

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

공정거래 자율준수 편람

2012. 00. 00

서울우유협동조합

공정거래 자율준수 편람

목 차

제1절 CP(공정거래자율준수프로그램, Compliance Program) 개요

1. 공정거래 자율준수프로그램	
1.1 의의	1
1.2 이해당사자	1
2. 공정거래 자율준수프로그램 운영지침	
2.1 공정거래법 및 관계법령	1
2.2 핵심 7대 요소의 이행.....	2

제2절 공정거래법 및 제도 개요

I. 공정거래법 개요

1. 공정거래법의 중요성	4
2. 공정거래법의 개요.....	4
3. 공정거래법의 구조.....	5

II. 공정거래법의 주요내용

1. 개요	6
2. 시장지배적지위의 남용금지	6
3. 부당한 공동행위의 제한	7
4. 불공정거래행위의 금지.....	8
5. 재판매가격유지행위의 제한	9

제3절 우리 조합 업무별 유의사항

I. 대리점/BIZ파트너에 대한 불공정거래행위

1. 부당하게 거래를 거절/중단하는 행위(제23조제1항제1호)	11
2. 경쟁사업자 배제행위(법 제23조제1항제2호)	13
3. 부당한 이익에 의한 고객유인(법 제23조제1항제3호)	14
4. 거래상지위남용행위-구입강제행위(제23조제1항제4호)	16
5. 거래상지위남용행위-이익제공행위(제23조제1항제4호)	18
6. 거래상지위남용행위-판매목표강제행위(제23조제1항제4호)	18
7. 거래상지위남용행위-불이익제공행위(제23조제1항제4호)	20
8. 거래상지위남용행위-경영간섭행위(제23조제1항제4호)	22
9. 구속조건부거래행위-배타조건부행위(제23조제1항제5호)	23
10. 구속조건부거래행위-거래지역·거래상대방제한(제5호)	24
11. 사업활동방해(법 제23조제1항제5호)	25
12. 재판매가격유지행위(법 제29조)	26
13. 위반시 제재	28
14. 공정위 조사권한 및 공정거래법 위반에 대한 처벌	
14.1 공정위 소관사항	29
14.2 공정위 사건처리 절차	29
14.3 공정거래법 위반에 대한 처벌	31

II. 경쟁자와의 부당한 공동행위

1. 경쟁사와의 부당한 합의(부당 공동행위)(법 제19조)	
1.1 관련법령 내용	35
1.2 Must Not do These	42
1.3 위반시 제재	48
1.4 면책 및 보상제도	50
1.5 경쟁사 모임 관련 행동지침	52

1.6 실무지침상 Don'ts.....	52
1.7 경쟁사와의 정보 교환 관련 가이드라인.....	53
1.8 문서 작성 및 정보보안 관련 가이드라인.....	53
1.9 담합조사 실무.....	55
1.10 업계모임 참여원칙 및 프로세스.....	56

Ⅲ. 대리점 계약체결(약관거래)시 유의사항

1. 개요.....	60
2. 약관의 의의.....	60
3. 약관의 규제.....	60
4. 주요 내용	
4.1 약관의 명시·설명의무.....	61
4.2 불공정약관조항.....	62
4.3 업무 시 유의사항.....	74
4.4 불공정 약관의 효과.....	74
4.5 벌칙.....	75

Ⅳ. 프로모션(표시·광고)시 유의사항

1. 의의.....	76
2. 위법성 판단기준.....	76
3. 부당한 표시·광고의 유형.....	77
4. 표시·광고시 유의사항	
4.1 사업자 자신에 관한 표시·광고.....	78
4.2 가격에 관한 표시·광고.....	79
4.3 원재료, 성분에 관한 표시·광고.....	80
4.4 품질, 성능, 효능 등에 관한 표시·광고.....	80
4.5 보증에 관한 표시·광고.....	80
4.6 추천, 권장 등에 관한 표시·광고.....	80
4.7 경쟁사업자 및 경쟁관계 상품에 관한 비교표시·광고.....	81
4.8 중상·비방하는 표시·광고.....	82

4.9 누락, 은폐 등에 의한 기만적인 표시·광고	82
4.10 기타 거래내용 및 거래조건에 관한 표시·광고.....	82
5. 위반시 제재	83
6. 업무시 주의사항	
6.1 표시·광고의 정확한 이해필요	84
6.2 세가지 요건을 모두 충족하면 부당한 표시·광고	84
6.3 비교광고 유의사항.....	84
6.4 표시·광고시 유의사항(십계명).....	85
6.5 과징금부과	86

V. 구매·조달(OEM 및 하도급거래)시 유의사항

1. 하도급거래란	
1.1 제조위탁	87
1.2 법 적용 대상	88
2. 하도급거래 단계별 하도급법상의 주요 규제내용	
2.1 하도급계약 체결단계	88
2.2 하도급거래 이행단계	93

제4절 공정거래법 위반에 대한 대응 절차

I. 공정거래법 위반사건의 처리절차

1. 조사절차	
1.1 조사 주체.....	101
1.2 조사 단서.....	101
1.3 배당과 사전심사	101
1.4 사건번호·사건명 부여와 조사의 실시.....	101
1.5 심사보고서 작성 후 심사관의 조치	101

2. 심판절차	
2.1 심판 주체.....	103
2.2 주심위원 지정과 심결보좌.....	103
2.3 심의기일 및 장소의 지정.....	104
2.4 합의.....	104
2.5 의결서 작성.....	104

Ⅱ. 공정거래법 위반에 대한 대응절차

1. 사전예방 대책으로서의 공정거래 자율준수프로그램 도입 및 운영.....	105
2. 조사개시 전 단계	
2.1 내부적인 조사의 필요.....	105
2.2 자진신고자 감면정책의 이용 여부의 결정.....	106
3. 조사개시후 대책 - 사건의 파악 및 적절한 대응조치	
3.1 개요.....	106
3.2 사건의 파악 : 사실관계의 파악 및 변호사 선임.....	106

Ⅲ. 행동요령

1. 평상시 행동요령	
1.1 경쟁자들과의 정기적·반복적 접촉 자제.....	108
1.2 Don'ts.....	108
2. 공정거래위원회 조사 시 행동 요령	
2.1 현장조사 시.....	109
2.2 자료제출 요구 시.....	109
2.3 출석진술 요구 시.....	110

제5절 공정거래 자율준수[CP] Check List

I. 공정거래법 관련 체크리스트

1. 영업부문 Check List..... 오류! 책갈피가 정의되어 있지 않습니다.2
2. 구매(조달)부문 Check List.....114

II. 표시광고 관련 체크리스트.....115

제1절 CP(공정거래자율준수프로그램, Compliance Program) 개요

1. 공정거래 자율준수프로그램

1.1 의의

- 공정거래 관계법령의 이해 증진 및 자율준수를 위하여 사업자들이 도입, 시행하는 프로그램으로서, 별도로 명시하지 않는 한 조합의 자율준수프로그램을 말합니다.
- 「자율준수편람」 또는 「자율준수 매뉴얼」이란 자율준수프로그램을 제정·시행하기 위하여 각 사업자들이 작성한 문서로서, 별도로 명시하지 않는 한 조합의 자율준수편람을 말합니다.

1.2 이해당사자

- 「경쟁업체」란 조합의 상품 또는 서비스와 경쟁적인 상품을 국내에 판매하고 있는 업체를 말합니다.
- 「거래업체(거래상대방), biz파트너」란 조합과 계약관계인 대리점, 협력업체, 공급업체를 말합니다.
- 「직원」이란 조합과 고용계약을 체결한 모든 임원과 직원을 말합니다.
- 「고객」 또는 「실수요자」란 조합의 제품을 구매하는 수요자를 말합니다.
- 「공정위」라 함은 공정거래위원회(Fair Trade Commission)를 말합니다.

2. 공정거래 자율준수프로그램 운영지침

2.1 공정거래법 및 관계법령

모든 직원은 공정거래관계법령에서 정하는 유의사항을 충분히 숙지하고 이를 철저히 준수하여야 합니다.

- 「공정거래법」이란 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」을 지칭
- 「하도급법」이란 「하도급거래의 공정화에 관한 법률」을 지칭
- 「약관법」이란 「약관규제에 관한 법률」을 지칭
- 「공정거래 관계법령」이란 상기의 법률과 시행령을 개별적 또는 집단적으로 통칭
- 「법」 또는 「법령」이라 함은 협의로는 해당 법률만을 지칭하나, 광의로는 해당 법률의

시행령, 수입기관의 지침 및 고시를 포함

2.2 핵심 7대 요소의 이행

2.2.1 최고 경영자의 의지 표명

- 최고 경영자는 모든 직원에게 서면으로 공정거래 관계법령 및 자율준수프로그램의 준수 의무와 이를 위반하는 경우의 처벌 방침을 전 직원들에게 선언하여야 합니다.
- 최고 경영자는 이사회 의 결의로서 자율준수관리자를 임명하여야 하며, 필요한 경우 자율준수위원회를 구성하는 등 자율준수프로그램의 이행에 필요한 조직과 제도를 정비하고 그 효율적 운영에 필요한 지원을 제공하여야 합니다.
- 최고 경영자는 자율준수관리자와 협의하여 직원들에게 공정거래 관계법령의 준수와 법 위반의 사전 예방에 필요한 교육을 실시하며, 필요한 경우 협력업체 등을 대상으로 공정거래 관계법령 및 자율준수프로그램에 관한 교육이나 행사를 주최하는 등 자유롭고 공정한 경쟁문화의 확산에 노력하여야 합니다.

2.2.2 자율준수관리자의 임명

- 자율준수관리자는 공정거래 관계법령 및 조합의 정책과 절차에 정통한 고위관리자 중에서 선임하되, 생산·영업, 구매·조달, 표시·광고, 고객지원 등 업무를 직접 담당하지 않는 자가 담당하는 것이 원칙이며,
- 자율준수관리자는 공정거래 관계법령의 준수 및 자율준수프로그램의 수립과 집행을 위한 조직과 업무를 관장하고, 자율준수편람의 제정 및 개정, 자율준수프로그램의 기획, 수립, 집행, 감시, 제재, 개선 및 운영 등에 대한 권한과 책임을 집니다.

2.2.3 자율준수편람의 제정 및 개정

- 자율준수관리자는 공정거래 관계법령에 따라 한국공정경쟁연합회(이하 「연합회」)와 협력하여 자율준수편람을 제정하고 필요한 경우 공정거래 관계법령의 신규 제정과 개정 내용 등을 반영하여 정기적으로 자율준수편람을 개정 보완하여야 합니다.

2.2.4 교육 시스템

- 자율준수관리자는 조합의 전 직원들이 공정거래 관계법령을 자율적으로 준수하고 법 위반 행위를 사전 예방할 수 있도록 주기적인 교육을 제공하며, 이에 필요한 프로그램과 시스템을 구비하고, 한국공정경쟁연합회 등 관계기관의 협력과 지원을 받아 교재를 개발합니다.
- 자율준수관리자는 최고 경영자 및 필요한 부서 단위로 매 반기마다 1회 이상 교육을 실시하여야 합니다.

- 자율준수관리자는 교육 프로그램의 개발, 이행, 결과 등에 관한 기록을 해당 교육 종료 후 3년간 유지합니다.

2.2.5 감시 및 감독 시스템

- 자율준수관리자는 익년 3월 이내에 조합의 공정거래 관련 법규 준수를 위한 조합의 제반 활동을 감사하고, 그 결과를 조합장에게 보고하고, 최고 경영자와 협의하여 개선 방안을 수립하고 집행하여야 합니다.

2.2.6 위반에 대한 자율규제

- 자율준수관리자는 직원이 공정거래 관계법령을 위반할 우려가 있거나 위반이 의심되는 사안이 발견된 경우, 지체 없이 조사하여 조합의 직원이 공정거래 관계법령을 위반하였거나 위반한 혐의가 있는 경우, 최고 경영자, 기타 관련 부서 책임자들과의 충분한 협의를 거쳐 사안에 따라 해당 업무로부터의 격리, 경고, 전직, 업무정지, 감봉, 해고 등 필요한 징계조치를 취하여야 합니다.
- 자율준수관리자는 필요한 경우 법 위반사실의 조사 내용 및 관련 자료와 문서를 기록, 보관 유지하여야 합니다.

2.2.7 문서관리체계의 구축

- 자율준수관리자는 자율준수의 시행과정에서 생성된 자료와 문서의 관리체제를 구축하여야 하고 경쟁법 위반 시 이를 경쟁당국에 대한 근거자료로 활용해야 합니다. 문서관리는 공정거래 자율준수프로그램의 핵심 6요소를 포함하고 있어야 하며 문서는 정확하고 최신의 정보를 담고 있어야 합니다.

제2절 공정거래법 및 제도 개요

I. 공정거래법 개요

1. 공정거래법의 중요성

- 공정거래에 관한 법령은 거래의 모든 단계에서 활력적이고 공정한 경쟁을 보장하여 자유로운 기업시스템을 보호하고 촉진하기 위한 것입니다. 공정거래 관련 법령은 경쟁을 보호함으로써 혁신을 강화하고 소비자들이 최저의 가격으로 최고의 제품을 구매할 수 있도록 보장하는 매우 중요한 역할을 합니다.
- 따라서 공정거래법이란 기업의 자유로운 경제활동을 보장하고, 공정하고 자유로운 경쟁을 유지·촉진함으로써 시장활동이 유효하게 기능할 수 있도록 환경을 정비하고자 하는 제도로 독점규제정책의 실현을 목적으로 합니다.
- 우리나라는 공정거래법 제1조에서 독점규제정책의 목표를 명시하고 있으며, 독점규제정책은 금융정책 및 재정정책과 함께 현대자본주의국가의 3대 경제정책을 구성하고 있습니다.
- 공정거래 관련법령을 위반하는 경우 기업은 과징금 부과(법위반 유형에 따라 기업의 관련 매출액의 2-10% 범위내), 검찰 고발, 민사상 손해배상청구소송을 당할 수 있으며, 그 결과는 기업 및 관련 임직원들 모두에게 매우 가혹할 수 있습니다.
- 그러므로 공정거래 관련 위반행위가 적발되지 않거나 처벌되지 않을 수 있다고 판단하는 것은 매우 중대한 오산입니다. 공정거래에 관한 법령들은 매우 중요한 것으로서 이를 결코 경시해서는 안되며, 기업의 모든 직원들은 독점 규제 및 공정거래에 관한 제반 법령을 준수하여 경영활동을 하여야만 기업의 명성과 브랜드의 가치를 보호할 수 있다는 것을 명심할 필요가 있습니다.

2. 공정거래법의 개요

- 공정거래법의 정식명칭은 「독점규제및공정거래에관한법률」이며, 사업자의 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형있는 발전도모를 목적으로 합니다.
- 공정거래법의 특별법으로서 하도급거래의 공정화를 위하여 원사업자가 준수하여야 할

기준을 정한 「하도급거래공정화에관한법률」이 1984년 12월 31일에 제정되어 운용되고 있고, 불공정한 약관사용을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하기 위한 「약관의규제에관한법률」이 1986년 12월 31일에 제정되어 1987년 7월 1일부터 운용되고 있습니다.

3. 공정거래법의 구조

- 공정거래법이 유지하고자 하는 경쟁조건으로서 크게 경쟁적인 시장구조의 유지와 시장에서의 경쟁에 대한 인위적인 제약의 제거 등 2가지를 들 수 있으며, 이러한 시장구조의 규제와 경쟁제한행위의 금지는 상호 유기적이고 보완적인 관계를 유지하면서 경쟁조건을 유지라는 목적을 수행해 나가고 있습니다. 즉, 공정거래법상의 제 규제는 크게 구조규제와 행태규제로 구분 할 수 있고, 구조규제는 구조적인 시장결합 및 과도한 경제력집중을 개선하고자 하는 제도로써 시장경쟁의 회복을 통한 소비자들의 실질적인 경제적 후생증진을 목적으로 하며, 행태규제는 개별기업 또는 사업자단체의 경쟁제한적 거래행태 및 관행을 시정하고자 하는 제도로 경제적 약자인 중소기업을 대기업의 횡포로부터 보호하고자 하는 사회적·정치적 정책목표의 성격을 보다 강하게 가지고 있습니다.
- 시장에서 사업자들이 치열한 경쟁을 하면 소비자들은 낮은 가격의 양질의 제품을 구매 할 수 있고 소비자의 편익도 증대됩니다. 공정거래법은 시장에서 치열한 경쟁이 이루어지도록 보장하기 위한 법입니다.
- 공정거래법이 금지하고 있는 경쟁 촉진분야의 불공정거래 행위들은 모두 시장구조나 거래행태를 대상으로 하고 있습니다. 즉 공정거래법 제3조의2(시장지배적지위 남용행위 금지), 공정거래법 제19조(부당한 공동행위 금지), 공정거래법 제23조(불공정거래행위의 금지), 공정거래법 제29조(재판매가격유지행위 금지)는 거래행태를 주로 규율하기 위한 것이며, 공정거래법 제3조(독과점적 시장구조의 개선) 및 공정거래법 제7조(경쟁제한적 기업결합 금지)는 주로 시장구조를 개선하고 규율하기 위한 것입니다. 따라서 우리나라 공정거래법은 크게 두 가지 부분 즉, 시장구조의 개선을 위한 규제와 거래행태의 개선을 위한 규제부분으로 구성되어 있음을 알 수 있습니다.

II. 공정거래법의 주요내용

1. 개요

- 이미 앞서 말한 바와 같이 공정거래법은 크게 사업자간 경쟁여건의 조성을 위한 “시장구조 개선”과 사업자간의 판매활동과정에서 일어나는 경쟁제한행위나 불공정한 거래행위를 규제하는 “거래행태 개선”의 두 가지 유형의 실체적 내용을 가지고 있습니다. 불공정거래행위는 거래행태의 개선을 위한 규제에 속하며 주어진 시장구조하에서 개별기업의 행위가 경쟁질서를 저해하는 불공정거래행위의 규제가 특히 중요한 의미를 가집니다.
- 공정거래법상의 거래행태개선과 관련된 규제내용은 다음과 같습니다.

2. 시장지배적지위의 남용금지

- 시장지배적지위의 남용행위는 간략히 정의하면, “시장지배적지위를 이용하여 다른 사업자의 사업활동을 방해하거나 혹은 거래상대방 혹은 고객에게 부당한 가격 혹은 거래조건을 부과하여 착취하는 행위”를 말합니다. 학문적으로는 흔히 전자를 방해남용이라 부르고 후자를 착취남용이라 부릅니다. 방해남용은 자신의 시장지배력을 유지, 강화하기 위하여 다른 경쟁사업자의 경쟁을 부당하게 제약하거나 방해하기 위한 행위를 말하며, 착취남용은 자신의 시장지배력을 이용하여 유효한 시장경쟁이 있었다라면 성립하지 않았을 가격이나 거래조건을 거래상대방에게 부과하여 부당하게 이익(소위 경쟁초과이익)을 향유하는 행위를 말합니다.
- 시장지배적 사업자란 시장에서 경쟁을 배제할 수 있는 힘 즉, 일정한 거래분야의 공급자나 수요자가 단독으로 또는 다른 사업자와 함께 제품이나 용역의 가격·수량·품질 기타의 거래조건을 유지 또는 변경할 수 있는 시장지위를 가진 사업자를 말하며, 경쟁의 기회가 적은 독과점사업자라는 점을 이용하여 독점적 이익을 추구할 가능성이 크고 이들의 시장지배적 지위 남용행위는 일반사업자들의 행위에 비해서 시장에 미치는 악영향이 크므로 공정거래법은 일정한 기준에 해당하는 사업자를 시장지배적 사업자로 추정하여 이들의 남용행위를 규제하고 있습니다. 쉽게 말해서 시장지배적 지위라고 하는 것은 당해 시장 내에서 다른 사업자들의 눈치를 보지 않고 가격 등 거래조건을 독자적으로 좌지우지할 수 있는 지배력을 가진 사업자라고 할 수 있습니다. 경제학적 의미에서는 가격을 자신의 한계비용보다 높게 설정할 수 있는 힘, 즉 경쟁초과이익을 향유할 수 있는 지위에 있는 사업자를 말합니다.
- 공정거래법은 시장지배적 지위 여부와 관련하여, 시장점유율을 기초로 한 추정조항을 두고 있어서 시장점유율이 일정한 수준을 넘게 되면 시장지배적 지위가 있는 것으로 추정되도록 하고 있습니다. 공정거래법은 1사업자의 시장점유율이 50% 이상이 되면

단독의 시장지배력을 추정하게 되고, 만약 당해 시장에서 상위 3사의 시장점유율의 합계가 75% 이상이 되면 이들 상위 3 사업자에 대하여 일종의 공동의 시장지배력을 추정하게 됩니다. 공동의 시장지배력 요건을 충족하는 경우에도 상위 3사에 속하지만 그 시장점유율이 10% 미만이면 추정에서 배제됩니다. 예컨대 1위 사업자가 40%, 2위 사업자가 30%, 3위 사업자가 5%라고 하면 3위 사업자는 공동의 시장지배적 지위 추정에서 제외됩니다.

- 공정거래법은 ①제품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정·유지 또는 변경하는 행위, ②제품의 판매 또는 용역의 제공을 부당하게 조절하는 행위, ③다른 사업자의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위, ④새로운 경쟁사업자의 참가를 부당하게 방해하는 행위, ⑤부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하거나 소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있는 행위 등 5개유형을 시장지배적 사업자의 대표적인 남용행위로 규정(제3조의2)하고 있습니다.

3. 부당한 공동행위의 제한

- 공정거래법은 사업자가 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 행위, 즉 부당한 공동행위(Cartel)를 하는 것을 원칙적으로 금지하고 있습니다. 부당한 공동행위는 시장에서의 가격결정 등 자유로운 경쟁행동을 방해함으로써 시장경쟁원리의 원활한 작동에 저해요인이 될 뿐 아니라 경제·사회적으로도 비효율을 초래하게 됩니다. 즉, 단기적으로 공동행위에 의한 산출량의 제한과 가격의 결정이 가능해지고 장기적으로는 한계사업자의 퇴출을 막아 자원배분의 효율성도 저해하게 됩니다. 또한 부당한 공동행위는 사업자간 은밀한 공모에 의해 이루어진다는 점에서 윤리적으로도 비난의 대상이 됩니다.
- 부당 공동행위란 2 이상의 사업자간의 의사의 합치(Meeting of Minds)를 말하는 것으로 명시적 합의뿐만 아니라 묵시적 합의(예: 입찰담합이 이뤄지는 장소에 출석하여 아무런 의사표시 없이 앉아 있다가 나중에 이를 실행한 경우) 내지 암묵의 요해에 그치는 경우도 포함합니다. 묵시적 합의의 개념 및 범위와 관련하여, 의식적 병행행위(conscious parallelism), 동조적 행위(concerted practice), 조장적 관행 등과의 구별이 문제됩니다. 의식적 병행행위(conscious parallelism)는 과점시장에서 흔히 볼 수 있는 사업조정외의 형태로서 사업자들 사이에 의사의 연락은 없지만 병행적으로 행해지는 사업활동에 대한 상호 인식이 있는 경우를 말합니다.
- 대법원은 과점적 시장구조 아래에서 시장점유율이 높은 선발 업체가 독자적인 판단에 따라 가격을 결정한 뒤 후발 업체가 일방적으로 이를 모방하여 가격을 결정하는 경우 “과점적 시장구조 하에서의 상호의존성에서 비롯된 병행적 가격책정”에 해당한다고 판단하여 의식적 병행행위는 합의의 개념에 포섭되지 않는다고 보았습니다(대법원 2008. 9. 25. 선고 2006두14247 판결, 철근 제조회사 사건).

- 가격모방행위가 '합의'에 해당하는지에 대하여, 과점적 시장구조하에서 시장점유율이 높은 선발 업체가 독자적인 판단에 따라 가격을 결정한 뒤 후발 업체가 일방적으로 이를 모방하여 가격을 결정하는 경우에는, 선발 업체가 종전의 관행 등 시장의 현황에 비추어 가격을 결정하면 후발 업체들이 이에 동조하여 가격을 결정할 것으로 예견하고 가격 결정을 하였다는 등의 특별한 사정이 없는 한, 공정거래법 제19조 제5항에 따른 공동행위의 합의 추정은 반복됩니다.
- 가격동조화 현상(선발업체가 종전의 관행 등 시장의 현황에 비추어 가격을 결정하면 후발업체들이 이에 동조하여 가격을 결정할 것으로 예견하고 가격결정을 하였다는 등의 사정이 있는 경우)에 의한 가격정책 행위에는 추정 반복이 불허된 사례가 있습니다(대법원 2008. 8. 11. 선고 2006두12104 판결, 철근 구매 입찰 사건).
- 부당한 공동행위에 관해 약정하는 계약 등은 이를 무효로 한다고 규정(제19조제4항)하고, 2이상의 사업자가 부당한 공동행위를 하고 있는 경우 동 사업자간에 명시적인 합의가 없더라도 공동행위를 하고 있는 것으로 추정하는 조항(제19조제5항)과 신고자에 대한 면책조항(제22조의2)을 두고 있습니다.

4. 불공정거래행위의 금지

- 공정거래법 제23조 제1항에서 “사업자는 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 된다”라고 규정하고 있는데, 불공정거래행위를 규제하는 목적은 바로 공정한 거래(fair trade)를 유지하기 위해서입니다. 일반적으로 공정한 거래라는 개념은 공정경쟁(fair competition)보다는 넓은 개념으로 이해되고 있는데, 경쟁수단이나 방법의 공정성뿐만 아니라 거래조건에의 공정성까지 포함하는 개념입니다. 따라서 불공정거래행위의 규제는 경쟁 그 자체의 보호뿐만 아니라 경쟁자와 소비자의 이익을 함께 보호하기 위한 것이라 할 수 있습니다.
- 공정거래법 제23조 제1항에서 규정하고 있는 ‘공정한 거래를 저해할 우려’, 즉 공정거래 저해성이라는 개념의 의미가 무엇인지 문제가 됩니다.
- 우리 공정거래법에서는 ‘공정한 거래를 저해할 우려’에 대한 정의를 하고 있지 않습니다. 일단 직접적으로 경쟁 그 자체를 훼손하는 행위는 공정거래법 제1조 목적조항에서 ‘경쟁을 촉진함으로써’라고 규정하고 있는 점에 비추어 공정한 거래를 저해할 우려가 있다고 보는데 별 문제가 없습니다. 그래서 경쟁대상이 될 수 있는 상대방의 시장 진입자체를 막거나 경쟁사업자를 배제시켜 시장에서의 경쟁을 소멸 내지 감소시키는 행위 등이 규제대상이 될 수 있습니다. 예컨대 신규 진입하고자 계획하는 경쟁사의 제품을 취급하는 대리점과는 거래를 거절하겠다고 공표한 행위는 신규진입자로 하여금 대리점 확보의 수단을 봉쇄하여 경쟁할 수 있는 기회를 박탈하는 행위입니다.

- 두 번째로, 경쟁 그 자체를 직접적으로 훼손하는 행위는 아니지만 경쟁의 수단이 공정하지 못하여 결과적으로 공정한 경쟁이 저해되는 경우도 간접적으로 경쟁을 촉진하고자 하는 법의 목적에 상치되기 때문에 규제의 대상이 됩니다. 예컨대 위계에 의한 고객유인행위는 고객에게 잘못된 정보를 제공하여 품질과 가격에 의한 공정한 경쟁을 저해합니다. 첫 번째 행위가 경쟁할 수 있는 자유를 막는 행위라면 두 번째 행위는 경쟁을 허용하되 공정한 방법으로 경쟁하는 행위입니다.
- 셋째로, 타 사업자와의 직·간접적인 경쟁차원보다는 중소기업자 혹은 소비자 보호의 관점에서 거래상대방에게 불이익을 강요하는 조건으로 거래하거나 상대방의 자유로운 의사결정을 저해하는 방식으로 거래하는 등 거래의 내용이 불공정한 경우입니다. 예컨대, 납품업체에게 불리한 거래조건을 강요하여 거래하는 경우입니다.
- 공정거래법은 ①부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위, ②부당하게 경쟁자를 배제하는 행위, ③부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위, ④자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위, ⑤거래상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위, ⑥부당하게 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 가지급금·대여금·인력·부동산·유가증권·무체재산권 등을 제공하거나 현저히 유리한 조건으로 거래하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위(신설 '96.12), ⑦기타 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위(신설 '99.2) 등을 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 불공정거래행위로 규정하고, 사업자에 대하여 이를 금지함은 물론 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서도 아니 된다고 규정(제23조제1항)하고 있습니다.

5. 재판매가격유지행위의 제한

- 수직적인 거래제한은 가격의 측면에서 발생할 수도 있고, 가격이 아닌 측면에서 발생할 수 있는데 전자를 재판매가격유지행위라고 합니다. 가격이 아닌 측면을 규제하는 행위로는 구매자의 지역이나 소비자를 구속하는 행위들을 들 수 있습니다. 재판매가격유지행위는 공급자(supplier, 예컨대 제조업자)가 자기 상품의 구매자(buyer, 예컨대 도매상 또는 소매상)로 하여금 재판매가격(예컨대 도매상이 소매상에게 판매하는 가격)을 통제하는 행위입니다. '재판매'라 하는 이유는 제조업자가 판매한 것을 도매상이 소매상에게 또는 소매상이 소비자에게 다시(再) 판매하기 때문입니다.
- 공정거래법 제2조 제6호에서는 재판매가격유지행위를 정의하고 있는데, "사업자가 상품 또는 용역을 거래함에 있어서 거래상대방인 사업자 또는 그 다음 거래단계별 사업자에 대하여 거래가격을 정하여 그 가격대로 판매 또는 제공할 것을 강제하거나 이를 위하여 규약 기타 구속조건을 붙여 거래하는 행위"라고 규정하고 있습니다.
- 따라서, 재판매가격유지행위의 객체는 상품이 될 수도 있고 용역이 될 수도 있으며,

대상은 직접 거래상대방이 될 수도 있고 그 다음 단계의 사업자 즉 2차 혹은 3차의 거래선이 될 수도 있습니다. 다만 사업자여야 하기 때문에 최종소비자는 제외됩니다. 강제하거나 구속하여야 하고 단순히 권장하는 정도로는 부족하며, 재판매가격은 통상 최저가격을 의미하지만 경우에 따라서는 최고가격이 될 수도 있고 특정한 가격을 지정하는 지정가격이 될 수도 있습니다.

- 공정거래법은 "상품을 생산 또는 판매하는 사업자는 재판매가격유지행위를 하여서는 아니 된다"고 규정하여 원칙적으로 이 행위를 금지하고 있습니다(법 제29조제1항 본문). 동조 단서에서는 "다만 상품이나 용역을 일정한 가격 이상으로 거래하지 못하도록 하는 최고가격유지행위로서 정당한 이유가 있는 때에는 그러하지 아니하다"고 규정하고 있습니다.
- 최저가 재판매가격유지행위는 당연위법이며, 최고가 재판매가격유지행위는 일단 위법성이 추정되지만 사업자가 정당한 이유를 입증하면 면책이 될 수 있습니다.
- 그런데 유의할 점은 우리나라의 공정거래법에서는 합의이든 단독행위이든 불문하고 강요를 하거나 구속조건부로 거래를 하게 되면 재판매가격유지행위가 성립한다는 점입니다.
- 공정거래법은 저작물과 ①당해 제품의 품질이 동일하다는 것을 용이하게 식별할 수 있을 것, ②당해 제품이 일반소비자에 의하여 일상 사용되는 것일 것, ③당해 제품에 대하여 자유로운 경쟁이 행하여지고 있을 것 등의 3가지 요건을 갖춘 제품으로서 사업자가 당해 제품에 대하여 재판매가격유지행위를 할 수 있도록 공정거래위원회의 지정을 받은 경우를 제외하고는 재판매가격유지행위를 제한(제29조제1항, 제2항)하고 있으며,
- 공정거래위원회는 재판매가격을 유지할 수 있는 제품을 지정한 때에는 이를 고시(제29조제4항)하여야 하며, 지정·고시된 제품을 생산 또는 판매하는 사업자가 당해 제품의 재판매가격을 결정·유지하기 위하여 체결한 계약이 소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있거나 공공의 이익에 반하는 경우에는 계약내용의 수정을 명령(제30조)할 수 있습니다.

제3절 우리 조합 업무별 유의사항

I. 대리점/BIZ파트너에 대한 불공정거래행위

1. 부당하게 거래를 거절/중단하는 행위(제23조제1항제1호)

1.1 개요

특정사업자에게 부당하게 거래의 개시를 거절하거나 지속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 경우 “부당하게 거래를 거절/중단하는 행위”에 해당될 수 있습니다.

1.2 관련법령 내용

1.2.1 개요

- 부당하게, 특정사업자와의 거래를 단절하거나 거래를 정지한다거나 거래의 내용을 제한하는 것, 또는 다른 사업자에게 이러한 행위를 하도록 교사하거나 강제하는 행위를 말합니다.
- 자기와 거래하기 위해서는 자기가 지정하는 사업자의 물품·용역을 구입할 것을 의무화하고 그에 응하지 않음을 이유로 거래개시를 거절함으로써 당해 물품·용역시장에서의 경쟁에 영향을 미치는 행위
- 자기 또는 자기와 밀접한 관계에 있는 사업자와 독점적으로 거래하는 사업자와는 거래하면서 경쟁사업자와도 거래하는 사업자에 대하여는 합리적 이유 없이 거래를 중단하거나 제한함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위

1.2.2 왜 금지할까요?

- 시장에서 유력한 지위에 있는 사업자가 그 지위를 유지 또는 강화할 목적으로 경쟁사업자 제품을 취급하는 특정 사업자와의 거래를 거절하거나, 거래거절을 당한 사업자가 다른 거래처를 찾기가 쉽지 않아 시장에서 배제될 우려가 있기 때문입니다.

1.2.3 Must Not do These

- 지속적으로 거래하던 사업자가 다른 거래처를 용이하게 구할 수 없는 상황에서 충분한 시간도 주지 않고 특별한 이유 없이 당해 업체로부터의 구매를 중단하는 행위

- 납품업체의 귀책사유나 제품에 특별한 하자가 없고 납품기한이 만료되지 않았는데도 일방적으로 납품을 중단토록 하는 행위
- 계열회사와 거래할 목적으로 계속적 거래관계에 있던 기존 납품업체와의 거래를 중단 하는 행위
- 납품업체가 경쟁사업자와 밀접한 관련이 있거나 경쟁사업자의 계열사라는 이유로 거래를 거절 또는 중단하는 행위
- 제품구매 또는 시공을 위한 입찰과정에서 불합리한 자격요건을 제시하여 지명 또는 제한입찰을 실시함으로써 특정사업자를 참가하지 못하도록 하는 행위

■ 사례

- 시행령 제36조 제1항 [별표1] 제1호 나목에서 규정하고 있는 '기타의 거래거절'은 개별 사업자가 그 거래상대방에 대하여 하는 이른바 개별적 거래거절을 가리키는 것으로 거래처 선택의 자유라는 원칙에서 볼 때, 또 다른 거래거절의 유형인 '공동의 거래거절'과는 달리 거래거절이라는 행위 자체로 바로 불공정거래행위에 해당하는 것은 아니고, 그 거래거절이 (1) 특정사업자의 거래기회를 배제하여 그 사업활동을 곤란하게 할 우려가 있거나, (2) 오로지 특정사업자의 사업활동을 곤란하게 할 의도를 가진 유력 사업자에 의하여 그 지위남용행위로서 행하여지거나, (3) 혹은 법이 금지하고 있는 거래장제 등의 목적 달성을 위하여 그 실효성을 확보하기 위한 수단으로 부당하게 행하여진 경우라야 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 거래거절행위로서 법이 금지하는 불공정거래행위에 해당한다고 할 수 있음(대법원2004.7.9 선고 2002두11059 하이트맥주의 거래상지위남용 건).
- 거래거절의 위법성을 평가함에 있어 사업경영상의 필요성이라는 사유를 다른 주관적·객관적 위법요소들과 대등한 가치를 지닌 독립된 제3의 요소로 취급할 것은 아니므로 거래거절에 이른 사업경영상의 필요성이 인정된다는 사정만으로 곧 당해 거래거절의 위법성이 부인되는 것은 아니나, 여러 위법요소들을 종합하여 개별적 거래거절의 공정거래저해성 유무를 심사한다고 할 때 거래거절의 원인이 된 사업경영상의 필요성은 행위의 객관적·주관적 측면을 이루는 여러 위법요소들 중 하나에 해당하는 참작사유로서 아니면 적어도 위법성을 부인하기 위한 근거로 내세워지는 행위의 의도·목적을 추단케 하는 간접사실로서 위법성 판단과정에 작용된다고 할 것임(헌재 2004.6.24 선고 2002헌마496 현대오일뱅크의 인천정유에 대한 석유판매 대리점계약 해지 건).

■ 예시

- 20년간 거래한 업체에 대하여 저가판매를 이유로 거래거절
- 외상매출금 증가에 따른 거래한도 초과 때문에 거래거절 했다고 주장하나 외상매출금 증가율이 더 높은 타 대리점에게는 거래를 계속 유지함

- 입금부진 및 외상대금 과다를 이유로 공급중단 하였으나 실적이 더 부진한 타 대리점과는 계속해서 거래한 사실이 있으므로 신빙성 결여

1.2.4 Do's

- 다음과 같이 거래거절의 합리성이 있다고 인정되는 경우에는 법 위반으로 보지 않을 수 있습니다.
 - 생산 또는 재고물량 부족으로 인해 거래상대방이 필요로 하는 물량을 공급할 수 없는 경우
 - 거래상대방의 부도 등 신용결함, 명백한 귀책사유, 자신의 도산위험 등 불가피한 사유가 있고 거래거절 이외에 다른 대응방법으로 대처함이 곤란한 경우
 - 당해 거래거절로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
 - 단독의 거래거절에 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우

1.2.5 업무상 유의사항

- 거래중단에 따르는 명확한 사유(품질, 납기 지연, 부정 연루 등)가 있어야 합니다. 부정의 증거가 명확한 경우 이를 반영해 업체를 정리하는 것은 문제되지 않으나 명확한 증빙을 추후 제시할 수 있어야 합니다.
- 거래상대방들이 조합과의 거래중단에 따른 대체 거래처를 찾을 수 있도록 통상 3개월의 여유(거래연장)를 주는 것이 판례입장입니다.
- 거래중단이 예상되는 업체는 6개월 전에 거래중단을 알리는 경고성 문서를 발송하고, 거래중단 예정 3개월 전에 정식으로 거래중단을 알리는 문서를 발송하는 것이 원칙입니다. 거래중단에 따른 업체의 피해 및 항변을 듣는다는 의미에서 협력회사에 '소명 기회'를 주어야 합니다.

2. 경쟁사업자 배제행위(법 제23조제1항제2호)

2.1 개요

원칙적으로 사업자는 자기가 거래하려는 가격을 자유롭게 결정할 수 있으므로, 공정거래법은 특별한 경우를 제외하고는 사업자의 가격결정에 관여하지 않는 것을 원칙으로 합니다. 그러나 새로운 경쟁자의 시장진입을 저지하거나 다른 사업자를 시장으로부터 배제하기 위하여 원가보다 현저히 낮은 가격으로 공급하는 경우에는 문제가 될 수 있습니다.

2.2 관계법령내용

2.2.1 부당염매

- 자기의 상품을 공급함에 있어서 정당한 이유 없이 그 공급에 소요되는 비용보다 현저히 낮은 대가로 계속하여 공급하거나 기타 부당하게 상품을 낮은 대가로 공급함으로써 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위를 말합니다.

2.2.2 왜 금지할까요?

- 자기의 생산효율성을 발휘하는 방법이 아니라 채산성을 도외시한 낮은 가격으로 공급하여 자기와 동등하거나 보다 더 효율적인 사업자를 시장에서 배제하기 때문입니다.

2.2.3 Must Not do These

- 규모의 경제 등 이유로 당해 시장에서의 신규진입이 단기간 내 용이하지 않은 상황에서 경쟁사업자를 퇴출시키기 위한 목적으로 제조원가에 못 미치는 가격으로 계속하여 제품 또는 용역을 공급하는 행위
- 시장에서 유력한 사업자가 신규진입을 시도하는 사업자를 저지하기 위해 제조원가를 하회하는 가격으로 제품 또는 용역을 일정기간 계속적으로 판매하는 행위

2.2.4 Do's

- 다음과 같이 정당한 이유가 있다고 인정될 경우에는 법 위반으로 보지 않습니다.
 - 하자가 있는 상품, 유통기한이 임박한 물건, 계절상품 및 재고의 처리를 위하여 제한된 물량의 범위 내에서 염매를 하는 경우
 - 수요보다 공급이 현저히 많아 이를 반영하여 염매로 판매하는 경우
 - 신규개점 또는 신규 시장진입에 즈음하여 홍보목적으로 한정된 기간에 걸쳐 염매를 하는 경우
 - 파산이나 지급불능상태를 막기 위해 염매를 하거나 파산 또는 지급불능상태에 있는 사업자가 염매를 하는 경우

3. 부당한 이익에 의한 고객유인(법 제23조제1항제3호)

3.1 개요

정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과도한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인할 경우 “부당한 이익에 의한 고객유인 행위”에 해당될 수 있습니다.

3.2 관련법령 내용

3.2.1 부당한 이익에 의한 고객유인 행위

- 부당하거나 과도한 이익인지 여부는 ① 제공되는 경제적 이익이 당해 업계의 정상적인 거래관행에 비추어 볼 때 허용될 수 있는 수준인지, ② 고객의 합리적인 제품선택을 방해할 정도의 것인지를 고려하여 판단하며, 여기서는 부당하거나 과도한 이익에 의해 고객을 유인하는 행위 자체를 문제 삼는 것이므로 실제 고객이 유인되었는지 여부는 불공정거래행위의 성립에 영향을 미치지 않는다는 점을 유의하여야 합니다.
- 리베이트란 일반적으로는 결산가격과 구별해서 거래처에 제도적 또는 개별적인 거래시마다 지급되는 금전이며 가격의 한 요소로서 시장의 실태에 알맞은 가격형성을 촉진한다고 하는 면도 있기 때문에 리베이트의 공여(지급) 자체가 바로 공정거래법상 문제가 되는 것은 아닙니다.
 - 그러나 리베이트의 지급방법에 따라서는 판매점의 사업활동을 제한하게 되어 공정거래법상 문제가 되는 경우가 있습니다(리베이트를 수단으로 해서 판매점의 판매가격, 경쟁품의 취급, 판매지역, 판매처 등에 대해서 제한하는 경우).
 - 불륨리베이트 자체는 문제 없으나 지급율이 현저하게 누진적인 것을 유력한 제조업자가 공여하면 공정거래법상 문제가 될 경우가 있습니다.
 - 따라서 리베이트를 지급할 경우에는 다음 사항에 주의하여야 합니다.
 - ① 판매점의 활동을 제한하는 조건을 붙이지 말 것
 - ② 사전에 지급기준을 명확히 해서 상대방에 공표할 것
 - 제조업자가 지급기준이 불명확한 리베이트를 재량적으로 지급하는 경우에는 판매점에 대하여 제조업자의 판매정책에 따르기 쉽게 한다고 하는 효과를 생기게 하고, 그 결과 판매점의 사업활동을 제한하게 될 가능성이 있기 때문입니다.

3.2.2 왜 금지할까요?

- 사업자가 정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과도한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위로서 이는 가격과 품질, 서비스에 의한 공정한 경쟁을 저해하기 때문입니다.

3.2.3 Must Not do These

- 점유율을 기준으로 한 리베이트를 유력한 제조업자가 공여하고 타사 제품의 취급을 제한하는 것이 될 경우
- 자기와 거래하도록 하기 위해 자신의 제품 또는 용역을 구입하는 고객에게 음성적인 리베이트를 지급하거나 지급할 제의를 하는 행위
- 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 소개·의뢰·추천하는 자에게 리베이트 등의 이

익을 제공하거나 제공하겠다는 제의를 함으로써 고객을 유인하는 행위

- 사업자가 다른 특정사업자로부터 수주하거나 거래를 개시하기 위해 금품 등 음성적인 경제적 이익을 제공하는 행위

■ 사례

- 신제품 맥주 판매촉진활동을 강화하기 위하여 1994.7월과 같은 해 8월중 800,000천원의 예산을 책정하여 본사 영업사원 및 24개 지사의 영업사원에게 각각 1인당 2,500천원 내지 3,000천원씩 할당하고 이를 재량으로 행하도록 한 사실이 있으며, 이에 따라 일부 영업사원들은 15개 종합주류도매상의 영업사원들에게 맥주 1상자 판매 시 500원씩을 지급하는 법으로 총 8,239,500원을 지급
- 분유제조회사가 산부인과 병원에 대하여 저리의 대여금을 제공하거나, 대여금 이자차액을 보전하거나 또는 물품을 무상 제공

3.2.4 업무상 유의사항

- 과다한 판촉비용의 사용도 위법한 행위가 될 수 있습니다.

4. 거래상지위남용 행위- 구입강제행위(제23조제1항제4호)

4.1 개요

거래상지위 남용행위의 위법성 판단에 있어서는 ① 행위자가 거래상 우월한 지위에 있어야 하고, ② 이를 부당하게 이용하여, ③ 상대방에게 불이익을 제공하여야 하는 바, 여기서 「부당하게 이용」한다는 것은 우월한 지위에 있는 사업자의 주관적 의도 여부를 불문하고 상대방과 거래함에 있어 불이익을 부과하는 경우이며, 「불이익」이라 함은 모든 형태의 손해를 가리키는 개념이 아니라 규범적 의미에서 경제적 열위에 있음으로 해서 법적 대응수단이 없거나 있어도 거래상의존도 등으로 인해 대응조치를 강구할 수 없어 부득이 감수할 수밖에 없는 경제적 피해를 말합니다. 대리점 등에게 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강요할 경우 “부당하게 거래를 강제하는 행위”에 해당될 수 있습니다.

4.2 관련법령 내용

4.2.1 구입강제 행위

- 구입강제란 거래상지위를 남용하여 거래상대방으로부터 구입의사가 없는 제품 또는

용역의 구입을 강제하는 행위를 의미합니다.

- 사업자의 요구를 거부하여 불이익을 당하였거나 제반 정황상 객관적으로 구입하지 않을 수 없는 사정이 인정되는 경우에는 구입강제행위가 성립됩니다.

4.2.2 왜 금지할까요?

- 거래과정에서 거래상지위를 이용하여 거래상대방이 원하지 않는 제품을 구입하게 한 다거나, 일방적으로 거래상대방에게만 불이익이 되는 거래조건을 설정 또는 변경하거나, 임직원의 임면에 간섭하는 등 거래상대방의 자유의사를 구속하여 불이익을 제공 한다면 결과적으로 거래상대방은 그 경쟁자와의 관계에서 경쟁조건이 불리하게 되며, 반대로 행위자가 이익을 받게 된다면 경쟁여건면에서 그의 경쟁자보다 유리한 위치에 서게 되어 결국 자유경쟁의 기반을 저해하는 결과를 초래할 우려가 있기 때문입니다.

4.2.3 Must Not do These

- 남아있는 재고 정리를 위해 주문이 없는데도 판매점에게 밀어내기 하는 경우
- 거래처에 대하여 구입하지 않으면 향후 지속적인 거래에 영향을 받을 것임을 직·간접적으로 알려 구입하도록 하는 경우
- 계속적 거래관계에 있는 판매업자에게 주문하지도 않은 상품을 임의로 공급하고 반품을 허용하지 않는 행위
- 대리점에 과대한 물량을 할당하고 이를 거부하거나 소화하지 못하는 경우 상대방이 그 할당량을 구입하는 것으로 회계 처리 하는 행위

■ 사례

- 유아용품의 도매업을 영위하는 사업자가 자기의 대리점인 36개 전문점에 대하여 각 전문점이 주문하지 않은 물품 등을 일방적으로 공급. 일반적으로 대리점은 자기의 영업능력과 계획에 따라 판매할 상품을 주문하여 구입하는 것이 정상적인 거래관행이라 할 수 있고, 본건 각 전문점과의 통상적인 거래관계도 전문점이 사전 주문한 물품에 대해서만 출고하는 거래방식을 취해 온 사실을 고려해 볼 때 아기용품 및 화장품류 등 주문하지도 않은 물품을 36개 전문점에게 일방적으로 공급한 행위는 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품을 구입토록 사실상 강제
- 대리점에 대하여 2005년 7월부터 2006년 4월까지 홍제대리점이 주문한 수량 및 금액을 초과하여 제품을 공급

4.2.4 업무상 유의사항

- 직원이나 거래처에 대한 단순한 요청이 거래상 지위와 결부되어 상대방의 입장에서는

강제 당하는 것으로 받아들여질 수 있습니다.

- 업계의 관행이라고 하여 반드시 공정거래행위가 되는 것은 아닙니다.

5. 거래상지위남용 행위-이익제공행위(제23조제1항제4호)

5.1 개요

거래상대방에게 경제상의 이익을 제공하도록 강요하는 행위로서 경제상의 이익에는 금전, 유가증권을 비롯해 경제적 가치가 있는 모든 것이 포함되고 적극적으로 요구하는 행위뿐만 아니라 자신이 부담해야 할 비용을 상대방에게 전가하여 소극적으로 경제적 이익을 누리는 행위도 포함합니다. 또한 사업자가 실제 이익을 얻었을 것을 요하지도 않습니다. 이러한 행위들로는 대량구매자가 구입 물량의 일정 비율만큼 무상제공을 요구하는 행위, 사업자가 거래와 무관한 기부금이나 협찬금을 요구하는 행위를 말합니다.

5.2 관련법령 내용

5.2.1 이익제공 행위

- 거래상대방에게 자기를 위하여 금전, 물품, 용역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위입니다.

5.2.2 Must Not do These

- 수요측면에서 지배력을 갖는 사업자가 자신이 구입하는 물량의 일정 비율만큼 무상으로 제공하도록 요구하는 행위
- 사업자가 거래상대방에 대해 거래와 무관한 기부금 또는 산출근거나 사용처가 명확하지 않은 협찬금이나 기타 금품 또는 향응을 요구하는 행위
- 자기의 필요에 의해 판촉행사를 실시하면서 거래처로 하여금 판촉행사에 소요되는 비용을 과도하게 부담시키는 경우
- 자기의 연구비용, 직원 야유회 비용 등을 강제적으로 부담시키는 경우

6. 거래상지위남용행위-판매목표강제행위(제23조제1항제4호)

6.1 개요

사업자가 거래상대방에게 판매목표를 정해 주고 이를 달성하도록 강제하는 행

위. 대체로 상품의 경우는 판매량 할당, 용역의 경우는 가입자 확보가 문제됩니다. 이러한 행위들로는 사업자가 대리점에게 판매목표를 정해 놓고 미달성시 거래를 중단하거나 대리점이 인수한 것으로 회계처리 하는 등 제재를 가하는 행위 등을 말합니다.

6.2 관련법령 내용

6.2.1 판매목표강제 행위

- 자기가 공급하는 상품과 관련하여 거래상대방의 거래에 관한 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위입니다.

6.2.2 왜 금지할까요?

- 판매목표강제를 규제하는 이유는 동 행위가 유통거래에 있어 제품의 밀어내기(구입강제, 끼워팔기 등)를 유도하고 대리점 등 판매업자가 목표달성을 위해 부당염매 등 불공정한 행위를 하는 것을 조장함으로써 유통시장을 교란하고 브랜드 내 건전한 경쟁을 저해할 가능성이 있기 때문입니다.

6.2.3 Must Not do These

- 대리점에 매월 일정액 이상의 판매목표를 부여하고 실제 판매액이 목표액에 미달했을 경우 목표액과 실제 판매액과의 차액을 실제로 판매한 것처럼 하여 그에 상당하는 판매수수료를 판매점에 지급하게 하는 경우
- 판촉을 위한 순수한 유인수단의 범위를 넘어 판매목표와 연계된 장려금을 지급하는 경우
예) 장려금이 포함되어야 정상적인 유통마진율이 확보되고 그 장려금 지급율이 정상적인 유통마진율에 근접할 정도로 높은 경우
- 독과점적 지위의 강화, 판매지역제한, 밀어내기 등 공정거래법상 위법·부당한 행위를 달성할 목적으로 판매목표를 강제하는 경우
예) 자사 제품의 판매비율을 전년도 시장점유율 이상으로 유지하도록 강제하는 행위 등
- 판매목표를 달성하지 못했을 경우 신제품의 판매를 중지하는 등 불이익을 제공하는 경우
- 대리점이 판매목표량을 달성하지 못하였을 경우 반품조건부 거래임에도 불구하고 반품하지 못하게 하고 대리점이 제품을 인수한 것으로 회계처리하여 추후 대금지급 시 공제하는 행위
- 대리점이 판매목표량을 달성하지 못하였을 경우 본사에서 대리점을 대신하여 강제로

미판매 물량을 덤핑 판매한 후 발생손실을 대리점의 부담으로 하는 행위

■ 사례

- 대리점을 통해 자동차를 판매함에 있어서, 2003년부터 매년 자신의 국내 판매목표를 결정하고 결정한 판매목표를 지역본부로 배분하고, 지역본부는 대리점에게 재배분. 소속 대리점들에게 자신이 정한 차량 판매목표 부여기준에 따라 대리점마다 분기, 반기, 연간으로 판매목표를 설정. 2006년도 상반기의 경우, 소속 252개 대리점에게 자동차 판매목표를 최고 324대부터 최저 50대까지 설정 부과

6.2.4 업무상 유의사항

- 단순한 목표설정을 넘어 이를 달성하지 못하는 경우 제재를 가하는 것은 판매목표를 강제한 것으로 인정될 수 있습니다.

7. 거래상지위남용행위-불이익제공행위(제23조제1항제4호)

7.1 개요

거래상대방에게 경제상의 이익을 제공하도록 강요하는 행위로서 경제상의 이익에는 금전, 유가증권 등 포함. 거래상지위남용의 가장 빈발한 행위유형으로 거래상대방에게 상기 이외의 방법으로 일방적으로 불리한 거래조건을 당초부터 설정하였거나 기존의 거래조건을 불리하게 변경하는 것을 말합니다. 거래조건에는 각종 구속사항, 저가 또는 고가매입, 가격조건, 대금지급방법 및 시기, 반품, 제품검사방법 등 모든 조건이 포함됩니다. 이러한 행위들로는 반품조건부로 공급한 상품의 반품을 받아주지 아니하여 거래상대방으로 하여금 반품을 포기하도록 하는 행위, 사업자의 귀책사유로 인해 발생한 비용증가분을 인정하지 않는 행위 등을 들 수 있습니다.

7.2 관련법령 내용

7.2.1 불이익제공 행위

- 구입강제, 이익제공강요, 판매목표 강제 이외의 방법으로 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위입니다.

7.2.2 왜 금지할까요?

- 거래상대방의 자유의사를 구속하여 불이익을 제공한다면 결과적으로 거래상대방은 그 경쟁자와의 관계에서 경쟁조건이 불리하게 되며, 반대로 행위자가 이익을 받게 된다

면 경쟁여건면에서 그의 경쟁자보다 유리한 위치에 서게 되어 결국 자유경쟁의 기반을 저해하는 결과를 초래할 우려가 있기 때문입니다.

7.2.3 Must Not do These

- 거래상대방(대리점 및 협력업체)과 제품 판매계약을 체결하면서 상대방에게 일방적으로 불리한 조항을 설정하는 경우
 - 거래상대방과의 협의 없이 일방적으로 계약을 해지할 수 있는 조항
 - 계약의 전부 또는 일부를 해지하여도 손해배상을 청구할 수 없다는 조항
 - 계약내용의 해석에 다툼이 있을 경우 자기에게만 해석권이 있는 것으로 규정한 조항
 - 계약내용을 일방적으로 변경, 추가할 수 있도록 한 조항
 - 재판관할법원을 일률적으로 자기의 소재지를 관할하는 법원으로 규정한 조항
 - 물품에 대한 대금결제 시점에 소유권이 판매인에게로 이전되는 것이 아니라 지급일에 정상결제될 때까지 소유권을 유보하는 조항
 - 계약서상 정하지 않은 사항에 대해서는 자기의 내규를 따르도록 한 조항
- 불량 제품이 발생한 경우 교환비용의 일부를 판매점이 부담하도록 규정하거나 반품에 대해 공동으로 책임지도록 하는 경우
- 판매물량에 상응하는 부동산 등 담보를 제공받으면서 대금결제의 이행을 보충하기 위해 추가적으로 당좌수표 또는 백지어음을 예치토록 하거나 연대보증인의 입보를 요구하는 등 이중담보제공을 요구하는 경우
- 납품 지체에 대한 지체상금은 규정하면서 대금 지급 지연에 대한 이자지급은 면제하도록 한 조항
- 거래처에게 일방적으로 불리하게 대금지급조건 등의 거래조건을 설정하거나 변경하는 경우
- 대금을 지연지급하면서 이에 대한 지연이자나 어음할인료를 미지급하는 행위
- 계약서상의 하자보증기간이 종료된 후에도 하자보수를 강제하는 행위
- 발주자의 귀책사유로 인한 검수지연, 해당물품에 대한 검사기간 등을 납품기간에 포함시켜 거래상대방에게 지체상금을 부과하는 행위
- 납품지시 후 생산이 완료된 물량을 아무런 하자가 없음에도 이를 취소하는 행위

■ 사례

- 시유·분유·요구르트·이유식 등을 자기의 대리점에 판매하면서 자신의 서울사무소와 대리점간에 전화 및 팩스 등을 이용하여 제품주문 및 각종 정보를 교환하던 것을 PC통신을 이용하는 방법으로 전환하기 위하여 각 대리점에 PC설치를 의무화 하고, PC통신

사용료 전액을 대리점들에게 균등분할로 부담시켰으며, 강남대리점 등 총 349개 유통 및 가정배달 대리점으로부터 제품판매대금을 수령하면서 대리점이 제품판매대금의 납부를 지연할 경우에는 일일 1,000분의 1의 높은 요율을 적용해서 미수이자를 징수

- 하이트맥주가 전북지역 주류판매회사들이 공동으로 설립한 주류유통회사와 거래함에 있어서 동 유통회사가 어음금을 지급하지 못하는 등 자력이 악화되어 종전에 어음으로 교부받던 맥주공급대금을 현금이나 당좌수표로만 지급받는 것으로 거래조건을 변경한 행위가 문제된 사례에서, 대법원은 거래조건을 변경하게 된 경위, 업계의 관행, 일반경쟁질서에 미치는 영향 및 관계규정 등을 종합하여 볼 때, 거래상대방의 자력악화에 따른 채권확보를 위한 경영상의 정당한 이유가 있는 행위로 보여지고, 구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제 등과 동일시할 수 있을 정도로 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 그 이행과정에서 불이익을 주었다거나, 그로써 정상적인 거래관행에 비추어 상대방에게 부당하게 불이익을 주어 공정거래를 저해할 우려가 있는 것으로 볼 수 없다고 판시

7.2.4 업무상 유의사항

- 제재를 위한 목적의 공급물량감축은 거래상 지위를 남용한 것으로 인정될 수 있습니다.

8. 거래상지위남용행위- 경영간섭행위(제23조제1항제4호)

8.1 개요

거래처의 경영에 대한 관여는 제조업자의 판매정책을 침투시키기 위함 이외에 경영지도, 채권보전, 마케팅 정보의 수집 등 여러 가지의 이유에 의하여 행하여지며, 그 행위 자체가 곧바로 공정거래법상 문제가 되는 것은 아니나, 그 결과 거래처의 사업내용 등에 대하여 정상적인 상관습에 비추어 지나친 제한이나 의무를 과하는 것으로 될 경우는 「불공정한 거래방법」(우월적 지위의 남용, 구속조건부거래)으로서 위법이 됩니다.

8.2 관련법령 내용

8.2.1 경영간섭 행위

- 상대방의 임직원을 선임·해임함에 있어 자기의 지시 또는 승인을 받게 하거나 거래상대방의 생산품목, 생산량, 거래내용을 제한함으로써 경영활동을 간섭하는 행위입니다.

8.2.2 Must Not do These

- 거래처 임직원의 선임·해임, 변경 등에 대하여 자사의 지시 또는 승인을 받게 하고, 이에 따르지 않을 경우 거래중단, 계약해지 등의 불이익을 주는 행위
- 합리적 이유 없이 대리점의 거래처 또는 판매내역 등을 조사하거나 제품 광고 시 자기와 사전합의 하도록 요구하는 행위

■ 사례

- 자사 에어컨의 시장가격 하락을 방지하기 위하여 거래상대방인 대리점의 에어컨 저가 판매를 제한하기로 하고 저가판매 내역을 조사하는 등 대리점들의 판매활동을 부당하게 제한하는 행위를 한 것이 경영간섭행위로 인정

8.2.3 업무상 유의사항

- 법의 위임이 없이 거래상대방의 가격책정까지 관여하는 것은 경영을 간섭한 행위로 인정됩니다.
- 1차 및 2차 협력사간 계약에 대해 조합이 개입하는 것은 절대 금지(경영권 침해)
 - 1, 2차 업체간 납품 대금의 결정 및 원자재 업체의 지정 문제는 해당 협력회사에 대한 경영권 침해로 판정하는 사례가 많음. 따라서, 견적을 받을 때 조합이 필연적으로 간섭 할 수 있는 부분에 대해서는 반드시 문서로 명기(제3자 참석한 회의록)해서 증거로 남겨야 함.
 - 단, 조합이 고객의 품질 요구수준 및 Buyer의 요구 등과 같은 명확한 이유에 의해 행하는 행위라 할지라도 이 역시 과도할 경우 문제될 수 있음(원재료 구입처의 지정, 2차 재 하청 업체의 지정 및 기계 설비의 지정 등)

9. 구속조건부거래행위-배타조건부행위(제23조제1항제5호)

9.1 개요

제조업체가 대리점에게 자기 경쟁자의 제품을 취급하지 말 것을 조건으로 물품을 공급하거나 거래하는 행위와 같이 거래상대방에 대하여 자신의 경쟁자와 거래하는 것을 막는 행위를 말합니다.

9.2 관련법령 내용

9.2.1 배타조건부거래행위

- 부당하게 거래상대방이 자기의 경쟁사업자와 거래하지 아니하는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위입니다.

9.2.2 Must Not do These

- 상당한 시장지배력을 가지고 있는 시장에서 자기와 거래하는 거래처에 대해 전속거래를 조건으로 계약을 체결하는 경우
- 거래상대방이 이미 취급하고 있는 경쟁사 제품을 판매하지 못하도록 하고 자기제품만 취급하도록 강제하는 경우
- 거래처에 대하여 조합 제품만을 취급하도록 의무화 하는 것
- 다른 제조업자 제품의 취급을 일정 한도 내로 제한 하는 것
- 특정 브랜드의 제품의 취급을 금지하거나 제한하는 것

■ 사례

- 먹는 샘물 시장(시장점유율 5.3%)에서 대리점들에게 경쟁사제품의 취급을 금지하고 자사 대리점들간 고객 쟁탈을 금지하며, 위반 시 계약해지, 공급중단 등 제재 조치
- 정유사들이 자영주유소에 대해 소요제품 전량을 자신들로부터 공급받도록 하고, 이를 위반할 경우 계약해지, 손해배상 제재를 가할 수 있으며, 계약기간이 장기간에 이르는 계약을 체결하여 거래한 행위
- 자사제품인 전자복사기 및 팩시밀리 판매와 관련하여 체결한 전문대리계약서 조항 중 자기제품만 취급토록 강제하고, 백지어음 및 수표 제출을 요구한 행위

9.2.3 업무상 유의사항

- 거래상지위가 있는 사업자가 거래상대방에 대하여 전속적인 관계를 요구하면 법 위반이 될 가능성이 높습니다.

10. 구속조건부거래행위-거래지역·거래상대방제한(제5호)

10.1 개요

거래상대방에게 판매지역이나 거래상대방을 제한하는 행위. 판매지역의 구속은 그 정도에 따라 구분되며 ①, ②의 경우 공정거래저해성이 없는 것으로 봅니다.

- ① 판매거점제: 거래상대방의 판매책임지역을 설정할 뿐 그 지역 외의 판매를 허용
- ② 개방 지역제한제(open territory): 판매지역을 설정하되 복수의 판매자를 허용
- ③ 엄격한 지역제한제(closed territory): 판매지역 이외의 지역에서의 판매 제한

10.2 관련법령 내용

10.2.1 거래지역 또는 거래상대방 제한 행위

- 상품 또는 용역을 거래함에 있어서 그 거래상대방의 거래지역 또는 거래상대방을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위입니다.

10.2.2 Must Not do These

- 거래처의 판매지역을 특정 시, 도나 시, 군, 구로만 제한하는 경우

■ 사례

- 출판사가 총판사업자에 대하여 거래지역 외에서 서적판매를 금지하고 이를 위반 시 계약을 해지
- 식품제조회사가 대리점에게 인터넷쇼핑몰업체와 거래하지 못하도록 서면 또는 구두로 공지하거나 확인서를 징구한 행위

10.2.3 업무상 유의사항

- 유력한 사업자가 거래상대방의 거래지역을 제한하는 것은 공정한 거래를 저해할 가능성이 높습니다.
- 사업자가 자신의 계산과 위험부담 하에 위탁매매인에게 판매대상 등을 지정하는 상법상 위탁매매관계는 거래상대방의 판매지역 또는 거래상대방 제한에 해당되지 않습니다.
- 영업지역 제한행위에 강제성이 없는 경우는 법 위반이 되지 않습니다. 영업지역 획정이 단순 권장사항에 불과하여 대리점들이 이를 어겨도 제재나 불이익이 따르지 않는다면 강제성이 없는 것으로 볼 수 있습니다.

11. 사업활동방해(법 제23조제1항제5호)

11.1 개요

사업활동방해는 사업자가 정당한 노력에 의해서 제품을 생산하고 그 제품의 가격·품질·서비스 등을 위주로 경쟁을 해야 함에도 불구하고 생산수단의 확보과정이나 기존거래의 종료과정에서 부당한 방법을 사용하여 거래상대방의 사업활동을 방해하는 사업자의 행위를 말하는 것으로 경쟁수단이 불공정한 결과를 초래하게 됩니다.

11.2 관련법령 내용

11.2.1 개요

- 사업활동을 심히 곤란하게 하였는지 여부는 동종업종의 관행, 행위자와 거래상대방의 시장에서의 위치, 거래상대방이 본 피해의 정도, 시장에서 거래상대방이 경쟁에서 불리하게 된 정도 등을 고려해서 판단하게 됨
- 기술의 부당이용: 다른 사업자의 기술을 부당하게 이용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위.
- 거래처 이전방해: 다른 사업자의 인력을 부당하게 유인·채용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란할 정도로 방해하는 행위

11.2.2 Must Not do These

- 다른 사업자의 기술을 무단으로 이용하여 다른 사업자의 생산이나 판매활동에 심각한 곤란을 야기시키는 행위
- 자기와의 거래관계를 종료하고 다른 거래처로 옮기려는 업체에 대하여 담보 해지를 고의로 지연하고, 근거 없이 악의적인 소문을 퍼뜨려 거래상대방을 곤경에 빠뜨리는 행위
- 타 사업자에 대한 근거 없는 비방전단을 살포하여 사업활동을 곤란하게 하는 행위

■ 사례

- 대형서적 판매사가 출판사들에게 경쟁판매업체들의 서적할인판매를 중단시키도록 압력

12. 재판매가격유지행위(법 제29조)

12.1 개요

재판매가격유지행위라 함은 제품을 생산 또는 판매하는 사업자가 그 제품을 판매함에 있어서 거래상대방인 사업자 또는 그 다음 거래단계별 사업자에 대하여 거래가격을 정하여 그 가격대로 판매할 것을 강제하거나 이를 위하여 규약 기타 구속조건을 붙여 거래하는 행위를 말합니다(법 제2조 제6호).

12.2 관련법령 내용

- 공정거래법은 "상품을 생산 또는 판매하는 사업자는 재판매가격유지행위를 하여서는 아니된다"고 규정하여 원칙적으로 이 행위를 금지(법 제29조 제1항 본문). 동조 단서에서는 "다만 상품이나 용역을 일정한 가격이상으로 거래하지 못하도록 하는 최고가

격유지행위로서 정당한 이유가 있는 때에는 그러하지 아니하다”고 규정하고 있습니다.

12.2.1 Must Not do These

- 문서, 구두를 불문하고 제조업자가 제시한 가격으로 판매할 것을 합의하거나 이러한 조건을 수락한 유통업자하고만 거래하는 행위
- 자기가 제시한 가격으로 판매하지 않을 경우 제품공급의 중지, 공급가격의 인상, 리베이트 삭감 등 경제적 불이익을 주는 행위
- 재판매가격의 이행여부를 확인하기 위하여 판매가격에 관한 보고서 제출요구, 직원 파견을 통한 서류열람, 제품에 비밀번호나 비밀표시를 하여 저가 판매된 제품의 유통 경로를 조사하여 제재하는 행위
- 판매 대리점에 대해 판매가격을 준수하도록 하고 그 이행여부를 수시로 조사하여 시정을 요구할 수 있도록 하는 행위

■ 사례

- 서울우유협동조합은 대리점에게 자사 제품을 공급함에 있어 2008. 8. 22부터 권장소비자가격을 지정하였다.

구분	제품명	권장소비자가격
흰우유	카톤 200ml	650
	카톤 500ml	1,300
	카톤 1000ml	2,200
가공우유	카톤 커피, 딸기, 초코	650
발효유	요하임	3,000
음료	아침에주스	2,750

- 대리점이 유통점에 공급하는 제품가격을 명시적으로 지정하지는 않았으나, 유통점의 마진이 권장소비자가격의 15%이상이 되도록 함으로써 대리점의 유통점에 대한 공급가격을 사실상 지정하고 있다.
- 이러한 방침을 준수하지 않고 유통점에 제품을 공급하는 대리점에 대하여는 '08. 8. 22부터 페널티를 부과하기로 결정하였다.

3. 판매가격 과징 절대 금지

3) 따라서 대리점사장님들께서는 판매가격을 조합권장가격대로 받으셔야만 여론이나 언론의 공격대상이 되지 않습니다.....따라서 조합전체와 대리점을 보호하기 위하여 판매가격 과징금지를 조합전사적인 차원에서 시행하고 적발되는 대리점은 페널티(벌과금)가 부과됨을 공지해드리오니 유통종사원을 교육하시어 불이익이 발생하지 않도록 재차 당부드립니다.

- 교복제조업자는 대리점 간담회에서 하복교복 1벌 당 85,000원 미만으로 판매하도록 하면서 이를 준수하는 대리점에 한하여 백화점 등 대형 유통업체에 입점하여 영업을 할 경우, 입점업체가 대형 유통업체에 부담하는 입점수수료의 일부(20~30%)를 지원한 반면 이를 준수하지 아니한 서울, 경기지역 3개 대리점에 대하여는 대형 유통업체 입점수수료를 지원하지 아니하였으며, 대리점과의 계약서 제18조에서 “대리점에게 가격정책을 협력하지 아니할 경우 계약 해지를 할 수 있다”라고 규정
 - 기업이미지 제고, 적정가격설정 등은 정당한 이유가 될 수 없음
- 자신에게 공급받아 건강기능식품 및 화장품을 판매하는 방문판매업자가 덤핑판매로 인한 가격질서를 문란하게 하는 것을 방지한다는 이유로 '유통질서위반대리점 벌칙규정'을 만들어 대리점 계약을 체결한 방문판매업자로 하여금 자신이 지정한 가격을 준수하여 판매하도록 강제하고, 자신이 정한 가격을 준수하지 않은 경우, 판매장려금 지급 중단, 제품공급을 1/2로 축소, 판매원 자격박탈, 대리점 계약 해지 등을 한 행위

12.2.2 업무상 유의사항

- 강요를 하거나 구속조건부로 거래를 하게 되면 재판매가격유지행위가 성립합니다.
- 상법상 위탁매매는 1)자신이 소유한 제품 또는 용역을 2)지정한 사람에게 3)지정된 가격으로 판매해 줄 것을 의뢰하고 4)그 대가로 일정한 수수료를 지급하는 방식을 의미. 상법상 위탁매매는 본인이 의뢰인에게 자신의 물품판매를 위탁하면서 판매가격을 지정하는 것이 당연한 귀결. 따라서 의뢰인이 위탁매매인에게 제품 또는 물건의 가격을 지정하는 행위는 재판매가격유지행위에 해당되지 않습니다.
- 대리점에게 영업사원 판매가격, 소매점 판매가격에 대한 가이드라인을 제시해 주고 권장하는 수준이라면 문제가 되지 않을 것이나 이를 지키지 않음을 이유로 제재가 가해지거나 재계약 여부 결정시 그 준수여부를 반영한다면 재판매가격유지행위에 해당될 소지가 있습니다.

13. 위반시 제재

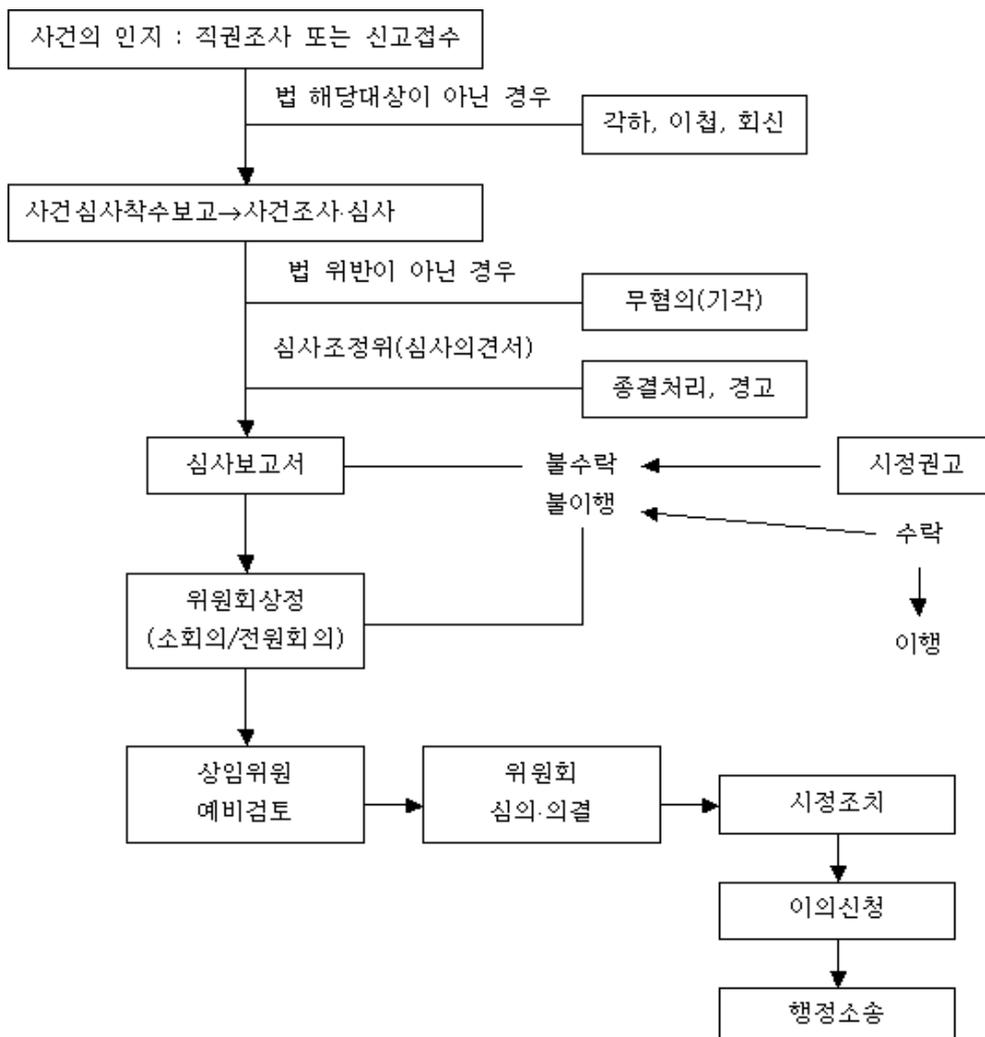
- 시정조치
 - 당해 불공정거래행위의 중지, 계약조항의 삭제, 법 위반사실의 공표 등
- 과징금
 - 법 위반 관련매출액의 2% 이내
 - 매출액이 없는 경우 등에는 5억 이내
- 형벌
 - 2년 이하의 징역 또는 1억 5,000만원 이하의 벌금

14. 공정위 조사권한 및 공정거래법 위반에 대한 처벌

14.1 공정위 소관사항

- 시장지배적지위의 남용행위 규제에 관한 사항
- 기업결합의 제한 및 경제력집중의 억제에 관한 사항
- 부당한 공동행위 및 사업자단체의 경쟁제한행위 규제에 관한 사항
- 불공정거래행위 및 재판매가격유지에 관한 사항
- 부당한 국제계약의 체결에 관한 사항
- 경쟁제한적인 법령 및 행정처분의 협의·조정 등 경쟁촉진정책에 관한 사항
- 기타 법령에 의하여 공정거래위원회 소관으로 규정된 사항

14.2 공정위 사건처리 절차



14.2.1 법 위반행위 인지

- 일반인의 신고에 의하는 경우와 공정위의 직권인지가 있음. 신고는 서면으로 하는 것이 원칙이지만, 신고사항이 긴급을 요하거나 부득이한 경우에는 전화 또는 구두 신고도 가능합니다.
- 인지사실이 타 부처와 관련된 민원사항인 경우는 관련부처에 이첩하고, 공정거래법 적용사항인 경우에는 심사관을 지정하고 조사에 착수합니다.

14.2.2 사건조사

■ 공정위의 조사권한

- 조사를 위한 권한
- 당사자, 이해관계인 또는 참고인의 출석 및 의견의 청취
- 감정인의 지정 및 감정위촉
- 사업자, 사업자단체 및 그 임직원에게 원가 및 경영상황에 관한 보고, 기타 필요한 자료나 물건의 제출을 명하거나 제출된 자료나 물건의 영치
- 조사에 필요한 자료나 물건의 제출을 명하거나 제출된 자료나 물건의 영치
- 대규모기업집단 계열회사 조사관련 금융거래정보요구
- 현장출입·조사권(공정거래법 제50조)
- 공정거래법 시행을 위해 필요하다고 인정할 때에는 공정위 소속공무원은 사업자 또는 사업자단체의사무소 또는 사업장에 출입하여 업무 및 경영현황, 장부·서류, 기타의 자료나 물건을 조사할 수 있습니다

■ 심사절차 불개시

- 법적용 대상이 아니거나, 무혐의가 명백한 경우에는 심사절차 불개시 결정을 내립니다.
- 무혐의가 명백한 경우란 무기명, 가명 또는 내용이 분명하지 않은 신고로서 심사관이 보완요청을 할 수 없는 경우 또는 보완내용이 분명하지 아니 하거나 허위로 기재된 경우를 말합니다.

14.2.3 심사조정회의

- 심사관이 사건을 위원회에 상정하기 전에 심사관의 조치의견을 조정하는 회의를 말하며, 부위원장 및 상임위원 3인으로 심사조정회의가 구성됩니다..
- 시정명령이 필요하다고 판단되는 사건, 과징금납부명령이 필요하다고 판단되는 사건, 고발, 입찰참가제한요청 또는 영업정지요청이 필요하다고 판단되는 사건, 기타 각 회

의의 심의 및 결정 의결이 필요하다고 판단되는 사건은 전원회의 등에 상정할 수 있습니다.

14.2.4 위원회에서의 사건처리

- 위원회는 각 회의 심의결과 사안의 내용에 따라 의결하며,
- 위원회 의결에는 심의절차 종료, 무혐의, 종결처리, 조사중지, 주의촉구, 시정권고, 시정명령, 고발 등이 있습니다.

14.2.5 불복절차

■ 이의신청

- 처분의 통지를 받은 날로부터 30일 이내 불복사유를 갖추어 공정위에 이의신청 할 수 있습니다.
- 공정위는 이의신청에 대해 60일 이내(30일 범위안에서 연기가능)에 재결을 하며,
- 전원회의는 이의신청이 이유있다고 인정할 때에는 처분 등을 취소 또는 변경합니다.

■ 시정조치명령 집행정지

- 시정조치명령을 받고 이의신청을 제기한 경우로서 시정조치명령 또는 절차의 속행으로 인하여 발생할 수 있는 회복하기 어려운 손해를 예방하기 위하여 필요하다고 인정되는 경우는 당사자 신청 또는 직권에 의해 시정조치명령의 이행이나 절차의 속행에 대한 정지결정을 할 수 있습니다.

■ 행정소송

- 공정위의 처분에 대하여 불복의 소를 제기하고자 할 때에는 처분의 통지를 받은 날로부터 30일 이내에 서울고등법원에 행정소송을 제기할 수 있습니다. 따라서 행정소송은 이의신청과 관련 없이 제기할 수 있습니다.
- 또한 이의신청이 인용되지 않아 불복의 소를 제기하고자 할 때에는 재결의서의 정본을 송달 받은 날부터 30일 이내에 서울고등법원에 행정소송을 제기할 수 있습니다.

14.3 공정거래법 위반에 대한 처벌

14.3.1 시정조치

■ 시정명령

- 법 위반행위를 시정하기 위한 가장 강력한 시정조치수단은 피심인에 대해 당해 행위의 중지나 금지, 계약조항의 삭제, 합의파기, 주식처분, 영업의 양도, 거래의 개시, 법

위반사실의 공표, 기타 시정에 필요한 조치 등을 할 수 있습니다.

■ 과징금

- 공정거래법상 경제력집중억제관련 규정위반행위(상호출자의 금지, 채무보증제한, 지주 회사의 행위제한 등), 시장지배적 지위의 남용금지, 부당한 공동행위, 사업자단체금지 행위, 불공정거래행위, 재판매가격유지행위, 부당한 국제계약체결제한규정 위반 등 거의 모든 법 위반행위에 대하여 과징금제도가 규정되어 있습니다.
- 공정거래법은 (1) 위반행위의 내용 및 정도, (2) 위반행위의 기간 및 회수, (3) 위반행위로 인해 취득한 이익의 규모 등을 참작하여 과징금을 부과하도록 하고(공정거래법 제 55조의3제1항), 과징금의 부과기준은 대통령령으로 정하도록 하고 있습니다(같은 법 제55조의3제3항).
- 과징금의 구체적인 액수는 공정거래법에서 규정하는 과징금 상한액을 초과하지 아니하는 범위 내에서 과징금 부과에 의하여 달성하고자 하는 목적과 법이 정하는 소정의 사유를 감안하여 공정거래위원회가 재량을 가지고 결정합니다.
- 과징금 부과절차
 - 과징금 부과 여부의 결정: 경쟁질서 저해효과나 소비자 피해가 큰 경우, 부당이득이 발생한 경우 등 과징금 고시에 따라 위반행위 별로 과징금 부과 여부를 우선 결정하고
 - 법상 의무적 참작사유 등을 반영하여 과징금을 단계적·순차적으로 산정합니다.
 - ※ 기본과징금(1단계): 위반행위의 내용과 정도를 중대성의 정도에 따라 3단계로 구분하고, 관련매출액에 각 단계별 부과기준율을 곱하여 산출
 - ※ 의무적 조정 과징금(2단계): 위반행위의 기간 및 회수를 고려하여 각각 기본과징금의 50% 범위 내에서 가산 가능 (단, 기간에 의한 조정은 기본과징금 산정 과정에서 위반기간이 고려되지 않은 경우에 한함), 부당이득의 전부 또는 일부 산정 가능한 경우 이를 반영
 - ※ 임의적 조정 과징금(3단계): 행위주도자나 임원 가중의 경우 등 가중, 자진 시정한 경우 등 감경
 - ※ 부과 과징금(4단계): 위에서 충분히 반영하지 못한 사정 등을 고려, 임의적 조정 과징금을 면제 또는 추가 감경
- 과징금 부과여부의 결정
 - 시장지배적지위 남용 중 가격남용 및 출고조절행위, 부당한 공동행위, 공동의 거래거절/계열회사를 위한 차별/집단적 차별 등의 행위에 대하여는 원칙적으로 과징금을 부과합니다(과징금고시 Ⅲ. 1. 나., 2.).

14.3.2 벌칙

공정거래법 위반에 대하여 형사적 제재로서 행정형벌인 징역·벌금 또는 행정질서벌인 과태료를 규정하고 있습니다

■ 형벌과 과태료

- 형벌은 법 제66조 내지 제69조에 규정. 제66조의 죄는 비교적 위반내용이 중하다고 인정되는 행위들을 규정하고 있고 형량도 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금으로 가장 높으며 제67조의 죄도 실제적인 사항에 대한 것(제7호 제외)들로서 제66조의 죄보다는 경쟁질서의 정도가 다소 덜하다고 인정되는 행위유형들에 대해 규정하고 있습니다.
 - 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금: 시장지배적 지위 남용행위(법 제3조의2), 부당한 공동행위(제19조), 폭언·폭행, 현장진입 지연·저지 등의 조사방해 행위에 대해서 형벌(3년 이하 징역, 2억원 이하 벌금)을 부과 가능
 - 2년 이하의 징역 또는 1억5천만원 이하의 벌금: 불공정거래행위(제23조), 재판매가격 유지행위(제29조)
- 과태료는 제69조의2에 규정되어 있습니다.
 - 5천만원 이하의 과태료: 폭언·폭행, 현장진입 지연·저지 이외의 조사방해

14.3.3 처벌 가중 및 감경 사유

■ 과징금 가중 사유

- 위반사업자에게 특정한 가중·감경사유가 있는 경우(행위자요소 등에 의한 가중·감경)의무적 조정과징금의 100분의 50 범위 내에서 금액을 가감할 수 있습니다.
- 가중사유
 - 다수의 사업자가 관련된 상황에서 위반행위를 주도하거나 선동한 경우
 - 위반행위에 응하지 아니하는 다른 사업자에 대하여 보복조치를 하거나 하게 한 경우
 - 조사방해 또는 위반행위를 적극적으로 은폐하는 등 방법으로 공정거래위원회의 조사를 어렵게 하는 경우
 - 이사 또는 그 이상에 해당하는 고위 임원(등기부 등재 여부를 불문)이 위반행위에 직접 관여한 경우

■ 과징금 감경사유

- 합의를 하고 실행을 하지 아니한 경우
- 위반행위에 단순 가담하거나 추종적인 역할만을 수행한 것이 명백한 경우

- 조사에 적극 협력한 경우
- 정부의 시책이 동인이 되어 위반행위가 이루어진 경우
- 위반행위를 자진시정한 경우
- 공정거래자율준수프로그램 모범기업(과징금 10% - 20% 내에서 감경)

II. 경쟁자와의 부당한 공동행위

1. 경쟁사와의 부당한 합의(부당 공동행위)(법 제19조)

경쟁사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 일정한 행위를 할 것을 합의하는 경우에는 "부당한 공동행위"에 해당될 수 있습니다.

1.1 관련법령 내용

1.1.1 부당공동행위의 개념

- 공정거래법상 부당한 공동행위는 '사업자가 계약·협정·결의 기타 방법으로 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 공정거래법 제19조 제1항 각호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의'하는 것을 의미합니다(법 제19조 제1항).

1.1.2 경쟁자와의 부당한 합의

- 사업자가 계약·협정·결의 기타 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의(이하 "부당한 공동행위"라 한다)하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하는 행위를 말합니다.
- 부당한 공동행위는 시장에서 경쟁압력을 받고 있는 둘 이상의 사업자가 시장행위를 경쟁적으로 할 경우 발생할 수 있는 불확실성과 위험을 회피하기 위하여 독자적으로 수행하여야 할 시장행위를 의식적인 합의를 통하여 상호조정 하려고 하는 데에 위법성의 본질이 있으므로, 시장지배적 사업자에 해당하는지 여부와 관계없이 규제될 수 있을 뿐만 아니라 '합의'로 표현되는 의식적인 요소의 존재가 입증되는 경우에는 **실행 행위가 없더라도 규제 대상이 됩니다.**

■ 왜 금지할까요?

- 시장에서의 가격결정 등 자유로운 경쟁행동을 방해함으로써 시장경쟁원리의 원활한 작동을 저해할 뿐 아니라 경제·사회적으로도 비효율을 초래하게 되며, 단기적으로는 공동행위를 통해 산출량의 제한과 가격의 결정이 가능해지고 장기적으로는 한계사업자의 퇴출을 막아 자원배분의 효율성도 저해하게 되기 때문입니다.

■ 그런 의사의 합치, 즉 합의란 무엇인가요?

- **의사의 연락**(meeting of minds)
 - 명시적 합의 / 묵시적 합의

- 합의에 따른 행위의 실행은 요건이 아닙니다.
- 합의는 '의사의 합치'를 말하지만, 반드시 청약·승낙으로 이루어지는 법률적으로 유효한 계약일 필요는 없고 의사의 일치가 있었다는 상호 인식이나 이해 또는 암묵적 양해, 즉 묵시적 합의까지 포함하는 넓은 개념이라는 데 이견이 없습니다. 다만 의사의 연락(communication)이나 접촉(contact)이 있었다는 것만으로는 부족하고 더 나아가 **의사의 합치(meeting of minds)** 내지는 **공통의 인식(consensus)에 이르러야 합니다.**
- 합의는 명시적으로 이루어질 수도 있고 묵시적으로 이루어질 수도 있으므로, 합의가 이루어진 방식이나 수집할 수 있는 증거의 수준에 따라 입증되는 합의의 내용도 달라질 수 있습니다. 다만 합의에 이르지 않고 단순히 상호 의식하는 가운데 시장의 구조적 요인에 의하여 시장행위가 동조화되는 경우인 이른바 의식적 병행행위나 동조적 행위는 반드시 합의의 결과라고 볼 수 없으므로, 이러한 행위가 존재한다는 증거만으로는 합의의 존재가 입증되었다고 볼 수 없습니다.
- 부당한 공동행위는 합의만으로 성립합니다.
 - 법 제19조 제1항에 의한 부당한 공동행위는 사업자가 다른 사업자와 공동으로 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 법 제19조 제1항 각호의 1에 해당하는 행위를 할 것을 합의함으로써 성립하고, **합의에 따른 행위를 현실적으로 하였을 것을 요하는 것은 아닙니다**(대법원2001.5.8 선고 2000두10212, 서울고법2000.11.16 선고 99누6226 포스틸 등 4개 강판제조업체의 운송비 공동결정행위 건).
- 1개의 공동행위로 판단되기 위하여 기본적 원칙에 관한 합의가 반드시 필요한 것은 아니라고 판시한 사례
 - 사업자들이 부당한 공동행위의 기본적 원칙에 관한 합의를 하고 이를 실행하는 과정에서 수차례의 합의를 계속하여 온 경우는 물론, 그러한 기본적 원칙에 관한 합의 없이 장기간에 걸쳐 여러 차례의 합의를 해 온 경우에도 그 각 합의가 단일한 의사에 기하여 동일한 목적을 수행하기 위한 것으로서 단절됨이 없이 계속 실행되어 왔다면, 그 각 합의의 구체적인 내용이나 구성원 등에 일부 변경이 있었다고 할지라도, 특별한 사정이 없는 한 그와 같은 일련의 합의는 전체적으로 1개의 부당한 공동행위로 봄이 상당함(대법원 2008.9.25 선고 2007두3756 판결)

■ 합의에 사용되는 증거에는 어떤 것이 있나요?

- 합의 입증에 사용되는 증거에는 **직접증거**와 **간접증거** 또는 **정황증거**가 있습니다.
- 직접증거는 합의의 존재나 그 내용을 직접적으로 보여줄 수 있는 **서면증거**와 합의의 성립 사실 또는 그 내용에 관한 **진술증거**가 있습니다. 기타 공개적 발언이나 가격공표와 같이 비공식적인 합의가 성립하였음을 나타내는 의사소통의 증거도 경우에 따라 직접증거로 볼 수 있습니다. 직접증거는 그 자체만으로도 **합의를 입증하는 증명력을 가질 수 있습니다.**

- 정황증거는 합의가 형성되었음을 나타내는 것은 아니지만 합의가 형성될 기회가 존재하였음을 나타내는 **의사연락증거** 또는 **접촉증거**와 기업이 속한 시장의 구조, 행위, 성과와 관련된 **경제적 증거**가 있습니다. 정황증거 중에서는 의사연락증거 또는 접촉증거와 단독으로 행할 경우에는 스스로의 이익에 반하지만 공동으로 행할 경우에는 참가사업자 모두의 이익에 부합하는 행위에 관한 **시장행위증거**가 특히 중요합니다. 정황증거는 직접증거와 달리 어느 하나만으로 합의를 입증하는 증명력을 갖지 못하므로 증명력이 상대적으로 높은 정황증거를 포함한 여러 증거를 종합하여 경험적으로 적용할 때 합의를 사실상 추정할 수 있는 정도에 이르러야 합니다.

구분		증거
의사연락증거 또는 접촉증거		합의가 형성되었음을 나타내는 것은 아니지만 합의가 형성될 기회가 존재하였음을 나타내는 당사자 간 의사연락 또는 접촉 사실과 관련된 증거
경제적 증거	시장행위 (담합조장행위 포함)	합의의 존재를 나타내는 시장행위(특히, 단독으로 행할 경우에는 스스로의 이익에 반하지만 공동으로 행할 경우에는 참가 사업자 모두의 이익에 부합하는 행위)와 관련된 증거 담합조장행위-합의의 형성, 유지를 용이하게 하는 다양한 행위(주기적인 정보교환, 가격변동 신호전달 등)
	시장구조	합의의 형성이 용이한 시장구조와 관련된 증거
	시장성과	당해 사업자들의 행위를 시장상황의 결과로 설명할 수 있는지 여부와 관련된 증거

- 합의의 입증
 - 사실상 추정: 공동행위의 외관이 있는 경우 간접적 증거(정황증거)에 의하여 합의를 입증합니다.
 - 법률상 추정(법 제19조제5항): 2이상의 사업자가 제1항 각호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하는 경우로서 해당 거래분야 또는 상품·용역의 특성, 해당 행위의 경제적 이유 및 파급효과, 사업자 간 접촉의 횟수·양태 등 제반 사정에 비추어 그 행위를 그 사업자들이 공동으로 한 것으로 볼 수 있는 **상당한 개연성**이 있는 때입니다.

■ 합의가 추정되는 경우에는 어떤 것이 있나요?

- 정보교환
 - 합의의 추정을 위한 중요한 정황 증거가 될 수 있습니다.
 - 정보의 내용(가격, 공급량, 비용), 정보의 신규성, 정보교환의 주기, 정보의 구체성/개별성 등을 검토하게 됩니다.

- 가격인상 합의는 일련의 연락이나 교섭을 통해 인상의 필요성에 대한 공감대 형성이나 의견일치, 인상기준이나 방법의 결정, 인상시기·인상품목·인상수준의 조정이나 통일 등의 여러 과정을 거쳐 이루어짐. 따라서 **경쟁사업자들의 연락이나 교섭이 이러한 가격인상 과정에 영향을 미쳐 공동보조나 행동통일을 초래한 것으로 추론할 수 있으면** 가격인상 공동행위에 관한 합의가 존재하는 것으로 인정할 수 있습니다.
- 경쟁사업자간에 이루어지는 소위 '정보교환'은 **정보의 성격이나 내용, 교환시점과 범위, 교환주체나 방식 등에 따라 합의의 유력한 증거가 될 수 있고** 이와 관련하여 경쟁사업자간의 가격과 생산정보의 교환은 담합을 촉진시키거나 담합의 이행을 용이하게 한다는 점에서 명시적 담합의 한 유형으로 볼 수 있습니다.
- 특히, 교환되는 정보가 수요 내지 산출량과 같은 통계적(Statistical) 정보가 아니라 **일반적으로 기업의 비밀(Confidential)에 속하고 경쟁의 핵심적 요소라고 할 수 있는 가격인상 계획이나 인상내용과 같은 정보**인 경우 이는 담합의 목적으로 이루어진 정보교환이라고 할 수 있습니다.
- 정보교환의 시점이 다른 경쟁사업자들이 가격인상을 확정하기 이전 단계이거나 일부 관련 사업자 사이에 은밀히 폐쇄적으로 교환되는 경우이거나, 정보교환이 지점 등에서 영업활동에 종사하는 직원간에 이루어지는 것이 아니라 본사의 가격결정 업무와 관련이 있는 임직원간에 이루어지는 경우 이러한 활동은 명시적인 담합행위의 하나로 보아야 할 것입니다.
- 경쟁사업자와의 모임(특히 정기적 모임)

■ 정보교환에 의한 부당공동행위 성립여부 및 기준

- 정보교환과 합의
 - 공정거래법은 합의 수준에 도달하지 않는 경쟁사업자들간의 정보교환에 대하여는 특별하게 금지하는 규정을 두고 있지 않지만, 법 제19조제5항의 법률상 추정 조항을 두고 있습니다. 합의 추정을 위하여는 정황 증거가 요구되기 때문에, 공정거래위원회는 합의의 존재를 추정하기 위한 정황증거를 최대한 확보하고자 하는 것이 일반적입니다. 공동행위심사기준 역시 공정거래법 제19조제5항에 따른 추정을 보강하기 위한 정황증거가 될 수 있는 사항들을 열거하고 있는데, 특히 직·간접적인 의사연락이나 정보교환 등의 증거가 있는 경우를 들면서 그 예로서 ① 해당 사업자간 가격인상, 산출량 감축 등 비망록 기입내용이 일치하는 경우, ② 모임을 갖거나 연락을 하고 그 이후 행동이 통일된 경우, ③ 사업자간 가격이나 산출량 등에 관한 정보를 교환하거나 교환하기로 합의하는 경우, ④ 특정기업이 가격인상 또는 산출량 감축 의도를 밝히고 다른 경쟁기업들의 반응을 주시한 후 그 반응에 따라 가격인상 또는 산출량 감축을 단행한 경우 등을 제시하고 있습니다(공동행위심사기준 II.4.가.).
 - 공정거래위원회는 사업자단체 활동지침을 통해 사업자단체의 행위 가운데 원칙적으로 허용되는 행위와 금지되는 행위를 규율하고 있는바, 법 위반 행위로서 ① 구성사

업자로 하여금 일정한 수준으로 가격을 결정 또는 유지하게 하거나 공동으로 가격의 인상인하율(폭)을 결정하는 행위, ② 할인율, 이윤율 등 가격의 구성요소에 대해 그 수준이나 한도를 정하거나 일률적인 원가계산방법을 따르도록 함으로써 실질적으로 가격을 동일하게 결정·유지·변경하게 하는 행위, ③ 국·내외 자료를 통하여 원가분석표 등을 작성하고 이를 구성사업자에게 제시하여 구성사업자가 이에 따라 가격결정을 하거나 이를 준수하도록 하는 행위 등을, 법 위반이 아닌 행위로서 ① 정부기관, 민간의 조사기관 등이 제공하는 당해 산업에 관련한 국내 및 해외시장, 경제동향, 경영지식, 시장환경, 입법·행정의 동향 등에 대한 일반적인 정보를 수집·제공하는 행위, ② 당해 산업의 활동실적을 전반적으로 알리기 위해 단순히 과거의 생산, 판매, 설비투자 등에 관한 수량과 금액 등 구성사업자의 사업활동에 관계되는 과거의 사실에 관한 개괄적인 정보를 통계처리하고 공표하는 행위(단, 각 구성사업자의 수량과 금액 등을 명시하는 행위는 제외)등을 각각 열거하고 있습니다.

- 2개 이동통신사업자들이 각 사의 음성통화요금에 대하여 합의하는 등의 방법으로 요금을 결정한 사건에서, 공정거래위원회는 이동통신사업자들 간에 요금 조정안을 상호 교환한 증거(의사연락증거), 상호 교환한 요금 조정안을 정보통신부에 제출하고 시행에 이른 경위(시장행위증거)와 같은 정황증거를 종합하여, 사업자들 간에 구체적 가격조정 내용에 대한 '의사의 연락 및 상호 인식', 즉 합의 성립을 인정하였습니다.
- 5개 가성소다 제조사업자들이 가성소다의 가격을 공동으로 합의하여 인상하고 국내 출고량을 조절한 사건에서, 공정거래위원회는 회사 내부 문건을 직접증거로 제시하기도 하였지만, 가성소다 제조사업자들 사이에 가격정보를 교환한 증거(의사연락증거), 병행적 가격책정 행위의 존재(시장행위증거), 공급과잉 상황에서 제조사별 상품 차별화가 되어있지 않고 시장집중도가 높은 시장구조(시장구조증거), 단독으로 가격을 인상하기 어려워 담합의 유인성이 높아 가격인상의 성과를 달리 설명할 수 없는 점(시장성과증거)과 같은 정황증거를 종합하여, 합의가 사실상 추정된다고 판단. 이후 법원은 비록 합의 인정 과정에 관하여는 자세히 판단하지는 아니하였으나, 최종적으로 부당한 공동행위의 성립을 인정하였습니다(서울고등법원 2007.5.16 선고 2005누29411판결 및 대법원 2008.10.23 선고 2007두12774 판결).

① 대법원 2002. 3. 15. 선고 99두6514, 6521 판결(커피 담합 사건)

- 사실관계: 원고들의 지점 영업직 직원 사이에서 가격 인상내용 중 일부에 관한 **정보**가 팩스로 3차례 정도 오고 감. 팩스문건상, 원고들이 시기를 달리하여 각자 가격인상을 결정한 후 각 그 내용을 각자의 지점을 통하여 거래처에 통보할 목적으로 발신인을 지점, 수신인을 거래처로 하여 작성
- 법원의 판단: 과점시장에서의 경쟁상품의 가격이 동일·유사하다는 사실은 그것만으로 사업자들의 합의 내지 암묵적인 양해를 추정하기에는 부족, 가격 정보 교환의 시기 등을 고려하면, 정보 교환의 목적이 가격담합을 위한 사전 정보교환에 있다고 보

이지 아니한다고 하였습니다.

②서울고등법원 2010. 11. 25. 선고 2009누38406 판결 (음료 담합 사건)

- **시장의 구조와 성격**: 시장이 과점화 내지 집중화된 경우, 제품의 규격·품질 동질성이 큰지 여부
- **정보의 대상**: 교환되는 정보가 통계적인 정보(수요/산출량 등)가 아니라 기업의 비밀에 속하고 경쟁의 핵심요소인 가격인상 계획이나 인상내역 같은 민감한 정보인지 여부
- **정보의 내용**: 정보의 대상이 구체적, 세분화되어 있고, 신속한 것인지 여부
- **정보교환의 시기 및 방법**: 시가가 가격확정 이전 또는 시장 공개 이전인지 여부, 정보교환이 규칙적으로 빈번하게 지속적으로 이루어지는지 여부
- **정보교환의 주체**: 소비자를 배제한 사업자들 간 은밀하고 폐쇄적인 정보교환인 경우, 지점 영업직원이 아니라 본사의 가격 결정업무에 영향을 미칠 수 있는 임직원간에 이루어지는 경우
- 사업자들이 여러 경로를 통하여 상호간에 빈번하게 접촉·교류하고, 이를 통하여 의도적으로 가격정보를 교환하며, 서로 교환된 정보를 이용하여 각자 행위내용을 조정하고, 그 결과 일정한 행위가 외형상 일치하는 경우에는 사업자 각자의 독자적인 판단이 아니라 일련의 공조를 통한 행위라는 측면에서 단순한 의식적 병행행위가 아닌 '동조적 행위(Concerted action)'에 해당하여 공동행위의 합의가 있었다고 봄이 상당합니다.

③LPG 담합사건(2009.12)

- 수입사인 E1과 SK가 **상호 정보교환**을 통해 가격 변동폭 협의 → 수입사들의 LPG판매 가격 결정 직후 정유사들에게 자신들이 결정한 판매가격을 통보 → 가격통보를 통해 수입사와 정유사의 충전소 판매가격차이는 없거나 매우 근소하게 유지(72회에 걸친 가격결정 결과 양사간 평균격차는 프로판과 부탄 모두 kg당 0.01원)
- E1, SK가스, SK에너지, GS칼텍스, 현대오일뱅크, S-OIL등 국내 6개 LPG공급회사에 대해 검찰고발, 과징금 총 6,689억원의 과징금 부과

④음료 담합사건(2009.8)

- 사장단 또는 고위 임원들이 모임이나 연락을 통해 가격인상 방향과 방법 결정 → **실무자간 정보교환**을 통해 인상내용 구체화 → 2008년 2월, 2009년 2월 등 4차례에 걸쳐 청량음료 가격을 공동으로 인상
- 롯데칠성, 코카콜라, 해태, 동아오츠카, 웅진식품 등 5개사 총 255억원의 과징금부과

■ 공정거래법상 특히 문제가 될 수 있는 부당 공동행위의 요소

- 가격
- 판매조건
- 이익률
- 판매량 또는 생산능력
- 시장점유율
- 판매구역 또는 고객분할
- 입찰

■ 물증 없이도 합의를 추정할 수 있는가?

- 공동행위심사기준에서는 추정을 보강하기 위한 정황증거의 예로서 ① 직·간접적인 의사연락이나 정보교환 등의 증거가 있는 경우(예 : 해당 사업자간 가격인상, 산출량 감축 등 비망록 기입내용이 일치하는 경우, 모임을 갖거나 연락 등을 하고 그 이후 행동이 통일된 경우, 사업자간 가격이나 산출량 등에 관한 정보를 교환하거나 교환하기로 합의하는 경우, 특정기업이 가격인상 또는 산출량 감축 의도를 밝히고 다른 경쟁기업들의 반응을 주시한 후 그 반응에 따라 가격인상 또는 산출량 감축을 단행한 경우), ② 공동으로 수행되어야만 당해 사업자들의 이익에 기여할 수 있고 개별적으로 수행되었다면 당해 사업자 각각의 이익에 반하리라고 인정되는 경우(예 : 원가상승 요인도 없고 공급과잉 또는 수요가 감소되고 있음에도 불구하고 가격을 동일하게 인상하는 경우, 재고가 누적되어 있음에도 불구하고 가격이 동시에 인상된 경우), ③ 당해 사업자들의 행위의 일치를 시장상황의 결과로 설명할 수 없는 경우(예 : 수요공급조건의 변동, 원재료 공급원의 차이, 공급자와 수요자의 지리적 위치 등의 차이에도 불구하고 가격이 동일하고 경직되어 있는 경우, 원재료 구입가격, 제조과정, 임금인상률, 어음할인금리 등이 달라 제조원가가 각각 다른데도 가격변동 폭이 동일한 경우, 시장상황에 비추어 보아 공동행위가 없이는 단기간에 높은 가격이 형성될 수 없는 경우), ④ 당해 산업구조상 합의가 없이는 행위의 일치가 어려운 경우(예 : 제품차별화가 상당히 이루어진 경우에도 개별 사업자들의 가격이 일치하는 경우, 거래의 빈도가 낮은 시장, 수요자가 전문지식을 갖춘 시장 등 공급자의 행위 일치가 어려운 여건에서 행위의 일치가 이루어진 경우) 등을 제시하고 있습니다(공동행위심사기준 Ⅱ. 4.).

■ 공동행위가 부당하려면 부당성이 있어야 함(부당성이란?)

- 경성공동행위
 - 통상적으로 합의의 성격상 경쟁제한 효과만 발생시키는 것이 명백한 공동행위
 - 가격제한, 산출량 제한, 시장분할, 입찰담합 등

- 구체적인 시장상황에 대한 분석 없이 경쟁제한성 인정(최근의 판례 경향)
- 대법원 2009. 3. 26. 선고 2008두21058 판결: “경쟁제한성” 여부는 당해 상품의 특성, 소비자의 제품선택 기준, 당해 행위가 시장 및 사업자들의 경쟁에 미치는 영향 등 여러 사정을 고려하여, 당해 공동행위로 인하여 일정한 거래분야에서의 경쟁이 감소하여 가격 등의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는지를 살펴 개별적으로 판단하여야 합니다. 또한 사업자들이 공동으로 가격을 결정하거나 변경하는 행위는 그 범위 내에서 가격경쟁을 감소시킴으로써 그들의 의사에 따라 어느 정도 자유로이 가격의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는 상태를 초래하게 되므로, 특별한 사정이 없는 한 부당합니다(수입자동차 판매대리점 사건).
- 예외: 가격제한 등에 해당하지만 구체적인 시장상황 분석이 필요한 경우 (BMI 사건)
- 연성공동행위
 - 합의의 성격상 통상적으로 경쟁제한 효과와 친경쟁적 효과를 동시에 발생시키는 행위를 말합니다.
 - 공동연구개발, 공동생산, 공동구매, 공동마케팅 등이 해당됩니다.
 - 경쟁제한효과와 친경쟁적 효과의 비교형량-구체적인 시장상황 분석이 필요하게 됩니다.
 - 안전지대-시장점유율 합계 20% 이하인 경우에는 원칙적으로 법 위반이 되지 않습니다.
 - 대법원 2011. 5. 26. 선고 2008도6341 판결: “건설회사들이 지하철 특정 공구의 입찰에 참가하면서 공동수급체(consortium)를 구성하여 공동계약을 체결함, 공동수급체 구성을 통해 얻을 수 있는 효과와 조달청의 업무처리 현황 등의 사정과 함께 당해 입찰의 종류 및 태양, 공동수급체를 구성하게 된 경위 및 의도, 공동수급체 구성원들의 시장점유율, 공동수급체 구성원들이 아닌 경쟁사업자의 존재 여부, 당해 공동수급체 구성행위가 입찰 및 다른 사업자와의 경쟁에 미치는 영향 등을 제대로 심리하여 당해 공동수급체 구성행위로 입찰 경쟁이 감소하여 낙찰가격이나 기타 거래조건 등의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는지를 고려하였어야 함”

1.2 Must Not do These

1.2.1 가격의 결정·유지·변경행위

- 다른 사업자와 공동으로 가격을 결정·유지·변경하는 행위를 의미합니다. 시장경제의 핵심적인 역할을 하는 가격은 사업자간의 공정하고 자유로운 경쟁을 통해서 형성되어야 함에도 불구하고, 사업자들이 공동으로 가격을 결정하거나 유지 또는 변경하는 것은 시장경제의 기본적인 시스템을 훼손하는 행위입니다.
- 가격관련 공동행위는 **가격의 '인상행위'뿐만 아니라 '인하 또는 유지행위'를 모두 포함**

합니다. 가격인하는 소비자에게 유리하다고 일견 생각될 수도 있지만, 만약 합의가 없었다면 더 큰 폭으로 가격이 인하될 수도 있을 뿐만 아니라, 자유로운 경쟁을 통하여 형성된 가격이 아니라 합의에 따라 인위적으로 형성된 가격은 자원배분의 효율성을 저해하여 궁극적으로 소비자의 이익을 침해할 수 있기 때문에 가격인하 공동행위도 규제의 대상이 되는 것입니다.

- 합의의 대상이 되는 '가격'은 판매가·정가·수수료·임대료·이자 등 그 명칭이 무엇이든 상관없이 "사업자가 거래의 상대방으로부터 반대급부로 받는 일체의 경제적 이익"을 의미하고, 이와 관련된 공동행위의 합의내용도 인상액·인하액·인상율·인하율·최고가격·최저가격 등 다양한 형태로 나타날 수 있습니다.
 - 가격이라 함은 명목상의 가격뿐만 아니라 사업자가 제공하는 상품 또는 용역의 대가, 즉 사업자가 거래의 상대방으로부터 반대급부로 받는 일체의 경제적 이익을 가리키는 것으로, 당해 상품이나 용역의 특성, 거래내용 및 방식 등에 비추어 거래의 상대방이 상품 또는 용역의 대가로서 사업자에게 현실적으로 지불하여야 하는 것이라면 그 명칭에 구애됨이 없이 당해 상품의 가격에 포함【대법원 2001. 5. 8 선고 2000두10212】
- 기업이나 업계의 채산성이 악화 시 카르텔을 결성하여 가격유지를 도모하는 것도 위법입니다.
 - 공동으로 가격의 인상·인하율(폭)을 결정하거나 일정한 수준으로 가격을 유지하는 행위
 - 평균가격, 기준가격, 표준가격, 최고·최저가격, 금리협정 등 명칭여하를 불문하고 가격설정의 기준을 정하는 행위(자체적으로 또는 독자적으로 정하는 것은 문제가 없으나 기업들이 합의하여 **정할** 경우 담합에 해당함)
 - 할인율, 이윤율 등 가격의 구성요소에 대해 그 수준이나 한도를 정하거나 일률적인 원가계산 방법을 공동으로 결정함으로써 실질적으로 가격을 동일하게 결정·유지·변경하는 행위
 - 과당경쟁방지, 정부고시가격 준수 등을 이유로 일정가격 이하로 응찰하지 않도록 합의하는 행위
- 예시
 - 목표가격을 설정하기는 했으나 약간의 가격인상만 하고 목표가격에는 도달하지 않은 경우입니다. 예를 들면 대형수요자에게는 대략 1만원을 인상하고 중소수요자에 대해서는 약 6천원을 인상할 것을 목표로 하여 5천원 정도 인상한 경우로 인상폭이 적은 경우이더라도 부당 공동행위로 인정됩니다.
 - 구체적인 수치를 기재하지 않고 단순히 "인상하자"라고 하는 경우에도 부당공동행위가 성립된 사례

- 치즈제품 담합 (2011.6)
 - 사실관계: ① 2007년 7월 업소용 피자치즈 가격 공동인상(2007년 6월초 유정회 모임에서 서울우유가 먼저 가격인상 계획을 밝히자, 7.10. 모임에서 매일유업과 남양유업도 가격을 인상하되 시기는 조절할 것이라고 하여 합의에 이르고, 1차 인상 ; 서울우유 약 11%(6.20), 매일유업 약 11%(8.1), 남양유업 약 16%(8.20), 동원데어리푸드 약 18%(9.1), 이후 4사는 업체별 추가인상에 대한 계획을 공유하면서 순차적으로 가격을 인상함)
 - ② 2007년 9월 소매용 피자치즈 및 가공치즈와 업소용 가공치즈가격 공동인상(2007.8.9. 유정회 모임에서 서울우유와 매일유업이 인상시기와 인상률에 대해 의견을 교환한 후, 9.13. 모임에서 4사가 모인 가운데 인상시기와 인상률(15~20%)에 대하여 최종합의하고 서울우유가 먼저 약 19% 인상('07.10.1), 이후 매일유업과 동원데어리푸드 각각 약 18%, 21%를 인상(11.1), 남양유업은 08년 6월 제품을 리뉴얼하면서 약 25%를 인상함)
 - ③ 2008년 8월 소매 및 업소용 피자치즈, 가공치즈가격의 공동인상(2008년에도 원료치즈 가격이 지속적으로 인상됨에 따라 6.10. 모임에서 매일유업이 추가인상 필요성을 제기, 서울과 매일은 2008.7.8. 모임에서 먼저 업소용 피자치즈의 인상시기와 인상률(15~20%)에 대해 의견교환, 이후 8.12. 모임에서 4사가 모인 가운데 가격인상시기와 인상률(15~20%)에 대해 최종 합의함)
- 전선업체 대리점 판매가격 담합 (2011.2)
 - 사실관계: '03~'06년까지 다음 해 유통대리점에 적용될 「제품기준가격표」 공동 작성·시행 → KT('00~'08), 현대건설('07), 포스콘('07) 등이 발주하는 광케이블 및 전력선 구매(입찰에서 투찰가, 낙찰사를 공동으로 결정) → 전선제품 가격 인상 또는 가격하락 예방
 - 엘에스, 대한전선, 가온전선, 넥상스코리아 등 13개사 검찰고발, 총 565억원의 과징금 부과
- 대표적 심결례
 - 5개 음료회사들이 음료가격을 공동으로 결정한 사건(공정거래위원회 2009.11.9 의결 제2009-249호)
 - 7개 LPG공급회사들이 LPG판매가격을 동일·유사한 수준으로 합의한 사건(공정거래위원회 2010.4.23 의결 제2010-045호)
 - 11개 소주회사들이 소주 출고가격을 합의하고 지역행사지원 등 거래조건에 대해 합의한 사건(공정거래위원회 2010.6.16 의결 제2010-059호)

1.2.2 거래조건의 결정행위

- 거래조건 공동행위란 상품 또는 용역의 거래조건이나 그 대금 또는 대가의 지급조건

을 공동으로 정하는 행위를 의미합니다.

- 대금지급방법을 제한하거나 이를 결정하는 행위
- 상품 인도일로부터 대금지급 기일까지의 기간을 정하거나 어음의 만기일 등을 정하는 행위
- 수요자의 편익이 증대되지 않는데도 상품 등의 인도장소, 방법 등을 제한하는 행위
- 소주 담합사건(2010.2)
 - 11개 소주제조업체들이 2007년 5월과 2008년 12월 2차례에 걸쳐 소주제조사 대표자, 주류협회 회장 등이 참석하는 천우회에서 소주유통 시 거래조건과 판촉활동 기준 등을 합의
 - 11개 소주제조사들에 총 272억원의 과징금 부과
- 대표적 심결례
 - 4개 패스트푸드 사업자들이 탄산음료 리필서비스 금지를 합의·실행한 사건(공정거래위원회 2003.1.13 의결 제2003-20호)
 - 손해보험협회와 10개 손해보험사들이 과당경쟁 방지 명분으로 기타응급조치(오일보충 등) 폐지를 합의·실행한 사건(공정거래위원회 2002.10.4 의결 제2002-209호)

1.2.3 상품의 생산·출고·수송량의 제한행위

- 공급제한 공동행위란 사업자들이 업체별로 공급물량을 할당하거나 특정회사를 통해서만 공급하는 등 공급방식을 제한할 것을 합의함으로써, 궁극적으로 상품 또는 용역의 시장공급 물량을 제한하는 행위를 말합니다.
 - 사업자별로 상품의 생산량, 출고량, 수송량을 할당하거나 용역조건을 제한하는 등 공동으로 그 수준을 결정하는 행위
 - 최고·최저생산량, 필요재고량 등 명칭여하를 불문하고 공동행위 참가사업자간에 생산량 등 수량의 수준을 정하는 행위
 - 가동률, 가동시간, 원료구입, 시설의 신·증설 및 개체 등을 공동으로 결정함으로써 실질적으로 생산·출고·수송수량을 제한하는 행위
- 금융자동화기기 담합(2011. 4)
 - 노틸러스효성, LG엔시스, 청호컴넷, FKM 등 4개사는 2003. 7. 부터 2009. 4. 까지 '한국자동화기기(ATM) 산업협의회'의 사장단, 임원진, 실무진모임을 통해 ATM·CD기의 판매물량을 합의(현금자동입출금기(ATM)·현금자동출금기(CD))
 - 노틸러스효성, LG엔시스, 청호컴넷, FKM 등 4개사에게 총 336억원의 과징금 부과
- 대표적 심결례
 - 4개 석도강판 제조회사들이 석도강판의 시장점유율을 공동으로 정하기로 합의한 사건(공정거래위원회 1998.11.25 의결 제98-271호),

- 비타민 생산 6개 업체들이 원료용 비타민 판매량을 각 업체별로 할당하기로 합의하고 실행한 사건(공정거래위원회 2003.4.29. 의결 제2003-098호).

1.2.4 거래지역·거래상대방 제한행위(시장분할)

- 시장분할 공동행위는 사업자들이 공동으로 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위를 말합니다.
 - 공동행위 참가사업자간에 거래처 또는 거래지역을 제한하거나 거래처 또는 거래지역을 공동으로 정하여 상호간에 침범하지 않도록 하는 행위
 - 특정한 사업자와는 거래하지 않도록 하거나 또는 특정 사업자와만 거래하도록 거래상대방을 제한하는 행위
 - 공동행위 참가사업자별 수주활동을 제한하고, 공동 수주하도록 하거나 입찰 또는 수주의 순위·자격 등을 제한하는 행위
 - 객관적이고 합리적인 기준 없이 특정한 사업자를 우량업자 또는 불량업자로 구분함으로써 실질적으로 거래상대방을 제한하는 행위
- 정유사의 원적지 관리 담합(2011.5)
 - '00.3월 소매영업팀장들은 원적관리를 통한 주유소 유치경쟁 자제 원칙에 합의 → 타사 원적주유소에 대한 거래거절, 정유사 영업사원들간 원적 주유소 교환, 타사 주유소 유치시 사후 정산 등으로 합의 실행 →공급가격 및 소매가격 인하 억제
 - SK, GS칼텍스, 현대오일뱅크, S-Oil 등 4개사 검찰고발, 총 4,348억원의 과징금 부과
- 대표적 심결례
 - 수도권 및 강원도 일원에서 석유제품을 판매하고 있던 40개 석유대리점들이 '시장질서협의회'라는 기구를 결성한 후 특정 대리점이 이미 거래하고 있는 수요처에 대하여는 다른 대리점들이 침범하지 않기로 합의하고 이를 실행한 사건(공정거래위원회 1989.3.29 의결 제89-17호)
 - 대전·충남지역 4개 자동차보수용 페인트 전문대리점 사업자들이 충남지역을 4개 권역으로 분할하여 각 1개 권역을 할당한 후 할당된 영업지역 내의 자동차정비업체와 거래하기로 합의한 사건(공정거래위원회 2002.3.12 의결 제2002-032호)

1.2.5 설비 신·증설이나 장비도입의 방해·제한행위

- 설비제한 공동행위는 사업자들이 합의하여 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위를 말합니다.
 - 사업자별생산·판매시설 등 설비의 규모를 할당하거나 공동으로 결정하는 행위
 - 설비의 신·증설 또는 개체를 제한하거나 폐기하도록 하는 행위
 - 장비의 도입자금 등을 제한함으로써 실질적으로 설비의 신·증설 또는 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위

1.2.6 상품의 종류·규격의 제한행위

- 상품의 종류 및 규격제한 공동행위란 상품의 생산 또는 거래시에 그 상품의 종류 또는 규격을 제한하는 행위를 말합니다.
 - 공동행위 참가사업자별로 규격 또는 종류별로 생산품목을 할당하거나 공동으로 생산품목을 결정하는 등 사업영역을 설정하는 행위
 - 신제품의 거래승인거부, 거래시기제한 등 새로운 상품의 출고를 제한하는 행위
- 대표적 심결례
 - 무학과 대선주조가 생산비가 높은 종이박스형 소주의 생산·출고를 중지하기로 합의한 사건(공정거래위원회 2000.3.13 의결 제2000-43호)
 - 3개 이동통신사업자들이 무제한요금 상품의 판매 및 출시를 중단하기로 합의한 사건(공정거래위원회 2006.7.27 의결 제2006-170호)

1.2.7 영업의 주요부문 공동관리회사 설립행위

- 영업수행·관리 공동행위란 다수의 사업자들이 영업의 주요부문을 공동으로 수행·관리하거나, 수행·관리하기 위한 회사 등을 설립하는 행위를 말합니다.
 - 동일한 제품을 생산하는 경쟁사업자들이 공동으로 자기의 상품만을 전담하여 판매하는 판매회사를 설립하는 행위
- 참가사업자의 제품판매수익을 공동으로 관리하는 회사를 설립하여 제반경비를 공제하고 남은 이익을 판매수익에 관계없이 배분하는 행위
- 대표적 심결례
 - 14개 정화조회사들이 공동출자하여 회사를 설립하고 자신들의 생산제품 전량을 위 회사를 통하여 판매하도록 판매창구를 단일화하면서 생산량 배정, 가격인상 등에 이른 사건(공정거래위원회 1989.7.26 의결 제89-45호) -
 - 강서구 7개 액화석유가스 판매점들이 공동관리기구를 구성하여 판매가격을 지정한 사건(공정거래위원회 2002.10.31 의결 제2002-226호)

1.2.8 타사업자 사업활동 방해·제한행위

- 기타 사업활동방해·제한 공동행위란 위에서 언급한 8개 유형 이외의 행위로서 다른 사업자의 사업활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위를 말합니다.
 - 영업장소의 수 또는 위치를 제한하는 행위
 - 특정한 원료의 사용비율을 정하거나 직원의 채용 또는 자유로운 기술개발이나 이용을 방해하거나 제한하는 행위
- 대표적 심결례

- 복수유선방송사업자들이 IPTV에 방송프로그램을 공급하기로 한 온미디어 방송채널을 축소하고 IPTV에 방송프로그램을 공급하지 않는 조건으로 씨제이미디어에게 금원을 지원하는 방식으로 IPTV의 사업활동을 방해한 사건(공정거래위원회 2011.8.24 의결 제2011-153호)
- 5개 정유사 및 한국주유소협회 부산시 지회가 타 회사 수입 석유 수송차량에 대하여 저유소 출입을 통제함으로써 다른 회사의 사업활동을 방해한 사건(공정거래위원회 2001.7.24 의결 제2001-106호)

1.3 위반시 제재

1.3.1 시정조치

- 당해 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표 등

1.3.2 과징금

- 과징금 부과단계

① 기본과징금 산정(위반행위 유형에 따른 기본 산정기준)

- 관련매출액(관련상품의 범위, 위반행위의 기간(시기 및 종기), 매출액의 산정)
- 부과기준율: 0.5% - 10%

② 의무적 조정과징금 산정(위반행위의 기간 및 횟수 등에 따른 조정, 1차 조정)

- 위반행위 기간
- 위반행위의 횟수
- 부당이득액에 의한 가중

③ 임의적 조정과징금 산정(위반사업자의 고의·고실 등에 따른 조정, 2차 조정)

- 합의의 미실행
- 위반행위에 가담 정도
- 위반행위 자진 시정
- 조사협력
- 정부의 시책 등

④ 부과과징금(앞의 번호가 ③으로 되어 있어서 수정함)

- 위반사업자의 현실적 부담능력, 당해 위반행위가 시장에 미치는 효과, 기타 시장 또는 경제여건 등을 고려

■ 매출액

- 매출액은 총 매출액에서 부가가치세, 매출에누리, 매출환입, 매출할인 등을 제외한 순

매출액으로 산정합니다.

- 매출에누리, 매출할인: 과징금을 산정함에 있어 관련매출액은, 매출에누리나 할인 금액을 포함하지 않는 순매출을 의미(대법원 2008두21362 판결 등)
- 부가가치세: 부가가치세는 성질상 재화 등을 공급한 자가 그 부당한 공동행위로 인하여 얻는 경제적 이득이라고 보기 어려움(대법원 2008두21058 판결)
- 반품매출액: 판매되지 않은 제품은 공동행위에 따른 부당이득이 발생할 여지가 없음 (생활용품 선물세트 담합사건, 의결 제2009-071호)
- 법 위반 관련 매출액(입찰담합의 경우 계약금액)의 10% 범위 내에서 부과됩니다(매출액이 없는 경우 20억을 초과하지 않는 범위).
- 법 위반 관련 매출액: 위반행위기간 중 판매 또는 매입한 관련 상품·용역의 매출액 또는 이에 준하는 금액을 말함
- 2007.11.4 이후까지 계속 되는 카르텔 행위에 대해서는 과징금 부과상한 10% 적용

1.3.3 합의 등의 무효

- 부당한 공동행위를 할 것을 약정하는 계약 등은 공정거래위원회의 예외적 인가 등 정당한 사유가 없는 한 사업자간 이를 무효로 합니다.

1.3.4 손해배상책임

- 부당한 공동행위를 한 사업자는 이로 인해 손해를 입은 피해자가 있는 경우 공정거래법상 손해배상책임을 집니다.
- 민사소송을 통한 손해배상사례
 - 군납유류 입찰담합: 군납유류 입찰담합 참가 5개 정유사가 국가(방위사업청)에 총 810억원 손해배상
 - 밀가루 담합: 밀가루 담합 참가 업체인 CJ제일제당과 삼양사가 제빵업체인 삼립식품에 총 14억 6천여만원 손해배상
 - LPG 담합: 택시업계, 장애인 단체, 시민단체 등이 LPG 제조판매사를 상대로 손해배상 소송 제기

1.3.5 형사적 제재

- 부당한 공동행위를 한 자 또는 이를 행하도록 한 자에 대해 3년 이하의 징역 또는 2억 이하의 벌금을 부과할 수 있으며,
- 공정거래위원회의 시정조치 또는 금지명령에 응하지 않은 자에 대해 2년 이하의 징역 또는 1억 5,000만원 이하의 벌금을 부과할 수 있으며,

◦ 양벌규정

- 법인의 대표자나 법인의 종업원이 그 법인의 업무에 대하여 위의 형사적 제재에 해당하는 행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 외에 그 법인에 대하여도 동일한 금액의 벌금형이 처해집니다.

1.4 면책 및 보상제도

1.4.1 신고자에 대한 면책제도(Leniency Program)

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

■ 자진신고자 감면제도란 무엇인가요?

- 공정거래법에서는 부당한 공동행위 참가사업자가 스스로 신고하거나 조사에 협조할 경우 일정한 조치를 감면해 주는 제도(leniency program)를 말합니다.
- 공정거래법 제22조의2는 부당한 공동행위 사실을 공정거래위원회에 신고하거나, 증거제공 등의 방법으로 공정거래위원회 조사에 협조한 자에 대하여 시정조치나 과징금을 감경 또는 면제할 수 있다고 규정하며, 동법 시행령 제35조에 따라 공정거래위원회 조사 시작 이전에 신고한 자를 '자진신고자'라 하고 조사 시작 이후 신고한 자를 '조사협조자'라 합니다.

■ 감면조건은 어떻게 되나요?

- 과징금 등이 전액 면제되는 1순위 자진신고자 또는 조사협조자의 요건은 ① 자진신고자 또는 조사협조자가 부당한 공동행위임을 입증하는 데 필요한 증거를 단독으로 제공한 최초의 자일 것, ② 공정거래위원회가 부당한 공동행위에 대한 정보를 입수하지 못하였거나 부당한 공동행위임을 입증하는 데 필요한 증거를 충분히 확보하지 못한 상태에서 신고(또는 조사에 협조)하였을 것, ③ 부당한 공동행위와 관련된 사실을 모두 진술하고 관련 자료를 제출하는 등 조사가 끝날 때까지 협조하였을 것, ④ 그 부당한 공동행위를 중단하였을 것 등입니다.
- 한편, 2순위 자진신고자 또는 조사협조자의 요건은 ① 자진신고자 또는 조사협조자가 부당한 공동행위임을 입증하는 데 필요한 증거를 단독으로 제공한 두 번째 자일 것,

② 부당한 공동행위와 관련된 사실을 모두 진술하고 관련 자료를 제출하는 등 조사가 끝날 때까지 협조하였을 것, ③ 그 부당한 공동행위를 중단하였을 것 등입니다.

- 전자우편, 팩스로도 신청 가능
- 공동감면신청: 실질적 지배관계에 있는 계열회사, 또는 분할/영업양도의 경우
- 강요자 예외
- 상습 법 위반 사업자(과거 3년간 3회 이상 과징금 이상의 시정조치) 감면 혜택 1회로 제한

■ 예외(자진신고에 따른 과징금 감면이 인정 안 되는 경우)

- 상습 법 위반사업자의 자진신고에 대한 과징금감면 배제
 - 5년 내 동일한 담합을 다시 할 경우
 - 5년 내 새로운 담합을 다시 할 경우
 - * 금년 1월 3일 이후 접수된 감면신청부터 적용
- 카르텔에 가담한 2순위 자진신고자에 대한 과징금 감경 제한
 - 효과적인 자진신고 감면제도 운영 및 제도 악용방지를 위해 2순위 자진신고자에 대한 감경 적용을 제한
 - ① 2개 사업자가 가담한 카르텔에 대해서는 1순위 신고자에 대해서만 현행대로 100% 면제를 인정하고, 2순위는 감경 배제
 - ② 3개 이상 사업자가 가담한 카르텔의 경우, 1순위 신고일로부터 2년을 초과하여 늦장 신고하는 2순위자에 대해 감경 배제
 - * 6월22일 이후 접수된 감면신청부터 적용

■ 추가감면제도(Amnesty Plus)란 무엇인가요?

- 다른 공동행위에 대한 자진신고 시 당해 공동행위에 대하여 부과될 과징금을 20%이내에서 100%까지 감면해 주는 제도를 말합니다.
 - 다른 공동행위의 규모가 당해 공동행위보다 4배 이상인 경우 면제됩니다.

1.4.2 신고포상금제도

- 부당한 공동행위를 신고 또는 제보한 참가사업자 이외의 '제 3자'에 대하여 포상금을 지급하는 제도입니다.
- 제3자의 범위
 - 공동행위에 참가하지 않은 사업자, 참가사업자의 내부직원이나 퇴직 임직원 또는 일반인 등
- 포상금액 ⇒ 최고 10억원
 - ※ 불공정거래행위 중 부당한 지원행위의 경우에도 신고자에게 포상금을 지급함

1.5 경쟁사 모임 관련 행동지침

1.5.1 경쟁사 임원과의 공식·비공식 모임을 제의 또는 수락하지 말고, 참석하지 말 것(특히 “업계 담당자간의 모임” 등 가격이나 거래조건이 논의될 수 있는 경쟁사 임직원과의 모임은 절대적으로 피할 것)

1.5.2 어떠한 명목으로든 경쟁사 임직원과의 모임에 참석하고자 하는 경우 공정거래 자율준수 관리자에 업계모임 참여 신고서를 제출하고 업계모임 참여원칙 및 프로세스를 준수할 것

1.5.3 업계 공식모임의 경우 사전에 회의 안건을 받아보고 공정거래법 저촉 우려가 없다고 판단되는 경우에만 참석하도록 하고, 판단이 애매한 경우 공정거래 자율준수 관리자 또는 법무담당부서와 협의할 것

1.5.4 경쟁사 임직원과 만난 자리(협회 등 업계간 또는 경쟁사와의 공식적인 모임, 우연하거나 비공식적인 만남 포함)에서 가격 등 거래조건에 관한 논의가 이루어지는 경우 (i) 이의를 제기하고, (ii) 이의 제기에도 불구하고 논의가 중단되지 않을 경우 즉시 자리를 이탈하여야 하며, 즉시 해당부서 공정거래 자율준수 담당자를 통하여 공정거래 자율준수 관리자에게 직접 보고할 것(공식적인 모임의 경우 이의를 제기하거나 자리를 떠난 사실을 회의록에 기록될 수 있도록 요청하고, 조합 내부 기록에 남겨 놓을 것)

1.5.5 경쟁사와의 논의 또는 교환될 수 있는 정보의 종류가 합법적인지 여부를 판단하기 어려운 경우에는 공정거래 자율준수 관리자 또는 법무담당부서와 사전에 상의하고, 정확한 내용을 사후에 공정거래 자율준수 관리자에게 보고 할 것

1.6 실무지침상 Don'ts

1.6.1 일반적으로 공표된 해당 산업의 현황 및 통계 자료가 아닌 개별적인 생산, 재고의 변화에 대하여 논의하지 말 것

1.6.2 경쟁사와 고객에 관하여 논의하지 말 것

1.6.3 경쟁사와의 대화, 서신, 이메일, 계약 등에 문제될 만한 용어를 사용하는 행위

1.6.4 금지되는 행위임을 암시하는 표현을 사용하지 말 것(예를 들면, “읽은 후 파기하십시오” 등)

1.6.5 **조합**의 시장에서의 지위를 과장하여 언급하지 말 것(예를 들면, “시장 지배적 지위”, “시장선도자”, “경쟁의 부재” 등)

1.6.6 합의를 암시하는 표현의 사용 금지(예를 들면, “협력자”, “클럽”, “합의 된 가격”, “공조”, “협업”, “제재” 등)

1.6.7 문서(전자적 기록을 포함)를 파기하거나 숨기지 말 것(현재 조사 등 법적 절차가 진행 중이지 않다고 하더라도)

1.7 경쟁사와의 정보 교환 관련 가이드라인

1.7.1 가격부 등을 포함한 거래조건이나 이를 결정하는데 필요한 자료를 경쟁사에게 요구, 제공 또는 교환하지 말 것

- 팩스, 이메일은 물론 전화통화 등 일체의 수단이 포함됩니다.
- 비공식적이거나 사적인 모임에서 초안 또는 결정(안) 등을 보여주거나, 주고 받는 행위도 포함됩니다.

1.7.2 경쟁사에게 향후 제품개발, 생산량 계획 내용을 서로 교환하지 말 것

1.7.3 경쟁사로부터 위 정보에 대한 문의 또는 요청이 있을 경우 제공이 불가능함을 분명히 하고, 요청이 있었음에도 불구하고 제공하지 않은 사실을 공정거래 자율준수 관리자에게 보고하여 이를 기록으로 남길 것

1.7.4 경쟁사 관련 정보를 공사자료나 거래처를 통해 적법하게 입수한 경우 그 입수경위와 출처를 분명히 기록해 둘 것

1.7.5 경쟁사 관련 정보를 독자적인 경로를 통해 파악한 경우에도 이에 맹목적으로 따르지 말고 시장 상황, 고객 수요 및 비용 등 다양한 경쟁적 요소를 고려하여 의사 결정을 할 것

1.8 문서 작성 및 정보보안 관련 가이드라인

1.8.1 조합이 독자적으로 사업판단을 하고 상품 관련 조건을 결정한 경우 그러한 내용이 문서 내용에 분명히 나타나도록 할 것(특히 경쟁사가 유사한

시기 또는 내용으로 **상품 내용으로(삭제)** 상품 내용을 결정 또는 변경할 것이 예상되는 경우)

1.8.2 조합이 부당한 공동행위를 하지 않았음에도 불구하고 공정위로부터 불필요한 오해를 살 수 있는 표현의 사용에 주의할 것

[표현 예시]

- 동업사 "협력" 강화
- "업계공동대응(예정)", "업계차원의 검토"
- 타사와 정보 "공유"
- "A사는 200x.10.1부터 추진예정", "B사 5% 결정 예정"
- "경쟁자제", "경쟁지양"의 필요성에 대한 "공감대" 형성
- "시장안정화"협조, "시장 정화"방안, "시장질서"유지, 개선 필요
- 업계간 "공조", "협조" 체제
- "조합과 지역", "타사 지역"
- "경쟁사의 조건은 조합 조건과 동일(xxxx 시행 예정)", "L사 28%(조합 조정시 인하 예정)," "월 x회 정기적인 교류활동"
- "상위사, 하위사가 시차를 두고 폐지하기로" 합의

1.8.3 문서 작성시 경쟁사 자료 또는 정보를 인용하는 경우 자료 또는 정보의 출처를 명확히 할 것

1.8.4 문서규정의 보존기간을 준수하고, 오해를 살 수 있는 내용의 메일, 기록, 메모를 작성하거나 보관하지 말 것

1.8.5 조합의 중요정보는 주관부서에서 자체 관리 및 정보보안을 철저히 하고 담당자 외 보관하지 않도록 할 것

1.8.6 조합의 중요정보에 대한 자료를 회의 등의 사유로 배포 시 회의 종료 후 필히 회수하고 메일 형식으로 배포하는 것을 지양할 것

1.8.7 기타

- 미래에 대비하여 작성할 것
- 문제가 될만한 용어를 사용하지 않을 것

- 지배력을 의미하는 용어를 사용하지 않을 것
- 경쟁사업자의 가격 또는 계획과 같은 민감한 정보를 입수한 경우 추후 이 정보를 부적절한 방법으로 취득하였다는 의심에서 벗어나기 위하여 그 정보의 출처에 대하여 명확하게 기재할 것
- 내부 또는 외부 문서 작성시 항상 해당 문서가 외부에 공개되거나 공정위 담당자가 읽을 수 있다는 사실을 염두에 두어야 함. 또한 가능한 가장 최악의 내용으로 해석될 것을 가정해야 함
- 조합의 가격이 조합의 사업적 판단에 의하지 않고 다른 요소에 근거하여 결정되는 듯한 용어를 사용하지 않을 것
- 경쟁사업자와 모임을 가질 경우 안건이나 회의록을 작성할 것

1.9 담합조사 실무

1.9.1 경쟁업체들과 의사소통을 암시하는 부분적인 문서 및 서류임에도 불구하고 법 위반의 증거로 사용될 수 있음

1.9.2 불필요하게 생략된 표현, 출처가 미심쩍은 정보는 의심을 불러일으킬 수 있음

1.9.3 공식적인 모임에서의 가격에 대한 언급임에도 불구하고, 담합행위에 대한 증거로 사용될 수 있음 ⇨ 위와 같은 경쟁업체의 언급을 들었을 때, 수동적으로, 사교적으로 또는 조용히 듣고 가만히 있는 경우에도 문제될 수 있음

1.9.4 만약 경쟁업체 실무자 레벨의 직원들이 사적인 이메일이나 전화와 수단을 사용하여 가격 인상 직전 또는 직후에 빈번하게 접촉하는 것이 담합행위를 위한 준비로 해석될 수 있음

1.9.5 경쟁업체 직원과의 빈번한 공식적 또는 비공식적 모임(예: 대학동창회 또는 이와 비슷한 모임) 은 의심의 여지가 큼

1.10 업계모임 참여원칙 및 프로세스

1.10.1 업계모임 참여원칙

- 1) 공정거래법상 부당한 공동행위(담합) 금지조항을 위반하거나 위반할 가능성이 있는 업계모임 참여는 절대 금지한다.
- 2) 공정거래 자율준수관리자의 사전승인을 받은 업계모임에 한하여 참여할 수 있다.
- 3) 업계모임 참석 도중 담합금지조항에 대한 논의가 이루어지는 경우 <업계모임 참여시 행동요령>에 따라 반대 의사표시를 명확히 하고, 즉시 그 장소를 이탈한 후 자율준수 관리자에게 보고한다.

주1) “업계모임”이란 ‘운영위원회’ ‘회의’, ‘작업반’ 등 그 명칭이나 ‘정보공유’ 등 그 목적에 불구하고 조합이 영위하는 업무와 관련하여 임직원이 참석하게 되는 둘 이상의 경쟁사업자와의 정기 또는 부정기 모임(일회성도 포함)을 말한다.

주2) 조합과 관련되는 공정거래법상 주요 담합금지사항은 다음과 같으며, 구체적인 행위의 담합금지조항 해당여부에 대하여는 공정거래 자율준수관리자에게 자문 또는 협의하여야 한다(별첨1 공정거래법 참고).

- 가격을 결정·유지 또는 변경하는 담합

1.10.2 업계모임 참여시 행동요령

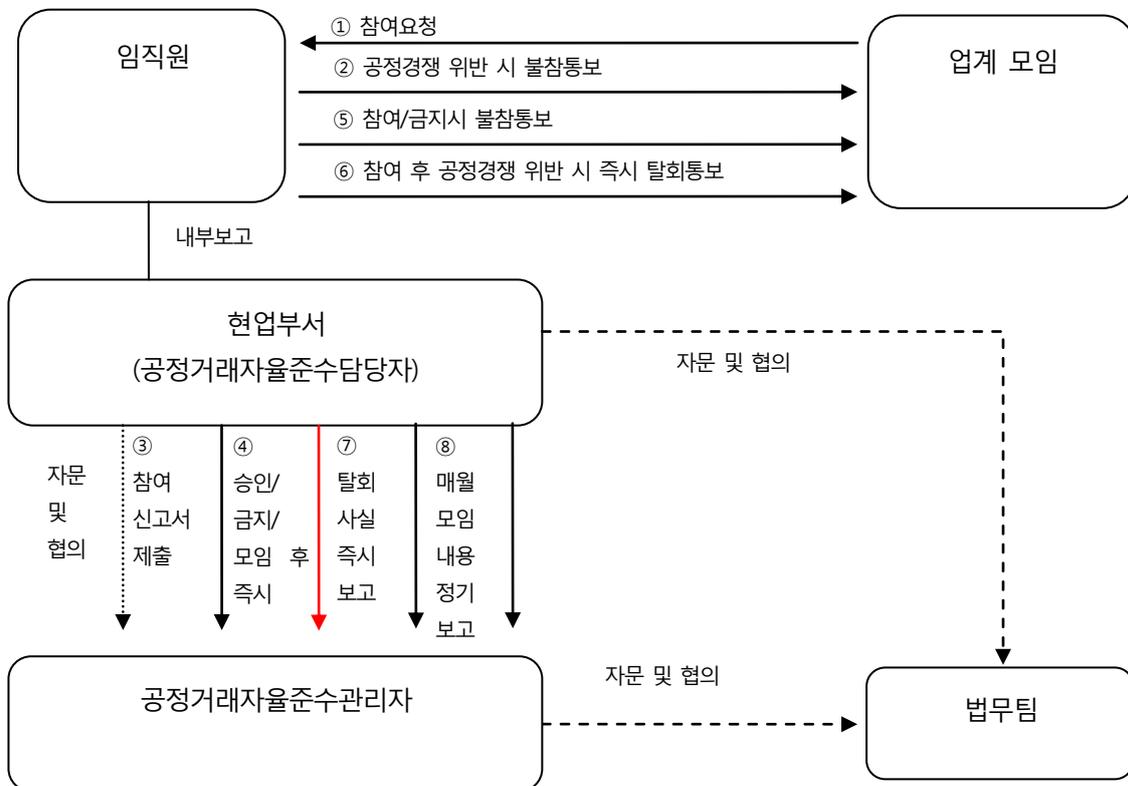
경쟁사업자와의 모임은 그 형태와 구체적 논의내용, 합의 여부를 불문하고 참가 사실만으로도 부당한 공동행위(이하 ‘담합’이라 한다) 추정의 정황증거로 사용될 수 있음을 모든 임직원은 명심하고 다음과 같은 요령에 따라 행동한다.

- 업계모임이 공정거래법규를 위배하거나 위배할 가능성이 있는 경우에는 즉시 해당부서 공정거래 자율준수 담당자를 통하여 공정거래 자율준수 관리자에게 직접 보고한다.
- 판매, 공급 등 모든 가격, 거래조건 등 공정거래법에서 담합을 금지하고 있는 사항에 대하여는 논의하지 않는다.
- 담합은 합의 사항의 실행 없이 합의가 있었다는 사실만으로 처벌되므로 공정거래법위반 가능성이 있는 협의나 결의가 예상되는 경우에는 불참의 의사표시를 명확히 한다. 법 위반 가능성 여부에 의문이 있는 경우에는 즉시 **법무팀**의 자문 또는 협의를 받아야 한다.
- 불가피하게 참석하게 되는 경우, 적극적인 찬성을 표시하지 않고 침묵하여도 해당 행위가 참가로 간주되므로 반대의사 표시를 명확히 하고(의사록을

작성하는 경우에는 명기 요구), 즉시 그 장소를 이탈하는 등의 방법을 통하여 거부의를 명확히 알린다.

- 업계모임에서 실제로 협의가 없었던 사항이나 일부 참석자가 단순의견 개진한 사항에 대하여 회의록, 정보보고, 활동보고 등의 형식을 빌어 마치 협의가 있었던 것처럼 작성하면 담합으로 오인되거나 담합의 증거로 사용될 수 있으므로 사실에 입각하여 기록하고 허위의 보고를 하지 않도록 한다.

1.10.3 업계모임 참여 프로세스



- 모든 업계모임 참여자는 사전에 공정거래 자율준수관리자에게 별첨2 양식에 의한 업계모임 참여 신고서를 제출하여야 한다.
- 공정거래 자율준수관리자는 신고서 검토 및 참여자 면담을 거친 후 참여 승인 또는 금지를 하거나 필요 시 모임내용을 사후에 즉시 보고하도록 명할 수 있다.
- 업계모임에 참여하는 임직원은 그 내용이 공정거래법상 담합금지조항에 해

당하거나 해당될 가능성이 있는 경우 반대의사표시를 명확히 하고 그 장소를 이탈하여야 하며, 즉시 해당부서 공정거래 자율준수담당자를 통하여 공정거래 자율준수관리자에게 직접 보고하여야 한다(업계모임 참여시 행동요령 참조).

- 공정거래 자율준수담당자는 매월 해당부서에 대한 자체 모니터링 시 참석한 업계 모임에 대한 활동내역을 포함시켜 공정거래 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.

업계모임 참여 신고서

모임명	
모임의 목적	
예상활동내용	※ 되도록 구체적으로 작성한다.
주간사	
참여업체 (협회 등 포함)	
회합주기	
활동내용보고 여부 및 방법	
담당부서(팀)	
담당자(연락처)	
특이사항	

위 내용과 같은 업계모임을 참여코자 공정거래 자율준수관리자에게 신고합니다.

2012 . . .

소속부서장

(서명)

Ⅲ. 대리점 계약체결(약관거래)시 유의사항

1. 개요

- 보통 거래약관은 대량으로 거래가 이루어지는 현실 속에서 거래가 발생할 때마다 개별계약의 내용을 결정할 수 없기 때문에, 사업자가 불특정다수의 고객을 상대로 그들과의 계약에 포함시킬 목적으로 미리 일방적으로 작성한 계약내용을 의미합니다. 「약관의 규제에 관한 법률(이하 "약관법")」은 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고, 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립함으로써 소비자를 보호하고 국민생활의 균형 있는 향상을 도모함을 목적으로 제정된 법입니다.

2. 약관의 의의

- 약관법에 따르면, 약관이라 함은 명칭이나 또는 범위를 불문하고 계약의 일방 당사자가 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 말하는데, 이와 같은 약관은 계약의 표준화·정형화를 통해 대량의 거래를 신속하고 편리하게 해줍니다. 그러나 약관은 고객에 대하여 우월적인 지위에 있는 사업자가 작성하기 때문에 면책조항, 채무의 이행, 계약의 해지 등에 있어서 부당하거나 사업자에게 일방적으로 유리하게 작성될 수 있습니다. 약관법은 사업자가 이와 같이 부당하거나 불공정한 내용을 약관에 포함시키는 것을 규제하기 위해 제정된 것이며, 약관법 위반사건은 공정거래위원회의 심사·심의의결대상이 됩니다.
- 약관이 성립하기 위해서는 일방성, 다수성, 사전성의 성립요건이 존재하여야 합니다.

3. 약관의 규제

- 약관법상 약관의 규제는 편입통제, 해석통제, 불공정성 통제로 나누어 볼 수 있습니다.
- 편입 통제는 첫 번째 단계로 약관이 사업자와 고객 사이에 체결한 계약으로 인정될 것인가의 여부를 심사하는 것으로 사업자의 약관에 대한 설명, 명시, 교부의 의무와 개별약정우선의 원칙 등이 적용되며,
- 편입통제가 인정되면 해석통제를 거치게 됩니다. 이는 약관조항을 여러 해석원칙에 따라 해석하고 당해 계약에 적용하여 당사자의 권리 의무를 정하는 것으로 객관적 해석의 원칙, 작성자불이익의 원칙이 적용됩니다.
- 첫 번째와 두 번째 단계에 모두 문제가 없다면 마지막으로 내용통제 즉, 불공정성 통제를 거치게 됩니다. 이는 약관 조항의 내용이 고객에게 부당한 불이익을 주고 있는가를 심사하여 효력유무를 결정하는 것으로 신의성실의 원칙과 이를 구체화한 약관법

제6조 ~ 제14조가 적용됩니다.

4. 주요 내용

- 우리 약관규제법은 사업자가 명시설명의무를 이행하지 않더라도 고객측에서는 계약체결을 원하는 경우가 있고 특히 약관 중에 유리한 조항이 있는 경우 고객을 보호하는 것이 바람직하다는 점, 계약이 거래계에서 담당하는 사실상의 사회적 기능을 고려할 때 편입요건의 강화로 계약의 편입을 무더기로 부인하면 거래질서를 해칠 우려가 있다는 점 및 약관규제의 중점이 약관의 명시에서 불공정조항의 무효로 옮겨가고 있다는 점 등을 고려하여 약관의 편입요건은 원칙적으로 사업자의 제안만으로 족한 것으로 규정합니다. 즉, 약관은 일단 사업자의 제안만 있으면 개별약관에 편입되어 계약의 내용을 구성하게 되며, 사업자가 명시설명의무를 이행하지 않은 때에는 고객의 항변에 의해 계약내용으로 되는 것을 저지할 수 있습니다.

4.1 약관의 명시·설명의무

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

4.1.1 설명의무의 대상 - '중요한 내용'

- 설명의무의 대상은 '중요한 내용'에 한하므로 중요한 내용이 아닌 약관내용에 대하여는 설명의무까지 발생하지는 않으며, 특히 '중요한 내용'인가의 판단기준은 고객의 이해 관계와의 관련성에 따라 판단합니다.
- 법원은 '중요한 내용'의 판단기준으로 「그 내용에 대해 설명을 들었다면 계약을 체결하지 아니하였을 것」【대법원 1996. 6. 25. 선고, 96다12726 판결; 대법원 1995. 12. 12. 선고, 95다11344 판결】이라는 기준을 제시하였습니다.
- 내용상으로는 계약의 핵심적 사항이라고 하더라도, 당사자 사이에서 그에 대한 설명의무가 제대로 이행 되었더라도 그것이 계약의 체결여부에 영향을 미치지 아니할 만한 사정이 있다면 설명의무의 대상이 되는 중요한 내용으로 볼 수 없다고 하였습니다【대법원 2005. 10. 7. 선고 2005다28808 판결; 대법원 1994. 10.25. 선고 93다39942 판결】.

4.1.2 명시·설명의무의 상대방

- 원칙적으로 당사자인 고객이나, 대리인과 체결할 때에는 대리인에게 설명하는 것으로 충분합니다.

4.1.3 명시·설명 의무 위반의 효과

- 사업자가 명시·설명 의무를 위반하여 계약을 체결한 때에는 사업자는 당해 약관을 계약의 내용으로 주장할 수 없음(법 제3조 제3항) 즉, 명시되지 않거나 중요한 내용으로 설명되지 않은 약관조항은 계약의 내용으로 편입되지 아니합니다.
- 약관의 전부 또는 일부 조항이 명시·설명 의무 위반의 효과로 계약의 내용이 되지 못하는 경우에도 계약은 나머지 부분만으로 유효하게 존속합니다. 다만, 유효한 부분만으로는 계약의 목적달성이 불가능하거나 일방 당사자에게 부당하게 불리한 당해 계약은 무효입니다.
- 명시·설명 의무를 위반한 경우 500만원 이하의 과태료가 부과됩니다.

4.2 불공정 약관 조항

4.2.1 일반 원칙(법 제6조)

- 약관법상의 신의성실 원칙이란 사업자가 약관의 작성·통용 시 장래의 다수계약 상대방의 정당한 이익도 함께 고려함으로써 당사자간 이익형평이 유지되어야 한다는 것을 말합니다. 이 원칙은 사업자와 고객의 거래상 지위의 차이에 따른 불공정을 제거해 줍니다. 따라서 사업자가 경제적 약자인 고객의 정당한 이익이 희생되도록 하는 약관을 고객에게 강요하는 경우 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항은 무효이며, 아래 내용을 정하고 있는 경우에는 당해 약관조항은 공정을 잃은 것으로 추정합니다.
 - 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항
 - 고객이 계약의 거래형태 등 제반사정에 비추어 예상하기 어려운 조항
 - 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항
- 당해 약관이 사업자에 의하여 일방적으로 작성되고 상대방인 고객으로서 그 구체적 조항 내용을 검토하거나 확인할 충분한 기회가 없이 계약을 체결하게 되는 계약 성립의 과정에 비추어 약관작성자로서는 반드시 계약상대방의 정당한 이익과 합리적인 기대에 반하지 않고 형평에 맞게끔 약관조항을 작성하여야 한다는 행위원칙을 가리킵니다(대판 1994.12.9, 93다43873).
- 예시: Don'ts
 - 고객의 귀책사유로 인하여 계약을 해제할 경우, 사업자의 귀책사유로 인하여 계약을 해제할 경우, 사업자 귀책사유로 인한 경우보다 위약금을 과다하게 책정하는 경우
 - 계약서에 명시되지 아니한 사항은 양 당사자가 합의하여 결정하여야 함에도 일방적으로 사업자의 결정에 따르도록 한 조항
 - 계약서의 해석에 이견이 있을 경우 신의성실의 원칙에 따라 공정하고 객관적으로 해

석하여야 함에도 사업자의 해석에 따르도록 한 조항

- 계약의 해지는 해지절차에 따라 해지의 의사표시가 고객에게 도달한 때 그 효력이 발생함에도 사업자가 고객에게 해지를 통지한 때 효력이 발생하도록 한 조항
- 소송비용은 패소자 부담이 원칙임에도 재판의 승소/패소 여부나 패소비율을 불문하고 고객에게 소송비용 일체 또는 사업자에게 유리한 비율로 부담하도록 한 조항

4.2.2 면책조항의 금지(법 제7조)

- 면책조항이란 현재 또는 장래에 손해배상책임을 부담할 자가 법규상 손해배상책임을 발생원인과 범위에 대하여 유리한 법적 취급을 받을 것을 정한 약관조항을 말합니다.
- 법률상 책임이란 채무불이행책임뿐만 아니라 계약체결상의 의무위반책임, 불법행위책임도 포함합니다.
- 일단 책임이 발생한 경우 사업자의 책임범위를 법률의 규정에 미치지 못하는 수준으로 축소시키는 약관조항이나 법률상 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 전가시키는 조항은 무효입니다. 그러나 상당한 이유가 있는 경우에는 적법합니다. '상당한 이유'가 있는지의 여부는 당해 약관을 설정한 의도 및 목적, 당해 업종에서의 통상적인 거래관행, 관계법령, 거래대상 상품 또는 용역의 특성, 영업상의 필요 및 고객이 입을 불이익의 내용과 정도 등을 종합적으로 고려하여 판단합니다.
- 위험의 부담은 채권의 목적이 양 당사자의 책임 없는 사유로 이행할 수 없게 된 경우(급부 불능) 그로 인한 불이익을 누구에게 부담시키는 것이 계약의 취지에 더 합리적인가 하는 고려에 따른 것입니다.
- 계약당사자의 책임에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정하고 있는 조항은 이를 무효로 합니다.
 - 사업자, 이행보조자 또는 피용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항
 - 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 조항
 - 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항, 또는 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항

■ 책임배제조항

- 사업자, 이행보조자 또는 피용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항은 무효로 하고 있습니다. 즉, 사업자 본인이나 이행보조자의 고의 또는 중과실책임을 배제하는 조항의 무효를 선언하고 있습니다.

- 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 조항
- 일단 책임이 발생한 경우 사업자의 책임범위를 법률의 규정에 미달하는 수준으로 축소시키는 약관조항이나 사업자가 위험부담에 관한 기본원칙에 반하여 그가 부담하여야 할 위험을 고객에게 전가시키는 조항을 규제하기 위한 것입니다.
- 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항
- 담보책임의 내용으로는 손해배상·계약해제·하자보수·완전물 급부 등이 있는데 본 호는 사업자가 법률상 부담하여야 할 이러한 담보책임을 배제하거나 제한하는 약관조항은 무효이며, 또 담보책임을 부담시키기 위한 고객의 권리행사 요건을 법정요건보다 가중시키는 약관조항도 효력이 없다고 규정합니다.
- 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항
- 하자담보책임의 특수한 사례를 위해 좀 더 자세히 규정한다. 견본매매, 품질 및 성능 보증부매매 등에 있어서는 원래의 견본 등과 같은 물건이 급부 되지 않은 때에는 하자담보책임이 생깁니다. 이러한 하자담보책임을 배제 또는 제한하는 조항은 상당한 이유가 없는 한 무효라고 규정한 것입니다.
- 우리 약관법은 상당한 이유가 있는 경우에는 그 약관조항은 유효한 것으로 규정하나 견본과 다른 급부 제공, 실제와 다른 부실업계의 경우에는 그 사업자의 악성은 높다고 할 것이므로 상당한 이유의 인정은 엄격히 행해져야 합니다.
- 예시: Don'ts
 - 민법상의 고의/과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 경우 그 손해를 배상할 책임이 있음에도 귀책사유 및 책임의 정도를 고려하지 않고 여타 사유로 인한 손해에 대하여 사업자가 책임을 지지 아니한다는 조항

4.2.3 손해배상액의 예정(법 제8조)

- 고객에 대하여 부당하게 과중한 지연손해금 등의 손해배상 의무를 부담시키는 약관 조항은 무효입니다.
- 손해배상액의 예정이란 채무불이행 시 발생할 손해배상의 액수에 관하여 당사자들이 미리 정해 놓는 것. 이는 실제 채무불이행이 발생한 경우 실손해의 산정이나 입증의 복잡하고 당사자간의 다툼의 대상이 되기 쉬우므로 이를 미리 방지하고자 하는 것입니다.
- 그러나 당사자들이 손해배상액을 약정하는 보다 중요한 목적은 채무의 불이행 시 고액의 배상액을 지불토록 약정함으로써 심리적인 압박을 가하여 계약의 이행을 담보하

고자 하는 것으로 볼 수 있습니다.

- '부당하게 과중한지'의 여부는 거래유형에 따라 계약당사자의 경제적 지위, 계약의 목적과 내용, 손해배상액을 예정한 동기, 채무액에 대한 예정액의 비율, 예상 손해액의 크기, 그 당시 거래관행과 경제상태 등 종합적으로 고려하여 판단합니다.
 - 계약당사자들은 거래상 생길지도 모르는 법률상의 분쟁을 예방하기 위하여 미리 채무불이행 등으로 인한 손해배상액을 정하여 둘 수 있는 바 이를 손해배상액의 예정(민법 제398조)이라고 합니다.
 - 약관법은 과중한 손해배상액의 예정은 무효라고 하고 있습니다. 참고로 민법상에 있어서도 과도한 손해배상액의 예정이 상대방의 공박·경솔·무경험에 편승한 **것**이라고 보여지는 경우에는 민법 제104조에 의해 무효라는 점입니다.
 - 당사자가 약속한 배상액이 부당히 과도한 때에는 법원이 이를 적당히 감액할 수 있습니다(민법 제398조 제2항). 그러나 법원의 개입으로 부당하게 과도한 손해배상에 정액을 감액하려면 시간과 비용이 들고 대량 반복적으로 행해지는 약관에 의한 거래에서 그 불편이 말할 수 없이 클 것입니다. 이에 따라 약관규제법은 과중한 손해배상액의 예정을 무효라고 규정한 것입니다.
 - 여기서 손해배상액의 예정에는 지연손해의 배상, 전보배상, 위약벌 등 명칭 여하를 불문하고 채무불이행에 따른 손해배상인 경우를 모두 포함합니다.
 - 본 조에 의해 무효로 되는 부분은 적정한 금액을 초과하는 부분에 한하지 않고 그러한 약관조항 자체를 무효로 하므로 마치 예정이 없었던 것으로 됩니다. 이 때에는 일반적인 손해배상의 원칙에 의해 배상액이 결정됩니다.
- 예시: Don'ts
 - 손해배상액의 예정은 채권자의 실제손해액이 예상배상액을 초과하더라도 그 초과액을 청구할 수 없음이 원칙임에도 계약금을 위약금으로 정하는 외에 별도로 연체료까지 청구하거나 기납부금에서 공제할 수 있도록 한 조항

4.2.4 계약의 해제·해지(법 제9조)

- 계약의 해제 및 해지는 계약의 본질적 사항임에도 약관에 의한 거래에 있어서는 우월적 지위를 가진 사업자가 자기에게 일방적으로 유리하게 규정하는 사례가 빈번합니다. 민법에서 규정한 고객의 해제권 또는 해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 등의 방법에 의하여 고객은 불이익을 당하게 마련입니다. 이를 감안하여 제9조에서는 위의 다섯 가지의 유형을 예시적으로 열거하고 있습니다.
- 계약의 해제·해지에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정하고 있는 조항은 무효입니다.
 - 법률의 규정에 의한 고객의 해제권 또는 해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 조항: 우리 민법은 이행지체, 이행불능과 같은 채무불이행의 경우에 채권자에게 계

약을 해제하거나 해지할 수 있는 법정해제·해지권을 부여하고 있습니다(제543조 이하 및 제627조 등). 그러함에도 사업자가 스스로의 채무불이행에 대하여 약관으로 고객이 갖는 계약의 해제·해지권을 완전히 배제하거나 그 행사를 제한한다면 고객의 의사여하를 묻지 않고 부당성이 인정됩니다.

- 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권·해지권을 부여하거나 법률의 규정에 의한 해제권·해지권의 행사요건을 완화하여 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항: 사업자에게 법률에 규정되어 있지 아니한 해제권이나 해지권을 부여하거나 법률의 규정에 의한 해제권·해지권의 행사요건을 완화하여, 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항은 무효입니다.
- 계약의 해제 또는 해지로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 원상회복청구권을 부당하게 포기하도록 하는 조항: 계약이 해제된 경우에 원상회복이나 비용상환과 관련하여 사업자가 부당한 이득을 보고 고객이 피해를 보는 일이 없도록 배려한 것입니다.
- 계약의 해제·해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항
- 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 정하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항

◦ 예시: Don'ts

- 계약당사자는 상대방의 채무불이행을 이유로 최고 등의 절차를 거쳐 해지/해제권을 행사할 수 있음에도 고객의 해지/해제 요구에 대하여 사업자가 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에만 해지/해제할 수 있다는 조항
- 법률상 채무불이행에 해당함에도 고객이 사업자에게 계약의 해지/해제를 청구할 수 없도록 하는 조항
- 고객의 경미한 의무위반에 대하여 사업자가 법률이 규정하고 있는 최고 등의 절차 없이도 일방적으로 해지/해제할 수 있도록 하는 조항
- 계약의 해지/해제 시에 고객이 원상회복의무를 사업자보다 먼저 이행하도록 하는 조항
- 민사상 채무불이행 책임은 채무자의 귀책사유가 있음을 전제로 하는 것임에도 귀책사유 유무와 관계없이 계약금 일체를 반환하지 않는다는 조항
- 사업자의 귀책사유로 계약이 해지/해제 되었음에도 사업자가 고객으로부터 받은 금전의 일부만을 환불하도록 하는 조항
- 계약이 해지/해제 된 경우에 이미 고객으로부터 받은 금원 중 이자 및 연체료를 제외하고 원금만을 반환하도록 하는 조항
- 계약이 해지/해제되어 사업자가 고객에게 대금을 반환함에 있어 부당하게 장기의 기

한을 붙이는 조항

◦ 심결례

- 약관규제법 제9조 제5호는 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간 연장 또는 갱신이 가능하도록 정하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항은 무효로 한다고 규정하고 있는바, 위 연대보증기간 자동연장 조항의 내용을 살펴보면 "이 계약의 효력은 계약 성립일로부터 향후 1년간 지속된다. 계약기간 만료일에 계약 갱신의 통보가 없을 때에는 1년간씩 계속 연장된 것으로 하며 제21조에 의한 연대보증인의 책임도 이에 준한다"고 되어 있어 계약기간 종료 시 이의 통지 등에 의해 보증인의 지위에서 벗어날 수 있다는 규정이 없고, 새로운 계약기간을 정하여 계약 갱신의 통지를 하거나, 그것이 없으면 자동적으로 1년 단위로 계약기간이 연장되도록 규정하고 있을 뿐이므로, 이는 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 묵시의 기간연장 또는 갱신이 가능하도록 규정하여 고객인 연대보증인에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있다고 보여 지므로 위 연대보증기간 자동연장 조항은 약관규제법 제9조 제5호에 위반되어 무효라고 봄이 상당하다고 할 것이다(판례: 대법원 1998. 1. 23. 선고, 96다19413 판결).

4.2.5 채무의 이행(법 제10조)

- 채무의 이행에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음 각 호의 1에 해당되는 내용을 정하고 있는 조항은 무효입니다.
 - 상당한 이유 없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항: 급부의 결정권한은 이행된 물건이나 용역이 과연 약속한 채무(또는 계약)의 내용에 적합한 것인가를 사업자가 일방적으로 결정할 수 있도록 하기 위하여 부여되는 경우가 많습니다. 급부가 계약내용에 적합하지 않은 경우 그것은 「채무의 내용에 좇은 이행을 하지 아니한」것으로서 채무불이행이 됨에도 불구하고 고객으로 하여금 그 물건이나 용역을 억지로 수령하게 하거나 그에 대한 하자담보책임을 면탈하기 위해 그러한 조항을 사용하는 경우도 있습니다. 급부의 변경에는 약속한 급부와 수량적 차이, 성질상의 차이가 포함되며 그 밖에도 이행시기, 이행장소의 차이도 이에 해당합니다. 또 일시에 전급부를 행하기로 약정하였음에도 불구하고 일부분씩 급부하여도 무방하도록 하는 조항도 이에 해당합니다.
 - 상당한 이유 없이 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자로 하여금 대행할 수 있게 하는 조항
- 채권이란 채무자로 하여금 특정의 행위(급부)를 하게 하는 권리이며 그 내용의 측면에서 본다면 재산권의 주요한 것이고 그 작용이란 측면에서는 청구권입니다. 채권의 내용을 이루는 것을 채권의 목적이라 하며 이러한 채권의 목적인 채무자의 행위가 급부인 것입니다.

- 급부의 내용을 채권자와 채무자가 자유롭게 결정하는 것이 원칙이라 하더라도 약관에 의한 거래에 있어서는 급부의 내용이 사실상 사업자의 일방적 의사에 의하여 정하여 집니다. 이런 경우 고객은 불리한 급부의 내용을 감수할 수밖에 없게 되므로 약관규 제법에서는 고객을 보호하기 위해 상당한 이유 없이 급부의 내용을 일방적으로 결정 하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항을 무효로 하고 있는 것입니다. 문제 의 핵심은 상당한 이유에 있는데 일반적으로 사업자 일반의 이익만을 고려하고 있고 고객이 그러한 사실을 예견할 수 없을 것이란 사정이 인정된다면 상당한 이유가 없다 고 할 것입니다.
- 예시/사례: Don'ts
 - 채권자 사정에 따라 언제든지 물품공급을 중지 또는 한도액을 축소시킬 수 있도록 규정한 조항
 - 거래의 특성에 비추어 객관적이고 타당한 제한사유를 정하지 아니하고 사업자에게 자유재량권을 인정하여 일방적인 급부변경권을 부여하는 조항
 - 지나치게 포괄적이거나 불분명한 표현을 사용함으로써 사업자가 자의적인 해석을 통 하여 하자담보책임을 면탈할 수 있도록 한 조항

4.2.6 고객의 권익보호(법 제11조)

- 고객이 계약에 의하여 취득하거나 그 계약 외에서 누릴 수 있는 권리를 사업자가 약 관으로 제한하는 것을 방지함으로써 고객의 권익을 보호하려는 취지로서 위와 같은 네 가지 유형을 규정하여 금지하고 있습니다.
- 고객의 권익에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정하고 있는 조항 은 무효입니다.
 - 법률의 규정에 의한 고객의 항변권, 상계권 등의 권리를 상당한 이유 없이 배제 또 는 제한하는 조항: 고객이 항변권(예컨대 동시이행의 항변권, 최고검색의 항변권 등), 상계권 등 그 계약의 이행을 거절할 권리가 있는 경우에 이것을 상당한 이유 없이 배제하거나 제한하는 조항을 두는 것을 금지하고자 하는 것입니다. 원래 항변권이라 함은 청구권의 행사에 대하여 그 작용을 저지할 수 있는 권리, 바꾸어 말하면 일정한 사유에 기하여 급부를 거절할 수 있는 권리입니다. 또 상계권이란 쌍방당사자가 서로 같은 종류의 채권을 가지고 있는 경우에 당사자 일방의 의사표시에 의하여 그 채권과 채무를 대등액에 있어서 소멸케 하는 권리입니다. 기타의 권리에는 항변권, 상계권 이외에 법률에 의해 보장받는 권리 또는 이익이 모두 포함됩니다. 예컨대 유치권(민법 제320조), 선택권(민법 제380조 이하) 이나 제공된 급부가 계약의 내용에 적합하지 않은 것일 때의 수령거절권 등이 이에 해당 될 것입니다. 이상에서 고객이 가지는 각종 권리는 모두 독자적인 존재이유를 가지고 있지만 모두 공평이라는 관 점에서 고객에게 부여된 권리라는 점에서는 공통됩니다. 따라서 개별적 약정이라면

모르되 약관에 의해 이러한 권리를 상당한 이유도 없이 배제 또는 제한할 수 없다고 규정합니다.

- 고객에게 부여된 기한의 이익을 상당한 이유 없이 박탈하는 조항: 기한의 이익이라 함은 기간이 존재하는 것 즉 기한이 도래하지 않음으로써 그 동안 당사자가 받는 이익을 말합니다. 고객에게 부여된 이러한 기한의 이익을 상당한 이유 없이 박탈하는 조항은 무효입니다.
- 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항: 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항은 무효입니다. 이는 고객측의 계약체결의 자유를 보장하고자 하는 조항입니다. 원래 타인의 자유를 매우 심하게 제한하는 행위는 사회적 타당성이 없는 행위로서 무효라고 할 것입니다. 이러한 타인의 자유를 매우 심하게 제한하는 행위에는 다시 개인의 정신적 또는 신체적 자유를 현저하게 구속하는 것을 목적으로 하는 행위가 있습니다. 타인의 행위를 제한하는 행위 중에서 특히 중요하고 문제가 되는 것은 경제적 활동의 자유를 과도히 제한하는 행위입니다. 한편 약관으로 체결의 자유를 제한하는 경우는 약관이 고객측의 의사여하에 불구하고 일방적으로 작성되었다는 점을 감안한다면 그러한 조항은 무효라고 보아야 할 것이며 본호는 이러한 사리를 규정한 것입니다.
- 사업자가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 상당한 이유 없이 누설하는 것을 허용하는 조항: 고객의 비밀을 보호하려는 규정입니다. 신용거래에서는 대부분의 약관에 사업자가 고객에 대한 정보를 제3자에게 제공하여도 고객은 이의가 없다는 조항이 마련되어 있습니다. 그러한 경우에도 허용요건은 채무불이행, 최고, 고객의 동의 등으로 구체화되어야 하며 누출 가능한 정보의 범위도 꼭 필요한 최소한으로 제한되어야 합니다. 그럼에도 거래상태를 보면 이러한 조항이 남용되고 있습니다. 이 규정에 의해 보호되는 권리는 반드시 법적 권리에 한정되지 않고 법적 보호이익, 반사적 이익, 관습법상 부여되는 권리, 기타 모든 사회적 이익이 여기에 포함됩니다.

◦ 예시/사례: Don'ts

- 고객의 채무불이행 시 사업자는 계약을 해지하거나 손해배상을 청구할 수 있으나 이 경우에도 사업자의 귀책사유나 손해배상액의 과다 등을 이유로 이의를 제기하거나 법적 조치를 취하는 것은 고객의 당연한 권리임에도 사업자의 민/형사상 조치에 대하여 아무런 이의를 제기할 수 없도록 한 조항
- 기한의 이익은 채무자를 위한 것으로 추정되고 이행지체의 경우에도 상당한 기간을 정하여 그 이행을 최고하고 그 기간 내에 이행하지 아니한 때 기한의 이익을 박탈함이 타당함에도 채무의 일부라도 기한 내에 변제하지 아니하면 당연히 기한의 이익을 박탈하는 조항
- 기한의 이익을 박탈하기 위해서는 상당한 이유가 있어야 하고 그 이유는 구체적이고 명시적이어야 함에도 포괄적이고 자의적으로 규정하여 기한의 이익을 상실하게 하는 조항

- 거래약정서상의 기한의 이익상실 조항 제10조(기한의 이익상실)

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

1. 을이 본 계약을 위반하였을 경우

2. 을이 타 채권자로부터 강제집행이나 현저히 지급능력이 약화되어 더 이상 기한의 이익이 없다고 판단될 때

: 기한의 이익상실이란 거래상대방에게 중대한 영향을 미치는 것이므로 비록 상대방의 계약위반이 있더라도 그것이 경미한 계약위반으로써 계약의 존속을 무의미하게 할 정도가 아니라면 상당기간을 두고 그 이행을 최고했으나 그 이행을 하지 않을 경우에 한정되어야 하고, 그 사유가 구체적으로 열거되고 또한 그 내용이 타당성을 가져야 할 것임에도 본 건 약관에는 "본 계약을 위반하였을 경우", "을이 타 채권자로부터 강제집행이나"라고 규정하고 있어, 그 사유가 단순히 포괄적이고 불분명하며 위반사유의 중요도가 낮은 경우에도 거래상대방에게 부여된 기한의 이익을 박탈하는 조항으로서 약관법 제11조제2호에 해당된다고 판단【공정위 시정권고 제 2002-368호】

4.2.7 의사표시의 의제(법 제12조)

- 법률행위란 의사표시를 요소로 하는 사법상의 법률요건을 말합니다. 즉 법률적인 효과의 발생을 목적으로 하는 사람의 행위가 법률행위인 것입니다. 여기서 의사표시는 일정한 법률상의 효과의 발생을 원하는 의사(효과 의사)를 외부에 대하여 표시하는 행위(표시행위)를 말합니다. 의사표시는 법률행위의 본질적인 요소이므로 사업자가 일방적으로 의사표시를 의제하거나 의사표시의 도달을 의제하는 것은 고객에 대하여 불이익을 초래하므로 이를 규제하려는 취지입니다.
 - 의사표시의 의제, 의사표시의 도달의 의제 등에 관하여 사업자가 일방적으로 유리한 조항을 만드는 것은 금지됩니다.
 - 의사표시에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 다음의 내용을 정하고 있는 조항은 무효입니다.
- 일정한 작위 또는 부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 조항. 다만, 고객에게 상당한 기한 내에 의사표시를 하지 아니하면 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 본다는 뜻을 명확하게 따로 고지하거나 부득이한 사유로 그러한 고지를 할 수 없는 경우에는 예외: 원래 의사표시가 있다고 하기 위해서는 일정한 표시행위가 있어야 합니다. 그것은 말하자면 일정한 법률효과의 발생을 목적으로 하는 의사를 외부에 표시하는 행위입니다. 따라서 어떠한 작위나 부작위가 특정한 의사를 표시하는 것으로서 사회통념상 인식되고 있는 경우에는 당해 작위나 부작위에 대해서 그에 따른 법률효과를 인정하면 문제될 것은 없

습니다. 그런데 약관의 실태를 보면 어떠한 작위나 부작위를 사회통념상으로 도저히 특정한 의사를 표시하는 것으로 볼 수 없음에도 약관에 의해 이러한 의사 표시가 있었던 것으로 간주하는 경우가 있습니다. 원래 약관의 변경은 양당사자가 계약의 체결과 동일한 방법으로 약관변경의 합의를 한 경우에만 유효하며 약관의 변경 시 고객은 그에 대한 동의를 거부하고 종전 약관의 존속이나 계약해지를 선택할 수 있는 권리가 부여되어야 합니다.

- 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 조항: 법은 고객이 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 조항은 무효라고 규정합니다. 원래 의사표시에는 특별한 방식을 요하지 아니합니다. 즉 방식의 자유가 인정되어 있습니다. 그러나 당사자로 하여금 신중하게 행위를 하게 하기 위하여 또는 법률관계를 명확하게 하기 위하여 일정한 방식이 필요한 경우가 있습니다. 따라서 그러한 특별한 경우 외에 의사표시의 형식이나 요건에 엄격한 제한을 가하여 사실상 의사표시자체를 곤란하게 하는 계약조항(예컨대 의사표시를 반드시 공증할 것을 요구하는 예)은 무효입니다.
- 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항: 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항은 무효입니다.
- 의사표시기간의 부당한 장기화 등을 금하는 조항: 사업자가 어떤 의사표시를 할 수 있는 기간을 불확정기간 또는 부당하게 장기간으로 정하여 고객이 사업자의 의사표시를 지나치게 오래 기다리게 하는 등 고객의 계약상의 지위를 불안정하게 만드는 것은 금지됩니다.
- 예시/사례: Don'ts
 - 고객의 채무불이행 시 사업자가 일방적으로 물건을 회수할 수 있고, 이에 대하여 고객은 동의를 의사표시를 한 것으로 간주하는 조항
 - 고객이 채무불이행을 하지 않았더라도 모든 경우에 손해가 발생하는 것은 아닐 뿐만 아니라 손해에 대한 다툼이 있을 수 있음에도 합리적인 기준도 없이 고객이 채무를 불이행하는 경우에는 사업자에게 유형/무형의 손해가 발생한 것으로 인정하도록 하는 조항
 - 사업자가 의사표시에 관하여 발신만으로 효력을 발생하게 하거나 연착이나 도착하지 않은 경우에도 통상 도착하여야 하는 때에 고객에게 도착한 것으로 간주하는 조항
 - 업무계약서 등의 의사표시의 부당한 도달 및 급부의 일방적 변경조항 제4조 판매계약 조건 변경 등의 통지
 - ※ 본 계약과 관련된 판매계약의 방법, 조건 및 수수료규정은 조합에서 필요로 하는 경우 변경할 수 있으며, 이 경우에 변경내용은 메모를 사업부서에 발송함으로써 통지에 갈음함

※ 변경 메모가 발송된 날로부터 15일 이내에 명시적인 이의를 서면으로 제기하지 아니하고 계속해서 판매대리인에게 판매활동을 계속하도록 하는 지도자는 이 변경된 조건을 수락한 것으로 봄

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

◦ 심결례

- 약관법 제12조 제3호는 의사표시에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항은 무효로 한다고 규정하고 있는데, 위 특별약관 제3조 제3항 후단을 문언 그대로 보아 피고가 보험계약자 또는 피보험자의 변경된 주소 등 소재를 알았거나 혹은 보통일반인의 주의만 하였더라면 그 변경된 주소 등 소재를 알 수 있었음에도 불구하고 이를 게을리 한 과실이 있어 알지 못한 경우에도 보험계약자 또는 피보험자가 주소변경을 통보하지 않는 한 보험증권에 기재된 종전 주소로 회사의 의사표시를 수령할 지정장소로 하여 보험계약의 해지나 보험료의 납입최고를 할 수 있다고 해석하게 되는 경우에는 위 약관 조항은 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항에 해당하는 것으로서 위 약관법의 규정에 따라 무효라 할 것이고, 따라서 위 약관 조항은 위와 같은 무효의 경우를 제외하고 피고가 과실 없이 보험계약자 또는 피보험자의 변경된 주소 등 소재를 알지 못하는 경우에 한하여 적용되는 것이라고 해석하여야 함[판례: 대법원 2000.10.10 선고, 99다35379 판결].

4.2.8 대리인의 책임가중(법 제13조)

- 대리인이란 본인에 갈음하여 의사표시를 하거나(능동대리) 또는 의사표시를 수령(수동대리)함으로써, 본인이 직접 그 의사표시의 법률효과를 취득하는 제도이며 대리인은 대리행위를 하는 자를 말합니다. 대리제도에서는 대리인이 스스로 법률행위를 하지만 그 법률효과는 본인에게 귀속됩니다. 사적자치의 확장과 사적자치의 보완이라는 측면에서 대리제도를 둔 것입니다. 따라서 고객의 대리인이 본인에 갈음하여 계약을 체결했다 하더라도 의무를 이행하지 않은 책임은 본인에게 귀속되는 것이지 대리인과는 상관없는 일입니다.

- 대리인은 본인과 상대방과의 법률관계만을 매개할 뿐 스스로는 아무런 책임도 지지 않습니다. 그런데 약관 중에는 고객이 약관을 이행하지 않을 경우에 대리인이 그 이행의 책임을 진다는 조항을 두는 예가 있는바 법률은 그러한 조항은 무효라고 규정합니다. 한편 대리권 없이 행한 무권대리의 경우에도 그 무권대리인의 사업자에 대한 책임을 민법 등이 정한 책임범위보다 가중시킬 수 없다고 봅니다.
- 고객의 대리인 **에게(삭제)** 의하여 계약이 체결된 경우 고객이 그 의무를 이행하지 아니하는 때에는 대리인에게 그 의무의 전부 또는 일부를 책임을 지우는 내용의 약관조항은 무효입니다.
- 예시/사례: Don'ts
 - 고객의 대리인에 의하여 체결된 계약이 무효/취소로 되는 경우 대리인이 그에 대한 무과실의 손해배상책임을 지도록 하는 조항
 - 고객이 약관을 이행하지 않을 경우에 대리인이 그 이행을 책임진다는 조항

4.2.9 소제기의 금지 등(법 제14조)

- 민·형사상의 일체의 소송을 제기하지 않는다는 불소제기의 조항이 무효로 되는 이유는 약관조항에 대하여 사업자와 다툼이 있는 경우 고객의 권리구제를 원천적으로 봉쇄하기 때문입니다. 재판관할의 합의조항이란 법정관할 외에 1개 또는 수 개의 법원을 부가하는 부가적 합의와 특정의 법원에만 관할권을 인정하고 그 밖의 법원의 관할을 배제하는 전속적 합의관할 모두를 말합니다. 따라서 부당하게 고객의 편의를 희생하여 재판관할에 대한 합의를 하는 것은 무효로 한다는 것입니다.
- 사업자가 약관에 고객의 권리구제를 어렵게 하는 부제소합의, 관할의 합의, 입증책임의 전환조항을 포함시키는 것은 무효입니다.
 - 부제소의 합의란 장차 민·형사상의 일체 **체**의 소송을 제기하지 않는다는 합의를 말합니다. 따라서 이러한 합의에 반하여 당사자 일방이 소를 제기하면 소의 이익이 없는 것으로서 부적법 각하되며 제소할 수 없게 된 채무는 오로지 자연채무로서만 존재합니다. 그러나 이상의 설명은 당사자 사이에 개별적이고 명백한 특약이 있을 때의 이야기이며, 이러한 부제소합의의 유효성을 약관을 통해 하는 경우에만 확장하면 경제적 약자인 고객에게 권리구제의 포기를 강요하는 것으로 되어 부당합니다.
 - 부제소특약조항은 무효이다(대판 1994. 12.9, 93다43873).
 - 본 계약에 관한 소송은 서울민사지방법원을 관할법원으로 한다는 조항은 무효이다(대판 1998. 6.29, 98마863).
- 고객에 대하여 부당하게 불리한 소제기의 금지조항이나 상당한 이유 없이 고객에게 입증책임을 부담시키는 약관조항은 무효입니다.
- 예시: Don'ts

- 계약당사자의 귀책사유를 따지지 않고 어떠한 사유로도 일체의 민/형사상의 책임을 묻지 못하도록 하는 조항
- 계약과 관련된 소송의 관할법원을 사업자의 소재지 법원 또는 사업자가 지정한 법원으로 정하는 조항

4.3 업무 시 유의사항

- 과중한 손해배상액의 예정금지시 “부당하게 과중한”의 판단기준
 - 계약당사자의 경제적 지위, 계약의 목적과 내용, 경위, 배상예정액의 비율, 예상손해액의 크기, 거래관행, 경제상태 등을 종합적으로 고려합니다
- 약관 변경은 계약체결과 동일한 방법으로 양자의 합의가 필요합니다.
 - 약관 변경 시 고객은 동의를 거부하고 종전약관의 존속, 계약해지를 선택할 수 있는 권리가 부여되어야 합니다.

4.4 불공정 약관의 효과

- 약관의 전부 또는 일부 조항이 불공정약관에 해당되어 무효인 경우에도 계약은 나머지 부분만으로 유효하게 존속합니다. 다만, 유효한 부분만으로는 계약의 목적 달성이 불가능하거나 일방 당사자에게 부당하게 불리한 때에는 당해 계약을 무효로 합니다.
- 시정조치
 - 사업자는 ‘**약관의규제에관한법률**’ 제6조 내지 제14조의 규정에 해당하는 불공정한 약관조항을 계약의 내용으로 하여서는 아니 되며(법 제17조), 이를 위반한 경우 공정거래위원회는 사업자에게 당해 약관조항의 삭제·수정 등 시정에 필요한 조치를 권고할 수 있습니다.
- 시정명령
 - 위반한 사업자가 다음에 해당하는 경우에는 공정거래위원회가 사업자에게 당해 약관조항의 삭제·수정 등 시정에 필요한 조치를 명할 수 있습니다.
 - 사업자가 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 의한 시장지배적 사업자인 경우
 - 사업자가 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 계약을 체결하는 경우
 - 일반공중에게 물품·용역을 공급하는 계약으로서 계약체결의 긴급성·신속성으로 인하여 고객이 계약을 체결할 때에 약관조항의 내용을 변경하기 곤란한 경우
 - 사업자의 계약당사자로서의 우월적 지위가 현저하거나 고객이 다른 사업자를 선택할 범위가 제한되어 있어 약관을 계약의 내용으로 하는 것이 사실상 강제되는 경우
 - 계약의 성질 또는 목적상 계약의 취소·해제 또는 해지가 불가능하거나 그로 인하여 고객에게 현저한 재산상의 손해가 발생하는 경우

- 사업자가 시정조치 권고를 정당한 사유 없이 따르지 아니하여 다수 고객이 피해가 발생하거나 발생할 우려가 현저한 경우
- 사용금지 권고
 - 시정조치 권고 및 시정명령을 하는 경우 공정거래위원회는 필요 시 당해 사업자와 동종사업을 영위하는 다른 사업자에게 같은 내용의 불공정약관조항을 사용하지 말 것을 권고합니다.
- 약관의 심사청구
 - 약관조항과 관련하여 법률상의 이익이 있는 자, 소비자보호법에 의하여 등록된 소비자단체, 한국소비자보호원 및 사업자단체는 이 법 위반 여부에 관한 심사를 공정거래위원회에 청구 가능합니다.

4.5 벌칙

- 시정명령에 위반한 자는 2년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금(법 제32조)이 부과되며,
- 양벌규정(법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인·사용인 기타 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 시정명령에 위반행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 외에 그 법인 또는 개인에 대하여도 1억 원 이하의 벌금)
- 공정거래위원회로부터 표준약관의 사용을 권장 받은 사업자가 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우에 그 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하지 않는 경우에는 500만원의 과태료가 부과됩니다.

IV. 프로모션(표시·광고)시 유의사항

1. 의의

- 표시
 - 사업자가 상품/용역에 관한 사항을 소비자에게 알리기 위하여 상품의 용기·포장(첨부물 및 내용물 포함), 사업장 등의 게시물 또는 상품권·회원권·분양권 등 상품 등에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자·도형 및 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 말합니다.
- 광고
 - 전단·팜플렛·건본 또는 입장권, 인터넷 또는 PC통신, 포스터·간판·네온사인·애드벌룬 또는 전광판, 비디오물, 음반·서적·간행물·영화 또는 연극, 자기의 상품 외의 다른 상품, 기타 이와 유사한 매체 또는 수단을 통하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것으로
 - 사보, 홍보만화, 고객 안내문 등 대고객 홍보용 자료도 광고에 해당합니다.
- 다른 법률과 관계
 - 공정거래법
 - ※ 공정거래법(불공정거래행위 중 위계에 의한 고객유인 등)과 표시·광고법은 일반법과 특별법의 관계임. 따라서 표시·광고법이 우선 적용되는 범위 내에서 공정거래법은 그 적용이 배제됨
 - 부정경쟁방지법
 - ※ 부정경쟁방지법(광고에 의하여 원산지나 상품의 품질·내용·제조방법·용도 또는 수량의 오인을 일으키게 하는 부정경쟁행위)과 표시·광고법은 일반법과 특별법의 관계임
 - 소비자보호법
 - ※ 소비자보호법(제10조, 제11조의 표시, 광고의 기준)과 표시·광고법은 각각 입법 목적을 달리 하므로 경합하여 적용(일반법과 특별법의 관계 아님)

2. 위법성 판단기준

- 소비자의 오인성(誤認性)
 - 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있음을 의미하며
 - 이 사건에서 고름의 의미와 고름우유의 의미에 대하여는 소비자의 상식적인 인식을 기준으로 판단하여야 할 것이지 원고가 주장하는 바와 같이 전문적·의학적인 관점에서 판단할 것은 아니며[판례: 대법원 1998.3.27 선고 96누5636판결]

- 허위·과장 광고는 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 광고행위를 말하며, 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적, 궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 합니다. [판례: 대법원 2003.6.27 선고 2002두6965판결]
- 거래질서 저해성
 - 부당한 표시·광고에 의해 소비자가 오인하여 잘못된 선택권을 행사하고, 이로 인해 경쟁사업자의 고객을 빼앗는 등 시장에서의 공정한 거래질서를 저해할 우려를 의미합니다.

3. 부당한 표시·광고의 유형

- 허위/과장 표시·광고
 - 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위입니다.
- 기만적인 표시·광고
 - 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위입니다.
- 부당한 비교 표시·광고
 - 비교대상 및 기준을 명시하지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품/용역을 다른 사업자 또는 사업자단체("사업자 등")나 다른 사업자의 상품 등과 비교하여 우량 또는 유리하게 표시·광고하는 행위입니다.
- 비방 표시·광고
 - 다른 사업자 또는 다른 사업자 등의 상품 등에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위입니다.
- 사례
 - 남양유업(주)는 2008. 10. 3. ~ 10. 14. 기간 동안 중앙 일간지를 통해 아래와 같이 허위·과장, 기만 및 비방광고를 하였음
 - 세계에서 가장 우수한 시설과 시스템을 보유한 것처럼 광고("국내는 물론 세계 어느 유가공 회사에도 남양유업과 같은 첨단시설과 시스템을 갖춘 곳은 없습니다")
 - ☞ 객관적인 근거 없이 남양의 생산 설비 및 시스템이 세계에서 가장 우수하다고 광고한 것이므로 허위·과장 광고행위에 해당
 - 첨단시설과 시스템으로 인해 유해원료를 100% 차단할 수 있는 것처럼 광고("수천억 원을 투자한 세계수준의 첨단시설과 시스템이 있기에 멜라민을 비롯한 유해원료는 100% 원천봉쇄합니다.")
 - ☞ 첨단시설과 시스템을 보유하고 있다 하더라도 유해원료를 100% 차단하는 것은

현실적으로 불가능하므로 허위·과장 광고행위에 해당됨

- 제품의 품질 등 모든 면에서 1위인 것처럼 광고(“대한민국 유가공협회 1위, 남양유업! 1등은 오직 최고에게만 허락됩니다”)
 - ☞ 남양이 한국유가공협회로부터 1위로 인정받은 것은 매출액과 협회비 기준임에도 불구하고, 이를 표시하지 않아 제품의 품질이나 안전성 등 모든 부문에서 1위로 인정받은 것처럼 광고한 것이므로 기만적인 광고행위에 해당됨
- 경쟁회사의 유아식 제품에서도 유해물질이 검출되지 않았음에도 불구하고, 경쟁회사의 제품은 안전하지 않은 것처럼 광고(“다른 회사 제품은 확인할 수 없지만 남양유업 유아식의 원료와 제품의 품질은 100% 안전합니다”)
 - ☞ 식약청 검사에서 피심인은 물론 경쟁회사의 제품에서도 유해물질이 검출되지 않았음에도 “다른 회사 제품은 확인할 수 없지만~”이라고 표현하여 경쟁회사의 제품은 멜라민 함유여부가 확인되지 않은 것처럼 광고하였으므로 비방적인 광고행위에 해당됨

◦ 심결례

- 상품용기인 유리병에 한글로 크게 천연사이다라고 표시하면서 한글 천연 다음에 바로 한자 천연을 써넣었다면 오해의 여지가 없었을 것을 다른 줄에 적은 한문자로 천연이라고 기재한 것은 다른 특단의 사정이 없는 한 그것이 천연적으로 생산된 사이다라고 오해되기를 바라고 한 것이라고 볼 여지가 충분하고 영문자로 MINERAL WATER 와 CIDER를 각각 분리 표시한 것도 그 제품을 광천수로 보이게 하려는 의도가 없다고 보기 어렵고 신문광고에서 천연사이다시대 개막선언이란 표제는 보는 사람으로 하여금 지금부터 천연적으로 생산되는 사이다가 나오는 시대가 되었다는 뜻으로 받아들여질 염려가 충분한 것으로 생각되어 원고의 위 일련의 상품선전 내지 광고행위는 특단의 사정이 없는 한 허위과장광고 행위에 해당하지 아니한다고 하기 어려움[판례: 대법원 1990.2.9 선고 89누6860판결]

4. 표시·광고시 유의사항

4.1 사업자 자신에 관한 표시·광고

- 사업자가 자신이나 구성사업자의 규모, 연혁, 생산시설, 수상경력, 사업계획, 사업실적, 기술제휴 등에 관한 사항에 대하여 표시·광고할 경우 사실과 다르게 또는 사실을 과장하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.

<예시>

- 자기의 생산규모가 국내에서만 가장 큰 규모인데도 “세계(아시아)최대의 규모”라고 표시·광고하는 경우

4.2 가격에 관한 표시·광고

- 자기가 공급하는 상품의 가격을 사실과 다르게 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고에 해당됩니다.
- 자기가 공급하는 상품을 할인 또는 가격 인하하여 판매하고자 하는 경우에 허위의 종전 거래가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위
- 타사가격과의 비교 시 자기가 공급하는 상품 등의 실제 판매하는 가격을 현저히 낮게 보이기 위하여 허위의 경쟁사업자가 가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위
- 이 경우 타사의 명칭을 구체적으로 밝히지 않더라도 일반적으로 어느 회사를 지칭하는지 명백한 경우에는 해당이 됩니다.

<예시>

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

[참고]

- (종전거래가격): 당해 사업자가 당해 상품과 동일한 상품을 최근 상당기간(과거 20일 정도)동안 판매하고 있던 사실이 있는 경우로서 그 기간 동안 당해 상품에 붙인 가격, 단위, 기간 중 당해 상품의 실거래 가격이 변동한 경우에는 변동된 가격 중 최저가격을 종전거래가격으로 봄
- 자기가 공급하는 상품 등에 대하여 할인 또는 가격인하 판매 시 당해 할인율이나 가격인하율을 산출하는 근거로서 동일조건의 상품이 아니거나 또는 허위의 종전거래가격을 비교기준가격으로 하여 자기의 할인율이나 가격인하율을 산출하여 표시·광고하는 행위
- 할인특매기간이 종료한 후에도 현수막 등 표시·광고물을 제거하지 아니하고 이를 부착시켜 둠으로써 소비자로 하여금 할인특매를 계속하고 있는 것처럼 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위
- 가격인하판매를 실시하면서 비교가격의 기준과 인하시점을 명시하지 아니하는 행위

- 실제거래가격에는 변동이 없음에도 불구하고 일정한 기간을 정하여 특정한 가격으로 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위
- 실제와는 달리 한정된 기간이나 한정된 수량만을 판매하는 것으로 표시·광고하는 행위

4.3 원재료, 성분에 관한 표시·광고

- 자기가 공급하는 상품에 사용된 원재료나 성분에 관하여 표시·광고할 경우 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하여 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.
 - 실제 사용되지 않는 원자재나 성분이 포함된 것처럼 표시·광고하는 행위
 - 실제 사용된 양보다 많이 포함된 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위

4.4 품질, 성능, 효능 등에 관한 표시·광고

- 자기가 공급하는 상품의 품질, 성능, 효능 등에 관하여 표시·광고할 경우 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.
 - 품질 또는 성능이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해 수준에 해당한다고 하거나 당해 수준에 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위

4.5 보증에 관한 표시·광고

- 자기가 공급하는 상품 등에 관하여 보증·사후관리(A/S)에 관하여 표시·광고하고자 할 경우 그 내용, 범위, 방법, 기간, 장소, 책임자 등에 관하여 사실과 다르게 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.

<예시>

- 보증의 내용, 기간 등에 관하여 표시·광고함이 없이 막연히 “100% 품질보증” 또는 “무조건보증”이라고만 표기함으로써 사실과 다르게 완벽하게 보증이 되는 것처럼 표시·광고하는 경우

4.6 추천, 권장 등에 관한 표시·광고

- 자기가 공급하는 상품 등에 대한 추천, 권장 등의 사실을 표시·광고할 경우 아래와 같이 사실과 다르게 또는 과장하거나 모호하게 표시·광고하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.
 - 전문가, 연구기관, 유명단체에 의한 추천, 권장, 수상 등의 사실이 없음에도 불구하고

동 사실이 있는 것처럼 표시·광고하는 행위

- 당해 상품 등을 실제로 구입·사용해 본 사실이 없는 소비자의 추천을 표시·광고하는 행위
- 당해 상품에 관하여 실제로 시험, 조사, 검사를 한 사실이 없는 당해 부문 전문가의 추천을 표시·광고하는 행위

<예시>

- ○○신문사가 매년 실시하는 ○○인기상품 선정 행사에서 대상이 아닌 10대 부문 히트상품으로 선정되었음에도 불구하고 대상으로 선정된 것처럼 표시·광고하는 경우
- 단지 1년 중 하반기 히트상품으로 선정된 사실을 당해 년도 전체의 히트상품인 것처럼 표시·광고하는 경우
- 특허를 출원한 사실만을 가지고 '특허 획득'이라고 표시·광고하는 경우

4.7 경쟁사업자 및 경쟁관계 상품에 관한 비교표시·광고

◦ 허위의 표시·광고

- 경쟁사업자의 규모, 연혁 등 경쟁사업자 자신에 관한 사항이나 경쟁사업자가 공급하는 상품의 가격, 품질 등 거래내용 또는 거래조건 등(이하 "경쟁사업자의 것"이라 한다)에 관하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 하여야 합니다. 따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 사실과 다르게 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.

◦ 배타성을 띤 절대적 표현의 표시·광고

- 자기 자신이나 자기가 공급하는 상품(이하 "자기의 것"이라 한다)이 경쟁사업자의 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 됩니다.

※ 다만 사업자가 명백히 입증하거나 또는 객관성이 있는 자료에 의해 절대적 표현이 사실에 부합되는 것으로 판단되고 경쟁사업자 또는 소비자에게 피해를 주지 않는 경우에는 이를 사용할 수 있습니다.

<예시>

- "최초"를 입증할 수 없음에도 불구하고 아래와 같은 방법으로 표시·광고하는 경우
- 국내 최초로 제공되는 ○○제품

◦ 경쟁사업자의 것과 비교 표시·광고

- 자기의 것과 경쟁사업자의 것을 비교하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 적정하게 하여야 합니다.
- 따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 허위의 내용을 인용하여 비교표시·광고하거나 또는 사실과 같다고 하더라도 동일 조건하에서 비교하지 않고 자기에 유리한 부분

만을 발췌하여 비교표시·광고하거나 사업자 또는 상품 등의 일부에 대하여 비교하면서 마치 전체에 대한 비교인 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.

4.8 중상·비방하는 표시·광고

- 경쟁사업자의 것에 관하여 중상·비방을 하여서는 안 됩니다. 이는 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·광고행위를 말합니다.
- 이 경우 “회사” 등 경쟁관계에 있는 사업자를 구체적으로 밝히지 아니하더라도 일반적으로 어느 사업자를 지칭하는지 명백한 경우에는 해당이 됩니다.

<예시>

- 경쟁사의 제품과 자사의 제품이 품질상 우열을 가리기 어려움에도 “아직도 ○○사 제품을 사용하십니까?” 광고하는 경우

4.9 누락, 은폐 등에 의한 기만적인 표시·광고

- 사업자 자신이나 사업자가 공급하는 상품에 대하여 표시·광고함에 있어서는 소비자가 제품을 선택하는데 있어 필요한 사항을 표기하여야 하며 제품선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사실이나 내용을 누락하거나 은폐하여서는 안 됩니다.

4.10 기타 거래내용 및 거래조건에 관한 표시·광고

- 사업자가 경품류를 제공한다는 사실을 표시·광고함에 있어서는 사실대로 명확하게 표시·광고하여야 합니다. 따라서 제공되는 경품류 내용, 제공 기간 등에 대하여 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고행위는 부당한 표시·광고가 됩니다.

<예시>

- “선착순 100명에 한함” 또는 “○월 ○일부터 ×월 ×일까지” 등 경품제공수량 또는 기간에 관한 구체적 제한내용을 명시하지 아니한 채 특정상품을 경품류로 제공한다고 표시·광고하였는데도 불구하고 실제 신청자에 대해 정당한 이유 없이 경품류 제공을 거절하는 경우
- 유명회사 제품이 아닌 소형의 TV와 세탁기를 경품으로 지급함에도 경품제공사실을 표시·광고함에 있어 “경품: TV, 세탁기” 등으로만 모호하게 표기하여 마치 유명회사의 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 속식도 제공되는 것처럼 표시·광고하는 경우

5. 위반시 제재

◦ 시정조치

- 공정거래위원회는 부당한 표시·광고를 한 사업자 등에게 ①당해 위반행위의 중지, ② 시정조치를 받은 사실의 공표, ③정정광고, ④기타 위반행위의 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있습니다.

◦ 과징금

- 부당한 표시·광고를 한 사업자 ⇒ 법 위반 관련매출액의 2%를 곱한 범위 안에서 과징금이 부과됩니다(매출액이 없거나 매출액 산정이 곤란한 경우 5억 이내).

◦ 과태료

- 다음 행위자에게 1억 이하의 과태료 처분이 내려질 수 있습니다.

- ① 중요사항으로 고시된 표시·광고사항을 표시·광고에 포함시키지 아니한 자
- ② 요청 받은 실증자료를 공정거래위원회에 제출하지 아니한 자
- ③ 임시중지명령에 응하지 아니한 자
- ④ 공정거래위원회 조사 및 의견청취 요구에 정당한 사유 없이 출석하지 아니한 자
- ⑤ 공정거래위원회에 보고 또는 필요한 자료나 물건을 제출을 하지 아니하거나, 허위로 보고 또는 자료나 물건을 제출한 자
- ⑥ 공정거래위원회의 조사를 거부·방해 또는 기피한 자

- 상기와 관련한 법인 또는 임직원 기타 이해관계인에 대하여는 1천만 원 이하의 과태료가 부과될 수 있습니다.

◦ 임시중지명령

- 소비자 또는 경쟁사업자에게 중대한 피해를 줄 우려가 있는 부당한 표시·광고에 대하여 정식절차에 의한 시정조치를 하기 전까지 공정거래위원회가 이를 일시 중지토록 하는 제도를 말합니다.

- 적용대상

- ① 표시·광고행위가 제3조제1항(부당한 표시·광고행위의 금지)의 규정에 위반한다고 명백하게 의심되는 경우
- ② 당해 표시·광고행위로 인하여 소비자 또는 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위한 긴급한 필요가 있다고 인정되는 경우

- 불복절차: 임시중지명령에 불복이 있는 자는 그 명령을 받은 날부터 7일 이내에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있습니다.

◦ 벌금/징역

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

- ① 부당한 표시·광고행위를 한 자
- ② 다른 사업자 등으로 하여금 부당한 표시·광고행위를 행하게 한 자
- ③ 공정거래위원회의 시정명령에 응하지 아니한 자

- 양벌규정: 법인의 대표자나 법인의 종업원이 그 법인의 업무에 관하여 상기의 위반 행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 외에 그 법인에 대하여도 1억 5,000만원 이하의 벌금형을 부과할 수 있습니다.

6. 업무시 주의사항

6.1 표시·광고의 정확한 이해 필요

◦ 사업장 등의 게시물 및 간판도 표시에 해당합니다.

※ 예: 상품 사용설명서, 사업장 간판

◦ 대규모 광고메일발송도 광고에 해당합니다.

- 표시·광고의 방식(수단)은 중요하지 않고, PC출력자료도 다른 소비자에게 전파가능성이 있으면 광고에 해당합니다.

6.2 세가지 요건을 모두 충족하면 부당한 표시·광고

◦ 표시·광고내용이 사실에 부합하지 않을 것(진실성)

◦ 소비자 오인성이 있을 것(소비자 오인성: misleading)

◦ 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있을 것(공정거래저해성)

- 사업자의 고의·과실 등 의사요건은 고려하지 않으며,

- 소비자 오인성이 없는 광고적 표현(puffing)은 부당한 광고로 보지 않습니다.

: 예) PCS광고에서 "소리가 보인다",

: 아파트 분양광고에서 "최고의 행복을 드리는 아파트"

6.3 비교광고 유의사항

◦ 비교 표시·광고는 그 비교대상 및 비교기준이 명확하여야 하며 비교내용 및 비교방법이 적정하여야 합니다. 따라서, 비교 표시·광고는 객관적으로 측정 가능한 특성을 비교하여야 하며 객관적으로 측정이 불가능한 주관적 판단, 경험, 체험, 평가 등을 근거로 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품과 비교하는 표시·광고는 허용되지 않습니다.

◦ 비교 표시·광고는 법령에 의한 시험·조사기관이나 사업자와 독립적으로 경영되는 시험

- 조사기관에서 학술적 또는 산업계 등에서 일반적으로 인정된 방법 등 객관적이고 타당한 방법으로 실시한 시험·조사 결과에 의하여 실증된 사실에 근거하여야 합니다.
- 비교대상과 관련하여 동일 시장에서 주된 경쟁관계에 있는 사업자의 상품으로서 자기의 상품과 동종 또는 가장 유사한 상품을 자기의 상품과 비교하여야 합니다.
- 동일 시장에서 자기와 유사한 지위에 있는 다른 사업자가 존재함에도 불구하고 소비자인지도, 시장점유율 등이 미미한 사업자의 상품과 비교하는 등 소비자의 선택에 있어서 정보로서 가치가 없는 사업자의 상품과 비교하여서는 아니 됩니다.
- 비교기준과 관련하여 가격, 성능, 품질, 판매량, 서비스 내용 등의 비교기준이 자기의 상품과 다른 사업자의 상품간에 동일하며, 비교기준이 적정하고 합리적으로 설정되어야 합니다.
- 비교사항의 내용상 차이가 객관적으로 의미가 없거나 아주 근소하여 성능이나 품질 등에 미치는 영향이 미미한데도 불구하고 그 차이가 성능이나 품질 등에 중대한 영향을 미치는 것처럼 표시·광고하거나 다른 사업자의 상품을 실제 이상으로 열등한 것처럼 표시·광고 하여서는 안 됩니다.

6.4 표시·광고 시 유의사항(십계명)

- 개별사업단위에서 임의 제작하는 유인물은 반드시 공정거래 담당부서와 협의 할 것
- 부당 표시광고 사건은 고의 또는 과실을 불문
- 부당한 광고행위의 책임주체는 직접 부당광고를 하거나 다른 사업자 등에 행하게 한 자이므로 영업사원, 대리점 관리를 철저히 할 것
- 본사에서 직접 광고(직영점 포함)하거나 대리점 광고에 본사 임직원이 직간접적 관여한 경우 본사의 책임
 - 별도의 독립 대리점이 임의로 표시광고 시 대리점 책임임
- 객관적인 사실이나 자료에 근거한 비교광고는 허용되므로 필요 시 동종의 상품에 대해 비교광고를 하되, 부분적인 우수성을 전체의 우수성으로 표현하는 행위 등은 지양할 것
- 사보, 홍보만화, 고객 안내문 등 대 고객 홍보용 자료도 광고에 해당하므로 각별히 주의하여 문제의 소지가 있다고 판단되면 표현을 수정할 것
- 인터넷, 사외유통망, 구내방송 등 사원끼리 유통되는 정보교환 등도 경우에 따라서는 법에 저촉될 수 있으니 주의할 것
- 사소한 민원이라도 규제기관에 제소될 수 있으므로 민원에 대한 초기대응에 유의할 것

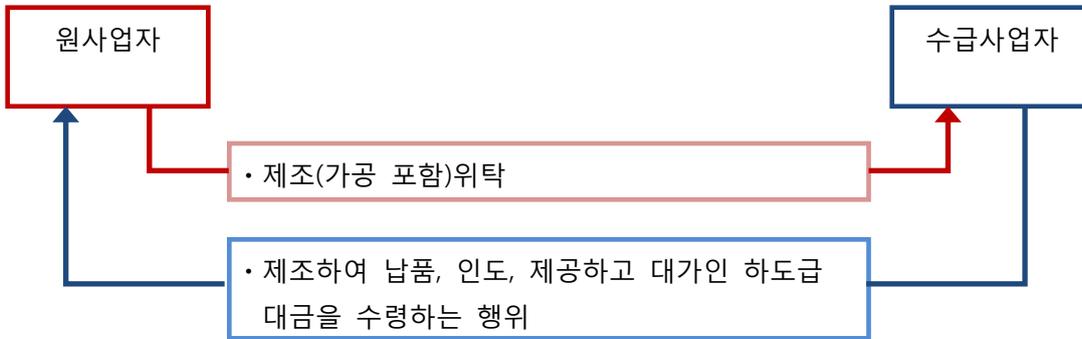
- 홍보물이나 광고물 작성시 문안내용이 객관적 진실에 입각한 것인지, 평균 이하의 지적 수준을 지닌 소비자의 입장에서 오인할 우려가 없는지 생각할 것
- 광고적으로 기발한 표현이라도 경쟁사를 비방한 것으로 오인될 우려가 있는 광고는 지양할 것
- 표시나 표현을 확정하기 전에 항상 전문가가 아닌 평범한 소비자의 입장이 되어 오인성이 있는지 여부를 체크할 것
- 부당 표시·광고사건은 우리 주위에서 항상 제기될 수 있으며, 사소한 부주의가 심각한 결과를 초래할 수 있다는 사실을 명심할 것

6.5 과징금부과

- 원칙적 과징금 부과 사유
 - 과거 3년간 2회 이상 법 위반으로(경고포함) 별점점수가 5점 이상인 경우
 - 피해 소비자 다수에게 인체안전관련 재산상 상당한 피해가 발생한 경우
 - 고의성이 농후하고 명백하게 허위인 경우
 - 악의적으로 다른 사업자나 상품을 비교 또는 비방하는 경우
- 별점기준
 - 경고: 0.5
 - 시정권고: 1.0
 - 시정명령: 2.0
 - 과징금: 2.5
 - 고발: 3

V. 구매·조달(OEM 및 하도급거래)시 유의사항

1. 하도급거래란



- 하도급법에서 정한 하도급이란 “원사업자가 수급사업자에게 제조위탁을 하고, 이를 위탁 받은 수급사업자가 위탁 받은 것을 제조하여 이를 원사업자에게 납품, 인도, 제공하고 그 대가(하도급대금)를 수령하는 행위를 말한다”고 규정하고 있습니다(하도급법 제2조 제1항 참조)
- 조합과 관련하여서는 하도급에는 OEM, 제품 용기 및 박스 등의 제조위탁이 있습니다.

1.1 제조위탁

1.1.1 제조위탁 관련 여러 개념 정의

- 「제조위탁」: 사업자가 다른 사업자에게 물품(그 반제품, 부품, 부속품, 원재료 및 이러한 제조에 사용되는 금형을 포함)의 규격·품질·성능(性能)·형상(形狀)·디자인·브랜드 등을 지정하여 제조(가공을 포함한다)를 의뢰하는 경우를 말합니다.
 - 상품이나 제품에 부착시키는 명판, 라벨 등
 - 상품이나 제품을 사용할 시 등에 필요한 취급설명서, 품질보증서, 보호카바, 수납케이스 등
 - 상품이나 제품과 일체로 판매되는 용기 및 포장용 물품 등
- 「원재료」: 목적물인 물품을 만드는데 기본이 되는 자료(원료, 재료)를 말합니다.
- 「이들의 제조에 사용되는 금형」: 「물품 또는 그 반제품, 부품, 부속품 또는 원재료」를 제조하기 위해 사용하는 당해 물품 등의 형상을 본뜬 금속제의 물품을 말합니다. 나아가 금형의 제조를 위탁한 원사업자가 그것을 사용하여 스스로 물품 등을 제조하는 경우에 한하지 않고, 다른 사업자에 대해 그 금형을 사용하여 제조케 하려고 위탁하는 경우의 금형도 포함합니다.

1.1.2 제조위탁 해당여부 판정기준

- 제조위탁의 대상이 되는 물품의 고시[1.나.]
 - 물품의 제조·수리과정에서 투입되는 중간재로서 규격 또는 품질 등을 지정하여 주문한 원자재, 부품, 반제품 등. 단 대량생산품목으로 샘플 등에 의해 단순 주문한 것은 제외합니다.

1.2 법 적용 대상

1.2.1 법 적용 대상사업자



1.2.2 법 적용 대상 기간

- 하도급법에 의하면, 공정거래위원회는 당해 하도급거래가 종료된 날로부터 3년이 경과하지 아니한 사건에 한하여 조사할 수 있는 것으로 규정되어 있습니다. 다만, 신고사건의 경우 3년 이내에 신고된 사건은 3년이 경과하여도 조사가 가능합니다(법 제23조)
 - 여기서의 "거래종료일"이란, 제조위탁은 목적물을 납품한 날을 의미하며
 - 다만, 하도급계약이 중도에 해지되거나 중지된 경우에는 해지 또는 중지된 날을 말합니다.

2. 하도급거래 단계별 하도급법상의 주요 규제내용

2.1 하도급계약 체결단계

2.1.1 서면교부 및 서류보존의무(법 제3조)

- 원사업자는 정해진 거래조건이 이행되도록 발주 시에는 발주서면을 교부할 의무가 있습니다(하도급법 2010.1.27개정, 2010.7.26 시행).
- 구두발주 시에 야기될 다양한 문제들을 미연에 방지하기 위하여 원사업자는 발주 시 발주내용을 명확하게 기재한 서면을 교부하여야 합니다. 기재해야 할 사항은 다음과 같이 법령에서 구체적으로 정하고 있으며 원칙적으로 해당하는 것을 모두 결정한 상태에서 기재할 필요가 있습니다.
 - 원사업자 및 수급사업자의 명칭, 위탁한 일, 수급사업자의 급부의 내용, 수급사업자

의 급부를 수령한 기일을 수령한 날, 수급사업자의 급부를 수령한 장소, 수급사업자의 급부에 대해 검사를 한 경우는 검사완료 기일, 하도급대금, 하도급대금 지급기일, 어음을 교부한 경우 어음 금액과 어음 만기, 원재료 등을 유상 지급한 경우는 품명/수량/대가/인도 기일/결제 기일/결제 방법, 제16조의2제1항에 따른 원재료 등의 가격변동에 따라 하도급대금조정을 신청한 경우에는 신청 및 협의내용, 그 조정금액 및 조정사유(2008. 9. 30일부터 시행)

- 단, 하도급법에서는 발주서면의 양식을 정하고 있지 않기 때문에 거래내용에 따라 적절한 발주서면을 작성하지 않으면 문제가 됩니다. 중요한 것은 발주 후 즉시 수급사업자에게 발주서면을 교부하는 것이며 이 규정에 위반하는 경우 과징금에 처해질 수 있습니다.
- 하도급계약을 체결할 경우에는 수급사업자가 제조에 착수하기 전에 계약내용에 관한 중요한 사항을 기재하고 회사 또는 대표자 명의의 기명날인(서명)한 계약서를 작성하여 이를 수급사업자에게 교부하여야 하며, 나아가 하도급거래 관련서류는 거래 종료일로부터 3년간 보존하여야 합니다.
- 법정기재사항이 일부 또는 전부 누락된 서면을 교부한 경우에는 불완전한 서면교부에 해당하여 하도급법 위반
- 계약서면은 하도급 계약 시에 교부하여야 하는 것이 원칙이나, 최소한 제조에 착수하기 전에 교부하여야 하며, 공사나 제조에 착수한 후에 서면을 교부하는 경우에도 원칙적으로 하도급법 위반
- 하도급계약서면에는 양당사자의 서명 또는 기명날인이 있어야 하므로 하도급거래 당사자의 서명, 기명날인이 없는 서면을 교부한 경우에는 서면 미교부에 해당
- 계약서면의 내용은 사실관계를 반영하여야 하므로 실제의 하도급거래와 상이한 서면을 교부한 경우에는 허위서면교부에 해당하여 하도급법 위반
- 추가공사의 범위가 구분되고 금액이 상당함에도 추가계약서 등을 미교부하는 경우 하도급법 위반
- 추가 변경된 공사물량이 입증되었으나 정산에 다툼이 있어 변경계약서나 정산서를 교부하지 아니한 경우 하도급법 위반

■ 서면 사전 교부의 예외

- 원사업자는 위탁시점에 확정하기 곤란한 사항에 대하여는 재해·사고로 인한 긴급복구공사를 하는 경우 등 정당한 사유가 있는 경우에는 해당 사항을 적지 아니한 서면을 발급할 수 있습니다. 이 경우 해당 사항이 정하여지지 아니한 이유와 그 사항을 정하게 되는 예정기일을 서면에 적어야 합니다. 다만 원사업자는 일부 사항을 적지 아니한 서면을 발급한 경우에는 해당 사항이 확정되는 때에 지체 없이 그 사항을 적은 새로운 서면을 발급하여야 합니다.

- 하도급법 제1항의 “정당한 사유” 판단기준
 - 수급사업자의 예견가능성(서면이 없어도 계약서의 내용을 확정할 수 있는지 여부)
 - 빈번한 거래에 있어서 물량변동이 명백히 예상되는 공종에 대해 시공 완료 후 즉시 정산합의서로 계약서를 대체한 경우
 - 빈번한 거래에 있어서 법정사항이 누락되어 있으나, 누락사항 파악이 가능한 경우
- 예시/ 사례 : Must Not do These
 - 법정기재사항이 일부 또는 전부 누락된 서면을 교부한 경우에는 불완전한 서면교부에 해당하여 하도급법 위반
 - 계약서면은 하도급 계약 시에 교부하여야 하는 것이 원칙이나, 최소한 제조에 착수하기 전에 교부하여야 하며, 공사나 제조에 착수한 후에 서면을 교부하는 경우에도 원칙적으로 하도급법 위반
 - 하도급 계약서면에는 양 당사자의 서명 또는 기명날인이 있어야 하므로 하도급거래 당사자의 서명, 기명날인이 없는 서면을 교부한 경우에는 서면 미교부에 해당
 - 계약서면의 내용은 사실관계를 반영하여야 하므로 실제의 하도급거래와 상이한 서면을 교부한 경우에는 허위서면교부에 해당하여 하도급법 위반

■ 하도급계약 추정제도

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

2.1.2 부당한 하도급결정금지

- 하도급법상 부당한 하도급대금 결정에 해당하기 위하여는 주관적으로는 **부당한 방법에 의하여** 하도급대금을 결정한 경우이어야 하며, 객관적으로는 **통상 지급되는 대가보다 현저히 낮은 가격으로** 하도급대금을 결정한 경우입니다.
 - 주관적 요건: 이러한 부당한 방법에 의한 하도급대금의 결정에는 원사업자의 강요에 의한 일방적인 경우와 원사업자가 기만의 방법을 이용하여 수급사업자의 가격결정에 관한 판단을 방해하는 경우 등입니다.
 - 객관적 요건: 통상 지급되는 대가보다 현저히 낮은 경우에만 부당한 하도급대금 결

정에 해당하는 바, 여기서 “통상 지급되는 대가”라 함은 당해 목적물과 동종 또는 유사한 것에 대하여 동일거래지역에 있어서 일반적으로 적용되는 가격을 말합니다.

- 구체적으로는 하도급대금의 결정시 수급사업자의 사정을 충분히 고려하여 협의를 다하는 것이 중요합니다.
- 부당한 하도급대금에 해당하는가의 여부는 i) 현저하게 낮은 가격수준인가(통상지불하는 대가와 수급사업자의 급부에 대해 지불하는 대가와외의 괴리상황과 필요에 따라 이 급부에 필요한 원자재 등의 가격동향 등) ii) 부당하게 정하고 있지 않은가(하도급대금 결정방법) (수급사업자와 충분한 협의회가 행해지고 있었는가)의 대가의 결정방법)와 대가가 차별적이었는가 등의 결정내용을 기초로 사례별로 정당과 부당을 종합적으로 판단합니다. 이 때문에 어떠한 절차를 거쳐 정하는가(결정방법)등에 포인트를 두고 행위의 외형으로부터 하도급법 위반의 우려가 있는가를 판단하고 있습니다. 구체적으로는 하도급대금의 결정시 수급사업자의 사정을 충분히 고려하여 협의를 다하는 것이 중요합니다.
- 하도급대금 부당결정 예시: Must Not do These
 - 정당한 이유 없이 일률적인 비율로 단가를 인하하여 하도급대금을 결정하는 경우
 - 협조요청 등 명목여하를 불문하고 일방적으로 일정금액을 할당한 후, 당해 금액을 감안하여 하도급대금을 감액하여 결정하는 경우
 - 수급사업자에게 발주량 등 거래조건에 대하여 착오를 일으키게 하거나 다른 사업자의 견적 또는 거짓 견적을 내보이는 등의 방법으로 수급사업자를 기만하고 이를 이용하여 하도급대금을 결정 하는 경우
 - 다량 발주를 전제로 하여 수급사업자에게 견적토록 하고, 실제로는 소량 발주하면서 그 견적 가격으로 하도급대금을 결정하는 경우
 - 원사업자가 수급사업자와의 합의 없이 일방적으로 낮은 단가에 의하여 하도급대금을 결정하는 경우
 - 수의계약으로 하도급계약을 체결함에 있어서 정당한 사유 없이 대통령령이 정하는 바에 따른 직접공사비 항목의 값을 합한 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금을 결정하는 경우
 - 경쟁입찰에 의하여 하도급계약을 체결함에 있어서 정당한 이유 없이 최저가로 입찰한 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금을 결정하는 행위
 - 원사업자가 하도급대금을 정하지 않고 제조 등을 위탁한 후 수급사업자와 협의를 거치지 않고 견적가격을 크게 하회하는 단가로 하도급대금을 결정하는 경우
 - 국내용과 같은 물건을 수출용이라는 이유만으로 통상의 대가보다 낮은 단가로 하도급대금을 결정하는 경우
 - 견본용 등을 이유로 특히 낮게 하도급대금을 결정하는 경우
 - 견적가격을 훨씬 하회하는 가격을 제시하면서 이에 응하지 아니할 경우, 협력업체등

록 취소 등의 불이익 제공을 경고하면서 하도급 금액을 저가로 결정하는 경우

◦ 위법성 요건의 판단기준

- 부당한 방법: 충분한 협의를 하였는지 여부, 거래상의 지위를 이용하여 수급사업자의 자율적 의사를 제약하였는지 여부, 정상적인 거래관행에 반하는지 여부
- 일반적으로 지급되는 대가: 정상적인 거래관계에서 다른 사업자에게 지급한 대가와 비교, 소비자 물가상승률, 원자재가격 변동률 등을 고려한 대가와 비교
- 현저성: 차액규모, 목적물의 수량, 차액이 수급사업자에게 미치는 부담의 정도, 시장 상황 등을 고려

◦ [부당한 방법]으로 예시

- 정당한 이유 없이 위탁할 때 하도급대금(단가 및 수량)을 확정하지 아니하는 경우
- 원사업자가 단가결정시 부득이한 사정에 의해 예상수량으로 단가를 정하고 추후 수량을 확정하여 정산을 하는 경우 사전에 수급사업자에게 불리하지 아니한 내용으로 수량증감에 따른 단가조정 기준을 정하지 아니하는 경우
- 임시단가(또는 가단가)를 정해 위탁한 뒤 나중에 원가계산, 견적가격 등의 산출이 가능할 때(예컨대, 제1회차 납품 후) 대금을 확정하기로 수급사업자와 합의한 후 정당한 이유 없이 1회차 목적물이 납품된 후 상당한 기간을 경과하여 대금을 확정하는 경우

◦ [일률적 인하] 예시

- 원사업자의 경영상 어려움을 이유로 종전 계약단가를 기준으로 일방적으로 일정률씩 획일적으로 인하하는 행위
- 수급사업자의 전년도 영업 이익률이 원사업자보다 높다는 이유로 종전 계약단가를 기준으로 거래규모에 따라 일정비율(예컨대, 100억 이상인 수급사업자들에게 7%씩, 50억~100억인 수급사업자들에게 5%씩, 50억 이하인 수급사업자들에게 3%씩)로 단가를 인하하기로 정하여 획일적으로 적용하는 행위
- 객관적이고 합리적인 산출근거 없이 종전 계약단가를 기준으로 수급사업자의 납품단가 규모별로 일정률(예컨대, 10만원 이상 품목은 5%씩, 10만원 미만 품목은 3%씩)로 인하하기로 정하여 획일적으로 적용하여 인하하는 행위
- 원사업자가 수급사업자들의 종전 계약가격이 A는 250원, B는 300원, C는 350원으로 각자 다름에도 불구하고 객관적이고 합리적인 산출근거 없이 200원으로 획일적으로 인하하여 결정하는 행위

◦ [목표할당] 예시

- 원사업자가 환율변동, 임금상승, 물가인상, 가격경쟁 심화 등과 같은 경제 여건의 변화에 따른 수지개선 또는 이익 극대화를 위한 방안으로 구매비용 절감(원가절감) 목표를 정하여 이를 수급사업자 별로 일방적으로 절감액을 할당한 후 수급사업자의

견적가격 또는 종전가격을 기준으로 일정금액을 감하여 수급사업자들에게 협조를 요청하는 등의 방법으로 하도급대금을 결정

◦ [일방적 인하] 예시

- 원사업자가 종전 계약의 목적물과 동일한 것에 대해 하도급대금을 새로이 결정하면서 미리 정한 자신의 원가절감 목표액을 수급사업자의 의사와 무관하게 할당한 후 수급사업자들이 제출한 견적가를 기준으로 할당금액을 감하여 하도급대금을 결정하는 경우
- 수급사업자가 당해 단가인하에 대해 부정적 또는 수용불가 의사를 제시함에도 불구하고, 인하폭을 조금 줄여주는 방법으로 여러 차례에 걸쳐 수용할 것을 독려함에 따라 마지못해 단가인하에 합의한 것으로 인정되는 경우
- 단가를 결정하지 않은 채 위탁하여 목적물의 납품이 완료된 후 수급사업자의 가격 협상력이 낮은 상태를 이용하여 수급사업자의 제조원가보다 낮게 하도급 대금(단가)을 결정하는 행위
- 원사업자가 계속적인 거래관계에 있는 수급사업자들과 재계약시 자신의 임금인상 및 환율변동에 따른 비용을 수급사업자에게 전가시키기 위하여 종전 계약에 비해 낮은 단가에 합의하도록 유도하거나 강요하여 하도급대금을 결정하는 행위

2.1.3 경쟁 입찰과 부당 하도급대금 결정

- 최저가 입찰 금액이 예정가격(실행예산)을 상회하여 예정가격 수준에 맞추어 최저가 입찰 업체와 Negotiation하는 경우, 예정가격은 하도급대금 상한으로서의 의미가 있으므로 예정가격이 원도급대금에 비하여 현저히 낮은 것이 아니라면 위반이 아닙니다.
- 입증책임: 당해 예정가격이 원도급대금에 비하여 현저히 낮은 것이 아니라는 점은 원사업자가 입증하여야 합니다.

2.2 하도급거래 이행단계

2.2.1 부당한 발주취소(수령거부)금지(법 제8조)

- 하도급법에서 금지하는 원사업자의 발주취소나 수령거부행위가 부당한 경우이어야 합니다. 여기서 부당성에 대한 판단 기준은, 수급사업자에게 책임을 돌릴 만한 사유가 있는지 여부, 예컨대, 발주서대로 제조되지 않았거나, 납기를 현저히 초과하였거나, 납품한 목적물에 하자가 있는지 등의 제반 문제를 충분히 고려하여 판단합니다.
- 부당한 발주취소(수령거부) 예시: Must Not do These
 - 원사업자의 사정(판매부진, 공간부족, 경영상황 악화 등)을 이유로 위탁취소 등을 하는 경우
 - 수급사업자에게 책임이 없거나, 수급사업자가 책임질 수 없는 영역에서 발생한 하자

를 이유로 위탁취소 등을 하는 경우

- 위탁내용이 불명확하여 수급사업자가 납품한 목적물의 내용이 위탁내용과 상이한지 판단이 곤란함에도 불구하고 수령을 거부하는 행위
- 검사기준을 정하지 아니하고 통상의 기준보다 높은 기준을 적용하거나, 검사기준을 정하였다고 하더라도 내용이 불분명하거나 당초계약에서 정한 검사기준보다 높은 기준을 적용하여 수령을 거부하는 행위
- 위탁 시 납기를 정하지 아니하거나 납기를 변경할 경우 이를 명확히 하지 아니하고 납기지연을 이유로 수령을 거부하는 행위
- 원사업자가 공급하기로 되어 있는 원자재 등을 늦게 공급함으로써 납기 내 납품이 불가능함에도 납기지연을 이유로 수령을 거부하는 행위
- 원사업자가 고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 이미 위탁한 물품의 수령을 거부하는 행위 (이유가 수급사업자의 귀책사유에 의한 것이 아니기 때문임)
- 원사업자가 수급사업자로부터 납품의 수령요구가 있었음에도 정당한 이유 없이 보관 장소 부족 등의 사유를 들어 수령을 거부하는 행위
- 원사업자가 수급사업자의 부도 등에 따라 안정적인 공급이 어렵다고 판단해서 이미 발주한 물품의 수령을 임의로 거부하는 행위
- 원사업자가 여러 품목을 제조위탁하고 일부 품목의 불량률 이유로 다른 품목에 대하여도 수령을 거부하는 행위
- 발주자의 발주취소 또는 발주중단 등의 이유로 이미 위탁한 목적물의 수령을 거부하는 행위
- 정당한 발주취소로 인정되는 경우
 - 발주내용과 다른 물품을 납품하거나 납기를 어겨 납품하는 경우 수령의무 없음
 - 수급사업자의 부도, 제3자에 의한 강제집행, 파산선고 신청 등 수급사업자의 경영상 중대한 사유가 발생하여 계약내용을 이행할 수 없다고 인정되는 경우 발주 취소 혹은 변경 가능
 - 수급사업자가 원사업자의 승인 없이 영업의 양도를 결의하거나 타 회사로 합병될 경우 발주 취소 혹은 변경 가능
 - 수급사업자가 특별한 사유 없이 착수를 상당한 기간 동안 지연하는 등으로 기간 내에 제조 및 건설이 곤란할 경우 발주 취소 혹은 변경 가능

2.2.2 물품 등의 구매강제 금지(법 제5조)

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

- 구매·외주담당자 등 하도급거래에 영향을 미칠 수 있는 지위에 있는 자가 하도급계약을 체결하는 과정에서 구입을 요청하는 경우
- 수급사업자에게 목표량을 할당하여 구입을 요청하거나 불응 시 불이익한 취급을 받게 됨을 시사한 것으로 확인된 경우
- 수급사업자가 구입의사가 없음에도 재차 구입을 요구하거나 수급사업자의 영업행위와 관련이 없는 물품의 구매를 요청하는 경우
- 물품구매요구가 정당한 사유로 인정되는 경우
 - 위탁목적물의 품질의 유지·개선을 위하여 필요하다고 인정되는 경우
 - 발주자, 바이어, 고객이 목적물 제조, 수리 시공 시 특정물품 및 장비 등을 사용하도록 요구하는 경우

2.2.3 검사 및 검사결과 통보의무(법 제9조)

- 검사결과는 목적물 수령일로부터 10일 이내에 서면으로 수급사업자에게 통지하여야 합니다.
- 정당한 사유 없이 위 기간을 경과하는 경우에는 검사에 합격한 것으로 봅니다.
 - 따라서, 이후부터는 원칙적으로 검사에 불합격한 것으로 반품하거나 감액할 수 없을 뿐만 아니라, 이 날을 기산일로 하도급대금 지급기일이 진행
- 검사비용은 별도의 약정이 없는 한, 원사업자 부담이 원칙입니다. 또한, 수급사업자가 원사업자의 지시에 따라 제3의 기관에 검사를 의뢰한 경우에도 그 비용은 원사업자가 부담합니다.
- 제조업의 경우 대량 납품하는 경우 샘플검사를 하거나 무검사 인수를 하는 것이 일반적이는데, 납품 받은 후 납품한 제품에 하자가 발생한 경우의 위험은 원칙적으로 원사업자가 부담합니다.
 - 다만, 계약서에 반품에 관한 사항(반품사유, 시기, 보상문제 등)이 명백히 밝혀져 있고, 반품사유가 수급사업자의 과실에 의하여 발생한 것이 확정되어 있는 경우에는 예외적으로 반품이 허용되는 것으로 봄
- 검사 및 검사결과 통보의무에 관한 공정거래위원회의 유권해석
 - 검사의 방법: 검사의 방법으로는 당사자 간에 합의가 있다는 전제하에 전수검사, 발췌검사, 제3자에 대한 검사의뢰, 수급사업자에게 검사위임, 무검사합격 등이 있음
 - 검사결과의 통지기간(10일)의 예외 사유로 인정될 수 있는 '정당한 사유가 있는 경우'에 대한 판단기준(예시): 일일 평균 검사물량의 과다, 발주처에의 납기준수 등 통상적인 사유에 대하여는 인정되지 아니함

2.2.4 부당반품의 금지(법 제10조)

- 원사업자는 수급사업자로부터 목적물 등의 납품 등을 받은 경우 수급사업자에게 책임을 돌릴 사유가 없으면 그 목적물 등을 수급사업자에게 반품하여서는 아니 됩니다.
- 부당반품 예시: Must Not do These
 - 거래상대방으로부터의 발주 취소 또는 경제상황의 변동 등을 이유로 목적물을 반품하는 행위
 - 검사기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 목적물을 부당하게 불합격으로 판정하여 이를 반품하는 행위
 - 원사업자가 공급한 원자재의 품질불량으로 인하여 목적물이 불합격품으로 판정되었음에도 불구하고 이를 반품하는 행위
 - 원사업자의 원자재 공급 납기지연임에도 불구하고 이를 이유로 목적물을 반품하는 경우
 - 원사업자가 이미 수령한 물품을 발주자·외국수입업자 고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 반품하는 행위
 - 원사업자가 수급사업자 이외의 제3자에게 검사를 위탁한 경우로서 수급사업자가 제3자의 검사를 필하여 납품하였음에도 이를 반품하는 행위
 - 수급사업자의 납기·공기지연이 있었으나, 이를 용인한 객관적 사실이 있었음에도 이를 수령한 후 납기·공정지연을 이유로 반품하는 행위
 - 거래상대방으로부터의 발주취소 또는 경제상황의 변동 등을 이유로 목적물을 반품하는 행위(중복되므로 삭제)
 - 검사기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 목적물을 부당하게 불합격으로 판정하여 이를 반품하는 행위(중복되므로 삭제)
 - 원사업자가 공급한 원자재의 품질불량으로 인하여 목적물이 불합격품으로 판정되었음에도 불구하고 이를 반품하는 행위(중복되므로 삭제)

2.2.5 부당감액금지(법 제11조)

- 수급사업자에게 책임이 없이 발주 시에 결정한 하도급대금을 발주 후에 감액하는 것을 말합니다. 협찬금 등의 징수, 원자재 가격의 하락 등 명목과 방법, 금액에 관계없이 감액하는 일체의 감액행위는 금지됩니다.
- 수급사업자에게 책임 없이 발주 시에 정해진 금액(발주 시에 즉시 교부하였던 서면에 기재된 금액)으로부터 일정액을 감하여 지급하는 것은 전면적으로 금지
- 값을 깎아 준다거나, 협찬금, 할인 등의 감액의 명목, 방법, 금액의 다소를 불문함. 또한 수급사업자와의 합의가 있어도 하도급법 위반임

- 판단기준
 - 법 제11조제1항<수급사업자에게 책임을 돌릴 사유가 없는 경우>
 - 법 제11조제2항제1호
 - 위탁 시 하도급대금 감액조건을 명시
 - 객관적이고 합리적인 정당성을 갖는지 여부
 - 법제 제11조제2항제7호< 불합리한 이유로 부당>
 - 원사업자의 경영실책이나 가격경쟁력 상실 등 자신의 귀책사유에 따른 손실을 수급사업자에게 전가하는 경우→ 부당
 - 감액이유가 합리적인 타당성이 인정되지 않는 경우→ 부당
- 부당감액 예시: Must Not do These
 - 위탁할 때 하도급대금을 감액할 조건 등을 명시하지 아니하고 위탁 후, 협조요청 또는 거래상대방으로부터의 발주 취소·경제상황의 변동 등 불합리한 이유를 들어 감액하는 행위
 - 수급사업자와 단가인하에 관한 합의가 성립한 경우, 당해 합의 성립 전에 위탁한 부분에 대하여도 일방적으로 이를 소급 적용하는 방법으로 하도급대금을 감액하는 행위
 - 하도급대금을 현금으로 또는 지급기일전에 지급함을 이유로 과다하게 감액하는 행위
 - 원사업자에 대한 손해발생에 실질적 영향을 미치지 아니하는 경미한 수급사업자의 과오를 이유로 일방적으로 하도급대금을 감액하는 행위
 - 목적물의 제조 등에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 한 경우에 적정한 구매대금 또는 사용대가 이상의 금액을 하도급대금에서 공제하는 행위
 - 원사업자가 자재 및 장비 등을 공급하기로 한 경우, 이를 지연하여 공급하거나 사실상 무리한 납기를 정해 놓고 납기 내에 납품하지 못함을 이유로 감액하는 행위
 - 계속적 발주를 이유로 이미 확정된 하도급대금을 감액하는 행위
 - 총액으로 계약한 후 제조 또는 공사의 구체적 내역을 이유로 감액하는 행위
 - 당초 계약내용과 달리 간접노무비, 일반관리비, 이윤, 부가가치세 등을 감액하는 행위
 - 하도급대금 지급시점의 일반물가 및 시공에 소요되는 자재가격 등이 계약시점보다 낮아진 것을 이유로 일방적으로 하도급대금을 감액하는 행위
 - 위탁내용 및 조건에는 변함이 없음에도 계약내용을 변경하는 등의 방법을 이용하여 결과적으로 하도급대금을 감액하는 행위
- 다음 사항들의 대응에 특히 주의할 필요가 있습니다.
 - 단가의 인하 요구에 응하지 않는 수급사업자에 대해 사전에 정해진 하도급대금으로부터 일정비율 및 일정액을 감액하는 것: 부당한 하도급대금결정은 원사업자가 수급

사업자에게 발주하는 시점에 생기는 위반행위이나 하도급대금 감액은 발주 시에 정해진 금액을 사후적으로 공제함으로써 생기는 위반행위임

- '판매확대를 위해 협력하길 바란다' 는 등의 이유로 사전에 정해진 하도급대금으로부터 일정비율 또는 일정액을 감액하는 것: 하도급대금으로부터 공제하는 것 이외에 감액분을 별도 협찬금으로써 징수하는 경우도 감액이 됨
- 판매확대와 신규판매 route 확보를 목적으로 수급사업자에 대해 하도급대금 총액은 그대로 두고 현품을 첨부시켜 납입수량을 증대시킴으로써 하도급대금을 감액하는 것: 하도급대금 총액은 그대로 두고 수량을 증대시키는 경우도 하도급대금의 감액에 해당함
- 수급사업자 사이에 단가인하에 대해 합의가 성립하여 단가개정이 되었어도 이 합의 전에 이미 발주된 것에 대해서까지 신단가를 적용하는 것: 구단가로부터 신단가로 인하하는 때에는 신단가는 단가 개정이 합의된 후의 발주분부터 적용할 필요가 있음. 이미 발주한 분에 대해서까지 소급하여 신단가를 적용하는 것도 감액이 됨
- 어음을 수급사업자의 희망에 의해 일시적으로 현금으로 지급한 경우에 사무수수료로서 하도급대금에서 자사의 단기조달금리 상당액을 초과한 액을 감액하는 것
- 수급사업자와 합의 없이 하도급대금을 은행구좌로 납입 시 수수료를 수급사업자에게 부담시키고 하도급대금에서 공제하는 것: 수급사업자와 합의가 없으면 하도급대금에서 은행납입수수료를 공제하는 것은 인정되지 않음. 또한 공제할 수 있는 금액은 원사업자가 부담한 실비의 범위 내임
- 소비세, 지방소비세액 상당분을 지불하지 않는 것
- 법 개정사항
 - 원사업자는 제조 등의 위탁을 할 때 정한 하도급대금을 감액하여서는 아니 됨. 다만, 원사업자가 정당한 사유를 입증한 경우에는 하도급 대금을 감액할 수 있음 (개정)
 - 원사업자가 제1항 단서에 따라 하도급대금을 감액할 경우에는 감액사유와 기준 등 대통령령으로 정하는 사항을 적은 서면을 해당 수급사업자에게 미리 주어야 함(신설)
 - 원사업자가 위탁할 때 정한 하도급대금을 정당한 사유 없이 감액하지 못하도록 하고
 - 정당한 사유로 감액한 경우 감액 사유 등을 적은 서면을 수급사업자에게 미리 주도록 하였음

2.2.6 부당경영간섭 금지(법 제18조)

- 부당경영간섭 예시: Must Not do These
 - 수급사업자가 임직원을 선임·해임함에 있어 원사업자의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 수급사업자의 의사에 반하여 특정인을 채용하게 하는 등의 방법으로 인사에

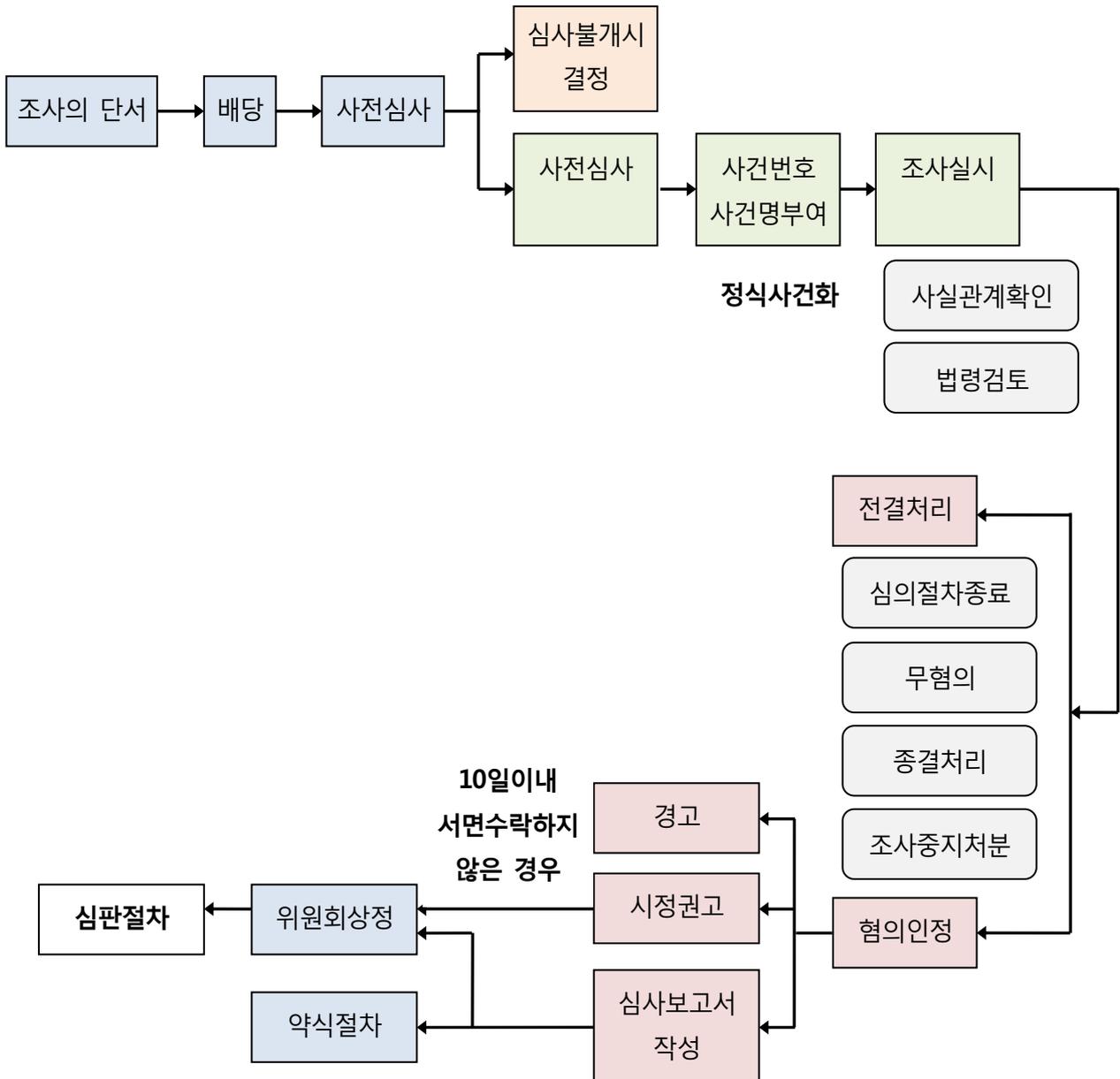
간섭하는 행위

- 객관적으로 합리적인 범위를 초과하여 수급사업자의 생산품목·시설규모 등을 제한하는 행위
- 원사업자가 위탁한 목적물의 품질유지, 납기 내 납품여부 등 하도급거래의 목적과 관계없이 2차 수급사업자의 선정·계약조건 설정 등 재하도급 거래내용을 제한하는 행위
- 하도급거래량 조정, 수급사업자 임직원 선임 등
- 수급사업자에게 자신 또는 자신의 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하게 하는 행위

제4절 공정거래법 위반에 대한 대응 절차

I. 공정거래법 위반사건의 처리절차

1. 조사절차



1.1 조사 주체

- 사무처 소속의 사건조사업무를 담당하는 5개 국(경쟁정책국/시장감시국/카르텔 정책국/소비자정책국/기업협력국)과 5개 지방사무소(서울/부산/광주/대전/대구)

1.2 조사 단서

- 사건의 조사는 '신고' 또는 조사관의 '직권발동'에 의해 개시되며,
- 직권발동은 주로 '중점감시업종에 대한 조사', '하도급거래 서면실태조사' 등과 같이 연초에 조사계획을 세우는 경우에 이뤄집니다.

1.3 배당과 사전심사

- 신고 또는 직권발동에 의해 개시된 개별사건은 담당과정에 의해 개별 조사공무원 (통상 사무관)에게 배당되며,
- 배당 받은 조사공무원은 당해 사건이 공정거래법의 적용대상인지를 사전심사하며,
- 사전심사결과 ① '피조사인이 사업자 요건에 해당되지 않은 경우' ② '적용제외 사항에 해당되는 경우' ③ '5년의 조치시효가 완료된 경우'에는 "심사불개시결정"을 내리며
- 사전심사 결과 위와 같은 사유가 없는 경우에는 "사건착수보고"를 하게 됩니다.

1.4 사건번호·사건명 부여와 조사의 실시

- 사건착수보고가 이뤄지면, 심판관리관실에서 '사건번호'와 '사건명'(예: 2008공동12 000에 대한 건)을 부여함으로써 정식으로 하나의 조사사건이 되며,
- 이후 조사공무원은 조사권을 발동하여 관련 사실관계를 조사·확인한 후, 이러한 사실관계를 토대로 관련 법령을 적용하여 법 위반 여부를 검토합니다.

1.5 심사보고서 작성 후 심사관의 조치

- 약식절차 회부
 - 당해 조사사건이 소회이의 소관사항인 경우, 심사관은 심사보고서를 작성한 후 피심인(피조사인)에게 심사보고서에 기재된 행위사실을 인정하고 심사관조치의견을 수락하는지 여부를 물어 피심인이 이를 수락하면 "약식절차"에 회부하며,
 - 약식절차에 회부된 사건은 위원회의 심의 없이 위원들의 서면결의로 처분이 결정되나,

- ① '심사관조치의견에 고발이나 과징금납부명령이 포함된 경우' 또는 ② '피심인이 심사관조치의견을 수락하지 않을 것이 명백한 경우" 에는 약식절차 대상에서 제외됩니다.

◦ 위원회 상정

- 시정조치·과징금납부명령·공표명령 등의 처분이나 형사고발조치 등 위원회 의결이 필요하다고 판단되는 경우, 심사관은 심사보고서를 작성하여 사무처장에게 제출하며 사무처장은 자신의 명의로 조사사건을 위원회에 상정하며,

- 이 때 중요한 사안은 '전원회의'에 경미한 사안은 '소회의'에 각각 상정하며,

- 외국의 경쟁당국은 조사사건의 위원회 상정 여부에 관하여도 위원회가 결정(예: 일본의 심판개시결정)함에 비해, 우리의 경우에는 심사관이 일방적으로 상정할 수 있습니다.

- 심사보고서의 송부 및 의견서 제출 고지

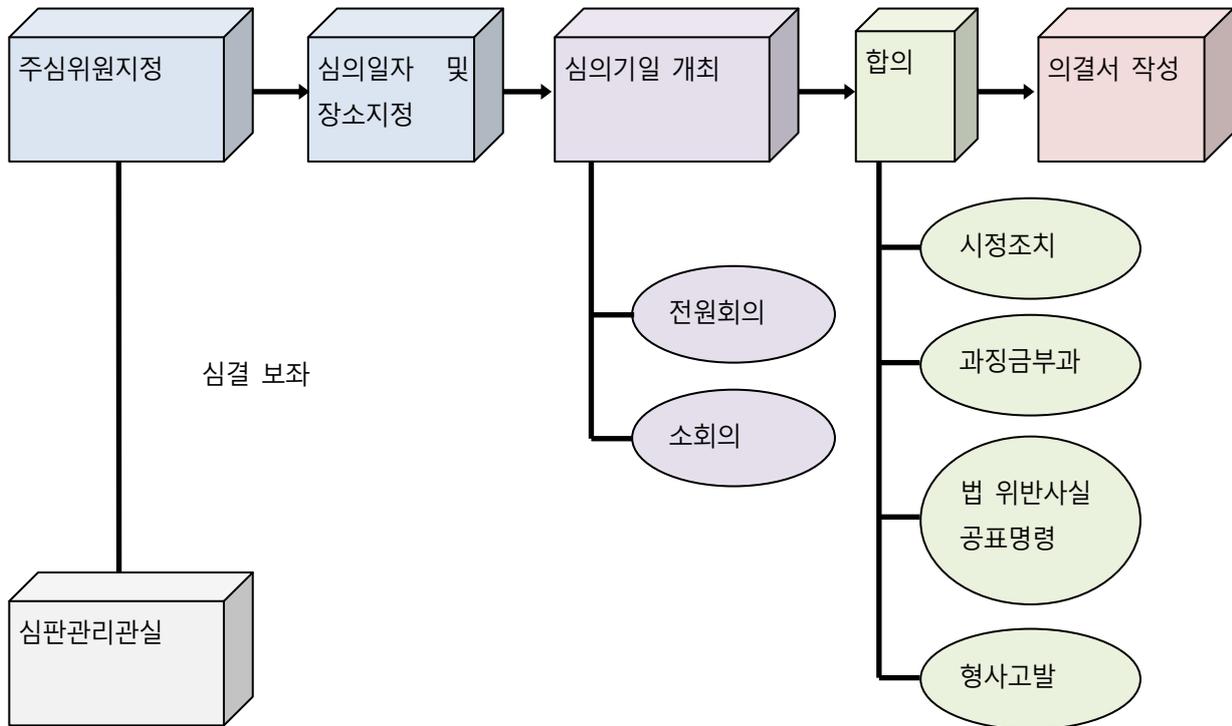
· 조사사건이 위원회에 상정됨과 동시에, 심사관은 피심인(피조사인)에게 심사보고서를 송부하면서, 이에 대한 의견서를 원칙적으로 2주 이내에 문서로 제출할 것을 고지하며,

· 실무상으로는 심사관이 사전에 심판관리관과 협의하여 위원회 심의일자를 잠정적으로 정한 후 그 일자의 약 3~4주 이전에 조사사건을 위원회에 상정함과 동시에 심사보고서를 송부하고 있으며,

· 이 때, 피심인에게는 심사보고서 중 "심사관조치의견"을 뺀 나머지 자료(즉 ① 표지 ② 제안이유 ③ 행위사실 ④ 위법성 판단 ⑤ 적용법조 ⑥ 첨부자료)만이 송부됩니다.

- 피심인은 정해진 기간 내에 심사보고서에 대한 의견서를 서면으로 제출할 수 있습니다.

2. 심판절차



2.1 심판 주체

- 위원회이며, 안건에 따라 중요한 사안은 "전원회의"가 경미한 사안은 "소회의"가 담당하며,
- 전원회의는 5인의 상임위원(위원장·부위원장 포함)과 4인의 비상임위원으로 구성되며, 비상임위원 4인은 3인의 대학교수와 1인의 변호사로 구성
 - 의장의 직은 위원장이 수행하며, 위원장 유고 시 부위원장이 수행하며,
- 소회의는 총 3개이며, 각 소회의는 1인의 상임위원과 2인의 비상임위원으로 구성되며.
 - 의장의 직은 상임위원이 수행합니다.

2.2 주심위원 지정과 심결보좌

- 주심위원은 법원의 주심법관에 대응하는 역할을 수행하며, 심결보좌기구의 보좌를 받으며,
 - 전원회의 사건에서는 위원장이 임의로 주심위원을 지정합니다.
- 심결보좌는 심판관리관실이 담당하며, 심판관리관실의 3개 담당관(경쟁심판/협력 심판

- /소비자거래심판)은 상임위원 3인과 일대일 대응관계로 심결보좌업무를 수행하고
- 심사관의 심사보고서와 피심인의 의견서를 검토하여 종합적인 검토의견을 작성·보고합니다.

2.3 심의기일 및 장소의 지정

- 심의기일은 의장이 지정하며, 피심인에게는 지정된 일자의 5일 전까지 통지하며,
 - 통상 전원회의는 매주 수요일 오후 2시로, 소회의는 매주 금요일 오후 2시로 지정되며,
 - 피심인은 불가피한 사유가 있을 때 심의기일의 변경을 신청할 수 있으며, 의장은 주심위원의 의견을 들어 이를 허가할 수 있습니다.
- 심리장소는 위 심판정으로 지정됩니다(단, 지방사무소에서의 순회심판은 예외).

2.4 합의

- 합의는 비공개로 이뤄지며, 원칙적으로 심의가 종료된 당일에 마쳐지며,
- “위법성 인정”에 대한 합의 후, ‘시정조치’·‘과징금부과’·‘법 위반사실 공표명령’·‘형사고발’ 등의 “제재수단의 종류와 수준”에 대한 합의를 하며,
 - ‘법 위반사실 공표명령’은 헌법재판소의 위헌결정(2001헌바43) 이후 ‘공정거래법을 위반 하였다는 이유로 공정위로부터 시정명령을 받았다’는 사실의 공표명령으로 변경되었으며,
- 전원회의는 재적위원 과반수 찬성으로, 소회의는 3인의 만장일치로 의결합니다.
 - 소회의의 경우 만장일치가 되지 않을 때에는 전원회의에 회부됩니다.

2.5 의결서 작성

- 의결서는 심판관리관실에서 작성하며, 원칙적으로 합의된 날로부터 35일 이내에 작성합니다.

II. 공정거래법 위반에 대한 대응절차

1. 사전예방 대책으로서의 공정거래 자율준수프로그램 도입 및 운영

- 대표적인 공정거래법 위반 사전예방책으로는 공정거래법에 대한 자율준수프로그램 (corporate compliance program)을 강화하여야 합니다. 위법행위를 사전에 예방하거나 최대한 이른 시기에 발견하고 신고하는 것은 기업과 관련 임원 및 직원 개인의 형사상 면책과 직결되며, 이를 위해서는 자율적인 준수 및 감시 프로그램을 운영하는 것이 필수적입니다. 이 프로그램에는 기업의 특정 조직, 운영, 요원 및 영업 관행에서 공정거래법 위반을 적발할 수 있는 조항을 반드시 포함하여 실질적으로 예방 및 적발이 원활히 이루어지는 동시에 공정거래위원회가 효율적 프로그램이라는 판단을 내릴 수 있도록 해야 합니다.

2. 조사개시 전 단계

2.1 내부적인 조사의 필요

2.1.1 내부적인 조사시행 여부

- 공정거래위원회가 아직 조사에 착수하지 아니하였으나, 당해 회사는 자신이 위법행위를 한 사실을 인식하고 있는 경우 경영진은 그 사실이 밝혀지지 않기를 바라며 내부적 조사에 착수하지 않고 싶은 유혹을 받게 될 것입니다. 그러나 대부분의 경우 회사가 위법행위에 대하여 전혀 파악하고 있지 못한 것보다는 내부적인 조사를 통하여 자신의 행위의 내용과 가능한 파장을 파악하고 있는 것이 더 권장할 만한 조치입니다.

2.1.2 내부적인 조사절차 확정

- 회사 내부의 조사절차는 매우 신중하게 정하여야 하며, 사내변호사/감사/자율준수관리자 등을 통하여 조사를 진행할지 여부를 결정하여야 합니다. 회사는 직원들에 대하여 꼭 필요한 조치만을 취하고, 과도한 조치로 직원이나 제3자로부터 명예훼손으로 인한 법적 책임을 부담하지 않도록 하여야 하고, 조사와 관련된 결재라인을 확정해 놓아야 합니다.

2.1.3 문제가 되는 행위의 확정

- 위법행위가 될 수 있는 부분을 내부적으로 확정하고, 초기단계에서부터 그 후의 형사, 민사소송에 대한 대응논리를 마련해야 합니다.

2.1.4 위법행위에 관련된 직원에 대한 태도 확정

- 조사에 연루된 직원들에 대한 회사의 입장을 결정하여야 합니다. 확실하지 않은 혐의나 증거 때문에 직원/임원과 회사간에 마찰을 초래할 이유는 없습니다. 이것이 공공연한 분열로 이어질 경우, 형사 및 민사 소송, 그리고 그 이후의 절차에도 심각한 부정적인 영향을 줄 수 있습니다. 회사는 소송 비용, 변호사 선임, 혐의가 있는 직원의 휴직, 휴직 시 임금 지급 문제 등을 고려해 이에 대한 회사의 입장 및 그 논리를 결정하여야 합니다.

2.2 자진신고자 감면정책의 이용 여부의 결정

3. 조사개시 후 대책 - 사건의 파악 및 적절한 대응조치

3.1 개요

- 조사가 개시된 경우 회사는 즉시 다양한 경로로 조사의 초점이 되고 있는 행위의 사실관계를 파악하여야 합니다. 조사개시 전의 사실파악과 중복될 경우도 있으나, 조사개시 후에는 조금 더 구체적인 목적을 가지고 사실관계를 파악한다는 점에서 차이가 있다고 할 것입니다.
- 사실관계를 파악한 후에는 회사는 다른 조사대상자들과의 공동대응 등을 통하여 유기적 협력을 하면서 적절히 대응하여야 합니다. 회사의 입장에서 가장 중요한 것은 공정거래위원회의 의도를 적절히 파악해서 그에 맞추어 대응전략을 수립하는 것으로서 주로 정확한 정보수집 및 그에 기한 대응이 핵심이라고 할 것입니다.

3.2 사건의 파악: 사실관계의 파악 및 변호사 선임

3.2.1 사내 자료 보존 및 수집

- 가장 우선적인 과제는 관련 정보를 다루는 직원들에게 서류 및 이메일을 파기 또는 삭제하지 않도록 그 회사의 법률 고문/사내 변호사/자율준수관리자 등을 통해 적절한 방법으로 지시를 내리는 일입니다(잘못하여 관련자료를 파기하다가 추가적으로 엄중한 처벌을 받을 수 있기 때문입니다). 그 과정에서 관련 직원들에게 조사의 성격에 대해 대략적으로 알려주는 동시에 사내 변호사/법률 고문/자율준수관리자의 사전 허락 없이 다른 사람들과 이에 관하여 의논하지 않도록 지시하여야 합니다.

3.2.2 공정거래위원회와의 접촉

- 다음으로 할 일은 자율준수관리자/사내 변호사 등을 통해 해당 공정거래위원회와 접

측하는 것입니다. 보통은 해당 공정거래위원회의 담당 조사관과의 대화를 통해 당국이 어느 정도의 혐의 및 정보를 갖고 이 사건에 임하고 있는지를 파악합니다. 그리하여 사건의 심각성과 진전도에 따라 다음 단계를 준비하여야 할 것입니다.

3.2.3 직원 인터뷰

- 서류를 수집하고 조사하기 이전이라도 가능한 한 빨리 직원 인터뷰를 통해 사실관계를 파악하는 것이 중요합니다. 이는 실질적으로 회사에 문제가 있는지, 몇 명이나 관여 했는지, 아니면 혐의를 어떻게 반박할 수 있는지를 알아내는데 필수적입니다. 이런 인터뷰를 하는 경우, (i) 조사의 성격, (ii) 당국의 입장에 대해 알려진 사실들, (iii) 연루된 다른 회사 및 개인에 대해 알려진 사실, (iv) 해당 회사에서 집중 조사를 받고 있는 직원들의 신분 등에 대해서는 직원들에게 알리는 것이 그들의 입장을 결정하는데 도움이 될 수 있습니다.

3.2.4 비슷한 위치에 있는 회사/개인 접촉

- 또 한 가지 가능한 방법은 비슷한 상황에서 공정거래위원회의 조사를 받고 있거나 받게 될 가능성이 높은 당사자들과 접촉하는 것입니다. 경쟁 회사일 경우, 민감한 사항에 있어 쉽게 신뢰해서는 안되지만 전체적인 분위기 및 회사의 입장 파악에 도움이 될 수 있습니다.

3.2.5 사내 외 변호사 및 외부 전문가 조력

- 형사 소송뿐만 아니라 민사소송도 가능한 경우가 많으므로 공정거래위원회의 조사에 대하여는 사내 외 전문가의 조력을 받아 대응하여야 합니다.

3.2.6 CEO 또는 고위 임원의 의사결정 참여

- 사내 외 변호사 및 전문가가 가장 신속히 내려야 할 결정 중 하나는 조사과정에서 내려야 하는 수많은 의사결정에 대한 최종 책임을 질 사내 인사를 결정하는 것입니다. 이들은 조사 자체를 수행하는 것이 아니라 경영진을 대표하여 당국의 조사과정에서 회사가 하여야 하는 의사를 결정하는 것입니다.

Ⅲ. 행동요령(책자 발간 시 삭제)

1. 평상시 행동요령

1.1 경쟁자들과의 정기적·반복적 접촉 자제

- 반드시 필요한 모임이라면 안건에 기재된 토의주제에 집중할 것
- 실제논의가 이루어진 시간을 반드시 기록해 둘 것
- 그 모임이 이루어진 목적을 상세히 기록해 둘 것
- 모임 전후에 의심쩍은 부분이 있다면 반드시 전문가와 상의할 것
- 공정거래법에 저촉될 우려가 있는 논의가 이루어진 경우
 - 참여 거절의사를 분명히 할 것
 - 침묵은 동의로 간주될 수 있음에 유의합니다.

1.2 Don'ts

1.2.1 경쟁자들과 조합의 과거·현재·미래의 가격, 거래조건, 사업계획, 판매 또는 생산규모, 기술 등에 관한 논의 및 정보교환

- 할인율, 신용조건, 가격정책 등
- 비용, 생산량, 생산규모, 판매량 등
- 공급품목의 사양, 생산 및 마케팅 계획 등
- 응찰계획, 응찰준비 절차 및 내용 등
- 기타 입찰과 관련한 정보 등

1.2.2 조합 내부분서 작성시

- 담합, 합의, 협의, 공조, 거래처 상호존중 등 경쟁사업자와 담합한 것으로 오해 받거나 강력한 지배 등 경쟁자를 배제하는 의도로 오해 받을 수 있는 용어 사용은 금지합니다(예< 경쟁자 배제, 축출).

1.2.3 이메일, 개인수첩, 전화 등 활용 시

- 경쟁사업자 담당자와 사적으로 주고 받은 이메일, 개인수첩에 기재된 일부 문구도 담합의 결정적 증거가 될 수 있음에 유의합니다.
- 무심코 통화한 내용도 상대방에 의해 문서화 될 수 있습니다.

2. 공정거래위원회 조사 시 행동 요령

2.1 현장조사 시

2.1.1 사전통지가 있는 경우

- 사전통지여부에 대하여 문서수발을 철저히 합니다.
- 조사할 내용을 미리 보내오는 경우 그에 따라 자료를 준비 하되 임의적인 가감이 없도록 주의합니다.

2.1.2 사전통지가 없는 경우

- 조사관 신분을 확인하고 증표를 제시 할 것을 요구
- 정상적인 영업에 지장을 초래하지 않는 범위 내에서 조사가 이루어질 것을 요구
 - 전직원이 전전공공하며 조사에 매달리는 모습은 오히려 불리한 작용을 할 수 있습니다.
- 조사편의에는 최대한 협조하되, 무리한 요구라고 생각되는 경우에는 이의를 제기할 필요가 있습니다.
- 향후 법적인 다툼이 발생할 경우를 대비하여 증빙을 남겨 놓는다는 취지에서라도 공정거래위원회에 문서를 통한 이의제기도 고려할 만합니다.

2.2 자료제출 요구 시

- 제출자료가 무엇을 의미하는지가 불분명하다고 판단될 경우에는 반드시 담당자에게 확인하며
- 사용되는 용어의 개념이 불명확할 경우에도 마찬가지로
 - 특히 답합 조사의 경우에는 같은 업계에서도 사업자간 다른 용어를 사용하는 경우 각주 처리 확인 요망
- 공정위 요청자료 양식에 맞추어 작성
- 요구된 자료만 최소한으로 제출하되, 반드시 사본을 남겨 놓을 것
- 조합의 입장 등에 대한 보충설명자료 제출은 신중히 판단하여야 함
- 자료를 성급히 작성하여 제출하는 것은 금물

2.3 출석진술 요구 시

- 어떤 건에 대한 조사인지에 대하여 반드시 확인하고, 가능하다면 사전준비(구체적 자료의 확인 등)를 하는 것이 바람직하며
- 신병상의 문제나 출장 등의 일정이 잡혀 있을 경우 출석일자의 조정이 가능하나, 고의적으로 진술을 피하기 위한 것이어서는 안 됩니다(조사방해로 인정될 가능성이 높음).
- 진술서, 확인서, 진술조서 작성 관련
 - 실무관행상 진술자가 자필로 작성하기 보다는 조사관이 작성한 내용에 대해서 서명만 하는 경우가 많으며,
 - 진술자의 의도와 다른 내용이 진술서와 확인서에 반영될 가능성이 있으므로, 문구의 의미에 대하여 꼼꼼히 따져보고 용납될 수 없는 경우 서명날인 등을 거부하는 수 밖에 없습니다.
 - 특히 용어 사용에 유의할 것(담합, 협의 등)

제5절 공정거래 자율준수[CP] Check List

- 목적: 공정거래 자율준수 프로그램의 일환으로 조합 업무와 관련하여 공정거래 관련법의 위반소지가 있는 사항을 점검하기 위한 것입니다.
- 방법: 해당 사업부내 자율준수담당자를 통한 자율점검의 방법으로 실시합니다.
- 점검요령: 자율준수담당자가 소속 부서의 업무와 관련하여 체크리스트에 명시된 세부위반사항에 대해 그 위반여부를 자율적으로 점검합니다.
 - - 점검항목에 해당하는 경우
 - △ - 점검항목에 해당유무가 불명확한 경우
 - × - 점검항목에 해당하지 않는 경우
- 본 체크리스트는 공정거래법률을 적용함에 있어 일반적인 업무상 흔히 나타나고 있는 대표적이고 공통적인 사항만을 추출한 것이며, 이에 해당하지 않는다고 하여 법규의 위반이 없는 것으로 판단할 수는 없습니다.
- 자율준수담당자는 체크리스트를 이용하여 점검함에 있어 객관적이고 합리적인 기준으로써 성실히 임해야 합니다.

I. 공정거래법 관련 체크리스트

1. 영업부문 Check List

■ 불공정 거래행위

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 경쟁사업자를 배제할 목적으로 부당하게 거래를 거절하고 있지는 않는지(특정 사업자에 대한 거래거절, 협력업체 영업활동 제한 또는 거래상대방 제한 등)			
◦ 특정사업자 또는 경쟁사업자와의 거래를 부당하게 제한하거나 중단하고 있지는 않는지			
◦ 조합이 사원판매를 강요함에 따라 협력업체에게 사원판매품의 구입을 강요하고 있지는 않는지			
◦ 거래개시나 거래지속을 이유로 자기 제품 구입강요나 사원판매를 유도하고 있지는 않는지			
◦ 사원판매 등을 통하여 조합의 판매를 확대하고자 하는 계획을 하고 있지는 않는지			
◦ 자기의 경쟁사업자와 거래하지 아니한다는 조건으로 거래하고 있지는 않는지			
◦ 경쟁사업자의 인력을 부당하게 유인하여 채용하지는 않는지			
◦ 경쟁사업자의 기술을 부당하게 습득하여 이용하지는 않는가?			
◦ 거래상대방의 거래선 변경을 부당한 방법으로 방해하고 있지는 않는지			
◦ 기타 부당한 방법으로 거래상대방의 사업활동을 방해하고 있지는 않는지			

■ 거래상지위남용

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 협력업체에게 제품권을 배부하고 납품대금에서 공제하는 행위			
◦ 협력업체나 하도급업체에게 계열사 제품을 판매하고 납품대금이나 하도급 대금과 상계 처리하는 행위			
◦ 구입하지 않으면 향후의 납품이 영향 받을 것임을 직·간접적으로 알려 구입을 강제하는 행위			

■ 부당공동행위

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 경쟁사업자와 판매가격과 관련하여 직·간접적인 의사연락이나 정보 교환한 사실이 있는지			
◦ 경쟁사업자와 생산량, 출고량, 재고량 등에 대하여 정보를 교환하거나 물량 조정에 대하여 협의한 사실이 있는지			
◦ 경쟁사업자와 합리적인 영업활동 등을 명분으로 시장이나 고객을 나누어 서로 침입하지 않기로 묵시적인 신사협정을 한 사실이 있는지			
◦ 협회 등 사업자단체가 주관하는 회의 또는 모임에서 가격, 생산량, 출고량 등 경쟁을 제한하는 내용이 포함된 의제에 대하여 논의한 사실이 있는지			

■ 부당공동행위

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 경쟁사업자와 판매가격과 관련하여 직·간접적인 의사연락이나 정보 교환한 사실이 있는지 - 기준가격에 대해 합의한 경우 - 가격을 인하하기로 합의한 경우 - 최고가격에 대해 합의한 경우 - 이윤율에 대해 합의한 경우 ※가격/생산량정보, 구체적 거래내역정보, 장래 계획정보의 교환은 최소한 암묵적 담합으로 의심			
◦ 경쟁사업자와 생산량, 출고량, 재고량 등에 대하여 정보를 교환하거나 물량 조정에 대하여 협의한 사실이 있는지			
◦ 경쟁사업자와 합리적인 영업활동 등을 명분으로 시장이나 고객을 나누어 서로 침입하지 않기로 묵시적인 신사협정을 한 사실이 있는지			
◦ 협회 등 사업자단체가 주관하는 회의 또는 모임에서 가격, 생산량, 출고량 등 경쟁을 제한하는 내용이 포함된 의제에 대하여 논의한 사실이 있는지			

2. 구매(조달)부문 Check List

■ 거래거절행위

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 특정 협력업체(거래처)에 대한 상호협의로 없이 일시에 거래물량을 중단·축소 또는 계약 해지하는 행위를 하는지			
◦ 거래처의 매출부진 우려 등의 이유로 일방적으로 해당거래처에 대한 거래중단 및 공급물량을 축소하는 행위를 하는지			
◦ 계약해지 전 거래상대방에게 새로운 거래처 선택의 기회 등 충분한 유예기간을 주지 않고 일방적으로 계약을 해지하는 행위를 하는지			
◦ 거래약정을 체결하고 약정기간 내 또는 투자비용이 많이 투입된 후 상당한 기간이 경과되지 아니한 상태에서 거래를 중단하는 행위를 하는지			

■ 경영간섭행위

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 임직원의 선임·해임·변경 등에 대하여 자사의 지시 또는 승인을 받게 하고, 이에 따르지 않는 경우 거래중단, 계약해지 등의 불이익을 주는 행위를 하는지			
◦ 협력업체나 하도급업체가 타 거래업체에 제품을 공급하고자 할 경우에 사전승인을 받도록 하는 행위를 하는지.			

■ 불이익 제공행위

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 거래상대방과 협의 없이 일방적으로 계약을 해지할 수 있는 계약조항을 설정하거나 일방적으로 계약을 해지하는 지			
◦ 계약 전부 또는 일부를 일방적으로 해지하여도 손해배상을 청구할 수 없다는 내용의 계약을 체결하는지			
◦ 계약내용의 해석에 다툼이 있을 경우 자기에게만 해석권이 있는 것으로 계약을 체결하는지			
◦ 계약을 일방적으로 변경/추가할 수 있다는 내용의 계약을 체결하는지			
◦ 협력업체나 하도급업자에게 일방적으로 불리하게 대금지급조건 등의 거래조건을 설정하거나 변경하는지			

II. 표시광고 관련 체크리스트

세부체크항목	체크결과		
	○	×	△
◦ 광고주에 대해 국내 최초 또는 국내 대표사업자 등으로 표시하지 않았는가?			
◦ 상품가격에 대해 상품의 실제가격을 낮춰 보이기 위하여 경쟁사 상품가격을 임의로 상상하여 비교하거나 부가세 등을 누락하지 않았는가?			
◦ 상품의 원재료성분에 대해 일부만 특허 받은 소재를 사용하였음에도 전체상품이 특허를 득한 것처럼 표현하지 않았는가?			
◦ 상품의 품질, 성능, 효능에 대해 성능이나 품질이 객관적으로 확인할 수 없음에도 확실하게 발휘되는 것처럼 표현하지 않았는가?			
◦ 특징에 대해 절대나 최고 등 실증되지 않은 용어를 표시광고하지 않았는가?			
◦ 추천, 권장에 대해 전문기관의 추천, 권장의 사실이 없음에도 불구하고 허위 표시 하지 않았는가			
◦ 용도, 사용방법 주의사항에 대해 소비자가 알아야 할 사항을 적절히 표시하지 않아 사용상의 오인가능성이 있게 표현하지 않았는가?			
◦ 경쟁자, 경쟁관계에 대해 동일한 조건이 아닌 상태에서 비교하지 않았는가?			
◦ 중상, 비방에 대해 객관적 근거 없이 경쟁제품은 품질이 나쁘다고 비방하지 않았는가?			
◦ 거래내용, 거래조건에 대해 경품 제공수량 또는 기간에 관해 사실과 다르게 표현하지 않았는가?			