



소비재 · 유통업 뉴스레터 2024_Vol.2

2024.10.15

세종의 Consumer Goods & Retail (소비재 · 유통업) PG는 주류, 담배, 식품, 화장품, 패션 · 럭셔리, 생필품 분야의 기업들을 위해 인허가, 지적재산권, 조세, 노동, 제조물책임, 개인정보, 공정거래, 환경 등 종합적인 법률서비스를 제공하고 있습니다. 저희 PG에서는 고객들에게 영향을 미칠 수 있는 주요 규제 변화, 이슈 등을 2-3개월 단위로 소개해 드리고 있습니다.

1. 공정거래위원회, 전자상거래법 시행령 · 시행규칙 개정안 입법예고

공정거래위원회(“공정위”)는 2024. 2. 13일자로 개정된 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “**전자상거래법**”)의 시행(2025. 2. 14.)에 맞춰 필요한 사항 등을 규정한 전자상거래법 시행령 및 시행규칙 개정안을 7월 18일부터 8월 27일까지 입법예고하였습니다.

개정된 전자상거래법은 아래와 같은 6개 유형의 온라인 눈속임 상술(이하 “**다크패턴**”)에 대한 규제 내용을 신설하였고, 이를 위반한 사업자에게 시정조치 및 과태료, 영업정지, 과징금 등을 처분할 수 있도록 규정하였습니다. 다크패턴에 관한 전자상거래법 개정안의 상세한 내용은 [2024. 3. 뉴스레터](#)를 참고하시기 바랍니다.

[전자상거래법 주요 개정 내용]

금지 내용
①(숨은갱신) 정기결제 대금 증액 또는 무료 서비스의 유료 전환시 소비자의 사전 동의 의무화
②(순차공개가격책정) 정당한 사유 없이 재화 등의 구입 총비용이 아닌 일부 금액만 표시·광고하는 행위 금지
③(특정옵션사전선택) 특정 상품 구매과정에서 다른 상품 구매 여부를 질문하면서 소비자가 선택하기 전 옵션을 미리 선택하는 행위 금지
④(잘못된 계층구조) 선택항목의 크기·모양·색깔 등에 현저한 차이를 두어 사업자에게 유리한 특정 항목으로 유인하는 행위 금지
⑤(취소·탈퇴방해) 소비자의 취소·탈퇴 방해 행위 금지
⑥(반복간섭) 팝업창 등으로 소비자 선택을 반복적으로 변경 요구하는 행위 금지

위와 같은 개정 전자상거래법의 원활한 시행을 위하여, 전자상거래법 시행령 및 시행규칙 개정안은 아래와 같이 다크패턴 규제 사항을 구체화하였습니다.

(1) (숨은 갱신) 증액·유료전환 전 소비자 동의·고지 기간 구체화

개정 전자상거래법은 통신판매업자에게 ① 재화 등의 정기결제 대금이 증액되거나 ② 재화 등이 무상으로 공급된 후 유료 정기결제로 전환되는 경우에는 그 증액 또는 전환이 이루어지기 전에 소비자의 동의를 받고 또 이를 취소하거나 해지하기 위한 조건·방법 등도 소비자에게 고지하도록 정하고 있습니다. 이에 관하여, 시행령 개정안은 정기결제 대금 증액·유료전환 전 소비자의 사전 동의·고지 기간을 ① 정기결제 대금 증액의 경우 30일, ② 유료 전환의 경우 14일로 규정하였습니다.

(2) (반복간섭) 반복 요구가 허용되지 않는 최소 기간 구체화

개정 전자상거래법은 소비자가 이미 선택·결정한 내용을 팝업창 등을 통하여 반복적으로 변경하도록 요구하는 등 소비자의 자유로운 의사결정을 방해하는 행위를 금지하고 있으며, 다만 그 선택·결정의 변경을 요구할 때 소비자가 일정 기간 이상 동안 그러한 요구를 받지 않도록 선택할 수 있게 한 경우는 예외로 하였습니다. 이와 관련하여 시행령 개정안은 그 기간을 7일 이상으로 규정하였습니다.

(3) (순차공개가격결정) 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유 고지 방법 구체화

개정 전자상거래법은 사이버몰을 통하여 가격을 표시·광고하는 첫 화면에서 소비자가 그 재화 등을 구매·이용하기 위하여 필수적으로 지급하여야 하는 총 금액을 알릴 수 있음에도 불구하고 정당한 사유 없이 그 중 일부 금액만을 표시·광고하는 행위를 금지하였습니다. 다만 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유가 있고, 이를 소비자에게 알린 경우는 예외로 하였습니다. 시행령 개정안은 이를 보다 구체화하여 재화 등의 가격을 알리는 표시·광고 첫 화면에서 ① 총금액을 표시·광고할 수 없는 정당한 사유 및 ② 소비자가 재화 등을 구입·이용하기 위하여 반드시 선택해야 하는 추가 항목이 총금액에서 제외되었고 추가 항목의 가격이 소비자의 선택에 따라 달라질 수 있다는 사실을 고지한 경우에는 일부 금액만을 표시·광고할 수 있다고 규정하였습니다.

사업자들은 개정 전자상거래법 시행이 다가온 만큼, 자사의 마케팅 방식이나 전략이 위 6개의 금지 유형에 해당할 소지가 없는지 미리 점검하고, 필요한 경우 개정 시행령·시행규칙에 따른 관련 절차의 보완 및 표시·광고 내용의 변경 등 후속조치를 취해 두어야 할 것입니다.

2. 공정거래위원회, 추천보증심사지침 개정안 행정예고

공정위는 경제적 이해관계의 공개 방식을 개선하고 그 그 의미를 보다 명확히 하는 내용의 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」(이하 “**추천보증심사지침**”) 개정안을 8월 20일부터 9월 9일까지 행정예고 하였습니다. 동 개정안에 따르면 추천·보증인이 광고주로부터 현금이나 해당 상품, 상품권, 적립포인트, 할인혜택 등 경제적 대가를 받거나 광고주로부터 직접 고용된 상태에서 추천·보증, 공동구매 추천 등을 하는 경우 이와 같은 경제적 이해관계를 명확히 표시하여야 합니다.

한편, 현행 추천보증심사지침에 따르면 블로그·인터넷카페 등 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 경제적 이해관계 표시문을 게시물 첫 부분에 기재할 수도 있고 끝 부분에 기재할 수도 있으나, 게시물의 끝 부분에 기재할 경우에는 소비자가 이를 쉽게 인식하기 어렵다는 문제가 있었습니다.

또한, 구매링크 등이 포함된 상품후기 작성 후 이를 통한 매출실적에 따라 추후 대가를 받거나, 직접 구매한 상품에 대한 후기 작성 후 구매

대금을 환급 받는 등의 경우와 같이 상품후기 작성 후에 대가를 받는 경우에는 이와 같은 경제적 이해관계를 표시할 의무가 있는지가 명확하지 않았습니다.

이에 이번 추천보증심사지침 개정안에서는 소비자가 경제적 이해관계의 내용을 보다 명확하게 이해할 수 있도록 다음과 같은 규정을 추가하였습니다.

- 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 게시물의 제목 또는 첫 부분에 경제적 이해관계 표시문구를 기재하여야 함
- ‘경제적 이해관계가 해당 추천·보증 등의 신뢰도에 영향을 미치는 경우의 예시’에 최근 유행하는 사회관계망(SNS) 마케팅 유형을 포함하여, 경제적 대가를 미래·조건부로 받는 경우 등에도 경제적 이해관계가 있음을 명확히 함
- ‘소정의 수수료를 지급받을 수 있음’과 같은 조건부·불확정한 표현을 ‘명확한 내용에 해당하지 않는 경우의 예시’에 포함하여 경제적 이해관계의 내용을 소비자가 이해하기 쉽게 보다 명확하게 표시하도록 함

3. 종합주류도매업 면허 요건 완화, 알코올 도수 허용오차 확대 등 주류 산업 진입 장벽 완화

정부는 「주류 면허 등에 관한 법률」 시행령 및 주세법 시행령의 각 개정을 통해 다음과 같이 영세 기업의 주류 산업 진입 부담과 기존 주류 제조자의 제조 부담 경감을 위한 주세 제도개선 방안을 발표하였습니다(기획재정부 2024 세법 개정안 발표).

[개정안 주요 내용]

주류 면허 등에 관한 법률 시행령
종합주류도매업 면허요건 중 ‘창고면적’ 확보 요건 완화 (별표3) [66㎡이상 → 22㎡이상]
주세법 시행령
소규모주류제조자·전통주 제조자(경감세율 적용대상) 생산 발효주 도수 허용오차 확대 (별표2) [표시된 알코올 도수의 ±0.5도 허용 → 표시된 알코올 도수의 -0.5도 ~ +1.0도 허용]
나무통 숙성 주류의 실감량 허용대상 및 범위 확대 (제10조) 허용대상: [위스키, 브랜디 → 모든 주류] 허용범위: [연간 2% → 연간 4%]

위와 같은 개정안의 시행을 통해 주류 산업에 진입할 수 있는 여건이 개선되고 영세 주류제조자의 관리 부담이 완화될 것으로 예상됩니다.

4. 기획재정부, 전자상거래물품 특별통관 등록 의무화 법안 국회제출

관세청은 해외 직구나 해외 구매대행서비스 이용 증가에 따른 통관 시스템의 효율성을 제고하고자 2005년경부터 수입신고 및 물품검사를 간소화하는 내용의 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」(이하 “특별통관 고시”)를 제정하여 해외전자상거래물품에 대한 특별통

관제도를 운영하여 왔고, 2014년에는 이러한 특별통관대상 품목을 대폭 확대한바 있습니다.

그런데 최근인 2024. 8. 29. 기획재정부는 다음과 같이 국내외 전자상거래업체 등록제도를 도입하고, 등록업체가 수입 전 거래정보를 관세청에 미리 제공하는 경우 특별통관을 우선 적용 받을 수 있다는 내용의 관세법 개정안(이하 “**본 개정안**”)을 국회에 제출하였는바, 해외 직구나 해외 구매대행서비스를 제공하는 사업자들은 본 개정안의 개정 동향을 지속적으로 모니터링할 필요가 있겠습니다.

- (i) 통신판매업자, (ii) 통신판매중개업자 및 (iii) 화주의 위임을 받아 국외에서 전자상거래물품을 수령하여 배송을 대행하는 자가 전자상거래물품의 특별통관을 적용 받기 위하여는 동법에 따라 관세청장 또는 세관장에게 등록하여야 함(본 개정안 제254조 제2항)
- 전자상거래업체로 등록된 사업자는 수입 전에 거래 정보를 관세청에 미리 제공함으로써 특별통관을 우선 적용 받을 수 있음(본 개정안 제254조 제6항)
- 특별통관 고시에 규정되어 있던 등록 유효기간(3년) 및 등록 효력 상실 요건을 법률에 명시적으로 규정(본 개정안 제254조 제7항).

5. 모든 가공식품에 대해 영양표시 의무화, 고카페인 함유 표시대상 확대

식품의약품안전처는 소비자에게 영양 정보 제공을 강화하고 국민의 건강한 식생활을 도모하고자 영양표시 대상 가공식품 범위를 거의 모든 가공식품으로 확대하는 내용의 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행규칙」 개정안을 2024. 8. 8.부터 2024. 9. 19.까지 입법예고 하였습니다.

현재는 182개 품목의 가공식품에 대하여 영양표시가 강제되고 있으나, 위 시행규칙 개정안이 시행되면 영양성분이 거의 없어 영양학적 가치가 매우 낮거나 기술적으로 영양표시가 어려운 30개 품목을 제외한 모든 가공식품에 대하여 영양표시가 강제됩니다. 그리고 이러한 영양표시 대상 확대는 영업자의 매출액 규모에 따라 2026년부터 2028년까지 2단계로 나뉘어 시행될 예정입니다.

한편 위 시행규칙 개정안에는 고카페인 함유 표시 대상 확대에 관한 내용도 포함되었습니다. 기존에는 액체식품에만 고카페인 함유 표시가 강제되었으나 앞으로는 ‘과라나’가 함유된 고체식품(과라나를 원재료로 사용하여 1g당 0.15mg 이상의 카페인을 함유한 고체 식품)에도 고카페인 함유 표시가 강제됩니다. 고카페인 함유 표시가 강제되는 식품의 경우 주표시면에 ① “고카페인 함유”, ② “총카페인 함량 000mg” 또는 “1회 섭취량 당 카페인 함량 000mg”, ③ “어린이, 임산부 및 카페인에 민감한 사람은 섭취에 주의하여 주시기 바랍니다” 등의 사항을 표시하여야 합니다.

따라서 관련 식품을 제조, 가공, 소분 또는 수입하는 사업자들은 자사에서 취급하는 식품이 개정 시행규칙의 시행에 따라 새로이 영양표시 의무화 내지 고카페인 함유 표시 의무화 대상으로 추가되는지 여부를 확인하여, 적법하게 표시의무를 이행할 수 있도록 준비할 필요가 있겠습니다.

[\[English version\]](#) Korean Consumer Goods & Retail Industry Newsletter 2024_Vol.2

관련구성원

이혜정

변호사

02-316-1719

hjelee@shinkim.com

김주연

변호사

02-316-1602

jyunkim@shinkim.com

유나

변호사

02-316-1757

nyu@shinkim.com

최정은

변호사

02-316-1672

jechoi@shinkim.com

권이선

변호사

02-316-4697

eskwon@shinkim.com

김규민

변호사

02-316-4412

gmkim@shinkim.com