



전자상거래법 개정안 및 소비자기본법 개정안 국회 본회의 통과

- 소비자 피해가 잦은 6개 유형의 다크패턴 규율을 위한 법적 근거 마련 -
- 소비자중심경영인증(CCM) 유효기간 연장 및 소비자보호를 위한 실태조사 근거 마련 -

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 ‘공정위’)는 온라인 눈속임 상술(일명 “다크패턴”) 규율을 위한 『전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률』(이하 “전자상거래법”) 개정안 및 소비자중심경영인증 유효기간 연장 등을 위한 『소비자기본법』 개정안이 2024년 1월 25일 국회 본회의를 통과했다고 밝혔다.

<전자상거래법 주요 개정내용>

먼저, 이번에 개정된 전자상거래법에는 그간 소비자 피해가 다수 발생했으나, 현행법으로 규율이 어려워 입법 공백이 발생했던 6개 유형의 온라인 다크패턴에 대한 규제 내용 및 사업자 등의 자율규약 마련 등이 포함되었다.

< 전자상거래법 주요 개정 내용 >

구 분	규제 내용	해당 조항
다크패턴 규율	① (숨은갱신) 정기결제 대금 증액 또는 무료 서비스의 유료 전환시 소비자의 사전 동의 의무화	제13조제6항
	② (순차공개가격책정) 정당한 사유 없이 재화등의 구입 총비용이 아닌 일부 금액만 표시·광고하는 행위 금지	제21조의2제1항제1호
	③ (특정옵션사전선택) 특정 상품 구매과정에서 다른 상품 구매 여부를 질문하면서 옵션을 미리 선택하는 행위 금지	제21조의2제1항제2호
	④ (잘못된 계층구조) 선택항목의 크기·모양·색깔 등에 현저한 차이를 두어 사업자에게 유리한 특정 항목 유인 금지	제21조의2제1항제3호
	⑤ (취소·탈퇴방해) 소비자의 취소·탈퇴 방해 행위 금지	제21조의2제1항제4호
	⑥ (반복간섭) 팝업창 등으로 소비자 선택을 반복적으로 변경 요구하는 행위 금지	제21조의2제1항제5호
지침·자율 규약마련	▶ 금지행위 예방을 위해 공정위는 지침을 마련하고사업자 및 사업자단체는 자진시정을 위해 자율규약 제정 가능	제21조의2제2항 및 제21조의3

주요 개정 내용은 다음과 같다.

① 통신판매업자에게 **재화등의 정기결제 대금이 증액**되거나 재화등이 무상으로 공급된 후 **유료 정기결제로 전환되는 경우에는 그 증액 또는 전환이 이루어지기 전** 변동 전후의 가격 등에 대한 **소비자의 동의를** 받도록 하였다.

최근 온라인 쇼핑, OTT 등 다양한 분야에서 정기 구독 서비스가 확대되면서 최초에는 무상 또는 낮은 가격으로 서비스를 제공한 뒤 일정 기간 후에 유료로 전환시키거나 증액하는 마케팅이 유행해왔다. 통신판매업자는 무료 서비스 제공 시점인 계약 체결시에만 향후 결제 금액 증액이나 유료 전환 사실을 고지하면 되기 때문에, 소비자가 유료 전환 시점에 이를 제대로 인지하지 못해 발생하는 피해가 지속되어 왔다. (“숨은 갱신” 유형)

이에, 이번 전자상거래법 개정안은 재화 등의 정기 결제 금액이 증액되거나 재화등이 무상으로 공급된 후 유료 정기 결제로 전환되는 경우에는 그 증액 또는 전환이 이루어지기 전 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격 및 결제방법에 대하여 소비자의 동의를 받고, 증액 또는 전환을 취소하거나 해지하기 위한 조건·방법과 그 효과에 대해 소비자에게 고지하도록 함으로써 소비자가 원치 않는 결제를 차단하도록 하였다.

② 전자상거래 사업자 또는 통신판매업자에게 **온라인 인터페이스를 운영함에 있어 소비자의 착각·부주의를 유발하여 불필요한 지출 또는 서비스 가입 등을 유도하는 5개 유형의 행위를** 금지하였다.

전자상거래법 제21조제1항제1호는 전자상거래 사업자 또는 통신판매업자가 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위를 하지 못하도록 금지하고 있다. 그러나, 코로나 19 이후 온라인을 통한 전자상거래 규모가 급속히 증가하면서 사업자 등의 마케팅 방식이 복잡해짐에 따라 거짓 또는 기만으로 보기 어려워 법 위반에는 해당하지 않으나 교묘하게 소비자를 유인하는 행위 및 그로 인한 피해가 심각한 수준으로 증가하였다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 금번에 개정된 전자상거래법은 통신판매 사업자에게 **다섯 가지 금지의무를 부과**하였다.

첫째, 사이버몰을 통하여 소비자에게 재화등의 가격을 알리는 **표시·광고의 첫 화면에서** 소비자가 그 재화 등을 구입·이용하기 위하여 필수적으로 지급하여야 하는 **총 금액**(재화 등의 가격 외에 재화등의 제공을 위하여 필수적으로 수반되는 비용까지 포함한 것을 말한다)을 알릴 수 있음에도 불구하고 정당한 사유 없이 그 중 **일부 금액만을 표시·광고**하는 방법으로 소비자를 유인하거나 소비자와 거래하는 행위(“순차공개 가격책정” 유형)를 **금지**하였다.

둘째, 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등이 진행되는 중에 소비자에게 다른 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등에 관한 청약의사가 있는지 여부를 물으면서, **소비자가 선택하기 전에** 미리 청약의사가 있다는 표시를 하여 **선택항목을 제공**하는 행위(“특정옵션 사전선택” 유형)를 **금지**하였다.

셋째, 소비자에게 재화등의 구매등에 관한 선택항목을 제시하는 경우 그 선택 항목들 사이에 **크기·모양·색깔 등** 시각적으로 **현저한 차이**를 두어 표시하는 행위를 하여 소비자가 특정 항목만 선택할 수 있는 것처럼 오인하거나 구매등을 하기 위한 조건으로서 **특정 항목을 반드시 선택**해야 하는 것으로 **오인**하게 하는 행위(“잘못된 계층구조” 유형)를 **금지**하였다.

넷째, 정당한 이유없이 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 절차보다 그 **취소, 탈퇴, 해지 등의 절차를 복잡하게 설계**하거나 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 방법과는 **다른 방법으로만 그 취소, 탈퇴, 해지 등이 가능**하도록 소비자의 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지 등을 방해하는 행위(“취소·탈퇴 방해” 유형)를 **금지**하였다.

다섯째, 소비자가 이미 **선택·결정**한 내용에 대해 그 **선택·결정**을 변경할 것을 팝업창 등을 통하여 **반복적으로 요구**하는 등 소비자의 자유로운 의사 결정을 방해하는 행위(“반복간섭” 유형)를 **금지**하였다. 다만, 그 선택·결정의 변경을 요구할 때 소비자가 대통령령으로 정하는 기간 이상 동안 그러한 요구를 받지 않도록 선택할 수 있게 한 경우는 제외하였다.

③ 공정거래위원회가 **다크패턴 금지행위의 예방** 및 **소비자보호**를 위하여 **지침**을 정할 수 있도록 하고, **사업자 및 사업자단체**는 금지행위를 예방하기 위하여 **자율적으로 규약**을 정할 수 있도록 하였다.

온라인 다크패턴은 그 종류와 양태가 다양하고, 여러 유형이 결합하여 발생하는 등 정상적인 마케팅과의 구별이 쉽지 않아 사업자 등이 다크패턴을 시정하고 싶어도 어떻게 시정해야 할지 모르는 경우가 많았다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 공정위가 거래당사자, 기관 및 단체의 의견을 들어 **사업자의 자율적 준수를 위한 지침**을 정할 수 있도록 근거를 마련하였고, 사업자 등도 자율적으로 규약을 정할 수 있도록 하는 등 사업자가 자진시정을 통해 소비자 피해를 신속히 차단하도록 하였다.

④ 다크패턴 규율을 위한 시정조치와 과태료 규정을 신설 및 수정하였다.

온라인 다크패턴 작위 및 부작위 의무의 실행력을 담보하기 위해서는 제재 조항이 함께 마련될 필요가 있었다. 이에 공정위는 시정조치 대상에 이번에 신규로 추가되는 6개 다크패턴 규율행위를 추가하고, 동 의무를 이행하지 않거나 금지의무를 위반하는 경우 사업자에게 시정조치 및 5백만원 이하의 과태료를 부과하도록 규정을 정비하였다. 또한, 일정 요건을 충족하는 경우 영업정지 및 과징금을 부과하는 것도 가능하다.

공정위는 이번에 개정된 전자상거래법이 시행되면, 온라인 인터페이스의 교묘한 조작을 통한 소비자의 착각, 실수 유발 등 기존에 전자상거래법 위반으로 보기는 어려웠으나 소비자 피해가 잦았던 행위들을 차단함으로써 소비자 피해 예방 및 권익 보호에 도움이 될 것으로 기대한다고 밝혔다.

특히, 지난 다크패턴 종합대책 발표(4.21.) 이후 온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인 제정(7.31.) 및 온라인 사업자의 다크패턴 행태에 관한 실태조사 발표(11.6.) 등 사업자의 자진시정을 유도하기 위한 기반은 마련되었으나, 6개 다크패턴 유형에 대한 제재 근거가 없어 소비자 피해 차단에 한계가 있었는데, 이번에 사업자 등에게 작위·부작위 의무를 법으로 부과함에 따라 법 위반에 대한 감시 및 제재가 가능하게 되었다고 밝혔다.

<소비자기본법 주요 개정내용>

다음으로, 소비자기본법의 주요 개정 내용은 다음과 같다.

① 소비자중심경영 인증의 유효기간을 현행 2년에서 3년으로 연장하였다.

공정거래위원회(이하 ‘공정위’)는 물품의 제조·수입·판매 또는 용역의 제공 등 모든 과정이 소비자 중심으로 이루어지는 경영을 하는 사업자에 대하여 ‘소비자중심경영인증’을 하고 있는데, 현행 인증 유효기간은 2년으로 그 기간이 짧아 사업자들이 소비자중심경영인증을 준비하는데 부담으로 작용하여 해당 제도를 활성화하는 데 장애요인이 되고 있었다.

이에 사업자들이 소비자중심경영 인증을 위한 충분한 준비기간을 갖고, 그로 인한 효과도 보다 오래 지속될 수 있도록 인증 유효기간을 3년으로 연장하였다.

② 또한 소비자기본법에 소비자정책 수립을 위한 실태조사 실시 및 이에 필요한 자료 또는 의견의 제출을 요청할 수 있는 근거를 마련하였다.

공정위는 범정부 소비자정책 총괄부처로서 소비자정책에 관한 3년 단위 범정부 기본계획과 1년단위 시행계획을 수립하고, 중앙행정기관의 장 또는 지방자치단체의 장에게 소비자정책과 관련한 제도의 개선 등을 권고하고 있다. 그러나 소비자피해 현황이나 소비자피해를 유발하는 환경, 시장 등에 대해 실태조사를 실시할 수 있는 근거 조항 등이 미비하여 소비자 문제 해결을 위한 구체적인 현황을 신속히 파악하고 그에 따른 해결 방안을 도출하는데 어려움이 존재했다.

이에 소비자 권익증진이나 소비자정책의 효율적 추진을 위하여 실태 조사와 이에 필요한 자료 또는 의견제출 요청 근거를 마련했다.

이번 소비자기본법 개정을 통해 사업자가 소비자중심경영인증에 대한 부담을 덜고 보다 안정적으로 소비자중심경영을 할 수 있게 됨으로써 소비자중심경영 인증제도의 확산 및 활성화에 기여하고, 보다 실효성 있는 소비자정책을 수립할 수 있게 될 것으로 기대된다.

이번에 국회를 통과한 전자상거래법 개정안 및 소비자기본법 개정안은 정부 이송·국무회의 등의 절차를 거쳐 공포될 예정이며, 전자상거래법 중 다크패턴의 규율에 관한 내용은 공포일로부터 1년이 경과한 날부터, 사업자 자율 준수를 위한 공정위의 지침 마련 및 사업자 자율규약에 관한 나머지 개정 조항은 공포일 즉시 시행된다. 또한, 소비자기본법 개정안 중 실태조사 근거 조항은 공포 후 6개월이 경과한 날부터, 소비자중심경영인증 관련 조항은 2025년 1월 1일부터 시행될 예정이다.

공정위는 개정 법률안이 공포되는 대로 조속히 하위 법령을 정비하여, 법 시행에 차질이 없도록 준비할 계획이라고 밝혔다.

<붙임> 1. 개정법 주요내용
2. 개정법 신·구 조문대비표

담당 부서	소비자정책국 소비자정책총괄과	책임자	과 장	이승규 (044-200-4405)
		담당자	사무관	권혜지 (044-200-4406)
		담당자	사무관	주진아 (044-200-4411)
	소비자정책국 소비자거래정책과	책임자	과 장	이강수 (044-200-4445)
		담당자	서기관	김혜선 (044-200-4446)



I

개정 배경 및 내용

1. 온라인 다크패턴 관련 금지행위 신설 등

* 전자상거래법 제13조·제32조·제45조 개정 및 제21조의2·제21조의3 신설

□ (개정배경) 코로나19 이후 전자상거래 및 모바일 앱 사용이 증가하면서 온라인 다크패턴으로 인한 소비자 피해가 급증하는 추세

* 다크패턴 소비자 피해비율이 92.6%(숨은갱신), 88.4%(특정옵션 사전선택) 등 심각(공정위, 2022년)

- 현행법은 명백하게 거짓·과장된 사실을 알리거나 기만적 방법으로 소비자를 유인·거래하는 행위만 금지하고 있어, 교묘하게 소비자의 착각·실수를 발생시키는 다크패턴에 대한 새로운 규율 필요
- 소비자가 원치 않는 서비스 가입이나 결제 등에 노출될 위험이 높고, 특히 취약계층(어르신·청소년·저소득층 등)의 금전적 피해 우려

※ 공정위는 다크패턴 피해의 심각성을 고려, 지난 4월 다크패턴 금지 종합대책을 발표하였고, 가이드라인 제정(7.31.) 및 실태조사(11.6.)를 추진해왔음

□ (개정내용) 최근 소비자 피해가 많으나, 현행법상 규율 곤란한 6개 유형의 다크패턴을 규제하기 위한 법 조항(작위 및 부작위 의무) 신설

- 통신판매업자는 재화등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환되는 경우 등에 전환 이전에 소비자 동의를 받아야 하고, (작위 의무)
- 기타, 재화등의 총금액이 아닌 일부 금액만을 표시·광고하는 등 소비자의 원치 않는 지출이나 서비스 가입을 유도하는 행위 등을 금지(부작위 의무)

2. CCM 유효기간 연장 및 실태조사 근거 마련

* 소비자기본법 제20조의2 개정 및 제81조의2 신설

- ☐ (개정배경) 사업자부담 완화 및 제도 활성화를 위해 CCM 유효기간을 연장하고, 소비자 문제 현황 파악 및 해결방안 도출을 통한 소비자권의 증진 실현을 위해 실태조사 근거를 마련할 필요
- ☐ (개정내용) 소비자중심경영인증(CCM) 유효기간을 연장(2년→3년) 하고 소비자정책 수립을 위한 실태조사 근거를 마련

II

기대 효과 및 향후 계획

<기대 효과>

- ☐ 6개 유형의 다크패턴 행위를 효과적으로 규율하고, 사업자 및 사업자단체 스스로 자율 규약을 마련토록 함으로써 자진시정 기대
 - 소비자 피해 비율이 높은 것으로 나타났던 숨은갱신, 순차공개가격책정 등 6개 유형의 다크패턴을 규제함으로써 관련 소비자 피해예방
- ☐ 소비자중심경영인증(CCM)의 유효기간 연장을 통해 실효성을 제고하고, 체계적인 실태조사를 통해 효율적인 소비자정책 수립 가능

<향후 계획>

- ☐ 개정 법률안은 정부 이송, 국무회의 등의 절차를 거쳐 공포될 예정
 - 전자상거래법 중 다크패턴의 규율에 관한 내용은 공포일로부터 1년이 경과한 날부터 시행하고, 소비자기본법 개정안 중 실태조사 근거 조항은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행할 예정*

* 다크패턴 나머지 개정 조항은 공포일 즉시, 소비자중심경영인증 관련 조항은 '25.1.1일 시행

- ☐ 공정위는 개정 법률안이 공포되는 대로 조속히 하위 법령을 정비하여, 법 시행에 차질이 없도록 준비할 계획

전자상거래법 신·구조문 대비표

현행	개정안
제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공) ①~⑤ (생략) <신설>	제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공) ①~⑤ (현행과 같음) ⑥ <u>통신판매업자는 재화등의 정기결제 대금이 증액되거나 재화등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환되는 경우에는 그 증액 또는 전환이 이루어지기 전 대통령령으로 정하는 기간 내에 그 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격 및 결제방법에 대하여 소비자의 동의를 받고, 증액 또는 전환을 취소하거나 해지하기 위한 조건·방법과 그 효과를 소비자에게 고지하여야 한다.</u>
<신설>	제21조의2(온라인 인터페이스 운영에 있어서 금지되는 행위) ① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 온라인 인터페이스(웹사이트 또는 모바일 앱 등의 소프트웨어로서 소비자와 사업자 사이의 매개체를 말한다. 이하 같다)를 운영함에 있어 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를

하여서는 아니 된다.

1. 사이버몰을 통하여 소비자에게 재화등의 가격을 알리는 표시·광고의 첫 화면에서 소비자가 그 재화등을 구입·이용하기 위하여 필수적으로 지급하여야 하는 총금액(재화등의 가격 외에 재화등의 제공을 위하여 필수적으로 수반되는 비용까지 포함한 것을 말한다. 이하 같다) 중 일부 금액만을 표시·광고하는 방법으로 소비자를 유인하거나 소비자와 거래하는 행위. 다만, 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유가 있고 그 사유를 총리령으로 정하는 바에 따라 소비자에게 알린 경우는 제외한다.

2. 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등이 진행되는 중에 소비자에게 다른 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 등에 관한 청약의사가 있는지 여부를 묻는 선택항목을 제공하는 경우 소비자가 직접 청약의사 여부를 선택하기 전에 미리 청약의사가 있다는 표시를 하여

선택항목을 제공하는 방법으로 소비자의 다른 재화등의 거래에 관한 청약을 유인하는 행위

3. 소비자에게 재화등의 구매·이용, 회원가입, 계약체결 또는 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지(이하 “구매등”이라 한다)에 관한 선택항목을 제시하는 경우 그 선택항목들 사이에 크기·모양·색깔 등 시각적으로 현저한 차이를 두어 표시하는 행위로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우

가. 소비자가 특정 항목만을 선택할 수 있는 것처럼 잘못 알게 할 우려가 있는 행위

나. 소비자가 구매등을 하기 위한 조건으로서 특정 항목을 반드시 선택하여야만 하는 것으로 잘못 알게 할 우려가 있는 행위

4. 정당한 사유 없이 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방법으로 소비자의 구매취소, 회원탈퇴, 계약해지 등을 방해하는 행위

가. 재화등의 구매, 회원가입,

계약체결 등의 절차보다 그 취소, 탈퇴, 해지 등의 절차를 복잡하게 설계하는 방법
나. 재화등의 구매, 회원가입, 계약체결 등의 방법과는 다른 방법으로만 그 취소, 탈퇴, 해지 등을 할 수 있도록 제한하는 방법

5. 소비자가 이미 선택·결정한 내용에 관하여 그 선택·결정을 변경할 것을 팝업창 등을 통하여 반복적으로 요구하는 방법으로 소비자의 자유로운 의사결정을 방해하는 행위. 다만, 그 선택·결정의 변경을 요구할 때 소비자가 대통령령으로 정하는 기간 이상 동안 그러한 요구를 받지 않도록 선택할 수 있게 한 경우는 제외한다.

② 공정거래위원회는 제1항에 해당하는 행위의 예방 및 소비자보호를 위하여 사업자의 자율적 준수를 유도하기 위한 지침을 관련 분야의 거래당사자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다.

제21조의3(온라인 인터페이스 관련 자율규약) 사업자 및 사업자단체

<신 설>

제32조(시정조치 등) ① 공정거래위원회는 사업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하거나 이 법에 따른 의무를 이행하지 아니하는 경우에는 해당 사업자에게 그 시정조치를 명할 수 있다.

1. 제5조제2항부터 제5항까지, 제6조제1항, 제7조, 제8조, 제9조, 제9조의2, 제10조, 제11조, 제12조제1항부터 제3항까지, 제13조제1항부터 제3항까지 및 제5항, 제14조, 제15조, 제18조, 제19조제1항, 제20조, 제20조의2, 제22조제1항, 제23조제2항, 제24조제1항·제2항 및 제5항부터 제9항까지, 제27조제2항, 제29조제1항 및 제2항, 제32조의2제2항을 위반하는 행위

2. (생략)

<신설>

는 제21조의2제1항 각 호를 위반하는 행위를 예방하기 위하여 자율적으로 규약을 정할 수 있다.

제32조(시정조치 등) ① -----

-----.

1. -----

-----제5항·제6항-----

2. (현행과 같음)

3. 제21조의2제1항 각 호의 금지행위 중 어느 하나에 해당하는 행위

<p>② ~ ④ (생 략)</p> <p>제45조(과태료) ① ~ ③ (생 략)</p> <p>④ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 500만원 이하의 과태료를 부과한다.</p> <p>1. ~ 5. (생 략)</p> <p><신 설></p> <p>6. (생 략)</p> <p><신 설></p> <p>⑤ ~ ⑧ (생 략)</p>	<p>② ~ ④ (현행과 같음)</p> <p>제45조(과태료) ① ~ ③ (현행과 같음)</p> <p>④ ----- ----- -----.</p> <p>1. ~ 5. (현행과 같음)</p> <p><u>5의2. 제13조제6항을 위반하여 소비자</u> <u>자의 동의를 받지 아니하거나</u> <u>소비자에게 고지하지 아니한 자</u></p> <p>6. (현행과 같음)</p> <p><u>7. 제21조의2제1항 각 호의 금지행</u> <u>위 중 어느 하나에 해당하는 행</u> <u>위를 한 자</u></p> <p>⑤ ~ ⑧ (현행과 같음)</p>
--	---

부 칙

제1조(시행일) 이 법은 공포 후 1년이 경과한 날부터 시행한다. 다만, 제21

조의2제2항 및 제21조의3의 개정규정은 공포한 날부터 시행한다.

제2조(정기결제 대금의 증액 또는 유료 전환 시 소비자 동의 등에 관한 적용례) 제13조제6항의 개정규정은 이 법 시행 후 재화등의 정기결제 대금이 증액되거나 재화등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환이 이루어지는 경우부터 적용한다.

소비자기본법 신·구조문 대비표

현행	개정안
제20조의2(소비자중심경영의 인증) ① ~ ③ (생략) ④ 소비자중심경영인증의 유효기간은 그 인증을 받은 날부터 <u>2년</u> 으로 한다. <u><신 설></u>	제20조의2(소비자중심경영의 인증) ① ~ ③ (현행과 같음) ④ ----- ----- 3 년-----. 제81조의2(실태조사) ① 공정거래위원회는 소비자의 권익증진이나 소비자정책의 효율적 추진을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 실태조사를 실시하고, 그 결과를 공표할 수 있다. ② 공정거래위원회는 제1항에 따른 실태조사를 위하여 필요한 경우에는 관계 소비자단체·사업자·사업자단체와 관계 행정기관·공공기관에 필요한 자료 또는 의견의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 해당 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 그 요청에 따라야 한다. ③ 공정거래위원회는 제1항에 따른 실태조사의 효율적 추진을 위하여 필요한 경우에는 해당 실태조사 업무를 한국소비자원이나 관계 법인·단체에 위탁할 수 있

	<p>다.</p> <p>④ 제1항에 따른 실태조사의 절차 및 방법, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>
--	--

부 칙

제1조(시행일) 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다. 다만, 제20조의2제4항의 개정규정은 2025년 1월 1일부터 시행한다.

제2조(소비자중심경영인증의 유효기간에 관한 적용례) 제20조의2제4항의 개정규정은 같은 개정규정 시행 전에 소비자중심경영인증을 받은 사업자로서 같은 개정규정 시행 당시 그 인증의 유효기간이 만료되지 아니한 사업자에 대해서도 적용한다.