

10. 「표시·광고에 관한 공정거래지침 전문

공정거래위원회고시 제1998-9호 1998. 9. 7

I. 목 적

본 지침은 독점규제및공정거래에관한법률(이하“법”이라 한다) 제23조제1항제6호 및 제26조제1항제5호의 규정에서 금지하고 있는 표시·광고행위에 대하여 동법 시행령 제36조제1항 별표“일반불공정거래행위의유형및기준”의 「9. 부당한 표시·광고」의 운영과 관련하여 사업자, 사업자단체 및 일반국민에게 동법 및 시행령에 대한 정부의 운영방침과 동 규정내용에 위배되는 부당한 표시·광고가 구체적으로 어떠한 것인가를 밝혀줌으로써 공정거래관행의 자발적인 조성과 참여를 통하여 불공정거래행위를 사전에 방지할 수 있도록 하기 위하여 동법 제23조제3항에 의거하여 마련한 것으로서 본 지침에 반하는 표시나 광고를 하는 경우에는 원칙적으로 법에서 규정하고 있는 불공정거래 행위가 된다.

그러나 본 지침에 열거된 사항은 일반거래상에 흔히 나타나고 있는 대표적이고 공통

적인 사항을 추출한 것이므로 본 지침에 열거된 사항만 하지 아니하면 된다는 것은 아니다.

II. 용어의 정의

1. 본 지침에서 “표시”라 함은 사업자(사업자단체를 포함한다. 이하 같다)가 자신 또는 경쟁사업자에 관한 사항이나, 자기 또는 경쟁사업자가 공급하는 상품이나 용역(이하 “상품”이라 한다)의 거래내용 또는 거래조건등에 관한 사항에 대하여 소비자가 알 수 있도록 당해상품이나 이의 용기, 포장(첨부물 또는 내용물을 포함한다. 이하 같다) 또는 사업장 등에 설치한 표지판에 부착하여 기재한 문자나 도형 및 포장 그 자체를 말한다.
2. 본 지침에서 “광고”라 함은 사업자가 자신 또는 경쟁사업자에 관한 사항이나, 자기 또는 경쟁사업자가 공급하는 상품의 거래내용이나 거래조건등에 관한 사

항에 대하여 아래의 매체를 이용하여 일반소비자에게 알리거나 제시하는 행위를 말하며 이 중 기사식 광고라 함은 신문, 잡지 매체등을 이용하여 기사형태로 일반소비자에게 광고하는 행위를 말한다.

가. 신문, 잡지 기타의 간행물, TV, 라디오 위성 기타의 방송 및 인터넷, PC 통신 등의 전자통신매체

나. 포스터, 간판, 네온사인, 애드벌룬, 전광판

다. 견본, 전단, 팸플렛, 광고성냥, 입장권

라. 방문광고, 실연에 의한 광고

마. 비디오, 음반, 영화, 또는 연극

바. 기타 상기 가 내지 마의 각 목과 유사한 방법에 의한 광고물

Ⅲ. 규제대상 및 법 운영방침

1. 규제대상이 되는 표시·광고

법에서 규제하는 부당한 표시·광고는 다음과 같다.

가. 사업자가 자신이나 구성사업자 또는 경쟁관계에 있는 사업자의 규모, 연혁, 생산시설, 사업계획, 기타의 내용에 관하여 다음 각호 1에 해당하는 표시·광고행위를 하는

경우(상호의 사용과 관련된 경우를 포함한다)

- (1) 사실과 다르게 표시·광고하거나, 부분적으로는 사실이라고 하더라도 전체적으로 보아 소비자를 오인시킬 우려가 있는 부정확한 표시·광고행위 또는 과장표시·광고행위
- (2) 사실을 은폐하거나 기만적인 방법으로 소비자를 속이거나 속일 우려가 있는 표시·광고행위
- (3) 객관적으로 인정된 근거없이 자기의 것이 경쟁사업자의 것에 비하여 우량 또는 유리하다고 하거나 자기의 것을 경쟁사업자의 것과 비교함에 있어서 자기것의 유리한 부분만을 표시·광고하는 행위
- (4) 경쟁사업자의 것에 관하여 객관적으로 인정된 근거없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 경쟁사업자의 것에 관하여 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위

나. 사업자 자신 또는 경쟁사업자가 공급하는 상품의 원자재, 성분, 품질, 성능, 효능, 규격, 용량, 제조방법, 원산지, 포장, 기타의 거래내용에 관하여 다음 각호의 1에 해당하는 표시·광고행위

(1)~(4)호(상기 가의 (1)~(4)호와

동일)

다. 사업자 자신 또는 경쟁사업자가 공급하는 상품의 가격, 공급수량, 인도조건, 대금지불방법, 보증, 기타의 거래조건에 관하여 다음 각호의 1에 해당하는 표시·광고행위를 하는 경우

(1)~(4)호(상기 가의 (1)~(4)호와 동일)

라. 사업자가 계열회사 또는 구성사업자나 다른 사업자에게 다음 각호의 1에 해당하는 표시·광고행위를 하게 하는 경우

(1)~(4)호(상기 가의 (1)~(4)호와 동일)

2. 법 운용방침

부당한 표시·광고행위에 대한 법 운용은 다음과 같이 한다.

가. 당해 부당한 표시·광고행위에 대한 사업자의 고의 또는 과실여부를 불문한다.

나. 문제되는 표시·광고내용에 대한 사실여부 또는 진위여부에 관한 입증책임은 당해사업자가 진다.

다. 부당한 표시·광고행위에 대하여 신고하고자 하는 자는 법 제9조 및 동법시행령 제54조에서 규정하고

있는 바에 따라 다음 각호의 사항을 기재한 서면으로 신고하여야 한다. 다만 신고사항이 긴급을 요하거나 부득이한 경우에는 전화 또는 구두로 신고할 수 있다.

(1) 신고인의 주소, 성명, 전화번호

(2) 피신고인의 주소, 대표자성명, 전화번호, 사업내용

(3) 문제가 되는 표시·광고의 내용, 게재매체명, 게재일자

(4) 기타 범위반행위의 내용을 명백히 할 수 있는 사항

IV. 표시·광고에 관한 일반지침

1. 표시·광고의 기본원칙

소비자는 자기가 구매하고자 하는 상품에 관하여 알 권리가 있고, 공급자는 자기가 판매하고자 하는 상품에 관하여 소비자에게 알릴 권리가 있는 동시에 또한 알려주어야 할 의무가 있으며, 정부는 상품의 공급자로 하여금 진실되게 알리도록 하고 소비자가 올바르게 알 수 있도록 지도하여야 할 책임과 의무가 있다.

따라서 모든 상품의 공급자는 이러한 자기의 권리와 의무를 각별히 유의하여 자기가 공급하고자 하는 상품에 관한 표시·광고를 함에 있어서 소비자가 합리적인 상품

선택을 할 수 있도록 도와주고 경쟁사업자와는 공정한 경쟁질서를 유지·도모할 수 있도록 사실에 기초하여 충실한 내용을 객관적이고 적정한 방법으로 표시·광고하여야 한다.

2. 사업자 자신에 관한 표시·광고

사업자가 자신이나 구성사업자의 규모, 연혁, 생산시설, 수상경력, 사업계획, 사업실적, 기술제휴등에 관한 사항에 대하여 표시·광고하는 경우에는 사실대로 표시·광고하여야 하며, 상호의 사용과 관련한 표시·광고에 있어서도 소비자를 오인시킬 우려가 없도록 한다.

따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 사실을 과장하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 자기의 생산규모가 국내에서만 가장 큰 규모인데도 “세계최대의 규모”라고 표시·광고하는 경우
- A사가 자사의 주주회원을 모집하면서 향후 자사주식의 공개상장여부는 미래의 불확실한 사실(영업실적등 공개상장여건 충족여부등에 따라 결정)인데도 불구하고, “〇〇년에는 틀림없이 공개상장되어 5,000원권 주식이 6만원선에 매각가능”

이라고 마치 확실한 사실인 것처럼 표시·광고하는 경우

- 특정사업과 관련된 부지구입, 사업승인, 건축허가등 구체적인 사업 진척사항이 없는데도 불구하고 구체적인 조감도와 함께 “착공기일 : 〇〇년 〇월, 준공기간 : XX년 XX월”등이라고 확정된 사실인 것처럼 표시·광고하는 경우
- “〇〇〇출판사 중앙고시연수원”이라는 상호의 사업자가 정부기관과 직접적인 관련이 없는데도 불구하고 자신을 “중앙고시연수원”이라고 표시·광고함으로써 마치 자기가 국가에서 인정한 교육기관이거나 국가 또는 공공기관인 것처럼 소비자를 오인시키는 경우
- 단순히 수험교재 판매사업자로서 학원업을 운영하지 않음에도 마치 학원인 것처럼 “학원개강”등으로 표시·광고하는 경우
- “한남”이라는 상호의 사업자가 국내유명 재벌그룹 “제일”과는 전혀 관계가 없는 데도 불구하고 자신의 대리점을 모집하면서 자신을 “한남제일” 또는 “제일한남”이라고 표시·광고하여 마치 제일그룹의 계열회사인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 경우

3. 가격에 관한 표시·광고

가. “가격”이라는 용어의 사용

- (1) 가격에 대하여 표시·광고를 하는 경우에는 자기가 공급하는 상품의 가격을 사실대로 표시·광고하여야 한다. 따라서 소비자가격을 표시·광고함에 있어서는 당해 상품을 소비자에게 직접 공급하는 소매업자(직매장을 포함한다)가 아래와 같이 표시·광고하는 것이 원칙이다.

· 가격○○원, 정가○○원, 판매가○○원, 값○○원, 소비자가격○○원, 요금○○원, xx료○○원 등

- (2) 그러나 제조업자, 유통업자 또는 수입업자(이하 “제조업자등”이라 한다)는 소비자가 상품을 구입하는데 단지 권장 또는 참고하게 할 목적으로 희망소매가격등을 표시·광고하는 경우에는 아래와 같이 표시·광고하여야 한다.

· 희망소매(희망소비자)가격○○원, 권장소매(권장소비자)가격○○원, 추천소매(추천소비자)가격○○원

- (3) 제조업자등이 위(2)호에서 규정하고 있는 희망소매가격 등을 표시·광고함에 있어 자기가 공급하는 상품과 동일한 상품에 대하여 일정한 거래

지역의 상당수 소매업자가 동 지역내에서 계속적으로 판매하고 있는 가격수준을 현저히 초과하여 자기의 희망소매가격등을 표시·광고함으로써 자기가 공급하는 상품을 상대적으로 저렴하게 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- A상품에 대하여 일정한 거래지역의 상당수 소매업자가 동지역내에서 계속적으로 판매하고 있는 판매가격이 1,000원임에도 불구하고 A상품과 동일한 상품을 제조판매하는 사업자가 계속적으로 1,200원 또는 그 이상으로 희망소매가격을 표시·광고하는 경우

- (4) 제조업자등이 자기가 공급하는 상품의 가격을 표시·광고하는 경우에는 아래와 같이 표시·광고하여야 한다.

· 출고가○○원, 공장도가○○원, 생산자가격○○원
· 수입자가격○○원, 수입가○○원, 수입자공급가○○원

나. 가격의 비교

자기가 공급하는 상품을 할인 또는 가격인하 하거나 타사가격과 비교하여 판매하고자 하는 경우에는 비교기준가격

(가격비교의 기준이 되는 종전거래가격, 시가, 희망소매가격, 타사가격 등을 말한다)을 사실대로 표시·광고하여야 한다. 따라서 아래 각 호의 1에서와 같이 가격을 사실과 다르게 비교 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 된다.

(1) 종전거래가격과의 비교

자기가 공급하는 상품을 할인 또는 가격인하 하여 판매하고자 하는 경우에 허위의 종전거래가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위

<예시>

- A상품에 대한 자기의 종전거래가격이 1,000원, 자기가 판매하고자 하는 가격이 750원, 동상품과 유사규격 상품의 종전거래가격이 1,500원일 때 아래와 같은 방법으로 자기의 A상품 판매가격을 표시·광고하는 경우

- “A”드디어 750원 인하
- 750
- 1,500

(2) 시가(실제거래가격)와의 비교

창업 또는 개업을 기념하기 위하여 자기가 공급하는 상품을 할인하여 판매하고자 하는 경우에 허위의 시가를 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위

<예시>

- A상품에 대하여 자기가 판매하고자 하는 가격 700원, A상품과 동일조건에 있는 상품의 시가가 800원, 동일지역내의 일부사업자가 판매하고 있는 가격이 1,000원일 때 아래와 같은 방법으로 자기의 판매가격을 표시·광고 하는 행위

- 시가 1,000원→ 당점판매가 700원
- 시가 700
- 1,000

(3) 위“가-(2)”호에서 규정하고 있는 희망소매가격등과의 비교

다수의 대리점 등을 통하여 판매함으로써 단일거래가격 산정이 곤란한 제조업자의 경우 자기가 공급하는 상품을 할인 또는 가격인하하여 판매하고자 하는 경우에 허위의 희망소매가격 등을 자기의 판매가격과 비교 하여 하는 표시·광고 행위

단, 실제 희망소매가격 등을 비교기준 가격으로 하여 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고 하는 경우에는 그 사실을 명시하여야 함.

<예시>

- A상품의 희망소매가격은 1,000원, 할인 특매가격은 500원일 경우 아래와 같은 방법으로 자기의 판매가격을 표시·광고하는 경우

· 1,500원 → (할인판매가) 500원

· 1,000원 → 500원

(4) 타사가격과의 비교

자기가 공급하는 상품의 실제판매하는 가격을 현저히 낮게 보이기 위하여 허위의 경쟁사업자가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위

· 이 경우 타사의 명칭을 구체적으로 밝히지 않더라도 일반적으로 어느 회사를 지칭하는지 명백한 경우에는 해당이 된다.

<예시>

- 자기가 판매하고 있는 A상품과 동일조건에 있는 상품에 대하여 타사업자가 실제판매하는 가격 1,000원, A상품과 유사한 규격의 상품에 대하여 타사업자가 실제판매하는 가격 1,200원, 자기가 판매하고자 하는 A상품의 가격이 900원일 때 아래와 같은 방법으로 자기의 판매가격을 표시·광고하는 경우

· 타사가격 1,200원 → 당사가격 900원

【참고】

(종전거래가격) :

당해사업자가 당해상품과 동일한 상품을 최근 상당기간(과거 20일 정도)동안 판매하고 있던 사실이 있는 경우로서 그 기간 동안 당해 상품에 붙인 가격 단, 위 기간중 당해상품의 실거래가격이 변동한 경

우에는 변동된 가격중 최저가격을 종전거래가격으로 봄

(시가) :

당해상품과 동일한 상품에 대하여 당해사업자가 속하는 거래지역의 상당수 사업자가 동지역내에서 판매하고 있는 가격

(희망소매가격) ;

당해 상품에 대하여 제조업자등이 최근에 붙인 가격으로서 미리 공표되고, 또한 실제의 거래에 참고가 된다고 기대되는 가격

다. 중고품, 하자품, 또는 구형의 상품에 대한 가격

자기가 공급하는 중고품, 하자품, 또는 판매시기가 지난 재고상품이나 구형의 상품을 판매하고자 하는 경우에는 당해상품이 중고품등인 것을 표시·광고하여야 한다.

따라서 중고품등인 것을 표시·광고하지 아니하여 당해상품이 정상품인 것으로 소비자를 오인시킬 우려가 있거나, 아래와 같이 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 된다.(단, 육안으로보아 용이하게 식별할 수 있는 경우는 제외한다.)

· 중고품이 아닌 당해 상품과 동일한 신품의 가격을 비교기준가격으로 하여 자기의 판매가격을 표시·광고함

으로써 자기가 공급하는 상품(중고 품등)이 현저히 저가상품인 것처럼 표시·광고하는 행위

라. 할인판매 등에 관한 사항

자기가 공급하는 상품을 할인판매, 엮가판매, 점포정리판매, 가격인하 판매하고자 하는 경우에는 할인율 등을 사실대로 표시·광고하여야 한다.

따라서 할인율 등을 사실과 다르게 표시·광고하거나, 아래와 같이 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 된다.

- (가) 자기가 공급하는 상품에 대하여 할인 또는 가격인하 판매시 당해 할인율이나 가격인하율을 산출하는 근거로서 동일조건의 상품이 아니거나 또는 허위의 종전거래가격을 비교기준가격으로 하여 자기의 할인율이나 가격인하율을 산출하여 표시·광고하는 행위
- 단, 다수의 대리점 등을 통하여 판매함으로써 단일거래가격 산정이 곤란한 제조업자가 자신의 상품을 할인 또는 가격인하 판매시에는 권장소비자가격을 기준으로 할인율 또는 가격인하율을 산출하여 표시·광고할 수 있으나 그 사실을 명시하여야 하며, 창업 또는 개업을 기념하기 위하여 할인판매하고자 하는 경우로서 종전

거래가격을 산정하기 곤란한 경우에는 시가를 할인율 산출 기준가격으로 할 수 있다.

- (나) 실제할인특매하는 가격보다 낮은 가격(광고 또는 표시한 할인율을 적용한 가격을 포함한다)을 표시·광고하는 행위
- (다) 실제로는 조약상품인데도 정상적인 상품을 할인하여 판매하는 것처럼 표시·광고하는 행위
- (라) 가격인하폭이나 인하율을 과장하기 위하여 특별히 인정할 만한 사유없이 20일이상 실제 거래한 적인 없는 가격이나 이미 가격이 인하되었는데도 인하되기 전의 가격을 종전거래가격으로 표시·광고하는 행위
- (마) 일부상품 또는 일부매장의 할인특매를 대부분의 상품 또는 대부분의 매장의 할인특매인 것처럼 오인시킬 우려가 있도록 표시·광고하는 행위
- (바) 실제로 할인율이 높은 상품은 일부에 불과한데도 대부분의 상품이 높은 할인율로 판매하는 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위
- (사) 할인특매실시기간중 판매할 수 있는 상당한 재고가 없는 상품에 대하여 재고량이 충분한 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위

- (아) 할인특매기간이 종료한 후에도 현수막 등 표시·광고물을 제거하지 아니하고 이를 부착시켜 됨으로써 소비자로 하여금 할인특매를 계속하고 있는 것처럼 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위
- (자) 엽가판매, 점포정리판매를 함에 있어서 소비자로 하여금 할인특매인 것처럼 오인시킬 우려가 있는 종전거래가격을 기준으로 하여 할인율을 표시·광고하는 행위, 다만, 비교가격은 표시·광고할 수 있으나 비교가격의 기준을 명시하여야 하며, 재고품의 경우에도 그 사실도 아울러 명시하여야 한다.
- (차) 가격인하판매를 실시하면서 비교가격의 기준과 인하시점을 명시하지 아니하는 행위
- (파) 실제거래가격에는 변동이 없음에도 불구하고 일정한 기간을 정하여 특정한 가격으로 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위
- (타) 실제와는 달리 한정된 기간이나 한정된 수량만을 판매하는 것으로 표시·광고하는 행위
- (하) 기타 사용하는 용어에 불구하고 할인특매가 아니면서 소비자에게 그 매장

대부분이 할인특매를 실시하고 있는 것으로 오인시킬 우려가 있는 표시·광고하는행위

<예시>

- 캔커피가 10종인데 그중 3종만을 바겐세일하면서 “캔커피 30%”라고만 광고함으로써 소비자가 캔커피 대부분이 할인특매하는 것으로 오인할 우려가 있는 경우
- 10일간 할인특매를 실시하면서 1일 또는 2일 정도 판매할 재고밖에 없으면서 당해 상품에 대해 할인특매를 실시한다고 표시·광고하는 행위
- 평상시와 동일한 가격으로 판매하면서 “7/1~7/15 남성정장 대처분”이라고 광고하여 위 기간동안 상당히 저렴하게 판매하는 것처럼 하는 경우
- “6/1일 ○○상품 100개 한정판매”라고 광고한 후 100개를 초과하여 판매하거나 6/2일까지 판매하는 경우
- ○○아동복에서 의류는 30~40% 할인특매를 하고 용품은 50% 할인특매를 하면서 “○○아동복 50%세일”이라고 광고함으로써 소비자가 ○○아동복의 대부분이 50%로 할인특매하는 것으로 오인할 수 있도록 표시·광고하는 경우
- 전년도에 가격인하를 한 사실을 지금 광고하면서 단순히 “30%가격인하”라고 표기함으로써 최근에 또다시 가격인하를

한 것처럼 표시·광고하는 경우

- 할인판매가 아니면서 “상반기 대결산, 7/1~7/19” 또는 “창고 대공개 9/1~9/10” 라고 표시·광고함으로써 할인특매인 것처럼 하는 경우

마. 할부판매가격

자기가 공급하는 상품을 할부판매하고자 하는 경우에는 할부판매에 관한 사항을 사실대로 표시·광고하여야 한다. 따라서 판매가격에 관한 사항을 사실과 다르게 또는 아래와 같이 사실보다 현저히 유리한 것처럼 모호하게 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 된다.

- (1) 실제의 할부판매가격을 명시하지 아니함으로써 현금판매가격이 할부판매가격인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위
- (2) 할부금리를 표시·광고하지 않고 할부액만 표시·광고함으로써 할부판매가격과 현금판매가격이 동일한 것처럼 오인시킬 우려가 있거나 양가격의 비교를 어렵게 하는 표시·광고행위

<예시>

- 어떤 사업자가 “특가 80,000원, 계약금 20,000원, 매월 2,400원 12회, 보너스 20,000원 2회”라고 표시·광고하여 마치 현금판매가격 80,000원이 할부판매가격

인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 경우

- 어떤 사업자가 “매월 3,500원, 월부가격 84,000원”이라고 표시·광고하였으나 사실은 월부가격 84,000원의 지불방법이 월 3,500원씩 24개월 균등불로 하는 것이 아니고 계약금 21,000원, 매월3,500원씩 18회 균등불로 판매하는 경우

【참고】

(할부판매가격)

분할불가격, 월부가격, 예약적립가격등 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 총액을 말함

4. 원재료, 성분에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품의 생산에 사용된 원재료나 성분에 관하여 표시·광고하는 경우에는 사실대로 하여야 한다.

따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

가. 실제 사용되지 않는 원자재나 성분이

포함된 것처럼 표시·광고하는 행위

- 나. 실제 사용된 양보다 많이 포함된 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위
- 다. 실재는 수입원재료를 사용하지 아니하였음에도 불구하고 수입원재료를 사용한 것처럼 표시·광고하는 행위
- 라. 사용된 원재료나 성분이 수입된 것을 완제품이 수입된 것처럼 표시·광고하는 행위
- 마. 부된 원재료나 성분을 가지고 전체의 주된 성분인 것처럼 표시·광고하는 행위

<예시>

- 실재는 콩기름이나 들기름등 기타 식용유를 섞어서 판매하면서 “참기름”이라고 표시·광고하는 경우
- 실재는 50%가 은(Silk)이고 50%는 레이온(Rayon)인데도 불구하고 “100% 은(Silk)” 또는 “은(Silk)”이라고 표시·광고하는 경우
 - 이 경우에는 “50% 은(Silk)/50% 레이온(Rayon)”등으로 표시·광고하여야 한다.
- 여러 개의 요소 또는 재질이 합성되어 제조된 제품에 있어서 그중 주된 요소 또는 주된 재질이 아닌 부된 용소 또는 부된 재질을 가지고 상품명으로 함으로써 당해상품이 마치 상품명으로 표면에

내세우는 부된 요소 또는 부된 재질만으로 제조된 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 경우

- “산딸기아이스크림”이라고 표시·광고하였으나 실재는 산딸기성분이 들어있지 아니하거나 단지 산딸기맛의 향만 들어있는 경우
(이 경우에는 “산딸기맛 아이스크림”이라고 표시·광고하여야 한다)

5. 품질, 성능, 효능 등에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품의 품질, 성능, 효능 등에 관하여 표시·광고하는 경우에는 사실대로 하여야 한다.

따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

가. 품질 또는 성능이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해 수준에 해당한다고 하거나 당해 수준에 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위

나. 성능이 발휘될 수 있는 판단기준을 명시하지 아니하고 막연히 일정 성능을 발휘한다고 표시·광고하는 행위다. 일부 또는 부분에 관련되

는 품질 또는 성능을 전체에 관련되는 품질 또는 성능인 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위

다. 일부 또는 부분에 관련되는 품질 또는 성능을 전체에 관련되는 품질 또는 성능인 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위

라. 표시·광고된 상품의 성능이나 효능이 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니하였는데도 불구하고 확실하게 발휘되는 것처럼 표시·광고하는 행위

<예시>

- “휘발유 1ℓ로 ○○km주행”이라고만 하고 그것이 혼잡한 시내에서의 기준인지 또는 고속도로에서의 기준등인지를 분명히 밝히지 않는 경우
 - 이 경우에는 “시내에서 ○○km, 고속도로상에서 ○○km, 평균주행거리○○km” 등으로 표시·광고하여야 한다.
- 정부기관등 공인기관으로부터 의약품으로 약효를 인정받지 아니하였는데도 불구하고 각종 질병을 치료 또는 예방하는 효과가 있는 것처럼 표시·광고하는 경우
- 미국과 정부기관이 인정한 내용은 “당해사업자가 제시한 자료를 근거로 살펴볼 때 건강에 유익한 것으로 고려된다”라고

한 것에 불과한데도 “○○효능을 미국정부기관이 공인”이라고 표시·광고하는 경우

6. 가격, 용량, 수량등에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품이 일정한 기준가격 또는 기준용량에 해당하는 경우에 이를 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다.

따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

가. 규격이 일정한 기준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해규격에 해당한다고 하거나 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위

나. 실제 용량 또는 수량과 다르게 용량 또는 수량을 표시·광고하는 행위

다. 용량을 실제보다 크게 나타내기 위하여 외형의 크기를 내형의 크기인 것처럼 표시·광고하는 행위

<예시>

- K.S규격 또는 외국공인규격등에 해당하지 아니함에도 불구하고 “K.S규격” 또는 “외국기관등에 의하여 공인된 규격”

이라는 내용으로 표시·광고하는 경우

- 어떤 냉장고의 실내용적은 “250ℓ”인데도 불구하고 당해냉장고의 용량을 표시·광고함에 있어서 외형적인 “300ℓ”을 기준으로 하여 “300ℓ형 신모델상품 개발”이라고만 표시·광고하여 마치 내용적 300ℓ형을 새롭게 개발한 것처럼 선전하는 경우
- 포장용기상 표시용량은 “20kg(Net)인데도 불구하고 신제품내용량은 ”20kg미만“인 경우
- 냉방기나 온방기의 경우 적정한 사용면적은 “15평”인데도 “24평형”이라고 과장하여 표시·광고하는 경우

7. 제조일자, 유효기간 등에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품의 제조일자, 포장일자, 유효기간 등을 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다.

따라서 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- “제조일자로부터○○일간 유효”라고만 하고 제조일자는 표시·광고하지 아니하거나 제조일자 또는 유효기간을 소비자

가 식별하기 곤란하게 표시·광고함으로써 최근에 제조되거나 사용 등에 문제가 없는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 경우

- 일정기간이 경과되면 소모 또는 마손되는 것을 영구히 또는 사실보다 상당히 장기간 존속하는 것처럼 표시·광고하는 경우

8. 제조방법에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품의 제조방법에 관하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 표시·광고하여야 한다.

따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- “수동” 또는 “반자동”의 생산설비로 제조된 상품인데도 불구하고 “자동화 생산설비” 또는 “최근컴퓨터생산시설”로 생산된 상품인 것처럼 표시·광고하는 경우
- 기술제휴계약이나 기술도입계약을 체결하지 않고 단지 기술개발시 일본 A사에서 일정기간동안 기술연수한 사실을 “일본 A사와 기술제휴”라고 표시·광고하는 경우
- 일반소비자가 손으로 만든 상품을 선호

하고 있다는 점을 착안하여 기계로 만든 상품(공예품, 면)인데도 손으로 만든 상품인 것처럼 표시·광고하는 경우

9. 특징에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품의 특징을 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다.

따라서 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 자연, 순수 등의 일정한 특징을 가지고 있지 아니하거나 또는 그것이 실증되지 아니한 것임에도 불구하고, “○○○자연수”또는 “순수알카리”등으로 표시·광고하는 경우
- 사용된 주원료가 천연의 식물성원료이기는 하지만 여타 부원료와 화학 반응시켜 얻어진 상품을 “천연○○○”이라고 표시·광고하는 경우
- “반자동”을 가지고 “자동”또는 “전자동”이라고 표시·광고하는 경우
- 전년도 재고분의 학습참고서를 표지만 바꾸어 “개정신판”, “완전신판”등이라고 표시·광고하는 경우

【참고】

(자연) : 날것으로서 혼합물·첨가물이 없고 냉장·냉동 또는 건조 이외의 어떠한 보존을 위한 가공도 하지 아니한 상태

(순수) : 첨가물이든 영양소이든 어떠한 것도 첨가하지 아니하고, 오물, 화학사료, 잔류농약 등을 실질적으로 함유하고 있지 아니하며 조리, 냉기, 냉동 또는 건조 이외의 어떠한 보존을 위한 가공도 하지 아니한 상태

10. 원산지, 제조자에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품의 원산지 및 제조자에 관하여 표시·광고를 함에 있어서는 사실대로 하여야 한다.

따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

가. 국내에서 제조되었음에도 불구하고 (수출 불합격품 또는 수출반품을 포함한다)외국문자, 외국어등으로만 표시·광고함으로써 그 표시·광고된 내용으로 보아서는 국산품인지 수입품인지를 식별하기가 불가능하거나 곤란하게 표시·광고하는 행

위
단 국내에서 제조되었더라도 원산지가 외국산에 해당되는 경우에 있어 그 해당국가의 언어나 문자 등을 표시·광고하는 경우는 제외한다.

나. 외국에서 수입된 상품을 마치 국산품인 것처럼 원산지를 사실과 다르게 표시·광고하거나 또는 당해상품의 원산지와 관계없는 국가의 문자, 국기 등을 사용하여 표시·광고하면서 실제 원산지를 표시·광고하지 아니하거나 소비자가 이를 식별하기 곤란하게 표시·광고하는 행위 단 외국에서 수입된 상품이라도 원산지가 국산에 해당되는 경우에 있어 당해 제품이 국산품인 것으로 표시·광고하는 경우는 제외한다.

다. 외국회사와 기술제휴하여 국내에서 생산·판매하는 상품인 경우에 외국상표나 외국제조회사의 명칭만 표시·광고하고 국내에서 생산된 상품이라는 사실은 표시·광고하지 아니하거나 소비자의 식별이 곤란하게 표시·광고하는 행위
단 외국회사와 기술제휴하여 국내에서 생산·판매하는 상품인 경우

에도 원산지가 외국산에 해당되는 경우에 있어 그 해당국가의 상표등을 표시·광고하는 경우는 제외한다.

라. 일부재료나 성분만 수입되고 실체는 국내에서 제조, 조립 또는 가공되었는데도 불구하고 외국에서 생산 또는 수입된 것처럼 표시·광고하고 제조업자를 표시·광고하지 아니한 행위

단 일부 재료나 성분만 수입되고 실체는 국내에서 제조·조립 또는 가공되었어도 원산지가 외국산에 해당되는 경우에 있어 당해제품의 원산지가 그 해당국가인 것으로 표시·광고하는 경우는 제외한다.

마. 자기가 제조하는 상품에 타사업자의 상표나 상호를 표시·광고하여 타사업자가 제조한 것처럼 표시·광고하거나 소비자가 식별하기 곤란할 정도로 타사업자의 상표와 유사한 상표를 표시·광고함으로써 일반소비자로 하여금 제조자를 혼동시킬 우려가 있는 표시·광고행위

바. 국내 특정지역에서 생산되는 상품이 일반적으로 소비자들에게 선호되는 경향이 있다는 사실을 이용하

여 당해상품이 국내 유명산지에서 생산된 것처럼 사실과 다르게 표시·광고하거나 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위

<예시>

- 한국에서 제조된 상품임에도 불구하고 상품사용설명서, 포장용기등에 영어, 일본어등으로 표기함으로써 당해상품이 마치 미국산 또는 일본산 상품인 것처럼 표시·광고하는 경우
- 외국의 유명상표·제조업체로고·제품디자인·포장용기 등이 적법하게 사용될 수 없는 국내제조상품에 대하여 동 상품등을 이용하거나 이를 모사하여 표기함을 써 외국산 상품인 것처럼 표시·광고하는 경우
- 저개발국에서 수입한 완구류에 대하여 원산지 또는 제조원을 표시·광고하지 아니하고 한글로 상품설명서를 작성하거나 태극기를 그려넣어 마치 국산품인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있거나 원산지 또는 제조원을 표시·광고하더라도 소비자가 이를 식별하기가 곤란하게 표시·광고하는 경우
- 한국에서 제조하였거나 외국회사와 기술 제휴하여 국내에서 생산 또는 반제품을 수입하여 국내조립하였는데도 불구하고 "Made in U.S.A", "Made in Japan" 등이

라고 외국상품인 것처럼 표시·광고하는 경우

- 강화도에서 생산되 듯자리가 아닌데도 불구하고 "강화돛자리"라고 표시·광고하는 경우

【참고】

(원산지) :

수입제품에 대하여는 다음 각호의 1에 해당하는 생산·가공 또는 제조를 행한 국가를 원산지로 보며 기타 원산지 판정에 관한 기준은 대외무역법령등의 규정에 의한다.

1. 당해물품의 전부를 생산한 국가
2. 당해물품이 2개국 이상에 걸쳐 생산·가공·제조된 경우에는 그 물품에 대하여 실질적인 변화를 가져오게 하고 당해물품으로서의 새로운 특성을 부여한 행위를 최종적으로 행한 국가

(원산지 표시와 관계되는 표시·광고수단) :

외국문자·외국어, 외국국명, 외국지명, 외국국기, 외국문장, 외국의 사업자명, 외국의 디지이너성명, 외국상표, 기타 이와 유사한 방법)

11. 보증에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품에 관하여 보증·품질사후관리(A/S)에 관하여 표시·광고하고자 함에 있어서는 그 내용, 범위,

방법, 기간, 장소, 책임자등에 관하여 사실대로 표시·광고하여야 한다.

따라서 보증 또는 A/S한다고 표시·광고한 후 이를 불이행한다던가 또는 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 보증의 내용, 기간 등에 관하여 표시·광고함이 없이 막연히 “100%품질보증” 또는 “무조건보증”이라고만 표기함으로써 사실과 다르게 완벽하게 보증이 된 것처럼 표시·광고하는 경우
- 서울, 부산, 광주, 대구, 대전등 주요도시에 한정된 A/S조직을 가지고 있는데도 불구하고 “완벽한 A/S조직”, “전국적인 A/S조직망”등이라고 표시·광고하는 경우
- “○년간 보증”이라고 표시·광고하였으나 당해기간중에 정당한 이유없이 보증 또는 A/S하여 주지 아니하는 경우

12. 용기 포장에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품에 대한 용기나 포장에 적정하게 하여야 한다 따라서 자기가 공급하는 상품의 내용에 관하여 소비자를 오인시키기 위하여 실내용물에 비하여 현저히 과대 또는 고가로 포장하여 이를 소비자에게 제시하는 행위는 부당

한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 중량이나 부피가 가격결정 또는 상품선택에 있어 중요한 상품에 있어 실내용물은 극히 적은데도 불구하고 외형포장은 내용물에 비교해서 현저히 크게(실내용물 크기의 2배이상)하여 판매하는 경우
- 기히 포장이 되어 개봉을 하지 아니하고는 식별을 할 수 없는 상품(선물용케이크, 화장품등)을 팔면서 용기의 밑부분을 위로 볼록하게 하는 등의 방법으로 실내용량이 용기의 외형에 비하여 현저히 적게 들어가게 하는 경우

13. 추천, 권장등에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품에 대한 추천, 권장등의 사실을 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다. 따라서 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

가. 전문가, 연구기관, 유명단체에 의한 추천, 권장, 수상 등의 사실이 없음에도 불구하고 동사실이 있는 것처럼 표시·광고하는 행위

나. 당해 상품을 실제로 구입·사용해본 사실이 없는 소비자의 추천을

표시·광고하는 행위

- 다. 당해 상품에 관하여 실제로 시험, 조사, 검사를 한 사실이 없는 당해 부문 전문가의 추천을 표시·광고하는 행위
- 라. 참가상 또는 순번상을 품질이 우수함으로 인하여 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
- 마. 부분적인 품질 또는 규격과 관련한 상을 전품질 또는 전규격의 상을 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
- 바. 수상자가 현존하지 아니하거나 또는 다해 수상자가 생산, 조립, 가공, 제작등에 참여하지 아니였음에도 불구하고 참여한 것처럼 표시·광고하는 행위

<예시>

- ○○신문사가 매년 실시하는 ○○인기상품 선정 행사에서 대상이 아닌 10대부문 히트상품으로 선정되었음에도 불구하고 대상으로 선정된 것처럼 표시·광고하는 경우
- 단지 1년중 하반기 히트상품으로 선정된 사실을 당해연도 전체의 히트상품인 것처럼 표시·광고하는 경우
- 여러부문별로 수상자가 있는“ World Beer Cup Festibal”(세계맥주경연대회)

에서 자사 상품이 American-Style Lager 부문에서 금상을 수상한 사실을 가지고 자신이 상을 받은 부문을 명시하지 않고 ‘세계맥주경연대회에서 금상을 받아 세계제일’이라고 표시·광고하는 경우

- 특허를 출원한 사실만을 가지고 특허획득이라고 표시·광고하는 경우

14. 용도, 사용방법, 주의사항 등에 관한 표시·광고

자기가 공급하는 상품에 대한 용도, 사용방법, 주의사항등에 관하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 표시·광고하여야 한다. 특히 안전과 관련되는 상품의 경우에는 상품선택에 영향을 미칠 수 있는 위해정보를 표기하여야 하며 식별이 용이하고 사용상의 오인이 없도록 분명하게 표시·광고하여야 하고, 동표시·광고는 당해 상품의 보존기간 동안 존속되는 방법으로 하여야 한다. 따라서 상품선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사항을 표기하지 않거나 사실과 다르게 또는 현저히 멸실되기 쉬운 형태로 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 사용상의 주의사항, 용도등이 기재된

- Label이 소비자가 선의의 주의를 기울였는데 불구하고 용기등으로부터 쉽게 떨어지도록 부착하여 표시하는 경우
- 폭발적 기타 위험 또는 위해한 상품의 용기나 포장지등에 동내용물이 폭발, 위험 또는 위해한 것이라는 내용을 표시·광고하지 아니하는 경우
 - ○○식품의 효능에 대하여 지방과 콜레스테롤 함량이 낮아 심장병 위험을 감소시킬 수 있다고 표시·광고하면서 소금 함량이 높아 심장병 위험을 높일 수 있다는 것을 나타내지 않는 경우
 - 철분결핍에 의한 피로, 권태 등의 증세에 효험이 있는 약에 대하여 그러한 사실을 표기하지 않고 단순히 피로, 권태 등에 효과가 있다고만 광고함으로써 광고된 약이 원인에 관계없이 모든 피로, 권태 등에 효과가 있는 것처럼 표시·광고하는 경우
 - 안전과 관련되는 수송기기, 일반산업기기 광고 등에서 특정인의 체험기를 인용하여 객관적으로 제품의 안전성이 검증된 것처럼 표시·광고하는 경우
 - 건강유용성을 주장하는 건강관련용품 광고에서 안전성에 관하여 객관적으로 검증되지 않았음에도 불구하고 이를 강조하여 표시·광고하는 경우
 - 유독가스차단용 방독마스크제품 광고에 있어 화재시 사망의 빈번한 원인이 되는 일산화탄소를 차단하지 못하는 제품에 대하여 단순히 화재시 유독가스를 방지하는 효과가 뛰어난 제품이라고 표시·광고하는 경우
 - 비만해소용 식품에 대하여 과다 섭취시에는 건강에 부작용이 있을 수 있음에도 불구하고 많이 섭취할수록 비만해소 효과가 뛰어난 것처럼 표시·광고하는 경우
 - 공인된 기관의 실험이나 객관적인 조사 결과 없이 자사의 담배제품이 인체에 유해한 니코틴 함량이 가장 적다고 표시·광고하는 경우
 - 식품·의약품등 국민건강과 관련되는 표시·광고를 하면서 인체에 유해한 유통기한, 성분, 함량등 안전성에 대한 표시를 하지 않거나 사실과 다르게 표시·광고하는 경우
 - 장난감류등 생활용품에 대하여 표시·광고하면서 사용방법, 사용상의 주의사항 등을 표시·광고하지 않거나 사실과 다르게 표시·광고하는 경우
 - 놀이시설등 이용시설물에 대한 표시·광고를 하면서 이용(사용)방법, 이용시의 주의사항 등을 표시·광고하지 않거나 사실과 다르게 표시·광고하는 경우

15. 경쟁사업자 및 경쟁관계상품에 관한
비교표시·광고

가. 허위의 표시·광고

경쟁사업자의 규모, 연혁등 경쟁사업자 자신에 관한 사항이나 경쟁사업자가 공급하는 상품의 가격, 품질등 거래내용 또는 거래조건등(이하 “경쟁사업자의 것”이라 한다)에 관하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다. 따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 사실과 다르게 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 된다..

나. 배타성을 띤 절대적 표현의 표시·광고

자기자신이나 자기가 공급하는 상품(이하“자기의 것”이라한다)이 경쟁 사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하여 “최대”, “최고”, “최초”, “제일”, “유일”등 배타성을 띤 절대적 표현의 용어를 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

다만 사업자가 명백히 입증하거나 또는 객관성이 있는 자료에 의해 절대적 표현이 사실에 부합되는 것

으로 판단되고 경쟁사업자 또는 소비자에게 피해를 주지 않는 경우에는 이를 사용할 수 있다.

<예시>

- “최초”를 입증할 수 없음에도 불구하고 아래와 같은 방법으로 표시·광고하는 경우

다. 경쟁사업자의 것과 비교표시·광고

자기의 것과 경쟁사업자의 것을 비교하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 적정하게 하여야 한다.

따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 허위의 내용을 인용하여 비교표시·광고하거나 또는 사실과 같다 하더라도 동일 조건하에서 비교하지 않고 자기에 유리한 부분만을 발췌하여 비교표시·광고하거나 사업자 또는 상품 등의 일부에 대하여 비교하면서 마치 전체에 대한 비교인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- TV의 가격을 표시·광고함에 있어서 A사의 것은 14인치의 가격을 B사의 것은 20인치의 가격을 비교하여 자사의 제품가격이 저렴하다고 하면서 용량을 명시하지 아니하거나 소비자가 알아보기 어려운 방법으로 표현하는 경우

- 음료수에 대한 판매량을 비교하면서 자사의 제품이 많이 판매되어 인기가 있는 제품이라고 광고하면서 자사의 것은 성수기(2/4분기)가 포함된 기간을 기준으로 하고 경쟁사의 것은 비수기(4/4분기)가 포함된 기간을 기준으로 하는 경우
- 서울~부산 간의 항공요금만을 비교하면서 마치 국내 전노선에 대한 요금 비교인 것처럼 광고하는 경우
- 세계 각국 항공사의 우수성에 관한 조사에는 10가지 항목이 사용되고 있고 그중 A항공사가 B항공사보다 우수한 평점을 받은 것이 정시도착율등 2개 B항공사가 A항공사보다 우수한 평점을 받은 것이 서비스 등 3개임에도 A항공사가 B항공사와 비교광고를 하면서 자신의 열위에 있는 평점을 받은 상황을 제외하고 당해 조사결과를 인용하는 경우
- 자동차의 안전도를 비교하는 광고에 있어서 특정속도의 정면충돌 시험결과만으로 자기가 제조·판매하는 차가 경쟁사업자의 제조·판매하는 차보다 모든 면에서 안전도가 뛰어나다고 광고하는 경우
- 상품등의 무상수리에 관한 비교광고를 함에 있어서 무상수리 품목 및 기간이 경쟁사업자의 것과 상이함에도 자기에게 불리한 무상수리기간은 명시하지 아니하고

자기에게 유희한 무상수리품목만을 비교하는 경우

- 세탁소 드라이클리닝 용제는 유해물질이 들어 있는 것이 사실이나 휘발성이 강해 세탁물에는 유해물질이 잔류하지 않음에도 불구하고 세탁소 드라이클리닝 세탁을 하게 되면 질병이 발생하는 것처럼 세탁소 드라이클리닝 용제에는 발암물질 등 유해물질이 들어있고 개발한 세탁용제에는 유해물질이 없다고 광고하는 경우

라. 중상·비방하는 내용의 표시·광고

경쟁사업자의 것에 관하여 중상·비방을 하여서는 아니된다. 따라서 자기가 공급하는 상품이 현저히 우량 또는 유리하다고 소비자를 오인시키기 위하여 경쟁사업자의 것에 관하여 객관적 근거 없는 허위의 내용으로 중상·비방하거나 불리한 사실만을 표기하여 비방하는 표시·광고행위

· 이 경우 “회사”등 경쟁관계에 있는 사업자를 구체적으로 밝히지 아니하더라도 일반적으로 어느 사업자를 지칭하는지 명백한 경우에는 해당이 된다.

<예시>

- 객관적 근거없이“XX회사(경쟁관계사업자)의 ○○제품은 약효가 전혀 없고 치료가 안된다”고 표시·광고하는 경우

- 커피를 적당량 섭취시에는 인체에 이로운 점이 있음에도 녹차 제조회사가 커피 제품이 무조건 인체에 유해한 식품인 것처럼 ‘아직도 커피를 드십니까? 많이 마시면 좋지 않다는 걸 알면서도’라고 광고하는 경우
- 침대 스프링 도금여부는 침대수명과 관련이 없음에도 ‘침대를 사신지 5년이 지났다면 심중팔구 귀하는 지난 밤 녹슨 스프링 위에서 주무셨습니다. 침대를 1~2년 쓰고 버리실 생각이라면... 굳이 녹슬지 않는 목화 침대를 쓰실 필요가 없습니다.’라고 표현함으로써 타사 침대는 문제가 있는 것처럼 광고하는 경우
- 알칼리성 비누와 중성비누가 피부에 미치는 영향에 관하여는 알칼리성이 피부에 좋다는 입장과 중성이 피부에 좋다는 입장이 있으나 경쟁사의 알칼리성 비누가 피부를 손상한다고 광고하는 경우
- 교통사고의 원인이 운전자 부주의, 차량 결함 등 다양함에도 단순히 정부 교통사고조사자료의 경쟁사업자 차량 사고율이 높은 점을 이유로 경쟁사의 차량은 안전하지 않다고 광고하는 경우

16. 누락, 은폐 등에 의한 기만적인 표시·광고

사업자 자신이나 사업자가 공급하는 상

품에 대하여 표시·광고함에 있어서는 소비자가 제품을 선택하는데 필요한 사항을 표기하여야 하며 제품 선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사실이나 내용을 누락하거나 은폐하여서는 아니된다.

따라서 아래와 같이 사업자 자신이나 상품에 관하여 중요한 사실이나 내용을 누락하거나 은폐함으로써 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 경쟁사는 100%좌석을 확보해 주는 반면 자사는 그렇지 못한 경우 자산의 통근용 정기항공편 이용의 장점을 광고하면서 그러한 사실을 밝히지 않음으로써 자사도 100%좌석확보가 되는 것처럼 광고하는 경우
- 백화점 식품코너에서 국내산 쇠고기와 한우고기의 판매대를 옆으로 나란히 설치하여 판매하면서 한우고기임을 나타내는 여러형태의 표시판을 부착하고 국내산 쇠고기임을 나타내는 표시판을 부착하지 않음으로써 국내산 쇠고기도 한우인 것처럼 표시·광고하는 경우
- 유해상품을 모아 한 셋트로 팔면서 상품 구성에 있어서 구식 모델을 일부 섞었음에도 불구하고 그 사실을 밝히지 아니하

고 표시·광고하는 경우

- 광고하는 아파트가 실제 입주일까지 상당기간 걸릴 것이 예상됨에도 곧 입주가 가능한 느낌을 주는 표현을 하고 실제 입주일을 표기하지 않는 경우

17. 기타의 거래내용 및 거래조건에 관한 사항의 표시·광고

가. 사업자가 경품류를 제공한다는 표시·광고함에 있어서는 사실대로 명확하게 표시·광고하여야 한다. 따라서 제공되는 경품류 내용, 제공기간 등에 대하여 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- “선착순 100명에 한함” 또는 “○월 ○일 부터 X 월 X일까지”등 경품제공수량 또는 기간에 관한 구체적 제한내용을 명시하지 아니한 채 특정 상품을 경품류로 제공한다고 표시·광고하였는데도 불구하고 실제 매장에서는 정당한 이유없이 경품류제공을 거절하는 경우
- 유명회사 제품이 아닌 소형의 TV와 세탁기를 경품으로 지급함에도 경품제공사실을 표시·광고함에 있어 “경품:TV, 세

탁기”등으로만 모호하게 표기하여 마치 유명회사의 중형이상의 제품을 제공하는 것처럼 표시·광고하는 경우

- 단지 왕복 항공편만 제공되고 숙박이나 식사는 제공되지 않음에도 경품제공사실을 표시·광고함에 있어 “동남아여행” 또는 “유럽여행”이라고만 모호하게 표시·광고함으로써 마치 숙박도 제공하는 것처럼 표시·광고하는 경우

나. 반품, 교환, 대금지불방법, 상품우송료 등 부대비용, 금융이용등 기타 거래내용 및 거래조건 등에 관하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다.

따라서 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하거나 모호하게 표시·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.

<예시>

- 아파트 또는 상가등의 분양광고시 “도심으로부터 10분거리”라고만 표시·광고하고 그것이 「출근시간(ruch hour)」 기준인지 아니면 「조용한 밤시간」 기준인지를 밝히지 아니함은 물론 또한 「버스」 기준인지 「택시」 기준등인지를 밝히지 않는 경우
- “무조건 5,000원”라고 광고하였는데도

- 불구하고 점포내로 들어가 보면 실제 5,000원 짜리는 몇 개없고 그보다 7,000원, 10,000원 등의 상품을 제공하거나 또는 타 고가상품이 진열되어 있는 다른 곳으로 유인하는 경우
- “무료증정”이라고 하였는데 불구하고 실제로는 특정상품을 일정액이상 구입해야 증정하는 경우
 - “불량품, 하자품을 언제든지 교환해 줍니다”라고 표시·광고하였는데도 불구하고 교환하려 하면 정당한 이유없이 “불량품이 아니다”라든가 “기간이 넘었다”라든가 “우리가 판매한 것이 아니다”라는 식으로 교환을 거절하는 경우
 - 통신판매 광고시 어떤 제품의 가격이 10,000원이라고 표기하였으나 상품구매자가 실제로 지불해야 하는 금액은 상품우송료 3,000원을 포함하여 13,000원인 경우
- 다. 수험교재판매와 관련하여 시험일, 시험합격후 혜택 등과 관련된 사항에 관하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 한다. 따라서 사실과 다르게 또는 과장되게 표시·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 된다.
- ‘○○관리사’ 수험교재를 판매하면서 제1회 시험실시일이 확정되지 아니하였음에도 불구하고 ‘제1회 시험일 확정’등으로 표시·광고하거나 또는 객관적인 근거없이 ‘제1회 시험은 합격자수를 상대적으로 많이 선발한다’라고 표시·광고하는 경우
 - 금번 시험의 합격자수가 미정임에도 2~3천명 선발 또는 고용의무화로 많은 인원을 선발한다고 표시·광고하거나 객관적인 근거없이 타 자격시험에 비해 쉽다라고 하거나 해당시험의 평가방법은 상대평가임에도 절대평가라고 표시·광고하는 경우
 - ‘○○평가사’ 수험교재를 판매하면서 사실과 다르게 시험합격시에는 관련업체, 정부투자기관, 협회 등에 취업이 보장된다거나 ‘채용의무화자격증’ ‘매월 고소득보장’이라고 표시·광고하는 경우
 - 민간자격증에 해당하는 ‘○○번역사’ 수험교재를 판매하면서 ‘공인자격증’ 국가가 인정하는 자격’이라고 표시·광고하는 경우
 - ‘○○기능사’수험교재를 판매하면서 자신의 수험교재에 대하여 사실과 다르게 유명교수집필 이라고 표시·광고하는 경우.

<예시>