

발제 1

개인정보 규제완화를 통한 데이터산업 활성화

이욱재 KCB 본부장

개인정보 규제완화를 통한 데이터산업 활성화

(금융분야 중심으로)

2019. 8

코리아크레딧뷰로(KCB)

이욱재 본부장

(02-708-6161, wjlee@koreacb.com)

Contents

- I** 데이터 산업 동향
- II** 개인정보 관련법 개정안 주요내용
- III** 금융분야 빅데이터 활용
- IV** 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획
- V** 시사점

주요국/기업 데이터 산업 동향

I. 데이터 산업 동향

◆ 경쟁국가는 데이터 활용 활성화 정책을 추진하고, 주요기업은 데이터를 적극활용, 수익을 창출

국 가

기 업

- EU : '18년 개인정보보호법(General Data Protection Regulation, GDPR) 시행
 - 개인정보 처리에 관한 자연인의 보호는 기본권이지만 절대적 권리는 아님을 선언
- 미국 : '16년 "연방 빅데이터 연구 및 개발 전략 계획" 및 '19년 "AI initiative"
 - 법무부 차원의 데이터 활용정책 제시
- 중국 : '17년 "차세대 AI 발전 계획"
 - 15. 4. 구이양 빅데이터 거래소 운영 시작, 알리바바 등 2,000여개 회원사, 누적 150PB 데이터
- 일본 : '17년 "AI 종합 전략", '18년 "정보은행" 사업 및 "차세대의료기반법" 시행
 - 스카파-JSAT, J스코어 등이 정보은행 서비스 개시 (개인데이터 취급 규정 통일화 논의 중)

- Axiom : 미국 대표적 데이터 브로커 회사로 빅데이터 플랫폼 구축, 데이터 분석/마케팅 수행
 - 소비컨설팅 등으로 연 매출 1조원 이상
- Amazon : 미국 전자상거래 시장의 49.1% 차지, 소비자 데이터를 수집/분석해 맞춤형 상품 추천
 - 멤버십, 원클릭결제, 물류, 고객분석 등 강점
- 구글 : 세계 검색 엔진 점유율 88.2%, 전세계에서 수집되는 검색데이터를 기반으로 막대한 광고수익 창출
- 알리바바 : 중국 전자상거래 시장의 58% 점유, 매일 1억명 이상 방문, 국내 소포 70%를 거래
 - 안전결제, 금융서비스, 검색/메신저 서비스 제공
 - 자회사 알리익스프레스는 네이버와 쇼핑 검색 제휴

미국 데이터 브로커 사례 (Acxiom사)

I. 데이터 산업 동향

◆ 미국 Acxiom은 원천데이터를 마케팅에 활용할 수 있는 형태로 재가공하여 서비스 제공 (데이터 유통/분석/마케팅 전문회사로 '18년 매출 1조 1,000억원, 임직원수 3.3천명)



국내 데이터 산업 현황

I. 데이터 산업 동향

- ◆ **데이터 활용에 대한 엄격한 규제가 적용되고, 빅데이터 분석·이용 등을 위한 법적 근거가 불명확하여 데이터 활용이 크게 제약**
 - 선진국은 데이터 활용에 우호적인데 반해, 한국은 전세계적 가장 강한 수준의 정보보호규제를 유지
 - 빅데이터 활용 및 분석 수준 2018년 기준 63개국 중 31위 (국내기업 빅데이터 이용률 10%)
 - 인공지능 기술 2018년 기준 미국과의 격차 1.8년, 데이터분야 기술 2017년 기준 미국대비 79% 수준

- ◆ **(경쟁국에 비해)시장 규모가 작고 업권별로 분산화됨**
 - 금융업의 경우, 은행/카드/보험/증권/캐피탈 등으로 분산화
 - 예시) 카드 이용형태에 따른 보험 상품개발/할인정책 등을 위한 데이터 분석이 어려움

- ◆ **EU GDPR에 따른 한국 적정성평가 통과 시급**
 - 유럽시장에 진출한 국내 기업의 역외 개인정보 이전을 가능하게 하기 위해 필요하며, 게임, 포털 등 정보기술 업계의 시급한 현안 (일본은 2019년 초 적정성 평가 최종 완료)

- ◆ **정부의 비식별 가이드라인에 따른 데이터 결합 회사 고발**
 - 2016년 9월 가이드라인 발표 이후 약 20개 기업이 결합을 수행했으나, 2017년 11월 시민단체 등의 고발로 중단 (가이드라인 발표 이후 3여년의 시간동안 해결책을 찾지 못한 상태)

Contents

I 데이터 산업 동향

II 개인정보 관련법 개정안 주요내용

III 금융분야 빅데이터 활용

IV 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획

V 시사점

◆ 개인정보의 활용과 보호의 균형을 도모하고 데이터 기반 산업 등을 활성화 하기 위해 개인정보 관련 3법이 2018년 11월 15일 국회에 발의됨 (의원입법)

개인정보보호법

- 가명정보, 익명정보의 개념 도입을 통한 개인정보 개념 명확화, 가명 정보의 구체적인 활용범위 및 데이터 결합 정의
- 개인정보 처리자의 책임성 강화
- 개인정보 보호 감독기능 체계 정비 및 개인정보 관련 법률의 일원화

정보통신망법

- 개인정보 관련 유사 중복 조항 정비
- 개인정보 관련 규정을 개인정보보호법의 특례조항으로 지정, 법률적 용의 일관성, 책임성 강화

신용정보법

- 개인정보보호법 개정안 취지를 반영, 가명정보 개념 도입
- 금융정보 관련 데이터 경제 확장을 위하여 신용정보업 관련 체계 수정

※ 2018년 상반기 개최된 대통령 직속 4차산업혁명위원회 산하 해커톤을 통한 사회적 합의내용, 즉 가명정보, 익명정보의 개념 도입을 통한 개인정보 개념 명확화, 가명정보의 구체적인 활용범위에 관한 내용을 담고 있음

★ 해당 개정 법률안들은 상호간 의결을 전제로 하고 있어, 하나의 법률이 의결되지 않거나 수정 의결되는 경우에는 다른 법률안이 이에 맞추어 조정되어야 함

★ 개정법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행

◆ 개인정보 정의의 규정 체계화

□ 개인정보 정의

- 살아있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민번호, 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보
- 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 정보

⇒ 쉽게 결합할 수 있는지 여부는 다른 정보의 입수 가능성 등 개인을 알아보는데 소요되는 시간, 비용, 기술 등을 합리적으로 고려하여야 함

□ 가명정보 도입

- 추가정보의 사용·결합 없이는 특정 개인을 알아볼 수 없도록 처리한 정보
- 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존의 목적으로 처리 가능
- 개인정보처리자간 정보집합물 결합은 전문기관을 통하여야 하고, 전문기관의 승인을 거쳐야 반출이 허용됨

⇒ 과학적 연구 : 기술의 개발과 실증, 기초연구, 응용연구 및 민간 투자 연구 등 과학적 방법을 적용하는 연구 (입법 제anyi유에 데이터를 기반으로 하는 새로운 기술·제품·서비스의 개발 등 산업적 목적이 포함됨을 기재)

□ 안정성 조치 강화

- 가명정보 처리, 정보집합물 결합 시 법이 정한 안정성 확보조치를 해야 함
- 특정개인을 알아보기 위한 행위를 금지하고, 위반 시 형사 벌, 과징금 등 벌칙 부과

신용정보법 개정안 주요 내용 (1/3)

II. 개인정보 관련법 개정안 주요내용

금융위원회 금융분야 데이터 활용 및 정보보호 종합방안(3대 추진전략 및 10대 추진 과제)

(추진전략 1)
금융분야 빅데이터 활성화

1. 빅데이터 분석·이용을 위한 법적근거 명확화
2. 빅데이터 인프라 구축·운영
3. CB사·카드사의 빅데이터 시장 선도 역할 강화
4. 빅데이터를 활용한 개인신용 평가 체계 고도화

(추진전략 2)
금융분야 데이터 산업 경쟁력 강화

5. 신용정보산업의 경쟁 촉진
 - (개인CB) 비금융 특화 CB 도입
 - (기업CB) 진입규제 완화
6. 본인 신용정보관리업 도입 (금융분야 마이데이터 산업)
7. CB산업 책임성 확보

(추진전략 3)
정보보호 내실화

8. 정보제공 동의 내실화
9. 개인정보의 자기 결정권 보장
 - 프로파일링(자동화평가) 대응권
 - 개인정보 이동권(전송요구권)
10. 금융권 정보활용·관리 실태 상시 평가제 도입 등

소비자 중심
금융혁신 촉진

경제·금융시장의
포용성, 공정성 강화

데이터 활용에 대한
국민 신뢰 제고

금융분야 데이터를 활용한 혁신성장과 소비자중심 금융 구현

신용정보법 개정안 주요 내용 (2/3)

II. 개인정보 관련법 개정안 주요내용

◆ 마이데이터산업(본인신용정보관리업) 도입

정보주체가 본인의 신용정보를 주도적으로 관리·활용할 수 있도록 금융분야 마이데이터 산업(본인신용정보관리업) 도입

- 마이데이터 산업의 업무범위
 - 고유업무 : 예금, 대출, 카드거래 등의 본인 신용정보의 통합조회서비스 제공
 - 부수/겸업 : 소비패턴, 신용상태 등을 파악하여 맞춤형 금융상품 추천, 정보계좌업무, 권리대리행사
데이터 분석 및 컨설팅, 투자자문업·일임업(로보어드바이저), 금융상품자문업 등 허용
- 허가제로 운영하되, 진입장벽을 최소화(자본금 5억)하여 경쟁과 혁신 촉진
 - 핀테크산업 생태계 조성, 금융상품 판매와 자문과의 이해상충, 과도한 정보집중 가능성 등을 종합 고려하여 허가할 계획
- (정보 제공방식) 표준화된 전산상 정보 제공방식(표준 API)으로 정보 제공
 - 스크린 스크레이핑 방식의 정보제공은 유예기간(1년 6개월) 이후 금지
- 정보보호·보안 강화 - 강력한 본인인증 절차, 배상책임보험 가입 의무화 등

⇒ 금융회사가 관리하던 신용정보 통제권을 정보주체인 개인에게 되돌려주는 기반 마련

신용정보법 개정안 주요 내용 (3/3)

II. 개인정보 관련법 개정안 주요내용

◆ 개인신용정보 활용 가능성 확대 등

□ 가명정보의 활용

- 가명정보, 익명정보의 개념을 개인정보보호법 개정안과 동일한 형태로 도입
- 통계작성(시장조사 등 상업적 목적 포함), 연구(산업적 연구 포함), 공익적 기록보존의 경우 동의 없이 활용 가능
- 가명/익명정보 처리 및 정보집합물 결합 시 관련 기록을 작성, 보관 의무화 (3년)
- 특정 개인을 알아보는 행위를 금지, 위반하는 경우 형사벌, 과징금 및 과태료 부과
- 가명정보의 이용 목적, 기술적 특성, 정보의 특성 등을 고려, **필요한 경우 보존기간 연장 가능**

□ '데이터전문기관'을 통한 정보집합물 결합

- 정보집합물 결합은 데이터전문기관을 통해서만 수행 가능
- 데이터전문기관이 결합된 정보집합물을 전달할 경우 **적정성 평가를 거쳐 가명조치 또는 익명조치가 된 상태로 전달**

◆ 개인정보보호위원회 업무 권한 범위 확대

□ 개인정보보호에 대한 집행권한을 개인정보보호위원회에 일부 이관

- 금융회사 등을 제외한 상거래 기업 및 법인의 개인정보 보호를 위한 보호위원회 법집행 기능 강화

Contents

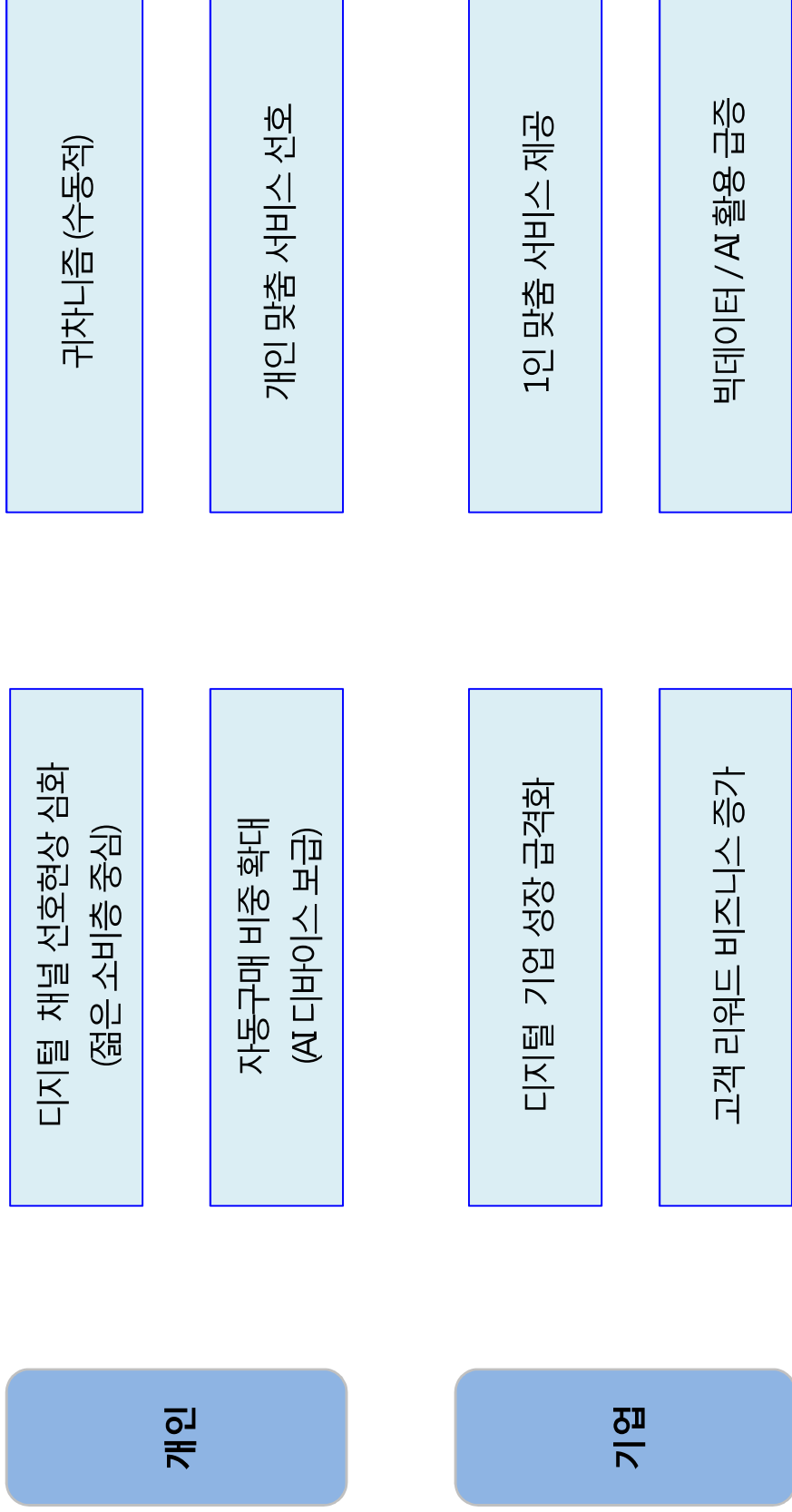
I 데이터 산업 동향

II 개인정보 관련법 개정안 주요내용

III 금융분야 빅데이터 활용

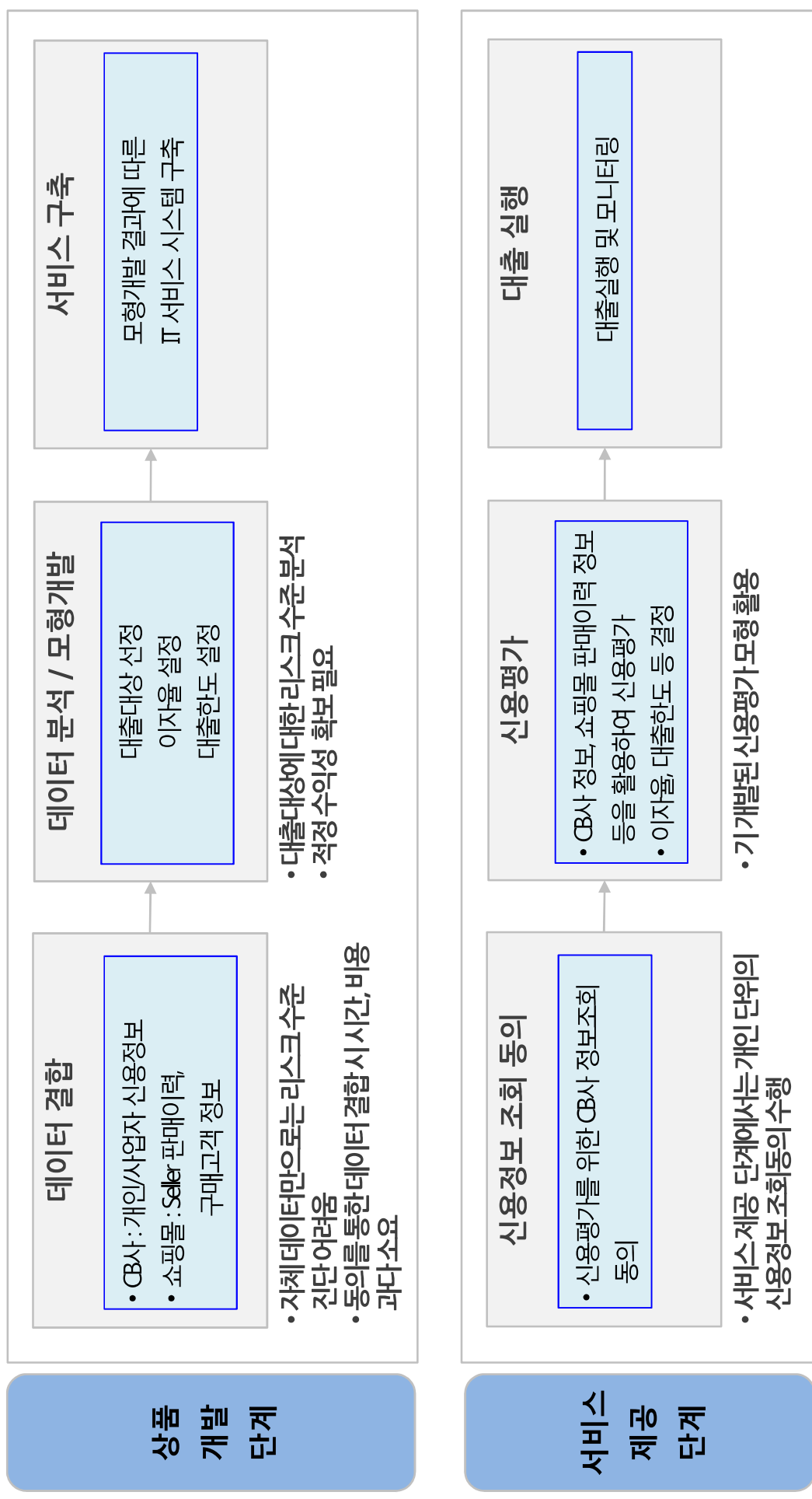
IV 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획

V 시사점



⇒ 데이터/AI 기반의 디지털화로 개인맞춤 서비스 등 혁신 서비스 창출이 필요

◆ 예시 : 쇼핑물 입점 개인사업자 금융 상품 개발



◆ 민간 분야

- 쇼핑물 입점 개인사업자 금융 상품 개발
 - 쇼핑물 판매 매출채권(쇼핑물 정보)과 신용정보(CB사 정보)를 기반으로 한 단기 자금 대출
- 보험 사기방지를 위한 사기 적발 모형 개발
 - 보험 가입 또는 보험금 청구 시 사기 여부를 판별하기 위한 모형 개발 (보험사와 CB사 정보를 결합 분석)
- 마이데이터 기반 신용평가 가점 부여
 - 마이데이터 비즈니스를 통해 수집된 개인의 정보에 대해 분석을 통해 신용평가 가점부여 (통계적으로 어느정도의 가점을 줄 수 있는지에 대해 사전 결합 분석 필요)

◆ 공공 분야

- 복지 사각지대 발굴
 - 복지 수급자 정보(정부)와 소득/소비 정보(CB사, 카드사)를 활용한 사각지대 발굴
- 고용보험 부정수급 적발 모형 개발
 - 고용보험 신청정보(정부)와 소득/소비 정보(CB사)를 활용한 부정수급 적발

Fraud 적발을 위한 ML활용 자동 재학습 솔루션 개발 및 적용



주요 수행 내역

영역	수행 내역
ML 스코어 모형 개발	해외거래(대면/비대면) 모형 / 국내 비대면 인증 모형 불량가맹점 모형 / 현금응통 모형
ML 스코어 모형 적용	해외거래 ML 스코어 반영 승인차단 프로세스 개발 ML 산출서버를 통한 ML스코어 모형 산출
재학습 플랫폼	빅데이터 플랫폼 內 ML스코어 모형 자동 재학습 솔루션 탑재

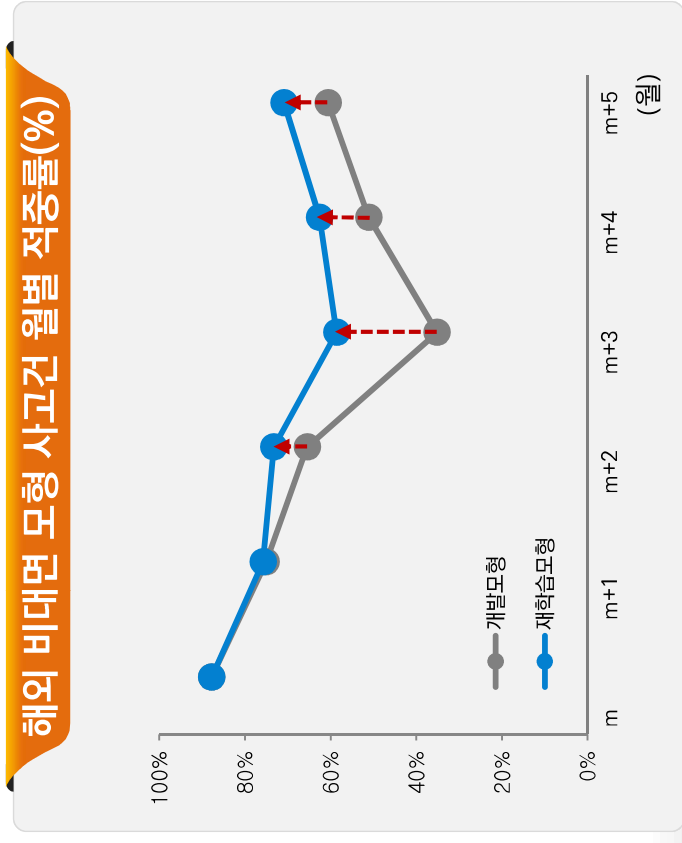
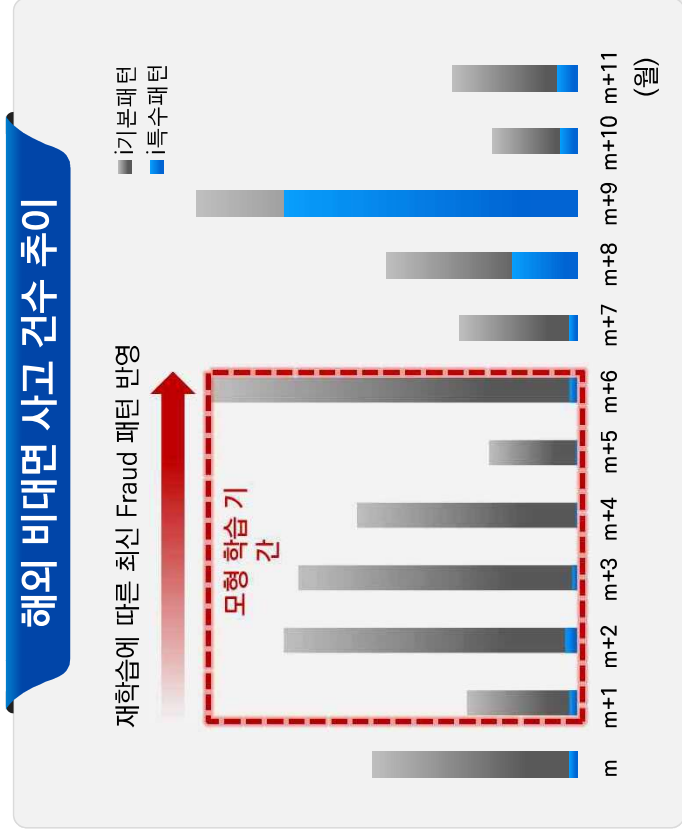
◆ Fraud ML(Machine Learning) 모형 개발 결과

- Fraud 적발에 최적화된 ML 알고리즘을 적용하여 모형 재학습함
- 재학습을 적용한 결과에 최신 Fraud 패턴을 반영함으로써 사고 적중률이 추가적으로 향상됨



◆ ML모형의 자동재학습 적용 결과

- 모형 개발 中 존재하지 않았던 신종 사고 패턴이 발생하는 경우 모형의 적응률이 저하됨
- 모형 재학습을 적용하면 신종 사고 패턴을 반영, 학습함으로써 사고에 대한 대응력을 높일 수 있음

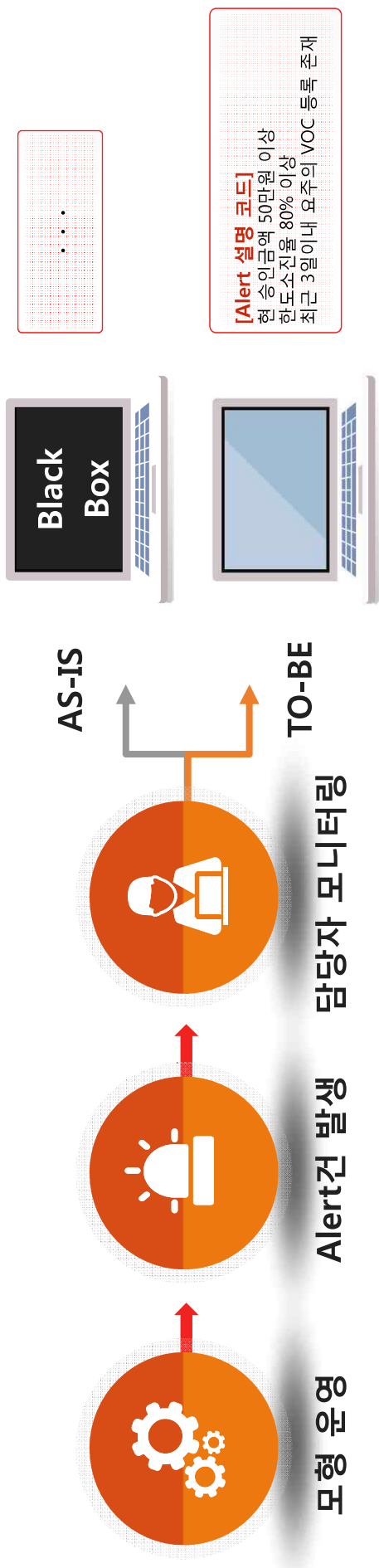


모형 재학습을 통한 **최신 Fraud 패턴**의 적시 대응 체계 구축

금융 빅데이터 활용 사례 (카드사 FDS)

◆ 모형 투명성 확보 (스코어 설명 코드 적용)

- 딥러닝 알고리즘은 일반적으로 기계추론의 복잡성으로 인해 추론결과와 사유를 파악하기 어려움
- 모형 투명성, 고객 대응력 강화를 위해 스코어 설명 코드를 개발함으로써, 딥러닝 알고리즘의 단점을 보완



- ☑ 스코어 설명 코드의 적용을 통해, 스코어가 높게 산출된 주요 요인을 모니터링 담당자가 쉽게 파악할 수 있음
- ☑ **모니터링 업무 효율성을 향상 시킬 수 있으며, 고객 접촉 시 대응력을 강화 시킬 수 있음**

Contents

I 데이터 산업 동향

II 개인정보 관련법 개정안 주요내용

III 금융분야 빅데이터 활용

IV 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획

V 시사점

유통·소비 빅데이터 플랫폼 청사진

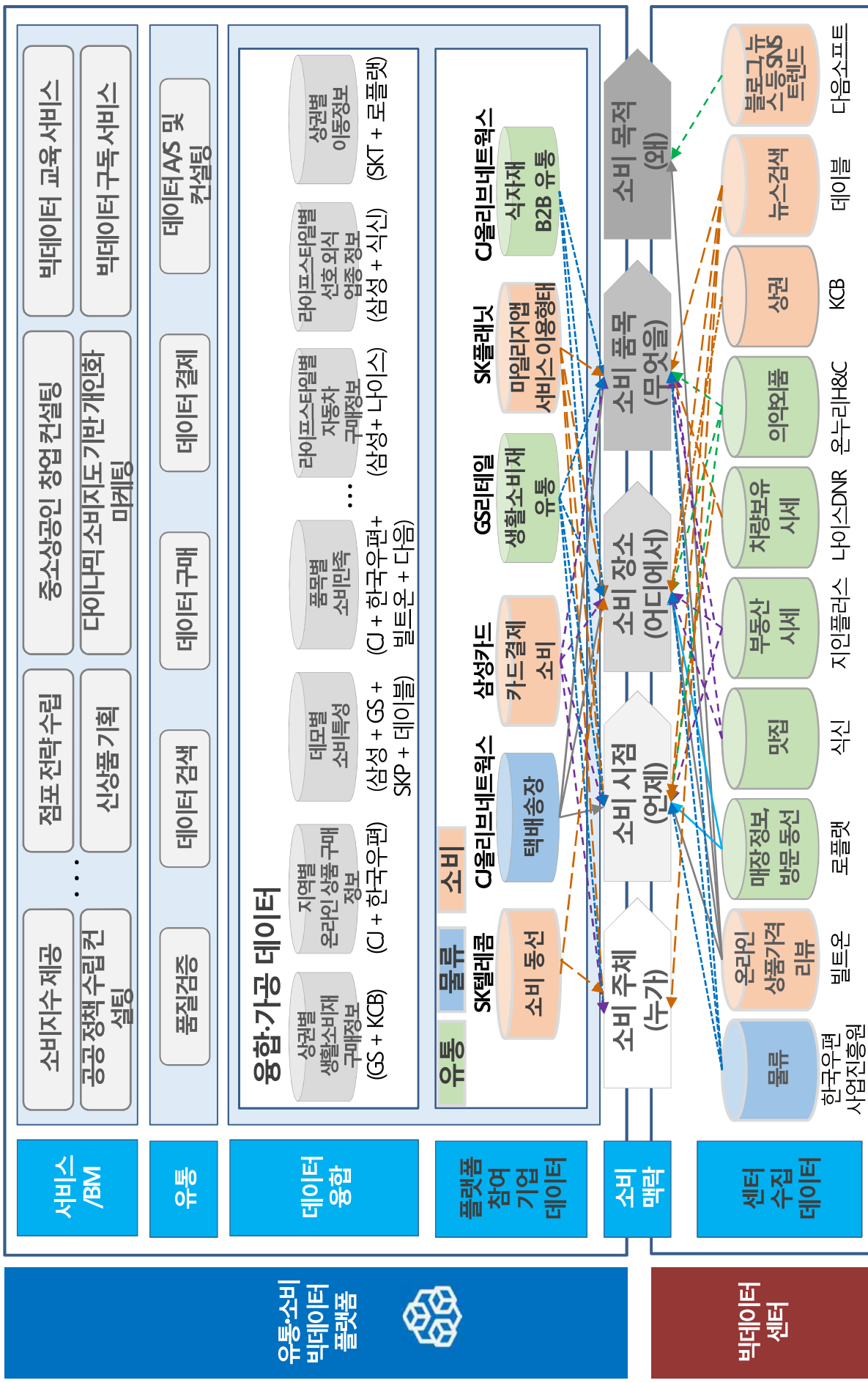
IV. 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획

◆ 국내 최대 '유통·소비 빅데이터 플랫폼' 구축을 통해 새로운 데이터 시장 창출



유통·소비 빅데이터 플랫폼 구성도

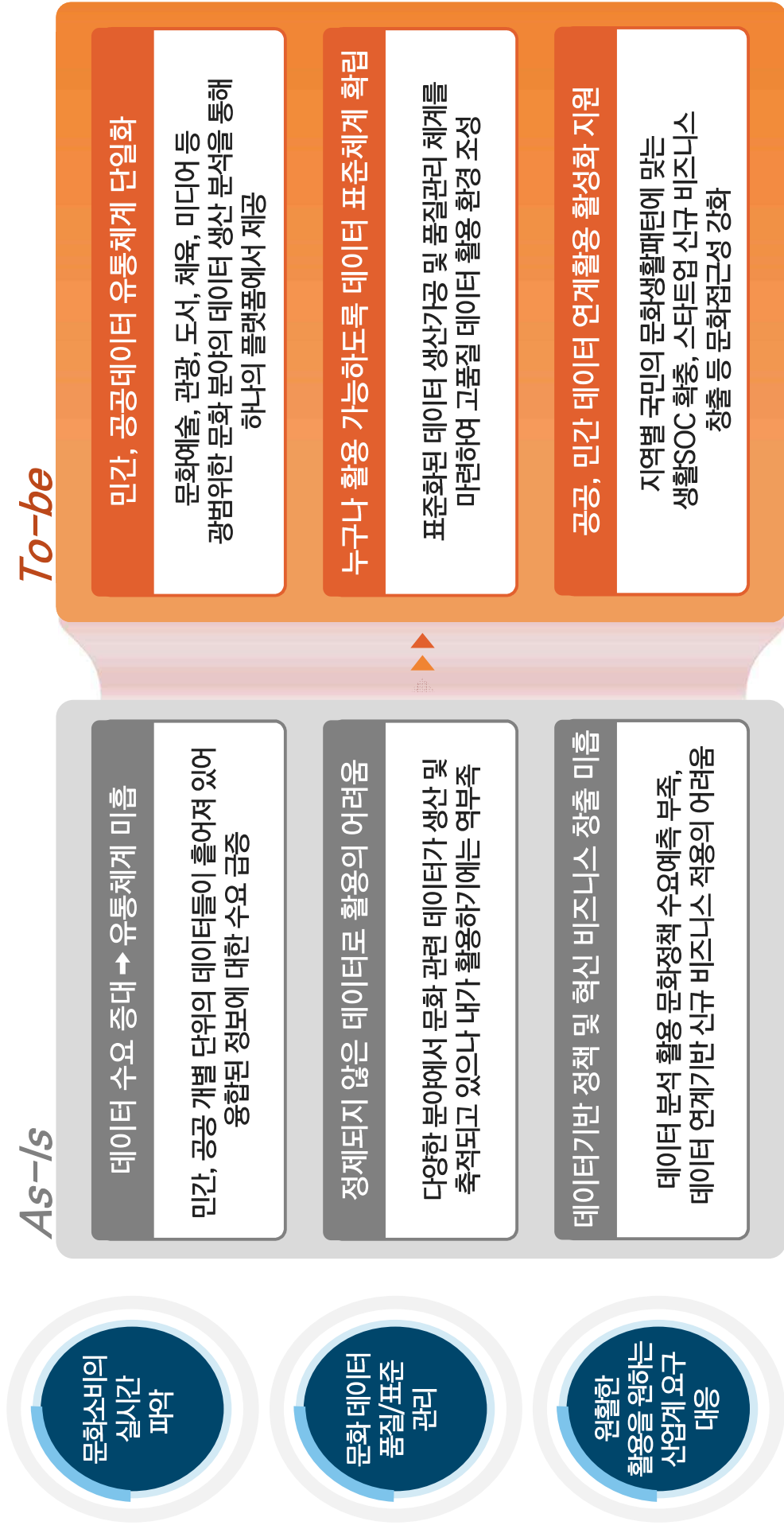
IV. 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획



문화 빅데이터 플랫폼 목표

IV. 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획

◆ 문화데이터 유통체계 확립, 표준확보, 연계활용 촉진을 통한 데이터 산업 생태계 조성



Contents

I 데이터 산업 동향

II 개인정보 관련법 개정안 주요내용

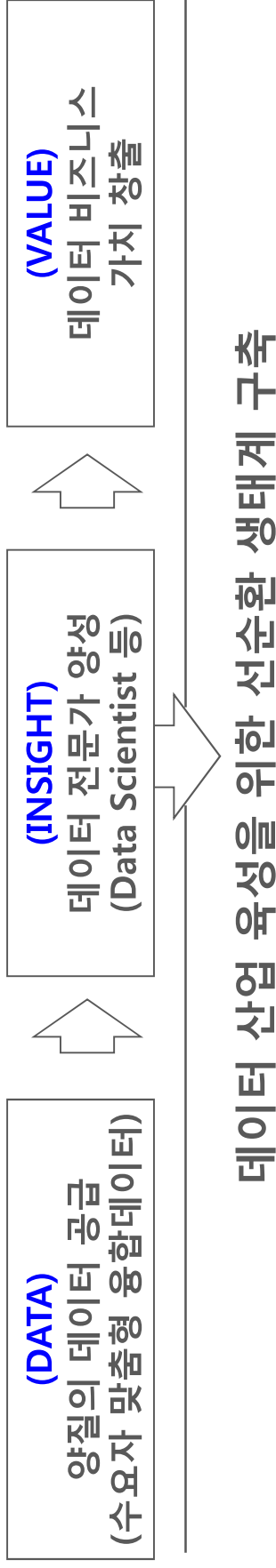
III 금융분야 빅데이터 활용

IV 유통·소비, 문화분야 빅데이터 플랫폼 구축계획

V 시사점

◆ 데이터 산업 선순환 생태계 조성 시급 (개인정보 3법 빠른 시일 내 통과 필요)

- 아마존, 알리바바 등 세계적 기업들이 한국시장으로 진출해 오는데 맞서, 금융, 유통, IT 등이 융합되어 새로운 혁신서비스를 창출해야 하는 상황
- 한국시장을 침투하는 외국기업이 데이터 활용이 비교적 자유로운 미국, 중국인 점을 감안할 때, 우리나라도 빅데이터 활용도를 높이고 데이터 전문인력을 양성하여, 일자리 창출 및 새로운 산업의 육성을 도모하는 것이 중요



◆ 과기부 빅데이터 플랫폼 활성화를 위한 기반 조성 (10개 플랫폼, 80여개 센터 참여)

- 개인정보 활용에 대한 법적 투명성 확보
- 데이터 결합 등을 통한 데이터 가치를 높여야 빅데이터 플랫폼 활성화를 이룰 수 있음



KVCB

발제 2

개인정보 규제완화를 위한 법제 개선방안

조상규 변호사 (법무법인 주원)

개인정보 규제완화를 위한 법제 개선방안

조상규 변호사

법무법인(유한) 주원

목차

개인정보 규제완화의 필요성

개인정보보호법의 개정논의

개인정보 규제완화의 필요성

빅데이터는 4차산업의 혈액이요 21세기의 원유

“빅데이터의 중요성”

- 동식물의 퇴적물이 남긴 원유가 산업혁명의 에너지가 되었듯이, 데이터는 사람의 축적이 남긴 디지털 혁신의 에너지이며 4차산업의 근간
- 지금까지 원유 확보를 둘러싼 에너지 전쟁이 국가간 패권을 뒤흔들었던 것처럼, ‘디지털 전환(Digital Transformation)’ 과정에서 데이터는 국가간 경제 패권을 좌우하는 핵심 이슈가 될 것임
- 여전히 우리 경제 주력산업의 부진, 저출산·고령화, 노동생산성 저하 등 구조적 문제가 지속되고 있는 가운데, 데이터 기반 혁신성장의 토대를 만드는 것은 더 이상 선택의 문제가 아님
- 이와 관련하여 개인정보가 포함된 데이터의 안전한 처리뿐만 아니라 적극적인 활용도 담보할 수 있는 개인정보 보호체계의 개편이 요구됨

규제완화를 위한 논의

“개인정보보호법 개정의 필요성”

- 우리나라의 AI·빅데이터 관련 기술력은 미국(100%) 대비 74.1%로 중국(75.3%) 보다 열세에 있으며, 정보의 보호에만 치중하는 것은 사물인터넷, 위치정보서비스 등 다양한 신규 사업에 진입장벽으로 작용
- 미국 등 주요국은 개인정보를 가급적 좁게 해석(미국은 비식별정보는 보호대상 제외, EU는 정보가 추가되어 실제로 식별된 경우에만 보호)하여 데이터 활용을 촉진(민간정보 또는 수집목적 외의 사용이 아니면 사후 동의도 가능)
- 우리나라의 경우 개인정보 활용 시 정보주체의 사전동의 의무화, 지나치게 포괄적인 개인정보의 범위 등 규제로 인한 데이터 축적·활용이 힘든 실정
- 현재 국회 행정안전위원회에서는 여러 건의 「개인정보 보호법 일부개정법률안」이 계류 중이며 몇 차례 심도 있는 논의를 거쳤음. 개정안에는 ‘가명정보와 익명정보의 정의’, ‘정보의 목적 외 활용’ 및 ‘개인정보보호위원회의 거버넌스 개편’ 등에 대한 내용이 포함되어 있음

개인정보보호법의 개정논의

개인정보보호법 개정안 주요내용

개정추진계획 및 경과

- 정부는 안전한 가명정보의 이용 활성화를 위하여 ‘비식별 조치 가이드라인’을 마련(‘16.6월)하였으나 법적 근거 논란
- 개인정보보호위의 위상 강화 및 관련 법 체계 정비 필요성 제기
- 범정부 거버넌스 TF 구성·운영(‘17.7월~) : 개인정보보호 거버넌스 강화 및 개인정보 보호 체계 효율화 등 중점검토 과제 선정
- 4차산업위 주관 자유토론(‘18.2월,4월) 및 국회 4차특위 특별권고(‘18.5월) : ①개인 정보·가명정보 개념 명확화 ②가명정보 이용목적은 공익적 기록보존, 통계작성(상업적 포함), 연구(산업적 포함) ③데이터결합 근거 마련 ④보호위 독립기구 위상강화
- 개인정보보호 규제 개선을 위한 관계부처 회의(‘18.5월~) : 개인정보 개념 명확화, 가명정보 개념 도입 방안, 데이터 결합 방안 등
- 개인정보보호법, 정보통신망법, 신용정보법 개정안 의원입법 발의(11.15.) : 개인정보보호법(인재근, 11.15), 정보통신망법(노웅래, 11.15), 신용정보법(김병욱, 11.15)

개인정보보호법 개정안 주요 쟁점

익명정보, 가명정보

- 익명정보는 개인정보보호법의 적용을 배제 (제58조의2 신설) - 시간, 비용, 기술 등 개인정보처리자가 활용할 수 있는 모든 수단을 합리적으로 고려할 때 다른 정보를 사용하여도 더 이상 개인을 알아볼 수 없는 정보
- 가명정보 개념 도입 - 개인정보를 원상대로 복원하기 위한 추가정보를 사용하지 아니하고는 특정 개인을 알아볼 수 없는 정보 (제2조제1호 개정)
- 가명정보 이용·제공 - 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존의 목적으로 가명정보의 이용·제공 가능 (제28조의2 신설) (현행) 통계작성 및 학술연구 등 → (개정) 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존 등
- 가명정보 안전 보관 의무 - 원상대로 복원하기 위한 추가정보는(암호키 값 등) 가명정보와 별도로 분리 보관 및 가명처리 내역의 기록 보관 의무 신설 (제28조의4 신설)

개인정보보호법 개정안 주요 쟁점

개인정보의 이용제공 범위 확대 및 정보집합물 결합 근거 마련

- 당초 수집목적과 합리적으로 연관된 범위 내에서 정보주체의 동의 없이 개인정보의 추가 이용·제공 가능 (제15조, 제17조 개정)
- (현행법) 당초 수집된 목적 범위 내에서만 개인정보를 이용·제공할 수 있도록 규정
- 합리적 관련성이 있는지 여부에 대해 개인정보 수집 상황, 개인정보의 민감 정도, 정보주체에게 발생할 수 있는 효과, 적절한 안전조치 존재 여부 등을 고려
- 기업간 데이터 결합은 전문기관에서 수행 (제28조의3 신설)
- 대통령령으로 정하는 보안시설을 갖출 것
- 결합된 데이터를 기관 외부로 반출시 개인을 알아볼 수 없는 익명 또는 가명정보의 형태로 처리 후 전문기관의 승인을 거쳐 반출 (제28조의3 신설)
- 현행법은 데이터(정보집합물) 결합에 대한 명시적 규정이 없음

개정안에 대한 검토

“개정안에 대한 찬반의견”

- 특정한 경우에 한하여 정보주체의 동의 없이 가명정보를 활용할 수 있도록 규정하지 만, 악의적 이용에 대한 해결방안을 마련할 필요 - 가명정보 활용 범위를 ‘학술 연구’로 한정하여 사적인 이익을 위한 활용은 제한할 필요가 있다는 의견도 있음
- 급변하는 개인정보 처리환경을 고려하여, 합리적 범위 내 정보주체 동의 없이 개인정보 이용 및 제공을 허용할 필요가 있다는 필요성
- 가명정보의 정의를 정확히 해야 할 필요성이 있으며, 정보집합물간 결합 근거, 개인정보 보처리자의 책임 강화 등을 함께 규정해야 함
- 정보집합물의 결합을 허용하고 있는데, 지정기관에 공공기관뿐 아니라 민간기관도 포함되는지 명확하지 않음
- 공공기관이 민간 기업의 고객정보를 결합시켜주고, 결합된 정보를 외부로 반출하는 해 외 사례는 없으며 제한할 필요가 있다는 의견도 있음
- 데이터 산업을 육성할 수 있도록 개인정보 보호법 개정할 필요

개인정보보호위원회 관련 주요 쟁점

개인정보보호 추진체계 효율화

- 개인정보보호위원회를 국무총리 소속 중앙행정기관으로 격상 (제7조 개정) - 위원장·부위원장정무직 포함 7인의 위원으로 구성
- 위원장의 국회 출석·의견진술권, 국무회의 출석·발언권, 조사·처분권, 의안제출 건의권 신설 등 (제7조의3 신설) - 독립성이 필요한 기능(조사·처분)은 총리의 지휘·감독권 배제
- 행안부·방통위(전부), 금융위(일부) 개인정보보호 기능을 보호위로 이관 - 개인정보보호법 및 정보통신망법의 개인정보보호 정책 및 조사·처분 등 집행 기능 전부, 위치정보법에 따른 개인위치정보 보호기능, 일반상거래 기업에 대한 조사·처분권은 보호위로 이관
- 개인정보 보호와 관련, 다른 부처와의 공동검사 요구권, 행정처분에 대한 의견제시권 부여 등 보호위의 컨트롤타워 기능 강화 - ① 공동검사요구권, ② 검사 결과제출 의무화 ③ 처분 등에 대한 보호위 의견제시

개인정보보호위원회 논쟁

“국무총리 소속에 대통령 지명 위원 7인으로 하는 개정안”

- EU GDPR의 적정성 요건 중 「정보통신망법」에 기반한 방송통신위원회를 통해 추구해 온 '부분적정성'의 경우 국회사와 대통령이 임명을 임명하고 국회의 인사청문회를 거치게 되어 독립성의 요건이 충족
- 개인정보보호위원회를 통한 '전체 적정성' 추구를 중심으로 개정안을 검토하면 구성위원 7인을 모두 대통령이 임명하며 국회의 인사청문회를 거치지 않게 되어 있어 EU GDPR의 요건을 충족시키지 못할 수 있음
- 소속 및 행정 감독권의 경우, 현행 개인정보보호위원회는 대통령소속이나 개정안은 국무총리 소속으로 규정하므로 정부조직법 18조에 규정된 국무총리의 행정감독권의 영향 하에 놓이게 되어 독립성 측면에서 후퇴하게 될 수 있고 EU의 GDPR 적정성 평가요건을 충족하지 못할 가능성
- 개인정보보호기구의 조건을 검토하기 위한 기준은 기관의 독립성, 권한, 전문성이고, 이 중에서도 가장 중요한 전문성은 위원 구성의 다양성과 상충할 가능성
- 동 위원회를 구성하는 7명의 위원 중 상임위원은 2명에 불과하나, 위원회의 역할 및 업무량과 타 위원회의 구성을 비교하면 상임위원의 수를 확대할 필요, 산업전문가를 2인정도 추가하여 전체 위원수를 9명으로 할 필요성도 존재

개인정보보호위원회 논쟁

“개인정보보호위원회의 개인정보 보호 기능 일원화 관련”

- ① 여전히 신용정보보호법 상의 금융기관 관련 업무는 금융위에서 기존과 같이 담당하므로 모든 개인 정보 기능에 대한 일원화라고 볼 수 없는 점
 - 개인정보보호위에 상거래 기업 및 법인에 대한 자료제출 및 과태료 부과 등의 권한만 부여
- ② 권한을 이양해야 할 부처들과의 충분한 사전 협의가 미흡
 - 정보통신망법에 규정된 개인정보 보호 관련 사항을 개인정보보호법으로 이관하는 정보통신망법 개정안(노웅래)과 개인정보보호법과의 유사·중복 조항을 정비하고 상거래 기업 및 법인에 대해 개인정보보호위에 자료제출 및 과태료 부과 등의 권한을 부여하는 신용정보보호법 개정안(김병욱)이 각각의 소관 상임위에서 진척이 이뤄지지 못하고 있다는 점

개인정보보호위원회 논쟁

“개인정보보호위를 국무총리 소속 중앙행정기관으로 격상 관련”

① 위원 자격에 있어서, 사업자 및 소비자단체 출신 인사보다는 공무원 중심으로 구성되어 향후 개인정보보호 규제 위주의 정책 추진 우려

구분	현행	인제근 의원안
위원자격	<ol style="list-style-type: none"> 개인정보보호 관련 시민사회단체 또는 소비자단체 추천 개인정보처리자로 구성된 사업자 단체 추천 개인정보 관련 학식과 경험이 풍부한 사람 	<ol style="list-style-type: none"> 개인정보보호 업무 담당 3급 이상 공무원 판사-검사-변호사 경력 10년 이상 공공기관 또는 단체 3년 이상 임원 재직이던 이들 기관 및 단체에서 추천 부교수 이상 5년 이상 재직

② 위원 선임 방식에 있어서, 국회 등의 추천은 배제된 채, 전원 대통령이 임명 및 위촉 되고, 국무총리의 지휘·감독권 행사가 일부 가능해져 독립성 저하 우려

구분	현행	인제근 의원안
위원구성	총 15명 이내 (비상임 위원장 1명, 차관급 상임위원 1명 포함)	총 7명 (장관급 위원장 1명, 차관급 부위원장 1명 포함)
선임방식	국회 5명, 대법원장 5명, 대통령 5명 선출·지명	위원 전원 대통령이 임명·위촉

감사합니다

토론 1

개인정보 규제개선에 따른 물류데이터의 활성화 방안

김도형 부장 (CJ)

개인정보 규제개선에 따른 물류데이터의 활성화 방안

CJ올리브네트웍스 김도형 부장

1 들어가며

□ 4차 산업에서 데이터 중요성

- 4차 산업혁명은 데이터 혁명이다. 데이터 산업이 글로벌 경제의 '게임 체인저'로 부상했다. 빅데이터는 인공지능 기술과 만나 개인 맞춤형 상품 추천, 소비 예측은 물론 상품 개발, 공정 최적화, 사업 전략 수립에까지 활용되고 있기 때문이다. 세계 10대 기업의 70%, 세계 유니콘과 스타트업의 70%가 데이터를 기반으로 사업을 하고 있으며 데이터가 기업 경쟁력을 판가름하는 시대이다. 미국·독일·중국 등 주요국은 이미 데이터와 AI가 가져올 변화에 주목, 국가 차원의 대책을 추진하고 있다. 특히 중국은 데이터 거래소와 같은 데이터 산업 생태계 조성을 주도하며 자국 기업의 데이터 활용을 지원하고 있다. 하지만 우리나라는 3차 산업혁명에서는 뛰어난 IT기술로 글로벌 선도 국가로 부상했지만 4차 산업혁명에서는 글로벌 후진국으로 전락하고 있다는 지적이 나오고 있다.

□ 개인정보 물류 데이터 활용 현황 및 개인정보 규제수준 평가

○ 데이터 활용 현황

- 물류 데이터 종류에는 택배송장, 운송차량의 운행기록을 저장하는 디지털운행기록계(DTG, Digital Tacho Graph) 데이터, 고속도로 이용차량 통계, 사고자료, 화물운송 실적신고자료 등이 있다. 이중

개인정보와 관련된 물류 데이터는 택배회사와 우체국이 보유하고 있는 택배송장이 있다. 택배송장에는 택배를 보내는 탁송인과 받는 수취인의 개인정보(이름, 주소, 전화번호)를 포함하고 있어 개인정보로 분류된다.

- 택배송장의 상품명을 인공지능기법으로 분석하여 상품분류체계로 변환하여 지역별 상품 분류 카테고리의 상품주문건수를 제공한다. 상품분류는 단계별 분류체계로, 지역 상세수준을 읍면동 수준으로 제공하여 이를 통해 지역별 소비 트렌드 추이를 분석하여 상품 전략, 입지선정에 활용하고 있다. 예를 들어 기초화장품 중 스킨 케어가 많이 배송된 지역과 주문건수를 알 수 있다. 이런 정보를 택배송장 유통 인덱스라고 한다. 택배송장 유통 인덱스로 가공을 할 때, 개인정보는 완전히 삭제하여 처리하고 있으며 통계처리 수준을 법정동 기준으로 제공하여 개인정보 이슈가 없다.

○ 우리나라 개인정보 규제수준 평가

- 우리나라는 개인정보 활용을 제도적으로 엄격하게 규제하고 있으며 개인정보 보호 수준 또한 높은 편으로 평가되고 있다. 한국과 일본의 데이터 보호 수준은 OECD 국가들과 비교할 때 강한 편에 속하며 Hogan Lovells社에서 발표한 보고서에 의하면 한국은 아시아에서 개인정보 규제 수준이 가장 높은 국가이다. (1)데이터 관리 수준 · (2)마케팅 직접 이용 가능성 · (3)데이터 수출 통제 · (4)관련 법규 준수에 대한 강제, 4가지 요소를 기반으로 평가하였을 때 타 아시아 국가에 비해 강력한 수준의 개인정보 규제를 적용하고 있다.

□ 규제개선에 따른 물류데이터 활성화 가능성

- 개인정보 규제개선이 이뤄지면 현재 법정동 기준으로 통계처리하는 택배송장 유통 인덱스는 법정동보다는 더 작은 단위로 분할하여 데이터를 분석할 수 있다. 예를 들어 상관분석의 블록 단위, 아파트 단지 단위 등으로 마이크로 세그먼트(Micro Segment)로 처리하여 더 정교한 정보를 제공할 수 있다. 물론 지금도 법정동보다 작은 지역단위로 제공할 수 있지만, 개인정보 법적분쟁에 휘말리고 싶지 않기 때문에 보수적으로 정보처리하고 있다.
- 택배정보의 가명정보 활용으로 인공지능 기법으로 가구특성을 파악하여 1인 가구, 결혼상태, 자녀유무 등을 추정하여 거주인구의 라이프스타일 분석을 통해 기업들이 신규 비즈니스 모델을 개발하는 데 단초가 될 수 있다.
- 개인정보의 가명정보를 이용할 수 있도록 규제개선이 이뤄지면 택배배송 물량정보를 새로운 신용평가 보조지표로 활용할 수 있는 기회가 열린다. 택배배송을 이용하는 개인사업자 중 신용등급이 낮은 사람들이 자신의 택배배송 물동량을 기반으로 금리나 대출한도 등의 혜택을 받을 수 있다. 금융기관은 또한 택배배송 물동량을 월간 단위로 파악하여 대출자의 경영 상태를 확인할 수 있어 리스크 관리가 가능하다.
신용평가 보조지표로 활용하기 위해 개인사업자가 자신의 택배물동정보를 제공하는 것은 개인정보의 제 3자 제공에 해당하는 것으로 아무런 문제가 되지 않는다.

하지만, 금융기관에서 택배물동량을 신용평가 보조지표로 활용하기 위해서 먼저 신용평가모델을 개발할 때 대량의 택배물동량 정보가 필요하며 가명화 된 택배물동 정보를 제공할 할 수 있어야 한다.

3 결론

□ 개인정보 규제개선 방향

○ 가명정보 활용 보장

- 유럽연합(EU)의 일반개인정보보호규정(GDPR)처럼 상업적 목적을 포함한 연구와 통계에는 가명정보를 활용할 수 있도록 허용해야 한다.

○ 사전허용·사후규제 방식 전환

- 데이터 경제를 활성화기 위해서는 규제가 사전허용·사후규제 방식으로 작동해야 한다. 2016년에 발표된 ‘개인정보 비식별화 조치 가이드’에 따라 개인정보 비식별화의 조치의 적정성 평가를 받으려면 이기종 정보의 결합 시, 6개월 시간, 수 천 만원 비용이 필요하다. 하지만 문제 발생 시에는 적정성평가단의 책임은 없고 정보제공 기업만이 책임을 담당해야 한다. 비식별 조치의 처리와 책임을 기업에게 부담을 지우고 외부 적정성 평가 없이 빠르게 기업 활동을 지원할 수 있도록 사후규제가 강화되는 것이 바람직하다.

토론 2

유통업체 고객 데이터 운영현황 및 개인정보 규제개선에 대한 기대

김 욱 팀장 (GS)

유통업체(GSR) 고객 데이터 운영현황 및 개인정보 규제개선에 대한 기대

GS리테일 김욱 팀장

1 개요

- 현재의 개인정보 보안 정책은 4차 산업의 핵심이라고 할 수 있는 데이터 결합을 통한 빅데이터를 생성하고, 생성된 빅데이터를 통해 데이터 관련 국가 경쟁력을 제고시키고, 신사업을 육성하는 환경 조성에 한계가 존재함.
- 또한, 현행 개인정보 개념은 모호성으로 정비의 필요성이 각계에서 지속적으로 제기되어 왔음.
- 이를 개선하기 위해 발의된 개인정보 보호법 개정안은 국회에서 장기간 계류되어 있어 시급한 처리가 필요한 실정임.

2 주요 내용

- 개인정보 보호법 규제 개선 시행은 기업이 경쟁력 강화 필요성에 의해 분석 관련 투자 증대를 유도하고, 데이터 관련 산업이 활성화 되고, 이를 통해 기업과 국가의 데이터 경쟁력 강화에 일조할 것이라 기대됨.

- 1) GSR 고객 데이터 운영 현황(편의점 중심)
- 2) 개인정보 보안법 규제 개선에 대한 기대
- 3) 추가 개선 필요 사항

1) GSR 고객 데이터 운영 현황 (편의점 중심)

□ 편의점 고객의 특징

- 사용자가 직접 필요할 때 필요한 상품을 구매하는 특성
 - 주부가 가족을 대표하여 한꺼번에 상품을 구매하는 슈퍼/마트 등 기타 다른 업체보다 더 정확한 고객 파악 가능

□ 점포유형 시스템 구축(2017년)

- 점포 방문 고객의 특성 분석을 위한 빅데이터 분석 시스템 활용
 - 점포 방문 회원 구매정보(성별/연령대/방문시간/방문빈도 등) 비식별화 처리 후 그룹핑 통계분석



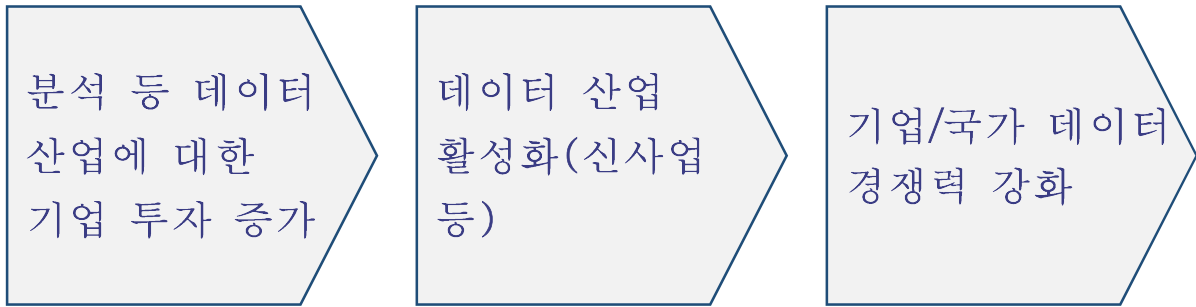
- 점포 방문 고객의 특성을 고려한 12개의 점포 유형 구분
 - 남성직장인/여성직장인/가족형주거/소구가형주거/영과워/여행자 등

□ 점포유형 시스템 목적 및 활용

- 목적 : 소상공인이 운영하는 개별점포 경쟁력 강화 및 고객 편의성 제고를 위해 고객층 선호 상품 취급

- 활용: 동일 점포 유형 내 판매 우수 상품 중 해당 점포 미 취급 상품을 확인하고 도입/실적 확인 활용

2) 개인정보 보안법 규제 개선에 대한 기대



데이터 분석/활용 경쟁력 강화

- 가명 처리 고객의 데이터 연계 분석을 통해 성별/연령대별 등 고객 특성 세부 분석 강화 및 이를 통한 고객 오피 혜택 강화
 - ※ 현재는 연계 분석 시행 시 군집 분석만 가능
- 제조업체와 협업 시 경쟁력 있는 상품 개발 지원(제조업체 연구 개발비 축소 가능)

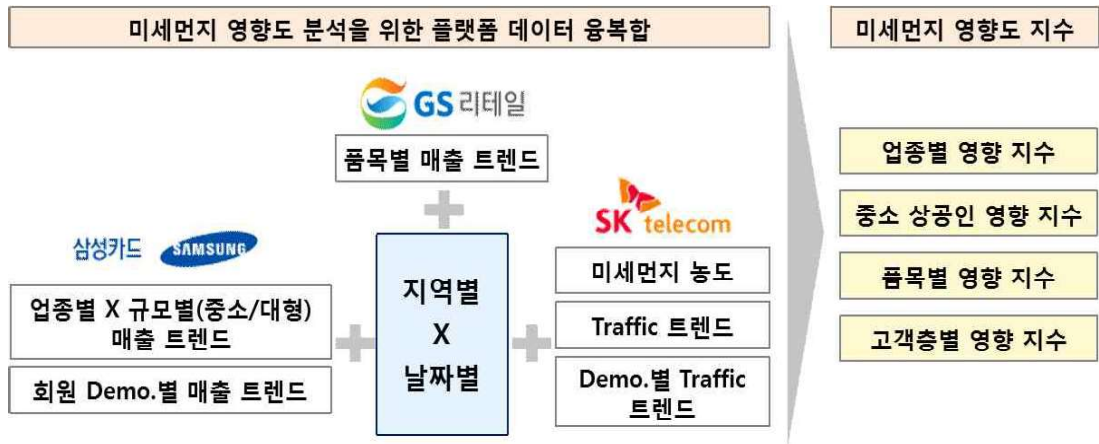
분석에 대한 기업 투자 증가

- 비식별 처리 기술 / 빅데이터 결합 분석을 위한 투자 증가

실효성 있는 공공 혁신 서비스 지수 / 민간 혁신 서비스 지수 개발

- GS리테일이 참여하는 유통 / 소비 빅데이터 플랫폼에서는 국민적 관심이 높은 주제 관련 소비지수 시범 개발 예정

< 미세먼지 과련 소비지수 개발 예시 >



< 소상공인 대상 창업 컨설팅 및 마케팅 지원 예시 >



※ 창업 시 인근 상권의 특성 및 경쟁 현황 분석을 통한 점포 위치 선정 및 업종/메뉴 선정 맞춤형 컨설팅

3) 추가 개선 필요 사항

□ 가명 고객 분석의 한계 존재

○ 군집화 고객 분석 수준에서 일부 발전한 단계임

○ 고객 구분 위한 내부 식별정보 활용 방안 개선 필요

- 현재의 개인정보 보호법은 개인신상정보와 고객식별정보를 너무 모호하고, 광범위하게 포함하고 있음. 고객식별정보는 단순 회원 번호, 멤버십카드번호 등으로 해당 체계 내에서만 해석이 가능한 식별 구분자로 이 정보 또한 암호/복호화 해서 보관/처리(클라우드 사용 시) 해야 함. 고객식별 번호는 보다 자유롭게 활용 가능하도록 개선이 필요함.

○ 고객이 개인정보 활용을 동의한 기업 간 고객 결합 분석 허용 검토 필요

- ※ 아마존 등 해외 공룡 기업은 온-오프라인의 전방위적 고객 데이터를 수집하고, AI분석 시스템을 통해 차별화된 혜택을 제공하고, 고객 만족도 제고를 통해 고객 재방문을 유도하는 선순환 구조 완성 (아마존은 오프라인 고객 데이터 수집을 위해 '17년 6월 오프라인 업체인 유기농 식료품 업체인 홀푸드마켓인수)

□ 민감정보를 제외한 고객 식별처리기술 발전 위한 정부의 지속적인 관심/지원

○ 고객 분석 활성화에도 국민이 안심할 수 있는 개인정보 보안책 강구

○ 결합 데이터 적시성 확보 필요

- 기업 간 보유 데이터 결합 분석 시 개인정보 보안 개정법은 대통령령이 정하는 보안시설을 갖춘 전문기관만이 시행 할 수 있음. 이러한 프로세스 준수 시 과다 시간 소요로 데이터 적시성이 떨어지는 단점이 발생으로 데이터 적시성 확보 할 수 있는 개선 필요

- 현재 대다수의 기업은 내부 데이터 분석을 통해 고객 편의성 제고를 통한 경쟁력 강화에 초점을 맞춰 분석 업무를 진행 중이나, 내부 데이터만으로는 기업과 국가의 차별적 경쟁력을 제고할 수 있는 결과물 산출에는 어려움이 존재함.

- 금번 개인정보 보호법 개정을 통한 가명정보 활용은 데이터 연계 분석을 통해 효율적 시장조사, 서비스 상품 개발에 긍정적인 효과를 보일 것으로 기대됨. 그러나, 가명 정보만을 활용해서는 4차 산업 혁명의 핵심인 데이터 산업 육성에는 한계가 존재하는바 정부의 지속적인 관심과 지원이 필요함.

토론 3

개인정보 규제개선에 따른 우리나라가 나아가야할 방향

박주희 위원 (컨슈머워치)

개인정보 규제개선에 따른 우리나라가 나아가야할 방향

컨슈머워치 박주희 정책위원

1 개인정보보호 패러다임 변화

□ 빅데이터의 등장은 산업 융합과 소비자 편익 제고

○ 소비자의 금융행위마다 소비자 특성이 데이터화

- 데이터분석을 통해 소비선호도·가족정보·관심분야·활동위치를 파악하여 맞춤형 서비스 제안 가능

※ 신용정보원은 약 200만명 금융 빅데이터를 제공할 '크레디비(CreDB)' 오픈

※ 증권사가 카드사와 연계해 소비자 소비성향에 따른 자산관리상품 추천 가능

- 소비자(혹은 IoT)가 금융·보험사와 데이터소통하며 혜택·편익 증대

※ 로보어드바이저로 자산·보험정보 입력하면 자산운용·투자자문·리스크관리 서비스 가능

※ 자동차 운전습관이나 운동량 데이터를 전송해 고객의 보험료 유동적으로 낮춤

□ 지능정보사회 대비한 개인정보 보호와 활용의 조화는 세계적 추세

○ EU GDPR 전문에서 개인정보보호권과 다른 기본권과의 균형 요구

- 보호권이 절대적 권리 아니며 비례 원칙에 입각할 것을 주문

※ GDPR이 잊혀질 권리, 개인정보영향평가 등으로 개인정보의 보호에 방점이 있다고 볼 수도 있으나, 정보이동권과 인증제도 등 정보의 흐름을 장려하려는 취지가 더 강함

○ 일본 개정 개인정보보호법 목적조항에 개인정보 활용을 명시

- 개인정보의 적정하고 효과적 활용이 신산업 창출과 풍요로운 국민 생활에 이바지함을 고려하면서 개인의 권리와익을 보호

※ 익명가공정보(비식별·복원불가) 도입해 개인정보의 유용성 확보

□ 정보주체의 통제권 강화해 능동적 참여로 전환

○ 사생활비밀법제와 개인정보보호법제 구분 필요

- 전자는 개인의 은밀한 정보에의 부당한 접근·공표로부터 개인의 사적 평온을 보호하는 것이고, 후자는 개인을 식별할 수 있는 정보를 명확한 목적 내 적법하게 사용하고 공정하게 처리할 것을 요구

○ 정보주체의 권리를 개인정보보호법제에 명시

- 정보주체에게 열람권, 정정·삭제권, 처리 관련 정보 제공받을 권리 등을 법으로 보장

○ 마이데이터(Mydata) 사업도 정보주체의 통제·주도성의 일환

- 정보주체 중심의 데이터 생태계 구축 및 개인신용정보이동권 보장
- ※ 종합금융서비스 플랫폼 등장, 금리·수수료 인하로 소비자 이익 증대

2 개인정보보호법제 개선방안

□ 공공부문과 민간부문에 대한 규율·집행체계 이원화

○ 공공·민간부문 개인정보보호는 법적이념과 규율측면에서 상이

- 개인정보 수집의 법적 근거와 처리자·정보주체 관계의 차이
: 공공은 행정법관계에 의해 법령에 근거한 행정조사 성격

: 민간은 사적자치의 원리에 따른 자유의사에 의한 정보거래계약

- 보호법익과 입법이념의 차이

: 공공은 개인정보자기결정권의 대 전제하에 적법한 이용·활용을 통한 행정의 효율성 확보, 목적구속·규범명확성원칙 준수

: 민간은 개인정보보호와 영업의 자유 등 다른 기본권과 조화하고, 특히 자유시장경제질서라는 헌법적 이념을 추구

○ 공공·민간부문 감독기구가 일원화되더라도 공공·민간부문에 대한 규율·집행체계는 이원화하는 법제 정비 필요

- 공공부문 감독기구의 집행이념은 강력한 통제에 기반

: 구속력 있는 시정명령을 이용한 통할, 목적구속원칙에 따른 개인정보 처리 통제, 위반 제재 강화

- 민간부문 감독기구 집행이념은 자율규제와 책임의 원리에 기반

: 개인정보의 보호와 안전한 활용의 조화, 처리자·정보주체와의 유기적 조정, 자율규제기관을 통한 협동적(Cooperated) 자율규제

- 인재근 의원(안)은 행정안전부 기능·권한을 개인정보보호위원회로 모두 일원화했지만, 민간부문 규율을 담당하는 중앙행정기관의 기능·권한은 그대로 유지돼 여전히 민간 옥상옥구조가 우려

□ 정당한 이익을 반영한 합리적 동의·이용 허용, 정보주체의 삭제권 강화

○ 원칙적 사전동의 VS 동의의 형해화

: 지능정보사회에서 사전동의 의무화는 비현실적이며, 정보주체가 동의내용을 명확히 인지 못한 동의가 과연 동의의 조건을 충족하는 적법한 수집·이용행위인지도 문제

- 사물인터넷 등으로 수집된 데이터가 의도치 않게 식별가능성을

드러낼 경우처럼 사후적 동의가 불가피

- 포괄적 동의를 받는 과정에 오히려 수집범위의 한계를 넘어 최소수집원칙을 위반할 가능성도 제기
- 민간부문은 당사자의 자발적인 의사만으로 개인정보 처리가 가능하나, 공공은 개인정보 처리에 관한 법 규정의 합헌성이 기준

○ 목적 외 이용·제공의 엄격한 제한의 문제

: 민간부문에서 수집된 개인정보를 목적 외 용도로 이용하려면 사실상 정보주체의 별도 동의 방법만 존재

- 정보주체의 별도 동의가 쉽지 않을 경우, 개인정보처리자는 묵시적·포괄적 동의로의 유혹에 이끌려 동의권 형해화 가능성이 더 커짐

○ 개인정보 처리의 '정당한 이익' 인정하는 법률 개정 필요

- 인제근 의원(안)에서 개인정보의 수집·이용의 규제완화가 들어 있지만 그렇다면 제15조 제1항 6호를 삭제해야 함

※ 인제근 의원(안) 제15조 제4항 신설: "개인정보처리자는 당초 수집 목적과 합리적으로 관련된 범위 내에서 정보주체에게 불이익이 발생하는지 여부, 암호화 등 안전성 확보에 필요한 조치를 하였는지 여부 등을 고려하여 대통령이 정하는 바에 따라 정보주체의 동의 없이 개인정보를 이용할 수 있다."

※ 현행 개인정보보호법 제15조 제1항 6호: "개인정보처리자의 정당한 이익을 달성하기 위하여 필요한 경우로서 명백하게 정보주체의 권리보다 우선하는 경우. 이 경우 개인정보처리자의 정당한 이익과 상당한 관련이 있고 합리적인 범위를 초과하지 아니하는 경우에 한한다."

- GDPR 제6조 제1항 개인정보 처리의 적법성 요건에서 처리자·제3자의 정당한 이익을 포함하면서(*), 직접 마케팅을 목적으로 하는 처리도 정당한 이익으로 간주. 또한 목적 외 처리에서도

수집 당시 목적과 양립가능성을 기준으로 허용하는 방향(**)

* 단, 그 정당한 이익이 정보주체의 이익이나 기본권·권리 보다 우선할 수 없음

** 목적 간 연관성, 추가처리가 초래할 결과, 적절한 안전조치 유무 등 기준

- 따라서, 개인정보 수집·이용·목적 외 이용에서, 정보처리자의 정당한 이익을 반영하면서, 정보주체 불이익 여부와 안전성 확보 조치 등을 고려할 필요가 있음
- 대신 정보주체의 삭제권을 강화해 언제든지 개인정보 처리에서 자신의 정보를 배제할 수단을 마련

가명정보 활용 범위를 법에 명확화

- 가명정보 도입을 통해 빅데이터 활용을 지원할 의도였다면, 신용정보법 개정(안)처럼 법에 명확한 근거를 적시해야 함
 - 통계작성(시장조사 등 상업적 목적의 통계작성을 포함), 연구(산업적 연구를 포함) 명시
 - 그렇지 않으면 현행 제18조 개인정보의 목적 외 이용·제공 제한의 예외규정을 그대로 옮겨놓는 수준으로 전략
- GDPR에서도 가명처리를 포함한 개인정보의 기술·관리적 안전장치가 확보된다면 수집·목적 외 이용 등을 폭넓게 허용

민간부문 개인정보 침해행위의 합리적 제재수준으로 조정

- 개인정보보호 실효성 확보 수단을 과태료, 형사 처벌, 과징금, 손해배상 등 행정적·형사적·민사적 제재를 두고 있음

※ 과태료는 행정청이 부과하는 행정질서벌, 벌금/형벌은 법원이 부과하는 행정형벌,

과징금은 행정청이 부과하는 금전적 제재, 손해배상은 민사적 손해전보

○ 개인정보 개념이 포괄적인 상황에서 과도한 형사처벌 조항이 적용되어 형벌의 과잉화를 초래

- 개인정보 동의규정부터 유출까지 모두 형사처벌 규정이 있는데, 시정권고나 시정명령으로 위반제거 가능하다면 형벌의 보충성 원칙·비례원칙에 어긋남

※ 독일, 일본은 행정청의 시정권고·명령에도 이를 따르지 않을 경우 형사처벌

○ 과징금·행정벌·손해배상의 이중처벌성 문제

- 개인정보보호법제에서 과징금의 법적 성격은 부당이익환수보다는 행정제재로서 침해행위에 대한 규제 강화가 목적

※ 인재근 의원(안)은 제28조6, 제34조2에서 전체 매출액을 기준으로 과징금 부과신용정보법 개정(안)은 제42조2에서 "위반행위 관련 매출액"을 "전체 매출액"으로 변경

- 과징금+행정벌(벌금/형벌)은 이중처벌, 과징금+손해배상은 금전적 이중제재가 우려

※ 과징금 제도의 출발은 민사제재적 성격의 미국에서 시작, 행정청은 민사제재벌을 규제수단으로 형벌을 대신해 부과

○ 형벌은 행정청의 시정명령 불이행시 제재하는 최후의 수단이어야 하며, 과징금과 손해배상이 함께 이뤄질 경우에는 정보주체의 손해배상금을 우선적으로 산정하여 피해자보상에 치중할 필요가 있음

- 공공부문과 민간부문에 대한 개인정보보호법제 규율체계와 감독 기구의 집행체계가 분리된 상황에서 빅데이터 시대의 개인정보 보호와 활용을 논의해야 함
- 가명화·익명화 등 개인정보의 안전한 조치라는 기술적 발전수준이 개인정보의 활용가능성을 열어줄 것임
- 빅데이터와 인공지능의 진화 속도와 타산업과의 연계가 빠르게 진행되고 있어, 개개 사업별로 개인정보보호법제가 만들어지는 것은 불가능할뿐더러 모든 개인정보 침해 가능성에 대한 완벽한 법을 제정하는 일도 쉽지 않음. 신산업의 개인정보처리자가 법의 모호한 행위준칙을 피해 완벽히 법을 준수하리라는 기대는 때론 신산업의 성공과 반비례할 수 있음

토론 4

개인정보 규제개선에 따른 온라인 유통업계의 변화

이은경 팀장 (티몬)

개인정보 규제개선에 따른 온라인 유통업계의 변화

티몬 이은경 팀장

1 개요

- 치열한 온라인 유통업계에서 소비자 수요에 대한 빠른 대응은 기업 생존의 문제
 - 온라인 유통시장 현황
 - 개인정보 및 관련 법 규제 대응 현황
 - 온라인 유통업계의 규제 대응 애로사항
 - 개인정보 규제개선 방향 제언

2 주요내용

- 온라인 유통시장 현황
 - 2022년 190조 규모의 온라인 쇼핑 시장
 - 2022년 온라인 쇼핑 시장 규모 최소 176조에서 최대 190조 원 예상 전망 (정보통신정책연구원 연구보고서)
 - 2017년 국내 온라인쇼핑 거래액 78조 2,000억 추정 (통계청)
 - 연평균 20% 폭발적 성장, 롯데, 신세계, 현대백화점 등 온라인

투자 강화

※ 관련 기사 : <http://news1.kr/articles/?3514119>

○ 온라인 유통시장은 출혈경쟁이 아닌 치열한 유통전쟁 상황

- 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 쿠팡, 위메프, 티몬 등 기존 온라인쇼핑 업체
- 롯데, 신세계, 현대백화점 등 전통 오프라인 유통업체(유통 대기업)의 온라인 유통시장 진출 : 유통·정보기술(IT) 업체와의 연계 파트너십, 플랫폼 기술·인력 확보에 집중
- 무엇보다 온라인(모바일 포함) 플랫폼을 기반한 온라인 유통에서는 고객에게 안전한 플랫폼을 제공하면서 발빠른 소비자 수요 대응으로 경쟁력을 확보해야 하는 상황

○ 온·오프라인 유통시장의 결합

- 아마존, 알리바바 등 해외 온라인 유통업체는 신유통
- 신유통 : 오프라인 기업은 온라인 비즈니스 모델을 찾고, 반대로 온라인 기업은 오프라인 비즈니스 모델을 발굴
- 센서, 머신러닝, 위치추적, 음성 인식 등 인공지능, IoT등의 기술을 통해 오프라인 상점 디지털화, 통합 물류시스템 구축, 판매데이터 실시간 전산화
- 온오프라인 유통시장의 핵심은 빅데이터 : 빅데이터 기반의 소비자 분석, 맞춤형 고객서비스 제공, 실시간 제품 수요 및 재고 파악 통한 재고관리 효율성 제고

□ 개인정보 및 관련 법 규제 대응 현황

- 온라인 유통업계 : 전자상거래, 통신판매중개자, 전자금융업자(전자지급결제대행서비스 등) 등 사업자 신고에 따른 각종 규제 적용
- 개인정보보호법, 정보통신망법, 전자금융거래법, 위치기반보호법 등 개인정보보호 관련 법률 준수 필요
- CISO(정보보호최고책임자), CPO(개인정보보호최고책임자), 위치정보관리책임자, 청소년보호 책임자, 자료제공업무책임자(정보통신제공자 대상, 보건복지부, 자살예방법)

□ 온라인 유통업계의 규제 대응 애로사항

- ‘회사가 일단 살아야 하는 거 아닌가?’
 - 치열한 온라인 유통시장에서 각종 규제를 검토하는데 많은 인력과 시간 소요
 - 회사의 보안은 CISO, CPO가 책임져야 한다는 인식 (현실은 조직에서 힘이 없음)
 - KISA 정보보호관리체계 의무 준수
 - KISA 개인정보실태점검, 금감원 정보보호현황 보고 등
- IT부서는 회사 온라인 플랫폼 개발에 탈진
 - 정통망법, 금감원 망분리 요건 준수에 따른 어려운 개발 업무 환경
- 간편결제 등 신규 서비스 도입하고 싶지만 각종 규제로 고민
 - 정보보호부서는 회사의 비즈니스 방향과 규제 준수 두 마리

토끼를 잡아야 함

- 현실적으로 규제 리스크 큰 사업은 보수적일 수밖에 없음
=> 정보보안 부서는 회사에서 적이 되기 쉬움
CISO, 정보보호담당자에게 과도한 법적 책임 부과

개인정보보호법

제74조(양벌규정) ① 법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인, 사용인, 그 밖의 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 제70조에 해당하는 위반행위를 하면 그 행위자를 벌하는 외에 그 법인 또는 개인을 7천만원 이하의 벌금에 처한다. 다만, 법인 또는 개인이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리하지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인, 사용인, 그 밖의 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 제71조부터 제73조까지의 어느 하나에 해당하는 위반행위를 하면 그 행위자를 벌하는 외에 그 법인 또는 개인에게도 해당 조문의 벌금형을 과(科)한다. 다만, 법인 또는 개인이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리하지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다.

○ 개인정보 관련 규제로 마케팅도 제한

- 불특정 다수를 대상으로 메일링 광고는 불가능 : (광고) 필터로 실효성 없음

※ 고객 사전 동의 없이 메일 광고는 불가능

○ 업무 현실을 고려하지 않은 규제 대응의 어려움

- 대형 수탁사 관리 책임 (예, 대기업 IDC, 택배사 등)
- 빅데이터 활용, 탈회회원정보 이용가능 방안, 자기정보결정권, 접속기록 점검 가이드 등 업계 현실을 반영한 가이드 개선 필요

□ 개인정보 규제개선 방향 제언

- 비즈니스 규모보다 비즈니스 유형만 고려한 규제 방향 개선 필요
 - 중복 규제는 유관 부처에서 통합 필요
 - 개인정보 관련 상세한 요건은 기업의 규모 또는 매출 금액에 따라 차등화 필요 (초기 비즈니스 환경에서는 고객 정보가 없음에도 불구하고 요건을 충족해야 사업 가능)
- 업무 현실을 고려한 법개정 필요
 - CISO에 대한 과도한 책임보다 기업에 대한 책임 부과 강화
 - 법규제는 소비자 개인정보보호 방향성 제시, 구체적인 규제보다 자율규제로 장려 필요 (기업은 소비자를 가장 무서워 함)