



제433회국회(임시회)
제1차 정무위원회

전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

<인공지능 생성 콘텐츠 별도 표기 의무화 등>

■ 정점식의원 대표발의(의안번호 제2214753호)

2026. 3.

정 무 위 원 회

전문위원 이 선 주

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 인공지능 생성 콘텐츠 별도 표기 의무화	2
2. 임시중지명령의 요건 완화 및 요청 대상 확대	11

I. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 정점식의원 등 16인
- (2) 제 안 일 : 2025. 12. 2.
- (3) 회 부 일 : 2025. 12. 3.

II. 제안이유 및 주요내용

최근 인공지능 기술, 특히 생성형 인공지능이 급속히 확산되면서 상품 이미지·설명, 소비자 후기 등이 실제와 다른 방식으로 생성·활용되는 사례가 증가하고 있음. 그러나 현행법은 인공지능을 활용한 이미지·설명·후기에 대한 표시의무나 규율이 명확히 마련되어 있지 않아, 소비자 보호에 공백이 발생하고 있다는 지적이 있음.

한편, 소비자 피해를 최소화하기 위하여 공정거래위원회에 임시중지 명령권을 부여하고 있으나, 요건이 엄격하고 요청 주체에서 지방자치단체가 제외되어 있다는 한계가 있음.

이에 재화나 용역의 표시·광고가 인공지능으로 생성된 이미지나 설명임을 명확히 알리고, 허위·과장되거나 오인 가능성이 있는 활용을 제한하는 규정을 마련하여 신뢰할 수 있는 전자상거래 환경을 조성하도록 함. 또한 임시중지의 요건을 보다 넓게 규정하고 요청 주체를 지방자치단체까지 확대하여 임시중지명령 제도의 실효성을 높이하고자 함 (안 제13조제2항제11호, 제21조제1항제8호 신설, 안 제32조의2 등).

현행	개정안
아니하는 범위에서 대통령령으로 정하는 사유가 있는 경우에는 계약자를 갈음하여 재화등을 공급받는 자에게 계약내용에 관한 서면을 교부할 수 있다. 1. ~ 10. (생략) <u><신설></u> 11. (생략) ③ ~ ⑥ (생략) 제21조(금지행위) ① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다. 1. ~ 7. (생략) <u><신설></u>	----- ----- ----- ----- -----. 1. ~ 10. (현행과 같음) 11. 재화등의 표시·광고가 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조제5호에 따른 생성형 인공지능에 의하여 생성된 경우 해당 사항 12. (현행 제11호와 같음) ③ ~ ⑥ (현행과 같음) 제21조(금지행위) ① ----- ----- ----- ----- -----. 1. ~ 7. (현행과 같음) 8. 재화등과 관련하여 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방법으로 소비자를 오인하게 하는 행위 가. 인공지능 등으로 생성한 이미지 또는 영상을 사실

현행	개정안
② (생략) 제45조(과태료) ①·② (생략) <신설> ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. (생략) 2. 제21조제1항제1호부터 제5호까지의 금지행위 중 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자 3. ~ 7. (생략) ④·⑤ (생략) ⑥ 제1항부터 제4항까지에 따른 과태료는 공정거래위원회, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장이 부과·징수한다. ⑦ 제5항에 따른 과태료는 공	과 다르게 사용하는 행위 나. 소비자 후기를 조작하거나 허위로 작성·게시하는 행위 ② (현행과 같음) 제45조(과태료) ①·② (현행과 같음) ③ 제21조제1항제1호부터 제5호까지의 금지행위 중 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다. ④ ----- ----- -----. 1. (현행과 같음) <삭제> 3. ~ 7. (현행과 같음) ⑤·⑥ (현행 제4항 및 제5항과 같음) ⑦ -----제5항----- ----- -----. ⑧ 제6항-----

현행	개정안
정거래위원회가 부과·징수한다.	-----.
⑧ 제1항부터 제5항까지에 따른 과태료의 부과기준은 대통령령으로 정한다.	⑨ -----제6항----- ----- -----.

□ 최근 인공지능(AI) 기술의 급속한 발전과 이용의 일상화로 인하여 AI 기술을 활용한 허위·과장 광고가 확산되고 있음.¹⁾

- 특히, 생성형 AI를 이용하여 실제와 구별하기 어려운 영상, 이미지, 음성 등을 손쉽게 제작할 수 있게 되면서, 소비자가 해당 콘텐츠가 AI에 의해 생성되었다는 사실을 인지하지 못한 채 사실로 오인하여 구매하는 등 소비자 피해가 발생하고 있음.

- 실제로 건강기능식품 광고에서 생성형 AI로 제작된 가상의 의사를 활용하여 전문가가 추천하는 제품으로 오인하게 하거나, 유명인이 직접 추천하는 것처럼 영상을 조작하여 광고하는 사례가 증가하고 있음.

○ 인공지능 생성 콘텐츠와 관련하여, 최근 제정·시행²⁾된 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」은 인공지능 투명성

1) 「의사가 추천한다더니...AI 광고에 우는 소비자」(한국경제, 2026. 1. 13.)

2) 2025. 1. 21. 제정, 2026. 1. 22. 시행

확보 의무를 부여하고 있고³⁾, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」은 합성 영상 등으로 인한 피해 예방을 위한 시책 마련을 규정하고 있음⁴⁾. 또한, 「공직선거법」은 딥페이크 영상 등을 이용한 선거운동을 금지하거나 관련 표시 의무를 두고 있음⁵⁾.

- 현행법은 통신판매업자에게 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확히 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수

-
- 3) 제31조(인공지능 투명성 확보 의무) ① 인공지능사업자는 고영향 인공지능이나 생성형 인공지능을 이용한 제품 또는 서비스를 제공하려는 경우 제품 또는 서비스가 해당 인공지능에 기반하여 운용된다는 사실을 이용자에게 사전에 고지하여야 한다.
- ② 인공지능사업자는 생성형 인공지능 또는 이를 이용한 제품 또는 서비스를 제공하는 경우 그 결과물이 생성형 인공지능에 의하여 생성되었다는 사실을 표시하여야 한다.
- ③ 인공지능사업자는 인공지능시스템을 이용하여 실제와 구분하기 어려운 가상의 음향, 이미지 또는 영상 등의 결과물을 제공하는 경우 해당 결과물이 인공지능시스템에 의하여 생성되었다는 사실을 이용자가 명확하게 인식할 수 있는 방식으로 고지 또는 표시하여야 한다. 이 경우 해당 결과물이 예술적·창의적 표현물에 해당하거나 그 일부를 구성하는 경우에는 전시 또는 향유 등을 저해하지 아니하는 방식으로 고지 또는 표시할 수 있다.
- ④ 그 밖에 제1항에 따른 사전고지, 제2항에 따른 표시, 제3항에 따른 고지 또는 표시의 방법 및 그 예외 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- 4) 제4조의2(합성영상등으로 인한 피해 예방을 위한 시책) ① 과학기술정보통신부장관과 방송미디어통신위원회는 인공지능 기술을 이용하여 사람의 얼굴·신체 또는 음성을 대상으로 한 촬영물·영상물 또는 음성물을 대상자의 의사에 반하여 편집·합성 또는 가공한 정보(이하 이 조에서 “합성영상등”이라 한다)의 무분별한 유통으로 인한 성범죄, 명예훼손 또는 사기 등의 피해를 예방하기 위하여 시책을 마련하여야 한다.
- ② 제1항에 따른 시책에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
1. 합성영상등으로 인한 피해 실태 파악
 2. 합성영상등의 유통 실태 파악
 3. 합성영상등 관련 국내외 기술 동향 파악
 4. 합성영상등의 무분별한 유통 방지를 위한 기술 개발의 촉진
 5. 합성영상등의 무분별한 유통 방지 및 피해 예방을 위한 교육·홍보
 6. 그 밖에 합성영상등의 무분별한 유통 방지 및 피해 예방에 필요한 사항
- 5) 제82조의8(딥페이크영상등을 이용한 선거운동) ① 누구든지 선거일 전 90일부터 선거일까지 선거운동을 위하여 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 실제와 구분하기 어려운 가상의 음향, 이미지 또는 영상 등(이하 “딥페이크영상등”이라 한다)을 제작·편집·유포·상영 또는 게시하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- ② 누구든지 제1항의 기간이 아닌 때에 선거운동을 위하여 딥페이크영상등을 제작·편집·유포·상영 또는 게시하는 경우에는 해당 정보가 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 가상의 정보라는 사실을 명확하게 인식할 수 있도록 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 바에 따라 해당 사항을 딥페이크영상등에 표시하여야 한다.

있도록 거래조건에 대한 정보제공 의무를 부여하고 있으나⁶⁾, 인공지능 생성 콘텐츠에 관한 사항은 별도로 규정하고 있지 않음.

- 이에 개정안 제13조제2항은 통신판매업자가 소비자에게 제공하여야 하는 거래조건에 대한 정보에 ‘재화등의 표시·광고가 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조제5호에 따른 생성형 인공지능⁷⁾에 의하여 생성된 경우 해당 사항’을 추가

- 6) 제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공) ② 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 다음 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 하며, 계약이 체결되면 계약자에게 다음 각 호의 사항이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화등을 공급할 때까지 교부하여야 한다. 다만, 계약자의 권리를 침해하지 아니하는 범위에서 대통령령으로 정하는 사유가 있는 경우에는 계약자를 갈음하여 재화등을 공급받는 자에게 계약내용에 관한 서면을 교부할 수 있다.
1. 재화등의 공급자 및 판매자의 상호, 대표자의 성명·주소 및 전화번호 등
 2. 재화등의 명칭·종류 및 내용
 - 2의2. 재화등의 정보에 관한 사항. 이 경우 제품에 표시된 기재로 계약내용에 관한 서면의 기재를 갈음할 수 있다.
 3. 재화등의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 가격을 결정하는 구체적인 방법)과 그 지급방법 및 지급시기
 4. 재화등의 공급방법 및 공급시기
 5. 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 “청약철회등”이라 한다)의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회등의 권리를 행사하는 데에 필요한 서식을 포함한다)
 6. 재화등의 교환·반품·보증과 그 대금 환불 및 환불의 지연에 따른 배상금 지급의 조건·절차
 7. 전자매체로 공급할 수 있는 재화등의 전송·설치 등을 할 때 필요한 기술적 사항
 8. 소비자피해보상의 처리, 재화등에 대한 불만 처리 및 소비자와 사업자 사이의 분쟁 처리에 관한 사항
 9. 거래에 관한 약관(그 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함한다)
 10. 소비자가 구매의 안전을 위하여 원하는 경우에는 재화등을 공급받을 때까지 대통령령으로 정하는 제3자에게 그 재화등의 결제대금을 예치하는 것(이하 “결제대금예치”라 한다)의 이용을 선택할 수 있다는 사항 또는 통신판매업자의 제24조제1항에 따른 소비자피해보상보험계약등의 체결을 선택할 수 있다는 사항(제15조제1항에 따른 선지급식 통신판매의 경우에만 해당하며, 제24조제3항에 각 호의 어느 하나에 해당하는 거래를 하는 경우는 제외한다)
 11. 그 밖에 소비자의 구매 여부 판단에 영향을 주는 거래조건 또는 소비자피해의 구제에 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항
- ④ 공정거래위원회는 제1항 및 제2항에 따른 통신판매업자의 상호 등에 관한 사항, 재화등의 정보에 관한 사항과 거래조건에 대한 표시·광고 및 고지의 내용과 방법을 정하여 고시할 수 있다. 이 경우 거래방법이나 재화등의 특성을 고려하여 그 표시·광고 및 고지의 내용과 방법을 다르게 정할 수 있다.
- ⑤ 통신판매업자는 제2항에 따라 소비자에게 표시·광고하거나 고지한 거래조건을 신의를 지켜 성실하게 이행하여야 한다.
- 7) 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
5. “생성형 인공지능”이란 입력한 데이터(「데이터 산업진흥 및 이용촉진에 관한 기본법」 제2조제1호에 따른 데이터를 말한다. 이하 같다)의 구조와 특성을 모방하여 글, 소리, 그림, 영상, 그 밖의 다

하여, 표시·광고에 생성형 인공지능이 활용된 사실을 소비자가 명확히 인지할 수 있도록 하려는 것임.

- 개정안에 따른 경우, 소비자는 계약체결 전에 해당 표시·광고가 생성형 인공지능에 의해 생성되었는지 여부를 인식할 수 있게 되어, 소비자의 오인 가능성이 사전에 차단되고 소비자 피해 예방에 기여할 수 있을 것으로 보임.

○ 다만, 2025년 12월 정부는 AI를 활용한 허위·과장 광고를 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 등으로 규율하는 내용을 담은 「AI 등을 활용한 시장 질서 교란 허위·과장광고 대응 방안」을 발표한 점을 고려할 필요가 있음.⁸⁾

○ 개정안을 동 법에 규정하는 경우에는, 생성형 인공지능으로 생성된 사항 전반을 표시 대상으로 규정하고 있어, 표시·광고의 실질적 내용 변경을 수반하지 않는 단순한 기술적 보정까지 표시 의무 대상에 포함되는 것으로 해석될 수 있으므로, 표시 의무 대상이 되는 인공지능 생성 콘텐츠의 범위에 대한 추가적인 검토가 필요할 것으로 보임.

양한 결과물을 생성하는 인공지능시스템을 말한다.

8) 이에 따라 공정거래위원회는 인공지능 생성 콘텐츠의 소비자 오인 가능성을 차단하기 위하여 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」로 대응 중에 있음

- 추천보증 등에 관한 표시·광고 심사 지침 개정 추진 중(2026년 상반기 내)

: AI가 생성한 가상 인간이 제품을 추천하는 광고 관련, 추천자가 ‘가상 인간’임을 표시하지 않는 경우 부당한 표시광고로 규정

- 공정거래위원회는 개정안에서 규정하고자 하는 내용이 표시·광고에 관한 사항으로서 전자상거래법이 아닌 표시광고법으로 규율하는 것이 보다 적절할 것으로 판단된다는 입장임.

방송미디어통신위원회는 AI 생성물 오·남용 피해는 광고 등 정보의 유형별로 개별적으로 규율하기 보다는 온라인에서 유통되는 정보 전반을 포괄하는 일반법적 성격을 지닌 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에서 일관적·종합적으로 규율하는 것이 효율적이며, 개별 법률마다 표시 형식·방법을 다르게 규정할 경우, 이용자에게 혼란을 초래할 수 있고 사업자의 규제 준수 부담이 가중될 우려가 존재한다는 입장임.⁹⁾

- 한편, 개정안 제21조제1항제8호는 재화등과 관련하여 인공지능 등으로 생성한 이미지나 영상을 사실과 다르게 사용하거나 소비자 후기를 조작하거나 허위로 작성·게시하는 방법으로 소비자를 오인하게 하는 행위를 금지하는 것을 명시하는 내용이나, 현행법에서 ‘거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하는 행위’를 금지하고 있음을 고려할 필요가 있음.¹⁰⁾

9) AI 광고로 인한 소비자의 오인 뿐만 아니라 AI 생성물로 인한 온라인 피해 전반을 방지하는 것을 취지로 하는 정보통신망법 개정안이 발의되어 있음.

- 김민전 의원안('24.10.28.발의), 전용기 의원안('24.11.13.발의), 김상훈 의원안('25.5.1.발의) 모두 온라인 상에서 정보를 유통하는 자가 AI 생성물을 게재하려는 경우 해당 정보가 AI로 생성되었다는 사실을 고지하여야 한다는 의무를 부과

10) 공정거래위원회도 현행법상 소비자 기만행위(법 제21조제1항제1호)로서 규율되는 사항으로서 별도 규정을 신설할 실익이 크지 않다는 입장임.

□ 마지막으로, 개정안 제45조는 제21조제1항제1호부터 제5호까지의 금지행위를 위반한 자에게 부과하는 과태료의 상한을 1천만원 이하에서 2천만원 이하로 상향하는 내용이나, 최대 1천만원으로 규정된 과태료 부과 수준을 최대 2천만원으로 상향하는 내용의 개정안이 시행을 앞두고 있음을 참고할 필요가 있음.¹¹⁾¹²⁾

11) 2026년 7월 21일 시행 예정

12) 제45조제3항의 과태료 부과 수준(최대 1천만원)이 최대 2천만원으로 상향되었음.

현행	개정안
제45조(과태료) ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 <u>1천만원</u> 이하의 과태료를 부과한다.	제45조(과태료) ③ ----- <u>2천만원</u> ----- -----.
2. 제21조제1항제1호부터 제5호까지의 금지행위 중 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자	2. (현행과 같음)

2. 임시중지명령의 요건 완화 및 요청 대상 확대

- 개정안은 임시중지명령의 발동요건을 완화하고(안 제32조의2제1항 제2호), 임시중지명령을 공정거래위원회에 요청할 수 있는 기관에 시·도지사, 시장·군수·구청장을 추가하려는 것임(안 같은 조 제3항).

현행	개정안
제32조의2(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매자의 전자상거래 또는 통신판매가 다음 각 호에 모두 해당하는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매자에 대하여 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지할 것을 명할 수 있다.	제32조의2(임시중지명령) ① ---- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----.
1. (생략)	1. (현행과 같음)
2. 전자상거래 또는 통신판매로 인하여 소비자에게 재산상 손해가 발생하였고, 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우	2. ---- ----- ----- ----- ----- ~~현저한~~ ----- ---
② (생략)	② (현행과 같음)

현행	개정안
③ 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록된 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자가 제1항의 경우에 해당한다고 인정될 때에는 서면(전자문서를 포함한다)으로 공정거래위원회에 그 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부에 대하여 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다. ④ ~ ⑥ (생략)	③ 시·도지사 또는 시장·군수·구청장, 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록된 소비자단체, 또는----- ----- ----- ----- ----- ----- -----. ④ ~ ⑥ (현행과 같음)

□ 현행법은 전자상거래 또는 통신판매가 ① 제21조제1항제1호13)에 해당하는 것이 명백하고, ② 소비자에게 재산상 손해가 발생하였으며, ③ 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우에 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 일시 중지할 것을 공정거래위원회가 명할 수 있도록 임시중지명령을 규정하고 있음.¹⁴⁾

13) 제21조(금지행위) ① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위

14) 제32조의2(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자의 전자상거래 또는 통신판매가 다음 각 호에 모두 해당하는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자에 대하여 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지할 것을 명할 수 있다.

1. 전자상거래 또는 통신판매가 제21조제1항제1호에 해당하는 것이 명백한 경우

2. 전자상거래 또는 통신판매로 인하여 소비자에게 재산상 손해가 발생하였고, 다수의 소비자에게 회복

○ 현행법에 따른 임시중지명령의 주체는 공정거래위원회이며, 공정거래위원회에 임시중지명령을 요청할 수 있는 기관·단체는 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록된 소비자단체, 한국소비자원, 분쟁조정기구 등으로 한정¹⁵⁾되어 있음.

○ 임시중지명령제도는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」상 영업정지 제도가 증거자료의 확보 및 공정거래위원회의 의결에 장시간이 소요됨에 따라 정식 시정조치 결정 전 위법행위로 인한 소비자 피해의 확산을 신속하게 방지하기 위해 2016년 도입되었고, 현재 현행법과 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에 규정되어 있음.

□ 그런데, 현행법상 임시중지명령제도의 요건이 엄격하여 제도의 활용이 떨어진다는 지적이 존재함. 2016년 도입 이후 현재까지 동 제도가 활용된 사례는 3건에 불과함.¹⁶⁾

하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우
 15) 제32조의2(임시중지명령) ③ 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록된 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자가 제1항의 경우에 해당한다고 인정될 때에는 서면(전자문서를 포함한다)으로 공정거래위원회에 그 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부에 대하여 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다.

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 시행령」
 제34조의3(임시중지명령 요청의 방법) ① 법 제32조의2제3항에서 “대통령령으로 정하는 기관·단체”란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관·단체를 말한다.
 1. 한국소비자원
 2. 소비자분쟁조정위원회
 3. 전자거래분쟁조정위원회
 4. 콘텐츠분쟁조정위원회
 5. 그 밖에 소비자보호 관련 법령에 따라 설치·운영되는 분쟁조정기구

16) 어썸의 청약철회 방해 행위(2017. 10.), 사크라스트라다의 기만적 소비자 유인 행위(2022. 10.), 제이비 인터네셔널·올댓의 기만적 소비자 유인 행위(2025. 12.) → 쇼핑몰 접속차단

○ 이에 개정안은 ① 손해를 예방할 긴급한 필요성 요건을 삭제하여 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 현저한 경우로 발동 요건을 완화하고, ② 임시중지명령을 공정거래위원회에 요청할 수 있는 기관에 시·도지사, 시장·군수·구청장을 추가하려는 내용으로, 임시중지명령제도의 활용도를 제고할 수 있을 것으로 보임.

□ 다만, 기존의 발동요건 중 재산상의 손해 발생 요건을 삭제하고, 법 위반의 명백성의 정도를 완화하며, 조치 내용을 다양화하는 내용의 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」이 최근 개정되어 시행¹⁷⁾을 앞두고 있는 점을 고려할 필요가 있음.

<임시중지명령제도 비교>

구분	현행법	시행 예정 법률	개정안
발동 요건	<u>법 위반*에 해당하는 것이 명백할 것</u>	<u>법 위반*이 명백하게 판단될 것</u>	(현행법과 동일)
	<u>재산상 손해 발생</u>	-	(현행법과 동일)
	다수 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 <u>우려</u> + <u>손해를 예방할 긴급한 필요성</u>		다수 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 <u>우려</u> <u>현저</u>
조치 내용	전자상거래(통신판매) 전부 또는 일부 일시중지	<u>해당 행위 중지</u> , 전자상거래(통신판매) 전부 또는 일부 일시 중지	(현행법과 동일)
요청 기관	소비자단체, 대통령령으로 정하는 기관·단체		<u>시·도지사 또는 시장·군수·구청장</u> , 소비자단체, 대통령령으로 정하는 기관·단체

* 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위(법 제21조제1항제1호)

17) 2026년 7월 21일 시행 예정

○ 또한, 임시중지명령을 규정하고 있는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에서도 현행법과 같이 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체가 공정거래위원회에 요청하도록 규정¹⁸⁾하고 있는 점도 참고할 필요가 있음.

□ 개정안에 대하여 공정거래위원회는 임시중지명령의 발동요건을 완화하는 내용의 개정안이 국회를 통과하여 기 추진 중이고, 임시중지명령의 경우 침익적 처분으로서 의결기구인 위원회의 판단을 거쳐야 하는 등 예외적인 경우에만 활용되어야 하는 점을 고려할 때, 임시중지명령 발동 요청 주체를 확대하는 것은 신중한 필요가 있다는 입장임.

문 의 처
02)6788-5114

18) 제8조(임시중지명령) ② 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 사업자등의 표시·광고 행위가 제1항 각 호 모두에 해당한다고 인정할 때에는 서면(전자문서를 포함한다)으로 공정거래위원회에 그 표시·광고 행위의 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다.