

 <b>공정거래위원회</b> www.ftc.go.kr	<b>보 도 자 료</b>		공정한 기업활동 활짝웃는 서민생활
	보도일시	2009.12.18. 조간부터 보도가능 (방송·인터넷은 전일 정오부터)	
	담당부서	소비자정책국 소비자안전정보과	대 변 인 실
배포일시 2009.12.17.(목)	담 당 자	과 장 이 동 원 02) 2023-4312 조사관 김 영 식 02) 2023-4330	전화 02)2023-4044 Fax 02)599-1085

## **“대학 선택시 취업률 연속 1위, 장학금 수혜율 90% 등**

### **광고에 현혹되지 않도록 주의해야”**

공정위, 대학입시 관련 소비자피해주의보 발령

- ☐ 공정거래위원회(위원장 정호열)는 대학의 신입생 모집광고로 인한 피해의 사전예방을 위하여 12. 17.(목) 소비자피해주의보를 발령함
- 최근 대학 입시철에 즈음하여 많은 대학들이 신입생 모집을 위해 신문 등 각종 매체를 통한 홍보를 치열하게 전개
  - 이 과정에서 ‘취업률’ 및 ‘장학금 수혜율’ 등과 관련하여 학생과 학부모에게 그릇된 정보를 제공하는 경우가 다수 발생
  - 이에 부당광고에 해당될 소지가 있는 광고유형을 예시하고 그에 대한 유의사항을 제공함으로써 소비자피해를 방지하고자 함

## **I. 학생과 학부모가 오인할 우려가 있는 대학의 광고 유형 및 유의 사항**

### **1. 취업률 관련 광고의 경우**

#### **가. 학생과 학부모가 오인할 우려가 있는 대학의 광고 유형**

- ☐ 취업률 순위를 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우
- 2008년도 정보공시에서는 취업률이 1위였으나 2009년도에는 그 순위가 하락하였음에도 계속 1위인 것처럼 광고
  - 교과부의 보도자료에 의하면 2007년도에는 취업률 1위가 아니었음에도 불구하고 마치 5년간 연속하여 취업률이 1위인 것처럼 광고

☐ 특정그룹 또는 특정지역 이라는 전제조건을 기재하지 않은 경우

- A그룹(졸업생수 3000명 이상) 내에서만 취업률이 1위임에도 이를 기재하지 않아 전국의 모든 대학에서 1위인 것처럼 광고
- 특정지역 내의 대학들에서만 취업률이 1위임에도 불구하고 마치 전국의 모든 대학에서 취업률 1위인 것처럼 광고

☐ 취업률을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우

- 취업률이 수년간 연속하여 90%대 이상인 것으로 광고하였으나 동일 기간의 평균 취업률이 80%대에 불과
- 본교와 분교의 취업률이 다름에도 불구하고 구분하지 않고 광고

#### 나. 학생과 학부모의 유의사항

☐ 대학정보공시 사이트인 대학알리미([www.academyinfo.go.kr](http://www.academyinfo.go.kr))에서 제공하는 정보를 통해 홍보내용의 사실 여부를 확인

\* 대학정보공시상의 취업률 통계 산출

$$\begin{aligned} \cdot \text{취업률}(\%) &= \frac{\text{취업자}}{\text{졸업자}-(\text{진학자}+\text{입대자}+\text{취업불가능자}+\text{외국인유학생})} \times 100 \\ \cdot \text{정규직취업률}(\%) &= \frac{\text{정규직취업자}}{\text{졸업자}-(\text{진학자}+\text{입대자}+\text{취업불가능자}+\text{외국인유학생})} \times 100 \end{aligned}$$

\* 취업자: 정규직, 정규직(대기발령), 비정규직(임시직), 비정규직(시간제, 일용직), 자영업

☐ 대학들의 취업률을 비교·판단할 경우 졸업생 규모가 유사한 학교들을 비교대상으로 삼는 것이 바람직

※ 교과부에서는 졸업자 수를 기준으로 대학그룹별 취업률 우수 학교를 발표

대학 및 산업대학	전문대학
<ul style="list-style-type: none"> <li>· A그룹 : 3,000명 이상</li> <li>· B그룹 : 2,000명 이상~3,000명 미만</li> <li>· C그룹 : 1,000명 이상~2,000명 미만</li> <li>· D그룹 : 1,000명 미만</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A그룹 : 2,000명 이상</li> <li>· B그룹 : 1,000명 이상~2,000명 미만</li> <li>· C그룹 : 1,000명 미만</li> </ul>

☐ 대학 선택시 대학알리미 사이트의 단순 취업률 통계 보다는 정규직 취업률 통계를 우선 고려할 것

※ 취업률 통계상의 비정규직 상당 부분이 「직장건강보험가입 제외 대상」에 해당하므로 건강보험DB를 통한 검증이 불가

\* 직장건강보험가입 제외대상 : 1개월 미만 일용직, 비상근 근로자 또는 1개월간 80시간 미만 시간제 근로자 등(국민건강보험법 제6조, 동법 시행령 제10조)

## 2. 장학금 관련 광고의 경우

### 가. 학생과 학부모가 오인할 우려가 있는 대학의 광고 유형

☐ 장학금 수혜율을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우

○ 장학금 수혜율을 65%라고 광고하였으나, 대학정보공시상의 수혜율은 50% 정도에 불과한 경우

○ 장학금 수혜율에 관한 2008년 공시정보를 2009년 광고에도 계속 사용함으로써 최근의 수혜율을 사실과 다르게 광고

☐ 장학금 계속지급조건을 명시하지 않은 경우

○ 4년 전액 장학금 지급한다고 광고하면서 계속지급조건을 명시하지 않음으로써 조건 없이 계속 지급하는 것처럼 광고

\* 계속지급조건 : 최소 이수 학점, 최소 취득 평균 평점 등

☐ 본교와 분교의 장학금 수혜율이 다름에도 동일하게 광고하는 경우

○ 본교와 분교를 동시에 광고하면서 수혜율이 높은 본교의 수치만을 인용함으로써 마치 분교의 수혜율도 동일한 것으로 오인케 하는 경우

☐ 학생 1인당 장학금을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우

○ 학생 1인당 장학금 순위를 홍보함에 있어 '사립대학 중'이라는 전제 조건을 생략함으로써 전체 대학을 대상으로 한 순위인 것처럼 광고

## 나. 학생과 학부모의 유의사항

□ 장학금 관련 홍보내용은 반드시 대학알리미 사이트에서 제공하는 정보를 통해 그 일치여부를 반드시 확인

○ 특히 장학금 수혜율과 관련하여 2008년도 공시정보를 2010학년도 입시홍보에도 사용하는 경우가 있음을 주의

\* 2009년도 정보공시에서의 장학금 수혜율은 아래와 같이 수식의 변화가 있어 2008년 공시된 수혜율보다 낮게 나타남

2008년도 정보공시	2009년 정보공시
$\frac{\text{장학금 수혜 학생수}}{\text{재 학생수}} \times 100$	$\frac{\text{장학금 수혜 학생수}}{\text{학기별 재 학생의 합}} \times 100$

\* 1명의 학생에게 1년간 1, 2학기 2회에 걸쳐서 장학금이 지급되었다면 장학금 수혜 학생수는 2명임

○ 각 대학별 장학제도의 우수성은 장학금 수혜현황(장학금 수혜율, 1인당 장학금 등)을 종합적으로 판단할 필요

\* 2009년 대학정보공시에서는 성적과는 무관한 근로장학금, 봉사장학금 등 대가성이 있는 경우도 교내 장학금에 포함

- 장학금 수혜율은 액수와 상관없이 장학금을 지급 받은 모든 학생을 대상으로 하므로 대학의 장학제도를 측정하는데 한계

\* 실제로 A대학의 경우 B대학보다 장학금 수혜율은 20%정도 높았으나 1인당 장학금에 있어서는 1/2에 불과한 실정

□ 4년 전액 장학금 등의 경우 계속지급조건이 붙는 것이 보통이므로 이의 명시가 없다면 조건 유무 및 내용을 반드시 확인

### 3. 합격 실적 등 관련 광고의 경우

#### 가. 학생과 학부모가 오인할 우려가 있는 대학의 광고 유형

- ☐ 특정학과의 ○○자격시험 합격률을 광고하면서 타 학과 출신 합격자를 포함시켜 합격률을 산출함으로써 합격률을 부풀린 경우
- ☐ 과거 특정년도의 ○○고사 합격률만이 1위이었으나, 마치 수년 동안 계속하여 합격률이 1위인 것처럼 광고

#### 나. 학생과 학부모의 유의사항

- ☐ 대학 홍보광고 상의 특정시험 합격률에 관하여 의문이 있을 때에는 해당 학교의 취업지원센터에 사실여부를 문의
- ☐ 기숙사 수용현황 등 그 밖의 사항에 대해서는 대학알리미 사이트에서 제공하는 다양한 공시정보를 활용

## II. 위법사항 등 신고

- ☐ 대학알리미 사이트의 오류정보 신고센터에 신고
- ☐ 구체적인 위법사실 및 근거자료를 첨부하여 공정위에 신고

공정거래위원회	구 분	부서	전 화 번 호
	서울사무소	소 비 자 과	02-3140-9657
	부산사무소		051-460-1001
	광주사무소		062-975-6818
	대전사무소		042-476-1349
	대구사무소		053-742-9148

## III. 향후계획

- ☐ 공정위는 대학의 홍보성 광고에 대하여 지속적으로 모니터링
  - 관련 법 위반 사안에 대해서는 필요한 조치를 강구

※ 피해주의보 발령배경 등 상세 내용 : <별첨> 참조

I

**피해주의보 발령 배경**

- 2010학년도 대학 입시는 대학의 모집인원의 증가로 인하여 어느 때보다 우수 학생 유치를 위한 대학간 경쟁이 치열해질 전망

※ 대학의 신입생 선발인원이 작년에 비해 약 7천여명 증가

<대학(전문대학 포함)의 신입생 모집현황>

구분	대학수	모집인원
2009학년도	347	675,995
2010학년도	345	682,343

\* 출처 : 한국대학교육협의회, 한국전문대학협의회

- 최근 대학 입시 철에 즈음하여 많은 대학들이 신입생 모집을 위해 신문 등 각종 매체를 통한 홍보를 강화하고 있는 양상

- 홍보내용 중 특히 '취업률' 및 '장학금 수혜율'과 관련하여 학생 및 학부모에게 그릇된 정보를 제공하는 경우가 발생

\* 예) 5년 연속 취업률 1위 대학, 2008년도 장학금 수혜율 60% 등

- 부당광고에 해당할 소지가 있는 대학의 광고에 대해 소비자피해 주의보를 발령함으로써 대학의 홍보자료에 대한 경각심을 제고

- 입시홍보와 관련한 유의사항 등 대학 선택시 필요한 정보를 제공함으로써 학생과 학부모들의 피해를 사전에 방지

- 대학의 신입생 유치 경쟁에 따른 부당 광고행위의 중지를 유도

## Ⅱ 부당광고에 해당할 소지가 있는 대학의 광고 유형

### 1. 취업률 관련 광고의 경우

- ☐ 취업률을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우

**【예시】**

- ◇ 취업률이 6년간 연속하여 90%대 이상인 것으로 광고하였으나 동일 기간의 평균 취업률이 80%대에 불과한 경우

- ☐ 취업률 순위를 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우

**【예시】**

- ◇ 2008년도 정보공시에서는 취업률이 1위였으나 2009년도에는 그 순위가 하락하였음에도 계속 1위인 것처럼 광고

**【예시】**

- ◇ 교과부의 보도자료에 의하면 2007년도에는 취업률 1위가 아니었음에도 불구하고 마치 5년간 연속하여 취업률이 1위인 것처럼 광고

- ☐ 특정그룹 또는 특정지역 이라는 전제조건을 기재하지 않은 경우

**【예시】**

- ◇ A그룹(졸업생수가 3000명 이상) 내에서만 취업률 1위임에도 불구하고 이를 기재하지 않음으로써 전국의 모든 대학에서 1위인 것처럼 광고

**【예시】**

- ◇ 특정지역 내의 대학들에서만 취업률이 1위임에도 불구하고 마치 전국의 모든 대학에서 취업률 1위인 것처럼 광고

- 본교와 분교의 취업률이 서로 다름에도 동일하게 광고하는 경우

**【예시】**

- ◇ 본교와 분교를 동시에 광고하면서 취업률이 높은 본교의 수치만을 인용하여 마치 분교의 취업률도 동일한 것으로 오인케 한 경우

## 2. 장학금 관련 광고의 경우

- 장학금 수혜율을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고하는 경우

**【예시】**

- ◇ 65%라는 장학금 수혜율을 내세워 많은 학생들이 장학금 혜택을 받고 있는 것처럼 광고하였으나, 정보공시상의 수혜율은 50% 정도에 그친 경우

**【예시】**

- ◇ 장학금 수혜율에 관한 2010학년도 입시광고에 2009년 공시정보가 아닌 2008년 공시정보를 사용함으로써 수혜율을 실제보다 과장하여 광고

- 장학금 계속지급조건을 명시하지 않은 경우

**【예시】**

- ◇ 재학기간 동안 전액 장학금을 지급한다고 광고하면서 계속지급조건을 명시하지 않음으로써 조건 없이 계속 지급하는 것처럼 광고

\* 계속지급조건 : 매학기 또는 매년 이수할 최소 학점, 매학기 또는 매년 취득해야 할 최소 평균 평점 등

☐ 학생 1인당 장학금을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고한 경우

【예시】

- ◇ 학생 1인당 장학금 순위를 홍보함에 있어 '사립대학 중'이라는 전제 조건을 표기하지 않음으로써 전체 대학을 대상으로 집계한 순위인 것처럼 광고

☐ 본교와 분교의 장학금 수혜율이 다름에도 동일하게 광고하는 경우

【예시】

- ◇ 본교와 분교를 동시에 광고하면서 수혜율이 높은 본교의 수치만을 인용함으로써 마치 분교의 수혜율도 동일한 것으로 오인케 하는 경우

### 3. 합격 실적 관련 광고의 경우

☐ 국가고시 등의 합격률을 사실과 다르게 또는 과장하여 광고한 경우

【예시】

- ◇ 특정학과의 ○○시험 합격률을 광고하면서 타 학과 출신 합격자를 포함시켜 합격률을 산출함으로써 합격률을 부풀린 경우

【예시】

- ◇ 과거 특정년도의 ○○고사 합격률만이 1위 이었으나, 마치 수년 동안 계속하여 합격률이 1위인 것처럼 광고

### III

## 학생 및 학부모 유의사항

### 1. 취업률 관련

□ 대학정보공시 사이트인 **대학알리미(www.academyinfo.go.kr)**에서 제공하는 공시정보를 통해 홍보내용의 사실 여부를 확인

○ 대학정보공시 상의 취업률 통계는 다음과 같이 산출됨을 유념

$$\begin{aligned} \cdot \text{취업률}(\%) &= \frac{\text{취업자}}{\text{졸업자} - (\text{진학자} + \text{입대자} + \text{취업불가능자} + \text{외국인유학생})} \times 100 \\ \cdot \text{정규직취업률}(\%) &= \frac{\text{정규직취업자}}{\text{졸업자} - (\text{진학자} + \text{입대자} + \text{취업불가능자} + \text{외국인유학생})} \times 100 \end{aligned}$$

\* 취업자: 정규직, 정규직(대기발령), 비정규직(임시직), 비정규직(시간제, 일용직), 자영업

□ 대학들의 취업률을 비교·판단할 경우 **졸업생 규모가 유사한 학교들을 비교대상으로 삼는 것이 바람직**

※ 2008, 2009년 교과부에서는 다음과 같이 **졸업자 수를 기준으로 대학을 그룹별로 나누어 취업률 우수 학교를 발표**

대학 및 산업대학	전문대학
<ul style="list-style-type: none"> <li>· A그룹 : 3,000명 이상</li> <li>· B그룹 : 2,000명 이상~3,000명 미만</li> <li>· C그룹 : 1,000명 이상~2,000명 미만</li> <li>· D그룹 : 1,000명 미만</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A그룹 : 2,000명 이상</li> <li>· B그룹 : 1,000명 이상~2,000명 미만</li> <li>· C그룹 : 1,000명 미만</li> </ul>

□ 대학 선택시 단순 취업률 통계 보다는 **정규직 취업률 통계를 우선 고려**

○ 취업률 통계상의 비정규직 상당 부분이 「직장건강보험가입 제외대상」에 해당하므로 건강보험DB를 통한 검증이 불가

\* 직장건강보험가입 제외대상 : 1개월 미만 일용직, 비상근 근로자 또는 1개월간 80시간 미만 시간제 근로자 등(국민건강보험법 제6조, 동법 시행령 제10조)

## 2. 장학금 관련

□ 장학금 관련 홍보내용은 대학알리미 사이트에서 제공하는 정보를 통해 그 일치여부를 반드시 확인

○ 특히 장학금 수혜율과 관련하여 2008년도 공시정보를 2010학년도 입시홍보에 사용하는 경우가 있음을 주의

※ 2009년도 정보공시에서의 장학금 수혜율은 아래와 같이 수식의 변화가 있어 2008년 공시된 수혜율보다 낮게 나타남

2008년도 정보공시	2009년 정보공시
$\frac{\text{장학금 수혜 학생수}}{\text{재 학생수}} \times 100$	$\frac{\text{장학금 수혜 학생수}}{\text{학기별 재 학생의 합}} \times 100$

\* 1명의 학생에게 1년간 1, 2학기 2회에 걸쳐서 장학금이 지급되었다면 장학금 수혜 학생수는 2명임

○ 각 대학별 장학제도의 우수성은 장학금 수혜현황(장학금 수혜율, 1인당 장학금 등)을 종합적으로 판단할 필요

\* 2009년 대학정보공시에서는 성적과는 무관한 근로장학금, 봉사장학금 등 대가성이 있는 경우도 교내 장학금에 포함

- 장학금 수혜율은 액수와 상관없이 장학금을 지급 받은 모든 학생을 대상으로 하므로 대학의 장학제도를 판단하는데 한계

\* 실제로 A대학의 경우 B대학보다 장학금 수혜율은 20%정도 높았으나 1인당 장학금에 있어서는 1/2에 불과한 실정

□ 4년 전액 장학금 등의 경우 계속지급조건이 붙는 것이 보통이므로 이의 명시가 없다면 조건 유무 및 내용을 반드시 확인해 볼 것

○ 장학금지급조건은 해당대학의 입학처에 문의하거나, 대학알리미 사이트를 통해 확인 가능

### 3. 합격 실적 등 관련.

- ☐ 대학의 홍보광고상의 국가고시 등 합격률에 관하여 의문이 있을 때에는 해당 학교의 취업지원센터에 사실여부를 문의할 것
- ☐ 기숙사 수용현황 등 그 밖의 사항에 대해서는 대학알리미 사이트에서 제공하는 다양한 공시정보를 활용

## IV | 위법사항 등 신고

- ☐ 대학정보공시의 내용이 사실과 다를 경우 대학알리미 사이트의 오류정보 신고센터에 신고(관련 문의: 02-3460-0180~3)
- ☐ 「표시·광고법」 위반행위에 대해서는 구체적인 위법사실 및 근거자료를 첨부하여 공정거래위원회에 신고

공정거래위원회	구 분	부서	전화번호
	서울사무소	소 비 자 과	02-3140-9657
	부산사무소		051-460-1001
	광주사무소		062-975-6818
	대전사무소		042-476-1349
	대구사무소		053-742-9148

## V | 향후 계획

- ☐ 공정거래위원회는 대학의 홍보성 광고와 관련한 소비자 피해를 방지하기 위해 지속적으로 모니터링할 계획
- 관련 법 위반에 해당되는 사안이 발견될 경우에는 필요한 조치를 강구할 계획임