

보도시점 2025. 8. 29.(금) 10:00 / 배포 2025. 8. 29.(금) 08:00

전자상거래 등에서의 소비자보호 지침 개정안 행정예고

- 다크패턴 규제 관련 구체적 해석기준과 권고사항 마련 -

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 ‘공정위’)는 온라인 다크패턴 규제에 관한 구체적인 해석기준과 사업자에 대한 권고사항을 담은 「전자상거래 등에서의 소비자보호 지침」(이하 ‘소비자보호지침’) 개정안을 마련하여 8월 29일부터 9월 18일까지 행정예고 한다.

지난 2월 14일에 시행된 개정 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘전자상거래법’)은 6개 유형의 온라인 다크패턴에 대한 규제를 신설하고, 이를 위반하는 사업자에게 시정조치 및 과태료를 부과할 수 있도록 하였다.

<참고> 6개 유형의 온라인 다크패턴 규제

구 분	규제 내용	조항
작위 의무	① (숨은갱신) 정기결제 대금을 증액하거나 무료 공급 후 유료 전환하는 경우 소비자의 사전 동의를 받도록 의무화	제13조 제6항
부작위 의무	② (순차공개 가격책정) 검색 결과 화면에 상품 구매에 필요한 총비용이 아닌 일부 금액만 표시·광고하는 행위 금지	제21조의2 제1항 제1호
	③ (특정옵션의 사전선택) 특정 상품 구매과정에서 다른 상품 구매 여부에 관한 옵션을 미리 선택하는 행위 금지	제21조의2 제1항 제2호
	④ (잘못된 계층구조) 선택항목 간 크기·모양·색깔 등에 현저한 차이를 두어 사업자에게 유리한 특정 항목 유인 금지	제21조의2 제1항 제3호
	⑤ (취소·탈퇴 등의 방해) 소비자의 취소·탈퇴 절차를 복잡하게 설계하여 방해하는 행위 금지	제21조의2 제1항 제4호
	⑥ (반복간섭) 팝업창 등으로 소비자 선택을 반복적으로 변경 요구하는 행위 금지	제21조의2 제1항 제5호

이번 소비자보호지침 개정안은 다크패턴 규제에 대한 구체적인 해석기준을 제시함으로써 시장의 예측가능성과 이해도를 제고하고, 사업자가 법 내용을 숙지하지 못해 위반하는 사례를 방지하기 위해 마련되었다.

아울러 전자상거래법상 명백히 금지되는 다크패턴 뿐만 아니라, 법 위반으로 단정하기는 어려우나 소비자 오인 우려가 있는 행위 유형에 대해서도 바람직한 개선방향을 권고함으로써 사업자의 자율시정과 공정한 온라인 인터페이스 환경조성을 유도하였다.

〈 다크패턴 규제에 대한 해석기준 〉

Ⅰ 숨은 갱신 관련 (지침안 일반사항 8.)

전자상거래법은 정기결제 대금을 증액하거나, 무료 공급 후 유료 전환 시 소비자가 이를 제대로 인지하지 못해 발생하는 피해(이하 ‘숨은 갱신’)를 방지하기 위해 사업자에 대해 소비자의 사전 동의를 받을 의무를 규정하고 있다.

그러나 온라인 정기결제 상품에는 한시적 무상제공, 할인 프로모션 등 다양한 결제 유형이 존재하는 점 등을 고려하여 숨은 갱신 규제 대상을 결제 대금이 소비자가 이전에 결제했던 대금보다 인상되는 경우로 명시하고, ①재화등의 정기결제 가격 자체가 인상되어 이를 이용 중인 소비자에게 인상된 가격이 적용되는 경우, ②최초 계약 체결 시 일정 기간 동안 적용되는 할인을 약정하고 그 기간이 만료되어 정상 가격이 적용되는 경우의 두 가지 유형으로 분류·예시하여 적용 범위를 구체화하였다.

또한, 숨은 갱신 방지를 위해 사업자는 소비자의 명시적 동의를 받아야 함을 명확히 하고, 소비자의 동의가 있었다고 볼 수 없는 경우로 ①최초 계약 시 재화등의 구매·이용에 관한 동의를 받으면서 향후 증액 또는 전환에 관한 동의를 포괄적으로 함께 받는 경우, ②소비자가 동의 창을 그냥 닫거나 ‘나중에 확인’을 선택하는 등 별도의 의사 표시를 하지 않은 경우 등을 예시하였다.

한편, 소비자의 동의 없이 자동으로 증액 또는 유료전환 되어 대금 결제가 이루어지는 경우 법 위반이 되므로, 적법한 동의 전까지는 자동 증액이나 유료전환이 이루어지지 않도록 필요한 조치를 하여야 함을 명시하고, 그 방법으로 정기결제 계약 해지, 종전 요금 유지 등을 예시하였다.

㉔ 순차공개 가격책정 관련 (지침안 일반사항 12.)

전자상거래법은 사이버몰을 통하여 가격을 표시·광고하는 첫 화면에 상품 구매에 필수적인 총금액이 아닌 일부 금액만 표시·광고하는 행위(이하 ‘순차공개 가격책정’)를 금지하고 있다.

이는 실제보다 낮은 가격으로 소비자를 유인하는 행위를 방지하기 위한 것으로서, ‘첫 화면’을 사이버몰 내에서 소비자가 재화·가격 정보를 처음으로 접할 수 있는 화면으로 정의하고, ①검색 결과 화면, ②상품 목록 화면, ③상품의 가격 정보가 함께 표시되는 사이버몰의 초기 화면을 예로 제시하였다.

또한, ‘총금액’도 통상적인 거래 관행상 일반 소비자가 구매 목적을 달성하기까지 지불을 거부할 수 없는 모든 비용의 합계로 정의하고, ①숙박·여행상품 등에 대하여 필수적으로 부과되는 봉사료, 청소비, 세금 및 수수료나 ②배송비 및 설치비와 같은 비용들이 총금액에 포함됨을 예시로 제시하였다.

㉕ 특정옵션의 사전선택, 잘못된 계층구조 및 반복간섭 관련 (지침안 일반사항 13.)

먼저, 특정 상품 구매·가입 과정에서 다른 상품 구매·가입 옵션을 미리 선택하는 행위(특정옵션의 사전선택)를 금지하는 전자상거래법 규정에 대한 이해도 제고를 위해 ①구매 과정에서 소비자가 직접 선택하기 전 별도의 추가 상품 또는 서비스의 구매 옵션을 자동 선택해 두는 경우, ②가입 과정에서 유료 멤버십 가입이 선택사항임에도 자동 선택해 두어 소비자를 유인하는 경우를 예시하였다.

다음으로 선택항목 간 시각적으로 현저한 차이를 두어 사업자에게 유리한 선택으로 유인하는 행위(잘못된 계층구조) 금지와 관련하여 ①구매 과정에서 유료 옵션만을 선택할 수 있는 것처럼 표시하거나 유료 옵션을 선택하여야만 구매할 수 있는 것처럼 표시하는 경우, ②가입 과정에서 광고 정보 수신 또는 소비자 정보 이용 동의 등에 관한 선택항목을 반드시 선택해야만 가입할 수 있는 것처럼 표시하는 경우, ③소비자가 취소·탈퇴 등의 절차를 진행하고자 함에도 불구하고 취소·탈퇴 대신 ‘계정 비활성화’, ‘요금제 변경’ 등의 대안만을 선택할 수 있는 것처럼 표시하는 경우를 예로 제시하였다.

아울러 소비자의 선택·결정을 반복적으로 변경 요구하는 행위(반복간섭) 금지와 관련하여, 금지되는 반복 요구란 ‘2회 이상의 변경 요구’라는 점을 명확히 하였고, 구체적인 사례로 ❶의사를 재확인하거나 번복을 유도하는 질문을 다시 띄우는 경우, ❷소비자가 이미 선택한 질문을 반복해서 띄우는 경우를 적시하였다.

④ 취소·탈퇴 등의 방해 관련 (지침안 일반사항 14.)

구매·가입 절차보다 취소·탈퇴 절차를 복잡하게 설계하여 소비자의 취소·탈퇴를 방해하는 행위와 관련하여 소비자의 의사를 확인하거나 재고를 요청하는 단계를 2단계 이상 반복하거나, 상실되는 혜택 등 그 취소·탈퇴에 따른 효과를 여러 단계에 나누어 고지하는 경우를 예시하였다.

또한, 전자상거래법은 소비자의 취소·탈퇴가 방해받지 않도록 구매·가입방법과 동일한 방법으로 취소·탈퇴도 가능해야 함을 규정하고 있는데 이는 동일한 웹사이트 또는 애플리케이션에서 구매·가입뿐만 아니라 취소·탈퇴도 가능하게 해야 하는 것임을 명시하였다.

〈온라인 인터페이스 관련 권고사항〉

① 가격표시 관련 (지침안 권고사항 7.가.)

먼저 상품가격이 일률적이지 않아 가격을 표시·광고하는 첫 화면에 상품 구매에 필수적인 총금액을 표시하기 어려운 경우*, 상품 상세화면의 가격표시란에 해당 비용의 내용, 책정 방법 및 금액 등을 함께 명시하도록 권고하여 소비자가 가격에 대한 정확한 정보를 제공받을 수 있도록 하였다.

* 순차공개 가격책정 금지규정의 예외(전자상거래법 제21조의2제1항제1호 단서)

또한, 거래조건에 따라 할인 여부가 달라지는 경우, 첫 화면에 할인 전 가격도 병기하고, 상품 상세화면에는 구체적인 할인 조건을 명시하도록 하여 할인가격 적용 여부에 대한 소비자의 오인 가능성을 예방하고자 한다. 한편, 상세화면에서 여러 상품을 포함하고 있으나 첫 화면에 대표 상품을 표시·광고하는 경우에는, 첫 화면 표시 가격이 해당 대표 상품의 가격이 되도록 하여 광고 상품에 대한 가격 정보가 정확히 제공되도록 하였다.

② 선택항목 관련 (지침안 권고사항 7.나.)

추가 지출 또는 별도 서비스 가입 등을 위한 선택항목을 제공하는 경우에는 소비자의 선택에 따라 추가 부담이 발생할 수 있음을 명시적으로 고지하도록 권고하여 소비자의 의도치 않은 지출 등을 방지하도록 하였다.

또한, 소비자의 동의를 구하는 경우에는 거부 의사를 표시하는 선택항목을 명시적으로 제공하고 사업자에 유리한 동의 등 특정 선택만을 하도록 심리적으로 압박하거나 오도하지 않도록 중립적·객관적 표현을 사용할 것을 권고하였다.

③ 취소·탈퇴 관련 (지침안 권고사항 7.다.)

취소·탈퇴 버튼을 의도적으로 숨김으로써 취소·탈퇴를 방해하는 행위를 방지하기 위해, 취소·탈퇴 버튼을 시각적으로 눈에 잘 띄게 표시하고, 소비자가 직관적으로 이해할 수 있는 위치에 두도록 권고하였다.

공정위는 상기의 소비자보호지침 개정안 내용에 대하여 행정예고 기간 동안 이해관계자, 관계 부처 및 지자체 등의 의견을 수렴한 후, 법제처 심사 등의 절차를 거쳐 하반기 중 소비자보호지침 개정을 완료할 계획이다.

※ 행정예고안에 대한 의견 제출 방법

- ▶ 이 개정안에 의견이 있는 개인이나 단체는 2025년 9월 18일까지 ①예고사항에 대한 의견(찬성·반대·수정 의견과 그 이유), ②성명(단체의 경우 단체명과 대표자명), 주소, 전화번호를 적은 의견서를 우편 또는 팩스로 제출해주시기 바랍니다.

- * 우편: (30108) 세종특별자치시 다솜3로 95(정부세종청사), 4층
공정거래위원회 소비자정책국 소비자거래정책과
- * 팩스: 044-200-4466

<붙임> 소비자보호지침 개정안 신·구조문 대비표

담당 부서	소비자정책국 소비자거래정책과	책임자	과 장	양동훈 (044-200-4445)
		담당자	사무관	이정민 (044-200-4454)

현행	개정안
I. 목적 및 구성	I. 목적 및 구성
1. 목적	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, <u>법 제23조</u> 의 규정에 따라 건전한 거래질서의 확립 및 소비자의 보호를 위하여 사업자의 자율적 준수를 유도하는 데 그 목적이 있다.	----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- <u>법 제21조의2 및 제23조의</u> ----- ----- ----- ----- ----- --.
2. 구성 등	2. 구성 등
이 지침은 법 제21조에 따라 이 법 위반행위의 방지 및 소비자피해의 예방을 위하여 관련법령의 해석에 관한 기준을 제시하는 부분인 “일반사항”과 <u>법 제</u>	----- ----- ----- ----- ----- <u>법 제</u>

23조의 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

2. 통신판매, 통신판매업자, 통신판매중개자의 개념정의 및 책임의 범위

라. 법 제20조제2항의 ‘통신판매업자인 통신판매중개자’를 예시하면 다음과 같다.

3. ~ 7. (생략)

<신설>

21조의2 및 제23조의 -----

-----.

-----.

II. 일반사항

2. ----- ----- -----

라. 법 제20조의2제3항-----

-----.

3. ~ 7. (현행과 같음)

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 ‘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 동의를 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 필

8. ~ 10. (생략)

<신설>

요한 조치를 하여야 한다.

9. ~ 11. (현행 8. ~ 10.과 같음)

12. 사이버몰에서의 가격 표시 관련

가. 법 제21조의2제1항제1호의 ‘사

이버몰을 통하여 소비자에게 재

화등의 가격을 알리는 표시·광

고의 첫 화면’은 사이버몰 내에서

소비자가 재화등의 내용과 그 가

격에 관한 정보를 처음으로 접할

수 있는 화면을 의미하며, 이를

예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 소비자가 사이버몰에서 특정 키

워드로 상품을 검색하여 노출되

는 검색 결과 화면

(2) 소비자가 카테고리 등 상품 분

류 영역을 탐색하여 노출되는 상

품 목록 화면

(3) 상품의 사진 등 정보와 그 가격

이 함께 표시되는 사이버몰의 초

기 화면

나. 법 제21조의2제1항제1호의 ‘소

비자가 그 재화등을 구매·이용

하기 위하여 필수적으로 지급하

여야 하는 총금액’은 통상적인 거

래 관행에 비추어 일반 소비자가

재화등의 구매·이용 계약의 목

적을 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 것으

로 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 예시
하면 다음과 같다.

<예시>

○ 회원탈퇴, 구매취소 또는 계약해
지 절차 중에 소비자의 의사를 확
인하거나 재고를 요청하는 단계
를 2단계 이상 반복하거나, 상실
되는 혜택 등 그 탈퇴 등에 따른
효과를 소비자에게 여러 단계에
나누어 고지하는 등 회원가입, 재
화등의 구매 또는 계약체결 절차
와 달리 불필요한 단계를 추가적
으로 거치도록 설계하는 방법

나. 법 제21조의2제1항제4호나목의
규정과 관련하여 사업자는 소비
자가 웹사이트 또는 애플리케이
션으로 회원가입 신청, 재화등의
구매·이용에 관한 청약 등을 할
수 있도록 하는 경우, 회원탈퇴,
구매취소 또는 계약해지 등도 바
로 그 동일한 웹사이트 또는 애플
리케이션 내에서 할 수 있도록 하
여야 한다.

Ⅲ. 권고사항

7. 온라인 인터페이스 관련

가. 사업자는 재화등의 가격이 소비
자의 선택이나 조건에 따라 달라

Ⅲ. 권고사항

<신 설>

질 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 한눈에 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.

부 칙

3. 일반사항 4.와 관련하여, 전자결제업자등의 통지 대상이 되는 금액은 유무선 전기통신단말기를 통한 거래(인터넷망 접속 ID를 통한 거래 포함)의 경우에는 3만원 이상(1개월 이내에 누적 금액이 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.

부 칙

2. 일반사항 6.