

방송통신위원회 속기록

☐ 회 의 명 : 제2차 방송통신위원회 회의

☐ 회의일시 : 2016. 1. 14.(목) 09:30

☐ 장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

☐ 참석위원 : 최성준 위 원 장
김재홍 부위원장
김석진 상임위원
이기주 상임위원
고삼석 상임위원 (5인)

☐ 불참위원 : 없 음

제2차 방송통신위원회 회의 속기록

【 09시 30분 개회 】

1. 성원보고

○ 최성준 위원장

- 천지현 의안·정책관리팀장, 성원 보고해 주십시오.

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

2. 국민의례

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 국민의례가 있겠습니다. 모두 일어서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례, 바로 자리에 앉아 주십시오.

3. 개회선언

○ 최성준 위원장

- 2016년도 제2차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 신임 상임위원 인사

○ 최성준 위원장

김석진 상임위원님께서 어제 임명되셔서 오늘 회의에 첫 참석을 하셨습니다. 오랜 기간 동안 방송현업에 종사하셨던 김 위원님의 경험과 전문성이 앞으로 우리 방송통신위원회가 보다 현장감 있는 정책을 수립하고 추진하는데 많은 도움이 될 것으로 기대합니다. 김석진 상임위원님 간단히 인사말씀 부탁드립니다.

○ 김석진 상임위원

- 반갑습니다. 김석진입니다. 저는 약 30년간 방송 언론에 종사를 해 왔습니다. 이를 바탕으로 앞으로 보다 수준 높고, 또 편리하게 방송 시청자들과 통신 이용자들에게 도움이 될 수 있도록 좋은 정책을 발굴하고 성안하는데 힘을 보태고자 합니다. 특히 앞으로 우리 방송과 통신의 문화를 올바르게 정착시키는데도 미력이나마 힘을 보태고자 합니다. 아무쪼록 그동안 방송 통신위원 결원으로 인한 그런 업무공백을 가급적 조기에 정상화시키도록 더욱 배우고, 또 익혀서 공부하는 자세로 위원회 활동에 조력하는데 많이 노력을 하겠습니다. 부족한 저에게 많이 알려 주시고, 앞으로 위원 상호간에도 조화롭고 원만하게 진행될 수 있도록 최선의 노력을 다하고자 다짐한다는 말씀을 드리면서 인사에 갈음하겠습니다. 감사합니다.

○ 최성준 위원장

- 박수로 환영해 주시지요.

(박수)

5. 지난 회의록 확인

○ 최성준 위원장

- 2016년 제1차 회의록과 속기록은 위원님 확인이 끝난 후 다음 회의에서 접수하고, 오늘은 제69차, 제71차, 제72차 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

6. 회의공개 여부 결정

○ 최성준 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 2건이 상정되었습니다. 이 안건들을 공개로 상정하는데 위원님들 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

안건 심의를 시작하겠습니다.

7. 의결사항

가. 060 결제대행사업자의 개인정보보호 법규 위반에 대한 시정조치에 관한 건 (2016-02-01~002)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 가> ‘060 결제대행사업자의 개인정보보호 법규 위반에 대한 시정조치에 관한 건’에

대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고 드리겠습니다. 의결주문은 생략하겠습니다. 제안이유입니다. 정보통신망 이용촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법)에 따라 개인정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 조사 개요입니다. 지난 9월 대검찰청 개인정보범죄 정부합동수사단에서 060 전화부가서비스 결제대행사업자의 결제자 정보를 유출하여 대량스팸을 발송한 음란폰팅사업자를 구속기소하였다고 발표 및 저희 위원회에 통보해 옴에 따라 조사를 하게 되었습니다. 주요경과는 생략하겠습니다. 다, 사업자 개인정보가 유출된 4개사 현황도 참고하시면 되겠습니다. 조사결과입니다. 먼저 관리자의 아이디와 패스워드를 도용한 건입니다. 아래 그림에서 보시는 바와 같이 (주)효성FMS는 이통사의 결제대행사업자로서 (주)하이엔티비에게 060 전화부가서비스의 결제업무를 위탁하였습니다. 다음 쪽 그림에서 보신 바와 같이 폰팅업체 직원이 효성의 통신과금 결제정보시스템에 접근할 수 있는 하이엔 관리자의 아이디/패스워드를 획득하였고, 2014년 12월경부터 2015년 6월경까지 효성이 보유·관리 중인 하이엔의 결제정보 약 970여만 건, 중복을 제거하면 약 14만 명의 휴대폰번호, 생년월일, 그다음에 성별 등 결제정보를 엑셀 파일로 다운로드 받아서 불법으로 취득하였습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 두 번째는 내부직원에 의한 개인정보 유출입니다. 세종텔레콤(주) 직원이었던 한○○는 2012년 7월경부터 2013년 12월경까지 정상적인 접근권한으로 업무상 알게 된 휴대폰번호 약 570여만 건을 폰팅업체에 무단으로 제공하였고, 동일인은 세종을 퇴사한 후에 2014년 5월경부터 재판매사인 백산모바일에 입사하여 근무하던 중에 2014년 11월 3일경에 사업자 간 정산업무 자료를 주고받는 과정에서 드림라인(주)의 직원이었던 박○○의 실수로 이메일에 첨부된 휴대폰번호 12만 5,000여건을 우연히 수신하여 폰팅업체에 무단으로 제공하였습니다. 위에 보고 드린 효성과 또 세종 및 드림 모두 주민등록번호나 계좌번호 등 민감정보의 유출은 없었습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 위법성 판단 및 제재방안입니다. 먼저 관리자의 아이디와 패스워드 도용과 관련해서 효성은 외부에서 개인정보처리시스템에 접속 시 안전한 인증수단을 적용하여야 하나, 이를 적용하지 않고 단순히 아이디/패스워드만으로 접속·이용하도록 해서 개인정보가 유출된 사실을 확인하였고, 이는 정보통신망법 제28조제1항제2호 등의 위반에 해당이 되며, 이에 대해서는 시정명령과 과징금, 그리고 과태료 병과가 가능합니다. 그다음에 하이엔의 위반사항에 대해서는 효성의 개인정보처리시스템의 접근권한이 부여된 아이디/패스워드를 안전하게 관리하여야 하나, 이를 노출시킴으로써 접근권한이 없는 자에 의해서 개인정보가 유출된 사실을 확인하였고, 다음 쪽이 되겠습니다. 이는 정보통신망법 제28조제1항제2호 등의 위반에 해당이 되며 이에 대해서는 시정명령과 과태료 부과가 가능합니다. 두 번째, 내부직원에 의한 개인정보 유출에 대해서는 먼저 세종텔레콤의 위반사항입니다. 개인정보보호 조직의 구성 등 내부관리계획을 수립·이행하여야 하나, 조사 당시 내부관리계획 수립 시점이 2014년 12월 12일경으로 결제정보의 유출시점인 2012년 7월경부터 2013년 12월경까지는 내부관리계획이 없었습니다. 다만, 저희들이 시정조치(안)에 대한 사전 의견수렴 시 2007년 4월부터 개인정보관리지침을 제정하여 수립·이행하였다고 관련서류와 의견을 제출한바 있습니다. 한편 외부의 비인가자에 의한 개인정보 유출방지뿐만 아니라, 내부직원으로 인한 불법유출 방지를 위해 물리적인 접근 방지 보호 조치를 하여야 하나, 2014년 4월부터 USB 매체제어를 시행하였고, 2014년 10월부터 DRM을

적용하는 등 개인정보 유출시점인 2013년 12월경에는 외부 저장매체에 대한 통제조치가 미흡한 사실을 확인하였습니다. 이는 비록 내부관리계획이라는 명칭을 사용하지는 않았으나 정보통신망법에서 정하고 있는 내부관리계획의 내용을 바탕으로 해서 자체 규정인 개인정보관리지침을 제정·이행하여 왔으므로 법령 위반으로 보기는 어려운 것으로 판단됩니다. 또 USB 등 보조저장매체에 대한 반·출입 통제의 경우, 2015년 5월 19일에 고시를 개정해서 시행하면서 새로이 위반사항에 포함이 되었으므로 고시 시행 이전의 행위에 대해서는 소급 적용이 어려운 것으로 판단이 됩니다. 이에 대한 제재방안으로 법령 위반은 아니나, 향후 유사 사례 재발방지를 위해 내부관리계획을 수립하지 않은 부분과 외부 저장매체의 관리 소홀 부분에 대해서는 개선권고가 가능한 것으로 생각이 됩니다. 드림라인에 대해서는 직원의 실수로 결제정보를 이메일로 전송한 사실을 확인하였고, 이에 대해서는 기술적·관리적 보호조치 위반에 대한 법인의 고의과실이 있어야 하나 이는 직원의 단순 실수 밖에 없고 그 이외 법령 위반이 없는 것으로 보이기 때문에 행정 제재는 어려운 것으로 판단이 됩니다. 제재방안으로서는 법령 위반은 아니나, 향후 유사사례 재발방지를 위해 내부직원 관리 소홀에 대해서는 개선권고가 가능한 것으로 보입니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 시정조치(안)입니다. 먼저 시정명령입니다. 효성과 하이엔에 대해서는 법령 위반행위에 대한 시정조치를 이행하고, 재발방지대책을 수립해서 2016년 2월 말까지 저희 방송통신위원회에 제출하도록 하고자 합니다. 과징금입니다. 효성에 대해서는 그 위반내용과 정도가 매우 중대한 위반행위에 해당하므로 1,000분의 27의 부가기준율을 적용하고, 다음 쪽이 되겠습니다. 2년을 초과하는 장기 위반행위에 해당하므로 기준금액에 50%를 필수적으로 가중한 후에 최근 3년간 정보통신망법 위반으로 과징금 처분을 받은 사실이 없으므로 기준금액의 50%를 필수적으로 감경하고자 합니다. 그리고 조사에 적극 협력한 점을 고려해서 30%를 추가적으로 감경해서 최종 3,000만원의 과징금을 부과하고자 합니다. 다음은 과태료입니다. 효성과 하이엔 모두 1회 위반에 해당하는 1,000만원의 과태료를 부과하고자 합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 마지막으로 세종 및 드림에 대해서는 재발방지대책을 수립·이행하도록 개선 권고를 하고자 합니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 법인 명칭이 앞에는 예를 들면 (주)효성FMS, 세종텔레콤(주), 드림라인(주) 그러다가 뒤에 가서는 세종, 드림 이런 말을 쓰는데 왜 그렇습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 짧게 쓰려고 앞에서...

○ 이기주 상임위원

- 제가 보기에 그것은 아닌 것 같습니다. 사소한 것 같지만 세종텔레콤(주), 드림라인(주)은 기간통신사업자들이지 않습니까? 그런 단어상의 문제가 있는 것 같습니다. 1페이지 조사배경에

060 전화부가서비스라고 해서 뉴스, 날씨, 운세, 증권 등등 전화를 통해 정보를 유료로 제공해 주는 서비스라고 정의해 놓았는데 이번에 조사대상이 되는 4개 업체는 060 결제대행사업자들이지요? 온라인 결제대행사업자….

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다. 결제대행사업자입니다.

○ 이기주 상임위원

- 그러면 전기통신사업법에 060 전화부가서비스 정의가 나와 있는 것으로 기억하는데 여기에서 말하는 결제대행은 뉴스, 날씨, 운세, 증권, 경매, 채팅, 기부금, 후원금 등에 결제대행이 들어갑니까, 아니면 별도로 되어 있습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 060 전화부가서비스는 순수한 060 서비스를 의미하는 것이고, 여기에서 저희가 조사 제재한 것은 060 서비스를 하면서 유료로 소액결제할 때 소액결제를 해 주는 기업을 조사한 것입니다.

○ 이기주 상임위원

- 그래서 제 생각에는 ‘060 결제대행사업자’, 그다음에 ‘060 전화부가서비스’인데, 지금 강 팀장님 이야기하신 대로 이번 조사대상은 060 전화부가서비스를 제공 내지 이용함에 있어서 과금을 대행하는 부가통신사업자 내지는 정보통신서비스 제공사업자이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 그런데 제 말씀은 오늘 안건 내용을 보면 ‘060 결제대행사업자’라는 말과 ‘060 전화부가서비스’라는 말이 혼선을 줄 우려가 있다는 것입니다. 그다음에 조사결과 앞에 4개 사업자 일반현황에 매출액 현황이 나오지 않습니까? 이것은 휴대폰 결제대행사업과 관련하여 직접 발생한 매출액을 이야기한 것이지요?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그런데 아마도 (주)하이엔티비를 제외하고 (주)효성FMS나 세종텔레콤(주), 드림라인(주), 특히 세종텔레콤(주)과 드림라인(주)은 소위 말하는 3사 수준은 아니지만 업력도 꽤 오래되고 중견 기간통신사업자라고 할 수 있습니다. 그래서 결제대행서비스 매출액은 수십 억 단위로 나오고, 특히 드림라인(주)은 아주 영세해 보이고, 이 서비스 자체도 최근에 부대서비스 형태로 시작을 했지만 제가 뒤에 말씀드리려고 하는 것은 결제대행서비스와 관련된 개인정보 내부계획

수립을 잘 못하고 아이디나 패스워드가 도용되도록 하고 이런 기술적·관리적 보호조치가 미흡한 것이냐, 아니면 이 기간통신사업자들이 다른 전용회선서비스와 같은 전반적인 통신서비스를 제공함에 있어서도 이러한 개인정보보호와 관련된 기술적·관리적 보호조치가 미흡할 수도 있지 않느냐는 우려가 생기는 것입니다. 이번에 우리가 조사할 때는 결제대행서비스와 직접 관련된 부분만 조사 내지는 점검한 겁니까, 아니면 회사 전반에 걸쳐 한 겁니까? 후자를 하지는 않았지요? 전자지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 그래서 결론부터 먼저 말씀드리면 세종텔레콤(주)이나 드림라인(주), (주)효성FMS도 그렇고 꽤 규모가 있는 사업자들인데 한 번 전반적인 개인정보보호 실태에 대한 점검을 할 필요가 있지 않느냐, 제가 보면 고시에 새로 반영이 됐고 안 됐고를 떠나서 여기에서 지적된 이런 위반 사례나 개선 권고하고자 하는 내용들을 보면 아주 기본적인 사항들이 제대로 안 되어 있는 것 같습니다. 특히 온라인 정보통신서비스 제공사업자이긴 하지만 내부직원 관리가 제대로 안 되고 있는 부분들이 우려스러운 것입니다. 그리고 결국 폰팅업체들에게 이용자들의 휴대폰 번호를 제공해 준 것 같습니다. 그런 폰팅업체들은 휴대폰번호를 알게 된 그 사람에게 마케팅 문자를 보내거나 전화를 하지 않았을까 하는데, 휴대폰번호를 폰팅업체에 무단으로 제공함으로써 인해서 휴대폰 번호가 알려진 사람으로부터 혹시 피해나 불평·불만이 접수되거나 확인된 것은 없습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- KISA(한국인터넷진흥원)나 방송통신위원회에 접수된 건이 없습니다.

○ 이기주 상임위원

- 틀림없이 폰팅업체에서 스팸성 문자를 보내지 않았을까 싶습니다. 끝으로 (주)하이엔티비라는 회사가 있지 않습니까? (주)효성FMS의 온라인 결제대행을 재판매하는 회사입니까? ‘재판매’라고 하는 것이 무엇을 재판매하는 것을 이야기합니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- (주)효성FMS가 모든 CP(콘텐츠 제공사업자)의 결제를 대행할 수 없기 때문에 업무를 분산하기 위해서 (주)하이엔티비에 060 결제대행을 맡기고 있는 것입니다.

○ 이기주 상임위원

- 어쨌든 이용자정책국에서 조사한 내용을 쪽 보면 이번에 개선 권고하고 과징금 부과하고 시정명령하는 것들은 다 적절해 보입니다. 그런데 우려스러운 것이 아까 말씀드린 것처럼 중견 기간통신사업자나 (주)효성FMS도 꽤 규모가 있는 회사인데 이런 일반적인 개인정보보호 조치나 관리실태가 미흡한 것으로 봐서 이 회사들이 메인서비스를 제공함에 있어서도 그런 미흡한 실태가 있지 않을까가 우려스럽기 때문에 예방적인 차원에서 회사 전반에 걸친 개

인정보보호 관련된 실태점검이 필요하지 않을까 하는 것을 제안하면서 제 의견을 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 명확하게 해야 할 부분이 있는데 지금 (주)효성FMS가 결제를 대행하는데 (주)하이엔티비에게 재판매하는 이유는 무엇 때문에 그렇습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- CP들이 엄청 많지 않습니까? CP가 너무 많으니까 그것을 (주)효성FMS 자체가 한꺼번에 하기 어려워 (주)하이엔티비에게 재판매를 해서 분야별로...

○ 최성준 위원장

- CP별로 나누어서 결제를 대행하도록 하고 있는 것입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 실제로 이런 재판매 회사들이 많이 있습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 실제 (주)효성FMS 같은 결제대행사는 10개 내외 정도 되는 것 같고, (주)하이엔티비 같은 경우에는 40여개 정도 되는 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- (주)하이엔티비 같은 경우 40여개라면...

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 결제를 재판매하는 사업자들은 40여개 정도 됩니다.

○ 최성준 위원장

- (주)효성FMS가 이용하는 재판매회사가 10개 정도 됩니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 지금 우리나라 결제대행사는 업체수가 어느 정도 되는 것으로 예상됩니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- (주)효성FMS과 같은 결제대행사는 10개 정도 됩니다.

○ 최성준 위원장

- 혹시 이것은 개인정보와 관련이 없지만 제도적으로 결제대행사가 꼭 이런 식으로 CP가 많다는 이유로 재판매회사를 밑에 두고 운영하도록 하는 것이 적정합니까? 그것은 저희 개인정보 업무와 관련이 없지만 결제대행을 하려면 어느 정도 규모의 시설과 인력을 갖추고 결제대행을 해야 하지 않을까 싶은 생각이 들어서, 결국에 이것도 개인정보가 유출된 원인 중 하나고, 이런 재판매회사가 많다 보면 직접 자기 회사 내부에서 통제하면서 관리하는 것보다는 관리가 점점 어려워지는 것 아니겠습니까? 그래서 그런 측면에서 한 번 제도적으로 개선할 방법은 없는지도 장기적으로는 검토해 주시기를 부탁드립니다. 또 다른 의견 있으십니까? 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 3페이지에 지적할 사항이 있습니다. (주)효성FMS, 점이 아니고 쉼표지요? 2012년 보면 2.712이지 않습니까? 그러면 우리가 과태료, 과징금 산출할 때 기준금액이 다르지 않습니까? 사소한 것 같지만 이런 것들은 명확히 표시해 주면 좋겠습니다. 이해 못 하겠습니까?

○ 최성준 위원장

- 점이 아니고 콤마가 되어야 합니다.

○ 고삼석 상임위원

- (주)효성FMS가 제출한 <붙임 1> 의견서를 보시면 “당사는 해당 시스템이 개인정보처리시스템이 아니라고 판단했다” 이렇게 소명을 했지 않습니까? 강 팀장님, 맞지요? 그쪽에서 낸 소명서지요?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 우리는 고시 제2조에 의해서 개인정보처리시스템이 맞다고 보고 있는 것입니다.

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 이 정도 규모의 기업이 이런 시스템에 대해서 고시에 규정되어 있는 개인정보처리시스템에 해당되는지, 안 되는지 혼선이 있어서는 안 되는 것이지 않습니까? 이 견해 차이는 왜 발생했으며, 또 최종적으로 우리 쪽 입장을 그쪽이 수용한 것입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 저희 입장을 수용했습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 이것이 개인정보처리시스템이 아니라면 말 그대로 기술적·관리적 보호조치를 전혀 안 하게 되는 것이지요. 이런 사안들은 가장 기본적인 것입니다. 그리고 앞 페이지 보면 1페이지에 지금 1심 판결이 났지 않습니까? 항소 않고 확정된 것입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 항소했습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 항소를 했고, 유·무죄를 다투는 부분들이 있습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 저희 쪽과 관련되어 있는 사항은 없습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 알겠습니다. <붙임 4>의 서울중앙지법 판결문, 47페이지를 보시면 혹시나 우려스러워서 지적 하는 것입니다. 우리 자료로 올라와 있지 않습니까? 물론 판결문에 부속으로 붙어 있는데 <범죄 일람표 6>을 보시면 개인정보제공, 네이버, 다음 계정 등에서 아이디, 패스워드, 이름, 전화번호가 회의 자료지만 공개되어 있습니다.

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 이것은 나중에라도, 설사 우리 내부 자료에 공람하도록 되어 있는 자료일지라도 개인정보 관련된 부분, 네이버, 다음의 아이디, 패스워드, 이름, 전화번호 다 있습니다. 관리를 잘해 달라는 것입니다.

○ 최성준 위원장

- 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 위원장님 말씀하신 결제대행사업자, 060 전화부가서비스 사업자 관할이 전반적으로 미래부 일 것 같은데 아마 신고를 받든지 신고조차도 안 받고..., 등록을 하고 있다고요? 위원장님 말씀 관련해서 결국 예전부터 060 사업자들이 여러 가지로, 다 그렇다는 것은 아니지만, 음란, 폭력 포함해서 콘텐츠 자체가 법적으로나 사회적으로나 문제의 소지가 있다고 알려졌지 않습니까? 그런데 방송통신위원회 입장에서는 온라인 개인정보보호를 관장하는 입장에서, 어떻게 보면 일률적으로 다 그렇다고 할 수는 없지만, 이런 사업자들이 또 개인정보보호도

소홀히 할 우려가 있을 것 같습니다. 그래서 제 생각에는 말이 나온 김에 미래부와 같이 060 전화부가서비스사업자나 아니면 결제대행사업자, 위원장님도 말씀하신 것처럼 대규모 결제대행사업을 하는 사업자들이 그것을 위탁 내지는 재판매하는 형태로 가면 여러 가지로 영세하고, 그러다 보면 전문 인력도 없고 기술적인 수준도 취약해질 우려가 있기 때문에 기본적으로 전기통신사업법상 규율하고 있는 현 실태를 감안해서 개인정보보호를 좀 더 잘할 수 있는 방향으로 현행 법·제도를 보완하는 연구해 볼 필요가 있지 않나 하는 생각이 듭니다.

○ **최성준 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **김재홍 부위원장**

- (주)효성FMS, (주)하이엔티비, 세종텔레콤(주), 드림라인(주) 이 업체들이 중견기업은 됩니까?

○ **강필구 개인정보보호조사팀장**

- 예, 중견기업이고, (주)하이엔티비는 작은 기업입니다.

○ **김재홍 부위원장**

- (주)효성FMS는 효성그룹의 계열사입니까? 별도 독립기업입니까?

○ **강필구 개인정보보호조사팀장**

- 다른 기업입니다.

○ **김재홍 부위원장**

- 효성기업과 관계가 없는….

○ **강필구 개인정보보호조사팀장**

- 그 부분은 제가….

○ **김재홍 부위원장**

- 세종텔레콤(주)은 대형로펌 세종법무법인과 관계가 있습니까, 없습니까?

○ **박노익 이용자정책국장**

- 없습니다. 세종텔레콤(주)은 기간통신사업자입니다.

○ **김재홍 부위원장**

- 그다음에 개인정보보호에 대해서는 우리가 아주 엄정하게 대처해야 하는데 대기업일수록 시스템을 잘 갖추고 관리하도록 하는 것이 중요할 것 같습니다. 개인유출자는 검찰의 수사에 의해서 지금 구속 기소됐고 재판 중이고, 기업에 대해서는 관리책임만 우리가 따지는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김재홍 부위원장

- 그래서 제재하는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그럴 경우 그 기업에 대해서 제재의 효과가 있어야 하는데, 제재방법들이 물론 규정에 따라 일정하게 해야겠지만, 철저히 해야 한다고 생각합니다. 그래서 이것이 사후에 재발되지 않도록 하는 의미가 있어야 하고, 어떻게 보면 교육적인 효과도 있어야 한다고 생각합니다. 그런데 중간에 많이 감경해 준 것 같습니다. 그것도 다 규정에 따라서 한 것이겠지만, 개인정보 유출사고인지, 사건인지 이런 것에 대해서는 우리가 계속 엄정하게 대처한다는 것을 보여주는 것이 필요할 것 같습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 부위원장님, 궁금해 하시는 것을 제가 방금 찾아봤는데 (주)효성FMS는 금융감독원에 등록된 효성그룹의 전자금융전문회사로 나옵니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그러면 그룹계열사입니다. 그러니까 대기업 집단의 계열사이면 가중처벌은 아니겠지만 사회적 책임이나 개인정보보호의 책임은 더 무겁다고 할 수 있습니다. 대형 개인정보 취급업체일수록 더 그렇습니다. 그래서 경고의 의미가 사후 재발방지와 교육적인 의미가 커야 할 것 같습니다. 세종텔레콤(주)도 어떤지 모르겠는데...

○ 최성준 위원장

- 아까 말씀드린 것과 같은 맥락에서 (주)효성FMS는 2012년, 2013년, 2014년 매출액을 보면 매출액이 매년 급감하고 있습니다. 급감하고 있다는 것은 다시 말하면, 재판매를 더 많이 늘렸다는 이야기인 것으로 짐작이 되는데, 그런 것입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 원래 이 회사들은 직접 이용자를 컨택하지 않고 통상적으로 재판매를 통해서 하고 있는 회사들입니다.

○ 최성준 위원장

- 제도적으로 결제대행사를 할 수 있도록 한 것은 그만큼 신뢰를 부여하고, 그다음에 개인정보를 철저히 보호할 수 있다고 해서 결제대행사로서 업무를 취급할 수 있도록 한 것인데, 그것을 자신은 제대로 하지 않고 자꾸 재판매만 하는 것은 정책적으로도 다시 한 번 재검

토해 봐야 할 부분이 아닌가 싶습니다. 그래서 미래창조과학부와 한 번 상의해주시기 바랍니다. 이번 개인정보보호 유출이 그것만이 원인은 아니지만 그것도 한 원인이라고 볼 수 있기 때문에 드리는 말씀입니다. 그다음에 (주)효성FMS는 지금 현재 아이디, 패스워드 이외에 인증수단을 별도로 추가 구비해 놓았습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 공인인증서도 추가로 했습니다.

○ 최성준 위원장

- 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 제가 아직 과문한 탓에 모르는 부분도 있을 것입니다. 그런데 제가 궁금하게 생각하면서 우려가 되는 것이 9페이지 보면 필수적 가중·감경에서 장기 위반행위에 해당하기 때문에 기준 금액에 50%를 가중시키고, 또 3년간 과징금 처분을 받은 사실이 없으므로 50%를 또 감경한다, 플러스마이너스 제로라는 그 이야기지요?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 상임위원

- 그 밑에 보면 추가적 가중·감경에서 '조사에 적극 협력한 점을 고려하여 30%를 감경한다' 이렇게 되어 있습니다. 이것이 제가 생각하기에 제재를 받는 쪽에서 승복하는 것이 중요하다고 봅니다. 과실을 인정하고, 또 그런 행정제재를 받는 데 대해서 승복해야 할 텐데 어떻게 보면 이것이 마치 조사에 적극 협력했으니까 우리가 30% 감경해 준다, 자칫 자의적인 해석이 끼어들 소지가 있을 것 같습니다. 또 다분히 주관적인 그런 해석이 끼어들 여지는 없는지, 이것이 관행인지, 수사기법에도 그런 것이 있습니다. 수사에 협조하면 불구속시켜 준다든가, 또 감해 준다든가 이런 것이 있는데 엄격하게 승복할 수 있는 잣대를 명확히 해야 하는 것이 아닌가 하는 생각에서 제가 정말 과문한 탓입니다만 오늘 처음 이런 것을 봤는데 이것을 좀 더 엄격하게 적용하고 승복할 수 있도록 어떤 자의적 해석을 할 수 있는 여지가 끼어들지 않도록 좀 더 엄격하게 가다듬을 필요가 있겠다는 생각이 듭니다. 실무적 견해는 어떻습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 원래 조사·협력할 경우에 과징금을 감경하는 경우는 기업이 방송통신위원회 조사에 적극적으로 협력할 수 있도록 인센티브를 준 것입니다. 특히나 이것을 할 때는 실무에서 실제적으로 필드에서 조사하는 조사관의 의견을 많이 반영해서 하게 됩니다.

○ 김석진 상임위원

- 모든 조사에 이런 것이 적용될 수 있습니까? 또 그런 사례가 많습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다. 현실적으로 보면 우리 조사의 기법이나 역량에 한계가 있고, 피조사자가 대부분 소위 말해 교묘하게 숨기려고 합니다. 사실상 저희들이 일반 검경의 수사와는 달리 여러 가지 한계가 있기 때문에 가능하면 이런 감정, 일종의 인센티브입니다. 서로 간에 저희들도 조사를 잘할 수 있도록 유도하는 것이고, 사업자들도 가능한 사실관계를 제대로 저희들에게 제출할 수 있도록....

○ 김석진 상임위원

- 그리고 조사에 임하는 업체가 자기들 과실을 숨기기 위해서 버티고 있을 때 효율적이긴 할 것입니다. 쉽게 자백을 하면 그만큼 감경될 수 있다, 이런 것은 취지는 나쁘지 않다고 보는데 자칫 오해를 받을 수 있는 자의적이고 주관적인 해석의 여지가 있는 부분을 가급적 축소해야 할 것 같습니다. 9페이지에 보면 위반행위의 중대성을 판단하는 기준이 매우 중대한 위반행위, 중대한 위반행위, 보통 위반행위 이것을 구분하는 기준이 얼마나 엄격하게 마련되어 있는지 궁금합니다. 이것도 잘 몰라서 말씀드리는데 이 자리에서 설명할 필요는 없고 시간관계상 제가 이것을 다시 들여다보겠습니다. 나중에 실무자들이 저에게 판단의 기준이 어떤 것인지, 이것도 굉장히 주관적이고 자의적으로 판단할 수 있는 여지가 있어 보입니다. 그래서 어떻게 이런 판단이 이루어지는지 저에게 나중에 브리핑을 해 주시기 바랍니다. 별도로 보고를 받겠습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 의견 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 과징금 금액, 그다음에 과태료 금액, 그밖에 시정명령에 대해서는 다들 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 가결되었습니다.

나. 개인정보 유효기간제 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건 (2016-02-003~010)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 나> ‘개인정보 유효기간제 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건’에 대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고 드리겠습니다. 먼저 의결주문은 생략하겠습니다. 제안이유는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 및 같은 법 시행령에 따라 개인정보 유효기간제 위반사업자에 대한 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 조사개요입니다. 정보통신망법 시행령이 2014년 11월 28일 개정이 되었고, '15년 8월 18일 시행이 되었습니다. 이에 따라서 미이용, 이용하지 않는 개인정보의 보관기간이 기존 3년에서 1년으로 단축되었고, 이에 따라 아래 <표>에서 보신 바와 같이 5개의 대표적인 업종별로 총 27개 사업자에 대해서 개인정보 유효기간제 준수 여부를 기획조사하게 되었습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 조사결과입니다. 아래 <표>와 다음 페이지 <표>에서 보시는 바와 같이 SK텔레콤(주), (주)LG유플러스, SK텔링크(주), (주)카카오, 줌인터넷(주), (주)코리아닷컴커뮤니케이션즈, (주)엠게임, (주)포워드벤처스 등 총 8

개 사업자는 이용자가 정보통신서비스를 1년 동안 이용하지 아니한 경우 개인정보를 해당 기간 경과 후 즉시 파기 또는 다른 이용자의 개인정보와 분리를 해서 별도로 저장·관리하지 않은 사실을 확인하였습니다. 위반 구체적인 기준 및 사례는 아래 <표>에 보시는 바와 같습니다. 시행시기, 시행주기, 그다음에 이용자의 기준, 또 이용 여부에 대한 기준 등이 구체적인 위반사례가 되겠습니다. 4쪽에 보시면 사업자별로 총 8개 사업자의 구체적인 위반내용이 정리되어 있습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 위법성 판단입니다. 이러한 행위는 정보통신망법 제29조제2항 및 시행령 제16조제1항·제2항 위반에 해당이 되고, 이에 대해서는 시정명령과 3,000만원 이하의 과태료 부과가 가능합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 시정조치(안)가 되겠습니다. 먼저 시정명령입니다. 위반사업자 총 8개 사업자에 대해서는 재발방지대책을 수립해서 2016년 2월 29일까지 저희 위원회에 제출하도록 하고자 합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 과태료 부과가 되겠습니다. SK텔레콤(주), (주)LG유플러스, SK텔링크(주), (주)카카오, 줌인터넷(주), (주)엠게임, (주)포워드벤처스 등 총 7개 사업자에 대해서는 1회 위반에 해당하는 1,000만원을 부과하되, 그 위반행위가 단순 과실에 의한 것이라 볼 수 없고, 또 각 업종별로 가장 대표적인 사업자인 점 등을 고려해서 50%를 가중한 1,500만원의 과태료를 부과하고자 합니다. 그리고 (주)코리아닷컴커뮤니케이션즈에 대해서는 1회 위반에 해당하는 1,000만원을 적용하되, 개인정보 유효기간제를 준수하기 위한 노력, 그다음에 해당 위반행위가 DB서버의 노후화 등 하드웨어 문제로 인한 물리적 작업 지연 등에 의한 것이고, 또 사업규모 및 위반행위의 동기와 그 결과 등을 고려해서 50%를 감정한 500만원의 과태료를 부과하고자 합니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 우선 조사 대상사업자를 선정한 기준이 여기에 보면 일평균 방문자 및 가입자 수 등을 고려해서 주요사업자 5개 내지 6개를 선정했다고 되어 있는데, 예를 들면 통신 쪽 SK텔레콤과 LG유플러스, SK텔링크는 조사대상으로 선정하고, KT는 선정 안 하고 그것은 왜 그렇습니까? 그 뜻이 아닙니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 아닙니다.

○ 이기주 상임위원

- 그러면 굵게 고딕으로 쳐진 것과...

○ 박노익 이용자정책국장

- 위반사업자입니다.

○ 이기주 상임위원

- 위반사업자 표시입니까? 예를 들면 통신의 5개사, KT까지 포함해서 3개 통신사를 다 조사했는데 KT는 유효기간제를 위반한 사실이 없고, 나머지 2개사는 위반했다는 뜻입니까? 2페이지 <표>가 그런 것입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 여기에서 SK텔레콤, LG유플러스, SK텔링크, 카카오..., 포워드벤처스가 쿠광이라고 이 자료에 되어 있는데 맞습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 맞습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그렇다면 제가 거명한 SK텔레콤, LG유플러스, SK텔링크, 카카오, 포워드벤처스는 굉장히 규모가 큰 회사이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그리고 개인정보 유효기간제는, 2013년입니까? 카드사 개인정보 유출사고 이후에 범정부적으로 온라인이든 오프라인이든 금융분야든 다 포괄해서 개인정보보호를 강화하고 여러 가지 새로 도입한 법·제도 중에 유효기간을 단축해서 시행하는 것은 우리 방송통신위원회 소관사항 중에서는 아주 중요한 제도 중 하나입니다. 그런데 3페이지 위반기준 및 사례를 보면 개인정보 유효기간제를 1년으로 한 것을 작년 8월 18일에 시행을 했는데 SK텔레콤은 9월 16일부터 하고 LG유플러스는 11월 23일부터 하고, SK텔링크는 11월 10일부터 시행하고, 이런 것이 저는 유효기간을 단축 시행한다는 것이 홍보도 많이 되고, 또 방송통신위원회에서 교육이나 홍보를 많이 한 것으로 알고 있는데, 어떻게 해서 시행 자체가 제도 시행시기보다 몇 달 뒤에 되는 이런 사례가 발생하는 것인지, 그리고 또 시행주기도 매일이라는 것을 현실적인 상황을 고려해서 우리가 '5일 이내' 이렇게 적용하면 적법한 것으로 인정해 준다는 취지 아니겠습니까? 설명서나 안내서에 이렇게 자료를 정리했다는 것은....

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그럼에도 불구하고 그것을 5일 이내조차도 적용하지 않는, SK텔레콤은 분기별, 카카오는 월 1회 이렇게 시행하는 것은..., 이번에 조사하니까 왜 이런 위반사례가 일어난다고 생각합니

까? 아까 앞에 안건은 그래도 결제대행회사라고 해서 규모가 작다든가 하는 측면이 있다고 하더라도 지금 이 안건에서 나오는 조사대상사업자들은 아주 대규모사업자들인데 어떻게 해서 이런 위반사례가 나온 것 같습니까? 원인이 무엇인 것 같습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 사업자들은 가입자 수가 많고 오프라인과 대조해야 할 작업이 오래 걸리고, 그다음에 시스템 개발단계에서 약간 오류나 혼선 등이 발생해서 늦어졌다고 주장하였습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그 이야기가 이해가 안 가는 것이 지금 그 당시 2, 3년 전 상황을 돌아보면 개인정보보호법 이든 정보통신망법이든 신용정보보호법이든 새로 강화된 개인정보보호 제도를 개정하면서, 의견수렴을 하는 과정에서 적용대상사업자들은 지금 강필구 팀장님이 말씀하신 그런 류의 이야기들은 아주 많이 했습니다. 그래서 정부에서는 시행시기를 정함에 있어서 계도기간을 둔 다든가 하는 것들은 제 기억에는 아주 합리적으로 했다고 생각합니다. 그래서 정한 시행시기라고 저는 생각되는데 그때 의견수렴 과정에서 하던 이야기를 지금 와서 또 한다는 것은 저는 잘 이해가 안 가서 물어보는 것입니다.

○ 최성준 위원장

- 그것과 연결해서 보면 시행주기도 보관기관을 3년에서 1년으로 단축한 것이지, 과거에도 보관기간이 3년이었지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 3년이 경과되면 그 경우에도 적절한 조치를 취해야 하지 않습니까? 그러면 그 당시에도 보관기간 3년일 때도 조치를 취하는 시기를 월1회, 분기별 1회 다 이렇게 해 왔습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 원래 보관기간 3년의 시행시기가 보관기간 1년으로 바뀐 시행시기와 일치합니다. 그래서 처음 보관기간….

○ 최성준 위원장

- 원래 보관기간을 3년으로 정했는데 시행을 안 하고 있다가…

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 시행 자체가 원래 작년 8월에 되는 것이었습니다.

○ 최성준 위원장

- 보관기간 3년도?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그런데 그 것이 시행되기 전에 기간이 단축된 것입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견 있으십니까? 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 아까 팀장님 말씀하신 것이 이용자들에 대한 자료들을 온·오프라인으로 대조한다고 했는데 통상 온라인에 가입된 회원들 개인정보, 이런 것들을 1년 동안 접속하지 않을 경우 삭제하도록 되어 있지 않습니까? 오프라인과 대조한다는 것은 어떤 의미입니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 이통사는 실제 휴대폰을 가입한 사람이 있고, 그다음에 인터넷 홈페이지에서 가입한 사람이 있는데 그 둘 간에 혹시 연계관계가 있는가….

○ 고삼석 상임위원

- 그것이 시스템적으로 정리가 다 되는데, 예를 들어서 가입서류를 대조할 일이 거의 없을 것 같은데 제가 그 상황이 이해가 안 돼서 그렇습니다. 그다음에 3페이지 박스를 보시면 위반 기준 및 사례에서 지금 현재 규정을 보면 개인정보 유효기간이 지난 것은 매일 삭제하도록 되어 있지 않습니까? 처리….

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 아마 우리가 편의를 위해서 정보통신망법 안내서에 5일 이내 파기, 또는 별도로 하면 적법한 것으로 판단한다고 되어 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 이번에 시행주기와 관련해서 우리가 위반기준, 이것이 최대 7일까지로 했지 않습니까? 이번에 특별히 안내서와 달리 최대 7일로 한 이유가 있습니까? 박스 보시면서 이야기해 주십시오.

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 영업일 기준으로 5일입니다.

○ 고삼석 상임위원

- 영업일 기준으로 5일이고, 7일은요?

○ 개인정보보호조사팀 유인설 사무관

- 영업일 기준 5일이니까 실제 다시 영업을 하려면 주말 지나고 나서...

○ 고삼석 상임위원

- 주말까지 포함해서?

○ 개인정보보호조사팀 유인설 사무관

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 영업일 기준 5일이 최대 7일과 같은 의미라는 말씀이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 왜냐하면 이 자료만 보면 혼선을 빚습니다. 안내서에는 5일 이내 조치하면 되는 것으로 되어 있고, 최대 7일이기 때문에 아까 말씀하셨는데 영업일 기준 최대 7일이라든가 이런 명확한 표시가 있어야 할 것 같습니다. 왜냐하면 이 시행주기를 위반의 중요한 기준으로 삼았지 않습니까? 혼선이 없도록 정리해 주시지요.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김재홍 부위원장

- 기획조사 한 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그러면 조사대상을 객관적인 기준으로 일평균 방문자나 가입자 수, 업종별로 5, 6개 선정한 것으로 보입니다. 각 업종별로 미디어 중에서는 위반이 나타난 것이 1건도 없는데 조사하는데 어려움은 없었습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 조사하는데 큰 어려움은 없었습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 협조는 잘하고요?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 예.

○ 김재홍 부위원장

- 미디어에 방송사가 하나도 포함되지 않은 것은 이번에 그렇게 하고, 다음에 또 이런 기획조사를 할 계획이 있습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 적정한 기회에, 또 필요한 경우에 기획조사를 하겠습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 아니면 이번에 정한 기준선 이하이기 때문에 가입자 수나 이런 것들이 거의 해당되지 않기 때문에 뻗 것입니까? 대형방송사들이 하나도 안 보입니다.

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 일평균 방문자 수나 가입자 수를 고려해서 했기 때문에....

○ 김재홍 부위원장

- 신문, 인터넷 분야보다 대형 방송사들의 가입자나 방문자 수가 적습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그것은 예상외입니다. 쇼핑에서도 인터넷 마케팅회사들인데 홈쇼핑 방송사들은 다 해당이 안 됩니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 그것 또한 실제 홈페이지를 운영하는 온라인상으로 회원 수가 많지 않은 경우에는....

○ 김재홍 부위원장

- 가입자 수나 방문자 수가 많지 않아서 기준에 미달한 것입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그런 기준을 잘 지켜서 해야 할 것입니다. 계속 이야기해 왔지만 개인정보보호를 위한 일제 조사들이 필요한 것 같은데 이번에 빠진 대상기업들도 필요하면 한 번씩 점검하는 것이 필요할 것 같습니다. 그러나 대상자 선정에 객관적인 기준이 분명해야 할 것 같습니다. 거기에서 불만이 나오면 안 될 것입니다. 이것은 개인정보 문화를 확산시키기 위해 하는 것이지 꼭 징벌, 제재를 하기 위해 하는 것은 아니라는 것도 이야기할 필요가 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 지금까지 유효기간제가 3년에서 1년으로 단축되면서 8월 이전에 단속한 실적은 있었습니까?

○ 강필구 개인정보보호조사팀장

- 그전에는 법 자체가 시행 안 됐기 때문에….

○ 박노익 이용자정책국장

- 시행이 안 됐기 때문에….

○ 김석진 상임위원

- 단속하는 법은 아니었습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김석진 상임위원

- 3년간 보관한다라고만 되어 있었고….

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김석진 상임위원

- 그런데 아까 다른 위원님도 말씀하신 것처럼 계도기간도 거쳤는데도 불구하고 월1회 자기들이 몰아서 시행을 하겠다, 또는 심지어는 분기별로 한 번에 몰아서 하겠다, 이런 일종의 다른

표현을 쓴다면 배짱 비슷하게 했다는 이야기인데 그만큼 단속 의지를 의심했던 것인지, 아니면 지금까지 실적이 하나도 없었기 때문에 이것은 버터도 될 것이다, 한 번도 단속된 적이 없으니까. 이것은 분명히 계도가 미약하지 않았느냐? 왜냐하면 이렇게까지 벌금을 부과하지 않을 것이라고 판단한 것 아니겠습니까? 그래서 그런 부분에 대해서 집행기관으로서 미흡한 것이 없었는지, 그런 것을 되돌아보는 계기가 됐으면 좋겠다는 생각이 듭니다. 법이 시행되고 상당 기간 경과가 됐는데도 불구하고, 그러면 그것을 굳이 단속을 하기 전에 위반하고 있던 사실을 알았으면 빨리 시정조치를 취해서 ‘단속하면 벌금을 부과 받게 된다’ 그것을 자꾸 유도해야지, 그냥 단속할 때까지 기다렸다가 한꺼번에 벌금을 매기면 단속만을 위한 행정이 되니까 그것은 수시로 들여다보면서 잘 계도를 해야 하지 않느냐는 생각이 듭니다. 이것도 제가 과문한 탓인데 그런 실수가 없었는지 들여다보시기 바랍니다. 이상입니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 실무적으로는 여러 기회를 통해서 홍보, 안내, 설명을 했고, 기본적으로는 영업일 기준 5일이 됐든 또는 한 달이 됐든, 분기별이라고 하지만 해당 사업자 입장에서 보면 매일매일 일어나는 것입니다. 매일매일 그것을 계속 전 이용자, 회원의 이용기간을 일일이 다 체크해야 하는 방대한 작업이 될 수 있습니다. 매일매일 기준으로 봐서 이 사람이 1년 경과했는지를 다 체크해야 하기 때문에, 물론 전산상으로 기술적으로는 어찌 보면 심플할 수도 있지만 그런 작업들에 대해서 해당 사업자들이 조금 관심이 적었던 측면이 있었던 것 같습니다. 그러나 이것은 저희들이 유효기간제가 상당히 중요했기 때문에 기획조사를 하게 된 것입니다. 누가 한 것도 아니고, 그런 측면에서 이번 기획조사를 계기로 해서 사업자들이 경각심을 가지고 힘들더라도 일견 잘 준수하지 않을까 이렇게 생각하고 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 그동안 사업자 대상으로 설명회 등을 해서 또 언론에서 여러 차례 보도된바 있어서 홍보라는 것이 만족스러운 정도라는 것이 있을 수 없겠지만 어느 정도는 알렸을 것 같은데 기업들이 무심경했던 것 아닌가 싶은 생각은 듭니다. 그런데 조금 전에 국장님 말씀하신 것처럼 분기별 1회 시행한다는데 매일매일 일어난다고 말씀하셨습니다. 그것은 아니지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 아닙니다. 실제로 사업자는 매일매일 해야 하는데 그렇게 못 했다는 말씀을 드립니다. 회원 수가 몇 백만 명이라면 상대적으로 쉽겠으나 통신사 같은 경우 몇 천만까지 있지 않습니까? 그것을 계속 매일매일 체크를 했어야 하는데 그렇게 안 하고 편의상….

○ 최성준 위원장

- 그런데 사람 인력으로 체크를 하는 것이 아니고….

○ 박노익 이용자정책국장

- 맞습니다. 기술적으로….

○ 최성준 위원장

- 모든 것이 프로그램을 만들어 놓으면 거기에 따라서 자동적으로 이루어지는 것 아니겠습니까? 그래서 그것은 성의의 문제이지, 큰 비용이 든다든지, 큰 인력이 투입된다든지 그런 것은 아니라고 봅니다. 중요한 것은 여기의 대상이 됐던 27개 사업자 중에 잘하고 있는 곳은 계속 잘할 것이고, 그다음에 이번에 지적을 받고 과태료 부과 받은 사업자들은 당연히 시정조치를 하고 그렇게 잘할 것 같은데, 여러 위원님들이 말씀하신 것처럼 이것은 저희가 굉장히 큰 대규모 사업자를 위주로 조사를 했는데 결국에는 27개 사업자 중에 몇 개가 위반한 것입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 8개입니다.

○ 최성준 위원장

- 8개가 위반을 했으면 꽤 많이 위반한 것입니다. 그런데 규모가 작은 사업자로 가면 위반율이 오히려 더 높아질 가능성도 있습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그렇기 때문에 저희가 올해 다시 또 계획을 세워서 이것보다 일평균 방문자나 가입자 수를 한 단계 낮추어서 이 해당 5개 분야에 적정한 업체를 선정해서 다시 한 번 조사하고, 그에 앞서서 오늘 이와 같이 조사하고 제재를 했다는 것을 보도 자료를 내면서 ‘앞으로 계속 이것을 우리가 단속해 나가겠다’라는 것을 알려져 그 안에 해당하는 업체들이 스스로 ‘우리도 빨리빨리 준비를 해야겠구나’라는 인식을 가지고 할 수 있도록 분위기를 조성해 주시기를 부탁드립니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 아까 자꾸 매일, 5일, 7일, 월1회, 분기 1회 이런 이야기를 하는 과정에서 사업자들 입장에서 ‘현장에서는 이런 어려움이 있다’ 이런 이야기를 우리가 생각은 안 할 수 없는데, 제 이야기는 모두에서 말씀드린 것처럼 처음에 제도 도입할 때 그 이야기는 많이 논의가 됐다는 것입니다. 기술적으로 관리함에 있어서 물리적 어려움, 이런 것은 다 감안이 되어서 ‘영업일 기준 5일’ 그랬으면 이것은 시행이 되어야 한다는 것을 다시 한 번 강조하고 싶습니다. 두 번째는 지금 CPO(최고개인정보관리책임자), CISO(최고정보보안책임자) 이런 제도들이 있는데 우리 정보통신망법에 이런 정보통신서비스 제공사업자들이 개인정보보호책임관을 두도록

되어 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 예를 들면 여기에서 거론되는 이번 조사대상 대규모 온라인 사업자 중에 온라인 개인정보보호책임관이 되는 사람들은 대략 어떤 직급의 위치에 있는 분들입니까? 임원입니까?

○ 개인정보보호조사팀 유인설 사무관

- 개인정보보호 관리 책임자는 대개 임원급 이상입니다.

○ 이기주 상임위원

- 제 생각에는 이런 일이 벌어지는 가장 큰 이유 중에 하나라고 추정하는 것이 개인정보보호 책임관 내지는 최고 임원들의 관심 결여라고 생각합니다. 우리가 개인정보 유출사고가 날 때마다 여러 가지 원인분석을 해 보면 기술적인 문제도 있고 투자를 소홀히 한 것, 교육을 안 한 것 이런 것도 있지만 결국에는 그 기업의 최고책임자의 관심, 의지 이것이 중요한 요인 중의 하나라고 생각되는데 만약에 최소한 개인정보보호책임관이라는 위치에 있는 분이 정보통신망법상 지켜야 할 아주 크리티컬한 포인트들만 체크리스트 형태로 딱 해 놓고 그것을 담당부서 실무자, 실무부서에서 체크만 해도 저는 이런 일이 안 생길 수 있다고 생각합니다. 그래서 아까 조사에 협조를 했다, 안 했다 이런 것을 따져서 우리가 가중하고 경감할 때 저는 최고 임원 내지는 책임자들의 이러한 제도, 실태에 대해 알고 있었느냐, 모르고 있었느냐? 의지가 있었느냐, 없었느냐? 이런 것을 감안해서 제재 여부 내지는 제재의 수위를 결정하는 것도 하나의 방법이 되지 않겠느냐는 생각이 듭니다.

○ 최성준 위원장

- 좋은 의견들 감사합니다. 다른 의견이 더 없으시면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

8. 기 타

○ 최성준 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? 없으시면 다음 회의는 1월 22일 금요일 오전 9시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

9. 폐 회

○ 최성준 위원장

- 이상으로 2016년도 제2차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 10시 36분 폐회 】