

공정거래 자율준수 편람

2026

CP운영조직 및 업무분장

1. 자율준수관리자 : 투명경영실장
2. 자율준수사무국 : 컴플라이언스팀
3. 자율준수 수요부서

부서명	담당업무	공정거래 관련 리스크
개인화마케팅팀	회원, 고객 관련	소비자보호 관련
SCM 운영팀	물류 업무	하도급법
컴플라이언스팀	법률검토, 자산관리	공정거래 전반
상품총괄팀	상품 운영 전반	대규모유통업법
SV 팀	영업지원, 지점관리	표시광고법
EC 기획팀	모바일, 온라인 관련	전자상거래, 계열사 거래 관련
윤리경영팀	경영지도, 감사 업무	공정거래 전반
경영전략팀	목표수립, 실행개선	공정거래 전반
대외협력팀	언론대응, 동반성장	공정거래 전반

4. 자율준수담당자 : 자율준수 수요부서의 장

〈HOT-Line〉

- 공정거래자율준수사무국
- 연락처 : 02-2050-5315,5359
- 전자우편 : himart.compliance@lotte.net

목 차

제1절 공정거래 자율준수 프로그램의 개요·····	1
제2절 부당한 공동행위(담합) 관련 유의사항·····	4
제3절 내부거래 시 유의사항·····	19
제4절 대규모유통업법 관련 유의사항·····	36
제5절 하도급거래시 유의사항·····	84
제6절 전자상거래법 관련 유의사항·····	84
제7절 표시광고법 관련 유의사항·····	150
제8절 공정거래법 위반 사건의 처리 절차·····	150

제1절 공정거래 자율준수 프로그램의 개요

1. 공정거래 자율준수 프로그램 (Compliance Program, CP)

1.1 의의

- 공정거래 관계법령의 이해 증진 및 자율준수를 위하여 당사가 도입, 시행하는 자율준수 프로그램을 말한다.
- 자율준수프로그램의 핵심은 공정거래 관련 법규 위반시 수반되는 리스크를 사전에 예방할 수 있는 시스템을 구축하고 행동규범을 마련하는 것이다.

[공정거래법 관련 법령 안내]



● 독점규제 및 공정거래에 관한 법률

- 시장지배적 지위의 남용금지
- 기업결합의 제한 및 경제력 집중의 금지
- 부당한 공동행위
- 사업자 단체의 금지행위
- 재판매가격유지행위



● 기타 소관 법률

- 하도급거래/가맹사업거래/대규모유통업/대리점거래의 공정화에 관한 법률
- 할부거래/방문판매 등에 관한 법률
- 표시광고의 공정화에 관한 법률
- 약관의 규제에 관한 법률
- 소비자기본법, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률

1.2 CP 필요성

1.2.1 기업의 경쟁력과 공정거래 능력을 강화

- 기업은 공정거래 자율준수 노력을 통해 경쟁력이 강화되고, 지속적 성장을 이루게 된다.

1.2.2 법 위반에 따른 손실 사전 예방

- 법 위반행위가 적발될 경우 당사는 과징금, 손해배상, 소송비용 등 경제적 부담뿐만 아니라 법 위반 사실 보도로 인한 사회적 이미지 실추와 같은 유형, 무형의 비용을 부담하게 된다.
- 법 위반행위에 가담하거나 책임자의 위치에 있는 임직원들도 고발로 인한 민·형사상 책임을 지게 된다.

1.2.3 대내외 신인도를 제고

- CP도입을 대내외에 공표하고 실질적으로 운영할 경우 투명경영, 공정경영 실천기업으로서의 이미지를 더욱 제고할 수 있다.

1.2.4 법 위반으로 인한 피해를 최소화

- 임직원들이 우발적으로 공정거래 관련법규를 위반하였을 경우 경쟁당국으로부터 제재 경감 등의 혜택을 받을 수 있다.

2. 용어 정의

- 「공정거래법」이란 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」을 지칭한다.
- 「하도급법」이란 「하도급거래의 공정화에 관한 법률」을 지칭한다.
- 「대리점법」이란 「대리점거래의 공정화에 관한 법률」을 지칭한다.
- 「공정거래관계법령」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 포함한다.

3. CP 8대 구성요소

3.1 CP기준과 절차 마련 및 시행

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

3.2 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원

- 최고경영자는 공정거래 자율준수가 경영의 주요 요소 중 하나이며 임직원은 이를 준수해야 한다는 메시지를 충분히 전달하여야 한다.

3.3 자율준수관리자를 지정(임명)

- 자율준수관리자는 이사회에서 선임되며, CP 운용에 관한 실질적인 권한과 책임을 가지고 효율적으로 관리, 운용하여야 한다.

3.4 자율준수편람을 제작하여 임직원들에게 배포

- 공정거래 자율준수를 위한 내부 지침서인 자율준수편람(Compliance Manual)을 작성하여 배포하여야 하며, 임직원들이 쉽게 접근할 수 있어야 한다.

3.5 임직원들에 대한 공정거래 관련 교육 실시

- 임직원 대상으로 각각의 담당분야에서 공정거래법규에 저촉되는 행위에 관한 구체적인 사례 교육을 실시하여야 한다. 특히 구매·판매부서 등 공정거래 관련 법규 위반 가능성이 높은 부서 또는 임직원들의 직책에 따라 적합한 교육을 실시하여야 한다.

3.6 법 위반 사전예방을 위한 내부 감시 체계 구축

- 자율준수 프로그램 운용에서 가장 중요한 것이 바로 법위반행위의 예방과 감시이다. 따라서 감사(Audit), 감독(Supervision), 보고(Reporting) 등으로 구성된 체계적인 내부감독 시스템(모니터링

제도)을 구축, 운용해야 한다.

3.7 공정거래관련 법규 위반 임직원에 대한 제재

- 공정거래 자율준수문화를 조성하기 위해서는 법 위반행위에 대한 신속하고 합리적인 제재조치가 필요하다. 따라서 공정거래법규를 위반할 경우 그에 상응하는 제재조치를 취할 수 있도록 내규를 마련해야 한다.
- 내부적으로 법 위반 사실을 발견하여 제재조치를 취한 것에 대해 경쟁당국에 신고할 의무가 없으며 공정거래위원회 또한 이를 경쟁법 집행을 위한 증거로 사용하지 않는다.

3.8 효과성 평가와 개선 조치

- 당사는 CP가 효과적으로 지속하여 운영될 수 있도록 정기적으로 CP 기준, 절차, 운용 등에 대한 점검, 평가 등을 실시하여 그에 따라 개선조치를 취하여야 한다.

제2절 부당한 공동행위(담합) 관련 유의사항

1. 공동행위(담합)의 개요

1.1 의의

- 2 이상의 사업자간 계약, 협정, 결의 등의 방법으로 상품 또는 용역의 가격, 거래조건, 거래량, 거래상대방 또는 거래지역을 제한하는 행위로서, 부당한 공동행위를 카르텔(Cartel) 또는 담합이라고 한다.

[관련 조항]

제40조(부당한 공동행위의 금지) ① 사업자는 계약·협정·결의 또는 그 밖의 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의하거나 다른 사업자로 하여금 이를 하도록 하여서는 아니 된다.

1. 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위
2. 상품 또는 용역의 거래조건이나, 그 대금 또는 대가의 지급조건을 정하는 행위
3. 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위
4. 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위
5. 생산 또는 용역의 거래를 위한 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위
6. 상품 또는 용역의 생산·거래 시에 그 상품 또는 용역의 종류·규격을 제한하는 행위
7. 영업의 주요 부문을 공동으로 수행·관리하거나 수행·관리하기 위한 회사 등을 설립하는 행위
8. 입찰 또는 경매를 할 때 낙찰자, 경락자, 입찰가격, 낙찰가격 또는 경락가격, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항을 결정하는 행위(입찰담합)
9. 그 밖의 행위로서 다른 사업자(그 행위를 한 사업자를 포함한다)의 사업활동 또는 사업내용을 방해·제한하거나 가격, 생산량, 그 밖에 대통령령으로 정하는 정보를 주고받음으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위 (정보교환 합의)

1.2 규제 현황

- 담합은 ‘공모’로 인한 경쟁제한성이 가장 심하며, 가장 큰 피해를 소비자에게 직접 유발하므로, 공정거래위원회는 카르텔 근절에 공정거래 관련법규 집행의 제1순위를 부여하고 있다.

1.3 부당한 공동행위(담합)의 요건

1.3.1 사업자간 공동행위에 대한 합의의 존재

- 계약, 협정 등과 같은 명시적인 합의뿐만 아니라 사업자간의 양해와 같은 묵시적인 합의까지도 포함된다.
 - “Knowing wink can mean more than words” (이해한다는 눈짓만으로도 합의가 인정될 수 있음)
 - 특히, 법원은 합의의 의미를 폭넓게 해석하고 있다.
- 합의가 존재하는 이상 그 합의내용에 따른 실행행위가 존재하지 않더라도 카르텔이 성립된다.

[연락의 입증방법]

- 우선, '의사의 연락'을 증명하는 직접 증거가 될 수 있는 것으로는 사업자의 종업원 등이 카르텔 입찰 담합을 행하고 있었음을 인정한 진술 조서 외에, 카르텔 입찰 담합의 참가자 간에 작성된 협정서 및 회합 회의록 등이 있다.

1.3.2 '경쟁제한성'이 존재

- 경쟁제한성이란 사업자가 공동으로 어떠한 행위를 함으로서 시장에서의 경쟁이 감소하여 공동행위 참여자의 의사에 따라 가격, 수량, 품질, 기타 거래조건 결정 등에 영향을 미칠 우려가 있는 경우를 말한다(대법원 2011. 5. 26. 선고 2008도6341 판결).
 - 사업자간 합의가 모두 금지되는 것은 아니며, 부당하게 경쟁을 제한하는 합의가 금지의 대상이 된다.
 - 가격담합, 입찰담합은 합의의 존재만 입증되면 추가적인 경쟁제한성에 대한 입증·분석없이 곧바로 위법성이 인정된다.

2. 합의추정제도

- 명시적 합의와 같은 명백하고 충분한 증거가 없는 경우에도 제반 사정에 비추어 카르텔을 한 것으로 볼 수 있는 상당한 정황증거가 있는 경우에는 합의를 추정하여 제재할 수 있다.
 - 합의추정을 적용한 사건도 이후 자진신고, 재조사 과정 등을 통해 실제 합의사실이 사후적으로 확인되는 사례들도 발생하고 있다.
- 법 제40조 제5항에 의하여 합의가 추정되는 경우, 사업자는 그 행위가 합의에 기한 것이 아님을 입증함으로써 추정을 복멸할 수 있다.

3. 부당한 공동행위(담합)의 유형

3.1 가격을 결정·유지·변경하는 행위

3.1.1 판단기준

- 법 제40조 제1항 제1호에서 규정하는 '가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위'라 함은 사업자가 다른 사업자와 공동으로 상품이나 용역의 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위를 말한다.
- 여기서 말하는 '가격'은 사업자가 제공하는 상품 또는 용역의 대가, 즉 사업자가 거래의 상대방으로부터 반대급부로 받는 일체의 경제적 이익을 가리키는 것으로, 당해 상품의 특성, 거래내용 및 방식 등에 비추어 거래의 상대방이 상품 또는 용역의 대가로서 사업자에게 현실적으로 지불하여야 하는 것이라면 그 명칭에 구애됨이 없이 당해 상품 또는 용역의 가격에 포함된다.

3.1.2 법 위반 유형

- 공동으로 가격을 인상하거나, 인하율(폭)을 결정하거나, 일정수준으로 가격을 유지하는 행위
- 평균가격, 기준가격, 표준가격, 최고 및 최저가격, 금리협정 등 명칭 여하를 불문하고 가격설정의 기준을 정하는 행위 (합성수지 건에서 대표규격 가격 → 나머지 규격은 대표규격에 연동)
- 할인율, 이윤율 등 가격의 구성요소에 대해 그 수준이나 한도를 정하거나 일률적인 원가 계산의 방법을 공동으로 결정함으로써 실질적으로 가격을 동일하게 결정, 유지, 변경하는 행위 (석도강판 건

에서 운송비 공동결정)

- 과당경쟁금지, 정부고시가격 준수 등을 이유로 일정가격 이하로 응찰하지 않도록 합의하는 행위

3.2 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위

3.2.1 판단기준

- 법 제40조 제1항 제3호에서 규정하는 ‘상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위’라 함은 사업자 사이에 각 당사자의 생산량이나 판매량을 일정 수준으로 제한하거나 일정한 비율로 감축시키는 것을 말한다.

3.2.2 법 위반 유형

- 상품 또는 용역의 거래에서 생산량, 판매량, 출고량, 거래량, 수송량 등을 일정한 수준 또는 비율로 제한할 것을 합의하거나 사업자별로 할당하는 행위
- 가동률, 가동시간, 원료구입 여부 또는 비율 등을 제한함으로써 실질적으로 생산·출고·수송을 제한하는 행위

3.3 거래지역 및 거래상대방을 제한하는 행위

3.3.1 판단기준

- 법 제40조 제1항 제4호에서 규정하는 ‘거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위’는 부당한 공동행위의 유형 중 시장분할(market allocation)에 해당하는 행위로서, 공동행위 참가 사업자 간에 거래지역을 공동으로 정하여 상호간에 침범하지 않도록 하는 행위, 특정한 사업자와는 거래하지 않도록 하거나 또는 특정한 사업자와만 거래하도록 거래상대방을 제한하는 행위, 공동행위 참가 사업자들의 개별 수주활동을 제한하고 공동 수주하도록 하는 행위 등이 이에 해당한다.

3.3.2 법 위반 유형

- 공동으로 수주하도록 합의하거나, 입찰 또는 수주의 순위, 자격 등을 합의하는 행위
- 공동행위 참가사업자간에 거래처 또는 거래지역을 제한하거나, 거래처 또는 거래지역을 공동으로 정하여 상호간에 침범하지 않도록 하는 행위
- 특정한 사업자와는 거래하지 않도록 하거나 특정 사업자와고만 거래하도록 거래상대방을 제한하는 행위
- 객관적이고 합리적인 기준 없이 특정한 사업자를 우량업자 또는 불량업자로 구분함으로써, 실질적으로 거래상대방을 제한하는 행위

4. 정보 교환 행위

[업무상 유의사항]

- 정보교환 합의는 크게 “시장”에 관한 정보와 “경쟁상 민감한 정보”를 교환하기로 하는 의사의 합치가 있는 경우 성립하며, 의사의 합치는 묵시적 또는 암묵적으로 이루어질 수도 있음.
- 경쟁상 민감한 정보(이를 “경쟁의 요소”라고 함)란 가격정보, 향후 생산계획 등을 말하며, 이에 관해 교환하기로 하는 의사연락만 있어도 ‘정보교환 합의’가 성립할 수 있다는 점에 유의할 필요가 있음.

4.1 개념

- 공정거래법 제40조 제1항 제9호는 ‘가격, 생산량, 그 밖에 대통령령으로 정하는 정보를 **주고받음으로써** 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위’를 부당공동행위 유형으로 보고 있다. 예를 들어 경쟁사업자 간에 시기적으로 임박한 상세한 가격인상 계획을 교환하고 실제로 그 교환된 정보에 부합하는 가격결정이 이루어진 경우 등을 말한다.
- 또한 유통업자, 사업자단체, 시장조사기관, 언론 등 제3자를 통한 간접적인 정보교환도 문제될 수 있음을 유의하여야 한다.

[대통령령으로 정하는 정보의 유형]

1. 원가
2. 출고량, 재고량 또는 판매량
3. 거래조건 또는 대금·대가의 지급조건

- 기업이 타 경쟁사의 정보를 수집해 자사의 경영에 활용하는 것은 사업활동으로서 자연스러운 행위이지만, 이른바 **기밀정보 또는 민감정보(가격, 생산량, 비용 등)**의 수집 및 교환(이하 ‘정보교환’이라고 함)에 대해서는 그 내용이나 양태에 따라 경쟁법 위반의 리스크가 존재한다.
- 정보교환 행위는 ‘사업자가 직·간접적으로 다른 사업자에게 가격, 생산량 등의 정보를 알리는 행위’를 말한다.
- 정보를 일간지 등 불특정다수가 자유로이 접근할 수 있는 매체에 공개·공표하는 행위는 위법한 정보교환에 해당하지 않지만, 공개·공표 전에 은밀한 정보교환이 선행된 경우에는 법위반이 될 수 있다.
- 따라서 공개된 공유정보라고 해도 해당 정보교환에 의해 해당 정보를 입수하기 쉬워졌는지 여부, 다른 공유정보가 아닌 정보와 조합했는지 여부의 사항의 평가에 따라서는 공유정보라도 기밀정보에 해당하고, 해당 정보교환이 경쟁을 제한할 가능성이 있다고 판단될 수 있음에 유의하여야 한다.
- 또한 정보는 **역사적 정보, 최근의 정보 및 장래의 정보로 구분하는데** 역사적 정보를 제외하고 **1년 미만의 현재의 정보나 장래의 정보**, 특히 **기밀 정보**에 관한 정보를 교환했을 경우, 경쟁 타사가 해당 시장에서 채택할 시장 전략의 예측이 용이하게 됨에 따라, 경쟁을 제한하는 효과가 강하다고 할 수 있다.

4.2 요건

(1) “정보”의 의미

- 정보의 의미를 살펴보면 좁게는 담합을 촉진하거나 실행을 용이하게 하는 정보로서 가격인상계획안, 인상내역, 월별매출목표, 매출실적, 목표달성도, 판촉내용, 영업전략 정보 등이 해당되며, 넓게

는 기업의 기밀에 속하고, 경쟁의 핵심적 요소인 민감정보에 해당하는 원가 등 가격정보, 생산량 등 생산 능력, 거래조건 등을 말한다.

- 판례는 ‘정보’의 의미를 담합을 촉진하거나 실행을 용이하게 하는 정보를 말하며, 예시로 라면 회사들의 가격인상 계획 및 인상 내역, 유제품 사업자들의 시유 및 발효유 제품별 가격 인상안, 음료회사들의 월별매출목표, 매출실적, 목표달성도, 판촉내용, 신제품의 가격, 영업전략정보, 가격인상안을 들고 있다.
- 공정거래법은 가격, 생산량, 원가 등 가격정보, 생산량 등 생산능력, 거래조건 등을 정보의 예시로 들고 있다.

(2) 교환(주고받음으로써)

- 사업자 간 정보를 ‘주고받는’(이하 “정보교환”이라 한다) 행위는 사업자가 다른 사업자에게 가격, 생산량, 원가 등의 경쟁상 민감한 정보를 알리는 행위를 의미한다. 우편, 전자우편(이메일), 전화 통화, 회의 등 알리는 수단은 불문한다.
- 공정거래법 제40조 제1항 제9호는 “사업자 간 정보를 ‘주고받는’ 것을 합의하는 것이 경쟁을 제한하는 경우 그 합의를 금지”하고 있으며, 동법 제40조 제5항 제2호는 “사업자 간 정보를 ‘주고받았음’을 근거로 부당한 공동행위의 합의를 추정”할 수 있도록 규정하고 있다.
- 뿐만 아니라, 사업자단체(협회, 협동조합 등), 제3의 사업자 등 중간 매개자를 거쳐 간접적으로 알리는 행위도 포함한다(기업이 제3자 기관에 정보를 제공하고 해당 제3자 기관은 정보를 집약하고 축적하여 기업에 사전에 합의한 형식과 빈도로 정보를 전달하는 행위).
 - 구성사업자들이 사업자단체에게 재고량, 판매량 정보를 제공하고, 사업자단체가 각 구성사업자별 재고량, 판매량을 문서로 정리하여 전체 사업자들에게 송부한 경우는 정보교환이 이뤄진 것으로 봄
 - 간접적으로 알리는 행위가 성립하기 위해서는 특정 사업자의 정보가 중간 매개자를 거쳐 다른 경쟁사업자에게 전달되어야 하며, 사업자단체 등 중간 매개자에게 일방적으로 정보가 전달되지만 하는 경우는 정보교환이 이루어진 것으로 보지 아니함.
- 다만 사업자가 불특정 다수에게 위 정보들을 공개적으로 공표 또는 공개하는 행위는 정보교환행위로 보지 아니한다.
 - 공개적으로 공표 또는 공개한다 함은 불특정 다수가 별도의 비용부담 없이 자유로이 접근 할 수 있는 매체(일간지, 전문지, 무료로 접근할 수 있는 인터넷 사이트 등)에 공표 또는 공개하는 것
- 주의할 것은 사업자간 비공개적으로 정보교환 행위를 한 후 그 정보를 사후적으로 공개적으로 공표 또는 공개하였다고 하여 선행된 비공개적인 정보교환행위까지 규율범위에서 제외되는 것은 아니다.

(3) 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위

- 일정한 거래분야의 경쟁이 감소하여 특정 사업자 또는 사업자단체의 의사에 따라 어느 정도 자유로이 가격, 수량, 품질, 그밖의 거래조건 등의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는 상태를 초래하는 행위를 말한다.

(4) 정보교환의 합의

- 명시적 합의뿐만 아니라 묵시적 합의도 포함되며, 합의는 둘 이상 사업자간 의사의 연락을 본질로 한다.
- 단순 외형 일치(정보교환의 존재)를 즉시 합의로 인정할 수는 없으며, 1) 의사연결의 상호성, 2) 정보교환이 합의에 의한 것인지가 추가적으로 입증되어야 한다(판례). 다만 정보교환 자체를 규제하는 개정 공정거래법에서도 그대로 적용될지는 논란이 있으며, 법원이 ‘민감한 정보의 교환을 정

보교환 담합 합의 추정'과 같은 사실상의 추정 등을 인정할 가능성도 존재한다.

[정보교환이 사업자의 의사에 반하여 이뤄진 경우]

- 경쟁사가 보내온 가격 정보 관련 메일을 수신하자마자 더 이상 관련 메일을 보내지 말 것을 강력히 요청하였고 실제로도 이후 그러한 메일이 오지 아니한 경우
- 사업자단체의 판매량 정보 제공 요청에 대해 타 구성 사업자에게는 공유하지 않는 것을 조건으로 정보 제공에 응하였으나 사업자단체가 해당사업자의 의사에 반해 판매량 정보를 타 구성 사업자들에게 공유하는 한편 타 사업자들의 정보를 임의로 해당 사업자에게 송부한 경우

4.3 정보교환을 근거로 합의 추정

(1) 합의추정의 의미와 요건

- 정보교환을 이유로 가격담합 등의 합의가 있었음을 추정하기 위해서는 ① 2이상의 사업자가 부당한 공동행위를 함으로써 가격 등이 유사 또는 동일해지는 '행위의 외형상 일치'가 있어야 하고, ② 외형상 일치 창출에 필요한 정보의 교환이 있어야 한다(공정거래법 제40조 제5항 제2호).
- '합의추정'의 2가지 요건을 충족할 경우 부당한 공동행위에 대한 합의가 존재한다고 인정되므로, 사업자는 외형상 일치가 성립하지 않았음을 입증하거나, 설령 외형상 일치가 있었다고 하더라도 그것이 합의에 의한 것이 아니거나 그 일치와 교환된 정보 간에 아무런 관계가 없음을, 즉 '필요한 정보'의 교환이 없었음을 입증함으로써 합의의 추정을 깨뜨릴 수 있다.

[합의 추정을 깨뜨릴 수 있는 사례]

- 가격에 영향을 미치는 외부적 요인(금리, 환율, 원자재 가격 등)의 변동에 대해 사업자들이 내부프로세스를 거쳐 '각자' 대응하는 과정에서 우연히 외형상 일치가 나타난 경우
- 다른 업체의 가격인상 등을 단순 추정하는 과정(의식적 병행행위)에서 외형상 일치가 나타난 경우
- 행정지도(구두 등 유형 불문)에 '각자' 따른 결과 외형상 일치가 나타난 경우

(2) 외형상 일치 판단기준

- 사업자 간 행위의 외형상 일치가 있는지 여부는 다음 요소들을 종합적으로 고려하여 판단한다.
- ① 가격 등의 변동률, 변동시점
- 가격 등 경쟁변수의 변동률, 변동폭, 변동시점 등이 동일 또는 유사한 경우 외형상 일치가 있다고 볼 수 있다.
- ② 구매대체의 정도
- 가격 등 경쟁변수의 변동률, 변동폭 등에 다소 차이가 있더라도 그로 인한 소비자의 상품 또는 용역들 간 구매대체의 정도가 미미한 경우에는 외형상 일치가 있는 것으로 볼 수 있다.
- ③ 입증하려는 합의의 내용
- 입증하려는 합의의 내용이 다소 느슨한 형태의 합의(예 : 가격을 특정 수준으로 인상하는 합의가 아닌, 가격을 인상하자는 등의 방향만 공동으로 결정하는 합의)라면 가격 등 경쟁변수의 변동률 등에 다소 차이가 있더라도 외형상 일치가 있다고 본다.

[외형상 일치가 있는 것으로 볼 수 있는 예시]

- 경쟁사별 상품 가격의 인상폭이 원 단위까지 동일한 경우
- 10개 보손해보험사들이 종래 무료로 제공하던 긴급출동 서비스 중 긴급견인, 비상급유 서비스를 4개월에 걸쳐 배터리 충전, 타이어교체, 잠금장치 해제 서비스를 6개월에 걸쳐 순차적으로 유료화하는 방식으로 거래조건을 변경한 경우

(3) 필요한 정보의 교환여부 판단기준

- 교환된 정보가 외형상 일치 창출에 ‘필요한 정보’인지 여부는 다음의 요소들을 종합적으로 고려하여 판단한다.
 - ① 정보의 종류 및 성격
 - 가격, 생산량 등 교환되면 경쟁을 제한할 가능성이 높은 정보가 교환된 경우 ‘필요한 정보’의 교환에 해당될 가능성이 큰 반면, 인사동정, 소비자 성향 분석자료 등 경쟁에 큰 영향을 미치지 않는 정보가 교환된 경우에는 ‘필요한 정보’의 교환에 해당되지 않을 가능성이 크다.
 - ② 정보가 교환된 시점
 - 사업자의 의사결정 시점에 임박해 정보가 교환된 경우 해당 정보의 교환은 ‘필요한 정보’의 교환에 해당될 가능성이 크다.
 - ③ 외형상 일치의 내용과 교환된 정보의 내용 간의 관계
 - 교환된 정보의 내용과 동일 또는 유사한 내용으로 가격 등 경쟁변수에 외형상 일치가 나타난 경우에는 ‘필요한 정보’에 해당될 가능성이 크다.

[필요한 정보교환으로 볼수 있는 사례]

- 가격, 생산량, 원가, 판매·재고·출고량, 거래조건, 지급조건 등 경쟁상 민감한 정보로서 미래정보, 비공개 정보, 개별 사업자별 경쟁변수가 특정되는 정보가 경쟁사업자 간에만 배타적으로 교환되는 경우
- 가격인상 결정 시점에 임박하여 인상일자, 인상계획 내역 등의 교환이 이루어진 경우
- 가격인상계획 관련 정보가 상호 교환이 되었고, 각 회사들이 제시한 가격인상안에 준하는 수준의 가격 인상이 실제로 있었던 경우

[필요한 정보교환으로 볼수 없는 사례]

- 경쟁변수가 아닌 일상적 정보(인사동정, 소비자 성향 분석 자료, 최신 상품 트렌드 분석자료 등), 단순 경영목표치(목표 성장률, 목표 매출액 등)의 교환이 이뤄진 경우
- 외형일치가 나타난 경쟁변수와 교환된 경쟁변수 정보간 상관관계가 약한 경우(예를 들어, 가격의 외형상 일치가 있었는데, 실제로 교환된 정보는 대금지급 정보인 경우)

(4) 업무상 유의사항

[Do's]

- 경쟁사의 가격이나 거래조건, 생산량, 마케팅 전략 등이 언급되는 문서를 작성할 때에는 출처를 명확히 제시하여야 한다(기록해 놓아야 함).
- 내부보고 생성시 답합으로 오해 받을 수 있는 표현이나 문구를 사전에 예방할 수 있도록 컴플라이언스 팀과 사전에 공유하도록 한다.

- 경쟁사 임직원과 불가피하게 접촉한 경우 접촉경위나 모임의 성격을 명확히 기재하여야 한다.
- 가격이나 공급량의 결정이 독자적인 분석과 이에 기초한 경영판단에 의하여 이루어진 것임을 보여줄 수 있는 분석자료와 의사결정 과정에서의 내부자료를 축적 보관하여야 한다.

[Don'ts]

- 기업의 비밀에 속하고 경쟁의 핵심요소인 가격인상 계획이나 인상내역 같은 민감한 정보는 경쟁사와 교환해서는 아니 된다(가격, 판매조건, 이익률, 판매량, 시장점유율, 판매구역 뿐만 아니라 매출, 영업지원책, 홍보 및 판촉 계획, 신제품 출시 계획 등이 모두 경쟁핵심 요소에 포함).
- 전자우편, 즉 이메일의 쌍방향적 성격을 감안하여 경쟁사 임직원과는 가급적 이메일을 교환하지 않는 것이 바람직하며, 불가피하게 교환하여야 한다면 내용에 민감한 문구나 과장된 표현은 사용하지 않는다.

5. 입찰 답합

5.1 개념

- 입찰담합은 둘 이상의 사업자가 계약, 협정, 결의 어떠한 방법으로 입찰시 낙찰자, 투찰가격, 낙찰의 비율, 설계 또는 시공의 방법등을 합의하는 것을 말한다. (공정거래법 제40조 제1항 제8호)
- 입찰 담합은 공공 및 민수 입찰에 있어서, 입찰 참가자가 사전에 수주 예정자나 최저 입찰 가격 등을 결정함으로써, 발주되는 상품이나 서비스 등의 거래에 관계된 경쟁을 제한하는 행위로 입찰 제도의 실질을 잃게 하는 것과 동시에, 경쟁 제한 행위를 금지하는 공정거래법의 규정을 위반하는 행위이다.

5.2 입찰담합의 방법

- 낙찰예정자를 결정하는 회의를 개최해 수주 예정자를 결정
- 점수제나 순서제에 의해 낙찰예정자를 결정
- 지명업자간의 화합의 모임을 통해 지명업자로부터 수주 희망의 유무를 듣고 토론 등으로 원만하게 낙찰예정자로 결정
- 발주처 직원으로부터 낙찰예정자가 된 취지의 연락을 받은 업자를 낙찰예정자로확정.
- 합의된 낙찰예정사가 견적을 작성하여 둘러리사에게 이메일 등을 통해 전달하면 둘러리사는 수량한 견적가격을 그대로 또는 상향 조정하여 투찰

5.3 입찰담합의 유형

- 아래 유형은 일반적으로 생각할 수 있는 입찰 담합의 유형을 예시적으로 열거한 것일 뿐 입찰담합이 우려되는 활동에 대해서는 개별 사안별로 판단이 필요하다.

(1) 입찰가격담합

- 공동으로 최저입찰가격(계약목적에 따라서는 최고입찰가격), 수주예정가격 또는 그와 비슷한 것으로 인정되는 것을 결정하는 것은 경쟁을 제한하는 행위로 원칙적으로 위반 된다.
- 가격은 본래 사업자의 공정하고 자유로운 경쟁을 통해서 형성되어야 하며 다른 사업자와 공동으

로 가격결정에 관한 활동을 하는 것은 공정거래법상 문제가 될 가능성이 매우 높으며, 여기에서의 결정은 명시적 결정에 한정되는 것이 아니고, 최저입찰가격 등에 관해 암묵적인 이해 또는 공통인 의사가 형성되는 것으로 충분하다.

- 타당한 가격 수준을 위한 것이라든지, 대상이 되는 제조위탁의 질을 확보하기 위해서라든지, 부당한 저가 수주를 방지하기 위한 이유로 정당화되지 않는다.

1) 원칙적으로 위반이 되는 것

- 사업자가 공동으로 (합의하여) 낙찰가격 또는 투찰가격을 결정하는 것

2) 가구제조업분야의 입찰가격 담합 사례

- **(입찰가격 등 합의)** 명시적인 낙찰예정자 결정 없이 수주를 원하는 업체가 다른 경쟁업체에게 고가투찰을 요청하면서 견적서를 제공하거나 입찰참가자격 유지를 희망하는 업체가 낙찰확률이 높은 업체에게 견적서를 요청하는 방식으로 합의

(2) 낙찰예정자의 사전결정(수주자 선정에 관한 행위)

- 사업자가 공동으로 낙찰예정자 또는 낙찰예정자의 선정방법을 결정하는 것은 입찰제도의 취지에 반하고 상품 및 용역거래에 관한 경쟁을 본질적으로 제한하는 것으로 원칙적으로 위반이 된다.
- 여기에서의 결정은 명시적인 결정에 한정되는 것이 아니고, 수주 예정자 또는 수주 예정자의 선정 방법에 관해 암묵적인 이해 또는 공통 의사가 형성되는 것으로 충분하다.

1) 원칙적으로 위반이 되는 것

- 사업자가 공동으로 입찰 관련 수주 예정자 또는 수주 예정자의 선정 방법을 결정하는 것.

(a) 수주 예정자를 결정하기 위한 수단

- 다음과 같은 행위는 수주 예정자를 결정하기 위한 수단이 되는 것이며, 수주 예정자에 관한 암묵적인 이해 및 공통의 의사의 형성으로 이어질 개연성이 높은 것으로 위반의 우려가 강함.

㉠ 수주 의욕의 정보교환 등

- 입찰에 참가하려는 사업자가 당해 입찰에 대해 가지고 있는 수주 의욕, 사업활동 실적, 대상물건 등에 관련한 수주실적 등 수주 예정자의 선정과 관련된 정보에 대하여 사업자들 간에 정보를 교환하는 것

㉡ 지명회수, 수주실적 등에 관한 정보의 정리·제공

- 사업자가 공동으로 과거 입찰에 있어서 개별 사업자의 지명회수, 수주실적 등에 관한 정보를 이후의 수주예정자 선정의 우선순위 기준으로 하는 것 같은 형식으로 정리하여 입찰에 참가하는 자에게 제공하는 것

(b) 수주 예정자 또는 수주 예정자의 선정방법의 결정

- 수주 예정자로부터 입찰가격에 관한 연락, 지시 등을 받은 상태에서 수주 예정자가 수주 받을 수 있도록 각각의 입찰가격을 설정하는 것

(c) 기타

- 다음과 같은 행위는 수주 예정자 또는 수주 예정자의 선정방법의 결정을 전제로 하여 그 결정을 용이하게 하거나 또는 강화하기 위하여 행하여지는 것인바, 수주 예정자 또는 수주 예정자의 선정방법을 결정하는 이러한 행위는 원칙적으로 위반이다.

㉢ 다른 입찰참가자에 대한 이익공여

- 사업자가 공동으로 수주 예정자에게 다른 입찰 참가자들에게 업무발주, 금전지급 등의 이익을 제공

하도록 시키는 것.

- 지명경쟁입찰에 의해 발주하는 제조위탁에 대해서, 수주 예정자를 결정하는 동시에, 수주 예정자의 결정을 쉽게 하기 위해서 필요에 따라 제조위탁을 받은받은 자가 수주를 희망하고 있었던 수주 예정자 이외의 사업자 또는 일정 기간 수주의 실적 없는 사업자에게 제조위탁의 일부를 제조시키고 있었던 경우
- 지명경쟁입찰 또는 지명견적으로 발주하는 제조위탁에 대해서, 수주 예정자 및 수주 예정 가격을 결정하는 동시에, 해당 지명경쟁입찰의 참가자 이익을 거의 균등화시키기 위해서, 수주 예정자가 수주 예정자 이외의 자에 대하여 이익의 배분 방법 및 배분액수를 결정하고 있었던 경우

㉔ 수주 예정자 결정에 대한 참가의 요청, 강요 등

- 사업자가 공동으로 입찰참가를 예정하는 사업자에 대해 수주 예정자의 결정에 참가할 것 또는 결정의 내용에 따를 것을 요청, 강요하고 결정에 참가, 협력하지 않은 사업자에 대해 거래거절, 사업자간 차별적인 취급 등으로 입찰참가를 방해하거나 결정의 내용에 따르지 않고 입찰한 사업자에 대해 거래거절, 사업자간 차별적 취급, 금전지급 등의 불이익을 주는 것을 말함.

2) 위반이 될 우려가 있는 것

- 입찰 참여 사업자간에 각 사업자에 대해 지명경쟁입찰에 관한 지명을 받은 것과 입찰참가의 예정에 대해 보고를 요구하는 것을 말한다.
- 공동기업체(컨소시엄)에 관한 정보교환
 - 공동기업체로 입찰에 참가하려는 사업자가 다른 공동사업체로 당해 입찰에 참가하려고 하는 사업자간에 당해 입찰참가를 위해 공동기업체의 결성에 관한 정보를 교환을 하는 것을 말함.
 - 이러한 정보교환은, 수주 예정자 결정을 위한 정보교환으로 발전하는 것으로 수주 예정자의 결정으로 연결되는 것으로서 문제가 됨.

3) 원칙적으로 위반이 되지 않는 것

- 발주자에 대한 입찰참가 의욕 등의 설명
 - 사업자가 지명경쟁입찰에서, 지명 이전의 단계에서 제도상 정해진 발주자로부터의 요청에 따라, 다른 사업자체와 연락·조정 등이 없이, 자기의 입찰 참가에의 의욕, 기술 정보(유사 업무의 실적, 기술자의 내용, 해당발주 업무의 수행 계획 등) 등을 발주자에 대하여 설명하는 것을 말함.
- 자기 판단에 의한 입찰 사퇴
 - 지명경쟁입찰에서 지명을 받은 사업자가, 다른 사업자와 연락·조정 등을 하거나 그것들로부터 요청 등을 받을 일 없이 자기의 사업경영상의 판단에 의해 입찰을 사퇴하는 것을 말함.

4) 가구제조업분야의 낙찰예정자 담합 사례

- 내장형(빌트인) 특판가구 입찰담합에서 낙찰예정자 또는 낙찰순번은 주사위 굴리기, 제비뽑기, 선(先)영업 업체 우대(예: 건본주택 건립업체) 등 건설사별로 다양한 방식을 통해 결정

(3) 경쟁입찰계약을 수의계약으로 유도

- 사업자가 공동으로 특정사업자가 수의계약에 의해 계약할 수 있도록 결정·유도하는 것은 자유로운 경쟁을 배제하는 것으로 원칙적으로 위반이 된다.

(4) 수주물량 등의 결정

- 사업자가 공동으로 입찰에 관련된 수주물량결정과 이러한 수주물량을 나누어 갖기 위해 입찰참가

자간 배분 등을 결정하는 행위는 경쟁을 제한하는 것으로 원칙적으로 위반이 된다.

- 여기에서의 결정은 명시적 결정에 한정되는 것이 아니고, 수주 수량, 비율 등에 관해 암묵적인 이해 또는 공통인 의사가 형성되는 것으로 충분하다.

(5) 경영간섭 등

- 입찰에 참가하려는 사업자가 공동으로 당해 입찰에 관련된 사업자 활동에 대해 지도를 행함에 있어서 입찰가격이나 수주예정자 결정에 영향을 주는 행위는 경쟁제한적인 행위로 원칙적으로 위반이 된다.

(6) 정보교환 등

- 정보교환행위란 가격, 생산량, 상품 또는 용역의 원가, 출고량, 재고량 또는 판매량, 상품/용역의 거래조건 또는 대금/대가의 지급조건에 대한 정보를 사업자 간에 주고받음으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위를 말한다.
- 빌트인 특판가구 공급 입찰에 참여하면서 사전에 낙찰예정자로 정하고, 낙찰예정자가 들러리 참가자에게 자사의 준 투찰가격과 세부원가 등을 제공하여 입찰에 참여하도록 유인

5.4 입찰담합시 제재

(1) 시정조치

- 사업자가 공동으로 입찰담합행위를 한 경우, 당해 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 기타 시정을 위한 필요한 조치를 명할 수 있다(공정거래법 제42조).
 - 필요한 조치로는 입찰담합과 관련한 협정의 파기, 협정을 파기한 사실의 주지철저, 앞으로 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위를 하는 것의 금지, 법위반사실의 공표 등을 말함.

(2) 과징금

- 관련매출액의 20%(매출액이 없을 경우 40억원) 범위 내에서 부과 가능하다(공정거래법 제43조).
 - 입찰담합에 있어 관련매출액은 ①낙찰된 경우에는 계약금액을, ②낙찰은 되었으나 계약이 체결되지 않은 경우에는 낙찰금액을, ③낙찰되지 않은 경우에는 예정금액(또는 응찰금액)

(3) 벌칙

- 공정위의 고발에 의해 입찰담합행위를 한 자 또는 이를 행하도록 한 자 등에 대해 3년 이하의 징역 또는 2억 원 이하의 벌금을 부과한다(공정거래법 제124조, 징역과 벌금은 병과 가능).
- 법인의 대표자 또는 법인, 개인에 대하여서도 처벌이 가능하다.
- 기타 형벌 : 건설산업기본법에 의한 형사처벌(5년 이하 징역 또는 5천만 원 이하 벌금), 형법에 의한 2년 이하 징역 또는 700만원 이하 벌금

(4) 손해배상청구(징벌적 손해배상)

- 발주기관은 입찰담합을 한 사업자에 대하여 최대 3배 손해배상을 청구할 수 있다(공정거래법 제109조).

(5) 손해배상액 예정 제도

- 입찰참여시 입찰담합으로 인해 손해가 발생하였으나 손해액을 산정하기 곤란하거나 불가능한 경우에 계약금액의 일정 %를 배상하도록 청렴계약서 등에 규정하는 것을 말하며, 공정위는 손해배상액의 활성화를 위해 공공기관에 손해액 배상제도 도입을 권고하고 있다.

6. 부당한 공동행위(담합)시 제재

6.1 행정적 제재

- 공정위는 위반행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 기타 시정에 필요한 조치를 부과할 수 있다. 또한, 관련매출액(입찰담합의 경우 계약금액을 매출액으로 봄)의 20% 한도내에서 과징금을 부과할 수 있으며 관련 매출액 산정이 어려울 경우에는 정액과징금 **40억원을 부과할 수 있다.**

6.2 형사적 제재

- 3년 이하 징역 또는 2억원 이하 벌금(공정거래법 제66조 제1항)
- 양벌규정(공정거래법 제70조)에 따라 법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인, 사용인, 그 밖의 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 위반행위를 한 경우에는 그 행위자 외에도 법인 또는 개인도 처벌 가능하다. 다만, 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리하지 아니한 경우에는 면책될 수 있다.

6.3 민사상 손해배상책임

- 공동행위로 인해 손해(=공동행위로 설정한 가격과 경쟁시 형성되었을 정상가격과의 차이)를 입은 제3자나 소비자는 공동행위를 한 사업자에 대해 손해배상을 청구할 수 있다(공정거래법 제56조).

[손해배상소송시 자료제출명령제 (공정거래법 제111조)]

- 당사자가 정당한 이유 없이 자료제출명령에 따르지 아니한 경우 법원은 “자료의 기재에 대한 상대방의 주장”을 진실한 것으로 인정할 수 있음(공정거래법 제111조 제4항)
- 법원은 당사자가 정당한 이유 없이 자료제출명령에 따르지 않고, 자료의 제출을 신청한 당사자가 자료의 기재에 관하여 구체적으로 주장하기에 현저히 곤란한 사정이 있고, 자료로 증명할 사실을 다른 증거로 증명하는 것을 기대하기도 어려운 경우 법원은 “그 당사자가 자료의 기재로 증명하려는 사실에 관한 주장”을 진실한 것으로 인정할 수 있음(공정거래법 제111조 제5항)

[업무시 유의사항]

- 제출대상이 ‘문서’에서 ‘자료’로 확대됨에 따라 피해자가 전자문서, 동영상, 사진, 도면 기타 전자적 형태의 자료도 확보할 수 있게 됨 → 기업 입장에서 서버 등에 저장된 다양한 자료(영업비밀 포함)의 유출가능성에 대비할 필요 있음.
- 제출명령 불응 시 자료의 기재에 의하여 증명하고자 하는 사실을 진실한 것으로 인정할 수 있게 되는 등 자료제출명령의 실효성이 강화될 것으로 예상됨
- 피해자의 증거수집이 보다 용이해짐에 따라 손해배상청구소송이 활발해질 가능성이 있고, 종전보다 손해배상액도 확대될 가능성 있음

7. 경쟁사 모임 시 관련 행동지침

- 경쟁사 임원과의 공식·비공식 모임을 제의 또는 수락하지 말고, 참석하지 말아야 한다.
- 특히 “업계 담당자간의 모임” 등 가격이나 거래조건이 논의될 수 있는 경쟁사 임직원과의 모임은 절대적으로 피하여야 한다.
- 어떠한 명목으로든 경쟁사 임직원과의 모임에 참석하고자 하는 경우 공정거래 자율준수 관리자에 사전에 신고하고 업계모임 참여원칙 및 프로세스를 준수하여야 한다.
- 업계 공식모임의 경우 사전에 회의 안건을 받아보고 공정거래법 저촉 우려가 없다고 판단되는 경우에만 참석하도록 하고, 판단이 애매한 경우 공정거래 자율준수 관리자 또는 법무담당부서와 협의하여야 한다.
- 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 보고하여야 한다.
- 공식적인 모임의 경우 이의를 제기하거나 자리를 떠난 사실을 회의록에 기록될 수 있도록 요청하고, 회사 내부 기록에 남겨 놓아야 한다.
- 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 보고하여야 한다.

8. 경쟁사와의 정보 교환 관련 가이드라인

- 가격 등을 포함한 거래조건이나 이를 결정하는데 필요한 자료를 경쟁사에게 요구, 제공 또는 교환하지 말아야 한다(팩스, 이메일은 물론 전화통화 등 일체의 수단이 포함되며, 비공식적이거나 사적인 모임에서 초안 또는 결정(안) 등을 보여주거나, 주고받는 행위도 포함).
- 경쟁사에게 향후 제품개발, 생산량 계획 내용을 서로 교환하지 말아야 한다.
- 경쟁사로부터 가격, 거래조건 등의 정보에 대한 문의 또는 요청이 있을 경우 제공이 불가능함을 분명히 하고, 요청이 있었음에도 불구하고 제공하지 않은 사실을 공정거래 자율준수 관리자에게 보고하여 이를 기록으로 남겨야 한다.
- 경쟁사 관련 정보를 공사자료나 거래처를 통해 적법하게 입수한 경우 그 입수경위와 출처를 분명히 기록해 두어야 한다.
- 경쟁사 관련 정보를 독자적인 경로를 통해 파악한 경우에도 이에 맹목적으로 따르지 말고 시장 상황, 고객 수요 및 비용 등 다양한 경쟁적 소요를 고려하여 의사결정을 하여야 한다.

9. 문서 작성 및 정보보안 관련 가이드라인

- 회사가 독자적으로 사업판단을 하고 상품 관련 조건을 결정한 경우 그러한 내용이 문서 내용에 분명히 나타나도록 하여야 한다(특히 경쟁사가 유사한 시기 또는 내용으로 상품 내용으로 상품 내용을 결정 또는 변경할 것이 예상되는 경우).
- 문서 작성시 경쟁사 자료 또는 정보를 인용하는 경우 자료 또는 정보의 출처를 명확히 하여야 한다.
- 회사의 중요정보는 주관부서에서 자체 관리 및 정보보안을 철저히 하고 담당자 외 보관하지 않도록 하여야 한다.

- 회사의 중요정보에 대한 자료를 회의 등의 사유로 배포 시회의 종료 후 필히 회수하고 메일 형식으로 배포하는 것을 지양하여야 한다.

10. 업계모임 참여시 행동요령

- 경쟁사업자와의 모임은 그 형태와 구체적 논의내용, 합의 여부를 불문하고 참가사실만으로도 부당한 공동행위(이하 '담합'이라 한다) 추정적 정황증거로 사용될 수 있음을 모든 임직원은 명심하여야 한다.
- 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 공정거래법 위반 가능성이 있는 협의나 결의가 예상되는 경우에는 불참의 의사표시를 명확히 한다. 법 위반가능성 여부에 의문이 있는 경우에는 즉시 자율준수전담부서의 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.
- 모든 업계모임 참여자는 사전에 공정거래 자율준수관리자에게 “업계모임 참여 신고서”를 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 해당하거나 해당될 가능성이 있는 경우 반대의사표시를 명확히 하고 그 장소를 이탈하여야 하며, 즉시 해당부서 공정거래 자율준수담당자를 통하여 공정거래 자율준수관리자에게 직접 보고하여야 한다.
- 공정거래 자율준수담당자는 매월 해당부서에 대한 자체 모니터링시 참석한 업계 모임에 대한 활동내역을 포함시켜 공정거래 자율준수관리자에게 보고하여야 한다.

제3절 내부거래 시 유의사항

1. 부당한 내부 거래 개요

- 공정거래법은 공시대상 기업집단(자산총액 5조원 이상)뿐만 아니라, 모든 기업을 대상으로 부당한 지원행위를 규제하고 있으며, 특히, 대기업집단의 총수 일가의 부당한 이익제공행위 등을 규제하기 위한 규정을 두고 있다.
- 종래 계열사간 내부거래에 대해서는 부당지원행위(공정거래법 제45조 제1항 제9호) 규정이 적용되었으나, 부당지원행위의 성립요건인 부당성(공정거래저해성)에 대한 입증의 어려움, 통행세 관행 등 새로운 유형의 부당 내부거래 및 거래가 없는 사업기회 유용 등의 규제 필요성, 실제 지원을 본 지원객체에 대한 규제 필요성에 의해 공정거래법 개정(2013. 8. 13. 공정거래법 개정으로 신설, 2014. 2. 14. 시행)으로 공시대상 기업집단의 내부거래에 대해서는 부당지원행위(공정거래법 제45조 제1항 제9호) 및 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위(공정거래법 제47조)가 동시에 적용된다.

○

[부당지원행위 vs 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위 비교표]

구분	부당지원행위	특수관계인에 대한 부당한 이익제공 행위
규제목적	공정거래저해성(특히 경쟁제한성)이 있는 부당지원행위 금지	대기업집단 특수관계인(총수일가)의 부당한 이익제공행위 금지
조항	공정거래법 제45조 제1항 제9호	공정거래법 제47조
지원주체	모든 회사	공시대상기업집단 소속 회사 (자산총액 5조 원 이상인 기업집단)
지원객체	① 특수관계인 ② 계열회사(공정위 실무상 해외 계열사는 제외) ③ 자회사(지분율 100%의 완전자회사도 포함, 변화가능성 있음)	① 특수관계인 ② 특수관계인이 20% 이상 지분(상장여부와 무관)을 보유한 계열회사 ③ 특수관계인이 20%이상의 지분을 보유하고 있는 회사의 자회사(50% 초과 지분 보유)
구성 요건	지원행위+부당성(공정거래저해성) (부당성에 대한 안전지대 규정 존재)	행위당사자+부당이익제공
규제내용	① 상당히 유리한 조건의 거래 ② 통행세(불필요한 거래단계의 추가) →사업포기의 경우 규제 어려움 ③ 물량(일감) 몰아주기: 상당한 규모의 거래+정상가격에 비해 유리한 조건 →예외사유에 대한 명시적 규정 없음	① 상당히 유리한 조건 (안전지대 규정 존재) ② 통행세(불필요한 거래단계 추가) ③ 사업기회의 제공 →사업포기도 규제 가능 ④ 물량(일감) 몰아주기: 상당한 규모의 거래+정당한 거래절차 부재(안전지대 규정) →정상가격과 차이가 없거나 입증 곤란한 경

구분	부당지원행위	특수관계인에 대한 부당한 이익제공 행위
		우에도 규제 가능하며, 예외사유(효율성, 보안성, 긴급성)에 대한 명시적 규정 존재
위반시 제재	1) 지원주체 ○ 시정조치 : 부당지원행위의 중지 등 재발방지 등의 필요한 조치 ○ 과징금 부과: 직전 3개 사업년도 <u>평균매출액의 10%(지원금액x부과기준율) 이내</u> 또는 <u>매출액이 없는 경우 40억 원 이내 과징금 부과</u> • 지원금액: 정상가격과 실제 거래금액의 차액 • 부과기준율: 위반행위 중대성에 따라 80%, 50%, 20% 부과기준율 적용 ○ <u>실행행위를 한 자, 지시한 자, 관여자에 대한 형사적 제재: 3년 이하의 징역 또는 2억 원 이하의 벌금</u> 2) 지원객체 ① 시정조치 및 과징금 부과(지원주체와 동일) ② 개인에 대한 형사적 제재의 경우, 부당지원행위는 제외되나 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위에 대한 지원 객체는 형사적 제재 대상	

2. 부당한 내부거래 금지

2.1 의의

2.1.1 개념

- 지원을 하는 회사가 지원을 받는 회사에 대하여 상당히 유리한 조건으로 거래하거나 다른 사업자와 직접 상품·용역을 거래하면서 상당히 유리함에도 실질적인 역할이 없는 회사(특수관계인 등)를 매개로 거래하는 행위를 말한다. (공정거래법 제45조 제1항 제9호)
- ‘상당히 유리한 조건의 거래’는 부당한 지원행위의 경제적 급부의 가격이 지원받는 사업자로부터 받는 경제적 반대급부의 정상가격보다 높은 경우를 말하며, 판단의 기준이 되는 「정상가격」은 “지원하는 회사와 지원을 받는 회사간의 경제적 급부와 동일한 경제적 급부가 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 유사한 상황에서 특수관계가 없는 회사간에 이루어졌을 경우 형성되었을 거래가격”을 말한다.
 - 특수관계가 없는자간 거래가격은 정상가격으로 추정하며, 특수관계자간 거래가격의 경우, 지원의도가 엿보이는 정황증거가 있거나 제3자간 거래라면 나타나지 않을 협상 또는 거래방식이 있을 경우 지원을 한 회사가 정상가격임을 소명해야 한다.
- ‘불필요한 거래단계 추가행위’의 경우, 지원하는 회사가 직거래가 가능함에도 계열사를 매개로 거래하고 계열사는 일종의 수수료(일명 ‘통행세’)를 받는 경우인데, 지원을 받는 계열사의 역할이 무엇이고, 직거래보다 비용면에서 효율적인 거래인지 판단하게 된다.

2.1.2 지원행위의 부당성 판단기준

- 부당성: 공정한 거래 저해의 우려는 다음과 같은 기준으로 판단한다.
 - 지원객체가 일정한 거래분야에서 유력한 사업자의 지위를 형성·유지 또는 강화할 우려가 있는 경우
 - 해당 지원행위로 인하여 지원객체의 경쟁사업자가 배제될 우려가 있는 경우
 - 지원객체가 해당 지원행위 인해 경쟁사업자에 비하여 경쟁조건이 상당히 유리하게 되는 경우
 - 해당 지원행위로 인하여 지원객체의 퇴출이나 타사업자의 신규진입이 저해되는 경우
 - 관련법령을 면탈 또는 회피하는 등 불공정한 방법, 경쟁수단 또는 절차를 통해 지원행위가 이루어지고, 해당 지원행위로 인하여 지원객체가 직간접적으로 속한 시장에서 경쟁이 저해되거나 경쟁력 집중이 야기되는 경우
- 단순한 사업경영상의 필요 또는 거래상의 합리성 내지 필요성이 있다는 사유만으로는 부당성이 부정되지 않음에 유의한다.
- (안전지대) 대규모로 거래하여 거래총액 기준을 넘는 사업자이더라도 지원금액이 1억 원 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다.

[Tip] 지원금액의 상당성(정상가격과 지원금액의 차이)의 판단기준

- 지원금액의 상당성의 성립여부를 판단하기 위해서는 (1) 당해 거래의 정상가격과 지원금액(지원주체가 지원객체에게 제공하는 경제적 급부의 정상가격에서 그에 대한 대가로 지원객체로부터 받는 경제적 반대급부의 정상가격의 차감함 금액, 만일 부가가치세가 수반되는 거래의 경우 부가가치세를 포함)의 차이, (2) 지원금액의 정도를 고려
- 정상가격과의 차이, 지원금액이 어느 정도 달해야 상당성이 충족되는지는 일의적으로 제시가 어렵고, 개별적으로 당해 거래에 관한 제반 구체적 상황을 종합적으로 고려(2009두11911)
- **법원 및 공정위는 정상가격 대비 유리한 조건의 상대적 비율이 20% 이상인 경우 현저성을 대체로 인정하고, 10~20% 사이에는 유동적임**, 유의할 것은 상대적 비율이 10% 미만인 사례에는 공정위가 개입하지 않았음

2.2 유형

2.2.1 자금지원행위

(1) 판단 기준

- ‘정상금리’를 기준으로 지원행위 여부 판단
 - 정상금리는 자금거래와 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등의 면에서 동일 또는 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 사이에 자금거래가 이루어졌다면 적용될 금리를 말하며,
 - 정상금리 산정이 어렵고 정상금리가 한국은행이 발표하는 예금은행 평균 당좌대출금리(일반정상금리)를 하회하지 않을 것으로 보일 경우 일반정상금리를 말한다.
- (안전지대) 적용금리와 정상금리 차이가 7% 미만인면서 해당연도 자금거래 총액이 30억원 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다(적용제외).
 - 해당 연도 자금거래 총액은 지원주체와 지원객체 간에 이루어진 모든 자금거래 규모를 포함하여 계산(유가증권 등 자산거래, 부동산 임대차, 상품·용역거래, 인력제공 등에 의한 지원행위의 거래총액) 판단에도 이를 준용

(2) 위반 유형

- 계열회사에 대한 저리자금대여, 저리자금예치, 선급금 명목의 자금제공, 기업어음, 사채 저리인수, 후순위사채 매입, 전환사채인수 및 전환행위
- 대여금, 용역대금을 변제기 이후에 회수하지 않는 경우
- 출자행위성질을 갖는 신주인수행위를 하는 경우

2.2.2 자산(부동산·유가증권·무체재산권) 지원행위

(1) 판단 기준

- 유가증권, 부동산, 무체재산권 등의 자산 거래시 비계열사와 거래시 정상가격(해당 거래와 시기, 종류, 규모, 기간 등이 동일한 상황에서의 가격)과 실제 거래가격 차이를 7% 미만으로 조정
 - 해당 거래와 시기, 종류, 규모, 기간 등이 동일한 상황에서 비계열사 사이에 실제 거래한 사례가 있는 경우 그 거래가격을 정상가격으로 함.
 - 해당 거래와 동일한 실제사례를 찾을 수 없는 경우에는 ① 먼저 해당 거래와 비교하기에 적합한 유사한 사례를 선정하고, ② 그 사례와 해당 지원행위 사이에 가격에 영향을 미칠 수 있는 거래조건 등의 차이가 존재하는지를 살펴, ③ 그 차이가 있다면 이를 합리적으로 조정하는 과정을 거쳐 정상가격을 산정하도록 함
 - 정상가격 기준으로 지원행위 여부를 판단하되, 정상가격(시가)을 산정하기 어려운 경우, 당해 자산의 종류, 규모, 거래상황 등을 참작하여 '상속세 및 증여세법' 제4장(재산의 평가) 및 동법 시행령 제4장(재산의 평가)에서 정하는 방법을 준용할 수 있다(부당한 지원행위심사지침).
- (안전지대) 해당 거래의 실제 거래가격과 정상가격의 차이가 정상가격의 7% 미만이고, 거래당 사자간 해당 연도 자산거래 총액이 30억 원 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다(적용제외).

(2) 위반 유형

- 비상장 주식을 저가 매도한 경우
- 임차한 건물을 계열사에 저가로 전대한 경우
- 계열사로부터 임대료 수령을 지연한 경우
- 단독 또는 계열회사와 공동개발한 무체재산권을 계열회사에 양도하여 단독 특허 출원하도록 한 경우

2.2.3 부동산 임차

(1) 판단 기준

- 부동산을 무상으로 사용하도록 제공하거나, 정상임대료보다 상당히 낮은 임대료로 임대하거나 정상임차료보다 상당히 높은 임차료로 임차하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당한다.
- 또한 지원주체가 지원객체에게 부동산을 상당한 규모로 임대차하는 행위를 통하여 과다한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당한다.
- (안전지대) 실제 임대료·임차료와 정상 임대료·임차료의 차이가 정상 임대료·임차료의 7% 미만이고, 거래당사자간 해당 연도 부동산 임대차거래 총액이 30억원 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다(적용제외).

(2) 범위반 유형

- 지원객체에게 공장·매장·사무실을 무상 또는 낮은 임대료로 임대하는 경우 [부동산 저가임대]
- 임대료를 약정납부기한보다 지연하여 수령하면서 지연이자를 받지 않거나 적게 받는 경우 [부동산 저가임대]
- 지원객체로부터 부동산을 임차하면서 고가의 임차료를 지급하는 경우 [부동산 고가임차]
- 지원주체가 지원객체 소유 건물·시설을 이용하면서 특수관계가 없는 독립된 자와 동일하게 이용료를 지불함에도 불구하고 임차보증금 또는 임차료를 추가적으로 지급하는 경우 [부동산 고가임차]

2.2.4 상품 및 용역 지원행위

(1) 상품, 용역거래의 경우, 지원행위 여부 판단

- 자금거래나 자산거래에 비해 정상가격 산정이어려우므로 유사한 조건의 비특수관계인과의 거래를 감안하여 판단할 수 있다.
- (안전지대) 지원주체와 지원객체 사이에 거래된 상품·용역의 실제 거래가격과 정상가격의 차이가 정상가격의 7% 미만이고, 거래당사자간 해당 연도 상품·용역 거래총액이 100억원 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다(적용제외).

(2) 위반 유형

- 계열 증권사를 이용한 무보증사채 인수행위, 자회사에게만 특별판매 장려금을 지급하는 경우
- 원재료의 고가매입
- 대금결제방식을 기존에 비해 유리하게 변경하는 경우

2.2.5 인력지원행위

(1) “정상급여” 기준으로 지원행위 여부 판단

- 근로제공 및 대가지급의 구분관계가 합리적이고 명확한 때에는 당해 인력이 지원객체와 지원주체로부터 지급받는 일체의 급여, 수당 등에서 당해 인력의 지원주체에 대한 근로제공의 대가를 차감한 금액을 정상급여로 간주한다.
- 구분관계가 합리적이지 않거나 불명확한 때에는 지원객체와 지원주체로부터 지급받는 일체의 급여, 수당 등에서 지원객체와 지원주체의 당해 사업연도 매출액 총액 중 지원객체 매출액이 차지하는 비율에 의한 분담금액을 정상급여로 간주(매출규모에 따라 안분) 한다.
- (안전지대) 실제지급급여와 정상급여의 차이가 정상급여의 7% 미만이고, 거래당사자간 제공된 인력의 해당 연도 인건비 총액이 30억원 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다(적용제외).

(2) 유형

- 업무지원을 위해 계열사 등에 인력을 제공한(파견 등) 후 파견인건비를 계열사에 부담시키지 않는 경우
- 인력파견계약을 체결하고 인력을 제공하면서 퇴직충담금 등 인건비의 전부 또는 일부를 미회수한 경우
- 지원객체의 업무를 전적으로 수행하는 인력을 지원주체 회사의 고문 등으로 위촉하여 지원주체가 수당이나 급여를 지급하는 경우
- 지원주체가 자신의 소속 인력을 지원객체에 전적·파견시키고 급여의 일부를 대신 부담하는 경우

2.2.6 물량몰아주기

(1) 개념

- 상품·용역을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것을 말한다.

(2) 상당한 규모에 의한 지원행위의 판단 기준

- 거래대상의 특성상 지원객체에게 거래물량으로 인한 규모의 경제 등 비용절감 효과가 있음에도 불구하고, 동 비용 절감효과가 지원객체에게 과도하게 귀속되는지 여부
- 지원주체와 지원객체간 거래물량만으로 지원객체의 사업개시 또는 사업유지를 위한 최소한의 물량을 초과할 정도의 거래규모가 확보되는 등 지원객체의 사업위험이 제거되는지 여부
- 정당화 사유 고려: 당해 거래 고유한 특성에 의하여 지원주체에게 비용절감, 품질개선 등 효율성 증대효과가 발생하였는지 여부 등
- **(안전지대)** 거래당사자간 해당 연도 상품·용역거래 총액이 100억원 미만이고, 거래상대방의 평균매출액의 100분의 12 미만인 경우에는 부당성이 인정되지 않는다(적용제외).

(3) 위반 유형

- 자회사에 상당히 낮거나 높은 대가로 제공하거나 상당한 규모로 제공으로써 자회사를 지원하는 행위
- 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하거나 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위
 - ‘상당한 규모의 거래’는 과도한 경제상 이익 제공을 의미하며, 지원성 거래규모 및 급부와 반대급부의 차이, 지원행위로 인한 경제상 이익, 지원기간, 지원횟수, 지원시기, 지원행위 당시 지원객체가 처한 경제적 상황 등을 종합적으로 고려하여 구체적·개별적으로 판단

2.2.7 통행세(거래단계를 추가하거나 거쳐서 거래)

(1) 개념

- 거래상 실질적 역할이 없는 특수관계인이나 다른 회사를 매개로 하여 거래함으로써 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위를 말한다.

(2) 유형

- 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래하는 유형(추가된 거래단계의 회사가 전혀 혹은 거의 역할을 하지 않는 경우)
 - 다른 사업자와 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 역할이 없거나 미미한 특수 관계인이나 다른 회사를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래하는 경우
- 과도한 대가를 지급하는 유형(추가된 거래단계의 회사가 어느 정도 역할은 하지만 그 대가를 과도하게 받는 경우)
- 다른 사업자와 직접 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 역할에 비해 과도한 대가를 지급하는 행위

3. 특수관계인에 대한 부당한 이익제공금지

3.1 개요

(1) 대상

- 공시대상기업집단에 속하는 국내회사는 특수관계인(동일인·총수 및 친족으로 한정), 동일인이나 단독 또는 다른 특수관계인과 합하여 발행주식 총수의 20% 이상(상장사와 비상장사 구분 없음)이상의 주식을 소유한 **국내계열회사** 또는 계열회사가 단독으로 발행주식 총수의 50%를 초과하는 주식을 소유한 국내계열회사와 거래하여 특수관계인에게 부당한 이익을 귀속시키는 행위는 금지된다(공정거래법 제47조).
 - 의결권 유무는 무관하며 직접지분만 계산한다. 특히 동법 제45조와 달리 이익제공행위를 통하여 그 제공객체가 속한 시장에서 경쟁이 제한되거나 경제력이 집중되는 등으로 공정한 거래를 저해할 우려가 있을 것까지 요구하는 것은 아니다.
 - 지원주체·지원객체 판단은 해당 이익 제공 행위 당시를 기준으로 판단한다.
 - 특수관계인 지분율은 직접 지분만 포함하여 산정하며, 차명보유, 우회보유의 경우에도 직접 지분으로 본다.
 - 제3자를 매개로 한 간접거래도 가능하다.
- 지원주체는 자산총액 5조 원 이상의 동일인 있는 공시 대상 기업집단 소속 기업을 말한다.

[공시대상기업집단]

- 당해 기업집단에 속하는 국내회사들의 기업 집단 지정 직전 사업연도의 대차대조표상 자산총액의 합계액이 5조 원 이상인 기업집단(동일인이 자연인이 기업집단에 한정함)
- 지원객체는 특수관계인 또는 특수관계인이 일정 비율 이상의 주식을 보유한 계열회사를 말한다.
 - 특수관계인은 동일인(총수) 및 그 친족(동일인의 배우자, 4촌 이내의 혈족, 3촌 이내의 인척, 동일인이 지배하는 국내 회사 발행주식총수의 100분의 1 이상을 소유하고 있는 5촌·6촌인 혈족이나 4촌인 인척, 동일인이 「민법」에 따라 인지한 혼인 외 출생자의 생부나 생모를 말하며, 동일인관련자로부터 제외된 자는 제외)에 한정한다.

(2) 위법성 판단기준

- ‘부당한 이익’ 인지 여부는 제공주체와 제공객체 및 특수관계인의 관계, 행위의 목적과 의도, 행위의 경위와 그 당시 제공객체가 처한 경제적 상황, 거래의 규모, 특수관계인에게 귀속되는 이익의 규모, 이익제공행위의 기간 등을 종합적으로 고려하여 변칙적인 부의 이전 등을 통하여 대기업집단의 특수관계인을 중심으로 경제력 집중이 유지·심화될 우려가 있는지 여부에 따라 판단한다.
- 법 제45조 제1항 제9호의 부당한 지원행위의 경우 별도로 공정거래저해성 요건을 입증하여야 하는 것과 달리, 특수관계인에 대한 부당한 이익제공행위는 이익제공행위를 통하여 그 제공객체가 속한 시장에서 경쟁이 제한되거나 경제력이 집중되는 등으로 공정한 거래를 저해할 우려가 있을 것까지 요구하는 것은 아니다(2017두63993 판결 등 대법원 판결을 반영한 공정위 지침변경 중).

[부당한 이익제공 유형(공정거래법 제47조 제1항)]

유형	내용
상당히 유리한 조건의 거래(제1호, 제3호)	정상가격보다 상당히 유리한 조건의 자금, 자산, 상품·용역, 인력거래 또는 특수관계인과의 현금 기타 금융 상품 거래 ※ 적용 제외: ①실제가격과 정상가격과의 차이가 7% 미만이고, ②거래당사자간 해당연도 거래 총액이 50억 원 (상품·용역의 경우에는 200억 원) 미만인 경우

사업기회 제공(제2호)	회사가 직접 또는 자신이 지배하고 있는 회사를 통하여 수행할 경우 회사에 상당한 이익이 될 사업기회(이익성)로서 회사가 수행하고 있거나 수행할 사업과 밀접한 관계가 있는 사업기회(밀접성)를 특수관계인에게 제공하는 행위 ※ 적용 제외: ①회사가 해당 사업기회를 수행할 능력이 없는 경우, ②사업기회 제공의 정당한 대가를 지급받은 경우, ③기타 회사가 합리적인 사유로 사업기회를 거부한 경우
합리적 고려·비교 없는 상당 규모의 거래(제4호)	거래상대방 선정 및 계약체결 과정에서 거래 특성상 통상 이루어지거나 이루어질 것으로 기대되는 거래상대방의 적합한 선정과정 없이 상당한 규모로 거래하는 행위 ※ 적용 제외: ①거래당사자간 상품·용역 거래총액이 200억 원 미만이고, ②거래상대방의 직전 3개년도 평균매출액의 12% 미만인 경우 ③ 효율성이나, 긴급성, 보안성이 필요한 거래

3.2 내용

3.2.1 상당히 유리한 조건의 거래(할값제공 또는 고가매입)

(1) 대상

- 정상적인 거래에서 적용되거나 적용될 것으로 판단되는 조건보다 상당히 유리한 조건으로 거래하거나 또는 특수관계인과 현금 기타 금융상품을 상당히 유리한 조건으로 거래함으로써 특수관계인 또는 계열회사를 지원하는 행위를 말한다.

(2) 적용 제외

- 정상가격(시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자간의 정상적인 거래에서 적용되거나 적용될 것으로 판단되는 조건)과의 차이가 7% 미만이고 거래당사자 간 연간 총거래금액이 50억 원(상품·용역의 경우에는 200억 원) 미만인 경우에는 상당히 유리한 조건에 해당하지 아니하는 것으로 본다.

(3) 법 위반 유형

- 계열회사에 대한 저리자금대여, 저리자금예치, 선금금 명목의 자금제공, 기업어음, 사채 저리인수, 후순위사채 매입, 전환사채인수 및 전환행위로 지원을 하는 경우
- 출자행위 성질을 갖는 신주인수행위를 통해 지원을 하는 경우
- 기업 어음 고가 매입
- 회사채 고가 매입
- 주식 고가 매입
- 부동산 등 기타 자산의 고가 매입
- 지원객체에 대한 매출채권회수를 지연하거나 상각하여 회수불가능 채권으로 처리한 경우
- 외상매출금, 용역대금을 약정기한 내에 회수하지 아니하거나 지연하여 회수하면서 이에 대한 지연 이자를 받지 아니한 경우

- 지원객체가 생산·판매하는 상품을 구매하는 임직원에게 구매대금을 대여하거나 용자금을 알선해 주고 이자의 전부 또는 일부를 임직원 소속 계열회사의 자금으로 부담한 경우
- 지원객체가 운영하는 광고매체에 정상광고단가보다 높은 단가로 광고를 게재하는 방법으로 광고비를 과다 지급하는 경우
- 업무지원을 위해 인력을 제공한 후 인건비는 지원주체가 부담하는 경우
- 인력파견계약을 체결하고 인력을 제공하면서 퇴직충당금 등 인건비의 전부 또는 일부를 미회수한 경우

3.2.2 사업기회의 제공

(1) 대상

- 회사가 직접 또는 자신이 지배하고 있는 회사를 통해 수행할 경우 회사에 상당한 이익이 될 사업기회를 제공함으로써 특수관계인 또는 계열회사를 지원하는 행위를 말한다.
- 이 행위 유형은 외형적으로 사업기회 제공의 상대방에게 경제적 이익이 실제로 이전되었는지 여부와 관계없이 판단될 수 있는 제공주체 측면의 요건으로 구성되어 있다.

(2) 사업기회의 의미

- 제공주체 측면에서 회사가 직접 또는 자신이 지배하고 있는 회사를 통하여 수행할 경우 회사에 상당한 이익(이익성)이 될 사업기회를 말하며, 제공주체 측면에서 상당한 이익이 될 사업기회이면 충분하고 제공객체에게 그 이익이 이전될 필요는 없다.
- 상법 제397조의2에 정한 ‘회사의 기회 및 자산의 유용 금지’ 규정에서 사용된 표현과 유사하지만, 동법에서는 위반한 이사회에 책임을 묻는 규정이고 이사회의 승인을 얻으면 원칙적으로 이사의 책임이 면제된다는 점에서 차이가 있다.

(3) 부당성 판단기준

- 상당한 이익이 될 사업기회
 - 사업기회 제공 당시에는 이익을 내지 못하는 영업권도 사후적으로 많은 영업이익을 낼 것이라는 합리적 예측이 가능한 경우는 포함한다.
- 현재 수행하고 있는 사업기회
 - 회사가 사업 개시를 결정하고 이를 위해 설비 투자 등 준비행위를 하고 있는 사업을 포함한다.
- 수행할 사업
 - 내부적 검토 내지는 내부적 의사결정이 이루어진 사업을 포함한다.
- 밀접한 관계가 있는 사업
 - 본래 사업과의 유사성, 본래 사업 수행과정에서 필연적으로 연관되는 사업인지, 전·후방으로 연관관계에 있는지 등을 고려한다.

(4) 적용제외

- 회사가 해당 사업기회를 수행할 능력이 없는 경우(구체적으로 법률적 불능 또는 경제적 불능이 있는 경우를 의미)
- 회사가 사업기회 제공에 대한 정당한 대가를 지급받은 경우(당해 사업기회가 지니는 시장가치를 기준으로 판단)
- 회사가 합리적인 사유로 사업기회를 거부한 경우(사업기회의 가치와 사업기회를 수행함에 따른 경제적 비용 등에 대하여 객관적이고 합리적인 평가를 거쳐 사업기회를 거부한 경우)

- 사업기회 거부가 합리적인지 여부는 사업기회를 제공한 회사의 입장에서 평가하고, 제공주체가 해당 사업기회를 거부하는 것이 기업집단 차원에서 전체적으로 볼 때 경제적이고 합리적이었다는 등의 사정은 원칙적으로 위 면제 사유의 평가 기준이 되지 아니함

3.2.3 합리적 고려나 비교 없는 상당한 규모의 거래

(1) 대상

- 사업능력, 재무상태, 신용도, 기술력, 품질, 가격, 거래규모, 거래시기 또는 거래조건 등 당해 거래의 의사결정에 필요한 정보를 충분히 수집·조사하고, 이를 객관적·합리적으로 검토하거나 다른 사업자와 비교·평가하는 등 당해 거래의 특성상 통상적으로 행하여지거나 행하여 질 것으로 기대되는 거래상대방의 적합한 선정과정 없이 상당한 규모로 거래함으로써 특수관계인 또는 계열회사를 지원하는 행위를 말한다.
- 거래대상의 특성상 지원객체(총수일가)에게 거래물량으로 인한 규모의 경제 등으로 비용절감효과가 있음에도 불구하고, 동 비용절감효과가 계열회사에게 과도하게 귀속되는 경우이거나 또는 지원주체와 지원객체 간의 거래물량만으로 지원객체의 사업개시 또는 사업유지를 위한 최소한의 물량을 초과할 정도의 거래규모가 확보되는 등 지원객체의 사업위험이 제거되는 경우에는 상당한 규모의 거래를 통한 부당한 이익제공행위가 될 수 있다.

(2) 적용 제외

- 거래당사자 간 상품·용역의 연간 거래총액(2이상의 회사가 동일한 거래상대방과 거래하는 경우에는 각 회사의 거래금액의 합계액으로 한다)이 거래상대방의 평균매출액의 12% 미만이고 200억 원 미만인 경우에는 상당한 규모에 해당하지 아니하는 것으로 본다.
- 효율성, 보안성, 긴급성 등의 이유로 불가피한 경우에도 적용이 제외된다.

1) 효율성 증대효과가 있는 거래

- 비용절감 또는 판매량 증가나 품질개선·기술개발 등의 효율성 증대효과가 있음이 명백하게 인정되는 거래를 말한다.
 - 상품의 규격·품질 등 기술적 특성상 전후방 연관관계에 있는 계열회사 간의 거래로서 해당 상품의 생산에 필요한 부품·소재 등을 공급 또는 구매하는 경우에는 생산하는 제품의 품질이나 경쟁력이 부품이나 소재, 기초서비스를 제공하는 계열회사의 품질 혹은 경쟁력과 결합되어 평가되기 때문에 계열회사에 일감을 맡기는 것이 효율성 증대효과가 있는 거래로 인정될 수 있다.
 - 회사의 기획·생산·판매 과정에 필수적으로 요구되는 서비스를 산업연관성이 높은 계열회사로부터 공급받는 경우에는 단일 상품거래가 아닌 유기적이고 통합적인 서비스가 필요한 거래라고 할 수 있으므로 계열회사와의 거래에 효율성 증대효과가 인정될 수 있다.
 - 회사가 주된 사업영역에 대한 역량 집중, 구조조정 등을 위하여 일부 사업을 전문화된 계열회사에 전담시키고 그 계열회사와 거래하는 경우에는 기업의 구조조정이나 전문성 제고를 위해 기존의 사업부가 분사되어 계열회사가 된 것이므로 효율성 증대효과가 인정될 수 있다.
 - 긴밀하고 유기적인 거래관계가 오랜 기간 지속되어 노하우 축적, 업무 이해도 및 숙련도 향상 등 인적, 물적으로 협업체계가 이미 구축되어 있는 경우에는 업무시스템이 유기적으로 연결되어 있어 상호 거래 시 종합적인 시너지효과가 발생하기 때문에 계열회사와의 거래에 효율성 증대효과가 있다고 인정될 수 있다.
 - 거래목적상 거래에 필요한 전문 지식 및 인력 보유, 대규모 또는 연속적 사업의 일부로서 밀접한 연관성 또는 계약이행에 대한 신뢰성 등을 고려하여 계열회사와 거래하는 경우에는 거래상대방 변경 시 과도한 비용과 시간이 소요되거나 품질의 안전성 확보가 보장되지 않을 수 있으

므로 계열회사와의 거래에 효율성 증대효과가 인정될 수 있다.

2) 보안성이 요구되는 거래

- 영업활동에 유용한 기술 또는 정보 등이 유출되어 경제적으로 회복하기 어려운 피해를 초래하거나 초래할 우려가 있는 거래를 말한다.
 - 전사적 자원관리시스템·공장·연구개발시설·통신기반시설 등 필수시설의 구축·운영, 핵심기술의 연구·개발·보유 등과 관련된 경우에는 보안기술 및 정보가 상품 또는 용역의 경쟁력 확보에 핵심적인 부분이므로 계열회사와의 거래에 보안성을 인정할 수 있다.
 - 거래 과정에서 영업·판매·구매 등과 관련된 기밀 또는 고객의 개인정보 등 상호간의 핵심적인 경영정보에 접근 가능한 경우에는 다른 자와 거래할 경우 영업활동에 유용한 기술 또는 정보 등이 유출되어 상당한 피해를 초래하거나 초래할 우려가 있기 때문에 보안성이 있는 거래라 할 수 있다.

3) 긴급성이 요구되는 거래

- 경기 급변, 금융위기, 천재지변 등 회사 외적 요인으로 인한 긴급한 사업상 필요에 의해 불가피한 거래를 말한다.
 - 긴급성 사유를 인정함에 있어서는 효율성 증대효과나 보안성 사유를 판단할 때보다 더욱 엄격하고 제한적으로만 인정될 가능성이 높다.
 - 따라서 경기 급변이나 금융위기 수준에 미치지 못하는 단순한 정치·사회적 변동이나 천재지변이 아닌 단순한 자연재해 등이 발생한 경우에는 긴급성이 인정되지 않을 가능성이 높다.
 - 단순히 긴급한 사업상의 필요에 의해서는 긴급성이 인정되지 않을 가능성이 높다.

(3) 특수관계인에 대한 이익공여

- 통상적이고 적합한 거래상대방 선정과정 없이 상당한 규모로 거래할 경우 정상가격 거래도 문제될 수 있음에 유의하여야 한다.
- 공정위가 '상당히 유리한 조건' 및 '부당성'을 입증하여야 한다.

(4) 합리적 고려·비교에 대한 세부기준 제시

- ① 시장조사 등을 통해 시장 참여자에 대한 정보를 수집
 - ② 주요 시장 참여자로부터 제안서를 받는 등 거래조건을 비교할 것
 - ③ 합리적 사유에 따라 거래상대방을 선정할 것
 - ④ 실질적인 경쟁입찰을 거친 경우에는 합리적 고려와 비교가 있었던 것으로 간주
- 다만, 형식적으로는 입찰절차를 거쳤지만 애초에 특정 계열회사만 충족할 수 있는 조건을 제시한 경우, 시장참여자들에게 입찰 관련 정보를 제대로 알리지 않은 경우, 낙찰자 선정사유가 불합리한 경우 등 실질적으로 경쟁입찰로 볼 수 없는 경우 제외됨

4. 업무시 유의사항

4.1 계열사 선정시

계열회사와 비계열사와의 가격 및 거래 조건 등의 비교

- 사업능력, 재무상태, 신용도, 기술력, 품질, 가격 또는 거래조건 등을 비교·검토
- 위의 사항을 증명할 수 있는 자료(재무제표, 신용평가표, 업무실적, 가격비교자료 등)를 구비·보관

통행세 해당여부 검토(특히 계열사로부터 수수료를 받는 경우 주의)

- 중간 매개자인 계열사의 전문적 역할, 당사의 거래비용 절감, 당사의 규모의 경제 달성 등 구체적 역할 관련 증빙자료 구비
- 계열사가 중간에 개입하지 않을 경우(직거래시) 당사는 더 싸게 상품·용역을 구입할 수 있었는지 확인
- 계열사의 매개 전후의 거래관계 변동 확인
- 비계열사에는 더 낮은 대금을 지급하는지 여부 확인

안전지대에 해당할 경우 위법성 가능성이 비교적 낮으나, 컴플라이언스팀의 사전 검토는 반드시 필요

[Tip] 정상가격 산정시 유의사항

- ‘정상가격’이란 해당 거래와 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 동일한 상황에서 특수관계가 없는 독립된자 간에 형성되었을 거래가격을 의미{부당한 지원행위의 심사지침(이하 ‘심사지침’) Ⅱ.5. Ⅲ.2.}
- 해당거래와 동일한 사례를 찾을 수 없다면 유사한 사례를 통해 정상가격 산정
 - 1) 해당거래와 유사한 사례 선정
 - 2) 유사 사례와 해당 거래 사이에 가격에 영향을 미칠 수 있는 거래조건 차이 등이 존재하는지 확인
 - 3) 거래조건 차이가 있다면 합리적인 조정 과정을 거쳐 정상가격 산정
- 유사한 사례도 없다면 통상의 거래당사자가 당시의 일반적인 경제·경영 사정하에서 보편적으로 선택하였을 현실적인 가격으로 산정하되, 다음 법령에서 고려하는 방법을 참고할 수 있음(하지만 공정위는 이러한 가격 산정 방법을 걸친 것만으로 부당한 지원행위에 해당되지 않는다고 판단하는 것은 아님).
 - 국제조세조정에 관한 법률 제8조(정상가격의 산출방법) 및 동법 시행령 제2장 제1절(국외특수관계인과의 거래에 대한 과세조정) 또는 상속세 및 증여세법 제4장(재산의 평가) 및 동법 시행령 제4장(재산의 평가)에서 정하는 방법을 참고.
- 정상가격에 대한 입증책임은 공정위에 있음(2014두36112판결), ‘정상가격’이 이러한 합리적으로 산출되었음에 대한 증명책임은 시정명령 등 처분의 적법성을 주장하는 공정위에 있음.

4.2 가격 설정 시

비계열사와의 가격 비교를 통해 합리적 가격을 설정하여야 한다.

- 비계열사와의 가격비교자료, 감정평가자료 등 정상가격에 관한 검토자료를 구비·보관하여야 한다.
- 실제 거래가격과 정상가격의 차이가 7% 미만인 되도록 조정하여야 한다.

4.3 기타 거래조건 설정 시

계약방식 및 내용에 대한 자체 검토 필요

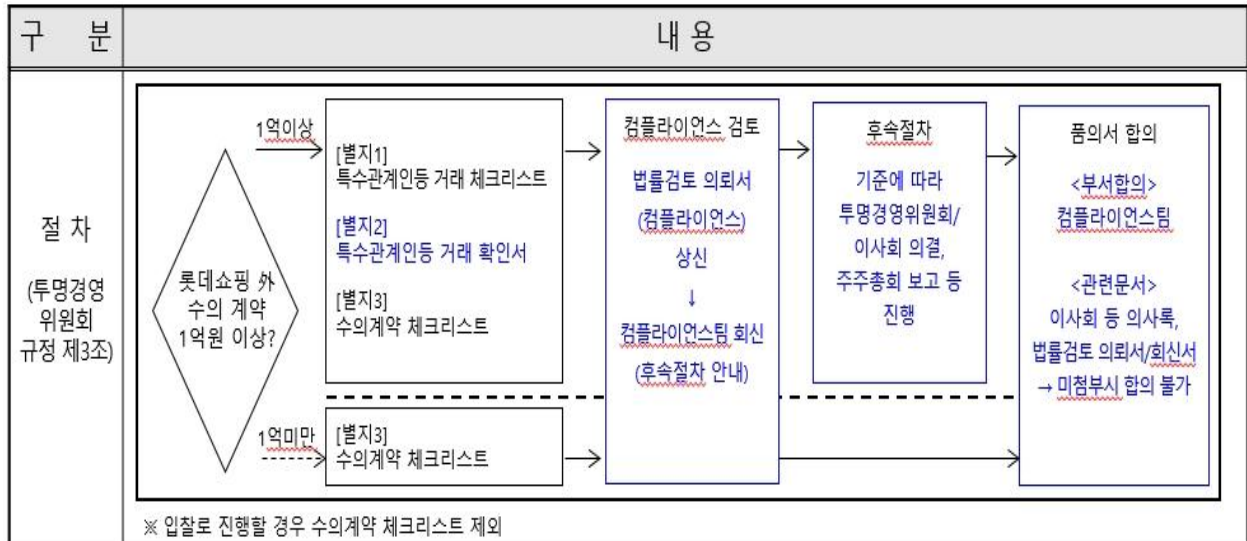
회계법인, 감정평가 등 제3자를 통한 계약 조건 검토

거래조건을 비계열사와 거래 시 설정하는 수준으로 합리적으로 정하여야 한다.

거래조건 협상과 관련한 근거자료(회의록, 전자메일 등)를 구비·보관하여야 한다.

5. 특수관계인 거래 프로세스 및 체크리스트

5.1 특수관계인 거래 프로세스



5.2 [별지1] 특수관계인등 거래 체크리스트

체 크 항 목	Y	N	비 고
1. (계열회사 기타 특수관계인등 해당여부) 대상자, 대상자가 소속한 단체 또는 대상자가 소속한 단체의 “주요 경영진”이 “회사”의 “특수관계인등”에 해당하는가? 가. ☐ 상법 제542조의9 제1항 각호의 자를 상대방으로 하거나 그를 위하여 하는 신용공여 (원칙적 불가능, 예외적 허용) 나. ☐ 상법 제398조 각호의 자가 자기 또는 제3자의 계산으로 “회사”와 하는 거래 (이사회 특별결의(2/3결의)) 다. ☐ 상법 제542조의9 제3항에서 규정하는 자를 상대방으로 하거나 그를 위하여 하는 대규모 거래 (이사회 결의, 주주총회 보고) 라. ☐ “특수관계인등”과 직접 또는 간접적으로 연관되어 있는 거래로서, 거래 금액이 분기 합산 50억원을 초과하고, 수의계약 방식으로 체결되는 거래 (가.~다. 거래 제외, 이사회 결의) 마. ☐ “특수관계인등”과 직접 또는 간접적으로 연관되어 있는 거래로서, 거래 금액이 1억원 이상, 50억원 미만이며, 수의계약 방식으로 체결되는 거래 (컴플라이언스 검토) 바. ☐ 이 규정에 따라 이전에 승인되었는지 여부를 불문하고, 기존에 존재하는 “특수관계인등 거래”의 중요한 변경이나 수정			(주요예시) -가. 주요주주, 특수관계인 이상 감사에대한재산 대여 보증등 -나. 롯데쇼핑및롯데쇼핑 자회사와의거래 -다. 최대주주, 특수관계인 1회300억 연간1,500억 이상의거래 -라. 계열회사와50억원 이상거래 -마. 계열회사와1억원 이상거래 -바. 거래상대방의변경, 상사행위수정이 필요한변경등
2. (컴플라이언스 검토 제외 여부) 본건 거래가 다음 각호의 거래 중 하나에 해당하는가? 가. ☐ 통상적인 사업 과정에서 발생하는 합리적인 사업 및 경비의 상황을 포함하여, “회사”, 자회사 또는 “계열회사”에 대한 업무와 관련하여 이사, 감사 또는 “임원”에게 지급되는 보상과 관련된 금전지급			-가. 또는나 예해당하여 “Y”로처리할경우사전 문의

체 크 항 목	Y	N	비 고
나. ☐ ‘약관의 규제에 관한 법률’상 약관에 따라 이루어지는 정형화된 거래 (불특정 다수의 상대방과 체결하는 약관에 한함)			
3. (컴플라이언스 검토 일부 생략 가부) 본건 거래가 다음 각호의 거래 중 하나에 해당하는가? 가. ☐ 이 규정에 따라 “특수관계인등 거래”의 검토 및 승인을 받은 이후에 해당 연도 내 계약조건의 중대한 변경 없이 계약이 갱신되는 계속적 거래의 경우 나. ☐ 규정에 따라 “특수관계인등 거래”의 검토 및 승인을 받은 이후 동일 분기 내 유사한 유형의 계약을 다시 체결한 반복적 거래의 경우			- 가. 또는 나.에 해당 거래일 경우 별지 1~2 작성 및 첨부 생략가능
4. 대상자의 법적 실체에 대하여 확인하고 그 증빙(사업자등록증, 설립허가증 등)을 첨부하였는가?			☐ 첨부:
5. 본건 “특수관계인등 거래”에 대하여 대상자로부터 “특수관계인등 거래 확인서”를 징구하였는가?			☐ 첨부: [별지2]특수관계인등거래확인서
6. 대상자가 뇌물수수, 탈세 등의 범죄 혐의로 수사 중이거나 유죄 판결을 받은 사실이 있는가?			
7. “회사”는 대상자, 대상자가 소속한 단체 또는 대상자가 소속한 단체의 “주요 경영진”으로부터 본건 거래를 직접적, 간접적 대가로 하는 금품, 향응 등을 받거나 요구 또는 약속한 적이 있는가?			
8. “회사”는 “특수관계인등”으로부터 본건 거래의 개시, 내용 등과 관련하여 지시 또는 요청을 받은 적이 있는가? (해당되는 경우) “특수관계인등”의 성명 및 현재 소속, 직위, 직책, 지시·요청 사유 비고란 기재			
9. “회사”가 “특수관계인등”에게 본건 거래의 개시, 내용 등과 관련하여 금품, 향응 등을 제공하거나 그 의사표시를 한 사실이 있는가?			
10. (투명경영위원회, 이사회, 임원회의 결의/보고사항에 해당하는 “특수관계인등 거래”를 하고자 하는 경우) 투명경영위원회, 이사회 또는 임원회의 결의/보고를 하였거나, 할 예정인가?			☐ 임원회의결의: ☐ 이사회결의:
11. 목적, 대상자, 금액, 회계처리 과목 등의 적절성에 대해 회계부서와의 사전 협의절차를 거쳤는가?			
12. 대상자와 “회사”의 부패방지 및 청렴계약 준수에 관한 합의를 체결할 예정인가?			
작성자는 본 사전 체크리스트의 확인사항이 모두 정확하고 진실함을 확인합니다. · 일자 : · 소속 / 직책 : · 작성자 성명 : (날인 또는 서명)			

5.3 [별지2] 특수관계인등 거래 확인서

체 크 항 목	Y	N	비 고
1. (계열회사 기타 특수관계인등 해당여부) 대상자, 대상자가 소속한 단체 또는 대상자가 소속한 단체의 “주요 경영진이 롯데하이마트 주식회사(이하 “회사”라 합니다)의 “특수관계인등에 해당합니까? (해당하는 경우) 해당 “특수관계인등”의 성명 및 현재 소속, 직위, 직책 등을 기재하여 주시기 바랍니다.			
2. (대상자(개인) 또는 주요경영진 근무사항) 대상자 또는 대상자가 소속한 단체의 “주요경영진” 이 “회사” 또는 “회사”의 모회사에 근무한 적이 있습니까? (해당하는 경우) 해당 당사자의 성명 및 현재 직위, 직책 등을 기재하여 주시기 바랍니다.			
3. 대상자 또는 대상자가 소속한 단체는 공식적인 부패방지 행동강령 등을 채택하여 운영하고 있습니까?			
4. 본건 거래가 “회사” 이외의 다른 제3자와 하는 거래와 동일하거나 유사한 거래 조건으로 진행됩니까?			

작성자는 본 확인서의 확인사항이 모두 정확하고 진실함을 확인합니다.

답변 내용이 허위인 경우 롯데하이마트 주식회사가 계약의 해제, 해지를 비롯한 민·형사절차 기타 법적 절차를 진행하는 데 대하여 일체의 이의를 제기하지 않을 것임을 약합니다.

· 일자 :
· 소속 / 직책 :
· 작성자 성명 : (날인 또는 서명)

5.4 [별지3] 수의계약 체크리스트

구 분	세부항목	평 가	세부 기재사항
① 업체선정의 근거	계열 회사와 동종·유사 업체 타회사 비교	관련 비계열회사	· 해당 거래를 이행할 수 있는 동종 유사업체 비계열회사 회사명 기재
		기술력/ 품질	우월 ☐ · 계열회사가 우월한 기술력/품질에 대해 구체적으로 기재 (단순히 ‘전반적으로 우월함’ 등의 포괄적 표현 X) · 계열회사가 독자적 기술/지식재산권/독점판매권 등을 보유한 유일한 업체일 경우에 ‘우월’로 표시하고 그 내용을 기재
			유사 ☐ · 기술력/품질이 유사함에도 불구하고, 계열회사와 거래하고자 하는 현실적인 이유 기재
			미흡 ☐ → 해당계약체결 불가

② 거래의 필요성		사업능력/ 재무상태	우월 ☐	· 계열회사의 우월한 사업능력/재무상태/신용도 구체적으로 기재
			유사 ☐	
			미흡 ☐	→ 해당계약체결 불가
	필수 점검사항	거래의 효율성	있음 ☐	① 계열회사와 거래 시 발생할 효율성 증대 효과(비용절감, 판매량 증가, 품질개선, 기술개발 등)의 내용 기재 (예: 긴밀하고 유기적인 거래관계가 지속되어 인적·물적 협업체계가 이미 구축되어 있는 계열회사, 상품의 기술적 특성상 전후방 연관관계에 있는 계열회사, 기존/현재에 연관사업을 수행했던/하는 계열회사 등) ② 위 ①에 기재한 효과는 다른 업체와의 거래로는 달성할 수 없는지 여부에 대하여 기재
			없음 ☐	
		거래의 보안성	있음 ☐	① 이 사건 거래로 인하여 계약 상대방이 당사의 고객정보, 거래상기밀, 필수시설 등 핵심적 기술/경영정보에 접근 가능한지 여부 기재 (Cf. 위와 같은 사유가 없다면 보안성이 있는 거래가 아님) ② 계열회사가 아닌 다른 업체와 거래 시 위 정보 등이 유출되어 회복하기 어려운 피해 발생 우려가 있다면, 그 사유를 구체적으로 기재
			없음 ☐	
		거래의 긴급성	있음 ☐	· 경기급변, 금융위기, 천재지변, 해킹 등으로 인한 전산장애 등 회사 '외적' 요인으로 인해 계열회사와 긴급히 거래해야 할 불가피한 사유가 있다면, 그 사유를 구체적으로 기재 (Cf. 납품기일 임박, 경영상 필요 등 회사 내적 요인일 경우에는 긴급한 거래가 아님)
			없음 ☐	
	추가 점검사항 (계약연장인 경우)	신규계약 ☐		※ 신규계약일 경우, 아래 연장의 필요성 / 기존계약 이행상황 항목 기재 불요)
		연장의 필요성	있음 ☐	· 연장의 필요성에 대해 간략히 기재 (해당계약의 목적 위주)
		기존계약 이행상황	우수 ☐ 양호 ☐ 보통 ☐	· 기존 이행상황에 대하여 특이사항 있는 경우 기재

③ 가격적정성	시장가격(정상가격)	시장가격 확인가능 ☐	· 유사한 거래에서의 비계열회사 가격기재 (견적서 등 첨부) · 가격확인 시점 기재 · 기존에 당사가 유사한 거래를 비계열 회사와 하였다면, 그 시점 및 해당 거래 가격 기재
		시장가격 확인불가능 ☐	· 표준공시가격, 표준(노임)단가 등 참조가능한 객관적 지표 제시 · 시장가격 확인이 불가능하다면 그 사유를 구체적으로 기재
	본 거래의 경우	적정 ☐	· 시장가격과 비교하였을 때, 유사하거나 적절한 가격이라는 내용 기재
		상이 ☐	· 시장가격보다 높거나 낮은 가격으로 계약하는 경우, 그 사유를 기재 (예: 계열사 통합구매로 인한 비용 할인 등)
④ 계약상대방 역할	계열회사가 계약상 의무를 직접 이행하는지 여부	직접 이행 ☐	· 해당 계약에서 계열회사가 실질적으로 이행하는 역할이 무엇인지 구체적으로 기재 (단순히 통합관리, 사후지원 등의 포괄적 설명으로는 부족하고, 실무적 내용을 포함하여 작성할 것) · 계열회사가 당사와 타 회사 간의 거래를 단순히 매개하는 경우 '타사 이행'으로 표시
		타사 이행 ☐	· 타사와의 직접 거래보다 계열회사를 통한 간접 거래가 당사에 유리하다는 점 (예: 당사 비용절감, 우수거래선 개발가능 등)을 객관적 근거와 함께 기재

제4절 대규모유통업법 관련 유의사항

1. 대규모유통업법의 적용대상 및 법 위반시 제재

1.1 대규모유통업법의 목적 및 입법취지

- 백화점, 대형마트, TV홈쇼핑 등 대규모 유통업자들의 납품업자나 매장임차인 등 거래 상대방에 대한 불공정거래관행을 규제하여 대규모 유통업에서의 공정한 거래질서를 확립하고 대규모 유통업자와 납품업자, 매장임차인이 대등한 지위에서 상호 보완적 발전을 위한 법률이다(2012년 1월 1일 시행).

[대규모유통업법의 특성]

□ 공정거래법의 특별법

- 대규모유통업법은 공정거래법상 ‘거래상지위남용(공정거래법 제45조 제1항 제6호)’, ‘구속조건부거래행위’(동법 제45조 제1항 제7호)보다 우선 적용되는 바, 이는 대규모유통업법을 통해 대규모유통업자의 불공정행위를 규제함으로써 거래상 지위가 약한 납품업자 등을 보호하기 위한 목적이다.

□ 하도급법이 우선 적용

- 대규모유통업자와 납품업자 등 사이의 거래가 하도급법상의 제조위탁에 해당하는 경우에는 하도급법을 우선 적용한다(예시: PB 제품의 제조위탁의 경우).

□ 기타

- 기타 공정거래 관련 법률과의 관계에서 소비자기본법, 표시광고법, 전자상거래법, 방문판매법, 할부거래법, 약관법, 가맹사업법은 대규모유통업법과 중첩 적용된다.
- 일반 민사법과의 관계에서는 대규모유통업자와 납품업자 등은 상법이 적용되고, 기타 상관습, 민법의 차례로 적용된다.

1.2 거래당사자

- 대규모유통업자: 소비자가 사용하는 상품을 다수의 사업자로부터 납품받아 판매하는 자로서, (1) 직전 사업연도 소매업종 매출액(순액법 적용시 총매출액)이 1천억 원 이상 또는 (2) 매장면적의 합계가 3,000㎡ 이상인 점포를 소매업에 사용하는 자를 말한다(대규모유통업법 제2조 제1호)
 - “소매업종 매출액”의 합산액. 전체 매출액 중 “도매업종 매출액”은 제외
 - 소매업에 사용되는 매장 중 면적이 3,000㎡ 이상인 점포가 1개 이상이 있는 사업자가 이에 해당
예시) 백화점, 대형마트, 편의점, TV 홈쇼핑(T커머스), 온라인쇼핑몰, 소셜커머스 사업자

[의제 대규모유통업자(대규모유통업법 제2조의2)]

- 매장을 임대하는 자로서 임차인으로부터 상품 매출액에 연동되는 임차료 등을 수취하는 사업자
 1. 직전 사업연도에 자신이 임대한 매장에서 발생한 소매업종 매출액이 1천억원 이상인 자
 2. 자신이 임대한 매장면적의 합계가 3천㎡ 이상인 자예시) 아울렛, 복합쇼핑몰

[온라인 사업자의 적용 여부]

- 오픈마켓, 플랫폼 사업자: 대규모유통업법 적용대상으로 보기 어려움
 - 현행 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “전자상거래법”) 상 통신판매중개업자에 해당함
 - 상품을 ‘납품’받지 않고, 자신의 명의로 ‘소비자에게 직접 판매’하지 않음
- 전자상거래법: 온라인 플랫폼 운영사업자, 온라인 플랫폼 이용사업자, 자체 인터넷 사이트 사업자 등을 적용대상으로 함(온라인쇼핑몰, 소셜커머스, 오픈마켓, 플랫폼 사업자는 모두 전자상거래법 적용 대상에 해당).

- 납품업자: 거래형태에 상관없이, 대규모유통업자가 판매할 상품을, 대규모유통업자에게 공급(대규모유통업자가 판매한 상품을 소비자에게 직접 공급하는 경우 포함)하는 자를 말한다.
 - “거래형태에 상관없이”란 직매입, 특약매입, 위·수탁거래, 판매분 매입 또는 이에 포함되지 않는 경우에도 모두 포함한다.
 - “대규모유통업자가 판매할 상품”이란 대규모유통업자가 판매할 상품을 공급하는 경우에 한정하며, 대규모유통업자가 자가 소비할 상품만을 공급한 자는 제외한다.
 - “대규모유통업자에게 공급(대규모유통업자가 판매한 상품을 소비자에게 직접 공급하는 경우 포함)하는 자”란 대규모유통업자에게 직접 공급하거나, 소비자에게 직배송 하는 자를 모두 포함한다. 예를 들어, 거래형태, 거래품목 불문(신선식품, 의류, 화장품, 가전 등).
 - 대규모유통업자에게 직접 공급하지 아니하고, 중간 벤더(Vendor)에게 공급한 자는 이에 해당하지 않는다
 - “매장임차인”은 대규모유통업자로부터 매장의 일부를 임차하여 소비자가 사용하는 상품의 판매사에 사용하고 그 대가를 대규모유통업자에게 지급하는 형태의 거래를 하는 자를 말한다.

[업무 시 유의사항(Tip)]

- 대규모유통업법의 적용이 되는 유통업자라고 하더라도 납품업자 또는 매장임차인에 비해 거래상 우월적 지위가 인정되지 않는다면 동법의 적용을 받지 않는다.
- 거래상 우월적 지위는 상대적 우월성을 의미하며, 시장의 상황, 전체적 사업능력의 격차, 상품의 특성을 모두 고려, 최소한 상대방의 거래활동에 상당한 영향을 미칠 수 있는 지위를 말한다.
- 거래상 우월적 지위의 판단은 유통시장의 구조, 소비실태, 사업능력의 격차, 거래의존도, 상품의 특성, 영위하는 유통업태의 범위를 요소로 판단하고, 문제가 되는 거래마다 개별적으로 판단한다.
- 제조위탁의 경우 하도급법이 동법에 비해 우선하여 적용된다.
- 동법이 공정거래법상 일반불공정거래행위(거래상지위남용, 구속조건부거래행위)에 우선하여 적용하게 된다.
- 대규모유통업자는 원천적으로 납품업자 등에 대해 대규모구매력을 바탕으로 강력한 교섭력을 행사하고 부당한 요구를 할 소지가 크다. 따라서, 이러한 부당한 요구는 대규모유통업자의 구매력이 클수록, 납품업자의 거래의존도가 높을수록 발생할 가능성이 크다.

1.3 납품업자의 거래형태

- 직매입거래: 판매되지 아니한 상품에 대한 판매책임을 부담하고 납품업자로부터 상품을 매입하는 형태의 거래를 말한다.
 - 민법상의 원칙적 “매매”를 의미한다. 납품업자로부터 상품의 인도(직접 납품, 물류센터 납품 또는 납품계약서에서 정한 납품 방법에 의한 납품)를 받은 즉시, 소유권이 사업자에게 이전된다.
 - 대금 지급을 언제 할 것인지는 거래형태 구별과는 직접적 연관 없다. 통상 상품 인도 및 검수

후 즉시 또는 일정기간 경과 후 지급으로 약정하는 경우가 많다.

- **특약매입거래:** (1)매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로, (2)납품업자로부터 상품을 외상 매입하고, (3)상품판매 후 일정률이나 일정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래를 말한다. 종전의 “특정매입거래”에 해당한다.
 - 법률적으로 보면, “매매”의 일종이지만, (a)판매되지 않은 상품을 자유롭게 반품할 수 있는 반품조건부 매매이고, (b)상품의 대금지급 시점을 대규모유통업자가 소비자에게 판매한 이후 일정기간 경과한 시점으로 하며, (c) 상품 판매대금을 지급할 때, 일정률 또는 일정액으로 약정한 판매수익과 상계하여 지급하는 것을 특약사항으로 한 거래로 해석됨. 단, 특약매입거래계약서에 따라서 달리 정할 수 있다.
 - 납품업자로부터 상품의 인도(직접 납품, 물류센터 납품 또는 납품계약서에서 정한 납품 방법에 의한 납품)를 받은 즉시 소유권이 사업자에게 이전되는 것으로 해석되나, 각 계약서에서 달리 정할 수 있다.
- **위·수탁거래:** (1)대규모유통업자가 납품업자가 납품한 상품을 자기 명의로 판매하고, (2)상품판매 후 일정률이나 일정액의 수수료를 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래를 말한다.
 - 법률적으로 보면, 상법상 “위탁매매”의 일종이며, 대규모유통업자가 자기 명의로 상품을 판매하지만, 납품업자의 “계산”으로 거래를 하는 것이다.
 - 따라서 상품의 소유권 및 상품판매대금은 원칙적으로 납품업자에게 귀속하며, 채고부담 역시 납품업자에게 있다. 단, 위·수탁거래 계약서에 따라서는 달리 정할 수 있다.

※ 당사 주요 상품 거래 계약 유형

구분	직매입	특약매입	위수탁	PB
매출인식	판매액 전체	판매액 전체	판매수수료	판매액 전체
채고부담	당사 부담	당사 부담 (판매분 매입시 파트너사 부담)	파트너사 부담	당사 부담
판매촉진행사	파트너사와 협의 후 분담 가능			당사 부담
판매지원 운영 (브랜드 매니저)	원칙적 불가 (예외적 허용)		불가	
고객 서비스 처리 비용	당사 부담 *제조상 결함, 하자가 명확한 경우에 한해 파트너사 부담 가능			
반품	원칙적 불가	가능	-	원칙적 불가
판매장려금	가능	불가		

1.4 대규모유통업자의 규제내용

목적 및 적용대상	• 목 적: 투명하고 공정한 유통거래질서 확립 • 적용업종: 유통분야(백화점, 대형마트, TV홈쇼핑, 편의점, 대형서점, 인터넷쇼핑몰, 면세점 등) • 적용대상: 대규모유통업자와 납품업자 또는 매장임차인과의 직매입거래, 특약매입거래, 위수탁거래 • 적용기간: 거래종료일로부터 5년 이내	
대규모유통업법의 규제내용	대규모유통업자의 준수의무사항	• 서면교부, 서류보존 의무 • 상품 판매 대금의 지급 의무 • 하도급대금 지급 의무 • 매장설비 비용의 보상 의무

	대규모유통업자의 금지사항	<대규모유통업자가 정당성을 입증> • 상품판매대금 감액의 금지(제7조) • 상품 수령 거부·지체의 금지(제9조) • 상품의 반품 금지(제10조) • 경제적 이익 제공 요구의 금지(제15조) • 불이익 제공행위의 금지(제17조)
		<공정위가 부당성을 입증> • 판매촉진비용의 부당전가 금지(제11조) • 납품업자 등의 종업원 사용 금지(제12조) • 배타적 거래 강요 금지(제13조) • 경영정보 제공 요구 금지(제14조) • 경영활동 간섭 금지(제14조의2) • 부당한 영업시간 구속 금지(제15조의2) • 보복조치 금지(제18조)

1.5 법 위반시 제재

행정적 제재	• 시정조치: 법 위반행위의 중지, 향후 재발방지, 상품판매대금의 지급, 매장설비비용의 보상, 계약조항의 삭제·수정, 시정명령을 받은 사실의 공표, 납품업자 등에 대한 통지, 법위반행위의 시정에 필요한 계획 또는 행위의 보고나 그 밖에 시정에 필요한 조치 • 시정권고 • 과징금부과: 법 위반 금액 비율에 따라 산정 - 관련 납품대금(대규모유통업자의 위반행위와 관련된 상품 매입액 또는 이에 준하는 금액)이나 연간 임대료(매장임차인이 위반사업자에게 지불해야 하는 위반기간의 임대료를 1년 기간으로 환산한 금액)를 초과하지 아니하는 범위 내 또는 정액 5억 원을 초과하지 아니하는 범위 내 - 과징금 산정기준 = 관련 납품대금(연간 임대료) × 위반금액 비율 × 부과기준율(중대성 별로 산정)
과태료 부과	• 허위자료 제출 및 불출석 등: 1억 원 이하 • 조사거부: 2억 원 이하 • 대규모유통업자의 임원·종업원 그 밖의 이해관계인의 경우에는 자료 미제출 등의 경우: 1천만 원 이하, 조사 거부·방해의 경우: 5천만 원 이하 • 서류 보관 의무 위반: 1천만 원 이하 • 심판정 질서유지 명령 위반: 100만 원 이하
징벌적	• 대규모유통업자는 대규모유통업법 위반으로 납품업자 등에게 손해를 입힌 경우 손해배상책임을 짐 (실손해 원칙)

손해배상 (3배)	다만, 부당감액(대규모유통업법 제7조), 부당반품(동법 제10조), 납품업자 등의 종업원 부당사용(동법 제12조), 보복조치(동법 제18조)로 인해 납품업자에게 피해가 발생한 경우, 피해를 입은 납품업자에게 최대 3배까지 손해 배상책임 가능성.
형사적 제재 (공정위 고발)	2년 이하의 징역 또는 1.5억 원 이하의 벌금 - 배타적 거래, 거래방해 - 정보제공 요구 - 보복조치행위 - 시정명령 불이행 - 양벌규정: 행위자 및 법인 처벌

2. 거래단계별 대규모유통업자의 의무사항 및 금지행위

2.1 거래개시 단계

2.1.1 서면교부 의무 및 계약추정제도

(1) 해설

- 대규모유통업자는 납품업자 등과 계약을 체결한 즉시 납품업자 등에게 계약사항이 명시된 서면을 교부하여야 한다(대규모유통업법 제6조 제1항).
- 대규모유통업자는 납품업자 등과의 계약이 끝난 날부터 5년간 대규모유통업자와 납품업자 등 사이의 거래에 관한 서류를 보존하여야 한다(동법 제6조 제8항).

(2) 계약서 교부의무(동법 제6조 제1항 및 제2항)

- 유통사업자는 납품업자 등과 계약을 체결한 즉시 서면계약서를 교부할 의무가 있으며, 서면교부 이전에는 계약이행의 준비를 요구할 수 없다.
 - 계약서에는 령 제2조에서 규정하고 있는 계약사항을 모두 명시하여야 한다.
 - 당사자 각자의 서명 또는 기명 날인(전자문서의 경우 공인전자서명 포함)이 존재하여야 한다.

[서면 기재사항]

- 동법 제2조(서면 기재사항) ①법 제6조 제1항에서 “거래형태 등 령으로 정하는 계약사항”이란 다음 각 호의 사항을 말한다.
 - 거래형태(직매입, 특약매입 등), 거래품목 및 기간
 - 납품방법, 납품장소 및 일시
 - 일정수량의 상품을 납품 받는 계약의 경우 판매를 위하여 납품업자가 공급/준비하는 상품의 수량 (납품수량)
 - 상품대금의 지급수단 및 지급시기
 - 상품의 반품조건(반품사유, 절차, 기한 등)
 - 매장임차료나 판매수수료, 그 밖의 추가 부담비용
 - 파견 종업원의 파견조건(종업원의 수, 근무기간 및 시간, 업무내용 등) 등

- 판매장려금 관련 사항(종류, 명칭, 지급목적·시기·횟수, 액수 등)
- 매장의 위치 및 면적, 매장 설비비용의 부담 여부 및 조건
- 서면으로 된 계약서를 교부해야 한다(전자문서 포함됨).
- 당사자의 서명 또는 기명날인이 있어야 한다(전자문서의 경우 공인전자서명 포함됨).

(3) 법 위반 유형

- 서면 계약서 미교부시, 대규모유통업자의 납품업자에 대한 상품준비행위 요구금지(동법 제6조 제3항)
 - 대규모유통사업자가 납품업자에게 납품할 상품을 제조·주문하게 하거나 납품할 상품을 위한 설비·장치를 준비하도록 요구하는 행위는 금지된다.
 - 다만, 서명 또는 기명 날인한 서면으로 위 사항들을 요구할 시에는 가능하다.

[계약내용 확인 및 계약 체결 추정제도]

- 계약서 미교부시 납품업자 등의 계약 확인 통지에 대하여 대규모유통업자가 15일 이내에 회신하지 않으면 통지한 내용대로의 계약의 존재를 추정하는 제도를 말한다.
- 서면 계약서 미교부시 납품업자 등은 동법령 제3조에서 정하는 계약사항을 대규모유통업자에게 서면으로 통지하여 계약 내용의 확인 요청 가능하다(동법 제6조 제4항).
 - 동법령 제3조(계약내용의 확인) 납품업자 등이 동법 제6조 제4항에 따라 대규모유통업자에게 계약내용의 확인을 요청할 때에는 다음 각 호의 사항을 적은 서면으로 하여야 한다.
 - ① 계약일자
 - ② 상품의 종류 및 수량
 - ③ 상품대금의 지급수단 및 지급시기
 - ④ 그 밖에 해당 계약내용을 구체적으로 확인할 수 있는 사항
- 위 확인 요청에 대하여 대규모유통업자는 15일 이내에 서면에 의한 회신을 발송하여야 하고, 회신 미발송시 납품업자 등이 통지한 내용대로 계약이 체결된 것으로 추정된다(동법 제6조 제5항).
- 위 통지 및 회신은 당사자의 서명 또는 기명 날인이 된 것이어야 한다(동법 제6조 제6항).
- 위 통지 및 회신은 내용증명우편 등으로 당사자의 주소로 하여야 한다(동법령 제4조 제1,2항).

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 법의 각종 서면 강제 제도는 종전 제도에 비해 매우 강력하고, 형식적인 준수를 요구하고 있다. 형식적 사항을 준수하지 않는 한, 사후에 적법으로 평가될 가능성은 높지 않다. 따라서 전체 업무 프로세스를 점검하여, 서면작성·발송·교부·회신·보관에 관한 일체의 정비를 할 필요가 있다. 모든 업무에 있어서 서류 관리는 정형화된 절차에 따라 완벽히 준수하여야 할 것이다.
- 서면 계약서 미교부시 대규모유통업자는 납품업자에게 납품할 상품의 제조 및 주문만이 아니라 납품할 상품을 위한 설비·장치의 준비행위 조차도 일체 요구할 수 없다. 따라서 상품이 빠른 시일 내에 필요한 경우 납품할 상품을 위한 설비 및 장치를 제대로 갖추지 아니한 업체와의 계약에 있어서는 신중을 기하여야 한다.
- 서면 계약서 미교부시 납품업자 등이 계약사항의 확인을 요청할 수 있고, 법이 정한 15일 이내에 그 회신을 발송하지 아니하는 경우 납품업자 등이 통지한 계약 내용대로 계약이 체결된 것으로 추정되는 점을 유의하여야 한다. 따라서 서면 계약서 미교부 상태에서 납품업자 등의 확인 요청이 있는 경우 이를 수락할지 여부가 불분명한 경우, 부인의 회신을 하는 방안을 고려할 필요가 있다.
- 사전 서면교부의무를 준수하고, 서면 미교부시는 관리자를 미리 지정해 두어 회신 기한을 넘기지

않도록 각별히 유의할 필요가 있다.

[Do's]

- 사전에 서면 교부 및 관리 프로세스를 마련하여, 이를 준수하도록 한다.
- 계약기간이 종료되어 묵시적으로 계약기간의 연장이 승인되었다고 하더라도, 연장된 계약기간이 명시된 새로운 서면을 교부하여야 한다.
- 업계 표준이나 거래 관행의 특성을 근거로 한 공정위의 표준거래계약서를 활용하여 서면에 기재해야 할 항목이나 내용에 대해 표준화를 도모하여야 한다.
- 서면 교부 시 미확정 사유에 대한 정당성이 존재하여도, 그 내용이 정해진 경우 보충서면을 교부한다.

[Don'ts]

- 대규모유통업자가 특약매입거래 납품업자와 거래하면서 매장위치·면적 등에 대해 사전에 서면약정을 체결하지 않아야 한다.
- 대규모유통업자가 납품업자에게 양 당사자의 기명날인 또는 서명이 누락된 서면을 교부하지 않아야 한다.
- 법정 기재사항이 누락된 서면 계약서를 교부하지 않아야 한다.
- 실거래행위와 다른 거짓서면 및 서류(허위계약일자, 이중계약(실계약, 허위계약), 허위내용의 서류 사후작성 등)를 작성하여 교부하지 않아야 한다.
- 거래 관련 서류는 증거인멸의 의도로 폐기해서는 아니 된다.
- 납품업자에 관련 서류 등을 5년 이내에 폐기하도록 요구하지 않아야 한다.
- 거래종료일부터 5년간 서면(서류)을 보존하고 있으나 허위서면(서류)이거나 허위내용의 서류를 사후 작성하여 보존하 않는다(허위서류 보존).
- 서명 또는 기명 날인이 없는 불완전한 서면을 교부하지 않아야 한다.

(5) 관련 사례

《(주)지에스리테일의 대규모유통업법 위반행위의 건, 2018유통3564, 의결 제2022-018호》

[사실관계]

(주)지에스리테일은 2017년 6월 20일 부터 2018년 3월 26일까지의 기간 동안 정다운 등 87개 납품업자와 93건의 납품계약을 체결하면서 거래 형태 등 법정 약정 사항이 명시되고 양 당사자가 서명 또는 기명 날인한 계약 서면을 해당 계약의 시작일보다 최소 1일에서 최대 25일이 지나 계약서면을 교부하였다.

[공정위 판단]

공정위는 대규모유통업자에게 계약을 체결한 즉시 법정 약정사항 및 양 당사자의 서명 또는 기명 날인된 계약 서면을 납품업자 등에게 교부할 의무를 부과하고 있는 대규모유통업법 제6조 제1항 및 제2항에 위반된다고 판단하였다(6개 행위에 대해 과징금 53.9억 원을 부과).

《(주)이마트에브리데이의 대규모유통업법 위반행위의 건, 2018유통1890, 의결 제2021-069호》

[사실관계]

(주)이마트에브리데이는 2015년 1월부터 2018년 4월까지 93개 납품업자 등과의 120건의 신규 계약 체결 및 □□수산 등 356개 납품업자 등과의 553건의 재계약시 계약서면을 해당 계약의 시작일 이후 평균 7.8일 및 13.2일을 초과하여 납품업자 등에게 교부하였다.

[공정위 판단]

공정위는 해당 건에 대하여 서면 지연 및 미교부 행위, 부당 반품 등의 행위에 대하여 과징금(5.8억 원) 및 시정명령을 부과하였다.

〈롯데쇼핑(주)의 대규모유통업법 위반행위의 건, 2024유대1554, 의결 제2026-040호〉

[사실관계]

롯데쇼핑(주)은 2021. 1. 13. ~ 2024. 2. 23. 기간 중 아래 97개 납품업자(임차인)와 101건의 납품(매장임대차)계약을 체결하면서 거래형태, 거래품목 및 기간 등 계약사항이 명시되고 양 당사자가 서명 또는 기명날인한 계약서면을 계약체결 즉시 교부하지 아니하고 거래가 개시된 이후에야 이를 교부하였다.

[공정위 판단]

공정위는 해당 건에 대하여 서면 지연 및 미교부 행위에 대하여 과징금(3.9억 원) 및 시정명령을 부과하였다.

(6) 주요 보관 서류 유형 예시

서면 약정 및 보존대상 서류	
• 계약 체결 즉시 교부하는 서류 : 계약서 • 계약 확인을 위한 통지 및 회신 • 상품 감액 관련 서류 • 상품 수령 거부·지체 관련 서류 • 반품 관련 서류	• 판촉행사 약정 및 실시에 관한 서류 • 파견 종업원 관련 서류 • 경영정보 제공 요구 관련 서류 • 매장 설비비용 보상 관련 서류 • 수수료/판매장려금 변경 관련 서류 등

2.1.2 배타적 거래 강요 금지

(1) 해설

- 대규모유통업자가 부당하게 납품업자 등에게 배타적 거래를 하도록 하거나 납품업자 등이 다른 사업자와 거래하는 것을 방해하는 행위는 금지된다(대규모유통업법 제13조).
- 유통사업자의 모든 배타적 거래 행위를 금지하는 것이 아니라, “부당한” 행위에 대해서만 금지한다.
 - 독점적 납품계약, 거래처 추가금지 약정 등이 대표적으로 이에 해당하나, 이에 국한되지 아니한다. 사실상 납품업자 등이 타 사업자와 거래를 함에 있어 법률적, 사실적 제한(예를 들어, 배타적 거래 등을 한 것을 이유로 종전 거래 조건을 불리하게 변경하는 등 조치를 하여 결국 타 거래를 중단하도록 하는 등)을 받는 경우에는 이에 해당될 수 있다.
- 배타적 거래의 정당한 이유가 있으면 허용된다.
 - 제조법 자체를 유통업자가 제공한 PB 상품 등

(2) 법 위반 유형

- 부당하게 배타조건부 거래를 요구하는 행위

- 납품업자 등이 다른 사업자와 거래하는 것을 방해하는 행위

(3) 업무 시 유의사항(Tip)

- 계약서에 배타적 거래 약정 또는 다른 사업자와의 거래를 금지하는 약정을 포함시키는 경우, 그 필요성 및 합리성 등에 대한 사전 검토는 필수이다.
- 당사자간 약정 이외의 방법으로 배타적 거래 또는 특정 사업자와의 거래를 방해하는 행위도 포섭될 수 있다.
- 시장에서의 경쟁제한성이 강하므로, 형사처벌이 가능하다(2년 이하의 징역 또는 1.5억 원 이하의 벌금).

[Do's]

- 배타적 거래의 정당성이 있다면 허용 가능하다.
 - 시장에 미치는 경쟁제한 효과가 미미한 제한된 범위의 신상품 독점 런칭의 경우
 - 신상품 런칭, 대규모 투자 위험 분담 등 합리적인 경영상 필요가 인정되는 경우
 - 납품업자가 자발적으로 자신의 이익을 위해 차별화된 판촉 조건을 먼저 제안하는 경우

[Don'ts]

- 자기와 거래관계에 있는 납품업자에게 매출이 분할된다는 이유로 경쟁사업자의 신규점포와 거래를 하지 못하게 하여서는 아니 된다.
- 매장 임차인에게 경쟁 유통업자 점포에 입점한다는 이유로 입점 매장의 전부 또는 일부를 퇴점시키는 행위를 하여서는 아니 된다.

(5) 관련 사례

〈서울고등법원 2024누324010〉

[사실관계]

경쟁사에 납품하지 않는 것을 조건으로 마케팅 지원, 광고비 인하 등의 혜택을 부여하는 EB(Exclusive Brand) 정책을 실행하였고, 행사 진행 당월 및 그 전월에는 경쟁사업자와 동일 품목으로 행사를 진행하지 못하게 하였다.

[공정위 판단]

공정위의 판단에 대해 서울고등법원은 '단독행사 요구' 행위 자체는 인정하면서도 시장에 미치는 경쟁제한 효과가 미미하다는 등의 이유로 '부당성'이 인정되지 않아 위법하지 않다고 판단하였다.

2.2 거래 단계

2.2.1 상품판매대금 지급 의무

(1) 해설

- 대규모유통업자는 ①직매입 또는 특약매입거래로 납품 받은 상품을 판매하는 경우, ②납품업자로부터 위탁받아 상품을 판매하고 그 판매대금을 받아 관리하는 경우 해당 상품의 판매대금을 월 판매마감일로부터 40일 이내에 납품업자 등에게 지급하여야 한다(법정대금지급기한)(대규모유통업법 제8조 제1항).

- 직매입거래의 경우에는 상품수령일로부터 60일 이내에 상품의 대금을 지급하여야 하여야 한다(동법 제8조 제2항)
- 임차인 판매대금관리, 위탁거래 이외에 직매입, 특약매입거래의 경우도 포함하며, 대물변제는 금지된다. 즉, **상품판매대금 및 이자를 상품권이나 물품 등으로 지급할 수 없다.**

[특약 매입 및 위·수탁거래란?]

[특약매입거래]

- 대규모유통업자가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로 납품업자로부터 상품을 외상매입하고 상품판매 후 일정률이나 일정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래를 말한다(동법 제2조 제5호).

[위수탁거래]

- 대규모유통업자가 납품업자가 납품한 상품을 자기명의로 판매하고 상품판매후 일정률이나 일정액의 수수료를 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 거래를 말한다(동법 제2조 제6호).

- 법정 대금지급기한
 - 월 판매마감일(*통상 월 말일)부터 40일 이내이다.
- 월 판매마감일은 유통사업자와 납품업자 사이의 계약에 따라 결정 가능하다. 단, 대금의 조기 지급을 강화하고자 하는 본 조항의 규정 취지상, “1월을 초과하여 판매마감/정산”을 하는 것으로 약정한 경우에는 본조 위반으로 판단될 가능성이 있다.
- 지연이자:
 - 지연 지급시 공정위 고시이율에 따른 이자를 지급하여야 한다(상품판매대금 지연지급 시의 지연이율 15.5%).
- 납품계약 끝난 날부터 5년간 상품판매대금의 지급일·지급금액·지급수단 및 상품판매대금에서 공제된 항목별 금액이 기재된 서류, 이자지급내역 보존할 의무가 있다.

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

[Do's]

- 퇴점업체에 대한 소비자 하자보증 대비를 강화해야 한다.
 - 하자보증보험 필수적 가입을 계약상 명시
 - 유통업자가 임의로 처리한 후 구상권 청구(이 경우 집행가능성 확보 필요).
 - 하자보증금을 두는 경우에는 공정위 고시에 따른 지연이자 지급 가능성 검토
- 납품업자의 귀책사유, 단순착오 기타 어떠한 사유로도 지급지연이 정당화되지 아니함에 유의하여야 한다.
- 퇴점업체에 대한 소비자 하자보증유보금 (종래 퇴점월 매출액의 10% 한도 내 3개월간 유보하는 등)의 문제 처리는 동법 제8조 제1항 문언과의 관계에서, “일단 퇴점월 매출액 전액 지급” 후 “일정 부분 상당액을 다시 보증금으로 수령”하는 방법으로 하여야 한다.
- 상품의 판매대금을 월 판매마감일로부터 40일 이내에 자유롭게 설정 가능하다.
- 월 판매마감일은 계약으로 결정 가능하다(1월내 안전).

[Don'ts]

- 경영상태 악화, 회사 운영자금 부족을 이유로 판매대금 지급기일을 지연하여서는 아니 된다.

- 상품대금 및 이자를 상품권이나 물품으로 지급하여서는 아니 된다.
- 담당직원의 실수(지급일자 등에 있어서의 착오)로 지급 기일이 초과하지 않아야 한다.
- 납품업자에게 사전에 약정한 지급기일을 초과하여 상품의 판매 대금을 지급하여서는 아니 된다.
- 상품의 판매대금을 사전 약정한 지급 기일을 초과 지급 시 지연이자를 지급하여야 한다.

(3) 관련 사례

〈(주)지에스리테일의 대규모유통업법 위반행위 건, 2017유통2158, 의결 제2020 - 304호〉

[사실관계]

(주)지에스리테일은 2015년 3월 13일부터 2017년 6월 12일 기간 동안 10개 납품업자와 특약매입 거래를 하면서, 상품 판매대금 총 4.7억 원을 월 판매마감일로부터 40일을 초과하여 지급하였으나, 그 초과기간(1~49일)에 대한 지연이자 총 0.871백만 원을 지급하지 아니한 사실이 있다.

[공정위 판단]

공정위는 10개의 납품업자와 특약매입거래를 하면서 상품판매대금 총 4.7억 원을 법정지급기일을 초과하여 지급하고, 초과기간에 대한 지연이자 총 0.871백만 원을 지급하지 아니한 행위는 대규모유통업법 제8조 제1항 및 제2항에 위반되어 위법하다고 판단하였다.

〈롯데쇼핑(주)의 대규모유통업법 위반행위의 건, 2024유대1554, 의결 제2026-040호〉

[사실관계]

롯데쇼핑(주)은 2021. 1. 1. ~ 2024. 6. 30. 기간 동안 21개 납품업자로부터 직매입거래 형태로 상품을 납품받은 후, 법정지급기한으로부터 최소 1일에서 최대 269일 도과하여 상품대금을 지급하면서, 지급 당시의 지연이자 31,806,134원을 지급하지 아니 하였다. 또한 동기간 동안 59개 납품업자로부터 위수탁·특약매입거래 형태로 상품을 납품받은 후, 이들 납품업자들의 상품판매대금채권 등에 대한 가압류 등을 이유로 상품판매대금의 일부를 법정지급기한으로부터 최소 1일에서 최대 386일이 지나 지급하면서 그 지급 당시의 지연이자 2,538,192원을 지급하지 아니 하였다.

[공정위 판단]

공정위는 롯데쇼핑(주)이 80개 납품업자에 대하여 법정지급기한을 지나 상품판매대금 등을 지급하거나 공탁하면서 지급 당시에 그에 따른 지연이자 34,344,326원을 지급하지 아니한 행위는 대규모유통업법 제8조 제1항, 제2항 및 제3항에 위반된다고 판단하였다.

2.2.2 상품판매대금 감액의 금지

(1) 해설

- 대규모 유통업자는 납품 받은 상품이 계약한 상품과 다르거나 납품업자의 책임있는 사유로 인하여 오손·훼손되었거나 상품에 하자가 있는 등 정당한 사유가 있는 경우로서 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간 내에 상품대금을 감액하는 것을 제외하고는 어떤 경우에도 납품 받은 상품의 대금을 감액할 수 없다(대규모유통업법 제7조 제1항).
- 납품대금의 사후조정을 원칙적으로 금지하고(예외적인 경우만 감액을 인정하되), 대규모유통업자에게 정당한 감액사유를 입증해야 할 책임을 부과하고 있다. 신선 농·수·축산물을 감액하는 경우에는 정당한 감액사유에 해당하더라도 엄격한 기간제한(2일 이내)을 두어, 상품가치 하락에 따르는 손해를 납품업자에게 일방적으로 부담하도록 하는 것을 제한하고 있다(동법 제7조 제2항).

- 납품 받은 후 상품대금 감액은 원칙적으로 금지된다.
- 예외적으로 정당한 사유 및 합리적 기간인 경우, 감액이 가능하다.
 - 정당한 사유가 있는지, 합리적 기간 내에 행하여졌는지 여부는 대규모유통업자가 입증할 책임이 있다. 충분히 입증하지 못하는 한, “부당감액”으로 판단될 가능성이 높다.
 - 정당한 사유의 예시: ①오납품, ②납품업자 귀책사유로 오손, 훼손 또는 하자 발생
 - 합리적 기간: ①해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간을 말한다. 다만, “합리적 기간”을 일률적으로 평가할 수는 없음을 유의하여야 한다(예를 들어, 의류, 가전제품, 화장품 등의 감액 시기는 모두 다를 것으로 추정). ②“해당 거래분야”라 함은, 상품, 거래 시기, 검수에 소요되는 시간 및 절차, 납품업자와의 거래를 말한다.
 - 신선 농·수·축산물의 특례: 신선 농·수·축산물의 경우에는, 납품 이후 매입 이전까지 감액하되 특별한 사유가 없으면 감액에 “2일 초과” 불가하다. 다만, 정당한 사유가 있다고 하더라도, “동법령으로 정한 기간”을 넘어서는 감액할 수 없도록 한다.
 - “동법령에서 정한 기간”은 “납품업자가 신선 농·수·축산물을 납품한 시점부터 대규모유통업자가 해당 상품의 검수 및 매입을 마친 시점까지의 기간으로서, 이 기간은 특별한 사유가 없으면 2일을 초과할 수 없다.
 - “2일”이 “영업일 기준”인지, “역법에 따른 기간 기준”인지는 불분명하나, 신선 농·수·축산물의 시간 경과에 따른 상품가치 하락을 보호하고자 하는 동 조항의 취지를 고려하면, 급급적 “역법에 따른 기간”을 기준으로 고려할 필요가 있다.
 - “정당한 사유”와 “기간”이 위법성 판단 여부에 결정적인 요소인 바, 사업자로서는 “납품 시점”, “감액 시점”, “감액 사유”를 확인할 수 있는 명확한 증빙을 반드시 작성, 보관하여야 한다.
 - 상품대금 감액과 관련한 상품목록, 수량, 감액일자, 약정상품대금, 감액사유 및 감액의 액수가 기재된 서류를 납품계약 끝난 날부터 5년간 보존할 의무 있다.

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

[Do's]

- 납품업자의 귀책사유가 있는 경우에만 정당한 사유 인정: 거래조건이나 경제상황의 변화, 판매부진 등은 고려할 수 없으므로, 계약 체결 시 납품대금 산정 단계에서 향후 리스크를 반영할 필요가 있다.
- 납품 후 감액에 관련한 증빙 확보: 감액사유 입증을 위하여 검수 단계에서부터 녹취, 녹화, 확인서 징구 등 증거자료를 확보할 필요가 있다.
- 감액은 오납품, 납품업자의 귀책사유로 인한 오손, 훼손 또는 하자발생으로 인한 정당한 사유가 인정될 경우에 감액이 가능하다.
- 감액 시 명확한 증빙자료를 남겨놓아야 하며, 관련 서류를 5년간 보존하여야 한다.

[Don'ts]

- 임의로 가격을 인하하여 판매하고, 가격인하로 인한 손실분을 감액하여서는 안된다.
- 당초 상품매입 시 결정한 단가를 판매부진, 계절경과, 원가절감 등을 이유로 추후에 단가인하 계약을 다시 체결하고 이를 소급하여 적용하여서는 안된다.
- 판매과정에서 발생하는 손실분을 매입분에서 제외하고 대금을 지급하여서는 안된다.

(3) 관련 사례

〈**홈플러스(주) 및 홈플러스스토어즈(주)의 대규모유통업법 위반행위에 대한 건, 2017서경2300, 의결 2018-279**〉

[사실관계]

피심인들은 ○○와 배추, 무 등 채소류에 대한 직매입거래를 하여 오던 중 2013. 9. 2.부터 2014. 10. 29. 까지 총 3차례에 걸쳐 ‘김장재료소비판촉활동’ 등의 판매촉진행사를 위한 ‘판촉비용합의서’를 작성하였다. 그러나, 당초 계획한 판매촉진행사는 피심인들이 내부 논의 결과 판매촉진행사 진행이 실질적인 매출에 도움이 되지 않는다는 이유로 실시하지 않았음에도 ○○와 당초 판매촉진행사 계획 시 ○○가 부담하기로 한 판매촉진비용을 ○○의 상품매출 대금에서 공제한다는 ‘매출대금 공제내역 확인서’를 작성하고, 이를 ○○에게 지급해야 할 상품대금에서 총 110,000천 원(홈플러스 77,000천 원, 홈플러스스토어즈 33,000천 원)을 공제하였다.

[공정위 판단]

피심인들이 2013. 10. 10. 부터 총 3차례에 걸쳐 ○○로부터 납품받은 상품의 대금을 지급하는 과정에서 판촉행사분담금 명목으로 일정 금액을 감액하고 나머지 상품대금만을 지급한 행위는 납품받은 상품의 대금을 감액하는 행위에 해당한다. 설사 감액 비용을 사후에 보상하였다 하더라도 이는 위법행위에 대한 자진시정의 일환일 뿐, 사후에 비용을 보상하여 주었다고 위법성이 조각되는 것은 아니므로 과징금을 부과하였다.

2.2.3 수령거부 및 지체 금지

(1) 해설

- 대규모유통업자는 납품업자와 계약 체결 후 상품의 전부 또는 일부의 수령을 거부하거나 지체해서는 아니 된다(대규모유통업법 제9조).
 - 직매입, 특약매입, 위수탁거래 등 모든 유형의 납품 계약을 포함한다.
 - “지체”는 통상의 납품 과정에 소요되는 기간을 초과하여 과다하게 납품 처리가 늦어지는 경우를 의미한다.
- 예외적인 경우만 수령 거부 또는 지체 가능하며 대규모유통업자가 정당한 사유를 소명하여야 한다.
- 정당한 사유(동법령 제7조):
 - 상품의 불일치, 상품의 하자, 납품업자의 책임 있는 사유로 인한 훼손이 있는 경우
 - 일정한 기간 동안 주로 판매되는 상품으로서 해당 기간을 넘겨 납품한 경우
 - 기타 정당한 사유가 있는 경우
- 납품계약이 끝난 날부터 5년간 수령을 거부하거나 지체한 상품의 목록, 수량, 주문일자, 주문수량, 수령일자, 수령수량 및 수령거부 또는 지체사유가 기재된 서류를 보존할 의무가 있다.

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

[Do's]

- 모든 납품계약에 대해 일반적으로 상품 수령 지체 금지됨을 유의하여야 한다.
- 정당한 사유에 대한 증빙자료 확보하여야 한다.
- 납품계약상 정당한 수령거부, 지체 사유(불가항력 등) 명시가 필요하다.
- 납품업자 귀책에 대한 증거자료 확보가 필요하다.

[Don'ts]

- 정당한 사유 없이 주문한 상품의 전부·일부의 수령을 거부 지체하여서는 아니 된다.

- 매장의 개선, 매대의 교체로 인해 해당 상품이 불필요하게 되었다는 이유로 해당 상품의 수량을 거부하여서는 아니 된다.

2.2.4 상품의 반품 금지

(1) 해설

- 대규모유통업자는 정당한 사유 없이 납품 받은 상품의 전부 또는 일부를 반품하여서는 아니 된다(대규모유통업법 제10조 제1항). 즉, 정당한 사유가 없는 반품은 금지되며, 반품에 대한 정당한 사유를 대규모유통업자가 소명하여야 한다.
- 반품이란 대규모유통업자가 납품 받은 상품을 되돌려주거나 납품업자의 다른 상품과 바꾸는 등 형식에 상관없이, 납품 받은 상품을 납품업자에게 실질적으로 되돌려주는 모든 행위를 말한다.
 - 법률적 형식을 “반품약정 이행”, “채무불이행에 따른 반환”, “재매매”, “환매”, “취소”, “철회” 등 어떠한 형태로 하더라도 “상품이 납품업자에게 되돌아갔으면” 반품에 해당한다.
 - “납품” 이후의 상품에 관한 것인 바, 거래계약상 “납품”으로 볼 수 있는 시점 이후의 행위여야 한다.
 - 유통실무상, 반품의 종류는 “특약매입 반품”, “위·수탁 반품”, “불량·하자 반품”, “신제품 반품”, “계절상품 반품”, “양품(良品) 반품” 등 다양한 기준으로 구별하여 운영하고 있다. 각 반품 형태에 따라 본 법상 허용·금지 결정된다.
- 반품이 허용되는 ‘정당한 사유’를 대규모유통업자가 입증하여야 한다(입증책임 전환).
- 반품 시 ‘정당한 사유’가 있었는지 여부에 관한 서류의 보관의무(5년)가 부과된다(동법령 제5조 제7호).
- 신선 농·수·축산물의 반품은 정당한 사유가 있는 경우에도 특별한 사유가 없는 한 2일을 초과할 수 없다(동법 제10조 제2항, 동법령 제6조).
- 직매입거래 뿐만 아니라 특약매입거래 및 위·수탁거래의 경우도 반품 규제 대상에 포함된다(단, 폭넓은 예외 인정).

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

- 다음과 같은 사유가 존재하면서 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간 내에 반품하는 경우에는 정당한 사유가 있는 것으로 추정한다(동법 제10조 제1항 각호).
 - ① “정당한 사유”란?
 - 특약매입거래의 경우로서 계약 체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 반품조건을 명시한 서면을 납품업자에게 준 경우
 - 특약매입거래는 상품 판매 후 반품이 인정됨을 약정(특약)한 거래유형이다. 따라서 본질적으로 반품이 허용된다. 그러나 위 반품 특약의 성취 여부(언제까지 판매한 다음 반품이 가능한지, 반품 절차는 어떠한지 등)가 납품업자와 다투어질 수 있고, 이를 서면으로 명확히 하지 아니하면 납품업자의 예측가능성이 담보되지 않는 바, 특약매입거래의 경우에도 반품에 관한 사항은 미리 구체적으로 약정할 것을 요구한다.
 - 구체적으로 약정하여야 할 반품조건 예시: “납품 후 언제까지 판매를 하고 남은 상품을 반품할 것인지”, “반품의 형식적 절차(반품 요청, 수락, 배송 등)”, “반품의 시기”, “반품에 소요되는 비용 부담” 등이 있다.
 - 위·수탁거래의 경우
 - 위·수탁거래는 상품의 소유권 이동이 없으므로 당연히 반품이 허용되는 거래 유형이다. 단, “합리적 기간 준수”의 제약은 있는 것으로 해석된다.

- 납품 받은 상품이 납품업자의 책임 있는 사유로 인하여 오손·훼손되었거나 상품에 하자가 있는 경우
- 납품 받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우
- 대규모유통업자가 반품으로 인하여 생기는 손실을 스스로 부담하고 해당 납품업자에게 반품의 동의를 받은 경우
 - 대규모유통업자가 반품으로 인하여 생기는 손실을 스스로 부담하여야 한다. “반품으로 인하여 생기는 손실”이 구체적으로 무엇을 의미하는 것인지는 현재 문언만으로는 명확하지 않다. 그러나 종래의 실무를 고려하면, (1)당해 상품을 더 이상 다른 경로로 판매할 수 없거나, 가치가 크게 낮아질 경우에는 당해 상품의 가액 및 반품 소요 비용, (2)당해 상품이 동일 또는 유사한 가치로 판매 가능하다면, 반품 소요 비용 및 판매 경로를 달리 정함에 따라 소요되는 납품업자의 비용(일일 손해, 보관비용, 추가 거래비용 등) 등을 생각해 볼 수 있다.
 - 해당 납품업자에게 반품의 동의를 받아야 한다. 납품업자의 동의는 특정의 형식을 요한다고 볼 수 없으나, 사실상 납품업자의 서면 동의를 얻지 아니하면, 규정 위반으로 판단될 가능성이 높다.
- 직매입거래의 경우로서 일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품(신선 농·수·축산물은 제외한다)에 대하여 계약 체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 반품조건이 명시된 서면을 납품업자에게 준 경우
 - 직매입거래는 매매의 일종이므로, 원칙적으로는 반품을 예정하고 있지 아니하다. 그러나 “일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품”(계절상품)의 경우에는, 유통사업자의 재고 부담을 공유하는 차원에서 예외적으로 반품 사유로 허용한다.
 - “일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품”(계절상품)의 예시: 여름 냉방상품, 겨울 난방상품, 신학기 학용 상품, 명절 선물세트 등이 있다.
 - 계절상품의 범위를 구체적으로 정의하기는 어려우나, 동법 제9조에서 논의되는 “특정기간 동안 주로 판매되는 상품”보다는 인정되는 범위가 넓다.
- 직매입거래의 경우로서 납품업자가 반품이 자기에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료를 첨부한 서면으로 반품일 이전에 자발적으로 반품을 요청한 경우
 - 납품업자의 자발적 판단에 따라 반품을 요청한 경우에도 금지할 이유는 없다. 따라서 이러한 경우를 허용 사유로 두고 있다.
 - (요건 1) “납품업자가 반품이 자기에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료를 첨부한 서면”을 제시할 것: ①당해 반품이 납품업자에게 직접적으로 이익이 되는 경우여야 한다. 통상 직매입거래의 경우에 납품업자에게 이익이 되는 반품의 경우는 예외이다. 예를 들어 새로운 제품이 출시되어 유통사업자에게 납품을 하여야 하는데 종전의 구 제품 재고가 많아 납품하기 어려운 경우, 제품에 대한 소비자 선호도가 낮은 관계로 더 이상 시장에 유지된다면 납품업자의 브랜드 이미지에 악영향을 끼칠 수 있는 경우 등이 이에 해당할 수 있다. 이와 같은 경우, 납품업자는 위 사항을 입증할 수 있는 객관적 근거자료와 함께 요청하여야 한다. ②“이익이 된다는 객관적인 근거자료”에 대해서는 반품 요청을 받은 유통사업자가 보완 요청을 할 수 있다.
 - (요건 2) 반품일 이전에 요청할 것: 반품일 이후 요청이거나, 사후 승인 등은 정당한 절차로 인정될 수 없다.
 - (요건 3) 납품업자가 자발적으로 작성하여 제시한 서면일 것: 유통사업자가 먼저 요청을 하거나 협의를 요구하여 최종적으로 납품업자가 작성, 제출한 서면은 “자발적”인 것으로 인정되지 않을 가능성이 있다. 따라서 서면 자체에 “납품업자가 먼저, 자발적으로 요청한 것”이라는 취지의 문구가 명백히 존재하여야 한다.

② “합리적 기간”이란?

- “정당한 반품 사유”에 해당한다고 하더라도, “해당 거래 분야에서 합리적이라고 인정되는 기간 내”에만 반품이 가능하다.
- 위 기간은 일률적으로 판단할 수 없다. “해당 거래분야”라 함은, 상품, 거래 시기, 검수 소요되는 시간 및 절차, 납품업자와의 거래 관행 등에 따라 개별적으로 판단하여야 한다.

[Do's]

- 계약 체결 시 반품 조건을 구체적으로 명시하고, 이를 근거로 반품은 가능하다.
- 반품 시에는 납품업자에게 반드시 서면 동의를 받아야 한다.
- 불량반품은 반드시 불량을 명확히 확인한 후 진행한다.
- 파트너사 요청 반품은 반드시 협의된 기간 내에 완료하여야 한다.
- 반품과 관련한 증빙자료(불량판정서 등) 확보하여야 하며, 관련 서류는 5년간 보관하여야 한다.

[Don'ts]

- 온라인 쇼핑몰 사업자가 임의로 소비자에게 반품 또는 환불하고 사전에 납품업자와 약정한 반품조건과 달리 해당 상품을 납품업자에게 반품하여서는 아니 된다.
- 온라인 쇼핑몰 사업자가 판매실적이 낮은 A상품 판매를 줄이고 상대적으로 판매실적이 좋은 B상품 판매를 늘리기 위해 이미 납품 받은 A상품을 납품업자에게 반품하여서는 아니 된다. 온라인쇼핑몰 사업자가 A상품 대리점으로부터 상품을 납품 받다가 A상품 제조사로 구매처를 변경하면서 A상품을 대리점에게 반품하여서는 아니 된다.
- 반품조건을 사전에 서면으로 정하지 않고 반품하여서는 아니 된다.
- 고객이 단순변심으로 반품한 상품을 납품업자에게 반품하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 유통기한 임박 또는 경과를 이유로 납품 받은 상품을 반품하여서는 아니 된다.
- 매출부진, 점포리뉴얼을 이유로 납품 받은 상품을 반품하여서는 아니 된다.
- 신상품 출시로 인한 신·구 상품 교체를 이유로 납품업자와 합의 없이 반품하여서는 아니 된다.
- 직매입거래로 납품 받은 상품을 정당한 이유 없이 거래기간 중 특정매입거래로 계약을 변경한 후 반품하여서는 아니 된다.
- 계절용품을 지나치게 늦게 반품하여서는 아니 된다(예컨대, 해당 계절이 10개월 지난 후 반품한 경우).
- 협의된 수량을 초과해서 반품하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 상품을 임의로 교환하는 행위도 반품에 해당하므로 하여서는 아니 된다.

(3) 관련 사례

〈(주)지에스리테일의 대규모유통업법 위반행위 건, 2018유통1950, 의결 제2021 - 121호〉

[사실관계]

(주)지에스리테일은 2016년 8월부터 2018년 4월 기간 동안 직매입거래 관계에 있는 128개 납품업자들과 일정 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품(시즌상품)에 대하여 구체적인 반품 조건을 약정하지 아니하고 총 1,131,505개(매입 금액 약 56억 원)의 상품을 반품하였다.

또한 같은 기간 동안 137개 납품업자들로부터 자신에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료 없이 총 1,406,689개(매입 금액 약 32억 원)의 상품을 납품업자들의 자발적 반품으로 처리하였다.

[공정위 판단]

공정위는 대규모유통업자에게 정당한 사유 없이 납품받은 상품의 반품을 금지하고 있는 대규모유통

업법 제10조 제1항에 위반된다고 판단하였다(6개 행위에 대해 과징금 53.9억 원을 부과).

〈롯데쇼핑(주)의 대규모유통업법 위반행위의 건, 2024유대1554, 의결 제2026-040호〉

[사실관계]

롯데쇼핑(주)은 직매입한 상품 중 2021. 8. 2. ~ 2024. 8. 2. 기간 동안 (주)○○ 등 총 9개 납품업자로부터 반품요청 공문을 수령한 후 총 19,853개(224,671,090원) 상품을 반품한 사실이 있다. 그러나 롯데쇼핑(주)이 위 기간 동안 (주)○○ 등 총 9개 납품업자로부터 수령한 반품요청 공문에는 반품이 납품업자에게 직접적으로 이익이 된다는 객관 적인 근거자료가 첨부되어 있지 않았다.

[공정위 판단]

공정위는 롯데쇼핑(주)의 위 반품행위는 법 제10조 제1항 단서에 따라 정당한 사유가 있는 것으로 추정할 수 없고, 달리 정당한 사유가 있다고 볼 사정도 없으므로 롯데쇼핑(주)의 위 반품행위는 대규모유통업법 제10조 제1항에 위반된다고 판단하였다(과징금 1.8억 원 부과).

2.2.5 판매촉진비용 부담전가 금지

(1) 해설

- 거래형태(직매입거래, 특약매입거래, 위·수탁거래) 및 소매업태를 불문하고 대규모유통업자는 판매촉진행사를 실시하기 이전에 판매촉진비용의 부담 등을 납품업자 등과 약정하지 아니하고는 이를 납품업자 등에게 부담시킬 수 없다.
- 판매촉진비용 부담비율은 해당 판매촉진행사로 인한 직접적인 예상이익의 비율에 따라 정하되, 그 비율을 산정할 수 없는 경우 예상이익이 같은 것으로 추정한다. 단, 납품업자 등의 부담비율이 50%를 초과할 수 없다(대규모유통업법 제11조 제1항 내지 제4항).
- 행사 실시 전에 비용 부담 등을 약정해야만 납품업자 등에게 부담 가능하다.
 - 약정의 내용: 행사명칭, 성격, 기간·판매할 상품의 품목 및 예상수량·소요 예상 비용 규모 및 사용내역·예상이익의 비율·비용 부담비율 및 액수
 - 약정은 각각 서명 또는 기명 날인한 서면으로 해야 하며, 약정과 동시에 교부해야 한다.
- 판촉행사를 통해 직접적으로 얻을 것으로 예상되는 이익의 비율에 따라 비용분담비율을 결정해야 한다.
 - 예상이익의 비율을 산정할 수 없는 경우에는 같은 것으로 추정한다.
 - 납품업자 등의 비용분담비율이 50%를 초과할 수 없다.
- 납품업자 등이 자발적으로 요청하여 다른 납품업자 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우에는 상호 합의하여 비용분담비율을 결정할 수 있다.

[판매촉진비용 산정방식(예시)]

행사유형	산정 방식
가격할인행사	[행사대상 상품의 기존(정상) 판매가격 - 할인 판매가격] × 행사 판매수량 + 기타 지출한 광고·홍보비 등
소비자혜택 제공행사	사은품·적립금·신용카드 청구할인·경품지급 등 혜택 제공에 소요된 비용 + 기타 지출한 광고·홍보비 등

[판촉비 부담 비율 위반 사례]

- 대규모유통업자가 오픈 10 주년 기념행사를 실시하면서 판촉행사 약정 서면에 납품업자의 판촉비 부담비율을 80% 로 명시한 경우
- 대규모유통업자가 신용카드 무이자할부 행사를 실시하면서 예상이익의 비율에 대한 산정이 곤란하다는 이유로 예상이익의 비율과 판촉비 부담비율을 명시하지 않은 채 납품업자와 판촉행사 약정을 체결한 경우
- 대규모유통업자가 우선 최저가격보장제 또는 초특가 할인판매 등을 자기 비용으로 실시하고 추후 납품업자와의 재계약시 수수료 또는 판매장려금 등을 인상하는 방법으로 비용을 전가하는 경우
- 유통업자가 납품업자와 사전에 광고비용, 판매사원 인건비 및 모델출연료 등의 부담에 대해서만 약정한 뒤, 판매 도중에 사전 약정에 없던 사은품 제공행사를 실시하고 납품업자에게 비용을 전가하는 경우

- ‘판매촉진행사’란 명칭이나 형식에 상관없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킬 목적으로 행하는 모든 행사 또는 활동을 말한다.
- 실무적으로 많이 시행되는 판매촉진행사로는 다음과 같은 유형으로 구분할 수 있다.
 - 정기/부정기/계절/특수시즌 행사(가격할인 행사, 사은품 증정 행사 등)
 - 대대적 광고/홍보 행사(TV/라디오/전단지/리플렛/팸플릿 등 제작 배포 행사 등)
- 기타의 소비자 이익 제공 행사(1+1행사, 추가 액세서리 제공 행사, 신용카드 수수료 지원 행사, 무이자할부 행사/배송비 지원 행사 등)도 해당된다.

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

- 거래상 지위를 남용하지 않은 판매촉진비용 부담전가의 경우에도 대규모유통업법상 요건사실을 갖추지 않았다면 법 위반이 될 수 있다. 나아가 납품업자 등이 차별화되는 판매촉진행사의 실시를 자발적으로 요청한 경우가 아닌 한, 납품업자 등의 부담비율이 50%를 초과할 수 없다.

1) 실체적 요건

- 대규모유통업자는 판매촉진행사를 실시하기 이전에 다음의 사항들을 납품업자 등과 약정해야 한다.
 - 판매촉진행사의 명칭, 성격, 기간
 - 판매촉진행사를 통해 판매할 상품의 품목
 - 판매촉진행사에 소요될 것으로 예상되는 비용의 규모 및 사용내역
 - 해당 판매촉진행사를 통해 대규모유통업자와 납품업자 등이 얻을 것으로 예상되는 경제적 이익의 비율
 - 판매촉진비용의 부담비율 또는 액수
- 판매촉진비용의 부담비율: ①해당 판매촉진행사로 인한 직접적인 예상이익의 비율에 따라 정하되, ②그 비율을 산정할 수 없는 경우 예상이익이 같은 것으로 추정한다. 단, 납품업자 등의 부담비율이 50%를 초과할 수 없다.
 - 실무상으로는, “실제” 이익이 아니라 “예상”이익이므로, 당해 판매촉진행사를 통해 증가할 것으로 예상되는 매출액, 매출액 증가에 따라 유통사업자와 납품업자가 각각 취할 수 있는 이익의 정도, 당해 판매촉진행사에 소요되는 총 비용 등을 객관적 자료로 산정하여, 이를 바탕으로 비율을 정하는 작업이 필요하다.

2) 절차적 요건

- 위 약정은 대규모유통업자와 납품업자 등이 각각 서명 또는 기명 날인한 서면으로 이루어져야 하며, 대규모유통업자는 약정과 동시에 이 서면을 납품업자 등에게 교부하여야 한다.
- 대규모유통업자와 납품업자 등이 판매촉진행사 약정과 관련하여 각각 서명 또는 기명날인 한 서류 및 해당 판매촉진행사의 기획·실시에 관한 서류는, 납품업자와의 계약이 끝난 날부터 5년 동안 보존할 의무를 부담한다.

3) 예외 규정

- 납품업자 등이 자발적으로 요청하여 다른 납품업자 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우, 대규모유통업자는 납품업자 등과 협의하여 판매촉진비용의 부담비율을 정할 수 있으며 이 경우 동법 제11조 제1항 내지 제4항을 적용하지 아니한다(동법 제11조 제5항).
- 예상이익과 관계없이 판매촉진비용의 부담비율을 정할 수 있고 서면약정 및 교부를 하지 않을 수 있다. 즉, “특정 요건에 해당하는 경우”에는 납품업자 측으로 하여금 “50% 이상”을 부담하도록 할 수 있다는 의미이며, 경우에 따라서는 100% 부담도 가능하다.
- 본 예외적인 경우에 해당하기 위해서는 다음 두 요건의 충족이 필요하다. ①납품업자 등이 자발적으로 대규모유통업자에게 요청한 경우일 것, ②다른 납품업자 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우일 것이다. 단, 공정위 실무상 위 예외조항은 매우 제한적으로 해석하여 적용할 가능성이 높다.

① “납품업자 등이 자발적으로 대규모유통업자에게 요청한 경우일 것”

- 문언상 유통사업자가 먼저 납품업자에게 “참여 요청”, “참여 여부 의사확인”, “참여 독려”, “진행 후 사후 비용분담”, “참여 의사 질의 후 반대 없으면 진행” 등으로 판촉행사를 진행하는 경우는 이에 해당되지 않는 것으로 판단될 가능성이 높다.
- (매우 제한적으로 볼 때) 공정위는 이를 “유통사업자가 먼저 제의·제안·요청 등의 일체의 행위를 하지 않았음에도, 납품업자가 스스로 먼저 유통사업자에게 ‘~~한 판촉행사를 하고 싶다’는 의견을 피력한 내용이 서면/이메일/녹취 등으로 명백하게 입증된 경우”에만 인정할 것으로 보인다.
- 따라서 위 요건을 충족하기 위해서는 특정 납품업자가 참여한 판촉행사와 관련하여 유통사업자가 먼저 참여 독려/요청 등을 한 자료가 전혀 없어야 할 것이고, 반대로 특정 납품업자가 먼저 스스로 요청했다는 객관적으로 명백한 내용이 담긴 자료(서면·이메일·녹취 등)를 확보하고 있어야 할 것이다. 위 자료 확보 과정에서 “실질은 유통사업자의 요청에 의한 것이지만, 형식적으로 납품업자로 하여금 작성하도록 하는 등”의 경우는 추후 인정되지 않을 가능성이 높다.

② “다른 납품업자 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시하려는 경우일 것”

- 유통사업자의 “정기/비정기 세일”, “계절 할인”, “수시 바겐세일”, “정기·비정기 판촉 행사”, “여성복·남성복·가전·가구 등 특정 품목 정기 할인” 등 일체의 명목 여하를 불문하고 다수의 다른 납품업자가 참여하는 판촉행사로서 사실상 유통사업자가 전체적으로(또는 품목별로 나누어) 진행하는 판촉행사일 경우에는 예외적인 경우가 아닌 한 이에 해당되지 않을 것으로 보인다.
- 물론 유통사업자들의 판촉활동 내용을 보면, “정기 바겐세일”이라는 행사 제목 하에, 품목별/업체별로 할인율을 달리하거나 사은품을 달리하는 등 어느 정도 차별화된 판촉행사를 진행하고 있는 것은 사실이나, 공정위 실무상 이와 같이 비율 또는 혜택의 정도에만 차이가 있는 경우를 본 조항의 ‘차별화된 행사’로 볼 것인지 불분명할 뿐만 아니라 이론적으로 보더라도(할인 비율이나 사은품 종류가 다르더라도) 다수의 할인행사에 따라 유통사업자 및 납품업자가 공통의 매출신장 이익을 얻는 것이므로 이러한 경우에 50% 이상을 부담하도록 하는 것은 규정 취지에도 부합하지 않는 면이 있다.
- 따라서 위 요건을 충족하기 위해서는, 유통사업자가 기획하여 집단적으로 진행하는 판촉행사(전체 브랜드 참여/일부 품목 카테고리 참여 등)가 아니고, 특정 납품업자의 개별적 판촉행사가 명백하며,

그 특정 납품업자의 개별적 판촉행사의 내용이 그 행사 당시 다른 브랜드의 판매 내용이나 판촉행사 내용과 명백히 구별될 수 있는 경우에 한하는 것으로 보아야 할 것이다.

4) 자발적 판촉행사 AND/OR 차별화되는 판촉행사

- 자발성 요건
 - 납품업자가 개별적으로 행사품목과 행사기간을 먼저 제안하였는지 여부
- 차별성 있는 판촉행사
 - 신상품 홍보를 위한 판촉행사
 - 특정 납품업자 등이 스스로 기획한 행사
 - 특정 상품 판매에 특화된 사은품 증정행사
 - 행사전용모델 또는 기획상품을 개발하여 제공하는 행사

[Do's]

- 판매촉진행사 관련 계약 사항을 사전에 명확하게 약정하여 납품업자에게 교부하여야 한다.
- 판촉비용 부담 비율은 예상이익의 비율에 따라 산정하되, 납품업자나 매장임차인의 부담부분이 50%를 초과하지 않도록 주의하여야 한다.

[Don'ts]

- 우선 최저가격보상제 또는 초특가할인판매 등을 자기비용으로 실시하고, 추후 납품업자와의 재계약 시 수수료 또는 판매장려금 등을 인상하는 방법으로 비용을 전가하여서는 아니 된다.
- 납품업자와 사전에 광고비용, 판매사원 인건비 및 모델출연료 등의 부담에 대해서만 약정한 뒤, 판매 도중에 사전 약정에 없던 사은품 제공행사를 실시하고 납품업자에게 비용을 전가하여서는 아니 된다.

(3) 관련 사례

〈홈플러스(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2018유통1891, 의결 제2022-054호〉

[사실관계]
홈플러스 익스프레스는 N+1, 초특가 등 연중 가격 할인 행사를 실시하면서 사전에 납품업자와의 약정 없이 행사에 따른 판촉 비용의 일부 또는 전부를 납품단가를 인하하는 방식으로 납품업자에게 전가하였다(판매촉진비용 전가). 홈플러스 익스프레스는 납품업자와 계약함에 있어 그중 86건의 계약에 대해 최소 1일에서 최대 72일까지 계약 서면을 지연 교부하였다(계약서면 지연 교부).
[공정위 판단]
공정위는 홈플러스에 대해 판촉비 부담 전가 등의 법 위반행위를 다시는 하지 않도록 시정명령하고, 공정위로부터 시정명령을 받았다는 사실을 납품업자들에게 통지하도록 명령하였으며, 과징금 24억원을 부과하였다.

〈롯데쇼핑(주) 아울렛부문의 대규모유통업법 위반행위 건, 2021유통1241, 의결 제2023-190호〉

[사실관계]
롯데쇼핑은 2019. 5. 31.~6. 2. 기간과 2019. 10. 25.~10. 27. 기간 동안 총 216개 매장임차인 및 납품업자와 매장을 방문한 소비자들에게 기본 가격할인에 더하여 '추가할인'을 하는 방식으로 각

각 “아울렛츠고”와 “골든워크”라는 테마명으로 가격할인행사를 진행하였다.

그런데 롯데쇼핑은 행사 실시 이전에 판매촉진비용의 부담에 관한 약정사항(행사의 명칭, 성격 및 기간, 판매할 상품의 품목, 소요되는 비용의 규모 및 분담비율 등)을 서면으로 약정하지 아니한 채 판매촉진비용인 추가 할인비용(최소 118,060,118원)을 매장임차인 등에게 부담시켰다.

[공정위 판단]

공정위는 사전에 비용 분담에 관한 서면 약정 없이 납품업자에게 판매촉진비용을 부담시킨 것으로, 대규모유통업법 제11조 제1항 및 제2항을 위반했다고 판단하였으며, 이에 따라 향후 재발방지명령과 함께 과징금 3억 3,7000만원을 부과하였다.

[법원 판단]

롯데쇼핑은 공정위 처분에 불복하여 취소 소송을 제기했으나, 서울고등법원은 롯데쇼핑의 청구를 모두 기각하고 공정위의 처분이 정당하다고 판결하였다.

2.2.6 납품업자 등의 종업원 사용 금지

(1) 해설

- 거래형태(직매입거래, 특약매입거래, 위·수탁거래) 및 소매업태를 불문하고 대규모유통업자가 납품업자 등으로부터 종업원 등을 파견 받는 단계와 그 이후 자기의 사업장에서 근무하게 하는 단계에서 발생하는 행위가 대상이 된다.
 - 종업원 기타 고용된 인력을 파견 받아 자기의 사업장에서 근무하게 하거나, 자기가 고용한 자의 인건비를 부담시켜서는 아니 된다.

(2) 위법성 판단기준

- 납품업자 등의 종업원을 사용하는 것은 원칙적으로 불허되며, 단 예외적인 요건(실체적 요건 및 형식적 요건) 하에서 제한적으로 허용된다(대규모유통업법 제12조 제1항)

1) 실체적 요건: 다음의 경우에 해당하는 때에는 종업원 사용이 허용될 수 있다.

- ㉠ 대규모유통업자 등이 파견된 종업원 등의 인건비를 포함한 제반 비용 부담할 경우
 - 대규모유통업자가 종업원 등의 제반 비용을 부담한다면, 특별한 사정이 없는 한 납품업자에게 손해가 있다고 보기 어려우므로 허용하고 있다.
 - 위 각 비용의 보다 구체적인 범위에 관하여는 공정위의 명시적인 기준은 없으나, 공정위 실무상 당해 종업원 파견에 관하여 납품업자가 사실상 어떠한 비용도 부담하지 않는 경우에 해당할 것으로 보인다.
- ㉡ 납품업자 등이 종업원 등의 파견에 따른 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거를 객관적, 구체적으로 작성하여 명시한 서면에 따라 대규모유통업자에게 자발적으로 자신이 고용한 종업원 등의 파견을 요청하는 경우
 - 실무상으로는 “실제” 이익이 아니라 “예상”이익이므로, 당해 종업원 파견을 통해 증가할 것으로 예상되는 매출액, 매출액 증가에 따라 유통사업자와 납품업자가 각각 취할 수 있는 이익의 정도, 당해 종업원 파견에 소요되는 총 비용 등을 객관적 자료로 산정하여, 이를 바탕으로 비율을 정하는 작업이 될 것이다.
 - 합리적인 예상이익이 산출되어 그에 따라 비용이 분담될 경우에는 50% 이상의 비용을 납품업자에게 부담하도록 할 수도 있다.
- ㉢ 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원 등을 파견받는 경우

- ‘특수한 판매기법 또는 능력’이라 함은 개별적·구체적인 상황에 따라 달라질 수 있으나, 일반 종업원이 지닌 능력에 비해 상당한 정도로 차별화된 판매기법이나 능력을 말한다. 이를 판단함에 있어 해당 기법 또는 능력이 소정의 교육과정 이수만으로는 갖추기 어려울 정도의 상품에 관한 전문지식(예: 특정 전자제품의 기능, 와인 감별 및 보관기법 등)과 이를 토대로 한 판매 및 상품 관리 능력을 필요로 하는지가 기준이 될 것이다. 따라서 소정의 교육과정 이수만으로 습득이 가능하거나 상품 및 브랜드의 특성과 무관하게 공통적으로 적용되는 지식의 경우에는 이에 해당된다고 보기 힘들 것이다.
 - ‘숙련된 종업원’이라 함은 원칙적으로 해당 분야에서 최소 1년 이상 종사한 경험이 있는 인력을 의미한다.
 - 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원 등의 경우에는 통상의 경우보다 상품 판매 활성화 효과가 높을 것으로 예상되어 이를 허용한 것이다. 이와 같이 상품 판매가 활성화될 경우 납품업자의 납품 활성화 및 이에 따른 매출 증대가 예상되어 납품업자에게도 이익이 될 것임을 고려한 것이다.
 - 이 경우에 해당하면 대규모유통업자는 납품업자의 비용 전액 부담으로도 종업원을 파견 받을 수 있다.
- ㉔ 특약매입거래를 하는 납품업자 등이 상시적으로 운영하는 매장에서 상품의 특성상 전문지식이 중요하다고 공정위가 정하여 고시하는 상품류를 판매·관리하기 위하여 종업원 등을 파견 받는 경우

2) 절차적 요건

- ㉑ 납품업자 등과 사전에 다음과 같은 파견조건을 서면으로 약정하여야 한다.
- 실제 납품업자 등의 종업원 등을 파견 받아 자기의 사업장에 근무시키기 이전에 체결되어야 한다. 즉, 종업원 등을 파견 받기 이전에 구체적인 파견조건을 명시한 서면의 마련과 더불어, 이에 대한 양 당사자의 서명 또는 기명날인까지 이루어져야 한다(동법 제12조 제2항).
 - 종업원 등의 수, 종업원 등의 근무기간 및 근무시간, 종업원 등이 종사할 업무 내역, 종업원 등의 인건비 부담 여부 및 조건
- ㉒ 파견조건 전부에 대해 서면약정을 체결하여야 한다.
- 대규모유통업자는 거래형태 및 파견조건, 파견의 자발성 여부 등과 무관하게 4가지 파견조건(종업원 등의 수, 근무기간 및 근무시간, 종사 업무내용, 인건비 부담 여부 및 조건)에 대해서는 반드시 약정을 체결하여야 한다. 따라서 상기 사항을 전부 약정하지 않거나, 일부만 약정하는 것은 법 위 반에 해당될 수 있다.
 - 복수의 납품업자가 공동으로 종업원을 고용하여 파견하는 경우, 대규모유통업자는 관련 납품업자 전체와 서면약정을 체결하여야 한다. 또한 단기 판촉행사 진행 등을 이유로 부정기적·일시적으로 파견되는 판촉사원에 대해서도 사전 서면 약정이 필요하다.
- ㉓ 파견조건 약정 시 약정된 파견조건이 명확하여야 한다.
- 종업원 등 파견에 관한 약정을 체결할 경우, 종업원 등의 수/근무기간/근무 내용 등은 구체적이어서 납품업자가 자신의 종업원 파견에 소요되는 비용을 사전에 예측할 수 있어야 한다.
 - 상품의 매출액 변동이나 산발적인 판촉행사의 실시에 따라 파견 종업원의 숫자 및 근무기간을 특정하기 어려운 경우 등 불가피한 경우에는 범위를 지정하여 파견조건을 약정할 수 있을 것이다. 다만, 이 경우 지정된 범위가 너무 넓어 납품업자 등이 파견비용을 예측하기 어려울 정도라면 법 위반에 해당될 소지가 있게 되므로 유의하여야 한다.
- ㉔ 납품업자 등이 자발적으로 파견을 요청할 경우 예상이익 및 비용 등이 명시된 서면으로 파견을 요청해야 한다.

- 문언상, 유통사업자가 먼저 납품업자에게 “종업원 파견 요청”, “종업원 파견 여부 의사확인”, “종업원 파견 독려”, “진행 후 사후 비용분담”, “종업원 파견 의사 질의 후 반대 없으면 진행” 등으로 종업원 파견을 진행하는 경우는 이에 해당되지 않는 것으로 판단될 가능성이 높다.
 - (매우 제한적으로 볼 때) 공정위는 이를 “유통사업자가 먼저 제의/제안/요청 등의 일체의 행위를 하지 않았음에도, 납품업자가 스스로 먼저 유통사업자에게 “~~한 종업원 파견을 하고 싶다”는 의견을 피력한 내용이 서면/이메일/녹취 등으로 명백하게 입증된 경우”에 인정할 것으로 사료된다.
 - 따라서 위 요건을 충족하기 위해서는, 특정 납품업자가 파견한 종업원과 관련하여, (a)유통사업자가 먼저 종업원 파견 독려/요청 등을 한 자료가 전혀 없어야 할 것이고, (b)반대로, 그 특정 납품업자가 먼저 스스로 요청했다는 객관적으로 명백한 내용이 담긴 자료(서면/이메일/녹취 등)를 확보하고 있어야 할 것이다. 물론, 위 자료 확보 과정에서 “실질은 유통사업자의 요청에 의한 것이지만, 형식적으로 납품업자로 하여금 작성하도록 하는 등”의 경우는 추후 인정되지 않을 가능성이 높다.
 - 납품업자 등은 지속적 거래관계 유지를 위해 대규모유통업자가 종업원 등을 파견할 것을 요구하더라도 이를 거부하기 어려운 경우가 많다. 대규모유통업자가 납품업자 등에게 구두나 유선 또는 이메일 등으로 비공식적으로 종업원 등을 파견하여 줄 것을 먼저 요구하고, 납품업자 등이 이에 응하는 경우라면 납품업자로부터 자발적인 요청이 있는 경우로 보기 어렵다.
 - 따라서 대규모유통업자가 납품업자로부터 자발적인 요청이 있었다는 사유로 종업원 등을 파견 받으려면 대규모유통업자의 비공식적인 요구 이전에 납품업자 등이 자신의 필요에 의해 스스로 자사 인력을 파견 받아 줄 것을 먼저 요청하여야 한다. 이 경우 납품업자 등의 요청은 종업원 등의 파견에 따르는 예상 이익과 비용의 내역 및 산출근거를 객관적·구체적으로 작성하여 명시한 서면에 의하여야 한다(동법 제12조 제1항 제2호). 대규모유통업자가 납품업자 등으로부터 사전에 자발적 파견요청서를 받았더라도, 파견에 따른 예상 이익 및 비용에 대한 구체적 산출근거가 없는 경우에는 자발성에 대한 다툼이 있을 수 있으므로 유의하여야 한다.
- ㉠ 대규모유통업자와 납품업자 등이 종업원 등의 파견조건 약정과 관련하여 각각 서명 또는 기명 날인 한 서류 및 해당 파견 종업원 등의 근무내역에 관한 서류(동법 제12조 제1항 제2호의 경우 납품업자 등이 자발적으로 종업원 등의 파견을 요청한 서류를 포함함)는 대규모유통업자와 납품업자가 계약을 종료한 후로부터 5년 동안 보관할 의무가 있다.

(3) 파견 종업원의 업무 범위

- 파견 받은 종업원 등은 해당 납품업자가 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에만 종사할 수 있다. 따라서 원칙적으로 파견 종업원은 당해 상품에 관하여만 종사하여야 하고, 그 외의 업무를 하도록 하면 위법한 종업원 사용에 해당된다.
- 따라서 대규모유통업자는 특정 납품업자 등으로부터 파견된 종업원 등을 자신의 일반적인 관리 업무나 여타 업무 또는 다른 납품업자 등이 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에 종사하게 하여서는 아니 된다.
 - “판매 업무”란 주로 소비자에게 상품을 파는 업무(접객 업무)를 말한다. 예외적으로 상품의 진열 업무 및 보충 업무가 포함될 경우도 있지만, 이것들 이외의 업무는 포함하지 않는다.
 - “판매 업무”에 포함되는 진열 업무 및 보충 업무로서는, 예를 들면, 점포의 개점·개장 시에 있어서의 납품업자가 납품한 상품의 진열 및 그 상품을 판매하고, 접객 업무에 따르는 상품의 보충 등을 들 수 있다.
 - “접객 업무나 진열 업무를 하지 않고, 보충 업무만을 행하게 할 경우”에 대해서는 종업원 등이 소유하는 판매에 관한 기술 또는 능력과는 통상 관계가 없어 인정을 받지 못한다.

(4) 법 위반 유형

- 대규모유통업자가 동법 제12조 제1항 제1호에 따라 종업원 등 파견에 소요되는 제반 비용을 부담하는 조건으로 납품업자 등으로부터 파견 받을 경우, 대규모유통업자는 인건비(보수)와 식비·교통비 등 각종 실비, 기타 파견된 종업원 등이 상품 판매 및 관련 업무에 종사하는 데에 드는 비용(이하 “파견비용”이라 함)을 부담하여야 한다(동법령 제10조 제2항). 따라서, 이 경우 대규모유통업자가 파견비용의 일부 또는 전부를 부담하지 않거나, 납품업자 등에게 파견비용을 전가시키는 행위를 한다면 법 위반에 해당될 수 있다.
 - 대규모유통업자가 파견 비용을 부담함을 이유로, 납품업자에 상품 매입원가의 인하를 요구하거나 판매 장려금·광고비를 추가로 수취하는 행위
 - 납품업자가 파견된 종업원을 통한 판매활동을 수행함에 따라 소요되는 진열대·시식대의 설치비용, 샘플·시식용 상품비용 등 대규모유통업자가 부담해야 할 비용을 납품업자에 전가시키는 행위
- 대규모유통업자가 먼저 납품업자에 종업원 파견을 요구하였음에도 불구하고, 납품업자의 자발적 요청이 있었음을 이유로 종업원을 파견 받아서는 아니 된다.
 - 대규모유통업자가 납품업자의 자발적 요청 이전에 구두·유선·이메일로 납품업자에 종업원 파견을 요구하고, 사후에 납품업자에게 자발적 파견 요청서를 제출토록 하는 행위
 - 대규모유통업자가 파견사원 운영에 관한 계획을 수립하여 각 납품업자 별로 파견해야 할 판촉사원의 수를 할당한 다음, 개별 납품업자로부터 자발적 파견 요청서를 제출하게 하는 행위
 - 대규모유통업자가 납품업자에 종업원 파견을 요구하면서 이를 거절할 경우 거래개시 거절, 거래지속 중단 등 불이익을 부여하거나, 이를 암시하여 납품업자가 요구에 응할 수밖에 없는 경우를 조성하는 행위
- 대규모유통업자는 ‘특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원’ 사유로 파견 받은 종업원을 당초 파견 받은 목적에 부합하는 직무에 종사하게 하여야 한다. 예를 들어, ‘특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원’을 단순 판매보조업무에만 종사하게 할 경우에는 법 위반 소지가 있을 수 있다.
 - 대규모유통업자가 파견에 따른 제반 비용을 부담하거나 납품업자 등이 자발적으로 파견을 요청하는 경우에 해당되지 않음에도 불구하고, 상품의 특성이나 판매업무와 관련된 소정의 교육만으로도 가능한 단순 상품판매 업무의 수행을 위해 종업원 등을 파견 받는 행위
 - 특별한 기술이 필요하지 않거나 고객에 대한 관심제고 수준의 단순 판촉업무에 1년 이상 경력의 숙련된 종업원 등을 요구하여 판촉사원을 파견 받는 행위
 - 특수한 판매기법이나 능력과 무관한 판매대금 수령 등 단순 판매보조업무의 수행을 위해 숙련된 종업원 등을 요구하여 파견 받는 행위
 - 대규모유통업자 차원의 바겐세일 등 판촉행사 기간에 행사보조업무의 수행을 위한 임시 행사요원을 추가로 요구하여 파견 받는 행위
- 판촉사원을 대규모유통업자 자신의 고유한 업무에 사용하는 경우
- 파견사원에 대한 서면계약을 사전에 체결하지 않는 경우
 - 단기(예: 1주일 이내) 판촉행사라는 이유로 서면약정 없이 납품업자에게 판촉사원 파견을 추가로 요구하고, 사후에 납품업자로부터 파견 요청서와 서면 약정서(기명날인 포함)를 징구 하는 행위
 - 1월부터 종업원을 파견 받았음에도 4월에 파견조건을 약정하고, 1월부터 소급하여 적용하거나 약정 일자를 1월 이전으로 수정하여 기재하는 행위
 - “파견 종업원 등의 인원수는 차후 협의에 의해 결정한다” 또는 “해당 월의 파견 인원수는 전월 말까지의 협의에 의해 결정한다” 등 파견조건을 사후로 유보하는 행위
 - 파견조건을 명시한 서면의 마련은 종업원 등 파견 이전에 이루어졌으나, 한 당사자 또는 양 당사자

의 서명 또는 기명 날인은 파견 이후에 이루어진 경우

- 파견조건 전부에 대해서 서면계약을 사전에 체결하지 않은 경우
 - 단기 판촉행사 또는 복수의 납품업자가 공동으로 파견하는 경우 등과 같이 서류 작업에 많은 시간이 소요된다는 이유로 파견조건을 사전에 서면으로 약정하지 않고, 구두·이메일·파견요청 문서 등으로 종업원 등 파견을 요청하여 파견 받는 행위
 - 납품업자 등이 자발적으로 종업원 등의 파견을 요청했다는 이유로 사전에 서면약정을 체결하지 않는 행위
 - 종업원 등의 근무시간 및 근무기간, 업무내용에 대해서는 명확히 약정하였으나, 종업원 등의 수는 예측이 어렵다는 이유로 약정서에 명시하지 않는 행위
 - 상시로 판매사원을 파견 받아 사용함에도 불구하고, 약정기간 만료 이전에 해당 약정을 갱신하지 않은 상태에서 계속해서 파견 받는 행위
- 파견조건이 명확하지 않은 경우
 - 파견조건에 관한 예측이 가능한 상시 근무 판매사원을 파견 받으면서 파견 인원 및 근무시간 등을 명확히 약정하지 않는 행위
 - 상품매출변동, 단기판촉행사 등의 추가인원수요를 감안하더라도 최대 10명이면 가능한 경우임에도 불구하고 종업원 등의 수를 “5명~30명” 또는 “30명 이하” 등 포괄적으로 약정하는 행위
 - 종업원 등의 근무기간을 “상반기 중” 또는 “3분기 중” 등으로 모호하게 규정하여 납품업자 등이 파견기간을 예측하기 어려운 경우
 - 납품업자는 구체적 파견조건이 명시되지 않은 서면에 서명/기명날인만 하고, 구체적인 파견조건은 유통업자가 사후에 일방적으로 기재하는 행위
- 납품업자가 자발적으로 판촉사원을 파견하는 경우에도 예상이익과 비용의 구체적 내역 및 산출근거를 기재한 서면을 제출받지 않은 경우
- 서면을 5년간 보존하지 않은 경우
 - 파견조건을 명시한 서면은 마련되었으나, 한 당사자 또는 양 당사자 모두의 서명 또는 기명날인이 누락된 경우
 - 약정서면을 납품업자 등에게 교부하지 않거나, 파견 이후에 교부하는 행위
 - 파견조건 약정서면 또는 종업원 등의 근무내역에 관한 서류를 1년 동안만 보존하고 폐기하는 행위
 - 전자서면을 통해 약정을 체결하는 경우, 납품업자 등의 서명을 대규모유통업자가 보관하고 있다가 이를 약정서에 기재하는 행위

(5) 업무 시 유의사항(Tip)

- 종업원 파견과 관련하여 서면에 기재하여야 하는 파견조건이 내용이 시행령을 통해 공포되었으므로 사전에 상세하게 파견조건을 기재하여 납품업자 등과 서면계약을 체결하고 이에 대해 납품업자 등의 기명날인을 받을 필요가 있다.
- 납품업자 등의 요청으로 판촉사원을 파견 받아 파견조건에 대해 서면약정을 체결하였더라도, 이와 별개로 납품업자가 판촉사원 파견을 자발적으로 요청하였다는 것을 입증하기 위해 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거를 명시한 서면에 납품업자 등의 기명날인을 받아 수령, 보관하여야 한다.
- 위와 같은 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거는 관련 서면에 최대한 자세하게 기재되어야 한다.
- 상품 판매와 전혀 무관한 “타 상품 재고 관리”, “유통사업자의 일반적 홍보 업무”, “공용시설 청소, 관리 업무” 등의 업무를 하도록 하는 것은 법 위반으로 판단될 가능성이 높다.

[Do's]

- 납품업자가 판촉사원 입점을 요청하는 경우, 납품업자로부터 파견 요청 공문을 수취하고 보관(5년)하여야 한다.
- 사전에 상세하게 파견조건을 기재하여 납품업자 등과 서면계약을 체결하고 이에 대해 납품업자 등의 기명날인을 받아야 한다.
- 서면에 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거는 서면에 최대한 자세하게 기재하여야 한다.

[Don'ts]

- 자신이 고용한 종업원의 인건비를 납품업자에게 전가하여서는 아니 된다.
- 파견된 종업원을 매장 계산대에서 현금출납 보조업무, 포장업무 등에 종사시키는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 파견된 종업원에 통로, 화장실 등 매장 공용공간 청소, 매장 공용공간에서 매장 전체차원의 고객 응대 및 안내업무 등을 하도록 지시하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 파견된 종업원에게 다른 납품업자가 납품하는 상품이나, 대규모유통업자 PB 상품의 판매, 재고파악, 관리, 진열업무 등을 맡기는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 대규모유통업자가 먼저 납품업자에게 판촉사원 입점을 요청하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 대규모유통업자가 파견된 종업원의 근무시간을 지정하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 파견된 종업원에게 매출목표를 정하여 달성하도록 요구하여서는 아니 된다.

(6) 관련 사례

〈(주)지에스리테일의 대규모유통업법 위반행위 건, 2018유통1950, 의결 제2021 - 121호〉

[사실관계]

(주)지에스리테일은 2015년 5월부터 2018년 4월 기간 동안 자신의 점포를 신규 개점 또는 새 단장을 하면서 46개 납품업자들과 종업원 파견 조건에 대하여 사전에 약정하지 아니하고, 총 1,073명의 종업원을 파견받아 자기의 사업장에서 근무하게 하였다.

[공정위 판단]

공정위는 원칙적으로 대규모유통업자가 납품업자 등의 종업원 사용을 금지하면서 예외적 허용 사유에 해당될 경우 파견 조건을 사전에 약정하여야만 납품업자 등의 종업원을 사용할 수 있도록 규정한 대규모유통업법 제12조 제1항에 위반된다고 판단하였다(6개 행위에 대해 과징금 53.9억 원을 부과).

〈롯데하이마트(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2017유통1856, 의결 제2020-341호〉

[사실관계]

롯데하이마트는 2015년 1월부터 2018년 6월까지 31개 납품업자로부터 총 14,680명(누적)의 종업원을 파견받아 인건비를 전액 납품업자에 부담시키면서, 이들을 자신을 파견한 납품업자의 상품 판매 업무뿐만 아니라 다른 경쟁사 상품 판매에도 종사하게 하였다. 해당 기간 파견 종업원의 전체 판매 실적 중 타사상품 판매 비중은 50.7%에 달하였다. 또한, 이들 종업원에게 이동통신서비스, 상조서비스, 제휴 신용카드 발급 등 원고의 제휴서비스 판매 업무까지 수행하게 하였다.

[공정위 판단]

공정위는 대규모유통업법 제12조 제1항 본문에 명시된 '납품업자등의 종업원 사용 금지' 규정을 위반한 행위로 판단하여 시정조치 및 과징금(해당 행위 기준 5억)을 부과하였다.

[법원 판단]

법원은 파견 종업원을 '해당 납품업자가 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무'를 넘어서, 롯데하이마트의 전반적인 판매 업무에 활용한 것은 명백한 법 위반이라고 판단하였다. 특히, 타사상품 교차판매나 제휴서비스 판매가 중국적으로 납품업자의 이익에 부합한다는 롯데하이마트의 주장에 대해, 법원은 롯데하이마트가 직매입한 상품의 판매 책임은 원칙적으로 롯데하이마트에게 있고 개별 납품업자별 자사상품 판매 비중 편차가 극심하며 제휴서비스 판매 수수료는 롯데하이마트가 취득하는 등 납품업자의 이익으로 귀결된다고 보기 어렵다고 보아 롯데하이마트의 주장을 배척하였다.

2.2.7 경영정보 제공 요구 금지

(1) 해설

- 부당한 경영정보(일정한 경영정보)제공 요구를 금지하고, 정당하게 경영정보를 요구할 경우에는 사전에 서면을 제공하여야 한다(추가적인 강요행위 없이 '요구'만으로도 위법)(대규모유통업법 제14조 제2항).
- 다음에 해당하는 경영 정보에 대하여 납품업자에게 부당하게 요구하여서는 아니된다.

1) 납품업자가 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건(공급가격 포함)에 관한 정보(동법 제14조 제1항 제1호)

- 다른 사업자에 대한 납품가격, 납품 물량, 납품 시기, 납품 방법, 대금지급 시기, 대금지급 방법, 반품 조건 등, 납품 거래에 관한 사실상 대부분의 정보가 이에 포함된다.

2) 매장임차인이 타사업자의 매장에 들어가기 위한 입점조건(임차료 포함)에 관한 정보(동법 제14조 제1항 제2호)

- 다른 사업자에 대한 임차 면적, 임대료, 임대료 지급 방법, 지급 시기, 임차 위치, 임대인·임차인의 권리 및 의무의 내용 등, 매장임대차 거래에 관한 사실상 대부분의 정보가 이에 포함된다.

- 다음에 해당하는 경영정보를 요구하는 경우에는 요구에 앞서 서면을 납품업자에게 제공하여야 한다.

- 납품·판매하는 상품 원가 정보,
- 다른 사업자에게 납품하거나 다른 사업자 점포에서 판매하는 상품의 매출액, 판매량 등 매출 관련 정보
- 다른 사업자의 점포에서 행하는 판촉행사 관련 정보
- 다른 사업자와의 거래에 사용하는 납품 관련 전산망 접속 정보

(2) 경영정보 제공 요구의 “부당성”

- 대규모유통업자가 거래상의 우월적 지위를 남용하여 경영정보의 제공을 요구하는 행위는 부당성(불공정성)이 인정된다.
- 원칙적으로 경영정보 제공 요구의 부당성에 대하여는 공정위가 입증하여야 한다. 그러나 공정위 심결례에 비추어보면 공정위는 대규모유통업자가 납품업자 등에 대하여 경영정보의 제공을 요구하는 것 자체로 거래상 지위를 남용한 것으로 판단하여 그 부당성을 인정할 가능성이 높다.

(3) 경영정보 제공요청 시 준수사항

- 1) 형식: 요구목적 등을 기재한 서면으로 하여야 한다.

- 경영정보의 요구에 앞서 요구목적 등을 기재한 서면을 납품업자에게 제공해야 한다(동법 제14조 제2항).

〈경영정보 제공 요구서 양식〉

경영정보 제공 요구서	
롯데하이마트 주식회사(이하 “하이마트”라 한다)와 _____(이하 “파트너사”라 한다)는 다음과 같이 경영정보 제공을 요구합니다.	
1. 경영정보 제공을 요구하는 목적.	
2. 제공 요구 대상 정보.	☐ “파트너사”가 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건(공급가격을 포함한다)에 관한 정보. ☐ “파트너사”가 다른 사업자의 매장에 들어가기 위한 입점조건(임차료를 포함한다)에 관한 정보. ☐ 그 밖에 “파트너사”나 “파트너사”의 거래상대방에 관한 제 1 호 및 제 2 호에 준하는 정보.
3. 비밀유지에 관한 사항 및 비밀침해 시의 손해배상에 관한 사항. “하이마트”는 위 경영정보를 요구 목적 외로 이용하거나 상품거래기본계약에 따른 거래담당자 이외의 임직원이나 제 3 자에게 공개되거나 유출, 누설되는 일이 없도록 관리할 것이며, 이를 위반하여 경우 “파트너사”에게 손해가 발생한 경우 이를 배상하기로 합니다.	
3. 경영정보 제공일자 및 제공방법.	☐ 제공일자 : ☐ 제공방법 :
4. 경영정보 제공 요구가 정당함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항(목적 및 수단의 정당성, 불가피성).	☐
20 년 월 일	
“하이마트”: 롯데하이마트 주식회사, 서울 강남구 삼성로 156, 대표이사 남 창 희	“파트너사”:

- 해당 서면에는 ①경영정보의 제공을 요구하는 목적, ②비밀유지방법 등 요구 대상 정보의 비밀유지에 관한 사항 및 비밀침해 시 손해배상에 관한 사항, ③요구일자, 제공일자 및 제공방법, ④경영정보 제공 요구가 불가피함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항이 기재되어야 하고, 대규모유통업자와 납품업자 등이 이에 각각 서명 또는 기명 날인하여야 한다(동법 제14조 제3항).

- ‘경영정보 제공 요구가 불가피함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항’의 기재는 사실상 대규모유통업자가 해당 경영정보 요구의 필요성 및 정당성을 입증하여야 한다.

2) 범위: 요구목적에 필요한 최소한의 범위에서 인정된다.

3) 관련 서류에 대하여 5년간 보존하여야 한다.

- 경영정보를 요구하기 위해 대규모유통업자가 납품업자 등에게 제공한 서류는 대규모유통업자와 납품업자가 거래 계약을 종료한 후에도 5년 동안 보관할 의무가 있다.

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 납품업자 등과의 계약 체결 시 관행적으로 해당 납품업자 등과 다른 사업자들 사이의 거래현황과 관련된 자료를 요구하고 있는지 확인 필요
- 유통사업자들로서는 영업 활동을 위해 타 경쟁 유통사업자의 영업 정보 파악이 필수적이다. 향후

어떠한 경우에도 이와 같은 정보 수집을 납품업자를 통하는 것을 중단하고, 유통사업자가 직접 취합하여야 한다.

[Do's]

- 경영정보는 납품업자의 서면 동의 하에 필요 최소한 범위 내에서 요구할 수 있다.

[Don't]

- 납품업자에게 경쟁사 매출정보를 요구하여서는 아니 된다.
- 납품업자에게 경쟁사에 납품하는 단가 및 물량 정보를 요구하여서는 아니 된다.
- 매장임차인이 다른 사업자의 매장에 들어가기 위한 입점 조건 및 임차료 등에 대한 정보를 요구하여서는 아니 된다.

(5) 관련 사례

〈현대백화점, 한무쇼핑의 대규모유통업법 위반행위 건, 2018유통3450, 의결 제2019-271호〉

[사실관계]

현대백화점은 2013년 3월경 김포 아울렛, 2014년 3월경 가산 아울렛 개설을 준비하면서 자신과 거래하는 130여 개 납품업자에게 입점의향서 제출을 요구하였다. 이 입점의향서에는 경쟁사 아울렛에서의 매출액, 마진율 등 납품업자의 상세한 경영정보를 기재하도록 되어 있었다. 현대백화점은 이를 통해 확보한 정보를 신규 아울렛의 MD 구성, 마진 책정 등 영업전략 수립에 활용하고자 하였다.

[공정위 판단]

공정위는 현대백화점의 행위가 거래상 우월적 지위를 이용하여 부당하게 납품업자의 경영정보를 요구한 것으로, 대규모유통업법 제14조 제1항 위반에 해당한다고 판단하였다. 경쟁사의 매출, 마진 등은 납품업자의 영업비밀에 해당하는 핵심 정보이며, 이러한 요구는 향후 거래조건 협상에서 납품업자를 불리한 지위에 놓이게 할 우려가 크다고 보았다. 이에 시정명령과 함께 과징금 2억 9,000만 원을 부과하였다.

[법원 판단]

서울고등법원은 당초 이 행위의 부당성이 인정되지 않는다면 공정위 처분을 취소했으나, 대법원은 이를 파기하고 경영정보 요구 행위 자체의 부당성을 인정하였다. 다만, 대법원은 공정위가 처분 대상에 포함한 5개 납품업자와의 거래관계를 입증하지 못했음을 이유로, 이를 기초로 산정된 과징금 납부명령은 위법하다고 판단하여 취소하였다. 이후 공정위는 대법원 판결 취지에 따라 5개 업체를 제외하고 과징금을 재산정하여 다시 동일한 금액(2억 9,000만 원)을 부과하였다.

2.2.8 경영활동 간섭 금지

(1) 해설

- 대규모유통업자가 경쟁업체에 납품하는 상품에 대한 가격 인상을 요구하는 등 납품업자 등의 경영활동에 부당하게 관여하는 행위를 하여서는 안된다(대규모유통업법 제14조의2).
- 이 행위는 대규모유통업자 자신뿐만 아니라 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하는 행위도 금지된다.
- 대규모유통업자가 경쟁업체에 납품하는 상품에 대한 가격 인상을 요구하는 등 납품업자 등의 경영활동에 부당하게 관여하는 행위가 발생함에도 불구하고, 대규모유통업법에는 이를 금지하는 조항이 없어, 대규모유통업자의 범위만 행위임에도 불구하고 대규모유통업법이 아닌 공정거래법의 경영간섭 규정 적용을 해결하기 위한 것으로 2024년 2월 9일부터 시행되고 있다.

(2) 금지 유형

- 납품업자등이 종업원등을 선임 또는 해임하거나 종업원등의 근무지역 또는 근무조건을 결정하는 경우 대규모유통업자의 지시 또는 승인을 받도록 하는 행위
- 납품업자등의 판매품목, 시설규모, 영업시간 등 경영활동에 관한 사항을 부당하게 제한하는 행위
- 납품업자등이 다른 유통업자를 통해 판매촉진행사를 실시하는 경우 협의 또는 승인의 요구, 판매촉진행사의 제한 또는 중단 등의 방법으로 간섭하는 행위
- 납품업자등이 다른 유통업자를 통해 판매하는 상품의 가격, 수량 등 거래조건을 정하거나 유지하거나 변경하도록 요구하는 등의 방법으로 간섭하는 행위
- 그 밖에 납품업자등이 독자적으로 의사결정을 하고 수행해야 하는 경영활동에 간섭하는 행위

(3) 관련 사례

〈쿠팡㈜의 공정거래법 위반행위 건, 2018유통0704, 의결 제2021 - 237호〉

[사실관계]

쿠팡(주)은 2016년경부터 온라인 쇼핑 시장에서 피심인의 경쟁온라인몰이 판매가격을 낮추면 자신의 판매가격도 곧바로 최저가에 맞추어 판매하는 최저가 매칭시스템을 운영하면서 최저가매칭시스템 운영에 따른 마진 손실을 최소화하기 위해 2017년경부터 2020. 9월까지의 기간 동안 총 101개 납품업자에게 피심인의 경쟁 온라인몰에서 판매하고 있는 총 360개 상품에 대하여 피심인의 경쟁 온라인몰에서의 판매가격 인상을 요구하고, 피심인의 판매가격이 다른 경쟁 온라인몰의 판매가격보다 높지 않도록 지속적으로 관리하고 유도하였으며, 피심인의 요구를 납품업자가 수용하지 않을 경우 발주 중단(또는 판매중단)을 하거나 이를 암시하는 방법으로 납품업자들을 압박하였다.

[공정위 판단]

쿠팡(주)는 납품업자에게 경쟁 온라인몰에서의 판매가격 인상을 요구하고, 피심인의 가격이 다른 경쟁 온라인몰의 가격보다 높게 판매되지 않도록 지속적으로 관리, 유도하는 행위를 함으로써 납품업자의 거래내용에 해당하는 판매가격 설정 과정에 간섭하였으며, 자신의 요구를 납품업자가 수용하지 않는 경우 발주 중단(또는 판매중단)을 하거나 이를 암시하는 방법으로 납품업자의 의사에 반하여 영향력을 행사함으로써 납품업자의 자유로운 의사결정을 제한하였음을 인정하고 시정명령과 과징금 약 33억원을 부과하였다. (공정거래법 제23조 제1항 제4호(거래상 지위 남용행위 중 경영간섭을 적용함))

2.2.9 경제적 이익 제공 요구 금지

(1) 해설

- 대규모유통업자는 정당한 사유 없이 납품업자들에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 제공하도록 요구하여서는 안된다(대규모유통업법 제15조).
- 경제적 이익의 제공 요구는 거래형태(직매입거래, 특약매입거래, 위·수탁거래) 및 소매업태를 불문하고 대규모유통업자가 납품업자 등으로부터 정당한 사유 없이 경제적 이익을 제공할 것을 요구하는 경우 발생한다.

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

- 정당한 사유 없는 경제적 이익 제공 금지
 - 대규모유통업자는 정당한 사유 없이 납품업자 등에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품, 용역,

그 밖의 경제적 이익을 제공하게 하여서는 아니된다.

- 대규모유통업자 자신에게 직접 또는 제3자에게 제공하도록 하는 행위가 모두 규제 대상이다.
- 경제적 이익에는 금전, 물품 등 사실상 대부분의 이익이 포함된다고 볼 것이다.

○ “정당한 사유”를 대규모유통업자가 소명하여야 한다.

- 어떤 경우에 “정당한 사유”가 인정될 것인지 현재로서는 명확히 판단하기 어렵다. 통상적으로는 ① 납품업자 등에게는 반대 급부가 전혀 없음에도 경제적 이익을 제공하도록 하거나, ②경제적 이익 제공의 반대 급부가 관련 법령상 허용되기 어려운 사항이거나(예를 들어, 경제적 이익을 제공하는 대가로 유사 브랜드에 불이익을 제공하도록 하는 등), ③제공되는 경제적 이익과 반대 급부 사이의 형평성이 어긋난 경우 등은 “정당한 사유”로 보기 어려울 것으로 생각된다.

(3) 관련 사례

〈(주)지에스리테일의 대규모유통업법 위반행위 건, 2018유통1950, 의결 제2021 - 121호〉

[사실관계]

(주)지에스리테일은 2016년 1월부터 2018년 4월 기간 동안 연간 거래 기본 계약서에 포함되지 않았음에도 불구하고 146개 납품업자로부터 총 353억 원의 판매 장려금을 수취하였다.

[공정위 판단]

대규모유통업자가 납품업자로부터 판매 장려금을 지급받기 위해서는 연간거래 기본계약의 내용으로 판매 장려금의 종류 및 명칭, 지급 목적, 지급 시기 및 횟수, 판매 장려금의 비율 및 액수 등을 약정하도록 규정한 대규모유통업법 제15조 제2항에 위반된다고 판단하였다(6개 행위에 대해 과징금 53.9억 원을 부과).

〈롯데하이마트(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2017유통1856, 의결 제2020-341호〉

[사실관계]

롯데하이마트는 2015년 1월부터 2017년 6월까지 65개 납품업자와 직매입거래를 하면서, 연간거래 기본계약서에 판매장려금의 종류, 지급 목적, 지급 시기·횟수, 비율·액수 등을 구체적으로 약정하지 않은 상태에서 '판매특당'이라는 명목으로 총 160억 8,474만원의 판매장려금을 수취했습니다.

[공정위 판단]

공정위는 이를 대규모유통업법 제15조 제2항에서 정한 '사전 약정' 절차를 위반한 행위로 판단하여 시정조치 및 과징금(해당 행위에 대해 과징금 5억 부과)을 부과하였다.

[법원 판단]

법원은 롯데하이마트가 납품업자로부터 수취한 '판매특당'이 명칭과 무관하게 상품 판매 촉진을 위한 경제적 이익이므로 법상 '판매장려금'에 해당한다고 보았다. 롯데하이마트가 이를 종업원에게 전달하는 역할만 했을 뿐이라는 주장에 대해서도, 직매입거래에서 상품 판매 촉진 비용은 원칙적으로 대규모유통업자가 부담해야 할 비용임에도 이를 납품업자에게 전가하여 경제적 이익을 얻은 것이 명백하므로 위법하다고 판단하였다.

(4) 판매장려금 부당성 심사 지침

개정된 「대규모유통업법에서 판매장려금 부당성 심사 지침(공정거래위원회)」이 지난 10월 8일 시행되었습니다. 기존에는 신상품 입점장려금에서 “신상품”의 기준이 명확하지 않아 대규모유통업자 매장 출시일을 기준으로 6개월을 계산하여 장려금을 지급 받는 사례도 있었는데, 이번 개정은 “신상품” 기준을 “국내 시장 출시 후 6개월 이내의 상품”으로 명확히 하였습니다.

임직원 여러분에게 익숙한 내용일 수도 있지만, 이번 기회에 부당한 판매장려금의 유형에 대해서 다시 한 번 살펴보면서 각 사에서 운영중인 장려금이 부당한 판매장려금으로 판단될 우려는 없는지 점검해 보는 것은 어떨까요?

부당한 판매장려금 예시	
기본사항	✓ 상품 매입금액중 일정비율을 확실히 받는 장려금은 NO!
신상품	✓ 국내 시장 출시 후 6개월이 지났거나, 우리 매장에 출시된지 6개월이 경과하지 않았다고 받는 장려금은 NO! ✓ 상품코드가 바뀌거나 포장 및 중량이 바뀐 것에 불과한 상품에 대한 장려금도 NO!
직매입 거래	✓ 반품하지 않을 것을 조건으로 받는 무반품 장려금은 NO!
	✓ 판매가격 인하를 목적으로 받는 시장판매가격대응장려금은 NO!
	✓ 재고 소진을 목적으로 재고분 금액 중 일정비율을 받는 재고소진 장려금은 NO!
	✓ 점포 폐점시 덤핑, 가격할인 등 비용 보전을 목적으로 받는 폐점장려금은 NO!

2.2.10 매장 설비비용의 보상

(1) 해설

- 대규모유통업자는 다음 사유가 발생한 경우 특약매입거래에서 기초시설 비용이나 매장 인테리어 비용을 납품업자에게 보상해주어야 한다(대규모유통업법 제16조)
 - 계약 기간 중에 납품업자 등과 거래를 중단·거절하거나, 납품업자 등의 매장 위치·면적·시설 등을 변경하는 경우에는 대규모유통업자는 납품업자에게 해당 납품업자가 해당 매장에 대하여 지출한 설비 비용 중 잔여 계약기간 부분에 상당하는 금액 이상을 보상하여야 한다.
 - 보상범위를 [설비비용총액 * (계약기간 마지막 날 - 거래중단 등 발생일)/전체 계약 기간]으로 규정
 - 계약기간이 1년 미만인 경우에는 1년으로 간주
 - 일괄 MD(점포 배치) 개편을 하는 경우에도, 기존에 납품업자 등이 매장 설비비용을 지출했다면 대규모유통업자가 매장 설비비용을 보상해야 한다고 해석(공정위 실무자)

(2) 매장 설비비용 보상 요건

1) 납품업자 등이 지출한 해당 매장에 대한 설비 비용일 것

- “납품업자 등”으로 규정하고 있는바 납품업자, 매장임차인을 모두 포함한다(단, 특별한 사정이 없는 한 직매입 납품업자는 제외될 경우가 큼). 또한 납품업자 등이 지출한 “비용”이 보상 대상이다.
 - 대규모유통업자 또는 기타 제3자가 지출한 비용은 이에 해당하지 않는다. 따라서 실제 보상 금액을 산정할 때에는 감가상각된 현재 가치가 아니라 납품업자 등이 실제 지출한 설비비용 총 금액을 구체적으로 산정할 필요가 있다.
- “해당 매장에 대한 설비비용”이 보상의 대상이 된다. 해당 매장에 직접 투입된 설비비용이 아닌, 공용 부분 또는 기타 다른 장소에 대한 비용은 이에 해당하지 아니한다. 그러나 실무상으로는 해당 매장에 대한 직접적 설비는 아니라 하더라도, 간접적으로 해당 매장의 이용에 공여되는 설비에 투입된 비용은 이에 포함되는 것으로 판단될 가능성이 있다. 그리고 설비비용”이라 함은 매장의 인테리어, 집기 등의 설치, 개량, 개선에 투입된 비용을 포괄적으로 포함하는 것으로 판단된다. 민법상 유익비, 필요비 및 부속물에 관한 비용이 모두 포함될 것으로 생각된다.

2) 계약기간 도중 거래중단·거절 또는 매장 위치·면적·시설 등 변경 행위가 발생할 것

- 본 조항은 계약 개시 당시 초기 비용을 투입한 납품업자의 기대이익(즉, 당해 계약기간 동안의 영업을 위해 초기 비용을 투자한다는 기대)을 보호하기 위한 규정이다. 따라서 원칙적으로 “전체 계약기간 도중에 이와 같은 기대이익 침해 행위”가 발생한 경우를 보상의 대상으로 한다.
- “거래를 중단하거나 거절하는 행위”란 계약기간 도중에 납품업자 등과 거래가 중단되거나 거절한 경우를 의미하며, 거래의 중단 및 거절의 사유는 제한되지 않는 것으로 보인다.
- “매장 위치·면적·시설 등을 변경하는 행위”
 - 계약기간 도중에 당해 매장의 위치·면적·시설 및 기타의 객관적 요소 등을 변경한 경우를 의미한다.
 - 본 조항은 “매장 위치·면적·시설 등을 변경하는 행위”로 규정하고 있어서, 문언적으로 보면 조금의 변경이 있다 하더라도 남은 기간에 대해 모든 보상 의무가 발생하는 것으로 해석될 여지 있다. 그러나 합목적적으로 해석하면, “초기 투자된 설비비용을 더 이상 활용할 수 없을 정도”의 “매장 위치·면적·시설 등의 변경”이 이에 해당한다. 단 이에 대한 공정위의 명시적 판단은 없으나 실무적으로는 보수적으로 판단하여야 한다.
 - “매장 위치·면적·시설 등을 변경하는 행위”에 따라 발생하는 추가 비용을 누가 부담하는지는 고려 대상이 아니다. 따라서 위 변경 행위에 따라 발생하는 비용을 유통사업자가 부담하였다고 하더라도 원칙적으로는 보상 의무가 발생한다고 볼 수 있다. 그러나 위 변경행위에 따라 사실상 종전보다 더 좋은 매장 위치·면적·시설로 변경되었다면, 실질적으로 납품업자의 기대이익을 해하였다고 보기 어려운 바, 이 경우에는 보상 의무가 발생한다고 보기 어렵다. 단, 이에 대한 공정위의 명시적 판단은 없는 바 실무적으로는 보수적으로 판단하여야 할 것이다. 매장 위치·면적·시설 등의 변경사유는 제한되지 않는 것으로 보인다.

(3) 매장설비 비용 부담 주체

1) 기초시설 비용

- 매장 바닥, 조명, 벽체 등 기초시설(대규모유통업자 고유 사양) 공사 비용은 원칙적으로 대규모유통업자가 부담한다.
 - 다만 입점업체가 기초시설(대규모유통업자 사양)을 자신의 사양에 따라 변경할 경우, 추가되는 비용 부분에 대해 사전 서면 약정을 체결하여 비용을 분담할 수 있다.

2) 매장 인테리어 비용

- 대규모유통업자의 사유(MD개편, 매장리뉴얼 등)로 매장 인테리어를 변경할 경우에는 원칙적으로 대규모유통업자가 그 비용을 부담한다.
 - 다만, 좋은 위치로의 이동, 입점업체 내부 매뉴얼에 따른 인테리어 변경 등 입점업체에도 이익이 된다면 비용 분담할 수 있으나, 소요비용의 50%를 넘을 수 없다. 예시) B가 입점업체 △△의류에게 매장의 고급스러운 분위기를 위해 매장 바닥을 대리석으로 교체하도록 요구한 경우, 바닥과 같은 기초시설에 고급 소재를 사용한다면 해당 비용은 원칙적으로 B가 모두 부담하게 된다.
 - 브랜드 컨셉 변경, 매장 위치 변경 희망 등 입점업체가 개별적(입점업체 측의 사유로)으로 인테리어를 변경하고자 하는 경우, 그 소요비용은 대규모유통업자와 입점업체가 협의하여 분담한다.

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 매장설비투자가 있는 때로부터 1년이 지난 경우에도 매장설비 비용을 보상하여야 한다.
- 동 규정에 따라 매장설비 비용을 지급하더라도, 대규모유통업법 제17조는 정당한 사유 없이 계약기간 중 납품업자 등의 매장위치·면적·시설을 변경하거나 기타 불이익을 주는 행위를 금지하고 있

으므로, 여전히 거래 중단, 매장 변경 등의 적법성은 문제될 수 있다.

- 매장설비비용 보상 사유, 보상 금액 등은 동법 제6조 제1항의 서면기재사항이므로 납품업자 등에게 동법 제16조에서 정한 기준 이상의 금원을 보상하는 내용으로 서면을 작성하여야 한다.

[Do's]

- 특약매입거래에서 기초시설 비용이나 매장 인테리어비용을 납품업자에게 보상해주어야 한다.
- 대규모유통업자가 계약 기간 중에 납품업자 등과 거래를 중단·거절하거나, 납품업자 등의 매장 위치·면적·시설 등을 변경하는 경우, 대규모유통업자는 납품업자에게 해당 납품업자가 해당 매장에 대하여 지출한 설비 비용 중 잔여 계약기간 부분에 상당하는 금원 이상을 보상하여야 한다.
- 보상과 관련한 서면을 거래상대방에게 교부하여야 한다.

[Don'ts]

- 대규모유통업자가 대대적인 상품군을 개편(MD개편)함에 따라 매장 위치를 변경하면서 계약기간이 종료하지 않은 매장임차인에게 인테리어 가치 잔존 분에 대한 보상을 하여야 한다.
- 계약기간 중 매장위치를 변경하지 않아야 한다.

(3) 관련 사례

〈홈플러스(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2016유통3701, 의결 제2019 - 130호〉

[사실관계]

홈플러스는 2015년경 구미점에 대한 MD 개편을 진행하면서 4개 매장 임차인의 매장 위치를 변경하고 면적을 축소하였다. 이 과정에서 발생한 새로운 매장의 인테리어 비용 약 8,700만 원 전액을 해당 임차인들이 부담하게 하였다. 홈플러스는 임차인들에게 업종별 감가상각 가이드라인에 따라 기존 설비의 잔존가치가 없다는 이유로 보상금을 지급하지 않았고, 신규 인테리어 비용에 대해서도 보상하지 않았다.

[공정위 판단]

공정위는 이 행위가 계약기간 중 정당한 사유 없이 매장 위치·면적 등을 변경한 행위로서 대규모유통업법 제17조 제8호 위반에 해당한다고 판단하였다. 전체 매장의 이익을 위한 MD 개편이라는 명분만으로 개별 임차인의 희생을 정당화할 수 없으며, 홈플러스 주도로 발생한 신규 인테리어 비용을 임차인에게 전액 부담시킨 것은 부당하다고 보아 시정명령 및 과징금을 부과하였다.

[법원 판단]

법원은 공정위 처분이 정당하다고 판결하며 홈플러스의 청구를 기각하였다. 법원은 대규모유통업법 제16조의 매장 설비비용 보상 의무는 대규모유통업자가 준수해야 할 최소한의 의무라고 판시하였다. 또한, 대규모유통업자 측 사유로 매장을 이전하면서 발생한 '신규' 인테리어 비용에 대해 상호 협의에 의한 적절한 비용 분담 없이 임차인에게 전가하는 것은 법 제17조 제8호의 '정당한 사유'로 인정될 수 없다고 명확히 하였다.

2.2.11 불이익 제공행위 금지

(1) 해설

- 대규모유통업법은 제6조에서 제16조까지 서면 교부, 상품대금 감액, 반품, 판매촉진비용 부담, 종업원 사용 등 대규모유통업자와 납품업자 등의 사이에서 주로 문제되는 거래조건에 관하여 대규모유통업자의 작위·부작위 의무를 구체적으로 규율하고 있는 한편, 그 외에 대규모유통업자가 거래상 우월적 지위를 이용하여 납품업자 등에게 일정한 행위를 강요하거나 불이익 한 행위를 요구

하는 것을 포괄적으로 금지하는 규정을 두고 있다(대규모유통업법 제17조).

- 동법 제17조는 거래관계에서 나타나는 9가지 특정 행위유형을 금지하면서 납품업자 등에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위를 포괄적으로 금지하고 있다.
- 정당한 사유 없이 불이익을 주거나 이익제공을 강요하는 행위 금지하되, 정당한 사유 있는 경우 허용하되 유통업자가 정당한 사유를 소명하여야 한다.

(2) 불이익 제공행위 금지 성립 요건

○ 제1호: 상품권이나 물품을 구입하게 하는 행위

- 납품업자로 하여금 구입할 의무가 없는 상품권이나 물품을 구입하도록 하는 행위를 의미한다.
- 당해 유통사업자가 발행하거나 판매하는 상품권 또는 물품에 국한되지 아니한다.
- “구입하게 하는 행위”로서, 반드시 “강요”의 정도에 이른 경우에 국한되지 않는다. 유통사업자의 권유, 요청, 요구 등으로 인해 사실상 납품업자의 구매가 유도되었다고 인정된다면 이에 해당되는 것으로 판단될 가능성 높다.
- 따라서 유통사업자가 납품업자와 상품권 또는 물품 거래를 할 때에는, 유통사업자로서는 (1)납품업자의 자발적 구매 요구가 있었음을 객관적으로 입증할 수 있는 증빙을 마련하고, (2)납품업자에게 상품권 또는 물품 구매를 할 실질적인 필요성이 있었음을 소명할 수 있어야 할 것이다.

○ 제2호: 통상적인 시장의 납품 가격보다 현저히 낮은 가격으로 납품하게 하는 행위

- 관련 시장에서 통상적으로 납품되는 가격보다 현저히 낮은 납품가격을 형성하였을 경우를 의미한다.
- “통상적인 시장의 납품가격”은 (1)해당 납품업자의 납품실태, (2)원재료의 수급상황의 변화, (3)시장에서의 수요 변동, (4)상품의 생산량 또는 수입량의 변동, (5)그 밖에 해당 상품의 가격변동 또는 납품수량에 영향을 미칠 수 있는 사유의 발생 여부를 종합적으로 고려하여 판단하게 된다.
- 대량 구매(Volume Discount)에 따른 납품가격 인하 등은 정당한 사유로 인정될 수 있을 것이나, 통상의 정도를 벗어난 수준의 할인은 위법으로 판단될 가능성이 높다.

○ 제3호: 판매촉진행사를 실시하기 위하여 통상의 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위

- 판매촉진행사를 위해 관련 시장에서 통상적으로 거래되는 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하도록 하는 경우를 의미한다.
- 판매촉진행사를 위한 것이 아닌, 통상의 거래 과정에서 과다 물량을 요구한 경우는 당사자 사이의 거래 물량 협의의 일종이므로 이에 해당하지 않는다(단, 일반적인 거래상 지위 남용행위로 평가될 수는 있음).
- “통상적인 납품 물량”은 (1)해당 납품업자의 납품실태, (2)원재료의 수급상황의 변화, (3)시장에서의 수요 변동, (4)상품의 생산량 또는 수입량의 변동, (5)그 밖에 해당 상품의 가격변동 또는 납품수량에 영향을 미칠 수 있는 사유의 발생 여부를 종합적으로 고려하여 판단하게 된다.
- 문언상, 판매촉진행사의 실시 과정에서 당해 상품의 가격을 할인하는 등의 추가적인 요건은 요하지 않는 것으로 보이므로, 따라서 (할인 강요 등이 없다 하더라도) 일시적 판매촉진행사 실시를 위해 과다 물량을 납품하도록 한 경우에는 이에 해당될 것으로 판단된다.

○ 제4호: 납품업자 등의 의사에 반하여 판매촉진행사에 참여하게 하는 행위

- 원칙적으로 납품업자 등이 참여할 의사가 없었던 판매촉진행사에 참여하도록 하는 행위는 금지된다.
- 다만, “정당한 사유”가 있는 경우에는 적법한 것으로 인정될 수 있다. 여기서 구체적으로 어떤 경우가 “정당한 사유”로 인정될 수 있는지에 관하여는 일률적으로 판단하기 어렵다.
- 통상, 당해 유통 매장 전체의 통일성을 요하는 판매촉진행사인 경우에는 통일적 행사의 필요성이 있으므로 전체 행사진행 후 각 비용을 1/N하여 부담하도록 할 필요성이 인정될 수 있으나, 반드시 당해 유통 매장의 모든 브랜드가 일괄적으로 참여할 필요가 없는 행사에 강제적으로 비용을 부담하도

록 하는 등의 행위는 본 조항에 위반되는 것으로 판단될 수 있다.

- 제5호: 한시적으로 인하하기로 약정한 납품 가격을 기한이 경과한 후에도 정상가격으로 환원하지 아니하거나 환원을 지연하는 행위
- 제6호: 납품업자 등의 의사에 반하여 해당 납품업자 등의 상품에 관한 광고를 하게 하는 행위(와이드 칼라 등)
 - 원칙적으로 납품업자 등이 시행할 의사가 없는 광고행위를 하도록 하는 행위는 금지된다.
 - 상품 광고에 따라 납품업자가 실제로 매출 증대 등 이익을 얻었는지 여부는 판단 요건이 아니다.
 - 당해 광고의 비용을 누가 부담했는지 여부도 판단 요건은 아니나, 유통사업자가 전적으로 부담하는 경우에는 통상 “납품업자 등의 의사에 반하여”라는 조건이 인정될 여지가 적을 것이다.
- 제7호: 일정한 점포의 매장에서 퇴점하는 것을 방해하거나 납품업자 등의 의사에 반하여 자기의 다른 점포의 매장에 입점하게 하는 행위
 - 납품업자 등의 의사에 반하여 퇴점을 방해하거나 타 점포에 입점하도록 하는 행위는 금지된다.
 - 퇴점 방해행위의 유형은 물리적 방해에 국한되지 않다. 따라서 퇴점시 하자보수금을 과도하게 요구하거나, 매장 원상회복비용을 과다하게 청구하는 등의 실질적 불이익 제공도 이에 해당되는 것으로 볼 수 있다.
 - 유통사업자의 다른 점포에 입점하도록 하는 행위 양태도 다양할 수 있다. 다른 점포에 입점하지 않으면 실질적인 불이익을 제공하는 행위(기존 매장 위치변경, 수수료 등 조정, 반품/반품 등에 있어서의 실질적 불이익 제공, 합리적 이유 없는 재계약 거부 등)도 이에 해당할 수 있다.
- 제8호: 계약기간 중에 납품업자 등의 매장 위치·면적·시설을 변경하는 행위
 - 원칙적으로, 정당한 사유 없이 계약기간 중에 납품업자 등의 매장 위치·면적·시설을 변경하는 행위는 금지된다. 이는 동법 제16조 매장 설비비용의 보상 의무와는 별도로이다. 따라서 정당한 사유에 따라 변경하더라도 보상 의무는 있다.
 - 계약기간 중에 납품업자 등의 매장 위치·면적·시설 변경이 인정될 수 있는 정당한 사유를 일률적으로 국한할 수는 없다. 단, 공정위 실무상으로는 당해 유통 시장의 일반적 상황을 고려하여, “일정한 기간별통상적 매장 MD 개편”, “전체적 Renewal”, “전체 인테리어 개편”, “공용시설 개선 및 보완을 위한 매장 위치·면적·시설 변경” 등은 정당한 것으로 인정될 가능성이 존재한다.
 - 분기별/반기별/연간 판매실적 등을 취합하여, 특정 브랜드의 판매부진을 이유로 한 패널티성 매장 위치·면적·시설 변경은 정당한 사유로 인정되기 어려울 것으로 판단된다. 단, 매출 추이를 고려하여 매출이 높은 브랜드의 위치를 고객 접근성이 높은 곳으로 이동하는 등, 매장 전체적인 구조를 변경하는 등의 행위는(지나치게 잦은 변동이 아닌 한) 정당한 것으로 인정될 여지가 있다.
- 제9호: 계약기간 중에 판매장려금의 비율 등 령으로 정하는 계약조건(판매수익 또는 수수료 비율)을 변경하는 행위
 - 공정위 실무상, 계약기간 중에 판매장려금의 비율 등 내용을 변경하는 행위는 대부분 위법한 것으로 평가된다. 이에 대한 공정위의 처분 수위는 비교적 엄격하여, 시정명령 이외에 과징금도 부과될 가능성이 높다.
 - “령으로 정하는 계약조건”이란, (1)판매장려금의 액수 또는 비율, (2)특약매입거래 또는 위·수탁거래의 경우 상품판매대금에서 대규모유통업자가 공제하는 판매수익 또는 수수료의 비율을 뜻한다.
- 제10호: 그 밖에 동법 제1호부터 제9호까지의 규정에 준하는 것으로서 납품업자 등에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위
 - 파견된 종업원에 대해 판매목표 달성 강요 등 자신의 이익만 일방적으로 추구하는 행위
 - 대규모유통업자가 파견 종업원에 대해 설정된 판매목표액을 달성하도록 강제하는 등 납품업자의 이익보다 자신의 이익을 일방적으로 추구하는 행위를 할 경우 동법 위반 소지가 있을 수 있다.

- 법 위반에 해당될 수 있는 행위(예시)
- 대규모유통업자가 입점업체에 대해 판매목표를 설정하고, 파견된 종업원에 대해 이를 달성하도록 강요하는 행위
- 대규모유통업자 또는 소속 직원이 입점업체에 대해 월별 매출목표를 설정하고, 실제 달성여부와는 관계없이 제시된 목표 금액을 기준으로 판매수수료(판매장려금 포함)를 징수하는 행위

(3) 업무 시 유의사항(Tip)

- 판매촉진행사와 관련하여 현저히 낮은 가격으로 납품하게 하거나(제2호), 통상의 경우보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하거나(제3호), 행사에 참여하도록 강요하거나(제4호), 한시적 인하를 계속 유지하거나(제5호), 광고를 강요(제6호)하는 행위들은 동법 제11조에 따라 적법하게 판매촉진비용 부담비율을 분배한 경우에도 여전히 문제될 수 있는 사유임에 유의할 필요가 있다.
- 판매촉진비용의 부담비율은 적법하지만 판매촉진행사가 개시된 경위, 납품업자들이 참여하게 된 경위 등에 비추어 대규모유통업자의 주도로 판매촉진행사가 진행되면서 납품업자의 자발적 참여로 인정되기 어려운 정황이 있는 경우 위 각호 위반으로 인정될 소지가 있다. 현실적으로 판매촉진행사가 소기의 효과를 거두지 못했을 경우에도 문제될 소지가 있다.
- 판매촉진행사의 참여 여부를 납품업자들로 하여금 결정하게 하고, 납품업자 등의 자발적 참여임을 징표하는 형식(납품업자 등의 동의 또는 납품업자 등의 신청)을 갖출 필요가 있다.

[Do's]

- 판매촉진행사의 경우 납품업자들의 자발적 참여임을 서면을 통해 남겨놓아야 한다.

[Don'ts]

- 대규모유통업자는 ‘국내 최저가 판매’, ‘초특가 판매’ 등의 행사를 기획한 후 납품업자가 통상 납품하는 가격보다 현저하게 낮은 가격으로 납품하도록 하여서는 아니 된다.
- 납품업자 등이 자체적인 경품행사 또는 할인특매행사를 끝낸 후에 대규모유통업자가 또 다시 유사한 행사를 기획하여 동참할 의사 또는 여력이 없는 납품업자 등의 참여를 강요하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 대규모유통업자가 자기 또는 계열회사 등의 매출목표 달성을 위해 납품업자 등에게 가매출을 강요하는 행위를 하여서는 아니 된다.

(4) 관련 사례

〈씨제이올리브영(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2021유통2318, 의결 제2023-234호〉

[사실관계]

씨제이올리브영은 2017년부터 약 6년간 760개 납품업자로부터 상품 관련 정보 제공의 대가로 순매입액의 약 1~3%에 해당하는 ‘정보처리비’를 수취하였다. 전산시스템은 상품관리 기능 뿐만 아니라 정보처리비 수취의 근거가 되는 정보 제공 기능이 함께 제공되기 때문에, 납품업자는 상품관리 기능만 필요한 경우에도 불필요한 정보 제공기능까지 함께 구입할 수 밖에 없었다.

[공정위 판단]

공정위는 이를 납품업자의 의사와 무관하게 경제적 이익을 부당하게 제공받은 행위로 보아 대규모유통업법 제17조 제1호(불이익 제공행위의 금지) 위반으로 판단하였다. 이에 시정명령과 함께 5억 원의 과징금을 부과했으며, 이 처분은 서울고등법원에서도 그 정당성이 인정되었다.

〈롯데하이마트(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2017유통1856, 의결 제2020-341호〉

[사실관계]

롯데하이마트는 납품업자의 물류를 대행하면서, 2015년과 2016년 두 차례에 걸쳐 물류대행 수수료를 각각 9.1%, 5.0% 인상하였다. 이 과정에서 인상된 수수료를 과거(각각 2014년 9월, 2015년 9월)로 소급 적용하여, 2015년에는 45개 납품업자로부터 약 1억 1,086만 원, 2016년에는 70개 납품업자로부터 약 8,201만 원의 수수료를 추가로 공제하거나 수령하였다.

[공정위 판단]

공정위는 이를 대규모유통업법 제17조 제10호에서 금지하는 '납품업자들에게 불이익을 주는 행위'에 해당한다고 판단하여 시정조치를 내렸다.

[법원 판단]

법원은 물류업체와의 협상 지연이 롯데하이마트의 귀책사유이며, 이를 이유로 납품업자에게 수수료를 소급 인상하여 부담하게 한 것은 정당한 사유가 될 수 없다고 판단하였다. 또한, 납품업자들이 소급 인상에 동의했다고 하더라도 거래상 우월적 지위에 있는 롯데하이마트의 요구를 자유로운 의사로 선택했다고 보기 어렵다며 롯데하이마트의 주장을 기각하고 공정위의 처분이 적법하다고 판결하였다.

2.2.12 보복조치의 금지

(1) 해설

- 납품업자 등이 대규모유통업자의 위반행위를 관계 기관에 신고하거나 알리는 행위를 하였음을 이유로 계약조건을 불리하게 변경하거나, 납품이나 매장 임차의 기회를 제한하는 행위 또는 계약 이행과정에서 “불이익”을 주는 행위는 금지된다(대규모유통업법 제18조)
 - “불이익”의 성립요건은 ①대규모유통업자의 법 위반행위, ②납품업자 등의 관계 기관 신고 등을 이유로 납품업자 등에게 불리하게 계약조건 변경 또는 납품이나 매장 임차의 기회 제한 또는 계약의 이행과정에서 불이익이 있어야 한다.

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

- 동법 제39조 제1항 제3호는 동법 제18조를 위반한 자에 대하여 “2년 이하의 징역 또는 1.5억 원 이하의 벌금에 처한다”고 규정하고 있고, 동법 제40조는 행위자 외에 법인도 함께 처벌(양벌 규정)하도록 규정하고 있다.
 - 따라서 동법 제18조 위반시 행위자와 법인의 형사처벌이 문제될 수 있다.

[Do's]

- 계약조건 변경, 납품·매장 임차 제한, 계약 이행과정에서의 마찰 발생시 정당한 사유에 대한 입증 자료를 엄밀하게 작성·보존해 두어야 한다.

[Don't]

- 신고자 제보를 이유로 계약조건 변경 등 불이익을 제공하지 않아야 한다.
- 공정위 서면실태조사에 응하거나 공정위에 제보한 것을 이유로 거래를 중단하지 않아야 한다.

(3) 관련 사례

〈롯데하이마트(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2017유통1856, 의결 제2020-341호〉

[사실관계]

롯데하이마트(주)는 2014년 8월 롯데로지스틱스의 적자누적에 따른 단가 인상 요청에 따라 2015년 1월까지 단가인상 협상을 진행하였다. 롯데하이마트(주)는 롯데로지스틱스와 물류운용 용역비 단가를 기존 계약 대비 8.1% 인상하는 방안으로 협상이 마무리되자, 공동물류를 이용하는 납품업자에 대한 물류대행 수수료도 기존 계약 대비 총 9.1%를 인상하고 인상안을 2014년 9월부터 소급적용하였다.

[공정위 판단]

공정위는 납품업자의 물류업무를 대행하고 지급받는 수수료와 관련하여 수수료 단가 인상분을 소급 적용하는 것은 납품업자에게 불이익을 제공하는 것으로 판단하여 시정명령과 과징금 10억 원을 부과하였다.

2.3 거래종료 후 서류보존 의무

- 대규모유통업자는 계약이 끝난 날부터 5년간 보존하여야 한다(대규모유통업법 제6조 제8항).
- 동법령 제5조에서 정하는 서류의 보존(전자적인 형태로 작성, 송수신 또는 저장된 것 포함)
 - 동법령 제5조(서류의 보존) 및 동법 제6조 제8항에 따라 대규모유통업자가 보존하여야 하는 서류는 다음 각 호의 서류(컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치에 의하여 전자적인 형태로 작성·송·수신 또는 저장된 것을 포함)를 말한다.
 - ① 동법 제6조 제1항에 따른 계약사항이 적힌 서류
 - ② 동법 제6조 제4항 및 제5항에 따른 통지 및 회신의 내용이 적힌 서류
 - ③ 동법 제7조 제1항 단서에 따른 상품대금 감액과 관련한 상품목록, 수량, 감액일자, 약정상품대금, 감액사유 및 감액의 액수가 적힌 서류
 - ④ 동법 제8조 제1항에 따른 상품판매대금의 지급일, 지급금액, 지급수단(어음으로 상품판매대금을 지급하는 경우에는 어음의 교부일·금액 및 만기일을 포함) 및 상품판매대금에서 공제된 항목별 금액이 적힌 서류
 - ⑤ 동법 제8조 제2항에 따라 지급한 이자의 지급내역
 - ⑥ 동법 제9조 단서에 따라 수량을 거부하거나 지체한 상품의 목록, 수량, 주문일자, 주문수량, 수령일자, 수령수량 및 수령 거부 또는 지체 사유가 적힌 서류
 - ⑦ 동법 제10조 제1항에 따라 반품된 상품의 목록, 수량, 거래형태, 반품일자, 납품대금 및 반품사유가 적힌 서류(동법 제10조 제1항 제1호 및 제6호의 반품조건을 명시한 서류와 제7호의 납품업자가 제출한 서류 및 근거자료를 포함)
 - ⑧ 동법 제11조 제2항에 따라 대규모유통업자와 납품업자 등이 판매촉진행사 약정과 관련하여 각각 서명 또는 기명 날인한 서류 및 그 판매촉진행사의 실시에 관한 서류
 - ⑨ 동법 제12조 제2항에 따라 대규모유통업자와 납품업자 등이 종업원 등의 파견조건 약정과 관련하여 각각 서명 또는 기명 날인한 서류
 - ⑩ 동법 제14조 제2항에 따라 대규모유통업자가 경영정보를 요구하기 위하여 납품업자 등에게 제공한 서류
 - ⑪ 동법 제16조에 따라 매장 설비비용을 보상하는 경우 보상사유 및 보상금액 등을 적은 서류
 - ⑫ 동법 제17조 제1호에 따라 정당한 사유로 상품권을 구입하게 한 경우 상품권의 발행, 판매 및 회수내역을 적은 서류
 - ⑬ 동법 제17조 제8호에 따라 정당한 사유로 납품업자 등의 매장 위치·면적·시설을 변경한 경우 그 변경기준 및 협의내용을 적은 서류
 - ⑭ 동법 제17조 제9호에 따라 정당한 사유로 동법 제13조 제2항 각 호의 계약조건을 변경한

경우 그 협의내용을 적은 서류

○ 동법에서 규정하고 있는 서류들에 대하여 계약이 끝난 날부터 5년간 보존하여야 한다.

- 처분대상 제한기간(위반행위 끝난 날부터 5년)과 맞물리는 기간
- 위법성 판단의 근거자료(정당성 소명 자료), 분쟁 해결 위한 자료로 활용

○ 관련 사례

〈롯데쇼핑(주)(슈퍼부문) 및 씨에스유통(주)의 대규모유통업법 위반행위 건, 2018유통1889, 2018유통1951, 의결 제2020-302호〉

[사실관계]

롯데쇼핑은 2015. 1. 1.부터 2018. 4. 27.까지의 기간 동안 311개 납품업자와 329건의 직매입거래 등을 하면서 거래형태, 거래품목 및 기간 등 계약사항이 명시된 전자계약 서면을 최소 1일에서 최대 212일 까지 지연하여 교부하였다. 씨에스유통 역시 236개 납품업자와의 245건 거래에서 서면을 지연 교부하였다. 특히, 납품업자가 먼저 서명했음에도 대규모유통업자가 서명을 지연하여 결과적으로 계약서면 교부가 늦어진 사례가 다수 포함되어 있었다

[공정위 판단]

공정위는 다수의 납품업자에 대한 계약서면 지연교부 행위에 대해 대규모유통업법 제6조 제1항에 위반되어 위법하다고 판단하여 시정조치 및 과징금을 부과하였다.

3. 체크리스트

구분(법 조항)	항목	점검사항
대규모유통업법 제6조 (서면의 교부 및 서류의 보존 등)	발주 및 계약	• 계약 체결 시 서면이 교부되었는가? • 계약서 없이 선발주 후 계약서를 교부하지는 않았는가? • 계약서 작성시 납품업자의 서명을 받았는가? • 계약서에 필수적인 기재사항이 포함되었는가? • 계약서외 별도 항목의 내용을 추가할 경우 자율준수관리자의 사전 검토를 받았는가?
	서면 보관	• 관련 서류(계약서, 상품 감액 관련 서류, 판매대금 지급관련 서류 등)를 5년간 보관하였는가?

구분(법 조항)	항목	점검사항
대규모유통업법 제7조 (상품 대금 감액 금지)	상품 대금	• 납품 이후 상품 대금을 감액하였는가? • 납품대금을 임의로 가격인하 하여 판매하고 가격인하로 인한 손실분을 감액하였는가? • 당초 상품 매입 시 결정한 단가를 판매부진, 계절경과, 원가절감 등을 이유로 추후에 단가인하 계약을 다시 체결하고 이를 소급하여 적요하였는가? • 판매과정에서 발생하는 손실분을 매입분에서 제외하고 대금을 지급하였는가?
대규모유통업법 제8조 (상품 판매대금 등의 지급)	대금 지급	• (특약매입/위수탁/임대차) 월 판매마감일로부터 40일 이내에 대금을 지급하였는가? • (직매입) 해당 상품수령일로부터 60일 이내에 해당 상품의 대금을 지급하였는가? • 상품 대금을 상품권 등으로 지급하였는가?
대규모유통업법 제9조 (상품 수령 거부·지체 금지)	상품 수령 시	• 주문한 상품의 전부 또는 일부의 수량을 거부하거나 지체하였는가? • 상품 수령 거부나 지체의 경우 예외적 허용 사유에 해당하는가? - 상품의 훼손이나 결함, 주문한 상품과 다른 상품 - 일정기간에 집중 판매되는 상품을 해당 기간을 넘겨 납품 - 기타 수량을 거부·지체할 만한 정당한 사유가 있는 경우 • 매장의 개선, 매대의 교체로 인해 해당 상품이 불필요하게 되었다는 이유로 해당 상품의 수량을 거부하였는가? • 대규모유통업자가 고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 발주한 상품의 수량을 거부하였는가? • 납품업체의 납품수령요구에도 불구하고, 보관장소 부족 등 대규모유통업자의 사유로 수량을 지연하였는가? • 대규모유통업자가 일방적으로 납기를 연기 통보한 적이 있는가?
대규모유통업법 제10조 (상품의 반품 금지)	상품의 반품	• 상품의 판매부진이나 계절경과 등을 이유로 반품하였는가? • 월말 또는 기말의 재고 조정을 이유로 반품하였는가? • 고객의 단순변심으로 반품한 상품을 납품업자에게 반품하였는가?

구분(법 조항)	항목	점검사항
대규모유통업법 제11조 (판매촉진비용의 부담 전 가 금지)	판매촉진비용	• 판매촉진행사 관련 계약 사항을 사전에 명확하게 약정하였는가? • 약정관련 서면을 교부하였는가? • 판매비용에 대하여 추후 납품업자와 재계약시 수수료 또는 판매장려금 등을 인상하는 방법으로 비용을 전가하였는가? • 사전에 약정이 없던 판매 촉진 비용을 전가하였는가? • 판촉비용 부담 비율은 예상이익의 비율에 따라 산정하였는가? - 납품업자나 매장임차인의 부담분은 50%를 초과하지 않도록 산정
대규모유통업법 제12조 (납품업자 등의 종업원 사 용 금지)	종업원 파견	• 파견시 납품업자의 자발적 요청이 있었는가? • 파견시 파견조건에 대하여 사전에 약정하였는가? • 납품업자의 파견 판촉 사원을 대규모유통업자의 고유 업무인 계산대, 창고정리, 청소 업무 등에 종사시켰는가? • 대규모유통업자가 고용한 임시직원의 인건비를 납품업자에게 부담시켰는가?
대규모유통업법 제13조 (배타적 거래 강요 금지)	배타 조건부 거래	• 부당하게 배타조건부 거래를 요구하였는가? • 납품업자 등이 다른 사업자와 거래하는 것을 방해하였는가? • 경쟁사에 입점한다는 이유로 입점 매장의 전부 또는 일부를 퇴점시켰는가?
대규모유통업법 제14조 (경영정보 제공 요구 금지)	경영정보	• 납품업자 등이 보유한 경영정보(다른 사업자에 대한 상품의 공급 조건, 입점 조건, 매출관련 정보, 판촉행사관련 정보, 전산망 접속정보, 상품 원가)를 부당하게 요구하였는가? • 경영정보 제공 요구 시 서면을 교부하였는가? • 서면 교부 시 경영정보의 요구목적, 비밀유지, 손해배상에 대한 내용 등이 적시되어 있는가?
대규모유통업법 제14조의 2) (경영간섭활동 금지)	경영간섭	• 다른 유통업자를 통해 판매촉진행사를 실시하는 경우 협의 또는 승인의 요구, 판매촉진행사의 제한 또는 중단을 요구하였는가? • 다른 유통업자를 통해 판매하는 상품의 가격, 수량 등 거래조건을 정하거나 유지하거나 변경하도록 요구하였는가?

구분(법 조항)	항목	점검사항
대규모유통업법 제15조 (경제적 이익 제공 요구 금지)	판매장려금	• 판매장려금 수령 시 연간 거래 기본계약으로 사전에 약정하였는가? • 해당 판매량에 미달하였음에도 장려금을 부담시켰는가? • 연간 기본계약에 포함되지 않은 판매장려금을 요구하였는가? • 수익보전 차원에서 판매장려금을 징구하였는가? • 바이어 개인 통장으로 판매액의 일정률을 입금하도록 요구하였는가? • 반품과정에서 분실상품 관련 비용을 납품업자에게 전가하였는가?
대규모유통업법 제16조 (매장 설비비용의 보상)	비용보상	• 거래를 중단하거나 거절할 경우 잔여계약 기간 해당 분의 매장 설비 비용을 보상하였는가?
대규모유통업법 제17조 (상품권 구입 요구 금지 등)	불이익 요구 금지	• 상품권이나 물품을 정당한 사유 없이 구입하게 하였는가? • 통상적인 시장가격보다 현저하게 낮은 가격에 납품하도록 하였는가? • 판촉행사 실시를 빌미로 통상의 납품 수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하였는가? • 납품업자 등의 의사에 반하여 판촉행사에 참여하게 하였는가? • 한시적으로 인하한 납품가격을 기한 경과 후 환원시키지 않았는가? • 납품업자 등의 의사에 반하여 상품광고를 하게 하였는가? • 퇴점을 방해하거나 납품업자 등의 의사에 반하여 특정 점포에 입점하게 하였는가? • 계약기간 중에 매장의 위치 · 면적 · 시설을 변경하였는가? • 계약기간 중에 판매장려금/수수료를 변경하였는가?
대규모유통업법 제18조 (보복조치의 금지)	보복조치 금지	• 납품업자가 분쟁조정을 신청하거나 공정위에 신고 또는 조사 협조 등을 이유로 불리하게 계약 조건을 변경하였는가? • 공정위 조사 협조 등을 이유로 계약 이행과정에서 불이익을 제공하였는가?

4. 실무 FAQ

Q. 납품업자의 원가 인하·인상 요청 시 가격을 조정할 수 있는 등의 사항을 연간 약정서에 포괄적으로 포함할 수 있는지?

A. 납품업자가 납품단가의 인상 또는 인하를 요구할 경우, 납품단가를 조정할 수 있다는 취지의 조항을 연간거래 기본계약에 삽입하는 것에 대해서는 특별히 법에서 금지하고 있지 않다. 다만, (특히 납품단가 인하의 경우) 납품업자가 그러한 인상·인하를 요구하였다는 점에 관한 자료(요청공문 등)를 반드시 보관하여야 하고, 실제 납품단가가 조정되면 그에 관하여 쌍방의 서명 또는 기명날인이 첨부된 문서를 작성하여 보관하여야 한다.

그 내용은 단순히 “합의하였다”는 정도로는 부족하고, “납품업자가 자발적으로 먼저 요청했다”는 내용을 포함하고 있어야 한다. 대규모유통업법은 특별한 사정이 없는 한, 계약기간 도중의 단가 변동 자체를 금지하고 있기 때문이다. 따라서 단지 “합의하였다”는 사정만으로는 위법으로 평가될 위험이 있다. 만일 이 점에 관한 증빙이 충분하지 않을 경우, 공정위는 유통사업자의 불공정성을 사실상 추정할 가능성이 있다.

Q. 판매촉진행사에서의 “비용”의 범위는 어디까지인지, 단순히 1+1 행사와 같이 증정비용만 해당하는 것인지, 아니면 홍보물, 점포안내비용 등 부가적인 비용을 모두 포함하는 것인지?

A. 대규모유통업법 제11조에 나와 있는 “판매촉진비용이란 판매촉진행사에 소요되는 비용을 가리키는 것”으로 정의하고 있고, 동법 제2조 제8호에서도 “판매촉진행사란 명칭이나 형식에 상관 없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킬 목적으로 행하는 모든 행사 또는 활동을 말한다”고 정의하고 있다. 이상의 점을 고려하면, 1+1 행사, 홍보물, 점포안내비용 등과 같은 비용 모두 판매촉진비용에 해당하는 것으로 판단된다.

Q. 판촉행사 약정 한도수량을 초과하여 행사상품이 판매된 경우, 추가 발생된 판촉비를 파트너사와 분담해도 되나요?

A. 공정위 심사지침에 따르면, 당초 약정사항에 포함되지 않았던 약정 당시 예상하지 못한 비용이 추가로 발생하였다는 이유로 그 비용의 일부 또는 전부를 파트너사에게 부담시킨 경우, **대규모유통업법 제11조(판매촉진비용의 부담전가 금지)**에 위반될 수 있습니다. 따라서 위와 같은 경우에는 반드시 파트너사와 협의를 진행해주시고, 협의에 이르지 못한 경우 해당 비용은 모두 대규모유통업자가 부담해야 합니다.

Q. 파트너사와 주고받은 공문이나 계약서 등 주요 서류는 언제까지 보관해야 하나요?

A. 대규모유통업자와 파트너사간 거래에 관한 서류(기본계약, 반품, 판촉사원, 판촉행사, 장려금등)는 파트너사와의 **계약이 끝난 날로부터 5년간** 보관해야 합니다. 분실 방지 및 업무 효율성 제고를 위해 수기가 아닌, 전자로 체결/보관 하실 것을 가이드합니다.

Q. 점 담당자와 파트너사는 반품 협의가 되었으나, 본사MD와 협의가 안된 경우 반품 가능한가요?

A. 공문으로 지점에 반품을 요청하였더라도 [정상품 반품 기간관리]에 등록되지 않았다면 담당MD와 협의되지 않은 건으로, 공문을 담당MD에 전달하시어 전산 등록 후 반품하여 주시기 바랍니다.

Q. 파트너사로부터 매월 상품 납품금액의 2%를 장려금으로 지급하겠다는 공문을 받았는데, 이러한 장려금은 받아도 되나요?

A. 명칭에 상관없이 대규모유통업자가 파트너사로부터 상품 매입금액의 일정비율 혹은 일정금액을 받는 형태는 기본장려금에 해당합니다. 이는 판매촉진 목적과 관련성이 인정되지 않는 판매장려금으로 상호 협의하여도 수취 불가합니다.

Q. 리뉴얼 상품인데, 신상품 장려금을 받을 수 있나요?

A. 실질적으로 기존 상품과 상품코드가 바뀐 것에 불과한 리뉴얼 상품은 신상품에 해당되지 않으므로 신상품 장려금 수취 불가합니다. 이 때 신상품인지의 여부는 업계의 거래관행 등을 고려하여 출시 후 6개월 이내의 상품을 원칙으로 합니다.

Q. 대규모유통업자 임직원의 지시없이 판촉사원들이 자발적으로 서로의 상품을 진열해주거나, PB상품을 진열하고 있는데 문제없나요?

A. 대규모유통업자는 파견 종업원을 해당 인원을 고용한 파트너사가 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에만 종사하게 할 수 있습니다. 즉, 파견 종업원에게 매장 공용공간 청소, 계산대 현금출납 등 보조업무, 주차지원, 다른 파트너사가 납품하는 상품 또는 PB상품의 판매 및 재고파악 및 관리, 진열업무 등을 맡기는 행위는 법 위반에 해당될 수 있습니다. 현장에서 판촉사원들이 자발적으로 이러한 행위를 하고 있는 경우라도, 해당 판촉사원에게 해당 업무를 하지 않도록 지속적으로 안내해주시기 바랍니다.

Q. 곧 계약기간이 종료될 예정인데, 갱신 절차는 어떻게 되나요?

A. 현재 표준 거래 계약서상 자동갱신 조항이 있으며, 양사가 서로 계약 해지 관련 의사표시를 하지 않는 경우 기존 계약과 동일한 조건으로 계약기간이 연장되는 구조입니다. 따라서 계약 조건에 대한 합의에 이르지 못하고 계약기간이 경과한 경우 기존 계약이 1년 연장되며, 계약 조건에 대해 협의가 진행 중인 경우 계약변경 합의서로 계약기간 임시 연장 후 협의 진행하시는 것을 가이드합니다.

5. 공정거래 규정

구분	내용
가. 파트너사의 선정 및 운영에 관한 지침	V 다른 사업자와의 거래 방해, 배타적 거래 요구 금지 V 경제적 이익 제공 요구 금지 V 거래상 지위를 남용한 불이익 제공 금지 V 부당한 반품 및 수령거부 금지 V 파트너사 거래 종료 기준 및 절차 준수
나. 특약매입거래의 운영에 관한 지침	V 특약매입거래 비용분담 기준 준수
다. 파트너사의 종업원 파견 및 사용에 관한 지침	V 파견절차와 조건 준수 (사전 서면 요청, 자발적인 참여 전제 서면약정) *연중 추가 파견에 따른 절차 준수
라. 판매장려금의 운영에 관한 지침	V 직매입 거래에 한하여 장려금 운영 가능 V 약정 절차 및 조건 준수 (성과/신상품/매대/시상 장려금만 운영 가능) V 지급 조건 변경 기준 준수
마. 판촉행사 및 인테리어의 비용분담에 관한 지침	V 약정 절차 및 조건 준수 (사전 서면약정, 행사/공사 내용 명시) V 판촉행사 파트너사 분담율 50% 초과 금지 (예외 : 파트너사의 자발적/차별적 판촉 행사)
바. 하도급법 준수에 관한 지침	V 부당한 하도급대금 결정/감액 금지 V 부당한 발주취소/수령거부/반품 금지 V 기술자료 제공강요 및 유용금지 V 부당한 경영간섭 금지 V 납품대금 연동제 회피(탈법) 행위 금지
사. 경영정보의 제공 요구에 관한 지침	V 부당한 경영정보 제공 요구 금지 V 경영정보 필요 시 절차 및 기준 준수 원칙

※ 공정거래 규정집 : HI-EP 공정거래 게시판 내 공지

제5절 하도급거래시 유의사항

1. 하도급법의 적용대상 및 법 위반시 제재

1.1 하도급법의 목적 및 입법취지

- 『하도급거래공정화에 관한 법률(이하 “하도급법”)』은 공정한 하도급거래질서를 확립하여 원사업자(대기업)와 수급사업자(중소기업)가 상호 보완적으로 균형 있게 발전할 수 있도록 함으로써 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다(하도급법 제1조).

[하도급법의 특성]

- 민법 내지 상법의 특별법
 - 하도급법은 강행법규이므로 당사자간 합의로 법 적용을 배제하지 못한다.
- 공정거래법의 특별법
 - 하도급법은 공정거래법상 불공정거래행위보다 우선 적용된다.
- 하도급법은 국내법
 - 발주자가 해외사업자인지 여부와 상관없이 원사업자와 수급사업자가 국내 사업자(법인)인 경우에만 하도급법이 적용된다. 또한, 외국인이 국내에 법인을 가진 경우에는 하도급법의 적용대상이 된다.

1.2 하도급법의 구조

- 하도급법은 크게 목적 및 적용대상, 원사업자의 준수 의무사항 및 금지사항, 발주자의 준수 의무사항, 수급사업자의 준수 의무사항, 의무위반에 대한 제재내용 및 절차 등으로 구성되어 있다. 이 중 필수적으로 알아야 할 규제 내용은 크게 4가지로 나누어 볼 수 있는데, 원사업자의 의무사항, 원사업자의 금지사항, 발주자의 의무사항, 수급사업자의 준수사항으로 구성되어 있다.

[하도급법 체계도]

목적 및 적용대상	목 적: 공정한 하도급거래질서 확립 적용업종: 제조, 수리, 건설, 용역 • 적용대상: 대기업과 중소기업간 거래 및 중소기업과 중소기업간 거래 • 적용기간: 거래종료일로부터 3년 이내(단, 3년 이내 신고시 거래종료일로부터 3년 경과 후에도 조사 개시가 가능하며, 기술자료 제공요구 및 유용의 경우 7년)		
하도급 거래의 규제내용	원사업자의 준수 의무사항 (9개)	• 서면교부, 서류보존 의무 • 내국신용장 개설 의무 • 하도급대금 지급 의무 • 관세 등 환급액의 지급 의무 • 공급원가 등의 변동에 따른 하도급대금 조정협의 의무	• 선급금 지급 의무 • 검사 및 검사결과 통지 의무 • 하도급대금지급보증 의무 • 설계변경 등에 따른 하도급대금 조정 의무
	원사업자의 금지사항 (13개)	• 부당특약 설정 금지 • 물품 등의 구매강제 금지 • 부당반품 금지 • 물품구매대금 부당결제 청구	• 부당한 하도급대금 결정 금지 • 부당한 위탁취소 금지 • 감액 금지 • 경제적 이익의 부당요구 금지

		금지 • 기술자료 제공요구 및 유용 금지 • 부당한 경영간섭 금지 • 탈법행위 금지	• 부당한 대물지급 금지 • 보복조치 금지
	발주자의 준수의무사항 (1개)	• 하도급대금의 직접지급 의무	
	수급사업자의 준수의무사항 (2개)	• 서류보존 의무 • 신의성실 이행, 및 원사업자의 위법행위 협조거부	

1.3 관련 규정

- 하도급 관련 규정에는 하도급법과 하도급법을 뒷받침하고 있는 시행령, 공정위에서 필요에 따라 제정하는 각종 고시와 심사지침들이 있다.

(1) 법령

- 하도급거래공정화에 관한 법률
- 하도급거래공정화에 관한 법률 시행령

(2) 고시·지침 등

- 하도급거래 공영화 지침
- 부당한 위탁취소, 수령거부 및 반품행위에 대한 심사지침
- 부당특약 심사지침
- 부당특약 고시
- 하도급대금의 결제조건 등에 관한 공시에 관한 규정
- 하도급법상 요구가 금지되는 경영상 정보의 종류고시
- 기술자료 제공 요구·유용행위 심시지침
- 부당한 하도급대금 결정 및 감액 행위에 대한 심사지침
- 선급금 등 지연지급 시의 지연이율 고시
- 어음대체결제수단에 의한 하도급대금 지급시의 수수료율 고시
- 어음에 의한 하도급대금 지급시의 할인율 고시
- 용역위탁 중 지식·정보성과물의 범위 고시
- 제조위탁의 대상이 되는 물품의 범위 고시
- 하도급법 위반사업자에 대한 과징금 부과기준에 관한 고시
- 대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준(하도급분야)

1.4 적용 범위

- 하도급법은 특별법이기 때문에, 하도급법상 규정된 원사업자 및 수급사업자의 요건을 충족하고, 하도급법상 규정된 위탁의 범위(제조, 수리, 건설, 용역)에 포함되어야 하며, 거래 종료 후 3년이 경과하지 않아야 하도급법이 적용된다. (단, 3년 이내 “신고시” 거래종료일로부터 3년 경과 후에도 조사 개시가

가능하며, 기술탈취 및 유용의 경우 7년)

- 거래종료일의 의미

제조/수리/지식정보성과물의 위탁	건설위탁
목적물 납품 또는 인도한날	공사 완공일

- ※ 하도급계약이 중도에 해지되거나 하도급거래가 중지된 경우에는 해지 또는 중지된 날을 의미함
- “신고시”란 공정위가 “신고를 받은 날”을 의미함.

1.5 법적용 대상 사업자

- 하도급법상 하도급거래에 있어 물품의 제조·수리 또는 시공·용역을 수급인에게 도급(일의 완성을 대가로 보수를 지급하는 계약)하는 자를 발주자, 발주자로부터 도급받아 중소기업에게 하도급을 주는 사업자를 원사업자, 원사업자로부터 하도급 받은 중소기업자를 수급사업자라 한다(하도급법 제2조 제2항, 제3항). 또한, 발주자 없이 물품의 제조·판매·수리 등을 위하여 원사업자가 직접 수급사업자에게 도급을 주는 경우도 하도급이라고 한다.
- 하도급법은 재하도급을 금지하지 않기 때문에, 하도급 받은 수급사업자가 다른 사업자에게 재하도급을 하는 경우에는 원사업자가 발주자가 된다.

(1) 수급사업자

- 수급사업자는 중소기업기본법상의 중소기업을 말하며(중소기업기본법 제2조 및 동법령 제3조), 중소기업협동조합도 포함한다.

[중소기업 해당여부]

- 중소기업은 자산총액이 5천억 원 미만이고, 중소기업기본법에서 정한 평균매출액 이하여야 한다.
- 상호출자제한기업집단 소속회사는 제외되고, 자산총액이 5천억 원 이상인 기업이 최다 출자자로서 30% 이상 지분을 소유한 경우는 제외된다.

※ 중소기업의 해당여부는 중소기업현황정보시스템(<https://sminfo.smba.go.kr/>)에서 검색이 가능하다.

(2) 원사업자

- 중소기업기본법상 중소기업이 아닌 사업자(상호출자제한기업집단 소속기업, 중견기업 포함)
- 중소기업자 중 직전 연간매출액이 30억원 이상인 사업자(제조업)
- 하도급법상 중견기업의 경우, 대규모중견기업(직전 연간매출액 2조 원 초과)과 소규모중견기업(업종별로 직전 연간매출액이 800억 원~3,000억 원 미만)으로 나뉘어진다. 대규모중견기업과 소규모중견기업이 하도급 관계가 형성될 경우, 소규모중견기업은 대금 지급 관련 규정에 한해서 수급사업자로 보호받는다.
- 소규모 중견기업이 대규모 중견기업으로부터 하도급을 위탁 받은 경우에는 하도급대금 지급 규정(60일 대금 지급)이 적용되어 수급사업자로 보호받음

[업무 시 유의사항 Tip]

- “연간매출액”이라 함은 사업자의 하도급계약 체결 시점의 직전사업연도의 매출총액을 말하며 이의 판단은 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」에 의거하여 작성된 감사보고서의 손익계산서상의 매출액을 원칙으로 한다.
- 공정위 하도급 조사 시 기본이 되는 것은 조사 대상 범위의 확정이므로, 대기업자인지 혹은 중소기업자인지 정확히 구분되어야 수검 시 대응활동이 원활할 수 있다.

- 수급사업자가 명확히 구분되어야 하도급 조사에 대비한 지연이자 혹은 대금 지급과 같은 선조치를 수월하게 할 수 있다

1.6 법적용 대상거래

- 하도급법에서 정한 하도급이란 “원사업자가 수급사업자에게 제조위탁, 수리위탁, 건설위탁, 용역위탁을 하거나, 원사업자가 다른 사업자로부터 제조위탁, 용역위탁, 건설위탁, 수리위탁을 받은 것을 수급사업자에게 다시 위탁을 하고, 이를 위탁 받은 수급사업자가 위탁 받은 것을 제조 또는 수리하여 이를 원사업자에게 납품, 인도, 제공하고 그 대가(하도급대금)을 수령하는 행위를 말한다”고 규정되어 있다(하도급법 제2조 제1항).
- 하도급법에서는 원사업자에 대한 거래 의존성에 착안하여 “그 업에 따른 위탁”을 하는 경우를 “하도급거래”로 보고 있다.

1.6.1 제조업과 하도급법

(1) 제조위탁

- “제조 위탁”이란 사양을 지정하여 제조를 위탁하는 경우이다. 규격품, 범용품이 아닌 주문품의 위탁이 전형적인 제조위탁이다. 또한 제조 위탁에는 규격품 등을 가공받는 경우도 포함된다.
- 제조 위탁의 주요 유형.
 - ① 판매용 물품의 제조 위탁
 - 물품의 판매를 업으로서 행하고 있는 사업자가, 그 물품의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 경우이다.
 - ② 수탁 생산용 물품의 제조 위탁
 - 물품의 제조를 업으로서 원사업자가 그 물품의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 경우이다.
 - ③ 수리에 필요한 부품 등의 제조 위탁
 - 물품의 수리를 업으로서 행하고 있는 사업자가, 그 물품의 수리에 필요한 부품 또는 원재료의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 경우이다.

(2) 무료로 배포하는 카탈로그, 전단지, 브로셔 등의 문안, 레이아웃, 디자인, 인쇄 등

- 무료로 배포하는 카탈로그·전단지·팜플렛 등의 광고물의 제작을 위탁하는 경우, 원사업자가 그러한 광고 제작을 스스로 반복 계속하고 있는 경우는, 제조 위탁에 해당할 수 있는 점에 유의한다. 또한 문안, 레이아웃, 디자인만의 작성을 위탁하는 경우는 원사업자가 그 작성을 스스로 반복 계속하고 있을 때, 정보 성과물 작성 위탁에 해당할 가능성이 있음에 유의한다.

1.6.2 하도급법상의 제조위탁 관련 고시 : 제조위탁의 대상이 되는 물품의 범위 고시 (1) 제조위탁의 유형 (사업자가 물품의 제조·판매·수리를 업으로 하는 경우)

- ① 판매의 대상이 되는 완제품(OEM거래포함)을 제조 위탁하는 경우
 - 여기서, 위탁범위의 판단기준은 위탁내용이 위탁사업자의 사업의 일환으로 계속적·반복적으로 하는 행위와 밀접한 관련이 있어야 한다. 예를 들어, 위탁 받은 사업자가 자체 개발한 신제품을 위탁사업

자의 승인 하에 제조하는 경우를 말한다.

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

- 판단기준은 완제품의 제조에 투입되는 부품 등을 규격을 지정하여 주문 제작한 것을 의미한다. 다만, 이 경우에도 대량생산품목으로 샘플 등에 의해 단순 주문한 것은 제외한다.
- 예를 들어, 생산업자 등이 제품생산에 투입되는 부품의 제조를 의뢰하거나 부품의 조립 등의 임가공을 위탁하는 경우를 말한다.

③ 제조업자가 물품의 제조에 필요한 금형, 사형, 목형 등의 제조를 위탁하는 경우

④ 물품의 구성에 부수되는 포장용기, 라벨, 견본품, 사용안내서 등의 제조를 위탁하는 경우

⑤ 물품의 제조과정에서 도장작업, 가공, 조립, 주단조, 도금 등의 제조를 위탁하는 경우

⑥ 수리업자가 물품의 수리를 위탁하거나, 물품의 수리에 필요한 부품 등의 제조를 위탁 하는 경우

[업무 시 유의사항(Tip)]

- 규격품·표준품을 구입하는 것은 원칙적으로 제조위탁의 대상이 되지 않는다(단순구매). 그러나 하도급법은 원사업자가 수급사업자에게 위탁하는 거래를 대상으로 하는 것이므로 규격품·표준품 일지라도 가공 등을 시킨 경우에는 제조위탁의 대상이 된다.
- 대체물의 경우, 특정 원사업자만이 아니라 불특정 다수의 수요자를 대상으로 제조된다는 특성에 비추어 하도급법상 제조위탁에 해당하는지 여부에 관하여 논의가 있을 수 있으나, “위탁과 제조 간에 상당하고도 긴밀한 연관성”이 인정되는 다음과 같은 경우에는 예외적으로 하도급법이 적용될 수 있다.
 - 시장구조, 거래형태, 생산물의 특성 등의 이유로 원사업자 의존형 거래관계가 형성되어 원사업자가 수급사업자에 대해 강력한 구매력을 행사하는 경우
 - 총생산량 대비 납품비율, 생산능력 대비 위탁물량의 규모 등이 일정수준에 달해 원사업자의 위탁행위가 수급사업자의 생산계획 수립에 영향을 미치는 경우
 - 시장의 불확실성에서 오는 위험을 줄이기 위해 인위적으로 안정되고 고정적인 거래관계를 형성함으로써 양당사자간 위탁과 제조가 밀접히 연관된 경우
- 위탁 받은 사업자가 제조설비를 가지고 있지 않더라도 위탁 받은 물품의 제조에 대해서 모든 책임을 지고 있는 경우에는 제조위탁을 받은 것으로 본다. 다만, 무역업자가 제조업자의 요청으로 단순히 수출을 대행하는 경우에는 제조위탁으로 보지 아니한다.

(2) 하도급거래에서 제외되는 위탁행위

- 자가 소비용의 단순한 일반사무용품의 구매하는 경우
- 물품의 생산을 위한 기계·설비 등을 단순히 제조위탁하는 경우
- 위탁 받은 목적물을 제3자에게 제조위탁 하지 않고 단순 구매하여 납품하는 경우

1.6.3 하도급법상의 제조위탁 관련 고시 : 용역위탁 중 지식·성과물의 범위 고시

- 지식·정보성과물의 작성 또는 역무의 공급(이하 “용역”이라 한다)을 업으로 하는 사업자(이하 “용역업자”라 한다)가 그 업에 따른 용역수행 행위의 전부 또는 일부를 다른 용역업자에게 위탁하는 것을 말한다(하도급법 제2조 제11항).

- 정보성과물의 작성을 업으로서 도급을 받은 사업자가 이 정보성과물 작성 행위의 전부 또는 일부를 다른 사업자에게 위탁하는 경우
 - 자신이 사용할 정보성과물의 작성을 업으로 하고 있는 경우에 이의 성과물의 작성행위의 전부 또는 일부를 다른 사업자에게 위탁하는 경우
 - ‘사업자가 사용할 정보성과물의 작성을 업으로 하고 있는 경우’란 사업자가 자신의 사업을 위하여 사용하는 정보성과물(예: 사내에서 사용하는 회계용 소프트웨어, 자사의 홈페이지)의 작성을 반복적·계속적으로 사회통념상 사업의 수행으로 볼 수 있을 정도로 행하고 있는 경우를 말한다.
- ① 사업자가 정보프로그램 작성을 업으로 하는 경우
- 소프트웨어진흥법 제2조 제1호의 규정에 의한 소프트웨어(컴퓨터·통신·자동화 등의 장비와 그 주변 장치에 대하여 명령·제어·입력·처리·저장·출력·상호 작용이 가능하도록 하게 하는 지시·명령(음성이나 영상정보 등을 포함)의 집합과 이를 작성하기 위하여 사용된 기술서 기타 관련 자료, 이하 같음)의 작성을 위탁하는 것
(예) 소프트웨어개발을 위한 제안서·마스터플랜, 시스템 구축 관련 설계(하드웨어, 소프트웨어, 네트워크 등), 시스템 개발(하드웨어 및 소프트웨어 개발, 네트워크 설치 등)
 - 지능정보화기본법 제2조 제1호의 규정에 의한 “정보”(특정의 목적을 위하여 광 또는 전자적 방식으로 처리하여 부호·문자·음성·음향 및 영상 등으로 표현한 모든 종류의 자료 또는 지식)의 작성을 다른 사업자에게 위탁하는 것
- ② 사업자가 문자·도형·기호의 결합 또는 이것들과 색채의 결합에 의하여 구성되는 성과물의 작성을 업으로 하는 경우
- 상품의 형태, 용기, 포장 및 광고 등에 사용되는 디자인의 제작을 다른 사업자에게 위탁하는 것

1.7 법 위반시 제재

(1) 분쟁조정(하도급법 제24조의4 내지 6)

- 원사업자, 수급사업자, 기타 조합은 원·수급사업자 간의 하도급거래의 분쟁에 대하여 하도급분쟁 조정협의회에 조정을 신청할 수 있다.
- 공정위는 조정조서가 작성되고 분쟁당사자가 조정조서에 기재된 사항을 이행한 경우에는 하도급 법상 시정조치 등을 하지 아니한다.
- 조정조서가 작성된 경우 조정조서는 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다.

(2) 시정조치(하도급법 제25조)

- 하도급법을 위반한 발주자와 원사업자에 대하여 하도급대금 등의 지급, 법 위반행위의 중지, 특약의 삭제나 수정, 향후 재발방지, 그 밖에 시정에 필요한 조치를 명할 수 있고, 시정조치를 한 경우에는 시정조치를 받은 원사업자에 대하여 시정조치를 받았다는 사실을 공표할 것을 명할 수 있다.

(3) 과징금 부과 (하도급법 제25조의3)

- 하도급법을 위반한 발주자와 원사업자에 대하여 관련 하도급대금의 2배 이하의 과징금을 부과할 수 있다(수급사업자의 경우도 서류보존의무 위반시 과징금대상)
 - 법위반행위 당시 시행령 및 과징금 고시를 적용하므로, 법령 개정 전후를 구분
 - ※ 과징금 기본산정 기준 : 하도급대금의 2배 X 위반금액 비율 X 중대성 정도별 부과기준율
- 원사업자가 공정위의 조사개시일 또는 지급요청 받은 날로부터 30일 이내에 하도급 대금 지급을

자진시정(지급)한 경우 과징금이 부과되지 않는다.

(4) 과태료 부과(하도급법 제30조의2)

- 조사 불출석자, 자료제출명령 불이행자는 1억 원, 관련 임직원은 1천만 원 이하 부과
- 조사 거부·방해·기피한 자는 2억 원, 관련 임직원은 5천만 원 이하 부과
- 하도급 서면실태조사에 따른 자료 미제출 또는 허위제출자는 5백만 원 이하 부과
- 공정위 심판정 질서유지명령 미행자는 1백만 원 이하 부과

(5) 벌칙(하도급법 제30조)

- 하도급대금 2배 이하의 벌금
 - 보복조치 위반시 3억원 이하, 경영간섭 및 탈법행위 위반시 1억 5천만원 이하
- 법 위반 3회 이상 & 벌점 4점 초과시 경우 원칙적 고발
- 공정위가 원사업자의 하도급법 위반 행위에 대하여 고발요건에 해당하지 않는다고 결정하더라도 감사원장, 중소벤처기업부장관은 사회적 파급효과, 수급사업자에 미친 피해 정도 등을 고려하여 공정위에 고발을 요청할 수 있으며 고발요청을 받은 공정거래위원장은 검찰총장에게 고발하여야 함

(6) 손해배상책임(하도급법 제35조)

- 입증책임이 원사업자에게 전환되어 있고, 일부 범위반사항에 대해 징벌적 손해배상 책임 인정※
3배 손해배상소송 대상 : 부당대금결정, 부당위탁취소, 부당반품, 감액금지, 보복조치

※ 5배 손해배상소송 대상 : 기술자료 유용(2024.8.28일부터 적용)

- 법원 자료제출명령(하도급법 제35조의2) 및 비밀유지명령(하도급법 제35조의3) 도입
 - 법원의 자료 제출 명령제를 도입하여 손해 및 손해액 입증에 반드시 필요한 경우 사업자가 영업 비밀을 이유로 법원의 자료 제출 명령을 거부하지 못하도록 규정
 - 한편, 소송 과정에서 영업 비밀이 유출되는 것을 최소화하기 위해 법원의 비밀 유지 명령 조항 및 관련 절차를 마련, 준비 서면 등에 영업 비밀이 포함되는 경우 법원의 명령으로 자료를 소송 수행 외의 목적으로 사용하거나, 당사자 이외의 자에게 공개하는 것 등을 금지할 수 있게 함

(7) 고발

- 원칙적 고발(사업자)
 - 기술유행행위금지(법 제12조의3 제4항)를 위반한 업체로서 법위반 정도가 중대하거나 법위반 동기가 고의적인 경우

(8) 기타

- 상습 법위반자 명단 공표(법 위반 3회 이상 & 벌점 4점 초과)
- 입찰제한(3년간 벌점 5점 초과), 영업정지 요청(3년간 벌점 10점 초과)
- 하도급법 위반에 따른 벌점 부과
 - 상습법위반사업자 명단공표: 직전(명단공표일이 속하는 연도 1월 1일부터) 3년간 3회 이상 법 위반 조치(경고 이상)를 받고 누산벌점 4점
 - 입찰참가자격의 제한 요청: 직전(공정위 시정조치일부터 역산) 3년간 누산벌점 5점
 - 건설산업기본법에 따른 영업정지 요청: 직전(공정위 시정조치일부터 역산) 3년간 누산벌점 10점
 - 과징금 가중 사유: 과거 3년간(신고사건의 경우 신고접수일 기준, 직권조사의 경우 자료제출요청일, 출석요청일, 현장조사일 중 가장 빠른 날 기준) 3회 이상 법 위반으로

조치(경고 이상)를 받고 누산벌점이 2점 이상인 경우 과징금 최대 20% 가중

2. 거래단계별 법 위반 유형 및 업무 시 유의사항

- 하도급거래는 계약체결, 계약이행, 대금지급의 3단계로 구분할 수 있으며, 각 단계별 주요 준수의 무사항과 금지사항은 아래와 같다.

[거래단계별 하도급법의 주요 사항]

거래단계	준수의무사항과 금지사항
견적	부당한 하도급대금결정 금지 : 단가 후려치기(경쟁입찰에 의한 최저가 입찰금액 보다 낮은 금액으로 대금 결정 등)
계약체결단계	- 서면교부 의무(서류보존의무 포함) - 부당특약 금지 - 부당한 하도급대금결정 금지
계약이행단계	- 부당위탁취소 및 수령거부 금지 - 검사·결과 통지 의무 - 부당반품 금지 - 감액 금지 - 기술자료 제공 및 유용 금지
대금지급단계	- 하도급대금 지급 의무 - 선금금 지급 의무 - 설계변경 등에 따른 하도급대금 조정 의무 - 공급원가 등의 변동에 따른 하도급대금 조정협의 의무

[기술 유용 및 아이디어 탈취 행위 관련 필수 준수사항]



※ 이미지: 청중재 변호사네이버블로그

보일러를 판매하는 K사는 수급사업자로부터 납품 받고 있던 부품들의 구매 단가를 절감하기 위하여 수급사업자의 기술자료를 수차례 제3의 업체에 제공하였고, 그 결과 일부 부품에 대하여는 제3의 업체로부터 더 낮은 가격에 부품을 납품 받기도 하였습니다. 공정거래위원회는 이를 하도급법에서 금지하는 “기술유용행위”로 보아 시정명령 및 과징금(9억 5,400만원) 부과, 검찰 고발 조치를 취하였습니다.

기술유용행위

도급 관계에서 수급사업자의 기술자료를 정당한 이유 없이 자기 또는 제3자를 위하여 사용하거나 제3자에게 제공하는 행위(하도급법제12조의3 제4항). 이에 해당하면 **시정명령, 과징금, 형벌 및 징벌적 손해배상(5배)**

한편, 도급 계약 등 어떠한 계약을 체결하지 않은 상대방이라 할지라도 상대방의 아이디어를 부당하게 탈취하여 영업에 활용하는 행위는 부정경쟁방지법상 “**부정경쟁행위**”로서 제재 받을 수 있습니다.

부정경쟁행위

사업제안, 입찰, 공모 등 과정에서 타인의 아이디어를 자신 또는 제3자의 영업상 이익을 위하여 부당하게 사용하는 행위(부정경쟁방지법제2조 제1호 차목). 이에 해당하면 **시정명령, 과태료, 형벌 및 징벌적 손해배상(5배)**

공정거래위원회가 지난 2023년 신사업하도급조사팀 및 기술유용조사과를 신설함으로써 하도급 거래에서의 기술유용행위를 비롯한 불공정거래행위에 대한 강한 조사 의지를 드러낸 만큼 앞으로 관련 조사가 보다 증가할 것으로 예상됩니다. 또한 기술유용행위 및 부정경쟁행위는 민사적으로도 징벌적 손해배상 대상으로, 실제 발생한 손해액의 5배까지 배상하게 될 수 있어 이에 해당하는 경우 막대한 사손이 발생할 우려가 있습니다. 모든 임직원은 계약 체결 여부를 막론하고 파트너사의 기술이나 아이디어를 부당하게 사용하지 않도록 각별히 유의하여 주시기 바랍니다.

2.1 계약체결단계 시 하도급법상의 규제내용

2.1.1 서면 교부 및 서류 보존 의무

(1) 개념

- 서면 교부 의무는 당사자간의 계약내용을 명백히 하고, 향후 분쟁발생시 사실확인을 위한 기초자료로 활용함으로써 계약내용이 불분명하여 발생하는 수급사업자의 불이익을 방지함과 동시에 당사자간 사후분쟁 예방 필요성 때문에 공정위에서 엄격히 규제하고 있다(하도급법 제3조).

(2) 원칙

① 중요 사항(법정기재사항)을 기재한 서면 발급

- 원사업자는 하도급 계약을 체결할 경우, 법정기재사항(6가지)을 작성한 서면을 수급사업자가 제조나 시공에 착수하기 전에 교부하여야 한다. 교부된 서면에는 회사 또는 대표자 명의의 기명날인(서명)이 되어 있어야 한다.

[법정기재사항]

- ① 위탁일과 수급사업자가 위탁받은 목적물 또는 공사의 내용(수량, 단가 포함)
- ② 목적물을 원사업자에게 납품 또는 인도하는 시기 및 장소
- ③ 목적물의 검사방법 및 시기
- ④ 하도급대금과 그 지급방법 및 지급기일
- ⑤ 원사업자가 수급사업자에게 목적물의 제조·수리 또는 시공에 소요되는 원재료 등을 제공하고자 하는 경우에는 그 원재료 등의 품명, 수량, 제공일, 대가의 지급방법과 지급기일
- ⑥ 원재료의 가격변동에 따른 하도급대금의 조정요건, 방법 및 절차
 - 하도급법에서는 발주서면의 양식을 정하고 있지 않으나, 발주 시에 하도급법상 요구되는 구체적인 기재사항이 모두 기재되거나 기본 계약서를 보완하는 서면을 작성하여 교부하여야 한다.

② 서면 발급 시점

- 원칙적으로 수급사업자와 위탁 계약의 주요 내용을 합의하여 정한 후 지체 없이 서면 계약서를 발급하여야 하며, 최소한 수급사업자가 물품 등의 납품 등을 위한 작업을 시작하기 전 서면으로 발급하여야 한다.

③ 보존대상 서면 및 보존 기간

- 원사업자와 수급사업자는 의무적으로 하도급법상 교부하여야 하는 서면 및 하도급 거래의 중요사항을 담은 서면을 3년/7년간 보존하여야 한다.

(3) 법 위반 유형

- 법정기재사항이 일부 또는 전부 누락된 서면을 교부한 경우(불완전한 서면교부)
- 추가 공사의 범위가 구분되고 금액이 상당함에도, 이에 대한 구체적인 추가 계약서나 작업지시서 등을 발급하지 아니한 경우
- 시공과정에서 추가 또는 변경된 물량이 입증되었으나 당사자간의 다툼이 있어, 변경 계약서 또는 정산서를 발급하지 아니한 경우
- 공사나 제조에 착수한 후에 서면을 교부하는 경우 등 서면을 지연 교부한 경우
- 하도급거래 당사자의 서명, 기명날인이 없는 서면을 교부한 경우
- 계약 서면의 내용은 사실관계를 반영하여야 하므로 실제의 하도급거래와 상이한 서면을 교부한 경우

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

[Do's]

- 계약기간이 종료되어 묵시적으로 계약기간의 연장이 승인되었다고 하더라도, 연장된 계약기간이 명시된 새로운 서면을 교부하여야 한다.
- 업계 표준이나 거래 관행의 특성을 근거로 한 공정위의 표준하도급 계약서를 활용하여 서면에 기재해야 할 항목이나 내용에 대해 표준화를 도모하여야 한다.
- 발주서면에 하도급법상 정해진 사항이 기재되어 있거나, 보충하는 역할을 하고 있는지를 확인한다.
- 견적수량과 주문수량이 차이가 나는지 확인한다.
- 수량만 적시되어 있고, 단가가 누락되지 않았는지 확인한다.
- 서면 교부 시 미확정 사유에 대한 정당성이 존재하여도, 그 내용이 정해진 경우 보충서면을 교부한다.

[Don'ts]

- 실거래행위와 다른 거짓서면 및 서류[허위계약일자, 이중계약(실계약, 허위계약), 허위내용의 서류 사후작성 등]를 작성하여 교부하지 않아야 한다.
- 업계 표준에 준하지 않는 EDI(Electronic Data Interchange)나 전용단말기의 도입은 다수의 발주자와 거래를 하는 수주자의 부담을 증가시키므로 합리성이 없는 과도한 도입을 요구하지 말아야 한다.
- 하도급 관련 서류는 증거인멸의 의도로 폐기해서는 아니 된다.
- 협력사에 하도급 관련 서류 등을 3년 이내에 폐기하도록 요구하지 않아야 한다.
- 거래종료일부 3년간 서면(서류)을 보존하고 있으나 허위서면(서류)이거나 허위내용의 서류를 사후 작성하여 보존하지 않는다(허위서류 보존).
- 서명 또는 기명 날인이 없는 불완전한 서면을 교부하지 않아야 한다.

(5) 관련 사례

〈신성이엔지 및 시너스텍의 불공정하도급거래행위 건, 2019서제1338, 의결 제2022-087호〉

[사실관계]

신성이엔지는 수급사업자에게 공정자동화설비 관련 부품의 제조를 위탁하면서 하도급법 제3조 제2항 및 동법령 제3조에서 규정하는 사항을 기재한 서면을 교부하지 않았다.

[공정위 판단]

공정위는 서면미교부 및 하도급 대금 지연지급, 부당반품을 이유로 과징금 20백만 원 및 시정명령을 부과하였다.

〈(주)코아스의 불공정하도급거래행위 건, 2021제하1055, 의결 제2021 - 204호〉

[사실관계]

(주)코아스는 금형 제작을 위탁한 후, 2015년 9월, 10월, 2016년 10월에 총 5회에 걸쳐 돌기 추가, 형상 변경 등 금형 수정을 지시하면서 수급사업자가 작업을 시작하기 전에 서면을 발급하지 아니하였다.

[공정위 판단]

공정위는 제조 등의 위탁을 하는 경우 수급사업자가 물품 납품을 위한 작업을 시작하기 전에 서면을

발급할 것을 규정하고 있는 하도급법 제3조 제1항에 위반된다고 판단하여 시정명령을 내렸다.

2.1.2 부당한 특약 설정 금지

(1) 개념

- 원사업자가 수급사업자에게 제조 등을 위탁할 때 교부하거나 수령한 설계도면, 시방서, 유의서, 현장설명서, 제안요청서, 물량내역서, 계약 및 견적 일반조건·특수조건, 과업내용서, 특약조건, 도급업무내역서, 발주서, 견적서, 계약서, 약정서, 협약서, 합의서, 각서 등 그 명칭이나 형태를 불문하고 원사업자와 수급사업자 간의 권리·의무관계에 영향을 미치는 약정을 통해 설정한 계약조건으로서 수급사업자의 이익을 부당하게 침해하거나 제한하는 것을 규제하기 위한 것이다(하도급법 제3조의4).

(2) 위법성 판단기준

- 원사업자와 수급사업자 간에 제조 등의 위탁과 관련하여 체결한 하도급거래의 계약조건이 공정하고 타당한지 여부를 기준으로 판단한다.
 - 계약조건이 충분한 협의과정을 거쳐 결정되었는지 여부
 - 원사업자가 수급사업자에게 하도급대금을 결정하는데 필요한 자료·정보를 성실하게 제공하였는지 여부
 - 당해 업종의 통상적인 거래관행에 어긋나는지 여부
 - 관계법령의 취지에 부합하는지 여부
 - 목적물 등의 내용 및 특성
 - 수급사업자가 입은 불이익의 내용과 정도
- 다음 3개 부당특약의 효력은 곧바로 무효가 됨에 유의
 - 원사업자가 서면에 기재되지 아니한 사항을 요구함에 따라 발생한 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정
 - 원사업자가 부담하여야 할 민원처리, 산업재해 등과 관련된 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정
 - 원사업자가 입찰내역에 없는 사항을 요구함에 따라 발생한 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정

(3) 법 위반 유형

- ① 서면에 없는 비용 전가
 - 서면에 기재되지 아니한 사항에 대하여 현장설명서 등의 서류에 기재되어 있음을 이유로 발생하는 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정은 부당한 특약에 해당된다.
- ② 민원처리, 산업재해 처리비용 전가
 - 원사업자가 부담해야 할 민원처리, 산업재해 등과 관련된 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정이다. 즉, 모든 산업재해에 대하여 전적으로 수급사업자가 책임을 진다는 약정은 부당하다고 볼 수 있다.
- ③ 입찰내역에 없는 비용 전가
 - 입찰내역에 없는 사항을 요구함에 따라 발생하는 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정은 부당특약에 해당된다. 단, 원사업자가 수급사업자에게 입찰금액을 산출하기 위한 자료나 정보를 충분히 제공하였음에도 불구하고 수급사업자의 견적 누락 또는 견적 착오 등으로 발생한 비용을 수급사업자에게 부담시킨 경우는 제외한다.
- ④ 인·허가, 환경관리 또는 품질관리에 소요되는 비용 전가
 - 관련 법령에 따라 원사업자의 의무사항으로 되어 있는 인·허가, 품질관리 등과 관련하여 발생하는

비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정이다.

⑤ 설계나 작업내용 변경으로 인한 비용 전가

- 원사업자가 설계를 변경함에 따라 발생하는 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정으로 부당특약의 한 유형이다.

⑥ 재작업, 추가 작업 또는 보수작업으로 인한 비용 전가

- 원사업자의 지시에 따른 재작업, 추가 작업 또는 보수작업으로 인하여 발생한 비용 중 수급사업자의 책임 없는 사유로 발생한 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정이다. 단, 해당 작업이 수급사업자의 책임이 있는 사유로 인한 경우는 제외한다.
- 여기서 수급사업자의 책임 없는 사유란 수급사업자가 제조 등의 위탁업무를 수행하는 과정에서 하도급계약, 설계도면 등에 기재된 작업공정, 품질·성능검사 절차 등을 철저히 준수한 경우를 말한다.

⑦ 하자담보책임 또는 손해배상책임 전가

- 발주자와 원사업자 사이의 계약 등에 따라 원사업자가 부담하여야 할 하자담보책임 또는 손해배상 책임을 수급사업자에게 부담시키는 약정이다.
- 예를 들어, 건설산업기본법에 따라 원사업자가 발주자에게 부담하는 하자담보책임기간을 2년으로 설정하면서, 수급사업자와 체결한 하도급계약서상 하자담보책임은 3년으로 약정하는 경우를 들 수 있다.

⑧ 위탁시점에 예측할 수 없는 사항에 대한 책임 전가

- 예측할 수 없는 사항이란 원사업자와 수급사업자의 통제범위를 벗어나는 경우를 말한다. 예를 들면, 천재지변 또는 전쟁·화재·전염병·폭동, 제3자의 전국적인 노조파업, 매장문화재 발견, 해킹·컴퓨터 바이러스 발생 등을 말한다.

⑨ 하도급대금의 조정신청 제한

- 수급사업자는 원재료의 가격변동이 발생하면 원사업자에게 하도급대금의 조정을 직접 신청하거나 원사업자와 협의할 수 있도록 중소기업협동조합에 신청할 수 있는 권리가 있는데, 하도급계약기간 중 이러한 수급사업자의 권리를 제한하는 계약조건을 설정하는 경우를 말한다.

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 부당한 특약은 수급사업자와 합의가 있어도 내용이 부당하면 처벌됨에 유의하여야 한다.

[Do's]

- 기술 개발을 거래업체와 공동으로 하거나, 관련 법령에 따라 수급사업자에게 특정업체와 거래를 하지 못하게 하거나 하도록 하는 전속적 거래에 대한 약정은 가능하다.
- 수급사업자가 부담해야 하는 의무가 부당하게 설정되지 않도록 사전에 표준하도급계약서의 규정을 참고해서 특약에 대해 사전 검토를 하여야 한다.
- 수급사업자에게 특약을 사전에 송부하여 검토시간을 충분히 주고, 수급사업자가 특약에 대해 이의를 제기할 수 있는 절차를 갖추어야 한다.

[Don'ts]

- 원사업자의 사정으로 수급사업자에게 운임비용 또는 보관비용이 추가로 발생하는 경우에는 운임비용 또는 보관비용을 전적으로 수급사업자가 부담하도록 하는 약정을 설정하는 행위를 하지 말아야 한다.
- 책임 분담에 관해 편향적인 보상 조항(원사업자에게 전적으로 유리한 조항)을 설정하는 행위를 하지 말아야 한다.
- 납품 후 또는 납입한 제품의 가공이나 열처리 시 발생한 비용을 수급사업자가 전적으로 부담

하도록 하는 약정을 설정하는 행위를 하지 말아야 한다.

- 고객 클레임이 발생한 경우 무상으로 수급사업자가 부담하도록 하는 약정을 하지 말아야 한다.
- 불량이 발생한 경우, 원인 규명을 위해 수급사업자에게 필요 이상의 비밀문서를 제출하도록 하는 특약을 설정하는 행위를 하지 말아야 한다.

(5) 관련 사례

〈(주)세진중공업의 불공정하도급거래행위 건, 2019부사1573, 2019부사1574, 2020부사0602, 2020부사0967, 2021부사2220, 의결 제2022 - 008호〉

[사실관계]

(주)세진중공업은 2016년 1월부터 2020년 11월까지 69개 수급사업자와 하도급 계약서를 체결하면서 다음과 같이 수급사업자의 이익을 부당하게 침해하거나 제한하는 계약조건을 설정하였다.

- (주)세진중공업은 2016년도에 23개 수급사업자와 기본계약서를 체결하면서 ‘산업재해 책임, 하자 담보 책임, 노사분규로 인한 책임을 모두 수급사업자에게 부담시키는 조항’, ‘원사업자의 지시에 따른 추가작업 비용을 수급사업자에게 부담시키는 조항’ 등을 계약사항으로 설정하였다.
- 또한 (주)세진중공업은 2017년 10월 부터 2020년 11월까지 55개 하도급사와 4,113건의 외주공사 계약서를 체결하면서 “물량변동에 따른 공사대금 정산시 3% 이내는 정산하지 않는다”는 조건을 계약사항으로 설정하였다.

[공정위의 판단]

공정위는 해당 계약조건들은 수급사업자의 책임이 없는 사유로 발생한 비용까지 수급사업자에게 부담시키는 조항이므로, 수급사업자의 이익을 부당하게 침해하거나 제한하는 계약조건들에 해당한다고 판단하였다.

〈대우조선해양의 불공정하도급거래행위 건, 공정위 의결 제2019-042호〉

[사실관계]

수급사업자로부터 계약이행보증, 하자보수보증으로 총 계약금액의 10%를 각각 공탁받는 것 외에 추가로 법인대표이사로 하여금 연대보증을 서게 하고, 추가 작업이 발생하더라도 총 계약금액의 3% 이내는 기성을 인정하지 않는 규정을 설정하였다.

[공정위의 판단]

공정위는 원사업자가 부담하여야 할 산업재해 등과 관련된 비용을 수급사업자에게 부담시키는 약정(하도급법 제3조의4 제2항 제2호)으로 판단하였다.

추가로 서면 미교부, 부당한 대금 결정 등을 판단하면서 시정명령 및 107억 원 과징금을 부과하였다.

〈산업안전보건법상 원사업자 의무 사항 위반으로 발생한 사고를 수급사업자가 전보하도록 한 조항을 부당특약으로 본 사례 (공정거래위원회 2024. 4. 3. 의결 제2024-109호)〉

[사실관계]

공사 중 안전사고 발생 시 수급사업자가 일체의 손해배상을 실시하도록 하는 약정을 설정함

[공정위 판단]

관계법령인 산업안전보건법상 원사업자에게 자신의 사업장 내에서 작업하는 수급사업자 소속 근로자의 안전보건관리 의무(제62조, 제63조), 산업재해 예방조치 의무(제64조)가 부과되므로 사내 수급사업자 소속 근로자의 산업재해 관련 업무처리 및 비용부담에 관한 책임 또한 원사업자에게 있다고 보아야 함

〈추가비용을 수급사업자에게 전가하는 조항을 부당특약으로 본 사례 (공정거래위원회 2023. 9. 14. 의결 제2023-139호)〉

[사실관계]

피심인은 물가변동에 따른 대금 조정을 인정해주지 않는 조건, 하도급대금을 기성대금의 95%만 지급하는 조건, 표준 계약서상 선급금 효력을 부인하는 조건을 설정함

[공정위 판단]

- 원사업자가 발주자로부터 계약금액을 증액받은 경우, 수급사업자는 원사업자가 증액받은 계약금액의 내용과 비율에 따라 하도급대금을 증액받을 수 있고, 목적물 등의 공급원가가 변동되는 경우 원사업자에게 하도급대금의 조정을 신청할 수 있음에도 이를 원천차단한 조항은 부당함
- 기성금 일부를 하도급법상 대금지급기한을 초과하여 지급하도록 하는 조항은 부당함
- 원사업자가 발주자로부터 선급금을 받은 경우에는 수급사업자도 선급금을 지급받을 수 있으므로 이를 차단한 조항은 부당함

2.1.3 부당한 하도급대금 결정 금지

(1) 위법성 판단기준

- 부당하게 하도급대금을 결정했는지 여부는 다음의 2가지 요건을 충족하여야 한다. 원사업자는 수급사업자에게 위탁을 하는 경우에 ①부당하게 목적물 등과 ②같거나 유사한 것에 대하여 일반적으로 지급되는 대가보다 낮은 수준으로 하도급대금을 결정하거나 하도급 받도록 강요하여서는 안 된다(하도급법 제4조)

① ‘부당하게’의 판단기준

- 부당하다는 것은 하도급대금의 결정과 관련하여 하도급의 내용, 수단 및 방법, 절차 등이 객관적이고 합리적인지, 공정하고 타당한지 여부를 종합적으로 고려하여 판단한다.
- ② ‘같거나 유사한 것에 대하여 일반적으로 지급되는 대가보다 낮은 수준’에 대한 판단 원칙
- 목적물 등과 같거나 유사한 것에 대해 정상적인 거래관계에서 일반적으로 지급되는 대가보다 낮은 수준 인지 여부이다. 단, 최저가 경쟁입찰에서 “일반적으로 지급되는 대가”는 최저가로 입찰한 금액

이 되며, 신규 개발품의 경우는 해당 목적물 등의 제조원가 + 해당 원사업자가 거래 중에 있는 같거나 유사한 업종에 속하는 수급사업자들의 전년도 평균 영업이익률에 상당하는 금액을 더한 대가를 “일반적으로 지급되는 대가”라고 본다.

(2) 법 위반 유형

① 정당한 사유 없이 일률적인 비율로 단가 인하(동법 제4조 제2항 제1호)

- 일률적 단가인하는 제조하도급에서 빈번하게 발생하는 위반행위 중 하나이다. 그러나 일률적인 비율로 단가를 인하함에 있어 “정당한 사유”가 있다면 법 위반이라고 볼 수 없으며, 정당한 사유인지는 일률적인 비율로 단가를 인하해야 하는 객관적이고 합리적인 근거가 있는지 여부에 따라 판단한다.

② 협조 요청 등을 통한 방법으로 일방적으로 금액 할당(동법 제4조 제2항 제2호)

- 원사업자가 수급사업자들에게 협조 등을 요청하는 방법으로 일정금액을 할당하여 그 금액만큼을 빼고 하도급대금을 결정하였다면 부당한 하도급대금 결정이다.

③ 정당한 사유 없이 특정 사업자를 차별취급(동법 제4조 제2항 제3호)

- 정당한 사유 없이 특정 사업자를 차별 취급하여 하도급대금을 결정하는 행위도 부당한 하도급대금 결정에 해당한다. 여기서도 정당한 사유에 해당되는지 여부를 판단해야 하는데, 수급사업자별 경영 상황, 생산능력, 작업의 난이도, 거래규모, 거래의존도, 운송거리·납기·대금지급조건 등의 거래조건, 거래기간, 수급사업자의 귀책사유 존부 등 객관적이고 합리적인 차별사유에 해당되는지 여부로 판단한다.

④ 거래 조건의 착오를 일으키는 등의 방법(동법 제4조 제2항 제4호)

- 만약, 원사업자가 하도급대금 협상 과정에서 종전 계약보다 발주량이 늘어날 것처럼 수급사업자에게 거래조건에 대하여 착오를 일으키게 하여 대금을 결정하는 행위는 위법하다.

⑤ 일방적으로 낮은 단가 결정(동법 제4조 제2항 제5호)

- 원사업자가 하도급대금 결정과정에서 수급사업자와 실질적이고 충분한 협의를 거쳐 하도급대금을 결정하였는지 여부 및 이 과정에서 수급사업자가 의사표시의 자율성을 제약 받지 아니한 상태였는지 여부를 기준으로 판단한다.
- 합의서가 존재함에도 불구하고 부당한 하도급대금 결정에 해당되는 경우가 있으니 법 위반 행위가 발생하지 않도록 객관적이고 타당한 산출근거에 의하여 단가를 결정해야 한다.

⑥ 정당한 사유 없이 직접공사비보다 낮은 금액 결정(동법 제4조 제2항 제6호)

- 수의계약으로 하도급계약을 체결할 때 정당한 사유 없이 직접공사에 소요되는 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금을 결정하는 행위이다. 여기서 직접공사에 소요되는 금액에는 재료비, 직접 노무비, 경비(재료비 및 노무비 이외의 제조원가 요소로 수급사업자가 부담하여야 하는 경비를 말함, 다만 수급사업자와 협의하여 원사업자가 부담하기로 한 비목(費目) 및 원사업자가 부담하기로 하는 법정(法定)경비는 제외) 등이 포함된다. “정당한 사유”에 해당되는지 여부는 공사현장의 여건, 수급사업자의 시공능력 등을 고려하여 판단한다.

⑦ 정당한 사유 없이 최저 입찰가보다 낮은 금액 결정(동법 제4조 제2항 제7호)

- 만약, 원사업자가 실행예산 범위 내에서 최저가 낙찰자와 낙찰금액이 확정되었음에도 정당한 사유 없이 추가로 협상을 한 경우, 법 위반이 되지 않으려면 당연히 정당한 사유가 있어야 한다.

[★중요] 경쟁입찰 시 유의해야 할 점은 무엇일까?

- 먼저, 최저 입찰금액이 원사업자의 예정가격을 초과할 경우 재입찰한다는 점을 사전에 공지하여 입찰참여자 간의 예측 가능성을 확보해주어야 한다. 이때의 입찰예정가격은 객관적이고 합리적으로 산정해야 한다. 실제로 입찰 결과, 실행예산을 초과했을 경우에는 재입찰을 실시하여야 한다.
- 또한, 사전고지를 하였더라도 예정가격에 대한 공증을 받는 등 사후에라도 낙찰자 선정에 대한

이의나 분쟁이 발생한 경우 원사업자의 예정가격을 확인할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 이 외에도 낙찰자를 선정할 후 일방적으로 낙찰자를 변경하는 행위 역시 주의해야 한다.

⑧ 수급사업자의 책임으로 돌릴 수 없는 사유(하도급법 제4조 제2항 제8호)

- 계속적 거래계약 기간 중 원사업자가 수급사업자의 책임으로 돌릴 수 없는 사유로 수급사업자에게 불리하게 하도급대금을 결정하는 행위가 있다. 여기서 수급사업자의 책임으로 돌릴 수 없는 사유는 하도급대금을 결정하게 된 사정이 원사업자나 외부환경의 변화 등(예를 들면 경영적자, 임금인상이나 노조파업, 판매부진, 경쟁심화에 따른 판매가격 인하, 글로벌 가격경쟁 심화나 환율변동 등)에 있고, 수급사업자에게는 귀책사유가 없다는 것을 말한다.

(3) 업무 시 유의사항(Tip)

- 수급사업자들과 시간적인 여유를 두고 충분한 협의를 통해 수급사업자의 거래규모, 경영상황, 작업의 난이도 등을 고려하여 객관적이고 합리적으로 산출된 근거에 따라 단가를 조정해야 한다.
- 결정된 인하율이 수급사업자에 따라 어느 정도 편차가 있다고 하더라도, 전체적으로 동일하거나 일정한 구분에 따른 비율로 단가를 인하한 것으로 볼 수 있다면, “일률적인 비율”로 단가를 부담하게 인하한 것이므로 유의하여야 한다.
- 다량 발주를 전제로 하여 수급사업자에게 견적 하도록 하고, 실제로는 소량 발주하면서 그 견적 가격으로 하도급대금을 결정하는 경우는 부당한 대금 결정이므로, 이러한 경우에 새롭게 단가를 검토하여야 한다.
- 수출용품의 경우, 수출용과 내수용의 제품이 동일함에도 불구하고 정당한 이유 없이 내수용보다 낮은 가격으로 견적을 제출하도록 강요하거나 단가를 합의하는 것은 부당한 대금 결정으로 판단될 가능성이 높으므로, 수출품의 경우 관세, 환율 등과 같은 합리적인 근거를 가지고 수급사업자에게 낮은 견적가를 요구하는 것이 바람직하다.
- 경쟁입찰로 계약의 당사자를 선정할 경우, 최저 입찰가가 예정가를 초과하면 재입찰을 실시할 수 있다는 것을 사전에 고지하지 않고 최저가 낙찰자와 추가 협상을 통해 금액을 낮은 금액으로 결정할 경우 부당한 하도급대금결정행위에 해당된다.
- 예정가격을 공개할 필요는 없으나 예정가격이 미리 정해져 있음을 회사 내부 자료로 남기거나 공증을 통해 추후 예정가격에 대한 분쟁의 소지를 미연에 방지할 수 있다.
- 예정가격의 정당성에 대해서는 원사업자가 이를 입증하여야 한다.

[Do's]

- 최저 입찰금액이 원사업자의 예정가격을 초과할 경우 재입찰한다는 점을 사전에 공지해야 하고 예정가격을 사전에 확정하여 공증을 받는 것이 좋다.
- 공증을 받기 어렵다면(비용, 절차상의 번거로움) 사전에 예정가격이 확정되어 있었음을 회사의 기안 문서에 남겨놓아야 한다.
- 하도급대금을 결정하는 과정에서 수급사업자와 충분한 협의를 거쳐야 하는데, 이 때 수급사업자와 협의한 문건은 보관하여야 한다.
- 원재료 가격, 전기 및 가스등의 연료비 상승이나 환경규제 강화로 인한 비용 요청에 대하여 충분히 협의하여야 한다.
- 비용 변동 시 가격의 재검토가 지체될 경우에는 수급사업자에게 손해가 발생하므로, 가격 결정시 재검토의 시기도 충분히 협의하고, 비용변동을 신속하게 반영하여 대금을 결정하여야 한다.

- 가격 결정시 국제적인 가격지표가 있는 원재료 등에 대하여 비용 변동을 반영한 가격 산정 방식을 사전에 협의한다.

[Don'ts]

- 구매 담당자가 구매 관련 목표가를 설정하여 일방적으로 수급사업자에게 원가 절감을 요구하는 행위를 하지 말아야 한다.
- 정당한 이유 없이 내수품과 수출품에 대해 동일한 단가를 요구하지 말아야 한다.
- “경영상의 위기” 등을 이유로 일정기간 동안 낮은 단가 설정을 요구한 경우, 기간 종료 이후에도 계속적으로 낮은 단가를 요구하지 말아야 한다.
- 일률적인 비율로 단가를 인하하거나 특정 수급사업자를 차별하여 하도급대금을 결정하지 말아야 한다.
- 어떠한 명목으로든 수급사업자에게 일방적으로 일정금액을 할당한 후 그 금액을 빼고 하도급대금을 결정하지 말아야 한다.
- 수급사업자에게 착오를 일으키게 하거나 속이는 방법으로 하도급대금을 결정하지 말아야 한다.

(4) 관련 사례

〈(주)한국아트라스비엑스의 불공정하도급거래행위 건, 2019서제0311, 의결 제2021 - 043호〉

[사실관계]

(주)한국아트라스비엑스는 2008년부터 2018년까지 10년 동안 차량용 배터리 부품을 납품하는 수급사업자에게는 최저임금 및 전력비 상승을 이유로 총 4회에 걸쳐 가공비를 29.4% 인상*하였으나, 산업용 배터리 부품을 납품하는 특정 수급사업자**에게는 2018년 3월에야 처음으로 가공비 6.7%를 인상하였다.

* 2012년 15%, 2013년 0.63%, 2015년 4.9%, 2018년 1월 6.7% 인상하여, 2018년 가공비는 누적 인상율을 반영하면 2008년 대비 29.4% 인상됨

** 차량용 배터리 부품을 경우 다수의 수급사업자들이 납품하나, 산업용 배터리 부품의 경우 1개 수급사업자만이 납품함

[공정위의 판단]

공정위는 최저임금이나 전력비 등이 상승하면 차량용 배터리 부품이나 산업용 배터리 부품 구분 없이 가공비 인상요인이 발생함에도 (주)한국아트라스비엑스는 차량용 배터리 부품의 가공비는 인상하면서, 산업용 배터리 부품의 가공비는 동결하는 등 정당한 사유 없이 특정 수급사업자를 차별 취급하였다고 판단하였다.

2.2 계약이행단계 시 하도급법상의 규제내용

2.2.1 부당한 위탁(발주)취소 및 수령 거부 금지

(1) 유형

① 부당한 위탁취소(하도급법 제8조 제1항 제1호)

- 원사업자가 수급사업자에게 제조 등의 위탁을 한 후 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 임의로 제조 등의 위탁을 취소하는 행위를 말한다. 또한, 위탁을 할 때 정한 발주량 또는 사양 등 위탁한 내용을 변경하는 행위도 포함된다. 여기서 위탁한 내용을 변경한다는 것에는 다음 세 가지를 포함한다.

- 하도급법 제3조에 따른 서면에 기재되어 있는 위탁 내용을 변경하는 경우

- 당초에 위탁 내용과 다른 작업을 시키는 경우
 - 목적물 등의 수령 후 추가적으로 재작업을 시키는 경우
- 위탁 취소 시 수급사업자와 충분한 협의를 거쳐 위탁취소로 인해 수급사업자가 입게 될 손실에 대한 적절한 보상을 하고 위탁을 취소하는 것은 가능하다.

[수급사업자의 책임으로 돌릴 사유]

· 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유는 수급사업자의 파산·회생절차의 신청 등의 경영상 중대한 사유 발생, 영업취소·영업정지 처분, 수급사업자가 특별한 이유 없이 제조 등의 착수 거부 또는 수급사업자가 계약내용을 위반하여 계약목적을 달성할 수 없는 경우 등을 말한다.

[임의로 위탁을 취소하는 행위]

· 임의로 위탁을 취소하는 행위는 원사업자가 수급사업자와 실질적인 협의 없이 일방적으로 위탁을 취소하는 행위를 말한다.

- 공정위는 위탁 취소에 대한 합의서가 존재하는 경우라도 합의의 진정성(절차 및 내용)을 검토하여, 진정성이 없는 경우 임의로 위탁을 취소한 것으로 본다.

② 부당한 수령거부(동법 제8조 제1항 제2호)

- 수령이란 수급사업자가 납품한 목적물을 받아 원사업자의 사실상 지배하게 두게 되는 것으로 검사의 유무와 관계없이 수취하는 행위를 말한다. 다만, 목적물을 이전하기 곤란한 경우에는 원사업자가 검사를 시작하는 때를 수령한 때로 본다.
- 부당한 수령거부는 납기일 이후에 수급사업자의 목적물을 수령 또는 인수를 부당하게 거부하거나 지연하고 있는 경우를 말한다.
- 부당한 수령거부의 판단기준은 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 위탁을 할 때 정한 납기 및 장소에서 목적물 수령을 거부했는지 여부를 중심으로 판단하되, 위탁계약 체결 및 수령거부의 경위, 위탁계약의 내용, 수령 거부한 목적물 등의 범위, 계약 이행 내용 등 여러 사정을 종합적으로 고려한다.

[수급사업자의 책임으로 돌릴 사유]

· 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유는 부당한 위탁취소와 마찬가지로 수급사업자의 귀책사유 또는 계약위반으로 인하여 계약목적을 달성할 수 없는 경우 등을 말한다.

- 수급사업자가 직접 조달하기로 한 원재료의 공급지연으로 해당 기간을 넘겨 납품
- 수급사업자가 직접 조달한 원재료의 품질불량으로 하자가 있는 목적물 납품
- 수급사업자가 생산 또는 운송과정에서 제대로 관리하지 않아 오손·훼손된 목적물 납품

(2) 업무 시 유의사항(Tip)

- 원사업자가 수급사업자에게 제조 등의 위탁을 한 후 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유가 없음에도 임의로 위탁을 취소하거나 수령을 거부한 경우에는 징벌적 손해배상소송(3배)의 대상이 된다.
- 발주취소를 할 경우 수급사업자의 귀책사유에 의한 것임을 입증할 만한 근거자료를 충분히 마련하여야 한다.
- 계속적 거래를 암시하거나 미지급 물품대금 지급을 조건으로 발주취소를 하지 말아야 한다.
- 위탁취소의 사유가 하도급 거래 계약서에 규정되어 있고, 위탁취소가 이 계약서에 따른 내용 및 절차에 따라 이루어졌는지를 확인하여야 한다.
- 수급사업자와 실질적으로 위탁취소와 관련한 협의가 있었는지를 확인하여야 한다.
- 위탁취소로 인해 수급사업자에게 발생한 손실에 대하여 충분한 협의를 거쳐야 한다.

- 발주취소에 대한 합의가 이루어졌다고 하더라도, 합의 절차에 강압이 없었음을 뒷받침하는 근거자료를 남겨놓아야 하며, 수급사업자에게 발생한 손해가 있다면 정당하게 보상하여야 한다.
- 물품 수령 시에는 이유를 불문하고 수령증명서를 수급사업자에게 교부하여야 한다.
- 원사업자는 수급사업자의 책임으로 돌릴 수 있는 이유가 아니라면, 수령을 거부할 수 없다.
 - 원사업자는 모델단종, 사양변경, 물량감소, 해외이전, 생산취소, 생산지연 등으로 수급사업자와 관련 없는 책임으로 수령을 지연하거나 거부할 경우 금전보상이나 물량 보전을 하더라도 수령거부(또는 지연) 행위에 대한 정당성을 인정받을 수 없다.

[Do's]

- 발주취소사유가 사전에 서면의 형태로 수급사업자에게 고지되어야 한다.
- 발주취소가 발생한 경우, 수급사업자가 투입된 비용이 있다면 정산하고, 정산합의서를 작성하여야 한다.
- 수급사업자로부터 물품수령 시에는 검사전이라도 수령증을 교부하여야 한다(수령증에 검사미완료 사실 및 향후 검사에서 하자 발견 시 조치계획 등을 기재).

[Don'ts]

- 원사업자의 보관 장소 부족, 불명확한 위탁내용·검사기준·납기일, 납기단축 통보, 원자재 공급 지연 등 수급사업자의 귀책사유가 아님에도 불구하고 목적물의 납품에 대한 수령 또는 인수를 거부하거나 지연해서는 아니 된다.
- 원사업자의 경영상황 또는 시장여건의 변동, 원자재 공급 지연 등 수급사업자의 귀책사유가 아님에도 불구하고 위탁을 취소하거나 변경을 해서는 아니 된다.
- 원사업자의 계열회사 등 다른 사업자에게 발주하기 위해 이미 발주한 제조위탁을 일방적으로 취소하여서는 아니 된다.
- 수급사업자가 위탁 받은 작업을 중단하여 계약 해지를 통보하였으나, 작업 중단 전에 다른 수급사업자에게 작업을 대신하도록 하였고, 작업 중단에 대해 시정요구 및 이의를 제기한 사실이 없는 경우에는 일방적으로 위탁을 취소하여서는 아니 된다.
- 수급사업자가 선행 작업의 납기를 준 수하지 아니한 것을 이유로 후행 작업의 위탁계약을 취소하였으나 원사업자가 제공하도록 되어 있는 사급자재를 상당기간 지연하여 공급한 사실로 인해 납기 지연이 발생한 경우에는 일방적으로 위탁을 취소하여서는 아니 된다.
- 수급사업자가 위탁을 받아 납품한 목적물 중 일부를 원사업자의 수주실패 또는 지연 등을 이유로 수령을 거부하지 않아야 한다.
- 수급사업자가 위탁 받은 부품의 제조를 이미 완료한 경우 회사의 생산계획이 변경되었다는 이유로 수급사업자가 생산한 부품의 수령을 거부하여서는 아니 된다.
- 수급사업자가 위탁 받은 부품의 제조를 이미 완료하였음에도 불구하고 원사업자가 설계변경을 이유로 당초 위탁한 규격과는 다른 규격의 것을 납품할 것을 요구하면서 수급사업자가 생산한 부품의 수령을 거부하여서는 아니 된다.

(4) 관련 사례

〈(주)르가든의 불공정하도급거래행위 건, 2020서건1463, 의결 제2021 - 323호〉

[사실관계]

(주)르가든은 2018년 6월경 수급사업자에게 서울시 용산구 한남동 르가든 8차 신축공사 중 기계설비공사 등을 건설위탁한 후 2019년 3월경 수급사업자에게 공사 현장에서 철수할 것을 일방적으로 지

시하였다.

- (주)르가든은 당시 수급사업자가 특별한 잘못을 하지 않았음에도 불구하고 수급사업자에게 공사 현장에서 철수할 것을 일방적으로 지시하였다.
- 이에 따라 수급사업자는 자신의 의사에 반하여 공사 현장에서 철수하게 되었고, 이후 (주)르가든은 수급사업자에게 위탁 취소와 관련한 정당한 보상도 하지 않았다.

[공정위 판단]

공정위는 수급사업자에게 책임을 돌릴 사유가 없음에도 충분한 협의 없이 임의로 위탁을 취소한 행위로서, 하도급법 제8조 제1항에서 금지하는 부당한 위탁 취소 행위에 해당한다고 판단하여 과징금 3.6억 원을 부과하였다.

2.2.2 부당반품의 금지

(1) 유형

- 원사업자가 수급사업자로부터 목적물 등을 수령한 후에 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 그 형식에 상관없이 수령한 목적물 등을 수급사업자에게 되돌려 보내는 모든 행위를 말한다(하도급법 제10조)

[부당한 위탁취소 vs 부당한 수령거부 vs 부당반품]

- 부당한 위탁취소는 납품 전, 수령거부는 납품하는 때에 행하는 것을 말한다. 반면, 부당반품은 납품이 이루어진 이후에 목적물을 반품하는 행위이다.



(2) 반품의 예외 사유

- 수급사업자의 책임에 따른 반품은 가능하다.
 - 발주한 목적물과 다른 물품 등이 납품된 경우
 - 오손·훼손 등 하자 있는 물품이 납품된 경우 등

(3) 법 위반 유형

① 불명확한 검사 기준 및 방법에 근거한 반품

- 검사기준 및 방법을 정하지 않거나 정하긴 하였으나 그 기준이 정확하지 않은 상황에서 원사업자가 통상의 기준보다 높은 검사기준을 적용하거나 일방적으로 검사기준을 적용하는 등 정상적인 거래관행에 비추어 볼 때, 공정·타당하지 않은 검사기준 및 방법을 사용하여 목적물 등을 불합격으로 판정하고 반품하는 경우 부당반품이라고 볼 수 있다.

② 거래상대방으로부터의 발주취소 또는 경제상황의 변동을 이유로 한 반품

- 원사업자가 수급사업자가 위탁내용대로 납품한 목적물에 대해 다음과 같은 이유로 반품하는 것을 말한다.

- 거래상대방으로부터의 발주취소·발주중단 또는 클레임
 - 원사업자의 생산계획 변경·사양변경·모델단종·판매부진·재고증가·보관 장소 부족
 - 소비위축·경제상황 변동 등
- ③ 원사업자가 공급한 원재료의 품질불량으로 인한 반품
- 검사 결과 목적물 등이 불합격품으로 판정된 이유가 수급사업자의 책임보다는 원사업자가 공급한 원자재·부자재·건축자재 등 원재료의 품질불량 때문인데도 수급사업자에게 그 책임을 물어 반품하는 행위는 부당한 반품에 해당된다.
- ④ 원사업자의 원재료 공급 지연으로 인한 반품
- 만일 원사업자가 자신이 공급하기로 되어 있는 원자재·부자재·건축자재 등을 지연하여 공급함으로써 수급사업자가 납기 내 납품 등이 곤란하였음에도 수급사업자에게 그 책임을 물어 반품하는 경우 부당 반품에 해당된다.
- ⑤ 제3자에게 검사를 위탁한 경우
- 원사업자가 수급사업자 이외의 제3자에게 검사를 위탁한 경우 수급사업자가 제3자의 검사를 필하여 납품하였음에도 이를 반품하는 행위는 부당한 반품에 해당된다.
- ⑥ 납기지연을 용인한 객관적인 사실
- 원사업자가 수급사업자의 납기지연을 용인한 객관적인 사실이 있었음에도 목적물 등을 수령한 후 납기지연을 이유로 수급사업자에게 되돌려 보내는 행위는 부당반품에 해당된다.
- ⑦ 하자에 대한 책임
- 목적물 등의 하자에 대한 책임소재가 분명하지 않음에도 원사업자가 목적물 등의 하자에 대한 책임을 수급사업자가 전적으로 부담할 것을 요구하면서 반품할 경우 부당한 반품에 해당된다.

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 수급사업자로부터 목적물의 납품을 받은 경우 수급사업자에게 책임을 돌릴 사유가 없으면 반품하여서는 안되며, 이는 징벌적 손해배상(3배손)의 대상이 된다.
- 반품의 위법성은 수급사업자의 귀책사유가 아님에도 반품한 것인지 여부를 중심으로 판단하되 위탁계약 체결 및 반품의 경위, 반품한 목적물 등의 범위 등 여러 사정을 종합적으로 고려하여 판단하게 되므로 이러한 과정 전체에 대한 주의가 필요하다.
- 발주 착오로 인한 반품, 원사업자가 물품의 운송이나 보관상의 실수로 인해 발생한 품질상의 하자를 이유로 반품, 가공이나 조립단계에서 발생한 손해를 이유로 반품하는 경우 등은 부당한 반품행위로 인정될 가능성이 매우 높다.
- 해당 목적물의 납기일 이후 수령한 목적물을 반품하는 행위는 수급사업자의 동의를 근거로 이루어진 행위라고 하더라도 원칙적으로 부당반품에 해당된다. 다만, 납품된 해당 목적물의 품질이 사전에 약정된 검사기준을 충족하지 못하거나 수급사업자의 잘못으로 인해 납품시기가 늦어진 경우에 한해서 정당한 것으로 인정된다.

[Do's]

- 반품 사유를 수급사업자와 충분한 협의를 통해 사전에 설정하여야 한다.
- 클레임약정서는 사전에 교부되어야 한다.
- 사전에 서로 약정된 계약 규정대로 반품을 하되, 반드시 검사결과를 같이 통보하여야 한다.

[Don'ts]

- 검사 기준 및 방법이 불명확한 경우, 불합격으로 판정하고 이를 반품하여서는 아니 된다.
- 거래상대방으로부터의 발주취소 또는 경제상황의 변동, 당사가 공급한 자재 등의 품질불량 또

는 공급지연 등을 이유로 반품하여서는 아니 된다.

- 이미 수령한 물품을 발주자·외국수입업자 고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 반품하여서는 아니된다.
- 수급사업자 이외의 제3자에게 검사를 위탁한 경우로서 수급사업자가 제3자의 검사를 필하여 납품하였음에도 이를 반품하여서는 아니 된다.
- 수급사업자의 납기지연이 있었으나, 이를 용인한 객관적 사실이 있었음에도 이를 수령한 후 납기·공정지연을 이유로 반품하여서는 아니 된다.

(5) 관련 사례

〈피앤씨랩스의 불공정하도급거래 건, 2020서제0967, 의결 제2022-075호〉

[사실관계]

피앤씨랩스는 수급사업자의 책임으로 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 자신이 제조 위탁(2018년 8월)한 마스크팩 실크 원단 30만장의 수령을 거부하였다.

[공정위 판단]

공정위는 수급사업자에게 책임을 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 수령을 거부하였다고 판단하여 재발방지에 대한 시정명령을 부과하였다.

〈(주)신성이엔지, 시너스텍(주)의 불공정하도급거래행위 건, 2019서제1338, 의결 제2022 - 87호〉

[사실관계]

(주)신성이엔지 및 시너스텍(주)는 자신의 수급사업자와 거래하면서 2016년 4월 수급사업자에게 이 사건 제조를 위탁한 후 위탁한 목적물을 2016년 5월 수령하였으나, 3.9백만 원 상당의 위탁 목적물을 물품 초과 납품 등을 이유로 목적물 수령일로부터 578일이 지나 수급사업자에게 반품하였다

[공정위 판단]

수급사업자에게 책임을 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 반품하고 그 만큼을 감액한 하도급대금 합계 1.8백만 원 및 동 금액에 대하여 감액한 날(2008년 12월 30일)부터 실제 지급하는 날까지의 지연이자(연리 25%의 이율 적용)를 지체 없이 지급하도록 시정명령을 부과하였다.

2.2.3 검사 및 검사 결과 통보 의무

(1) 원칙

① 검사기준의 결정방법

- 검사기준이 불명확하거나 일반적으로 결정될 경우, 목적물 완성 및 납품여부에 관한 분쟁이 발생할 수 있고, 하도급대금 지급의 기준시점이 불명확 해짐으로써 하도급대금 지급시기를 확정할 수 없게 될 우려가 있다. 따라서 하도급법에서는 검사의 기준 및 방법에 관하여는 원칙적으로 원사업자 및 수급사업자가 협의하여 결정하도록 규정하고 있다(하도급법 제9조 제1항).
- 다만, 이에 관하여 당사자 간의 합의가 이루어지지 않거나, 객관적인 검사가 곤란한 경우에는 당사자의 협의 하에 제3의 공인기관 등에 의하여 검사하도록 하는 것도 가능하다.
- 여기서의 검사의 기준 및 방법은 객관적이고 공정·타당하여야 한다. 다만, 검사기준의 객관성·공정성에 관한 판단은 모든 구체적인 사정을 충분히 고려하여 개별적·구체적으로 할 수밖에 없다.

② 검사결과와 통지의무

⑤ 통지기간

- 검사결과는 목적물 수령일로부터 10일 이내에 서면으로 수급사업자에게 통지하여야 한다. 여기서 목적물을 수령한 날이라 함은 제조·수리위탁의 경우 기성부분의 통지를 받은 날이며, 건설위탁의 경우 수급사업자로부터 공사의 준공 또는 기성부분의 통지를 받은 날을 말한다(동법 제9조 제2항).

⑥ 통지의무의 예외

- 검사대상 물품이 과다하여 10일 이내에 검사가 곤란하거나 상당기간 경과 후 에야 비로소 합격여부에 관한 판정이 가능한 경우, 원사업자와 수급사업자 간에 검사기간 연장에 대해 명백한 합의가 이루어진 경우 등 정당한 사유가 있는 경우에는 예외로 한다.

⑦ 통지하지 않은 경우의 효과

- 정당한 사유 없이 위 기간을 경과하는 경우에는 검사에 합격한 것으로 본다. 따라서, 이후부터는 원칙적으로 검사에 불합격한 것으로 반품하거나 감액할 수 없을 뿐만 아니라, 이 날을 기산일로 하도 급대금 지급기일이 진행된다.

③ 검사비용문제

- 검사는 원사업자를 위한 것이므로 검사에 따른 비용은 별도의 약정이 없는 한, 원사업자가 부담함을 원칙으로 한다. 또한, 수급사업자가 원사업자의 지시에 따라 제3의 기관에 검사를 의뢰한 경우에도 그 비용은 원사업자가 부담하여야 한다.

(2) 검사 결과 통보 의무의 예외

- 검사결과는 목적물 수령일로부터 10일 이내에 서면으로 수급사업자에게 통지하여야 하며, 통지의무의 예외는 다음과 같다.

- 검사대상 물품이 과다하여 10일 이내에 검사가 곤란한 경우
- 검사에 소요되는 기간이 길어 상당한 시일이 경과한 후 에야 비로소 합격 여부에 관한 판정이 가능한 경우
- 원사업자와 수급사업자 간에 검사기간 연장에 대해 명백한 합의가 이루어진 경우 등

- 검사와 반품의 관계(대량 납품하는 경우)

- 대량으로 납품하는 경우 목적물의 전부를 검사하는 것은 현실적으로 불가능할 뿐만 아니라 경제적인 측면에서도 바람직하지 않다. 따라서 이러한 경우에는 샘플검사나 무검사 인수를 하는 것이 일반적이다. 납품 받은 후 제품에 하자가 발생한 경우 그에 대한 위험은 원칙적으로 원사업자가 부담한다. 다만, 계약서에 반품에 관한 사항(반품사유, 시기, 보상 문제 등)이 명백히 밝혀져 있고, 반품사유가 수급사업자의 과실에 의하여 발생한 것이 확정되어 있는 경우 예외적으로 반품이 허용되는 것으로 본다.

(3) 법 위반 유형(검사의무와 관련된 하도급법 위반 리스크)

- 검사 및 검사결과 통지의무와 연결되는 여러 가지 하도급법 위반사항이 있는데, 먼저 검사 기준과 방법에 관해 부당특약을 설정하는 경우가 있고 10일 이내에 검사결과를 서면으로 통지하지 않는 서면 미발급이 있다. 또한 검사기준이 불명확함에도 불구하고 위탁취소, 수령거부, 반품, 감액, 대금미지급 등의 하도급법 위반사항이 있다. 따라서 원사업자는 검사 및 검사결과 통지의무에 대한 사항을 정확하게 알고 실제로 이행하여 사전에 법 위반을 예방하여야 한다.

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 검사의 기준 및 방법을 수급사업자에게 일방적으로 통보하지 않는다.
- 검사기간을 연장하기 위해서는 수급사업자와 명백한 합의가 있어야 하며, 연장과 관련한 정당성을

입증할 만한 자료를 준비하여야 한다.

- 당사자 간의 검사 합의가 이루어지지 않거나 객관적인 검사가 곤란한 경우에는 당사자간 협의하여 제3의 기관에게 검사를 맡기는 것도 가능하다.
- 검사결과는 목적물 수령일로부터 10일 이내에 서면으로 수급사업자에게 통지하여야 하며, 정당한 사유 없이 10일 이내에 검사결과를 통지하지 않았다면 수급사업자가 납품한 목적물이 검사에 합격한 것으로 본다.
- 법정검사기일(10일) 이후부터는 원칙적으로 검사에 불합격하였다는 이유로 반품하거나 대금을 감액할 수 없다.
- 검사 결과 통보는 서면 통지가 원칙이며 구두통지는 법 위반이다.

[Do's]

- 검사의 기준 및 방법은 원사업자 및 수급사업자가 협의하여 객관화시켜야 한다.
- 목적물 수령 후 수령증명서와 함께 검사 결과를 10일 이내에 수급사업자에게 서면으로 통지하여야 한다.

[Don'ts]

- 검사비용을 수급사업자에게 전가하지 않는다.
- 법정검사기일 이후에는 반품이나 불량을 이유로 감액을 하지 않는다.

(5) 관련 사례

〈(주)피토의 불공정하도급거래행위 건, 2018전사2195, 의결 제2019-262호〉

[사실관계]

2017년 5월 15일, 수급사업자 세미콘테스트에게 이 사건 목적물을 제조위탁한 후 동년 9월 8일, 수급사업자 세미콘테스트로부터 이 사건 목적물을 수령하였으나 수령한 날부터 10일이 지났음에도 그 목적물에 대한 검사 결과를 서면으로 통지하지 아니하였다.

[공정위 판단]

공정위는 목적물을 수령한 후 10일 이내에 그 검사결과를 서면으로 통지하지 아니한 행위는 정당한 사유에 의한 것으로 볼만한 사정이 없는 바, 하도급법 제9조 제2항에 위반된다고 판단하였다.

〈(주)에이치에스애드의 불공정하도급거래행위에 대한 건, 2022견하0916, 약식2023-001〉

[사실관계]

피심인은 2019년 7월부터 2021년 12월까지의 기간 동안 11개 수급사업자에게 엘리전자 미금점 인테리어 부분공사 등을 위탁한 후, 목적물 등을 수령하고도 정당한 사유 없이 10일이 경과한 이후에 검사를 완료하였다..

[공정위 판단]

공정위는 목적물을 수령한 후 10일 이내에 그 검사결과를 서면으로 통지하지 아니한 행위는 정당한 사유에 의한 것으로 볼만한 사정이 없는 바, 하도급법 제9조 제2항에 위반된다고 판단하였으며 피심인은 행위사실 및 위법성을 인정하고 주문내용의 시정조치 의견을 수락하였으므로 공정위는 향후 재발방지명령을 부과하였다.

〈검사결과를 목적물 수령일로부터 10일 이내에 통지하지 않은 사례 (공정거래위원회 2024.7.11. 의결 제 2024-259)〉

[사실관계]

00무역은 2022. 1월부터 2022. 4월까지 기간 동안 총 3회 수급사업자에게 홈쇼핑에서 판매할 의류 제조를 위탁하면서 수급사업자에게 입고 샘플 컨펌서*만을 발급하였을 뿐 목적물에 대한 검사결과를 목적물을 수령한 날로부터 10일 이내에 서면으로 통지하지 않았다.

[공정위 판단]

원사업자가 정당한 사유가 있는 경우 외에는 수급사업자로부터 목적물 등을 수령한 날부터 10일 이내에 검사 결과를 서면으로 통지하도록 한 하도급법 제9조 제2항에 위반된다고 판단하였다.

* 입고 샘플에 대한 실측 사이즈를 기재한 서면으로 해당 컨펌서만으로는 목적물의 불합격 여부, 불합격 판단기준, 불합격 수량, 요구사항 등을 확인하기 곤란함

2.2.4 하도급대금 감액 행위 금지

(1) 원칙

- 수급사업자에게 책임이 없이 발주 시에 결정한 하도급대금을 발주 후에 감액하는 것을 말하며, 감액의 명목과 방법, 금액의 많고 적음과 상관없이 감액하는 일체의 감액 행위는 금지된다(하도급법 제11조).
- 즉, 수급사업자에게 책임 없이 발주 시에 정해진 금액(발주 시에 즉시 교부하였던 서면에 기재된 금액)으로부터 일정액을 감하여 지급하는 것은 전면적으로 금지되며, 수급사업자와의 합의가 있어도 하도급법상 위반이 되는 경우가 있다.

(2) 감액의 정당성 판단기준

- 하도급대금 감액의 정당성 유무 여부는 하도급계약 체결 및 감액의 경위, 계약이행 내용, 목적물의 특성과 그 시장상황, 감액된 하도급대금의 정도, 감액방법과 수단, 수급사업자의 귀책사유 등 여러 사정을 종합적으로 고려하여 판단하게 된다. 그러나 감액은 명목이나 방법, 시점, 금액이 많고 적음을 떠나서 원사업자가 감액의 정당성을 입증해야 하며, 만약 원사업자가 감액의 정당한 사유를 입증하지 못하는 경우에는 법 위반으로 판단된다.

(3) 법 위반 유형

① 소급단가 적용

- 원사업자와 수급사업자가 단가인하에 합의를 하였는데, 합의일 이전에 위탁한 목적물에 인하된 단가를 적용하였다. 이것은 수급사업자와 단가인하에 관한 합의가 성립된 경우 그 합의 성립 전에 위탁한 부분에 대하여도 합의내용을 소급하여 적용하는 방법으로 하도급대금을 감액하는 행위이다.

② 원사업자의 협조요청 또는 거래상대방의 발주취소

- 위탁할 때 하도급대금 감액조건 등을 명시하지 아니하고 위탁 후 협조요청 또는 거래상대방으로부터의 발주취소, 경제상황의 변동 등 불합리한 이유를 들어 하도급대금을 감액하는 경우가 해당된다.

③ 현금지급이나 조기지급을 이유로 감액

- 하도급대금을 현금으로 지급하거나 지급기일 전에 지급하는 것을 이유로 대금을 지나치게 감액하는 행위이다.

④ 원사업자의 손해발생에 영향이 없는 수급사업자의 과오

- A사는 B사에게 조립용 부품을 제조 위탁하였다. 이후 B사는 A사의 검사에서 합격된 조립용 부품을 A사의 보관 창고로 운송하였는데, 그 과정에서 포장지의 일부가 훼손되었다. A사는 포장지 훼손으로 손해가 발생했다며 납품 대금의 30%를 감액하였다. 이와 같이 원사업자에 대한 손해발생의 실질적인 영향을 미치지 않는 수급사업자의 과오는 감액의 정당한 사유에 해당하지 않는다.

⑤ 원사업자로부터 위탁수행에 필요한 물품 구입

- 위탁수행에 필요한 물품을 사게 하거나 사용하게 하는 경우이다. 즉, 목적물 등의 제조·수리·시공 또는 용역수행에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 하거나 자기의 장비 등을 사용하게 하면서 적정한 대가 이상의 금액을 하도급대금에서 공제하는 경우이다.

⑥ 납품시점에 떨어진 물가나 자재가격

- 하도급대금 지급시점의 물가나 자재가격 등이 납품 등의 시점에 비하여 떨어진 것을 이유로 하도급대금을 감액하는 행위도 부당감액이다. 납품이 이루어진 이후에 발생한 사유를 들어 감액하는 것은 원칙적으로 위법한 것으로 판단된다.

⑦ 경영적자 또는 판매가격 인하

- 경영적자 또는 판매가격 인하 등 불합리한 이유로 부당하게 하도급대금을 감액하는 행위는 부당감액으로 본다. “불합리한 이유로 부당하게”는 원사업자의 경영실책이나 가격경쟁력 상실 등 자신의 귀책사유에 따른 손실을 수급사업자에게 전가하는 것과 같이 감액이유 및 방법이 타당하지 않는 경우에 해당하는지 여부를 기준으로 판단된다.

⑧ 원사업자가 부담하여야 하는 경비

- 관계법령에 따라 원사업자가 부담하여야 하는 보험료, 산업안전보건관리비 등 그 밖의 경비를 수급사업자에게 부담시키는 행위도 부당감액에 해당된다.

(4) 업무 시 유의사항(Tip)

- 하도급대금을 감액할 경우에는 수급사업자에게 서면을 미리 교부하여야 한다.
- 하도급대금을 감액할 때 발급하는 서면에는 다음과 같은 사항들이 기재되어야 한다.
 - 감액사유와 기준
 - 감액대상이 되는 목적물 등의 물량
 - 감액금액
 - 공제 등 감액방법
 - 기타 감액의 정당성 입증사항 등
- 감액 시 공정위가 정한 표준 양식을 사용해야 한다.
- 견적 시 수량 없이 단가만 먼저 확정된 후, 발주 시 소량 발주하는 경우는 발주 이후에 단가를 인하는 것이므로 하도급대금의 감액으로 본다.

[Do's]

- 수급사업자의 소홀한 장비관리로 인한 수리비를 하도급대금에서 공제하는 경우는 정당한 감액에 해당된다.

- 수급사업자가 하도급 계약 체결 후 하도급대금 산정 자체에 중대하고 명백한 착오가 있다는 사실을 원사업자가 발견하여 이를 정당하게 수정하고 금액을 감액하는 경우는 정당한 사유에 해당된다.
- 수급사업자가 위탁내용과 다른 목적물 납품하는 경우에는 해당 목적물을 반품하면서 해당 금액만큼 감액할 수 있다.
- 수급사업자가 불량품을 납품하는 경우, 해당 목적물의 금액만큼 감액이 가능하다.
- 수급사업자가 정해진 납기일을 초과하여 납품하는 경우에는 사전에 약정된 지체상금 규정에 따라 감액이 가능하다.
- 감액을 하기 전 감액사유와 기준 등이 기재된 감액서면을 수급사업자에게 미리 발급하여야 한다.

[Don'ts]

- 수급사업자와 단가를 인하시기로 합의한 후, 위탁이 완료된 목적물에까지 인하된 새 단가를 소급하여 적용하여서는 안된다.
- 고객사의 발주취소, 현금지급이나 조기지급 또는 원사업자의 경영적자 또는 납품가격 인하 등을 이유로 감액에 대한 협조를 요청하거나 하도급대금을 감액하여서는 안된다.

(5) 관련 사례

〈(주)코아스의 불공정하도급거래행위 건, 2021제하1055, 의결 제2021 - 204호〉

[사실관계]

(주)코아스는 수급사업자가 납품한 제품에 이상이 없는데도 제품 이상을 이유로 페널티를 부과하여 하도급대금 15백만 원을 감액하였다.

- 페널티 부과에 구체적인 내역, 즉 불량품의 개수와 내용, 비용분담에 관한 사항 및 하자 발생 원인을 수급사업자에게 설명하거나 관련 근거를 제시하지 않았다.
- 또한, 제품이 반품된 적이 없는데도 반품이 있었던 것처럼 정산 서류를 작성하여 하도급대금 36백만 원을 감액하였다.
- 수급사업자가 생산·납품하는 제품이 아닌 데도, 반품 내역에 포함시켜 해당 금액만큼 대금을 감액하는 등 객관적으로 정당성이 인정되지 않는 사유를 들어 지속적으로 반품 및 감액을 하였다.

[공정위 판단]

하도급법 제11조 부당한 하도급대금의 감액은 원칙적 금지 대상이며, 예외적으로 원사업자가 정당한 사유를 입증하는 경우 인정되고 있으나 페널티 부과 회의록에는 회의 참석자의 서명조차 없어 신빙성도 의심되는 등 페널티 부과에 정당성이 전혀 입증되지 못하여 공정위는 과징금을 부과하였다(대금 미지급행위와 합하여 과징금 1.15억 원을 부과).

2.2.5 기술자료 제공 요구 및 유용행위 금지

(1) 기술자료가 되기 위한 요건

○ 기술자료란 수급사업자가 ‘비밀로 관리하고 있는 것’으로서 다음 중 어느 하나에 해당하는 정보·자료를 말한다.

- 제조·수리·시공 또는 용역수행 방법에 관한 정보·자료
- 지식재산권과 관련된 기술정보·자료로서 수급사업자의 기술개발(R&D)·생산·영업활동에 유용하고 독립된 경제적 가치가 있는 것

- 기타 사업자의 기술상 또는 경영상의 정보·자료로서 수급사업자의 기술개발·생산·영업활동에 유용하고 독립된 경제적 가치가 있는 것
- 기술자료에 해당하려면 수급사업자에 의해 객관적으로 비밀로 관리되고 있다는 사실이 인식가능한 상태여야 함

〈경제적 유용성과 기술성의 의미에 대한 법원의 태도, 서울고등법원 2022. 2. 17. 선고 2019누51675 판결(상고기각, 판결확정)〉

· 경제적 유용성 - 제조·수리·시공 또는 용역수행 방법에 관한 자료도 영업활동에 유용하고 독립된 경제적 가치를 가져야 기술자료가 될 수 있다. 경제적으로 유용한 정보가 바로 생산·영업활동에 이용될 수 있을 정도의 완성된 단계에 이르지 못하였거나, 실제 제3자에게 아무런 도움을 준 바 없거나, 누구나 시제품만 있으면 실험을 통하여 알아낼 수 있는 정보라고 하더라도, 위 정보를 기술자료로 보는 데 장애가 되는 것은 아니다. 동종업계 종사자들 사이에 어느 정도 널리 사용되고 있는 정보나 자료라 하더라도 세부 사항에 있어서 고유 기술과 노하우가 반영되어 있고 비공개 상태가 유지되며 세부 사항이 유출될 경우 다른 사업자가 제품 개발에 참고할 만한 가치가 있거나 생산 또는 영업활동에 도움이 될 만한 가치가 있다면 기술자료에 해당할 수 있다.

· 기술성 - 각각의 기술 내용 자체는 수급사업자의 독자적 기술이 아니지만, 라우팅 도면을 기초로 회로도의 내용을 추가하고 해당 부품에 적용되는 기술표준을 찾아내 반영하는 등으로 위 각 기술 내용을 종합하여 하나의 도면으로 완성해 내는 것에는 수급사업자의 노력과 시간이 소요된다. 수급사업자가 독자적으로 선택한 제조 방법이 기술적으로 최적의 방법임이 증명되지는 않았다고 하더라도, 실제로 제작되어 장기간 오류 없이 작동해 온 부품의 제조 방법이라는 점에서, 수급사업자의 고유 기술이나 노하우가 반영되었다고 볼 수 있고, 따라서 제3자가 이 사건 하네스 도면을 취득할 경우 해당 부품의 제작 또는 관련 기술·노하우의 습득이 가능해지거나 이에 들일 시간과 비용을 절감할 수 있다면 도면의 유용성은 하나의 서면에 필요한 관련 정보를 집약하면서도 일목요연하고 이해하기 쉽도록 구성하는 것에 의하여 증진된다는 점을 고려할 때, 수급사업자가 원고의 회로도와 라우팅 도면 등의 내용을 하나의 하네스 도면으로 구성한 것과 같은 변경 내지 추가를 한 것은 앞서 본 수급사업자 고유의 기술이나 노하우가 반영된 사항들에 더해져서 수급사업자의 기술적 기여 정도를 높이는 역할을 한다고 볼 수 있다.

(2) 기술자료 제공 요구

- 기술자료 제공 요구란 원사업자가 수급사업자에게 자신 또는 제3자가 사용할 수 있도록 기술자료의 제출, 제시, 개시, 물리적 접근 허용(전자파일 접속·열람허용), 기술지도, 품질관리 등 그 방법을 불문하고 기술자료의 내용에 접근할 수 있도록 요구하는 행위를 말한다. 기술자료 제공 요구행위는 원칙적으로 위법하다. 다만, 예외적으로 원사업자가 정당한 사유를 입증한 경우에는 요구할 수 있다(하도급법 제12조의3 제1항).
- 여기서 정당한 사유란 위탁 목적을 달성하기 위해 수급사업자의 기술자료가 절차적, 기술적으로 불가피하게 필요한 경우를 의미한다.
 - 원사업자와 수급사업자가 공동으로 특허를 개발하는 과정에서 그 특허출원을 위하여 필요한 기술자료를 요구하는 경우
 - 원사업자와 수급사업자가 공동으로 기술개발 약정을 체결하고 동 약정의 범위 내에서 기술개발에 필요한 기술자료를 요구하는 경우
 - 하도급대금 조정협의 시 하도급대금의 인상폭 결정과 직접 관련이 있는 원재료의 원가비중 자료를 요구하는 경우
 - 제품에 하자가 발생하여 원인규명을 위해 하자와 직접 관련된 기술자료를 요구하는 경우

- 발주자의 승인, 품목 등록, 구매조건 등을 이유로 발주자가 해당 자료를 요구하는 등 발주자와의 거래 목적 달성을 위해 필요한 경우
- 유의할 것은 정당한 사유가 있어 요구할 때에도, 목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속 관계, 대가 및 대가 지급방법, 대상 기술자료의 명칭 및 범위, 요구일, 제공일 및 제공방법, 기술자료의 사용기간, 반환 또는 폐기방법, 반환일 또는 폐기일, 제공 요구가 정당함을 입증할 수 있는 사항을 사전 협의하여 정한 후, 그 내용을 적은 서면(기술자료제공요구서)을 수급사업자에게 교부해야 한다(동법 제12조의3 제2항)

(3) 비밀유지계약 체결의무화

- 수급사업자가 원사업자에게 기술자료를 제공하는 경우 원사업자가 수급사업자와 기술자료에 대해 다음 사항에 대해 비밀유지계약을 체결하여야 한다(동법 제12조의3 제3항)
 - 기술자료의 명칭 및 범위, 기술자료의 사용기간
 - 기술자료를 보유할 임직원의 명단, 기술자료의 비밀유지 의무
 - 기술자료의 목적 외 사용금지, 비밀유지의무 위반시 배상
 - 기술자료의 반환 또는 폐기방법, 기술자료의 반환일 또는 폐기일

(4) 기술자료 유용행위

- 기술자료의 유용이란 원사업자가 수급사업자로부터 취득한 기술자료를 그 취득 목적 및 합의된 사용 범위를 벗어나 자신 또는 제3자가 이익을 얻거나 수급사업자에게 손해를 입힐 목적으로 사용하는 행위를 의미한다. 원사업자가 취득한 기술자료뿐만 아니라 “열람” 등을 통해 취득한 기술자료를 임의로 사용하는 행위도 대상이 된다(동법 제12조의3 제4항)
- 기술자료 유용의 위법성은 기술자료 제공 요구 시 사전협의를 거쳐 서면으로 제시한 기술자료의 사용목적과 범위를 벗어나 사용함으로써 하도급거래의 공정성을 침해하였는지를 위주로 판단하게 된다.

〈공정성 침해 여부 판단〉

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 하도급거래의 공정성을 침해하였는지 여부는 다음 사항을 종합적으로 고려하여 판단한다. - 기술자료 사용의 부당성 여부 - 하도급거래과정에서 서면을 통하여 충분한 협의를 거쳤음에도 그 합의를 벗어나 사용하였는지 여부 - 원사업자의 기술자료 유용으로 수급사업자의 사업활동이 곤란하게 되는지 여부 - 정상적인 거래관행에 어긋나거나 사회통념상 옳바르지 못한 것으로 인정되는 행위나 수단 등을 사용하였는지 여부 |
|---|

(5) 손해배상 책임

- 수급사업자에게 기술자료제출을 사전에 서면동의 없이 강제로 요구하여, 손해가 발생한 경우에는 수급사업자에게 배상을 하여야 하고(동법 제35조 제1항), 수급사업자의 기술을 정당한 대가 지급 없이 유용하여 손해가 발생하였다면, 발생한 손해의 3배까지 수급사업자에게 배상하여야 한다(동법 동조 제2항).
- 다만, 기술요구 또는 유용의 경우 원사업자가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 배상책임이 발생하지 않는다(동법 동조 제1항, 제2항).

(6) 법 위반 유형

① 기술자료제공 강요행위

- 정당한 사유 없이 수급사업자의 기술자료를 자기 또는 제3자에게 제공하도록 강요하는 행위
- 원사업자가 하도급거래 계약을 체결하는 과정에서 수급사업자의 의사에 반하여 비밀유지계약을 별도로 체결하지 않거나, 원사업자가 계약에 의하여 기술자료를 제공받을 정당한 근거가 없음에도 불구하고, 동법 제12조의3 제2항에 따른 서면을 교부하지 않고 제안서 등의 기술자료를 자기 또는 제3자에게 제공하도록 요구하는 경우
- 원사업자가 수급사업자의 의사에 반하여 원재료 가격, 납품단가 구성내역 원가 등이 포함된 기술자료를 자기 또는 제3자에게 제공하도록 요구하는 경우
- 수급사업자의 의사에 반하여 기술지도, 품질관리를 명목으로 그 목적 범위를 벗어나 과도하게 수급사업자의 기술자료를 자기 또는 제3자에게 제공하도록 요구하는 경우
- 원사업자가 수급사업자의 의사에 반하여 지속적인 거래관계에 있는 수급사업자들과 재계약시 기술자료를 제공하지 않을 경우 재계약을 체결하지 않을 듯한 태도를 보여 기술자료 제공을 유도하는 경우

② 취득한 기술자료 유용행위

- 원사업자가 수급사업자와 기술이전계약(기술사용계약 등 포함)을 체결하고 기술관련 자료를 제공받아 필요한 기술을 취득한 후 일방적으로 계약을 파기하거나 계약 종료 후 위 계약상의 비밀유지의무에 위반하여 그 기술을 이용하여 독자적으로 또는 제3자를 통하여 제품을 상용화하거나 무단으로 다른 기업에 기술을 공여하는 경우
- 원사업자가 수급사업자로부터 납품관련 기술자료 등을 요구하여 넘겨받아 다른 경쟁사업자에게 그 기술을 제공하여 가격경쟁을 하도록 한 후 그 수급사업자에게 납품가격의 인하를 요구하는 경우
- 원사업자가 수급사업자와 공동으로 협력하여 기술개발을 하면서 수급사업자의 핵심기술을 탈취한 후 공동개발을 중단하고 자체적으로 제품을 생산하는 경우
- 원사업자가 수급사업자로부터 취득한 기술에 대해 수급사업자가 출원을 하기 전에 원사업자가 선(先)출원하여 해당 기술에 대한 특허권, 실용신안권을 선점하거나, 수급사업자가 제공한 기술을 일부 수정하여 원사업자가 선(先)출원하는 경우

(7) 업무 시 유의사항(Tip)

- 원사업자가 기술자료 제공을 요구할 정당한 사유가 있고 이를 입증할 수 있다면, 수급사업자에게 “서면”을 발급해야 한다.
- 기술자료 제공을 요구할 때 발급해야 하는 서면에는 다음과 같은 사항들이 기재되어야 한다.
 - 기술자료의 명칭 및 범위
 - 요구 목적
 - 비밀유지에 관한 사항
 - 권리귀속관계
 - 기술자료의 대가
 - 요구일, 제공일 및 제공방법
 - 기타 기술자료 제공 요구가 정당함을 입증할 수 있는 사항 등

[Do's]

〈기술자료 요구〉

- 수급사업자에게 기술자료를 요구할 때 마다 기술자료 요청서를 교부하여야 한다.
- 수급사업자와 기술이전계약을 체결한 후 그 약정에 따라 기술자료에 대한 비용을 지불하고, 기술자료를 요구하는 경우
- 기술자료 임차계약을 체결한 기술에 대하여 교부조건이 발생한 경우
- 공동기술개발약정 체결 후 그에 따른 기술자료를 요구하는 경우
- 공동특허출원을 하거나 특허출원지원을 하는 과정에서 수급사업자의 기술자료를 공유하는 경우
- 납품 제품의 하자 발생 원인 규명, 불량 예방 등 공동의 품질관리를 위해 비밀유지의무 등을 규정한 합의를 작성한 후 기술자료를 공유하는 경우
- 공동기술 개발 참여 여부, 신제품 또는 신기술 적용 여부, 거래개시 여부 등을 결정하기 위해 수급사업자의 기술개발 능력의 평가 또는 부품 승인 등에 필요하여 비밀유지의무 등을 규정한 서면을 작성한 후 기술자료를 요구하는 경우
- 수의계약 시 또는 공급업자를 대상으로 지명입찰을 통한 위탁 계약 시 아직 시장가격이 형성되지 않은 주문품의 기준가격을 마련하기 위해 개략적인 원가내역이 포함된 견적서를 서면으로 요구하는 경우
- 원재료 가격변동에 따라 납품단가 인상요청을 받은 후 인상 폭 결정을 위해 해당 원재료의 원가비중 자료 등을 서면으로 요구하는 경우
- 수급사업자의 요청으로 원사업자의 기술전수 또는 지도하거나 수급사업자에게 경영지도를 하는 과정에서 위 전수 또는 경영지도의 목적상 필요한 범위 내에서 기술자료를 요구하는 경우

※ 기술자료 요구서 양식

기술자료 요구서									
1. 원사업자와 수급사업자									
원사업자	사업자명				법인등록번호 또는 사업자등록번호				
	대표자성명				전화번호				
	주 소								
	담당자	성명		소속		전화번호			
수급사업자	사업자명				법인등록번호 또는 사업자등록번호				
	대표자성명				전화번호				
	주 소								
	담당자	성명		소속		전화번호			
2. 기술자료 요구 관련 사항 (증빙자료가 있는 경우 첨부)									
1) 기술자료 내역		요구하는 기술정보·자료의 명칭과 범위 등 구체적 내역을 명시하여 기재(특허등본원부 등 기술자료에 대한 증빙자료 첨부)							
2) 요구 목적		원사업자가 기술자료를 요구하는 정당한 사유 기재							
3) 권리 귀속 관계		(i) 원사업자가 요구하는 기술자료의 현재 권리 귀속자, (ii) 상호 간 기술이전계약 체결 여부, (iii) 요구하는 기술이 공동개발한 기술인지 여부, (iv) 기술자료가 제공된 후 권리귀속관계에 대한 상호 합의 사항 등							

4. 대 가	기술자료 제공에 따른 대가에 대한 구체적 사항
5. 인도일 및 인도방법	당해 기술자료의 인도일, 구체적인 인도방법 등을 기재
6. 그 밖의 사항	기술자료 임차계약 체결 여부, 기술자료 요구 시 원사업자와 수급사업자간 기타 합의한 사항 등
원사업자 ○○○ 와 수급사업자 ○○○는 원사업자의 기술자료 요구 시 위 사항을 상호 협의하여 정함을 확인하고, 위 사항이 기재된 본 서면을 교부하여 원사업자가 수급사업자에게 △△△ 기술자료를 요구하는 바입니다. 년 월 일 원 사 업 자 명 _____ 대 표 자 _____ (인) 수 급 사 업 자 명 _____ 대 표 자 _____ (인)	

〈기술자료 유용〉

- 공동개발 기술에 대한 수급사업자의 기여도를 반영한 정당한 대가를 지급하고 기술자료를 사용한 경우

[Don'ts]

〈기술자료 요구〉

- 수급사업자의 의사에 반하여 비밀유지계약 체결을 거부하고, 기술자료를 요구하는 경우
- 구두로 기술자료의 제공을 요구하는 경우
- 수급사업자의 의사에 반하여 원재료 가격, 납품단가 구성내역 원가 등이 포함된 기술자료를 요구하는 경우
- 기술지도, 품질관리를 명목으로 그 목적 범위를 벗어나 과도하게 기술자료를 요구하는 경우
- 재계약시 기술자료를 제공하지 않을 경우 재계약을 체결하지 않을 듯한 태도를 보여 수급사업자의 의사에 반하여 기술자료 제공 요구를 유도하는 경우
- 기술자료 요구 시 기술자료 내역, 요구목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속관계, 대가, 인도일 및 인도방법 등을 서로 협의하여 정하지 않고 일방적으로 결정하여 기술자료를 요구하는 경우
- 정당한 대가 없이 기술자료를 요구하는 경우

〈기술자료 유용〉

- 기술이전 계약(기술사용계약 등 포함)을 체결하여 기술자료를 제공받은 후 일방적으로 계약을 파기하거나 계약 종료 후 계약상의 비밀유지 의무를 위반하여 기술을 이용하여 제품을 상용화하거나 무단으로 제3자에게 기술을 공여한 경우
- 기술력을 심사한다는 목적으로 기술자료를 제공받은 후 기술력 부족 등을 이유로 계약을 파기하고 수급사업자의 경쟁사업자, 당사의 기존 거래처나 관계사 등에 기술자료를 제공하여 동일 기술을 개발하도록 하여 제품을 납품 받은 경우
- 수급사업자로부터 납품 관련 기술자료 등을 요구하여 넘겨 받아 다른 경쟁사업자에게 그 기술을 제공하여 가격경쟁을 하도록 한 후 수급사업자에게 납품 단가의 인하를 요구한 경우
- 공동으로 기술 개발을 하는 과정에서 수급사업자의 핵심기술을 탈취한 후 공동개발을 중단하고, 그 핵심기술을 이용하여 자체적으로 제품을 생산하는 경우
- 수급사업자로부터 취득한 기술에 대하여 수급사업자가 출원을 하기 전에 원사업자가 선출원하여 해당 기술에 대한 특허권, 실용신안권을 선점하거나 수급사업자가 제공한 기술을 일부 수정하여 선출원하는 경우

(8) 관련 사례

〈엘에스엠트론(주) 및 쿠퍼스탠다드오토모티브앤인더스트리얼(주)의 불공정하도급거래행위에 대한 건, 2020기감0730, 의결2022-083〉 - 기술유용

[사실관계]

피심인은 원가절감을 목적으로 독일회사로부터 기술을 이전받아 국내에서 터보차저호스 성형 진공금형을 생산하기로 결정하였다. 피심인은 독일회사에 자신의 고객사에 납품할 터보차저호스 생산에 필요한 금형의 제작을 의뢰하고 이를 신고인에게 제공하여 독일회사의 금형을 대체할 수 있는 제품을 만들도록 함으로써 금형 국산화를 진행하였다. 그리고 피심인과 신고인은 2010. 9. 16. 맨드릴 납품을 시작으로 ‘터보차저호스 성형 진공금형’에 관한 하도급거래를 하였다. ① 피심인은 피심인의 중국법인에 제공할 목적으로 신고인에게 터보차저호스 성형 진공금형 중 ‘맨드릴의 설계도면’을 전화로 요구하였고, 신고인은 동 도면을 이메일로 제공하였으며 신고인과 민관공동투자 개발사업 공동특허를 출원하는 과정에서 필요한 자료작성을 위해 신고인에게 맨드릴 제작 과정이 담긴 연구노트를 전화로 요구하였고, 이에 신고인은 ‘금형개발연구노트’를 제공하였으나, 피심인은 기술자료 제공 요구목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속 관계, 대가 등을 신고인과 미리 협의하여 정한 서면을 교부하지 아니하였다. ② 피심인은 협력사 성과공유회에서 우수성과로 발표하기에 앞서, 신고인의 기술을 파악하기 위한 목적으로 신고인에게 금형 제조방법에 관한 자료를 전화로 요구하였고 신고인 이메일로 제조방법에 대한 설명과 함께 제조과정별 사진을 제공하였다. ③ 그런데 피심인은 특허를 단독으로 출원하면서 신고인이 제공한 맨드릴 제조방법을 특허 청구항으로 사용하고, 제조과정 사진과 도면 중 절개도를 각각 특허 도면으로 사용하였다.

[공정위 판단]

공정위는 ① 피심인이 기술이전계약에 따라 수입한 독일회사의 기술로 금형 및 도면을 신고인에게 제공하였으며, 레이저 커팅은 금형을 제작하는 일반적인 방법으로 특별한 기술의 내용으로 볼 수 없으므로 기술자료가 아니라고 주장하였으나, 설사 독일회사의 제조방법에서 착안하였다 하더라도 신고인은 자신의 고유기술과 노하우를 투입하여 그 제조방법을 구체화하였다고 인정할 수 있고, 피심인이 금형을 제공하였다 하더라도 완제품을 다시 분해하고 역설계하여 해당 도면을 작성하였다면 그러한 방식으로 취득한 도면은 신고인의 기술자료라고 보는 것이 타당하며, 피심인이 여러 차례 자신의 성과공유회에서

‘터보차저호스 성형 진공금형 국산화 건’을 성과로 소개하면서 ‘레이저 가공을 통해 절곡한다는 부분’을 성과로 소개한 점 등을 종합적으로 고려할 때 피심인의 주장은 이유가 없다고 보았다. ② 또한 맨드릴 거래는 2010. 12. 31. 납품한 이후 2012. 3. 27. 위탁하기 전까지 후속거래가 없었는데 최초 납품한지 약 8개월이 지난 2011. 8. 9.에 이르러서 품질 검증을 위해 금형 도면을 요구하는 것이 통상적이라고 보기 어렵고 품질 검증을 위한 목적이라 하더라도 수정이 필요한 부분에 대해 개선요구를 하는 것으로 충분하므로 전체 금형 도면을 요구하는 것은 목적달성에 필요한 최소범위를 벗어났으며, 중국 법인에 제공할 목적으로 요구한 것은 이는 제조 등의 위탁목적과 전혀 관련이 없으므로 정당한 사유가 인정되지 않는다고 보았다. ③ 피심인은 절개도와 맨드릴 제조방법과 제조공정 사진을 특허를 단독으로 출원하는데 사용하였으므로 자기를 위하여 신고인의 기술자료를 유용한 행위에 해당한다. 한편 피심인은 도면 요구행위를 제외한 하도급거래는 맨드릴 거래로 한정되고, 2012. 3. 31.에 목적물을 납품함으로써 모두 종료되었으므로 조사시효가 도과되었다고 주장하였으나 공정위는 기술유용행위의 경우 위탁 품목이 없거나 위탁한 품목이 아닌 별개 품목에 대해 행위가 발생하는 등의 양태를 고려하면 법 제23조 제1항의 ‘하도급거래가 끝난 날’의 거래 단위는 ‘기술’을 기준으로 관련 하도급거래를 특정하는 것이 타당하며 특허와 관련된 기술이 적용된 마지막 거래의 입고일이(2016. 12. 14.) 조사대상이 되는 하도급거래가 끝난 날(2015. 4. 18.) 이후인 점을 이유로 조사시효가 도과되지 않았다고 보았다. 이에 공정위는 피심인에게 시정조치와 1,386백만 원의 과징금을 부과하였다.

〈현대일렉트릭에너지시스템(주)의 불공정하도급거래행위에 대한 건, 2018제하0226, 의결2020-330〉 - 기술유용

[사실관계]

피심인은 7개 수급사업자에게 고압배전반과 관련된 제품의 제작을 위탁하고 이를 납품받는 과정에서, 그 제품의 제작 등과 관련한 승인도 총 20건을 해당 수급사업자들에게 요구하여 전자메일을 통해 제공받으면서 요구목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속 관계, 대가 등을 적은 서면을 수급사업자에게 교부하지 않았다.

[공정위 판단]

피심인은 자재거래기본계약 및 구매사양서(Purchase Order Specification, 이하 ‘POS’라고 한다.)의 내용을 종합할 때 승인도는 거래개시 단계에서부터 이 사건 위탁 계약 목적물의 일부를 구성하였으며 이에 따라 그 소유권이 피심인에게 이전되었고 승인도 제공에 대한 충분한 대가가 전체 하도급 대금에 포함되어 지급되었다고 주장하였으나, 자재거래기본계약서에 의하면 ‘제조위탁의 대상’이 되는 계약의 목적물은 ‘배전반 패널’ 또는 ‘부스 덕트’이며 승인도는 이 계약서 제8조에 의하여 목적물 제조를 위해 이용되는 사양 서류에 불과하고 충분한 대가가 지급되었다는 피심인의 주장은 일방적인 것에 불과하며 계약서 또는 그 부속 서류 등에서 이를 뒷받침할 근거를 확인할 수 없다.

피심인은 설계 및 제작의 수준이 실제로 도면에 제대로 구현되었는지 여부 확인, 하자 발생시 책임소재 규명, 다른 전력제어 기기와의 물리적 정합성 검토 등을 위하여 수급사업자들에게 승인도를 요구한 것이므로 기술자료 제공 요구에 정당한 사유가 인정되나 자료를 요구하면서 요구 목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속 관계, 대가 등에 대하여 미리 협의하여 정한 바 없고 이를 기재한 관련 서면을 교부하지 아니하였다.

공정위는 이에 대해 시정명령과 과징금 2천만원을 부과하였다.

〈(주)쿠첸의 불공정하도급거래행위건, 2019기갑1277, 의결 제2022 - 126호〉 - 기술유용

[사실관계]

쿠첸은 납품 승인 목적으로 수급사업자로부터 제공받은 인쇄 배선 기판(Printed Wiring Board) 조립품

(Assembly) 기술자료를 2018년 3월 부터 2019년 1월까지 네 차례에 걸쳐 제3의 업체에 전달하여 거래선을 변경하는 데 사용하는 등 당초에 그 기술자료를 제공받은 목적 외로 부당하게 사용하였다.

- (1차 유용행위) 쿠첸은 기존 수급사업자(A)의 경쟁업체(B)를 신규 협력사로 용이하게 등록시키기 위해 기존 수급사업자의 기술자료를 경쟁업체에 전달하였다.
- (2·3차 유용행위) 이후 기존 수급사업자가 단가 인상을 요구하자, 쿠첸은 동일 물품을 인상되지 않은 단가로 납품받기 위해 신규 경쟁업체(B)와 또 다른 업체(C)에게 기존 수급사업자의 기술자료를 전달하여 빠르게 거래선을 변경할 수 있도록 하였다.
- (4차 유용행위) 쿠첸은 단가 인상을 요청하였던 기존 수급사업자(A)와 단계적으로 거래 규모를 축소할 것을 계획하였고, 그 일환으로 한 차례 더 기존 수급사업자의 기술자료를 다른 업체(C)에게 전달하여 사용하게 하였다.

[공정위 판단]

공정위는 쿠첸이 거래상 신뢰 관계를 바탕으로 수급사업자로부터 제공받은 기술자료를 향후 자신의 이해관계에 따라 그 기술자료의 제공 목적과는 무관하게 여러 차례 부당하게 유용하였으며, 신규 경쟁업체를 협력업체로 등록시키고 거래선을 변경하는 목적을 달성하였으며, 중국적으로는 기존 수급사업자와는 거래를 단절하게 된 것으로 볼 때 위법행위의 부당성이 상당하다고 판단하여 과징금 8.7억 원을 부과하였다.

〈아너스의 불공정하도급거래행위 건, 2018제하1497, 의결 제2018-364호〉

[사실관계]

2015년 5월부터 2017년 6월까지 총 19회에 걸쳐 (i) 가격 적정성 검토, (ii) 제품 검수라는 명목 하에 수급사업자가 청소기의 전원 제어 장치의 제조를 위해 작성한 총 18건의 기술자료를 요구하였다(정당한 사유 없는 기술자료 제공요구).

수급사업자가 납품 단가 인하 요구를 수용하지 않자, 2016년 11월에서 2017년 6월까지 ‘전자회로의 회로도’ 등 기술자료 7건을 수급사업자의 경쟁업체 8곳에 제공하고, 이를 활용하여 유사한 부품을 제조·납품할 것을 요구하였다(기술자료 유용).

[공정위 판단]

공정위는 정당한 사유 없이 물걸레청소기 전자제어장치 등의 회로도, 부품목록, 거버도면, 프로그램 hex파일 등의 기술자료를 본인 또는 제3자에게 제공하도록 요구하였으며, 수급사업자로부터 취득한 물걸레청소기 전자제어장치 등의 회로도, 부품목록, 프로그램 hex파일 등의 기술자료를 자기 또는 제3자를 위하여 유용하였다. 이에 하도급법 제12조의3 제1항, 제3항 위반으로 판단하여 시정명령과 과징금 5억 원 부과 및 법인, 개인(임원 3명)을 고발하였다.

〈삼성에스디아이(주)의 불공정하도급거래행위 건, 2019기감1181, 의결 제2022 - 106호〉

[사실관계]

삼성SDI는 2018년 5월 18일, 중국 내 법인의 현지 협력사로부터 요청을 받고 국내 수급사업자가 보유하고 있던 다른 사업자의 기술자료(운송용 트레이 도면)를 받아 중국 현지 협력사에게 제공하였다.

[공정위 판단]

삼성SDI는 수급사업자가 작성하여 소유한 기술자료를 취득한 경우에만 하도급법 적용대상이 된다고 주장하였으나, 공정위는 하도급법의 목적, 법 문언상 의미, 다양한 거래 현실(다층적 거래관계, 기술자료의 교환 또는 공유 필요성, 소유와 보유의 구분이 모호한 경우 존재 등) 등을 종합적으로 고려할 때, ‘수급사업자의 기술자료’란 수급사업자가 작성(소유)한 기술자료에 한정된다고 볼 수 없고, 수급사업자가 보유(매매, 사용권 허여 계약, 사용 허락 등을 통해 보유)한 기술자료도 포함된다고 판단하

였다.

공정위는 삼성SDI의 기술유용행위, 기술자로 요구서면 사전 미교부 행위에 대하여 시정명령과 함께 기술자로 유용행위에 과징금 2.5억 원, 기술자로 요구서면 사전 미교부 행위에 과징금 2.7억 원을 부과하였다.

2.2.6. 부당한 경영간섭(전속거래 강요행위 금지 및 경영정보 요구) 금지

(1) 개념

- 원사업자는 하도급거래량을 조절하는 방법 등을 이용하여 수급사업자의 경영에 간섭하여서는 아니된다(하도급법 제18조).
- 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 원사업자의 행위는 부당한 경영간섭으로 본다.
 1. 정당한 사유 없이 수급사업자가 기술자료를 해외에 수출하는 행위를 제한하거나 기술자료의 수출을 이유로 거래를 제한하는 행위
 2. 정당한 사유 없이 수급사업자로 하여금 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 구속하는 행위 ※ 전속거래 강요 행위 금지
 3. 정당한 사유 없이 수급사업자에게 원가자료 등 공정위가 고시하는 경영상의 정보를 요구하는 행위

(2) 경영상의 정보를 정당한 이유 없이 요구하는 행위 금지

- 경영상의 정보 유형
 - 수급사업자가 목적물 등의 납품을 위해 투입한 재료비, 노무비 등 원가에 관한 정보(원가계산서, 원가내역서, 원가명세서, 원가산출내역서, 재료비, 노무비 등의 세부지급 내역 등)
 - 수급사업자가 다른 사업자에게 납품하는 목적물 등의 매출 관련 정보(매출계산서, 거래처별 매출명세서 등)
 - 수급사업자의 경영전략 관련 정보(제품 개발·생산 계획, 판매 계획, 신규투자 계획 등에 관한 정보 등)
 - 수급사업자의 영업 관련 정보(거래처 명부, 다른 사업자에게 납품하는 목적물 등의 납품조건(납품가격을 포함)에 관한 정보 등)
 - 수급사업자가 다른 사업자와의 거래에서 사용하는 전자적 정보 교환 전산망의 고유식별명칭, 비밀번호 등 해당 전산망에 접속하기 위한 정보

(3) 업무 시 유의사항(Tip)

[Do's]

- 원재료의 가격변동에 따른 하도급대금 인상협의 시 하도급대금의 인상폭 결정과 직접 관련이 있는 원재료의 원가비중 자료를 요구하는 경우는 가능하다.
- 정부 및 공공기관이 발주하는 사업 입찰 시 발주처에서 수급사업자의 원가정보를 필수 제출자료로 지정하여 원가계산서 등 관련자료를 요구하는 것은 가능하다.
- 계약의 특성상 실비를 정산하는 것이 적절한 항목이 있는 경우 수급사업자에게 해당 항목의 실비정산을 위해 필요한 자료를 요구하는 것은 가능하다.
- 다른 법령에 의해 원사업자에게 부여된 수급사업자 관리 및 감독 의무이행을 위해 필요한 자료를 요구하는 것은 가능하다.

- 원사업자가 상생협력과 공정거래협약 이행을 위해 하도급사에 경영정보를 제출하도록 요청하는 경우는 가능하다.
- 산재보험료 산출을 위해 임금대장 등을 요구하는 것은 가능하다.
- 원사업자가 수급사업자에게 2차 또는 그 이하 수급사업자와 공정거래협약을 체결하도록 권유하고, 협약체결에 따른 실적 확인을 위해 수급사업자와의 협약체결 내역을 요청하는 것은 가능하다.
- 원사업자가 수급사업자에게 인건비, 복리후생비, 금융비용 등을 지원하고 그 범위 안에서 2차 또는 그 이하 수급사업자에게 지원하도록 요청 내지 권하고, 지급내역을 제출하도록 요청하는 것은 가능하다.
- 수급사업자의 효율성 증진, 경영여건 개선을 위한 컨설팅을 위해 필요한 범위 안에서 수급사업자가 컨설팅 받고자 하는 경영전략 관련 정보를 요청하는 것은 가능하다.
- 원사업자가 수급사업자에게 직업교육, 채용박람회 실시 및 채용연계 등 일자리 창출을 지원하고, 이를 위해 필요한 범위 안에서 채용 관련 정보를 요청하는 것은 가능하다.

[Don'ts]

- 협력사에 대해 거래단절, 물량축소 등 불이익을 제공할 것을 거래조건으로 내걸면서 자기 또는 자기가 지정한 사업자 하고 만 거래하도록 하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 자신의 특허로 개발한 부품이 아닌 일반부품의 제조를 협력사에 위탁하면서, 해당 부품을 자신에게만 납품하도록 하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 수급사업자가 임직원을 선임·해임함에 있어 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 수급사업자의 의사에 반하여 특정인을 채용하게 하는 등의 방법으로 인사에 간섭하는 행위를 하여서는 아니된다.
- 수급사업자의 생산품목·시설규모 등을 제한하는 행위를 하여서는 아니 된다. 1차 수급사업자의 재 하도급거래에 개입하여 자신의 위탁한 목적물의 품질유지 및 납기 내 납품여부 등 하도급거래의 목적과 관계없이 2차수급사업자의 선정·계약조건설정 등 재하도급 거래내용을 제한하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 수급사업자가 정상적으로 공사를 시공 중에 있음에도 불구하고 수급사업자의 의사에 반하여 현장근로자를 동원하여 공사를 시공케 하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 수급사업자로 하여금 자신 또는 자신의 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하도록 하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- 원사업자가 수급사업자의 의사에 반하여 수급사업자의 사업장에 출입하여 원가내역, 생산과정, 투입인력, 재료배합 등을 실사하는 행위를 하여서는 아니 된다.

(4) 관련 사례

〈(주)포스코케미칼의 불공정하도급거래행위 등에 대한 건, 2019구사3170, 의결2022-268〉

[사실관계]

(주)포스코케미칼은 2010년경부터 협력사들을 효율적으로 관리하기 위하여 협력사 임원의 임기, 임원 처우, 배당률, 이익잉여금 등 적정 자본 규모, 지분구성 등 협력사 내부 경영에 관한 구체적인 사항을 포함하고 있는 ‘협력사 경영관리 기준’을 만들어 운영하였다. 경영관리 기준이 변경될 때마다 관련 협력사에게 이를 설명하고 준수하도록 요청하였고, ‘협력사 KPI 평가지침’을 제정한 이후로 매년 협력사의 핵심성과지표(KPI)를 토대로 협력사를 평가하고 해당 결과를 인센티브 지급 혹은 페널티(계약해지, 물량 축소 등) 부과와 근거자료로 사용하였다. 경영관리 기준에 명시된 협력사 임원의 임기가 도래하면 피

심인은 해당 자리에 부임할 내부 직원을 후임자로 선정하여 협력사에 통보하고 후임자는 전임자가 보유한 협력사의 지분을 인수하여 전임자의 직책에 부임하였고, 협력사의 임원 전직이나 교체가 원활히 이루어지지 않을 경우, 협력사를 지속적으로 압박하였다.

[공정위 판단]

임원의 임기, 처우에 관한 사항은 물론이고 특히 배당률 및 이익잉여금은 사업자가 자신의 손익, 투자 여부 등 재무 상황을 고려하여 결정할 사안인 점, 지분구조는 의결권 행사와 직접적으로 관련된 사안인 점을 고려할 때 피심인이 상법상 독립된 법인인 협력사에 대해 이러한 내용을 간섭할 이유는 없다. 특히, 협력사 임원의 임기가 도래하면 다음 후임자를 내정하여 임원의 선·해임에 직접 관여한 사실이 드러나는데, 이는 협력사가 납품하는 목적물의 품질 유지 등 피심인과 협력사간 거래의 목적달성과 관계없이 피심인의 인사정책 해소 및 퇴직자의 편의 제공 창구로 활용하고자 하는 목적이 명백하므로 과징금을 부과하고 협력사에게 시정명령을 받은 사실의 통지를 명하였다.

〈웅진코웨이(주)의 불공정하도급거래행위 건, 2008하개2356, 의결 제2009-032호〉

[사실관계]

웅진코웨이(주)는 대우전자(주) 등 21개 1차 수급사업자에게 공기청 정기, 비데 등의 부품 제조를 위탁함에 있어, 이들 수급사업자들의 2차 수급사업자와 직접 재하도급 단가를 결정한 후 동 단가대로 거래하도록 함으로써 1차 수급사업자들의 경영에 부당하게 간섭하는 행위를 하였다.

[공정위 판단]

수급사업자들은 웅진코웨이(주)와는 별개의 독립된 사업자이므로 재하도급 거래시 단가, 물량 등에 대하여 자율적으로 결정할 권한이 있음에도 웅진코웨이(주)는 수급사업자의 재하도급 단가결정에 직접개입하였다. 이는 하도급 납품단가 결정이 경영의 본질적인 사항임을 감안할 때 1차 수급사업자의 2차 수급사업자에 대한 자율적인 납품가격 결정권을 부당하게 제한하는 행위로서 부당한 경영간섭행위로 인정되며, 웅진코웨이(주)가 제품의 품질유지, 기술 및 자금지원 등의 이유로 1차 수급사업자와 2차 수급사업자의 재하도급 거래 조건에 개입하는 행위는 정당성을 인정하기 어렵다.

〈부당한 경영간섭 판례(대법원 2011.10.13. 선고2010주8522판결)〉

[사실관계]

OO전자가 수급사업자로 하여금 승인원(Specification Sheet)을 제출하도록 하였는데, 그 승인원에는 회로도, 부품의 종류와 구체적 기능, 동작원리뿐 아니라 원자재 구매처 및 제조공정 등 구체적인 조립방법까지 기재토록 하였다. 그리고 관리기준을 마련하여 수급사업자로 하여금 2차 벤더 관리담당 인력을 선정하게 하고 위 인력의 주요 역할까지 구체적으로 기재하였다.

수급사업자로 하여금 2차 벤더 관리 전담 인력을 선정하여 운용하도록 하며 위 인력으로 하여금 2차 벤더를 정기적으로 방문하여 그 결과를 제출하도록 하였다.

[대법원 판단]

“품질 유지 목적을 벗어나” 수급사업자의 재하도급 거래내용을 간섭한 행위로 보아 부당한 경영간섭 행위로 판단하였다.

2.3 대금지급단계의 하도급법상 규제내용

2.3.1 하도급대금 지급 의무

(1) 개념

① 원칙

- 하도급대금은 원사업자가 목적물 수령일로부터 60일 이내에 지급하는 것이 원칙이다. (하도급법 제13조 제1항)
- 원칙적으로, 제조위탁의 경우 목적물 수령일이 하도급대금 지급기일 산정 시 기준일이 된다.
 - 여기서의 목적물 수령일이라 함은 이동이 가능한 물건의 경우 원사업자에게 납품한 날(사실상 원사업자의 지배에 두게 된 날)을 의미하고, 이동이 불가능한 물건의 경우에는 검사를 개시한 날을 의미한다.

② 60일 이내 대금 지급 원칙의 예외

- 일괄마감제도를 채택한 경우에는 세금계산서 발행일을 기준으로 본다. 즉, 목적물의 납품이 빈번하여 원사업자와 수급사업자가 월1회 이상 세금계산서 발행일을 정한 경우에는 업무의 혼선을 피하기 위하여 그 정한 날을 목적물 수령일로 본다.

(2) 기간의 계산

- 하도급대금 지급기일이 기간으로 정해져 있는 경우, 기간을 계산함에 있어 초일은 산입하지 않고, 기간종료일이 공휴일인 경우에는 그 다음 거래일에 기간이 만료하는 것으로 본다.

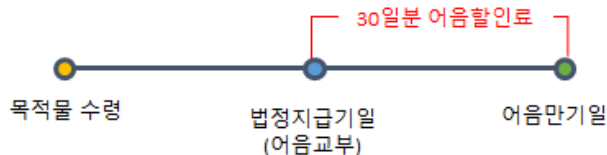
(3) 지연이자 지급 의무

- 하도급대금은 목적물 수령일 또는 세금계산서 발행일로부터 60일 이내에 지급해야 하나 이를 초과하여 지급하는 경우에는 지연이자(연 15.5%)를 지급해야 한다. 예를 들어, 목적물을 수령하고 90일째 되는 날 하도급대금을 지급하였다면 30일에 대한 지연이자를 지급해야 한다.



(4) 어음할인료 지급 의무

- 하도급법에서는 원사업자가 하도급대금을 어음으로 지급하는 경우 어음만기일이 목적물 수령일로부터 60일을 초과하는 경우 그 초과기간에 대한 어음할인료(7.5%)를 수급사업자에게 의무적으로 지급하도록 규정하고 있다. 예를 들어, 원사업자가 법정지급기일에 30일이 만기인 어음을 수급사업자에게 지급하였을 경우, 30일에 대한 어음할인료를 지급해야 한다.



(5) 어음대체결제수단의 수수료 지급 의무

- 어음대체결제수단은 하도급대금 지급 시 어음을 대체하여 사용하는 결제수단으로 기업구매전용카드, 외상매출채권담보대출, 구매론을 말한다. 특히 하도급대금을 어음대체결제수단을 이용해 지급하는 경우 목적물 수령일로부터 60일이 지난날 이후부터 어음대체결제수단의 상환기일까지 해당 기간에 대한 수수료를 지급해야 한다. 수수료율은 법률에 근거하여 설립된 금융기관과 사전에 체결한 수수료율을 적용한다.

(6) 하도급대금 지급 수단

- 하도급법상 하도급대금의 지급수단과 관련하여 특별한 제한은 없다. 따라서 하도급대금은 현금 외에 어음 및 어음대체결제수단을 통하여 지급할 수 있다. 단, 원사업자가 하도급대금을 어음으로 지급했으나 어음이 부도 처리된 경우에는 하도급대금을 지급하지 않은 것으로 본다.

(7) 법 위반 유형

- 하도급대금을 목적물 인수일로부터 60일을 초과한 날까지 전부 또는 일부를 미지급하는 경우
- 하도급대금 지연지급에 따른 지연이자를 미지급하는 경우
- 하도급대금을 목적물 수령일로부터 60일을 초과하여 결제되는 장기어음으로 지급함에 따른 어음 할인료를 미지급하는 경우
- 원사업자가 발주자로부터 도급대금을 지급받지 못한 경우라도 수급사업자에게는 목적물 수령일로부터 60일 이내에 하도급대금을 지급하지 아니한 경우

(8) 업무 시 유의사항(Tip)

- 원사업자가 하도급대금을 어음으로 지급했으나 동 어음이 부도 처리된 경우, 이는 어음금이 결제되지 못한 것이므로 처음부터 하도급대금을 지급하지 않은 것으로 본다.
- 하자이행을 목적으로 하도급대금의 일부를 지급 유보하는 것은 하도급대금 미지급행위에 해당한다.

[Do's]

- 하도급대금의 지급 기일은 대금 지급기일인 60일 이내에 당사자가 자유롭게 설정할 수 있다.
- 발주처로부터 대금을 받지 못한 경우에도, 수급사업자에게 대금을 지급하여야 한다.

[Don'ts]

- 수급사업자의 대금 청구 지연을 이유로 목적물 수령일로부터 60일을 초과하여 대금을 지급하여서는 안된다.
- 수급사업자의 하자 이행을 위한 목적으로 하도급대금 중 일부를 유보하여서는 안된다.

(9) 관련 사례

《(주)코아스의 불공정하도급거래행위 건, 2021제하1055, 의결 제2021 - 204호》

[사실관계]
(주)코아스는 수급사업자에게 금형 제조를 위탁하면서 그 대금을 상각지급*하기로 한 후 잔금을 미지급 하였다.
본 사건에서 제품 BACK SHELL의 경우, 금형 대금의 50%는 선지급 하고 잔금은 사출품 1개당 단가에 2,450원씩 포함하여 지급하기로 한 후, 2017. 3. 13. 발주 이후 4년이 넘도록 추가 발주 없이 계약금의 24%(25백만 원)를 지급하지 않았다. 또한, 금형 수정 작업을 지시하면서 추가 비용을 미지급하였다.
*금형 제조 대금의 일부를 선지급하고 잔금을 금형으로부터 생산되는 제품을 발주할 때마다 일정 금액을 분할하여 지급하는 방식
[공정위 판단]
공정위는 하도급대금을 목적물 수령일로부터 60일 이내에 지급하도록 규정하고 있는 하도급법 제13조 제1항에 위반된다고 판단하여 과징금을 부과하였다(하도급대금 감액행위와 합하여 과징금 1.15억 원을 부과).

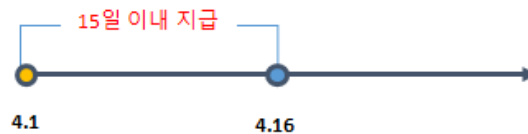
2.3.2 선급금 지급 의무

(1) 개념

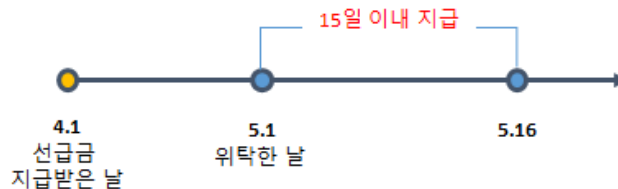
- 하도급대금은 물품 등의 납품 또는 시공을 완료한 다음 그 대가로 지급되는 것이 일반적인데, 이것을 기성금이라고 한다. 경우에 따라 발주자가 공사착수를 원활하게 할 수 있도록 장차 지급할 공사대금 중 일부를 미리 주는 경우가 있는데, 이를 하도급법상 선급금이라고 한다.

(2) 원칙

- 원사업자는 발주자로부터 선급금을 지급받은 날로부터 15일 이내에 선급금을 수급사업자에게 지급해야 한다(하도급법 제6조 제1항)



- 만약 수급사업자에게 제조 등의 위탁을 하기 전에 선급금을 지급받은 경우에는 수급사업자에게 위탁한 날로부터 15일 이내에 지급해야 한다.



(3) 지급 방법

- 원사업자는 발주자로부터 선급금을 지급받은 경우 선급금의 내용과 비율에 따라 수급사업자에게 지급하여야 한다. 발주자로부터 받은 선급금액에 원도급금액 대비 하도급금액이 차지하는 비율을 곱하여 산정한 금액을 수급사업자에게 선급금으로 지급해야 한다.

(4) 준수 의무

- 선급금은 선지급한 하도급대금의 일부이므로, 발주자로부터 선급금을 받은 경우, 원사업자는 수급사업자에게 선급금 지급 시 하도급법에서 규정한 어음만기일유지의무나 현금결제비율유지의무, 지연 지급 시 지연이자 지급의무 등이 존재한다.

① 현금결제비율유지

- 원사업자는 발주자로부터 선급금을 받았을 경우 지급받은 현금비율이상으로 수급사업자에게 지급해야 한다.

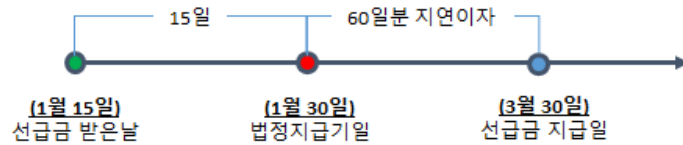
② 어음만기일유지

- 발주자로부터 선급금을 어음으로 지급받은 경우에도 교부 받은 어음의 만기일을 초과하지 않는 어음을 지급해야 한다.

③ 지연이자 지급 의무

- 선급금은 선지급한 하도급대금의 일부이므로 지연 지급 시 지연이자를 지급하여야 한다. 원사업자는 발주자로부터 선급금을 지급받은 경우라면 “선급금을 지급받은 날로부터 15일 이내”에 수급사업자에게 선급금을 지급해주어야 하고, **15일이 지난 이후에 선급금을 지급하는 경우 지연이자를 추가로 지급해야 한다.** 예를 들어, 원사업자가 1월 15일 선급금을 현금으로 받고 3월 30일 수급사업자에게 선급금을 지급하였다면, 60일에 대한 지연이자(연15.5%)를 지급해야 한다.

※ 다만, 수급사업자에게 선급금지급보증서를 요구하였음에도 제출하지 않은 경우에는 해당 기간에 대한 지연이자를 지급하지 않아도 됨



(5) 법 위반 유형

- 법정지급기일을 초과하여 현금 또는 어음으로 선급금을 지급하였으나 지연이자를 미지급하는 경우
- 선급금을 법정지급기일 내에 어음으로 지급하고 어음만기일이 법정지급기일을 초과하였으나 이에 대한 어음할인료를 미지급한 경우
- 법정지급기일을 초과한 날로부터 실제 지급한 날까지의 기간에 대한 지연이자를 미지급하는 경우

(6) 업무 시 유의사항(Tip)

- 발주자가 선급금의 사용용도, 지급대상품목 등 사용내역을 구체적으로 지정하여 지급한 경우, 원사업자는 발주자가 지정하는 용도에 한정하여 수급사업자에게 선급금을 지급하면 된다. 이와는 반대로 발주자가 특정한 공사나 품목을 지정하지 않은 경우에는 원사업자는 전체 대금 중 하도급계약금액의 비율에 따라 선급금을 지급한다.
- 하도급법상 선급금은 장차 지급해야 할 하도급대금을 미리 지급하는 것으로 작업이 얼마나 진행되었는지(기성률)에 맞추어 공제해 나가야 한다. 따라서 원사업자가 선급금을 수급사업자에게 지급하고 다음 기성에서 선급금 전체를 일괄적으로 공제하는 경우에는 하도급법에 위반될 수 있다.
- 원사업자와 수급사업자가 선급금을 지급하지 않는다는 내용의 계약을 체결하였더라도 원사업자의 선급금 지급의무가 면제되지 않는다.
- 수급사업자와 체결한 선급금 포기 각서는 부당한 특약이 될 가능성이 높다.

[Do's]

- 계약서상 선급금 지급에 대한 규정이 없어도, 발주자로부터 선급금을 수령한 경우에는 수급사업자에게 선급금을 지급하여야 한다.
- 수급사업자가 선급금 지급 보증서를 지연제출하였을 경우에는 지연일수만큼 선급금 지연 지급이 가능하다.
- 수급사업자가 보증한도 부족 등으로 선급금 지급 보증서를 미제출할 경우에는 선급금을 지급하지 않아도 된다.
- 발주자로부터 선급금을 받은 경우 선급금의 내용과 방법에 따라 선급금을 받은 날로부터 15일 이내에 수급사업자에게 지급하여야 한다.
- 선급금 지급 시 어음만기일유지의무나 현금결제비율유지의무를 준수하여야 한다.

[Don'ts]

- 수급사업자로부터 수취한 선급금 포기 각서는 진정한 의사에 의한 것으로 인정받을 수 없다.

(7) 관련 사례

〈대림산업(주)의 불공정하도급거래행위 건, 2018건하1299, 의결 제2019 - 206호〉

[사실관계]

2016년 4월 11일 부터 2017년 8월 3일까지 11개 수급사업자에게 ‘광양시 관내 국도대체 우회도로(세풍-중군) 건설공사 중 토공 및 구조물공 2, 2-1구간 잔여공사’ 등 16건의 건설공사를 위탁한 후 11개 수급사업자에게 16건의 하도급 거래와 관련하여 선급금을 법정 지급 기일보다 늦게 지급하면서 지연이자 1.15억 원을 지급하지 않았다.

[공정위의 판단]

원사업자가 선급금을 지급하지 않은 채 하도급대금을 기성금으로 지급하는 경우, 원사업자는 선급금 지연이자를 수급 사업자에게 지급해야 하며, 하도급법에 따라 원사업자는 발주자로부터 선급금을 받은 경우에는 수급사업자에게 그 내용과 비율대로 반드시 지급하여야 한다. 따라서 선급금과 지연이자를 지급하지 않은 대림산업(주)에 향후 금지명령과 과징금을 부과하였다.

2.3.3 설계변경 등에 따른 하도급대금의 조정 의무

(1) 조정절차

① 조정내역 통지

- 원사업자는 설계변경 등에 의해 도급대금이 증액 또는 감액된 경우 해당 도급대금 조정내역을 15일 이내에 수급사업자에게 통지해야 한다. 다만, 발주자가 수급사업자에게 직접 통지한 경우에는 원사업자가 별도로 통지할 필요가 없다(하도급법 제16조 제2항).

② 변경계약 체결

- 그 다음으로 원사업자는 발주자로부터 계약금액을 조정 받은 날로부터 30일 이내에 하도급대금의 증액 또는 감액과 관련된 변경계약을 해야 한다. 즉, 변경계약을 체결하여 조정 받은 내용을 반영해 주어야 한다(동법 제16조 제3항)

③ 조정금액 지급

- 원사업자가 추가금액을 발주자로부터 지급을 받은 경우, 지급받은 날로부터 15일 이내에 수급사업자에게 지급해야 한다. 이를 초과하는 경우에는 15일을 초과하는 날로부터 만기일까지의 기간에 대한 어음할인료, 수수료를 수급사업자에게 지급해야 한다(동법 제16조 제4항)

(2) 조정기준

① 분명한 추가금액의 내용과 비율

- 설계변경 등에 따라 원사업자가 발주자로부터 받은 추가금액의 내용과 비율이 명확한 경우에는 그 내용과 비율에 따라 수급사업자에게 지급해야 한다(동법 제16조 제1항).

② 불분명한 추가금액의 내용

- 내용이 불분명한 경우에는 발주자로부터 지급받은 평균비율에 따라 지급해야 한다.

③ 총액지급 방식

- 총액지급방식의 경우에는 발주자로부터 지급받은 평균비율을 적용하여 지급하면 된다.
- 원사업자가 발주자로부터 증액 받은 내용과 비율에 따라 수급사업자 각각에 해당하는 비율을 산정하여 증액시켜주는 경우에는 적법하나, 수급사업자 각각에 해당하는 비율미만으로 증액시켜주는 경우에는 위법하다.

(3) 조정방법

- 발주자가 원사업자에게 대금을 조정해준 내용과 비율에 따라 물가변동 대금조정의 경우, 복잡한 개별품목의 조정방법보다는 전체 계약금액에 물가변동지수를 적용하여 총액조정방법을 택하는 경우가 일반적이다. 다만, 품목별 조정방법의 경우 해당 공종별로 발주자로부터 인정받은 세부공사 내역별로 조정 받은 내용과 비율로 해야 한다.

(4) 법 위반 유형

- 발주자로부터 물가변동으로 추가금액을 지급받고도 수급사업자와 약정이나 국가계약법(계약을 체결한 날로부터 60일이 경과하지 않고 물가변동률이 5%미만이면 계약금액을 조정하지 않을 수 있다고 규정)을 이유로 조정해주지 않는 경우에는 위법하다.
- 설계변경 등에 의해 도급대금이 증액 또는 감액된 경우, 원사업자가 15일 이내에 수급사업자에게 통지하지 않은 경우에는 통지의무를 위반한 것에 해당한다.
- 원사업자가 발주자로부터 설계변동 또는 물가연동 금액을 수령 받고도 이를 미지급하거나 또는 받은 비율이나 내용보다 적게 지급하는 경우는 법 위반에 해당한다.
- 원사업자가 발주자로부터 설계변경 또는 물가연동 금액을 조정 받고도 30일을 초과한 날까지 조정하지 않거나 30일을 초과하여 지연조정 하는 경우는 법 위반에 해당한다.
- 원사업자가 발주자로부터 설계변경금액 또는 물가연동 금액을 수령하고도 15일을 초과하는 어음을 지급하거나 15일을 초과하여 현금을 지급할 경우에는 어음할인료 및 지연이자를 미지급하는 것으로서 법 위반에 해당한다.

(5) 업무 시 유의사항(Tip)

- 설계변경 등에 의해 발주자로부터 증액 또는 감액 받은 경우에는 15일 이내에 수급사업자에게 통보하고, 30일 이내에 증액 또는 감액이 이루어져야 한다.

[Do's]

- 설계변경 또는 물가연동으로 증액 또는 감액 받은 경우에는 15일 이내에 수급사업자에게 조정사유와 내용을 서면으로 통보하여야 한다.
- 발주자로부터 증액 또는 감액 받은 경우에는 30일 이내에 협의를 완료하고 조정 절차를 마무리하여야 한다.
- 협의 절차가 지연되어 30일이 초과되어 합의가 된 경우에는, 발주자로부터 조정 받은 대금을 받은 날로부터 15일을 초과하는 일수만큼 지연이자 또는 어음할인료를 수급사업자에게 지급하여야 한다.

[Don'ts]

- 설계변경 또는 물가연동에 따른 조정을 특약으로 배제하지 말아야 한다.

(6) 관련 사례

〈대림산업(주)의 불공정하도급거래행위 건, 2018건하1299, 의결 제2019 - 206호〉

[사실관계]

2017년 8월 22일, ‘평화의담 치수능력증대 건설공사’와 관련하여 발주자인 한국수자원공사로부터 물가변

동을 이유로 계약금액을 증액 받았음에도 불구하고 다음과 같은 위반 행위를 했다.

- 2개 수급 사업자에게 하도급 대금 517만 원을 증액해 주지 않았다.
- 110개 수급 사업자에게 15일 이내에 증액 사유와 내용을 통지하지 않았다.
- 8개 수급 사업자에게 하도급 대금 증액을 위한 변경 계약을 체결하지 않고, 65개 수급 사업자에게 발주자로부터 도급 금액을 증액 받은 날부터 30일을 초과하여 하도급 대금 증액을 위한 변경 계약을 체결했다.

[공정위의 판단]

발주자로부터 증액 받은 날부터 30일 이내에 하도급대금의 증액을 위한 변경계약을 체결하지 아니하거나 1~737일 지연하여 체결한 행위, 발주자로부터 추가금액을 지급받은 날부터 15일이 지난 후에 추가금액을 지급하면서 그 초과기간에 대한 지연이자 88백만 원을 지급하지 아니한 행위는 하도급법 제16조 제1항, 제2항, 제3항 및 제4항에 위반되어 위법하다고 판단하였다(선급금 미지급행위와 합하여 과징금 7.35억 원을 부과).

2.3.4 공급원가 변동에 따른 하도급대금의 조정협의 의무

(1) 수급사업자의 조정 신청

- 수급사업자는 제조 등의 위탁을 받은 후 목적물 등의 공급원가가 변동되어 하도급대금의 조정이 불가피한 경우에는 원사업자에게 하도급대금의 조정을 신청할 수 있다(하도급법 제16조의2 제1항).
- 공급원가는 재료비, 노무비, 경비 등 수급사업자가 목적물 등의 제조, 수리, 시공하거나 용역을 수행하는데 소요되는 비용으로 한다. 발주자로부터 원사업자가 공급원가 변동에 따른 추가금액을 받았는지 여부와 상관없이 수급사업자는 별도로 조정신청을 할 수 있다.
- 발주자로부터 원사업자가 원재료 가격변동에 따른 추가금액을 받았는지 여부와 상관없이 수급사업자는 별도로 조정신청을 할 수 있다.

(2) 원사업자의 협의 개시

- 원사업자는 수급사업자의 신청이 있는 날부터 10일 이내에 하도급대금 조정을 위한 협의를 개시하여야 하며, 정당한 사유 없이 협의를 거부하거나 게을리해서는 아니 된다(동법 제16조의2 제7항).
- 구체적인 조정 대금은 당사자간 협의에 의해 결정하여야 한다.

(3) 업무 시 유의사항(Tip)

[Do's]

- 공급원가 변동에 따른 납품단가 조정 요건, 방법 및 절차를 사전에 하도급계약서에 반드시 기재하여야 한다.
- 관련 서류를 3년간 보존하여야 한다.
- 수급사업자로부터 하도급대금 조정요청이 있으며, 조정요청일로부터 10일 이내에 협의를 개시하여야 한다.

[Don'ts]

- 수급사업자의 협상 요청을 거부하거나 게을리해서는 아니 된다.

2.3.5 하도급대금 연동계약의 체결(납품단가연동제)

(1) 개념

- 주요 원재료의 가격이 원사업자와 수급사업자가 100분의 10이내의 범위에서 협의하여 정한 비율 이상 변동하는 경우 그 변동분에 연동하여 하도급대금을 조정하는 것을 하도급대금 연동이라 한다(하도급법 제2조 제17항). 원재료 가격의 급격한 변동에 따른 수급사업자의 부담을 완화하기 위하여 하도급계약 체결시 서면에 **연동대상 목적물등의 명칭, 주요 원재료, 조정요건, 기준 지표 및 산식 등 하도급대금 연동에 관한 사항**을 기재하도록 하였다(제3조 제2항 제3호).
- 연동계약서 작성 필요 여부
 - 주요 원자재에 해당시 연동계약서를 작성한다.
 - 주요 원자재에 해당하지만 연동하지 않기로 양 당사자가 합의한 경우에는 미연동계약서를 작성한다.
 - 주요 원자재에 해당하지 않는 경우에는 연동계약서를 작성하지 않아도 된다.
- 연동제와 조정협의제도 비교

구분	연동제	조정협의제도
대상	주요 원재료의 비용	공급원가 (재료비, 노무비, 경비)
납품대금 조정 협의시점	사전 (계약체결시)	사후 (계약체결 후 공급원가 변동시)

(2) 주요 원자재

- 주요 원재료라 함은 수급사업자가 목적물 등의 제조·수리·시공 또는 용역수행에 사용할 원재료로서 그 비용이 하도급대금의 10% 이상인 원재료를 의미한다. 다만, 주요 원재료에 해당하지 않는 원재료라 하더라도 당사자간 합의가 있다면 연동제 대상이 되는 원재료에 포함시킬 수 있다.
- 노무비(인건비), 경비(운반비 등)는 연동제 대상이 아니다.
- 유상 사급 자재비의 경우 원사업자가 직접 원재료의 판매처에서 해당 원재료를 구입한 후 수급사업자에게 판매한 가격(비용)을 의미한다.

(3) 기준지표

- 기준지표는 공신력 있는 기관이 주기적으로 고시하는 지표 또는 이에 준하는 지표로 정하는 것을 원칙으로 하며, 국제지표를 사용하는 경우 환율을 반영한 원 단위의 가격을 기준가격으로 설정할 수도 있다. 다만 기준지표를 사용하는 것이 적절하지 않다고 판단되는 경우 ① 원사업자가 원재료의 판매처와 직접 협상한 가격 또는 원사업자가 수급사업자에게 판매한 가격, ② 원재료의 판매처가 해당 수급사업자에게 판매한 원재료의 단위 당 판매가격으로서 원사업자가 확인할 수 있는 가격, ③ 그 밖에 양 당사자 간 협의한 자료(약정서, 원가내역서, 견적서 등)를 바탕으로 정한 가격을 지표로 정할 수 있다.

(4) 예외와 미연동 합의

- 원사업자가 소기업인 경우, 하도급거래 기간이 90일 이내인 경우, 하도급대금이 1억원 이하인 경우에는 하도급대금 연동에 관한 사항을 서면에 기재하지 않아도 되며(하도급법 제3조 제4항), 아래 경우와는 달리 미연동계약서를 작성하지 않아도 된다.
- 원사업자와 수급사업자가 하도급대금 연동을 하지 아니하기로 합의한 경우에는 하도급대금 연동

에 관한 사항을 서면에 기재하지 않을 수 있다. 다만, 이 경우에는 그 취지와 사유를 서면에 기재하여야 한다(하도급법 제3조 제4항 제4호). 이에 공정위는 하도급계약에 부수하는 표준 미연동계약서를 마련하여 사용할 것을 권고하고 있다.

(5) 법위반행위 제재

① 탈법행위 금지

- 원사업자는 하도급대금 연동과 관련하여 하도급거래에 관한 거래상 지위를 남용하거나 거짓 또는 그 밖의 부정한 방법을 하여서는 아니 된다.
- 원사업자가 수급사업자에게 연동하지 않을 것을 강요하는 탈법행위를 하는 경우 최고 5천만원의 과태료나 벌점(5.1점)을 부과받을 수 있다.

② 기타 법위반행위

- 연동 서면기재사항 위반, 성실 협의의무 위반, 미연동 합의 후 그 취지 및 사유 미기재 등의 경우에는 과태료 1천만원, 최대 2점의 벌점을 부과받을 수 있다.

(6) 업무 시 유의사항(Tip)

- 하도급대금 연동계약으로 하도급법 제16조와 제16조의2 등 하도급대금 조정에 대한 강행규정의 적용을 배제할 수 없음에 유의한다.

[Do's]

- 회사는 수급사업자와 연동계약 체결시 성실히 협의하여야 한다.
- 회사는 연동계약서 작성시 ①하도급대금 연동의 대상 목적물 등의 명칭, ②주요 원재료, ③조정요건, ④주요 원재료 가격의 기준 지표, ⑤하도급대금 연동 산식, ⑥주요 원재료 가격의 변동을 산정하기 위한 기준시점 및 비교시점, ⑦조정일, ⑧조정주기 및 ⑨조정대금 반영일 등을 서면에 기재하여 수급사업자에게 발급해야 한다.
- 회사는 수급사업자와 연동계약서에 정한 조정일마다 변동률을 확인하고 조정요건을 충족하는 경우 하도급대금 연동 산식에 따라 목적물 등의 하도급대금을 산출하여 산출된 금액을 기준으로 물품 등의 하도급대금을 조정하여 조정대금 반영일에 조정된 하도급대금을 적용하여야 한다.
- 원사업자와 수급사업자는 연동계약서와 이에 부속되는 하도급대금 연동표·변동표를 3년 동안 보관해야 한다.

[Don'ts]

- 하도급대금 연동과 관련된 탈법행위(쪼개기 계약, 미연동합의 강요 유도)를 하지 않아야 한다.

〈하도급대금 연동제 시행 이후 공정위 첫 제재 사례〉

원재료 가격이 상승하였음에도 불구하고 거래가 끊길까 대금을 올려 달라고 하지 못해 물가 상승비용을 중소기업이 모두 부담하게 된다는 지적이 있었던 가운데, 2023년 10월 공정거래위원회와 중소벤처기업부는 **원재료의 물가 상승분이 하도급·납품대금에 자동 반영될 수 있도록 하는 ‘하도급·납품대금 연동제’**를 시행하였습니다. 그리고 지난 9월 공정거래위원회는 처음으로 3개사(한일시멘트, 시몬스, 시디즈)에 대하여 대금 자동 조정에 관한 사항을 서면 약정하지 않았다는 이유로 각 과태료 500만 원을 부과하였습니다.



※ 출처 : Chat GPT로 생성한 그림

하도급·납품대금 연동제

- 하도급계약 또는 납품계약에서 주요 원재료의 가격이 물가 상승으로 일정 비율 이상 증가하는 경우 대금이 자동 조정되도록하는 약정을 계약서상 기재하도록 의무화하는 제도 ※ 위반시 1천만원 이하 과태료
- * 주요 원재료? 물건의 제조·수리·시공 또는 용역수행에 사용되는 원재료로서 대금의 10% 이상 비용을 차지하는 것
- 적용 예외 사유: ① 1억 원 이하 계약, ② 90일 이내 단기 계약, ③ 연동 배제 약정한 경우

유통권 계열사도 중소기업에 PB상품 제작 도급을 맡기거나 유니폼이나 쇼핑백 등 제작을 의뢰할 때, **하나의 원재료 비용이 대금의 10% 이상을 차지한다면 하도급·납품대금 연동제의 적용을 받게 됩니다.** 각 사 사업부에서는 하도급거래 또는 납품거래가 연동제 적용 대상 계약인지 검토하시고, **연동 배제 약정을 하려는 경우 파트너사와 충분하고 성실한 협의를 거쳐 배제하려는 취지와 사유를 서면으로 분명하게 적어 보관하여야 합니다.**

2.3.6 하도급대금 결제조건 등의 공시

(1) 개요

- 공시대상기업집단 소속 원사업자는 하도급대금을 결제하는 조건에 대한 정보를 공시하여야 한다(법 제 13조의3)
 - 하도급법 상 공시의무가 적용되기 위해서는 ‘공시대상기업집단의 소속 회사’가 ‘하도급거래’에서 원사업자에 해당되어야 한다.
 - 하도급거래란 원사업자가 수급사업자에게 목적물의 제조·건설 등을 위탁하고 수급사업자는 이를 수행하여 납품·인도하고 그 대가를 수령하는 행위로서 원사업자가 수급사업자에게 제조·수리·건설 등을 위탁하는 거래(원도급거래)와 원사업자가 다른 사업자로부터 위탁을 받은 것을 수급사업자에게 다시 위탁하는 거래(하도급거래)를 모두 포함한다.

(2) 공시해야 하는 정보

① 지급수단별 지급금액

- 매 반기 개시일부터 종료일까지의 기간 중 지급된 하도급대금의 **지급수단별 지급금액과 그 비중을 기재한다.** 지급수단은 현금 및 수표, 상생결제, 어음대체결제수단, 어음 등으로 구분하여 만기를 고려하여 기재한다.
- 지급수단에 따라 구분되는 ‘현금결제비율’과 ‘현금성결제비율’을 기재한다.

② 지급기간별 지급금액

- 매 반기 개시일부터 종료일까지의 기간 중 지급된 하도급대금의 **지급기간별 지급금액과 그 비중을 기재한다.** 지급기간은 10일 이내, 10일 초과 15일 이하, 15일 초과 30일 이하, 30일 초과 60일 이하, 60일 초과 등으로 구분하고 각 지급기간별 지급금액과 그 비중을 기재하면 된다/
- 지급기간은 목적물 등을 수령한 날*부터 수급사업자에게 하도급대금을 지급하는 날까지의 기간을 말하며 선금 및 기성금 역시 세금계산서 발행일로부터 계산한다.

③ 분쟁조정기구 (매 반기 종료일 기준)

- 하도급대금 분쟁조정기구란 원사업자가 수급사업자와의 분쟁을 예방하고 거래과정에서 발생할 수 있는 각종 분쟁을 신속하게 조정하기 위해 설치하는 의견 청취 및 조정 업무를 담당하는 조직을 말한다. 다만, 해당 조직이 구매 부서 등 계약 담당 부서 내에 설치된 경우에는 하도급대금 분쟁조정 기구로 보지 않는다
- 분쟁조정기구의 조정 신청 절차, 방법 및 분쟁조정 예상 소요기간 등을 포함한 운영방법은 자율적으로 결정할 수 있다. 분쟁조정기구의 분쟁조정 신청 절차, 방법은 가급적 구체적으로 작성하면 된다.

(3) 공시 빈도 및 공시 시기

○ 매년 2회, 반기 말(6.30., 12.31.)로부터 45일 이내에 각각 공시하여야 한다.

- 상반기 공시에 대해서는 당해연도 8월 14일까지, 하반기 공시에 대해서는 차기연도 2월 14일까지 공시하여야 한다. 단, 공시를 해야 하는 마지막 날이 해당 회사의 영업일이 아닌 때에는 다음의 최초 영업일까지 공시해야 한다.

3. 체크리스트

구분(법 조항)	항목	점검사항
하도급법 제2조 (정의)	협력사 선정	• 협력사가 중소기업기본법상의 중소기업인가? • 위탁의 내용이 하도급법상 제조위탁의 범위에 포함되는가? • 계열회사와 비계열회사를 심사 및 평가할 때 서로 다른 심사기준을 사용하지 않는가?
하도급법 제4조 (부당한 하도급 대금 결정 금지)	입찰 공고	• 공지된 입찰 조건에 따라 당사자를 선정하였는가? • 사전 예정가는 적절하게 결정되었는가? • 경쟁입찰로 계약 체결 시, 입찰 및 계약조건을 사전고지 하였는가? • 경쟁입찰로 선정 시, 낙찰된 최저가보다 더 낮은 가격으로 하도급대금을 결정하지 않았는가? • 최초 제시된 낙찰 조건에 따라 낙찰자가 결정되었는가? • 최저가 입찰 시 최저가 업체가 배제되었는가? • 유찰 기준은 사전에 고지되었는가? • 유찰은 정해진 절차에 따라 진행되었는가?
하도급법 제3조 (서면의 발급 및 서류의 보존)	발주 및 계약	• 위탁 이전에 서면이 교부되었는가? • 계약서 없이 선발주 후 계약서를 교부하지는 않았는가? • 계약서 및 발주서 없이 물품제조 및 입고요청을 하지는 않았는가? • 계약서(단가, 계약조건 변경 등) 작성시 협력사의 서명을 받지는 않았는가? • 계약서에 하도급법상 필수적인 기재사항이 포함되었는가? • (목적물, 납품시기 및 장소, 검사의 방법, 대금지급방법 및 기일, 원재료 가격 변동에 따른 하도급대금의 조정 요건 및 방법 절차 등) • 계약서 외 별도 항목의 내용을 추가할 경우 법무팀의 사전 검토를 받았는가? • 추가 또는 변경된 계약조건, 물량 등 사실이 있는 경우, 변경계약서 또는 보충서면, 또는 정산서 등을 교부하였는가?
	서면	• 하도급 관련 서류(검수, 반품, 대금결정 등)를 3년간 보관하였는가?

구분(법 조항)	항목	점검사항
	보관	
하도급법 제3조의 4 (부당한 특약의 금지)	특약 검토	• 계약조건이 충분히 협의 과정을 거쳐 결정되었는가? • 하도급대금을 결정하는데 필요한 자료 또는 정보를 성실하게 제공하였는가? • 특약이 통상적인 거래 관행에 부합하는가? • 특약이 수급사업자에게 일방적으로 불리한 규정이 있는가? • 서면에 기재되지 않은 추가 비용을 수급사업자가 부담하도록 한 특약이 있는가? • 민원 처리 및 산업재해 관련 처리 비용을 전적으로 수급사업자가 부담하는 약정을 설정하였는가? • 책임 분담에 관해 원사업자에게만 유리한 편향적인 보상 조항을 설정하였는가? • 납품 후 또는 납입한 제품의 가공이나 열처리 시 발생한 비용을 수급사업자가 전적으로 부담하도록 하는 약정을 설정하였는가? • 고객 클레임이 발생한 경우 무상으로 수급사업자가 부담하도록 한 약정이 있는가? • 불량이 발생한 경우, 원인 규명을 위해 수급사업자에게 필요 이상의 비밀문서를 제출하도록 하는 특약을 설정하였는가?
하도급법 제4조 (부당한 하도급 대금의 결정 금지)	대금 결정	• 대금 결정시 수급사업자에게 대금 결정과 관련된 정보를 제공하였는가? • 수급사업자와 충분히 협의하여 대금을 결정하였는가? • 원자재 가격하락 및 노임하락 등 객관적으로 타당한 단가인하 사유 없이, 일률적으로 단가를 인하하여 하도급대금을 결정하였는가? • 대금지급조건, 거래수량, 작업의 난이도 등의 차이가 없음에도 불구하고 특정 협력사를 차별 취급하여 하도급대금을 결정하였는가? • 물량증대(다량발주)를 전제로 하여 협력사에게 견적 하도록 한 후, 실제 소량발주가 되었으나 그 견적가격을 기준으로 하도급대금을 결정하였는가? • 수출, 할인특매, 경품류, 견본용 등을 이유로 통상 지급되는 대가보다 현저하게 하회하여 하도급대금을 결정하였는가? • 단가결정시, 협력사와 합의하지 않고 일방적으로 결정하였는가? • 다량발주(물량증대)를 약속하고, 단가결정 후, 그에 못 미치는 발주를 하였는가? • 수의 계약 대상 업체는 사내 구매 규정에 따라 공정하고 합리적으로 낙찰자가 선정되었는가? • 수의 계약 시 시장의 정상가 보다 10%이상 단가 인하를 요구하지는 않았는가?
하도급법 제8조 (부당한 위탁 취소의 금지 등)	위탁 취소 및 수령 거부	• 발주취소가 사전에 서면의 형태로 수급사업자에게 고지되었는가? • 발주취소가 발생한 경우, 수급사업자의 투입된 비용에 대하여 정산이 이루어졌는가? • 원사업자가 공급하기로 한 원자재 등을 늦게 공급하여, 납기(PO에 기재된 Lead Time)내 납품이 불가능함에도 납기지연을 이유로 수령을 거부하였는가?

구분(법 조항)	항목	점검사항
		- 원사업자가 딜러, 고객의 클레임, 판매부진 등을 이유로 발주한 물품의 수량을 거부하였는가? - 협력사의 납품수령요구에도 불구하고, 보관장소 부족 등 원사업자의 사유로 수량을 지연하였는가? - 원사업자가 일방적으로 납기를 연기 통보한 적이 있는가? - 원사업자가 이미 수령한 물품에 대하여 시장에서 물품의 판매가 부진하다는 이유로, 반품하였는가? - 거래해지, 거래거절, 거래종료 전 협력사에게 새로운 거래처 선택의 기회 등 충분한 유예기간(1개월)을 주지 않고 일방적으로 종료절차를 진행한 적이 있는가?
하도급법 제10조 (부당반품의 금지)	부당 반품	- 원사업자가 이미 수령한 물품에 대하여 고객의 클레임을 이유로 반품하였는가? - 원사업자가 제3자에게 검사를 위탁한 경우, 협력사가 제3자의 검사를 필하여 납품하였음에도 이를 반품하였는가? - 협력사의 납기, 공기지연이 있었으나, 이를 용인한 객관적 사실이 있었음에도 납기 지연을 이유로 반품하였는가? - 원사업자의 생산계획 취소 등 협력사의 귀책사유가 없음에도 불구하고 일방적으로 발주를 취소하였는가?
하도급법 제9조 (검사의 기준·방법·시기)	검사	- 계약서 작성 또는 발주 나가기 전에 공정한 검사기준 및 방법을 기재(포함) 또는 협의하였는가? - 목적물 인수를 거부 또는 지연하였는가? - 사전에 합의하여 검사기준·방법·시기를 정한 후에 원사업자가 일방적으로 합의된 사항을 변경하여 검사에 적용하였는가? - 검사기준에 대해 당사자간 합의하여 정하지 않고 원사업자가 일방적으로 검사기준을 정하여 불합격 처리하였는가? - 지금까지 적용되던 검사기준보다 엄격한 기준을 정하여 통상 합격품으로 판정될 수 있었던 제품을 불합격 처리하였는가? - 당초 합의된 검사 기준 및 방법과 다른 기준으로 검사를 실시하였는가? - 불량품 발생을 예상하여 대금지급을 유보하였는가? - 수출할 물품제작을 의뢰한 경우, 검사완료일로부터 10일 이내에 협력사에게 인수증을 교부하였는가? - 물품수령일로부터 10일 이내 검사결과를 협력사에게 서면으로 통보하였는가? - 검사기간이 초과된 후, 불량품이 발생하여 반품시킬 경우, 1:1로 교환하였는가?
하도급법 11조 (감액금지)	하도급대 금 감액	- 원사업자가 자재 및 장비 등을 공급하기로 한 경우, 이를 지연하여 공급하거나 사실상 무리한 납기/공기를 정해 놓고, 이 기간 내 납품하지 못한 이유로 단가를 인하하였는가? - 계속적 거래관계 유지를 이유로 일방적으로 하도급대금을 감액하였는가? - 하도급계약의 총액으로 계약을 체결한 후, 제조내역을 구체적으로 나

구분(법 조항)	항목	점검사항
		누어 감액하였는가? • 당초 계약내용과 다르게 간접노무비, 일반관리비, 이윤, 부가가치세 등을 단가인하였는가? • 대금지급시점의 일반 물가 및 시공에 소요되는 자재가격 등이 계약시점보다 낮아진 것을 이유로 단가를 인하하였는가? • 일방적으로 계약내용을 변경하여 대금을 감액하였는가? • 수출용품의 하도급거래에 있어 원사업자가 환차손 등을 수급사업자에게 당초 계약조건과 다르게 전가시켰는가? • 당초 정해진 하도급대금을 인하하였는가? • 하도급대금을 인하할 경우, 인하사유와 기준을 해당 협력사에게 사전에 전달하였는가? • 단가인하를 일시에 일률적으로 실시하였는가? • 단가인하 합의 후, 소급해서 단가를 적용하였는가?
하도급법 제13조 (하도급대금의 지급 등)	대금 지급	• 하도급대금을 법정지급기일(60일)을 초과하여 지급한 경우, 어음할인료나 지연이자 등을 지급하였는가? • 수급사업자에게 하자 이행을 위해 하자이행증권과 별개로 일정금액의 하도급대금을 유보하고 있는가? • 입고하여 검사가 완료된 날을 기준으로 대금을 지급하였는가? • 협력사와 거래의 매출과 매입이 발생하는 경우, 협력사로부터 거래대금과 매출대금의 상계처리여부에 대하여 협의없이 상계 처리하였는가? • 대금지급 시, 자사 및 기타회사의 물품으로 대금을 지급한 적이 있는가?
하도급법 제16조의2 (공급원가 등의 변동에 따른 하도급대금의 조정)	하도급대금의 조정	• 원자재가격변동을 이유로 하도급대금 조정신청을 받은 경우, 10일 이내 하도급대금 조정을 위한 협의 개시하였는가? • 경제상황 변동(물가변동 등)에 따른 단가반영요청 시 10일 이내에 협의 절차가 개시되었는가? • 30일 이내에 협의가 이루어졌는가?
하도급법 제12조의 3 (기술자료 제공 요구 금지 등)	기술자료 요구	• 수급사업자의 의사에 반하여 비밀유지계약 체결을 거부하고, 기술자료를 요구하였는가? • 기술자료 요구 시 사전에 서면을 교부하였는가? • 기술자료 요구 시 서면에 기술자료 내역, 요구목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속관계, 대가, 인도일 및 인도방법 등을 적시하여 제공하였는가? • 대가 없이 기술자료를 요구하는가? • 수급사업자에게 기술자료를 제공받을 경우, 수급사업자에게 비밀유지계약서를 교부하였는가? • 세부적인 원가자료 요구 시 서면으로 요구하였는가?
	기술자료 유용	• 기술자료를 제공받은 후 기존 계약을 파기하였는가? • 수급사업자의 기술자료를 임의적으로 협력사나 계열회사에 제공하였는가? • 수급사업자가 제공한 기술을 일부 수정하여 선출원하였는가?

구분(법 조항)	항목	점검사항
하도급법 제12조 (물품구매대금 등의 부당결제 청구의 금지)	사급 자재 및 장비	• 수급사업자에게 제조에 필요한 자재 등을 원사업자로부터 구매하도록 하고, 물품을 납품하기도 전에 물품대금 전액을 지급하도록 요구하였는가? • 원사업자로부터 제조에 필요한 장비나 물품을 사게 한 후, 원사업자 납품분에 대해 일부 하도급대금 지급 시 실제 투입한 양보다 더 차감하였는가?
하도급법 제18조(부 당한 경영간섭의 금지) 및 동법 제19조 (보복조치의 금지)	경영 간섭 및 보복 조치	• 수급사업자의 생산품목, 시설규모 등을 제한하였는가? • 수급사업자의 재하도급거래에 개입하여, 자신이 위탁한 목적물의 품질유지 및 납기 내 납품여부 등 하도급거래 목적과 관계없이 2차 수급사업자의 선정, 계약조건 설정 등의 재하도급 거래내용을 제한하였는가? • 수급사업자의 경영자료 등 일방적으로 자료를 징구하거나 인사청탁을 명목으로 경영에 간섭하였는가? • 거래물량을 조절하는 방법 등으로 수급사업자의 경영에 간섭하였는가? • 일정물량을 구입한다는 조건하에 생산설비를 증설(투자)하도록 하게하고, 거래물량을 축소하거나 거래중단을 하였는가? • 수급사업자가 원사업자의 경쟁사업자와 거래한다는 사유로 거래중단 또는 거래물량을 축소하였는가? • 사전예고기간 없이 거래중단 및 물량축소를 하였는가?

4. 실무 FAQ

Q. PB상품인데, 장려금, 판촉비, 정보제공수수료를 받을 수 있나요?

A. 하도급법 규정상 원사업자는 정당한 사유없이 수급사업자에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 제공하도록 하는 행위를 하여서는 안 됩니다.

※ 위반 사례 예시

1. 성과장려금 수취 : 원사업자가 정당한 사유없이 성과장려금 명목으로 매월 매입액의 일정 비율을 수취
2. 판촉비용 부담 : 원사업자가 매월 판촉행사를 진행하면서 정당한 사유없이 전체 판촉 비용 일부 수취
3. 정보제공료 수취 : 원사업자가 정당한 사유없이 정보제공료 명목으로 수취

Q. 기본 계약서 교부하고 발주는 VAN (전산망) 으로 하는 경우 문제가 되는지?

A. 기본계약서를 교부하고 FAX, 기타 전기·전자적인 형태 등에 의해 발주한 것으로 발주내용이 객관적이고 명백하다고 판단되는 경우 적법한 서면교부로 볼 수 있다.

Q. 거래 당사자간 상이한 견해가 지속되어 계약갱신이 지연되고 있는 경우 계약서 서면 미교부에 대한 책임이 원사업자에 있는지?

A. 원사업자는 수급사업자가 작업에 착수하기 전에 서면을 교부 하여야 하므로 계약갱신의 경우에도 변경된 작업에 착수하기 전 갱신된 계약서를 교부해야 한다. 따라서 양당사자간 이견을 이유로 계약갱신을 하지 않고 제조를 위탁하는 것은 서면 지연 교부에 해당하며, 책임은 원사업자에게 존재하여야 한다.

Q. 사전에 하도급대금을 확정하기가 어려워, 대금의 산정방식을 사용하여야 하는 경우에는 어떠한 점에 유의해야 하는지?

A. 산정방법은 구체적인 금액을 기재하는 것이 곤란하여 어쩔 수 없는 경우 (예를 들면, 시제품의 제조를 위탁하는 경우 등) 에 가능한데, ①산정방법은, 하도급대금의 구체적 금액을 자동적으로 확정할 수 없으면 안되며, ②산정방법을 정한 서면과 발주서면이 별도의 것인 경우에는 이들 서면의 관련성을 명확히 해 둘 필요가 있으며, 또한, ③늦어도 최초의 대금지급시까지는 하도급대금의 구체적 금액을 확정하여 수급사업자에게 서면으로 통지해 둘 필요가 있다.

Q. 단가변경을 하는 경우, 소급적용에 관해 어떤 점에 주의를 해야 하는지?

A. 단가 인하에 대해 합의한 일자(단가합의일)와 새로운 단가를 적용하기로 한 일자(단가변경일)가 다른 경우에는, 양 당사자가 소급해서 적용하기로 합의를 하였다고 하더라도 단가합의일 이전의 발주분에 대해 새로운 단가를 적용하기로 하는 것은 하도급대금의 부당한 감액에 해당한다. 따라서 새로운 단가를 적용 시에는 합의일 이후 분의 물량에 대하여 적용이 가능한 것이고, 합의일 이전의 물량에 대하여 소급해서 새로운 단가를 적용하는 것은 하도급법상 허용되지 않는다.

Q. 서비스(용역)거래는 즉시 현금 지불되는 것이 많은데 용역을 제공한 후 60일 이후에 지불한다든지 어음으로 지불하는 등 지불조건의 악화가 우려된다. 이런 경우 어떻게 대응하는가?

A. 원사업자가 법의 적용을 계기로 일방적으로 지불조건을 악화시키는 것은 공정거래법상의 우월적 지위의 남용에 해당할 우려가 있음과 동시에, 하도급법상으로도 지불조건의 악화를 예상하여 수급사업자와 충분한 협의 후에 결정하지 않으면 부당한 하도급대금 결정에 해당할 우려가 있다.

Q. 발주 시에 서면에 기재할 수 없는 데에 정당한 사유가 있을 때에는 당초서면에는 “내용이 확정될 수 없는 이유”와 “내용을 확정하게 될 예정기일”을 기재하는 데 어느 정도 상세하게 기재해야 하는가? 또한 어쩔 수 없이 예정 기일을 지킬 수 없게 되는 경우에는 위법으로 되는가?

A. “내용이 확정될 수 없는 이유”는 현시점에서 미정으로 되는 것이 정당화 될 수 있을 정도로 명확히 하고, “예정 기일”은 구체적인 날이 특정될 수 있도록 기술할 필요가 있다. 서면에 기재하는 시점에서 합리적으로 예측할 수 있는 일자를 기재할 필요는 있으나 결과적으로 이 예정 기일이 지켜지지 않았다고 하더라도 바로 법 위반이 되지는 않는다.

Q. 역무위탁에는 수령거부가 없다고 하는데 그러면 계약기간 중에 원사업자가 해지통보를 해도 되나?

A. 역무제공위탁의 경우에는 수급사업자의 급부를 수령한다는 개념이 없기 때문에 수령거부에는 해당하지 않으나 수급사업자가 지출한 비용을 부담하지 않고 계약을 중단한 경우에는 “부당한 급부내용의 변경”에 해당한다.

Q. 원사업자는 매년 상반기(4월-9월) 및 하반기(10월-3월)에 걸쳐 단가변경을 하여 각 반기 초에 제공되는 역무부터 적용하고 있는데 수급사업자와의 단가변경 교섭이 오래 걸려 각 반기의 중반 정도의 시점에서 합의되는 경우가 있다. 수급사업자와는 각 반기 초에 제공되는 역무부터 신단가를 적용한다는 합의가 성립하고 있어 각 반기 초부터 적용해도 문제는 없는가?

A. 신단가가 적용된다는 것은 원사업자와 수급사업자의 합의에 의해 단가 변경이 행해진 시점 이후 발주분부터이다. 따라서 이 경우는 합의일 전에 이미 발주한 부분에 신단가를 적용하는 셈이기 때문에 하도급대금의 감액(소급적용)으로 됨. 각 반기 초부터 신단가를 적용하는 것이면 각 반기 초에 제공되는 역무가 발주되는 시점까지 신단가를 결정해 둘 필요가 있으며, 신단가 적용시기에 관해 수급사업자의 합의가 성립하고 있다는 것은 하도급대금의 감액을 정당화하는 이유로 되지 않는다.

Q. 수급사업자의 양해를 얻어 하도급대금을 수급사업자의 은행구좌에 입금할 시의 입금수수료를 하도급대금에서 공제하고 지불하는 것은 인정되는가?

A. 발주 전에 수수료를 수급사업자가 부담한다는 취지의 서면합의가 있는 경우에는 원사업자가 실비의 범위 내에서 해당 수수료를 공제하고 하도급대금을 지불하는 것은 인정된다.

Q. 거래 당사자간 상이한 견해가 지속되어 계약갱신이 지연되고 있는 경우 계약서 서면 미발급에 대한 책임이 원사업자에 있는가?

A. 서면(계약서)은 수급사업자가 용역에 착수하기 전에 발급을 하여야 하므로 계약갱신의 경우에도 변경된 작업에 착수하기 전 갱신된 계약서를 발급해야 하며 이견을 이유로 계약갱신을 하지 않고 제조를 위탁하는 것은 법 위반에 해당할 수 있다.

Q. 아래 사항일 경우 계약을 다시 체결해야 하는지 여부와 그 판단기준은?

- 업체명만 바뀐 경우
- 업체명과 사업자 번호가 바뀐 경우

A. 하도급법에서는 어떤 경우에 계약을 다시 체결해야 하는 지에 대해서 규정은 없으나 다만, 질의에서처럼 업체명만 바뀐 경우 권리의무관계는 그대로 존속하는 것으로 보아 동일업체라고 할 수 있으며, 업체명과 사업자 번호가 바뀐 경우에는 그 원인이 합병 등의 포괄적승계에 의한 것인지 아니면 기존 회사가 소멸되고 새로운 회사가 설립된 것인지에 따라 거래관계를 재 설정해야 할 필요성이 발생할 수 있다.

Q. 하도급대금 지급 시 어음대신 현금을 지급하고 어음할인에 따른 비용을 공제한다면 부당 감액에 해당되

는가?

A 하도급대금을 어음으로 지급할 경우 어음할인료는 별도로 지급하도록 되어 있으므로, 현금지급을 이유로 정해진 하도급대금에서 할인료에 따른 비용을 공제하는 것은 부당감액에 해당할 수 있다.

Q. 대금 미지급의 원인이 수급사업자가 의무를 제대로 이행하지 못하는 경우도 있는데, 수급사업자의 과실을 이유로 대금을 유보할 수 있는지?

A. 법원은 공정위가 원사업자가 하도급대금의 지급을 거절하거나 그 지급을 미룰 만한 상당한 이유가 있는지 여부에 대하여까지 나아가 판단할 필요 없다고 판단하고 있으므로, 원사업자가 경영상의 어려움이나 발주처의 미정산 등 대금지급을 거절하거나 미룰 만한 정당한 사유가 있다고 주장하는 경우, 공정위는 목적물의 인수여부, 대금의 지급여부만을 판단할 뿐 대금 미지급에 대한 정당성 유무를 판단하지 않는다. 예를 들어, 원사업자와 수급사업자 간에 시공 중 민원이 생기면 수급사업자가 책임지기로 약정하였는데 민원을 해결하지 않고 있어 하도급대금의 지급을 지연하고 있는 경우에는, 원사업자와 수급사업자 사이에 민원보상비에 관하여 합의가 되면 이를 상계하고 하도급대금을 지급하면 될 것이나, 민원보상비에 관하여 당사자간에 합의가 되지 않는다면 확정되지 않은 민원보상비를 이유로 확정된 하도급대금의 지급을 지연하는 행위는 위법이다.

따라서, 원사업자로서는 일단 계약상의 대금을 지급하거나 이를 공탁한 다음 수급사업자를 상대로 하여 민사소송으로 민원보상비 또는 공사지연으로 인한 손해배상 등을 청구하여야 할 것이다.

Q. 원사업자는 발주자로부터 대금을 지급받지 못한 경우에도 수급사업자에게 목적물 수령일로부터 60일 이내에 대금을 지급하여야 하는지 여부 및 도급 계약과 동일한 대금 지급 기준으로 수급사업자에게 지급하는 경우에도 하도급법 위반인지?

A. 하도급 계약은 원도급 계약과 별도의 계약이며, 하도급법에서 하도급대금은 목적물 수령일로부터 60일 이내의 가능한 짧은 기한 내에 지급하도록 규정하고 있으므로, 발주자로부터 대금을 받지 않은 경우에도 수급사업자에게 대금을 지급하여야 한다. 하도급대금 지급 주기를 원도급계약과 동일하게 정하는 것은 상관없으나 하도급법상 규정된 법정기일 내에 지급하여야 한다.

Q. 원사업자가 경영이 부실한 수급사업자의 경영 개선을 위해 자금지원 등을 하면서 업체 경영에 일정 부분 관여를 하는 경우 문제가 되는가?

A. 자금지원을 이유로 경영지도가 아닌 수급사업자의 경영에 관여하는 것은 하도급법상 부당한 경영간섭에 해당할 수 있다.

Q. 전화로 주문하고 후일 주문서를 발급하는 방법은 문제가 되는가?

A. 전화만에 의한 발주는 서면 미발급으로 된다. 긴급하여 어찌할 수 없는 사정에 의해 전화로 주문내용을 전달하는 경우는, 「주문내용에 따라 바로 주문서를 발급할 것이므로 그것에 의해 확인될 수 있다」는 취지의 연락을 할 필요가 있다. 이 경우 바로 주문서를 발급해야 한다.

Q. 가단가(仮單價)는 금지되는가?

A. 가단가를 기재하는 것이 금지되는 것은 아니나 가단가를 기재한 경우에 정식단가가 기재된 것이 아니므로 「단가가 결정되지 못한 사유」와 「단가를 결정할 예정기일」을 기재하여 단가가 결정된 후에는 바로 보충서면을 발급해야 한다.

5. '기술유용 신고제보' 센터 신규운영

- '25년 롯데하이마트 홈페이지 (<https://company.himart.co.kr/sustainability/misuseTechApply>)
내 기술유용 신고제보 센터 신규운영

롯데아이마트

[회사소개](#)
[이벤트](#)
[매장안내](#)
[라이프서비스](#)
[멤버십](#)
[고객만족경영](#)
[지속가능경영](#)
[투자정보](#)

[EN](#)
[배경신상예약](#)
[남은카운트](#)

지속가능경영

롯데아이마트는 지속가능한 가치를 추구합니다.

[홈](#) >
 [지속가능경영](#) >
 [공정거래](#) >
 [기술유통 신고제도](#)

공정거래

CP 소개
공정거래 신고센터
기술유통 신고제도

신고·제보 내용

* 필수 기재 항목입니다.

제목 *	제목을 입력해 주세요.
문의 내용 *	- 신고 및 제보하기에 앞서 반드시 이용내역을 읽어주시길 바랍니다. - 제보 내용 입력시 사실에 근거한 내용을 육하원칙(누가, 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게, 왜)에 따라 구체적으로 작성하여 주실 것을 부탁드립니다. - 근거 없는 소문, 타인을 비방할 목적의 유희성 제보의 경우 조사를 진행하지 않을 수 있으며, 관련 자료(사진, 문서, 증빙 등)가 있을 경우 첨부하여 주시면 조사에 많은 도움이 됩니다.
	0/1000
파일 첨부	파일찾기 파일 첨부 시 zip 파일로 압축해서 5Mbyte 이하로 올려주세요.

신고자 정보

* 필수 기재 항목입니다.

성명 *	성명을 입력해 주세요.
휴대전화번호 *	① *없이 숫자만 입력해 주세요.
이메일주소 *	① 이메일주소를 입력해 주세요. ① 입력하신 휴대전화번호와 이메일주소로 연락을 드립니다.

제6절 전자상거래법 관련 유의사항

1. 전자상거래법의 개요

1.1 제정 목적

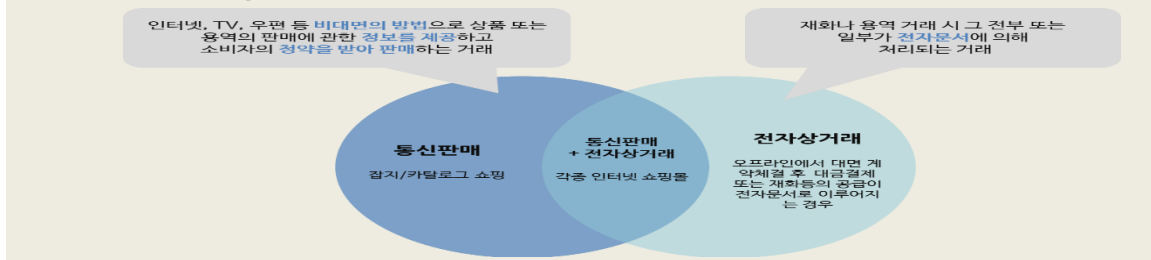
- 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 높여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다(전자상거래법 제1조).

1.2 법 적용 대상

- 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 방법으로 이루어지는 사업자 및 소비자 간의 모든 재화 또는 용역의 거래에 대해서 적용된다.
 - 전자상거래: 재화나 용역을 거래할 때 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래 방법으로 하는 상행위를 말한다.
특히 주문, 결제, 이행단계 중 하나의 단계에서 전자문서가 활용될 경우 전자상거래 성립.
 - 통신판매: 전기통신(전화 등)이나 우편 등 비대면의 방법으로 상품 등의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 등을 판매하는 행위.
 - 즉, "통신판매"는 사업자의 판매에 관한 정보제공 및 소비자의 청약이 직접 대면하지 아니하고 이루어진 것을 의미 (전자상거래 등에서의 소비자보호 지침 II. 2. 가.)
 - 인터넷쇼핑, TV홈쇼핑, 카탈로그 쇼핑, 성인사이트, 인터넷어학원, 인터넷 게임 등
 - 통신판매중개: 사이버몰의 이용을 허락하거나 광고수단을 제공하는 등 방법으로 거래당사자간의 통신판매를 알선하는 행위를 하는 사업자 (11번가, 지마켓 등 오픈마켓)
 - 사이버몰: 컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화나 용역을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장 → 오픈마켓, 가격비교사이트, 게임중개몰 등
- 대표적인 법 적용 대상 사업자로는 전자상거래사업자, 통신판매업자, 통신판매중개자 등을 들 수 있다.

[전자상거래 vs 통신판매간의 관계]

- 전자상거래는 통상 인터넷쇼핑을 말하는 경우가 대부분이며, 경우에 따라서는 통신판매를 포함하여 보다 넓은 개념으로 사용한다.
- 인터넷쇼핑은 전자상거래인 동시에 통신판매에 해당한다. TV홈쇼핑이나 카탈로그 쇼핑 등은 엄격히 말해 통신판매이지만 전자상거래 아니다.



- 사업자가 상행위를 목적으로 구입하는 거래
 - 단, 사업자가 사실상 소비자와 같은 지위에서 다른 소비자와 같은 거래조건으로 거래하는 경우에는 적용된다(전자상거래법 제3조 제1항).

- 소비자가 이미 잘 알고 있는 약관 또는 정형화된 거래방법에 따라 수시 거래하는 일정 거래
- 다른 법률(민법, 방문판매법 제외)에 동법 규정과 다른 방법으로 하는 계약서 교부의무 등이 규정되어 있는 거래: 계약내용에 관한 서면(전자문서 포함) 교부의무 적용 제외(동법 제3조 제2항)
- 통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매중개를 하는 통신판매업자
 - 동법 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공)~동법 제15조(재화 등의 공급 등), 동법 제17조~동법 제19조 적용 제외 (동법 제3조 제3항)(해당조항은 통신판매업자와 소비자간 거래에 적용되는 규정임)

2. 전자상거래 사업자의 의무 및 책임

2.1 완결된 온라인 서비스 제공

- 전자상거래를 하는 사업자는 소비자의 회원 가입, 계약의 청약, 소비자 관련 정보의 제공 등을 전자문서를 통하여 하고, 회원탈퇴, 청약의 철회, 계약의 해지·해제·변경, 정보의 제공 및 이용에 관한 동의의 철회 등도 전자문서를 통하여 할 수 있도록 한다(전자상거래법 제5조 제4항)
- 또한 소비자가 재화 등의 거래와 관련한 확인·증명을 전자문서로 요청한 경우 이를 제공한다(동법 제5조 제5항)
 - 전자상거래를 하는 사업자가 전자문서로 제공하기 어려운 기술적 이유나 보안상 이유가 명백하여 이를 소비자에게 미리 고지한 경우에는 이를 적용하지 아니한다.
- 전자상거래를 하는 사업자가 이러한 의무를 이행할 때 해당 사이버몰의 구축 및 운영과 관련된 사업자들은 그 의무 이행에 필요한 조치를 하는 등 협력하여야 한다(동법 제5조 제7항)

2.2 사업자의 표시·광고의 기록보존무 이행

- 전자상거래 및 통신판매에서의 표시·광고, 계약내용 및 그 이행 등 거래에 관한 기록을 상당한 기간 보존하고, 이 경우 소비자가 쉽게 거래기록을 열람·보존할 수 있는 방법을 제공한다(전자상거래법 제6조)

- 1) 거래기록 및 그와 관련된 개인정보(성명·주소·전자우편주소 등 거래의 주체를 식별할 수 있는 정보로 한정)를 보존

- 표시·광고에 관한 기록: 6개월
- 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록: 5년
- 대금결제 및 재화 등의 공급에 관한 기록: 5년
- 소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록: 3년

2) 소비자가 쉽게 거래기록을 열람·보존할 수 있는 방법

- 거래가 이루어진 해당 사이버몰에서 거래당사자인 소비자가 거래기록을 열람·확인할 수 있도록 하고, 전자문서의 형태로 정보처리시스템 등에 저장할 수 있도록 한다.
- 거래당사자인 소비자와의 거래기록을 그 소비자의 희망에 따라 방문, 전화, 팩스 또는 전자우편 등의 방법으로 열람하거나 복사할 수 있도록 할 것. 다만, 거래기록 중에 「저작권법」 제4조부터 제6조까지의 규정에 따른 저작물이 있는 경우에는 그에 대한 복사는 거부할 수 있다.
- 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회한 소비자의 거래기록 및 개인정보를 보존하는 경우에는 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회하지 아니한 소비자의 거래기록 및 개인정보와 별도로 보존하여야 한다.

- 사업자가 보존하여야 할 거래기록 및 그와 관련된 개인정보는 소비자가 개인정보의 이용에 관한 동의를 철회하는 경우에도 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 등 개인정보보호와 관련된 법률의 규정에도 불구하고 이를 보존할 수 있다(동법 제6조 제2항)

2.3 청약확인 및 소비자의 조작 실수 등의 방지

- 사업자는 전자상거래에서 소비자의 조작 실수 등으로 인한 의사표시의 착오 등으로 발생하는 피해를 예방할 수 있도록 거래 대금이 부과되는 시점이나 청약 전에 그 내용을 확인하거나 바로잡는 데에 필요한 절차를 마련하여야 한다(전자상거래법 제7조)

① 청약취소 등 할 수 있는 절차 마련

- 사이버몰에서 거래가 이루어지는 경우에는 결제화면으로 연결되기 전의 화면이나 팝업화면을 통하여 청약의 내용을 다시 확인할 수 있도록 하고 소비자에게 청약내용에 따라 청약절차를 계속 진행할 것인지를 확인하는 방법
- TV홈쇼핑과 카탈로그 쇼핑의 경우에는 전화주문시 청약의 중요내용을 설명하고 소비자에게 그 내용대로 청약절차를 계속할 것인지를 묻는 방법

② 가격 등 중요정보를 소비자가 명백히 인식할 수 있도록 조치

- 재화 등의 가격을 아라비아 숫자와 한글표기를 병기
- 전화주문시 재화 등의 가격을 반복해서 들려주는 방법 등

2.4 전자적 대금지급의 신뢰확보

- 사업자와 전자결제업자 등(전자결제수단의 발행자, 전자결제서비스 제공자 및 해당 전자결제서비스의 이행을 보조하거나 중개하는 자)은 전자적 대금지급이 이루어지는 경우 소비자의 청약의사가 진정한 의사 표시에 의한 것인지를 확인하기 위하여 다음 사항에 대하여 명확히 고지하여야 한다(전자상거래법 제8조 제2항).
 - 재화 등의 내용 및 종류, 재화 등의 가격, 용역의 제공기간
- 고지한 사항에 대한 소비자가 확인하고 동의 여부를 선택할 수 있도록 전자적 대금 결제창을 제공하여야 한다.
 - 소비자가 직접 동의여부를 선택하기 전에 미리 동의함을 표시하여 제공하는 방식으로 확인절차를 진행해서는 안된다.
- 전자적 대금 지급이 이루어진 경우 소비자에게 그 사실을 알리고, 언제든지 소비자가 전자적 대금지급과 관련한 자료를 열람할 수 있게 하여야 한다(동법 제8조 제3항).

2.5 공정한 소비자 정보 수집 및 이용

- 전자상거래 또는 통신판매를 위하여 소비자에게 관한 정보를 수집 또는 이용하고자 하는 경우 정보통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률 등 관련 규정에 따라 공정하게 수집 또는 이용해야 할 수 있어야 한다(전자상거래법 제11조 제1항)
- 소비자에 관한 정보 도용으로 소비자의 재산상 손해가 발생하는 등의 특별한 사유가 있는 경우 본인확인이나 피해회복 등 필요한 조치를 취해야 한다(동법 제11조 제2항)
 - 소비자 본인이 요청하는 경우 도용 여부의 확인 및 해당 소비자에 대한 관련 거래 기록 제공
 - 도용에 의하여 변조된 소비자에 관한 정보의 원상회복

- 도용에 의한 피해의 회복

3. 통신판매업자의 의무 및 책임

3.1 통신판매업자의 신고 의무

- 통신판매업자는 주된 사업자 소재지 관할 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장에게 신고하여야 한다(전자상거래법 제12조 제1항).
 - 상호(법인인 경우 대표자의 성명 및 주민등록번호를 포함), 주소, 전화번호, 전자우편주소, 인터넷도메인 이름, 호스트서버의 소재지. 참고사항(판매방식, 취급품목 등)

3.2 표시광고에 신원 등 정보의 제공 의무

- 통신판매업자는 표시·광고를 할 경우 상호 및 대표자 성명, 주소, 전화번호, 전자우편주소, 통신판매업 신고 번호 및 신고를 확인할 수 있는 사항을 포함하여야 한다(전자상거래법 제13조 제1항)
- 통신판매업자는 재화 등의 정기결제 대금이 증액되거나 재화 등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환되는 경우에는 그 증액 또는 전환이 이루어지기 전 대통령령으로 정하는 기간 내에 그 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격 및 결제방법에 대하여 소비자의 동의를 받고, 증액 또는 전환을 취소하거나 해지하기 위한 조건·방법과 그 효과를 소비자에게 고지하여야 한다(법 제13조 제6항)

3.3 거래조건 등 계약 전 고지 및 서면 교부 의무

- 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 다음 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 한다(전자상거래법 제13조 제2항).

[계약 전 고지 및 서면 교부 사항]

1. 재화 등의 공급자 및 판매자의 상호, 대표자의 성명·주소 및 전화번호 등
2. 재화 등의 명칭·종류 및 내용, 재화 등의 정보에 관한 사항(서면 기재의 경우 제품에 표시된 기재로 갈음할 수 있음).
3. 재화 등의 가격과 그 지급방법 및 지급시기(가격이 결정되지 않은 경우에는 가격을 결정하는 구체적인 방법)
4. 재화 등의 공급방법 및 공급시기
5. 청약의 철회 및 계약의 해제의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회 등의 권리를 행사하는 데에 필요한 서식 포함함)
6. 재화 등의 교환·반품·보증과 그 대금 환불 및 환불의 지연에 따른 배상금 지급의 조건·절차
7. 전자매체로 공급할 수 있는 재화의 전송·설치 등을 할 때 필요한 기술적 사항
8. 소비자피해보상의 처리, 재화에 대한 불만 처리 및 소비자와 사업자 사이의 분쟁 처리에 관한 사항
9. 거래에 관한 약관(약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함)

10. 구매안전서비스에 관한 사항

11. 그 밖에 소비자의 구매 여부 판단에 영향을 주는 거래조건 등

3.4 미성년자와 계약 시 고지 책임

- 통신판매업자는 미성년자와 계약을 체결할 때에는 법정 대리인이 그 계약에 동의하지 않으면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 미성년자에게 고지하여야 한다(전자상거래법 제13조 제3항).

3.5 신의성실 의무

- 통신판매업자는 소비자에게 표시·광고하거나 고지한 거래조건을 신의를 지켜 성실하게 이행하여야 한다(전자상거래법 제13조 제5항).

3.6 청약확인 의무

- 통신판매업자는 소비자로부터 청약을 받으면 청약의 의사표시의 수신확인 및 판매가능여부에 관한 정보를 소비자에게 신속하게 알려야 한다(전자상거래법 제14조 제1항).
- 통신판매업자는 계약체결전에 소비자가 청약내용을 확인하고 정정 취소할 수 있는 절차를 갖춰야 한다(동법 제14조 제2항).

3.7 재화 등의 공급 의무

- 통신판매업자는 청약일부터 7일(선지급식 통신판매의 경우에는 대금을 받은 날부터 3영업일) 이내에 재화 등의 공급에 필요한 조치를 실행하여야 한다(전자상거래법 제15조 제1항)
 - 다만, 소비자와 통신판매업자 사이에 상품의 공급시기에 관해 별도의 약정을 한 경우에는 약정에 따른다.

[상품의 공급에 필요한 조치]

- 주문제작 상품의 경우 주문제작을 의뢰하는 행위
- 물품배송을 위해 배송업자에게 최소한의 소비자정보를 제공하고 배송을 지시하는 행위

3.8 휴업기간 청약철회 업무처리 의무

- 통신판매업자는 휴업기간 영업정지기간에도 전자상거래법 제17조 제1항 및 제3항에 따른 청약철회 등의 업무와 동법 제18조 제1항부터 제5항까지의 규정에 따른 청약철회 등에 따른 대금 환급과 관련된 업무를 계속 수행하여야 한다(전자상거래법 제22조).

3.9 거래기록 보존 및 공정한 정보수집 및 이용 의무

- 통신판매업자의 거래기록 보존 및 공정한 정보수집 및 이용(전자상거래법 제6조)은 전자상거래사업자의 의무에서 참조

4. 기타 관련자의 의무사항

4.1 배송사업자 및 호스팅 서비스 제공자의 협력 의무

- 전자상거래나 통신판매에 따라 재화 등의 배송사업자는 배송 과정의 사고나 배송 장애 등으로 분쟁이 발생하는 경우 그 분쟁의 해결에 협조하여야 한다(전자상거래법 제9조).
- 호스팅서비스를 제공하는 자는 사업자와 이용 계약을 체결하는 경우 사업자의 신원을 확인하기 위한 조치를 취하여야 하며, 사업자와 소비자 사이에 분쟁이 발생하는 경우 웹호스팅업체는 사업자의 분쟁 당사자인 소비자가 소송을 제기하는 경우, 공정위, 지자체 시장 및 자치단체 도지사, 군수 및 구청장, 그 밖에 수사기관 등 신원정보 등 자료를 제공하여 해결에 협조하여야 한다(동법 제9조 제3항).

4.2 전자게시판서비스 제공자 책임

- 전자게시판서비스 제공자는 해당게시판을 통해 위법한 전자 상거래가 발생하지 않도록 다음 사항을 이행하여야 한다(전자상거래법 제9조의2 제1항).
 - 게시판 이용 통신판매사업자 등에게 법 의무를 준수하도록 안내
 - 분쟁발생시 분쟁조정기구에 피해구제신청을 대행하는 장치를 마련
- 게시판을 이용하는 통신판매업자 등에 대하여 신원정보를 확인하기 위한 조치를 하여야 한다.
- 게시판 이용 통신판매업자 등과 소비자 사이에 분쟁이 발생하는 경우 공정위 등(소비자피해 분쟁조정기구, 시도지사 또는 시장, 군수, 구청장)의 요청에 따라 사업자의 신원정보를 제공(분쟁당사자인 소비자는 제공대상에서 제외)하여야 한다.

4.3 사이버몰 운영자의 표시의무

- 사이트몰 운영자는 사이트 초기화면에 사이버몰 운영자의 신원 등 정보를 소비자가 쉽게 알 수 있도록 표시하여야 한다(전자상거래법 제10조 제1항).

① 표시사항

- 상호 및 대표자 성명
- 영업소의 주소(소비자 불만 처리 가능 주소 포함)
- 전화번호 및 전자우편주소
- 사업자등록번호
- 사이버몰의 이용약관
- 호스팅서비스 제공자의 상호

② 표시방법

- 사이버몰 초기화면에 표시(이용약관은 연결화면을 통해 볼 수 있도록 할 수 있음)
- 공정위가 공개하는 사업자정보 공개페이지를 사이버몰의 초기화면에 연결하여야 한다.
- 휴대전화 등 출력에 제한이 있는 기기를 이용하여 거래하는 사업자는 사이버몰의 화면에 순차적으로 나타나도록 할 수 있다.
- 사이버몰 등에서 공정위가 승인한 표준약관을 사용한다는 마크 또는 표시를 한 사업자는 표준약관의 내용이나 문안을 소비자에게 불리하게 변경하여 사용하여서는 아니 된다(표준약관의 내용보다 소비자에게 더 불리한 약관의 내용은 무효).

- 표준약관 마크 또는 표시를 한 사업자는 동 마크 또는 표시를 통해 공정위가 동 사업자의 신뢰성, 투명성, 공정성 등을 보증하거나 우수 사이몰이라고 인증한 것으로 소비자를 오인시켜서는 아니 되며 기타 이를 부당하게 사용하여서는 안된다.

③ 적립금에 대한 표시 및 보상(전자상거래 등에서의 소비자 보호 지침)

- 사업자가 사이버몰 등에서 적립금(회원가입이나 재화 등의 구매 등을 통해 발생하는 것으로 포인트, 마일리지 등 그 용어를 불문함)제도를 운영하는 경우에 이용조건, 이용기간, 소멸조건, 사업자의 귀책사유로 사용하지 못하게 되는 경우의 보상기준 등을 소비자가 알기 쉬운 방법으로 게시하여야 하며, 행사 등을 통해 적립금을 지급하는 경우에는 해당 행사의 화면에서 그 내용을 고지하여야 한다.
- 적립금제도의 폐지, 영업부분의 폐지, 업체간 통합 등으로 인하여 소비자가 적립금 등을 사용할 수 없게 되는 경우에는 당초 사이버몰 등에서 제시한 조건에 따라 소비자에게 보상하여야 한다. 다만, 보상기준 등을 고지하지 아니한 경우에는 사이버몰 등에서 통용되는 통화가치에 상응하는 현물 또는 현금으로 소비자에게 보상하여야 한다.

5. 청약철회시 유의사항

5.1 청약철회 원칙

5.1.1 기간 및 기산점

- 계약내용에 관한 서면을 받은 날로부터 7일(전자상거래법 제17조 제1항 제1호)
 - 서면을 받은 때보다 재화 등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화 등을 공급받거나 재화 등의 공급이 시작된 날부터 7일
- 계약내용에 관한 서면을 받지 아니한 경우, 통신판매업자의 주소 등이 적혀 있지 아니한 서면을 받은 경우 또는 통신판매업자의 주소 변경 등의 사유로 통신판매업자의 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 7일(동법 제17조 제1항 제2호)
- 청약철회 등에 대한 방해 행위가 있는 경우에는 그 방해 행위가 종료한 날부터 7일(동법 제17조 제1항 제3호)

※ 민법 제157조에 따라 초일 불산입, 민법 제161조에 따라 기간의 말일이 토요일 또는 공휴일에 해당하는 때에는 기간은 그 익일로 만료된다.

5.1.2 청약철회의 방식

- 청약철회 등을 서면으로 하는 경우에는 청약철회 등의 의사표시가 기재된 서면을 발송한 날에 그 효력이 발생한다(전자상거래법 제17조 제4항)
- 재화 등의 훼손에 대하여 소비자의 책임이 있는지 여부, 계약이 체결된 사실 및 시기, 재화 등의 공급 사실 및 그 시기 또는 계약서의 교부사실 및 그 시기 등에 관하여 다툼이 있는 경우 통신판매업자가 이를 증명하여야 한다(동법 제17조 제5항).

5.1.3 청약철회 불가 사유

- 소비자는 전자상거래법 제17조 제1항의 규정에도 불구하고 통신판매업자의 의사에 반하여 청약철회 등을 할 수 없다(동법 제17조 제2항).
- 소비자에게 책임이 있는 사유로 재화 등이 멸실되거나 훼손된 경우. 다만, 재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우

- 소비자의 사용 또는 일부 소비로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
- 시간이 지나 다시 판매하기 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우
- 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우
- 용역 또는 문화산업진흥 기본법 제2조 제5호의 디지털콘텐츠의 제공이 개시된 경우

5.1.4 청약철회 예외 특칙

- 소비자는 재화 등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 그 재화 등을 공급받은 날부터 3개월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내 청약철회 등을 할 수 있다(전자상거래법 제17조 제3항)

5.2 청약철회의 효과 등

5.2.1 원상 회복 및 대금환급 등

- 소비자는 청약철회 등을 한 경우에 이미 공급받은 재화 등을 반환하여야 한다(전자상거래법 제18조 제1항).
 - 다만 이미 공급받은 재화 등이 용역 또는 디지털콘텐츠인 경우에는 제외한다.
- 통신판매업자는 재화 등을 반환 받은 날부터 3영업일 이내에 이미 지급받은 재화 등의 대금을 환급하여야 한다(동법 제18조 제2항).

[대금환급 기준일]

1. 통신판매업자가 재화를 공급한 경우에는 재화를 반환 받은 날
2. 통신판매업자가 용역 또는 디지털콘텐츠를 공급한 경우에는 청약철회 등을 한 날
3. 통신판매업자가 재화 등을 공급하지 아니한 경우에는 청약철회 등을 한 날

- 환급 지연시에는 지연기간에 따라 연 15%의 이율을 곱하여 산정한 지연이자를 지급하여야 한다.
- 통신판매업자는 소비자가 신용카드 등의 결제수단으로 대금을 지급한 경우에는 지체 없이 해당 결제업자에게 대금청구의 정지·취소를 요청할 수 있다.
 - 다만, 통신판매업자가 결제업자로부터 대금을 이미 받은 때에는 지체 없이 그 대금을 결제업자에게 환급하고 그 사실을 소비자에게 알려야 한다.
 - 통신판매업자로부터 대금을 환급 받은 결제업자는 그 환급 받은 금액을 지체 없이 소비자에게 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 한다.
 - 결제업자에게 환급을 지연하여 소비자가 대금을 결제하게 한 통신판매업자는 그 지연기간에 대한 지연배상금을 소비자에게 지급하여야 한다.
- 단순변심 청약철회의 경우, 통신판매업자는 소비자의 재화 등의 일부 사용 및 소비에 대하여 일정 범위 금액을 소비자에게 청구할 수 있다.
 - 단순변심 청약철회의 경우 재화 등의 반환 비용은 소비자가 부담하며, 통신판매업자는 소비자에게 청약철회 등을 이유로 위약금이나 손해배상을 청구할 수 없다.

[재화 등이 일부 소비된 경우의 비용청구 범위]

- 통신판매업자가 재화를 공급한 경우에는 재화를 반환 받은 날
- 통신판매업자가 용역 또는 디지털콘텐츠를 공급한 경우에는 청약철회 등을 한 날
- 통신판매업자가 재화 등을 공급하지 아니한 경우에는 청약철회 등을 한 날

- 재화 등의 내용이 다른 경우의 청약철회의 경우 반환 비용은 통신판매업자가 부담한다.

5.2.2 손해배상의 제한

- 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등의 판매에 관한 계약이 해제된 경우, 통신판매업자가 청구할 수 있는 손해배상 청구금액 한도는 다음과 같다.
 - 이미 공급한 재화 등을 공급받은 때 : 반환된 재화 등의 통상 사용료 또는 통상 사용이익과 판매가액에서 반환된 당시의 가액을 뺀 금액 중 큰 금액 + 대금미납에 따른 지연배상금
 - 이미 공급한 재화 등이 반환되지 않은 때: 공급한 재화 등의 판매가액+대금 미납에 따른 지연배상금

5.2.3 불리한 계약 금지

- 청약철회에 관한 전자상거래법 규정을 위반한 약정으로 소비자에게 불리한 것은 효력이 없다.

6. 금지행위 및 위반시 제재

6.1 금지행위

- 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 사항의 행위를 하여서는 아니 된다(전자상거래법 제21조).
- ① 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위(법 제21조 제1항 제1호)
 - 거짓: 거짓은 객관적 사실과 다르다는 것임. 이는 사실인정의 문제이고 증명의 대상이 된다.
 - 과장: 특정사실에 기초하거나 객관적인 근거는 있으나 지나치게 부풀린 것을 말하며, 증명된 객관적 사실을 기초로 사회통념에 기하여 판단한다.
 - 기만: 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용을 은폐, 축소, 누락하는 것이다.

[예시]

- 휴대폰으로 광고문자메세지를 전송하면서 ① 유료에 대한 표시를 하지 않거나, ② "연락했는데 연락이 없네요"등의 표현을 쓰거나, ③ 당첨상술을 쓰는 방법 등에 의하여 소비자로 하여금 전화를 걸게 하는 경우
- 휴대폰에 광고문자 메시지를 전송하거나 사이버몰에 광고를 하면서 해당 메시지를 삭제하거나 취소, 거부하는 버튼을 누르는 경우 자신의 번호 또는 사이트로 연결되게 하는 등의 기만적인 방법으로 자신의 번호나 사이트로 연결되도록 하는 경우
- 인터넷상의 띠광고를 하루에 일정횟수 보면 그 만큼의 할부금을 소비자의 계좌로 입금해 주는 조건으로 고가의 PC를 매우 저렴한 가격에 마련할 수 있는 기회라고 광고하여 구입하였으나, 실제로는 1~2개월 후에는 입금이 중단되는 경우
- 실제로는 판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 이를 표시하지 않고 시중가의 50%에 판매한다는 광고를 하여 소비자로 하여금 주문만 하면 구매할 수 있는 것으로 오인하게 한 경우
- 사이버몰에서 판매하는 재화등의 품질 및 배송 등과 관련하여 사업자에게 불리한 이용후기를 삭제하거나 사업자에게 고용된 자 또는 사이버몰이 후원하고 있는 소비자로 하여금 거짓으로 사업자에게 유리한 이용후기를 작성하도록 한 경우
- 사업자가 광고비를 받았다는 사실을 소비자에게 알리지 않고 '베스트, 추천, 기대, 화제' 등의 명칭을 붙여 재화 등을 소개함으로써 소비자로 하여금 재화 등에 대한 합리적인 평가가 토대가 되어 추

천된 재화 등으로 오인하게 한 경우

- 사업자가 숙박, 식사, 레저활동 등을 결합한 여행 상품을 판매하면서 여행 관련 상품들의 주요 정보를 보여주는 자신의 사이버몰 내 화면에 결합상품 중 일부만 포함된 가격을 해당 결합상품의 가격인 것처럼 표시함으로써 해당 결합상품을 실제 가격보다 저렴한 상품인 것으로 오인하게 한 경우
- 사업자에게 고용된 자가 대량으로 재화 등을 구매한 후 취소하는 방법으로 재화 등의 구매자 수를 과장하여 표시함으로써 소비자에게 인기있는 재화 등으로 오인하게 한 경우

- ② 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소, 전화번호, 인터넷도메인 이름 등을 변경하거나 폐지하는 행위(법 제21조 제1항 제2호)

[예시]

- ‘불량으로 인한 환불은 물건 수령 후 5일 내에 고객센터로 신청한 경우에 한해서 가능’이라는 문구를 사이버몰에 게시하는 등 사업자가 법에서 정한 청약철회 가능 기간을 임의적으로 축소하여 사이버몰에 표시하고 소비자에게 안내하는 경우

- ③ 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위(법 제21조 제1항 제3호)

[예시]

- 소비자가 불만사항에 대한 사업자의 이메일 또는 팩스 답변이 불충분하여 직접 전화통화를 하고자 함에도 불구하고, 사업자가 이메일 또는 팩스를 통해서만 불만처리를 할 수 있도록 하고 전화통화를 거부하는 경우
- 상담원이 부족하여 소비자가 통상의 경우 상담원과 통화할 수 없거나 ARS 등을 통해 여러 단계를 거치게 하면서 결국 상담원과는 통화가 되지 않도록 기술적 장치를 해 놓은 경우
- 소비자가 사업자와의 전화통화가 이루어지지 않아 자동 안내된 콜백 안내에 따라 자신의 전화번호를 남겼음에도 불구하고 사업자가 3영업일 이내 전화를 하지 않는 경우. 다만, 소비자가 전화번호를 잘못 남겼거나 소비자의 부재 등으로 부득이하게 연락이 지연된 경우 제외
- 사업자가 이메일 주소를 허위로 기재하거나 메일수신서버를 차단하여 소비자가 이메일을 보낼 수 없는 경우

- ④ 소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화를 공급하고 그 대금을 청구하거나 재화의 공급 없이 대금을 청구하는 행위(법 제21조 제1항 제4호)

[예시]

- 소비자가 사업자와의 전화통화를 통해 상품안내를 받고 고객의 신용도를 조사한다는 명목 하에 신용카드번호를 알려주었으나 재화 등의 구입 의사를 표시하지는 않았음에도 불구하고, 사업자가 임의로 재화를 공급하고 소비자의 신용카드로 결제하는 경우

- ⑤ 소비자가 재화를 구매를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음에도 밝혔음에도 불구하고 전화, 팩스, 컴퓨터통신 또는 전자우편 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공받도록 강요하는 행위(법 제21조 제1항 제5호)

- ⑥ 본인의 허락을 받지 않거나 허락받은 범위를 넘어 소비자의 정보를 이용하는 행위(법 제21조 제1항 제6호)

- 다만, 재화 등의 배송 등 소비자와의 계약을 이행하기 위하여 불가피한 경우, 대금 정산을 위해 필요한 경우, 도용방지를 위해 본인 확인에 필요한 경우 등은 예외

- ⑦ 소비자의 동의를 받지 아니하거나 총리령으로 정하는 방법에 따라 쉽고 명확하게 소비자에게 설명·고지 아니하고 컴퓨터 프로그램 등이 설치되게 하는 행위(법 제21조 제1항 제7호)

- 총리령으로 정하는 방법: 컴퓨터프로그램이 설치되기 전에 컴퓨터프로그램의 용량, 기능, 기존의 컴퓨터 프로그램에 미치는 영향, 제거방법 등 중요사항을 소비자에게 알리는 것
 - 소비자의 동의나 설명이 없는 포장개봉방식 계약(shrink-wrap agreement), 클릭온 계약(click-on agreement)의 경우(허용)
 - 포장개봉방식 계약: 밀봉하여 포장한 디지털정보 제품(예. CD-Rom)을 구매자가 개봉하는 경우에 동봉한 계약조건에 동의하는 것으로 간주하여 성립하는 계약(예. 온라인으로 소프트웨어, 영화관람권, 항공권 등 구입)
 - 클릭온 계약: 계약조건에 동의하는 취지로 클릭하는 방식에 의해 성립하는 계약. 통상 이용자가 화면에 “동의합니다” 표시버튼을 클릭해서 계약조건에 동의. 인터넷 다운로드 되는 소프트웨어는 통상 클릭온 계약으로 판매
- 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 소비자와 사업자 사이의 매개체를 말한다. 이하 같다)를 운영하는 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다(법 제21조의2). ***신설**
- ① 순차공개 가격 책정 : 사이버몰을 통하여 소비자에게 재화 등의 가격을 알리는 표시·광고의 첫 화면에서 소비자가 그 재화 등을 구매·이용하기 위하여 필수적으로 지급하여야 하는 총금액(재화 등의 가격 외에 재화 등의 제공을 위하여 필수적으로 수반되는 비용까지 포함한 것을 말한다. 이하 같다) 중 일부 금액만을 표시·광고하는 방법으로 소비자를 유인하거나 소비자와 거래하는 행위. 다만, 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유가 있고 그 사유를 총리령으로 정하는 바에 따라 소비자에게 알린 경우는 제외한다.
 - ② 특정옵션 사전 선택 : 재화 등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등이 진행되는 중에 소비자에게 다른 재화 등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등에 관한 청약의사가 있는지 여부를 묻는 선택항목을 제공하는 경우 소비자가 직접 청약의사 여부를 선택하기 전에 미리 청약의사가 있다는 표시를 하여 선택항목을 제공하는 방법으로 소비자의 다른 재화등의 거래에 관한 청약을 유인하는 행위
 - ③ 잘못된 계층 구조 : 소비자에게 재화 등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 또는 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지(이하 “구매 등”이라 한다)에 관한 선택항목을 제시하는 경우 그 선택항목들 사이에 크기·모양·색깔 등 시각적으로 현저한 차이를 두어 표시하는 행위로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우
 - 소비자가 특정 항목만을 선택할 수 있는 것처럼 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
 - 소비자가 구매 등을 하기 위한 조건으로서 특정 항목을 반드시 선택하여야만 하는 것으로 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
 - ④ 취소·탈퇴 방해 : 정당한 사유 없이 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방법으로 소비자의 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지 등을 방해하는 행위
 - 재화 등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 절차보다 그 취소, 탈퇴, 해지 등의 절차를 복잡하게 설계하는 방법
 - 재화 등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 방법과는 다른 방법으로만 그 취소, 탈퇴, 해지 등을 할 수 있도록 제한하는 방법
 - ⑤ 반복 간섭 : 소비자가 이미 선택·결정한 내용에 관하여 그 선택·결정을 변경할 것을 팝업창 등을 통하여 반복적으로 요구하는 방법으로 소비자의 자유로운 의사결정을 방해하는 행위. 다만, 그 선택·결정의 변경을 요구할 때 소비자가 대통령령으로 정하는 기간 이상 동안 그러한 요구를 받지 아니하도록

선택할 수 있게 한 경우는 제외한다.

[전자상거래법 및 시행령 개정안 시행사항]

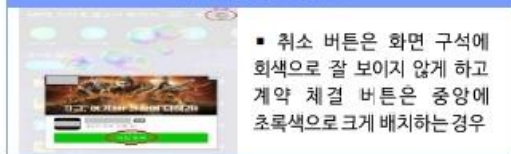
법률. 다크패턴 규율 법제화한 「전자상거래법」 및 「시행령」 개정안 시행 (’25. 2. 14.)

온라인 쇼핑몰에서 눈속임 상술로써 의도하지 않은 소비를 이끌어 내는 행위(일명 “다크패턴”)로 소비자들이 피해를 입고 있었는데, 오는 2월 14일 다크패턴 금지를 법제화 한 개정 「전자상거래법」 및 「동법 시행령」이 시행됩니다.

※ 위반시 시정명령 및 500만 원 이하의 과태료



(예시) 순차공개 가격책정



(예시) 잘못된 계층구조

- 취소 버튼은 화면 구석에 회색으로 잘 보이지 않게 하고 계약 체결 버튼은 중앙에 초록색으로 크게 배치하는 경우

예를 들어 다크패턴 행위 유형 중 하나인 **순차공개 가격책정**은 “첫 페이지에는 일부러 상품의 가격을 낮게 표시하고 결제가 진행됨에 따라 숨겨진 가격들을 차츰 보여주며 최종적으로는 그 모드를 더한 금액을 최종 가격으로 청구하는 행위”를 말하는데 이번 법 개정에 따라 금지됩니다.

※ 첫 페이지에 ① 총금액에서 제외된 항목과 ② 제외사유를 알리는 경우 제외 (법 제21조의2 제1항 제1호, 동법 시행령 제11조의4)

또한 **잘못된 계층구조**는 “선택 항목의 크기·모양·색깔 등에 현저한 차이를 둬서 특정 항목을 반드시 선택해야 하는 것처럼 오인하게 하는 행위”를 말하는데, 역시 법 개정에 따라 금지되는 다크패턴에 해당합니다. (법 제21조의2 제1항 제3호)

기타 다크패턴의 유형(숨은갱신/특정옵션 사전선택/취소탈퇴 방해/반복간섭)과 자세한 사항은 개정 「전자상거래법」 (제13조 제6항, 제21조의2 제1항 각 호) 및 공정거래위원회의 「온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인」 참고하시기 바랍니다.

[온라인 다크패턴 의심사례에 대한 공정위 시정 사례]

이슈 2. 공정위…온라인 플랫폼 다크패턴 의심사례 시정

※ 관련자료 Click

공정거래위원회는 2월부터 7월까지 주요 온라인 사업자 36사를 대상으로 다크패턴 의심사례를 모니터링하였으며 지난 9월 총 45건에 대하여 시정명령을 내렸습니다(상세 내용 [※관련자료](#) 참고).

취소·탈퇴·해지 방해

: 멤버십 해지신청 이후에도 반복적으로 해지의사를 묻는 단계를 추가한 사례

그동안 김롯데닷컴에서 보내주신 사랑에 감사드립니다.
음악이 주는 행복을 포기하지 말고 조금 더 이용해 보시겠어요?

시정명령

① 해지신청 Click → ② 상실했는 혜택 안내
→ ③ 해지의사 재확인 → ④ 최종 해지신청 Click

잘못된 계층구조

: 선택 항목 간 시각적으로 현저한 차이를 두어 특정 선택만 가능한 것으로 오인하게 한 사례

2026년 1월 1일부터 월회비가 7,890원으로 인상됩니다.

변경에 동의하고 멤버십 혜택을 계속 받아보시겠습니까?

무료배송 | 방문도착 | 식품구매

시정명령 과태료

동의하고 혜택 계속 받기

기타기만적 표시·광고

: 성인 요금이 아닌 어린이 요금을 대표 가격으로 노출한 사례

<검색 결과 페이지>

식물원 입장권 ★ 4.4 우수 (홍콩 2,595)
자연이 어릴 적 예술로 숨겨놓은 선물
제철형 예술 공간 입장권

시정명령

최저 ₩5,986

<상품 상세 페이지>

Child (6-15) ₩5,986
Adult ₩19,954

더불어 공정거래위원회는 다크패턴 행위 예시를 세세하게 규정한 「전자상거래 등에서의 소비자보호 지침」 개정안을 10월 24일 시행하였는데(링크), 각 사에서는 위 지침을 꼼꼼하게 확인하여 심혈을 기울인 마케팅 아이디어가 추후 다크패턴이라는 판단을 받지 않도록 유의하시기 바랍니다.

※ 위반시 500만원 이하 과태료

6.2 제재

6.2.1 시정권고

- 공정위, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 사업자가 전자상거래법을 위반하는 행위를 하거나 이에 따른 의무를 이행하지 아니한 경우에는 시정조치를 명하기 전에 그 사업자가 그 위반행위를

중지하거나 이 법에 규정된 의무 또는 시정을 위하여 필요한 조치를 이행하도록 시정방안을 정하여 해당 사업자에게 이에 따를 것을 권고할 수 있다(전자상거래법 제31조).

- 시정권고를 받은 사업자는 그 통지를 받은 날부터 10일 이내에 그 권고의 수락 여부를 그 권고를 한 행정청에 알려야 한다.
- 시정권고를 받은 자가 그 권고를 수락하면 시정조치를 명한 것으로 동일하게 취급된다.

6.2.2 시정조치 및 영업정지

- 공정위는 해당 위반행위의 중지, 의무의 이행, 시정조치를 받은 사실의 공표, 소비자피해 예방 및 구제에 필요한 조치, 기타 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다(전자상거래법 제32조).

6.2.3 임시중지명령

- 공정위는 ①동법 제21조 제1항 제1호 금지행위에 해당하는 것이 명백한 경우, ②소비자에게 재산상 손해가 발생하고 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급할 필요성이 있는 경우
※ ①, ② 두 가지 요건을 모두 충족하는 경우 해당행위에 대한 중지 명령을 내릴 수 있다(전자상거래법 제32조의2).
- 공정위는 임시중지명령을 위하여 필요한 경우 호스팅서비스 제공자, 통신판매중개자, 전자계시판 서비스 제공자 등에게 해당 역무제공의 중단 등을 취할 것을 요청할 수 있다. 요청을 받은 사업자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
 - 예를 들어, 통신판매중개자는 사이버몰의 이용을 허락하는 행위 또는 거래 당사자간의 통신판매를 알선하는 행위 중단
- 소비자단체 등은 사업자 또는 통신판매업자가 임시중지명령 대상에 해당한다고 인정될 때에는 서면(전자문서 포함)으로 공정위에 임시중지명령을 요청할 수 있다.
 - 임시중지명령 요청 기관: 한국소비자원, 소비자분쟁조정위원회, 전자거래분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회, 기타 소비자보호 관련 법령에 따라 설치·운영되는 분쟁조정기구
 - 임시중지명령에 불복하는 자는 그 명령을 받는 날부터 7일 이내에 공정위에 이의를 제기할 수 있다. 이 경우 공정위는 지체 없이 서울고등법원에 그 사실을 통보하여야 하며, 서울고등법원은 비송사건 절차법에 따라 재판하여야 한다.

6.2.4 과징금

- 공정위는 영업정지가 소비자 등에게 심한 불편을 줄 우려가 있다고 인정되는 경우 그 영업의 전부 또는 일부의 정지를 갈음하여 관련 매출액을 초과하지 않는 범위내에서 사업자에게 과징금을 부과할 수 있다(전자상거래법 제34조).
- ‘관련 매출액을 초과하지 않는 범위’란?
 - 해당 위반행위가 다음 각호 사항 중에서 둘 이상에 해당하는 경우에는 그 중 큰 금액을 말한다.
 1. 해당 위반행위가 매출이나 소비자피해 발생의 직접적인 원인이 아닌 경우: 해당 위반행위의 발생 시점으로부터 그 종료시점까지의 매출액의 10%에 해당하는 금액. 다만, 위반행위가 특정 분야에 한정된 경우에는 해당 분야 매출액을 기준으로 함
 2. 해당 위반행위가 매출이 일어난 직접적 원인이 된 경우: 해당 위반행위와 상당인과관계가 있는 매출액 전액에 해당하는 금액
 3. 해당 위반행위가 소비자피해에 직접적 원인이 된 경우: 해당 위반행위로 인하여 피해가 발생한 매출액 전액에 해당하는 금액

- 이 경우 관련 매출액이 없거나 그 매출액을 산정할 수 없는 경우 등에는 50백만 원을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다.
- 공정위는 이 법을 위반한 사업자인 회사가 합병한 경우에는 그 회사가 한 위반행위를 합병 후 존속하거나 합병으로 설립된 회사가 한 행위로 보아 과징금을 부과·징수할 수 있다.

6.2.5 벌칙

- ① 3년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금(전자상거래법 제40조)
 - 조사 시 폭언·폭행, 고의적인 현장진입 저지·지연 등을 통하여 조사를 거부·방해 또는 기피한 자
 - 시정조치명령에 따르지 아니한 자
 - 영업의 정지 명령을 위반하여营业을 계속한 자
- ② 30백만 원 이하의 벌금(동법 제42조)
 - 신고를 하지 아니하거나 거짓으로 신고한 자
 - 소비자피해보상보험계약 등을 체결하는 사실 또는 결제대금예치를 이용하도록 하는 사실을 나타내는 표지를 사용하거나 이와 유사한 표지를 제작하거나 사용한 자
- ③ 10백만 원 이하의 벌금(동법 제43조)
 - 사업자의 신원정보에 관하여 거짓 정보를 제공한 자
 - 거래조건에 관하여 거짓 정보를 제공한 자

6.2.6 과태료

- ① 1억 원 이하의 과태료(전자상거래법 제45조 제1항)
 - 임시중지명령(전자상거래법 제32조의2제1항)을 위반하여營業을 계속한 자
- ② 50백만 원 이하(동법 제45조 제2항)
 - 공정위의 조사를 거부·방해 또는 기피한 사업자 또는 사업자단체
- ③ 30백만 원 이하(동법 제45조 제2항)
 - 출석처분을 받은 당사자로서 정당한 사유 없이 출석하지 아니한 사업자 또는 사업자단체
 - 원가 및 경영상황에 관한 보고를 하지 아니하거나 필요한 자료나 물건을 제출하지 아니하거나 거짓으로 보고하거나 거짓자료나 물건을 제출한 사업자 또는 사업자단체
- ④ 10백만 원 이하(동법 제45조 제3항)
 - 공정위의 조사를 거부·방해 또는 기피한 자로서 사업자 또는 사업자단체의 임원, 종업원 또는 그 밖의 이해관계인
 - 전자게시판서비스제공자 책임(동법 제9조의2 제1항)을 위반하여 소비자피해방지를 위한 사항을 이행하지 아니한 자
 - 동법 제21조 제1항 제1호부터 제5호까지의 금지행위를 한자
 - 결제수단의 발행자로서 소비자피해보상보험계약 등을 체결하지 아니하거나 거짓 자료를 제출하고 소비자피해보상보험계약 등을 체결한자
 - 선지급식 통신판매업자로서 동법 제24조 제2항을 위반하거나 거짓 자료를 제출해 피해보상보험계약 등을 체결한자

- 동법 제32조의2 제2항을 위반하여 공정위 요청을 따르지 아니한 자

⑤ 5백만 원 이하(동법 제45조 제4항)

- 출석처분을 받은 당사자로서 정당한 사유없이 출석하지 아니한 사업자 또는 사업자단체의 임원, 종업원 또는 그 밖의 이해관계인
- 원가 및 경영상황에 관한 보고를 하지 아니하거나 필요한 자료나 물건을 제출하지 아니하거나 거짓으로 보고하거나 거짓 자료나 물건을 제출한 사업자 또는 사업자 단체의 임원, 종업원 또는 그 밖의 이해관계인
- 거래기록을 보존하지 아니하거나 소비자에게 거래기록을 열람·보존할 수 있는 방법을 제공하지 아니한 자
- 사업자의 신원정보를 표시하지 아니한 자
- 변경신고, 휴·폐업 및 영업재개 신고를 하지 아니한 자
- 전자상거래법 제13조 제2항의 거래조건에 대한 표시·광고 또는 고지를 위반하거나 계약내용에 관한 서면을 계약자에게 교부하지 아니한 자
- 재화 등의 거래에 관한 계약을 취소할 수 있다는 내용을 거래 상대방인 미성년자에게 고지하지 아니한 자
- 청약접수를 받는 통신판매중개업자의 의무를 위반하여 청약철회 등에 관한 정보를 제공하지 아니한 자
- 통신판매업자는 재화 등의 정기결제 대금이 증액되거나 재화 등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환되는 경우에 그 증액 또는 전환이 이루어지기 전 대통령령으로 정하는 기간 내에 그 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격 및 결제방법에 대하여 소비자의 동의를 받지 아니하거나 증액 또는 전환을 취소하거나 해지하기 위한 조건·방법과 그 효과를 소비자에게 고지하지 아니한 자
- 제 21 조의 2 제 1 항 각 호의 금지행위 중 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자

⑤ 일백만 원(동법 제45조 제5항)

- 심판정의 질서유지의 명령을 따르지 아니한 자

7. 체크리스트

항목	구분(법 조항)	점검사항
영업 전 단계	전자상거래법 제12조 (통신판매업자 신고 등)	• 통신판매업자 신고가 이루어졌는가?
	전자상거래법 제24조 (소비자피해보상보험계약 등)	• 소비자피해보상보험계약 등의 체결이 이루어졌는가?
청약의 유인단계	전자상거래법 제13조 (신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공)	• 표시·광고시 상호 및 대표자 성명, 주소·전화번호·전자우편주소, 통신판매업 신고번호 및 신고를 확인할 수 있는 사항을 포함하고 있는가? • 재화 등의 명칭, 종류, 내용 등을 적절한 방법으로 표시·광고, 고지하였는가?
	전자상거래법 제6조 (거래기록의 보존 등)	• 표시·광고에 의한 기록물을 6개월간 보존하고 있는가? • 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록물을 5년간 보존하고 있는가? • 대금 결제 및 재화 등의 공급에 관한 기록물을 5년간 보존하고 있는가?

항목	구분(법 조항)	점검사항
		• 소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록물은 3년간 보존하고 있는가?
청약 단계	전자상거래법 제13조 (신원 및 거래조건의 정보 제공)	• 계약체결 시에는 계약서면을 교부하였는가? • 미성년자와 계약을 체결할 때에는 법정대리인이 그 계약에 동의하지 않으면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 미성년자에게 고지하였는가?
	전자상거래법 제14조 (청약확인 및 통지)	• 거래대금의 부과시점 또는 계약체결 전에 청약의 내용을 확인하고 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차를 구비하고 있는가? • 통신판매업자는 소비자로부터 청약을 받으면 청약의 의사표시의 수신 확인 및 판매 가능 여부에 관한 정보를 소비자에게 신속하게 알려주고 있는가?
재화의 공급단계	전자상거래법 제15조 (재화 등의 공급)	• 통신판매업자는 소비자가 청약을 한 날부터 7일(선지급식 통신판매의 경우에는 대금을 받은 날부터 3영업일) 이내에 재화 등의 공급에 필요한 조치를 하였는가?
	전자상거래법 제8조 (전자적 대금지급의 신뢰확보)	• 전자적 대금지급과 관련하여 정보의 보안유지에 필요한 조치를 하였는가? • 소비자가 확인하고 동의여부를 선택할 수 있도록 전자결제업자 등의 마련한 전자적 대금결제창을 소비자에게 제공하였는가?
청약의 철회 및 계약의 해제	전자상거래법 제17조 (청약철회 등)	• 청약철회와 관련한 절차가 마련되어 있는가? • 소비자의 청약철회 시 재화 등을 반환 받은 날로부터 3영업일 이내에 대금을 반환하였는가? • 소비자의 대금 환급을 지연한 경우, 지연이자를 지급하였는가? • 소비자에게 불리한 약정이 존재하는가?
	전자상거래법 제18조 (청약철회 등의 효과)	
	전자상거래법 제19조 (손해배상 청구금액의 제한 등)	
	전자상거래법 제21조 (금지행위)	• 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위를 하였는가? • 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소·전화번호·인터넷도메인 이름 등을 변경 또는 폐지하는 행위가 있었는가? • 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위가 있었는가? • 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락을 받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용하는 행위가 있었는가?

8. 실무 FAQ

Q. [숨은갱신] 정기결제 진행 중 프로모션 등으로 1회성 할인 또는 무료 제공을 하였다가 다시 원래 가격을 청구하는 경우도 대금증액 또는 유료 전환으로서 소비자의 동의를 받아야 하나요?

A. 소비자가 이미 원래 가격을 대금으로 지급하고 있었으므로, 일시적으로 원래 가격보다 낮은 가격을 대금으로 지급하였다가 프로모션이 끝나 원래 가격으로 돌아와 바로 이전 주기에 지급한 대금의 액수보다 많아졌다고 하더라도, 이를 실질적인 대금증액 또는 유료전환으로 보기 어렵습니다.

Q. [숨은갱신] 소비자의 동의를 어느 날짜를 기산점으로 언제까지 받아야 하나요?

A. 대금 증액 또는 유료 전환이 이루어지는 대금 결제일로부터 30일 이내 소비자 동의를 받아야 합니다.

예) 5/1 한달 무료 체험 후, 6/1 유료 전환되는 계약을 체결한 경우, 대금 결제일인 6/1로부터 30일 이내인 5/2~5/31에 소비자 동의를 받아야 함

Q. [숨은갱신] 소비자와 최초 계약 시 이미 유료 전환 또는 대금 증액에 대해 알리고 동의를 받았는데도 법령에서 정한 기간 내에 또 동의를 받아야 하나요?

A. 최초 계약 시 소비자로부터 미리 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격 및 결제방법에 대하여 동의를 받았다고 하더라도 법에서 말하는 동의는 변경된 내용의 계약을 해지할 것인지 결정하는 성격을 가지므로, 법과 시행령에서 정한 기간 내에 다시 한번 동의를 받아야 합니다. (소비자 권리 강화 취지)

Q. [숨은갱신] 소비자의 동의를 어떻게 받아야 하나요?

A. 소비자의 묵시적 동의로는 불충분하며, 서면(전자문서, 팝업창 포함) 등을 통한 명시적 동의가 필요합니다.

Q. [순차공개 가격책정] 가격을 알리는 표시·광고의 첫 화면이란 실제 사이버몰에서 어떤 화면을 의미 하나요?

A. 소비자가 어떤 상품과 그 가격을 인식하여 구매하도록 유인하는 정보가 제공되는 사이버몰 내 최초의 화면을 말합니다.

예) 상품 검색 결과 화면, 카테고리 클릭/도출 화면, 특정 상품 가격이 포함된 사이버몰 초기 화면이나 배너 등

Q. [순차공개 가격책정] 필수 지급하여야 하는 총 금액이란 무엇을 의미하나요? 총 금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유란 무엇인가요?

A. 총 금액은 소비자가 첫 화면에 표시·광고된 재화 등을 구매·이용하기 위해 반드시 지급해야 하는 요금의 총합을 말합니다. 소비자가 구매 과정에서 선택 옵션 등에 따라 총 금액이 변동될 수 있어 사업자가 사전에 총 금액을 일률적으로 책정하여 표시·광고하기 곤란한 경우에는 예외적으로 상세 페이지에 표시할 수 있습니다.

Q. [순차공개 가격책정] 배송비와 설치비도 필수적으로 지급하여야 하는 총금액에 포함되나요?

A. 원칙적으로 총금액에 포함되나, 배송비와 설치비가 소비자의 선택과 구체적인 사정에 따라 달라지는 경우(오늘설치, 도서산간 추가 배송비 등)에는 총금액에 포함되지 않는 정당한 사유를 할 수 있습니다.

다.

Q. [순차공개 가격책정] 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유가 있는 경우 이를 소비자에게 어떻게 고지해야 하나요?

A. 출력에 제한이 있는 검색 결과 페이지에는 총금액에서 제외된 비용의 구체적인 항목만 표시하고, 첫 화면과 직접 연결되는 별도화면(클릭(터치), 마우스 오버 등을 통한 팝업창, 상품 상세화면 등)에 총금액 중 일부 금액만 표시·광고할 수 밖에 없는 정당한 사유를 표시 할 수 있습니다.

Q. [잘못된 계층구조] 선택항목을 제시하는 경우의 의미는 무엇인가요? 단순 광고도 이에 해당할 수 있나요?

A. 잘못된 계층구조에서의 선택항목은 구매, 가입, 체결 또는 취소, 탈퇴, 해지에 관한 선택항목으로 한정됩니다. 소비자가 선택/결정할 수 있는 선택항목을 제공하는 것이 아니고, 단순히 광고를 하거나 정보를 제공하는 것은 이와 구별됩니다.

Q. [잘못된 계층구조] 시각적으로 현저한 차이를 가지지 않으려면 어떻게 해야 하나요?

A. 선택항목 간 크기, 모양, 색깔 등 시각적으로 현저한 차이가 있어 소비자가 잘못 알게 할 우려가 있는 행위에 이르러야 하는데, 이를 방지하기 위해서는 각 선택항목이 병렬적이고 무차별하게 구성되어야 할 것입니다.

Q. [취소·탈퇴 등의 방해] 정당한 사유는 어떤 경우에 인정될 수 있나요?

A. 취소, 탈퇴, 해지 시, 계약 관계의 해소를 위해 정산이 필요하거나, 법령에서 정한 특별한 절차를 거쳐야 하는 등의 불가피한 이유로 구매, 가입, 체결보다 절차를 복잡하게 설계 할 수 밖에 없는데, 이 경우에는 정당한 사유로 인정될 수 있습니다.

Q. [취소·탈퇴 등의 방해] 취소, 탈퇴, 해지 등의 절차를 복잡하게 설계하는 방법이란 무엇인가요?

A. 절차가 복잡하여 소비자를 방해하는 행위에 이르는지는 정량적, 정성적 요소 등을 종합적으로 고려하여 구체적인 사정에 비추어 판단하여야 할 것입니다.

- 정량적 기준 : 구매, 가입, 체결 절차와 취소, 탈퇴, 해지 절차의 각각 단계의 수를 비교하는 방법 등
- 정성적 기준 : 구매, 가입, 체결 절차에 진입하는 링크와 취소, 탈퇴, 해지 절차에 진입하는 링크에 얼마나 접근하기 쉬운지 비교하는 방법 등

Q. [취소·탈퇴 등의 방해] 정당한 사유는 어떤 경우에 인정될 수 있나요?

A. 취소, 탈퇴, 해지 시, 계약 관계의 해소를 위해 정산이 필요하거나, 법령에서 정한 특별한 절차를 거쳐야 하는 등의 불가피한 이유로 구매, 가입, 체결보다 절차를 복잡하게 설계 할 수 밖에 없는데, 이 경우에는 정당한 사유로 인정될 수 있습니다.

Q. [반복간섭] 소비자가 이미 선택/결정한 내용에 관하여 그 선택/결정을 변경할 것을 반복적으로 요구하려면 어떻게 하나요?

A. 반복적으로 변경을 요구하는 선택항목을 제공하기 위해서는 변경을 요구하는 선택항목을 제공할 시 7일 이상 동안 요구를 받지 아니하도록 선택할 수 있게 하여야 합니다.

제7절 표시광고법 관련 유의사항

1. 표시·광고법의 개요

1.1 표시·광고의 기본원칙

- 소비자는 자기가 구매하고자 하는 상품 또는 용역(이하 “상품 등”이라 한다)에 관하여 알 권리가 있고, 공급자는 자기가 판매하고자 하는 상품등에 관하여 소비자에게 알릴 권리가 있는 동시에 또한 알려주어야 할 의무가 있다.

1.1 관련 용어

- 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 말한다.
- 광고
 - 전단·팜플렛·건본 또는 입장권, 인터넷 또는 PC통신, 포스터·간판·네온사인·에드벌룬 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 해당한다.

※ 제품에 관한 표현은 모두 “표시” 또는 “광고”에 해당함

※ 제3자의 블로그, 카페, SNS 등에 추천·보증 형태로 게시된 내용도 광고에 해당

〈대표적인 광고채널〉

TV광고, SNS(유튜브/Facebook/인스타/인터넷카페/블로그 등)광고, 포스터, 행잉배너, 포털사이트(배너/팝업) 광고, 자사웹페이지, 앱 등

- 소비자
 - 사업자들이 생산하거나 제공하는 상품등을 사용하거나 이용하는 자를 말한다.
- 소비자 오인성
 - 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있음을 의미하며, 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 한다.
- 거래질서 저해성
 - 부당한 표시·광고에 의해 소비자가 오인으로 잘못된 선택권을 행사하고, 이로 인해 경쟁사업자의 고객을 빼앗는 등 시장에서의 공정한 거래질서를 저해할 우려를 의미한다.

1.2 위법성 판단기준

※ 다음의 세가지 요건을 모두 충족하면 부당한 표시·광고로 허위성 입증은 사업자가 부담한다.

- 진실성(진실에 부합하지 않을 것, 허위성)
 - 거짓 내지 허위는 그 내용이 객관적 사실에 부합하지 않으면서 **소비자의 구매의사결정에 실질적으로**

영향을 미치는 정도에 이르는 상태를 의미한다.

- 연구 조사자료 등 실증자료, 통계자료 등 객관적 자료 등 기초로 판단한다.
- 광고 당시를 기준으로 판단한다(사후에 시정 또는 정정하더라도 법위반에 해당).
- 고의뿐만 아니라, 과실이 없는 경우(오시공이나 단순실수라도 법위반에 해당)에도 책임을 진다.

○ 소비자 오인성

- 광고내용의 전후 맥락과 광고 전체내용상 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 사업자나 상품에 대해 그릇된 정보나 사실과 다른 인식을 가질 우려가 기준이 된다.
- 오인유발의 주관적 기준, 즉 표시광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적 · 궁극적 인상을 기준으로 객관적으로 판단한다.

○ 공정거래 저해성

- 경쟁자를 방해하거나 배제할 우려가 있는 등 시장의 경쟁질서를 왜곡하고,
- 소비자의 합리적 선택을 방해하여 상품선택을 왜곡시킴으로써 자기와 거래하도록 만드는 행위를 말한다.

2. 부당한 표시·광고의 유형

2.1 허위(거짓)·과장 표시·광고

(1) 판단기준

- 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위를 말한다.

(2) 법 위반 유형

- 사업자는 NET 인증을 획득하거나 NET 신기술 인증을 받은 사실이 없음에도, 신문 및 홈페이지 등에 자사의 LED 형광램프를 NET 인증을 획득하거나 받은 것으로 광고
- 합리적인 근거나 객관적인 자료 없이 인증마크를 받은 것처럼 사실과 다르게 광고

(3) 그린워싱 관련 법위반 유형

- ① 실제 환경적 속성 또는 효능이 개선되는 효과가 거의 없음에도 불구하고 개선 효과가 있는 것으로 표시·광고하는 행위
 - ② 환경 관련 수상·인증·선정·특허 등을 획득한 사실이 없음에도 획득한 것처럼 또는 사실과 다르게 과장하는 행위
 - ③ 환경 관련 인증마크를 무단으로 사용하거나 획득 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
 - ④ 표시·광고 대상 상품과 관련성이 없는 환경 관련 기업인증, 경영인증 등을 해당 상품과 관련된 인증으로 표시·광고하는 행위 등
- 휘발성유기화합물(VOCs) 한 가지 사항만 미검출된 접착제의 시험성적서를 가지고 “친환경”, “무독성” 등 포괄적·절대적인 표현을 사용하여 표시·광고
 - 해당 제품이 모든 경우에 환경오염과 무관하거나, 독성물질을 노출하거나 포함하지 않는다고 소비자가 오인할 수 있으므로 ‘휘발성유기화합물 미검출 제품’이라고 사실 그대로 표시·광고할 필요가 있다.

〈허위 과장 표시·광고에 대한 공정위 제재 사례〉

공정거래위원회는 알리익스프레스에 입점한 알리바바 계열사가 **한 번도 판매된 적 없는 가격을 할인 전 가격으로 표기하고 이를 기준으로 과장되게 할인율을 계산한 것을 거짓·과장 광고에 해당한다고 보아 과징금 20억 9,300만 원을 부과하였습니다.**

「부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시(공정거래위원회고시)」

- 상품을 할인 판매하면서 허위의 중전거래가격을 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고에 해당
* 중전거래가격? 과거 20일 동안 실제 판매가 중 최저가격

상품명 : 깨끗한 세탁기 (WMLT2545681)



정상가 : ₩ 650,000

₩ 130,000
(80% 할인)

오늘만 특가 세일!

그 외에도 최근 한 화장품 업체가 9만 5,000원 짜리 화장품을 850원에 판매하여 주목을 받았는데요(링크), 만약 해당 업체가 과거 20일 동안 한 번도 화장품을 9만 5,000원에 판매한 적이 없었다면 역시 부당한 표시·광고에 해당할 가능성이 있습니다. **각 사 사업부에서는 할인 프로모션 진행시 택가가 아닌 과거 20일 동안 실제로 판매된 적 있었던 가격을 정상가격으로 표시하시고, 소비자가 조금이라도 오해할 소지가 있는 표시·광고는 삼가하여 주시기 바랍니다.**

2.2 기만적인 표시·광고

(1) 판단기준

- 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미치는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고(기만적인 광고: 기만성, 소비자오인성 및 공정거래저해성을 모두 충족하는 광고)
 - 은폐: 지나치게 작은 글씨로 표기하거나 지나치게 짧은 시간을 할애하는 등 소비자가 현실적으로 인식하기 어렵게 표시·광고하는 것
 - 축소: 표시 또는 설명은 하였으나 지나치게 생략된 설명을 제공하는 등의 방법으로 보통의 주의력을 가진 소비자가 이를 사실대로 인식하기 어렵게 표시·광고하는 것
 - 누락: 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용의 전부 또는 일부를 소비자가 인식하지 못하도록 당초부터 아예 밝히지 않거나 빠뜨리는 것
- *기만적인 표시·광고 심사지침 개정('25.10.30. 시행) : (i) 소비자 안전 관련 중요 정보,
(ii) 경제적 대가를 받은 추천·소개 정보의 은폐·누락을 기만적 표시·광고 유형으로 추가

(2) 범위반 유형

- 경품행사를 광고하면서 주민등록번호/휴대전화번호 등 응모자의 개인정보를 수집하여 보험회사에 제공하는 것에 동의하여야만 경품행사에 응모할 수 있다는 것을 기재하지 않은 경우
- 제품판매광고를 하면서 가격이 저렴하다는 사실을 강조할 뿐 자기가 판매하는 제품이 중고품이라는 사실을 적시하지 않은 경우
- '유해 물질의 99.99%, 99.97% 등 제거'라는 제품의 성능(제품의 실제 성능을 정확히 알리기 위한 제한사항이 상세히 표기되지 않은 이상 광고의 기만성이 인정됨)
- 일부 상품은 이월상품임에도 그러한 사실을 알리지 않은 채, 신상품과 동일하게 전시하여 판매한 경우

(3) 그린워싱 관련 범위반 유형

- ① 환경적 속성 또는 효능에 관한 정보가 상품 또는 포장재 중 구체적으로 어디에 관한 것인지 표기하지 않거나 그 정보의 전부 또는 일부를 누락, 은폐, 축소시키는 행위
- ② 해당 상품에 포함될 가능성이 거의 없는 유해한 성분·특성이 존재하지 않는 점을 들어 환경적 속성 또는 효능이 개선된 것으로 표시·광고하는 행위
- ③ 관련 법률에 따라 의무적으로 준수하는 사항을 환경적 속성 또는 효능을 개선한 것으로 표시·

광고하는 행위

- ④ 상품을 구성하는 일부 자재·원료의 환경적 속성 또는 효능이 개선되었더라도 상품 전체의 환경성이 개선되지 않은 경우, 일부 자재·원료의 환경적 속성 또는 효능이 개선된 것을 근거로 상품 전체의 환경성이 개선된 것으로 표시·광고하는 행위
- ⑤ 기업자가마크를 법정인증마크 또는 업계자율마크와 유사하게 디자인하여 오인될 소지가 있도록 표시·광고하는 행위 등
- 침대(헤드레스트, 프레임, 매트리스로 구성)의 매트리스 부분에 대해서만 친환경 인증을 받았음에도 이러한 사실을 밝히지 않고 제품 전체에 대해 인증받은 것처럼 “친환경 침대”라고 광고한 경우

〈부당한 표시·광고에 대한 공정위 제재 사례〉

인터넷 강의 업체인 M사와 C사는 인터넷 강의 상품을 판매하면서 “마지막 구매 기회, 특별판매 마감임박” 또는 “마감 하루 전 ○○기 모집기간까지 남은 시간 01day 01:51:10”의 표현을 사용하여 광고(일명 ‘기간한정판매광고’)를 하면서도, 실제로는 마감 시간이 경과한 후에도 일주일 간격으로 동일한 가격·구성의 상품 판매를 반복하였습니다.

이에 공정거래위원회(이하 ‘공정위’)는 “공정한 마감일이 경과한 후에도 동일한 상품 판매를 반복적으로 광고한 것은 거짓·과장 광고”이며, “디지털타이머를 게시하여 소비자에게 마감 전 구매 결정의 강한 인상을 지속적으로 전달하는 것은 기만적 광고”라며 **시정명령 및 과징금(M사 2억5,000만원, C사 5억100만원)**을 부과하였습니다.

부당한 표시·광고	소비자를 속이거나 소비자가 잘못 알게 할 우려가 있는 표시나 광고 행위 (표시광고법 제3조 제1항) - 거짓·과장 광고(1호), 기만적 광고(2호)가 이에 해당
------------------	--

최근 공정위의 부당한 광고행위에 대한 제재 사례가 증가하고 있습니다. 각 사에서는 거짓·과장 또는 기만적 기간한정판매광고를 진행하고 있지는 않는지 점검해 볼 필요가 있으며, 부당한 표시·광고 행위로서 소비자의 이익을 부당하게 침해하는 일이 없도록 각별히 유의하시기 바랍니다.

2.3 부당 비교 표시·광고

(1) 판단기준

- 비교대상 및 기준을 명시하지 아니하거나, 객관적 근거 없이 자기의 상품과 경쟁사의 상품을 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고
 - 비교대상, 비교기준이 명확하고, 비교내용 및 방법이 적정해야 함
 - 객관적 근거 있는 비교광고는 소비자후생 증진되므로 장려함

(2) 범위반 유형

① 비교대상 관련

- 비교대상인 상품이 자기의 상품과 용량, 크기, 생산시기, 등급, 특성 등에 차이가 있어 거래통념상 동등한 것으로 인정되지 아니하는 경우
- 비교대상을 밝히지 않은 채 자신의 제품이 경쟁 제품보다 우월하다고 표시·광고하였으나, 실제 비교대상인 제품이 가격·품질·성능·소비자인지도 등에 있어 경쟁 제품으로 보기 어려운 경우

② 비교기준 관련

- 가격, 성능, 품질, 판매량, 서비스내용 등의 비교기준이 자기의 상품과 다른 사업자의 상품 간에 서로 다른 조건, 기간, 환경 등 동일하지 아니한 기준에 의하여 비교하는 경우
- 표시·광고에 나타나지 아니한 사항이 당해 표시·광고상 비교기준과 불가분의 직접적 관계에 있어 소비자의 선택에 중대한 영향을 미치는 사항임에도 불구하고, 이를 명시하지 아니하는 경우

③ 비교내용 관련

- 자기의 상품에 대하여 허위·과장된 성능, 품질 등을 제시하거나 아니면 다른 사업자의 상품에 대해서 허위·과장된 성능, 품질 등을 제시하여 비교 표시·광고를 하는 경우
- 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·광고하는 경우

④ 비교방법 관련

- 특정항목, 특정조건 등에서의 비교결과를 근거로 전체적인 우수성을 주장하는 경우
- 시험·조사결과를 인용하는 경우에 시험·조사 결과를 왜곡하여 자기의 상품이 우수한 것처럼 표시·광고하는 경우

(3) 그린워싱 관련 법위반 유형

- ① 환경적 속성 또는 효능에 대해 비교 대상에 대한 구체적인 설명이 없거나 비교 대상과 동일한 조건하에서 비교하지 않고 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
- ② 환경 관련 표시·광고에서 소비자 선택에 중대한 영향을 미치는 기준임에도 불구하고 구체적인 비교 내용 또는 기준을 명시하지 않아 소비자를 속이거나 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
- ③ 사업자가 공급하는 상품이 경쟁사의 상품보다 환경적 속성 또는 효능이 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하여 구체적인 범위를 명시하지 않거나 객관적 근거 없이 ‘최대’, ‘최초’ 또는 ‘유일’ 등 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하는 행위
- ④ 그 밖에 환경적 속성 또는 효능에 관한 사실과 다른 내용 등을 비교하여 소비자 오인성을 유발하는 행위 등

2.4 비방 표시·광고

(1) 판단기준

- 경쟁사업자의 상품 또는 경쟁사업자를 객관적 근거 없이 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것을 말한다.
- 사실에 기초하여 비교하는 형식의 표시·광고라고 하여도 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품에 대한 중대한 이미지 훼손에 이르는 등 표시·광고의 전체 내용이 전달하는 바가 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품이 실제보다 현저히 열등 또는 불리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 한다면 이는 비방적인 표시·광고에 해당한다.

(2) 그린워싱 관련 법위반 유형

- ① 환경적 속성 또는 효능에 관한 구체적인 비교 기준 근거를 제시하지 않은 채 타사 상품에 관하여 비방하는 행위
- ② 타사 상품의 환경적 속성 또는 효능에 관한 단점을 부각시켜 실제보다 현저히 열등하거나 불리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비방하는 행위
- ③ 타사 상품에 대한 환경적 속성 또는 효능 정보를 은폐, 누락, 축소시켜 비방하는 행위 등

2.5 가구제조업의 중요정보 표시 사항

(1) 적용범위

- 소파, 장롱, 탁자, 침대 등 가구제품을 제조·판매하는 사업자에 대해 적용한다.

(2) 중요정보 항목

- 표시대상 중요정보 항목 : 환불·교환 가능여부 및 환불·교환 기준
- 광고대상 중요정보 항목 : 해당사항 없음

(3) 표시 장소

- 제품 자체, 포장용기(제품이 보이지 않는 경우에는 포장용기에 표시) 중 한 곳에 표시하여야 한다.

3. 인터넷 광고시 표시·광고 관련 규제 내용

3.1 인터넷 광고 일반원칙

- 인터넷 광고와 관련된 사실에 변화가 있는 경우에는 즉시 해당 광고를 수정하여야 함(최신성)
 - 부당성은 사업자가 광고내용을 변경된 사실에 부합하게 수정하였는지 여부, 수정한 시기 등을 고려하여 판단한다.
- 인터넷 광고와 관련하여 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용을 가능한 한 하나의 인터넷 페이지에서 제공하여야 한다.
 - 부당성은 주된 광고가 포함된 인터넷 페이지를 중심으로 판단한다.

3.2 부당한 인터넷 광고의 유형

(1) 배너광고, 팝업·팝언더 광고 등

- 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용을 해당 배너광고 등 또는 이와 연결된 인터넷 페이지에서 은폐 또는 축소하는 등 구체적으로 명시하지 않은 경우 등

(2) 이용후기 광고

- 사업자가 자기의 인터넷 홈페이지 등에 게시된 소비자의 이용후기 중 자기에게 불리한 내용을 합리적인 이유 없이 삭제하거나 비공개 처리하는 경우 등

〈인스타그램 이용후기 광고 제재 사례〉

[사실관계]

화장품, 소형가전제품, 다이어트 보조제 3개 분야 7개 판매 사업자들은 인플루언서에게 판매 상품을 소개/추천하는 내용의 게시물을 인스타그램에 작성해 줄 것을 요청, 그에 대한 대가(총 11억 5,000만원)지급, 사업자들은 인플루언서에게 게시물에 반드시 포함할 해시태그, 사진구도 등을 제시 및 게시물 작성 요청, 인플루언서들은 인스타그램 계정에 해당 상품을 소개/추천하는 내용의 게시물을 대가 지급 사실의 표기 없이 작성

[공정위 판단]

공정위는 7개 사업자가 인스타그램에 대가를 지급받은 인플루언서를 통해 광고하면서 이와 같은 사

실을 밝히지 않은 행위는 소비자를 기만하는 부당한 광고에 해당한다고 판단하였으며, 시정명령(향후 금지명령), 공표명령, 과징금(총 2억 6,900만원)을 부과하였음

※ 모바일 중심 SNS인 인스타그램에서 이루어진 대가 미표시 행위에 대한 최초 법 집행

(3) 검색광고

- 사업자가 자기 또는 자기가 취급하고 있는 상품과 관련하여 거짓 또는 과장된 검색어를 통해 광고를 하는 경우
- 인터넷 포털사이트를 운영하는 사업자 또는 검색광고를 대행하는 사업자 등이 광고주가 아니더라도 관련법에 의해 허용되지 않는 것이 명백한 표현 등의 검색어를 사업자에게 지속적으로 노출시키거나, 인터넷 포털사이트 등에 나타난 검색결과가 광고라는 것을 명시하지 않아 마치 검색광고에 나타난 특정 사업자의 인터넷 홈페이지 등이 검색어와 관련한 인기 인터넷사이트인 것처럼 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우 등

(4) 기타

- 소비자가 사업자의 인터넷 홈페이지에서 광고와 관련된 구체적인 사실이나 내용을 확인할 때 실시간 상담창이 마우스 포인터를 지속적으로 따라오게 하는 등 소비자의 주의를 분산시키는 방법으로 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용을 확인하기 어렵게 하는 경우

4. 추천·보증 등에 따른 표시·광고

4.1. 추천·보증의 개념

- 광고주의 의견이 아닌 제3자의 독자적인 의견으로 인식될 수 있는 다음의 내용이 음성, 문자, 도형(서명, 도장 등), 사진, 영상 등으로 표현되어 있는 것
 - 본인의 사용 경험 또는 체험 등에 근거하여 당해 상품을 효능, 효과, 성능 등의 면에서 좋은 상품으로 인정·평가하거나 당해 상품 또는 용역의 구매·사용 등을 권장하는 내용
 - 전문가, 단체 등이 당해 상품을 효능, 효과, 성능 등의 면에서 좋은 상품이라고 알리거나 일반 소비자에게 당해 상품의 구매·사용 등을 권장하는 내용
- ※ 추천·보증인이 광고주와의 경제적 이해관계에 따라 직접 소비자에게 추천·보증 등의 형태로 하는 표시·광고를 포함(이른바 “뒷광고”)

4.2 판단기준

(1) 소비자의 추천·보증

- 소비자가 특정 상품을 사용해 본 경험적 사실에 근거하여 해당 상품을 추천·보증 등을 하는 내용이 표시·광고에 포함된 경우에는 동 소비자가 당해 상품을 실제로 사용해 보았어야 하고 표시·광고상에 표현된 추천·보증 등의 내용이 실제 발생한 경험적 사실에 부합하는 것이어야 함
- 인터넷 블로그, 카페, SNS 또는 포털사이트의 문답식 서비스 등에 특정 화장품을 추천하면서 당해 상품을 실제로 구입해 사용해본 사실이 없음에도 이용후기 또는 사진을 올려 마치 실제 사용한 것처럼 게재하는 경우

(2) 유명인의 추천·보증

- 유명인이 SNS 등을 통하여 특정 상품을 의도적으로 노출시키거나 특정 브랜드 또는 상품명을

언급하거나 해당 상품의 정보를 확인할 수 있는 사이트를 링크하는 것은 해당 상품을 추천·보증하는 것으로 볼 수 있다.

(3) 전문가의 추천·보증

- 표시·광고내용의 전체 의미상 전문가로 인식될 수 있는 자의 판단이 추천·보증 등의 형식으로 표시·광고에 포함된 경우에는 당해 추천·보증인이 추천·보증 등을 한 내용에 대해 실제 전문지식을 보유하고 있어야 하고 표시·광고상 표현된 추천·보증 등의 내용이 해당 추천·보증인의 판단내용에 부합하는 것이어야 한다.
- 광고에서 어떤 상품에 대한 전문가의 추천서를 소개하고 있으나, 당해 상품과 관련성이 없는 다른 분야 전문가의 추천서인 경우

(4) 단체·기관의 추천·보증

- 단체·기관 명의의 권장·권유 등을 내용으로 하는 추천·보증 등이 표시·광고에 포함된 경우에는 당해 단체·기관이 해당 상품이나 용역의 품질·성능에 대한 평가를 할 수 있는 지위에 있고 추천·보증 등의 내용이 단체·기관의 공식의사를 반영하는 것으로 볼 수 있는 합당한 내부절차를 거친 것으로서 실제 단체·기관의 의사에 부합하는 것이어야 한다.
- 특정 상품을 광고하면서 관련 협회의 추천을 받은 것처럼 표현하였으나, 동 추천이 당해 협회의 내부 의사결정에 따른 추천이 아니라 당해 협회에 소속된 개인이나 일부의 의견인 경우

(5) AI를 활용하여 생성한 가상인물의 추천·보증

- AI로 생성한 가상인물이 추천·보증하는 경우 가상인물임을 표시하고, 가상인물을 표시했음에도 사용경험 또는 체험 등에 근거한 것을 표현될 때 그 내용이 실제 발생한 경험적 사실에 부합하지 않는 경우 부당한 표시·광고에 해당될 수 있다. 가상인물을 공개 할 때, 소비자가 명확하고 쉽게 인식할 수 있는 방식으로 표시하여야 한다.

[참고] 「AI 가상인물을 통한 추천보증 광고」 관련 표시광고법 준수

● ‘AI 가상인물’을 통한 추천·보증 광고 시 표시 문구와 방법

[문자 중심 매체(블로그, 인터넷 카페) 에서의 표시 방법]



- 제목에 [가상인물 포함] 이라는 문구 표시
- 본문에 'AI를 기반으로 생성된 가상인물이 포함된 게시물입니다' 등 문구 표시
- 사진에 [가상인물] 표시

[영상 매체에서의 표시 방법]



- 가상인물과 근접한 위치에 [가상인물] 표시

- 공정위, “시장·독려 모니터링을 실시하여 개정된 심사지침의 원활한 안착 유도할 예정” 이라고 밝힘

4.3 경제적 이해관계 공개의 원칙

(1) 원칙

- 광고주와 추천·보증인과의 사이에 추천·보증 등의 내용이나 신뢰도 등에 영향을 미칠 수 있는 경제적 이해관계가 존재하는 경우에는 광고주 또는 추천·보증인은 이러한 경제적 이해관계를 공개하여야 한다.
- 소비자가 쉽게 찾을 수 있도록 추천·보증 등의 내용과 근접한 위치에 표시
- 적절한 문자 크기, 색상 등을 사용하여 소비자들이 쉽게 인식할 수 있는 형태로 표현
- 금전적 지원, 할인, 협찬 등 경제적 이해 관계의 내용을 소비자가 이해하기 쉽도록 명확하게 표시
- 추천·보증 등의 내용과 동일한 언어로 표시

(2) SNS 매체별로 공개방식과 예시

- ① 블로그, 인터넷 카페 등 문자를 주로 활용한 추천·보증
 - 표시 문구는 게재물의 첫 부분 또는 끝 부분에 본문과 구분되도록 게재하며, ‘더보기’ 등 추가적인 행위를 요하지 않도록 한다.
- ② 인스타그램 등 사진을 활용한 추천·보증
 - 사진 내에 표시하되, 사진과 본문이 연결되어 소비자가 쉽게 인식할 수 있는 경우에는 본문의 첫 부분 또는 첫 번째 해시태그에 표시할 수 있다.
- ③ 유튜브 등 동영상을 활용한 추천·보증
 - 표시 문구가 명확히 구분되도록 게시물 제목 또는 시작 부분과 끝부분에 삽입하고, 방송의 일부만을 시청하는 소비자도 경제적 이해 관계의 존재를 쉽게 인식할 수 있도록 반복적으로 표시함
- ④ 아프리카TV 등 실시간 방송을 활용한 추천·보증
 - 동영상의 방식을 따르되, 실시간으로 자막 삽입 등을 할 수 없는 경우 음성을 통하여 표현함
- ⑤ AI 가상인물을 활용한 추천·보증
 - 문자중심 매체에서의 제목 혹은 본문 맨 앞에 [가상인물 포함] 문구를 표시하며, 사진에 표시할 때는 배경과 구분되는 색상으로 가상인물과 근접한 위치에 [가상인물] 표시합니다. 영상매체에서는 배경과 구분되는 색상으로, 가상인물과 근접한 위치에 [가상인물] 표시합니다.

5. 위반시 제재

(1) 시정조치

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

(2) 과징금

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

(3) 임시중지명령

- 의의: 소비자 또는 경쟁사업자에게 중대한 피해를 줄 우려가 있는 부당한 표시·광고에 대하여 정식절차에 의한 시정조치를 하기 전까지 공정거래위원회가 이를 일시 중지토록 하는 제도를 말함.
- 적용 대상: ① 표시·광고행위가 제3조제1항(부당한 표시·광고행위의 금지)의 규정에 위반한다

고 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

- 불복 절차: 임시중지명령에 불복이 있는 자는 그 명령을 받은 날부터 7일 이내에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있음.

(4) 과태료

- 다음 행위자인 사업자는 1억원 이하의 과태료 처분이 내려질 수 있음.
 - 중요사항으로 고시된 표시·광고사항을 표시·광고에 포함시키지 아니한 자
 - 요청받은 실증자료를 공정거래위원회에 제출하지 아니한 자
 - 임시중지명령에 응하지 아니한 자
 - 공정거래위원회 조사 및 의견청취 요구에 정당한 사유없이 출석하지 아니한 자
 - 공정거래위원회에 보고 또는 필요한 자료나 물건을 제출을 하지 아니하거나, 허위로 보고 또는 자료나 물건을 제출한 자
 - 공정거래위원회의 조사를 거부·방해 또는 기피한 자
- 상기와 관련한 법인 또는 임직원 기타 이해관계인에 대하여는 1천만원 이하의 과태료가 부과될 수 있음.

(5) 벌칙

- 다음의 행위자에게 2년 이하의 징역 또는 1억 5,000만원 이하의 벌금
 - 부당한 표시·광고행위를 한 자
 - 다른 사업자 등으로 하여금 부당한 표시·광고행위를 행하게 한 자
 - 공정거래위원회의 시정명령에 응하지 아니한 자
 - 양벌규정에 따라 법인의 대표자나 법인의 종업원이 그 법인의 업무에 관하여 상기의 위반행위를 한 때에는 행위자를 벌하는 외에 그 법인에 대하여도 1억 5,000만원 이하의 벌금형을 부과할 수 있음.

6. 그린워싱 관련 업무상 유의사항

6.1 원료나 자원의 구성에 있어서 유해성 물질의 저감 관련 용어 및 표현 사용시

- 동종의 다른 상품에 비해 인체 또는 환경에 유해한 물질의 함유량 또는 배출량이 적다고 표시·광고하기 위하여 “천연 소재”, “저-“, “에코소재”, “무독성”, “무해성” 표현 등을 사용하면서, 표시·광고에서 주장하는 사실을 객관적으로 실증할 수 없는 경우 또는 그 기능·효능을 발휘하는 주성분을 나타내지 않거나 막연히 표현하는 경우에는 거짓·과장 또는 기만적인 표시·광고에 해당할 수 있다.

6.2 용어 및 표현의 사용시

- 동종의 다른 상품에 비해 “친환경”, “그린”, “웰빙”, “에코”, “지구 -“, “자연친화적”, “무공해”와 같은 포괄적인 용어 및 표현을 사용하여 환경적 속성 또는 효능을 주장하는 표시·광고를 하는 경우, 표현 그 자체로 해석이 가능한 모든 경우에 항상 사실이어야 하며, 그렇지 않은 경우에는 구체적인 근거 및 범주를 한정하여 그 내용을 설명하여야 한다. 만약, 포괄적인 용어나 표현을 사용하여 환경 관련 표시·광고를 하면서 부분적으로만 사실이거나 중요한 사항을 은폐, 누락, 축소하는 경우에는 거짓·과장 또는 기만적인 표시·광고에 해당할 수 있다.

〈그린워싱에 대한 공정위 첫 제재 사례〉



※ 판매 중인 인조가죽 제품에서

무신사(무신사스탠다드)와 신성통상(탑텐)이 화학 섬유로 만든 인조가죽을 친환경 제품인 것처럼 거짓·과장 광고한 사실이 드러나 공정거래위원회(이하 ‘공정위’)로부터 경고 조치를 받았습니다. 무신사와 신성통상은 각 브랜드에서 생산·판매하는 인조가죽 제품이 천연가죽 제품보다 특별히 친환경적이지 않음에도 제품 연관 검색어에 ‘#에코레더’를 표기하거나 ‘환경을 생각하는’, ‘친환경 가치소비’ 등의 문구를 사용하여 제품을 광고하였고, 지난 4월 공정위는 “친환경 여부는 제품 생애주기 전과정(원료-생산-유통-소비-폐기)에서 자연환경에 미치는 영향을 고려하여 판단하여야 한다”며 “인조가죽이 친환경적이지 않음에도 ‘에코’라는 표현을 사용한 것은 그린워싱에 해당한다”고 판단하였습니다.

위 사례는 공정위가 2023년 환경 관련 표시·광고에 관한 심사지침 개정안(이하 ‘심사지침’)을 마련한 후 첫번째 제재 사례라는 점에서 주목할 필요가 있습니다. 각 사에서도 상품 생산·포장 및 홍보·마케팅 등 각 단계에서 사용 중인 표현이 심사지침에 반하지 않는지 점검하고 그린워싱에 해당하지 않도록 유의하여 주시기 바랍니다.

※ 자세한 내용은 2023. 11. 1.자 ‘RE:EARTH상품 그린워싱 관리가이드’ 등 각 사 가이드라인 참조

6.3 환경마크 등의 사용시

- 환경마크는 “법정인증마크”, “업계자율마크”, “기업자가마크”로 구분한다. 사용 기간이 만료된 법정인증마크 또는 업계자율마크를 사용하거나, 인증받은 범위·사유와 다르게 환경마크를 표시·광고에 사용하는 경우에는 거짓·과장 또는 기만적인 표시·광고에 해당할 수 있다.
- 법정인증마크인 환경부의 “환경표지”는 도안 하단에 환경표지 인증서 상에 명시되어 있는 인증사유를 표시하여야 하며, 도안 상단에는 “친환경000”의 형태로 친환경 상품임을 표시해야 한다.
- 법정인증마크인 환경부의 “환경표지” 도안 우측 등의 인증받은 범위나 사유(지역환경오염감소, 유해물질감소 등) 이외의 사실에 대해서도 마치 인증을 받은 것처럼 사실과 다르게 기재하는 경우 거짓·과장 또는 기만적일 수 있다.

6.4 그린워싱 관련 체크리스트

구분	체크리스트	확인
진실성	환경성 주장이 사실이고 그 주장에 부합하는 제품인가?	☐
	이미 발생한 것이나 법률상 의무적인 것 외에도 추가적인 환경적 이점이 있는가?	☐
명확성	환경 관련 표시·광고에 사용된 용어의 의미가 명확한가? 모호한 경우 이에 대해 설명하였는가?	☐
	사용된 문구, 이미지(기호, 사진, 라벨 등)가 적절하고 소비자가 오인할 소지가 없는가?	☐
	타사의 표시·광고와 비교한다면 비교의 근거가 공정하고 합리적인가?	☐
	비교의 내용, 근거, 비교시점, 비교방법 등 필요사항을 사실에 입각하여 명확하게 제시하였는가?	☐

상당성	환경 관련 표시·광고가 실제보다 과장되게 인식될 수 있는가?	☐
실증성	표시·광고하는 내용을 뒷받침하는 증거가 분명하고 탄탄하며, 불분명한 부분 없이 최적의 방식을 통해 검증되었는가?	☐
	환경 관련 표시·광고를 뒷받침하는 정보의 양과 종류가 분명하고 적절한가?	☐
	앞으로의 환경 행위에 대한 주장이 증거와 행위로 입증될 수 있는가?	☐
전과정성	해당 제품의 환경적 효능에 관해 특정 과정(추출, 운송, 제조, 사용, 포장이나 폐기)이나 제품의 특정 부분과 관련지어 구체적으로 설명하였는가?	☐
	제품의 라이프사이클 중 한 부분에 대한 주장이 다른 부분까지 영향을 주는 것처럼 소비자를 오인할 수 있게 하는가?	☐
구체성	표시·광고의 내용이 제품에 대한 것인지, 포장에 대한 것인지, 제품 일 부분에 대한 것인지를 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적으로 밝히고 있는가?	☐
완전성	표시·광고의 내용에 환경 영향에 대해 필요 정보를 누락하거나 숨기지 않았는가?	☐
포괄적 표현	포괄적 환경적 효능에 관해 구체적인 근거가 있는가? 그렇지 않은 경우 입증 가능한 범주를 한정하여 표시·광고하였는가?	☐
	포괄적인 주장 중에 특정 내용을 누락해서 소비자가 오인할 여지가 없는가?	☐

7. 실무 FAQ

Q. A상품 판매 활성화를 위해 “국내 최초”라는 문구를 사용해서 상품을 홍보해도 될까요?

A. “최대”, “최고”, “최초”, “제일”, “유일” 등의 배타성을 띤 절대적 표현의 용어를 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시광고행위는 부당한 표시광고가 됩니다. 다만, 해당 사실을 명백히 입증하거나 객관성이 있는 자료에 의해 절대적 표현이 사실에 부합되는 것으로 판단되고 경쟁사업자 또는 소비자에게 피해를 주지 않는 경우에 한하여 사용 가능합니다.

Q. 할인율의 기준이 되는 ‘중전거래가격’의 기준은 무엇인가요?

A. 과거 20일 내 최저 판매가격입니다.

Q. 에어컨/선풍기 SKU의 90% 이상을 할인 판매하면서 여름 가전 전품목 할인 판매라고 매장 내 표시해도 될까요??

A. 불가합니다. (거짓·과장의 표시광고에 해당)

Q. 경쟁사 제품과 비교하여 자사제품이 더 낫다고 표시해도 될까요?

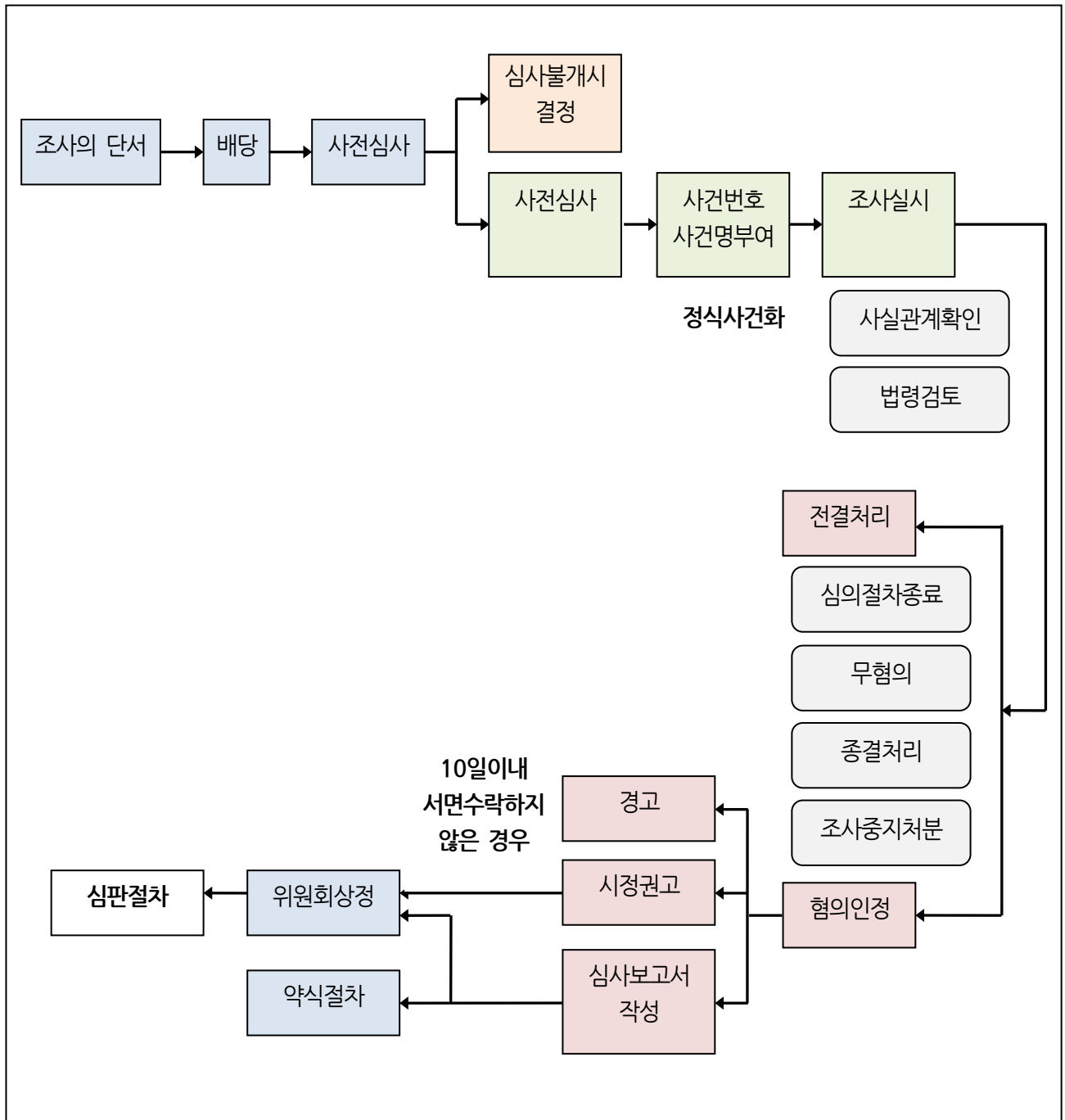
A. 비교대상, 비교기준, 비교 내용 및 방법 등 객관적 근거가 있을 경우, 가능합니다.

Q. 행사 기간이나 수량이 한정된 경우 어떻게 표시해야 할까요?

A. 행사 시작일 및 종료일, 한정 수량을 함께 표시하여야 합니다.

제8절 공정거래법 위반 사건의 처리 절차

1. 공정위 조사절차



1.1 조사 주체

- 조사관리관 소속의 사건조사업무를 담당하는 4개 국(시장감시국/카르텔조사국/기업집단감시국/기업거래결합심사국)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 조사 계획을 세우는 경우에 이뤄집니다.

1.3 배당과 사전심사

- 신고 또는 직권발동에 의해 개시된 개별사건은 담당과정에 의해 개별 조사공무원 (통상 사무관)에게 배당되며,
- 배당받은 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

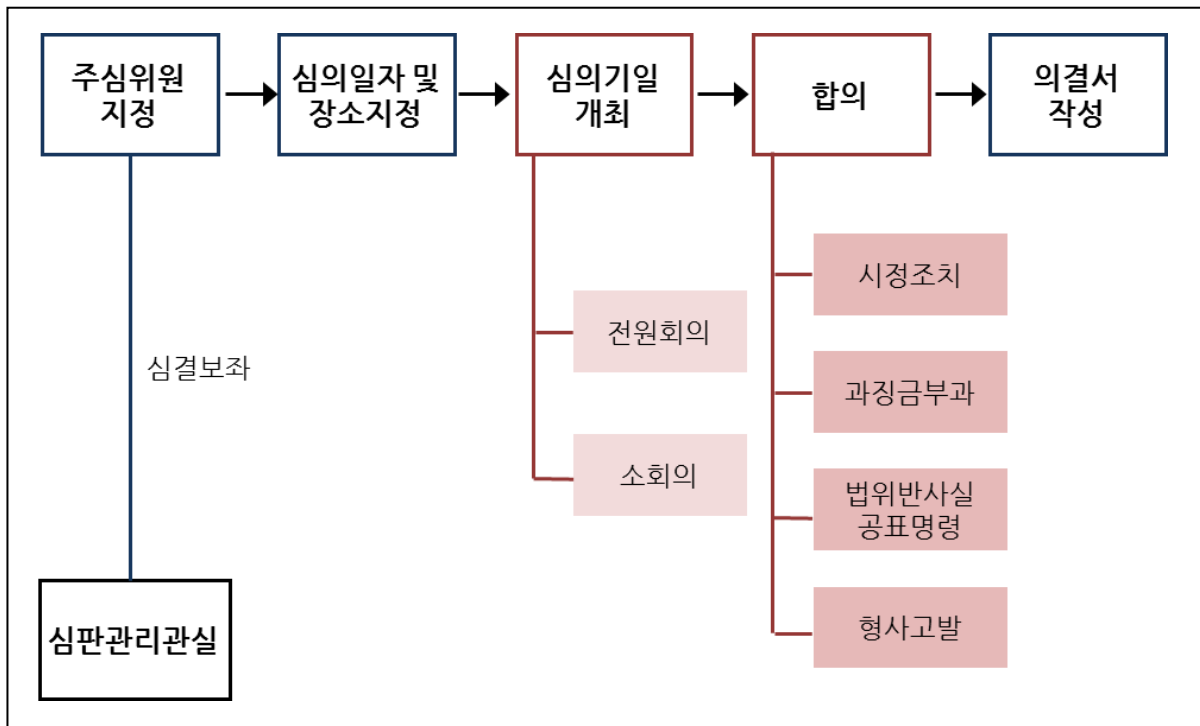
- 사건착수보고가 이뤄지면, 심판관리관실에서 ‘사건번호’와 ‘사건명’(예: 2008공동12 000에 대한 건)을 부여함으로써 정식으로 하나의 조사사건이 되며,
- 이후 조사공무원은 조사권을 발동하여 관련 사실관계를 조사·확인한 후, 이러한 사실관계를 토대로 관련 법령을 적용하여 법 위반 여부를 검토합니다.

1.5 심사보고서 작성 후 심사관의 조치

- **약식절차 회부**
 - 당해 조사사건이 사회의의 소관사항인 경우, 심사관은 심사보고서를 작성한 후 피심인(피조사인)에게 심사보고서에 기재된 행위사실을 인정하고 심사관 조치의견을 수락하는지 여부를 물어 피심인이 이를 수락하면 “약식절차”에 회부하며,
 - 약식절차에 회부된 사건은 위원회 심의 없이 위원들의 서면결의로 처분이 결정되나,
 - ① ‘심사관조치의견에 고발이나 과징금납부명령이 포함된 경우’ 또는 ② ‘피심인이 심사관 조치의견을 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 심판 개시결정)함에 비해, 우리의 경우에는 심사관이 일방적으로 상정할 수 있습니다.
- 심사보고서의 송부 및 의견서 제출 고지
 - 조사사건이 위원회에 상정됨과 동시에, 심사관은 피심인(피조사인)에게 심사보고서를 송부 하면서, 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. 공정위 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, 심결보좌기구 보좌를 받으며,
 - 전원회의 사건에서는 위원장이 임의로 주심위원을 지정합니다.
- 심결보좌는심판관리관실이 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 2시, 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’ · ‘법위반사실 공표명령’ · ‘형사고발’ 등의 “제재수단의 종류와 수준”에 대한 합의를 하며,
 - ‘법위반사실 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

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

3. 공정거래법 위반에 대한 대응절차

3.1 사전예방 대책으로서의 공정거래 자율준수프로그램 도입 및 운영

- 대표적인 공정거래법 위반 사전예방책으로는 공정거래에 관한 자율준수프로그램 (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.

3.2 조사개시 전 단계

(1) 내부적인 조사의 필요

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) 내부적인 조사절차 확정

- 회사 내부 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.

3) 문제가 되는 행위의 확정

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

4) 위법행위에 관련된 직원에 대한 태도 확정

- 조사에 연루된 직원들에 대한 회사의 입장을 결정하여야 합니다. 확실하지 않은 혐의나 증거 때문에 임직원과 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 소송비용, 변호사 선임, 혐의가 있는 직원의 휴직, 휴직 시 임금 지급 문제 등을 고려해 이에 대한 회사의 입장 및 그 논리를 결정하여야 합니다.

(2) 자진신고자 감면정책

- 자진신고자 감면정책의 이용 여부를 사전에 결정해 두는 것이 좋습니다.

3.3 조사개시 후 대책 - 사건의 파악 및 적절한 대응조치

(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.

(2) 사건의 파악 : 사실관계의 파악 및 변호사 선임

1) 사내 자료 보존 및 수집

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

2) 공정거래위원회와의 접촉

- 다음으로 할 일은 사내변호사·자율준수관리자 등을 통해 해당 공정거래위원회와 접촉하는 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) 직원 인터뷰

- 서류를 수집하고 조사하기 이전에라도 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.

4) 비슷한 위치에 있는 회사·개인 접촉

- 또 한가지 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.

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.

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.

4. 공정거래위원회 조사시 행동 요령

4.1 현장조사시

(1) 사전통지가 있는 경우

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

(2) 사전통지가 없는 경우

- 조사관 신분을 확인하고 증표를 제시 할 것을 요구
- 정상적인 영업에 지장을 초래하지 않는 범위내에서 조사가 이루어질 것을 요구
 - 전 직원이 전전공공하며 조사에 매달리는 모습은 불리하게 작용할 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.

4.2 자료제출 요구시

- 제출자료가 무엇을 의미하는지 불분명하다고 판단 시 반드시 담당자에게 확인하며
- 사용되는 용어의 개념이 불명확할 경우에도 마찬가지로입니다.
 - 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
- 회사의 입장 등에 대한 보충설명자료 제출은 신중히 판단하여야 함
- 자료를 성급히 작성하여 제출하는 것은 금물

4.3 출석진술 요구시

- 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 수밖에 없습니다.
 - 특히 용어 사용에 유의할 것(답합, 협의 등)

공정거래 자율준수 편람

발 행 처 롯데하이마트(주) 컴플라이언스팀

발 행 일 2026. 06. 3판 발행

2016. 06. 초판 발행

주 소 서울 강남구 삼성로 156

롯데하이마트 빌딩 3층

전 화 02-2050-5308

홈페이지 www.himart.co.kr