가루가 들어간 제품을 드십니까"라고 표현하여, 마치 밀가루가 들어간 고추장은 저급한 제품인 것처럼 비방

Q A

Q1 일정한 기간을 정하여 "초특가", "기획상품" 등 용어를 사용하여 특별행사를 진행하고자 할 때, 할인율 및 비교가격의 표시가 가능한가?

A1 최근 상당 기간(과거 20일 정도) 판매하지 않았다면 종전거래 가격이 형성되어 있지 않아 할인이 불가능하게 되어 비교가격을 표시할 수 없으며, 또한 "초특가"라는 용어에 걸맞은 특별히 저렴한 가격이어야 합니다.

6) 부당한 표시·광고행위 관련 용어 정리 (부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시 II.)

- 종전 거래 가격 : 당해 사업자가 당해 상품과 동일한 상품을 최근 상당기간(과거 20일 정도) 동안 판매하고 있던 사실이 있는 경우로서, 그 기간 동안 당해 상품에 붙인 가격. 단, 위 기간 중 당해 상품의 실거래 가격이 변동한 경우에는 변동된 가격 중 최저가격을 종전거래가격으로 봄.
- 시가 : 당해 상품과 동일한 상품에 대하여 당해 사업자가 속하는 거래지역의 상당수 사업자가 동 지역 내에서 판매하고 있는 가격
- 희망소매가격 : 당해 상품에 대하여 제조업자 등이 최근에 붙인 가격으로서 미리 공표되고, 또한 실제의 거래에 참고가 된다고 기대되는 가격
- 할부판매가격 : 분할불가격, 월부가격, 예약적립가격 등 명칭 여하를 불문하고 할부판매업자가 구입자로부터 대금을 2개월 이상의 기간에 걸쳐 또한 3회 이상 분할하여 수령하는 것을 조건으로 하여 상품을 판매하는 경우에 있어서 구입자가 당해 상품을 구입하기 위하여 할부판매업자에게 지불하는 가격의 총액
- 할인특매(SALE) : 용어에 관계 없이 일정기간 동안 가격을 인하 판매 후 행사 종료 후 다시 환원시키는 것
- 가격인하 : 일정시점부터 가격이 인하되어 그 상품이 없어질 때까지 인하 가격으로 판매되는 것
- 한정판매 : 기획된 상품이나 정상품을 수량, 가격, 시간을 한정하여 판매하는 것
- 염가판매 : 상설매장 또는 임시로 특설매장을 설치하여 판매시기가 지난 재고상품, 하자, 열등한 상품을 저렴한 가격으로 판매하는 것
- 점포정리판매 : 폐업이나 점포 이전 목적으로 자기가 취급하는 상품을 염가로 판매하는 것(고별전)

【업무 유의사항】

- 종전거래가격 판단기준 중 상당기간은 20일 이상을 준수하여야 함
- 종전거래 가격의 실제 판매된 실적이 없더라도 20일 전 매입으로 잡힌 판매 가격으로 산정
- 정상 택(tag)과 가격인하 택 및 기획 택은 구분 필요
- 브랜드데이, VIP데이, 시즌오프, 품목 할인 등의 경우 할인특매에 해당되는 경우가 많으므로 종전거래가격 20일 기준 준수에 주의할 것
- 한정판매 표시·광고 시 품목, 수량, 시간, 장소, 판매가격 필히 기재할 것

- 표시·광고는 실제 방송과 전단이 동일한 것이 원칙
- 할인특매와 가격인하 혼동하지 말 것
- 최초 가격인하는 종전거래가격 20일이 지난 후 가능하나, 2차 가격인하는 20일 규정과 무관하게 시행 가능
- 가격인하도 할인율 기재 가능
- 1회한의 할인권을 발송하여 특정고객만을 대상으로 할인행사를 하는 것은 할인행사에 해당되지 아니함
- 할인특매는 불특정다수가 할인혜택을 받을 경우에 해당됨
- 특정고객만을 대상으로 배포된 쿠폰일지라도 할인혜택의 고객이 많은 경우는 할인특매로 간주됨

【Dos and Don'ts】

□ Don'ts

- 가격인하 행사 후, 가격인하 tag을 떼고 다시 정상 tag으로 붙이는 행위
- 시가나 희망소비자가격을 종전거래가격으로 산정하는 행위
- 중고 하자상품 행사를 정상품 행사로 오인하게 하는 표시·광고
- 종전거래가격 상당기간(약 20일) 미준수 후 할인 행사 시행
- 가격인하를 할인행사처럼 표시·광고
- 한정판매 시 한정수량보다 적거나 많게 매입하고, 매입/반품 전표 업무를 미수행 하는 경우
- 고별전 이후에도 퇴점 하지 않는 경우
- 할인특매 행사 후 가격 환원 미시행
- 가격인하 상품을 정상가로 환원
- 염가판매의 가격행사의 수준이 납득되지 않는 경우
- 중고품, 하자품 또는 판매시기가 지난 재고상품이나 구형의 상품 등인 것을 표시 광고하지 아니하여 당해 상품이 정상품인 것으로 소비자를 오인시킬 우려가 있거나(단, 육안으로 보아 용이하게 식별할 수 있는 경우 제외), 중고품이 아닌 당해 상품과 동일한 신품의 가격을 비교기준가격으로 하여 자기의 판매가격을 표시 광고함으로써 자기가 공급하는 상품(중고품 등)이 현저히 저가상품인 것처럼 표시 광고하는 경우

Q A

Q1 재고상품을 최근 상당 기간(20일) 이상 판매한 후 이 상품을 세일하려고 하는데 재고상품이라고 표시 광고하여야 하는가?

A1 재고상품임을 명시하여야 합니다. 최근 20일 이상 판매되었다는 사실만으로 할인율 표시가 무조건적으로 허용되는 것은 아닙니다.

Q1 동일브랜드의 각 상품별 할인율이 각각 다른 경우, 표시 광고물의 할인율 표시 기준은?

A1 가급적 상품별 할인율을 명시하는 것이 바람직하나, 부득이할 경우 브랜드명을 명시하고 할인율 범위를 표기(예: 00%~00%)하여야 합니다. 다만, 높은 할인율이 적용되는 품목은 일부에 불과하고, 대부분의 상품이 낮은 할인율에 해당될 경우 부당한 표시 광고에 해당합니다.

【할인판매 시 확인사항】

① 가격 : 실제 판매가격을 낮춰 보이기 위해 경쟁사 가격과 허위로 비교하거나 부가세 등을 누락하지 않았는지 확인
② 특징 : "절대", "최고", "다시 없는" 등 실증되지 않는 용어를 표시하지 않았는지 확인
③ 경쟁사 : 동일한 조건이 아닌 상태에서 비교하지는 않았는지 확인
④ 비방 : 객관적 근거 없이 경쟁제품은 품질이 나쁘다고 비방하지 않았는지 확인
⑤ 거래내용/조건 : 경품수량, 가액, 기간에 대해 사실과 다르게 표시하지 않았는지 확인
⑥ 기간 : 광고된 기간이 실제 기간과 다르게 광고되지 않았는지 확인
⑦ 할인율 : 일부 상품을 할인하면서 대부분이 할인되는 것처럼 광고하지 않았는지 확인
⑧ 원재료/성분 : 일부만 특수소재를 사용하였음에도 전체 성분이 특수소재인 것처럼 광고하지 않았는지 확인
⑨ 품질/성능/효능 : 성능이나 품질이 객관적으로 확인될 수 없음에도 확실하게 발휘되는 것처럼 표시하지 않았는지 확인

【업무 유의사항】

- 보상판매의 경우, 실제 보상 기준대로 보상 시 문제되지 않으나, 거래관행상 과대한 이익의 제공 시 부당고객유인 행위에 해당
- 고별전, 점포 정리 판매 표기 후에는 그 브랜드가 행사 종료와 함께 퇴점하여야 함
- 이월상품은 이월상품임을 표시하고, 비교가격 표시의 경우 비교가격의 기준 명시 필요
- 추가 할인 시, "기 할인된 가격에서의 추가 00% 할인" 문구 필 기재
- 최초 할인율 및 기간 변경 표시 광고 불가

【Dos and Don'ts】

□ Don'ts

- 허위의 종전거래가격 및 사전세일 판매
- 표시광고 내용과 실제 내용이 다른 경우
- 일부 품목행사를 전단에 전체 행사로 오인하도록 표시 광고한 경우

Q A

Q1 이미 세일이 진행된 시점에서 광고 시, 세일 시작하는 날은 생략하고 끝나는 날만 표기해도 되는가?

A1 최초 광고에서 세일 개시일을 명기했고, 다음 광고의 세일기간에 대한 변경이 없다면 가능합니다.

Q1 바겐세일 기간 중 일부 브랜드의 판매실적이 저조하여 최초 "30%세일" 이었던 것을 세일기간 중 "40%세일"로 변경하여 행사를 진행하고자 하면 가능한가?

A1 불가능합니다. 이미 표시 광고를 했다면 해당 할인율은 세일 종료 시까지 동일하여야 합니다.

7) 부당한 표시 광고행위의 유형 예시

구 분	예 시
사업자 자신	"국내 최대생산규모"를 "세계 최대생산규모"로 표시
가격	실제판매가를 낮춰 보이기 위하여 허위의 경쟁품 가격과 비교
원재료·성분	사용되지 않은 원재료나 성분의 표시
품질·성능·효능	성능이나 효능이 객관적으로 확인될 수 없음에도 확실하게 발휘되는 것처럼 표시
규격·용량·수량	KS규격이 아님에도 불구하고 KS 표시
제조일자·유효기간	제조일자 또는 유효기간을 사실과 다르게 표시
제조방법	"기술연수"한 사실을 "기술제휴"로 표시
특징	자연이나 순수 등 실증되지 않은 용어 표시
원산지·제조자	국산품을 수입품인 것처럼 표시
추천·권장	추천·권장의 사실이 없음에도 불구하고 허위 표시
용도·사용방법·주의사항	위험한 내용을 적절히 표시하지 않아 사용상의 오인 가능성이 있는 경우
경쟁사·경쟁관계상품	동일한 조건에서 비교하지 않은 부당한 비교
중상·비방	객관적인 근거 없이 경쟁제품은 약효가 없다고 비방
거래내용·거래조건	제공수량 또는 기간에 관해 사실과 다르게 표시

8) 기타의 거래내용 및 거래조건에 관한 사항의 표시·광고

가) 부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시 Ⅲ. 16호

(1) 사업자가 경품류를 제공한다는 사실을 표시·광고함에 있어서는 사실대로 명확하게 표시·광고하여야 함

(2) 따라서 제공되는 경품류 내용, 제공기간 등에 대하여 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됨

【예시】

① "선착순 100명에 한함" 또는 "0월 0일부터 0월 0일까지" 등 경품제공수량 또는 기간에 관한 구체적 제한내용을 명시하지 아니한 채 특정 상품을 경품류로 제공한다고 표시·광고하였는데도 불구하고 실제로는 정당한 이유 없이 경품류 제공을 거절하는 경우

② 유명회사 제품이 아닌 소형 TV와 세탁기를 경품으로 지급함에도 경품제공 사실을 표시·광고함에 있어 "경품: TV, 세탁기" 등으로만 모호하게 표기하여 마치 유명회사의 중형 이상의 제품을 제공하는 것처럼 표시·광고하는 경우

③ 단지 왕복 항공편만 제공되고 숙박이나 식사는 제공되지 않음에도 경품제공 사실을 표시·광고함에 있어 "동남아여행" 또는 "유럽여행"이라고만 모호하게 표시·광고함으로써 마치 숙식도 제공되는 것처럼 표시·광고하는 경우

(3) 반품, 교환, 대금지불방법, 상품우송료 등 부대비용, 금융이용 등 기타 거래내용 및 거래조건 등에 관하여 표시·광고함에 있어서 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 모호하게 표시·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됨

【예시】

① 아파트 또는 상가 등의 분양 광고시 "도심으로부터 10분 거리"라고만 표시·광고하고 그것이 출근시간 기준인지 아니면 조용한 밤 시간 기준인지를 밝히지 아니함은 물론 또한 버스 기준인지 택시 기준인지 등을 밝히지 않은 경우

② 무료증정 이라고 하였는데 실제는 특정상품을 일정액 이상 구입해야 증정하는 경우

③ "불량품, 하자품을 언제든지 교환해줍니다" 라고 표시·광고하였는데 정당한 이유 없이 불량품이 아니라거나 기간이 넘었다거나 우리가 판매한 상품이 아니라고 하며 교환을 거절하는 경우

④ 통신판매 광고 시 어떤 제품의 가격이 10,000원이라고 표기하였으나 상품구매자가 실제로 지불해야 하는 금액은 상품운송료 3,000원을 포함하여 13,000원인 경우

나) 추천 · 보증 등에 관한 표시 · 광고 심사지침 (예규)

(1) 적용요건 : 추천 보증에 관한 내용을 포함해야 함

(가) 광고주의 의견이 아닌 제3자의 독자적인 의견으로 인식될 수 있는 내용이 음성, 문자, 도형, 사진, 영상 등으로 표현되어 있는 광고메세지

(나) 본인의 사용 경험 또는 체험 등에 근거하여 당해 상품을 효능, 효과, 성능 등의 면에서 좋은 상품으로 인정·평가하거나 당해 상품의 구매·사용을 권장

(2) 위반 시 효과 : 부당한 표시·광고에 해당될 수 있음

- 추천·보증의 내용, 보통의 소비자가 받아들이는 인상, 경제적 이해관계를 공개하지 않는 행위가 소비자의 구매선택에 미치는 영향의 정도 등을 종합적으로 고려하여 부당성을 판단

(3) 처벌 가능한 대상의 범위 : 광고주, 광고대행사, 블로거

【심결례】

ㅁ (주)에이플네이처의 부당한 광고행위에 대한 건

행위사실	(주)에이플네이처는 2017. 2. 16. 부터 2018. 7. 21. 까지 인플루언서 407명에게 자신이 판매하는 다이어트보조제에 관한 소개·추천글을 게시해줄 것을 요청하고 그에 대한 경제적 대가를 지급하였으나, 412건의 게시물에 대해서 이와 같은 경제적 이해관계를 공개하지 않은 채로 게시되도록 함
위법성판단	광고를 하면서 인플루언서들에게 경제적 대가를 지급하였음에도 인스타그램 게시물에 이런 사실을 공개하지 아니한 채 광고가 게시되도록 은폐 또는 누락하였으므로 기만성이 인정되며, 소비자들이 상업적 광고라는 사실을 인식하지 못하고 인플루언서가 개인의 진솔한 경험을 토대로 자발적으로 게재한 글로 오인할 가능성이 높음. 또한 인플루언서가 제품 사용을 통해 긍정적인 경험을 하여 해당 제품을 적극 추천하는 것으로 소비자들이 오인할 우려가 있음.
조치	과징금 1,300백만원 납부 명령

ㅁ 7개 파워블로거의 전자상거래법 위반 사건

행위사실	7개 파워블로거들은 상품제공 업체와의 사전약정에 따라 해당상품에 대한 사용후기, 상품가격, 구매기간 등의 공동구매 콘텐츠를 제작하여 자신의 블로그에 게재하고 소비자가 블로그에 연결된 판매페이지로 이동하여 해당상품을 구매하도록 하는 방식으로 거래 당사자 간의 공동구매를 알선함 공동구매 알선의 대가로 월정액, 알선횟수, 판매실적에 따른 수수료(약 2~10%)를 지급 받음에도 그 대가성 여부를 소비자에게 알리지 아니하였음
위법성판단	대가성 여부를 알리지 아니할 경우, 소비자들은 파워블로거가 게재한 상품 등에 대한 후기형식 또는 정보성의 글이 비영리 또는 호의로 제공되어 진정성이 있는 것으로 오인할 가능성이 매우 큼
조치	전자상거래법 제21조 제1항 제1호 위반 ⇒ 시정명령 및 과태료 부과

9) 품목별 중요정보 항목

품목	중요정보 항목	해당 항목
완구(작동완구)	결함, 하자 등 피해발생시 보상기준	표시
	자율안전확인신고 필	광고
의류	제조년월 또는 제품 최초 착용년도	표시
가구	환불·교환 가능여부 및 환불·교환 기준	표시
주방용품	- 품질보증기간 - 환불, 교환 가능 여부 및 환불, 교환 기준	표시
귀금속, 보석	- 세공불량 등 소비자피해에 대한 보상기준 - 가공국가명 및 가공지역명(국내가공의 경우 시·군·구 단위까지 기재) - 순도(함량) 및 보증기간 - 가공업자의 명칭 및 전화번호	표시
	가공국가명 및 가공지역명(국내가공의 경우 시·군·구 단위까지 기재)	광고
건강식품	- 환불·교환 가능여부 및 환불·교환기준 - 부작용 발생 가능성 (부작용이 있고 건강기능식품에 관한 법률 제17조제1항의 규정이 적용되지 않는 경우에 한함)	표시+광고
유전자 변형물질	- 식품 제조·판매업 ·식품위생법이 적용됨 - 농·수산물 생산·판매업 ·농수산물품질관리법이 적용됨	표시
	- 식품 제조·판매업/ 농·수산물 생산·판매업 ·유전자변형물질 포함 사실(유전자변형물질이 포함되어 있을 경우에 한함)	광고

10) 표시·광고 실효성 확보를 위한 제도적 장치

가) 중요정보 공개제도 (표시광고법 제4조. '중요한 표시·광고사항 고시')

(1) 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 표시·광고사항(중요정보)을 업종별로 고시하고, 이를 사업자의 표시·광고에 의무적으로 포함하도록 하는 제도

(2) 공정위는 그 사항이 표시·광고에 포함되지 아니할 경우, ① 소비자의 피해가 빈번히 발생하고 그 피해의 사후구제가 곤란한 사항, ② 소비자가 상품 등의 중대한 결함 또는 기능상의 한계 등을 정확히 알지 못하게 되고 그 알지 못한 사정이 구매선택의 판단에 결정적인 영향을 미치게 되는 사항, ③ 기타 공정한 거래질서를 현저히 저해하는 경우로서 다른 법령에서 표시·광고를 의무화하고 있지 아니한 사항을 중요정보 고시대상으로 규정하고 있음

(3) 적용 대상 업종 : 현행 3개 분야 23개 업종

(가) 3개 분야 : 유전자변형물질, 상품권, 소비자안전(전기용품, 어린이용품, 여객운송, 시설물)

(나) 23개 업종 : 가구, 건강기능식품·특수용도식품, 완구, 의류, 장의, 소형전자제품, 귀금속·보석, 자동차부품, 주방용품, 건축물 분양, 렌탈서비스, 토지분양, 화물자동차운수, 전화정보서비스, 학습교재, 사진현상 및 촬영, 체형·피부관리서비스, 해외 연수프로그램, 여행, 체육시설 운영, 사후 관리 서비스(A/S), 상조, 할인카드회원권 운영

(4) 위반 시 효과 : 최대 1억원 과태료 부과

나) 임시중지명령 제도 (표시광고법 제8조)

(1) 소비자 또는 경쟁사업자에게 중대한 피해를 줄 우려가 있는 부당한 표시·광고에 대하여 공정위의 정식절차에 의한 시정조치(통상 2~3개월 소요)까지 표시광고를 중지시킬 있도록 하는 제도

(2) ① 부당한 표시·광고로 명백히 의심되고, ② 소비자 또는 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위한 긴급한 필요가 있는 경우에 한하여 가능

(3) 임시중지명령 요청 가능 기관 : 소비자단체, 방송통신심의위원회, 한국소비자원, 한국신문윤리위원회, 한국광고자율심의기구

다) 광고실증제도 (표시광고법 제5조)

(1) 공정위는 부당한 표시·광고 우려가 있어 실증이 필요하다고 인정되는 경우에 당해 사업자에게 실증자료의 제출을 요청할 수 있고, 동 요청을 받은 사업자는 15일 이내에 실증자료를 제출하여야 함 (광고 당시를 기준으로 함. 사업자 입증책임)

(2) 실증 필요사항 : 표시·광고 중 "사실과 관련된 사항"(인체에 직접적 영향을 미치는 내용, 안전·환경 관련 내용, 성능·효능·품질 관련 내용, 기타 소비자의 구매선택 및 거래질서에 중대한 영향을 미치는 내용)

(3) 실증 방법 : 학계, 산업계에서 일반적으로 인정된 방법 등 객관적이고 타당한 방법, 법령에 의한 시험조사 기관이나 사업자와 독립된 기관의 시험조사 자료

⇒ 자체연구나 소수 샘플링 자료 등은 안됨

(4) 위반 시 효과

(가) 자료 미 제출은 1억원 이하의 과태료 처분

(나) 미 실증 광고는 부당한 표시·광고행위로 별도 제재

라) 제재조치 (무과실책임)

(1) 시정조치 (표시광고법 제7조)

(가) 당해 위반행위의 중지 또는 향후 금지(시정명령)

(나) 시정명령 받은 사실의 공표(공표명령)

(다) 정정광고 등 법 위반 행위의 시정을 위하여 필요한 조치

(2) 과징금(표시광고법 제9조) : 관련매출액의 2% 이내에서 중대성의 정도별 부과기준율 곱한 금액

(3) 고발(표시광고법 제17조)

(가) 2년 이하의 징역 또는 1억5천 만원의 벌금

(나) 전속고발 제도 : 제17조[제3조제1항(부당한 표시·광고) 위반의 죄, 제3조제1항 위반의 시정명령 불이행죄 등]에 따른 죄의 고발에 대해서 공정거래법 제71조를 준용

(4) 과태료(표시광고법 제20조)

(가) 사업자(1억원 이하), 임원 및 종업원(1천만원 이하)

(나) 대상 행위 : 중요정보고시 위반, 실증자료 미제출, 임시중지명령 불응, 조사거부/허위자료 제출 등

(5) 손해배상책임 : 사업자 등은 부당한 표시·광고를 하여 피해를 입은 자가 있는 경우, 고의 또는 과실이 없음을 들어 그 책임을 면할 수 없도록 규정하여, 부당한 표시·광고에 따른 피해에 대한 사업자의 책임을 분명히 함 (무과실책임)

(6) 동의의결 제도

(가) 부당한 표시·광고로 인한 소비자피해를 신속하고 효율적으로 구제

(나) 동의의결 대상 : 형사 처벌이 필요한 중대·명백한 위반행위를 제외한 모든 표시·광고법 위반행위

(다) 정당한 이유 없이 동의의결 미 이행 ⇒ 이행강제금 부과(1日 200만원 이하)

마) 사업자단체의 표시·광고 제한 행위의 금지 (표시광고법 제6조)

- 사업자단체가 구성사업자의 표시·광고를 금지 또는 제한하는 것은 사업자의 자유로운 사업활동을 방해하여 공정한 경쟁을 저해하는 것이 되므로 사업자단체는 법령에 의하지 아니하고는 당해 사업자단체에 가입된 사업자에 대하여 표시·광고행위를 제한하여서는 아니 됨

11) 표시·광고의 책임을 지는 주체

가) 사업자가 단독으로 광고에 관여한 경우에는 명확 (직접 광고문구 마련, 광고비 집행 등 책임)

나) 복수의 관여자가 있는 경우

(1) 직접 광고를 실행하지 않았더라도 ① 관리·감독 관계 존재, ② 광고내용의 전반에 대하여 최종 승인, ③ 계약상 광고에 대한 책임자로 규정, 비용 부담 등이 있는 경우

⇒ i) 책임이 있는 경우 모두 제재 ii) 당사자간에 어느 일방이 광고책임을 진다는 계약이 있더라도 관계 없음 iii) 광고에 대한 고의·과실 여부와 관계없이 무과실 책임

(2) 당사자간 거래약정의 내용, 문제가 된 광고에 관하여 수행한 역할과 관여 정도, 광고의 구체적 내용, 광고 주체에 대한 소비자 오인가능성 등을 종합하여 구체적, 개별적으로 판단 (판례)

Q A

Q1 망 작업 상품 중 기존 중량이 수분 증발로 감량되었을 시 어떻게 표시하여 판매해야 하는가?

A1 표시·광고법 상 중량 표시는 실제 판매되고 있는 중량과 동일해야 합니다. 다만, 부득이한 경우 수분증발로 감량될 수 있음을 명확히 표시한 후 당초 중량을 표기하는 것이 가능하다 할 것이나, 그 오차가 "계량에 관한 법률"에 의한 허용오차(예: 50g 또는 50ml 이하인 경우 9%)를 초과해서는 안 될 것입니다.

【심결례】

ㅁ 추가비용·선택관광 안내 감춘 홈쇼핑·여행사 제재

행위사실	6개 홈쇼핑 사와 20개 여행사가 기획 여행(패키지 여행)상품을 광고하면서 상품가격과 선택관광의 경비·대체 일정 등 중요 정보를 광고에 포함시키지 않은 행위
위법성판단	사업자는 표시·광고를 할 때 소비자의 구매 선택에 중요한 영향을 미치는 중요한 표시·광고사항(이하 "중요정보")을 반드시 포함하여야 하는데, 6개 홈쇼핑 사와 20개 여행사는 2014.9.1.부터 2014.11.9.까지 TV홈쇼핑에서 기획 여행상품을 광고하면서 중요정보를 누락하거나 부실하게 표시함
조치	과태료 총 5억 3천 4백만원 부과

⇒ ※ 관련 판례 : 홈쇼핑사만 광고의 주체로 보고 여행사에 대한 과태료 처분취소
- 소비자에 대한 판매의 주체는 홈쇼핑 사
- 홈쇼핑 사업자가 광고 제작을 총괄, 광고영상의 저작권 보유
- 시사점 : 광고의 주요 내용이 납품업자가 기안한 내용으로 구성되는 경우에도 유통업자가 광고의 주체로서 그 내용에 대한 책임을 질 수 있음
  - 유통업자가 광고 제작을 총괄하거나 그 내용의 선택·편집·검수 권한을 가지는 경우
  - 납품업자가 아닌 유통업자가 계약 체결, 대금 수령, A/S 등 소비자 응대를 전담하는 경우

⇒ 유통업자는 납품업자가 제공한 광고 컨텐츠에 허위·과장이 내용이 있는 지 여부 및 "중요한 표시·광고 사항고시"에서 규정한 중요사항이 표시되어 있는 지 여부를 검수해야 함

ㅁ (주)우리홈쇼핑(롯데홈쇼핑) 등 4개 사업자의 기만적인 광고행위

행위사실	전기난로 판매 시 '고유가 시대 난방비 절약형 하루 6시간 사용기준 단 404원', '6시간 사용기준 404원 상상할 수 없는 전기료' 등의 표현을 사용하여 광고하면서, 광고상 전기료의 약 8.8배에 달하는 금액의 전기료도 나올 수 있음에도 불구하고 이러한 사실을 알리지 않음
위법성판단	표시광고법상 기만적인 표시·광고행위에 해당함
조치	시정명령

ㅁ 애플코리아(유)의 중요한 표시·광고사항 고시 위반행위에 대한 건

행위사실	휴대폰, 노트북PC 등을 판매하면서 소비자분쟁해결기준보다 소비자에게 불리한 품질보증기준을 운용하면서도 각 제품의 품질보증기준이 소비자분쟁해결기준과 다르다는 사실 및 그 내용을 제품 포장용기에 표시하거나 별도로 교부하지 아니함
위법성판단	품질보증기준이 소비자분쟁해결기준과 다르면서도 그 사실을 각 제품 포장용기에 표시하거나 별도로 교부하지 않은 행위는 표시광고법 제4조 제5항에 위반되는 행위에 해당함
조치	과태료 1,450만원 부과

ㅁ (주)윈체의 부당한 광고행위에 대한 건

행위사실	(주)윈체는 2017. 3. 2. 부터 2018. 9. 10.까지 자신이 제조·판매하는 창호제품의 성능에 대하여 홈페이지, 블로그, 인스타그램, 페이스북, 카탈로그, 우편홍보물, 홈쇼핑을 통해 "냉·난방비 절감 15% Down, 25% Down, 35% Down" 등의 문구를 사용하여 광고함
위법성판단	(주)윈체의 창호로 교체할 경우 냉·난방비가 15~35% 절감된다는 내용은 특정 조건에 따라 산출된 결과물을 마치 일반적인 사항인 것처럼 부풀려 광고한 것에 해당하여 과장성이 인정되며, 이 광고를 접한 소비자는 실생활 환경에서도 기재사항과 같이 비용 절감효과가 있을 것으로 오인할 수 있으므로 소비자 오인성이 인정되고, 소비자의 합리적인 선택을 방해하여 공정거래저해성이 인정됨
조치	시정조치 및 과징금 3,200만원 부과

ㅁ 가습기 살균제 제조/판매업체의 허위광고 건

행위사실	에스케이케미칼 주식회사(이하 SK케미칼), 애경산업 주식회사(이하 애경), 주식회사 이마트(이하 이마트)는 가습기살균제를 제조 · 판매하면서 인체 안전과 관련된 정보를 은폐 · 누락하고, 안전과 품질을 확인 받은 제품인 것처럼 허위로 표시 · 광고함
위법성판단	1) 가습기살균제를 흡입할 경우의 위해성에 대한 정보를 은폐· 누락하고(기만), 마치 안전과 품질을 확인 받은 제품인 것처럼 사실과 다르게 표시하여, 가습기살균제 제품에 내재된 위해성과 표시 · 광고를 통해 소비자에게 전달된 위험성에 대한 정보 사이에 현격한 차이가 존재하여 소비자오인을 유발했으므로 위법하다고 판단함 2) 제조자(SK케미칼) 뿐만 아니라 제품을 납품 받아 자신의 명의로 판매하는 사업자(애경, 이마트)라 하더라도, 표시광고법 상의 책임이 있음을 분명히 함
조치	SK케미칼, 애경, 이마트 등 3개 법인에 시정명령 및 공표명령 부과. 총 1억 3,400만 원의 과징금 부과. SK케미칼 법인 및 전직 대표이사 2명, 애경 법인 및 전직 대표이사 2명을 각각 검찰에 고발

ㅁ 7개 공기청정 제품 제조·판매사업자의 부당한 표시·광고행위 제재 건

행위사실	코웨이㈜, 삼성전자㈜, 청호나이스㈜, ㈜위닉스, 쿠쿠홈시스㈜ 및 쿠쿠홀딩스㈜, ㈜에어비타, 엘지전자㈜ 등 7개 사는 제한적인 실험 결과만을 근거로 공기청정 제품을 '바이러스 99.99% 제거', '세균 감소율 99.9%' 등으로 광고하여 실제 성능을 오인시킴
위법성판단	- '99.9%' 등 실험결과(실험결과는 사실)만을 강조하고 제한사항(극히 제한적인 실험조건)을 구체적으로 알리지 않은 광고는 제품의 실제 성능을 오인시킬 우려가 있고, 공기청정 제품의 본질적인 기능인 유해물질 제거 성능과 관련된 중요한 사항을 은폐 · 누락한 것임(광고의 기만성 인정) - '본 제거율은 실험 조건이며, 실 사용 조건에 따라 차이가 있을 수 있습니다' 등의 관행적인 제한사항 기재만으로는 광고가 궁극적으로 전달한 제품 성능에 대한 소비자의 오인을 제거할 수 없다고 판단
조치	- 코웨이, 삼성전자, 청호나이스, 위닉스, 쿠쿠홈시스 및 쿠쿠홀딩스, 에어비타 등 6개 법인에 시정명령(향후 행위금지명령) 및 공표명령, 총 15억 6,300만원의 과징금 부과 - 엘지전자는 위반 행위의 정도가 경미하여 소비자의 오인성이 크지 않다고 판단해 경고

ㅁ 경품 행사를 빙자한 개인정보 수집·제공행위 제재

행위사실	홈플러스와 홈플러스테스코는 경품행사를 광고하면서 응모자의 개인정보가 보험회사에 제공된다는 사실을 은폐하거나 축소함
위법성판단	경품행사의 경우 개인정보 제공과 그 정보의 보험회사 전달 등과 관련된 내용은 가장 중요한 거래조건임에도 불구하고, 홈플러스는 경품행사를 광고하면서 개인정보를 보험회사에 제공한다는 사실을 명확히 알리지 않아 소비자들에게 경품행사를 단순한 사은행사로 인식하게 하였으며, 이는 중요정보를 알리지 아니한 기만적 광고에 해당함
조치	시정명령, 과징금 총 4억 3천 5백만원 부과

ㅁ 최저가격이라고 과장 광고하고 경쟁사업자 비방한 위메프 제재

행위사실	위메프는 유튜브를 통해 경쟁사업자인 쿠팡은 비싸게 판매하고, 자신은 저렴하게 판매하는 것처럼 과장 광고 및 근거 없는 비방 광고 함
위법성판단	위메프는 '구빵 비싸', '무료배송 받아봤자 최저가가 더 싸단다', '위메프가 제일 싸다' 등의 표현을 사용하여 마치 자신이 판매하는 모든 상품이 가장 저렴한 것처럼 과장 광고하고, '구팔 무료배송 미끼 결제금액 > 바가지' 등 부정적인 표현을 사용하여 쿠팡을 비방함으로써 매우 싼 가격으로 판매하는 것처럼 소비자를 오인하게 하였는데, 이는 과장 광고 및 비방 광고에 해당함
조치	시정명령

ㅁ 오토앤(주)의 부당한 광고행위

행위사실	자동차 풍절음 차단제 제조업체가 경쟁사업자의 제품보다 자사 제품이 "기능 up, 효율 up, 효과 up, 디자인 up, 사이즈 up"이라며 비방 광고하였는데, 다수의 통신판매업자들은 해당 제조업체의 제품을 납품 받으며 광고내용을 검증 없이 그대로 사용하여 판매함
위법성판단	비방적인 표시·광고행위에 해당함
조치	경고

ㅁ 대형마트 4개사의 가격 할인 부당 광고행위

행위사실	이마트 등 대형마트 4개사는 상품 가격을 이전 거래 가격보다 높게 책정하면서 1+1이라고 광고하거나, 가격 변동이 없는 상품을 할인 대상으로 광고하고, 할인율의 산정근거가 되는 이전 거래 가격을 사실과 다르게 표시함
위법성판단	소비자를 오인시킬 우려가 있는 부당한 표시·광고행위에 해당함
조치	시정명령, 과징금 총 6,200만원 부과

유의 상품(MD) / QA / 심의

ㅁ 수익형부동산 관련 부당광고

행위사실	(1) 수익률을 부풀리거나 확정수익 보장기간을 밝히지 않고 광고 (2) 객관적인 근거 없이 임대수요를 확보하고 있는 것처럼 광고 (3) 고객 유인효과가 큰 명품브랜드나 유명 패밀리레스토랑의 입점이 확정된 것처럼 광고 등 (4) 객관적인 근거 없이 분양 전에 120개 브랜드의 입점이 확정되어 있고 브랜드 직영방식으로 운영하는 것처럼 거짓·과장하여 광고 (5) 객관적인 근거 없이 장기 임차인이 확보되어 있어 공실에 대한 위험부담 없이 안정적인 임대수익을 올릴 수 있는 거짓·과장하여 광고
위법성판단	광고 문구를 '입점 예정' 의미로 보더라도 향후 광고 내용대로 실현 가능한지에 대한 충분한 검토가 없었다는 점에서 거짓·과장 광고에 해당됨
조치	시정명령, 공표명령, 과징금(2.8억원), 고발

[즐거운 경쟁이야기 - 부동산 분양광고, 사모님도 속였다]

※ 출처: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)

유의 정보보호 / CS

다. 약관의 규제에 관한 법률

[즐거운 경쟁이야기 - 알쏭달쏭 불공정약관]

정 답~!!!!
앗! 약관에 대해 잘 아시나봐요! 정답은?
공정합니다. 분양과 영업 활성화를 위한 것이니까 분양업체는 물론 분양받은 사람에게도 혜택 아닙니까?
아! 이번엔 틀렸습니다! 아쉽습니다!
상가분양계약에서 건물의 층별 상가용도는 고객이 계약을 체결함에 있어 매우 중요한 요소 아닙니까? 변경하려면 고객의 동의가 필요합니다. 따라서 불공정한 조항입니다.
정답입니다 ~!!!!!!!!!
그럼, 분양약관 문제를 하나 더 드리겠습니다. 부동산분양 계약서에 "건물분양면적의 0.3%, 대지공유지분의 2% 이내의 면적증감은 있을 수 있음을 쌍방합의 하였으며, 이 경우 매매대금을 증감, 정산하지 않는다"는 내용은 공정한 걸까요?
아~~ 아쉽게 틀리셨네요—!!!! 다른분께 기회는 넘어갑니다~!!!
정 답!!!
덧붙이자면, 이런 경우에는 고객이 계약을 해제하거나 손해배상을 청구할 수 있는 권리가 부여되어야 합니다. 사업자에게 임의로 상가용도등의 설계변경권을 부여하고 고객에게는 이의를 제기하지 못하도록 규정하는 것은 불공평 하겠죠?
네, 3번 출연자님!!! 오늘 처음 벨을 누르셨습니다. 자! 정답은?
공정합니다. 건축을 하면서 약간의 오차는 있을 수 있는 것 아닌가요. 고객도 이 정도는 감안해야 한다고 생각합니다.
부동산을 분양할 때 당초에 예정했던 내용과 실제 내용이 다를 때는 이에 대해 정산절차를 거쳐야 하는 것이 당연하지 않을까요? 비록 그 차이가 불가피하게 발생했고, 극소한 경우라도 정산방법 등에 대해 별도로 사전에 고객의 의견을 수렴하여 조치해야죠. 불공정한 조항입니다.
정답입니다~!!!!!!
오늘은 주로 약관관련 문제를 풀어봤습니다. 각종 거래에서 다양하게 사용되는 약관! 무심코 약관에 동의하는 경우가 많은데, 꼼꼼하게 따져야 피해를 방지할 수 있습니다.
사업자도 약관을 제정하면서 어떤 내용이 불공정한 것인지 모르는 경우가 많습니다. 이때는 공정거래위원회 홈페이지에서 표준약관을 참고하면 된다고 합니다. 공정위 홈페이지에는 부동산, 헬스장, 학원, 자동차매매등 60여개의 표준약관이 있다는군요. 자! 이제 다른 문제를 드리겠습니다!
자, 모두 준비되셨지요?

[즐거운 경쟁이야기 - 1년 계약 후 중도해지할 때 환불은?]

황당한 경우가 생긴 거죠..
스포츠센터 1년 회원권을
끊었는데...아버지 전근때문에
해지를 하게 되었으니깐요..
근데 문제는요...
계약할 때 유심히 보지 않아서
몰랐는데, 계약서엔 소비자에게
부당하게 불리한 조항이 가득차
있다는 걸 그때 알았죠..
이용약관
해지는 불가능합니다.
이용약관을 제대로
읽지 않으셨나보네요?
지금 해지는 불가능해요..
어떻게 해야할지 정말 막막했어요...
그런데 그때, TV에서 나오는 공정위
'약관제도팀' 에 관한 보도를 접하게 된거죠.
저는, 바로 전화를 걸었습니다.
네...여보세요!
공정위죠?
스포츠센타 회원이용약관에
대해 문의하려고 하는데요.
고객에게 불리한 조항이
많다면, 소비자들에게
엄청난 피해를 줄 수도
있겠네요^?!
네~약관에 대해 소개해 드릴게요.
약관에는 스포츠센터 약관에서부터
은행대출, 보험, 신용카드, 항공사,
전기, 가스, 주택공급, 전자상거래,
게임약관 등등 업종별로
종류가 다양합니다.
맞습니다. 그런 약관 속에 무서운
함정이 있으므로 주의하여 꼼꼼히
읽어보고 계약을 체결해야 합니다.
사후에 불공정 약관을 시정하여
피해구제를 받기까지는 상당한
시간과 비용이 들거든요.
약관이란 사업자가 다수의 고객과 일일이
흥정하여 개별적인 계약내용을 체결하는 번거로움을
피하기 위해 일정한 형식으로 미리 마련한 계약의
내용으로, 사업자가 일방적으로 작성한 것이므로
고객에게 불리한 약관조항이 적지 않습니다.
공정거래위원회는 불공정한 약관의
활용을 방지해서 결과적으로 소비자 피해발생을
예방하기 위해 노력하고 있습니다.
스포츠센타도 물론 해당이 됩니다.
함께 문제를 해결해 봅시다

1) 약관의 정의

가) 약관의 규제에 관한 법률(이하 '약관법') 제2조

- 명칭이나 형태 또는 범위에 상관없이 계약의 한쪽 당사자가 여러명의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식으로 미리 마련한 계약의 내용을 말함

나) 약관 여부 판단 기준

(1) 명칭이나 형태 또는 범위에 상관없이

- 금융·보험약관, 병원이용약관, 분양·임대차계약서, 체육시설 이용약관, 홈페이지 이용수칙, 휴대폰 등 통신서비스 약관, 목욕탕의 귀중품 보관 안내문 등

(2) 계약의 한쪽 당사자가, 여러명의 상대방과 계약을 체결하기 위하여, 일정한 형식으로, 미리 마련

- 일방성, 일반성, 형식성(수기 작성O, 단순히 말로 이뤄진 것X), 사전성

다) 심결례

행위사실	입원환자와 계약을 체결하기 위해 마련한 입원약정서에 공정위가 정한 표준약관 표지를 우측 상단에 사용하였고, 공정위의 입원약정서 표준약관에 비하여 고객에게 불리한 조항이 포함되어 있음
위법성판단	표준약관 표지는 당해 약관이 공정위가 심사하여 불공정성을 제거한 약관이라는 신뢰를 형성하기 때문에 약관법상 표준약관 표지를 허위로 사용하는 행위는 금지됨
조치내용	과태료 2,000만원 부과

라) 관련 판례

판결 요지	공매 공고문과 매매계약서를 미리 작성하는 것은 공매절차의 특성에서 비롯되는 것이지 다수의 상대방과 동종의 계약을 반복적으로 체결하기 위해 미리 작성하는 것이 아닌 점 등에 비추어 특약(매매계약 이후 발생하는 처분금지가처분은 매수인의 책임으로 처리)이 포함된 공고문 등은 약관에 해당하지 않는다고 한 사례(대법원 2020.11.26. 선고 2020다253379)

2) 중요내용의 설명의무

가) 약관법 제3조 제3항, 제4항

- 사업자는 계약의 성질상 설명하는 것이 현저하게 곤란한 경우를 외에는 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하여야 함
- 위 설명의무를 위반하여 계약을 체결한 경우에는 해당 약관을 계약의 내용으로 주장할 수 없음

나) 관련 판례(대법원 2019.5.30. 선고 2016다276177)

사실관계	# 약관조항 : 부가서비스 변경 시에는 변경사유, 내용 등을 변경일 6개월 이전에 고지 - 원고는 피고 발행의 카드 발급 + 사용금액당 마일리지 적립 제공 약정 - 피고는 자신의 인터넷 홈페이지등에 적립 기준의 변경을 공지 후 변경 마일리지를 제공 - 원고는 약정한 대로 마일리지를 제공하라는 취지의 소송을 제기

판결 요지	• 설명의무의 대상이 되는 '중요한 내용'은 사회통념에 비추어 고객이 계약체결의 여부나 대가를 결정하는 데 직접적인 영향을 미칠 수 있는 사항을 의미하므로, 약관에 정하여진 사항이라 하더라도 거래상 일반적이고 공통된 것이어서 고객이 별도의 설명 없이도 충분히 예상할 수 있었던 사항이거나 이미 법령에 의하여 정하여진 것을 되풀이하거나 부연하는 정도에 불과한 사항이라면 사업자에게 설명의무가 있다고 할 수 없음 • 해당 카드에 관한 마일리지 제공 기준은 단순한 부수적인 서비스를 넘어서서 이 사건 계약의 주요 내용을 이룬다고 해석되고, 원고가 이 사건 계약 체결 여부를 정할 때에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 사항으로서 설명의무의 대상이 되는 약관의 중요한 내용에 해당된다고 봄이 상당함 • 인터넷을 통하여 약관 게시할 경우에도 설명의무 면제되지 아니하고, 명시의무 이행으로 설명의무까지 이행하였다고 볼 수 없음. 따라서 해당 약관조항을 계약의 내용으로 주장할 수 없고, 피고는 약정한대로의 마일리지를 제공할 의무가 있음

3) 개별 약정 우선의 원칙

가) 개별 약정 우선의 원칙

(1) 적용 법령

- 약관법 제4조(개별 약정의 우선) : 약관에서 정하고 있는 사항에 관하여 사업자와 고객이 약관의 내용과 다르게 합의한 사항이 있을 때에는 그 합의 사항은 약관보다 우선한다.

(2) 적용 요건

(가) 약관의 특정 조항에 관하여 개별적인 교섭(또는 흥정)을 거침으로써 상대방이 자신의 이익을 조정할 기회를 가졌다면, 그 특정조항은 약관법의 규율대상이 아닌 개별약정이 됨

(나) 개별적 교섭의 존재 인정요건 : 적어도 약관 작성자와 그 상대방이 거의 대등한 지위에서 당해 특정 조항에 대하여 충분한 검토와 고려를 한 뒤 영향력을 행사함으로써 미리 마련된 특정 조항의 내용에 구속되지 아니하고 이를 변경할 가능성이 있어야 함

(다) 개별적 교섭 존재에 관한 증명책임: 개별약정으로 되었다고 주장하는 사업자 측에서 증명하여야 함

나) 관련 판례(대법원 2014.6.12. 선고 2013다214864)

사실관계	피고 보험회사가 원고에게 부동산 담보대출을 하면서 가산금리 적용 등과 결부시켜 '근저당권 설정비용의 부담에 관하여 항목별로 제시한 세 개의 란 중 하나에 V표시를 하는 방법으로 비용을 부담한다'는 취지의 조항이 포함된 대출거래약정서, 근저당권설정계약서 등을 사용하고, 원고가 위 조항에 따른 선택 등으로 근저당권설정비용을 부담
판결요지	• 이 사건 비용부담조항은 피고가 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 그 조항에서 정한 선택 항목의 범위에서 계약이 이루어질 수 있도록 일정한 형식을 갖추어 미리 마련한 계약의 내용으로서 약관에 해당한다고 볼 수 있음 • 개별약정으로 인정되기 위해서는 위 비용부담조항에서 정한 선택 항목에 따라 선택이 이루어졌다는 사정만으로는 부족하고, 제시된 제한적인 선택 항목에 구속되지 아니하고 그 내용을 변경함으로써 원고의 이익을 조정할 수 있는 기회를 가졌음에 관한 개별, 구체적인 사정이 있어야 한다고 보아 원심판결에 개별약정에 해당하는지의 판단 기준이나 증명책임에 관한 법리오해 등 위법이 있다고 한 사례

4) 작성자 불이익의 원칙

가) 작성자 불이익의 원칙

(1) 적용 법령

- 약관법 제5조(약관의 해석) 제2항 : 약관의 뜻이 명백하지 아니한 경우에는 고객에게 유리하게 해석되어야 한다.

(2) 적용 요건

(가) 평균적 고객의 이해 가능성 : 약관의 해석은 신의성실의 원칙에 따라 당해 약관의 목적과 취지를 고려하여 공정하고 합리적으로 해석하되, 개별 계약 당사자가 기도한 목적이나 의사를 참작함이 없이 평균적 고객의 이해 가능성을 기준으로 객관적, 획일적으로 해석하여야 함

(나) 불명백한 경우 고객에게 유리하게 해석 : 위의 기준으로 해석한 결과, 약관조항이 객관적으로 다의적으로 해석되고 그 각각의 해석이 합리성이 있는 등 당해 약관의 뜻이 명백하지 아니한 경우에는 고객에게 유리하게 해석하여야 함

나) 관련 판례(대법원 2018.7.24. 선고 2017다256828)

갑이 대장 내시경 검사를 받던 중 직장에서 크기가 1㎝ 미만인 용종이 발견되어 용종절제술을 받았고, 병리 전문의사가 실시한 조직검사 결과를 토대로 갑의 주치의인 임상의사가 위 용종에 관하여 '직장의 악성 신생물'이라는 진단서를 발급하였는데, 위 용종이 갑 및 그 배우자인 을이 병 보험회사 등과 체결한 보험계약의 약관에서 정한 '암'에 해당하는지 문제 된 사안에서, 보험사고 또는 보험금 지급액의 범위와 관련하여 위 보험약관이 규정하는 '암'은 객관적으로 다의적으로 해석되어 약관 조항의 뜻이 명백하지 아니한 경우에 해당하는 것이어서 약관의 규제에 관한 법률 제5조 제2항에서 정한 작성자 불이익의 원칙에 따라 갑의 용종과 같은 상세불명의 직장 유암종은 제3차 개정 한국표준질병·사인분류상 '소화기관의 악성 신생물'로서 보험약관에서 정한 '암'에 해당한다고 해석함이 타당한데도, 이와 달리 본 원심 판결에는 약관의 해석에 관한 법리오해의 잘못이 있다고 한 사례

5) 축소해석의 원칙

가) 축소해석의 원칙

법률행위는 당사자의 내심적 의사에 관계없이 당사자가 그 표시행위에 부여한 법률행위는 당사자의 내심적 의사에 관계없이 당사자가 그 표시행위에 부여한 객관적 의미를 합리적으로 해석하여야 하며, 특히 당사자 일방이 작성한 약관이 계약의 일부로서 상대방의 법률상 지위에 중대한 영향을 미치게 되는 경우에는 약관법 제6조 제1항(신의성실의 원칙을 위반하여 공정성을 잃은 약관 조항은 무효이다), 제7조 제2호(상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항은 무효로 한다)의 규정 취지에 비추어 더욱 엄격하게 해석하여야 함

나) 관련 판례(대법원 2006.9.8, 선고, 2006다24131)

신용보증기관이 만든 대출보증약관의 면책기준에서 면책의 요건인 '장애'에 관하여 '채권자의 신용보증사고통지 지연에 의하여 신용보증기관이 채권보전조치를 취하기 전에 피보증인 및 신용보증약정서상 연대보증인 소유재산이 소유권이전, 담보권설정, 가처분, 가등기된 경우'로 정하고 있는 경우, 이는 예시적인 것이 아니라 위와 같은 경우에 한정되는 것으로 보아야 하므로, 여기에서 장애는, 채권자의 신용보증사고 통지가 지연되고 있는 동안 구상권 행사의 대상이 되는 재산이 도피되거나 그 재산에 대하여 보증인에 우선하는 선순위 채권자가 새로 생기는 것을 말하고, 신용보증기관이 기존 권리의 실행절차에 불과한 경매절차에 참여하지 못하는 것은 위 면책기준에서 말하는 장애에 해당하지 않는다고 판시한 사례

【심결례】

ㅁ 배달앱 사업자의 이용약관상 불공정약관조항 시정 (2021.08.18. 공정거래위원회 보도자료)

행위사실	1) 배달문제로 발생한 손해에 대해 사업자가 책임을 지지 않는 조항 2) 소비자의 게시물을 사전통보 없이 삭제하는 조항 3) 소비자가 탈퇴한 후 소비자의 게시물을 별도의 동의절차 없이 제3자와 공유하는 조항
위법성판단	1) 약관법상 사업자의 고의·중과실로 인한 법률상 책임을 배제하는 조항은 무효(약관법 제7조), 또한 사업자의 경과실로 인한 법률상의 책임을 면책하는 것이 고객의 정당한 신뢰에 반하여 부당하게 불리하다면 이 역시 면책될 수 없음(약관법 제6조) 2) 게시물의 내용, 피해의 성격 등에 대한 고려 없이 단지 사업자의 판단에 따라 아무런 통지 없이 게시물에 대한 영구적 삭제 조치까지 할 수 있는 것은 고객에게 부당하기 불리하므로 무효(약관법 제6조) 3) 탈퇴한 소비자의 저작물을 제3자와 공유할 수 있는 권한을 부여하는 것은 소비자에게 지나치게 불리하며, 고객에게 부당하게 불리한 약관조항은 무효(약관법 제6조)
조치	1) 음식의 가격 뿐 아니라 배달비까지 포함시켜서 결제하고 있는 실정에도 불구하고 주문 및 배달 과정에서 발생한 손해에 대해 어떠한 책임도 지지 않는다고 정한 조항을 수정하여, 배달앱이 부담해야할 법적 책임을 면제할 수 없도록 함 2) 게시물의 차단 등 임시조치는 즉시 취할 수 있도록 하되 삭제와 같은 영구적 조치를 취하기 위해서는 사업자가 사전에 소비자에게 관련 내용을 통지(고지)하도록 시정 3) 해당 조항의 삭제 및 탈퇴한 소비자의 게시물 삭제요청이 있으면 그에 따라 게시물을 삭제할 수 있도록 시정

ㅁ 쿠팡㈜의 이용약관상 불공정약관조항 시정 (2021.7.21. 공정거래위원회 보도자료)

행위사실	1) 사업자의 법률상 책임을 부당하게 면제하는 조항 2) 납품업자 컨텐츠를 사업자가 제한없이 자유롭게 사용하는 조항, 판매자 컨텐츠를 제한없이 상품의 대표컨텐츠로 사용하는 조항
위법성판단	1) 약관법상 사업자의 고의·중과실로 인한 법률상 책임을 배제하는 조항은 무효(약관법 제7조), 또한 사업자의 경과실로 인한 법률상의 책임을 면책하는 것이 고객의 정당한 신뢰에 반하여 부당하게 불리하다면 이 역시 면책될 수 없음(약관법 제6조) 2) 저작권법의 의도와 한계(최소한의 범위 내에서 이용 및 제3자에게 양도시 상대방에게 별도의 동의 필요)를 넘어서 저작물에 대한 권한을 과도하게 사업자에게 부여하는 조항은 고객에게 부당하게 불리한 조항으로 무효(약관법 제6조)
조치	1) 자신의 귀책 범위에 합당한 책임을 지도록 약관을 시정하거나 위법한 조항을 삭제 2) 법적 한계를 넘어 과도하게 판매자의 컨텐츠를 사용하는 조항을 삭제하거나 수정하여, 컨텐츠 이용에 대한 상황적·시간적 범위를 합리적으로 제한

【심결례】

백화점과 입점업체(중소상공인)간 불공정약관 시정 (2016.3.8. 공정거래위원회 보도자료)

약관법 제6조(일반원칙)

② 약관의 내용 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 내용을 정하고 있는 조항은 공정성을 잃은 것으로 추정된다.

1. 고객에게 부당하게 불리한 조항

ㅁ 입점업체에게 부당하게 판매 촉진 비용을 전가할 우려가 있는 조항

- 시정 전 : 구체적인 요건이나 한계 설정 없이 입점업체가 예상이익의 비율에 따라 판매 촉진 비용을 부담하도록 규정함
- 시정 후 : 대규모유통업법 제11조에 따라 입점업체의 자발적인 요청에 의한 차별화되는 판촉행사가 아닌 한 입점업체의 판매 촉진 비용 분담 비율이 50%를 초과할 수 없도록 시정함
- 시정 사유 : 대규모유통업법이 입점업체의 자발적인 요청에 의한 판촉행사가 아닌 한 입점업체의 판매촉진 비용 분담 비율이 50%를 초과할 수 없도록 규정하고 있음에도 불구하고, 구체적인 요건이나 한계 설정없이 입점업체가 예상 이익의 비율에 따라 판매 촉진 비용을 부담하도록 규정하고 있어 불공정함
- 약관 조항 예시

시정 전	시정 후
[제23조] ⑤ 판촉행사에 소요되는 비용은 백화점과 입점업체가 예상이익의 비율에 따라 분담하는 것으로 한다.	[제23조] ⑤ 판촉행사에 소요되는 비용은 백화점과 입점업체가 예상이익의 비율에 따라 정하는 것을 원칙으로 하되, <u>입점업체의 판매촉진비용 분담비율은 100분의 50을 초과할 수 없다.</u>

약관법 제9조(계약의 해제 · 해지)

계약의 해제 · 해지에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 내용을 정하고 있는 조항은 무효로 한다.

2. 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권 또는 해지권을 부여하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항
3. 법률에 따른 사업자의 해제권 또는 해지권의 행사 요건을 완화하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항

ㅁ 백화점이 자의적 판단으로 계약을 해지할 수 있도록 하거나 최고 없이 즉시 계약을 해지할 수 있도록 한 조항

- 시정 전 : 1) 구체적이고 타당한 기준 없이 백화점의 자의적인 판단에 따라 계약을 해지할 수 있도록 규정함, 2) 또한 판매 대금 미입금, 품질검사 불합격, 임점업체에 대한 채권자의 회생·파산신청 등과 같이 그 자체만으로 채무 이행이 불가능하게 되었다고 볼 수 없는 경우에도 최고없이 계약을 즉시 해지할 수 있도록 함
- 시정 후 : 1) 구체적이고 타당한 계약 해지 기준을 마련하도록 하고, 2) 상당한 기간을 정하여 그 이행을 최고하고 그 기간 내에 이행하지 않을 때 비로소 그 계약을 해지할 수 있도록 시정함

- 시정 사유 : 1) 계약의 해지는 계약 당사자의 이해에 중대한 영향을 미치는 사항이므로 해지 사유를 약정하는 경우에는 그 사유가 구체적으로 열거되어야 하며 그 내용도 타당해야함에도 불구하고 해당 조항은 구체적이고 타당한 기준없이 백화점의 자의적인 판단에 의하여 입점업체의 지위를 불안정하게 하는 규정이므로 불공정하며, 2) 설령 계약당사자의 책임 있는 사유로 계약을 해지하는 경우에도 채무이행이 불가능하게 된 때 또는 관련 법규에서 금지하고 있는 당연한 경우를 제외하고는 상당한 기간을 정하여 이행을 최고하고 그 기간 내에 이행하지 않을 때 비로소 그 계약을 해지할 수 있도록 해야함(민법 제544조)
- 약관 조항 예시

시정 전	시정 후
[제21조] ① 갑과 을은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생할 경우 이 계약을 해지할 수 있다. 1. 을의 종업원이 갑의 고객으로부터 컴플레인을 제기당하는 경우 2. 기타 본 계약상의 의무를 이행할 수 없다고 갑이 판단하는 경우 ② 다음 각호에 해당하는 사유가 발생하였을 경우 백화점은 이행의 최고 없이 즉시 본 계약을 해지할 수 있다. 1. 입점업체 또는 입점업체가 지원한 협력사원이 판매대금을 즉시 구매자에게 입금하지 않는 경우 2. 입점업체의 영업준비가 미비하여 지정된 계약기간 개시일에 개점이 지연되는 경우 3. 품질검사 및 성분검사 결과 납품상품이 법적기준을 충족시키지 못하는 불합격(부적합) 판정을 받은 경우 4. 입점업체의 채권자에 의한 회생·파산절차의 신청이 있는 경우	[제21조] ① 갑과 을은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생할 경우 이 계약을 해지할 수 있다. 1. 을의 종업원이 갑의 고객으로부터 정당한 사유로 컴플레인을 3회 이상 제기당하였고, 시정을 요구하였음에도 시정이 이루어지지 않는 경우 2. 을이 스스로 회생·파산을 신청하는 등 동 계약 이행이 현저히 곤란하게 되었음이 객관적으로 인정되는 경우 ② 다음 각호에 해당하는 사유가 발생하였을 경우 백화점은 14일 이상의 기간을 정하여 상대방에 대한 서면통보로써 그 시정을 요구하고, 이 기간 내에 시정이 이루어지지 않으면 본 계약을 해지할 수 있다. 1. 입점업체 또는 입점업체가 지원한 협력사원이 판매대금을 즉시 구매자에게 입금하지 않는 경우 2. 입점업체의 영업준비가 미비하여 지정된 계약기간 개시일에 개점이 지연되는 경우 3. 품질검사 및 성분검사 결과 납품상품이 법적기준을 충족시키지 못하는 불합격(부적합) 판정을 받은 경우 4. 입점업체의 채권자에 의한 회생·파산절차의 신청이 있는 경우

약관법 제10조(채무의 이행)

채무의 이행에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 내용을 정하고 있는 조항은 무효로 한다.

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

ㅁ 백화점이 자의적으로 상품 수령을 거부할 수 있도록 한 조항

- 시정 전 : 고객의 불만이 제기된다는 이유만으로 백화점이 상품 수령을 거부할 수 있도록 함
- 시정 후 : ① 불만 사유가 정당하고, ② 다수 고객에 의해 반복적으로 이루어지며, ③ 시정의 기회를 부여하였음에도 시정이 이루어지지 않는 경우에 한해 조치를 취할 수 있도록 시정함
- 시정 사유 : 고객의 불만이 제기된다는 이유만으로 ① 불만 사유의 정당성, ② 반복성, ③ 시정 가능성 등을 고려하지 않고 백화점이 일방적으로 상품 수령을 거부할 수 있도록 하고 있어 불공정함
- 약관 조항 예시

시정 전	시정 후
[제7조] 입점업체가 입고하는 상품에 관하여 백화점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우, 그 입고를 거절할 수 있다. 3. 고객 등 제3자로부터 컴플레인을 제기당하는 경우	[제7조] 입점업체가 입고하는 상품에 관하여 백화점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우, 그 입고를 거절할 수 있다. 3. 고객 등 제3자로부터 정당한 사유로 컴플레인을 3회 이상 제기당하고 개선의 여지가 없는 경우

유의 CS / QA / 심의

라. 소비자기본법

[즐거운 경쟁이야기 - 콘도회원권을 공짜로 준다구요?]

XX콘도회사
△△콘도, □□콘도와
전격제휴!!!!!
'△△콘도, □□콘도랑 제휴를?
두 회사는 엄청 유명한 회사인데...한번 확인해 볼까?
아무래도 결제도 안했는데 이런 책자를
보내온 것도 수상하고.....'
예.. △△콘도죠??
혹시 XX콘도랑 제휴한 게
사실인가요?? 네?????
그런 사실이 없다구요?
정말입니까?
탁
띠리리링
신용카드 결제승인
XX콘도 79만원
엉???
이게 뭐야. 내가
언제 결제했다고.

여보세요. XX콘도회사죠?
콘도회원으로 가입하겠다고 한 적이
없는데 79만원이 결제됐어요. 그리고
제휴회사라고 말씀하셨던 곳에 전화해
봤더니 제휴한 사실이 없다던데요.
결제취소해 주세요 당장~!!
예? 뭐라구요?
담당자가 없다구요?
이..이보세요!!
소비자
피해주의보
????
요즘 일부 콘도회사들이 이벤트
당첨 등으로 콘도회원권을 무료로 준다며
소비자들을 콘도회원으로 가입시킨다는군.
하지만 실질적으로 무료가 아니고, 내용도
형편없대. 해약도 어려워서 소비자 피해가
증가하고 있다는 거야. 그래서 공정위가
소비자피해주의보를 발령했어
이를 어째~!
방법이 없는 건 아니야. 전화권유
판매나 방문판매 계약은 계약일로부터
14일내에 철회가 가능해. 먼저 기간 내에 콘도
회사한테 계약내용, 계약일자, 해약사유등을 작성해
내용증명우편으로 발송하고 사본을 보관해야 돼
그리고 사은품을 훼손하거나 잃어버리면 이를
빌미로 해약을 거절하거나 과다한 위약금
을 요구하는 사례가 많으니까 우리가
택배로 받은 것을 훼손하거나
잃어버리면 곤란하지
공정거래위원회가
얼마전에 발령한 '소비자
피해주의보'라는 것이
바로 이것이었구나~!
그럼 우리도
피해자가 된
셈이네?
그치.무료라는 말에 현혹되지 말고,
서비스의 내용 등을 신중하게 확인하고
계약해야 해. 사실과 다른 설명을 하는 경우가
많으니까 계약서나 약관의 내용도 꼭 봐야하고
신용조회에 필요하다면서 신용카드 번호를
요구하는 경우가 있는데, 알려주면 나도
모르는 사이에 대금결제가 이루어질
수 있기 때문에 절대
알려 주면 안돼
그 이야기를 들으니까 좀
살 것 같네. 어서 내용증명
발송하러 가자구요~

1) 소비자법 체계

헌법 제124조	국가는 건전한 소비행위를 계도하고 생산품의 품질향상을 촉구하기 위한 소비자보호운동을 법률이 정하는 바에 의하여 보장한다.
소비자기본법	- 우리나라 소비자정책의 근간이 되는 법률 - 소비자정책의 방향, 체계, 조직, 추진에 관한 기본적인 사항 규정
일반법적인 소비자거래 관련 법률	- 민법 : 계약의 성립, 미성년자거래, 여행계약, 채무불이행, 불법행위 등 - 약관의 규제에 관한 법률 - 제조물 책임법 - 표시·광고의 공정화에 관한 법률
특별법적인 소비자거래 관련 법률	- 방문판매 등에 관한 법률 : 방문판매, 계속거래, 전화권유거래, 다단계판매, 선불식 할부계약 등 규제 - 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률
공정거래위원회 고시	- 소비자분쟁해결기준 - 선불식 할부계약의 해제에 따른 해약환급금 산정기준 고시 - 부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시

2) 기초개념

가) 소비자의 개념

(1) 소비자기본법 제2조 : 사업자가 제공하는 물품 또는 용역(시설물을 포함)을 소비생활을 위하여 사용하는 자 또는 생산활동을 위하여 사용하는 자로서 대통령령으로 정하는 자

(2) 시행령 제2조

(가) 제공된 물품 또는 용역을 최종적으로 사용하는 자

(단, 원재료, 중간재, 자본재 또는 이에 준하는 용도로 생산활동에 사용하는 자는 제외)

(나) 제공된 물품등을 농·축·어업 활동을 위하여 사용하는 자

나) 소비자정책의 개념

(1) 정의 : 시장경제에서 소비자문제를 해결하기 위하여 정부가 법과 제도 등을 통하여 시장에 직 · 간접적으로 개입하는 일련의 과정임. 소비자의 능력을 배양하는 효과적인 소비자정책은 소비자에게는 직접적인 후생증대를, 기업에게는 기술개발과 가격인하를 유도하는 경쟁압력으로 작용하는 선순환 구조의 초석임

(2) 소비자정책은 소비자정책은 거래 적정화, 안전성 보장, 정보제공, 소비자교육과 피해구제의 5개 영역으로 크게 구분

3) 소비자기본법 내용

가) 소비자의 권리(소비자기본법 제4조)

(1) 물품 또는 용역(이하 "물품등"이라 한다)으로 인한 생명·신체 또는 재산에 대한 위해로부터 보호받을 권리

(2) 물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리

(3) 물품 등을 사용함에 있어서 거래상대방·구입장소·가격 및 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리

(4) 소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리

(5) 물품등의 사용으로 인하여 입은 피해에 대하여 신속 · 공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리

(6) 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리

(7) 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리

(8) 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리

나) 사업자의 책무

(1) 물품등으로 인하여 소비자에게 생명·신체 또는 재산에 대한 위해가 발생하지 아니하도록 필요한 조치를 강구하여야 함

(2) 물품등을 공급함에 있어서 소비자의 합리적인 선택이나 이익을 침해할 우려가 있는 거래조건이나 거래방법을 사용하여서는 안 됨

(3) 소비자에게 물품등에 대한 정보를 성실하고 정확하게 제공하여야 함

(4) 소비자의 개인정보가 분실·도난·누출·변조 또는 훼손되지 아니하도록 그 개인정보를 성실하게 취급하여야 함

(5) 물품등의 하자로 인한 소비자의 불만이나 피해를 해결하거나 보상하여야 하며, 채무불이행 등으로 인한 소비자의 손해를 배상하여야 함

다) 거래 적정화 (소비자기본법 제12조)

(1) 목적 : 사업자의 불공정한 거래조건이나 거래방법으로 인하여 소비자가 부당한 피해를 입지 않고 합리적인 선택을 할 수있도록 함

(2) 주요내용

(가) 사업자의 부당한 행위를 지정 · 고시

(나) 약관에 따른 거래 및 방문판매·다단계 판매·할부판매·통신판매·전자거래 등 특수한 거래에 대한 시책 강구

라) 안전성 보장 (소비자기본법 제8, 45, 52조)

(1) 목적 : 각종 위해로부터 소비자를 보호하고, 사업자의 소비자안전에 대한 인식을 제고하기 위함

(2) 주요내용

(가) 위해의 방지

(나) 어린이, 노약자 등 취약계층의 보호

(다) 위해발생 우려시 관계중앙행정기관에 대한 시정요청

(라) 사업자 결함정보의 보고의무

(마) 결함있는 물품에 대한 사업자의 자진수거 의무 규정

(바) 중앙행정기관의 사업자의 결함있는 물품에 대해 수거·파기 등의 권고·명령 규정

(사) 위해정보의 수집을 위해 소비자안전센터를 설치하고 안전센터는 위해정보를 수집·분석하여 위해방지를 위한 조치를 할 수 있음을 규정

마) 정보제공 (소비자기본법 제13조 제2항)

(1) 목적 : 소비자가 물품 등을 합리적으로 선택할 수 있도록 하기 위하여 물품 등의 거래조건 · 거래방법 · 품질 · 안전성 및 환경성 등에 관련되는 사업자의 정보를 소비자에게 제공

(2) 주요내용 : 소비자에게 합리적 선택을 위해 필요한 정보 제공 촉진

- 가격·품질 비교 정보 지원 사업, 국내외 가격차 조사·발표

바) 소비자교육 (소비자기본법 제14조)

(1) 목적 : 소비자교육은 소비자가 올바른 권리행사를 하고, 물품과 관련된 판단능력을 높이고, 자신의 선택에 책임을 지는 소비생활을 할 수 있는 역량을 강화하기 위함

(2) 주요내용 : 국가와 지방자치단체는 소비자의 능력향상을 위한 교육을 실시하여야 함

- 소비자교육 프로그램 개발
- 소비자교육과 학교교육·평생교육을 연계한 시책 수립·시행
- 소비자 능력 향상을 위한 방법으로 방송사업 실시 가능

사) 피해구제 (소비자기본법 제31, 53~76조)

(1) 목적 : 소비자의 불만을 처리하고 관련 피해를 구제

(2) 주요내용

(가) 소비자단체협의체의 자율적 분쟁조정

(나) 사업자의 자율적 불만 처리 권장

(다) 한국소비자원의 피해구제

(라) 한국소비자원에 소비자분쟁조정위원회를 설치하고 운영

(마) 일정 요건을 갖춘 단체는 사업자의 소비자에 대한 권익 침해 행위의 금지·중지를 구하는 소비자단체소송을 제기할 수 있음을 규정

4) 소비자단체와 한국소비자원

가) 소비자단체의 역할 (소비자기본법 제28조, 제78조)

(1) 국가 및 지방자치단체의 소비자의 권익과 관련된 시책에 대한 건의

(2) 물품등의 규격 · 품질 · 안전성 · 환경성에 관한 시험 · 검사 및 가격 등을 포함한 거래조건이나 거래방법에 관한 조사 · 분석

(3) 소비자문제에 관한 조사·연구

(4) 소비자의 교육

(5) 소비자의 불만 및 피해를 처리하기 위한 상담 · 정보제공 및 당사자 사이의 합의의 권고

(6) 사업자에게 필요한 자료·정보 제공 요청

나) 한국소비자원의 역할 (소비자기본법 제35조, 제78조)

(1) 소비자의 권익과 관련된 제도와 정책의 연구 및 건의

(2) 소비자의 권익증진을 위하여 필요한 경우 물품등의 규격 · 품질 · 안전성 · 환경성에 관한 시험 · 검사 및 가격 등을 포함한 거래조건이나 거래방법에 대한 조사 · 분석

(3) 소비자의 권익증진 · 안전 및 소비생활의 향상을 위한 정보의 수집 · 제공 및 국제협력

(4) 소비자의 권익증진 · 안전 및 능력개발과 관련된 교육 · 홍보 및 방송사업

(5) 소비자의 불만처리 및 피해구제

(6) 소비자의 권익증진 및 소비생활의 합리화를 위한 종합적인 조사 · 연구

(7) 국가 또는 지방자치단체가 소비자의 권익증진과 관련하여 의뢰한 조사 등의 업무

개정 (8) 공정거래위원회로부터 위탁받은 동의의결의 이행관리

(9) 소비자의 권익증진 및 안전에 관한 업무

(10) 사업자에게 필요한 자료·정보 제공 요청

5) 소비자 안전

가) 사업자의 결함정보 보고의무 (소비자기본법 제47조)

(1) 정의 : 물품의 중대한 결함 사실을 소관 중앙행정기관의 장에게 보고할 의무

(2) 대상 : 제조자, 판매자, 수입업자 등

(3) 처벌 : 위반 시 3천만원 이하의 과태료 부과

나) 리콜제도

(1) 정의 : 사업자가 소비자의 생명, 재산 등에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 제품을 스스로 수거·파기·수리·교환 등을 하는 제도

(2) 리콜절차

결함정보의 수집	▶	리콜계획서 제출	▶	소비자에게 리콜계획 통보	▶	리콜조치	▶	리콜결과 보고 및 정부의 감독
사업자, 소비자 지방자치단체		리콜계획서 제출		리콜계획서 제출		사업자 소비자		사업자 지방자치단체

다) 한국소비자원에서 소비자위해감시시스템(http://www.ciss.go.kr) 운영

Consumer Injury Surveillance System(소비자위해감시시스템)의 영문 머리글자를 딴 약칭으로, 소비자기본법 제8조(위해의 방지), 제51조 제1항 제1호 및 제52조(위해정보의 수집 및 처리) 및 동법 시행령 제39조(위해정보제출기관의 지정·운영 등)에 의거 전국의 58개 병원, 18개 소방서 등 위해정보제출기관과 소비자상담센터(www.ccn.go.kr, 전화 국번없이 1372) 을 통해 접수되는 소비자상담, 핫라인(080-900-3500), 국내외 언론 등으로부터 위해정보를 수집하고 분석·평가하여 관련 조치를 취할 수 있도록 구축된 소비자 위해상황 상시감시시스템

6) 소비자 분쟁해결기준 (소비자기본법 제16조 제2항)

가) 의의와 법적성격

1) 소비자와 사업자 사이에 발생하는 분쟁을 원활하게 해결하기 위한 합의 또는 권고의 기준으로, 당사자 사이에 분쟁해결 방법에 관한 별도의 의사 표시가 없는 경우에 한해 적용함. 일반적 원칙을 정한 '일반적 소비자분쟁해결기준'과 품목별로 소비자피해의 보상기준을 정한 '품목별 소비자분쟁해결기준'로 구분됨

2) 법적성격 : 강제력 없음

(가) 분쟁당사자 사이에 별도의 의사표시가 없는 경우에 한하여 분쟁해결을 위한 합의/권고의 기준

(나) 분쟁해결기준과 다른 합의 가능하고, 법원 판단을 구속할 수 없음

나) 적용방법

(1) 다른 법령에 따른 분쟁해결기준이 더 유리한 경우

: 해당 분쟁해결기준이 우선해서 적용됨 (소비자기본법 시행령 제9조 제1항)

(2) 해당 품목에 대한 분쟁해결기준이 없는 경우

: 품목별 소비자분쟁해결기준에서 해당 품목에 대한 분쟁해결기준이 없는 경우에는 같은 기준에서 정한 유사품종에 대한 분쟁해결기준이 준용될 수 있음 (소비자기본법 시행령 제9조 제2항)

(3) 동일 피해에 대한 분쟁해결기준이 복수인 경우

: 품목별 소비자분쟁해결기준에서 동일한 피해에 대한 분쟁해결기준이 두 가지 이상 정해져 있는 경우에는 소비자가 선택하는 분쟁해결기준이 적용됨 (소비자기본법 시행령 제9조 제3항)

다) 일반적 소비자분쟁해결기준

(1) 물품 등의 하자·채무불이행

(가) 수리·교환·환급비용의 부담

① 품질보증기간 동안의 수리·교환·환급에 드는 비용은 사업자가 부담

② 다만, 소비자의 취급 잘못, 천재지변으로 인한 고장·손상, 지정수리점·설치점이 아닌 자의 수리·설치로 인해 물품 등이 변경·손상된 경우에는 사업자가 비용을 부담하지 않음

(나) 수리 기준

① 소비자가 수리를 의뢰한 날부터 1개월이 지난 후에도 사업자가 수리된 물품 등을 소비자에게 인도하지 못할 경우에는

i) 품질보증기간 이내일 때에는 같은 종류의 물품 등으로 교환하거나, 같은 종류의 물품 등으로 교환이 불가능한 경우에는 환급해야 하고,

ii) 품질보증기간이 지났을 때에는 구입가격을 기준으로 정액 감가상각한 금액에 10%를 더해서 환금해야 함

② 물품 등을 유상으로 수리한 날부터 2개월 이내에 소비자가 정상적으로 사용하는 과정에서 그 수리한 부분에 종전과 동일한 고장이 재발하면 무상으로 수리하되, 수리가 불가능한 경우에는 종전에 받은 수리비를 환급해야 함

(다) 교환 기준

① 물품 등(할인 판매된 물품 등을 포함)의 교환은 같은 종류의 물품 등으로 하되, 같은 종류의 물품 등으로 교환하는 것이 불가능한 경우에는 같은 종료의 유사물품 등으로 교환함

② 다만, 같은 종류의 물품 등으로 교환하는 것이 불가능하고, 소비자가 같은 종류의 유사물품 등으로 교환하는 것을 원하지 않는 경우에는 환급해야 함

(라) 환급 기준

① 환급금액은 거래 시 교부된 영수증 등에 적힌 물품 등의 가격을 기준으로 함

② 다만, 영수증 등에 적힌 가격에 대해 다툼이 있는 경우에는 영수증 등에 적힌 금액과 다른 금액을 기준으로 하려는 사람이 그 다른 금액이 실제 거래가격임을 입증해야 함

③ 한편, 영수증이 없는 등의 사유로 실제 거래가격을 입증할 수 없는 경우에는 그 지역에서 거래되는 통상적인 가격을 환급기준으로 함

(2) 소비자에게 제공하는 경품류의 하자·채무불이행

(가) 하자·채무불이행 등으로 인한 소비자피해에 대한 분쟁해결기준은 일반 상품과 동일함

(나) 다만, 소비자의 귀책사유로 계약이 해제되거나 해지되는 경우 사업자는 소비자로부터 그 경품류를 반환 받거나 반환이 불가능한 경우에는 해당 지역에서 거래되는 같은 종류의 유사물품 등을 반환 받거나 같은 종류의 유사물품 등의 통상적인 가격을 기준으로 환급

(3) 품질보증 및 부품 보유

(가) 품질보증서 교부 또는 표시

① 사업자는 물품 등의 판매 시 품질보증기간, 부품보유기간, 수리·교환·환급 등 보상방법, 그 밖의 품질보증에 관한 사항을 표시한 증서(이하 "품질보증서"라 한다)를 교부하거나 그 내용을 물품 등에 표시하여야 함

② 다만, 별도의 품질보증서를 교부하기가 적합하지 아니하거나 보상방법의 표시가 어려운 경우에는 소비자기본법에 따른 소비자분쟁해결기준에 따라 피해를 보상한다는 내용만을 표시할 수 있음

(나) 품질보증기간과 부품보유기간

① 품질보증기간과 부품보유기간은 해당 사업자가 품질보증서에 표시한 기간으로 함. 다만, 사업자가 정한 품질보증기간과 부품보유기간이 소비자기본법 시행령 제8조 제3항에 따른 품목별 소비자분쟁해결기준에서 정한 기간보다 짧을 경우에는 품목별 소비자분쟁해결기준에서 정한 기간으로 함

② 사업자가 품질보증기간과 부품보유기간을 표시하지 아니한 경우에는 품목별 소비자 분쟁해결기준에 따름

③ 중고물품 등에 대한 품질보증기간은 품목별 분쟁해결기준에 따름

④ 품질보증기간은 소비자가 물품 등을 구입하거나 제공받은 날부터 기산함. 다만, 계약일과 인도일(용역의 경우에는 제공일을 말한다)이 다른 경우에는 인도일을 기준으로 하고, 교환 받은 물품 등의 품질보증기간은 교환 받은 날부터 기산함

⑤ 품질보증서에 판매일자가 적혀 있지 아니한 경우, 품질보증서 또는 영수증을 받지 아니하거나 분실한 경우 또는 그 밖의 사유로 판매일자를 확인하기 곤란한 경우에는 해당 물품 등의 제조일이나 수입통관일부터 3월이 지난 날부터 품질보증기간을 기산하여야 함. 다만, 물품 등 또는 물품 등의 포장에 제조일이나 수입통관일이 표시되어 있지 아니한 물품 등은 사업자가 그 판매일자를 입증하여야 함

⑥ 물품 등에 대한 피해의 보상은 물품 등의 소재지나 제공지에서 함. 다만, 사회통념상 휴대가 간편하고 운반이 쉬운 물품 등은 사업자의 소재지에서 보상할 수 있음

⑦ 사업자의 귀책사유로 인한 소비자피해의 처리과정에서 발생되는 운반비용, 시험·검사비용 등의 경비는 사업자가 부담함

라) 품목별 소비자분쟁해결기준

(1) 적용 방법 : 품목과 분쟁유형별 해결기준으로 구성되어 있으므로, 어느 품목에 해당되는지를 확인하고 해당 피해유형에 따른 보상기준을 적용하면 됨. 만약 동일한 피해에 대해 분쟁해결기준을 두 가지 이상 정하고 있는 경우에는 소비자가 분쟁해결기준을 선택할 수 있으며, 분쟁 품목에 대해 소비자분쟁해결기준이 없는 경우에는 같은 기준에서 정한 유사품목의 소비자분쟁해결기준을 준용할 수 있음

(2) 예시

가전제품설치업(1개 업종)

분쟁유형	해결기준	비고
1) 설치 하자로 인해 제품에 하자가 발생하는 경우 2) 사업자의 가전제품 설치 하자로 인해 발생한 소비자의 재산 및 신체상의 피해	• 설치비 환급 및 하자 발생한 제품에 대한 손해배상 • 사업자가 손해 배상	• 설치에 대한 품질보증기간은 1년으로 함

7) 소비자피해 구제제도

가) 사업자의 소비자 불만처리 (소비자기본법 제53, 54조)

(1) 소비자상담기구의 설치·운영

: 사업자·사업자단체는 소비자불만 등을 기업경영에 반영하고 소비자 피해를 신속하게 처리하기 위한 소비자상담기구의 설치·운영에 적극 노력해야 하며, 소비자의 불만 또는 피해의 상담을 위해 전담직원을 고용배치하도록 적극 노력해야 함

(2) 소비자상담기구의 설치 권장

: 중앙행정기관의 장 또는 시도지사는 사업자·사업자단체에게 소비자상담기구의 설치·운영을 권장하거나 필요한 지원을 할 수 있으며, 공정거래위원회는 소비자상담기구의 설치·운영에 관한 권장기준을 정하여 고시할 수 있음

나) 한국소비자원의 피해구제 (소비자기본법 제55, 56, 57, 58조)

(1) 피해구제의 신청

① 소비자 : 물품등의 사용으로 인한 피해 구제를 한국소비자원에 신청

② 국가/지자체/소비자단체 : 소비자로부터 신청 받은 피해구제를 한국소비자원에 의뢰

③ 사업자 : 소비자로부터 피해구제 신청 후 30일이 경과했지만 합의에 실패하거나 한국소비자원에 처리를 의뢰하기로 합의한 경우에 한국소비자원에 의뢰

(2) 위법사실의 통보

: 한국소비자원장은 당사자 또는 관계인이 법령을 위반한 것으로 판단되는 경우 관계기관에 통보하고 적절한 조치를 의뢰해야 함

(3) 처리기간

① 한국소비자원장은 피해구제신청의 당사자에 대하여 피해보상에 대한 합의를 권고할 수 있음

② 피해구제 신청일로부터 30일 내에 합의가 성립하지 않으면 한국소비자원장이 분쟁조정을 신청함

다) 한국소비자원의 소비자분쟁조정 (소비자기본법 제60~68조)

(1) 소비자분쟁조정위원회

(가) 분쟁조정의 기간 : 신청을 받은 날로부터 30일 이내에 분쟁조정을 마쳐야 함 (부득이 시 연장)

(나) 분쟁조정의 성립

① 조정내용 통지를 받은 당사자는 15일 이내에 수락여부를 조정위원회에 통보

② 15일 이내에 의사표시가 없는 때에는 수락한 것으로 간주

③ 조정조서를 작성하여 위원장 및 각 당사자의 기명날인하거나 서명(수락한 것으로 보는 경우, 각 당사자의 서명은 생략 가능)

④ 조정 성립의 효력 : 재판상 화해의 효력 발생

(2) 특례 : 집단분쟁조정제도

(가) 요건 : 물품 등으로 인한 피해가 같거나 비슷한 유형으로 발생한 소비자의 수가 50명 이상이고, 사건의 중요 쟁점이 사실상 또는 법률상 공통된 경우

(나) 기간 : 신청받은 날부터 60일 내 집단분쟁조정 절차 개시, 한국소비자원 인터넷 홈페이지 및 전국을 보급지역으로 하는 일간신문에 14일 이상 개시 공고, 공고 종료된 날의 다음날부터 30일 내 집단분쟁조정을 마쳐야 함 (부득이 시 연장)

라) 자율적 분쟁조정 (소비자기본법 제31조)

(가) 주체 : 소비자단체의 협의체

(나) 실시 : 분쟁 당사자의 신청에 따라 자율적 실시(단, 금융, 의료, 환경, 저작권, 개인정보, 전기, 우체국보험 분쟁은 제외)

(다) 효력 : 당사자 수락 시 합의 성립(민법상 화해)

마) 소비자 단체소송 (소비자기본법 제70조)

(가) 의의 : 사업자가 국가가 정한 기준 등을 위반하여 소비자의 생명, 신체, 재산을 직접 침해하고 그 침해가 계속되는 경우 법원에 소비자권익침해행위의 금지·중지를 구하는 소송

(나) 주체 : 공정위 등록 소비자단체(회원수 1천명 이상 등), 한국소비자원, 대한상공회의소, 전국 단위의 경제단체 등

【분쟁조정 결정 사례】

ㅁ 사례1. 잘못 설치된 음식물처리기에 대한 청약철회 요구

사건개요	신청인은 2020.8.2. 피신청인2가 운영하는 TV홈쇼핑에서 피신청인1이 판매하는 렌탈 상품을 보고 상담을 예약한 후 2020.8.3. 피신청인1과 음식물처리기에 대한 계약(월렌탈료 29,900원, 계약기간 48개월)을 체결함. 조정 외 제조사의 설치기사가 2020.8.5. 이 사건 제품을 신청인 부모님의 자택에 설치하였으나, 신청인은 이 사건 제품이 난방조절기 사용을 할 수 없도록 잘못 설치되었다며 청약철회를 요구하였고, 피신청인1은 이를 거부함
처리결과	1. 피신청인1측에서는 난방조절기가 위치하는지 신청인이 사전에 고지해주지 않고서는 알 수 없다는 점과 신청인도 제품 설치 완료 후 문제없다는 취지의 내용의 문서에 서명한 점을 볼 때 '계약내용과 다르게 이행된 경우'에는 해당하지 않음 2. 다만, 이 사건 계약서에 따라 제품을 설치받은 날로부터 14일 이내에 청약철회를 할 수 있는 바, 반환비용을 부담하고 청약철회 가능. 신청인이 제조사에 방문하여 제품을 직접 반납한 점에서 반환비용은 50%만 부당함이 상당함

ㅁ 사례2. 코로나19로 인한 여행계약 해제에 따른 환급 요구

사건개요	신청인은 2019.10.1. 피신청인과 국외여행 계약을 체결하고 계약금액을 지급하였으나, 피신청인은 2020.3.3. 코로나19의 확산으로 인해 뉴질랜드에서 자가격리를 의무 조치함에 따라 이 사건 계약의 해제의사를 통보하게 됨. 피신청인은 신청인에게 계약금액 9,560,000원 중 환급이 불가한 항공권 대금 1,163,200원을 공제한 8,396,800원을 환금함
처리결과	소비자분쟁해결기준에 따르면 천재지변, 정부의 명령 등으로 여행의 목적을 달성할 수 없는 사유로 사업자 또는 여행자가 계약해제를 요청하는 경우 위약금 없이 계약금을 환급하도록 규정되어 있는데, 뉴질랜드 정부가 2020.3.2. 대한민국을 방문했던 외국인들이 뉴질랜드로 입국할 경우 14일간 자가 격리를 해야 하는 지침을 발표함에 따라 여행의 목적을 달성할 수 없다는 점 등을 종합적으로 고려하면, 피신청인은 신청인에게 계약금액을 환금해야 함. 따라서 추가로 미환금금액인 1,163,200원과 지연배상금을 지급해야 함

ㅁ 사례3. 방수기능 불량한 시계 보상 요구

사건개요	신청인은 피신청인의 판매제품인 시계를 구입하였는데, 구입시 판매원이 생활방수가 되므로 수심이 깊은 곳만 피하면 된다고 안내함. 이후 시계에 습기가 차서 A/S를 맡겼는데 장기간 시계를 물에 넣어서 부식이 된 것이라며 유상수리를 해야 한다고 함. 그러나 신청인은 시계를 물에 담근 적이 없으며, 습기가 찬 것은 시계 자체의 하자로 판단되며 품질보증기간 이내이므로 무상수리를 요구함
처리결과	신청인과 피신청인이 동 건 제품에 대해 제품자체 하자인지 소비자의 과실인지 명확히 판단을 내릴 수 없고, 소비자분쟁조정위원회에 상정 시 4개월의 시간이 소요된다는 점 등을 감안, 피신청인이 고객서비스차원에서 무상수리해 주기로 합의함

ㅁ 사례4. 용량 부족한 화장품 피해보상 요구

사건개요	신청인은 인터넷쇼핑몰에서 아이크림 등을 구입하여 개봉하니 가운데가 움푹 파여 있어, 동일 제품을 구입하여 용량을 비교한 결과 10g의 차이가 발생되어 사진을 찍어 이의를 제기하였으나, 피신청인은 책임을 회피하면서 두 제품 모두 하자 없는 제품이고 개봉했기 때문에 교환 및 반품 불가하다고 함
처리결과	오차 범위는 5% 이내 수준이며, 내용물이 너무 많으면 배송 중 흘러 넘칠 수 있기 때문에 이를 고려한 것이라는 주장이 있었으나, 용량 부족한 크림 1개는 반품 및 환급해 주고, 정상품은 소비자가 사용하기로 처리함

ㅁ 사례5. 식료품의 부패 및 변질

사건개요	신청인이 물회로 인한 장염 발생을 이유로 치료비 및 일실소득 배상 요청한 건
처리결과	피신청인이 신청인의 계좌로 40만원을 입금하기로 합의 종결함

ㅁ 사례6. 코팅이 쉽게 벗겨진 운동화 피해보상 요구

사건개요	운동화 구입 3주 후 세탁전용세제와 부드러운 칫솔을 이용하여 운동화를 손세탁 하였는데 코팅이 벗겨져 A/S 의뢰하였으나, 이는 소비자의 세탁과실이라며 수선이 불가능하다고 함. 이에 신청인은 구입 당시 세탁방법에 대한 주의사항 미고지를 이유로 보상을 요구함
처리결과	신청인에게 심의 결과, 피신청인에게 보상 책임이 없음을 설명하니 이를 납득하여 해당 제품을 신청인에게 택배 발송 후 본 건 종결함

유의 경영지원 / IT / 영상제작 / CS

마. 하도급거래 공정화에 관한 법률

1) 하도급거래 공정화에 관한 법률(이하 "하도급법") 일반

가) 하도급 거래의 개념

• [대법원 2001다27470판결 등] 본래 "재위탁"을 전제로 하는 개념이었으나, 재위탁을 전제로 하지 않는 "원도급 관계"까지도 하도급법 적용의 대상

나) 하도급 거래 규제 체계

(1) 의무 및 금지사항

(가) 원사업자 의무사항 (9개)

① 서면발급·보존(3년) 의무, ② 선급금 지급 의무, ③ 내국신용장 개설의무, ④ 검사 및 검사결과 통지의무, ⑤ 하도급대금 지급의무, ⑥ 건설하도급 대금 지급보증 의무, ⑦ 관세 등 환급액 지급의무, ⑧ 설계변경에 따른 하도급대금 조정의무, ⑨ 원재료 가격 변동 등에 따른 단가조정

(나) 발주자 의무사항(제14조) : 하도급대금 직접지급의무

(다) 원사업자 금지사항 (13개) ⇒ 합의만으로 정당화 안됨

① 부당특약 금지, ② 부당한 하도급대금 결정 금지, ③ 물품 등의 구매강제 금지, ④ 부당위탁취소 및 수령거부 금지, ⑤ 부당반품 금지, ⑥ 부당감액 금지, ⑦ 물품구매대금 등의 부당결제청구 금지, ⑧ 경제적 이익의 부당요구 금지, ⑨ 기술자료 제공요구 금지, ⑩ 부당한 대물변제행위 금지, ⑪ 부당한 경영간섭 금지, ⑫ 보복조치 금지, ⑬ 탈법행위 금지

(2) 특별법

(가) 공정거래법의 특별법

: 하도급법 적용 시 공정거래법의 적용이 배제됨 (하도급법 제28조)

(나) 대규모유통업법의 특별법

: 제조위탁의 경우 하도급법이 우선 적용됨

(다) 대중소기업상생협력촉진에관한법률, 건설산업기본법, 전기공사법, 정보통신공사법의 특별법

: 법 내용이 하도급법에 어긋나는 경우 하도급법이 우선 적용됨 (하도급법 제34조)

다) 법 위반 시 제재

(가) 행정적 제재(시정조치와 과징금)

- 원사업자 및 발주자에 대하여 하도급대금 등의 지급, 법위반행위의 중지, 특약의 삭제나 수정, 향후 재발방지, 기타 시정에 필요한 조치를 명령, 시정조치 공표명령 (하도급법 제25조)
- 원사업자, 발주자 및 수급사업자에게 관련 하도급대금의 2배 이내의 범위에서 과징금을 부과 (하도급법 제25조의3)

(가) 벌칙

- 원사업자의 의무사항 및 금지사항 위반행위 : 하도급 대금 2배 상당금액 이하의 벌금
- 보복조치금지 위반자 : 3억원 이하의 벌금
- 공정위의 시정명령에 따르지 아니한 자, 경영간섭, 탈법행위금지 위반자 : 1억5천만원 이하의 벌금

2) 하도급법 적용 대상

가) 원사업자[대기업 또는 중견기업(중소기업이 아닌 사업자), 수급사업자보다 규모가 큰 중소기업(직전 사업연도 연간매출액이 수급사업자보다 많은 경우], 수급사업자

나) 상호출자제한기업집단 소속회사 : 매출액규모 관계없이 원사업자에 해당하고, 수급사업자에는 해당안됨

다) 적용대상 사업자 (사례)

<사례1>	A사(연평균 매출액 5,000억원)는 통신장비 제조를 주된 영업으로 하며 상호출자제한 기업집단(B)의 소속회사임. A사는 통신장비 제조를 상호출자제한기업집단(D)의 소속회사인 C사(연평균 매출액 500억원)에 위탁하였음. 이 경우 하도급법 적용 대상인가?
해설	상호출자제한기업집단 소속회사는 평균매출액 기준 불문하고 중소기업기본법상 중소기업에 해당하지 않음. 따라서 C사는 연평균 매출액 500억원(통신장비 제조업 중소기업 기준 1,000억원) 일지라도 중소기업에 해당하지 않아 하도급법 적용 대상이 아님
<사례2>	상호출자제한기업집단 소속회사인 A사는 중소기업기본법상 중소기업에 해당하는 B사와 통신장비 제조위탁 거래를 계속 해오던 중, B사의 규모가 커져 2020년 기준 평균매출액이 1,000억 원을 초과하게 되었다. 이 경우 하도급법 적용 대상인가?
해설	중소기업기본법 제2조 제3항은 기업규모 확대(대기업과의 합병 등은 제외)로 중소기업 요건에서 벗어난 후 3년간의 유예기간 동안은 중소기업으로 간주하므로 하도급법 적용대상임

3) 하도급법 적용 대상 위탁거래

가) 제조위탁

(1) 제조위탁에 해당하는 경우

① 제조·판매·수리의 대상이 되는 완제품(주문자상표부착방식 제조 포함)을 제조위탁 하는 경우
② 물품의 제조·수리 과정에서 투입되는 중간재(원자재, 부품, 반제품 등)를 규격/품질 등을 지정하여 제조위탁 하는 경우
③ 물품의 제조에 필요한 금형, 사형, 목형 등을 제조위탁 하는 경우
④ 물품의 제조과정에서 도장, 가공, 조립, 주단조, 도금 등을 위탁하는 경우
⑤ 수리업자가 물품의 수리에 필요한 부품 등의 제조를 위탁하는 경우
⑥ 물품의 제조/판매에 부속되는 포장용기, 라벨, 견본품 및 사용안내서 등을 제조위탁 하는 경우

(2)제조위탁에 해당하지 않는 경우

① 물품 생산을 위한 기계/설비 등의 제작을 의뢰하는 경우
② 단순 소비용 사무용품 등의 단순 구매 대행, 납품(예 : MRO)
③ 위탁 받은 목적물을 제3자에게 제조 위탁하지 않고 단순 구매한 뒤 납품하는 경우
④ 무역업자가 제조업자의 요청에 따라 단순히 수출 대행하는 경우
⑤ 제조/판매/수리업자, 건설업자 외 다른 사업자가 물품의 제조를 위탁하는 경우
⑥ 물품/설비 등에 관한 수리를 의뢰하는 경우

(3) 제조위탁 적용 사례

<사례1>	원사업자가 수급사업자에게 제품사용설명서, 소비자 제공용 사은품, 시제품을 1회 주문하는 경우에도 제조위탁에 해당하는가?
해설	제품사용설명서는 제품의 부속품으로 제조위탁 대상임. 또한 사은품, 시제품의 사양 등을 지정하여 제조하게 한다면 제조위탁에 해당함. 반드시 계속적 거래관계(반복적 주문)이어야 하도급법이 적용되는 것은 아님
<사례2>	A사(컴퓨터 판매업)가 B사(컴퓨터 도매업)에게 주문자 상표부착 방식에 의한 컴퓨터 모니터 납품을 의뢰하면서, C사가 생산하는 기종의 모니터와 박스와 설명서 등에 A사의 로고와 상호 등을 인쇄하여 납품하게 한 경우, 제조위탁에 해당하는가?
해설	제조위탁에 해당함(대법원 2002.4.12.선고 2001누3655판결). 위탁 목적물을 제3자에게 제조위탁 하지 않고 단순 구매하여 납품한 경우는 원칙적으로 제조위탁이 아님. 반면, 물품의 제조나 판매에 부속되는 포장용기, 라벨, 견본품, 사용안내서 등을 제조위탁 하는 경우, 하도급법 적용대상에 해당함

나) 수리위탁 : 물품의 수리를 하는 사업자가 그 수리를 다른 사업자에게 위탁하는 것 및 그가 사용하는 물품을 자가 수리하고 있는 경우, 그 수리의 일부를 다른 사업자에게 의뢰하는 경우를 말함. 제조·판매사업자가 설비의 수리 행위를 위탁하는 경우 → 수리사업자가 아니므로 하도급법상 수리위탁에 해당하지 않음

- 자동차수리업자가 도급받은 자동차의 수리를 다른 사업자에게 위탁하는 경우
- 자사 공장에서 사용하고 있는 기계류나 설비기계에 부속되는 배선·배관 등의 수리를 사내에서도 행하고있는 경우에, 그 수리의 일부를 다른 사업자에게 위탁하는 경우

다) 건설위탁 : 건설업자가 그 업에 따른 건설공사의 전부 또는 일부를 다른 건설업자에게 위탁하는 것(예외적으로 건설업자가 경미한 공사를 다른 사업자에게 위탁)을 말함. 건설업자가 아닌 자(법령에 따른 등록은 하지 않은 자)가 건설을 위탁한 경우 → 하도급법상 건설위탁에 해당하지 않음

라) 용역위탁

(1) 의의 : ① 지식·정보 성과물의 작성 또는 역무의 공급을 업으로 하는 사업자가 ② 그 업에 따른 용역수행 행위의 전부 또는 일부를 ③ 다른 용역사업자에게 위탁하는 것

(2) 대상

(가) 지식·정보 성과물 : 정보프로그램, 영화, 방송프로그램, 문자 · 도형 · 기호와 색채의 결합으로 구성되는 성과물 등

(나) 지식 · 정보성과물의 작성 위탁의 법 적용 예시

① 사업자가 정보프로그램 작성을 업으로 하는 경우 소프트웨어의 작성, 정보의 작성을 다른 사업자에게 위탁하는 것
② 사업자가 영화, 방송프로그램 등의 성과물 작성을 업으로 하는 경우 영화, 방송프로그램, 영상광고 등의 제작을 다른 사업자에게 위탁하는 것
③ 사업자가 문자, 도형, 기호의 결합 또는 이것들과 색채의 결합에 의하여 구성되어지는 성과물의 작성을 업으로 하는 경우 (제품 설계도서 작성, 디자인 시안 제작, 상품 용기 디자인)

(다) 역무 : 엔지니어링 활동, 화물자동차운수, 건물유지관리, 경비 등

(라) 역무의 공급위탁의 법적용 예시

① 물류정책 기본법상 물류사업을 업으로 하는 사업자가 다른 물류업자에게 i) 화물운송업, 물류시설운영업, 물류서비스업 활동 ii) 물품공급업 등을 위탁하는 경우
② 건축물분양에 관한 법률에 따른 분양업자가 다른 사업자에게 분양업무를 위탁하는 경우
③ 건축법에 따른 건축물 유지관리를 업으로 하는 자가 다른 사업자에게 i) 청소, 폐기물 수집, 처리, 운반 등의 활동 ii) 조경 관리 및 유지 서비스 활동 등을 위탁하는 경우
④ 소프트웨어산업 진흥법에 따른 소프트웨어사업자가 다른 사업자에게 i) 컨설팅, 요구분석, 시스템통합 시험 및 설치, 운영 및 유지, 보수 등의 활동 ii) 전산자료처리, 호스팅 및 관련서비스, 포털 및 인터넷 정보 매개 서비스 등에 데이터를 저장하거나 검색 또는 제공하는 활동 등을 위탁하는 경우
⑤ 광고를 업으로 하는 사업자가 다른 사업자에게 i) 광고와 관련된 판촉, 행사, 조사, 컨설팅, 촬영, 편집, 현상, 녹음, 촬영 등의 활동 ii) 전시 및 행사와 관련된 조사, 기획, 설계 구성 등의 활동을 위탁하는 행위
⑥ 공연법에 의한 공연 또는 공연의 기획을 업으로 하는 사업자가 다른 사업자에게 편집, 현상, 녹음, 촬영, 음향, 조명, 미술 등의 위탁을 하는 활동
⑦ 건축사법, 엔지니어산업진흥법에 따른 설계, 측량, 지질조사, 지도제작 활동을 업으로 하는 사업자가 다른 사업자에게 측량, 지질조사 및 탐사 등의 활동을 위탁하는 경우
⑧ 이상의 열거된 역무의 공급을 위탁 받은 사업자가 위탁 받은 역무의 전부/일부를 다른 사업자에게 위탁하는 행위

(3) 적용 사례

<사례>	물품 제조/판매업자가 상품 용기에 사용되는 디자인 제작을 위탁한 경우 하도급법의 용역위탁에 해당하는가?
해설	원사업자가 디자인 사업자가 아니므로 디자인 제작만 위탁할 경우 용역 위탁에 해당하지 않음. 다만, 디자인이 도안된 제품을 납품하도록 하는 경우 제조위탁에 해당할 수 있음

<하도급 거래 시 유의사항>

① 하도급법 적용 여부(범위) 명확히 인식
② 하도급법상 의무 사항, 금지 사항 숙지
- 특히 서면 교부의무 확실히 이행하여 분쟁을 미연에 방지
③ 하도급 계약서 작성 및 거래 시 법률 전문가를 통한 검토
④ 하도급법 위반 사실 발견 시 즉각적으로 자진 시정
- 하도급 대금 미지급 시 지연이자 지급 의무
- 자진시정 및 손해배상 시 경우에 따라 경고조치 등으로 종결 가능
⑤ 하도급거래와 관련된 거래조건은 사전에 서면으로 구체적으로 합의하고, 변경 계약까지도 서면으로 합의하여 교부 ⇒ 향후 입증에서도 유리
⑥ 합의 내용이 법 규정에 위반할 경우 합의 사실만으로 정당화 될 수 없음

4) 하도급법 상 의무사항 및 금지사항

가) 계약 체결 단계

(1) 서면발급 및 서류의 보존 (하도급법 제3조)

(가) 필수적 기재사항 및 서면교부일 준수 : 6개 필수기재사항, 사전 서면교부

위탁시 기재사항

① 위탁일과 위탁의 내용
② 목적물을 원사업자에게 납품 또는 인도하는 시기 및 장소
③ 목적물의 검사방법 및 시기
④ 하도급대금과 그 지급방법 및 지급기일
⑤ 원사업자가 원재료 등을 제공하고자 하는 경우에는 그 원재료 등의 품명, 수량, 제공일, 대가 및 대가의 지급 방법과 지급기일
⑥ 위탁 후 공급원가 변화 등에 따른 하도급대금 조정의 요건, 방법 및 절차

(나) 미확정 사항 서면발급

① 미기재 서면 발급 : 확정곤란 사항 등이 있는 경우 해당 사항을 적지 않은 서면 발급 가능. 단, 확정곤란 이유와 확정 예정기일을 서면에 적어야 함

② 새로운 서면 발급 : 일부사항 미기재 서면을 발급한 경우에는 해당 사항 확정 시 지체 없이 그 사항을 적은 새로운 서면을 발급해야 함

(다) 법 위반 예시

① 법정기재사항이 일부 또는 전부 누락된 서면을 발행한 경우

② 제조에 착수한 후에 계약서면을 교부하는 경우

③ 양 당사자의 기명날인이 없는 서면을 발급한 경우

④ 실제의 하도급거래관계와 다른 허위사실을 기재한 서면을 발급한 경우

⑤ 추가공사 범위가 구분되고 금액이 상당함에도 불구하고 이에 대한 구체적인 추가계약서나 작업지시서 등을 발급하지 아니한 경우

⑥ 시공과정에서 추가 또는 변경된 공사물량이 입증되었으나 당사자 간의 정산에 다툼이 있어 변경계약서 또는 정산서를 발급하지 아니한 경우

【심결례】

ㅁ 삼성중공업(주)의 불공정하도급거래행위 제재 (2020.4.23. 공정거래위원회 보도자료)

행위사실	삼성중공업은 2013년부터 2018년까지 206개 사내 하도급 업체에게 38,451건의 선박·해양 플랜트 제조 작업을 위탁하면서, 작업 내용과 하도급 대금 등 주요 사항을 적은 계약서를 작업이 시작된 후에 발급함. 또한 계약 일자를 하도급 업체와의 전자 서명이 완료된 날이 아닌 자신이 계약서를 작성한 날짜로 설정함
위법성판단	하도급법 제3조 제2항은 하도급 계약의 내용을 적고 당사자 간의 서명이 담긴 서면을 발급하도록 규정하고 있으며, 계약일은 전자 서명 완료일이 되어야 하므로 삼성중공업은 System 상으로만 사전발급의 형태일 뿐 실제로는 지연발급에 해당함
조치	시정명령, 과징금(36억 원) 및 법인 고발

(2) 부당특약 금지 (하도급법 제3조의4)

- 부당한 특약으로 간주되는 경우

① 서면(계약서)에 기재되지 않은 사항을 요구함으로써 발생된 비용 전가 약정

② 민원처리, 산업재해 등과 관련된 비용 전가 약정

③ 입찰내역에 없는 사항을 요구함에 따라 발생된 비용 전가 약정 (추가비용 요구 금지 등)

④ 법령상 원사업자 의무사항인 인허가, 환경관리(폐기물처리 등), 품질관리 등 관련비용 전가약정

⑤ 원사업자가 설계나 작업내용을 변경함에 따라 발생하는 비용 전가 약정

⑥ 원사업자의 지시에 따른 재작업, 추가작업, 보수작업으로 인하여 발생한 비용 중 수급사업자의 책임 없는 사유로 발생된 비용 전가 약정

⑦ 법령/계약에 따른 원사업자의 하자담보책임, 손해배상책임 전가 약정

⑧ 천재지변, 문화재발견 등으로 인한 작업기간 연장 등 예측불가 사항에 대한 책임전가 약정

⑨ 간접비(재료비, 직접노무비, 경비 제외 금액) 인정범위의 일률적 제한 약정

⑩ 원재료 가격 변동에 따른 하도급대금 조정 신청권 제한 약정

[즐거운 경쟁이야기 - 부당한 하도급대금 결정]

※ 출처: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)

(3) 부당한 하도급대금 결정 금지 (하도급법 제4조)

- 부당한 하도급대금 결정으로 간주되는 경우

① 정당한 사유 없이 일률적인 비율로 단가 인하

② 협조요청 등 명목여하 불문하고 일방적으로 일정금액 공제 후 결정

③ 정당한 사유 없이 특정 수급사업자를 차별 취급

④ 수급사업자에게 발주량 등 거래조건에 대해 착오를 일으키게 함

⑤ 일방적으로 낮은 단가에 의하여 대금 결정

⑥ 정당한 사유 없이 대통령령으로 정한 직접공사비 항목의 값을 합한 금액보다 낮은 금액으로 대금 결정

⑦ 정당한 사유 없이 경쟁입찰에 의한 최저가 입찰 금액보다 낮은 금액으로 대금 결정

⑧ 계속적 거래계약에서 원사업자의 경영적자, 판매가격 인하 등 수급사업자의 책임으로 돌릴 수 없는 사유로 수급사업자에게 불리하게 하도급대금을 결정하는 행위

[심결례]

ㅁ 대우조선해양(주)의 불공정하도급거래 행위에 대한 제재 (2020.11.27. 공정위 보도자료)

행위사실	대우조선해양은 시수(작업물량을 노동시간 단위로 변환한 것으로, 시수에 단가를곱하여 대금 산정)계약으로 대금을 지급하면서, 수정·추가 공사는 객관적인 시수 산출을 위해 요구되는 공종별 표준원단위를 갖고 있지도 않은 상태에서 시수를 일방적으로 조정하여 대금을 결정함
위법성판단	대우조선해양은 수정·추가 작업에 대해 실질적인 합의 절차 없이 일방적으로 예산 사정에 따라 기성 시수를 적게 배정하는 방식으로 부당하게 낮은 하도급 대금을 지급하였으며 일방적으로 정하였는데 이러한 행위는 하도급법 제4조 제2항 제5호의 '일방적으로 낮은 단가에 의하여 하도급 대금을 결정하는 행위'로, 같은 조 제1항에서 금지하는 부당한 하도급 대금 결정에 해당함
조치	시정명령, 과징금(153억 원) 및 법인 고발

나) 계약 이행 단계

(1) 부당한 위탁취소 및 수령거부의 금지 (하도급법 제8조)

(가) 위탁 취소 : 제조 등의 위탁을 취소하거나, 위탁 시 정한 발주량·사양 등 위탁내용을 변경

- 예 : 원사업자의 판매량 감소·사양 변경·내부자금 사정 악화 또는 발주자로부터의 발주취소· 발주중단 등을 이유로 임의로 위탁 취소

(나) 수령 거부 : 목적물 등의 수령/인수를 거부·지연

- 예 : 여러 품목을 제조위탁하고 일부 품목의 불량을 이유로 다른 품목에 대해서도 수령을 거부

【심결례】

ㅁ 삼성전자 불공정하도급거래행위에 대한 제재 (2012.5.22. 공정위 보도자료)

행위사실	삼성전자는 147개 수급사업자들에게 발주한 건에 대하여 납기일이 지난시점에 전산시스템을 통해 생산물량 감소, 생산일정 변경, 자재 단종, 설계 변경, 과잉 발주 등의 이유를 들면서 수급사업자로 하여금 위탁취소에 대해 허용(Accept)할 것인지 불허(Reject)할 것인지를 선택하도록 하고, 수급사업자가 불허(Reject)를 선택하면 해당 발주 건에 대해서 입고 절차를 진행함에 따라 지연수령이 되었고, 동 전산시스템상으로 이러한 선택을 요구받은 수급사업자가 전산시스템상에 표시된 허용(Accept)표시 부분을 클릭함에 따라 동 전산시스템상의 발주항목에서 해당 수급사업자의 발주정보가 동시에 삭제되게 함으로써 위탁을 취소하음
위법성판단	수급사업자의 피해가 발생함에도 납기일 종료 후에 제조위탁을 취소하는 것은 원사업자가 임의로 위탁취소하는 것으로 위법이며, 전산시스템으로 동의가 이루어졌을지라도 납기일이 지난 이후에 동의한 것에 대해 이를 형식적인 동의로 판단하여 위법성을 인정
조치	시정명령 및 과징금(1,062백만원)을 부과

(2) 검사 및 검사결과 통지의무 (하도급법 제9조)

(가) 수급사업자가 납품 등을 한 목적물 등에 대한 검사의 기준 및 방법은 원사업자와 수급사업자가 협의하여 객관적이고 공정·타당하게 정해야 함

(나) 정당한 사유가 있는 외에는 원사업자는 수급사업자로부터 목적물 등을 수령한 날(납품장소 입고일)로부터 10일 이내에 검사 결과를 수급사업자에게 서면으로 통지하여야 함

(다) 10일 내에 검사결과를 통지하지 않는 경우 검사에 합격한 것으로 봄

(라) 용역위탁 중 역무의 공급을 위탁하는 경우는 통지의무 없음

(3) 부당반품의 금지 (하도급법 제10조)

(가) 부당반품으로 간주되는 경우

① 거래상대방으로부터의 발주취소 또는 경제상황의 변동 등을 이유로 목적물 등을 반품

② 검사의 기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 목적물 등을 부당하게 불합격으로 판정하여 반품

③ 원사업자가 공급한 원재료의 품질불량 등으로 인하여 목적물 등이 불합격품으로 판정되었음에도 불구하고 반품

④ 원사업자의 원재료 공급 지연으로 인하여 납기가 지연되었음에도 불구하고 이를 이유로 목적물 등을 반품하는 행위

(나) 부당반품의 예시

① 발주자·외국수입업자·고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 반품

② 원사업자가 제3자에게 검사를 위탁한 경우 이를 필하여 납품하였음에도 반품

③ 납기·공기 지연을 용인할 사정이 있음에도 수령한 후 납품·공기 지연을 이유로 반품

④ 목적물 등의 하자에 대한 책임소재가 분명하지 않음에도 이에 대한 책임을 수급사업자가 전적으로 부담할 것을 요구하면서 반품

(4) 경제적 이익의 부당요구 금지 (하도급법 제12조의 2)

(가) 원사업자는 정당한 사유 없이 수급사업자에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 제공하도록 해서는 안되며, 거래개시 또는 다량거래 등을 조건으로 협찬금 요구 등은 경제적 이익의 부당한 요구에 해당할 수 있음

(나) 법 위반 예시

- 단가계약을 체결하면서 수급사업자로부터 실납품 수량 대비 5%를 손실분으로 무상입고 하도록 한 행위
- 납품계약을 체결하면서 자기를 위하여 일방적으로 판매장려금을 제공하도록 하는 행위 및 위탁상품에 대한 판매촉진행사비용 등을 제공하도록 하는 행위

(5) 기술자료 제공요구 금지 (하도급법 제12조의 3)

(가) 원사업자가 정당한 사유를 입증한 경우에는 요구 가능 (요구서면 교부의무)

- 정당한 사유의 예시

① 공동기술개발계약서, 공동의 품질관리를 위한 합의서 등이 작성된 경우

② 원가절감 방안을 공동으로 마련하기 위해 원가자료를 요구하는 경우

③ 시장가격이 형성되지 않는 주문품의 기준가격 마련을 위해 개략적인 원가 내역이 기재된 견적서를 서면으로 요구하는 경우

④ 원재료 가격 변동에 따른 단가 인상폭 결정을 위해 원재료의 원가 비중 자료를 서면으로 요구하는 경우

(나) 기술자료의 유용은 절대적으로 금지됨

(다) 기술자료 : 원가정보, 매출액정보 등 경영상의 정보도 포함

(6) 물품 등의 구매강제 금지 (하도급법 제5조)

(가) 원사업자가 제조 등의 위탁을 하면서 자신이 지정하는 물품이나 장비 등을 구입하게 하거나 사용하도록 강요하는 행위는 금지됨

(나) 법 위반 예시

- 공사현장에서 수급사업자가 사용하는 자재를 수급사업자의 의사에 반하여 부당하게 원사업자가 구입을 강제하거나 그가 지정하는 장비를 사용하도록 강요
- 구매·외주담당자 등 하도급거래에 영향을 미칠 수 있는 지위에 있는 자가 하도급계약을 체결하는 과정에서 구입을 요청하는 경우

(7) 부당한 경영간섭의 금지 (하도급법 제18조)

- 부당한 경영간섭의 예시

① 자기의 지시/승인에 따라 임직원을 선임·해임·채용하게 하는 등의 방법으로 인사에 간섭

② 생산품목, 시설규모 등을 제한

③ 하도급거래의 목적과 관계없이 2차수급사업자의 선정, 계약조건설정 등 재하도급 거래내용을 제한

④ 수급사업자가 정상적으로 공사를 시공 중에 있음에도 수급사업자의 의사에 반하여 현장근로자를 동원하여 공사를 시공케 하는 행위

⑤ 자신 또는 자신의 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하도록 하는 행위

⑥ 원사업자가 수급사업자의 의사에 반하여 수급사업자의 사업장에 출입하여 원가내역, 생산과정, 투입인력, 재료배합 등을 실사하는 행위 (단, 건설위탁 및 협약에 따른 행위 제외)

(8) 보복조치의 금지 (하도급법 제19조)

- 보복조치의 예시 : 공정위로부터 시정조치를 받은 원사업자가 신고한 수급사업자를 합리적인 이유 없이 협력사에서 배제시키거나, 협력사 신용등급을 하향조정 하는 등의 불이익을 주는 행 위

(9) 탈법행위의 금지 (하도급법 제20조)

- 법 위반 예시 : 공정거래위원회의 시정조치에 따라 하도급대금 등을 수급사업자에게 지급한 후, 이를 회수하거나 납품대금에서 공제하는 등의 방법으로 환수하는 행위, 어음할인료·지연이자 등을 수급사업자에게 지급한 후 이에 상응하는 금액만큼 일률적으로 단가를 인하하는 행위

다) 대금 지급 단계

(1) 선급금 지급 의무 (하도급법 제6조)

- 원사업자가 발주자로부터 선급금을 받은 경우 15일 이내에 수급사업자에게 지급하여야 함

(2) 부당감액의 금지 (하도급법 제11조)

(가) 원사업자는 정당한 사유를 입증한 경우가 아니면 위탁 시 정한 하도급대금을 감액해서는 안됨

(나) 원사업자는 하도급대금을 감액할 경우 감액사유와 기준 등을 적은 '서면'을 해당 수급사업자에게 사전에 주어야 함

【심결례】

ㅁ 엘지전자㈜의 불공정하도급거래행위 제재 (2018.04.25. 공정위 보도자료)

행위사실	엘지전자(주)는 하도급 업체에게 휴대폰 부품을 제조 위탁하고 주로 분기별로 생산성 향상, 원자재 가격 하락 등을 사유로 해당 부품에 대한 납품 단가를 인하함. 그 과정에서 2014년 7월부터 2017년 3월까지의 기간 동안 24개 하도급 업체에게 제조 위탁한 총 1,318개 품목(품목 번호 기준)에 납품 단가를 인하하기로 합의한 후, 그 인하된 납품 단가를 합의일 이전으로 최소 1일에서 최대 29일까지 소급하여 적용함으로써 하도급 대금 총 28억 8,700만 원을 감액함
위법성판단	하도급법 상 단가 인하에 관한 합의가 성립된 경우 그 합의 성립 전에 위탁한 부분에 대하여도 합의 내용을 소급하여 적용하는 방법으로 하도급 대금을 감액해서는 안 되며, 소급 적용에 하도급 업체와의 합의 · 동의가 있었다는 것은 하도급 대금 감액의 정당한 사유가 될 수 없다는 점을 명확히 함
조치	시정명령(지급명령 포함), 과징금 33억 2,400만원 부과

(3) 하도급대금 지급 의무 (하도급법 제13조)

(가) 원사업자는 목적물 등의 수령일로부터 60일(발주자로부터 대금 수령일로부터 15일) 이내의 가능한 짧은 기한으로 정한 지급기일까지 하도급대금을 지급해야 함

① 초과기간에 대하여 연 15.5% 지연이자 발생

② 원사업자는 발주자로부터 도급대금을 지급받지 않은 경우에도 하도급대금을 법정 지급기한 이내에 수급사업자에게 지급하여야 함

(나) 하도급대금의 지급기일이 정해져 있지 않은 경우 목적물 수령일을, 목적물 수령일로부터 60일을 초과하여 하도급대금의 지급기일을 정한 경우 목적물 수령일로부터 60일 되는 날을 지급기일로 봄

(다) 하도급대금 지급기일 기산점 : ① 제조위탁은 목적물 등의 수령일, ② 건설위탁은 인수일, ③ 용역위탁은 용역의 수행을 마친 날, ④ 월 1회 이상 세금계산서 발행일을 정한 경우에는 세금계산서 발행일

(라) 하도급대금 채권 가압류의 경우

① 가압류가 있다 하여도 하도급 채권의 이행기가 도래한 때에는 제3채무자(원사업자)는 지체 책임을 면할 수 없음

② 원사업자가 지급하여야 할 하도급대금(이행기 도래)을 공탁하지 않으면 하도급법 위반이 됨

(마) 발주자의 하도급대금의 직접지급 의무 (하도급법 제14조)

① 원사업자의 지급정지·파산 등으로 인하여 원사업자가 하도급대금을 지급할 수 없게 된 경우로서 수급사업자가 하도급대금의 직접 지급을 요청한 때

② 발주자가 하도급대금을 직접 수급사업자에게 지급하기로 발주자·원사업자 및 수급사업자 간에 합의한 때

③ 원사업자가 지급하여야 하는 하도급대금의 2회분 이상을 해당 수급사업자에게 지급하지 아니한 경우로서 수급사업자가 하도급대금의 직접 지급을 요청한 때

④ 원사업자가 하도급대금 지급보증 의무를 이행하지 아니한 경우로서 수급사업자가 하도급대금의 직접 지급을 요청한 때

(4) 물품구매대금 등의 부당결제 청구 금지 (하도급법 제12조)

- 원사업자는 수급사업자에게 목적물의 제조, 수리 또는 시공에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 하거나 자기의 장비 등을 사용하게 한 경우에 정당한 이유 없이 당해 목적물에 대한 하도급대금의 지급기일에 앞서 구매대금이나 사용대가의 전부 또는 일부를 지급하게 하거나 자기가 구입, 사용 또는 제3자에게 공급하는 조건보다 현저하게 불리한 조건으로 지급하게 하여서는 안 됨

(5) 부당한 대물변제의 금지 (하도급법 제17조)

- 수급사업자의 '의사에 반하여' 물품으로 지급 금지

(6) 건설 하도급대금 지급보증 의무 (하도급법 제13조의 2)

- 원사업자는 계약체결일로부터 30일 이내에 수급사업자에게 공사대금 지급을 보증하고, 수급사업자는 원사업자에게 계약금액의 100분의 10에 해당하는 금액의 계약이행을 보증하여야 함

(7) 설계변경 등에 따른 하도급대금의 조정 의무 (하도급법 제16조)

- 제조·수리 또는 용역위탁을 한 후 설계변경이나 물가변동의 사유가 발생한 경우 등에는 하도급대금을 조정해 줄 의무가 발생함. 또한 하도급대금을 증액 또는 감액할 경우, 원사업자는 발주자로부터 계약금액을 증액 또는 감액 받은 날부터 15일 이내에 발주자로부터 증액 또는 감액 받은 사유와 내용을 해당 수급사업자에게 통지하여야 함

개정 (8) 원재료 가격변동 등에 따른 하도급대금 조정협의 의무 (하도급법 제16조의2)

- 목적물 등의 공급원가가 변동되거나 수급사업자의 책임으로 돌릴 수 없는 사유로 목적물등의 납품 등 시기가 지연되어 관리비 등 공급원가 외의 비용이 변동되는 경우 수급사업자는 원사업자에게 하도급 대금의 조정을 신청할 수 있음

Ⅲ 공정거래 자율준수 프로그램의 주요내용

1. 사전예방(내부감시)제도

2. 사후조치(대응 프로세스)제도

3. NS 공정거래 준수 가이드라인

01 사전예방(내부감시)제도

가. 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정

제 1 장 총 칙

제 1 조 [목 적]

이 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정(이하 "이 규정"이라 한다)은 (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 모든 임직원들이 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 및 기타 공정거래위원회 소관의 "공정거래 관련 법령"을 스스로 준수하고 사내 자율준수 문화를 정착하기 위하여 필요한 사항을 정하는 데 그 목적이 있다.

제 2 조 [용어의 정의]

이 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

1. "자율준수"란, 회사가 경제활동을 하는 데 있어 공정한 경쟁질서를 확립하는 데 기여하고 공정거래 관련 법령을 스스로 준수하는 것을 말한다.
2. "공정거래 관련 법령"이란, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 표시·광고의 공정화에 관한 법률 등 경쟁 촉진과 공정거래 질서의 유지를 목적으로 제정된 제반 법규를 말한다.
3. "자율준수프로그램(CP: Compliance Program)"이란, 자율준수를 실천하기 위하여 회사 자체적으로 제정·운영하는 교육·감독 등의 내부준법시스템을 말한다.
4. "자율준수관리자"란, 자율준수프로그램의 운영을 총괄하는 자를 말한다.
5. "자율준수책임자"란, 자율준수업무를 조직적으로 관리하도록 회사가 자율준수업무 책임자로 지정한 자를 말한다.
6. "자율준수담당자"란, 자율준수프로그램을 효율적으로 수행하기 위하여 회사가 자율준수업무 담당으로 지정한 자를 말한다.

제 2 장 조직구조 및 업무분장

제 1 절 자율준수관리자

제 3 조 [선임과 해임]

① 자율준수관리자는 명확한 권한과 책임을 부여 받을 수 있도록 대표이사가 추천하고, 이사회에서 임명한다.

② 자율준수관리자의 임명 사실은 문서, 전자문서, 홈페이지 게시 등의 방법을 통해 전 임직원에게 공지되어야 한다.

③ 자율준수관리자의 임기는 3년으로 한다.

④ 자율준수관리자는 자율준수관리자로서의 역할과 이해관계가 상충되는 업무에 종사하여서는 아니 된다.

⑤ 자율준수관리자가 결원 시, 결원일로부터 3개월 이내에 후임자를 대표이사가 추천하고, 이사회에서 임명한다.

⑥ 자율준수관리자는 이사회에서 해임한다.

제 4 조 [권한과 의무]

① 자율준수관리자의 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 자율준수 실태에 대한 점검, 조사권
2. 공정거래 관련 법령을 위반한 사항에 대한 개선, 시정요구권
3. 직무를 수행함에 있어서 필요한 자료 및 정보의 제출요구권
4. 기타 이사회가 필요하다고 인정하는 권한

② 자율준수관리자의 의무는 다음 각 호와 같다.

1. 선량한 관리자로서의 주의 의무
2. 자율준수프로그램을 효율적으로 운영할 의무

제 5 조 [직 무]

자율준수관리자는 공정거래 자율준수의 효율적 운영을 위하여 다음 각 호의 직무를 수행한다.

1. 자율준수프로그램의 운영
2. 자율준수와 관련된 계획 및 수립
3. 자율준수 실태에 대한 정기감사(점검)를 반기 1회 이상 실시
4. 감사결과에 대한 인사위원회 상정 및 시정요구
5. 공정거래 관련 법령을 위반한 사항에 대한 개선 및 시정요구
6. 자율준수규정에 대한 임직원 교육

7. 자율준수행동강령의 제정 및 운영
8. 자율준수 활동결과에 대한 기록유지
9. 자율준수 활동계획과 상황에 대한 대표이사 및 이사회 보고
10. 공정거래위원회와의 협조 및 지원
11. 기타 자율준수관리자가 필요하다고 인정하는 사항

제 6 조 [인사상 불이익 부과금지]

회사는 자율준수관리자의 업무집행의 객관성 및 독립성 확보를 위하여 당해 업무수행과 관련된 사유로 자율준수관리자에게 인사상의 불이익을 부과하여서는 아니 된다.

제 2 절 자율준수 전담부서 및 담당자

제 7 조 [자율준수 전담부서]

① 회사의 자율준수 전담부서는 준법지원팀으로 한다.
② 준법지원팀은 자율준수관리자의 직무수행을 보조하고, 회사의 자율준수와 관련된 법적 검토를 담당한다.
③ 감사실은 회사의 업무집행을 감사하는 부서로서, 준법지원팀의 자율준수프로그램 운영을 지원한다.

제 8 조 [회사의 지원]

① 회사는 자율준수관리자의 효율적인 업무수행에 필요한 인적, 물적 자원을 적극적으로 지원하여야 한다.
② 자율준수관리자는 회사의 비용으로 전문가의 조력을 구할 수 있다.

제 9 조 [자율준수책임자 / 자율준수담당자]

① 자율준수관리자는 자율준수프로그램의 조직적인 관리를 위해 본부 별로 자율준수책임자를 지정할 수 있다.
② 자율준수관리자는 자율준수프로그램의 효율적인 운영을 위해 본부, 팀 등 일정 조직 규모 별로 자율준수담당자를 지정할 수 있다.
③ 자율준수담당자는 소속부서의 자율준수프로그램의 수립 및 운영에 관하여 자율준수책임자 및 자율준수관리자의 자문 또는 협의를 받아야 한다.
④ 자율준수담당자는 공정거래 관련 법령 위반사항 발견 시 자율준수책임자에게 보고하여야 한다.

제 10 조 [임직원의 책무]

① 모든 임직원은 공정거래 관련 법령을 준수하여야 한다.

② 모든 임직원은 업무수행과 관련하여 공정거래 관련 법령 위반가능성이 있다고 판단될 경우에는 자율준수관리자의 자문을 받거나 자율준수관리자와 협의하여야 한다.

③ 모든 임직원은 소관업무를 수행함에 있어 공정거래 관련 법령 위반사항을 발견한 경우에는 이를 지체 없이 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.

제 3 절 사전업무협의제도

제 11 조 [사전업무협의 의무]

① 모든 임직원은 자율준수프로그램의 수립 및 운영과 공정거래 관련 법령의 준수 등을 위하여 사전에 자율준수관리자와 협의하여야 한다.

② 제 1항의 협의는 자율준수관리자의 검토, 자율준수협의회를 통한 협의, 외부기관의 자문 등의 방법으로 할 수 있다.

③ 본 조의 자세한 사항은 **「CP 사전업무협의제도 운영지침」**에 의한다.

제 12 조 [자율준수협의회의 구성 및 역할]

① 자율준수관리자는 제 11조 제 2항에 따라 자문 및 협의기구로서 자율준수협의회를 운영하며, 의장은 자율준수관리자, 구성원은 자율준수책임자로 한다.

② 자율준수관리자는 필요 시 자율준수협의회의 구성원을 추가로 지정하거나 변경할 수 있다.

③ 자율준수협의회의 역할은 다음 각 호와 같다.

1. 자율준수의 기본방침 설정
2. CP 관련 중요사항에 관하여 심의하고 필요한 조치를 권고하거나 자문
3. 기타 자율준수관리자가 필요하다고 인정하는 사항

④ 자율준수협의회는 업무수행에 관하여 중립성과 공정성을 보장받아야 한다.

제 4 절 인사위원회

제 13 조 [설치 및 구성]

① 인사위원회의 설치 및 구성은 「인사위원회 규정」에 따른다

② 자율준수관리자는 자율준수 관련 규정 및 공정거래 관련 법령 위반자에 대하여 인사제재 조치 필요 시 인사위원회에 제재조치를 요구할 수 있다.

제 14 조 [역 할]

인사위원회는 자율준수 관련 규정 및 공정거래 관련 법령 위반 임직원에 대한 제재조치를 할 수 있다.

제 3 장 자율준수프로그램의 운영

제 15 조 [자율준수편람]

① 자율준수관리자는 자율준수를 위한 세부지침인 자율준수편람을 제작하여 배포하여야 한다.

② 자율준수편람은 회사의 조직과 특성에 맞게 작성하여야 한다

③ 관계법령 및 규정 등의 변경이 있을 때에는 관련내용을 지체 없이 자율준수편람에 반영하여야 한다.

제 16 조 [교육프로그램의 실시]

① 자율준수관리자는 자율준수 규정 및 관련 법령에 대하여 임직원을 대상으로 년 1회 이상 교육을 실시하여야 하며, 필요한 경우에는 수시로 보수교육을 실시할 수 있다. 특히, 신규 입사자 교육 시 필수적으로 자율준수 관련 규정에 대한 내용을 포함하여야 한다.

② 자율준수관리자는 회사에 자율준수 관행이 정착될 수 있도록 지속적이고 체계적인 자율준수교육을 실시한다.

③ 자율준수관리자는 공정거래 관련 법령 위반 가능성이 높은 분야의 임직원(예: MD, PD 등)에게는 연간 2시간 이상 교육을 실시하여야 한다.

④ 자율준수관리자는 교육의 실효성을 보장하기 위하여 교육내용이나 교육방법을 주기적으로 점검하여 교육프로그램의 질적인 향상을 도모한다.

⑤ 교육내용은 자율준수 관련 규정의 주요내용이 변경되거나, 공정거래 관련 법령의 개정에 따라 임직원이 인지하여야 할 사항 등 필요하다고 인정하는 사항들로 한다.

⑥ 자율준수관리자는 본 조의 교육프로그램을 실시하기 위하여 필요 시 교육담당자를 지정할 수 있다.

⑦ 자율준수관리자는 합리적인 사유(연차, 병가, 휴직, 출장, 생방송 근무 등) 없이 본 조에 따른 교육에 불참한 임직원에 대하여 다음 표와 같은 조치를 취할 수 있다.

불참횟수	조치사항
1회	교육불참보고서(불참사유 및 교육자료 요약) 제출
연속 2회	자율준수관리자 명의 “서면 경고”
연속 3회 이상	자율준수관리자 명의 “서면 경고” + 추가 교육 1시간 이수

※ 전사(정기), 특별(수시)교육 불문

⑧ 자율준수교육에 관련하여 필요한 세부사항은 자율준수관리자가 별도로 정할 수 있다.

제 17 조 [감사(모니터링) 제도]

① 자율준수관리자는 다음 각 호에 해당하는 방법에 의하여 자율준수프로그램의 준수 여부를 반기 1회 이상 확인하여 이사회에 보고하여야 한다.

1. 임직원의 자율준수 실태 등에 대한 점검, 조사
2. 자율준수관리자의 요구에 의하여 각 부서별로 작성한 각종 체크리스트의 검토 및 확인
3. 자율준수관리자의 요구에 의하여 제출된 각종 자료의 검토 및 확인

② 자율준수관리자는 중대한 위반행위가 발생하였을 때 즉시 대표이사에게 보고하여야 한다.

제 18 조 [공정거래 관련 법령 위반 임직원에 대한 제재]

① 자율준수관리자는 공정거래 관련 법령 위반자에 대해서는 회사의 관련규정이 정하는 바에 따라 위반 정도에 상응하는 제재조치를 하여야 한다.

② 제재조치의 대상에는 관련법규 위반행위 자체뿐 아니라 이를 명시적 또는 묵시적으로 권유하거나 방조한 행위도 포함 한다.

③ 자율준수관리자는 공정거래 관련 법령 위반사항에 대하여 당해 임직원에게 시정을 요구하여야 한다.

④ 자율준수관리자는 위반사항 및 시정내용을 파악하고 자율준수프로그램의 운영에 반영하여야 한다.

제 19 조 [문서관리]

① 자율준수에 관한 기본 문서들은 자율준수관리자의 책임아래 분류되고 보관되어야 한다.

② 자율준수관리자의 선/해임 관련 문서, 점검 결과보고서 및 기타 점검 관련 자료, 자율준수규정 등 자율준수 활동에 관한 모든 문서는 추후 증빙자료로 활용될 수 있도록 철저하게 작성 보관되어야 한다.

③ 자율준수 활동에 관한 모든 문서는 정확하게 기록되고 최신의 정보를 담아야 한다.

제 20 조 [포 상]

자율준수관리자는 자율준수에 현저한 공로가 있는 자에 대하여 포상을 추천 할 수 있으며, 세부적인 사항은 자율준수관리자가 관련 부서와 협의하여 정한다.

제 21 조 [제보 절차]

① 임직원은 공정거래 관련 법령의 위반 사례 발생 또는 발생 가능성이 있는 경우 자율준수관리자 또는 회사에 제보 할 수 있다.

② 제보는 회사의 익명제보시스템인 "헬프라인"을 통한 신고 또는 이메일, 우편, 전화, 팩스 등으로 할 수 있으며, 제보자의 신분은 법에 의해 공개가 강제되지 않는 한 비밀로 보장하여야 한다.

③ 자율준수관리자는 제보 받은 내용에 대하여 음해 목적으로 조작되었는지 판단하여, 음해 목적이 없다면 위반 사항에 대하여 자율준수 전담부서에 조사를 명 할 수 있으며, 자율준수 전담부서는 조사 후 조사 내용을 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.

④ 자율준수관리자는 위반 사항이나 위반 가능성이 발견 된 경우 시정조치를 취하고 대표이사에 보고하여야 한다.

제 22 조 [제보자 보호]

① 제보자는 제보행위로 인하여 어떠한 불이익도 받지 않아야 한다.

② 제보자가 제보를 함으로써 어떤 형태로든 불이익을 입었다고 믿는 경우는 서면으로 자율준수관리자에게 구제를 소명할 수 있고, 자율준수관리자는 이를 검토하고 조사하여 제보자에게 불이익이 가하여졌다면 대표이사에 시정을 요청할 수 있고, 대표이사는 시정 조치를 명하여야 한다.

제4장 평가 및 공시

제 23 조 [운영성과 평가]

① 자율준수관리자는 자율준수프로그램이 효과적으로 작동하고 있는지를 주기적으로 평가하여 그 결과를 프로그램 운영에 반영하여야 한다.

② 운영성과 평가는 자율준수관리자가 하되, 필요에 따라 외부전문가의 자문을 구할 수 있다.

제 24 조 [공 시]

자율준수관리자는 자율준수프로그램의 운영상황을 회사 홈페이지에 공시하여야 한다.

제 25 조 [위 임]

자율준수관리자는 이 규정의 효율적이고 원활한 운영을 위하여 추가적인 세부사항을 별도로 제정 및 개정 운영할 수 있다.

제 26 조 [시행시기]

① 이 규정은 2017년 02월 01일부터 시행한다.

② 이 규정은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

③ 이 규정은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

④ 이 규정은 2021년 12월 01일부터 시행한다.

나. 내부감사규정

제1장 총칙

제1조(목적)

이 규정은 주식회사 엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 내부감사에 대한 직무수행기준과 절차를 정하여 회사의 내부감사를 원활히 수행하게 함을 목적으로 한다.

제2조(정의)

이 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. "내부감사"라 함은 회사의 업무수행 가치를 증대시키고 개선시키기 위해 설정된 독립적이고 객관적인 검증과 컨설팅 활동이다.
2. "감사인"이라 함은 감사실에서 감사 또는 조사업무를 수행하는 직원을 말한다.
3. "정기감사"라 함은 연도별 감사계획에 의하여 업무 전반에 대하여 실시하는 사후감사로서 정기적으로 실시하는 감사를 말한다.
4. "특별감사"라 함은 회사대표의 의뢰가 있는 경우에 실시하는 감사를 말한다.

제3조(내부감사 조직과 임무)

① 내부감사 조직으로 회사 대표가 지시하는 사항을 감사 또는 조사하는 감사실을 둔다.

② 내부감사의 임무는 다음 각호와 같다.

1. 회사의 핵심가치실현과 경영효율 향상 및 윤리경영 실천을 위하여 업무전반에 대한 감사 및 지원으로 회사목적 달성 기여
2. 자율준수 관리자 및 자율준수 전담부서의 자율준수 프로그램 운영의 지원

제4조(내부감사의 대상과 범위)

내부감사의 대상과 범위는 다음 각 호와 같다.

1. 제반 경영활동 관련 정보(보고)의 신뢰성과 충실성 여부
2. 제반 사규 및 관계 법규 준수 실태
3. 자산의 보존방법 및 자산의 실재 상태 (재고관리)
4. 경영자원의 경제적, 효율적 사용여부 (프로세스 점검)
5. 회사 대표의 지시사항에 대한 이행여부 등 기타 필요한 사항
6. 비리, 부정 제보 실태파악 (녹색신고제도의 신고사항 등)
7. 각종 중대한 사고 등의 프로세스 점검
8. 회사 대표가 지시하는 사항에 대한 감사 또는 조사

제5조(내부감사의 종류)

내부감사는 정기감사 및 특별감사로 구분한다.

제6조(내부감사의 방법)

내부감사는 서면감사 또는 실지감사에 의하여 실시한다.

제2장 감사인

제7조(감사인의 독립성)

① 감사인은 회사의 각급 집행기관으로부터 독립하여 그 직무를 수행한다.

② 감사인이 업무를 수행함에 있어 그 결과에 영향을 끼칠만한 개인적 연고 등이 인정되면 당해 감사 또는 조사에서 제외시켜야 한다.

제8조(감사인의 전문성)

① 감사인은 감사업무 수행에 필요한 자격증 소지자 또는 전문적 지식이나 기술을 가진 자로서 근무성적이 양호하고 인간관계와 의사소통이 원활한 자로 보하여야 한다.

② 감사인은 맡은 업무에 대한 전문지식을 종합적으로 갖출 수 있도록 자기계발을 위해 노력하여야 한다.

③ 감사인의 전문능력을 보완하고 감사결과의 신뢰성을 제고하기 위하여 필요한 경우에는 외부전문가의 자문을 받아 이를 감사계획, 실시 및 결과 처리에 반영할 수 있다.

제9조(감사인의 의무)

① 감사인은 공명정대하여야 하고 정직성, 성실성, 건전한 윤리의식 등의 인격을 갖추어야 한다.

② 감사인은 직무상 지득한 기밀을 누설하거나 이를 이용하여 사적 이익을 추구해서는 아니 된다.

③ 감사인은 업무를 수행함에 있어서 회사의 이익과 주주의 권익보호를 위하여 최선의 노력을 기울여야 한다.

④ 감사인은 친절한 자세와 겸손한 언행으로 수감부서 직원의 인격과 의견을 최대한 존중하여 감사를 수행하여야 한다.

제10조(감사인의 대우)

① 감사인은 법령위반 또는 그 직무를 성실히 수행 하지 아니한 경우를 제외하고는 신분상 불리한

처분을 받지 아니한다.

② 감사인에 대한 근무성적평정은 독립적 감사활동이 위축되지 않도록 별도 운영할 수 있다.

③ 감사인에 대하여 예산의 범위 내에서 감사활동에 필요한 경비를 지급할 수 있다.

제11조(감사인의 권한)

① 감사인은 내부감사 목적상 필요한 때에는 다음 각호의 권한을 가진다.

1. 업무관계 서류, 장부, 증빙서 및 물품 등의 제출요구 또는 열람
2. 관계자의 출석과 답변 요구 등 조사
3. 창고, 금고, 장부 및 물품 등의 봉인 또는 실사 요구
4. 회사 거래처에 대한 조사자료의 요구
5. 기타 내부감사업무 수행에 필요한 사항의 요구

② 제1항의 규정에 의한 권한행사는 서면 또는 구두로 할 수 있다.

③ 제2항의 규정에 의한 요구를 받은 자는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

제3장 감사계획의 수립과 실시

제12조(연도감사계획)

① 감사실장은 회사의 경영방침과 당면한 경영 과제를 충분히 반영하여 당해 연도 감사계획을 수립하고 회사 대표에게 보고하여야 한다.

② 연도감사계획에는 감사기본방침, 내부감사의 종류, 대상부서, 감사실시 시기, 중점감사사항 등이 포함되어야 한다.

제13조(각종사고 등의 통보)

① 각급 부서의 장은 다음 각호의 1에 해당하는 사항이 발생한 사실을 인지한 경우에는 즉시 그 내용을 감사실장 에게 통보하여야 한다.

1. 형사책임에 관련된 사고 및 직무와 관련한 각종 비리·비위행위
2. 감사업무와 관련된 대외기관의 조사 및 점검사항
3. 콜센터 시스템 고장피해 등 각종 대형사고 및 대형민원 발생
4. 현금, 유가증권, 물품 및 재산 등 망실 및 훼손
5. 특정사고 및 불법, 부당 집단행위
6. 품위의 손상으로 회사의 명예를 실추시키는 행위

② 각급 부서의 장은 제1항의 통보의무를 성실히 수행하여야 한다.

제14조(내부신고 및 포상)

① 감사실장은 임직원의 불공정한 업무처리, 부정부패, 윤리강령실천지침 위반사항 등을 접수하여 철저한 조사를 통해 투명한 회사분위기 조성 및 근무기강 확립에 기여하고자 내부신고 및 포상제도를 운영할 수 있다.

② 제1항의 신고자에 대한 포상 및 신분보장 등 세부사항은 감사실장이 따로 정한다.

제15조(감사청구)

① 각급 부서의 장은 신속한 감사가 필요하거나 또는 지연 처리시 회사의 손실이 예상되는 각종 위험요소에 대하여 회사리스크 최소화를 위해 감사실장에게 서면으로 감사청구를 할 수 있다.

② 제1항의 감사청구에 대한 세부사항은 감사실장이 따로 정한다.

제16조(감사실시 통보 및 예고)

① 내부감사를 실시하고자 할 때에는 감사 실시 1주일 전에 감사사항, 감사기간 및 감사인을 수감부서에 통보하여야 한다. 다만, 특별감사 등 긴급하거나 내부감사업무 수행상 불가피하다고 인정될 때에는 사전통보 없이 실시할 수 있다.

② 감사실시 전에 예방효과를 도모하기 위하여 사전예고를 사내매체를 통하여 실시할 수 있다.

제4장 감사결과 보고 및 조치

제17조(내부감사결과 보고)

감사실장은 제4조 제1항에 의거 회사 대표의 지시에 의하여 감사를 실시하였거나 조사를 실시한 때에는 감사결과 및 조치결과를 회사 대표에게 보고하여야 한다.

제18조(내부감사결과 조치요구)

감사실장은 내부감사결과 위법 부당한 사실 또는 개선을 요하는 사항이 발견되었을 때에는 수감부서의 장에게, 직원의 징계에 관한 사항이 발견되었을 때에는 인사위원회에 서면으로 조치를 요구하여야 한다.

제19조(조치요구에 대한 집행, 확인 및 포상)

① 수감부서의 장은 제18조의 규정에 의한 조치요구를 받았을 때에는 15일 이내에 이에 대한 필요한 조치를 취하고 그 결과를 서면으로 감사실장에게 통보하여야 한다. 다만, 부득이한 사유로 기한내 조치가 불가능한 사항의 경우에는 그 사유 와 처리기한을 명시하여 서면으로 통보하여야 한다.

② 감사실장은 제1항의 규정에 의한 조치내용을 검토하여 부당하다고 인정될 때에는 재조치를 요구할 수 있다. 다만, 인사위원회 의결에 이의가 있을 때에는 결과통보를 받은 날로부터 15일 이내에 재심을 청구하여야 한다.

③ 감사실장은 감사결과 회사이익에 크게 기여하였거나 경영목표 달성 등 현저한 공헌 사실이 발견된 경우에 공헌자 및 공헌내용 등을 명백히 하여 포상을 권고하고 그 내용을 전파한다.

④ 감사실장은 제1항 내지 제3항의 규정에 의한 조치결과에 대하여 이행여부를 확인하여야 한다.

제5장 보 칙

제20조(절차 등)

감사실장은 이 규정 시행을 위하여 필요한 때 에는 별도로 절차를 정할 수 있다.

부 칙

제1조(시행일)

① 이 규정은 2013년 01월 11일부터 시행한다.

② 이 규정은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

다. CP 모니터링 운영지침

제 1 조 [목 적]

이 CP 모니터링 운영지침(이하 "이 지침"이라 한다)은 정기 또는 비정기 모니터링(이하 "모니터링"이라 한다)을 통해 임직원의 공정거래 관련 법령의 준수 여부를 확인하고, 자율준수프로그램의 적합성과 유효성을 평가하여 지속적으로 개선·발전 시키는데 그 목적이 있다.

제 2 조 [적용범위]

이 지침은 모니터링의 계획 수립, 실시, 보고서 작성 및 보고, 후속 조치에 대해 적용한다.

제 3 조 [용어의 정의]

이 지침에 정의되지 아니한 용어는 「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」 내 정의에 따른다.

제 4 조 [책임과 권한]

① 자율준수관리자의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 모니터링 직원을 임명하고, 해당 직원에게 모니터링에 필요한 권한을 위임하여야 한다.
2. 모니터링 직원이 작성한 모니터링 계획서 및 보고서를 검토하여 대표이사에게 보고한 후 승인하여야 한다.
3. 자율준수프로그램 준수여부를 반기 1회 이상 확인하여 이사회에 보고하여야 한다.
4. 임직원의 공정거래 관련 법령 준수 여부 등에 대하여 점검 및 조사하고 후속조치를 이행한다.
5. 각 부서별 체크리스트 및 자율준수 관련 신고서·보고서·각종 자료 등을 검토 및 확인한다.

② 자율준수 전담부서(이하 "전담부서"라 한다)의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 연간 모니터링 계획을 수립하여 계획서를 작성하고, 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.
2. 임직원의 공정거래 관련 법령 준수 여부 등에 대하여 점검 및 조사하고 후속조치를 이행한다.
3. 공정거래 관련 법령 위반 행위 발견 시 보고서를 작성하여 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.

③ 수검부서의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 자율준수관리자 및 전담부서의 모니터링 활동이 원활히 수행될 수 있도록 협조하여야 한다.
2. 모니터링 시 지적된 공정거래 관련 법령 미 준수사항에 대해 적절한 시정조치 계획을 수립하여 전담부서에 통보하고, 통보한 계획에 따라 시정하여야 한다.

제 5 조 [업무절차]

① 모니터링 직원은 자율준수관리자가 위촉하는 자로 하거나, 전담부서의 직원으로 구성된 자로 한다. 자율준수관리자는 모니터링의 목적 달성에 적합한 수의 직원을 모니터링 직원으로

임명하며, 필요한 경우 모니터링 업무에 관련된 전문가를 포함시켜 모니터링을 실시하거나 자문을 구할 수 있다.

② 모니터링은 다음 각 호와 같이 정기, 비정기 모니터링으로 구분된다.

1. 정기 모니터링은 반기 1회 이상 실시하며, 자율준수관리자는 모니터링 계획 및 결과를 이사회에 보고하여야 한다.
2. 비정기(수시) 모니터링은 자율준수프로그램 관련 문제의 발생 또는 적합성을 검토할 필요가 있다고 판단될 경우 대표이사 또는 자율준수관리자의 지시에 의해 수시로 실시한다.

③ 전담부서장은 매년 초 연간 모니터링계획을 수립하여 자율준수관리자의 검토 및 승인을 득한 후, 필요 시 수검부서에 통보한다.

④ 모니터링 직원은 다음 각 호와 같이 모니터링을 실시한다.

1. 모니터링은 계획서와 점검표를 작성·활용하여 실시하며, 점검표상에 없는 것이라도 공정거래자율준수 이행의 확인과 적합성을 판단하기 위한 조사를 할 수 있다.
2. 모니터링은 객관적이고 사실적인 자료를 통해 실시하며 각각의 위법행위·불공정거래 행위의 사항에 대해 보고서를 작성한다.
3. 모니터링이 끝나면 자율준수관리자, 전담부서장, 모니터링 직원, 수검부서 등 유관자가 참여하는 회의를 개최하여 법 위반사항을 설명하고 자율준수관리자는 필요한 경우 시정조치를 위한 조언을 한다.

⑤ 모니터링 후속조치는 다음 각 호와 같이 이행한다.

1. 전담부서는 각각의 법 위반사항에 대해 보고서에 회신 일을 기입하여 수검부서장 및 해당자에게 통보한다.
2. 수검부서장 및 해당자는 법 위반사항에 대한 시정조치 계획을 수립하고 그 내용 및 완료 예정일을 보고서에 기입하여 전담부서에 회송한다.
3. 전담부서장은 시정조치 완료결과를 확인 후 보고서상에 기록함으로써 모니터링을 종결하고 관련된 자료를 보관한다.

⑥ 모니터링 결과보고서는 다음 각 호와 같이 작성한다.

1. 전담부서장은 계획서, 점검표, 지적보고서, 기타 관련자료를 기초로 모니터링 결과 보고서를 작성하여 자율준수관리자의 승인을 득한다.
2. 모니터링 결과 보고서에는 다음의 사항이 포함된다.
   가. 모니터링 목적과 구분
   나. 모니터링 일시와 대상부서(수검부서)
   다. 모니터링 기준이 되는 규정 및 표준
   라. 모니터링 범위 및 내용
   마. 공정거래 관련 법령 위반 사항

3. 자율준수관리자는 모니터링 결과 보고서를 대표이사에게 보고하며, 필요한 경우 문제의 해결책을 입안하여 시행한다.

⑦ 모니터링 관련 기록은 다음 각 호와 같이 보관한다.

1. 전담부서는 모니터링 관련서류 일체를 보관한다.
2. 자율준수관리자는 매 모니터링 시마다 지적된 지적 사항을 연속해 기재함으로써 이력관리가 가능하도록 관리대장을 작성한다.

제 6 조 [기록관리]

이 지침과 관련한 모든 기록은 「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」에 따라 유지·관리하여야 한다.

제 7 조 [시행일]

① 이 지침은 2017년 02월 01일부터 시행한다.

② 이 지침은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

라. 내부신고처리규정

제 1 조 [목적]

이 내부신고처리규정(이하 "이 규정"이라 한다)은 (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 임직원이 회사 내부의 법 위반사실을 발견할 경우 제보할 수 있는 내부고발시스템에 관한 사항을 명확히 규정함으로써 내부신고를 장려하고 신고자를 보호하는 데 그 목적이 있다.

제 2 조 [용어의 정의]

① 이 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

1. "부정청탁"이란, 부정청탁 및 금품등 수수의 금지에 관한 법률(이하 "청탁금지법"이라 한다) 제5조에 따라 금지되는 행위를 말한다.
2. "금품등"이란, 청탁금지법 제2조에서 규정하는 재산적 이익을 포함한 일체의 유/무형의 경제적 이익을 말한다.
3. "불공정거래행위"란, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 "공정거래법"이라 한다) 제23조 및 제 23조의2에 의하여 금지되는 행위를 말한다.
4. "윤리강령"이란, 회사가 윤리적 소명을 다하기 위하여 마련한 임직원들이 스스로 준수하여야 할 행동기준을 말한다.
5. "내부신고"란, 임직원이 그 직무를 수행함에 있어 제 3조의 신고대상행위에 해당하여 감사실에 신고하는 행위를 말한다.
6. "신고자"란, 제 5호의 내부신고를 직접 한 자를 말한다.
7. "피신고자"란, 제 5호의 내부신고의 대상자를 말한다.

② 제 1항에서 정하지 아니한 용어의 정의는 청탁금지법 및 공정거래법 등 관련 법령에 따른다.

제 3 조 [신고대상행위]

① 이 규정에 따라 임직원에게 신고의무가 부과되는 신고대상행위는 다음 각 호와 같다.

1. 부정청탁을 받거나 하는 행위
2. 직무 관련 금품등 수수행위
3. 불공정거래행위
4. 윤리강령 위반행위
5. 기타 업무상 부조리행위

② 제 1항의 신고대상행위는 다음 각 호의 행위를 포함한다.

1. 임직원 자신이 직접 제 1항의 행위를 한 경우
2. 다른 임직원으로부터 제 1항의 행위를 강요/제의 받은 경우
3. 다른 임직원이 제 1항의 행위를 한 사실을 알게 된 경우

제 4 조 [신고의무]

임직원은 직무를 수행함에 있어 제 3조의 신고대상행위에 해당하는 경우에는 감사실에 지체 없이 신고하여야 한다.

제 5 조 [신고방법]

① 신고방법은 다음 각 호와 같이 실명신고와 익명신고로 구분된다.

1. 실명신고
   가. 회사 그룹웨어 내 "NS 청탁금지법 가이드/위반신고"를 통한 신고
   나. 회사 그룹웨어 메일을 통한 신고(수신자: 감사실)
2. 익명신고(헬프라인)
   가. 회사 모바일 어플리케이션 "NS홈쇼핑 헬프라인"을 통한 신고
   나. https://pr.nsmall.com 우측 하단 "헬프라인"을 통한 신고

② 신고자는 제 1항의 신고 시, 신고대상행위 및 피신고자 등 사실관계를 구체적으로 기재하고 증거자료를 함께 제시하여야 한다. 다만, 피신고자를 특정할 수 없는 경우에는 피신고자 특정 없이 기타 사실관계만을 기재할 수 있다.

③ 제 2항에도 불구하고 즉시 처리가 필요한 사안 등 특별한 사정이 있는 경우에는, 신고자는 사실관계만 신고하고 추후에 증거자료를 제출할 수 있다.

제 6 조 [신고의 처리]

① 감사실은 신고가 접수되는 즉시 신고내용에 대한 사실 여부를 조사하여 처리하고, 그 결과를 신고자에게 통지하여야 한다.

② 감사실은 신고자 또는 피신고자에게 사실여부를 확인하는 데 필요한 자료제출 및 진술 등을 요구할 수 있다.

③ 감사실장은 제 1항의 신고 접수 시, 공정거래자율준수프로그램과 관련된 사항이 있는 경우에는 자율준수관리자에게 즉시 신고내용을 보고하여야 한다.

④ 감사실은 신고사항이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 조사를 중단하고 종결 처리할 수 있다. 다만, 이 경우에도 감사실은 제 1항에 따라 신고자에게 처리결과를 통지하여야 한다.

1. 신고내용이 사실이 아닌 경우
2. 신고자가 제 2항에 따른 자료제출 및 진술 등의 요구를 이행하지 아니하여 신고내용에 대한 사실여부 확인이 곤란한 경우
3. 동일한 신고자가 정당한 사유 없이 같은 내용을 반복하여 신고한 경우로서 그 처리결과를 이미 통지한 경우
4. 같은 사항에 대하여 2명 이상이 각각 신고를 하여 먼저 접수된 신고에 대해 조사가 진행 중이거나 종료된 경우로서 새로운 증거가 없는 경우

제 7 조 [비밀보장]

① 감사실은 신고내용을 조사/처리함에 있어 신고자의 동의 없이 그 신분을 밝히거나 다른 사람이 알 수 있도록 암시하는 어떠한 행위도 하여서는 아니 된다.

② 감사실은 익명신고가 가능하도록, 익명신고시스템(헬프라인, www.redwhistle.org)을 통해 신고자의 익명성을 철저히 보장하여야 한다.

③ 신고자 이외의 임직원은 신고자의 신분을 감사실에 문의하거나 신고자를 알아내기 위한 탐문 등 신분을 노출시키기 위한 어떠한 행위도 하여서는 아니 된다.

④ 감사실장은 본 조의 위반행위가 있는 경우, 인사팀에 해당 임직원에 대한 징계처분 등을 요구할 수 있다.

제 8 조 [신분보장]

① 신고자는 신고행위와 관련하여 어떠한 신분상 불이익이나 근무조건상의 차별(이하 "불이익등"이라 한다)을 받지 아니한다.

② 신고자는 내부신고를 하였다는 이유로 불이익등을 당하였거나 당할 것으로 예상되는 때에는 감사실장에게 해당 불이익등의 원상회복, 보직변경, 징계보류 등 신분보장조치와 그 밖의 필요한 조치(이하 "신분보장조치등"이라 한다)를 요구할 수 있다.

③ 제 2항에 따라 신분보장조치등을 요구하는 신고자는 별지 제1호 서식에 따라 인적사항, 요구사유 및 요구내용 등을 감사실장에게 서면으로 제출하여야 한다.

④ 감사실장은 신고자의 요구내용에 대해 자체 조사 후 그 요구가 타당하다고 인정할 경우 신고자가 요구한 신분보장조치등을 인사팀장에게 요구하여야 하며, 요구를 받은 인사팀장은 정당한 사유가 없는 한 이에 따라야 한다.

⑤ 감사실장은 제 1항을 위반하여 신고자에게 불이익등을 부여한 자에 대해 인사팀에 징계처분요구 등 필요한 조치를 취할 수 있다.

⑥ 감사실장은 신고내용의 조사/처리 과정에서 해당 직무의 수행에 지장이 있다고 인정되는 경우에는 피신고자에 대하여 다음 각 호의 조치를 취할 수 있다.

1. 직무 참여 일시중지
2. 직무 대리자의 지정
3. 전보

제 9 조 [협조자 보호]

내부신고와 관련하여 신고자 외에 자료제출, 진술 등의 방법으로 신고내용 조사에 협조한 자(이하 "협조자"라 한다)에 대하여는 제 7조 및 제 8조를 준용한다.

제 10 조 [보호대상 제외]

① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 이 규정에 따른 보호를 받지 아니한다.

1. 신고자가 신고내용이 거짓임을 알았거나 알 수 있었음에도 불구하고 신고한 경우
2. 신고자가 피신고자를 음해할 목적으로 신고한 경우
3. 신고자 또는 협조자가 거짓된 진술을 하거나 거짓된 자료를 제출한 경우
4. 신고자가 신고와 관련하여 금품등이나 근무관계상의 특혜를 요구한 경우
5. 그 밖에 부정한 목적으로 신고한 경우

② 감사실장은 제 1항 각 호에 해당하는 경우 신고자 또는 협조자에 대하여 인사팀에 징계처분요구 등 필요한 조치를 취할 수 있다.

제 11 조 [책임의 감면 등]

① 신고자가 내부신고를 함으로써 신고자 자신의 신고대상행위가 드러나거나, 내부신고 조사 과정에서 그와 관련된 신고자의 신고대상행위가 발견된 경우에는 신고자에 대하여 징계처분을 감경 또는 면제할 수 있다.

② 내부신고를 한 경우에는 신고자가 직무상 비밀준수 의무를 위반하지 아니한 것으로 본다.

제 12 조 [포상금의 지급]

① 신고자의 신고행위가 「CP 포상지침」에 따른 포상대상에 해당하는 경우에는 감사실장은 해당 신고자를 포상후보자로 추천할 수 있다.

② 제 1항의 신고자에 따른 포상은 「CP 포상지침」에 의한다.

③ 본 조의 정함에도 불구하고, 신고자가 허위 또는 부정한 방법으로 포상금을 지급받았거나 신고내용 조사 처리과정에서의 착오 등으로 포상금이 잘못 지급된 경우에는 감사실장과 인사팀장의 상호 협의를 통해 포상금의 전부 또는 일부를 환수할 수 있다.

제 13 조 [부칙]

① 이 규정은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

② 이 규정은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

[별지 제1호 서식]

신분보장조치등 요구서

성 명		생년월일	
소 속		직 급	

항 목	해당여부	상세내용
1. 불이익 원상회복	(　　)	
2. 보직 변경	(　　)	
3. 징계 보류	(　　)	
4. 기타	(　　)	

위와 같이 신분보장조치등을 요구합니다.

0000년 00월 00일

요구자 : 000　　(서명 또는 인)

(주)엔에스쇼핑 감사실장 귀하

마. 계약/채권 업무처리 지침

제 1 조 【목적】

이 계약/채권 업무처리 지침(이하 "이 지침"이라 한다)의 목적은 (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 임직원이 계약체결, 채권양도, 채권회수 등 법적인 업무를 처리하고 관리하는 데 있어 필요한 세부적인 업무처리 방법과 순서 등을 규정함으로써 회사의 계약 관련 프로세스를 정립함에 있다.

제 2 조 【용어의 정의】

이 지침에 사용되는 용어의 정의는 다음 각 호에 따른다.

1. "담당임직원"이라 함은 계약상대방의 선정, 계약조건의 협상, 계약 체결, 채권양도 협의, 채권양도서류 취합, 채권회수 의뢰 등 법적인 업무를 담당하여 진행·협의·품의·의뢰·처리·관리하는 회사의 임직원(준법지원팀 직원 제외)을 말한다.
2. "법무담당자"라 함은 회사와 관련한 법적인 업무를 처리하는 것을 주된 직무로 하는 회사의 준법지원팀 직원을 말한다.

제 3 조 【계약상대방의 선정】

① 담당임직원은 계약상대방을 선정함에 있어 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 경쟁입찰방식을 원칙으로 하되, **「구매 및 용역계약 규정」**에서 수의계약방식으로 할 것을 정하는 경우에는 수의계약방식으로 할 수 있다.
2. **「구매 및 용역계약 규정」** 제7조에 해당하는 입찰참가자격 제한자를 계약상대방으로 선정하지 아니한다.
3. 계약상대방의 신용도, 기술력, 품질, 경력, 자격 등 제반 사정을 종합적으로 고려하여 계약상대방을 선정하여야 하고, 수의계약의 필요성 및 계약상대방 선정 과정과 결과 등에 관한 검토자료를 보관해야 한다.

② 제 1항 이외에 계약상대방 선정 시 준수하여야 할 사항은 **「구매 및 용역계약 규정」**에 의한다.

제 4 조 【계약조건의 협상】

① 담당임직원은 계약상대방과 계약조건 협상 시, 계약기간, 계약금액, 대금지급조건, 보증보험/담보제공 여부, 손해배상 청구요건/산정기준, 계약 해제/해지 요건, 책임감면 요건 등 계약의 주요사항을 협의하여야 한다.

② 담당임직원은 최대한 회사에 유리한 계약조건을 도출하여 회사의 이익 극대화에 기여하여야 하고, 불법 또는 편법적인 계약조건을 배제하여야 한다.

③ 담당임직원은 계약상대방과 협의한 자료(공문, 회의록, 전자메일, 녹음파일 등)를 보관함으로써 향후 발생할 수 있는 계약 관련 분쟁에 대비하여야 한다.

제 5 조 【계약서의 작성】

① 담당임직원은 계약서를 법무담당자에게 검토 의뢰하기 전에 다음 각 호의 기본사항이 제 4조의 협상 내용에 따라 명확히 기재되었는지 확인하여야 한다.

1. 계약의 목적, 계약의 대상(목적물)
2. 계약기간, 갱신조항, 계약체결일자
3. 계약금액, 지급조건
4. 보증보험(선급금 지급 시, 하자 발생 우려 시 반드시 보증보험 가입하여야 함)
5. 계약해제/해지
6. 손해배상
7. 계약당사자 정보(업체명, 주소, 대표자명 등), 첨부서류 목록

② 담당임직원은 제 1항의 계약일반사항 이외에 당해 계약에 필요한 특약사항을 작성하여 계약서에 첨부할 수 있다.

③ 담당임직원은 다음 각 호의 경우 계약서의 작성을 생략할 수 있다. 다만, 이 경우에는 청구서, 각서, 협정서, 승낙서 등 계약 성립의 근거가 될 수 있는 서류를 계약상대방으로부터 수령하여 제 8조 제 1항에 따라 계약서에 준하여 보관하여야 한다.

1. 계약금액이 50만원 미만인 계약
2. 전기, 수도, 가스의 공급계약 등 계약의 성질상 계약서의 작성이 필요하지 아니한 계약
3. 기타 특별한 사유로 인하여 법무담당자와 사전에 협의하여 계약서의 작성을 생략한 계약

제 6 조 【계약서의 검토】

① 담당임직원은 제 4조의 협상을 통해 계약조건을 확정하여 작성한 계약서를 법무담당자에게 업무협조전 [계약서 검토 의뢰] 전자결재를 통해 검토 의뢰한다.

② 제 1항의 검토 의뢰 시, 담당임직원은 계약서와 견적서, 설계도면, 현장설명서 등 제반 서류를 첨부하여 의뢰한다.

③ 제 1항에 따른 검토 의뢰를 접수한 법무담당자는 계약서를 검토하여 그 결과를 담당임직원에게 그룹웨어 메일을 통해 회신하여야 한다.

④ 담당임직원은 제 3항의 검토 결과, 계약상대방과 협의가 필요한 사항이 있는 경우 즉시 협의를 진행하여 그 결과를 법무담당자에게 회신하여야 한다.

⑤ 법무담당자는 제 4항의 협의 결과를 반영하여 재검토한 계약서를 담당임직원에게 그룹웨어 메일을 통해 회신한다.

⑥ 법무담당자는 본 조에 의한 계약서 검토 시 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 계약서 내 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 등 관련 법령을 위반하는 규정이 없도록 조항을 수정/추가/삭제한다.

2. 업계관행, 거래구조, 계약상대방의 신용도 / 재정 / 기술력 / 품질 / 시장지배력 / 거래기간 / 거래효율/보안성/긴급성 등 특수한 사정을 고려하여 계약서 검토에 개별적으로 반영할 수 있다.

제 7 조【계약의 체결】

① 담당임직원은 제 6조의 검토를 완료한 계약서 2부(계약상대방의 수에 따라 증감)를 작성하여, 회사 및 계약상대방의 대표자의 서명 또는 기명날인을 한 후 계약상대방과 각 1부씩 보관한다.

② 담당임직원은 계약체결 전에 회사 내부 품의서 등에 의해 결재를 득한 후 대표이사의 인감(법인인감 또는 사용인감)을 계약서에 날인한다.

③ 담당임직원은 계약내용이 정관 기타 회사 규정상의 주주총회의결, 이사회의결 등 내부수권절차를 거쳐야 하는 사항인지 여부를 계약체결 전에 확인해야 한다.

④ 담당임직원은 계약체결에 있어, 계약상대방이 계약체결에 대한 적법한 권한과 권리를 갖고 있는지 신분증(사본), 위임장, 인감증명서, 사용인감계(사용인감 날인의 경우), 사업자등록증, 등기부등본 등 각종 공적장부를 제출 받아 확인하고 계약서 날인본(원본)과 함께 보관해야 한다.

제 8 조【계약서의 보관】

① 담당임직원은 계약서와 견적서, 설계도면, 현장설명서, 위임장, 인감증명서, 사업자등록증, 등기부등본 등 계약 관련 제반 서류를 **「CP 문서관리지침」**에 따라 보관해야 한다.

② 담당임직원은 계약서 검토를 진행한 건에 대하여 계약체결 최종본(날인본)의 사본을 법무담당자에게 공유해야 하고, 계약체결 진행이 중단(보류)된 건에 대하여는 그 사유를 법무담당자에게 지체 없이 통지해야 한다.

③ 법무담당자는 계약서 검토 완료 후 계약서 검토 관리 대장을 입력/관리함으로써 계약 현황을 철저히 관리한다.

제 9 조【법률자문】

① 기 체결한 계약 관련 분쟁 및 기타 법률적으로 검토할 사항이 발생할 경우, 담당임직원을 포함한 회사의 임직원은 사실관계를 정리하여 관련 서류와 함께 법무담당자에게 법률자문을 의뢰할 수 있다.

② 제 1항의 의뢰를 접수한 법무담당자는 의뢰사항을 검토하여 그 결과를 회신한다.

③ 법률자문을 의뢰한 임직원은 법률자문 결과를 실제로 어떻게 적용하였는지 후속조치사항을 법무담당자에게 공유한다.

④ 담당임직원은 법률자문을 의뢰할 경우 일체의 숨김이나 추측 없이 모든 관련사실을

법무담당자에게 밝혀야 하고, 예상되는 리스크를 항목별로 법무담당자에게 충분히 설명하고 의견을 제시해야 한다.

제 10 조【채권양수도】

① 담당임직원은 계약상대방에게 영업양수도, 합병 등의 사유가 발생하여, 계약상대방이 회사에 대한 대금채권과 판매상품 등에 대한 A/S채무 등을 제 3자(양수인)에게 양도하고자 할 경우에는 법무담당자와 사전 협의하여야 한다.

② 담당임직원은 계약상대방이 회사의 NICE시스템을 통해 채권·채무양도통지서 양식을 다운로드 받은 후 작성하여 회사에 확정일자 있는 증서(내용증명 등)의 방법으로 통지하도록 해야 하고, 다음 각 호의 사항을 계약상대방에게 주지시킨다.

1. 통지서상 발신인은 양도인, 수신인은 회사로 한다.
2. 통지서상 양도일자(기준일자)는 원칙적으로 매월 1일로 하며, 다른 일자로 할 경우에는 담당임직원과 협의하여야 한다.
3. 통지서는 원칙적으로 양도일자(기준일자) 이전에 회사에 도달하여야 하며, 도달이 어려울 경우에는 미리 담당임직원과 협의하여야 한다.
4. 인감은 개인인 경우 신고된 개인인감으로, 법인인 경우 신고된 법인인감 또는 사용인감(사용인감계 제출)으로 날인하여야 한다.

③ 법무담당자는 제 2항의 통지서를 수령 즉시 담당임직원에게 전달한다.

④ 담당임직원은 다음 각 호의 서류(원본)를 구비하여 소속부서장과 준법지원팀, 재무팀의 결재를 득하여야 한다.

1. 채권·채무양도통지서
2. 양도인측 서류
   가. 사업자등록증명원(폐업 시, 폐업증명원)
   나. 법인등기부등본(개인사업자일 경우 주민등록등본)
   다. 법인인감증명서(개인사업자일 경우 개인인감증명서)
   라. 사용인감계(사용인감 사용 시에만 제출)
3. 양수인측 서류
   가. 사업자등록증명원
   나. 법인등기부등본(개인사업자일 경우 주민등록등본)
   다. 법인인감증명서(개인사업자일 경우 개인인감증명서)
   라. 사용인감계(사용인감 사용 시에만 제출)
   마. 양수인의 통장 (사본)

⑤ 담당임직원은 제 4항의 결재를 득하기 전에 다음 각 호의 사항을 확인하여야 한다.

1. 품의서에 기재한 양도인과 양수인의 상호, 사업자등록번호, 대표자등 정보와 등기부등본, 사업자등록증명원상 정보의 일치 여부
2. 양도일자(기준일자)가 매월 1일인지 여부 및 다른 일자인 경우에는 재무팀 담당자와 사전 협의하였는지 여부
3. 품의서상 입금통장 정보와 양수인 제출 통장사본의 은행명, 계좌번호, 예금주 일치 여부
4. 통지서 날인 인감과 제출한 인감증명서상 인감 일치 여부
5. 법인등기부상 공동대표인 경우 모든 공동대표의 공동날인 여부
6. 기타 모든 서류와 기재의 형식, 내용 등

⑥ 재무팀 담당자는 제 4항의 결재가 완료되면, 양도일자부터 양수인에게 계약대금을 지급하여야 한다.

제 11 조【채권회수】

① 담당임직원은 계약상대방으로부터 회수할 미수채권이 발생한 경우, 장기/악성채권이 되지 않도록 발생일로부터 3개월 동안 자체적으로 회수 노력을 다하여야 한다.

② 제 1항의 노력에도 불구하고 채권 전액이 회수되지 아니할 경우, 법무담당자는 담당임직원과 협의를 통해 채무변제 안내문을 작성하여 계약상대방에게 내용증명으로 발송함으로써 채무변제를 촉구하여야 한다.

③ 제 2항의 내용증명 발송에도 불구하고 계약상대방이 변제계획서를 회사에 제출하거나 자진하여 변제하지 아니할 경우, 담당임직원은 보증보험 청구를 요청하는 업무협조를 준법지원팀에 구할 수 있다. 이 때, 담당임직원은 다음 각 호의 서류를 업무협조전에 첨부하여야 한다.

관련 계약서(거래기본계약서, 입점 및 공급계약서 등) 사본

보증보험증권 사본

계약대상이 쇼핑북인 경우 실제 광고 게재된 쇼핑북 사본(광고 영역 식별 가능하도록 표시)

④ 담당임직원은 보증보험금 청구와 관련하여 회사에 이익이 되거나 손해가 될 수 있는 사실에 대해 알고 있거나 예측되는 특별한 사정들이 있는 경우에는 빠짐 없이 사전에 법무담당자에게 알려야 한다.

⑤ 법무담당자는 제 3항의 업무협조 요청을 받은 경우, 소멸시효 경과 우려 등 특별한 사정이 없는 한 매 분기별(3, 6, 9, 12월)로 보증보험회사에 보험금 청구를 진행한다.

⑥ 법무담당자는 제 5항의 보험금을 청구함에 있어 소속부서장의 결재를 득하여야 한다.

⑦ 재무팀 담당자는 제 5항의 청구에 따른 보험금 입금 즉시 담당임직원과 법무담당자에게 그 사실을 통지하여야 한다.

제 12 조【위반 시 제재】

회사는 회사의 임직원이 이 지침을 위반하여 회사에 손해가 발생하거나 발생할 우려가 있을 경우, 「인사규정」 제 39조에 따라 인사위원회의 심의 의결을 거쳐 징계할 수 있다.

제 13 조【시행일】

① 이 지침은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

② 이 지침은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

③ 이 지침은 2021년 12월 01일부터 시행한다.

바. 구매 및 용역계약 규정

제 1 조 [목적]

이 구매 및 용역계약 규정(이하 "이 규정"이라 한다)은 ㈜엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 자산 구매 및 용역 계약 체결 시 계약 및 업체 선정 방식에 대한 기준과 절차를 규정하여 계약체결의 공정성을 도모하고 경영효율을 향상 시키는 것을 목적으로 한다.

제 2 조 [용어정의]

이 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. 용역계약
   자산 구매 이외에 각종 도급, 서비스 등 일체의 계약을 말한다.
2. 입찰
   물품의 공급 또는 공사 등 용역 계약을 체결하기 위해 경쟁자들이 각기 낙찰 희망 가격이나 기타 조건을 제출하여 참여하는 것을 말한다.
3. 입찰업무
   입찰공고 및 평가, 계약에 이르기까지 일련의 업무를 말한다.
4. 경쟁입찰
   일정한 자격을 가진 희망자를 경쟁입찰에 참가하도록 한 후 그 중에서 가장 유리한 조건을 제시한 자를 선정하는 방법이다.
5. 복수견적
   입찰을 하지 않고 2자 이상의 업체로부터 견적서를 받아 비교하여 최저가 업체를 선정하는 방법이다.
6. 수의계약
   입찰의 방법을 쓰지 않고 임의적으로 상대자를 선정하여 체결하는 계약이다.
7. 입찰서
   입찰에 참여하기 위하여 제출하는 모든 서류를 총칭한다.

제 3 조 [담당부서]

① 토지, 건물, 건물부속설비, 일반비품(기계장치 등), 차량, 사무가구(책상, 테이블, 의자 등), 사무기기, 가전(TV, 냉난방기, 온풍기 등)은 자산관리팀에서 구매 및 관리한다.

② 제1항 이외에 자산의 특성과 전문성이 요구되는 전산장비, 방송장비, 시험기기/장비와 사무용품, 소모품, 생활용품 등 소모성 용품은 각 부서별로 구매 및 관리한다.

③ 자산 구매 이외에 도급사 선정계약, 아웃소싱 계약, 행사 및 기타 서비스 계약, 유지보수 등 용역 계약건은 각 부서별로 직접 체결 및 관리한다.

구분	유형 및 기준	담당부서			
		자산 관리팀	IT 관련부서	영상제작 관련부서	기타
자산구매 계약	1. 건물부속설비(기계, 전기, 통신, 소방설비 등) 2. 일반비품(집기 및 기구비품, 기계장치 등) 3. 부동산 및 기타(차량) 등	O (협조전)			
	1. 전산장비, 통신설비 및 전자비품 2. 전산 H/W, S/W, 내선통신, 전산관련 물품 일체 3. 콜센터 통신관련 일체		O		
	1. 방송장비(방송시설, 방송장비 일체)			O	
	1. 식품안전연구소 시험기기 및 장비				O
	1. 사무가구, 사무기기(복사기, 파쇄기), 사무가전	O (협조전)			
	1. 사무용품, 소모품, 생활용품 등 소모성 용품				O
용역 계약	1. 도급사 선정계약, 아웃소싱 계약, 행사 및 기타 서비스 계약, 유지보수 등	O	O	O	O

제 4 조 [계약체결 원칙 및 기준]

① 구매 및 용역 계약은 경쟁입찰방식을 원칙으로 하되, 이 규정상 요건이 구비되는 경우에 한하여 수의계약방식으로 할 수 있다.

② 경쟁입찰 및 수의계약의 각 기준은 다음 각 호에 정한 바에 따른다.

1. 경쟁입찰

가. 2자 이상의 유효한 참여로 성립한다.

나. 2자 미만의 참여로 입찰이 성립되지 않은 경우, 재입찰한다.

다. 계약의 목적, 성질, 규모 등에 비추어 경쟁입찰에 적합해야 한다.

라. 시공·생산·개발·공급능력, 실적, 기술보유상황, 재무상태 등 입찰참가자격의 제한이 필요한 경우에는 제한경쟁입찰 방식으로 할 수 있다.

마. 특수한 설비, 기술, 자재, 물품이나 실적이 있는 자가 아니면 계약목적을 달성하기 곤란한 경우에는 지명경쟁입찰 방식으로 할 수 있다.

바. 재입찰의 경우 2자 이상의 유효한 참여로 성립한다.

사. 재입찰의 경우 2자 미만의 참여로 입찰이 성립되지 않은 경우, 수의계약으로 할 수 있다.

2. 수의계약
   가. 특허품, 실용신안 등록품 또는 디자인 등록품 등을 구입하는 경우
   나. 당해 물품, 용역 등의 생산자 또는 공급자가 단일인인 경우
   다. 회사의 경영상 고유성, 지속성 등 중요하다고 인정되는 경우
   라. 회사의 요청으로 개발된 물품, 용역의 경우
   마. 복수견적이 불가한 경우
   바. 천재지변, 긴급한 사유, 기타 이에 준하는 경우로서 경쟁에 부칠 시간여유가 없을 경우
   사. 본 규정 제5조에서 인정하는 경우

③ 단일 건의 자산 구매총액이 3천만원 이상인 구매계약 및 연간 3천만원 이상인 용역계약 체결은 경쟁입찰방식에 의하며, 이 때에는 다음 각호와 같이 예가를 산정하여 낙찰자를 결정한다.

1. 담당부서는 시장가격조사 또는 원가계산방식에 의하여 예정가격(이하 "예가")로 설정한다.
2. 담당부서는 [최저가입찰 방식]의 경우, 예정가격 이하의 입찰자 중 최저가 입찰자를 낙찰자로 선정한다.
3. 담당부서는 [기술(운영) 평가방식]의 경우, 배점*(최저입찰가/입찰가)로 가격점수를 부여한 후 기술(운영)점수를 합산하되, 그 배점 비중은 담당부서에서 결정한다.
4. 예정가격(예가)를 초과하여 투찰한 입찰자는 낙찰자가 될 수 없다. 단, 예정가격(예가)의 5% 이내로 초과한 경우에는 우선협상대상자로 지정하여 예가 이내로 협의할 수 있다.

제 5 조 (계약 유형별 체결 절차)

① 자산구매계약 체결 절차는 자산 성격 및 구매 금액에 따라 아래와 같다.

1. 본 규정 제3조 1항의 자산에 대해서는 각 부서가 업무협조전을 통해 자산관리팀에 구매를 요청하고 자산관리팀이 구매를 진행한다.
2. 1건의 구매총액 100만원 미만의 자산에 대해서는 그룹통합 구매사이트 (소모성기업자재구매대행업체(MRO))를 통해 각 부서에서 직접 구매하되, 구매가 곤란 (납품불가, 납기지연 등)하거나 회사에 불리한 경우 타 업체와 수의계약으로 할 수 있다.
3. 1건의 구매총액 100만원 이상 3천만원 미만의 자산에 대해서는 그룹통합 구매사이트 (소모성기업자재구매대행업체(MRO))를 포함하여 반드시 2개 이상의 업체로부터 복수견적을 받아 구매를 진행하되, 거래의 공정성 확보를 위해 필요할 경우에는 경쟁입찰 방식으로 전환할 수 있다.
4. 1건의 자산 구매총액이 3천만원 이상인 경우에는 내부 품의를 거친 후 반드시 경쟁입찰 방식으로 구매한다.
5. 본 항의 정함에도 불구하고, 방송 및 조명 장비 등을 구매하는 경우에는 [별첨1. 방송장비 구매업체 선정기준]이 적용된다. 다만, 해당 기준에서 정하지 아니한 사항은 이 규정에 따른다.

② 용역 계약 체결 절차는 아래와 같다.

1. 용역 업체를 신규로 선정할 경우 연간 3천만원 이상의 계약은 업무성격에 따라 [최저가입찰방식], [기술(운영) 평가방식] 중 적합한 방식으로 각 부서에서 진행하고, 3천만원 미만의 계약은 입찰, 복수견적, 수의계약으로 진행할 수 있다.
   가. [최저가입찰방식]
      a. 기술력이나 유지보수 등 운영 검증이 필요 없는 1회성 서비스나 구매에 적합한 방식으로, 최저가 업체를 낙찰한다.
      b. 품의서에 입찰 참여한 업체의 견적서를 모두 첨부하여 최저가 낙찰을 확인한다.
      c. 최저가격입찰방식 대신에 예가를 선정하여 평가를 진행할 수 있다.
   나. [기술(운영) 평가방식]
      a. 용역을 제공 받음에 있어 가격보다는 기술력, 유지보수능력, 운영능력이 중요한 경우 [기술(운영) 평가방식]으로 업체를 선정한다.
      b. 기술(운영) 평가방식은 기술(운영) 평가점수와 가격점수를 함께 평가하여 업체를 선정하며, 가격점수는 예가를 선정하여 평가를 진행한다.
      c. 기술(운영) 평가를 할 때는 평가위원을 3인 이상 구성하여 경쟁 PT를 통해 평가 후 심사위원 평가표를 품의서에 첨부한다.
      d. 기술(운영) 평가방식은 가중치에 따른 기술(운영) 심사위원 평가점수와 가격 평가점수를 합산하여 가장 고득점 업체를 선정하며, 품의서에 업체 평가표와 가격 입찰 내역을 모두 첨부한다. 단, 5인이상의 평가위원이 평가에 참여하는 경우에는 평가위원들이 제출한 평가점수 중 최고점과 최저점을 제외하고 평가점수를 합산한다.
      e. 평가결과 1위, 2위업체의 평가합산점수의 차이가 5% 이내인 경우 감사실과 협의하여 2위 업체도 협상대상자로 지정할 수 있다.
   다. [수의계약 방식]
      a. 독점 또는 독점에 준하는 사유가 있거나 기술력이 매우 중요한 용역계약은 수의계약으로 업체를 선정할 수 있다.
      b. 특정업체가 선도적인 기술을 보유한 용역계약은 수의계약으로 업체를 선정할 수 있다.
      c. 회사 기존시스템 및 인프라를 납품하는 업체인 경우 용역계약은 수의계약으로 업체를 선정할 수 있다.
      d. 법률 및 세무 관련 컨설팅 용역계약은 수의계약으로 업체를 선정할 수 있다.
2. 기존 거래계약 기간 만료에 따른 업체 선정을 할 경우, 업무 특성에 따라 경쟁입찰방식을 원칙으로 하되, 다음 각 호의 사유가 있는 경우에는 기존 업체와 수의계약을 할 수 있다.
   가. 기존 업체가 회사에 서비스 및 용역을 제공하기 위해 자본투자를 장기적으로 한 경우
   나. 기존 업체가 선도적인 기술력을 보유한 경우
   다. 업체변경 시 비용증가 및 생산성 하락이 예상되는 경우. 단, 이 경우에는 이 규정 제10조에

따라 평가위원회를 구성한 후 도급운영능력을 평가하여 평가점수가 백분율 80점 이상인 경우에 한해 연장계약 할 수 있다. 단, 위 경우 계약기간의 연장은 최장 2년까지를 원칙으로 하며, 특별한 사정이 있는 경우에는 감사실과 협의하여 최장 3년까지 연장할 수 있다.

용역 계약	유형 및 기준	계약방식			
		가격평가		기술(운영)평가방식	수의계약방식
		최저가	예가	기술+가격(예가)	
신규 계약	기술력이나 유지보수 등 운영검증이 필요없는 1회성 서비스	O	O		
	가격보다는 기술/유지보수/ 운영능력이 중요한 서비스			O	
	독점 또는 기술력이 매우 중요한 업무 특정업체의 선도적 기술 보유 회사 기존 시스템 및 인프라 납품업체 법률, 세무 관련 컨설팅				O
기존 거래계약	기존 거래계약 만료에 따른 업체선정	O	O	O	
	회사에 자본투자를 장기적으로 한 경우 선도적인 기술력 보유 업체 변경 시 비용증가 기타 비효율 예상 (생산성 하락 등)				O

③ 계약 담당자는 특별한 사유 없이 1건의 거래를 분할하여 구매나 용역 대금 총액을 낮추는 방식으로 수의계약 할 수 없다.

제 6 조 [경쟁입찰 참가자격]

다음 각 호에 해당하는 자에 한하여 경쟁입찰에 참가할 수 있다.

1. 입찰자, 공급자 및 제조자로서 물품, 공사, 용역, 서비스 등을 공급하는 자
2. 입찰공고를 한 경우에는 입찰공고조건에서 정한 자격이 있는 자
3. 물품공급 또는 용역을 수행함에 있어 법률적 자격 사업자만 공급 또는 수행 가능한 입찰품목의 경우 그 자격요건을 구비한 자

제 7 조 [경쟁입찰 참가자격제한]

입찰 담당자는 다음 각 호의 사유를 심사하여 입찰참가자격을 제한해야 한다.

1. 회사 또는 제3자와의 계약 이행을 부실·조잡·부당하게 하거나, 정당한 이유 없이 계약을 체결 또는 이행하지 아니한 자
2. 회사 또는 제3자와의 계약 이행에 있어 안전대책을 소홀히 하여 공중에 위해를 가하거나, 안전·보건 관련 법령을 위반하여 제3자나 근로자 등에게 중대한 위해를 가한 자
3. 특정인의 낙찰 또는 계약대상자 선정을 위해 담합하거나, 입찰참가 방해 또는 낙찰자의 계약 체결 및 이행을 방해한 자
4. 입찰 또는 계약 관련 서류의 위·변조·부정행사 또는 허위서류를 제출하거나, 사기 기타 부정한 행위로 입찰·낙찰·계약체결·이행과정에서 회사에게 손해를 끼친 자
5. 청탁금지법, 하도급법, 공정거래법, 노동법 기타 관계법령 위반 또는 직무상 부정한 행위로 인한 처벌 전력이 있는 법인 또는 그러한 자가 대표, 임원으로 있는 법인

제 8 조 [경쟁입찰서 작성 및 제출]

① 경쟁입찰서는 한국어로 작성하되 입찰금액의 통화는 원화로 표시하여 제출한다.

② 경쟁입찰서는 서면으로 직접 제출하거나 또는 우편, 전자우편, 모사전송(FAX) 등 회사가 지정한 방법으로 제출해야 한다.

③ 필수 제출서류는 다음 각호와 같다.

1. 입찰참가신청서
2. 회사소개서
3. 제안서 또는 견적서
4. 사업자등록증 사본
5. 법인등기부등본 (제출일로부터 3개월 이내 발급한 것으로 한다. 개인사업자 제외)
6. 기업신용평가서 (공신력 있는 평가기관 발급의 유효기간 이내인 것에 한한다)

④ 연간 용역대금 또는 1건의 자산구매 총액이 1억원 미만인 경우에는 제3항의 필수제출 서류의 일부를 면제할 수 있다.

제 9 조 [경쟁입찰평가]

① 평가항목은 경영상태, 시공·생산·개발·공급능력, 품질, 기능, 기술, 디자인, 단가 등을 종합 평가한다.

② 입찰가격 개찰 시 감사실장 또는 감사실원 참관 하에 개찰하며, 입찰서류 표지에 개찰 참석자 서명을 한다.

③ 경영상태 평가는 기업신용평가등급을 기준으로 하되, 신용등급은 'B'등급 이상이어야 한다. 단, 계약금액 1억원 이상인 계약을 경쟁입찰하는 경우에는 유동비율 100%이상, 자기자본비율 20% 이상의 요건을 구비하여야 한다.

제 10 조 [평가위원회]

① 경쟁입찰의 경우 구매부서장 및 부서원을 포함하여 평가위원회를 3인 이상으로 구성하여 평가한다.

② 평가위원은 자신과 직접 이해관계가 있는 계약 건의 평가업무에 참여할 수 없다.

③ 평가위원은 직접 이해관계가 없더라도 자신이 피평가 업체의 대표자·임원·계약담당자의 친족(민법상)인 경우에는 감사실장에게 보고해야 하고, 평가업무에 참여할 수 없다.

④ 위 제2, 3항에 의해 평가위원이 3인 미만으로 되는 경우에는 평가위원회를 3인 이상으로 하여 다시 구성해야 한다.

⑤ 위 제2, 3항에 의해 평가에서 배제되는 자가 참여한 평가는 나머지 위원만으로도 3인 이상 구성되는 경우에는 나머지 평가점수만으로 결정해야 하고, 나머지 위원이 3인 미만인 경우에는 재평가해야 한다.

제 11 조 [낙찰자 결정]

① [최저가입찰 방식]의 경우 최저가격 입찰자를 낙찰자로 한다.

② [기술(운영) 평가방식]의 경우 평가점수 최상위 입찰자를 낙찰자로 하되, 각 평가항목의 적정성을 고려하여 적격하다고 인정되지 않은 경우 유찰할 수 있다.

③ 입찰참가자가 없거나 낙찰자가 없는 경우 재입찰 한다.

④ 2회 이상 유찰한 경우 수의계약 할 수 있다.

⑤ 계약이행보증, 하자이행보증 등 계약이행조건을 강화할 필요가 있다고 판단되는 경우, 계약체결 이전에 낙찰자에게 공지하여 보완한다.

제 12 조 [계약체결]

① 계약담당자는 계약상대자로 하여금 계약에 필요한 다음 각 호의 서류를 제출하게 한다.

1. 계약일반조건 및 특수조건
2. 사양서
3. 보증서
4. 견적서
5. 기타 회사가 요구하는 서류

② 계약담당자는 본 조 제1항의 서류가 첨부된 계약서 2통을 작성하고, 회사 인감과 계약상대자의 인감을 날인하여 계약상대자에게 1통을 교부한다. 이때 계약상대자가 사용인감을 날인하고자 할 때는 법인인감증명서와 사용인감계를 제출토록 하여야 한다.

③ 다만 전자계약인 경우에는 전자서명을 함으로써 계약이 성립한다.

④ 그외 계약체결시 준수사항은 계약/채권 업무처리 지침을 따른다.

제 13 조 [시행일]

① 이 규정은 2016년 03월 01일부터 시행한다.

② 이 규정은 2017년 08월 01일부터 시행한다.

③ 이 규정은 2018년 02월 01일부터 시행한다.

④ 이 규정은 2019년 04월 01일부터 시행한다.

⑤ 이 규정은 2019년 09월 01일부터 시행한다.

⑥ 이 규정은 2021년 07월 15일부터 시행한다.

[별첨1]

방송장비 구매업체 선정기준

이 「방송장비 구매업체 선정기준(이하 "이 기준"이라 한다)」은 (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 임직원이 "회사"의 「구매 및 용역계약 규정」 제5조 제1항 제5호에 근거하여 방송 및 조명 장비, 시스템 등(이 기준에서 "방송장비"라 한다)을 구매하는 경우에 적용된다.

제 1 조 (경쟁입찰의 원칙)

방송장비 구매계약 체결을 위한 업체 선정 방법은 원칙적으로 경쟁입찰 방식으로 한다.
자세한 요건 및 업체 선정기준은 다음 표와 같다.

구 분	요 건	업체 선정기준
최저가입찰 방식	- 중/소규모 시스템을 구축하거나 장비를 구매하는 경우 - 구축하려는 시스템의 목표 구성과 물량이 일부 또는 전체 확정된 경우 - 구매하려는 장비가 확정된 경우	최저가 제시 업체를 우선협상대상자로 선정
기술(운영)평가 방식	- 대규모 시스템을 구축하는 경우 - 장비 구매 시 해당 단위 장비에 대해 기술 정보가 부족해 업체로부터 제안을 받아야 되는 경우 - 구축하려는 시스템의 목표 구성과 물량 등이 미확정이거나 기술정보가 부족한 경우	1순위 업체(최고득점 업체)를 우선협상대상자로 선정

※ 시스템 규모(대/중/소)의 판단기준은 단일장비 여부, 가격 등을 고려하여 영상제작 관련부서가 정함

제 2 조 (예외)

① 제1조의 정함에도 불구하고, 다음 각 호의 어느 하나에 해당할 경우에는 복수견적을 받아 가격비교를 통해 최저가 제시 업체를 계약업체로 선정할 수 있다.

1. 이미 구축되어 있는 시스템을 증설, 추가하는 경우
2. 이미 사용중인 장비를 재 구매하는 경우

② 본 조 제1항의 정함에도 불구하고, 시스템의 호환성/안정성 등을 위해 타 장비로 대체할 수 없는 경우 등 타 업체를 계약업체로 선정하기 어려운 경우에는 수의계약을 통해 계약업체를 선정할 수 있다.

제 3 조 (입찰 진행방법)

① 최저가입찰은 다음 각 호와 같이 진행한다.

1. 입찰참여 업체는 동일한 일시 및 장소에서 회사에 밀봉된 입찰견적서를 제출한다.
2. 회사는 입찰견적서를 제출 받은 즉시 입찰견적서 내 물량, 가격 등을 확인한 후 우선협상대상자를 공개한다.
3. 회사는 입찰참여 업체가 제출한 가격을 공개하지 아니한다.

② 기술(운영)평가 입찰은 다음 각 호와 같이 진행한다.

1. 회사는 입찰참여 업체에게 제안요청서(Request For Proposal, 이하 "RFP"라 한다)를 제시한다.
2. 입찰참여 업체는 RFP상 요건을 충족하는 제안서를 회사에 제출하고, 회사와 협의한 일시 및 장소에서 제안 PT 및 질의응답을 실시한다.
3. 입찰참여 업체는 동일한 일시 및 장소에서 회사에 밀봉된 입찰견적서를 제출한다. 다만, 회사는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 업체를 가격비교 대상에서 제외시킬 수 있다.
   가. RFP 내 회사의 요구사항을 충족하지 못한 경우
   나. 최저점수(커트라인) 미만의 기술(운영) 점수를 득한 경우(단, 최저점수 기준은 회사가 별도로 정함)
   다. 기술(운영)평가 결과 하위 업체에 해당하는 경우(단, 하위 업체 기준은 회사가 별도로 정함)
4. 회사는 입찰참여 업체가 입회하지 않은 상태에서 입찰견적서 내 물량, 가격 등을 확인한 후 기술(운영) 점수와 가격 점수를 합산하여 1순위 업체를 우선협상대상자로 선정한다. 기술(운영) 점수와 가격 점수는 100점을 만점으로 배분하되, 가격점수는 배점*(최저입찰가/입찰가)로 점수를 부여한다.
5. 회사는 우선협상대상자를 추후 공개하되, 최종 순위 및 기술(운영)/가격점수는 공개하지 아니한다.

사. CP 사전업무협의제도 운영지침

제 1 조 (목 적)

이 CP 사전업무협의제도 운영지침(이하 "이 지침"이라 한다)은 (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 사전업무협의제도를 원활하게 운영하기 위하여 필요한 제반 사항을 정하는 데 그 목적이 있다.

제 2 조 (용어의 정의)

① 이 지침에서 사용하는 용어는 다음 각 호의 의미를 가진다.

1. "사전업무협의"란, 회사의 임직원이 자율준수프로그램의 수립/운영과 공정거래 관련 법령의 준수 등을 위하여 사전에 자율준수관리자와 협의하는 것을 말한다.
2. "CP 운영규정"이란, 회사의 **「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」**을 말한다.
3. "문서관리지침"이란, 회사의 **「CP 문서관리지침」**을 말한다.

② 이 지침에서 정하지 아니하는 용어의 정의는 CP 운영규정에 따른다.

제 3 조 (적용범위)

이 지침의 적용범위는 다음 각 호와 같다.

1. 자율준수프로그램의 수립 및 운영에 관한 사항
2. 공정거래 관련 법령을 위반할 우려가 있는 사항
3. 기타 자율준수관리자가 사전업무협의가 필요하다고 판단한 사항

제 4 조 (자율준수관리자의 사전 검토)

① 임직원은 제3조 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우, 자율준수관리자의 사전 검토를 받아야 한다. 다만, CP 운영규정 제 7조 제 2항에 따라 준법지원팀의 검토로 대체할 수 있다.

② 제 1항의 검토는 구두, 문서(전자문서 포함) 등 다양한 형식으로 이루어질 수 있으며, 문서로 행해질 경우 해당 문서는 문서관리지침에 따라 보존/관리하여야 한다.

제 5 조 (자율준수협의회의 운영)

① 자율준수관리자는 자율준수프로그램의 수립 및 운영에 관한 사항을 협의하기 위하여 년 1회 이상 자율준수협의회를 소집하여 회의를 개최하여야 한다.

② 자율준수관리자는 사전업무협의와 관련하여 필요하다고 판단할 때 수시로 자율준수협의회를 소집할 수 있다.

③ 자율준수관리자는 회의일로부터 7일 전까지 안건, 일시, 장소 등 자세한 사항을 자율준수협의회 구성원에게 통보한다.

④ 자율준수관리자는 회의 시, 회의록을 작성하여 자율준수협의회 구성원에게 공유하고, 이를 문서관리지침에 따라 보존/관리하여야 한다.

⑤ 자율준수협의회의 구성 및 역할은 CP 운영규정에 따른다.

제 6 조 (외부기관의 자문)

① 자율준수관리자는 사전업무협의를 요청 받은 경우, 전문성과 객관성을 확보하기 위하여 외부 전문가의 자문을 구할 수 있으며, 자문 결과를 바탕으로 협의를 진행할 수 있다.

② 자율준수관리자는 제 1항의 자문 결과를 자율준수협의회 및 사전업무협의 요청부서 등 관련자와 공유하고, 이를 문서관리지침에 따라 보존/관리하여야 한다.

제 7 조 (자율준수관리자의 책임과 권한)

사전업무협의제도의 운영에 있어 자율준수관리자의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 사전업무협의제도의 총괄 운영
2. 자율준수협의회의 운영
3. 사전업무협의 결과 위법요소 발견 시 개선안 수립 및 유관부서장에 대한 개선 촉구

제 8 조 (시행일)

이 지침은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

아. CP 문서관리지침

제 1 조 【목적】

이 CP 문서관리지침(이하 "이 지침"이라 한다)은 「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」 (이하 "CP 운영규정"이라 한다) 제 19조에 근거하여 제정된 것으로, (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)의 자율준수프로그램을 효율적으로 운영하기 위하여 자율준수에 관한 모든 문서의 관리 체계를 구축하는 데 그 목적이 있다.

제 2 조 【용어의 정의】

이 지침에 사용되는 용어의 정의는 이 지침에서 달리 정하지 않는 한 CP 운영규정에 따른다.

제 3 조 【적용범위】

① 이 지침은 자율준수 관련 문서를 체계적으로 작성/처리/분류/보관/이관/보존/폐기하는 경우에 적용한다.

② 이 지침에서 정하지 아니하는 사항은 CP 운영규정에 따른다.

제 4 조 【책임과 권한】

자율준수관리자의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 자율준수에 관한 기본 문서들을 작성/처리/분류/보관/이관/보존/폐기할 수 있다.
2. 자율준수관리자의 선/해임 관련 문서, 점검 결과보고서 및 기타 점검 관련 자료, 자율준수규정 등 자율준수 활동에 관한 모든 문서를 추후 증빙자료로 활용할 수 있도록 철저하게 작성/보관해야 한다.
3. 자율준수 활동에 관한 모든 문서가 정확하게 기록되고 최신의 정보를 담을 수 있도록 해야 한다.
4. 자율준수 관련 문서의 관리자를 지정하여 문서의 수발/분류/보관/보존/이관을 담당하게 할 수 있다.
5. 이 지침의 준수 여부를 년 1회 이상 점검하여 개정필요사항이 발견된 경우에는 개정을 추진하여야 한다.

제 5 조 【문서의 관리, 보존】

① 자율준수 관련 문서는 용이성/정확성/신속성/가독성이 확보될 수 있도록 작성/관리되어야 한다.

② 자율준수관리자의 별도 지시가 있지 아니한 경우, 자율준수 관련 문서는 영구히 보존하여야 한다.

제 6 조 【기록관리】

이 지침과 관련된 모든 기록은 이 지침에 따라 유지·관리하여야 한다.

제 7 조 【시행일】

① 이 지침은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

② 이 지침은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

자. 윤리강령

1. 우리는 고객만족을 모든 판단과 행동의 최우선 기준으로 삼아 항상 고객의 눈으로 바라보고 생각하고 행동하며 미래에 도전한다.

2. 우리는 투명경영과 내실경영을 통해 장기적이고 안정적인 이익을 실현함으로써 주주가치 극대화에 최선을 다한다.

3. 우리는 협력회사와 공정하고 투명한 거래를 통해 상호신뢰와 협력관계를 구축함으로써 장기적 관점에서의 공동발전을 도모한다.

4. 우리는 관련법규를 준수하며 경쟁사와 공정한 방법으로 경쟁하고, 경쟁력 강화를 위한 끊임없는 노력을 통해 경쟁우위를 확보한다.

5. 우리는 개개인의 인격체로서 다양성을 인정하고 존중하며, 끝없는 도전과 개선으로 변화하는 생동감 있는 조직을 창조한다.

6. 우리는 자신의 직무에 원칙을 지키고 혼을 담아 일하며, 청렴결백을 바탕으로 건전한 기업문화를 조성하기 위하여 항상 노력한다.

7. 우리는 국가와 지역사회의 가치관을 존중하고 제반 법규를 준수하며 건전한 기업활동과 사회공헌활동을 통해 국가경제와 사회발전에 기여할 수 있도록 노력한다.

8. 우리는 품질경영을 통해 서비스와 상품의 명품화를 이룩하고, 고객, 주주, 임직원, 협력회사, 국가에 대한 책임을 충실히 이행함으로써 명문기업으로 도약한다.

차. 윤리강령 실천 지침

1. 고객

1) 최고품질의 상품과 서비스를 합리적인 가격으로 제공한다.
2) 고객만족을 모든 판단 및 행동의 최우선 기준으로 삼는다.
3) 고객이 알아야 하거나 마땅히 알려야 하는 사실은 충분히 이해할 수 있도록 성실히 알린다.
4) 고객에 대한 정보는 매뉴얼에 의거 철저히 보안한다.

2. 주주

1) 회사의 자산은 사업목적을 영위하는 데에만 사용한다.
2) 지속적인 경영혁신과 건전한 재무구조 유지를 통해 경영의 건전성을 확보한다.
3) 회사 전반적인 업무와 관련된 모든 정보는 정직하고 정확하게 기록하고 보고한다.

3. 국가와 사회

1) 사회의 윤리적 가치관 및 시장질서를 존중하여 사회적 기업으로서의 책임을 다한다.
2) 우리는 사회공헌활동에 적극 참여하고 건전한 사회발전에 이바지한다.
3) 공정한 경쟁을 통하여 소비자 주권 확립, 중소기업 상생협력, 경제력 집중 억제 등 경제 민주화에 이바지 한다.

4. 협력사

1) 상품입점은 공정한 평가기준에 의해 선정하며, 상품입점 선정절차에 관한 제반규정과 제도를 운영한다.
2) 신규협력사 입점은 해당상품이나 서비스의 적합성, 가격, 납기 및 품질을 기준으로 결정한다.
3) 모든 협력사에 대하여 공정하고 예의 바른 언행과 태도로 응대하며, 거래상 대등한 지위를 보장한다.
4) 협력사와 거래 시 사은품 제공을 강요하거나 또는 그 납품업체를 지정하여 권유하는 행위 등 우월적 지위남용 행위를 하지 않는다.
5) 회사는 자금, 기술 등을 지원함으로써 협력사의 경쟁력 향상을 돕고, 상호협력 증진을 통한 공동발전을 위해 노력한다.
6) 협력사에 대한 불공정거래행위로 인하여 피해가 발생한 경우 피해보상협의회의 의결을 거쳐 피해를 보상한다.
7) 협력사의 모든 상품 샘플은 시연 후 반환을 원칙으로 하고 반환이 어려운 경우 상품대금을 협력사에 지불한다. 또한 구매한 샘플은 사적으로 사용하지 않는다.
8) 직무관련성과 관계없이 NS홈쇼핑과 거래하는 모든 협력사가 제공하는 식사, 다과는 금액과 관계없이 일체 받지 않는다. (모바일 기프티콘 포함)

9) 경조사(부조금, 축의금, 화환 등)의 경우 동일인 5만원 이내로 허용한다.
(축의금·조의금 5만원, 화환·조화 10만원 / 축의금+화환 포함 10만원 가능 / 부조금 5만원 이내)
10) 직무관련성 있는 이해관계자로부터 명절, 승진 등 선물을 안주고 안받는다.
11) 외부강연 시 사례금으로 1시간당 100만원 이내는 허용한다. 단, 외부강의 전 NS청탁방지담당관에게 신고한다.

5. 임직원

1) 동료 및 부서간 적극적인 협조와 긍정적 사고를 통하여 긍정적 조직문화를 형성한다.
2) 자기계발을 통해 창의적이고, NS인재상에 부합되도록 끊임없이 노력한다.
3) 동료 또는 상하간에 직장생활에 필요한 기본예의를 지키고, 조직의 발전을 저해하는 언행을 하지 않는다.
4) 공사의 구분을 엄격히 하여 사적으로 회사의 물품, 비용, 샘플 등을 사용하지 않는다.
5) 성적 수치심을 유발시키는 성적 유혹이나 농담, 신체적 접촉행위를 하지 않는다.
6) 출신지역, 학벌, 전 직장 등에 따른 파벌조성이나 차별대우를 하지 않는다.
7) 고객개인정보일체, 직원정보, 협력사 상품 및 정보를 유출하여서는 안되며, 영업기밀 및 매뉴얼, 프로세스를 임의로 유출하지 않는다.
8) 직원 상호간의 금전거래 행위(금전차용, 보증 등), 상습적인 도박행위는 하지 않는다.
9) 직원 상호간 공정한 경쟁을 저해하거나, 부정 및 비리와 관련된 사항을 인지하였을 때는 즉시 감사실에 알리거나 헬프라인에 제보한다.
10) 임직원은 상사 리더십에 적극 기여해야 하며, 상사는 부하직원의 리더십 만족도에 적극 기여해야 한다.
11) 업무와 관련한 법규 및 윤리원칙을 준수하며, 직무와 관련한 부정청탁을 받지 않는다.
12) 임직원의 배우자도 청탁금지법 대상임을 명확히 알려주고 법규를 준수토록 한다.
13) 협력사 또는 임직원에게 부정청탁을 받았을 경우 거절의사를 명확히 전달한다.
14) 거절의사를 표현함에도 불구하고, 동일한 부정청탁을 다시 받을 경우 반드시 NS청탁방지담당관에게 신고한다.
15) 공정거래 법령을 자율적으로 준수하고 관련 사내규정을 숙지하여 준법경영 확립에 기여한다.

카. 이사회 규정

제 1 장 총 칙

제1조 (목적) 이 규정은 이사회의 운영에 관한 제반사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조 (적용 범위) 법령 또는 정관에 별도 규정이 없는 한 이사회에 관한 사항은 이 규정에서 정하는 바에 따른다.

제3조 (권한)

① 이사회는 법령 또는 정관에서 정한 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 회사경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 심의 결정한다.

② 이사회는 이사의 직무집행을 감독한다.

③ 이사회는 각 이사가 담당업무를 집행함에 있어 법령 또는 정관에 위반하거나 현저히 부당한 방법으로 처리할 염려가 있다고 인정한 때에는 그 이사에 대하여 관련자료의 제출, 조사 및 설명을 요구할 수 있다.

④ 전항의 경우 해당사안에 대하여 그 집행을 중지 또는 변경하도록 요구할 수 있다.

제 2 장 구성

제4조 (구성)

① 이사회는 주주총회에서 선임된 이사 전원으로 구성한다.

② (삭제)

제5조 (의장)

① 이사회의 의장은 대표이사로 한다.

② 의장이 직무를 수행할 수 없을 경우에는 이사회에서 정하는 순서에 따른다.

제6조 (이사 아닌 자의 출석) 이사회는 안건을 심의함에 있어서 필요하다고 인정되는 때에는 고문, 상담역 및 관계 실무직원을 출석시켜 안건에 관한 설명이나 의견을 청취할 수 있다.

제 3 장 회의

제7조 (종류)

① 이사회는 정기이사회와 임시이사회로 나눈다.

② 정기이사회는 분기1회 개최함을 원칙으로 한다.

③ 임시이사회는 필요에 따라 수시로 개최할 수 있다.

제8조 (소집권자) 이사회는 의장이 소집한다. 다만, 의장이 직무를 수행할 수 없는 경우에는 제5조 제2항에 따라 이사회에서 정한 의장 직무대행의 순위에 따른다.

제9조 (소집절차)

① 이사회를 소집함에는 회의일시를 정하고 회일 3일 전까지 이를 각 이사에게 통지하여야 한다. 다만, 이사전원의 동의가 있을 때에는 그러하지 아니하다.

② 전항의 통지는 모사전송, 전보, 등기우편 또는 전자적 방법 (컴퓨터 통신, 전자우편 등) 등으로 할 수 있다.

③ 이사는 발의 안건이 있을 시 의장에게 임시이사회 소집을 요구할 수 있다. 단, 이사 과반수의 동의가 있어야 한다.

제10조 (결의방법)

① 이사회의 결의는 이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 한다. 다만, 상법 제397조의2 (회사기회유용금지) 및 제398조(자기거래금지), 감사위원회 위원의 해임에 해당하는 사안에 대한 이사회 결의는 이사 3분의 2 이상의 수로 한다.

② 이사회는 이사의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 아니하고 모든 이사가 동영상 및 음성을 동시에 송, 수신하는 통신수단에 의하여 결의에 참가하는 것을 허용할 수 있다. 이 경우 당해 이사는 이사회에 직접 출석한 것으로 본다.

③ 이사회의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권을 행사하지 못한다.

④ 전항의 규정에 의하여 의결권을 행사할 수 없는 이사의 의결권의 수는 출석한 이사의 의결권수에 산입하지 아니한다.

⑤ (삭제)

제 4 장 부의사항

제11조 (의결사항) 이사회에 부의할 사항은 다음과 같다.

① 주주총회에 관한 사항

1. 주주총회의 소집
2. 영업보고서 및 재무제표의 승인
3. 영업의 전부 또는 중요한 일부의 양수도
4. 영업전부의 임대 또는 경영위임, 타인과 영업의 손익 전부를 같이 하는 계약, 기타 이에 준하는 계약의 체결, 변경 또는 해약
5. 이사와 감사위원회 위원의 선임 및 해임 제안
6. 이사 보수의 결정
7. 임원퇴직금지급규정의 개폐
8. 액면 미달의 주식 발행
9. 정관변경
10. 자본의 감소
11. 회사의 해산, 계속, 합병(분할, 분할합병)
12. 주식매수선택권의 부여
13. 주주총회의 소집권자 및 의장의 결정
14. 현금, 주식, 현물배당의 결정
15. 법정준비금의 감액
16. 기타 주주총회에 부의할 의안

② 경영일반에 관한 사항

1. 지점의 설치, 이전 또는 폐지
2. 주식명의개서대리인 및 그 사무취급장소와 대행업무의 범위 결정
3. 공개매수에 관한 사항
4. 회사정리절차, 화의절차의 개시 및 종료 신청
5. 준법지원인의 선임 및 해임

③ 재무에 관한 사항

1. 신주의 발행에 관한 사항
2. 사채의 발행에 관한 사항
3. 전환사채 및 신주인수권부사채 발행
4. 준비금의 자본전입
5. 자기주식의 취득, 처분에 관한 사항

6. 자기주식의 소각
7. 자기자본의 10%를 초과하는 금액의 설비 투자
8. 자기자본의 10%를 초과하는 타법인 출자, 출자지분의 처분
9. 주식 등의 액면분할 및 병합
10. 자기자본의 10% 이상의 담보제공 또는 채무보증
11. 자기자본의 50% 이상에 상당하는 금액의 차입 및 금융신용한도 계약에 관한 사항
12. 증권시장에의 주식 등 증권의 상장
13. 실권주 처리
14. 자기자본 10% 상당금액 이상의 가지급, 대여, 증여, 신용의 제공
15. 기타 이사회 결의로 이사회 승인을 요구한 계약의 체결
16. 관계 법령에서 정하는 대규모 내부거래에 관한 사항

④ 이사, 이사회 및 위원회에 관한 사항

1. 대표이사의 선임 및 해임, 대표이사의 직무대행 순서의 결정
2. 이사보수의 집행(보수한도액내에서 지급대상, 지급방법, 지급시기 결정)
3. 이사의 경업에 대한 승인 및 위반에 대한 조치
4. 이사와 회사간의 거래의 승인
5. 공동대표의 결정
6. 고문 및 상담역의 선임 및 해임
7. 이사의 직위와 상근/비상근 여부, 대표이사의 직무 위촉 및 해촉
8. 이사회 의장, 의장 직무대행 순서의 결정
9. 이사회의 속행 또는 연기
10. 이사회 내 위원회의 구성 및 운영에 관한 사항
11. 이사회 내 위원회 위원의 선임 및 해임
12. 재단의 설립, 재단임원의 선출, 재단의 회계감사 및 업무감사
13. 타회사의 임원의 겸임
14. 이사회 내 위원회의 결의사항에 대한 재결의. 단 감사위원회 결의에 대하여는 그러하지 아니함

⑤ 기타

1. 중요한 소송의 제기와 화해에 관한 사항
2. 이사회규정 및 이사회 내 위원회규정의 개폐
3. 간이합병, 간이분할합병, 소규모 합병 및 소규모분할
4. 합병의 결정
5. 흡수합병 또는 신설합병의 보고

6. 방송발전기금, 공익재단법인 설립 관련 출연
7. 영업의 일부 양수도 또는 중요한 자산의 처분
8. 법령 정관 및 기타 규정에 정한 사항, 주주총회에서 위임 받은 사항 및 대표이사가 필요하다고 인정하는 중요한 경영사항

제 5 장 위임

제12조 (위임)

① 이사회의 의결을 거쳐야 할 사항 중 법령 또는 정관에 정한 것을 제외하고는 이사회의 결의로써 대표이사 또는 위원회에 그 결정을 위임할 수 있다.

② 대표이사는 이사회로부터 위임 받은 사항의 범위 내에서 소관업무담당 이사에게 당해 사항의 집행을 대행시킬 수 있다.

제13조 (위원회)

① 이사회는 다음 각호의 사항을 제외하고는 그 권한을 위원회에 위임할 수 있다.

1. 주주총회의 승인을 요하는 사항의 제안
2. 대표이사의 선임 및 해임
3. 위원회의 설치와 그 위원의 선임 및 해임
4. 정관에서 정하는 사항

② 위원회는 2인 이상의 이사로 구성한다. 다만, 감사위원회의 경우에는 3인 이상의 이사로 구성한다.

③ 위원회는 그 결의로 위원회를 대표할 자를 선정하여야 한다.

④ 위원회의 세부운영에 관한 사항은 이사회에서 따로 정한다.

제 6 장 기타사항

제14조(간사)

① 이사회에 간사를 따로 둘 수 있다.

② 간사는 의장의 지휘감독을 받으며 각 이사를 보좌하고 이사회의 사무전반을 관리한다.

제15조(회의참석비의 지급)

① 이사회에 출석한 비상임 이사에 대하여는 회의참석비를 지급할 수 있다.

② 제 1항의 회의참석비 지급기준은 대표이사가 따로 정한다.

제16조(의사록)

① 이사회의 의사진행에 관하여는 의사록을 작성하여야 한다.

② 의사록에는 이사회의 안건, 경과요령과 그 결과, 반대하는 자와 그 이유를 기재하고, 출석한 이사전원이 기명날인 또는 서명을 한다.

제17조(사후승인) 긴급을 요하는 사안으로서 이사회를 개최할 시간적 여유가 없을 때에는 대표이사는 이를 집행하고 이사회를 소집하여 그 전말을 보고하고 추인을 얻어야 한다.

제18조(규정의 개폐) 이 규정의 개폐는 이사회의 결의에 의한다.

부 칙

1. 이 규정은 2001년 5월 7일부터 시행한다.
2. 이 규정은 2002년 11월 13일부터 시행한다.
3. 이 규정은 2011년 9월 23일부터 시행한다.
4. 이 규정은 2014년 2월 13일부터 시행한다.
5. 이 규정은 2014년 7월 3일부터 시행한다.
6. 이 규정은 2014년 12월 10일부터 시행한다.

타. 감사위원회 운영규정

제1장 총 칙

제1조(목적)

이 규정은 상법 제415조의 2, 제542조의 11 및 주식회사 엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다) 정관 제37조의 2, 제6장 감사위원회 규정에 근거하여 감사위원회(이하 '위원회'라 한다)가 감사업무를 적정하고 효과적으로 수행할 수 있도록 그 직무수행의 기준과 운영에 필요한 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조(적용범위)

위원회에 관한 사항은 법령, 정관, 이사회 규정 등에 별도로 정함이 없으면 이 규정에 의한다.

제2장 위원회의 권한과 책임

제3조(직무와 권한)

① 위원회는 회사의 업무, 회계 및 이사의 직무의 집행을 감사한다.

② 위원회는 다음 각 호의 권한을 행사할 수 있다.

1. 이사 등에 대한 영업의 보고 요구 및 회사의 업무·재산상태 조사
2. 자회사에 대한 영업보고 요구 및 업무와 재산상태에 관한 조사
3. 임시주주총회의 소집 청구
4. 회사의 비용으로 전문가의 조력을 받을 권한
5. 이사의 보고 수령
6. 이사의 위법행위에 대한 유지청구
7. 이사·회사간 소송 및 상법 기타 법령에서 정한 소송에서의 회사 대표
8. 감사위원회 대표자 선출권
9. 외부감사인의 선임 및 변경·해임에 대한 승인권
10. 감사위원 해임에 관한 의견진술
11. 기타 회사의 경영사항으로서 이사회가 수시로 위임한 사항

③ 위원회는 다음 각 호의 사항을 요구할 수 있으며, 그 요구를 받은 자는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

1. 회사내 경영상 중요한 사항

2. 관계자의 출석 및 답변
3. 창고, 금고, 장부 및 관계서류, 증빙, 물품 등에 관한 사항
4. 기타 감사업무 수행에 필요한 사항

④ 위원회는 각 부서의 장에게 임직원의 부정행위가 있거나 중대한 과실이 있을 때 지체 없이 보고토록 요구할 수 있다.

제4조(의무)

① 감사위원은 회사에 대하여 선량한 관리자의 주의의무를 가지고 그 직무를 수행하여야 한다.

② 감사위원은 재임 중뿐만 아니라 퇴임 이후에도 직무상 알게된 회사의 영업상 비밀을 누설하여서는 아니된다.

③ 위원회는 이사가 법령 또는 정관에 위반한 행위를 하거나 그 행위를 할 염려가 있다고 인정한 때에는 이사회에 이를 보고하여야 한다.

④ 위원회는 이사가 주주총회에 제출할 의안 및 서류를 조사하여 법령 또는 정관에 위반하거나 현저하게 부당한 사항이 있는지의 여부에 관하여 주주총회에 그 의견을 진술하여야 한다.

⑤ 위원회는 이사로부터 제무제표, 영업보고서 등의 서류를 받은 날부터 4주 내에 감사보고서를 이사에게 제출하여야 한다.

⑥ 기타 상법 등 관련법률상 인정된 의무를 이행하여야 한다.

제5조(책임)

① 감사위원이 그 임무를 해태한 때에는 그 위원은 회사에 대하여 연대하여 손해를 배상할 책임을 진다.

② 감사위원이 악의 또는 중대한 과실로 인하여 그 임무를 해태한 때에는 그 위원은 제3자에 대하여 연대하여 손해를 배상하여야 한다.

③ 전 2항의 행위가 위원회의 결의에 의한 것인 때에는 그 결의에 찬성한 감사위원도 전 2항의 책임이 있으며, 그 결의에 참가한 감사위원으로서 이의를 제기한 기재가 의사록에 없는 감사위원은 그 결의에 찬성한 것으로 추정한다.

제3장 위원회의 구성과 운영

제6조 (구성)

① 감사위원은 주주총회에서 선임한다.

② 위원회는 3인 이상의 이사로 구성하고 감사위원의 3분의 2 이상은 사외이사이어야 한다.

③ 감사위원 중 1인 이상은 상법 제542조의11 제2항에서 정하는 회계 또는 재무전문가이어야 하고, 사외이사가 아닌 감사위원은 상법 제542조의11 제3항의 요건을 갖추어야 한다.
④ 사외이사인 감사위원이 사임·사망 등의 사유로 인하여 사외이사의 수가 상법 제542조의11 제4항 제1호의 규정에 의한 위원회의 구성요건에 미달하게 되면 그 사유가 발생한 후 처음으로 소집되는 주주총회에서 그 요건에 합치되도록 하여야 한다.
⑤ 위원회는 사무국을 둘 수 있다.

제7조(위원장)

① 위원회는 제11조 규정에 의한 결의로 위원회를 대표할 위원장을 사외이사 중에서 선정하여야 한다. 이 경우 수인의 감사위원이 공동으로 위원회를 대표할 것을 정할 수 있다.
② 위원장은 위원회의 업무를 총괄하며 위원회의 효율적인 운영을 위하여 감사위원별로 업무를 분장할 수 있다.
③ 위원장의 유고시에는 위원회에서 정한 위원이 그 직무를 대행한다.

제8조(회의)

① 위원회는 정기위원회와 임시위원회로 한다.
② 정기위원회는 년1회 개최하는 것으로 한다.
③ 임시위원회는 필요에 따라 수시로 개최한다.

제9조(소집권자)

① 위원회는 위원장이 소집한다.
② 각 감사위원은 위원장에게 의안과 그 사유를 밝혀 위원회의 소집을 요구할 수 있다. 위원장이 정당한 사유 없이 위원회를 소집하지 아니하는 경우에는 위원회 소집을 요구한 감사위원이 위원회를 소집할 수 있다.

제10조(소집절차)

① 위원회를 소집함에는 회일을 정하고 그 3일전에 각 감사위원에 대하여 통지를 발송하여야 한다.
② 위원회는 감사위원 전원의 동의가 있는 때에는 제1항의 절차 없이 언제든지 회의를 열 수 있다.

제11조(결의방법)

① 위원회의 결의는 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수로 한다.
② 위원회는 감사위원의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 아니하고 모든 감사위원이 동영상 및 음성을 동시에 송·수신하는 통신수단에 의하여 결의에 참가하는 것을 허용할 수 있으며, 이 경우

당해 감사위원은 위원회에 직접 출석한 것으로 본다.

③ 위원회의 의안에 관하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못한다. 이 경우 행사할 수 없는 의결권의 수는 출석한 감사위원의 의결권 수에 산입하지 아니한다.

제12조(부의사항)

위원회에 부의할 사항은 다음과 같다.

① 주주총회에 관한 사항

1. 임시주주총회의 소집청구
2. 주주총회 의안 및 서류에 대한 진술

② 이사 및 이사회에 관한 사항

1. 이사회에 대한 보고의무
2. 감사보고서의 작성·제출
3. 이사의 위법행위에 대한 유지청구
4. 이사에 대한 영업보고 요구
5. 이사회에서 위임받은 사항

③ 감사에 관한 사항

1. 업무·재산 조사
2. 자회사의 조사
3. 이사의 보고 수령
4. 이사와 회사간의 소에 관한 대표
5. 소수주주의 이사에 대한 제소 요청시 소 제기 결정 여부
6. 감사계획 및 결과
7. 중요한 회계처리기준의 적정성 및 회계추정 변경의 타당성 검토
8. 내부통제제도(내부회계관리제도 포함)의 평가
9. 감사결과 시정사항에 대한 조치 확인
10. 감사부설기구의 책임자 임면에 대한 동의
11. 외부감사인(이하 '감사인'이라 한다) 선임 및 변경·해임에 대한 승인
12. 감사인으로부터 이사의 직무수행에 관한 부정행위 또는 법령이나 정관에 위반되는 중요한 사실의 보고 수령
13. 감사인으로부터 회사가 회계처리 등에 관한 회계처리기준을 위반한 사실의 보고 수령
14. 감사인의 감사활동에 대한 평가

제13조(의사록)

① 위원회의 의사에 관하여는 의사록을 작성한다.

② 의사록에는 의사의 안건, 경과요령, 그 결과, 반대하는 자와 그 반대이유를 기재하고 출석한 감사위원이 기명날인 또는 서명한다.

③ 의사록의 사본을 7일 내에 각 감사위원에게 송부하여야 한다.

제14조(관계인의 출석 등)

① 위원회는 업무수행을 위하여 필요한 경우 회사의 임직원 및 외부감사인의 회의 출석과 관련 자료의 제출 및 의견진술을 요구할 수 있다.

② 제1항을 제외하고 위원회의 위원과 간사가 아닌 사람이 위원회에 출석 또는 배석하고자 하는 경우 사전에 위원장의 허가를 받아야 한다.

제4장 보 칙

제15조(간사)

① 위원회에는 간사 1인을 둔다.

② 간사는 회사 임직원 중 위원장이 지명하는 자로 하며 위원장의 지시에 따라 위원회의 사무를 담당한다.

제16조(규정의 개폐)

이 규정의 개폐는 이사회 결의에 의한다.

부 칙

제1조(시행일) 이 규정은 2014년 11월 13일부터 시행한다.

파. 내부거래위원회 운영규정

제 1 장 총 칙

제1조(목적)

이 규정은 상법 제393조의 2, 제542조의8 및 주식회사 엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다) 정관 제37조의2 규정에 근거하여 내부거래위원회(이하 "위원회"라 한다)의 효율적인 운영을 위하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(적용범위)

위원회에 관한 사항은 법령, 정관 또는 이사회 규정에 정하여진 것 이외에는 이 규정이 정하는 바에 의한다.

제 2 장 구성 및 권한

제3조(구성)

① 위원회 위원(이하 "위원"이라 한다)은 이사회에서 선임하고 해임한다.

② 위원회는 사외이사가 3인 이상 포함되고, 사외이사의 수가 위원총수의 3분의 2 이상이 되어야 한다.

③ 위원의 임기는 3년으로 한다. 다만 결원으로 인한 충원의 경우에는 전임자의 잔여임기로 한다.

제4조(위원장)

① 위원회는 제8조에 의한 결의로 위원장을 선정하여야 한다.

② 위원장은 위원회를 대표하고 위원회 회의시 의장이 된다.

③ 위원장이 위원회에 참석할 수 없을 경우에는 위원회에서 정한 위원이 그 직무를 대행한다.

제5조(위원회 권한)

① 위원회는 공정거래법 및 동법 시행령에서 규정하고 있는, 특수관계인을 상대방으로 하거나 특수관계인을 위한 다음 각호의 대규모내부거래(자본총계 또는 자본금 중 큰 금액의 100분의 5 이상이거나 50억원 이상인 거래행위)에 대한 심사·승인을 한다.

1. 가지급금 또는 대여금 등의 자금을 제공 또는 거래하는 행위

2. 주식 또는 회사채 등의 유가증권을 제공 또는 거래하는 행위
3. 부동산 또는 무체재산권 등의 자산을 제공 또는 거래하는 행위
4. 주주의 구성 등을 고려하여 공정거래법 시행령으로 정하는 계열회사를 상대방으로 하거나 동 계열사를 위하여 상품 또는 용역을 제공 또는 거래하는 행위

② 위원회는 상법 제542조 제9항에서 정하는 바에 따라 회사의 최대주주, 그의 특수관계인 및 회사의 특수관계인과의 거래 중 이사회의 승인을 얻어야 하는 거래에 대하여 사전심의를 한다.

제 3 장 회 의

제6조(소집권자)

① 위원회는 위원장이 소집한다. 그러나 위원장의 유고시에는 제4조 제3항에 따라 위원회가 정한 위원이 그 직무를 대행한다.

② 각 위원은 위원장에게 의안과 그 사유를 밝혀 위원회 소집을 청구할 수 있다. 위원장이 정당한 사유 없이 위원회를 소집하지 아니하는 경우에는 위원회 소집을 청구한 위원이 위원회를 소집할 수 있다.

제7조(소집절차)

① 위원회를 소집함에는 회일을 정하여 그 3일전에 각 위원에 대하여 통지하여야 한다.

② 위원회는 위원 전원의 동의가 있는 때에는 제1항의 절차 없이 언제든지 회의를 열 수 있다.

제8조(결의방법)

위원회의 결의는 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 한다. 이 경우 위원회는 위원의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 아니하고 모든 위원이 동영상 및 음성을 동시에 송·수신하는 통신수단에 의하여 결의에 참가하는 것으로 할 수 있으며, 이 경우 당해 위원은 위원회에 직접 출석한 것으로 본다.

제9조(부의사항)

위원회에 부의할 사항은 다음과 같다.

1. 대규모내부거래의 승인
2. 기타 상법상 이사회의 승인을 필요로 하는 거래행위의 승인

제10조(관계인의 의견청취)

위원회는 필요하다고 인정하는 경우 관계임·직원 또는 외부인사를 회의에 출석시켜 의견을 청취할 수 있다.

제11조(통지의무)

위원회는 결의된 사항을 2일 이내에 각 이사에게 통지하여야 한다. 이 경우 이를 통지받은 각 이사는 이사회의 소집을 요구할 수 있으며, 이사회는 위원회가 결의한 사항에 대하여 다시 결의할 수 있다.

제12조(의사록)

① 위원회의 의사에 관하여는 의사록을 작성한다.

② 의사록에는 의사의 안건, 경과요령, 그 결과, 반대하는 자와 그 반대이유를 기재하고 출석한 위원이 기명날인 또는 서명한다.

제13조(간사)

① 위원회에는 간사를 둔다.

② 간사는 회사 임직원 중 위원장이 지명하는 자로 하며 위원장의 지시에 따라 위원회의 사무를 담당한다.

제14조(규정의 개폐)

이 규정의 개폐는 이사회 결의에 의한다.

부 칙

1. 이 규정은 2014년 11월 13일부터 시행한다.
2. 이 규정은 2015년 10월 01일부터 시행한다.
3. 이 규정은 2016년 02월 15일부터 시행한다.

02 사후조치(대응 프로세스)제도

가. CP 제재 운영지침

제 1 조 [목 적]

이 CP 제재 운영지침(이하 "이 지침"이라 한다)은 임직원의 공정거래 관련 법령 위반행위에 대한 제재조치를 명확히 규정함으로써 법 위반행위의 재발을 방지하는데 그 목적이 있다.

제 2 조 [용어의 정의]

① 이 지침에서 "제재조치"라 함은 임직원의 공정거래자율준수 의식 고취를 목적으로, 임직원의 공정거래 관련 법령 위반행위에 대하여 징계하는 것을 말한다.

② 이 지침에 정의되지 아니한 용어는 **「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」** 내 정의에 따른다.

제 3 조 [책임과 권한]

① 제재조치와 관련한 자율준수관리자의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 모니터링 보고서 검토 시 회사의 법 위반행위 현황을 분석하고 이를 토대로 관련부서에 시정 및 예방조치를 요구하여야 한다.
2. 공정거래 관련 법령 준수여부 점검 결과 위반자에 대해서는 위반 정도에 상응하는 제재조치를 하거나 필요 시 인사위원회에 제재조치를 요청하여야 한다.

② 제재조치와 관련한 자율준수 전담부서(이하 "전담부서"라 한다)의 책임과 권한은 다음 각 호와 같다.

1. 법 위반행위 유형별 제재기준을 수립하여야 한다.
2. 법 위반행위의 위반자에 대하여 제재조치를 시행하고 결과를 확인하여 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.
3. 제재조치 관리대장을 작성·관리하여야 한다.

제 4 조 [제재절차]

① 전담부서는 제재조치계획서를 작성하여 자율준수관리자에게 보고한다.

② 자율준수관리자는 제 1항의 제재조치계획서를 검토 후 승인하거나 반려한다. 승인 시,

자율준수관리자는 법 위반내용에 대한 제재조치서를 발부하여 법 위반 부서 또는 임직원에게 통보한다.

③ 전담부서는 제재조치서에 따른 제재를 실행하고, 제재결과를 자율준수관리자에게 보고한다.

④ 자율준수관리자는 제재결과를 확인하고, 법 위반행위의 발생을 예방하여야 한다.

⑤ 전담부서는 제재조치 관리대장에 제재조치서의 발부 현황 및 제재결과를 기록·관리한다.

제 5 조 [제재기준]

① 제재기준은 공정거래질서 저해성, 회사 또는 협력업체에게 입힌 손실 등을 종합적으로 판단하여, 그 정도에 따라 차등하여 수립·적용한다.

② **「인사규정」** 및 **「취업규칙」**에서 정하는 제재기준의 범위 內의 인사제재 조치 필요 시, 즉시 제재(인사)위원회 회부할 수 있으며, 이 경우 제재조치는 제재(인사)위원회의 결정에 따른다.

③ 자율준수관리자는 본 조 제1항에 따라 다음 표와 같이 제재조치 기준을 정하여 운영한다. 다만, 자율준수관리자는 제재조치를 감경 또는 가중할 수 있다.

위반행위 누적횟수 (공정위 조치사항)	위반행위자	관리책임자
1회	1. 자율준수관리자 명의 서면경고 2. 시정계획서 제출(팀장 전결)	1. 자율준수관리자 명의 서면경고
2회 (또는 공정위 경고/ 시정권고)	1. 자율준수관리자 명의 서면경고 2. 시정계획서 제출(실장/사업부장 전결) 3. 2시간 특별교육	1. 자율준수관리자 명의 서면경고 2. 팀 자체 점검 후 결과보고서 제출 3. 2시간 특별교육
3회 (또는 공정위 시정명령 이상/고발)	1. 자율준수관리자 명의 서면경고 2. 시정계획서 제출(실장/사업부장 전결) 3. 2시간 특별교육 4. 인사위원회 회부	1. 자율준수관리자 명의 서면경고 2. 팀 자체 점검 후 결과보고서 제출 3. 2시간 특별교육 4. 인사위원회 회부

④ 제3항 제재조치 기준의 구체적인 운영은 다음 각 호에 따른다.

1. 위반 실적은 당회차 점검일 기준으로 역산하여 당회차 점검 결과를 포함한 총 3회차 점검결과를 누적 산정하되, 산정기간은 최대 1.5년을 초과하지 아니한다. 또한, 산정기간 내 정기점검과 특별점검이 모두 실시된 경우에는 정기점검 결과를 우선적으로 산정한다.
2. 당회차 점검 시, 점검항목 중 50% 이상 위반 시에는 1단계 상향하여 제재조치를 적용한다.
3. 위반행위자 또는 위반행위자의 관리책임자가 시정조치를 불이행할 경우에는 1단계 상향하여 제재조치를 적용한다.

제 6 조 [인사위원회 구성]

인사위원회의 구성은 **「인사위원회규정」**에 따른다.

제 7 조 [인사위원회 권한]

① 인사위원회의 위원장은 인사위원회를 대표하고 회의를 관장하며, 제재에 관한 사항의 심의·의결권을 가진다.

② 인사위원회의 간사는 인사위원회의 의사록을 작성 및 보관하여야 하고, 인사담당부서는 인사위원회의 사무를 담당한다.

제 8 조 [인사위원회 소집 및 의결]

인사위원회의 소집 및 의결은 **「인사위원회규정」**에 따르고, 인사위원회는 확실한 조사를 통하여 신중·공정한 심의 의결을 하여야 한다.

제 9 조 [기록관리]

이 지침과 관련한 모든 기록은 **「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」**에 따라 유지·관리하여야 한다.

제 10 조 [시행일]

① 이 지침은 2017년 02월 01일부터 시행한다.

② 이 지침은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

③ 이 지침은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

④ 이 지침은 2019년 04월 01일부터 시행한다.

나. CP 포상지침

제 1 조 [목적]

이 CP 포상지침(이하 "이 지침"이라 한다)은 (주)엔에스쇼핑(이하 "회사"라 한다)이 "자율준수프로그램"과 관련하여 시행하는 포상에 관한 사항을 정함에 그 목적이 있다.

제 2 조 [적용범위]

이 지침은 회사의 "자율준수프로그램"의 효율적인 운영 및 발전에 기여한 임직원 개인 또는 부서에게 적용된다.

제 3 조 [용어의 정의]

① "포상대상자"란 제 5조에 의하여 포상이 확정된 자를 말한다.

② "포상후보자"란 포상이 확정되기 전 후보자로 선정된 자를 말한다.

③ 이 지침에서 사용되는 용어의 정의는 이 지침에 특별한 정함이 없는 한 **「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」**에 따른다.

제 4 조 [포상의 종류]

포상의 종류는 다음 각 호와 같다.

1. 공로상 : "자율준수프로그램"의 개선/발전에 대한 공적이 현저한 경우
2. 모범상 : "자율준수"를 성실히 실천하여 타 임직원의 모범이 된 경우

제 5 조 [포상방법]

포상대상자 및 포상의 종류, 부상 유무 등 포상 관련 자세한 사항은 자율준수전담부서장의 발의, 마케팅총괄임원·경영지원총괄임원·자율준수관리자의 심의를 거쳐 대표이사의 승인을 통해 확정된다.

제 6 조 [포상후보자의 추천]

① 제 5조의 포상대상자를 확정함에 있어 자율준수전담부서장은 임직원(자율준수관리자 포함)으로부터 포상후보자의 추천을 받을 수 있다.

② 제 1항의 추천을 하고자 하는 자는 [별지서식 1] 포상추천서를 작성하여 자율준수전담부서장에게 제출한다.

제 7 조 [포상의 기준]

① 포상을 함에 있어서는 포상의 목적 또는 취지에 정확하게 부합하는 포상대상자를 선정하여야 한다.

② 포상의 목적 또는 취지에 부합하는 포상대상자가 없을 때에는 포상을 하지 아니할 수 있다.

제 8 조 [포상시기]

포상의 종류는 포상시기에 따라 다음 각 호와 같이 정기포상과 특별포상으로 구분된다.

1. 정기포상 : 회사 창립기념일, 자율준수의 날 등 특정일에 정기적으로 이루어지는 포상
2. 특별포상 : 필요 시 대표이사가 정하는 시기에 이루어지는 포상

제 9 조 [포상사실의 통보]

① 자율준수전담부서장은 포상대상자에게 서면(전자메일 포함)으로 포상사실을 통보하여야 한다.

② 제 1항의 통보 시에는 포상의 종류, 부상 유무, 시기 등 상세 내용이 포함되어야 한다.

제 10 조 [기록관리]

이 지침과 관련한 모든 기록은 **「공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영규정」** 및 **「CP 문서관리 지침」** 에 따라 보관되어야 한다.

제 11 조 [시행일]

① 이 지침은 2017년 07월 01일부터 시행한다.

② 이 지침은 2018년 04월 15일부터 시행한다.

③ 이 지침은 2019년 04월 01일부터 시행한다.

④ 이 지침은 2020년 12월 01일부터 시행한다.

⑤ 이 지침은 2021년 12월 01일부터 시행한다.

[별지서식 1] 포상추천서

포상추천서					
포상 후보자	개인(　)	성명		생년월일	
		소속		직급	
	부서(　)	부서명			
포상의 종류					
추천요지					
공적사항 개요					
기타 참고사항					

회사의 「CP포상지침」에 따라 위 사람/부서를 포상후보자로 추천합니다.

0000년 00월 00일

추천자:　　(서명)

(주)엔에스쇼핑 귀중

다. 불공정거래행위로 인한 협력사 피해보상 규정

제1조 【목적】

본 규정은 주식회사 엔에스쇼핑(이하 "NS홈쇼핑"이라 한다)이 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 "공정거래법"이라 한다)」 및 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률(이하 "대규모유통업법"이라 한다」등 공정거래 관련 법규를 위반하여 NS홈쇼핑의 협력사에게 피해를 야기한 경우의 피해보상 절차 및 피해보상협의회 운영 등에 관한 세부사항을 정함으로써, NS홈쇼핑과 협력사의 동반 성장을 도모하고, 건전한 거래 질서 확립에 기여하는 것을 목적으로 한다.

제2조 【용어의 정의】

본 규정에서 사용되는 용어는 다음 각 호의 의미를 가진다.

1. "협력사"란, NS홈쇼핑과 계약을 체결하여 NS홈쇼핑에서 운영하는 판매채널에 입점해 있는 사업자를 말한다.
2. "피해협력사"란, 본 규정에 따라 NS홈쇼핑에게 피해보상을 신청하는 협력사를 말한다.

제3조 【적용범위】

본 규정은 NS홈쇼핑이 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 "공정거래법"이라 한다)」 및 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률(이하 "대규모유통업법"이라 한다」등 공정거래 관련 법규를 위반하여 NS홈쇼핑의 협력사에게 피해를 야기한 경우에 적용된다.

제4조 【피해보상 절차의 개시】

① 협력사는 제3조에 해당하는 경우, 그 피해사실을 증명할 수 있는 자료를 구비하여 NS홈쇼핑에게 피해보상을 신청할 수 있다.

② NS홈쇼핑은 피해보상 신청을 받은 즉시 피해보상협의회(이하 "협의회"라 한다)를 소집하여 피해보상 대상행위 여부 및 보상 범위 등을 협의·의결하여야 한다.

제5조 【조사】

협의회는 제4조 제2항의 협의·의결 과정에서 필요한 경우, NS홈쇼핑 임직원 및 피해협력사를 대상으로 사실관계 및 피해 규모 등에 대한 조사를 진행할 수 있다.

제6조 【협의·의결 및 결과의 통지】

① NS홈쇼핑은 제4조 제1항의 피해보상 신청을 받은 날로부터 20일 이내에 보상 여부를 협의·의결하여 그 결과를 피해협력사에게 서면으로 통지하여야 한다.

② NS홈쇼핑은 제1항에 따라 피해협력사에게 보상하는 것으로 통지한 경우, 통지일로부터 30일 이내에 보상액수 및 지급시기 등 구체적인 사항을 포함하여 의결한 보상안을 피해협력사에게 서면으로 통지하여야 한다.

③ NS홈쇼핑은 제1항에 따라 피해협력사에게 보상하지 않는 것으로 통지할 경우, 그 이유를 명시하여야 한다.

제7조 【이의신청 및 재의결】

① 피해협력사는 제6조의 통지 받은 사항에 대해 이의가 있는 경우, 통지 받은 날로부터 30일 이내에 NS홈쇼핑에게 이의 신청을 하여야 한다.

② NS홈쇼핑은 제1항의 이의 신청을 받은 경우, 즉시 피해협력사와 이의 신청 내용에 대한 협의를 진행한 후, 협의회를 소집하여 재의결한다.

③ NS홈쇼핑은 제1항의 이의 신청을 받은 날로부터 30일 내에 재의결한 내용을 피해협력사에게 서면으로 통지하여야 한다.

④ 제3항의 재의결 내용은 NS홈쇼핑과 피해협력사가 상호 성실히 협의하여 도출한 것이므로, 피해협력사는 재의결 내용에 대해 이의를 제기할 수 없다.

제8조 【보상금의 지급】

NS홈쇼핑은 피해협력사에게 보상하는 것으로 통지한 경우, 서면 통지 시 명시한 기한까지 보상금을 지급하여야 한다.

제9조 【협의회의 구성】

① 협의회의 위원장은 NS홈쇼핑 대표이사가 위원 중에서 임명하며, 사내 임원 중 1인으로 한다.

② 협의회의 위원은 제1사업부장, 제2사업부장, 마케팅기획실장, 준법지원실장, 편성기획실장, CS 지원실장으로 한다.

③ 위원장은 합리적인 의사 결정을 위해 필요하다고 판단되는 위원을 추가하거나 기존 위원을 제외할 수 있다.

제10조 【협의회】

① 협의회의 소관사항은 다음 각 호와 같다.

1. 피해보상신청 사건에 대한 보상안의 협의
2. 피해보상신청 사건에 대한 보상안의 의결
3. 피해보상신청 사건이 협의회의 피해보상 대상이 아닌 경우의 각하 결정
4. 협의회의 운영내규의 제·개정

② 협의회의 회의는 위원장이 주재하며, 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고, 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

제11조【윤리위원회 보고】
협의회의 위원장은 피해보상신청사건의 처리 내용 및 협의회 의결 사항을 NS홈쇼핑의 윤리위원회에 보고한다.

부칙(2020. 08. 21.)

제1조 (시행일) 본 지침은 주무관청의 변경승인이 내려진 날부터 시행하고, 종전의 지침은 본 지침으로 대체한다.

부칙(2016.12.01.)

본 규정은 2016. 12. 01부터 시행한다.

03 NS 공정거래 준수 가이드라인

당사는 임직원의 공정거래 자율준수 실천을 돕기 위하여 공정거래 준수 가이드라인을 제정하여 그룹웨어 공지사항 등을 통해 배포함으로써 업무 수행 시에 각 가이드라인을 참고할 수 있도록 하고 있습니다.

가. 대규모유통업법 가이드라인

1) 대규모유통업자의 의무

(1) 서면교부 및 보존의무 (대규모유통업법 제6조)

- 계약사항에 대한 합의 즉시 합의 내용이 명시된 계약서면에 쌍방 날인하여 납품업자에게 교부하여야 함 (방송일 3일전 교부)
- 계약서면 교부 전 납품업자에게 준비행위 요구 금지
- 쌍방이 날인한 최종 계약서면은 계약종료일로부터 5년간 보존

(2) 상품대금 감액금지 및 기한 내 지급 의무 (대규모유통업법 제7조 및 제8조)

- 원칙적으로 상품대금 감액 금지
- 상품대금은 월 판매마감일로부터 40일 이내에 납품업자에게 지급
- 예외 > 납품된 상품이 계약 상품과 상이하거나, 납품업자의 귀책사유로 오손/훼손/하자 발생 등 정당한 사유가 존재하고 합리적인 기간 내인 경우에 한함

(3) 상품 수령거부 및 지체 금지 (대규모유통업법 제9조)

- 원칙적으로 상품의 전부 또는 일부를 수령 거부하거나 지체하는 행위 금지
- 예외 > 납품된 상품이 계약 상품과 상이하거나, 납품업자의 귀책사유로 오손/훼손/하자 발생 등 정당한 사유가 존재하는 경우에 한함

(4) 부당반품 금지 (대규모유통업법 제10조)

- 원칙적으로 반품 금지
- 납품 받은 상품을 다른 상품과 교환하는 경우에도 반품에 해당
- 예외 > 납품된 상품이 계약 상품과 상이하거나, 납품업자의 구책사유로 오손/훼손/하자 발생 등 정당한 사유가 존재하고 합리적인 기간 내인 경우에 한함

(5) 판매촉진비용 부담 전가 금지 (대규모유통업법 제11조)

- 판매촉진행사 실시 이전에 해당 판매촉진행사에 대한 약정과 동시에 쌍방이 날인한 서면을 교부하여야 함
- 예상되는 경제적 이익 비율에 따라 판촉비용 분담비율을 정해야 하나, 어떤 경우에도 납품업자의 분담비율이 총 판매촉진 비용의 50%를 초과할 수 없음

(6) 배타적 거래 강요 금지 (대규모유통업법 제13조)

- 납품업자에게 배타적 거래를 하도록 하거나 다른 사업자와 거래하는 것을 방해하는 행위 금지

(7) 경영정보 제공 요구 금지 (대규모유통업법 제14조)

- 원칙적으로 납품업자에게 경영정보의 제공을 요구하는 행위 금지
- 예외 > 사전에 경영정보 제공을 요구하는 정당한 목적, 비밀유지에 관한 사항 등을 기재한 서면을 납품업자에게 제공하고 필요 최소한의 범위 내에서 요구하는 경우

(8) 경제적 이익 제공 요구 금지 (대규모유통업법 제15조)

- 정당한 사유없이 납품업자에게 당사 또는 제3자를 위해 금전/물품/기타 경제적 이익 제공을 요구하는 행위 금지

(9) 불이익 제공 행위 금지 (대규모유통업법 제17조)

- 정당한 사유 없이 납품업자에게 불이익을 제공하는 행위 금지
- 불이익 제공 행위 예시
  - 통상적으로 시장에 납품하는 가격보다 현저히 낮은 가격으로 납품하게 하는 행위
  - 판촉행사 실시를 위해 통상적인 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위
  - 납품업자의 의사에 반하여 판매촉진행사에 참여하게 하는 행위
  - 한시적으로 가격 인하를 약정한 상품의 납품가격을 해당 기한이 경과한 후에도 정상가로 환원하지 않거나 환원을 지연하는 행위
  - 납품업자의 의사에 반하여 납품된 상품에 관한 광고를 하게 하는 행위

2) 대규모유통업법 위반 사례

1

납품업자와 방송 10일 전에 법정 계약사항 전부에 대해 계약을 체결하였음에도
방송일시를 누락한 계약 서면에 날인하여 교부하는 경우
→계약사항 전부를 기재한 계약서면을 교부하지 않음 : 대규모유통업법 제6조 **위반**

2

대규모유통업자가 납품업자로 하여금 자신의 방송에서 판매할 납품업자의 상품에
대한 판매촉진행사를 기획, 실시하게끔 하면서 이에 소요되는 비용을
①납품업자와 사전에 약정하지 아니하고 부담시키거나
②약정을 하였으나 총 판매촉진비용의 50%를 초과하는 비용을
납품업자에게 부담시키는 행위 : 대규모유통업법 제11조 **위반**

3

①대규모유통업자가 납품업자와 당초 약정한 방송 횟수 중 진행되지 않은
나머지 회 차의 방송에 대해 매출 부진 등을 이유로 일방적으로 취소하는 행위
②대규모유통업자와 납품업자 간의 사전 합의에 따라 정률제 판매방송으로 납품업자가
준비한 상품에 대해 정률제 판매방송으로 1~2회 실시한 후 판매 실적이 부진하자,
대규모유통업자가 당초 약속한 횟수의 방송 중 남은 방송에 대해
판매수수료 수취 방식을 정액제나 혼합제로 변경함으로써 납품업자로 하여금
당초 합의된 정률제 보다 높은 수수료를 부담하게 하는 행위
③대규모유통업자가 중간유통업자 (벤더)의 실질적 역할이 거의 없거나 납품업자가
원하지 않음에도 불구하고 납품업자로 하여금 중간유통업자(벤더)를 통해 상품을
납품하도록 하여 납품업자에게 중개수수료 등 불필요한 부담을 지우는 행위
④ 대규모유통업자가 납품업자의 요청이 없었음에도
판매 증진을 위해 판매촉진행사에 참여시키거나 출연 게스트를 일방적으로 추가하여
해당 비용을 납품업자에게 부담하도록 하는 행위 : 대규모유통업법 제17조 **위반**

4

①대규모유통업자가 납품업자에게 거래와 무관한
기부금, 협찬금, 기타 금품/향응 등을 요구하는 행위
②대규모유통업자가 해외 여행상품의 현지 홍보영상물을 제작하면서
자신의 소속직원들의 항공, 숙박비를 납품업자에게 부담시키는 행위 : 대규모유통업법 제15조 **위반**

5

①매입상품 '일부'의 하자를 사유로 전체를 반품하는 행위
②판매부진 상품을 대체 상품으로 교환을 강요하는 행위
③재판매가 어려운 상품의 반품을 요구하는 행위
④판매 후 장기간 시일이 경과한 상품을 고객 변심을 사유로 반품하도록 강요하는 행위
⑤직매입으로 상품을 판매 운영하다가 서류상으로만 반품 처리 후
해당 상품을 특약매입으로 전환하여 판매하는 행위
: 대규모유통업법 제10조 **위반**

3) NS 법 준수 프로세스

– 반품 프로세스

가) 반품조건

(1) 직매입거래: **반품 불가 원칙**
(2) 특약매입거래: 반품 가능하지만, 계약 체결 시점에 반품조건의 구체적 약정 필요

NS 전자계약 반품 조항

제 6 조 [상품의 반품 또는 교환]

① "NS"는 본 계약에 따라 "협력사"가 "NS"에게 공급하는 상품이 다음 각 호의 1에 해당하는 경우 "협력사"에게 반품 또는 교환을 요구할 수 있으며, 관련 비용은 모두 "협력사"의 부담으로 한다.
가. 공급 받은 상품이 "NS"의 책임 없는 사유로 인해 오손, 파손, 기타 하자가 있거나 발주한 상품과 상이한 경우
나. 공급 완료 시점 이후라도 "협력사"의 책임 있는 사유로 인한 상품의 하자 또는 상이가 발견된 경우
다. "NS"의 품질검사 및 검수 결과 "협력사"가 공급하는 상품의 판매가 부적절하다고 판정될 경우
라. 소비자, 언론, 공공기관, 사회단체 등으로부터 "협력사"의 공급상품의 품질, 안전성, 관련 법규 준수 여부 등에 관하여 문제가 제기되고 이에 대하여 "협력사"가 문제 없음을 입증하지 못하는 경우
마. "협력사"가 본 계약에 의거 "NS"에게 공급하는 상품 또는 상품의 포장 내부에 "협력사" 자신을 홍보하거나 "협력사" 자신을 위한 판촉 등의 내용물을 인쇄, 부착 또는 동봉할 경우
바. 기타 위 각 호에 준하는 정당한 사유가 발생한 경우
② "협력사"는 위 각 호의 사유가 발생한 경우 지체 없이 자신의 책임과 비용으로 해당 상품을 수거 또는 폐기해야 하고, 이 의무를 지체하여 "NS"가 직접 반송하거나 폐기한 경우에는 그 비용을 "NS"에게 지급해야 한다.
③ "NS"는 제1항 각 호의 하자 등의 사유가 존재하는 상품 수량에 대한 반품 또는 교환 대신에 "협력사"에게 해당 부분만큼의 대금 감액을 청구할 수 있다.

→반품조건(상품의 하자, 상이함, QM부적합 등)을 제6조를 통해 사전에 정하고 있음

8. 특약

특약

→기타 반품조건 추가가 필요한 경우 준법지원팀과 사전 협의 후 특약사항에 기재하여야 함

나) 업무 처리절차

I. 반품 사유 및 가능 여부 확인 (준법지원팀에 사전 문의 필수)
II. 협력사 날인된 반품 요청 공문 접수(위임장, 법인인감증명서, 사용인감계 첨부 필수)
III. 반품합의서 준법지원팀 검토 받은 후 체결 진행(II.협력사 공문 첨부, 구비서류 보관 필수)
IV. 양사 날인한 반품합의서 스캔본 준법지원팀에 메일로 제출
V. 협력사 및 물류센터와 협의하여 반품 절차 진행

NS 반품 운영지침 참고 (e-HR 사규게시판)

교육관리 ESS 메

공지사항

번호	제목	날짜
1	18년도 직무발표 변경사항	2018.01.04
2	18년도 멘토링 운영 변경	2018.01.04
3	멘토링 제도 개선	2016.09.02
4	직무발표회 준비가이드	2014.07.28
5	멘토링활동보고서 작성매뉴얼	2014.07.28
6	사내도서관 이용매뉴얼	2013.04.09

사규

번호	제목	날짜
1	보험대리점 내부통제기준	2020.06.09
2	NS 반품 운영 지침	2020.01.13
3	상품 소개 및 판매 방송...	2019.08.26

::사규:: -- 웹 페이지 대화 상자

조회

닫기

작성자/작성일시	최현일	2020.01.13 16:31:27
* 공지기간	2020.01.13 ~ 9999.12.31	
* 공지구분	사규	
* 제목	NS 반품 운영 지침	

제 1 조 [목적]
이 NS 반품 운영 지침(이하 "이 지침"이라 한다)은 협력사가 (주)엔에스쇼핑(이하 "NS"라 한다) 또는 NS의 고객(이하 "고객"이라 한다)에게 공급한 상품(이하 "공급상품"이라 한다)의 반품조건과 절차 등에 관한 사항을 정하는 데 그 목적이 있다.

다) 구비서류 및 보관

- 반품 요청 협력사 공문 필수 기재항목
  - 반품 사유, 상품정보(상품코드, 상품명, 공급가), 반품수량, 반품일자, 반품조건
- 반품서류 종류
  - 반품에 대한 상세내용(조건, 사유, 목록, 수량, 상품의 거래형태, 반품일자, 반품대금 등)이 기재된 서류
    : 입점, 판매 등 관련 계약서 일체 및 반품합의서
    - 협력사 반품 요청 사류 (공문) 및 기타 제반서류
- 반품서류 보관기간
  - 협력사 입점계약 종료일로부터 5년

NS 반품합의서 예시

합 의 서

(주)엔에스쇼핑(이하 "구매자"라 한다)과 00000(이하 "공급자"라 한다)은 양 당사자가 2020년 00월 00일에 체결한 "제작구매(공급)계약서(이하 "원 계약"이라 한다)"에 근거하여 다음과 같이 합의서(이하 "본 합의서"라 한다)를 체결한다.

제 1 조 (목적)
본 합의서는 "공급자"의 귀책사유로 인해 발생한 하자 있는 상품의 공급에 대하여 "원 계약" 제 6조 제 2항에 따라 "구매자"가 "공급자"에게 요청한 상품의 반품과 관련하여, "공급자"는 반품처리를 성실히 이행하고, "구매자"는 이에 필요한 사철을 최대한 협조하는 데 있어 필요한 양 당사자의 권리와 의무 및 기타 제반 사항을 정하는 데 그 목적이 있다.

제 2 조 (합의내용)
① "공급자"는 "구매자"에게 2020년 00월 00일 공급한 종이아이스팩 40,320개를 2020년 00월 00일까지 스스로의 비용과 책임으로 "구매자"의 물류센터로부터 반출하여야 한다.
② 양 당사자는 제 1항의 반품이 "원 계약" 제 6조 제 2항에 의한 적법한 반품임을 확인한다.

제 3 조 (합의사항)
① 양 당사자는 "원 계약" 및 본 합의서와 관련한 내용을 공개하거나 제 3자에게 유출하지 아니한다.
② 양 당사자는 본 합의서의 체결 및 이행과 관련하여 상대방에게 민, 형사상 및 행정상 이의를 일체 제기하지 아니한다.

라) 반품 유의사항

- 직매입상품의 반품은 원칙적으로 불가함

- 부당반품 가이드라인 숙지하기
  - 그룹웨어 공지사항 참조

- 계약서상 반품조건 추가해야 하는 경우
  - 사전에 필수적으로 준법지원팀 검토 받기

- 반품 진행 전에 준법지원팀에 문의하기
  - 준법지원팀 검토 받은 반품합의서 필수 체결하여 보관하기

부당반품 가이드라인(그룹웨어 공지사항)

공지사항

목록 이전글 다음글 확장메뉴

[CP] 부당반품 가이드라인, 내부거래 가이드라인 배포 안내

- 등록자 : 김길현 등록일 :2018-06-21 오후 5:28:18
- 게시글상태 : 등록(일반문서) 조회수 :(159)

첨부파일 DownLoad
180621_내부거래 가이드라인_준법지원팀.pdf (994.3 KB)
180621_부당반품 가이드라인_준법지원팀.pdf (933.3 KB)

안녕하십니까? 준법지원팀입니다.

공정거래 자율준수 문화정착을 위한 가이드라인 2종을 첨부와 같이 배포하오니, 임직원 여러분께서는 반드시 숙독하시어 준법경영을 실천해 주시기 바랍니다.

1. 부당반품 가이드라인
   - 공정위의 '대규모유통업자의 반품행위에 대한 위법성 심사지침' 제정내용을 반영함
2. 내부거래 가이드라인
   - 2018년 3월 배포한 내부거래 검토 프로세스(체크리스트 포함) 관련 내용을 구체화함

※ 문의: 준법지원팀 박주영대리(내선_1462)

끝.

– 계약 체결 프로세스

가) 서면 계약

I. 계약상대방 선정 (수의/입찰)	→ 수의계약 여부는 감사실 검토받은 후 업무 협조전에 체크 e-HR「구매 및 용역계약」참조
II. 계약조건 협상 (목적물/대금/지급조건 등)	
III. 계약서 초안 작성 (당사표준/업체양식)	
IV. 계약서 검토의뢰 (그룹웨어 업무협조전)	→ 업무협조전 [계약서 검토 의뢰] 양식에 맞춰 계약 관련 핵심사항 기재하여 검토의뢰 (계약기간, 계약대금, 계약내용 및 조건) → 계약 시작일 또는 체결일 이전에 시일을 두고 검토의뢰
V. 계약서 검토/수정 (검토의견서 회신)	→ 수정불가한 계약서의 경우 검토의뢰 시 수정불가 사유 업무협조전 비고란에 작성
VI. 계약 조건 재협의(검토 수정안 반영)	→ 재검토 필요 시 수정부분 표시하여 준법지원팀에 검토 재의뢰
VII. 계약서 최종안 확정	→ 준법지원팀 검토 완료 확인 必
VIII. 계약서 품의(담당부서)	→ 위임전결규정에 따라 결재문서 작성/기안 : 검토의뢰 업무협조전 문서연결 必 : 준법지원팀장 합의 必 : 준법지원팀 검토완료본 첨부 必 : 계약 체결 구비서류 첨부 必
IX. 계약체결 (날인/간인)	→ 위임장, 법인인감증명서, 사용인감계, 사업자등록증, 법인등기부등본 제출 받아 확인 후 계약서에 인감 날인/간인하여 발송
X. 계약서 분류/보관(준법지원팀에 회신)	→ 계약서 및 구비서류 원본 보관 → 계약서 보존기간 : 계약종료일로부터 5년 경과 시 계약서 폐기 가능

나) (전자)직매입계약

I. 계약 품의 진행	→ 담당MD 품의 기안 및 결재 시
II. 전자계약서 작성	→ 담당MD : 직매입계약서 작성 가이드 참조 ※ 공급조건, 대금지급조건 반품교환조건, 방송대행 수수료, 하자책임보증 등 계약 조건의 일부를 기존 계약 조항과 다르게 정하는 경우 해당 내용 기재 必
III. 전자계약서 승인 및 발송 처리	→ 담당MD 및 부서 팀장 승인과 동시에 협력사에 계약서 발송 처리
IV. 협력사 전자서명	→ 상품 입고일 이전에 협력사 전자서명 완료되도록 담당MD 일정관리 必
V. MD 최종 승인 (NS 전자서명)	→ 협력사 전자서명 완료 확인 후 NS 최종 전자서명(담당MD 최종 승인)

다) 특별구성품 주의사항

- MD : 상품등록 시 특별구성품 명칭, 공급가 필수 기재

- 상품공급(판매)계약서 하단에 구성품 세부내역으로 연동됨

[TV홈쇼핑] 상품공급(판매)계약서

엔케이홍딩스(이하 '협력사')와 주식회사 엔에스쇼핑(이하 'NS')은 이미 체결된 [TV홈쇼핑] 거래기본계약서의 내용을 구체화하기 위해 다음과 같이 [TV홈쇼핑] 상품공급(판매)계약을 체결한다.

1. 공급(판매)상품 (단위 원)

구 분	상품코드 / 공 급 가 (부가세별도)	상품명 / 과세여부	판매준비수량 / 판 매 가 (부가세포함)	규 격 / 판매수수료 (결제수수료,%)	제 조 원	원 산 지
일반 상품 1	31198710	am 전동 멀티다지기	3,766		zhongshan j power electrical appliances co ltd	중국
	30,778	과세	52,900	36.0		
일반 상품 2	31185757	(상시) am 전동 멀티다지기	679		zhongshan j power electrical appliances co ltd	중국
	30,778	과세	52,900	36.0		

2. 거래조건

구분	내용	비고
거래형태	위탁	
배송형태	업체배송 , 지정택배사(롯데)	선택택배사 : 협력사배송시 선택
배송 관련 비용의	배송 관련 비용을 NS가 택배사(기타 물류서비스 업체 포함)에게 먼저 지급하고 협력사의 상품판매정산대금 중 NS 상계를 요청합니다. 그러나 배송 관련 비용이 상품판매정산대금을 초과할 경우 별도로 그 차액을 택배사(기타 물류서비스 업	협력사배송시: 매입시 선택

번호	서류이름	서명여부	필수여부	서류구분	입력주체
1	구성품 세부 내역	양자서명	필수서류	입력자료	5)엔에스쇼핑

- 상품공급(판매) 계약서 하단에 구성품 세부내역 화면

- 상품정보 연동으로 특별구성품의 상품명, 공급가 기재됨

구성품 세부내역

1. 본구성 내역

NO.	상품코드	상품명	항목	공급가(VAT 별도)
1	31198710	am 전동 멀티다지기	모터본체, 글라스용기1.8L, 스테인리스용기2L*1개, 용기커버*2개, 칼날*2개(칼날커버포함),미끄럼방지패드(글라스전용)*1개, 미끄럼방지패드(스테인	24000
2	31185757	(상시) am 전동 멀티다지	모터본체, 글라스용기1.8L, 스테인리스용기2L*1개, 용기커버*2개, 칼날*2개(칼날커버포함),미끄럼방지패드(글라스전용)*1개, 미끄럼방지패드(스테인	30778

2. 특별 구성 내역

NO.	상품코드	상품명	항목	공급가(VAT 별도)
1	31198710	am 전동 멀티다지기	스테인리스용기2L*1개, 보관용커버*3개, 미끄럼방지패드(스테인리스용기전용)*1개, 마늘박피봉1개	6778
2	31185757	(상시) am 전동 멀티다지기		0

3. 공급가 합계

NO.	상품코드	상품명	본구성 합계	특별구성 합계	총계(VAT 별도)
1	31198710	am 전동 멀티다지기	24000	6778	30778
2	31185757	(상시) am 전동 멀티다지기	30778	0	30778

- NICE시스템 통해 협력사의 계약서 반려 가능
  - MD가 발송한 전자계약에 대해 협력사가 NICE시스템 통해 확인 후 오기재 내용 발견 시 해당 계약 반려 가능함 (NICE시스템에 공지완료)

- 특별구성품이 아닌 사은품의 경우 해당 상품에 대한 상품공급 (판매)계약서 체결 필요
  - 고객 상품평 작성 시 이벤트로 지급하는 상품
  - 협력사가 직접 제조 또는 수입하는 상품이 아닌 별도 구입상품

라) 협력사 섭외 게스트 관련 주의사항

- 협력사로부터 게스트 출연 요청에 대한 공문 수령
  : 아래 항목 필수 기재
  - 게스트 출연에 따른 예상 이익, 비용 내역 및 산출근거
  - 해당 게스트의 특수한 판매기법, 능력, 상품 관련 전문지식 보유 내용

- 상품공급(판매)계약 체결 시 내용 기입 및 공문 첨부 필수
  - 계약서 특이사항에 협력사 섭외 게스트 관련 내용 기재
  - 협력사가 발송한 섭외 게스트 출연 요청 공문 첨부

나. 부당반품 가이드라인

가) 관련 법령

대규모유통업법 제10조 및 동법 시행령 제6조

- 대규모유통업자의 반품 원칙적 금지, 예외적 허용
- 신선 농/수/축산물의 반품기간 : 2일

대규모유통업자의 반품행위에 대한 위법성 심사지침

- 2018. 06. 01.부터 시행(2018. 02. 14. 제정)
- 대규모유통업자가 반품 시 준수하여야 할 사항을 상세히 규정함

나) 반품 시 유의사항

1) 반품조건과 절차의 준수

(1) 직매입거래 : 반품 불가 원칙

(2) 특약매입거래 : 반품 가능하지만, 계약체결 시점에 반품조건의 구체적 약정 필요

위법한 반품조건의 예	적법한 반품조건의 예
✓ **(직매입거래)** NS는 상품판매를 마감한 이후 납품업자에게 재고상품을 수거해가도록 요구할 수 있으며 납품업자는 특별한 사정이 없는 한 이에 응하여야 한다. ✓ NS는 납품 받은 상품에 하자가 있는 경우 이를 납품업자에게 반품할 수 있으며 하자와 관련된 일체의 법적 책임과 비용은 납품업자가 부담한다. ✓ NS는 납품 받은 신선 농·수·축산물이 당초 계약한 상품과 다른 경우 언제든지 납품업자에게 반품할 수 있으며 납품업자는 이와 관련된 모든 책임과 비용을 부담한다.	✓ NS는 납품 받은 상품이 오손·훼손된 사실을 인지하고 그 과정에서 자신의 귀책사유가 없다고 판단한 경우, 납품업자와 협의를 거쳐 해당 상품이 납품업자의 책임 있는 사유로 오손·훼손된 것으로 확인되는 경우 이를 납품업자에게 반품할 수 있다. ✓ NS는 0000년 00월 00일(추석 당일로부터 20일이 경과한 날)까지 판매되지 않은 추석 선물세트를 납품업자에게 반품할 수 있다.

나) 반품 시 유의사항

2) 반품조건 등에 관한 서면기재 의무와 서류보존 의무

(1) 반품조건 서면기재 및 교부의무

- 반품조건을 적은 서면을 상호 서명 또는 기명 날인하여 납품업자에게 사전 교부하여야 함
- 서면 교부 전까지는 상품을 제조하게 하거나 주문해서는 안 됨(예외: 서명 또는 기명 날인한 서면으로 요구 가능)

(2) 서류보존 의무

- 계약 종료 시부터 5년간 아래 사항이 적인 서류를 보존하여야 함

> 반품조건, 반품목록, 반품수량, 반품상품의 거래형태, 반품일자, 반품대금, 반품사유, 납품업자가 제출한 서면과 근거자료(납품업자의 요청에 의한 반품의 경우)

다) 반품행위에 대한 위법성 심사기준

1) 위법요건

(1) "납품 받은 상품"의 "전부 또는 일부"를 반품했을 것

- 납품업자의 다른 상품을 납품 받으면서 이미 납품 받은 상품과 교환하는 경우에도 반품에 해당
- 납품 받기 전 돌려주는 행위는 반품행위가 아님

예) NS물류센터에 상품 입고하기 전 검수 또는 검품하는 단계에서 돌려준 경우

※법 제9조 상품 수령 거부/지체 금지 조항 적용 여부는 별도 검토 필요

(2) "정당한 사유"가 없을 것

- 정당한 사유 여부는 납품거래의 형태와 특성, 대규모유통업자의 의도와 목적, 반품이 납품업자에게 미치는 효과 등 여러 사정을 종합적으로 고려해 개별적/구체적으로 판단
- 정당한 사유가 있는 것으로 추정되는 경우: ① 대규모유통업법 제10조 제1항 각 호에 해당(다음 페이지 내용 참조)하면서, ② 해당 거래분야에서 합리적으로 인정되는 기간(납품업자가 예측 가능한 기간) 내 반품한 경우
- 정당한 사유 여부의 입증책임: 대규모유통업자(NS)가 부담

2)"정당한 사유"가 추정되는 경우

1	특약매입거래의 경우로서 계약체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고, 그 반품조건을 명시한 서면을 납품업자에게 준 경우
2	위·수탁거래의 경우
3	납품 받은 상품이 납품업자의 책임 있는 사유로 인하여 오손·훼손되었거나 상품에 하자가 있는 경우
4	납품 받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우 ※상품의 원산지, 유통기한, 크기 등 계약목적 달성에 중요한 제품의 특성이 당초 계약한 내용과 다른 경우 포함

[부록] 용어 정의

납품 : 납품업자가 대규모유통업자에게 직접 납품(납품업자가 소비자에게 공급하는 행위 포함)

반품 : 대규모유통업자가 납품 받은 상품을 납품업자에게 실질적으로 되돌려주는 모든 행위 (교환으로 인해 납품 받은 상품을 되돌려 주는 경우 포함)

직매입거래 : 대규모유통업자가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품에 대한 판매책임을 부담하고 납품업자로부터 상품을 매입하는 형태의 거래

특약매입거래 : 대규모유통업자가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로 납품업자로부터 상품을 외상 매입하고 상품판매 후 일정률이나 일정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래

위·수탁거래 : 대규모유통업자가 납품업자가 납품한 상품을 자기 명의로 판매하고 상품판매 후 일정률이나 일정액의 수수료를 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래

다. 내부거래 가이드라인

가) 내부거래 개요

특수관계인
동일인 및 동일인관련자(단, 공정거래법 제23조의2의 경우 동일인 및 친족에 한정)
*동일인관련자: 동일인의 친족, 동일인이 지배하는 계열회사 및 비영리법인, 계열사의 임원 등

내부거래란?
계열회사간 거래 또는 특수관계인과 계열회사간 거래
★계열회사 목록은 매분기 그룹웨어 공지사항을 통해 공지 예정

내부거래에 대한 규제
- 부당지원행위의 금지 [공정거래법 제23조 제1항 제7호]
- 특수관계인에 대한 부당이익 제공행위의 금지 [공정거래법 제23조의2]

나) 부당지원행위의 금지

원칙(금지)	예외(허용)
• 부당하게 특수관계인 또는 다른 회사와 ① 정상가격에 비해 상당히 높거나 낮은 대가로 거래하거나, ② 상당한 규모로 거래하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 행위 ? 정상가격: 유사 상황에서 특수관계 없는 자간에 거래가 이루어졌을 경우 형성되었을 거래가격 • 부당하게 다른 사업자와 직접 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 실질적인 역할이 없는 특수관계인 등을 거래 단계에 추가하여 거래하면서 과다한 경제상 이익을 제공하는 행위(통행세) • 위에 해당할 우려가 있음에도 불구하고 지원을 받는 행위(지원객체도 제재)	• 자금거래 시, 정상금리와의 차이가 7% 미만으로서 지원금액 1억원 미만인 경우 • 기업구조조정 과정에서 구조조정 대상 회사나 사업부문에 대해 손실분담을 위해 불가피한 범위 내에서 지원하는 경우 • 기업구조조정 과정에서 임직원출자형태로 분사화하여 설립한 중소기업에 대해 설립일부터 3년 이내의 기간 동안 지원하는 경우 • 지원금액이 1천만원 이하로서 공정거래 저해성이 크지 않다고 판단되는 경우

다) 특수관계인에 대한 부당이익제공 행위의 금지

(위반하면 공정거래저해성 판단 없이 바로제재)

원칙(금지)	예외(허용)
• 특수관계인이나 특수관계인이 30%(비상장사는 20%) 이상의 지분을 보유하고 있는 계열회사와 거래하여 특수관계인에게 부당한 이익을 귀속시키는 행위 ① 정상적인 거래보다 상당히 유리한 조건의 거래 ② 회사에 상당한 이익이 될 사업기회 제공(유용) ③ 사업능력, 재무상태, 기술력, 거래조건, 품질 등에 대한 합리적 고려나 비교 없이 상당한 규모로 거래하는 행위(물량 몰아주기) • 특수관계인이 위 행위를 하도록 지시하거나 관여하는 행위	• 정상가격과의 차이가 7% 미만이고, 연간 거래금액이 50억원(상품/용역의 경우 200억원) 미만인 경우 • 회사가 당해 사업기회를 수행할 능력이 없거나 정당한 대가를 받고 사업기회를 준 경우 • 상품/용역의 연간 거래총액이 거래상대방 매출액의 12% 미만이고, 200억원 미만인 경우 • 효율성/보안성/긴급성 등의 이유로 불가피한 경우

라) 내부거래 시 준수사항

1단계

거래상대방 선정 시 준수사항

① 계열회사와 외부업체의 사업능력, 재무상태, 신용도, 기술력, 품질, 가격 또는 거래조건 등을 합리적으로 비교/검토하여야 한다.

② 위①의 사항을 증명할 수 있는 자료(재무제표, 신용평가표, 업무실적, 가격비교 자료 등)를 구비/보관하여야 한다.

2단계

가격 설정 시 준수사항

① 객관적 지표에 의하여 외부(유사)업체와의 구체적이고 충분한 가격 비교를 통해 합리적인 가격을 설정하여야 한다.

② 외부(유사)업체와의 가격비교자료, 감정평가자료 등 정상가격에 관한 검토자료를 구비/보관하여야 한다.

③ 실제 거래가격과 정상가격과의 차이가 7% 미만이 되도록 조정하여야 한다.

3단계

기타 거래조건 설정 시 준수사항

① 거래조건을 외부(유사)업체와 거래 시 설정하는 수준으로 합리적으로 정하여야 한다.

② 거래조건 협상과 관련한 근거자료 (회의록, 전자메일 등)를 구비/보관하여야 한다.

4단계

통행세 해당여부 검토

제3자와의 거래 시 중간 거래단계에 계열회사를 추가한 경우에는

① 계열회사가 실질적인 역할을 하여야 한다.

② 계열회사에 지불하는 대가가 적정하여야 한다.

대규모내부거래 해당여부 검토

분기 총 거래금액이 회사의 자본총계 또는 자본금 중 큰 금액의 100분의 5 이상이거나 50억원 이상인 거래행위를 하려는 때에는

① 미리 이사회의 의결을 거친 후

② 이를 공시하여야 한다.

5단계

예외사유 해당여부 검토

아래사항에 해당하는 경우 위법할 가능성이 비교적 낮음

① 자금거래 시, 정상금리와의 차이가 7%미만이면서 지원금액이 1억원 미만인 경우

② 지원금액이 1천만원 이하이면서 공정거래저해성이 적은 경우

③ 정상가격과의 차이가 7% 미만이고, 연간 거래금액이 50억원 (상품·용역의 경우 200억원) 미만인 경우

④ 회사가 당해 사업기회를 수행할 능력이 없거나 정당한 대가를 받고 사업기회를 준 경우

⑤ 상품·용역의 연간 거래총액이 거래상대방 매출액의 12% 미만이고, 200억원 미만인 경우

⑥ 효율성, 보안성, 긴급성 등의 불가피한 사유로 인한 거래인 경우

Ⅳ 부록

1. 표준 거래계약서 및 약관

2. 공정거래 자율준수 체크리스트

01 표준 거래계약서 및 약관

[공정거래위원회] TV홈쇼핑 표준거래계약서

OO홈쇼핑(이하 "갑"이라 한다)과 □□회사(이하 "을"이라 한다)는 다음과 같이 TV홈쇼핑 표준거래계약(이하 "이 계약"이라 한다)을 체결한다.

제1조 [목적]

이 계약서의 목적은 "갑"과 "을" 간 상품의 (　　)거래에서 양 당사자 사이의 기본적인 권리와 의무를 정하기 위함에 있다.

※ 위·수탁거래 또는 특약매입거래 중 해당하는 거래 유형을 기재함

제2조 [기본원칙]

① "갑"과 "을"은 상호이익을 존중하고 이 계약상 의무를 신의에 따라 성실히 이행함으로써 상호 공정한 거래관계와 동반성장을 추구한다.

② "갑"과 "을"은 이 계약의 이행과 관련하여 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 및 그 시행령 등 관련 법령의 규정을 준수한다.

제3조 [공정거래 준수 및 동반성장 지원]

① "갑"과 "을"은 공정하고 투명한 거래를 위하여 다음 각 호의 내용을 준수한다.

1. 상대방에게 금품, 향응, 편의 또는 접대를 요구하거나 제공해서는 아니 되며, 위법하거나 부당한 행위를 하지 아니한다.
2. 거래상 우월적 지위를 남용하여 공정한 거래질서에 반하는 행위를 요구하지 아니한다.
3. 유통분야 대 · 중소기업 동반성장을 위한 합의의 내용을 충실히 이행한다.

② "갑"은 "을"과의 동반성장을 위하여 "을"의 재무건전화, 기술개발 촉진, 근무환경개선 등을 위한 다양한 지원프로그램을 마련하여 지원하는데 노력한다.

③ "갑"은 납품하는 중소기업 사이에 대우의 차별을 두지 않고, 방송매체에 대하여 접근을 용이하게 하며, 수수료의 수준을 결정하는 과정 등에 합리적이고 공정한 절차를 도입하도록 노력한다.

제4조 [서면계약체결의무]

① "갑"과 "을"은 이 계약을 기초로 상품판매방송 약정 등 개별 계약을 체결하는 경우 [별지 1] 서식에 따른 서면(「전자거래기본법」 제2조제1호에 따른 전자문서를 포함한다. 이하 같다)으로 체결한다.

② "갑"은 제1항에 따른 서면을 주기 전까지 "을"에게 납품할 상품을 제조 · 주문하게 하거나 납품할 상품을 위한 설비 · 장치를 준비하도록 요구하지 아니한다. 다만, "갑"이 서명(「전자서명법」 제2조제3호에 따른 공인전자서명을 포함한다) 또는 기명날인한 서면으로 요구하는 경우는 그러하지 아니하다.

제5조 [상품의 납품]

① "을"이 "갑"에게 납품하여야 하는 상품의 종류, 사양, 수량 및 가격과 상품의 납품장소 · 납품기일은 이 계약을 근거로 하여 "갑"과 "을"이 별도의 서면으로 체결하는 상품판매방송 약정 등 개별 계약의 내용을 따른다.

② "을"은 제1항의 개별 계약에서 정한 장소 및 기일에 맞추어 상품을 납품하여야 한다. 다만, 개별 계약에서 "갑"이 지정한 자 또는 고객에게 "갑"이 지정하는 기일에 배송하는 것으로 정한 경우 그에 따른다.

③ "을"이 자신에게 책임 있는 사유로 인하여 약정한 상품의 납품기일 또는 배송일을 넘겨 납품 또는 배송한 경우 "을"은 "갑"에게 지연으로 인한 손해를 배상한다.

④ "을"은 "갑"에게 「품질경영 및 공산품안전관리법」, 「대외무역법」, 「식품위생법」, 「농산물(수산물) 품질관리법」, 「상표법」, 「특허법」, 「디자인보호법」, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 관련 법령의 규정을 준수하여 상품을 납품하여야 한다.

⑤ "갑"이 계약에 따라 납품하는 상품의 전부 또는 일부의 수령을 지체하거나 거부하는 경우 이로 인하여 "을"이 받은 손해를 배상한다. 다만, "갑"이 "을"로부터 납품받은 상품이 "을"의 책임 있는 사유로 인하여 오손 또는 훼손되었음을 이유로 수령을 지체하는 경우에는 그러하지 아니하다.

제6조 [포장]

① "을"은 "갑"과 협의하여 포장방법을 정하고 그 방법에 따라 상품의 입고 시나 배송 시에 파손 또는 훼손이 발생하지 않도록 견고하게 포장하여 입고하여야 한다. 이 경우, 상품포장에 필요한 포장자재는 "갑"에게 요구할 수 있으며, 포장자재 비용은 "갑"과 "을"이 협의하여 결정한다.

② "을"은 상품포장 시 관련 법령의 준수를 위해 바코드, 청약철회 등의 계약서, 디자인 TAG, 상품설명서, 취급 및 주의사항 등의 TAG 또는 스티커 등을 상품의 지정된 위치에 부착한다.

③ "갑"은 상품의 파손 또는 훼손의 가능성이 있는 경우 "을"에게 재포장을 요구할 수 있다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유로 인하여 "을"과 협의하여 "갑"이 직접 재포장한 경우 포장비용은 "갑"과 "을"이 협의하여 결정한다.

1. "을"의 재포장이 배송기한을 고려할 때 적시에 이루어지기 힘든 경우
2. "갑"이 신속히 배송을 해야 하는 경우

제7조 [검수기준 및 품질검사]

① "을"은 "갑"의 프로그램 제작 및 품질 확인 등을 위하여 견본품 및 상품에 관한 정보 등을 "갑"의 요청이 있는 때로부터 상당한 기간 내에 제공한다.

② "을"이 "갑"에게 납품하는 상품은 "을"이 "갑"에게 제출한 견본품과 동일하여야 하며, 품질상 하자가 없는 것이어야 한다.

③ "을"은 납품 상품에 대하여 관련 법령에 규정된 품질검사 사항과 공인기관의 검사결과를 서면으로 "갑"에게 제출한다.

④ "을"이 "갑"의 정당한 제출 요구에도 불구하고 제출 의무를 이행하지 아니하는 경우 "갑"은 외부 공인기관을 통하여 품질검사를 하고 이에 소요된 비용을 "을"에게 청구하거나, "을"의 납품대금에서 공제할 수 있다. 다만 품질검사 및 성분검사 결과 "을"이 납품한 상품이 법적 기준을 충족하여 합격 또는 적합 판정을 받은 경우로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 "갑"이 검사비용을 부담한다.

1. "을"이 항에 따른 검사 이전에 이미 해당 상품에 대한 적절한 품질검사 또는 성분검사 등을 거쳐 이미 합격 또는 적합 판정을 받은 경우
2. 상품의 특성상 추가적인 공인기관의 검사를 거치지 않더라도 해당 상품의 품질적합 여부가 외관상 뚜렷이 판단될 수 있는 등 처음부터 품질검사 및 성분검사가 필요하지 않았다고 인정될 수 있는 경우

⑤ 품질검사 및 성분검사 결과 "을"이 납품한 상품이 법적기준을 충족시키지 못하여 불합격 또는 부적합 판정을 받은 경우 "갑"은 해당 상품의 납품중지 및 상당한 기간을 정하여 시정을 요구할 수 있으며, "을"이 시정요구에 불응할 경우 계약을 해지할 수 있다.

제8조 [배송 및 그 비용의 부담]

① 상품의 배송 책임 범위와 관련하여 "갑"과 "을"은 다음 각 호 중의 하나를 협의하여 결정한다.

□ "갑"이 고객에게까지 배송을 담당

□ "을"이 고객에게까지 배송을 담당

② "갑"이 고객에게까지 배송을 담당하는 경우, "을"은 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자(택배회사 등)에게 상품 또는 용역을 인도할 때까지의 배송책임 및 비용을 부담하고, "갑" 또는 "갑"이 지정한 자(택배회사 등)가 고객에게 상품 또는 용역을 인도할 때까지의 배송책임 및 비용은 "갑"이 부담한다. 이 경우 반품으로 인한 책임 및 비용은 "갑"이 부담한다. 다만 상품의 하자 등과 관련한 교환, 반품, 회수 처리에 대해서는 본 계약서 제12조, 제22조에서 정한 바에 따른다.

③ "을"이 고객에게까지 배송을 담당하는 경우, 상품 또는 용역을 고객에게 인도할 때까지의 배송책임 및 비용을 "을"이 부담한다. 이 경우 반품으로 인한 배송책임 및 비용은 "을"이 부담한다.

④ "갑"은 "을"에게 자신이 지정한 자(택배회사 등)를 이용하도록 강요해서는 아니된다.

⑤ "을"이 상품 등을 "갑"이 지정한 기일에 맞추어 납품할 수 없거나 고객에게 인도할 수 없는 사유가 발생한 때에는 "갑"에게 즉시 통보하고 동의를 얻어야 한다.

제9조 [거래일자의 확정]

① 이 계약에 따라 매매되는 상품 등의 거래일자는 다음 각 호에 해당하는 시점에 확정된 것으로 본다.

1. "갑"이 지정한 장소에서 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자에게 "을"이 상품 등의 인도 또는 제공을 완료한 시점
2. "을"이 직접 소비자에게 배송하는 직택배 방식 등 "갑"이 지정한 자에게 "을"이 상품 등을 인도 또는 제공할 경우 "갑"이 그 내역을 "을"로부터 수령한 시점

② "갑" 또는 "을"은 제1항의 확정된 거래일자를 기준으로 세금계산서를 발행한다. 단, 계속적인 거래관계가 발생할 경우를 고려하여 매월 말일을 기준으로 당월 순거래액의 합계액을 기재한 거래명세서 또는 인수증을 교부할 수 있다.

제10조 [납품대금 지급 및 감액금지]

① "갑"은 납품대금을 판매마감일부터 ( )일 이내에 현금, 기업구매 전용카드와 같은 현금성 결제수단으로 지급한다.

※ 상품판매대금은 판매마감일부터 40일 이내에 지급하여야 함

② "갑"이 제1항에서 정한 기간을 넘겨서 납품대금을 지급하는 경우에는 그 초과 기간에 대하여 공정거래위원회가 고시하는 이율에 따른 이자를 지급한다.

③ "을"은 제1항에서 정한 기간 이전에 납품대금의 일부에 대해 선지급을 요청할 수 있으며, "갑"은 "을"의 신용도, 거래실적 등을 고려하여 선지급 여부를 결정한다.

④ "갑"은 "을"에게 납품받은 상품의 대금을 감액하거나, 상품판매대금 및 제2항에 따른 이자를 상품 또는 상품권으로 지급하지 아니한다.

⑤ "갑"은 제4항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 납품받은 날부터 거래관행상 합리적이라고 인정되는 기간 안에서 "을"과 서면으로 합의한 후에 감액할 수 있다. 다만, 해당 상품이 시간이 지남에 따라 부패하기 쉬운 특성을 지닌 신선상태의 농산물 · 수산물 · 축산물로서 건조 · 염장 등 가공을 하지 아니한 상품(이하 "신선농 · 수 · 축산물"이라 한다)인 경우에는 해당 상품의 대금은 "갑"이 납품받은 시점부터 상품의 검수 및 매입을 마치기 전까지의 기간(특별한 사유가 없으면 2일을 초과할 수 없다)에만 감액할 수 있다.

1. 납품받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우
2. "을"의 책임 있는 사유로 인하여 오손 · 훼손된 경우
3. 납품받은 상품에 하자가 있는 경우
4. 제1호부터 제3호까지에 준하는 정당한 사유가 있는 경우

⑥ "갑"은 "을"과 합의하여 이 계약에 따라 "갑"이 "을"에게 지급하여야 하는 납품대금에서 "을"이 "갑"에게 지급하여야 하는 비용을 공제한 후 지급할 수 있다. 이 경우 "갑"은 공제 내역을 "을"에게 사전에 서면으로 통지한다.

제10조의2 [공급원가 변동에 따른 납품 가격의 조정]

① 을은 계약 체결 이후 최저임금 인상, 원재료가격 상승 등으로 인해 납품하는 상품의 공급원가가 변동되는 경우에는 다음 각 호 서류를 첨부하여 갑에게 납품 가격 조정을 신청할 수 있다.

※ 계약서상 을이 납품 가격을 실질적으로 조정할 수 있는 내용(예시: 구입가격은 을이 결정한다.) 이 별도 조항으로 반영된 경우 이 조항 제외 가능

1. 납품 가격 조정 대상이 되는 상품의 공급원가 변동, 공급조건 변화 등을 확인할 수 있는 서류
2. 그 밖에 납품 가격 조정에 필요한 서류

② 갑은 제1항에 따른 신청이 있은 날부터 10일 안에 을과 협의를 개시하여야 하며, 정당한 사유 없이 협의를 거부하거나 게을리하여서는 아니 된다.

③ 제2항에 따른 협의 결과 갑과 을이 계약서 내용 변경에 합의하는 경우 갑은 계약 변경사항이 명시된 서면을 을에게 주어야 한다. 이 때 서면에는 갑과 을이 각각 서명 또는 기명날인하여야 한다.

④ 갑 또는 을은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 제29조제2항에 따른 대규모유통업거래 분쟁조정협의회에 조정을 신청할 수 있다.

1. 제1항에 따른 신청이 있은 날부터 30일 안에 갑과 을이 합의에 도달하지 아니한 경우
2. 제1항에 따른 신청으로 인한 협의개시 이후 갑 또는 을이 협의 중단의 의사를 밝힌 경우 등 합의에 도달하지 못할 것이 명백히 예상되는 경우

제11조 [상품의 반품]

"갑"은 다음 반품조건에 따라 반품할 수 있다.

1. 반품기한: 납품일로부터 (　　)월 이내
2. 반품절차:
3. 반품비용의 부담:

4. 반품대상 상품:

※ 반품절차 - 반품대상 상품의 보관주체, 반품대상 상품의 반출과 운반 과정 및 각 과정의 행위주체, 반품장소 등을 기재
※ 반품비용의 부담 - 반품비용의 분담 여부 및 부담 주체를 기재
※ 반품대상 상품 - 판매시즌 경과, 신상품 출시 등 유통업체별 반품대상 상품의 선정 기준을 기재

제12조 [소비자에 대한 교환, 환불 및 반품처리]

① "을"은 다음 각 호에 해당하는 경우 해당 상품을 교환하거나 환불하여야 한다.

1. 관련 법령 또는 "갑"과 "을"이 구매고객에게 사전에 고지한 약관내용에 따라 구매고객이 정당한 사유로 철회가 가능한 기간 내에 "갑"에게 교환 또는 환불을 요구하는 경우
2. 상품의 제조 및 판매와 관련하여 "을"의 관련 법령위반에 따른 교환, 환불의 경우
3. 품목별 피해보상규정 등 제반 법규와 협력사의 품질보증각서상의 규정에 근거한 하자담보책임의 일환으로 행해지는 교환, 환불의 경우
4. 「제조물책임법」상 상품의 결함이 인정되는 경우

② "갑"은 "을"이 정당한 이유 없이 제1항의 의무를 이행하지 아니하는 경우 "을"을 대신하여 교환, 환불 등 필요한 조치를 취할 수 있으며, 이에 소요된 비용은 "을"에게 사전 통지한 후 지급할 대금에서 공제할 수 있다.

③ "갑"은 상품의 입고 또는 반품에 의해 보관하고 있는 상품을 "을"에게 반출할 때까지 선량한 관리자의 주의로써 관리한다.

④ "을"는 제3항에 따라 "갑"이 보관하고 있는 상품의 반출을 요청받은 경우에는 이를 회수하여야 한다. "갑"은 "을"이 상당한 기간 동안 해당 상품을 회수하지 아니하는 경우 그 상품을 "을"에게 직접 반환하고, 회수에 소요된 비용을 "을"에게 청구할 수 있다.

제13조 [수수료율의 결정]

① 수수료율은 예상매출액 및 손익, 협력사의 부담능력 등을 고려하여 합리적으로 결정한다.

② "갑"은 정당한 사유 없이는 상품판매방송 약정 등 개별 계약을 체결한 때로부터 "을"에게 납품대금을 지급할 때까지 해당 개별 계약으로 정한 수수료율을 변경해서는 아니 된다.

③ "갑"은 수수료율의 결정 및 변경 절차를 사전에 "을"에게 공개한다.

제14조 [판촉행사 참여 등]

① 판매촉진을 위한 행사나 활동(이하 "판촉행사"라 한다)을 하려면 "갑"과 "을"은 사전에 다음 각 호의

사항이 명시된 서면으로 판촉행사의 합의를 한 후 진행한다.

1. 판촉행사의 명칭 · 성격 · 기간
2. 판촉행사를 통해 판매할 상품의 품목
3. 판촉행사에 소요될 것으로 예상되는 비용의 규모 및 사용내역
4. 해당 판촉행사를 통해 "갑"과 "을"이 직접적으로 얻을 것으로 예상되는 경제적 이익(이하 이 조에서 "예상이익"이라 한다)의 비율
5. 판촉행사에 소요되는 모든 비용(광고비, 경품비, 사은행사비, 무이자할부, ARS할인, 할인구입혜택, 적립금 부여 등 명칭에 상관없이 상품의 판촉행사에 소요되는 모든 비용을 말하며, 이하 "판촉비용"이라 한다)의 분담비율 또는 액수

② "갑"은 정당한 사유 없이 "을"에게 "을"의 의사에 반하여 판촉행사에 참여하게 해서는 아니 된다.

③ 제1항제5호의 판촉비용 분담비율은 "갑"과 "을"이 예상이익의 비율에 따라 정하는 것을 원칙으로 하되, 구체적인 비율을 산정하기 곤란한 경우에는 "갑"과 "을"의 예상이익이 동일한 것으로 추정한다.

④ 제3항에 따른 "을"의 판촉비용 분담비율은 100분의 50을 초과할 수 없다. 단, 100분의 50 초과 여부 판단에 있어서 ARS 할인 비용은 별도로 계산한다.

⑤ 제1항부터 제4항까지의 규정에도 불구하고 "을"이 "갑"에게 요청하여 다른 납품업자와 차별화되는 판촉행사를 실시하려는 경우에는 "갑"과 "을"이 상호 협의하여 판촉비용의 분담비율을 정할 수 있다.

제15조 [제작비 등]

① 판매전문가·출연모델·방청객의 방송 투입· 세트제작 등 방송제작과 관련한 비용은 "갑"이 부담한다. 다만, "을"이 당초 약정 내용과 달리 방송에 투입될 판매전문가·모델·방청객 등의 추가 또는 변경을 요구할 경우 "갑"과 "을"은 추가·변경에 소요되는 비용을 상호 협의하여 서면으로 정한다.

② "갑"이 계약내용과 다른 판매전문가 및 모델을 출연시키거나 출연비용을 일방적으로 변경한 경우 이로 인하여 발생한 손해는 "갑"이 부담한다.

③ "갑"과 "을"은 방송에 사용될 회사 홍보 등에 관한 사전영상물 제작여부에 대해 상호간 협의를 거쳐 서면으로 정한다. 이 경우 "갑"은 "을"에게 자신 또는 자신이 지정한 사업자에게 사전영상물을 제작하도록 강요하여서는 아니된다.

제16조 [방송일정 취소 · 변경금지]

① "갑"과 "을"이 합의한 방송일정 등은 이 계약사항에 대해 일정기간 동안의 방송일정을 전면적으로 개편해야 하는 불가피한 사유가 발생하거나 "을"에게 이익이 되는 경우 등 정당한 이유가 인정되는 경우를 제외하고는 해당 상품에 대한 거래조건이 확정된 날부터 상품의 판매대금이 정산 완료되어 해당 상품에 대한 거래가 종료되는 시점까지 취소 · 변경할 수 없다.

② "을"이 계약의 의무를 전부 이행하였음에도 불구하고 "갑"이 정당한 이유 없이 방송을 취소 · 변경한

경우 "갑"은 이에 대한 손해를 "을"에게 배상한다.

제17조 [각종 불이익 제공 금지 등]

"갑"은 "을"에게 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 해서는 아니 된다.

1. "을"의 상품을 무상 또는 저가로 취득하거나 요구하는 등 부당한 이익을 취득하는 행위
2. 거래관계를 자신만으로 한정하거나 다른 특정사업자와 거래하는 것을 강요 또는 방해하는 행위
3. 상품원가, "을"이 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건이나 판촉행사 조건 등 경영정보의 제공을 요구하는 행위
4. 정당한 사유 없이 상품권이나 물품을 구입하도록 요구하는 행위
5. 이 계약과 관련하여 인지한 쌍방의 영업비밀이나 정보를 부당하게 이용하는 행위

제18조 [손해배상]

"갑" 또는 "을"이 계약 또는 개별계약을 위반하여 상대방에게 손해를 가한 경우, 그 책임 있는 당사자는 이로 인해 상대방이 입은 손해를 배상한다.

제19조 [지식재산권 등]

① "을"이 "갑"에게 납품하는 상품은 제3자가 보유한 특허권, 디자인권, 상표권 등 지식재산권을 침해하는 것이 아니어야 한다.

② 제1항의 지식재산권 침해와 관련하여 제3자로부터 민 · 형사상의 법적 분쟁이 제기된 경우 "을"은 자신의 책임과 부담으로 처리하고, 이로 인하여 "갑"에게 발생한 손해를 배상한다.

③ "을"이 납품한 상품과 관련하여 "갑"이 제작 방송하는 영상물 및 "갑"의 인터넷쇼핑몰 내에 게시되는 제반 웹 제작물 등의 저작권은 "갑"에게 있으며 "을"은 "갑"이 허락한 경우를 제외하고 해당 저작물을 사업목적이나 그 밖의 목적으로 사용해서는 아니 된다.

제20조 [상표관련특약]

① "을"은 "갑"에게 "을"이 직접 생산하거나 수입한 상품을 납품하는 것을 원칙으로 한다. 다만, "갑"의 사전 동의가 있을 경우 제3자가 생산하거나 수입한 상품을 납품할 수 있다.

② "을"은 "갑"의 상표 또는 "갑"이 제조, 설계 및 아이디어를 제공한 상품에 대하여, "갑"의 서면 동의 없이 제3자에게 임의로 판매할 수 없다.

③ "을"은 이 계약에 따라 상품을 납품하면서, 자신이 직접 생산하거나 수입하지 않은 상품에 상표라벨을 교체하여 납품할 수는 없다.

④ "을"은 납품하는 상품에 표시하는 상표를 상표권자의 권리에 따라 적법하게 표시하며 상품을 구매한 고객 간에 차별이 없도록 하여야 한다.

⑤ “을”은 “갑”에게 납품하는 상품이 생산, 제조 혹은 가공된 것으로 인정되는 국가(원산지)를 표시하는 경우 「대외무역법」 등 관련 법령에서 정한 방법에 따라 표시하여야 하고, 상품 제조자의 회사명, 주소 및 주문자상표부착(OEM)방식 등 원산지 관련 정보를 정확히 표시하여 고객이 원산지의 정보를 올바르게 알 수 있도록 하여야 한다.

제21조 [제조물책임]

“을”이 납품하는 상품이 「제조물책임법」상 결함으로 인하여 “갑”의 고객 또는 제3자에게 생명, 신체 또는 재산상 손해를 입힌 경우, “을”은 「제조물책임법」에 따라 “갑”의 고객 또는 제3자가 입은 손해를 배상한다.

제22조 [하자책임 및 보증]

① 이 계약에 따라 “갑”이 판매한 상품의 하자와 관련하여 “을”은 품목별 소비자피해보상규정 등 제반 법규와 “을”의 품질보증서상의 규정에 따라 A/S, 교환, 반품, 회수 등의 하자보증책임을 부담한다.

② “을”의 상품에 품질보증서가 없는 경우 고객에 대한 무상품질보증기간은 상품이 고객에게 인도된 날부터 1년으로 한다.

③ “갑”은 하자보증기간 내에 “을”의 책임을 담보하기 위하여 하자보증금으로 “을”에게 지급할 결제 예정금액 중 일부 금액을 보증금으로“갑”에게 예치하게 할 수 있다. 하자보증금은 유보 사유가 해소된 경우 즉시 “을”에게 반환한다.

제23조 [권리 · 의무의 양도금지]

“을”은 “갑”의 사전 동의 없이 이 계약 또는 개별 약정서상의 권리, 의무의 전부 또는 일부를 제3자에게 양도 또는 이전할 수 없다. 단, 상품판매대금 채권 등 금전채권의 경우에는 "갑"에 대한 사전 통지 후 제3자에게 양도 또는 담보제공할 수 있다.

제24조 [통지의무]

① “갑”과 “을”은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 경우에는 지체 없이 증빙서류를 첨부하여 상대방에게 서면 (「전자거래기본법」 제2조제1호의 전자문서를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)으로 통지하여야 한다.

1. 주소, 상호, 대표자 등 사업자등록증에 명시된 사항이 변경된 경우
2. 자본구성에 중대한 변경이 있는 경우
3. 개인사업자가 법인으로 변경되거나 법인이 개인사업자로 변경된 경우
4. 그 밖에 “갑”과 “을”이 계약에 따른 각자의 의무를 이행함에 있어 중대한 변경을 초래할 수 있는 사유가 발생한 경우

② 이 계약과 관련한 모든 통지는 이 계약에 명시한 주소에 서면으로 하는 것을 원칙으로 하며, 통지가

상대방에게 도달하여야 그 효력이 있다.

제25조 [비밀유지]

① "갑"과 "을"은 상호간의 거래로 인하여 알게 된 상대방의 영업비밀을 제3자에게 누설하지 아니한다. 다만, 다른 법령에 근거한 정부 또는 공공기관의 요청에 따르거나 법원의 판결에 따라 누설하는 경우는 예외로 한다.

② 제1항의 의무는 "갑"과 "을"사이의 거래가 종료된 이후 (　　)년간 계속된다.

제26조 [계약해제 및 계약해지]

① "갑"과 "을"은 다음 각 호의 하나에 해당하는 사유가 발생하는 경우 상대방에 대하여 그 의사를 서면으로 통지함으로써 이 계약을 해지하거나 상품판매방송 약정 등 개별 계약을 해제할 수 있다.

1. "갑" 또는 "을"이 발행한 어음·수표가 지급거절되거나, "갑" 또는 "을" 자신에 의한 회생·파산 절차의 신청이 있거나, 채권자의 신청에 의해 동 절차가 개시된 경우
2. "갑" 또는 "을"의 주요재산(이 계약에 따라 "을"이 "갑"에 대하여 가지는 납품대금 청구채권을 포함한다)에 대하여 강제경매 등이 실행되어 더 이상의 이 계약 이행이 곤란하게 된 경우
3. 이 계약에 명시된 브랜드나 거래품목의 생산이 중단 또는 종료된 경우
4. "을"이 납품한 상품이 관계법령에 저촉되거나, "을"이 라이선스권자와 체결한 라이선스계약이 종료되어 해당 상품의 납품 또는 판매가 불가능하게 된 경우
5. "을"이 정당한 이유 없이 납기일까지 또는 납기일 이후 상당한 기간 내에 상품을 납품하지 못한 경우

② "갑" 또는 "을"이 계약의 중요한 사항을 위반한 경우 14일 이상의 기간을 정하여 상대방에게 대한 서면통보로써 그 시정을 요구하고, 이 기간 내에 시정이 이루어지지 않으면 이 계약을 해제 또는 해지할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항에 해당하지 않는 부득이한 사유로 어느 일방이 이 계약을 해지하려는 경우에는 해지 3개월 전까지 상대방에게 그 사유를 서면으로 통지하여야 해지할 수 있다.

④ 이 조에 의하여 계약이 해제 또는 해지될 경우, 이에 관하여 책임 있는 당사자는 상대방에 대하여 계약 종료로 인한 손해를 배상하여야 한다.

제27조 [상계]

제26조에 따라 이 계약이 해제 또는 해지될 경우 이 계약과 관련하여 해제 또는 해지의 시점까지 발생하여 이행기가 도래한 채무를 대등액에서 상계할 수 있다.

제28조 [계약의 유효기간 및 갱신]

① 이 계약의 유효기간은 2○○○. ○○. ○○.부터 2○○○. ○○. ○○.까지로 한다.

② "갑" 또는 "을"이 계약기간의 만료일로부터 30일 전까지 서면으로 상대방에게 계약조건의 변경이나 갱신거절 등 계약의 갱신과 관련한 별도의 의사표시를 하지 아니하는 경우, 이 계약은 종전과 동일한 조건으로 자동 연장되는 것으로 본다.

③ "갑"은 "을"과 "을"의 납품업자 간 거래에 있어서 불공정거래행위가 지속적으로 발생하고 있음이 객관적으로 확인되는 경우 "을"과의 계약갱신을 거절할 수 있다.

④ "갑"은 위 ③항을 포함한 "을"과의 계약갱신 거절 기준을 사전에 자신의 홈페이지 등 "을"이 상시 접근 가능한 매체수단에 공지하거나, 계약체결 시 별도의 서면으로 "을"에게 통지하여야 한다. 또한 동 기준이 변경되었을 경우에도 같은 방법으로 "을"에게 즉시 통지하여야 한다.

⑤ "갑"이 "을"과의 계약 갱신을 거절하는 경우 계약 기간의 만료일로부터 30일 전까지 "을"에게 계약갱신 거절사유를 구체적으로 적시하여 서면으로 통지하여야 한다.

제29조 [분쟁해결 및 재판관할]

① 이 계약에서 정하지 아니한 사항 또는 이 계약의 내용에 대하여 "갑"과 "을"사이에 의견이 다른 경우에는 "갑"과 "을"의 합의된 의사에 따르고, "갑"과 "을"사이에 계약 해석과 관련한 합의가 이루어지지 않은 경우에는 일반 상관례 및 관련 법령에 따른다.

② 제1항에 의해서도 이 계약과 관련한 분쟁이 해결되지 아니한 경우에는 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제25조제1항에 따라 한국공정거래 조정원의 대규모유통업거래 분쟁조정협의회에 조정을 신청할 수 있다.

③ "갑"과 "을"이 제2항에 따른 조정을 신청하지 아니하는 경우, 이 계약에 관한 분쟁의 해결은 통상의 민사재판에 의한다. 이 경우 양 당사자는 합의로써 관할법원을 정할 수 있다.

※ 중재에 의해 분쟁을 최종적으로 해결하고자 하는 경우에는 제3항을 다음과 같이 규정하는 것도 가능함

③ "갑"과 "을"이 제2항에 의한 조정을 신청하지 아니하는 경우, 다음의 중재기관에 의한 중재판정으로 이 계약과 관련한 분쟁을 최종 해결하기로 합의한다.

중재기관: (　　)
중재규칙: 위 중재기관이 정하는 중재규칙

제30조 [계약의 효력]

① "갑"과 "을"은 이 계약을 체결하기 전에 충분한 협의를 거쳤으며, 계약 내용을 모두 숙지하였다.

② 이 계약서에 기재된 내용만이 "갑"과 "을" 사이에 합의된 내용이며, 이 이외의 내용에 대한 당사자 간의 그 어떠한 구두 합의도 당사자를 구속하지 아니한다. 다만, 이 계약에서 이미 예정된 별도의 서면약정은

이 계약에 우선하여 적용된다.

③ 이 계약서의 내용은 "갑"과 "을" 사이의 서면 합의에 의해서만 변경되거나 수정될 수 있으며, 그 변경 및 수정은 "갑"과 "을"이 해당 서면에 서명 또는 기명날인함과 동시에 그 효력을 발생한다.

OOOO년 OO월 OO일

(갑) 주소 : OO시 OO구 OO동
상호 : 주식회사 OOO
대표이사 : O O (인)

(을) 주소 : OO시 OO구 OO동
상호 : □□회사
대표자 : O O (인)

[별지 1]

상품판매방송 약정서

OO홈쇼핑(이하 "갑"이라 한다)과 □□회사(이하 "을"이라 한다)는 기존에 체결한 위수탁거래 또는 특약매입거래 계약에 따라 행하는 TV홈쇼핑을 통한 상품판매방송에 관하여 다음과 같이 약정한다.

제1조 [판매자 정보 및 판매상품 거래조건]
TV홈쇼핑 방송을 통하여 상품을 판매하려는 "을"의 회사 정보 및 판매하는 상품의 거래조건은 다음과 같다.

1. 회사 정보

회사 코드	
회사 상호	

2. 거래조건

상품코드	
상품명(상품품목)	
거래형태	
구입(납품)가격(원/VAT포함)	
판매가격(원/VAT포함)	
수수료(%)	
배송주체	
납품기일	
납품수량	
납품장소	

제2조 [방송관련사항]
① 상품의 방송일시는 다음과 같다.

방송일시	. . . 00 : 00 ~ . . . 00 : 00

② "갑"과 "을" 사이의 협의에 따라 본방송을 재방송으로 편성하는 경우에는 "갑"이 "을"에게 재방송 편성일시를 서면(「전자거래기본법」 제2조제1호에 따른 전자문서를 포함한다. 이하 같다)으로

통지함으로써 이 약정을 대신하며, 이 경우 방송제작비용은 적용되지 아니한다.

제3조 [방송제작비]

상품판매방송과 관련하여 판매전문가, 출연모델, 방청객 등 방송제작비의 부담내역은 다음과 같다.

(원, VAT 별도)

방송제작비용	협력사 부담	홈쇼핑 부담	계
판매전문가			
출연모델			
방청객			

제4조 [프로모션]

"을"이 자발적으로 고객의 상품 구입과 관련하여 사은품, 경품(추첨), 무이자할부, ARS 할인, 할인구입혜택, 적립금 부여 등 각종의 프로모션에 대하여 참여하는 경우, 이에 대한 부담내역은 다음과 같다.

프로모션 기간			
프로모션	협력사(%)	홈쇼핑(%)	비고 (프로모션 규모)
사은품			
경품(추첨)			
무이자할부			
ARS할인			
할인구입혜택			
적립금부여			
기타			

주」 사은품은 상품의 판매촉진을 위해 해당 상품 이외에 별도로 제공하는 물품이며, 판매상품의 일부라 할 수 있는 구성품과는 다른 것임

제5조 [약정기간]
이 약정서는 체결일로부터 유효하게 성립되어 방송종료 시 만료된다. 다만 이 약정과 관련하여 분쟁이 발생하고 분쟁 해결을 위하여 필요한 경우, 해당 규정은 분쟁 종결 시까지 유효하게 적용된다.

이 계약을 증명하기 위하여 "갑", "을" 쌍방은 상기 계약조항을 확인하고 서명 날인하여 각각 1부씩 보관한다.

OOOO년 OO월 OO일

(갑) 주소 : OO시 OO구 OO동
상호 : 주식회사 OOO
대표이사 : O O (인)

(을) 주소 : OO시 OO구 OO동
상호 : □□회사
대표자 : O O (인)

[별지 2]

단가기준표

1. 모델의 경우

1-1. 생방송 출연료

- 패션모델(2시간 1프로그램 기준) : 패션 · 보석 · 이미용

(단위: 원, 부가세별도)

구분	S	A	B	C	D
여자					
남자					
외국인					
아동					
노인					

- 속옷모델(2시간 1프로그램 기준)

(단위: 원, 부가세별도)

구분	S	A	B
여자			
남자			
외국인			

- 기타 연기 모델(2시간 1프로그램 기준)

(단위: 원, 부가세별도)

구분	S	A	B	C	D
여자					
남자					
외국인					
아동					
노인					

1-2. 당사의 스튜디오 사전녹화는 생방송 모델료 기준에 따른다.

1-3. 2시간 출연료를 기준으로 30분 프로그램은 0.5배. 3시간 프로그램은 1.5배를 적용하며, 30분 이상 및 2시간 30분 이하는 2시간 출연료를 적용한다.

1-4. ENG촬영 시 모델 출연료

- 1박2일 기준

(단위: 원, 부가세별도)

구분	S	A	B	C	D
여자					
남자					
외국인					
아동					
노인					

- 1일 : 9시간 기준

(단위: 원, 부가세별도)

구분	S	A	B	C	D
여자					
남자					
외국인					
아동					
노인					

- 1일 : 4시간 기준

(단위: 원, 부가세별도)

구분	S	A	B	C	D
여자					
남자					
외국인					
아동					
노인					

2. 방청객

(단위: 원,부가세별도)

구분	S(첫 · 마지막방송)	B
여자		
남자		

3. 판매전문가

(단위: 원,부가세별도)

구분	S	A	B
여자			
남자			
외국인			

[공정거래위원회] 온라인쇼핑몰 표준거래계약서(위·수탁거래)

주식회사 OOO(이하 "갑"이라 한다)과 □□회사(이하 "을"이라 한다)는 다음과 같이 온라인쇼핑 표준거래계약(이하 "이 계약"이라 한다)을 체결한다.

제1조 [목적]

이 계약서의 목적은 "갑"과 "을" 간 상품의 위·수탁거래에서 양 당사자 사이의 기본적인 권리와 의무를 정하기 위함에 있다.

제2조 [기본원칙]

① "갑"과 "을"은 상호이익을 존중하고 이 계약상 의무를 신의에 따라 성실히 이행함으로써 상호 공정한 거래관계와 동반성장을 추구한다.

② "갑"과 "을"은 이 계약의 이행과 관련하여 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 및 그 시행령 등 관련 법령의 규정을 준수한다.

제3조 [공정거래 준수 및 동반성장 지원]

"갑"과 "을"은 공정하고 투명한 거래를 위하여 다음 각 호의 내용을 준수한다.

1. 상대방에게 금품, 향응, 편의 또는 접대를 요구하거나 제공해서는 아니 되며, 위법하거나 부당한 행위를 하지 아니한다.
2. 거래상 우월적 지위를 남용하여 공정한 거래질서에 반하는 행위를 요구하지 아니한다.
3. "갑"은 납품업체 사이에 합리적 이유없이 대우의 차별을 두지 않고, 수수료의 수준을 결정하는 과정 등에 합리적이고 공정한 절차를 도입하도록 노력한다.

제4조 [계약기간]

① 본 계약의 유효기간은 년 월 일부터 년 월 일까지로 한다. 단, 본 계약기간 만료일 1개월 전까지 당사자가 서면 통지에 의하여 계약 갱신거절의 의사를 표시하지 아니하는 경우, 본 계약은 동일한 조건으로 1년씩 자동으로 연장되는 것으로 한다.

② "갑"은 "을"과 "을"의 납품업자 간 거래에 있어서 불공정거래행위가 지속적으로 발생하고 있음이 객관적으로 확인되는 경우 "을"과의 계약갱신을 거절할 수 있다.

③ "갑"은 위 제②항을 포함한 "을"과의 계약갱신 거절 기준을 사전에 자신의 홈페이지 등 "을"이 상시 접근 가능한 매체수단에 공지하거나, 계약체결 시 별도의 서면으로 "을"에게 통지하여야 한다. 또한 동 기준이 변경되었을 경우에도 같은 방법으로 "을"에게 즉시 통지하여야 한다.

④ "갑"이 "을"과의 계약 갱신을 거절하는 경우 계약 기간의 만료일로부터 30일 전까지 "을"에게 계약갱신 거절사유를 구체적으로 적시하여 서면으로 통지하여야 한다.

⑤ “갑”과 “을”은 본 계약의 기간 만료 및 계약의 해제 또는 해지 후에도 (　　)년 동안 다음 각 호에 관한 의무를 부담한다.

1. 지적재산권에 관한 사항
2. 하자책임·보증에 관한 사항
3. 개인정보보호에 관한 사항

제5조 [상품의 판매위탁]

① “갑”은 “을”로부터 판매를 위탁받은 상품을 “갑”이 운영하는 온라인쇼핑몰을 통해 판매하고, “을”은 판매된 상품에 대한 위탁판매수수료를 “갑”에게 지급한다.

② “을”이 “갑”에게 판매를 위탁하는 상품은 「품질경영 및 공산품안전관리법」, 「대외무역법」, 「식품위생법」, 「농수산물품질관리법」, 「상표법」, 「특허법」, 「디자인보호법」, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 관련 법령의 규정을 준수한 것이어야 한다.

③ “을”은 「대외무역법」 등 관련 법령에서 정한 방법에 따라 상품의 원산지를 표시하여야 하고, 상품 제조자의 회사명, 주소 및 주문자상표부착(OEM)방식 등 원산지 관련 정보를 정확히 표시하여 고객이 상품의 올바른 정보를 알 수 있게 하여야 한다.

제6조 [판매가격의 결정]

상품판매가격은 “을”이 결정한다. 다만 필요한 경우 “갑”과 “을”이 협의할 수 있으며, “갑”은 “을”의 의사에 반하여 상품판매가격을 인하할 것을 강요하여서는 아니 된다.

제7조 [상품정보의 제공 및 책임]

① “을”은 관계 법령에서 규정하는 상품의 일반정보 및 “갑”이 요청하는 상품의 주요정보를 상품판매 개시 이전에 “갑”에게 제공하여야 한다.

② “을”은 “갑”에게 제공한 상품정보가 사실과 다르거나 변경되는 경우 즉시 “갑”에게 통지하여야 한다.

③ “을”이 고의 또는 과실로 사실과 다른 정보를 제공하여 고객에게 발생하는 신체상·재산상 손해에 대해서는 “을”이 배상한다.

제8조 [검수기준 및 품질검사]

① “을”은 상품 판매를 위탁하면서 “갑”이 견본품 등을 요청하는 경우 상당한 기간 내에 제공한다.

② “을”이 “갑”에게 판매를 위탁하는 상품은 “을”이 “갑”에게 제출한 견본품과 동일하여야 하며, 품질상 하자가 없는 것이어야 한다.

③ “갑”은 “을”이 납품하는 상품에 대하여 품질검사 및 성분검사가 필요한 경우 “을”에게 해당 검사를 요구할 수 있다. 이 경우 “을”은 공인된 검사기관으로부터 검사를 받은 후 검사결과를 해당 상품의 납품 전에 “갑”에게 제출한다.

④ "을"이 "갑"의 정당한 제출 요구에도 불구하고 제3항의 제출 의무를 이행하지 아니하는 경우 "갑"은 외부 공인기관을 통하여 품질검사를 하고 이에 소요된 비용을 "을"에게 청구하거나, 판매정산대금에서 공제할 수 있다. 다만 상품의 특성상 추가적인 공인기관의 검사를 거치지 않더라도 해당 상품의 품질적합 여부가 외관상 뚜렷이 판단될 수 있는 등 처음부터 품질검사 및 성분검사가 필요하지 않았다고 인정될 수 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

⑤ 품질검사 및 성분검사 결과 "을"이 판매를 위탁한 상품이 법적기준 또는 계약상 기준을 충족시키지 못하여 불합격 또는 부적합 판정을 받은 경우 "갑"은 해당 상품의 위탁판매중지 및 상당한 기간을 정하여 시정을 요구할 수 있으며, "을"이 시정요구에 불응할 경우 계약을 해지 또는 해제할 수 있다.

제9조 [상품의 발주]

"갑"은 인터넷쇼핑몰 등을 통해 고객이 "을"의 상품을 주문하는 경우, 주문을 접수하는 즉시 "을"에게 발주한다. "갑"의 귀책사유로 상품 발주가 지연되어 고객이 구매의사를 철회하는 경우, "갑"은 "을"에게 이로 인한 손해를 배상한다.

제10조 [상품의 배송]

① "을"은 상품 발주를 확인하고 "갑"과 협의한 기준출고일 이내에 상품을 지정된 수취인에게 신속하게 배송하여야 한다.

② "을"의 귀책사유로 상품 배송이 지연되거나 배송이 이루어지지 않은 경우, 이로 인한 손해는 "을"이 배상한다. "갑"은 "을"의 귀책사유가 없음에도 손해배상책임을 "을"에게 부담시키거나, 불이익을 주어서는 아니 된다.

제11조 [포장]

① "을"은 "갑"과 협의하여 포장방법을 정하고 그 방법에 따라 상품의 배송시에 파손 또는 훼손이 발생하지 않도록 견고하게 포장하여야 한다.

② "갑"은 상품의 파손 또는 훼손 가능성이 있는 경우 "을"에게 포장방법을 변경할 것을 요구할 수 있다.

③ "을"이 제1항을 위반하여 배송과정에서 상품의 파손이 발생하는 경우 이로 인한 손해는 "을"이 배상한다.

제12조 [상품판매 광고]

① "갑"은 "을"의 요청이 있는 경우, "갑"의 인터넷쇼핑몰 배너 또는 별도 페이지를 통해 "을"의 상품을 광고하고 별도 수수료를 받을 수 있다.

② "갑"은 광고 수수료에 대한 내부기준을 사전에 수립하고, "을"이 상품판매 광고를 요청하는 경우 이를 "을"에게 제공하여야 한다.

③ "갑"은 광고계약 진행 중 광고 수수료에 대한 내부기준을 변경하는 경우, "을"에게 별도로 통지하여야 한다.

④ “갑”은 “을”의 의사에 반하여 상품판매 광고할 것을 강요하여서는 아니된다.

제13조 [판매촉진행사의 실시]

① “갑”은 판매촉진행사를 실시하기 이전에 판매촉진행사명·행사기간·판매촉진비용분담비율 등을 약정하지 아니하고는 판매촉진비용을 “을”에게 부담시켜서는 아니 된다.

② 제1항의 약정은 “갑”과 “을”의 서명 또는 기명날인이 기재된 판매촉진합의서로 이루어져야 하며 “갑”은 약정과 동시에 이 합의서를 “을”에게 주어야 한다.

③ “을”의 판매촉진비용 분담비율은 100분의 50을 초과하여서는 아니된다. 다만 “을”의 자발적 요청에 따라 다른 납품업자 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시하는 경우에는 그러하지 아니하다.

제14조 [위탁판매 수수료]

① “을”이 “갑”에게 상품판매를 위탁함에 따라 지급하는 수수료율은 판매개시 전에 사전 합의하여야 한다. 이 경우 할인행사(“갑”이 주도하는 자체 할인행사, 정부주도의 전국단위대규모할인행사 등) 시 적용될 수수료율을 정하여 별도로 정하여야 한다.

② “갑”은 판매기간 내에 상품판매 위탁에 따른 수수료율을 변경하여서는 아니 된다.

제15조 [상품판매대금의 정산 및 지급]

① “갑”은 월 판매마감일로부터 40일 이내에 상품판매위탁에 따른 수수료를 공제한 상품판매대금을 “을”에게 지급한다. “갑”의 귀책사유로 상품판매대금을 지연하여 지급하는 경우 공정거래위원회가 고시하는 이율에 따른 지연이자를 지급한다.

② “갑”은 상품판매대금을 부당하게 감액하여 지급하여서는 아니 되며, 대금 지급에 있어 위탁판매 수수료 외에 별도 공제할 비용이 있는 경우, 주문일자, 상품명, 상품가격, 공제금액, 공제금액 산출근거, 공제사유 등 상세 내역을 “을”에게 제시하여야 한다.

③ 제2항에 따라 “갑”이 제시한 상세 내역에 대하여 “을”이 이견을 제시하는 경우, “갑”은 신속하게 확인 결과를 “을”에게 제공하여야 한다.

제16조 [상품의 교환·환불]

① 상품을 구매한 고객이 「전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률」에 따라 단순변심에 따른 교환 또는 환불을 요청하는 경우, “갑”과 “을”은 이를 승낙하고 필요한 조치를 이행하여야 한다.

② “을”의 귀책사유로 상품이 파손되어 배송되거나 주문한 상품과 다른 상품이 배송되어 고객이 상품의 교환 또는 환불을 요구하는 경우, “갑”과 “을”은 이를 승낙하고 필요한 조치를 이행하여야 한다.

③ 고객이 교환 또는 환불을 요구하였으나. “을”이 정당한 사유 없이 이에 따른 조치를 이행하지 않는

경우 "갑"이 직접 필요한 조치를 이행할 수 있다. 이에 따른 비용은 "을"에게 사전 통지한 후 "을"에게 지급할 대금에서 공제할 수 있다.

④ "갑"은 고객이 반송한 상품이 "을"에게 도달하기 전에 고객에게 상품구매금액을 환불하여서는 아니된다. 단, "갑"의 부담으로 선환불하는 경우에는 그렇지 아니하다.

⑤ 상품의 교환·환불에 따른 왕복배송비는 제1항의 경우 고객이, 제2항의 경우 "을"이 각각 부담한다. "갑"은 고객이 부담하여야 할 배송비를 "을"에게 부담시켜서는 아니된다.

제17조 [리콜]

"을"이 판매위탁한 상품의 제품상 하자 또는 사용자 안전상의 결함 등이 발견되어 상품의 전량에 대한 리콜을 실시하는 경우 이에 따른 모든 비용은 "을"이 부담한다.

제18조 [개인정보보호]

① "갑"은 고객의 개인정보 중 계약 이행을 위해 필요한 최소한을 "을"에게 제공한다.

② "갑"과 "을"은 고객의 개인정보보호를 위해 적극적으로 협조·노력하여야 한다.

③ "을"은 "갑"으로부터 제공받은 고객의 개인정보를 제공 받은 목적 이외의 다른 용도로 이용·공개하거나 제3자에게 제공하여서는 아니된다.

④ "을"이 고객의 개인정보를 고의 또는 과실로 계약 이행 이외의 목적으로 이용·누설·제공한 경우 이로 인한 손해배상책임을 부담한다.

⑤ "갑"은 "을"의 고객 개인정보보호 준수 여부를 점검하기 위하여 "을"에게 현장점검을 요구할 수 있으며, "을"은 특별한 사정이 없는 한 이를 수락하여야 한다.

제19조 [비밀유지의무]

① "갑"과 "을"은 상호간의 거래로 인하여 알게 된 상대방의 영업비밀을 제3자에게 누설하지 아니한다. 다만, 다른 법령에 근거하여 행정기관이 공개를 요청하거나 법원의 판결에 따라 공개하는 경우는 예외로 한다.

② 제1항의 의무는 "갑"과 "을"사이의 거래가 종료된 이후 (　　)년간 계속된다.

제20조 [계약해지]

① "갑"과 "을"은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생할 경우 이 계약을 해지할 수 있다.

1. 양 당사자의 서면상 합의가 있는 경우
2. "갑" 또는 "을"이 발행한 어음·수표가 지급거절되거나, "갑" 또는 "을" 자신에 의한 회생·파산 절차의 신청이 있거나, 채권자의 신청에 의해 동 절차가 개시된 경우
3. 기업구조조정촉진법상 부실징후기업으로 판단되어 이에 관한 절차가 개시된 경우
4. "갑" 또는 "을"의 주요재산에 대하여 강제경매 등이 실행되어 더 이상 이 계약 이행이 곤란하게

된 경우

5. 관계기관에 의하여 영업정지, 영업허가취소 등의 처분을 받은 경우
6. "을"이 납품한 상품이 관계법령에 저촉되거나, "을"이 라이선스권자와 체결한 라이선스계약이 종료되어 해당 상품의 납품 또는 판매가 불가능하게 된 경우
7. 기타 원활한 계약이행을 현저히 저해하거나 중대한 신뢰위반 사유가 발생한 경우

② "갑" 또는 "을"이 이 계약의 중요한 사항을 위반한 경우, 7일 이상의 기간을 정하여 상대방에 대한 서면통보로써 그 시정을 요구하고 지정 기간 내에 시정이 이루어지지 않으면 이 계약을 해지할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항에 해당하지 않는 부득이한 사유로 어느 일방이 이 계약을 해지하려는 경우에는 해지 3개월 전까지 상대방에게 그 사유를 서면으로 통지하여야 해지할 수 있다.

④ 이 조에 의하여 계약이 해지될 경우, 계약 해지에 관하여 책임 있는 당사자는 상대방에 대하여 계약 해지로 인한 손해를 배상하여야 한다.

제21조 [지식재산권 등]

① "을"이 "갑"에게 판매를 위탁한 상품은 제3자가 보유한 지식재산권(특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권, 저작권, 초상권 등) 및 제반 권리를 침해하는 것이 아니어야 한다.

② "을"은 "갑"에게 판매를 위탁한 상품과 관련하여 "갑"또는 "을"과 제3자 사이에 지식재산권에 대한 분쟁이 발생하였거나, 발생할 우려가 있는 경우 지체 없이 "갑"에게 서면으로 통지하여야 한다.

③ 제1항의 지식재산권 침해와 관련하여 제3자로부터 민 · 형사상의 법적 분쟁이 제기된 경우 "을"은 자신의 책임과 부담으로 처리하고, 이로 인하여 "갑"에게 발생한 손해를 배상한다.

제22조 [제조물책임]

"을"이 판매를 위탁한 상품이 「제조물책임법」상 결함으로 인하여 "갑"의 고객 또는 제3자에게 생명, 신체 또는 재산상 손해를 입힌 경우, "을"은 「제조물책임법」에 따라 "갑"의 고객 또는 제3자가 입은 손해를 배상한다.

제23조 [하자책임 및 보증]

① 이 계약에 따라 "갑"이 판매한 상품의 하자와 관련하여 "을"은 품목별 소비자피해보상규정 등 제반 법규와 "을"의 품질보증서상의 규정에 따라 A/S, 교환, 반품, 회수 등의 하자보증책임을 부담한다.

② "을"의 상품에 품질보증서가 없는 경우 고객에 대한 무상품질보증기간은 상품이 고객에게 인도된 날부터 (　　)년으로 한다.

③ "갑"은 하자보증기간 내에 "을"의 책임을 담보하기 위하여 하자보증금으로 "을"에게 지급할 결제 예정금액 중 일부 금액을 보증금으로"갑"에게 예치하게 할 수 있다. 하자보증금은 유보 사유가 해소된 경우 즉시 "을"에게 반환한

④ 제3항에 따른 예치금은 결제금액의 (　　)%를 넘을 수 없다.

제24조 [권리 · 의무의 양도금지]

"을"은 "갑"의 사전 동의 없이 이 계약 또는 개별 약정서상의 권리, 의무의 전부 또는 일부를 제3자에게 양도 또는 이전할 수 없다. 단, 상품판매대금 채권 등 금전채권의 경우에는 "갑"에 대한 사전 통지 후 제3자에게 양도 또는 담보제공할 수 있다.

제25조 [통지의무]

① "갑"과 "을"은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 경우에는 지체 없이 증빙서류를 첨부하여 상대방에게 서면 (「전자문서 및 전자거래기본법」 제2조제1호의 전자문서를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)으로 통지하여야 한다.

1. 주소, 상호, 대표자 등 사업자등록증에 명시된 사항이 변경된 경우
2. 개인사업자가 법인으로 변경되거나 법인이 개인사업자로 변경된 경우
3. 그 밖에 "갑"과 "을"이 계약에 따른 각자의 의무를 이행함에 있어 중대한 변경을 초래할 수 있는 사유가 발생한 경우

② 이 계약과 관련한 모든 통지는 이 계약에 명시한 주소에 서면으로 하는 것을 원칙으로 하며, 통지가 상대방에게 도달하여야 그 효력이 있다.

제26조 [상계]

제20조에 따라 이 계약이 해제 또는 해지될 경우 이 계약과 관련하여 해제 또는 해지의 시점까지 발생하여 이행기가 도래한 채무를 대등액에서 상계할 수 있다.

제27조 [분쟁해결 및 재판관할]

① 이 계약에서 정하지 아니한 사항 또는 이 계약의 내용에 대하여 "갑"과 "을"사이에 의견이 다른 경우에는 "갑"과 "을"의 합의된 의사에 따르고, "갑"과 "을"사이에 계약 해석과 관련한 합의가 이루어지지 않은 경우에는 관련 법령 및 일반 상관례에 따른다.

② 제1항에 의해서도 이 계약과 관련한 분쟁이 해결되지 아니한 경우에는 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제25조제1항에 따라 한국공정거래 조정원의 대규모유통업거래 분쟁조정협의회에 조정을 신청할 수 있다.

③ "갑"과 "을"이 제2항에 따른 조정을 신청하지 아니하는 경우, 이 계약에 관한 분쟁의 해결은 통상의 민사재판에 의한다. 이 경우 양 당사자는 합의로써 관할법원을 정할 수 있다.

※ 중재에 의해 분쟁을 최종적으로 해결하고자 하는 경우에는 제3항을 다음과 같이 규정하는 것도 가능함

③ "갑"과 "을"이 제2항에 의한 조정을 신청하지 아니하는 경우, 다음의 중재기관에 의한 중재판정으로 이 계약과 관련한 분쟁을 최종 해결하기로 합의한다.

중재기관 : (　　)
중재규칙 : 위 중재기관이 정하는 중재규칙

제28조 [계약의 효력]

① "갑"과 "을"은 이 계약을 체결하기 전에 충분한 협의를 거쳤으며, 계약 내용을 모두 숙지하였으며, 이 계약을 증명하기 위하여 2통의 계약서를 작성하고 기명날인하여 각각 1부씩 보관한다.

② 이 계약서에 기재된 내용만이 "갑"과 "을" 사이에 합의된 내용이며, 이 이외의 내용에 대한 당사자 간의 그 어떠한 구두 합의도 당사자를 구속하지 아니한다. 다만, 이 계약에서 이미 예정된 별도의 서면약정은 이 계약에 우선하여 적용된다.

③ 이 계약서의 내용은 "갑"과 "을" 사이의 서면 합의에 의해서만 변경되거나 수정될 수 있으며, 그 변경 및 수정은 "갑"과 "을"이 해당 서면에 서명 또는 기명날인함과 동시에 그 효력을 발생한다.

OOOO년 OO월 OO일

(갑) 주소 : OO시 OO구 OO동
상호 : 주식회사 OOO
대표이사 : O O (인)

(을) 주소 : OO시 OO구 OO동
상호 : □□회사
대표자 : O O (인)

[공정거래위원회] 전자상거래(인터넷사이버몰) 표준약관

제1조(목적) 이 약관은 OO 회사(전자상거래 사업자)가 운영하는 OO 사이버 몰(이하 "몰"이라 한다)에서 제공하는 인터넷 관련 서비스(이하 "서비스"라 한다)를 이용함에 있어 사이버 몰과 이용자의 권리·의무 및 책임사항을 규정함을 목적으로 합니다.

※「PC통신, 무선 등을 이용하는 전자상거래에 대해서도 그 성질에 반하지 않는 한 이 약관을 준용합니다.」

제2조(정의)

① "몰"이란 OO 회사가 재화 또는 용역(이하 "재화 등"이라 함)을 이용자에게 제공하기 위하여 컴퓨터 등 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정한 가상의 영업장을 말하며, 아울러 사이버몰을 운영하는 사업자의 의미로도 사용합니다.

② "이용자"란 "몰"에 접속하여 이 약관에 따라 "몰"이 제공하는 서비스를 받는 회원 및 비회원을 말합니다.

③ '회원'이라 함은 "몰"에 회원등록을 한 자로서, 계속적으로 "몰"이 제공하는 서비스를 이용할 수 있는 자를 말합니다.

④ '비회원'이라 함은 회원에 가입하지 않고 "몰"이 제공하는 서비스를 이용하는 자를 말합니다.

제3조 (약관 등의 명시와 설명 및 개정)

① "몰"은 이 약관의 내용과 상호 및 대표자 성명, 영업소 소재지 주소(소비자의 불만을 처리할 수 있는 곳의 주소를 포함), 전화번호·모사전송번호·전자우편주소, 사업자등록번호, 통신판매업 신고번호, 개인정보관리책임자등을 이용자가 쉽게 알 수 있도록 OO 사이버몰의 초기 서비스화면(전면)에 게시합니다. 다만, 약관의 내용은 이용자가 연결화면을 통하여 볼 수 있도록 할 수 있습니다.

② "몰은 이용자가 약관에 동의하기에 앞서 약관에 정하여져 있는 내용 중 청약철회·배송책임·환불조건 등과 같은 중요한 내용을 이용자가 이해할 수 있도록 별도의 연결화면 또는 팝업화면 등을 제공하여 이용자의 확인을 구하여야 합니다.

③ "몰"은 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「전자문서 및 전자거래기본법」, 「전자금융거래법」, 「전자서명법」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「방문판매 등에 관한 법률」, 「소비자기본법」 등 관련 법을 위배하지 않는 범위에서 이 약관을 개정할 수 있습니다.

④ "몰"이 약관을 개정할 경우에는 적용일자 및 개정사유를 명시하여 현행약관과 함께 몰의 초기화면에 그 적용일자 7일 이전부터 적용일자 전일까지 공지합니다. 다만, 이용자에게 불리하게 약관내용을 변경하는 경우에는 최소한 30일 이상의 사전 유예기간을 두고 공지합니다. 이 경우 "몰"은 개정 전 내용과 개정 후 내용을 명확하게 비교하여 이용자가 알기 쉽도록 표시합니다.

⑤ "몰"이 약관을 개정할 경우에는 그 개정약관은 그 적용일자 이후에 체결되는 계약에만 적용되고 그

이전에 이미 체결된 계약에 대해서는 개정 전의 약관조항이 그대로 적용됩니다. 다만 이미 계약을 체결한 이용자가 개정약관 조항의 적용을 받기를 원하는 뜻을 제3항에 의한 개정약관의 공지기간 내에 "몰"에 송신하여 "몰"의 동의를 받은 경우에는 개정약관 조항이 적용됩니다.

⑥ 이 약관에서 정하지 아니한 사항과 이 약관의 해석에 관하여는 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 약관의 규제 등에 관한 법률, 공정거래위원회가 정하는 전자상거래 등에서의 소비자 보호지침 및 관계법령 또는 상관례에 따릅니다.

제4조(서비스의 제공 및 변경)

① "몰"은 다음과 같은 업무를 수행합니다.

1. 재화 또는 용역에 대한 정보 제공 및 구매계약의 체결
2. 구매계약이 체결된 재화 또는 용역의 배송
3. 기타 "몰"이 정하는 업무

② "몰"은 재화 또는 용역의 품절 또는 기술적 사양의 변경 등의 경우에는 장차 체결되는 계약에 의해 제공할 재화 또는 용역의 내용을 변경할 수 있습니다. 이 경우에는 변경된 재화 또는 용역의 내용 및 제공일자를 명시하여 현재의 재화 또는 용역의 내용을 게시한 곳에 즉시 공지합니다.

③ "몰"이 제공하기로 이용자와 계약을 체결한 서비스의 내용을 재화등의 품절 또는 기술적 사양의 변경 등의 사유로 변경할 경우에는 그 사유를 이용자에게 통지 가능한 주소로 즉시 통지합니다.

④ 전항의 경우 "몰"은 이로 인하여 이용자가 입은 손해를 배상합니다. 다만, "몰"이 고의 또는 과실이 없음을 입증하는 경우에는 그러하지 아니합니다.

제5조(서비스의 중단)

① "몰"은 컴퓨터 등 정보통신설비의 보수점검·교체 및 고장, 통신의 두절 등의 사유가 발생한 경우에는 서비스의 제공을 일시적으로 중단할 수 있습니다.

② "몰"은 제1항의 사유로 서비스의 제공이 일시적으로 중단됨으로 인하여 이용자 또는 제3자가 입은 손해에 대하여 배상합니다. 단, "몰"이 고의 또는 과실이 없음을 입증하는 경우에는 그러하지 아니합니다.

③ 사업종목의 전환, 사업의 포기, 업체 간의 통합 등의 이유로 서비스를 제공할 수 없게 되는 경우에는 "몰"은 제8조에 정한 방법으로 이용자에게 통지하고 당초 "몰"에서 제시한 조건에 따라 소비자에게 보상합니다. 다만, "몰"이 보상기준 등을 고지하지 아니한 경우에는 이용자들의 마일리지 또는 적립금 등을 "몰"에서 통용되는 통화가치에 상응하는 현물 또는 현금으로 이용자에게 지급합니다.

제6조(회원가입)

① 이용자는 "몰"이 정한 가입 양식에 따라 회원정보를 기입한 후 이 약관에 동의한다는 의사표시를 함으로서 회원가입을 신청합니다.

② "몰"은 제1항과 같이 회원으로 가입할 것을 신청한 이용자 중 다음 각 호에 해당하지 않는 한 회원으로 등록합니다.

1. 가입신청자가 이 약관 제7조제3항에 의하여 이전에 회원자격을 상실한 적이 있는 경우, 다만 제7조제3항에 의한 회원자격 상실 후 3년이 경과한 자로서 "몰"의 회원재가입 승낙을 얻은 경우에는 예외로 한다.
2. 등록 내용에 허위, 기재누락, 오기가 있는 경우
3. 기타 회원으로 등록하는 것이 "몰"의 기술상 현저히 지장이 있다고 판단되는 경우

③ 회원가입계약의 성립 시기는 "몰"의 승낙이 회원에게 도달한 시점으로 합니다.

④ 회원은 회원가입 시 등록한 사항에 변경이 있는 경우, 상당한 기간 이내에 "몰"에 대하여 회원정보 수정 등의 방법으로 그 변경사항을 알려야 합니다.

제7조(회원 탈퇴 및 자격 상실 등)

① 회원은 "몰"에 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며 "몰"은 즉시 회원탈퇴를 처리합니다.

② 회원이 다음 각 호의 사유에 해당하는 경우, "몰"은 회원자격을 제한 및 정지시킬 수 있습니다.

1. 가입 신청 시에 허위 내용을 등록한 경우
2. "몰"을 이용하여 구입한 재화 등의 대금, 기타 "몰"이용에 관련하여 회원이 부담하는 채무를 기일에 지급하지 않는 경우
3. 다른 사람의 "몰" 이용을 방해하거나 그 정보를 도용하는 등 전자상거래 질서를 위협하는 경우
4. "몰"을 이용하여 법령 또는 이 약관이 금지하거나 공서양속에 반하는 행위를 하는 경우

③ "몰"이 회원 자격을 제한·정지 시킨 후, 동일한 행위가 2회 이상 반복되거나 30일 이내에 그 사유가 시정되지 아니하는 경우 "몰"은 회원자격을 상실시킬 수 있습니다.

④ "몰"이 회원자격을 상실시키는 경우에는 회원등록을 말소합니다. 이 경우 회원에게 이를 통지하고, 회원등록 말소 전에 최소한 30일 이상의 기간을 정하여 소명할 기회를 부여합니다.

제8조(회원에 대한 통지)

① "몰"이 회원에 대한 통지를 하는 경우, 회원이 "몰"과 미리 약정하여 지정한 전자우편 주소로 할 수 있습니다.

② "몰"은 불특정다수 회원에 대한 통지의 경우 1주일이상 "몰" 게시판에 게시함으로서 개별 통지에 갈음할 수 있습니다. 다만, 회원 본인의 거래와 관련하여 중대한 영향을 미치는 사항에 대하여는 개별통지를 합니다.

제9조(구매신청 및 개인정보 제공 동의 등)

① "몰"이용자는 "몰"상에서 다음 또는 이와 유사한 방법에 의하여 구매를 신청하며, "몰"은 이용자가 구매신청을 함에 있어서 다음의 각 내용을 알기 쉽게 제공하여야 합니다.

1. 재화 등의 검색 및 선택
2. 받는 사람의 성명, 주소, 전화번호, 전자우편주소(또는 이동전화번호) 등의 입력
3. 약관내용, 청약철회권이 제한되는 서비스, 배송료·설치비 등의 비용부담과 관련한 내용에 대한 확인

4. 이 약관에 동의하고 위 3.호의 사항을 확인하거나 거부하는 표시(예, 마우스 클릭)
5. 재화등의 구매신청 및 이에 관한 확인 또는 "몰"의 확인에 대한 동의
6. 결제방법의 선택

② "몰"이 제3자에게 구매자 개인정보를 제공할 필요가 있는 경우 1) 개인정보를 제공받는 자, 2)개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용목적, 3) 제공하는 개인정보의 항목, 4) 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용기간을 구매자에게 알리고 동의를 받아야 합니다. (동의를 받은 사항이 변경되는 경우에도 같습니다.)

③ "몰"이 제3자에게 구매자의 개인정보를 취급할 수 있도록 업무를 위탁하는 경우에는 1) 개인정보 취급위탁을 받는 자, 2) 개인정보 취급위탁을 하는 업무의 내용을 구매자에게 알리고 동의를 받아야 합니다. (동의를 받은 사항이 변경되는 경우에도 같습니다.) 다만, 서비스제공에 관한 계약이행을 위해 필요하고 구매자의 편의증진과 관련된 경우에는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에서 정하고 있는 방법으로 개인정보 취급방침을 통해 알림으로써 고지절차와 동의절차를 거치지 않아도 됩니다.

제10조 (계약의 성립)

① "몰"은 제9조와 같은 구매신청에 대하여 다음 각 호에 해당하면 승낙하지 않을 수 있습니다. 다만, 미성년자와 계약을 체결하는 경우에는 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 계약을 취소할 수 있다는 내용을 고지하여야 합니다.

1. 신청 내용에 허위, 기재누락, 오기가 있는 경우
2. 미성년자가 담배, 주류 등 청소년보호법에서 금지하는 재화 및 용역을 구매하는 경우
3. 기타 구매신청에 승낙하는 것이 "몰" 기술상 현저히 지장이 있다고 판단하는 경우

② "몰"의 승낙이 제12조제1항의 수신확인통지형태로 이용자에게 도달한 시점에 계약이 성립한 것으로 봅니다.

③ "몰"의 승낙의 의사표시에는 이용자의 구매 신청에 대한 확인 및 판매가능 여부, 구매신청의 정정 취소 등에 관한 정보 등을 포함하여야 합니다.

제11조(지급방법) "몰"에서 구매한 재화 또는 용역에 대한 대금지급방법은 다음 각 호의 방법중 가용한 방법으로 할 수 있습니다. 단, "몰"은 이용자의 지급방법에 대하여 재화 등의 대금에 어떠한 명목의 수수료도 추가하여 징수할 수 없습니다.

1. 폰뱅킹, 인터넷뱅킹, 메일 뱅킹 등의 각종 계좌이체
2. 선불카드, 직불카드, 신용카드 등의 각종 카드 결제
3. 온라인무통장입금
4. 전자화폐에 의한 결제
5. 수령 시 대금지급
6. 마일리지 등 "몰"이 지급한 포인트에 의한 결제

7. "몰"과 계약을 맺었거나 "몰"이 인정한 상품권에 의한 결제
8. 기타 전자적 지급 방법에 의한 대금 지급 등

제12조(수신확인통지·구매신청 변경 및 취소)

① "몰"은 이용자의 구매신청이 있는 경우 이용자에게 수신확인통지를 합니다.

② 수신확인통지를 받은 이용자는 의사표시의 불일치 등이 있는 경우에는 수신확인통지를 받은 후 즉시 구매신청 변경 및 취소를 요청할 수 있고 "몰"은 배송 전에 이용자의 요청이 있는 경우에는 지체 없이 그 요청에 따라 처리하여야 합니다. 다만 이미 대금을 지불한 경우에는 제15조의 청약철회 등에 관한 규정에 따릅니다.

제13조(재화 등의 공급)

① "몰"은 이용자와 재화 등의 공급시기에 관하여 별도의 약정이 없는 이상, 이용자가 청약을 한 날부터 7일 이내에 재화 등을 배송할 수 있도록 주문제작, 포장 등 기타의 필요한 조치를 취합니다. 다만, "몰"이 이미 재화 등의 대금의 전부 또는 일부를 받은 경우에는 대금의 전부 또는 일부를 받은 날부터 3영업일 이내에 조치를 취합니다. 이때 "몰"은 이용자가 재화 등의 공급 절차 및 진행 사항을 확인할 수 있도록 적절한 조치를 합니다.

② "몰"은 이용자가 구매한 재화에 대해 배송수단, 수단별 배송비용 부담자, 수단별 배송기간 등을 명시합니다. 만약 "몰"이 약정 배송기간을 초과한 경우에는 그로 인한 이용자의 손해를 배상하여야 합니다. 다만 "몰"이 고의·과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니합니다.

제14조(환급) "몰"은 이용자가 구매신청한 재화 등이 품절 등의 사유로 인도 또는 제공을 할 수 없을 때에는 지체 없이 그 사유를 이용자에게 통지하고 사전에 재화 등의 대금을 받은 경우에는 대금을 받은 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 취합니다.

제15조(청약철회 등)

① "몰"과 재화등의 구매에 관한 계약을 체결한 이용자는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조 제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받은 날(그 서면을 받은 때보다 재화 등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화 등을 공급받거나 재화 등의 공급이 시작된 날을 말합니다)부터 7일 이내에는 청약의 철회를 할 수 있습니다. 다만, 청약철회에 관하여 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」에 달리 정함이 있는 경우에는 동 법 규정에 따릅니다.

② 이용자는 재화 등을 배송 받은 경우 다음 각 호의 1에 해당하는 경우에는 반품 및 교환을 할 수 없습니다.

1. 이용자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우(다만, 재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우에는 청약철회를 할 수 있습니다)
2. 이용자의 사용 또는 일부 소비에 의하여 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
3. 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화등의 가치가 현저히 감소한 경우

4. 같은 성능을 지닌 재화 등으로 복제가 가능한 경우 그 원본인 재화 등의 포장을 훼손한 경우

③ 제2항제2호 내지 제4호의 경우에 "몰"이 사전에 청약철회 등이 제한되는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있는 곳에 명기하거나 시용상품을 제공하는 등의 조치를 하지 않았다면 이용자의 청약철회 등이 제한되지 않습니다.

④ 이용자는 제1항 및 제2항의 규정에 불구하고 재화 등의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 때에는 당해 재화 등을 공급받은 날부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약철회 등을 할 수 있습니다.

제16조(청약철회 등의 효과)

① "몰"은 이용자로부터 재화 등을 반환받은 경우 3영업일 이내에 이미 지급받은 재화 등의 대금을 환급합니다. 이 경우 "몰"이 이용자에게 재화등의 환급을 지연한때에는 그 지연기간에 대하여 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행령」 제21조의2에서 정하는 지연이자율을 곱하여 산정한 지연이자를 지급합니다.

② "몰"은 위 대금을 환급함에 있어서 이용자가 신용카드 또는 전자화폐 등의 결제수단으로 재화 등의 대금을 지급한 때에는 지체 없이 당해 결제수단을 제공한 사업자로 하여금 재화 등의 대금의 청구를 정지 또는 취소하도록 요청합니다.

③ 청약철회 등의 경우 공급받은 재화 등의 반환에 필요한 비용은 이용자가 부담합니다. "몰"은 이용자에게 청약철회 등을 이유로 위약금 또는 손해배상을 청구하지 않습니다. 다만 재화 등의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행되어 청약철회 등을 하는 경우 재화 등의 반환에 필요한 비용은 "몰"이 부담합니다.

④ 이용자가 재화 등을 제공받을 때 발송비를 부담한 경우에 "몰"은 청약철회 시 그 비용을 누가 부담하는지를 이용자가 알기 쉽도록 명확하게 표시합니다.

제17조(개인정보보호)

① "몰"은 이용자의 개인정보 수집시 서비스제공을 위하여 필요한 범위에서 최소한의 개인정보를 수집합니다.

② "몰"은 회원가입시 구매계약이행에 필요한 정보를 미리 수집하지 않습니다. 다만, 관련 법령상 의무이행을 위하여 구매계약 이전에 본인확인이 필요한 경우로서 최소한의 특정 개인정보를 수집하는 경우에는 그러하지 아니합니다.

③ "몰"은 이용자의 개인정보를 수집·이용하는 때에는 당해 이용자에게 그 목적을 고지하고 동의를 받습니다.

④ "몰"은 수집된 개인정보를 목적외의 용도로 이용할 수 없으며, 새로운 이용목적이 발생한 경우 또는 제3자에게 제공하는 경우에는 이용·제공단계에서 당해 이용자에게 그 목적을 고지하고 동의를 받습니다. 다만, 관련 법령에 달리 정함이 있는 경우에는 예외로 합니다.

⑤ "몰"이 제2항과 제3항에 의해 이용자의 동의를 받아야 하는 경우에는 개인정보관리 책임자의 신원

(소속, 성명 및 전화번호, 기타 연락처), 정보의 수집목적 및 이용목적, 제3자에 대한 정보제공 관련사항 (제공받은자, 제공목적 및 제공할 정보의 내용) 등 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제22조제2항이 규정한 사항을 미리 명시하거나 고지해야 하며 이용자는 언제든지 이 동의를 철회할 수 있습니다.

⑥ 이용자는 언제든지 "몰"이 가지고 있는 자신의 개인정보에 대해 열람 및 오류정정을 요구할 수 있으며 "몰"은 이에 대해 지체 없이 필요한 조치를 취할 의무를 집니다. 이용자가 오류의 정정을 요구한 경우에는 "몰"은 그 오류를 정정할 때까지 당해 개인정보를 이용하지 않습니다.

⑦ "몰"은 개인정보 보호를 위하여 이용자의 개인정보를 취급하는 자를 최소한으로 제한하여야 하며 신용카드, 은행계좌 등을 포함한 이용자의 개인정보의 분실, 도난, 유출, 동의 없는 제3자 제공, 변조 등으로 인한 이용자의 손해에 대하여 모든 책임을 집니다.

⑧ "몰" 또는 그로부터 개인정보를 제공받은 제3자는 개인정보의 수집목적 또는 제공받은 목적을 달성한 때에는 당해 개인정보를 지체 없이 파기합니다.

⑨ "몰"은 개인정보의 수집·이용·제공에 관한 동의 란을 미리 선택한 것으로 설정해두지 않습니다. 또한 개인정보의 수집·이용·제공에 관한 이용자의 동의거절시 제한되는 서비스를 구체적으로 명시하고, 필수수집항목이 아닌 개인정보의 수집·이용·제공에 관한 이용자의 동의 거절을 이유로 회원가입 등 서비스 제공을 제한하거나 거절하지 않습니다.

제18조("몰"의 의무)

① "몰"은 법령과 이 약관이 금지하거나 공서양속에 반하는 행위를 하지 않으며 이 약관이 정하는 바에 따라 지속적이고, 안정적으로 재화·용역을 제공하는데 최선을 다하여야 합니다.

② "몰"은 이용자가 안전하게 인터넷 서비스를 이용할 수 있도록 이용자의 개인정보(신용정보 포함) 보호를 위한 보안 시스템을 갖추어야 합니다.

③ "몰"이 상품이나 용역에 대하여 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 소정의 부당한 표시·광고행위를 함으로써 이용자가 손해를 입은 때에는 이를 배상할 책임을 집니다.

④ "몰"은 이용자가 원하지 않는 영리목적의 광고성 전자우편을 발송하지 않습니다.

제19조(회원의 ID 및 비밀번호에 대한 의무)

① 제17조의 경우를 제외한 ID와 비밀번호에 관한 관리책임은 회원에게 있습니다.

② 회원은 자신의 ID 및 비밀번호를 제3자에게 이용하게 해서는 안됩니다.

③ 회원이 자신의 ID 및 비밀번호를 도난당하거나 제3자가 사용하고 있음을 인지한 경우에는 바로 "몰"에 통보하고 "몰"의 안내가 있는 경우에는 그에 따라야 합니다.

제20조(이용자의 의무) 이용자는 다음 행위를 하여서는 안 됩니다.

1. 신청 또는 변경시 허위 내용의 등록
2. 타인의 정보 도용

3. “몰”에 게시된 정보의 변경
4. “몰”이 정한 정보 이외의 정보(컴퓨터 프로그램 등) 등의 송신 또는 게시
5. “몰” 기타 제3자의 저작권 등 지적재산권에 대한 침해
6. “몰” 기타 제3자의 명예를 손상시키거나 업무를 방해하는 행위
7. 외설 또는 폭력적인 메시지, 화상, 음성, 기타 공서양속에 반하는 정보를 몰에 공개 또는 게시하는 행위

제21조(연결“몰”과 피연결“몰” 간의 관계)

① 상위 “몰”과 하위 “몰”이 하이퍼링크(예: 하이퍼링크의 대상에는 문자, 그림 및 동화상 등이 포함됨)방식 등으로 연결된 경우, 전자를 연결 “몰”(웹 사이트)이라고 하고 후자를 피연결 “몰”(웹사이트)이라고 합니다.

② 연결“몰”은 피연결“몰”이 독자적으로 제공하는 재화 등에 의하여 이용자와 행하는 거래에 대해서 보증 책임을 지지 않는다는 뜻을 연결“몰”의 초기화면 또는 연결되는 시점의 팝업화면으로 명시한 경우에는 그 거래에 대한 보증 책임을 지지 않습니다.

제22조(저작권의 귀속 및 이용제한)

① “몰“이 작성한 저작물에 대한 저작권 기타 지적재산권은 ”몰“에 귀속합니다.

② 이용자는 “몰”을 이용함으로써 얻은 정보 중 “몰”에게 지적재산권이 귀속된 정보를 “몰”의 사전 승낙 없이 복제, 송신, 출판, 배포, 방송 기타 방법에 의하여 영리목적으로 이용하거나 제3자에게 이용하게 하여서는 안됩니다.

③ “몰”은 약정에 따라 이용자에게 귀속된 저작권을 사용하는 경우 당해 이용자에게 통보하여야 합니다.

제23조(분쟁해결)

① “몰”은 이용자가 제기하는 정당한 의견이나 불만을 반영하고 그 피해를 보상처리하기 위하여 피해보상처리기구를 설치·운영합니다.

② “몰”은 이용자로부터 제출되는 불만사항 및 의견은 우선적으로 그 사항을 처리합니다. 다만, 신속한 처리가 곤란한 경우에는 이용자에게 그 사유와 처리일정을 즉시 통보해 드립니다.

③ “몰”과 이용자 간에 발생한 전자상거래 분쟁과 관련하여 이용자의 피해구제신청이 있는 경우에는 공정거래위원회 또는 시·도지사가 의뢰하는 분쟁조정기관의 조정에 따를 수 있습니다.

제24조(재판권 및 준거법)

① “몰”과 이용자 간에 발생한 전자상거래 분쟁에 관한 소송은 제소 당시의 이용자의 주소에 의하고, 주소가 없는 경우에는 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 합니다. 다만, 제소 당시 이용자의 주소 또는 거소가 분명하지 않거나 외국 거주자의 경우에는 민사소송법상의 관할법원에 제기합니다.

② “몰”과 이용자 간에 제기된 전자상거래 소송에는 한국법을 적용합니다.

02 공정거래 자율준수 체크리스트

□ 제정목적

- 공정거래 자율준수 체크리스트를 통해 임직원들이 보다 쉽게 공정거래 관련 법령 위반 여부를 확인할 수 있게 함으로써, 법 위반 Risk를 최소화하고자 함

□ 활용방법

- 임직원은 체크리스트상 하나라도 해당되는 사항이 있는 경우, 해당 행위를 중지하고 위법사유를 해소하여야 함
- 본 체크리스트를 통해서도 위법 여부를 판단하기 어려운 사안은 자율준수전담부서(준법지원팀)에 문의 필요

1. 협력업체 관련

가. 계약조건의 협상

1) 상품의 가격 및 계약금액의 협상

순 번	항 목	해당여부	
1	시장지배적 지위를 이용하여 상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정하였는가?	O	X
2	협력업체에 따라 내부기준과 다른 가격을 적용하였는가?	O	X
3	협력업체에게 당사가 부담해야 할 비용을 전가하였는가?	O	X
4	협력업체에게 통상적인 시장가격보다 현저히 낮은 가격으로 납품하게 하였는가?	O	X
5	협력업체의 판촉비용 분담비율이 50%를 초과하는가?	O	X
6	방송제작비용(출연료 등)을 부당하게 협력업체에게 전가하였는가?	O	X

2) 기타 계약조건의 협상

순 번	항 목	해당여부	
1	합리적 내부기준 없이 협력업체를 차별적으로 취급하였는가?	O	X
2	협력업체에 따라 내부기준과 다른 판매조건(수량, 품질 등)을 적용하였는가?	O	X
3	협력업체에게 구입의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하였는가?	O	X
4	협력업체에게 금전·물품 등의 경제상 이익을 제공하도록 강요하였는가?	O	X
5	협력업체로부터 금품 등을 받거나 공직자 등에게 금품 등을 제공했는가?	O	X
6	협력업체로부터 부정청탁을 받거나 공직자 등에게 부정청탁을 하였는가?	O	X
7	부당하게 협력업체에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정하였는가?	O	X
8	부당하게 협력업체에게 당사 또는 당사의 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않도록 거래조건을 설정하였는가?	O	X

나. 계약의 체결(계약서면 교부 및 보존)

순 번	항 목	해당여부	
1	협력업체에게 계약서면 교부 전에 계약이행의 준비를 요구하였는가?	O	X
2	협력업체에게 계약체결 즉시 주요 계약사항이 적힌 서면을 교부하는 것을 누락, 거부하였는가?	O	X
3	판매촉진행사 관련 주요 계약사항을 사전에 명확하게 약정하고 협력업체에게 서면으로 교부하는 것을 누락, 거부하였는가?	O	X
4	계약 서면상 양 당사자 중 어느 일방의 기명날인 또는 서명이 누락되었는가?	O	X
5	계약서 등 거래에 관한 주요 서류 원본을 보관하지 않았는가?	O	X
6	계약이 끝난 날로부터 5년이 경과하지 않았는데 계약서 등 주요 서류를 폐기, 삭제하였는가?	O	X
7	제조사 또는 수입사인 협력업체가 PL보험에 가입하지 않았는가?	O	X
8	제조사 또는 수입사인 협력업체가 해당 상품 관련 법령(화장품법, 의료기기법, 건강기능식품에 관한 법률, 식품위생법, 약사법) 등 환경/안전/보건 관련 기준을 준수하지 않았는가?	O	X
9	협력업체의 상품이 제 3자 등 타인의 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권, 저작권, 초상권 등이나 영업비밀을 무단으로 침해하는가?	O	X

다. 계약의 이행

1) 계약 이행 전반

순 번	항 목	해당여부	
1	협력업체에게 계약 이행과정에서 부당하게 불이익을 제공하거나 이익을 제공하게 강요하였는가?	O	X
2	협력업체에게 매월 판매목표를 부여하고, 실제 판매액이 목표액에 미달했을 경우 불이익을 제공하였는가?	O	X
3	협력업체가 임직원을 선임·해임함에 있어서 당사의 지시 또는 승인을 얻게 함으로써 경영활동을 간섭하였는가?	O	X
4	협력업체의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용 등을 제한함으로써 경영활동을 간섭하였는가?	O	X
5	합리적 이유 없이 협력업체의 거래처 또는 판매내역 등을 조사하였는가?	O	X
6	당초 체결한 계약내용과 달리 협력업체의 취급품목이나 가격, 요금 등에 관하여 지도를 하거나 당사의 허가나 승인을 받도록 하였는가?	O	X
7	합리적 이유 없이 협력업체의 업무용 차량 증가를 요구하였는가?	O	X
8	협력업체가 보유한 경영정보를 부당하게 요구하였는가?	O	X
9	협력업체에게 경영정보를 요구하면서 경영정보 제공 관련 약정을 체결하지 않았는가?	O	X
10	협력업체에게 경영정보 요구 시 체결한 서면에 양 당사자 모두가 서명, 기명 날인하지 않았는가?	O	X
11	매출 부진에 따른 판매수수료 수입 부족분을 보전하기 위하여 협력업체에게 당초 체결한 계약에 없던 금전 제공을 요구하였는가?	O	X
12	협력업체의 의사에 반하여 판촉행사에 참여하게 하였는가?	O	X

2) 납품

순 번	항 목	해당여부	
1	협력업체로부터 납품 받은 상품을 정당한 사유 없이 반품하였는가?	O	X
2	협력업체와 납품계약을 체결한 상품의 전부 또는 일부에 대한 수령을 거부하거나 지체하였는가? (상품의 훼손이나 결함, 주문한 상품과 다른 상품인 경우 등 정당한 사유 있는 경우 제외)	O	X
3	매입전표 발생 2일을 경과한 후 신선 농·수·축산물을 반품하였는가?	O	X

3) 대금정산

순 번	항 목	해당여부	
1	공사도급계약 체결 시 약정한 하자보수보증금율과 달리, 준공검사 시 일방적으로 하자보수보증금율을 상향 조정하여 징구하였는가?	O	X
2	합리적 이유 없이 당사가 물가변동으로 인한 공사비 인상 요인을 불인정하였는가?	O	X
3	당사의 책임으로 인해 추가로 발생한 비용을 협력업체에게 불지급하였는가?	O	X
4	당사의 귀책사유로 이행지체가 발생한 경우에도 상당기간 지연이자를 지급하지 않아 협력업체가 사실상 수령을 포기하도록 하였는가?	O	X
5	납품 받은 이후에 정당한 사유 없이 상품대금을 감액하였는가?	O	X
6	협력업체와 사전 협의 없이 임의로 가격을 인하하여 판매하고 가격인하로 인한 손실분을 대금 정산 시 감액 후 지급하였는가?	O	X
7	판매과정에서 발생한 손실분을 대금 정산 시 감액 후 지급하였는가?	O	X
8	협력업체의 서면동의 없이 협력업체에게 불리한 방송 일자나 시간대로 변경하거나, 당초 계약한 사은품이나 상품 구성내용을 변경하여 협력업체로 하여금 추가로 비용을 부담하도록 하였는가?	O	X
9	중간유통업자의 실질적 역할이 거의 없거나 협력업체가 원하지 않음에도 불구하고, 중간유통업자를 통해 납품하도록 함으로써 협력업체에게 불필요한 비용을 부담하게 하였는가?	O	X
10	상품판매대금을 월 판매마감일로부터 40일을 경과하도록 지급을 지연하였는가?	O	X
11	상품판매대금을 대규모유통업법상 지급기한(월 판매마감일로부터 40일)을 경과하여 지급하면서 그에 대한 지연이자를 지급하지 않았는가?	O	X
12	상품판매대금을 상품권이나 물품 등으로 지급하였는가?	O	X

라. 계약의 변경

1) 상품의 가격 및 계약금액의 변경

순 번	항 목	해당여부	
1	협력업체와 계약 체결 시 결정한 단가를 판매부진, 계절경과, 원가절감 등을 이유로 새로운 계약을 체결하여 감액하고, 감액한 단가를 소급하여 적용하였는가?	O	X
2	협력업체와 계약을 체결한 상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 유지 또는 변경하는 행위를 하였는가?	O	X
3	계약서에 규정되어 있는 수수료율, 지급대가 수준 등을 일방적으로 협력업체에게 불리하게 변경하였는가?	O	X
4	판매실적 부진 등을 이유로, 아직 진행되지 않은 나머지 방송에 대한 수수료 수취 방식을 정액제나 혼합제로 변경함으로써 정률제 대비 높은 수수료를 부담하도록 하였는가?	O	X

2) 기타 계약조건의 변경

순 번	항 목	해당여부	
1	계약기간 중에 정상적인 거래관행에 비추어 부당한 거래조건을 추가한 새로운 계약을 일방적으로 체결하였는가?	O	X
2	시장지배적 지위를 이용하여 상품의 판매 또는 용역의 제공을 부당하게 조절하는 행위를 하였는가?	O	X
3	부당하게 협력업체에게 불이익이 되도록 거래조건을 변경 하였는가?	O	X
4	협력업체가 관계기관에 신고했다는 이유로 계약조건 변경 등의 불이익을 제공하였는가?	O	X
5	방송편성을 조건으로 상품판매방송의 일자, 시각, 분량 및 제작비용을 불공정하게 결정·취소 또는 변경하게 하는 행위를 하였는가?	O	X

마. 계약의 중단

순 번	항 목	해당여부	
1	계약 체결 후 계약기간 내 또는 많은 투자비용이 투입된 후 상당한 기간이 경과되지 아니한 상태에서 일방적으로 거래를 중단하였는가?	O	X
2	협력업체와 상호 협의 없이 일시에 거래중단 또는 거래물량을 축소하였는가?	O	X
3	협력업체의 매출부진 우려 등을 이유로 부당하게 일방적으로 거래중단 또는 거래물량을 축소하였는가?	O	X
4	약정 방송 횟수 중 진행되지 않은 나머지 회차의 방송에 대해 매출 부진 등을 이유로 일방적으로 방송 편성을 취소하였는가?	O	X
5	협력업체가 관계기관에 신고했다는 이유로 거래중단 등의 불이익을 제공하였는가?	O	X
6	협력업체에게 충분한 유예기간을 주지 않고 일방적으로 계약을 해지하였는가?	O	X

2. 고객 관련

가. 고객의 유인(청약의 유인)

순 번	항 목	해당여부	
1	거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하거나 소비자와 거래하였는가?	O	X
2	정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과대한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 당사와 거래하도록 유인하였는가?	O	X
3	경쟁사업자의 고객을 당사와 거래하도록 유인하는 과정에서 불법적인 수단을 사용하였는가?	O	X
4	당사와 거래하도록 하기 위해 당사의 상품 또는 용역을 구입하는 고객에게 음성적인 리베이트를 지급하거나 지급할 제의를 하였는가?	O	X
5	경쟁사업자의 고객을 당사와 거래하도록 소개·의뢰·추천하는 자에게 리베이트 등의 이익을 제공하거나 제공하겠다는 제의를 함으로써 고객을 유인하였는가?	O	X
6	당사 제품의 품질이나 거래조건 등이 실제보다 현저히 우량하거나 경쟁사업자보다 현저히 유리한 것으로 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 당사와 거래하도록 유인하였는가?	O	X

7	사실과 달리 가격이나 품질, 성능, AS 조건 등이 경쟁사업자의 것보다 현저히 우수한 것으로 고객을 오인시켜 당사와 거래하도록 하였는가?	O	X
8	경쟁사업자의 품질이나 거래조건 등이 실제보다 현저히 불량하거나 당사보다 현저히 불리한 것으로 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 당사와 거래하도록 유인하였는가?	O	X
9	경쟁사업자의 부도 임박·정부지원 대상에서 제외 등의 근거 없는 사실을 유포하여 고객을 당사와 거래하도록 유인하는 행위를 하였는가?	O	X
10	영업사원들이 경쟁사업자의 제품을 근거 없이 비방하면서 고객을 유인하는 행위를 하였는가?	O	X
11	할인판매를 한다고 선전하면서 예상 수요를 충족시키기에 현저히 부족한 수량만을 할인판매 대상으로 하여 고객을 유인하였는가?	O	X
12	경쟁사업자와 그 고객의 거래에 대하여 계약성립의 저지, 계약불이행의 유인의 방법으로 거래를 부당하게 방해함으로써 경쟁자의 고객을 당사와 거래하도록 유인하였는가?	O	X
13	상품 가격을 높게 설정하고 가격을 부풀려 마련한 보조금을 고객에게 지급하는 방법으로 고객으로 하여금 가격이 저렴한 것으로 오인시켜 유인하였는가?	O	X
14	고객 선호도가 높은 인기 제품에 당사 또는 계열회사의 다른 제품을 강제로 끼워 구입하도록 하면서, 이를 거절하면 인기 제품의 판매를 거절하거나 판매물량을 축소하였는가?	O	X
15	소비자와의 계약을 체결하기 전에 제공해야 하는 주문 취소·반품 등의 기한·행사 방법과 효과에 관한 사항, 거래에 관한 약관 등의 정보의 표시를 누락하였는가?	O	X
16	휴대폰으로 광고문자메시지를 전송하면서 ① 유료에 대한 표시를 하지 않거나, ② "연락했는데 연락이 없네요" 등의 표현을 쓰거나, ③ 당첨상술을 쓰는 방법 등에 의하여 소비자로 하여금 전화를 걸게 하는 행위 등을 하였는가?	O	X
17	판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 이를 표시하지 아니하여 소비자로 하여금 주문만 하면 구매할 수 있는 것으로 오인하게 하였는가?	O	X
18	소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 팩스, 컴퓨터통신 또는 전자우편 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하였는가?	O	X
19	이미 특가상품이 매진되어 구매가 불가능함에도 계속하여 배너광고에 해당 상품이 표시되도록 방치하였는가?	O	X
20	실제 판매가격이 아닌 가격을 최저가로 표시하거나, 다른 사업자와 비교하여 최저가가 아님에도 불구하고 최저가라고 표시하였는가?	O	X
21	제품의 특성과 관련 없이 부가서비스를 구입한 상품에 대해서만 '프리미엄 상품' 영역에 전시하는 등 소비자로 하여금 해당 상품이 다른 상품보다 우수한 것으로 오인하게 하였는가?	O	X
22	상품을 게시할 때 상품판매량에 가격대별 가중치를 적용하여 가격이 높은 상품이 먼저 게시되도록 하였는가?	O	X
23	소재, 원재료 등을 사실보다 우수한 것으로 표기하여 품질이 우수한 것처럼 소비자들을 현혹하였는가?	O	X
24	모바일 쇼핑몰에 "모바일 특가" 코너를 운영하면서 실제로는 일반 쇼핑몰과 동일 가격으로 상품을 판매하였는가?	O	X

25	자사 포인트 등으로 다량으로 상품을 구매하여 판매개수를 과장되게 보이게 한 후 이를 취소하는 방식으로 소비자들의 구매를 유인하였는가?	O	X
26	상품후기 중에서 불만적인 후기를 선별하여 미공개하거나 삭제하였는가?	O	X
27	실제로 구매하여 사용하지도 않은 상품들에 대해서 허위로 유리한 상품평 등을 직접 또는 제 3자를 통해 작성하여 게시하게 하였는가?	O	X

【표시·광고 관련】

• 가격에 관한 표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	상품 등의 가격을 사실과 다르게 표시·광고하였는가?	O	X
2	상품을 할인 또는 가격인하 하여 판매하고자 하는 경우, 20일을 경과하지 않은 허위의 종전거래가격을 현재 판매가격과 비교하여 표시·광고하였는가?	O	X
3	허위의 경쟁사업자 가격을 당사의 판매가격과 비교하여 표시·광고하였는가?	O	X
4	중고품, 하자품 또는 판매시기가 지난 재고상품이나 구형의 상품 등인 것을 정상 상품인 것으로 표시·광고하였는가?	O	X
5	할인율 등을 사실과 다르게 표시·광고하였는가?	O	X
6	동종 상품 중 일부 상품만 할인판매하면서 동종 상품 전부를 할인판매하는 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
7	재고가 충분하지 않으면서 장기간 할인판매를 실시하는 것으로 표시·광고하였는가?	O	X
8	표시·광고한 한정판매수량 또는 한정판매기간을 초과하여 판매하였는가?	O	X
9	할인특매가 아니면서 할인특매인 것처럼 오인하게 표시·광고하였는가?	O	X
10	실제의 할부판매가격을 명시하지 아니함으로써 현금(일시불)판매가격이 할부판매가격인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위를 하였는가?	O	X
11	할부금리를 표시·광고하지 않고 할부액만 표시·광고함으로써 할부판매가격과 현금(일시불)판매가격이 동일한 것처럼 오인시킬 우려가 있거나 양 가격의 비교를 어렵게 하는 표시·광고행위를 하였는가?	O	X
12	선택경비(선택관광 경비 등 현지에서 개별 구매자의 필요나 선택에 의하여 지출하게 되는 경비)가 있음에도 이를 표시하지 않거나 선택에 따라 자유롭게 지불할 수 있다는 점을 미고지하였는가?	O	X
13	세일한다는 표지를 두고 일부 상품은 정상가격으로 판매하고 있음에도 불구하고 정상가격을 할인한 가격인것처럼 표시·광고행위를 하였는가?	O	X
14	특정 조건이나 제한적 상황 하에서만 표시·광고에서 제시한 가격 또는 거래조건 등을 충족할 수 있음에도 불구하고 이러한 조건이나 상황을 은폐하여 표시·광고행위를 하였는가?	O	X

• 원재료, 성분에 관한 표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	실제 사용되지 않는 원자재나 성분이 포함된 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
2	실제 사용된 양보다 많이 또는 적게 포함된 것처럼 과장하여 표시·광고하였는가?	O	X
3	실제는 수입원재료를 사용하지 아니하였음에도 불구하고 수입원재료를 사용한 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X

4	실제는 수입원재료를 사용하였음에도 불구하고 수입원재료를 사용하지 않은 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
5	사용된 원재료나 성분이 수입된 것을 완제품이 수입된 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
6	부수된 원재료나 성분을 가지고 전체의 주된 성분인 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X

• 품질, 성능, 효능 등에 관한 표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	품질 또는 성능이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해 수준에 해당한다고 하거나 당해 수준에 해당하는 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
2	성능이 발휘될 수 있는 판단기준을 명시하지 아니하고 막연히 일정 성능을 발휘한다고 표시·광고하였는가?	O	X
3	일부 또는 부분에 관련되는 품질 또는 성능을 전체에 관련되는 품질 또는 성능인 것처럼 과장하여 표시·광고하였는가?	O	X
4	표시·광고된 상품의 성능이나 효능이 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니하였는데도 불구하고 확실하게 발휘되는 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
5	특허 등록 자체가 상품의 성능·효능이나 안전성을 인정하는 것은 아닌데도 특허 등록 사실 그 자체만으로 성능·효능의 우수성 또는 안전성 등을 표시·광고하였는가?	O	X

• 규격, 용량, 수량 등에 관한 표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	규격이 일정한 기준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해 규격에 해당한다고 하거나 해당하는 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
2	실제 용량 또는 수량과 다르게 용량 또는 수량을 표시·광고하였는가?	O	X
3	용량을 실제보다 크게 나타내기 위하여 외형의 크기를 내형의 크기인 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X

• 원산지, 제조자에 관한 표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	국내에서 제조되었음에도 불구하고(수출 불합격품 또는 수출반품을 포함한다) 외국문자, 외국어 등으로만 표시·광고함으로써 그 표시·광고된 내용으로 보아서는 국산품인지 수입품인지를 식별하기가 불가능하거나 곤란하게 표시·광고하였는가?	O	X
2	외국에서 수입된 상품을 마치 국산품인 것처럼 원산지를 사실과 다르게 표시·광고하였는가?	O	X
3	당해 상품의 원산지와 관계없는 국가의 문자, 국기 등을 사용하여 표시·광고하면서 실제 원산지를 표시·광고하지 아니하거나 소비자가 이를 식별하기 곤란하게 표시·광고하였는가?	O	X
4	외국회사와 기술 제휴하여 국내에서 생산·판매하는 상품인 경우에 외국상표나 외국제조회사의 명칭만 표시·광고하고 국내에서 생산된 상품이라는 사실은 표시·광고하지 아니하거나 소비자의 식별이 곤란하게 표시·광고하였는가?	O	X
5	일부 재료나 성분만 수입되고 실제는 국내에서 제조, 조립 또는 가공되었는데도 불구하고 외국에서 생산 또는 수입된 것처럼 표시·광고하고 제조업자를 표시·광고하지 아니하였는가?	O	X

6	타사업자가 제조한 것처럼 표시·광고하거나 타사업자의 상표와 유사한 상표를 표시·광고함으로써 일반소비자로 하여금 제조자를 혼동시킬 우려가 있는 표시·광고행위를 하였는가?	O	X
7	상품이 국내 유명산지에서 생산된 것처럼 사실과 다르게 표시·광고하거나 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위를 하였는가?	O	X
8	제조자 식별이 곤란한 제품을 다수의 사업자로부터 구입·판매함에도 불구하고, 특정 사업자가 공급한 제품만을 판매하는 것처럼 그 사업자의 상표 또는 상호를 표시·광고하였는가?	O	X

• 비교표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	당사 상품과 거래통념상 동등한 것으로 인정되지 아니하는 다른 사업자의 상품을 비교하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고를 하였는가?	O	X
2	가격, 성능, 품질, 판매량, 서비스내용 등의 비교기준이 당사의 상품과 다른 사업자의 상품간에 동일하지 않거나, 비교기준이 적정하고 합리적으로 설정되지 않았는데도 비교 표시·광고를 하였는가?	O	X
3	비교내용이 허위이거나 소비자의 상품선택을 위하여 유용하지 않은 표시·광고행위를 하였는가?	O	X
4	주관적이거나 불공정하게 비교가 이루어졌는가?	O	X
5	시험·조사 결과를 인용할 때 그 내용을 제대로 인용하지 않고 비교 표시·광고를 하였는가?	O	X
6	다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품이 실제보다 현저히 열등 또는 불리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 하는 표시·광고인가?	O	X
7	자기가 공급하는 상품이 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하여 객관적으로 입증할 수 없음에도 “최대”, “최고”, “최초”, “제일”, “유일”등 배타성을 띤 절대적 표현의 용어를 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위를 하였는가?	O	X

• 기타 표시·광고

순 번	항 목	해당여부	
1	상품 등의 표시·광고를 함에 있어, 중요한 표시·광고사항 고시의 중요정보를 누락하였는가?	O	X
2	당사의 규모, 연혁, 생산시설, 수상경력, 사업계획, 사업실적, 기술제휴 등을 사실과 다르게 또는 사실을 과장하거나 모호하게 표시·광고하였는가?	O	X
3	분양상품 광고 시, 구체적인 사업 진척사항이 없는데도 불구하고 구체적인 조감도와 함께 확정된 사실인 것처럼 표시·광고하였는가?	O	X
4	제조일자, 포장일자, 유효기간 등을 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하였는가?	O	X
5	상품의 제조방법을 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하였는가?	O	X
6	상품등의 특징을 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 모호하게 표시·광고하였는가?	O	X

【심의 및 방송 관련】

순 번	항 목	해당여부	
1	구매에 영향을 미치는 중요한 정보를 생략하여 방송하였는가?	O	X
2	방송 시, 지나치게 작은 글자로 자막고지를 하거나 짧은 시간 또는 빠른 속도로 고지하는 등 시청자가 명확하게 알기 어려운 방식으로 고지하였는가?	O	X
3	허위 또는 기만적인 내용을 방송하였는가?	O	X
4	부분적으로 사실이지만 전체적으로 시청자가 오인할 우려가 있는 내용을 방송하였는가?	O	X
5	방송 시, 상품과 관련된 동일한 사항에 대하여 자막, 음성 또는 소품을 통하여 서로 다른 정보를 제공함으로써 시청자를 오인하게 하였는가?	O	X
6	방송 시, 시청자의 윤리적 감정이나 정서를 해치는 표현을 사용하였는가?	O	X
7	과도한 신체의 노출이나 음란·선정적인 내용을 방송하였는가?	O	X
8	신체의 특정 부위를 지나치게 부각시켜 선정적으로 방송하였는가?	O	X
9	방송 시, 소송 등 재판에 계류 중인 사건 또는 국가기관에 의한 분쟁의 조정이 진행 중인 사건에 대한 일방적 주장이나 설명을 다루었는가?	O	X
10	특정 방송프로그램의 주요 고정출연자가 상품소개 및 판매방송에 출연하여 특정 방송프로그램으로 오인될 수 있는 상황설정이나 기법을 사용하여 방송하였는가?	O	X
11	방송 시, 제조원, 원산지를 오인하게 할 우려가 있는 자료화면, 자막, 표현 등을 사용하였는가?	O	X
12	수량에 제한이 없음에도 한정판매 등의 표현을 허위로 사용하여 방송하였는가?	O	X
13	사실과 다른 “처음”, “마지막”, “단 한번” 등의 한정표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
14	방송 시, “주문쇄도”, “매진임박” 등의 표현을 허위로 사용하여 시청자가 충동적으로 상품을 구매하도록 유도하였는가?	O	X
15	시청자에게 약속한 편성시간을 준수하지 않고 방송하였는가?	O	X
16	보도형식으로 방송을 진행할 경우, 시청자가 이를 보도프로그램으로 오인하게 방송하였는가?	O	X
17	언론사의 보도내용이나 그 밖의 방송프로그램의 내용을 인용하여 방송할 경우, 해당 언론사의 명칭 또는 프로그램의 명칭을 지나치게 부각시켜 시청자의 구매를 유도하였는가?	O	X
18	공인된 기관의 임상시험 결과 등 객관적인 자료로 입증할 수 없음에도 불구하고 특정성분에 대한 새로운 효능·효과를 소개한 언론사의 보도내용이나 그 밖의 프로그램을 인용하여 방송하였는가?	O	X
19	특정 기업이나 개인에 대한 수상을 해당 상품에 대한 수상으로 오인하도록 표현하여 방송하였는가?	O	X
20	방송 시, 특허출원, 실용신안등록출원, 디자인등록출원 또는 상표등록출원중인 상품에 대해 특허, 실용신안등록, 디자인등록 또는 상표등록을 받은 것처럼 표현하였는가?	O	X
21	방송 시, 특허권, 실용신안권, 디자인권 및 상표권이 설정등록 되었다는 사실만을 근거로 타 제품과 직접적으로 비교하여 강조함으로써 타 제품에 비해 우수하다고 일방적으로 표현하였는가?	O	X
22	방송 시, 학술지의 시험 또는 실험결과 내용을 과장하거나 객관적인 근거 없이 일반화하였는가?	O	X

23	합리적인 근거나 객관적인 자료를 통해 입증되지 않은 최상급 표현을 사용하거나 입증되었다 하더라도 그 근거 또는 자료를 명확하게 고지하지 않고 최상급 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
24	최상급 표현의 사용이 특정 부문 또는 특정 기간에만 사실로 인정됨에도 불구하고 다른 부문 또는 전체에 대하여서도 인정되는 것으로 오인하게 방송하였는가?	O	X
25	해당 상품 및 용역 등과 직접 관련이 없는 사항을 근거로 해당 상품 및 용역 등에 대해 최상급 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
26	재방송임에도 불구하고 이를 자막 등으로 고지하지 않고 방송하였는가?	O	X
27	방송 시, 지나치게 혐오스런 장면 또는 지나친 공포감 조성을 통해 시청자의 구매를 유도하였는가?	O	X
28	미신이나 비과학적 생활태도를 조장하는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
29	상품을 화면으로 제시하는 경우 실제상품 크기와 다르게 하거나 화면에 나타난 상품의 색상, 디자인 등이 차이가 있음에도 그 내용을 표시하지 않아 상품이 실제보다 우수한 것처럼 보이게 표현하여 방송하였는가?	O	X
30	상품 사용에 대한 사용전·후의 비교화면을 방송할 경우, 조명, 사용자의 위치, 각도 등을 다르게 하거나, 지나치게 차이나도록 사용전·후 화면을 사용하여 제품의 우수성을 강조하였는가?	O	X
31	방송사고로 오인하게 할 정도로 오래 지속되는 음향·화면이나 무음향·무영상 상태의 기법을 사용하여 방송하였는가?	O	X
32	재난이나 긴급상황으로 오인하게 할 정도의 음향이나 화면을 사용하여 방송하였는가?	O	X
33	시청자의 정서를 지나치게 불안하게 하는 음향이나 화면을 사용하여 방송하였는가?	O	X
34	사고를 유발할 정도로 안전을 해치는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
35	안전과 관련하여 "완전", "완벽", "전혀" 등의 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
36	국기, 국가, 문화유적 등과 같은 공적 상징물을 위법하게 사용하거나 모독하는 방송을 하였는가?	O	X
37	민족의 존엄성과 긍지를 손상하는 방송을 하였는가?	O	X
38	타민족이나 타문화 등을 비하 또는 모독하거나 조롱하는 내용을 다루는 방송을 하였는가?	O	X
39	환경보호를 저해하는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
40	동물을 살상하거나 학대하는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
41	보호받고 있거나 멸종 위기에 처한 동식물의 멸종, 감소 등을 촉진시킬 우려가 있는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
42	동의 없이 다른 사람의 이름이나 초상을 사용해 방송을 하였는가?	O	X
43	동의 없이 특정 기관이나 단체의 이름, 상징물, 시설 등을 부적절하게 이용한 방송을 하였는가?	O	X
44	국가, 인종, 성, 연령, 직업, 종교, 신념, 장애, 계층, 지역 등을 이유로 차별·편견·갈등을 조장하는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
45	경쟁관계에 있는 상품·용역 또는 기업을 부당한 방법으로 비교하여 방송하였는가?	O	X
46	당해 기업, 상품, 서비스의 우위 또는 특성을 강조함으로써 그 밖의 상품이나 서비스, 또는 기업 전체까지도 우수하다는 표현을 하여 방송하였는가?	O	X

47	상품의 특정 부분에서 우수한 것을 전체적으로 우수한 것으로 표현하여 방송하였는가?	O	X
48	우위 또는 특성을 비교 주장함에 있어 비록 그 내용이 사실이라 할지라도 상대방을 비방 또는 중상하는 방송을 하였는가?	O	X
49	실연·실험·조사 등을 이용한 상품소개 및 판매방송에서 연출이나 재연 등을 할 경우 그것이 연출이나 재연 등임을 밝히지 않고 방송하였는가?	O	X
50	상품의 기능 등을 실연하면서 일반 소비자가 사용하는 환경 및 조건과 현저히 다르게 하여 시청자가 오인하도록 방송하였는가?	O	X
51	사투리 사용 시, 특정 지역 또는 인물을 희화화하거나 부정적으로 묘사하여 방송하였는가?	O	X
52	바른 언어생활을 해치는 억양, 어조, 비속어, 은어, 저속한 조어 및 욕설 등을 사용하여 방송하였는가?	O	X
53	불필요한 외국어를 사용하거나 외국인 어투를 남용하여 방송하였는가?	O	X
54	우리나라의 동요(국내에서 동요로 널리 알려져 있는 외국 노래를 포함한다)를 개사하여 사용하여 방송하였는가?	O	X
55	상품명·제조사 등 상품과 관련된 표현이나 상품의 사용을 권장하는 표현을 우리나라 민요를 개사하여 방송하였는가?	O	X
56	어린이 및 청소년의 품성과 정서, 가치관을 해치는 표현을 하거나, 신체가 과도하게 노출되는 복장으로 어린이 및 청소년을 출연시키거나, 어린이 및 청소년이 지나치게 선정적인 장면을 연출하도록 하여 방송하였는가?	O	X
57	어린이들의 관심을 끄는 상품에 대한 상품소개 및 판매방송 시, 상품의 크기와 비례를 실제 이상으로 보이게 하는 표현, 장난감이 기계적으로 움직이는지 아니면 수동적으로 움직이는지 분명하지 않은 표현, 장난감과 실제 물건이 혼동될 수 있는 소리나 표현 등을 사용하여 방송하였는가?	O	X
58	어린이 대상 상품소개 및 판매방송 시, 주된 상품 이외의 부수적인 제품이나 경품을 강조하여 방송하였는가?	O	X
59	객관적으로 입증되지 않는 근거 불확실한 가격을 비교하여 방송하였는가?	O	X
60	비교기준이 불명확한 3중가격을 표시하여 가격의 저렴함을 강조하여 방송하였는가?	O	X
61	시청자가 할인특매 상품이 아닌 상품을 할인특매 상품으로 오인하도록 방송하였는가?	O	X
62	상품내용을 과다하게 보이기 위하여 본상품이 아닌 추가구성품을 "1+1"과 같이 표시함으로써 시청자가 본상품을 두 개 주는 것으로 오인하게 하거나, 추가구성품을 경품류 또는 할인으로 오인하도록 표현하여 방송하였는가?	O	X
63	제조업자가 임의로 정한 권장소비자가 또는 직매장가를 사용하여 방송하였는가?	O	X
64	개별 단품의 가격을 단순 합산하여 세트 가격과 비교하여 방송하였는가?	O	X
65	인터넷 상의 가격을 비교대상으로 사용하여 방송하였는가?	O	X
66	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 제품에 미세 소량의 특정성분이 함유되어 있는 것을 가지고 해당 제품이 엄청난 효과가 있는 것으로 과장하여 방송하였는가?	O	X
67	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 각종 감사장 또는 체험기를 이용하거나 "한방(韓方)", "특수 제법", "주문 쇄도", "단체 추천" 또는 이와 유사한 내용으로 방송하였는가?	O	X

68	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 공인되지 않은 제조방법에 관한 연구 또는 발견 사실을 인용하거나 명시하는 표현을 사용해 방송하였는가?	O	X
69	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 질병의 예방·치료에 효능이 있다는 내용, 의약품을 대체하거나 의약품의 효능·효과를 증대시킨다는 내용 등을 통해 의약품으로 인식할 우려가 있는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
70	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 원재료나 성분의 효능효과를 해당 식품등의 효능효과로 오인 또는 혼동하게할 우려가 있는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
71	영·유아를 대상으로 하는 식품의 상품소개 및 판매방송 시, 그 상품이 모유를 대체할 수 있다는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
72	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 특정 성분을 함량을 밝히지 않은 채 그 성분을 강조하거나 부각하여 방송하였는가?	O	X
73	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의약품에만 사용하는 명칭 (한약의 처방명을 포함한다)을 사용하여 방송하였는가?	O	X
74	식품등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 등이 식품 등의 기능성을 보증하거나, 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 표현을 사용였는가?(해당 상품의 연구·개발에 직접 참여한 사실을 밝히는 경우 제외)	O	X
75	건강기능식품이 아닌 식품에 관한 방송 임에도 불구하고 “건강기능식품” 문구 또는 도안을 사용하거나 기능성, 효능·효과가 있는 것으로 오인할 수 있는 표현을 사용하여 방송하였는가?	O	X
76	의약외품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의약외품을 의약품으로 오인하게 할 우려가 있는 표현을 사용하였는가?	O	X
77	의약외품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 품질·효능 등에 관하여 객관적으로 확인할 수 없거나 확인되지 아니한 사항을 방송하였는가?	O	X
78	의약외품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표현을 사용하였는가?	O	X
79	의약외품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 경쟁 상품에 대하여 배타성을 띠는 “최고” 또는 “최상” 등의 절대적 표현을 사용하였는가?	O	X
80	의료기기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 품질, 효능 등에 관하여 객관적으로 확인할 수 없거나 확인되지 아니한 사항을 방송하였는가?	O	X
81	의료기기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의사·치과의사·한의사·약사·한약사·대학교수 또는 그 밖의 자가 의료기기를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표현을 사용하였는가? (단, 국민보건의 목적으로 국가·지방자치단체 또는 공공단체가 특정 의료기기를 지정하여 사용하고 있는 사실을 광고하는 경우는 제외)	O	X
82	의료기기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 효능이나 성능을 표현함에 있어서 사용 전·후의 비교 등으로 그 사용결과를 표시 또는 암시하거나 적응증상을 위협적인 내용으로 표시 또는 암시하는 표현을 사용하였는가?	O	X
83	의료기기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 효능·효과를 표현함에 있어서 “이를 확실히 보증한다” 또는 “최고”, “최상” 등의 절대적 표현을 사용하였는가?	O	X
84	의료기기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 사용자의 감사장 또는 체험을 이용하거나 구입, 주문쇄도, 그밖에 이와 유사한 내용의 표현을 사용하였는가?	O	X

85	의료기기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 성능·효능·효과를 암시하는 기사, 사진, 도안 또는 그 밖의 암시적 방법을 이용한 표현을 사용하였는가?	O	X
86	건강보조기구 등의 상품소개 및 판매방송 시, 의료기기로 오인하게 하거나 효능, 효과를 과신하게 하였는가?	O	X
87	건강보조기구 등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 객관적인 근거 없이 안전성을 보장한다는 표현을 하였는가?	O	X
88	화장품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 내용 및 제품의 명칭과 의·약학적 효능·효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있는 표현을 사용하였는가?	O	X
89	화장품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 화장품의 부작용을 부정하거나 부당하게 안전성을 강조하는 표현을 사용하였는가?	O	X
90	기능성화장품 또는 유기농화장품이 아님에도 불구하고, 기능성화장품 또는 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표현을 사용하였는가?	O	X
91	화장품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 의사·치과의사·한의사·약사·의료기관·연구기관 또는 그 밖의 자가 이를 지정·공인·추천·지도·연구·개발 또는 사용하고 있다는 내용이나 이를 암시하는 등의 표현을 사용하였는가?	O	X
92	객관적인 근거 없이 이·미용기구가 "체지방을 분해하고 몸매를 살려준다"거나 기능성화장품의 효능이 있는 것처럼 표현하였는가?	O	X
93	이·미용기구를 사용함으로써 특정 질병에 대하여 효능이 있는 것으로 표현하였는가?	O	X
94	근거 없이 학습교재 등의 학습효과를 과장하는 표현을 사용하였는가?	O	X
95	여행 및 관광 등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 일부 상품에만 적용되는 최저가격을 일반가격으로 오인하게 하는 표현을 사용하였는가?	O	X
96	토지, 건물 등 부동산에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 근거 없이 투자수익을 보장하거나 투기를 조장하는 표현을 사용하였는가?	O	X
97	토지, 건물 등 부동산에 관한 상품소개 및 판매방송 시, "장기저리융자" 등 모호한 금융혜택에 관한 표현을 사용하였는가?	O	X
98	토지, 건물 등 부동산에 관한 상품소개 및 판매방송 시, "근거리", "도보통학 가능", "시내 10분거리" 등 거리나 위치에 관한 불명확한 표현을 사용하였는가?	O	X
99	토지, 건물 등 부동산에 관한 상품소개 및 판매방송 시, "전세값으로 내집마련", "저렴한 분양가" 등 가격과 관련하여 소비자를 오인하게 하는 표현을 사용하였는가?	O	X
100	토지, 건물 등 부동산에 관한 상품소개 및 판매방송 시, "명문학군" 등 교육환경과 관련된 근거 불확실한 표현을 사용하였는가?	O	X
101	속옷상품에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 06시부터 22시사이에 속옷을 착용한 모델이 출연하거나, 속옷을 착용한 사진, 패션쇼 장면, 자료화면 등을 사용하여 방송하였는가?	O	X
102	정수기, 연수기 등에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 객관적인 근거 없이 특정 질병에 치료효과가 있는 것으로 표현하거나 암시하였는가?	O	X
103	정수기에 관한 상품소개 및 판매방송 시, 객관적인 근거 없이 수돗물에 대하여 불신감을 조성하거나 근거 불확실한 건강관련 표현을 사용하였는가?	O	X
104	법령에서 광고를 금지하고 있거나 법령에서 금지된 내용을 방송하였는가?	O	X

105	다음에 해당하는 상품과 용역을 방송하거나 주된 소재로 다루어 방송하였는가? 1. 사설비밀조사업 및 사설탐정 2. 혼인매개, 이성교제 소개업 3. 점술, 심령술, 사주, 관상 등의 감정 및 미신과 관련된 내용 4. 무기, 폭약류 및 이와 식별이 어려운 모조품 5. 도박 및 이와 유사한 사행행위 6. 담배 및 흡연과 관련된 내용 7. 주류 8. 조제분유, 조제우유 9. 금융관련법령에 의해 인·허가받지 않거나 등록하지 않은 금융업	O	X

나. 계약의 체결(주문 및 결제)

순 번	항 목	해당여부	
1	고객에 대하여 합리적 내부기준 없이 차별적 취급을 하였는가?	O	X
2	고객에 따라 당사의 내부기준과 다른 가격을 적용하였는가?	O	X
3	고객에 따라 당사의 내부기준과 다른 판매조건(수량, 품질 등)을 적용하였는가?	O	X
4	당사의 귀책 또는 당사가 공급한 물품 등의 하자로 인하여 계약이 해지·해제된 것과 관련하여 정당한 이유 없이 소비자에게 현저하게 불이익한 내용으로 교환·환급 또는 배상의 내용을 정하는 계약을 체결하였는가?	O	X
5	당사의 귀책 또는 당사가 공급한 물품 등의 하자로 인하여 소비자에게 발생한 손해와 관련하여 정당한 이유 없이 소비자에게 현저하게 불이익한 내용으로 교환·환급 또는 배상의 내용을 정하는 계약을 체결하였는가?	O	X
6	물품 등의 종류, 품질, 안전성, 내용, 거래조건, 거래방식 등 소비자의 구매선택에 영향을 미치는 중요한 사항에 대하여 사실과 다르거나 사실을 은폐 내지는 축소함으로써 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 정보를 제공하여 계약을 체결하였는가?	O	X
7	물품 등의 효과, 효능, 수익률, 이자율, 급부내용, 소비자가 부담하게 될 비용 등 장래 그 변동이 불확실한 사항에 대하여 소비자가 확실한 것으로 잘못 알게 할 우려가 있는 단정적 판단을 제공하여 계약을 체결하였는가?	O	X
8	물품 등의 품질, 내용, 거래조건 등 소비자의 구매선택에 영향을 미치는 중요한 사항에 대하여 다른 사업자가 제공하는 것보다 유리하다고 소비자가 잘못 알게 할 우려가 있는 정보를 제공하여 계약을 체결하였는가?	O	X
9	물품 등의 구입, 이용 또는 설치가 법령에 의해 의무화되어 있다고 소비자가 잘못 알게 할 우려가 있는 정보를 제공하여 계약을 체결하였는가?	O	X
10	당사를 공공기관 혹은 저명한 사회단체 등 공신력이 있는 기관·단체와 관련이 있는 것처럼 소비자가 잘못 알게 할 우려가 있는 정보를 제공하여 계약을 체결하였는가?	O	X
11	물품 등이 공공기관 또는 유명인의 허가·인가·후원·추천 등을 받은 것처럼 잘못 알게 할 우려가 있는 정보를 제공하여 계약을 체결하였는가?	O	X
12	소비자의 신체를 억압하거나 소비자에 대하여 불이익 또는 해악을 끼칠 수 있음을 고지하는 등의 방법으로 소비자의 공포심을 유발하여 계약을 체결하였는가?	O	X
13	물품 등을 구매·이용하지 아니하면 건강, 노후 또는 생활측면에서 불행이 야기될 수 있음을 고지하는 등의 방법으로 소비자의 심리적 불안을 유발하여 계약을 체결하였는가?	O	X

14	물품 등을 판매할 목적을 숨기고 다른 물품을 무상 또는 현저히 저렴하게 제공하는 등의 방법으로 소비자로 하여금 심리적 부담을 유발하거나 정상적인 판단을 할 수 없게 만들어 계약을 체결하였는가?	O	X
15	판매할 물품 등과는 무관한 공연·관광·강연 등의 서비스를 제공하는 등의 방법으로 소비자로 하여금 심리적 부담을 유발하거나 정상적인 판단을 할 수 없게 만들어 계약을 체결하였는가?	O	X
16	계약에 따라 소비자에게 제공되는 급부의 내용, 범위, 시기, 한도 등을 결정하는 요소인 나이, 직업, 수입, 병력(病歷) 등에 관하여 사실과 다른 내용으로 계약서에 기재하도록 소비자에게 권유하여 계약을 체결하였는가?	O	X
17	다단계 판매 또는 이와 유사한 거래에 있어서 장래의 불확실한 사업전망에 대하여 긍정적인 부분만 고지하는 등의 방법으로 소비자로 하여금 은행, 대부업체 등 여신업체로부터 대출을 받도록 하면서 계약을 체결하였는가?	O	X
18	주문 및 결제 시 소비자의 동의를 받지 아니하거나 사전에 고지하지 않고 컴퓨터 프로그램이 설치되도록 하였는가?	O	X

【약관 관련】

• 신의성실의 원칙

순 번	항 목	해당여부	
1	신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은(당사의 이익과 고객의 이익 사이에서 고객에게 부당하게 불리한) 약관조항이 있는가?	O	X
2	계약서에 명시되지 아니한 사항에 대해서는 고객이 일방적으로 당사의 결정에 따르도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
3	계약서의 해석에 고객과 이견이 있을 경우 일방적으로 당사의 해석에 따르도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
4	계약 해지절차에 따라 해지의 의사표시가 고객에게 도달한 때가 아니라, 당사가 고객에게 해지를 통지한 때 해지의 효력이 발생하도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
5	당사의 허락이나 동의 없이는 고객이 단체를 구성하지 못하도록 하거나 집단행위에 참가할 수 없도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
6	고객에게 소송비용 일체 또는 당사에게 유리한 비율로 부담하도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
7	고객이 계약의 거래형태 등 제반 사정에 비추어 예상하기 어려운 약관조항이 있는가?	O	X
8	계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적인 고객의 권리를 제한하는 약관조항이 있는가?	O	X

• 면책조항의 금지

순 번	항 목	해당여부	
1	당사, 당사의 이행보조자 또는 피용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 고객에 대한 법률상의 책임을 배제하는 약관조항이 있는가?	O	X
2	당사가 고객에게 허위 또는 부실한 정보를 제공하는 등 당사의 책임 있는 사유로 고객에게 손해가 발생되었을 경우에도 당사는 일체 책임을 면한다는 약관조항이 있는가?	O	X

3	상당한 이유 없이 고객에 대한 당사의 손해배상범위를 제한하거나 당사가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 약관조항이 있는가?	O	X
4	상당한 이유 없이 고객에 대한 당사의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 약관조항이 있는가?	O	X
5	계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 당사의 책임을 배제 또는 제한하는 약관조항이 있는가?	O	X
6	귀책사유 및 책임의 정도를 고려하지 아니하고 입점 후 화재, 도난 기타 사유로 인한 손해에 대하여 당사가 책임을 지지 아니한다는 약관조항이 있는가?	O	X

• 손해배상액의 예정

순 번	항 목	해당여부	
1	고객에 대하여 부당하게 과중한 지연손해금 등의 손해배상 의무를 부담시키는 약관조항이 있는가?	O	X
2	계약금을 위약금으로 하기로 하는 특약이 있음에도 불구하고, 계약해제로 인하여 당사가 입은 손해에 대하여 고객에게 배상책임을 다시 물을 수 있도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
3	손해배상액의 예정 규정이 있음에도 불구하고, 계약금을 위약금으로 정하는 외에 고객에게 별도로 연체료까지 청구하거나 기납부금에서 공제할 수 있도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
4	상조서비스 계약에서 회원의 중도해지에 따른 회차별 납입금의 위약 공제율 (공제금액÷상품금액×100)이 20%를 초과하여 회원모집 비용을 일부 감안한다 하더라도 통상의 거래관행(거래대금의 10%)을 훨씬 상회하는 약관조항이 있는가?	O	X
5	임대차계약에서 임차물 사용의 대가는 계약기간중 임대보증금에 대한 정기예금 이자분과 월 임대료를 합한 금액, 즉 임대료총액이라 할 것이고 위약금은 임대료총액의 10% 수준이 적정하다고 할 것임에도 임대보증금의 10%를 임차인의 위약금으로 정한 약관조항이 있는가?	O	X

• 계약의 해제·해지

순 번	항 목	해당여부	
1	법률의 규정에 의한 고객의 계약 해제권 또는 해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 약관조항이 있는가?	O	X
2	고객의 해제·해지 요구에 대하여 당사가 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에만 해제·해지할 수 있다는 약관조항이 있는가?	O	X
3	민법상 채무불이행에 해당함에도 고객이 당사에게 계약의 해제·해지를 청구할 수 없도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
4	기간의 약정이 있는 임대차계약에서 임차인인 고객이 임대차계약을 해지하고자 할 때에는 해지하기 2개월 전에 통지하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
5	고객이 계약서에 정한 사항을 위반한 경우 이외에 기타 관리상 필요에 의한 당사의 요구에 불응한 경우에도 최고 등의 절차 없이 당사가 일방적으로 계약을 해제·해지할 수 있도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
6	고객의 경미한 의무위반에 대하여 당사가 법률이 규정하고 있는 최고 등의 절차 없이도 일방적으로 해제·해지할 수 있도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X

7	계약의 해제 또는 해지로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 원상회복청구권을 부당하게 포기하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
8	계약이 해제 또는 해지되었으나 고객이 계약물건의 반환이 불가능하여 물건의 가격으로 반환할 경우, 그 가액산정을 당사가 일방적으로 정하기로 하는 약관조항이 있는가?	O	X
9	계약의 해제·해지 시에 고객이 원상회복의무를 당사보다 먼저 이행하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
10	고객의 귀책사유의 유무와 관계없이 계약금을 일체 반환하지 않는다는 약관조항이 있는가?	O	X
11	계약의 해제·해지로 인한 고객에 대한 당사의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 약관조항이 있는가?	O	X
12	당사의 귀책사유로 계약이 해제·해지 되었음에도 당사가 고객으로부터 받은 금전의 일부만을 환불하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
13	계약이 해제·해지된 경우에 이미 고객으로부터 받은 금원 중 이자 및 연체료를 제외하고 원금만을 반환하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
14	계약이 해제·해지되어 당사가 고객에게 대금을 반환함에 있어 부당하게 장기의 기한을 붙이는 약관조항이 있는가?	O	X
15	계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 약관조항이 있는가?	O	X
16	주채무의 이행기한의 연장에 따라 연대보증기간도 연대보증인의 동의 없이 자동적으로 연장하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X

• 채무의 이행

순 번	항 목	해당여부	
1	상당한 이유 없이 급부의 내용을 당사가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 약관조항이 있는가?	O	X
2	고객의 입장은 전혀 고려하지 아니하고 당사의 사정에 따라 언제든지 물품공급을 중지하거나 그 한도액을 축소시킬 수 있도록 하여 당사의 자의대로 물품공급을 할 수 있도록 한 약관조항이 있는가?	O	X
3	지나치게 포괄적이거나 불분명한 표현을 사용함으로써 당사가 자의적인 해석을 통하여 고객에 대한 하자담보책임을 면탈할 우려가 있는 약관조항이 있는가?	O	X
4	상당한 이유 없이 당사가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자로 하여금 대행할 수 있게 하는 약관조항이 있는가?	O	X
5	임차인의 차임감액청구권은 규정하지 아니하고 임대인에게만 제반 사정을 감안하여 임대료를 임의로 조정할 수 있도록 한 약관조항이 있는가?	O	X

• 고객의 권익보호

순 번	항 목	해당여부	
1	법률의 규정에 의한 고객의 항변권, 상계권 등의 권리를 상당한 이유 없이 배제 또는 제한하는 약관조항이 있는가?	O	X
2	고객의 채무불이행시 당사는 계약을 해지하거나 손해배상을 청구할 수 있으나, 고객은 당사의 민·형사상 조치에 대하여 아무런 이의를 제기할 수 없도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X

3	고객에게 부여된 기한의 이익을 상당한 이유 없이 박탈하는 약관조항이 있는가?	O	X
4	고객이 채무의 일부라도 기한 내에 변제하지 아니하면 당연히 기한의 이익을 박탈하는 약관조항이 있는가?	O	X
5	고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 약관조항이 있는가?	O	X
6	당사가 지정하는 수임자를 통해서만 소유권이전등기를 하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
7	당사가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 정당한 이유 없이 제3자에게 누설하는 것을 허용하는 약관조항이 있는가?	O	X
8	소비자 본인의 허락을 받지 않거나 허락 받은 범위를 넘어 소비자의 정보를 이용하였는가?	O	X
9	당사만이 변제충당지정권을 갖고 변제자인 고객의 변제충당지정권은 원천적으로 배제하는 약관조항이 있는가?	O	X

• 의사표시의 의제

순 번	항 목	해당여부	
1	일정한 작위 또는 부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 약관조항이 있는가?	O	X
2	고객의 채무불이행 시 당사가 일방적으로 물건을 회수할 수 있고, 이에 대하여 고객은 동의의 의사표시를 한 것으로 간주하는 약관조항이 있는가?	O	X
3	고객이 채무를 불이행하는 경우에는 합리적인 기준도 없이 당사에게 유형·무형의 손해가 발생한 것으로 인정하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
4	고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 약관조항이 있는가?	O	X
5	고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 당사의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 약관조항이 있는가?	O	X
6	당사의 의사표시에 관하여 발신만으로 효력을 발생하게 하는 약관조항이 있는가?	O	X
7	당사의 의사표시에 관하여, 연착하거나 도착하지 않은 경우에도 통상 도착하여야 하는 때에 고객에게 도착한 것으로 간주하는 약관조항이 있는가?	O	X
8	고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 당사의 의사표시에 부당하게 장기의 기한 또는 불확정 기한을 정하는 약관조항이 있는가?	O	X

• 대리인의 책임가중

순 번	항 목	해당여부	
1	고객의 대리인에 의하여 계약이 체결된 경우 고객이 계약상 의무를 이행하지 아니하는 때에는 대리인에게 그 의무의 전부 또는 일부를 이행할 책임을 지우는 내용의 약관조항이 있는가?	O	X
2	고객의 대리인에 의하여 체결된 계약이 무효·취소로 되는 경우 대리인이 그에 대한 무과실의 손해배상책임을 지도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
3	고객이 약관에 규정된 의무를 이행하지 않을 경우에 대리인이 그 이행 책임을 진다는 약관조항이 있는가?	O	X

• 소제기의 금지 등

순 번	항 목	해당여부	
1	약관조항 중에 고객에 대하여 부당하게 불리한 소제기의 금지조항 또는 재판관할의 합의조항이 있는가?	O	X
2	상당한 이유 없이 고객에게 입증책임을 부담시키는 약관조항이 있는가?	O	X
3	계약당사자간의 귀책사유를 따지지 아니하고 고객이 어떠한 사유로도 일체의 민·형사상의 책임을 묻지 못하도록 하는 약관조항이 있는가?	O	X
4	계약과 관련된 소송의 관할법원을 당사의 소재지 법원 또는 당사가 지정한 법원으로 정하는 약관조항이 있는가?	O	X

【불만사항 처리 관련】

순 번	항 목	해당여부	
1	분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주었는가?	O	X
2	소비자가 불만사항에 대한 당사의 이메일 또는 팩스 답변이 불충분하여 직접 담당자와 전화통화를 하고자 함에도 불구하고, 당사가 이메일 또는 팩스를 통해서만 불만처리를 할 수 있도록 하고 전화통화를 거부하는 행위를 하였는가?	O	X
3	소비자가 당사와의 전화통화가 이루어지지 않아 자동 안내된 콜백 안내에 따라 자신의 전화번호를 남겼음에도 불구하고 당사가 3영업일 이내에 전화를 하지 않았는가?	O	X
4	상담원이 부족하여 소비자가 통상의 경우 상담원과 통화할 수 없거나 ARS 등을 통해 여러 단계를 거치게 하면서 결국 상담원과는 통화가 되지 않도록 기술적 장치를 해놓지 않았는가?	O	X
5	당사가 이메일 주소를 허위로 기재하거나 메일 수신 서버를 차단하여 소비자가 이메일을 보낼 수 없는 경우가 발생하지 않았는가?	O	X

【대금결제 관련】

순 번	항 목	해당여부	
1	소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화 등을 공급하고 그 대금을 청구하거나, 재화 등의 공급 없이 대금을 청구하였는가?	O	X
2	월정액 요금의 가격을 변경하면서 홈페이지 및 이메일을 통해 해당 사실을 알렸으나, 별도로 전자적 대금 결제창을 제공하지 않은 채 바뀐 가격으로 월정액 요금을 결제하여 청구하였는가?	O	X
3	상품을 구매하는 데 영향을 미칠 수 있는 사실을 신의성실의 의무에 위반되는 방법으로 조작·은폐하거나 누락·축소하여 과다한 금액을 소비자에게 지불 받았는가? (예: 해외여행상품의 유류할증료 및 항공 TAX를 항공사가 고시한 금액보다 과다하게 표시 및 안내)	O	X

다. 계약의 중단(청약철회, 해제·해지 등)

순 번	항 목	해당여부	
1	거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자의 청약철회 등이나 계약의 해지를 방해하였는가?	O	X
2	소비자가 법규의 규정 또는 계약의 내용에 근거하여 당사에게 계약 또는 의사표시의 철회·취소·무효 또는 계약의 해제·해지를 주장하였음에도 불구하고, 법규의 규정 또는 계약의 내용을 초과하는 위약금 또는 손해배상을 요구하는 등의 방법으로 계약을 유지시키려고 하였는가?	O	X
3	소비자가 계약의 불성립 또는 무효를 주장하고 있음에도 불구하고, 일방적으로 계약의 성립 또는 유효를 주장하면서 소비자에 대하여 이른 아침 또는 늦은 밤에 전화를 하거나 소비자의 의사에 반하여 방문하는 등의 방법으로 채무이행을 독촉하거나 채무를 이행시켰는가?	O	X
4	소비자가 법규의 규정 또는 계약의 내용에 근거하여 당사에게 대금반환, 원상회복, 손해배상 등을 청구하였음에도 불구하고, 정당한 이유 없이 이를 거부하거나 그 이행을 지연하였는가?	O	X
5	소비자가 당사에게 채무의 이행을 최고한 경우 또는 당사의 채무가 완전히 이행되지 아니하였다는 의사표시를 한 경우에 있어, 정당한 이유 없이 그 이행을 위한 절차에 착수를 불이행 또는 지연하였는가?	O	X
6	청약철회 등을 방해할 목적으로 주소, 전화번호, 인터넷 도메인 이름 등을 변경하거나 폐지하였는가?	O	X
7	소비자가 해외구매대행 주문을 취소할 때, 외국 사업자에게 반품하지 않고도 국제 배송비 등을 청구하는 등 당사의 관리 비용을 소비자에게 청구하였는가?	O	X
8	소비자가 주문을 취소할 때, 반품 비용 외에 인건비, 물류비, 취소수수료, 반품위약(공제)금 등 추가적인 금액을 소비자에게 청구하였는가?	O	X
9	상품 파손, 잘못된 배송 등 채무이행 내용이 계약 내용과 달라 주문을 취소한 경우에도 반품비용을 소비자에게 부담하도록 하였는가?	O	X
10	고객에게 청약철회 기간을 법령상 기간보다 짧게 안내하거나 청약철회 할 수 없다고 고지하였는가?	O	X
11	교환 또는 반품이 가능한 성격의 재화임에도 불구하고 고객에게 교환 또는 반품이 불가능하다고 고지하였는가?	O	X
12	인터넷 쇼핑몰로 상품을 판매하면서 청약철회에 대하여 인터넷 쇼핑몰을 통한 전자문서 방식의 청약철회 방법을 미 고지 하였는가?	O	X
13	계약 체결 후 정당한 이유 없이 거래조건을 일방적으로 변경하거나 소비자에 대한 사전 통지 없이 당사의 채무의 이행을 중지하였는가?	O	X

3. 계열회사 및 특수관계인 관련

순 번	항 목	해당여부	
1	주식소유현황, 재무상황, 다른 국내회사 주식의 쇼유 현황, 채무보증 등 신고를 누락하였는가?	O	X
2	당사의 주식을 소유하는 계열회사의 주식을 취득하고 있는가?	O	X
3	국내 계열회사에 대해 채무보증을 하고 있는가?	O	X

4	특수관계인을 상대방으로 하거나, 특수관계인을 위한 대규모내부거래행위에 대해 공시를 누락하였는가?	O	X
5	계열회사 또는 자회사를 상대방으로 하거나, 계열회사 또는 자회사를 위한 대규모내부거래행위에 대해 공시를 누락하였는가?	O	X
6	이미 공시한 사항 중 주요내용(거래목적, 거래대상, 협력업체, 거래금액 및 거래단가, 기타 계약기간 변경 등)이 변경된 경우 공시를 누락하였는가?	O	X
7	합리적인 사유 없이 계열회사와의 수의계약을 통해 계열회사로부터만 상품 또는 용역을 구매하였는가?	O	X
8	계열회사에 금융회사로부터 차입금리보다 저리로 자금을 대여하였는가?	O	X
9	계열회사에게 공장·사무실 등을 무상 또는 낮은 임대료로 임대하였는가?	O	X
10	계열회사 및 특수관계인 등과 거래 시 시장가격에 비하여 현저히 낮거나 높은 가격으로 거래하여 과다한 경제상의 이익을 제공하였는가?	O	X
11	당사가 자신의 소속인력을 계열 회사에 전적, 파견시키고 급여의 일부를 대신 부담하였는가?	O	X
12	지원행위로 인하여 지원객체의 관련시장에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는가? (단, 특수관계인에 대한 부당지원행위의 경우, 공정거래 저해의 우려가 없어도 위법)	O	X
13	다른 사업자와 직접 거래가 가능함에도 부당하게 특수관계인을 매개로 거래단계를 추가함으로써 특수관계인이 별다른 역할 없이 대가를 취하게 하였는가?	O	X
14	계열회사와 비계열회사간 거래조건을 현저하게 차별하였는가?	O	X

4. 경쟁사업자 관련

가. 부당한 공동행위

순 번	항 목	해당여부	
1	판매가격과 관련하여 경쟁사업자와 직·간접적인 의사연락이나 정보 교환하였는가?	O	X
2	경쟁사업자와 공동으로 공급자의 가격인상 요구를 거부하기로 하거나 특정 공급자에게서만 구매하기로 합의하였는가?	O	X
3	경쟁사업자와 생산량, 출고량, 재고량, 판매량, 거래량, 수송량 등에 대하여 정보를 교환하거나 물량 조정에 대하여 협의하였는가?	O	X
4	협회 등 사업자단체가 주관하는 회의 또는 모임에서 가격, 생산량, 출고량 등 경쟁을 제한하는 내용이 포함된 의제에 대하여 논의하였는가?	O	X
5	경쟁사업자와 합리적인 영업활동 등을 명분으로 시장이나 고객을 나누어 서로 침입하지 않기로 명시적 또는 묵시적으로 합의 하였는가?	O	X
6	경쟁입찰 시 사전에 입찰 참가자와 낙찰자, 응찰금액, 응찰물량 등 입찰 관련 자료를 상호 교환하거나 협의하였는가?	O	X
7	다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 합의(계약, 협정, 결의 등) 하였는가?	O	X
8	사업자간 명시적인 합의가 없다 하더라도 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 공동행위를 하였는가?	O	X

나. 경쟁사업자의 배제

순 번	항 목	해당여부	
1	직·간접적으로 정상적인 관행에 비추어 과도한 경제상의 이익을 제공하거나 그 제공을 약속하면서, 경쟁사업자의 사업활동에 필수적인 인력을 채용하는 등 부당한 방법으로 경쟁사업자의 사업활동을 어렵게 하였는가?	O	X
2	부당하게 상품 또는 용역을 통상 거래가격에 비하여 낮은 대가로 공급하거나 높은 대가로 구입하여 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위를 하였는가?	O	X
3	합리적인 이유 없는 염가판매를 통해 경쟁사업자가 퇴출당하거나 신규 사업자의 시장진출이 방해 받는 등 경쟁제한적인 결과를 초래하였는가?	O	X
4	정당한 이유없이 다른 사업자의 상품 또는 용역의 생산·공급·판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절·중단하거나 제한하는 행위를 하였는가?	O	X
5	당사와의 거래관계를 종료하고 다른 거래처로 옮기려는 협력업체에 대하여 근거 없이 악의적인 소문을 퍼뜨리는 등 사업활동을 방해하였는가?	O	X

5. 사업자단체 관련

순 번	항 목	해당여부	
1	부당한 공동행위에 의하여 부당하게 일정한 거래분야의 경쟁을 제한하였는가?	O	X
2	일정한 거래분야에서 현재 또는 장래의 사업자 수를 제한하였는가?	O	X
3	구성사업자(사업자단체의 구성원인 사업자)의 사업내용 또는 활동을 부당하게 제한하였는가?	O	X
4	사업자에게 불공정거래행위 또는 재판매가격유지 행위를 하게 하거나 이를 방조하였는가?	O	X

6. 임직원 관련

순 번	항 목	해당여부	
1	당사 또는 계열회사의 상품 또는 용역을 임직원에게 일정 수량씩 할당하면서 판매실적을 체계적으로 관리하거나 대금을 임금에서 공제하였는가?	O	X
2	임직원의 의사에 반하여 당사 또는 계열회사의 제품을 일정량씩 구입하도록 강제하였는가?	O	X
3	내부자 거래, 주가조작 등 회사의 재산이나 정보를 개인적인 이익을 얻을 목적으로 이용하였는가?	O	X
4	이사 또는 주요주주인 임직원이 자기 또는 제3자의 계산으로 회사와 거래를 하면서 미리 이사회에서 해당 거래에 관한 중요사실을 밝히고 이사회의 승인을 받지 않았는가?	O	X

7. 기타 - 기업결합

순 번	항 목	해당여부	
1	경쟁을 제한하거나 강요 기타 불공정한 방법에 의한 기업결합을 하였는가?	O	X
2	기업결합을 하는 경우 기업결합 신고를 누락하였는가?	O	X
3	중요한 자산의 처분 및 양도, 대규모 재산의 차입 시 이사회 결의를 거치지 않았는가?	O	X