대법원 2017두60109 사건 보도자료

대법원 공보관실(02-3480-1451)

대법원(주심 대법관 김창석)은, 대형마트가 종전에 비해 소비자들에게 아무런 경제적 이익이 없음에도 소비자들을 상대로 '1+1' 행사를 한다고 광고한 것은 거짓·과장 광고에 해당함에도, 이와 달리 판단하여 피고(=공정거래위원회)의 대형마트에 대한 시정명령이 위법하다고 보아 이를 취소한 원심판결을 파기하였음(대법원 2018. 7. 12. 선고 2017두60109 판결)

I. 사건 개요 및 소송 경과

▣ 사건 개요

- 원고(=롯데쇼핑 주식회사)는 대형마트를 운영하는 대규모유통업자임
- 원고는 자신의 매장에서 판매하는 여러 상품을 나열한 전단지를 제작하여 소비자들에게 배포하였는데, 이 전단지에는 상품 2개의 사진과 함께 '1+1'을 표시한 광고가 포함되어 있음
- 원고는 '1+1'로 표시한 상품을 광고 전에도 1개씩 판매하였는데, 소비자들이 광고 전에 2개 구매하는 가격에 비해, '1+1' 광고에 따라 구매하는 가격이 같거나 오히려 더 비쌌음
- 피고가 원고에게 위 광고행위가 거짓·과장 광고에 해당한다는 이유로 시정명령 등의 처분을 하였음 ➠ 원고가 이 사건 시정명령 등 처분이 위법하다고 주장하며 이 사건 소를 제기함

▣ 원심 판단

- 원심 : 전단지에 '1+1'이라는 표시만 있을 뿐 할인율이나 1개당 가격이

명시된 것은 아니므로, 거짓·과장 광고로 볼 수 없다고 판단함

☞ '1+1' 광고에 관한 공정거래위원회의 시정명령 취소

▣ 피고의 상고이유

● 광고의 거짓·과장성에 관한 법리오해

Ⅱ. 대법원 판단 요지

▣ 대법원 판단 : 파기환송

● 거짓·과장 광고는 사실과 다르거나 사실을 지나치게 부풀려 광고한 것을 말함. 이로 인해 소비자가 속거나 잘못 알게 될 우려가 있는지는 일반 소비자가 그 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단하여야 함

● 원고는 전단지의 다른 상품들과 달리, '1+1' 행사에 관하여는 상품 2개의 그림과 함께 '1+1' 표시를 강조하였음

● 이 광고를 접하는 일반 소비자 관점에서는, 적어도 '1+1' 행사를 하는 상품을 구매하면 종전의 1개 가격으로 2개 구매하는 경우보다 경제적으로 유리하다고 인식할 여지가 높음

● 그러나 원고가 광고한 '1+1' 가격은 종전 1개 가격의 2배와 같거나 그보다 높은 가격이었음. 즉, 소비자에게 아무런 경제적 이익이 없거나 오히려 불리함

● 그럼에도 원고는 '1+1'을 강조하여 광고한 것이므로, 비록 할인율이나 1개당 판매가격을 명시하지 않았더라도 이는 거짓·과장 광고에 해당함

Ⅲ. 판결의 의의

▣ 실제로 소비자들에게 경제적 이익이 되지 않는데도 '1+1'로 표시함으로써 마치 낱개로 살 때보다 유리한 것처럼 광고하는 것은 표시광고법이 금지하는 거짓·과장 광고에 해당한다는 점을 분명히 한 판결임