

## 보도자료

2014년 4월 10일(목) 11:00부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 이용자정책국 통신시장조사과 장대호 과장(☎2110-1530)  
통신시장조사과 허성희 주무관(☎2110-1532) hursh@kcc.go.kr

# 휴대폰 ‘공짜’ 등 이용자를 속이는 허위과장 광고가 줄어든다.

## - 이동통신 6개사 허위과장 광고 공동대응 협약 체결 및 자정결의 - - 가이드라인 마련 및 자율제재 등 공동대응방안 시행 -

이동통신업계가 휴대폰 ‘공짜’와 같은 이동전화 판매시의 허위과장 광고 방지를 위해 공동대응에 나섰다.

방송통신위원회(위원장 최성준)는 4월 10일(목) 양재동 엘타워에서 주요 이동통신 6개사와 관련협회가 함께 ‘이동전화 판매 허위과장 광고 공동대응 협약 체결 및 자정결의 행사’를 가졌다고 밝혔다. 이번 자정결의에는 SK텔레콤, KT, LGU+, CJ헬로비전, SK텔링크, 에넥스텔레콤 등 알뜰폰을 포함한 주요 이동통신 6개사와 한국알뜰통신사업자협회(KMVNO), 한국정보통신진흥협회(KAIT) 등이 함께 참여하였다.

그동안 온·오프라인 이동전화 유통 영업점에서는 ‘최신폰 공짜’, ‘최신폰 80만원 지원’ 등과 같이 실제와 다르거나 지원조건 없이 선전하는 허위과장 광고가 남발되어 왔다. 실제 방송통신위원회의 ‘방송통신 서비스 이용실태조사(2012)’에 따르면 조사 대상자 중 91.1%가 최근 6개월 이내에 길거리의 이동전화 판매점에서 허위과장 광고를 접하였고, 이를 통해 가입한 이용자의 61.5%가 피해를 경험했다고 조사된 바 있다.

이와 같은 이용자 피해 방지를 위하여 방송통신위원회와 이동통신 업계는 허위과장 광고 방지를 위한 자율준수 가이드라인을 마련하고, 요금할인과 단말할인을 결합시켜 「실구매가」 등으로 광고하는 행위, 실제와 다르게 「공짜」로 광고하거나 객관적인 근거없이 「최저가」로 광고하는 행위 등을 허위과장 광고의 유형으로 제시하였다.

또한, 가이드라인의 실효성 담보를 위해 허위과장 광고에 대한 제재 기준을 마련하여 사업자 자율적으로 시행하기로 하였다.

한편, 허위과장 광고 방지를 위한 이용자들의 손쉬운 참여를 위해 한국정보통신진흥협회(KAIT)는 허위과장 광고 신고창구(080-2040-119, [clean.ictmarket.or.kr](http://clean.ictmarket.or.kr))를 5월 1일(목)부터 개설하여 신고를 접수할 예정이다.

방송통신위원회 관계자는 “금번 허위과장 광고 자정결의 및 가이드라인 마련을 통해 이용자의 피해를 예방하고 이동통신 시장을 건전화 하는데 크게 기여할 수 있을 것”이라고 밝혔다.

- 붙임 1. 허위과장 광고의 유형 1부.  
2. 허위과장광고로 인한 이용자 피해사례 1부.  
3. 이동전화 판매 허위과장 광고 가이드라인 1부.  
4. 행사사진(14시 이후 별도 배포). 끝.

## 허위과장 광고의 유형

### ▶ 이용자로 하여금 단말구입비용을 오인하게 하는 광고

- 요금할인과 단말할인을 결합시켜 '실구매가' 또는 '실부담금'으로 광고
- 기본료를 제외한 요금할인만을 별도로 단말기 월 할부금과 결합시켜 '월 부담금' 또는 '가격'을 표시
- 부가가치세를 포함하지 아니하고 월별 부담금액을 표시하거나 할부이자를 안내하지 않는 행위



### ▶ 실제와 다르거나 객관적 실증이 불가능한 광고

- '공짜/무료/0원'으로 광고하는 경우  
※ 할부원금과 할인 합산액이 실제로 0원인 경우 제외
- 근거자료 없이 '최저가'로 광고
- 공짜선전 후 단말기 할부개월이나 약정기간을 늘리는 경우에 해당



### ▶ 중요 정보를 누락한 광고

- '주요 지원조건'을 생략한 채, '최대000원 지원' 또는 '월 부담금 000원 지원'이라 표시
- '주요 지원조건'을 생략한 채, 무조건 '공짜, 무료, 0원'으로 광고하는 경우  
※ 주요 지원조건 : 요금제, 약정기간 (할부할인 시), 제휴카드(선포인트 결제 시), 단말명(공짜광고 시, 특정단말에만 적용 시)



## 허위과장 광고로 인한 이용자 피해 예시

### 예시1) 실구매가 20만원

대학생 A씨는 평소 관심이 있던 휴대폰의 신모델이 나왔다는 소식에 판매점에 방문하였다가 '실구매가 20만원'이라는 영업사원의 말에 현혹되어 통신사를 이동하게 되었다. 약정기간에 따라 할인되는 통신사 요금할인을 제조사의 단말기 비용에서 차감하는 계산방법은 조금 조금 의아했으나 약정기간을 모두 이용하면 문제가 되지 않을거라는 생각에 망설이지 않고 구입을 하였다. 그러나 두 달 후 휴대폰을 분실하여 가입을 해지하려 하였으나 이를 위해서는 아직 100만원에 달하는 남아있는 단말기 비용을 모두 완납해야 한다는 말을 듣고 과거에 쓰다가 해지한 중고 휴대폰을 다시 이용하게 되었다.

### 예시2) 공짜 광고

몇 달 전 가정주부인 B씨는 휴대전화 신제품을 공짜로 판매한다는 광고 문구를 보고 판매점에 방문하였다. 30개월 약정에 7만원대의 요금제 그리고 제휴카드 발급 등 지원 조건이 까다로웠으나 공짜라는 말에 현혹되어 구입을 하게 되었다. 하지만 평소 3만원대 요금제에도 불편함 없이 휴대전화를 이용해 왔던 B씨의 경우 대폭 늘어난 통신비용이 가계에 부담을 주고 있다는 생각에 충동구매에 대한 후회를 뼈저리게 하고 있다.



---

# 이동전화 판매 허위과장 광고 방지 자율준수 가이드라인

---

2014. 4

허위과장 광고 방지 협의회

## I. 목 적

이 가이드라인은 이동전화 판매와 관련하여 허위과장 광고 방지를 위한 세부사항을 정함으로써 이동통신사업자 공동 자율준수를 통해 이용자 피해를 예방하고 이용자를 보호하는 것을 목적으로 한다.

## II. 적용 대상 및 범위

- 이 가이드라인은 국내 이동통신사업자의 대리점 및 판매점을 대상으로 한다.
- 이 가이드라인은 전기통신사업법(제50조) 및 동법시행령(별표4), 표시광고의공정화에 관한 법률(제3조, 제5조), 결합판매의 금지행위 세부유형 및 심사기준(제3조)에서 금지하고 있는 이용자의 이익을 저해하는 허위과장 광고 행위에 대하여 적용한다.

## III. 용어의 정의

이 가이드라인에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

- “이동통신서비스”란 「전파법」에 따라 할당받은 주파수를 사용하는 기간통신역무를 말한다.
- “이동통신사업자”란 이동통신서비스를 제공하는 전기통신사업자를 말한다.

- “대리점”이란 이동통신사업자와의 계약에 따라 이동통신사업자와 이용자 간의 계약 체결 등을 대리 또는 위탁받아 처리하는 자를 말한다.
- “판매점”이란 대리점과의 계약에 따라 이동통신서비스를 판매하는 자를 말한다.
- “광고”란 서비스 및 상품에 대해 방송·신문·간행물·인터넷 및 그 밖의 정보통신서비스와 사업장의 게시물·선전물·설명서·요금단가표 및 구술을 통해 서비스 및 상품의 내용, 각종 할인 등 거래조건, 그 밖의 거래에 관한 사항을 이용자에게 알리거나 제시하는 계약체결 이전단계에서의 일체의 행위를 말한다.

#### IV. 기본 원칙

이동통신사업자의 대리점 및 판매점이 광고 영업행위에 있어 준수하여야 할 기본 원칙은 아래와 같다.

1. 이용자로 하여금 단말 구입비용을 오인하게 하여서는 안된다.
2. 실제와 다르거나 객관적 실증이 불가능한 광고를 하여서는 안된다.
3. 중요 정보를 누락하여 광고를 하여서는 안된다.

## V. 허위과장 광고 유형별 금지행위

이동통신사업자의 대리점 및 판매점은 이용자 이익을 저해하는 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

### 1. 이용자로 하여금 단말 구입비용을 오인하게 하는 광고

가. 단말기 대금과 관련하여 요금할인을 단말할인과 결합시켜 '실구매가' 또는 '실부담금'으로 광고하는 행위

▶ 다만, 할부원금에서 할부할인(프로모션 할인)을 빼는 경우는 제외한다.

나. 기본료를 제외한 요금할인만을 별도로 단말기 월 할부금과 결합시켜 '월 부담금' 또는 '가격'을 표시하는 행위

다. 부가가치세 포함하지 아니하고 월별 부담금액을 표시하거나 할부이자를 안내하지 않는 행위

### 2. 실제와 다르거나 객관적 실증이 불가능한 광고

가. '공짜', '무료' 및 '0원' 등으로 광고하는 행위

▶ 다만, 할부원금과 할부할인(프로모션 할인)의 합산액이 실제로 0원인 경우로서 해당 단말을 명확히 언급하는 경우는 제외한다

나. 공짜 선전 후, 단말 할부개월 수를 늘리거나, 약정기간을 늘려 가입시키는 행위

다. 근거 없이 '최저가'로 광고하는 행위



### 3. 중요 정보를 누락한 광고

가. 요금제 등 주요 지원 조건을 생략한 채 '최대 ○○○원 지원',  
'월 부담금 ○○○원'으로 광고하는 행위

나. 요금제 등 주요 지원 조건을 생략한 채 '공짜', '무료' 및 '0원'  
으로 광고하는 행위

※ 주요 지원 조건 : 요금제, 약정기간(할부할인이 적용되는 경우), 제휴카드 발급  
(선 포인트 결제가 적용되는 경우), 단말명(공짜 광고 또는 특정 단말에만  
적용되는 경우)

※ 주요 지원 조건의 '글자 크기'는 주된 광고 문구 글자 크기의 가로·세로  
'1/2이상'으로 기재하여야 한다.

## VI. 가이드라인 이행 확보 방안

- (허위과장 광고 방지 협의회) 허위과장 광고 방지를 위해 이동통신  
사업자와 관련 단체가 참여하는 '허위과장 광고 방지 협의회'(이하  
'협의회'라 한다)를 운영한다.
- (사무국) 협의회 사무국은 한국정보통신진흥협회 이용자보호센터에 둔다.
- (제재방안) 협의회는 가이드라인의 준수를 위해 대리점 및 판매점  
에서의 허위과장광고에 대한 제재방안을 마련한다.

- (신고센터) 제도의 실효성을 위하여 신고센터를 운영한다. 신고센터는 대리점·판매점의 허위과장광고 행위에 대한 신고를 접수하고, 요건에 해당하는 신고를 선별하여 이동통신사업자에 통지함으로써 사업자간 자율 제재가 가능하도록 지원한다.
- (신고의 처리) 신고사항은 이동통신사업자의 사실확인을 거쳐 사업자별로 제재하고, 해당 대리점 및 판매점의 경위서 및 재발 방지 약속서를 징구한다.
- (현황 보고) 허위과장광고에 대한 신고처리 현황은 매월 신고센터에서 취합하여 사무국을 통해 협의회에 보고한다.

## **VII. 시행일**

이 가이드라인은 2014. 5. 1부터 시행한다.