

# 공 정 거 래 위 원 회

## 제 3 소 회 의

의 결(약) 제 2020 - 062 호      2020. 10. 22.

사 건 번 호      2019전자0694

사 건 명      (주)모젯의 전자상거래소비자보호법 위반행위에 대한 건

피 심 인      주식회사 모젯

○○ ○○구 ○○로 ○○○

대표이사 ○○○

심 의 종 결 일      2020. 9. 10.

## 주 문

1. 피심인은 자신이 운영하는 사이버몰 초기 화면에 자신의 신원정보 등을 표시하지 않고 초기 화면과 공정거래위원회 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 연결하지 않는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.
2. 피심인은 자신이 운영하는 사이버몰에서 재화등을 판매하면서 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 청약철회등의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하지 않거나 고지하지 않는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.
3. 피심인은 피심인이 제작 및 유포한 광고에 등장하는 인물들이 피심인과 계약을 체결한 광고 모델들이라는 사실과 광고에 표시된 광고 모델들의 신원정보 역시 실제 정보가 아닌 피심인이 임의로 설정한 정보라는 사실을 알리지 않는 기만적 방법을 사용하여

소비자를 유인하는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.

4. 피심인은 객관적인 근거자료 없이 ‘결혼한 커플 수’ 또는 ‘현재 접속중인 이성’ 등 거짓 또는 과장된 표현이 사용된 광고를 통해 소비자를 유인하는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.
5. 피심인은 이 시정명령을 받은 날부터 30일 이내에 위 3. 및 4.의 행위를 함으로써 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」을 위반하였다는 이유로 공정거래위원회로부터 시정명령을 받았다는 사실을 <별지 1>의 문안대로 자신이 운영하는 애플리케이션 ‘정오의 데이트’에 전체화면 1/2 크기의 팝업 화면을 통하여 7일간 게재 함으로써 공표하여야 한다. 단, 공표관련 글자크기, 게재방법 등 구체적인 사항은 사전에 공정거래위원회와 협의를 거친 것이어야 한다.
6. 피심인은 다음 각 호에 따라 과태료를 납부하여야 한다.

가. 과태료 금액 : 6,000,000원

나. 납부기한 : 과태료 납부고지서에 명시된 납부기한(60일) 이내

다. 납 부 처 : 한국은행 국고수납대리점 또는 우체국

## 이 유

### 1. 기초사실

가. 피심인의 지위 및 일반현황

1. 피심인은 자신이 운영하는 사이버몰에서 재화 등의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 등을 판매하는 것을 업으로 하는 자로서, 「전자상

거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률<sup>1)</sup> 제2조 제3호에 따른 통신판매업자에 해당되며, 피심인의 일반현황은 아래 <표 1>과 같다.

<표 1> 피심인의 일반현황

(단위: 백만 원, 명)

설립일	매출액			당기순이익			상시 종업원 수
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	
2010. 1. 20.	4,197	6,690	9,094	1,575	2,290	2,706	24

\* 자료출처 : 피심인 제출자료

## 나. 시장구조 및 실태

### 1) 소셜데이팅의 개념

2 소셜데이팅(Social Dating) 서비스는 “온라인 데이트”와 “소셜네트워크 서비스”가 결합된 개념으로 소비자가 서비스 회사(이하 “사업자” 또는 “업체”라 한다)의 웹사이트를 방문하거나 스마트폰에서 애플리케이션을 내려 받아 회원으로 가입하면 사업자가 온라인으로 이성(異姓)을 연결해 주는 서비스를 말한다.

### 2) 시장 현황

3 글로벌 앱 시장 분석업체 ‘앱애니’에 따르면 ‘17년 기준 글로벌 소셜데이팅 앱 시장은 약 6조원 규모이며, 국내 시장은 회원 수는 330만명, 매출액은 1000억원 정도로 추정된다. 현재 국내에서는 소셜데이팅 앱은 200개 이상 출시되어 있으며, ‘17년 iOS와 구글플레이에서 한국 소비자 지출 합산 상위 10개 앱(게임 제외) 중 4개가 데이팅 앱이었다.

4 특히 국내 소셜데이팅 시장은 저렴한 비용과 시공간의 제약이 없는 편리함 때문에 빠르게 커지고 있으며 특히 20~30대들에게 인기가 높은 것으로 알려져 있다.

1) 2018. 6. 12. 시행된 법률 제15698호로 개정되어 2018. 12. 13. 시행된 것을 말한다. 이하 ‘법’이라 한다.

### 3) 소셜데이팅 서비스 수익 구조

5 한국소비자원의 보도자료<sup>2)</sup>에 따르면, 소셜데이팅 사업자는 특정 알고리즘을 바탕으로 이성 간의 연결을 주선해주는 과정에서 유료 서비스를 제공하고 있으며, 구체적인 서비스 제공 방식 및 내용은 사업자 별로 상이하다. 그러나 일반적으로 사업자가 회원이 입력한 신상정보 등을 바탕으로 1인 또는 복수의 이성을 소개하면 회원은 마음에 드는 이성을 선택하게 되고, 상대방 역시 자신을 선택하는 경우 실제 만남이 성사되게 되는 구조로 이루어져 있다. 사업자는 기본적인 주선 서비스를 무료로 제공하면서 ‘추가로 이성 소개 받기’, ‘특정 조건의 이성 소개 받기’, ‘호감 표시하기’, ‘본인을 선택한 이성 확인하기’ 등 부가서비스를 유료로 제공하는 것이 일반적이다.

## 2. 위법성 판단

### 가. 사이버몰 운영자의 신원 등 표시의무 위반 행위

#### 1) 인정사실 및 근거

6 피심인은 서비스 개시일인 2011. 4. 5.부터 2019. 3. 8. 기간 동안 소셜데이팅 애플리케이션 ‘정오의 데이트’ 초기 화면에 자신의 신원 등을 표시하지 아니하였다. 또한 공정거래위원회가 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 사이버몰의 초기화면에 연결하지 아니하였으며, PC 웹 사이트(www.noondate.com) 초기 화면에 호스팅서비스 제공자명을 표시하지 아니하였다.(심사보고서 소갑 제3호증<sup>3)</sup>)

7 다만, 피심인은 2019. 3. 9. 업데이트를 통해 모바일 앱 초기 화면에 자신의 신원 등을 표시하고, 앱 초기 화면과 공정거래위원회 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지가 연결되도록 하였으며, PC 웹 사이트에서는 호스팅서비스 제공자의 상호가 표시되도록 자진 시정하였다.

2) 한국 소비자원 보도자료(2015. 5. 21.) “새로운 연애 트렌드 ‘소셜 데이팅’ 피해 많아”

3) 이하 ‘심사보고서 소갑 제0호증’은 ‘소갑 제0호증’으로 기재한다.

## 2) 관련 법 규정 및 법리

### 가) 법 규정

#### 법 제10조(사이버몰의 운영)

① 전자상거래를 하는 사이버몰의 운영자는 소비자가 사업자의 신원 등을 쉽게 알 수 있도록 다음 각 호의 사항을 총리령으로 정하는 바에 따라 표시하여야 한다.

1. 상호 및 대표자 성명
2. 영업소가 있는 곳의 주소(소비자의 불만을 처리할 수 있는 곳의 주소를 포함한다)
3. 전화번호·전자우편주소
4. 사업자등록번호
5. 사이버몰의 이용약관관
6. 그 밖에 소비자보호를 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

#### ② (생략)

#### 법 시행령 제11조의4(사이버몰의 표시)

법 제10조제1항제6호에서 "대통령령으로 정하는 사항"이란 법 제9조제2항에 따른 호스팅서비스(이하 "호스팅서비스"라 한다)를 제공하는 자의 상호를 말한다.

#### 법 시행규칙 제7조(사이버몰 운영자의 표시방법)

- ① 전자상거래를 하는 사이버몰의 운영자는 법 제10조제1항제1호부터 제6호까지의 사항을 소비자가 알아보기 쉽도록 사이버몰의 초기 화면에 표시하여야 한다. 다만, 법 제10조제1항제5호의 사항은 소비자가 연결 화면을 통하여 볼 수 있도록 할 수 있다.
- ② 전자상거래를 하는 사이버몰의 운영자는 제1항에 따라 표시한 사항의 진위 여부를 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 공정거래위원회가 법 제12조제4항 및 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행령」(이하 "영"이라 한다) 제19조에 따라 정보를 공개하는 사업자정보 공개페이지를 사이버몰의 초기 화면에 연결하여야 한다.

### 나) 법리

8            전자상거래를 하는 사이버몰 운영자는 법 제10조 제1항 및 전자상거래 등에  
서의 소비자보호에 관한 법률 시행령<sup>4)</sup> 제11조의4에 따라 상호 및 대표자 성명, 영업  
소가 있는 곳의 주소, 전화번호, 전자우편주소, 사업자등록번호, 사이버몰의 이용약관,

4) 2018. 10. 24. 대통령령 제29421호로 개정되어 2019. 1. 1. 시행된 것을 말한다. 이하 '시행령'이라 한다.

호스팅서비스를 제공하는 사업자의 상호 등을 사이버몰의 초기화면에 표시하여야 한다.

9 또한 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행규칙<sup>5)</sup> 제7조 제2항에 따라, 사이버몰의 운영자는 표시한 사항의 진위 여부를 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 사이버몰의 초기 화면에 공정거래위원회가 법 제12조 제4항 및 시행령 제19조에 따라 정보를 공개하는 사업자정보 공개페이지를 연결하여야 한다.

### 3) 피심인의 2. 가. 1) 행위의 위법 여부

10 피심인은 애플리케이션 ‘정오의 데이트’와 PC 웹 사이트(www.noondate.com) 내에서 ‘캔디’ 및 정기권 등의 디지털콘텐츠를 판매하고 있으므로, 애플리케이션 및 PC 웹 사이트는 피심인이 운영하는 사이버몰에 해당한다.

11 그러나 피심인은 애플리케이션 ‘정오의 데이트’ 초기 화면에 자신의 신원 등을 표시하지 아니하였고, 공정거래위원회가 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 초기화면에 연결하지 아니하였다. 또한 PC 웹사이트(www.noondate.com)의 초기 화면에 호스팅서비스제공자의 상호를 표시하지 아니하였다.

12 따라서, 피심인의 위와 같은 행위는 소비자가 사업자의 신원 등을 쉽게 알 수 있도록 표시해야 하는 사이버몰 운영자의 표시의무를 위반한 행위에 해당한다.

### 나. 거래조건에 대한 정보 제공의무 위반행위

#### 1) 인정사실 및 근거

13 피심인은 서비스 개시일인 2011. 4. 5.부터 2019. 3. 8. 기간 동안 애플리케이션 ‘정오의 데이트’ 내에서 사용되는 아이템인 ‘캔디’ 및 정기권을 소비자에게 판매하면

---

5) 2019. 1. 9. 총리령 제1513호로 개정되어 시행된 것을 말한다. 이하 시행규칙’이라 한다.

서 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 소비자에게 고지하지 않았다.

14 다만, 피심인은 2019. 3. 9. 업데이트를 통해 애플리케이션의 재화등의 구매 화면에 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 표시하였다.(소갑 제4호증)

## 2) 관련 법 규정 및 법리

### 가) 법 규정

#### 법 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공)

##### ① (생략)

② 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 다음 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 하며, 계약이 체결되면 계약자에게 다음 각 호의 사항이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화등을 공급할 때까지 교부하여야 한다. 다만, 계약자의 권리를 침해하지 아니하는 범위에서 대통령령으로 정하는 사유가 있는 경우에는 계약자를 갈음하여 재화등을 공급받는 자에게 계약내용에 관한 서면을 교부할 수 있다.

1. 재화등의 공급자 및 판매자의 상호, 대표자의 성명·주소 및 전화번호 등

2. 재화등의 명칭·종류 및 내용

2의2. 재화등의 정보에 관한 사항. 이 경우 제품에 표시된 기재로 계약내용에 관한 서면의 기재를 갈음할 수 있다.

3. 재화등의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 가격을 결정하는 구체적인 방법)과 그 지급방법 및 지급시기

4. 재화등의 공급방법 및 공급시기

5. 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 "청약철회등"이라 한다)의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회등의 권리를 행사하는 데에 필요한 서식을 포함한다)

6. 재화등의 교환·반품·보증과 그 대금 환불 및 환불의 지연에 따른 배상금 지급의 조건·절차

7. 전자매체로 공급할 수 있는 재화등의 전송·설치 등을 할 때 필요한 기술적 사항

8. 소비자피해보상의 처리, 재화등에 대한 불만 처리 및 소비자와 사업자 사이의 분쟁 처리에 관한 사항

9. 거래에 관한 약관(그 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함한다)

10. 소비자가 구매의 안전을 위하여 원하는 경우에는 재화등을 공급받을 때까지 대

통령령으로 정하는 제3자에게 그 재화등의 결제대금을 예치하는 것(이하 "결제대금예치"라 한다)의 이용을 선택할 수 있다는 사항 또는 통신판매업자의 제24조제1항에 따른 소비자피해보상보험계약등의 체결을 선택할 수 있다는 사항(제15조제1항에 따른 선지급식 통신판매의 경우에만 해당하며, 제24조제3항에 각 호의 어느 하나에 해당하는 거래를 하는 경우는 제외한다)

11. 그 밖에 소비자의 구매 여부 판단에 영향을 주는 거래조건 또는 소비자피해의 구제에 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

③ (생략)

④ 공정거래위원회는 제1항 및 제2항에 따른 통신판매업자의 상호 등에 관한 사항, 재화등의 정보에 관한 사항과 거래조건에 대한 표시·광고 및 고지의 내용과 방법을 정하여 고시할 수 있다. 이 경우 거래방법이나 재화등의 특성을 고려하여 그 표시·광고 및 고지의 내용과 방법을 다르게 정할 수 있다.

⑤ (생략)

나) 벌칙

15 법 제13조 제2항에 따라 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 재화 등의 정보에 관한 사항 및 청약철회의 기한·행사방법 등에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 하며, 계약이 체결되면 계약자에게 각 호의 사항이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화 등을 공급할 때까지 교부하여야 한다.

16 이는 비대면 거래에서의 정보 비대칭성을 해소함으로써 소비자의 권익을 보호하기 위한 규정으로, 통신판매업자가 소비자의 계약체결 전에 이러한 정보를 제공하지 않았다면 법 제13조 제2항 위반에 해당한다.

3) 피심인의 2. 나. 1) 행위의 위법여부

17 피심인은 2019. 3. 9. 업데이트 이전까지 자신이 운영하는 소셜데이팅 애플리케이션 '정오의 데이트'에서 디지털콘텐츠인 '캔디'와 정기권을 판매하면서 소비자의 재화 구매 단계별 화면 중 어디에도 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 표시·광고하거나 고지하지 않았다.



18 따라서, 피심인의 위와 같은 행위는 법 제13조 제2항에 위반된다.

다. 실제 회원이 아닌 광고 모델을 사용하여 광고하면서 이를 알리지 아니하는 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래한 행위

#### 1) 인정사실 및 근거

19 피심인은 자신이 운영하는 서비스 내 화면, 앱 마켓 및 소셜미디어 등에 서비스를 광고하기 위하여 인물 사진을 활용하고자 모델을 섭외하여 이들로부터 사진을 제공받으면서 일정 금액을 지급하는 계약을 체결하였다. (소갑 제5호증)

20 피심인은 이들 광고모델의 사진을 자신이 운영하는 애플리케이션 ‘정오의 데이트’의 초기 화면, 회원가입 화면과 PC 웹 사이트(www.noondate.com) 초기 화면에 게시하면서 사진의 인물들이 실제 회원인 것처럼 닉네임, 이름, 나이 등을 임의로 표시하면서 위의 인물들이 실제 회원이 아닌 광고모델이라는 사실을 밝히지 아니하였다.

21 이밖에도 앱 마켓 내 ‘정오의 데이트’ 미리보기 화면에도 광고모델의 이미지를 사용하였으며 피심인의 소셜미디어(페이스북) 게시글에도 “인아님과 대화하기”등의 표현과 나란히 앱을 다운로드 할 수 있는 링크를 배치하는 방식으로 광고모델 이미지를 사용하였으나, 광고모델이라는 사실을 표시하지 않고 해당 인물들의 닉네임, 나이, 직업 등 프로필도 실제 회원의 프로필처럼 임의로 작성하여 표시하였다.

#### 2) 관련 법 규정 및 법리

##### 가) 법 규정

법 제21조(금지행위)

① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위

2. ~ 7. (생략)

② 생략

#### 나) 법리

22 피심인의 행위가 법 제21조 제1항 제1호의 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하는 행위에 해당하기 위해서는 첫째, 소비자에게 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여야 하고, 둘째, 그러한 행위를 통하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래한 사실이 성립하여야 한다.

23 법 제21조 제1항 제1호에서 규정한 ‘기만적 방법을 이용하여 소비자를 유인하는 행위’란 소비자가 재화 또는 용역을 구입하는데 영향을 미칠 수 있는 사실의 전부 또는 일부를 은폐, 누락하거나 축소하는 등의 방법으로 소비자의 주의나 흥미를 일으키는 행위 자체를 뜻한다고 할 것이고, 따라서 이러한 유인행위가 성립하기 위해서는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고 그 행위로 소비자가 유인되는 결과의 발생까지 있어야 하는 것은 아니다.<sup>6)</sup>

24 한편 소비자는 광고에서 직접적으로 표현된 문장, 단어, 디자인, 도안, 소리 또는 이들의 결합에 의하여 제시되는 표현뿐만 아니라 거기에서 간접적으로 암시하고 있는 사항, 관례적이고 통상적인 상황 등도 종합하여 전체적·궁극적 인상을 형성하므로, 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 그 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 한다.<sup>7)</sup>

6) 대법원 2014. 6. 26. 선고 2012두3675 판결

7) 서울고등법원 2011. 12. 8. 선고 2011누24127 판결

3) 피심인의 위 2. 다. 1) 행위의 위법여부

25           소셜데이팅 애플리케이션의 특성상 애플리케이션에 실제로 어떤 회원이 가입되어 있는지는 소비자가 해당 애플리케이션 사용 여부를 결정함에 있어 중요한 영향을 미친다. 피심인의 광고에 사용된 이미지가 실제 앱 사용 이미지와 유사하며, 더욱이 피심인은 다른 광고에서 실제 회원의 사진과 신상정보를 이용하여 광고를 하기도 한 점을 고려하면, 일반적인 소비자는 해당 광고를 보고 광고에 사용된 사진 및 신상정보를 실제 회원의 것으로 오인할 가능성이 크다. 따라서, 피심인의 이러한 행위는 소비자가 재화 또는 용역을 구입하는 데 영향을 미칠 수 있는 중요한 사실의 전부 또는 일부를 은폐, 누락하거나 축소하는 등의 행위에 해당한다.

26           또한 피심인의 광고를 본 소비자는 광고모델의 외모, 신상정보 등을 보고 해당 애플리케이션에 해당 인물이 실제회원으로 가입되어 있다고 생각하고 구매 여부를 결정할 가능성이 높다. 따라서 피심인이 이 사건 표현을 사용하여 소비자를 유인하였음이 인정된다.

27           따라서, 피심인의 위 2. 다. 1)의 행위는 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인·거래하는 행위로서 법 제21조 제1항 제1호에 해당한다.

라. 거짓 또는 과장 광고를 통한 소비자 유인행위

1) 인정사실 및 근거

28           피심인은 2016. 10. 5.부터 2019. 12. 4. 기간 동안 애플리케이션 내에서 산술적인 계산에 의해 도출된 가상의 숫자를 “결혼 커플 수”로 표시하였다. 즉 피심인이 표시한 결혼커플수의 값은 내부설문을 통해 제보 받은 결혼 커플수와 당시 앱 내 관심연결 수를 관련지어 ‘관심 연결 수 21,000건당 결혼 커플이 한 쌍 발생할 것’이라는 가상의 공식을 도출하여 임의로 구한 값이나, 피심인은 이러한 점을 표시하지 아니한 채 실제로 결혼한 커플 수인 것처럼 표시하였다.(소갑 제6호증)

29 또한 피심인은 2016. 11. 10. 부터 2019. 11. 13. 기간동안 ‘정오의 데이트’의 앱 내의 “오늘의 카드”와 “정데 라이브”메뉴에 “지금 접속중인 이성”를 표시하였는데, 피심인이 작성한 알고리즘에 따르면 앱 접속시간을 기준으로 최근 3시간 이내 접속한 적이 있는 남성과 여성 모두의 숫자를 집계하여 “지금 접속중인 이성”으로 표시하였다.(소갑 제7호증)

## 2) 관련 법 규정 및 법리

### 가) 법 규정

#### 법 제21조(금지행위)

- ① 전자상거래를 행하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.
  - 1. 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위
  - 2. ~ 7. (이하 생략)

### 나) 법리

30 피심인의 행위가 법 제21조 제1항 제1호의 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하는 행위에 해당하기 위해서는 첫째, 소비자에게 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여야 하고, 둘째, 그러한 행위를 통하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래한 사실이 성립하여야 한다.

31 법 제21조 제1항 제1호에 규정된 ‘허위 또는 과장된 사실을 알려 소비자를 유인하는 행위’란 거래에 있어 중요한 사항에 관하여 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가

있는 행위를 말하고, 그로 인하여 소비자가 유인될 우려가 있으면 족하고 반드시 소비자 유인의 결과가 발생함을 요하지 않는다.

### 3) 피심인의 2. 라. 1) 행위의 위법여부

32 피심인은 객관적 근거 없이 피심인의 애플리케이션 ‘정오의 데이트’에 임의의 산술적인 계산에 의해 도출한 가상의 숫자를 “결혼 커플 수”로 표시하였다. 또한 애플리케이션 ‘정오의 데이트’에 접속할 경우 “오늘의 카드”와 “정데 라이브”메뉴에 표시되는 “지금 접속중인 이성”의 숫자는 앱 알고리즘에 따르면 최근 3시간 이내 접속한 적이 있는 남성과 여성의 수로서 ‘지금 접속중이 아닌 사람’과 ‘이성이 아닌 사람’이 포함되므로 이는 소비자에게 거짓된 사실을 알린 행위에 해당한다.

33 소셜데이팅 서비스의 이용자는 일반적으로 이성과 접촉하여 교제하려는 목적을 가지고 서비스를 이용하기 때문에 해당 서비스를 통해 만나 결혼한 커플의 숫자는 소셜데이팅 서비스의 효과성 및 실적을 소비자가 판단할 수 있는 척도가 되며 결혼한 커플 수가 많다는 점은 소비자가 어떠한 서비스를 사용할지 여부를 결정할 때 영향을 미치는 요소가 된다.

34 또한 ‘온라인 데이트’와 ‘소셜네트워크 서비스’가 결합된 소셜데이팅 서비스의 특성상 네트워크 효과로 인해 서비스에 동시 접속하여 활동하는 이성의 숫자 또한 서비스 사용여부를 결정하는데 중요한 요소가 되는데, ‘정오의 데이트’에 ‘현재 접속중인 이성’이 많은 경우 소비자는 해당 서비스에서 활동하는 이용자가 많아 자신의 마음에 드는 이성을 만날 가능성이 높아질 것이라고 판단할 수 있으므로 ‘현재 접속중인 이성’이 많다는 점은 소비자가 ‘정오의 데이트’를 선택할 유인으로 작용할 수 있다.

35 그럼에도 불구하고 소비자의 소셜데이팅 서비스 선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 판단요소인 ‘결혼한 커플 수’ 및 ‘현재 접속중인 이성’을 산술적으로 도출한 가상의 값 또는 현재 접속중이 아닌 인원까지도 포함하여 표시하는 것은 소비자를

유인한 행위에 해당한다.

36 따라서, 피심인의 위 2. 라. 1)의 행위는 소비자에게 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인한 행위로서 법 제21조 제1항 제1호의 금지행위에 해당한다.

### 3. 처분

#### 가. 시정조치

37 피심인의 2. 가. 1), 2. 나. 1), 2. 다. 1) 및 2. 라. 1)의 행위는 이미 종료되었으나, 가까운 장래에 동일 또는 유사한 법 위반행위가 재발되지 않도록 하기 위하여 법 제32조에 따라 피심인에게 향후 금지명령을 하기로 한다.

#### 나. 과태료 부과

38 위 2. 가. 1)과 2. 나. 1)의 행위는 각각 법 제10조 제1항 및 법 제13조 제2항에 위반되고, 위 2. 다. 1)과 2. 라. 1)의 행위는 법 제21조 제1항 제1호에 위반되므로 법 제45조, 법 시행령 제42조 및 시행령 [별표 3] ‘과태료의 부과기준’에 따라 산정된 1,200만 원을 과태료 금액으로 하되, 피심인이 위 행위를 자진하여 시정하였으므로 동 ‘과태료의 부과기준’에 따라 과태료 금액의 1/2을 감경하여 600만 원의 과태료를 부과하기로 한다.

### 4. 피심인의 수락 내용

39 피심인은 2019. 10. 28. 위 2.의 행위사실 및 위법성을 인정하고 주문내용의 시정조치 및 과태료에 대한 의견을 수락하였으므로 피심인의 출석 없이 이 사건 심의를 진행하였다.

### 5. 결론

40 피심인의 2. 가. 1)과 2. 나. 1)의 행위는 각각 법 제10조 제1항 및 법 제13조 제2항에 위반되고, 위 2. 다. 1)과 2. 라. 1)의 행위는 법 제21조 제1항 제1호에 위반되므로, 시정조치에 대하여는 법 제32조를, 과태료 부과에 대하여는 법 제45조를 각각 적용하여 주문과 같이 의결한다.

공정거래위원회는 위와 같이 의결하였다.

2020년 10월 22일

의 장 위 원 윤 수 현

위 원 신 영 호

위 원 김 형 배



<별지 1>

공표문안(전자매체)

공정거래위원회로부터 시정명령을 받은 사실의 공표

저희 주식회사 모젯은 당사가 운영하는 애플리케이션 ‘정오의 데이트’에서 아래와 같은 행위를 함으로써 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 ‘법’이라 함)을 위반하였다는 이유로 공정거래위원회로부터 시정명령을 받았습니다.

- 아 래 -

- 객관적인 근거자료 없이 또는 사실과 달리 “결혼한 커플 수”, “지금 접속 중인 이성수” 등 거짓 또는 과장된 표현을 사용하여 표시·광고한 행위
- 당사가 제작 및 유포한 광고 화면에 등장하는 인물들이 실제 회원이 아닌 당사와 계약을 체결한 광고 모델들이라는 사실 및 광고 모델들의 신원정보 및 광고 표현들 역시 사실이 아닌 당사가 임의로 설정한 것임을 표시하지 않은 행위

2020년    월    일

주식회사 모젯  
대표이사 ○○○