GS리테일 비전

끊임없는 도전으로 고객의 라이프

이노베이션을 선도하는 GS리테일

# 공정거래자율준수편람

2021.05.

GS리테일 대외협력부문

임직원 여러분에게

당사는 지난 1995년 [윤리규범 및 실천지침]을 제정하였으며, 시대상황에 맞게 2021년 현재까지 총 4회의 개정을 통하여 투명한 거래 의지를 지속적으로 대내외에 천명하고 공정거래를 자율적으로 실천해 왔으며, ESG경영을 적극 실천함으로써 단순한 재무적 성과 뿐만 아니라, 장기적 관점에서 사회와 공감하고 지속가능한 가치를 창출하고자 노력하고 있습니다.

이러한 ESG 경영의 일환으로 고객과 협력사의 인식변화, 점차 치열해지는 경쟁환경에서 불평등, 불공정거래를 미연에 방지함으로써
건전한 거래문화를 형성하고 공정성과 투명성을 제고하기 위해 공정거래 자율준수 프로그램을 본격 운영하게 되었습니다.

본 자율준수편람은 당사의 사업과 밀접한 공정거래 관련 법률준수사항을 요약 정리한 것으로서, 임직원 스스로가 언제든지 손쉽게 참고할 수 있도록 함으로써 법 위반을 사전예방하고 자율적으로 법규를 준수할 수 있도록 작성하였습니다.

모쪼록 본 편람을 활용한 컴플라이언스 프로그램을 통해 당사 준법경영이 한층 강화될 수 있도록 임직원 여러분의 적극적인 참여와 지지를 당부드립니다.

2021.05.

자율준수관리자
대외협력부문 이용우 상무

목차

제1편 공정거래법 및 공정거래자율준수프로그램
제1장 공정거래법의 개요와 목적
제2장 공정거래 자율준수 프로그램
제3장 공정거래 법 위반시 제재조치

제2편 사업 연관 공정거래 관련법의 주요내용
제1장 대규모유통업법
제2장 하도급법
제3장 표시광고법
제4장 온라인쇼핑몰사업자의 불공정거래행위 심사지침

# 제1편 공정거래법 개념

## 제1장 공정거래법의 개요와 목적

### 1. 공정거래법이란?

공정거래법은 자유시장 경쟁체제의 기본원리인 사업자간의 자유롭고 공정한 경쟁을 촉진하기 위한 경제활동의 기본질서가 되는 규범으로서 모든 경제활동의 準則(The Rules of Game) 내지는 경제활동의 기본법이라는 의미에서 흔히 경제헌법 이라고 불리어 진다.

### 2. 공정거래법의 목적

사업자의 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호하여 국민경제의 균형있는 발전을 도모하는데 있다.

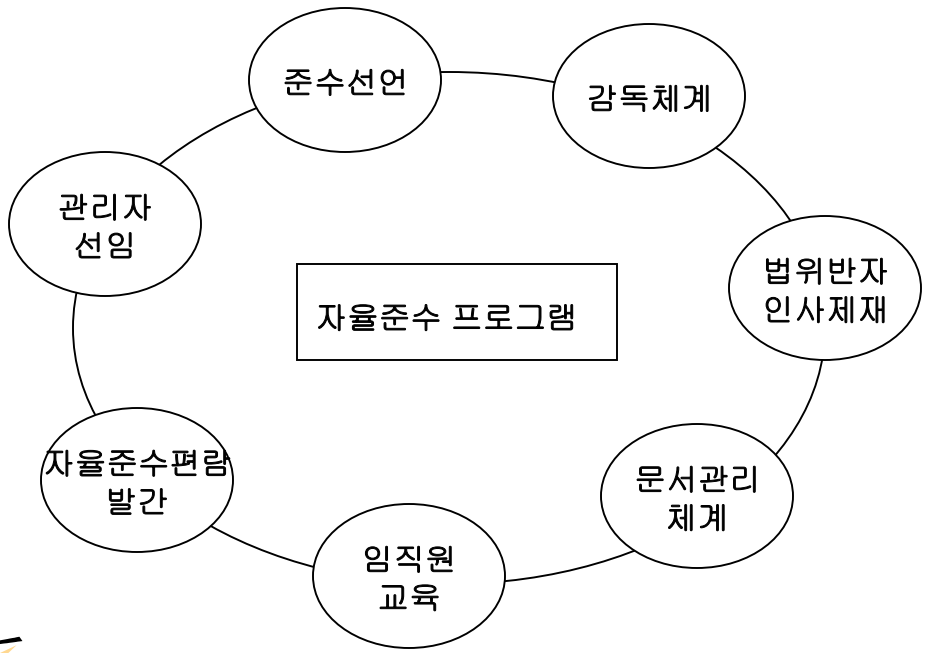
### 3. 공정거래법의 운영

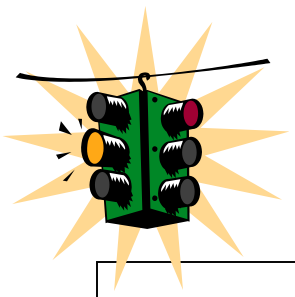
우리나라의 공정거래법 집행기관은 공정거래위원회이다. 공정거래위원회는 합의제 기관으로 국무총리 산하기관인 독립 중앙행정기관이다.

## 제2장 공정거래 자율준수 프로그램

### 자율준수 프로그램의 개요

기업이 자율적으로 공정거래를 준수하기 위하여 필수적으로 요구되는 7가지 핵심 요소, 즉 ①최고경영자 준수방침 선언 ②자율준수관리자선임 ③감독체계(추진조직) 구성 ④법위반자 인사제재규정 운용 ⑤문서관리체계구축 ⑥임직원교육 ⑦자율준수 편람발간의 시스템을 갖추고 자율준수를 위해 기업스스로 운영하는 프로그램.



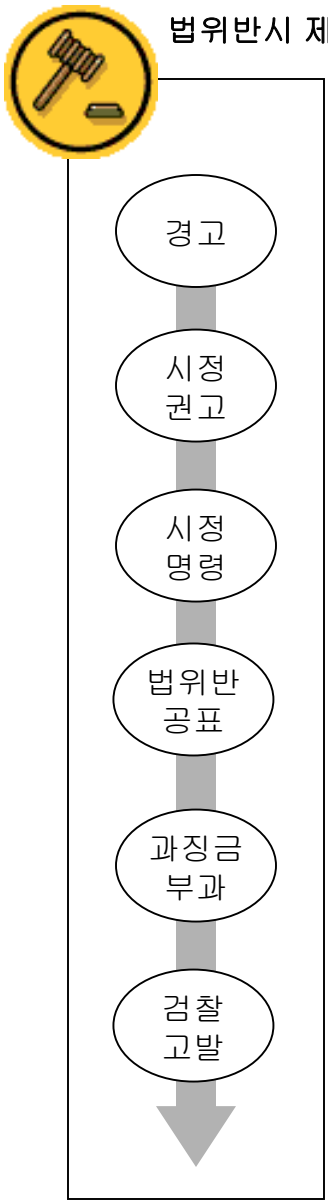



㈜GS리테일의 자율준수 프로그램

㈜GS리테일은 1995년 LG그룹 때부터 윤리규범선포와 더불어 실천지침을 통하여 자율적으로 공정거래를 실천하겠다는 의지를 대내외에 표명하였으며, 2002년 자율준수관리자 임명등 7가지 핵심요소를 운용하는 공정거래 자율준수 프로그램을 도입, 실시함으로써, 공정하고 투명한 경쟁환경을 조성하고 있다

## 제3장 공정거래법 위반시 제재조치(시정조치)

### 법위반시 제재조치




- 법위반 정도가 경미하거나 경쟁제한 효과가 극히 작은 경우
- 위반행위를 스스로 시정하여 제재의 실익이 없는 경우

- 법위반 정도가 경미할 경우 위반행위에 대한 시정조치를 따를 것을 권고하는 제도

- 법위반 행위의 중지명령 또는 시정에 필요한 조치

- 법위반 사실을 신문에 공표하거나 사업장에 게시
- 거래상대방(협력업체등)에게 법위반사실 통지

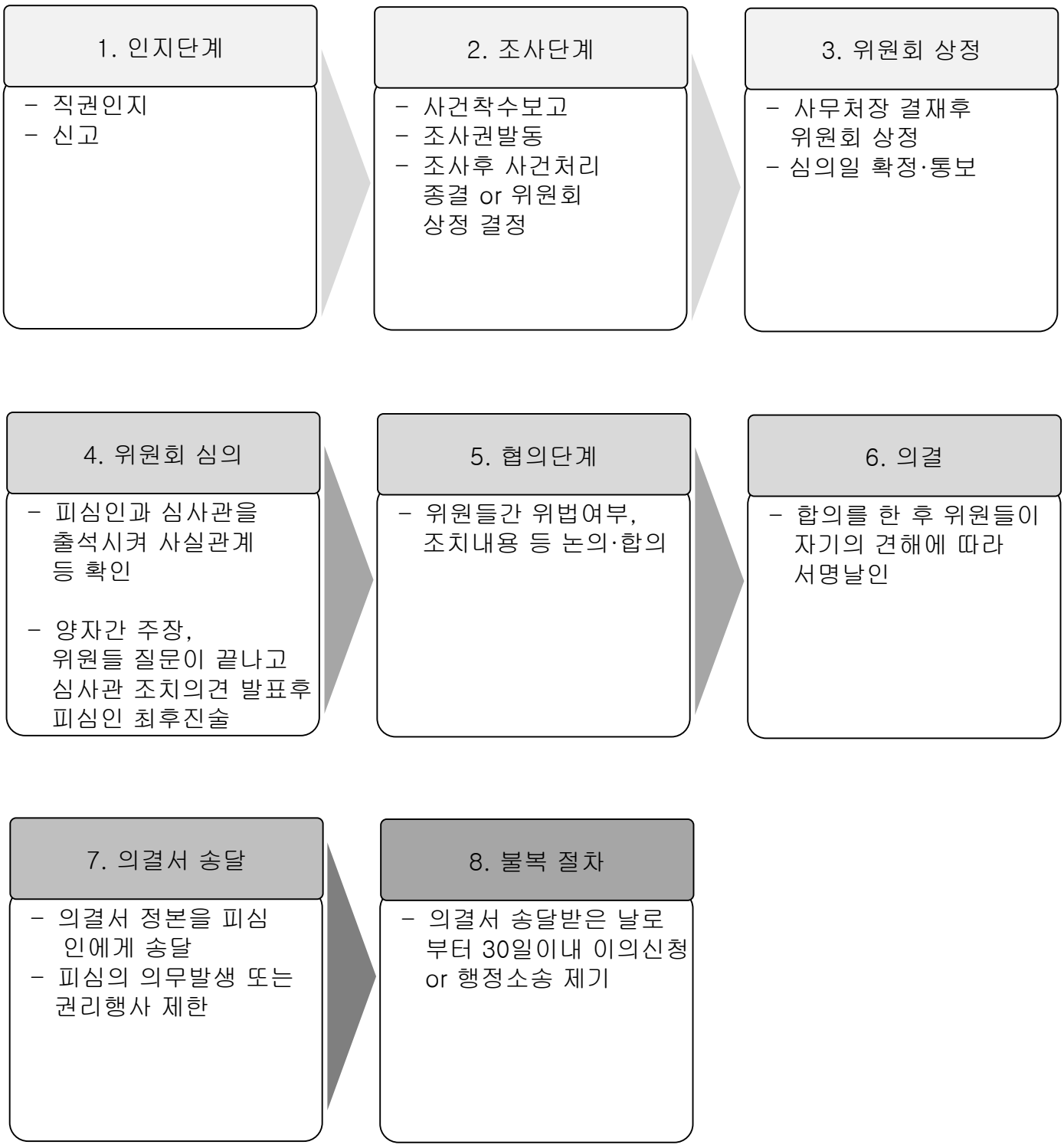
- 법위반 정도에 따라 과징금 부과

- 시정명령 불이행시
- 법위반 정도가 중대한 경우

**☞ 과징금**

행정청이 일정한 행정법상의 의무 위반에 대하여 제재로서 부과하는 금전적 부담을 말함. 공정거래법상 과징금은 부당이득환수 및 행정제재의 두가지 성격을 동시에 가지고 있으며, 과징금 부과기준의 예를 보면, 일반 불공정거래(매출액의 2%이내)/부당한 담합(매출액의 10%이내)/부당내부거래(부당이득의 100%이내)등이며, 각 법위반 행위별로 부과세부기준이 마련되어 있다.

## 제4장 공정거래위원회 사건처리절차



# 제2편 사업 연관 공정거래 관련법 주요내용

## 제1장 대규모유통업법

### 1. 유통업체의 대표적인 규제

대규모유통업법은 유통업체의 대표적인 규제 법률로서 부당한 반품, 판매장려금, 판촉비 전가, 판촉사원파견, 계약서면 지연교부 등을 내용으로 하고 있음

### 2. 규제 대상

3천제곱미터 이상 또는 연매출액 1천억원 이상의 대규모유통업자를 대상으로 하며, 유통업자와 납품업자, 매장임차인과의 거래 및 위·수탁거래 등에서 발생하는 불공정한 거래를 규제 대상으로 함

### 3. 주요 항목별 세부사항

◆ 서면교부/서류보존

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 계약체결한 즉시 동시에 서면 교부<br><br>· 양 당사자 각각 서명 또는 기명날인(전자서명 포함)<br><br>· 서면교부전 제조·주문, 납품할 상품을 위한 설비 장치 준비 요구 금지(유통업자의 서명 또는 기명날인한 서면요구시 가능)<br><br>· 납품업자등과이 계약이 끝난 날부터 5년간 서류보존 | <서면기재사항><br>① 거래형태, 거래품목 및 기간<br>② 납품방법, 납품장소 및 일시<br>③ 상품대금의 지급수단 및 지급시기<br>④ 상품의 반품조건<br>⑤ 매장임차료<br>⑥ 종업원의 파견조건 , 파견비용 분담여부 및 조건<br>⑦ 판매장려금에 관한 조건<br>⑧ 복수 매장이 있는 경우 매장의 위치 및 면적, 매장설비 비용의 분담 여부 및 조건<br><br><보존서류><br>: 계약서면, 상품대금감액, 상품판매 대금지급, 지급이자, 수령거부, 반품, 판촉행사, 종업원파견, 경영정보요구, 설비 비용 보상, 상품권 발생, 매장 변경, 계약변경 관련 서류 |

◆ 상품대금 감액

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| · 납품받은 상품의 대금감액 금지 | - 오손,훼손,하자,주문상품 상이 등 납품업체 귀책사유 등 정당한 사유가 있는 경우, 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간내 감액은 허용 |

◆ 상품판매 대금 지급

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 특약매입거래, 매장임차인의 상품대금 관리, 위수탁거래시 판매마감일로부터 40일 이내 | - 40일 초과시 100분의 40이내에서 공정위가 정하여 고시하는 연체이자율(15.5%)에 따른 이자 지급 |
| - 직매입거래시 상품수령일로부터 60일 이내 | - (상동) |

◆ 상품수령 거부 · 지체 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| · 납품계약체결 후 상품의 전부 또는 일부의 수령 거부 또는 지체 금지 | - 납품업자의 귀책사유로 인한 상품 훼손, 결함, 주문상품 상이 |

◆ 반품 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| · 정당한 사유없이 납품받은 상품의 전부 또는 일부 반품 금지 | - 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 기간 내에 반품하는 경우<br><br>(정당한 사유 추정)<br>①특약매입거래 계약체결시 반품조건 구체 약정하고 서면교부<br>② 위·수탁 거래<br>③ 납품업자 귀책사유로 오손, 훼손, 상품하자<br>④ 주문상품 상이<br>⑤ 유통업자 반품 손실분 부담, 납품업자 반품동의<br>⑥ 계약체결시 반품조건 구체 약정, 서면교부 한 시즌상품 (농·수·축산 제외)<br>⑦ 직매입거래로서 납품업자가 반품으로 인한 직접적 이익의 객관적 자료 첨부하여 자발적으로 반품 요청<br>⑧ 가맹점사업자가 폐업하면서 반품한 상품을 납품업자에게 다시 반품하는 경우(재판매 불가상품 반품 불가)<br>⑨ 그 밖에 직매입거래의 경우로서 상기에 준하는 경우<br><br>*농·수·축산은 검수 및 매입완료 시점부터 2일 이내 반품가능 |

◆ 판촉비용 부담전가 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| · 납품업자와 사전약정 없이 판촉비 부담 금지<br>· 합의서 서면교부<br>· 판촉행사 통한 예상이익 작성<br>· 분담비율 50% 초과 금지 | - 납품업자의 자발적인 요청으로 다른 납품업자와 차별화 되는 행사 진행의 경우 예외 |

◆ 납품업자 등의 종업원 사용금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| ·납품업자의 종업원등의 파견을 받아 매장에서 근무하게 하는 행위 금지 | - 파견조건 서면약정하고 자기 상품의 판매 및 관리 업무에 종사하게 하는 다음의 경우<br>① 유통업자가 인건비, 식비, 교통비 등 제반비용 부담하는 경우<br>② 종업원 파견에 따른 예상이익과 비용 내역 산출근거를 객관적·구체적으로 작성한 서면에 의해 자발적으로 요청한 경우<br>③ 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원 파견<br>④ 특약매입거래의 상시 운영매장에서 상품의 특성상 전문지식이 중요하다고 인정되는 경우 |

◆ 경제적 이익 제공 요구 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| ·정당한 사유없이 납품업자에게 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익 제공 요구 금지 | - 연간기본 거래계약에 판매장려금 약정, (판매장려금은 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 범위 내)<br><약정사항><br>① 판매장려금의 종류 및 명칭<br>② 판매장려금의 지급목적, 지급시기, 지급횟수<br>③ 판매장려금의 비율 또는 액수<br>④ 판매장려금의 결정기준 및 결정절차<br>⑤ 판매장려금의 변경사유, 변경기준 및 변경절차 |

◆ 기타 공정위 정책방향

| 항목별 | 비고(공정위 정책방향) |
|---|---|
| · 물류비<br>· 판매분 매입<br>· 벤더거래 | - 실비정산 방향<br>- 상품별 특별한 사유 없는 경우 금지<br>- 벤더가 납품업체에 불공정거래시 계약갱신 거절 |

## 4. 위반시 제재

| 위반항목 | 행정제재 | 형사제재 |
|---|---|---|
| · 서면교부/서류보존 의무<br>· 상품대금 감액 금지<br>· 상품판매대금지급<br>· 상품수령 거부 지체 금지<br>· 상품의 반품금지<br>· 판촉비용 부당전가 금지<br>· 납품업자 등의 종업원 사용금지<br>· 배타적 거래강요 금지<br>· 경영정보 제공 요구 금지<br>· 경제적 이익제공 요구 금지<br>· 부당한 영업시간 구속 금지<br>· 매장 설비비용의 보상<br>· 불이익 제공행위의 금지<br>· 보복조치의 금지 | - 시정명령, 시정권고<br><br>- 과징금 : 납품대금이나 연간 임대료 2배 이내, 매출액 산정이 곤란한 경우 5억원 이내 | - 배타적 거래강요 금지, 경영정보 제공 요구 금지, 보복조치의 금지, 시정명령 불이행의 경우에만 2년 이하의 징역 또는 1억5천만원 이하의 벌금 |

## 5. 손해배상책임

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 대규모유통업자가 이 법을 위반함으로써 납품업자 등에게 손해를 입힌 경우에는 그 손해에 대하여 배상책임을 짐 (유통업자가 고의과실이 없음을 인정한 경우 제외)<br><br>· 법원은 납품업자등에게 발생한 손해의 3배 이내에서 손해배상액을 정할 수 있음 | <법원의 고려해야 할 사항><br>① 고의 또는 손해배상 우려를 인식하는 정도<br>② 위반행위로 인하여 납품업자등이 입은 피해규모<br>③ 위반행위로 인하여 대규모유통업자가 취득한 경제적 이익<br>④ 위반행위에 따른 벌금 및 과징금<br>⑤ 위반행위의 기간 및 횟수 등<br>⑥ 대규모유통업자의 재산상태<br>⑦ 대규모유통업자의 피해구제의 노력의 정도 |

## 6. 판매장려금 심사지침

### 1) 판매촉진 목적과 관련성

■ 기본원칙 : 해당 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시키는 판매촉진 목적이 있어야 함

| 장려금 항목 | 인정여부 | 근거 |
|---|---|---|
| 기본 장려금 | 불인정 | ▪ 납품업자의 매출증가와 상관없이 상품 매입금액의 일정 비율을 획일적으로 수령<br>▪ 동 판매장려금은 대규모유통업체의 인건비, 점포 유지비 등 일반적 관리목적에도 사용 |
| 성과 장려금 | 인정 | ▪ 대규모유통업자는 다양한 판촉 노력을 통해 당해 상품의 판매(납품)액을 증가시켜야 약정된 목표를 달성할 수 있음 |
| 신상품 입점 장려금 | 인정 | ▪ 신상품이 진열되면 해당 상품에 대한 브랜드 인지도를 향상시키고 고객 접근성을 높임 |
| 매대(진열) 장려금 | 인정 | ▪ 상품을 고객 접근성이 보다 높은 위치에 진열하게 되면 해당 상품에 대한 판매가 촉진될 가능성이 높아져 납품액 증가로 이어질 수 있음 |

### 2) 직매입 거래에 인정되지 아니하는 행위

■ 기본원칙 : 직매입 거래의 속성상 인정되지 아니하는 행위와 관련된 장려금 수령 금지

| 장려금 항목 | 인정여부 | 근거 |
|---|---|---|
| 무반품 장려금 | 불인정 | ▪ 법에서 금지하고 있는 부당반품을 하지 않음을 이유로 수령하는 경제적 이익 |
| 시장판매가격 대응장려금 | 불인정 | ▪ 직매입한 상품의 판매가격을 인하함에 소요되는 비용을 전가 |
| 재고소진 장려금 | 불인정 | ▪ 직매입한 상품에 대한 재고를 소진시키기 위해 행하는 가격할인 등 비용을 전가 |
| 폐점장려금 | 불인정 | ▪ 점포 폐점 시 미 판매 상품을 소진시키기 위해 발생하는 비용을 전가 |

# 제2편 사업 연관 공정거래 관련법 주요내용

## 제2장 하도급법

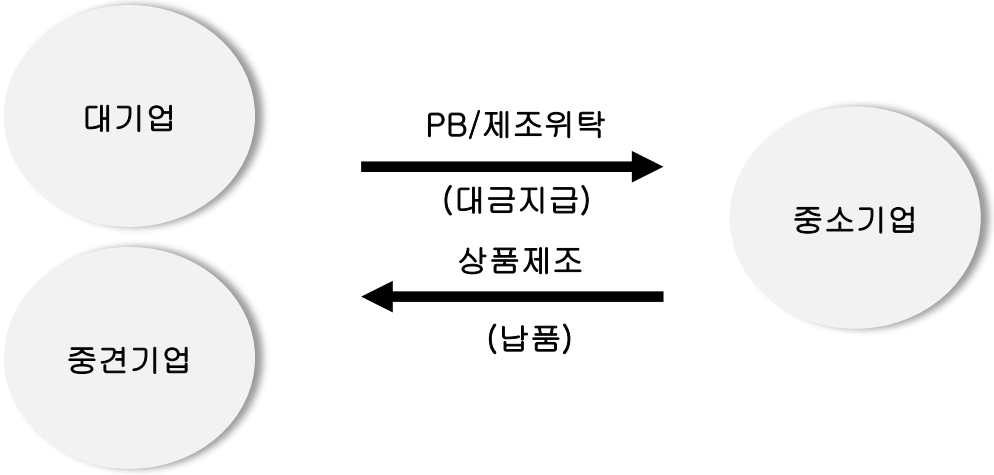
### 1. PB상품 거래 규제

하도급법은 유통업체와 제조업체감 PB거래 및 제조위탁거래를 규제 함

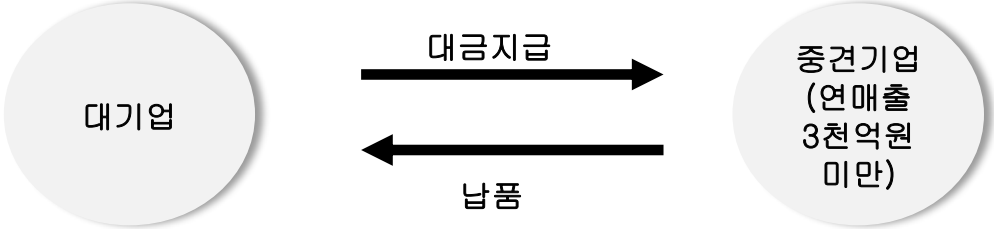
### 2. 규제 대상

유통업자의 PB상품거래 또는 제조위탁 거래중 중소기업과의 거래를 대상으로 함

1) 하도급거래(범용)




2) 하도급거래(중견기업_대금지급 限)




3) 계약관계

3. 주요 항목별 세부 사항

◆ 서면발급

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 제조등의 위탁, 추가·변경위탁을 하는 경우 수급사업자가 물품 납품을 위한 작업을 시작하기 전까지 서면발급해야 함 | <서면기재사항><br>① 위탁일과 수급사어자가 위탁받은 것(목적물등)의 내용<br>② 목적물등을 원사업자에게 납품·인도 또는 제공하는 시기 및 장소<br>③ 목적물등의 검사의 방법 및 시기<br>④ 하도급대금(선급금, 기성금 및 조정된 금액 포함)과 그 지급방법 및 지급기일<br>⑤ 원사업자가 제공하려는 원재료 등의 품명 수량 제공일 대가 및 지급방법과 지급기일<br>⑥ 목적물등의 공급원가 변동에 따른 하도급대금의 조정의 요건, 방법 , 및 절차 |

◆ 서류보존

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 하도급거래에 관한 서면과 서류를 거래가 끝난 날부터 3년간 (기술자료 제공요구 서면은 7년간)보존하여야 함 | <보존서류><br>① 수령증명서<br>② 목적물 등의 검사결과, 검사 종료일<br>③ 하도급대금의 지급일·지급금액 및 지급수단<br>④ 선급금 및 지연이자, 어음할인료, 수수료 및 지연이자의 지급일과 지급금액<br>⑤ 원재료 등을 공제한 경우 원재료등의 내용과 공제일·공제금액<br>⑤-1 하도급대금 감액 관련 서면의 사본<br>⑤-2 기술자료 제공요구 서면의 사본<br>⑥ 하도급대금의 조정 금액 및 사유<br>⑦ 원가변동에 따른 하도급대금조정 신청시 신청 내용 및 협의내용, 그 조정금액 및 조정 사유 |

◆ 부당한 하도급대금 결정 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 부당하게 목적물등과 같거나 유사한 것에 대하여 일반적으로 지급되는 대가보다 낮은 수준으로 하도급대금을 결정하거나 하도급받도록 강요하는 행위 금지 | <부당한 하도급대금의 결정><br>① 정당한 사유없이 일률적인 비율로 단가 인하<br>② 협조요청 등 어떠한 명목으로든 일방적으로 일정금액을 할당한 후 그 금액을 제외<br>③ 정당한 사유없이 특정 수급사업자를 차별 취급<br>④ 발주량 등 거래조건에 대하여 착오를 일으키게 하거나 다른 사람의 견적 또는 거짓견적을 내보이는 등 수급사업자를 속임<br>⑤ 원사업자가 일방적으로 낮은 단가 결정<br>⑥ 수의계약으로 하도급계약을 체결할 때 정당한 사유없이 직접 공사비 항목의 값을 합한 금액보다 낮은 금액으로 결정<br>⑦ 정당한 사유없이 최저가 입찰금액보다 낮은 금액으로 결정<br>⑧ 원사업자의 경영적자, 판매가격 인하 등 수급사업자에게 책임을 돌릴 수 없는 사유로 수급사업자에게 불리하게 결정 |

◆ 부당한 위탁취소 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 제조 등의 위탁을 한 후 수급사업자의 귀책사유가 없는 위탁취소 행위 금지<br><br>① 제조등의 위탁을 임의로 취소하거나 변경하는 행위<br>② 목적물등의 납품등에 대한 수령 또는 인수를 거부하거나 지연하는 행위 | - 원사업자는 목적물등의 납품이 있는 때에는 그 목적물등에 대한 검사 이전이라도 즉시 수령증명서를 수급사업자에게 발급해야 함<br><br>- "수령 " 이란 수급사업자가 납품등을 한 목적물을 받아 사실상 지배하에 두는 것을 말함 |

◆ 검사의 기준,방법 및 시기

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 검사의 기준 및 방법은 원사업자와 수급사업자가 협의하여 객관적이고 공정·타당하게 정해야 함 | - 원시업자는 정당한 사유가 있는 경우 외에는 수급사업자로부터 목적물등을 수령한 날로부터 10일 이내에 검사결과를 수급사업자에게 통지해야 함.(이 기간내에 통지하지 아니한 경우 검사에 합격한 것으로 봄) |

◆ 부당 반품 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 수급사업자의 귀책사유 없으면 그 목적물 등을 수급사업자에게 반품하여서는 아니됨 | <부당반품의 유형><br>①거래 상대방으로부터의 발주취소 또는 경제상황의 변동 등을 이유로 반품<br>② 검사의 기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 목적물등을 부당하게 불합격 판정하여 반품<br>③ 원사업자가 공급한 원재료의 품질 불량으로 인하여 불합격품으로 판정되었음에도 불구하고 반품<br>④ 원사업자의 원재료 공급지연으로 인하여 납기가 지연되었음에도 불구하고 반품하는 행위 |

◆ 감액 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 제조등의 위탁을 할 때 정당한 사유없이 감액하여서는 아니됨<br><br>· 감액할 경우에는 감액사유와 기준 등을 서면교부해야 함 | <감액의 유형><br>① 감액할 조건등을 명시하지 아니하고 위탁 후 협조요청 또는 거래상대방의 발주취소, 경제상황의 변동 등 불합리한 이유로 감액<br>② 단가인하에 대한 합의 성립 전에 위탁한 부분에 대해서도 소급하여 감액<br>③ 하도급대금을 현금으로 지급하거나 지급기일 전에 지급하는 것을 이유로 감액<br>④ 원사업자에 대한 실질적인 손해 발생에 실질적인 영향을 미치지 아니하는 수급사업자의 과오를 이유로 감액 |

◆ 감액 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| | ⑤ 목적물등의 제조·수리·시공, 용역 수행에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 하거나 자기의 장비 등을 사용하게 한 경우 적정한 구매대금 또는 적정한 사용대가 이상의 금액을 공제<br>⑥ 물가나 자재가격 등이 납품시점에 비하여 떨어진 것을 이유로 감액<br>⑦ 경영적자 또는 판매가격 인하 등 불합리한 이유로 부당하게 감액<br>⑧ 고용보험료, 산업안전보건관리비, 그 밖의 경비 등을 부담시키는 행위<br>⑨ 기타 이에 준하는 행위<br><br><감액시 서면기재 사항><br>① 감액 시 그 사유와 기준<br>② 감액의 대상이 되는 목적물등의 물량<br>③ 감액금액<br>④ 공제 등 감액방법<br>⑤ 그 밖에 원사업자의 감액이 정당함을 입증할 수 있는 사항 |

◆ 경제적 이익의 부당요구 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고 |
|---|---|
| · 정당한 사유 없이 수급사업자에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품 용역, 그 밖의 경제적 이익을 제공하도록 하는 행위를 하여서는 아니됨 | - |

◆ 기술자료 제공 요구 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 정당한 사유없이 수급사업자의 기술자료를 본인 또는 제3자에게 제공하도록 요구하여서는 아니됨<br><br>· 정당한 사유로 기술자료 요구시 요구 목적, 비밀유지에 관한 사항,권리귀속 관계, 대가 등의 사항을 수급사업자와 미리 협의하여 정한 후 서면 교부하여야 함<br><br>· 기술자료에 관하여 부당한 행위를 하여서는 아니됨<br>① 자기 또는 제3자를 위하여 사용하는 행위<br>② 제3자에게 제공하는 행위 | <기술자료 요구시 서면 기재사항><br>① 기술자료 제공 요구목적<br>② 비밀유지방법 등 요구대상 기술자료의 비밀유지에 관한 사항<br>③ 요구대상 기술자료와 관련된 권리귀속 관계<br>④ 요구대상 기술자료의 대가 및 대가의 지급방법<br>⑤ 요구대강 기술자료의 명칭 및 범위<br>⑥ 요구일, 제공일 및 제공방법<br>⑥의2 요구대상 기술자료의 사용기간<br>⑥의3 반환 또는 폐기방법<br>⑥의4 반환일 또는 폐기일<br>⑦ 그 밖에 원사업자의 기술자료 제공 요구가 정당함을 입증할 수 있는 사항 |

◆ 하도급 대금의 지급

| 준수해야 할 사항 | 비고(예외 사항) |
|---|---|
| · 목적물등의 수령일(월1회 이상 세금계산서 발행일을 정한 경우 그 정한 날)부터 60일 이내에 하도급대금을 지급해야 함<br><br>· 60일 초과지급 시 연 100분의 40이내에서 공정위가 정하여 고시하는 이자율(15.5%)에 따른 이자를 지급해야 함<br><br>· 연매출액 3천억원 미만의 중견기업에도 동일하게 적용함(수급사업자로 봄) | ① 원사업자와 수급사업자가 대등한 지위에서 지급기일을 정한 것으로 인정되는 경우<br>② 해당 업종의 특수성과 경제여건에 비추어 지급기일이 정당한 것으로 인정되는 경우 |

## ◆ 중소기업기준 _ 중소기업기본법 시행령 별표

주된 업종별 평균매출액등의 중소기업 규모 기준(제3조제1항제1호가목 관련)

| 해당 기업의 주된 업종 | 분류기호 | 규모 기준 |
|---|---|---|
| 1. 의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업 | C14 | 평균매출액등<br>1,500억원 이하 |
| 2. 가죽, 가방 및 신발 제조업 | C15 | |
| 3. 펄프, 종이 및 종이제품 제조업 | C17 | |
| 4. 1차 금속 제조업 | C24 | |
| 5. 전기장비 제조업 | C28 | |
| 6. 가구 제조업 | C32 | |
| 7. 농업, 임업 및 어업 | A | 평균매출액등<br>1,000억원 이하 |
| 8. 광업 | B | |
| 9. 식료품 제조업 | C10 | |
| 10. 담배 제조업 | C12 | |
| 11. 섬유제품 제조업(의복 제조업은 제외한다) | C13 | |
| 12. 목재 및 나무제품 제조업(가구 제조업은 제외한다) | C16 | |
| 13. 코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업 | C19 | |
| 14. 화학물질 및 화학제품 제조업(의약품 제조업은 제외한다) | C20 | |
| 15. 고무제품 및 플라스틱제품 제조업 | C22 | |
| 16. 금속가공제품 제조업(기계 및 가구 제조업은 제외한다) | C25 | |
| 17. 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업 | C26 | |
| 18. 그 밖의 기계 및 장비 제조업 | C29 | |
| 19. 자동차 및 트레일러 제조업 | C30 | |
| 20. 그 밖의 운송장비 제조업 | C31 | |
| 21. 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업 | D | |
| 22. 수도업 | E36 | |
| 23. 건설업 | F | |
| 24. 도매 및 소매업 | G | |
| 25. 음료 제조업 | C11 | 평균매출액등<br>800억원 이하 |
| 26. 인쇄 및 기록매체 복제업 | C18 | |
| 27. 의료용 물질 및 의약품 제조업 | C21 | |
| 28. 비금속 광물제품 제조업 | C23 | |
| 29. 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업 | C27 | |
| 30. 그 밖의 제품 제조업 | C33 | |
| 31. 수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료재생업(수도업은 제외한다) | E<br>(E36 제외) | |
| 32. 운수 및 창고업 | H | |
| 33. 정보통신업 | J | |
| 34. 산업용 기계 및 장비 수리업 | C34 | 평균매출액등<br>600억원 이하 |
| 35. 전문, 과학 및 기술 서비스업 | M | |
| 36. 사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업(임대업은 제외한다) | N<br>(N76 제외) | |
| 37. 보건업 및 사회복지 서비스업 | Q | |
| 38. 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 | R | |
| 39. 수리(修理) 및 기타 개인 서비스업 | S | |
| 40. 숙박 및 음식점업 | I | 평균매출액등<br>400억원 이하 |
| 41. 금융 및 보험업 | K | |
| 42. 부동산업 | L | |
| 43. 임대업 | N76 | |

## ◆ 중견기업기준 _ 하도급법 시행령 별표

주된 업종별 연간매출액(제7조의4 관련)

| 제조등의 위탁을 받는 중견기업의 주된 업종 | 분류기호 | 연간매출액 |
|---|---|---|
| 1. 의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업 | C14 | 3,000억원 |
| 2. 가죽, 가방 및 신발 제조업 | C15 | |
| 3. 펄프, 종이 및 종이제품 제조업 | C17 | |
| 4. 1차 금속 제조업 | C24 | |
| 5. 전기장비 제조업 | C28 | |
| 6. 가구 제조업 | C32 | |
| 7. 농업, 임업 및 어업 | A | 2,000억원 |
| 8. 광업 | B | |
| 9. 식료품 제조업 | C10 | |
| 10. 담배 제조업 | C12 | |
| 11. 섬유제품 제조업(의복 제조업은 제외한다) | C13 | |
| 12. 목재 및 나무제품 제조업(가구 제조업은 제외한다) | C16 | |
| 13. 코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업 | C19 | |
| 14. 화학물질 및 화학제품 제조업(의약품 제조업은 제외한다) | C20 | |
| 15. 고무제품 및 플라스틱제품 제조업 | C22 | |
| 16. 금속가공제품 제조업(기계 및 가구 제조업은 제외한다) | C25 | |
| 17. 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업 | C26 | |
| 18. 그 밖의 기계 및 장비 제조업 | C29 | |
| 19. 자동차 및 트레일러 제조업 | C30 | |
| 20. 그 밖의 운송장비 제조업 | C31 | |
| 21. 전기, 가스, 증기 및 수도사업 | D | |
| 22. 건설업 | F | |
| 23. 도매 및 소매업 | G | |
| 24. 음료 제조업 | C11 | 1,600억원 |
| 25. 인쇄 및 기록매체 복제업 | C18 | |
| 26. 의료용 물질 및 의약품 제조업 | C21 | |
| 27. 비금속 광물제품 제조업 | C23 | |
| 28. 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업 | C27 | |
| 29. 그 밖의 제품 제조업 | C33 | |
| 30. 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업 | E | |
| 31. 운수업 | H | |
| 32. 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업 | J | |
| 33. 전문, 과학 및 기술 서비스업 | M | 1,200억원 |
| 34. 사업시설관리 및 사업지원 서비스업 | N | |
| 35. 보건업 및 사회복지 서비스업 | Q | |

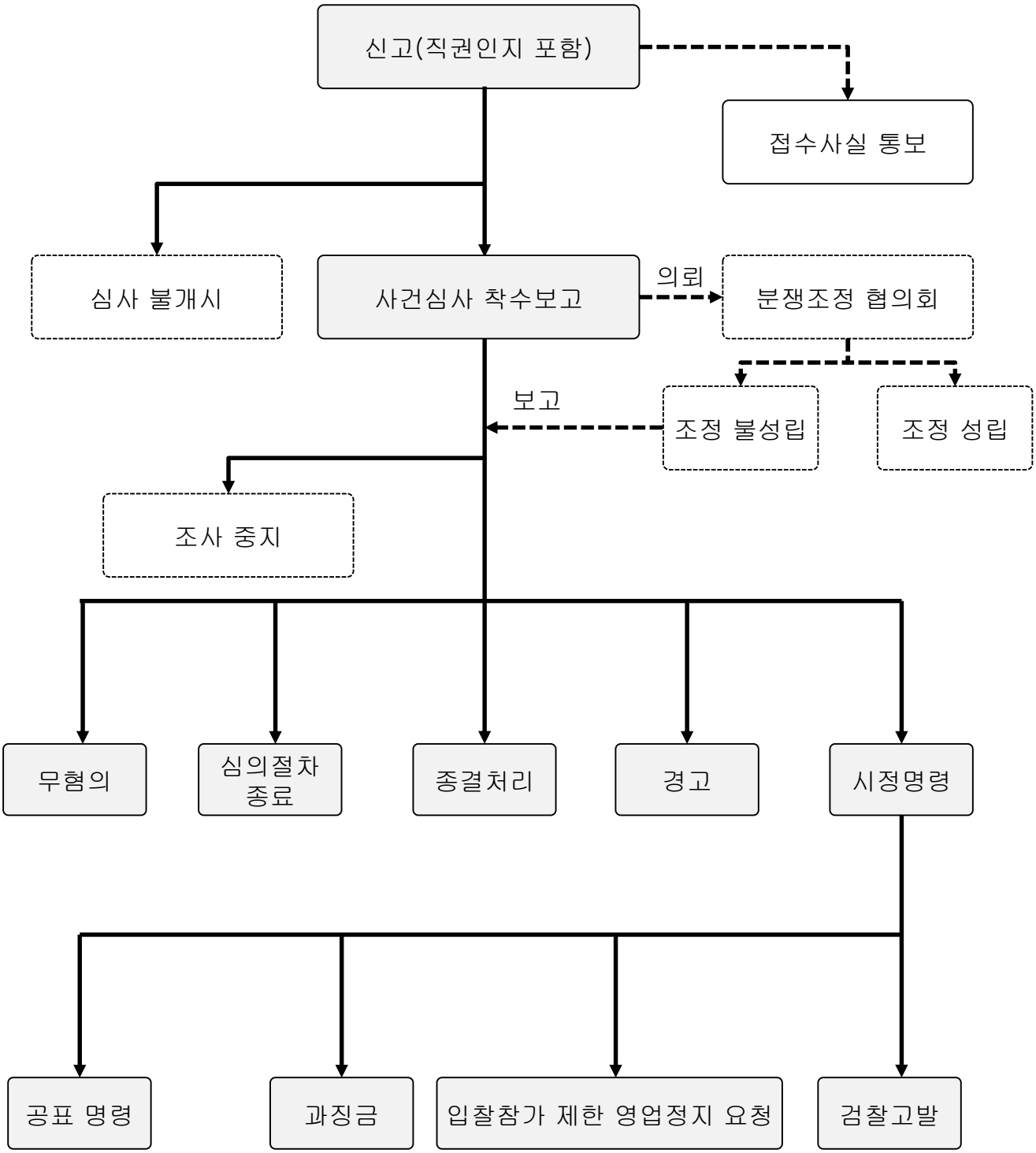
## 4. 위반시 제재

| 위반항목 | 행정제재 | 형사제재 |
|---|---|---|
| · 서면발급/서류의 보존<br>· 부당한 하도급대금의 결정 금지<br>· 물품등의 구매강제 금지<br>· 선급금의 지급<br>· 부당한 위탁취소의 금지<br>· 검사의 기준 방법 및 시기<br>· 부당반품의 금지<br>· 감액 금지<br>· 경제적 이익제공 부당요구 금지<br>· 기술자료 제공 요구 금지<br>· 하도급대금의 지급 등 | - 지급명령, 행위중지명령 등 시정조치, 시정권고<br><br>- 과징금 : 하도급대금의 2배 이내, 매출액 산정이 곤란한 경우 5억원 이내 | - 2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금 (공정거래법 준용사항)<br><br>- 하도급대금의 2배 이내 벌금(하도급법 위반사항) |

## 5. 손해배상책임

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 대규모유통업자가 이 법을 위반함으로써 납품업자 등에게 손해를 입힌 경우에는 그 손해에 대하여 배상책임을 짐 (유통업자가 고의과실이 없음을 인정한 경우 제외)<br><br>· 법원은 납품업자등에게 발생한 손해의 3배 이내에서 손해배상액을 정할 수 있음 | <법원의 고려해야 할 사항><br>① 고의 또는 손해발생 우려를 인식하는 정도<br>② 위반행위로 인하여 수급사업자와 다른 사람이 입은 피해규모<br>③ 위반행위로 인하여 원사업자가 취득한 경제적 이익<br>④ 위반행위에 따른 벌금 및 과징금<br>⑤ 위반행위의 기간 및 횟수 등<br>⑥ 대규모유통업자의 재산상태<br>⑦ 대규모유통업자의 피해구제의 노력의 정도 |

6. 하도급법 위반 처리절차 흐름도



# 제2편 사업 연관 공정거래 관련법 주요내용

## 제3장 표시광고법

### 1. 유통업체, 제조업체 모두 규제

유통업체 뿐만 아니라 제조업체의 표시광고 사항을 규제함

### 2. 규제 대상

허위과장 광고 외에 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 오인의 소지가 있는 사항은 표시광고법 위반으로 규제 함

### 3. 부당한 표시·광고의 금지

소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 다음의 행위를 하거나 다른 사업자 등으로 하여금 이를 행하게 하여서는 아니된다.
가.허위·과장 표시·광고
나.기만적인 표시·광고
다.부당하게 비교하는 표시·광고
라.비방적인 표시·광고

☞ 표시

사업자 또는 사업자단체(이하 "사업자등"이라 한다)가 상품 또는 용역(이하 "상품 등"이라 한다)에 관한 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 소비자에게 알리기 위하여 상품의 용기·포장(첨부물 및 내용물을 포함한다), 사업장 등의 게시물 또는 상품권·회원권·분양권 등 상품등에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자·도형 및 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 말함.
가. 자기 또는 다른 사업자등에 관한 사항
나. 자기 또는 다른 사업자등의 상품등의 내용·거래조건 기타 그 거래에 관한 사항

☞ 광고

사업자등이 상품등에 관한 제1호 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 신문·인터넷신문, 정기간행물, 방송, 전기통신, 그 밖에 대통령령이 정하는 방법으로 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말함

# 5. 부당한 표시·광고의 유형

1)가격
①자기가 공급하는 상품등의 가격을 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
②가격수준을 현저히 초과하여 자기의 희망소매가격을 표시·광고함으로써 자기가 공급하는 상품 등을 상대적으로 저렴하게 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 행위
③자기가 공급하는 상품의 할인 또는 가격인하시 허위의 종전거래가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위
④창업 또는 개업기념 상품할인 판매시에 허위의 시가(실제거래가격)으로 자기의 판매가격을 표시·광고하는 행위
⑤허위의 희망소매가격 등을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위
⑥허위의 경쟁사업자 가격을 자기의 판매가격과 비교하여 표시·광고하는 행위

2)할인판매
①할인 또는 가격인하 판매시 동일조건의 상품이 아니거나 허위의 종전거래가격을 비교기준가격으로 자기의 할인율이나 가격할인율을 산출하여 표시·광고하는 행위
②실제 할인특매하는 가격보다 낮은 가격을 표시·광고하는 행위
③조악상품을 정상적인 상품으로 할인하여 판매하는 것처럼 표시 ·광고하는 행위
④20일이상 실제거래한 적이 없는 가격이나 이미 가격인하된 가격을 종전거래가격으로 표시·광고하는 행위
⑤일부상품 또는 일부매장의 할인특매를 대부분의 상품 또는 대부분의 매장 할인 판매인 것처럼 오인시킬 우려가 있도록 표시·광고하는 행위
⑥할인율이 높은 상품이 일부분인데도 대부분의 상품이 높은 할인율로 판매하는 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위
⑦할인특매기간 중 상당한 재고가 없는 상품에 대하여 재고량이 충분한 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위
⑧할인특매기간 종료후에도 현수막 등 표시 ·광고물을 부착하여 할인특매를 계속하고 있는 것처럼 표시·광고하는 행위
⑨염가판매,점포정리판매를 함에 있어서 할인특매인 것처럼 오인시킬 우려가 있는 종전거래가격을 기준으로 하여 할인율을 표시·광고하는 행위
⑩가격인하판매를 하면서 비교가격의 기준과 인하시점을 명시하지 않는 행위
⑪실제거래가격에는 변동이 없음에도 일정한 기준을 정하여 특정한 가격으로 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고하는 행위
⑫실제와는 달리 한정된 기간이나 한정된 수량만을 판매하는 것으로 표시 · 광고하는 행위
⑬할인특매가 아니면서 소비자에게 그 매장 대부분이 할인특매를 실시하고 있는 것처럼 오인시킬 우려가 있는 것처럼 표시·광고하는 행위

3)원재료,성분
①실제 사용되지 않은 원자재나 성분이 포함된 것처럼 표시 ·광고하는 행위
②실제 사용된 양보다 많이 포함된 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위
③실제는 수입원재료를 사용하지 아니하였음에도 불구하고 수입원재료를 사용한 것처럼 표시·광고하는 행위
④사용된 원재료나 성분이 수입된 것을 완제품이 수입된 것처럼 표시 ·광고하는 행위
⑤부된 원재료나 성분을 가지고 주된 성분인 것처럼 표시·광고하는 행위

4)품질, 성능,효능
①품질 또는 성능이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해 수준에 해당한다고 하거나 당해 수준에 해당하는 것처럼 표시 ·광고하는 행위
②성능이 발휘될 수 있는 판단기준을 명시하지 아니하고 막연히 일정 성능을 발휘한다고 표시·광고하는 행위
③일부 또는 부분에 관련되는 품질 또는 성능을 전체에 관련되는 품질 또는 성능인 것처럼 표시·광고하는 행위
④표시·광고된 상품의 성능이나 효능이 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니하였는데도 불구하고 확실하게 발휘되는 것처럼 표시 ·광고하는 행위

5)규격,용량,수량
①규격이 일정한 기준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해 규격에 해당한다고 하거나 해당하는 것처럼 표시 ·광고하는 행위
②실제 용량 또는 수량과는 다르게 용량 또는 수량을 표시·광고하는 행위
③용량을 실제보다 크게 나타내기 위하여 외형의 크기를 내형의 크기인 것처럼 표시·광고하는 행위

6)제조일자, 유효기간
7)제조방법
8)특징
: 사실과 다르게, 모호하게, 과장하여 표시·광고하는 행위

9)원산지,제조자
①국내에서 제조되었음에도 불구하고 외국문자, 외국어 등으로만 표시·광고함으로써 그 표시·광고된 내용으로 보아서는 국산품인지 수입품인지 식별하기가 불가능하거나 곤란하게 표시 ·광고하는 행위
②외국에서 수입된 상품을 마치 국산품인 것처럼 원산를 사실과 다르게 표시·광고하거나 또는 당해 상품의 원산지와 관계없는 국가의 문자, 국기 등을 사용하여 표시·광고하는 행위
③외국회사와 기술제휴하여 국내에서 생산·판매하는 상품인 경우에 외국 상표나 외국제조회사의 명칭만 표시·광고하고 국내에서 생산된 상품이라는 사실은 표시·광고하지 아니하거나 소비자의 식별이 곤란하게 표시·광고하는 행위
④일부재료나 성분만 수입되고 실제는 국내에서 제조, 조립 또는 가공되었는데도 불구하고 외국에서 생산 또는 수입된 것처럼 표시·광고하는 행위
⑤자기가 제조하는 상품에 타사업자의 상표나 상호를 표시·광고하여 타사업자가 제조한 것처럼 표시·광고하거나 소비자가 식별하기 곤란할 정도로 타사업자의 상표와 유사한 상표를 표시·광고함으로써 일반소비자로 하여금 제조자를 혼동시킬 우려가 있는 표시·광고 행위
⑥국내 특정지역에서 생산되는 상품이 일반적으로 소비자들에게 선호되는 경향이 있다는 사실을 이용하여 당해 상품이 국내 유명산지에서 생산된 것처럼 사실과 다르게 표시 ·광고하거나 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고하는 행위
⑦제조자 식별이 곤란한 제품을 다수의 사업자로부터 구입·판매함에도 불구하고 특정사업자가 공급한 제품만을 판매하는 것처럼 그 사업자의 상표 또는 상호를 표시·광고하는 행위

10)보증
: 자기가 공급하는 상품 등에 관하여 보증·품질사후관리(A/S)에 관하여 표시·광고하고자 할 경우 그 내용, 방법, 기간, 장소,책임자 등에 관하여 사실과 다르게 표시 ·광고하는 행위

11)용기, 포장
: 자기가 공급하는 상품의 내용에 관하여 소비자를 오인시키기 위하여 실내용물에 비하여 현저히 과대 또는 고가로 포장하여 이를 소비자에게 제시하는 행위

12)추천, 권장
①전문가, 연구기관, 유명단체에 의한 추천,권장,수상 등의 사실이 없음에도 불구하고 동사실이 있는 것처럼 표시·광고하는 행위
②당해 상품 등을 실제로 구입·사용해 본 사실이 없는 소비자의 추천을 표시·광고하는 행위
③당해 상품에 관하여 실제로 시험,조사,검사를 한 사실이 없는 당해 부문 전문가의 추천을 표시·광고하는 행위
④참가상 또는 순번상을 품질이 우수함으로 인하여 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
⑤부분적인 품질 또는 규격과 관련한 상을 전품질 또는 전규격의 상을 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
⑥수상자가 현존하지 아니하거나 또는 당해 수상자가 생산,조립,가공,제작 등에 참여하지 아니하였음에도 불구하고 참여한 것처럼 표시 ·광고하는 행위

13)용도, 사용방법, 주의사항
: 자기가 공급하는 상품 등에 대한 용도, 사용방법, 주의사항 등에 관하여 표시·광고할 경우 상품선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사항을 표기하지 않거나 사실과 다르게 또는 현저히 멸실되기 쉬운 형태로 표시·광고하는 행위

14)경쟁사업자 및 경쟁관계상품에 관한 비교표시·광고
①허위의 비교표시·광고
: 경쟁사업자의 규모, 연혁 등 경쟁사업자 자신에 관한 사항이나 경쟁사업자가 공급하는 상품의 가격,품질 등 거래내용 또는 거래조건 등에 관하여 사실과 다르게 표시·광고하는 행위

②배타성을 띤 절대적 표현의 표시·광고
: 자기자신이나 자기가 공급하는 상품이 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하여 “최대”,”최고”,”최초”,”제일”,”유일”등 배타성을 띤 절대적 표현의 용어를 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고 행위

③경쟁사업자의 것과 비교
: 자기의 것과 경쟁사업자의 것을 비교하여 표시·광고함에 있어서는 사실대로 적정하게 하여야 함.따라서 경쟁사업자의 것에 관하여 허위의 내용을 인용, 동일한 조건하에서 비교하지 않거나 일부에 대하여 비교하면서 마치 전체에 대하여 비교표시·광고함으로써 소비자를 오인시킬 우려가 있는 행위

④중상·비방
: 경쟁사업자의 것에 관하여 객관적 근거없는 허위의 내용으로 중상·비방하거나 불리한 사실만을 표기하여 비방하는 표시·광고행위

15)누락, 은폐 등에 의한 기만적인 표시·광고
: 사업자 자신이나 상품에 관하여 중요한 사실이나 내용을 누락하거나 은폐함으로써 소비자를 오인시킬 우력 있는 표시 ·광고 행위

16)기타의 거래내용 및 거래조건에 관한 사항의 표시·광고
①사업자가 제공되는 경품류의 내용, 제공기간 등에 대하여 사실과 다르게 또는 모호하게 표시·광고하는 행위

②반품,교환,대금지불방법,상품우송료 등 부대비용, 금융이용 등 기타 거래내용 및 거래조건 등에 관하여 사실과 다르게 또는 과장, 모호하게 표시 ·광고하는 행위

③수험교재판매와 관련하여 시험일, 시험합격 후 혜택 등과 관련된 사항에 관하여 사실과 다르게 또는 과장되게 표시 ·광고하여 일반소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시 ·광고행위

## 4. 위반시 제재

| 위반항목 | 행정제재 | 형사제재 |
|---|---|---|
| · 부당한 표시광고 위반 | - 행위중지명령, 공표명령, 정정광고 등 시정조치,<br><br>- 과징금 : 관련매출액의 2%이내, 매출액 산정이 곤란한 경우 5억원 이내 | - 2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금<br>(부당한 표시광고 위반, 시정명령 불이행) |

## 5. 손해배상책임

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 사업자는 부당한 표시광고 위반하여 피해를 입은 자가 있는 경우 그 피해자에 대하여 손해배상의 책임을 짐 | <법원의 손해액 인정><br>- 손해가 발생된 사실은 인정되나 그 손해액을 증명하는 것이 사안의 성질상 곤란한 경우 법원은 변론 전체의 취지와 증거조사의 결과에 기초하여 상당한 손해액을 인정할 수 있음 |

## 제4장 온라인쇼핑몰사업자의 불공정거래행위 심사지침

### 1. 목적

온라인쇼핑몰사업자와 납품업자간의 거래와 관련하여 발생하는 대규모유통업법상의 반품 금지, 판매촉진비용 부담전가 금지, 경영정보 제공요구 금지, 경제적 이익 제공 요구 금지, 불이익 제공행위의 금지의 심사지침을 정함

### 2. 적용 범위

거래의 형태(직매입, 특약매입, 위수탁거래 등)를 불문, 대규모유통업자에 해당하는 온라인쇼핑몰업자의 다양한 유형의 불공정거래행위에 적용됨
직전 사업연도의 소매업종 매출액 1천억원 이상 대상(다만, 통신판매중개업을 통해 발생한 매출과 관련된 행위에 대해서는 미적용)

### 3. 개별행위 유형별 위법성 심사기준

◆ 반품 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 정당한 사유 없이 납품받은 상품의 전부 또는 일부를 반품하여서는 아니됨<br><br>· 반품조건 및 절차 등에 관한 서면교부 및 서류보존 의무<br><br>· 포장비, 물류비 등 반품에 소요되는 비용을 납품업자에게 전가하는 경우 법 위반에 해당할 수 있음 | <반품의 정당화 추정사유><br>①특약매입거래 계약체결시 반품조건 구체 약정하고 서면교부<br>② 위·수탁 거래<br>③ 납품업자 귀책사유로 오손, 훼손, 상품하자<br>④ 주문상품 상이<br>⑤ 유통업자 반품 손실분 부담, 납품업자 반품동의<br>⑥ 계약체결시 반품조건 구체 약정, 서면교부 한 시즌상품 (농·수·축산 제외)<br>⑦ 직매입거래로서 납품업자가 반품으로 인한 직접적 이익의 객관적 자료 첨부하여 자발적으로 반품 요청<br>⑧ 가맹점사업자가 폐업하면서 반품한 상품을 납품업자에게 다시 반품하는 경우(재판매 불가상품 반품 불가)<br>⑨ 그 밖에 직매입거래의 경우로서 상기에 준하는 경우<br><br>*농·수·축산은 검수 및 매입완료 시점부터 2일 이내 반품가능 |

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| <서류의 보존><br>- 납품업자와 계약이 끝난 날부터 5년간 | <법 위반에 해당될 수 있는 행위 (예시)><br>① 온라인쇼핑몰업자가 임의로 소비자에게 반품 또는 환불하고, 사전에 납품업자와 액정한 반품 조건과 달리 해당 상품을 반품<br>② 판매실적이 좋은 상품판매를 늘리기 위해 판매실적이 낮은 상품을 반품<br>③ 대리점으로부터 상품을 납품 받다가 제조사로 구매처를 변경하면서 대리점에게 반품<br><br><반품 관련 서류의 기재사항><br>① 반품조건<br>② 반품된 상품의 목록<br>③ 반품된 상품의 수량<br>④ 반품된 상품의 거래형태(직매입/특약매입/위수탁)<br>⑤ 반품된 상품의 반품일자<br>⑥ 반품된 상품과 관련된 납품대금<br>⑦ 반품된 상품의 반품사유<br>⑧ 반품이 납품업자의 직접적 이익이 된다는 객관적인 근거자료 |

◆ 판촉비용 부담전가 금지

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 판촉비용 부담에 관한 사전 약정 의무<br>- 서명, 기명날인, 서면교부<br>- 판촉행사의 명칭, 성격 등 약정<br><br>· 사전약정 이행 의무<br><br>· 판촉비용 분담비율 준수 의무<br>- 50% 초과금지 | <판촉비용의 부담에 관한 약정사항><br>① 판촉행사의 명칭·성격 및 기간<br>② 판촉행사를 통하여 판매할 상품의 목록<br>③ 판매촉진행사에 소요될 것으로 예상되는 비용의 규모 및 사용내역<br>④ 해당 판촉행사를 통하여 얻을 예상 이익의 비율<br>⑤ 판매촉진비용의 분담 비율 또는 액수 |

| ◆ 판촉비용 부담전가 금지 | 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|---|
| | | <법 위반에 해당될 수 있는 행위 (예시)><br>① 사전 약정체결하지 아니하고 1+1 행사를 실시<br>② 즉석쿠폰 행사를 실시하면서 행사 이전에 합의한 내용을 내부 시스템에만 등록하고, 행사 진행한 이후 최종서명 및 비용정산<br>③ 약정서면을 교부하였으나 납품업자의 서명이 행사진행중 또는 행사종료 이후에 이루어진 경우<br>④ 사은품지원행사를 실시하면서 약정사항에 대한 합의내용을 단순 팝업창에 고지<br>⑤ 상품 할인행사 전 약정 서면에 판매가격과 물량만 기재하고 다른 약정사항은 모두 누락<br>⑥ 온라인쇼핑몰업자가 쇼핑몰개설 10주년 행사를 실시하면서 납품업자 판촉비 분담비율을 80%로 명시<br>⑦ 당초 약정한 사항에 포함되지 않은 비용(서버비, 광고비, 배송비 등)을 납품업자에게 임의로 부담시킴 |

**< 판매촉진행사에 포함될 수 있는 행사 또는 활동(예시)>**

- 특정 상품을 구매한 소비자가 사용후기를 작성하면 사은품을 지급하는 행사
- 특정기간 동안 소비자가 상품을 구매한 금액에 상관없이 무료배송을 지원하는 행사
- 특정기간동안 소비자가 상품을 구매한 금액에 따라 온라인쇼핑몰에서 사용가능한 쇼핑포인트를 지급하는 행사
- 할인쿠폰을 발급하고 해당 쿠폰을 보유한 소비자에게 상품판매가의 일정금액을 할인해 주는 행사
- 소비자가 특정 신용카드를 사용하여 상품을 구매하는 경우 일정금액을 할인해 주는 행사
- 특정기간에 한하여 상품을 할인된 가격으로 판매하는 행사
- 특정상품을 구매한 소비자에게 사은품을 지급하는 행사
- 쇼핑몰사이트 화면 중 소비자 접근이 용이한 위치에 특정 상품이나 행사내용을 노출시키는 활동 등

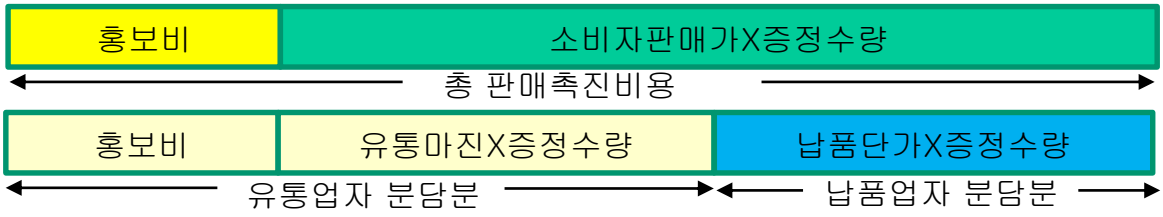
**< 판매촉진 비용 산정방식(예시)>**

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

**< 납품업자 부담액 산정방식(예시)>**

| 행사유형 | 산정 방식 |
|---|---|
| 가격할인행사 | ● 행사를 이유로 낮은 납품단가가 적용된 경우 (판매촉진비용 부담에 대한 다른 약정사항이 없음을 가정)<br><br>[납품업자의 부담액]<br>= [기존(정상)납품단가-행사(할인)납품단가]x판매수량<br><br>● 행사를 이유로 낮은 판매수수료율이 적용된 경우 (판매촉진비용 부담에 대한 다른 약정사항이 없음을 가정)<br><br>[납품업자 부담액]<br>= [{기존(정상)판매가-기존(정상)수수료}-{행사(할인) 판매가-행사(할인)수수료}]x 판매수량 |

**< N+1행사의 비용 분담 구조_공정위 심결>**




<예시>소비자판매가 1,000원, 납품단가 600원, 유통마진 400원인 상품이 1+1 행사를 통해 10만개 증정되었고 홍보비가 1,000만원인 경우
- 판매촉진비용 : 1,000만 + 1,000 X 10만 = 1억 1,000만원
- 유통업자 부담분 : 1,000만 + 400 X 10만 = 5,000만원
- 납품업자 부담분 : 600 X 10만 = 6,000만원

→ 납품업자의 50% 초과 부담액 : 500만원 (6,000만원 - 5,500만원)

**< 적용제외-자발성/차별성 있는 판촉행사>**

- 납품업자가 자신의 상품이 판매되고 있는 여러 온라인쇼핑몰에 상품구매 후기를 작성한 고객에게 사은품을 제공하는 행사를 실시할 것을 스스로 기획하고 그 기간 및 사은품 종류 등 관련 사항을 독자적으로 결정·진행한 경우

- 납품업자가 자신의 브랜드에 한해 적용되는 정기행사(브랜드 기념일, 시즌오프, 브랜드 정기세일, 기획전 등)의 실시를 스스로 기획하고 행사실시와 관련된 사항을 독자적으로 결정 ·진행한 경우

- 납품업자가 먼저 재고소진 목적으로 할인판매행사의 실시를 스스로 결정하고 할인대상 품목 및 수량, 할인가격(할인율), 행사시기 및 기간 등 할인판매의 중요한 사항을 결정하여 온라인쇼핑몰업자에게 할인판매를 요청하고, 할인판매행사의 부수적 사항을 온라인쇼핑몰업자의 지원을 받아 행사를 기획·실시한 경우

- 납품업자가 상품관리 프로그램(셀러툴)을 통해 사은품을 등록하거나 상품 판매가격을 변경하는 등 행사진행을 위한 사항을 적용한 것에 대해 온라인쇼핑몰업자가 납품업자의 의사결정에 대한 개입없이 단순히 기본적인 사항(관련 법령 위반 여부, 필수 상품정보의 누락여부, 가격 또는 카테고리 표기의 오기여부 등)만을 검토한 후 승인조치를 한 경우

- 납품업자가 자발적으로 차별화된 행사(예 : 리퍼상품 할인판매, 무료체험행사, 배송비지원행사 등)을 기획하면서 그 내용을 온라인쇼핑몰사이트에 관고하기로 결정한 후 광고비 단가표를 참고하여 광고방신, 기간, 내용 등 제반사항을 독자적으로 결정·진행한 경우

- 온라인쇼핑몰업자가 판매촉진행사의 기간 등 전체적인 틀을 기획하고 셀러툴 등에 팝업을 띄우는 방식 등 공개적인 방식을 통해 납품업자들에게 고지하여 납품업자가 온라인쇼핑몰업자의 개입없이 자신의 필요에 의해 스스로 판매촉진행사에 참여할 지 여부, 행사대상 품목 및 가격 등 판매촉진행사의 주용한 사항을 독자적으로 결정한 경우

**<자발성/차별성 없는 판촉행사>**

- 납품업자가 판촉행사에 참여하겠다는 공문은 송부하였으나, 판촉행사 실시를 먼저 요청하였거나 주도하였ㄷ가는 객관적 증거는 없고 온라인쇼핑몰업자가 주도적으로 판촉행사를 기획하여 실시한 경우

- 온라인쇼핑몰업자가 먼저 납품업자가에게 행사진행여부를 문의하고 동의한 납품업자에 대해 행사방식을 안내한 경우

- 납품업자가온라인쇼핑몰의 상품관리 시스템 또는 상품관리 지원프로그램(셀러툴)을 통해 사은품을 등록하거나 상품 판매가격을 변경하였으나, 그 의사결정에 온라인쇼핑몰업자가 개입한 경우

**<자발성/차별성 없는 판촉행사>**

- 납품업자가 온라인쇼핑몰업자로부터 제안을 받아 쇼핑몰사이트 광고를 진행한 경우
- 납품업자가 온라인쇼핑몰업자가 기획하는 여러 행사 중 하나를 선택하여 행사를 진행하는 경우 등

**◆ 경영정보 재공 요구 금지**

| 준수해야 할 사항 | 비고(추가 사항) |
|---|---|
| · 납품업자에게 부당하게 경영 정보의 제공 요구행위 금지<br>① 납품업자가 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건 (공급가격 포함)에 관한 정보<br>② 납품업자가 납품하거나 판매하는 상품의 원가에 관한 정보<br>③ 납품업자가 다른 사업자에게 납품하거나 다른 사업자의 점포에서 판매하는 상품의 매출액, 기간별 판매량 등 매출 관련 정보<br>④ 납품업자가 다른 사업자의 점포에서 하는 판촉행사의 시기·횟수 및 거래조건 등 판촉행사에 관한 정보<br>⑤ 납품업자가 다른 사업자와의 거래에서 사용하는 전자적 정보교환 전산망의 고유식별 명칭, 비밀번호 등 해당 전산망에 접속하기 위한 정보<br><br>· 상품의 공급조건에 관한 정보에는 공급가격, 공급물량, 시기, 대금지급방식 및 반품조건, 제조원 또는 공급자, 제조방식 등이 포함됨(현재, 과거, 미래 모두 포함)<br><br>· 상품원가에 관한 정보는 상품의 제조, 판매 등을 하면서 소요된 제조원가(제료비, 인건비, 운송비, 기타 제조경비 등) 또는 매입원가에 관한 정보를 의미함 | - 경영정보 요구시 서면에 온라인쇼핑몰업자와 납품업자 각각 서명 또는 기명날인하여 납품업자에게 제공<br><br><경영정보 요구 시 서면 기재사항><br>① 경영정보를 요구하는 목적<br>② 비밀유지방법 등 요구 대상 정보의 비밀유지에 관한 사항 및 비밀침해 시의 손해배상에 관한 사항<br>③ 경영정보 요구일자, 제공일자 및 제공방법<br>④ 경영정보 제공 요구가 불가피함을 객관적으로 증명할 수 있는 사항<br><br>- 경영정보 요구 서면은 계약이 끝난 날부터 5년간 보존하여야 함<br><br>- 경영정보 요구목적에 필요한 최소한의 범위에 해당하는지는 정보 요구의 구체적인 목적, 요구한 정보의 내용, 당해 목적을 달성하기 위한 다른 방법이 있는 지 여부 등을 종합적으로 고려하여 판단함 |

**<법위반에 해당될 수 있는 행위(예시)>**

- 온라인쇼핑몰업자가 자신과 경쟁쇼핑몰에 동시에 상품을 납품하는 납품업자로 하여금 경쟁쇼핑몰에서의 판매량이나 월평균 매출액을 이메일이나 전화 등을 통하여 요구하는 경우

- 온라인쇼핑몰업자가 신상품 또는 새로운 납품업자의 입점 과정에서 해당 납품업자에게 자신과 경쟁관계에 있는 온라인쇼핑몰에서의 납품업자의 마진율 등의 정보가 기재된 납품(입점)의향서를 제출하도록 하는 경우

- 온라인쇼핑몰업자가 제조업체 등과 직접 거래하거나 온라인쇼핑몰업자 스스로의 상품을 제조하기 위하여 납품업자가 공급하는 상품의 제조원 또는 공급원 등 공급 관련 정보나 제조·매입원가 등에 관한 정보를 요구하는 경우

- 온라인쇼핑몰업자가 다른 온라인쇼핑몰에서 진행하는 판촉행사에 납품업자가 참여하는지 여부, 판촉행사 시 거래 조건 등에 관한 정보를 요구하는 경우

**◆ 경제적 이익 제공 요구 금지**

| 준수해야 할 사항 | 비고(허용되는 범위) |
|---|---|
| · 정당한 사유없이 납품업자에게 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익 제공 요구 금지 | - 연간기본 거래계약에 판매장려금 약정, (판매장려금은 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 범위 내)<br><약정사항><br>① 판매장려금의 종류 및 명칭<br>② 판매장려금의 지급목적, 지급시기, 지급횟수<br>③ 판매장려금의 비율 또는 액수<br>④ 판매장려금의 결정기준 및 결정절차<br>⑤ 판매장려금의 변경사유, 변경기준 및 변경절차<br><br>* 직매입거래가 아닌 모든 거래유형에서의 판매장려금은 허용되지 않음 (특약매입, 위수탁거래 불가) |

<판매장려금 심사원칙>

## 1) 판매촉진 목적과 관련성

■ 기본원칙 : 해당 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시키는 판매촉진 목적이 있어야 함

| 장려금 항목 | 인정여부 | 근거 |
|---|---|---|
| 기본 장려금 | 불인정 | ▪ 납품업자의 매출증가와 상관없이 상품 매입금액의 일정 비율을 획일적으로 수령<br>- 기본장려금은 온라인쇼핑몰업자가 납품업자로부터 상품 매입금액의 일정금액을 획일적으로 받기 위한 장려금으로 판매목적과의 연관성은 인정되지 않음 |
| 성과 장려금 | 인정 | ▪ 명칭에 상관없이 온라인쇼핑몰업자와 납품업자가 합의하여 전년 동기 대비 납품액(납품단가x납품물량) 신장목표에 도달했을 때, 온라인쇼핑몰업자가 납품업자로부터 지급받는 형태의 판매장려금 |
| 게시 장려금 | 인정 | ▪ 명칭에 상관업이 온라인쇼핑몰업자가 상품의 매출증가 가능성이 큰 위치에 게시(노출)해 주는 대가로 납품업자로부터 받는 형태의 판매장려금 |

## 2) 직매입 거래에 인정되지 아니하는 행위

■ 기본원칙 : 직매입 거래의 속성상 인정되지 아니하는 행위와 관련된 장려금 수령 금지

| 장려금 항목 | 인정여부 | 근거 |
|---|---|---|
| 무반품 장려금 | 불인정 | ▪ 명칭에 상관없이 온라인쇼핑몰업자가 직매입한 상품을 반품하지 않음을 조건으로 납품업자로부터 받는 형채의 판매장려금 |
| 시장판매가격 대응장려금 (판매가격인하 비용보전 장려금) | 불인정 | ▪ 명칭에 상관없이 온라인쇼핑몰업자가 최저가경쟁을 위하여 납품업자로부터 직매입으로 납품받은 상품의 판매가격을 인하하기 위한 목적으로 받는 형태의 판매장려금 |
| 재고소진 장려금 | 불인정 | ▪ 명칭에 상관없이 온라인쇼핑몰업자가 직매입한 상품의 재고를 소진시킬 목적으로 재고분의 일정 비율에 해당하는 금액을 납품업자로부터 받는 형태의 판매장려금 |

**<법위반에 해당될 수 있는 행위(예시)>**

- 온라인쇼핑몰업자가 협의된 매출신장 목표에 도달하지 않았음에도 매출신장 목표달성에 근접했다는 이유로 납품업자에게 판매장려금을 받는 경우

- 판매장려금 지급대상 기간 중 온라인쇼핑몰업자가 받은 판매장려금이 해당 기간 납품업자의 납품액 증가로 인한 이익액 보다 큰 경우

- 판매장려금 수입 감소분을 보충하기 위해 게시장려금 등의 지급수준을 통상적인 거래관행에 비해 현저히 인상하는 경우

**◆ 불이익 제공 행위의 금지**

<금지되는 불이익 제공행위의 유형>

① 상품권이나 물품의 구입을 구입하게 하는 행위
② 통상적인 시장의 납품가격보다 현저히 낮은 가격으로 납품하게 하는 행위
③ 판매촉진행사를 실시하기 위하여 통상의 납품수량보다 현저히 많은 수량을 납품하게 하는 행위
④ 납품업자의 의사에 반하여 판매촉진행사에 참여하게 하는 행위
⑤ 한시적으로 인하하기로 약정한 납품 가격을 기한이 경과한 후에도 정상가격으로 환원하지 아니하거나 환원을 지연하는 행위
⑥ 납품압자의 의사에 반하여 해당 납품업자의 상품에 관한 광고를 하게 하는 행위
⑦ 일정한 점포의 매장에서 퇴점하는 것을 방해하거나 납품업자의 의사에 반하여 자기의 다른 점포의 매장에 입점하게 하는 행위
⑧ 계약기간 중에 납품업자의 매장 위치·면적·시설을 변경하는 행위
⑨ 계약기간 중에 판매장려금의 비율 등 대통령령으로 정하는 계약조건 (판매장려금의 비율 또는 액수, 특약매입거래 또는 위·수탁거래의 경우 상품판매대금에서 온라인쇼핑몰업자가 공제하는 판매수익 또는 수수료)을 변경하는 행위
⑩ 그 밖에 납품업자에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위

**<법위반에 해당될 수 있는 행위(예시)>**

- 온라인쇼핑몰업자가 자신 또는 계열회사의 온라인쇼핑몰에서 사용가능한 상품권을 납품업자에게 구입하도록 하는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 자신 또는 계열회사 등이 생산 또는 판매하는 물품을 납품업자에게 구입하도록 하는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 시장 전반적으로 물품이 부족한 상황에서 판촉행사의 실시를 위해 납품업자가 다른 거래상대방에게 이미 공급하기로 한 계약을 이행할 수 없을 정도로 많은 수량을 납품업자에게 납품하게 한 경우

<법위반에 해당될 수 있는 행위(예시)>

- 온라인쇼핑몰업자가 정해진 기간동안 한시적으로 납품가격을 인하하기로 납품업자와 약정하고 납품업자의 의사와 관계없이 정해진 기간을 연장하는 경우
- 온라인 쇼핑몰업자가 행사기간 동안 일시적으로 인하하기로 한 납품가격을 행사 후에도 정상납품가격으로 환원시키지 않는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 납품업자의 상품을 온라인쇼핑몰 상단 또는 별도의 팝업창에 노출되게 하는 등의 광고를 구입하게 하고 납품업자가 이를 거부할 경우 거래중단 등 불이익을 주는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 카카오, 블로그 등 소셜매체를 통해 소액광고를 하고 사후에 광고비를 일률적으로 수취하는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 납품업자에게 온라인쇼핑몰이 제공하는 배송서비스 등 온라인쇼핑몰 자신의 유료서비스를 이용할 것을 제안하고 이를 거부할 경우 납품업자가 납품하는 물품의 검색순위를 하락시키는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 납품업자와 체결한 광고계약과 달리 광고비 인상 근거의 제시 없이 과도한 광고비를 청구하고 납품업자가 이에 대하여 이의를 제기할 경우 계약연장거부 등 불이익을 주는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 자신의 목표 수익률 또는 마진을 정해두고 최저가 경쟁을 위해 판매가격을 낮추고 납품업자에게 납품가격을 인하하도록 강요하는 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 직매입거래 또는 특약매입거래에서 납품업자에게 입고 상품 등을 자신의 창고에 보관하도록 하면서 창고 사용비용을 부담시킨 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 납품업자와의 계약조건과관계없이 임의로 소비자에게 물품을 반품 또는 환불하고, 포장비용 등 양품비용(재상품화에 소요되는 비용), 왕복 배송비 등을 납품업자에게 부담하도록 한 경우
- 온라인쇼핑몰업자가 판매촉진행사를 실시하면서 판매촉진행사에 참가하는 납품업자에게 참가비 또는 광고비 등을 부담하도록 강요하는 경우

4. 위반시 제재 및 5. 손해배상책임은 대규모유통업법을 준용함