

# 공 정 거 래 위 원 회

## 제 3 소 회 의

의 결 제 2020 - 284 호                      2020. 10. 15.

사 건 번 호                      2019전자0678

사 건 명                      (주)넥스트매치의 전자상거래소비자보호법 위반행위에 대한 건

피 심 인                      주식회사 테크랩스  
  서울 ○○구 ○○로 ○○○  
  대표이사 ○○○  
  대리인 법무법인 현  
  담당 변호사 ○○○

심 의 종 결 일                      2020. 9. 4.

## 주 문

1. 피심인은 자신이 운영하는 사이버몰의 초기화면에 자신의 신원 등을 표시하지 않거나 초기 화면과 공정거래위원회 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 연결하지 않는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.
2. 피심인은 자신이 운영하는 사이버몰에서 재화등을 판매하면서 소비자와 계약을 체결하기 전에 청약철회등의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하지 않는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.
3. 피심인은 객관적 근거 없이 “대기업, 전문직이 가장 많이 쓰는 프리미엄 소개팅 어

플”, “매일 10,000명의 커플 탄생! 6초에 한 커플씩 매칭”, “국내 최다 회원! 소개팅 어플 단독 1위” 등 거짓 또는 과장된 표현이 사용된 광고를 통해 소비자를 유인하는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.

4. 피심인은 피심인이 제작 및 유포한 광고에 등장하는 인물들이 피심인과 계약을 체결한 광고 모델들이라는 사실과 광고에 표시된 이들의 신원정보 역시 실제 정보가 아닌 피심인이 임의로 설정한 정보라는 사실을 알리지 않는 등의 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인하는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.

5. 피심인은 가분적 디지털콘텐츠를 판매하면서, 소비자가 사용하지 않은 부분에 대해서 구입한지 7일 이내에 행해지는 청약철회를 방해하는 행위를 다시 하여서는 아니 된다.

6. 피심인은 이 시정명령을 받은 날부터 30일 이내에 위 3.부터 5.까지의 행위를 함으로써 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」을 위반하였다는 이유로 공정거래위원회로부터 시정명령을 받았다는 사실을 <별지 1> 및 <별지 2>의 문안대로 자신이 운영하는 애플리케이션 ‘아만다’, ‘너랑나랑’에 전체화면 1/2 크기의 팝업 화면을 통하여 7일간 게재함으로써 공표하여야 한다. 단, 공표관련 글자크기, 게재방법 등 구체적인 사항은 사전에 공정거래위원회와 협의를 거친 것이어야 한다.

7. 피심인은 다음 각 호에 따라 과태료를 납부하여야 한다.

가. 과태료 금액 : 8,500,000원

나. 납부기한 : 과태료 납부고지서에 명시된 납부기한(60일) 이내

다. 납 부 처 : 한국은행 국고수납대리점 또는 우체국

8. 피심인이 소속 임직원들로 하여금 자신들이 피심인 소속 임직원이라는 사실을 숨기고 긍정적인 후기를 작성토록 하는 방법으로 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관

한 법률 제21조 제1항 제1호를 위반하였다는 혐의는 인정되지 아니한다.

## 이 유

### 1. 기초사실

#### 가. 피심인의 지위 및 일반현황

<sup>1</sup> 피심인은 사이버몰에서 재화 등의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 등을 판매하는 것을 업으로 하는 자로서, 전자상거래 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)

상호	설립일	매출액			당기순이익			상시 종업원 수
		2016년	2017년	2018년	2015년	2016년	2017년	
(주)테크랩스 <sup>2)</sup>	2013.7.15.	4,863	6,690	9,620	1,476	525	831	35

\* 자료출처: 피심인 제출자료

#### 나. 시장구조 및 실태

##### 1) 소셜데이팅의 개념

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

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

2) 피심인은 2020. 3. 26. 상호를 주식회사 넥스트매치에서 주식회사 테크랩스로 변경하였다.

## 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.

## 3) 소셜데이팅 서비스 수익 구조

4           한국소비자원에 따르면,<sup>3)</sup> 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 위반행위

#### 1) 인정사실 및 근거

5           피심인은 2017년 경부터 2019. 10. 24.까지 소셜데이팅 애플리케이션 ‘아만다’, ‘너랑나랑’, ‘그루브’(이하 ‘3개 애플리케이션’이라 한다)를 운영하면서, 초기 화면에 자

---

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

신의 신원 등을 표시하지 아니하였다. 또한 공정거래위원회가 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 사이버몰의 초기화면에 연결하지 아니하였다.

6 다만 피심인은 2019. 10. 24. ‘그루브’의 서비스를 종료하였고, 2019. 10. 25. ‘아만다’, ‘너랑나랑’의 초기화면에 자신의 신원을 표시하고 공정거래위원회가 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 연결하였다.

7 이와 같은 사실은 3개 애플리케이션 초기화면(심사보고서 소갑 제3호증4), 피심인 의견서에 의하여 인정된다.

## 2) 관련 법 규정 및 법리

### 가) 법 규정

#### 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 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 이용약관
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 제10조제1항 제1호부터 제6호까지의 사항을 소비자가 알아보기 쉽도록 사이버몰의 초기 화면에 표시하여야 한다. 다만,

---

4) 이하 ‘심사보고서 소갑 제○호증’은 ‘소갑 제○호증’이라 한다.

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) 범리

- 8 전자상거래를 하는 사이버몰 운영자는 법 제10조 제1항 및 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행령<sup>5)</sup> 제11조의4에 따라 상호 및 대표자 성명, 영업소가 있는 곳의 주소, 전화번호, 전자우편주소, 사업자등록번호, 사이버몰의 이용약관, 호스팅서비스를 제공하는 사업자의 상호 등을 사이버몰의 초기화면에 표시하여야 한다.

- 9 또한 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행규칙<sup>6)</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) 위 2. 가. 1) 행위의 위법 여부

- 10 피심인은 자신이 운영하는 3개 애플리케이션 내에서 각각 '리본', '하트', '그룹 플러스 구독' 등의 디지털콘텐츠를 판매하고 있으므로 각 애플리케이션은 피심인이 운영하는 사이버몰에 해당한다. 그러나 피심인은 3개 애플리케이션 초기 화면에 자신의 신원 등을 표시하지 아니하였고, 공정거래위원회가 홈페이지에서 제공하는 사업자정보 공개페이지를 초기화면에 연결하지도 아니하였다.

5) 2018. 10. 24. 대통령령 제29421호로 개정되어 2019. 1. 1. 시행된 것을 말한다. 이하 '시행령'이라 한다.

6) 2019. 1. 9. 총리령 제1513호로 개정되어 시행된 것을 말한다. 이하 '시행규칙'이라 한다.

11 따라서, 피심인의 위와 같은 행위는 소비자가 사업자의 신원 등 정보를 쉽게 알 수 있도록 사이버몰 운영자의 표시의무를 규정한 법 제10조 제1항, 시행령 제11조의4, 시행규칙 제7조에 위반된다.

나. 거래조건에 관한 정보 제공의무 위반행위

#### 1) 인정사실 및 근거

12 피심인은 2017년 경부터 2019. 10. 24.까지 3개 애플리케이션에서 각각 ‘리본’ (아만다), ‘하트’(너랑나랑), ‘그루브 플러스 구독’(그루브)을 판매하면서 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 표시·광고하거나 고지하지 아니하였다.

13 다만 피심인은 2019. 10. 24. 그루브의 서비스를 종료하였고, 2019. 10. 25. ‘리본’ 및 ‘하트’ 구매 화면에 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 표시하였다.

14 이와 같은 사실은 피심인이 운영하는 3개 애플리케이션의 재화 구매 단계별 화면(소갑 제4호증) 및 피심인 의견서에 의하여 인정된다.

#### 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. ~ 4. (생략)

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. ~ 11. (생략)

③ ~ ⑤ (생략)

3) 위 2. 나. 1) 행위의 위법 여부

15       통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 청약철회등의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항 등 법 제13조 제2항 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 한다. 그러나 피심인은 3개 애플리케이션에서 각 디지털콘텐츠를 판매하면서 구매 단계별 화면 중 어디에도 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 표시·광고하거나 고지하지 않았다.

16       피심인은 이용약관에서 청약철회의 기한·행사방법 및 효과에 관한 내용을 규정하고는 있기는 하나, 이용약관은 소비자가 3개 애플리케이션에 회원으로 가입할 때 제시되는 것이어서 소비자가 디지털콘텐츠를 구매하기 전에 이를 충분히 숙지한 뒤 계약을 체결할 것이라 기대하기 어렵다. 따라서 이용약관을 통한 정보제공 방식은 청약철회등에 대한 거래조건을 적절한 방법으로 소비자에게 표시·광고하거나 고지한 것으로 볼 수 없다.

17       따라서 피심인의 위와 같은 행위는 법 제13조 제2항에 위반된다.

다. 거짓 또는 과장 광고를 통한 소비자 유인행위

1) 인정사실 및 근거

18       피심인은 2017. 11. 27.부터 2019. 3. 12.까지 애플 앱스토어 및 구글플레이 스



토어의 ‘아만다’ 소개 화면에 객관적인 증거 없이 “대기업, 전문직이 가장 많이 쓰는 프리미엄 소개팅 어플”, “매일 10,000명의 커플 탄생! 6초에 한 커플씩 매칭” 등의 표현을 사용하여 광고하였다.

19 또한 피심인은 2017. 12. 22.부터 2019. 3. 12.까지 애플 앱스토어 및 구글플레이 스토어의 ‘너랑나랑’ 소개 화면에 객관적인 근거 없이 “국내 최다 회원!”, “소개팅 어플 단독 1위” 등의 표현을 사용하여 광고하였다.

20 다만 피심인은 2019. 3. 11. 구글플레이 스토어에서 해당 문구를 삭제하였고, 2019. 3. 12. 애플 앱스토어에서 해당 문구를 삭제하였다.

21 위와 같은 사실은 아만다 앱 소개화면(소갑 제6호증), 너랑나랑 앱 소개화면(소갑 제7호증), 거짓·과장 표현 사용 관련 피심인 확인서(소갑 제8호증), 피심인 의견서 등에 의하여 인정된다.

## 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 법 제21조 제1항 제1호의 금지행위에 해당하기 위해서는 ① 전자상거래를 하는 사업자 등이 소비자에게 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용

하였고 ② 이로 인해 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하여야 한다.

23 법 제21조 제1항 제1호에서 규정한 ‘거짓 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 말하며, 이러한 유인행위가 성립하기 위하여는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고 그 행위로 소비자가 유인되는 결과의 발생까지 있어야 하는 것은 아니다.<sup>7)</sup> 한편, 그 행위가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지 여부는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 행위를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 할 것이다.<sup>8)</sup>

### 3) 피심인의 위 2. 다. 1) 행위의 위법 여부

#### 가) 거짓 또는 과장된 사실을 알렸는지 여부

24 피심인은 객관적 근거 없이 “대기업, 전문직이 가장 많이 쓰는 프리미엄 소개팅 어플”, “국내 최다 회원!”, “소개팅 어플 단독 1위”라는 표현을 사용하였다. 또한 피심인은 2017. 3. 일 평균 연결된 ‘아만다’ 이용자 수가 10,536명인 것을 근거로 아무런 조건 기재 없이 “매일 10,000명의 커플 탄생! 6초에 한 커플씩 매칭”이라는 표현을 사용하였는바, 해당 표현이 게시된 2017. 11. 기준 일 평균 연결된 ‘아만다’ 이용자 수는 6928명에 불과하였고, 2017년 전체를 보더라도 일 평균 연결된 이용자 수가 10,000명을 초과한 달은 두 달(3월과 4월)에 불과하였다(소갑 제8호증). 따라서 피심인의 이러한 행위는 소비자가 재화 또는 용역을 구입하는 데 영향을 미칠 수 있는 중요한 사항에 관해 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고한 행위에 해당한다.

25 이성과의 만남을 목적으로 하는 소셜데이팅 애플리케이션의 특성상, 소비자는

7) 대법원 2014. 6. 26. 선고 2012두3675 판결.

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

애플리케이션 선택시 이용자 수, 만남 성공률, 이용자의 조건 등을 중요하게 고려하게 된다. 피심인의 광고를 본 소비자는 해당 애플리케이션이 이용자의 수도 많고 만남 성공률도 높다고 생각하여 구매 여부를 결정할 가능성이 높다. 따라서 피심인이 이 사건 표현을 사용하여 소비자를 유인하거나 거래하였음이 인정된다.

26 따라서, 피심인의 위 2. 다. 1)의 행위는 거짓 또는 과장된 사실을 알려 소비자를 유인·거래하는 행위로서 법 제21조 제1항 제1호 위반에 해당한다.

라. 실제 회원이 아닌 광고모델을 사용하여 광고하면서 이를 알리지 아니하는 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래한 행위

#### 1) 인정사실 및 근거

27 피심인은 2018. 1. 10.부터 2019. 3. 25.까지 자신이 운영하는 소셜데이팅 애플리케이션 ‘아만다’와 ‘너랑나랑’을 광고하면서, 광고모델의 사진에 가상의 신상정보를 조합하여 실제 애플리케이션 이용 화면과 유사한 광고를 제작하여 게시하였다. 그러나 해당 광고의 출연자가 광고모델이며 인물들의 닉네임, 나이, 직업 등의 신원정보 역시 실제 정보가 아닌 피심인이 임의로 설정한 정보라는 사실은 밝히지 않았다.

28 다만 피심인은 2019. 3. 25. 해당 광고를 삭제하였다.

29 위와 같은 사실은 아만다, 너랑나랑 앱 광고물(소갑 제9증), 피심인의 확인서(소갑 제10호증), 피심인 의견서 등에 의하여 인정된다.

#### 2) 관련 법 규정

##### 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

30 법 제21조 제1항 제1호의 금지행위에 해당하기 위해서는 ① 전자상거래를 하는 사업자 등이 소비자에게 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하였고 ② 이로 인해 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하여야 한다.

31 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 행위를 말하며, 이러한 유인행위가 성립하기 위하여는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 행위만으로 충분하고 그 행위로 소비자가 유인되는 결과의 발생까지 있어야 하는 것은 아니다.<sup>9)</sup> 한편, 그 행위가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지 여부는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 행위를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 할 것이다.<sup>10)</sup>

#### 3) 피심인의 위 2. 라. 1) 행위의 위법 여부

32 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

9) 대법원 2014. 6. 26. 선고 2012두3675 판결.

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

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.

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

34 따라서, 피심인의 위 2. 라1)의 행위는 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인·거래하는 행위로서 법 제21조 제1항 제1호에 해당한다.

마. 청약철회 방해행위

#### 1) 인정사실 및 근거

35 피심인은 2018. 2.부터 2019. 3. 11. 까지 기간 중 자신이 운영하는 소셜데이팅 애플리케이션 ‘아만다’에서 디지털콘텐츠 ‘리본’을 판매하면서, 리본을 구매한지 7일 이내에 환불을 요청한 소비자에게 구매한 리본의 일부를 사용하였다는 이유로 청약철회가 불가하다고 9회에 걸쳐 안내해온 사실이 있다.

36 다만 피심인은 2019. 11. 까지 청약철회가 불가능하다고 안내 받은 소비자에게 별도 연락하여 환불조치를 완료한 바가 있다.

37 이러한 사실은 청약철회 방해행위 자료(소갑 제11호증), 피심인 의견서 등에 의하여 인정된다.

#### 2) 관련 법 규정 및 법리

## 가) 법 규정

### 법 제17조(청약철회등)

- ① 통신판매업자와 재화등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 다음 각 호의 기간 (거래당사자가 다음 각 호의 기간보다 긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간을 말한다) 이내에 해당 계약에 관한 청약철회등을 할 수 있다.
  1. 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일. 다만, 그 서면을 받은 때보다 재화등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화등을 공급받거나 재화등의 공급이 시작된 날부터 7일
  2. 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받지 아니한 경우, 통신판매업자의 주소 등이 적혀 있지 아니한 서면을 받은 경우 또는 통신판매업자의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간에 청약철회등을 할 수 없는 경우에는 통신판매업자의 주소로 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 7일
  3. 제21조제1항제1호 또는 제2호의 청약철회등에 대한 방해 행위가 있는 경우에는 그 방해 행위가 종료한 날부터 7일
- ② 소비자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 통신판매업자의 의사에 반하여 제1항에 따른 청약철회등을 할 수 없다. 다만, 통신판매업자가 제6항에 따른 조치를 하지 아니하는 경우에는 제2호부터 제5호까지의 규정에 해당하는 경우에도 청약철회등을 할 수 있다.
  1. 소비자에게 책임이 있는 사유로 재화등이 멸실되거나 훼손된 경우. 다만, 재화등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우는 제외한다.
  2. 소비자의 사용 또는 일부 소비로 재화등의 가치가 현저히 감소한 경우
  3. 시간이 지나 다시 판매하기 곤란할 정도로 재화등의 가치가 현저히 감소한 경우
  4. 복제가 가능한 재화등의 포장을 훼손한 경우
  5. 용역 또는 「문화산업진흥 기본법」 제2조제5호의 디지털콘텐츠의 제공이 개시된 경우. 다만, 가분적 용역 또는 가분적 디지털콘텐츠로 구성된 계약의 경우에는 제공이 개시되지 아니한 부분에 대하여는 그러하지 아니하다.
  6. 그 밖에 거래의 안전을 위하여 대통령령으로 정하는 경우
- ③ ~ ⑤ (이하 생략)
- ⑥ 통신판매업자는 제2항제2호부터 제5호까지의 규정에 따라 청약철회등이 불가능한 재화등의 경우에는 그 사실을 재화등의 포장이나 그 밖에 소비자가 쉽게 알 수 있는 곳에 명확하게 표시하거나 시험 사용 상품을 제공하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리행사가 방해받지 아니하도록 조치하여야 한다. 다만, 제2항제5호 중 디지털콘텐츠에 대하여 소비자가 청약철회등을 할 수 없는 경우에는 청약철회등이 불가능하다는 사실의 표시와 함께 대통령령으로 정하는 바에 따라 시험 사용 상품을

제공하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 아니하도록 하여야 한다.

법 시행령 제21조의2(시험 사용 상품 등의 제공 방법)

통신판매업자는 법 제17조제6항 단서에 따라 다음 각 호의 구분에 따른 방법 중 하나 이상의 방법으로 소비자에게 시험 사용 상품 등을 제공하여야 한다.

1. 일부 이용의 허용: 디지털콘텐츠의 일부를 미리보기, 미리듣기 등으로 제공
2. 한시적 이용의 허용: 일정 사용기간을 설정하여 디지털콘텐츠 제공
3. 체험용 디지털콘텐츠 제공: 일부 제한된 기능만을 사용할 수 있는 디지털콘텐츠 제공
4. 제1호부터 제3호까지의 방법으로 시험 사용 상품 등을 제공하기 곤란한 경우: 디지털콘텐츠에 관한 정보 제공

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

38 법 제21조 제1항 제1호의 청약철회 방해 행위에 해당하기 위해서는 ① 전자상거래를 하는 사업자 등이 소비자에게 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여야 하고, ② 이를 통하여 소비자의 청약철회등을 방해하여야 한다.

3) 피심인의 위 2. 마. 1) 행위의 위법 여부

가) 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하였는지 여부

39 통신판매업자가 판매하는 재화등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 법 제17조 제2항 각 호의 청약철회 제한사유에 해당하지 않는 한 계약내용에 관한 서면

을 받은 날 또는 재화등을 공급받은 날로부터 7일 이내에 청약철회등을 할 수 있어야 한다. 또한 청약철회 제한사유에 해당하는 경우에도 법 제17조 제6항에 따라 소비자의 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 않도록 시행령 제21조의2 각호에 따른 조치를 하여야 한다.

40 피심인이 판매하는 ‘리본’은 소비자가 구매한 뒤 애플리케이션 내에서 일부만의 사용이 가능한 가분적 디지털콘텐츠인바, 법 제17조 제2항 제5호 단서에 따라 소비자가 자신이 구매한 리본의 일부를 사용하였다고 하더라도 사용하지 않고 남은 부분에 대해서는 계약내용에 관한 서면을 받은 날 또는 리본을 공급받은 날로부터 7일 이내에는 청약철회등을 할 수 있어야 한다. 설령 그렇지 않다 하더라도 피심인은 시행령 제21조의2 각호에 따른 조치를 하지 않았으므로 소비자의 청약철회가 가능하다고 볼 것이다. 그럼에도 피심인은 구매한 리본의 일부를 사용하였다는 이유로 청약철회가 불가능하다고 안내하였으므로 소비자에게 거짓된 사실을 알린 것으로 판단된다.

41 또한 통상적인 소비자는 피심인이 청약철회가 불가능하다고 안내하는 경우 청약철회권 행사를 주저하게 하거나 포기할 것이므로 이는 소비자의 청약철회를 방해하는 행위에 해당한다.

42 따라서, 피심인의 위 2. 마. 1)의 행위는 소비자에게 거짓된 사실을 알려 청약철회등을 방해한 행위로서 법 제21조 제1항 제1호에 해당한다.

바. 이용후기 조작행위

#### 1) 인정사실 및 근거

43 신현만, 이찬기 등 조직도 상 피심인에게 소속된 임직원들은 2018. 10. 22.부터 2019. 3. 11. 기간 중 피심인이 운영하는 소셜데이팅 애플리케이션 ‘그루브’의 앱마켓 내 이용후기 페이지에 본인이 임직원임을 표시하지 않고 “관심사가 비슷한 사



람들을 만날 수 있어서 좋은사람 만날 수 있을꺼 같아요! 잘 사용하겠습니다 감사합  
니다!”, “좋네요~ 관심사로 대화하기도 편하고 연결될지도 안될지도 모르는 사람들에  
게 돈 안써도 되고” 등 애플리케이션에 대한 긍정적인 내용의 후기를 작성한 사실이  
있다.

44 이러한 사실은 이용후기 허위작성 관련 피심인 확인서(소갑 제5호증)에 의하  
여 인정된다.

## 2) 관련 법 규정

### 가) 법 규정

#### 법 제21조(금지행위)

① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하  
는 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

### 3) 위법성 판단

45 피심인 소속 임직원들은 본인이 피심인 소속 임직원임을 표시하지 않고 일반  
소비자를 가장하여 후기를 작성하였으므로 이는 거짓된 사실을 알린 행위에 해당한  
다. 또한 일반 소비자는 애플리케이션을 설치하여 사용하기 전에는 해당 애플케이  
션의 장단점을 알기 어려우므로 다른 사용자의 사용경험은 소비자가 애플리케이션  
사용 여부를 결정하는데 미치는 유인이 크다고 할 것이므로 해당 후기를 게시한 것  
은 소비자를 유인한 행위에 해당한다고 할 것이다.

46 다만 피심인이 소속 임직원으로 하여금 그러한 후기를 작성하도록 지시하는  
등 이에 관여하였다는 것을 부인하고 있으며, 별달리 이를 입증할 증거도 없어 동

혐의는 인정되지 아니한다.

### 3. 처분

#### 가. 시정조치

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

48 피심인의 위 2. 다. 1), 2. 라. 1) 및 2. 마. 1)의 행위는 애플리케이션을 이용하고 있는 소비자들에게 남아있는 오인·기만적 효과를 제거할 필요가 있으므로 법 제32조에 따라 공표명령을 부과하되, 위반행위의 내용 및 정도, 위반기간 등을 고려하여 피심인이 운영하는 소셜데이팅 애플리케이션 ‘아만다’, ‘너랑나랑’에 전체화면 1/2 크기의 팝업 화면을 통하여 7일간 게재하도록 하기로 한다.

#### 나. 과태료 부과

49 피심인의 위 2. 가. 1), 2. 나. 1)의 행위는 각각 법 제10조 제1항, 법 제13조 제2항에 위반되고, 위 2. 다. 1), 2. 라. 1), 2. 마. 1)의 행위는 법 제21조 제1항 제1호에 위반되므로 법 제45조, 법 시행령 제42조 및 시행령 [별표3] ‘과태료의 부과기준’에 따라 산정된 1700만 원을 과태료 금액으로 하되, 피심인이 위 위반행위를 자진하여 시정하였으므로 동 ‘과태료의 부과기준’에 따라 과태료 금액의 1/2을 감경하여 850만 원의 과태료를 부과하기로 한다.

### 4. 결론

50 피심인의 위 2. 가. 1), 2. 나. 1)의 행위는 각각 법 제10조 제1항, 법 제13조 제2항에 위반되고, 위 2. 다. 1), 2. 라. 1), 2. 마. 1)의 행위는 법 제21조 제1항 제1호

에 위반되므로, 시정조치에 대하여는 법 제32조를, 과태료 부과에 대하여는 법 제45조를 각각 적용한다. 한편, 위 2. 바. 1)의 행위는 위반행위에 대한 증거가 없는 경우에 해당하여 공정거래위원회 회의 운영 및 사건절차 등에 관한 규칙 제27조 제1항을 적용하고, 위 모든 행위에 대하여 주문과 같이 의결한다.

공정거래위원회는 위와 같이 의결하였다.

2020년 10월 15일

의 장 위 원 윤 수 현

위 원 신 영 호

위 원 이 정 희

<별지 1>

공표문안(전자매체)

공정거래위원회로부터 시정명령을 받은 사실의 공표

저희 주식회사 테크랩스는 당사가 운영하는 애플리케이션 ‘아만다’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 “대기업, 전문직이 가장 많이 쓰는 프리미엄 소개팅 어플”, 매일 10,000명의 커플 탄생! 6초에 한 커플씩 매칭” 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
- 당사가 운영하는 애플리케이션에서 소비자가 재화를 구입한지 7일 이내라면 재화의 일부를 사용하였다고 하더라도 사용하지 않고 남은 부분에 대해서는 청약철회가 가능함에도 불구하고 소비자에게 청약철회가 불가하다고 안내한 행위

2020년    월    일

주식회사 테크랩스  
대표이사 ○○○

<별지 2>

공표문안(전자매체)

공정거래위원회로부터 시정명령을 받은 사실의 공표

저희 주식회사 테크랩스는 당사가 운영하는 애플리케이션 ‘너랑나랑’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 “국내 최다 회원!“소개팅 어플 단독 1위” 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 테크랩스  
대표이사 신상훈