

2017 세계소비자권리의 날 기념

---

“소비자들이 신뢰할 수 있는 더 나은 디지털 세상 만들기”

# 빅데이터 활용에서의 개인정보 보호문제

---

- 일 시 : 2017. 3. 15. [수] 14:10
- 장 소 : 서울YWCA회관 4층 강당
- 주 최 : 한국소비자단체협의회



한국소비자단체협의회  
Korea National Council of Consumer Organizations



## “소비자들이 신뢰할 수 있는 더 나은 디지털 세상 만들기” 빅데이터 활용에서의 개인정보 보호문제

- 일 시 : 2017. 3. 15.(수) 14:10
- 장 소 : 서울YWCA회관 4층 강당
- 순 서

좌장 : 문미란 부회장

시간		프로그램
14:10 - 14:20	발표	문미란 부회장(소비자시민모임, 법무법인 남산) · G20 국가들에게 소비자운동이 제안하는 건의문
14:20 - 14:50	발제1	김일환 교수(성균관대학교 법학전문대학원) · 초연결사회에서 개인정보보호법제 정비방안에 관한 연구
14:50 - 15:05	발제2	좌혜선 사무국장(한국소비자단체협의회) · 개인정보에 대한 소비자인식조사
15:05 - 16:00	토론자	이은우 변호사(법무법인 지향)  김영홍 국장(함께하는 시민행동)  이주홍 사무총장(녹색소비자연대)  구태언 변호사(법무법인 테크앤로)  권현영 교수(고려대학교 정보보호대학원)  고환경 변호사(법무법인 광장)
16:00 -	종합 토론	



**[발표]**

**소비자가 신뢰할 수 있는 디지털 세상을  
위한 국제소비자기구의 활동  
- G20 국가들에게 소비자운동이  
제안하는 건의문**

**문미란 부회장(소비자시민모임, 법무법인 남산)**



CONSUMERS INTERNATIONAL

# WORLD CONSUMER RIGHTS DAY 2017

15 MARCH 2017

2017 세계소비자권리의 날

## 소비자가 신뢰할 수 있는 디지털 세상 만들기 #BETTERDIGITALWORLD

2017년 3월 15일 세계소비자권리의 날을 맞아 국제소비자기구(CI) 회원 단체들은 "소비자가 신뢰할 수 있는 디지털 세상 만들기 (Building A Digital World Consumers Can Trust)" 캠페인을 진행한다. 디지털 경제는 소비자들에게 이전시대에서는 상상할 수 없었던 사회적, 경제적 혜택을 제공하고 있다. 그러나 디지털 경제가 발전함에 따라 인터넷 접근성, 온라인 보상 문제, 선택권, 개인정보 보호 등 새로운 문제들이 속출하고 있는 것도 사실이다. 디지털 경제가 지속적으로 성장하기 위해서는 이러한 문제들을 해결하여 소비자들의 신뢰를 얻는 것이 우선되어야 할 것이다.

국제소비자기구는 소비자가 신뢰할 수 있는 더 나은 디지털 세상을 만들기 위한 해결 과제로 다음 네 가지를 선정하였다.

- ☐ 모든 소비자들에게 공평하게 인터넷 접근이 가능한가?
- ☐ 소비자는 인터넷상에서 안전한가?
- ☐ 우리가 공유하는 데이터는 어떻게 처리되고 있는가?
- ☐ 디지털제품과 관련된 소비자의 권리는 얼마나 보호되고 있는가?

## 1. 인터넷접근과 선택권 (Access and Choice)

선진국은 국민의 80% 이상이 인터넷을 사용하고 있는 반면, 저개발국은 국민의 10%미만만 인터넷을 사용하고 있다.



인터넷에 접근할 수 없으면, 디지털 기술이 제공하는 통신, 정보, 상업적 혜택에서 이득을 볼 수 없고 기업과 소비자 모두 좋은 기회를 놓친다. 소비자가 디지털 경제의 혜택을 얻으려면 신뢰할 수 있고 양질의 서비스가 제공되어야 한다.

## 2. 온라인 피해보상 (Online Redress)

전세계 소비자단체의 80%는 디지털 경제에서 분쟁 해결을 위한 기준이 전자상거래의 현실을 따라잡지 못한다고 생각한다.



전자상거래 분쟁을 해결하기 위해서는 많은 비용, 시간, 노력이 들기 때문에 특히 저렴한 제품이나 서비스거래의 경우 소비자들은 보상을 청구하기 꺼려한다. 간단하고 효율적인 피해구제 시스템을 구축하는 것은 디지털 상품에 대한 신뢰를 형성하는데 도움이 될 것이다. 그러나 소비자들은 오프라인에서와 같은 권리를 온라인에서 행사할 수 없다.

## 3. 잘 알고 선택하기 (Clear and Informed Choice)

전세계 74%의 사람들이 그들의 정보를 온라인 기업들이 어떻게 사용하는지에 대해 우려한다.

소비자들이 제품에 대해 충분히 알고 선택할 수 있을 때 제품이나 서비스를 안전하고 효율적으로 사용할 수 있다. 많은 양의 정보를 담은 긴 약관은 소비자가 읽기에 부담스럽고 중요한 정보마저 확인하기 어렵게 만든다.



## 4. 온라인 보안 (Online Security)

2015년 한 해 동안 5억 건 이상의 디지털 개인 자료가 분실됐거나 도난당했으며 4억 2천 9백만 건의 신원이 유출됐다.

온라인 사용자의 증가, 다른 서비스들이 서로 연결되는 방식, 데이터를 수집하고 인터넷에 연결할 수 있는 많은 종류의 상품 출시 등으로 인해 개인정보 유출 가능성이 높아지고 있다. 개인정보 유출 시 소비자들은 어떻게 대처해야 하는지 모르는 경우가 많고, 개인정보 보호를 위해 무엇을 해야 하는지 잘 알지 못한다.





# 소비자가 신뢰할 수 있는 디지털세상을 만들자

## G20 국가들에게 소비자운동이 제안하는 건의문(개요)

2017년 3월 15일 세계소비자권리의 날의 주제인 '소비자가 신뢰할 수 있는 디지털세상을 만들자'와 관련하여 국제소비자 기구는 G20 국가들에게 제안하는 건의문을 작성하였으며, 세계소비자권리의 날에 2017년 G20정상회의 의장국인 독일정부에 제출한다. 이번 건의문은 G20 국가의 소비자단체들로부터 조언을 받아 개발한 것으로 소비자시민모임도 2016년 기획단계부터 참여하여 건의문개발에 함께 해왔다.

G20 건의문에는 정부, 기업, 시민사회가 디지털세상에서 소비자를 보호하고 소비자에게 정당한 권리를 부여하는 것을 지원하기 위한 조치를 취할 수 있도록 하기 위한 다음과 같은 10개 영역을 설정하고 있다.

### 1. 디지털소비자보호와 역량강화를 위한 규제체계의 확립

디지털소비자보호와 소비자역량강화를 위해서는 디지털제품과 서비스의 특성, 종류, 다양성에 대한 규제와 소비자의 권리와 책임이 적절하게 균형을 이루어야 한다. 이를 위한 소비자보호체계는 오프라인의 소비자보호와 동일한 수준이어야 할 뿐 아니라 디지털의 특성에서 야기되는 새로운 소비자이슈에 따른 보호체계가 수립되어야 한다. 국가는 강력하고 효과적이며 균형있는 감시체계를 구축하여 온라인상의 사기와 불공정한 대우로부터 소비자를 보호하고 권한남용, 기술적 결함, 하자나 오류 등에 제재를 가할 수 있어야 한다.

### 2. 책임감 있는 기업활동과 각국정부의 감독기구설치

소비자를 공정하게 대우하는 것은 모든 디지털사업자의 목적이나 기업활동, 기업문화의 핵심사항이 되어야 한다. 사업자 등은 '소비자보호를 위한 UN가이드라인'의 모범실천지침에 부합하는 디지털소비자보호를 유지할 책임이 있으며 취약한 소비자의 요구에 주목하여 손해의 위험이 증가되지 않도록 한다. 국가는 디지털소비자보호의 모든 측면에 대한 책임을 지는 지휘권과 독립성을 가진 감독기구를 설치하여야 하고 특히 소비자의 데이터를 보호하는 권한을 가진 독립적인 기구는 반드시 설치하여야 한다.

### 3. 취약계층을 포함한 인터넷접근성보장

인터넷상에서 소비자는 적정가격의 지속적이고 좋은 품질의 서비스를 보장받아야 하며, 인터넷접근서비스는 항상 네트워크 중립성의 원칙이 존중되어야 한다. 소수 또는 취약계층의 소비자들의 인터넷접근에 특히 주의를 기울이고 국가는 적정 인터넷 연결가격유지를 위해 불공정한 데이터용량을 적용하거나 고가의 기기가격 등으로 인해 인터넷가격이 인위적으로 높아지지 않도록 통제하여야 한다.

### 4. 소비자정보공개와 투명성보장

디지털상품, 사업자, 절차, 소비자의 권리 등에 대한 명확한 정보를 소비자가 실용적으로 이용할 수 있어야 하며 그 접근이 용이해야 한다. 정보는 소비자가 쉽고 빠르게 이해할 수 있도록 설계되어야 하며 구매에 앞서 제공되고 온라인 정보의 정확성과 신뢰성에 대한 입증책임은 사업자가 부담하여야 하며 국제적 기준을 충족하여야 한다.

### 5. 디지털제품과 서비스에 대한 공정한 사용권과 정당한 소유권보장

디지털관련 소프트웨어가 일반 소비자제품과 결합한 상품구매시 소비자는 사용권만 가지게 되고 사업자가 그 제품의 기능에 대한 통제권을 가지게 되는 경우가 점차 증가한다. 이 경우 소비자는 정확한 정보를 전달받고 선택할 수 있어야 하며, 구매시 공정한 사용에 대한 권리를 보장받아야 한다. 사업자의 소프트웨어에 대한 통제는 합법적이어야 하고 공정하고 적절해야 한다.

### 6. 소비자의 디지털교육지원 및 인식제고

디지털소비자의 교육과 인식제고는 소비자보호법제의 대체가 아니라 보완적인 수단으로 활용되어야 한다. 특정 소비자의 요구에 부응하는 수준의 노력이 필요하며 취약집단 및 소외집단의 요구가 보장되어야 한다. 이를 통해 소비자들이 기술과 자신감을 갖고 위험과 기회를 관리할 수 있으며, 정보를 알고 선택하며 도움과 조언을 요청할 수 있도록 하여야 한다. 기업은 온라인상의 제품과 서비스에 관한 위험과 기회를 쉽게 파악할 수 있도록 시스템을 개발하여야 한다.

### 7. 안전하고 보안이 유지되는 디지털환경 구축

안전하고 보안이 유지되는 디지털환경은 온라인소비자들의 신뢰를 받을 수 있는 필수요건이다. 소비자의 지불명세, 금융자산, 개인신원정보를 사기나 오용으로부터 보호하고 소비자의 안전을 보호하기 위해 반드시 필요하다. 제품구매 이후 합리적인 기간동안 당해제품에 대한 필수적인 보안업데이트를 기업이 제공하도록 하는 국제표준이 개발되어야 한다. 소비자의 안전과 보안문제로 인한 피해가 발생한 경우에 대한 명백한 책임규정이 마련되고 소비자가 그 피해에 대한 완전한 보상을 받을 수 있어야 한다.

## 8. 온라인 데이터 및 개인정보보호

기업과 규제기관은 개인 데이터수집의 범위와 제공되는 서비스를 고려하여 정기적으로 적정성을 체크하고 재평가하여야 하며 제품의 디자인단계에서부터 개인정보보호가 고려되어야 한다. 기업은 소비자가 제품과 서비스를 이용하는 동안 어떠한 데이터가 수집되고 어떤 목적으로 사용될 것인지를 소비자에게 알려야 한다. 규제기관은 알고리즘의 사용이 합법적이고 인증, 성, 종교 등 민감한 정보에 근거한 유해한 판단에 근거한 차별이 자행되지 않도록 보장하여야 한다. 국가차원의 정보보호정책이 수립되고 소비자피해가 발생할 것이 확인되는 경우에는 이를 더욱 강화하여야 한다. 국경을 넘나드는 데이터에 대하여는 관련된 국가들이 자국의 실체법과 절차법을 포함한 모든 국내법에서 높은 수준의 보호가 이루어 질 수 있도록 국제적인 정책이 상호조정 되어야 한다.

## 9. 온라인거래에 적합한 불만처리 및 피해구제제도 확립

온라인상의 피해구제는 다른 상거래와 동일하게 보장되어야 한다. 온라인상거래사업자는 강력한 내부 분쟁해결제도를 갖추어야 하며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 법적으로 호소할 수 있는 독립적인 기구도 마련되어야 한다. 뿐만 아니라 디지털거래상 야기되는 새로운 이슈들을 취급할 수 있어야 한다. 복수의 사업자나 여러 국가들이 연관된 불만이나 피해의 경우에는 소비자가 어디에 도움을 요청해야 하는지가 분명해야하고 국경을 초월한 분쟁해결을 위해서 상대적인 관할권이 작동하도록 입법이 행해져야 한다. 불만처리와 피해구제제도는 적정가격에 쉽게 접근가능하고 독립적이고 공정하며 신뢰할 수 있고 효율적이어야 하며 관련된 불만처리 및 피해구제결과에 대한 정보가 모두 공개되어야 한다. 또한 다수의 소비자피해가 관련된 경우를 위한 집단적인 해결이 가능한 적절한 피해구제제도가 마련되어야 한다.

## 10. 소비자의 선택권보장과 시장의 경쟁성 유지

디지털소비자보호를 위해 국내뿐 아니라 국제적으로도 경쟁적인 시장이 유지되도록 장려하여야 하고, 대안적 사업자들의 시장진입을 보장하는 사전적 조치가 행해져야 한다. 또한 국가는 디지털시대의 경쟁의 특성과 잠재적 위험성을 고려하여야 한다. 소비자가 사업제공자를 쉽게 비교하고 교체할 수 있도록 하기 위해서 호환적이고 공동사용가능한 기기 및 소프트웨어의 표준화와 해당 서비스들에 접근하고 정보를 교환할 수 있는 소비자의 권리가 우선되어야 한다. 앞으로 이 분야에 대한 우수사례들이 확립될 수 있도록 지원하는 국제적인 조사가 필요하다.

국제소비자기구는 건의문에서 위의 10개 영역을 설정하면서 디지털경제의 혜택을 실현함에 있어 소비자신뢰구축과 상당한 소비자권리보호가 매우 중요하다는 점을 강조하고있다. 또한 2017년 G20 정상회의가 OECD로 하여금 국제소비자기구와 함께 10개 영역에서 디지털소비를 지원하기 위한 정책, 실행계획, 평가기준등을 포함한 도구일체(toolbox)를 개발할 임무를 부과하고, 2018년에 G20 정상회의에 이를 보고할 수 있도록 할 것을 촉구하였다.



**[발제1]**

# **초연결사회에서 개인정보보호법제 정비방안에 관한 연구**

**김일환 교수(성균관대학교 법학전문대학원)**



“마지막 나무를 베었던 사람은 무슨 생각을 했을까? 한 사회가 붕괴하는 까닭 ... 어떻게 한 사회가 전적으로 의지하고 있던 나무들을 모조리 베어내는 재앙과 같은 결정을 내릴 수 있는가 하는 점이었다.”<sup>1)</sup>

“문제는 이 시스템을 우리 이익에 맞게 설계할 기회가 단 한 번 밖에 없을지도 모른다는 사실이다. 다시 해볼 기회는 없을 가능성이 크다. 결국에는 허용되는 것과 허용되지 않는 것, 따라야 할 규칙을 결정하는 주체가 인공지능이 될지도 모른다. ... 이 새로운 전성기가 막 태동하는 시기인 지금 우리는 선택의 문제에 직면해 있다. 기본적인 조건은 우리가 정할 수 있다. 하지만 그 이후로는 인간이 통제할 수 있는 부분이 거의 없거나 아예 사라질 것이며, 결정에 따른 결과대로 살아갈 수 밖에 없다. 시스템들이 점점 자율화하고 인간이 관리할 필요성은 갈수록 줄어드는데, 일부 시스템들은 자기가 정한 목적을 위해서(혹은 뚜렷한 목적 없이) 자신의 후대를 계획할지 모른다.”<sup>2)</sup>

“모든 것이 연결되면서 모든 것이 위험해졌다. 그렇다고 완전히 끝난 것은 아니다. 아직 우리가 할 수 있는 일이 남아 있다.”<sup>3)</sup>

## 1. 문제제기

사물인터넷이란 사람은 물론 사물·공간데이터 등 우리 주변의 모든 사물이 인터넷으로 서로 연결되어 해당 정보가 생성·수집·저장·공유·활용 등을 할 수 있는 것이라고 한다. 사물인터넷은 세상에 존재하는 모든 물건에다 유무선 인터넷 통신기능(센서)을 접목해 외부에 데이터를 보낸 뒤, 서로간의 커뮤니케이션에 의해 자동인식, 자동제어, 원격측정 등을 행하는 과정 전체를 의미한다. 사물인터넷의 동전의 양면과도 같은 빅데이터는 기존의 방식으로의 관리와 분석이 매우 어려운 데이터집합, 그리고 이를 관리·분석하기 위해 필요한 인력과 조직 및 관련 기술까지 포괄하는 것이다. 사물 인터넷이 발달하면 사물에 장착된 수많은 센서들에서 다양한 종류의 데이터가 발생하고 이러한 데이터는 유무선 기반 네트워크를 통해 끊임없이 전송되며 기기 상호간에 상시적으로 데이터 통신이 이루어지고 이러한 데이터들이 분석되어 새로운 데이터가 생성되기도 하는 등 데이터의 생산, 이동, 처리 등이 폭증하게 된다. 그야말로 ‘빅데이터’가 획기적으로 증가하게 되는 것이다. 요컨대 사물 인터넷의 발달은 사물에서 발생

1) 재레드 다이아몬드 지음 / 강주현 옮김, 문명의 붕괴, 김영사, 2013, 572면 이하.

2) 제리 카플란 지음 / 신동숙 옮김, 인간은 필요없다, 한스미디어, 2016년, 273면 이하.

3) 마크 굿맨 지음 / 박세연 옮김, 누가 우리의 미래를 훔치는가, 북라이프, 2016, 606면.

하는 수많은 데이터와 그러한 데이터의 실시간 대량 이동과 통신으로 인하여 빅데이터 환경을 고도화하고 더욱 확대한다고 할 수 있다. 사물인터넷과 빅데이터의 발전으로 인하여 우리 사회는 쇼핑, 의료, 교육, 선거, 법의 집행, 범죄와 테러리즘 예방, 사이버 보안, 기업 운영과 정책 결정 등 거의 전 분야에 근원적이고 혁신적인 영향을 받고 있다. 하지만 사물인터넷의 이용을 위해서는 관련 기술의 발전은 물론 기업 문화는 물론이고 법적 제도의 변화도 요구한다.

결국 4차 산업, 빅데이터, 사물인터넷, 인공지능, 로봇, 자율주행차 등의 발전에 따른 지능정보사회의 핵심은 정보의 공개와 공유가 핵심인 바, 이러한 공유와 공개의 대상에 개인정보가 포함되어야만 하는지, 얼마만큼 포함되어야 하는지를 검토해야 한다. 최근 우리나라에서 개인정보보호법제의 과도한 규제에 인하여 신산업육성 등이 어렵다는 주장이 강하게 제기되고 있다. 과연 정말로 그러한지에 대한 실증적 연구가 구체적으로 제시되고 있는지도 의문이지만, 이러한 주장에는 여러 가지 문제점들이 있다. 예를 들어 우리나라 못지 않은 개인정보보호법제를 갖춘 독일의 경우 우리의 “창조경제”에 해당하는 “인더스트리 4.0”을 추진하여 많은 성과를 보이고 있으나, 과도한 개인정보보호법제의 규율로 인하여 관련 산업의 발전이나 기업경영에 어려움을 겪고 있다는 문제제기를 보기 어렵다.

따라서 이제 지능정보사회의 도래에 따른 진지한 분석이 필요하다.<sup>4)</sup> 이를 위하여 먼저 지능정보사회가 과거의 정보화나 정보사회, 지식정보사회의 고도화인지, 아니면 다른 새로운 정보사회인지에 대한 검토가 필요하다. 이러한 검토에는 지능정보사회라는 보편적 특징과 대한민국이라는 한정된 영역에서 나타날 수 있는 특수성이 담겨있어야 한다.<sup>5)</sup> 다음으로 지능정보사회의 기술적 발전에 대한 규범적 평가와 통제에 대한 고민이 필요하다. 인간이 만든 로봇에 의하여 인간이라는 종 자체가 사라질 가능성이 있는 지능정보사회에서 개발가능한 모든 기술적 발전이 규범적으로 허용되어야만 하는지라는 고민은 인간에 의한 자연파괴, 인간에 의한 인간살육 등에 대한 고민과 차원이 다른 문제이다. 후자의 고민이 규범적으로 가볍다는 뜻이 아니라, 전자의 고민은 한 번의 잘못된 결정으로 인하여 인류 전체에 돌이킬 수 없는 결과를 낳을 수 있다는 점에서 인류 전체가 같이 결정해야 할 지구공동체에 속하는 우리의 문제인 것이다.

이러한 규범적 판단의 중요한 요인 중 하나가 인간존엄 및 개인정보자기결정권이다. 사물인터넷, AI 비서, 자율주행차 등의 발전에 따른 개인맞춤형 서비스 사회가 지능

4) 정부는 지능정보기술을 인공지능 기술과 데이터 활용기술(ICBM)을 융합하여 기계에 인간의 고차원적 정보처리 능력(인지, 학습, 추론)을 구현하는 기술이라고 개념정의하면서, 이러한 지능정보기술의 특징으로 ◇ (무인 의사결정) 인간의 고차원적 판단기능을 수행함으로써 기계가 독립된 주체로 활동하여 자동화 및 무인화가 확산, ◇ (실시간 반응) 정보수집, 데이터 분석, 판단 추론 등 일련의 과정들이, ICT 기술(IoT, Cloud, Big Data, Mobile)을 통해 즉각 처리되어 실시간 응답 반응, ◇ (자율 진화) 딥러닝 등 기계 학습을 통해 스스로 진화하여 기계의 성능이 기하급수적으로 향상, ◇ (만물의 데이터화) 과거에는 보관 활용이 곤란했던 데이터(생체 행태정보, 비정형 정보 등)도 기계 학습 과정을 거쳐 의미 추출 가능을 들고 있다.(관계부처 합동, 『제4차 산업혁명에 대응한 지능정보사회 중장기 종합대책』, 2016. 12. 27. 3면)

5) 이제 두 가지 측면에서 우리가 어떠한 “정보질서”속에 살아야만 하는지를 생각해 보아야만 한다. 곧 일반적으로 어떤 국가나 사회가 “정보사회”인가라는 토론과 더불어 구체적으로 정보사회에 속하는 “특정” 국가와 사회는 어떠한 문제점과 특징을 갖고 있는 지라는 논의를 동시에 진행해야만 한다.



정보사회의 장밋빛 청사진이라면, 그 이면에는 인간에 의하여 만들어졌으나, 스스로 생각하고, 판단하고, 결정하여 행동하는 기계들에 의하여 인간의 개입이 더 이상 필요 없고, 궁극적으로는 인간 자체가 굳이 필요 없는 사회가 도래할 것이라는 우울한 전망 또한 도사리고 있다. 지능정보사회에서 과연 인간이 존엄하고 가치 있게 살아남을 수 있는지에 대한 규범적 고민을 이제 함께 해야 한다.

이러한 관점에서 본다면 현행 개인정보보호법제에 대한 검토는 현재를 관통하여 미래를 향하고 있다. 현재 우리나라의 상황을 들여다보면 개인정보보호 관련 법률들이 많아서 정보주체의 개인정보자기결정권이 충실히 보호되고 있다고 과연 자신 있게 말할 수 있을지에 대하여 매우 회의적이다. 개인정보처리자는 규범의 홍수와 지나친 강력함을 주장하면서 개인정보의 폭넓은 이용을 주장하는 반면, 정보주체는 개인정보보호가 현실적으로 충실히 이행되고 있는지에 대하여 정당한 비판을 지속적으로 제기하고 있다. 또한 개인정보처리자에는 민간은 물론 국가도 포함되어 있는데, 지금 개인정보의 폭넓은 이용과 제공을 주장하는 이들은 민간영역에서 개인정보의 이용과 국가에 의한 개인정보의 이용간 구별을 충분히 인식하지 못하고 있는 것으로 보인다. 전자에서 발생할 수 있다는 문제점으로 인하여 현행 개인정보보호법제 자체가 태생적 한계를 갖고 있다는 확대해석은 잘못되었다고 생각한다. 현재 개인정보의 보호와 이용에 대한 논의에서 필요한 것은 정확한 문제제기에 따른 구체적인 해결방안의 제시이다. 그리고 이제 우리는 그와 동시에 어떠한 지능정보사회에서 살아야 하는지에 대한 진지한 고민이 필요하다.

## 2. 헌법상 개인정보자기결정권의 의의와 법적 성격

### 1) 헌법상 자기결정권의 의의

개인주의에 근거한 이성적이고 합리적인 개인의 자율적인 의사와 이익보호를 전제한 현행 헌법질서 하에서 헌법이 예정하고 있는 인간상은 자기결정권을 지닌 창의적이고 성숙한 개인이다. 이에 따라서 이러한 개인은 자신이 스스로 선택한 인생관·사회관을 바탕으로 사회공동체 안에서 각자의 생활을 자신의 책임 하에 스스로 결정하고 형성하는 민주시민인 것이다.<sup>6)</sup> 이는 헌법상 기본권주체인 개인이 사회와 고립된 주관적 개인이나 공동체의 단순한 구성분자가 아니라, 공동체에 관련되고 공동체에 구속되어 있기는 하지만 그로 인하여 자신의 고유가치를 훼손당하지 아니하고 개인과 공동체의 상호연관 속에서 균형을 잡고 있는 인격체<sup>7)</sup>임을 말한다.

이를 바탕으로 헌법재판소는 “인간은 누구나 자기 운명을 스스로 결정할 수 있는 자기결정권<sup>8)</sup>을 가진다고 결정한 다음에, “헌법 제10조가 정하고 있는 행복추구권에서 파생되는 자기결정권 내지 일반적 행동자유권은 이성적이고 책임감 있는 사람의 자기

6) 헌재 1998. 5. 28. 96헌가5

7) 헌재 2003. 10. 30. 2002헌마518

8) 헌재 1990. 9. 10. 89헌마82

운명에 대한 결정·선택을 존중하되 그에 대한 책임은 스스로 부담함을 전제로 한다”<sup>9)</sup>고 설명하였다.<sup>10)</sup> 이러한 입장에 근거하여 헌법재판소는 자기결정권의 내용으로 사적 자치와 계약자유, 혼인의 자유, 소비자의 자기결정권, 임신과 출산에 관한 자기결정권, 연명치료 중단에 관한 자기결정권, 배아생성자의 배아에 대한 결정권, 학부모의 자기결정권, 신체배출물에 관한 자기결정권, 청소년의 자기결정권, 성적 자기결정권 등을 인정하고 있다.

## 2) 개인정보자기결정권의 헌법상 의의와 내용

“개인정보자기결정권은 자신에 관한 정보가 언제 누구에게 어느 범위까지 알려지고 또 이용되도록 할 것인지를 그 정보주체가 스스로 결정할 수 있는 권리이다. 즉 정보주체가 개인정보의 공개와 이용에 관하여 스스로 결정할 권리”<sup>11)</sup>이므로 개인정보자기결정권은 개인정보의 사용과 공개에 대하여 원칙적으로 개인 스스로 결정할 권리이다. 그래서 누가, 무엇을, 언제 그리고 어떠한 경우에 자기에 관하여 아는지를 시민들이 더 이상 알 수 없는 사회질서 및 이를 가능하게 하는 법질서는 개인정보자기결정권과 조화되지 못한다.<sup>12)</sup>

## 3. 개인정보보호법의 입법목적

### 1) 개인정보보호법의 첫 번째 입법목적 : 개인정보자기결정권의 보호를 통한 정보주체의 인간존엄과 권리보장

개인정보자기결정권의 의미는 정보기술이 갖고 있는 인간에 대한 위험을 배경으로 해서만 이해할 수 있다. 컴퓨터의 등장이후 국가가 모든 개인정보에 관하여 알 수 있다는 두려움이 증가하게 된 것이다. 정보사회에서 컴퓨터를 통한 무제한적 처리능력과 저장능력이 순식간에 엄청난 정보를 파악할 수 있는 가능성과 결합함으로써 관련자가 자기에 관한 정보의 처리와 결합이 정당한지를 충분히 통제할 수 없는 상황이 발생할 수 있게 되며 이를 통하여 지금까지는 인식되지 못하였던 새로운 통제수단이 등장한 것이다. 이렇게 개인정보를 다루는 국가의 투명성을 확보함으로써 인하여 국민

9) 헌재 2013. 5. 30. 2011헌바360, 2012헌바56(병합) : “자기책임의 원리는 이와 같이 자기결정권의 한계논리로서 책임부담의 근거로 기능하는 동시에 자기가 결정하지 않은 것이나 결정할 수 없는 것에 대하여는 책임을 지지 않고 책임부담의 범위도 스스로 결정한 결과 내지 그와 상관관계가 있는 부분에 국한됨을 의미하는 책임의 한정원리로 기능한다.”

10) 헌재 2004. 6. 24. 2002헌가27. 또한 헌법재판소는 이 결정에서 계속해서 이러한 자기책임의 원리를 인간의 자유와 유책성, 그리고 인간의 존엄성을 진지하게 반영한 원리로서 그것이 비단 민사법이나 형사법에 국한된 원리라기보다는 근대법의 기본이념으로서 법치주의에 당연히 내재하는 원리로 보고 있다.

11) 헌재 2005.05.26. 2004헌마190

12) “이러한 개인정보를 대상으로 한 조사·수집·보관·처리·이용 등의 행위는 모두 원칙적으로 개인정보자기결정권에 대한 제한에 해당한다.”(헌재 2005.05.26. 2004헌마190)

의 기본권들이 보호되고 이를 통하여 국민의 의사소통능력과 민주사회의 기능이 촉진된다. 따라서 누가, 무엇을, 언제 그리고 어떠한 경우에 자기에 관하여 아는지를 국민들이 더 이상 알 수 없는 사회질서 및 이를 가능하게 하는 법질서는 개인정보자기결정권과 조화되지 못한다.

2) 개인정보보호법의 두 번째 입법목적 : 개인정보의 보호를 통한 합법적인 개인정보 이용 추구

개인정보를 보호하기 위하여 분명히 인식해야만 하는 전제조건은 개인정보보호법이 개인정보관련정보의 남용으로부터만 개인을 보호하는 것이 아니라 그 남용여부와는 상관없이 개인정보관련정보의 수집으로부터 저장·사용·전달로부터 보호해야만 한다는 것이다. 따라서 이는 개인정보보호법이 개인정보처리의 남용으로부터 개인을 보호하는 것에만 제한되지 않음을 명백히 하면서 그 보호목적을 확대해야만 한다는 것을 뜻한다. 따라서 개인정보보호법의 입법목적은 악의적인 잘못된 행위의 억제만이 아니라 이를 넘어서서 개인정보의 합법적 처리를 지향한다. 곧 개인정보처리시 오·남용 등을 억제하는 것이 아니라 개인정보의 보호를 통한 공공부문과 민간부문에서 개인정보의 적법한 이용을 추구하는 것이다.

#### 4. 현행 개인정보보호법제의 쟁점검토

1) 정보사회에서 보호되어야할 개인정보의 의미 : 현행법상 개인정보의 범위가 너무 넓은가?

##### (1) 판례의 입장

헌법재판소와 대법원 모두 헌법상 보장되는 개인정보자기결정권의 보호대상을 “개인의 동일성을 식별할 수 있게 하는 일체의 정보”로 넓게 인정한 다음에, 민감한 개인정보는 더 엄격하게 보호받아야 한다고 결정하였음을 알 수 있다.<sup>13)</sup>

---

13) 대법원은 2014년 7월 24일 선고한 2012다49933 판결에서 먼저 “개인정보자기결정권의 보호대상이 되는 개인정보는 개인의 신체, 신념, 사회적 지위, 신분 등과 같이 개인의 인격주체성을 특징짓는 사항으로서 그 개인의 동일성을 식별할 수 있게 하는 일체의 정보라고 할 수 있고, 반드시 개인의 내밀한 영역에 속하는 정보에 국한되지 않고 공적 생활에서 형성되었거나 이미 공개된 개인정보까지 포함한다.”고 하여 보호대상이 되는 개인정보의 범위를 넓게 인정하였다. 주민등록법 제17조의8 등 위헌 확인 사건에서 헌법재판소는 “개인정보자기결정권의 보호대상이 되는 개인정보는 개인의 신체, 신념, 사회적 지위, 신분 등과 같이 개인의 인격주체성을 특징짓는 사항으로서 그 개인의 동일성을 식별할 수 있게 하는 일체의 정보라고 할 수 있고, 반드시 개인의 내밀한 영역이나 사사(사사)의 영역에 속하는 정보에 국한되지 않고 공적 생활에서 형성되었거나 이미 공개된 개인정보까지 포함한다. 또한 그러한 개인정보를 대상으로 한 조사·수집·보관·처리·이용 등의 행위는 모두 원칙적으로 개인정보자기결정권에 대한 제한에 해당한다.”(헌재 2005. 5. 26. 99헌마513, 2004헌마190(병합)고 결정하였다.

## (2) 법상 보호되는 개인정보의 의미

### a) 개인정보의 범위와 기준

현행 개인정보보호법은 모든 개인정보를 보호한 다음에, 민감한 개인정보를 위한 별도의 보호장치를 두고 있다. 먼저 이 법에 따라 보호되는 개인정보는 살아 있는 개인에 ‘관한’ 정보이어야 한다.<sup>14)</sup> 따라서 특정 개인을 알아볼 수 없도록 가공되었거나 통계적으로 변환된 경우에는 특정 개인과의 관련성이 없고 식별이 어려우므로 개인정보에 해당하지 않는다. 법 제2조제1호는 개인정보를 ‘성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보’라고만 규정하고 있을 뿐 정보의 종류, 형태, 성격, 형식 등에 대해서는 특별한 제한을 두고 있지 않다. 따라서 개인을 알아볼 수 있는 정보에 해당하는 한, 모든 종류 및 모든 형태의 정보가 개인정보가 될 수 있다.<sup>15)</sup> 다음으로 이 법에 따른 개인정보는 개인을 ‘알아볼 수 있는’ 정보이어야 한다. 특정한 개인을 ‘식별할 수 있는’ 정보가 개인정보에 해당한다. 여기에서 ‘식별’이란 특정 개인을 다른 사람과 구분하거나 구별할 수 있다는 의미이다.

여기서 몇 가지 사항을 정리해 보자면, 먼저 이 법은 1) 업무목적으로 2) 개인정보를 담고 있는 3) 개인정보파일을 운용하는 4) 개인정보처리자에게 적용된다. 따라서 개인정보를 처리하지 않는 자들에게는 이 법이 적용되지 않으므로 개인정보에 해당여부가 이 법적용의 출발점에 해당한다.

### b) 비판적 검토

결국 법 제2조 제1호에서 말하는 개인정보가 되기 위한 기준은 “식별가능성”과 “결합용이성”이다. 그런데 최근 사물인터넷의 발전, 빅데이터 사회로 진입에 따른 개인정보의 이(활)용을 요구하면서, 법 제2조 제1호의 개인정보의 범위가 너무 넓다는 비판이 제기되고 있다.

먼저 개인정보 해당여부에 관한 논의를 하는 과정에서, “알 수 없는 개인정보”, “비식별화된 개인정보”는 개인정보에 해당하지만, 이 법의 적용을 받지 않도록 하고자 하는 일부 논의는 처음부터 잘못되었다. 다시 한 번 더 반복하자면 개인정보에 해당하면 이 법의 적용을 받고, 개인정보가 아니면 이 법의 적용을 받지 않음이 법체계상 명확하다. 따라서 “알 수 없다”면 더 이상 개인에 관한 정보가 아니며, “익명화”되어 개인을 식별할 수 없다면 개인정보가 아니므로 더 이상 그 정보에는 이 법을 적용할

14) 헌법상 死者의 기본권주체성여부가 다툼의 대상이다. 곧 죽은 사람 자신의 기본권주체 인정여부는 예를 죽은 사람의 명예훼손은 해당 사람의 명예훼손인가, 또는 가(유)족의 명예훼손에 해당하는가가 논란이 되며, 이는 다시 누가 소송을 제기하는가의 문제, 死者의 이름으로 死者의 기본권침해를 이유로 가족 등이 대신 소송을 제기하는가, 아니면 가족 자신의 명예가 훼손되었음을 이유로 가족이 소송을 제기하는가 등의 문제로 연결된다. 태어나 死者는 기본권주체로 인정하여 보호할 수도 있고(거나), 이를 보호할 국가의 의무를 인정하여 보호할 수도 있다.

15) 행정안전부, 개인정보 보호법령 및 지침·고시 해설, 2011. 12. 14면.

수 없다.

다음으로 개인정보보호법상 개인정보의 범위를 규범적으로 좁히려는 주장은 비교법적 검토를 통해서 볼 때 우리나라 법상 개인정보의 개념정의가 다른 나라의 법상 그것과 크게 다르지 않다는 점에서 문제가 있다.

마지막으로 이러한 주장은 초연결사회에서 빅데이터, 사물인터넷 등의 발전으로 인하여 개인식별가능성이 우리가 상상할 수 없을 정도로 넓어졌다는 점에서 문제가 있다. 기술적으로 개인식별의 범위와 가능성이 무한정 넓어지고 있어서 개인정보자기결정권의 침해위험성은 증대되고 있는데, 법상 개인정보의 범위를 제한하자는 주장은 규범적으로 보호되는 대상과 내용을 오히려 좁혀야 한다는 것이어서 받아들이기 어렵다.

## 2) 개인정보보호법상 동의는 필요없거나 무의미한 제도인가?

### (1) 동의의 의의와 기능

개인정보보호 관련법제도에서 동의는 정보사회의 가장 중요한 핵심중 하나이다. 곧 동의와 법률상 수권근거는 공적 영역은 물론 사적 영역에서도 개인관련정보의 법적으로 허용되는 처리의 동등한 가치를 갖는 정당성근거로 파악할 수 있다. 하지만 여기서 최소한 공적 영역과 사적 영역간 분리고찰이 필요한 것처럼 보인다. 곧 개인관련정보를 처리할 수 있는 그 근거로 민간영역에서는 원칙적으로 관계 당사자의 자발적인 의사, 그것 하나로도 가능하고 충분할 수 있다. 따라서 민간영역에서는 동의가 정보처리에 관한 가장 주요한 정당화 근거인 것이다.<sup>16)</sup> 그러나 공적 영역에서도 이를 인정할 수는 없다. 이 영역에서는 정보처리에 관하여 법률에 규정된 행정의 권한을 기준으로 평가해야 할 것이다. 이 영역에서 법률은 개인의 자유를 보호하는 그러한 한계선의 기능을 맡아서, 행정에 대하여 입법자가 이 한계선을 설정하고 있으므로, 개인이 동의를 통하여 이러한 한계선을 넘나드는 것을 행정에 대하여 허용할 수 없다.<sup>17)</sup> 다만 예외적으로 공공부문에서 예외적으로 동의에 근거한 정보처리의 필요성을 인정한다 할지라도 동의라는 수단을 통하여 공공기관이 자신의 처리권한을 자신이 원하는 대로 확장하는 것을 저지하기 위해서는 동의에 근거한 정보처리에 대해서도 어떤 한계선을 설정하지 않을 수 없다. 이는 행정의 법률합치성이라는 원칙에서 도출되는 결론이다. 그에 따르면 동의이라는 근거가 확보되었다고 할지라도 처리할 수 있는 정보는, 공적인 담당자의 업무이행에 적합하고 특정되어 있는 그러한 것에 한정되어야 한다. 법률에 따른 업무이행에 전혀 관련없는 정보라면, 이는 비록 동의이라는 근거가 확보되었다고 할지라도 처리해서는 아니 된다.

16) 이에 관하여는 Holznapel/Sonntag, Einwilligung des Betroffenen, Roßnagel(Hrsg), Handbuch Datenschutzrecht, Verlag C. H. Beck, 2003, 680면 이하.

17) 다만 공적인 영역에서 시민이 신청하여 또는 그 밖의 다른 계기를 활용하여 자발적으로 공공행정에 접근하는 경우 관련되는 시민의 자발성을 기반으로 정보처리에 관한 동의를 구하는 것은, 그것 자체로 허용되는 적법한 것일 수도 있다.

특히 민간영역에서 정보처리 허용 여부의 기준을 원칙적으로 당사자의 동의에 의존하게 함으로써, 정보보호법의 경우, 규범의 홍수나 과도한 차별 따위에 제한을 가할 수 있게 되었고, 그 결과 개인정보보호법의 규율부담도 줄어들 수 있다. 입법자도 당사자의 갈등을 해결하기 위하여 모든 경우에 반드시 일일이 나서서 확정해야 하는 것도 아니었고, 잡다한 유형의 사건의 경우 차라리 당사자 스스로 갈등을 해결하도록 유도하고 있다.<sup>18)</sup>

## (2) 이 법에 따른 동의성립의 조건

그럼에도 불구하고 이러한 동의가 형식적으로 행해지는 경우에 오히려 개인정보의 무제한적 이용이나 전달가능성은 더욱 더 커지는 반면에 그 표면적인 합법성은 갖추고 있는 것처럼 보이기에 관련개인의 동의문제는 세심하게 검토해야만 한다. 이에 따라서 정보처리에 관한 개인의 동의가 유효하게 성립하기 위해서는 우선 관련자 스스로가 자신이 행하는 동의의 본질, 의미, 범위에 관하여 인식하고 있어야만 한다. 이는 구체적으로 정보처리의 어떤 단계가 관련되고 어떤 종류의 정보가 어떤 목적으로 처리되고 이용되는지를 관련자가 인식해야만 한다는 것을 말한다.

따라서 민간 영역에서 정보주체의 권리보호를 위하여 동의가 유일무이한 장치는 아니나 가장 중요한 장치중 하나이다. 따라서 현재 행해지고 있는 동의방식 등의 문제로 인하여 동의제도 자체를 부인하기 보다는 동의를 통한 개인정보처리자의 투명성 확보, 정보주체의 권리보호 등이 될 수 있는 실효적 방식의 도입이 필요하다고 생각된다.

## (3) 관련 판례에 대한 비판적 검토 : 공개된 인물정보에 대한 정보주체의 동의 없는 영업적 활용

a) 대법원 2016. 8. 17. 선고 2014다235080 판결[부당이득금반환]〈공개된 개인정보를 수집하여 제3자에게 제공한 행위에 대하여 개인정보자기결정권의 침해를 이유로 위자료를 구하는 사건〉[공2016하.1319]

정보주체가 직접 또는 제3자를 통하여 이미 공개한 개인정보는 그 공개 당시 정보주체가 자신의 개인정보에 대한 수집이나 제3자 제공 등의 처리에 대하여 일정한 범위 내에서 동의를 하였다고 할 것이다. 이와 같이 공개된 개인정보를 객관적으로 보아 정보주체가 동의한 범위 내에서 처리하는 것으로 평가할 수 있는 경우에도 그 동의의 범위가 외부에 표시되지 아니하였다는 이유만으로 또다시 정보주체의 별도의 동의를 받을 것을 요구한다면 이는 정보주체의 공개의사에도 부합하지 아니하거니와 정보주체나 개인정보처리자에게 무의미한 동의절차를 밟기 위한 비용만을 부담시키는 결과

18) 정보처리 여부를 당사자 사이의 합의에 따르도록 함으로써 비로소 입법자는 법률상 수많은 허가 요건 자체를 아예 처음부터 배제할 수 있다.

가 된다. 다른 한편 개인정보 보호법 제20조는 공개된 개인정보 등을 수집·처리하는 때에는 정보주체의 요구가 있으면 즉시 개인정보의 수집 출처, 개인정보의 처리 목적, 제37조에 따른 개인정보 처리의 정지를 요구할 권리가 있다는 사실을 정보주체에게 알리도록 규정하고 있으므로, 공개된 개인정보에 대한 정보주체의 개인정보자기결정권은 이러한 사후통제에 의하여 보호받게 된다. 따라서 이미 공개된 개인정보를 정보주체의 동의가 있었다고 객관적으로 인정되는 범위 내에서 수집·이용·제공 등 처리를 할 때는 정보주체의 별도의 동의는 불필요하다고 보아야 할 것이고, 그러한 별도의 동의를 받지 아니하였다고 하여 개인정보 보호법 제15조나 제17조를 위반한 것으로 볼 수 없다. 그리고 정보주체의 동의가 있었다고 인정되는 범위 내인지는 공개된 개인정보의 성격, 공개의 형태와 대상 범위, 그로부터 추단되는 정보주체의 공개 의도 내지 목적뿐만 아니라, 정보처리자의 정보제공 등 처리의 형태와 그 정보제공으로 인하여 공개의 대상 범위가 원래의 것과 달라졌는지, 그 정보제공이 정보주체의 원래의 공개 목적과 상당한 관련성이 있는지 등을 검토하여 객관적으로 판단하여야 할 것이다. 원고가 ○○대학교 법과대학 법학과 홈페이지 등을 통하여 이미 공개한 개인정보의 성격, 그 공개의 형태와 대상 범위, 거기에서 추단되는 원고의 공개 의도 내지 목적과 아울러, 피고 로앤비가 이 사건 사이트를 통하여 제3자에게 제공한 이 사건 개인정보의 내용이 원고가 원래 공개한 내용과 다르지 아니한 점, 피고 로앤비의 정보제공 목적도 원고의 직업정보를 제공하는 것으로서 원고의 원래 공개 목적과 상당한 관련성이 있다고 할 것인 점, 피고 로앤비의 행위로 원고의 개인정보에 대한 인식 범위가 당초 원고에 의한 공개 당시와 달라졌다고 볼 수도 없는 점 등을 종합하면, 피고 로앤비가 이 사건 개인정보를 수집하여 이 사건 소장 부분을 송달받을 무렵까지 제3자에게 제공한 행위는 원고의 동의가 있었다고 객관적으로 인정되는 범위 내라고 봄이 타당하고, 피고 로앤비에게 영리 목적이 있었다고 하여 달리 볼 수 없다.

#### b) 비판적 검토

공개된 개인정보의 (상업적) 이용을 포함하여 개인정보의 다양한 활용을 지지하는 입장은 정보의 자유로운 유통 등의 관점에서 일정부분 이해할 수 있다. 그렇다고 하여 공개된 개인정보의 (상업적) 이용이 가능하다는 위와 같은 대법원 판례는 현행법의 해석상 받아들이기 어렵고, 정보주체의 개인정보자기결정권 보호라는 관점에서 보아도 문제가 있다. 현행 개인정보보호법 및 정보주체의 개인정보자기결정권 보호라는 관점에서 본다면 1) 동의를 받지 않고, 2) 현행 법규정상 이의 활용을 위한 또 다른 근거도 제시되지 않은 채, 3) 원래 공개된 목적범위를 벗어난 개인정보의 4) 상업적 이용을 5) 공인의 공개된 개인정보라는 이유만으로 허용되고 적법한 것으로 인정하는 대법원의 이러한 판례는 현행법의 해석, 구체화를 넘어선 것으로 입법자의 영역을 침범하여 권력분립원칙에 반한다고 생각한다.

### 3) 현행 개인정보보호법제의 정비와 적용에 대한 검토

#### (1) 개정내용

2014년 용역업체의 파견직원이 NH농협카드, KB국민카드, 롯데카드의 전산망에 접속하여 회원 이름, 휴대전화번호, 직장명, 주소 및 신용 정보 일부를 USB 저장 매체에 저장, 유출한 1억여건의 개인정보 중 상당수의 개인정보들이 대출모집인에게 팔려나간 것으로 드러났다. 이에 대하여 금융당국 등은 고객정보 유출사건은 기본적인 보안 절차만 준수하였더라도 충분히 막을 수 있었던 전형적인 인재(人災) 사건으로 파악하였으나 언론과 학계, 시민단체는 반복되는 개인정보의 유출문제는 담당자의 관리소홀 등과 더불어 현행 개인정보보호법제와 감독체계에 문제가 있음을 이유로 이에 대한 체계적인 정비가 필요함을 일관되게 요구하였다.

이에 따라서 금융지주회사법, 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 개인정보보호법 등이 개정되었다.

#### (2) 정비방향의 문제점

지금까지 개인정보보호 관련 법률들의 정비방향과 내용을 정리하면 개인정보보호위원회의 기능을 강화하고, 개인정보 유출에 따른 피해구제 등 정보주체의 권리보호를 위한 내용을 구체화하는 등 긍정적인 내용들도 있다.

##### a) 법체계성을 고려하지 않은 경쟁적 입법 및 유사내용의 중복

하지만 개인정보보호법체계상 많은 문제점들이 여전히 남아있다. 이를 간단히 정리하면 먼저 개정된 개인정보보호 일반법과 특별법들이 모두 과징금부과, 징벌적 성격의 배상, 법정 손해배상 등 거의 유사한 내용을 경쟁적으로 도입하고 있을 뿐만 아니라, 법 위반자에 대한 형량 및 제재수준을 형사벌 위주로 강화하고 있다.

하지만 일반법인 개인정보보호법과 거의 비슷한 법률들이 그대로 존재하여 동일하거나 유사한 사안에 대하여 적용되는 법률들에 대하여 혼란을 느끼던 개인정보처리자가 그동안 겪고 있던 문제점들은 전혀 개선되지 않았다. 다음으로 현재 개정된 법률들은 거의 대부분 민간에게(만) 적용되는 것이어서 공공부문에서 개인정보침해문제 또한 여전히 사각지대로 남아있다. 마지막으로 개인정보보호위원회의 감독기능을 강화하기는 하였으나 여전히 독립성과 충분한 권한행사라는 관점에서 보면 만족스럽지 않다.

##### b) 법률과 시행령 및 관련 정책의 불일치

또한 최근 한편에서는 개인정보보호를 강조하고, 다른 한편에서는 사물인터넷과 빅데



이터시대에서 개인정보의 활용을 주장하고 있다. 예를 들어 개정된 신용정보법은 신용정보 집중기관에 대한 공적 통제를 강화하도록 하였는데, 금융위원회는 위 법률의 시행령을 개정하여 기존 은행연합회, 생명·손해보험협회, 여신협회 등의 신용정보집중기관을 종합신용정보집중기관으로 통합하고, 금융권, 핀테크 기업 등의 빅데이터 업무 활용을 지원하는 역할을 맡기는 등 하나의 법률과 시행령 내에서도 개인정보의 보호와 이용이 충돌되는 법제도들이 양산될 가능성이 높아 보인다.

결국 위와 같은 내용을 보면 한국신용정보원이라는 기관으로 종합신용정보집중기관을 일원화한 설립목적이 단순히 개인신용정보의 보호에만 머물러 있지 않다는 것이 드러난다. 이는 한국신용정보원이 집중된 정보의 업권간 연계분석 및 외부기관 정보와의 결합·분석을 통해 통합적인 금융 빅데이터 분석 및 활성화를 담당하는 한편, 이러한 과정에서 발생할 수 있는 다양한 정보의 결합 등으로 인한 개인신용정보의 유출을 방지하기 위한 개인신용정보의 비식별조치를 지원하는데 업무역점을 두고 있다는 점에서도 나타나고 있다.

여기에는 두 가지 문제점이 있다. 먼저 헌법상 위임입법을 허용하는 헌법 제75조는 위임입법의 근거이면서, 동시에 이러한 위임이 반드시 구체적·개별적으로 행해지도록 명령하는 것이다. 그러므로 헌법 제75조의 ‘구체적으로 범위를 정하여’라 함은 법률에 대통령령 등 하위법규에 규정될 내용 및 범위의 기본사항이 가능한 한 구체적이고도 명확하게 규정되어 있어서 누구라도 당해 법률 그 자체로부터 대통령령 등에 규정될 내용을 대강을 예측할 수 있어야만 한다는 것을 뜻한다.<sup>19)</sup> 그렇다면 개정된 신용정보법 자체를 통하여 한국신용정보원이라는 종합신용정보집중기관의 역할과 권한에 대하여 예측하기 어렵다는 것을 알 수 있다. 다음으로 시행령의 내용을 보더라도 이러한 시행령의 내용이 근거 법률의 내용을 구체화하기 보다는 위임의 범위와 내용을 벗어나서 통합적인 금융 빅데이터 분석 및 활성화 등 새로운 업무의 근거가 된다는 점에서도 헌법상 문제가 된다.

### (3) 정보주체의 권리보호에 소극적인 법원판례의 경향

개인정보보호 관련 특별법과 일반법 모두 개인정보처리자의 의무강화, 징벌적 성격의 배상과 법정 손해배상 도입 등 사후적 제재 등을 강화하는 방향으로 개정되고 있는 반면, 개인정보유출 관련 소송들에서 법원은 지금까지는 개인정보처리자의 책임을 인정하기를 주저하고 있는 것처럼 보인다.

법률상 제재와 처벌수준은 지속적으로 강화되고 있는데 반하여, 법원이 개인정보처리자의 책임을 인정하지 않는 방향으로 가고 있다는 경향을 이처럼 앞으로도 계속 보인다면 정보주체의 개인정보자기결정권 보호는 물론 개인정보처리자의 법적 책임 또한 여전히 불확실할 가능성이 높다.

개인정보 유출로 인한 손해는 일반적으로 다른 계약행위나 불법행위와는 다른 손해의

19) 헌재 1996. 6. 26. 93 헌바 2

특성을 갖는다고 판단된다. 곧 개인정보가 유출되었다는 사실만으로는 개인이 어떠한 피해를 입었는지를 금전적으로 산정할 수 없고, 그로 인한 2차 피해의 발생 역시 또 다른 제3자의 개인정보 사용 여부에 의하여 좌우될 수밖에 없으며, 실은 해당 해킹으로 인하여 유출된 개인정보를 통하여 2차 피해가 생겼는지조차도 확인할 수 없는 경우가 많다는 것이다. 또한 그 피해 유무도 개인이 확정지을 수 있는 것이 아니라 다분히 의도적이거나 정책적인 판단이 사전에 개입할 수 있는 수사기관의 수사행위에 의하여 결정된다는 점에서 다른 개인적 손해배상과 차원이 다른 것이다.

개인정보 유출로 인한 재산상의 손해나 2차 피해가 발생한 경우가 없는 경우 원고들의 원하지 않는 개인정보 유출로 인한 정신적 손해 발생 여부가 문제되는 바, 판례의 경향은 일부 예외가 있긴 하지만 피고가 법령상으로 정해진 조치를 모두 취하였음을 입증한다면 개인정보 보호를 위한 기술적·관리적 보호조치를 모두 하였으므로 과실이 없다고 판단하는 것인 바, 이는 개인정보처리자의 현실에서 보면 어느 정도 환영할 만하나, 개인정보가 침해되고 확인할 수 없는 손해의 발생 가능성을 계속 염두에 두고 살아야 하는 정보주체의 입장에서 본다면 이는 매우 부당한 판단일 것이다. 이런 식의 판단이 계속 축적된다면 업체의 개인정보 보호를 위한 노력은 법령상의 기준인 최소한의 기준에 맞추게 될 것이고, 이는 개인정보보호를 위한 업계 기술 수준의 후퇴를 가져올 수도 있다고 판단된다.<sup>20)</sup>

20) "고객 개인정보 보험사에 판 홈플러스, 역대 과징금 정당 경품 이벤트 과정에서 수집한 고객 개인정보 700만여 건을 보험사에 팔아 230억 원대의 수익을 올린 홈플러스에 공정거래위원회가 역대 최고 과징금과 시정명령을 내린 것은 정당하다는 판결이 나왔다. 홈플러스는 앞서 같은 혐의(개인정보보호법 위반)로 기소된 형사사건에서는 1.2심에서 모두 무죄를 선고 받았다. 서울고법 행정6부(재판장 이동원 부장판사)는 홈플러스와 홈플러스스토어즈가 공정거래위원회를 상대로 낸 시정명령 등 취소소송(2015누45177)에서 최근 원고패소 판결했다. 홈플러스 측은 2011년 8월부터 2014년 6월까지 총 11번의 경품 행사로 모은 고객의 이름과 주소, 가족사항, 연락처 등 개인정보 712만 건 등을 보험사에 팔아 230억여 원을 챙겼다. 개인정보를 제3자에게 제공하려면 고객이 동의를 해야 하는데, 홈플러스 측은 응모권 뒷면 등에 1mm 크기의 작은 글씨로 해당 개인정보가 보험사에 제공될 수 있다고만 적었다. 공정위는 홈플러스와 홈플러스스토어즈에 각각 과징금 3억2500만원과 1억1000만원을 부과하고 '다시는 이런 기만적인 광고행위를 해서는 안 된다'는 시정명령을 내렸고, 홈플러스 측은 이에 반발해 소송을 냈다. 재판부는 "응모권 뒷면이나 홈페이지 응모화면이 아닌 광고수단인 홈페이지, 구매 영수증, 전단지에는 소비자의 개인정보를 수집하고 이를 제3자에게 제공하는 것에 소비자가 동의함을 조건으로 경품이 지급된다는 점이 누락돼 있다"며 "따라서 소비자들은 오로지 고객들에 대한 사은 행사의 일환으로 경품추첨 이벤트가 실시된다고 받아들였을 것으로 보인다"고 밝혔다. 이어 "응모권 뒷면과 홈페이지 응모화면은 매우 작은 글씨로 '수집된 개인정보가 보험사 등에 제공된다'고 기재돼 있어 가독성이 현저히 떨어진다"며 "반면 응모권 뒷면의 주민번호란 아래는 '경품 당첨시 본인확인을 위해 생년월일을 기재받고 있습니다', 휴대번호란 아래는 '경품 당첨시 휴대폰 번호로 알려드리니 정확히 기재하셔야 합니다'라는 문구가 두꺼운 빨간색 글씨로 기재돼 있어, 마치 개인정보 수집목적이 본인확인 과 당첨시 연락처 확인을 위한 것처럼 오인될 우려도 있다"고 설명했다. 그러면서 "홈플러스 측은 경품 행사의 실제 목적이 고객의 개인정보 수집 및 제3자에의 제공임에도 불구하고 이런 목적을 숨기고 광고해 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용을 은폐했다"며 "이는 기만적인 광고에 해당한다"고 판시했다. 앞서 도성환(61) 전 홈플러스 사장과 홈플러스는 이같은 행위로 개인정보보호법 위반 혐의로 기소됐지만, 형사사건에서는 1.2심에서 모두 무죄를 선고받았다. 이 사건의 항소심을 맡은 서울중앙지법 형사5부(재판장 장일혁 부장판사)는 지난 8월 "응모권 용지에 개인정보 수집 목적으로 경품 추천 발송뿐 아니라 보험 마케팅까지 기재하는 등 마케팅 자료로 활용된다고 한 이상 개인정보 수집 및 이용 목적을 모두 고지했다고 볼 수밖에 없다"며 "홈플러스가 얻게 된 경제적 효과까지 고지할 의무가 있다고 보기는 어렵다"고 무죄로 판단했다. 이 재판부는 경품 응모권에 개인정보 관련 내용이 1mm로 기재된 것에 대해서도 "같은 크기의 활자가 복권이나 공산품 품질 표시 및 각종 서비스 약관 등 다양한 곳에서 통용된다"며 "정보 제공에 동의하지 않은 응모자들도 상

## 5. 초연결사회에서 정보주체의 무력화위험성에 대한 검토

### 1) 현행 개인정보보호법제 정비의 필요성

위에서 설명한 것처럼 현재 우리나라에서는 개인정보보호 관련 법률과 제도들은 많이 있으나, 그러한 법률과 제도들이 개인정보처리자들에게 예측가능성을 부여하고, 정보주체의 권리를 충분히 보호하고 있는지는 의심스럽다. 이제 새로운 법률의 제·개정보다는 관련 법률들의 규범력을 높이는 방향으로 고민해야 한다. 그러려면 먼저 개인정보보호법제의 체계정합성을 확보해야 한다. 개인정보보호 일반법과 특별법들을 검토해서 불필요한 법률이나 규제는 과감히 정비, 폐지해야 한다. 부처이기주의나 각종 이해관계 등에 따라 존재하는 개인정보보호 관련 불필요한 법률들만 정비하더라도 실무계에서 겪고 있는 상당수의 적용상 혼란과 해석상 오류는 해소되리라 믿는다.

다음으로 개인정보보호법은 있으되, 개인정보는 보호되지 못하는 현실을 타개하기 위하여 감독기구의 강화, 절차적 제도와 권리강화 등 법제도 정비가 필요하다. 이처럼 개인정보보호가 현실적으로 안착됨을 전제로 새로운 기술발전 등에 따른 개인정보의 이용과 공개, 제공 등을 위한 검토가 분야별로, 사항별로 행해져야 한다고 본다.

하지만 이러한 검토와 작업에는 우리가 직면하고 있는 지능정보사회라는 새로운 현상에 대한 인식이 추가되어야 한다. 이제 지능정보사회에서 정보주체의 인간존엄과 권리보호를 위하여 필요한 몇 가지 담론적인 내용과 구체적인 제도정비내용을 검토해 보고자 한다.

### 2) 초연결사회, 지능정보사회에 대한 규범적 인식필요

이미 우리들에게 잘 알려진 것처럼 정보사회란 정보 그 자체의 중요성이 엄청나게 증대하고 이를 바탕으로 하여 정보의 생산, 유통 및 이용이 기존사회를 새롭게 바꾸는 그러한 사회를 말한다. 얼마 전에는 정보화사회, 정보사회의 발전형태로서 지식정보사회가 언급되더니 이제는 지능정보사회의 도래를 토론하고 있다. 위에서 언급한 것처럼 지능정보사회는 과거의 정보(화)사회와는 차원이 다른 점이 있으므로, 현재 우리가 이용할 수 있는 모든 과학·정보기술을 다 사용할 수도 없고, 사용해서도 안 된다. 그러므로 어떤 과학기술·정보기술은 사용해도 되는지, 또는 사용하면 안 되는지에 관하여 (헌)법적으로 검토해야만 한다. 곧 지능정보사회가 헌법과 조화되는 방향으로 발전되어야만 한다. 곧 지능정보사회의 구성원들을 억압하고 구속하는 게 아니라 존중하고 보호하는 방향으로 전개되어야만 한다는 원칙 하에서 과학기술, 정보기술의 도입이나 사용여부에 관하여 판단해야만 한다. “헌법”과 어울리는 지능정보사회구축 바로

---

당수 있어 정보 제공 사항을 충분히 읽을 수 있었던 것으로 보인다"면서 문제가 없다고 봤다. (이장호 기자 jangho@lawtimes.co.kr 입력 : 2016-10-24 오후 5:46:48)

이것이 우리가 추구해야만 하는 목표이며, 이러한 추상적인 목표를 바로 우리나라에서 구체적으로 파악하고 실현해야만 한다.

그렇다면 결국 우리가 지향해야만 하는 정보질서는 인간지향적 정보질서이어야만 한다. 곧 인간 우호적이고 인간이 통제할 수 있는 정보시스템이어야만 한다는 것이다. 이러한 정보시스템을 구축하기 위하여 사후적으로 개인의 권리를 보호할 뿐만 아니라 이러한 시스템을 계획하고 구축할 때부터 관련자의 포괄적 참여와 협조가 필요하다. 따라서 정보기술을 통제하고자 하는 것은 새로운 정보통신기술의 발전을 가로막고 서서 횡방놓자는 것이 아님을 반드시 기억해야만 한다. 결국 법제정과 법적용에서 이러한 토론과 분석을 통하여 법이 과학기술발전에 적응하도록 할뿐만 아니라 이를 넘어서서 새로운 정보기술을 도입하려고 하는 사회와 국가에게 이에 관하여 다시 한 번 생각하고 결정할 수 있는 기회를 제공하게 되는 것이다. 정보통신기술의 발전이 가질 수 있는 위험에 관하여 발하는 이러한 경고는 이러한 기술의 적용보다 앞서거나 최소한 동시에 이루어지는 경우에만 비로소 의미를 가질 수 있다. 결과적으로 나중에 이러한 경고가 미리 사서 하는 걱정이었다면 오히려 다행일 것이다. 그러나 이미 새로운 정보통신기술의 적용을 통하여 이미 예상되었던 위험한 결과가 발생한다면 나중에 이러한 경고를 고려한다는 것은 이미 때늦은 자책에 불과할 뿐이다.<sup>21)</sup>

### 3) ‘불’완전한 초연결사회를 위한 개인정보자기결정권 확보의 필요성

사물인터넷과 빅데이터의 발전으로 인하여 정부와 기업은 엄청난 정보들을 수집하게 되는 바, 바로 이러한 기술로 인하여 단 하나뿐인 개인맞춤형 마케팅이 가능해지게 되었다. 사물인터넷 환경에서는 개인의 행동과 위치를 인터넷과 연결된 다수의 기기

21) “통계 전문가에게 이런 자료들은 고객의 성향을 엿볼 수 있는 마법의 창이었다. 타깃은 식품품부터 의류와 전자 제품 및 잔디용 기구까지 모든 것을 팔았다. 타깃의 분석가들은 고객의 구매 습관을 치밀하게 추적해서 고객의 집에서 무슨 일이 일어나고 있는지도 예측할 수 있었다. 가령 어떤 고객이 수건과 시트, 은그릇과 냄비, 저녁 식사용 냉동식품을 산다면 무슨 뜻이겠는가? 십중팔구 새집을 장만했거나 이혼했을 가능성이 크다. 결국 고객들의 습관을 수학적으로 읽어 내서 그들에게 더 많은 물건을 사도록 유도하는 것이 풀의 역할이었다. 임신한 고객만큼 상대적으로 높은 이익이 보장되고 구매력이 높은 가격 집약적인 집단은 거의 없다. 달리 말해서 누가 임신했는지 알아낼 수 있다면 타깃은 수백만 달러의 매출을 추가로 올리는 셈이었다. 타깃이 직접 수집하거나 다른 기업으로부터 구입한 인구 통계 정보도 고객 ID에 연결되었다. 구체적으로 말하면 고객의 연령, 결혼 여부와 자녀의 수, 거주지와 거주한 햇수, 거주지에서 매장까지의 거리, 추정소득, 주로 방문하는 웹사이트, 집 전화번호와 휴대폰 번호, 소지한 신용 카드 등이 고객 ID와 통합되었다. 심지어 타깃은 고객의 피부색과 이력, 구독하는 잡지, 파산 선언 경력 여부, 집을 구입한 해, 다닌 대학과 대학원, 선호하는 커피와 화장지 및 시리얼과 사과잼 상표 등이 기록된 자료까지 구입했다. 이처럼 타깃은 각 고객에게 차별화된 광고지와 쿠폰을 발송하지만 당신은 이웃집과 다른 우편물을 받았다는 사실을 전혀 모른다. 풀은 이 자료들을 컴퓨터 프로그램에 입력해서 약 스물다섯 가지 품목을 골라낼 수 있었다. 그런데 더욱 중요한 것은 그런 물건들을 구입하는 여자가 임신 몇 개월인지 알아내는 것이었다. 달리 말하면 예정일을 추정해 내야 했다. 그래야 타깃이 임산부가 새로운 물건을 구입하기 직전에 적절한 쿠폰을 발송할 수 있지 않겠는가. 마침내 풀은 그 숙제를 풀어냈다. 그의 프로그램은 거의 모든 단골 고객에게 ‘임신 예측 점수’를 부여할 수 있었다. 여성의 임신을 예측하기 위해서는 고객 정보라는 데이터를 활용하는 것이 결국에는 광고업계에 큰 재앙을 안겨 줄 수 있음을 풀과 그의 동료들은 알고 있었다.”(찰스 두히그 지음·강주현 옮김, 습관의 힘, 갤럭시, 2012, 259면 이하 참조) 결국 이 시스템을 통하여 타깃은 아버지도 모르는 미성년자인 딸의 임신을 알고 그 임신여성에게 관련 광고물을 보낼 수 있게 되었다.

가 모니터링하면서 적시적소에 개인에게 필요한 서비스를 제공한다. 사무실에 들어가는 순간 형광등이 켜지고, PC 네트워크가 활성화될 수 있다. 쇼핑을 할 때도 마찬가지다. 제품을 잡는 순간 나의 관심사에 맞춰 제품정보가 디지털 사이니지에 나타나는 것이다. 특히 사물인터넷의 개인정보 침해특징으로는 먼저 개인정보탐지·수집의 은밀성과 용이성을 들 수 있다. 사물인터넷기술이 적용된 기기들은 초미세기계구조물을 만드는 첨단기술<sup>22)</sup>과 융합하면서 개인정보의 은밀한 탐지·수입·저장 등이 용이해졌다. 더욱이 사물인터넷기술이 나노기술<sup>23)</sup>과 융합하면서 많은 개인정보가 침해될 가능성은 더 증대됐다. 다음으로는 저장된 정보의 광범위한 유통가능성이다. 사물인터넷의 발전으로 인하여 모든 기기들이 컴퓨터에 연결되거나, 모든 기기들이 컴퓨터가 내장이 되는 것을 필요조건으로 하기 때문에 수집된 개인정보의 처리와 유통도 이런 네트워킹을 통해 빠르고 광범위하게 진행될 위험성이 확대됐다. 세 번째로는 유통된 정보의 복제가능성·재생산성이다. 사물인터넷적용으로 인하여 다양한 수많은 개인정보가 전자 디지털정보형태로 생산·무한복제·저장 등이 손쉽게 될 수 있게 됨에 따라 그리고 많은 개인정보의 양과 무관하게 언제 어디서나 누구에 의해서 용이하게 유통될 수 있는 환경이 되었다. 마지막으로 사물인터넷적용기기 소유자의 개인정보침해주체로 등장가능성을 들 수 있다. 곧 정보통신기기의 대중화에 따라 개인이 손쉽게 사생활을 침해할 수 있는 정보통신기기를 소유할 수 있기 때문에 다수의 대중이 개인정보침해주체로 등장할 가능성이 있다.

지능정보사회에서 인간의 개입이 필요없이 스스로 생각하고, 판단하고, 결정하여 행동하는 기계들의 세상이 된다면 인간, 곧 정보주체의 의사결정이 배제된 사물들의 연결, 기계들의 판단과 결정에 의하여 바로 그 인간, 정보주체의 생활방식과 형태가 결정된다. 그렇다면 이제 우리는 우리가 통제할 수 없는 “모든 것이 완벽하게 연결된” 초연결사회에서 살고 싶은가, 아니면 불완전하게 연결되고 나 스스로 연결여부를 결정할 수 있는 on off 스위치가 있고, “일정부분” 끊어진 초연결사회에서 살고 싶은지를 판단해야 한다. 이처럼 개인정보자기결정권을 진지하게 논의하는 이유는 과거나 지금처럼 “앞으로도” 민주법치국가의 존립근거인 인간의 존엄성과 자율을 보호하기 위해서이다. 이제 중요한 것은 두려움의 대상인 정보처리를 가능한 한 투명화함으로써 기술적 발전에 관하여 ‘규범적으로’ 판단하고 예측함으로써 인간의 존엄성과 자율을 계속해서 보호해야만 한다는 것이다. 그러므로 개인정보자기결정권의 목표는 지능정보사회에서 특히 인간의 자율적 의사소통능력을 보장하는 데에 있다. 여기서 우리가 분명히 인식해야만 하는 것은 지능정보사회에서 개인자기결정권의 보호를 단순히 개인의

22) Ian F. Akyildiz/Josep Miquel Jornet, “The Internet of Nano-Things”, Georgia Institute of Technology, 2010, pp. 58-63 ; 초고밀도집적회로·머리카락절반두께초소형기어·손톱크igid스크 등 초미세기계구조물을 만드는 기술로 Micro Electro Mechanical Systems·나노기술(NT) 등이 있다.

23) J. M. Jornet/I. F. Akyildiz, “Graphene-Based Nano-Anthennas for Electromagnetic Nanocommunications in the Terahertz Band”, Proc. 4<sup>th</sup> European Conf. Antennas and Propagation, EUCAP, Apr. 2010, pp. 1- 5 ; 나노기술과의 융합에 따라 우리 주변의 사물들이 점차 정밀화·초미세화 등이 실현되고 있으며, 이러한 현상들은 나노기술의 첨단화와 함께 더욱더 가속화되고 있다.

권리보호문제로만 파악해서는 안 된다는 것이다. 바로 이러한 문제는 국가와 사회의 구성 및 조직과 직접적으로 관련되는 문제이기도 하다. 이는 결국 간단히 말하자면 국민의 기본권을 침해하지 않는 기술체계들이 발전될 수 있도록 헌법이 과학기술사회, 정보사회에 어떻게 작용, 반응해야만 하는지를 생각해 보아야만 한다는 것을 뜻한다.

4) 지능정보사회에서 개인정보처리의 투명성 확보 : 투명해지는 정보주체, 불투명해지는 정보처리자

이제 중요한 것은 두려움의 대상인 정보처리를 가능한 한 투명화함으로써, 기술적 발전에 관하여 ‘규범적으로’ 판단하고 예측함으로써 개인의 존엄성과 자율을 앞으로도 계속해서 보장해야만 한다. 곧 이러한 개인정보자기결정권을 통하여 국가나 사회의 기술적, 법적 변화가 개인의 인간존엄 및 가치에 바탕을 두고 행해져야만 한다는 것이 확인되어야 한다. 정보통신기술의 발전은 인간 생활에 많은 편익을 주고 있음에도 불구하고 무엇보다 국가와 기업에 의한 전방위적 감시장치의 구축에 대한 우려를 낳고 있다. 정보처리자와 정보주체의 관계에서 정보처리자는 광범위한 정보통신기술을 바탕으로 정보주체에 관한 엄청난 정보를 수집·활용하게 된다. 이로써 정보주체는 점점 더 투명해지는 반면, 정작 정보처리자는 점점 불투명해지는 현상이 야기될 수 있는 것이다.

#### (1) 헌법상 투명성 원칙의 의의와 내용

투명 또는 투명성(transparency, transparenz)이라는 개념은 중세 라틴어의 ‘transparentia’에서 유래된 단어로서, 사전적으로는 ‘물 따위가 속까지 환히 비치도록 맑음’, ‘사람의 말이나 태도, 펼쳐진 상황 따위가 분명함’, ‘앞으로의 움직임이나 미래의 전망 따위가 예측할 수 있게 분명함’, ‘물체가 빛을 잘 통과시킴’ 등으로 정의된다.<sup>24)</sup> 결국, 투명성은 속까지 환히 비치는 성질이나 상황 또는 예측 가능한 상태를 의미한다. 이러한 투명성의 사전적 의미를 법적인 관점으로 전환하여 살펴본다면 명확성, 이해가능성, 인지가능성 내지 예측가능성을 뜻하며,<sup>25)</sup> 이를 정보의 측면에서 본다면 투명성이란 보다 덜 투명한 것에 대해 관찰자가 가지게 되는 정보적 우세라고 할 수 있다. 한편, 어떠한 일의 과정이 투명하다는 것은 그 과정이 널리 개방되어 있다는 것, 즉 감추어진 채 진행되지 않고 이해관계인이나 모든 사람에 의한 간파와 이해가 가능하며 나아가 참여가 보장된 과정을 뜻한다.

24) 표준국어대사전, 국립국어원, 웹페이지 <http://www.korean.go.kr> 참조.

25) 독일 Duden 대사전에서는 투명성에 대해 투시성, 빛의 투과성과 함께 간파가능성, 인지할 수 있음, 추체험할 수 있음의 의미를 가지는 것으로 정의하고 있으며, 진정한 민주주의를 구현하기 위한 수단으로서의 기능을 가지는 것으로 서술하고 있다.

## (2) 투명성 원칙의 내용

이러한 측면에서 투명성 원칙은 기초적으로 국가의사결정이나 그에 따른 권력행사의 결과가 투명해야 한다는 결과의 투명성, 국가기관의 의사결정이 이루어지는 방식이 투명해야 한다는 절차의 투명성, 결과만의 공개나 형식적 절차만의 준수가 아닌 전체 결정과정이 정당하게 공개된 상태에서 이루어지는 것과 열람권이 확실하고 충분하게 보장되는 것을 의미하는 내용의 투명성, 일정한 국가적 의사결정과 그에 따라 발생하는 결과에 대하여 책임의 소재를 분명하게 하고, 나아가 그에게 책임을 물을 수 있는 제도적 장치를 마련하는 것을 의미하는 책임의 투명성을 그 내용으로 한다.

## (3) 개인정보보호영역에서 투명성의 의의와 내용

지능정보사회에서 개인의 기본권보호를 위하여 또한 국가의 투명성이 요구된다. 먼저 지능정보사회에서 개인이 국가의 객체나 수단으로 전락되지 않기 위해서는 개인의 생활이 적극적으로 보호되어야만 할뿐만 아니라 더 나아가서 개인의 자율과 자유를 보장하는 여러 기본권들을 통하여 국가의 투명성 또한 담보할 수 있어야만 한다.

다음으로 현행 개인정보보호법 제3조에는 개인정보보호에 관한 원칙들이 규정되어 있다. 투명성원칙이 법상 규정되어 있지는 않으나, 개인정보보호법의 관련 원칙들은 물론 개별 규정들 모두 정보처리의 투명성을 통한 정보주체의 보호를 목적으로 하고 있다. 개인정보자기결정권보호를 위한 규범명확성원칙, 목적구속원칙 등은 모두 전체적으로 개인정보처리를 정보주체가 가능한 한 이해할 수 있어야만 함을 전제로 하는바, 결국 이는 투명성원칙에 근거한 것이라고 할 수 있다.<sup>26)</sup> 이에 따라서 개인정보의 수집과 처리과정의 투명성은 개인정보보호법이 요구하는 기본적이고 일반적인 내용에 속한다. 개인정보 수집과 처리의 투명성은 정보주체의 개인정보자기결정권 보호를 위하여 제공되는 수단이다. 그러한 한 공적 영역과 사적 영역에서 개인정보처리자의 정보주체에게 통지와 투명성이라는 제도적 대책이 무엇보다도 필요하다. 이러한 요청들은 법치주의적 관점에서 요구되는 법질서의 투명성이라는 일반적 차원은 물론 정보주체의 인식가능성을 목표로 하는 개인적 차원도 포함하고 있는 것이다.<sup>27)</sup> 이에 따라서 개인정보처리의 목적확정과 구속을 통하여 개인정보처리의 구체성과 투명성이 확보된다.<sup>28)</sup> 또한 정보주체는 누가 언제 무엇을 어떤 경우에 자기 자신에 대하여 알고 있는지를 알 수 있어야만 한다. 개인정보자기결정권의 보호를 위해서는 정보주체에게 정보처리가 투명함을 전제로 한다. 따라서 정보주체에게 다양한 형태의 설명요구권, 통지권, 삭제요청권 등이 인정되어야 한다.<sup>29)</sup> 결국 정보주체의 인식없는 개인정보처리는 예외적인 경우에만 허용되어야 한다. 이에 따라서 정보주체의 충분한 인식과 통지

26) H. A. Wolff / S. Brink, Datenschutzrecht, C. H. Beck, 2013, 9면.

27) Alexander Roßnagel, 전게서 22면.

28) Alexander Roßnagel, 전게서, 176면.

29) Alexander Roßnagel, 전게서, 1310면.

를 통하여 확보되는 투명성원칙은 허용되지 않는 정보처리에 대한 효과적인 권리보호의 보장을 또한 가능하게 한다.<sup>30)</sup>

## 5) 개인정보보호기술 등의 도입 필요

### (1) 내용

2015년 국회 본회의를 통과한 개정된 개인정보보호법은 개인정보보호위원회의 기능을 강화하여 개인정보보호 관련 정책·제도, 법령의 개선 권고 및 이행점검을 개인정보보호위원회가 관장하고, 개인정보보호위원회가 개인정보보호 기본계획을 수립하며, 개인정보분쟁조정위원회의 운영업무를 개인정보보호위원회로 이관하도록 하였다.

2015년 개정에 따라 신설된 제8조의2(개인정보 침해요인 평가)가 바로 정보주체의 개인정보자기결정권 보호 및 개인정보보호위원회의 효율적 감독을 위한 대표적인 조항이다. 그리고 이 조항은 개인정보보호위원회의 권한강화는 물론 정보주체의 개인정보자기결정권을 사전적으로 보호한다는 의미도 동시에 갖고 있다.

신설된 이 조항에 따라서 중앙행정기관의 장은 소관 법령의 제정 또는 개정을 통하여 개인정보 처리를 수반하는 정책이나 제도를 도입·변경하는 경우에는 보호위원회에 개인정보 침해요인 평가를 요청하여야 하며, 보호위원회가 제1항에 따른 요청을 받을 때에는 해당 법령의 개인정보 침해요인을 분석·검토하여 그 법령의 소관기관의 장에게 그 개선을 위하여 필요한 사항을 권고할 수 있다. 그리고 개인정보 침해요인 평가의 절차와 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 하였다.

헌법상 기본권보호경향은 최대한 기본권을 보호하자는 것인데, 이러한 경향중 하나가 바로 기본권을 절차보장으로 파악하는 것이다. 따라서 오늘날 기본권과 조직, 절차를 연결하는 것이 기본권의 실현과 보장을 위하여 아주 중요한 의미를 가진다. 더 나아가 지식정보사회에서 개인의 기본권보호는 물론 국가권력행사의 정당성을 위해서도 실제적 기본권은 절차영역에서부터 보호되어야 한다. 물론 지금까지 전통적인 기본권 보호제도에서는 국가의 공권력작용으로 인하여 국민의 권리가 침해된 경우에 재산상 손해를 전보해 주거나 당해 행정작용을 취소, 변경해 주는 사후적 구제제도가 핵심이었으나 이러한 전통적인 사후구제제도로는 개인의 권리를 충분히 보호할 수 없다. 오히려 지식정보사회에서는 국가의 공권력작용으로 인하여 국민의 권리침해가 발생하기 이전에 처음부터 위법하거나 부당한 공권력작용이 행하여지지 아니하도록 예방하는 사전적·절차적 제도를 통한 권리보호 또한 사후적 구제제도만큼 중요해지고 있다. 이러한 관점에서 본다면 법상 규정된 영향평가제도나 이번에 도입된 침해요인 평가제도 모두 정보주체의 개인정보자기결정권을 위한 사전적 보호장치에 해당한다.

최근 전 세계적으로 활발히 논의되고 있는 것이 바로 개인정보보호기술분야이다. 개

---

30) Tim Wybitul, Handbuch Datenschutz im Unternehmen, Verlag Recht und Wirtschaft., 2011, 21면.



인정보보호기술은 개인의 사생활 또는 개인정보를 보호하기 위한 모든 형태의 기술로 정의할 수 있다. 개인정보보호기술은 개인정보의 침해를 사전에 예방한다는 측면에서 국민의 기본권인 인간의 존엄, 사생활 비밀의 자유, 개인정보자기결정권의 보호·보장과 관련이 있다. 현재 OECD를 비롯하여 미국, EU, 호주, 캐나다 등에서 개인정보 보호를 위한 기술적 설계에 대한 가이드라인을 제시하고 있다. 특히 미국에서 활발히 다루어지고 있는 Privacy by Design은 개인정보를 수집하는 단계에서부터 폐기하는 단계에 이르기까지 이용자의 관점에서 정보보호를 위한 필요한 조치를 취해야 하는 내용(보호조치 관련 조항)과 더불어, 이용자의 권리를 충분히 보장하도록 하는 내용(이용자의 권리 관련 조항) 등을 포함하고 있다. 미국 FTC가 권고하고 있는 Privacy by Design의 기본원칙은 기업으로 하여금 회사조직 전체에서 그리고 자신의 상품과 서비스를 개발하는 모든 단계에서 소비자의 개인정보 보호를 증진시키는 것을 목적으로 하는 원칙이다.

## (2) 'Privacy by Design'에 근거한 사전예방적인 사물인터넷 관련 기술의 도입

개인정보의 침해는 인간의 존엄, 사생활의 비밀의 자유, 개인정보자기결정권 등 정보주체의 기본권 침해를 야기하고, 그 피해의 파급력이 크며, 전자처리시스템에 의해 대량으로 자동 처리됨으로 인해 피해자가 그 피해사실에 대하여 입증하는 것이 사실상 매우 어렵다. 또한 개인정보는 침해가 발생된 이후에 2차·3차적 침해로 이어질 수 있다는 특징을 가진다. 따라서 이러한 개인정보의 특징을 고려할 때 사후적 구제수단을 통해 개인정보의 침해에 대한 실질적 구제를 하는 것에 한계가 있으며, 개인정보 보호를 위해서는 무엇보다 개인정보에 대한 침해가 발생하기 전에 이를 사전에 예방할 수 있는 장치를 마련하는 것이 중요하다. 'Privacy by Design'은 개인정보 위험평가를 기반으로 적절한 보호조치를 개발할 수 있는 프로그램에 대한 필요성에서 제시되고 있는 원칙으로, 개인정보를 보호하기 위한 기술·프로세스·실행들이 추후에 고려되어 적용되기보다는 사전 시스템 구조에 내장되어 적용되어야 한다는 것을 의미한다. 현재 세계 각국에서 'Privacy by Design'이라는 개념을 도입하여 개인정보보호기술의 중요성을 공고히 하고 있음을 감안해 볼 때, 우리 또한 개인정보보호기술에 관한 원칙으로써 'Privacy by Design'을 도입하는 방안을 검토해 볼 필요성이 있다.

## 6) 공공부문에서 개인정보보호 관련 특별법 개정필요성 여부

### (1) 주민등록법

헌법은 있으나 헌법에 의하여 국가권력이 통제되지 못한 시절이 있었다. 곧 국가권력의 민주적 성립이나 법적 통제가 불충분하였던 박정희 정부 하에서 추진된 주민등록, 주민등록증, 주민등록번호, 지문날인 그 자체가 많은 문제점을 갖고 있음에도 불구하고

고 그동안 이를 헌법상 거의 다루어지지 못한 상태 하에서 이제 이러한 것들이 정보 사회에서 ‘새로운’ 기본권 침해의 중요수단으로 부각, 활용되고 있다. 그렇다면 이러한 작업을 통하여 우리가 정보사회, 첨단과학기술사회에서 국가의 역할과 기능을 “재”검토하는 선진적이고 미래지향적인 작업과 아울러 “법치국가의 토대와 기반”구축이라는 고전적이고 기초적인 문제에도 동시에 매달려서 해결해야만 하는 특수한 상황에 있다는 사실을 분명하게 인식해야만 한다. 현재와 같은 주민등록번호제도를 폐지하고, 새로운 형태의 개인식별번호제도를 도입하는 것을 이제 더 이상 미루어서는 안 된다.

## (2) 전자정부법상 개인정보 공동이용 통제

행정정보의 공동이용은 전자정부의 핵심요소이지만 공동이용되는 행정정보에는 개인정보가 포함되어 있다는 점에서 신중해야할 필요가 있는 것이다. 전자화된 정보를 연속적으로 이용함으로써 정보처리자에게 효율성의 증대를 가져다주며 정보주체도 국가와의 관계에 있어 일면 편의를 도모할 수 있게 된다. 그러나 그 이익과 가치에 못지 않게 개인정보보호에 치명적인 결함을 가져올 수 있는 것이 개인정보의 공동이용이기도 하다. 따라서 개인정보의 공동이용에 따른 이익과 개인정보 침해의 위험성간에 조화가 이루어지도록 법제정비작업이 이루어져야만 한다.

이와 관련해서는 전자정부상 개인정보 공동이용 관련 규정을 새로 제정된 개인정보보호법에 맞추어 자구수정이나 일부 보완, 손질하는 방법이 있고, 또 다른 법제정비방법으로는 전자정부법 규정 중 개인정보에 해당하는 행정정보 공동이용 관련 규정의 재 정비, 곧 관련 규정을 삭제하고 이를 개인정보보호법에 통합하는 방식이 있다. 어떤 법제정비방법을 택하든 현행 전자정부법상 개인정보 공동이용규정은 개정이 필요하다. 왜냐하면 현행 전자정부법 규정들에는 민감정보의 공동이용에 대한 별도의 규정이 없고 개인정보 공동이용 방법, 개인정보 송신 방법의 구체화, 책임소재의 명확화 등에서 재정비가 필요한 상태이기 때문이다.

## 7) 개인정보보호 감독기구의 권한 및 위상강화

### (1) 개인정보보호기구의 헌법상 의의와 근거 : 개인정보의 효율적 보호를 위한 통제의 필요성

개인관련정보처리와 자동정보처리가 행해지는 곳에서는 처음부터 이러한 발전에 정보 보호가 동반되어야만 한다. 특히 과거에 행해졌던 개인에 대한 물리적이고 신체적인 직접적 피해와는 달리 정보사회에서 발전된 정보통신기술을 통한 국민의 사생활감시를 국민들이 현실적으로 인식한다는 것이 매우 어렵기 때문에 각국에서 정보보호법의 제정 및 개인권리보호가 논의된 이후에 진지하게 논의되고 있는 문제가 바로 개인정

보보호를 위한 ‘통제’이다.<sup>31)</sup> 결국 개인정보보호법의 목적은 새로운 정보통신기술의 발전에 대응하여 효율적이고 헌법합치적인 조정규정과 개인보호규정들을 사전에 또는 적어도 동시에 준비하도록 하는 것이다. 그러나 정보사회에서 국민의 사생활을 보호하기 위하여 개인정보보호법을 제정하는 것만으로는 충분하지 않다. 왜냐하면 오늘날 새로운 기술들의 발전과 그 적용가능성에 비추어 볼 때 법률가 또는 입법자는 그전보다 더 불리한 위치에 놓여 있을 뿐만 아니라 관련 개인 스스로가 이를 통제할 수 있는 능력이나 기회를 가질 수 없는 불리한 위치에 놓여 있기 때문이다. 따라서 개인정보보호법 제정 그 자체도 중요하지만 시민을 효율적으로 보호하기 위해서는 국가나 사회의 정보처리를 통제하는 통제기관의 설치 및 활동이 절대적으로 요구된다.<sup>32)</sup>

## (2) 바람직한 개인정보보호기구의 판단기준과 내용

어떤 기준들에 따라서 보호기구들이 판단되고 어떤 척도에 따라서 그 효율성이 평가되어야만 하는지는 어려운 문제에 속할지도 모르나 특히 ‘보호기구의 독립성보장’ 및 이를 위하여 ‘충분한 법적 권한의 보장’, ‘전문성확보’는 개개 보호모델을 평가, 판단하기 위한 중요한 기준들이다.<sup>33)</sup>

## (3) 현행법상 개인정보보호위원회의 문제점과 정비방안

개인정보보호기구의 독립은 개인정보보호에 관한 제도적 통제의 핵심사항이다. 따라서 개인정보보호기구의 독립성은 개인정보보호를 위한 통제의 기본조건이면서 동시에 이러한 통제의 효율성에 관한 척도를 나타낸다. 이와 관련하여 현행 법규정을 보면 법 제7조 제1항에서 개인정보보호위원회는 그 권한에 속하는 업무를 독립하여 수행한다는 규정만 있을 뿐, 개인정보보호 위원회 및 위원에 관하여는 독립적 활동의 보장에 관한 그 어떤 규정도 찾아볼 수가 없다.

다음으로 개인정보보호위원회의 독립성 보장을 위해 예산 편성 및 인사와 관련하여 관련 법규정을 개정하여 위원회가 독립적인 예산편성권과 인사권을 갖도록 해야 한다.

다음으로 개인정보보호위원회가 독립된 감독기구로서 권한을 행사하려면 비상임인 위원장의 직위를 상임으로 바꾸고, 실질적으로 보호위원회의 사무국을 통할하고, 위원회의 모든 의사결정을 표시할 수 있는 권한을 가져야만 하며, 조직의 관리 및 인사권도 행사하도록 해야 한다.<sup>34)</sup> 이 법제정 당시 원래 정부안에는 국무총리실 소속 심의위원회에서 주요 사안을 심의하고 각 부처가 집행을 담당하며 행정안전부가 총괄하도록

31) 이에 관하여는 김일환, 개인정보보호기구의 법적 지위와 권한에 관한 헌법상 고찰, 공법연구 제33집 제3호, 2005, 197면 이하 참조.

32) 이에 관하여는 이인호, 개인정보 감독기구 및 권리구제방안에 관한 연구, 한국전산원, 2004 참조.

33) 이에 관하여는 김일환, 개인정보보호기구의 법적 지위와 권한에 관한 헌법상 고찰, 공법연구 제33집 제3호, 2005, 197면 이하 참조.

34) 김민호, 전개논문, 70면.

되어 있었다. 그러다가 야당과 협의과정에서 개인정보보호위원회를 대통령 소속으로 격상 시키고 위원회의 기능에 의결 기능을 추가시키는 등 개인정보보호위원회의 권한이 확대되었다. 그러다보니 법에 규정된 개인정보보호위원회가 개인정보보호에 관한 일관적이고 체계적인 기준과 틀에 따라서 요구되는 기능과 역할을 갖지 못하고 약간은 기형적인 형태가 될 수밖에 없었다. 결국 이렇게 되면 위 법의 적용대상자인 개인정보처리자들은 개인정보보호법을 준수하는 과정에서 어느 기관의 통제를 얼마만큼 받는지를 예측하기 힘들어지게 된다. 특히 이는 규제의 투명성이라는 관점에서 문제가 될 수 있다. 그리고 이는 개인정보보호에 관한 국제적 관점에서 보아도 문제가 있다. 이에 대한 체계화, 명확화, 재정비가 필요하다고 생각한다.

그동안 개인정보보호법 제정과정에서 다툼이 없었고, 전혀 문제가 되지 않았던 개인정보 보호기구의 위상과 기능이 새로 제정된 개인정보보호법에 충분히 담겨 있지 않아 문제가 있다고 생각된다. 결국 현행 법률에 규정되어 있는 개인정보보호위원회의 역할과 권한을 검토해 본 결과, 국제적 기준이나 그동안 논의되었던 수준에 비하면 보호기구의 독립성과 권한 등이 부족하다는 결론에 도달한다. 이러한 위원회는 효율적인 개인정보보호를 위한 독립된 기구로서 충분한 역할을 하기 어렵다고 판단되며, 체계적이고 일관된 형태의 개인정보보호기구라고 보기 어려울 만큼 ‘타협의 산물’이라고 할 수 밖에 없는 모습을 지니고 있다. 이에 대한 체계화, 명확화, 재정비가 필요하다고 생각한다.

또한 개인정보보호 규제기구의 통폐합문제는 차기 정부의 IT 관련 정부기구 개편과 연결되어 있는 문제이다. 따라서 ‘바람직한’ 개인정보보호위원회의 역할과 기능은 차기정부에서 관련 부처(행정자치부, 방송통신위원회 등)의 역할 재조정 등과 묶어서 같이 검토해야 한다.<sup>35)</sup>

35) 특히 개인정보보호위원회의 권한 및 위상과 관련하여 한 가지 언급을 하자면 과거 금융위원회 자료에 의하면 2011년부터 2012년까지 1,217회에 걸쳐 약 40억 건의 고객정보를 그가 속하는 금융지주회사 등에게 제공하였다. 그리고 제공된 고객정보 중 805회 약27억 건은 위험(risk)관리, 고객분석, 영업점평가, 고객등급산정, 우수고객관리 등 경영관리 목적으로, 412회 약13억 건은 보험텔레마케팅(TM)영업, 신용대출상품판매 등 고객에 대한 직접영업(마케팅) 목적으로 이용되었다. 이에 개인정보보호위원회는 2014년 1월 13일 전체회의를 열고 금융지주그룹이 보유하고 있는 고객정보(금융거래정보 및 개인신용정보)를 그룹 내 회사간에 제공·이용함에 있어서 고객의 개인정보자기결정권을 최대한 보장할 수 있도록 제도를 개선하고, 고객정보를 제공·이용한 후에는 정기적으로 고객에게 그 내역을 통지하도록 하는 제도를 도입할 것을 금융위원회에 권고하였다. 이에 따라서 금융지주 계열사간 고객정보 제공 규제를 강화하고 보험지주와 금융투자지주 등 비은행지주회사의 비금융회사 지배를 금지하는 금융지주회사법 개정 법률이 통과되어 시행되었다. 그런데 법 시행 후 2년 만에 2017년 금융위원회는 2017년 업무계획을 발표하면서 영업 목적으로 금융지주회사간 고객 정보 공유하는 행위를 허용하겠다고 밝혔다 : “금융법 금융위 사무처장은 “격론이 예상된다”면서 “빅데이터, 4차 산업혁명, 금융경쟁력 강화 등이 논의되면서 소비자들이 잠재적으로 이익을 얻을 수 있는 다양한 서비스를 개발할 수 있는데 (개인정보 공유를) 원칙적으로 금지하는 것만이 능사는 아니다”고 말했다.”(경향신문 2017. 1. 12.)

**[발제2]**

# **개인정보에 대한 소비자인식조사**

**발제자 : 짝에선 사무국장(한국소비자단체협의회)**



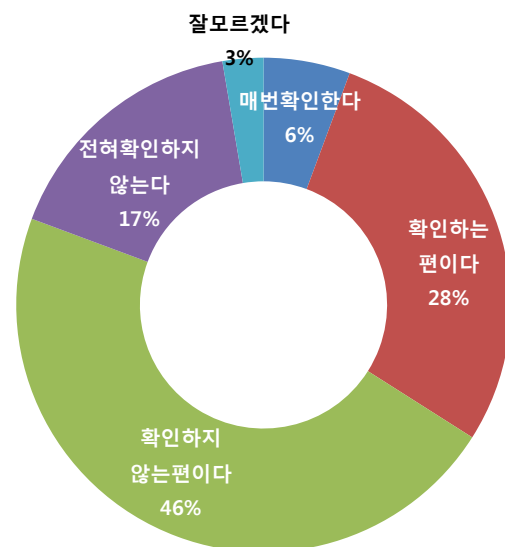
# 개인정보에 대한 소비자 인식조사

조사기간: 2017.3.7.-11.

설문 응답자 수: 300명

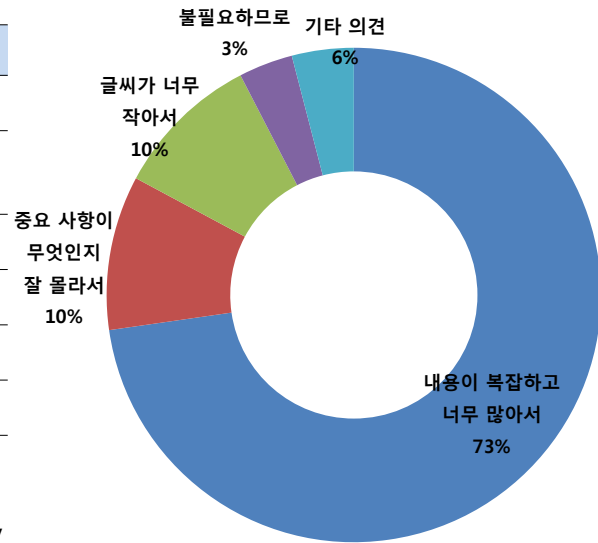
## Q1. 귀하는 개인정보제공에 동의 시 “개인정보처리방침 (활용동의서)”에 나와 있는 내용을 확인하십니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
매번확인한다	17	5.7
확인하는편이다	85	28.3
확인하지않는편이다	140	46.7
전혀 확인하지않는다	50	16.7
잘모르겠다	8	2.7
합계	300	100.0



## Q1-1. “개인정보처리방침(활용동의서)”를 확인하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
내용이 복잡하고 너무 많아서	144	73
중요한 사항이 무엇인지 잘 몰라서	20	10.1
글씨가 너무 작아서	19	9.6
불필요하므로	7	3.5
기타 의견	8	6
합계	198	100.0

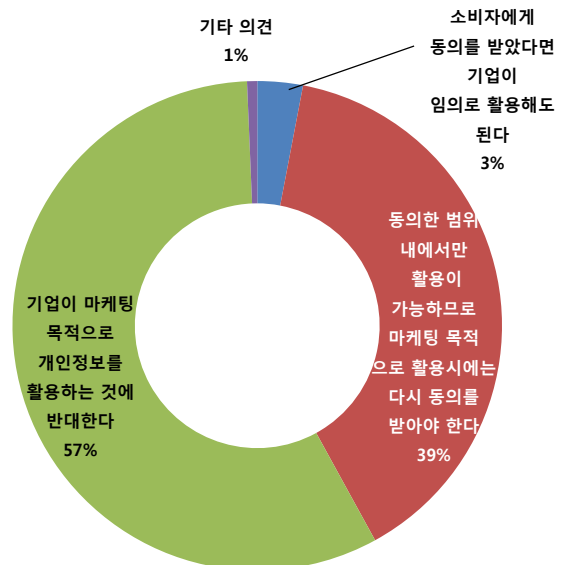


-기타 의견:

동의해야 서비스 이용이 가능하므로(2),  
내용이 비슷해서(2), 시간이 없어서(2), 귀찮아서(1),  
이미 유출되었다고 생각해서(1)

## Q2. 귀하는 기업에 제공한 본인의 개인정보를 자사 기업의 마케팅 목적으로 활용하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

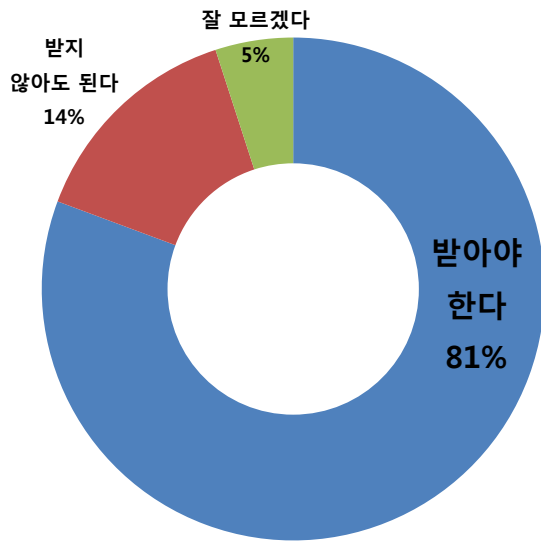
보기	응답수(명)	비율(%)
소비자에게 동의를 받았다면 기업이 임의로 활용해도 된다	9	3.0
동의한 범위 내에서만 활용이 가능하므로 마케팅 목적으로 활용 시에는 다시 동의를 받아야 한다	117	39.0
기업이 마케팅 목적으로 개인정보를 활용하는 것에 대하여 반대한다	172	57.3
기타 의견	2	0.7
합계	300	100.0





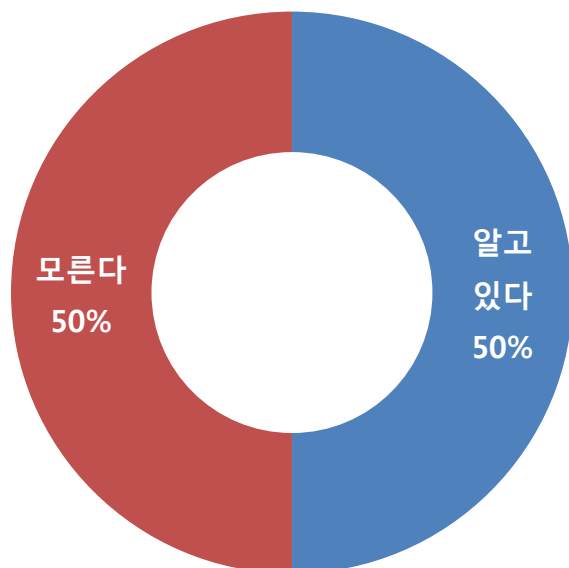
**Q3. 귀하의 개인정보를 학술, 통계 등 공익적 목적으로 이용하는 경우에 별도의 동의를 받아야 한다고 생각하십니까?**

보기	응답수(명)	비율(%)
받아야 한다	242	80.7
받지 않아도 된다	43	14.3
잘 모르겠다	15	5.0
합계	300	100.0



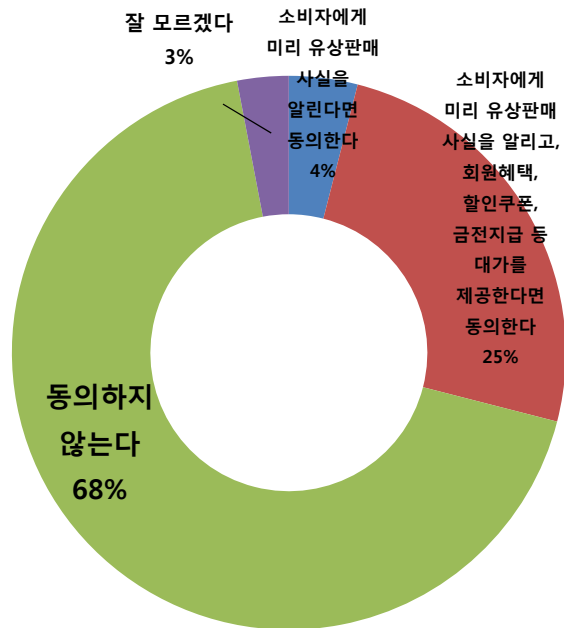
**Q4. 귀하는 기업이 귀하의 개인정보를 제3의 타기업에 유상으로 판매할 수 있다는 것을 알고 계십니까?**

보기	응답수(명)	비율(%)
알고 있다	150	50.0
모른다	150	50.0
합계	300	100.0



## Q5. 귀하는 기업이 귀하의 개인정보를 타 기업에 유상으로 판매하는 행위에 대하여 동의하십니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
동의한다	0	0.0
소비자에게 미리 유상판매 사실을 알린다면 동의한다	12	4.0
소비자에게 미리 유상판매 사실을 알리고, 회원혜택, 할인쿠폰, 금전지급 등 대가를 제공한다면 동의한다	75	25.0
동의하지 않는다	204	68.0
잘 모르겠다	9	3.0
합계	300	100.0

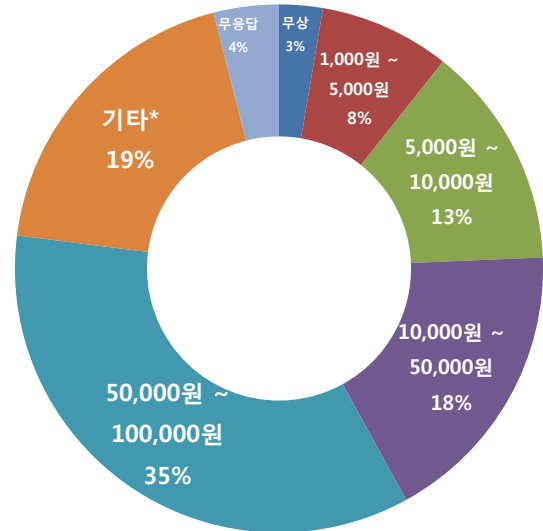


### Q5-1. 동의하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까? (주관식)

- 개인정보 유출로 인한 사고 발생에 대한 우려
- 개인정보가 한 번 유출되면 복구가 되지 않는 피해가 발생하므로
- 보이스 피싱 등 범죄행위에 사용될 것에 대한 두려움
- 불필요한 마케팅 전화에 대한 염려
- 개인정보를 판매하는 것 자체를 반대하므로
- 개인정보는 판매의 대상이 아니라고 생각한다
- 범위를 정하고 동의를 받지만 기업을 신뢰할 수 없다
- 개인정보를 어떻게 사용할지 신뢰할 수 없다
- 개인정보 판매에 대한 수익을 내가 취득하는 것이 아니므로 부당하다
- 기업의 개인정보를 유상으로 판매하여 수익을 취하는 것에 반대한다

**Q6. 홈페이지는 경품응모권에 이름, 연락처, 주소, 생년월일, 성별, 자녀 수 등을 기재하게 하고 이를 보험사에 2,800원(VAT포함)에 판매하였습니다. 만약 귀하가 기업에게 개인정보를 판매한다면(마케팅 목적으로) 적정한 가격이 얼마라고 생각하십니까?**

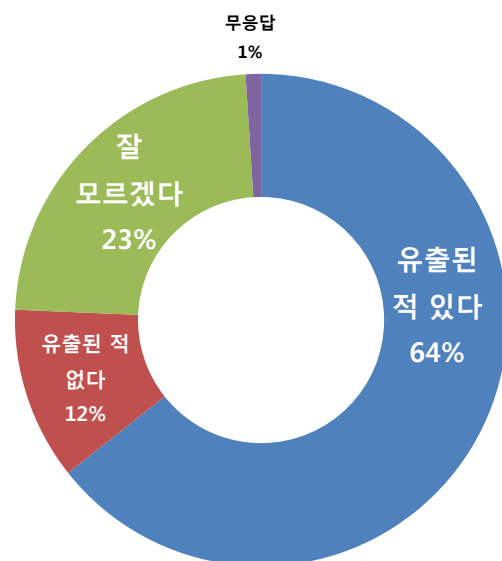
보기	응답수(명)	비율(%)
무상	8	2.7
1,000원 ~ 5,000원	24	8.0
5,000원 ~ 10,000원	41	13.7
10,000원 ~ 50,000원	53	17.7
50,000원 ~ 100,000원	105	35.0
기타*	57	19.0
무응답	12	4.0
합계	300	100.0



\*기타(57명) - 최소 50만 원부터 1억 이상의 금액  
 - 판매를 원치 않음  
 - 금액 산정 곤란

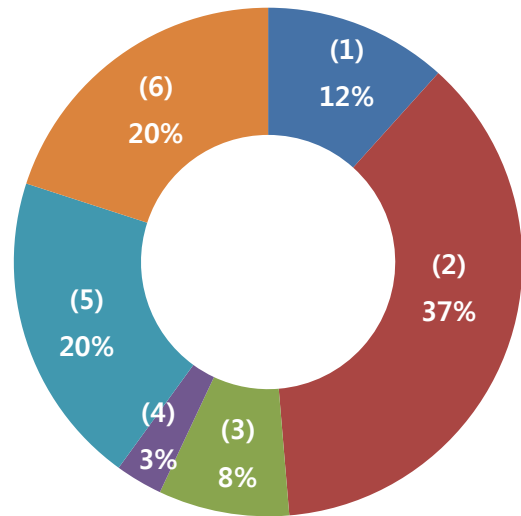
## Q7. 귀하는 본인의 개인정보가 유출된 경험이 있으십니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
유출된 적 있다	193	64.3
유출된 적 없다	34	11.3
잘 모르겠다	70	23.3
무응답	3	1.0
합계	300	100.0



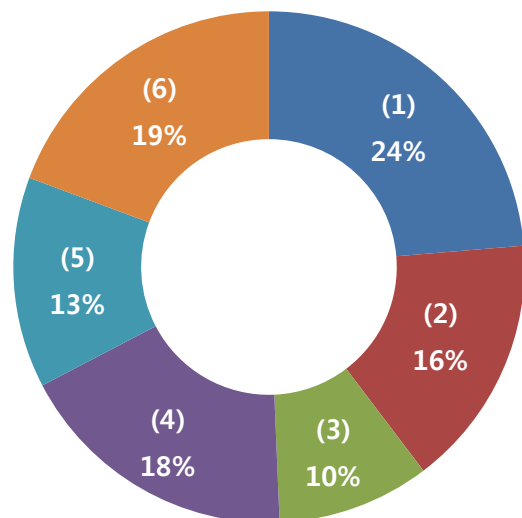
### Q8. 귀하는 본인의 개인정보가 유출되었다는 것을 어떻게 알게 되었습니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
(1)개인정보가 유출되었다는 통지를 받았다	35	11.7
(2)개인정보 유출사고 뉴스(기사)를 보고 해당 사업자 사이트에서 개인정보 유출 여부를 확인해봤다	111	37.0
(3)해당 기업에 전화, 이메일 등을 통해 개인정보 유출을 확인해봤다	25	8.3
(4)국가가 운영하는 개인정보 유출 확인 사이트 등을 통해 검색해봤다	9	3.0
(5)기타*	60	20.0
(6)무응답	60	20.0
합계	300	100.0



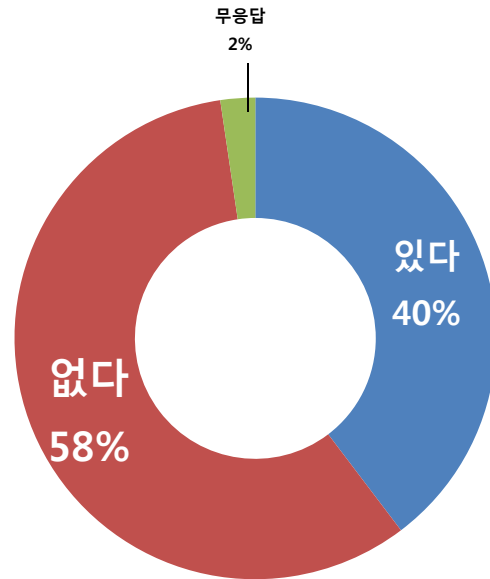
### Q9. 귀하의 개인정보가 유출된 경로는 어디였습니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
(1)은행, 보험사 등의 금융권	71	23.7
(2)통신업체(SK텔레콤, KT, LGU+ 등)	48	16.0
(3)대형마트(홈플러스, 롯데마트, 이마트 등)	29	9.7
(4)온라인플랫폼(인터파크, 옥션 등)	54	18.0
(5)기타	40	13.3
(6)무응답	58	19.3
합계	300	100.0



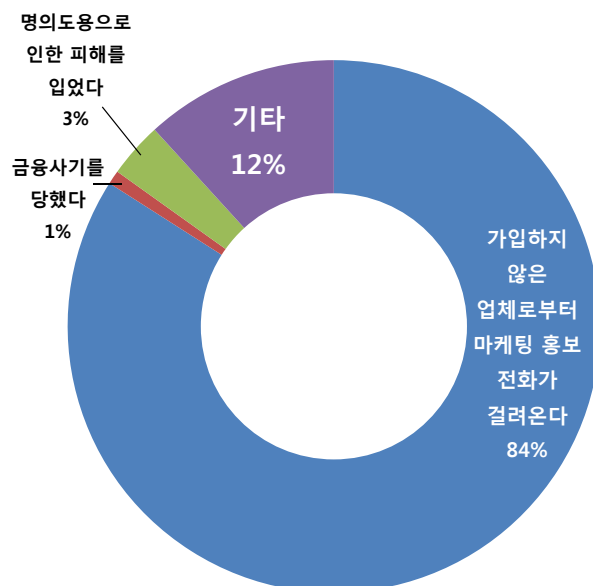
## Q10. 귀하는 개인정보 유출로 인한 피해를 경험하신 적이 있으십니까?

보기	응답수 (명)	비율(%)
있다	119	39.7
없다	174	58.0
무응답	7	2.3
합계	300	100.0



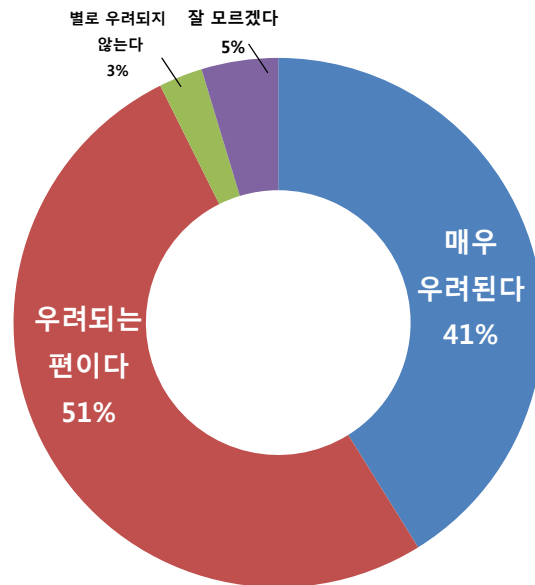
### Q10-1. 개인정보 유출로 인하여 피해를 입으셨다면, 어떤 피해입니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
가입하지 않은 업체로부터 마케팅 홍보 전화가 걸려온다	100	84.0
금융사기를 당했다	1	0.8
명의도용으로 인한 피해를 입었다	4	3.4
기타	14	11.8
합계	119	100.0



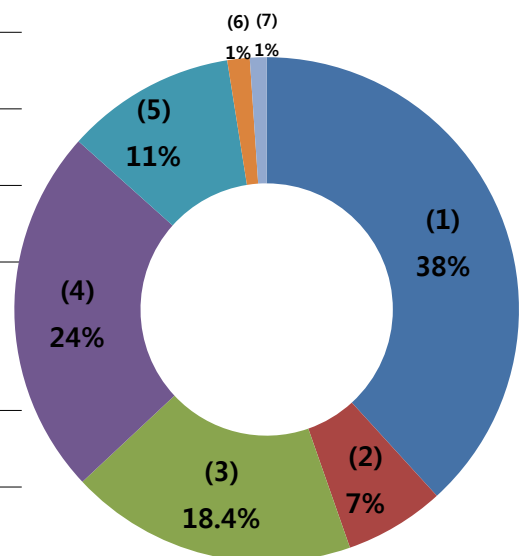
### Q11. 귀하는 개인정보 유출로 인한 피해가 우려되십니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
매우 우려된다	123	41.0
우려되는 편이다	154	51.3
별로 우려되지 않는다	8	2.7
전혀 우려되지 않는다	1	0.3
잘 모르겠다	14	4.7
합계	300	100.0



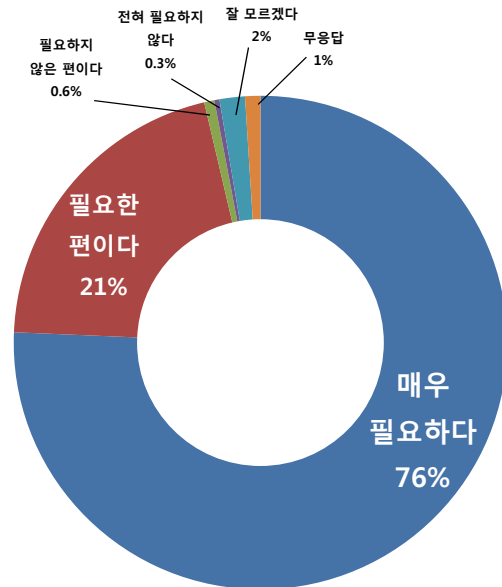
### Q12. 귀하는 개인정보보호를 위해 우선적으로 고려되어야 하는 사항이 무엇이라고 생각하십니까?(중복응답)

보기	응답수(명)	비율(%)
(1)개인정보 취득자가 개인정보를 제3자에게 판매하는 행위를 금지하는 것	214	38.2
(2)간단한 동의만으로 개인정보의 취득 및 이전이 가능하도록 하는 것	36	6.4
(3)동의 후에도 언제든지 간단한 방법으로 개인정보 삭제를 요청할 수 있도록 하는 것	103	18.4
(4)개인정보 유출 시 피해구제를 위한 제도를 정비하는 것 (소비자 집단소송제도 도입, 개인정보 유출통지제도 활성화, 개인정보분쟁조정위원회 권한 강화 등)	132	23.6
(5)개인정보 유출을 방지하기 위한 기술을 보완하는 것	61	10.9
(6)현행 법제로도 충분하여 개선할 필요가 없다	8	1.4
(7)잘 모르겠다	6	1.1
합계	560	100.0



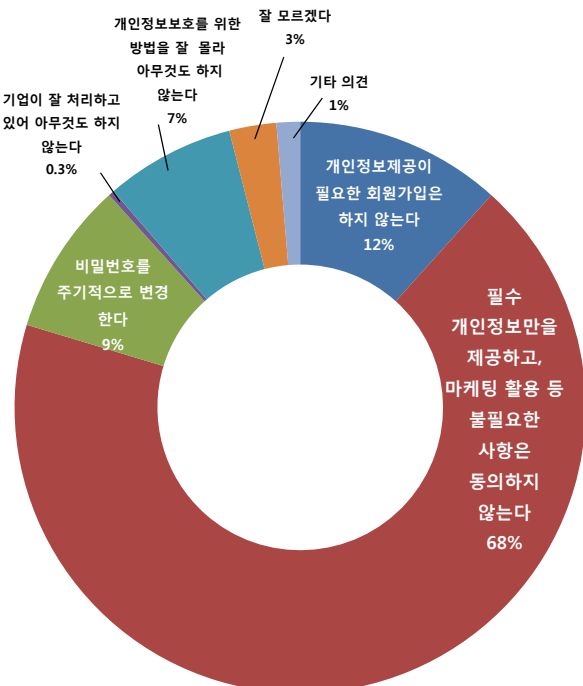
Q13. 홈페이지는 경품응모권에 1mm의 글씨 크기로 보험사에 개인정보를 제공한다고 기재하였습니다. 귀하는 개인정보처리에 관한 동의를 받는 서식 등 방법과 관련하여 글자 크기 내지 양식 등에 규제가 필요하다고 생각하십니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
매우 필요하다	227	75.7
필요한 편이다	62	20.7
필요하지 않은 편이다	2	0.7
전혀 필요하지 않다	1	0.3
잘 모르겠다	5	1.7
무응답	3	1.0
합계	300	100.0



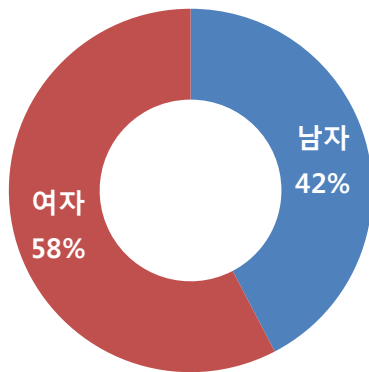
## Q 14. 귀하는 개인정보를 보호하기 위하여 무엇을 하고 있습니까?

보기	응답수(명)	비율(%)
개인정보제공이 필요한 회원 가입은 하지 않는다	35	11.7
필수 개인정보만을 제공하고, 마케팅 활용 등 불필요한 사항은 동의하지 않는다	204	68.0
비밀번호를 주기적으로 변경한다	26	8.7
기업이 잘 처리하고 있으므로 아무것도 하지 않는다	1	0.3
개인정보보호를 위한 방법을 잘 모르기에 아무것도 하지 않는다	22	7.3
잘 모르겠다	8	2.7
기타 의견	4	1.3
합계	300	100.0



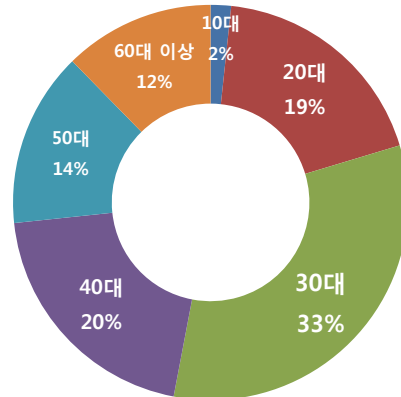
## 응답자 일반사항

성별



보기	응답수(명)	비율(%)
남자	127	42.3
여자	173	57.7
합계	300	100.0

연령



보기	응답수(명)	비율(%)
10대	5	1.7
20대	56	18.7
30대	98	32.7
40대	61	20.3
50대	43	14.3
60대 이상	37	12.3
합계	300	100.0



**[토론1]**

# **토 론**

**토론자 : 이은우 변호사(법무법인 지향)**



**[토론2]**

# **토 론**

**토론자 : 김영웅 국장(함께하는 시민행동)**



## 개인이 소외된 정보 다툼

함께하는 시민행동 정보인권국장 김영홍

### 1. 디지털 정보가 이용되던 초기 무렵

1991년 3월 1일 이전까지는 누구나 타인의 주민등록등초본을 얻을 수 있었습니다. 1994년 까지도 사건, 사고가 일어나면 당사자들의 이름, 사진, 주소지 등의 개인정보가 신문에 실렸습니다. 그러나 1993년 8월 12일까지는 익명, 차명으로도 은행 계좌 개설이 가능 했었죠. 주민등록번호라는 강력한 신원확인 제도가 있었지만, 사회생활에서 빈번하게 사용되지는 않았습니다.

1991년 기점으로 각종 전산망이 완성되면서 '개인의 사생활 보호와 범죄 악용 소지 예방'을 이유로 타인이 주민등록등초본을 교부 받을 수 없도록 주민등록법 제18조 2항이 신설 되었습니다. 디지털 정보는 쉽게 복제되기 때문에 유출과 유통의 위험이 증대되고 있다는 감각은 갖고 있었습니다.

전산망 가동으로 각종 행정 서비스와 상업 서비스가 개인에게 편익을 준 것은 사실입니다. 그러나 이후 각종 개인정보 유출 사건으로 인하여 과거에 없었던 사회 문제가 등장하게 됩니다.

1991년 주민등록전산망이 가동되자 곧 '채권 공갈단'(당시 검찰이 발표한 범죄 명칭)과 경찰 두명이 공모해서 주민조회전산망 이용하여 15만명의 개인정보를 취득하여 불법 채권추심을 한 사건 발생했었습니다. 4만 1천여 건의 부실채권(액면가 28억원 상당)을 액면가의 10% 정도금액에 사들여 채무자에 대해선 최고원금의 10배까지 뜯어내 채권인수액의 1백배 이상까지 갈취한 했다는 것입니다.<sup>36)</sup>

1994년 DM(광고우편발송 업체)업체와 공무원 및 내부직원이 공모하여 292만건의 주민등록번호를 포함한 개인정보(국세청 88년 소득세 자료 1백10만건, 서울시 91년 종합토지세 고지내역 1백10만건, 92년 BC카드가입자 명세서 50만건, 국민연금관리공단의 91·92년 연금가입자 자료 22만건 등)가 유출, 유통 된 사건이 발행 했습니다. "정보대행업자들은 백화점바겐세일 자동차 콘도회원권 등 대기업의 광고우편물 발송대상을 선별하는데 이들 자료를 사용하고 정보이용료로 개인정보당 30~50원

36) 경관·해결사가 "협박 합작"/전산정보 빼돌려 채무자 추적. 경향신문 1991.03.20.

받은 것으로 드러났다.<sup>37)</sup>”고 합니다.

“덕성기획의 경우 홍보팸플릿에 중앙부처·경찰서·교육청·세무서·전화국 소속 행정공무원 8천7백여명, 국회의원·국회사무처·광역의원·기초의원·정당인 등 입법기관인사 1만5천여명, 판사·검사·변호사 등 법조인 2천4백여명의 정보와 신문·방송·주간지 등 언론인 7천여명, 대학교수 등 교육계인사 14만7천여명, 의료계 1만8천여명, 여성·종교계 93만명, 전국 가구주 1천6백만명, 자가용소지자 1백10만명 등 2천여만명의 개인정보를 수록”<sup>38)</sup> 하였다고 합니다. 이런 결과 강남의 어떤 주택 경우 하루에 30여통 넘는 우편 광고물이 쌓이게 되었던 것이죠.

이 두 가지 유형은 지속적으로 수많은 개인정보 유출 사건에서 반복되어 나타납니다. 개인정보 유출 사건이 일어나자 정부는 등 떠밀리듯 1994년 ‘공공기관의 개인정보보호에 관한 법률’ 제정과 1999년 ‘정보통신망 이용 촉진 등에 관한 법률’ 전부 개정을 통해서 ‘개인정보’라는 규범을 만듭니다. 전산자료를 ‘비밀’<sup>39)</sup>로 취급하여 개인정보 수집 목적과 합법적 이용 범위가 불투명했던 것에 새로운 질서를 부여한 것입니다.

그런데, 1998년 당시 세계적으로 유래를 찾기 힘든 PC통신 실명제가 실시됩니다. 익명성으로 인한 언어폭력 예방을 목적으로 당시 PC통신 서비스에 가입한 약 470만 명을 대상으로 주민등록번호와 이름이 일치하지 않는 사람은 해지 시키고 신규 가입자는 주민등록번호 대조가 필수가 된 것입니다.

인터넷 생태계가 만들어질 무렵 신원을 확인하는 그릇된 정책은 이후 두고두고 심각한 병폐가 됩니다. 이후 인터넷(WWW)을 이용하는 IT기업은 주민등록번호 수집을 당연하게 여기게 되었고, 이후 관련 제도(인터넷 등급제, 게임 규제, 상거래)를 통해 주민등록번호를 이용한 신원 인증이 확산되어 **한국 인터넷 생태계는 주민등록번호에 의한 신원확인 생태계로 변성하게 됩니다.**

---

37) 전산망 자료 2백92만건 유출/검찰 수사. 국민일보 1994. 06.23

38) 개인 학력·급여수준까지 노출/구명뚫린 공공전산망 실태. 서울신문 1994. 06.24.

39) 전산망보급확장과이용촉진에관한법률 제25조(비밀의 보호) 누구든지 전산망에 의하여 처리, 보관, 전송되는 타인의 비밀을 침해하거나 누설하여서는 아니된다. 제정 1986.5.12 법률 제3848호.

제30조(벌칙) ①제25조의 규정에 위반한 자는 3년이하의 징역 또는 300만원이하의 벌금에 처한다.

②전산망사업자가 제1항의 죄를 범한 때에는 5년이하의 징역 또는 500만원이하의 벌금에 처한다.

## 2. 개인정보 수난 시대

아래 사례들은 2016년 인터파크 사건 등 몇 건을 제외하고는 모두 주민등록번호가 포함된 개인정보 유출 사건들입니다. 모두를 합치면 **약 7억 건**입니다. 특히, 민간 영역에서 주민등록번호 사용을 중지 시키지 않는다면 디지털 정보 특성상 위험성이 제거 되지 않습니다. 정보인권 단체들 노력으로 인터넷실명제 위헌<sup>40)</sup>과 유출된 주민등록번호 변경<sup>41)</sup> 가능성을 만들었지만 현실은 크게 바뀌지 않았습니다.

통신사와 신용정보회사들은 주민등록번호<sup>42)</sup>를 수집, 이용할 수 있으며, 신원확인 통로가 되고 있습니다. 여전히 한국은 인터넷 생태계가 끊임없이 신원을 확인하는 구조로 익명성이 상실되어 있죠.

### 1) 내부자와 공모로 시작된 개인정보 유출

● 1994년. **전과기록조회, 주민조회**, 개인정보 불법거래. 한건당 1천원씩을 주고 수천여 차례에 걸쳐 사생활정보를 흥신소에 유출한 사건. 흥신소 및 심부름센터 13곳을 적발, 업자 16명을 신용조사업법 위반 등 혐의로 구속하고 2명을 불구속입건, 3명 수배. 돈을 받고 이들에게 전과기록 및 주민조회기록 등을 빼내준 경찰관 11명을 적발, 3명을 뇌물수수혐의 구속, 4명 불구속 입건, 4명을 해당서에 통보, 자체 징계.

● 1997년. 내부자와 공모하여 당시 카드조회 업체 C&C 정보통신 1만6천명의 신용정보 유출. 주민등록번호 등의 개인정보로 **가짜 신용카드**를 만들었던 사건. 관련자 5명구속.

### 2) 해킹사건으로 주민등록번호 유출, 유통 시작

● 2000년. 3개업체(고객관리 대행업체, 인터넷쇼핑몰 가격정보 제공업체, 인터넷 애니메이션방송사) **해킹**으로 약 50만건의 ID와 비밀번호, 주소, 주민등록번호, 전화번호 등 개인정보 유출. 2명 구속

● 2000년. 인터넷 사이트 46곳을 해킹하여 630만명의 회원이름 주민등록번호 주소 직업 출신학교 등의 개인정보 유출. 1명 구속

40) 정보통신망이용촉진및정보보호에관한법률제44조5(제한적본인확인제) 위헌소송. (2012. 8. 23. 2010헌마47-252(병합)).

41) 주민등록번호 변경 불가에 관한 위헌소송. (2013헌바68, 2014헌마449).

42)

### 3) 기업이 불법적인 개인정보 판매로 주민등록번호 유출, 유통 시작

● 2001년. **네티앙 회원 15만명등** 27개 인터넷 업체들이 930만건의 고객 개인정보(이름, 주민번호, 집·직장 주소, 전화번호, 이메일 주소)를 L, S카드사, Y생명보험에 불법 판매.

2개사 대표 불구속 기소, 27개 업체 대표, 법인에 각각 벌금 500만~1,000만원에 약식 기소 및 15개사는 정식기소(회사대표 1000- 1,500만원을 선고, 직원 500~1,000만원 벌금선고)

● 2001년. **BC카드, 국민카드, 다이너스 카드 고객 개인정보(이름,주소,전화번호,주민등록번호,카드번호,이용한도) 보험사에 불법판매** 사건.

BC카드 법인과 이모(51)이사, 국민카드 법인과 최모(41)TM팀장 벌금 3,000만원에 각각 약식 기소. 다이너스카드 법인과 권모(41)TM팀장에 대해서 같은 혐의로 벌금 1,000만원에 약식기소.

당시 검찰은 불법 유출된 개인정보의 규모를 밝히지 않았으나 당시 정무위 김부겸 의원(금융감독원 자료)이 공개한 자료에 따르면 개인정보판매 수익규모는 아래와 같다.

**\* (개인정보판매대금)** BC카드와 외환카드는 지난 3년간 각각 27억6,000만원과 14억6,000만원을, 국민 다이너스 카드는 지난 한해에만 각각 1억4,000만원과 5,000만원 등 54억원의 수수료 수익 **\* (개인정보구입대금)** 라이나생명은 29억9,400만원, 신한생명 23억3,000만원, SK생명은 4,200만원, 교보생명은 2,200만원 등을 카드사에 지불

● 2003년. **듀오(결혼정보회사) 해킹을 통한 30만명 개인정보(주민번호, 주소, 가족관계, 종교, 배우자 이상형, 연봉, 성장기 유출** 사건. 1명 구속, 2명 불구속

● 2003년. **게임-영화사이트 가입자, H신용카드 가맹점주 200만명 개인정보(이름, 주민등록번호, 주소 등) 카드업자에 유출.** 4명 구속. 1명 입건

### 4) 합법을 가장한 개인정보매매 등장과 모든 불법적인 유형이 다 나타나는 주민등록번호 유출, 유통 시대

● 2003년. SK가 자사가 보유한 1700만명의 **OK캐쉬백** 가입자들의 개인정보(이름,



집전화번호, 휴대전화번호, 주소, 주민등록번호)를 신한생명에 제공. (국민일보 2003년 10월 23일 보도) \* 방송통신위원회는 2011년 2월 OK캐쉬백을 운영하는 SK마켓앤컴퍼니가 2008-9년까지 일어난 동의 없는 개인정보 수집, 일부 회원의 경우 동의 없는 제3자 제공 등의 법률 위반으로 1억8800만원의 과징금을 부과. \*2017년 3월 현재, OK캐쉬백은 47곳 회사에 개인의 동의하에 개인정보를 제공 중.

● 2003년. **대기업, 대학, 관공서** 등 15개 사이트 해킹으로 66만명의 개인정보유출(이름, 주민등록번호, 휴대폰번호, 주소) 4명 구속 1명 불구속.

● 2004년. **KTF** 92만명 개인정보(이름, 휴대폰번호, 주민등록번호, 이메일, 주소)유출과 SK 이동통신 15만건의 고객 개인정보, 국내 보험회사 고객정보 5백만건 등 515만건의 불법적인 개인정보 유통사건. 3명 구속, 12명 불구속

● 2004년. **EBSi** 회원 100만명 돌파를 기념해 보도자료를 내면서 최고령 및 최저나이 이용자 260여명의 ID와 성명, 주민번호, 생년월일 등이 기재된 보도자료 배포.

● 2004년. **OK캐쉬백** 카드회원 2000여명의 개인정보(이름, 주민등록번호)가 유출돼 현금처럼 사용되는 6600만점(1점당 1원)이 주인들도 모르게 도용. 1명 구속

● 2005년. **SK텔레콤** 가입자 개인정보 95건, **KTF** 42건, **LG텔레콤** 35건, **KT** 28건 등 총 200여건의 개인정보를 빼내 심부름센터 등에 판매.  
LG텔레콤 벌금 3000만원, KTF 2000만원, KT 고객관리 하청업체인 (주)MPC 1000만원에 각각 약식 기소. 현직 경찰 1명 및 8명 불구속 기소.

● 2005년. **리니지**(NC소프트) 계정과 비밀번호 유출사건으로 경찰측 추산(이 사건은 2006년에 최종 결과가 나왔다.)으로 122만건의 주민등록번호 도용 피해 발생.

## 5) 초고속인터넷망 업체의 개인정보 유출 증가

● 2006년. 개인정보를 판매하려다가 경찰(전북)의 압수수색 영장으로 CD와 컴퓨터에 **KT, 하나로, 데이콤, 두루넷, 온세통신** 등 초고속인터넷 고객 3백만명의 개인정보(이름, 주민등록번호, 집주소, 전화번호, 휴대전화번호, 서비스가입일자와 설치장소, 상품명, 약정기간) 발견 압수. 1명 구속 6명 불구속.

● 2006년. **060 전화정보서비스** 회원 100만명의 개인정보 (휴대전화번호, 주민등록번호) 해킹을 통한 유출. 1명 구속.

● 2006년. **KT,하나로,두루넷,온세통신** 771만명의 개인정보(이름, 주민등록번호 등) 시중에 불법 유출. 3명 구속, 9명 불구속.

● 2006년. **이동통신사** 고객 개인정보(이름, 주민등록번호, 주민등록증 사본과 의사 면허증 사본 등) 27만건 유출. 1명 구속 7명 불구속.

● 2006년. **국민은행**이 자사 회원 3천명에게 이메일을 발송하면서 자사 회원 3만명의 개인정보(이름, 주민등록번호, 이메일 등)가 담긴 파일을 첨부한 사건발생.

● 2006년. **결혼정보업체** 해킹으로 57만명의 개인정보(이름.주민번호.휴대폰 번호 등) 유출 1명 구속.

## 6) 불법 대출과 관련된 개인정보 유출 증가와 대형 개인정보유출 사건의 시대

● 2007년. **허위의 인터넷 대출사이트 운영**을 통해 개인정보(성명, 주민등록번호, 주소, 연락처, 직장정보, 예금통장 사본 등) 231만건을 상위 중개업체와 사금융사들에게 제공, 알선중개료 명목으로 256억여원의 부당이득을 챙긴 사건. 6명 구속 28명 불구속.

● 2007년. **하나로텔레콤과 KT**가 초고속인터넷서비스에 가입한 고객의 동의를 받지 않은 채 730만명의 개인정보(이름, 주민등록번호 등)를 도용해 자회사 포털사이트 2 곳에 회원으로 가입시킨 사건. 하나로텔레콤은 고객의 개인정보를 분석하여, 연령별, 이용 상품별로 고객을 구분, DB자료를 만들어 제3자에게 유통. (약 600만명의 개인정보 8500여만 건을 전국 1000여개 텔레마케팅 업체에 제공) 300억원의 부당이득 얻었다는 경찰 발표. KT와 하나로텔레콤 임직원 26명과 위탁 모집업체 5곳 관계자 40명 불구속. \*방송통신위원회(2008) 이 사건으로 하나로텔레콤에 과징금 1억4800만원 , 과태료 3000만원을 부과.

● 2008년. **옥션** 1천863만명(2010년 3월에 피해규모가 확정) 고객 개인정보(이름,주민등록번호,주소,전화번호,계좌번호 등) 해킹 사건.

● 2008년. **전북교육청** 홈페이지, 교원 4만여명 개인정보( 이름, 주민등록번호, 소속, 재직상태, 등) 엑셀화일이 두달동안 방치되는 사건.

● 2008년. **GS 칼텍스** 고객 1천151만7천125명 개인정보(이름, 주민등록번호, 이메일 주소 등)가 담긴 CD 발견. GS 칼텍스 자회사 직원이 유출 4명 1년6개월, 1년 실행 선고.

- 2008년. **네이트** 3500만 회원 개인정보 (이름, 주민등록번호, 아이디, 비밀번호, 주소, 전화번호 등) 해킹 사건.
- 2008년. **S은행, C은행** 3만1천여명의 고객 개인정보(이름, 주민등록번호, 대출내역, 회사의 부서 및 직급) 유출 2명 구속 23명 불구속.
- 2009년. **불법 대부업체** 수사 과정에서 150만명의 개인정보(이름 주민등록번호, 직장, 특히, **주요 기업 대표 개인정보 2만건**이 포함) 유통 확인. 2명 구속.
- 2009년. **금융감독원** 전화금융사기 피해자 4300여명의 개인정보 (이름, 주민등록번호, 연락처)가 담긴 엑셀 파일 1년간 노출.
- 2010년. **중국 해커로부터** 구입된 각종 ID와 비밀번호, 이름, 주민등록번호 등이 포함된 개인정보 650만 건의 개인정보 유통 및 골프장과 콘도 회원 14만명의 개인정보(회원권 분양 정보, 이름, 주소, 주민등록번호, 전화번호) 유출 사건 1명구속 26명 불구속.
- 2010년. **티쳐원**(교원 연수기관) 1만여명의 공립 초등학교 교사 개인정보(소속학교, 직위, 성명, 주민등록번호, 강좌명, 연수일시, 소속 교육청) 유출.
- 2010년. **중국해커와 공모해** 금융 대출 사이트와 도박·성인 사이트, 쇼핑몰 등 국내 152개 사이트를 해킹 680만건의 개인정보(성명, 주소, 주민번호, 아이디, 비밀번호) 유출(부산 경찰) 34명 불구속(서울 경찰).
- 2010년. 중국 해커로부터 구입된 25개 온라인 사이트(**아이러브스쿨, 대명리조트, 러시앤캐쉬, 현대캐피탈, 씨티파이낸셜, 제일캐피탈, 하나캐피탈** 등)의 회원 개인정보(이름, 아이디, 비밀번호, 주민등록번호) 2000만 건이 시중 유통(인천 경찰) 1명 구속 2명 불구속.
- 2010년. 불법으로 취득한 아이디와 비밀번호를 이용하여 계정에 접속해 150여만건의 각 계정 이용자(**네이버, 다음, 네이트, 야후, 피망, 하나포스**) 개인정보(이름, 주소, 주민번호, 전화번호, 이메일 주소, ID, 비밀번호) 유출. 1명 구속.
- 2011년. 시중은행의 **현금 입출금기(ATM)**에서 주민등록번호, 계좌번호 등 2000만건의 개인 정보(주민등록번호, 계좌번호, 입출금한 수표의 번호, 송금받은 사람의 이름, 거래 지점 등)가 기록된 하드디스크 450개 유출 2명 불구속.

● 2011년. **세티즌** 해킹으로 인하여 140만명 회원 개인정보(이름과 주소, 전화번호, 주민번호) 유출.

● 2011년. **한국음악실연자연합회** 관리 소홀로 이미자, 조용필, 이승철, 이효리, 아이유, 2PM 등 유명 가수들을 포함한 회원 4천6백명 개인정보(이름, 주민등록번호) 유출.

● 2011년. 용산구청에서 **43만명의 호적등본 파일**(이름, 주민번호, 본적, 가족사항) 이 저장된 외장 하드를 분실.

● 2011년. **삼성SDS 협력업체 직원**이 전자여권 신청자 92만여명의 이름, 주민번호, 여권번호, 여권발급일·만료일 등 개인정보 유출. 당시 김황식 총리, 현인택 전 통일부 장관, 이주호 교육과학기술부 장관, 오세훈 전 서울시장과 청와대 수석비서관, 국회의원 등 관용 여권을 신청한 공무원 4600여명의 정보도 포함됐다. **국정원(65명), 국방부(999명), 육군본부(285명), 경찰청(39명) 등 신상 자체가 보안사항인 안보 부서** 당국자들도 상당수 포함.

● 2011년. **메이플스토리**(넥슨) 백업서버 해킹 1천320만명의 개인정보 (이름, 주민등록번호, 아이디, 비밀번호) 등 개인정보가 유출 2012년 \*방송통신위원회는 7억 7100만원의 과징금과 1500만원의 과태료 부과.

● 2011년. **하나SK카드 직원**이 **SK텔레콤 휴대폰 할부구매고객** 9만7000여명 개인정보(이름, 주민번호, 연락처, 주소, 스마트폰 할부채권 정보) 유출 1명구속 2명 불구속

● 2011년. **엠펙스** 36만명 개인정보(이름, 주민등록번호 등) 해킹으로 유출 방송통신위원회3300만원의 과징금 및 900만원의 과태료 부과.

● 2011년. **개인정보 불법 매매** 수사를 통해 각종 시중은행, 신용카드사 고객 이름, 주민등록번호, 인터넷뱅킹 아이디 및 비밀번호 등의 개인정보 1900만건의 유통 적발(부천 경찰)3명 구속.

● 2011년. **현대캐피탈** 175만건 개인정보(이름, 주민등록번호 등) 해킹으로 유출, 2명 구속.

● 2012년. **KT** 가입자 873만 435명의 고객 개인정보(이름, 전화번호, 주민등록번호, 휴대폰 기종등) 유출. 5명 불구속 방송통신위원회 7억 5300만원 과징금 부과.

● 2012년. **산와머니** 203만 2524건의 개인정보 무단 조회(이름, 주민등록번호, 휴대

전화번호, 주소, 보증인 정보) 벌금 2천만원 약식기소 2명, 산와머니 대표 불구속(이후 무죄 판결), 검찰이 개인정보의 다운로드를 입증 못함.

● 2012년. **법무부 교정청** 사이트 해킹 법무부 직원의 개인정보(이름, 소속, 연락처, 직책, 주민번호 등) 2461건 유출 1명 구속.

● 2012년. **하이투자증권**, 대출자 2300명 개인정보(이름, 주민등록번호, 최초대출일자 및 최종 변동일자, 대출잔고) 유출.

● 2012년. **문자발송대행업체 N사**가 출처불명의 유권자 1500만명의 개인정보(이름, 휴대전화 번호, 주소, 주민등록번호)를 이용하여 출마자들에게 선거홍보 대행한 사건. 선거 후보자 374명이 100만~2000만원을 지불하고 N사의 문자발송 서비스를 이용 (경기 경찰) 2명 불구속 입건.

● 2012년. **중국 해커로부터** 구입한 550만건의 개인정보(주민번호,전화 번호, 이동통신 가입일과 거주지역, 금융사에서 빼낸 정보에는 채무관계 정보도 포함)유통 1명 구속 9명 불구속.

● 2012년. **새누리당** 당원 200만명 개인정보(이름, 주민등록번호, 주소, 전화) 유출. 당 사무국 직원이 문자발송업체에 유출.

● 2012년. **인터넷 경품 이벤트**에 응모 회원 795만명, 쇼핑몰 회원 380만명의 개인정보(이름, 주민등록번호, 연락처)를 회원 동의 없이 텔레마케팅 업체에게 5-6억원을 받고 유출. 텔레마케팅 업체는 보험사에 13억원에 되팔. 5명 불구속.

● 2012년. **무주리조트** 회원 개인정보(아이디와 비밀번호, 성명, 주민등록번호) 40만 1700건 해킹 유출.

● 2013년. **불법 유통**되고 있는 1600여만명 개인정보(이름, 전화번호, 주민등록번호, 직업)을 이용하여 대출(무려 1600여만명에게 사기 문자를 보냈다고 함)사기. (대전경찰) 78억원의 부당이익. 3명 구속, 27명 불구속.

● 2013년. **한화손해보험 현장출동서비스**를 이용한 고객 중 15만7901명의 개인정보(이름, 주민등록번호, 차량번호 등)가 해킹·유출.

● 2013년. **SC씨티은행** 고객 개인정보 13만건 유출등 금융권 개인정보(이름, 전화번호, 주민번호, 직장명, 대출금액, 대출금리, 대출계좌, 카드번호 등) 대출 모집인에게 60만건 유출.

- 2014년. **KB 국민카드**에서 5천300만건, **롯데카드**에서 2천600만 건 그리고 **NH 농협카드**에서 2천500만 건 등 약 1억4백만건의 개인정보(성명,이메일,휴대전화,직장전화,자택전화,주민번호,직장주소,자택주소,직장정보,주거상황,카드이용실적,카드결제계좌,카드결제일,카드신용한도,카드신용등급 등)를 신용평가회사 KCB 직원이 유출.
- 2014년. **네이버** 가입자의 개인정보(아이디, 비밀번호, 주민등록번호) 20만건 해킹 유출. 도용된 개인정보를 이용 카페·블로그 방문자 수 증가에 활용. 1명 구속 4명 불구속
- 2014년. **KT** 가입자의 개인정보(이름,주민등록번호,전화번호,카드결제번호,카드유효기간,주소,이메일,고객관리번호,유심카드번호,서비스가입정보,요금제정보) 1천 171만 건 해킹으로 유출.
- 2014년. **KT**에서 7만6000건, **LG유플러스**에서는 250만건, **SK브로드밴드**에서 159만건 가입고객 정보, 시중 은행과 제2금융권 11곳에서 101만건, 여행사와 인터넷 쇼핑몰, 불법 도박 사이트에서 706만건 등 개인정보 1230만건 유출(주민등록번호와 전화번호, 주소, 계좌번호, 나이, 성별, 거주지, 직업 등 가공) 1명 구속,17명 불구속.
- 2014년. **보험사**(보험사 14곳의 개인정보 1만3천건), **저축은행**, **대부업체** 등 26개사 1150만건 개인정보 유출(보험계약자, 피보험자, 이름,주민등록번호, 주소 등 ) (인천남동경찰서) 3명 구속. 10명 불구속.
- 2014년. 대부분 2010년 경 **중국 해커**를 통해 침해된 것으로 추정된 개인정보 유통 사건. 이름, 주민번호, 전화번호, 주소, 아이디, 비밀번호, 금융계좌번호(일부), E-메일주소 : 1억 건, 이름, 주민번호 : 1억2천만 건, 사이버머니 해킹, 대출 사기, 불법 도박사이트 광고에 이용. 7명 구속 1명 불구속 (전남지방경찰청).

## 8) 민감한 개인정보의 불법 판매

- 2014년. **홈플러스** 고객정보 2400만건 개인정보 판매로 인한 유출. 합수단은 홈플러스가 고객의 휴대전화번호 주민등록번호 가족사항 등 개인정보를 건당 1000~2000원에 팔아 수십억원의 수익을 올린 것으로 의심(2014년 9월 국민일보 보도) (2015년 12월 김\*\* 홈플러스 부사장, 현모 본부장에게는 1년6개월이 구형됐다. 나머지 홈플러스 직원 3명과 라이나생명 및 신한생명 직원 각 1명 총 5명은 징역 1년씩을 구형받았다. 이후 2016년 9월 2심까지 무죄.)
- 2015년. 개인정보범죄 정부합동수사단(단장 이정수 부장검사)는 **IMS헬스코리아**(이

하 'IMS'), **약학정보원, SK텔레콤, 지누스** 등 의료정보제공단체 관계자 24명을 불법으로 환자개인정보를 수집하고 유출한 혐의로 불구속 기소. 환자 이름과 주민등록번호, 병명, 처방된 약물, 복용량, 진료 명세, 진료 기간 등의 민감한 정보. 불법적으로 취급한 환자 정보는 약 47억 건, 환자 수는 4400만 명.

2016년 11월 7일 오후 서울중앙지방법원 22형사부 피고인 13인에 대한 최종변론에서 전직 약정원장에 징역 3년, 현 약정원장에 2년을 각각 구형. 전직 약정원 직원 A씨에게는 징역 4년형과 추징금 3696만2400원, 전직 약사회 임원 B씨에게는 징역 2년6월, 연루자 10명도 모두 징역형으로 구형. 약정원과 관련된 지누스, IMS헬스코리아등 유관업체는 벌금 5천만원(최고형)도 별도로 구형. 약정원이 벌금 5000만원과 추징금 16억 6957만 3673원, 한국IMS헬스케어에는 벌금 5000만원과 추징금 70억 135만2180원, 지누스도 벌금 5000만원과 추징 3억3000만원이 구형. 2017년 3월 현재 선고 연기 상태.

## 9) 계속되는 개인정보 유출 사건들

●2015년. 9월 '**뽀뿌**'(휴대전화 거래 등이 이뤄지는 온라인 커뮤니티) 11일 오전 1시께 해킹 공격을 받아 회원 개인정보 190만여건 유출. 유출된 개인정보는 모든 뽀뿌 회원의 아이디와 비밀번호, 이메일, 닉네임, 회원 점수 등. 11월 20일 \*방송통신위원회 '**뽀뿌**'에 과징금 1억200만원과 과태료 1500만원, 그리고 시정명령을 부과하기로 의결.

●2015년. 9월 '060 부가서비스(**효성FMS, 하이엔티비, 세종텔레콤, 드림라인**)' 결제 정보(생년월일, 성별, 휴대폰 전화정보)유출. 약 37만명의 개인정보가 유출. 음란 폰팅 운영진과 회사 직원 5명도 함께 불구속 기소.

●2015년. 12월 보건복지부로부터 위탁·운영중인 아동자립지원단의 '**아동자립지원통합관리시스템**'이 해킹. 자립 지원 계획, 참여 프로그램 정보. 이름, 성별, 생년월일을 필수, 선택사항, 휴대폰 번호, 주민등록번호, 주소(시설 등) 등의 개인정보 유출. 피해규모 만 15세 이상 아동 등 2만6천여 명.

●2016년. 4월 부산경찰청 광역수사대는 아기 사진 스튜디오 업체로부터 초음파 태아 영상촬영 장치 등을 받는 조건으로 임신부의 개인정보 1만 4000여건을 건넨 혐의(개인정보보호법 위반)로 A(80)씨 등 **부산 유명 산부인과 3곳**의 병원장 3명을 불구속 입건. 유출된 개인정보는 산모 성명과 주소, 연락처, 태아 출생일, 혈액형 등. 병원들은 2700여만원에서 많게는 4000만원 등 총 1억 400만원 정도의 부당이익. 사진 스튜디오 대표들은 빼낸 개인정보로 백일·돌 사진, 성장앨범 영업을 하는 데

활용.

●2016년. 5월 학습지업체 **대교의 지캠프** 홈페이지가 해킹 공격을 받아 3만명의 개인정보(이름,주민등록번호,휴대전화, 주소) 유출.

●2016년 5월 **인터파크** 이름, 주소, 전화번호 등이 담긴 고객정보 2540만 3567건 해킹 유출.

\*방통위 12월 6일 68차 위원회 개최, 개인정보 유출사고를 빚은 인터파크에 과징금 44억 8000만원, 과태료 2500만원을 부과하기로 의결.

● 2014년. 8월부터 2016년 5월까지 처방 내역에 따라 **리베이트**를 지급하기 위해 환자 처방내역이 담긴 프로그램에 접속할 수 있는 아이디와 비밀번호를 얻어 **A병원** 프로그램에 접속해 29만574건의 환자 진료 및 처방내역을 휴대용 저장장치(USB)에 저장한 뒤 개인정보 유출. A대학병원 교수 B 씨에게 징역 6월에 집행유예 1년을 선고. 의사 5명은 500만~3000만 원을 리베이트로 받은 혐의가 인정돼 벌금 400만~1000만 원을 선고. 의사들에게 리베이트를 제공한 혐의로 기소된 의약품 도매상 C 씨에게는 징역 3년에 벌금 4억 원이 선고.(국제신문 2017.2.22)

● 2016. **주민센터 사회복지요원이 흥신소에** 개인정보(가족관계부나 재산조회, 출입국 기록 등) 유출. 500여 명의 의뢰자에게 개인정보를 팔아 1억 4천만 원의 부당이득. 4명 구속. 돈을 받고 개인정보를 넘긴 사회복지요원과 통신사 직원 또, 개인정보 유출 의뢰인 등 46명 불구속 입건.

● 2017년. 2월 56만9000여 명의 **도박회원 명단**(이름·휴대전화 번호·계좌번호 등)을 개당 10원씩 200만~300만 원에 구매 및 도박사이트 운영. 3명 구속, 1명 불구속.

## 10) 피싱등의 사기 범죄 피해규모

년도	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15/7	합계
건수	1488	3965	8454	6720	5455	8244	5709	4765	7635	5391	57826
피해	106	433	877	621	553	1019	595	552	973	784	6514

(단위/건,억)

위 표는 금융감독 정보 제2013-27호[통권 736]와 홍일표, 임수경 의원이 2015년 경찰청으로 부터 제출받은 자료 종합으로 금융감독 정보 자료 또한 통계 출처는 경찰청 입니다.

보이스피싱을 민생침해 5대 금융악으로 규정(2015. 4.8.)한 이후 발행한 금융감독 정



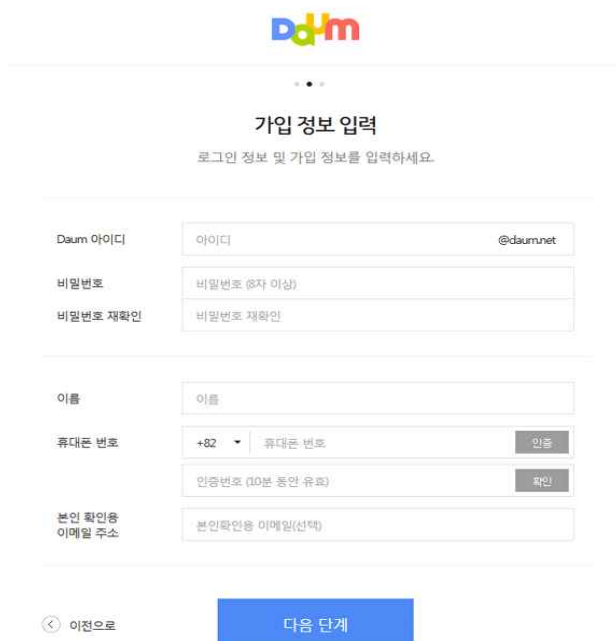
보 제2017-08호[통권 923호]에서는 **2016년 보이스피싱 피해규모를 총 1919억원(총 4만5748건)이며 전년 대비 21.5% 감소했다고 밝히고 있습니다.** 동일기관에서 시차를 두고 수록한 통계 자료인데, 통계의 출처가 다릅니다. 하나는 경찰청이며 하나는 불법금융대응단 금융사기대응팀 자료입니다. 경찰청 자료는 각종 피싱 사기의 일부만 통계로 잡았거나 축소한 듯 보입니다. 그러나 2016년도 보이스 피싱 통계를 보면 규모가 매우 크다는 것을 알 수 있습니다.

2013년, 불법 유통되고 있는 1천6백여만 개인정보(이름, 전화번호, 주민등록번호, 직업)를 이용하여 **대출 사기를 위해 1천6백여만 명 모두에게 사기 문자를 보내서 78억원의 부당이익을 챙겼던 것을 다시 환기 해 볼 필요가 있습니다.**

### 3. 한국 인터넷 생태계의 비극

유비쿼터스, RFID 등 유행이 지나간 후 여기 새로운 기술 담론이 2012년경부터 펼쳐지고 있습니다. 정부 관련 R&D예산은 대학을 비롯한 기업을 향하고 있지만, 정작 '개인'은 여전히 소외되고 있죠. 더 많은 개인정보 이용을 위하여 '개인정보자기결정권' 약화 논의가 많이 회자되는 현실입니다.

유럽, 일본, 미국 모두 인터넷은 익명 생태계입니다. 물론 SNS 서비스를 이용하면 익명성은 현저히 사라지게 됩니다. 그래도 한국처럼 직접적으로 신원을 확인하지 않습니다. 스마트폰과 연동된 각종 서비스 때문에 전화번호를 수집하는 것이 대세이지만, 한국은 신원확인용으로 강제적으로 수집하고 외국은 그렇지 않습니다.



The image shows the Daum account registration page. At the top is the Daum logo. Below it, the title "가입 정보 입력" (Enter registration information) is displayed, followed by the instruction "로그인 정보 및 가입 정보를 입력하세요." (Enter login and registration information). The form is divided into two main sections. The first section is for Daum ID and password, with fields for "Daum 아이디" (Daum ID), "비밀번호" (Password), and "비밀번호 재확인" (Confirm password). The second section is for personal information, with fields for "이름" (Name), "휴대폰 번호" (Mobile phone number), and "본인 확인용 이메일 주소" (Email address for self-verification). The "휴대폰 번호" field includes a dropdown for the country code (+82) and a "휴대폰 번호" label. The "본인 확인용 이메일 주소" field includes a dropdown for the email type (선택). At the bottom, there are two buttons: "이전으로" (Previous) and "다음 단계" (Next step).



The image shows the Naver account registration page. At the top is the Naver logo. Below it, the title "가입 정보 입력" (Enter registration information) is displayed, followed by the instruction "로그인 정보 및 가입 정보를 입력하세요." (Enter login and registration information). The form is divided into two main sections. The first section is for Naver ID and password, with fields for "아이디" (ID), "비밀번호" (Password), and "비밀번호 재확인" (Confirm password). The second section is for personal information, with fields for "이름" (Name), "생일" (Date of birth), "본인 확인용 이메일(선택)" (Email address for self-verification), "휴대전화번호" (Mobile phone number), and "인증번호" (Verification code). The "이름" field includes a dropdown for the name type (남자/여자). The "생일" field includes a dropdown for the year (년(4자)) and a dropdown for the month (월). The "본인 확인용 이메일(선택)" field includes a dropdown for the email type (선택). The "휴대전화번호" field includes a dropdown for the country code (+82) and a "휴대전화번호" label. The "인증번호" field includes a "확인" (Confirm) button. At the bottom, there is a large green button labeled "✓ 가입하기" (Sign up). Below the button, there is a small text block: "이용약관 | 개인정보처리방침 | 책임의 한계와 법적고지 | 회원정보 고객센터" and "NAVER Copyright © NAVER Corp. All Rights Reserved."

**YAHOO! JAPAN** [ヘルプ](#)

メールアドレスなしで登録する [ログイン](#)

Yahoo! JAPANへようこそ

メールアドレス

Yahoo! JAPAN ID

パスワード

[パスワードを表示](#)

郵便番号

生年月日

性別

☐ 男性 ☐ 女性

(お知らせメール(Yahoo!ダイレクトオファー)  
の配信を希望する(無料))

☐ カード  
の持っている ☐ 持っていない

**Yahoo! JAPAN IDを登録**

**Google 계정 만들기**

계정 하나로 모든 서비스 이용  
무엇을 하든 Google 서비스를 이용하실 수 있습니다.

[G](#) [M](#) [+](#) [+](#) [+](#) [+](#) [+](#) [+](#)

언제, 어디서나 사용 가능  
터치기기 간에 전환하여 로그인할 수 있습니다.

이름

성  이름

사용자 이름

@gmail.com

기본 이메일 주소를 사용하고 싶습니까?

비밀번호 만들기

비밀번호 확인

생년월일

연도  월  일

성별

성명

휴대전화

+82

현재 이메일 주소

지역

대한민국

**다음 단계**

Google에서 이 정보를 요청하는 이유는 대개 자체화  
동으로 처리됩니다.

**facebook** 이메일 또는 휴대폰 번호 비밀번호 [로그인](#)

계정들 잊으셨나요?

**Facebook에서 전세계에 있는 친구, 가족, 지인들과 함께 이야기를 나눠보세요.**

**가입하기**

항상 지금처럼 무료로 즐기실 수 있습니다.

성(姓)  이름(성은 제외)

휴대폰 번호 또는 이메일

휴대폰 번호 또는 이메일 재입력

새 비밀번호

생일

연도  월  일  왜 생년월일을 입력해야 하나  
요?

☐ 여성 ☐ 남성

계정 만들기 버튼을 클릭하면, Facebook의 약관에 동의하며 쿠키  
사용을 포함한 Facebook 데이터 정책을 읽었음을 인정하게 됩니  
다. Facebook으로부터 SMS 알림을 받을 수 있으며 일련의 연재는  
지 음트 아웃할 수 있습니다.

**계정 만들기**

유명인, 팬드, 비즈니스를 위한 **페이지 만들기**

몇 번의 단계를 밟아 가면 신원이 확인되는 구조가 외국 인터넷 생태계입니다. 개인정보 수집 수준이 다르기 때문에 신원 추적의 경우 첫 지점은, 신용카드 번호, 전기 사용료 영수증, IP 주소 추적, 전화 번호, 이메일 등으로 다양할 수 있습니다.

한국은 주민등록번호 수집과 이용을 제한하자 많은 닷컴 기업들은 휴대전화번호 수집을 필수로 하여 신원이 즉시 확인되는 구조를 지속하고 있습니다.

Paypal은 은행계좌, 신용카드와 이메일만 있으면 국제적인 송금을 할 수 있는 서비

스를 제공합니다. 전화번호, 주민등록번호, 사회보장번호, 여권번호, 운전면허 번호가 없어도 가능하죠. 한국에서는 실현 불가능한 서비스였습니다. 전혀 다른 세계가 있는 것입니다.

유럽은 빅데이터 기술로 인하여 개인의 익명성이 상실되기 때문에 익명화를 유지하는 정보 가공에 주목 한다면 한국 현실은 실명 데이터들을 어떻게 감춰야 하는지 걱정하면서 출발 하고 있는 형국입니다. 신원 확인하는 질서를 바꾸지 않는다면 미래는 매우 불투명 합니다.

#### 4. 빅데이터+사물 인터넷

##### 1) 익명화된 통계 활용 언제나 찬성

최근, 인터넷에서 많은 언급되는 단어들을 추적해서 '빅데이터' 분석이라며 통계 자료를 제시하는 경우를 많이 보게 됩니다. 이러한 '통계 예측'을 빅데이터 프로파간다로 이용한다고 해서 비판할 생각은 없습니다. 무엇으로 호명되던지, 현행 개인정보보호 법제 안에서 큰 어려움 없이 할 수 있다는 것은 '사실'입니다.

##### 2) 프로파일링(개인추적분석)

예를 들어 어떤 닷컴기업이 스스로 보유하고 있는 고객 분석 정보들과 외부(지하철 이용 정보, 차량 이동정보, 다른 SNS 활동정보, 카드 결제 정보 등등)에서 분석된 다양한 정보들을 결합하여 새롭게 개인정보를 생성하는 것을 허용할 수 있을까요? **명시적으로 '동의'를 받는다면** 가능할 수 있겠지만 기업 입장에서 이익과 위험, 개인이 얻는 이익과 위험성에서 어떤 균형점이 있는지 모르겠습니다. 오히려 개인정보통제권을 상실하게 되겠죠.

##### 3) '동의'

사실, '개인정보'는 상호간 계약 이행 의무와 책임을 위해 제공한 **'계약'(약속) 흔적** 일 뿐입니다. 그러나 인터넷 사업자 특성상 소비자 패턴을 통계 분석하는 것은 허용될 수 있습니다. 그러나 그것도 '서명' 즉, 동의가 필요한 사항입니다. **'동의'는 계약을 위한 서명**입니다. 동의 없이 개인정보를 판매하거나, 유출시키거나 가공하는 것은 계약주체인 '개인' 즉, 소비자, 시민에 대한 신의성실 원칙을 배신하는 행위가 됩니다.

**'동의' 절차가 번거롭기 때문에 '포괄적 동의'가 필요하다**라는 기업들의 주장은 선뜻

이해가 안 됩니다. 소비자와의 의사소통은 비용을 발생 시키겠지만, 그것은 일종의 투자입니다. 왜? 기업 활동에 꼭 필요한 원천인 이용자, 소비자에 대한 '투자'에 인색한 것일까요? 그것을 통하여 '신뢰'를 만들 생각은 없는 것일까요?

만약, 새로 진출하는 기업의 경우 '동의 비용' 때문에 어렵다고 한다면, 기존 기업들이 공동 출자를 통해(필요하다는 공감대가 있다면 정부 R&D 예산 지원) 재단, 조합 형태로 비용을 지원하는 방법도 있을 것입니다.

#### 4) '회피'

기업이 개인정보를 더 많이 분석, 추적한다는 생각을 이용자, 소비자들이 생각하게 된다면, 그것을 위협으로 사람들이 받아들인다면 개인들은 아마도 회피 방법을 찾게 될 것입니다. 그래서 지금도 다양한 프라이버시보호 IT 서비스 생겨나고 있고 새로운 구상<sup>43)</sup>도 진행 중입니다.

#### 5) 완고한 여론

" 개인정보에 대한 사회적 불안감이 지속적으로 증가하고 있는 반면 기업은 계속해서 개인정보를 이용하고 싶어 합니다. 개인정보보호와 산업발전의 조화가능성에 대한 귀하의 생각은 어떻습니까? "

■ 개인정보와 산업발전 이슈 관련하여 기업의 개인정보 사용을 최대한 금지 (44.7%) ■ 현재보다 강력한 보호기준을 마련(41.6%) ■ 보호와 이용 균형 (11.5%)

개인정보 범위에 관한 대국민 인식조사 결과. 개인정보의 범위에 관한 연구 2014. 10. 개인정보보호위원회 인하대학교 산학협력단(법학연구소)

#### 6) 대통령의 차명폰, 익명성

본디, 휴대전화 개통할 때, 결제정보만 있으면 충분한 계약 관계가 성립하는 것인데 범죄 예방 목적으로 실명 확인이 법제화 되어 있습니다. 최고 권력자가 불법적인 목적으로 차명폰을 사용했다는 조사 결과가 나와서 유감스럽지만, 결국은 추적 가

43) "월드와이드 웹의 창시자 팀 버너스리는 애플리케이션에서 데이터를 분리하는 '솔리드'라는 프로젝트를 진행하고 있다. 사용자가 자신의 데이터를 저장할 공간을 선택하고, 접근을 허용한 애플리케이션만 와서 허가받은 데이터만 읽을 수 있게 하는 개념" 원문보기  
[http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?article\\_id=20170313131034&type=det&re=#csidx68c0c1236d5aa24bef588a1569adaa2](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=20170313131034&type=det&re=#csidx68c0c1236d5aa24bef588a1569adaa2)

능했습니다.

대기업 회장님의 익명성과 상위 10% 익명성과 하위 10% 익명성은 동일하게 작동하고 있을까요? **광고 보여주기, 광고 클릭이라는 닷컴기업들의 수익 구조에서** 익명성은 동일하게 흐를까요?

그런데, 모 회장님의 일탈행위가 휴대폰에 찍히기도 하는 것이 현실이기도 합니다. 물고 물리는 현실입니다. 누구도 완전하게 디지털 그물로 부터 **안전**한 느낌은 없을 듯합니다. 미국의 폭로 전문 웹사이트 위키리크스가 미국 중앙정보국(CIA)의 해킹 정보 관련 문건 9000여 건을 폭로했다는 기사가 3월 8일 쏟아졌습니다. 삼성전자의 스마트 TV나 애플의 아이패드 등도 감청 도구로 활용 되었다는 소식입니다.

결국은 **어떻게 통제할 것인가**에 대한 물음은 신기술의 시대에도 계속 될 수 밖에 없습니다.

\* 김일환 교수님 발제에서 나타난 문제의식과 방안들에 대해서 공감합니다.



**[토론3]**

# **토 론**

**토론자 : 이주웅 사무총장(녹색소비자연대)**





**[토론4]**

# **토 론**

**토론자 : 구태언 변호사(법무법인 테크앤로)**



# 디지털 시장에서 소비자 개인정보의 실질적 보호를 위하여

2017. 3. 16.

테크앤로 구태언 변호사  
taeeon.koo@teknlaw.com



## 디지털 경제와 플랫폼 사업자 육성의 중요성

### 재화와 서비스가 인터넷과 디지털 기술을 통해 플랫폼에서 유통되는 시장

- ☐ 전통시장과 대비되는 개념으로 재화와 서비스의 공급자와 소비자를 온라인서비스와 디지털 기술로 연결해주는 시장
- ☐ 온라인에 특화된 서비스의 공급도 포함하나, 디지털 기술의 중개를 통해 오프라인의 재화와 서비스의 공급을 가능하게 하는 시장
- ☐ 디지털 시장에서 중요한 것은 재화와 서비스의 공급자와 소비자가 만나는 플랫폼의 장악
- ☐ 글로벌 기업들은 검색 서비스, 소셜 네트워킹 서비스, 메신저 서비스, VR 서비스, 인공지능 서비스 등 다양한 플랫폼을 통해 소비자를 모이게 하고 그들로부터 데이터를 입수하여 소비자의 행태를 예측하고 맞춤형 서비스를 선제적으로 제공함으로써 소비자를 장악
- ☐ 전통시장을 지지하는 법률제도와 정부를 갖고 있는 우리 혁신기업들은 디지털 시장의 혜택을 보지 못하고, 현행법위반 또는 정부의 금지속에 경쟁력을 잃고 있음

## 플랫폼 산업간 글로벌 경쟁

글로벌 기업들은 플랫폼을 지배하기 위해 무한 경쟁을 펼치고 있음

- 플랫폼에 대한 관심을 2007년 이후 폭발적으로 증가하고 있음 – 구글 트렌즈 (Google Trends)에서 'platform' 이라는 키워드를 검색하면 언론에 기사화된 빈도가 2007년 후반부터 급증했음을 알 수 있음

[그림1] 구글 트렌즈에서 'platform'을 검색한 결과



- 인터넷 혁명을 주도하는 4인방(Gang of Four)의 변화
- 마이크로소프트, 인텔, 시스코, 델 -> 구글, 애플, 아마존, 페이스북
- 에릭 슈미트(전 Google CEO) – “구글, 애플, 아마존, 페이스북 이들이 IT 세계를 지배할 수 있었던 이유는 플랫폼을 지배하고 있기 때문이다”

## 글로벌 초대형 플랫폼 서비스 – 소비자 정보의 블랙홀



- 인터넷을 통해서 60초간 발생하는 것
  - 페이스북 : 분당 350GB의 데이터
  - 유튜브 : 72시간 분량의 동영상
  - 텀블러 : 20,000개의 새로운 사진
  - 아마존 : \$83,000 (약 1억원) 매출과 거래기록
- (UP) 다양한 서비스를 통해 수집한 빅데이터 활용을 통해 소비자의 미래를 장악하는 글로벌 기업들
- (DOWN) 고객에게 마케팅도 동의 없이 할 수 없고, 서비스종료시 파기해야 하는 한국기업들

## EU – Digital Single Market 정책

### 미국경제와 경제전쟁을 벌이는 EU의 고육지책

- 디지털 경제를 장악한 미국 기업들을 이기기 위해서는 자국 기업과 경제의 디지털화가 급선무 - 플랫폼산업을 키우기 위함
- 개인정보보호 통일규제(GDPR)를 통해
  - EU 내부적으로는 원활한 경제교역을 달성하고,
  - EU 외부적으로는 글로벌 디지털 기업들이 EU내에서 사업하기 곤란하게 방해
- 자국 시장을 디지털 시장으로 바꾸기 위해서는
  - 규제(Regulation) 장벽의 철폐를 핵심사항으로 파악
  - 규제장벽은 모든 물품과 서비스가 온라인으로 유통되는 것을 방해
  - 규제는 전통산업의 기득권의 반영이지 미래세대를 위해 만들어진 것이 아님
  - 전통산업은 법률을 무기로 혁신가(Innovator)들의 등장을 방해
  - 우리나라 상황도 다르지 않음

## 국가정보화 20년 – 통신망고도화에 집중 / 인터넷신산업은 2013년부터 등장

20년동안 IT부처는 통신망 회선속도를 빠르게 하는데 모든 역량을 집중 - 회선사업자들을 위한 정보화 세계경제는 인터넷이 출현한 90년대말, 모바일시대로 넘어간 2007년부터 디지털 마켓에 집중

### [ 국가정보화 패러다임 변화와 정보화 정책 추진경과 ]

정보화 패러다임	1975	20년 전의 정보화	1994	20년 동안의 정보화		2013 중반	현재 그리고 앞으로의 정보화
		PC 시대 디지털화, 전산화		인터넷 시대 온라인화, 정보화	모바일 시대 모바일화, 소셜화		초연결 시대 개인화, 지능화
정보화이슈		데이터베이스, PC통신, GPS, 초고속 인터넷망		전자정부, 온라인	스마트폰, 모바일 인터넷, 포털, SNS		융합, 클라우드, 빅데이터, IoT, 웨어러블
국가정보화 기본계획 추진	목적	행정전산화 추진	국가사회 정보화 촉진		지식정보사회 구현	초연결사회의 창조경제 구현	
	근거	박정희 대통령 행정전산화 추진지시(1975)	정보화촉진기본법		국가정보화기본법	국가정보화기본법	
	정책	<1978년 수립> 1차 행정전산화 기본계획 (1978~1987)  <1982년 수립> 2차 행정전산화 기본계획 (1978~1986)	<1988년 수립> 1차 국가기간 전산망 기본계획 (1987~1991)  <1992년 수립> 2차 국가기간 전산망 기본계획 (1992~1996)	<1996년 수립> 1차 정보화촉진 기본계획 (1996~2000)  <1999년 수립> 2차 Cyber Korea 21 (1999~2002)	<2002년 수립> 3차 e-Korea (2002~2006)  <2003년 수립> 3차 개정 Broadband IT KOREA Vision 2007 (2003~2007)  <2006년 수립> 3차 연동 u-Korea 기본계획(2006~2010)	<2008년 수립> 4차 국가정보화기본계획 (2008~2012)  <2012년 수립> 4차 수정 국가정보화 기본계획 (2008~2012)	<2013년 수립> 5차 국가정보화기본계획 (2013~2017)
정보화사업·산업발전정책 추진	—	1차 국가기간 전산망 사업 (1987~1991)	<1995년 수립> 초고속정보통신 기반구축 종합추진계획	<2001년 수립> 전자정부사업	<2002년 수립> 초고속정보통신망 고도화 사업추진  <2004년 수립> IT839  <2004년 수립> USN 구축  <2004년 수립> 1차 BCN 시험사업  <2006년 수립> 2차 BCN 시험사업	<2009년 수립> Giga인터넷 사물지능통신 클라우드 활성화 빅데이터 활용 스마트정부 구현 IT융합 확산전략  <2012년 수립> 빅데이터 서비스 활성화 방안 빅데이터 마스터플랜 인터넷 신산업 육성 방안	<2013년 수립> 콘텐츠산업 진흥계획 SW 확산전략 ICT R&D 중장기 전략 창조 비타인 프로젝트 빅데이터 산업 발전전략 클라우드 산업육성 사물인터넷 기본계획 ICT 융합활성화 기본계획

## 개인정보 보호법제에 의해 좌초된 빅데이터 산업발전 전략

개인정보보호법제가 이미 확고한 상황에서 빅데이터 산업 발전 전략 수립, 추진  
2016년 현재 전혀 산업형성 안됨 - 뒤늦게 '비식별조치 가이드라인'(2016. 7. 1.) 발표..역부족



### 빅데이터 산업 발전전략(2013~2017)

- ◆ 빅데이터를 활용한 스마트정부 구현방안('11.11, 전략위) : 빅데이터를 체계적으로 분석하여 재난·환경 문제 등에 사전 대응 방안 마련
- ◆ 빅데이터 서비스 활성화 방안('12.6, 방통위) : 세계 최고수준의 IT 인프라와 이를 통해 생성되는 데이터가 새로운 가치를 창출하고 공익에 기여할 수 있도록 하는 정부차원의 정책 마련
- ◆ 빅데이터 마스터플랜('12.11, 교과부 등) : 데이터 분석기반 정책수립, 사회현안 해결, 데이터 기반 맞춤형 대국민 서비스 제공, 신성장 동력 창출 등 스마트 강국실현 정책
- ◆ 빅데이터 시범서비스 개발('13.6, 미래부) : 심야버스 노선, 질병주의 예보 등 공공과 민간이 보유한 데이터를 연계하여 수혜자가 체감할 수 있는 서비스를 발굴
- ◆ 빅데이터 분석·활용 센터 개소('13.10, 미래부) : 대용량의 데이터 분석 인프라를 보유하기 어려운 중소기업, 대학, 연구소 등에게 빅데이터 활용에 필요한 Shared Service 및 실습환경을 제공

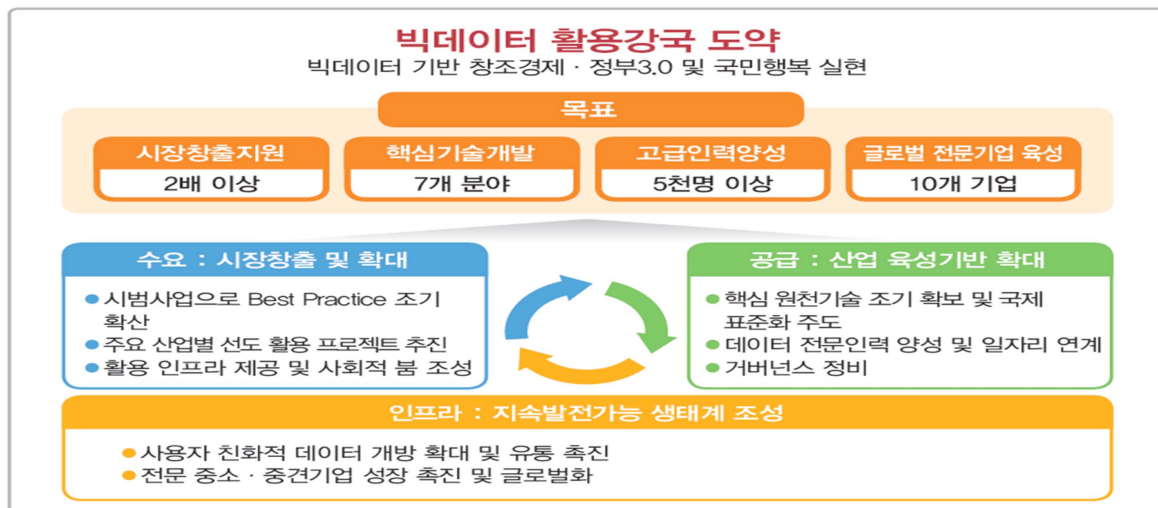
TEK & LAW | 6

## 빅데이터 산업 추진전략의 실패의 교훈

➡ 디지털 마켓 이행에 관한 '국가적 전략 어젠다' 설정 없는 산업추진전략의 문제점

- "빅데이터 활용 = 개인정보 오남용 = 불법"이라는 규제에 대한 물이해
- 융합되지 않은 단편적 정부 규제의 대표적 사례
  - 서비스 산업경제의 원유라고 일컫는 개인정보의 이용가치에 대한 숙고 없이 오로지 정보인권 차원에서 개인정보보호에만 집중. 국회는 계속 강화 입법

[ 비전 및 중점 추진과제 ]



TEK & LAW | 7



## 중국 인터넷기업들의 약진 – 중국내 소비자정보의 보호



TEK & LAW | 8

## 중국 인터넷기업들의 규제환경

[하이브리드 中國경제] [1]

- IT 기업의 4가지 성공 요인

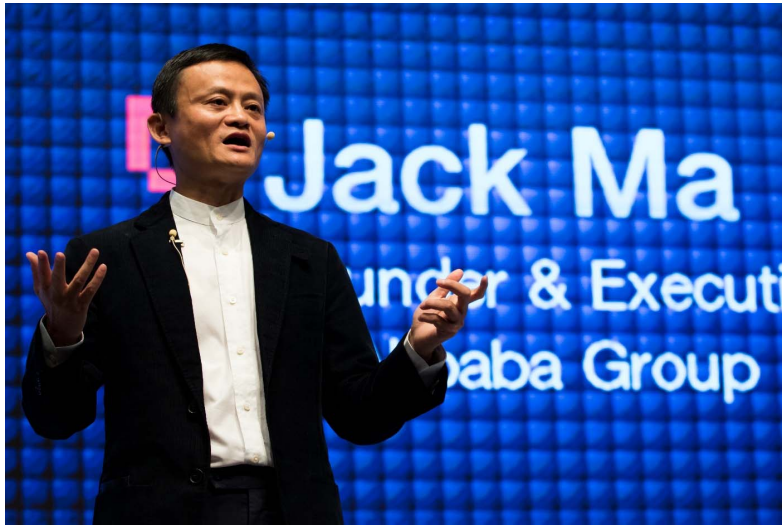
- ① '짜퉁'도 괜찮다는 중국 - 스마트폰 1대에 특허 25만개에 샤오미는 특허료도 제대로 안 내
- ② 중중산층, 주요 소비자로 급부상 - 20만~30만원대 저렴한 가격에 품질·디자인 더하자 고객 열광
- ③ 유학파 400만명 중 절반 귀국 - 유창한 영어·글로벌 네트워크로 바이두·화웨이 등 창업 이끌어
- ④ 자국 기업엔 규제 없어 - IT 분야선 외국기업 진출 막아... 사실상 중소기업 리그나 마찬가지

### ④ 규제 울타리로 자국 기업 육성

중국 정부는 IT·핀테크(정보기술을 접목한 금융 서비스) 등 성장 속도가 빠른 산업에서는 자국 기업에 대해 규제를 하지 않는다. 사전 규제보다 사후 규제를 택해 문제가 발생하면 대처하는 식이다. 반면 외국 기업들은 규제를 적절히 활용해 견제한다. 작년엔 미국 반도체 기업 퀄컴에 반독점 위반 혐의로 사상 최대인 60억위안(1조원)의 벌금을 부과했고, 정부 조달에서 애플 등을 제외했다. 변용재 법무법인 율촌 중국팀장은 "인터넷 등에서 중국은 외국 기업 진출을 막고 있어 자국 기업들의 리그나 마찬가지"라고 말했다.

TEK & LAW | 9

## 우리는 소비자에 대한 강한 장악력을 자랑한다 - 알리바바



2015 아시아 리더십 컨퍼런스 기조연설 中 :

“이제 20년간 지속되어온 IT 시대가 저물고, 앞으로 30년간은 DT(Data Technology) 혁명에 기반한 새로운 인터넷 시장이 열릴 것입니다.  
이제는 방대한 **고객 데이터를 활용해 개별 고객의 요구에 부응할 줄 아는 기업이 성공하는 ‘DT시대’** 입니다.”

TEK & LAW | 10

## 각 분야에서 글로벌 사업자에게 밀리는 국내 기업들

Internet의 출현과 O2O의 시작



TEK & LAW | 11



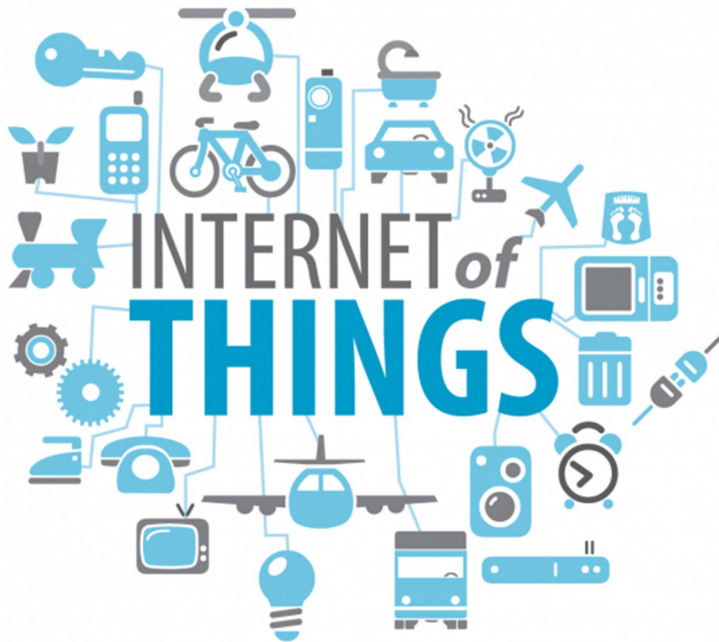
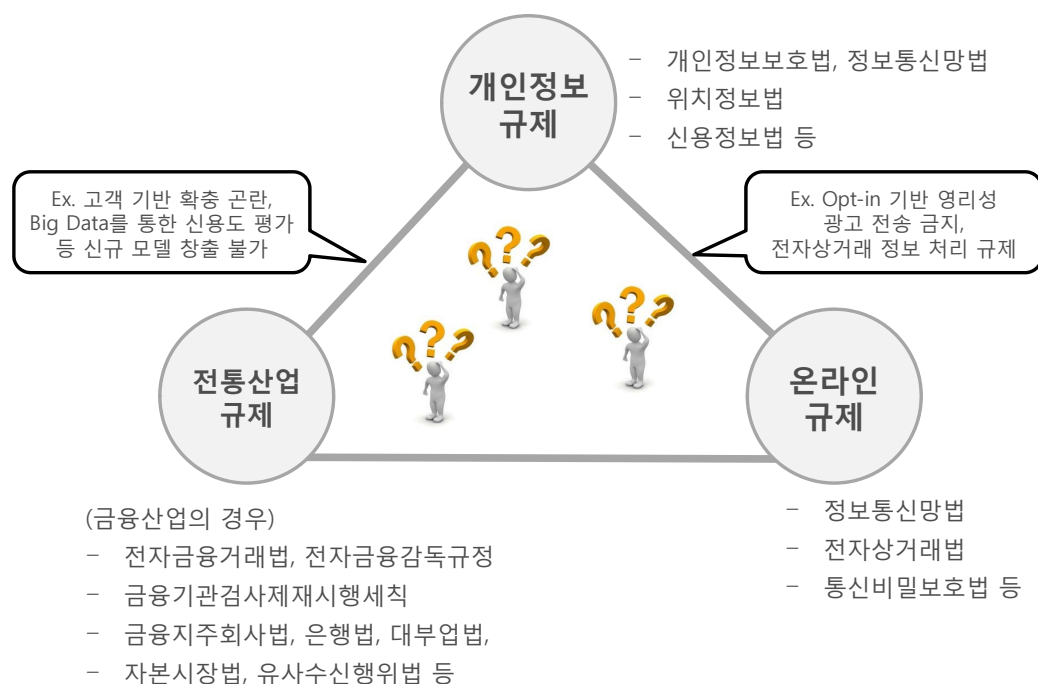


그림 출처 : [www.control4.com](http://www.control4.com)

- 사물간 연결 사회
- 연결된 사물을 통해 다양하게 제공되는 서비스가 소비자정보의 대량 수집을 초래
- 개인의 동의권으로 이 정보의 수집을 통제할 수 있는가?

플랫폼산업에 3중 규제로 총량초과 상태 - 정부에 규제총량 통제기능 부재



## 개별적 사전동의의 단점 - Privacy Divide(개인정보보호격차)

- 사업자는 동의 획득에 집중, 개인은 무의식적으로 동의, 정부는 개입 곤란.

### 개인도 LOSE

- 남발되는 고지와 무의식적 동의의 일상화... 개인정보통제권이란?
- 사전 동의제도의 반작용으로 사후 통제권 확보 어려움
- 정보역량격차에 따른 '프라이버시 양극화(Privacy Divide)'

### 기업도 LOSE

- 사물인터넷, 핀테크 산업 발전에 걸림돌
- 선진국에 비해 재미 없고 불편한 서비스 구현으로 연결
- 온라인 프라이버시가 강화된 2000년대 이후 인터넷 대기업 없고, SNS 쇠퇴

### 정부도 LOSE

- 개인이 동의하면 개인정보처리방침의 실질적 점검에 소홀
- 업무에 비해 인력/예산이 과소하고, 사후적 과태료, 과징금을 부과제도가 있으나, 시정명령 등 예방적 시정활동 미흡

TEK & LAW | 14

## 개별적 옵트인 제도 개선 - 포괄적 동의 및 정부의 개입

- 개인정보 복지국가로 변환

### 개인정보인권을 실질적으로 보장하기 위해 패러다임을 바꿔야

- 비식별정보는 개인정보처리자가 '정보를 결합하여 개인을 식별할 때'부터 개인정보로 보아 달라.
- 개별적, 구체적, 사전적 동의가 아니더라도 개인정보보호를 해 달라
- 사소한 잘못이나 미처 생각하지 못한 잘못은 형사처벌보다는 시정명령을 해달라.
- 정부가 개인정보보호표준을 제시하고, 개인정보보호정책을 심사하여 무효화 및 시정권고를 우선하는 정책으로 전환해 달라.

### 개선방향

- 개인정보 정의 개선 - 동일 개인정보처리자 기준 입수가능성 도입
- 사전동의형(Opt-In)에서 사후통제형(Opt-Out)으로
- 개인의 동의와 셀프해결형에서 정부의 시정명령형으로

TEK & LAW | 15

## 정보통신망법 제4장(개인정보보호) 개선안

		다른 정보와 쉽게 결합
정의	(2)	불합리한 노력을 들이지 않고도 다른 정보를 활용하여
중복규제	(5)	정보통신서비스에서의 개인정보 보호에 관하여는 정보통신망법만 적용
비식별화	(22③)	개인정보를 개인이 알아볼 수 없도록 조치한 경우, 본 법 및 개인정보 보호법 적용 제
생성	(22의2)	특정개인을 식별할 의도로 동의 없이 개인정보 아닌 정보를 활용하여 개인정보 생성
동의간주	(22, 25① 31①, 63②)	개인정보 취급방침에 동의 사항 공개하고 고지시 동의 간주 동의하지 않을 때는 언제든지 이용 중지 요구 가능 정보통신서비스 제공자는 편리하게 이용 중지 요구할 수 있도록 조치
일괄동의	(24의2③)	‘수집동의’와 ‘제3자 제공 또는 위탁동의’ 구분 의무 삭제로 일괄 동의 가능 경제적 기술적 사유로 통상적인 동의를 받는 것이 뚜렷하게 곤란한 경우 동의 없이 목적 외 이용
목적 외 이용	(22②)	개인정보 취급방침에 그 목적을 공개한 경우 동의 없이 목적 외 이용 가능
취급방침	(27의2①④)	이용자의 서비스 이용 전 취급방침 및 그 변경사항 고지 의무 신설 방송통신위원회의 개인정보 취급방침 조사의무 신설
보호조치	(28①,령15)	대통령령으로 정하는 기준에 따라 각 호의 기술적 관리적 조치 의무 + 기술적 관리적 보호조치에 관
벌칙		동의 위반한 수집·이용·제공·위탁에 관한 형사처벌, 개인정보 유출로 인한 정보통신서비스제공자 형
시정조치 불응죄	(73 9호)	시정조치를 정당한 사유 없이 따르지 않은 자 형사처벌 신설



**[토론5]**

## **토 론**

**토론자 : 권언영 교수(고려대학교 정보보호대학원)**



**[토론6]**

## **토 론**

**토론자 : 고완경 변호사(법무법인 광장)**





# 종 합 토 론



## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

## NOTE

[illegible]

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.