

March 31, 2026

표시·광고법 시행령 및 과징금 고시 개정 추진에 따른 시사점

I. 개정 취지 및 시행 시기

공정거래위원회(이하 '공정위')는 2026. 3. 25. 「표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령」(이하 '시행령') 개정안을 입법예고하고, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률 위반사업자등에 대한 과징금부과 세부기준 등에 관한 고시」(이하 '과징금 고시') 개정안을 행정예고하였습니다.

이번 개정은 공정위가 지난 2025. 12. 30. 발표한 과징금 제도 개선 방안의 후속 조치로서, (i) 반복 위반에 대한 가중 요건 완화, (ii) 부과기준을 하한 상향, (iii) 감경 사유 축소가 동시에 이루어짐에 따라, 과징금 산정의 쉰 단계에서 표시·광고법 위반에 대한 제재 수위를 전방위적으로 강화하는 내용을 담고 있습니다. 시행령 개정안에 대한 입법예고 기간은 2026. 5. 4.까지, 과징금 고시 개정안에 대한 행정예고 기간은 2026. 4. 14.까지입니다.

II. 주요 개정 내용

1. 반복 법 위반 과징금 가중 강화(시행령 별표, 과징금 고시 개정)

현행 제도는 과거 3년간 2회 이상 법을 위반하고 위반점수가 3점 이상인 경우에만 반복 법 위반에 따른 과징금 가중이 가능하였고, 가중 상한도 50%에 그쳤습니다. 개정안은 과징금 가중 기준기간을 기존 3년에서 5년으로 확대하고, 가중 개시요건을 대폭 완화하여 과거 5년간 1회 위반만으로도 최대 50%까지 가중이 가능하도록 하였습니다.

나아가 위반 횟수가 누적될수록 가중 상한이 단계적으로 높아지며, 4회 이상 위반 시에는 최대 100%까지 과징금 가중이 가능하여 기존 상한의 2배에 달하는 제재가 부과될 수 있습니다.

위반 횟수	현행 최대 가중율	개정 최대 가중율
1회	가중 없음	50%
2회	50%	75%
3회	50%	90%
4회 이상	50%	100%

2. 부과기준을 체계 정비(과징금 고시 개정)

과징금 고시는 위반행위의 중대성 정도에 따라 적용되는 과징금 부과기준율을 정하고 있습니다. 현행 고시는 위반행위를 3단계로 구분하고 있으나, 개정안은 이를 4단계로 세분화하여 위법성 정도에 따른 보다 정밀한 과징금 산정이 가능하도록 하였습니다.

구체적으로는, 기존에 단일 구간(0.1% ~ 0.8%)으로 묶여 있었던 '중대성이 약한 위반행위'를 상위(1.0% ~ 1.5%)와 하위(0.1% ~ 1.0%)로 분리하였습니다. 아울러 '중대한 위반행위'에 대한 부과기준율 하한이 0.8%에서 1.5%로 대폭 상향되는 등 전반적인 부과기준율이 높아졌습니다.

위반행위 중대성	현행	개정안
매우 중대한 위반행위	1.6% ~ 2.0%	1.8% ~ 2.0%
중대한 위반행위	0.8% ~ 1.6%	1.5% ~ 1.8%
중대성이 약한 위반행위	0.1% ~ 0.8%	1.0% ~ 1.5%
		0.1% ~ 1.0%

나아가 공정위는 2025. 12. 30. 현행 제도로는 부과 가능한 과징금 수준이 낮아 법 위반 억지력이 충분하지 않고, 특히 미국 및 EU 등 해외 법제와 비교할 때 과징금 상한이 낮아 합리성이 떨어진다는 점을 고려하여, 법상 과징금 상한을 현행 2%에서 10%로 대폭 상향하는 방안을 추진하고 있습니다(보다 구체적인 내용은 본 법무법인의 [2025. 12. 31.자 뉴스레터](#)를 참고하여 주십시오). 이에 따라 향후 법 개정 여부를 지속적으로 모니터링할 필요가 있을 것으로 판단됩니다.

3. 감경 사유 축소 및 감경 취소 근거 신설(과징금 고시 개정)

현행 고시는 사업자가 조사와 심의 각각에 협조한 경우 각 10%씩 최대 20%까지 과징금을 감경할 수 있도록 규정하고 있었습니다. 그러나 개정안은 조사단계부터 심의까지 전(全) 과정에 협조한 경우에 한하여 10% 이내로만 감경이 가능하도록 요건을 강화하였습니다.

또한 소비자 피해보상을 위한 사업자의 노력에 대한 감경률을 최대 30%에서 최대 10%로 대폭 축소하였고, 외부기관 심의나 법률자문을 거치는 등 위법행위를 하지 않기 위해 상당한 주의를 기울인 사업자에 대한 감경 근거를 삭제하였습니다.

한편, 감경을 받은 사업자가 소송 과정에서 기존 진술을 반복하는 경우 공정위가 해당 감경을 직권으로 취소할 수 있는 근거도 새롭게 신설하였습니다. 이에 따라 사업자는 조사 단계에서의 진술 및 자료제출 전략을 보다 신중하게 설계할 필요가 있습니다.

III. 시사점

현 정부는 공정거래법을 포함한 공정위 소관 법률의 규제 및 처벌 수준 강화를 핵심 국정과제로 추진하여 왔고, 표시·광고 분야도 예외가 아닙니다. 이번 개정안은 그 일환으로 마련된 것으로, 과징금 부과기준을 상향과 반복 위반 가중 강화가 맞물리면서 과거와 동일한 위반행위라 하더라도 부과되는 과징금 규모가 상당히 높아질 수 있습니다.

특히 최근 공정위가 표시·광고 분야에서 주목하고 있는 영역들에 대한 주의가 필요합니다. 공정위는 「환경 관련 표시·광고 심사지침」 개정 이후 그린워싱에 대한 단속을 업종을 불문하고 지속적으로 강화하고 있고, AI 기능을 실제보다 과장하여 광고하는 AI워싱에 대해서도 2025년 실태조사를 마무리하고 2026년 중 가이드라인 제정을 예고한 상태입니다. 아울러 제품의 성능·효능에 관한 객관적 근거 없는 허위·과장 광고, 그리고 SNS 인플루언서 마케팅에서의 경제적 이해관계 미표시·불명확 표시에 대한 모니터링도 상시적으로 이루어지고 있습니다. 공정위의 관심이 집중되는 영역일수록 조사로 이어질 가능성이 높고, 법 위반이 확인될 경우에는 업종과 규모를 불문하고 이번 개정안에 따라 종전보다 월등히 높은 수위의 과징금이 부과될 수 있다는 점을 유의하여야 합니다

이처럼 제재 리스크가 전방위적으로 높아진 만큼, 표시·광고 분야에서도 상시적 Compliance 프로세스 구축 및 운영을 통한 법 위반 리스크의 사전 식별과 예방이 그 어느 때보다 중요해졌습니다. ① 광고 문안에 대한 사전 법률검토 체계 구축, ② 표시·광고 근거자료의 체계적 보관, ③ 인플루언서 및 제3자 마케팅에 대한 내부 가이드라인 정비, ④ AI·환경 관련 표시·광고에 대한 별도 검토 프로세스 마련 등 보다 구체적인 Compliance 체계의 고도화가 요구됩니다.

이를 위해 광고·마케팅 활동의 기획 단계부터 유관 부서들이 긴밀하게 소통하는 체계를 갖추고, 규제 환경의 변화를 주시하면서 이를 내부 기준에 신속하게 반영해 나갈 필요가 있습니다.

관련 구성원

김흥기	김보연	김진훈
변호사	변호사	변호사
T 02.3404.0489	T 02.3404.6550	T 02.3404.6551
E hongki.kim@bkl.co.kr	E boyen.kim@bkl.co.kr	E jinhoon.gim@bkl.co.kr

본 Legal Update는 윤대진 변호사가 함께 참여하였습니다.

법무법인(유한) 태평양의 뉴스레터에 게재된 내용 및 의견은 일반적인 정보제공만을 목적으로 발행된 것이며, 법무법인(유한) 태평양의 공식적인 견해나 어떤 구체적인 사안에 대한 법률적 의견을 드리는 것이 아님을 알려드립니다. 뉴스레터와 관련된 문의사항이 있을 경우 위 연락처로 문의주시기 바랍니다.