



공정한 시장경제 질서확립  
경제민주화 · 창조경제 구현

2015 2 3 ( )

2015 2 4 ( ) 가

: (044- 200- 4464)

· 2 3 ( ) 12

: (044- 200- 4467)

· 2 3 ( )  
12 가 .

( , ) ‘  
\*, ( ) ( \*\*)

○

\* 전자상거래법 제21조 제2항에 따라 범위반행위 방지 및 소비자피해 예방을 위해 전자상거래법 및 동법 시행령의 해석 및 적용 기준을 정하고, 동법 제23조 제1항에 따라 사업자의 자율적인 준수를 유도하기 위한 권고사항을 규정한 고시임.

\*\* 행정예고기간은 '15. 2. 3. ~ 2. 23.임.

<주요내용>

- ◆ 전자 대금 결제시 고지·확인 의무 및 온라인완결서비스 제공 의무에 대한 기준 제시
- ◆ 청약철회 방해행위, 허위 이용후기 작성 등 주요 범위반사례를 예시로 추가
- ◆ 소셜커머스, 해외구매대행 등 통신판매의 다양한 형태를 '예시'로 설명
- ◆ 소셜커머스, 가격비교사이트 등 새로운 거래유형에 대한 권고사항 마련







현 행	개 정 안
<p><b>I. 목적 및 구성</b></p> <p>1. ~ 2. (생략)</p> <p><b>II. 일반사항</b></p> <p><b>1. 일반적 준수사항</b></p> <p>사업자는 전자상거래 및 통신판매를 함에 있어서 다음 각호의 사항을 준수하여야 한다.</p> <p>가. 사업자가 표시·광고를 할 때에는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 과 「중요한 표시·광고 사항 고시」 (공정거래위원회고시 제2005-18호), 「부당한 표시광고행위의 유형 및 기준 지정 고시」 (공정거래위원회 고시 제2001-13호) 등의 관련 규정을 준수하여야 한다.</p> <p>나. ~ 다. (생략)</p> <p><b>2. 통신판매, 통신판매업자, 통신 판매중개자의 개념정의 및 책임의 범위</b></p> <p>가. 법 제2조제2호의 규정에 의한</p>	<p><b>I. 목적 및 구성</b></p> <p>1. ~ 2. (현행과 같음)</p> <p><b>II. 일반사항</b></p> <p><b>1. 일반적 준수사항</b></p> <p>(현행과 같음)</p> <p>가.----- ----- ----- (공정거래위원회고시 제2014-8호), ----- ----- (공정거래위원회고시 제2012-10호)----- -----.</p> <p>나. ~ 다. (현행과 같음)</p> <p><b>2. 통신판매, 통신판매업자, 통신 판매중개자의 개념정의 및 책임의 범위</b></p> <p>가. (현행과 같음)</p>

“통신판매”는 사업자의 판매에 관한 정보제공 및 소비자의 청약이 직접 대면하지 아니하고 이루어진 것을 의미한다.

<예시>

ㄴ 갑은 인터넷상의 사이버몰에서 을의 제품광고를 본 후, 을의 상점을 직접 방문하여 제품을 구입하였다.

⇒ 이는 판매에 관한 정보의 제공이 비대면으로 이루어진 것일 뿐 청약이 비대면으로 이루어진 것이 아니므로 통신판매에 해당하지 않는다.

<신 설>

<신 설>

<예시>

(1) (현행과 같음)

⇒ (현행과 같음)

(2) 사업자 C는 음식점 D의 음식을 저렴한 가격에 제공받을 수 있도록 금액이나 수량이 기재된 증표(이하 ‘이용권’이라 함)를 자신이 운영하는 사이버몰에서 판매하였다.

⇒ 사업자 C는 비대면으로 이용권에 관한 정보를 제공하고 청약을 받아 재화등의 이용권을 판매하고 있으므로 통신판매에 해당한다.

(3) 사업자 E는 자신의 사이버몰에 해외 사이버몰에서 판매하는 재화등에 관한 정보를 제공하고 소비자

<신 설>

나. ~ 사. (생략)

<신 설>

의 청약을 통하여 대금을 미리 지급 받은 후 해외 사이버몰에서 해당 재화등을 구매하여 소비자에게 배송하였다.

⇒ 사업자 E는 비대면으로 해외 사이버몰의 재화등에 관한 정보를 제공하고 청약을 받아 해당 재화등을 판매하고 있으므로 통신판매에 해당한다.

(4) 사업자 F는 자신의 사이버몰에 해외 사이버몰에서 판매하는 재화등의 배송 용역에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 소비자가 해외 사이버몰에서 구매한 재화등의 배송 용역을 제공하였다.

⇒ 사업자 F는 비대면으로 해외 사이버몰의 재화등의 배송 용역에 관한 정보를 제공하고 청약을 받아 해당 용역을 판매하고 있으므로 통신판매에 해당한다.

나. ~ 사. (현행과 같음)

### 3. 온라인완결서비스 제공 관련

가. 법 제5조 제4항과 관련하여 전자상거래를 하는 사업자는 소비자가 전자문서로 회원가입 신청, 재화등의 구입에 관한 청약,

소비자관련 정보 제공 및 이용 동의 등을 할 수 있도록 하는 경우, 회원탈퇴, 청약의 철회 또는 변경, 계약의 변경 또는 해지·해제, 정보 제공 및 이용 동의의 철회 또는 변경 등도 동일한 방법으로 할 수 있도록 하여야 한다. 여기서 전자문서란 전자우편, 사이버몰의 상담게시판 등을 포함한 정보처리시스템에 의해 전자적 형태로 작성·송신·수신·저장될 수 있는 정보 일체를 말한다.

나. 법 제5조 제5항과 관련하여 전자상거래를 하는 사업자는 세금계산서, 현금영수증, 구매계약서 등 소비자가 재화등의 거래와 관련한 각종 확인·증명을 전자문서로 제공해 줄 것을 요청하는 경우 이를 제공하여야 한다.

다. 법 제5조 제7항에 따라 전자상거래를 하는 사업자가 가. 및 나.와 관련한 의무를 이행할 때 통신판매중개자, 호스팅서비스제공자 등과 같이 해당 사이버몰의 구축 및 운영에 관련된 사업자들은 그 의무 이행에 필요한 조치 등을 위하여 협력하여야 한다.

### 3. 거래기록의 열람

법 제6조 및 시행령 제6조제2항의 거래기록(그와 관련된 개인정보를 포함한다) 열람과 관련하여 사업자가

### 4. 거래기록의 열람

(현행과 같음)

조치하여야 할 사항은 다음과 같다.

가. (생략)

나. 사이버몰이외의 수단을 통해 거래가 이루어진 경우, 거래당사자인 소비자에게 전화, 모사전송, 인터넷 등을 통하여 쉽게 거래기록을 열람 확인할 수 있도록 하여야 한다.

다. (생략)

**4. 조작실수 방지 및 청약확인 등을 위한 절차**

가. (생략)

<신 설>

(1) ~ (2) (생략)

나. (생략)

○ ~ ○ (생략)

**5. 전자적 대금지급 사실의 통지**

<신 설>

가. (현행과 같음)

나.-----  
-----  
-----전화, 팩스,-----  
-----.

다. (현행과 같음)

**5. 조작실수 방지 및 청약확인 등을 위한 절차**

가. (현행과 같음)

<예시>

(1) ~ (2) (현행과 같음)

나. (현행과 같음)

(1) ~ (2) (현행과 같음)

**6. 전자적 대금지급의 신뢰 확보**

가. 법 제8조제2항 및 시행령 제9조와 관련하여, 전자적 대금지급이 이루어지는 경우 소비자의 청약

의사가 진정한 의사표시에 의한 것인지 확인하기 위하여 사업자와 전자결제업자등이 소비자에게 전자적 대금 결제창을 제공해야 하는데 이를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 무료 이벤트 사용기간이 경과하면 유료 월정액자동결제로 전환되는 재화등을 공급하는 경우, 소비자가 대금지급이 이루어진다는 사항을 확인하고 동의여부를 선택할 수 있도록 유료로 전환되어 전자적 대금지급이 이루어지는 시점에서 전자결제업자등이 마련한 전자적 대금 결제창을 소비자에게 제공해야 한다.

(2) 월정액자동결제가 이루어지는 재화등을 공급하는 사업자가 매달 결제되는 가격을 변경한 경우, 소비자가 변경된 가격에 따라 대금지급이 이루어진다는 사항을 확인하고 동의여부를 선택할 수 있도록 변경된 가격으로 전자적 대금지급이 이루어지는 시점에서 전자결제업자등이 마련한 전자적 대금 결제창을 소비자에게 제공해야 한다.

가. 법 제8조제3항의 규정과 관련하여, 사업자와 전자결제업자등이 전자적 대금지급 사실을 소비자에게 통지할 때에는 전자우편, 전화, 휴대전화단문메세지(SMS), 모사전송 등을 이용하여 즉시 통지하는 것을 원칙으로 한다. 다만, 대면하여 본인여부를 확인한 경우와 소비자의 동의를 얻은 경우에는 통지를 생략할 수 있다.

<예시>

○ 사업자가 전자적 대금지급 사실을 소비자에게 통지하는 방법을 업종별로 예시하면 다음과 같다.

ㄱ 사이버몰에서 거래가 이루어진 경우에는 전자우편, 휴대전화단문메세지에 의한 통지

ㄴ TV홈쇼핑과 카탈로그쇼핑 등 전화로 주문하는 경우에는 사이버몰의 통지 방식 외에 전화주문시 구매자에게 5.다.(1)이 정하는 내용을 고지하는 방법에 의한 통지도 가능

나.-----  
-----  
-----  
-----, 팩스 등을  
-----  
-----  
-----

통지를 생략할 수 있다. 사업자가 소비자에게 전자적 대금 지급 사실을 통지하는 방법을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

<삭 제>

(1) (현행과 같음)

(2)-----  
-----  
-----  
--구매자에게 일반사항 6.라.(1)이 정하는  
-----  
-----



나. (생략)

○ ~ ○ (생략)

다. (생략)

## 7. 재화등의 공급 관련

가. (생략)

○ ~ ○ (생략)

나. (생략)

<신 설>

나. (현행과 같음)

(1) ~ (3) (현행과 같음)

다. (현행과 같음)

## 8. 재화등의 공급 관련

가. (현행과 같음)

(1) ~ (2) (현행과 같음)

나. (현행과 같음)

## 9. 청약철회 방해 등 관련

가. 법 제18조제9항과 관련하여, 소비자의 청약철회등이 있는 경우 통신판매업자는 반환에 필요한 배송 비용만을 요구해야 하며, 사이버몰 등의 운영상 수반되는 인건비, 운송비, 포장비, 보관비 등의 비용 또는 취소수수료, 반품 위약(공제)금 등 추가적인 금액을 요구해서는 안된다. 재화등의 반환에 필요한 비용 외에 부당하게 추가적인 금액을 요구한 경우를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) 사이버몰을 운영하는 사업자로부터 구입한 의류를 반품하는

데 반품배송비 외에 창고보관비, 상품 주문에 소요된 인건비 등을 추가적으로 요구하는 경우

(2) 사이버몰을 운영하는 사업자에게 어학시험을 신청한 후 신청일부터 7일 이내에 취소를 하였고, 시험일까지 충분한 기간이 남아 해당 시험의 응시좌석을 다시 판매할 수 있음에도 시험 신청기간이 도과하였다는 등의 이유로 응시료의 40%를 취소수수료로 부과하고 차액을 돌려주는 경우

나. 법 제21조제1항제1호의 규정과 관련하여, '거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해'하는 행위를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) '화이트색상 구두와 세일상품은 반품이 불가합니다'라는 문구를 사이버몰에 게시하는 등 사업자가 특정색상·소재의 상품, 세일·특가상품 등에 대해 반품 또는 환불이 불가능하다고 사이버몰에 표시하고 소비자에게 안내하는 경우

(2) '불량으로 인한 환불은 물건

## 8. 사업자의 금지 행위 관련

가. 법 제21조제1항제1호의 규정과 관련하여, ‘허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 거래’하는 행위를 예시하면 다음과 같다.

<예시>

(1) ~ (3) (생략)

(4) 시중가의 50%에 판매한다는 광고를 하였으나 실제로는 판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 이를 표시하지 아니하여 소비자로 하여금 주문만 하면 구매할 수 있는 것으로 오인하게 한 경우

<신 설>

수령 후 5일 내에 고객센터로 신청한 경우에 한해서 가능’이라는 문구를 사이버몰에 게시하는 등 사업자가 법에서 정한 청약철회 가능 기간을 임의적으로 축소하여 사이버몰에 표시하고 소비자에게 안내하는 경우

## 10. 사업자의 금지 행위 관련

가.-----  
----- 거짓 또는 -----  
-----  
-----

<예시>

(1) ~ (3) (현행과 같음)

(4) 실제로는 판매수량에 제한이 있음에도 불구하고 이를 표시하지 않고 시중가의 50%에 판매한다는 광고를 하여-----  
-----

(5) 사이버몰에서 판매하는 재화 등의 품질 및 배송 등과 관련하여 사업자에게 불리한 이용후기를 삭제하거나 사업자에게 고용된 자 또는 사이버몰이 후원하고 있는 소비자로 하여금 거짓으로 사업자에게 유리한 이용후기를

<신 설>

작성하도록 한 경우

(6) 사업자가 광고비를 받았다는 사실을 소비자에게 알리지 않고 ‘베스트, 추천, 기대, 화제’ 등의 명칭을 붙여 재화등을 소개함으로써 소비자로 하여금 재화등에 대한 합리적인 평가가 토대가 되어 추천된 재화등으로 오인하게 한 경우

<신 설>

(7) 사업자가 숙박, 식사, 레저활동 등을 결합한 여행 상품을 판매하면서 여행 관련 상품들의 주요 정보를 보여주는 자신의 사이버몰 내 화면에 결합상품 중 일부만 포함된 가격을 해당 결합상품의 가격인 것처럼 표시함으로써 해당 결합상품을 실제 가격보다 저렴한 상품인 것으로 오인하게 한 경우

<신 설>

(8) 사업자에게 고용된 자가 대량으로 재화등을 구매한 후 취소하는 방법으로 재화등의 구매자 수를 과장하여 표시함으로써 소비자에게 인기있는 재화등으로 오인하게 한 경우

나. ~ 다. (생략)

나. ~ 다. (현행과 같음)

**9. 사이버몰 등에서의 표시 관련**

**11. 사이버몰 등에서의 표시 관련**

가. 사이버몰 등에서 공정거래

가.-----

위원회가 승인한 표준약관을 사용한다는 마크 또는 표시를 한 사업자는 표준약관의 내용이나 문안을 소비자에게 불리하게 변경하여 사용하여서는 아니되며 「약관의 규제에 관한 법률」 제19의2제9항에 의거 표준약관의 내용보다 소비자에게 더 불리한 약관의 내용은 무효로 한다.

나. ~ 다. (생략)

**10. 적립금에 대한 표시 및 보상**

가. ~ 나. (생략)

**Ⅲ. 권고사항**

1. (생략)

**2. 공개된 정보의 수집 및 도용 피해의 회복**

가. (생략)

나. 법 제11조 및 법시행령 제12조의 규정과 관련하여, 사업자가 취하여야 할 도용에 의한 피해의 회복 방법을 예시하면 다음과 같다.

<예시>

-----  
-----  
-----  
-----  
----- 「약관의 규제에 관한 법률」 제19조의3제9항에 따라-----  
-----  
-----.

나. ~ 다. (현행과 같음)

**12. 적립금에 대한 표시 및 보상**

가. ~ 나. (현행과 같음)

**Ⅲ. 권고사항**

1. (현행과 같음)

**2. 공개된 정보의 수집 및 도용 피해의 회복**

가. (현행과 같음)

나. (현행과 같음)

<예시>



4. 사이버몰 등에서의 표시 관련

가. ~ 나. (생략)

<신 설>

4. 사이버몰 등에서의 표시 관련

가. ~ 나. (현행과 같음)

5. 재화등을 제공받을 수 있는  
이용권을 판매하는 사업자 관련

가. 사업자는 재화등을 할인하여 판매할 경우 재화등의 판매에 관한 정보를 제공하는 사이버몰의 화면에 할인을 산정의 기준이 되는 가격(중전거래가격, 시가 등)에 대한 정보, 할인율의 산정시점, 기준 가격에 영향을 미치는 재화등의 특성(종일/주간/야간, 주중/주말 등), 추가비용 등을 표시하여야 한다.

나. 사업자는 유효기간이 있는 재화등의 이용권을 판매할 경우 유효기간이 만료되기 전 1회 이상 전자우편, 휴대전화단문메세지 등을 통하여 소비자에게 해당 이용권의 명칭, 유효기간 등을 알려 유효기간 내 이용권의 사용을 독려하여야 한다.

다. 사업자는 재화등의 이용권을 판매하면서 재화등의 제공업체가 이용권을 구매한 소비자를 고의적으로 다른 일반 소비자와 차별하여 대우하지 않도록 조치하여

야 한다.

## 6. 가격비교 정보를 제공하는 사업자 관련

가. 사업자는 다음과 같은 사항이 준수되어 소비자에게 정확한 가격비교 정보가 제공되도록 하여야 한다.

(1) 가격비교 정보를 이용하는 모든 소비자에게 별도의 조건(특정 신용카드 소지 여부 등)없이 동일하게 적용되는 가격을 근거로 가격비교 정보를 제공하여야 한다.

(2) 선택사항을 추가해야만 구매할 수 있는 재화등의 가격은 해당 선택사항으로 인해 추가되는 금액이 포함된 가격을 근거로 가격비교 정보를 제공하여야 한다.

(3) 지역 또는 품목에 따라 배송비 또는 설치비가 추가되는 재화등의 경우 재화등의 가격과 함께 지역 또는 품목에 따른 배송비 또는 설치비를 알기 쉽게 별도로 표시하여야 한다.

나. 사업자는 가격비교 정보를 제공함에 있어 소비자 피해를 예방하기 위하여 다음과 같은 사항을 준수하여야 한다.

**5. 온라인서비스 확대 관련**

**IV. 재검토기한**

「훈령예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제248호)에 따라 이 고시 발령 후의 법령이나 현실 여건의 변화 등을 검토하여 이 고시의 폐지, 개정 등의 조치를 하여야 하는 기한은 2015년 8월 20일까지로 한다.

부칙 <제2012-33호, 2012.8.20>

이 고시는 2012년 8월 21일부터 시행한다.

(1) 가격, 판매량, 출시일자 등 재화등의 노출 기준과 관련하여 해당 기준에 대한 정보를 소비자에게 알기 쉬운 방법으로 설명하여야 한다.

(2) 소비자가 가격비교 정보를 이용하여 재화등을 선택했을 때, 해당 재화등과 유사하나 가격은 더 비싼 재화등으로 연결되는 등 소비자가 선택한 재화등과 가격, 크기, 수량 등의 정보가 다른 재화등으로 연결되어 소비자를 유인하는 기만적 거래를 방지할 수 있도록 조치하여야 한다.

**<삭 제>**

**IV. 재검토기한**

「훈령예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제248호)에 따라 이 고시 발령 후의 법령이나 현실 여건의 변화 등을 검토하여 이 고시의 폐지, 개정 등의 조치를 하여야 하는 기한은 2018년 00월 00일까지로 한다.

부칙 <제2015-00호, 2015.00.00>

이 고시는 2015년 00월 00일부터 시행한다.