

# 방 송 통 신 위 원 회

## 심의 · 의결

안건번호 제2024 - 26 - 109호

안 건 명 방송통신 결합상품 서비스 허위·과장·기만광고 관련 이용자 이익 침해행위에 대한 시정조치에 관한 건

피 심 인

의결연월일 2024. 5. 22.

### 주 문

1. 피심인은 「전기통신사업법」(이하 “법”이라 한다.) 제52조제1항제6호에 따라 본 심의·의결서 이유의 사실조사 결과에 기재된 바와 같이 방송통신 결합상품에 대한 허위·과장·기만 광고 등의 위반행위(이하 “위반행위”라 한다.)를 중지하여야 한다.
2. 피심인은 법 제52조제1항제9호에 따라 본 위반행위와 관련하여 방송통신 결합상품 허위·과장·기만광고 관리담당자 지정 및 정기적인 자체 모니터링 결과 보고 등 관리 강화, 대리점에 대한 평가강화, 종사자 교육 등의 업무처리절차 개선방안을 시정명령을 받은 날로부터 3개월 이내에 수립하여야 한다.
3. 피심인은 법 제52조제1항제7호에 따라 본 위반행위로 시정명령 받은 사실을 시정명령 받은 날부터 1개월 이내에 피심인의 본사 및 대리점 출입구 등 이용자들이 출입하는 곳 중에서 공표사실을 가장 쉽게 볼 수 있는 곳에 8일간(휴업일 제외) 공표하여야 하며, 홈페이지에 팝업창(전체화면의 6분의1 이상 크기)으로 3일간(휴업일 포함) 게시하여야 한다. 이때, 공표크기는 A2 사이즈(42cm×59.4cm)로 하고, 문안 및 내용 등은 방송통신위원회와 사전협의를 거쳐야 한다.

4. 피심인은 법 제52조제1항제11호, 「전기통신사업법시행령」(이하 “시행령”이라 한다.) 제44조제1호에 따라 본 위반행위로 시정명령을 받은 날부터 1개월 이내에 업무처리절차 개선 이행계획을 수립하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.
5. 피심인은 법 제52조제1항제11호, 시행령 제44조제2호에 따라 각 시정명령의 이행기간 만료 후 10일 이내에 시정명령 이행결과를 방송통신위원회에 보고하여야 한다.
6. 피심인에 대하여 다음 각 호와 같이 과징금을 부과한다.  
  
가. 금 액 : 438,000,000원  
  
나. 납부기한 : 고지서에 명시된 납부기한 이내  
  
다. 납부장소 : 한국은행 국고수납 대리점

## 이 유

### I. 기초사실

#### 1. 피심인 일반 현황

## 2. 조사 경위

- <sup>3</sup> 방송통신위원회는 통신 4사 및 MSO 5사 등 9개 사업자의 유통점(대리점, 판매점, 대형마트, 아파트가판 및 온라인 사이트 등)을 대상으로 2023. 4. 5.부터 5. 19.까지 실태 점검의 실효성 제고를 위해 비공개 조사로 전단지, 현수막, X배너 등 광고물을 채증하여 허위·과장광고 여부에 대하여 실태를 점검하였다.
- <sup>4</sup> 실태점검 결과, 전체 점검대상 사업자들의 허위·과장·기만광고 위반율은 %(위반 건/ 전체 건)이며, 오프라인은 대리점의 위반율이 %로 낮은 반면, 대형마트와 아파트 가판이 각각 %, %의 위반율을 기록해 상대적으로 위반정도가 높게 나타났다. 당근마켓, 판매사이트, 카페·블로그, 커뮤니티 등 온라인 판매점의 허위·과장광고 비율은 % 이상으로 높게 나타났다.
- <sup>5</sup> 광고 유형별 위반현황은 중요한 이용조건인 전부 또는 일부를 빠뜨리고 표시하는 기만광고가 건( %)으로 가장 많았으며, 허위광고와 과장광고는 각각 건( %)과 건( %)으로 나타났다.

## II. 사실조사 결과

### 1. 조사 개요

- <sup>6</sup> 2023. 7. 24.부터 2023. 12. 31.까지 피심인, SKT, SKB, LGU+ 통신 4사를 대상으로 방송통신 결합상품 서비스 허위·과장광고 관련 이용자의 침해행위에 대해 사실조사를 실시하였다.

## 2. 사실조사 현황

- 7 사실조사는 ① 대리점 등 매장의 광고를 대상으로 하는 오프라인 조사, ② 인터넷 사이트 등 온라인 판매처의 광고를 대상으로 하는 온라인 조사, ③ 광고 관련 업무 처리 실태 확인 등 본사 조사로 진행하였다.
- 8 피심인에 대해서는 오프라인 조사 건, 온라인 조사 건 등 총 건의 광고를 대상으로 사실조사를 실시하였다.

〈 표 2. 사실조사 현황 〉

(단위 : 건)

| 구 분     | 조사 건수 | 비 고                            |
|---------|-------|--------------------------------|
| 오프라인 조사 |       | 대리점, 대형마트, 아파트 가판 등 오프라인 매장 기준 |
| 온라인 조사  |       | 사이트, 커뮤니티, 카페 등 온라인 광고매체 기준    |
| 본 사 조 사 |       | 본사 광고 관련 관리실태 등                |
| 합 계     |       |                                |

- 9 ① (오프라인 조사) 서울을 비롯하여 광역시 및 지방 중·소도시에 있는 피심인의 대리점, 대형마트, 아파트 가판 등 개 매장을 대상으로 조사를 실시하였다.

〈 표 3. 오프라인 사실조사 현황(유통채널별) 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 대리점 | 대형마트 | 아파트가판 | 합계 |
|-----|-----|------|-------|----|
| 피심인 |     |      |       |    |

- 10 ② (온라인 조사) 당근마켓, 피심인의 판매 사이트, 카페, 커뮤니티 등 54개 온라인 판매경로를 대상으로 조사하였다.

〈 표 4. 온라인 사실조사 현황(광고매체별) 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 당근마켓 | 판매사이트 | 카페·블로그 | 커뮤니티<br>(뽐뿌 등) | 합계 |
|-----|------|-------|--------|----------------|----|
| 피심인 |      |       |        |                |    |

- 11 ③ (본사 조사) 피심인의 본사를 방문하여 광고 관련 사전·사후 관리체계 및 운영현황 등 관리 실태에 대해 조사를 실시하였다.

### 3. 행위사실

#### 1) 전체 조사결과

- 12 피심인의 온·오프라인 광고물 538건에 대해 허위·과장·기만광고 여부를 조사한 결과 건( %)의 위반행위를 확인하였으며, 오프라인 건 중 건( %), 온라인 건 중 건( %)의 위반행위가 확인되었다.

〈 표 5. 사실조사 결과 - 전체 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 조사 건수 | 위반 건수<br>(위반율) | 오프라인 |     | 온라인 |     |
|-----|-------|----------------|------|-----|-----|-----|
|     |       |                | 조사건  | 위반건 | 조사건 | 위반건 |
| 피심인 |       |                |      |     |     |     |

- 13 광고 유형별로는 기만광고가 건( %)로 가장 높고, 허위광고가 건( %), 과장광고가 건( %) 순으로 나타났다.

〈 표 6. 유형별 위반현황 - 전체 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 조사 건수 | 위반 건수 | 허위광고 | 과장광고 | 기만광고 |
|-----|-------|-------|------|------|------|
| 피심인 |       |       |      |      |      |

※ 하나의 광고물에 위반 유형 건수가 중복되는 사례 등이 있어, 유형별 위반건수의 합계와 전체 위반건수는 차이가 있음(이하 동일)

#### 2) 오프라인 조사결과

- 14 피심인의 오프라인 광고 건을 조사한 결과, 허위·과장·기만광고는 건으로 위반율은 %로 나타났다.

- 15 위반유형별로는 “프리미엄 가전제품 무료증정 혜택만 표시하고 중요한 이용조건을 표시하지 않거나 작게 표시”하는 기만광고가 건( %), “00동 최대지원” 처럼 배타성을 띤 절대적 표현 등으로 광고한 허위광고가 건( %) “인터넷+TV 가입시 117만원”처럼 기간·다량·결합할인 등의 구분없이 전체요금할인 금액만을 표시한 과장광고가 건( %)순으로 나타났다.

〈 표 7. 사실조사 결과 – 오프라인 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 조사건수 | 위반건수(위반율) | 허위광고 | 과장광고 | 기만광고 |
|-----|------|-----------|------|------|------|
| 피심인 |      |           |      |      |      |

〈 피심인의 허위·과장광고 사례(오프라인) 〉

| 허위광고                                                                               | 과장광고                                                                                | 기만광고                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| 00동 최대지원이라는 배타성을 띤 절대적 표현 사용                                                       | 요금할인 포함 금액을 경품처럼 표시                                                                 | 중요 이용조건을 작게 표시                                                                       |

- 16 유통 채널별로는 대리점 건( %), 아파트가관 건( %), 대형마트 건( %) 순으로 나타났다.

〈 표 8. 유통채널별 위반현황 – 오프라인 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 조사건수 | 위반건수 | 유통채널 |     |       |
|-----|------|------|------|-----|-------|
|     |      |      | 대형마트 | 대리점 | 아파트가관 |
| 피심인 |      |      |      |     |       |

### 3) 온라인 조사결과

17 총 건의 온라인 광고를 조사한 결과, 허위·과장·기만광고는 건으로 위반율은 %로 나타났다.

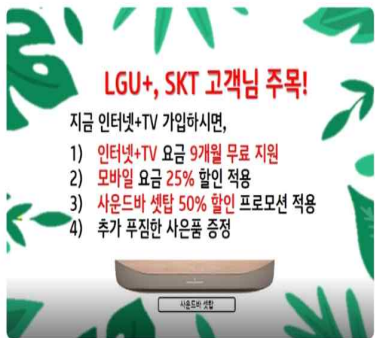
18 위반유형별로는 "사은혜택 전국 최고가, 인터넷 무료"처럼 객관적 실증이 불가능한 '최대', '최고' 등 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하거나 특정 구성상품의 이용요금을 '무료', '공짜' 등으로 광고하는 허위광고가 건( %), "인터넷+TV 신청시 최대 45만원"처럼 혜택만 표시하고 중요한 이용조건을 표시하지 않는 기만광고가 건( %)으로 나타났다.

〈 표 9. 현장조사 결과 – 온라인 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 조사건수 | 위반건수(위반율) | 허위광고 | 과장광고 | 기만광고 |
|-----|------|-----------|------|------|------|
| 피심인 |      |           |      |      |      |

〈 피심인의 허위·과장광고 사례(온라인) 〉

| 허위광고                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 과장광고        | 기만광고                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>LGU+, SKT 고객님 주목!<br/>지금 인터넷+TV 가입하시면,<br/>1) 인터넷+TV 요금 9개월 무료 지원<br/>2) 모바일 요금 25% 할인 적용<br/>3) 사운드바 셋탑 50% 할인 프로모션 적용<br/>4) 추가 부담한 사은품 증정</p> <p>사운드바 셋탑</p> <p>KT 엑스플 플랫폼사업장<br/>이진영   2020.08.28</p> | - 적발사례 없음 - |  <p>인터넷+TV 신청시<br/>최대 45만원 혜택<br/>최대 45만원 상품권 또는 UHD TV 등 가전제품 무료</p> <p>GS25<br/>400,000</p> |
| 인터넷+TV 가입시 요금 무료 표시                                                                                                                                                                                                                                                                              |             | 중요 이용조건 미기재<br>(약정기간, 상품명 등)                                                                                                                                                       |

19 광고매체별 위반율은 당근마켓 건( %), 카페·블로그와 커뮤니티가 각 건( %), 건( %)으로 나타났다.

〈 표 10. 광고매체별 위반현황 – 온라인 〉

(단위 : 건)

| 구분  | 조사건수 | 위반건수 | 당근마켓 | 판매사이트 | 카페·블로그 | 커뮤니티 |
|-----|------|------|------|-------|--------|------|
| 피심인 |      |      |      |       |        |      |

#### 4) 본사 조사결과

- 20 피심인의 광고물 관련 사전·사후 관리실태를 확인한 결과, 본사나 지사에서 직접 제작하는 광고물은 허위·과장·기만광고에 대한 사전 검수를 실시하고 있으나, 대리점 제작 광고물은 대리점 담당자나 외부 업체 모니터링을 통해 광고물 부착상태만 점검하고 있어, 사실조사 결과에서 보는 바와 같이 대리점에서의 허위·과장·기만광고가 높게 나타나고 있다.

〈 표 11. 광고 관련 사전·사후 관리현황 〉

| 구분  | 사전 관리                                                  | 사후 관리                                  |
|-----|--------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 피심인 | ○ 본사 광고전담 부서에서 제작, 검수 후 배포<br>- 지사 자체 제작 광고는 자체검수 후 배포 | ○ 전 대리점 대상 광고물 부착상태에 대한 매장점검 실시(매월 1회) |

### Ⅲ. 행위사실의 위법성

#### 1. 관련 법 규정

- 21 법 제50조제1항제5호에서 전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위를 금지하고 있으며, 시행령 제42조제1항 [별표4]에 금지행위의 세부 유형 및 기준을 정하고 있다.
- 22 방통위 고시인 「결합판매의 금지행위 세부 유형 및 심사기준」 제3조에서도 결합판매의 허위·과장·기만 광고에 대해 구체적으로 금지하고 있다.

#### 2. 위법성 판단

- 23 피심인이 결합상품 판매를 위해 매장 및 온라인을 통해 ‘00동 최대지원’, ‘인터넷+TV 가입시 요금 무료’, ‘요금할인 포함 금액 경품처럼 표시’, ‘중요 이용조건 미 기재(약정기간, 상품명 등) 등으로 이용자의 가입을 유도한 행위는
- 24 결합상품 구성이나 할인율, 할인 규모, 할인 내용 및 기간할인·다량할인·결합할인 등을 구분하여 표시하지 않아 이용자로 하여금 구성상품별·할인 유형별 할인내용 등 결합상품의 주요 내용에 대해 잘못 알게 할 우려가 있는 허위·과장·기만광고에 해당하므로

25 “전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위”를 금지한 법 제50조 제1항 제5호 및 시행령 제42조 제1항 [별표4] 5호 바목 및 결합판매 금지행위 기준 제3조 제1항 라목을 위반한 것으로 판단된다.

## IV. 시정조치 명령

### 1. 금지행위의 중지

26 피심인은 「전기통신사업법」(이하 “법”이라 한다.) 제52조제1항제6호에 따라 본 심의·의결서 이유의 사실조사 결과에 기재된 바와 같이 방송통신 결합상품에 대한 허위·과장·기만 광고 등의 위반행위(이하 “위반행위”라 한다.)를 중지하여야 한다.

### 2. 업무 처리절차의 개선

27 피심인은 법 제52조제1항제9호에 따라 본 위반행위와 관련하여 방송통신 결합상품 허위·과장·기만광고 관리담당자 지정 및 정기적인 자체 모니터링 결과 보고 등 관리 강화, 대리점에 대한 평가강화, 종사자 교육 등의 업무처리절차 개선방안을 시정명령을 받은 날로부터 3개월 이내에 수립하여야 한다.

### 3. 시정명령을 받은 사실의 공표

28 피심인은 법 제52조제1항제7호에 따라 본 위반행위로 시정명령 받은 사실을 시정명령 받은 날부터 1개월 이내에 피심인의 본사 및 대리점 정문 출입구 등 이용자들이 출입하는 곳 중에서 공표사실을 가장 쉽게 볼 수 있는 곳에 8일간(휴업일 제외) 공표하여야 하며, 홈페이지에 팝업 창으로 3일간(휴업일 포함) 게시하여야 한다. 이때, 공표크기는 A2 사이즈(42cm×59.4cm)로 하고, 문안 및 내용 등에 대해 방송통신위원회와 사전협의를 거쳐야 한다.

**주식회사 케이티는 '전기통신사업법' 위반을 이유로  
시정명령을 받은 사실이 있음**

주식회사 케이티는 방송통신위원회로부터 방송통신 결합상품 서비스 허위·과장·기만광고 관련 "이용자 이익을 침해한 행위"로 업무처리 절차 개선 등 시정명령을 받은 사실이 있습니다.

2024년 00월 00일  
주식회사 케이티 대표이사 ○○○

※ 공표문 크기 A2(42cm × 59.4cm)

#### 4. 시정명령 이행계획서 제출

29 피심인은 법 제52조제1항제11호 및 「전기통신사업법시행령」(이하 "시행령"이라 한다.) 제44조제1호에 따라 본 위반행위로 시정명령을 받은 날부터 1개월 이내에 업무처리절차 개선 이행계획을 수립하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.

#### 5. 시정명령 이행결과의 보고

30 피심인은 법 제52조제1항제11호 및 시행령 제44조제2호에 따라, 각 시정명령 이행기간 만료 후 10일 이내에 시정명령 이행결과를 방송통신위원회에 보고하여야 한다.

### V. 과징금 부과

31 법 제53조제1항과 시행령 제46조제1항 [별표6] 및 과징금 부과기준에 의해 피심인에게 아래와 같이 과징금을 부과한다.

32 조사대상 기간 중 피심인의 방송통신 결합상품서비스 허위·과장·기만광고 위반행위와 매출액 사이의 합리적인 관련성을 인정하기 어려워 객관적인 매출액 산정이 곤란하므로 정액과징금을 부과한다.

## 1. 부과 기준금액

33 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우 과징금 부과에 대해 법에서는 10억 원을 상한액으로 규정하고 있으며, 시행령에서는 기준금액을 8억 원 이하에서 방통위가 정하여 고시하도록 규정하고 있고, 고시인 과징금 부과기준에서는 8억원을 상한액으로 하여 위법행위의 중대성 정도에 따라 3단계로 기준금액을 정하도록 규정하고 있다.

34 이에 위반율이 가장 높은 방송통신사업자의 위반율이 %이고, 위반행위로 인한 시장에 미치는 영향, 이용자 피해 정도 등을 종합적으로 고려하여 '중대한 위반행위'로 판단하여 기준금액을 6억 원으로 산정하고,

35 피심인은 '위반율'을 기준으로 상대적 위반행위 수준을 고려하여 기준금액을 5억 4,862만원으로 산정한다.

〈 표 12. 금지행위 위반에 대한 과징금 기준금액 〉

| 중대성의 정도      | 부과기준액              | 고려 사유                                                    |
|--------------|--------------------|----------------------------------------------------------|
| 매우 중대한 위반행위  | 6억 원 초과<br>8억 원 이하 | 시장의 본질적인 왜곡, 피해규모의 광범위, 이용자의 피해회복이 이루어지지 않은 경우 등         |
| 중대한 위반행위     | 3억 원 초과<br>6억 원 이하 | 시장의 단기적 왜곡, 피해가 중대하지만 광범위하지 않은 경우, 이용자의 피해회복이 일부 이루어진 경우 |
| 중대성이 약한 위반행위 | 3억 원 이하            | 시장에 미치는 영향이 미미한 경우, 피해의 경미, 이용자 피해의 실질적인 회복이 이루어진 경우     |

## 2. 필수적 가중·감경

36 피심인은 위반기간이 허위·과장광고 사실조사 기간 등을 고려시 2개월 초과 6개월 이내로 위반기간에 따라 기준금액의 100분의 10에 해당하는 금액을 가중하되,

37 동일한 위반행위로 최근 3년간 시정명령과 과징금 처분을 받은 횟수가 없으므로 금지행위 위반 횟수에 따라 100분의 10에 해당하는 금액을 감경하여 결과적으로 필수적 가중·감경 금액은 기준금액의 변동이 없다

### 3. 추가적 가중·감경

- 38 피심인이 위반행위를 주도하거나 선도한 사실이 확인되지 않고, 방송통신위원회가 비공개로 조사를 진행하였던 점을 고려할 때 가중사유는 없는 것으로 판단되며,
- 39 피심인이 2016년부터 「방송통신결합상품 허위·과장·기만광고 방지협의회」를 다른 사업자들과 공동으로 운영하여 왔던 점은 재발방지를 위해 필요한 조치를 취한 것으로 인정되어 100분의 10을 감경하며, 피심인이 '23년 방통위 이용자 보호 업무 평가에서 우수 등급(초고속인터넷 분야)을 받은 사실이 있어 100분의 10을 감경하여 결과적으로 추가적 가중·감경 금액은 필수적 가중·감경을 거친 금액에 20%가 감경된다.

### 4. 최종 과징금의 결정

- 40 피심인의 위반행위에 대한 기준금액, 필수적 가중·감경 및 추가적 감경 사유를 종합하여 피심인의 최종 과징금은 4억3천8백만 원이다.

〈 표 13. 최종 과징금 산정내역 〉

(단위 : 천 원)

| 기준금액    | 필수적<br>가중·감경(0%) | 필수적 가중을<br>거친 금액 | 추가적<br>가중·감경 (-20%) | 최종 과징금  |
|---------|------------------|------------------|---------------------|---------|
| 548,620 | -                | 548,620          | -109,724            | 438,000 |

※ 최종과징금 : 100만원 미만 절사

## VI. 형사고발 판단

- 41 피심인이 법 제50조제1항제5호를 위반한 행위에 대해서 법 제99조(벌칙)에 따라 3억 원 이하의 벌금 부과를 위한 고발 가능하나, 피심인의 행위가 금지행위 고발기준 제2조 제1항 각 호에 해당되지 않으므로 고발하지 않기로 결정한다.

## VII. 결론

- 42 상기 피심인의 법 위반행위에 대하여 법 제52조 및 제53조에 따라 주문과 같이 결정한다.

## 이의제기 방법 및 기간

43 피심인은 위 시정명령에 불복이 있는 경우 행정심판법 제23조부터 제27조에 따라 동 처분을 받은 날부터 90일 이내에 방송통신위원회에 행정심판을 청구하거나, 행정소송법 제18조 및 제20조에 따라 동 처분을 받은 날부터 90일 이내에 행정법원에 행정소송을 제기할 수 있다. 과징금 부과 처분에 불복이 있는 경우도 같다.

이에 주문과 같이 의결한다.

2024년 5월 22일

위원장

김 홍 일



부위원장

이 상 인

