



소비재 · 유통업 뉴스레터

2025.10.17

세종의 Consumer Goods & Retail (소비재 · 유통업) PG는 주류, 담배, 식품, 화장품, 패션 · 럭셔리, 생필품 분야의 기업들에게 인허가, 지적재산권, 조세, 노동, 제조물책임, 개인정보, 공정거래, 환경 등 다양한 분야에 걸쳐 종합적인 법률서비스를 제공하고 있습니다. 특히 저희 PG에서는 고객들이 업무에 유용하게 활용할 수 있도록 해당 업계와 관련이 있는 주요 규제 변화, 이슈 등을 2-3개월 단위로 소개해 드리고 있습니다.

1. 공정거래위원회, 전자상거래 등에서의 소비자보호 지침 일부개정고시안 행정예고

2024. 2. 13.자 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “전자상거래법”) 개정을 통해 온라인 다크패턴에 관한 규제가 도입되었습니다. 공정거래위원회(“공정위”)는 관련 기업들이 새로 도입된 다크패턴에 관한 규제를 잘 이해하고 준수할 수 있도록 돕기 위해 관련 법규정의 구체적인 해석기준과 권고사항을 담은 「전자상거래 등에서의 소비자보호 지침」(이하 “소비자보호 지침”) 개정안을 작성하여 8월 29일부터 9월 18일까지 행정예고하였습니다.

소비자보호 지침 개정안은 온라인 다크패턴을 숨은 갱신 등 6개 유형으로 구분하고 각 유형별로 규제 대상이 되는 행위를 구체적으로 예시하였습니다. 또한 가격 표시 등 3개 항목과 관련하여 소비자 오인 우려를 방지하기 위해 사업자에게 권고하는 사항도 함께 규정하고 있습니다.

이번 개정안을 통해 공정위가 온라인 다크패턴 규제 관련 구체적인 해석 기준을 제시한 만큼, 사업자들은 자사의 마케팅 방식이나 온라인 인터페이스가 개정안에 예시된 6개 다크패턴 유형에 해당할 소지가 없는지 미리 점검할 필요가 있겠습니다. 이번 개정안에 담긴 주요 내용은 아래와 같습니다.

[개정 소비자보호 지침에 따른 다크패턴 규제 해석 기준]

다크패턴 유형	규제 해석 기준
숨은 갱신	<ul style="list-style-type: none">•규제 대상을 두 가지 유형으로 분류하여 적용 범위 구체화<ul style="list-style-type: none">i. 재화등의 정기결제 가격 자체가 인상되어 이를 이용 중인 소비자에게 인상된 가격이 적용되는 경우ii. 최초 계약 체결 시 일정 기간 동안 적용되는 할인을 약정하고 그 기간이 만료되어 정상 가격이 적용

	<p>되는 경우</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘소비자의 동의가 있었다고 볼 수 없는 경우’의 예시 명시 <ul style="list-style-type: none"> i. 최초 계약시 재화등의 구매·이용에 관한 동의를 받으면서 향후 증액 또는 전환에 관한 동의를 포괄적으로 함께 받는 경우 ii. 소비자가 동의 창을 그냥 닫거나 ‘나중에 확인’을 선택하는 등 별도의 의사 표시를 하지 않은 경우 • 소비자의 적법한 동의 전까지는 자동 증액이나 유료전환이 이루어지지 않도록 필요한 조치를 하여야 함을 명시
순차공개 가격책정	<ul style="list-style-type: none"> • ‘첫 화면’을 ‘사이버몰 내에서 소비자가 재화·가격 정보를 처음으로 접할 수 있는 화면’으로 정의 • ‘총 금액’은 ‘통상적인 거래 관행상 일반 소비자가 구매 목적을 달성하기까지 지불을 거부할 수 없는 모든 비용의 합계’로 정의
특정옵션 사전선택	<ul style="list-style-type: none"> • 규제 대상 행위 예시 명시 <ul style="list-style-type: none"> i. 구매 과정에서 소비자가 직접 선택하기 전 별도의 추가 상품 또는 서비스의 구매 옵션을 자동 선택해 두는 경우 ii. 가입 과정에서 유료 멤버십 가입이 선택사항임에도 자동 선택해 두어 소비자를 유인하는 경우
잘못된 계층구조	<ul style="list-style-type: none"> • 규제 대상 행위 예시 명시 <ul style="list-style-type: none"> i. 구매 과정에서 유료 옵션만을 선택할 수 있는 것처럼 표시하거나 유료 옵션을 선택하여야만 구매할 수 있는 것처럼 표시하는 경우 ii. 가입 과정에서 광고 정보 수신 또는 소비자 정보 이용 동의 등에 관한 선택항목을 반드시 선택해야만 가입할 수 있는 것처럼 표시하는 경우 iii. 소비자가 취소·탈퇴 등의 절차를 진행하고자 함에도 불구하고 취소·탈퇴 대신 ‘계정 비활성화’, ‘요금제 변경’ 등의 대안만을 선택할 수 있는 것처럼 표시하는 경우
반복간섭	<ul style="list-style-type: none"> • 규제 대상 행위 예시 명시 <ul style="list-style-type: none"> i. 의사를 재확인하거나 반복을 유도하는 질문을 다시 띄우는 경우 ii. 소비자가 이미 선택한 질문을 반복해서 띄우는 경우
취소·탈퇴방해	<ul style="list-style-type: none"> • 규제 대상 행위 예시 명시 <ul style="list-style-type: none"> i. 소비자의 의사를 확인하거나 재고를 요청하는 단계를 2단계 이상 반복하는 경우 ii. 상실되는 혜택 등 그 취소·탈퇴에 따른 효과를 여러 단계에 나누어 고지하는 경우 • 동일한 웹사이트 또는 애플리케이션에서 구매·가입뿐만 아니라 취소·탈퇴도 가능해야 함을 명시

[사업자 온라인 인터페이스 관련 권고사항]

분류	권고사항
가격 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 상품가격이 일률적이지 않아 가격을 표시·광고하는 첫 화면에 상품 구매에 필수적인 총 금액을 표시하기 어려운 경우, 상품 상세화면의 가격표시 란에 해당 비용의 내용, 책정 방법 및 금액 등을 함께 명시하도록 권고 • 거래조건에 따라 할인 여부가 달라지는 경우, 첫 화면에 할인 전 가격도 병기하고, 상품 상세화면에는 구체적인 할인 조건을 명시하도록 권고 • 상세화면에서 여러 상품을 포함하고 있으나 첫 화면에 대표 상품을 표시·광고하는 경우에는 해당 대표

	상품의 가격이 첫 화면에 표시되도록 권고
선택 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 추가 지출 또는 별도 서비스 가입 등을 위한 선택항목을 제공하는 경우에는 소비자의 선택에 따라 추가 부담이 발생할 수 있음을 명시적으로 고지하도록 권고 • 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 권고
취소·탈퇴	<ul style="list-style-type: none"> • 취소·탈퇴 버튼을 시각적으로 눈에 잘 띄게 표시하고, 소비자가 직관적으로 이해할 수 있는 위치에 두도록 권고

2. 개인정보보호위원회, 본인전송요구권 확대를 위한 「개인정보 보호법」 시행령 개정안 입법예고

개인정보보호위원회(이하 “개인정보위”)는 본인전송요구권 확대를 위한 「개인정보 보호법 시행령」 개정안을 6월 23일부터 8월 4일까지 입법예고 하였습니다.

본인전송요구권은 개인정보처리자에게 본인의 정보를 자신에게 전송(다운로드)할 것을 요구할 수 있는 권리입니다. 지난 3. 13.부터 시행 중인 개인정보 전송요구권 제도는 의료·통신 분야에만 한정된 것이었는데, 개정안에서는 ‘본인 대상 정보전송자(개인정보 처리자)’와 ‘전송정보의 범위를 전 분야로 대폭 확대’하고 또한 그와 같이 확대된 본인전송요구권의 행사 절차와 방법 등에 대해서도 구체적으로 규정하고 있습니다.

우선 본인 대상 정보전송자의 기준과 전송 요구할 수 있는 정보의 기준은 아래와 같습니다. 참고로 전송 요구할 수 있는 정보의 기준은 정보주체의 동의, 계약 이행 및 체결 시 처리되는 정보, 법령 등에 따라 처리되는 정보 등이 원칙적으로 모두 대상이 되며, 다만 별도 생성 정보(개인정보처리자의 본질적 행위와 별도로 개인정보를 분석·가공하여 생성한 정보)나 제3자 권리·이익을 침해하는 정보 등은 제외됩니다.

<본인 대상 정보전송자 및 전송정보 세부 기준>

본인대상 정보전송자	<ul style="list-style-type: none"> ① 연간 매출액 등 1,500억원 & 정보주체 수 100만명 이상 또는 민감·고유정보 5만명 이상, ② 2만명 이상 대학, ③ 공공시스템운영기관, ④ 제3자대상정보전송자
본인전송정보	<ul style="list-style-type: none"> ① 동의, 계약 이행·체결 시 처리되는 정보, 법령 등에 따라 처리되는 정보 중 개인정보위가 심의·의결한 정보, ② 분석·가공하여 별도 생성한 정보가 아닐 것, ③ 정보처리장치로 처리되는 개인정보(단 제3자권리·이익 침해하는 정보, 복호화되지 않도록 암호화된 정보는 제외)

또한 개정안에서는 본인전송 방법으로 기존에 정보주체가 웹사이트에서 접속하여 열람·조회하는 방식 이외에 정보주체가 그러한 정보를

직접 암호화된 파일로 내려 받는 방식도 가능하도록 하여 본인 대상 정보전송자가 비교적 부담 없이 정보주체에게 정보를 전송할 수 있도록 하였습니다.

한편 개정안에서는 정보주체가 대리인을 통해 본인전송요구권을 행사할 경우에 안전하게 전송할 수 있는 전송방법을 규정하였는데, 대리인이 스크래핑 등 자동화된 도구를 이용하는 경우에는 개인정보의 안전성 확보를 위해 정보전송자와 사전에 협의한 방식으로만 전송받을 수 있도록 하였습니다. 또한 원칙적으로는 API 연계 방식을 권장하지만, 단기적으로는 사전협의를 거친 안전성·신뢰성이 보장된 개인정보관리 전문기관 등으로 한정하여 제한적으로만 스크래핑을 허용하고 있는 점도 유의할 만합니다.

입법 예고된 개인정보보호법 시행령 개정안의 내용을 고려하여, 본인대상 정보전송자에 해당될 수 있는 사업자와 기관들은 추후 진행되는 입법경과를 확인하면서 본인전송요구권 시행에 미리 대비할 필요가 있을 것입니다.

3. 식품 GMO 표시제도 강화

“GMO 완전표시제”란, 유전자 변형 식품(GMO)을 사용한 제품이라면 제조가공 과정을 거쳐 DNA나 단백질이 남아 있지 않더라도 ‘GMO 원료 사용 사실’을 표시하도록 하는 제도입니다.

최근 GMO 완전표시제 도입을 주요 내용으로 한 식품위생법 개정안들이 발의되면서, GMO 표시제 관련 논란이 재점화되었습니다. 현행법 상으로는 유전자변형 농축수산식품의 경우 대두, 옥수수, 면화, 카놀라, 알팔파, 사탕무와 같은 6개 품목만 식품용으로 사용 가능한데, 식품 위생법은 이러한 GMO원료를 사용한 식품 가운데 ‘가공 후 유전자변형 DNA나 단백질이 남아 있는 경우’에만 GMO표시를 의무화하고 있습니다.

이에 대해 소비자의 알 권리, 자국 농산물 보호 등 다양한 이유로 GMO 완전표시제 도입을 요구하는 주장이 있는 반면, GMO 완전표시제 도입은 수입 원재료 의존도가 높은 가공식품 분야에서 Non-GMO 원료 수입에 따라 가격 인상과 소비자 부담이 가중될 것이라는 반대 의견도 있습니다.

GMO 완전표시제가 도입될 경우 위 6개 식품을 사용하는 식용유, 간장, 전분당 등은 GMO 표시대상이 될 가능성이 높습니다.

한편 최근 발의된 식품위생법 개정안 중 일부는, GMO 완전표시제 도입뿐만 아니라, ‘식품접객업소’에서 유전자변형 농수축산식품 등을 식재료로 사용하는 경우 이를 표시하도록 의무화하는 등 ‘표시의무자’도 확대하는 내용을 담고 있었습니다.

국회 보건복지위원회 법안심사제2소위원회는 2025년 8월 28일 관련 개정안들을 일괄 상정한 후 주요 내용을 반영한 대안을 보건복지위원회에 제출하기로 하였습니다. 위 대안은, (i) 현행 표시제도를 기본적으로 유지하되 (ii) ‘식품의약품안전처장이 지정하는 특정 품목’은 유전자변형 DNA나 단백질 잔류 여부와 상관없이 GMO표시를 의무화하는 내용을 담았습니다. 한편 (iii) 표시의무자를 확대하는 내용은 포함되지 않았고, (iv) GMO 원료를 사용하지 않은 경우 ‘비유전자변형식품(Non-GMO)’으로 표시할 수 있는 법적 근거를 마련했습니다.

위 대안 내용대로 식품위생법이 개정된다면, 식품의약품안전처가 하위 법령을 통해 GMO 표시 품목을 정하게 될 것입니다.

식품의약품안전처는 최근 ‘GMO 완전표시제 정책과 이슈 포럼’을 개최하는 등 소비자단체, 학계, 산업계 등 이해관계자로부터 의견을 수렴하는 과정에 있는바, 관련 기업들은 향후 개정안의 입법경과를 예의주시하면서 업계에 미칠 영향을 미리 대비할 필요가 있습니다.

4. 주류 내구소비재 지원 한도 상향, RFID 부착 주류 범위 축소 등 국세청 소관 규제 정비

국세청은 주류 산업계의 성장 지원과 시장환경 변화 대응을 위해 「주류 거래질서 확립에 관한 명령위임고시」, 「주세사무처리규정」 등 소관 고시 및 훈령 개정을 통한 제도개선을 추진하였고, 2025. 7. 1. 관련 개정이 이루어졌습니다. 아래와 같은 개정 규정의 시행을 통해 주류 제조·수입업자 등의 규제 이행 비용 절감, 사업 여건 개선 효과가 예상됩니다.

[개정안 주요 내용]

주류 거래질서 확립에 관한 명령위임고시 (2026. 1. 1. 시행)
주류 제조·수입업자의 유흥음식업자에 대한 내구소비재 구입비 지원 한도 상향 (제3조 제2호) [직전연도 주류 매출액의 0.5% 한도 → 1% 한도]
주류의 반출·판매 등에 관한 명령위임고시 (2025. 7. 1. 시행)
RFID 태그 부착 의무 대상인 '위스키 등'의 범위 축소 (제14조) [위스키 및 위스키를 주요원료로 사용하는 주류 → 위스키 및 위스키를 주요원료로 사용하는 알코올분 17도 이상 의 주류]
주류의 제조, 설비 및 표시 등에 관한 명령위임고시 및 주세사무처리규정 (2025. 7. 1. 시행)
주류 용도 중 '가정용' 표시 생략 가능 용기 확대 (명령위임고시 제2조 제2항 제1호, 주세사무처리규정 제49조) [금속제 용기(캔, 케그), 100ml 이하 용기 → (기존 제외대상) + 종이제 용기(종이팩 포장재), 합성수지제 용기(PET병)]

5. 전기용품 및 생활용품 안전관리법상 어린이보호포장대상 용품에 '버튼형 전지' 추가

산업통상자원부는 2025. 7. 16. 「전기용품 및 생활용품 안전관리법 시행규칙」 일부개정안을 입법예고했습니다. 해당 개정안에는 '버튼형 및 코인형 일차전지'의 어린이 삼킴사고 예방을 위하여, 산업용을 제외한 버튼형 및 코인형 일차전지를 어린이 보호포장 적용 대상으로 규율하는 내용이 포함되었습니다(별표2, 별표7).

산업통상자원부 산하 국가기술표준원도 2025. 7. 16. '버튼형 및 코인형 일차전지'를 '직경 31.7mm 이하의 리튬 및 비리튬계 모든 전지'로 정의하고, 세부적인 포장 방법, 경고 문구 표기 방법 등을 규정하는 내용으로, 현행 「어린이보호포장대상 공산품의 안전기준」(국가기술표준원 공고)을 「어린이보호포장대상 생활용품의 안전기준」으로 전면 개정하는 행정예고를 하였습니다.

산업통상자원부는 금년 내에 개정안을 확정하고 6개월의 유예기간을 거쳐 2026년도에 시행할 예정입니다. 관련 업체들은 예고된 개정안의 안전기준 및 최종 확정될 개정 안전기준을 파악하고 제품생산에 적용하여, 제도 시행 후 규제 이행에 차질이 생기 않도록 준비할 필요가 있습니다.

6. 재생원료 사용 의무 확대에 관한 자원재활용법 개정안 시행

제품·용기의 제조자 등에게 일정비율 이상의 플라스틱 재생원료 사용 의무를 부여하고, 사용비율의 확인 및 표시제도 운영에 관한 사항을 구체화한 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」 (이하 “**자원재활용법**”) 개정안이 2025. 9. 26. 부터 시행될 예정입니다.

기존에는 단순히 재생원료를 일정 비율 이상 사용한 제품·용기의 제조자가 그 사용비율을 제품·용기에 표시할 수 있다고만 규정되어 있었으나(법 제33조의2), 개정안에서는 ① 1차적으로 환경부장관에게 재생원료 사용비율 확인을 신청하도록 하고, ② 확인을 받은 제조자 등에 한하여 그 사용비율을 해당 제품·용기에 표시할 수 있도록 하며, ③ 3년 단위(2회 이상 확인받은 경우 5년 단위)로 사용비율에 관해 재 확인을 받도록 하고 있습니다(본건 개정안 제33조의2 제1항 내지 제3항 참조). 또한 ④ 일정 제품·용기의 제조자 등(OEM 방식으로 생산하는 경우 주문자를 말함)에게 일정비율 이상의 플라스틱 재생원료 사용 의무를 부과하고 있습니다(본건 개정안 제33조의3 제1항).

다만, (i) 재생원료 사용비율의 확인 신청 방식이나 표시 방식, (ii) 의무 사용 대상 플라스틱 재생원료의 범위, 의무사용 비율, (iii) 사용실적 신고 등 세부 항목에 대하여는 하위 규정을 통해 구체화하도록 규정하고 있는바, 향후 하위 규정 개정 동향을 모니터링 하여 의무위반이 발생하지 않도록 유의할 필요가 있습니다.

아울러, 환경부에서는 EU등의 규제 사례를 참고하여 재생원료 사용비율 뿐만 아니라, 의무 사용 대상을 넓히기 위해 용역을 실시하는 등 재생원료 사용을 촉진하기 위한 제도개선을 지속적으로 추진할 계획인 것으로 파악되는 바, 플라스틱 포장재 사용 비율이 높은 사업자들로서는 적극적으로 관련 규제 동향을 모니터링하면서 이에 대비할 필요가 있겠습니다.

[\[English version\]](#) Korean Consumer Goods & Retail Industry Newsletter

관련구성원

이혜정

변호사

02-316-1719

hjelee@shinkim.com

김주연

변호사

02-316-1602

최정은

변호사

02-316-1672

jechoi@shinkim.com

권이선

변호사

02-316-4697

jyunkim@shinkim.com

eskwon@shinkim.com

김규민

변호사

02-316-4412

gmkim@shinkim.com

이상욱

변호사

02-316-4538

swlee@shinkim.com