

보도시점 2024. 8. 20. (화) 10:00 / 배포 2024. 8. 20. (화) 08:30

추천보증심사지침 개정안 행정예고

- 블로그 등의 경제적 이해관계 공개 방식 개선 -
- 경제적 이해관계 표시 대상에 최근 유행하는 SNS 광고 유형 포함 -

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 ‘공정위’)는 경제적 이해관계 공개* 방식 개선 및 경제적 이해관계 의미의 명확성 제고 등의 내용을 담은 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」(이하 ‘심사지침’) 개정안을 8월 20일부터 9월 9일까지 행정예고 한다.

- * 추천·보증인이 광고주로부터 현금이나 해당 상품, 상품권, 적립포인트, 할인혜택 등 경제적 대가를 받거나 광고주로부터 직접 고용된 상태에서 추천·보증, 공동구매 주선 등을 하는 경우 이와 같은 경제적 이해관계를 명확히 표시하여야 함

이번 심사지침 개정은 그간 제도 운영에서 나타난 몇가지 문제점을 개선하고자 추진된 것으로, 현행 심사지침에 따르면 블로그·인터넷카페 등 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 경제적 이해관계 표시문구를 게시물의 첫 부분 또는 끝 부분에 공개하도록 되어 있는데, 게시물의 끝 부분에 공개할 경우 본문이 길면 소비자가 이를 쉽게 인식하기 어려운 문제가 있다.

또한, 구매링크 등이 포함된 상품후기 작성 후 이를 통한 매출실적에 따라 추후 대가를 받거나, 인플루언서가 직접 구매한 상품에 대한 후기 작성 후 대가로 구매 대금을 환급받는 등의 경우에도 경제적 이해관계 표시문구를 공개하여야 하나, 현행 심사지침은 미리 대가를 받은 경우에만 이를 공개할 의무가 있는 것으로 해석될 여지가 있다.

이에, 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 게시물의 제목 또는 첫 부분에 경제적 이해관계 표시문구를 공개하도록 해 소비자들이 보다 쉽게 ‘광고’임을 알 수 있도록 하였다.

또한, ‘경제적 이해관계가 해당 추천·보증 등의 신뢰도에 영향을 미치는 경우의 예시*’에 최근 유행하는 SNS 마케팅 유형을 포함하여, 경제적 대가를 미래·조건부로 받는 경우 등에도 경제적 이해관계가 있음을 명확히 하였다.

- * 광고주와 추천·보증인과의 사이에 추천·보증 등의 내용이나 신뢰도 등에 영향을 미칠 수 있는 경제적 이해관계가 있는 경우 광고주 또는 추천·보증인은 이러한 경제적 이해관계를 공개하여야 함

끝으로, 최근 모니터링을 통해 자주 발견되는 ‘일정 수수료를 지급받을 수 있음’과 같은 조건부·불확정적 표현은 광고가 아닐 수 있다는 의미를 내포하므로 ‘명확한 내용에 해당하지 않는 경우의 예시*’에 추가하였다.

- * 금전적 지원, 할인, 협찬 등 경제적 이해관계의 내용을 소비자가 이해하기 쉽도록 명확하게 표시하여야 함

이번 심사지침 개정으로 소비자 측면에서는 보다 쉽게 상품후기가 ‘광고’임을 알 수 있도록 하고, 광고주·인플루언서 등 수범자 측면에서는 보다 명확한 가이드라인 제시를 통해 심사지침의 실효성 및 범위반에 대한 예측 가능성이 제고될 것으로 기대된다.

공정위는 행정예고 기간(2024년 8월 20일 ~ 9월 9일) 동안 이해관계자 및 관계부처 등의 의견을 검토한 후 전원회의 의결 등의 절차를 거쳐 개정안을 확정·시행할 계획이다.

※ 행정예고(안)에 대한 의견 제출 방법

- ▶ 이 개정안에 의견이 있는 개인이나 단체는 2024년 9월 9일까지 ①예고사항에 대한 의견(찬성·반대·수정 의견과 그 이유), ②성명(단체의 경우 단체명과 대표자명), 주소, 전화번호 등을 기재한 의견서를 우편, 전자우편 또는 팩스로 제출해 주시기 바랍니다.

* 우편: 세종특별자치시 다솜3로 95, 공정거래위원회 소비자정책총괄과(우: 30108)

* 팩스/전자우편: 044-200-4464 / yopin@korea.kr

<붙임> 추천보증심사지침 개정안 신·구조문 대비표

담당 부서	소비자정책국 소비자정책총괄과	책임자	과 장	이승규 (044-200-4405)
		담당자	조사관	정지운 (044-200-4416)



더 아픈 환자에게 양보해 주셔서 감사합니다
가벼운 증상은 동네 병·의원으로



현행	개정안
V. 세부심사지침 5. 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계 공개 가. (생략) <경제적 이해관계가 해당 추천·보증 등의 신뢰도에 영향을 미치는 경우의 예시> - 광고주로부터 상품권을 받고 SNS 상에서 해당 상품의 후기를 작성한 경우 - 광고주로부터 상품을 지급받고 상품 추천글을 작성하기로 한 후 인터넷 카페에 해당 상품 추천글을 작성한 경우 - 상품 구매 시 할인 혜택을 받고 후기를 작성하기로 한 후 상품 구매 홈페이지에 댓글로 사용후기를 작성한 경우 <신설> <신설>	V. 세부심사지침 5. 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계 공개 (현행과 같음) <경제적 이해관계가 해당 추천·보증 등의 신뢰도에 영향을 미치는 경우의 예시> (현행과 같음) (현행과 같음) (현행과 같음) - <u>SNS 등에 할인코드나 구매링크 등을 포함하여 상품 추천글을 작성한 후, 이를 통한 판매실적에 따라 수수료를 지급받는 경우</u> - <u>자신의 비용으로 상품을 구매하고 해당 상품에 대하여 SNS나 쇼핑물 등에 추천글을 작성한 후, 구매대금을 환급받는 경우</u>

- 광고주 또는 광고대행사 소속 직원이 인터넷 블로그, 카페, 사회관계망서비스(SNS) 또는 포털사이트의 문답식 서비스 등에 특정 상품을 추천·보증하는 글을 게재하는 경우

- 의사인 유명인이 건강기능식품 사업자와 공동개발한 특정 상품에 대하여 홈쇼핑TV의 해당 광고에 출연하여 추천하는 경우

다만, 경제적 이해관계가 존재하더라도 추천·보증 등의 내용이나 신뢰도 등에 영향을 미치지 아니하는 예외적인 경우에는 이를 표시하지 않을 수 있다.

나. 경제적 이해관계를 표시할 때,
다음의 원칙을 충족하는 경우
적절한 공개 방법으로 본다.

(1)~(3) (생략)

<명확한 내용에 해당하지 않는 경우의 예시>

- ‘체험 후기’, ‘일주일동안 사용해 보았음’, ‘체험단’, ‘이 글은 정보/홍보성 글임’, ‘이 글은 홍보문구가 포함되어 있음’, ‘선물’, ‘○○ 회사 사장님 감사합니다.’, ‘~에서 보내주셨어요.’ 등

— (생략)

- (생략)

- (생략)

(4) (생략)

다. (생략)

(1) 문자를 통해 추천·보증 등을 하는 경우

블로그 게시물, 인터넷 카페 게시물 등 추천·보증 등의 내용을 문자를 통하여 표시하는 경우 이에 해당한다.

(가) 공개 형식

표시문구는 각 게재물의 첫 부분 또는 끝 부분에 본문과 구분될 수 있도록 게재하며, 글자 크기를 본문보다 크게 하거나 글자색을 본문과 달리하는 등 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 게재한다. 댓글로 작성하거나 ‘더보기’ 또는 링크를 누르는 등 추가적인 행위를 요하는 경우에는 적절한 표시방법에 해당하지 않을 수 있다.

(현행과 같음)

(현행과 같음)

(현행과 같음)

(현행과 같음)

(1) 문자를 통해 추천·보증 등을 하는 경우

(현행과 같음)

(가) 공개 형식

① 표시문구는 각 게시물의 제목 또는 첫 부분에 게재한다.

② 게시물의 제목에 게재하는 경우에는 표시문구가 생략되지 않도록 제목의 길이를 적절하게 조절한다.

③ 게시물의 첫 부분에 게재하는 경우에는 글자 크기를 본문보다 크게 하거나 글자색을 본문과 달리하는 등 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 게재한다.