



2025

**인터넷산업
규제 백서**



2025

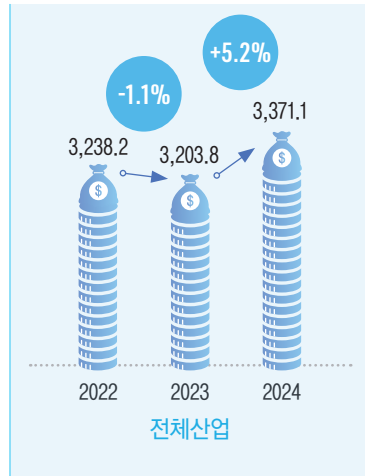
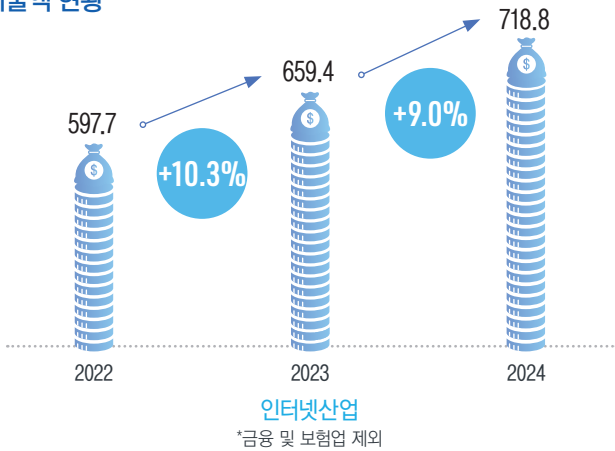
**인터넷산업
규제 백서**

한눈에 보는 2025 인터넷산업

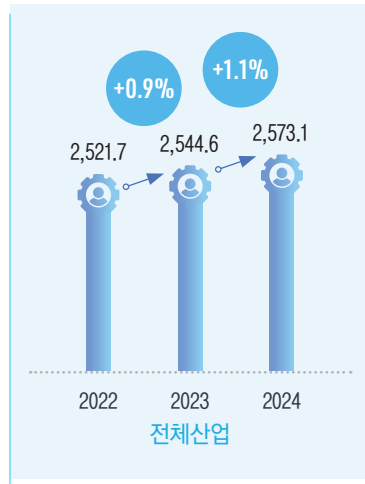
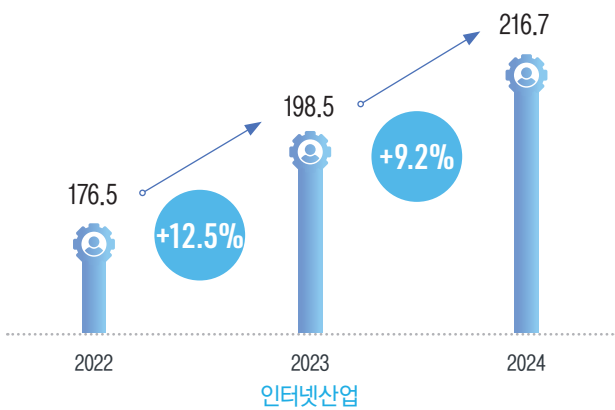
인터넷산업의 위상 : 이미 '주력 산업'이 된 디지털 경제의 기반

- 인터넷산업은 타 산업과 달리 매출과 고용이 동시에 증가해 높은 생산성을 유지하는 구조
- 2024년 기준 매출은 전년 대비 +9.0%, 종사자 수는 +9.2% 증가하며, 성장 과정에서도 고용 확대가 성과 창출 능력을 잠식하지 않는 균형적 확장 구조를 보임

매출액 현황

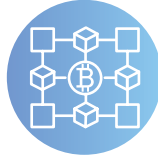


종사자 수 현황



2025년 인터넷산업의 변화 포인트

01 가상자산 매매 및 증개



*“시장신뢰 회복과 함께
디지털 자산 보유의 보편화 단계로 진입”*

가상자산은 일시적 투자 대상이 아닌
보편적 디지털 자산 보유 단계로 진입했으며,
산업 구조는 효율화와 집중화가
동시에 진행되는 양상을 보임

02

데이터 판매 및 제공서비스업



*“데이터는 ‘활용수단’을 넘어
‘거래되는 자산’으로 전환”*

API · 데이터 마켓 · 구독형 서비스 등
플랫폼 기반 유통 구조가 핵심 모델로
자리 잡는 등 데이터 서비스 산업의 중심이
정보 제공에서 데이터 유통 구조로
전환되고 있음

03

인공지능 SW 및 서비스



*“AI 확산의 중심축,
하드웨어에서 소프트웨어로 중심 이동”*

인공지능 SW 및 서비스는
산업 전반의 생산성과 효율성을 높이는
핵심 성장 분야로, 클라우드 · 플랫폼
기반 확산과 생성형 AI 보급으로
수요가 빠르게 확대되고 있음

디지털 입법평가 점수 분포

총점
26.1 점
/100점



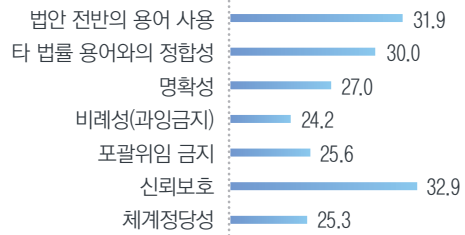
체계성 및 정당성

27.7 점

대분류



소분류



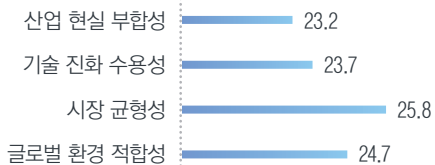
산업 생태계 정합성

24.4 점

대분류



소분류



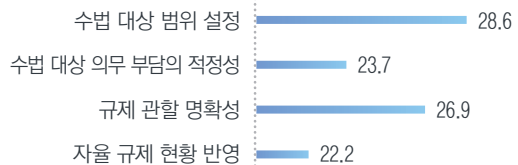
규제 운영 실효성

26.0 점

대분류



소분류



저평가된 법안, 무엇이 문제였나?

01

전자상거래법



“시장 현실과 법 원칙의 균형을 상실한 과잉입법”

통신판매중개업과 플랫폼 거래 구조에 대한 이해 부족, 책임 전가와 기존 법체계와의 중복, 과잉규제와 자율규제 배제 문제 등을 지적

27건 중 저평가균은 22건

81.5% 18.5%

- 산업 현실 부합성(11.7점)
- 시장 균형성(12.5점)
- 비례성(12.7점)
- 자율규제 반영(10.5점)

02

온라인플랫폼법(안)



“산업 구조를 오해한 규제 설계”

플랫폼 · 데이터 · 알고리즘 등 새로운 거래 구조를 충분히 반영하지 못한 채 기존 규제 프레임에 확장하는 방식의 과잉 규제 구조

18건 중 저평가균은 14건

77.8% 22.2%

- 산업 현실 부합성(14.3점)
- 기술 진화 수용성(14.6점)
- 자율규제 반영(12.1점)

03

정보통신망법



“규제 목적이 중첩된 혼합 규율 구조”

명예훼손 형량 상향, 사자 정보 접근의 포괄위임, 조회수 · 추천수 조작 처벌 등 조항이 표현의 자유와 기본권을 과도하게 제한할 우려가 있고, 시기본법과 중복 입법 및 덤페이크 표시의무 등 기술적 실효성이 낮은 규제를 포함하고 있다고 지적

55건 중 저평가균은 36건

65.5% 34.5%

- 비례성(16.4점),
- 산업 현실 부합성(18.2점)
- 기술 진화 수용성(17.6점)

04

전기통신사업법



“전통 규제 프레임에 머문 시장 인식”

획일적 규제 설계와 규제 대상의 불명확성, 데이터 제공 의무화로 인한 재산권 침해 및 국내 기업 역차별 우려, 수사감시 · 무과실책임 · 인앱결제 강제화 등 조항이 표현의 자유와 산업 자율성을 과도하게 제약하는 구조

31건 중 저평가균은 20건

64.5% 35.5%

- 산업 현실 부합성(22.6점)
- 글로벌 환경 적합성(22.1점)
- 비례성(22.7점)

온라인 플랫폼 규제 영향 분석(현장의 목소리)



“단순한 제도 도입 논의를 넘어 산업 전체에 대한 전방위적 압박으로 심화되었습니다.”

논의 초기

절차적 공정성



거래 질서 및 투명성
기업의 자체 점검 및 대비



현재

시장 성과 및 가격 통제



가격, 수수료 직접 개입
기업 생존 직결 문제
시장 자율성 훼손 우려

비즈니스 본질을 건드리는 심각한 위기상황



“규제 리스크로 인해 사업을 보류하거나 축소하는 사례가 빈번합니다.”

온플법 논의 장기화가 초래한 '핵심 제약 요인'

심리적 위축(자기검열)



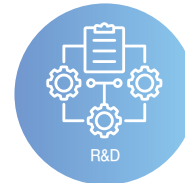
잠재적 리스크의 상시화
혁신보다 규제 회피 우선
보수적 의사결정

행정력 소모(피로감)



양치기 소년 효과
무한 반복되는 시나리오 대응
실무 마비

규제 스톡(Regulatory Stock)



법 없이도 쌓이는 지침·가이드라인
R&D 자원의 규제 대응 유출
준수 비용 누적

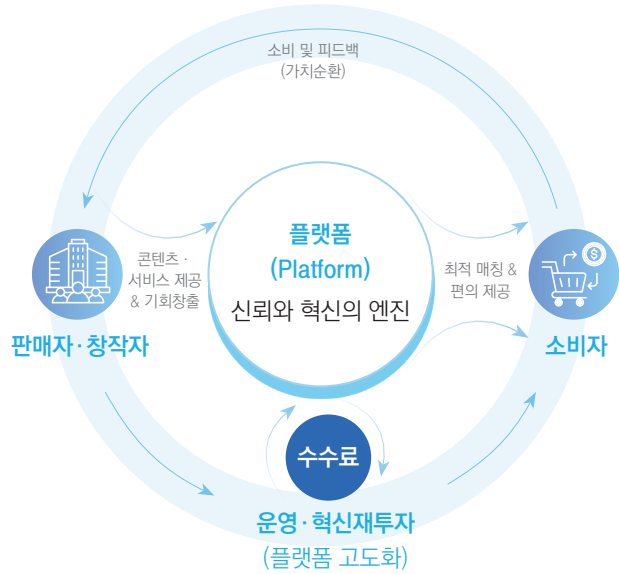
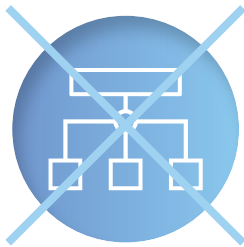


“플랫폼 규제는 현실과 상당한 괴리가 있습니다.”

넓은 규제 관점(혁신 저해)

VS

플랫폼 경제 실제 작동 원리(가치 창출과 순환)



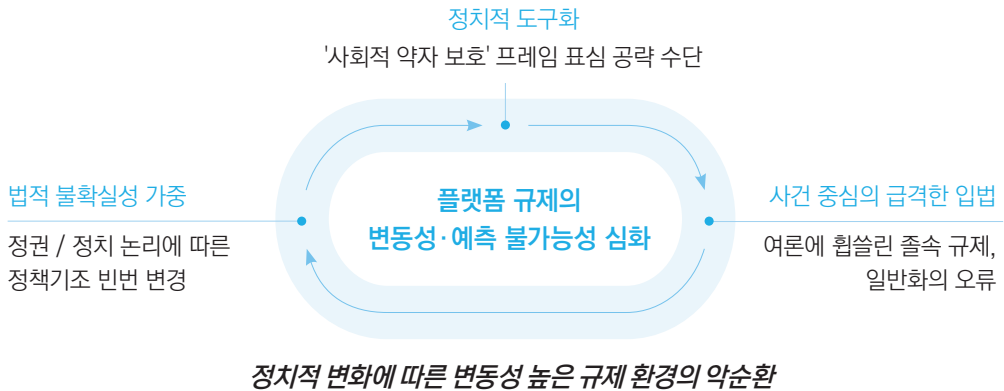
과제 규제 시각:
수직적 통제, 경직된 접근



규제와 현실의 간극 발생



“합리적 제도 설계를 위한 논의의 장이 아닌 정치적 수단으로 변질되었습니다.”



발간사

지난 2025년, 우리 인터넷산업은 한 치 앞을 내다볼 수 없는 불확실성 시대에 '생존'과 '도약'이라는 두 가지 과제 사이에서 그 어느 때보다 치열한 한 해를 보냈습니다.

최근 CES 등 글로벌 무대에서도 목격되듯, 인공지능(AI)를 필두로 한 기술 패권 경쟁은 국가의 경계를 넘어 전 세계인의 일상을 선점하려는 '국경 없는 플랫폼 전쟁'으로 비화되었습니다. 이러한 격변의 소용돌이 속에서 국내 플랫폼 업계는 각종 규제와 비판이라는 척박한 환경을 견디며, 더 나은 서비스를 고안하고 불황에 지친 민생 경제에 활력을 불어넣기 위해 전력을 다해왔습니다. 그러나 이러한 노력에도 불구하고 산업을 둘러싼 제도 환경은 충분히 뒷받침되지 못했습니다.

계속되는 규제 논의와 정책적 불확실성은 혁신 동력을 북돋우기보다 기업의 투자와 실행을 지연시키는 요인으로 작용하고 있습니다. 이제는 높은 생산성과 성장 잠재력이 글로벌 경쟁의 파고를 넘는 국가 역량으로 이어질 수 있도록, 예측가능하고 합리적인 정책 환경이 마련되어야 합니다. 이를 위해서는 시장의 변화와 규제의 효과를 객관적으로 진단할 수 있는 공통의 기초 자료가 필요합니다.

이에 한국인터넷기업협회는 2025년 한 해의 산업 흐름과 규제 환경을 정리한 『2025 인터넷산업규제 백서』를 발간합니다. 이번 백서는 전 세계가 대 전환을 맞이하고 있음에도, 국내 규제 논의가 여전히 과거의 프레임에 머물러 같은 쟁점을 되풀이하고 있는 현실을 짚었습니다.

이번 백서는 크게 네 가지 흐름으로 구성되었습니다.

제1장 '인터넷산업 현황'에서는 최신 데이터를 바탕으로 산업의 규모와 고용 변화를 면밀히 분석했습니다. 이를 통해 우리 인터넷산업이 국가 경제에 미치는 실질적인 기여도를 객관적인 수치로 증명하고자 했습니다.

제2장 '인터넷산업규제 입법 진단'에서는 제22대 국회 첫 1년간 발의된 입법안 중 한국인터넷기업협회 모니터링을 통해 선정된 273건의 법안을 평가했습니다. 입법의 경향성을 분석하고, 반복되는 규제 이슈에 대한 정책적 제언을 통해 합리적인 입법 방향을 제시하고자 노력했습니다.

제3장 '인터넷산업규제 영향 점검'은 기존 논의에서 한 걸음 더 나아가, 산업 현장의 목소리에 귀를 기울였습니다. 기업 구성원들과의 생생한 인터뷰를 통해 기업들이 겪고 있는 현실적인 어려움을 진단하고, 구체적으로 피부에 와닿는 시사점을 도출하고자 했습니다.

마지막으로 '특별기고'에서는 2025년 한 해 쟁점이 되었던 핵심 이슈를 선정하여 외부 전문가의 시각으로 심층 분석했습니다. 급변하는 글로벌 시장 환경과 규제 흐름 속에서 우리 기업들이 나아가야 할 길을 모색하는 나침반이 될 것입니다.

인터넷산업은 이제 대한민국 경제의 허리이자, 미래 먹거리를 책임지는 중추입니다. 본 백서가 척박한 규제 환경 속에서도 혁신을 멈추지 않는 우리 기업들에게 실질적인 도움이 되기를 바라며, 정부와 국회에는 산업 진흥과 규제 혁신을 위한 합리적인 정책 자료로 활용되기를 기대합니다.

끝으로 백서 집필과 감수에 힘써주신 '인터넷산업규제 입법평가위원회' 위원님들과 현장의 목소리를 들려주신 기업 관계자 여러분, 그리고 집필진 여러분께 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

2026년 2월

한국인터넷기업협회 회장 **박성호**



CHAPTER

1

인터넷산업 현황

제1절 인터넷산업의 범위와 분류체계 16

- 1. 인터넷산업의 범위 16
- 2. 인터넷산업 분류체계 18

제2절 인터넷산업 현황 23

- 1. 인터넷산업 규모 23
- 2. 인터넷산업의 주요 성장 분야 30

제3절 결과종합 및 시사점 37

CHAPTER

2

인터넷산업규제 입법 진단

제1절 서론 42

- 1. 인터넷산업규제 입법평가 배경 42
- 2. 평가 목적 및 기본 방향 44
- 3. 평가 체계 및 방법론 45

제2절 2025 인터넷산업규제 입법평가 결과 50

- 1. 평가 대상 50
- 2. 평가 결과 52
- 3. 저평가 법안 분석 56
- 4. 종합평가 : 디지털 입법의 구조적 전환점 73

제3절 정책적 시사점 및 제언 75

CHAPTER

3

인터넷산업규제 영향 조사

제1절 조사 개요 80

- 1. 배경 및 목적 80
- 2. 조사 대상 및 방법 81

제2절 현장 반응: 온라인플랫폼법 논의 장기화에 따른 영향 82

- 1. 절차적 공정성에서 시장 통제로 82
- 2. 장기적 불확실성이 만든 선제적 위축 83
- 3. 플랫폼 경제 메커니즘에 대한 간과 86
- 4. 정치적 변화에 요동치는 플랫폼 규제 87

제3절 전문가 진단: 규제 설계의 구조적 문제 90

CHAPTER

4

특별기고

이슈1 온라인 플랫폼 규제 현황과 평가(I)	96
1. 온라인 플랫폼 관련 입법 배경	96
2. 공정화법의 핵심 조문별 법안 내용 분석	99
3. 온라인 플랫폼 관련 사례	102
4. 맺음말	105
이슈2 온라인 플랫폼 규제 현황과 평가(II)	106
1. 들어가는 말	106
2. 소비자 안전기본법 제정안(의안번호 2214223)	107
3. 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안	111
4. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(‘정보통신망법’) 개정	116
5. 맺음말	118
이슈3 국내 인공지능 규제 동향과 쟁점	119
1. 들어가는 말	119
2. 규제 적용 대상	120
3. 규제 내용과 관련된 법적 쟁점	123
4. 나가며	130
이슈4 디지털자산 시장 및 제도의 최신 동향	131
1. 도입	131
2. 디지털자산 주요 이슈 심층 정리	135
3. 기타	140
4. 결론	141

CHAPTER

5

참고문헌

참고문헌	144
-------------	------------

CHAPTER

6

부록

부록1 인터넷산업 규모 현황	148
부록2 인공지능 평가의 설계 배경과 운영 원칙	152
부록3 체크리스트 세부 항목별 내용	156
부록4 인터넷산업규제 평가법안 list	172

표 목차

〈표 1-1-1〉 인터넷산업의 기본 구조	19
〈표 1-1-2〉 인터넷산업 분류체계 세부 구성 및 설명	21
〈표 1-2-1〉 산업별 매출액 현황	24
〈표 1-2-2〉 산업별 종사자 수 현황	26
〈표 1-2-3〉 인터넷산업 매출액 현황	28
〈표 1-2-4〉 인터넷산업 종사자 수 현황	29
〈표 1-2-5〉 국내 가상자산 매매 및 중개 산업 현황	32
〈표 1-2-6〉 국내 가상자산 거래 이용 현황	32
〈표 1-2-7〉 데이터 판매 및 제공 서비스업 중분류별 매출액 현황	34
〈표 1-2-8〉 데이터 판매 및 제공 서비스업 서비스 형태별 매출액 현황	34
〈표 1-2-9〉 인공지능 기술·제품·서비스 해외 수출액	36
〈표 2-1-1〉 인터넷산업규제 입법평가 지표	47
〈표 2-2-1〉 인터넷산업규제 입법평가 결과 및 점수분포	52
〈표 2-2-2〉 인터넷산업규제 입법평가 종합평가	54
〈표 2-2-3〉 인터넷산업규제 입법평가 법안별 저평가군 비중	57
〈표 2-2-4〉 인터넷산업규제 입법평가 결과(전자상거래법)	60
〈표 2-2-5〉 인터넷산업규제 입법평가 결과(온라인플랫폼법(안))	64
〈표 2-2-6〉 인터넷산업규제 입법평가 결과(정보통신망법)	67
〈표 2-2-7〉 인터넷산업규제 입법평가 결과(전기통신사업법)	71
〈표 4-1-1〉 기업결합 시정조치 개요도	98

그림 목차

〈그림 1-1-1〉 인터넷산업의 범위와 생태계 구조	17
〈그림 1-2-1〉 산업별 전년대비 매출액 변화('22~'24)	25
〈그림 1-2-2〉 산업별 전년대비 종사자 수 변화('22~'24)	26
〈그림 1-2-3〉 인터넷산업 전년대비 매출액 변화('22~'24)	28
〈그림 1-2-4〉 인터넷산업 전년대비 종사자 수 변화('22~'24)	30
〈그림 1-2-5〉 2024년 인터넷산업의 주요 성장 분야	31
〈그림 2-2-1〉 인터넷산업규제 평가 법안(개정)	51
〈그림 2-2-2〉 인터넷산업규제 평가 법안(제정)	51
〈그림 2-2-3〉 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 종합결과	55
〈그림 2-2-4〉 인터넷산업규제 입법평가 소분류 종합결과	55
〈그림 2-2-5〉 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(전자상거래법)	61
〈그림 2-2-6〉 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(전자상거래법)	61
〈그림 2-2-7〉 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(온라인플랫폼법(안))	65
〈그림 2-2-8〉 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(온라인플랫폼법(안))	65
〈그림 2-2-9〉 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(정보통신망법)	68
〈그림 2-2-10〉 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(정보통신망법)	68
〈그림 2-2-11〉 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(전기통신사업법)	72
〈그림 2-2-12〉 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(전기통신사업법)	72
〈그림 4-1-1〉 기업결합 시정조치 개요도	105
〈그림 4-2-1〉 국내대리인 제도 운영 방식	110



2025
인터넷산업규제 백서

CHAPTER

1

인터넷산업 현황

제1절

인터넷산업의 범위와 분류체계

제2절

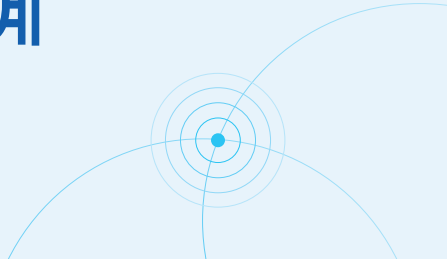
인터넷산업 현황

제3절

결과종합 및 시사점

제 1 절

인터넷산업의 범위와 분류체계



1. 인터넷산업의 범위

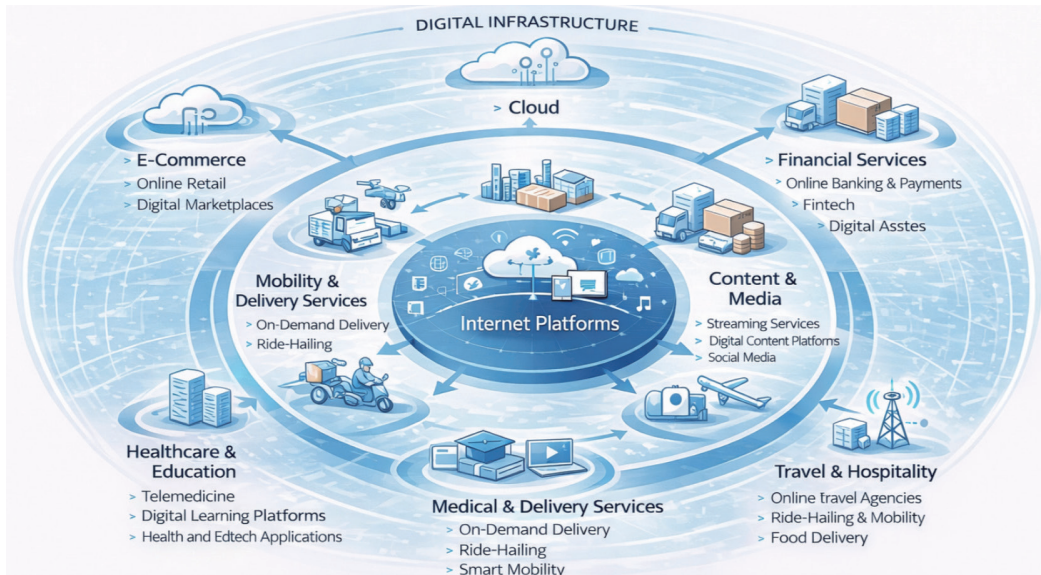
인터넷산업은 단순히 온라인 공간에서 이루어지는 일부 서비스나 특정 기술 분야를 의미하지 않는다. 디지털 전환이 산업 전반으로 확산되면서, 인터넷산업은 이제 생산·유통·소비·금융·콘텐츠·고용 구조 전반에 걸쳐 경제 활동의 방식 자체를 변화시키는 핵심 산업으로 자리 잡았다. 인터넷은 더 이상 하나의 독립된 산업 영역에 머무르지 않고, 다양한 경제 활동이 연결되고 재구성되는 기반 환경이자 공통 인프라로 기능하고 있으며, 그 범위와 영향력은 지속적으로 확대되고 있다.

이러한 변화는 특히 2025년을 전후로, 단순한 기술 확산이나 시장 확대의 단계를 넘어 국제 질서 차원의 구조적 전환으로 가시화되기 시작했다. 미·중 간 반도체 및 인공지능 관련 수출 통제 조치의 확대, EU의 디지털시장법(DMA)과 디지털서비스법(DSA)의 본격 시행, 주요 국가에서의 글로벌 플랫폼 규제 및 퇴출 논란 등은 디지털 기술과 플랫폼이 더 이상 중립적인 시장 상품이 아니라, 국가 전략과 안보, 통상 질서의 핵심 자산으로 재정의되고 있음을 보여주는 사건들이다.

이러한 조치들은 기업의 서비스 제공 방식과 기술 선택, 데이터 저장 위치와 사업 구조 자체를 국가별·권역별로 재편하도록 압박하고 있으며, 그 결과 디지털 산업의 작동 방식은 불과 몇 년 전과는 질적으로 다른 국면으로 빠르게 전환되고 있다. 이는 디지털 네트워크가 국경의 의미를 약화시키는 동시에, 역설적으로 국가 단위의 경계와 통제가 다시 강하게 작동하는 새로운 국면이 열리고 있음을 의미한다.

이러한 변화가 누적되면서, 디지털 기술과 플랫폼을 둘러싼 경쟁 역시 더 이상 개별 기업 간의 시장 경쟁에 머무르지 않고, 국가 단위의 전략 경쟁으로 전면화되고 있다. 인공지능, 클라우드, 반도체, 데이터, 플랫폼을 둘러싼 경쟁은 미·중 간 기술 패권 경쟁, EU와 미국 간 디지털 규범 갈등에서 보듯이, 산업 정책·통상 정책·안보 전략이 서로 맞물리는 복합적인 경쟁 구도로 전개되고 있다. 각국은 자국의 플랫폼 산업과 디지털 생태계를 보호·육성하기 위해 정책 수단을 총동원하며, 이른바 ‘디지털 주권’과 ‘플랫폼 주권’을 둘러싼 경쟁에 본격적으로 돌입하고 있다.

그림 1-1-1. 인터넷산업의 범위와 생태계 구조



그림에도 불구하고 인터넷산업을 바라보는 사회적·정책적 인식은 여전히 제한적인 경우가 많다. 인터넷산업은 종종 기존 산업의 보조적 영역이거나, 특정 서비스 유형의 집합으로 인식되며, 플랫폼·개인정보·콘텐츠·결제 등 개별 이슈 중심의 논의로 분절되어 다뤄지곤 한다. 이러한 접근은 인터넷산업이 하나의 유기적인 산업 생태계로 작동하고 있다는 점을 충분히 반영하지 못하며, 산업 전반의 구조와 파급 효과를 종합적으로 이해하는 데 뚜렷한 한계를 드러낸다.

이러한 인식의 한계는 제도와 정책 논의에서도 그대로 나타난다. 기술과 시장은 빠른 속도로 진화하고 있음에도, 인터넷산업을 규율하는 법·제도적 틀은 여전히 과거의 산업 구분과 정책 사고에

기반해 설계되는 경우가 많다. 그 결과 산업의 실제 구조와 제도적 프레임 사이에 괴리가 발생하고, 이는 산업 전반의 투자와 혁신, 그리고 국제 경쟁력 확보에까지 영향을 미치는 구조적 제약 요인으로 작용할 가능성을 내포하고 있다. 특히 디지털 패권 경쟁이 심화되는 환경에서 이러한 괴리는 단순한 정책 지체를 넘어, 국가 경쟁력 측면에서도 결코 가볍지 않은 문제로 이어질 수 있다.

따라서 인터넷산업을 이해하기 위해서는 개별 서비스나 기술, 혹은 개별 규제 이슈를 넘어, 인터넷을 기반으로 형성되는 산업 활동 전반의 범위를 하나의 구조적 체계로서 살펴볼 필요가 있다. 인터넷산업은 특정 기업군이나 시장의 집합이 아니라, 디지털 기술을 매개로 다양한 산업과 경제 활동을 연결하고 재구성하는 거대한 산업 생태계이며, 그 내부에는 인프라, 플랫폼, 콘텐츠, 금융, 유통, 서비스 산업이 유기적으로 결합되어 있다. 이러한 관점에서 인터넷산업의 범위를 명확히 설정하고, 그 구성과 구조적 특성을 체계적으로 정리하는 작업은 이제 선택이 아니라, 정책 설계와 산업 전략 논의를 위한 필수적인 출발점이라 할 수 있다.

본 백서는 이러한 문제의식을 바탕으로, 인터넷산업의 범위와 구조를 종합적으로 조망하는 것을 목표로 한다. 단순한 통계 나열이나 개별 산업 설명에 머무르지 않고, 인터넷산업이 어떠한 영역들을 포괄하며 어떠한 방식으로 확장·진화해 왔는지를 구조적으로 정리함으로써, 인터넷산업이 현재 한국 경제와 고용 구조 속에서 차지하는 위상과 의미를 보다 입체적으로 제시하고자 한다. 이는 이후 인터넷산업의 구조와 분류체계, 산업 규모와 세부 현황을 분석하기 위한 기초적 전제이자, 향후 정책 논의와 제도 설계를 위한 공통의 인식 기반을 마련하는 작업이기도 하다.

먼저 인터넷산업이 포괄하는 범위와 기본 구조를 정리한 뒤, 이를 구성하는 주요 영역과 산업 분류체계를 단계적으로 살펴보고자 한다.

2. 인터넷산업 분류체계

인터넷산업의 구조는 크게 인터넷 활용을 가능하게 하는 기술적·인프라적 토대를 제공하는 ‘기반 영역’과, 이러한 기반 위에서 인터넷 환경을 활용해 실제 상품과 서비스를 제공하는 ‘응용 영역’으로 구분할 수 있다. 기반 영역은 네트워크 인프라, 클라우드 컴퓨팅, 데이터센터, 보안 및 각종 디지털 솔루션 등 인터넷 서비스가 안정적으로 작동하기 위한 기술적·환경적 토대를 제공하는 역할을

수행한다. 반면, 응용 영역은 이러한 기반을 활용하여 전자상거래, 플랫폼 서비스, 디지털 콘텐츠, 디지털 금융 등 다양한 형태의 인터넷 기반 비즈니스 모델을 구현하는 영역이다.

본 백서는 이와 같은 구조적 구분을 바탕으로 인터넷산업을 보다 체계적으로 분석하기 위해 인터넷산업 분류체계를 설정하였다. 본 분류체계는 인터넷산업을 ① 디지털 기반 산업, ② 디지털 및 실물경제 결합산업, ③ 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업의 세 가지 대분류로 구분하고, 각 대분류 내에서 인터넷을 활용한 세부 산업 분야를 중분류 단위로 체계화하였다.

‘디지털 기반산업’은 인터넷을 통한 거래와 소비, 서비스 제공이 가능하도록 하는 산업 생태계의 기술적·인프라적 기반을 포괄하는 영역으로, 네트워크·컴퓨팅 인프라, 호스팅·클라우드, 그리고 각종 디지털 솔루션 및 시스템 구축 서비스를 포함한다. ‘디지털 및 실물경제 결합산업’은 거래 과정은 디지털 환경에서 이루어지되, 재화나 서비스의 최종 제공은 오프라인에서 이루어지는 산업으로, 전자상거래와 O2O 기반 서비스 산업이 이에 해당한다. 한편, ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업’은 거래와 소비가 모두 디지털 환경에서 이루어지는 산업으로, 콘텐츠·미디어·정보 플랫폼 산업과 디지털 금융 및 자산 거래 산업을 포함한다.

이러한 분류체계는 인터넷산업의 기술적 기반, 실물경제와의 결합 양상, 그리고 순수 디지털 경제 영역을 구조적으로 구분함으로써, 인터넷산업의 범위와 성격을 보다 명확히 파악하고 통계 분석 및 정책 논의의 기초 자료로 활용하기 위해 설정되었다.

표 1-1-1. 인터넷산업의 기본 구조

구분	디지털 기반산업	디지털 및 실물경제 결합산업	디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업
기본 특성	인터넷 활용의 기술적·인프라적 기반 제공	인터넷을 활용한 실물경제 서비스 제공	거래와 소비가 모두 디지털로 이루어짐
설명	인터넷산업의 기반이 되는 네트워크·컴퓨팅 인프라, 클라우드, 솔루션 및 시스템 구축 서비스 제공 산업	디지털 플랫폼을 통해 거래가 이루어지고, 재화·서비스의 최종 제공은 오프라인에서 이루어지는 산업	디지털화된 정보, 콘텐츠, 디지털 자산 및 금융상품 등을 대상으로 거래와 소비가 모두 디지털 환경에서 이루어지는 산업

1) 디지털 기반산업

디지털 기반산업은 인터넷산업 전반의 활동이 가능하도록 하는 기술적·인프라적 토대를 제공하는 산업으로, 네트워크·컴퓨팅 인프라, 호스팅·클라우드, 그리고 각종 디지털 솔루션 및 시스템 구축 서비스를 포괄한다. 구체적으로는 서버와 컴퓨팅 장비, 네트워크 장비 등 인터넷 접속과 데이터 처리를 위한 물리적·기술적 인프라와 이를 연결하는 유·무선 통신 서비스, 그리고 인터넷 서비스 운영에 필요한 웹·서버 호스팅 및 클라우드 서비스(IaaS, PaaS, SaaS 등)가 포함된다.

아울러, 인터넷 기반 서비스의 구축과 운영을 지원하기 위한 시스템 통합(SI), 소프트웨어 및 솔루션 개발, 정보보안, 데이터·AI 솔루션, IT 컨설팅 등 디지털 솔루션 및 시스템 구축 산업도 디지털 기반산업의 중요한 구성 요소로 포함된다. 이와 같은 디지털 기반산업은 인터넷 서비스와 디지털 비즈니스 전반이 안정적으로 작동하기 위한 핵심 인프라 영역이라 할 수 있다.

2) 디지털 및 실물경제 결합산업

디지털 및 실물경제 결합산업은 거래 과정은 디지털 환경에서 이루어지되, 재화나 서비스의 최종 제공은 오프라인에서 이루어지는 산업을 의미한다. 이 영역에는 인터넷을 통해 상품 정보 탐색, 주문, 결제가 이루어지고 실물 상품이 배송되는 온라인 기반 상품 거래업과, 온라인 플랫폼을 통해 오프라인 서비스가 중개·예약·관리되는 온라인·오프라인 결합산업(O2O)이 포함된다.

온라인 기반 상품 거래업은 전통적인 온라인쇼핑몰, 오픈마켓, 플랫폼 입점 판매자 등을 포함하며, 디지털 기술을 활용한 유통 구조의 고도화를 특징으로 한다. 한편, 온라인·오프라인 결합산업은 배달, 숙박·여행, 모빌리티, 예약, 생활서비스 중개 등 다양한 영역으로 확장되면서, 디지털 플랫폼을 매개로 실물경제 전반과 긴밀하게 결합되는 양상을 보이고 있다.

3) 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업

디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업은 정보의 생성, 유통, 소비, 그리고 금융 및 자산 거래가 전 과정 디지털 환경에서 이루어지는 산업을 의미한다. 이 영역에는 콘텐츠와 정보, 이용자를 연결·중개하는

플랫폼을 중심으로, 콘텐츠 제작·유통·소비와 정보 탐색·추천·광고·중개가 통합적으로 이루어지는 디지털 콘텐츠 및 정보매개산업이 포함된다. 구체적으로는 포털·검색 서비스, 메신저·커뮤니티, 소셜미디어, OTT·스트리밍 서비스, 웹툰·웹소설, 음악·게임 등 다양한 디지털 콘텐츠 및 미디어 서비스가 이에 해당한다.

또한, 디지털 기술을 활용하여 금융상품 및 자산의 거래, 결제, 중개, 관리가 이루어지는 디지털 금융산업도 이 범주에 포함된다. 여기에는 인터넷전문은행, 간편결제·송금 서비스, 전자지급결제대행(PG), 자산관리 서비스, 가상자산 거래 및 관련 서비스 등이 포함되며, 모바일·플랫폼 환경의 확산과 함께 디지털 경제의 핵심 영역으로 자리 잡고 있다.

표 1-1-2. 인터넷산업 분류체계 세부 구성 및 설명

대분류	중분류	설명	해당 분야 예시	자료 출처 ¹
디지털 기반산업	네트워크·컴퓨팅 인프라 산업	인터넷 접속 및 데이터 전송을 가능하게 하는 물리적 기기와 통신장비, 통신망 및 네트워크 서비스를 제공하는 산업	컴퓨팅 장비·서버, 유·무선 통신장비, 네트워크 장비, 데이터센터 설비, IoT 단말기, VR/AR 기기, 유·무선 통신서비스(SKT, KT, LGU+), IoT 전용망(NB-IoT, LTE-M 등)	ICT주요품목동향조사, ICT인력동향실태조사, 사물인터넷실태조사, 인공지능산업실태조사, 가상증강현실실태조사, 클라우드실태조사, 공간정보산업조사, 데이터산업현황조사, 블록체인산업실태조사, 콘텐츠산업조사, 이력정보산업실태조사, 국내정보보호 산업실태조사 등
	호스팅 및 클라우드 산업	인터넷 서비스 운영에 필요한 서버, 저장공간, 컴퓨팅 자원 등을 임대·제공하는 정보처리 서비스 산업	웹·서버 호스팅, 코로케이션, 클라우드(IaaS·PaaS·SaaS) (네이버클라우드, NHN클라우드, KT클라우드, 카카오엔터프라이즈), 가상서버, 저장공간 임대 서비스	
	디지털 솔루션 및 시스템 구축 산업	인터넷 기반 서비스 구현을 위한 소프트웨어, 솔루션, 시스템 구축, 보안, 기술지원 및 컨설팅 등을 제공하는 산업	시스템 통합(SI)·IT컨설팅(삼성SDS, LG CNS, SK C&C), 정보보안 솔루션(안랩, SK윌더스, 이스트시큐리티), 인공지능·데이터 솔루션, 블록체인·IoT 솔루션, 클라우드 관리·보안 솔루션, VR/AR 소프트웨어, 디지털 콘텐츠 솔루션	

1 각 공인 통계는 조사시점을 기준으로 최신의 자료를 사용함, 각 조사별로 2024년도의 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 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품 거래업	인터넷을 통해 상품 정보 탐색, 주문 및 결제가 이루어지고, 실물 상품이 배송되는 전자상거래 산업	전자상거래 소매중개·소매(네이버쇼핑, 쿠팡, 11번가, G마켓, SSG닷컴, 롯데온), 종합몰·전문몰, 오픈마켓	서비스업조사, 온라인쇼핑동향조사, O2O서비스산업 시장조사 등
	온라인 오프라인 결합산업 (O2O)	온라인 플랫폼을 통해 오프라인 서비스가 중개·예약·관리되고, 실제 서비스 제공은 오프라인에서 이루어지는 산업	음식배달(배달의민족, 쿠팡이츠, 요기요), 숙박·여행(야놀자, 여기어때), 모빌리티(카카오T), 생활서비스 중개(청소·수리·미용·교육·의료 예약 플랫폼 등)	
디지털 정보· 콘텐츠 및 자산 거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 환경에서 콘텐츠, 정보, 서비스, 이용자를 연결·중개하는 플랫폼을 중심으로, 콘텐츠의 제작·유통·소비와 정보탐색·추천·광고· 중개가 통합적으로 이루어지는 산업	포털·검색(네이버, 다음), 메신저·커뮤니티(카카오톡, 네이버카페), 동영상·OTT·스트리밍(웨이브, 티빙, 왓차), 웹툰·웹소설(네이버웹툰, 카카오페이지, 리디), 음악 스트리밍(멜론, 지니, 플로), 게임·앱마켓(원스토어), 크리에이터 플랫폼(SOOP), 온라인 광고·마케팅 플랫폼(네이버, 카카오)	콘텐츠산업조사, 공간정보산업조사, 데이터산업현황조사, 이러닝산업실태조사, 가상증강현실실태조사, 스마트미디어산업 실태조사, 핀테크기업편람, 은행통계정보시스템 등
	디지털 금융산업	디지털 기술을 활용하여 금융상품 및 자산의 거래, 결제, 중개, 관리가 이루어지는 산업	인터넷전문은행(카카오뱅크, 케이뱅크, 토스뱅크), 간편결제· 송금(카카오페이, 네이버페이, 토스), 전자지급결제대행(PG) (KG이니시스, NHN KCP, 토스페이먼츠), 자산관리·금융정보(뱅크샐러드), P2P·클라우드펀딩, 가상자산 매매·중개 (업비트, 빗썸, 코인원, 코빗)	

제 2 절

인터넷산업
현황

1. 인터넷산업 규모

1) 인터넷산업의 성장

2024년 인터넷산업 매출액은 718.8조원으로 전년 대비 9.0% 성장하며, 전체 산업(금융보험업 제외)의 평균 성장률인 5.2%를 상회하였다. 이는 인터넷산업이 단기적인 경기 회복의 수혜 산업이 아니라, 디지털 전환과 산업 구조 변화에 기반한 지속적 고성장 산업임을 보여준다.

산업별 비교에서도 인터넷산업의 상대적 위상은 더욱 뚜렷하게 나타난다. 제조업(5.7%), 도소매업(3.0%) 등 전통 주력 산업을 상회하는 성장률을 기록했을 뿐만 아니라, 2024년 건설업이 전년 대비 -2.9%로 역성장을 기록한 것과 대비되며, 경기 변동에 대한 인터넷산업의 상대적 안정성이 확인된다. 이는 인터넷산업이 경기 민감도가 높은 산업과 달리, 소비·산업 활동 전반의 디지털화 흐름에 기반한 비경기순환적 성장 특성을 갖고 있음을 시사한다.

또한 인터넷산업은 매출 규모 측면에서도 국가 경제에서 차지하는 비중이 크다. 2024년 기준 인터넷산업 매출은 전체 산업 매출의 약 21% 수준에 달하며, 단일 산업군으로서 제조업과 금융보험업 다음으로 큰 규모를 형성하고 있다. 이는 인터넷산업이 특정 서비스 영역에 국한된 산업이 아니라, 유통·금융·콘텐츠·광고·플랫폼·데이터·AI 등 다양한 산업 활동의 핵심 인프라로 기능하고 있음을 의미한다.

특히 인터넷산업은 기술 집약도와 생산성 기여도가 높고, 데이터·AI·플랫폼을 통해 다른 산업의 효율성과 경쟁력을 동시에 끌어올리는 파급 효과가 큰 산업이라는 점에서 국가 경쟁력 측면의 전략적 의미가 크다. 이러한 특성은 인터넷산업이 단일 산업을 넘어 한국 경제 전반의 디지털 경쟁력을 좌우하는 핵심 주력 산업으로 자리매김하고 있음을 보여준다.

종합하면, 최근의 매출 증가와 성장률 추이는 인터넷산업이 규모와 성장성 모두에서 이미 한국 경제의 주요 성장 축으로 기능하고 있으며, 국가 경쟁력 형성에 중요한 지분을 차지하는 산업으로 전환되었음을 명확히 보여준다.

표 1-2-1. 산업별 매출액 현황

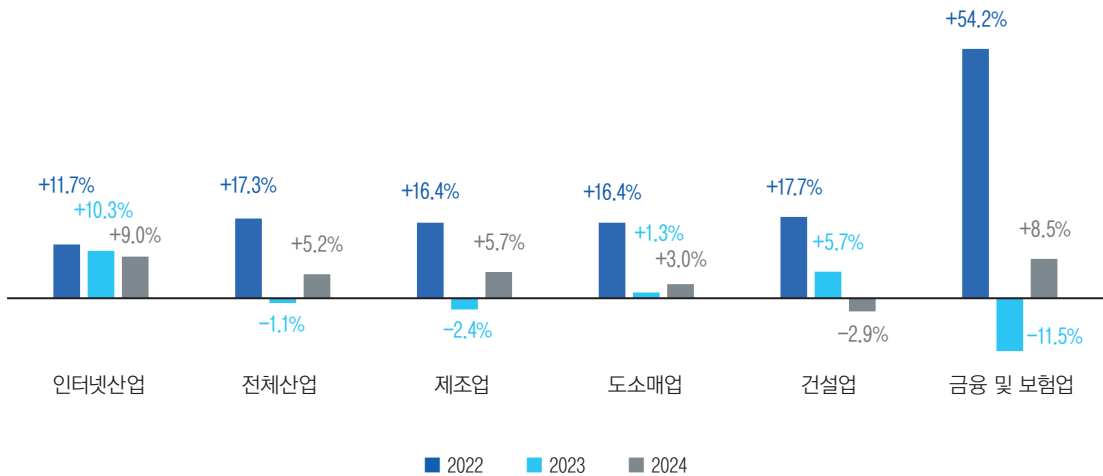
(단위 : 조원)

	2021년	2022년	2023년	2024년	yoy('23~'24)
인터넷산업	535.3	597.7	659.4	718.8	+9.0%
전체 산업 (금융보험업 제외)	2,759.5	3,238.2	3,203.8	3,371.1	+5.2%
제조업	1,643.6	1,913.4	1,866.6	1,972.7	+5.7%
도소매업	445.6	518.7	525.3	541.2	+3.0%
건설업	177.4	208.8	220.8	214.5	-2.9%
금융보험업	789.3	1,217.4	1,077.2	1,169.2	+8.5%

* 자료 : 통계청, 기업활동조사, 각 연도

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

그림 1-2-1. 산업별 전년 대비 매출액 변화('22~'24)



2024년 인터넷산업 종사자 수는 216.7만 명으로 전년 대비 9.2% 증가하며, 전체 산업 평균 증가율(1.1%)을 크게 상회하였다. 이는 인터넷산업의 성장이 매출 확대에 그치지 않고, 실제 고용 창출로 이어지고 있음을 보여주는 결과다.

산업별로 보면 인터넷산업의 고용 증가세는 더욱 두드러진다. 제조업은 2024년 기준 종사자 수가 전년 대비 -0.3% 감소하였고, 건설업 역시 -6.4%의 큰 감소폭을 기록하였다. 도소매업(0.7%)과 금융보험업(4.3%)도 제한적인 증가에 그친 반면, 인터넷산업은 이들 산업과 비교해 높은 고용 성장률을 유지하고 있다. 이는 인터넷산업이 경기 둔화 국면에서도 고용을 흡수하는 비경기순환적 산업 특성을 갖고 있음을 시사한다.

특히 인터넷산업은 디지털 플랫폼, 콘텐츠, 데이터, AI, 소프트웨어 등 지식·기술 집약적 서비스 중심 산업으로 구성되어 있어, 자동화·효율화로 고용이 감소하는 전통 산업과 달리 지속적인 인력 수요를 창출하는 구조를 보인다. 이는 인터넷산업이 단순한 일자리 양적 확대를 넘어, 고부가가치 인력 중심의 질적 고용을 창출하는 산업임을 의미한다.

매출 증가와 고용 확대가 동시에 나타난다는 점은 인터넷산업의 성장 기반이 일시적 수요 증가가 아니라, 산업 구조 전반의 디지털 전환에 기반하고 있음을 보여준다. 이러한 특성은 인터넷산업이 한국 경제에서 성장성과 고용 안정성을 동시에 갖춘 핵심 주력 산업으로 자리매김하고 있음을 뒷받침한다.

표 1-2-2. 산업별 종사자 수 현황

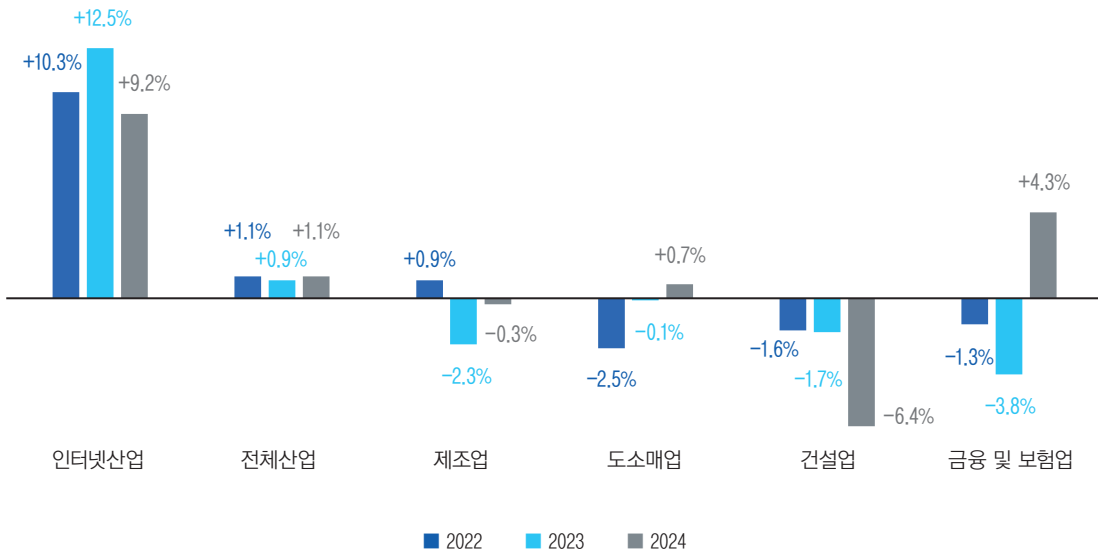
(단위 : 만명)

	2021년	2022년	2023년	2024년	yoy('23~'24)
인터넷산업	160.0	176.5	198.5	216.7	+9.2%
전체산업	2,493.2	2,521.7	2,544.6	2,573.1	+1.1%
제조업	421.8	425.4	415.7	414.6	-0.3%
도소매업	366.8	357.7	357.5	360.0	+0.7%
건설업	198.7	195.6	192.3	180.0	-6.4%
금융보험업	74.1	73.1	70.3	73.3	+4.3%

* 자료 : 통계청, 전국사업체조사, 각 연도

* 2023년부터 제11차 한국표준산업분류 적용

그림 1-2-2. 산업별 전년대비 종사자 수 변화('22~'24)



인터넷산업의 매출과 고용이 동시에 확대되는 가운데, 타 산업 대비 높은 생산성 구조를 유지하고 있는 것으로 나타난다. 2024년 기준 인터넷산업은 매출이 전년 대비 9.0% 증가하는 동시에 종사자 수 역시 9.2% 증가하여, 성장 과정에서 고용 증가가 과도하게 생산성을 잠식하지 않는 균형적 확장 양상을

보였다.

이는 제조업·건설업 등 전통 산업과 대비되는 특징이다. 제조업은 매출 증가율(5.7%)에 비해 종사자 수가 오히려 감소(-0.3%)하며 자동화·구조조정 압력이 지속되고 있고, 건설업은 매출(-2.9%)과 고용(-6.4%)이 동시에 감소하는 전형적인 경기 민감 산업의 모습을 보이고 있다. 반면 인터넷산업은 성장 국면에서도 인력 투입 대비 성과 창출 능력을 유지·확대하고 있다는 점에서 구조적 차별성을 가진다.

특히 인터넷산업은 플랫폼, 소프트웨어, 데이터, 콘텐츠, AI 등 무형자산 중심의 산업 구조를 기반으로 하고 있어, 물적 설비 투자나 대규모 인력 확충 없이도 서비스 확장과 매출 증가가 가능한 특성을 갖는다. 이로 인해 동일한 고용 증가가 발생하더라도, 타 산업 대비 더 큰 매출 성과로 연결되는 고생산성 구조가 형성된다.

또한 인터넷산업에서 창출되는 일자리는 단순 노동 중심이 아니라, 개발·기획·데이터 분석·콘텐츠 제작 등 전문성과 부가가치가 높은 직무 비중이 크다는 점에서, 고용의 질과 생산성 측면에서 국가 경쟁력에 기여하는 효과가 크다. 이는 인터넷산업이 단순히 일자리를 많이 만드는 산업이 아니라, 적은 인력으로도 높은 부가가치를 창출하는 효율적인 산업임을 의미한다.

종합하면, 인터넷산업은 매출 성장, 고용 확대, 생산성 유지가 동시에 나타나는 드문 산업군으로, 타 산업 대비 높은 생산성과 확장성을 바탕으로 한국 경제의 성장 효율을 끌어올리는 핵심 역할을 수행하고 있다.

2) 인터넷산업의 세부 구성

인터넷산업은 ‘디지털 기반산업’, ‘디지털 및 실물경제 결합산업’, ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업’으로 분류할 수 있다. 2024년 기준, ‘디지털 및 실물경제 결합산업’의 매출액은 497.5조 원(69.2%)으로 가장 높은 비중을 차지하였으며, ‘디지털 기반산업’은 132.5조 원(18.4%), ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업’은 88.8조 원(12.4%)으로 나타났다.

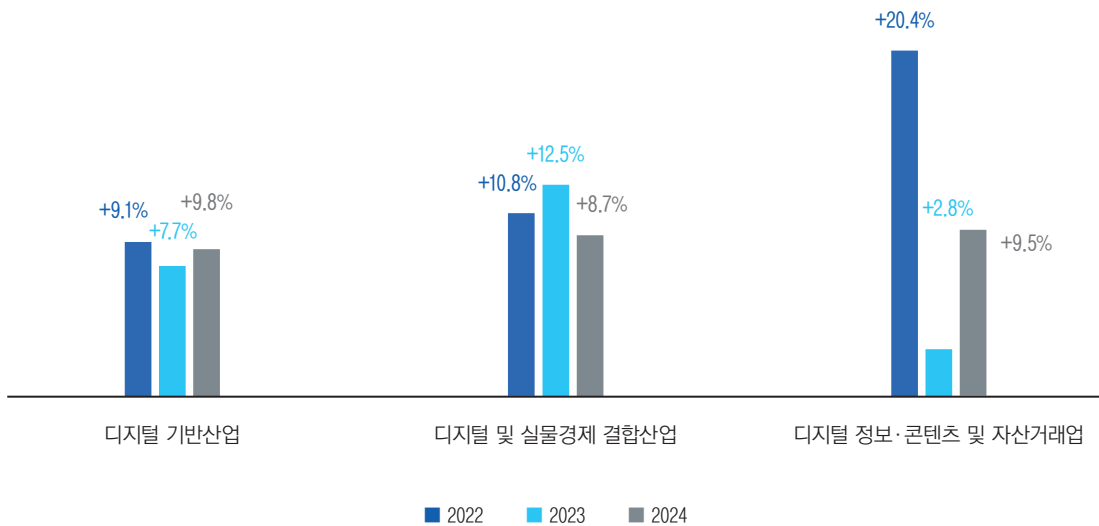
매출액 증가율을 살펴보면, ‘디지털 실물경제 결합산업’은 2023년 +12.5%에서 2024년 +8.7%로 증가세가 둔화되었으나, 여전히 꾸준한 성장세를 보였다. 반면, ‘디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업’은 2023년 +2.8%에서 2024년 +9.5%로 성장세를 회복하였다. ‘디지털 기반산업’은 2023년 +7.7%에서 2024년 +9.8%로 여전히 디지털 경제의 핵심 인프라로서 중요한 역할을 하고 있다.

표 1-2-3. 인터넷산업 매출액 현황

(단위: 조원)

대·중분류	2021년	2022년	2023년	2024년	비중
디지털 기반산업	102.7	112.0	120.6	132.5	18.4%
네트워크·컴퓨팅 인프라 산업	47.7	49.4	51.4	55.6	7.7%
호스팅 및 클라우드 산업	7.4	8.3	9.4	12.1	1.7%
디지털 솔루션 및 시스템 구축 산업	47.6	54.3	59.8	64.8	9.0%
디지털 및 실물경제 결합산업	367.1	406.8	457.7	497.5	69.2%
온라인 기반 상품 거래업	215.4	239.9	277.2	303.3	42.2%
온라인 오프라인 결합산업(O2O)	151.7	166.8	180.4	194.2	27.0%
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	65.5	78.9	81.1	88.8	12.4%
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	56.4	59.4	60.3	62.6	8.7%
디지털 금융산업	9.1	19.5	20.8	26.2	3.6%

그림 1-2-3. 인터넷산업 전년대비 매출액 변화('22~'24)



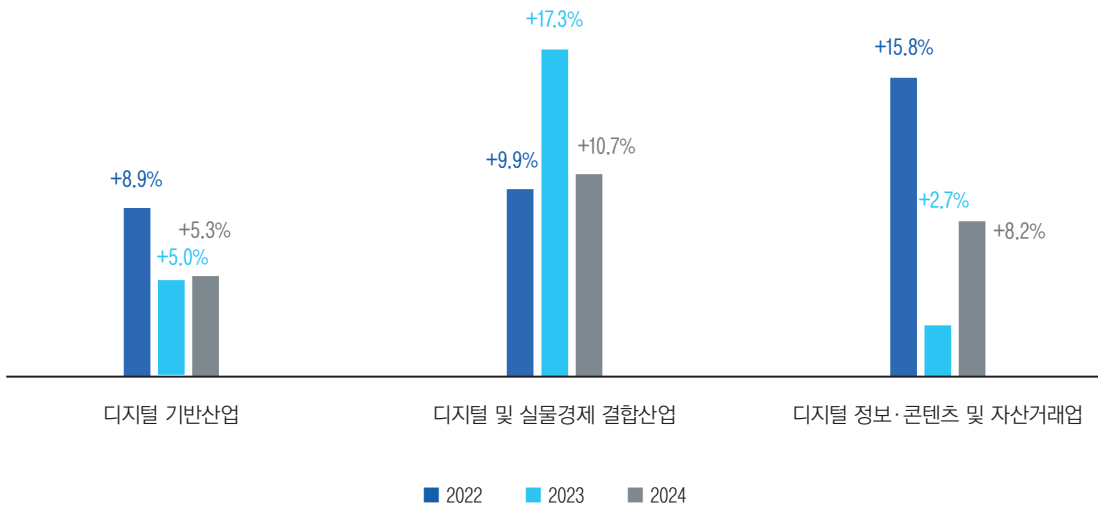
2024년 '디지털 및 실물경제 결합산업'의 종사자 수가 144.3만 명으로 인터넷산업 내 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 이는 전년(130.3만 명) 대비 10.7% 증가한 수치이다. 이 부문의 성장은 전자상거래, O2O(Online to Offline) 서비스, 디지털 플랫폼 확대에 따른 고용 증가가 주요 요인으로 작용한 것으로 보인다. '디지털 기반산업'은 49.9만 명으로, 2023년(47.4만 명) 대비 5.3% 증가하며 인터넷 인프라 구축 및 기술 서비스의 확대에 의해 안정적인 성장세를 이어가고 있다. 반면, '디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업'의 종사자 수는 22.6만 명으로, 2023년(20.9만 명) 대비 8.2% 증가했다.

표 1-2-4. 인터넷산업 종사자 수 현황

(단위: 만명)

대·중분류	2021년	2022년	2023년	2024년	비중
디지털 기반산업	41.4	45.1	47.4	49.9	23.0%
네트워크·컴퓨팅 인프라 산업	11.4	11.9	12.1	12.1	5.6%
호스팅 및 클라우드 산업	2.4	3.0	3.6	4.1	1.9%
디지털 솔루션 및 시스템 구축 산업	27.6	30.3	31.7	33.6	15.5%
디지털 및 실물경제 결합산업	101.0	111.0	130.3	144.3	66.6%
온라인 기반 상품 거래업	34.9	37.9	45.4	52.8	24.4%
온라인 오프라인 결합산업(O2O)	66.1	73.2	84.9	91.4	42.2%
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	17.6	20.3	20.9	22.6	10.4%
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	15.9	17.7	18.2	19.5	9.0%
디지털 금융산업	1.7	2.6	2.7	3.1	1.5%

그림 1-2-4. 인터넷산업 전년대비 종사자 수 변화('22~'24)



2. 인터넷산업의 주요 성장 분야

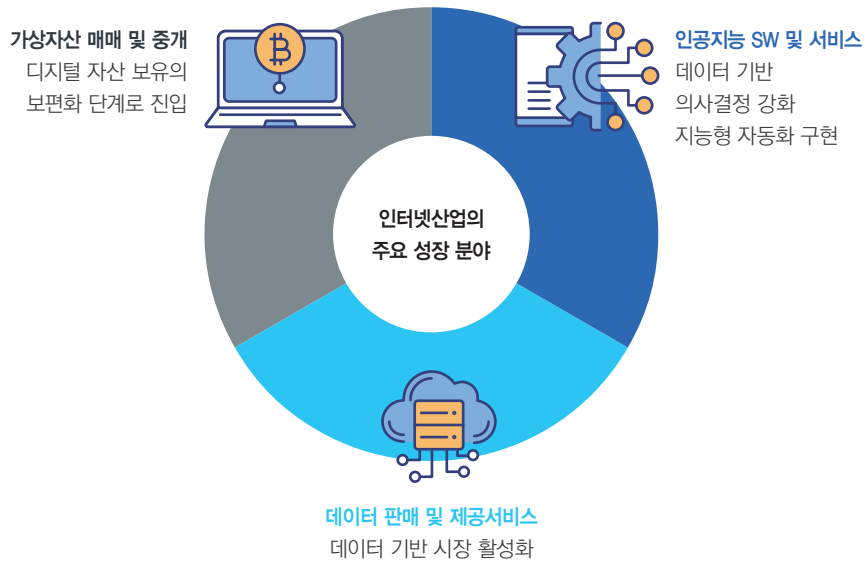
앞서 살펴본 바와 같이, 인터넷산업은 전반적으로 높은 성장률과 고용 확대를 동시에 기록하며 한국 경제의 핵심 주력 산업으로 자리매김하고 있다. 그러나 인터넷산업 내부를 보다 세분화해 보면, 모든 세부 산업이 동일한 속도로 성장하고 있는 것은 아니며, 기술 변화, 제도 환경, 시장 구조 변화에 따라 성장세와 산업적 의미가 크게 달라지는 양상이 나타난다.

특히 최근에는 디지털 자산, 데이터, 인공지능과 같이 디지털 경제의 구조 자체를 변화시키는 영역을 중심으로 산업 역동성이 빠르게 집중되고 있다. 이러한 산업들은 단순한 시장 확대를 넘어, 금융·산업·노동·콘텐츠 생태계 전반에 파급효과를 미치며 새로운 정책적 쟁점을 동시에 만들어내고 있다는 점에서 주목할 필요가 있다.

이에 본 절에서는 인터넷산업 세부 분야 가운데, 최근 성장률과 시장 변화 속도, 정책·제도적 중요성을 종합적으로 고려하여 특히 주목할 필요가 있는 세 가지 산업, ① 가상자산 매매 및 중개, ② 데이터 판매 및 제공서비스업, ③ 인공지능 SW 및 서비스를 중심으로 그 현황과 구조적 의미를 보다

구체적으로 살펴보고자 한다. 이들 산업은 공통적으로 기술 혁신 속도가 빠르고 제도 정비 속도가 이를 따라가지 못하는 영역이라는 점에서, 향후 인터넷산업 정책과 규제 체계 재설계 논의의 핵심 사례로서 중요한 시사점을 제공한다.

그림 1-2-5. 2024년 인터넷산업의 주요 성장 분야



1) 가상자산 매매 및 중개

2024년 국내 가상자산 매매 및 중개 산업은 시가총액 기준 107.7조 원으로 전년(43.6조 원) 대비 147% 이상 급증하며 강한 회복세를 나타냈다. 이는 2022년의 일시적 침체기를 지나, 국내외 시장 신뢰 회복과 함께 비트코인 ETF 승인, 반감기(halving) 기대감, 정책 안정화 등 복합적 요인에 따른 것으로 분석된다.

거래 이용자 수는 970만 명으로 집계되며, 2023년 대비 약 50% 이상 증가하였다. 특히 등록계정 수(2,002만 개)는 처음으로 2,000만 개를 넘어서는 등, 국민 5명 중 2명이 가상자산 계정을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이 같은 수치는 가상자산이 일시적 투자 대상을 넘어 디지털 자산 보유의 보편화 단계로 진입하고 있음을 시사한다.

다만, 종사자 수는 1,862명으로, 2022년 대비 소폭 감소한 수준이며, 자금세탁방지(AML) 관련 인력은 2022년 대비 큰 폭으로 축소되어 65명에 그쳤다. 이는 업계 내 효율화·자동화가 진행되었거나, 특정 사업자 중심의 시장 집중화 현상이 심화된 결과로 볼 수 있다.

가상자산 수(1,357개)는 전년과 유사한 수준을 유지하고 있으나, 시장 내 거래소 상장 심사 기준 강화, 스테이블코인 규제 이슈, 국내외 프로젝트 구조조정 등으로 인해 신규 상장 흐름은 제한적으로 유지되고 있는 것으로 해석된다.

2024년의 시장 회복은 기술적, 제도적, 투자 심리의 삼중 요소가 동시에 작용한 결과로 분석되며, 향후 디지털자산 기본법, 자금세탁방지 규제 강화, CBDC(중앙은행 디지털화폐) 도입 논의와 같은 정책 변화가 산업 구조와 참여자 생태계에 주요한 영향을 줄 것으로 보인다.

표 1-2-5. 국내 가상자산 매매 및 중개 산업 현황

구분	2021년	2022년	2023년	2024년
시가총액(조원)	55.2	19.4	43.6	107.7
종사자수(명)	1,717	2,093	1,665	1,862
자금세탁방지(AML) 업무관련인원(명)	200	298	199	65
가상자산 수(개)	1,257	1,362	1,333	1,357

표 1-2-6. 국내 가상자산 거래 이용 현황

구분	2021년	2022년	2023년	2024년
실제 이용자수(만명)	558	627	645	970
등록계정수(만개)	-	1,178	1,816	2,002

*가상자산사업자 실태조사

2) 데이터 판매 및 제공서비스업

데이터 판매 및 제공 서비스업은 기업·기관이 보유하거나 수집·가공한 데이터를 외부에 유료로 판매하거나 접근·이용 권한을 제공하는 산업으로, 데이터 자체를 최종 상품으로 거래한다는

점에서 데이터 구축·컨설팅이나 솔루션 개발과 구별되는 데이터 유통 중심 산업이다. 「2024 데이터산업 현황조사」에서는 이를 데이터 판매·중개 서비스업과 정보제공 서비스업으로 구분하고, 산업·금융·소비·교통·환경 등 다양한 영역의 데이터를 표준화·상품화하여 제공하는 활동을 포함한다. 최근에는 API, 데이터 마켓플레이스, 구독형 데이터 서비스 등 플랫폼 기반 유통 방식이 핵심적인 비즈니스 모델로 자리 잡고 있다.

이 산업은 AI·빅데이터 활용 확산과 함께 빠르게 성장하고 있다. 기업들이 자체 구축보다 외부 데이터 구매·활용으로 전환하면서 데이터 거래 수요가 확대되고, 데이터 표준화와 메타데이터 체계 정비로 거래 비용도 낮아지고 있다. 아울러 데이터 거래소와 민간 데이터 마켓 등 유통 인프라 확산으로 중소기업과 스타트업도 비교적 낮은 비용으로 시장에 참여할 수 있는 환경이 조성되고 있다.

데이터 판매 및 제공 서비스업은 이러한 흐름 속에서 AI와 디지털 신산업을 뒷받침하는 핵심 인프라로 기능하며, 데이터 유통 활성화를 통해 산업 전반의 생산성과 혁신 역량을 높이는 기반 산업으로 평가할 수 있다. 나아가 국내 데이터 생태계가 확대될수록 해외 데이터 의존도 완화와 함께, 데이터 수출 등 고부가가치 산업으로 발전할 가능성도 크다.

데이터 서비스 시장 내 성장 동력의 분화

데이터 판매 및 제공 서비스업은 '데이터 판매·중개 서비스업'과 '정보제공 서비스업'으로 나눌 수 있다. 데이터 판매·중개 서비스업은 데이터를 '원자재'로 거래하는 산업이며, 정보제공 서비스업은 데이터를 '해석된 결과물'로 제공하는 산업이다. 정보제공 서비스업은 시장 규모 측면에서는 큰 비중을 차지하고 있으나, 성장률이 +3.7%에 수준으로 사실상 성숙 단계에 진입한 것으로 나타났다. 반면, 데이터 판매·중개 서비스업은 +20.5%의 높은 성장률을 기록하며 데이터 서비스 시장 내에서 가장 빠르게 성장하는 부문으로 부상하였다.

이는 데이터 서비스 산업의 중심이 기존의 정보·콘텐츠 제공 중심 구조에서 벗어나, 데이터 자체를 거래·중개·활용하는 유통 중심 구조로 전환되고 있음을 시사한다. 즉, 데이터의 부가가치가 단순한 정보 제공이 아니라, 다양한 산업에서 재사용·결합 가능한 경제적 자산으로 인식되기 시작했음을 보여준다.

표 1-2-7. 데이터 판매 및 제공 서비스업 증분류별 매출액 현황

(단위: 조원)

대·중분류	2022년	2023년	2024년(E)	CAGR('22~'24)
데이터 판매 및 제공 서비스업	12.8	13.8	14.6	+6.9%
데이터 판매·중개 서비스업	2.3	3.3	3.4	+20.5%
정보제공 서비스업	10.5	10.5	11.3	+3.7%

*2024년 데이터산업현황조사

데이터 판매·제공 서비스의 서비스 형태 및 이용 구조 변화

데이터 판매·제공 서비스의 서비스 형태를 보면, PC 기반 온라인 서비스의 비중은 지속적으로 감소하고 있으며, 2022~2024년 사이 시장 규모도 -3.4%의 감소세를 보였다. 이는 전통적인 웹 중심 데이터 제공 모델이 성장 한계에 도달했음을 의미한다.

반면, 모바일 기반 데이터 서비스는 +1.4%의 완만한 증가세를 유지하고 있으며, 기기·장비와 결합된 오프라인 데이터 서비스는 +70.5%의 매우 높은 성장률을 기록하고 있다. 이는 데이터 판매·제공 서비스의 성장이 접속 채널의 확대보다는, 산업 현장·물리적 시스템과 결합된 데이터 활용으로 이동하고 있음을 보여준다. 데이터 서비스가 온라인 정보 접근 수단을 넘어, 실제 산업 운영과 의사결정을 지원하는 기반 서비스로 진화하고 있다는 점에서 구조적 변화로 해석할 수 있다.

표 1-2-8. 데이터 판매 및 제공 서비스업 서비스 형태별 매출액 현황

(단위: 조원)

대·중분류		2022년	2023년	2024년(E)	CAGR('22~'24)
데이터 판매 및 제공 서비스업		12.8	13.8	14.6	+6.9%
온라인	PC	6.6	5.9	6.2	-3.4%
	모바일	5.0	4.8	5.2	+1.4%
오프라인(기기·장비탑재 포함)		1.1	3.1	3.3	+70.5%

*2024년 데이터산업현황조사

3) 인공지능 SW 및 서비스

인공지능 SW 및 서비스는 인공지능 기술을 구현·적용하여 다양한 산업 문제를 해결하거나 기업 및 공공부문의 생산성과 효율성을 제고하는 소프트웨어 및 서비스 중심 산업을 의미한다.

「2024 인공지능산업 실태조사」에서는 이를 △인공지능 시스템 소프트웨어 △인공지능 응용 소프트웨어 △인공지능 구축·관리 및 관련 정보 서비스로 구분하고 있다. 특히 이 부문은 하드웨어 제조와 달리 무형자산 중심의 지식·서비스 산업으로, AI 모델·알고리즘·플랫폼·응용 서비스가 인터넷과 클라우드 인프라를 기반으로 유통·제공된다는 점에서 인터넷산업과 구조적으로 밀접한 연관성을 가진다.

인공지능 산업 내에서 SW 및 서비스 부문은 기술 발전과 시장 수요 확대가 동시에 작용하며 핵심 성장 축으로 자리 잡고 있다. 그 주요 배경은 다음과 같다.

첫째, 전 산업의 AI 활용 수요 확대이다. 제조, 금융, 유통, 물류, 공공행정 등 거의 모든 산업 영역에서 인공지능 도입이 본격화되면서, 범용 AI 기술보다 산업 맞춤형 응용 소프트웨어와 서비스 수요가 빠르게 증가하고 있다. 둘째, 클라우드·플랫폼 기반 AI 서비스 확산이다. 과거 온프레미스 중심의 구축 방식에서 벗어나, AI 모델·API·SaaS 형태로 제공되는 서비스가 확대되면서 기업의 초기 투자 부담이 완화되었고, AI SW 및 서비스의 시장 접근성이 크게 높아졌다.

셋째, 생성형 AI 확산에 따른 서비스 고도화이다. 텍스트·이미지·음성·영상 생성 기술의 상용화는 AI SW를 단순 분석 도구가 아닌, 콘텐츠·업무·의사결정 전반을 지원하는 범용 서비스 계층으로 확장시키고 있다.

수출 확장이 가시화된 비물리적 전략 산업

2023~2024년 인공지능 기술·제품·서비스의 해외 수출액은 전체 기준으로 3,709억 원에서 4,248억 원으로 증가하며, 단기간 내 뚜렷한 성장세를 보이고 있다.

세부적으로 보면, AI SW 부문이 전체 해외 수출액의 대부분을 차지하고 있으며, 2024년 기준 AI SW 수출액은 3,346억 원으로 전년 대비 증가하였다. 이는 인공지능 수출이 하드웨어 중심이 아닌, 소프트웨어 중심의 구조로 형성되고 있음을 시사한다. 물리적 생산·운송 제약이 없는 AI SW의 특성상, 국내에서 검증된 기술과 서비스가 비교적 빠르게 글로벌 시장으로 확장되고 있는 것으로 해석할 수

있다.

반면 AI 서비스 부문은 아직 수출 규모가 제한적이나, 평균 수출액이 증가하는 흐름을 보이며 초기 시장 형성 단계에 진입한 것으로 나타났다. 이는 향후 산업 특화형 AI 서비스가 고도화될 경우, 소프트웨어와 함께 수출 포트폴리오의 한 축으로 성장할 가능성을 시사한다.

이러한 통계는 인공지능 SW 및 서비스 산업이 내수 중심 산업을 넘어, 국가 차원의 수출 경쟁력을 보유한 비물리적 전략 산업으로 발전하고 있음을 보여주는 신호로 평가할 수 있다. 특히 글로벌 디지털 전환과 생성형 AI 확산 흐름 속에서, 인공지능 SW·서비스는 정책·표준·데이터 환경이 경쟁력을 좌우하는 분야라는 점에서 향후 전략적 육성 필요성이 더욱 커질 것으로 보인다.

〈표 1-2-9〉 인공지능 기술·제품·서비스 해외 수출액

구분	2022년	2023년	2024년(E)	비중
전체	262,152	370,931	424,755	-
AI SW	240,719	309,725	334,618	78.8%
AI 서비스	15,033	11,454	12,137	2.9%
AI HW	6,400	49,752	78,000	18.4%

*2024년 인공지능산업 실태조사

제3절

결과 종합 및
시사점


본 장에서 살펴본 인터넷산업의 매출 규모, 고용 창출 지표는 인터넷산업이 더 이상 신흥 산업이나 특정 서비스 영역에 국한된 산업이 아니라, 한국 경제 전반의 성장과 경쟁력을 좌우하는 핵심 주력 산업으로 전환되었음을 명확히 보여준다. 700조 원을 넘어선 매출 규모와 전체 산업 평균을 크게 웃도는 성장률, 경기 둔화 국면에서도 유지되는 고용 확대는 인터넷산업이 구조적·비경기순환적 성장 기반을 갖춘 산업임을 시사한다.

특히 인터넷산업은 데이터, 플랫폼, 인공지능, 디지털 자산 등 무형자산과 네트워크 효과를 기반으로 성장하는 산업이라는 점에서, 전통적인 산업과는 전혀 다른 작동 원리를 가진다. 이러한 특성은 높은 생산성과 확장성을 가능하게 하는 동시에, 규제가 산업 전반에 미치는 영향이 전통 산업과는 다른 방식으로 나타날 수 있음을 의미한다. 예컨대, 플랫폼 규제는 해당 플랫폼뿐 아니라 그 위에서 활동하는 수만 개 입점업체와 콘텐츠 제작자, 배송·결제 등 연관 서비스 생태계 전반에 동시다발적 영향을 미친다. 따라서 개별 사업자나 특정 서비스에 대한 규제라도 산업 생태계 전체의 혁신 경로에 중대한 영향을 미칠 수 있다.

또한 가상자산 매매·중개, 데이터 판매·제공 서비스업, 인공지능 SW 및 서비스와 같이 최근 성장세가 두드러지는 세부 산업들은 공통적으로 기술 발전 속도와 시장 변화가 제도 정비 속도를 앞서는 영역에 속한다. 이들 산업은 이미 시장 규모와 이용자 기반 측면에서 사회·경제적 영향력이 확대되었으나, 규제 체계는 여전히 과거 산업 구조를 전제로 설계된 틀에 머물러 있는 경우가 많다. 이는 규제가 산업의 위험을 관리하기보다, 오히려 성장과 혁신의 불확실성을 증폭시키는 요인으로

작용할 가능성을 내포한다.

종합하면, 인터넷산업의 현재 위상과 성장 구조는 규제의 필요성을 부정하기보다는, 규제의 설계 방식과 접근 철학에 대한 근본적인 재검토가 필요함을 시사한다. 구체적으로, 첫째, 규제는 산업의 규모와 파급효과에 비례하여 신중하게 설계되어야 한다. 둘째, 사업자와 이용자가 예측 가능한 규제 환경이 제공되어야 한다. 셋째, 개별 서비스가 아닌 산업 생태계 전반에 대한 이해를 바탕으로 규제 영향을 종합적으로 평가해야 한다. 이러한 인식을 바탕으로 하지 않는 규제는 단기적 위험 관리에는 기여할 수 있으나, 중장기적으로는 산업 혁신 동력을 제약하고 국가 경쟁력 확보에 어려움을 줄 수 있다.



2025
인터넷산업
규제 백서



2025
인터넷산업규제 백서

CHAPTER

2

인터넷산업규제 입법 진단

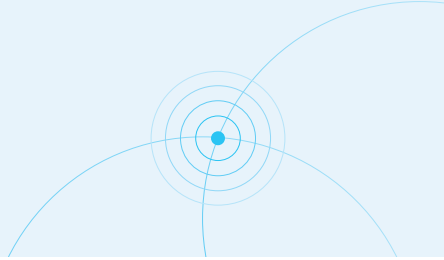
제1절
서론

제2절
2025 인터넷산업규제 입법평가 결과

제3절
정책적 시사점 및 제언

제 1 절

서론



1. 인터넷산업규제 입법평가 배경

1) 디지털 전환과 규제 환경의 구조적 변화

최근 수년간 우리 경제의 성장 동력은 제조업 중심에서 디지털 산업 중심 구조로 빠르게 전환되고 있다. 데이터·네트워크·인공지능을 기반으로 한 서비스 산업이 신산업 창출의 핵심 축으로 자리 잡았으며, 인터넷 플랫폼, 온라인 유통, 콘텐츠, 핀테크, 인공지능 서비스 등은 국가 경쟁력의 중요한 요소로 부상하였다.

이러한 구조 변화 속에서 인터넷산업은 단순한 정보 유통의 통로를 넘어 혁신의 기반으로 기능하며 중소기업과 창작자의 새로운 시장 진입을 가능하게 했다. 그러나 기술혁신의 속도에 비해 법·제도의 변화는 상대적으로 더딘 상황으로, 전통적 규제 프레임이 여전히 디지털산업 전반을 제약하는 구조적 한계가 지속적으로 지적되고 있다.

특히 인공지능, 빅데이터, 알고리즘 기반 서비스 등 새로운 기술 영역에서 ‘책임·투명성·이용자 보호’를 강화하려는 입법 시도가 확대되면서, 산업계에서는 혁신 저해, 중복 규제, 기술 발전의 불확실성 확대 등 부작용을 우려하는 목소리도 커지고 있다. 이러한 문제는 단순히 개별 법안의 완성도 문제를 넘어, 결국 입법 전반에 대한 질적 관리 체계가 충분히 작동하고 있는지에 대한 근본적 질문으로 이어진다.

2) 규제입법의 양적 확대와 질적 관리의 한계

제21대 국회와 제22대 국회 초반을 거치며 디지털 플랫폼, 인공지능, 개인정보, 전자상거래, 콘텐츠 산업 등을 포괄하는 규제 법안이 대거 발의되었다. 일부 법안은 급변하는 시장환경에 대응하려는 시도로 평가되지만, 실제로는 기업 활동의 자율성과 기술 발전 속도를 충분히 고려하지 못한 조항들이 포함되었다.

입법 과정에서 산업계 및 전문가 의견 수렴이 제한적으로 이루어지면서, 법률안 간 중복·충돌, 집행 주체 간 관할 불명확 등의 문제도 빈번하게 나타났다. 특히 정보통신망법, 전기통신사업법, 전자상거래법 등 핵심 기반법들은 반복 개정으로 인해 법체계의 일관성이 저하되고, 규제 예측 가능성을 저해하는 요인으로 작용하였다.

이러한 ‘입법 피로 현상’은 규제 목적 달성보다는 정치적 메시지 중심의 ‘상징입법(symbolic legislation)’이 증가한 결과이기도 하다. 동일·유사 주제를 반복적으로 다루는 법안이 다수 발의되었으며, 이 중 상당수는 기존 법체계와 충돌하거나 구체적 집행 계획이 부재하였다. 이는 양적 확장에 치우친 입법 활동이 오히려 정책 신뢰성과 산업 예측가능성을 저하시킨다는 점에서 제도적 개선 필요성을 강하게 시사한다.

3) 입법평가의 필요성과 평가 방법론에 대한 문제의식

디지털 산업은 기술 변화 속도가 빠르고 산업 경계가 불분명하다는 특징을 지닌다. 따라서 입법의 정합성과 유연성, 집행 가능성이 다른 산업보다 더욱 중요하며, 규제의 목적과 효과, 산업적 파급력에 대한 충분한 분석이 뒷받침되어야 한다. 그럼에도 불구하고 최근의 입법 환경에서는 개별 사안 중심의 ‘단편적 입법’이 반복되며, 규제의 질적 수준을 체계적으로 점검하는 장치가 충분히 작동하지 못하고 있다.

이러한 문제를 극복하기 위해서는 입법의 질적 수준을 객관적으로 평가하고, 법률이 산업 생태계와 기술 발전에 미치는 영향을 체계적으로 분석할 수 있는 평가 시스템의 구축이 필요하다. 인터넷산업규제 입법평가는 바로 이러한 문제의식에서 출발하였다. 입법평가의 핵심은 단순한 점수 산출이나 법안 간 순위 비교에 있지 않다. 오히려 각 법안이 어떠한 문제의식과 구조를 전제로

설계되었는지, 그 규제가 산업 생태계와 집행 현실 속에서 실제로 작동 가능한지를 객관적으로 진단하는 데 있다.

본 입법평가는 10인의 전문가 평가위원의 판단을 중심으로 이루어졌으며, 이 과정에서 평가의 일관성과 구조적 위험 요소 점검을 보완하기 위한 참고 수단으로 인공지능 평가를 함께 활용하였다. 인공지능 평가는 평가자의 판단을 대체하거나 점수를 상향하기 위한 수단이 아니라, 구조적 특성을 점검하기 위한 보조적 도구로 기능한다. 이러한 접근은 입법의 질적 수준을 보다 정교하게 진단하고, 향후 정책 개선 논의를 위한 실증적 검토 기반을 제공하는 데 의의가 있다.

2. 평가 목적 및 기본 방향

1) 평가 목적 및 평가의 초점

인터넷산업규제 입법평가의 목적은 인터넷산업규제 법안을 대상으로, 법안이 어떠한 문제 인식을 전제로 설계되었는지와 그 규율 구조가 산업 현실과 제도적 환경 속에서 실제로 작동 가능한지를 체계적으로 점검하는 데 있다. 본 평가는 개별 조문의 해석이나 정책적 찬반 판단에 앞서, 법안 전체의 규제 구조와 설계 방식이 합리적이고 일관된 틀을 갖추고 있는지를 진단하는 데 초점을 둔다. 이를 통해 규제의 필요성을 선언적으로 판단하기 보다는, 입법 설계의 구조적 완성도와 정합성을 분석하는 것을 목표로 한다.

디지털 산업은 기술 변화 속도가 빠르고 산업 간 경계가 유동적이며, 규제의 파급 효과가 다양한 영역으로 확산되는 특성을 지닌다. 이러한 환경에서는 단편적인 규제 도입이나 단일 기준에 따른 입법 평가만으로는 규제의 실질적 영향을 충분히 포착하기 어렵다. 이에 본 연구는 법안 전반의 구조와 규율 방식에 주목하여, 규제의 설계 방식 자체를 평가 대상으로 삼고자 한다.

2) 평가의 기본 관점·범위 및 결과 활용에 대한 기본 원칙

본 입법평가는 규제의 목적 적합성뿐 아니라, 산업 현실과의 부합성 및 집행 가능성을 핵심 평가 관점으로 설정한다. 디지털 산업 규제는 규범적 선언에 그칠 경우 실효성을 확보하기 어렵고, 집행 구조가 불명확할 경우 규제 비용의 불확실성만을 확대할 위험이 있다. 이에 따라 본 평가는 법안이 전제하는 산업 구조와 시장 환경이 현실과 괴리되어 있지 않는지, 규제 대상과 범위가 과도하게 확장되어 있지 않는지, 집행 주체와 절차가 명확히 설정되어 있는지를 중점적으로 검토한다.

아울러 본 평가는 모든 법안에 모든 평가 항목이 일률적으로 적용될 수 없다는 점을 전제로 한다. 법안의 성격과 적용 범위를 고려하여 일부 항목은 평가에서 제외될 수 있으며, 이는 법안별 특성을 무시한 기계적 비교를 지양하기 위한 선택이다. 평가 결과는 법안 간 우열을 단정하기 위한 지표가 아니라, 각 법안이 지니는 구조적 특징과 설계상의 강점·한계를 비교·분석하기 위한 참고 자료로 활용된다. 특히 본 평가는 점수 자체보다, 어떤 항목에서 반복적으로 문제가 제기되는지와 어떤 설계 방식이 구조적 위험을 내포하고 있는지를 드러내는 데 의의를 둔다.

3. 평가 체계 및 방법론

1) 입법평가위원회 구성 및 평가 방식

인터넷산업규제 입법평가는 전문가 평가를 중심으로 설계되었으며, 인터넷 산업 및 관련 제도에 대한 이해를 갖춘 10인의 전문가로 구성된 입법평가위원회(이하 위원회)를 통해 이루어진다. 법안의 중요도와 검토 필요성을 고려하여 각 법안별로 1~3인의 평가위원을 배정하며, 각 평가위원은 동일한 평가 기준과 지표에 따라 독립적으로 평가를 수행한다. 평가위원별 판단이나 결과는 사전에 공유되지 않으며, 이를 통해 개별 평가자의 전문적 판단이 최대한 온전히 반영될 수 있도록 하였다.

본 평가는 이러한 전문가 평가를 중심으로 하되, 평가 과정의 일관성과 구조적 위험 요소 점검을 보완하기 위한 수단으로 인공지능 평가를 병행하였다. 인공지능 평가는 평가의 주체가 아니라 보조적

분석 도구로서 활용되며, 평가자의 판단을 대체하거나 자동화된 결론을 도출하는 역할을 수행하지 않는다. 전문가 평가와 인공지능 평가의 역할은 명확히 구분되며, 최종 결과의 도출은 전적으로 위원회와 협회의 책임하에 이루어지도록 설계되었다. 인공지능 평가의 개발 배경과 신뢰성 확보 방식에 대해서는 <부록2>에서 상세히 설명한다.

2) 평가 지표와 판단 기준

입법평가는 인터넷산업에 대한 규제 법안¹을 대상으로, 사전에 설정된 평가 기준에 따라 입법 설계의 구조적 특성을 점검하는 방식으로 이루어진다. 여기서 사용된 평가 지표는 규제의 성과나 집행의 결과를 사후적으로 측정하기 위한 지표가 아니라, 법률안이 어떠한 규율 구조와 메커니즘을 전제로 설계되었는지를 진단하기 위한 분석 기준에 해당한다. 즉, 본 평가는 규제가 실제로 “효과가 있었는가”를 판단하기보다, 규제가 효과를 낼 수 있도록 설계되어 있는지를 입법 단계에서 점검하는 데 목적이 있다.

이를 위해 본 연구는 총 25개 세부 평가 항목으로 구성된 체크리스트를 활용하였다. 이들 항목은 개별 조문의 적절성을 단편적으로 평가하기 위한 것이 아니라, 법안 전반의 규율 방식을 여러 관점에서 구조적으로 살펴볼 수 있도록 설계되어 있다. 구체적으로 평가 지표는 규율 대상과 범위의 설정 방식, 사업자에게 부과되는 의무 구조의 명확성, 집행 주체와 절차의 현실성, 기존 법체계 및 산업 현실과의 적합성 등 입법 설계에서 반복적으로 문제가 발생하는 핵심 요소들을 포괄하도록 구성되어 있다. 또한 최근 디지털 산업을 둘러싼 국제 통상 환경의 변화와 규제의 역외 파급력이 더욱 쟁점화됨에 따라, 글로벌 환경 적합성에 관한 평가 지표를 추가하였다. 전체 체크리스트는 <표 2-1-1>과 같이 3개 차원, 6개 대분류, 15개 소분류로 구성되어 있다.

1 평가대상 법안 선정은 한국인터넷기업협회 내부에서 정책 대응을 위해 모니터링하는 법률안 중 규제 성격이 강한 법안을 디지털경제연구원에서 추가 검토하여 선별하며, 21대 국회 임기 4년(2020년 5월 30일 ~ 2024년 5월 29일) 동안에는 총 492건의 법률안에 대한 평가가 이루어졌다.

표 2-1-1. 인터넷산업규제 입법평가 지표

차원	대분류	소분류	세부항목	
체계성 및 정당성 법적 차원	법률 용어 적정성	법안 전반의 용어 사용	① 제안된 규제의 시행에 필요한 용어들이 법률 본문 혹은 발의안에 잘 정의되어 있다.	
		타 법률 용어와의 정합성	② 해당 발의안에서 정의한 용어가 타법과의 정합성을 유지하고 있다.	
	헌법 원칙 준수성	명확성	③ 규제 내용과 적용 요건이 명확하게 규정되어 자의적 해석의 여지가 적다.	
		비례성 (과잉금지)	④ 발의안에 명시된 규제 목적 달성에 적합한 규제이다. ⑤ 규제로 인해 발생하는 기본권 제한이 필요 최소한도이다.	
		포괄위임 금지	⑥ 위임 근거가 명확하여 본질적 사항이 법률에 규정되고 세부 사항만 하위법령에 위임되어 있다.	
		신뢰보호	⑦ 새로운 규제가 기존의 법률관계에 소급하여 불리한 효과를 발생시키지 않도록 설계되어 있다.	
	체계정당성	⑧ 관련 법체계와 모순 없이 조화를 이루며 법적 일관성을 유지한다.		
	산업 생태계 정합성 산업 차원	산업 및 기술 환경 정합성	산업 현실 부합성	⑨ 기업의 사업모델 혁신과 진화를 저해하지 않는다.
				⑩ 기업의 자율적 의사결정과 영업의 자유를 충분히 보장한다.
				⑪ 기업이 규제 준수를 위해 부담해야 하는 비용이 적정하다.
기술 진화 수용성		⑫ 현재의 기술발전 및 상용화 수준을 충분히 고려하고 있다.		
		⑬ 향후 기술발전에 대한 유연한 대응이 가능하다.		
		시장 및 국제 규제 정합성	시장 균형성	⑭ 인터넷 산업이 시장경제와 사회에 미치는 영향력을 합리적·객관적으로 반영하고 있다.
⑮ 다양한 사업자의 기회를 보장한다.				
글로벌 환경 적합성	⑯ 자국 기업의 글로벌 경쟁력과 해외 기업 서비스의 국내 제공 기회에 대한 고려가 반영되어 있다. ⑰ 주요 교역국과의 잠재적 통상갈등 및 그에 따른 국내 산업 영향에 대한 고려가 반영되어 있다.			

차원	대분류	소분류	세부항목
규제 운영 실효성	규제 집행 메커니즘	수범 대상 범위 설정	⑩ 수범 대상에 대한 설정 기준이 입법 취지에 부합한다. ⑪ 법령 해석에 있어 수범 대상의 범위에 불확실성이 낮다.
		수범 대상 의무 부담의 적정성	⑫ 실태조사가 꼭 필요한 경우에 적절한 범위에서 실시하도록 규정한다. ⑬ 실태조사와 관련한 세부 내용과 불가능한 자료 제출의 거부권 등을 수범 대상이 충분히 인지할 수 있도록 하였다.
	규제 거버넌스	규제 관할 명확성	⑭ 법안이 통과될 시 기관별 관할 범위 중첩의 우려가 적다. ⑮ 규제기관 간 관할 충돌 발생 시 해결 절차와 권한이 명확히 규정되어 있다.
		자율규제 현황 반영	⑯ 현행 혹은 논의 중인 자율규제 및 관련 규정 등을 고려할 때 필요한 법안이다. ⑰ 관련 조직 현황*을 고려할 때 필요한 법안이다. * 자율규제기구, 자율규제 운영이 가능한 협회 등
집행 차원			

※체크리스트 세부 항목별 내용은 부록3 참고

아울러 본 평가는 모든 법안에 모든 지표가 일률적으로 적용된다는 전제를 두지 않는다. 법안의 적용 대상과 규율 방식에 따라 일부 지표는 해당 법안에 실질적으로 적용되지 않을 수 있으며, 이러한 경우 평가자는 해당 항목을 '해당없음(N/A)'으로 판단할 수 있다. '해당없음' 판단은 단순한 결측이 아니라, 해당 지표가 법안의 규율 구조상 평가 대상이 아니라는 전문적 판단을 의미한다. 모든 평가자가 동일 항목에 대해 '해당없음'으로 판단한 경우, 그 항목은 최종 평가에서 제외된다.

3) 점수 산정과 결과 해석 원칙

본 평가의 결과는 100점 만점으로 환산된 점수를 활용하여 제시된다. 다만 이 점수는 그 자체가 법안의 우열을 단정하거나 정책적 결론을 자동으로 도출하는 수단이 아닌, 평가 결과를 요약·비교하기 위한 표현 방식에 해당한다. 점수는 개별 평가 항목에 대한 판단을 구조적으로 정리하기 위한 도구이며, 평가의 목적이거나 결론 그 자체를 의미하지 않는다.

전문가 평가는 평가위원 개인이 법안을 검토 후 각 항목에 대해 상·중·하의 세 단계로 판단하는 방식이다. 이러한 단계적 평가는 평가위원의 정성적 판단을 일관된 기준으로 정리하기 위한 것으로,

각각 상은 100점, 중은 50점, 하는 0점으로 환산된다. 이와 같은 환산 방식은 평가위원 간 판단을 단순화하고, 항목별 평가 결과를 비교·종합하기 위한 공통의 기준을 마련하기 위한 것이다.

각 항목에 대해 둘 이상의 평가위원이 점수를 부여한 경우에는, 해당 항목에 대한 점수를 이들의 평균값으로 산출한다. 앞서 서술한 바와 같이 전원 '해당없음(N/A)'으로 판단한 항목은 점수 산정 대상에서 제외된다. 일부 평가위원만 '해당없음'으로 판단한 경우에는 실제로 점수를 부여한 평가위원의 점수만을 전문가 평가 점수 산정에 활용한다.

이와 같이 산출된 전문가 평가 점수를 중심으로, 인공지능 평가 결과를 보조적으로 결합하여 최종 점수를 계산한다. 최종 점수 산정 시에는 전문가 평가 80%, 인공지능 평가 20%의 고정 가중치 구조를 적용하였다. 이는 평가자 수나 항목별 판단 인원 에 따라 인공지능 평가의 영향이 자동적으로 확대되는 것을 방지하고, 평가 결과의 안정과 해석가능성을 확보하기 위한 설계이다. 인공지능 평가는 인간 평가의 판단을 대체하거나 점수를 상향하기 위한 수단이 아니라, 구조적 특성을 보완적으로 반영하기 위한 참고 정보로 활용된다.

법안별 최종 점수는 점수 산정 대상이 되는 유효 평가 항목에 대한 점수의 평균값으로 계산된다. 평가자 수의 차등은 점수 산정 방식에 영향을 미치지 않으며, 점수는 어디까지나 동일한 평가 틀 내에서의 상대적 비교 지표로 해석된다.

제 2 절

2025 인터넷산업규제 입법평가 결과

1. 평가 대상

입법평가 대상은 22대 국회 임기 시작(24.05)부터 1년간 발의된 인터넷산업규제 관련 입법안 중 한국인터넷기업협회 모니터링을 통해 선정된 273건의 법안이다(부록4 참고). 법안을 살펴보면 기존 법률에 대한 개정안이 225건, 새로운 법률에 대한 제정안이 48건 포함되었다.

개정안 225건 중에서는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하, 정보통신망법)」 개정안이 55건으로 가장 많았고, 이는 이용자 보호, 불법 정보 유통 방지 등 기존 인터넷 규제의 영역에서 지속적인 입법 활동이 집중되고 있음을 시사한다. 다음으로는 통신 시장 규제의 핵심 법률인 「전기통신사업법」 개정안이 31건, 전자상거래 분야의 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하, 전자상거래법)」 개정안이 27건으로 뒤를 이었다.

제정안 48건 중 가장 높은 비중을 차지한 것은 온라인 플랫폼 규제 법안(18건)과 인공지능 법안(16건)으로, 신산업 분야에 대한 제도적 기반 마련 필요성이 가장 시급하게 제기되었음을 보여준다.

그림 2-2-1. 인터넷산업규제 평가 법안(개정)

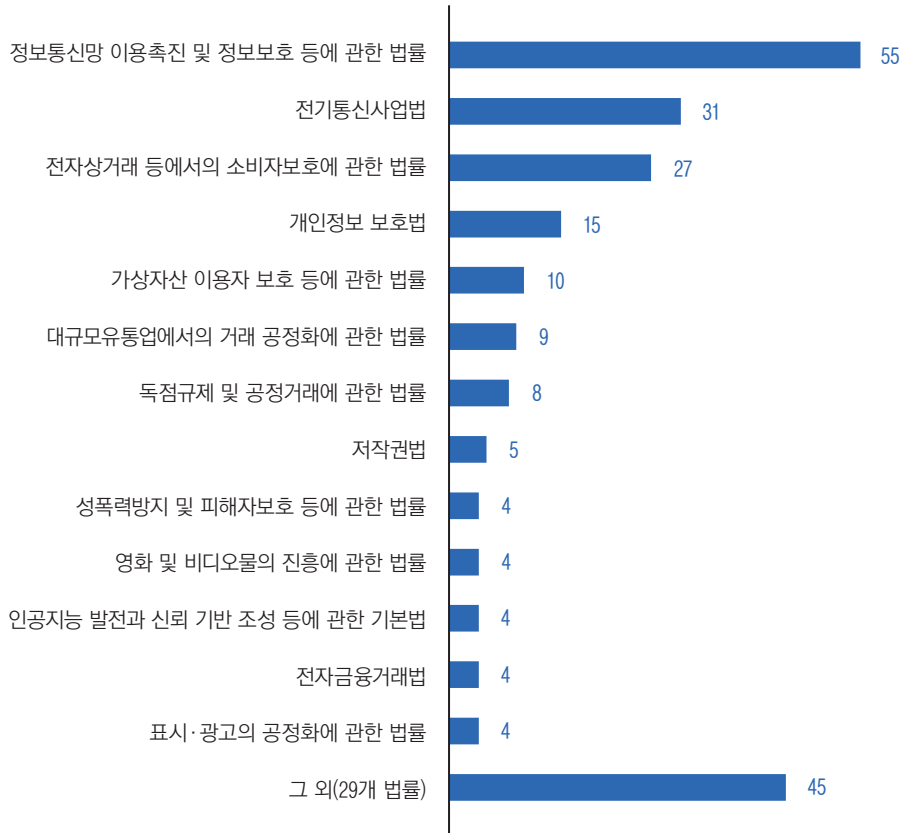
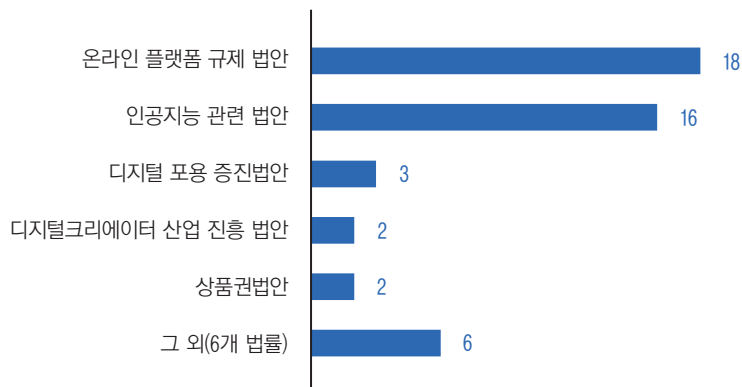


그림 2-2-2. 인터넷산업규제 평가 법안(제정)



2. 평가 결과

1년 동안 22대 국회의 인터넷산업규제 입법평가를 종합하면, 전체 273개 법안에 대한 평균 점수는 26.1점(100점 만점)으로 평가되었다.

최고점수는 94.4점, 최저점수는 0.2점이었으며, 25점 미만의 점수를 받은 법안은 총 153건으로 전체의 56.0%에 해당해 가장 비중이 높았으며, 25점 이상 50점 미만의 점수를 받은 법안은 91건(33.3%), 50점 이상 75점 미만은 24건(8.8%), 75점 이상은 5건(1.8%)로 나타났다.

표 2-2-1. 인터넷산업규제 입법평가 결과 및 점수분포

구분		평가점수	
		계	비중
총점		26.1	-
기초통계	최고점수	94.4	-
	최저점수	0.2	-
구간별빈도	0~25점	153	56.0%
	25~50점	91	33.3%
	50~75점	24	8.8%
	75~100점	5	1.8%

2024년 「인터넷산업규제 백서」에서 21대 국회의 입법활동을 평가한 결과, 총 492개 법안의 평균 점수는 100점 만점 기준 25.3점으로 나타났다. 한편, 평가지표의 일부가 개선·조정되었으며, AI 복합평가를 새롭게 도입하였기 때문에 직접적인 수치 비교에는 한계가 있으나, 이후 1년간의 평가 결과인 22대 국회 입법평가 평균 26.1점은 전년 대비 비슷한 추세를 보여준다.

차원별

입법평가는 크게 법적 차원(체계성 및 정당성), 산업 차원(산업 생태계 정합성), 집행 차원(규제 운영 실효성)의 세 가지로 분류되었다. 세 차원 모두 고른 저평가 양상을 보였지만, 그중에서도 산업

생태계 정합성(24.4점)이 가장 낮은 점수를 기록했다. 이는 다수의 법안이 기술·산업 현실과 괴리된 규제 조항을 포함하고 있음을 의미하며, 입법이 산업 변화의 방향성을 뒷받침하기보다는 오히려 시장 불확실성과 기업의 혁신위축을 초래할 수 있음을 시사한다. 특히 플랫폼, 인공지능, 디지털 자산 등 신산업 분야에서 전통적 규제 프레임워크를 기계적으로 적용하는 경향이 여전히 강하다는 점이 구조적 한계로 지적된다.

대분류별

대분류별로 살펴보면, '산업 및 기술 환경 정합성'(23.5점)이 가장 낮은 점수를 기록하며, 법률 내용이 산업구조·기술변화·국제규범을 충분히 반영하지 못하고 있음을 보여준다. 이러한 패턴은 특히 데이터경제·AI·디지털플랫폼 분야에서 두드러졌는데, 산업 현실보다는 사전 규제·통제 중심의 접근이 여전히 우세한 결과로 해석된다.

소분류별

소분류별로 보면, 낮은 점수를 받은 항목은 '자율규제 현황 반영'(22.2점)과 '산업 현실 부합성'(23.2점)으로, 이는 입법 과정에서 산업 주체의 자율적 조정 메커니즘이나 현장 중심의 피드백이 충분히 반영되지 못했음을 의미한다. 즉, 현행 입법은 위험 예방과 사전 통제에 과도하게 초점을 맞추고 있으며, 기업의 자율적 혁신, 시장 내 상호조정 기능, 민간 자율규제와의 병행 구조가 미흡하다는 구조적 한계를 드러냈다.

표 2-2-2. 인터넷산업규제 입법평가 종합평가

법안	평가 점수	차원	평가 점수	대분류	평가 점수	소분류	평가 점수
종합평가 (273개)	26.1	체계성 및 정당성 (법적 차원)	27.7	법률 용어 적정성	31.6	법안 전반의 용어 사용	31.9
						타 법률 용어와의 정합성	30.0
				헌법 원칙 준수성	26.5	명확성	27.0
						비례성(과잉금지)	24.2
						포괄위임 금지	25.6
						신뢰보호	32.9
		산업 및 기술 환경 정합성	24.4	23.5	체계정당성	25.3	
					산업 현실 부합성	23.2	
					기술 진화 수용성	23.7	
		시장 및 국제 규제 정합성	25.4	25.4	시장 균형성	25.8	
					글로벌 환경 적합성	24.7	
		규제 운영 실효성 (집행 차원)	26.0	규제 집행 메커니즘	28.1	수범 대상 범위 설정	28.6
						수범 대상 의무 부담의 적정성	23.7
규제 거버넌스	24.5			규제 관할 명확성	26.9		
				자율규제 현황 반영	22.2		

그림 2-2-3. 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 종합결과

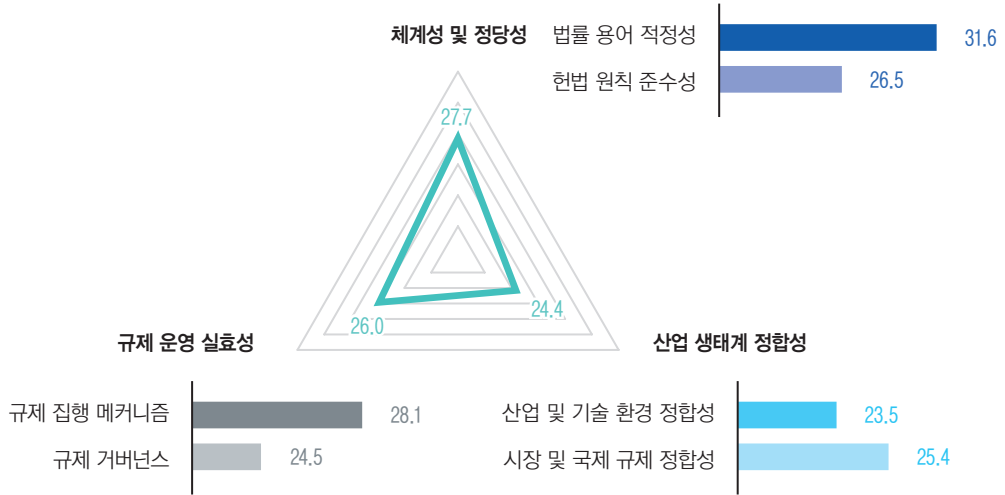
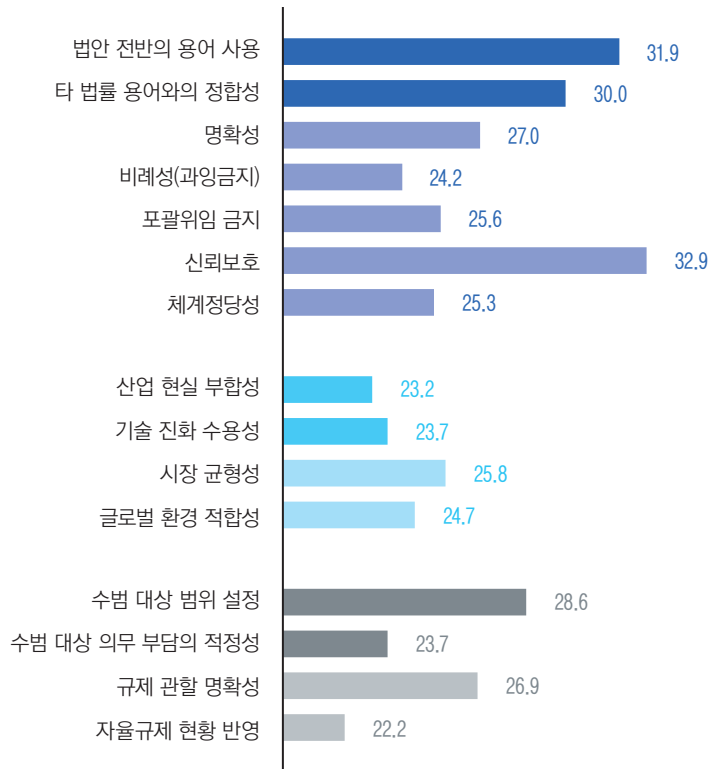


그림 2-2-4. 인터넷산업규제 입법평가 소분류 종합결과



3. 저평가 법안 분석

점수 구간별 분포를 보면, 세 차원 모두에서 0~25점 구간의 법안 비중이 전체의 절반 이상을 차지하며, 그 이후 구간으로 갈수록 급격히 빈도가 감소하는 좌편향 분포를 보였다. 반대로 50점 이상을 획득한 법안은 10% 내외, 75점 이상은 2% 미만으로 극소수에 불과했다. 이는 단순한 평균치 저하가 아니라, 일정 점수 이하에서 질적 단절점이 존재함을 의미한다.

본 연구에서는 25점 이하를 입법의 질적 미달 구간으로 정의하였다. 이 구간은 통계적으로 전체 분포의 1사분위(Q1) 이하에 해당하며, 법적 타당성·산업 정합성·집행 가능성 등 핵심 평가 항목들이 모두 낮은 점수를 기록하는 공통적 특징을 보였다. 즉, 특정 항목이 단독으로 낮은 것이 아니라 세 차원 전반에서 평가가 고르게 저조한 법안군이라는 점에서 질적 한계가 뚜렷하게 드러나는 영역이다.

결과적으로 '25점 이하 법안'은 단순히 상대적으로 낮은 점수가 아니라, 입법의 기본적 타당성·일관성·실효성이 확보되지 않은 법안군으로 규정할 수 있으며, 향후 제도개선 및 입법평가 고도화의 우선 개선 대상군으로 설정하였다.

입법평가 결과, 총 273개 법안 중 153개(56.0%)가 '저평가군(25점 이하)'으로 분류되었다. 이는 전체 법안의 약 10개 중 5~6개 평가점수가 매우 낮았다는 의미로, 입법의 질적 편차가 크다는 점을 시사한다.

세부적으로 보면, 표시·광고의 공정화에 관한 법률은 평가된 4건 모두 저평가(100%)로 나타나, 제·개정 과정에서 산업 현실 반영이나 제도 정합성 측면에서 문제를 드러냈다. 그 뒤를 이어 전자상거래법(81.5%), 온라인플랫폼법(안)(77.8%), 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(75.0%) 등이 높은 저평가 비중을 보였다. 이들 법안은 모두 디지털 시장에서 사업자 간 거래질서나 소비자 보호를 다루고 있으나, 평가 결과 산업 현실과 규제 목적의 균형이 부족하거나, 유사 법안 간 중복과 모호성이 존재하는 것으로 해석된다.

전체적으로, 산업·기술 관련 법안(전자금융, 플랫폼, 광고, 유통 등)이 규제 실효성·산업정합성 부문에서 낮은 평가를 받았고, 사회·복지적 성격이 강한 법안은 상대적으로 안정적인 평가를 보였다. 이는 입법의 양적 확대가 반드시 질적 진화를 보장하지 않음을 보여주는 대표적인 결과다.

다음은 평가 법안 중 저평가군(25점 이하)이 50%가 넘고, 상대적으로 검토 비중이 컸던 4개 법안을 중심으로 심층 분석한다.

표 2-2-3. 인터넷산업규제 입법평가 법안별 저평가군 비중

(단위: 건)

구분	계	저평가군(25점 이하)	
		계	비중
표시·광고의 공정화에 관한 법률	4	4	100.0%
전자상거래법	27	22	81.5%
온라인플랫폼법(안)	18	14	77.8%
독점규제 및 공정거래에 관한 법률	8	6	75.0%
대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률	10	7	70.0%
정보통신망법	55	36	65.5%
전기통신사업법	31	20	64.5%
전자금융거래법	4	2	50.0%
개인정보보호법	15	8	40.0%
저작권법	5	2	40.0%
인공지능 관련법	21	8	38.1%
기타	58	22	37.9%
영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률	4	1	25.0%
가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률	9	1	11.1%
성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률	4	0	0.0%
계	273	153	56.0%

1) 전자상거래법

전자상거래법 개정안은 총 27건이 평가되었으며, 평균 16.6점으로 주요 법률안 중 가장 낮은 평가를 받았다. 전반적으로 이번 전자상거래법 개정안들은 소비자 보호의 필요성을 강하게 전면에 내세우고 있으나, 변화한 전자상거래 산업 구조와 거래 메커니즘을 충분히 반영하지 못한 채 규제 수단을 확장하고 있다는 점에서 구조적 한계를 드러냈다.

낮은 평가는 특히 '산업 생태계 정합성(산업 차원)'에서 두드러진다. 해당 차원은 12.7점으로, 대분류 '산업 및 기술 환경 정합성'(12.2점)과 '시장 및 국제 규제 정합성'(13.4점)이 모두 15점 미만이다. 소분류 항목 중 '산업 현실 부합성'(11.7점)과 '시장 균형성'(12.5점)이 가장 낮았는데, 이는 다수의 법안이 통신판매중개업, 플랫폼 기반 거래, 정기결제, 온라인 광고 등 복합적이고 다층적인 전자상거래 구조를 충분히 고려하지 못했다는 평가로 이어진다.

이번 평가 대상 법안들을 유형별로 살펴보면, 거래정보·표시·고지 의무를 강화하는 법안, 청약철회·환불·정산 구조를 직접 규율하는 법안, 통신판매중개자의 책임을 확대·재정의하는 법안, 행정조사·집행 권한을 강화하는 법안, 그리고 신유형 거래를 전자상거래로 포섭하는 법안이 혼재되어 있다. 이들 법안은 각각 개별적인 문제의식에 기반하고 있으나, 상당수 법안에서 복수 유형이 중첩되며 규제가 누적되는 양상을 보인다.

평가위원들은 특히 통신판매중개자 책임 확대와 플랫폼 거래질서·행위규범화가 결합된 법안들에 대해 강한 문제의식을 표했다. “통신판매중개업에 대한 기본 이해 자체가 부족하며, 실질적 위반 행위의 주체를 규제하지 못하고 중개업자에게 책임을 전가하고 있다.”, “상표권 등 기존 규제 체계와 중복되어 자기책임 원칙에도 반한다.”는 지적은, 입법이 시장 구조의 다층적 거래 메커니즘을 충분히 고려하지 않은 채 형식적 책임 강화에 집중한 결과로 해석된다. 이는 전자상거래법이 소비자 보호를 넘어 플랫폼 거래질서 전반을 규율하는 행위규범법으로 확장되는 과정에서, 기존 공정거래법·플랫폼 관련 입법과의 경계가 모호해지고 있음을 보여준다.

법률의 형식적 완결성 역시 미흡했다. 17.5점으로 낮게 평가된 대분류 '헌법 원칙 준수성'의 경우, 세부 항목 중 '비례성(과잉금지)'(12.7점)과 '포괄위임 금지'(13.3점)가 15점 미만을 기록했다. 평가위원들은 이에 대해 “기본권 침해의 최소성과 수단의 보충성 원칙이 지켜지지 않았다.”, “실적이 미미하다는 이유로 입증요건을 완화하는 것은 목적의 정당성조차 확보하기 어렵다.”고 평가했다. 또한,

임시중지명령 제도의 완화에 대해서도 “소관부처가 자의적으로 판단할 수 있는 여지를 확대할 우려가 있다.”는 지적도 제기되었다. 이는 법안이 규제의 필요성을 이유로 행정 권한을 과도하게 확장하여, 결국 기본권 제한과 행정 자율성 남용 위험을 동시에 내포하고 있음을 시사한다.

‘규제 운영 실효성(집행 차원)’에서도 구조적 문제가 확인된다. 세부 항목 중 ‘자율규제 현황 반영’(10.5점)은 전체 평가에서 가장 낮은 점수로, 전자상거래 분야의 자율규제나 민간 감시체계, 업계 협의 구조보다는 정부 주도의 규제·제재 중심으로 입법이 설계되어 있음을 보여준다. 평가위원들은 “과도한 규제로 보이며, 자율규제 방안을 모색할 필요가 있다.”고 지적하면서, 플랫폼 사업자·소비자 단체·업계 자율협의체 등 민간 주체 간 자율적 집행 메커니즘이 배제된 점을 지적했다.

개별 조항에 대한 비판도 이어졌다. 통신판매증개업자의 본인확인 의무 강화에 대해서는 “법적 근거가 불명확하고, 오히려 개인정보 관리상 피해를 유발할 우려가 있다.”, “해당 규제는 통신판매증개업자가 아니라 공인증개사 등 다른 영역에서 다뤄야 할 사안”이라는 구체적 비판이 제기되었다. 손해배상 및 입증책임 전환 조항에 대해서도 “실효성 없는 소송이 늘어나 산업 성장에 부정적 영향을 줄 수 있다”는 우려가 제기되었다. 이러한 평가는 청약철회·환불·정산 규율과 증개사 책임 확대가 결합될 경우, 규제 효과에 비해 산업 부담이 과도해질 수 있음을 보여준다.

종합하면, 이번 전자상거래법 개정안은 과도한 사전 규제, 책임 전가, 법적 불명확성이라는 세 가지 구조적 한계를 동시에 안고 있다. 소비자 보호라는 명분에도 불구하고, 플랫폼과 판매자 간 관계를 행정 중심의 규제 틀로 단순화함으로써 기업의 혁신활동과 자율규제의 여지를 심각하게 제약하고 있다. 평가위원들은 본 법안이 “시장 현실과 법 원칙 간 균형을 상실한 전형적 과잉입법 사례”라고 평가하며, 향후 개정 시 자기책임 원칙, 비례성, 자율규제 체계를 중심으로 한 근본적 재설계가 필요하다고 제언했다.

표 2-2-4. 인터넷산업규제 입법평가 결과(전자상거래법)

법안	평가 점수	차원	평가 점수	대분류	평가 점수	소분류	평가 점수		
전자상거래법	16.6	체계성 및 정당성 (법적 차원)	19.7	법률 용어 적정성	28.6	법안 전반의 용어 사용	30.6		
						타 법률 용어와의 정합성	23.3		
				헌법 원칙 준수성	17.5	명확성	26.0		
						비례성(과잉금지)	12.7		
						포괄위임 금지	13.3		
						신뢰보호	27.0		
		산업 및 기술 환경 정합성	12.7	산업 및 기술 환경 정합성	12.2	산업 현실 부합성	11.7		
						기술 진화 수용성	13.0		
				시장 및 국제 규제 정합성	13.4	시장 균형성	12.5		
						글로벌 환경 적합성	14.4		
						수범 대상 범위 설정	19.2	수범 대상 의무 부담의 적정성*	10.8
								규제 집행 메커니즘	18.4
규제 집행 실효성 (집행 차원)	18.4	규제 거버넌스	18.2	규제 관할 명확성	28.1				
				자율규제 현황 반영	10.5				

* 소분류 중 '수범 대상 의무 부담의 적정성'은 평가에 활용 가능한 자료가 제한적이라는 점에서 해석에 유의할 필요가 있음

그림 2-2-5. 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(전자상거래법)

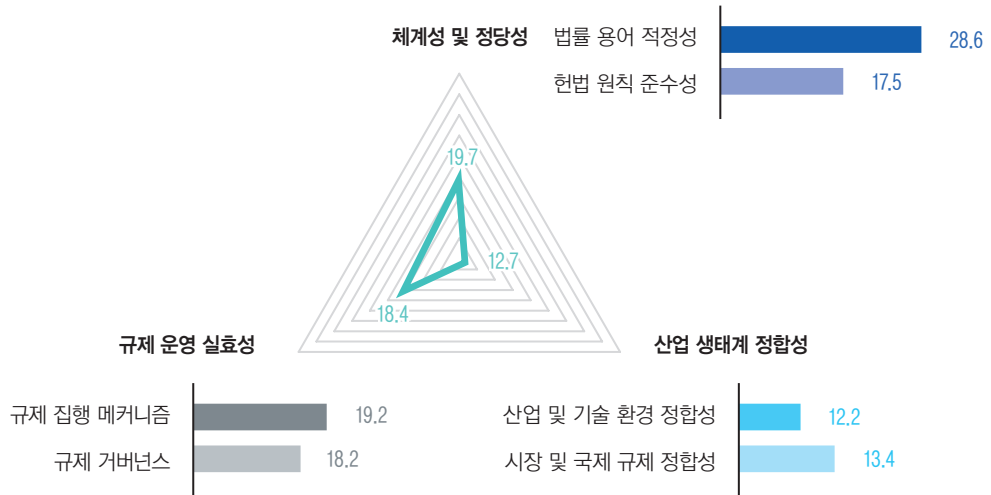
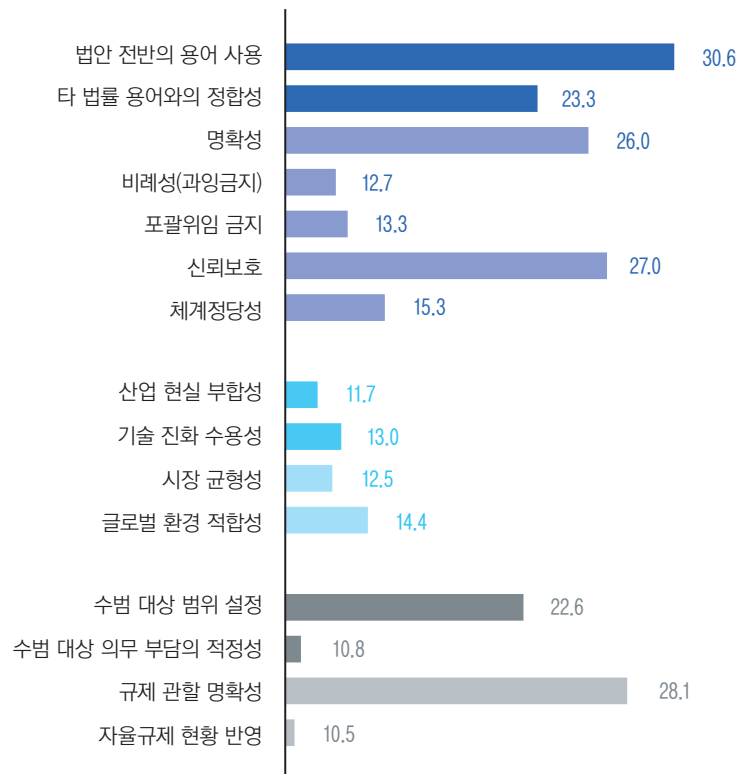


그림 2-2-6. 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(전자상거래법)



2) 온라인플랫폼법(안)

온라인플랫폼 규제 법안은 전체 제정안 48건 중 18건을 차지, 총점 17.3점을 기록하며 전체 평균(26.1점)을 크게 하회했다. 이는 이번 평가 대상 가운데서도 온라인플랫폼 규제 법안군이 구조적으로 가장 낮은 평가를 받은 영역임을 보여준다. 특히 산업 생태계 정합성 항목은 평균 14.5점으로 주요 차원 중 가장 낮은 평가를 받았으며, 플랫폼 산업의 작동 방식과 괴리된 규제 설계가 반복적으로 문제로 지적되었다.

산업 생태계 정합성의 세부 항목을 보면, 산업 현실 부합성(14.3점), 기술 진화 수용성(14.6점), 시장 균형성(14.2점) 등이 전반적으로 낮은 점수를 기록해, 규제안이 플랫폼 시장의 역동성과 다면적 사업구조를 충분히 반영하지 못하고 있음을 보여준다. 특히 일부 법안은 플랫폼 사업자의 핵심 영업 노하우나 내부 운영 기준, 알고리즘 관련 정보를 광범위하게 공개하도록 요구하고 있어, 실제 경쟁 메커니즘과 산업 현실을 충분히 고려하지 않은 규제 설계라는 비판이 제기되었다.

이번 평가에서 온라인플랫폼 규제 법안의 또 다른 주요 문제로 지적된 부분은 기존 법체계와의 정합성 부족이다. 평가위원들은 온라인 거래와 관련된 기존 법률(전자상거래법)이 이미 정보 제공, 계약 질서, 소비자 보호 등을 폭넓게 규율하고 있음에도, 온라인플랫폼법(안)이 유사한 규율 영역을 별도로 규율함으로써 동일 행위에 대한 중복 규제 가능성을 초래하고 있다고 지적했다. 이로 인해 법 적용 단계에서 해석 혼란 발생 우려가 있으며, 플랫폼 기업 입장에서는 불필요한 규제 준수 비용이 구조적으로 확대될 가능성이 높다고 평가되었다.

또한 거래 투명성 강화와 책임 명확화를 주요 목표로 설정한 것과 달리, 실제 조문 구성은 플랫폼 산업의 자율적 조정 기능과 '협상력(bargaining power)'을 제약하는 방향으로 설계되어 있다는 점도 문제로 지적되었다. 플랫폼은 다수의 이해관계자 사이에서 조정자 역할을 수행하며 시장 효율성을 창출하는데, 과도하게 구조화된 규제는 이러한 기능을 약화시켜 거래 효율성과 혁신 유인을 저해할 수 있다는 우려다. 이는 플랫폼을 단순한 규제 대상으로만 인식하고, 시장 내 조정 메커니즘으로서의 기능을 충분히 반영하지 못한 결과로 해석된다.

규제 거버넌스 측면에서도 평균 14.8점으로 낮게 평가되었으며 특히 자율규제 현황 반영(12.1점)이 주요 약점으로 나타났다. 평가위원들은 플랫폼 산업은 빠르게 진화하는 특성상, 법적 규제보다 자율규제 기반의 유연한 규율 방식이 더 실효적일 수 있음에도, 법안은 시장 내 조정 메커니즘을

충분히 고려하지 못했다고 지적했다. 이는 민간 주체의 자율성과 책임성을 기반으로 산업 혁신을 유도해야 한다는 플랫폼 규제 의 기본 방향성과도 괴리된다는 평가다.

추가적으로 접수된 전문가 의견에서도 유사한 비판이 반복되었다. 전문가들은 각 법안들이 “자율성과 혁신성을 전제로 발전해 온 온라인플랫폼 시장의 특성을 제대로 반영하지 못하고 있으며, 실효적인 규제 메커니즘과 거버넌스를 갖추지 못해 산업 생태계의 균형 있는 발전을 기대하기 어렵다”고 평가했다. 특히 플랫폼 시장은 다면적이고 복합적인 구조를 지니므로, 현재 시점에서 포괄적이고 일괄적인 규제 모델을 구축하기보다는 문제 영역별로 접근하는 단계적 규율 방식이 바람직하다는 의견이 제시되었다.

이번 평가 대상 온라인플랫폼 규제 법안들은 거래 투명성 강화, 플랫폼 책임 확대, 행위 규범 설정, 감독·집행 권한 강화 등 여러 규제 성격이 중첩된 형태로 설계된 경우가 다수였다. 이러한 누적적 규제 구조는 규제 목적의 명확성에 비해 규제 수단의 과잉과 경직성을 초래하며, 산업 현실 부합성·기술 진화 수용성·시장 균형성 항목에서 구조적인 감점 요인으로 작용한 것으로 해석된다.

결과적으로 온라인플랫폼법(안)은 ① 기존 법체계와의 정합성 부족, ② 플랫폼 시장의 고유한 협상력·혁신 동화 약화 가능성, ③ 자율규제 기반 거버넌스 부재, ④ 플랫폼 시장의 다면적 구조를 고려하지 않은 포괄규제 접근의 한계 등이 복합적으로 작용하여 저평가로 이어진 것으로 나타났다. 평가위원들은 향후 입법 설계에서 문제 영역별 규율 방식, 산업 자율성, 기술·시장 변화 대응력을 중심으로 보다 유연한 규제 구조로의 재설계가 필요하다고 제언했다.

표 2-2-5. 인터넷산업규제 입법평가 결과(온라인플랫폼법(안))

법안	평가 점수	차원	평가 점수	대분류	평가 점수	소분류	평가 점수
온라인 플랫폼법 (안)	17.3	체계성 및 정당성 (법적 차원)	19.9	법률 용어 적정성	21.3	법안 전반의 용어 사용	19.2
						타 법률 용어와의 정합성	23.3
				헌법 원칙 준수성	19.4	명확성	11.6
						비례성(과잉금지)	12.6
						포괄위임 금지	29.0
						신뢰보호	35.8
		체계정당성	16.9	산업 현실 부합성	14.3		
				기술 진화 수용성	14.6		
				시장 균형성	14.2		
		산업 생태계 정합성 (산업 차원)	14.5	산업 및 기술 환경 정합성	14.4	글로벌 환경 적합성	15.3
						시장 및 국제 규제 정합성	14.7
				규제 집행 메커니즘	17.9	수범 대상 의무 부담의 적정성	
		규제 거버넌스	14.8				자율규제 현황 반영

그림 2-2-7. 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(온라인플랫폼법(안))

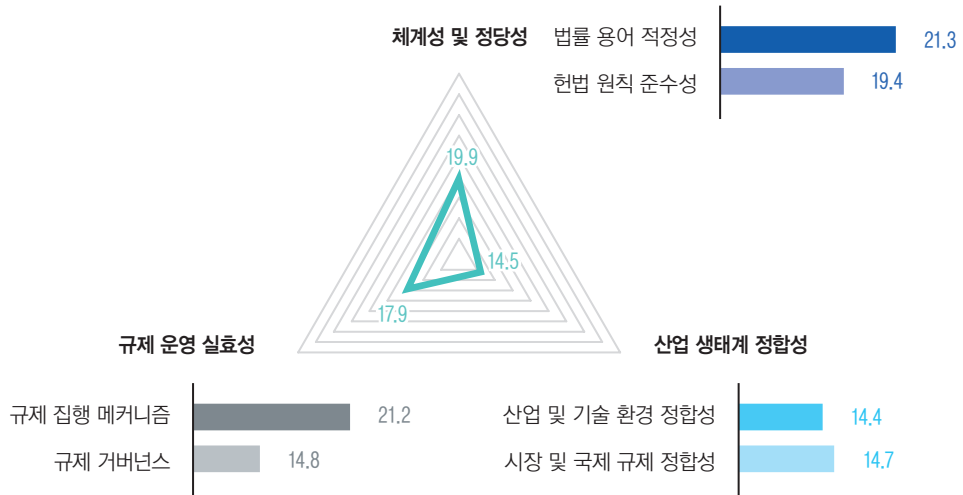
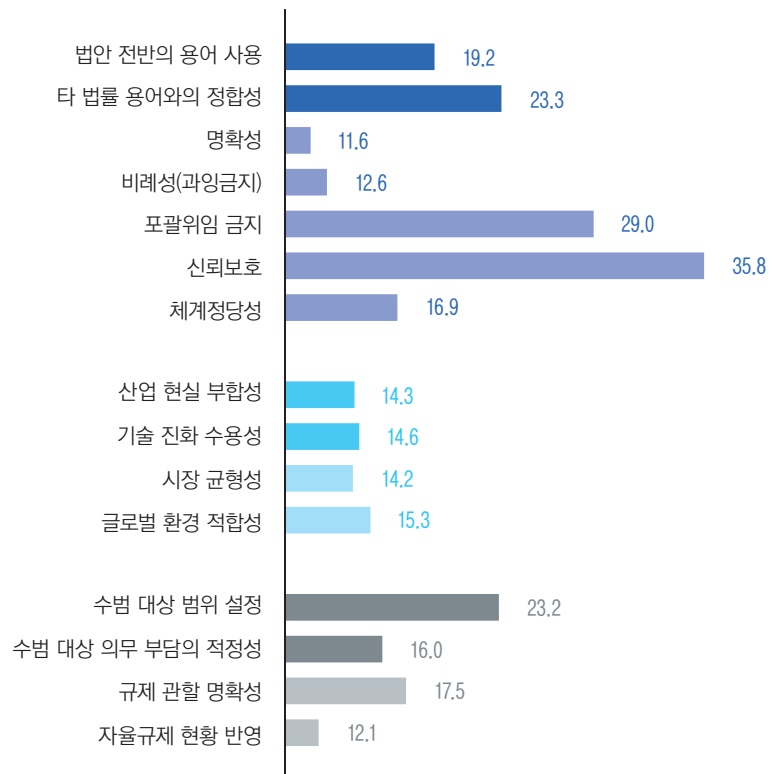


그림 2-2-8. 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(온라인플랫폼법(안))



3) 정보통신망법

정보통신망법 개정안은 총 55건이 평가되었으며, 평균 19.2점을 기록했다. ‘체계성 및 정당성(법적 차원)’은 평균 20.1점으로 미흡했으며, 대부분류 ‘헌법 원칙 준수성’(18.4점) 가운데서도 ‘비례성(과잉금지)’(16.4점)가 가장 낮게 나타났다. 이는 개정안이 표현의 자유, 개인정보 보호, 사자(死者) 정보 접근권 등 기본권에 직접 영향을 미치는 조항을 포함하고 있음에도 불구하고, 규제 대상과 범위를 명확히 특정하지 못한 점이 평가에 반영된 결과로 해석된다.

평가위원들은 “정보통신망을 이용한 명예훼손죄의 형량 상향은 표현의 자유를 위축시킬 우려가 있다.”는 점과 “사자의 정보 접근 범위를 대통령령으로 포괄위임하는 것은 헌법상 위임입법 한계를 넘어서다.”는 점을 지적했다. 또한, “특정정보의 조회수·추천수 조작행위를 형사처벌 대상으로 규정하는 것은 불명확하고 과도한 규제”라는 비판도 제기되었다. 이러한 의견들은 정보통신망법 개정안 다수가 규제 필요성에 대한 문제의식을 분명하게 드러내고 있으면서도, 규제 수단 설계 측면에서 한계를 보였음을 시사한다. 형사처벌 도입, 행정권한 확대, 기술적 의무 부과 등 서로 다른 규제 수단을 충분한 단계화 없이 결합하면서, 기본권 제한의 강도와 범위가 불명확해졌다는 것이 평가위원들의 지적이다. 이처럼 핵심 개념 정의의 불명확성과 행정권의 과도한 재량 확대가 법률의 체계적 완결성을 저해한 것으로 해석된다.

한편, 대부분류 ‘산업 및 기술 환경 정합성’(17.7점) 역시 저조하게 평가되었으며, 소분류 ‘산업 현실 부합성’(18.2점)과 ‘기술 진화 수용성’(17.6점) 모두 미흡한 수준에 머물렀다. 이는 AI, 클라우드, 디지털유산 등 신산업 분야를 규율 대상으로 삼고 있으면서도, 해당 기술과 서비스의 특성, 발전 단계, 산업 구조를 충분히 반영한 규제 설계로까지는 나아가지 못한 점과 관련된다. 특히 일부 조항은 2026년 1월 22일 시행되는 AI 기본법과 중복되어 입법 실익이 낮다는 평가가 제기되었다.

실제로 평가위원들은 “AI기본법 시행 전, 동일한 규제 내용을 중복 입법하는 것은 시기상 부적절하며 기술적 실효성도 담보하기 어렵다.”고 지적했으며, “딥페이크 정보 표시의무 조항은 기술적 한계와 산업 부담을 고려하지 않은 비현실적 규제”라는 의견도 제시되었다. 이러한 지적은 신기술 환경에 대응한다는 명분 아래 포괄적인 규율을 시도하면서, 실제 집행 가능성과 산업 현실에 대한 고려는 충분히 확보하지 못했음을 보여준다. 따라서 정보통신망법 개정안은 신기술 규제를 전반적으로 강화하는 방향을 취하면서도, 규제 실효성과 현실 적합성 측면에서는 한계를 드러내는 이중적 구조를

보인 것으로 평가할 수 있다.

표 2-2-6. 인터넷산업규제 입법평가 결과(정보통신망법)

법안	평가 점수	차원	평가 점수	대분류	평가 점수	소분류	평가 점수
정보 통신망법	19.2	체계성 및 정당성 (법적 차원)	20.1	법률 용어 적정성	26.0	법안 전반의 용어 사용	27.0
						타 법률 용어와의 정합성	24.1
				헌법 원칙 준수성	18.4	명확성	18.2
						비례성(과잉금지)	16.4
						포괄위임 금지	22.6
						신뢰보호	22.7
		체계정당성	19.5				
		산업 생태계 정합성 (산업 차원)	19.8	산업 및 기술 환경 정합성	17.7	산업 현실 부합성	18.2
						기술 진화 수용성	17.6
			시장 및 국제 규제 정합성	22.7	시장 균형성	24.3	
					글로벌 환경 적합성	20.4	
		규제 운영 실효성 (집행 차원)	18.0	규제 집행 메커니즘	20.0	수범 대상 범위 설정	21.9
수범 대상 의무 부담의 적정성*	7.5						
규제 거버넌스	17.2			규제 관할 명확성	22.6		
				자율규제 현황 반영	12.4		

* 소분류 중 '수범 대상 의무 부담의 적정성'은 평가에 활용 가능한 자료가 제한적이라는 점에서 해석에 유의할 필요가 있음

그림 2-2-9. 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(정보통신망법)

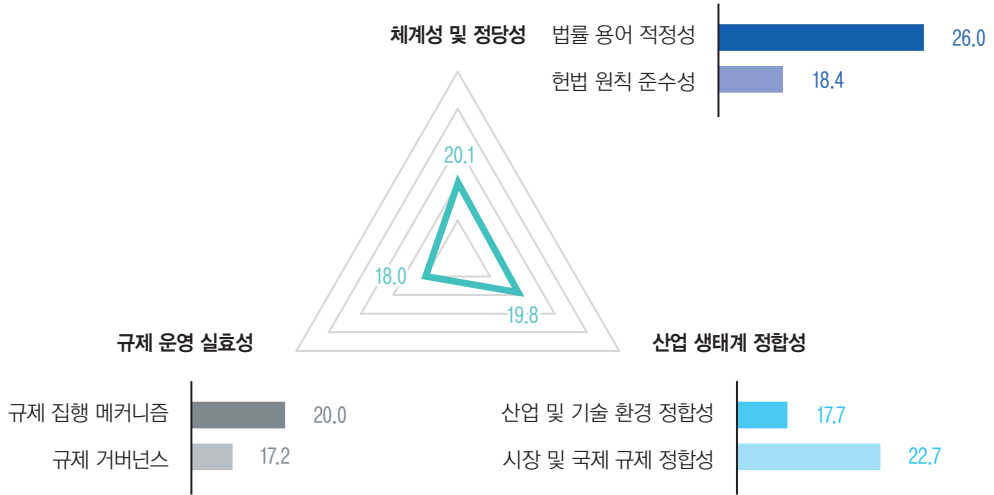
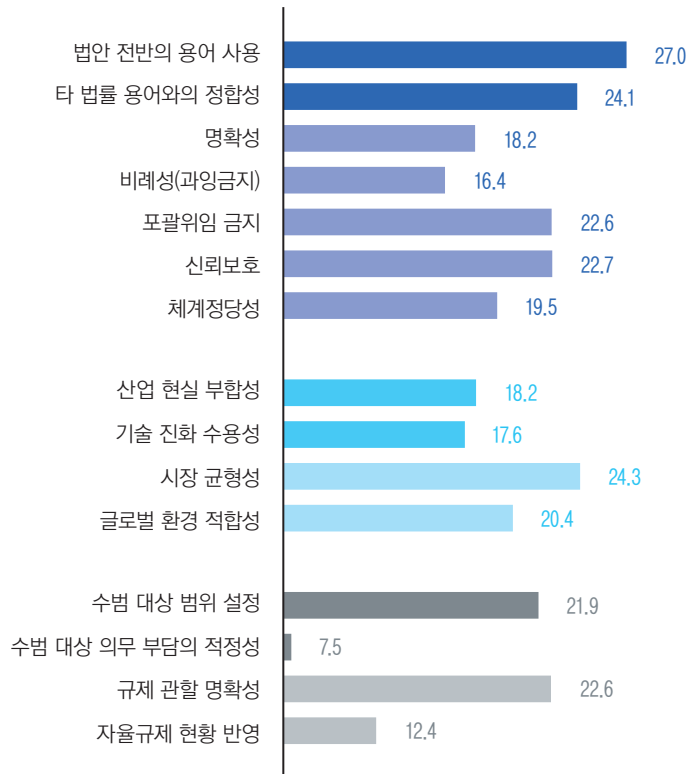


그림 2-2-10. 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(정보통신망법)



4) 전기통신사업법

전기통신사업법 개정안은 총 31건이 평가되었으며, 평균 27.6점으로 전체 평균(26.1점)과 비슷한 수준을 기록했다. 이 법률은 통신시장 규제의 핵심 법률로, 개정안 발의 건수가 「정보통신망법」(55건)에 이어 두 번째로 많았다. 이는 온라인플랫폼, 콘텐츠, 통신 인프라 전반에 걸친 다양한 정책 쟁점이 전기통신사업법 개정을 통해 동시에 다뤄지고 있음을 보여준다.

가장 낮은 점수는 ‘산업 생태계 정합성(산업 차원)’ 24.7점에서 나타났다. 특히 소분류 항목에서 ‘산업 현실 부합성’은 22.6점, ‘글로벌 환경 적합성’은 22.1점으로 산업 차원 내에서도 비교적 낮은 점수에 머물렀다. 이는 법안이 통신 산업 내 사업자 간 역할 분화와 계약 구조의 다양성, 그리고 기술 진화 속도의 차이를 충분히 반영하지 못한 채 설계되었음을 시사한다. 평가위원들은 “각 당사자 간 계약관계의 다양성을 고려하지 않은 획일적 규제 설계”, “규제 대상 행위가 불명확해 자의적 해석 위험이 높다.”는 점을 공통적으로 지적했다. 이러한 평가는 전기통신사업법이 시장의 복잡한 계약구조를 반영하지 못하고, 단일 기준의 규제를 통해 오히려 법 집행의 예측 가능성을 떨어뜨릴 위험이 있음을 보여준다.

특히 논란이 된 조항 중 하나는 ‘데이터 제공 의무화’였다. 평가위원들은 “기업의 핵심 영업자산인 데이터를 경쟁사에 제공하도록 의무화하는 것은 전 세계적으로 유례가 없으며, 사업자의 재산권을 침해할 소지가 크다”고 평가했다. 또한 “해외 사업자에 대한 집행 가능성이 전무하고, 결과적으로 국내 기업만 역차별을 받을 가능성이 높다”는 우려도 제기되었다. 이러한 지적은 법안이 공정경쟁을 촉진하기보다, 국내 통신·콘텐츠 기업의 국제 경쟁력 약화로 이어질 수 있음을 시사한다.

법적 측면에서도 부정적 평가가 두드러졌다. ‘헌법 원칙 준수성’ 대분류 가운데 ‘비례성(과잉금지)’ 항목이 22.7점으로 낮은 점수를 기록했는데, 이는 규제의 목적에 비해 수단이 과도하거나, 표현의 자유 및 재산권 침해 소지가 크다는 평가를 반영한다. 평가위원들은 “수시 감시 조항은 표현의 자유 침해 가능성이 높고, 무과실책임의 범위를 하위법령으로 위임하는 것은 위헌의 소지가 있다.”고 지적했으며, “수범 대상을 대통령령으로 정할 수 있도록 한 부분은 권한 위임이 과도하다.”는 의견도 제시했다. 이와 같은 평가를 종합하면, 전기통신사업법 개정안은 행정 편의 중심의 입법 설계로 인해 법적 명확성과 예측 가능성을 확보하지 못한 사례로 볼 수 있다.

또한 대분류 중 ‘규제 거버넌스’(26.1점)와 ‘시장 및 국제 규제 정합성’(23.4점)은 모두 평균 이하로

평가되었다. 이는 기관 간 관할 충돌 가능성, 수범자 정의 불명확성, 그리고 국제 통상 환경에 대한 고려 부족이 복합적으로 작용한 결과로 해석된다. 특히 평가위원들 사이에서는 “전 세계 유례없는 방식의 인앱결제 규제 강제화는 실효성 확보가 어렵고, 오히려 기업의 부담만 가중시킬 수 있다”는 의견이 다수 제시되었다. 더불어 부가통신사업자에게 불법정보 삭제·차단 의무를 “범죄 목적의 정보”까지 확대 적용할 경우, ‘헤클러의 거부권(Heckler’s Veto)²’이 발생해 합법 콘텐츠까지 삭제될 위험이 있다는 우려도 함께 제기되었다. 이는 법안이 표현의 자유와 산업적 자율성의 균형을 충분히 고려하지 못했음을 보여준다.

종합하면, 전기통신사업법 개정안은 규제의 목적과 수단 간 비례성 결여, 규제 대상 불명확성, 국내 기업의 역차별 우려, 표현의 자유 침해 가능성이라는 복합적 한계를 지닌 법안으로 평가되었다. 평가위원들은 본 법안이 “공정경쟁 촉진을 명분으로 내세우지만, 실제로는 산업 자율성과 시장 역동성을 저해하는 과잉입법의 전형”이라고 평가했다.

2 헤클러의 거부권(Heckler’s Veto)이란, 소수의 시위자나 방해자들이 소리를 지르거나 폭력을 행사하는 등의 방식으로 다수의 연설이나 집회를 강제로 중단시키는 행위를 일컫는 말이다. 1940년대 미국에서 처음 등장했으며, 연설을 방해하는 ‘헤클러(heckler)’가 자신의 소란으로 연설을 무산시키는 것을 마치 ‘거부권’을 행사하는 것에 빗댄 표현이다. 즉 이는 특정 발언 내용에 동의하지 않는 이들이 ‘소란을 피워’ 그 발언 자체가 이루어지지 못하도록 만드는 현상을 비판적으로 지칭하는 용어로 사용된다.

표 2-2-7. 인터넷산업규제 입법평가 결과(전기통신사업법)

법안	평가 점수	차원	평가 점수	대분류	평가 점수	소분류	평가 점수
전기통신 사업법	27.6	체계성 및 정당성 (법적 차원)	30.5	법률 용어 적정성	36.5	법안 전반의 용어 사용	37.2
						타 법률 용어와의 정합성	33.3
				헌법 원칙 준수성	28.4	명확성	30.7
						비례성(과잉금지)	22.7
						포괄위임 금지	20.0
						신뢰보호	36.4
		체계정당성	31.3	산업 현실 부합성	22.6		
				기술 진화 수용성	23.7		
				시장 균형성	24.0		
		산업 생태계 정합성 (산업 차원)	24.7	산업 및 기술 환경 정합성	23.9	글로벌 환경 적합성	22.1
						시장 및 국제 규제 정합성	23.4
				규제 집행 실효성 (집행 차원)	29.0	규제 집행 메커니즘	
		규제 거버넌스	26.1				규제 관할 명확성
						자율규제 현황 반영	16.0

* 소분류 중 '수범 대상 의무 부담의 적정성'은 평가에 활용 가능한 자료가 제한적이라는 점에서 해석에 유의할 필요가 있음

그림 2-2-11. 인터넷산업규제 입법평가 차원 및 대분류 결과(전기통신사업법)

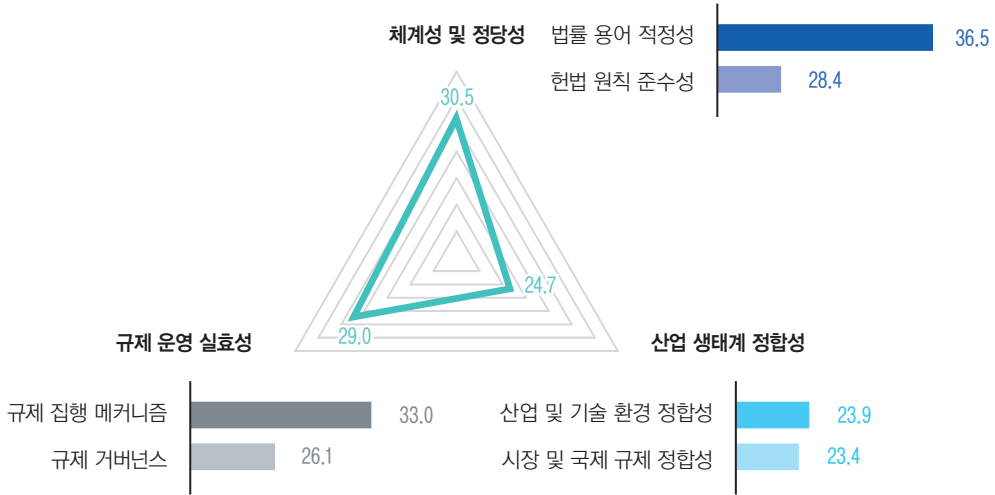
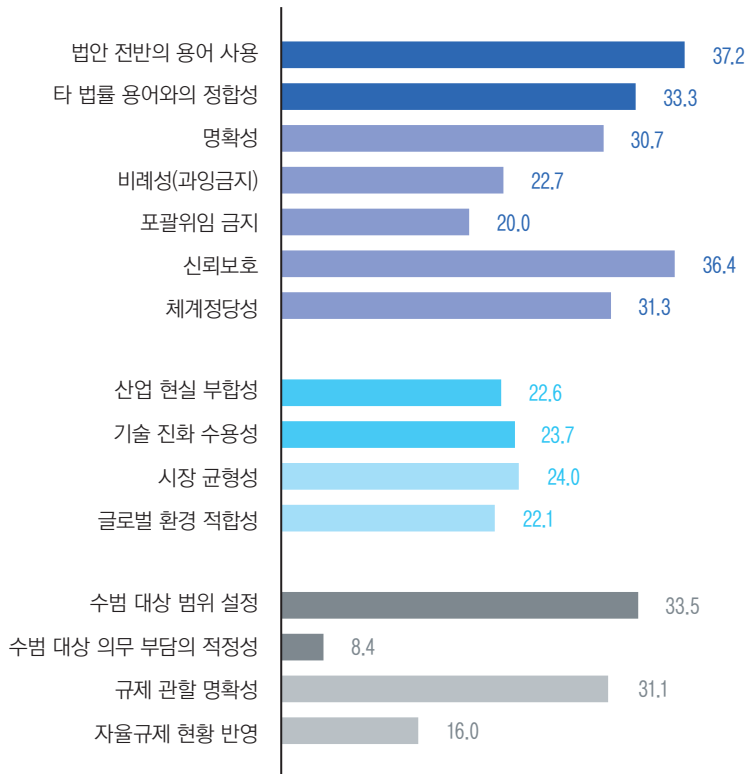


그림 2-2-12. 인터넷산업규제 입법평가 소분류 결과(전기통신사업법)



4. 종합평가: 디지털 입법의 구조적 전환점

2025년 입법평가 결과는 디지털 산업을 둘러싼 규제 체계가 ‘양적 확장기에서 구조적 전환기’로 진입하고 있음을 보여준다. 총 273건의 법안이 평가되었으며, 전체 평균점수는 26.1점으로 특히 산업 현실과 기술 변화를 반영하지 못한 규제 중심의 입법 패턴이 지속되면서, 법체계의 일관성과 정책 신뢰성 측면에서 구조적 한계가 드러났다.

규제 중심의 경직된 입법 구조

최근 입법 동향에서 가장 뚜렷하게 나타나는 특징은 규제 중심의 경직된 입법 구조가 강화되고 있다는 점이다. 특히 전자상거래법·정보통신망법·전기통신사업법 등 전통적 규제 법률은 여전히 사전통제 중심의 규제 틀을 유지하고 있으며, 새로운 산업 구조의 복잡성과 기술 변화를 반영하기보다 규제 강화에 초점을 맞춘 입법 경향이 두드러진다. 이로 인해 동일한 산업 행위가 서로 다른 법률에 의해 상충되는 방식으로 규제되는 이중구조가 발생하며, 법체계의 일관성과 정책 예측가능성을 저해하는 문제가 나타나고 있다.

결국 혁신 환경 조성보다 규제 확장에 무게가 실린 현 입법 구조는 디지털 산업 전반의 성장 동력을 제약하는 요인으로 작용하고 있다.

산업 정합성의 구조적 약점과 기술 수용력 저하

산업 현실과의 괴리는 이번 평가에서 가장 일관된 약점으로 확인되었다. 세 차원 중 ‘산업 생태계 정합성(24.4점)’이 가장 낮은 점수를 기록했으며, 특히 세부 항목인 ‘산업 현실 부합성(23.2점)’, ‘기술 진화 수용성(23.7점)’이 저조했다. 이는 입법 과정에서 산업 현장의 피드백이 충분히 반영되지 않았음을 의미한다. 예를 들어, 전자금융거래법이나 대규모유통업법 개정안은 산업구조의 복잡성과 기술 전환 속도를 충분히 고려하지 못한 채 거래방식이나 정산기한 등을 일률적으로 규정하면서 실효성·집행력 모두를 약화시켰다. 평가위원들 역시 “거래유형의 다양성을 고려하지 않은 법적 강제는 오히려 시장 질서를 왜곡할 수 있다”고 지적하였다.

결국 현행 입법은 ‘디지털화된 산업 생태계’를 하나의 통합된 시스템으로 인식하지 못하고, 여전히 전통적 산업 규제 논리에 머물러 있다는 점이 구조적 문제로 드러났다.

중복 입법과 규제 거버넌스의 불균형

입법의 질적 저하는 법률 간 중복성과 규제 거버넌스의 불균형에서도 나타난다. 평가 대상 법안 중 상당수는 동일 목적의 규제를 반복하거나, 기존 법률과의 관계 설정이 명확하지 않아 법체계의 일관성과 집행 가능성을 저해할 우려가 있다. 예를 들어, 전기통신사업법과 정보통신망법은 통신 서비스의 안정성과 이용자 보호를 공통적으로 다루고 있어 규제 대상과 적용 범위가 일부 중첩될 가능성이 존재한다. 이러한 구조는 규제 적용 기준의 모호성을 초래하고, 집행 과정에서 행정적 조정 비용을 증가시킬 수 있다.

한편, ‘규제 거버넌스’(24.5점)와 ‘자율규제 현황 반영’(22.2점) 항목의 낮은 점수는 정부 주도의 일방적 규제체계가 지속되고 있음을 시사한다. 민간 자율규제와 협의체 기반의 공동규제가 활성화되지 못하면서 정책 실행의 현실성과 시장 적응력이 모두 떨어지고 있다.

정치적 입법 주도의 확산과 입법의 상징화

이번 평가에서는 입법의 정치화 현상도 확인되었다. ‘비례성(24.2점)’, ‘체계정당성(25.3점)’ 등 헌법 원칙 준수 관련 항목이 낮게 나타난 것은 법안이 실질적 규제 필요성보다는 정치적·상징적 목적에 의해 추진된 경우가 많음을 반영한다. 특히 특정 사회 이슈가 발생할 때마다 이를 즉각적으로 대응하기 위한 “이슈 반응형 법안”이 다수 발의되면서 법률 간 일관성이 훼손되고, 규제의 예측가능성이 떨어지는 결과를 낳았다. 이러한 단기적 대응 중심의 입법은 결국 정책 신뢰성 저하로 이어지고 있으며, 산업과 국민 모두에게 ‘규제 피로감’을 초래하고 있다.

제3절

정책적 시사점 및 제언

앞선 입법평가 결과와 분석은 현행 디지털 규제 입법이 산업 현실과 충분히 조응하지 못하고 있으며, 규제 설계의 정밀성과 집행 가능성 측면에서 구조적 한계를 안고 있음을 보여주었다. 이러한 진단을 바탕으로, 본 절에서는 개별 법안 평가를 넘어 향후 인터넷산업 규제 입법이 지향해야 할 정책적 방향과 제도적 개선 원칙을 제시하고자 한다.

첫째, 향후 디지털 규제 입법은 규제의 강도나 범위 확대를 중심으로 한 접근에서 벗어나, 규제 설계의 질을 높이는 방향으로 전환될 필요가 있다. 새로운 기술이나 서비스가 등장할 때마다 이를 포괄적으로 규율하려는 방식은 규제의 예측 가능성을 낮추고, 산업 전반에 불확실성을 누적시킬 위험이 크다. 특히 플랫폼·AI·데이터 등 복합적 구조를 지닌 영역에서는 규제의 상향 평준화가 아니라, 최소 필요 규제를 중심으로 한 정밀한 규율 설계, 즉 ‘규제의 하향 평준화’ 관점이 정책 설계의 출발점이 되어야 한다.

둘째, 포괄적·일괄적 규제 모델에서 벗어나 문제 영역별 규율 방식으로의 전환이 요구된다. 이번 평가에서 저평가된 다수의 법안은 특정 문제 해결을 목적으로 함에도 불구하고, 산업 전체를 포괄하는 규제 구조를 채택함으로써 실효성과 수용성을 동시에 저하시킨 공통적 특징을 보였다. 디지털 산업은 시장 참여자, 거래 구조, 기술 수준이 매우 이질적인 영역이므로, 구체적 위험과 문제를 기준으로 한 단계적·선별적 규율 방식이 보다 합리적인 대안이 될 수 있다.


셋째, 규제 거버넌스 측면에서는 법적 규제와 자율규제 간의 역할 분담을 명확히 재정립할 필요가 있다. 입법평가 결과 자율규제 현황 반영 항목이 전반적으로 낮은 평가를 받은 것은, 현행 법안들이

시장 내 자율적 조정 메커니즘을 충분히 고려하지 못하고 있음을 의미한다. 향후 입법은 정부의 사전적 통제에 의존하기보다는, 민간의 자율규제·상생 협약·자율 기준 등을 제도적으로 연계·보완하는 구조를 통해 규제의 실효성과 유연성을 동시에 확보해야 한다.

넷째, 입법 절차의 질적 개선과 공론화 강화 역시 핵심적인 정책 과제로 제시된다. 평가위원들은 다수의 규제 법안이 전문가 및 이해관계자와의 충분한 논의 없이 발의·조정되는 과정에서, 규제 설계의 완성도가 떨어지고 수용성이 약화되는 문제를 공통적으로 지적했다. 특히 기본권과 직접적으로 연결되는 규제일수록, 입법 초기 단계에서부터 폭넓은 의견 수렴과 사회적 토론이 제도적으로 보장될 필요가 있다.

마지막으로, 디지털 규제 입법 전반에 대해 규제 목적 중심의 접근에서 규제 효과성과 집행 가능성 중심의 검증 체계로 전환할 필요가 있다. 규제의 필요성과 정당성은 중요한 출발점이지만, 그것만으로 입법의 완결성을 담보할 수는 없다. 헌법합치성, 산업 영향, 글로벌 경쟁 환경, 집행 비용과 행정 역량 등을 종합적으로 고려한 사전적 검증과 반복적 점검 체계가 정착될 때, 규제의 신뢰성과 지속가능성이 확보될 수 있다.

종합하면, 이번 입법평가는 디지털 산업 규제가 더 이상 ‘규제를 얼마나 많이 도입할 것인가’의 문제가 아니라, ‘어떤 방식으로 설계하고 운영할 것인가’의 문제로 전환되어야 함을 분명히 보여준다. 향후 인터넷산업 관련 입법은 규제의 목적과 산업의 역동성이 조화를 이룰 수 있도록, 정밀성·유연성·절차적 정당성을 핵심 원칙으로 삼아 재구성될 필요가 있다.



2025
**인터넷산업
규제 백서**

The background features a solid light blue color with abstract white and cyan wavy lines and circles. A cyan dot is located on a white circle in the upper left, and another cyan dot is on a white circle in the lower middle.

2025
인터넷산업규제 백서

CHAPTER

3

인터넷산업규제 영향 조사

제1절

조사 개요

제2절

현장 반응:

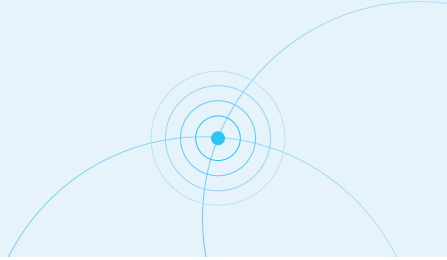
온라인플랫폼법 논의 장기화에 따른 영향

제3절

전문가 진단: 규제 설계의 구조적 문제

제 1 절

조사 개요



1. 배경 및 목적

규제는 본질적으로 복잡한 사회갈등과 이해관계를 모두 반영할 수 없다. 특히 급변하는 디지털경제 환경에서는 기업의 의사결정 방식과 이해관계자 간의 갈등 양상이 빠르게 변화하므로, 그 변화를 규제에 일일이 담아내는 일은 더욱 어려워진다. 따라서 기업이 제기하는 문제를 하나의 데이터이자 구조적 신호로 읽어내지 못한다면, 규제는 결국 현실과 어긋나 실패하고 같은 갈등을 반복하게 될 것이다.

이러한 한계는 온라인플랫폼법(이하 온플법) 제정 논의 과정에서 특히 선명하게 드러난다. 논의가 시작된 지 5년여가 지나는 동안, 온플법은 규제 기조 변화에 따라 방향이 수 차례 전환되며 예측 가능성을 낮췄고, 그 불확실성은 법률의 제·개정 여부와 상관없이 기업에 직접적인 영향을 미쳐 왔다. 그럼에도 그간의 논의는 주로 법적 정당성, 규제에 따른 예상 파급 효과 등에 집중되었으며, 산업 현장의 문제 제기는 단순한 '이해관계자의 불만'으로 치부되는 경향이 있었다.

본 연구는 이러한 선행 논의의 한계를 극복하고, 현장의 목소리를 체계적인 정책 신호로 재해석하는 것을 목적으로 한다. 보다 구체적으로, 본 연구는 플랫폼 기업의 실무자들이 지난 5년간 실제로 경험한 대응 과정, 반복적으로 마주친 쟁점 등을 공식 입장문이나 정제된 결과물이 아닌 생생한 진술로 수집하고 이를 체계적 방법으로 정리하여 정책적 인사이트를 도출하고자 하였다.

2. 조사 대상 및 방법

조사는 플랫폼 기업의 실무자를 대상으로 서면 인터뷰로 진행하였다. 본 조사가 민감한 주제와 조직 내부 의사결정 과정 등 외부에 공개되기 어려운 내용을 포함한다는 점에서, 서면 방식이 응답자의 부담을 낮추고 신중하며 체계적인 의견 수집에 적합하다고 판단하였다.

질문지는 정형화된 설문이라기보다, 참여자가 온플법 논의의 전개 과정을 스스로 떠올리며 경험과 판단을 충분히 서술할 수 있도록 돕는 서면 기반 반구조화 인터뷰 가이드로 설계되었다. 질문은 (1) 반복적으로 부상한 쟁점과 시간에 따른 논의 변화 과정, (2) 논의 장기화 속에서 대응과 현장의 고충, (3) 법안 논의가 초래한 내부 운영·의사결정 및 비즈니스 모델 조정 등 조직 내부의 변화를 중심으로 구성하였다.

서면 인터뷰 결과는 연구원 내부 검토를 통해 반복적으로 등장하는 일관된 메시지 중심으로 분류하여 재구조화하는 과정을 통해 범주화하였다. 도출된 범주와 주제들은 선행 연구와 대조·검증하였다.


현장 실무자의 인터뷰 내용 분석 결과를 바탕으로, 전문가 의견을 청취하는 후속 과정을 거쳤다. 전문가 의견을 종합하여 현재의 규제 논의가 인터넷산업에 미치고 있는 영향과 규제 설계 방향에 대한 제언을 도출하였다.

참고. 온라인플랫폼법(안) 논의의 경과

- 태동(2020~2021) : 플랫폼이 거래조건·노출·수수료 등을 사실상 통제하면서 불공정·정보비대칭 문제가 '중개거래 질서' 차원의 정책 의제로 커졌고, 공정위 대책(2020.6)→정부안 입법예고(2020.9)→국회 제출(2021.1)로 플랫폼 특별법 논의가 본격화
- 정체·전환(2022~2023) : 법안은 규제 범위·중복규제·정합성·혁신 저해 논쟁으로 법안이 계류, 새 정부 기조 속에서 민간 자율규제+기준법 사후 집행 강화 논의
- 재점화·확장(2024~2025) : 국내 플랫폼 이슈 및 EU DMA/DSA 등 글로벌 흐름, 22대 국회 다수구도가 결합하며 입법이 재점화됐고, 논의 초점이 경쟁 질서·시장구조 개입·공공성/책임 강화로 확장

제 2 절

현장 반응: 온라인플랫폼법 논의 장기화에 따른 영향



1. 절차적 공정성에서 시장 통제로

지난 5년간 온라인플랫폼법 논의의 가장 두드러진 변화는 규제의 중심축이 ‘거래 질서의 원칙과 절차를 어떻게 설계할 것인가’에서 ‘시장결과(가격·요율·수익배분 등)에 어떻게 개입할 것인가’로 이동했다는 점이다. 초기 논의는 공정성·투명성 등 비교적 추상적인 규율의 틀을 설계하는 성격이 강했고, 기업은 규제의 범위와 기준을 예상하며 미리 점검하고 대비하는 분위기가 컸다. 그러나 시간이 흐르면서 논의는 단순한 질서 조정의 범위를 넘어, 가격 결정과 수익 구조처럼 기업의 생존과 직결되는 문제까지 건드리는 방향으로 변화했다.

가격이나 계약기간, 거래 조건 등은 본래 계약 당사자들이 협상을 통해 정해야 하는 영역임에도 정책이 직접적으로 이를 결정하고 강제하는 것은 “시장 자율성 자체가 흔들릴 수도 있다”는 메시지가 될 수 있다.

실제로, 경제학에서는 가격 통제가 단기적으로 특정 집단의 부담을 낮추는 효과를 줄 수 있지만, 중장기적으로는 공급·투자·품질·혁신이 위축되고 시장 전체에 파급효과가 변질 수 있음을 반복적으로 증명해 왔다(Diamond et al., 2019; Rochet, et al., 2003). 현장의 응답은 이러한 연구 결과를 뒷받침함과 동시에, 최근 플랫폼 규제가 단순히 ‘강화 됐다’는 수준을 넘어 헌법상에도 보장되는 시장 자율성을 제약하는 방향으로 이동하고 있음을 시사한다.

“현재의 플랫폼 규제 논의는 비즈니스 본질을 건드리는 최고조의 위기에 있다고 생각합니다. 지난 5년간 반복된 규제 논의가 결국은 시장 가격 개입이라는 가장 강력한 규제로 귀결되는 것을 보며 실무자로서 무력감과 강한 피로감을 느끼고 있습니다.”

“지난 5년간 온플법을 둘러싼 현장 분위기는 단순한 제도 도입 여부를 넘어, 산업 전체에 대한 전방위적 압박으로 심화되었습니다.”

“현장의 분위기는 지난 5년 중 가장 심각하고 무겁습니다. 과거 온플법은 공정경쟁 유도나 기존에 존재했던 반칙 행위에 대한 처벌 등이 규제의 중심으로, 법이 통과되더라도 사업의 영위는 가능한 수준이었습니다. 그러나 최근 논의 되었던 상한제 등은 단순한 공정거래나 경쟁의 차원을 넘어 기업의 생존과 직결되는 문제입니다.”

2. 장기적 불확실성이 만든 선제적 위축

온플법이 수년째 ‘도입된 것도, 폐기된 것도 아닌’ 상태로 반복되면서, 현장에서는 법이 만들어지기 전에 이미 규제가 작동한다는 감각이 굳어졌다. 논의가 장기화될수록 기업은 “언젠가 규제가 될 수 있다”는 가능성을 단순한 전망이 아니라 현재의 경영 제약 조건으로 받아들여게 된다. 온플법 논의의 장기화는 특히 두 가지 현상을 강화한다.

첫째, 장기화된 논의 자체가 ‘규제 불확실성’이 되어 기업 의사결정을 선제적으로 보수화한다. 법이 확정되기 전이라도 규제 논의가 길어지면, 기업 내부에서는 ‘잠재적 리스크’가 ‘상시 리스크’로 굳어지기 쉽다. 이때 의사결정의 기준은 ‘법을 위반하지 않는가’를 넘어, ‘나중에 문제 될 소지가 있는가’를 먼저 제거하는 방향으로 이동한다. 선행 연구들 역시 정치적 위험이 큰 기업일수록 고용과 투자를 줄이고 정치적 리스크를 대비해 유동성을 축적하거나 예산을 재분배하는 경향이 있다고 설명한다(Hassan et al., 2019)

플랫폼 산업 현장에서는 법적 근거가 확정되지 않았음에도 거센 논의 분위기 탓에 새로운 사업을 보류하거나 기존 서비스를 축소·수정 했던 자기 검열의 사례를 아래와 같이 설명한다.

“신규서비스 기획 단계에서 자사 우대 논란이나 노출 기준 문제로 해석될 소지가 있는 기능은 사전에 보류하거나 범위를 축소해 설계한 사례가 있습니다. 또한 기존 서비스에도 정책 변경이나 기능 개선을 추진할 때, 법적 위반 여부와 무관하게 ‘지금론 논란이 될 수 있다’는 이유로 수정·연기하는 의사결정이 반복되었습니다.”

“신규 광고 상품이나 서비스를 기획할 때, 기업의 에너지는 <고객 가치 창출>이 아닌 <규제 가이드라인 회피>에 매몰되었습니다. 새로운 상품을 출시할 때 그 실질적 혜택보다 명칭 하나, 표현 하나가 혹여 규제 당국의 오해를 사지 않을지 고민하는데 더 많은 시간을 쏟았습니다. ‘이 서비스가 소비자에게 어떤 이익을 주는가?’라는 본질적 질문보다는 ‘이 서비스가 규제기관에 어떻게 보일 것인가?’를 우선순위에 두게 되면서 서비스의 질적 성장이 저해되었습니다.”

“경쟁력을 높이기 위한 공격적인 사업 확장이 자칫 ‘독과점 강화’라는 프레임으로 공격받을까 우려하여, 유망한 신규 사업 모델을 검토 단계에서 보류하거나 축소하는 사례가 빈번해졌습니다.”

법의 장기적 불확실성은 기업의 전략 판단만 바꾸는 데서 그치지 않고, 불확실성에 대응하기 위한 준비·설명·정리 업무가 상시화되면서 실무 담당자의 업무 부담을 비정상적으로 키우는 방식으로 체감되기도 한다. 현장에서는 다음과 같은 표현으로 이 상태를 설명한다.

“온플법 등 규제 이슈로 인해 신규사업 추진에 있어 조심해야 한다는 말을 회사 내부에 하곤 하는데, 온플법 이슈가 지나치게 장기화되다보니 내부에서는 제가 양치기소년이 되는 느낌을 종종 받습니다.”

“회사에서는 ‘통과 되는거야? 안되는거야?’, ‘그래서 이 일 해도 돼? 하면 안돼?’의 이분법적 시각에서 접근하는데, 이럴 때마다 담당자 입장에서 난처한 경우가 많습니다.”

“경영진에게 이 안이 통과되면 A, 다른 안이 통과되면 B와 C를 바꿔야 한다고 반복적으로 설명하는데 상당한 행정력과 시간이 소모되었습니다. 이와 함께 법안이 완전히 정리되지 않았다는 이유로 신규 프로젝트나 서비스 개선이 보수적으로 설계되거나 의사결정이 미뤄지는 상황도 반복되었습니다.”

둘째, 단일법이 없어도 규제가 ‘쌓이면서’ 사실상 규제 환경은 강화된다. 미국 행정회의(ACUS)는 여러 기관·산업체·NGO 관계자 인터뷰를 바탕으로, 법이 아니고 강제성이 없지만 지침 문서를 사실상 따를 수 밖에 없음을 실증적으로 확인한 바 있다(Parrillo, 2017). 우리나라 플랫폼 산업 현장에서도 온플법이 제정되지 않았지만, 이미 하위규정·지침·가이드라인·행정해석·자료제출 요구 등이 누적되고 있어 기업 입장에서는 규제를 받고 있다고 느꼈다.

“이슈에 대해 기존 공정거래법, 전자상거래법 및 각종 심사지침을 근거로 반복적이고 매우 상세한 자료 제출을 요구받으면서, 법안에서 논의되는 내용이 이미 다른 법과 지침을 통해 선제적으로 적용되고 있다는 인상을 받았습니다.”

“온플법이 다루려는 거래 공정성, 노출 순위, 계약 관계 등은 이미 한국소비자원, 공정거래위원회의 여러 부서를 통해 실시간을 규율되고 있습니다. 관련 부서에서 시행하는 정기·수시 서면 조사는 기업에 이미 상당한 행정적 부담을 지우고 있습니다.”

“규제 대응을 위해 R&D 인력과 법무 리소스가 우선 배정되면서, 정작 기업의 본원적 경쟁력을 높여야 할 신규 서비스 개발이나 기술 혁신은 후순위로 밀려나고 있습니다.”

“기술을 개발하는 엔지니어들이 사용자 경험(UX)개선이 아닌 규제준수용 시스템 개편에 장기간 투입되는 상황은 플랫폼 기업에 있어 가장 뼈아픈 손실입니다.”

어느 시점에 특정 국가·부처·산업에 누적되어 존재하는 규제의 총량(재고)을 규제 스톡(regulatory stock)이라고 한다. 여기에는 유효한 법·시행령·시행규칙·고시뿐 아니라, 인허가·보고·자료제출 의무, 기준·표준, 그리고 경우에 따라 행정지침·가이드라인까지 포함되어, 기업이 실제로 따라야 하는 “규칙 덩어리” 전체를 의미한다. 결국, 규제 스톡이 커질수록 기업은 “이것도 지켜야 하고, 저것도 지켜야 하는” 준수 비용을 누적적으로 부담하게 되며, 동시에 여러 규정 간 중복·충돌·해석 불확실성이 커지면 의사결정 속도와 시장의 역동성이 저하될 수 있다(OECD, 2020).

3. 플랫폼 경제 메커니즘에 대한 간과

현장 응답에서 반복적으로 확인되는 문제의식은 ‘규제의 필요성’ 자체보다, 규제가 출발하는 전제가 산업 현실을 충분히 반영하지 못한다는 점이다. 이는 단순히 “현장을 몰라서 생긴 오해” 수준이 아니라, 플랫폼 경제가 작동하는 메커니즘에 대한 근본적 오해에서 비롯된다는 인식이다.

실제로 플랫폼 경제의 핵심은 ‘거래를 중개한다’는 사실 그 자체가 아니라, 시장에서 반복적으로 발생하는 정보 비대칭과 신뢰 문제를 완화하고, 참여자들 간에 매칭·평가·피드백을 통해 거래의 효율과 품질을 끌어올리는 제도적 장치를 마련한다는 데 있다.

예를 들어, 플랫폼은 개인 단위 창작자·자영업자(PDE)가 자신의 일상과 경험을 콘텐츠로 전환해 수익화하고, 공식 자격·인증이 없더라도 이용자 평가와 추천 시스템을 통해 실력과 신뢰를 축적하며 시장에 진입할 수 있는 새로운 경로를 열어준다. 또한 플랫폼 수수료는 단순한 이윤이 아니라 결제·정산·분쟁조정·안전정책·추천 고도화 등 플랫폼이 지출하는 운영·혁신 비용을 보전하며, 결과적으로 소비자·판매자 모두의 잉여를 확대할 수 있는 기반이 된다(김상준, 2025)

선행연구들 역시, 플랫폼의 특성에 기반하여, 기존과 같은 경제 논리에 맞춰 규제를 하게 될 경우 시장 왜곡 등의 부작용이 발생할 수 있음을 경고한다(Evans & Schmalensee, 2013). 그럼에도 온플법을 둘러싼 최근 논의는 이러한 메커니즘을 충분히 고려하지 않은 채 플랫폼을 ‘갑vs을’ 또는 ‘착취vs보호’의 이분법으로 단순화하고 기존 잣대를 일률적으로 적용하는 경향이 강하다. 이러한 플랫폼 경제의 작동 방식과 괴리된 규제 논의에 대해 현장 실무자들은 다음과 같이 토론했다.

“지난 5년간 시장구조와 기술 환경, 국제 경쟁구도가 크게 변화했음에도 불구하고, 법안의 문제 정의와 표현은 초기 논의 당시의 프레임을 거의 그대로 반복하고 있다는 인상을 받았습니다. 2020년 시점에서는 일정 부분 공감할 수 있었던 문제의식이 현재까지 동일한 전제로 유지되는 것은, 빠르게 진화하는 플랫폼·AI 산업의 현실을 충분히 반영하지 못한 접근이라고 느꼈습니다.”

“현재의 입법 논의는 오프라인과 온라인 유통 간의 불균형을 해소하는 방식이 아니라, 온라인 플랫폼이 가진 혁신적 순기능을 억제하는 방향으로 흐르고 있습니다. 플랫폼의 순기능(판로 확대, 비용 절감 등)은 외면한 채, 일부 부작용만을 산업 전체의 문제로 확대 해석하여 규제를 설계하는 것은 정책적 적합성이 결여된 접근입니다.”

“노출·순위나 수수료 문제를 전통적인 유통·가맹 구조에 대입해 설명하는 조항이나 발언을 접할 때, 데이터·알고리즘·AI 기반으로 실시간 최적화가 이루어지는 플랫폼 운영 현실과는 상당한 괴리가 있다고 느꼈습니다. 이러한 접근은 현장에서 실제로 더 중요한 이슈인 글로벌 플랫폼과의 경쟁, 투자 여력, 혁신 위축, 기술 고도화에 따른 리스크 관리 문제를 가리는 결과를 낳는다고 생각합니다.”

“온플법은 기업·서비스의 특성에 따라 자유롭게 결정되어야 할 계약 기간을 법적으로 강제하는 등 자유시장경제질서를 훼손하고 계약 자유의 원칙을 침해하는 조항들이 확인됩니다. 현재 임대차계약처럼 개인의 상당한 경제적 투자가 선행되는 경우를 제외하고는 계약기간을 법으로 정하는 입법 사례는 없습니다.”

4. 정치적 변화에 요동치는 플랫폼 규제

플랫폼 산업의 성장이 빠르고, 이해관계 및 산업 구조가 복잡한 만큼, 플랫폼 규제는 정치적 상징화·의제화 되기 쉬운 측면이 있다. 실제로 앞서 서술한 바와 같이, 온플법 논의 전개 과정을 보면, 2020년 처음 법안이 등장한 이후 한동안 ‘법 제정’에 초점이 맞춰져 있었지만 윤석열정부 이후

‘자율규제’로 논의의 방향이 옮겨갔다. 그러나 플랫폼 산업의 이슈가 발생하며 정책 의제 전반에서 플랫폼을 다시 ‘강하게 붙잡아야 할 대상’으로 재호명 하는 계기가 되었다.

“온플법 논의 초기에는 새로운 규제가 실제로 도입될 가능성에 대한 긴장감이 상당히 컸고, 실무 현장에서도 ‘무엇이 바뀔지 모른다’는 불확실성 속에서 선제적 대응을 고민하는 분위기가 강했습니다. 이후 2022년을 전후로 논의가 다소 정체되고 자율규제 기조가 제시되며 현장에서는 한 차례 긴장이 완화되는 국면을 경험했습니다. 그러나 2023년 이후 다시 발의 건수가 늘어나고, 2024년 22대 국회 출범과 함께 단기간에 다수의 법안이 발의되면서 현장 분위기는 다시 ‘상시 대비 상태’로 전환되었습니다.”

선행연구는 정책대립이 큰 영역에서 정권 교체가 정책 변동의 중요한 계기로 작동함을 보여준다(Birkland, 1998; 김나리·오서은, 2024). 그러나 플랫폼 정책의 변화는 정권 교체만으로 설명되기 어렵다. 정권은 교체 이후에도 지지기반을 결집·유지하기 위해 의제를 전략적으로 선택하는데, 이용자 기반이 넓고 파급력이 큰 플랫폼 이슈는 정치적으로 동원되기 쉬운 소재가 된다(노재인, 2025).

또한 한국에서는 사건·사고 이후 형성된 국민 정서가 법체계에 빠르게 반영되는 경향이 있어(한대신문, 2021.05.02.), 개별 사건이 산업 전반의 규율로 단기간에 일반화되거나 특정 인식이 강화되어 여론으로 고착되기 쉽다(Kuran & Sunstein, 1998). 타다 사례는 이러한 메커니즘이 규제 담론으로 전이되며, 중장기적 산업·경제 맥락에 대한 검토 없이 규제 필요성이 급격히 증폭될 수 있음을 보여준 대표적 사례다. 현장에서는 이처럼 사건 기반의 급속한 일반화와 플랫폼 이슈의 정치적 동원이 규제의 정합성과 예측가능성을 훼손할 수 있다고 우려한다.

“지난 5년을 되돌아볼 때, 온플법은 합리적인 제도 설계를 위한 논의의 장이 아닌 정치적 성장을 위한 수단으로 변질되었습니다. 정책의 목표가 ‘공정한 생태계 조성’이 아니라, ‘누가 더 강한 규제안을 내놓아 주목받느냐’는 정치적 셈법에 치우쳐 있는 것입니다. 유사한 법안들이 중복 발의되고 처벌 조항만 강화되는 현상은 입법의 질적 향상보다는 자극적 이슈 선점에 매몰된 정치 현실을 여실히 보여줍니다.”

“한국의 높은 자영업자 비중(약30%)과 맞물려, 플랫폼 규제는 ‘사회적 약자 보호’라는 복지적 프레임으로 포장되어 있습니다. 이는 디지털 전환이라는 거대한 흐름 속에서 플랫폼을 필수로 이용하게 된 소상공인들의 표심을 얻기 위한 손쉬운 정치적 도구가 되었습니다.”

“일부 협단체의 비합리적인 요구가 국회나 정부 부처로 전달되면, 이는 즉각적인 ‘조사’라는 칼날로 돌아옵니다. 이는 사실상 플랫폼 기업에 대한 상시적인 ‘정치적 압박’으로 작용합니다. 합리적인 시장 중재보다는 민원 해결의 방식으로 공권력이 동원되고 있습니다.”

“특정 이슈를 계기로 시작된 규제의 칼날이 플랫폼 산업 전반으로 무차별하게 확산되고 있습니다.”

“개별 기업의 과실을 플랫폼 산업 전체의 구조적 결함으로 몰아가는 ‘일반화의 오류’가 현장의 긴장감을 극도로 높이고 있습니다.”

제 3 절

전문가 진단: 규제 설계의 구조적 문제

현장 인터뷰는 규제가 산업의 의사결정을 과도하게 압박하고 있으며, 그 배경에는 ‘플랫폼 경제로의 전환’이라는 변화에 대한 해석과 대응 태도의 차이가 있기 때문임을 여실히 보여주었다. 모두가 같은 변화를 겪고 있지만, 이를 ‘통제해야 하는 위험’으로 해석하는 시각과 ‘관리하며 활용해야 할 전환’으로 해석하는 시각 사이의 간극이 커질수록 갈등은 더 쉽게 격화되는 듯 하다.

전문가들은 변화하는 시대를 ‘있는 그대로’ 직시해야 한다고 언급해 왔다. 그리고 이 변화에 맞는 방식을 잘 찾아가야 한다고 조언했다.

“플랫폼에 대한 규제들은 대부분 규제 목적에 경도되어 산업에 대한 이해, 규제 형평성, 규제 효과성 등에 대한 근본적 검토 없이 발의된 법안들이었다.”

“온라인 플랫폼 법안은 자율성과 혁신성을 전제로 하는 온라인 플랫폼 시장의 특성을 제대로 반영하지 못했고, 실효적인 규제 메커니즘과 거버넌스를 담고 있지 않아, 향후 산업 생태계의 균형 있는 발전에 도움이 되기 어려울 것으로 평가한다.”

현재 문제를 해결 하기 위해서는 개별 법안의 찬반을 넘어 입법 절차와 규제 설계의 방식 자체를 재구성하는 것에서 출발해야 한다. 우선, ‘일단 법을 내놓고 보자’는 접근을 줄이고 국회 발의 법안

역시 실질적인 입법영향평가와 대안 비교를 거치도록 하는 등의 "프로세스 중심"의 규제 거버넌스 전환이 필요하다. 실제로 많은 전문가들은 의회 절차 안에서만 입법이 진행되는 문제를 제기 했다. 단순히 공청회·숙의 과정을 형식적으로 거쳤는가의 여부가 아니라, 규제의 대상, 범위, 집행 가능성, 중복규제의 위험, 시장 및 소비자 후생에 대한 영향을 내용적으로 점검하는 체계가 반드시 필요하다.

"표현의 자유와 같은 기본권과 직결된 중요 입법안들은 더 두텁게 의견을 청취하고 토론해야 하지만 이런 절차가 없거나 축소된 경우가 많았다."

"규제 목적에 경도되어 산업에 대한 이해, 규제 형평성, 규제 효과성 등에 대한 근본적 검토 없이 발의된 법안들이 대부분이었다는 점이다."


둘째, 규제의 속도 조절이 필요하다. 사건·사고에 대한 대응은 중요하지만, 단기적 처방이 장기적 제도 비용을 키우는 방식으로 작동하지 않도록 신중해야 한다. 사건은 문제를 드러내는 계기가 될 수 있어도 곧바로 규제의 범위와 강도를 정하는 기준이 될 수는 없다. 감정적으로 고조된 상황에서 만들어진 규제는 자칫 대상과 책임의 경계를 넓게 잡고 예외와 차이를 충분히 고려하지 못하는 오류를 범할 수 있다. 따라서 플랫폼 산업과 같이 예측이 어려운 분야일수록 규제는 '속도'가 아닌 정확도와 검증가능성을 중심으로 설계되어야 한다.

"새로운 기술의 등장에 대응하는 규제 시스템의 설계에 있어서 입법부와 규제 당국은 '규제 상황 평준화'가 아니라 '규제의 하향 평준화'가 필요하다는 점을 항상 염두해야 한다. 그래야 산업의 진흥·육성과 필요한 규제 간의 균형과 조화가 달성될 수 있다."

마지막으로 모든 문제를 법으로 '틀어막는' 방식에는 한계가 있다. 정해진 길이 없는 전환기에는 시행착오가 불가피하며, 제도는 금지와 처벌만으로 질서를 만드는 것이 아니라 학습과 조정이 가능하도록 설계되어야 한다. 특히 플랫폼 경제처럼 기술·시장·이용자 행태가 빠르게 재구성되는 영역에서는, 고정된 규칙을 선제적으로 촘촘히 쌓는 방식이 오히려 새로운 위험을 만들어내거나 책임의 경계를 흐릴 수 있다.

“법적 규제 보다는 자율규제를 바탕으로 혁신과 성장을 도모하는 것이 필요하다.”

혁신을 전제로 하는 산업의 작동 원리를 훼손하지 않으면서도, 위험이 집중되는 부분에 한해서는 예측 가능하고 검증 가능한 규율을 적용하는 균형이 필요하다. 핵심은 규제를 해야 하는가에 대한 이분법적 논쟁이 아니다. 플랫폼 경제의 전환 국면에서, 이제는 플랫폼 기업을 ‘통제의 대상’이 아니라 변화를 함께 헤쳐갈 동반자로 인식하고, 산업 진흥과 공익 보호 사이의 공감대를 형성할 수 있도록 규제 프로세스를 재설계해야 할 때이다. 이번 인터뷰에서 반복적으로 확인된 메시지 역시, 바로 이러한 전환이 더 이상 미룰 수 없는 경고이자 요구다.



2025
**인터넷산업
규제 백서**



2025
인터넷산업규제 백서

CHAPTER

4

특별기고

이슈 1

온라인 플랫폼 규제 현황과 평가(I)

이슈 2

온라인 플랫폼 규제 현황과 평가(II)

이슈 3

국내 인공지능 규제 동향과 쟁점

이슈 4

디지털자산 시장 및 제도의
최신 동향

이슈 1

온라인 플랫폼 규제 현황과 평가(I)

황태희 교수
성신여자대학교 법과대학

1. 온라인 플랫폼 관련 입법 배경

1. 기존 논의의 배경

온라인 플랫폼이란 서로 다른 집단의 이용자들 간의 거래·정보교환 등 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템을 의미하는 것이다. 2010년대 중반부터 플랫폼을 둘러싼 여러 공정거래의 문제, 즉 플랫폼 간의 경쟁제한행위와 이른바 갑을 문제라 불리는 거래 공정화의 문제, 그리고 소비자 보호에 관한 여러 문제가 발생하였고, 다각도의 정책적 논의가 진행되는 과정에서 입법의 필요성이 대두되었다. 특히 2020년 비대면거래가 일상화되던 팬데믹을 거치면서 온라인 플랫폼은 폭발적으로 성장하게 되었고, 이러한 입법 필요성이 현실화되기에 이르렀다.

공정거래위원회(이하 '공정위')는 이러한 대형 온라인 플랫폼의 남용행위를 규제하기 위하여 별도의 입법을 추진하기로 하고 2020년 온라인플랫폼 공정화법을 입법예고하였으나, 당시 규제 대상 및 규제범위 등에 대한 논란과 함께 방통위 등 다른 부처와의 관할권 다툼으로 인하여 입법이 무산되었다.

그런데 EU에서 디지털시장법(DMA, Digital Market Act)이 제정되어 2022년부터 시행됨으로써 구글, 애플, 아마존 등 세계적인 플랫폼 기업(빅테크)이 게이트키퍼로서 이들의 핵심 서비스(CPS)를 대상으로 시장지배력의 남용 등을 규제할 수 있도록 하게 되었고, 온라인 중개서비스 비즈니스 사용자를 위한 공정성과 투명성 증진에 관한 규칙(이른바 'P2B 규칙')이 제정되어 플랫폼에 대한 강화된 규제의 법적

근거를 마련하였다. 그러한 외국의 입법 움직임 속에서 공정위는 기존 공정거래법 하에서 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침¹」을 제정하여, 플랫폼 사업자에 대한 현행 공정거래법상 ‘시장지배적지위 남용행위 금지행위(제5조)’적용의 구체적인 기준을 제시함으로써 법 집행의 합리성과 예측가능성을 높이고자 하였고, 「기업결합 심사기준²」을 개정하여 명목상 무료로 서비스를 제공하는 경우의 시장획정이나, 당사회사가 온라인 플랫폼 사업자인 경우, 경쟁제한 효과를 분석함에 있어 네트워크 효과를 추가로 고려하여 기업결합 심사를 하는 등 온라인 플랫폼에 대한 규제의 방향과 구체적 기준을 제시하였다. 한편, 온라인 플랫폼에서 발생하는 불공정거래행위 문제에 대해서는 배달앱·오픈마켓·숙박앱·모바일상품권 분야 등 4개 분야에 있어서 플랫폼 자율규제 협의체³를 통하여 분쟁의 여지를 다소 줄여나가고 있었다.

2. 2025년 입법 논의의 경과

2024년에 위메프, 티몬의 납품대금 미정산사태 및 P2B 거래에 있어서 플랫폼 vs. 입점업체, 판매자 간의 문제가 대두됨으로 22대 국회에서 온라인 플랫폼에 대한 개별 입법 논의가 재개되었다. 초기의 법안은 온라인 플랫폼과 관련된 경쟁자이자 거래상대방의 이중적 지위를 포괄하는 입법으로서 경쟁과 거래 공정화에 관한 내용이 모두 포함되어 있었으나, 미국과의 통상협상을 지속하면서 온라인 플랫폼 독점규제법(이하 ‘독점규제법’)과 온라인 플랫폼 중개거래 공정화법(이하 ‘공정화법’)의 별도 논의 필요성이 대두되면서 법안도 투트랙으로 제안되었고, 공정위 위원장도 공정화법을 우선 추진하는 것으로 발표하였다.

22대 국회가 임기를 시작한 2024년 6월부터 2025년 11월까지 4개의 독점규제법안과 12개의 공정화법안이 제안되었으나, 여러 법안간의 이견이 있던 것을 통합 공정화법안(이정문 의원안)으로 제출하였다. 해당 법안은 2025년 12월 현재 상임소회의를 통과하고 입법예고에 들어갔다.

1 온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침 (시행 2023.1.12. 공정거래위원회 예규 제418호).

2 기업결합 심사기준 (시행 2024. 5.1. 공정거래위원회고시 제2024-6호)

3 공정위 보도자료 2023.8.29.

표 4-1-1. 22대 국회 발의된 온라인 플랫폼 관련 법률안

법률안 명칭	의안번호	대표발의의원(의원 수)
온라인플랫폼 중개거래 공정화법	2215044	이정문 의원(14)
	2211738	윤종오 의원(15)
	2205188	한창민 의원(12)
	2204802	민병덕 의원(17)
	2204777	김남근 의원(58)
	2204514	천준호 의원(10)
	2204346	권철승 의원(11)
	2202594	김현정 의원(11)
	2200945	민형배 의원(10)
온라인플랫폼 독점규제 및 거래공정화법	2204749	강준현 의원(12)
	2203817	이강일 의원(14)
	2201432	박주민 의원(11)
온라인플랫폼 중개거래공정화 및 독점규제법	2202983	오세희 의원(20)
	2200371	오기형 의원(19)
온라인 플랫폼 독점규제법	2205190	한창민 의원(13)
	2204512	천준호 의원(10)
	2204234	신장식 의원(11)
	2201430	김남근 의원(44)

2. 공정화법⁴의 핵심 조문별 법안 내용 분석

1. 입법 목적 및 적용대상과 범위

법안은 온라인 플랫폼 중개사업자와 이용사업자의 “대등한 지위”의 보장을 염두에 두고 제정됨을 밝히고 있다.

또한, 이 법의 적용대상이 되는 온라인 플랫폼 중개사업자를 직전 사업연도의 총매출액 100억 원 이상 또는 국내 소비자에게 판매한 재화 또는 용역의 총판매금액이 1,000억 원 이상인 사업자 중 대통령령으로 정하는 사업자를 대상으로 하고 있다. 다만, 역차별의 우려가 없도록 매출액 및 중개 거래금액을 정확히 밝히지 않는 해외 사업자 등도 규제의 범위에 포섭할 필요가 있을 것이다.

공정거래법상 불공정거래행위(제45조 제1항)에 우선하여 적용하도록 규정함으로써 기존의 공정거래법의 특별법임을 밝히고 있다. 그런데 온라인 중개 플랫폼이 이용 사업자보다 상대적으로 거래상 지위가 인정되지 않는 것이 명백한 사업자 간의 거래에 있어서는 법 적용을 제외하는 것으로 보아야 할 것이다.

2. 정보제공의무

온라인 플랫폼 중개사업자는 중개거래계약 기간·갱신·해지, 서비스 내용 및 중지, 수수료 체계, 노출 기준, 정산 방식 등을 포함한 사항이 기재된 중개거래계약서를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 서면으로 교부하고, 계약 당사자가 각각 서명 또는 기명날인 등을 하도록 하며, 온라인 플랫폼 중개사업자가 중개거래계약을 해지하거나 변경 또는 온라인 플랫폼 중개서비스 제공을 제한·중지하려는 경우에는 사전에 그 이유와 내용을 온라인 플랫폼 이용사업자에게 통지하도록 한다.

4 이하의 내용은 법안번호 2215044, 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(이정문의원 등 14인)을 기초로 하였다. [https://likms.assembly.go.kr/bill/bi/billDetailPage.do?billId=PRC_C2C5B1B2J0J811G7H1F5G01O2N1N0\(2025.12.18.현재\)](https://likms.assembly.go.kr/bill/bi/billDetailPage.do?billId=PRC_C2C5B1B2J0J811G7H1F5G01O2N1N0(2025.12.18.현재))

3. 판매대금 지급과 이용사업자 보호

(1) 판매대금 정산기한 및 별도 관리의무

법안은 온라인 플랫폼 중개사업자로 하여금 온라인 플랫폼 이용사업자에게 해당 재화 등의 판매대금을 원칙적으로 전자상거래법 상 청약철회기간 만료일로부터 20일 이내에 지급하도록 의무를 부과하고, 판매대금중 대통령령으로 정하는 비율 또는 50% 이상을 보증보험 등에 관리기관에 별도관리하도록 규정하고 있다. 이러한 방식은 할부거래법 내지 방문판매법에서 규정한 방식과 대동소이하다고 볼 수 있다.

(2) 플랫폼 이용사업자 단체 구성권

온라인 플랫폼 이용사업자는 단체를 구성할 수 있는 권리를 보장받는다(12조).

4. 불공정거래행위의 금지

(1) 불공정거래행위의 내용

법안은 서비스 제공 내지 정보제공을 거절하는 행위(1호), 차별취급하는 행위(2호), 거래강제행위(3호), 경제상 이익제공 강요행위(4호), 불이익제공 행위(5호), 경영간섭 행위(6호), 배타조건부 거래 내지 사업활동 방해(7호)를 불공정거래행위로 규정하고 있다(13조). 대부분의 내용은 공정거래법의 규정으로 해결이 가능한 규정이며, 특히 거래거절이나 차별취급의 경우에는 불공정거래행위에 있어서도 경쟁제한성을 판단기준으로 하고 있음을 참고하여야 할 것이다.

(2) 판촉비 전가 금지 행위 등

온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자가 비용의 전부 또는 일부를 부담하는 광고나 판매촉진행사를 실시하려는 경우에는 중개거래계약과 별도로 광고나 판매촉진행사의 약정을 체결하여야 하고, 별도의 서면을 교부하도록 한다.

(3) 보복조치의 금지

온라인 플랫폼 이용사업자가 이용사업자단체 구성·가입·활동 및 분쟁조정 신청, 신고, 조사협조를 이유로 온라인 플랫폼 중개사업자는 서비스의 정지·제한, 그 밖에 불이익을 주는 행위를 하는 것이 금지된다(12조).

5. 플랫폼 이용사업자의 피해구제

(1) 공적 구제 방안

공정위는 이 법 위반행위에 대해 조사하고, 시정명령·시정권고·과징금 등 제재조치를 취할 수 있도록 하며, 온라인 플랫폼 중개거래 실태에 관한 서면실태조사를 실시하고 그 결과를 공표할 수 있도록 한다(38조).

특히, 이러한 강제적 수단과 별도로 공정위는 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자가 온라인 플랫폼 중개거래 관련 법령의 준수, 상호 지원 및 공동 협력을 약속하는 협약을 체결하도록 권장하여 자율적 해결을 우선으로 하고(15조), 자발적 피해구제 및 거래질서 개선을 위한 시정방안을 전제로 심의를 중단하거나 개시하지 않는 동의의결 제도를 도입하도록 하였다(33조).

한편, 한국공정거래조정원 내에 온라인 플랫폼 중개거래 분쟁조정협의회를 설치하고, 분쟁조정 절차를 운영하여 조정이 이루어질 수 있도록 조정절차를 통한 신속한 피해구제 방안을 강구하고 있다.

(2) 사적 구제방안

온라인 플랫폼 이용사업자는 불공정거래행위·보복조치 등으로 피해를 입거나 입을 우려가 있는 경우 해당 행위의 금지 또는 예방을 법원에 청구할 수 있도록 하고(40조), 온라인 플랫폼 중개사업자가 법을 위반한 경우 이용사업자에게 발생한 손해에 대해 배상책임을 지도록 하고, 보복조치의 경우에는 손해액의 3배 범위 내에서 배상액을 정할 수 있도록 하여(41조), 공정위의 조치와는 별도로 사적인 구제방안도 마련하고 있다.

3. 온라인 플랫폼 관련 사례

1. 네이버 쇼핑 사건⁵

(1) 공정위 처분 및 원심

네이버는 온라인 비교 쇼핑 서비스(쇼핑 분야 전문 검색 서비스)를 제공하는 동시에 오픈마켓 서비스, 동영상 서비스도 제공하는 사업자이다. 공정위 처분에 의하면 네이버는 다양성 함수를 적용하여 최종 순위를 결정하는 과정에서 자사 오픈마켓 상품이 우선 노출되도록 알고리즘을 조정·변경하였고, 이로 인하여 노출 순위 왜곡 및 오픈마켓 시장 경쟁을 저해하였다. 또한, 2017.8.24. 동영상 검색 알고리즘을 전면적으로 개편하면서 그 사실을 소비자들에게 미고지하고 자사 동영상 중 '네이버 TV 테마관'에 입점한 동영상에는 직접적으로 가점을 부여하여 노출 순위 왜곡 유발 및 소비자를 기만하였다. 이에 대하여 공정위는 이러한 네이버의 행위가 시장 지배적 지위 남용 행위 중 다른 사업자의 사업 활동 방해 행위 및 불공정 거래 행위 중 차별 취급 행위 및 부당한 고객 유인 행위에 해당한다고 하여 시정명령과 과징금(쇼핑 265억원, 동영상 2억원) 처분을 하였다.

이에 네이버가 불복하여 서울고등법원에 소를 제기하였고, 원심인 서울고등법원⁶은 검색알고리즘을 수정하여 네이버가 자신의 네이버스토어에 입점한 상품을 경쟁 오픈마켓에 입점한 상품에 비해 검색결과 노출 순위 면에서 우대하는 것으로 거래상대방별로 거래조건을 차별하는 행위에 해당한다고 보아 공정위 처분을 인용하였다.

(2) 대법원의 판단

쇼핑사건에서 대법원은 입점사업자가 비교쇼핑서비스 이용 여부를 스스로 결정하고 그에 관한 수수료 전액도 사실상 부담하는 점 등에 비추어 보면, 실질적인 비교쇼핑서비스 거래관계는 이 사건 경쟁 오픈마켓이 아니라 그 입점사업자이고, 입점한 상품을 이 사건 경쟁 오픈마켓에 입점한 상품에

⁵ 대법원 2025. 10. 16. 선고 2023두32709 판결.

⁶ 서울고등법원 2022. 12. 14. 선고 2021누36129 판결.

비해 검색결과 노출 순위 면에서 우대하는 것으로 거래상대방별로 거래조건을 차별하는 행위라는 점은 인정하였다. 그러나, 시장지배적 사업자가 개별거래의 상대방인 특정 사업자에 대한 부당한 의도나 목적을 가지고 차별행위를 한 모든 경우 또는 그 차별행위로 인하여 특정 사업자가 사업활동에 곤란을 겪게 되었다거나 곤란을 겪게 될 우려가 발생하였다는 것과 같이 특정 사업자가 불이익을 입게 되었다는 사정만으로는 그 부당성을 인정하기에 부족하다. 이에 더하여 그중에서도 특히 시장에서의 독점을 유지·강화할 의도나 목적, 즉 시장에서의 자유로운 경쟁을 제한함으로써 인위적으로 시장질서에 영향을 가하려는 의도나 목적을 갖고, 객관적으로도 그러한 경쟁제한의 효과가 생길 만한 우려가 있는 행위로 평가될 수 있는 행위로서의 성질을 갖는 차별행위를 하였을 때에 그 부당성이 인정된다⁷는 전제 하에 이 사건 행위로 인한 실질적인 효과는 네이버와 경쟁 오픈마켓에 미치므로, 결국 이 사건 행위는 네이버가 제공하는 용역을 이 사건 경쟁 오픈마켓이 제공하는 용역보다 우대한 행위에 해당한다고 평가하였다. 다만, 네이버가 온라인 플랫폼 사업자로서 시장지배적 사업자라는 이유만으로 타사와의 거래조건을 설정할 때 자신이 제공하는 상품 또는 용역과 동등하게 대우하도록 원고에게 요구할 법령상 근거가 있는 것은 아니며, 검색 알고리즘은 시행착오를 거치며 점진적으로 개선되는 것이 일반적이고, 그 개선 과정에는 다소간의 편향이 나타날 수밖에 없다는 점을 고려할 때, 일련의 검색 알고리즘 개선 과정에서 이루어진 행위 중 일부만을 선별하여 이를 근거로 경쟁제한적 의도나 목적을 인정하는 것은 네이버의 실제 의도나 목적을 왜곡할 우려가 있다고 하였다. 그리고 랭킹순⁸에 따른 검색결과 외에 ‘낮은 가격순’, ‘높은 가격순’, ‘등록일순’, ‘리뷰 많은 순’과 같은 다른 기준에 따른 검색결과도 별도로 제공하고 있는 점을 감안하면 차별의 현저성도 인정하기 어렵다는 이유로 원심을 파기환송하였다.

2. 지마켓-알리익스프레스 기업결합 사건⁸

(1) 사실관계

기업집단 신세계와 알리바바 그룹이 합작회사(이하 ‘지마켓-알리 합작회사’)를 설립하여 주식회사

7 대법원 2007. 11. 22. 선고 2002두8626 전원합의체 판결.

8 공정위 2025.9.13. 의결 제2025-177호 주식회사 지마켓 등 7개사의 기업결합 제한규정 위반행위에 대한 건.

지마켓(이하 '지마켓')과 알리익스프레스코리아 유한회사(이하 '알리익스프레스')를 공동으로 지배하는 기업결합에 관하여 공정위에 심사를 요청하였다.

(2) 경쟁제한성의 판단

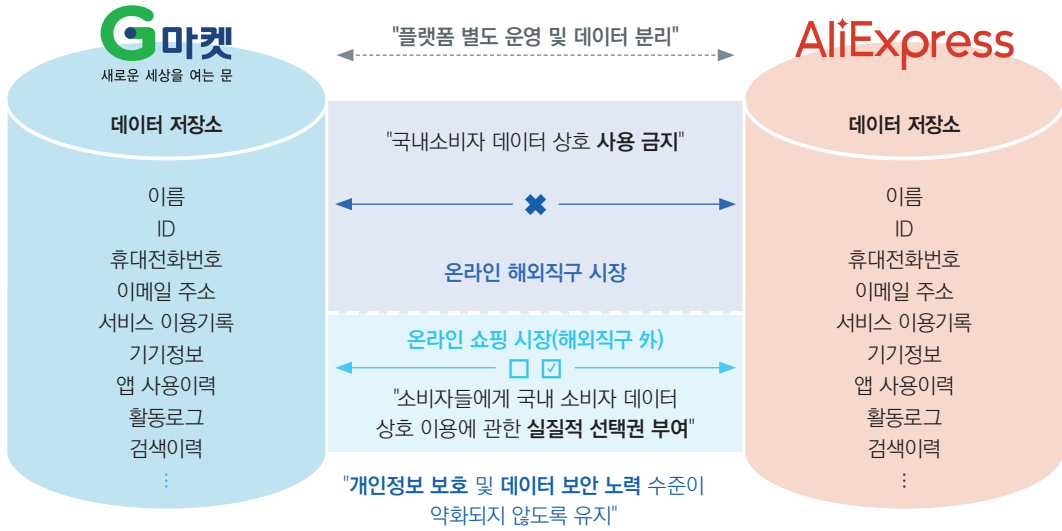
국내 온라인 해외직구 시장에서 알리익스프레스는 시장점유율 37.1%로 1위, 지마켓은 3.9%로 4위 사업자이며, 결합 이후 즉각 합산 시장점유율 41%로서 1위 사업자 지위를 공고히 하게 되며, 국내 온라인 해외직구 시장에서 중국발 상품이 증가하는 추세 및 중국발 해외직구에서 알리익스프레스의 높은 비중 등 고려할 때 향후 그 비중은 커질 수 있다. 그리고 정보자산(데이터) 결합의 경쟁제한성과 관련하여 지마켓의 풍부한 국내 소비자 데이터와 알리익스프레스의 전 세계 소비자 선호 관련 데이터베이스 및 수준 높은 데이터 분석 기술이 상호 보완적으로 통합되면서, ①경쟁사업자 비용상승 및 진입장벽 확대, ②개인정보 보호 및 데이터 보안 노력 약화 등으로 경쟁이 제한될 가능성이 크다고 보았다.

(3) 시정조치⁹

공정위는 데이터 결합에 따른 경쟁제한 우려를 해소하기 위해 양사 간 국내 소비자 데이터 분리 및 해외직구 시장에서의 상호 데이터 이용 금지를 포함한 행태적 시정조치를 부과하였다. 또한 개인정보 보호 수준을 결합 이전보다 후퇴시키지 못하도록 하고, 분리 법인 운영 및 이행감독위원회 설치 등 감독 장치를 마련하여 3년간 적용하도록 하였다.

⁹ 공정위 2025.9.18. 보도자료 "지마켓-알리익스프레스 기업결합에 시정조치"

그림 4-1-1. 기업결합 시정조치 개요도



출처: 공정거래위원회 보도자료(2025.9.18.)

4. 맺음말

입법예고된 공정화법 안은 이제까지 제기된 여러 법안들에서 중요한 쟁점우주로 조문화되어있다고 볼 수 있다. 다만, 적용 대상 사업자나 금지행위의 내용 등을 대통령령에서 정하도록 하고 있기 때문에 여전히 고려하여야 할 내용들이 적지 않다고 하겠다. 특히, 이용사업자들의 단체구성권에 관한 논의는 플랫폼이 거래하는 이용사업자의 이해관계가 다양하고, 가맹사업 등과 서로 다른 특징이 있기 때문에 시행 과정에서 신중히 접근할 필요가 있다.

그리고 해외 플랫폼과 국내 플랫폼의 역차별의 문제, 기존 공정거래법과의 중첩 및 해석에 있어서의 일관성 등이 지적되는 만큼 이를 해결하기 위한 법 적용상의 노력이 필요할 것이다. 또한 독점규제법은 현재 통상문제와 연결되어 있기는 하나 언제든지 입법이 진행될 수 있고, 그 경우에 법 적용대상 및 금지행위의 구별 등 심도있는 검토가 요구된다.

공정위는 온라인 플랫폼의 몇 가지 행위에 대하여 '자사우대'등의 위반행위와 관련된 지침을 제정하여 적용하였으나, 법원의 판결에서 적극적 집행의 제동이 걸리면서 법 적용에 있어서 더 정치한 법리적 분석이 요구된다고 하겠다. 한편, 데이터를 수반하는 기업결합에 있어서는 향후 시장상황에 따라 시정조치의 이행여부를 잘 감시하여 이용사업자나 소비자의 피해가 발생하지 않도록 주의할 필요가 있다.

이슈 2

온라인 플랫폼 규제 현황과 평가(II)

서종희 교수
연세대학교 법학전문대학원

1. 들어가는 말

플랫폼을 중심으로 데이터경제 내지 데이터기반경제(data-based economy)가 급속히 발전하게 되면서 그에 따른 새로운 위협에 대한 적절한 대응이 중요한 과제가 되었다. EU 등에서는 플랫폼의 특성, 즉 규모의 경제와 양면시장, 교차네트워크효과(cross network effects)와 쓸림현상(tipping effect) 등으로 인하여 기존의 법규로는 대규모 플랫폼 등에서 비롯되는 사회적 문제를 적절히 해소하기에 충분하지 않다는 인식 하에 플랫폼에 대한 새로운 규제법안이 마련되었다.¹⁰ 규범을 정립하는 것과 규범을 적용하는 것은 다른 문제이다. 전자는 보편성을 추구하면서 입법적 지성을 통해 큰 도약(big jump)을 시도하는 실천이성의 영역인 반면에 후자는 적절성을 추구하면서 작은 도약을 해낼 수 있는 판단력의 영역이라고 할 수 있다. 입법자는 광범위한 재량을 가지고 있기 때문에 보다 다양한 정책을 활용하여 큰 그림(map)을 그릴 수 있는 반면에 해석자는 법률이라는 제약조건 아래 선택의 폭이 좁을 수밖에 없다. 이런 이유에서 입법은 매우 중요하며, 입법은 시대정신과 과학기술을 반영해야 한다. 다만 입법자의 법 창조는 전적으로 입법자의 임의적이고 자유로운 결정이 아닌 역사적으로 농익은 일획에 지나지 않는다는 점을 간과해서는 안 된다. 판례가 수많은 학리해석과 동떨어진 채 갑자기 등장한 것이 아닌 것처럼 입법자의 입법적 결단도 마찬가지이다. 이러한 문제의식 하에 본고에서는

¹⁰ Lina Kahn, Amazon's Antitrust Paradox, 126(3) Yale Law Journal 564(2017).

2025년도 플랫폼 규제와 관련된 주요한 입법적 결단에 대해 회고 하고 그에 대한 평가를 한 후(2,3,4장), 글을 마치고자 한다(5장).

2. 소비자 안전기본법 제정안(의안번호 2214223)

1. 주요내용

소비환경의 변화로 인해 소비자의 생명·신체·재산을 위협하는 위해 요인이 다변화되는 가운데, 안전사고 발생 시 신속하고 종합적인 대응의 필요성이 커지고 있음에도 현행 제도는 식품·제품·화학물질 등 품목별로 분리 운영됨에 따라 소관 부처가 흩어져 있어 소비자 구제의 사각지대가 발생하고, 새로운 위해 요인에 신속히 대응하기 어려운 한계가 있다. 또한 위해정보가 여러 기관에 산발적으로 축적되어 있어 소비자에게 충분히 전달되지 못하고, 해외에서 유입되는 위해재화에 대한 차단과 관리도 체계적으로 이루어지지 못하고 있다. 이에 부처별·품목별로 분산된 소비자안전정책을 종합적으로 조정·운영하고, 급변하는 소비환경 속에서 발생할 수 있는 위해 요인에 대해 신속하고 효율적으로 대응함으로써, 국민의 안전과 권익을 두텁게 보호하고자 소비자안전기본법 제정안이 2025. 11. 13. 허영 의원에 의해 대표발의되었다. 온라인플랫폼과 관련하여 중요한 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 통신판매중개자의 안전관리 의무 등을 부과하였다(안 제19조 및 제20조). 먼저 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 따른 통신판매중개자로서 일정한 기준에 해당하는 자는 사이버몰을 통해 유통·판매되는 재화 등의 안전성을 확보하기 위하여 통신판매중개의뢰자에게 중앙행정기관 등으로부터 제공 받은 위해정보를 제공하여 위해 재화 등의 유통·판매 차단조치를 요청하고, 소비자안전 관련 분쟁·불만을 해결하기 위한 사전 기준 및 인력·설비를 갖추도록 하였다. 또한 국내 주소 또는 영업소가 없는 통신판매중개자로서 일정한 기준에 해당하는 자는 소비자 생명, 신체 또는 재산상 위해나 위해 우려를 해소하기 위하여 필요한 조치 등을 대리하는 자를 서면 지정하고(국내대리인제도), 그 결과를 공정거래위원회에 제출하도록 하였다.

둘째, 공정거래위원회는 통신판매중개자에게 부과되는 안전관리의무 또는 국내대리인 지정에 관한 규정을 위반한 혐의가 있는 사업자에 대하여 직권 또는 신고로 필요한 조사를 할 수 있다(안 제30조부터 제34조까지).

2. 평가

이하에서는 통신판매중개자의 안전관리 의무 및 국내대리인제도에 대해 검토하고자 한다.

(1) 통신판매중개자의 안전관리 의무

개정안은 통신판매중개자의 안전관리 의무를 규정한다. 개정안 제19조 제1항에 의해 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제20조제1항에 따른 통신판매중개자(이하 “통신판매중개자”)로서 매출액, 이용자 수 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 사이버몰에서 유통·판매되는 재화등으로 인해 발생하는 소비자의 생명, 신체 또는 재산에 대한 위해를 방지하기 위하여 다음과 같은 조치를 취해야 한다(본문).

첫째, 중앙행정기관 또는 한국소비자원으로부터 제공받은 위해정보 등 대통령령으로 정하는 정보를 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 제20조제2항에 따른 통신판매중개의뢰자(이하 “통신판매중개의뢰자”)에게 제공하고 위해 재화 등의 유통·판매 차단 등의 관련 조치를 요청해야 한다(제1호).

둘째, 중앙행정기관 또는 한국소비자원이 위해 재화 등의 판매 차단 등을 요청하는 경우 해당 위해 재화 등의 판매를 의뢰한 통신판매중개의뢰자에게 이를 통보하고 통신판매중개의뢰자가 취한 관련 조치 현황을 중앙행정기관 또는 한국소비자원에 제출해야 한다(제2호).

셋째, 사이버몰에서 통신판매중개의뢰자와 소비자 사이에 발생하는 소비자안전 관련 분쟁이나 불만 등을 접수·처리하는 인력 및 설비를 갖추어야 한다(제3호).

넷째, 사이버몰에서 발생하거나 발생할 우려가 있는 소비자안전 관련분쟁이나 불만을 예방하거나 해결하기 위한 기준을 사전에 마련하여 통신판매중개의뢰자와 소비자가 확인할 수 있도록 사이버몰에 고지해야 한다(제4호).

마지막으로, 소비자로부터 소비자안전 관련 분쟁이나 불만을 접수하는 경우 그 원인 등을 조사하여

소비자에게 접수일부터 3영업일 이내에 진행 경과를 알리고 10영업일 이내에 조사 결과 또는 처리방안을 알려야 한다(제5호).

다만, 통신판매중개자가 자신의 사이버몰을 통하여 직접 재화등을 판매하는 경우, 중앙행정기관 또는 한국소비자원으로부터 위해정보 등을 제공받은 통신판매중개자는 재화 등의 유통·판매 차단 등의 관련 조치를 직접해야 한다(제1항 단서). 또한 중앙행정기관 또는 한국소비자원으로부터 위해 재화 등의 판매 차단 등을 요청받은 통신판매중개자는 관련 조치 현황을 중앙행정기관 또는 한국소비자원에 제출해야 한다(단서).

참고로 전자상거래 활동 증가에 따라 EU GPSR(General Product Safety Regulation) 2023/988¹¹은 온라인상 판매 제품이 초래하는 안전 위험을 규정하고 있다. 온라인 마켓플레이스 제공자(통신판매중개자)는 자사 플랫폼에서 판매되는 제품이 EU 안전 기준을 충족하도록 보장할 책임을 지도록 하였고, 전자상거래를 통해 EU 소비자에게 접근하는 미국 등 해외기업들은 새로운 요건을 준수하기 위해 강력한 안전 및 추적 시스템을 구축해야 한다(제19조). 여기에는 디지털 거래를 위한 접근 가능하고 투명한 안전 정보 제공이 포함된다. GPSR은 소비자 제품의 추적성을 강화하여 미국 등 해외 수출업체들에게 EU 시장 내 제품 이동을 모니터링하기 위한 보다 강력한 추적 메커니즘을 구현시킨다. 한편 시장감시당국이 특정 제품이 심각한 위험을 초래한다고 판단하여 온라인 마켓플레이스 제공자에게 해당 제품에 관한 조치(콘텐츠의 삭제, 해당 콘텐츠에 대한 접근 차단, 명확하고 가시적인 안전 경고의 표시)를 명령하는 경우, 온라인 마켓플레이스 제공자는 해당 명령을 지체 없이 이행하여야 한다(제22조).

요컨대 개정안 제19조는 전자상거래 영역에서의 비대면거래가 일상화되고 있는 시점에서 통신판매중개자에게 위해 재화 등의 유통·판매 차단 등의 관련 조치 등을 직·간접적으로 하게 하여 소비자를 안전하게 보호하려고 하였다는 점에서 바람직하다고 할 수 있다.

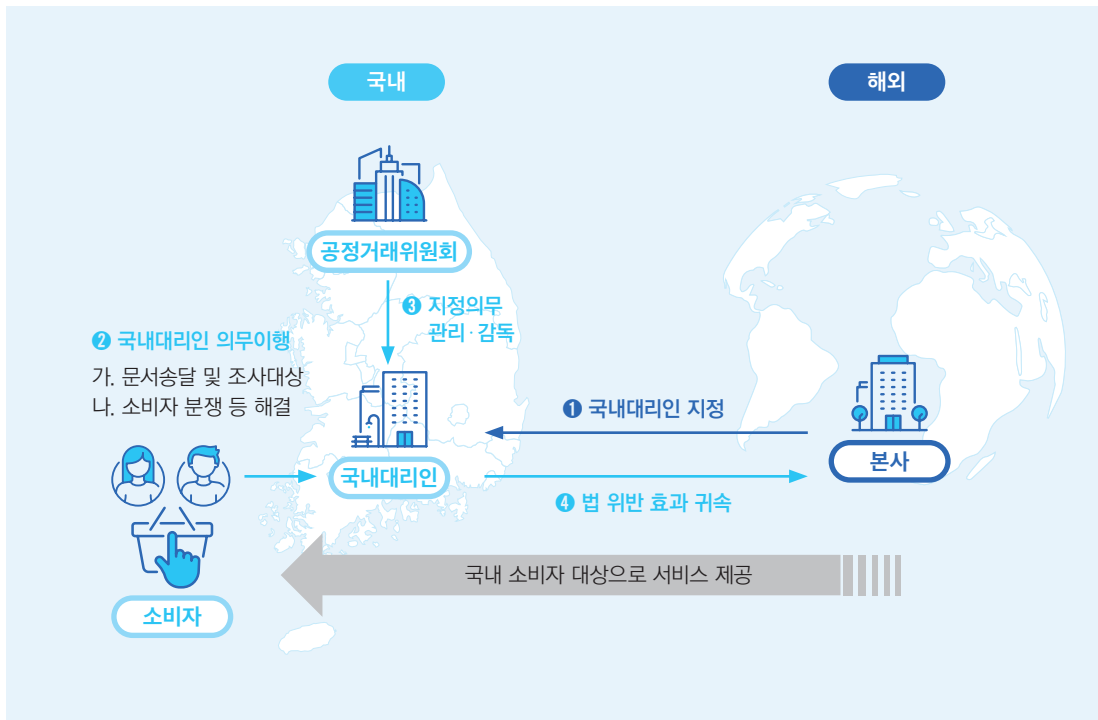
(2) 국내대리인 제도

국내대리인 지정제도는 국내영업소가 없는 해외 통신판매중개자가 국내대리인을 통해 안전관리 의무 등의 업무를 대리하도록 하는 것이다. 해외 온라인판매사업자와의 거래에서 발생하는 분쟁이나

11 2024년 12월 13일에 시행되었다.

소비자 피해 등에 대하여 보다 적극적인 피해 구제 및 원활한 조사 등을 가능하게 한다는 점에서 긍정적 측면이 있으며, 역외적용 규정의 실효성을 위해서도 필요한 제도이다(그림 1 참조).

그림 4-2-1. 국내대리인 제도 운영 방식



개정안 제20조는 국내에 주소·영업소가 없는 해외 사업자라 하더라도 매출액, 이용자 수 등 일정 기준을 넘는 경우에 소비자의 생명 등의 보호 의무를 강화하기 위해 국내대리인을 지정토록 의무화한다. 국내대리인은 기본적으로 법 위반 행위의 조사와 관련된 자료·물건의 제출 주체 및 문서 송달의 대상이 되며, 소비자의 생명, 신체 또는 재산에 대한 위해나 위해 우려를 해소하기 위하여 필요한 조치 등을 하여야 한다(제1항). 개정안은 소비자 피해 예방 및 보호가 실질적으로 이루어질 수 있도록 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 국내대리인을 한정하며(제2항), 소비자가 이를 쉽게 알아볼 수 있도록 국내대리인의 명칭, 주소, 전화번호 및 전자우편주소를 인터넷 사이트 등에 공개하도록 한다(제3항). 한편 동 개정안은 국내대리인이 의무를 이행하지 않는 경우에는 국내대리인을

지정한 사업자가 이 법을 위반한 것으로 보아 해당 사업자에게 시정조치 및 과태료를 부과하는 등 국내대리인 지정제도가 실효적으로 운영될 수 있도록 관리·감독을 강화한다(제4항).

다만 국내대리인 제도를 두는 경우에도 실질적으로 국내대리인에 대한 실질적인 책임집행이 불가능하거나 어렵다. 이러한 이유에서 국내대리인 제도는 해외사업자에 대한 허울에 불과한 제도가 될 수 있다는 점에서 그 실효성에 대해서는 의문이 남는다. 국내대리인 제도가 해외사업자와 국내사업자의 역차별의 해소를 위한 연막탄에 불과하다면, 규제의 정당성을 평가함에 있어 주의할 필요가 있을 것이다.

3. 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안

1. 주요내용

최근 온라인 플랫폼을 매개로 한 재화·용역 거래가 급속히 확대되면서 온라인 플랫폼 중개사업자가 거래상 핵심적인 지위를 차지하게 되었고, 이에 따라 온라인 플랫폼을 이용하는 입점업체(온라인 플랫폼이용사업자)는 거래상 종속성이 심화되는 반면, 이들을 보호하기 위한 법적 장치는 미흡하다는 지적이 제기되어 왔다. 이에 일정 규모 이상의 온라인 플랫폼 중개사업자를 대상으로 중개거래계약서의 작성·교부 및 필수 기재사항을 명확히 하고, 계약 해지·변경 및 서비스 중지에 대한 사전통지 의무, 판매대금의 지급기한 및 별도 관리 의무를 부과하며, 불공정거래행위 및 보복조치를 금지하는 등 온라인 플랫폼 중개거래의 공정성과 투명성을 제고하고자 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안이 윤종오 의원(의안번호 2211738)과 이정문 의원(의안번호 2215044)에 의해 대표발의 되었다. 특히 후자의 경우에는 협의회를 설치하여 신속·전문적인 분쟁조정 절차를 마련하고, 공정거래위원회에 대한 조사·시정명령·동의의결·과징금 등 집행수단을 부여하며, 손해배상 및 금지청구 제도 등을 정비함으로써 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자가 대등한 지위에서 상호보완적으로 균형 있게 발전할 수 있는 제도적 기반을 구축하고자 하였다. 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 온라인 플랫폼 중개사업자가 판매대금을 받아 관리하는 경우 지급기한을 설정하고, 판매대금의 50퍼센트 이상을 금융기관 예치 또는 지급보증보험 가입 등의 방식으로 별도 관리하여 판매대금을 보호하도록 하였다(안 제10조 및 제11조).

둘째, 온라인 플랫폼 이용사업자는 권리 보호 및 경제적 지위 향상을 위해 이용사업자단체를 구성할 수 있도록 하였다(안 제12조).

셋째, 온라인 플랫폼 중개사업자는 부당한 서비스 중단·거절, 차별적취급, 거래강제, 경제상 이익 제공 요구, 불리한 거래조건 설정등 불공정거래행위 및 이용사업자의 단체활동·신고·조사 협조 등을 이유로 한 보복조치 행위를 금지하고(안 제13조 및 제14조), 온라인 플랫폼 이용사업자는 불공정거래행위·보복조치 등으로 피해를 입거나 입을 우려가 있는 경우 해당 행위의 금지 또는 예방을 법원에 청구할 수 있도록 하였다(안 제40조). 또한 온라인 플랫폼 중개사업자가 이 법을 위반한 경우 이용사업자에게 발생한 손해에 대해 배상책임을 지도록 하고, 보복조치의 경우에는 손해액의 3배 범위 내에서 배상액을 정할 수 있도록 하였다(안 제41조).

마지막으로, 온라인 플랫폼 중개사업자의 자발적 피해구제 및 거래질서 개선을 위한 시정방안을 전제로 심의를 중단하거나 개시하지 않는 동의를결 제도 도입하도록 하였다(안 제33조).

2. 평가

이하에서는 동의를결제도, 이용사업자 단체 구성권을 중심으로 검토해 보고자 한다.

(1) 동의를결제도

1) 동의를결제도에 대한 기초적 이해

동의를결제도는 법 위반혐의가 있는 사업자가 위반혐의가 있는 행위를 제거할 수 있도록 경쟁당국에 시정방안을 자진하여 제안하고, 해당 시정방안의 타당성이 인정되는 경우 법 위반혐의의 위법 여부를 판단하지 않고 시정방안의 이행을 통해 사건을 종결시키는 제도이다. 동의를결제도는 외관상으로는 사업자와 경쟁당국의 합의를 통해 성립하는 비권력적 공법상 계약으로 볼 수 있으나 동의를결의 확정이 경쟁당국에 의해 단독으로 행해지는 것이기 때문에 권력적 행정행위의 성격을

갖는다.¹²

미국은 동의명령(Consent order) 및 동의판결(Consent decree)을 통해 동의의결제도를 전 세계에서 최초로 도입하였다. 동의명령제도는 연방거래위원회(Federal Trade Commission, FTC)가 경쟁법 사건을 해당 피조사인과의 합의를 통해서 해결하는 제도이다.¹³ 미국은 1915년부터 동의명령제도를 운영해 오다가 1946년 연방행정절차법(Administrative Procedure Act, 제554조c)에 법적 근거를 마련하고 세부적 절차는 연방절차규칙(U.S. Code of federal regulations, CFR)에서 규정하고 있다. 동의판결제도는 사법절차에 의한 합의제도로써, 독자적 사건처리 권한이 없고 소추권한만 있는 연방 법무부 독점금지국(Antitrust Division of the U.S. Department of Justice)이 사건을 기소하고, 기소 후 법원이 연방 법무부 독점금지국과 피조사인 간의 합의안을 승인하는 제도이다.¹⁴ 동의판결제도의 근거법은 연방행정절차법과 독점금지사건 절차 및 처리에 관한 법(Antitrust Procedures and Penalties Act, APPA)이다.¹⁵ 동의판결은 동의명령과 달리 법원에 의한 공익심사를 거쳐야 하는데, 이는 연방 법무부 독점금지국이 연방거래위원회와는 달리 법원의 판결을 거쳐야만 모든 처분을 할 수 있는 점에서 연원하며, 효력 면에서 동의판결과 동의명령 간에 큰 차이는 없다.¹⁶

EU, 독일, 호주, 일본 등¹⁷ 주요국의 경쟁당국에서 미국 제도를 모델로 하여 경쟁법 위반행위의 효율적 해결을 위해 동의의결제도를 도입·운영하고 있다. 즉 주요국의 동의의결제도는 모두 미국의 제도를 모델로 하여 도입하였기 때문에 각국에서의 명칭에는 다소 차이가 있으나 해당 제도의 구조 및 핵심적 내용은 기본적으로 유사하다.¹⁸

12 김두진, "공정거래법상 동의명령제 도입방안 연구", 「비교사법」 제16권 4호, 2009, 353면; 유진희/최지필, "공정거래법상 동의의결 제도의 내용과 문제점 검토", 「고려법학」 제64호, 2012, 371-372면.

13 이건목, "동의의결제도의 문제점과 입법과제", 국회입법조사처, 2014, 13면.

14 이건목, 앞의 글, 15면.

15 이건목, 앞의 글, 15면.

16 김두진, 앞의 글, 313면, 314면.

17 EU의 Council Regulation에서도 존재하며, 일본의 독점규제법에도 존재한다.

18 박희주, "동의명령제 도입에 대한 고찰", 「소비자문제연구」 제39호, 2011, 30면.

2) 동의를결제도를 도입한 국내 입법례

우리나라에서는 2011년 11월 22일 한·미 FTA 비준안 통과에 따라 미국의 동의명령을 모델로 한 동의를결제도가 최초로 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 도입¹⁹되었다. 이후 2014년 1월에 표시·광고의 공정화에 관한 법률에도 동일한 내용의 동의를결제도가 도입²⁰되었다. 즉 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 및 표시·광고의 공정화에 관한 법률은 동의를결제도를 도입하여 일반적인 시정조치로는 불가능한 다양한 내용의 시정방안(행위중지 등 경쟁질서 회복을 위한 시정방안, 거래질서의 적극적 개선과 사용자 등 후생제도를 위한 방안 등)을 사업자와 공정거래위원회 간의 합의를 통해 채택할 수 있도록 함으로써 거래질서를 보다 신속하게 신속적이고 합목적적으로 개선하고 있었다. 그런데 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 및 표시·광고의 공정화에 관한 법률을 제외하고 공정거래 및 소비자보호를 목적으로 하는 다른 법률에서는 동의를결제도가 도입되지 않아 형평성, 합리성, 공정성 등에 문제가 있다는 지적이 있었고, 이에 방문판매 등에 관한 법률(방문판매법)이 동의를결제도를 도입하여²¹ 일반적인 시정조치로는 불가능한 다양한 내용의 시정방안을 사업자와 공정거래위원회 간의 합의를 통해 채택할 수 있도록 하여 거래질서를 보다 신속하게 신속적이고 합목적적으로 개선하고자 하였다.²² 요컨대 우리법상 동의를결제는 미국의 당사자주의적 분쟁해결시스템(Adversarial Dispute Resolution System, ADRS)의 산물로서 경쟁법 집행과정에서 행위의 위법성에 대한 최종적인 판단단계에 이르기 전에 피심인과 경쟁당국과의 합의에 의하여 분쟁을 해결하고 사건을 종결시키는 일련의 절차이다.

3) 검토

이번 개정안 제33조 제1항은 “공정거래위원회의 조사나 심의를 받고 있는 온라인 플랫폼 중개사업자는 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위(이하 “해당 행위”)에 따른 불공정한 거래내용 등의 자발적 해소, 온라인 플랫폼 이용사업자의 피해구제 또는 거래질서의 개선 등을 위하여

¹⁹ 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제89조 내지 제92조.

²⁰ 표시·광고의 공정화에 관한 법률 제7조의2 내지 제7조의5.

²¹ 2022년 1월에 동의를결제도가 도입하였다.

²² 동의를결제도는 신속한 사건 해결을 통해 소비자 등의 피해를 효과적으로 구제할 수 있고, 시장상황에 적합한 실효성 있는 조치를 적시에 취할 수 있다는 장점이 있다.

공정거래위원회에 다음 각 호²³의 사항을 기재한 서면으로 제2호 및 제3호의 시정방안과 같은 취지의 의결(이하 “동의의결”)을 하여줄 것을 신청할 수 있다.”라고 하여 동의의결제도를 두고 있다. 온라인 플랫폼 거래 과정에서 발생하는 불공정거래행위 등은 거래의 특성상 소송을 통한 방법으로 문제를 해결하기에는 비용과 시간의 과다 소요가 우려되며 피해금액이 소액인 경우 소송을 통해 문제를 해결하기가 현실적으로 어렵다는 점 등을 고려하면, 온라인 플랫폼 이용사업자의 실질적 권리 구제 및 피해 상황의 신속한 해소를 위하여 동의의결제도를 도입한 개정안은 타당하다.

(2) 온라인 플랫폼 이용사업자의 단체구성권

개정안 제12조에 의하면 온라인 플랫폼 이용사업자는 권리보호 및 경제적 지위 향상을 도모하기 위하여 단체(이하 “이용사업자단체”)를 구성할 수 있다. 이는 온라인 플랫폼중개사업자에 비하여 열위적 지위에 있다고 평가받을 수 있는 이용사업자에게 단체를 구성하여 온라인 플랫폼중개사업자와의 협상력을 높이기 위해서 마련된 것으로 이해된다. 이를 통해 구성된 이용사업자단체는 온라인 플랫폼중개사업자와 중개거래 조건의 개선을 위한 단체교섭을 요구하여 거래조건 개선을 위한 협약을 이룰 수 있을 것이다. 그러나 플랫폼 경제는 다면관계이고 그 다면성을 판단함에 있어서는 여러 이익의 상충을 합리적으로 해결하기 위한 노력이 필요하다. 생각건대 이용사업자 간의 이해관계가 다른 경우에 이용사업자 간의 지위 격차가 일부 이용사업자에게는 더 불리한 결과를 가져오게 할 수 있다는 점, 단체교섭에 의해 소비자후생이 저해될 수 있다는 점, 이용사업자가 온라인 플랫폼중개사업자에 비하여 열위적 지위에 있다는 전제 그 자체가 타당하지 않을 수 있다는 점 등을 고려하면, 온라인 플랫폼 이용사업자의 단체구성권은 좀 더 논의가 필요하다고 할 수 있다.²⁴

23 1. 해당 행위를 특정할 수 있는 사실관계
2. 해당 행위의 중지, 원상회복 등 경쟁질서의 회복이나 거래질서의 적극적 개선을 위하여 필요한 시정방안
3. 온라인 플랫폼 이용사업자 등의 피해를 구제하거나 예방하기 위하여 필요한 시정방안

24 참고로 EU 기능 조약(Treaty on the Functioning of the European Union) 제101조는 사업자가 사업자단체(associations of undertakings)를 구성하여 역내단일시장 내 경쟁을 방해, 제한 또는 왜곡함으로써 회원국 간의 거래에 영향을 줄 수 있는 공모 행위 등(직접적 또는 간접적으로 구입가격이나 판매가격 혹은 다른 거래 조건들을 정 하는 것 또는 생산, 시장, 기술개발 또는 투자를 제한하거나 통제하는 것)을 하는 것을 역내단일시장(internal market)과 양립할 수 없는 행위로 보아 금지한다.

4. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 (‘정보통신망법’) 개정

1. 주요내용

불법정보의 기준을 보완하고, 고의로 불법정보 또는 허위조작정보를 정보통신망에 유포하여 타인에게 손해를 가한 자에 대해서는 징벌적 요소를 반영하여 일반적인 손해배상보다 무거운 배상책임을 지우도록 하며, 불법정보 또는 허위조작정보로 인정되어 관련 재판의 판결이 확정된 정보를 정보통신망에 반복적으로 유통한 경우 과징금을 부과할 수 있도록 하고, 비방 목적 허위사실 명예훼손죄에 대한 벌금형을 상향하며, 그 이득의 몰수·추징 근거를 마련함으로써 불법정보와 허위정보의 폐해에 실효적으로 대응할 수 있도록 하려는 이유에서 정보통신망법이 개정되었다(법률 제21305호 일부개정 2026. 01. 06. 시행일 2026.7.7.).

이번 개정은 소위 ‘허위조작정보근절법’으로 불리며, 온라인 플랫폼과 관련된 주요내용은 다음과 같다.

첫째, ‘대규모 정보통신서비스 제공자’ 및 ‘계재자’의 정의를 각각 신설하고, 이용자의 정의를 수정하였다(제2조 제1항 제3호의2 및 제3호의3 신설, 같은 항 제4호).

둘째, 정보통신망에서 유통이 금지되는 ‘불법정보’에 공공연하게 인종·국가·지역·성별·장애·연령·사회적 신분 등을 이유로 특정 개인이나 집단에 대하여 직접적인 폭력이나 차별을 선동하는 정보 등을 추가하였다(제44조의7 제1항 제2호의2 신설).

셋째, 대규모 정보통신서비스 제공자는 허위조작정보 유통 방지를 위한 자율규제 정책을 수립·시행해야 하며, 관련 투명성 보고서를 공개해야 한다(제44조의14). 대규모 정보통신서비스 제공자는 6개월에 1회 이상 일정한 내용(①일일 평균 이용자의 수, 매출액, 사업의 종류, ②신고된 불법정보와 허위조작정보의 유형 분류와 각 신고 건수 및 이에 따라 처리한 건수, 조치, ③대규모 정보통신서비스 제공자의 조치에 대한 이의신청과 이의신청 처리의 건수 및 결과, ④불법정보 또는 허위조작정보에 관해 방미통위를 비롯한 국가기관으로부터 받은 명령이나 권고의 내용과 수, 명령이나 권고에 따른 조치, ⑤대규모 정보통신서비스 제공자의 약관, 정책 또는 자율규제 가이드라인에 따라 처리한 정보의 유형, 건수, 조치)이 포함된 투명성 보고서를 작성하여 대통령령으로 정하는 접근성이

보장된 방식으로 공표하여야 한다.

넷째, 누군가가 신고한 불법정보 및 허위조작정보에 대해 신속한 조치를 취해야 한다(제44조의12제1항 내지 제5항, 제44조의13). 즉, 대규모 정보통신서비스 제공자가 누군가로부터 자신이 운영·관리하는 정보통신망에서 유통되는 불법정보와 허위조작정보가 있다는 사실을 신고받은 경우, 대규모 정보통신서비스 제공자는 일정한 조치를 한 후 그 정당한 이유와 이의신청 절차 등을 신고자 및 게재자에게 통지하여야 한다(제44조의12 제3항).

마지막으로, 대규모 정보통신서비스 제공자는 정보통신서비스 제공자단체의 자율규제 가이드라인을 참조하여 불법정보 또는 허위조작정보의 판정기준이나 신고와 조치 등에 관한 자율적인 운영정책을 수립하여야 하며, 이때 이해관계자나 시민단체, 전문가 등의 의견을 반영하여야 한다(제44조의12 제6항 및 제7항).

2. 평가

개정 정보통신망법에 따라, 대통령령으로 정하는 대규모 정보통신서비스 제공자는 허위조작정보 및 불법정보 유통 방지를 위한 자율규제 정책 수립, 투명성 보고서 공개, 피해 구제 조치 등 강화된 의무를 지게 된다. 허위·조작정보의 개념과 판단 기준이 아직 충분히 정립되지 않은 상황이므로, 책임을 회피하고자 하는 플랫폼 입장에서는 신고를 접수하면 보수적인 입장에서 애매한 정보까지 선제적으로 삭제·차단하는 방법을 택할 수밖에 없을 것이며 이는 사실상 사적 검열이라는 비판으로부터 자유로울 수 없을 것이다. 특히 허위 신고에 의해 대규모 정보통신서비스 제공자가 삭제한 경우에는 향후 플랫폼의 법적 책임까지 문제 될 여지가 있다.

5. 맺음말

1. 규제법의 목적은 특별한 사정이 없는 한 정당하다. 그러나 그 목적이 정당하더라도 항상 우리는 신중을 거듭해야 한다. 특히 비슷한 목적 달성을 위한 기존의 법률이 있다면 더욱 그러하다. 새로운 법제도를 창설할 때에는 당연히 기존 법제도와 조화를 늘 염두에 두어야 한다. 즉, 특정한 문제를 해소하기 위해 새로 규율하려는 경우에는 가능하면 현존하는 법질서 체계를 유지하며 기존 법질서와 규범 충돌이 발생하지 않도록 해야 한다. 따라서 새로운 규제법안을 만들기 전에 실증 데이터에 기초하여 현행법의 한계 등을 분석해야 할 것이며²⁵ 규제를 하더라도 기존 규제와의 관계를 명확히 하여 사업자를 배려해야 할 것이다.²⁶

2. 플랫폼 규제 법안은 단기적으로는 이용사업자 및 소비자를 보호하는 것처럼 보이지만, 중장기적으로는 규제 비용을 크게 높여 신규 플랫폼의 진입과 산업 전반의 성장을 위축시켜 오히려 시장 서비스 품질 저하 등으로 인한 이용자들의 피해가 늘어나는 역효과를 초래할 가능성이 크다. 같은 맥락에서 중개 플랫폼 운영사업자의 책임을 강화하는 것은 중국적으로 소비자 가격에 전가될 유인(incentive)이 된다. 즉 기업은 규제 대응 비용을 자연스럽게 거래비용으로 인식하고, 이를 보전하기 위해 소비자 가격에 반영하여 전가한다.²⁷

3. 2025년 플랫폼 규제법상 일부 조항은 충분한 고민하에 소비자 및 이용사업자의 보호를 위해 마련되었으나 일부 조항은 충분한 고민 없이 그 규제 자체에 의미를 두고 있다. 후자는 중국적으로 과잉 규제로서 실패로 이어질 수 있을 것이다. 현행법이 새로운 규제법안이 달성하고자 하는 목적을 수행하고 있다는 점을 감안하여, 소비자안전기본법 제정안과 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안은 충분한 검증을 통해 디지털경제의 발전과 혁신을 저해하지 않으면서 자유·공정경쟁에 긍정적인 효과를 가져올 수 있도록 수정되어야 할 것이다.

²⁵ 문제되는 개별 사건들이 발생하더라도 곧바로 '규제 실패'나 '규제 공백'으로 단정해서는 안 될 것이다.

²⁶ 2025. 11. 19. EU 집행위원회가 규제의 복잡성을 해소하고 기업의 혁신을 촉진하기 위해 디지털 옴니버스 패키지(Digital Omnibus Package)를 발표하여 규제법의 중복 요소를 통합하여 기업 부담을 완화하고 행정 절차를 간소화하도록 한 것은 바람직하다. EC, "Digital Omnibus Regulation Proposal", 2025. 11. 19. <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-omnibus-regulation-proposal>>

²⁷ Hans-Bernd Schäfer, Grenzen des Verbraucherschutzes und adverse Effekte des Europäischen Verbraucherrechts, in : Stefan Grundmann (Hrsg.), Systembildung und Systemlücken in Kerngebieten des Europäischen Privatrechts, 2000, S. 559에서는 소비자의 법적 지위를 개선하기 위해서는 비용이 수반된다(제품의 가격이 상승한다)는 점을 지적하며 「과도한 소비자 보호」에 경종을 울린다. 즉 Schäfer 교수는 「과도한 소비자 보호」가 유럽 소비자법의 「역효과(die adverse Effekte)」를 발생시킬 수 있음을 지적한다.

이슈 **3****국내 인공지능 규제 동향과 쟁점**

김병필 교수/변호사
KAIST 기술경영전문대학원

1. 들어가며

이제 국제적으로 인공지능(AI) 규제가 본격화되고 있다. 국내에서는 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」(이하 “인공지능기본법”)이 2026년 1월 22일 시행을 앞두고 있다. 인공지능기본법을 둘러싸고는 다양한 평가와 논의가 제기되고 있다. 한편에서는 선부른 규제로 인해 인공지능 산업의 진흥과 기술 확산이 저해될 수 있다는 우려가 제기되는 반면, 다른 한편에서는 빠르게 확대되고 있는 인공지능 관련 위험에 비추어 볼 때 충분한 안전장치로 기능하기에 미흡하다는 비판도 존재한다.

이에 과학기술정보통신부는 2025년 9월 하위 법령과 가이드라인 초안을 공개하면서, 글로벌 규범 동향과 국내 인공지능 산업의 여건을 고려하여 규제보다는 진흥에 무게를 두고, 필요 최소한의 규제를 합리적으로 마련하는 유연한 규제 체계를 도입하고자 하겠다고 밝힌 바 있다.²⁸ 그러나 공개된 가이드라인 초안이나 입법예고된 시행령을 살펴보면, 그 해석이나 적용과 관련하여 여전히 명확하지 않은 쟁점들이 적지 않게 남아 있는 실정이다.

이 글은 인공지능기본법의 적용 대상이 되는 국내 기업의 실무적 관점에서, 법 시행을 앞두고 여전히 남아 있는 주요 법적 쟁점이 무엇인지 살펴보고자 한다. 법 시행을 눈앞에 둔 시점임에도

28 과학기술정보통신부, 「AI기본법 하위법령 제정방향」, (2025. 9.) 제3면.

불구하고 해석과 적용을 둘러싼 쟁점이 여전히 해소되지 못하고 있다는 사실은 아쉽기도 하지만, 기업 차원에서 합리적인 대응 전략을 마련하기 위해서는 이러한 법적 쟁점을 사전에 충분히 숙지할 필요가 있다.

2. 규제 적용 대상

인공지능기본법상 구체적인 규제 의무와 관련된 쟁점을 살펴보기에 앞서, 우선 이 법이 누구를 규제 대상으로 삼고 있는지, 즉 법적 의무의 수범자가 누구인지를 명확히 할 필요가 있다. 인공지능기본법은 원칙적으로 ‘인공지능사업자’를 규제 대상으로 삼고 있는데, 이는 다시 ‘인공지능개발사업자’와 ‘인공지능이용사업자’로 구분된다.

‘인공지능개발사업자’는 인공지능을 개발하여 제공하는 자를 의미하고(제2조 제7호 가목), ‘인공지능이용사업자’는 인공지능개발사업자가 제공한 인공지능을 이용하여 인공지능제품 또는 인공지능서비스를 제공하는 자를 뜻한다(제2조 제7호 나목). 이처럼 두 개념은 법문상 정의되어 있으나, 실제로 어떠한 사업자가 이에 해당하는지에 관해서는 실무상 해석과 적용 과정에서 논란의 여지가 적지 않다.

1. ‘인공지능이용사업자’의 범위

인공지능이용사업자의 범위를 해석할 때 가장 중요한 점은 인공지능이용사업자와 ‘이용자’를 명확히 구분하는 것이다. 법상 ‘이용자’는 인공지능제품 또는 인공지능서비스를 제공받는 자를 의미하는데(제2조 제8호), 법상 직접적인 의무를 부담하는 주체는 인공지능이용사업자이고, 이용자는 어떠한 법적 의무도 부담하지 않는다.

채용 인공지능을 예를 들어보자. 채용 목적으로 사람의 표정, 음성, 언어 패턴 등을 분석·평가하는 인공지능 모델을 개발하여 제공하는 기업은 ‘인공지능개발사업자’에 해당한다. 문제는 이러한 인공지능을 실제 채용 과정에서 활용하여 지원자를 선별하는 채용기업의 법적 지위이다. 채용기업은

자기 사업을 위해 인공지능을 이용하고 있으므로, 일견 ‘인공지능이용사업자’에 해당하는 것으로 오인되기 쉽다. 하지만 법문을 잘 검토해 보면 채용기업은 ‘이용자’에 불과하다.²⁹ 채용 인공지능 서비스를 제공받은 자에 해당하기 때문이다.

채용 인공지능과 관련하여 ‘인공지능이용사업자’에 해당하는 주체는, 채용기업이 아니라 인공지능 기반 면접 평가 서비스나 인재 매칭 서비스와 같이 채용 인공지능을 하나의 제품 또는 서비스로 외부에 제공하는 기업이다.³⁰ 실무적으로는 하나의 기업이 인공지능 모델을 직접 개발하면서 동시에 이를 기반으로 서비스를 제공하는 경우도 적지 않으며, 이 경우에는 ‘인공지능개발사업자’와 ‘인공지능이용사업자’의 지위가 중첩될 것이다.

이처럼 인공지능이용사업자의 범위를 둘러싼 오해는 이를 EU AI Act의 ‘deployer’ 개념과 유사하게 이해하는 데서 비롯되는 측면도 있다. EU AI Act는 개인적인 비전문적 활동을 제외하고, 인공지능을 자신의 권한 하에 이용하는 자를 ‘deployer’로 포섭한다. 이에 비해 우리 법은 인공지능제품·서비스를 외부에 제공하는 자만을 인공지능이용사업자로 규정하고 있다. 그럼에도 불구하고 ‘인공지능이용사업자’라는 용어 자체가 ‘이용’ 행위에 초점을 둔 것으로 오인되기 쉬워, 해석상 혼란을 야기할 소지가 있다. 우리 법상 인공지능이용사업자에 해당하기 위한 핵심은 인공지능의 ‘이용’ 여부가 아니라, 인공지능을 이용하여 인공지능 제품·서비스를 ‘제공’하는지 여부에 달려 있다.

다만, 현실적으로 어떤 기업의 활동이 인공지능 제품·서비스의 ‘제공’에 해당하는지를 판단하는 것이 쉽지 않다는 문제가 있다. 예컨대 온라인 쇼핑몰 운영자가 고객 응대를 위해 외부 챗봇 인공지능을 도입한 경우, 해당 쇼핑몰 운영자는 인공지능서비스를 제공받아 자신의 서비스를 운영하는 데 활용하고 있으므로 ‘이용자’에 해당할 가능성이 크다. 반면, 어떤 증권사가 고객을 대상으로 인공지능 기반 자산관리 상담 서비스를 출시한 경우는 평가가 쉽지 않다. 해당 서비스를 ‘인공지능 서비스’로 보아 그 증권사가 ‘인공지능이용사업자’로 분류될 여지도 있는 반면, 기존 투자자문업을 수행하기 위해 인공지능을 도구적으로 활용한 것으로 보아 ‘이용자’에 해당한다고 볼 여지도 있다. 이는 현행 법문과 가이드라인만으로는 판단이 어렵다.

29 과학기술정보통신부, 『AI기본법 하위법령집』, (2025. 9.) 제169면.

30 위의 글.

2. ‘인공지능개발사업자’의 범위

다음으로, 인공지능개발사업자의 범위에 대해서도 해석상 쟁점이 있다. 특히 외주 개발의 경우 판단이 쉽지 않다. 국내에서는 국가, 지방자치단체, 공공기관 등이 인공지능 개발을 외부 전문업체에 위탁하는 방식이 일반적으로 활용되고 있기 때문이다. 예를 들어 어떤 기관이 자신이 사용할 인공지능의 기획을 수립하고, 자신의 자금으로 외부 업체의 인력과 기술을 활용하여 개발을 위탁하고, 위탁받은 업체는 해당 인공지능을 오로지 발주 기관을 위해서 개발하여 납품하는 경우를 상정해 볼 수 있다. 이와 같은 경우 형식적으로는 외부 업체가 개발을 수행하였다고 하더라도, 실질적으로는 발주 기관이 개발의 주체로 평가될 여지가 있다. 이 경우 발주 기관이 저작권자로도 인정될 수 있다(대법원 2000. 11. 10. 선고 98다60590 판결).

이러한 해석은 인공지능개발사업자의 범위를 판단하는 데에도 참고가 된다. 과학기술정보통신부 역시 “직접 인공지능을 개발하는 경우는 물론, 자신의 권한이나 책임 하에 인공지능의 주요 사양, 기능 등을 지정하여 제3자를 통하여 개발하는 경우(예: 위탁·용역·도급·고용 계약 등)”도 인공지능의 개발에 해당한다고 보고 있다.³¹

결국 인공지능개발사업자에 해당하는지 여부는 개발 행위의 외형적 수행 주체만을 기준으로 판단할 것이 아니라, 인공지능의 기획 및 설계에 대한 통제 정도, 주요 사양과 기능에 대한 결정 권한, 그리고 개발 결과에 대한 책임 귀속 등을 종합적으로 고려하여 판단될 필요가 있다.

다른 한편, 인공지능의 성능에 ‘중대한 영향’을 미칠 정도로 이를 수정·변경·개량하는 행위도 인공지능의 개발에 포함되는 것으로 해석된다. 이와 관련하여 과학기술정보통신부는 개발에 해당하는 경우와 그렇지 않은 경우를 구체적인 예시를 통해 설명하고 있다. 예컨대, 대규모 데이터에 대한 추가 학습이 이루어진 경우, 특히 범용 인공지능 모델의 누적 학습 연산량의 3분의 1을 초과하는 수준의 추가 학습을 수행한 경우, 모델 아키텍처의 구조적 개선, 알고리즘의 실질적인 최적화, 또는 추론 엔진의 효율성을 향상시키는 경우 등은 인공지능의 개발에 해당할 수 있다고 보고 있다. 반면 인공지능 활용에 필요한 범위 내에서 이루어지는 제한적인 데이터 학습, 성능 유지를 위한 패치나 업데이트 및 최신화 작업, 사전 학습된 인공지능 모델을 제품이나 서비스에 적용하는 행위, 이용자

31 과학기술정보통신부, 『AI기본법 하위법령 제정방향』, (2025. 9.) 제26면.

인터페이스의 변경 등은 원칙적으로 인공지능의 개발에 해당하지 않는다고 설명하고 있다.³² 다만 이러한 예시에도 불구하고, 어느 정도의 변경이 이루어져야 인공지능의 성능에 ‘중대한 영향’을 미치는 수정·변경·개량으로 평가될 수 있는지에 대해서는 여전히 해석상의 불확실성이 남아 있다.

다른 한편, 인공지능을 개발한 사업자가 해당 인공지능을 외부의 이용자에게 제공하지 않고 스스로 직접 이용하는 경우에는, 인공지능개발사업자에 해당하는지 여부가 반드시 명확하다고 보기는 어렵다. 인공지능기본법상 ‘인공지능개발사업자’에 해당하기 위해서는 개발한 인공지능을 ‘제공’하는 것이 전제되는데, 이와 같은 내부 이용의 경우 이를 ‘제공’으로 평가할 수 있는지에 대해서는 해석상 불명확한 측면이 있기 때문이다.

요컨대 현행 법문과 가이드라인만으로는 인공지능개발사업자와 인공지능이용사업자의 범위를 일률적으로 판단하기 어려운 사례가 적지 않을 것으로 전망된다. 특히 이용사업자와 이용자의 구분 문제, 외주 개발이나 개량의 경우 등에는 해석상 혼란이 지속될 수 있다. 이러한 쟁점은 향후 구체적인 적용 사례의 축적과 추가적인 해석 지침을 통해 점진적으로 구체화될 필요가 있을 것이다.

3. 규제 내용과 관련된 법적 쟁점

인공지능기본법상 인공지능사업자에게 요구되는 법적 의무는 크게 세 가지 범주로 구분할 수 있다. 첫째는 인공지능의 투명성 확보 의무로, 특히 생성형 인공지능의 결과물에 대한 표시 의무가 핵심적인 쟁점으로 부각되고 있다(제31조). 둘째는 누적 연산량이 일정 기준 이상인 고성능 인공지능에 대하여 안전성 확보 의무이다(제32조). 셋째는 고영향 인공지능과 관련된 의무로, 생명·신체의 안전 및 기본권에 중대한 영향을 미치거나 위험을 초래할 우려가 있는 인공지능에 대해 추가적인 책무를 부과하고 있다(제33조부터 제35조까지). 이하에서는 이러한 각 의무의 구체적인 내용과 함께, 시행령 및 가이드라인을 통해 드러난 주요 법적 쟁점들을 살펴본다.

³² 위의 글.

1. 인공지능 투명성 확보 의무

인공지능기본법은 투명성 확보를 핵심적 규제에 도입하고 있다. 이는 크게 고영향·생성형에 대한 사전고지(제31조 제1항), 생성형 인공지능 결과물에 대한 표시(동조 제2항), 딥페이크 결과물에 대한 표시(동조 제3항)로 구분된다. 시행령과 『인공지능 투명성 확보 가이드라인』은 이러한 법률상 의무의 구체적인 이행 방식을 제시하고 있다.

생성형 인공지능 결과물에 대한 표시 의무와 관련하여 중요한 쟁점 중 하나는, 사람이 직접 인지할 수 없는 이른바 ‘비가시적 워터마크’가 허용되는지 여부이다. 일반적으로 워터마크는 사람이 육안이나 청각으로 쉽게 구분할 수 있는 방식과, 품질이나 시청각적 경험에 영향을 주지 않으면서 기계적으로만 판독 가능한 방식으로 나눌 수 있다. 전자의 경우 로고나 문구를 결과물에 표시하는 방식이 대표적이고, 후자의 경우에는 사람이 인지할 수 없는 패턴을 삽입하거나 메타데이터를 기록하는 기술이 활용된다.

그런데, 2025년 9월 공개된 시행령 초안은 생성형 인공지능 결과물에 대한 표시 방식으로 “사람 또는 기계가 판독할 수 있는 형식”을 허용함으로써, 비가시적 워터마크의 활용 가능성을 열어두고 있고,³³ 아울러 함께 공개된 가이드라인 초안 역시 이를 전제로 설명하고 있었다. 그러나 이후 2025년 11월 입법예고된 시행령 제정안은 여기에 추가적인 조건을 부가하여, 기계가 판독할 수 있는 방식으로 표시하는 경우(즉, 비가시적 워터마크를 이용하는 경우), 해당 결과물이 생성형 인공지능에 의하여 생성되었다는 사실을 1회 이상 안내 문구·음성 등으로 제공하도록 요구하고 있다.

문제는 비가시적 워터마크만을 제공하는 일부 생성형 인공지능 제품이나 서비스의 경우 이러한 요건을 어떻게 준수할 수 있을지가 명확하지 않다는 점이다. 예컨대 Adobe Firefly는 C2PA 표준에 기반한 비가시적 메타데이터 삽입 방식을 통해 워터마크를 제공하고 있다. 한편 구글의 나노 바나나 프로(Nano Banana Pro)는 무료 이용자 및 일부 구독자의 결과물에는 육안으로 식별 가능한 워터마크(제미나이 로고)가 적용되지만, 전문적인 제작 환경을 지원하는 울트라(Ultra) 구독자나 구글 AI 스튜디오 이용자의 결과물에는 해당 워터마크를 표시하지 않는다.³⁴

³³ 2025. 9.자 시행령 초안 제22조 제2항, 과학기술정보통신부, 『AI기본법 하위법령집』, (2025. 9.) 제27면.

³⁴ 나이나 레이싱하니, “나노 바나나 프로(Nano Banana Pro)를 소개합니다”, 구글 코리아 블로그, (2025. 11. 20.) <https://blog.google/intl/ko-kr/company-news/technology/nano-banana-pro/> (최종접속일 2025. 12. 22.)

이에 대해 2025년 11월 13일자 『인공지능 투명성 확보 가이드라인』은, 생성형 인공지능 결과물이 해당 기술을 활용해 제작되었음을 알리기 위한 관련 문구를 “결과물 일부에 안내”하도록 요구하고 있다. 그러나 이와 같은 방식은 광고, 영상, 게임 제작 등과 같이 생성형 인공지능이 상업적, 전문적으로 활용되는 환경에서는 현실적으로 적용하기 쉽지 않다. 이처럼 비가시적 워터마크에 대한 제한에 대해서는 생성형 인공지능의 활용 맥락과 매체의 특성을 충분히 고려한 재검토가 시급하다.

한편, 앞서 살펴본 생성형 인공지능 결과물에 대한 표시의무가 딥페이크 결과물에 대해서는 그대로 적용되는 것은 아니다. 딥페이크와 같이 실제와 구분하기 어려운 가상의 음향, 이미지 또는 영상 등의 결과물에 대해서는 이용자가 명확하게 인식할 수 있는 방식으로 고지 또는 표시하여야 한다(법 제31조 제3항 제1문). 다만, 해당 결과물이 예술적·창의적 표현물에 해당하거나 그 일부를 구성하는 경우에는 전시 또는 향유 등을 저해하지 아니하는 방식으로 고지 또는 표시할 수 있다(법 제31조 제3항 제2문).

하지만 딥페이크에 대한 고지 또는 표시 의무를 ‘인공지능사업자’에게 부여하는 것이 적절한 입법적 설계인지에 대해서는 의문이 제기될 수 있다. 비교법적으로 보면 EU AI Act는 생성형 인공지능 결과물에 대한 일반적 워터마크 표시 의무를 생성형 인공지능의 개발자(provider)에게 부과하는 한편, 딥페이크와 같이 실제 인물이나 사건을 오인하게 할 수 있는 콘텐츠에 대해서는 이를 활용하는 운용자(deployer)에게 고지 의무를 부과하고 있다. 이러한 점에서 딥페이크 표시 의무의 주체를 인공지능사업자로 한정된 우리 법의 구조는 EU AI Act와 차이가 있다.

이와 같은 입법 구조에 관해서는 딥페이크를 범죄나 불법 행위에 악용하는 경우에 충분히 대응하기 어렵다는 비판도 제기될 수 있다. 이에 대해 과학기술정보통신부는 우선적으로 생성형 인공지능 결과물에 대한 워터마크 부착을 의무화하고, 이를 통해 결과물의 출처를 추적함으로써 딥페이크를 포함한 인공지능 오남용을 효과적으로 억제하려는 취지라고 설명하고 있다.³⁵ 나아가 인공지능 기술을 악의적으로 활용하는 이용자에 대해서는, 인공지능기본법이 아닌 다른 개별 법령을 통해 규율하는 것이 바람직하다는 입장을 밝히고 있다.

35 과학기술정보통신부, 『AI기본법 하위법령 제정방향』, (2025. 9.) 제32면.

2. 고성능 인공지능 안전성 확보 의무

인공지능기본법은 학습에 사용된 누적 연산량이 대통령령으로 정하는 기준 이상인 인공지능시스템에 대해서는 인공지능사업자가 안전성을 확보하는 조치를 취하고 그 이행 결과를 과학기술정보통신부장관에게 제출할 의무를 부과하고 있다(법 제32조 제1항 및 제2항).

이러한 규제는 고성능 인공지능이 갖는 잠재적 위험을 사전에 관리하기 위한 장치로서 도입된 것이다. 보다 근본적인 이유로는, 인공지능의 학습에 사용된 누적 연산량이 일정 수준 이상을 초과할 경우 그 이전 단계에서는 예측하기 어려웠던 새로운 능력이 출현할 수 있다는 점에 있다. 이러한 현상을 흔히 창발성(emergence)이라 칭하기도 한다.³⁶ 대규모 인공지능의 창발적 특성은 단순한 성능 향상에 그치지 않고, 오용 가능성의 확대나 기존 안전장치의 무력화 등 새로운 유형의 위험을 동반할 수 있다. 이로 인해 고성능 인공지능시스템에 대해서는 개별 응용 서비스 단계에서의 사후적 통제만으로는 충분하지 않고, 개발·학습·배포에 이르는 인공지능의 전 수명주기를 포괄하는 위험 관리 체계가 요구된다. 인공지능기본법상 고성능 인공지능에 대한 안전성 확보 의무는 이러한 문제의식에 기초한 것으로 이해할 수 있다.

시행령 제정안은 이러한 안전성 확보 의무의 적용 대상을 학습에 사용된 누적 연산량이 1026 부동소수점 연산(floating-point operations, FLOPs) 이상인 인공지능시스템으로서 과학기술정보통신부장관이 인공지능기술 발전 수준, 위험도 등을 고려하여 고시하는 기준에 해당하는 인공지능시스템으로 규정하고 있다(시행령 제23조). 비교법적으로 살펴보면, 이러한 기준은 미국 바이든 행정부 시기에 발령되었던 2023년 10월 30일자 행정명령 제14110호가 고위험 인공지능 모델의 기준으로 1026 FLOPs를 설정한 것과 동일한 수준이다. 반면, EU AI Act는 ‘시스템 위험(systemic risk)’을 갖춘 범용 인공지능 모델의 기준을 1025 FLOPs로 정하고 있다. 이와 비교해 보면 우리 법은 EU에 비해 다소 높은 성능 수준의 인공지능만을 고성능 인공지능으로 규율하고 있다고 평가할 수 있다.

현 시점에서 국내 인공지능사업자가 공개한 모델 중 이러한 연산량 기준을 충족하는 사례는 알려져 있지 않다. 민간 연구기관인 Epoch AI의 분석에 따르면, 누적연산량이 1026 FLOPs를 초과한 것으로

³⁶ Jason Wei, et al., “Emergent abilities of large language models”, arXiv preprint arXiv:2206.07682 (2022).

추정되는 최초의 인공지능 모델은 2025년 2월 공개된 xAI의 Grok-3이다.³⁷ 다만, Epoch AI에 따르면 이 기준이 중장기적으로는 빠르게 일반화될 가능성이 있다고 한다. 현재의 연산량 증가 추세를 감안할 때, 2030년 초에는 200개 이상의 모델이 해당 기준을 초과할 것으로 추정된다는 것이다. 이러한 분석에 따르면, 고성능 인공지능에 대한 안전성 의무가 당장은 소수의 해외 초대형 모델만을 염두에 둔 규제로 보일 수 있으나, 중장기적으로는 적용 범위가 빠르게 확대될 가능성이 있다.

3. 고영향 인공지능 규제

1) 고영향 인공지능 판단

인공지능기본법은 법 제2조 제4호 각목에 열거된 10개 영역에서 활용되는 인공지능 시스템 중 사람의 생명, 신체의 안전 및 기본권에 중대한 영향을 미치거나 위험을 초래할 우려가 있는 경우를 ‘고영향 인공지능’으로 규정한다. 고영향 인공지능은 크게 두 가지 유형으로 구분하여 볼 수 있는데, 하나는 생명이나 신체의 안전에 중대한 위해를 초래할 수 있는 유형이고, 다른 하나는 개인의 기본권에 중대한 영향을 미칠 수 있는 유형이다.

전자의 영역에는 에너지 공급, 먹는 물 생산 공정, 보건의료 제공·이용체계 구축·운영, 의료기기 및 디지털의료기기 개발·이용, 원자력시설 관리·운영, 교통수단·시설·체계 작동·운영이 있다. 후자의 영역에는 범죄 수사·체포를 위한 생체인식정보의 분석·활용, 채용·대출심사 등 권리·의무 관계에 중대한 영향을 미치는 판단·평가, 공공서비스 제공 과정의 의사결정, 교육 분야에서의 학생 평가가 있다. 다만 위 영역에 해당한다고 하여 곧바로 고영향 인공지능으로 분류되는 것은 아니고, 해당 인공지능의 구체적인 영향과 위험 수준을 종합적으로 고려하여 판단하여야 한다.

문제는 이러한 고영향 해당 여부 판단이 실무상 용이하지 않다는 점이다. 『고영향 인공지능 판단 가이드라인』은 각 영역별로 고영향 해당 여부를 판단하기 위한 기준과 적용 방법을 제시하고 있는데, 가이드라인 초안은 분량만 139페이지에 달할 정도로 상세하다. 나아가 각 영역별로 세분화된 판단 요소와 판단 절차, 사례를 제시하고 있다.

그런데, 적지 않은 기준은 상당히 엄격하게 설계되어 있어 실제로는 매우 중대한 위험을 초래할

³⁷ <https://epoch.ai/blog/model-counts-compute-thresholds>

우려가 있는 경우에 한하여 고영향으로 판정되는 사례가 많을 것으로 보인다. 예컨대 의료기기 영역에서 환자의 신체에 '직접' 사용되는 인공심폐장치 등은 고영향에 해당할 가능성이 크지만, 의사의 진료 의사결정을 보조하기 위한 영상 판독 소프트웨어는 고영향에 해당하지 않는 것으로 설명되어 있다.

다만, 현재와 같은 접근 방식이 고영향 인공지능의 도입을 위축시키는 방향으로 작동할 가능성에 대해서는 주의가 필요하다. 즉, 인공지능사업자들이 고영향 인공지능을 법이 정한 요건에 따라 안전하게 개발·운영하기 위하여 노력하기보다는, 가이드라인에 비추어 가급적 고영향에 해당하지 않는 방식으로 인공지능 시스템을 설계할 가능성이 크다. 현재와 같이 고영향으로 분류되면 추가적으로 적지 않은 관리 부담이 발생하는 구조에서는 이러한 회피 유인이 커질 수 있다.

더욱이 이러한 회피 유인으로 인해 국내 인공지능 기술의 확산과 활용에 부정적인 영향을 미칠 우려가 있다. 예컨대 채용이나 대출 심사와 같이 기존의 인간 판단에도 편향과 오류가 구조적으로 존재하는 영역에서는, 오히려 인공지능을 통해 평가의 일관성과 공정성을 개선할 가능성도 있다. 그러나 과도하게 고영향 인공지능에 해당하지 않도록 '회피'하는 노력이 이루어질 경우, 이러한 개선 기회가 충분히 활용되지 못할 가능성이 있다. 따라서 법 시행 이후에는 고영향 판단이 실무적으로 어떠한 행태 변화를 유발하는지, 그리고 인공지능의 확산과 안전성·신뢰성 확보 노력 간의 균형이 적절히 이루어지고 있는지를 지속적으로 면밀히 점검할 필요가 있다.

2) 고영향 인공지능 사업자의 책무

한편 고영향 인공지능에 해당할 경우에는 인공지능사업자에게 추가적인 책무가 부과된다. 구체적으로는 (1) 위험관리방안의 수립·운영 (2) 인공지능의 결과 등에 대한 설명 방안의 수립·시행 (3) 이용자 보호 방안의 수립·운영 (4) 고영향 인공지능에 대한 사람의 관리·감독 및 (5) 문서의 작성과 보관 책무가 있다. 이들 책무의 구체적인 이행 방법과 범위는 『고영향 인공지능 사업자 책무 가이드라인』에서 정하고 있다.

다만, 고영향 인공지능이 적용되는 영역 중에는 이미 개별 법령을 통해 안전성이나 신뢰성 확보를 위한 규제가 존재하기도 한다. 이로 인해 인공지능기본법에 따른 책무가 추가적으로 적용될 경우, 사업자에게 중복 규제 부담이 발생할 수 있다. 인공지능기본법은 이러한 문제를 막기 위하여 사업자가 다른 법령에 따라 동일하거나 유사한 안전·신뢰성 확보 조치를 이미 이행한 경우에는

인공지능기본법상 사업자 책무를 이행한 것으로 간주하는 규정을 두고 있다(법 제34조 제3항). 시행령 제정안 [별표 1]은 이와 같은 이행 간주의 구체적 기준과 절차를 규정하고 있다. 예컨대, 디지털의료기기의 개발 및 이용과 관련하여서는 「디지털의료제품법」에 따른 관련 의무를 이행한 경우, 원자력시설의 관리 및 운영과 관련하여서는 「원자력안전법」에 따른 안전조치를 취한 경우에는 인공지능기본법상 관련 책무를 이행한 것으로 인정된다.

3) 고영향 인공지능 영향평가

인공지능기본법은 고영향 인공지능과 관련하여 영향평가 제도를 도입하고 있으나, 이를 법적으로 강제되지 않다. 즉, 고영향 인공지능을 이용한 제품이나 서비스를 제공하려는 인공지능사업자에게 기본권에 미치는 영향을 사전에 평가하도록 노력할 의무만을 부과하고 있을 뿐이다(제35조 제1항). 다만, 국가기관 등은 고영향 인공지능을 도입하는 경우 영향평가가 실시된 제품이나 서비스를 우선적으로 고려하도록 규정하여, 공공 조달과 연계된 인센티브를 부여하고 있다. 따라서 현행 인공지능 영향평가는 공공부문 진입을 위한 신뢰 확보 수단으로 기능하는 제도로 평가할 수 있다.

그런데, 공공부문 인공지능 활용과 관련하여 영향평가를 의무화하려는 입법적 시도가 진행 중임을 유의할 필요가 있다. 2025년 9월 30일 발의된 「데이터기반행정 활성화에 관한 법률」 일부개정법률안(의안번호 제13397호, 위성곤 의원 대표발의)은 공공기관이 인공지능을 도입하려는 경우, 사전에 해당 인공지능이 국민의 기본권에 미치는 영향을 평가하고 그 결과를 공표하도록 규정하고 있다(개정법률안 제33조). 이러한 입법적 노력에 대응하여, 행정안전부 역시 공공 인공지능의 안전성과 신뢰성을 강화하기 위한 공공 인공지능 영향평가 제도 도입 방안에 관한 연구를 진행하기도 하였다. 따라서 향후 공공부문에 있어서는 영향평가 제도가 자율적 제도를 넘어, 보다 강한 규범적 성격을 띠게 될 가능성도 존재한다.

4. 나가며

그렇다면 인공지능기본법이라는 새로운 규제 환경 속에서 국내 기업은 어떻게 대응해야 할 것인가. 우선 염두에 두어야 할 점은 인공지능기본법이 강력한 제재를 통해 인공지능의 확산을 억제하는 법률이 아니라는 사실이다. 인공지능기본법상 직접적으로 법적 의무를 부과하는 조항은 제31조부터 제36조까지 총 6개에 불과하고, 그 위반에 대한 과태료 상한 역시 상당히 낮다. 더욱이 과학기술정보통신부는 법 시행 이후 최소 1년간 과태료에 대한 계도기간을 운영하겠다는 입장을 밝히고 있다. 따라서 현 단계에서 국내 기업에 대한 규제 부담은 전반적으로 크지 않다.

그렇다고 하여 이를 인공지능에 대한 규제의 필요성이나 규제 의지가 약화된 것으로 이해하는 것은 적절하지 않다. 오히려 규제의 실질적 집행을 일정 기간 유예함으로써, 기업이 새로운 제도적 환경에 적응할 수 있도록 준비 기간을 부여하려는 정책적 선택으로 해석하는 것이 타당하다. 따라서 현재의 인공지능기본법은 '준비의 시간'을 보내는 것에 가깝다. 국내 기업으로서는 이 기간을 활용하여 법령과 관련 가이드라인의 내용을 정확하게 이해하고, 자사의 인공지능 전략에 비추어 필요한 내부 대응 체계를 점진적으로 정비해 나가는 것이 현실적인 대응 전략이 될 것이다.

이슈 4

디지털자산 시장 및 제도의 최신 동향

한서희 변호사
법무법인(유) 광장

1. 도입

디지털자산을 둘러싼 논의는 제도와 시장으로 나눌 수 있다. 먼저 제도 측면에서는 (1) 디지털자산 2단계 입법과 관련한 논의, (2) 원화 기반 스테이블코인 도입에 관한 논의, (3) 토큰증권(증권을 토큰 형태로 발행/유통)의 법제화가 주요한 쟁점이다.

시장 측면에서는 기업이 디지털자산을 ‘재무자산’처럼 들고 운용하는 움직임(DAT: Digital Asset Treasury)과 부동산이나 채권 같은 실물 자산을 토큰화(RWA: Real World Assets)가 확대되는 흐름을 살펴볼 수 있다.

1. 디지털자산 제도 관련 논의

이재명 대통령이 2025. 6. 3. 제21대 대통령으로 당선되었다. 대선 과정에서 이재명 대통령은 디지털자산 공약으로 원화 기반 스테이블코인 도입을 제안했다. 그리하여 대선 이후인 2025. 6. 부터 원화 기반 스테이블 코인 도입과 관련된 논의가 급속하게 진행되었다. 이에 22대 국회에서는 김현정 의원이 “가치안정형 디지털자산 발행업 등에 관한 법률안”을, 안도걸 의원이 “가치안정형 디지털자산의 발행 및 유통에 관한 법률안”을, 김은혜 의원이 “가치 고정형 디지털자산을 활용한 지급 혁신에 관한 법률안”을 대표 발의하였다.

한편 디지털자산과 관련된 법제도 정비에 대한 논의도 계속되었다. 우리나라에는 가상자산과 관련된 법률 체계가 이미 시행 중이다. 바로 2024. 7. 19.부터 시행되고 있는 가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률(이하 “가상자산이용자보호법”)이 바로 그것이다. 이 법률은 이용자 보호 및 불공정거래행위 규제를 중심으로 하고 있다. 하지만 가상자산이용자보호법에는 가상자산 발행, 사업자에 대한 진입규제, 영업행위 규제를 위한 근거는 존재하지 않는다. 이에 가상자산, 즉 디지털자산에 대한 산업적 관점에서의 규제 체계 정비가 필요하다는 논의도 계속되었다. 그리하여 22대 국회에서는 여러 법안이 발의되었다. 바로 김재섭 의원이 대표발의한 “디지털자산시장 통합법안”, 박상혁 의원이 대표발의한 “디지털자산 시장 및 산업에 관한 법률안”, 민병덕 의원이 대표발의한 “디지털자산 기본법안”, 이강일 의원이 대표발의한 “디지털자산시장의 혁신과 성장에 관한 법률안”이 그것이다.

한편 토큰증권과 관련된 법제도 정비는 어느 정도 진행되고 있다. 토큰증권이란 증권의 소유권 변동 내역이 분산원장에 기록되는 방식의 증권을 말한다. 이미 우리나라에서는 “주식사채등의 전자등록에 관한 법률(이하 “전자증권법”)에 따라 주식을 전자증권 형태로 발행할 수 있다. 하지만 현재 전자증권법에서 규정하는 방식은 전자등록기관인 예탁결제원이 발행과 유통에 대한 이력을 기록해주는 방식으로, 중앙집중형 기록 방식이다. 하지만 최근 글로벌에서 많이 발행되고 있는 토큰화된 MMF나 토큰화된 국채와 같이 분산원장에 발행 및 유통의 이력을 기록하는 것은 법률상 근거가 없어서 사실상 불가능한 측면이 있었다. 그리하여 이러한 글로벌 동향에 부합하기 위해서 우리나라에서도 분산원장 기록 방식을 활용한 전자증권의 발행에 대한 논의가 있었고, 금융위원회에서 2023. 2. “토큰증권 발행유통 규율체계 정비방안”을 발표했다. 또한 이러한 방안에 따라 21대 국회에서도 법안이 발의된 바 있었다. 하지만 21대 국회가 임기 만료되면서 해당 법안은 폐기되었고, 다시 22대 국회에서 전자증권법 개정안 및 “자본시장과 금융투자업에 관한 법률(이하 “자본시장법”) 일부개정법률안이 발의되었고, 2025. 11. 27. 국회 정무위원회를 통과된 후 2026. 1. 15. 전자증권법 및 자본시장법 개정안이 국회 본회의를 통과하였다.³⁸

38 금융위원회, 2026. 1. 15. “토큰증권 도입 및 투자계약증권 유통을 위한 「전자증권법」, 「자본시장법」 개정안 국회 본회의 통과”, <https://www.fsc.go.kr/no010101/86064?srchCtgr=&curPage=&srchKey=&srchText=&srchBeginDt=&srchEndDt=>

2. 디지털자산 시장 관련 논의

한편 2025년에는 일반 회사가 디지털자산 트레저리 즉 DAT 기업으로의 전환하는 경우가 많이 나타났다. DAT란 전통적인 사업을 기반으로 디지털자산 기반의 자본 배분 전략을 결합한 형태의 법인을 의미한다. DAT 기업들은 보유 현금을 디지털자산 매입에 사용함으로써 기업 가치의 제고를 노리는 전략을 취한다. 대표적으로 미국의 스트래티지(Strategy), 비트마인(Bitmine)이 있고 우리나라의 비트맥스, 비트플래닛이 있다. 스트래티지는 2020. 8. CEO인 마이클 세일러가 잉여 현금을 비트코인으로 전환한 후 회사의 재무전략을 비트코인 매수로 발표하면서 시작된 회사이다. 스트래티지의 대표적인 전략은 <21/21 플랜>인데 이 계획은 향후 3년간 유상증자 등을 통해 총 420억 USD를 조달한 후, 이 자금으로 비트코인을 매수하겠다는 것이다.³⁹ 스트래티지가 발행한 주식의 경우 보유하고 있는 비트코인 자산 가치에 비하여 더 높은 가격으로 거래되는 경향이 있는데 경영진은 이러한 프리미엄을 활용하여 우선주 또는 전환사채를 발행하고 모집된 자금으로 비트코인을 매수함으로써 비트코인 보유량에 따른 주가 부양을 시키는 전략을 제시한 것이다. 다만 이러한 스트래티지의 전략의 경우 비트코인 가격이 상승하는 시점에는 유효하지만, 비트코인 가격이 하락하는 시점에는 유효하지 않다. 즉 비트코인 가격이 하락하는 시점에는 오히려 더 큰 폭으로 주가 역시 하락하게 되기 때문에 비트코인 가격이 하락하는 시점에는 주식 발행을 통한 자본 확충은 불가능해진다. 그렇기 때문에 스트래티지는 비트코인 가격 상승 시점에 유상증자를 통해 자금을 모집하고, 이후 비트코인 하락 시점에 비트코인을 매집하는 전략을 취하고 있다. 하지만 스트래티지가 단순하게 비트코인 매집만을 전략으로 하고 별다른 사업을 수행하지 않는다면 이러한 주식 발행과 비트코인 보유 만으로 계속해서 높은 주가를 유지하기는 어려울 수 있다는 점에서 이러한 전략에 대하여 비판하는 견해도 존재한다.⁴⁰ 특히 발행된 전환사채의 만기가 비트코인 가격 하락시기에 도래하게 되면, 회사는 원리금을 상환해야 하는 위험을 부담하게 된다. 따라서 이러한 스트래티지의 전략이 계속해서 유효할 것인지 살펴보아야 한다.

³⁹ MicroStrategy Incorporated. (2025, January 3). MicroStrategy to target a capital raise of up to \$2 billion of preferred stock [Press release]. Strategy. Retrieved from https://www.strategy.com/press/microstrategy-to-target-a-capital-raise-of-up-to-2-billion-of-preferred-stock_01-03-2025

⁴⁰ OneSafe Editorial Team, "MicroStrategy's Bitcoin Strategy: A Deep Dive into Crypto Treasury Management," OneSafe (October 22, 2025) <https://www.onesafe.io/blog/navigating-crypto-microstrategy-bitcoin-treasury-management>

한편 비트마인 이머전은 스트래티지와는 조금 다른 전략을 취하고 있다. 비트마인의 목표는 전세계 이더리움 공급량의 5%를 확보하는 것이다. 2025. 8. 31.기준으로 1,874,926.8 ETH과 191.7 BTC를 보유하고 있다고 밝힌바 있다.⁴¹ 그리고 2025년 말 기준으로는 400만개 이상의 ETH을 확보하였다고 발표했다.⁴² 이더리움의 경우 스테이킹을 통한 수익을 확보할 수 있기 때문에 단순하게 비트코인 보유만을 전략으로 내세운 스트래티지와 차이점이 있다. 즉 비트마인은 노드 스테이킹을 통해서 추가로 ETH를 확보하고 이를 매각함으로써 현금흐름을 확보할 수 있다는 점이 스트래티지와 큰 차별점이라고 할 수 있다.

다음으로 RWA 시장의 성장이 주목할만 하다. RWA는 Real World Asset의 줄임말인데 실물과 연계된 디지털자산으로 이해할 수 있다. 실물자산의 가치와 디지털자산의 가치가 연동되거나 실물자산으로부터 발생하는 수익을 배분하는 구조의 디지털자산은 모두 자본시장법상 증권으로 분류될 가능성이 높은 상황이다. 따라서 이러한 관점에서 RWA와 토큰증권은 유사한 측면이 있다.

RWA 시장에서 가장 많은 비중을 차지하는 것은 토큰화된 미국 국채인 것으로 알려지고 있다. 그리하여 토큰화된 국채 시장은 2024년 초 대비 2025년 4월까지 500%이상 성장하여 56억 달러를 돌파했다고 한다.⁴³ 주로 블랙락(BlackRock)의 비들(BUIDL)펀드가 있다. 이 비들 펀드는 적격투자자를 대상으로 하며 토큰 1개가 1달러의 가치를 유지하도록 설계된 것이다. 이러한 비들 펀드는 국채를 토큰화한 것이므로 미국 증권법상 증권에 해당하는데 바이낸스 등에서 파생상품 거래를 위한 증거금으로도 활용될 수 있다는 점에서 단순한 투자 상품 이상의 기능을 수행하고 있다.⁴⁴

41 Bitmine Immersion Technologies, Inc., Form 10-K for the fiscal year ended August 31, 2025, U.S. Securities and Exchange Commission, filed November 21, 2025, <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/0001829311/000149315225024679/form10-k.htm>

42 Investing.com, "Bitmine holds 3.41% of ETH supply, announces \$13.2 billion in assets," Investing.com (December 29, 2025) <https://au.investing.com/news/company-news/bitmine-holds-341-of-eth-supply-announces-132-billion-in-assets-93CH-4185431>

43 CoinGecko, 2025 RWA Report: When Crypto Gets Real, CoinGecko Research (June 16, 2025), <https://assets.coingecko.com/reports/2025/CoinGecko-2025-RWA-Report.pdf>

44 PR Newswire, "BlackRock's BUIDL, Tokenized by Securitize, Now Accepted as Collateral for Trading on Binance and Launches on BNB Chain," November 14, 2025, <https://www.prnewswire.com/news-releases/blackrocks-buidl-tokenized-by-securitize-now-accepted-as-collateral-for-trading-on-binance-and-launches-on-bnb-chain-302613374.html>

2. 디지털자산 주요 이슈 심층 정리

1. 디지털자산 기본법 관련 정리⁴⁵

(1) 가상자산에서 디지털자산으로의 용어 변화

22대 국회에서 발의된 법안들은 “가상자산”이라는 용어 대신에 “디지털자산”이라는 용어를 사용하고 있다. 가상자산이라는 용어의 경우, 실체가 없다는 의미를 내포한 것이므로, 향후 산업적 측면을 강조하기 위해서는 “디지털”산업의 핵심 자산이라는 의미로 “디지털자산”이라는 용어 변경이 필요하다고 본 것이다.

다만 디지털자산의 정의와 관련해서는 법안별로 조금씩 차이는 있다. 발의된 네 개 법안 모두 “경제적 가치를 지닌 전자적 증표”라는 점은 동일하게 규정하고 있다. 다만 이강일 의원안의 경우 “경제적 가치를 지닌 것으로서 분산원장 기술 또는 유사 기술을 이용해 전자적으로 거래 또는 이전될 수 있는 전자적 증표(이강일 의원안 제2조 제1호)”로 정의하여 분산원장 기술의 활용을 언급하고 있고, 김재섭 의원안에서도 “블록체인 분산원장 기술 또는 이와 유사한 기술을 사용하여 전자적으로 이전되고 저장될 수 있는 가치 또는 권리의 디지털표시를 말한다(김재섭 의원안 제3조 제1호)”라고 규정하여 블록체인이라는 기술적 기반을 명시하고 있다. 박상혁 의원안에서도 “분산원장 또는 이와 유사한 전자적 기술을 사용하여 전자적으로 이전 저장될 수 있는 경제적 가치”(박상혁 의원안 제3조) 규정하고 있다. 다만 민병덕 의원안에서는 기술적 기반에 대해서 언급하지는 않았다.

(2) 디지털자산 발행 및 공시제도 도입

네 개 법안에서는 모두 디지털자산의 발행과 공시규제를 도입하였다. 우선 이강일 의원안의 경우 가상자산의 국내 발행, 즉 디지털자산의 판매 및 취득 권유를 하기 위해서는 백서를 작성하여 이를 협회에 제출해야 한다(이강일 의원안 제7조 내지 제10조). 민병덕 의원안에서는 디지털자산의 발행을 위하여 발행에 관한 신고서를 금융위원회에 제출하여야 하고(민병덕 의원안 제104조 제1항), 김재섭 의원안에서는 발행인이 백서를 작성하고 공시를 하도록 규정하고 있다(김재섭 의원안 제106조 제1항).

⁴⁵ 한서희, “가상자산 관련 입법과제”, BFL,134호, 서울대금융법센터, 2025. 11. 참조

공시의무와 관련해서는 법안이 원칙적으로 발행인에게 공시의무를 부여하고 있다. 다만 민병덕 의원안에서는 발행신고서라는 용어를 사용한 반면, 이강일 의원안 및 김재섭 의원안에서는 백서라는 용어를 사용하여 공시의무에 대하여 규정하고 있다. 박상혁 의원안에서도 마찬가지로 발행인이 주요 정보를 공시하도록 하고 있다(박상혁 의원안 제74조). 이강일 의원안의 경우에는 다른 법안과 달리 디지털자산에 대한 통합공시 시스템을 도입하도록 하고 규정한다(이강일 의원안 제10조). 이에 발행자나 디지털자산사업자는 백서 또는 디지털자산설명서를 협회에 제출하고(이강일 의원안 제8조, 제9조), 협회는 통합공시시스템에 백서와 디지털자산설명서를 게시하여야 한다(이강일 의원안 제10조)고 규정하고 있다.

(3) 디지털자산사업자 업종 분류 체계의 변화 및 인허가 제도 도입

현행 법령 하에서는 가상자산사업자가 되고자 하는 사업자는 금융정보분석원에 신고를 해야 하고 그밖에 별도의 진입규제 및 영업행위 규제는 부재한 상황이다. 반면 22대 국회에서 제출된 법안들은 모두 진입규제를 도입하고 있다. 구체적으로 살펴보면 민병덕 의원안의 경우 디지털자산사업을 총 10개 업종으로 세분화한 업권 분류 체계를 마련하고 있다(민병덕 의원안 제3조). 또한 진입규제와 관련하여 인가제, 등록제, 신고제를 도입하는 것으로 정하고 있다(민병덕 의원안 제20조, 제26조, 제32조). 그에 따라 위험도가 낮거나 특수한 설비를 필요로 하지 않는 주문전송업 또는 유사자문업 등의 경우 신고만으로 영업행위를 할 수 있도록 정하고 있다(민병덕 의원안 제32조). 한편 이강일 의원안과 김재섭 의원안, 박상혁 의원안은 진입규제에 관하여 인가제 및 등록제를 규정하고 있다.

다음으로 국회에 제출된 법안들 모두 디지털자산 운용 내지 자문업의 신설을 예정하고 있다. 구체적으로 민병덕 의원안에서는 디지털자산집합관리업, 디지털자산일임업, 디지털자산유사자문업을 규정하고 있다. 또한 이강일 의원안에서는 디지털자산집합운용업, 디지털자산대여업, 디지털자산조언업을 규정하고 있다. 김재섭 의원안과 박상혁 의원안에서는 디지털자산일임업과 자문업을 규정하고 있다. 김재섭 의원안의 경우 디지털자산 파생상품시장 개설 업무 및 디지털자산 대여 업무, 스테이킹 업무 등을 수행할 수 있도록 규정하고 있고(김재섭 의원안 제27조, 제28조), 박상혁 의원안에서도 디지털자산사업자의 겸영업무로 디지털자산 기반 파생상품에 관한 시장 개설 및 운영업을 규정하고 있다(박상혁 의원안 제26조).

그 밖에 업종과 관련하여 특이한 사항은, 김재섭 의원안과 박상혁 의원안에서 디지털자산전담 중개업자를 금융위원회가 지정할 수 있도록 규정하고 있는 점이다(김재섭 의원안 제24조, 박상혁 의원안 제71조, 제72조). 위 법안에서는 금융위원회는 디지털자산매매업자 또는 디지털자산교환업자 중에서 자기자본 1천억 원 이상을 갖춘 경우 디지털자산전담중개업자로 지정을 할 수 있다. 이러한 디지털자산전담중개업자는 기업에 대한 디지털자산의 대여, 중개업무 및 신용공여 업무를 수행할 수 있도록 정하고 있다(김재섭 의원안 제25조, 박상혁 의원안 제72조).

(4) 디지털자산 파생상품의 법적 근거 마련

김재섭 의원안에서는 디지털자산시장의 정의를 “디지털자산 기반 파생상품의 매매 또는 디지털자산 등 간 교환을 할 수 있는 시장”이라고 규정하고 있다(김재섭 의원안 제6조 제7항). 김재섭 의원안 제10조에서는 디지털자산을 자본시장과 금융투자업에 관한 법률(이하 “자본시장법”) 제4조 제10항의 기초자산으로 본다고 규정한 후, 제11조에 장내 파생상품 특례조항을 두어 자본시장법상 장내파생상품 규정의 적용을 배제하도록 정하고 있다. 그리하여 김재섭 의원안에서는 디지털자산거래지원업자가 디지털자산 기반 파생상품시장 개설 및 운영업무를 겸영업무로서 수행할 수 있도록 규정하고 있다(김재섭 의원안 제27조). 또한 박상혁 의원안에서는 “디지털자산을 기초자산으로 하는 파생상품의 매매를 하는 시장”을 디지털자산기반 파생상품 시장으로 규정하고 있다.

(5) 스테이블코인 규율 체계 마련

발의된 디지털자산기본법안 또는 통합 법안 모두 스테이블코인에 대한 규제 체계를 마련하고 있다. 디지털자산 관련 전반에 대한 규제체계를 마련하면서도 스테이블코인에 대한 규제체계까지도 함께 다루고 있다. 법안에서는 디지털자산을 일반적인 디지털자산과 가치연동형(또는 가치안정형, 고정가치형) 디지털자산으로 구분하는데 구체적으로 민병덕 의원안은 자산연동형 디지털자산, 이강일 의원안과 박상혁 의원안에서는 가치안정형 디지털자산, 김재섭 의원안에서는 고정가치형 디지털자산이라는 용어를 사용하고 있다. 또한 법안마다 발행인의 자격 요건을 달리 정하고 있다. 우선 민병덕 의원안에서는 자산연동형 디지털자산 발행자가 되기 위해서는 대한민국 내 설립된 법인으로서 5억 원 이상의 자기자본을 갖추어야 한다(민병덕 의원안 제103조). 다음으로 이강일 의원안의 경우 가치안정형 디지털자산의 발행자가 되기 위해서는 상법상 주식회사 또는 금융회사여야 하고

외국법인의 경우 지점 또는 국내 영업소를 설치하여야 하며, 각 법인은 10억 원 이상의 자기자본을 갖추어야 한다(이강일 의원안 제20조). 마지막으로 김재섭 의원안의 경우 고정가치형 디지털자산의 발행자가 되기 위해서는 상법상 주식회사 또는 금융회사여야 하고 외국법인의 경우 지점 또는 국내 영업소를 설치하여야 하며, 각 법인은 50억 원 이상의 자기자본을 갖추어야 한다(김재섭의원안 제123조). 마지막으로 박상혁 의원안의 경우 가치안정형 디지털자산 발행업자가 되기 위해서는 은행 등 금융회사 자회사, 전자금융업자, 디지털자산사업자, 등이어야 하고 50억 원 이상의 자기자본을 갖춘 회사여야 한다(박상혁 의원안 제92조).

2. 스테이블코인 발행 관련 주요 쟁점

현재 스테이블코인과 관련해서 논의되는 주된 쟁점은 발행주체와 인가 주체이다. 우선 금융당국과 한국은행의 입장이 조금 상이한 것으로 알려지고 있는데, 이에 대해서 살펴보면 다음과 같다. 우선, 발행주체와 관련해서는 컨소시엄 형태가 되어야 한다는 것에는 특별한 이견이 없는 것으로 알려지고 있다. 다만 한국은행은 은행의 지분이 51% 이상에 해당하는 컨소시엄이 발행주체가 되어야 한다는 견해를 취하고 금융당국이나 국회에서는 반드시 은행 지분 비율이 51% 이상이어야 하는 것은 아니라는 입장을 취하고 있다.

다음으로 논의되는 쟁점은 인가 주체이다. 한국은행이 포함된 합의체 기구가 인가 주체가 되어야 한다는 견해와 금융위원회 그 자체로 합의체 기구이기 때문에 별도의 합의체 기구가 불필요하다는 주장이 대립되고 있다. 마지막으로 발행 주체의 자기자본 요건에 대한 논의도 계속되고 있다. 민병덕 의원안의 경우 자기자본 5억 원 이상, 이강일 의원안의 경우 자기자본 10억 원 이상, 그리고 김재섭, 박상혁 의원안에서는 자기자본 50억 원 이상을 규정하고 있다. 스테이블코인 발행과 관련된 법안들 역시 모두 50억 원 이상의 자기자본 요건을 규정하고 있다. 하지만 학계에서는 인터넷 전문 은행에 준하여 250억 원 이상이 되어야 한다는 주장도 있는 것으로 알려지고 있다. 이러한 자기자본 요건의 경우 발행주체를 결정하는데 중요한 요소가 될 것이므로 이 역시 치열한 공방이 예상되는 부분이다.

그밖에도 주로 논의되는 것은 준비자산의 요건, 그리고 이자 지급 가능 여부이다. 다수의 법안에서 발행주체는 준비자산을 100% 보유하고 외부에 별도보관해야 하는 것으로 규정하고 있다. 다만 이때 준비자산의 종류는 법안 마다 상이하다. 김현정 의원안의 경우 금융투자상품도 준비자산에 포함시키고

있으나 안도걸, 김은혜 의원안에서는 현금과 예금, 국채로 제한하고 있다. 문제는 우리나라에 단기국채가 존재하지 않는다는 점이다. 즉 장기국채만 발행되는 우리나라에서 국채를 준비자산에 포함시키기 어렵고 사실상 준비자산은 예금으로 구성될 가능성이 높다. 이는 미국의 지니어스법과는 상이하다. 미국 지니어스 법에서는 국채, MMF, REPO를 준비자산으로 규정하고 있고 토크화된 국채 및 MMF 등까지도 포함되는 것으로 규정하고 있다. 우리나라 원화 기반 스테이블코인 발행주체가 실질적으로 사업을 운영하기 위해서는 운영 수익이 발생할 수 있어야 하는데 이를 위해서는 준비자산 범위를 MMF까지로 확대하는 것이 바람직하다.

마지막으로 스테이블코인 보유자에게 이자를 지급할수 있는지에 대한 논의도 존재한다. 다수 법안에서 원칙적으로 스테이블코인 보유자에게 이자를 지급하지 않는 것으로 규정하고 있다. 다만 이를 전면적으로 금지할 것이냐 아니면 일부 마케팅이나 유통활성화 목적으로 제한적으로 허용할 것이냐의 차이가 존재한다. 현재 미국의 지니어스 법에서는 발행주체는 보유자에게 이자를 지급할 수 없으나 유통사업자는 보유자에게 수익을 지급할 수 있도록 규정하고 있으며 실제 코인베이스는 씨클 보유자에게 연 4%에 해당하는 이자를 지급하고 있다. 물론 스테이블코인은 지급결제 수단으로서, 금융투자상품과 구별되어야 하며 상이한 규제를 받기 때문에 원칙적으로 이자 지급이 금지된다는 점에 대해서는 큰 이견이 없을 것으로 보인다. 하지만 실제 유통 활성화 및 원화 스테이블코인의 성공을 위해서는 전면적으로 수익 제공을 금지하는 것이 바람직한지에 대한 논의도 존재한다. 이 부분이 미국 등 다른 나라 규제와 비교해서 합리적으로 규정될 필요가 있다.

3. 토큰증권

토큰증권의 경우 2023. 2. 금융위원회에서 처음으로 관련 내용을 발표한 이후 지금까지 법이 통과되지 않다가 2025. 11. 27. 전자증권법 개정안과 자본시장법 개정안이 정무위원회를 통과한 상황이다. 아쉽게도 2025. 12.까지 본회의를 통과하지 못하였으나, 2026년에는 전자증권법 개정안 및 자본시장법 개정안이 본회의 의결을 거쳐 공포될 것으로 기대되는 상황이다. 그렇게 되면 우리나라에서도 토큰증권이 발행될 수 있는 기본적인 법률 체계가 완비되는 것이다.

다만 아직까지 우리나라에서 토크화된 국채나 MMF가 발행될 수 있을지는 미지수이다. 즉, 전자증권법 개정안 제23조의2 제2항에서는 “분산원장 이용이 적합한 대통령령이 정하는 주식”을

토큰증권 발행대상으로 규정하고 있다. 따라서 국채 토큰화나 MMF의 토큰화는 시행령에서 대상 주식으로 규정해야 가능할 것으로 전망된다. 글로벌 규제 상황에 맞춰 우리나라 규제체계도 마련될 필요가 있다.

3. 기타

우리나라의 디지털자산 관련 법제도가 정비중에 있으나 아직까지 명확하지 않은 부분이 있다. 즉 금가분리 원칙이 해소될 것이냐의 문제이다. 우리나라 정부는 2017. 12. 긴급대책을 발표했고 이때 금융회사가 디지털자산을 취득하거나 관련 사업을 하는 것을 금지하였다. 그런데 지금 해외에서는 이미 디지털자산업과 금융업이 융합단계에 이르고 있고 미국에서는 디지털자산과 증권을 한 개 앱에서 거래할 수 있는 슈퍼앱이 등장하고 있다. 이러한 상황에서 우리나라만 금융회사가 가상자산업을 수행할 수 없도록 하는 금가분리 원칙을 고수하고 있어 금융산업의 발전이 저해된다는 목소리도 존재한다.⁴⁶ 그러나 최근에는 금가분리원칙의 철회 내지 해소의 필요성에 대한 공감대가 형성되고 있으며 글로벌 금융시장에서도 전통 금융회사들이 디지털자산업에 적극적으로 진입하고 있으므로 앞으로 금가분리 원칙의 해소가 이루어질 것으로 기대해 볼 수 있을 것이다.

⁴⁶ 뉴스1, 2025. 12. 22.자 기사, "금산분리 빗장' 풀리나...가상자산 업계 "금가분리 원칙도 손봐야," , <https://www.news1.kr/finance/blockchain-fintech/5983025>

4. 결론

2025년은 대통령 선거를 비롯하여 여러 가지 굵직한 일들이 많이 있었고 이에 우리나라 디지털자산 관련 규제 동향 및 산업계에도 다양한 변화가 있었다. 특히 토큰증권 법안이 정무위를 통과한 것과 스테이블코인 발행제도에 대한 논의가 상당한 정도로 이루어진 점이 주목할만하다. 하지만 이러한 논의들이 아쉽게도 2025년에 완결되지 못한 측면이 있고, 2026년에도 이러한 논의가 계속될 것으로 보인다. 향후 제개정되는 법률 내용을 잘 참고하여 앞으로의 사업 방향을 정할 필요가 있을 것으로 생각된다.



2025
인터넷산업규제 백서

CHAPTER

5

참고문헌

참고문헌

- 금융위원회, 「토큰증권 도입 및 투자계약증권 유통을 위한 『전자증권법』·『자본시장법』 개정안 국회 본회의 통과」, 2026. 1. 15., <https://www.fsc.go.kr/no010101/86064>
- 김나리·오서은. (2024). 옹호연합모형 (ACF) 을 통한 온라인 플랫폼 규제 정책변동과정 분석-플랫폼 자율규제를 중심으로. 지방정부연구, 27(4), 245-276.
- 김상준 (2025). 선장이 된 선원들: 일상의 침범과 플랫폼 참여 과정. 계인국 외 (편), 플랫폼 생태계에서 표류하지 않을 항로 (pp. 31-56). 다돌책방.
- 노재인. (2025). 포퓰리즘 입법의 함정과 디지털경제의 위기. 한국인터넷기업협회 이슈페이퍼 25-5
- 뉴스1, 「'금산분리 빗장' 풀리나... 가상자산 업계 "금가분리 원칙도 손봐야"」, 2025. 12. 22., <https://www.news1.kr/finance/blockchain-fintech/5983025>
- 한대신문. 「법 나와라 똑딱! 국민정서법의 두 얼굴」, 2021. 5. 2. <https://www.hynews.ac.kr/news/articleView.html?idxno=10879>
- 한서희, 「가상자산 관련 입법과제」, BFL, 제134호, 서울대학교 금융법센터, 2025. 10.
- Birkland, T. A. (1998). Focusing events, mobilization, and agenda setting. *Journal of Public Policy*, 18(1), 53-74.
- Bitmine Immersion Technologies, Inc., Form 10-K for the Fiscal Year Ended August 31, 2025, U.S. Securities and Exchange Commission, filed November 21, 2025, <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/0001829311/000149315225024679/form10-k.htm>
- CoinGecko, 2025 RWA Report: When Crypto Gets Real, CoinGecko Research, June 16, 2025, <https://>

assets.coingecko.com/reports/2025/CoinGecko-2025-RWA-Report.pdf

- Diamond, R., McQuade, T., & Qian, F. (2019). The effects of rent control expansion on tenants, landlords, and inequality: Evidence from San Francisco. *American Economic Review*, 109(9), 3365–3394.
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2013). The antitrust analysis of multi-sided platform businesses (NBER Working Paper No. 18783). National Bureau of Economic Research.
- Hassan, T. A., Hollander, S., van Lent, L., & Tahoun, A. (2019). Firm-level political risk: Measurement and effects. *The Quarterly Journal of Economics*, 134(4), 2135–2202.
- Investing.com, “Bitmine Holds 3.41% of ETH Supply, Announces \$13.2 Billion in Assets,” Investing.com, December 29, 2025, <https://au.investing.com/news/company-news/bitmine-holds-341-of-eth-supply-announces-132-billion-in-assets-93CH-4185431>
- Kuran, T., & Sunstein, C. R. (1998). Availability cascades and risk regulation. *Stanford Law Review*, 51(4), 683–768.
- OECD. (2020). Reviewing the stock of regulation. OECD Best Practice Principles for Regulatory Policy. OECD Publishing.
- MicroStrategy Incorporated, “MicroStrategy to Target a Capital Raise of Up to \$2 Billion of Preferred Stock,” Press Release, January 3, 2025, https://www.strategy.com/press/microstrategy-to-target-a-capital-raise-of-up-to-2-billion-of-preferred-stock_01-03-2025
- OneSafe Editorial Team, “MicroStrategy’s Bitcoin Strategy: A Deep Dive into Crypto Treasury Management,” OneSafe, October 22, 2025, <https://www.onesafe.io/blog/navigating-crypto-microstrategy-bitcoin-treasury-management>
- Parrillo, N. R. (2017). Agency guidance through policy statements: Report to the Administrative Conference of the United States. Administrative Conference of the United States.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
- PR Newswire, “BlackRock’s BUIDL, Tokenized by Securitize, Now Accepted as Collateral for Trading on Binance and Launches on BNB Chain,” November 14, 2025, <https://www.prnewswire.com/news-releases/blackrocks-buidl-tokenized-by-securitize-now-accepted-as-collateral-for-trading-on-binance-and-launches-on-bnb-chain-302613374.html>

The background features a solid light blue color with abstract white and cyan wavy lines and circles. A cyan dot is located on a white circle in the upper left, and another cyan dot is on a white circle in the lower middle.

2025
인터넷산업규제 백서

CHAPTER

6

부록

부록 1

인터넷산업 규모 현황

부록 2

인공지능 평가의 설계 배경과
운영 원칙

부록 3

체크리스트 세부 항목별 내용

부록 4

인터넷산업규제 평가법안 list

부록 1

인터넷산업
규모 현황

1. 인터넷산업 매출 현황

(단위 : 백만원, %)

대분류	중분류	소분류	2021	2022	2023	2024	증가율 ('23~'24)
디지털 기반 산업	네트워크· 컴퓨팅 인프라 산업	부품 및 기기 제조업	12,227,830	12,496,983	13,934,710	15,152,381	+8.7%
		네트워크 서비스업	35,438,676	36,932,871	37,473,827	40,490,318	+8.0%
		소계	47,666,506	49,429,854	51,408,537	55,642,699	+8.2%
	호스팅 및 클라우드 산업	호스팅 및 관리 서비스업	2,910,337	3,249,278	3,212,646	4,637,464	+44.4%
		클라우드 서비스업	4,467,614	5,092,761	6,232,607	7,441,733	+19.4%
		소계	7,377,951	8,342,039	9,445,253	12,079,197	+27.9%
	디지털 솔루션 및 시스템 구축	기타 디지털 기술 제공산업	47,613,146	54,251,997	59,792,731	64,782,765	+8.3%
		소계	47,613,146	54,251,997	59,792,731	64,782,765	+8.3%
	합계			102,657,603	112,023,890	120,646,521	132,504,661

대분류	중분류	소분류	2021	2022	2023	2024	증가율 ('23~'24)
디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품거래업	온라인 기반 상품 중개업	22,702,929	23,753,367	35,042,165	43,890,328	+25.3%
		온라인 기반 상품 소매업	192,723,961	216,175,141	242,206,787	259,431,888	+7.1%
		소계	215,426,890	239,928,508	277,248,952	303,322,216	+9.4%
	온라인 오프라인 결합산업 (O2O)	소계	151,688,200	166,844,022	180,429,655	194,196,438	+7.6%
	합계		367,115,090	406,772,530	457,678,607	497,518,654	+8.7%
디지털 정보 콘텐츠 및 자산거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/ 서비스 제공산업	41,369,878	44,843,302	46,217,323	48,478,405	+4.9%
		데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	15,012,613	14,587,691	14,084,180	14,105,304	+0.1%
		소계	56,382,491	59,430,993	60,301,503	62,583,709	+3.8%
	디지털 금융산업	디지털 금융산업	9,146,710	19,477,583	20,812,516	26,233,999	+26.0%
		소계	9,146,710	19,477,583	20,812,516	26,233,999	+26.0%
	합계		65,529,201	78,908,576	81,114,019	88,817,708	+9.5%
인터넷산업 총계			535,301,894	597,704,996	659,439,147	718,841,023	+9.0%

* 2024년 수치는 현재시점에 확인할 수 있는 자료를 기준으로 보정되었으며, <2024 인터넷산업규제 백서>에서 발표된 결과와는 차이가 있음

* 2024도 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

2. 인터넷산업 종사자수 현황

(단위: 명, %)

대분류	중분류	소분류	2021	2022	2023	2024	증가율 ('23~'24)
디지털 기반 산업	네트워크· 컴퓨팅 인프라 산업	부품 및 기기 제조업	71,254	71,582	74,656	74,978	+0.4%
		네트워크 서비스업	42,787	47,107	46,312	46,149	-0.4%
		소계	114,041	118,689	120,968	121,127	+0.1%
	호스팅 및 클라우드 산업	호스팅 및 관리 서비스업	7,491	9,328	9,346	9,441	+1.0%
		클라우드 서비스업	16,488	20,384	26,675	31,850	+19.4%
		소계	23,979	29,712	36,021	41,291	+14.6%
	디지털 솔루션 및 시스템 구축 산업	기타 디지털 기술 제공산업	276,043	302,566	316,617	336,173	+6.2%
		소계	276,043	302,566	316,617	336,173	+6.2%
	합계		414,063	450,967	473,606	498,590	+5.3%
디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품거래업	온라인 기반 상품 중개업	62,578	63,007	84,832	96,843	+14.2%
		온라인 기반 상품 소매업	286,665	315,767	368,678	431,603	+17.1%
		소계	349,243	378,774	453,510	528,446	+16.5%
	온라인 오프라인 결합산업 (O2O)	소계	660,960	731,532	849,355	914,161	+7.6%
	합계		1,010,203	1,110,306	1,302,865	1,442,606	+10.7%
디지털 정보 콘텐츠 및 자산거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/ 서비스 제공산업	126,166	139,561	142,881	151,420	+6.0%
		데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	32,886	37,469	39,366	43,135	+9.6%
		소계	159,052	177,030	182,247	194,554	+6.8%

대분류	중분류	소분류	2021	2022	2023	2024	증가율 ('23~'24)
디지털 정보 콘텐츠 및 자산거래업	디지털 금융산업	디지털 금융산업	16,696	26,449	26,680	31,466	+17.9%
		소계	16,696	26,449	26,680	31,466	+17.9%
	합계		175,748	203,479	208,927	226,021	+8.2%
인터넷산업 총계			1,600,014	1,764,752	1,985,398	2,167,217	+9.2%

* 2024년 수치는 현재시점에 확인할 수 있는 자료를 기준으로 보정되었으며, <2024 인터넷산업규제 백서>에서 발표된 결과와는 차이가 있음

* 2024도 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 2

인공지능 평가의 설계 배경과 운영 원칙



본 내용은 본문에서 제시한 전문가 평가 + 인공지능 평가 결합 방식에 대해, 인공지능 평가 도입 배경, 개발 및 운영 방식, 전문가(평가위원) 평가와의 관계 등에 대한 설명을 담고 있다. 본문에서 다루지 않은 기술적 세부사항을 보완적으로 다루고 있으며, 평가 방법론의 중심이 전문가 판단에 있음을 전제로 한다.

1. 인공지능 평가 도입의 배경

인터넷산업규제 법안은 조문 수가 많고, 유사한 규율 구조와 표현이 반복되는 경향이 강하다. 이러한 특성으로 인해 평가자 개인의 전문성과 경험에 따라 특정 구조적 요소가 상대적으로 덜 주목되거나, 반복적 위험 요소가 누락될 가능성이 존재한다.

이에 전문가 중심의 평가의 보조적 수단으로, 법안 전반의 규율 구조를 일관된 기준으로 점검할 수 있는 인공지능 평가를 도입하였다. 인공지능 평가는 개별 조문의 해석이나 정책적 타당성을 판단하지 않으며, 전문가 평가 과정에서 참고할 수 있는 구조적 분석 결과를 제공하는 역할에 한정된다.

즉, 인공지능 평가는 평가의 주체가 아니라, 평가자의 판단을 지원하기 위한 분석 도구로서 위치한다.

2. 인공지능 평가 엔진의 개발 방식

인공지능 평가는 외부 상용 서비스나 범용 예측 모델을 그대로 적용한 것이 아니라, 입법평가 목적에 맞추어 별도로 설계된 내부 평가 엔진을 활용하였다. 해당 엔진은 다음과 같은 자료를 기반으로 구축되었다.

- 전문가 평가에서 활용되는 25개 평가 지표(체크리스트)와 판단 기준
- 평가위원에 의해 작성된 과거 법안 평가 결과 및 의견
- 한국인터넷기업협회 디지털경제연구원에서 발행한 문서 혹은 인터넷산업 및 규제 환경을 참고할 수 있는 각종 외부 기관 발행 문서

평가 엔진 개발은 크게 4단계로 진행되었다. 1단계에서는 21대 국회 법안에 대한 전문 평가 결과 데이터를 정제하고, 평가 매뉴얼을 포함한 각종 문서를 학습데이터로 구축하였다. 2단계에서는 생성형 인공지능 모델(GPT-4o, Sonnet 3.5)을 병행 활용하여 프롬프트 엔지니어링을 통해 평가 로직을 설계하였다. 3단계에서는 실제 법안을 상대로 파일럿 테스트를 실시하여 전문가 평가 결과와의 일치도를 검증하였으며, 4단계에서는 22대 국회 법안 평가에 정식 투입하여 전문가 평가와 병행 운영하는 체계를 구축하였다.

평가에 활용된 엔진은 아래 표와 같이 4단계의 개선 과정을 거쳤으며, 각 단계마다 파일럿 테스트를 통해 발견된 문제점을 보완하였다. 특히 규제 영향 판단의 정확도 향상, 평가 근거의 명확한 제시, 전문가 평가와의 일관성 확보에 중점을 두어 진행하였다.

표1. AI 평가 엔진 개발 단계별 핵심 내용

단계	개발 핵심	소요 기간(추정)	비고
1	키워드 기반 규칙모형 구축	1주	정의 유무, 단어 기반 평가 로직
2	의미기반 템플릿 + 전이 학습	1.5주	표현군·의견서 병렬 구조화
3	정책 맥락 기반 평가기준 정교화	2주	산업 구조, 기술 수용성 반영
4	기업 리스크 반영	1.5주	자율성·비용·역차별 구조 감점 설계

이와 같은 과정을 거쳐 인공지능 평가는 법안 텍스트에 포함된 규율 밀도, 의무·책임 구조의 반복성, 모호한 표현의 분포 등 구조적 특징을 중심으로 분석하도록 설계되었다. 해당 평가는 특정 법안의 '우수성'을 예측하거나 점수를 자동 산출하는 기능을 수행하지 않으며, 평가 지표별로 구조적 위험 가능성을 상대적으로 점검하는 데 초점을 둔다.

3. 신뢰성 확보와 영향력 통제 설계

인공지능 평가의 적용 시 그 영향력을 엄격히 제한하는 방식으로 아래와 같은 운영원칙을 설정하였다.

첫째, 인공지능 평가는 전문가 평가 결과를 상향 조정하는 기능을 갖지 않는다. 본문에서 명시한 바와 같이, 인공지능 평가 결과는 고정된 가중치(20%)로만 반영되며, 평가자 수나 문항별 판단 인원애 따라 그 비중이 자동 확대되지 않는다.

둘째, 인공지능 평가는 최상위 법안 선정이나 최종 판단 과정에서 독립적인 결정 근거로 활용되지 않는다. 상위 법안의 도출과 해석은 평가위원의 종합적 판단을 중심으로 이루어지며, 인공지능 평가는 이 과정에서 참고 정보로만 활용된다.

셋째, 인공지능 평가는 법안의 정책적 정당성이나 규제 필요성을 판단하지 않는다. 해당 평가는 구조적 특성 분석에 한정되며, 규범적 판단이나 가치 판단은 전적으로 평가위원의 영역으로 남겨두었다.

이러한 통제 설계는 인공지능 평가가 평가 결과의 중심으로 오인되거나, 전문가 판단을 잠식하는 것을 방지하기 위한 제도적 안전장치에 해당한다.

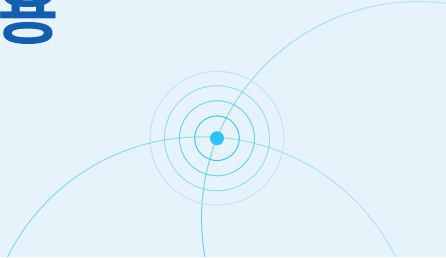
4. 해석상의 유의점

본 내용(부록)은 본문의 평가 결과를 이해하는 데 필요한 보조 설명 자료로 활용되며, 앞서 서술된 내용만으로 평가 결과를 해석하거나 정책적 결론을 도출해서는 안 된다. 인공지능 평가의 분석 결과는 평가위원 평가의 맥락 속에서 해석될 때 의미를 가지며, 본문에서 제시한 평가 지표와 점수 산정 원칙을 우선적으로 고려해야 한다.

향후 인공지능 평가 체계가 고도화될 경우, 본 내용에서 제시한 운영 원칙과 통제 설계는 재검토 및 보완의 대상이 될 수 있다. 다만 현 단계에서는 인공지능 평가가 입법평가 체계의 보조적 구성 요소로 기능한다는 점을 분명히 한다.

부록 3

체크리스트 세부 항목별 내용



분류	체계성 및 정당성 > 법률 용어 적정성 > 법안 전반의 용어 사용	
세부 항목	① 제안된 규제의 시행에 필요한 용어들이 법률 본문 혹은 발의안에 잘 정의되어 있다.	
평가 내용	해당 규제를 시행하였을 경우 불확실성을 줄일 수 있게 법률 혹은 발의안 본문에 필요한 용어가 적절하게 정의되고 있는지를 확인하는 항목으로 구성됨 용어 정의는 법률의 제2조(정의)뿐만 아니라, 각 조문에 괄호 등을 사용하여 정의하고 있는 사항을 포함함	
평가 조건	전반적인 법안에서의 용어 사용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2105338, 신문 등의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안(김승원의원 등 17인)	
	개정안	협회 의견
	<p>제10조(인터넷뉴스서비스사업자의 준수사항) ③ 인터넷뉴스서비스사업자 중 일일평균이용자 수 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 경우에는 지역 언론의 발전을 위하여 이용자의 위치정보(「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」에 따라 개인 위치정보의 수집·이용 및 제공의 동의를 받은 정보를 말한다)를 바탕으로 다음 각 호의 기사를 대통령령으로 정하는 비율 이상 제공 또는 매개하여야 한다.</p> <p>1. 「지역신문발전지원 특별법」 제2조에 따른 지역신문기사 1. 「지역방송발전지원 특별법」 제2조제1호에 따른 지역방송의 기사</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 지역언론의 정의도 명확히 할 필요가 있음. 가령 서울신문의 경우 서울지역의 기사를 많이 다루는데 이 곳을 지역지로 규정할 것인지 의문임. 또한, 서울에 소재한 언론사를 지역언론으로 포함하는 것인지 등 지역언론의 개념과 기준 정립이 필요함

의안번호 2205188, 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(한창민의원 등 12인)

	제정안	협회 의견
예시	<p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <p>1. “온라인 플랫폼”이란 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 거래 또는 관련된 둘 이상 사용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 본 법안은 ‘온라인 플랫폼’을 “재화 또는 용역이 거래 또는 관련된 둘 이상이 이용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템(제1호)”로 정의하면서 다양한 비즈니스 모델을 가지고 있는 온라인 플랫폼 사업자들에게 모두 일률적인 의무를 준수하도록 기준을 설정함 <ul style="list-style-type: none"> - 위 정의에 따르면 거래를 중개하는 플랫폼뿐 아니라 검색포털, SNS, 클라우드 서비스 등 사실상 모든 종류의 온라인 서비스가 온라인 플랫폼으로 포함될 가능성이 매우 높음 - 그럼에도 본 법안은 온라인 플랫폼 서비스의 유형을 단순히 구분하고만 있을 뿐, 플랫폼 서비스의 유형에 따라 차별화된 의무가 아닌 일률적인 의무를 준수하도록 하고 있음

<p>분류</p>	<p>체계성 및 정당성 > 법률 용어 적정성 > 타 법률 용어와의 정합성</p>			
<p>세부 항목</p>	<p>② 해당 발의안에서 정의한 용어가 타법과의 정합성을 유지하고 있다.</p>			
<p>평가 내용</p>	<p>발의안에 사용된 용어에 대한 평가로, 기존의 법 체계상 타 법률 용어와 충돌되는 등의 문제를 유발할 우려를 중심으로 평가함</p>			
<p>평가 조건</p>	<p>법안에 정의를 포함하는 경우(제정안, 전부개정안, 개정 내용에 용어의 정의를 포함한 일부개정안) 평가함 제2조(정의) 및 새로운 개념에 괄호를 사용하여 추가한 정의 모두를 포함함</p>			
<p>예시</p>	<p>의안번호 2103617, 영상진흥기본법 전부개정법률안(이광재의원 등 33인)</p>			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="268 593 761 633">개정안</th> <th data-bbox="761 593 1235 633">협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="268 633 761 1671"> <p>제2조(정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. ~ 3. (생략) 4. “<u>온라인영상콘텐츠</u>”란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다. 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자 (이하 “방송사업자”라 한다)가 제작한 보도물 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스 (이하 생략)</p> </td> <td data-bbox="761 633 1235 1671"> <ul style="list-style-type: none"> ● 개정안에서는 OTT를 ‘영상미디어콘텐츠’라 지칭하며 “연속적인 영상과 이에 따르는 음성·음향 등으로 이루어진 창작물을 이용자가 보고 들을 수 있거나 이용자와 상호작용할 수 있도록 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망을 통하여 전송하거나 전달하는 매체와 결합된 콘텐츠”로 정의하고 있고 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 과기부에서 입법예고한 전기통신사업법 개정안에서는 ‘정보통신망을 통해 제공되는 동영상 콘텐츠’로 표현하고 있으며 - 조세특례제한법 일부개정법률안(추경호 의원, 2103537)에서는 OTT를 ‘온라인동영상서비스(제안이유)’, ‘영상콘텐츠(본문)’로 혼용하여 사용하고 있음 ● 이는 <u>수범자에게 혼란을 줄 뿐 아니라, (명칭이 다르다는 이유로) 중복 규제 등이 이루어질 수 있어 정비가 필요함</u> <ul style="list-style-type: none"> - 동일한 대상에 대해서 다른 정의를 통해 별도의 의무 부과 등이 필요한 경우가 아니라면, 관련 부처 간 또는 국회와의 협의를 통해서 동일한 대상을 다르게 지칭하고 정의하는 문제를 해결해야 할 것임 </td> </tr> </tbody> </table>	개정안	협회 의견	<p>제2조(정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. ~ 3. (생략) 4. “<u>온라인영상콘텐츠</u>”란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다. 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자 (이하 “방송사업자”라 한다)가 제작한 보도물 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스 (이하 생략)</p>
개정안	협회 의견			
<p>제2조(정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. ~ 3. (생략) 4. “<u>온라인영상콘텐츠</u>”란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다. 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자 (이하 “방송사업자”라 한다)가 제작한 보도물 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스 (이하 생략)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 개정안에서는 OTT를 ‘영상미디어콘텐츠’라 지칭하며 “연속적인 영상과 이에 따르는 음성·음향 등으로 이루어진 창작물을 이용자가 보고 들을 수 있거나 이용자와 상호작용할 수 있도록 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망을 통하여 전송하거나 전달하는 매체와 결합된 콘텐츠”로 정의하고 있고 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 과기부에서 입법예고한 전기통신사업법 개정안에서는 ‘정보통신망을 통해 제공되는 동영상 콘텐츠’로 표현하고 있으며 - 조세특례제한법 일부개정법률안(추경호 의원, 2103537)에서는 OTT를 ‘온라인동영상서비스(제안이유)’, ‘영상콘텐츠(본문)’로 혼용하여 사용하고 있음 ● 이는 <u>수범자에게 혼란을 줄 뿐 아니라, (명칭이 다르다는 이유로) 중복 규제 등이 이루어질 수 있어 정비가 필요함</u> <ul style="list-style-type: none"> - 동일한 대상에 대해서 다른 정의를 통해 별도의 의무 부과 등이 필요한 경우가 아니라면, 관련 부처 간 또는 국회와의 협의를 통해서 동일한 대상을 다르게 지칭하고 정의하는 문제를 해결해야 할 것임 			
<p>비고</p>	<p>심사자 과반이 평가하는 경우에만 점수에 반영함</p>			

분류	체계성 및 정당성 > 헌법 원칙 준수성 > 명확성	
세부 항목	㉓ 규제 내용과 적용 요건이 명확하게 규정되어 자의적 해석의 여지가 적다.	
평가 내용	규제로서 해당 법안이 명확하여 행위 준칙이 될 수 있는가에 대한 항목으로 구성됨 규제는 그 내용과 형식이 수범자가 이해할 수 있도록 명확해야 한다는 헌법상 명확성 원칙에 의거 평가	
평가 조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2110211, 개인영상정보의 보호 등에 관한 법률안(민병덕의원 등 11인)	
	제정안	협회 의견
	<p>제8조(이동형 영상촬영기기의 운영 제한)</p> <p>① 누구든지 다음 각 호의 경우를 제외하고는 제5조제3항에 따른 공개된 장소 또는 이에 준하는 장소에 업무를 목적으로 이동형 영상촬영기기를 운영하여 개인영상정보를 촬영하여서는 아니 된다. 다만, 공공기관이 다른 법률에 따른 감사·수사·조사 등의 업무를 수행하는 경우에는 제2호부터 제4호까지를 적용하지 아니한다.</p> <p>2. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우, 이 경우 영상정보주체의 권리를 부당하게 침해할 우려가 없고 합리적인 범위를 초과하지 아니하는 경우로 한정한다.</p> <p>가. 제9조에 따라 촬영 사실을 표시하였음에도 불구하고 촬영 거부 의사를 밝히지 아니한 경우</p> <p>나. 영상정보주체가 촬영 사실을 알 수 있었음에도 불구하고 촬영 거부 의사를 밝히지 아니한 경우</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● (객관적이고 명확한 기준 필요) 본 법률안 제8조 제1항 제2호는 영상정보주체의 명시적 거부 없는 이상 이동형 영상촬영기기의 운영을 허용하면서도, 같은 호 후문에서 “영상정보주체의 권리를 부당하게 침해할 우려가 없고 합리적인 범위를 초과하지 아니하는 경우”로 한정하고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 그러나, ‘영상정보주체 권리의 부당 침해 및 합리적인 범위’는 명확한 기준이 없어 지나치게 엄격하게 해석될 수 있고, 이 경우 이동형 영상촬영기기의 운영이 실질적으로 불가능해질 우려가 있음 - 따라서 ‘영상정보주체의 권리의 부당 침해 및 합리적인 범위’가 제한적으로 해석될 수 있도록, 보다 객관적인 기준(‘촬영 시 고지한 목적 범위에서 영상을 이용하는 경우’등)를 마련하여 부당성등의 <u>지나친 확대를 방지하고 사업자들의 예측 가능성을 높일 필요가 있음</u> - 나아가 본 법률안 제8조 제1항 제2호 각목에서 ‘촬영 거부 의사를 밝히지 아니한 경우’의 해석과 관련하여, <u>지나치게 넓게 해석될 우려가 있으므로, “~에도 불구하고 명시적인 촬영 거부 의사를 밝히지 아니한 경우”로 보다 명확하게 규정하는 것이 바람직함</u>

분류	체계성 및 정당성 > 헌법 원칙 준수성 > 비례성(과잉금지)	
세부 항목	④ 발의안에 명시된 규제 목적 달성에 적합한 규제이다. ⑤ 규제로 인해 발생하는 기본권 제한이 필요 최소한도이다.	
평가 내용	헌법상 비례성 원칙(과잉금지) 중 수단의 적합성과 침해의 최소성을 평가하는 2개 항목으로 구성된 항목 ④의 경우 발의안의 규제 내용이 규제의 목적을 달성하는데 적합한 대안이라고 판단되는 경우 적절한 규제안으로 평가함(수단의 적합성) 항목 ⑤은 대안이 적합하더라도 해당 규제로 제한되는 기본권이 최소한도이거나 보완조치가 충분한 경우 적절한 규제안으로 평가함(침해의 최소성)	
평가 조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2103807, 신문 등의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안(정희용의원 등 11인)	
	개정안	협회 의견
	제10조(인터넷뉴스서비스사업자의 준수사항) ① 인터넷뉴스서비스사업자는 기사배열의 기본방침과 기사를 배열하는 구체적인 기준 및 기사 배열의 책임자를 대통령령으로 정하는 바에 따라 공개하여야 한다.	<ul style="list-style-type: none"> ● 입법목적은 언론의 공정성과 객관성을 확보하기 위한 것인데, 기사를 배열하는 구체적인 기준을 공개하는 행위가 이에 기여하는지 명확하지 않음 ● 아울러 이와 같은 개정이 그 목적에 정당성을 가진다고 하더라도 기사를 배열하는 구체적인 기준을 공개하는 행위가 언론의 공정성과 객관성을 확보하기 위하여 필요하고 적절한 수단인지 의문임. 후술하는 바와 같이 알고리즘 악용에 대한 우려와 영업비밀의 침해 우려 등이 존재하는 바 입법취지와 반대의 결과가 발생할 우려가 크기 때문임
	의안번호 2204158, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안(황정아의원 등 11인)	
	개정안	협회 의견
	제42조의3(청소년 보호 책임자의 지정 등) ② 정보통신서비스 제공자 중 <u>전년도말 기준 직전 3개월간의 일일 평균 이용자가 5만명 이상이거나 정보통신서비스 부문의 전년도(법인의 경우에는 전 사업연도를 말한다) 매출액이 5억원 이상인 자 또는 「전기통신사업법」 제22조의2제1항에 따른 특수유형부가통신사업자 중 같은 법 제2조 제14호가목에 해당하는 부가통신역무를 제공하는 자</u> 및 정보통신망을 이용하여 2명 이상이 실시간으로 대화할 수 있는 서비스 중 <u>청소년유해정보가 유통될 우려가 높은 서비스로서 대통령령으로 정하는 정보통신서비스를 제공하는 자</u> 정보통신망의 청소년유해정보로부터 청소년을 보호하기 위하여 청소년 보호 책임자를 지정하여야 한다.	<ul style="list-style-type: none"> ● 본 개정안은 수범자에 관해 현행법보다 더 넓은 범주를 적용하여 입법취지 달성에 관계 없는 사업자까지 수범자에 포함하고 있음(이용자/매출액 기준 축소, 단순히 2명 이상 실시간 대화 가능한 서비스 포함) ● 그러나 이는 현행 정보통신망법의 규정에 비해 지나치게 많은 서비스를 수범대상으로 설정하고 있는 것으로, 과잉금지 원칙상 피해의 최소성을 위반할 여지가 있는 것으로 판단됨 ● 또한 불법촬영물 등 유통방지 책임자에 관해서도 현행법은 구체적 수범자로 한정하고 있으나, 본 개정안은 범위를 한정한 모든 현행 규정을 배제하여, 보다 광범위한 서비스가 수범대상에 포함될 수 있음

분류	체계성 및 정당성 > 헌법 원칙 준수성 > 포괄위임금지				
세부 항목	㉔ 위임 근거가 명확하여 본질적 사항이 법률에 규정되고 세부 사항만 하위법령에 위임되어 있다.				
평가 내용	규제의 구체적 사항을 법률이 아닌 하위 법령으로 위임하고 있는 경우에 그 위임이 적절하게 이루어졌는지를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 내용적 측면에서 법률의 본질적 내용을 제외한 세부 사항을 위임하였는가, 형식적 측면에서 위임 사항을 구체적으로 규정하였는가를 종합적으로 평가함				
평가 조건	법안에 포함된 하위 법령 위임 규정을 중심으로 평가함				
예시	의안번호 2205188, 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(한창민의원 등 12인)				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>제정안</th> <th>협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>제9조(불공정거래행위의 금지)</p> <p>③ 제1항은 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자에 대하여 거래상 우월적 지위에 있다고 인정되는 경우에만 적용한다. 이 경우 거래상 우월적 지위 여부에 대한 판단 기준은 다음 각 호의 사항을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 온라인 플랫폼 중개거래 시장의 구조 및 현황 2. 온라인 플랫폼 중개거래의 이용 형태, 특성 및 빈도 3. 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자의 사업능력 수준 및 그 격차 4. 온라인 플랫폼 이용사업자의 온라인 플랫폼 중개거래에 대한 의존도 5. 온라인 플랫폼 중개거래의 대상이 되는 재화등의 수량 및 특성 6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지의 사항에 준하는 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ● 법률에서 대통령령 및 고시에 위임할 사항을 구체적으로 정하고 있지 않기 때문에, 대통령령의 내용이 법률의 내용을 구체화하는 것이 아니라 새로운 의무를 창설하는 내용이 되어 무효가 될 가능성도 배제할 수 없으므로, 해당 조항의 경우 삭제하는 것이 타당할 것으로 판단됨 - 참고로 대규모유통업법의 경우 거래상 지위에 있는지 여부를 법률에 규정된 기준으로 판단하고 있는데(대규모유통업법 제3조제2항 참조), 이와 비교하였을 때 본 법안과 같이 수범대상을 결정하는 중요한 기준을 하위법령으로 위임할 수 있도록 규정한다면, 해당 하위법령의 효력에 대해 논란이 발생할 여지가 있음 ※ 대규모유통업법 제3조제2항의 판단 기준 <ol style="list-style-type: none"> 1. 유통시장의 구조 2. 소비자의 소비실태 3. 대규모유통업자와 납품업자 등 사이의 사업능력 격차 4. 납품업자등의 대규모유통업자에 대한 거래 의존도 5. 거래의 대상이 되는 상품의 특성 6. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제11호의 기업집단이나 하나의 대규모유통업자가 운영하는 유통업태의 범위 </td> </tr> </tbody> </table>	제정안	협회 의견	<p>제9조(불공정거래행위의 금지)</p> <p>③ 제1항은 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자에 대하여 거래상 우월적 지위에 있다고 인정되는 경우에만 적용한다. 이 경우 거래상 우월적 지위 여부에 대한 판단 기준은 다음 각 호의 사항을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 온라인 플랫폼 중개거래 시장의 구조 및 현황 2. 온라인 플랫폼 중개거래의 이용 형태, 특성 및 빈도 3. 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자의 사업능력 수준 및 그 격차 4. 온라인 플랫폼 이용사업자의 온라인 플랫폼 중개거래에 대한 의존도 5. 온라인 플랫폼 중개거래의 대상이 되는 재화등의 수량 및 특성 6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지의 사항에 준하는 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항 	<ul style="list-style-type: none"> ● 법률에서 대통령령 및 고시에 위임할 사항을 구체적으로 정하고 있지 않기 때문에, 대통령령의 내용이 법률의 내용을 구체화하는 것이 아니라 새로운 의무를 창설하는 내용이 되어 무효가 될 가능성도 배제할 수 없으므로, 해당 조항의 경우 삭제하는 것이 타당할 것으로 판단됨 - 참고로 대규모유통업법의 경우 거래상 지위에 있는지 여부를 법률에 규정된 기준으로 판단하고 있는데(대규모유통업법 제3조제2항 참조), 이와 비교하였을 때 본 법안과 같이 수범대상을 결정하는 중요한 기준을 하위법령으로 위임할 수 있도록 규정한다면, 해당 하위법령의 효력에 대해 논란이 발생할 여지가 있음 ※ 대규모유통업법 제3조제2항의 판단 기준 <ol style="list-style-type: none"> 1. 유통시장의 구조 2. 소비자의 소비실태 3. 대규모유통업자와 납품업자 등 사이의 사업능력 격차 4. 납품업자등의 대규모유통업자에 대한 거래 의존도 5. 거래의 대상이 되는 상품의 특성 6. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제11호의 기업집단이나 하나의 대규모유통업자가 운영하는 유통업태의 범위
제정안	협회 의견				
<p>제9조(불공정거래행위의 금지)</p> <p>③ 제1항은 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자에 대하여 거래상 우월적 지위에 있다고 인정되는 경우에만 적용한다. 이 경우 거래상 우월적 지위 여부에 대한 판단 기준은 다음 각 호의 사항을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 온라인 플랫폼 중개거래 시장의 구조 및 현황 2. 온라인 플랫폼 중개거래의 이용 형태, 특성 및 빈도 3. 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자의 사업능력 수준 및 그 격차 4. 온라인 플랫폼 이용사업자의 온라인 플랫폼 중개거래에 대한 의존도 5. 온라인 플랫폼 중개거래의 대상이 되는 재화등의 수량 및 특성 6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지의 사항에 준하는 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항 	<ul style="list-style-type: none"> ● 법률에서 대통령령 및 고시에 위임할 사항을 구체적으로 정하고 있지 않기 때문에, 대통령령의 내용이 법률의 내용을 구체화하는 것이 아니라 새로운 의무를 창설하는 내용이 되어 무효가 될 가능성도 배제할 수 없으므로, 해당 조항의 경우 삭제하는 것이 타당할 것으로 판단됨 - 참고로 대규모유통업법의 경우 거래상 지위에 있는지 여부를 법률에 규정된 기준으로 판단하고 있는데(대규모유통업법 제3조제2항 참조), 이와 비교하였을 때 본 법안과 같이 수범대상을 결정하는 중요한 기준을 하위법령으로 위임할 수 있도록 규정한다면, 해당 하위법령의 효력에 대해 논란이 발생할 여지가 있음 ※ 대규모유통업법 제3조제2항의 판단 기준 <ol style="list-style-type: none"> 1. 유통시장의 구조 2. 소비자의 소비실태 3. 대규모유통업자와 납품업자 등 사이의 사업능력 격차 4. 납품업자등의 대규모유통업자에 대한 거래 의존도 5. 거래의 대상이 되는 상품의 특성 6. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제11호의 기업집단이나 하나의 대규모유통업자가 운영하는 유통업태의 범위 				
비고	심사자 과반이 평가하는 경우에만 점수에 반영함				

분류	체계성 및 정당성 > 헌법 원칙 준수성 > 신뢰보호	
세부 항목	⑦ 새로운 규제가 기존의 법률관계에 소급하여 불리한 효과를 발생시키지 않도록 설계되어 있다.	
평가 내용	법적 안정성 측면에서 발의안으로 인해 기존에 형성되었던 법질서에 대한 합리적인 신뢰를 존중하고 있는가를 묻는 문항으로 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	
평가 조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2106918, 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안(김영주의원 등 10인)	
	개정안(개정 이유)	협회 의견(일부)
	<p>개정이유)</p> <p>현행 「영화 및 비디오물 진흥에 관한 법률」에 따르면 영화진흥위원회는 한국영화의 발전 및 영화·비디오물산업의 진흥을 위하여 영화·비디오물산업의 진흥을 위하여 영화상영관에 입장하는 관람객에 대하여 입장권 가액의 100분의 5 이하의 범위에서 대통령령으로 정하는 부과금을 징수하고 있으며 영화상영관 경영자는 관람객으로부터 부과금을 수납하여 영화진흥위원회에 납부하고 있음.</p> <p>그러나 코로나19로 인해 최근 극장을 통한 영화 배급이 어려워짐에 따라 정보통신망법상 특수한 유형의 부가통신사업자인 OTT를 통하여 영화 배급이 이루어지고 있어 부과금 부과 사각지대가 발생하고 있음.</p> <p>이와 관련 프랑스 국립영화센터(Centre National de la Cinematographie, CNC)는 현재 영화(TSA), 방송(TST), VOD(비디오세) 등 3가지 산업에서 기금을 징수하여 콘텐츠 등 프랑스 영화산업 분야를 지원하고 있으며 소재지와 관계없이 OTT 사업자에게 동영상과 관련된 일반매출을 기준하여 비디오세를 부과하고 있음. 또한 독일에서는 OTT사업자에 영화부담금(Filmabgabe)을 부과하고 있으며, 이에 불복해 넷플릭스가 유럽연합 일반법원(Das Gericht der Europäischen Union, EuG)에 제기한 소송에서 지난 2018년 5월 16일 패소한 바 있음.</p> <p>이에 우리나라에서도 특수유형부가통신사업자를 통해 제공된 동영상 콘텐츠의 이용자에게도 대통령령에 따른 부과금을 징수하고, 사업자에게 부과금을 수납할 수 있도록 하고자 함.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 본 부과금이 헌법적 정당화 요건 중 “특별히 밀접한 관련성”을 충족한다고 볼 수 있을지 의문임 <ul style="list-style-type: none"> - 본 부과금이 헌법적으로 정당화되기 위해서는 “한국영화의 발전 및 영화·비디오물산업의 진흥”이라는 공적 과제에 대하여 본 부과금의 납부의무자 집단으로 선정된 OTT 서비스 이용자가 “특별히 밀접한 관련성”을 가져야 함 - 그러나 OTT 서비스 이용자가 “특별히 밀접한 관련성”을 가지는지 의문임. 헌법재판소는 “특별히 밀접한 관련성”의 유무를 판단함에 있어 “부담금 납부의무자들이 일반인과 구별되고 동질성을 지니는 특정 집단일 것”이 요구된다는 입장인데 OTT서비스 이용자 집단은 동질성을 지닌다고 보기 어려움 ① 서비스 유형, ② 결제유형, ③ 콘텐츠의 성격, ④ 콘텐츠의 목적 ⑤ 이용자 별 주 이용 콘텐츠 등 다양한 측면에서 이질성을 지닌 집단) ● 기획재정부는 본 부과금 도입의 바탕이 된 기존 영화상영관입장권부과금 제도의 정당성에 대하여도 의문을 제기하여 왔다는 점이 고려되어야 할 것임 <ul style="list-style-type: none"> - 동 개정안은 제안이유에서 영화상영관 입장권 부과금의 사각지대를 언급하며, 본 부과금의 필요성을 설명하고 있음 - 그런데 기획재정부는 「부담금관리기본법」 제8조 제1항에 따라 3년 주기로 실시된 2017년 부담금평가 보고에서 <u>“영화상영관입장권부과금은 한국영화산업의 진흥과 발전을 지원하기 위한 사업을 영화상품 소비자의 부담으로 수행하는 구조인데, 영화상품의 소비자는 한국영화산업의 진흥과 발전을 지원하기 위한 사업 수행의 원인제공자이거나 직접적인 수혜자라고 보기 어렵기 때문에 본 부담금은 부담금 사업으로 추진하기에 타당하지 않다”</u>고 평가한 바 있고, 2014년에도 동일한 평가를 한 것으로 보임

분류	체계성 및 정당성 > 헌법 원칙 준수성 > 체계정당성	
세부 항목	㉔ 관련 법체계와 모순 없이 조화를 이루며 법적 일관성을 유지한다.	
평가 내용	법안이 현행 집행되고 있는 동일한 규범 내 또는 상이한 규범과의 관계에 있어서 상호 배치되거나 모순되지 않는가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 해당 규제가 기존 법체계에서의 현행 규제와의 중첩(중복규제) 또는 충돌의 발생 가능성이 적을수록 더 적절한 입법으로 평가함	
평가 조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2106326, 위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 일부개정법률안(조정식의원 등 10인)	
	개정안	협회 의견
	<p>제36조(자료제출 요구 및 검사) ①,② (생략)</p> <p>③방송통신위원회는 제5조에 따른 개인위치정보를 대상으로하는 위치정보사업자의 허가 등의 사항에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 연 1회 이상 정기적으로 실태를 점검하여야 한다. 이 경우 개인위치정보사업자에게 관계 물품·서류 등 필요한 자료의 제출을 요구할 수 있다.</p> <p>④ (생략)</p> <p>제36조의2(시정조치 등) ①방송통신위원회는 이 법을 위반한 자에게 해당 위반행위의 중지나 시정을 위하여 필요한 시정조치를 명할 수 있고, 시정조치의 명령을 받은 사실을 공표하도록 할 수 있다. 이 경우 공표의 방법·기준 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>②방송통신위원회는 제1항에 따라 필요한 시정조치를 명한 경우에는 시정조치를 명한 사실을 공개한다. 이 경우 공개의 방법·기준 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 개정안은 위치정보사업자에 대한 정기 실태점검 및 시정명령 제도를 신설하였으나 이미 현행 법체계 내에서 유사한 목적과 유사한 내용의 실태점검 및 시정조치 제도가 여러 시행되고 있어, 다수의 사업자들이 반복적인 자료제출 및 검사 요구로 인해 사업의 부담을 호소하고 있는 실정임 - 개인정보 보호법 제63조는 개인정보보호 위원회의 개인정보처리자에 대한 자료제출 및 검사 권한을 정하고, 동조 제3항은 관계 중앙행정기관의 장도 소관 법률에 따라 개인정보처리자에게 자료제출 및 검사를 요구할 수 있다고 규정, 동법 제64조는 시정조치 제도를 정하고 있음 - 전기통신사업법 제34조의2도 과학기술 정보통신부장관의 부가통신사업자에 대한 실태조사 권한을 정하고, 동법 제92조는 과학기술정보통신부장관 뿐만 아니라 방송통신위원회도 시정명령을 할 수 있다고 정하고 있음
의안번호 2109463, 데이터 산업 진흥법안(이영의원 등 11인)		
제정안	협회 의견	
<p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <p>(생략)</p> <p>2. “데이터주체”란 처리되는 데이터에 의해 알아볼 수 있는 사람으로서 그 데이터의 주체가 되는 자를 말한다.</p> <p>3. (생략)</p> <p>4. “데이터 사업자”란 영리를 목적으로 데이터 주체로부터 지정받아 데이터를 처리 또는 거래하는 자를 말한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 본 법안 제2조에서 정의하는 “데이터주체” 및 “데이터 사업자”는 개인정보 보호법상 “정보주체” 및 “개인정보처리자”와 흡사한 개념으로 보이며, 법안의 주요 내용은 개인정보에 관한 내용으로 판단됨 ● 따라서, 개인정보 보호법과 충돌이 예상되는데, 개인정보 보호법이 활용보다는 보호에 치중된바, 데이터 거래·활용의 진흥이라는 본 법안의 취지 및 효력이 몰각될 우려가 있음 	

<p>분류</p>	<p>산업 생태계 적합성 > 산업 및 기술 환경 적합성 > 산업 현실 부합성</p>					
<p>세부 항목</p>	<p>⑨ 기업의 사업모델 혁신과 진화를 저해하지 않는다. ⑩ 기업의 자율성적 의사결정과 영업의 자유를 충분히 보장한다. ⑪ 기업이 규제 준수를 위해 부담해야 하는 비용이 적정하다.</p>					
<p>평가 내용</p>	<p>해당 규제가 인터넷산업 및 기업의 특성을 적절히 고려하였는가를 묻는 항목으로 구성됨 항목 ⑨은 규제가 새로운 서비스 출시, 비즈니스 모델 변경, 기술적 실험 등 혁신 활동을 제약하지 않고 장려하는지 평가함 항목 ⑩은 규제가 기업의 핵심 비즈니스 운영방식, 전략적 결정, 시장 진출 등에 관한 자율성을 존중하는지 평가함 항목 ⑪는 해당 규제 이행을 위한 절차나 금전적 비용이 감당 가능한 수준인지 평가함</p>					
<p>평가 조건</p>	<p>인터넷산업의 특성을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함</p>					
<p>예시</p>	<p>의안번호 2205188, 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(한창민의원 등 12인)</p> <table border="1" data-bbox="282 637 1240 1720"> <thead> <tr> <th data-bbox="282 637 735 676">제정안</th> <th data-bbox="735 637 1240 676">협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="282 676 735 1720"> <p>제6조(중개거래계약서 기재사항 및 교부 등) ① 온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자와 중개거래계약을 체결한 때에는 지체 없이 다음 각 호의 사항이 포함된 온라인 플랫폼 중개거래계약서(이하 “중개거래계약서”라 한다)를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 서면(전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제1호에 따른 전자문서를 포함한다. 이하 같다)으로 교부하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 중개거래계약의 기간, 변경, 갱신 및 해지 등에 관한 사항 <u>온라인 플랫폼 중개서비스의 내용, 기간 및 대가 등에 관한 사항</u> 온라인 플랫폼 중개서비스의 개시, 제한, 중지 및 변경 등에 관한 사항 거래되는 재화등의 반품, 교환 및 환불 등에 관한 사항 <u>거래되는 재화등이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서, 형태 및 기준 등에 관한 사항</u> <u>온라인 플랫폼에 거래되는 재화등의 검색·배열순위를 결정하는 주요 원칙(주요 변수 및 주요 변수의 상대적 중요도 등을 포함한다)</u> 거래과정상 발생한 손해의 부담 기준에 관한 사항 수수료의 부과기준 및 절차에 관한 사항 광고비의 주요 산정기준에 관한 사항 수수료 또는 광고비가 검색·배열순위에 미치는 영향. 다만, 공개로 인해 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 <u>해당하는 영업비밀이 침해되거나 다른 법령의 준수 등에 의하여 불공정한 결과가 초래될 우려가 있을 때에는 제외할 수 있다.</u> 그 밖에 중개거래계약 당사자의 권리·의무에 관한 사항으로서 공정거래위원회가 정하여 고시하는 사항 </td> <td data-bbox="735 676 1240 1720"> <ul style="list-style-type: none"> 제2호의 ‘온라인 플랫폼 중개서비스의 내용’에는 온라인 플랫폼 중개서비스와 함께 부수적으로 이루어지는 각종 부가서비스(광고, 결제, 배송지원 및 고객센터 등)도 포함되고, 위 부가서비스는 시장상황, 이용사업자의 필요에 따라 그 내용 및 방식이 다양할 수 있는데 반드시 중개거래계약을 체결한 즉시 정하도록 하는 것은 적절하지 않음 제5호, 제6호, 제10호는 온라인 플랫폼 중개사업자의 가장 핵심적인 사업 노하우이자 영업 기밀정보로, 노출되는 경우 심각한 사업상 손해가 발생할 우려가 있음 이는 서비스의 경쟁수단에 해당할 뿐만 아니라 사업자의 분석 기술과 투자의 결과물이기도 하여 이를 공개할 경우 사업자의 경쟁력 약화와 함께 후발주자의 무임승차 문제가 발생할 가능성이 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘이 공개될 경우 해당 메커니즘을 악용하여 이용사업자가 검색과 노출순서를 인위적으로 조작하는 어뷰징 문제도 예상됨 또한 이용사업자의 노출 요구와 소비자의 노출 요구가 현저히 다름에도 불구하고, 사회적 효용을 높일 수 있는 소비자의 기준이 아닌 온라인 플랫폼 이용사업자의 기준에 따라 온라인 플랫폼의 노출방식이 정해지는 우려가 있을 뿐만 아니라, 심지어 이용사업자의 오해를 강화시킬 수 있도록 차별취급에 대한 내용을 계약서에 포함하도록 규정하고 있다는 점을 고려해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 이는 온라인 플랫폼 중개사업자와 이용사업자 모두의 영업의 자유를 침해하는 것임 무엇보다 온라인 플랫폼 업계는 지속적으로 혁신을 하는 산업이므로 거래되는 재화 또는 용역이 노출되는 순서 형태 및 기준이 수시로 개선될 수 있는바 이를 계약서에 고정적인 형태로 포함시킬 경우 오히려 혁신을 저해하거나 관련 계약서를 수시로 변경해야 하는 상황을 초래할 수 있음 </td> </tr> </tbody> </table>		제정안	협회 의견	<p>제6조(중개거래계약서 기재사항 및 교부 등) ① 온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자와 중개거래계약을 체결한 때에는 지체 없이 다음 각 호의 사항이 포함된 온라인 플랫폼 중개거래계약서(이하 “중개거래계약서”라 한다)를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 서면(전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제1호에 따른 전자문서를 포함한다. 이하 같다)으로 교부하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 중개거래계약의 기간, 변경, 갱신 및 해지 등에 관한 사항 <u>온라인 플랫폼 중개서비스의 내용, 기간 및 대가 등에 관한 사항</u> 온라인 플랫폼 중개서비스의 개시, 제한, 중지 및 변경 등에 관한 사항 거래되는 재화등의 반품, 교환 및 환불 등에 관한 사항 <u>거래되는 재화등이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서, 형태 및 기준 등에 관한 사항</u> <u>온라인 플랫폼에 거래되는 재화등의 검색·배열순위를 결정하는 주요 원칙(주요 변수 및 주요 변수의 상대적 중요도 등을 포함한다)</u> 거래과정상 발생한 손해의 부담 기준에 관한 사항 수수료의 부과기준 및 절차에 관한 사항 광고비의 주요 산정기준에 관한 사항 수수료 또는 광고비가 검색·배열순위에 미치는 영향. 다만, 공개로 인해 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 <u>해당하는 영업비밀이 침해되거나 다른 법령의 준수 등에 의하여 불공정한 결과가 초래될 우려가 있을 때에는 제외할 수 있다.</u> 그 밖에 중개거래계약 당사자의 권리·의무에 관한 사항으로서 공정거래위원회가 정하여 고시하는 사항 	<ul style="list-style-type: none"> 제2호의 ‘온라인 플랫폼 중개서비스의 내용’에는 온라인 플랫폼 중개서비스와 함께 부수적으로 이루어지는 각종 부가서비스(광고, 결제, 배송지원 및 고객센터 등)도 포함되고, 위 부가서비스는 시장상황, 이용사업자의 필요에 따라 그 내용 및 방식이 다양할 수 있는데 반드시 중개거래계약을 체결한 즉시 정하도록 하는 것은 적절하지 않음 제5호, 제6호, 제10호는 온라인 플랫폼 중개사업자의 가장 핵심적인 사업 노하우이자 영업 기밀정보로, 노출되는 경우 심각한 사업상 손해가 발생할 우려가 있음 이는 서비스의 경쟁수단에 해당할 뿐만 아니라 사업자의 분석 기술과 투자의 결과물이기도 하여 이를 공개할 경우 사업자의 경쟁력 약화와 함께 후발주자의 무임승차 문제가 발생할 가능성이 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘이 공개될 경우 해당 메커니즘을 악용하여 이용사업자가 검색과 노출순서를 인위적으로 조작하는 어뷰징 문제도 예상됨 또한 이용사업자의 노출 요구와 소비자의 노출 요구가 현저히 다름에도 불구하고, 사회적 효용을 높일 수 있는 소비자의 기준이 아닌 온라인 플랫폼 이용사업자의 기준에 따라 온라인 플랫폼의 노출방식이 정해지는 우려가 있을 뿐만 아니라, 심지어 이용사업자의 오해를 강화시킬 수 있도록 차별취급에 대한 내용을 계약서에 포함하도록 규정하고 있다는 점을 고려해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 이는 온라인 플랫폼 중개사업자와 이용사업자 모두의 영업의 자유를 침해하는 것임 무엇보다 온라인 플랫폼 업계는 지속적으로 혁신을 하는 산업이므로 거래되는 재화 또는 용역이 노출되는 순서 형태 및 기준이 수시로 개선될 수 있는바 이를 계약서에 고정적인 형태로 포함시킬 경우 오히려 혁신을 저해하거나 관련 계약서를 수시로 변경해야 하는 상황을 초래할 수 있음
제정안	협회 의견					
<p>제6조(중개거래계약서 기재사항 및 교부 등) ① 온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자와 중개거래계약을 체결한 때에는 지체 없이 다음 각 호의 사항이 포함된 온라인 플랫폼 중개거래계약서(이하 “중개거래계약서”라 한다)를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 서면(전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제1호에 따른 전자문서를 포함한다. 이하 같다)으로 교부하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 중개거래계약의 기간, 변경, 갱신 및 해지 등에 관한 사항 <u>온라인 플랫폼 중개서비스의 내용, 기간 및 대가 등에 관한 사항</u> 온라인 플랫폼 중개서비스의 개시, 제한, 중지 및 변경 등에 관한 사항 거래되는 재화등의 반품, 교환 및 환불 등에 관한 사항 <u>거래되는 재화등이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서, 형태 및 기준 등에 관한 사항</u> <u>온라인 플랫폼에 거래되는 재화등의 검색·배열순위를 결정하는 주요 원칙(주요 변수 및 주요 변수의 상대적 중요도 등을 포함한다)</u> 거래과정상 발생한 손해의 부담 기준에 관한 사항 수수료의 부과기준 및 절차에 관한 사항 광고비의 주요 산정기준에 관한 사항 수수료 또는 광고비가 검색·배열순위에 미치는 영향. 다만, 공개로 인해 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 <u>해당하는 영업비밀이 침해되거나 다른 법령의 준수 등에 의하여 불공정한 결과가 초래될 우려가 있을 때에는 제외할 수 있다.</u> 그 밖에 중개거래계약 당사자의 권리·의무에 관한 사항으로서 공정거래위원회가 정하여 고시하는 사항 	<ul style="list-style-type: none"> 제2호의 ‘온라인 플랫폼 중개서비스의 내용’에는 온라인 플랫폼 중개서비스와 함께 부수적으로 이루어지는 각종 부가서비스(광고, 결제, 배송지원 및 고객센터 등)도 포함되고, 위 부가서비스는 시장상황, 이용사업자의 필요에 따라 그 내용 및 방식이 다양할 수 있는데 반드시 중개거래계약을 체결한 즉시 정하도록 하는 것은 적절하지 않음 제5호, 제6호, 제10호는 온라인 플랫폼 중개사업자의 가장 핵심적인 사업 노하우이자 영업 기밀정보로, 노출되는 경우 심각한 사업상 손해가 발생할 우려가 있음 이는 서비스의 경쟁수단에 해당할 뿐만 아니라 사업자의 분석 기술과 투자의 결과물이기도 하여 이를 공개할 경우 사업자의 경쟁력 약화와 함께 후발주자의 무임승차 문제가 발생할 가능성이 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘이 공개될 경우 해당 메커니즘을 악용하여 이용사업자가 검색과 노출순서를 인위적으로 조작하는 어뷰징 문제도 예상됨 또한 이용사업자의 노출 요구와 소비자의 노출 요구가 현저히 다름에도 불구하고, 사회적 효용을 높일 수 있는 소비자의 기준이 아닌 온라인 플랫폼 이용사업자의 기준에 따라 온라인 플랫폼의 노출방식이 정해지는 우려가 있을 뿐만 아니라, 심지어 이용사업자의 오해를 강화시킬 수 있도록 차별취급에 대한 내용을 계약서에 포함하도록 규정하고 있다는 점을 고려해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 이는 온라인 플랫폼 중개사업자와 이용사업자 모두의 영업의 자유를 침해하는 것임 무엇보다 온라인 플랫폼 업계는 지속적으로 혁신을 하는 산업이므로 거래되는 재화 또는 용역이 노출되는 순서 형태 및 기준이 수시로 개선될 수 있는바 이를 계약서에 고정적인 형태로 포함시킬 경우 오히려 혁신을 저해하거나 관련 계약서를 수시로 변경해야 하는 상황을 초래할 수 있음 					

분류	산업 생태계 적합성 > 산업 및 기술 환경 적합성 > 기술 진화 수용성					
세부 항목	㉔ 현재 기술발전 및 상용화 수준을 충분히 고려하고 있다. ㉕ 향후 기술발전에 대한 유연한 대응이 가능하다.					
평가 내용	인터넷 산업의 진흥이 기술발전과 함께 이루어졌다는 점과 현행 기술이 가진 특성을 고려할 때 적절한 규제인가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ㉔는 해당 규제가 기업에게 요구하는 의무가 현재 구현 가능한 기술 수준, 그리고 그 기술을 구현하기 위한 비용 등을 고려할 때 현실적으로 이행 가능한가를 평가함 항목 ㉕은 해당 규제가 향후 기술이 발전함에 따라 나타날 수 있는 산업환경의 변동가능성을 충분히 고려하고 있는가를 평가함					
평가 조건	인터넷 산업의 기반이 되는 기술 특성을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함					
예시	의안번호 2106182, 데이터 기본법안(조승래의원 등 34인)					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>제정안</th> <th>협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 제15조(데이터 이동권) ① 데이터주체는 매출액, 저장·관리하는 개인 데이터에 관한 데이터주체의 규모, 처리하는 개인데이터의 성질 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 개인데이터처리자에 대하여 그가 보유하고 있는 본인에 관한 개인데이터를 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. 1. 해당 데이터주체 본인 2. 본인데이터관리회사 3. 대통령령으로 정하는 개인데이터처리자 (이하 생략) </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ● 이미 비대면, 디지털 경제로 개편된 작금의 산업환경을 고려하면 개인데이터처리자가 개인 또는 제3자에게 개인데이터 전송을 하기 위해서는 데이터량에 비례하여 막대한 설비 및 비용이 투입될 것으로 예상되며, 이와 같이 다수의 기업을 상대로 법률로써 영업의 자유 및 재산권을 제한하기 위해서는 기본권 제한 한계를 준수해야 함 - 개인정보 보호법에 개인의 정보 열람권 및 사본발급 청구권이 규정되어 있는 상황에서 본 조항의 추가에 따른 실익은 불분명한 반면, 산업계 전반에 발생할 사회적 비용은 명백함 </td> </tr> </tbody> </table>	제정안	협회 의견	제15조(데이터 이동권) ① 데이터주체는 매출액, 저장·관리하는 개인 데이터에 관한 데이터주체의 규모, 처리하는 개인데이터의 성질 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 개인데이터처리자에 대하여 그가 보유하고 있는 본인에 관한 개인데이터를 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. 1. 해당 데이터주체 본인 2. 본인데이터관리회사 3. 대통령령으로 정하는 개인데이터처리자 (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● 이미 비대면, 디지털 경제로 개편된 작금의 산업환경을 고려하면 개인데이터처리자가 개인 또는 제3자에게 개인데이터 전송을 하기 위해서는 데이터량에 비례하여 막대한 설비 및 비용이 투입될 것으로 예상되며, 이와 같이 다수의 기업을 상대로 법률로써 영업의 자유 및 재산권을 제한하기 위해서는 기본권 제한 한계를 준수해야 함 - 개인정보 보호법에 개인의 정보 열람권 및 사본발급 청구권이 규정되어 있는 상황에서 본 조항의 추가에 따른 실익은 불분명한 반면, 산업계 전반에 발생할 사회적 비용은 명백함 	● 이미 비대면, 디지털 경제로 개편된 작금의 산업환경을 고려하면 개인데이터처리자가 개인 또는 제3자에게 개인데이터 전송을 하기 위해서는 데이터량에 비례하여 막대한 설비 및 비용이 투입될 것으로 예상 되며, 이와 같이 다수의 기업을 상대로 법률로써 영업의 자유 및 재산권을 제한하기 위해서는 기본권 제한 한계를 준수해야 함 - 개인정보 보호법에 개인의 정보 열람권 및 사본발급 청구권이 규정되어 있는 상황에서 본 조항의 추가에 따른 실익은 불분명한 반면, 산업계 전반에 발생할 사회적 비용은 명백함
제정안	협회 의견					
제15조(데이터 이동권) ① 데이터주체는 매출액, 저장·관리하는 개인 데이터에 관한 데이터주체의 규모, 처리하는 개인데이터의 성질 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 개인데이터처리자에 대하여 그가 보유하고 있는 본인에 관한 개인데이터를 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. 1. 해당 데이터주체 본인 2. 본인데이터관리회사 3. 대통령령으로 정하는 개인데이터처리자 (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● 이미 비대면, 디지털 경제로 개편된 작금의 산업환경을 고려하면 개인데이터처리자가 개인 또는 제3자에게 개인데이터 전송을 하기 위해서는 데이터량에 비례하여 막대한 설비 및 비용이 투입될 것으로 예상되며, 이와 같이 다수의 기업을 상대로 법률로써 영업의 자유 및 재산권을 제한하기 위해서는 기본권 제한 한계를 준수해야 함 - 개인정보 보호법에 개인의 정보 열람권 및 사본발급 청구권이 규정되어 있는 상황에서 본 조항의 추가에 따른 실익은 불분명한 반면, 산업계 전반에 발생할 사회적 비용은 명백함 					
의안번호 2106471, 과학기술기본법 일부개정법률안(이병훈의원 등 11인)						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>개정안</th> <th>협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 제6조의2(인공지능윤리 기본원칙) ①인공지능 관련 과학기술 활동은 인류의 번영, 인간으로서의 존엄과 가치 등을 최우선으로 하여 수행하여야 한다. ② 연구기관 및 과학기술 관련 기관·단체, 기업 등은 인공지능 관련 과학기술 활동에서 인간 제어 가능성, 오작동 대비 및 위험관련 정보의 공개·공유 방안 마련 등 과학기술의 신뢰성을 최대한 확보하도록 노력하여야 한다. ③정부는 인공지능 관련 사고에 대비하기 위한 손해배상·보험 등 법령 및 제도개선 시책을 마련하여야 한다. ④기업은 인공지능의 안전한 활용을 위하여 윤리강령 제정, 윤리전문가의 채용, 사고보상 등의 방안을 마련하여야 한다. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ● 규제를 통하여 인공지능 관련 위험성을 모두 기업에게 전가하는 내용은 최근 과학기술정보통신부를 통해 발표된 「인공지능 윤리기준」과의 방향성과의 어긋나는 것으로 부당함 - 법이나 지침을 통해서 규제를 하게 되면 인공지능 기술의 발전을 저해할 수 있을 뿐만 아니라, 해당 규제로 인해서 한국의 인공지능 생태계가 망가질 우려도 있음. ● 인공지능 기술의 경우 매달 새로운 연구와 논문이 쏟아지는 영역으로, 해당 영역의 연구자들은 1년만 시간이 지나도 무의미해질 정도 - 따라서 정부가 특정 영역의 인공지능 기술을 법률로써 규제한다고 하더라도, 다른 영역의 인공지능 기술이 새로운 트렌드로 나타날 수 있음 ● 그러므로 해당 부분은 정부와 기업이 협력을 통하여 문제를 해결해 나가야 하는 영역이며, 동 개정안과 같이 해당 기술에 대한 부작용과 사고에 대한 부담을 전적으로 기업에게 부담시키는 것은 지양해야 함 </td> </tr> </tbody> </table>	개정안	협회 의견	제6조의2(인공지능윤리 기본원칙) ①인공지능 관련 과학기술 활동은 인류의 번영, 인간으로서의 존엄과 가치 등을 최우선으로 하여 수행하여야 한다. ② 연구기관 및 과학기술 관련 기관·단체, 기업 등은 인공지능 관련 과학기술 활동에서 인간 제어 가능성, 오작동 대비 및 위험관련 정보의 공개·공유 방안 마련 등 과학기술의 신뢰성을 최대한 확보하도록 노력하여야 한다. ③정부는 인공지능 관련 사고에 대비하기 위한 손해배상·보험 등 법령 및 제도개선 시책을 마련하여야 한다. ④기업은 인공지능의 안전한 활용을 위하여 윤리강령 제정, 윤리전문가의 채용, 사고보상 등의 방안을 마련하여야 한다.	<ul style="list-style-type: none"> ● 규제를 통하여 인공지능 관련 위험성을 모두 기업에게 전가하는 내용은 최근 과학기술정보통신부를 통해 발표된 「인공지능 윤리기준」과의 방향성과의 어긋나는 것으로 부당함 - 법이나 지침을 통해서 규제를 하게 되면 인공지능 기술의 발전을 저해할 수 있을 뿐만 아니라, 해당 규제로 인해서 한국의 인공지능 생태계가 망가질 우려도 있음. ● 인공지능 기술의 경우 매달 새로운 연구와 논문이 쏟아지는 영역으로, 해당 영역의 연구자들은 1년만 시간이 지나도 무의미해질 정도 - 따라서 정부가 특정 영역의 인공지능 기술을 법률로써 규제한다고 하더라도, 다른 영역의 인공지능 기술이 새로운 트렌드로 나타날 수 있음 ● 그러므로 해당 부분은 정부와 기업이 협력을 통하여 문제를 해결해 나가야 하는 영역이며, 동 개정안과 같이 해당 기술에 대한 부작용과 사고에 대한 부담을 전적으로 기업에게 부담시키는 것은 지양해야 함 	● 규제를 통하여 인공지능 관련 위험성을 모두 기업에게 전가하는 내용은 최근 과학기술정보통신부를 통해 발표된 「인공지능 윤리기준」과의 방향성과의 어긋나는 것으로 부당함 - 법이나 지침을 통해서 규제를 하게 되면 인공지능 기술의 발전을 저해할 수 있을 뿐만 아니라, 해당 규제로 인해서 한국의 인공지능 생태계가 망가질 우려도 있음. ● 인공지능 기술의 경우 매달 새로운 연구와 논문이 쏟아지는 영역으로, 해당 영역의 연구자들은 1년만 시간이 지나도 무의미해질 정도 - 따라서 정부가 특정 영역의 인공지능 기술을 법률로써 규제한다고 하더라도, 다른 영역의 인공지능 기술이 새로운 트렌드로 나타날 수 있음 ● 그러므로 해당 부분은 정부와 기업이 협력을 통하여 문제를 해결해 나가야 하는 영역 이며, 동 개정안과 같이 해당 기술에 대한 부작용과 사고에 대한 부담을 전적으로 기업에게 부담시키는 것은 지양해야 함
개정안	협회 의견					
제6조의2(인공지능윤리 기본원칙) ①인공지능 관련 과학기술 활동은 인류의 번영, 인간으로서의 존엄과 가치 등을 최우선으로 하여 수행하여야 한다. ② 연구기관 및 과학기술 관련 기관·단체, 기업 등은 인공지능 관련 과학기술 활동에서 인간 제어 가능성, 오작동 대비 및 위험관련 정보의 공개·공유 방안 마련 등 과학기술의 신뢰성을 최대한 확보하도록 노력하여야 한다. ③정부는 인공지능 관련 사고에 대비하기 위한 손해배상·보험 등 법령 및 제도개선 시책을 마련하여야 한다. ④기업은 인공지능의 안전한 활용을 위하여 윤리강령 제정, 윤리전문가의 채용, 사고보상 등의 방안을 마련하여야 한다.	<ul style="list-style-type: none"> ● 규제를 통하여 인공지능 관련 위험성을 모두 기업에게 전가하는 내용은 최근 과학기술정보통신부를 통해 발표된 「인공지능 윤리기준」과의 방향성과의 어긋나는 것으로 부당함 - 법이나 지침을 통해서 규제를 하게 되면 인공지능 기술의 발전을 저해할 수 있을 뿐만 아니라, 해당 규제로 인해서 한국의 인공지능 생태계가 망가질 우려도 있음. ● 인공지능 기술의 경우 매달 새로운 연구와 논문이 쏟아지는 영역으로, 해당 영역의 연구자들은 1년만 시간이 지나도 무의미해질 정도 - 따라서 정부가 특정 영역의 인공지능 기술을 법률로써 규제한다고 하더라도, 다른 영역의 인공지능 기술이 새로운 트렌드로 나타날 수 있음 ● 그러므로 해당 부분은 정부와 기업이 협력을 통하여 문제를 해결해 나가야 하는 영역이며, 동 개정안과 같이 해당 기술에 대한 부작용과 사고에 대한 부담을 전적으로 기업에게 부담시키는 것은 지양해야 함 					

<p>분류</p>	<p>산업 생태계 정합성 > 시장 및 국제 규제 정합성 > 시장 균형성</p>					
<p>세부 항목</p>	<p>⑭ 인터넷산업이 시장경제와 사회에 미치는 영향력을 합리적·객관적으로 반영하고 있다. ⑮ 다양한 사업자의 기회를 보장한다.</p>					
<p>평가 내용</p>	<p>인터넷산업이 시장에 미치는 영향과 파급효과를 고려한 규제인가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ⑭는 현행 규제 입안의 근거가 인터넷산업이 사회에 미치는 파급 효과를 과대평가 혹은 과소평가함에서 비롯하지 않았는가를 기준으로 판단함 항목 ⑮는 해당 규제가 시장에서 다양한 기회를 보장하는가 혹은 중소기업들의 시장 진출 기회를 가로막는 영향을 주는가를 평가함</p>					
<p>평가 조건</p>	<p>인터넷산업과 시장구조를 종합적으로 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함</p>					
<p>예시</p>	<p>의안번호 2106182, 데이터 기본법안(조승래의원 등 34인)</p>					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="268 652 735 691">제정안</th> <th data-bbox="735 652 1235 691">협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="268 691 735 1718"> <p>제2조(정의) (생략) 9. “본인데이터관리업”이란 개인인 데이터주체의 개인데이터(경제적 부가가치 창출을 위한 재료로 결합, 가공 및 활용할 수 있는 상태에 놓여 있는 개인과 관련된 데이터를 말한다. 다만, 개인데이터가 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 해당할 경우에는 개인정보로 본다. 이하 같다) 관리를 지원하기 위하여 개인데이터를 대통령령으로 정하는 방식으로 통합하여 그 데이터주체에게 제공하는 행위를 영업으로 하는 것을 말한다. (생략) 제16조(본인데이터관리업) ① 본인데이터관리업을 하려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 사항을 갖추어 과학기술정보통신부장관에게 등록(정보통신망에 의한 등록을 포함한다)하여야 한다. 1. 재정과 기술적 능력 2. 이용자 보호계획 3. 그 밖에 사업계획서 등 대통령령으로 정하는 사항 ② 과학기술정보통신부장관은 제1항에 따라 본인데이터관리업의 등록을 받는 경우에는 공정경쟁 촉진, 이용자 보호, 서비스 품질 개선 등에 필요한 조건을 붙일 수 있다. (이하 생략)</p> </td> <td data-bbox="735 691 1235 1718"> <ul style="list-style-type: none"> ● 동 제정안은 ‘본인데이터관리업’이라는 새로운 업종을 도입하면서 “개인인 데이터주체의 개인데이터 관리를 지원하기 위하여 개인데이터를 대통령령으로 정하는 방식으로 통합하여 그 데이터주체에게 제공하는 행위를 영업으로 하는 것”이라고 정의하고(제2조제9호), 이에 대한 등록제를 규정하면서(제16조제1항) 등록 시 과학기술정보통신부장관이 필요한 조건을 부가할 수 있다고 정하고 있음(제16조제2항) - 이처럼 본 업종의 개인데이터 통합방식은 대통령령에 위임되어 있으나 그 방식을 예측할만한 표지가 법률상 없으며, 법문언어로만 판단할 경우, 개인정보를 활용하여 데이터 기반 서비스를 개인에게 제공하는 상당수의 온라인 플랫폼들이 본 조문에서 정의하는 본인데이터관리업에 해당하는 것으로 해석될 우려가 있음 - 이와 같이 본인데이터관리업이 확대해석 될 경우, 본 조문이 신규 업종을 창설하는 것이 아닌 기존에 자유롭게 성장하고 있는 업종에 대해 추가적 인허가를 받도록 강제하는 규제로 오용될 우려가 있음 </td> </tr> </tbody> </table>	제정안	협회 의견	<p>제2조(정의) (생략) 9. “본인데이터관리업”이란 개인인 데이터주체의 개인데이터(경제적 부가가치 창출을 위한 재료로 결합, 가공 및 활용할 수 있는 상태에 놓여 있는 개인과 관련된 데이터를 말한다. 다만, 개인데이터가 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 해당할 경우에는 개인정보로 본다. 이하 같다) 관리를 지원하기 위하여 개인데이터를 대통령령으로 정하는 방식으로 통합하여 그 데이터주체에게 제공하는 행위를 영업으로 하는 것을 말한다. (생략) 제16조(본인데이터관리업) ① 본인데이터관리업을 하려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 사항을 갖추어 과학기술정보통신부장관에게 등록(정보통신망에 의한 등록을 포함한다)하여야 한다. 1. 재정과 기술적 능력 2. 이용자 보호계획 3. 그 밖에 사업계획서 등 대통령령으로 정하는 사항 ② 과학기술정보통신부장관은 제1항에 따라 본인데이터관리업의 등록을 받는 경우에는 공정경쟁 촉진, 이용자 보호, 서비스 품질 개선 등에 필요한 조건을 붙일 수 있다. (이하 생략)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 동 제정안은 ‘본인데이터관리업’이라는 새로운 업종을 도입하면서 “개인인 데이터주체의 개인데이터 관리를 지원하기 위하여 개인데이터를 대통령령으로 정하는 방식으로 통합하여 그 데이터주체에게 제공하는 행위를 영업으로 하는 것”이라고 정의하고(제2조제9호), 이에 대한 등록제를 규정하면서(제16조제1항) 등록 시 과학기술정보통신부장관이 필요한 조건을 부가할 수 있다고 정하고 있음(제16조제2항) - 이처럼 본 업종의 개인데이터 통합방식은 대통령령에 위임되어 있으나 그 방식을 예측할만한 표지가 법률상 없으며, 법문언어로만 판단할 경우, 개인정보를 활용하여 데이터 기반 서비스를 개인에게 제공하는 상당수의 온라인 플랫폼들이 본 조문에서 정의하는 본인데이터관리업에 해당하는 것으로 해석될 우려가 있음 - 이와 같이 본인데이터관리업이 확대해석 될 경우, 본 조문이 신규 업종을 창설하는 것이 아닌 기존에 자유롭게 성장하고 있는 업종에 대해 추가적 인허가를 받도록 강제하는 규제로 오용될 우려가 있음 	
	제정안	협회 의견				
<p>제2조(정의) (생략) 9. “본인데이터관리업”이란 개인인 데이터주체의 개인데이터(경제적 부가가치 창출을 위한 재료로 결합, 가공 및 활용할 수 있는 상태에 놓여 있는 개인과 관련된 데이터를 말한다. 다만, 개인데이터가 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 해당할 경우에는 개인정보로 본다. 이하 같다) 관리를 지원하기 위하여 개인데이터를 대통령령으로 정하는 방식으로 통합하여 그 데이터주체에게 제공하는 행위를 영업으로 하는 것을 말한다. (생략) 제16조(본인데이터관리업) ① 본인데이터관리업을 하려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 사항을 갖추어 과학기술정보통신부장관에게 등록(정보통신망에 의한 등록을 포함한다)하여야 한다. 1. 재정과 기술적 능력 2. 이용자 보호계획 3. 그 밖에 사업계획서 등 대통령령으로 정하는 사항 ② 과학기술정보통신부장관은 제1항에 따라 본인데이터관리업의 등록을 받는 경우에는 공정경쟁 촉진, 이용자 보호, 서비스 품질 개선 등에 필요한 조건을 붙일 수 있다. (이하 생략)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 동 제정안은 ‘본인데이터관리업’이라는 새로운 업종을 도입하면서 “개인인 데이터주체의 개인데이터 관리를 지원하기 위하여 개인데이터를 대통령령으로 정하는 방식으로 통합하여 그 데이터주체에게 제공하는 행위를 영업으로 하는 것”이라고 정의하고(제2조제9호), 이에 대한 등록제를 규정하면서(제16조제1항) 등록 시 과학기술정보통신부장관이 필요한 조건을 부가할 수 있다고 정하고 있음(제16조제2항) - 이처럼 본 업종의 개인데이터 통합방식은 대통령령에 위임되어 있으나 그 방식을 예측할만한 표지가 법률상 없으며, 법문언어로만 판단할 경우, 개인정보를 활용하여 데이터 기반 서비스를 개인에게 제공하는 상당수의 온라인 플랫폼들이 본 조문에서 정의하는 본인데이터관리업에 해당하는 것으로 해석될 우려가 있음 - 이와 같이 본인데이터관리업이 확대해석 될 경우, 본 조문이 신규 업종을 창설하는 것이 아닌 기존에 자유롭게 성장하고 있는 업종에 대해 추가적 인허가를 받도록 강제하는 규제로 오용될 우려가 있음 					

분류	산업 생태계 적합성 > 시장 및 국제 규제 적합성 > 글로벌 환경 적합성					
세부 항목	⑯ 자국 기업의 글로벌 경쟁력과 해외 기업 서비스의 국내 제공 기회에 대한 고려가 반영되어 있다. ⑰ 주요 교역국과의 잠재적 통상갈등 및 그에 따른 국내 산업 영향에 대한 고려가 반영되어 있다.					
평가 내용	새로운 규제가 글로벌 환경과 조화를 이루고, 국내 기업의 국제 경쟁력과 해외 기업의 국내 진출에 미치는 영향, 그리고 국제 통상 관계를 고려하여 설계되었는지 평가하는 항목으로 구성됨 항목 ⑯은 해당 규제가 자국 기업의 글로벌 기업에 대한 경쟁력 확보에 걸림돌로 작용하거나 해외 기업의 서비스가 국내에 안정적으로 제공되는 기회를 불합리하게 제한하지 않는가를 기준으로 평가함 항목 ⑰은 해당 규제가 국제 통상 규범과 충돌하거나 교역국의 보복 조치를 촉발할 가능성 및 그로 인한 국내 산업 피해가 우려되는가를 기준으로 평가함					
평가 조건	자국 기업과 해외 기업의 시장 경쟁 특성 및 국제 정세를 종합적으로 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함					
예시	의안번호 2205665, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안(전재수의원 등 13인) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">개정안</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> 제5조(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 소비자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다. ※ 제5조 입법 취지(법안 주요 내용 참고) 해외직구·구매행 활성화로 소비자피해가 증가하고 있으나, 명시적 규정 부재로 해외 전자상거래 사업자에 대한 법집행 여부가 불분명한 부분이 있으므로, 국외에서 이루어진 행위의 경우에도 국내 소비자에 영향을 미치는 경우 전자상거래법을 적용할 수 있도록 하는 역외적용 규정을 신설함. </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ● 해외 사업자들이 국내에서 광고 등 영업활동을 하지 않아도 국내 소비자가 인터넷을 통해 해외 사업자가 운영하는 서비스를 이용할 수 있는 상황에서 해외 사업자가 국내 소비자와 전자상거래를 하기만 하면 본 개정안의 적용 대상이 될 수 있는 현재 규정으로는 본 조항의 입법 목적을 달성하기 어려울 것으로 판단됨 ● 역외적용 규정이 실효성을 확보하기 위해서는 해외사업자가 소재하는 국가와 규제의 필요성에 대한 공감대가 형성되어 긴밀한 협조 관계가 전제되어야 하며, 이와 같은 공조 관계가 사전에 형성되어 있지 않다면 통상 분쟁 등으로 이어질 우려도 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 이와 관련 중국 상무부는 「외국 법률 및 조치의 부당한 역외적용 저지 방법」을 공포하고 즉시 시행하기도 하였는바, 충분한 협의 없는 역외적용 규정 도입은 국내 사업자의 해외 진출에도 걸림돌이 될 수도 있음 ● 결국 본 개정안의 역외적용 조항은 사문화되거나 일관성 없이 운영될 가능성이 높아 이를 도입하는 데 있어 신중한 고려가 필요함 </td> </tr> </tbody> </table>		개정안	협회 의견	제5조(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 소비자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다. ※ 제5조 입법 취지(법안 주요 내용 참고) 해외직구·구매행 활성화로 소비자피해가 증가하고 있으나, 명시적 규정 부재로 해외 전자상거래 사업자에 대한 법집행 여부가 불분명한 부분이 있으므로, 국외에서 이루어진 행위의 경우에도 국내 소비자에 영향을 미치는 경우 전자상거래법을 적용할 수 있도록 하는 역외적용 규정을 신설함.	<ul style="list-style-type: none"> ● 해외 사업자들이 국내에서 광고 등 영업활동을 하지 않아도 국내 소비자가 인터넷을 통해 해외 사업자가 운영하는 서비스를 이용할 수 있는 상황에서 해외 사업자가 국내 소비자와 전자상거래를 하기만 하면 본 개정안의 적용 대상이 될 수 있는 현재 규정으로는 본 조항의 입법 목적을 달성하기 어려울 것으로 판단됨 ● 역외적용 규정이 실효성을 확보하기 위해서는 해외사업자가 소재하는 국가와 규제의 필요성에 대한 공감대가 형성되어 긴밀한 협조 관계가 전제되어야 하며, 이와 같은 공조 관계가 사전에 형성되어 있지 않다면 통상 분쟁 등으로 이어질 우려도 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 이와 관련 중국 상무부는 「외국 법률 및 조치의 부당한 역외적용 저지 방법」을 공포하고 즉시 시행하기도 하였는바, 충분한 협의 없는 역외적용 규정 도입은 국내 사업자의 해외 진출에도 걸림돌이 될 수도 있음 ● 결국 본 개정안의 역외적용 조항은 사문화되거나 일관성 없이 운영될 가능성이 높아 이를 도입하는 데 있어 신중한 고려가 필요함
개정안	협회 의견					
제5조(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 소비자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다. ※ 제5조 입법 취지(법안 주요 내용 참고) 해외직구·구매행 활성화로 소비자피해가 증가하고 있으나, 명시적 규정 부재로 해외 전자상거래 사업자에 대한 법집행 여부가 불분명한 부분이 있으므로, 국외에서 이루어진 행위의 경우에도 국내 소비자에 영향을 미치는 경우 전자상거래법을 적용할 수 있도록 하는 역외적용 규정을 신설함.	<ul style="list-style-type: none"> ● 해외 사업자들이 국내에서 광고 등 영업활동을 하지 않아도 국내 소비자가 인터넷을 통해 해외 사업자가 운영하는 서비스를 이용할 수 있는 상황에서 해외 사업자가 국내 소비자와 전자상거래를 하기만 하면 본 개정안의 적용 대상이 될 수 있는 현재 규정으로는 본 조항의 입법 목적을 달성하기 어려울 것으로 판단됨 ● 역외적용 규정이 실효성을 확보하기 위해서는 해외사업자가 소재하는 국가와 규제의 필요성에 대한 공감대가 형성되어 긴밀한 협조 관계가 전제되어야 하며, 이와 같은 공조 관계가 사전에 형성되어 있지 않다면 통상 분쟁 등으로 이어질 우려도 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 이와 관련 중국 상무부는 「외국 법률 및 조치의 부당한 역외적용 저지 방법」을 공포하고 즉시 시행하기도 하였는바, 충분한 협의 없는 역외적용 규정 도입은 국내 사업자의 해외 진출에도 걸림돌이 될 수도 있음 ● 결국 본 개정안의 역외적용 조항은 사문화되거나 일관성 없이 운영될 가능성이 높아 이를 도입하는 데 있어 신중한 고려가 필요함 					

분류	규제 운영 실효성 > 규제 집행 메커니즘 > 수범 대상 범위 설정				
세부 항목	㉞ 수범 대상에 대한 설정 기준이 입법 취지에 부합한다. ㉟ 법령 해석에 있어 수범 대상자의 범위에 불확실성이 낮다.				
평가 내용	법안에서 규정한 수범 대상이 행정 편의적으로 설정되었는지를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ㉞는 주어진 법안에서 규제 대상자의 기준이 명확하고 입법 취지에서 드러난 문제와 부합하게 설정되었는가를 평가함 항목 ㉟②은 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				
평가 조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함				
예시	의안번호 2102469, 개인정보 보호법(이광재의원 등 33인)				
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">개정안</th> <th style="width: 50%;">협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"> 제39조의8(이용자의 개인정보 전송 요구) ① 이용자는 정보통신서비스 제공자에게 자신의 개인정보를 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. (이하 생략) </td> <td style="padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ● '정보통신서비스 제공자등'으로 한정된 개인정보 이동권 범위 - 동 개정안은 제39조의8에서 '정보통신서비스 제공자등'으로 의무 이행의 주체를 한정하고 있으나, 개인정보를 보관하는 주체는 산업과 무관하며 공공기관 등과 같은 기타 개인정보처리자도 그 대상이 될 수 있음 - 제안이유에서 <u>개인정보 자기결정권을 두텁게 보장하기 위한 개정임을 밝혔으나 그 보장의 주체가 인터넷 서비스 사업자에게만 한정하는 것이 맞는지 검토가 필요함</u> </td> </tr> </tbody> </table>	개정안	협회 의견	제39조의8(이용자의 개인정보 전송 요구) ① 이용자는 정보통신서비스 제공자에게 자신의 개인정보를 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● '정보통신서비스 제공자등'으로 한정된 개인정보 이동권 범위 - 동 개정안은 제39조의8에서 '정보통신서비스 제공자등'으로 의무 이행의 주체를 한정하고 있으나, 개인정보를 보관하는 주체는 산업과 무관하며 공공기관 등과 같은 기타 개인정보처리자도 그 대상이 될 수 있음 - 제안이유에서 <u>개인정보 자기결정권을 두텁게 보장하기 위한 개정임을 밝혔으나 그 보장의 주체가 인터넷 서비스 사업자에게만 한정하는 것이 맞는지 검토가 필요함</u>
개정안	협회 의견				
제39조의8(이용자의 개인정보 전송 요구) ① 이용자는 정보통신서비스 제공자에게 자신의 개인정보를 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● '정보통신서비스 제공자등'으로 한정된 개인정보 이동권 범위 - 동 개정안은 제39조의8에서 '정보통신서비스 제공자등'으로 의무 이행의 주체를 한정하고 있으나, 개인정보를 보관하는 주체는 산업과 무관하며 공공기관 등과 같은 기타 개인정보처리자도 그 대상이 될 수 있음 - 제안이유에서 <u>개인정보 자기결정권을 두텁게 보장하기 위한 개정임을 밝혔으나 그 보장의 주체가 인터넷 서비스 사업자에게만 한정하는 것이 맞는지 검토가 필요함</u> 				
의안번호 2103617, 영상진흥기본법 전부개정법률안(이광재의원 등 33인)					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">개정안</th> <th style="width: 50%;">협회 의견</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"> 제2조(정의) (생략) 4. "온라인영상콘텐츠"란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다. 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자(이하 "방송사업자"라 한다)가 제작한 보도물 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스 (이하 생략) </td> <td style="padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ● 개정안의 수범 대상은 제안 이유에서 '온라인동영상서비스(OTT ; Over The Top)'를 포함한 영상미디어콘텐츠산업으로 보고 있으며, 개정안 문언상 '온라인영상콘텐츠'라 표현하여 <u>사실상 모든 동영상 서비스를 대상으로 수범 대상으로 하고 있음</u> - 이와 같이 규정할 경우 IPTV, 1인 방송 등까지 포함될 수 있어 어떤 서비스까지 포함되는 것인지 수범자의 예측 가능성을 보장하지 못함 - 아울러 법적 정의는 별론으로 하더라도 실제로 OTT서비스는 가입형, 거래형, 광고형 등 여러 가지 유형으로 나뉘고 있음. 이에 해당 서비스가 요금을 부과하는지 여부를 고려하여 유형 분류가 선제되어야 할 것으로 보임 - 이에 유형 분류와 유형에 따른 서비스 열거 또는 시행령 위임 등을 통해 구체적으로 수범 대상 서비스가 어느 범위까지인지 밝혀야 할 것임 </td> </tr> </tbody> </table>	개정안	협회 의견	제2조(정의) (생략) 4. "온라인영상콘텐츠"란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다. 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자(이하 "방송사업자"라 한다)가 제작한 보도물 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스 (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● 개정안의 수범 대상은 제안 이유에서 '온라인동영상서비스(OTT ; Over The Top)'를 포함한 영상미디어콘텐츠산업으로 보고 있으며, 개정안 문언상 '온라인영상콘텐츠'라 표현하여 <u>사실상 모든 동영상 서비스를 대상으로 수범 대상으로 하고 있음</u> - 이와 같이 규정할 경우 IPTV, 1인 방송 등까지 포함될 수 있어 어떤 서비스까지 포함되는 것인지 수범자의 예측 가능성을 보장하지 못함 - 아울러 법적 정의는 별론으로 하더라도 실제로 OTT서비스는 가입형, 거래형, 광고형 등 여러 가지 유형으로 나뉘고 있음. 이에 해당 서비스가 요금을 부과하는지 여부를 고려하여 유형 분류가 선제되어야 할 것으로 보임 - 이에 유형 분류와 유형에 따른 서비스 열거 또는 시행령 위임 등을 통해 구체적으로 수범 대상 서비스가 어느 범위까지인지 밝혀야 할 것임 	
개정안	협회 의견				
제2조(정의) (생략) 4. "온라인영상콘텐츠"란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다. 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자(이하 "방송사업자"라 한다)가 제작한 보도물 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스 (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● 개정안의 수범 대상은 제안 이유에서 '온라인동영상서비스(OTT ; Over The Top)'를 포함한 영상미디어콘텐츠산업으로 보고 있으며, 개정안 문언상 '온라인영상콘텐츠'라 표현하여 <u>사실상 모든 동영상 서비스를 대상으로 수범 대상으로 하고 있음</u> - 이와 같이 규정할 경우 IPTV, 1인 방송 등까지 포함될 수 있어 어떤 서비스까지 포함되는 것인지 수범자의 예측 가능성을 보장하지 못함 - 아울러 법적 정의는 별론으로 하더라도 실제로 OTT서비스는 가입형, 거래형, 광고형 등 여러 가지 유형으로 나뉘고 있음. 이에 해당 서비스가 요금을 부과하는지 여부를 고려하여 유형 분류가 선제되어야 할 것으로 보임 - 이에 유형 분류와 유형에 따른 서비스 열거 또는 시행령 위임 등을 통해 구체적으로 수범 대상 서비스가 어느 범위까지인지 밝혀야 할 것임 				

분류	규제 운영 실효성 > 규제 집행 메커니즘 > 수범 대상 의무 부담의 적정성	
세부 항목	㉔ 실태조사가 꼭 필요한 경우에 적절한 범위에서 실시하도록 규정한다. ㉔ 실태조사와 관련한 세부 내용과 불가능한 자료 제출의 거부권 등을 수범 대상이 충분히 인지할 수 있도록 하였다.	
평가 내용	법안에서 실태조사 등을 규정하는 경우 조사범위나 방식을 행정편의적으로 설정하고 있는가에 대한 항목으로 구성됨 항목 ㉔은 조사의 목적과 범위를 명확하게 제한하여 꼭 필요하지 않은 부분에서 과도한 조사가 이루어지는 것을 방지하는지 평가함 항목 ㉔은 수범 대상이 실태조사 전에 조사 내용과 권리를 충분히 인지할 수 있는 장치가 있는지에 대해 평가함	
평가 조건	법안에 실태조사, 자료 제출 등을 규정하는 경우 평가함	
예시	의안번호 2110835, 전기통신사업법 일부개정법률안(변재일의원 등 10인)	
	개정안	협회 의견
	제51조(사실조사 등) ① 방송통신위원회는 신고나 인지에 의하여 제50조제1항을 위반한 혐의가 있다고 인정할 때에는 소속 공무원에게 이를 확인하기 위하여 필요한 조사를 하게 할 수 있다. ②~⑥ (생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● 현행법 제51조는 '위반한 행위,' 즉 객관적인 행위 사실이 있어야 사실조사를 할 수 있다고 규정하여 조사권한 남용의 위험을 제한하고 있음 - 그런데 동 개정안에 따라 '<u>위반한 혐의</u>'만으로 조사를 개시할 수 있게 된다면, 조사기관인 방통위의 주관적 의심만으로 조사를 빈번하게 할 수 있게 되어 <u>행정권한의 남용 가능성이 크게 높아짐</u> ● 우리 헌법 제12조는 압수·수색에 관한 적법절차 및 영장주의를 천명하고 있음. 이는 강제처분의 남용으로부터 신체의 자유 등 국민의 기본권을 보장하기 위한 것이며, 구체적 법령에서는 실제적 진실 규명과 국민의 권리보호 이념을 조화롭게 실현할 수 있도록 헌법에 기초해 구체적인 기준을 마련하고 있음 - 그러나 동 개정안과 같은 사실조사는 <u>헌법상 압수수색에 관한 영장주의를 우회하는 방법으로 사용될 우려가 있으므로</u> 엄격하게 제한되어야 할 것임
	의안번호 2109261, 전기통신사업법 일부개정법률안(변재일의원 등 10인)	
	개정안	협회 의견
	제22조의7(부가통신사업자의 서비스 안정성 확보 등) ① (현행 제6외의 부분과 같음) ② 과학기술정보통신부는 부가통신사업자가 제1항에 따른 기준에 부합하는지의 여부를 확인하기 위하여 해당 부가통신사업자 또는 관련 전기통신사업자에게 이용자 수, 트래픽 양 등의 현황을 요청할 수 있다. (이하 생략)	<ul style="list-style-type: none"> ● 설령 동 개정안 제2항에 따른 자료 요청이 필요하다고 하더라도 <u>적용범위는 그 입법취지에 따라 '대상 사업자 해당 여부를 판단하기 어려운 경우'와 같이 한정할 필요가 있음</u> ● 또한, <u>요청 가능한 자료의 범위 역시 법에서 필요로 하는 범위로 한정해야 마땅함</u> ● 설령 자료 요청이 필요하다 하더라도 전년도 말 기준 직전 3개월간의 정보를 확인할 수 있는 시점에 1회 요청을 하면 충분할 것이므로 이를 명시할 필요가 있음
비고	심사자 과반이 평가하는 경우에만 점수에 반영함	

분류	규제 운영 실효성 > 규제 거버넌스 > 규제 관할권 명확성	
세부 항목	㉔ 법안이 통과될 시 기관별 관할 범위 중첩의 우려가 적다. ㉕ 규제기관 간 관할 충돌 발생 시 해결 절차와 권한이 명확하게 규정되어 있다.	
평가 내용	규제 관할과 관련하여 기관 간 충돌이 발생하여 수범자인 인터넷 기업에 혼란을 야기하지 않는가를 판단하기 위한 항목으로 구성됨 항목 ㉔는 해당 법안에 규제수범자가 혼란을 야기하지 않게 관할기관과 범위를 규명하고 있는가를 평가함 항목 ㉕은 법안으로 인해 규제기관 사이의 관할 문제가 발생하는 경우, 혼란을 줄이고 문제를 해결할 수 있도록 대비(해당 법안 혹은 기존의 법률에 규정)되어 있는가를 판단함	
평가 조건	규제의 내용과 관련 부처 등을 고려하여, 전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2202620, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안(송언석의원 등 11인)	
	개정안	협회 의견
	제20조의5(재화등의 대금 보호) ㉑ 공정거래위원회는 이 조에 따른 재화등의 대금의 관리 상황을 분기별로 점검하여야 한다.	<ul style="list-style-type: none"> ● 대금의 관리 상황을 공정거래위원회가 분기별로 점검하여야 한다고 정하고 있는데, 본 대금의 관리기관이 금융기관임을 감안하면 공정거래위원회가 본 대금을 관리하는 것은 부서 간 권한 충돌을 야기할 수 있음
	의안번호 2108067, 전기통신사업법 일부개정법률안(정부)	
개정안(개정이유)	협회 의견	
개정이유) 국내에서 정보통신망을 통하여 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스를 특수한 유형의 부가통신역무로 분류하여 해당 서비스 사업을 지원하기 위한 정책적 기반을 마련하고, 국내 통신시장 활력 제고를 위하여 발행주식 총수의 100분의 49를 초과하여 기간통신사업자의 주식을 소유할 수 있는 외국정부 또는 외국인의 범위를 확대하는 한편, 보이스피싱 등 범죄에 사용될 위험이 높은 이른바 대포폰 전화번호에 대하여 과학기술정보통신부장관이 신속한 이용중지 명령을 할 수 있도록 하고, 발신번호 변작 방지조치를 위반한 통신사에 부과하는 과태료 상한을 상향하는 등 통신관련 범죄 예방 및 처벌을 강화하려는 것임.	<ul style="list-style-type: none"> ● 동 개정안을 제출한 과기부 외에 문체부에 OTT에 대한 전반적인 규제 권한을 부여하는 내용이 포함된 영상진흥기본법 전부개정법률안('20. 9. 이광재의원 대표발의)이 발의되었고, 방통위는 OTT를 규제 체계 내에 포함시키는 내용의 '시청각미디어서비스법' 제정 추진 계획을 발표함 ● 이와 같이 과기부, 방통위, 문체부 사이에서 OTT에 대한 규제 권한의 범위가 조율되지 않은 상황에서 각 부처들의 독자적인 OTT 입법이 완료되는 경우, 수범자인 OTT 사업자들은 어느 부처의 어느 법률이 어디까지 적용되는지를 명확히 파악할 수 없고, 규제 준수에 혼란이 발생하게 될 것으로 판단됨 ● 따라서 과기부, 방통위, 문체부에서 우선적으로 OTT에 대한 규제 관할의 범위를 명확히 조정하는 절차가 필요할 것으로 생각됨 	

분류	규제 운영 실효성 > 규제 거버넌스 > 자율규제 현황 반영	
세부 항목	㉔ 현행 혹은 논의 중인 자율규제 및 관련 규정 등을 고려할 때 규제가 필요하다. ㉕ 관련 조직 현황* 을 고려할 때 필요한 법안이다. *자율규제기구, 자율규제 운영이 가능한 협회 등	
평가 내용	해당 규제가 법률의 형식으로 규정되는 것이 합리적인가, 자율규제를 활용하는 것이 더 바람직한 대안일 수 있음에도 전혀 고려하지 않고 제안된 발의안인가를 확인하는 항목으로 구성됨 항목 ㉔은 실제로 시행 혹은 논의가 이루어지고 있는 자율규제나 관련 규정 등에도 불구하고 해당 규제가 필요한가를 평가함 항목 ㉕은 규제 대상 분야의 자율규제기구 등 관련 조직의 운영 현황 및 해당 조직을 활용한 자율규제의 가능성을 고려했을 때 여전히 필요한 규제인가를 평가함	
평가 조건	전반적인 법안 내용을 기준으로 평가함	
예시	의안번호 2111573, 인공지능에 관한 법률안(이용빈의원 등 31인)	
	제정안	협회 의견
	<p>제4조(국가 등의 책무) ① 국가 및 지방자치단체는 인공지능기술이 국민의 삶의 질 향상에 이바지하도록 하여 인공지능 기반의 안전하고 편리한 지능정보사회(이하 "인공지능사회"라 한다)를 구현하기 위한 시책을 마련하고 시행하여야 한다.</p> <p>② 국가는 인공지능윤리에 관한 원칙을 수립하고 인공지능사업자의 자율성과 창의성을 존중하여야 하며, 인공지능사업자와 이용자가 자율적으로 인공지능윤리를 준수하는 등 안전한 인공지능 이용환경이 조성될 수 있도록 지원하여야 한다.</p> <p>③ 국가 및 지방자치단체는 인공지능과 인공지능기술이 가져오는 사회·경제·문화와 국민의 일상생활 등 모든 영역에서의 변화에 대응하여 모든 국민이 안정적으로 적응할 수 있도록 시책을 수립·시행하여야 한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 인공지능 윤리를 통해 안전한 인공지능사회로의 전환해야 한다는 취지에는 동의함 - 그러나 인공지능의 개발과정에서 <u>각 기업들은 신뢰확보를 위한 자발적인 기준을 만들어 준수하려고 노력(네이버) AI 윤리 원칙, (카카오) 알고리즘 윤리 현장 등)하고 있음에도 불구하고 이를 법으로 명시할 경우 기업의 자율성을 침해할 우려가 있음</u> - 또한, <u>과학기술정보통신부는 '인공지능 윤리기준'을 마련하여 발표한바 있어 인공지능 윤리를 법으로 명시할 필요성은 낮아 보임</u> - 인공지능 윤리를 법으로 명시하기보다, 민간에서 자율적으로 기준을 수립하고 준수하도록 유도하는 것이 올바른 입법방향으로 보임
	의안번호 2107093, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안(서영교의원 등 10인)	
	개정안(개정이유)	협회 의견
	<p>개정이유(일부)</p> <p>최근 국내·외에서 공연히 거짓 또는 왜곡된 허위의 사실을 정치적 또는 경제적 이익을 위하여 뉴스 형태로 교묘하게 포장하는 '가짜뉴스'가 사회적인 문제로 대두됨.</p> <p>하지만 현행법상 가짜뉴스에 대한 개념이 정의되어 있지 않으며, 가짜뉴스 유포자에 대한 처벌 근거 및 가짜뉴스 관리가 부실한 정보통신서비스 제공자에 대한 제재 수단도 전무한 상황임.</p> <p>이에 <u>가짜뉴스에 대한 정의를 규정하고, 이용자가 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보를 유통시키지 않도록 의무화</u> 하고자 함</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 자율규제 정책을 수립·시행 중이므로 입법의 필요성 낮음 - 개별 정보통신서비스 제공자는 <u>자체적으로 또는 한국인터넷자율정책기구(KISO)를 통해 2018년 '언론보도 형식의 허위게시물 관련 정책'을 수립해 자체적으로 가짜뉴스에 대한 대응책을 시행해나가고 있음.</u> 이미 정보통신서비스 제공자들이 자율규제를 통해 가짜뉴스 근절을 위해 노력해나가고 있기 때문에 추가적인 공적 규제의 필요성이 낮은 상황임

부록 4

인터넷산업규제
평가법안 list

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
1	일부개정	2200022	2024-05-30	강유정	콘텐츠산업 진흥법 일부개정법률안
2	제정	2200053	2024-05-31	안철수	인공지능산업육성및신뢰확보에관한법률안
3	일부개정	2200048	2024-05-31	강유정	콘텐츠산업 진흥법 일부개정법률안
4	일부개정	2200091	2024-06-03	강유정	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
5	일부개정	2200352	2024-06-12	김장겸	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
6	제정	2200371	2024-06-12	오기형	온라인 플랫폼 중개거래의 독점규제 및 공정화에 관한 법률안
7	일부개정	2200462	2024-06-13	이정문	표시·광고의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
8	일부개정	2200515	2024-06-14	배현진	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
9	일부개정	2200519	2024-06-14	김한규	개인정보 보호법 일부개정법률안
10	제정	2200543	2024-06-17	정점식	인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률안
11	제정	2200551	2024-06-17	고동진	디지털포용법안
12	일부개정	2200552	2024-06-17	김승수	출판문화산업 진흥법 일부개정법률안
13	제정	2200581	2024-06-18	김승수	광고산업 진흥법안
14	제정	2200673	2024-06-19	조인철	인공지능산업 육성 및 신뢰 확보에 관한 법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
15	제정	2200675	2024-06-19	김성원	인공지능산업 육성 및 신뢰 확보에 관한 법률안
16	일부개정	2200713	2024-06-20	김승수	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
17	일부개정	2200698	2024-06-20	김승수	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
18	제정	2200945	2024-06-27	민형배	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
19	제정	2201158	2024-06-28	민형배	인공지능기술 기본법안
20	일부개정	2201305	2024-07-02	박충권	전기통신사업법 일부개정법률안
21	일부개정	2201289	2024-07-03	박충권	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
22	일부개정	2201389	2024-07-04	박충권	전기통신사업법 일부개정법률안
23	제정	2201399	2024-07-04	권철승	인공지능 개발 및 이용 등에 관한 법률안
24	제정	2201416	2024-07-05	김남근	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
25	제정	2201430	2024-07-05	김남근	온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안
26	제정	2201432	2024-07-05	박주민	온라인 플랫폼 독점규제 및 거래공정화에 관한 법률안
27	일부개정	2201470	2024-07-08	이정문	표시·광고의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
28	전부개정	2201475	2024-07-08	김윤덕	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 전부개정법률안
29	일부개정	2201555	2024-07-10	임오경	신문 등의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
30	일부개정	2201663	2024-07-12	조인철	방송통신발전 기본법 일부개정법률안
31	일부개정	2201798	2024-07-16	윤건영	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
32	일부개정	2201796	2024-07-16	이해민	방송통신발전 기본법 일부개정법률안
33	일부개정	2201816	2024-07-17	김장겸	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
34	일부개정	2201994	2024-07-19	이병진	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
35	일부개정	2202022	2024-07-19	이원택	상표법 일부개정법률안
36	일부개정	2202169	2024-07-23	정부	경제 형벌규정 개선을 위한 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 등 4개 법률의 일부개정에 관한 법률안
37	일부개정	2202129	2024-07-23	임오경	지능정보화 기본법 일부개정법률안
38	일부개정	2202327	2024-07-29	정준호	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
39	일부개정	2202377	2024-07-30	김기현	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
40	일부개정	2202403	2024-07-30	신동욱	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
41	일부개정	2202365	2024-07-30	이해민	전기통신사업법 일부개정법률안
42	일부개정	2202395	2024-07-30	황운하	개인정보 보호법 일부개정법률안
43	일부개정	2202415	2024-07-31	황운하	개인정보 보호법 일부개정법률안
44	일부개정	2202447	2024-07-31	강준현	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
45	일부개정	2202394	2024-07-31	황운하	신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 일부개정법률안
46	일부개정	2202475	2024-08-01	조인철	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
47	전부개정	2202509	2024-08-01	박상혁	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안
48	일부개정	2202468	2024-08-01	전진숙	성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
49	일부개정	2202523	2024-08-02	천준호	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
50	일부개정	2202513	2024-08-02	고동진	부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 일부개정법률안
51	일부개정	2202580	2024-08-06	황희	개인정보 보호법 일부개정법률안
52	제정	2202594	2024-08-06	김현정	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
53	일부개정	2202559	2024-08-06	양문석	신문 등의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
54	일부개정	2202577	2024-08-06	양문석	신문 등의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
55	일부개정	2202620	2024-08-07	송언석	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
56	일부개정	2202622	2024-08-07	박정현	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
57	일부개정	2202667	2024-08-08	고동진	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
58	일부개정	2202630	2024-08-09	안철수	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
59	일부개정	2202663	2024-08-09	이해민& 김우영	전기통신사업법 일부개정법률안
60	제정	2202709	2024-08-09	서영교	온라인 플랫폼 공정화법안
61	일부개정	2202678	2024-08-09	김남근	전자금융거래법 일부개정법률안
62	일부개정	2202746	2024-08-12	이현승	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
63	일부개정	2202761	2024-08-13	조정훈	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
64	제정	2202792	2024-08-13	박민규	디지털포용 증진법안
65	일부개정	2202842	2024-08-14	이정현	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
66	일부개정	2202843	2024-08-14	이정현	전기통신사업법 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
67	일부개정	2202849	2024-08-14	김현정	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
68	일부개정	2202845	2024-08-14	김현정	전자금융거래법 일부개정법률안
69	일부개정	2202941	2024-08-19	이건태	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
70	전부개정	2202954	2024-08-19	이정문	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안
71	일부개정	2202971	2024-08-20	김승수	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
72	일부개정	2202973	2024-08-20	박성훈	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
73	일부개정	2203012	2024-08-20	정부	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
74	제정	2202983	2024-08-20	오세희	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화 및 독점규제에 관한 법률안
75	일부개정	2202980	2024-08-20	김승수	애니메이션산업 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
76	제정	2202987	2024-08-20	이해민	디지털크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률안
77	일부개정	2203022	2024-08-21	김현정	전기통신사업법 일부개정법률안
78	제정	2203072	2024-08-22	한민수	인공지능 기본법안
79	제정	2203028	2024-08-23	정부	공정거래 관련 분쟁의 조정 등에 관한 법률안
80	일부개정	2203185	2024-08-26	진종오	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
81	제정	2203181	2024-08-26	오세희	상품권 유통질서 확립 및 상품권이용자 보호에 관한 법률안
82	일부개정	2203240	2024-08-27	김남희	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
83	일부개정	2203253	2024-08-27	박용갑	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
84	일부개정	2203256	2024-08-27	박주민	전기통신사업법 일부개정법률안
85	제정	2203235	2024-08-27	황희	인공지능책임법안
86	일부개정	2203275	2024-08-28	우재준	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
87	일부개정	2203276	2024-08-28	서지영	성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
88	일부개정	2203323	2024-08-29	김장경	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
89	일부개정	2203335	2024-08-29	이수진	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
90	일부개정	2203370	2024-08-29	김미애	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
91	일부개정	2203389	2024-08-29	최기상	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
92	일부개정	2203368	2024-08-29	윤종오	전기통신사업법 일부개정법률안
93	일부개정	2203349	2024-08-29	백혜련	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
94	제정	2203297	2024-08-29	배준영	인공지능 발전 진흥과 사회적 책임에 관한 법률안
95	일부개정	2203393	2024-08-29	이인선	성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
96	일부개정	2203330	2024-08-29	김남희	아동·청소년의 성보호에 관한 법률 일부개정법률안
97	일부개정	2203436	2024-08-30	김남희	성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
98	일부개정	2203421	2024-08-30	신동욱	방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 일부개정법률안
99	일부개정	2203479	2024-09-02	김용민	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
100	일부개정	2203542	2024-09-02	박충권	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
101	일부개정	2203478	2024-09-02	강유정	전기통신사업법 일부개정법률안
102	일부개정	2203475	2024-09-02	강유정	성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 일부개정법률안
103	일부개정	2203477	2024-09-02	강유정	아동·청소년의 성보호에 관한 법률 일부개정법률안
104	일부개정	2203592	2024-09-03	김현정	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
105	일부개정	2203593	2024-09-03	박균택	전기통신사업법 일부개정법률안
106	일부개정	2203577	2024-09-03	윤영석	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
107	일부개정	2203574	2024-09-03	윤영석	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
108	일부개정	2203597	2024-09-03	정청래	성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 일부개정법률안
109	일부개정	2203600	2024-09-03	박균택	통신비밀보호법 일부개정법률안
110	일부개정	2203627	2024-09-04	조인철	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
111	일부개정	2203634	2024-09-04	임미애	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
112	일부개정	2203644	2024-09-04	임미애	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
113	일부개정	2203752	2024-09-06	정태호	자살예방 및 생명존중문화 조성을 위한 법률 일부개정법률안
114	일부개정	2203795	2024-09-09	김윤	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
115	일부개정	2203805	2024-09-09	박은정	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
116	일부개정	2203806	2024-09-09	강유정	전기통신사업법 일부개정법률안
117	일부개정	2203792	2024-09-09	정준호	개인정보 보호법 일부개정법률안
118	제정	2203817	2024-09-09	이강일	온라인 플랫폼 독점규제 및 공정거래에 관한 법률안
119	일부개정	2203831	2024-09-10	이강일	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
120	일부개정	2203943	2024-09-11	이언주	약관의 규제에 관한 법률 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
121	일부개정	2203983	2024-09-12	김태선	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
122	일부개정	2203956	2024-09-12	이기현	전기통신사업법 일부개정법률안
123	일부개정	2203979	2024-09-12	김태선	전기통신사업법 일부개정법률안
124	제정	2203960	2024-09-12	이훈기	인공지능의 발전과 안전성 확보 등에 관한 법률안
125	일부개정	2204100	2024-09-20	이강일	개인정보 보호법 일부개정법률안
126	일부개정	2204158	2024-09-23	황정아	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
127	일부개정	2204171	2024-09-23	이상희	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
128	일부개정	2204215	2024-09-24	이상희	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
129	일부개정	2204214	2024-09-24	김현정	전기통신사업법 일부개정법률안
130	제정	2204234	2024-09-24	신장식	온라인 플랫폼 독점 규제에 관한 법률안
131	제정	2204250	2024-09-24	김우영	인공지능산업 진흥 및 신뢰 확보 등에 관한 특별법안
132	제정	2204346	2024-09-26	권철승	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
133	제정	2204377	2024-09-26	김장겸	디지털포용법안
134	일부개정	2204457	2024-09-30	신동욱	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
135	제정	2204512	2024-10-02	천준호	온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안
136	제정	2204514	2024-10-02	천준호	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
137	일부개정	2204517	2024-10-04	양부남	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
138	일부개정	2204539	2024-10-04	황정아	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
139	일부개정	2204519	2024-10-08	양부남	전기통신사업법 일부개정법률안
140	일부개정	2204656	2024-10-11	이수진	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
141	일부개정	2204685	2024-10-14	유상범	통신비밀보호법 일부개정법률안
142	제정	2204777	2024-10-18	김남근	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
143	제정	2204794	2024-10-21	강준현	온라인 플랫폼 독점규제 및 거래 공정화에 관한 법률안
144	제정	2204802	2024-10-21	민병덕	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
145	일부개정	2204842	2024-10-25	장경태	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
146	일부개정	2204932	2024-10-28	김민전	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안


순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
147	일부개정	2204947	2024-10-28	강민국 (정부안)	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
148	일부개정	2204948	2024-10-28	강민국 (정부안)	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
149	일부개정	2205014	2024-10-29	이정현	전기통신사업법 일부개정법률안
150	제정	2205013	2024-10-29	이정현	인공지능산업 육성 및 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률안
151	일부개정	2205021	2024-10-30	이정현	전기통신사업법 일부개정법률안
152	일부개정	2205040	2024-10-30	이인영	개인정보 보호법 일부개정법률안
153	제정	2205188	2024-11-01	한창민	온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안
154	제정	2205190	2024-11-01	한창민	온라인 플랫폼 시장 독점규제에 관한 법률안
155	제정	2205189	2024-11-01	황정아	인공지능 발전 및 신뢰성 보장을 위한 법률안
156	일부개정	2205153	2024-11-01	강민국	전자금융거래법 일부개정법률안
157	일부개정	2205252	2024-11-05	유영하	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
158	일부개정	2205254	2024-11-05	유영하	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
159	일부개정	2205277	2024-11-05	김선민	마약류 관리에 관한 법률 일부개정법률안
160	일부개정	2205310	2024-11-06	권성동	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
161	일부개정	2205378	2024-11-08	김상욱	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 일부개정법률안
162	제정	2205457	2024-11-11	이해민	인공지능산업 진흥 및 인공지능 이용 등에 관한 법률안
163	제정	2205458	2024-11-11	정동영	인공지능산업 진흥에 관한 법률안
164	일부개정	2205512	2024-11-13	전용기	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
165	일부개정	2205538	2024-11-13	이연주	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
166	일부개정	2205507	2024-11-13	전용기	저작권법 일부개정법률안
167	제정	2205569	2024-11-14	최민희	인공지능 산업 육성 및 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률안
168	일부개정	2205644	2024-11-18	강득구	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
169	전부개정	2205665	2024-11-18	전재수	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안
170	일부개정	2205645	2024-11-18	김태호	개인정보 보호법 일부개정법률안
171	일부개정	2205684	2024-11-19	이철규	상표법 일부개정법률안
172	일부개정	2205754	2024-11-22	김장겸	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
173	일부개정	2205802	2024-11-22	김정호	상표법 일부개정법률안
174	일부개정	2205831	2024-11-25	천준호	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
175	일부개정	2205863	2024-11-26	이현승	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
176	일부개정	2205886	2024-11-26	정부	출판문화산업 진흥법 일부개정법률안
177	일부개정	2205899	2024-11-27	노종면	전기통신사업법 일부개정법률안
178	일부개정	2205923	2024-11-27	박주민	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
179	일부개정	2205918	2024-11-27	백혜련	개인정보 보호법 일부개정법률안
180	일부개정	2205992	2024-11-27	권성동	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
181	일부개정	2206074	2024-11-29	김승원	전기통신사업법 일부개정법률안
182	일부개정	2206071	2024-11-29	서명옥	공중위생관리법 일부개정법률안
183	일부개정	2206259	2024-12-05	유영하	표시·광고의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
184	일부개정	2206282	2024-12-06	이종배	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
185	일부개정	2206876	2024-12-24	강훈식	금융소비자 보호에 관한 법률 일부개정법률안
186	일부개정	2207007	2024-12-27	송재봉	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
187	일부개정	2207097	2024-12-30	김소희	전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법 일부개정법률안
188	제정	2207155	2024-12-31	최형두	디지털 재난·장애의 안전관리에 관한 법률안
189	제정	2207164	2024-12-31	김승수	메타버스콘텐츠 진흥에 관한 법률안
190	일부개정	2207132	2024-12-31	김장겸	전기통신사업법 일부개정법률안
191	일부개정	2207157	2024-12-31	차규근	한국은행법 일부개정법률안
192	일부개정	2207195	2025-01-02	박성훈	부가가치세법 일부개정법률안
193	일부개정	2207226	2025-01-03	김현정	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
194	일부개정	2207283	2025-01-07	조계원	저작권법 일부개정법률안
195	일부개정	2207325	2025-01-08	한민수	전기통신사업법 일부개정법률안
196	일부개정	2207446	2025-01-10	한지아	자살예방 및 생명존중문화 조성을 위한 법률 일부개정법률안
197	일부개정	2207441	2025-01-10	최형두	전기통신사업법 일부개정법률안
198	일부개정	2207581	2025-01-16	이수진	개인정보 보호법 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
199	일부개정	2207617	2025-01-17	이양수	농수산물의 원산지 표시 등에 관한 법률 일부개정법률안
200	일부개정	2207676	2025-01-21	한민수	저작권법 일부개정법률안
201	전부개정	2207721	2025-01-22	신성범	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 전부개정법률안
202	일부개정	2207843	2025-01-24	조인철	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
203	일부개정	2207854	2025-01-31	강민국	개인정보 보호법 일부개정법률안
204	일부개정	2207858	2025-01-31	민병덕	개인정보 보호법 일부개정법률안
205	일부개정	2207938	2025-02-06	박정훈	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
206	일부개정	2208067	2025-02-11	김태선	개인정보 보호법 일부개정법률안
207	일부개정	2208071	2025-02-11	김태선	저작권법 일부개정법률안
208	일부개정	2208064	2025-02-11	박덕흠	전기통신사업법 일부개정법률안
209	일부개정	2208046	2025-02-11	정준호	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
210	일부개정	2208339	2025-02-21	장철민	인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법 일부개정법률안
211	일부개정	2208450	2025-02-26	나경원	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
212	일부개정	2208438	2025-02-26	신장식	특정 금융거래정보의 보고 및 이용 등에 관한 법률 일부개정법률안
213	일부개정	2208648	2025-03-05	이수진	전기통신사업법 일부개정법률안
214	일부개정	2208692	2025-03-06	오세희	전자금융거래법 일부개정법률안
215	일부개정	2208717	2025-03-07	이현승	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
216	제정	2208719	2025-03-07	박상혁	영상정보처리기기의 설치·운영 등에 관한 법률안
217	일부개정	2208754	2025-03-10	김장겸	언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 일부개정법률안
218	제정	2208795	2025-03-11	박정하	뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 법률안
219	일부개정	2208838	2025-03-12	김예지	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
220	일부개정	2208904	2025-03-13	고동진	개인정보 보호법 일부개정법률안
221	일부개정	2208914	2025-03-13	안상훈	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안
222	일부개정	2208918	2025-03-13	박정훈	전기통신사업법 일부개정법률안
223	일부개정	2208960	2025-03-14	강대식	전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법 일부개정법률안
224	일부개정	2208932	2025-03-14	이정헌	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
225	일부개정	2209002	2025-03-17	이준석	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
226	일부개정	2209062	2025-03-18	이헌승	저작권법 일부개정법률안
227	일부개정	2209044	2025-03-18	한준호	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
228	일부개정	2209075	2025-03-19	송석준	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
229	일부개정	2209134	2025-03-19	서명옥	관광진흥법 일부개정법률안
230	일부개정	2209131	2025-03-19	서명옥	농어촌정비법 일부개정법률안
231	일부개정	2209122	2025-03-19	김병기	소비자기본법 일부개정법률안
232	일부개정	2209151	2025-03-20	한민수	전기통신사업법 일부개정법률안
233	일부개정	2209146	2025-03-20	최은석	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
234	일부개정	2209244	2025-03-21	이헌승	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
235	일부개정	2209252	2025-03-21	신영대	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
236	제정	2209306	2025-03-24	최형두	디지털크리에이터(1인 미디어 창작자)산업 진흥법안
237	일부개정	2209290	2025-03-24	고동진	방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 일부개정법률안
238	일부개정	2209332	2025-03-25	양부남	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
239	일부개정	2209327	2025-03-25	박민규	지능정보화 기본법 일부개정법률안
240	일부개정	2209367	2025-03-26	오세희	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
241	일부개정	2209538	2025-04-02	김남근	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
242	일부개정	2209604	2025-04-07	유동수	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
243	일부개정	2209688	2025-04-10	정일영	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
244	일부개정	2209704	2025-04-10	이종배	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
245	일부개정	2209795	2025-04-14	조인철	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
246	일부개정	2209816	2025-04-15	강훈식	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
247	일부개정	2209842	2025-04-15	민병덕	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
248	일부개정	2209806	2025-04-15	조인철	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
249	일부개정	2209835	2025-04-15	박덕흠	표시·광고의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
250	일부개정	2209857	2025-04-16	강훈식	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
251	일부개정	2209862	2025-04-16	민병덕	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안

순번	구분	의안번호	제안일자	발의자	법률명
252	일부개정	2209897	2025-04-17	강훈식	가상자산 이용자 보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
253	일부개정	2209896	2025-04-17	황정아	인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법 일부개정법률안
254	일부개정	2210110	2025-04-25	김예지	금융소비자 보호에 관한 법률 일부개정법률안
255	일부개정	2210116	2025-04-25	김동아	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
256	일부개정	2210153	2025-04-28	이강일	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 일부개정법률안
257	일부개정	2210170	2025-04-28	이학영	전기통신사업법 일부개정법률안
258	일부개정	2210213	2025-04-29	유동수	소비자기본법 일부개정법률안
259	일부개정	2210294	2025-05-01	이정문	개인정보 보호법 일부개정법률안
260	일부개정	2210314	2025-05-01	전용기	전기통신사업법 일부개정법률안
261	일부개정	2210304	2025-05-01	김상훈	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
262	일부개정	2210456	2025-05-09	민형배	대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 일부개정법률안
263	일부개정	2210504	2025-05-13	최수진	전기통신사업법 일부개정법률안
264	제정	2210511	2025-05-14	정동영	인공지능데이터센터 진흥 및 기반 조성에 관한 법률안
265	일부개정	2210514	2025-05-14	최수진	전기통신사업법 일부개정법률안
266	일부개정	2210509	2025-05-14	이훈기	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
267	일부개정	2210534	2025-05-16	유영하	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안
268	제정	2210583	2025-05-22	이학영	상품권법안
269	일부개정	2210586	2025-05-22	조인철	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안
270	일부개정	2210597	2025-05-26	최민희	전기통신사업법 일부개정법률안
271	일부개정	2210616	2025-05-28	이정현	인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법 일부개정법률안
272	일부개정	2210633	2025-05-29	이정현	인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법 일부개정법률안
273	일부개정	2203161	1900-01-00	김용민	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 일부개정법률안



2025
**인터넷산업
규제 백서**

2025 인터넷산업규제 백서

발행연월	2026년 2월
발행인	사)한국인터넷기업협회 박 성 호 회장
연구수행	사)한국인터넷기업협회 디지털경제연구원 (한승혜 연구위원, 노재인 연구위원, 권재한 연구위원)
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 <2025 인터넷산업규제 백서>'라고 밝혀주시기 바랍니다.

www.kinternet.org

비 매 품

K·) internet
사) 한국인터넷기업협회



9 772982 584007
ISSN 2982-5849

65