

## 시정명령취소청구

[대법원 2013. 9. 26. 2011두7632]



### 【판시사항】

- [1] 표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조 제1항 제1호가 규정하는 '허위·과장의 광고'의 의미 및 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지 판단하는 기준
- [2] 표시·광고에 소비자가 본인의 사용 경험에 근거하여 당해 상품을 좋은 상품으로 평가·보증하거나 상품의 구매·사용을 추천하는 내용이 포함되어 있고 그 내용이 추천자의 개인적 경험을 넘어 일반소비자에게도 가능한 사실로 받아들여지는 경우, 소비자가 추천·보증하는 내용이 진실이라는 것에 관한 증명책임의 소재

### 【참조조문】

- [1] 표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조 제1항 제1호, 표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령 제3조 제1항
- [2] 표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조 제1항 제1호, 제5조 제1항, 표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령 제3조 제1항

### 【참조판례】

- [1] 대법원 2003. 6. 27. 선고 2002두6965 판결(공2003하, 1633), 대법원 2010. 7. 22. 선고 2007다59066 판결(공2010하, 1627) /
- [2] 대법원 2003. 3. 31.자 2002마4109 결정(공2003상, 1064)

### 【전문】

#### 【원고, 상고인】

【피고, 피상고인】 공정거래위원회 (소송대리인 법무법인 둔산 담당변호사 이형진 외 1인)

【원심판결】 서울고법 2011. 2. 10. 선고 2010누21442 판결

#### 【주문】

】

상고를 기각한다. 상고비용은 원고가 부담한다.

#### 【이유】

】 상고이유를 판단한다.

표시·광고의 공정화에 관한 법률(이하 '표시광고법'이라고 한다) 제3조 제1항 제1호, 같은 법 시행령 제3조 제1항에 의하면, 허위·과장의 광고는 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 광고를 말하고, 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 한다(대법원 2010. 7. 22. 선고 2007다

59066 판결 참조). 그리고 표시광고법 제3조 제1항 제1호, 제5조 제1항, 같은 법 시행령 제3조 제1항의 각 규정에 의하면, 표시·광고행위에 있어서 표시·광고행위를 한 사업자 등에게 표시·광고에서 주장하는 내용 중 사실과 관련한 사항이 진실임을 합리적·객관적 근거에 의하여 입증할 책임이 있으므로(대법원 2003. 3. 31.자 2002마4109 결정 참조), 표시·광고에 소비자가 본인의 사용 경험에 근거하여 당해 상품을 효능, 효과, 성능 등의 면에서 좋은 상품으로 평가·보증하거나 당해 상품의 구매·사용을 추천하는 내용이 포함되어 있고 그 내용이 추천자의 개인적 경험을 넘어 일반 소비자들에게도 가능한 사실로 받아들여지는 경우에는, 그 추천·보증의 내용이 추천자가 실제로 경험한 사실에 부합한다고 하더라도 추천자의 경험내용이나 판단내용이 일반 소비자들에게 보편적으로 발생하는 현상이 아니거나 학계 등 관련 전문분야에서 일반적으로 받아들여지고 있는 견해가 아니라면 표시·광고행위를 한 사업자가 그 소비자가 추천·보증하는 내용이 진실임을 입증할 책임이 있다.

원심판결 이유에 의하면, 원심은 그 채택 증거를 종합하여, 원고가 2008. 5.경부터 원고의 홈페이지를 통하여 원고가 판매하는 연수기 제품(이하 '이 사건 제품'이라고 한다)에 관하여 소비자들을 상대로 체험후기를 작성하면 그중 일부를 선별하여 경품을 주는 이벤트를 실시하여 소외인 등 25명의 사례들을 수집하고, 위 이벤트와 연계하여 홈페이지에 '사진으로 보는 캠프로 개선사례'라는 항목을 만들어 "고객님께서 실제로 캠프로 샤워필터를 사용하시고 직접 올려주신 체험후기 중에 캠프로 설치사례와 개선효과를 생생한 사진과 함께 제공해 드리고자 합니다.

"라고 공지하고 그 아래에 이를 체험후기 형식으로 게시한 사실, 위 '사진으로 보는 캠프로 개선사례'는 이 사건 제품을 사용하기 이전과 사용한 이후의 상태를 비교한 사진과 그 사진 아래에 간략하게 개선내용(아토피증상 개선, 가려움, 짓무름 개선, 성인어른 탈모 개선 등)을 기술하여 보여주고 있으며, 각각의 사진을 클릭하면 세부내용을 볼 수 있는 화면으로 연결되도록 구성되어 있는 사실(위와 같이 원고가 홈페이지에 고객 체험담을 게시한 행위를 이하 '이 사건 행위'라고 한다), 피고는 2010. 6. 9. 이 사건 행위가 표시광고법 제3조 제1항 제1호가 금지하는 '허위·과장 광고'에 해당한다고 보아 원고에 대하여 시정명령을 한 사실을 인정한 다음, 원고가 객관적으로 확인될 수 없거나 확인된 사실이 없음에도 불구하고 이 사건 제품의 사용으로 아토피성 피부염, 가려움증, 짓무름, 성인어른 탈모 증상 등이 개선되는 효과가 확실하게 나타나는 것처럼 광고한 행위는 사실과 다르거나 사실을 지나치게 부풀린 것으로서 허위·과장성이 인정되는 점, 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 위와 같은 광고를 접할 경우 이 사건 제품을 사용하면 아토피성 피부염, 가려움증, 짓무름, 성인어른 탈모 증상 등이 개선되는 것으로 오인하거나 오인할 우려가 있는 점, 소비자가 건강, 환경 관련 상품을 구매함에 있어 특정 질환의 개선·치료 여부는 그 상품을 구매·선택함에 있어 중요한 요인으로 작용한다고 볼 수 있으므로 이 사건 광고는 소비자에게 잘못된 정보를 제공하여 소비자의 합리적인 선택을 방해함으로써 소비자 피해를 유발하고 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 점 등에 비추어 볼 때, 이 사건 행위는 표시광고법 제3조 제1항 제1호 소정의 '허위·과장광고'에 해당한다고 판단하였다.

앞서 본 법리 및 기록에 비추어 보면, 이러한 원심의 판단은 정당하고 거기에 상고이유의 주장과 같이 심리를 다하지 아니한 채 논리와 경험의 법칙을 위배하고 자유심증주의의 한계를 벗어나거나 표시광고법 제3조 제1항 제1호 소정의 허위·과장 광고에 관한 법리오해, 재량권 일탈·남용에 관한 법리오해 등의 위법이 없다.

그러므로 상고를 기각하고 상고비용은 패소자가 부담하기로 하여, 관여 대법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

대법관 이상훈(재판장) 신영철 김용덕 김소영(주심)