

녹색소비자연대, 참여연대, 한국소비자연맹

수 신 각 언론사 경제부·사회부
발 신 참여연대 경제금융센터 신동화 간사(02-723-5052, efri@pspd.org)
제 목 [보도자료] 현대·기아차 순정부품 부당표시 의견 공정위에 전달
날 짜 2021. 12. 10. (총 10 쪽)

보 도 자 료

현대·기아차 순정부품 부당표시 의견 공정위에 전달

현대·기아차의 자동차부품 부당 표시 행위, 공정위 심의 열려
현대·기아차의 인증부품 비방 표시, 거짓 정보로 소비자 선택 왜곡
인증부품보다 4배 비싼 현대·기아차 OEM부품, 소비자 비용 전가
왜곡 정보로 중소 부품업체 판로 막아, 공정·자유시장 가치 훼손

1. 오늘 녹색소비자연대, 참여연대, 한국소비자연맹(이하, “소비자·시민단체”)는 오늘 공정거래위원회(이하, “공정위”)에서 열린 “현대자동차(주)의 부당한 표시행위에 대한 건(2019안정2605)”, “기아자동차(주) 부당한 표시행위에 대한 건(2019안정2607)” 사건 심의에 대해 신고인 의견을 제출했습니다. 이번에 공정위 심의를 받게 된 현대·기아차의 부당한 표시행위 사건은 3개 소비자 시민단체가 지난 2019.9.5.에 현대자동차, 기아자동차, 현대모비스 등 현대자동차그룹 소속 기업들을 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하, “표시광고법”) 위반으로 공정위에 신고함에 따라 조사 및 제재 관련 절차가 이루어진 것입니다.
2. 이 사건을 신고한 당시 소비자·시민단체는 현대·기아자동차가 보수용(수리·교체용) 자동차부품 판매 시장에서 자사의 OEM(Original Equipment Manufacturing)¹ 부품을 ‘순정부품’으로, Non-OEM부품(이하, “인증부품”)을 ‘비순정부품’으로 표시광고하면서 ‘비순정부품을 사용할 경우 자동차의 고장 및 성능저하, 사고발생, 인명피해 등을 초래할 수 있다’는 비방 광고로 소비자들에게 왜곡된 정보를 제공한 사실에 대해 문제제기했습니다. 2013년 당시 녹색소비자연대가 공정위의 용역 위탁으로 조사한

¹ OEM(Original Equipment Manufacturer/Manufacturing: 주문자상표부착생산자/방식)은 한 기업이 주문자의 상품을 위탁해 제조하면서 주문자의 상표를 부착하고, 주문자의 상품으로 판매되도록 생산하는 것을 의미합니다. OEM 제품은 생산은 주문을 받은 기업이 수행하지만 그 제품의 개발은 주문자가 진행한다는 점에서, 주문받은 기업이 제품의 개발 또는 디자인과 생산을 모두 책임지는 ODM(Original Development/Design Manufacturer/Manufacturing)과 구별됩니다.

결과 Non-OEM부품은 OEM부품과 비교해 동등 이상의 품질을 가진 것으로 확인되었으나, 현대·기아자동차는 OEM부품을 ‘순정부품’으로 표시하면서 Non-OEM부품 대비 최대 4.1배 비싼 가격으로 판매한 것으로 확인되었습니다. 또한, 소비자·시민단체는 2014년 「자동차관리법」 개정으로 Non-OEM부품도 국토교통부가 지정한 인증부품 인증기관인 한국자동차부품협회가 인증을 실시하게 되었음에도 이를 ‘비순정부품’으로 지칭하면서 거짓 과장하고 비방해 소비자의 오인을 유도하여 합리적으로 선택할 권리를 빼앗은 문제를 지적한 바 있습니다.

3. 소비자·시민단체가 오늘 공정위에 제출한 의견은 해당 사건에 대한 2019년 공정위 신고의 내용을 유지·보강하기 위해 마련되었습니다. 소비자·시민단체는 현대·기아자동차의 ‘순정부품’ 표시 및 ‘비순정부품’ 비방행위가 표시광고법 위반에 해당한다는 점을 재강조하면서 소비자들에게 사실과 다른 정보를 제공하고 합리적인 선택을 왜곡했을 뿐만 아니라 OEM부품을 부당하게 높은 가격으로 판매하여 소비자에게 그 손실을 전가한 책임이 있다고 강조했습니다. 또한, 거짓 정보를 표시함으로써 인증부품에 대한 부정적 인식을 고착화시켜 중소 독립부품업체의 시장접근권을 저해했고, 이는 모두 공정하고 자유로운 시장거래 질서 형성에 역행하는 행위임을 분명히 했습니다.
4. 이에 소비자·시민단체는 공정위에 ▲시정조치를 통해 현대·기아자동차의 부당한 표시광고 행위를 금지하는 시정명령, ▲공정한 거래를 저해할 우려가 큰 현대·기아자동차의 부당한 표시광고 행위 사건에 대해 과징금 부과, ▲현대·기아자동차의 부당한 표시광고 행위를 주도하고 장기간 지속해 소비자들과 다른 사업자들에게 피해를 입힌 대표이사들에 대한 응분의 조치를 요청했습니다.
5. 녹색소비자연대, 참여연대, 한국소비자연맹 등 소비자·시민단체는 이번 현대·기아자동차의 보수용 자동차부품 부당 표시광고 사건에 대한 공정위 처분 이후에도 이와 유사한 불공정행위 방지 대책을 국회, 정부에 요구하는 활동을 진행할 계획입니다.

- ▣ 붙임1. 현대·기아자동차(주)의 부당한 표시행위 사건 심의에 대한 신고인 의견 요약
- ▣ 붙임2. 「현대자동차(주)·기아자동차(주)의 부당한 표시행위 사건(사건번호: 2019안정2605, 2019안정2607) 심의에 대한 신고인 의견」 본문

현대·기아자동차(주)의 부당한 표시행위 사건 심의에 대한 신고인 의견 요약

I. 들어가며

- 피신고인 현대모비스 주식회사, 현대자동차, 기아자동차의 “순정부품” 표기는 표시광고법상 부당한 표시행위에 해당함.
- 피신고인 기업들이 ‘비순정부품’으로 표시한 인증부품의 성능이 ‘순정부품’이라 표시한 OEM부품의 품질과 비교해 동등 이상의 성능을 갖고 있음에도 ‘순정부품’의 품질이 ‘비순정부품’의 품질보다 우수한 것으로 오인하도록 표시한 것은 ① 거짓과장성, ② 소비자오인성, ③ 공정거래 저해성, ④ 비방성에 비추어 엄중한 제재가 필요함.

II. 본 사건 심의에 대한 신고인 의견

1) 거짓과장성

- 인증부품은 현대자동차, 기아자동차의 OEM부품과 비교해 결코 품질이 떨어지지 않고, 일부 검사항목에서는 더 우수한 것으로 확인됨.
- 그러나 현대자동차와 기아자동차는 자동차 판매 시 소비자에게 교부하는 「취급설명서」에 “순정부품”이라는 표현을 다수 사용하면서 “비순정부품의 사용은 차량의 성능 저하와 고장을 유발”할 수 있다고 표시함.
- 현대자동차와, 기아자동차가 「취급설명서」에 사실과 다르게 내용을 기재한 행위는 표시광고법 제3조 제1항 제1호 및 같은 법 시행령 제3조 제1항에서 규정한 “거짓·과장의 표시·광고” 행위에 해당한다고 볼 수 있음.

2) 소비자오인성·비방성

- 보수용(수리·교체용) 자동차부품 시장에서 ‘순정부품’, ‘비순정부품’은 법적·제도적 근거가 없는 완성차 생산 제조사의 관행적 용어 사용에 불과함.

- 완성차업체가 주문자상표부착생산방식으로 공급받아 자체 인증해 유통하는 OEM부품과 달리 중소 독립부품업체(**Independent Supplier**)가 생산·유통하는 **Non-OEM**부품으로 구분됨. 자동차 제조사가 자체적으로 인증하는 **OEM**부품과 달리 **Non-OEM**부품의 상당수는 정부 차원에서 관리하는 인증부품임.
- 그러나 ‘순정부품’, ‘비순정부품’이라는 잘못된 용어로 인해 소비자들은 두 제품의 성능에서 우열이 있다고 인식하고 인증부품을 ‘짜퉁부품’으로 오인하게 되는 등 문제점이 발생하고 있음. 여기에 더해 현대·기아자동차가 객관적 근거없이 **Non-OEM**부품(비순정부품)을 열등한 부품으로 오인하도록 해 다른 사업자의 상품을 실제보다 현저히 열등하고 불리한 것으로 표시·광고함.
- 현대·기아자동차가 **Non-OEM**을 근거없이 비방하고 오인하게 만들어 소비자의 합리적인 선택을 위한 정보 전달을 왜곡한 것은 표시광고법 제3조 제1항 제3호, 제4호, 같은 법 시행령 제3조 제3항 및 제4항을 통해 금지하고 있는 “부당하게 비교 표시·광고”, “비방적인 표시·광고” 행위에 해당한다고 볼 수 있음.

3) 공정거래저해성

- 현대자동차그룹에 의해 독과점 시장구조를 형성하고 있는 국내완성차 시장의 영향으로 자동차부품시장 역시 **OEM**부품 위주의 독점적 시장구조(현대모비스 시장점유율 **70%** 이상 추정)를 보이고 있음.
- 현대·기아자동차는 독점적 시장구조를 악용해 **OEM**부품을 ‘순정부품’으로 지칭하면서 지속적인 가격인상을 시도하고 인증부품보다 높은 가격(**1.5배~4.1배**)으로 소비자에게 판매하고 있음. 값비싼 **OEM**부품 판매로 발생하는 수리비·보험료 인상 등 역시 소비자의 부담으로 전가됨.
- 현대·기아자동차가 공급하는 **OEM**부품이 더 비싼 가격으로 판매되면서도 더 높은 시장점유율을 차지하게 된 사실은 상품의 품질의 우수함에 기인하는 것이 아니라 시장점유율과 부당한 표시·광고에서 기인하고 있음. 이는 양대 자동차회사가 우월적인 지위를 활용해 지대 이윤을 얻어왔음을 의미함.
- 현대·기아자동차가 경제력을 남용해 자유로운 시장경쟁을 저해하고 부당한 이익을 얻은 이 사건은 ‘시장 지배와 경제력 남용 방지, 경제민주화’ 등 헌법 제119조 제2항에 규정된 가치에도 반하는 행위로 마땅히 바로 잡아야 함.

Ⅲ. 결론

- 현대·기아자동차는 보수용 자동차부품 관련 표시광고법 위반 행위를 통해 소비자들에게 사실과 다른 정보를 제공하고 합리적인 선택을 왜곡했으며, OEM부품을 부당하게 높은 가격으로 판매하여 소비자에게 그 손실을 전가한 책임이 있음.
- 현대·기아자동차는 거짓 정보를 표시함으로써 인증부품에 대한 부정적 인식을 고착화시켜 중소 독립부품업체의 시장접근권을 저해함.
- 상기한 내용은 모두 공정하고 자유로운 시장거래 질서 형성에 역행하는 행위임.
- 이에 공정위에 아래의 조치를 요구함.

(가) 이 사건 표시광고 행위를 금지하는 시정명령

(나) 공정한 거래를 저해할 우려가 큰 본 사건에 대한 과징금 부과

(다) 본 사건 표시광고행위를 주도하고 장기간 지속해 소비자들과 다른 사업자들에게 피해를 입힌 피신고인들의 대표이사에 대한 응분의 조치

현대자동차(주)·기아자동차(주)의 부당한 표시행위 사건 (사건번호: 2019안정2605, 2019안정2607) 심의에 대한 의견

I. 들어가며

귀 위원회는 오는 12월 10일 참여연대, 한국소비자연맹, 녹색소비자연대가 2019.9.5. 신고한 ‘현대자동차 주식회사(이하, “현대자동차”), 기아자동차 주식회사(이하, “기아자동차”) 부당한 표시행위에 대한 사건(사건번호: 2019안정 2605, 2019안정 2607)’에 대한 심의를 앞두고 있습니다. 본 사건 신고서에 따르면 현대자동차와 기아자동차는 자동차를 판매하면서 소비자에게 교부하는 「취급설명서」에 “순정부품”이라는 표현을 다수 사용하면서 주의사항으로 ‘자사 순정부품을 사용해야만 안전하고, 최상의 성능을 유지할 있고’, ‘비순정부품의 사용은 차량의 성능 저하와 고장을 유발할 수 있다’고 기재했습니다.

그러나 이는 사실과 다릅니다. 2013년 녹색소비자연대가 공정거래위원회로부터 예산을 지원받아 실시한 “자동차부품 가격 및 품질 안정화를 위한 가격조사”, 한국자동차부품협회가 부품 인증을 위해 신청자로부터 제출 받은 보험개발원장 명의 인증부품 인증시험 성적서” 등에 따르면 현대자동차·기아자동차가 주장하는 “순정부품”의 성능은 자동차관리법에 따라 국토교통부가 지정한 기관인 자동차부품협회가 인증한 부품(이하, “인증부품”)의 성능에 비해 특별히 우월하지 않고, 인증부품은 순정부품과 동등 이상의 성능을 갖고 있는 것으로 확인되었습니다. 반면 현대자동차와 기아자동차의 순정부품 가격은 인증부품 대비 최대 4.3배 가량 비싼 것으로 조사되었습니다. 이는 곧 현대자동차와 기아자동차가 본인들이 공급하는 제품 외 다른 부품에 대해서는 ‘비순정부품’으로 낙인찍고 근거 없이 평가절하함으로써 소비자들의 자유로운 선택을 제약하는 한편, 자사 제품을 비정상적으로 비싸게 팔아 부당한 이익을 남기는 것에 지나지 않습니다. 이로 인해 자동차 수리 부품에 상품을 공급하는 중소기업 역시 사업상 중요한 기회를 박탈당한 점에 비추어보아도, 본 사건은 공정한 시장경제 질서를 해친 사건으로서 엄중 제재해야 함이 마땅합니다.

이에 신고인 참여연대, 한국소비자연맹, 녹색소비자연대는 본 사건 신고서에서 피신고인 현대모비스 주식회사, 현대자동차, 기아자동차의 “순정부품” 표기를 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 표시광고법)상 부당한 표시행위에 해당하고, 피신고인 기업들이 ‘비순정부품’으로 표시한 인증부품의 성능이 ‘순정부품’이라 표시한 OEM부품의 품질과 비교해 동등 이상의 성능을 갖고 있음에도 ‘순정부품’의 품질이 ‘비순정부품’의 품질보다

우수한 것으로 오인하도록 표시한 것은 그 ① 거짓과장성, ② 소비자오인성, ③ 공정거래 저해성, ④ 비방성에 비추어 엄중한 제재가 필요하다고 주장한 바 있습니다.

II. 본 사건 심의에 대한 신고인 의견

거짓과장성

신고서에 기재된 내용인 즉 녹색소비자연대는 2013년 공정거래위원회의 지원으로 “자동차부품 가격 및 품질 안정화를 위한 가격조사”를 실시해 브레이크패드의 경우 현대모비스가 판매하는 OEM부품과 상신브레이크, 은성브레이크의 제품간 성능에 차이가 없었고, 에어클리나의 경우에도 OEM부품과 비교해 카포스, 보쉬가 공급하는 부품의 성능이 동등한 수준이거나 오히려 더 높은 것으로 조사된 것으로 확인되었습니다.

한국자동차부품협회의 인증부품 인증시험 성적서를 통해서도 인증부품이 성능이 OEM 부품에 비해 동등 이상이고, 쏘나타, 그랜저, 산타페 쉐더의 경우에는 오히려 인증부품이 OEM부품에 비해 인장강도가 10%, 항복강도가 15% 이상 뛰어남이 밝혀진 바 있습니다. 신고인이 2021.1.5. 귀 위원회에 제출한 보충자료 역시 서울시가 녹색소비자연대와 함께 OEM부품·인증부품 품질을 정밀 비교 시험한 결과, 산타페TM, 그랜저IG 펜더·범퍼 부품의 부품두께, 프라이머두께, 내부식성, 단차간극에서 OEM부품과 거의 차이가 없거나 허용범위 이내의 차이만 보였고, 인장강도는 오히려 인증제품이 더 우수한 것으로 확인된 바 있습니다.

이렇듯 인증부품은 현대모비스가 공급하는 현대자동차, 기아자동차의 OEM부품과 비교해 결코 품질이 떨어지지 않고, 일부 검사항목에서는 더 우수한 것으로 확인되고 있습니다. 그러나 신고서가 밝히고 있는 바와 같이 현대자동차와 기아자동차는 자동차 판매 시 소비자에게 교부하는 「취급설명서」에 “순정부품”이라는 표현을 다수 사용하면서 2018년 LF쏘나타 「취급설명서」에서 “비순정부품의 사용은 차량의 성능 저하와 고장을 유발할 수 있습니다.”라고 기재하고 그외 차종에서도 같은 취지의 내용을 표시했습니다. 표시광고법상 “표시”는 상품등의 내용에 관한 사항을 소비자에게 알리기 위해 상품의 용기·포장(첨부물과 내용물 포함) 등에 붙인 문자·도형과 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 뜻하므로 자동차 판매 시 자동차라는 상품의 사용 보수·유지에 필요한 사항을 기재한 「취급설명서」는 상품의 용기·포장(첨부물과 내용)이고, 이에 기재된 내용은 ‘표시’에 해당합니다. 따라서 현대자동차와, 기아자동차가 「취급설명서」에 사실과 다르게 내용을 기재한 행위는 표시광고법 제3조 제1항 제1호 및 같은 법 시행령 제3조 제1항에서 규정한 “거짓·과장의 표시·광고” 행위에 해당한다고 볼 수 있습니다.

소비자오인성·비방성

보수용(수리·교체용) 자동차부품 시장에서 ‘순정부품’, ‘비순정부품’은 법적·제도적 근거가 없는 완성차 생산 제조사의 관행적 용어 사용에 불과합니다. 보수용 자동차부품은 생산주체에 따라 완성차업체가 주문자상표부착생산방식(Original Equipment Manufacturing)으로 공급받아 유통하는 **OEM부품**과 중소 독립부품업체(Independent Supplier)가 생산·유통하는 **Non-OEM부품**으로 구분됩니다. 자동차 제조사가 자체적으로 인증하는 **OEM부품**과 달리 **Non-OEM부품**의 상당수는 정부 차원에서 관리하는 인증부품으로 국토교통부는 소비자권익과 자동차 산업의 고질적 전속거래 구조 개선을 위해 **2014년** ‘대체부품인증제도’를 도입하고 「자동차관리법」에 규정에 따라 ‘인증부품’이 판매될 수 있도록 한 바 있습니다. 인증부품은 **OEM제품**과 비교해 성능이 떨어지지 않습니다.

그러나 이러한 잘못된 용어로 인해 소비자들은 두 제품의 성능에서 우열이 있다고 인식하고 인증부품을 소위 ‘짜퉁부품’으로 오인하게 되는 등 문제점이 발생하고 있습니다.

신고서에서도 밝히고 있듯이 한국소비자원의 **2010년** 조사, 녹색소비자연대의 **2013년** 조사 결과는 자동차 제조사 자체 검증해 공급하는 **OEM부품**을 정부공인기관 등이 품질을 인증한 것으로 인식하고 있으며, 자동차 제조사가 ‘비순정부품’으로 지칭하는 **Non-OEM부품**을 ‘품질이 낮고 안전성이 떨어져 사용하면 안 되는 것’으로 오인하고 있음을 보여주고 있습니다.

이처럼 **OEM부품**을 ‘순정부품’으로, **Non-OEM부품**을 ‘비순정부품’으로 표시하는 것 자체가 인증부품에 대한 부정적 편견을 불러일 소비자의 오인을 야기하고 합리적인 선택을 제약하는 행위라 볼 수 있습니다. 그러나 현대자동차와 기아자동차는 여기에서 더 나아가 객관적 근거 없이 **OEM부품(순정부품)**과 **Non-OEM부품(비순정부품)**을 비교하면서 ‘순정부품’을 우량부품으로 ‘비순정부품’을 열등한 부품으로 오인하도록 해 다른 사업자의 상품을 실제보다 현저히 열등하고 불리한 것으로 표시·광고함으로써 소비자의 합리적인 선택을 위한 정보 전달을 왜곡했습니다.

표시광고법 제3조 제1항 제3호와 제4호는 “부당하게 비교 표시·광고”, “비방적인 표시·광고” 행위를 금지하고 있으며, 같은 법 시행령 제3조 제3항 및 제4항을 통해 ‘비교 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품이나 용역을 다른 다른 사업자등의 상품등과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고’하고, ‘다른 사업자등의 상품등에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것’을 금지된 행위의 구체적인 내용으로 명시했습니다. 따라서 현대자동차와 기아자동차가 표시광고법을 위반해 인증부품을 포함한 **Non-OEM부품**을 근거없이 비방하고, 이를 통해 소비자로 하여금 오인하게 만든 것에 대해 엄중한 제재가 필요할 것입니다.

공정거래저해성

현대자동차와 기아자동차가 **OEM**부품을 ‘순정부품’으로, 인증부품을 포함한 **Non-OEM**부품을 ‘비순정부품’으로 지칭하고 **Non-OEM**부품을 비방하는 표시·광고를 통해 소비자로 하여금 오인하게 한 행위는 인증부품을 비정상 제품으로 호도함으로써 소비자의 합리적인 선택을 저해할 뿐만아니라 자동차 부품을 생산하는 중소 독립부품업체의 보수용 자동차부품 시장에 대한 접근권과 사업 기회를 박탈해 공정한 시장거래 질서를 현저하게 왜곡한 것입니다.

녹색소비자연대와 한국자동차부품협회가 2020년 12월 발행한 「품질인증부품제도 활성화 방안 연구보고서」에 따르면, 현대자동차그룹에 의해 독과점 시장구조를 형성하고 있는 국내완성차 시장의 영향으로 자동차부품시장 역시 **OEM**부품 위주의 독점적 시장구조(현대모비스 시장점유율 70% 이상 추정)를 보이고 있으며, 현대자동차와 기아자동차는 이러한 독점적 시장구조를 악용해 **OEM**부품을 ‘순정부품’으로 지칭하면서 지속적으로 가격인상을 시도하고 인증부품보다 높은 가격으로 소비자에게 판매하고 있습니다.

이러한 사실은 참여연대 민생희망본부가 2019년 7월 기준으로 현대자동차, 기아자동차 등 주요 완성차 제조사별 순정부품(**OEM**부품)과 비순정부품(규격품)의 가격 차이를 비교 조사한 이슈리포트에서 더욱 극명하게 드러난 바 있습니다. 브레이크패드(앞), 에어클리너, 항균필터, 배터리, 엔진오일, 전조등 등 소모성 부품에 대한 가격비교에서 현대자동차와 기아자동차의 **OEM**부품은 규격품 대비 최소 1.5배~최대 4.1배 더 비싼 것으로 확인되었습니다. 2014년 「자동차관리법」 개정 및 ‘대체인증부품’ 제도 도입에도 불구하고 **OEM**부품과 규격품의 가격 차이는 나아지지 않았으며, 값비싼 **OEM**부품이 높은 시장점유율을 점유함으로써 발생하는 수리비·보험료 인상 등 역시 소비자의 부담으로 전가되고 있습니다. 중소 독립부품업체 역시 인증을 받은 양질의 부품을 생산해 **OEM**부품보다 더 저렴한 가격에 공급함에도 소비자에게 선택받을 수 있는 정당한 기회를 얻지 못하고 있습니다. 결국 현대자동차와 기아자동차는 보수용 자동차부품 시장에서의 불공정 거래 구조에서 소비자와 중소 독립부품업체에게 전가된 피해의 반대급부로 부당하게 이익을 얻고 있는 상황입니다. .

문제는 현대자동차와 기아자동차가 공급하는 **OEM**부품이 더 비싼 가격으로 판매되면서도 더 높은 시장점유율을 차지하게 된 사실이 상품의 품질의 우수함에 기인하는 것이 아니라 시장점유율과 부당한 표시·광고에서 기인하고 있다는 점입니다. 이는 즉 현대자동차, 기아자동차가 독과점적 완성차 제조·판매 기업으로서 발생한 우월적 지위를 활용해 지대 이윤을 얻어왔음을 의미합니다. 양대 완성차 기업이 경제력을 남용해 자유로운 시장경쟁을 저해하고 부당 이익을 얻은 본 사건은 ‘시장 지배와 경제력 남용 방지, 경제민주화’ 등 헌법 제119조 제2항에 규정된 가치에도 반하는 행위로 마땅히 바로 잡아야 할 일입니다.

Ⅲ. 결론

상기한 바와 같이 현대자동차, 기아자동차는 보수용 자동차부품 관련 표시광고법 위반 행위를 통해 소비자들에게 사실과 다른 정보를 제공하고 합리적인 선택을 왜곡했을 뿐만아니라 OEM부품을 부당하게 높은 가격으로 판매하여 소비자에게 그 손실을 전가한 책임이 있습니다. 또한, 거짓 정보를 표시함으로써 인증부품에 대한 부정적 인식을 고착화시켜 중소 독립부품업체의 시장접근권을 저해했습니다. 이는 모두 공정하고 자유로운 시장거래 질서 형성에 역행하는 행위입니다.

따라서 신고인 참여연대는 신고서를 통해서 밝힌대로 피신고인의 표시광고법 위반 행위에 대해 (가) 시정조치를 통해 이 사건 표시광고 행위를 금지하는 시정명령, (나) 공정한 거래를 저해할 우려가 큰 본 사건에 대한 과징금 부과, (다) 본 사건 표시광고행위를 주도하고 장기간 지속해 소비자들과 다른 사업자들에게 피해를 입힌 피신고인들의 대표이사에 대한 응분의 조치를 귀 위원회에 요청합니다. 끝.