

# 방 송 통 신 위 원 회

## 심 의 · 의 결

안건번호 제2020 - 49 - 229호

안 건 명 방송통신 결합상품 서비스 허위·과장광고 관련 이용자이익 침해 행위에 대한 시정조치에 관한 건

피 심 인 주식회사 LG유플러스  
서울시 용산구 한강대로 32  
대표이사 하현희

의결연월일 2020. 9. 9.

### 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. 또한 피심인의 대리점과 거래하는 판매점에도 본 위반행위와 같은 허위·과장광고 등의 행위를 중지하도록 요구하여야 한다.
2. 피심인은 법 제52조제1항제9호에 따라 본 위반행위와 관련하여 방송통신 결합상품 허위·과장광고 관리담당자 지정 및 정기적인 자체 모니터링 등 관리 강화, 대리점에 대한 평가강화, 대리점 및 판매점 종사자 교육 등의 업무처리절차 개선 방안을 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 : 279,000,000원

나. 납부기한 : 고지서에 명시된 납부기한 이내

다. 납부장소 : 한국은행 국고수납 대리점

## 이 유

### I. 기초사실

#### 1. 피심인 일반 현황

- 1 피심인은 법 제6조에 따라 허가받은 기간통신사업자로서 초고속인터넷 서비스와 이동전화 서비스를 제공하고 있으며, 인터넷멀티미디어 방송사업법 제4조에 따라 허가받은 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자로서 인터넷 멀티미디어 방송(이하 ‘IPTV’라 함) 서비스 등을 제공하고 있다.
- 2 피심인의 방송통신 서비스 가입자 수는 ‘20.3월말 기준 2,325만 명이고 매출액은 ‘19년도 기준 6조 3,314억 원이다.

〈 표 1. 피심인의 방송통신서비스 가입자 및 매출액 현황 〉

(단위 : 백 명, 억 원)

구 분	초고속인터넷	IPTV	이동전화	합계
가입자 수	43,499	45,758	143,270	232,527
매출액	8,972	6,712	47,630	63,314

※ 산출 근거 : 사업자 제출자료(과학기술정보통신부 제출자료 및 영업보고서 기준)

## 2. 조사 경위

- 3 방송통신위원회는 통신 4사 및 MSO 5사 등 9개 사업자의 유통점(대리점, 판매점, 대형마트, 아파트가판 및 온라인 사이트 등)을 대상으로 2019. 5. 16.부터 6. 7.까지 실태 점검의 실효성 제고를 위해 비공개 조사로 전단지, 현수막, X배너 등 광고물을 채증하여 허위·과장광고 여부에 대하여 실태를 점검하였다.
- 4 실태점검 결과, 전체 점검대상 사업자들의 허위·과장광고 위반율은 48.1%이며, 오프라인은 대리점의 위반율이 17%로 낮은 반면, 대형마트와 판매점이 각각 64%, 48%의 위반율을 기록해 상대적으로 위반정도가 높게 나타났다. 온라인은 웹사이트, 카페·블로그, 오픈마켓 등 온라인 판매점의 허위·과장광고 비율은 65% 이상으로 높게 나타났다.
- 5 광고 유형별 위반현황은 실증이 불가능한 용어를 사용하거나 실제와 다른 내용을 광고하는 허위광고가 150건(35.2%)으로 가장 많았으며, 과장광고와 기만 광고는 각각 89건(20.9%)과 78건(18.3%)으로 나타났다.

## II. 사실조사 결과

### 1. 조사 개요

- 6 2019. 11. 15.부터 2020. 5. 8.까지 피심인, KT, SKB, SKT 등 통신 4사를 대상으로 방송통신 결합상품 서비스 허위·과장광고 관련 이용자들의 침해행위에 대해 현장조사를 실시하였다.

## 2. 현장조사 현황

- 7 현장조사는 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 385건, 온라인 조사 7건 등 총 392건의 광고를 대상으로 현장조사를 실시하였다.

〈 표 2. 현장조사 현황 〉

(단위 : 건)

구 분	조사 건수	비 고
오프라인 조사	385	대리점, 판매점 등 오프라인 매장 기준
온라인 조사	7	사이트, 커뮤니티, 카페 등 온라인 광고매체 기준
본 사 조 사	-	본사 광고 관련 관리실태 등
합 계	392	

- 9 ① (오프라인 조사) 서울을 비롯하여 광역시 및 지방 중·소도시에 있는 피심인의 대리점, 판매점, 대형마트, 아파트 가판 등 385개 매장을 대상으로 조사를 실시하였다.

〈 표 3. 오프라인 현장조사 현황(유통채널별) 〉

(단위 : 건)

구분	대리점	대형마트	아파트가판	판매점	지역지	합계
피심인	334	26	25	-	-	385

- 10 ② (온라인 조사) 피심인의 홈페이지와 피심인의 대리점 판매 사이트, 카페, 커뮤니티 등 7개 온라인 판매경로를 대상으로 조사하였다.

〈 표 4. 온라인 현장조사 현황(광고매체별) 〉

(단위 : 건)

구분	공식 홈페이지	대리점			합계
		사이트	카페	커뮤니티	
피심인	2	2	1	2	7

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

※ 본사 조사 시 본사나 지사 등에서 제작하여 대리점에 배포하거나 홈페이지에 게시하는 광고를 제출받았으나, 대리점과 홈페이지 등 온·오프라인 조사대상과 중복되어 별도로 구분하지 않음

### 3. 행위사실

#### 1) 전체 조사결과

12 피심인의 온·오프라인 광고물 392건에 대해 허위·과장광고 여부를 조사한 결과 102건(26.0%)의 위반행위를 확인하였으며, 오프라인 385건 중 101건(26.2%), 온라인 7건 중 1건(14.3%)의 위반행위가 확인되었다.

〈 표 5. 현장조사 결과 - 전체 〉

(단위 : 건)

구분	조사 건수	위반 건수 (위반율)	오프라인		온라인	
			조사건	위반건	조사건	위반건
피심인	392	102 (26.0%)	385	101 (26.2%)	7	1 (14.3%)

13 광고 유형별로는 기만광고가 86건(21.9%)로 가장 높고, 과장광고가 77건(19.6%), 허위광고가 34건(8.7%) 순으로 나타났다.

〈 표 6. 유형별 위반현황 - 전체 〉

(단위 : 건)

구분	조사 건수	위반 건수	허위광고	과장광고	기만광고
피심인	392	102 (26.0%)	34 (8.7%)	77 (19.6%)	86 (21.9%)

※ 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 385건을 조사한 결과, 허위·과장광고는 101건으로 위반율은 26.2%로 나타났다.

15 위반유형별로는 "기가인터넷+UHD+WiFi기가 월 19,200원"처럼 혜택만 표시하고 중요한 이용조건을 표시하지 않은 기만광고가 86건(22.3%), "최대 27,610원~44,110원 할인"처럼 최대 지급가능 금액을 모두에게 제공하는 것처럼 광고한 과장광고가 77건(20.0%), "인터넷+TV 요금1년 무료"처럼 특정 구성상품의 이용요금을 '무료', '공짜' 등으로 광고한 허위광고가 33건(8.6%) 순으로 나타났다.

< 표 7. 현장조사 결과 - 오프라인 >

(단위 : 건)

구분	조사건수	위반건수(위반율)	허위광고	과장광고	기만광고
피심인	385	101 (26.2%)	33 (8.6%)	77 (20.0%)	86 (22.3%)

< 피심인의 허위·과장광고 사례(오프라인) >

기만광고	과장광고	허위광고
 <p>기가인터넷+UHD+WiFi기가 월 19,200원으로만 광고</p>	 <p>최대 27,610원~44,110원 할인으로 광고</p>	 <p>인터넷+TV 요금1년 무료로 광고</p>

16 유통 채널별로는 대리점 63건(16.4%), 아파트가판 22건(5.7%), 대형마트 16건(4.2%) 순으로 나타났다.

< 표 8. 유통채널별 위반현황 - 오프라인 >

(단위 : 건)

구분	조사건수	위반건수	대리점	아파트가판	대형마트	지역정보지
피심인	385	101 (26.2%)	63 (16.4%)	22 (5.7%)	16 (4.2%)	-

### 3) 온라인 조사결과


- 17 총 7건의 온라인 광고를 조사한 결과, 허위·과장광고는 1건으로 위반율은 14.3%로 나타났다.
- 18 위반유형별로는 “전국최고 전액현금”처럼 객관적 실증이 불가능한 ‘최대’, ‘최고’ 등 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하여 광고한 허위광고만 1건(14.3%)이 확인되었다.

〈 표 9. 현장조사 결과 - 온라인 〉

(단위 : 건)

구분	조사건수	위반건수(위반율)	허위광고	과장광고	기만광고
피심인	7	1 (14.3%)	1 (14.3)	-	-

〈 피심인의 허위·과장광고 사례(온라인) 〉

허위광고	과장광고	기만광고
 <p>전국최고 전액현금 표시</p>	- 적발사례 없음 -	- 적발사례 없음 -

- 19 광고매체별 위반율은 대리점 커뮤니티가 1건(14.3%)으로 나타났다.

〈 표 10. 광고매체별 위반현황 - 온라인 〉

(단위 : 건)

구분	조사건수	위반건수	본사 홈페이지	대리점		
				사이트	카페	커뮤니티
피심인	7	1 (14.3%)	-	-	-	1 (14.3%)

#### 4) 본사 조사결과

20 피심인의 광고물 관련 사전·사후 관리실태를 확인한 결과, 본사나 지사에서 직접 제작하는 광고물은 광고시안 온라인 제공, 매장연출 가이드 배포 등 허위·과장광고에 대한 사전 검수를 실시하고 있으나, 대리점 제작 광고물은 외부 모니터링 업체를 통해 광고물 부착상태 중심으로만 점검하고 있어, 현장조사 결과에서 보는 바와 같이 대리점에서의 허위·과장광고가 높게 나타나고 있으며, 판매점은 피심인과 직접적인 계약관계가 없다는 이유로 광고에 대한 피심인의 사전·사후 관리가 사실상 이루어지고 있지 않고 있다.

〈 표 11. 광고 관련 사전·사후 관리현황 〉

구분	사전 관리	사후 관리
피심인	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 본사 제작 광고는 U+ 제작물지원물을 통해 광고시안 온라인 제공</li> <li>○ 매월 매장연출 가이드(담당상무 컨펌) 배포시 허위·과장광고 금지 포함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 외부 모니터링 업체를 통해 매장에 대한 광고 배치, 허위·과장광고 등 홍보실태 점검(월 300개)</li> </ul>

### 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 ‘인터넷+TV 요금 1년 무료’, ‘최대 27,610원~44,110원 할인’, ‘전국 최고 현금지급’ 등 허위·과장·기만하는 광고로 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 법 제52조제1항제6호에 따라 위반행위를 중지하여야 한다. 또한 피심인의 대리점과 거래하는 판매점에도 본 위반행위와 같은 허위·과장광고 행위를 중지하도록 요구하여야 한다.

##### 2. 업무 처리절차의 개선

- 27 피심인은 법 제52조제1항제9호에 따라 본 위반행위와 관련하여 방송통신 결합상품 허위·과장광고 관리담당자 지정 및 정기적인 자체 모니터링 등 관리 강화, 대리점에 대한 평가강화, 대리점 및 판매점 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 LG유플러스는 '전기통신사업법' 위반을 이유로  
시정명령을 받은 사실이 있음**

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

2020년 00월 00일

주식회사 LG유플러스 대표이사 ○○○

※ 공표문 크기 A2(42cm × 59.4cm)

#### 4. 시정명령 이행계획서 제출

29 피심인은 법 제52조제1항제11호 및 시행령 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 광고 위반 행위와 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 28.7%이고, 위반행위가 지속적으로 이루어지고 있는 점 등을 종합적으로 고려하여 '중대한 위반행위'로 판단하여 기준금액을 4억 원으로 산정하고,
- 35 피심인은 '위반율'을 기준으로 상대적 위반행위 수준을 고려하여 기준금액을 3억6천2백3십7만 원으로 산정한다.

〈 표 12. 위반행위 중대성 정도 및 고려사유 〉

중대성의 정도	부과기준액	고려 사유
매우 중대한 위반행위	6억 원 초과 8억 원 이하	시장의 본질적인 왜곡, 피해규모의 광범위, 이용자의 피해회복이 이루어지지 않은 경우 등
중대한 위반행위	3억 원 초과 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 조사 대상기간을 포함한 위반기간이 6개월 이상이므로 금지행위 위반기간에 따라 기준금액의 100분의 20에 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 기준금액에 10%가 가산된다.

### 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·과장광고 방지협의회」를 다른 사업자들과 공동으로 운영하여 왔던 점은 재발방지를 위해 필요한 조치를 취한 것으로 인정되어 100분의 20을 감경하며, 피심인이 '19년 방통위 이용자 보호업무 평가에서 우수 등급(초고속인터넷 분야)을 받은 사실이 있어 100분의 10을 감경하여 결과적으로 추가적 가중·감경 금액은 필수적 가중·감경을 거친 금액에 30%가 감경된다.

### 4. 최종 과징금의 결정

- 40 피심인의 위반행위에 대한 기준금액, 필수적 가중·감경 및 추가적 감경 사유를 종합하여 피심인의 최종 과징금은 2억7천9백만 원이다.

〈 표 13. 최종 과징금 산정내역 〉

(단위 : 만 원)

기준금액	필수적 가중·감경(+10%)	필수적 가중을 거친 금액	추가적 가중·감경 (-30%)	최종 과징금
36,237	+3,624	39,861	-11,958	27,900

## 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.

2020년 9월 9일

위원장      한 상 혁      

부위원장      김      현      

위      원      김      효      재      

위      원      김      창      룡      

위      원      안      형      환      