

온라인 금융상품 판매 관련 다크패턴 가이드라인 마련

- ▲ 금융소비자 보호를 위해 금융상품 판매에 특화된 구체적인 **다크패턴 금지행위 유형**(4개의 범주, 15개 세부 유형)을 마련
- ▲ 금융권 자체적으로 전산개발, 내규정비 등 약 **3개월의 준비기간**을 거쳐 **‘26.4월부터 본격적으로 시행**
- ▲ 신설 가이드라인인 만큼, **금융권의 자율적인 준수**를 적극 유도하는 가운데, 가이드라인 **이행상황을 점검**해 나갈 계획

1

추진배경

다크패턴(dark pattern, ‘온라인 눈속임 상술’로 번역 가능)은 **온라인 환경** 속 제한된 화면에서 사업자가 자신의 이익을 위해 **소비자에게 비합리적인 의사결정을 내리도록 유도**하는 행위를 의미합니다. 최근 온라인 전자상거래 이용이 일상화되면서, 복잡한 디지털 환경속에서 사업자가 **다크패턴을 교묘히 활용**하여, 금융소비자가 가입하지 않아도 되는 금융상품·서비스에 가입하게 하는 등을 통해 **금융소비자 피해가 발생할 우려**가 있습니다.

이에 따라, **국내외적으로 온라인 다크패턴에 대한 정부의 규제**를 강화하는 추세입니다. 우선, 해외의 경우 **EU, 미국 등 주요국***에서는 온라인 거래시 사업자가 온라인상의 특성을 이용하여 소비자를 기만할 수 있는 다크패턴을 사용하지 못하도록 규제하고 있습니다.

* **(EU)** 디지털서비스법(DSA) 제정(‘22년) 등을 통해 온라인 플랫폼 제공자의 다크패턴 사용을 금지하는 한편, 온라인 금융상품 판매 지침을 제정(‘24년)하여 온라인 금융상품 판매 시 다크패턴 사용을 규제중임

(미국) 연방거래위원회(FTC)는 다크패턴 관련 보고서를 발표(‘22.9.15.)하고 연방거래위원회법에서 불공정한 경쟁수단, 불공정 또는 기만적인 행위·관행을 위반행위로 명시하고 이를 금지

국내의 경우에도 **공정거래위원회** 등을 중심으로 **전자상거래법 개정**(‘25.2.14일 시행) 등을 통해 전자상거래 과정에서 발생하는 다크패턴에 대한 **규제를 대폭 강화**하는 추세입니다.

* **(공정위)** 전자상거래법 개정(‘25.2.14. 시행) 등을 통해 다크패턴 총 13개 유형(예: 숨은 갱신, 순차공개 가격책정 등)을 법으로 규율하여 금지하고 있음

(방통위) 「디지털서비스 이용자 보호를 위한 다크패턴 사례집」 발간(‘25.1월)

2

규제 체계 현황 및 문제점

현행 「금융소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘금소법’)은 금융상품의 대면 판매행위뿐만 아니라 **온라인상에서의 비대면 금융상품 판매**에 대해서도 **포괄적으로 규율**하고 있습니다. 온라인상의 금융상품 판매에 대해서도 금소법상 적합성 평가(§17), 적정성 평가(§18), 설명의무(§19), 불공정 영업행위 금지(§20), 부당권유행위 금지(§21), 광고규제(§22) 등 **주요 판매규제가 모두 적용**됩니다.

그럼에도 불구하고, 최근 금융상품의 **온라인·비대면 판매가 급속히 증가**하면서 금융소비자 보호를 위해 보다 **촘촘한 보호체계를 마련**할 필요성이 있다는 의견이 지속적으로 제기되고 있습니다.

우선, 금융 규제체계의 사각지대로 인한 금융소비자 피해 발생 가능성을 방지할 필요가 있습니다. 현행 금소법상 금융상품 판매규제에도 불구하고, 온라인·비대면 환경의 특수성을 악용(예: 제한된 화면 등 온라인 판매의 특수성을 활용하여 소비자의 착각·부주의를 유발할 우려 등)하여 규제를 교묘하게 피해갈 가능성이 있습니다.

또한, 기존의 다크패턴 규율체계(예: 전자상거래법)가 일반적인 상거래 행위를 기준으로 적용되다 보니, 금융상품 판매과정의 특수성을 제대로 반영한 규제가 이루어지지 못할 우려*도 있습니다.

* 예: 공정위 다크패턴 유형 중 숨은 갱신, 몰래 장바구니 추가, 거짓 할인, 거짓 추천, 유인 판매, 위장 광고, 낮은 재고알림 등은 금융상품 판매과정에서 발견되기 어려움

이에 따라 금융상품 판매 과정에서 소비자 기만 등이 발생하지 않도록 기존 법률(전자상거래법 등)과 별개로 금융업권에 적용할 구체적인 다크패턴 규제 행위를 명확히 하기 위해 “다크패턴 가이드라인”을 마련할 필요가 있습니다.

3 다크패턴 가이드라인 주요내용

[일반원칙]

우선, 금융소비자가 금융상품에 관한 거래 조건을 정확히 이해하고 의사결정할 수 있도록, 금소법상 금융상품판매업자 및 금융상품자문업자 등이 금융소비자에게 제공하는 금융상품의 표시 사항 및 정보는 금융소비자가 그 뜻을 명확하고 쉽게 이해할 수 있도록 제시해야 합니다.

또한, 금융소비자가 제한된 화면에서 어떤 선택을 할 때 오인없이 자신의 속고에 따라 합리적으로 결정할 수 있도록 금융소비자 결정을 왜곡 또는 침해하는 사업자의 다크패턴 행위를 금지합니다.

[적용대상]

동 가이드라인의 적용대상이 되는 사업자를 금소법상 금융상품판매업자, 자문업자, 혁신금융서비스(금소법 관련)로 지정받은 핀테크업자 등 금소법을 적용받는 사업자로 구체적으로 제시합니다.

[세부유형 및 준수사항]

행위의 핵심적 작용 방식과 금융소비자 피해의 양태·효과 등에 따라 다크패턴을 크게 오도형, 방해형, 압박형, 편취유도형 등 4개의 범주, 15개 세부 유형으로 구분하고, 이와 같은 행위를 금지합니다.

※ (참고) 온라인 금융상품 다크패턴 주요 사례

< 온라인 다크패턴의 주요 범주 및 세부 유형 >

범주	내용	세부 유형
오도형	거짓을 알리거나 통상적인 기대와 전혀 다르게 화면·문장 등을 구성해 금융 소비자의 착각·실수를 유도하는 행위	① 설명절차의 과도한 축약 ② 속임수 질문 ③ 잘못된 계층구조 ④ 특정옵션의 사전선택 ⑤ 허위광고 및 기만적인 유인행위
방해형	의사결정에 필요한 정보 수집·분석 등에 과도한 시간·노력·비용이 들게 만들어 합리적인 선택을 포기하도록 유도하는 행위	⑥ 취소·탈퇴 등의 방해 ⑦ 숨겨진 정보 ⑧ 가격비교 방해 ⑨ 클릭 피로감 유발
압박형	금융소비자에게 심리적인 압박을 가해 특정 행위를 하거나 하지 않도록 유도하는 행위	⑩ 계약과정 중 기습적 광고 ⑪ 반복간섭 ⑫ 감정적 언어사용 ⑬ 감각조작 ⑭ 다른 소비자의 활동 알림
편취 유도형	금융소비자가 알아채기 어려운 인터페이스의 조작 등을 통해 비합리적이거나 예상하지 못한 지출을 유도하는 행위	⑮ 순차공개 가격책정

❶ **오도형**은 거짓을 알리거나 통상적인 기대와 전혀 다르게 화면·문장 등을 구성해 금융소비자의 착각이나 실수를 유도하는 행위로, 5가지 세부 유형으로 구분합니다.

<5가지 오도형 세부유형>

- ① **(설명절차의 과도한 축약)** 설명 절차 과정에서 하나 이상의 단계를 제거하여 금융소비자가 특정 사항을 오인하도록 하고, 결국 원하지 않는 의사결정을 내리도록 유도하는 행위
- ② **(속임수 질문)** 금융소비자가 의도하지 않은 대답이나 선택을 하도록 속임수를 써서 질문하는 행위 또는 매우 주의 깊게 보아야만 정확히 알 수 있는 내용을 묻는 행위
- ③ **(잘못된 계층구조)** 금융소비자에게 불리하거나 사업자에게 유리한 선택 항목을 시각적으로 두드러지게 표시하여 금융소비자의 자유로운 선택 또는 결정 능력을 왜곡하는 행위
- ④ **(특정옵션 사전선택)** 사업자에게 유리한 선택사항(옵션)을 미리 선택해 놓고 금융소비자가 이를 지나치게 하거나 그대로 수용하도록 유도하는 행위
- ⑤ **(허위 광고 및 기만적인 유인 행위)** 명확한 근거 없이 거짓 광고를 하거나 사실을 축소 또는 은폐하거나 사실의 조작·은폐 등의 방법으로 금융소비자의 주의나 흥미를 일으키는 행위

❷ **방해형**은 의사결정에 필요한 정보 수집 분석 등에 과도한 시간, 노력, 비용이 들게 만들어 합리적인 선택을 포기하도록 유도하는 행위로서 4가지 세부유형으로 구분합니다.

<4가지 방해형 세부유형>

- ⑥ **(취소·탈퇴 등의 방해)** 금융상품 및 서비스의 계약(가입) 절차보다 취소·해지·탈퇴 등의 절차가 복잡하거나 그 절차 진입 경로를 숨기는 방법 등으로 금융소비자의 자유로운 취소·해지·탈퇴 등을 방해하는 행위
- ⑦ **(숨겨진 정보)** 금융상품 및 서비스 계약(가입) 과정에서 금융소비자에게 필요한 중요 정보를 제대로 표시하지 않거나 은폐·누락·축소시켜 알기 어렵게 하는 행위
- ⑧ **(가격비교 방해)** 금융상품 및 서비스 계약(가입) 과정에서 금융소비자에게 다른 제안이나 가격과 비교하는 것을 제한하여 금융소비자에게 유리한 선택을 방해하는 행위
- ⑨ **(클릭피로감 유발)** 금융소비자가 유리한 옵션을 선택하거나 원하는 정보를 구하기 위해서 많은 클릭(터치)이 필요하도록 만들어 금융소비자 스스로 피로감을 느끼도록 하고, 자신에게 유리한 옵션 선택이나 정보 수집을 포기하도록 유도하는 행위

❸ **압박형**은 금융소비자에게 심리적 압박을 가해 특정 행위를 하거나 하지 않도록 유도하는 행위로, 5가지 세부유형으로 구분합니다.

<5가지 압박형 세부유형>

- ⑩ **(계약과정 중 기술적 광고)** 특정 금융상품 및 서비스 등을 온라인으로 가입하는 과정에서 거래 목적과 무관한 상품 및 서비스 등을 기술적으로 광고하는 행위
- ⑪ **(반복간섭)** 사업자에게 유리한 특정 행위를 금융소비자에게 지속적으로 요구하는 행위
- ⑫ **(감정적 언어사용)** 감정을 자극하는 언어적 표현을 통해 금융소비자가 특정 행동을 하도록 압박하는 행위
- ⑬ **(감각조작)** 사용자의 주의를 한 가지에 집중시켜 다른 것들로부터 주의를 분산시키는 사용자 인터페이스의 변화를 의미하며, 디지털 환경에서는 일반적으로 시각적 조작을 활용하는 행위
- ⑭ **(다른 소비자의 활동 알림)** 해당 금융상품을 보거나 구매한 금융소비자의 수를 표시하여 해당 금융상품의 구매를 망설이는 금융소비자의 의사결정을 압박하는 행위

❹ **편취유도형**은 금융소비자가 알아채기 어려운 인터페이스의 조작 등을 통해 비합리적이거나 예상하지 못한 지출을 유도하는 경우로서, 순차공개 가격책정 유형이 있습니다.

- ⑮ **(순차공개 가격책정)** 금융상품 검색결과가 나타나는 첫 페이지에 최대 이익 또는 최소 이윤 등 금융소비자를 유인하기 위해 일부러 가격을 낮게 표시하고, 계약(가입) 절차가 진행됨에 따라 숨겨진 비용 또는 가격들을 차츰 보여주는 행위

4 시행시기 및 향후 추진계획

금번에 마련된 다크패턴 가이드라인은 금융회사의 자체적인 전산 개발, 내규 정비 등 약 3개월의 준비기간을 거쳐 '26년 4월부터 본격적으로 시행할 계획입니다. 신설되는 가이드라인인 만큼, 우선 금융회사의 자체적인 점검 등을 통한 적극적인 이행을 유도하되, 필요한 경우 금융감독원을 통해 이행상황을 지도·감독해 나갈 계획입니다.

또한, 향후 금융업권의 가이드라인 준수 현황 등을 보아가며 금소법
개정을 통한 법규화 필요성에 대해서도 검토해 나갈 예정입니다.

〈 별첨 〉 온라인 금융상품 판매 관련 다크패턴 가이드라인

담당 부서 <총괄>	금융위원회 금융소비자정책과	책임자	과 장	김광일	(02-2100-2630)
		담당자	사무관	윤송이	(02-2100-2524)
	금융감독원 금융소비자보호총괄국	책임자	국 장	노영후	(02-3145-5700)
		담당자	팀 장	이선우	(02-3145-5689)



참고

온라인 금융상품 다크패턴 주요 사례

① 오도형

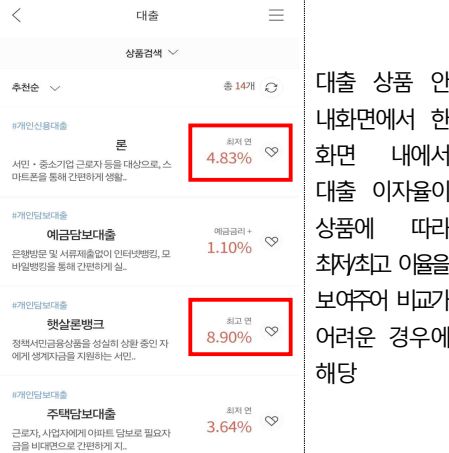
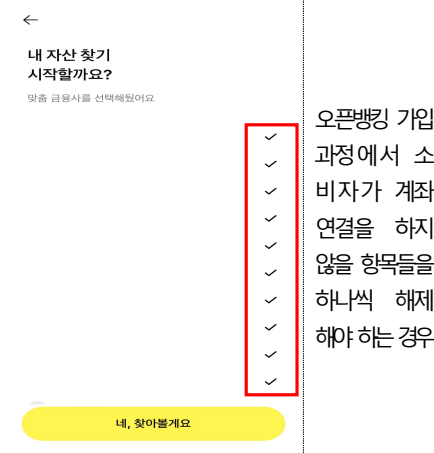
② (속임수 질문)	③ (잘못된 계층구조)
<상품 신청 과정중 화면> ※ (예시) 카드 신청 중간에 뒤로가기 버튼을 눌러 중단할 때 '정말 카드 신청을 중단할까요?' 라는 팝업이 뜬. 팝업에서 '아니요', '종료' 버튼은 카드 신청 링크 의향 여부를 묻는 것으로서 이중 질문에 해당하여 질문을 이해하기 어려운 경우에 해당	<상품 신청 과정중 화면> '신청하기' 버튼은 검은색으로 짙게 두드러지게 표시하고 '다음에 하기' 버튼은 배경과 같은 색으로 처리한 경우 '해택정보를 받기 위한 동의' 팝업창에서 "X" 표시는 오른쪽 위 연하게, '동의하기'는 아래 쪽 버튼으로 강조된 경우
④ (특정옵션 사전선택)	⑤ (허위 광고 및 기만적인 유인 행위)
※ (예시) 실손보험을 가입하는 과정에서 실손보험 단독가입과 종합보험을 함께 가입하는 옵션이 제시되는데, 함께 가입하는 옵션이 사전선택 되어 있는 경우	타사 평균보다 자사의 상품의 금리 혜택이 더 좋다고 광고하지만, 타사 평균이 몇 %인지 알 수 없는 경우 투자상품 탭에서 '약속한 수익 받기'를 누르면 채권, 발행어음 등의 투자로 연결되는 경우

② 방해형

⑥ (취소·탈퇴 등의 방해)	⑦ (숨겨진 정보)
<애플리케이션 내 해지과정 화면> 	<상품 신청 과정중 화면> ELS/DLS의 특징 - 다양한 투자성향을 충족할 수 있어요. - 수익구조에 따라 하락, 횡보하는 조정장에서도 수익을 추구할 수 있어요. - 다양한 기초자산에 투자 가능해요. - 사전에 정해진 조건에 따라 정해진 수익률 지급해요.

※ (예시) 해지를 위해 전화 연결이 필요한 사유를 온라인 화면 내에 안내하고 있지 않은 상태에서, 애플리케이션 내 해지 메뉴가 존재하지 않아 챗봇에 질문하면 상담원과 전화연결을 유도하는 등 자유로운 해지를 방해하는 경우에 해당

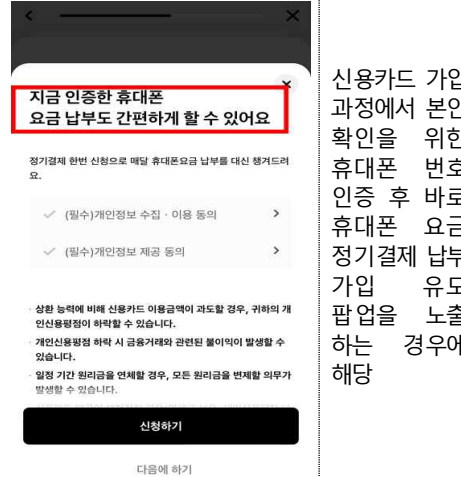
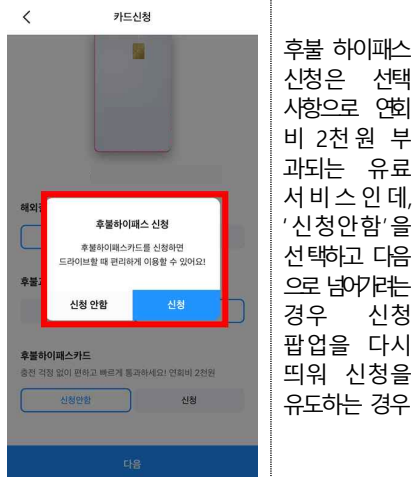
ELS/DLS 상품의 장점은 크고 명확하게 보여 주는 반면, 원금 손실 등의 유의사항은 흐린 색상의 작은 글씨로 제시

⑧ (가격비교 방해)	⑨ (클릭피로감 유발)
<대출 상품 비교 화면> 	<내 자산 찾기 시작할까요?> 

대출 상품 안내화면에서 한 화면 내에서 대출 이자율이 상품에 따라 최저/최고 이율을 보여주어 비교가 어려운 경우에 해당

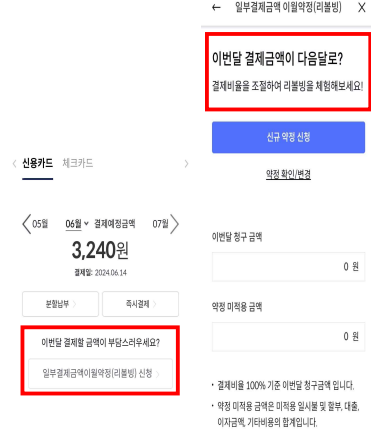
오픈뱅킹 가입 과정에서 소비자가 계좌 연결을 하지 않을 항목들을 하나씩 해제해야 하는 경우

③ 압박형

⑩ (계약과정 중 기술적 광고)	⑪ (반복간섭)
<상품 신청 과정 중 화면> 	<상품 가입과정 화면> 

신용카드 가입 과정에서 본인 확인을 위한 휴대폰 번호 인증 후 바로 휴대폰 요금 정기결제 납부 유도 팝업을 노출하는 경우에 해당

후불 하이패스 신청은 선택 사항으로 연회비 2천 원 부과되는 유료 서비스인데, '신청안함'을 선택하고 다음으로 넘어가는 경우 신청 팝업을 다시 띄워 신청을 유도하는 경우

⑫ (감정적 언어사용)	⑬ (감각조작)	⑭ (다른 소비자의 활동 알람)
<이벤탈 결제금액이 다음달로?> 	<선택 약관 모두 체크하기> 	<최근 3개월간 557명이 가입했어요!> 

※ (예시) 신용카드 결제예정 금액을 확인할 때 '이번달 결제할 금액이 부담스러우세요?' 라는 표현으로 일부결제금액 이월약정(리볼빙) 서비스를 유도하고 '체함'이라는 가벼운 표현 등을 사용한 경우에 해당

필수 약관만 동의하면 선택 약관 부분이 파란색으로 깜빡거리도록 표시하여 소비자로 하여금 선택약관 동의를 유도하는 경우

펀드 세부정보를 보기 위해 들어가면 최근 3개월간 해당 펀드에 가입한 사람의 수를 상단에 표시
※ 다만, 다른 금융소비자의 활동 상태를 거짓으로 알리는 경우 문제가 됨

4 편취유도형

⑮ (순차공개 가격책정)

<상품정보 제공 첫 화면>

은행의 추천 상품을 소개합니다.

예금

대출

펀드

외환

골드/실버

목돈안들기	목돈안들기	목돈덜러기	목돈덜러기
적금	적금	장기예금	장기예금
6.50 % 최고 연 (12개월 세전)	5.00 % 최고 연 (6개월 세전)	3.65 % 최고 연 (12개월 세전)	3.50 % 최고 연 (12개월 세전)

※ (예시) 은행의 예·적금 정보 화면에서 최고 이율이 표시되어 있으나, 실제로
적금 가입을 진행하는 과정에서 요건을 충족하지 못하면 금융소비자는
해당 이율을 받을 수 없게 되어 다른 상품과의 비교를 어렵게 하는 경우