

전자상거래 등에서의 소비자보호 지침

[시행 2003. 10. 21.] [공정거래위원회고시 제2003-7호, 2003. 10. 21., 제정]
[시행 2005. 12. 28.] [공정거래위원회고시 제2005-19호, 2005. 12. 28., 일부개정]
[시행 2006. 8. 1.] [공정거래위원회고시 제13호, 2006. 8. 1., 일부개정]
[시행 2009. 5. 1.] [공정거래위원회고시 제2009-7호, 2009. 5. 1., 일부개정]
[시행 2009. 8. 21.] [공정거래위원회고시 제2009-53호, 2009. 8. 20., 일부개정]
[시행 2012. 8. 21.] [공정거래위원회고시 제2012-33호, 2012. 8. 20., 일부개정]
[시행 2015. 8. 20.] [공정거래위원회고시 제2015-7호, 2015. 8. 20., 일부개정]
[시행 2023. 9. 1.] [공정거래위원회고시 제2023-18호, 2023. 9. 1., 일부개정]
[시행 2024. 6. 27.] [공정거래위원회고시 제2024-12호, 2024. 6. 27., 일부개정]
[시행 2025. 10. 24.] [공정거래위원회고시 제2025-8호, 2025. 10. 24., 일부개정]

I. 목적 및 구성

1. 목적

이 지침은 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 "법"이라 한다) 제21조의 규정에 따라 법과 시행령 등 관련법령(이하 "관련법령"이라 한다)의 내용을 보다 구체화하여 예시함으로써 이 법 위반행위의 방지 및 소비자피해의 예방을 위하여 전자상거래 및 통신판매를 행함에 있어 사업자가 지켜야 할 기준을 고시하고, [법 제21조의2 및 제23조의 규정](#)에 따라 건전한 거래질서의 확립 및 소비자의 보호를 위하여 사업자의 자율적 준수를 유도하는 데 그 목적이 있다.

2. 구성 등

이 지침은 법 제21조에 따라 이 법 위반행위의 방지 및 소비자피해의 예방을 위하여 관련법령의 해석에 관한 기준을 제시하는 부분인 "일반사항"과 [법 제21조의2 및 제23조](#)의 규정에 따라 건전한 거래질서 확립 및 소비자의 보호를 위하여 사업자의 자율적 준수를 유도하기 위한 "권고사항"의 두 부분으로 구성된다. 일반사항은 관련법령의 적용기준을 제시한 부분으로 관련법령의 위반여부를 판단하는 기준이 된다. 사업자가 사용하는 약관이 권고사항에 규정된 내용보다 소비자에게 불리한 경우에 사업자는 법 제23조제2항의 규정에 따라 그 다르게 정한 약관의 내용을 소비자가 알기 쉽게 표시 또는 고지하여야 하며, 그러한 표시 또는 고지를 하지 아니한 경우에는 법 제32조에 따른 시정조치의 대상이 된다.

II. 일반사항

1. 일반적 준수사항

사업자는 전자상거래 및 통신판매를 함에 있어서 다음 각호의 사항을 준수하여야 한다.

가. 사업자가 표시·광고를 할 때에는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」과 「중요한 표시·광고 사항 고시」(공정거래위원회고시 제2014-8호), 「부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정 고시」(공정거래위원회고시 제2012-10호) 등의 관련 규정을 준수하여야 한다.

나. 사업자가 거래조건을 정하거나 이를 소비자에게 알릴 때에는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「할부거래에 관한 법률」 등 거래조건에 관한 법령의 규정을 준수하여야 하며, 소비자가 거래조건을 용이하게 전자문서로 저장하거나 인쇄하여 보존할 수 있도록 하여야 한다.

다. 사업자가 청소년(이 지침에서 "청소년"이라 함은 「청소년보호법」 제2조 제1호에서 정하는 바에 따르며, 이하 같다)을 대상으로 전자상거래 및 통신판매를 할 때에는 「청소년보호법」 제2조제3호의 규정에 의한 청소년유해매체물 등 타법령에 의하여 청소년의 접근이 제한된 재화와 정보 등에 대해서는 청소년의 접근을 제한하고 이를 구매할 수 없도록 하기 위한 조치를 강구하여야 한다.

2. 통신판매, 통신판매업자, 통신판매중개자의 개념정의 및 책임의 범위

가. 법 제2조제2호의 규정에 의한 "통신판매"는 사업자의 판매에 관한 정보제공 및 소비자의 청약이 직접 대면하지 아니하고 이루어진 것을 의미한다.

<예시>

(1) 갑은 인터넷상의 사이버몰에서 을의 제품광고를 본 후, 을의 상점을 직접 방문하여 제품을 구입하였다.

⇒ 이는 판매에 관한 정보의 제공이 비대면으로 이루어진 것일 뿐 청약이 비대면으로 이루어진 것이 아니므로 통신판매에 해당하지 않는다.

(2) 사업자 C는 음식점 D의 음식을 저렴한 가격에 제공받을 수 있도록 금액이나 수량이 기재된 증표(이하 '이용권'이라 함)를 자신이 운영하는 사이버몰에서 판매하였다.

⇒ 사업자 C는 비대면으로 이용권에 관한 정보를 제공하고 청약을 받아 재화등의 이용권을 판매하고 있으므로 통신판매에 해당한다.

(3) 사업자 E는 자신의 사이버몰에 해외 사이버몰에서 판매하는 재화등에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 통하여 대금을 미리 지급 받은 후 해외 사이버몰에서 해당 재화등을 구매하여 소비자에게 배송하였다.

⇒ 사업자 E는 비대면으로 해외 사이버몰의 재화등에 관한 정보를 제공하고 청약을 받아 해당 재화등을 판매하고 있으므로 통신판매에 해당한다.

(4) 사업자 F는 자신의 사이버몰에 해외 사이버몰에서 판매하는 재화등의 배송 용역에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 소비자가 해외 사이버몰에서 구매한 재화등의 배송 용역을 제공하였다.

⇒ 사업자 F는 비대면으로 해외 사이버몰의 재화등의 배송 용역에 관한 정보를 제공하고 청약을 받아 해당 용역을 판매하고 있으므로 통신판매에 해당한다.

나. 법 제2조제3호에서 ‘통신판매를 업으로 하는 자와의 약정에 따라 통신판매업무를 수행하는 자’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ A신용카드사는 통신판매업자인 B여행사를 위하여 A신용카드사 자신의 명의로 발행되는 카탈로그를 이용하여 B여행사의 여행상품에 대한 판매의 정보를 제공하고 고객으로부터 동 여행상품에 대한 청약을 비대면으로 접수하여 여행상품 판매업무를 수행하였다.

⇒ 이러한 경우, A신용카드사는 통신판매업자(B여행사)와의 약정에 따라 통신판매업무를 수행하는 자로서 통신판매업자에 해당한다.

- 반면에 A신용카드사가 자신의 명의로 발행되는 우편물에 B여행사를 위하여 여행상품에 대한 판매의 정보를 제공하고 청약의 접수 및 판매는 B여행사에서 이루어지는 경우,

⇒ A카드사는 통신판매업자에 해당하지 아니한다.(이 경우 통신판매중개자에는 해당한다.)

다. 법 제3조제3항에서 ‘통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매중개를 하는 통신판매업자’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 통신판매중개를 하는 사업자 A가 운영하는 사이버몰에서 통신판매를 업으로 하지 아니하는 개인 B의 재화등에 대한 판매정보의 제공과 청약의 접수 등이 이루어지는 경우,

⇒ A는 ‘통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매중개를 하는 통신판매업자’에 해당된다.

- 반면에 생활정보제공사이트를 운영하는 사업자 C가 의뢰자 B의 재화등에 대한 판매정보만을 제공하고 청약 등은 의뢰자 B가 전화로 직접 받는 경우,

⇒ C는 ‘통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매중개를 하는 통신판매업자’에는 해당되지 않는다.

라. [법 제20조의2제3항](#)의 ‘통신판매업자인 통신판매중개자’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 사이버몰의 이용을 허락하는 방법으로 통신판매중개를 하는 사업자 A가 운영하는 사이버몰에서 중개의뢰자인 통신판매업자 B의 재화등에 대한 판매정보의 제공과 청약의 접수 등이 이루어지는 경우,

⇒ 해당 사이버몰을 운영하는 사업자 A는 ‘통신판매업자인 통신판매중개자’에 해당된다.

- 반면에 가격비교사이트처럼 통신판매업자 B의 재화등에 관한 가격관련 정보만 제공되는 경우,

⇒ 가격비교사이트를 운영하는 사업자 C는 ‘통신판매업자인 통신판매중개자’에 해당되지 아니한다.

마. 법 제20조제1항과 관련하여, 통신판매중개자가 재화등을 판매함에 있어서 통신판매업자로서의 책임이 없다는 사실을 약정하는 경우에 단순히 약관의 일부조항에 그 내용을 포함하여 소비자의 동의서명을 받는 것만으로는 불충분하며, 소비자가 해당 사실에 대

해서 충분히 인식할 수 있도록 개별적으로 설명 등 필요한 조치를 하여야 한다.

○ 또한 통신판매업자로서의 책임이 없다는 사실을 고지하는 경우에는 단순히 사이트의 하단 등에 표시하는 것만으로는 불충분하며, 이동 중 팝업화면에 고지하거나 결제 등 중요한 거래절차에 있어 소비자가 충분히 인식할 수 있도록 조치하여야 한다.

바. 어떠한 사업자가 통신판매업자인지 통신판매중개자인지 구별이 불분명한 경우에는 (i) 사업자가 자신은 통신판매중개자에 불과하며 통신판매에 따른 법적 책임은 제3의 의뢰자에게 있음을 소비자들이 알기 쉬운 방법으로 약정하거나 고지하였는지 여부, (ii) 대금결제가 통신판매중개를 의뢰한 자와의 거래임을 소비자가 충분히 인식할 수 있도록 결제화면에서 표시하는 등 필요한 조치를 하였는지 여부, (iii) 통신판매에 따른 매출이익이 직접 자신의 수익이 되는지 아니면 단순히 중개수수료 수익만을 얻는 것인지 등의 회계처리 방법 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

사. 포털사이트 등에서 단순히 띠(배너)를 게시하고 동 띠를 클릭하는 경우 다른 사이트로 이동하여 거래가 이루어지는 경우에는 띠를 게시한 사이트에서 통신판매에 필요한 절차의 중요한 일부가 수행된 것이 아니므로 띠가 게시된 사이트를 운영하는 사업자를 통신판매중개자라고 할 수 없다.

○ 그러나 포털사이트 등에서 띠를 통하여 이동한 사이트가 당해 포털사이트 등과 전혀 다른 사이트임을 소비자가 명백히 인식할 수 있도록 충분히 조치하지 아니하여

- 소비자들이 해당 띠와 연결된 사이트가 당해 포털사이트 등에 의하여 운영되는 것이라고 신뢰할 수 있었던 경우에는, 당해 포털사이트 등을 운영하는 사업자는 통신판매중개자 또는 통신판매업자로서의 책임을 진다.

3. 전자문서의 활용

가. 법 제5조 제4항과 관련하여 전자상거래를 하는 사업자는 소비자가 전자문서로 회원가입 신청, 재화등의 구입에 관한 청약, 소비자관련 정보 제공 및 이용 동의 등을 할 수 있도록 하는 경우, 회원탈퇴, 청약의 철회 또는 변경, 계약의 변경 또는 해지·해제, 정보 제공 및 이용 동의의 철회 또는 변경 등도 동일한 방법으로 할 수 있도록 하여야 한다. 여기서 전자문서란 회원가입·탈퇴 신청 양식, 전자우편, 사이버몰의 상담게시판 등을 포함한 정보처리시스템에 의해 전자적 형태로 작성·송신·수신·저장될 수 있는 정보 일체를 말한다.

나. 법 제5조 제5항과 관련하여 전자상거래를 하는 사업자는 세금계산서, 현금영수증, 구매계약서 등 소비자가 재화등의 거래와 관련한 각종 확인·증명을 전자문서로 제공해줄 것을 요청하는 경우 이를 제공하여야 한다.

다. 법 제5조 제7항에 따라 전자상거래를 하는 사업자가 가. 및 나.와 관련한 의무를 이행할 때 통신판매중개자, 호스팅서비스제공자 등과 같이 해당 사이버몰의 구축 및 운영에 관련된 사업자들은 그 의무 이행에 필요한 조치 등을 위하여 협력하여야 한다.

4. 거래기록의 열람

법 제6조 및 시행령 제6조제2항의 거래기록(그와 관련된 개인정보를 포함한다) 열람과 관

련하여 사업자가 조치하여야 할 사항은 다음과 같다.

가. 사이버몰을 통하여 거래가 이루어진 경우 거래당사자인 소비자에게 해당사이버몰에서 거래기록을 열람·확인할 수 있도록 하여야 한다.

나. 사이버몰이외의 수단을 통해 거래가 이루어진 경우, 거래당사자인 소비자에게 전화, 팩스, 인터넷 등을 통하여 쉽게 거래기록을 열람·확인할 수 있도록 하여야 한다.

다. 소비자가 사업자의 사업활동을 방해할 목적으로 동일한 거래기록의 열람을 계속, 반복적으로 요구하는 경우는 위 가., 나. 규정의 예외로 한다.

5. 조작실수 방지 및 청약확인 등을 위한 절차

가. 법 제7조 및 제14조 제2항의 규정과 관련하여, 사업자가 소비자의 조작실수를 방지하기 위해 필요한 절차 및 통신판매업자가 소비자로 하여금 청약의 내용을 확인하고 정정 또는 취소할 수 있도록 하는 적절한 절차를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 사이버몰에서 거래가 이루어지는 경우에는 결제화면으로 연결되기 전의 화면이나 팝업화면을 통하여 청약의 내용을 다시 확인할 수 있도록 하고 소비자에게 청약내용에 따라 청약절차를 계속 진행할 것인지를 확인하는 방법

(2) TV홈쇼핑과 카탈로그 쇼핑의 경우에는 전화주문시 청약의 중요내용을 설명하고 소비자에게 그 내용대로 청약절차를 계속할 것인지를 묻는 방법

나. 사업자가 소비자에게 청약내용을 확인할 수 있도록 하거나 설명하는 경우에는 가격 등 중요정보를 소비자가 명백히 인식할 수 있도록 조치하여야 하며, 그 방법을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 재화등의 가격을 아라비아 숫자와 한글표기를 병기하는 등 소비자의 시각적 착오를 방지하는 방법

(2) 전화주문시 재화등의 가격을 반복해서 들려주는 방법 등

6. 전자적 대금지급의 신뢰 확보

가. 법 제8조제2항 및 시행령 제9조와 관련하여, 전자적 대금지급이 이루어지는 경우 소비자의 청약의사가 진정한 의사표시에 의한 것인지 확인하기 위하여 사업자와 전자결제업자등이 소비자에게 전자적 대금 결제창을 제공해야 하는데 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 무료 이벤트 사용기간이 경과하면 유료 월정액자동결제로 전환되는 재화등을 공급하는 경우, 소비자가 재화등의 내용 및 종류, 재화등의 가격, 용역의 제공기간 등을 확인하고 동의여부를 선택할 수 있도록 유료로 전환되어 전자적 대금지급이 이루어지는 시점에서 전자결제업자등이 마련한 전자적 대금 결제창을 소비자에게 제공해야 한다. 다만, 무료 이벤트가 유료 월정액자동결제 계약에 부수된 것으로 유료로 전환되는 시기가 명확하고 소비자가 그 전환 시기에 동의하는 경우에는 무료 이벤트 사용 시작 시점에서

전자적 대금 결제창을 소비자에게 제공할 수 있다.

- (2) 월정액자동결제가 이루어지는 재화등을 공급하는 사업자가 매달 결제되는 가격을 변경한 경우, 소비자가 재화등의 내용 및 종류, 재화등의 변경된 가격, 용역의 제공기간 등을 확인하고 동의여부를 선택할 수 있도록 변경된 가격으로 전자적 대금지급이 이루어지는 시점에서 전자결제업자등이 마련한 전자적 대금 결제창을 소비자에게 제공해야 한다.

나. 법 제8조제3항의 규정과 관련하여, 사업자와 전자결제업자등이 전자적 대금지급 사실을 소비자에게 통지할 때에는 전자우편, 전화, 휴대전화단문메세지(SMS), 팩스 등을 이용하여 즉시 통지하는 것을 원칙으로 한다. 다만, 대면하여 본인여부를 확인한 경우와 소비자의 동의를 얻은 경우에는 통지를 생략할 수 있다. 사업자가 소비자에게 전자적 대금 지급 사실을 통지하는 방법을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 사이버몰에서 거래가 이루어진 경우에는 전자우편, 휴대전화단문메세지에 의한 통지
(2) TV홈쇼핑과 카탈로그쇼핑 등 전화로 주문하는 경우에는 사이버몰의 통지 방식 외에 전화주문시 구매자에게 일반사항 6.라.(1)이 정하는 내용을 고지하는 방법에 의한 통지도 가능

다. 나.에서 통지의 대상이 되는 소비자는 사업자가 전자적 대금지급 사실을 통지하는 경우에는 재화등을 주문한 자, 전자결제업자등이 통지하는 경우에는 대금을 지급하는 자로 한다. 한편, 전자결제대행사업자(PG) 등이 통지의 대상이 되는 소비자에 대한 정보를 가지고 있지 않은 경우에는 최종결제업자인 신용카드업자, 유·무선통신업자 등의 통지로 갈음할 수 있다.

<예시>

○ 갑이 을의 ID로 A 사업자가 운영하는 사이버몰에 접속하여 자신(갑)이 가지고 있는 B 신용카드를 사용하여 재화등을 구매하는 경우에 A 사업자는 을에게, B 신용카드사는 갑에게 통지한다.

라. 나.에서의 통지와 관련하여, 사업자와 전자결제업자등은 소비자의 혼란을 방지하기 위하여 그 통지내용을 다음과 같이 구분하여 통지할 수 있다.

- (1) 사업자의 통지내용 : 구입상품의 가격, 지불조건 등 구매관련 중요정보
(2) 전자결제업자등의 통지내용 : 결제자명, 결제일시, 결제수단, 결제금액, 할부여부 등 결제관련정보

마. 법시행규칙 제5조의 규정과 관련하여, 사업자와 전자결제업자등이 매월 일정기일에 이용요금을 고지함에 있어 재화등을 공급한 사업자별로 거래내역과 이용요금을 표시하는 경우, 그 표시의 방법은 서면, 전자우편, 팩스 등에 의한다. 다만, 홈페이지 등을 통하여 소비자가 확인할 수 있도록 조치하고 소비자에게 그러한 사실을 통지한 경우에는 표시한 것으로 간주한다. 이 경우에도 소비자가 특정한 방법에 의한 표시를 요청하는 경우에는 그에 따라야 한다.

7. 소비자의 정보에 대한 수집 및 도용

가. 법 제11조제1항의 규정과 관련하여, 전자상거래 및 통신판매에 있어 사업자가 소비자의 정보를 공정하게 수집 또는 이용하는 방법으로 볼 수 없는 행위를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 소비자에게 3개월 무료 이용 등의 이익 제공을 약속하면서 당해 소비자에 관한 정보를 수집한 뒤, 실제로는 약속을 이행하지 않는 행위

나. 법 제11조 및 시행령 제12조의 규정과 관련하여, 소비자 본인이 요청하는 경우 도용여부의 확인 및 당해 소비자에 대한 관련거래 기록의 제공을 위하여 사업자가 취하여야 할 조치를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 사업자는 소비자정보의 도용여부확인과 관련하여 본인확인 방법으로 휴대폰인증, 전자정부 주민등록진위확인서비스, 공인인증서 등의 방법 중 2가지 이상을 갖추고, 그 중 소비자가 선택한 방법에 의하여 본인확인절차를 거쳐야 한다.

(2) 소비자가 본인에 대한 관련거래 기록 제공을 요청하는 경우 사업자는 본인확인절차를 거친 후 소비자 본인에게(미성년자의 법정대리인이 요청하는 경우에는 그 법정대리인에게) 거래일시, 목적물, 거래금액, 거래상대방, 결제업자 등의 관련거래 기록을 제공하여야 한다.

(3) 소비자가 자신에 관한 정보가 도용되었음을 사업자에게 신고한 경우, 사업자는 신고를 접수한 직원의 성명을 알려주는 등 신고접수 및 처리상황을 쉽게 확인할 수 있는 방법을 그 소비자에게 알려야 한다.

다. 법 제11조 및 시행령 제12조의 규정과 관련하여, 사업자가 도용에 의하여 변조된 소비자에 관한 정보의 원상회복을 위하여 취하여야 할 조치를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 소비자의 정보가 도용되어 당해 소비자의 계정(ID), 비밀번호, 신용카드번호, 유무선전화번호, 주소 등 소비자정보가 변조된 경우 사업자는 즉시 원상회복을 위한 조치를 취하여야 한다.

8. 정기결제 관련

가. 법 제13조제6항의 ‘재화등의 정기결제 대금이 증액되거나 재화등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환되는 경우’는 일정한 주기마다 대금이 자동결제되는 재화등의 정기결제 거래에서 그 결제 대금이 소비자가 이전에 결제했던 대금보다 인상(무상에서 유상으로 전환되는 경우를 포함한다)되는 경우를 의미하며, 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 재화등의 정기결제 가격이 인상되어 소비자에게 인상된 가격이 적용되는 경우

(2) 재화등의 정기결제에 관한 최초 계약 체결 시 ‘최초 계약 시점부터 일정 기간 동안 적용되는 할인(무료 체험 등 재화등의 무상 공급을 포함한다)’을 약정하였고, 그 기간이

만료되어 소비자에게 정상 가격이 적용되는 경우

나. 법 제13조제6항 및 시행령 제20조의2에 따라 사업자가 재화등의 정기결제 대금이 증액되거나 재화등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환이 이루어지기 전 30일 내에 받아야 하는 소비자의 동의는 그 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격 및 결제 방법에 대한 소비자의 명시적인 동의여야 하며, 소비자의 동의를 받은 것으로 볼 수 없는 경우를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 소비자로부터 재화등의 정기결제에 관한 최초 계약 체결 시 향후 증액 또는 전환 가능성에 대해 포괄적인 사전 동의만 받고, 해당 증액 또는 전환 전 30일 내에 별도의 동의를 받지 아니한 경우

(2) 소비자에게 증액 또는 전환에 관한 동의를 묻는 선택항목을 제공하였으나, 소비자가 동의 또는 거부를 선택하는 대신 해당 선택항목의 창을 닫는 등 증액 또는 전환의 동의에 관한 의사표시를 하지 아니한 경우

다. 사업자는 법 제13조제6항에 따른 소비자의 동의를 받지 아니한 경우 증액되거나 유료 전환된 금액으로 결제가 이루어지지 아니하도록 정기결제 계약을 해지하거나 종전 요금을 유지하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.

9. 재화등의 공급 관련

가. 법 제15조제1항의 ‘공급에 필요한 조치’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 주문제작의 경우에 주문제작을 의뢰하는 행위

(2) 물품배송을 위해 배송업자에게 최소한의 소비자정보를 제공하고 배송을 지시하는 행위

나. 법 제15조제2항의 규정과 관련하여, 비록 통신판매업자가 청약을 받은 재화를 공급하기 곤란하여 대금을 환급하거나 환급에 필요한 조치를 취하였다 하더라도, 허위·과장 등의 방법을 사용하여 소비자를 유인한 행위에 대한 책임은 면할 수 없으며 그러한 경우를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 소비자로 하여금 자신의 사이트나 홈쇼핑, 카탈로그 등에 청약유인 목적으로 일부 제품의 가격을 허위로 기재한 뒤, 동제품의 공급이 곤란하다는 이유를 들어 대금을 환급하는 경우

10. 청약철회 방해 등 관련

가. 법 제18조제9항과 관련하여, 소비자의 청약철회등이 있는 경우 통신판매업자는 반환에 필요한 배송 비용만을 요구해야 하며, 사이버몰 등의 운영상 수반되는 인건비, 운송비, 포장비, 보관비 등의 비용 또는 취소수수료, 반품위약(공제)금 등 추가적인 금액을 요구해서는 안된다. 재화등의 반환에 필요한 비용 외에 부당하게 추가적인 금액을 요구한 경우를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 사이버몰을 운영하는 사업자로부터 구입한 의류를 반품하는데 반품배송비 외에 창고 보관비, 상품 주문에 소요된 인건비 등을 추가적으로 요구하는 경우
- (2) 사이버몰을 운영하는 사업자에게 어학시험을 신청한 후 신청일부터 7일 이내에 취소를 하였고, 시험일까지 충분한 기간이 남아 해당 시험의 응시좌석을 다시 판매할 수 있음에도 시험 신청기간이 도과하였다는 등의 이유로 응시료의 40%를 취소수수료로 부과하고 차액을 돌려주는 경우

나. 법 제21조제1항제1호의 규정과 관련하여, ‘거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해’하는 행위를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) ‘화이트색상 구두와 세일상품은 반품이 불가합니다’라는 문구를 사이버몰에 게시하는 등 사업자가 특정색상소재의 상품, 세일특가상품 등에 대해 반품 또는 환불이 불가능하다고 사이버몰에 표시하고 소비자에게 안내하는 경우
- (2) ‘불량으로 인한 환불은 물건 수령 후 5일 내에 고객센터로 신청한 경우에 한해서 가능’이라는 문구를 사이버몰에 게시하는 등 사업자가 법에서 정한 청약철회 가능 기간을 임의적으로 축소하여 사이버몰에 표시하고 소비자에게 안내하는 경우

11. 사업자의 금지행위 관련

가. 법 제21조제1항제1호의 규정과 관련하여, ‘거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래’하는 행위를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 휴대폰으로 광고문자메세지를 전송하면서 ①유료에 대한 표시를 하지 않거나, ②“연락했는데 연락이 없네요”등의 표현을 쓰거나, ③당첨상술을 쓰는 방법 등에 의하여 소비자로 하여금 전화를 걸게 하는 경우
- (2) 휴대폰에 광고문자 메시지를 전송하거나 사이버몰에 광고를 하면서 해당 메시지를 삭제하거나 취소, 거부하는 버튼을 누르는 경우 자신의 번호 또는 사이트로 연결되게 하는 등의 기만적인 방법으로 자신의 번호나 사이트로 연결되도록 하는 경우
- (3) 인터넷상의 띠광고를 하루에 일정횟수 보면 그 만큼의 할부금을 소비자의 계좌로 입금해 주는 조건으로 고가의 PC를 매우 저렴한 가격에 마련할 수 있는 기회라고 광고하여 구입하였으나, 실제로는 1~2개월 후에는 입금이 중단되는 경우
- (4) 실제로는 판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 이를 표시하지 않고 시중가의 50%에 판매한다는 광고를 하여 소비자로 하여금 주문만 하면 구매할 수 있는 것으로 오인하게 한 경우
- (5) 사이버몰에서 판매하는 재화등의 품질 및 배송 등과 관련하여 사업자에게 불리한 이용후기를 삭제하거나 사업자에게 고용된 자 또는 사이버몰이 후원하고 있는 소비자로 하여금 거짓으로 사업자에게 유리한 이용후기를 작성하도록 한 경우

- (6) 사업자가 광고비를 받았다는 사실을 소비자에게 알리지 않고 ‘베스트, 추천, 기대, 화제’ 등의 명칭을 붙여 재화등을 소개함으로써 소비자로 하여금 재화등에 대한 합리적인 평가가 토대가 되어 추천된 재화등으로 오인하게 한 경우
- (7) 사업자가 숙박, 식사, 레저활동 등을 결합한 여행 상품을 판매하면서 여행 관련 상품들의 주요 정보를 보여주는 자신의 사이버몰 내 화면에 결합상품 중 일부만 포함된 가격을 해당 결합상품의 가격인 것처럼 표시함으로써 해당 결합상품을 실제 가격보다 저렴한 상품인 것으로 오인하게 한 경우
- (8) 사업자에게 고용된 자가 대량으로 재화등을 구매한 후 취소하는 방법으로 재화등의 구매자 수를 과장하여 표시함으로써 소비자에게 인기있는 재화등으로 오인하게 한 경우
- (9) 연륙교 개통 등으로 배송사업자가 배송비에서 도선료 등 추가비용을 제외하였음에도 불구하고 소비자에게는 그 추가비용이 배송비에 포함된 것처럼 계속 표시 또는 고지하는 경우

나. 법 제21조제1항제3호의 규정과 관련하여, ‘분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 소비자가 불만사항에 대한 사업자의 이메일 또는 팩스 답변이 불충분하여 직접 전화통화를 하고자 함에도 불구하고, 사업자가 이메일 또는 팩스를 통해서만 불만처리를 할 수 있도록 하고 전화통화를 거부하는 경우
- (2) 상담원이 부족하여 소비자가 통상의 경우 상담원과 통화할 수 없거나 ARS 등을 통해 여러 단계를 거치게 하면서 결국 상담원과는 통화가 되지 않도록 기술적 장치를 해놓은 경우
- (3) 소비자가 사업자와의 전화통화가 이루어지지 않아 자동 안내된 콜백 안내에 따라 자신의 전화번호를 남겼음에도 불구하고 사업자가 3영업일 이내에 전화를 하지 않는 경우. 다만, 소비자가 전화번호를 잘못 남겼거나 소비자의 부재 등으로 부득이하게 연락이 지연된 경우를 제외
- (4) 사업자가 이메일 주소를 허위로 기재하거나 메일수신서버를 차단하여 소비자가 이메일을 보낼 수 없는 경우

다. 법 제21조제1항제4호의 규정과 관련하여, 사업자는 소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화등을 공급하거나 또는 청약과는 다른 재화등을 공급하고 그 대금을 청구하는 행위를 하여서는 아니 되며, 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- 소비자가 사업자와의 전화통화를 통해 상품안내를 받고 고객의 신용도를 조사한다는 명목하에 신용카드번호를 알려주었으나 재화등의 구입 의사를 표시하지는 않았음에도 불구하고, 사업자가 임의로 재화를 공급하고 소비자의 신용카드로 결제를 하는 경우

12. 사이버몰에서의 가격 표시 관련

가. 법 제21조의2제1항제1호의 ‘사이버몰을 통하여 소비자에게 재화등의 가격을 알리는

표시·광고의 첫 화면’은 사이버몰 내에서 소비자가 재화등의 내용과 그 가격에 관한 정보를 처음으로 접할 수 있는 화면을 의미하며, 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 소비자가 사이버몰에서 특정 키워드로 상품을 검색하여 노출되는 검색 결과 화면
- (2) 소비자가 사이버몰에서 카테고리 등 상품 분류 영역을 탐색하여 노출되는 상품 목록 화면
- (3) 상품의 사진 등 정보와 그 가격이 함께 표시되는 사이버몰의 초기 화면

나. 법 제21조의2제1항제1호의 ‘소비자가 그 재화등을 구매·이용하기 위하여 필수적으로 지급하여야 하는 총금액’은 통상적인 거래 관행에 비추어 일반 소비자가 재화등의 구매·이용 계약의 목적을 달성하기까지 지불을 거부할 수 없는 모든 비용의 합계를 의미하며, 이에 포함되는 비용을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 숙박, 여행 등 상품에 대하여 필수적으로 부과되는 봉사료, 청소비 등의 요금과 그 밖의 세금 및 수수료(현지에서 별도로 결제되더라도 포함한다)
- (2) 배송비 및 설치비. 다만, 다음과 같이 필수적 비용으로 보기 어려운 경우는 제외
 - 소비자가 추가 비용을 부담하지 않아도 되는 기본 선택지가 있음에도 추가 비용이 드는 선택지를 고르는 경우의 해당 비용(특급 배송비 등)
 - 소비자의 특수한 조건으로 인하여 일부 소비자에게만 추가로 발생하는 비용(제주·도서산간 지역 추가 배송비 등)

13. 선택항목 제공 관련

가. 법 제21조의2제1항제2호의 규정과 관련하여, ‘미리 청약의사가 있다는 표시를 하여 선택항목을 제공하는 방법으로 소비자의 다른 재화등의 거래에 관한 청약을 유인하는 행위’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 주된 상품의 상품 상세화면, 결제화면 등 구매 과정에서 별도의 추가 상품 또는 서비스의 구매가 이루어지는 옵션을 미리 선택해두는 행위
- (2) 회원가입 과정에서 유료 멤버십 가입 의사가 있다는 선택항목을 미리 선택해두고 제공하여 소비자의 유료 멤버십 가입을 유인하는 행위

나. 법 제21조의2제1항제3호의 규정과 관련하여, ‘선택항목들 사이에 크기·모양·색깔 등 시각적으로 현저한 차이를 두어 표시하는 행위’를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 상품 상세화면, 결제화면 등 구매 과정에서 무료 옵션과 유료 옵션에 관한 선택항목을 시각적으로 현저한 차이를 두고 표시하여 무료 옵션이 명시적으로 드러나지 않거나, 유료 옵션을 반드시 선택해야만 구매할 수 있는 것으로 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
- (2) 회원가입 과정에서 광고 정보 수신 또는 소비자 정보 이용 동의 등에 관한 선택항목을 다른 선택항목과 시각적으로 현저한 차이를 두고 표시하여 해당 선택항목을 반드시

선택해야만 가입이 가능한 것으로 잘못 알게 할 우려가 있는 행위

(3) 회원탈퇴, 계약해지 과정에서 ‘계정 비활성화’, ‘요금제 변경’ 등 대안의 선택항목을 ‘회원탈퇴’, ‘계약해지’의 선택항목과 시각적으로 현저한 차이를 두어 표시하여 특정 항목만을 선택할 수 있는 것처럼 잘못 알게 할 우려가 있는 행위

다. 법 제21조의2제1항제5호 및 시행령 제27조의2의 규정과 관련하여 사업자는 소비자가 이미 선택·결정한 내용에 관하여 팝업창 등을 통하여 다음의 예시와 같이 그 변경을 2회 이상 반복적으로 요구하여서는 아니 된다. 다만, 첫 번째 변경 요구 시부터 ‘7일간 다시 보지 않기’ 등의 선택항목을 함께 제공하는 경우는 제외한다.

<예시>

(1) 소비자가 ‘광고성 정보 수신 거부’ 등 특정 의사를 명확히 표시하였음에도 불구하고, 그 의사를 재확인하거나 번복을 유도하는 질문을 팝업창 등을 통하여 2회 이상 다시 표시하는 경우

(2) 소비자가 특정 선택항목에 대하여 ‘거부’ 등을 선택하였음에도 불구하고, 동일 또는 유사한 선택항목을 팝업창 등을 통하여 2회 이상 다시 제시하며 재선택을 요구하는 경우

14. 회원탈퇴, 구매취소 및 계약해지 관련

가. 법 제21조의2제1항제4호가목의 규정과 관련하여, ‘재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 절차보다 그 취소, 탈퇴, 해지 등의 절차를 복잡하게 설계하는 방법’은 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지 등의 절차 중에 불필요한 절차를 추가하는 등 전체적으로 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 절차보다 번거롭게 하여 소비자의 취소, 탈퇴 등을 위축시킬 우려가 있는 방법을 의미하며, 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 회원탈퇴, 구매취소 또는 계약해지 절차 중에 소비자의 의사를 확인하거나 재고를 요청하는 단계를 불필요하게 2단계 이상 반복하거나, 상실되는 혜택 등 그 탈퇴 등에 따른 효과를 소비자에게 불필요하게 여러 단계에 나누어 고지하는 등 회원가입, 재화등의 구매 또는 계약체결 절차와 달리 불필요한 단계를 추가적으로 거치도록 설계하는 방법

나. 법 제21조의2제1항제4호나목의 규정과 관련하여 사업자는 소비자가 웹사이트 또는 애플리케이션으로 회원가입 신청, 재화등의 구매·이용에 관한 청약 등을 할 수 있도록 하는 경우, 회원탈퇴, 구매취소 또는 계약해지 등도 바로 그 동일한 웹사이트 또는 애플리케이션 내에서 할 수 있도록 하여야 한다.

15. 사이버몰 등에서의 표시 관련

가. 사이버몰 등에서 공정거래위원회가 승인한 표준약관을 사용한다는 마크 또는 표시를 한 사업자는 표준약관의 내용이나 문안을 소비자에게 불리하게 변경하여 사용하여서는 아니되며 「약관의 규제에 관한 법률」 제19조의3제9항에 따라 표준약관의 내용보다 소비자에게 더 불리한 약관의 내용은 무효로 한다.

나. 표준약관 마크 또는 표시를 한 사업자는 동 마크 또는 표시를 통해 공정거래위원회가

동 사업자의 신뢰성, 투명성, 공정성 등을 보증하거나 우수 사이버몰이라고 인증한 것으로 소비자를 오인시켜서는 아니 되며 기타 이를 부당하게 사용하여서는 아니된다.

다. 법시행규칙 제7조제1항 단서와 관련하여, 사이버몰의 이용약관을 소비자가 초기화면과의 연결화면을 통해 볼 수 있도록 하는 경우에는 초기화면으로부터 직접 연결될 수 있도록 조치하여야 한다.

16. 적립금에 대한 표시 및 보상

가. 사업자가 사이버몰 등에서 적립금(회원가입이나 재화등의 구매 등을 통해 발생하는 것으로 포인트, 마일리지 등 그 용어를 불문함)제도를 운영하는 경우에 이용조건, 이용기간, 소멸조건, 사업자의 귀책사유로 사용하지 못하게 되는 경우의 보상기준 등을 소비자가 알기 쉬운 방법으로 게시하여야 하며, 행사 등을 통해 적립금을 지급하는 경우에는 해당 행사의 화면에서 그 내용을 고지하여야 한다.

나. 적립금제도의 폐지, 영업부분의 폐지, 업체간 통합 등으로 인하여 소비자가 적립금 등을 사용할 수 없게 되는 경우에는 당초 사이버몰 등에서 제시한 조건에 따라 소비자에게 보상하여야 한다. 다만, 가.에 따라 보상기준 등을 고지하지 아니한 경우에는 사이버몰 등에서 통용되는 통화가치에 상응하는 현물 또는 현금으로 소비자에게 보상하여야 한다.

Ⅲ. 권고사항

1. 청약철회등 관련

가. 재화등의 내용이 표시·광고내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 사유로 청약철회등을 하는 경우에 구매시의 배송비는 통신판매업자가 부담하여야 하며, 이미 소비자가 지불한 경우에는 통신판매업자는 이를 환불해 주어야 한다.

나. 소비자가 단순한 변심에 의해 청약철회등을 하는 경우에는 구매시의 배송비를 부담할 자를 당사자간의 약정에 의하여 정할 수 있고, 사업자는 이를 소비자가 알기 쉽고 명확하게 표시하여야 한다.

다. 사업자가 소비자로부터 청약을 받기 위해 무료전화(080서비스 등)를 이용하는 경우에는 청약철회등의 분쟁처리에 관한 사항도 무료전화로 할 수 있도록 조치하여야 하며, 청약철회등과 관련된 통화를 고의적으로 연기, 방치하여서는 아니된다.

라. 숙박업 및 여행업 등에서 소비자가 통신판매를 통하여 예약한 후 청약철회등을 하고자 할 때 법 제17조제2항제3호(시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화등의 가치가 현저히 감소한 경우)에 해당하는지에 대하여 통신판매업자와 소비자간에 분쟁이 발생하는 경우 사업자는 소비자분쟁해결기준상의 공제기준을 넘지 않는 범위에서 공제한 후 환불할 수 있다. 다만, 사업자는 소비자가 이러한 사실을 미리 알 수 있도록 사전에 고지하여야 하며 고지내용에는 법 제17조제2항제3호에 해당되는 구체적 사유 등을 포함하여야 한다.

2. 공개된 정보의 수집 및 도용피해의 회복

가. 법 제11조제1항의 규정과 관련하여, 사업자가 전자상거래 및 통신판매를 위하여 소비자의 가족사항 등 사생활과 관련된 내용을 공개된 정보로부터 수집하여 사용하는 방법을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

○ 사업자가 인물정보서비스가 제공하는 공개된 정보에서 특정인의 가족사항 등에 대한 정보를 수집하여 사용하는 경우에는 본인에게 그러한 내용을 통지하고 사용하여야 한다.

나. 법 제11조 및 법시행령 제12조의 규정과 관련하여, 사업자가 취하여야 할 도용에 의한 피해의 회복 방법을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 소비자에 관한 정보의 도용으로 인한 피해의 회복신청수단은 사업자가 정한 바에 따르되, 사업자는 팩스, 서면 또는 전자문서 등 2개 이상의 수단을 소비자에게 제시하고, 그 중 소비자가 선택한 수단에 의하여 회복신청을 받아야 한다.

(2) 사업자는 위의 절차를 이행한 소비자의 도용 피해에 대하여 다음의 경우를 제외하고 그 피해를 회복하여야 한다.

- 소비자의 고의 또는 중과실로 도용된 경우
- 소비자가 본인정보를 타인에게 제공하거나 본인정보의 이용을 위임한 경우 등으로 도용된 경우
- 소비자가 도용피해의 회복을 위한 신청서에 허위내용을 기재한 경우
- 도용피해 확인을 위한 사업자의 요청에 허위진술하거나 협조하지 않는 경우

(3) 사업자는 소비자정보의 도용으로 인한 피해로서 소비자가 그 회복 신청을 한 것이 적립금, 아이템 등(사업자가 자신이 보유한 정보에 의하여 도용여부의 확인이 불가능한 경우 제외)인 경우에는 소비자가 신청한 날로부터 3영업일 이내에 이를 회복하기 위해 필요한 조치를 취하여야 한다.

3. 후불식전화결제서비스의 사용제한 및 요금분쟁 관련

가. 청소년이 자신 또는 법정대리인 등의 명의로 후불식전화결제서비스(전기통신사업법상의 전화역무 또는 주파수를 할당받아 제공하는 역무에 사용되는 통신단말장치를 통해 재화등의 전자적 대금 결제가 이루어지는 서비스)를 사용하는 경우, 유·무선 통신업자(전기통신사업법상의 전화역무 또는 주파수를 할당받아 제공하는 역무를 제공하는 사업자)는 법정대리인의 사전요청에 따라 사용제한(call blocking) 등을 할 수 있도록 조치하여야 한다.

나. 소비자가 후불식전화결제서비스의 이용요금에 대하여 이의를 제기하는 경우를 대비하여 관련된 사업자 및 유·무선통신업자 등은 분쟁해결의 대표자를 선정하여야 하며, 유·무선 통신업자는 그 내용을 일반사항 6. 마.에 따라 표시하고, 분쟁해결의 대표자로 선정되지 아니한 경우에도 선정된 분쟁해결의 대표자와 소비자가 분쟁을 해결함에 있어 적극적으로 협력하여야 한다. 이 경우, 분쟁해결에 협력하였다는 이유만으로 법령에 정

한 책임을 면할 수 없다.

다. 소비자가 후불식전화결제서비스 이용금액에 대하여 이의를 제기할 경우 관련된 사업자 및 전자결제업자들은 이에 대한 분쟁을 해결하기 전까지 그 소비자로부터 해당금액을 지급 받을 수 없다. 이 경우 관련된 사업자 및 전자결제업자들은 분쟁이 있는 금액의 연체를 이유로 신용불량자로 등록하거나 통화서비스를 중단하여서는 아니된다.

4. 사이버몰 등에서의 표시 관련

가. 사업자가 사이버몰의 이용약관을 개정할 경우에는 적용일자 및 개정내용, 개정사유 등을 명시하여 그 적용일자로부터 최소한 7일 이전부터 초기화면 또는 초기화면과의 연결화면을 통해 공지하여야 한다. 다만, 소비자에게 불리하게 계약내용을 변경하는 경우에는 최소한 30일의 유예기간을 두고 공지하여야 한다. 이 경우 개정 전 내용과 개정 후 내용을 명확하게 비교하여 소비자가 알기 쉽도록 표시하여야 한다.

나. 사업자가 자신의 사이버몰에서 법 제29조제1항의 규정에 의한 평가·인증사업자로부터 인증을 받은 사실을 표시하는 경우, 사업자는 직접 또는 연결화면을 통해 소비자가 동 평가·인증마크의 명칭, 평가·인증사업자의 명칭, 유효기간, 인증 분야 및 범위 등을 확인할 수 있는 방법을 제공하여야 한다.

5. 재화등을 제공받을 수 있는 이용권을 판매하는 사업자 관련

가. 사업자는 재화등을 할인하여 판매할 경우 재화등의 판매에 관한 정보를 제공하는 사이버몰의 화면에 할인율 산정의 기준이 되는 가격(종전거래가격, 시가 등)에 대한 정보, 할인율의 산정시점, 기준 가격에 영향을 미치는 재화등의 특성(종일/주간/야간, 주중/주말 등), 추가비용 등을 표시하여야 한다.

나. 사업자는 유효기간이 있는 재화등의 이용권을 판매하면서 전자우편주소, 휴대전화번호 등 소비자의 연락처 정보를 보유하고 있는 경우 유효기간이 만료되기 전 1회 이상 전자우편, 휴대전화단문메세지 등을 통하여 소비자에게 해당 이용권의 명칭, 유효기간 등을 알려 유효기간 내 이용권의 사용을 독려하여야 한다.

다. 사업자는 재화등의 이용권을 판매하면서 재화등의 제공업체가 이용권을 구매한 소비자를 고의적으로 다른 일반 소비자와 차별하여 대우하지 않도록 조치하여야 한다.

6. 가격비교 정보를 제공하는 사업자 관련

가. 사업자는 다음과 같은 사항이 준수되어 소비자에게 정확한 가격비교 정보가 제공되도록 하여야 한다.

(1) 가격비교 정보를 이용하는 모든 소비자에게 별도의 조건(특정 신용카드 소지 여부 등)없이 동일하게 적용되는 가격을 근거로 가격비교 정보를 제공하여야 한다.

(2) 선택사항을 추가해야만 구매할 수 있는 재화등의 가격은 해당 선택사항으로 인해 추가되는 금액이 포함된 가격을 근거로 가격비교 정보를 제공하여야 한다.

(3) 지역 또는 품목에 따라 배송비 또는 설치비가 추가되는 재화등의 경우 재화등의 가격과 함께 지역 또는 품목에 따른 배송비 또는 설치비를 알기 쉽게 별도로 표시하여야 한다.

나. 사업자는 가격비교 정보를 제공함에 있어 소비자 피해를 예방하기 위하여 다음과 같은 사항을 준수하여야 한다.

- (1) 가격, 판매량, 출시일자 등 재화등의 노출 기준과 관련하여 해당 기준에 대한 정보를 소비자에게 알기 쉬운 방법으로 설명하여야 한다.
- (2) 소비자가 가격비교 정보를 이용하여 재화등을 선택했을 때, 해당 재화등과 유사하나 가격은 더 비싼 재화등으로 연결되는 등 소비자가 선택한 재화등과 가격, 크기, 수량 등의 정보가 다른 재화등으로 연결되어 소비자를 유인하는 기만적 거래를 방지할 수 있도록 조치하여야 한다.

7. 온라인 인터페이스 관련

가. 사업자는 재화등의 가격이 소비자의 선택이나 조건에 따라 달라질 수 있는 경우 소비자가 거래 과정에서 실제 지불하여야 할 가격을 오인하지 않도록 그 가격 구조를 소비자에게 명확하게 고지하여야 하며 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

- (1) 법 제21조의2제1항제1호 및 시행규칙 제11조의4의 규정과 관련하여 재화등의 제공을 위하여 필수적으로 수반되는 비용을 일률적으로 책정하기 어려운 경우, 해당 비용의 내용, 책정 방법 및 금액 등을 상품 상세화면에서 직접 명시적으로 확인할 수 있도록 고지한다. 이때, 상품 상세화면 내 재화등의 가격과 함께 표시하여 소비자가 최종적으로 부담할 금액을 쉽게 파악할 수 있도록 한다.
- (2) 제휴 카드 사용, 멤버십 가입 등 소비자의 선택이나 조건 등에 따라 재화등의 가격이 할인될 수 있는 경우, 첫 화면에서 할인되지 않은 가격을 명시하고, 상품 상세화면에는 구체적인 할인 조건을 고지한다.
- (3) 사업자는 하나의 상품 상세화면에서 옵션 등을 통해 소비자가 여러 상품 중 하나를 선택하여 구매할 수 있도록 하면서 첫 화면에서 그 상품 중 특정 상품을 대표로 표시·광고하는 경우, 첫 화면에 해당 대표 상품의 가격을 표시한다.

나. 사업자는 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등 절차에서 소비자가 선택하면 추가적인 지출이나 별도의 서비스 가입이 이루어지는 선택항목, 또는 계약 내용 변경, 정기결제 유지 등에 관한 소비자의 동의를 구하는 선택항목을 제공하는 경우 다음과 같은 사항을 준수한다.

- (1) 소비자의 선택에 따른 효과를 소비자가 쉽게 인지할 수 있도록 명시적으로 고지한다.
- (2) 소비자가 거부의 의사표시를 할 수 있는 선택항목을 명시적으로 제공한다. 이때 선택항목의 명칭 및 내용은 소비자가 특정 선택을 하도록 심리적으로 압박하거나 오도하지 않는 중립적이고 객관적인 표현을 사용한다.

다. 사업자는 소비자가 회원탈퇴, 구매취소 또는 계약해지 절차로 연결되는 문자열, 버튼 등을 쉽게 찾을 수 있도록 같은 화면의 다른 문자열 또는 시각적 요소와 쉽게 구별되도록 표시하고, 소비자가 직관적으로 예측할 수 있는 경로에 위치(회원탈퇴 버튼을 '계정관리' 메뉴에 배치하거나 구매취소 버튼을 '구매 내역' 메뉴에 배치하는 등)하도록 한다.

IV. 재검토기한

「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 고시에 대하여 2024년 7월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 6월 30일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙 <제2003-7호, 2003. 10. 21.>

1. 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.
2. 이 고시에서 사용하는 용어의 정의는 법에 규정된 용어의 정의에 따른다.
3. 일반사항 6.과 관련하여, 전자결제업자등의 통지 대상이 되는 금액은 유무선 전기통신 단말기를 통한 거래(인터넷망 접속 ID를 통한 거래 포함)의 경우에는 3만원 이상(1개월 이내에 누적금액이 3만원 이상이 되는 경우 포함), 그 외의 수단에 의한 거래의 경우에는 10만원 이상으로 하며 이메일 주소 등 통지수단을 확보하는 데 소요되는 기간을 감안하여 전자결제업자등의 통지는 고시 시행 후 3개월 간 유예한다.
4. 이 고시의 시행에 따라 전자거래소비자보호지침(공정거래위원회 고시 제2000-1호)은 이를 폐지한다.

부칙 <제2025-8호, 2025. 10. 24.>

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.