

## < 붙임 > 다이어트 관리 서비스 실태조사 결과

### 1 실태조사 결과

- 조사대상 : 일간 이용자 수 1,000명 이상('20.10월 기준) 다이어트·건강·운동 관련 모바일 앱(총 10개 업체)
- 조사내용 : ① 「전자상거래법」, 「방문판매법」 등 법규에 따른 거래 실태 분석  
                   ② 「약관규제법」, 「콘텐츠이용자 보호지침」 등 법규에 따른 약관 분석  
                   ③ 「표시광고법」, 「식품표시광고법」, 「의료기기법」 등 법규에 따른 광고 모니터링
- 조사기간 : '20. 10. 26. ~ 11. 30.

### 가. 거래 실태

- (계약해제·해지 및 환불) 1개월 이상의 계속거래는 언제든지 계약해지가 가능함에도 불구하고 1개월 이상의 프로그램, 연간·월간 정기구독 서비스 등을 운영하는 7개 앱에서 계속거래 해지 및 환불을 제한함.
  - 월간·연간 구독료를 자동결제 방식으로 지불하고 이용하는 5개 앱 중 2개 앱은 7일 이내에만 계약해지 및 구독료 환불이 가능하였고, 인앱 결제를 결제수단으로 하고 있는 3개 앱은 앱스토어의 환불정책을 따르고 있었으며 앱스토어에서는 정기구독 서비스를 중도 해지하는 경우, 환불이 불가하다고 안내하고 있음.
  - 계약기간을 월 또는 주단위로 정하여 이용하는 2개 앱은 계약기간 절반 경과시 계약 해지가 불가능하거나, 일괄적으로 1주 이내에만 50% 적립금으로 환불이 가능하였음.
  - 이 중 일부 앱은 사은품을 수령하기만 해도 사은품비를 환불금에서 공제하거나 결제수단이 아닌 적립금으로 대금을 환불하는 등 환불방식이 소비자에게 불리하였음.
- (청약철회) 2개 앱은 신선·냉동식품뿐 아니라 일부 가공식품의 청약철회를 제한하고 있었으며, 운동·식단 관리 서비스를 판매하는 1개 앱은 프로그램 개시 3일전까지만 환불을 해주는 등 청약철회를 제한하고 있음.
  - 가공식품은 신선·냉동식품과 달리 수일의 시간이 경과한다고 해서 재화의 가치가 하락한다고 보기는 어려운 바, 사업자 임의대로 청약철회를 제한하는 것은 소비자의 청약철회권을 보장하지 않는 것으로 판단됨.

## 나. 약관 분석

- ☐ (사업자 면책) 2개 앱은 콘텐츠 및 서비스 제공 중단 등의 상황에서 사업자가 면책된다고 규정하고 있음.

콘텐츠·서비스 제공 중단 시 사업자 면책
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 회사는 강사가 강의를 중단하는 경우, 강사가 공지된 강의계획에 따라 강의를 제공하지 않는 경우, 강사가 강의의 수강기간 종료전까지 강의 전부를 회원에게 제공하지 않는 경우, 강사가 회원이 기대하는 수준의 강의를 제공하지 않는 경우, 강사가 강의를 태만하게 한 경우에도 회원에게 손해배상 책임을 지지 않습니다.</li> <li>· 서비스 제공업자와의 계약 종료 등과 같은 회사의 제반 사정으로 서비스를 유지할 수 없는 경우 회사는 서비스 제공중단으로 인한 피해는 책임지지 않습니다.</li> </ul>

- ☐ (상당한 이유 없이 서비스 이용 제한·이용계약 해지) 2개 앱은 회원의 위반행위 경중에 상관없이 '본 약관·운영지침 위반' 등의 불명확한 사유로 소비자의 서비스 이용을 제한하거나 이용계약을 해지하는 것이 가능하다고 명시함.
- 또한, 서비스 이용을 제한하거나 사업자가 이용계약을 해지하는 것은 매우 중대한 사항임에도 별도의 개별 통지 및 소명 등의 절차를 제시하지 않음.

불명확한 사유로 서비스 이용 제한 및 이용계약 해지
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 회사는 회원이 본 약관 및 운영방침 등을 위반한 경우 별도 경고조치 없이도 서비스 이용 제한 및 일방적 계정해지를 할 수 있습니다.</li> <li>· 이용계약 해지를 통보받은 회원의 포인트 및 캐쉬 전부는 통보 즉시 소멸되며, 회원은 이의를 제기할 수 없습니다.</li> </ul>

- ☐ (사업자의 소비자 저작물 이용) 2개 앱은 소비자 저작물 이용 목적을 자의적·추상적으로 규정하고 있으며, 4개 앱은 저작물 이용 시 소비자에게 '허락'을 받는 것이 아닌 '통보'하도록 정하고 있음.




※ 「저작권법」에서 규정하고 있는 저작재산권의 제한 사유를 제외한 다른 목적으로 소비자 저작물을 이용하고자 하는 경우에는 동법 제46조에 따라 저작물 이용 전 미리 소비자의 허락을 받아야 함.

### 소비자 저작물 이용 목적 및 이용 동의

- 회원은 본 서비스에 콘텐츠를 게시함으로써 회사가 서비스 및 사업과 관련하여 해당 콘텐츠( 및 그 2차적 저작물)의 일부 또는 전부를 전세계적으로 비독점적, 무상으로 사용할 권리를 허락하며 이를 양도할 수 있음에 동의한 것으로 간주합니다. 또한 회사에 대한 저작권권을 행사하지 않을 것에 동의한 것으로 간주합니다. 이는 서비스가 무료로 이용되고 있는 이유입니다.
- 회사는 약정에 따라 사용자에게 귀속된 저작권을 사용하는 경우 당해 사용자에게 통보하여야 합니다.

## 다. 광고 모니터링

- (식품) 2개 앱은 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 오인하게 할 우려가 있는 표현, 1개 앱은 소비자 체험기 등을 이용한 소비자 기만 표현을 사용함.

건강기능식품으로 오인할 우려가 있는 광고		소비자 기만 광고
○ (광고내용) 기타가공품을 광고하면서 '면역력을 높여라' 등 면역력 증진에 효과가 있다는 광고 표현을 사용함.	○ (광고내용) 히비스커스차를 광고하면서 '지방의 합성 방해 성분 함유' 등 광고 표현을 사용함 * '활성산소 저하, 노폐물 배출' 등도 거짓·과장 표현	○ (광고내용) 호박즙을 광고하면서 '다이어트 시작하고, 몸 붓○ 빠려고 ...' 등 금지표현을 포함하는 내용을 베스트 후기로 상단에 노출함.
		

- (공산품) 1개 앱은 공산품을 의료기기로 오인할 우려가 있는 표현, 객관적인 근거 없이 소비자 후기를 인용한 표현을 사용함.

의료기기로 오인할 우려가 있는 광고	소비자 후기 인용 광고
<p>○ (광고내용) 공산품을 광고하면서 '혈액공급이 원활' 등의 광고 표현을 사용함.</p>	<p>○ (광고내용) 공산품을 광고하면서 '허리 및 종아리 통증 등이 감소, '짚은 편두통' 등의 광고 표현을 사용함.</p>
 <p>1. 뭉친 근육 속 혈류를 막는 트리거포인트</p> <p>2. 마사지를 통해 근육에 자극을 주면</p> <p>3. 트리거 포인트가 사라져 혈액 공급이 원활해집니다</p>	<p>근육이 수축 및 이완되면서 <b>어깨 결림, 허리 및 종아리 통증 등이 감소될 수 있습니다</b></p> <p><small>*단 개인별 차이가 있을 수 있습니다</small></p> <p>항상 어깨, 허리 아프신 부모님</p> <p>구부정한 자세, 거북목있는 분들</p> <p><b>짚은 편두통</b> 침침한 눈을 가진 분들</p>  <p>마사지전 사용 후 승모근 변화</p> <p>BEFORE AFTER</p> <p>마사지전 사용 후 종아리 근육 변화</p> <p>BEFORE AFTER</p>

## 2

## 소비자상담 사례

## [사례1] 홈트레이닝 계약해지 시 잔여기간에 대한 환급 요구

- ▶ A씨는 약 60,000원에 온라인 홈트레이닝 이용계약을 체결함.(계약기간 : 2020. 2. 10. ~ 3. 12.)
- ▶ 2020. 2. 11. 프로그램 이용이 어려워져 업체에 문의하니 환급이 불가능하다고 답변함.
- ▶ A씨는 프로그램을 이용하지 않은 잔여기간에 대한 환급을 요구함.

## [사례2] 소비자 동의 없이 자동결제된 금액 환급 요구

- ▶ B씨는 2020. 2월 초 1주일 간 무료체험을 제공한다는 모바일 앱의 광고 문구를 보고 휴대폰에 앱을 설치한 후, 해당 기간 프로그램을 살펴보았으나, 본인에게 맞지 않는다고 판단하여 이용 중단하기로 함.
- ▶ 앱을 설치할 때 동의한 자동결제가 이루어질까봐 우려되어 앱 내 고객센터에 유료 프로그램은 사용하지 않겠다는 의사를 밝히고 계정 삭제를 요청함. 그 후, 앱은 사용하지 않음.
- ▶ 2020. 6. 10. 매월 55,000원씩 자동결제가 되고 있었음을 확인하여 환급을 요구함.
- ▶ 업체는 고객센터에 계정 삭제에 대한 문의가 등록되었을 때 바로 구독 취소하는 방법을 메일로 안내했으며, 앱스토어에서 직접 구독을 취소해야 한다는 점을 명시했다고 답변함.

## [사례3] 체중 감량 효과가 없는 다이어트 식품 환급 요구

- ▶ C씨는 2019. 11. 21. 광고를 보고 1,050,000원에 다이어트 식품 3개월분을 구입함.
- ▶ 그러나 3개월 복용 후에도 광고 내용과 달리 체중 감량 효과가 전혀 없어 업체에 환급을 요구함.
- ▶ 업체는 C씨가 이미 발송한 식품을 섭취한 상황이기 때문에 대금 환급은 어렵다고 답변함.

※ 자율적인 분쟁 해결이 어려운 경우, 공정거래위원회가 운영하는 전국 단위 소비자상담 통합 콜센터 ‘1372소비자상담센터(국번없이 1372, [www.ccn.go.kr](http://www.ccn.go.kr))’ 또는 ‘행복드림 열린소비자포털(모바일앱, [www.consumer.go.kr](http://www.consumer.go.kr))’을 통해 상담 또는 피해구제를 신청할 수 있다.