

## 다크패턴 규제의 본격화에 대비하는 플랫폼 사업자의 대응방안

최근 플랫폼 및 전자상거래 분야에서 소비자를 보호하기 위한 법적 규제가 강화되고 있습니다. 특히, 2024년 2월 13일 국회를 통과한 개정 전자상거래법의 2025년 2월 14일 시행에 맞추어 동법 개정 시행령과 시행규칙이 같은 날 함께 시행되어, 사업자의 운영 방식에 실질적인 변화를 요구하며 업계의 주목을 받고 있습니다. 이번 뉴스레터에서는 개정된 시행령의 핵심 내용을 간략히 살펴보고, 기업들이 실무적으로 대응할 수 있는 방안을 안내해 드리겠습니다.

### 1. 개정 시행령의 주요내용

2025년 2월 14일자로 개정·시행된 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행령은 온라인상에서 소비자가 원치 않는 결제나 가입을 유도하는 기만적 인터페이스 디자인을 말하는 이른바 “다크패턴” 규제를 본격화하는 내용을 담고 있습니다. 플랫폼을 포함한 전자상거래 사업자의 기만적 UI/UX 설계 행위를 구체적으로 금지하고, 정기구독 결제 관행을 투명하게 개선하기 위한 새로운 의무 조항들을 도입했습니다. 개정 전자상거래법에서 규제하고 있는 6개 유형의 다크패턴 및 동법 시행령의 관련 주요 개정 사항을 요약하면 아래와 같습니다.

다크패턴 유형	규제 내용(법률상 근거)	시행령 및 시행규칙 구체화 사항
숨은 갱신	정기결제 대금 인상이나 무료 → 유료 전환 시 소비자 사전 동의 및 취소·해지 방법 고지 의무 (전자상거래법 제13조 제6항)	동의 및 해지방법 고지 시한: 증액 또는 유료전환 30일 이내에 소비자의 명시적 동의 확보 및 안내 (시행령 제20조의2)

### Related Areas

TMT/정보보호  
플랫폼/이커머스

### Contact

구태언 변호사

T. 02-3477-8695  
E. [tekoo@law-lin.com](mailto:tekoo@law-lin.com)

길지영 변호사

T. 02-3477-8695  
E. [jygil@law-lin.com](mailto:jygil@law-lin.com)

<p><b>순차공개 가격책정</b></p>	<p>정당한 사유 없이 재화 등의 구입 총비용이 아닌 일부 금액만 표시·광고하는 행위 금지 (전자상거래법 제21조의2)</p>	<p>첫 화면에서 총액 표시가 어려운 경우 예외적으로 첫 화면과 연결된 화면에서 제외 항목 및 사유를 명시하도록 규정 (시행규칙 제11조의4)</p>
<p><b>특정옵션 사전선택</b></p>	<p>추가 상품 등을 소비자 선택 전 미리 선택된 상태로 제시하여 구매를 유도하는 행위 금지 (전자상거래법 제21조의2)</p>	<p>별도의 구체적 추가 규정 없음</p>
<p><b>잘못된 계층구조</b></p>	<p>선택 항목의 크기·모양·색깔 등에 현저한 차이를 두어 사업자에게 유리한 특정 항목 유인 금지 (전자상거래법 제21조의2)</p>	<p>별도의 구체적 추가 규정 없음</p>
<p><b>취소·탈퇴 방해</b></p>	<p>취소나 탈퇴 절차를 정당한 사유 없이 복잡하게 설계하는 행위 금지 (전자상거래법 제21조의2)</p>	<p>별도의 구체적 추가 규정 없음</p>
<p><b>반복간섭</b></p>	<p>소비자의 결정 사항을 반복적으로 변경 요구하는 행위 금지 (전자상거래법 제21조의2)</p>	<p>소비자에게 동일한 변경 요청을 최소 7일간 받지 않도록 설정하는 기능을 제공할 경우 예외 인정 (시행령 제27조의2)</p>

이번 개정의 주된 목적은 사업자가 제공하는 명확한 정보를 바탕으로 소비자가 합리적인 선택을 할 수 있는 거래 환경을 조성하고, 이를 통해 온라인 환경에서의 소비자 보호를 한층 강화하는 데 있습니다. 법률, 시행령, 시행규칙이 개정되어 동시에 시행된 점은 다크패턴 규제에 대한 정부의 포괄적이고 체계적인 접근 방식을 보여주며, 사업자들은 이에 따라 새로운 규제 환경에 즉각적으로 적응해야 할 필요가 있습니다.

개정 시행령은 이러한 의무 위반에 대한 제재 기준도 마련하였습니다. 법 위반 시 공정거래위원회는 해당 사업자에 대해 시정조치를 명령하거나 위반 횟수에 따라 최대 1년 이내의 영업정지 및 최대 5백만원의 과태료를 부과할 수 있습니다. 예를 들어 영업정지는 1차 위반 시 최대 3개월, 2차 6개월, 3차 12개월까지 명령 가능하며, 과태료는 1차 100만 원, 2차 200만 원, 3차 이상 500만 원으로 정하고 있습니다.

## 2. 개정 시행령의 시사점: 플랫폼 사업자 및 전자상거래 기업에 미치는 영향

이번 시행령 개정은 플랫폼 사업자와 전자상거래 기업 전반에 걸쳐 중요한 법적·실무적 함의를 지닙니다. 가장 직접적인 영향은 온라인 서비스의 디자인 및 운영방식 전반의 재검토가 불가피해졌다는 점입니다. 규제대상이 된 6가지 유형의 다크패턴 행위는 대부분 기업의 웹/앱 인터페이스 설계와 관련된 것이므로, 플랫폼을 운영하거나 상품을 판매하는 사업자는 서비스에 이러한 요소가 숨어 있지 않은지 면밀히 점검해야 합니다. 특히 정기 결제나 구독 서비스를 제공하는 업체는 결제금액 인상이나 무료에서 유료로의 전환 시 반드시 30일 이내에 이용자에게 사전 동의를 받고 안내해야 하므로, 관련된 결제 시스템과 알림 절차를 정비해야 합니다.

또한 오픈마켓이나 배달앱 등 중개 플랫폼의 경우도 예외가 아닙니다. 통신판매중개업자도 자체 웹·앱 인터페이스를 통해 소비자 거래에 관여하는 한 관련 규제를 준수해야 하므로, 플랫폼 화면에서 가격정보를 첫 화면에 일부만 표시하거나, 입점업체 상품옵션이 미리 선택되도록 하는 등의 설계가 있었다면 개선이 필요합니다.

## 3. 해외 주요국의 유사 규제

다크패턴에 대한 규제는 비단 우리나라만의 흐름이 아니며, 해외 주요국에서도 적극적인 법적·제도적 대응이 이루어지고 있습니다. 주요국의 사례와 비교해보면 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있습니다.

**유럽연합(EU):** EU는 소비자권리 지침(Consumer Rights Directive, CRD)을 통해 온라인 거래 시 추가 비용에 대해서는 소비자의 명시적인 동의를 구할 것을 의무화하고 있고, 소비자가 직접 해제하지 않는 한 동의한 것으로 추정하도록 기본 옵션을 설정해 놓은 경우 소비자는 해당 금액을 환급받을 권리가 있다고 정하고 있습니다(제22조). 동 지침이 실제 적용되기 전인 2012년에도 이미 유럽사법재판소(CJEU)는 한 항공사가 항공권 판매 과정에서 여행자보험 옵션을 자동 선택해 둔 행위가 EU 항공서비스규정(Regulation (EC) No 1008/2008) 제23조제1항<sup>1</sup>을 위반한 것으로 판단한 사례가 있으며, 이는 소비자의 명시적 동의 없는 추가 금액 청구를 금지하는 원칙을 확인해주는 사례입니다.

1. 선택 가능한 추가 요금은 예약과정 시작 시 명확하고 투명하며 모호하지 않은 방식으로 알려야 하며, 소비자가 직접 선택(opt-in)할 경우에만 청구할 수 있도록 정하고 있음

또한, 2022년 EU 집행위원회는 아마존(Amazon)의 프라임 서비스 구독 해지 절차가 지나치게 복잡하다는 불만이 제기되자 해당 절차를 간소화하도록 조치했고, 이에 아마존은 EU 및 유럽경제지역(EEA)에서 “두 번의 클릭” 만으로 구독 해지가 가능하도록 프로세스를 개선하는데 동의했습니다. 이는 소비자의 구독 해지권을 방해하는 복잡한 절차가 불공정 상행위에 해당할 수 있음을 보여주는 사례이며, EU는 이 외에도 디지털서비스법(Digital Services Act, DSA) 및 불공정상행위지침(Unfair Commercial Practices Directive, UCPD)을 통해 “다크패턴”을 명시적으로 언급하며 소비자의 구독 해지권을 보장하고 있습니다.

**미국:** 연방 차원의 포괄적인 다크패턴 금지법이 마련되어 있지는 않지만, 연방거래위원회(FTC)를 중심으로 적극적인 법 집행이 이루어지고 있습니다. 2023년 6월 FTC는 아마존이 의도적으로 UI를 복잡하게 설계해 소비자들이 자신도 모르게 유료 프라임 서비스를 구독하도록 유인하고 해지하기 어렵게 만든 것은 전형적인 “다크패턴”에 해당한다고 주장하며 소송을 제기해 현재 재판이 진행 중입니다.

또한 FTC는 2022년 “다크패턴 보고서(Bringing Dark Patterns to Light)”를 발간하여 다크패턴의 다양한 유형을 분석하고, 기업들이 유의해야 할 사항들을 제시했습니다. 특히 자동 갱신 구독 서비스와 관련된 기만적인 관행을 규제하기 위해 기존의 Negative Option Rule을 강화하고, 구독 해지를 간소화하는 이른바 “Click to Cancel” 규칙을 도입했습니다. 이 규칙은 사업자에게 명확한 정보 제공, 명시적 동의 획득, 간편한 취소 절차 제공 의무 등을 부과하고 있습니다.

한국 기업들이 글로벌 시장에서 사업을 영위하기 위해서는, 이러한 해외 규제 동향 역시 유념하여 글로벌 컴플라이언스 전략을 수립할 필요가 있습니다.

#### 4. 플랫폼 사업자가 대비해야 할 주요 리스크와 실무적 대응 방안

전자상거래법 및 하위법령의 개정은 국내 온라인 플랫폼 사업자에게 소비자 보호를 위한 새로운 기준을 제시하며, 따라서 기업들은 이에 대한 만반의 준비를 해야 할 때입니다. 기업들이 고려해야 할 실무적 대응 방안은 아래와 같습니다.

- ✓ **전면적인 다크패턴 감사 실시:** 법률 전문가와 협력하여 자사의 모든 온라인 플랫폼(웹사이트, 모바일 애플리케이션), 광고·마케팅 자료, 회원가입·구매·구독·취소 등 전체 사용자 여정을 대상으로 국내법상 금지된 6가지 다크패턴 유형에 해당하는 요소가 있는지 면밀히 식별하고 개선해야 합니다. (불쾌감을 느낄 수 있는 경우 포함)

- ✓ **정기결제 프로세스 정비:** 구독형 상품의 경우, 가격 변경이나 유료 전환 시 사전 동의 획득 및 고지 의무를 이행할 수 있도록 관련 시스템을 전면 재검토하고 필요한 기능을 개발 및 적용해야 합니다. 소비자가 쉽게 구독을 해지할 수 있는 명확하고 접근이 용이한 경로를 제공하는 것도 필수입니다.
- ✓ **명확한 UI/UX 가이드라인 수립 및 적용:** 국내 법령에서 금지한 6가지 UI 패턴을 회피하기 위한 구체적인 사내 가이드라인을 수립하고, 신규 기능 출시나 마케팅 활동 시 이를 일관되게 적용해야 합니다.
- ✓ **임직원 교육 강화 및 법규 준수 문화 조성:** 다크패턴 규제와 관련된 부서의 임직원을 대상으로 국내 개정 법령의 내용과 회사 내부 준수 지침에 대한 교육을 실시하여 전사적인 법규 준수 인식을 높이고 실무에서의 오류 발생 가능성을 줄여야 합니다.
- ✓ **전문가와 함께하는 선제적 법률 리스크 관리:** 정기적인 법률 자문을 통해 내부 컴플라이언스 시스템을 점검하고 강화하는 것이 중요합니다. 특히, 개정법의 취지와 내용을 반영하여 이용약관, 개인정보처리방침, 각종 동의 안내문, 팝업창 등의 내용을 명확하고 투명하게 개정할 필요가 있습니다.

법무법인 린은 국내 다크패턴 규제 변화에 대한 깊이 있는 분석은 물론, EU의 디지털 서비스법(DSA)이나 미국의 FTC 다크패턴 보고서 등 주요 해외 시장의 규제 동향 및 소비자 보호 관련 논의를 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 이를 바탕으로 고객사들이 국내 시장에서의 법적 리스크에 선제적으로 대응하고, 나아가 소비자 신뢰를 더욱 공고히 구축할 수 있도록 국내외 최신 정보를 토대로 심층적인 자문을 제공하고 있습니다.

이번 전자상거래법 개정은 국내 사업자에게 단기적으로는 적응을 위한 노력이 필요할 수 있지만, 장기적으로는 소비자 중심의 투명한 서비스 환경을 구축하고 신뢰를 확보하는 중요한 계기가 될 것입니다. 기업들은 법규 준수를 넘어 소비자에게 공정하고 명확한 정보를 제공함으로써 브랜드 가치를 높이고 지속 가능한 성장을 이룰 수 있을 것이며, 선제적이고 적극적인 대응은 결국 기업의 경쟁력을 강화하고 더 큰 성공으로 이끄는 밑거름이 될 것입니다.

\*\*\*

법무법인 린 플랫폼·이커머steam은 국내 기업들의 규제 이슈에 전략적인 원스톱(One-Stop) 토탈 솔루션 (Total Solution)을 제공하고 있습니다. 상기 내용에 대해 문의사항이 있으시면 언제든지 법무법인 린 플랫폼·이커머steam(Tel. 02-3477-8695)에 문의해 주시기 바랍니다.