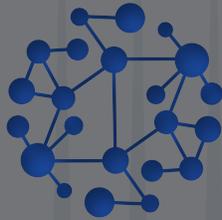
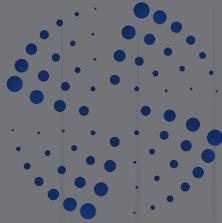


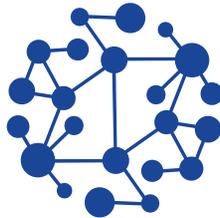
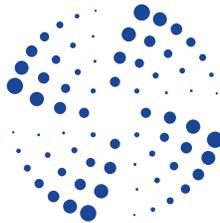
2024

인터넷산업규제 백서



2024

인터넷산업규제 백서



한눈에 보는 2024 인터넷산업

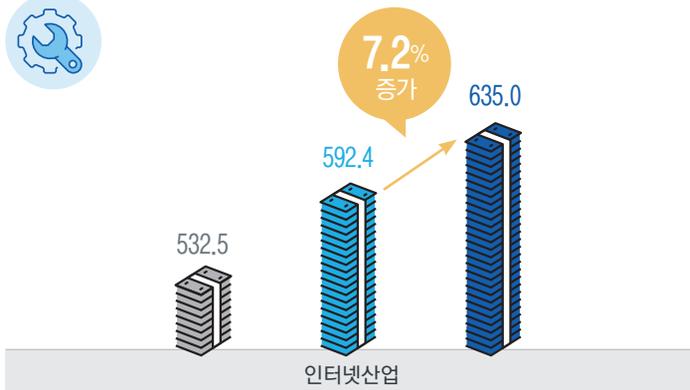
1

미래의 성장동력, 인터넷산업

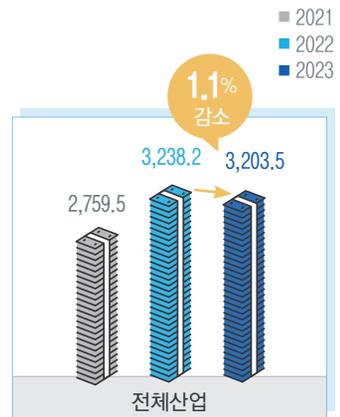
2023년 전체 산업(금융보험업 제외)의 매출액은 3,203.5조 원으로 전년 대비 -1.1% 감소해 하락세로 전환하였으나, 인터넷산업의 매출은 +7.2% 증가하면서 성장세를 유지

2023년 전체 산업의 종사자 수는 2,544.6만명으로 전년 대비 +0.9%로 소폭 증가하였으나, 인터넷산업의 종사자 수는 +13.5%로 크게 증가, 디지털 경제로의 전환과 함께 주요 고용창출 산업으로 자리 잡고 있음

매출액 현황

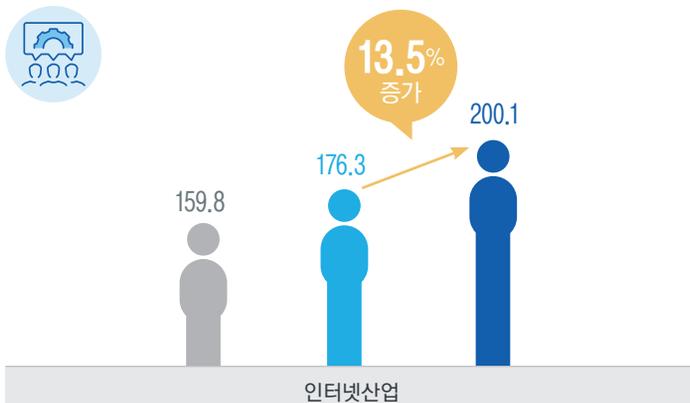


(단위 : 조원)

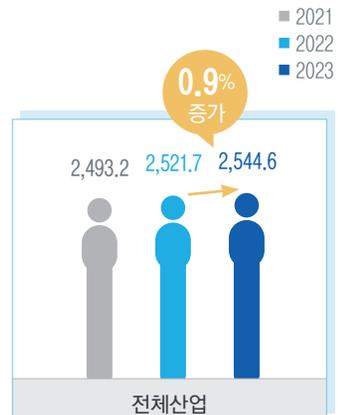


* 금융 및 보험업 제외

종사자 수 현황



(단위 : 만명)



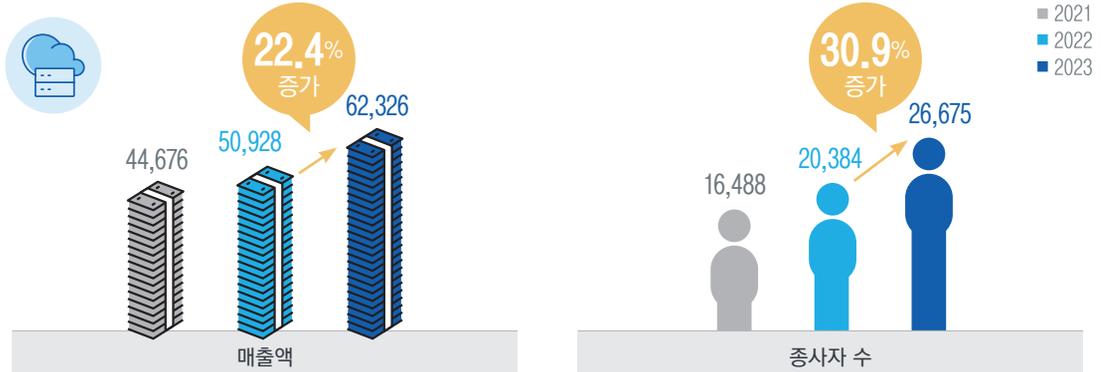
2

주목해야 할 분야

기술 혁신에 따른 시장 수요 변화의 영향으로 클라우드 서비스업, 인공지능 SW 및 서비스, 금융정보 및 자산관리 분야의 매출과 종사자 수의 성장세가 돋보임

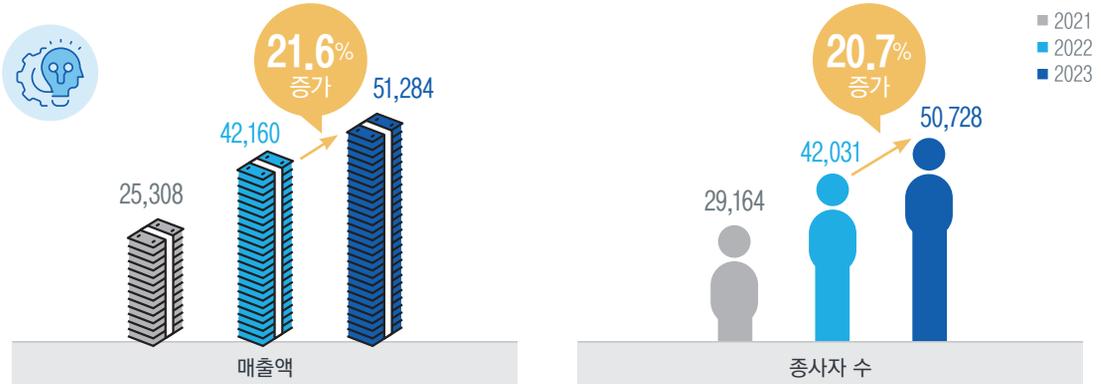
클라우드 서비스업

(단위 : 억원, 명)



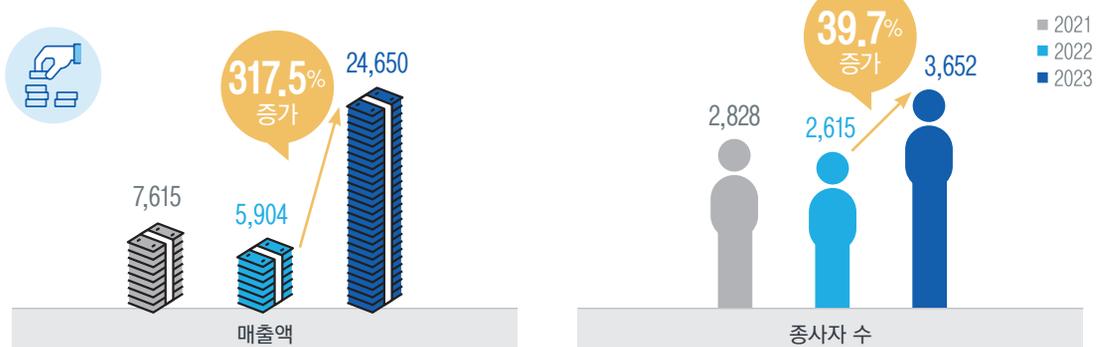
인공지능 SW 및 서비스

(단위 : 억원, 명)



금융정보 및 자산관리

(단위 : 억원, 명)



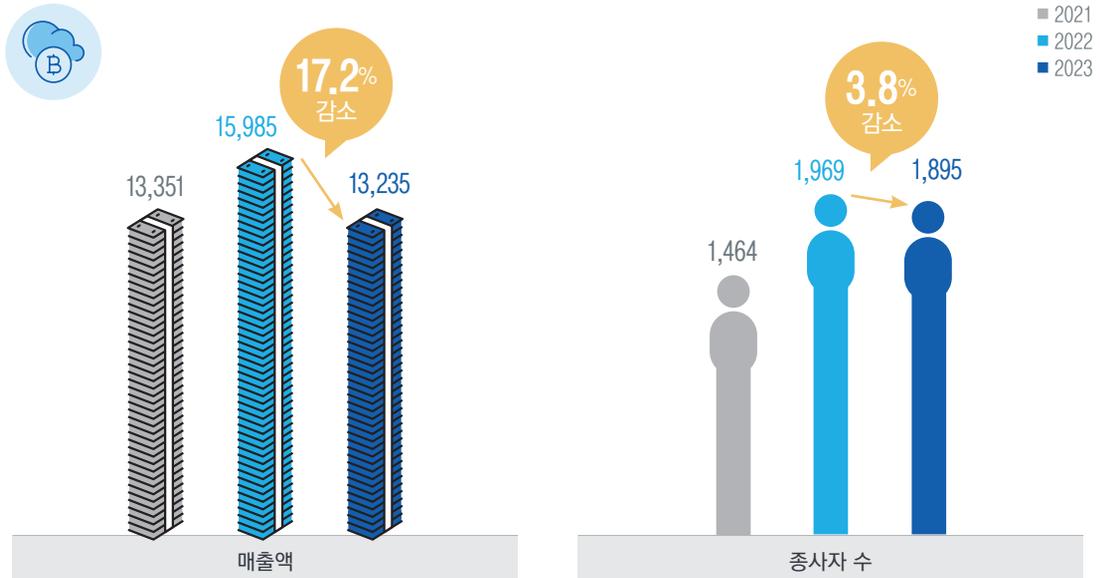
3

성장 둔화, 제도가 발목을 잡나?

시장 환경 변화에 따라 가상자산 매매 및 중개, 결제 및 송금 분야의 매출과 종사자 수가 감소세로 전환

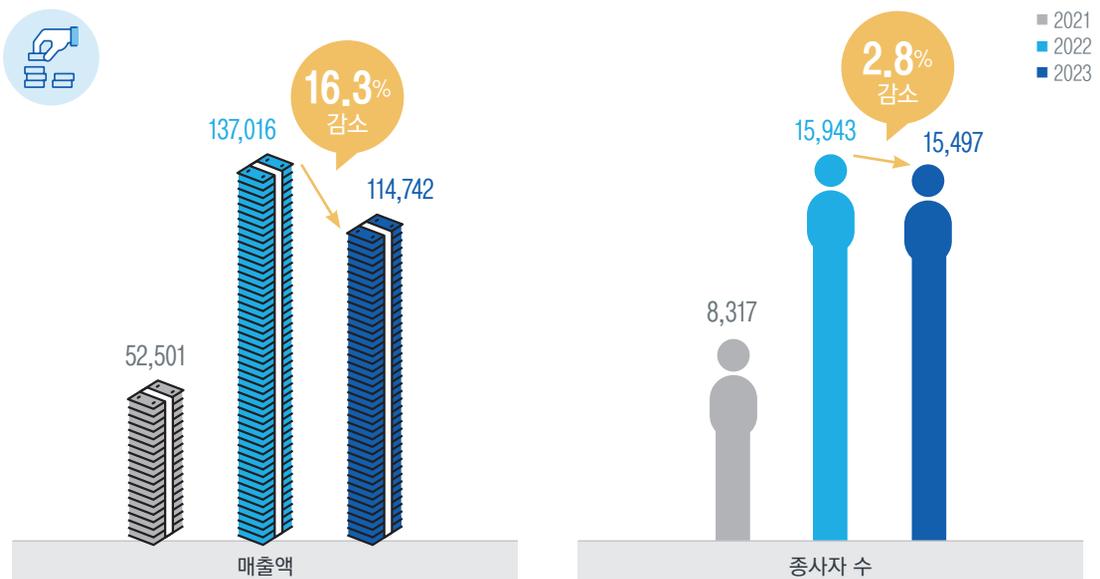
가상자산 매매 및 중개

(단위 : 조원, 명)



결제 및 송금

(단위 : 조원, 명)



2024년, 한국 플랫폼 산업 진단


규제의 벽에 가로막힌
플랫폼 산업

 전문가 D

“성장과 진흥에 대한 언급 없이 폐해에만 집중하는 규제 환경에서 토종 빅테크 기업은 나올 수 없다”

 전문가 J

“플랫폼 산업에 대한 부정적인 전망이 위축효과를 가져와 창의적 아이템을 실제로 구현하기 어렵게 되었다.”

 전문가 I

“현 시점 플랫폼 관련 규제는 플랫폼이 나쁘다는 전제 하에 만들어졌다. 이러한 규제는 당연히 업계를 크게 위축시킨다.”


이해와 철학 없는
플랫폼 산업 규제

 전문가 B

“정부는 혹시 모를 가상적 리스크를 너무 많이 생각한다. 새로운 기술을 잘 모르고 확신이 없기 때문이다.”

 전문가 G

“정부가 플랫폼 산업을 단순히 기존 산업에서 조금 발전된 단계로 이해하다 보니, 플랫폼 산업이 기존 산업을 잡아먹고 있다고 인식하고 있다.”

 전문가 A

“플랫폼에 대한 철학과 목표가 없다 보니 규제 수단 설정에 혼란이 온다. 주체와 방향 없이 표류하는 것이다.”



권한 강화에 몰두하는 정부의 태도

 전문가 B

“강력한 수비 기능을 가진 기관이 혁신적인 제도 변화를 가로막고 있는 형국이다.”

 전문가 G

“한쪽에서 규제를 강화하면 그 반대편에서 산업 진흥을 위해 수위조절을 해줄 필요가 있는데 오히려 규제를 강화하고 있다.”

 전문가 I

“기존 제조 산업 중심으로 돌아가던 규제 기관이 온라인 산업을 새로 규제 대상으로 바라보고 있고, 플랫폼이 새로운 타겟이 되었다.”



내수시장에 갇힌 한국 플랫폼

 전문가 F

“국내 플랫폼 기업이 규모의 경제를 이루려면 해외 진출이 필수적이지만, 현실은 국내시장에서의 고립이 심화되고 있다.”

 전문가 H

“까다로운 한국 소비자의 니즈를 충족하기 위해 고유의 모델을 만들면서 성장한 방식이 결과적으로 글로벌 시장으로의 확장에 한계를 가져왔다.”

2025년, 한국 플랫폼 산업 예측



글로벌 패권 경쟁과
국내 규제의 강화

 전문가 F

“디지털 경제의 핵심인 플랫폼에서의 국제 경쟁 심화는 경제적 보호를 넘어 국가 안보와 사회 안전망 차원에서도 중요한 과제로 인식되고 있다.”

 전문가 E

“현재 발의되어 있는 여러 법안들이 2025년에는 통과될 것으로 보여, 산업에는 부정적인 영향을 줄 것이다.”

 전문가 H

“플랫폼 규제가 오래 논의되었음에도 골격에 큰 변화가 없다. 현 상태로 법이 제정되었을 때 피해는 산업과 소비자에 전가될 것이다.”



플랫폼에 대한
역기능 중심의 인식

 전문가 C

“미래 서비스 산업은 플랫폼을 통해 전개될 것이다. 플랫폼이 결국 향후 일자리를 만들어내는 산업인데 그 부분을 간과하는 것 같다.”

 전문가 D

“사람들에게 서비스 개선은 혁신으로 인정받지 못하고 있다. 이러한 인식이 바뀌지 않으면 우리나라에서는 혁신적 생태계가 구현되긴 어렵다.”

 전문가 I

“플랫폼의 순기능은 보지 않고 역기능에만 초점을 맞추는 경향은 20년간 변화가 없는 것 같다. 오히려 산업계 입장에서는 더 열악해지고 있는 듯 하다.”

한국, 무엇이 변해야 할까?



전문가 F

“플랫폼은 앞으로 산업의 총집합이 될 것이다. 플랫폼 문제를 넓게 보면 결국 우리 미래를 좌우하는 산업일 수 밖에 없다.”

전문가 G

“잘 키워낸 자국 플랫폼이 있음에도 플랫폼 산업에 대한 부정적인 시선 때문에 미래 먹거리를 키우지 못하고 있다.”

전문가 I

“플랫폼 중심 경제로의 진입이 가속화되는데 오히려 플랫폼 산업의 입지는 축소되고 있다.”

규제 완화와
정부 차원의 총체적 대응을 통해
산업 전반의 혁신 잠재력 현실화



정부 및 규제당국

- 단기적 대응을 넘어 장기적 비전으로 시장 신뢰 및 시장에 대한 몰이해 개선
- 산업에 대한 인식 전환을 통한 새로운 정책 프레임 구축



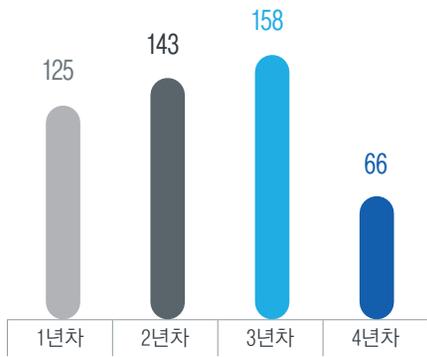
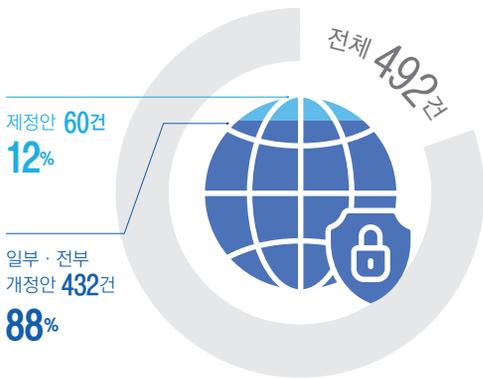
일반 대중

- 플랫폼의 중요성과 긍정적 인식 강화
- 기술에 대한 불안감을 줄이고 혁신 필요성 공감

21대 국회 인터넷산업규제 입법 경향

법안 발의 현황

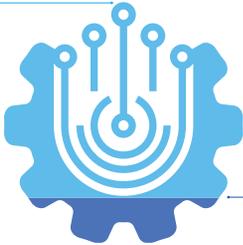
21대 국회 전체 임기(2020/6~2024/5) 동안 발의된 평가대상 입법안총 492건, 연 평균 123건



21대 국회 임기의 인터넷산업규제 법안 법률 반영률은 19%로 21대 국회 전체 법안의 반영률인 31%에 크게 미치지 못함

인터넷산업규제법안

법률 미반영
397건, 81%



법률 반영
95건, 19%

21대 국회 전체 법안

법률 미반영
16,779건, 69%

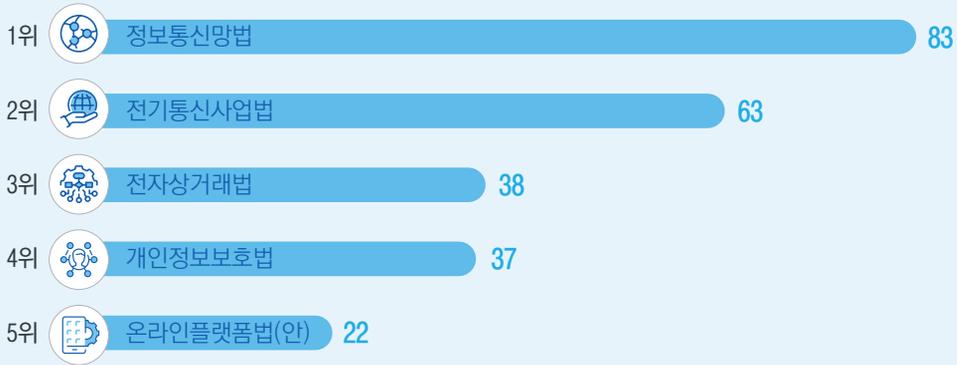


법률 반영
7,707건, 31%

인터넷산업규제 주요 5개 법률안의 반영율은 17%로 그 외 법률안의 반영률(22%)보다 낮았음

법안 발의 건수 상위 5개 법률

*플랫폼 거래/독점규제 법안을 동일한 법률로 간주하였음



주요 5개 법률안

법률 미반영

202건, 83%

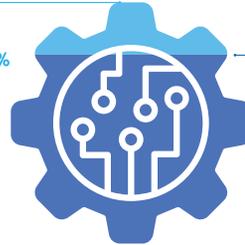


법률 반영
41건, 17%

기타 법률안

법률 미반영

195건, 78%



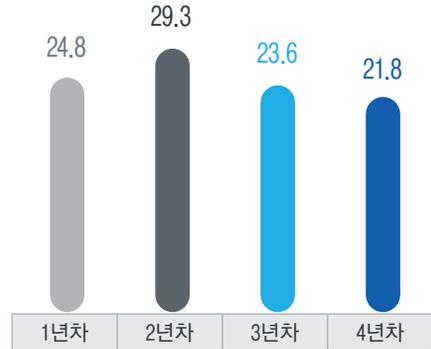
법률 반영
54건, 22%

입법평가 결과

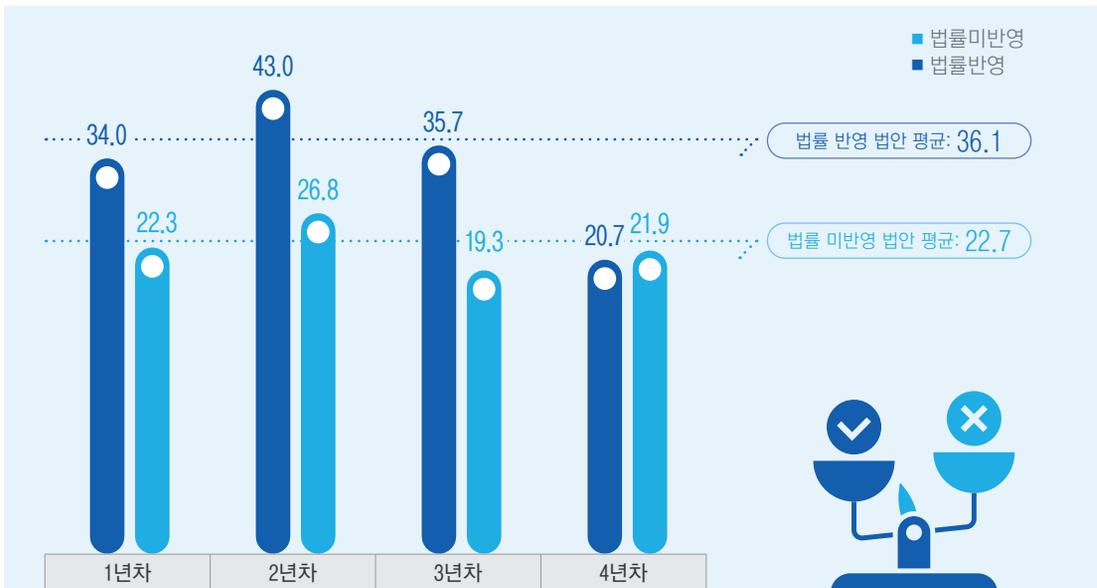
21대 국회 전체 임기에 걸친 인터넷산업규제 입법평가 결과 100점 만점에 평균 25.3점으로 중하위 수준이며, 특히 임기 후반부에 더 저조한 성적을 보임



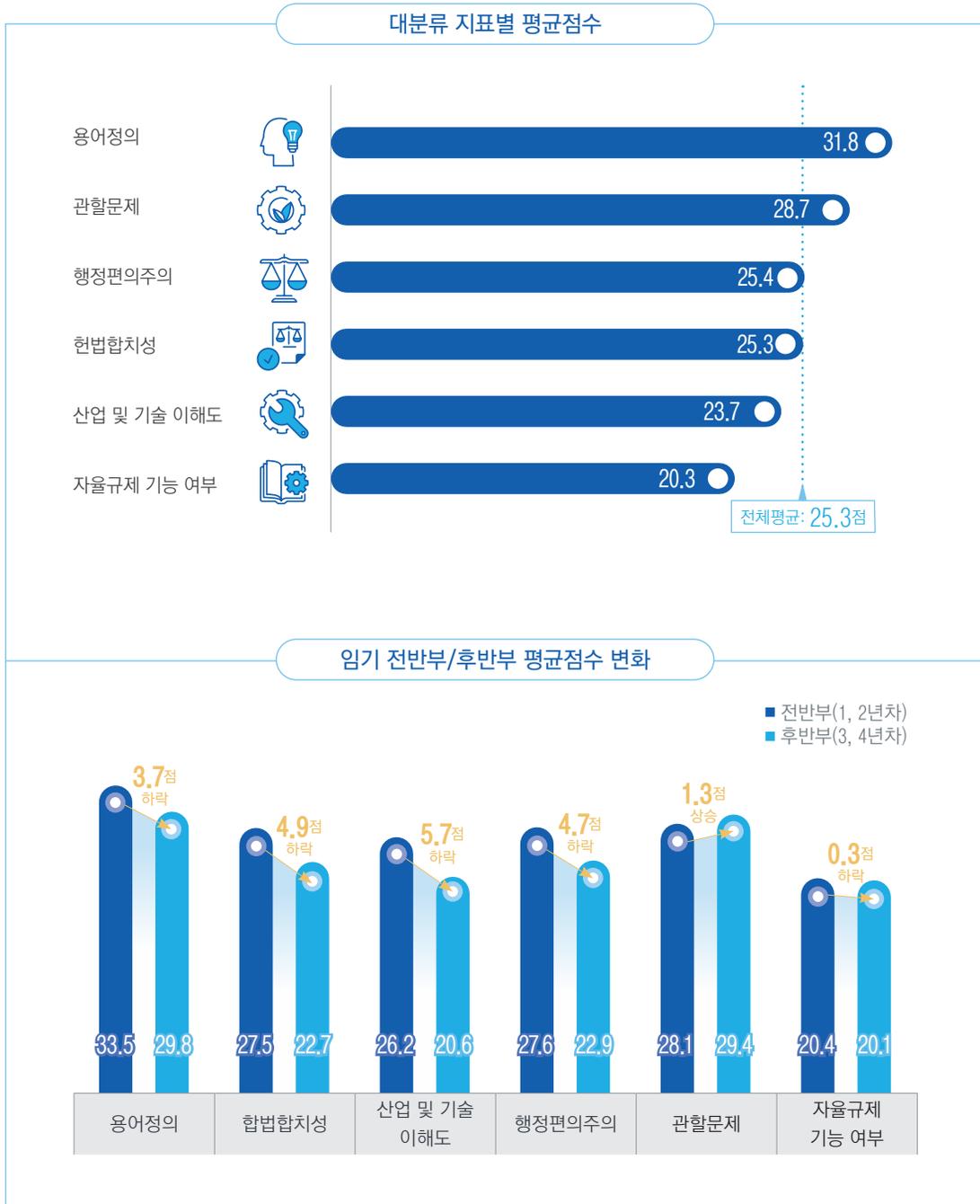
연차별 점수 변화



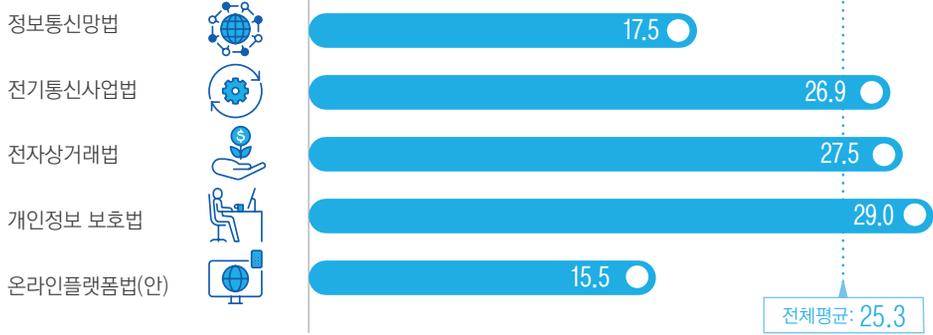
법률에 반영된 95건의 법안은 평균 **36.1** 점, 미반영된 397건의 법안은 평균 **22.7**점으로, 더 긍정적으로 평가된 법안이 법률에 반영될 확률이 더 높음



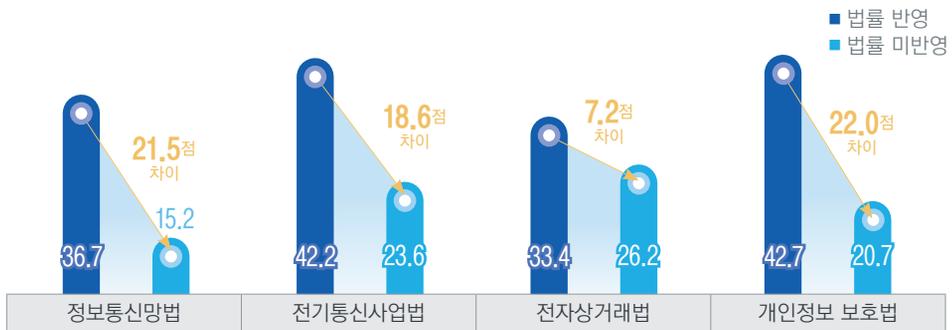
대분류 지표별 평가 결과를 보면 대부분의 항목에서 전반부 대비 후반부의 점수 하락이 있었으며, <자율규제 가능 여부> 항목은 전반부와 후반부 모두 20점대의 매우 낮은 평가결과를 유지함



주요 5개 법률안 평균 점수

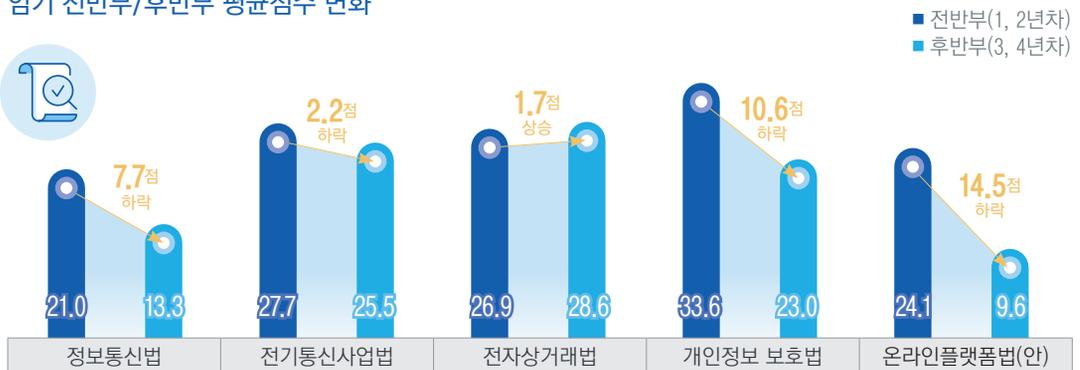


법률 반영 여부에 따른 평균 점수 비교



주요 5개 법률 중 가결된 법안이 없는 온라인플랫폼법(안)을 제외한 4개 법안 모두 법률에 반영되지 않은 법안이 반영된 법안보다 저조한 평가를 받았음
전자상거래법을 제외한 대부분의 법안이 임기 전반부보다 후반부에 크게 점수가 하락함

임기 전반부/후반부 평균점수 변화





발간사

2024년, 디지털산업은 그 어느 때보다 복잡하고 급변하는 환경 속에서 중대한 갈림길에 서 있습니다.

인공지능 기술의 급속한 진화, 미국과 중국의 기술 패권 경쟁 심화, 유럽연합의 디지털 규제 강화, 그리고 트럼프 행정부의 재등장 등 세계 정세의 빠른 전환은 국내 디지털산업에도 커다란 파장을 예고하고 있습니다. 이러한 변화는 산업의 경쟁 조건은 물론, 디지털 주권과 법·제도적 환경에도 직접적인 영향을 미치고 있습니다.

국내의 상황 또한 녹록지 않습니다. 우리 디지털산업은 여전히 혁신을 도모하고 있음에도, 산업에 대한 신뢰 부족과 제도적 오해 속에서 다양한 규제 입법이 지속적으로 추진되고 있습니다. 플랫폼 산업은 이미 기존 산업 간 경계를 넘어선 새로운 질서를 형성하고 있음에도 불구하고, 이를 규정하려는 법과 제도의 프레임은 여전히 과거에 머물러 있는 경우가 많습니다. 우리는 이제, 단편적이고 사후적인 규제가 아닌, 구조적이고 미래지향적인 규제 체계에 대한 논의로 나아가야 할 때입니다.

이에 한국인터넷기업협회는 매년 『인터넷산업규제 백서』를 통해 디지털산업의 현황과 규제 환경을 면밀히 진단해왔습니다. 올해 백서는 지난 분석을 기반으로, 산업의 구조적 변화와 입법 흐름을 보다 입체적으로 조망하였습니다.



2024년 백서는 다음과 같은 4개의 장으로 구성되었습니다. 첫 번째 장은 ‘인터넷산업 현황’으로, 2023년 통계를 추가하여 국내 디지털산업의 규모와 변화를 분석하였습니다. 두 번째 장은 ‘인터넷산업 전문가 인식조사’로, 디지털산업 분야 국내 저명 학자 10인의 인터뷰를 통해 2024년 한해를 평가하고 전망을 논의하였습니다. 세 번째 장 ‘인터넷산업 주요 규제 동향’에서는 각 분야 전문가들이 직접 집필한 기고문을 통해 국내외 규제 이슈를 심층적으로 분석하였으며, 마지막 네 번째 장 ‘21대 국회 인터넷산업규제 입법 경향 분석’은 지난 3년간 축적한 입법 평가 데이터를 종합적으로 정리한 결과물로, 규제의 방향성과 제도적 한계를 구체적으로 서술하고자 했습니다.

디지털산업은 여전히 거대한 변화의 흐름 한가운데에 있습니다. 규제는 산업의 질서를 세우는 도구이자, 동시에 그 생태계를 가늠하는 기준이기도 합니다. 본 백서가 디지털산업의 건강한 성장을 위한 균형 잡힌 논의의 출발점이 되기를 기대합니다.

끝으로 귀한 시간을 내어 백서 제작에 참여해주신 ‘인터넷산업규제 입법평가위원회’ 평가위원을 비롯한 각계 전문가 여러분께 깊은 감사를 드립니다. 이번 백서가 대한민국 디지털산업에 대한 깊이 있는 이해를 도모하고, 새로운 시대를 위한 제도 설계에 실질적인 기여를 할 수 있기를 바랍니다.

2025년 봄
한국인터넷기업협회 회장 **박성호**

CHAPTER

1

인터넷산업 현황

제1절 인터넷산업의 구조와 분류체계	26
1. 인터넷산업의 기본 구조	26
2. 인터넷산업 분류체계	27
제2절 인터넷산업 현황	31
1. 인터넷산업 규모	31
2. 인터넷산업 세부현황	37
제3절 결과종합 및 시사점	73

CHAPTER

2

2024 인터넷산업 전문가 인식조사

제1절 조사 개요	78
1. 조사 배경 및 목적	78
2. 조사 대상 및 방법	79
3. 분석 방법	80
제2절 조사 결과	82
1. 2024년 인터넷 산업 현황 진단	82
2. 2025년 이후 플랫폼 산업 예측	89
3. 문제 해결 방안	94
제3절 시사점 및 제언	98

CHAPTER

3

2024 인터넷산업 주요 규제 동향

제1절 온라인 플랫폼 규제 논의 동향과 향후 정책 방향	102
1. 국내 플랫폼 규제 논의의 배경	102
2. 플랫폼 규제 관련 정부의 추진 동향	106
3. 제22대 국회(2024.4.10.-현재)의 플랫폼 규제 법안의 쟁점 및 동향	109
4. 시사점 및 향후 정책 방향	111

제2절 개인정보 보호법 시행령 개정이 가져올 영향과 과제 - “개인정보 전송요구권”을 중심으로	114
1. 서론	114
2. 개인정보 전송요구권 관련 시행령안 및 수정안 주요내용	116
3. 쟁점과 해결 과제	120
4. 마무리	127
제3절 AI 기술과 규제 동향: 안전성과 제도적 과제를 중심으로	128
1. 서론	128
2. AI 기술 동향 : AI 기술의 최근 발전	129
3. AI 규제의 주요 이슈와 도전과제	131
4. 국내외 AI 규제 동향	133
5. 결론: AI 기술과 규제, 도전과 기회 사이의 균형	139

CHAPTER

4

제21대 국회 인터넷산업규제 입법 경향 분석

제1절 평가 개요	146
1. 인터넷산업규제 입법평가 배경 및 현황	146
2. 평가 방식 및 지표	148
제2절 입법 현황 및 평가 결과	155
1. 제21대 국회 인터넷산업규제 입법 현황	155
2. 입법평가 결과 분석	161
제3절 제21대 국회 입법평가 총평 및 시사점	182
1. 현행 인터넷산업규제 입법의 한계	182
2. 제22대 국회를 위한 입법체계 개선 방향	183

참고문헌	참고문헌	186
-------------	------	-----

부록	1. 인터넷산업 분류	196
	2. 인터넷산업 규모표	204
	3. 인터넷산업규제 입법평가 대상 법안 목록	208

표 목차

〈표 1-1-1〉 인터넷산업의 기본 구조	27
〈표 1-1-2〉 인터넷산업 분류체계 세부 구성 및 설명	29
〈표 1-2-1〉 산업별 매출액 현황	32
〈표 1-2-2〉 산업별 종사자 수 현황	33
〈표 1-2-3〉 인터넷산업 매출액 현황	35
〈표 1-2-4〉 인터넷산업 종사자 수 현황	36
〈표 1-2-5〉 디지털 기반산업 매출액 현황	38
〈표 1-2-6〉 디지털 기반산업 종사자 수 현황	39
〈표 1-2-7〉 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 매출액 현황	41
〈표 1-2-8〉 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 종사자 수 현황	42
〈표 1-2-9〉 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 매출 현황	43
〈표 1-2-10〉 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 종사자 수 현황	44
〈표 1-2-11〉 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 매출 현황	45
〈표 1-2-12〉 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 종사자 수 현황	47
〈표 1-2-13〉 디지털 및 실물경제 결합산업 매출 현황	49
〈표 1-2-14〉 디지털 및 실물경제 결합산업 종사자 수 현황	50
〈표 1-2-15〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 매출 현황	51
〈표 1-2-16〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 종사자 수 현황	52
〈표 1-2-17〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 소매업) 매출 현황	53
〈표 1-2-18〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 매출 현황	56
〈표 1-2-19〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 종사자 수 현황	57
〈표 1-2-20〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 매출 현황	60

〈표 1-2-21〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 종사자 수 현황	61
〈표 1-2-22〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 (디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 매출 현황	62
〈표 1-2-23〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 (디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 종사자 수 현황	63
〈표 1-2-24〉 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 매출 현황	64
〈표 1-2-25〉 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 종사자 수 현황	66
〈표 1-2-26〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 매출 현황	67
〈표 1-2-27〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 종사자 수 현황	69
〈표 3-1-1〉 공정거래위원회가 발표한 플랫폼 규제 입법 방향(2024.9.9.일자)	108
〈표 3-1-2〉 제22대 국회 정무위원회에 발의된 플랫폼 규제 법률안	110
〈표 3-2-1〉 주요 내용	117
〈표 4-1-1〉 인터넷산업규제 입법평가 체크리스트 세부 평가 항목별 기준 (2024년 기준)	150
〈표 4-2-1〉 평가 대상 법률 현황	156
〈표 4-2-2〉 인터넷산업규제 법안과 21대 국회 전체 법안의 처리 유형별 빈도	159
〈표 4-2-3〉 주요 5개 법률의 법안과 기타 법안의 처리 유형별 빈도	160
〈표 4-2-4〉 21대 국회 인터넷산업규제 입법평가 대상 법안 기초통계	161
〈표 4-2-5〉 21대 국회 연차별 법안 기초통계	162
〈표 4-2-6〉 법률 반영 여부에 따른 평가 결과 비교	163
〈표 4-2-7〉 법률 반영 여부에 따른 대분류별 평가 결과 비교	166
〈표 4-2-8〉 대분류별 평가 결과 연차별 변화	167
〈표 4-2-9〉 법률 반영 여부에 따른 소분류별 평가 결과 비교	170
〈표 4-2-10〉 소분류별 평가 결과 상, 하반기 변화	171
〈표 4-2-11〉 주요 5개 법률안 평가 결과 및 법률 반영 현황	172

그림
목차

<그림 1-2-1> 산업별 전년대비 매출액 변화	32
<그림 1-2-2> 산업별 전년대비 종사자 수 변화	34
<그림 1-2-3> 인터넷산업 전년대비 매출액 변화	35
<그림 1-2-4> 인터넷산업 전년대비 종사자 수 변화	36
<그림 1-2-5> 디지털 기반산업 전년대비 매출액 변화	38
<그림 1-2-6> 디지털 기반산업 전년대비 종사자 수 변화	40
<그림 1-2-7> 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 전년대비 매출액 변화	41
<그림 1-2-8> 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 전년대비 종사자 수 변화	42
<그림 1-2-9> 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 전년대비 매출 변화	43
<그림 1-2-10> 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 전년대비 종사자 수 변화	44
<그림 1-2-11> 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 전년대비 매출 변화	46
<그림 1-2-12> 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 전년대비 종사자 수 변화	47
<그림 1-2-13> 인공지능 SW 및 서비스 매출액과 종사자 수(2020~2023)	48
<그림 1-2-14> 디지털 및 실물경제 결합산업 전년대비 매출 변화	49
<그림 1-2-15> 디지털 및 실물경제 결합산업 전년대비 종사자 수 변화	50
<그림 1-2-16> 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 전년대비 매출 변화	51
<그림 1-2-17> 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 전년대비 종사자 수 변화	52
<그림 1-2-18> 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 소매업) 전년대비 매출 변화	54
<그림 1-2-19> 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 소매업) 판매매체별 매출액 비중	55

Contents

〈그림 1-2-20〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 전년대비 매출 변화	57
〈그림 1-2-21〉 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 전년대비 종사자 수 변화	58
〈그림 1-2-22〉 온라인 오프라인 결합산업(O2O) 종사자 수 현황(2023년)	59
〈그림 1-2-23〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 전년대비 매출 변화	60
〈그림 1-2-24〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 전년대비 종사자 수 변화	61
〈그림 1-2-25〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 (디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 전년대비 매출 변화	62
〈그림 1-2-26〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 (디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 전년대비 매출 변화	63
〈그림 1-2-27〉 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 전년대비 매출 변화	65
〈그림 1-2-28〉 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 전년대비 종사자 수 변화	66
〈그림 1-2-29〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 전년대비 매출 변화	68
〈그림 1-2-30〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 전년대비 종사자 수 변화	69
〈그림 1-2-31〉 금융정보 및 자산관리 매출 및 종사자 수	70
〈그림 1-2-32〉 인터넷전문은행 매출 및 종사자 수	72
〈그림 1-3-1〉 연간 AI 인력 부족 현황	74
〈그림 1-3-2〉 AI 부문별 부족 인력(2023년)	75
〈그림 3-1-1〉 2019년-2023년 연간 매출 증감률(%) 추이	103
〈그림 3-2-1〉 허가사업자와 비(非)허가사업자의 법적 성격의 차이	120
〈그림 3-2-2〉 대상정보의 해외이전	122
〈그림 3-2-3〉 대상정보의 광범위성, 포괄성	123
〈그림 4-1-1〉 인터넷산업규제 입법평가 과정	147

그림
목차

〈그림 4-1-2〉 인터넷산업규제 입법평가 과정	148
〈그림 4-1-3〉 평가지표 대분류 및 소분류 구성	149
〈그림 4-2-1〉 21대 국회 평가 대상 법안의 연차별 발의 수	157
〈그림 4-2-2〉 주요 법률의 연차별 발의 수	158
〈그림 4-2-3〉 인터넷산업규제 법안과 21대 국회 전체 법안의 처리 비율 비교	159
〈그림 4-2-4〉 주요 5개 법률의 법안과 기타 법안의 처리 비율 비교	160
〈그림 4-2-5〉 21대 국회 인터넷산업규제 입법평가 점수 분포	161
〈그림 4-2-6〉 21대 국회 연차별 평균 점수 변화	162
〈그림 4-2-7〉 연차별 법률 반영 법안과 미반영 법안의 평균 비교	164
〈그림 4-2-8〉 대분류 지표 설정 방향	165
〈그림 4-2-9〉 대분류 지표별 평균 점수	165
〈그림 4-2-10〉 21대 국회 임기 전반부와 후반부의 대분류 지표별 평균 점수 변화	168
〈그림 4-2-11〉 소분류 지표별 평균 점수	169
〈그림 4-2-12〉 법률 반영 여부에 따른 주요 법률의 평균 점수 비교	173
〈그림 4-2-13〉 21대 국회 임기 전반부와 후반부의 주요 법률 평균 점수 변화	174
〈그림 4-2-14〉 정보통신망법 개정안 대분류별 평가 결과	175
〈그림 4-2-15〉 정보통신망법 개정안 소분류별 평가 결과	175
〈그림 4-2-16〉 전기통신사업법 개정안 대분류별 평가 결과	176
〈그림 4-2-17〉 전기통신사업법 개정안 소분류별 평가 결과	177
〈그림 4-2-18〉 전자상거래법 개정안 대분류별 평가 결과	178
〈그림 4-2-19〉 전자상거래법 개정안 소분류별 평가 결과	178
〈그림 4-2-20〉 개인정보 보호법 개정안 대분류별 평가 결과	179
〈그림 4-2-21〉 개인정보 보호법 개정안 소분류별 평가 결과	180
〈그림 4-2-22〉 온라인플랫폼법(안) 대분류별 평가 결과	180
〈그림 4-2-23〉 온라인플랫폼법(안) 소분류별 평가 결과	181





인터넷산업 현황

제1절

인터넷산업의 구조와
분류체계

제2절

인터넷산업 현황

제3절

결과종합 및 시사점

제1 절

인터넷산업의 구조와 분류체계

1. 인터넷산업의 기본 구조

인터넷산업은 단순히 온라인상의 활동에 국한되지 않고, 디지털 환경을 기반으로 다양한 산업 분야에 걸쳐 연결되고 융합되는 모든 활동을 포괄한다. 인터넷산업은 인터넷을 통해 실시간 정보와 서비스를 교환하며 이루어지는 전통적인 전자상거래, 소셜 네트워킹, 콘텐츠 스트리밍 등 다양한 분야에서부터 최신 디지털 기술을 접목한 네트워크 솔루션 및 컨설팅 서비스에 이르기까지 그 범위가 매우 광범위하다.

특히, 전 세계적인 디지털 전환의 가속화와 함께 기업과 공공기관, 개인 사용자가 디지털 환경에서 효율성을 극대화하기 위해 기존의 오프라인 활동을 온라인으로 전환하거나 확장하면서 인터넷 산업의 영역이 지속적으로 확대되고 있다. 예를 들어, 클라우드 컴퓨팅, 인공지능, 빅데이터 분석과 같은 첨단 기술이 인터넷 기반 서비스에 융합되면서 새로운 비즈니스 모델과 산업 생태계가 탄생하고 있으며, 이는 전통산업에도 큰 변화를 불러일으키고 있다.

인터넷산업의 구조는 크게 인터넷 활용의 기반이 되는 각종 기술 및 인프라를 제공하는 '기반산업'과, 인터넷 환경을 통해 직접 서비스를 공급하고 사업을 영위하는 '응용산업'으로 나누어 볼 수 있다. 기반산업은 네트워크 인프라, 클라우드 컴퓨팅, 데이터 센터, 보안 솔루션 등과 같은 디지털 인프라와 플랫폼을 제공하여, 실질적인 인터넷 서비스가 안정적으로 운영될 수 있도록 뒷받침한다.

한편, 응용산업은 기반산업을 바탕으로 구체적인 상품과 서비스를 제공하며, 다시 실물경제와

경합된 전자상거래, O2O서비스, 물류·유통 플랫폼, 게임, 스트리밍, 디지털 콘텐츠 산업 등으로 구분할 수 있다. 최근 디지털 전환의 가속화와 함께 인공지능, 메타버스, 블록체인 등의 새로운 기술들이 융합되면서 기반산업과 응용산업의 경계가 더욱 모호해지고 다양한 융합형 비즈니스 모델이 등장하고 있다. 이러한 중요한 논의들을 바탕으로 인터넷산업의 기본 구조를 <표 1-1-1>에 정리하고 있다.

표 1-1-1. 인터넷산업의 기본 구조

구분	디지털 기반산업	디지털 및 실물경제 결합산업	디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업
기본 특성	인터넷 활용의 기반 제공	인터넷을 활용한 서비스 제공	
설명	인터넷산업의 기반이 되는 하드웨어, 네트워크 및 관련 기술·컨설팅 외 기타 솔루션 제공 산업	디지털 플랫폼과 디지털화되지 않은 시장을 결합한 형태로, 거래는 온라인으로 이루어지나 실제 소비는 오프라인에서 이루어지는 산업	디지털화된 정보, 콘텐츠, 디지털 자산 등을 대상으로, 거래와 소비 모두 디지털로 이루어지는 산업

2. 인터넷산업 분류체계

인터넷산업 분류체계는 디지털 기반산업, 디지털 및 실물경제 결합산업, 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업을 대분류로 하고, 인터넷을 활용한 다양한 세부 산업 분야를 각 분류에 따라 구분하여 중·소분류를 구축하였다. 디지털 기반산업은 인터넷을 통한 거래 및 소비가 이루어질 수 있게 하는 산업 생태계의 기반이 되는 산업 전반을 포함한다. 디지털 및 실물경제 결합산업은 인터넷 환경에서 디지털화된 정보를 통해 거래가 이루어지나 실질적인 소비는 대면환경에서 이루어지는 산업이며, 그와 대비되게 소비까지 디지털로 이루어지는 산업은 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업으로 분류되고 있다.

1) 디지털 기반산업

디지털 기반산업은 인터넷산업 활동의 토대를 마련하는 하드웨어와 소프트웨어, 그리고 관련 기술 및 컨설팅을 제공하는 산업을 포괄한다. 세부적으로는 컴퓨터와 네트워크 장비 등 통신 접속용 기기와 이를 연결하는 통신망 서비스, 인터넷 활용을 가능하게 하는 웹·서버 호스팅 서비스와 클라우드 산업(IaaS, Paas, SaaS 등), 그리고 최신 기술을 반영한 서비스가 포함된다. 그 외에도, 관련 소프트웨어 및 솔루션 개발과 IT 컨설팅을 제공하는 기타 디지털 기술 제공산업이 포함된다.

2) 디지털 및 실물경제 결합산업

디지털 및 실물경제 결합산업은 거래 당사자 간의 정보교환과 계약 체결은 디지털 환경에서 진행되지만, 실제 거래나 서비스 제공은 오프라인 환경에서 이루어지는 산업을 의미한다. 이에 해당하는 산업에는 인터넷을 통해 상품 정보 탐색과 결제까지 이루어지는 온라인 기반 상품 거래업과, O2O(Online to Offline) 비즈니스 모델을 활용하여 온라인과 오프라인이 결합된 서비스 제공업이 포함된다. 온라인 기반 상품 거래업은 전통적인 온라인쇼핑몰 및 입점업체들을 포함하며, 디지털과 실물경제의 결합은 배달, 예약, 위치기반 서비스 등 오프라인 상거래 및 서비스 영역으로 확대되고 있다.

3) 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업

디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업은 정보의 생성, 유통, 소비, 그리고 자산 거래가 전 과정 디지털 환경에서 이루어지는 산업을 의미한다. 해당 분류에는 주요 포털서비스와 검색엔진, 광고를 통한 수익 창출 플랫폼, 그리고 개인 간 정보교류가 활성화된 소셜미디어가 포함된다. 또한, 온라인 만화, 애니메이션, 영화, 음악, 게임 등 다양한 디지털 콘텐츠의 제작 및 유통, 그리고 OTT, 스트리밍 서비스 등 디지털 미디어 서비스가 포함된다. 아울러, 모바일 환경의 발전과 함께 확산된 디지털 금융산업(인터넷전문은행, 간편결제·송금서비스, 가상자산거래소 등) 및 신형 디지털 자산 거래 서비스가 포함된다.

표 1-1-2. 인터넷산업 분류체계 세부 구성 및 설명

대분류	중분류	설명	해당 분야 예시	자료 출처 ¹
디지털 기반산업	인터넷 접속 기기 및 네트워크	각종 인터넷 관련 부품·기기 제조 및 넓게 분산되어 있는 컴퓨터 시스템, 프로그램 또는 데이터의 각종 자원을 통신망을 거쳐 이용함을 목적으로 하는 산업활동	컴퓨터, 네트워크 장비, 무선통신시스템, IoT 기기, 인공지능 기기, VR/AR 전용 기기, 초고속망 서비스, 인터넷접속 서비스, 부가네트워크 서비스 등	ICT주요품목동향조사, ICT인력동향실태조사, 사물인터넷실태조사, 인공지능산업실태조사, 가상증강현실실태조사, 클라우드실태조사, 공간정보산업조사, 데이터산업현황조사, 블록체인산업실태조사, 콘텐츠산업조사, 이력산업실태조사, 국내정보보호산업실태 조사 등
	호스팅 및 클라우드 산업	웹 호스팅 서비스, 서브 호스팅 서비스, 코로케이션 서비스, 스트리밍 서비스 등의 호스팅 서비스를 제공하는 산업활동 및 하드웨어·소프트웨어 등 IT 자원을 직접 구축·운영하지 않고 네트 워크에 접속하여 이용할 수 있도록 하는 정보처리 서비스 산업활동	호스팅 및 인터넷 관리 서비스(카페24, 아이비호스팅, 후이즈 등), 클라우드 인프라 및 플랫폼 서비스(네이버클라우드, SAP코리아, 가비아 등)	
	기타 디지털기술 제공산업	인터넷 접속기기 및 네트워크, 호스팅 및 클라우드 산업을 제외한 기타 디지털기술 제공 산업활동	IoT·AI·VR·AR 등의 SW 개발 및 서비스, 관련 솔루션 및 컨설팅, 정보보안 시스템 등	
디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품 거래업	일반 대중을 대상으로 개인 또는 소규모 업체가 온라인상에서 직접 상품을 등록해 판매할 수 있도록 전자상거래 중개업무를 담당하는 산업활동 및 PC·모바일을 기반으로 직접 상품을 판매하는 산업활동	소셜 커머스(공동 구매형 전자상거래 중개), 전자상거래 소매 중개(오픈마켓 사업자), 온라인쇼핑몰을 통해 거래 되는 상품(가전, 도서, 패션, 식품 등) 판매업	서비스업조사, 전국사업체조사, 온라인쇼핑동향조사, O2O서비스산업시장 조사 등
	온라인 오프라인 결합산업 (O2O)	온라인 오프라인 결합 비즈니스를 제공하는 산업활동 및 플랫폼에 등록하여 사업을 영위 중인 기업체가 물품·서비스를 제공하는 산업활동	O2O서비스 플랫폼 (배달의민족, 쿠팡이츠, 요기요, 야놀자, 여기어때, 당근마켓, 직방, 카카오T 등), O2O 서비스 제휴사 및 가맹점의 매출액(외식업, 숙박업, 운송업, 소매업 등)	

1 각 공인 통계는 조사시점을 기준으로 최신의 자료를 사용함, 각 조사별로 2023년도의 자료가 미발표되거나 예측치만 공개되었을 경우에는 현시점의 최신 자료를 활용하여 예측치를 반영하고, 차년도 백서에서 이를 보완한 확정치로 변경함

대분류	중분류	설명	해당 분야 예시	자료 출처 ¹
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털화된 방법으로 거래·소비될 수 있는 제품군의 콘텐츠를 제작·제공· 서비스하는 산업활동 및 인터넷을 기반으로 디지털화된 각종 정보를 제공하고 그에 수반된 데이터 혹은 광고 수익을 얻는 산업활동	온라인 만화, 애니메이션, 영화, 음악 등 디지털 콘텐츠의 제작 및 서비스업, 게임 제작 및 배급업, 소셜미디어(네이버밴드, 카카오스토리 등), 포털서비스(네이버, 다음 등)	콘텐츠산업조사, 공간정보산업조사, 데이터산업현황조사, 이러닝산업실태조사, 가상증강현실실태조사, 핀테크기업편람, 은행통계정보시스템 등
	디지털 금융산업	디지털기술을 응용한 금융상품 또는 서비스를 제공하는 산업활동	인터넷전문은행 (카카오뱅크, 토스뱅크 등), 가상자산거래소 (업비트, 빗썸 등), 간편결제·송금서비스 (카카오페이, NHN 페이코 등)	

제2절

인터넷산업 현황

1. 인터넷산업 규모

2023년 인터넷산업의 매출액은 635.0조 원으로 집계되었으며, 이는 전체 산업(금융보험업 포함)에서 14.8%의 비중을 차지하는 수치이다. 2022년에는 592.4조 원으로 13.3%의 비중을 기록했으며, 1.5%p 증가하면서 인터넷산업의 산업 내 영향력이 더욱 확대되고 있음을 보여준다.

인터넷산업의 매출은 2022년 대비 7.2% 증가하며, 지속적인 성장세를 유지하고 있다. 이는 온라인 플랫폼, 디지털 콘텐츠, 전자상거래 등의 확장이 가속화되고, 디지털 전환이 산업 전반에 걸쳐 진행되면서 나타난 결과로 해석할 수 있다.

다른 주요 산업과 비교했을 때, 인터넷산업의 성장세는 더욱 두드러진다. 2023년 전체 산업(금융보험업 제외)의 매출액은 3,203.5조 원으로 전년 대비 -1.1% 감소했으며, 제조업 또한 -2.5% 감소하는 모습을 보였다. 반면, 도소매업과 건설업은 각각 +1.4%, +5.8% 증가하며 성장세를 기록했으나, 인터넷산업의 성장률(7.2%)에는 미치지 못했다. 특히, 금융보험업은 -11.5% 감소하며 가장 큰 하락폭을 기록했다.

이러한 결과를 종합하면, 인터넷산업이 다른 산업 대비 높은 성장세를 보이며 산업 전반에서 차지하는 비중이 확대되고 있음을 확인할 수 있다. 이는 인터넷 기술 발전과 함께 다양한 혁신적인 서비스와 플랫폼이 지속적으로 등장한 결과이다. 예를 들어, 인공지능, 사물인터넷, 빅데이터 등의 최첨단 기술이 인터넷 산업과 결합되며 새로운 비즈니스 모델과 가치 창출의 기회를 제공한다. 반면, 전통적인 산업들이 둔화되거나 감소하는 추세를 보이는 가운데, 인터넷산업은 디지털 경제의

중심축으로 자리 잡으며 산업 전반의 성장 동력 역할을 하고 있다.

표 1-2-1. 산업별 매출액 현황

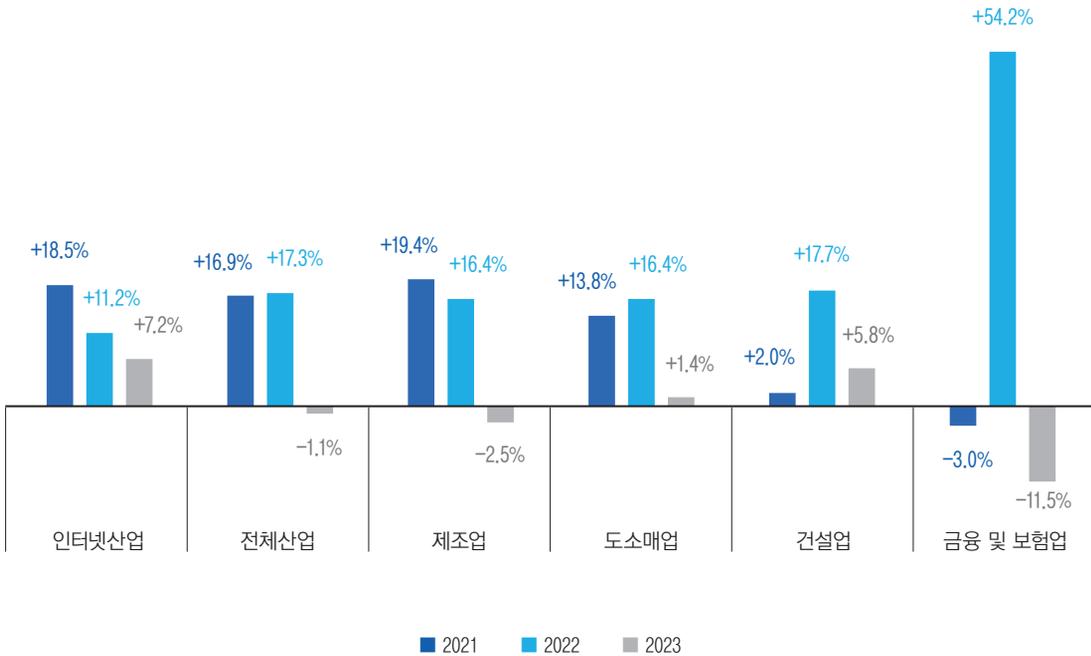
(단위 : 조원)

	2020년	2021년	2022년	2023년
인터넷산업	449.6	532.5	592.4	635.0
전체 산업(금융보험업 제외)	2,360.4	2,759.5	3,238.2	3,203.5
제조업	1,376.5	1,643.6	1,913.4	1,865.7
도소매업	391.6	445.6	518.7	525.8
건설업	173.9	177.4	208.8	220.9
금융보험업	813.7	789.3	1,217.4	1,077.2

* 자료 : 통계청, 2023년 기업활동조사

* 사업실적(매출액 등)의 경우 금융보험업은 수익창출원이 여타 산업과 다르기 때문에 '전체 산업'에 포함시키지 않고 별도로 집계

그림 1-2-1. 산업별 전년대비 매출액 변화



2023년 인터넷산업의 종사자 수는 200.1만명으로 집계되었다. 이는 2022년 176.3만명에서 13.5% 증가한 수치이며, 지속적인 성장세를 보여주고 있다. 전체산업 내 인터넷산업의 종사자 비중 또한 2022년 7.9%에서 2023년 8.3%로 확대되면서 디지털 경제로의 전환과 함께 인터넷산업이 주요 고용창출 산업으로 자리 잡고 있음을 확인할 수 있다.

전체 산업의 종사자 수는 2022년 2,521.7만 명에서 2023년 2,544.6만 명으로 0.9% 증가하는 데 그쳤으며, 인터넷산업의 13.5% 증가율과 비교하면 상대적으로 낮은 성장세를 기록했다.

제조업은 -2.3% 감소하며 산업 위축이 반영되었고, 특히 자동화 및 디지털화가 가속화되면서 제조업 내 고용 감소 추세가 지속되고 있다. 도소매업과 건설업도 각각 -0.1%, -1.7% 감소하며 정체된 모습을 보였으며, 금융보험업은 소폭 증가(+0.3%)하는 데 그쳤다. 이러한 변화는 단순한 산업 성장의 차이뿐만 아니라, 첨단 기술의 활용 증가에 따른 전문 인력 수요 확대와도 관련이 있다. 특히, 클라우드 기술, 인공지능(AI), 빅데이터 분석 등 고부가가치 기술 분야에서 일자리 창출이 두드러지고 있으며, 이에 따라 산업별 고용 구조도 변화하고 있음을 보여준다. 인터넷산업이 전통적인 산업의 고용 정체 속에서도 지속적으로 성장하고 있으며, 디지털 경제의 핵심 산업으로 자리 잡아 가고 있음을 알 수 있다.

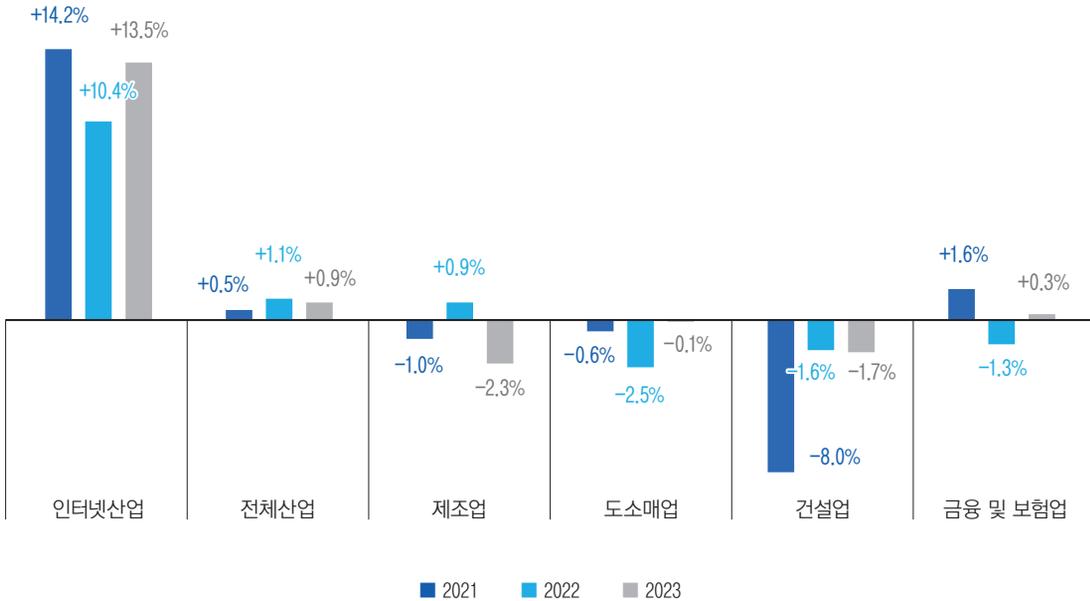
표 1-2-2. 산업별 종사자 수 현황

(단위: 만명)

	2020	2021	2022	2023
인터넷산업	139.9	159.8	176.3	200.1
전체산업	2,481.3	2,493.2	2,521.7	2,544.6
제조업	426.0	421.8	425.4	415.7
도소매업	368.9	366.8	357.7	357.5
건설업	215.9	198.7	195.6	192.3
금융보험업	72.9	74.1	73.1	73.3

* 자료 : 통계청, 전국사업체조사, 각 연도

그림 1-2-2. 산업별 전년대비 종사자 수 변화



인터넷산업은 ‘디지털 기반산업’, ‘디지털 및 실물경제 결합산업’, ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산 거래업’으로 분류할 수 있다. 2023년 기준, ‘디지털 및 실물경제 결합산업’의 매출액이 435.0조 원(68.5%)으로 가장 높은 비중을 차지하였으며, ‘디지털 기반산업’은 119.4조 원(18.8%), ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업’은 80.6조 원(12.7%)으로 나타났다.

매출액 증가율을 살펴보면, ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업’은 2022년 +20.5%에서 2023년 +2.5%로 증가세가 둔화되었다. 반면, ‘디지털 및 실물경제 결합산업’은 2022년 +10.2%에서 2023년 +8.3%로 성장세를 유지하며 가장 큰 규모의 시장을 형성하고 있다. ‘디지털 기반산업’은 2022년 +9.1%에서 2023년 +6.6%로 성장세가 다소 둔화되었지만, 여전히 디지털 경제의 핵심 인프라로서 중요한 역할을 하고 있다.

이를 통해 인터넷산업 내 디지털 및 실물경제 결합산업이 가장 높은 매출 비중을 차지하며 핵심 산업으로 자리 잡고 있으며, 디지털 자산 및 콘텐츠 시장 또한 점진적인 성장세를 이어가고 있음을 확인할 수 있다.

표 1-2-3. 인터넷산업 매출액 현황

(단위: 조원)

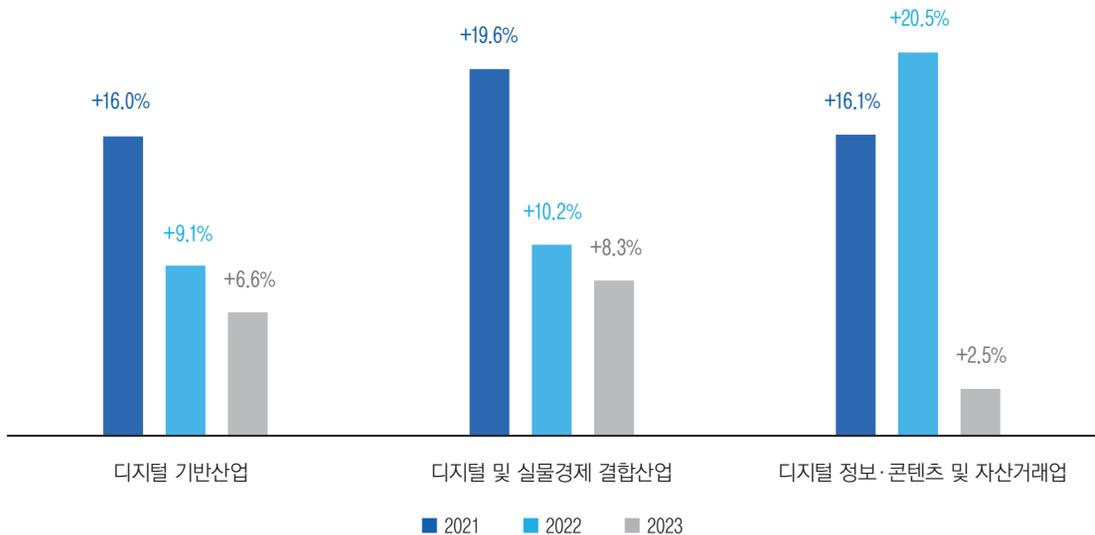
대분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
인터넷산업 합계	449.6	532.5	592.4	635.0	-
디지털 기반산업	88.5	102.7	112.0	119.4	18.8%
디지털 및 실물경제 결합산업	304.9	364.6	401.7	435.0	68.5%
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	56.2	65.3	78.6	80.6	12.7%

* 디지털 기반산업은 인터넷산업 활동의 기반이 되는 하드웨어와 네트워크 및 관련 기술·컨설팅을 제공하는 산업을 포괄함

** 디지털 및 실물경제 결합산업은 오프라인에서 소비되는 다양한 상품 및 서비스를 온라인 쇼핑물 외 다양한 사업모델의 디지털 플랫폼을 통해 선택하고 구매할 수 있는 산업을 의미함

*** 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업은 정보의 취득부터 실제 거래와 소비까지 디지털로 이루어지는 산업으로, 콘텐츠와 정보의 거래 뿐 아니라 가상 자산을 중심으로 하는 금융거래를 포함함

그림 1-2-3. 인터넷산업 전년대비 매출액 변화



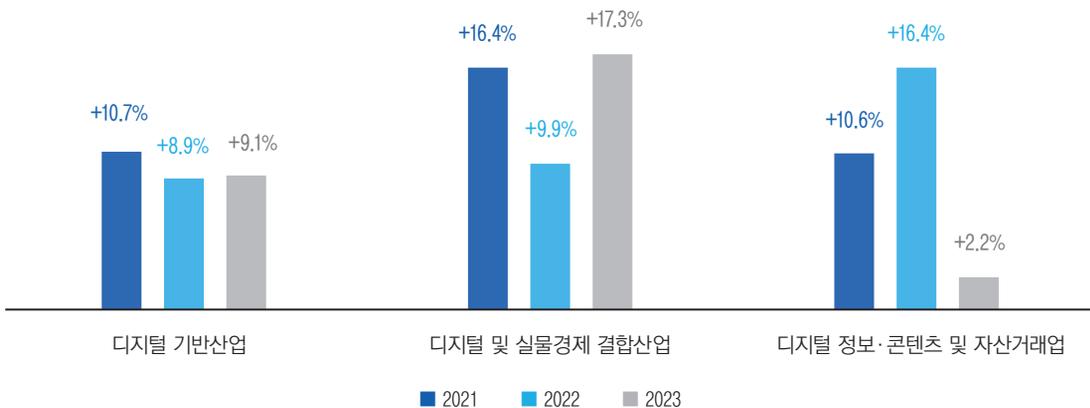
2023년 '디지털 및 실물경제 결합산업'의 종사자 수가 130.3만 명으로 인터넷산업 내 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 이는 전년(111.0만 명) 대비 17.3% 증가한 수치이다. 이 부문의 성장은 전자상거래, O2O(Online to Offline) 서비스, 디지털 플랫폼 확대에 따른 고용 증가가 주요 요인으로 작용한 것으로 보인다. '디지털 기반산업'은 49.2만 명으로, 2022년(45.1만 명) 대비 9.1% 증가하며 인터넷 인프라 구축 및 기술 서비스의 확대에 의해 안정적인 성장세를 이어가고 있다. 반면, '디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업'의 종사자 수는 20.6만 명으로, 2022년(20.2만 명) 대비 2.2% 증가하는데 그쳤다. 이 부문은 디지털 콘텐츠 및 가상 자산 시장과 연관된 산업으로, 최근 성장세가 다소 둔화되었지만 여전히 미래 성장 가능성이 높은 분야로 평가된다.

표 1-2-4. 인터넷산업 종사자 수 현황

(단위: 만명)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
인터넷산업 합계	139.9	159.8	176.3	200.1	-
디지털 기반산업	37.4	41.4	45.1	49.2	24.6%
디지털 및 실물경제 결합산업	86.8	101.0	111.0	130.3	65.1%
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	15.7	17.4	20.2	20.6	10.3%

그림 1-2-4. 인터넷산업 전년대비 종사자 수 변화



2. 인터넷산업 세부현황

1) 디지털 기반산업

디지털 기반산업은 인터넷산업 활동의 토대를 마련하는 하드웨어, 소프트웨어 및 관련 기술·컨설팅 서비스를 모두 포괄하는 분야이다. 이 산업은 크게 인터넷 접속 기기 및 네트워크, 호스팅 및 클라우드 산업, 기타 디지털기술 제공산업 등 3개 중분류로 구성된다.

2021년까지는 전통적 ICT 산업인 인터넷 접속 기기 및 네트워크 부문에서 가장 많은 매출액이 발생하였으나, 그 이후로는 클라우드, 블록체인, 사물인터넷, VR/AR와 함께 인공지능(AI), 빅데이터, 엣지 컴퓨팅 등 다양한 첨단 기술이 빠르게 성장하면서 디지털 기반산업의 중심이 첨단산업으로 확연히 이동하고 있다. 이와 함께 디지털 트윈, 메타버스 관련 인프라 구축 등 새로운 기술들이 등장하며, 산업 전반의 디지털 전환이 가속화되고 있는 추세이다.

디지털 기반산업 매출액은 ‘기타 디지털 기술 제공산업’이 58.8조원(49.3%) 규모로 절반 정도 차지하고 있으며, ‘인터넷 접속 기기 및 네트워크’가 51.1조원(42.8%), ‘호스팅 및 클라우드 산업’이 9.4조원(7.9%) 순으로 나타났다.

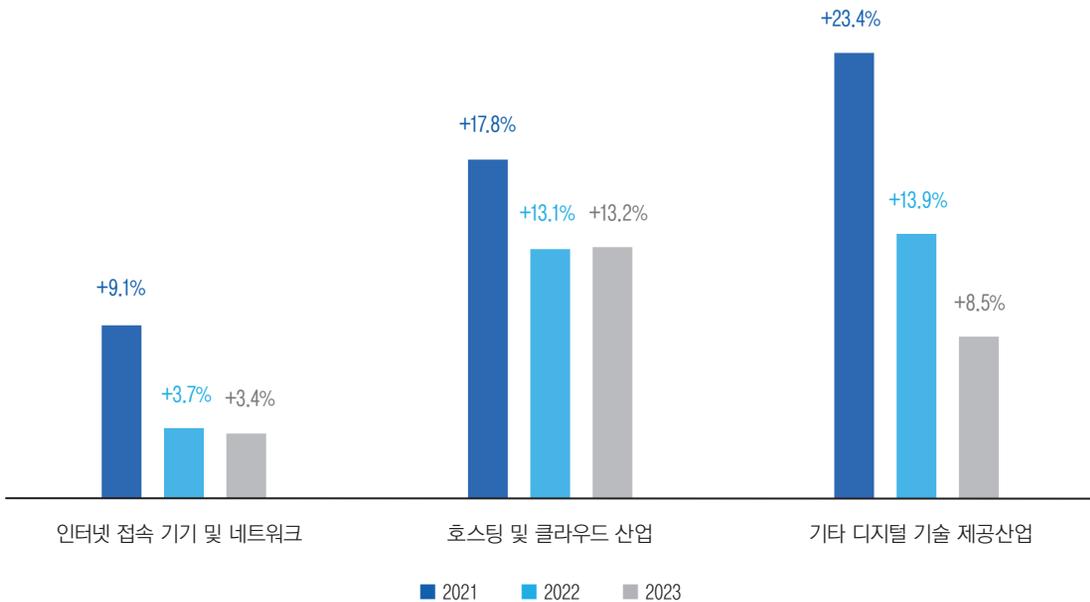
‘호스팅 및 클라우드’ 매출액 증가율은 2022년 +13.1%에서 2023년 +13.2%로 10%대 성장세를 유지하고 있다. 기타 디지털 기술 제공산업 관련 매출액도 블록체인, 사물인터넷, VR/AR 등을 중심으로 2022년 +13.9%에서 2023년 +8.5%로 증가하고 있으나 증가폭은 감소하는 추세이다. 인터넷 접속 기기 및 네트워크 매출액 성장률은 2022년 +3.7%에서 2023년 +3.4%로 나타나 성장세가 둔화되고 있다.

표 1-2-5. 디지털 기반산업 매출액 현황

(단위 : 조원)

대 · 중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 기반산업	88.5	102.7	112.0	119.4	-
인터넷 접속 기기 및 네트워크	43.7	47.7	49.4	51.1	42.8%
호스팅 및 클라우드 산업	6.3	7.4	8.3	9.4	7.9%
기타 디지털 기술 제공산업	38.6	47.6	54.3	58.8	49.3%

그림 1-2-5. 디지털 기반산업 전년대비 매출액 변화



디지털 기반산업의 종사자 수는 기타 디지털 기술 제공산업이 33.4만명(67.9%)으로 가장 많으며, 인터넷 접속 기기 및 네트워크가 12.2만명(24.8%), 호스팅 및 클라우드 산업이 3.6만명(7.3%) 순이다.

호스팅 및 클라우드 산업 종사자 수 증가율은 2022년 +23.9%에서 2023년 +21.1%로 증가세를 유지하고 있다. 인터넷 접속 기기 및 네트워크와 기타 디지털 기술 제공산업 종사자 수도 2022년과 비슷한 수준을 유지하고 있다.

클라우드 산업은 IaaS, PaaS, SaaS²를 아우르는 다양한 서비스 모델의 확산과 함께 관련 종사자 수를 증가시키고 있다. 기업들이 클라우드 기반의 경영 전환을 가속화하면서, 효율적인 자원 관리부터 애플리케이션 개발, 소프트웨어 서비스 제공까지 다양한 업무를 맡을 수 있는 전문가가 요구되고 있다. IaaS에서는 인프라 효율화와 가상화, 자동화에 특화된 인프라 인력이 필요하고, PaaS에서는 개발 환경의 최적화와 효율적인 소프트웨어 배포를 위한 기술 인력이 중시되며, SaaS에서는 서비스 확장성과 보안, 고객 지원을 담당할 전문인력이 요구된다.

표 1-2-6. 디지털 기반산업 종사자 수 현황

(단위 : 만명)

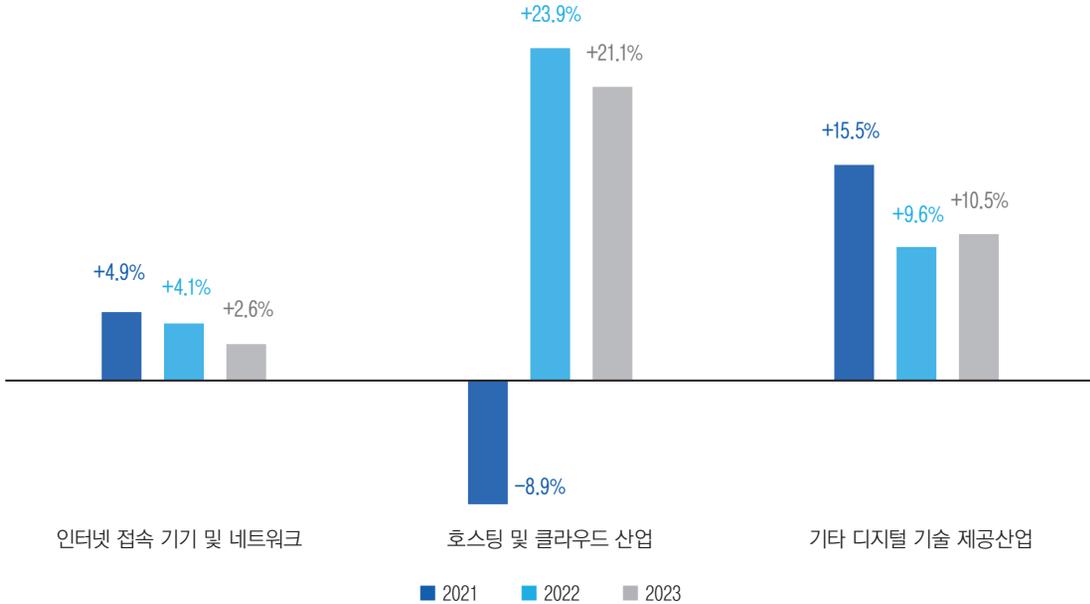
대 · 중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 기반산업	37.4	41.4	45.1	49.2	-
인터넷 접속 기기 및 트워크	10.9	11.4	11.9	12.2	24.8%
호스팅 및 클라우드 산업	2.6	2.4	3.0	3.6	7.3%
기타 디지털 기술 제공산업	23.9	27.6	30.3	33.4	67.9%

2 IaaS (Infrastructure as a Service) : IaaS는 기본적인 서버, 스토리지, 네트워크 등 물리적 인프라를 가상화하여 제공하는 서비스이며, 사용자는 직접 하드웨어를 구매하거나 관리할 필요 없이, 필요한 리소스를 임대해 사용할 수 있으며, 확장성도 뛰어나고 비용 효율적인 방식으로 IT 인프라를 운영할 수 있음

PaaS (Platform as a Service) : PaaS는 개발 환경 구축에 필요한 운영체제, 미들웨어, 데이터베이스, 개발 도구 등 통합 플랫폼을 제공하는 서비스이며, 개발자들은 인프라 관리 부담 없이 애플리케이션 개발과 배포에 집중할 수 있어 개발 시간과 비용을 절감할 수 있으며, 협업과 유지보수에도 유리한 환경을 마련함

SaaS (Software as a Service) : SaaS는 완성된 소프트웨어 애플리케이션을 인터넷을 통해 서비스 형태로 제공하는 모델이며, 최종 사용자는 별도의 설치나 복잡한 관리 없이 웹 브라우저나 전용 앱을 통해 손쉽게 소프트웨어를 이용할 수 있으며, 주로 구독 방식으로 제공되어 항상 최신 상태의 서비스를 경험할 수 있음

그림 1-2-6. 디지털 기반산업 전년대비 종사자 수 변화



(1) 인터넷 접속 기기 및 네트워크

인터넷 접속 기기 및 네트워크 매출액은 네트워크 서비스업이 37.4조원(73.1%)로 가장 높으며, 부품 및 기기 제조업이 13.8조원(26.9%)으로 나타났다.

부품 및 기기 제조업의 매출액 증가율은 2022년 +2.2%에서 2023년 +10.2%로 상승폭이 증가하였으며, 네트워크 서비스업은 2022년 +4.2%에서 2023년 +1.2%로 상승세가 감소하였다.

부품 및 기기 제조업은 사물인터넷 기기와 무선통신시스템에서 두 자릿수 증가율을 보이며 부품 및 기기 제조업의 증가세를 이끌었다. 제조업체들이 생산 프로세스 최적화와 품질 관리를 위해 사물인터넷 센서와 스마트 장비 도입을 확대하였으며, 가정용 기기와 가전제품의 사물인터넷 연결성이 증가하면서 사물인터넷 매출의 증가를 이끌었다. 무선통신시스템은 클라우드 사업의 성장과 이에 따른 데이터센터 성장으로 통신 인프라 구축이 확대되면서 무선통신시스템의 매출이 증가하였다.

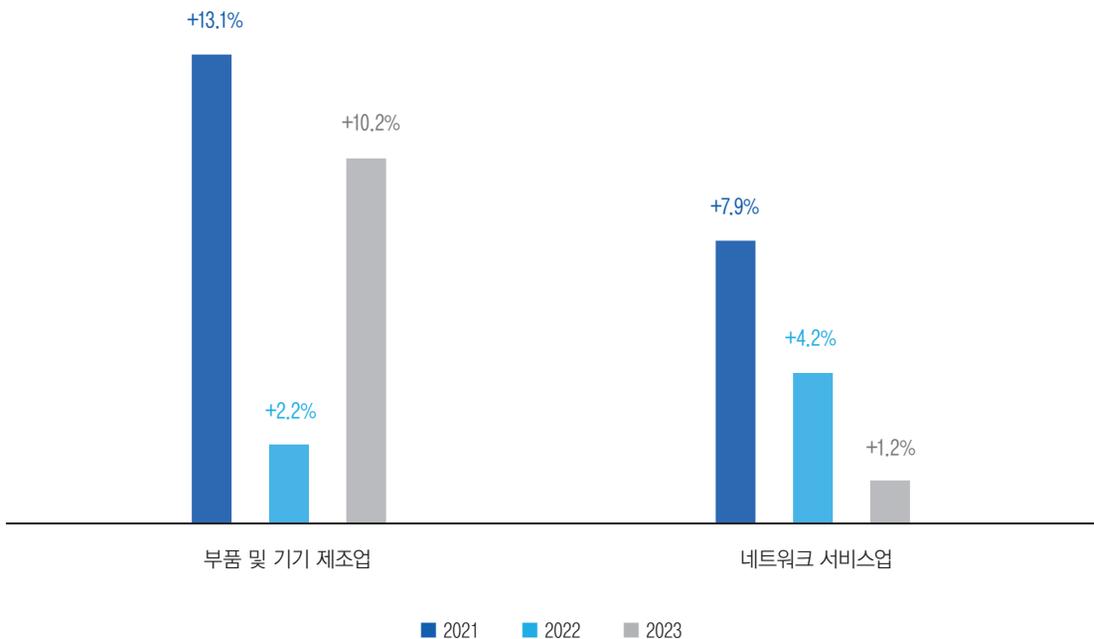
네트워크 서비스업의 경우는 이동전화서비스와 초고속망 서비스 등이 대표적이며, 무선초고속 인터넷서비스가 증가세로 전환하였으나 인터넷전화는 하락세로 전환하고 이동전화서비스의 성장이 정체됨에 따라 증가세가 점점 감소하고 있다.

표 1-2-7. 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 매출액 현황

(단위: 조원)

중·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
인터넷 접속 기기 및 네트워크	43.7	47.7	49.4	51.2	-
부품 및 기기 제조업	10.9	12.2	12.5	13.8	26.9%
네트워크 서비스업	32.9	35.4	36.9	37.4	73.1%

그림 1-2-7. 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 전년대비 매출액 변화



인터넷 접속 기기 및 네트워크의 종사자 수는 부품 및 기기 제조업이 7.4만명(60.4%)으로 가장 많으며, 네트워크 서비스업은 4.8만명(39.6%)으로 나타났다.

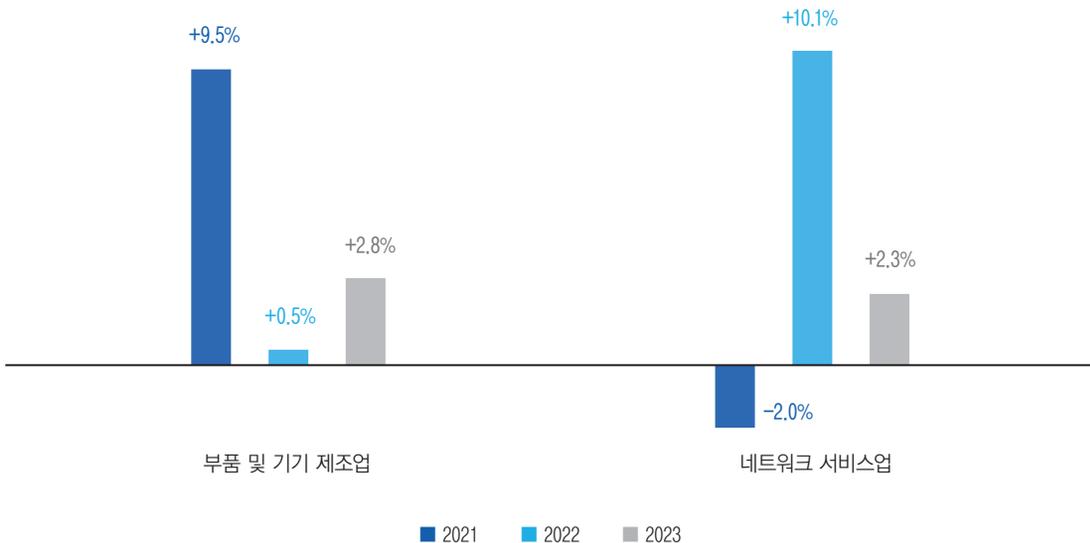
부품 및 기기 제조업 종사자 수 증가율은 2022년 +0.5%에서 2023년 +2.8%로, 네트워크 서비스업은 2022년 10.1%에서 2023년 +2.3%로 각각 2%대 상승추세를 나타내고 있다.

표 1-2-8. 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 종사자 수 현황

(단위 : 만명)

중·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
인터넷 접속 기기 및 네트워크	10.9	11.4	11.9	12.2	-
부품 및 기기 제조업	6.5	7.1	7.2	7.4	60.4%
네트워크 서비스업	4.4	4.3	4.7	4.8	39.6%

그림 1-2-8. 디지털 기반산업(인터넷 접속 기기 및 네트워크) 전년대비 종사자 수 변화



(2) 호스팅 및 클라우드 산업

호스팅 및 클라우드 산업 매출은 클라우드 서비스업이 6.2조원(66.0%)으로 가장 많으며, 호스팅 및 관리 서비스업이 3.2조원(34.0%)을 차지하고 있다.

호스팅 및 관리 서비스업 매출 증가율은 2022년 +11.6%에서 2023년 -1.1%로 하락세로 전환했다. 하지만 클라우드 서비스업은 2022년 +14.0%에서 2023년 +22.4%로 상승폭을 넓혀나가고 있다.

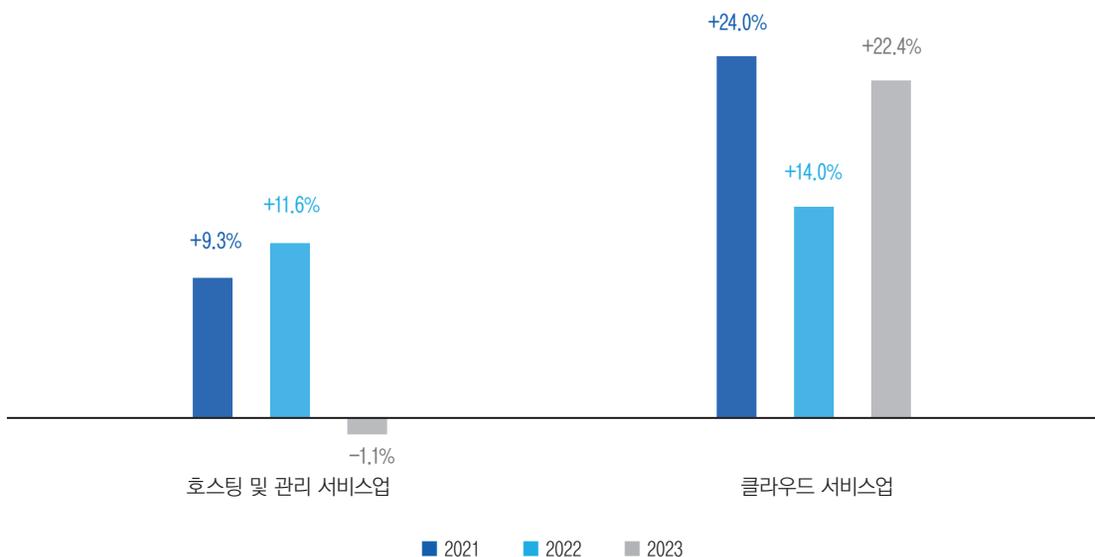
기업들이 전통적인 호스팅에서 클라우드 서비스로 전환하고 있음을 알 수 있다. 또한 사이버 공격과 서버 해킹의 증가 등의 보안 강화 비용과 정보보호 비용이 증가하면서 매출이 감소하는 모습이다.

표 1-2-9. 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 매출 현황

(단위: 조원)

중·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
호스팅 및 클라우드 산업	6.3	7.4	8.3	9.4	-
호스팅 및 관리 서비스업	2.7	2.9	3.2	3.2	34.0%
클라우드 서비스업	3.6	4.5	5.1	6.2	66.0%

그림 1-2-9. 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 전년대비 매출 변화



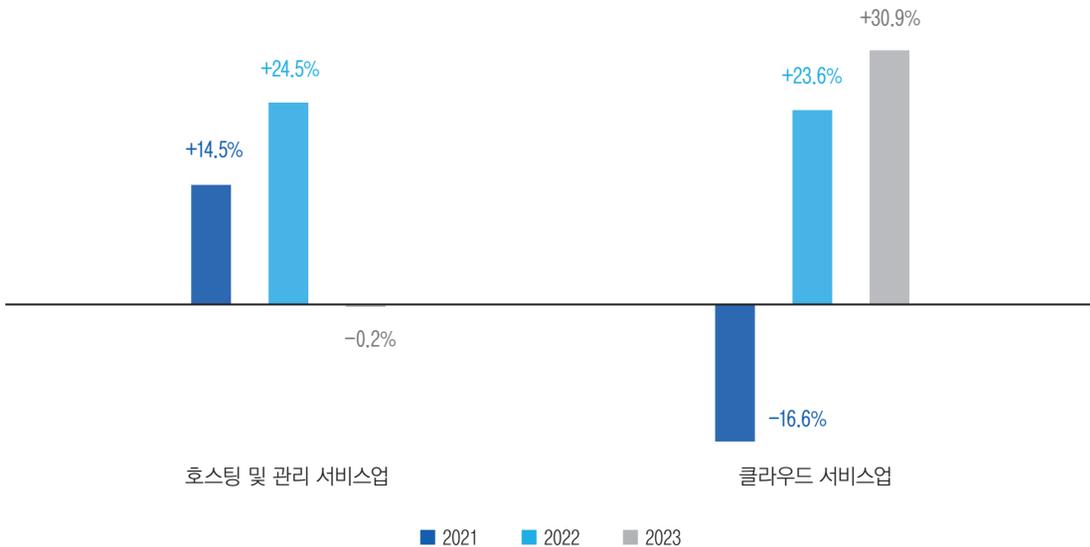
호스팅 및 클라우드 산업의 종사자 수는 클라우드 서비스업이 2.7만명(74.1%), 호스팅 및 관리 서비스업이 9,309명(25.9%)으로 나타났다. 클라우드 서비스업은 종사자 수 증가율은 2022년 +23.6%에서 +30.9%로 상승폭이 확대되었으나, 호스팅 및 관리 서비스업은 2022년 +24.5%에서 2023년 -0.2%로 하락세로 전환되는 모습이다.

표 1-2-10. 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 종사자 수 현황

(단위 : 명)

중·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
호스팅 및 클라우드 산업	26,313	23,979	28,013	35,984	-
호스팅 및 관리 서비스업	6,543	7,491	9,328	9,309	25.9%
클라우드 서비스업	19,770	16,488	20,384	26,675	74.1%

그림 1-2-10. 디지털 기반산업(호스팅 및 클라우드 산업) 전년대비 종사자 수 변화



(3) 기타 디지털 기술 제공산업

기타 디지털 기술 제공산업은 공간정보, 데이터, 블록체인, 사물인터넷 서비스 등과 관련된 소프트웨어 개발과 컨설팅·솔루션 제공, 교육, 광고 대행 등의 서비스를 포함하고 있다. 기타 디지털 기술 제공산업 매출은 '사물인터넷' 분야가 10.3조원(17.5%)으로 가장 큰 비중을 차지³하고 있으며, '정보보안' 분야는 6.1조원(10.4%) '인공지능' 분야는 5.1조원(8.7%) 등의 순으로 나타났다.

'인공지능' 분야 매출 증가율은 2022년 +66.6%에서 2023년 +21.6%로 증가세는 하락했지만 여전히 큰 증가율을 보이고 있으며, '정보보안' 분야는 2022년 +23.4%에서 2023년 +9.4%로 증가폭이 감소했다. '블록체인' 분야도 2022년 +37.7%에서 2023년 +7.7%로 증가폭이 감소했다.

표 1-2-11. 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 매출 현황

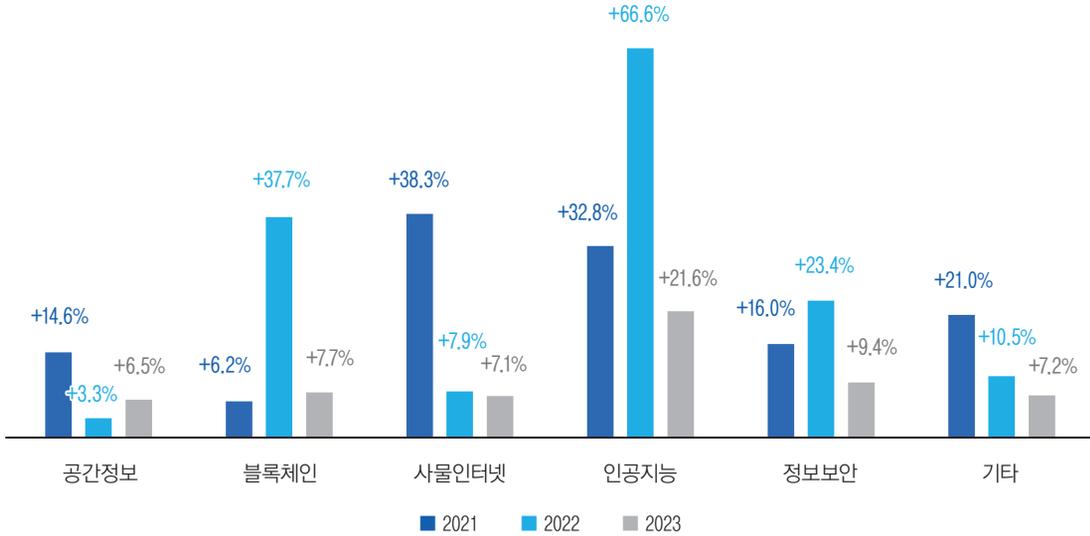
(단위: 조원)

중·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
기타 디지털 기술 제공산업	38.6	47.6	54.3	58.8	-
공간정보	2.7	3.1	3.2	3.4	5.8%
블록체인	0.3	0.3	0.4	0.4	0.7%
사물인터넷	6.4	8.9	9.6	10.3	17.5%
인공지능	1.9	2.5	4.2	5.1	8.7%
정보보안	3.9	4.5	5.6	6.1	10.4%
기타	23.3	28.2	31.2	33.4	56.8%

* 기타로는 데이터 구축 및 컨설팅 서비스, 데이터 처리 및 관리 서비스 개발, 온라인 광고 대행업, 이력 솔루션, 콘텐츠 솔루션, 클라우드 관리·보안, VR/AR 전용 SW 개발 등을 포함하고 있음

3 기타 제외

그림 1-2-11. 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 전년대비 매출 변화



기타 디지털 기술 제공산업의 종사자 수는 '인공지능' 분야가 5.1명(15.2%)으로 가장 많으며, '사물인터넷' 분야가 5.0만명(14.8%), '정보보안' 분야가 2.4만명(7.2%), '공간정보' 분야가 1.7만명(5.1%) 등의 순으로 나타났다.

인공지능 분야는 종사자 수 증가율은 2022년 +44.1%에서 2023년 +20.7%로 증가폭을 하락했지만 꾸준히 성장하는 모습을 보이고 있으며, '정보보안' 분야는 2022년 +29.9%에서 2023년 +4.1%로 증가율이 크게 감소했다. '사물인터넷' 분야는 2022년 -0.8%였으나 2023년 +4.8%를 기록해 증가세로 전환했다.

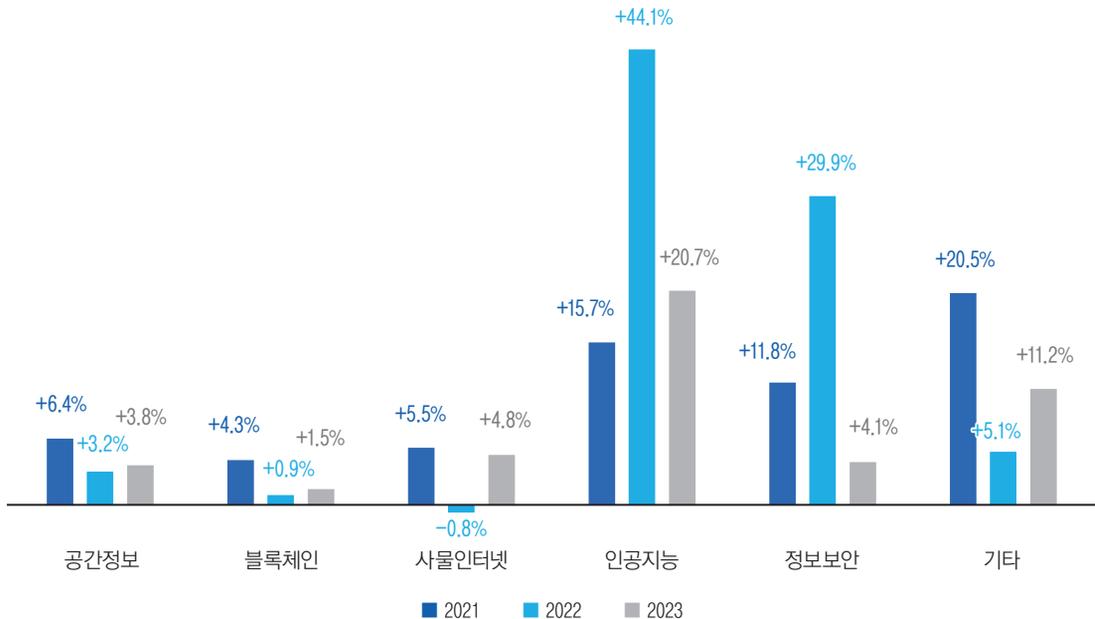
표 1-2-12. 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 종사자 수 현황

(단위: 명)

종 · 소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
기타 디지털 기술 제공산업	239,071	276,043	302,566	334,261	-
공간정보	14,916	15,874	16,381	16,998	5.1%
블록체인	3,234	3,372	3,403	3,455	1.0%
사물인터넷	45,166	47,628	47,250	49,501	14.8%
인공지능	25,210	29,164	42,031	50,728	15.2%
정보보안	15,832	17,699	22,997	23,947	7.2%
기타	134,713	162,306	170,504	189,632	56.7%

* 기타로는 데이터 구축 및 컨설팅 서비스, 데이터 처리 및 관리 서비스 개발, 온라인 광고 대행업, 이러닝 솔루션, 콘텐츠 솔루션, 클라우드 관리 · 보안, VR/AR 전용 SW 개발 등을 포함하고 있음

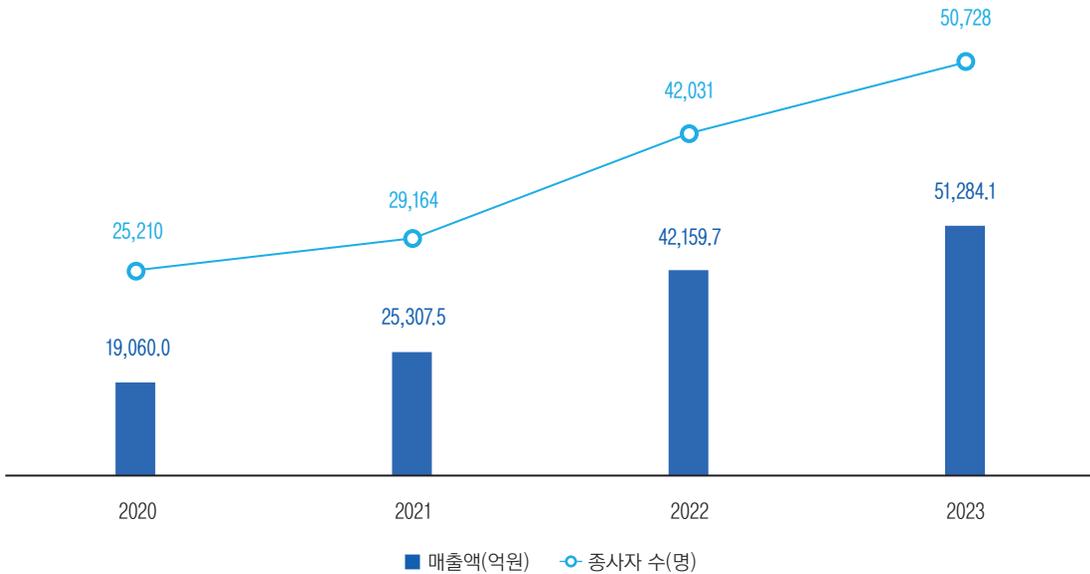
그림 1-2-12. 디지털 기반산업(기타 디지털 기술 제공산업) 전년대비 종사자 수 변화



‘기타 디지털기술 제공산업’ 중에서 인공지능 SW 및 서비스 매출액이 매년 큰 폭으로 상승하고 있다. 종사자 수에서도 인공지능 SW 및 서비스가 매년 두자리수 증가율을 유지하는 등 인공지능 관련 산업 발전이 두드러지고 있다.

특히, 매년 매출액 증가율이 종사자 수 증가율보다 높게 나타나고 있으며, 이는 노동생산성이 향상되고 있음을 보여준다. 또한 기술발전으로 인한 자동화로 고용이 감소하는 경우가 있으나, 인공지능 SW 및 서비스 산업은 오히려 매출과 고용이 함께 증가하고 있어 서비스가 다양한 분야에 확산되고 있음을 알 수 있다.

그림 1-2-13. 인공지능 SW 및 서비스 매출액과 종사자 수(2020~2023)



* 자료 : 인공지능산업 실태조사

2) 디지털 및 실물경제 결합산업

기업, 개인 등 거래당사자의 정보교환 및 계약 체결까지는 디지털화된 창구를 통해 진행되며 실제 거래는 오프라인 환경에서 진행되는 산업인 디지털 및 실물경제 결합산업은 흔히 이커머스로 불리는

온라인 기반 상품 거래업과 그 외 오프라인의 다양한 서비스를 온라인을 통해 증개하는 형태의 온라인 오프라인 결합산업(Online to Offline Service Industry)의 2개 중분류로 구성되어 있다.

디지털 및 실물경제 결합산업의 매출은 온라인 기반 상품 거래업이 254.6조원(58.5%)으로 가장 크며, 온라인 오프라인 결합상품(O2O)이 180.4조원(41.5%)을 기록하였다.

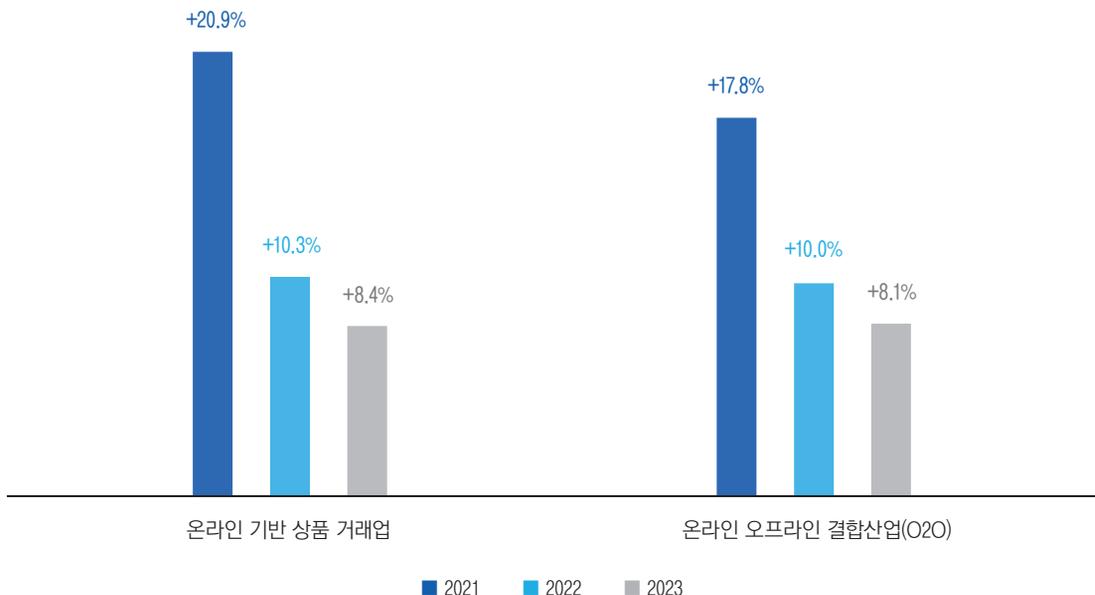
온라인 기반 상품 거래업의 매출 증가율은 2022년 +10.3%에서 2023년 +8.4%로 소폭 하락하였으며, 온라인 오프라인 결합산업(O2O)의 매출 증가율 또한 2022년 +10.0%에서 +8.1%로 소폭 하락했다.

표 1-2-13. 디지털 및 실물경제 결합산업 매출 현황

(단위: 조원)

대 · 중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 및 실물경제 결합산업	304.9	364.6	401.7	435.0	-
온라인 기반 상품 거래업	176.1	212.9	234.9	254.6	58.5%
온라인 오프라인 결합산업(O2O)	128.7	151.7	166.9	180.4	41.5%

그림 1-2-14. 디지털 및 실물경제 결합산업 전년대비 매출 변화



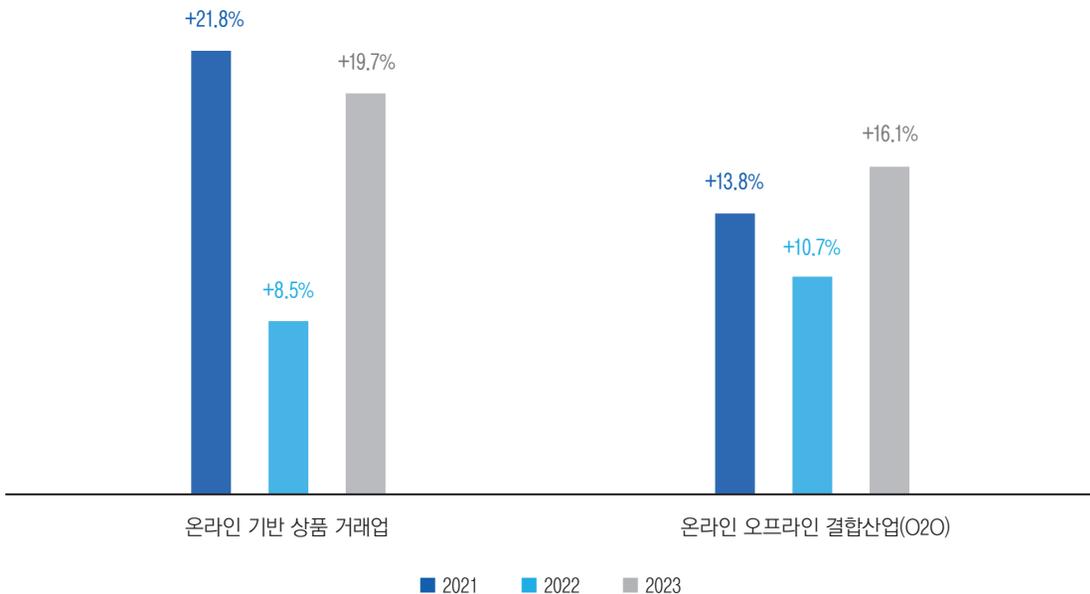
디지털 및 실물경제 결합산업 종사자 수는 온라인 오프라인 결합산업(O2O)이 84.9만 명(65.2%)으로 가장 크며, 온라인 기반 상품 거래업은 45.4만 명(34.8%)인 것으로 나타났다. 종사자 수 증가율은 온라인 오프라인 결합산업(O2O)이 2022년 +10.7%에서 2023년 +16.1%로 증가폭을 넓혀나갔고, 온라인 기반 상품 거래업 또한 2022년 +8.5%에서 2023년 +19.7%로 증가폭이 확대되었다.

표 1-2-14. 디지털 및 실물경제 결합산업 종사자 수 현황

(단위: 만명)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 및 실물경제 결합산업	86.8	101.0	111.0	130.3	-
온라인 기반 상품 거래업	28.7	34.9	37.9	45.4	34.8%
온라인 오프라인 결합산업(O2O)	58.1	66.1	73.2	84.9	65.2%

그림 1-2-15. 디지털 및 실물경제 결합산업 전년대비 종사자 수 변화



(1) 온라인 기반 상품 거래업

온라인 기반 상품 거래업 매출은 온라인 기반 상품 소매업이 228.9조 원(89.9%)으로 가장 크며, 온라인 기반 중개업이 25.7조 원(10.1%)인 것으로 나타났다.

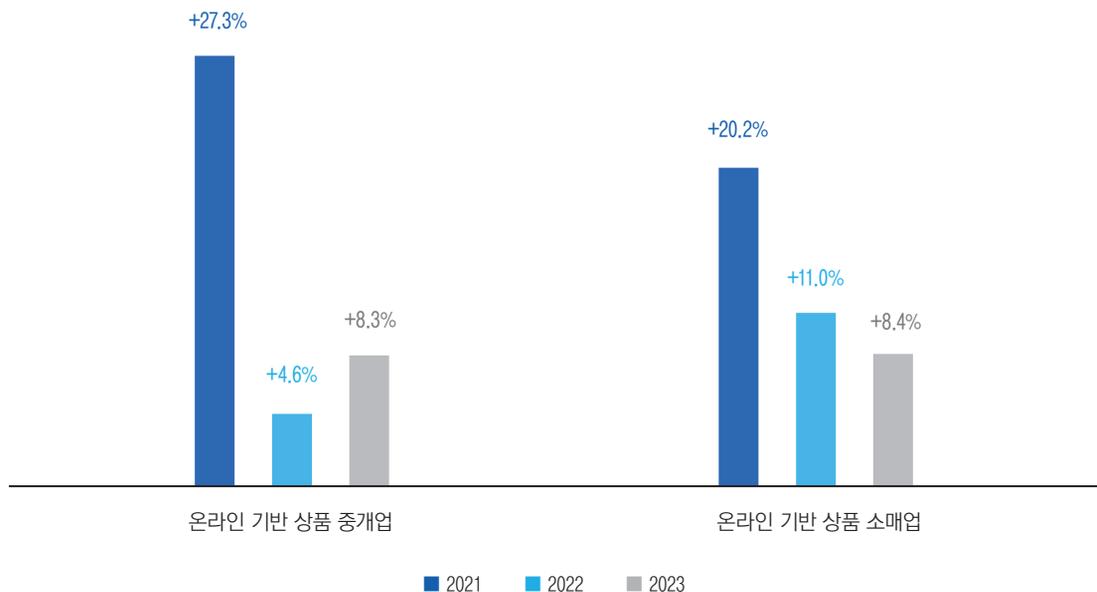
온라인 기반 상품 중개업 매출 증가율은 2022년 +4.6%, 2023년 +8.3%로 나타나 상승폭이 증가했으며, 온라인 기반 상품 소매업은 2022년 +11.0%에서 2023년 +8.4%로 증가폭이 축소되었다.

표 1-2-15. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 매출 현황

(단위: 조원)

대 · 중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
온라인 기반 상품 거래업	176.1	212.9	234.9	254.6	-
온라인 기반 상품 중개업	17.8	22.7	23.8	25.7	10.1%
온라인 기반 상품 소매업	158.3	190.2	211.1	228.9	89.9%

그림 1-2-16. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 전년대비 매출 변화



온라인 기반 상품 거래업의 종사자 수는 온라인 기반 상품 소매업이 36.9만 명(81.3%)로 가장 많으며, 온라인 기반 상품 중개업이 8.5만 명(18.7%)으로 나타났다.

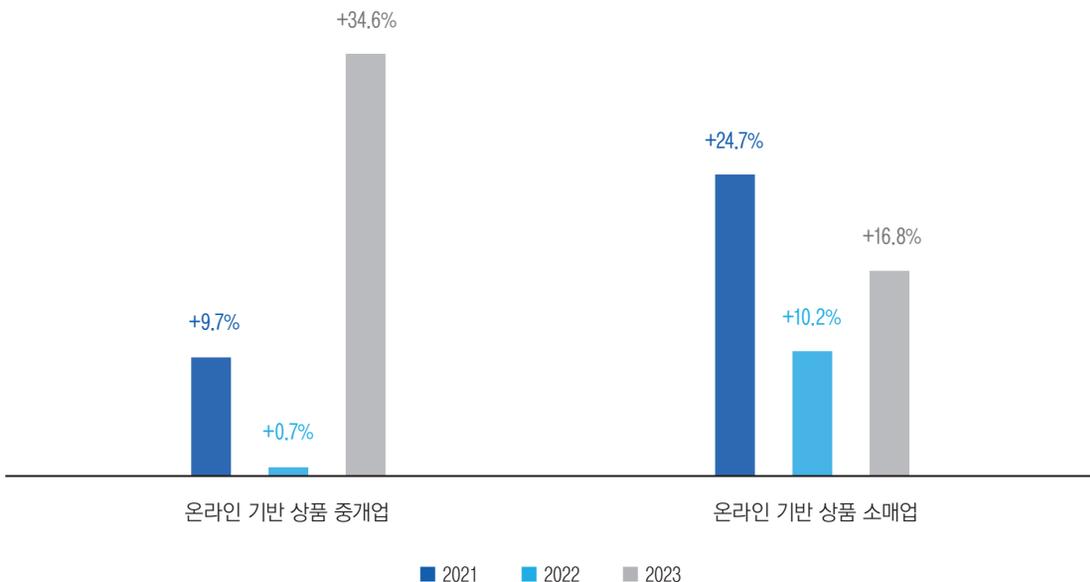
온라인 기반 상품 중개업 종사자 수 증가율은 2022년 +0.7%에서 2023년 +34.6%로 증가세가 큰 폭으로 상승하였으며, 온라인 기반 상품 소매업 또한 2022년 +10.2%에서 2023년 +16.8%로 증가폭을 늘렸다.

표 1-2-16. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 종사자 수 현황

(단위: 만명)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
온라인 기반 상품 거래업	28.7	34.9	37.9	45.4	-
온라인 기반 상품 중개업	5.7	6.3	6.3	8.5	18.7%
온라인 기반 상품 소매업	23.0	28.7	31.6	36.9	81.3%

그림 1-2-17. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 거래업) 전년대비 종사자 수 변화



온라인 기반 상품 소매업은 가전, 도서, 패션, 식품, 생활, 서비스 등으로 분류되고 있으며, 서비스 분야 매출이 66.2조 원(28.9%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 다음으로는 패션이 55.2조 원(24.1%),

식품이 40.7조 원(17.8%) 등의 순으로 나타났다.

서비스 분야가 매출 증가율은 2022년 +24.9%에서 2023년 +18.4%로 증가폭은 하락하였으나 여전히 큰 규모로 성장하고 있으며, 식품은 2022년 +15.7%에서 2023년 +12.6%를 기록하고 있다.

서비스 분야에는 여행·문화·레저 서비스가 강세를 보이고 있다. 여행 및 교통서비스(+43.5%), 문화 및 레저서비스(+21.6%)에서 거래액이 큰 폭으로 증가하였으며, e쿠폰서비스도 전년대비 +33.6% 증가해 역대 최대치 증가를 기록하였다. 해외여행 수요가 크게 늘어나면서 여행 및 교통서비스 거래액이 급증했으며, 모바일 결제시스템 정착과 사용자 친화적 모바일 시스템 도입으로 간편하게 주고받을 수 있는 e쿠폰서비스가 선물 문화로 자리를 잡았기 때문이다.

전반적으로 온라인 쇼핑 시장은 여전히 확장세를 보이고 있으나, 사회적 거리두기 해제 이후 성장 동력이 다소 약화되며 증가폭이 이전보다 축소되고 있다. 특히 음식서비스(-0.7%) 거래액이 감소세로 전환되었다. 식료품 가격 상승으로 인한 외식 물가의 상승과 전반적인 인플레이션으로 인해 소비자들이 생활비 절감을 위해 외식과 배달음식을 줄이는 것으로 나타났다. 외식산업 경기지수⁴도 82.54(22.4Q)에서 73.67(23.4Q), 71.52(24.4Q)로 계속 감소하고 있다.

표 1-2-17. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 소매업) 매출 현황

(단위: 조원)

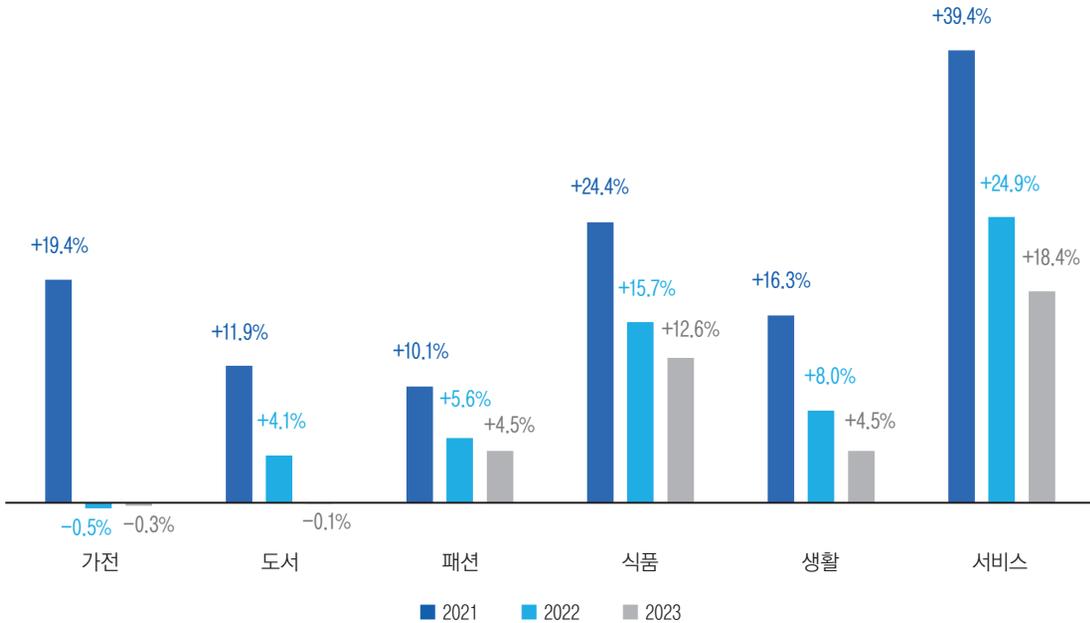
대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
온라인 기반 상품 소매업	158.3	190.2	211.1	228.9	-
가전	25.3	30.2	30.0	30.0	13.1%
도서	3.7	4.2	4.4	4.3	1.9%
패션	45.4	50.1	52.8	55.2	24.1%
식품	25.1	31.2	36.1	40.7	17.8%
생활	22.6	26.3	28.4	29.6	12.9%
서비스	32.1	44.7	55.8	66.2	28.9%
기타	4.0	3.5	3.5	2.8	1.2%

*통계청, 온라인쇼핑동향조사, 각 연도

*서비스는 여행 및 교통서비스, 문화 및 레저서비스, e쿠폰서비스, 음식서비스 등이 포함

4 외식산업 경기지수는 외식업체 매출, 식재료원가, 종업원수 등 변화를 측정하여 해당 분기 체감경기를 파악

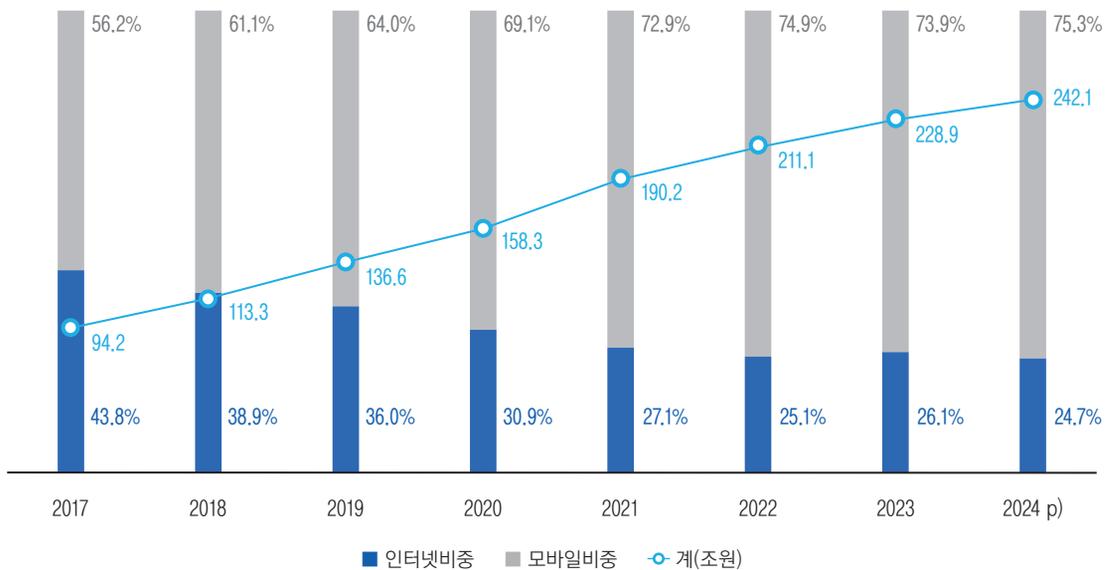
그림 1-2-18. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 소매업) 전년대비 매출 변화



온라인 기반 상품 소매업은 인터넷쇼핑과 모바일쇼핑으로 분류할 수 있으며, 인터넷쇼핑이 정체되어있는 사이 모바일쇼핑 매출액은 지속적으로 상승하는 모습을 보이고 있다. 인터넷쇼핑 매출액은 2017년 41.3조 원에서 2024년 59.7조 원으로 증가하였으나, 인터넷쇼핑 비중은 2017년 43.8%에서 2024년 24.7%로 하락하고 있다. 반면, 모바일쇼핑 매출액은 2017년 52.9조 원에서 2022년 182.4조 원으로 약 3배 이상 증가하였고, 모바일쇼핑 비중도 2017년 56.2%에서 2024년 75.3%로 증가하였다. 이는 모바일 기기의 접근성 향상(스마트폰 보급률 증가와 모바일 쇼핑몰의 사용자 친화적 개선)과 소비자들의 모바일 중심 라이프스타일 변화(신선식품 구매가 모바일에서 일상화되는 추세 등)를 반영하고 있다.

그림 1-2-19. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 기반 상품 소매업) 판매매체별 매출액 비중

(단위: 조원)



(2) 온라인 오프라인 결합산업(O2O)

O2O(Online to Offline) 서비스는 디지털 시대의 새로운 비즈니스 패러다임을 제시하고 있다. 초기에는 단순히 온라인에서 오프라인 매장으로의 고객 유입을 목적으로 했으나, 현재는 실시간으로 온·오프라인을 연결하는 혁신적인 온디맨드 플랫폼으로 진화했다. 이는 소비자의 즉각적인 니즈를 충족시키는 동시에, 사업자에게는 새로운 비즈니스 기회를 제공하고 있다.

O2O 서비스는 차량, 숙박, 택시, 가사도우미, 주차, 음식, 세탁, 청소대행, 더 나아가 금융과 의료 서비스까지 다양한 영역으로 확장되고 있다. 이러한 서비스들은 플랫폼을 통해 서로 다른 두 집단을 연결하는 양면시장의 특성을 가지며, 이용자 수가 증가할수록 서비스의 가치도 함께 상승하는 특징이 있다.

온라인 오프라인 결합산업(O2O) 매출은 결합 플랫폼 활용산업⁵이 172.7조 원(95.7%)으로 대부분을 차지하고 있으며, 결합 플랫폼 제공산업⁶이 7.7조 원(4.3%) 규모로 나타났다.

결합 플랫폼 제공산업의 매출액 증가율은 2022년 +31.8%에서 2023년 +7.2%로 증가폭이 감소하고 있으며, 결합 플랫폼 활용산업은 2022년 +9.2%에서 2023년 +8.2%로 증가폭이 비슷하게 유지되고 있다.

이와 같이 O2O 서비스의 성장세 둔화에는 경기 불확실성에 따른 소비자 지출이 감소한 것도 있겠지만 온라인 쇼핑 시장이 성장기를 지나 성숙기에 진입하고 있으며, 특히 플랫폼 간 경쟁이 심화되어 결합 플랫폼 제공산업에서 더 큰 영향을 받은 것으로 보인다.

결합플랫폼 제공산업과 활용산업은 건물 임대, 중개 및 유지보수, 운송서비스, 음식점 및 숙박 서비스 등으로 분류되고 있다. 결합플랫폼 제공산업은 운송서비스(4.7조 원, 60.7%)가 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 운송서비스의 매출액 증가율은 2022년 +45.3%를 기록하며 결합 플랫폼 제공산업 증가율을 이끌었으나 2023년 +4.2%로 증가율이 급격하게 감소하였다.

결합플랫폼 활용산업은 건물 임대, 중개 및 유지보수 매출이 56.3조 원(32.6%)로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 다음으로는 운송 서비스가 52.0조 원(30.1%), 음식점 및 숙박서비스가 45.2조 원(26.2%) 등의 순으로 나타났다.

표 1-2-18. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 매출 현황

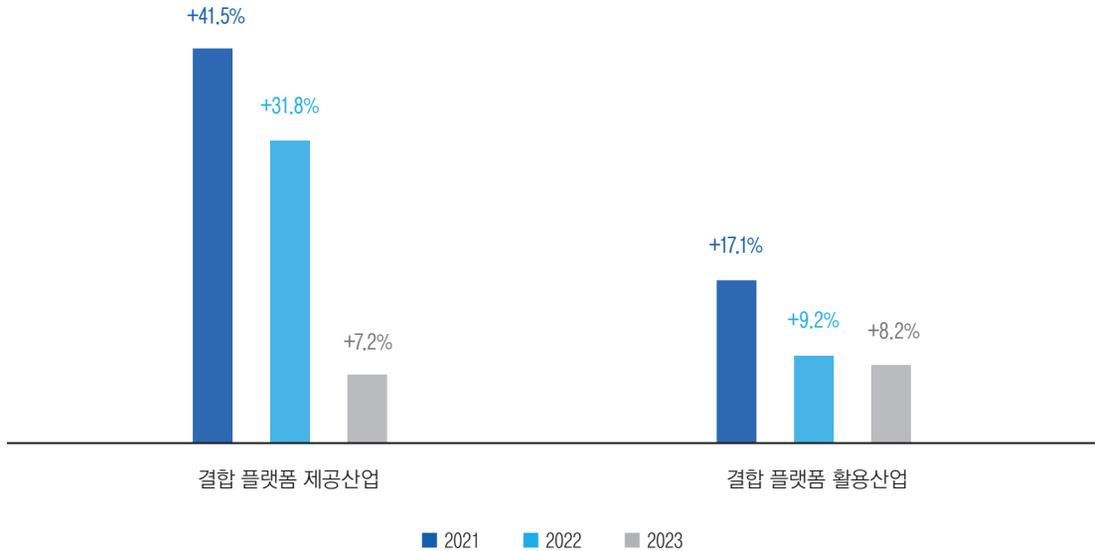
(단위: 조원)

대 · 중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
온라인 오프라인 결합산업(O2O)	128.7	151.7	166.8	180.2	-
결합 플랫폼 제공산업	3.8	5.4	7.2	7.7	4.3%
결합 플랫폼 활용산업	124.9	146.2	159.7	172.7	95.7%

5 실거래업(예: 외식업, 숙박업 등)

6 중개산업(예: 배달의 민족, 야놀자 등)

그림 1-2-20. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 전년대비 매출 변화



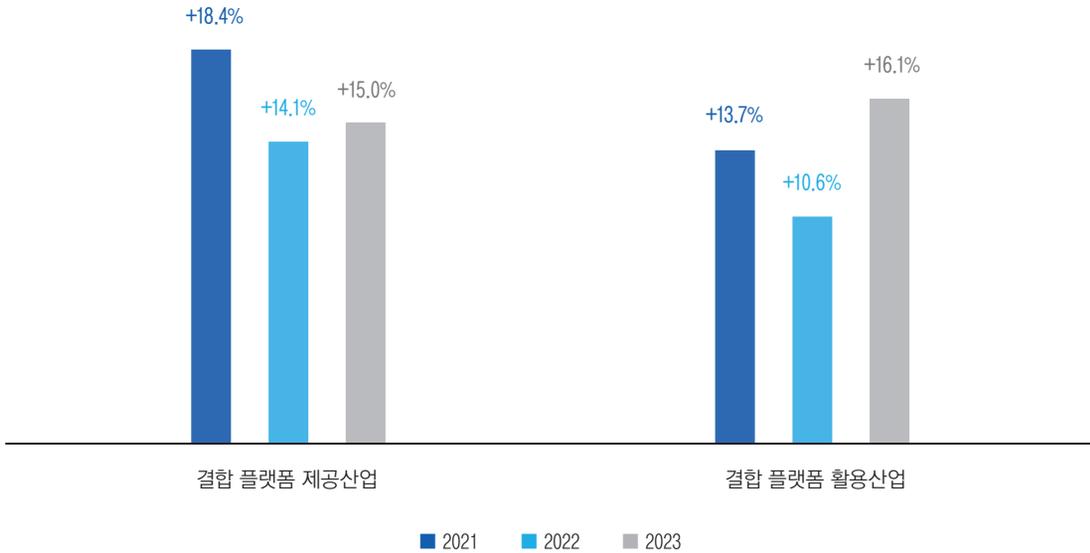
온라인 오프라인 결합산업(O2O) 종사자 수는 결합 플랫폼 활용산업이 82.1만 명(96.6%)으로 가장 크며, 결합 플랫폼 제공산업은 2.9만 명(3.4%) 규모로 나타났다. 결합 플랫폼 제공산업의 종사자 수 증가율은 2022년 +14.1%에서 2023년 +15.0%로 소폭 상승하였으며, 결합 플랫폼 활용산업은 2022년 +10.6%에서 2023년 +16.1%로 상승폭이 커졌다.

표 1-2-19. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 종사자 수 현황

(단위: 만명)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
온라인 오프라인 결합산업(O2O)	58.1	66.1	73.2	84.9	-
결합 플랫폼 제공산업	1.8	2.2	2.5	2.9	3.4%
결합 플랫폼 활용산업	56.2	63.9	70.7	82.1	96.6%

그림 1-2-21. 디지털 및 실물경제 결합산업(온라인 오프라인 결합산업) 전년대비 종사자 수 변화



온라인·오프라인 결합 산업(O2O) 중 운송 서비스 분야의 제공 산업 종사자 수는 11,899명, 활용 산업 종사자 수는 722,915명으로 나타났다. 이는 운송 서비스 분야에서 O2O 플랫폼을 활용하는 개인 사업자(예: 택배 기사, 대리운전, 배달 라이더 등)의 비중이 매우 크다는 점을 의미한다.

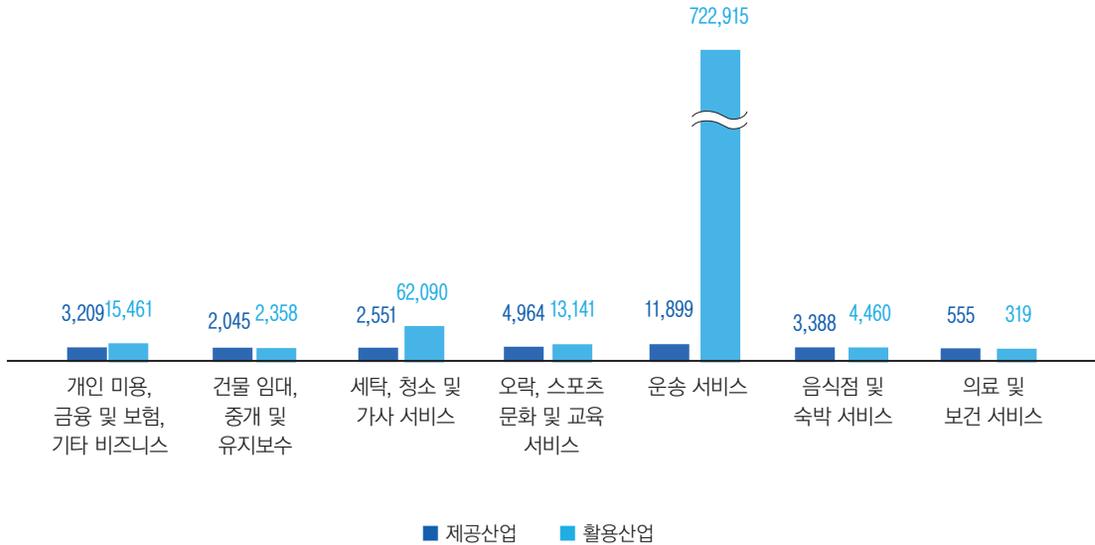
기존의 운송업(택시, 물류 등)은 면허나 고정적인 일자리가 필요했지만, O2O 플랫폼 서비스의 도입으로 누구나 쉽게 진입할 수 있는 환경이 조성되었으며, 이로 인해 노동 유연성이 크게 증가한 것이 특징이다. 특히, 플랫폼을 활용한 프리랜서 및 자영업 형태의 종사자가 급격히 늘어나면서 전통적인 고용 방식과 차별화된 노동 구조가 형성되고 있다.

운송 서비스 외에도 개인 미용, 금융 및 보험, 기타 비즈니스 분야에서도 활용 산업 종사자가 제공 산업 종사자의 5배 수준으로 나타났다. 금융 및 보험 서비스는 비대면 서비스와 플랫폼 비즈니스 모델로 빠르게 전환되는 추세이며, 이러한 변화는 디지털 기술을 기반으로 한 산업 구조 재편을 시사한다.

반면, 의료 및 보건 서비스 분야는 O2O 활용 산업 종사자가 제공 산업 종사자보다 적게 나타난 유일한 사례다. 이는 원격 진료 및 건강 관리 서비스의 확대 가능성이 존재하지만, 법적 규제에 의해 시장 수요가 아직 충분히 형성되지 않았기 때문으로 보인다.

그림 1-2-22. 온라인 오프라인 결합산업(O2O) 종사자 수 현황(2023년)

(단위: 명)



3) 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업

디지털 및 실물경제 결합산업과 달리 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업은 정보의 취득부터 실제 거래와 소비까지 디지털로 이루어지는 산업으로, 디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업과 디지털 금융산업의 2개 중분류로 구성된다.

디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 매출은 디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업이 59.6조원(74.0%)으로 가장 크며, 디지털 금융산업이 20.9조원(26.0%) 규모로 나타났다.

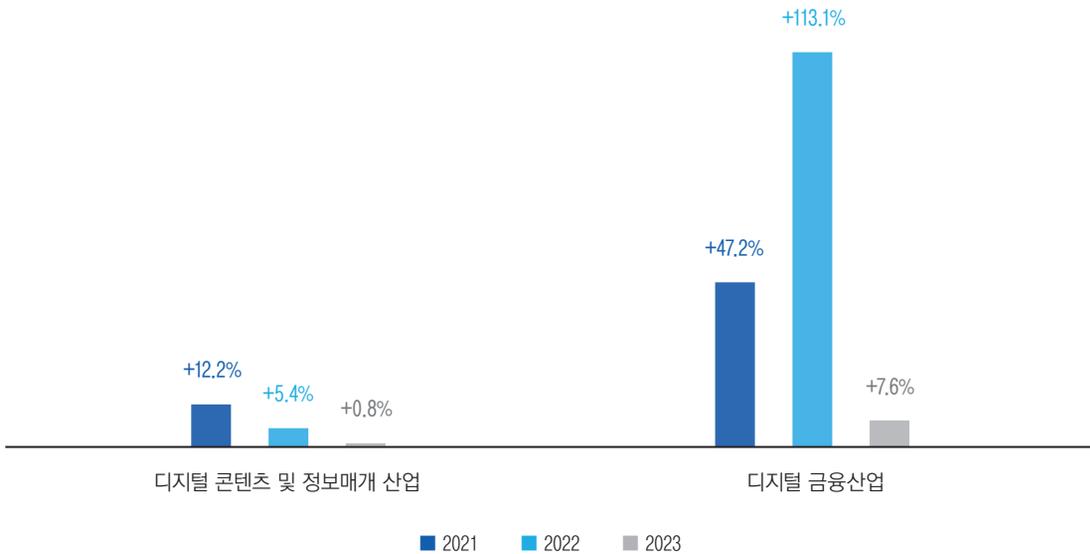
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업의 매출 증가율은 2022년 +5.4%에서 +0.8%로 증가폭이 하락했으며, 디지털 금융산업은 2022년 +113.1%에서 2023년 +7.6%로 상승폭이 크게 하락했다.

표 1-2-20. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 매출 현황

(단위: 조원)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	56.2	65.3	78.6	80.6	-
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	50.0	56.1	59.1	59.6	74.0%
디지털 금융산업	6.2	9.1	19.5	20.9	26.0%

그림 1-2-23. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 전년대비 매출 변화



디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 종사자 수는 디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업이 18.0만명(87.0%)으로 가장 크며, 디지털 금융산업은 2.7만명(13.0%) 규모로 나타났다.

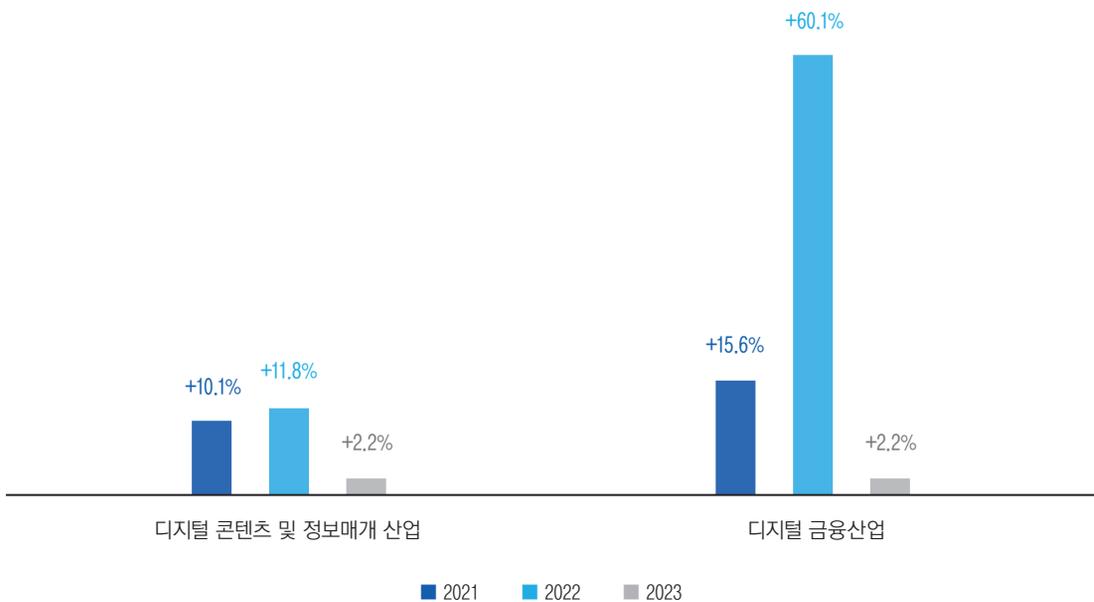
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업의 종사자 수 증가율은 2022년 +11.8%에서 +2.2%로 증가세가 감소했으며, 디지털 금융산업의 경우 2022년 +60.1%에서 +2.2%로 증가세가 크게 줄었다.

표 1-2-21. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 종사자 수 현황

(단위: 만명)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	15.7	17.4	20.2	20.6	-
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	14.3	15.7	17.6	18.0	87.0%
디지털 금융산업	1.4	1.6	2.6	2.7	13.0%

그림 1-2-24. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 전년대비 종사자 수 변화



(1) 디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업

디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업은 수익구조를 기준으로 소비자에 요금을 부과하는 디지털 콘텐츠·서비스 제공산업과 광고 및 데이터 수집을 통해 수익을 창출하는 데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업으로 구분된다.

디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업의 매출은 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업이 44.4조원(74.4%)로 가장 크며, 데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업은 15.2조원(25.6%) 규모로 나타났다.

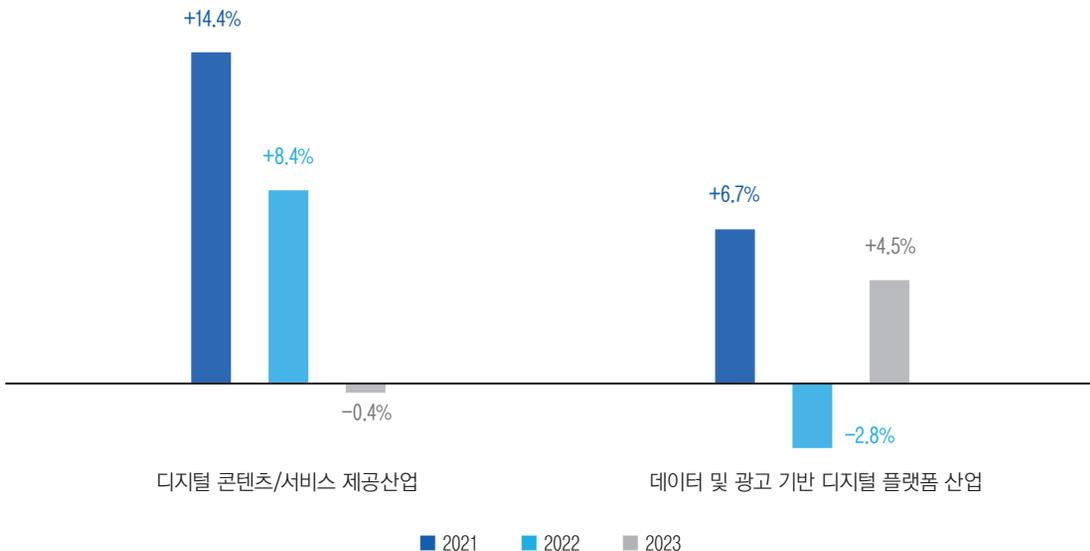
디지털 콘텐츠/서비스 제공산업의 매출 증가율은 2022년 +8.4%에서 2023년 -0.4%로 하락세로 전환했고, 데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업은 2022년 -2.8%에서 2023년 +4.5%로 상승세로 전환했다.

표 1-2-22. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 매출 현황

(단위: 조원)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	50.0	56.1	59.1	59.6	-
디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	35.9	41.1	44.5	44.4	74.4%
데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	14.1	15.0	14.6	15.2	25.6%

그림 1-2-25. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 전년대비 매출 변화

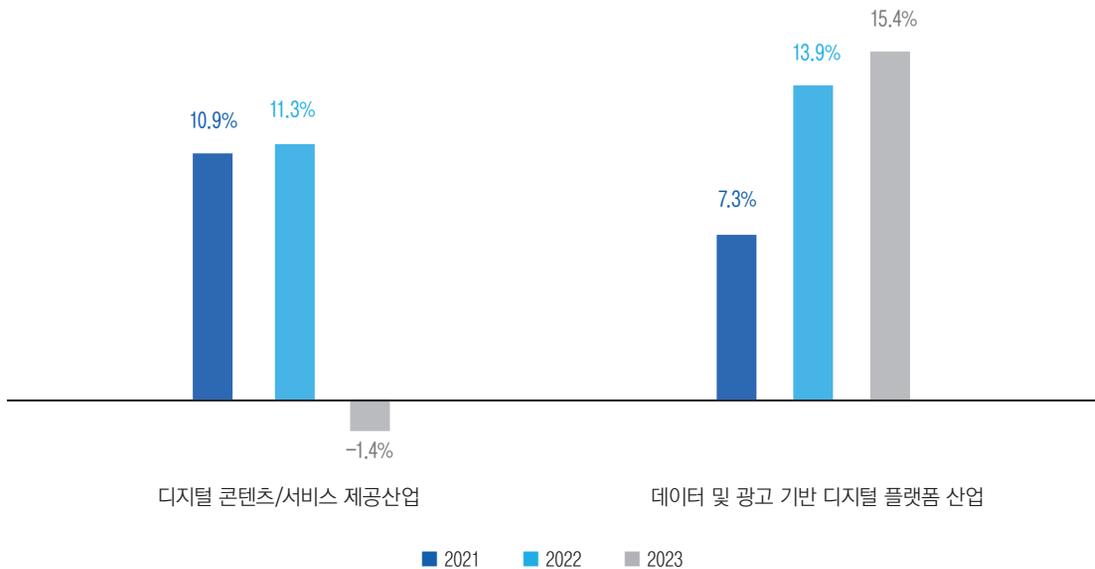


디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업의 종사자 수는 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업이 13.6만명(75.9%)으로 가장 크며, 데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업이 4.3만명(24.1%) 규모로 나타났다. 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업의 종사자 수 증가율은 2021년 +11.3%에서 2022년 -1.4%로 하락세로 전환하였으며, 데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업은 2021년 +13.9%에서 2023년 +15.4%로 상승세를 이어가고 있다.

표 1-2-23. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 종사자 수 현황 (단위: 만명)

대·중분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	14.3	15.7	17.6	18.0	-
디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	11.2	12.4	13.8	13.6	75.9%
데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	3.1	3.3	3.7	4.3	24.1%

그림 1-2-26. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업) 전년대비 매출 변화



〈디지털 콘텐츠/서비스 제공산업〉

디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 매출은 게임이 17.8조원(40.2%)로 가장 크게 나타났으며, 데이터가 13.3조원(30.1%), 이러닝이 5.1조원(11.5%), 음악이 2.7조원(6.0%), 만화가 2.3조원(5.1%), 전자출판이 1.6조원(3.5%) 등의 순으로 나타났다.

매출 증가율은 게임 분야가 2022년 +6.2%에서 2023년 -10.9%로 감소세로 전환했다. 그 외에는 만화분야가 +56.0%로 가장 크며, 음악 분야가 +10.0%, 전자출판이 +6.1%, 이러닝 분야가 +4.5% 등의 순으로 나타났다.

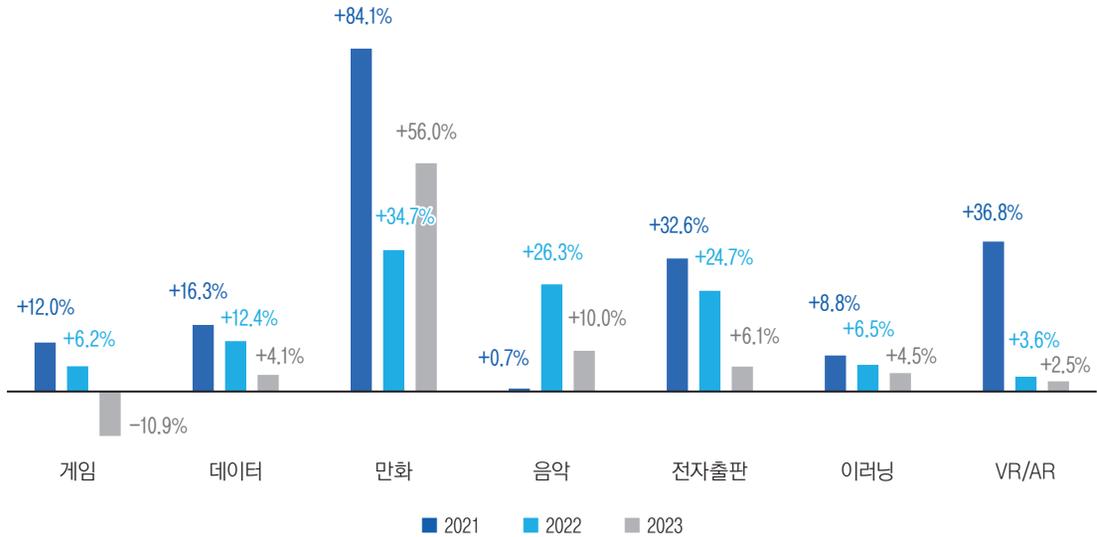
표 1-2-24. 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 매출 현황

(단위: 조원)

소·세분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	35.9	41.1	44.5	44.4	-
게임	16.8	18.8	20.0	17.8	40.2%
데이터	9.8	11.4	12.8	13.3	30.1%
만화	0.6	1.1	1.5	2.3	5.1%
음악	1.9	1.9	2.4	2.7	6.0%
전자출판	0.9	1.2	1.5	1.6	3.5%
이러닝	4.2	4.6	4.9	5.1	11.5%
VR/AR	0.8	1.0	1.1	1.1	2.5%
기타	0.9	1.0	0.4	0.5	1.1%

*기타는 공간정보, 애니메이션, 영화를 포함

그림 1-2-27. 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 전년대비 매출 변화



디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 종사자 수는 데이터 분야가 4.6만명(34.0%)로 가장 비중이 크며, 게임 분야가 4.2만명(30.9%), 이러닝 분야가 2.3만명(16.5%), VR/AR 분야가 9,281명(6.8%) 등의 순으로 나타났다.

종사자 수 증가율은 만화 분야에서 2022년 +24.1%에 이어 2023년 +56.0%로 상승폭이 증가했다. 음악 분야도 2022년 +3.6%에서 2023년 +10.0%로 증가하였으나, 게임 분야에서는 2022년 +8.9%에서 2023년 -10.9%로 하락세로 변경됐다.

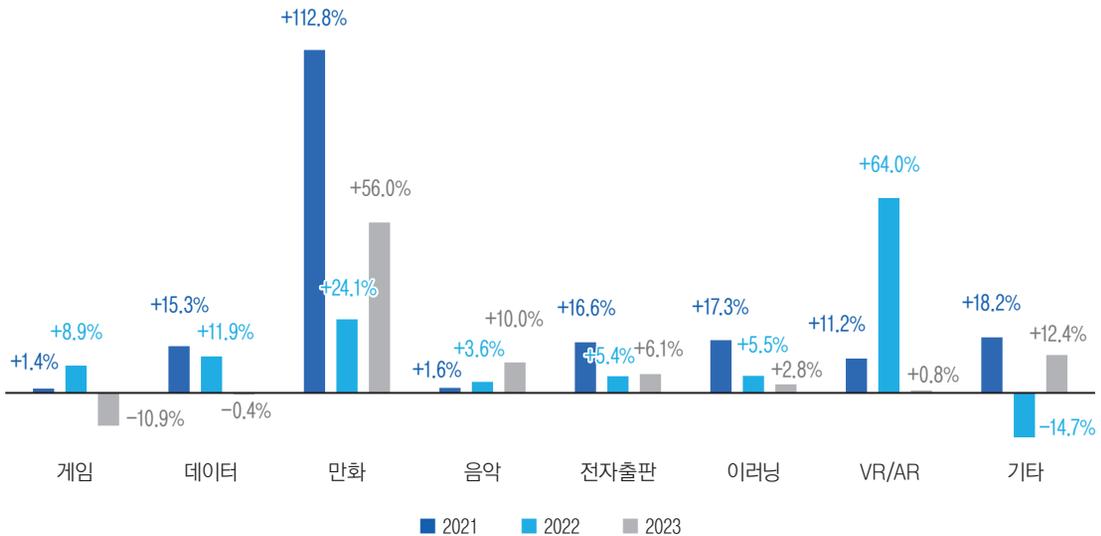
표 1-2-25. 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 종사자 수 현황

(단위: 명)

소·세분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	112,074	124,247	138,259	136,285	-
게임	42,738	43,343	47,212	42,066	30.9%
데이터	36,050	41,574	46,517	46,309	34.0%
만화	1,189	2,530	3,140	4,898	3.6%
음악	3,477	3,534	3,661	4,027	3.0%
전자출판	3,151	3,673	3,872	4,108	3.0%
이러닝	17,712	20,782	21,920	22,531	16.5%
VR/AR	5,052	5,616	9,211	9,281	6.8%
기타	2,705	3,196	2,726	3,064	2.2%

* 기타는 공간정보, 애니메이션, 영화를 포함

그림 1-2-28. 디지털 콘텐츠/서비스 제공산업 전년대비 종사자 수 변화



(2) 디지털 금융산업

디지털 금융산업 매출은 결제 및 송금이 11.5조원(54.7%)으로 가장 크며, 인터넷전문은행이 4.7조원(22.4%), 금융정보 및 자산관리가 2.5조원(11.7%), 가상자산 매매 및 중개가 1.3조원(6.3%) 등의 순으로 나타났다.

금융정보 및 자산관리 매출 증가액은 2022년 - 22.5%에서 2023년 +317.5%로 큰 폭으로 상승하였으며, 인터넷전문은행도 2022년 +110.1%에서 2023년 +61.0%로 큰 성장세를 유지하고 있다. 하지만 가상자산 매매 및 중개는 2022년 +19.7%에서 2023년 - 17.2%로, 결제 및 송금 또한 2022년 +161.0%에서 2023년 - 16.3%로 감소세로 전환하였다.

표 1-2-26. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 매출 현황

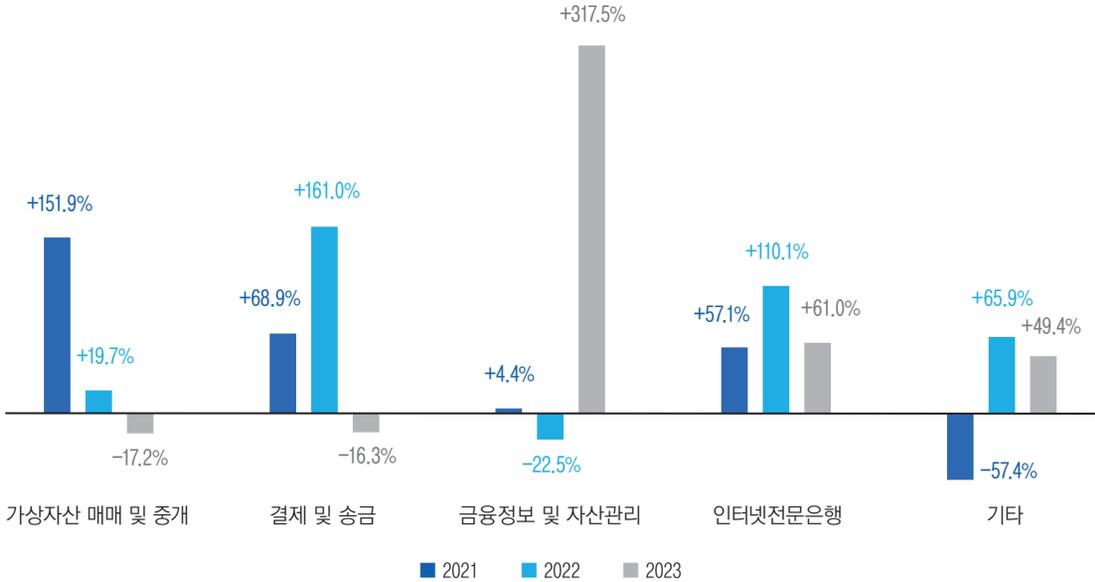
(단위: 조원)

중·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 금융산업	6.2	9.1	19.5	21.0	-
가상자산 매매 및 중개	0.5	1.3	1.6	1.3	6.3%
결제 및 송금	3.1	5.3	13.7	11.5	54.7%
금융정보 및 자산관리	0.7	0.8	0.6	2.5	11.7%
인터넷전문은행	0.9	1.4	2.9	4.7	22.4%
기타	1.0	0.4	0.7	1.0	4.8%

* 가상자산거래업은 금융정보분석원에 가상자산거래업자로 등록된 기업 중 매출액과 종사자수의 추정이 가능한 21개 기업(4대 거래소 포함)의 자료를 통해 추산하였음

* 기타는 P2P/클라우드펀딩, 기타서비스를 포함

그림 1-2-29. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 전년대비 매출 변화



디지털 금융산업의 종사자 수는 결제 및 송금이 1.5만명(57.6%)으로 가장 많으며, 금융정보 및 자산관리가 3,652명(13.6%), 인터넷전문은행이 2,647명(9.8%), 가상자산 매매 및 중개가 1,895명(7.0%) 등의 순으로 나타났다.

금융정보 및 자산관리 종사자 수 증가율은 2022년 -7.5%에서 2023년 +39.7%로 큰 폭으로 상승하였으며, 인터넷전문은행도 2022년 +35.1%에서 2023년 +16.2%로 성장세를 유지하고 있다. 하지만 가상자산 매매 및 중개의 종사자 수 증가율은 2022년 +34.5%에서 2023년 -3.8%로, 결제 및 송금 또한 2022년 +91.7%에서 2023년 -2.8%로 감소세로 전환하였다.

표 1-2-27. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 종사자 수 현황

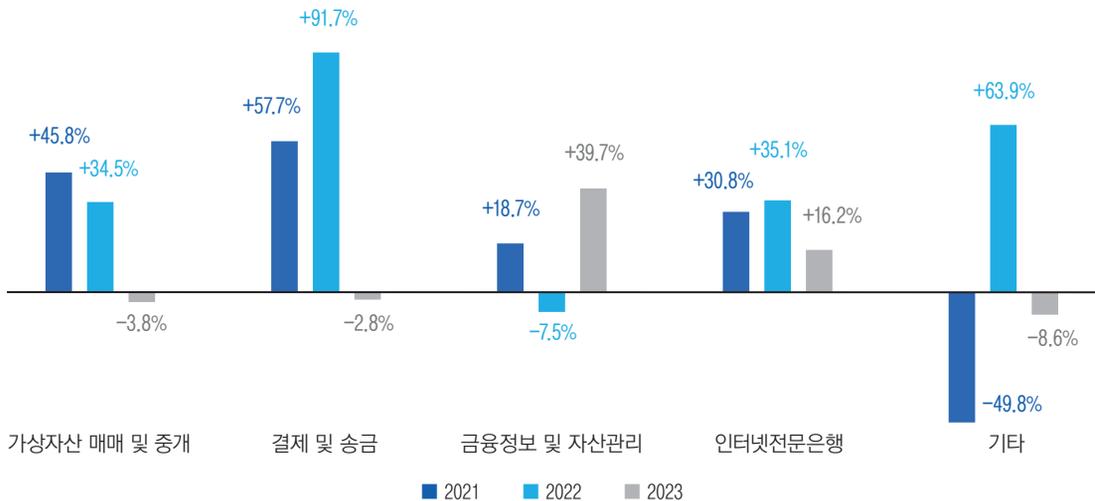
(단위: 명)

종·소분류	2020년	2021년	2022년	2023년	비중
디지털 금융산업	14,228	16,443	26,325	26,910	-
가상자산 매매 및 중개	1,004	1,464	1,969	1,895	7.0%
결제 및 송금	5,275	8,317	15,943	15,497	57.6%
금융정보 및 자산관리	2,383	2,828	2,615	3,652	13.6%
인터넷전문은행	1,289	1,686	2,278	2,647	9.8%
기타	4,277	2,148	3,520	3,219	12.0%

* 가상자산거래업은 금융정보분석원에 가상자산거래업자로 등록된 기업 중 매출액과 종사자수의 추정이 가능한 21개 기업(4대 거래소 포함)의 자료를 통해 추산하였음

* 기타는 P2P/클라우드펀딩, 기타서비스를 포함

그림 1-2-30. 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업(디지털 금융산업) 전년대비 종사자 수 변화



<금융정보 및 자산관리>

2022년은 금리 인상과 부동산 경기 침체에 따른 금융 시장의 불안정성 요소가 존재했다면, 2023년은 비대면 금융 플랫폼 수요가 증가하는 한해다. 디지털 बैं킹 수요가 확대되었고, 젊은 세대의 유입으로 고객의 디지털 선호도가 강화되었다. 정부와 금융당국의 지원까지 겹쳐져 핀테크 기업들이 더 많은

금융 서비스를 제공할 수 있게 되었다.

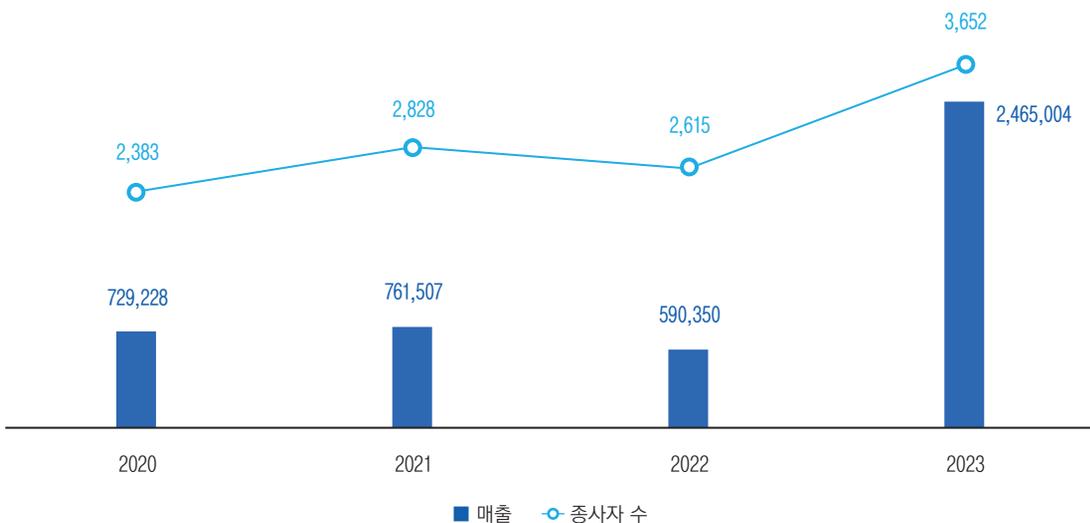
대표적으로 인슈어테크와 자산관리로 구분되고 있으며, 인슈어테크(InsurTech)는 보험(Insurance)과 기술(Technology)의 합성어로, 빅데이터, 인공지능, 블록체인 등의 IT 기술을 보험 산업에 활용한 것을 의미한다. 인슈어테크는 기존의 전통적인 보험 산업에 혁신을 가져와 효율성을 높이고 고객 경험을 개선하는 데 기여하고 있다.

자산관리 서비스는 금융상품을 추천·중개하고 로보어드바이저(AI 알고리즘을 활용하여 자동화된 포트폴리오 관리 및 자산 배분 서비스) 등을 포함하고 있으며, 고객 성향과 목표에 따른 맞춤형 자산관리 솔루션과 금융상품을 추천·중개하고 있다. 이런 자산관리 서비스는 기존의 고액 자산가 중심의 PB 서비스를 넘어 일반 대중도 이용할 수 있는 대중화된 서비스로 발전하고 있다.

금융정보 및 자산관리 매출액은 2022년 금융 시장의 불안정성으로 인해 5,904억원으로 감소하였지만, 2023년은 2조 4,650억원으로 4배 이상 증가하였으며, 종사자 수는 같은 기간 2,615명에서 3,652명으로 큰 폭 상승하였다.

그림 1-2-31. 금융정보 및 자산관리 매출 및 종사자 수

(단위: 백만원, 명)



*편람참고개별기업정보결합

〈인터넷전문은행〉

인터넷전문은행은 비대면 금융서비스, 금융 앱 발전을 주도하고 있다. 2023년에는 대환대출 시장에서 금리 경쟁력을 앞세워 큰 영향력을 확보하고, 플랫폼을 활용해 효과적으로 고객들을 유치했다. 또한 금융당국의 정책에 부응하여 중·저신용자 대상 신용대출을 확대한 것도 주요 성장 요인 중 하나이다. 이를 통해 포용금융 측면에서도 의미 있는 성과를 거두었다.

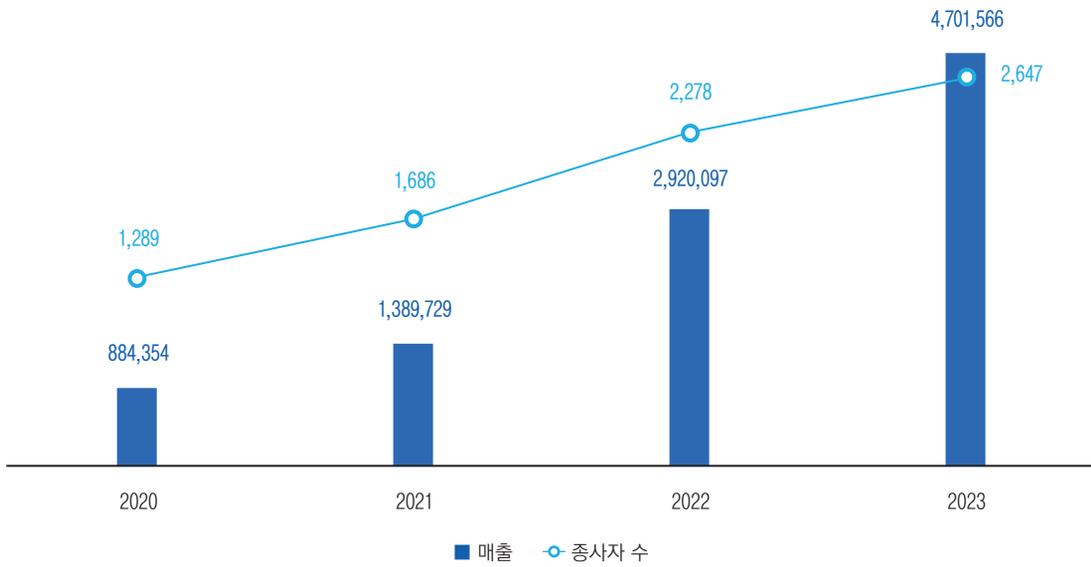
대표적으로는 케이뱅크, 카카오뱅크, 토스뱅크가 있으며, 2017년부터 2023년까지 시중은행들이 총자산 연평균 성장률이 8.0%였는데 같은 기간 인터넷전문은행은 연평균 55.5%씩 성장했다. 일반은행에서 인터넷전문은행의 자산이 차지하는 비중은 2017년 말 0.4% 수준에 불과하였으나 2021년 말에는 2.5%, 2023년 말에는 3.6%로 높아졌다.

특히 인터넷전문은행들은 금융서비스의 편의성을 높이고, 소비자에게 차별화된 혜택과 서비스를 제공하여 높은 고객 만족도를 얻었다. 금융 앱 이용자 만족도 조사에서 인터넷전문은행이 높은 순위를 차지해 다른 은행들에게 자극이 되었다. 금융연구원에 따르면 2023년 금융 앱 이용자 만족도 조사에서 토스가 1위, 카카오뱅크가 2위를 차지했다. 시중은행 앱인 NH코뱅크가 5위, 신한SOL뱅크가 6위, i-ONE 뱅크가 8위, KB스타뱅킹이 9위를 기록했다.

이런 다양한 요인들을 기반으로 인터넷전문은행의 매출과 종사자 수 증가로 이어졌다. 2020년 8,843.5억원 규모에서 2023년 4조 7,015.7억원으로 5배 이상 증가하였으며, 종사자 수 또한 같은 기간 1,289명에서 2,647명으로 2배 이상 증가했다.

그림 1-2-32. 인터넷전문은행 매출 및 종사자 수

(단위: 백만원, 명)



제3절

결과종합 및 시사점

디지털 금융의 범위가 넓어지면서 금융 서비스가 더욱 개인화되고 자동화되어 소비자 편의성이 크게 향상되고 있다. 특히, 금융 서비스 전반에서 비대면 채널과 데이터 기반 맞춤형 서비스의 발전이 이루어지면서 소비자들은 더 쉽고 빠르게 금융 상품과 자산 관리 서비스를 이용할 수 있게 되었다. 이러한 변화는 디지털 금융 생태계의 발전을 가속화하며, 금융 산업의 혁신과 경쟁력을 높이는 데 중요한 역할을 하고 있다.

AI 분야에서는 미국과 중국을 중심으로 천문학적인 투자가 이루어지면서 전 세계적으로 AI 기업 수가 증가하고 있다. 미국은 AI 기술 발전을 위한 대규모 투자를 단행하고 있으며, 중국 역시 이에 대응하여 AI 패권 경쟁을 치열하게 벌이고 있다. 이러한 글로벌 경쟁은 AI 기술 발전을 가속화하고 있으며, 관련 산업 전반에 걸쳐 혁신을 촉진하고 있다.

인터넷전문은행 역시 지속적인 성장세를 보이고 있다. 2023년 엠브레인 트렌드모니터 조사에 따르면 응답자의 86.6%가 향후 인터넷전문은행 이용 계획이 있다고 응답했으며, 81.6%가 인터넷전문은행 이용자가 계속 증가할 것으로 예상했다. 특히 주 이용층은 20대가 90.4%로 가장 높았으며, 30대가 85.4%로 뒤를 이었다. 이는 젊은 층을 중심으로 인터넷전문은행 이용이 확대될 가능성을 시사하며, 비대면 금융 서비스의 수요 증가와 맞물려 성장세가 이어질 것으로 보인다.

금융정보 및 자산관리 서비스는 오픈파이낸스 도입과 함께 시장이 더욱 확대되었다. 오픈뱅킹 이용자는 꾸준히 증가하고 있으며, 은행뿐만 아니라 제2금융권, 증권사, 카드사 등 다양한 금융기관이 서비스에 참여하고 있다. 이러한 변화는 금융 정보의 개방과 데이터 활용 극대화를 통해 소비자 맞춤형 자산 관리 솔루션 제공이 더욱 용이해지고 있음을 보여준다.

2023년 인터넷 산업의 주요 분야인 인공지능, 인터넷전문은행, 금융정보/자산관리의 급격한 매출 증가는 디지털 금융화와 데이터 활용 극대화, 비대면 서비스 확대 등 다양한 요인에 기인하며, 우리 사회와 경제에 큰 변화를 가져올 것으로 예상된다.

특히 기술 기반 금융 서비스는 국내 시장에서의 성과를 넘어 글로벌 확장 가능성까지 내포하고 있다. 디지털 금융 서비스는 물리적 경계를 초월하여 해외 시장에서도 쉽게 확장될 수 있는 장점을 지니고 있으며, 이를 통해 글로벌 시장에서의 매출 성장 기회도 열릴 것으로 기대된다.

다만, 인공지능 분야의 빠른 성장 속에서 전문 인력 부족 문제가 심화하고 있다. 인공지능 소프트웨어 및 서비스 종사자는 매년 증가하고 있으나, 인공지능 개발자와 관련 인력의 부족도 동시에 확대되고 있다. 특히, AI 부족 인원 중 61.3%가 AI 개발자로 나타났으며, 그 외에도 AI 프로젝트 관리자, AI 컨설턴트, 데이터 가공 및 처리자 등의 인력 부족이 두드러졌다.

그림 1-3-1. 연간 AI 인력 부족 현황

(단위: 명)

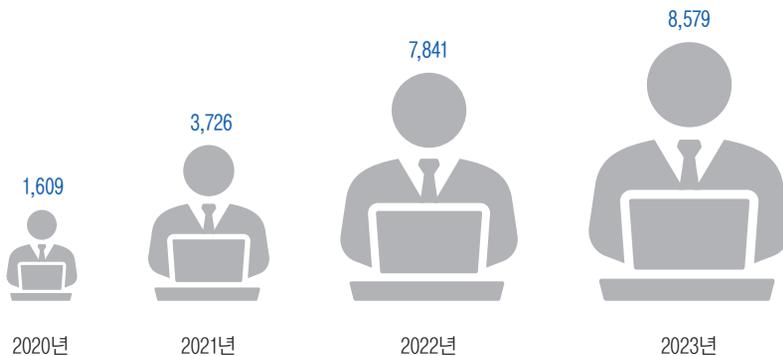
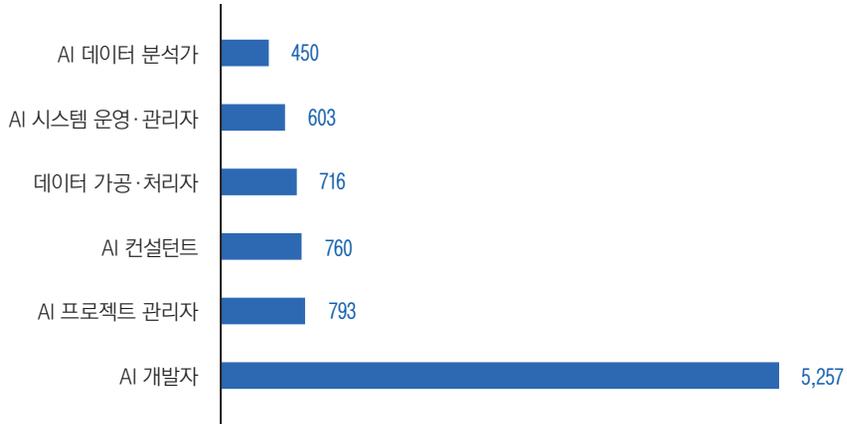


그림 1-3-2. AI 부문별 부족 인력(2023년)

(단위 : 명)



*소프트웨어정책연구소, 인공지능 산업 실태조사

전문가들은 AI 기술의 발전과 기업들의 AI 도입 확대가 빠르게 이루어지고 있는 반면, 이를 담당할 전문 인력 공급이 이를 따라가지 못하고 있다고 지적하고 있다. 이러한 인력 부족 문제는 AI 분야의 성장을 제약할 수 있는 잠재적 요인이므로, 정부와 기업은 전문 인력 양성과 교육 강화에 더욱 주력할 필요가 있다.

인터넷산업 현황에서는 데이터 기반 맞춤형 서비스와 디지털 혁신의 중요성을 다시 한번 부각시키며, 변화하는 시장 환경에 발맞춘 유연한 규제 체계와 전문 인력 양성이 필수적임을 시사한다. 이러한 혁신과 정책적 지원이 뒷받침된다면, 우리나라 인터넷 산업은 지속적인 발전을 이루고, 글로벌 시장에서의 국제 경쟁력도 더욱 강화될 것이다.

CHAPTER

2



2024 인터넷산업 전문가 인식조사

제1절
조사 개요

제2절
조사 결과

제3절
시사점 및 제언

제1절

조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

2024년은 국내 플랫폼 산업이 글로벌 경쟁 심화와 규제 환경의 급격한 변화라는 이중고에 놓인 중요한 시점이다. 디지털 경제의 핵심 동력으로 자리 잡은 플랫폼 산업은 기술 혁신과 시장 재편 속에서 새로운 기회와 도전을 동시에 맞이하고 있다.

특히, 국내 플랫폼 기업들은 미국 빅테크와 급성장하는 중국 테크 기업으로부터 강력한 경쟁 압박을 받고 있다. 예를 들어, 지난 한 해 동안 중국의 AliExpress와 Temu는 공격적인 가격 정책과 마케팅 전략을 통해 한국 시장에서 빠르게 영향력을 확대했으며, 이는 국내 기업들에게 심각한 위협으로 작용하고 있다. 더불어, 인공지능(AI) 기술의 빠른 발전은 글로벌 경쟁력을 강화할 수 있는 기회를 제공하는 동시에, 기술 격차를 줄이기 위한 국내 기업들의 신속한 대응을 요구하며 부담을 가중시키고 있다.

국제적으로는 미중 기술 패권 경쟁이 심화됨에 따라 한국은 복잡한 외교적·경제적 선택의 기로에 서 있다. 이러한 경쟁은 반도체 등 첨단 산업에 직접적인 영향을 미치며, 글로벌 공급망 내에서 한국 기업들의 전략적 입지를 재조정해야 하는 과제를 안기고 있다. 또한, 글로벌 반독점 규제가 강화되면서 각국이 자국 기업 보호를 우선시하는 경향이 뚜렷해지고 있지만, 국내 규제는 여전히 시장 환경을 충분히 반영하지 못한 채 진행되고 있는 실정이다. 이는 국내 플랫폼 산업의 혁신과 경쟁력을 저해할 잠재적 위험 요인으로 작용하고 있다.

국내 플랫폼 산업은 기술 발전, 규제 환경 변화, 그리고 글로벌 경쟁 심화라는 복합적 도전 요인에 직면해 있으며, 이에 따른 산업의 현황을 면밀히 진단하고 미래 방향성을 모색하는 것이 필수적이다. 그러나 산업의 발전 경로와 정책적 시사점을 도출하기 위해서는 다각적이고 정교한 접근이 요구된다. 일반 대중을 대상으로 한 인식 조사는 플랫폼 산업에 대한 표면적인 이해를 제공할 수 있으나, 산업 구조 및 정책 변화에 대한 심층적 분석에는 한계가 있다. 또한, 통계적 분석 기법은 과거와 현재의 데이터를 기반으로 일정 수준의 예측을 가능하게 하지만, 시장 환경의 급격한 변화와 규제 정책의 동태적 변수를 충분히 반영하는 데에는 제약이 존재한다. 이에 따라 플랫폼 산업의 구조적 변화와 미래 전략을 보다 정밀하게 탐색하기 위해서는 관련 분야 전문가를 대상으로 한 심층 인터뷰 연구가 가장 적절한 방법론적 접근이 될 수 있다.

플랫폼 산업을 연구하는 전문가들은 산업 전반에 대한 경험과 전문 지식을 바탕으로 시장 변화의 본질을 분석하고, 정치적·산업적 대응 방향에 대한 실질적 시사점을 제시할 수 있다. 전문가들은 산업구조, 정책 변화, 기술 혁신에 대한 경험과 통찰을 바탕으로 보다 정교하고 현실적인 방향성을 제시할 수 있다. 이를 통해 플랫폼 산업의 지속가능한 발전을 위한 전략적 시사점을 도출할 수 있다.

2. 조사 대상 및 방법

이번 조사는 플랫폼 산업과 디지털 경제에 대한 심층적인 논의를 위해, 관련 분야에서 전문적인 지식과 경험을 보유한 학계 전문가를 대상으로 진행되었다. 인터뷰 대상자는 플랫폼 산업, 디지털 금융, 기술 혁신, 경쟁 및 규제 환경, 미디어 및 데이터 정책 등 다양한 주제와 연관된 연구를 수행해 온 학자 중에서 선정되었다. 총 10명의 학자가 참여하였으며, 각자의 연구 경험과 전문성을 바탕으로 플랫폼 산업의 현재와 미래에 대한 의견을 제시했다.

2024년 플랫폼 산업의 전반을 평가하고 미래에 대한 의견을 제시하기 위해 본 조사는 2024년 12월부터 2025년 1월까지 진행되었다. 인터뷰는 대상자 각각 1:1 대면 인터뷰를 진행하였으며, 심층적인 논의를 위해 아래와 같은 주요 질문을 중심으로 인터뷰를 진행하였다.

주요 조사 내용

- 2024년 국내 플랫폼 산업 전반에 대한 평가와 당면한 문제는 무엇인가?
- 플랫폼 산업은 앞으로 어떤 방향으로 변화할 것인가?
- 산업이 직면한 문제를 해결하고 미래 변화에 대응하기 위해 필요한 노력은 무엇인가?

본 연구는 연구 윤리 지침을 준수하였으며, 연구 진행 전 모든 참여자로부터 연구 목적, 진행 절차, 데이터 활용 방식 등에 대한 설명을 제공하고 동의를 받았다. 또한 연구의 전 과정에서 윤리적 원칙(자발적 참여, 비밀 유지, 개인정보보호 등)을 엄격히 준수하였다.

3. 분석 방법

본 연구는 Braun&Clarke(2006)의 주제 분석 절차를 따라 인터뷰 자료를 분석하였다. 분석은 자료 적응(Familiarization), 핵심 개념 도출(Identifying Key Concepts), 주제 도출 (Deriving Themes), 주제 검토 및 정리(Reviewing and Refining Themes), 주제 정의 및 해석(Defining and Interpreting Themes), 결과 보고(Presenting the Findings)의 여섯 단계를 거친다.

‘자료 적응’ 단계에서는 전사된 인터뷰 내용을 여러 차례 읽고, 연구 질문과 관련한 핵심 개념을 탐색한다. ‘핵심 개념 도출’ 단계에서는 인터뷰 응답자들에게서 동일하게, 반복적으로 등장하는 개념이 무엇인지 정리하고, 유사한 개념들을 그룹화 하며 분석을 위한 기초를 마련한다. ‘주제 도출’ 과정에서는 정리된 개념들을 바탕으로 주요 주제를 도출하고 연구 질문과 연관성이 높은 개념을 중심으로 정리한다. ‘주제 검토 및 정리’ 단계에서는 도출된 주제들이 연구 목적에 부합하는지 검토하고

정리하고 '주제 정의 및 해석' 단계에서는 최종적으로 주요 주제를 확정하고 연구 질문과 연관성을 토대로 해석한다. 이렇게 분석된 결과는 아래 서술 하였다.

본 연구는 연구의 신뢰성을 확보하기 위하여 3인의 연구자가 삼각검증(Triangulation)을 실시하였다. 인터뷰와 같은 질적 연구방법은 연구자의 주관에 개입될 가능성이 높다. 따라서, 연구 결과의 편향을 줄이고 타당성(validity)을 강화하기 위해 여러 명의 연구자가 동일한 자료를 분석하는 검증 방식을 활용하였다.

제2절 조사 결과

1. 2024년 인터넷 산업 현황 진단

1) 규제와 부정적 시각 등, 어려운 한해를 보낸 플랫폼 산업

인터뷰 결과, 10인의 전문가들은 2024년 한국 플랫폼 산업이 전반적으로 어려운 한 해를 보냈다고 평가하며, 불확실성에 따른 “위축효과”를 경험하고 있다고 평가했다.

위축효과(Chilling effect)는 특정 규제, 법률, 정책 또는 사회적 분위기로 인해 사람들이 자유롭게 행동하거나 표현하는 것이 위축되는 현상을 의미한다. 예를 들어 소송 보복이 두려워 정당한 권리를 행사하는 것임에도 주저하게 되는 현상이나, 법적 불확실성이나 과도한 규제가 존재할 때, 사람들이 처벌이나 불이익을 피하기 위해 자발적으로 행동을 제한하는 것이 위축효과다.

즉, 전문가들은 플랫폼 산업에 대한 규제가 점점 늘어나고 강화되는 가운데, 대중들의 부정적 인식까지 맞물리면서, 기업들은 혁신과 투자를 주저하게 되고, 이는 산업의 지속적인 성장에도 제약을 초래한다고 평가했다. 산업에 만연하고 있는 위축효과는 단순히 개별 기업의 부담 증가를 넘어 산업 전반의 혁신 동력을 약화시키는 악순환을 불러올 가능성이 크다.

플랫폼 기업들이 강화된 규제 환경 속에서 불확실성을 우려해 신산업 진출과 기술 개발을 보수적

으로 운영하게 되면 산업 생태계 전체가 정체될 위험이 높아진다. 특히 글로벌 시장에서는 AI와 같은 차세대 기술을 기반으로 플랫폼이 빠르게 진화하고 있지만 국내에서는 규제 중심의 정책이 플랫폼 기업들의 경쟁력을 제한하면서 자국 기업이 점차 글로벌 시장에서 밀려나는 결과로 이어지게 된다. 전문가들은 현재 이러한 현상이 우리나라에서 목격되고 있으며, 한국 플랫폼 산업은 더 이상 혁신을 주도하는 주체가 아니라 규제와 경쟁 압박 속에서 생존을 고민해야 하는 산업으로 전락할 가능성이 높다고 경고하고 있다.

몇몇 전문가는 이러한 현황에 대해 다음과 같이 언급했다.

“지금과 같은 분위기에서는 토종 빅테크 기업은 나올 수가 없다. 우리나라의 규제는 성장이나 진흥에 대한 이야기는 한마디도 없이 오로지 그냥 폐해만 보며, 그 또한 사전에 막겠다고 한다”(전문가 D)

“한국은 국내 플랫폼의 내부 점유율을 중심으로 독과점 명분의 강한 규제를 만들고 있다. 하지만 플랫폼 기업의 집중 정도를 판단하기 위해서 국제적 규모의 비례적 판단 기준이 필요하다. 국내 이 작은 경제 규모 안에서 점유율 중심의 강한 규제는 외국의 자국 플랫폼 보호주의와 완전히 반대되고 있으며, 이는 투자에 대한 선순환 고리를 끊게 된다. 투자자 입장에서 한국 플랫폼 산업의 미래 전망들에 대한 부정적 시그널이 많고, 혁신을 저해하거나 규제가 많다는 것은 리스크 요소들이 계속해서 잠재적으로 늘어나는 것이기 때문에 창의적 아이템이 있더라도 실제로 구현하기 굉장히 어렵게 만드는 위축효과가 나타난다.”(전문가 J)

“해외 기업들과 국내 시장 안에서 국내 기업들이 실제로 경쟁하고 있는지 살펴보면, 질적 측면에서 경쟁은 없다고 보여진다. 점차적으로 영양가 있는 것들은 해외 기업들이, 영양가 없는 것은 국내 기업이 경쟁한다.”(전문가 F)

“현 시점에서, 플랫폼 관련 규제는 플랫폼이 나쁘다는 전제를 깔고 만들어졌다. 이런 규제는 당연히 업계를 크게 위축시킬 수 밖에 없다. 과거의 사례만 보더라도 알 수 있다. 온라인 게임 셋다운제는 제정 10년만에 폐지가 되었다. 셋다운제가 도입되고 나서 게임업계가 많이 위축되었고, 특히 정책의 후광 효과로 게임이 나쁜 것이라는 인식이 좋지 않은 영향을 많이 줬다. 나쁜 산업이니 당연히 세계 규제해야 하고, 그래서 과도한 수단이 많이 동원되었다. 플랫폼도 마찬가지다. 글로벌 경쟁환경이 치열해지는데 정부는 도와주지 않고, 과도한 규제를 동원하면서 전체적으로 산업이 많이 위축될 수 있다.”(전문가 I)

2) 이해와 철학이 없는 플랫폼 산업 규제

전문가들은 규제가 산업에 부정적인 영향을 주고 있다고 평가 하면서도, 규제의 양 자체 보다 더 중요한 문제는 명확한 철학과 일관된 정책 방향이 없다는 점이라고 지적했다. 현재 규제 방식은 장기적인 산업 전략보다는 단기적인 대응에 초점을 맞추고 있어, 산업 발전을 저해하고 있다는 것이다.

특히, 플랫폼 산업에 대한 충분한 이해 없이, 개별 이슈가 발생할 때마다 기업에 즉각적인 책임을 전가하는 방식의 규제가 반복되면서 정책의 예측가능성이 사라지고, 기업들이 장기적인 혁신 전략을 수립하기 어려운 환경이 조성되고 있다.

또한, 전문가들은 플랫폼 산업에 대한 부정적 인식이 형성된 주요 원인으로 국민과 정책 입안자들이 플랫폼의 본질과 역할을 충분히 이해하지 못한데 있다고 보았다. 플랫폼 산업의 비즈니스 모델은 기존의 자산을 직접 소유하며 제품·제화 및 서비스 등을 생산하는 기존 산업의 방식과는 근본적으로 다르다. 기존의 방식과 다르다는 것은 필연적으로 다양한 사회적 이슈를 동반함을 의미한다.

보편적으로 특정 산업과 관련한 사회적 이슈가 발생한다면, 산업의 구조적 특성을 고려하여 누가, 무엇을, 어떤 방식으로 해결할 것인지에 대한 합리적 논의를 토대로 적절한 대안을 마련하는 것이 바람직하다. 하지만, 한국의 규제는 개별 사건이 발생할 때마다 기업에 대한 책임과 사회적 역할을 전가하는 방식으로 운영된다. 이러한 방식으로 인해 한국의 규제 환경은 절대적 규제의 강도(剛度)가

강화될 뿐만 아니라 규제의 방향성과 철학이 부재한 채 단기적 이슈에 따라 변동하는 문제를 초래하고 있다. 결국 기업은 운영에 대한 불확실성이 더욱 심화된다.

“정부가 플랫폼 산업을 바라보는 입장은 첨단신산업이 아니라 기존 전통산업에서 조금 발전된 산업에 가깝다. 제조업이나 반도체 산업처럼 가치적인 가치 창출을 하는 것이 아니다 보니, 플랫폼 산업의 부정적 효과가 부각되고 기존 산업을 잡아먹는 정도로만 생각하고 있다.”(전문가 G)

“플랫폼 규제에 대한 철학없이 그때그때 문제가 생기면 플랫폼에 책임을 묻는 형태로 규제를 하고 있다. 그렇기 때문에 규제끼리 잘 연결도 되지 않는다. 소비자 후생을 위해 요금을 낮추면서 소상공인의 피해를 감안해 수수료도 낮추고 사회 문제 해결을 위해 더 투자를 해야 한다고 하면 플랫폼은 어떻게 해야 하는가? ... (중략) ... 철학과 목표가 설정되고 나면 수단은 다양하게 만들 수 있다. 하지만 우리는 목표가 없어서 규제 수단 설정에 혼란이 온다. 주체와 방향 없이 표류하는 것이다.”(전문가 A)

“정부는 혹시 모르는 가상적 리스크까지 자꾸 많이 생각을 한다. 왜 이런 가상의 리스크를 생각하는지 보면, 정부가 기술과 새로운 산업에 대해 잘 모르고 확신이 없기 때문이다. 기술에 대한 확신이 없으면 막연한 리스크를 두려워 할 수 밖에 없다.”(전문가 B)

3) 권한 강화에 몰두하는 정부의 태도

또한 인터뷰에 응한 대부분의 전문가들은 산업을 대하는 규제 당국의 태도에 대해서도 강한 비판을 했다. 전문가들은 규제 당국이 산업의 발전이나 국가 경쟁력 등을 고려하기 보다는 자신들의 권한을 강화하고 조직의 영향력을 유지하기 위해 방향 없는 규제를 지속하고 있다고 비판했다. 규제기관들은 플랫폼 산업을 혁신의 영역이 아니라 통제해야 할 대상으로 간주하고, 규제 권한을 확대하려는 권한을 보인다고 평가했다. 특히 규제의 목적과 철학이 불분명한 상태에서 그때그때 발생하는 사회적 논란에 따라 규제 범위를 넓히고 이를 통해 자신의 존재 가치를 정당화하는 방식이 반복되고 있다는 지적이 나왔다. 이러한 규제 관성은 기업들이 불필요한 규제 부담 속에서 혁신과

투자 보다 규제 대응에 집중하게 만드는 악순환을 초래하였으며, 결국 플랫폼 산업의 성장 가능성을 심각하게 제한하고 있다.

기존의 조직 이론들에서도 관료 조직이 자신의 권한을 강화하고 조직의 생존을 보장하기 위해 불필요한 규제를 양산하는 행태는 심각한 문제로 지적되어 왔다. 관료적 팽창 이론에 따르면, 규제 기관은 본래의 목적을 넘어 조직의 영향력을 지속적으로 확대하려는 경향을 가진다. 현재 시점에서 플랫폼 산업은 이러한 규제 기관의 특성을 극대화 할 수 있는 최적의 환경을 제공하는 사업이다. 기술이 빠르게 변화하고, 새로운 서비스 모델이 지속적으로 등장하는 플랫폼 시장에서는 규제 기관이 개입할 명분이 끊임없이 만들어지며, 이를 통해 조직의 필요성을 강조하고 권한을 유지하려는 관성이 작동한다.

특히, 규제 당국은 산업 발전이나 국가 전체의 실익을 고려하기 보다는, 단기적인 영향력 강화와 조직의 입지를 공고히 하는데 집중하는 모습을 보이고 있다. 파킨슨 법칙(Parkinson's Law)에서 설명하듯¹, 관료 조직은 업무량과 관계 없이 스스로 확장하려는 속성을 가지며, 플랫폼 산업이 규제 개입의 대상이 되면서 이러한 경향이 더욱 뚜렷해지고 있다. 규제 당국은 새로운 규제 도입을 통해 자신의 역할을 강조하고, 이를 기반으로 예산과 권한을 확대하려는 움직임을 보인다. 이 과정에서 플랫폼 산업은 혁신과 성장이 아니라 지속적인 규제의 대상이 되는 것이 당연한 환경이 되었다. 이는 장기적으로 국내 플랫폼 기업들의 경쟁력을 약화시키고, 글로벌 시장에서의 입지를 더욱 좁히는 결과로 이어질 가능성이 크다.

현재의 규제 방식은 산업의 건전한 발전을 위한 것이 아니라 규제 기관 스스로의 영향력을 유지하고 강화하는데 초점이 맞춰져 있다. 전문가들은 규제는 시장 질서를 확립하고 공정한 경쟁을 촉진하는 방향으로 설계되어야 하지만, 현재 플랫폼 산업에 대한 규제는 오히려 혁신을 저해하고 기업들의 글로벌 경쟁력을 약화시키는 부작용을 낳고 있다고 강조하며 정책적 전환의 필요성을 언급하기도 한다.

¹ 파킨슨 법칙(Parkinson's Law)은 1955년 영국의 역사학자 시릴 노스코트 파킨슨(Cyril Northcote Parkinson)이 이코노미스트(The Economist)에 기고한 에세이에 처음 소개된 개념으로, 관료조직의 비효율성과 확장성을 이야기 하며 "일은 주어진 시간을 모두 채우도록 늘어난다"라고 언급함.

“규제 당국은 2년 후면 자리가 바뀌기때문에, 책임을 과하게 지면서까지 새로운 산업에 맞는 혁신적인 결정하려고 하지 않는다. 강력한 수비 기능을 가진 기관이 변화를 가로 막고 있다고 봐야 한다.”(전문가 B)

“규제하는 부처는 추구해야하는 가치와 역할에 최선을 다하고 반대편에서 진흥을 담당하는 부처가 산업 진흥을 위해 수위조절을 해줘야 하는데, 그 역할은 하지 않고 오히려 규제를 강화하고 있다. 결국, 플랫폼 산업을 진흥하려는 컨트롤타워가 없다.”(전문가 G)

“규제하는 기관은 규제 권한이 있어야 생존할 수 있다보니 자연스럽게 규제 권한에 대한 욕심이 많아지게 된다. 규제 권한의 확대를 지향하다 보니 유럽 모델을 추구하는 것 같기도 하다. 현재 우리나라는 대부분의 영역에서 진흥보다 규제가 더욱 강한 상황이다. 인터넷 실명제나 게임셧다운제도와 같이 자유 민주 국가에서는 상상할 수 없을 제도가 국내에 도입되었던 사례가 있고, 정부의 이런 태도는 지금까지 잔존하고 있다.”(전문가 I)

4) 글로벌 경쟁 속, 내수 시장에 갇힌 한국 플랫폼 산업

전문가들은 한국 플랫폼 산업이 글로벌 경쟁력 측면에서도 위기라고 평가했다. 현재 플랫폼 산업은 미국과 중국의 양강구도로 심화되고 있으며 미국 빅테크를 견제하던 유럽도 본격적인 기술 경쟁에 뛰어든 상황이다. AI 기술이 예측보다 빠른 속도로 발전하고 있는 상황에서, 세계 각국은 디지털 경제에서 플랫폼 산업의 중요성을 더욱 절실하게 인지하고 있다고 볼 수 있다.

한국의 경우 네이버의 검색, 콘텐츠, 플랫폼, 카카오의 모빌리티, 금융서비스, 쿠팡의 이커머스 등에서 독자적 역량을 보유하고 있지만 여전히 빅테크 기업에 대한 의존도가 높고, 이는 플랫폼 경제의 네트워크 효과 측면에서 국내 기업들이 한국 안에서조차 자생적 성장을 지속하기 어려운 환경이라는 것을 의미한다(김상배, 2022). 실제로 2024년 한 해 동안 한국인이 가장 많이 사용한 앱 순위를 보면 1위가 유튜브였고, 2위와 3위에 각각 카카오톡과 네이버가 올랐다. 동영상·검색·SNS 등 핵심 플랫폼 서비스에서 해외 플랫폼이 시장을 지배하는 양상이 강화되면서 국내 기업들은 네트워크 효과를 충분히

확보하지 못한 채 제한적 내수시장에서 고군분투 하는 상황에 놓이고 있다.

최근 AI와 같은 차세대 범용 기술이 빠르게 발전할수록 플랫폼 기업의 경쟁력은 데이터의 양과 활용 능력으로 결정된다. 더 정확하고 많은 데이터를 확보하고 더 넓은 사용자층을 대상으로 서비스를 제공할수록 정교한 알고리즘 개발과 효율적인 비즈니스 모델 구축이 가능하다. 그러나 한국의 디지털 시장은 일정 수준까지 빠르게 성장했음에도 불구하고, 인구 규모와 자본 시장의 한계로 인해 기업들이 지속 가능한 성장을 이어가기 어려운 구조적 한계를 안고 있다. 특히, 국내 시장에만 머무르는 기업들은 확장성을 확보하기 어렵고, 글로벌 시장을 무대로 성장하는 해외 기업들과의 격차는 필연적으로 더욱 벌어질 수 밖에 없다.

“우리나라의 플랫폼 시장은 경쟁시장에서 시작해서 부분 집중화 시장으로 갔다가 과집중화 시장으로 가서 현재 제한 경쟁시장이 되었다. 우리나라가 완전집중시장으로 가지 않고 제한경쟁 환경으로 갈 수 밖에 없는 이유는 글로벌 플랫폼 사업자들의 입지가 워낙 크기 때문이다. 현재 한국 플랫폼 시장은 완전한 과점이나 독점이 나오기 힘든 구조다.”(전문가 J)

“국내 플랫폼 기업이 규모의 경제를 이루려면 해외 진출이 필수적이다. 기업은 이를 적극 추진하고, 정부도 지원을 해야 하지만 오히려 국내시장에 고립이 심화되고 있다. 과거에는 플랫폼 간 경쟁이 주를 이뤘지만, 이제는 인공지능과 빅데이터 등 주변 기술이 통합되며 새로운 차원으로 발전하고 있다. 해외로 나가지 못한 채 국내 시장에 머물면 외부 충격에 취약해질 것이다. 미국 기업과 자유 경쟁을 통한 생존 전략은 현실적으로 어렵고, 국가적 지원이 필요하다. 미국, 일본, 중국은 기업에 막대한 재정 지원을 하지만, 우리는 그러기 어려운 상황이다.”(전문가 F)

“AI 경쟁에서 한국이 3위냐 4위냐 하는 것보다 중요한 것은 생존을 위한 정확한 포지셔닝과 전략이다. 유통쪽도, C커머스의 유입으로 국내 기업이 밀리고 있고, 중국의 AI 진출이 본격화된 상황에서 글로벌 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다. 결국 국내 기업이 위축되고 있지만 규제만 강화되고 실질적 지원은 부족하다.”(전문가 C)

더욱이 전문가들은 한국의 자국 플랫폼들은 국내 시장의 특수성을 반영한, 고도로 최적화된 서비스 모델을 구축해 왔다. 즉, 다양한 규제와 까다로운 소비자들의 기대를 충족시키기 위해 한국만의 세밀하고 차별화된 서비스를 제공했다. 어떤 의미로는 한국에 딱 맞는 높은 수준의 서비스 품질을 가졌다고도 볼 수 있지만, 글로벌 시장 진출에는 장애물이라고 보았다.

“글로벌 플랫폼이 되려면 로컬의 성과와 강점을 접목해 확장하거나, 여력이 없다면 처음부터 글로벌 시장을 겨냥해야 한다. 플랫폼의 강점은 동일한 서비스를 글로벌 시장에 동일한 형태로 확장하는데 있다. 하지만 한국은 한국만의 고유한 특성과 소비자들의 까다로운 니즈를 충족하기 위해 한국만의 독특한 모델을 만들며 성장했다. 이러한 방식의 사업 모델은 기업의 수익성을 낮출 뿐만 아니라 결과적으로 글로벌 시장으로의 확장에 한계를 가질 수 밖에 없다. 라인과 같이, 일본에서 독자적으로 서비스를 출시 할 수 있지만, 해외 사업이 현지화 될 경우 리스크가 커진다.”(전문가 H)

2. 2025년 이후 플랫폼 산업 예측

1) 더욱 치열해지는 디지털 패권 경쟁 속 국내 규제 강화 우려

전문가들의 대부분은 2025년 이후에도 플랫폼 산업의 긍정적 발전을 기대하기는 어렵다고 보았다. 더욱이 일부 전문가들은 2025년 이후 한국 플랫폼 기업들은 현재보다 더욱 어려운 상황에 직면하게 될 것이라고 전망했다.

“디지털 경제의 핵심인 플랫폼을 둘러싼 국제 경쟁이 심화되고 있다. 거시적 차원에서는 미국, 중국, 유럽 간의 디지털 패권 경쟁이 진행되고, 개별 국가 차원에서는 자국의 경제와 산업 생태계를 보호하기 위해 플랫폼에 대한 규제와 감독을 강화하는 보호주의적 경향이 뚜렷해지고 있다. 이는 단순한 경제적 보호를 넘어 국가 안보와 사회 안전망 차원에서도 중요한 과제로 인식되고 있다.”(전문가 F)

Open AI의 생성형 인공지능인 ChatGPT가 등장한 이후, 전 세계는 인공지능(AI)기술을 선점하기 위한 적극적인 경쟁을 시작했다. AI 기술은 단순한 기술이 아니라, 미래의 경제, 안보, 산업, 노동 시장, 국가 경쟁력 등 모든 것을 바꾸는 핵심 요소다. 따라서 AI 경쟁에서 뒤처지는 국가는 기술 종속국이 되어 경제적·군사적·정치적 영향력이 급격하게 축소될 가능성이 있다. 이러한 이유로 미국, 중국, EU, 일본 등 세계 주요 국가들은 AI 기술 개발과 인프라 투자에 총력을 기울이고 있으며, AI 패권 확보를 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

최근 중국의 딥시크(DeepSeek)가 등장하며 세계적으로 인공지능에 대한 개발 경쟁은 더욱 치열해졌고, 미국과 중국의 패권 경쟁이 가시화된 가운데, AI법(AI Act)을 세계 최초로 도입했던 EU도 AI 경쟁력 강화를 위해 AI 규제를 완화하겠다고 밝혔다.

전문가들은 이러한 상황을 언급하며, 글로벌 환경이 변화하고 있지만, 현재 한국은 온라인플랫폼 중개거래 공정화법, 공정거래법 개정안, 대규모유통법 개정안 등 플랫폼을 대상으로 하는 강한 규제가 계속해서 논의되고 있으며, 2025년 중으로 법안이 통과될 가능성이 높아 국내 플랫폼 기업들에 대한 규제 부담이 가중될 것으로 예측했다. 또한 2024년 제정된 인공지능기본법과 가상자산이용자보호에관한법률 등이 여러 한계를 갖고 있어 산업에는 부정적인 영향이 될 것이라고 예측하였다.

“규제는 더 강화 될 것으로 보인다. 현재 여러 개 발의되어 있는 온라인 플랫폼 법안과 공정거래법 개정안 모두 그 내용을 보면 문재인 정부보다 훨씬 강한 규제다. 자사우대 규정은 너무 광범위 하고, 입증책임 전환으로 경쟁제한성을 사업자가 입증하도록 되어 있다. 조사 권한이 있는 기관이 입증 책임도 지지 않겠다는 격인데, 이런 법이 통과될 상황이다. 인공지능기본법도 고영향이라는 개념으로 EU의 AI Act보다 적용범위가 넓어졌다. 그 외에도 상법 개정안 등 다양한 규제들이 통과될 것으로 보여 산업엔 부정적일 것으로 보인다”(전문가 E)

“2025년엔 여러 법이 제정될 가능성이 크다. 오랜 논의에도 불구하고 현재 플랫폼 관련 법안들의 골격은 크게 변화하지 않았다. 부처 간 이해관계만 조정된 상태로 법안 논의가 진행되고

있다. 정치인들은 법 제정을 통해 선거에서 표를 얻을 수 있겠지만, 그로 인한 산업 황폐화는 피할 수 없다. 이러한 상황에서 책임지는 주체가 없기 때문에, 그 피해는 결국 산업과 소비자에게 전가 될 것이다.”(전문가 H)

2) 플랫폼에 대한 왜곡된 인식이 초래하는 악순환

전문가들은 플랫폼에 대한 근본적인 인식 문제가 한국 디지털 혁신의 가장 큰 걸림돌 중 하나라고 지적하였다. 특히 플랫폼의 가치와 혁신의 본질에 대한 이해 부족이 산업 발전을 저해하는 요인으로 작용하고 있다.

“블록체인과 인공지능의 발전으로 기존 질서가 재편되고 있지만, 우리는 여전히 전통적인 방식에서 벗어나지 못하고 있다. 흥미로운 점은 이런 변화를 주도하는 것이 기존 산업이 아니라 디지털 기술기업들이라는 점이다. 그러나 여전히 익숙한 틀 안에서 기존 영역은 불가침의 영역처럼 간주되어 새로운 형태의 혁신을 외부세력이라 간주하며 거부감을 느끼는 경향이 강하다.”(전문가 B)

“플랫폼을 큰 구조로 보면 서비스 사업을 대표하는 역할이고, 미래 서비스 산업이 플랫폼을 통해 전개될 것이라 본다. 그래서 플랫폼이 결국 향후 일자리를 만들어내는 산업이기도 하다. 정치적으로도 국민을 위해서도 매우 중요한 산업인데 그 부분을 간과하는 것 같다. 전체 서비스업과 연관 지어 플랫폼 산업을 바라봐야지, 너무 플랫폼의 중요성을 한정 지어 생각하진 말아야 한다.”(전문가 C)

“사람들은 플랫폼에서 서비스 개선을 이루는 것을 혁신이라고 생각하지 않는다. 혁신은 천재적인 몇 사람만의 것이 아니라 치열한 경쟁 과정에서 조금씩 만들어지고 발전해 나가는 것인데, 사회 전반의 인식이 잘못되어 기업의 서비스 개선이 혁신으로 인식되지 못한다. 너희가 무슨 혁신을 하기에 수수료를 받느냐는 식이다. 이러한 인식이 바뀌지 않으면 우리나라에서는 혁신적인 생태계가 구현되긴 어렵다.”(전문가 D)

한국 플랫폼이 직면한 규제 환경은 산업의 본질적 가치를 오해한 채 정치적 이해나 사회적 압력에 기반하여 형성되고 있다. 전문가들은 현재의 규제 접근이 플랫폼의 역기능만을 부각시키고 순기능은 간과하는 패턴이 인터넷산업이 발전해온 20여 년의 시간 동안 지속되어 왔음을 지적한다. 이러한 규제 환경에서는 로컬 플랫폼의 경쟁력 약화와 글로벌 기업의 시장 지배력 강화로 이어질 가능성이 크다. 결국 소비자와 국내 입점업체들에게 더 큰 비용 부담과 협상력 약화를 초래하고, 규제로 보호하고자 했던 사회적 약자들의 피해가 더 커지는 악순환으로 이어질 수 있다.

“로컬 플랫폼이 사라지면 글로벌 기업이 가격을 조정할 여지가 커지고, 국내 소비자는 더 높은 비용을 부담하게 될 것이다. 현재와 같은 자국 기업에 대한 강한 규제가 계속되면 오히려 법으로 보호하고자 하는 사회적 약자들의 피해가 더 커지고, 그들의 목소리가 더 강한 규제를 부르는 악순환이 계속될 것이다”(전문가 E)

“변화에는 순기능과 역기능이 있기 마련인데, 우리 정부는 역기능에만 초점을 두고 있다. 인터넷 실명제로 설명하자면, 익명성은 도덕적으로 중립적이고 순기능과 역기능이 동시에 있지만 우리는 역기능에만 초점을 둔 규제를 만들었다. 우리나라 규제가 매번 역기능에만 맞춰 규제하다 보니 결과적으로 순기능이 죽어버린다. 이런 경향은 20년 동안 변화가 없는 것 같다. 아니 오히려 산업계 입장에서는 더 열악해지는 듯하여 걱정이 많다.”(전문가 I)

3) 근시안적 시각과 전략 부재로 인한 미래 경쟁력 위기

한국의 플랫폼 산업에 있어 근본적인 인식 문제와 전략의 부재는 큰 위협요인이다. 전문가들이 지적한 플랫폼에 대한 왜곡된 시각과 불합리한 규제 환경은 이미 국내 플랫폼의 성장을 저해하고 있으며, 이러한 흐름이 계속된다면 향후 기술 발전과 산업 재편 과정에서 한국의 경쟁력 약화는 불가피하다.

전통산업이 중국 등 경쟁국에 추월당하는 상황에서, 플랫폼 산업은 단순한 서비스 중개를 넘어 AI, 빅데이터, 로봇 등 첨단기술과 융합하며 국가 경제의 새로운 활력이 될 수 있다. 전문가들은 이러한

산업 융합이 가속화되고 있음에도 한국은 이에 대한 준비가 미흡함을 우려하고 있다.

“플랫폼은 이미 충분히 역할을 하고 있고, 앞으로도 더 큰 역할을 할 것이다. 빅데이터, AI, 로봇 등 이런 첨단기술들이 다 현실 단계에서는 플랫폼으로 구체화 된다. 지금 플랫폼이라고 하면 검색, 배달, 이커머스 정도의 범위를 생각하지만, 이제는 다양한 첨단기술들이 녹아서 우리가 생각했던 단순한 비즈니스 모델이 아닌 모든 산업이 총집합 될 것이다. 플랫폼 문제를 넓게 보면 결국 우리 미래를 좌우하는 산업일 수 밖에 없다.”(전문가 F)

“과거 플랫폼 산업은 자체만 놓고 경쟁을 해왔다면, 앞으로는 주변 기술들이 플랫폼에 통합될 것이다. AI, 빅데이터가 플랫폼으로 통합되면서 또 다른 차원으로 발전하고 있다. 해외 진출을 하지 못하면 국내 시장에서만 머물다가 외부 충격에 의해 사라지게 될 것이다.”(전문가 E)

그러나 이러한 잠재력과 중요성에도 불구하고, 한국 플랫폼 기업들의 어려움은 커지고 있다. 지속적인 규제 압박과 부정적인 사회적 편견 속에서, 장기적 성장을 위한 투자와 전략을 추진하기보단 단기적 대응과 생존에 집중할 수 없는 현실이 미래 경쟁력을 더욱 약화시키고 있다.

“국가 경제를 견인하는 전통산업(반도체, 자동차, 바이오 등)이 중국에 의해 추월당하고 있지만, 플랫폼 산업은 아직 한계 상황이 아니다. 잘 키워낸 자국 플랫폼이 있어 비교적 유리한 상황이고 인공지능과도 연결 지어 성장할 가능성이 있음에도 불구하고 플랫폼 산업에 대한 부정적인 시선 때문에 미래 먹거리를 키우지 못하고 있다.”(전문가 G)

“산업의 저성장, 글로벌 사업자 진출, 규제 요인들로 인해 국내 플랫폼 산업을 미래 잠재 성장 동력으로 삼기에 우려스러운 점이 많다. 플랫폼 중심 경제로의 진입이 가속화되고 있는데, 오히려 플랫폼 산업의 입지는 상당히 축소되는 상황들이 나타나고 있다.”(전문가 J)

3. 문제 해결 방안

전문가들은 2025년 국내 플랫폼 산업에 대해 다소 비관적인 전망을 내놓았다. 그러나 현재의 한계를 극복하기 위해서는 규제 완화와 정부 차원의 총체적 대응이 필요하며, 이를 통해 산업 전반의 혁신 잠재력을 현실화해야 한다고 입을 모았다.

특히, 인터뷰 응답자 대부분은 공통적으로 플랫폼 규제 문제를 지적했다. 단순히 규제를 완화하자는 것이 아니라, 국제 정세와 경제 변화, 그리고 산업의 특성을 종합적으로 고려해 적절하고 바람직한 방향으로 제도를 정비해야 한다는 점을 강조했다. 다시 말해, 현재 우리 정부와 입법기관은 국내 시장이라는 좁은 프레임 속에서 단기적 관점으로 규제를 시도하고 있으며, 이는 근본적인 문제 해결에 한계가 있음을 시사한다. 따라서 산업 전반을 바라보는 인식과 시각의 전환이 필요하며, 보다 근본적인 틀에서 새로운 정책 프레임을 구축해야 함을 의미한다.

전문가들은 이러한 새로운 정책 프레임을 구축하기 전에, 선행되어야 하는 것으로 정부가 먼저 시장을 신뢰해야 한다고 강조했다. 특히 윤석열 정부가 출범하며 디지털 산업을 새로운 경제 동력으로 보고 자율규제를 통해 경제 활성화를 추진하겠다는 약속에도 온라인 플랫폼에 대한 규제법안들이 쏟아지는 상황을 보며, 전문가들은 시장에 대한 정부의 몰이해와 불신이 문제를 악화시킨다고 보았기 때문이다.

“나는 오히려 규제를 하려고만 하지 말고, 기업들이 준비를 할 수 있게 해주면 된다고 생각한다. 모든 정책 방향은 결국 소비자 효용이 있는 방향으로 가느냐, 이 기술이 들어와서 소비자 효용을 증대시키고 후생을 증대시키는가 하는 쪽으로 가는지가 핵심이다.”(전문가 B)

“현실은 시장이 가장 정확하게 평가한다고 생각한다. 주가가 오르지 않는다는 것은 시장에서 기업을 부정적으로 평가한다는 것을 의미한다. 왜 사람들이 돈도 많이 벌지 못하는 테슬라에 투자하는지 생각해봐야 한다. 대표적인 플랫폼 기업들이 기술 개발을 잘 하고 적재 적소에 필요한 투자를 하고 사람을 뽑아야 바람직하다. 그러려면 불확실성이 해소되어야 한다. 경제적

불확실성도 존재하지만, 정부 정책의 불확실성만 줄어도 우리나라 기업들이 할 일을 잘 할 것이라고 믿는다. 글로벌 경쟁력이 생기는데 정치 논리에 플랫폼 기업들이 움직이는 것은 치명적 약점이다. 기업들이 잘 할 의지가 없고, 능력이 없으면 사실 답이 없다. 국회의원이나 공무원들이 기업 경영을 대신 해 줄 것도 아니고 망했을 때 책임을 져 줄 것도 아니면 최소한 경영이 될 수 있게는 만들어줘야 하는데 현재로서는 그렇지가 않다. 경제는 정치와 분리되어야 한다고 생각한다. 정치의 진보가 경제의 진보는 아니다.”(전문가 I)

또한 전문가들은 국민들의 인식 제고도 중요한 요소로 보았다. 컴퓨터와 인터넷이 보급되며 정보화 시대에서의 리터러시는 매우 중요한 사회연구의 키워드였다. 리터러시라는 용어는 단순히 ‘문해력’이라는 의미를 넘어 ‘소양’이라는 의미로 그 쓰임이 확장되었다(윤종현·윤한성, 2024: 51). 따라서 사회 발전이 디지털 기술을 기반으로 이루어지는 디지털 시대에, 기술에 대한 리터러시는 개인의 삶과 사회 및 국가의 지속가능성을 위해 매우 중요하다. 하지만 최근 생성형 인공지능의 빠른 발전속도에서도 알 수 있듯, 기술의 진화 속도와 인간의 적응 속도는 시간이 지나며 더 큰 차이를 보인다. 결과적으로 국민들의 디지털 리터러시는 시간이 지날수록 그 격차가 더욱 커질 수 있음을 의미한다.

전문가들은 기술 기반 산업 혁신에 대한 인지 격차가 사람들의 불안을 키우고, 나아가 산업에 대한 부정적 인식을 강화한다고 보았다. 이에 따라 이러한 격차를 해소하는 것이 필수적이라고 보았다. 또한 국민의 인식 제고는 곧 정부를 구성하는 공무원들의 역량과도 직결되므로 지금이라도 적극적인 개선의 노력이 필요하다고 강조했다.

“디지털 플랫폼 분야에서 리터러시 격차가 심화되고 있다. 그러나 정부는 외부 전문가와의 협력을 줄이며, 비판적 의견을 단순한 잔소리로 치부하고 있다. 정책 결정 과정에서 다양한 관점을 고려해야 함에도 불구하고, 반대 의견의 필요성을 이해하기보다는 찬성하는 입장만을 수용하는 경향이 강하다. 특히, 전문가보다는 소비자 단체를 중심으로 논의가 이루어지면서 산업 정책적 관점에서 거시적인 의견을 제시할 수 있는 인물이 부족한 상황이다. 이에 따라 플랫폼 산업에 대한 리터러시를 개선하는 것이 시급한 과제로 보인다.”(전문가 E)

“우리나라에서는 정부 공무원들이 규제를 설계하고 주도한다. 이 과정에서 공무원들은 자신들이 잘 모르는 것에 대하여 규제를 완화하거나 변경할 경우, 예측하지 못한 문제가 발생할 가능성을 우려하게 된다. 만약 예상치 못한 문제가 발생하면, 해당 규제를 주도했던 공무원이 직접적인 책임을 지게 되어 개인의 커리어에 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 이러한 이유로 규제에 대한 보수적인 접근이 불가피하며, 이는 새로운 정책 도입 과정에서 신중함을 넘어 지나친 소극성을 초래할 위험이 있다.”(전문가 B)

“시장에서 민주주의의 뿌리가 생긴다. 적어도 자본주의사회에서는 민주주의의 척도는 시장이 얼마나 자유롭고 민주적인가로 확인 가능하다. 단순히 투표로 대표를 선출하는 것이 민주주의가 아니다. 그러나 우리 사회에서는 정치 권력이 시장을 지배하는 문제에 대한 관심이 부족하고, 정부 개입이 당연시되고 있다. 정치권은 이를 이용해 시장을 통제하려 하며, 기업 제도의 발전을 저해하고 있다. 이로 인해 플랫폼 산업을 포함한 시장 전반이 위태로워지고 있으며, 민주주의의 본질에도 모순이 발생하고 있다.”(전문가 D)

더불어 현재와 같이 환경이 빠르게 변화하는 상황에서는 국민과 정부 모두 정답을 찾기 어려운 만큼, 전문가들이 법과 정책의 문제점을 정확히 지적하고 논의할 수 있도록 하는 것이 필요하다고 강조했다. 즉, 정부가 독자적으로 모든 것을 판단하려 하기보다는, 전문가 집단과 협력하여 논리적이고 실효성 있는 정책을 마련하는 것이 더욱 바람직하다는 의견이 많았다.

“모든 규제 이슈는 가치관의 충돌이다. 이해관계 충돌 문제이기도 하지만, 법적으로 보면 소비자 편익, 입점 업체 권익, 플랫폼 사업자의 영업 자유와 혁신 의지 사이에서 균형을 잡아야만 한다. 하지만 지금처럼 특정 이해관계자의 입장만 반영된다면, 산업이 지속가능하게 발전하기 어렵다. 전문가들의 의견을 수렴하고 균형을 맞추는 것이 필수적이다.”(전문가 H)

“산학연 활동을 보다 실효성 있는 논의의 장으로 만들고, 그 내용을 효과적으로 확산시키는 노력이 필요하다. 현재는 소수의 논의에 그치고 확산되지 않는 경우가 많다. 이를 해결하기 위해 글로벌 포럼과 같은 플랫폼이 활용될 수 있으며, 연구 활동을 통해 축적된 객관적인 데이터와 생태계 관련 자료가 지속적으로 공개되고 공유되어야 한다.”(전문가 G)

“시급한 과제일지라도 현재의 입법 체계에서는 효과적인 결과를 도출하기 어렵다. 정책 아젠다는 지속적으로 제기되며, 이에 대한 반대 의견도 당연히 존재한다. 그러나 현 구조에서는 다수의 목소리와 모든 이해관계자의 의견을 충분히 반영하거나, 다양한 이슈와 리스크를 종합적으로 검토한 결과가 나오기 어려운 실정이다. 실제로 정책 결정 과정은 소수의 인원이 방향을 설정한 후, 이에 동조할 만한 인사들과 함께 추진하는 방식으로 진행되는 경우가 많다. 이로 인해 제도의 기반이 취약해질 수밖에 없으며, 이러한 방식으로 만들어진 정책은 근본적으로 불안정할 가능성이 크다. 기업 또한 단순히 이윤만을 추구하는 것이 아니라, 소비자 및 시장의 안정성을 고려하며 운영할 수밖에 없다. 이에 따라 기업들은 정부에 현실적인 문제와 대안을 제시하지만, 정부는 이러한 목소리를 충분히 수용하지 않는 경향이 있다.”(전문가 B)

제3절 시사점 및 제언

최근 AI 시장은 이미 빠르게 움직이고 있다. 하지만 한국의 AI 개발은 내수시장에 머물러 있고, 디지털 산업 관련 업종에 대한 투자 위축으로 일정 규모 이상의 디지털 기업들의 투자 감소 및 국내 IT 스타트업들의 해외 이전이 가속화되고 있다(전자신문, 2025.02.18.; 서울경제, 2025.02.21.). 디지털 경제의 핵심이 될 기술과 기업들이 국내에서 자리를 잡지 못하고 떠나는 현실은 단순한 산업 정책의 문제가 아니라, 국가 경쟁력과 미래 일자리의 기반이 송두리째 흔들릴 수 있다는 점에서 심각한 위기다.

시장은 빠르게 변화하고 있는데, 정부는 정치적 논리 속에서 작은 이슈들에만 초점을 맞춰 규제 강화에만 열을 올렸다. 정작 거시적 관점에서 경제 성장의 방향성을 설정하거나, 디지털 시대를 대비하기 위한 체계적인 전략 수립에는 손을 놓고 있었다. 세계 AI 시장에서 경쟁력을 갖춘 인재와 기술을 충분히 보유하고 있음에도, 한국은 이미 뒤처지기 시작했다. 기업이 필요로 하는 것들에 대한 논의도 없었고, 산업을 이해하는 전문가들의 다양한 목소리도 수용되지 않았다. 과거부터 누적된 규제 중심의 정책이 결국 오늘날 한국의 디지털·AI 산업을 제자리걸음하게 만든 것이다.

이제 한국의 디지털 산업은 선택의 기로에 서 있다. 지금 당장은 경쟁에서 조금 뒤처질지라도, 장기적인 경쟁력을 확보하기 위한 체계를 정비해야 한다. 정부는 이제라도 글로벌 시장의 흐름을 정확히 읽고, 규제가 아닌 지원과 협력을 중심으로 산업 정책을 재편해야 한다. 마치 올림픽이 이미 시작되었는데, 정부는 이제서야 대표 선수를 선발하겠다는 태도로 접근하고 있다. 하지만 국가의

산업 정책이 단기적인 처방으로 해결될 수 있는 것이 아니라면, 지금이라도 디지털 전환을 위한 체계적 전략을 마련하고, 기업과 전문가들이 함께 논의하는 구조를 만들어야 한다. 한국의 AI 산업이 국제 무대에서 경쟁력을 유지할 수 있도록, 단기적인 성과보다 지속 가능한 성장 기반을 다지는 것이 무엇보다 중요하다.

CHAPTER

3



2024 인터넷산업 주요 규제 동향

제1절

온라인 플랫폼 규제 논의
동향과 향후 정책 방향

제2절

개인정보 보호법 시행령
개정이 가져올 영향과 과제

제3절

AI 기술과 규제 동향:
안전성과 제도적 과제를
중심으로

제1 절

온라인 플랫폼 규제 논의 동향과
향후 정책 방향최은진¹1. 국내 플랫폼 규제 논의의 배경²

1) 논의의 배경

공정거래 분야에서 “플랫폼”과 관련된 이슈가 제기되기 시작한 것은 “2014년도 공정거래위원회 업무계획”에서부터 찾아볼 수 있다.³ 해당 업무계획에서 공정거래위원회는 IT 등 신성장 분야에서 혁신 유인을 저해하는 각종 불공정행위의 가능성이 증가하고 있음을 지적하며, 특히 플랫폼 사업자가 앱스토어, 포털, SNS 등 분야에서 지배력을 강화하여 경쟁사업자를 배제하거나 콘텐츠 제공업자를 착취·차별하는 행위와 같은 경쟁제한적 행위를 집중적으로 감시하겠다는 입장을 발표하였다. 이후 공정거래위원회는 매해 업무보고에서 플랫폼 사업자가 자신의 거래 분야뿐만 아니라 인접 시장에 진출하는 과정에서 중소기업자의 사업 활동을 방해하거나 새로운 플랫폼 사업자의 출현과 혁신적 경제활동을 저해하는 독과점 남용행위를 제재하겠다는 입장을 지속적으로 표명해왔다.⁴

1 국회입법조사처 경제산업조사실 금융공정거래팀 입법조사관보(공정거래·소비자보호 담당), 법학박사(Ph.D.)

2 현재 우리나라에는 온라인 플랫폼과 관련하여 ‘개인정보, 이용자보호, 플랫폼 노동, 플랫폼 산업’ 등 다양한 이슈들이 제기되고 있고, 각 분야에서 온라인 플랫폼을 진흥 및 규제하기 위한 여러 법률들이 이미 마련되어 있거나 제정을 위한 논의가 활발히 진행되고 있다. 그 중 본고에서 제시하고 있는 ‘플랫폼 규제’는 ‘플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위 및 불공정거래행위 등’을 규제하려는 내용을 포함하며, 공정거래위원회를 소관 부처로 하여 제정하려는 경쟁법적 규제 전반을 의미한다.

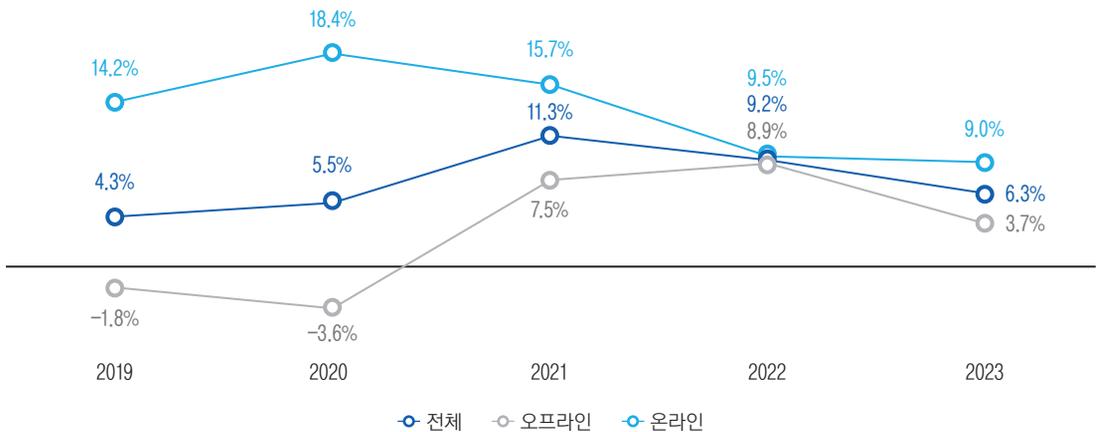
3 공정거래위원회, “경제민주화를 토대로 공정하고 활기찬 시장을 만들겠습니다 -2014년 공정거래위원회 업무계획-”, 보도자료, 2014.2.20.

4 공정거래위원회, “원칙이 바로 선 시장경제질서 확립방안 -2015년 공정거래위원회 업무계획-”, 보도자료, 2015.1.29., 공정거래위원회, “국민의 삶이 고르게 나아지는 ‘내 삶 속의 공정경제’를 구현하겠습니다 -2019년 공정거래위원회 업무계획-”, 보도자료, 2019.3.6. 등.

이처럼 공정거래위원회가 플랫폼 사업자의 거래 행태에 주목하게 된 것은 디지털 기술의 혁신적 발전으로 새롭게 창출되는 디지털 상품과 서비스가 전체 경제에서 차지하는 비중이 커지는 ‘디지털 경제(Digital Economy)’로의 전환이 이루어지면서, 디지털 생태계에서 온라인 플랫폼이 중요한 경제적 기능을 수행하는 주체이자 디지털 경제의 중심에 있는 사업모델이 되었기 때문이라 할 수 있다.

이와 동시에 2019년 하반기부터 Covid-19 팬데믹을 경험하면서 온라인을 통한 유통거래가 폭발적으로 확산되었고 온라인 플랫폼을 활용한 다양한 경제활동이 급격히 증가하여 플랫폼 사업자의 영향력이 확대되면서,⁵ 플랫폼 사업자에 대한 규제 필요성 논의가 나타났다. 물론 온라인 플랫폼이 소비자 후생을 증가시키고, 효율성을 높이는 긍정적인 측면도 분명 존재하지만, 당시 기술을 기반으로 한 플랫폼 사업자의 시장지배력이 입점업체와 소비자를 연결하는 관문의 역할을 하면서 오히려 혁신을 저해하고 소비자 후생을 침해한다는 주장이 부각된 측면이 있었다.⁶

그림 3-1-1. 2019년-2023년 연간 매출 증감률(%) 추이



* 자료 : 산업통상자원부 보도자료(2024.1.30.)

5 산업통상자원부가 발표한 유통업체 연간 매출 증감률 자료에 따르면, Covid-19 팬데믹의 영향력이 강했던 2019년도와 2020년도의 오프라인 유통업체의 연간 매출 증감률은 -1.8%(2019년), -3.6%(2020년)인 반면, 온라인 유통업체의 연간 매출 증감률은 14.2%(2019년), 18.4%(2020년)인 것으로 나타났다. Covid-19 팬데믹 이후, 오프라인과 온라인 유통업체의 연간 매출 증감률의 폭은 어느 정도 줄어들었지만, 여전히 온라인 유통업체 연간 매출 증감률이 오프라인 유통업체 연간 매출 증감률을 상회하는 것으로 나타나고 있다, 산업통상자원부, “23년 연간 주요 유통업체 매출 6.3% 증가 -오프라인 3.7% 증가, 온라인 9.0% 증가(전년 대비)”, 보도자료, 2024.1.30.

6 한국법제연구원, “2019년 전자상거래 불공정거래행위 현황과 판매자인식 실태조사”, 2019.9.25.

이에 2020년 5월 25일, 공정거래위원회는 현행 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하 “공정거래법”)상 불공정거래행위 금지(법 제45조) 규정과 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」(이하 “대규모유통업법”)⁷ 및 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 “전자상거래법”)⁸로는 온라인 플랫폼에서 발생하는 플랫폼 사업자와 입점업체간 갑을관계 문제를 해소하기 어려워, 플랫폼의 특성을 반영한 법 집행기준으로써 이들의 거래 공정화를 주요 내용으로 하는 법률을 제정하겠다는 입장을 발표하였다.⁹

이후 2020년 6월 25일, 정부가 제6차 반부패정책협의회에서 ‘온라인 플랫폼 불공정 근절 및 디지털 공정경제 정책’을 발표하였고, 공정거래위원회는 플랫폼 사업자(온라인 플랫폼 중개서비스를 제공하는 사업자)와 입점업체 간의 건전한 거래질서 확립과 혁신성장을 위해 소위 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률」 제정을 2021년 상반기에 추진할 예정이라고 밝힌 바 있다. 그러나 공정거래위원회는 상기 계획보다 다소 이른 2020년 9월 28일, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률」 제정안을 마련하여 입법예고(2020년 9월 28일 ~ 11월 9일)하고,¹⁰ 2021년 1월 28일 국회 정무위원회에 제출하였다.¹¹ 현재 공정거래위원회가 제21대 국회 정무위원회에 제출한 제정안은 임기만료 폐기된 상태이다.

7 현재 일정 수준 이상의 매출액 요건을 충족하는 일부 온라인 쇼핑몰 등 업종은 대규모유통업자에 해당하여 유통거래의 규율 강화를 위해 제정된 특별법인 대규모유통업법의 규제대상이 되는 반면, 소비자에게 상품을 ‘직접 판매’하는 거래주체가 아닌 ‘중개’하는 특성을 가진 플랫폼 사업자는 대규모유통업법의 적용대상에서 벗어난다는 문제가 있다. 최은진·강지원, “온라인 플랫폼 공정화법 제정을 위한 입법·정책과제”, 「NARS 입법·정책」 제77호, 국회입법조사처, 2021.5., 16-17면.

8 전자상거래법은 일반적으로 사업자와 소비자 간의 거래(B2C 거래)에 관한 법률로서 플랫폼 사업자와 소비자 또는 입점업체와 소비자 간 발생하는 문제는 다를 수 있는 반면, 플랫폼 사업자와 입점업체(B2B 거래) 간 발생하는 문제는 규율할 수 없다는 구조적 어려움이 있다. 최은진·강지원, 위의 보고서(2021.5.), 15면.

9 공정거래위원회, “온라인 플랫폼 사업자의 불공정행위를 심사하는데 필요한 지침 마련한다 - 온라인 플랫폼 분야 법 집행기준을 위한 태스크포스(TF)구축”, 보도자료, 2020.5.25.

10 공정거래위원회, “공정위, 온라인 플랫폼 공정화법 입법예고”, 보도자료, 2020.9.28.

11 정부, “온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안”, 의안번호 2107743, 제안일자 2021.1.28.

2) 제21대 국회 관련 법률안 발의 동향

제21대 국회(2020.5.30.-2024.5.29.) 정무위원회에는 총 19개의 온라인 플랫폼 규제 관련 법률안들이 발의되었다. 이 법률안들은 규제의 대상과 목적에 따라 조금씩 차이를 보이는데, 규제 목적을 기준으로 시기별 그 유형을 나누어보면 다음과 같다.

제21대 국회 정무위원회에서는 공정거래위원회가 2021년 1월 28일 국회에 제출한 발의안을 비롯해 ‘플랫폼 사업자와 입점업체 간 거래공정화’를 목적으로 한 법률안들이 가장 먼저, 그리고 가장 많이 제출되어 총 12건이 발의되었다.¹² 이들 법률안은 이른바 ‘온라인 플랫폼 거래공정화법안’으로 통칭되며, △중개거래계약서 기재사항 및 교부, △중개거래계약 해지 등의 사전 통지, △불공정거래행위의 금지 등을 주요 내용으로 하고 있다. 또한 각 법률안에서 금지하는 불공정거래행위의 구체적 내용은 일부 상이하지만, 공통적으로 ‘구입강제, 경제상이익 제공강요, 부당한 손해전가, 불이익 제공, 경영간섭’ 등이 포함되어 있고, 일부 법안에는 ‘검색배열 순위의 변경을 통한 부당 차별, 특정한 결제방식의 강요’ 등의 내용도 포함되어 있다.

같은 시기, 온라인 플랫폼에 입점한 사업자와 이를 이용하는 소비자를 ‘이용자’로 정의하고, 플랫폼 서비스의 투명성과 호환성에 초점을 둔 이른바 ‘온라인 플랫폼 기본법안’이 1건 발의(윤두현의원안, 의안번호 2113487)되었다.¹³ 다만, 해당 법안에서 제시된 이용자보호 관점의 내용은 과학기술정보통신부 소관 법률인 「전기통신사업법」상의 통신 서비스의 투명성 의무 등과 유사한 측면이 있어, 사업자 간 경쟁 관계를 다루는 공정거래위원회 소관 법률을 논의하는 국회 정무위원회에서는 많은 논의가 이루어지지 않았다.

한편, 2022년 하반기에 접어들면서 국회 정무위원회에 발의된 플랫폼 법안의 유형에도 변화가 나타났다. 기존의 거래공정화를 다룬 내용에 시장지배적 지위를 가진 플랫폼 사업자를 규제하는 내용(독과점 규제)이 포함된 법안(거래공정화+독과점 규제)들이 발의되기 시작한 것이다.¹⁴ 법안에서

¹² 송갑석의원안(의안번호 2101835), 김병욱의원안(의안번호 2107622), 민형배의원안(의안번호 2107703), 정부안(의안번호 2107743), 배진교의원안(의안번호 2108626), 성일종의원안(의안번호 2108802), 민병덕의원안(의안번호 2109598), 오기형의원안(의안번호 21108054), 윤영덕의원안(의안번호 2118227), 양정숙의원안(의안번호 2119504), 박주민의원안(의안번호 2121211), 서영교의원안(의안번호 2121638).

¹³ 한편, 제21대 국회 과학기술방송통신위원회에는 온라인 플랫폼 사업자의 거래공정화와 이용자보호의 성격을 모두 포함하고 있는 법률안(전혜숙의원 발의안, 의안번호 2106369)이 발의된 바 있다.

¹⁴ 배진교의원안(의안번호 2118166), 이동주의원안(의안번호 2120047), 백혜련의원안(의안번호 2121273).

독과점 규제의 내용으로는 대부분 일정한 요건(연평균 매출액, 플랫폼 이용자 수, 시가총액 등 기준)을 충족하는 플랫폼 사업자를 적용대상으로 지정하고, 이들에게 특정 의무와 금지행위를 부여하는 체계를 갖추고 있다. 당시 유럽연합과 미국에서 게이트키퍼 플랫폼 사업자에 대한 규제를 다룬 법 마련 논의가 진행되었는데, 이러한 국제적 흐름이 국내 발의안의 변화에도 영향을 미친 것으로 보인다.¹⁵ 이후 제21대 국회 하반기에는 시장지배적지위 사업자에 대한 독과점 규제만을 다룬 법안들이 발의되기도 하였다.¹⁶ 그러나 제21대 국회에 발의된 플랫폼 규제 법안들은 결국 국회 본회의에 상정되지 못하고 모두 임기만료폐기되었다.

2. 플랫폼 규제 관련 정부의 추진 동향

2024년 12월 17일 기준, 현재 공정거래위원회 소관의 플랫폼 규제 입법 논의는 여전히 진행 중이다. 그동안 공정거래 분야에서 플랫폼 사업자의 지배력 남용과 불공정거래행위를 효과적으로 규제하기 위한 입법 논의는 침체하게 대립되었는데, 이러한 상황 속에서 현행법의 한계를 보완하기 위한 입법·정책적 변화도 일부 이루어졌다.

예컨대, 공정거래위원회는 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」¹⁷을 제정하여, 플랫폼 사업자에 대한 현행 공정거래법상 ‘시장지배적지위 남용행위 금지행위(제5조)’ 적용의 구체적인 기준을 제시함으로써 법 집행의 합리성과 예측가능성을 높이는 지침을 제시하였다.¹⁸ 이 지침은 온라인 플랫폼 및 온라인 플랫폼 서비스에 대한 정의를 포함하며, ‘관련시장 확정, 시장지배적지위 및 경쟁제한 효과 판단’의 과정에서 온라인 플랫폼의 특성(다면시장 및 교차 네트워크 효과, 규모의 경제, 데이터의 중요성)을 종합적으로 고려하도록 정하고 있다. 또한 온라인 플랫폼

¹⁵ 당시 법안 발의의 제안 이유에는 유럽연합과 미국의 플랫폼 규제 동향이 명시적으로 언급된 것을 확인할 수 있다. “EU는 「디지털 시장법(DMA)」을 공포했고 미국 하원은 「플랫폼 독점종식법(Ending Platform Monopolies Act)」을 마련한 바 있습니다. 이들 법안에는 플랫폼 이용자수 등을 활용하여 시장지배적 플랫폼을 지정하고 시장지배적 플랫폼의 자사 상품 우대행위와 입점업체 차별행위, 같은 플랫폼 내에서 자사상품과 입점업체 상품을 동시에 판매하는 이해충돌 상황 야기를 규제하는 내용이 담겼습니다.”, 배진교의원안(의안번호 2118166), 이동주의원안(의안번호 2120047) 등.

¹⁶ 윤영덕의원안(의안번호 2122255), 박성준의원안(의안번호 2123971), 박주민의원안(의안번호 2125472).

¹⁷ 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」(시행 2023.1.12. 공정거래위원회 예규 제418호 2023.1.12. 제정).

¹⁸ 공정거래위원회, “온라인 플랫폼 독과점 심사지침 제정”, 보도자료, 2023.1.13.

분야에서 발생할 수 있는 대표적 행위 유형인 ‘멀티호밍 제한, 최혜대우 요구, 자사우대, 끼워팔기’에 대한 위법성 심사기준도 제시하고 있다.

또한 온라인 플랫폼에서 발생하는 불공정거래행위 문제에 대해서는 정부가 자율규제의 실효성을 높이기 위해 2023년 5월 11일 관련 부처별로 자율규제의 분야와 목적을 구분해 운영하기로 합의한 바에 따라,¹⁹ 공정거래위원회도 플랫폼 사업자의 불공정거래행위 예방을 위해 자율규제의 구체적인 방안을 발표하였다.²⁰ 이에 현재 공정거래위원회는 배달앱·오픈마켓·숙박앱·모바일상품권 분야에서 자율규제 이행을 위한 단계를 순차적으로 추진하고 있는 상황이다.²¹

한편, 2023년 12월 19일 공정거래위원회는 소수의 핵심 플랫폼 사업자(소위 ‘지배적 플랫폼 사업자’)를 지정하고, 플랫폼 시장에서 빈번하게 발생하는 위반행위를 금지하는 「플랫폼 공정경쟁 촉진법」의 제정을 추진할 계획을 밝혔으나,^{22 23} 이후 2024년 9월 9일 플랫폼 사업자의 독과점 규제는 공정거래법 개정을 통해, 플랫폼 사업자와 입점업체 간 거래공정화(플랫폼 사업자의 불공정거래행위)는 대규모유통업법 개정을 통해 규율하겠다는 방향으로 입장을 선회하였다.²⁴

19 <온라인플랫폼 자율규제의 구체적 운영 방안>

구분	목적	관련 부처
갑·을분과	플랫폼-중소상공인 간 갑을관계 개선 불공정행위 방지 및 자율 분쟁조정	공정거래위원회
소비자·이용자분과	플랫폼 소비자보호 및 유해 콘텐츠 관리 등 이용환경 개선	공정거래위원회 방송통신위원회
데이터·시분과	데이터·SI의 투명성·신뢰성 확보 개인정보 보호 등	과학기술정보통신부 공정거래위원회
사회가치·거버넌스분과	플랫폼의 환경·사회가치 창출 기여 기업 지배구조 개선 등	과학기술정보통신부

20 공정거래위원회·과학기술정보통신부·방송통신위원회, “플랫폼 자율기구 자율규제 방안 발표회”, 범부처 플랫폼 정책협의체, 2023.5.11.

21 현재 배달앱 및 오픈마켓 분야의 경우 자율규제 방안 이행점검 및 재검토를 완료 및 진행 중에 있고, 숙박앱 분야의 경우 자율규제 방안을 발표하였으며, 모바일상품권 분야의 경우 자율규제 추진을 위한 민간협의체를 출범하였다. 공정거래위원회 보도자료, “배달앱 분야 자율규제 방안 이행점검 및 재검토 결과 발표”, 2024.4.23., 공정거래위원회 보도자료, “플랫폼 자율규제 방안 발표회 개최”, 2023.5.11., 공정거래위원회, “숙박 플랫폼 자율규제 방안 발표회 개최”, 보도자료, 2021.9.5., 공정거래위원회, “모바일상품권 민간협의체 출범식 개최”, 보도자료, 2024.4.17. 등.

22 공정거래위원회, “민생 살리는 플랫폼 독과점 정책 추진 - 한기정 공정거래위원장, 국무회의에서 대통령께 현안 보고-”, 보도자료, 2023.12.19., 공정거래위원회는 2024년 5월 16일, 「플랫폼 공정경쟁 촉진법」의 세부적인 내용을 보완하여 입법 추진 의사를 다시 밝힌 바 있음, 서울경제, “공정위원장 ‘플랫폼법 재추진…다양한 대안 내부 검토’, 2024.5.16., <<https://www.sedaily.com/NewsView/2D97LVADIV>>, 서울신문, “공정위, 플랫폼법 재추진 공식화… ‘대기업 규제 그대로 유지해야’”, 2024.5.16., <<https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20240516500143>> 등.

23 「플랫폼 공정경쟁 촉진법」의 주요 특징 및 법안에 대한 검토는 “최근진, ‘지배적 플랫폼 사업자의 규제 이슈에 대한 검토’, 「NARS 현안분석」, 제 315호, 국회입법조사처, 2024.2.5.”를 참조.

24 공정거래위원회, “플랫폼 공정경쟁 촉진 및 티몬·위메프 사태 재발방지를 위한 입법방향”, 보도자료, 2024.9.9., 이후 공정거래위원회는 2024년 9월 23일 대규모유통업법 제도개선안에 대한 공청회를 실시하여 각계의 의견과 관계부처의 의견을 수렴하는 과정을 거쳤다. 공정거래위원회, “대규모유통업법·전자금융거래법 개정안 합동 공청회 개최”, 보도자료, 2024.9.23., 이후 공정거래위원회는 그간의 협의·검토 내용 등을 토대로 대규모유통업법의 개정방안을 발표하였다. 공정거래위원회, “공정위, 티몬·위메프 미정산 사태 재발방지를 위한 대규모유통업법 개정방안 발표”, 보도자료, 2024.10.18.

현재까지 공정거래위원회가 마련하고자 하는 공정거래법 및 대규모유통업법 개정안의 구체적인 내용은 공개되지 않았다.

표 3-1-1. 공정거래위원회가 발표한 플랫폼 규제 입법 방향(2024.9.9.일자)

공정거래법 개정 방안	대규모유통업법 개정 방안
<p>(규율대상) 시장 영향력이 압도적인 지배적 플랫폼</p> <p><추정 요건></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 1개 회사 시장점유율 60% 이상이고, 이용자수 1천만 명 이상 또는 ② 3개 이하 회사 시장점유율 85% 이상이고, 각 사별 이용자수 2천만 명 이상 ① 또는 ②에 해당하더라도, 플랫폼 관련 직·간접 매출액(계열회사 포함) 4조 원 미만 시 제외 <p>(규율분야) 중개, 검색, 동영상, SNS, 운영체제, 광고 등 6개 서비스</p> <p>(규율내용) 자사우대, 끼워팔기, 멀티호밍제한, 최혜대우 요구</p> <p>(입증책임) 지배적 플랫폼 사업자</p> <p>(제재수단) 임시중지명령, 과징금 상향(매출액 8%) 등</p>	<p>(적용대상) 재화 또는 용역을 중개하는 일정규모* 이상의 온라인 중개거래 플랫폼을 대규모유통업자로 의제</p> <p>* 전년도 중개거래수익 100억원 이상 또는 중개거래금액 1천억원 이상</p> <p>(정산기준일·기한) 전자상거래법상 청약철회 기한 만료일(배송받은 날로부터 7일 등)을 기준으로 20일 이내에 정산</p> <p>* 단, 위 기한 내 정산이 곤란한 경우에 대한 예외 규정</p> <ul style="list-style-type: none"> - 숙박, 여행, 공연 등 장래 특정일에 공급이 개시되는 용역의 경우 소비자가 실제 이용하는 날을 기준으로 10일 이내에 정산 - 온라인 중개거래 플랫폼(PG사 포함)이 정산기한 3영업일 전까지 판매대금을 수령하지 못한 경우 대금수령일로부터 3영업일 이내에 정산 <p>(대금 별도관리) 판매대금을 직접 수령하는 온라인 중개거래 플랫폼의 경우 판매대금의 50%를 별도로 안전하게 관리하도록 의무 부과</p> <p>(그 밖의 규정) 계약서작성·교부, 표준거래계약서, 불공정거래행위의 금지, 분쟁조정, 실태조사 등</p> <p>(시행시기·경과규정) 1년 유예 후 시행 및 특례를 마련하여 매년 단계적으로 정산기한 단축 및 별도 관리 비율 증가</p>

자료 : 공정거래위원회 보도자료(2024.9.9.)

3. 제22대 국회(2024.4.10.-현재)의 플랫폼 규제 법안의 쟁점 및 동향

2024년 12월 17일 기준, 제22대 국회 정무위원회에는 플랫폼 사업자에 대한 규제와 관련된 법률안은 총 18건 발의되었으나, 1건이 철회²⁵되어 현재 총 17건이 계류 중에 있다. 제22대 국회에도 플랫폼 규제 목적은 ‘거래공정화, 독과점 규제, 거래공정화+독과점 규제’로 제21대 국회에서 논의된 바와 동일하다.

다만, 제21대 국회 정무위원회에서 논의된 플랫폼 규제 법안과 차이가 있는 점은 제22대 국회 정무위원회에 발의된 플랫폼 규제 법안 대부분이 플랫폼 사업자의 입점업체에 대한 ‘판매대금 지급기한 및 판매대금 보호’에 관한 규정을 별도로 두고 있다는 점에 있다. 이 규정은 2024년 8월에 티몬과 위메프의 입점업체 정산지연 문제(소위 ‘티몬·위메프 사태’)를 계기로 추가된 조항인데, 사실 플랫폼 규제 법안뿐만 아니라 최근 전자상거래법 일부개정안에도 판매대금 정산기일 및 이에 대한 별도 관리를 요구하는 방안이 제시되고 있다는 점을 참고할 필요가 있다.²⁶

한편, 제22대 국회 정무위원회에는 지배적 온라인 플랫폼 사업자의 금지행위와 관련 필요사항을 별도의 장으로 신설해 온라인 플랫폼을 체계적으로 규정하려는 ‘공정거래법 일부개정법률안(강민국 의원 대표발의안, 의안번호 2204947)’과 일정 규모 이상의 온라인 중개거래 플랫폼을 대규모유통업자로 의제하여 판매대금 정산기한 준수 및 별도관리 등을 대규모유통업자의 의무로 부과하는 ‘대규모유통업법 일부개정법률안(강민국의원 대표발의안, 의안번호 2204948호)’이 발의되기도 하였다. 이 발의안들은 2024년 9월 9일 공정거래위원회가 티몬·위메프 사태 재발 방지를 위한 입법 방향으로 제시한 개정방안과 유사한 내용을 담고 있는 것으로 확인되었다.

²⁵ 2024년 7월 5일에 제안한 김남근의원 대표발의의 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(의안번호 2201416)」은 철회되었다.

²⁶ 제22대 국회 정무위원회에 발의된 전자상거래법 일부개정법률안 중 통신판매중개자(이커머스)의 판매대금 정산기일 및 별도 관리의 내용을 다룬 발의안은 다음과 같다. 천준호의원 대표발의(의안번호 2202523), 송연석의원 대표발의(의안번호 2202620), 박정현의원 대표발의(의안번호 2202622), 고동진의원 대표발의(의안번호 2202667), 이현승의원 대표발의(의안번호 2202746), 김현정의원 대표발의(의안번호 2202849), 이근태의원 대표발의(의안번호 2202941), 박성훈의원 대표발의(의안번호 2202973), 김용민의원 대표발의(의안번호 2203161), 윤영석의원 대표발의(의안번호 2203577), 임미애의원 대표발의(의안번호 2203634), 이강일의원 대표발의(의안번호 2203831).

표 3-1-2. 제22대 국회 정무위원회에 발의된 플랫폼 규제 법률안

의안번호	의안명(제안자)	제안일자	규제 목적
2200945	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(민형배의원 등 10인)	2024.7.5.	거래공정화
2201416	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(김남근의원 등 44인) (철회)	2024.7.5.	
2202594	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(김현정의의원 등 11인)	2024.8.6.	
2202709	온라인 플랫폼 공정화법안(서영교의원 등 10인)	2024.8.9.	
2204346	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(권칠승의원 등 11인)	2024.9.26.	
2204514	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(천준호의원 등 10인)	2024.10.2.	
2204777	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(김남근의원 등 58인)	2024.10.18.	
2204802	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(민병덕의원 등 17인)	2024.10.21.	
2205188	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(한창민의원 등 12인)	2024.11.1.	
2201430	온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안(김남근의원 등 44인)	2024.7.5.	
2204234	온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안(신장식의의원 등 11인)	2024.9.24.	
2204512	온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안(천준호의원 등 10인)	2024.10.2.	
2205190	온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안(한창민의원 등 13인)	2024.11.1.	
2201432	온라인 플랫폼 독점규제 및 거래공정화에 관한 법률안(박주민의원 등 11인)	2024.6.12.	독과점 규제 + 거래공정화
2200371	온라인 플랫폼 중개거래의 독점규제 및 공정화에 관한 법률안 (오기형의원 등 19인)	2024.7.5.	
2202983	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화 및 독점규제에 관한 법률안 (오세희의원 등 20인)	2024.8.20.	
2203817	온라인 플랫폼 독점규제 및 공정거래에 관한 법률안(이강일의의원 등 14인)	2024.9.9.	
2204794	온라인 플랫폼 독점규제 및 거래 공정화에 관한 법률안(강준현의원 등 12인)	2024.10.21.	
2204947	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안(강민국의의원 등 12인)	2024.10.28.	독과점 규제
2204948	대규모유통업에서의 거래공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (강민국의의원 등 11인)	2024.10.28.	거래공정화

자료 : 의안정보시스템

4. 시사점 및 향후 정책 방향

온라인 플랫폼 규제 논의가 제21대 국회부터 중요한 현안으로 다뤄져 왔음에도 불구하고 현재까지 지속되고 있는 이유는 온라인 플랫폼이 시장과 산업에 미치는 영향이 크고, 디지털 시장에서의 플랫폼 발전 속도가 매우 빨라 명확한 경쟁 문제를 파악하기 어려우며, 국내외 온라인 플랫폼 시장의 규모 차이로 인해 비교법적 분석이 용이하지 않다는 점이 원인이 되었을 것이다. 실제로 이러한 요인들로 인해 플랫폼 규제의 목적과 방향성을 둘러싸고 경쟁당국인 공정거래위원회를 비롯한 여러 이해관계자 간 입장 조율이 쉽지 않았던 것으로 보인다.

물론 플랫폼 중심의 경제구조가 심화되면서 온라인 플랫폼은 우리의 생활 전반에 막대한 영향을 미치고 있고, 이에 그간 온라인 플랫폼의 특성으로 이해해온 교차 네트워크 효과나 규모·범위의 경제 등은 기존과는 다른 양상으로 관련시장에서 자유롭고 공정한 경쟁을 위협할 가능성은 존재한다. 그러나 경쟁제한적인 수단이 동원되지 않는 한, 온라인 플랫폼이 효율성을 증대시키고 소비자 후생에 긍정적인 영향을 미치고 있는 점 역시 간과해서는 안 된다. 따라서 온라인 플랫폼 규제는 명확한 목적과 방향성을 바탕으로 균형 잡힌 입법이 이루어질 필요가 있다.

이를 위해 먼저 기존 경쟁법 질서를 바탕으로 한 규제의 한계가 존재하는지 검토가 선행될 필요가 있다. 현재 국회 정무위원회에 발의된 법률안들은 주로 현행법만으로는 온라인 플랫폼에서 발생하는 경쟁법적 문제를 효과적으로 해결하거나 신속한 집행이 어렵다는 점을 지적하며, 별도의 규제 체계 마련의 필요성을 제안 이유로 제시하고 있다. 그러나 온라인 플랫폼이 고도의 기술을 기반으로 발전한 차별화된 시장이라 하더라도, 현행 공정거래법의 집행만으로 국내 플랫폼 시장이 직면한 문제를 해결하는 데 명확한 한계가 있는지 살펴볼 필요가 있다. 예컨대, 공정거래법상 시장지배적지위의 남용금지 또는 불공정거래행위 금지 조항으로 플랫폼 시장의 독점화와 입점업체에 대한 거래상 지위남용을 방지하기에 충분하지 않은지, 법 위반행위에 대한 기존의 제재가 효과적이지 않은지, 또는 플랫폼 관련 사건 처리에 소요되는 기간이 과도하게 길지는 않은지 등에 대한 분석이 필요하다.

한편, 기존 공정거래법이 사후규제의 성격을 가지고 있어, 빠르게 변화하는 플랫폼 시장의 경쟁 양상에 공정거래위원회가 신속히 대응하지 못한다는 점 역시 사전규제 성격을 가진 플랫폼 독과점 규제 법안 마련의 주요 이유로 제시되고 있다. 그러나 경쟁법 집행의 정당성이 절차의 신속성만으로 보장될 수 없다는 점과 현재 공정거래위원회가 독과점 플랫폼 사업자에 대한 제재 사례를 꾸준히

축적해나가고 있다는 점²⁷에서 향후 직원 역량 강화와 절차의 개선을 통해 충분히 극복할 가능성도 함께 논의될 필요가 있다. 또한 대부분의 독과점 규제 법안에서는 시장에서 경쟁제한의 우려가 큰 행위로 '자사우대, 끼워팔기, 멀티호밍 제한, 최혜대우 요구' 등을 남용행위 유형으로 포함하고 있다. 그러나 이러한 행위가 언제나 경쟁제한적인 것으로 단정할 수 없으므로, 향후 경쟁제한적 행위로 인정할 명확한 기준을 제시하여 남용행위 규제의 예측가능성을 높이는 것이 필요하다.

더하여 플랫폼 사업자의 불공정거래행위, 즉 플랫폼 사업자와 입점업체 간 거래공정화 문제와 관련하여, 현재 진행 중이거나 예정된 배달앱·오픈마켓·숙박앱·모바일상품권 분야 외에도 자율규제 분야 대상을 확대할 필요가 있고, 특히 자율규제 이행점검의 과정은 실효성을 제고하는 단계에서 매우 중요하다는 점에서 체계적이고 지속적인 평가를 통해 자율규제의 효과를 강화해야 할 것이다. 현재 추진 중인 불공정거래행위 자율규제 정책이 기대만큼의 자정 효과를 발휘하지 못한다고 판단될 경우, 플랫폼 사업자와 입점업체 간 공정한 관행의 정착과 영업의 자유 등을 종합적으로 고려하여 별도의 법 제정 또는 기존 법 개정 여부와 구체적 법규 내용에 대해 추가 논의는 불가피할 것이다.

마지막으로, 최근 공정거래위원회가 발표한 플랫폼 규제 방안(공정거래법 및 대규모유통업법 개정)과 관련하여, 공정거래법에 온라인 플랫폼의 독과점 규제 사항이 추가될 경우, 온라인 플랫폼의 구조와 특성 등 기본 개념을 명확히 정립하여 전체적인 체계를 정비하는 것은 매우 중요할 것으로 보인다. 그러나 플랫폼 사업자의 경쟁제한적 행위에 대한 입증책임을 공정거래위원회가 아닌 플랫폼 사업자로 전환하는 내용은 경쟁제한성 입증이 경쟁당국의 법 집행의 핵심이라는 점에서 신중히 재고할 필요가 있다. 더하여, 대규모유통업법의 개정을 통해 일정 규모 이상의 중개거래를 하는 플랫폼 사업자도 대규모유통업법의 적용을 받게 하는 방안은 대규모유통업자로 의제되는 대상이 자칫 과도하게 확대될 우려가 있다는 점을 충분히 고려할 필요가 있고, 특히 현실보다 긴 정산기준일과 기한을 정하고 있다는 점 역시 개정의 실효성 측면에서 신중한 검토가 요구된다.

플랫폼 사업 모델은 현재도 계속 변화하고 있다. 과거의 온라인 플랫폼은 진화하여 이제 생성형

27 네이버 부동산 사건(경쟁 부동산 정보 플랫폼을 이용하지 못하도록 배타조건부 계약을 체결한 행위 시정, 2020.9.), 네이버 쇼핑·동영상 사건(검색 알고리즘 조정을 통해 자사 서비스를 이용하는 입점업체의 상품을 온라인 플랫폼 상에 우선적으로 노출한 행위 시정, 2010.10.), 카카오톡 사건(자회사 가맹택시에게 콜을 몰아준 행위 시정, 2023.2.), 구글 앱마켓 사건(구글이 자사 앱마켓인 구글플레이에만 게임을 출시하도록 한 행위 시정, 2023.4.), 쿠팡의 알고리즘 조정·변경행위 사건(쿠팡이 알고리즘 및 리뷰 조정하여 자체 브랜드 PB상품을 우대한 행위 시정, 2024.8.) 등.

AI 기반의 플랫폼의 생태계를 형성하고 있고, 이러한 생태계 간 경쟁도 점점 뚜렷해지고 있다. 플랫폼 사업자의 경쟁제한 우려가 명확한 행위에 대해서는 분명 엄격한 규제가 필요하지만, 동시에 국내 플랫폼 산업의 경쟁력과 국가 미래 비전 역시 충분히 고려하여 균형 있는 입법과 정책이 추진되어야 할 것이다.

제2절

개인정보 보호법 시행령 개정이 가져올 영향과 과제

- “개인정보 전송요구권”을 중심으로²⁸

김현경²⁹

1. 서론

우리나라 「개인정보 보호법」 제4조제3호는 ‘개인정보의 처리 여부를 확인하고 개인정보에 대한 열람 및 전송을 요구할 권리’³⁰ 를 정보주체의 권리에 포함하고 있다. 이러한 개인정보 전송요구권을, 법 제35조의2 제1항에서 구체화하여 “정보주체로 하여금 대통령령의 기준에 해당하는 ‘개인정보처리자’³¹에게 특정 요건을 충족하는 개인정보를 자신에게 전송할 것을 요구할 수 있도록” 규정하고 있다. 즉 개인정보 전송요구권은 정보주체가 개인정보처리자에게 자신의 개인정보를 정보주체 자신뿐만 아니라 정보주체가 지정하는 제3자에게 전달해줄 것을 요구할 수 있는 권리로 EU에서 처음으로 도입하였다. EU 시민의 개인정보가 구글, 아마존, 페이스북, 애플 등 미국 빅테크 기업에 고착(lock-in)되어³² 역내 플랫폼 시장을 장악하고 있는 상황을 타개해 보고자 도입한 것이다(GDPR³³ 제20조 및 전문(Recital) 제68조).

²⁸ 이 글은 “김현경(2024.9), “닷 올린 ‘전분야 마이데이터’ 순항할까”, KISO저널 제56호, 국내외 주요 소식”을 수정 보완한 것임

²⁹ 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수

³⁰ 제4조(정보주체의 권리) 정보주체는 자신의 개인정보 처리와 관련하여 다음 각 호의 권리를 가진다.

3. 개인정보의 처리 여부를 확인하고 개인정보에 대한 열람(사본의 발급을 포함한다. 이하 같다) 및 전송을 요구할 권리

³¹ 법 제2조 제5호는 ‘개인정보처리자’를 ‘업무를 목적으로 개인정보파일을 운용하기 위하여 스스로 또는 다른 사람을 통하여 개인정보를 처리하는 공공기관, 법인, 단체 및 개인 등’으로 정의하고 있다.

³² EUROPEAN COMMISSION (2012), COMMISSION STAFF WORKING PAPER Impact Assessment, SEC(2012) 72 final, 2012.1.25. p.21.

³³ General Data Protection Regulation, GDPR

이러한 새로운 권리는 정보주체 입장에서는 개인정보에 대한 자유로운 이동을 가능하게 함으로써 정보의 효용가치를 스스로 활용할 수 있다는 장점도 있으나, 이는 정보주체가 개인정보가 이동됨에 있어서 어떻게 처리되고 있는지 명확히 인지함을 전제로 한다. 한편 개인정보처리자 입장에서 우수한 제품·서비스의 제공 과정에서 획득한 이용자 또는 소비자의 개인정보는 중요한 영업자산이다. 이러한 영업자산을 정보주체의 임의적 요구에 의해 경쟁하는 개인정보처리자에게 제공해야 하므로 영업의 자유 제한이 될 수 있다. 또한 대부분의 개인정보는 처리과정에서 가공되거나 집합적으로 처리되는데 특정 정보주체의 개인정보를 수집한 형태로 추출하여 제공할 경우 비용과 노력이 소모되게 된다.

국내에서는 2020년 2월 개정된 신용정보법³⁴에 개인신용정보 전송요구권(신용정보법 제33조의2) 형태로 도입되었다. 그러나 EU GDPR처럼 개인정보 이동권만 도입한 것이 아니라 ‘본인신용정보관리업(신용정보법 제4조, 제22조의8, 제22조의9)’이라는 형태로 마이데이터 제도도 함께 도입되었다. 또한 공공부문에서는 전자정부법³⁵과 「민원 처리에 관한 법률」³⁶에서 본인의 행정정보를 본인 또는 제3자에게 제공하도록 요청할 수 있는 권리를 인정하였다. 이어서 민간영역의 포괄적인 마이데이터 시행을 위해 2023년 3. 14. 「개인정보 보호법」(이하 “법”)을 개정하여 “개인정보 전송요구권” 및 “개인정보관리 전문기관”에 대한 법적 근거를 도입했다. 그리고 개인정보보호위는 2024년 5월 1일부터 6월 10일까지 전 분야 마이데이터 시행을 위한 「개인정보 보호법 시행령 개정안」(이하 “시행령안”)을 입법예고 하였다. 그러나 이러한 마이데이터 전면 시행에 대해서는 소비자·시민사회단체, 유통업계, 스타트업계 등에서 강력한 반대의견을 표명하였고,³⁷ 정치권도 강한 우려를 표명하였다.³⁸ 이후 개인정보보호위원회는 기존의 시행령안을 수정하여 2024년 12월 16일 「개인정보 보호법 시행령」 일부개정령(안)(이하“수정안”) 재입법예고 하였다. 이하에서는 시행령과 수정안의 주요 내용과 쟁점들을 검토한다.

34 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률(법률 제16957호) 2020. 2. 4., 일부개정, 2021. 8. 4., 시행.

35 전자정부법(법률 제18207호), 2021. 6. 8., 일부개정, 2021. 12. 9., 시행.

36 민원 처리에 관한 법률(법률 제17515호), 2020. 10. 20., 일부개정, 2021. 10. 21., 시행.

37 지디넷코리아(2024.8.7), "유통·플랫폼·스타트업계 "마이데이터 반대", <https://zdnet.co.kr/view/?no=20240807172711> (2024.9.29. 최종확인)

38 전자신문(2024.8.8), "정치권도 마이데이터 유통분야 확대 '우려'...정무위 여야 의원들 질타" <https://www.etnews.com/20240808000340> (2024.9.29. 최종확인)

2. 개인정보 전송요구권 관련 시행령안 및 수정안 주요내용

1) 개인정보 전송요구권의 주요 내용

개인정보 전송요구권에 대하여 법 제35조의2 제1항 제1호는 전송을 요구하는 개인정보가 정보주체 본인에 관한 정보로서, ① 법에 따른 동의를 받아 처리되고, ② 법에 따라 체결한 계약 이행 또는 계약 체결의 과정에서 정보주체의 요청에 따른 조치를 이행하기 위해 처리되고, ③ 법에 따라 처리되는 개인정보 중 정보주체의 이익이나 공익적 목적을 위해 관계 중앙행정기관의 요청으로 보호위원회가 심의·의결하여 전송 요구의 대상으로 지정한 개인정보로 규정하고 있다. 다만, 동조 동항 제2호는 해당 개인정보가 개인정보처리자가 수집한 개인정보를 기초로 분석·가공하여 별도로 생성한 정보의 경우에 전송의 예외로 하고 있다. 또한 제3호는 해당 개인정보가 정보처리장치로 처리되는 정보일 경우에만 전송이 가능하도록 명시하고 있다.

법 제35조의2 제2항은 대통령령으로 정한 기준(매출액, 개인정보 보유 규모, 개인정보 처리 능력, 산업별 특성 등)에 해당하는 개인정보처리자에 대해, 전송 요구 대상인 개인정보를 기술적으로 허용되는 합리적인 범위에서 법에 따른 개인정보관리 전문기관과 안전조치의무를 이행하고 대통령령으로 정하는 시설과 기술 기준을 충족하는 자에게 개인정보 전송을 요구할 수 있도록 규정한다. 그리고 동조 제3항에 따라 개인정보처리자는 전송 요구에 따라 시간, 비용, 기술적으로 허용되는 합리적인 범위에서 정보처리장치로 처리 가능한 형태로 전송해야 한다. 또한 동조 제5항은 정보주체의 전송 요구 철회를 보장하고 있으며, 제6항은 정보주체 본인 여부가 확인되지 않을 경우에 개인정보처리자가 전송요구를 거절하거나 중단할 수 있도록 하고 있다. 마지막으로 제7항에서는 정보주체가 전송요구로 인해 타인의 권리나 정당한 이익을 침해하지 못하도록 하고 있어, 제3자에게 불이익이 발생할 수 있는 전송을 금지하고 있다. 법 제35조의2가 도입된 이후 2024년 12월 현재에도 시행일이 지정되지 않았으며, 시행령이 개정되어야 개인정보 전송요구권이 시행될 것으로 예상된다.³⁹

³⁹ 윤주호·정원준, '개인정보 이동권과 마이데이터의 제도화 그리고 그 시사점', 이성엽(편), 데이터와 법, 제2판, 박영사, 2024, 268면.

2) 시행령안 및 수정안 주요내용

시행령안은 “「개인정보보호법」개정(2023.3.14. 공포)을 통해 개인정보 전송요구권을 국민의 보편적 권리로 보장하는 근거가 마련됨에 따라 정보주체의 개인정보 전송요구권 행사가 원활하게 진행될 수 있도록 법에서 위임한 사항을 구체화하려는 것”이다.⁴⁰ 시행령안은 전 세계 최초로 개인정보 전송요구권의 의무 사업자를 유통, 플랫폼 사업자로 확장하고 있으며 “개인정보관리전문기관”의 지정, 중계전송기관 의무 이용 등 새로운 인허가 사업자 도입을 통한 신산업 창출의 의미도 지닌다고 볼 수 있다.

주요 내용은 (i) 전송요구권 행사에 따른 정보전송자 및 전송정보 기준, (ii) 개인정보관리 전문기관 지정 기준 및 절차, (iii) 정보 전송 방법 및 절차 등이며 다음 표1과 같다.

표 3-2-1. 주요 내용

구분	시행령안	수정안
대상사업자 (정보전송의무자)의 기준 (시행령안 제42조의2)	<ul style="list-style-type: none"> ● 본인 대상 정보전송 <ol style="list-style-type: none"> ① 중소기업이 아니면서, 정보주체 수가 일일평균 10만명 이상인 영리 목적 법인, ② 정보주체수가 100만명 이상인자, ③ 제3자 대상 정보전송자, ④ 그밖에 보호위가 고시하는자 ● 제3자 대상 정보전송 : 다음사업자 중 고시로 정함 <ol style="list-style-type: none"> ① 의료법상 상급종합병원 ② 기간통신사업자 ③ 통신판매(중개)업자 중 직전 3년 평균매출액 1,500억 원 이상 또는 정보주체 수 100만 명 이상 ④ 부가통신사업자 중 직전 3년 평균 매출액 1,500억 원 이상 또는 정보주체 수 100만 명 이상 	<ul style="list-style-type: none"> ● 보건의료정보전송자 <ol style="list-style-type: none"> ① 질병관리청, ② 건강보험심사평가원 ③ 상급종합병원 ④ 보호위가 고시하는 자 ● 통신정보전송자 <ol style="list-style-type: none"> ① 주파수 할당받는지 : 기간통신사업, SO 등 방송사업 ② 기간통신사업자 중 보호위와 과기정통부자관이 공동으로 고시하는자 ● 에너지정보전송자 <ol style="list-style-type: none"> ① 전기판매사업자 ② 도시가스사업자 및 도시가스사업 관련기관, 법인 및 단체 중 고시하는자
일반수신자 기준 (시행령안 제42조의3)	<ul style="list-style-type: none"> ● 전송 요구 관련 제반 시스템, 불법적인 접근 및 침해사고 방지를 위한 보호설비 및 기술, 전송 내역 기록·보관을 위한 시스템 등 보호위원회가 정하여 고시하는 시설 및 기술을 갖춘 자 	

40 개인정보 보호법 시행령 일부 개정령안 중 “제안이유”(국무총리)

구분	시행령안	수정안
<p>대상정보의 범위 (시행령안 제42조의4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 본인 전송 : 법률에 따라 전송가능한 정보 중 다음 정보제외 <ol style="list-style-type: none"> ① 제3자의 권리나 정당한 이익을 침해하는 정보 ② 일방향 암호화하여 저장된 정보 ③ 시간·비용·기술 등 고려시 합리적 범위를 벗어나 전송요구에 응하기 어렵다고 판단되는 정보 ④ 정보전송자가 시스템 내부 관리 목적으로 보유하는 등 명백히 정보주체의 권리와 관련성이 없는 정보 ● 제3자 전송 : 제3자 대상 사업자에 상응하는 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 「의료법」, 「약사법」 등에 따른 진단내역, 조제 내용 등 보건의료정보로써 고시하는 정보 ② 기간통신서비스 가입정보 및 이용정보, 청구정보, 납부정보 등 기간통신역무에 관한 정보로써 고시하는 정보 ③ 주문정보, 구매정보, 이용정보, 지불정보 등 통신판매(중개)하기 위해 처리하는 정보로써 고시하는 정보 ④ 부가통신역무에 관한 정보로써 고시하는 정보 	<ul style="list-style-type: none"> ● 보건의료전송정보 : 아래 정보 중 고시하는 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 「의료법」상 진료관련 생성정보 ② 「약사법」상 조제관련 생성정보 ③ 「의료기기법」 등에 따른 의료기기를 통해 생성·수집 정보 ④ 그밖에 위와 유사한 보건의료 관련 정보 ● 통신전송정보 : 기간통신서비스 가입정보 및 이용정보, 청구정보, 납부정보 등 기간통신역무에 관한 정보로써 고시하는 정보 ● 에너지전송정보 : 아래 정보 중 고시하는 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 「전기사업법」상 에너지 사용량 정보, 청구정보 및 납부정보 등 ② 「도시가스사업법」상 에너지사용량정보, 청구정보 및 납부정보 등 ③ 그밖에 위와 유사한 에너지 관련 정보 ● 자율전송정보 : 정보전송자가 자율적으로 정한 본인전송 정보

구분	시행령안	수정안
<p>전송 요구 방법 등 (시행령안 제42조의5~제42조의7)</p> <p>전송 방법·절차 및 전송 거절·중단 규정 (시행령안 제42조의6~제42조의7)</p> <p>수정안 (제42조의5~제42조의8)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 정보주체는 전송 요구 목적, 전송받는 자 등을 특정하여 전송을 요구하고, 정보수신자를 통한 전송 요구 및 정기적 전송 요구가 가능하도록 규정 ● 보호위가 정하는 전송방법으로 전송, 제3자 대상 정보전송자는 개인정보관리 전문기관을 통하여 전송하여야 함 ● 본인전송요구방법, 전송현황 및 내역을 확인할 수 있는 방법을 인터넷홈페이지 등에 게재, 개인정보 전송 내역 3년간 보관 등 전송 방법·절차 및 전송거절·중단 규정 ● 지체 없는 개인정보 전송, 개인정보의 정확성, 완전성, 최신성 유지 ● 정보주체의 전송 요구 시 타 법률 규정에도 불구하고 전송이 가능하도록 타 법률 규정 구체화 - 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」 제32조 및 제33조의2제3항 각 호, 「전자정부법」 제43조의2제4항 각 호, 「의료법」 제21조제2항 및 제3항, 「약사법」 제30조제3항, 「생명윤리 및 안전에 관한 법률」 제52조제2항, 「상속세 및 증여세법」 제85조제2항, 「국제조세조정에 관한 법률」 제57조 제1항 및 제2항, 「지능형전력망의 구축 및 이용촉진에 관한 법률」 제23조제3항 	<ul style="list-style-type: none"> ● 정보주체는 <u>일반수신자 또는 개인정보관리전문기관을 통하여</u> 정보전송자에게 제3자전송 요구할 수 있음 - 제3자 대상 정보전송자는 <u>중계전문기관을 통해 전송해야 함</u>. 보건의료전송정보는 특수 전문기관"이라 한다)에게만 전송해야 함
<p>개인정보관리 전문기관 (시행령안 제42조의8~제42조의11) (수정안)(제42조의9~14)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 개인정보관리 전문기관의 분류(중계, 전문, 특수 전문기관) 및 업무수행에 필요한 사항을 규정 ● 개인정보관리 전문기관의 지정 세부 기준(기술 수준 및 전문성, 안전성 확보조치 수준, 재정능력 등), 지정 절차, 중요 사항 변경, 예비 지정, 유효기간 등을 구체화하여 규정 ● 전문기관 취소사유·절차, 취소 시 후속 조치 등 규정 	<ul style="list-style-type: none"> ● 개인정보관리 전문기관의 분류(중계, <u>일반</u>, 특수 전문기관) 및 업무수행에 필요한 사항을 규정
<p>기타 (시행령안 제42조의12~13, 제47조)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 개인정보 전송 요구에 대한 보호위원회의 관리·감독 ● 개인정보 전송 지원 플랫폼의 구축 및 운영 등 ● 보호위가 제시하는 수수료 산정기준에 따라 산정 	

3. 쟁점과 해결 과제

1) 대상사업자 선정의 형평성

시행령안은 제3자 전송대상 사업자로 일정한 기준을 충족하는 상급종합병원, 기간통신사업자, 통신판매(중개)업자, 부가통신사업자를 규정하고 있다. 그러나 금융·의료·기간통신사업자와 통신판매(중개)업자·부가통신사업자는 법적 성격이 다르다. 전자(금융·의료·기간통신사업자)는 고도의 공익성이 요구되는 서비스로 시장의 진입 역시 엄격한 허가제로 운영되며 서비스의 공익성으로 인해 정부의 강력한 규제가 정당화 된다. 반면 후자(통신판매(중개)업자, 부가통신사업자)는 자유경쟁 서비스로 특별한 시장 진입규제가 없는 것이 원칙이며, 정부의 감독 역시 예외적인 경우에만 존재한다. 특히 전자는 해외사업자의 진입을 엄격하게 금지 또는 제한하여 해외사업자와의 경쟁이 존재하지 않으나, 후자는 아마존, 알리익스프레스, 테무, 구글유투브 등 해외사업자와 치열하게 경쟁 중이다.

이처럼 서로 법적 성격이 다른 사업자를 동일 대상으로 규제하는 것이 타당한지에 대한 검토가 선행되어야 할 것이다. 무엇보다도 매출액 1,500억 원 이상 또는 정보주체 수 100만 명 이상인 통신판매(중개)업자, 부가통신사업자를 허가사업자인 금융·의료·기간통신과 동일하게 취급해도 된다는 논리로 왜곡될까 우려된다.

그림 3-2-1. 허가사업자와 비(非)허가사업자의 법적 성격의 차이

금융 · 의료 · 기간통신	VS	유통 · 부가통신
<ul style="list-style-type: none"> · 인허가 사업이므로 사업범위, 대상 사업자 예측이 가능, 정부의 개입에 의한 규제정책 용이 · 사업자 수 소수, 한번 설립되면 특별한 사유가 없는 한 지속이 원칙 · 데이터 자체가 상당히 정형화, 표준화 용이 · 약 2년간 300회 이상 실무회의를 통해 발생할 수 있는 리스크를 점검하면서 신중하게 추진 · 국내 사업자만 구성, 경쟁이 치열하지 않은 관치산업 영역 		<ul style="list-style-type: none"> · 진입규제 없으므로 정부가 사실상 사업의 세세한 실태를 파악하는 것이 곤란, 정부의 강력 규제는 혁신을 저해 · 사업자 수 다수이며, 생성과 소멸을 반복 · 취급하는 데이터가 비정형이며, 천문학적인 분량, 데이터 제공 시스템 구축에만 수백억의 투자와 전담 인력, 상당한 시간 소용 예상 · 불과 1년 여간 몇차례 간담회 추진 불과 · 국내 뿐 아니라 해외 사업자와 치열한 경쟁, 해외사업자의 형평적 규제가 경쟁에 관건

수정안에서는 이러한 문제점을 반영하여 전송의무자의 범위에 통신판매(중개)업자와 부가통신사업자를 삭제하였다. 다만 “통신정보전송자”의 범위에 「전파법」 제10조에 따라 주파수를 할당받아 이동통신서비스를 제공하는자를 추가하였고 “에너지정보전송자”로써 전기판매사업자, 도시가스사업자등을 추가하였다. 이와 관련하여 스마트시티, 자율주행, IoT 등 5G 특화망을 사용하는 이동통신까지 이러한 전송의무자로 적용될 경우 사업 초기 단계에 있는 이러한 산업에 부담으로 작용할 수 있다는 것도 고려될 필요가 있다.

2) 해외사업자 적용, 집행 문제

시행령안에 의할 경우 매출액 1,500억 원 이상 또는 정보주체 수 100만 명 이상인 통신판매(중개)업자, 부가통신사업자에는 코스트코 온라인, 유튜브 쇼핑, 구글 쇼핑, 애플스토어, 아마존 등 다수의 미국과 중국 해외사업자도 포함되었다. 실질적으로 “Amazon · Coupang로 하여금 김현경의 구매이력을 Ali · TEMU · SHEIN에게 전송하라”고 요구하거나, “김현경이 자신의 Google 검색기록을 네이버 또는 틱톡에게 전송하라”고 요구하였을 때 이들이 이행할지, 불이행에 대하여 제재할 수 있을지 의문이다. Google 입장에서 ‘이용자(정보주체)의 검색기록’은 맞춤형 광고나 기타 부가서비스의 기반이 되는 영업의 핵심 정보이기 때문이다.

무엇보다도 데이터 국외유출의 문제도 간과할 수 없으며 해외기업에게 데이터 국경이전을 의무화할 수 있을지도 의문이다. 고객의 구매상품정보는 물론 할부정보, 배송지점, 회원등급 정보, 포인트 정보 등까지 모두 전송대상으로 규정하고 있는바, 이러한 정보를 경쟁대상이 되는 해외 온라인 유통사업자에게 전송하도록 하는 것이 타당한지 검토가 필요하다. 하물며 대한민국 정보주체가 미국 기업에게 자신의 데이터를 중국기업에 전송하라고 할 수 있는지도 의문이다. 즉 “국내 소비자의 개인정보가 알리익스프레스, 테무 등 중국 C-커머스로 공유되고 이를 통해 중국으로 빠져나갈 수 있다”는 우려와 “마이데이터를 통해 국내 소비자 정보가 통째로 해외에 넘어갈 수 있는 상황”에 대한 우려의 불식이 필요하다.

그림 3-2-2. 대상정보의 해외이전



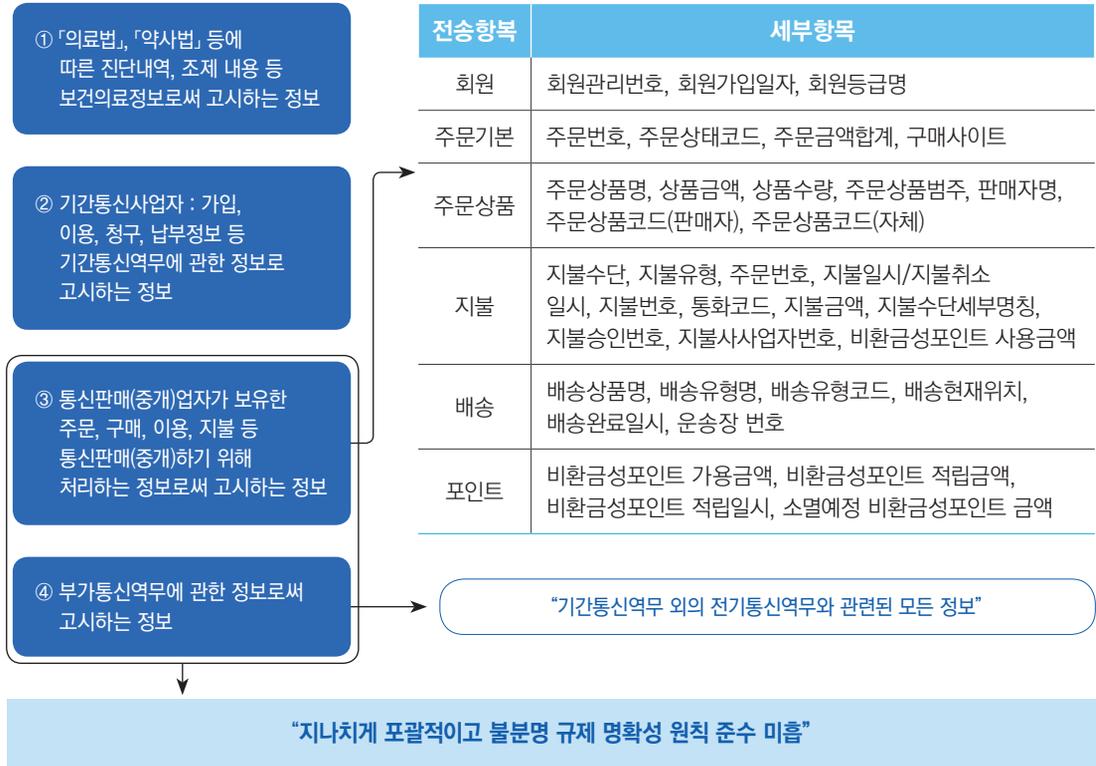
수정안에서는 전송의무자의 범위에 통신판매(중개)업자와 부가통신사업자가 삭제되었으므로 이러한 우려는 일단 해소된 것으로 보인다.

3) 대상정보의 포괄성, 민감성

앞서 언급하였듯이 시행령안은 고객의 구매상품정보는 물론 할부정보, 배송지점, 회원등급 정보, 포인트 정보 등까지 모두 전송대상으로 규정하고 있다. 뿐만아니라 부가통신사업자에게는 기간통신역무 외의 전기통신역무와 관련된 모든 정보를 전송대상으로 규정하고 있다.

온라인 유통 플랫폼 기업에게 데이터는 “핵심 영업자산”이며 개인정보처리자의 법익(영업의 자유, 재산권) 침해 소지가 다분하다. 정보주체의 권리는 법익 형량, 규범조화적 해석 또는 비례원칙에 따라 개인정보처리자의 권리와 조화롭게 규정되어야 한다.

그림 3-2-3. 대상정보의 광범위성, 포괄성



더불어 개인정보의 여러 사업자로의 이동은 개인정보의 유출, 이용과정에서 오남용, 해킹 가능성 증대 등이 우려되므로 이러한 상황에 비추어 개인정보 보호 차원에서도 재검토가 필요하다. 성인용품 구매내역, 여성의 임신정보, 옷 취향 등 사생활 정보가 포함된 정보가 자동으로 국내외의 수많은 업체들에게 실시간으로 전송 가능하다. 따라서 대상정보의 포괄성으로 인해 정보주체가 인지하지 못한 민감한 개인정보의 전송이 발생할 수 있으며, 정보보안이 미흡한 기업에 이전될 경우 글로벌 해킹의 손쉬운 대상이 될 수 있다.

다행히 수정안에서는 통신판매(중개)하기위해 처리되는 정보와 부가통신업무에 관한 정보가 삭제되고 이러한 정보는 정보전송자가 자율적으로 정하도록 수정하였다.

4) 법률에서 위임한 범위 일탈

법률은 “정보주체의 개인정보 전송요구권”과 이러한 권리를 이행하는데 도움을 주기 위해 “전문기관”에 대하여 규정하고 있다. 그러나 시행령안에서는 마이데이터 사업법의 내용을 구성하고 있는 바 법률이 위임한 범위를 일탈 소지가 있다.

우선 전송대상 정보에 대하여 법률은 ① 정보주체의 동의를 받아 처리되는 개인정보, ② 계약을 체결·이행하는 과정에서 정보주체의 요청에 따른 조치를 이행하기 위하여 처리되는 개인정보, ③ 관계 중앙행정기관의 장의 요청에 따라 보호위원회가 심의·의결하여 전송 요구의 대상으로 지정한 개인정보로 규정하고 있다. 단 이러한 정보라 할지라도 개인정보처리자가 분석·가공하여 별도로 생성한 정보는 제외된다. 그러나, 진단이나 복약정보는 정보주체의 생체정보 등을 분석하여 의사의 전문지식으로 가공된 정보로 볼 수 있으며, 통신서비스 이용정보(월간 또는 요일별 데이터 사용량, 사용량에 따른 요금측정, 부가서비스 이용정도 등) 역시 기간통신사업자가 정보주체의 이용을 기반으로 분석·가공하여 별도로 생성한 정보로 볼 수 있다.

또한 개인정보 보호법(제35조의3)상 ‘개인정보관리 전문기관’의 업무는 ‘정보주체의 권리행사 지원’으로 규정되어 있는데 시행령안은 안 제42조의8 제2항 제2호 및 3호의 일반·특수 전문기관에 대해 ‘정보전송자로부터 전송받은 개인정보를 관리·분석하여 통합조회, 맞춤형 서비스, 연구, 교육 등에 이용하는 업무’를 수행할 수 있도록 규정하고 있다. 수정안 역시 일반 전문기관으로 하여금 ‘정보전송자로부터 전송받은 개인정보를 관리·분석하여 통합조회, 맞춤형 서비스, 연구, 교육 등에 이용하는 업무’를 수행하도록 규정하고 있다. 이는 정보주체의 권리행사 지원을 넘어 별도의 사업 범위를 정하고 있는 것으로 법률의 위임 범위를 벗어날 소지가 다분하다.

뿐만 아니라 시행령안은 ‘정보전송자의 기준’, ‘전송 요구 정보의 범위’, ‘전송 요구의 방법’, ‘개인정보관리 전문기관 지정의 세부기준’ 등을 고시로 재위임 한 바, 제3자 정보전송자, 대상 정보, 전송 방법 등이 모두 행정부에 의해 임의적으로 변경이 가능하므로 사업자의 지위를 불안정하게 할 수 있다. 고시로 재위임은 헌법이 미처 예상하지 못한 방법의 규율로서, 고시로 위임된 법규적 사항들은 수범자의 권리 및 이익 침해의 소지가 더 크다. 이러한 형식으로 국민의 기본권이 제한되거나, 기타 중대한 사안이 규제되는 경우 위임입법의 한계 일탈 문제가 제기될 가능성이 존재한다. 더욱이 재위임은 법률에 따라 위임된 권한과 이에 따르는 책임을 법률이 예상하지 못한 주체로 다시 위임하는

것이어서 결국 입법의 취지가 재위임 받은 주체에 의해 최종 행사되는 결과가 되며, 이 점에서 입법자의 의사에 부합하지 않는 경우가 발생할 수 있다.⁴¹ 따라서 법률이 위임한 사항은 가급적 시행령에서 구체화하되 고시에는 매우 예외적으로 재위임하는 것이 타당하다. 이러한 형식으로 국민의 기본권이 제한되거나, 국가의 기타 중대한 사유가 규제되는 경우 위임입법의 한계 이탈 문제 발생하게 된다.

5) 스타트업 등 신생기업 및 경쟁에 미칠 영향

앞서 언급하였듯이 GDPR의 개인정보 전송요구권은 미국의 거대 플랫폼 기업에서 중소기업으로의 데이터 이동을 겨냥한 것이다. 구글·페이스북 등 미국 거대 플랫폼 서비스에 고착(lock-in)되는 문제를 해결하여 시장경쟁을 촉진하고 유럽 시민의 정보에 대한 권리를 강화하기 위한 것이며, 개인정보 이동권을 통해 개인정보 처리 전 과정에서 정보주체의 결정을 지원해주는 새로운 서비스가 나올 수 있다는 것을 전제로 한 것이다.⁴²

그러나 이에 대하여는 이미 3-4년 시행한 결과 그 도입 효과가 불분명할 뿐만 아니라 여러 우려들이 제기되고 있다. 개인정보 이동권의 이행사항이 불분명하고 규제 준수에 많은 비용이 소요되어 중소기업에 부정적 영향을 미치며 결국 더 나은 서비스를 제공하는 대기업으로의 데이터 쏠림을 심화시키고 궁극적으로 이용자의 복리에 부정적 영향을 줄 수 있다는 것이다.⁴³ 더욱이 이용자들이 데이터를 새로운 플랫폼으로 이전하는 것에 익숙하지 않거나, 데이터 이동 관련 거래비용(transaction cost)으로 인해 사실상 데이터 전송에 부담을 갖는 경우, 데이터 이동 자체를 상당한 서비스전환 비용으로 여기게 된다.⁴⁴ 최근 데이터 이동을 활용하여 경제적 가치를 창출한 사례가 매우 적다는 연구 결과도 있다.⁴⁵

41 신영수, "독점규제법상 위임규정의 적정성", 경제법연구 제15권 2호, 231면, 현재도 유사한 시각을 보이고 있다. 헌법재판소 1996.9.26, 결정 94헌마 21

42 EUROPEAN PARLIAMENT, DIRECTORATE GENERAL FOR INTERNAL POLICES, POLICY DEPARTMENT A: ECONOMIC AND SCIENTIFIC POLICY, Reforming the Data Protection Package, STUDY, IP/A/IMCO/ST/2012-02, PE 492.431, 2012.9. pp.16-82

43 UK Ministry of Justice. (2012). Summary Responses to the UK Ministry of Justice Call for Evidence. 2021.6.28. p.19-20

44 Jan KrämWer, 'Personal Data Portability in the Platform Economy: Economic Implications and Policy Recommendations' (2020) 17(2) Journal of Competition Law & Economics 272.

45 방정미, 데이터 유통 활성화를 위한 데이터 이동권 법제 연구, 법학연구 경상대 법학연구소, 제32권 제3호, 2024.7., 59~60면.

우리나라 역시 유사한 우려에 대응할 필요가 있다. 스타트업 기업이 막대한 비용의 마이데이터 서버를 유지 및 관리하는 것은 현실적으로 어려운 일이며 이제 막 데이터를 수집하여 새로운 사업을 개발하려는 신생 기업들이 자신들의 데이터를 경쟁사에 전송해야 하는 불합리한 상황에 처할 수 있다.

또한 벤처, 스타트업에 대한 투자 환경 악화로 이들의 동력 약화, 데이터 기반 산업의 성장을 저해할 수 있다. 뿐만 아니라 입점업체(영세 중소기업)의 주요 데이터가 공유될 수도 있다. 유통 분야에서 제공해야 하는 정보의 범위에 온라인 플랫폼을 통해 거래되는 입점 판매자의 판매정보까지 포함되어, 영세 중소기업들의 판매정보나 영업정보까지도 경쟁사로 제공하는 의무가 부담되는 것이나 다른 없는 결과를 초래할 수 있다.

6) 새로운 ‘관치 산업’의 탄생의 적절성

시행령안에 의하면 제3자 대상 정보전송을 하는 경우 전문기관(수정안은 “중계기관”)을 통해 전송하여야 한다(시행령안 제42조6의제4항). 또한 본인대상 정보전송의 경우에도 사실상 중계전문기관을 통해 전송해야 한다(시행령안 제42조6의제5항 및 제6항). 보안의 수준이 매우 높은 금융 마이데이터의 경우, 전송의무자가 중계기관을 이용할지 여부를 선택할 수 있게 하고 있다. 개인정보 분야의 경우 현재 데이터 활용에 대한 구체적 비전과 마이데이터 사업자도 전무한 상태에서 우선적으로 소수의 중계기관에게 연결을 강제하고 중계 전문기관이 통합조회 및 맞춤화 서비스까지 제공하게 된다면, 결국 이러한 관치 기업만이 정보 독점으로 인해 적은 비용으로 서비스 제공이 가능하여 일반기업과 불공정경쟁이 야기될 수 있다.

4. 마무리

GDPR의 개인정보 전송요구권은 시장의 유효경쟁을 위해 미국의 거대 플랫폼 기업에서 자국 중소기업으로의 데이터 이동을 겨냥한 것이다.⁴⁶ 즉 구글·페이스북 등 미국 기업에 고착(lock-in)되는 문제를 해결하여 시장경쟁을 촉진하고 유럽 시민의 정보에 대한 권리를 강화하기 위한 것이다. 그렇다면 현재 우리나라에서 심각한 서비스 고착(Lock-in Effect)이 발생하고 있으며 이를 완화할 필요가 있는지가 먼저 입증되어야 할 것이다. 즉 현재 소수의 서비스에 이용자가 고착되어 경쟁이 유효하게 이루어지지 않고 있는가에 대한 검토가 선행되어야 할 것이다. 또한 개인정보 이동권의 근본적 목적은 정보주체의 권리를 강화하기 위함이다. 그러나 마이데이터 제도는 데이터 공유·이동이라는 새로운 시장의 창출이 전제되어 있다. 결과적으로 마이데이터 제도를 위해 개인정보 이동권을 도입하는 것은 실제로 정보주체의 권리 보장보다는 개인정보의 상품화를 조장하는 측면이 부각 될 수 있을 것이다. 개인정보 보호법은 정보주체의 권리 보장이 핵심인데, 데이터 시장법으로 혼용되어 입법목적이 희석화될 수 있다. 입법목적과 부수적 효과는 다른 것이며, 주객이 전도되어서는 안 될 것이다.

다행히 재입법예고된 ‘수정안’에 따르면 전송의무자의 범위에 통신판매(중개)업자와 부가통신사업자가 삭제되고, 관련된 대상 정보도 제외되는 등 개정안이 안고 있던 심각한 문제는 어느 정도 해소된 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 개인정보 전문기관 혹은 중계기관을 통한 마이데이터 비즈니스는 여전히 개인정보의 집적이라는 위험을 내포하고 있다. 더불어 이미 마이데이터 비즈니스를 시행한 금융영역의 경우 2024년 3개 업체가 사업을 철회하는 등 그 한계가 드러나고 있다.⁴⁷ 특히 통신정보전송의 확대, 에너지전송정보의 신설 등이 가져올 영향에 대하여도 면밀한 검토가 선행되어야 할 것이다.

⁴⁶ 이는 최근 경쟁법상 시장지배적지위남용 금지규정을 적용하는데, GDPR의 데이터 이동권을 인용한 이탈리아 구글사건에서도 여실히 보여준다. 지난 2022년 7월 이탈리아 경쟁당국은 구글이 정보주체가 자신의 데이터를 다른 플랫폼(Hoda가 운영하는 Weople 앱)과 공유하지 못하도록 상호운용을 방해하여 경쟁법을 위반했다고 판단하였다. 경쟁당국은 해당 행위가 시장지배적지위의 남용이며 기능조약(Treaty on the Functioning of the European Union, TFEU) 제102조를 위반했다고 결정하였다. AGCM, ‘A552 - Italian Competition Authority: Following the Authority’s intervention, Google’s data portability becomes easier’ (31 July 2023), available at: <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2023/7/A552> (accessed 22 Oct. 2024).

⁴⁷ 전자신문(2024.12.18), “[단독]마이데이터 ‘자격 반납’ 늘어났다” [https://n.news.naver.com/article/030/0003269073?sid=101\(2025.1.3.확인\)](https://n.news.naver.com/article/030/0003269073?sid=101(2025.1.3.확인))

제3절

AI 기술과 규제 동향:
안전성과 제도적 과제를 중심으로박규동⁴⁸김근혜⁴⁹

1. 서론

인공지능(Artificial Intelligence, AI) 기술의 급속한 발전은 우리 사회에 큰 변화를 가져오고 있다. 특히 2023년 이후 생성형 AI의 등장으로 AI 기술은 더욱 빠르게 진화하고 있으며, 이에 따라 AI의 안전성과 윤리적 사용에 대한 관심도 높아지고 있다. AI 기술은 의료, 금융, 교통 등 다양한 분야에서 혁신을 이끌고 있지만, AI를 사용한 범죄의 증가와 같은 부작용도 나타나고 있다. 주요 국가들은 AI 기술의 발전을 장려하면서도 그 안전성을 확보하기 위한 규제 방안을 모색하고 있다. 미국은 2023년 10월 AI 규제를 위한 행정명령을 발표하였으며, EU는 2024년 AI Act를 통과시키는 등 AI 규제에 적극적으로 나서고 있다. 이러한 규제 동향은 AI 기술의 발전과 안전성 확보 사이의 균형을 찾으려는 노력으로 볼 수 있다. 본고에서는 AI 기술의 최신 동향을 살펴보고, AI 규제의 핵심 이슈와 도전과제를 분석한다. 구체적으로 딥페이크 범죄 사례 등을 통해 최근 AI 안전성 이슈의 등장과 전개 과정을 고찰한다. 이후 미국과 EU를 비롯한 주요국의 AI 규제 동향을 살펴본다. 이를 통해 AI 기술의 발전과 안전성 확보를 위한 제도적 방안을 모색하고, 향후 제도화 측면에서의 과제를 제시하고자 한다. AI 기술은 우리 사회에 큰 혜택을 가져다줄 수 있지만, 동시에 새로운 위험과 도전을 야기할 수 있다. 따라서 AI 기술의 발전과 그에 따른 규제는 신중하게 접근해야 할 문제이다. 본고에서는 AI 기술과 규제의 최신 동향을

48 서울시립대 행정학과 교수

49 고려대학교 정보보호대학원 연구교수

분석함으로써, 향후 AI 정책 수립에 기여하고자 한다.

2. AI 기술 동향: AI 기술의 최근 발전

2024년에 가장 주목해야할 최근 AI 기술로는 멀티모달 기능, 소형 언어 모델, AI 에이전트, 클라우드 네이티브 AI 인프라 등을 선정할 수 있고, 이들에 대한 투자가 다양한 분야에서의 발전을 주도하며 산업적 활용으로의 확대가능성을 보였다(Microsoft, 2024). 이 기술들은 각기 다른 영역에서 혁신을 주도하며, AI의 잠재력을 실현하고 있다. 2023년 기준 전 세계 AI 관련 민간 투자액은 950억 달러에 달했으며, 이 중 미국이 670억 달러로 가장 큰 비중을 차지했다(OpenAI, 2024). 중국, 유럽연합(EU), 일본 등도 자체적인 AI 연구 및 개발에 막대한 자금을 투입하며 글로벌 경쟁에 참여하고 있다(Meta AI, 2024).

2017년 구글 연구진의 “Attention Is All You Need” 논문을 기점으로 복잡한 신경망(neural network) 방식이 아닌 어텐션(attention)을 활용한 트랜스포머 방식의 AI 기술이 지속적으로 발전해왔고(OpenAI, 2024), 2024년은 이러한 트랜스포머 기반의 대규모 언어 모델(Large Language Model, LLM)이 비약적으로 발전했던 해이며, LLM의 개선, 분화가 돋보였던 해로 평가할 수 있다.

우선, 멀티모달(multi-modal) 기능은 LLM의 발전을 보여주는 중요한 사례라 할 수 있다. 멀티모달 기능은 기존 LLM의 강력한 자연어 처리(NLP) 능력을 확장하여 텍스트 외의 데이터 형식(예: 이미지, 음성, 비디오 등)도 이해하고 생성할 수 있도록 한 기술이다. 이는 LLM이 단일 데이터 형식에 국한되지 않고 다양한 데이터 유형을 통합적으로 처리할 수 있게 된 것을 의미한다. 대표적인 것이 OpenAI의 GPT-4이며, GPT-4는 멀티모달(multi-modal) 기능을 통해 텍스트뿐만 아니라 이미지와 음성 데이터를 처리할 수 있게 되었다. 이러한 멀티모달 AI 모델은 의료 현장에서 X-ray 이미지와 병력 데이터를 통합적으로 분석하여 진단 정확도를 높이거나, 온라인 고객 서비스에서 텍스트와 음성 입력을 통합적으로 처리하여 사용자 경험을 개선하는 등 다양한 분야에서 혁신적인 성과를 보여주고 있다(Meta AI, 2024).

소형 언어 모델(Compact Language Model)는 기존 LLM의 한계를 개선하기 위한 기술로 주목받았다. 대규모 언어 모델이 높은 성능을 제공하지만, 컴퓨팅 자원과 에너지 소비가 많다는 한계가 지적되었다. 이를 해결하기 위해 소형 언어 모델이 개발되었으며, 이러한 모델은 경량화된 구조를 통해 성능과 자원 효율성 간의 균형을 달성했다(Meta AI, 2024). Meta와 Google은 이를 활용해 모바일 기기에서도 AI 기능을 실행할 수 있게 했다. 이는 AI 기술의 접근성과 실용성을 크게 높였으며, 다양한 환경에서

AI 응용을 가능하게 했다. 또한, LLM이 그 크기와 복잡성 때문에 보안상의 취약점을 갖기 쉽다는 점이 지적되어, 기업 내부에서는 경량화와 환경제약을 고려하여 설계된 소형 언어 모델에 많은 관심을 보였다. 삼성그룹의 경우 자사의 민감정보 유출을 방지하기 위해 ChatGPT 등 외부 생성형 AI 사용을 금지하고, 자체 언어 모델인 Samsung Gauss를 구축하여 사용하고 있는 것이 대표적인 사례라 할 수 있다.

AI 에이전트의 발전은 LLM의 전제에 변화를 시도한 기술의 분화라 할 수 있다. 기존 LLM기반의 생성형 AI가 인간의 투입(input)을 전제로 한 콘텐츠 산출(output)에 초점을 맞춘 반면, AI 에이전트는 사용자의 명령을 이해하고 스스로 행동을 계획하며 실행하는 시스템으로, 일상적인 업무 자동화와 협업에서 중요한 역할을 하고 있다. 대표적인 사례로 Microsoft가 Copilot Agent 기반의 소프트웨어 개발, 문서 작성, 데이터 분석 등 다양한 작업에서 사용자를 지원하는 데 활용되고 있다(Microsoft, 2024). 또한, 자율적인 학습과 환경 적응 능력을 갖춘 AI 에이전트가 등장하면서, 물류, 제조, 헬스케어 등 여러 산업 분야에서 생산성과 효율성을 크게 향상시키고 있다.

2024년에는 AI 소프트웨어뿐만 아니라 이를 지원하는 하드웨어 및 인프라 기술에서도 큰 변화가 있었다. 그중 하나가 클라우드 네이티브 AI 인프라(Cloud-Native AI Infrastructure)이다. 이는 단순히 클라우드에서 AI 작업을 실행하는 것을 넘어, 클라우드 기술의 장점을 최대한 활용할 수 있도록 설계된 AI 개발 및 운영 환경을 의미한다. 기업들이 클라우드 기술을 성숙하게 활용하게 되면서, 서버 대역과 같은 기본적인 클라우드 사용을 넘어 소프트웨어 개발과 운영도 클라우드 환경에서 이루어지고 있다. AWS, Microsoft Azure, Google Cloud와 같은 주요 클라우드 서비스 제공업체들은 AI 작업(AI 워크로드)을 더 효율적으로 처리하기 위해 최적화된 솔루션을 제공하고 있다. 특히 Kubernetes 기반 AI 플랫폼은 컴퓨팅 자원을 효율적으로 관리하고, 필요에 따라 자원을 자동으로 할당하거나 확장할 수 있는 기능을 갖추고 있다. 이는 대규모 데이터를 처리하거나 복잡한 AI 모델을 학습시키는 작업에서 중요한 역할을 한다. 또한, 클라우드 네이티브 환경은 분산 학습과 서버리스(serverless) 기술을 활용해 개발자가 인프라 관리에 신경 쓰지 않고도 AI 모델을 유연하고 비용 효율적으로 개발할 수 있도록 지원한다(Microsoft, 2024). 결과적으로, 클라우드 네이티브 AI 인프라는 AI 기술 개발 및 배포의 유연성, 확장성, 경제성을 크게 향상시키며, AI 연구와 산업적 활용을 더욱 가속화하는 기반이 되고 있다.

결론적으로, 2024년 AI 기술의 최근 발전은 생성형 AI, 멀티모달 모델, 소형 언어 모델, AI 에이전트, 클라우드 네이티브 AI 인프라의 혁신적 발전으로 요약할 수 있다. 이러한 기술들이 다양한 산업에서 혁신을 가져오며 AI의 활용 범위를 지속적으로 확장시키고 있다.

3. AI 규제의 주요 이슈와 도전과제

AI 기술의 발전은 많은 혁신을 가능하게 했지만, 동시에 예상치 못한 문제들을 드러내며 AI 안전성에 대한 논의가 더욱 활발해지고 있다. 이러한 논의는 기술의 오남용, 규제의 부재, 사회적 영향을 통해 점차 확산되고 있다.

1) 딥페이크 기술의 악용

딥페이크(Deepfake) 기술은 딥러닝 알고리즘을 이용해 사람의 얼굴과 음성을 합성하여 실제와 구분하기 어려운 영상을 생성하는 기술이다. 이 기술은 초기에는 엔터테인먼트와 광고 분야에서 긍정적으로 활용되었으나, 최근 들어 범죄와 허위 정보 유포 등 부정적인 목적으로 악용되는 사례가 늘고 있다. 2024년 홍콩에서 발생한 딥페이크 화상 통화 사기 사건은 이를 잘 보여준다. 이 사건에서 사기범은 다국적 기업의 최고재무책임자(CFO)로 위장하여 2,560만 달러를 송금받는 데 성공했다(Johnson, 2024). 이러한 사례는 딥페이크 기술이 개인의 프라이버시와 재산뿐 아니라, 기업과 사회 전반의 신뢰를 위협할 수 있음을 보여준다.

2) AI 기반 사이버 공격

AI 기술은 사이버 공격의 정교함을 높이는 데도 활용되고 있다. 2023년 등장한 ‘웜GPT’와 ‘사기GPT’(FraudGPT)는 AI를 활용한 피싱 이메일 생성, 악성코드 개발 등 정교한 사회공학적 공격을 가능하게 했다(Jones, 2023). 특히, 웜GPT는 사용자의 행동 패턴과 언어를 학습하여 설득력 있는 피싱 이메일을 생성할 수 있어 기존 보안 체계를 우회하는 데 효과적이었다. 이러한 기술은 기업과 개인 모두에게 심각한 보안 위협을 가하고 있다.

3) 자율 무기 시스템과 국제 안보 위협

AI 기술의 군사적 활용은 공공 안전과 국제 안보에 중대한 영향을 미칠 수 있다. 자율 무기 시스템은 인간의 개입 없이 목표를 탐지하고 공격할 수 있어, 군사적 오작동이나 악의적 사용으로 민간 피해를 유발할 가능성이 크다(OECD, 2019). 이는 국제 사회에서 AI 규제와 윤리적 기준의 논의를 활발하게 하는 중요한 요인이다.

이러한 AI 안전성에 대한 사례는 다양한 분야에서 점차 증가하고 있는데, AI 악용 사례가 늘어나는 데는 여러 요인이 복합적으로 작용하고 있다. 첫째, 기술의 접근성이 높아지면서 생성형 AI와 딥페이크 기술의 발전으로 일반인들도 쉽게 정교한 콘텐츠를 제작할 수 있는 환경이 조성되었다(Samek et al., 2023). 둘째, AI로 생성된 콘텐츠가 SNS를 통해 빠르게 확산되면서 사회적 혼란을 초래할 가능성이 커졌다(Floridi, 2019). 특히 정치, 경제, 사회 분야에서 AI를 이용한 허위정보 유포가 중요한 문제로 떠오르고 있다. 셋째, 범죄 수단으로의 활용이 증가하며, AI 기술은 피싱, 금융사기, 신원도용 등 다양한 범죄에 활용되고 있다(Caldwell et al., 2023). 생성형 AI를 통해 더욱 정교한 사회공학적 공격이 가능해졌고, 이는 기존 보안 시스템을 우회할 수 있는 새로운 위협이 되고 있다. 넷째, AI 기술에 대한 법적, 윤리적 가이드라인의 부재는 기술의 악용을 효과적으로 통제하지 못하는 상황을 초래하고 있다. 마지막으로 AI 기술의 이중성이다. AI 기술은 본질적으로 중립적이지만, 사용자의 의도에 따라 긍정적 또는 부정적으로 활용될 수 있다(Frauenberger, 2023). 이러한 특성은 악의적인 목적으로 사용될 가능성을 내포한다.

결론적으로, AI 기술의 발전이 가져오는 긍정적 영향에도 불구하고 안전성 문제는 지속적으로 논의될 필요가 있다. 이는 기술 혁신과 규제 간의 균형을 맞추기 위한 다각적인 노력이 필요함을 시사한다.

4. 국내외 AI 규제 동향

AI 기술의 급속한 발전에 따라 AI의 안전성과 윤리성 확보를 위한 규제환경도 변화하고 있다. 본 장에서는 앞서 주요국의 대응 사례를 살펴본다.

1) 미국의 AI 규제 전략: 바이든 행정부와 트럼프 2기 행정부

바이든 행정부는 AI 기술의 발전과 함께 그 잠재적 위험을 인식하고, 체계적인 AI 규제 정책을 추진해왔다. 2023년 10월 30일, 바이든 대통령은 “안전하고 신뢰할 수 있는 AI 개발 및 사용에 관한 행정명령”을 발표하며, AI의 안전성, 보안, 신뢰성을 확보하기 위한 조치를 도입했다(White House, 2023). 국립표준기술연구소(NIST)는 AI 시스템의 안전과 신뢰성을 위한 표준과 테스트를 개발하도록 지시받았으며, 강력한 AI 모델을 개발하는 기업들은 안전성 테스트 결과를 보고하도록 의무화되었다. 개인정보와 시민권 보호를 위한 지침도 마련되어 소비자와 공중의 안전을 보장하는 데 중점을 두었다.

바이든 행정부는 윤리적 원칙과 책임성을 강조하며 AI 연구와 교육을 지원하고자 하였다(National Science Foundation, 2021). NIST는 2023년 “AI 리스크 관리 프레임워크”를 통해 AI 시스템의 위험 평가와 완화를 위한 가이드라인을 제시했다(NIST, 2023). 또한, AI 연구 및 인프라 확충을 위해 연방 예산을 지원하고, 국제 협력을 통해 글로벌 AI 규제 표준 마련에도 주력해오고 있다(OECD, 2022).

이러한 조치는 AI 기술의 발전과 함께 안전성과 윤리적 책임을 강화하려는 행정부의 균형 잡힌 접근을 보여주었고, AI 기술의 잠재적 위험을 관리하면서도 발전을 촉진하기 위한 다각적 노력이 돋보였다고 평가할 수 있다.

한편, 트럼프 2기 행정부의 AI 정책은 이전 바이든 행정부와 상당히 다른 방향을 취할 것으로 예상된다. 주요 특징은 규제 완화와 혁신 촉진에 초점을 맞추고 있다. 트럼프 행정부는 AI 혁신을 저해한다고 여기는 바이든의 AI 행정명령을 폐지할 것으로 보인다(Perkins Coie, 2024). 이는 트럼프의 선거 공약이었으며, 공화당의 2024년 정당 정책에도 포함되어 있다(National Law Review, 2024). 바이든 행정부의 AI 정책이 주로 행정부 차원에서 추진되었기 때문에, 새로운 행정부에서 쉽게 변경될 수 있는 상황이다. 대신 트럼프 행정부는 민간 부문의 혁신과 시장 주도적 접근을 우선시할 것으로 예상된다. 이는 다음과 같은 정책으로 나타날 수 있다.

첫째, AI 개발에 대한 규제 완화이다. 트럼프 행정부는 ‘가벼운 접근(light-touch approach)’을 취할 것으로 예상되며, 이는 AI 기업들의 혁신을 촉진할 수 있다(CSET, 2024). 이러한 접근은 2019년 트럼프의 첫 임기 중 발표된 “미국의 AI 리더십 유지(Executive Order 13859: Maintaining American Leadership in Artificial Intelligence)” 행정명령의 연장선상에 있다(Brookings, 2024). 둘째, 민간 기업의 AI 연구개발(R&D) 투자를 장려할 것이다. 트럼프 행정부는 AI 혁신을 촉진하기 위해 민간 부문의 투자를 장려하고, 규제를 최소화하는 정책을 추진할 것으로 보인다(Inside Global Tech, 2024). 이는 AI 기업들의 연구 개발 활동을 더욱 촉진할 것으로 예상된다. 셋째, AI 기술의 상용화 및 배포를 촉진할 것이다. 트럼프 행정부는 AI 기술의 빠른 상용화와 시장 진출을 지원할 것으로 보인다(Taft, 2024). 이는 AI 기술의 실제 적용과 경제적 가치 창출을 가속화할 수 있다. 이러한 정책 방향은 트럼프 행정부의 전반적인 경제 및 국가 안보 전략과 일치하며, AI 기술 발전을 통해 미국의 글로벌 리더십을 강화하고자 하는 의지를 반영한다.

트럼프 2기 행정부의 이러한 정책 기조는 바이든 행정부와 몇 가지 중요한 차이점을 보인다. 먼저, 규제 접근법에서 큰 차이를 보인다. 바이든 행정부가 포괄적이고 체계적인 규제 프레임워크를 구축하려 했다면, 트럼프 행정부는 규제를 최소화하고 기업의 자율성을 강조할 것으로 보인다. 둘째, AI의 윤리적 사용과 차별 방지에 대한 접근이 다르다. 바이든 행정부가 이를 중요한 정책 목표로 삼았다면, 트럼프 행정부는 이러한 접근이 혁신을 저해한다고 보고 있다. 셋째, 국제 협력에 대한 태도가 다르다. 바이든 행정부가 국제적 AI 거버넌스 구축을 강조했다면, 트럼프 행정부는 미국의 단독 리더십과 중국과의 경쟁에 더 초점을 맞출 것으로 보인다. 마지막으로 트럼프 2기 행정부의 AI 정책은 규제 완화, 혁신 촉진, 국가 안보 강화에 초점을 맞추고 있으며, 이는 바이든 행정부의 균형 잡힌 접근과는 상당한 차이를 보인다. 이러한 정책 기조 변화가 미국의 AI 산업과 글로벌 AI 생태계에 미칠 영향에 대해서는 지속적인 관찰과 분석이 필요할 것이다.

2) EU의 AI 규제 전략

유럽연합(EU)은 AI 기술의 활용과 발전을 촉진하면서도, 기술의 위험성을 완화하고 윤리적, 사회적 책임을 강화하기 위한 포괄적인 규제 접근 방식을 채택하고 있다. EU는 AI 기술의 혁신적 잠재력을 인정하면서도, 기술 오남용으로 인해 발생할 수 있는 위험을 사전에 방지하고, 인권, 안전, 공공의

신뢰를 유지하는 데 중점을 둔다(European Commission, 2021). 먼저 EU는 2019년 ‘AI 윤리 가이드라인’을 발표하여 AI 개발 및 활용에 대한 윤리적 프레임워크를 제시했다. 이 가이드라인은 인간의 감독, 프라이버시, 차별 금지 등 7가지 핵심 요구사항을 강조하며 유럽의 가치에 부합하는 AI 시스템 개발을 위한 기반을 마련했다(European Commission, 2021). EU의 AI 규제 전략은 “안전하고 신뢰할 수 있는 AI(safe and trustworthy AI)”라는 기조 아래, 투명성과 책임성을 강화하며 기술의 공정한 사용을 보장하기 위한 구체적인 법적 프레임워크를 마련하는 데 초점을 맞추고 있다. 이어 EU는 2021년 4월 세계 최초의 포괄적인 AI 규제법인 ‘AI 법안(AI Act)’을 제안했다. 이 법안은 2024년 3월 유럽의회에서 채택된 후, 2024년 5월 EU 이사회의 승인을 받아 2024년 8월 1일부터 발효될 예정이다(European Parliament, 2024). 법안은 AI 시스템의 개발, 시장 출시, 사용에 대한 통일된 규칙을 제시하며, 특정 AI 관행을 금지하고 투명성을 강화하는 조치를 포함하고 있다. 또한, AI 시스템을 위험 수준에 따라 분류하고, 각 수준에 적합한 규제를 적용하는 위험 기반 접근 방식을 채택하고 있다.

이 법안은 AI 시스템을 크게 네 가지 위험 범주로 구분한다(European Commission, 2024). 첫 번째 범주는 ‘(수용 불가능한) 고위험’으로서 사회 신용 점수 시스템, 조작적 AI 등이 금지된다. 두 번째 범주로는 ‘고위험’으로 여기에 분류되는 의료기기, 중요 인프라, 교육, 고용 등에 사용되는 AI 시스템은 엄격한 요구사항과 의무사항을 준수해야 한다. 세 번째로 ‘제한적 위험’ 범주가 있는데 이 범주에 포함되는 챗봇, 딥페이크 등은 투명성 의무를 준수해야 한다. 마지막 범주로는 ‘최소 위험’이 있는데 여기에 속하는 대부분의 AI 애플리케이션이 규제 대상에서 제외된다.

그 외에도 EU는 AI 규제 관련한 주요 정책은 데이터 거버넌스법(Data Governance Act)이 있다. 해당 법안은 데이터의 활용과 공유를 지원하면서도 개인정보와 상업적 기밀을 보호하기 위한 법적 틀이 마련되었다(European Union, 2022). 이 법은 공공 데이터의 안전한 공유를 촉진하고, AI 기술 개발에 필요한 데이터 접근성을 강화한다. GDPR(General Data Protection Regulation) 역시 AI 기술이 개인정보를 활용할 때의 법적 기준을 설정하며, 투명성과 데이터 주체의 권리를 강화한다(European Parliament, 2016). 또한, GDPR은 AI 개발자와 운영자는 개인정보 처리 과정에서 합법성과 정당성을 보장해야 함을 강조하는 법안이다.

이러한 EU의 AI 규제 정책을 살펴보면 다음과 같은 특징을 확인할 수 있다. 첫째, 위험 기반 접근이다. 즉, EU는 AI 기술을 위험 수준에 따라 분류하고, 각 위험에 적합한 규제를 적용하는 차별화된 접근 방식을 채택하고 있다. 이는 기술 혁신을 저해하지 않으면서도, 위험을 효과적으로

관리할 수 있는 유연성을 제공한다(European Commission, 2021). 다음으로 인권과 윤리 중심의 규제이다. EU의 규제 정책은 기술적 효율성보다 인권 보호와 윤리적 원칙 준수를 우선시한다. 이는 AI 기술이 인간 중심으로 개발되고 활용되도록 하는 데 기여한다(High-Level Expert Group on AI, 2019). 셋째, 데이터 주권을 강조한다. 데이터는 AI 기술의 핵심 자원이다. EU는 데이터 거버넌스법과 GDPR을 통해 데이터 활용과 개인정보 보호 간의 균형을 맞추고 있다. 이는 데이터 주권을 확보하고, 공정한 데이터 생태계를 구축하는 데 기여한다(European Union, 2022). 마지막으로 글로벌 리더십으로 EU는 AI 규제에서 선도적인 역할을 하며, 글로벌 표준을 제시하는 데 주력하고 있다. AI법은 국제 사회에서 규제 모델로 주목받고 있으며, 다른 국가와의 협력을 통해 글로벌 AI 규제 표준화를 추진하고 있다(OECD, 2022).

EU의 AI 규제 정책은 기술 발전과 규제 간의 균형을 유지하며, 기술의 신뢰성과 안전성을 보장하여 공공과 민간 부문 모두에서 AI 기술의 수용성을 높인다. 또한, AI 기술이 사회적 불평등을 심화시키지 않도록 공정성과 투명성을 보장한다. 마지막으로 기술 혁신을 장려하면서도 윤리적 책임과 위험 관리에 대한 규제를 강화하여 조화를 추구한다. EU는 AI 기술의 규제와 윤리적 활용을 선도하며, 글로벌 AI 규제 모델의 기준을 마련하고 있다. AI법을 중심으로 한 EU의 접근은 기술 혁신과 사회적 책임의 균형을 맞추는 데 중점을 두고 있다. 이는 AI 기술이 가져올 수 있는 부정적 영향을 최소화하면서, 신뢰할 수 있는 AI 생태계를 구축하는 데 기여할 것으로 보인다.

3) 영국과 국제조직의 AI 규제 전략

영국은 포괄적 규제보다는 유연한 프레임워크와 부문별 법률을 강조하는 접근법을 취하고 있다(Kennedys Law, 2024). 영국 정부가 2023년 3월 발표한 AI 백서(A pro-innovation approach to AI regulation)에서 제시한 ‘친혁신적’ 접근법의 5가지 핵심 원칙은 다음과 같다(Department for Science, Innovation and Technology, 2023) 첫째는 안전, 보안 및 견고성(Safety, security and robustness)으로 AI 시스템은 전체 수명 주기 동안 안전하고 신뢰할 수 있어야 하며, 사용과 관련된 위험을 지속적으로 식별, 평가 및 통제해야 한다(Charlesworth & Fotheringham, 2023). 둘째, 적절한 투명성과 설명 가능성(Appropriate transparency and explainability)으로 AI 시스템을 개발하고 배포하는 조직은 AI가 언제 어떻게 사용되는지 명확히 전달할 수 있어야 하며, AI 시스템의 의사결정 과정을 적절한 수준으로

설명할 수 있어야 한다 (Walton, 2024). 셋째, 공정성 (Fairness)으로 AI는 영국의 기존 법률(예: 2010년 평등법 또는 UK GDPR)을 준수하는 방식으로 사용되어야 하며, 개인을 차별하거나 불공정한 상업적 결과를 초래해서는 안 된다(Gupta, 2023). 넷째, 책임성과 거버넌스(Accountability and Governance)로 AI 사용 방식에 대한 적절한 감독과 결과에 대한 명확한 책임을 보장하기 위한 조치가 필요하다(Gupta, 2023). 마지막으로 이의 제기 및 구제 가능성 (Contestability and redress)으로 AI로 인해 발생한 유해한 결과나 결정에 대해 이의를 제기할 수 있는 명확한 경로가 필요하다(Gupta, 2023). 이러한 원칙들은 기존 규제 기관들이 자신의 권한 내에서 해석하고 적용하도록 설계되었으며, 영국의 AI 규제 접근법의 기반이 된다(Department for Science, Innovation and Technology, 2024).

국제적으로는 2024년 3월 21일 유엔 총회에서 193개 회원국이 최초의 글로벌 AI 결의안을 만장일치로 채택했다(UN, 2024). 이 결의안은 “안전하고 신뢰할 수 있는 AI 시스템의 기회를 포착하여 지속가능한 발전을 이루자(“Seizing the opportunities of safe, secure and trustworthy artificial intelligence systems for sustainable development)”는 제목으로, AI 기술이 인권과 국제법을 존중하면서 책임 있게 개발되어야 함을 강조하고 있다(Baker McKenzie, 2024). 또한 2024년 9월 5일에는 유럽평의회 AI 프레임워크 협약이 서명되었다(European Commission, 2024). 이 협약은 AI에 관한 최초의 법적 구속력 있는 국제 협약으로, EU의 AI 법과 완전히 부합하며 AI의 전체 수명주기에 걸쳐 인권, 민주주의, 법치주의를 보장하는 것을 목표로 하고 있다(DLA Piper, 2024).

이외도 AI 안전성과 윤리성을 규제환경 내에서 확보하기 위한 국제적 노력은 전 세계적으로 다양하게 이루어지고 있다. G7, OECD 등 국제기구를 중심으로 AI 거버넌스에 대한 논의가 활발히 진행되며, 국제 협력이 강화되고 있다. 또한, 미국, 영국, 싱가포르, 일본 등 여러 국가에서는 AI 안전성 연구를 위한 전문 연구소를 설립해 AI 기술의 위험을 최소화하고 있다. 아울러 많은 국가에서 AI 개발과 사용에 대한 윤리적 기준을 제시하기 위해 AI 윤리 가이드라인을 제정하고 있다. 이러한 국제적 노력은 각국의 AI 규제 정책 수립에 중요한 영향을 미치고 있으며, 각국은 글로벌 트렌드를 반영하면서도 자국 상황에 적합한 규제 체계를 구축하기 위해 힘쓰고 있다.

4) 국내 AI 규제동향

한국은 인공지능(AI) 기술의 급격한 발전 속에서 AI의 안전성 및 신뢰성을 확보하기 위해 규제 체계를 정비하고 있다. 2019년 「인공지능 국가전략」을 발표한 이후, AI 관련 입법 및 정책 추진이 활발히 이루어지고 있으며, 최근에는 AI 기본법 제정을 포함하여 다양한 법적 장치를 마련하고 있다(법제처, 2024; 노재인 · 이동근, 2024).

5) 주요 입법 동향

2024년 국회에서는 총 11개의 인공지능 관련 법률안이 발의되었다. 대표적으로 「인공지능산업육성 및 신뢰확보에 관한 법률안」(안철수 의원안), 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률안」(정점식 의원안), 「인공지능 기본법안」(한민수 의원안) 등이 포함되며, 각 법안은 AI 기술의 안전성과 산업 육성을 동시에 달성하려는 목표를 가지고 있다. 그러나 일부 법안은 모호한 규정과 과도한 규제로 인해 산업 발전을 저해할 수 있다는 우려도 제기되고 있다(법무법인(유) 광장, 2024; 법제처, 2024).

6) AI 기본법의 특징과 논의

2024년 12월, AI 기본법이 본회의를 통과하면서 AI 관련 규제와 진흥의 기본 틀을 제공하게 되었다. 이 법은 AI의 정의와 함께 기본계획 수립, 산업 육성, 신뢰 기반 조성 등을 골자로 하고 있다. 특히, 정부는 AI 기술이 디지털 패권 경쟁에서 국가 경쟁력을 강화할 수 있는 촉진적 기술임을 인식하고, AI 생태계를 지원하기 위한 기반 마련에 중점을 두고 있다. 그러나 EU의 「인공지능법(AI Act)」을 참조한 이 법안은 국내 산업 현실을 충분히 반영하지 못했다는 비판을 받고 있다(노재인, 2024).

7) 주요 정책 기조

2024년 국내 주요 정책 기조를 ‘AI 윤리와 신뢰성 확보’, ‘국제 협력 강화’, ‘산업 생태계 조성’으로

정리할 수 있다.

우선, 정부는 AI 기술의 신뢰성을 보장하기 위해 윤리적 가이드라인과 평가체계를 마련하고 있다. 이를 통해 AI 기술의 부작용을 최소화하고, 기술 사용에 대한 사회적 신뢰를 구축하려는 노력이 진행 중이다(노재인 · 이동근, 2024).

한국은 AI 기술의 글로벌 규범 정립에 참여하며, 2024년 5월 서울에서 열린 'AI 글로벌 포럼'에서 “안전”, “혁신”, “포용”이라는 AI 거버넌스 3대 원칙을 제시했다. 이러한 국제 협력은 한국이 AI 규제와 기술 개발에서 글로벌 리더십을 강화하려는 의도를 반영한다(법제처, 2024).

이외에도, 정부는 AI 기술의 상용화와 산업화를 지원하기 위해 중소기업 및 스타트업 대상의 AI 지원 정책을 강화하고 있다. 이를 통해 민간의 연구개발 역량을 증진하고, 글로벌 경쟁력을 확보하는 것을 목표로 하였다(노재인 이동근, 2024).

한국의 AI 규제 동향은 AI 기술의 발전과 활용을 장려하면서도 그 위험을 관리하려는 균형 잡힌 접근을 목표로 하였다. 그러나 산업계와 학계는 과도한 규제가 기술 혁신을 저해할 가능성을 우려하고 있으며, 이를 보완하기 위한 구체적인 논의와 조정이 필요한 상황이다. 향후, 국제 규범과 조화를 이루면서도 국내 산업 현실을 반영한 정책이 요구된다.

5. 결론: AI 기술과 규제, 도전과 기회 사이의 균형

AI 기술의 급격한 발전과 규제 환경의 변화는 기업들의 AI 도입 전략에도 중대한 영향을 미치고 있다. McKinsey가 2024년 5월에 발표한 조사에 따르면, 응답자의 65%가 자사 조직에서 생성형 AI를 정기적으로 사용하고 있으며, 이는 불과 10개월 전의 두 배에 달하는 수치다. 또한 응답자의 75%는 생성형 AI가 향후 몇 년 내에 자신의 산업에 중대한 변화를 가져오거나, 파괴적인 혁신을 일으킬 것으로 예측했다. 이러한 조사 결과는 AI 기술이 더 이상 미래의 기술이 아니라 현재의 필수적인 도구로 자리 잡았음을 보여준다.

AI 기술의 발전은 기업들에게 생산성 향상과 혁신의 기회를 제공하면서도 윤리적 사용과 규제 준수라는 새로운 과제를 부여하고 있다. 특히 AI 안전성이 강조되면서 글로벌 차원의 협력과 정책 마련이 강조되고 있다. AI 기술과 규제는 매우 빠르게 변화하고 있으며, 각국 정부와 기업들은 이에

적극적으로 대응하고 있다.

미국은 규제 완화와 시장 주도형 접근을 통해 혁신을 촉진하는 반면, EU는 포괄적이고 엄격한 규제 체계를 도입해 AI의 안전성과 윤리성을 강화하고자 한다. 이러한 대조적인 접근은 글로벌 AI 산업의 발전 방향에 중요한 영향을 미치며, 각국이 규제와 기술 혁신 간의 균형을 찾기 위한 노력이 더 심화될 것이다.

AI 기술의 발전에 따라 안전성, 윤리성, 투명성에 대한 요구는 더욱 증가하고 있으며, 이를 위한 균형 잡힌 접근이 중요해지고 있다. 각국 정부와 기업들은 AI 기술의 혜택을 극대화하면서도 잠재적 위험을 최소화할 수 있는 방안을 찾아야 한다.

1) AI 규제의 도전 과제

AI 규제에는 여러 도전 과제가 존재한다. 첫째, AI 기술의 발전 속도가 매우 빨라 규제가 이를 따라가지 못하는 문제가 있다. 기술은 지속적으로 진화하며, 현재 마련된 규제가 곧바로 시대에 뒤처질 가능성이 높다. 둘째, AI의 복잡성과 불투명성으로 인해 규제의 실효성을 확보하기 어렵다. 특히 딥러닝 기반의 AI 시스템은 의사결정 과정을 명확히 설명하기 어려워 규제 적용에 한계를 보인다. 셋째, 국가별로 AI 규제 접근 방식이 상이하다는 점도 문제다. EU는 엄격한 규제를 추진하지만, 미국은 보다 유연한 규제 방식을 채택하고 있어 국제적 표준을 마련하는 데 어려움을 겪고 있다. 넷째, 지나치게 엄격한 규제가 AI 기술의 혁신을 저해할 수 있다는 우려도 있다. 이러한 도전 과제들은 규제와 혁신 사이의 균형을 찾는 데 중요한 과제를 부여하고 있다.

2) AI 규제와 혁신을 위한 방안

이러한 문제를 해결하고 AI의 안전한 발전을 도모하기 위해서는 정부, 기업, 시민사회 등 다양한 이해관계자들의 협력이 필수적이다. AI 기술의 특성을 고려한 유연하고 적응적인 규제 체계를 마련하고, AI 리터러시 교육을 통해 시민들의 이해도를 높이는 노력도 중요하다.

아울러, AI 윤리 가이드라인을 제정하고 자율규제를 강화하는 등의 정책적 대응도 병행되어야 한다. 이는 단순히 기술적인 문제가 아니라 사회적, 윤리적, 법적 차원의 복합적인 과제를 해결하기

위한 통합적인 접근이기 때문이다. AI 기술과 규제의 미래는 단순한 도전이 아닌, 우리가 해결해야 할 필수적인 과제이며, 이를 위한 지속적인 노력과 협력이 요구된다.

3) AI 규제의 실효성 제고를 위한 과제

AI 규제의 실효성을 높이기 위해 해결해야 할 과제로 다섯 가지를 제시할 수 있다. 먼저, AI 기술 발전 속도에 대응할 수 있는 유연하고 신속한 규제 체계가 필요하다. AI 기술은 빠르게 진화하고 있어 기존의 전통적인 입법 방식으로는 효과적인 규제가 어렵다. 따라서 원칙 중심의 규제(principle-based regulation)와 함께 규제 샌드박스, 실험적 규제(experimental regulation) 등 혁신적인 규제 방식의 도입이 요구된다(Brookings Institution, 2024). 이는 AI 기술의 발전에 따른 변화에 보다 유연하게 대응하고, 새로운 기술의 잠재력을 제약하지 않으면서도 안전성을 보장하는 데 기여할 것이다.

둘째, AI 규제에 대한 국제적 협력과 조화가 필요하다. AI 기술과 서비스는 국경을 초월하여 제공되므로, 개별 국가 차원의 규제만으로는 한계가 있다. 따라서 AI 안전성과 윤리성에 대한 국제 표준을 수립하고, 국가 간 규제 조화를 위한 노력이 중요하다(IAPS, 2024). AI 안전 연구소 국제 네트워크(International Network of AI Safety Institutes)와 같은 플랫폼은 AI 위험 평가와 안전 기준에 대한 국제적 합의를 도출하는 데 중요한 역할을 할 수 있다.

셋째, 규제 당국의 AI 규제 역량 강화를 위해 제도적 기반을 마련하는 것도 시급하다. AI 기술의 복잡성과 전문성을 고려할 때 규제 당국의 전문성 제고는 필수적이다. 특히 AI 기술의 발전 속도나 예측 가능성을 고려하면 전문적인 의견을 신속하게 논의할 수 있는 AI 전문 기구가 필요하다(Brookings, 2024). 또한 AI 안전성 평가를 위한 기술적 도구와 방법론 개발에 대한 지원도 확대되어야 한다.

넷째, 적절한 제도를 통해 AI 개발 기업과 사용자의 책임성을 강화할 필요가 있다. AI 시스템으로 인한 피해 발생 시 책임 소재를 명확히 하고 피해에 따른 적절한 보상이 이루어질 수 있도록, AI 책임보험 제도 도입을 검토할 필요가 있다(FTI Technology, 2024). 또한 고위험 AI 시스템 개발자와 운영자에게 정기적인 보고 의무를 부과함으로써 사전적 책임성을 강화하는 동시에 자율적인 관리 방안을 마련할 수 있도록 하는 것도 효과적인 접근 방법이 될 수 있다.

다섯째, AI 규제와 혁신의 균형을 위한 지속적인 노력이 필요하다. 과도한 규제에 의해 AI 기술 발전이 저해되지 않도록 주의해야 하며, 이를 위해 규제 영향 평가를 정기적으로 실시하고 산업계와의

지속적인 소통 채널을 마련해야 한다(White & Case LLP, 2024). AI 스타트업과 중소기업에 대한 규제 컨설팅 지원과 규제 준수 비용 지원을 통해 규제로 인한 혁신 저해 요인을 최소화해야 한다.

마지막으로, AI 리터러시 향상을 위한 교육과 인식 제고 노력이 중요하다. AI 기술의 잠재력과 위험성에 대한 사회적 이해도를 높이고, AI 윤리와 안전성에 대한 공론화를 통해 사회적 합의를 형성해 나가야 한다(Prolifics UK, 2024). 이를 위해 학교 교육과정에 AI 윤리 교육을 포함시키고, 일반 시민을 대상으로 한 AI 리터러시 프로그램을 개발하는 등의 노력이 필요하다.

AI 기술의 안전성과 윤리성 확보를 위한 제도화 노력은 기술 발전의 속도, 국제적 조화, 규제 역량, 책임성, 혁신과의 균형, 사회적 수용성 등 다양한 측면을 고려해야 하는 복잡한 과제이다. 정부, 기업, 학계, 시민사회 등 다양한 이해관계자들의 참여와 협력을 통해 지속적으로 발전시켜 나가야 한다. 이를 통해 AI 기술의 혜택을 극대화하면서도 잠재적 위험을 최소화하는 균형 잡힌 AI 거버넌스 체계를 모색할 수 있을 것이다.



2024
인터넷산업규제
백서

CHAPTER

4



제21대 국회 인터넷산업규제 입법 경향 분석

제1절
평가 개요

제2절
입법 현황 및 평가 결과

제3절
제21대 국회 입법평가 총평
및 시사점

제1절 평가 개요

1. 인터넷산업규제 입법평가 배경 및 현황

인터넷산업규제 입법평가는 21대 국회(2020년 6월~2024년 5월)의 입법안을 대상으로 2021년부터 매년 진행되며, 백서를 통해 공개되고 있다. 21대 국회는 인터넷산업과 디지털 경제의 급격한 성장 속에서 다양한 규제 법안이 발의된 시기로, 그 특징과 쟁점이 뚜렷하게 드러난다. 입법평가에서 다뤄진 법안은 연평균 150건에 달하며, 디지털 플랫폼, 인공지능(AI), 개인정보 보호 등 신기술 및 산업 변화에 대응하려는 제도적 움직임의 일환으로 볼 수 있다.

인터넷산업은 디지털 전환의 핵심 축으로 자리 잡으며 경제와 사회 전반에 걸쳐 중요한 역할을 해왔으나, 동시에 규제의 대상이 되어 왔다. 규제는 산업 발전을 저해하는 요소일 수 있지만, 산업 환경을 정비하고 신뢰를 구축하는 촉진제 역할을 하기도 한다. 그러나 국내 인터넷산업 관련 입법은 여전히 혁신을 지원하기보다 제한적인 성격이 강하다는 비판이 제기되고 있다. 특히, EU 등 해외 선진국의 규제를 무분별하게 도입하려는 경향이 나타나면서, 국내 현실과 맞지 않는 규제가 도입될 가능성도 지적되고 있다.

인터넷산업규제 입법평가는 개별 법안에 대한 찬반을 넘어, 국회의 입법 경향을 분석하고 인터넷산업에 적합한 발전적 입법 방향을 모색하는 데 목적이 있다. 이를 위해 평가 기준을 체계적으로 정리한 체크리스트를 개발하고, 10인의 외부 전문가로 구성된 입법평가위원회의 법안 검토를 거쳐

평가 결과의 객관성과 전문성을 확보했다. 평가는 △협회의 내부 모니터링을 통해 평가 대상 법안을 선정하고 △평가위원이 검토 및 평가를 진행하며 △디지털경제연구원이 이를 분석해 인터넷산업규제 백서를 통해 공개하고 있다.

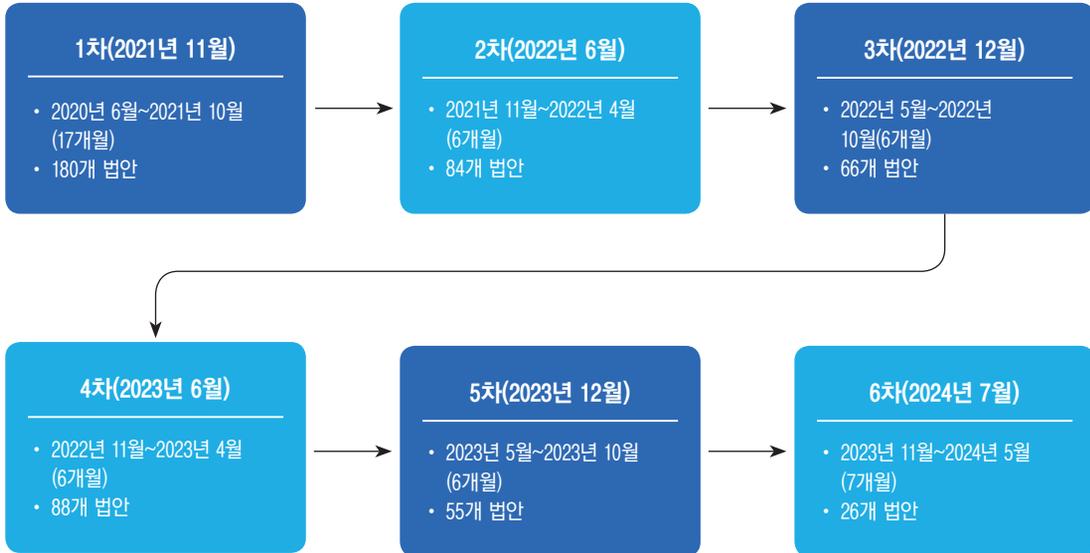
그림 4-1-1. 인터넷산업규제 입법평가 과정



21대 국회 법안에 대한 평가는 인터넷산업규제 입법평가위원회 발족(2021년 10월) 후 매년 상·하반기에 1회씩 총 6회에 걸쳐 진행되었다(그림 4-1-2). 첫 번째 평가에서는 21대 국회 임기가 시작된 2020년 6월부터 2021년 10월까지 17개월간 발의된 인터넷산업규제 법안 180건에 대해 일괄 평가하였고, 2회차부터 6개월 단위로 발의된 법안을 대상으로 매회 평균 64건의 법안을 평가하였다¹.

¹ 평가 과정에서 평가위원의 의견 및 내부 논의를 거쳐 대상에서 제외된 법안을 포함하고 있어, 분석 결과상의 총계와는 차이가 있음

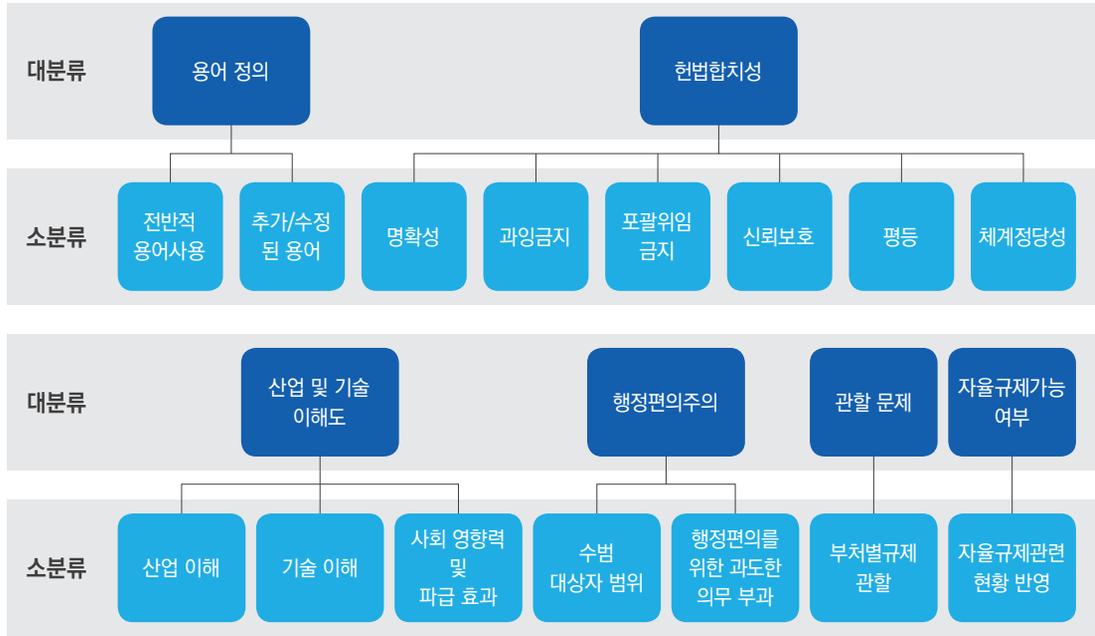
그림 4-1-2. 인터넷산업규제 입법평가 과정



2. 평가 방식 및 지표

디지털경제연구원은 평가지표와 지표별 평가 기준을 확인할 수 있는 체크리스트를 각 법안의 평가 기준으로 제공한다. 체크리스트는 2021년 하반기 입법평가 기획 과정에 개발되었다(7개 대분류, 16개 소분류, 30개 문항). 2021년 11월 첫 평가 후 입법평가위원회의 논의를 거쳐 기타 항목을 제외하고 세부 내용을 보완하여 현행 방식으로 확정되었다. 2022년부터 2024년까지 사용된 평가지표는 ① ‘용어 정의’, ② ‘헌법 합치성’, ③ ‘산업 및 기술 이해도’, ④ ‘행정 편의주의’, ⑤ ‘관할 문제’, ⑥ ‘자율규제 가능 여부’ 등 총 6개의 대분류를 기준으로 한다. 각 대분류의 하위 개념인 소분류는 총 16개이며, 아래와 같이 구성되어 있다.

그림 4-1-3. 평가지표 대분류 및 소분류 구성



평가 세부 기준은 총 28개이며, 소분류별 최소 1개에서 최대 3개까지의 기준을 포함하고 있다. 각 세부 평가 기준에 대해 평가위원별로 '상', '중', '하'의 3등급으로 구분하여 평가하며, 법안에 따라 해당 항목으로 평가가 불가한 경우 '해당 없음'으로 분류한다. 법안 1건에 대해 총 3인의 평가위원이 각각 평가를 진행하고, 개별 평가 결과를 100점으로 환산한 값을 산술평균하여 종합 점수를 산출한다.

입법평가에 활용한 체크리스트의 세부 항목별 평가 내용 및 조건은 <표 4-1-1>과 같다.

표 4-1-1. 인터넷산업규제 입법평가 체크리스트 세부 평가 항목별 기준(2024년 기준)

대분류	소분류	세부 평가 기준 (항목명 / 평가 내용)		
용어 정의	전반적 용어사용	문항	① 사용된 개념 중 정의가 필요한 용어들이 법률(제2조 정의 혹은 개정안 본문)에 잘 정의되어 있다.	
		평가내용	평가 대상 법안에서 새로운 주요 용어가 등장하였거나, 기존의 용어에 대한 명확한 개념이 필요하다고 판단될 때 법안에 해당 용어의 정의가 적절한 방식으로 반영되고 있는지를 확인하는 항목으로 구성됨 용어 정의는 법률의 제2조(정의)뿐만 아니라, 각 조문에 괄호 등을 사용하여 정의하고 있는 사항을 포함함	
		평가조건	전반적인 법안에서의 용어 사용을 기준으로 평가함	
	추가/수정된 용어	문항	② 용어의 정의가 지나치게 포괄적이거나 추상적이지 않다. ③ 새롭게 정의(또는 수정된 용어로 인해 다른 법률과의 혼선이 발생하지 않는다.	
		평가내용	제2조(정의) 혹은 기타 조문에서 추가/수정된 용어 정의에 대한 평가로, 해당 정의가 적절한가를 묻는 항목으로 구성됨 그 중 ①은 용어 정의에서 사용한 표현 자체를 기준으로, ②는 용어 정의가 다른 법률과 관련되는 경우 나타날 수 있는 문제를 기준으로 평가함	
		평가조건	법안에 정의를 포함하는 경우(제정안, 전부개정안, 개정 내용에 용어의 정의를 포함*한 일부개정안) 평가함 * 제2조(정의) 및 새로운 개념에 괄호를 사용하여 추가한 정의 모두를 포함함	
		비고	※ 심사자 2인 이상이 평가하는 경우에만 점수에 반영함	
	헌법 합치성	명확성	문항	④ 규제하고자 하는 내용이 명확하다.
			평가내용	규제로서 해당 법안이 명확하여 행위 준칙이 될 수 있는가에 대한 항목으로 구성됨 규제는 그 내용과 형식이 수법자가 이해할 수 있도록 명확해야 한다는 헌법상 명확성 원칙에 의거 평가
			평가조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함
과잉금지		문항	⑤ 다른 대안들보다 기본권을 덜 침해하면서 효과적인 규제이다. ⑥ 기본권 침해를 최소화하는 보완조치를 갖추고 있다.	
		평가내용	규제가 수법자의 기본권을 과도하게 제한하고 있는지를 판단하는 2개 항목으로 구성됨 항목 ⑤의 경우 규제의 내용적인 측면에서 다른 대안들과 비교하여 기본권을 덜 침해하고 더 효과적인 대안으로 판단되는 경우 적절한 규제안으로 평가함 항목 ⑥은 다른 대안들에 비해 더 효과적인 대안이라 하더라도 해당 규제에 의한 침해를 최소화하는 조치가 필요함을 근거로, 해당 규제에 의해 침해되는 기본권에 대한 보완조치가 충분한 경우 적절한 규제안으로 평가함	
		평가조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	

대분류	소분류	세부 평가 기준 (항목명 / 평가 내용)	
헌법 합치성	포괄위임 금지	문항	⑦ 하위 법령에 위임하는 사항과 범위가 구체적이다. ⑧ 법률이 아닌 하위 법령을 통해 규정해도 무방한 내용을 위임하고 있다.
		평가내용	규제의 구체적 사항을 법률이 아닌 하위 법령으로 위임하고 있는 경우에 그 위임이 적절하게 이루어졌는지를 판단하기 위한 2개 항목으로 구성됨 항목 ⑦은 형식의 측면에서 법령에 위임하는 사항에 대해 구체적으로 규정하였는가를 기준으로 평가함 항목 ⑧은 위임되는 내용의 측면에서 법률에 규정하지 않고 하위 법령을 통해 규정해도 무방한 사안인가를 기준으로 평가함
		평가조건	법안에 포함된 하위 법령 위임 규정을 중심으로 평가함
		비고	※ 심사자 2인 이상이 평가하는 경우에만 점수에 반영함
	신뢰보호	문항	⑨ 기존 법률을 통해 보호받고 있던 권리의 침해는 적절한 수준이다.
		평가내용	법안으로 인해 기존에 법률을 통해 보호받던 정당한 권리를 침해하는 경우 그 정도가 적절한가를 묻는 항목으로 구성됨 규제의 수범자인 기업이 기존의 규제에 맞추어 사업의 내용이나 방향을 설정한다는 점을 고려할 때 현행 규제에 대한 변경이나 새로운 규제가 이러한 신뢰를 크게 훼손하지 않는가를 기준으로 평가함
		평가조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함
	평등	문항	⑩ 여러 이해당사자를 왜곡 없이 동등하게 대우하고 있다.
		평가내용	해당 규제가 인터넷산업의 다양한 이해당사자 간의 불평등을 야기하지 않는가에 대한 항목으로 구성됨 다양한 이해당사자 중 특정한 당사자만을 규제의 대상으로 한정하는 경우와 대상의 특성이 다양함에도 획일적으로 규제를 적용하는 경우 모두를 고려하여 평가함
		평가조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함
	체계 정당성	문항	⑪ 현행 규제 수단과 중첩되지 않는다. ⑫ 현행 규제 수단과 충돌하지 않는다.
		평가내용	법안이 현행 집행되고 있는 동일한 규범 내 또는 상이한 규범과의 관계에 있어서 상호 배치되거나 모순되지 않는가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ⑪은 해당 규제가 기존 법체계에서의 규제와 중첩되지 않는 부분에 대해 규제하고 있는지를 묻고 있으며, 중복규제의 소지가 없을수록 더 적절한 입법으로 평가함 항목 ⑫는 해당 규제를 집행할 경우 기존 법체계에서의 규제와 충돌되는 경우 기존의 규제를 오히려 풀어주는 결과를 가져올 수 있다는 점에서, 현행 규제와의 충돌이 적을수록 더 적절한 입법으로 평가함
평가조건		전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	

대분류	소분류	세부 평가 기준 (항목명 / 평가 내용)	
산업 및 기술 이해도	산업 이해	문항	<p>⑬ 기업의 혁신성을 해치지 않는다.</p> <p>⑭ 기업의 자율성을 제한하지 않는다.</p> <p>⑮ 규제에 따른 기업의 부담이 적정하다.</p>
		평가내용	<p>해당 규제가 인터넷산업 및 기업의 특성을 적절히 고려하였는가를 묻는 항목으로 구성됨</p> <p>항목 ⑬은 기술, 비즈니스 모델 등에 있어 다양한 시도를 통해 성장하는 산업의 특성을 고려할 때 기업의 혁신활동에 규제가 미치는 영향을 기준으로 평가함</p> <p>항목 ⑭는 규제가 기업이 가진 자율성을 보장하고 있는가, 혹은 기업의 활동을 제약하는가를 판단함</p> <p>항목 ⑮는 해당 규제를 이행하기 위해 과도한 절차 혹은 비용이 요구되는가를 평가함</p>
		평가조건	인터넷산업의 특성을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함
	기술 이해	문항	<p>⑯ 현재 기술 발전 및 상용화 수준을 고려할 때 충분히 이행 가능하다.</p> <p>⑰ 향후 기술 발전에 대한 유연한 대응이 가능하다.</p>
		평가내용	<p>인터넷 산업의 진흥이 기술발전과 함께 이루어졌다는 점과 현행 기술이 가진 특성을 고려할 때 적절한 규제인가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨</p> <p>항목 ⑯은 해당 규제가 기업에게 요구하는 의무가 현재 구현 가능한 기술 수준, 그리고 그 기술을 구현하기 위한 비용 등을 고려할 때 현실적으로 이행 가능한가를 평가함</p> <p>항목 ⑰은 해당 규제가 향후 기술이 발전함에 따라 나타날 수 있는 산업환경의 변동가능성을 충분히 고려하고 있는가를 평가함</p>
		평가조건	디지털 기술의 특성을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함
	사회 영향력 및 파급 효과	문항	<p>⑱ 인터넷 산업이 시장경제와 사회에 미치는 영향력을 합리적·객관적으로 반영하고 있다.</p> <p>⑲ 다양한 사업자의 기회를 보장한다.</p> <p>⑳ 규제 대상 영역의 범위가 과도하게 넓거나 좁지 않고 적절하다.</p>
		평가내용	<p>항목 ⑬~⑰ 이외의 인터넷산업 현안 관련하여 적절한 규제인가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨</p> <p>항목 ⑱은 현행 인터넷산업을 고려할 때 규제 입안의 근거가 과대평가되지 않았는가를 평가함</p> <p>항목 ⑲는 해당 규제가 인터넷산업에 있어 다양한 기업에 기회를 보장하는가 혹은 중소기업들의 시장 진출 기회를 가로막는 영향을 주는가를 평가함</p> <p>항목 ⑳은 규제 대상 산업의 범위가 지나치게 넓거나 좁게 설정되었는지를 평가하며, 인터넷산업이 다양한 부문에 걸쳐 있을 때 확실적으로 규제하고 있는가를 판단함</p>
		평가조건	인터넷산업계에서 주로 논의되고 있는 사안을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함

대분류	소분류	세부 평가 기준 (항목명 / 평가 내용)	
행정 편의주의	수범 대상자 범위	문항	㉠ 수범 대상자에 대한 설정 기준이 입법 취지에 부합한다. ㉡ 법령 해석에 있어 수범 대상자의 범위에 불확실성이 낮다.
		평가내용	법안에서 규정한 수범 대상이 행정편의적으로 설정되었는지를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ㉠은 주어진 법안에서 규제 대상자의 기준이 명확하고 입법취지에서 드러난 문제와 부합하게 설정되었는가를 평가함 항목 ㉡은 규제 대상자 설정에 있어서 집행기관의 해석에 따라 그 대상이 더 늘어나거나 포함되어야 할 대상이 누락되는 등 문제가 발생할 수 있는 모호한 표현 등을 사용하고 있는가를 평가함
		평가조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함
	행정 편의를 위한 과도한 의무 부과	문항	㉢ 자료조사 대상과 조사 내용의 범위가 적절하게 설정되었다. ㉣ 조사의 목적, 범위, 시기, 방법 및 불가능한 자료 제출의 거부권 등을 사전에 고지하는 내용을 포함하고 있다.
		평가내용	법안에서 실태조사 등을 규정하는 경우 조사범위나 형식을 행정편의적으로 설정하고 있는가에 대한 항목으로 구성됨 항목 ㉢은 조사가 이루어지는 범위에 있어 지나치게 광범위하여 꼭 필요하지 않은 부분을 과도하게 포괄하고 있는가를 평가함 항목 ㉣은 법안의 형식에 있어 이러한 실태조사와 관련한 세부 규정 및 거부권 등을 사전에 조사대상자가 알 수 있도록 명시하고 있는가에 대한 항목임
		평가조건	법안에 실태조사 등이 규정된 경우 평가함
	비고	※ 심사자 2인 이상이 평가하는 경우에만 점수에 반영함	
관할 문제	부처별 규제 관할	문항	㉤ 부처별 관할 범위 중첩의 우려가 발생하지 않는다. ㉥ 향후 관할 문제 발생에 대비하는 충분한 조치를 취하였다.
		평가내용	법안이 명확하게 규제 관할 부처를 명시하여 수범자인 인터넷 기업에 혼란을 야기하지 않는가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ㉤는 해당 법안에 규제수범자가 혼란을 야기하지 않게 관할 부처와 범위를 규명하고 있는가를 평가함 항목 ㉥은 법안으로 인해 향후 부처별 관할 문제가 발생하는 경우에 대응할 수 있도록 대비(해당 법안 혹은 기존의 법률에 규정)되어 있는가를 판단함
	평가조건	규제의 내용과 관련 부처 등을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	

대분류	소분류	세부 평가 기준 (항목명 / 평가 내용)	
자율규제 가능 여부	자율규제 관련 현황 반영	문항	㉗ 현행 자율규제 및 관련 가이드라인 등을 고려할 때 규제가 필요하다. ㉘ 관련 조직(자율규제기구, 관련 협회 등)을 통한 자율규제 현황 등 고려할 때 규제가 필요하다.
		평가내용	규제가 법률에 규정되는 것이 합리적인가, 혹은 자율규제를 활용하는 것이 더 바람직한가를 확인하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ㉗은 실제 이루어지고 있는 자율규제나 관련 가이드라인 등을 고려했을 경우에도 해당 규제가 필요한가를 평가함 항목 ㉘은 해당 규제의 대상이 되는 분야의 자율규제기구 등 관련 조직의 운영 현황 및 활용 방안 등을 고려했을 때 여전히 해당 규제가 필요한가를 평가함
		평가조건	전반적인 법안 내용과 인터넷산업 관련 자율규제 기구, 규정, 가이드라인 등을 기준으로 평가함

제2절

입법 현황 및 평가 결과

1. 제21대 국회 인터넷산업규제 입법 현황

평가대상은 21대 국회 임기 4년간 발의된 인터넷산업규제 관련 입법안 중 한국인터넷기업협회 모니터링을 통해 선정된 492건의 법안이다. 법안을 살펴보면 기존 법률에 대한 개정안이 432건, 새로운 법률에 대한 제정안이 60건 포함되었다. 기존 법률 중 빈도가 가장 높은 법률은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법)」으로 총 83건이 분석 대상에 포함되었으며, 그다음으로 「전기통신사업법」 63건, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 전자상거래법)」 38건, 「개인정보 보호법」 37건, 「전자금융거래법」 20건, 「저작권법」 19건, 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 14건, 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」 14건, 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 10건 순으로 나타났다. 제정안의 경우 온라인 플랫폼 규제를 주요 내용으로 하는 법안(이하 온라인플랫폼법(안))이 총 22건 발의되었고, 그 외 가상 자산 관련 법안² 5건, 데이터 산업 진흥 법안 4건, 인공지능 기본 법안 4건, 메타버스 진흥 법안 4건, 플랫폼 종사자 보호 및 지원 법안 3건 등이 있다.

² 해당 법안은 소위원회 심의를 거쳐 2023년 6월 본회의를 통과, 같은 해 7월 공포되었다(「가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률」, 2024년 7월 19일 시행).

표 4-2-1. 평가 대상 법률 현황

(단위: 건)

구분	법률(안)	발의 수
개정안	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률	83
	전기통신사업법	63
	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률	38
	개인정보 보호법	37
	전자금융거래법	20
	저작권법	19
	신문 등의 진흥에 관한 법률	14
	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률	14
	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률	10
	그 외(58개 법률)	134
	개정안 소계	432
제정안	온라인플랫폼 규제 법안	22
	가상자산 관련 법안	5
	데이터산업 진흥 법안	4
	메타버스 진흥 법안	4
	인공지능 기본 법안	4
	플랫폼 종사자 보호 및 지원 법안	3
	그 외	18
	제정안 소계	60
합계	492	

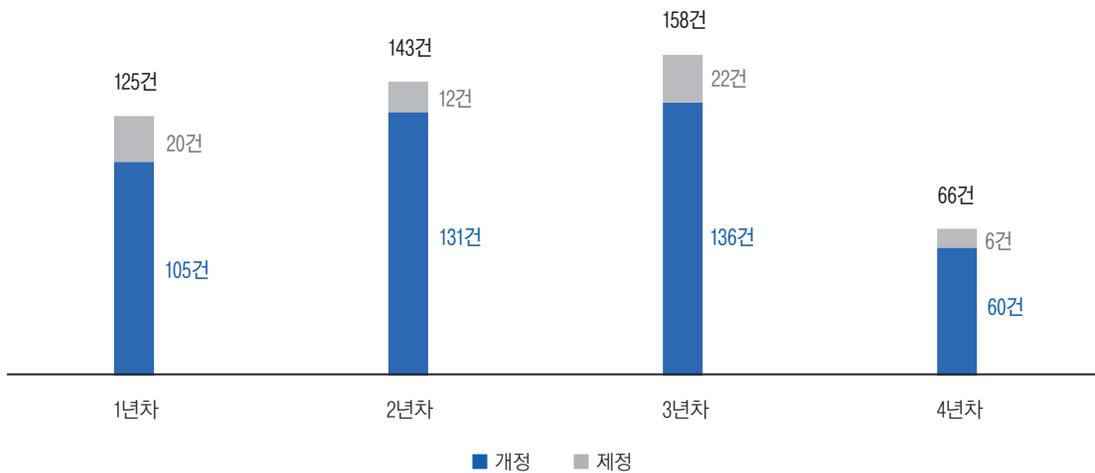
21대 국회 4년을 1년차(2020년 6월~2021년 5월), 2년차(2021년 6월~2022년 5월), 3년차(2022년 6월~2023년 5월), 4년차(2023년 6월~2024년 5월)로 구분하여 분석의 포함된 법안의 발의 수를 확인하면 <그림 4-2-1>과 같다. 분포를 보면 대상 법안의 발의는 계속 증가하였다가 4년차에 크게 감소하였다³.

3 4년차에 발의 건수가 크게 감소한 것은 실제 발의 빈도가 줄어든 것도 있으나, 임기 말인 2024년도 초에 발의된 법안의 일부가 평가대상에 포함되지 않았다는 점도 반영됨

특히 규제 법안의 발의 수가 가장 많은 3년차는 2022년 8월 19일 발족한 플랫폼 민간 자율기구를 통해 분과별 자율규제 방안이 발표되기까지의 시점(2023년 5월 11일)이 포함되어 있다. 정부가 플랫폼 산업에 대한 자율규제 기초를 공식화한 후 대안을 수립하기까지의 기간에도 여전히 국회에서는 다양한 입법 활동이 활발하였고, 오히려 전체 임기 중 산업에 대한 규제 법안이 더 많이 발의되었던 것을 알 수 있다.

그림 4-2-1. 21대 국회 평가 대상 법안의 연차별 발의 수

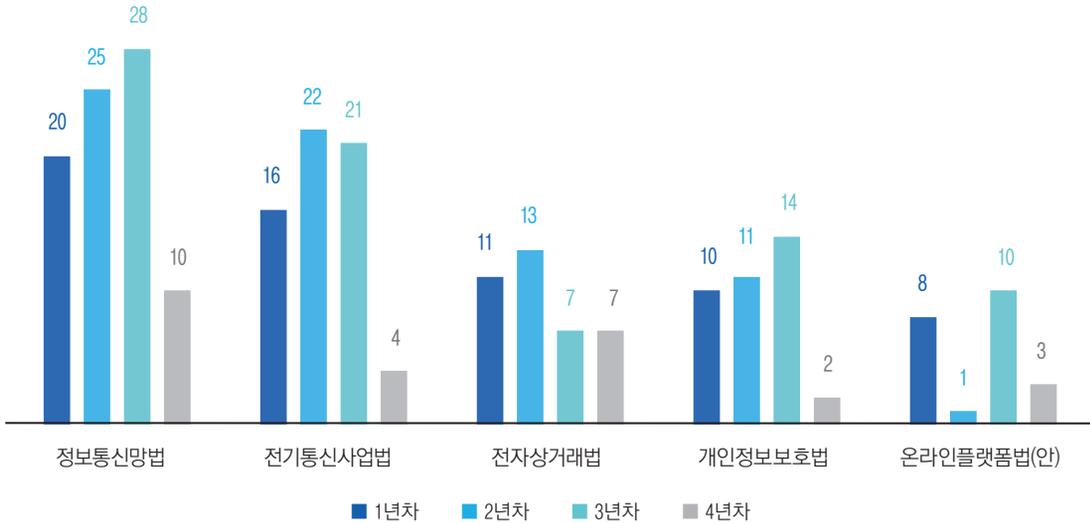
(단위: 건)



전체 법안 중 가장 발의 빈도가 높은 주요 5개 법률(정보통신망법, 전기통신사업법, 전자상거래법, 개인정보 보호법, 온라인플랫폼법(안))의 발의 빈도를 살펴보면 <표 4-2-2>와 같다. 정보통신망법, 전기통신사업법, 개인정보 보호법의 경우 모두 2년차와 3년차에 비교적 높은 빈도로 규제 법안이 발의되고 있어 전체 법안 발의 빈도와 유사한 패턴을 보인다. 반면 전자상거래법의 경우 1년차와 2년차에 각각 11건과 13건으로 상대적으로 많은 법안이 발의되었으며, 3년차와 4년차에는 각각 7건의 법안이 발의되었다. 온라인플랫폼법(안)은 1년차 8건, 2년차 1건, 3년차 10건, 4년차 3건으로, 전반부에는 주로 중개거래에, 후반부에는 독점규제에 초점을 둔 법안이 발의되었다.

그림 4-2-2. 주요 법률의 연차별 발의 수

(단위: 건)



평가대상 중 21대 국회 임기 내 법률에 반영된 것은 총 95건으로, 전체 492건의 법안 중 19.3%에 해당한다. 21대 국회에 발의된 전체 법안(위원회 대안 제외)의 처리 현황을 보면, 전체 24,486건의 법안 중 원안가결 434건(1.8%), 수정가결 1,169건(4.8%), 대안반영폐기 5,883건(24.0%), 수정안반영폐기 221건(0.9%)으로 총 7,707건의 법안이 법률에 반영되어 반영률이 31.5%에 해당한다. 입법의제가 다양해짐에 따라 임기별로 법안 발의가 큰 폭으로 증가하면서 가결율은 꾸준히 낮아지는 흐름을 보여 왔으나(한승혜, 2022), 이러한 경향을 고려하더라도 인터넷산업규제 법안의 법률 반영률은 현저히 낮은 상황이다.

그림 4-2-3. 인터넷산업규제 법안과 21대 국회 전체 법안의 처리 비율 비교

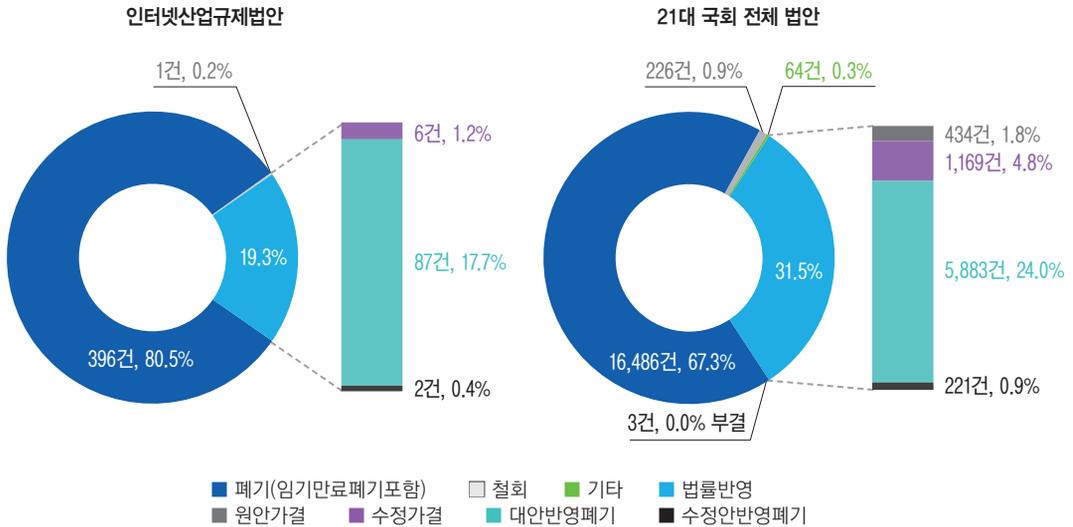


표 4-2-2. 인터넷산업규제 법안과 21대 국회 전체 법안의 처리 유형별 빈도

(단위: 건)

구분	전체 계	법률 반영					법률 미반영					
		원안 가결	수정 가결	대안반영 폐기	수정안 반영 폐기	계	부결	폐기*	철회	기타		
평가 대상	전체	492	95	-	6	87	2	397	-	396	1	-
	의원	484	91	-	5	86		393	-	392	1	-
	정부	8	4	-	1	3		4	-	4	-	-
21대 국회 전체**	24,486	7,707	434	1,169	5,883	221	16,779	3	16,486	226	64	

* 임기중 폐기와 임기만료폐기를 모두 포함하고 있으며, 평가대상법안은 임기만료폐기만 해당

** 위원장 대안을 제외한 의원안과 정부안

주요 5개 법률(정보통신망법, 전기통신사업법, 전자상거래법, 개인정보 보호법, 온라인플랫폼법(안))과 그 외의 법안의 법률 반영 현황을 살펴보았다. 주요 법률에 해당하는 법안은 전체 243건 중 41건이 법률에 반영되어 16.9%의 반영률을 보인다. 기타의 경우 249건 중 54건이 반영되어 주요 법률보다 4.8%p 높은 21.7%의 반영률을 나타내고 있다.

그림 4-2-4. 주요 5개 법률의 법안과 기타 법안의 처리 비율 비교

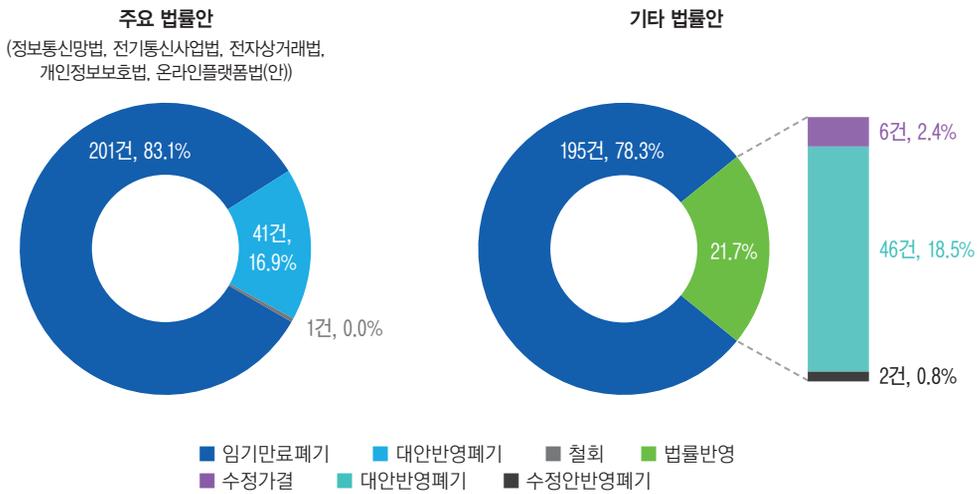


표 4-2-3. 주요 5개 법률의 법안과 기타 법안의 처리 유형별 빈도

(단위: 건)

구분	전체	법률 반영				법률 미반영		
		계	수정가결	대안반영 폐기	수정안반영 폐기	계	임기만료 폐기	철회
주요 5개 법률안	243	41	-	41	-	202	201	1
기타 법률안	249	54	6	46	2	195	195	-

2. 입법평가 결과 분석

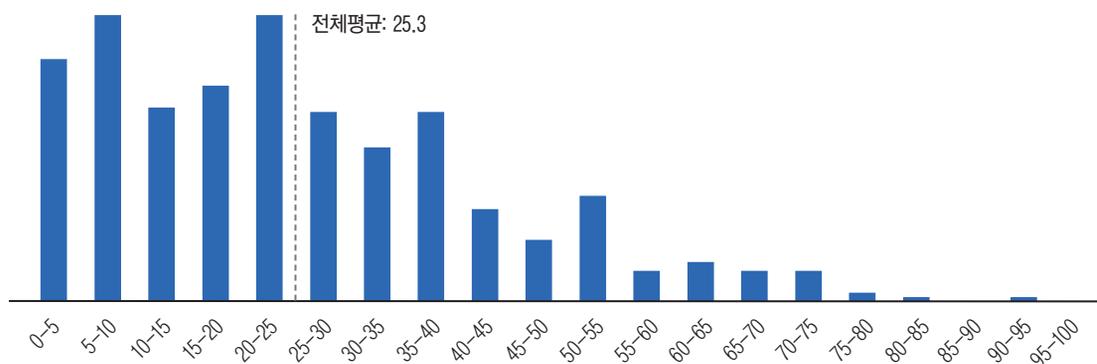
1) 전체 평가 결과

21대 국회의 인터넷산업규제 입법평가를 종합해보면, 전체 492개 법안에 대한 평균점수는 25.3점(100점 만점)으로 평가되었다. 최고점수는 90.9점(1건), 최저 점수는 0점(20건)이었으며, 50점 이상의 점수를 받은 법안이 총 58건으로 전체의 11.8%에 해당한다. 각 법안에 대한 점수는 평가위원별로 각 문항에 대해 '상', '중', '하', '해당없음'(평가제외)으로 평가하여 도출된 평균값을 100점 단위로 환산한 것이다. 따라서 전체 법안 중 중하위로 평가된 법안이 88.2%라는 높은 비율을 보인다. <그림 4-2-5>와 같이 법안별 점수 분포를 그려보면 법안이 중하위권에 치우치는 경향을 더 뚜렷하게 확인할 수 있다.

표 4-2-4. 21대 국회 인터넷산업규제 입법평가 대상 법안 기초통계

법안 수	평균 점수	최고 점수	최저 점수	점수 구간별 빈도			
				0~25점 미만	25점 이상~50점 미만	50점 이상~75점 미만	75점 이상
492	25.3	90.9	0.0	278 (56.5%)	156 (31.7%)	54 (11.0%)	4 (0.8%)

그림 4-2-5. 21대 국회 인터넷산업규제 입법평가 점수 분포



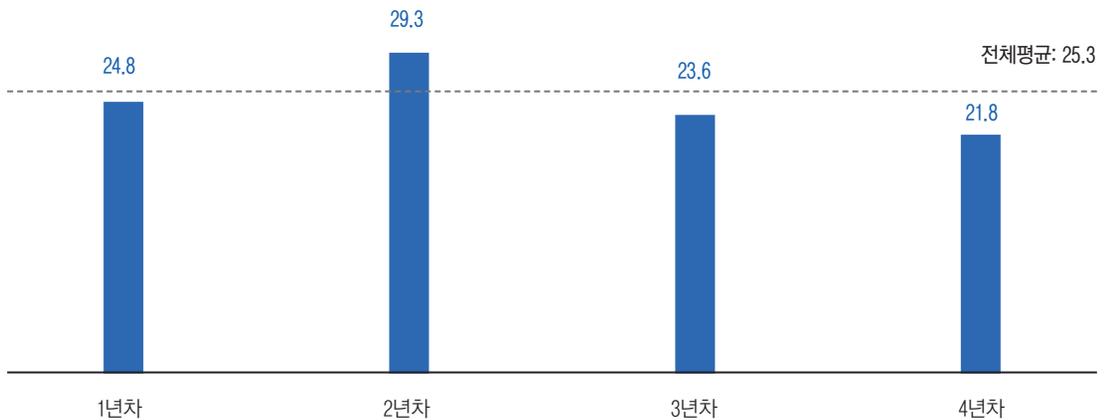
기간을 1년 단위로 구분하여 연차별 점수를 보면 21.8점에서 29.3점 사이에 평균점수가 위치하여, 연간 평균적으로는 유사하게 중하위로 평가되었던 것을 알 수 있다. 특히 2년차에 가장 높은 평균(29.3점)을 보인 후 3년차와 4년차에 지속적인 점수 하락을 보이고, 1년차와 2년차보다 3년차와 4년차의 평균이 낮다는 점에서 후반부에 발의된 법안을 더 미흡하게 평가하는 경향이 있었다.

표 4-2-5. 21대 국회 연차별 법안 기초통계

구분	전체	연차별 평균			
		1년차	2년차	3년차	4년차
법안 수	492	125	143	158	66
평균 점수	25.3	24.8	29.3	23.6	21.8

* 1년차: 2020년 6월~2021년 5월, 2년차: 2021년 6월~2022년 5월, 3년차: 2022년 6월~2023년 5월, 4년차: 2023년 6월~2024년 5월

그림 4-2-6. 21대 국회 연차별 평균 점수 변화



법률에 반영된 법안 95건과 반영되지 않은 법안 397건의 평가 결과를 <표 4-2-6>과 같이 비교하였다. 법률에 반영된 95건의 법안 평균은 36.1점으로 전체 평균보다도 10점 이상 높았고, 법률에 반영되지 않은 397건의 법안은 평균 22.7점으로 평가되어 법률 반영 여부에 따른 평균 점수 차이가 13.37점으로 크게 나타났다. 이러한 차이는 통계적으로도 의미있는 수치인 것으로 확인되어(t-value: 6.15, $p < 0.05$), 전반적으로 평균 점수가 높은 법안의 법률 반영률이 높았다.

연차별로 구분해서 평균 차이를 살펴보면, 마지막 1년인 4년차를 제외하면 1년차 11.69점, 2년차 16.17점, 3년차 16.38점으로 모두 법률에 반영된 법안이 미반영된 법안보다 평균점수가 높고 그 차이가 통계적으로 유의미했다. 4년차에는 법률에 반영된 법안이 20.7점인 반면 미반영된 법안이 21.9점으로 미반영된 법안이 오히려 평균 점수가 1.21점 높았다. 그러나 4년차의 평가 대상 법안 전체 숫자가 적은 편이고 특히 법률에 반영된 법안이 5개로 매우 한정되어 이러한 차이가 의미있는 것으로 해석하기는 어렵다. 따라서 4년차의 결과를 제외하고 전반적으로 평가지표 기준으로 긍정적인 평가를 받은 법안들이 법률에 반영될 확률이 높다.

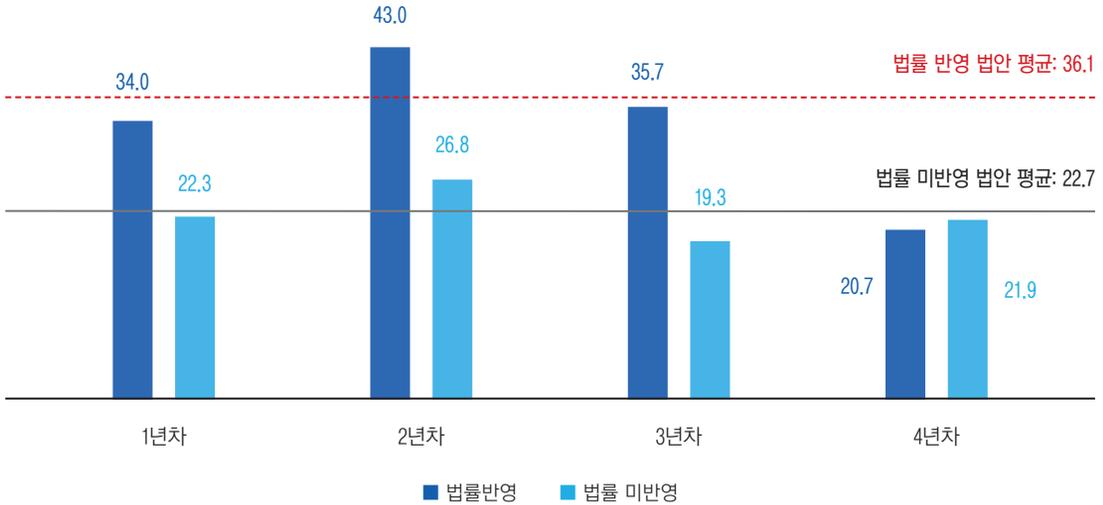
표 4-2-6. 법률 반영 여부에 따른 평가 결과 비교

구분		전체	연차별 평균			
			1년차	2년차	3년차	4년차
법안 수	반영	95	27	22	41	5
	미반영	397	98	121	117	61
평균점수	반영	36.1	34.0	43.0	35.7	20.7
	미반영	22.7	22.3	26.8	19.3	21.9
	차이	13.37	11.69	16.17	16.38	-1.21
	통계적 유의성 (t-value)	있음 (6.15)	있음 (2.89)	있음 (3.84)	있음 (4.84)	없음 (-0.14)

주) 통계적 유의성이 있으면 반영/미반영 사이의 평균 차이가 통계적으로도 유의미함을 뜻하며, 반대로 통계적 유의성이 없는 4년차의 경우 평균 차이가 의미 있는 결과라 해석할 수 없음

* 1년차: 2020년 6월~2021년 5월, 2년차: 2021년 6월~2022년 5월, 3년차: 2022년 6월~2023년 5월, 4년차: 2023년 6월~2024년 5월

그림 4-2-7. 연차별 법률 반영 법안과 미반영 법안의 평균 비교



2) 평가지표별 결과 분석

(1) 대분류별 평가 결과

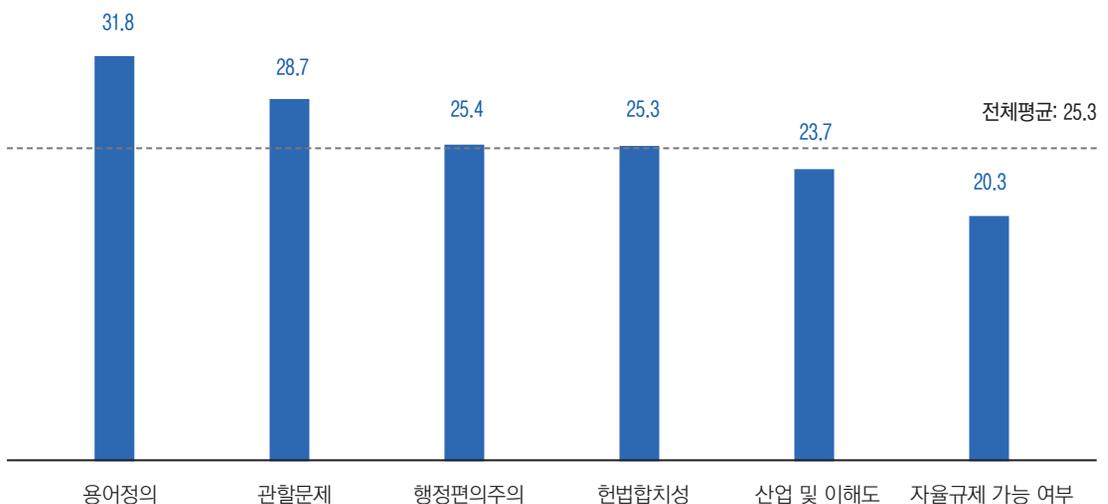
법안을 평가하기 위해 6개의 대분류 평가지표를 활용하였다. 이 지표들은 크게 세 영역으로 구분할 수 있다. 첫째, '법안 형식 및 구성 측면'에서 '용어정의'와 '헌법합치성'지표를 통해 법안이 기본적인 형식과 헌법적 가치를 준수하는지를 파악한다. 둘째, '사회적 영향 측면'에서는 '산업 및 기술 이해도'지표를 활용해 법안이 산업 현황, 기술 발전 추세, 그리고 시행 시 예상되는 사회적 영향에 대한 이해를 적절히 반영하고 있는지 검토한다. 셋째, '규제 집행(행정) 측면'에서는 '행정편의주의', '관할문제', '자율규제 가능 여부'지표를 통해 과도한 행정적 부담 요구, 부처 간 중복규제 발생 가능성, 그리고 정부 규제에 앞서 자율규제 방안의 충분한 고려 여부 등 집행 과정에서 발생할 수 있는 문제점들을 평가한다. 이러한 다각적 평가를 통해 인터넷산업규제 법안의 전반적인 품질과 실효성을 종합적으로 분석하고자 하였다.

그림 4-2-8. 대분류 지표 설정 방향



대분류 항목별로 평균점수는 모두 50점에 미치지 못하고 있다. 6개 대분류 항목 중 '용어정의'가 31.81점으로 가장 높은 평균점수를 받았으며, 가장 낮은 점수를 받은 항목은 '자율규제 가능 여부'로 20.3점으로 평가되었다. <그림 4-2-9>에서 알 수 있듯이 용어정의 다음으로 높게 평가된 항목은 '관할문제'(28.7점), '행정편의주의'(25.4점), '헌법합치성'(25.3점), '산업 및 기술 이해도'(23.7점) 순서이다. '산업 및 기술 이해도'와 '자율규제 가능 여부'의 경우 전체 평균인 25.3점보다 전반적으로 낮게 평가되어 인터넷산업규제 관련 법안들이 상대적으로 산업, 기술과 그 영향에 대한 이해가 낮고 자율규제에 대한 고려가 미흡함을 시사하며, 특히 법안을 발의하기에 앞서 자율규제 가능성에 대한 타진이 거의 이루어지지 않는다는 해석도 가능하다.

그림 4-2-9. 대분류 지표별 평균 점수



법률 반영 여부에 따른 대분류별 평가 결과를 비교한 <표 4-2-7>을 보면, 모든 대분류에서 법률에 반영된 법안이 미반영된 법안보다 높은 점수를 받았음을 확인할 수 있다. 특히 '자율규제 가능 여부' 지표에서 법률 반영된 법안(37.1점)과 미반영 법안(16.2점) 간의 평균 차이가 20.9점으로 가장 크게 나타났다. 반면, '용어정의'(40.0점 vs 29.9점)와 '관할문제'(37.5점 vs 26.7점) 지표는 상대적으로 작은 차이(각각 10.1점, 10.8점 차)를 보였다. 모든 대분류에서 이 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 확인되어 법률 반영과 미반영 사이에는 모든 지표에서의 격차가 나타났다고 해석할 수 있다. 특히 '자율규제 가능 여부'의 평가 결과는 법안이 전반적으로 자율규제에 대한 고려가 미비한 가운데(20.3점), 일정 수준 이상의 자율규제에 대한 고려가 있었다고 판단되는 법안이 최종적으로 법률에 반영될 가능성이 크다는 것을 시사한다.

표 4-2-7. 법률 반영 여부에 따른 대분류별 평가 결과 비교

순위	대분류	평균점수		평균 차이	통계적 유의성 (t-value)
		법률 반영	법률 미반영		
1	자율규제 가능 여부	37.1	16.2	20.9	있음 (7.03)
2	행정편의주의	37.3	22.6	14.7	있음 (4.53)
3	산업 및 기술 이해도	34.9	21.0	13.9	있음 (5.49)
4	헌법합치성	35.9	22.8	13.1	있음 (5.99)
5	관할문제	37.5	26.7	10.8	있음 (3.48)
6	용어정의	40.0	29.9	10.1	있음 (3.60)

대분류 평가 결과의 연차별 변화를 보면, 연차별로 상승과 하락의 다양한 패턴을 보이고 있다. 1년차와 4년차를 기준으로 상승세를 보인 지표는 '용어정의', '관할문제', '자율규제 가능 여부'이며, '헌법합치성', '산업 및 기술 이해도', '행정편의주의'는 하락추세를 보였다. 각 지표는 연차별로 상승과

하락의 다양한 패턴을 보이고 있으나, 공통적으로 모든 지표에서 2년차에 가장 높은 점수를 받고 3년차에 그 평가가 다시 하락하는 것을 확인할 수 있다.

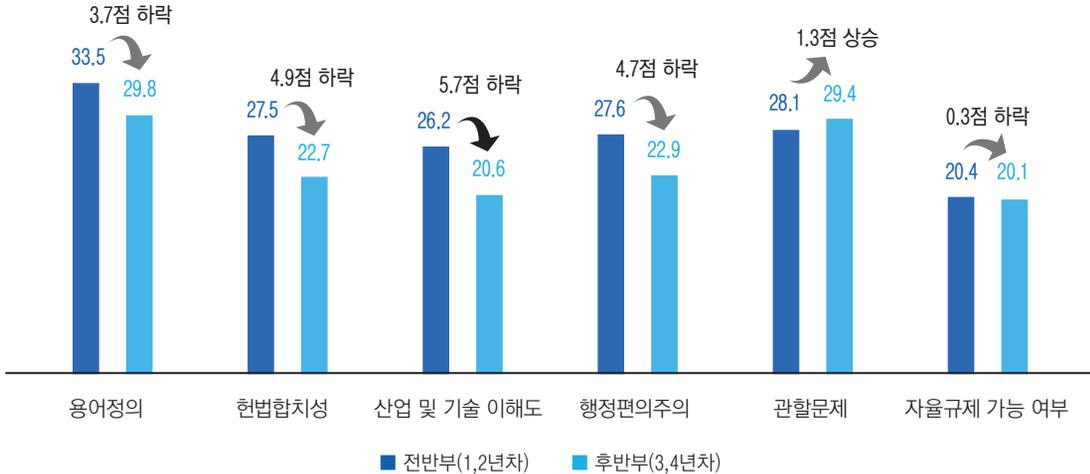
표 4-2-8. 대분류별 평가 결과 연차별 변화

대분류	연차별 평균			
	1년차	2년차	3년차	4년차
용어정의	32.5	34.3	28.3	33.4
헌법합치성	24.9	29.9	23.5	20.6
산업 및 기술 이해도	24.0	28.2	21.8	17.6
행정편의주의	25.7	29.2	23.4	21.6
관할문제	22.5	32.7	29.5	29.3
자율규제 가능 여부	20.9	20.1	19.6	21.3

* 1년차: 2020년 6월~2021년 5월, 2년차: 2021년 6월~2022년 5월, 3년차: 2022년 6월~2023년 5월, 4년차: 2023년 6월~2024년 5월

기간을 2년 단위로 구분하여 <그림 4-2-10>과 같이 단순화하면 전반부 2년과 후반부 2년의 변화를 확인할 수 있으며, 1.3점 상승한 '관할문제' 항목을 제외하면 모든 항목에서 전반부보다 후반부가 평균점수가 낮아진 것을 알 수 있다. 특히 가장 큰 점수 하락을 보인 항목은 '산업 및 기술 이해도'이며 전반부와 후반부 사이에 5.7점의 격차를 보여, 시간이 지나면서 오히려 산업과 기술의 현실에 대한 반영이 잘 이루어지지 못하는 경향이 심화하였음을 드러낸다. 반면 유일하게 지표가 상승한 '관할문제' 항목은 전반부에 더 크게 문제가 되었던 것이 후반부의 법안에서는 완화된 모습이며, 연간 변화를 보더라도 1년차에 평균 22.5점의 낮은 점수를 보인것에 반해 2~4년차에는 비교적 개선된 점수를 유지하고 있다. 더불어 앞선 분석에서는 문제점으로 지적되었던 '자율규제 가능 여부'의 경우 시기별로 큰 편차 없이 20점 내외의 점수대를 유지하고 있어, 21대 국회 전반에 걸쳐 비슷한 경향을 보인다.

그림 4-2-10. 21대 국회 임기 전반부와 후반부의 대분류 지표별 평균 점수 변화

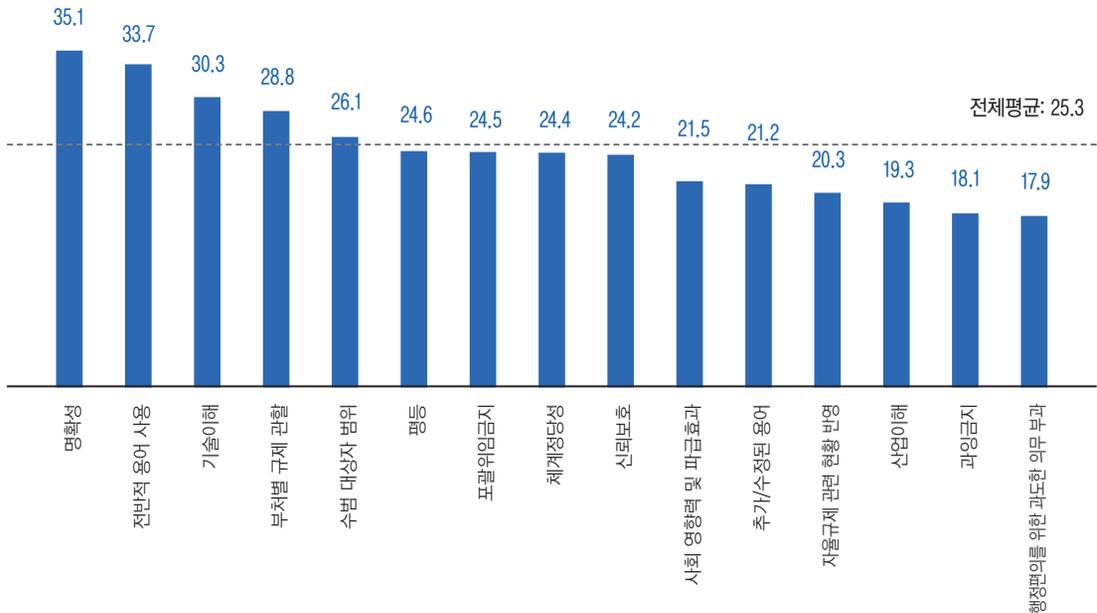


(2) 소분류별 평가 결과

소분류는 6개 대분류의 하위 항목으로 앞서 <그림 4-1-2>에서 정리한 것과 같이 총 15개 항목으로 설정하였다.

소분류별 평가 결과를 살펴보면, 15개 항목 중 ‘명확성’이 35.1점으로 가장 높은 평가를 받았으며, 그 뒤를 ‘전반적 용어 사용’(33.7점), ‘기술이해’(30.3점), ‘부처별 규제 관할’(28.8점) 순으로 높은 점수를 기록했다. 반면 ‘행정편의를 위한 과도한 의무 부과’는 17.9점으로 가장 낮은 평가를 받았고, ‘과잉금지’(18.1점), ‘산업이해’(19.3점), ‘자율규제 관련 현황 반영’(20.3점) 등도 20점 초반 이내의 저조한 평가를 받았다. 전체 평균 25.3점을 상회하는 소분류는 총 5개로, 대체로 법안의 형식적 요건과 관련된 항목들이 높은 점수를 받은 반면, 산업 현실 이해와 규제의 균형성 관련 항목들은 상대적으로 낮은 평가를 받았다.

그림 4-2-11. 소분류 지표별 평균 점수



법률 반영 여부에 따른 소분류별 평가 결과를 비교한 <표 4-2-9>를 보면, 모든 소분류에서 법률에 반영된 법안이 미반영된 법안보다 높은 점수를 기록했다. 특히 '자율규제 관련 현황 반영' 항목에서 법률 반영 법안(37.1점)과 미반영 법안(16.2점) 간의 평균 차이가 20.9점으로 가장 컸고⁴, '과잉금지' 항목도 17.1점의 큰 차이를 보였다. 상위 평균 차이를 보인 항목들은 주로 산업 현실 반영과 규제 균형성에 대한 항목으로 이러한 항목들이 법률 반영률에 중대한 영향을 주는 항목이라는 유추가 가능하다. 그 외 '행정편의를 위한 과도한 의무 부과'항목을 제외한 모든 항목이 법률 반영과 미반영 간의 평균 차이가 10점 내외 혹은 그 이상이고 그 차이가 통계적으로도 의미가 있었다⁵.

4 해당 소분류 항목은 대부분류 '자율규제 가능 여부'를 구성하는 단일항목이므로 대부분류와 동일한 결과를 보인다

5 '행정편의를 위한 과도한 의무 부과'항목은 평균 차이가 1.3점에 불과하고 통계적 유의성도 없었다. 해당 항목은 행정조사를 포함한 규제 법안에 한하여 평가하고 있으므로, 평균 차이를 통계적으로 확인하기에는 충분한 사례가 확보되지 않았다는 점을 반영하는 결과이다.

표 4-2-9. 법률 반영 여부에 따른 소분류별 평가 결과 비교

순위	소분류	대분류	평균점수		평균 차이	통계적 유의성 (t-value)
			법률 반영	법률 미반영		
1	자율규제 관련 현황 반영	자율규제 가능 여부	37.1	16.2	20.9	있음 (7.03)
2	과잉금지	헌법합치성	31.9	14.8	17.1	있음 (6.20)
3	수범 대상자 범위	행정편의주의	39.6	22.8	16.8	있음 (5.05)
4	산업이해	산업 및 기술 이해도	31.8	16.2	15.6	있음 (5.66)
5	사회 영향력 및 파급효과	산업 및 기술 이해도	33.3	18.7	14.6	있음 (5.32)
6	신뢰보호	헌법합치성	35.6	21.5	14.1	있음 (5.62)
7	평등	헌법합치성	35.4	22.0	13.4	있음 (5.05)
8	체계정당성	헌법합치성	35.0	21.9	13.1	있음 (4.30)
9	기술이해	산업 및 기술 이해도	39.5	28.0	11.5	있음 (4.31)
10	부처별 규제 관할	관할문제	37.5	26.7	10.8	있음 (3.48)
11	명확성	헌법합치성	43.3	33.1	10.2	있음 (3.32)
12	포괄위임금지	헌법합치성	32.4	22.4	10.0	있음 (3.39)
13	전반적 용어 사용	용어정의	41.5	31.8	9.7	있음 (3.34)
14	추가/수정된 용어	용어정의	28.8	19.3	9.5	있음 (2.91)
15	행정편의를 위한 과도한 의무 부과	행정편의주의	18.8	17.6	1.3	없음 (0.31)

소분류별 평가 결과를 상반기(1, 2년차)와 하반기(3, 4년차)로 구분하여 점수 변화를 분석한 결과, 대부분의 소분류에서 하락 추세가 확인되었다. 특히 ‘행정편의를 위한 과도한 의무 부과’ 항목이 22.4점에서 12.0점으로 46.4%의 급격한 하락이 있었고, ‘평등’, ‘포괄위임금지’, ‘사회적 영향력 및 파급효과’ 항목도 28% 이상의 큰 하락폭을 보였다. 반면 ‘부처별 규제 관할’ 항목은 28.1점에서 29.6점으로 5.3% 상승하여 유일하게 개선된 모습을 보였다. 이러한 결과는 시간이 지남에 따라 인터넷산업규제 법안의 품질이 전반적으로 저하되었음을 나타내며, 특히 행정편의주의적 성향과 사회적 영향에 대한 고려가 크게 약화되었음을 보여준다. 다만 부처간 규제 관할과 관련한 점수가 소폭 상승하였으며, 이는 21대 국회 상반기 온라인플랫폼 규제 관할을 둘러싼 쟁점중 하나였던 규제 관할 문제가 하반기에는 주요 갈등 요소가 되지 않았던 점을 반영하는 것으로 보인다.

표 4-2-10. 소분류별 평가 결과 상, 하반기 변화

소분류	대분류	평균점수		변화량	변화율(%)
		상반기 (1, 2년차)	하반기 (3, 4년차)		
행정편의를 위한 과도한 의무 부과	행정편의주의	22.4	12.0	-10.4	-46.4
평등	헌법합치성	28.4	20.2	-8.2	-28.9
포괄위임금지	헌법합치성	28.1	19.9	-8.2	-29.2
사회 영향력 및 파급효과	산업 및 기술 이해도	25.1	17.1	-8.0	-31.9
산업이해	산업 및 기술 이해도	21.8	16.2	-5.6	-25.7
신뢰보호	헌법합치성	26.6	21.5	-5.1	-19.2
수범 대상자 범위	행정편의주의	28.4	23.4	-5.0	-17.6
추가/수정된 용어	용어정의	23.3	18.4	-4.9	-21.0
체계정당성	헌법합치성	26.5	22.0	-4.5	-17.0
과잉금지	헌법합치성	20.1	15.8	-4.3	-21.4
기술이해	산업 및 기술 이해도	31.8	28.4	-3.4	-10.7
명확성	헌법합치성	36.4	33.5	-2.9	-8.0
전반적 용어 사용	용어정의	34.9	32.1	-2.8	-8.0
자율규제 관련 현황 반영	자율규제 가능 여부	20.4	20.1	-0.3	-1.5
부처별 규제 관할	관할문제	28.1	29.6	1.5	5.3

3) 주요 5개 법률안에 대한 결과 분석

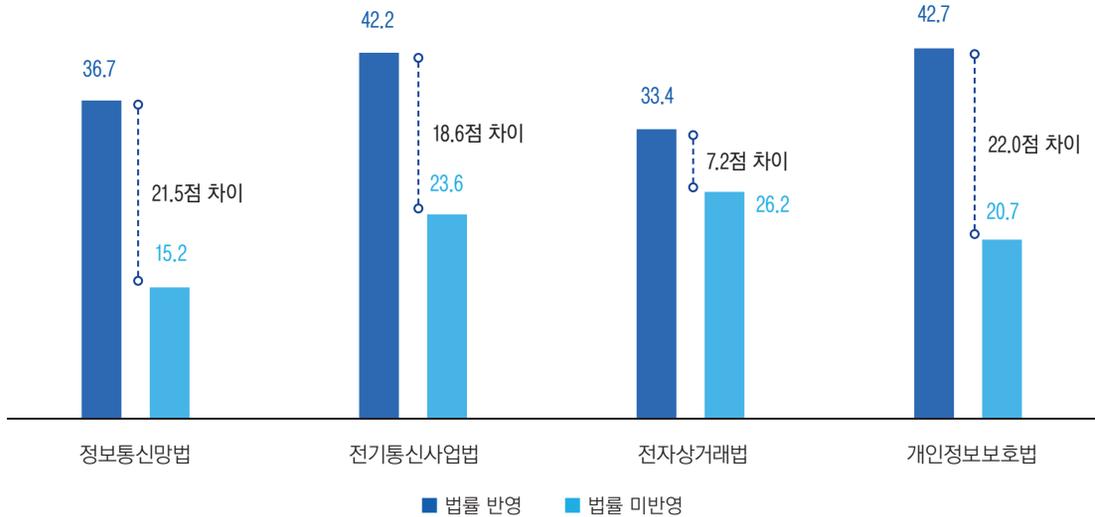
〈표 4-2-11〉의 5개 법률안(정보통신망법, 전기통신사업법, 전자상거래법, 개인정보 보호법, 온라인플랫폼법(안))은 특히 인터넷산업 규제를 주요 내용으로 다루는 법안이 중점적으로 발의되고 있다. 평가결과 개인정보 보호법이 29.0점으로 가장 높은 평가를 받았고, 전자상거래법(27.5점), 전기통신사업법(26.9점)이 그 뒤를 이었다. 플랫폼 규제에 대한 특별법 형식으로 발의된 온라인플랫폼법(안)의 경우 15.5점으로 가장 낮은 평가를 받았으며, 정보통신망법도 17.2점으로 상대적으로 저조하게 평가되었다. 법률 반영률을 보면 개인정보 보호법은 37.8%로 가장 높은 반영률을 보인 반면, 온라인플랫폼법(안)은 단 한 건도 법률에 반영되지 않았다. 전자상거래법과 전기통신사업법은 각각 18.4%와 17.5%의 비슷한 반영률을 보였고, 정보통신망법은 10.8%로 상대적으로 낮은 반영률을 기록했다.

표 4-2-11. 주요 5개 법률안 평가 결과 및 법률 반영 현황

법률명	법안 수	평균점수	반영 법안 수	반영률(%)
정보통신망법	83	17.5	9	10.8
전기통신사업법	63	26.9	11	17.5
전자상거래법	38	27.5	7	18.4
개인정보 보호법	37	29.0	14	37.8
온라인플랫폼법(안)	22	15.5	0	0.0

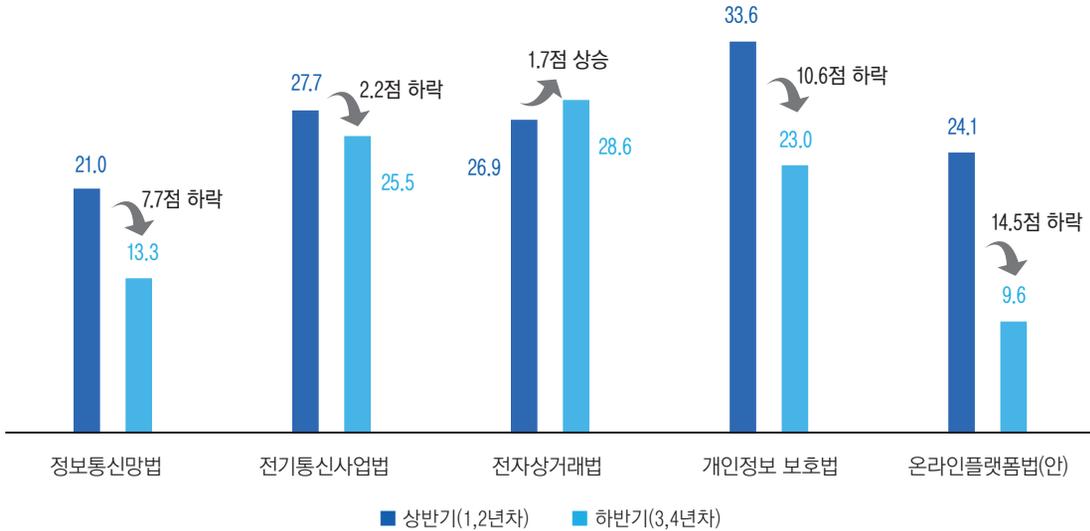
〈그림 4-2-12〉에서는 법률 반영 여부에 따른 주요 법률의 평균 점수 차이를 확인할 수 있다. 모든 법률안에서 법률에 반영된 법안이 미반영 법안보다 높은 점수를 받았는데, 그 차이는 법률마다 상이하였다. 가장 격차가 큰 법률은 개인정보 보호법이었고(22.0점 차), 정보통신망법(21.5점 차), 전기통신사업법(18.6점 차), 전자상거래법(7.2점 차) 순으로 차이가 감소하였다. 점수 차이가 크게 나타난 개인정보 보호법과 정보통신망법의 경우, 법안의 품질이 법률 반영에 미치는 영향이 크다는 것을 시사한다.

그림 4-2-12. 법률 반영 여부에 따른 주요 법률의 평균 점수 비교



21대 국회 전반부(1, 2년차)와 후반부(3, 4년차) 사이의 평가점수 변화를 확인하면, 전자상거래법만이 유일하게 상승(1.7점) 하였고 나머지 법률은 모두 하락세를 보였다. 특히 온라인플랫폼법(안)의 하락폭이 14.5점으로 가장 컸고, 개인정보 보호법(-10.6점), 정보통신망법(-7.7점), 전기통신사업법(-2.2점) 순으로 점수 하락이 있었다. 이는 임기 후반으로 갈수록 대부분의 법률안 품질이 저하되었음을 보여주며, 특히 온라인플랫폼법(안)과 개인정보 보호법 개정안의 품질 저하가 두드러졌다.

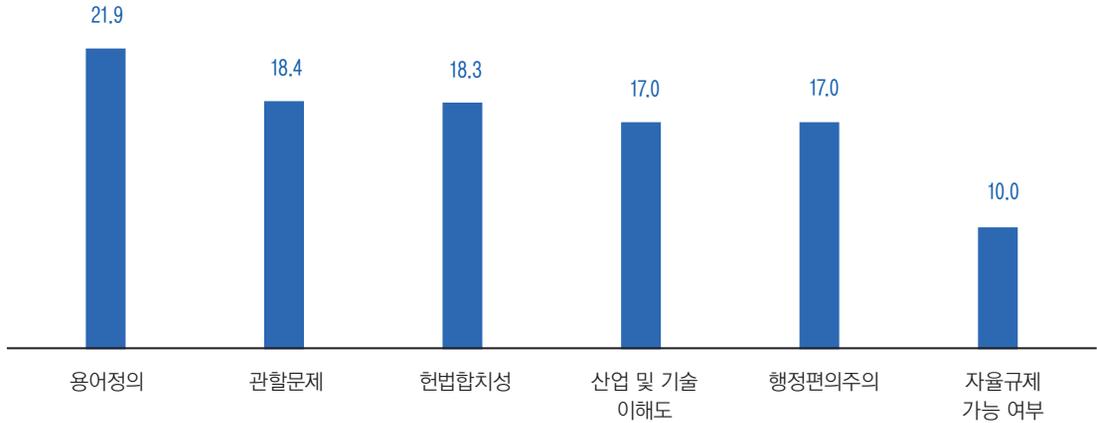
그림 4-2-13. 21대 국회 임기 전반부와 후반부의 주요 법률 평균 점수 변화



(1) 정보통신망법

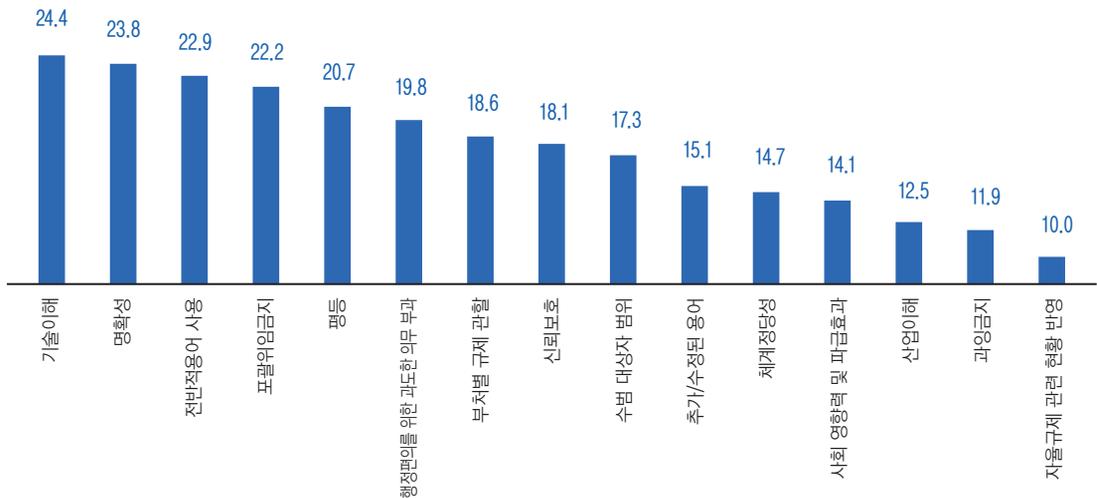
정보통신망법은 평균이 17.5점으로 전체 평균인 25.3점에 크게 미치지 못한다. 그만큼 지표별 점수도 전반적으로 낮은 수준에 분포되어 있다. 대분류 평가 결과를 보면, ‘용어정의’ 지표가 21.9점으로 가장 높은 점수를 받았으며, 그 뒤를 ‘관할문제’(18.4점), ‘헌법합치성’(18.3점) 순으로 높은 점수를 기록했다. 반면 ‘자율규제 가능 여부’ 지표는 10.0점으로 가장 낮은 평가를 받았고, ‘행정편의주의’와 ‘산업 및 기술 이해도’도 각각 17.0점으로 비교적 저조하게 평가되었다. 전반적으로 형식적 요건에서는 상대적으로 나은 평가를 받았으나, 자율규제 고려와 산업 현실 이해 측면에서는 부족함을 보였다.

그림 4-2-14. 정보통신망법 개정안 대분류별 평가 결과



소분류별로는 ‘기술이해’가 24.4점으로 가장 높은 점수를 받았고, ‘명확성’(23.8점), ‘전반적 용어 사용’(22.9점) 순으로 높게 평가되었다. 반면 ‘자율규제 관련 현황 반영’이 10.0점으로 가장 낮았고, ‘과잉금지’(11.9점), ‘산업이해’(12.5점) 등도 저조한 평가를 받았다. 이는 평가대상 정보통신망법 개정안이 기술적 측면에 대한 이해는 상대적으로 높으나, 규제 균형성과 자율규제 고려 측면에서는 개선이 필요함을 시사한다.

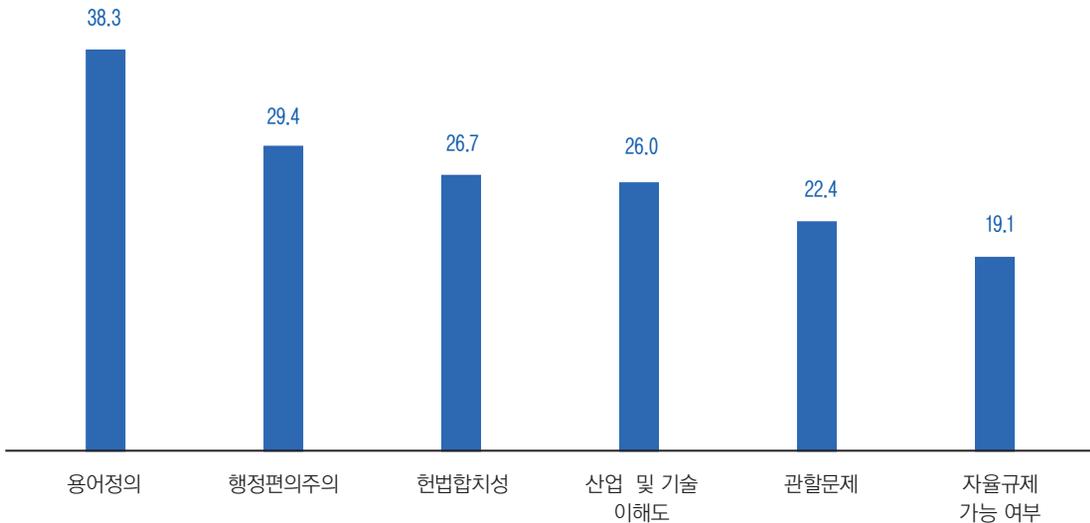
그림 4-2-15. 정보통신망법 개정안 소분류별 평가 결과



(2) 전기통신사업법

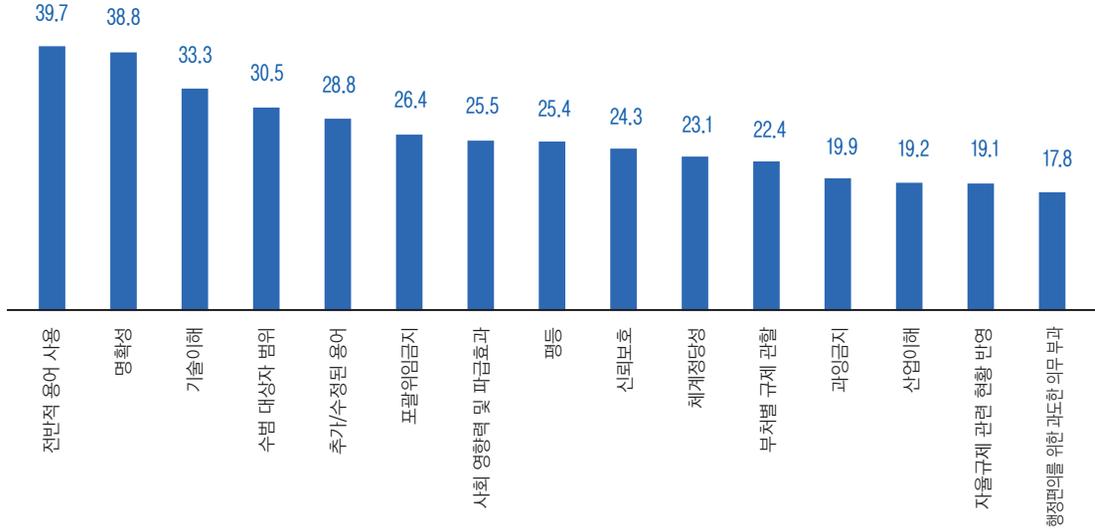
전기통신사업법대분류별 평가 결과를 보면, '용어정의'지표가 38.3점으로 가장 높은 평가를 받았으며, '행정편의주의'(29.4점), '헌법합치성'(26.7점), '산업 및 기술 이해도'(26.0점) 순으로 높은 점수를 기록했다. '자율규제 가능 여부'는 19.1점으로 가장 낮았고, '관할문제'도 22.4점으로 상대적으로 낮은 평가를 받았다. 앞서 살펴본 정보통신망법에 비해 전반적으로 높은 점수를 받았으나 여전히 자율규제 측면에서는 부족함을 보인다.

그림 4-2-16. 전기통신사업법 개정안 대분류별 평가 결과



소분류별로는 '전반적 용어 사용'이 39.7점으로 가장 높았고, '명확성'(38.8점), '기술이해'(33.3점) 순으로 높게 평가되었다. 반면 '행정편의를 위한 과도한 의무 부과'가 17.8점으로 가장 낮은 평가를 받았고, '자율규제 관련 현황 반영'(19.1점), '산업이해'(19.2점) 등도 낮은 점수를 받았다. 21대 국회에서 발의된 전기통신사업법 개정안은 형식적 측면에서 우수한 평가를 받았으나, 행정편의주의적 성향과 자율규제 고려 측면에서는 개선이 필요할 것으로 보인다.

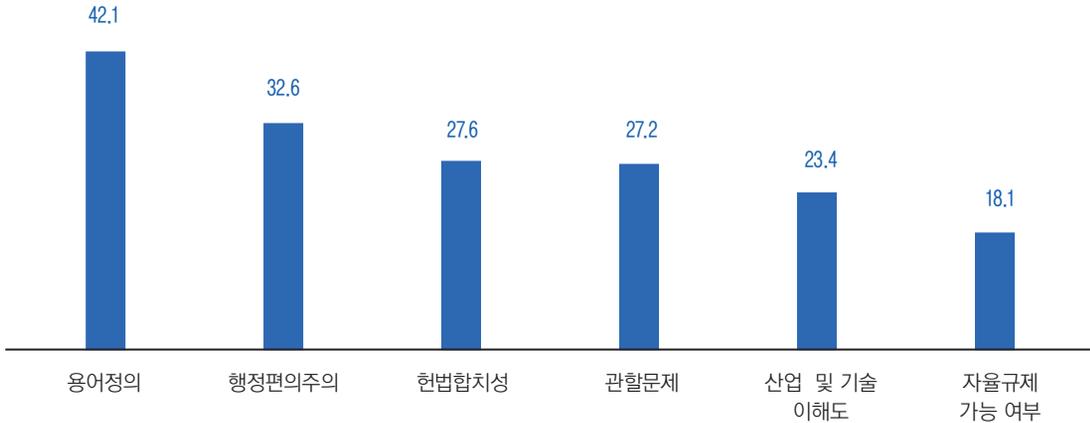
그림 4-2-17. 전기통신사업법 개정안 소분류별 평가 결과



(3) 전자상거래법

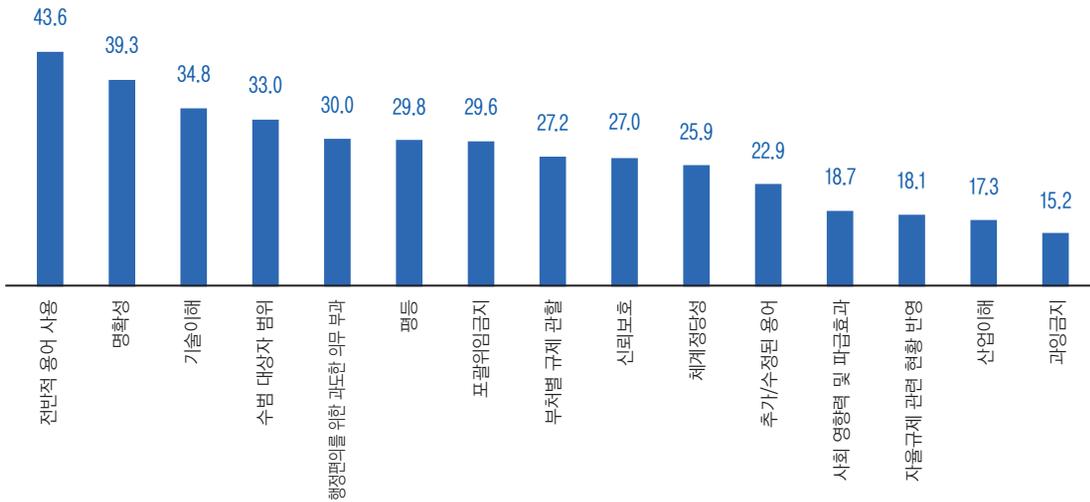
전자상거래법의 대분류 평가에서는 ‘용어정의’가 42.1점으로 가장 높은 평가를 받았고, ‘행정편의주의’(32.6점), ‘헌법합치성’(27.6점), ‘관할문제’(27.2점) 순으로 높은 점수를 기록했다. ‘자율규제 가능 여부’가 18.1점으로 가장 낮았고, ‘산업 및 기술 이해도’도 23.4점으로 상대적으로 낮은 평가를 받았다. 전자상거래법은 5개 주요 법률 중 중간 수준의 평가를 받고 있으며, 전기통신사업법과 마찬가지로 자율규제 측면에서 부족함이 드러난다.

그림 4-2-18. 전자상거래법 개정안 대분류별 평가 결과



소분류 평가에서는 ‘전반적 용어 사용’이 43.6점으로 가장 높았고, ‘명확성’(39.3점), ‘기술이해’(34.8점) 순으로 높게 평가되었다. 반면 ‘과잉금지’가 15.2점으로 가장 낮았고, ‘산업이해’(17.3점), ‘자율규제 관련 현황 반영’(18.1점) 등도 저조한 평가를 받았다. 전반적으로 형식적 측면과 기술 이해 부분에서는 상대적으로 높게 평가되었으나, 규제 균형성과 산업 현실 반영 측면에 대한 고려가 더 필요한 것으로 판단된다.

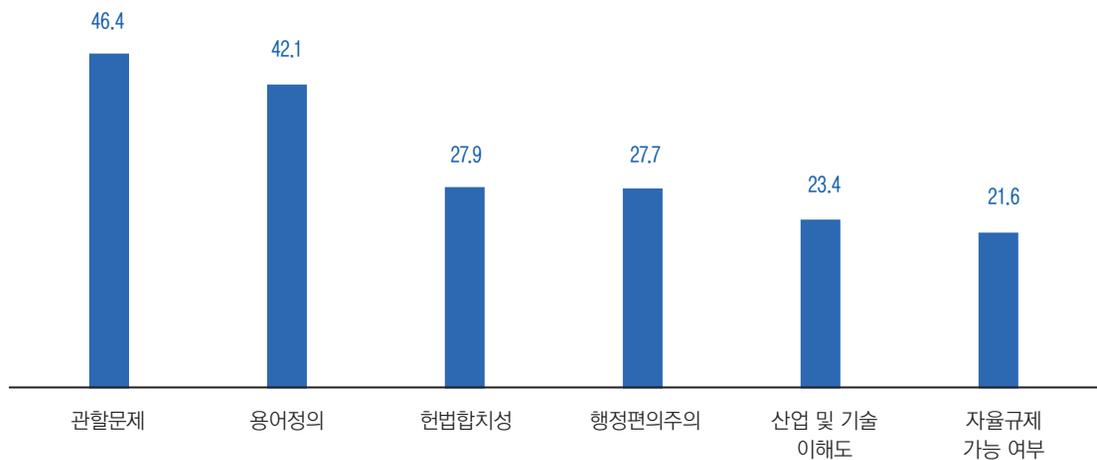
그림 4-2-19. 전자상거래법 개정안 소분류별 평가 결과



(4) 개인정보 보호법

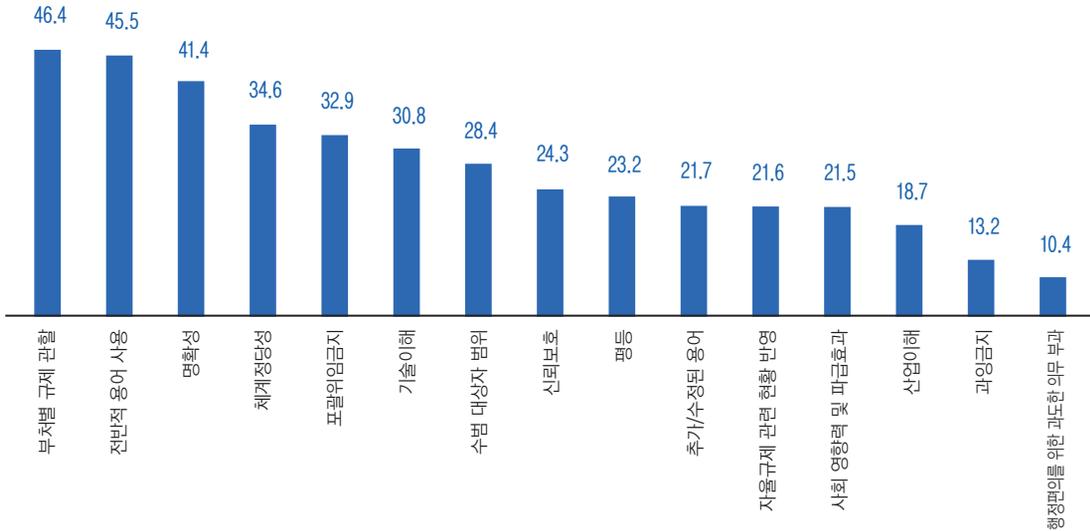
개인정보 보호법의 대분류 평가에서는 ‘관할문제’가 46.4점으로 가장 높은 평가를 받았고, ‘용어정의’(42.1점)도 높은 점수를 기록했다. 반면 ‘자율규제 가능 여부’가 21.6점으로 가장 낮았고, ‘산업 및 기술 이해도’(23.4점), ‘행정편의주의’(27.7점), ‘헌법합치성’(27.9점) 순으로 낮은 평가를 받았다.

그림 4-2-20. 개인정보 보호법 개정안 대분류별 평가 결과



소분류 평가에서는 ‘부처별 규제 관할’이 46.4점으로 가장 높았고, ‘전반적 용어 사용’(45.5점), ‘명확성’(41.4점) 순으로 높게 평가되었다. 반면 ‘행정편의를 위한 과도한 의무 부과’가 10.4점으로 가장 낮았고, ‘과잉금지’(13.2점), ‘산업이해’(18.7점) 등도 저조한 평가를 받았다. 개인정보 보호법 개정안은 부처 간 관할 문제와 형식적 요건에서는 상대적으로 높은 점수를 받았으나, 행정편의주의적 성향과 규제 균형성 측면에서는 미흡함이 지적되고 있다.

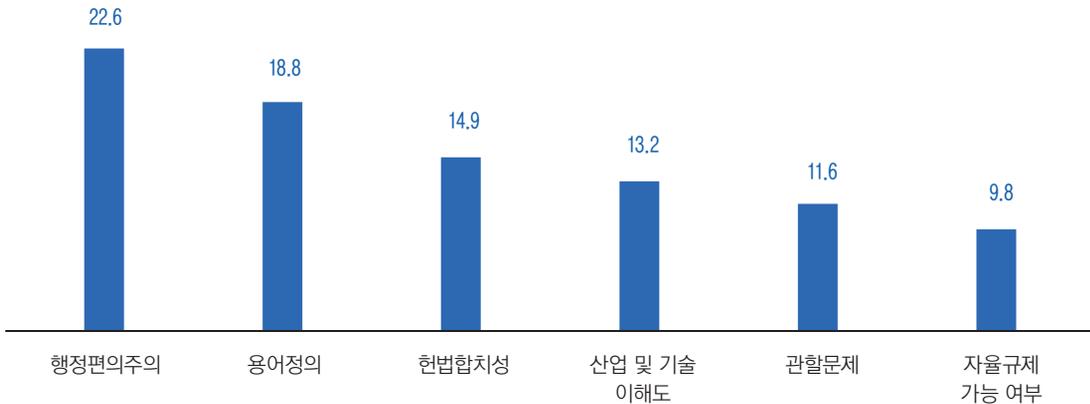
그림 4-2-21. 개인정보 보호법 개정안 소분류별 평가 결과



(5) 온라인플랫폼법(안)

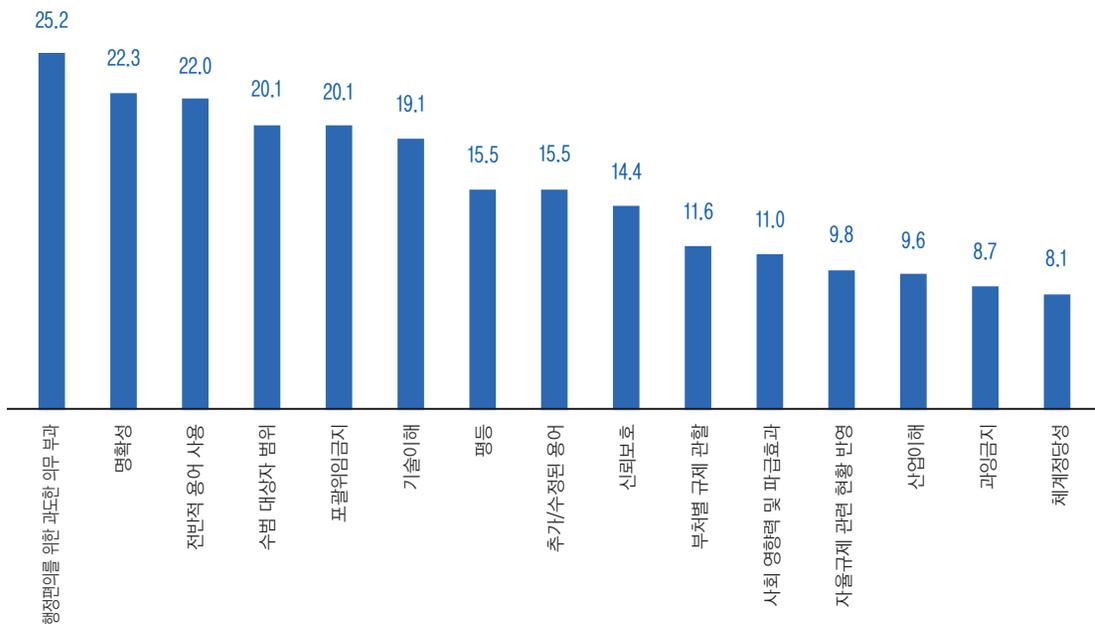
온라인플랫폼법(안)은 주요 법률 중 가장 낮은 평균점수를 받았으며, 모든 대분류 지표에서도 저조한 평가를 보인다. 세부적으로 ‘행정편의주의’가 22.6점으로 가장 높은 평가를 받았고, ‘용어정의’(18.8점), ‘헌법합치성’(14.9점) 순으로 높은 점수를 기록했다. ‘자율규제 가능 여부’가 9.8점으로 가장 낮았고, ‘관할문제’(11.6점), ‘산업 및 기술 이해도’(13.2점)도 낮은 평가를 받았다.

그림 4-2-22. 온라인플랫폼법(안) 대분류별 평가 결과



소분류 평가에서는 ‘행정편의를 위한 과도한 의무 부과’가 25.2점으로 가장 높았고, ‘명확성’(22.3점), ‘전반적 용어 사용’(22.0점) 순으로 높게 평가되었다. 반면 ‘체계정당성’이 8.1점으로 가장 낮았고, ‘과잉금지’(8.7점), ‘산업이해’(9.6점), ‘자율규제 관련 현황 반영’(9.8점) 등도 매우 낮은 평가를 받았다. 온라인플랫폼법(안)은 행정편의주의적 성향이 강하고 규제 균형성, 산업 현실 이해, 자율규제 고려 측면에서 모두 부족함을 보여, 전반적인 법안 품질이 저조하게 평가되었다.

그림 4-2-23. 온라인플랫폼법(안) 소분류별 평가 결과



제3절

제21대 국회 입법평가 총평
및 시사점

1. 현행 인터넷산업규제 입법의 한계

제21대 국회에서 발의된 인터넷산업규제 관련 법안에 대한 종합적인 평가 결과는 현행 입법체계가 급변하는 디지털 환경에 적절히 대응하지 못하고 있음을 여러 측면에서 보여주고 있다. 총 492건의 법안에 대한 분석 결과, 대부분의 법안이 중하위권 평가를 받았으며(평균 25.3점), 법률 반영률은 19.3%에 그쳐 전체 국회 법안 반영률(31.5%)보다 현저히 낮았다.

특히 주목할만한 점은 산업 현실과의 괴리이다. '산업 및 기술 이해도' 관련 지표가 꾸준히 낮은 점수를 기록했으며, 임기가 진행될수록 이 지표의 점수는 오히려 악화되었다(1년차 24.0점에서 4년차 17.6점으로 하락). 이는 급변하는 디지털 산업의 특성을 반영하지 못하는 입법체계의 경직성을 단적으로 보여준다. 5대 주요 법률 모두에서 '산업이해'와 '기술이해' 소분류 지표가 하위권에 머물렀다는 점도 이러한 현실에 대한 방증이다.

규제 방식에 있어서도 심각한 문제가 발견되었다. '자율규제 가능 여부' 지표는 모든 법률에서 최하위 점수를 기록했으며, 특히 온라인플랫폼법(안)은 9.8점으로 매우 저조하게 평가되었다. 반면 행정편의적 조항의 비중은 높았고, '과잉금지' 원칙 위반 우려가 많은 법안들이 다수 발견되었다. 이는 정부 주도의 사전적, 경직적 규제가 여전히 지배적인 패러다임으로 작용하고 있음을 시사한다.

입법 프로세스의 비효율성도 두드러졌다. 평가대상 법안의 80% 이상이 임기만으로 폐기되었으며, 2년차 이후 발의된 법안의 질적 수준이 하락하는 경향을 보였다. 특히 법률 반영 여부에 따른 평가 점수 차이가 통계적으로 유의미했다는 점은, 법안의 품질이 최종 입법 결과에 중요한 영향을 미친다는 것을 보여준다. 그러나 이러한 현상에도 불구하고 산업계의 의견수렴이 제한적으로 이루어지고 있다는 점은 현행 입법 프로세스의 한계라고 볼 수 있을 것이다.

2. 제22대 국회를 위한 입법체계 개선 방향

21대 국회의 입법평가 결과는 제22대 국회에서 개선해야 할 여러 과제를 제시한다. 하지만 우려스럽게도 22대 국회 개원 후 100일 동안 발의된 법안은 역대 최다인 3,486건으로⁶, ‘입법 만능주의’ 현상은 22대 국회에서도 여전히 반복되고 있다⁷. 이러한 ‘양산형 입법’은 디지털 경제 영역에서도 마찬가지로, 산업 현실과 기술적 특성에 대한 이해 없이 발의되는 법안들이 여전히 많다. 이런 상황에서 디지털 경제가 국가 경쟁력의 핵심 요소로 부상한 지금, 효과적인 규제 체계 구축을 위한 근본적 개선이 시급하다.

첫째, 규제 패러다임의 전환이 필요하다. 평가지표 중 자율규제 관련 지표는 법안 전반에 걸쳐 일관되게 가장 저조하였다. 21대 국회 임기는 정부 주도로 플랫폼 자율규제가 추진된 시점에 걸쳐 있으나, 막상 플랫폼을 대상으로 한 규제 입법 논의에서 자율규제 여건에 대한 고려가 부족하였던 점이 아쉽다. 22대 국회에서는 업계의 자율적 규제 역량과 규제 거버넌스를 강화할 수 있는 제도적 기반 마련이 더욱 시급해졌다.

⁶ 국회 의안정보시스템(likms.assembly.go.kr) 기준

⁷ 매일경제. (2024.10.01.). 복불·뒷북 ... 부실법안 쏟아내는 '날림국회' (검색:2025.03.11.)
<https://www.mk.co.kr/news/society/11129295>

둘째, 입법 프로세스의 근본적 혁신이 요구된다. 국회미래연구원의 조사에 따르면, 2020년 기준 한국의 의원 1인당 검토해야 할 법안은 영국의 91배, 독일의 67배에 달하고, 반면 국회 상임위의 법안 1건 심사 시간은 17대 국회 22.7분에서 20대 국회 13.1분으로 크게 줄었다(박상훈, 2020). 소관위가 심사해야 할 법안이 더욱 증가한 지금, 양질의 법안 발의를 위해 산업계와의 소통 채널 제도화, 입법영향평가 의무화 등 충분한 숙고 절차가 제도적으로 뒷받침되어야 할 필요가 있다. 특히 비슷한 법안을 반복적으로 발의하거나, 대형 사고가 발생하면 급조하여 법안을 발의하는 관행에서 벗어나, 법안의 질적 향상을 도모할 수 있는 제도적 장치가 필요하다.

셋째, 입법과정에서의 전문성 강화가 필요하다. 디지털 경제가 21대 국회에서 주요 논의 대상으로 등장하였음에도 산업에 대한 이해는 임기가 갈수록 저조하였고, 22대 국회에서도 이러한 경향이 지속되고 있다. 산업 전문가의 자문을 받을 수 있는 창구를 마련하고, 법안 심사 과정에서 전문가 의견을 적극적으로 반영할 수 있는 체계로의 개편이 시급하다. 법안 발의 건수만으로 의정활동을 평가하는 현행 관행에서 벗어나, 법안의 질적 측면을 평가하는 새로운 체계 도입을 검토할 필요성도 높다.

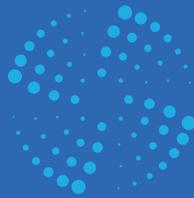
인터넷산업규제에 있어서의 개선 방향은 단순히 규제의 완화를 지향하는 것이 아니라, 디지털 시대의 특성에 맞는 효과적이고 균형 잡힌 규제 체계로의 전환을 의미한다. 21대 국회의 입법평가 결과가 보여주는 현행 체계의 한계는 이러한 변화의 필요성과 정당성을 명확히 뒷받침하고 있다. 그럼에도 22대 국회 초기에 나타나는 과잉 입법 현상은 이러한 교훈이 제대로 반영되지 않고 있음을 보여준다. 디지털 산업의 혁신과 성장을 뒷받침하면서도 소비자와 사회적 가치를 보호할 수 있는 선진적 입법체계 구축을 위해서는, 양적 증가가 아닌 질적 개선에 초점을 맞춘 근본적인 입법 문화의 변화가 시급하다.



2024
인터넷산업규제
백서

CHAPTER

5



참고문헌

참고문헌

- 과학기술정보통신부. (2023). 사물인터넷 실태 조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). ICT 인력 동향 실태 조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). ICT 주요 품목 동향 조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). O2O 서비스 산업 시장조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). 가상·증강현실 실태 조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). 국내 정보보호 산업 실태 조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). 데이터 산업 현황 조사.
- 과학기술정보통신부. (2024). 인공지능 산업 실태 조사.
- 과학기술정보통신부. (2025). 블록체인 산업 실태 조사.
- 과학기술정보통신부. (2025). 클라우드 실태 조사.
- 교육부. (2024). 이러닝 산업 실태 조사.
- 국토교통부. (2024). 공간정보 산업 조사.
- 국회 의안정보시스템. likms.assembly.go.kr
- 노재인 이동근. (2024). 산업을 가로막는 진흥법: 'AI 기본법'의 역설, 한국인터넷기업협회 이슈페이퍼 24-8호.
- 노재인. (2024). 글로벌 AI 패권 경쟁과 한국의 대응 전략. KISDI AI Outlook, 2024년 Vol.19.
- 디지털투데이(2024), 금융당국 '경쟁 촉진' 명분 내세웠지만...인터넷은행 실제 영향 미미?. 2024.10.23.일자
<https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=538154>
- 문화체육관광부. (2023). 콘텐츠 산업 조사.
- 박상훈. (2020). 더 많은 입법이 우리 국회의 미래가 될 수 있을까. 국회미래연구원 연구보고서, 20-25호.

- 법무법인(유) 광장. (2024). 인공지능 관련 국내 입법 동향. Newsletter 9월호.
- 법제처. (2024). 인공지능(AI) 관련 국내외 법제 동향, 법제소식 7월호.
- 엠브레인(2023), 2023 은행 서비스 이용 및 인터넷 전문은행 관련 조사
- 은행연합회 은행통계정보시스템(2025.1.16.활용) <http://bss.kfb.or.kr/>
- 통계청. (2024). 서비스업 조사.
- 통계청. (2024). 전국 사업체 조사.
- 통계청. (2025). 온라인쇼핑 동향 조사.
- 한국핀테크지원센터. (2024). 대한민국 핀테크 기업 편람.
- 한승혜. (2022). ICT 규제 법안의 국회 상정 패턴 분석, 한국인터넷기업협회 이슈페이퍼, 22-1호.
- Baker McKenzie. (2024). Global: The United Nations adopts its first resolution on AI. https://www.globalcompliance.ews.com/2024/04/24/https-insightplus-bakermckenzie-com-bm-data-technology-international-the-united-nations-adopts-its-first-resolution-on-ai_04152024-2/
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77 – 101.
- Brookings Institution. (2024). Innovative regulatory approaches for AI governance. <https://www.brookings.edu/articles/innovative-regulatory-approaches-for-ai-governance/>
- Brookings. (2024, December 18). AI policy directions in the new Trump administration. <https://www.brookings.edu/articles/ai-policy-directions-in-the-new-trump-administration/>
- Caldwell, M., Andrews, J. T. A., Tanay, T., & Griffin, L. D. (2023). AI-enabled future crime. *Crime Science*, 9(1), 1-13.
- Center for Security and Emerging Technology (CSET). (2024, November 22). What Donald Trump’s Victory Means for AI Policy, Chips, and AI Development. <https://cset.georgetown.edu/article/what-donald-trumps-victory-means-for-ai-policy-chips-and-ai-development/>
- Charlesworth, A., & Fotheringham, S. (2023). The UK’s White Paper on AI regulation: a pro-innovation approach. Stephenson Harwood. <https://www.shlegal.com/insights/the-uk’s-white-paper-on-ai-regulation-a-pro-innovation-approach>
- Department for Science, Innovation and Technology. (2023). A pro-innovation approach to AI regulation. GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/publications/ai-regulation-a-pro-innovation-approach/white-paper>

- Department for Science, Innovation and Technology. (2024). A pro-innovation approach to AI regulation – Government response. GOV.UK. <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/65c1e399c43191000d1a45f4/a-pro-innovation-approach-to-ai-regulation-amended-governement-response-web-ready.pdf>
- DLA Piper. (2024). UK, US and EU sign AI Convention. <https://www.dlapiper.com/en/insights/publications/2024/09/uk-us-and-eu-sign-ai-convention>
- European Commission. (2021). Proposal for a Regulation laying down harmonised rules on artificial intelligence. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/proposal-regulation-laying-down-harmonised-rules-artificial-intelligence>
- European Commission. (2024). AI Act. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>
- European Parliament. (2016). Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). Official Journal of the European Union, L 119, 1–88.
- European Parliament. (2024). Artificial Intelligence Act. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/640163/EPRS_BRI\(2024\)640163_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/640163/EPRS_BRI(2024)640163_EN.pdf)
- European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/868 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2022 on European data governance and amending Regulation (EU) 2018/1724 (Data Governance Act). Official Journal of the European Union, L 152, 1–44.
- Floridi, L. (2019). Artificial intelligence, deepfakes and a future of ectypes. *Philosophy & Technology*, 32(3), 317–321.
- Frauenberger, C. (2023). Responsible AI: Critical reflections on the ethical, social, and regulatory challenges. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 6, 1103635.
- FTI Technology. (2024). AI liability and insurance: Emerging trends and considerations. <https://www.fticonsulting.com/insights/articles/ai-liability-insurance-emerging-trends-considerations>
- Google DeepMind. (2024). Mapping the misuse of generative AI. <https://deepmind.google/discover/blog/mapping-the-misuse-of-generative-ai/>
- Gupta, S. (2023). Response to the UK’s March 2023 White Paper “A pro-innovation approach to AI regulation”. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4477368
- High-Level Expert Group on AI. (2019). Ethics guidelines for trustworthy AI. European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>

- IAPS (International Association for AI Policy Studies). (2024). Global cooperation in AI safety and ethics: Challenges and opportunities. <https://www.iaps.org/reports/global-cooperation-ai-safety-ethics>
- Inside Global Tech. (2024, December 18). U.S. AI Policy Expectations in the Trump Administration, GOP Congress and the States. <https://www.insideglobaltech.com/2024/12/18/u-s-ai-policy-expectations-in-the-trump-administration-gop-congress-and-the-states/>
- Johnson, O. (2024). AI Deepfake Technology: Understanding Its Business Use Case, Legal Considerations, and Best Practices in Modern Marketing. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/ong-johnson-a64633bb_ai-deepfake-technology-understanding-its-activity-7196045265659699200-34-Q
- Jones, T. (2023). WormGPT and FraudGPT - The Rise of Malicious LLMs. Cyber Defense Magazine. <https://www.cyberdefensemagazine.com/wormgpt-and-fraudgpt/>
- Kennedys Law. (2024). Financier Worldwide: AI regulation in the UK and EU. <https://kennedyslaw.com/en/thought-leadership/article/2024/financier-worldwide-ai-regulation-in-the-uk-and-eu/>
- McKinsey & Company. (2024, May 30). The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value. <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-early-2024-gen-ai-adoption-spikes-and-starts-to-generate-value>
- Meta AI. (2024). Meta post-earnings performance: AI investment influences Q3 2024 earnings expectations. IG. <https://www.ig.com/en-ch/news-and-trade-ideas/meta-post-earnings-performance--AI-investment-influences-Q3-2024-earnings-expectations-241023>
- Microsoft. (2024). Microsoft announces \$1.3 billion USD investment in Cloud and AI infrastructure, supporting inclusive growth through technology and skilling programs in Mexico. Microsoft News. <https://news.microsoft.com/es-xl/microsoft-announces-1-3-billion-usd-investment-in-cloud-and-ai-infrastructure-supporting-inclusive-growth-through-technology-and-skilling-programs-in-mexico/>
- National Law Review. (2024, November 15). AI Under a Second Trump Administration: AI: The Washington Report. <https://natlawreview.com/article/ai-under-second-trump-administration-ai-washington-report>
- National Science Foundation. (2021). NSF Announces New Investments in Artificial Intelligence Research Institutes. https://www.nsf.gov/news/special_reports/announcements/082621.jsp
- NIST. (2023). Artificial Intelligence Risk Management Framework (AI RMF 1.0). <https://www.nist.gov/itl/ai-risk-management-framework>

- OECD. (2019). Recommendation of the Council on Artificial Intelligence. OECD Legal Instruments. <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0449>
- OECD. (2022). OECD Framework for the Classification of AI Systems. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/publications/oecd-framework-for-the-classification-of-ai-systems-cb6d9eca-en.htm>
- OpenAI. (2024). New funding to scale the benefits of AI. <https://openai.com/index/scale-the-benefits-of-ai/>
- Perkins Coie. (2024, December 4). What To Expect From the Trump Administration on AI Policy. <https://perkinscoie.com/insights/update/what-expect-trump-administration-ai-policy>
- Prolifics UK. (2024). Enhancing AI literacy: Strategies for public awareness and education. <https://www.prolifics.co.uk/insights/enhancing-ai-literacy-strategies-for-public-awareness-and-education>
- Samek, W., Montavon, G., Lapuschkin, S., Anders, C. J., & Müller, K. R. (2023). Explaining deep neural networks and beyond: A review of methods and applications. *Proceedings of the IEEE*, 109(3), 247-278.
- Software Improvement Group. (2025). A comprehensive EU AI Act Summary [2025 update]. <https://www.softwareimprovementgroup.com/eu-ai-act-summary/>
- Taft. (2024). AI commercialization and market integration under a deregulated framework. <https://www.taftlaw.com/news-events/law-bulletins/ai-commercialization-and-market-integration-under-a-deregulated-framework>
- UN. (2024). General Assembly adopts landmark resolution on artificial intelligence. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2024/03/general-assembly-adopts-landmark-resolution-on-artificial-intelligence/>
- Walton, N. (2024). The UK's framework for AI regulation. Deloitte. <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/financial-services/blogs/the-uks-framework-for-ai-regulation.html>
- White & Case LLP. (2024). Balancing AI regulation and innovation: A global perspective. <https://www.whitecase.com/publications/insight/balancing-ai-regulation-and-innovation-global-perspective>
- White House. (2022). The Biden-Harris Administration's National Security Strategy. <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/10/Biden-Harris-Administrations-National-Security-Strategy-10.2022.pdf>
- White House. (2023). FACT SHEET: President Biden Issues Executive Order on Safe, Secure, and Trustworthy Artificial Intelligence. <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/10/30/fact-sheet-president-biden-issues-executive-order-on-safe-secure-and-trustworthy-artificial-intelligence/>



2024
인터넷산업규제
백서

CHAPTER

6



부록

1. 인터넷산업 분류

2. 인터넷산업 규모표

3. 인터넷산업규제
입법평가 대상 법안
목록

부록 1 인터넷산업 분류

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 기반산업	인터넷 접속 기기 및 네트워크	부품 및 기기 제조업	네트워크 장비	지리적으로 떨어져 있는 다른 위치에 있는 장치 간에 정보를 교환할 수 있도록 이들 장치를 상호 접속하기 위하여 사용되는 전기 통신 기기와 장치, 전송로를 결합하는 장비	유선 LAN장비, 무선 LAN장비, 가입자용 모뎀, 네트워크보안장비, 기타 네트워크 기기 등
			무선통신 시스템	전파를 이용해 선에 의한 연결 없이 원격지에 정보를 전달하는 통신기술시스템	무선통신용 교환기, 기지국용 송수신기, 무선통신용 중계기, 기타 무선통신시스템 등
			사물인터넷 (IoT) 기기	인터넷에 연결된 사람, 사물 공간에서 정보를 생성·수집·공유·활용 할 수 있도록 하는 기기	스마트 단말, 칩셋, 모듈, 태그/스마트카드 등
			인공지능 기기	인공지능 연산/처리 능력을 향상하기 위한 부품 및 장치	인공지능 전용 칩 등
			컴퓨터 기기	우리 생활 주변에서 활용되는 각종 정보들을 처리하거나 처리된 정보를 저장하고 검색 및 관리해주는 기기	소형컴퓨터, 중대형컴퓨터, 컴퓨터 부품 등
			VR/AR 전용기기 및 부분품 제조	실제로는 존재하지 않지만 컴퓨터 기술로 사용자의 시각이나 청각, 촉각 등을 자극해서 마치 실제로 있는 것처럼 느끼게 만든 가상의 현실을 활용(VR; 가상현실) 또는 실세계에 3차원의 가상물체를 겹쳐서 보여주는 기술을 활용해 현실과 가상환경을 융합하는 복합형 가상현실을 활용(AR; 증강현실)한 전용기기 및 부분품의 제조	HMD, 스마트글래스, 홀로그램 기기, VR/AR용 렌즈 등

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 기반산업		네트워크 서비스업	무선통신 서비스	미국연방통신위원회(FCC)가 정의한 2.3GHz대의 각종 통신서비스로, 고정, 이동, 무선 측위, 위성 통신을 개인 및 기업에 제공하는 무선통신	무선초고속인터넷서비스, 무선데이터통신(M2M서비스), 이동통신서비스 등
			유선통신 서비스	전기 또는 광신호로 변환한 정보를 패어 케이블, 동축 케이블, 광섬유 케이블 등의 통신 선로를 전송 매체로 하여 전송하는 서비스	유선 설비접속 서비스 및 인터넷 백본 서비스, 초고속망서비스, 인터넷전화, 인터넷접속서비스, 부가네트워크서비스 등
	호스팅 및 클라우드 산업	호스팅 및 관리 서비스업	인터넷관리 서비스	온라인 스토리지, 보안, 도메인 등 인터넷 관련 관리 서비스	온라인 스토리지 공유서비스, 온라인 콘텐츠 공유서비스, 보안 관리 서비스, 도메인 관리 서비스 등
			호스팅 서비스	인터넷 접속 서비스 제공자가 제공하는 서버의 보관 서비스	호스팅 및 코로케이션, 콘텐츠전송지원서비스, 데이터센터관리운영 서비스 등
			기타 정보인프라 서비스	정보기술을 이용하여 정보교환 등의 목적을 위해 시스템 기반을 구축하여 제공하는 서비스	자료처리/호스팅/ 부가네트워크/인터넷관리 서비스를 제외한 기타서비스
			클라우드 서비스	하드웨어·소프트웨어 등 IT 자원을 직접 구축·운영하지 않고 네트워크에 접속하여 이용할 수 있도록 하는 정보처리 서비스	IaaS, PaaS, SaaS
	기타 디지털 기술 제공산업	기타 디지털 기술 제공산업	공간정보 관련 SW 및 솔루션 제공	공간정보를 생산·관리·가공·유통하거나 다른 산업과 융·복합하여 시스템을 구축하거나 서비스 등을 제공하는 사업	빅데이터 및 클라우드 기술, 로봇기반 활용 기술, 스마트시티, 디지털트윈 등
			데이터 구축 및 컨설팅 서비스	DB시스템 구축, 문서·음성·영상 등의 데이터를 DB로 변환, 정비, 가공과 관련한 컨설팅 사업	데이터 구축 가공 서비스업, 데이터 관련 컨설팅 서비스업 등

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 기반산업	기타 디지털 기술 제공산업	기타 디지털 기술 제공산업	데이터 처리 및 관리 솔루션 개발·공급	DBMS, DBMS관리, 데이터 모델링, 분석·시각화, 검색엔진, 품질 등 관련 솔루션 제품을 판매하는 등의 비즈니스	데이터수집 연계 솔루션 개발 공급업, 데이터베이스 관리 시스템 솔루션 개발 공급업, 데이터 분석 솔루션 개발 공급업, 데이터 관리 솔루션 개발 공급업, 빅데이터 통합 플랫폼 솔루션 개발 공급업 등
			블록체인 기반 SW 개발·공급	블록체인 플랫폼 기반에서 외부 사용자 대상으로 작동, 운용되는 탈중앙화된 응용애플리케이션(DApp), 분산신원증명(DID), 블록체인 지갑(Wallet) 소프트웨어 등의 개발·공급업	이더리움 상에서 운용되는 예측시장 (Augur)*, 모바일용 암호화폐(크립토) 게임소프트웨어 개발·공급 등 * 결과 예측 계사물을 생성, 예측 결과 판단 근거를 설정하고, 참여자들의 의견을 스마트 컨트랙트로 관리하는 소프트웨어
			블록체인 시스템관리, 정보제공, 교육 및 컨설팅 서비스	블록체인 기술 적용을 위한 컴퓨터 하드웨어, 소프트웨어 및 통신기술을 통합하는 컴퓨터 시스템을 기획·설계, 블록체인 기술 및 서비스 운용을 위한 인적역량 확보 및 육성을 위한 교육 서비스업, 블록체인 기술 도입·적용을 위한 환경분석, 비즈니스 모델 제시, 사업성 검토, 최적의 수행방안·아키텍처 제안 등을 자문하는 서비스업 등	블록체인 기반 시스템 통합(SI) 구축 및 설계, 블록체인 기반 시스템 통합 설계 자문, 블록체인 기술 및 서비스 운용을 위한 인적역량 확보 및 육성을 위한 교육 서비스업, 기업 블록체인 사업 발굴 및 비즈니스 모델 설계, 시스템 아키텍처 설계 등
			사물인터넷 (IoT) 기술 개발	사물데이터의 수집, 저장, 처리 및 서비스와 연계를 지원하는 기술(플랫폼), 사물이 인터넷에 연결되도록 지원하는 기술(네트워크), 앱 등의 사용자 응용프로그램 및 응용서비스 솔루션(서비스) 등의 개발	사물인터넷 관련 S/W 플랫폼, 플랫폼 장비, 유·무선 통신, 전송 및 교환장비, 네트워크 장비 등
온라인광고 대행업			온라인에서 이루어지는 광고에 관한 업무를 전문적으로 다루는 산업	카페24, DMCM미디어 등	

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 기반산업	기타 디지털 기술 제공산업	기타 디지털 기술 제공산업	이러닝 산업	이러닝에 필요한 교육 관련 정보시스템의 전부나 일부를 개발, 제작, 가공, 유통하는 사업	이러닝 솔루션, 이러닝 시스템 개발, 이러닝 컨설턴트 등
			인공지능 SW 개발 및 서비스	인공지능 시스템 소프트웨어 개발·공급업, 인공지능 응용 소프트웨어 개발·공급업, 인공지능 기술 혹은 시스템 도입을 위해 구축 및 관리 서비스를 제공하거나 관련 정보 서비스를 제공하는 산업 활동	클라우드 머신러닝 플랫폼, 설치형 머신러닝 플랫폼, 대화형 인공지능 등
			정보보안 관련 서비스	컴퓨터 또는 네트워크상 정보 유출/훼손 등을 방지하기 위한 보안 산업	보안 컨설팅 서비스, 보안 시스템 유지관리/보안성 지속 서비스, 보안관제 서비스, 보안교육 및 훈련 서비스, 공인/사설 인증서, 클라우드 서비스 등
			정보보안 시스템 개발·공급	컴퓨터 또는 네트워크상 정보 유출/훼손 등을 방지하기 위한 보안 산업	네트워크 보안 시스템 개발, 시스템 보안 솔루션 개발, 콘텐츠/정보 유출 방지 시스템 개발, 암호/인증 시스템 개발, 보안관리 시스템 개발 등
			콘텐츠 솔루션업	콘텐츠 관련 전부나 일부를 개발, 제작, 가공, 유통하는 사업	저작물, 콘텐츠보호, 모바일솔루션, 과금/결제, 콘텐츠관리시스템, 콘텐츠전송네트워크, 컴퓨터그래픽스(CG) 제작 등
			클라우드 관리, 보안 및 기타 서비스	클라우드 환경을 기반으로 제공되는 IT자원을 운영·관리하고 유지·보수하는 서비스(관리), 클라우드 서비스 사업자들이 제공하는 인프라/플랫폼/응용소프트웨어 등의 물리적 보안부터 고도의 서비스 보안 및 침해대응체계를 구축하고 운영하는 서비스(보안)	CMS, SECaaS

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 기반산업	기타 디지털 기술 제공산업	기타 디지털 기술 제공산업	VR/AR 전용 SW 개발·공급	실제로는 존재하지 않지만 컴퓨터 기술로 사용자의 시각이나 청각, 촉각 등을 자극해서 마치 실제로 있는 것처럼 느끼게 만든 가상의 현실을 활용(VR; 가상현실) 또는 실세계에 3차원의 가상물체를 겹쳐서 보여주는 기술을 활용해 현실과 가상환경을 융합하는 복합형 가상현실을 활용(AR; 증강현실)할 수 있는 소프트웨어의 개발/공급업	콘텐츠제작 SW, 저작권 보호 SW, 임베디드 SW, 장치 운영 SW 등
디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품 거래업	온라인 기반 상품거래 중개업	전자상거래 소매 중개업	사회 관계망 서비스를 통하여 일반 대중을 대상으로 각종 상품을 소매하거나 개인 또는 소규모 업체가 온라인상에서 직접 상품을 등록해 판매할 수 있도록 만든 전자상거래 중개업무를 담당하는 산업활동	소셜커머스, 오픈마켓 등
		온라인 기반 실거래업	전자상거래 소매업	일반 대중을 대상으로 온라인 통신망을 통하여 각종 상품을 소매하는 산업활동 PC 및 모바일을 이용하여 거래를 주로 하는 인터넷쇼핑몰(온라인쇼핑몰) 거래액	가전, 도서, 패션, 식품, 생활(생활용품 등), 서비스(문화/레저, e쿠폰), 기타(문화상품권 등)
	온라인 오프라인 결합산업	결합 플랫폼 제공산업 (중개)	O2O 비즈니스 플랫폼	O2O 서비스기업이 제공하는 플랫폼 등 비즈니스를 통해서 발생한 매출	O2O서비스 플랫폼(예: 배달의민족, 요기요, 여기어때, 직방, 카카오T 등)
		결합 플랫폼 활용산업 (실거래)	O2O 서비스 제공업	플랫폼에 등록하여 사업을 영위 중인 기업체가 물품/서비스를 제공해 발생한 거래 매출	O2O서비스 제휴사 및 가맹점의 매출액(예: 요식업, 숙박업, 운송업 등)
디지털 정보·콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	게임 제작 및 배급업	게임을 기획, 제작, 배급하는 사업	PC게임, 모바일게임, 콘솔게임
			온라인 비스업	온라인을 통해 지도서비스, 위치기반 정보 등 공간정보와 관련된 서비스를 제공하는 산업	지도서비스(항공사진, Vector, 로드뷰 등), API, 부동산 서비스,

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 정보·콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	데이터 판매 및 제공 서비스업	데이터·DB를 원천데이터 형태나 분석 및 활용이 가능한 상태로 판매하거나 중개, 수요 맞춤형 데이터·DB 판매, 데이터를 가공·활용·분석한 주제분야별 정보서비스 등을 온·오프라인(모바일, 앱 등 포함)으로 제공하는 비즈니스	데이터 판매 및 중개 서비스 API 스토어, 데이터 허브, 데이터 스토어 등), 분석 데이터 제공 서비스(상권 분석서비스, 부정사용방지 또는 이상 거래 탐지 시스템, 공정데이터 분석 서비스, 공공데이터 분석서비스 등), 포털 정보매개서비스, 정보제공서비스 (특허정보, 기업정보, 법률정보, 기상정보, 교통정보 등)
			온라인 만화 콘텐츠 제작·제공 및 서비스업	단행본 만화, 만화잡지 등을 인터넷·모바일에 제공하기 위하여 제작하는 사업 및 단행본만화/만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 인터넷·모바일로 서비스하는 사업	레진코믹스, 탐툰, 투믹스 등
			온라인 애니메이션 제작 및 서비스업	애니메이션을 인터넷·모바일용으로 제작 및 서비스하는 사업	대원미디어, 스튜디오 게일, CMC미디어 등
			온라인 영화 상영 및 배급업	인터넷·모바일을 통해 영화를 상영 및 배급하는 사업(IPTV, 디지털케이블TV, 인터넷 VOD 등)	콘텐츠로드, 얼리버드 픽처스, KT, SK브로드밴드, LG유플러스 등
			온라인 음악 콘텐츠 제작·제공 및 서비스업	음원대리 중개업체로부터 음원을 양도받아 인터넷·모바일로 서비스하는 사업 또는 음원을 제작하여 인터넷·모바일 음악서비스업체에 제공하는 사업	멜론, 지니뮤직, 플로 등
			온라인 전자출판 제작 및 서비스업	출판물을 별도의 뷰어 또는 플레이어를 설치 및 실행하여 볼 수 있도록 제작하는 사업 또는 전산화하여 제작된 전자출판물을 서비스하는 사업	리디박스, 문피아, 북큐브 등

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 정보·콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	이러닝 콘텐츠 제작 및 서비스업	이러닝에 필요한 정보와 자료를 멀티미디어 형태로 개발, 제작, 가공, 유통 및 서비스하는 사업	이러닝 콘텐츠 제작업, 이러닝 서비스업 등
			VR/AR 콘텐츠 제작 및 서비스업	실제로는 존재하지 않지만 컴퓨터 기술로 사용자의 시각이나 청각, 촉각 등을 자극해서 마치 실제로 있는 것처럼 느끼게 만든 가상의 현실을 활용(VR; 가상현실) 또는 실제세계에 3차원의 가상물체를 겹쳐서 보여주는 기술을 활용해 현실과 가상환경을 융합하는 복합형 가상현실을 활용(AR; 증강현실)한 콘텐츠의 제작 및 서비스업	VR/AR 콘텐츠 제작업, VR/AR 콘텐츠 서비스업 등
		데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	소셜미디어 서비스업	웹 기반의 대화형 미디어로서 이용자들이 정보와 지식, 의견을 공유할 수 있게 해주는 서비스	SNS, 블로그, 팟캐스트 등
			포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업	인터넷에서 검색, 커뮤니티, 전자메일, 블로그 등의 서비스를 통해 금융, 생활정보, 뉴스 등 이용자 제작콘텐츠 및 디지털화된 다양한 정보를 매개하는 사업	인터넷 포털서비스 등
	디지털 금융산업	디지털 금융산업	가상자산 매매 및 중개	다양한 블록체인 가상자산을 안전하게 상호 교환할 수 있는 정보시스템을 활용하여 법적·제도적 규정에 따라 매매 및 거래 중개하는 서비스	두나무, 빗썸코리아, 코인원 등
			결제 및 송금	계좌정보나 신용카드를 스마트폰에 등록하고 간단한 본인인증만으로 결제 및 모바일 기기를 사용해 계좌이체와 같은 자금을 송금하는 서비스업	각종 은행 앱(SoL, 하나IQ 등), NHN한국사이버결제, 네이버파이낸셜, 다날, 비바리퍼블리카, 카카오페이 등
			금융정보 및 자산관리	디지털화된 방식으로 금융사와의 데이터 연동을 통해 금융데이터를 실시간으로 불러오는 금융정보 및 자산관리서비스	증권사 앱(MTS),뱅크샐러드, 토스인슈어런스, 쿼터백자산운용 등
			인터넷 전문은행	물리적인 점포가 없거나 매우 적은 영업점을 가지고 온라인으로 사업을 벌이는 은행	케이뱅크, 카카오뱅크, 토스뱅크

대분류	중분류	소분류	세분류	설명	주요 예시
디지털 정보·콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 금융산업	디지털 금융산업	P2P/클라우드 펀딩	기존 금융기관의 개입 없이 온라인플랫폼으로 개인 간 대출 및 차입이 이루어지는 거래업(P2P), 창의적 아이템을 가진 초기 기업가를 비롯한 자금수요자가 중개업자의 온라인플랫폼에서 집단지성을 활용하여 다수의 소액투자자로부터 자금을 조달하는 사업(클라우드 펀딩)	NICE비즈니스플랫폼, 렌딧, 와디즈, 뮤직카우 등
			기타서비스	이외 디지털금융 관련 기타 서비스 (솔루션 제공, 환전 서비스, 데이터베이스, 메타버스 등)	오렌지스퀘어, 브이젠, 언더핀 등

부록 2 인터넷산업 규모표

인터넷산업 규모 현황(매출액)

(단위 : 백만원, %)

대분류	중분류	소분류	2020	2021	2022	2023	증가율 ('22~'23)	
디지털 기반 산업	인터넷 접속 기기 및 네트워크	부품 및 기기 제조업	10,814,923	12,227,830	12,496,983	13,772,422	10.2%	
		네트워크 서비스업	32,857,367	35,438,676	36,932,871	37,360,931	1.2%	
		소계	43,672,290	47,666,506	49,429,854	51,133,353	3.4%	
	호스팅 및 클라우드 산업	호스팅 및 관리 서비스업	2,662,338	2,910,337	3,249,278	3,212,646	-1.1%	
		클라우드 서비스업	3,602,341	4,467,614	5,092,761	6,232,607	22.4%	
		소계	6,264,679	7,377,951	8,342,039	9,445,253	13.2%	
	기타 디지털 기술 제공 산업	기타 디지털 기술 제공산업	38,572,383	47,613,146	54,251,997	58,849,285	8.5%	
		소계	38,572,383	47,613,146	54,251,997	58,849,285	8.5%	
			합계	88,509,352	102,657,603	112,023,890	119,427,891	6.6%
	디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품거래업	온라인 기반 상품 중개업	17,834,348	22,702,929	23,753,367	25,725,552	8.3%
온라인 기반 상품 소매업			158,283,968	190,223,106	211,123,594	228,860,725	8.4%	

대분류	중분류	소분류	2020	2021	2022	2023	증가율 ('22~'23)
디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품거래업	소계	176,118,316	212,926,035	234,876,961	254,586,277	8.4%
	온라인 오프라인 결합산업 (O2O)	결합 플랫폼 제공산업	3,846,100	5,444,000	7,177,400	7,694,600	7.2%
		결합 플랫폼 활용산업	124,903,100	146,244,200	159,666,622	172,735,055	8.2%
		소계	128,749,200	151,688,200	166,844,022	180,429,655	8.1%
	합계		304,867,516	364,614,235	401,720,983	435,015,932	8.3%
디지털 정보 콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/ 서비스 제공산업	35,918,082	41,096,545	44,545,681	44,371,652	-0.4%
		데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	14,069,508	15,012,613	14,587,691	15,243,488	4.5%
		소계	49,987,590	56,109,158	59,133,372	59,615,139	0.8%
	디지털 금융산업	디지털 금융산업	6,215,467	9,146,710	19,491,330	20,981,300	7.6%
		소계	6,215,467	9,146,710	19,491,330	20,981,300	7.6%
	합계		56,203,057	65,255,868	78,624,702	80,596,439	2.5%
	인터넷산업 총계			449,579,925	532,527,706	592,369,575	635,040,263

* 2023년 수치는 현재시점에 확인할 수 있는 자료를 기준으로 보정되었으며, <2023 인터넷산업규제 백서>에서 발표된 결과와는 차이가 있음

* 2023년도 자료 중 추정치는 공개하였거나 확정치가 공표되지 않은 경우 향후 발표되는 자료를 기준으로 보정 예정

* 국내에서 수익을 창출하는 해외사업자, 그 외 현재 공표되고 있는 통계 및 공시자료를 통해 식별되지 않는 산업의 경우 연속성 있는 자료 표집에 한계가 있어 제외됨

인터넷산업 규모 현황(종사자 수)

(단위: 명, %)

대분류	중분류	소분류	2020	2021	2022	2023	증가율 (*22~*23)	
디지털 기반 산업	인터넷 접속 기기 및 네트워크	부품 및 기기 제조업	65,096	71,254	71,582	73,621	2.8%	
		네트워크 서비스업	43,645	42,787	47,107	48,195	2.3%	
		소계	108,741	114,041	118,689	121,816	2.6%	
	호스팅 및 클라우드 산업	호스팅 및 관리 서비스업	6,543	7,491	9,328	9,309	-0.2%	
		클라우드 서비스업	19,770	16,488	20,384	26,675	30.9%	
		소계	26,313	23,979	29,712	35,984	21.1%	
	기타 디지털 기술 제공산업	기타 디지털 기술 제공산업	239,071	276,043	302,566	334,261	10.5%	
		소계	239,071	276,043	302,566	334,261	10.5%	
	합계			374,125	414,063	450,967	492,061	9.1%
	디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품거래업	온라인 기반 상품 중개업	57,021	62,578	63,007	84,832	34.6%
온라인 기반 상품 소매업			229,793	286,665	315,767	368,678	16.8%	
소계			286,814	349,243	378,774	453,510	19.7%	
온라인 오프라인 결합산업 (O2O)		결합 플랫폼 제공산업	18,410	21,789	24,871	28,611	15.0%	
		결합 플랫폼 활용산업	562,319	639,171	706,661	820,744	16.1%	
		소계	580,729	660,960	731,532	849,355	16.1%	
합계			867,543	1,010,203	1,110,306	1,302,865	17.3%	
디지털 정보 콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/ 서비스 제공산업	112,074	124,247	138,259	136,285	-1.4%	
		데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	30,653	32,886	37,469	43,242	15.4%	
		소계	142,727	157,133	175,728	179,526	2.2%	
	디지털 금융산업	디지털 금융산업	14,228	16,443	26,325	26,910	2.2%	

대분류	중분류	소분류	2020	2021	2022	2023	증가율 ('22~'23)
디지털 정보 콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 금융산업	소계	14,228	16,443	26,325	26,910	2.2%
	합계		156,955	173,576	202,053	206,436	2.2%
인터넷산업 총계			1,398,623	1,597,842	1,763,326	2,001,362	13.5%

* 2021년 수치는 현재시점에 확인할 수 있는 자료를 기준으로 보정되었으며, <2022 인터넷산업규제 백서>에서 발표된 결과와는 차이가 있음

* 2022년도 자료 중 추정치는 공개하였거나 확정치가 공표되지 않은 경우 향후 발표되는 자료를 기준으로 보정 예정

* 국내에서 수익을 창출하는 해외사업자, 그 외 현재 공표되고 있는 통계 및 공시자료를 통해 식별되지 않는 산업의 경우 연속성 있는 자료 표집에 한계가 있어 제외됨

부록 3

인터넷산업규제
입법평가 대상 법안 목록

(1) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 개정안(총 83건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2100815	정필모	43	2115428	김종민
2	2102828	전용기	44	2115451	김민석
3	2103892	김상희	45	2115457	이상헌
4	2103977	이상헌	46	2115873	정태호
5	2104045	황운하	47	2115927	신현영
6	2104964	양기대	48	2116397	황보승희
7	2105121	민홍철	49	2116686	윤영덕
8	2105312	김기현	50	2117201	이인영
9	2106387	박대출	51	2117324	최형두
10	2107093	서영교	52	2117327	임종성
11	2107168	김상희	53	2117830	변재일
12	2107285	허은아	54	2117989	허은아
13	2107508	양향자	55	2118297	류성걸
14	2107565	박광은	56	2118337	윤두현
15	2107566	이종배	57	2118429	박성중
16	2107827	박성중	58	2119315	박성중

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
17	2107890	우상호	59	2119343	이인영
18	2108913	이원욱	60	2119631	한준호
19	2110161	김철민	61	2119663	김기현
20	2110440	김상훈	62	2119913	박대출
21	2110510	송재호	63	2120057	이정문
22	2110516	김용판	64	2120350	이용호
23	2110803	양정숙	65	2120472	전봉민
24	2110833	양정숙	66	2120665	김상희
25	2110976	양정숙	67	2120781	변재일
26	2111106	류호정	68	2120988	이현승
27	2111636	진성준	69	2121145	변재일
28	2111805	김상희	70	2121250	정필모
29	2111992	김정호	71	2121642	허은아
30	2112731	이용빈	72	2122241	전해철
31	2112774	한준호	73	2122327	임오경
32	2113163	김영식	74	2122565	김정호
33	2113250	김의겸	75	2122589	이인영
34	2113530	김예지	76	2122856	민형배
35	2113628	김상희	77	2122939	홍석준
36	2113856	정필모	78	2123443	박진
37	2113859	허은아	79	2124438	박덕흠
38	2114384	배현진	80	2124795	윤두현
39	2114395	배현진	81	2125438	박성중
40	2114692	정필모	82	2126048	김승수
41	2115313	류호정	83	2126335	김승수
42	2115419	김의겸			

(2) 전기통신사업법 개정안(총 63건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2100358	권인숙	33	2113820	홍정민
2	2102524	홍정민	34	2114012	양정숙
3	2102884	박성중	35	2114759	이병훈
4	2103625	조승래	36	2114894	우상호
5	2103961	한준호	37	2114933	권인숙
6	2104221	양정숙	38	2115261	박성중
7	2104390	허은아	39	2116029	양정숙
8	2104764	조명희	40	2116159	이성만
9	2105334	변재일	41	2116511	김경만
10	2106370	전혜숙	42	2117317	윤영찬
11	2108067	정부	43	2117656	이병훈
12	2108825	한준호	44	2117883	김영주
13	2109117	조승래	45	2117958	김영주
14	2109261	변재일	46	2118111	이정문
15	2109421	정필모	47	2118414	박완주
16	2109443	양정숙	48	2119136	고민정
17	2110835	변재일	49	2119268	전봉민
18	2111068	한준호	50	2119597	박상혁
19	2111078	박대출	51	2120527	김영식
20	2111309	양정숙	52	2120545	김영식
21	2111519	김영식	53	2120975	정필모
22	2112513	변재일	54	2121044	조오섭
23	2112597	정희용	55	2121102	김영주
24	2112698	이용빈	56	2121206	김영주
25	2112728	한준호	57	2121664	양정숙
26	2113109	변재일	58	2121707	민병덕
27	2113382	박성중	59	2121766	이장섭

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
28	2113415	추경호	60	2122637	안철수
29	2113421	김상희	61	2123746	민형배
30	2113444	박성중	62	2124731	변재일
31	2113458	박성중	63	2126550	이개호
32	2113523	이원욱			

(3) 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 개정안(총 38건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2103279	황운하	20	2112815	유의동
2	2103674	태영호	21	2112898	안병길
3	2104585	홍성국	22	2113817	홍성국
4	2107134	홍성국	23	2114431	서일준
5	2107667	한무경	24	2114556	정부
6	2108217	양정숙	25	2115950	이용우
7	2108231	이원택	26	2116237	이성만
8	2108759	윤창현	27	2118310	윤두현
9	2109190	홍정민	28	2120221	박대수
10	2109213	윤관석	29	2120808	김용판
11	2110377	전재수	30	2121482	송석준
12	2110744	김병욱	31	2121483	한준호
13	2111080	배진교	32	2122707	이학영
14	2111109	이정문	33	2123107	윤두현
15	2111362	송재호	34	2123242	윤두현
16	2111833	양정숙	35	2123553	정태호
17	2112104	유동수	36	2123626	고영인
18	2112290	양정숙	37	2124676	임종성
19	2112460	김희곤	38	2125299	양정숙

(4) 개인정보 보호법 개정안(총 37건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2100358	권인숙	20	2113820	홍정민
2	2102524	홍정민	21	2114012	양정숙
3	2102884	박성중	22	2114759	이병훈
4	2103625	조승래	23	2114894	우상호
5	2103961	한준호	24	2114933	권인숙
6	2104221	양정숙	25	2115261	박성중
7	2104390	허은아	26	2116029	양정숙
8	2104764	조명희	27	2116159	이성만
9	2105334	변재일	28	2116511	김경만
10	2106370	전혜숙	29	2117317	윤영찬
11	2108067	정부	30	2117656	이병훈
12	2108825	한준호	31	2117883	김영주
13	2109117	조승래	32	2117958	김영주
14	2109261	변재일	33	2118111	이정문
15	2109421	정필모	34	2118414	박완주
16	2109443	양정숙	35	2119136	고민정
17	2110835	변재일	36	2119268	전봉민
18	2111068	한준호	37	2119597	박상혁
19	2111078	박대출			

(5) 온라인 플랫폼 법안(총 22건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2101835	송갑석	12	2118227	윤영덕
2	2106369	전혜숙	13	2119504	양정숙
3	2107622	김병욱	14	2120047	이동주
4	2107703	민형배	15	2121211	박주민
5	2107743	정부	16	2121273	백혜련
6	2108626	배진교	17	2121638	서영교
7	2108802	성일종	18	2122255	윤영덕
8	2109598	민병덕	19	2122376	김종민
9	2113487	윤두현	20	2123966	정필모
10	2118054	오기형	21	2123971	박성준
11	2118166	배진교	22	2125472	박주민

(6) 전자금융거래법 개정안(총 20건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2102834	임오경	11	2115921	이정문
2	2105855	윤관석	12	2117424	박재호
3	2108514	이주환	13	2117880	윤한홍
4	2111518	배진교	14	2118110	김종민
5	2111853	민형배	15	2118314	윤두현
6	2112958	김한정	16	2118692	강민국
7	2113137	김병욱	17	2119857	양정숙
8	2113199	송언석	18	2119891	황운하
9	2113520	전재수	19	2121424	양정숙
10	2114771	송재호	20	2122609	김희곤

(7) 저작권법 개정안(총 19건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2104664	이규민	11	2118299	이현승
2	2105691	노용래	12	2119915	김승수
3	2106388	김홍걸	13	2120146	김용민
4	2106843	이상헌	14	2120463	류호정
5	2107440	도종환	15	2121285	조수진
6	2113512	정청래	16	2122537	황보승희
7	2117131	유정주	17	2124685	이인영
8	2117402	성일종	18	2125258	류호정
9	2117723	유정주	19	2125754	이상헌
10	2117990	이용호			

(8) 신문 등의 진흥에 관한 법률 개정안(총 14건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2103696	김영식	8	2109617	김영식
2	2103807	정희용	9	2109919	김남국
3	2105338	김승원	10	2110802	김의겸
4	2106163	김예지	11	2110995	이병훈
5	2107794	김영호	12	2112693	정청래
6	2108379	이수진	13	2121082	김승수
7	2109101	이수진	14	2121969	윤두현

(9) 위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 개정안(총 14건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2104822	허은아	8	2112882	김상희
2	2104877	허은아	9	2113389	이원택
3	2106032	변재일	10	2113418	박성중
4	2106326	조정식	11	2113583	김도읍
5	2107323	서범수	12	2116046	유의동
6	2107537	정희용	13	2121055	정태호
7	2109442	양정숙	14	2124046	임호선

(10) 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 개정안(총 10건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2106918	김영주	6	2115862	황보승희
2	2113538	박정	7	2116077	유정주
3	2114254	김승수	8	2124860	김승수
4	2114863	이상현	9	2125742	이용호
5	2114956	정청래	10	2125922	김승수

(11) 표시·광고의 공정화에 관한 법률 개정안(총 8건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113438	홍성국	5	2116824	엄태영
2	2115051	이정문	6	2124637	전해철
3	2115058	송재호	7	2125901	황희
4	2116183	송옥주	8	2125957	민형배

(12) 전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법 개정안(총 8건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2103584	한병도	5	2117774	박재호
2	2104027	송재호	6	2117881	윤한홍
3	2111848	이학영	7	2118741	김희곤
4	2113521	전재수	8	2123324	윤창현

(13) 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 개정안(총 7건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2102613	신현영	5	2119177	김승수
2	2109945	김영호	6	2122191	윤두현
3	2111047	김용민	7	2122955	김승남
4	2113251	김의겸			

(14) 인터넷 멀티미디어 방송사업법 개정안(총 6건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2101423	정부	4	2112132	정부
2	2105261	우상호	5	2120397	윤영찬
3	2107044	정부	6	2123039	조승래

(15) 방송통신발전 기본법 개정안(총 6건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2112697	이용빈	4	2117838	박성중
2	2117824	조승래	5	2121405	이인영
3	2117837	최승재	6	2124736	변재일

(16) 공직선거법 개정안(총 6건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2114166	주호영	4	2119353	위성곤
2	2114203	김도읍	5	2124417	남인순
3	2119124	윤호중	6	2125504	지성호

(17) 가상자산 관련 법안(총 5건)*

* '가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정안(2125319)'은 기타 항목에 포함

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2116464	민병덕	4	2120672	김한규
2	2117994	윤창현	5	2121602	김종민
3	2118204	백혜련			

(18) 지능정보화 기본법 개정안(총 5건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113531	김예지	4	2118106	임오경
2	2113993	김상희	5	2122178	윤준병
3	2116035	조명희			

(19) 상표법 개정안(총 5건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2102330	김정호	4	2123048	이원택
2	2103810	김경만	5	2125449	이인선
3	2116225	최승재			

(20) 데이터산업 진흥법안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2106182	조승래	3	2109453	박성중
2	2106820	허은아	4	2109463	이영

(21) 아동·청소년의 성보호에 관한 법률 개정안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2102763	권인숙	3	2114465	강선우
2	2113825	홍정민	4	2115265	박성준

(22) 인공지능 기본법안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2111261	정필모	3	2113509	윤영찬
2	2111573	이용빈	4	2123709	안철수

(23) 콘텐츠산업 진흥법 개정안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2109678	김승수	3	2112962	이상현
2	2110716	이병훈	4	2122180	이상현

(24) 메타버스 진흥법안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2114358	김영식	3	2116158	김승수
2	2114545	조승래	4	2117173	허은아

(25) 소득세법 개정안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2114784	유경준	3	2115876	김태년
2	2115852	유경준	4	2115952	정희용

(26) 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 개정안(총 4건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2107517	김기현	3	2116042	유의동
2	2111852	민형배	4	2118276	황운하

(27) 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 개정안(총 3건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2101345	김경만	3	2125179	송석준
2	2107685	민형배			

(28) 금융소비자 보호에 관한 법률 개정안(총 3건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113327	김희곤	3	2115939	이정문
2	2114898	이정문			

(29) 성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 개정안(총 3건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113823	홍정민	3	2115468	민형배
2	2115337	박주민			

(30) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 개정안(총 3건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2117918	안철수	3	2126270	김희곤
2	2122837	정부			

(31) 공중위생관리법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2122564	이종성	2	2123628	고영인

(32) 농수산물의 원산지 표시 등에 관한 법률 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2104398	윤재갑	2	2125208	윤재갑

(33) 디지털 포용 법안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2107422	강병원	2	2118437	박성중

(34) 문화산업 공정화 법안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2107026	유정주	2	2118442	김승수

(35) 문화산업진흥 기본법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113517	정청래	2	2114169	유정주

(36) 민법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2104799	조정훈	2	2122584	정부

(37) 방송법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2100814	정필모	2	2102993	양정숙

(38) 방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2115202	김원이	2	2119336	이정문

(39) 보험사기방지 특별법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2115568	김병욱	2	2121280	박수영

(40) 부가가치세법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2116050	유의동	2	2125252	진선미

(41) 생활물류서비스산업발전법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2112098	심상정	2	2125765	한준호

(42) 애니메이션산업 진흥에 관한 법률 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2112015	김승수	2	2113511	유정주

(43) 약사법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113047	서정숙	2	2113121	김원이

(44) 유사수신행위의 규제에 관한 법률 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2115902	이용우	2	2116104	양정숙

(45) 전자문서 및 전자거래 기본법 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2113901	김상희	2	2122192	윤두현

(46) 정보보호산업의 진흥에 관한 법률 개정안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2118436	박성중	2	2120976	이인영

(47) 플랫폼 종사자 보호 및 지원 등에 관한 법률안(총 2건)

순번	의안번호	대표발의자	순번	의안번호	대표발의자
1	2108908	장철민	2	2113269	이수진

(48) 기타 법률 제·개정안(총 43건)

의안번호	법령	대표발의자
2101220	사이버안보 기본법안	조태용
2102377	공유경제기본법안	태영호
2103617	영상진흥기본법	이광재
2104220	정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법	양정숙
2104282	식품·의약품등의 온라인유통 안전관리에 관한 법률안	최혜영
2106471	과학기술기본법	이병훈
2107938	대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률	이수진
2109270	청소년 보호법	고영인
2109703	지능형 사물정보통신 진흥 및 이용 활성화에 관한 법률안	한준호
2110211	개인영상정보의 보호 등에 관한 법률안	민병덕
2111726	비대면산업 성장 및 이용활성화에 관한 법률안	박대출
2112714	여신전문금융업법	김병욱
2112961	식품 등의 표시·광고에 관한 법률	이종성
2113079	산업재산 정보의 관리 및 활용 촉진에 관한 법률안	강훈식
2113145	국가사이버안보법안	김병기
2113441	국세징수법	윤관석
2113494	문화데이터 조성 및 활용 촉진에 관한 법률안	도종환
2113670	사이버보안 기본법안	윤영찬
2113704	지능형전력망의 구축 및 이용촉진에 관한 법률	이주환
2114256	음악산업진흥에 관한 법률	김승수
2115626	아동복지법	김민석
2116754	디지털다중피해사기 방지 및 처벌 등에 관한 특별법안	서영교
2117867	개인정보관련 집단소송법안	이용빈
2118001	금융위원회의 설치 등에 관한 법률	윤창현
2119667	게임산업진흥에 관한 법률	하태경
2119885	통합방위법	임병헌

의안번호	법령	대표발의자
2120013	여객자동차 운수사업법	심상정
2120069	동물보호법	김민석
2120945	영상정보처리기기의 설치·관리 및 개인영상정보의 보호 등에 관한 법률안	윤주경
2121079	서민의 금융생활 지원에 관한 법률	양정숙
2121209	특정 금융거래정보의 보고 및 이용 등에 관한 법률	최영희
2121886	만화진흥에 관한 법률	이수진
2123171	온라인상 불법정보 및 불법행위 근절을 위한 특별법안	박완주
2123352	부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률	김성원
2123531	자본시장과 금융투자업에 관한 법률	윤창현
2123942	하도급거래 공정화에 관한 법률	조용천
2124536	약관의 규제에 관한 법률	김상희
2125319	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률	김희곤
2125902	소비자기본법	황희
2126038	재난 및 안전관리 기본법	서병수
2126043	예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률	김승수
2126430	디지털서비스의 안정성 관리 및 지원에 관한 법률안	박성중



2024
인터넷산업규제
백서

2024 인터넷산업규제 백서

발행연월	2025년 3월
발행인	사)한국인터넷기업협회 박 성 호 회장
연구수행	사)한국인터넷기업협회 디지털경제연구원 (한승혜 연구위원, 노재인 연구위원, 권재한 책임연구원)
발행처	사)한국인터넷기업협회 디지털경제연구원(Tel. 02-563-4114) 우)06744 서울특별시 서초구 바우뫼로37길 37, 4층(양재동, 산기협회관)
디자인·인쇄	디자인콘(Tel. 02-353-1589)

본 발행물은 사)한국인터넷기업협회의 사전 동의 없이 무단 전재, 복제 등의 행위를 금지합니다.
가공·인용 시에는 '한국인터넷기업협회 <2024 인터넷산업규제 백서>'라고 밝혀주시기 바랍니다.

www.kinternet.org

비매품

K·)) internet
사) 한국인터넷기업협회

