

「다크패턴 방지를 위한 온라인 인터페이스 운영 가이드라인」 주요 쟁점과 대응 과제

2026.10.20

공정거래위원회(“공정위”)는 「전자상거래법 등에서의 소비자 보호에 관한 법률」(“전자상거래법”) 상의 다크패턴 규제에 대한 사업자의 이해를 높이고 법 준수를 지원하기 위해 「다크패턴 방지를 위한 온라인 인터페이스 운영 가이드라인」(“가이드라인”)을 마련하여 배포하였습니다. 아래에서는 가이드라인의 주요 내용을 살펴보겠습니다.

1. 개요

전자상거래법은 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자가 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회 또는 계약 해지를 방해하는 행위를 금지하고 있습니다(제21조 제1항 제1호). 또한 온라인 인터페이스 운영에 있어 금지되는 행위를 구체적으로 열거하고(제21조의2 제1항), 특히 통신판매업자에게 정기결제 상품의 대금 증액 또는 유료 전환 시 소비자로부터 사전 동의를 받고 또한 그 취소 또는 해지 조건과 방법을 고지할 의무를 부과하고 있습니다(제13조 제6항).

가이드라인은 위와 같은 전자상거래법 상의 다크패턴 규제에 관하여 기존에 공정위가 마련한 「온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인」과 「6개 유형 온라인 다크패턴 규제 문답서」를 통합한 것으로, 다크패턴을 4개 범주, 13개 세부 유형으로 구분하고, 각 세부 유형의 내용 및 금지 또는 권고 사항을 구체적으로 예시하고 있습니다

[다크패턴 세부 유형]

범주	세부 유형	내용
편취형	숨은갱신	정기결제 대금 증액 또는 유료 전환 시 별도 동의·고지 없이 자동 결제되도록 하는 행위
	순차공개 가격책정	첫 화면에는 낮은 가격을 표시하고 구매 과정에서 추가 금액을 순차 공개하여 청구하는 행위
오도형	특정옵션의 사전선택	사업자에게 유리한 옵션을 미리 선택해 두어 소비자가 그대로 수용하게 하는 행위

	잘못된 계층구조	특정 선택항목을 시각적으로 강조하여 유일하거나 필수인 것처럼 오인하게 하는 행위
	거짓 할인	할인 정보를 거짓으로 표시하여 구매를 유도하는 행위
	거짓 추천	불리한 후기를 삭제하거나 유리한 후기를 거짓으로 작성하는 행위
	유인판매	실제 판매하지 않는 미끼상품을 판매 중인 것처럼 표시·광고하는 행위
	위장 광고	광고를 광고가 아닌 콘텐츠처럼 위장하는 행위
	속임수 질문	소비자가 의도하지 않은 선택을 하도록 혼동을 주는 방식으로 질문하는 행위
방해형	취소·탈퇴 등의 방해	취소·해지·탈퇴 절차를 가입 절차보다 복잡하게 하거나 그 방법을 제한하는 행위
	숨겨진 정보	구매결정에 필요한 중요 정보를 은폐·누락·축소하는 행위
	가격비교 방해	상품 간 가격이나 판매조건의 비교를 어렵게 하는 행위
압박형	반복간섭	팝업 등으로 소비자가 이미 내린 결정의 변경을 반복 요구하는 행위

2. 가이드라인의 주요 내용

1) 숨은갱신

정기결제 대금 증액이나 유료 전환 전에 받아야 하는 소비자의 동의는 명시적이어야 하며, '거부하지 않으면 동의로 간주'하는 방식이나 계약체결 시의 일괄 동의는 인정되지 않습니다. 다만 기존 가입자에게 제공한 일시적 할인이 종료되는 경우는 대금 증액에 해당하지 않습니다.

2) 순차공개 가격책정

총금액에는 숙박 현장에서 지불하는 도시세·리조트피 등 현장 결제 비용도 원칙적으로 포함되며, 첫 화면에는 검색 결과·상품 목록 화면 뿐 아니라 가격이 표시된 배너도 해당합니다. 다만 옵션별로 가격이 다른 상품이나 멤버십 등 조건부 할인가를 표시하는 것은 순차공개 가격책정에 해당하지 않습니다.

3) 특정옵션의 사전선택 및 잘못된 계층구조

구매 과정에서 추가 상품을 미리 선택해 두었다면 이후 확인·결제 단계가 남아 있더라도 사전선택에 해당할 수 있으나, 이전 배송지나 결제 수단을 미리 선택해 두는 단순 편의 제공은 규율 대상이 아닙니다. 잘못된 계층구조는 채도·명도, 글자 크기 등을 기준으로 판단하며, 단순 광고나 정보 제공에는 적용되지 않습니다.

4) 취소·탈퇴 등의 방해

공정위는 취소·탈퇴 버튼을 '개인정보 수정', '보안설정' 등 예측하기 어려운 위치가 아닌, 로그인 첫 화면 또는 '마이페이지'처럼 한 번의 클릭으로 연결되는 화면에 둘 것을 권고하였습니다. 해지 시 설문 응답을 강제하거나 챗봇·1:1 상담으로만 해지를 허용하는 것은 방해에

해당할 수 있습니다.

5) 반복간섭

소비자가 이미 내린 결정의 변경을 요구하는 행위는 2회 이상 이루어진 경우 '반복'에 해당하며, 팝업 등으로 이용이 어려운 정도의 방해가 있어야 하므로 배너를 통한 안내는 해당하지 않습니다. 해지 의사를 밝힌 소비자에게 변경을 반복 요구하거나 대금 증액을 거절한 소비자에게 다시 동의를 요구하는 경우에는 반복간섭뿐만 아니라 다른 유형의 금지행위도 함께 문제될 수 있습니다.

3. 시사점

다크패턴 규제에 관한 개정 전자상거래법이 2025년 2월 시행된 이후 공정위는 6개월의 계도기간을 두고 개정된 내용을 알리는데 초점을 두어 왔으나, 계도기간이 종료된 이후부터는 다크패턴 관련규제의 실제 집행에도 적극 나서고 있습니다. 이번에 마련된 가이드라인은 그 자체로 법적 구속력은 없으나, 그간 「온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인」, 「6개 유형 온라인 다크패턴 규제 문답서」, 「전자상거래 등에서의 소비자보호지침」 등 여러 자료에 분산되어 있던 해석기준을 하나로 모으고, 공정위의 다크패턴 모니터링 결과와 법 위반의 심사례 시정 내역까지 반영하였다는 점에서 의미가 있습니다. 특히 가이드라인은 개요 부분에서 사업자가 온라인 인터페이스를 구축·운영함에 있어 가이드라인을 다크패턴 규제 준수를 위한 실질적인 지침으로 활용할 수 있다고 밝히고 있는 데서 알 수 있듯이 가이드라인은 향후 공정위가 다크패턴 관련 법 위반 여부를 판단하는 데 중요한 기준으로 작용할 것으로 예상됩니다.

공정위는 가이드라인을 통해 사업자가 다크패턴 관련 법 위반 가능성을 사전에 점검할 수 있을 것으로 기대한다고 하면서, 법 위반 행위에 대해서는 엄정하게 대응하겠다는 입장을 밝혔습니다. 따라서 온라인 플랫폼 및 전자상거래 사업자는 가이드라인의 유형별 기준과 예시에 의거하여 현재 운영 중인 인터페이스 화면 상의 가격 표시, 구독·정기결제 동의, 해지·탈퇴 절차, 팝업 등 주요 내용을 점검하고, 필요한 경우 선제적으로 개선할 필요가 있습니다.

법무법인(유) 세종 공정거래그룹은 전자상거래법 및 플랫폼 규제, 다크패턴 컴플라이언스 및 공정위 조사 대응 등 공정거래 관련 이슈 전반에 대해 전문적인 자문을 제공하고 있습니다. 본 뉴스레터의 내용 또는 기타 공정거래 관련 이슈와 관련하여 궁금하신 사항이 있으시면 언제든지 문의해 주시기 바랍니다.

관련구성원

최중혁 (John H. Choi)

외국변호사 / 글로벌 전략 부문장

02-316-4232

jhchoi@shinkim.com

최한순

변호사

02-316-4707

hsochoi@shinkim.com

이창훈

변호사

02-316-4645

chlee@shinkim.com

석근배

변호사

02-316-4640

gbseok@shinkim.com

김현아

외국변호사

02-316-1797

hahkim@shinkim.com

김재이

변호사

02-316-4436

jyikim@shinkim.com

이상돈

변호사

02-316-4638

sdlee@shinkim.com

성승현

변호사

02-316-1606

shsung@shinkim.com

김태석

변호사

02-316-7273

tsekim@shinkim.com

정상민

변호사

02-316-1665

smjung@shinkim.com