



경제적 이해관계 공개 방식의 개선 등을 위한 『추천·보증 등에 관한 표시·광고심사지침』 개정안 행정예고

2024.11.19

1. 『추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침』 개정안의 행정예고

「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 및 같은 법 시행령 제3조는 부당한 표시·광고를 금지하고 있고, 이와 관련하여 공정거래위원회는 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」(이하 “심사지침”)을 두고 있습니다. 공정거래위원회는 심사지침을 통해 빠르게 변화하는 소비 환경과 다양화되고 있는 SNS 매체 환경에 맞추어 구체적인 표시·광고에 관한 기준을 제시하여 왔는데, 특히 2020년 심사지침을 전면 개정하면서 심사지침에 관한 ‘경제적 이해관계 표시 안내서’를 발간한 이후 보다 적극적으로 SNS에서의 부당광고 및 이용후기 조작 등을 방지하기 위하여 노력하고 있습니다. 이번에 행정예고된 개정안은 경제적 이해관계 공개 방식을 개선하고 경제적 이해관계의 의미를 보다 명확히 하는 내용을 담고 있으며 2024년 12월 1일부터 시행될 예정입니다.

2. 심사지침 개정안의 내용

개정안의 주요 내용은 아래와 같습니다.

1) 문자 중심 매체에서의 공개 형식 개선

기존 심사지침에 의하면 블로그·인터넷카페 등 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 경제적 이해관계 표시문구를 게시물의 끝 부분에 공개하는 것도 가능하였습니다. 그러나 경제적 이해관계 표시문구를 게시물의 끝 부분에 공개하게 될 경우 소비자가 이를 간과하기 쉽다는 문제 제기가 있어 이번 개정안에서는 **반드시 게시물의 제목 또는 첫 부분에 표시문구를 게재**하도록 하였습니다.

2) 공개의무가 있는 경제적 이해관계의 예시로 ‘미래·조건부 경제적 이해관계’를 명시

최근 SNS상에서 △구매링크 등이 포함된 상품후기 작성 후 이를 통한 매출실적에 따라 추후 대가를 받거나, △인플루언서가 직접 구매한 상품에 대한 후기 작성 후 그 대가로 구매 대금을 환급받는 유형의 마케팅이 유행하고 있습니다. 그런데 기존 심사지침은 미리 광고주로부터 경제적 대가를 받은 경우에만 이를 공개할 의무가 있는 것으로 해석될 여지가 있었습니다. 이에 이번 개정안에서는 공개의무가 있는 경제적 이해관계의 예시로 미래·조건부로 경제적 대가를 받는 경우를 명시하여 그러한 경우에도 이를 공개하여야 함을 명확히 하였습니다.

3) 명확하지 않은 표시문구의 예시로 ‘조건부·불확정적 표현’ 명시

경제적 이해관계 표시문구는 명확하여야 합니다. 이번 개정안은 ‘소정의 수수료를 지급받을 수 있음’과 같은 조건부·불확정적인 표현은 명확하지 않은 표시문구의 예시로 추가하여, 조건부·불확정적 문구는 사용하지 못하도록 하였습니다.

3. 시사점 및 유의사항

심사지침에 위배되는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당할 가능성이 크며, 이러한 경우 공정거래위원회는 해당 위반 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 정정광고 등과 같은 시정조치를 내릴 수 있고 과징금도 부과할 수 있습니다. 나아가 이러한 부당한 표시·광고 행위는 형사처벌의 대상이 될 수도 있습니다.

특히 공정거래위원회는 2021년부터 계속하여 SNS 부당광고 방지 모니터링을 실시하여 그 결과를 발표하고 있고(2024. 2. 15.자 공정거래위원회 보도자료 및 2023. 2. 7.자 공정거래위원회 보도자료 각 참조), 2023년에 이어 2024년 주요 업무계획에서도 SNS 뒷광고에 대한 규제 의지를 분명히 밝히고 있습니다. 실제로 공정거래위원회는 2024. 7. 25. (i) 광고물을 게재한 인플루언서들에게 경제적 대가를 지급하였음에도 경제적 이해관계를 명확히 공개하지 않고 은폐, 누락한 채 광고한 행위, (ii) 상품, 용역을 직접 경험하거나 사용해 본 사실이 없음에도 마치 실제 사용해 본 것처럼 광고한 행위와 관련하여 2개 광고대행사에게 시정명령 및 공표명령과 함께 과징금(총 1백만 원)을 부과하기로 결정하였습니다.

이번 개정안은 매우 구체적이고 실제 SNS 광고에서 빈번하게 문제되는 사안을 다루고 있으며 이와 관련하여 공정거래위원회는 “업계와 인플루언서 등이 개정된 내용을 준수할 수 있도록 적극 홍보하고, 온라인 모니터링을 통해 상시 점검할 계획”이라고 밝힌 바 있습니다. 아울러 2025. 2. 14.부터는 다크패턴 규제에 관한 개정 전자상거래법도 시행됩니다. 이와 같이 부당한 표시·광고 및 다크패턴을 이용한 마케팅에 관한 규제가 한층 강화되고 있으므로 관계 당사자들로서는 개정 법령 및 심사지침의 내용을 정확히 파악하고 SNS를 중심으로 전반적인 마케팅이나 광고 운영실태를 점검하여 법에 위반되는 상황이 발생하지 않도록 살필 필요가 있습니다.

관련구성원

석근배

변호사

02-316-4640

gbseok@shinkim.com

문진구

변호사

02-316-1653

jgmoon@shinkim.com

최자림

변호사

02-316-1729

jrchoi@shinkim.com

우영은

변호사

02-316-1868

yewoo@shinkim.com

Copyright SHIN & KIM LLC. All rights reserved.