

방송통신위원회 속기록

□ 회 의 명 : 제28차 방송통신위원회 회의

□ 회의일시 : 2019. 6. 12.(수) 09:33

□ 장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

□ 참석위원 : 이호성 위 원 장
김석진 부위원장
표철수 상임위원
허 욱 상임위원 (4인)

□ 불참위원 : 고삼석 상임위원 (1인)

제28차 방송통신위원회 회의 속기록

【 09시 33분 개회 】

1. 성원보고

○ 이효성 위원장

- 김영주 의안·정책관리팀장, 성원 보고해 주십시오.

○ 김영주 의안·정책관리팀장

- 재적위원 다섯 분 중 네 분이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다. 고삼석 위원님께서 공무상 해외출장으로 불참하셨습니다.

2. 국기에 대한 경례

○ 김영주 의안·정책관리팀장

- 국기에 대한 경례를 하겠습니다. 모두 일어서서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례, 바로. 자리에 앉아 주십시오.

3. 개회선언

○ 이효성 위원장

- 2019년도 제28차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 전차 회의록 확인

○ 이효성 위원장

- 제26차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

4-1. 서면회의 결과 확인

○ 이효성 위원장

- 그리고 제27차 서면회의 결과 제의된 <의결안건> 2건이 원안대로 의결되었습니다. 자세한 내용은 회의록을 참고해 주시기 바라며, 제출된 회의록에 이의가 없으시면 접수하도록 하겠습니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

○ 이효성 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 2건과 <보고안건> 2건이 상정되었습니다. 이 안건을 공개로 심의 하는데 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다. 참고로 오늘 의결안건 중 <의결안건 가> “CallAPP Software Ltd.의 개인정보보호 법규위반에 대한 시정조치에 관한 건”은 사업자의 의견진술이 예정되어 있습니다.

오늘 회의에 상정된 안건을 심의하도록 하겠습니다.

6. 의결사항

가. CallApp Software Ltd.의 개인정보보호 법규위반에 대한 시정조치에 관한 건 (2019-28-116)

○ 이효성 위원장

- 먼저 <의결안건 가> “CallApp Software Ltd.의 개인정보보호 법규위반에 대한 시정조치에 관한 건”에 대해 심의를 진행하겠습니다. 말씀드린 바와 같이 이 안건은 피심인 사업자의 의견진술이 예정되어 있습니다. 효율적인 회의 진행을 위해 안건 내용 중 조사결과와 관련된 사항을 먼저 보고해 주시기 바랍니다. 양기철 개인정보침해조사과장님, 보고해 주십시오.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 보고드리겠습니다. CallApp Software Ltd.의 개인정보보호 법규위반에 대한 시정조치에 관한 건입니다. 의결주문입니다. ‘CallApp Software Ltd.의 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 위반행위에 대한 시정조치(안)를 아래와 같이 의결한다’입니다. 제안이유입니다. 정보통신망법 제22조제1항 및 제30조제6항을 위반한 CallApp Software에 대하여 같은 법 제64조제4항, 제64조의3제1항, 제76조제1항에 의한 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 조사개요를 말씀드리겠습니다. 조사배경입니다. CallApp Software가 배포한 ‘CallApp 발신자 정보·차단 앱’에 대해 언론에서 개인정보 불법 유출 문제가 제기되었고, (사)녹색소비자연대 전국협의회가 개인정보 유출 가능성을 방통위에 신고함에 따라 사실조사를 실시하였습니다. 주요경과입니다. 서면조사와 현장조사는 지난 ‘17년 7월부터 금년 1월까지 실시하였습니다. 그리고 시정조치(안) 사전통지 및 사업자 의견접수는 금년 3월 22일까지 진행하였습니다. 다음 페이지입니다. 조사결과 보고드리겠습니다. 먼저 CallApp Software의 일반현황입니다.

CallApp Software는 콜앱을 개발하여 구글 'Play 스토어'를 통해 해당 앱을 배포하고 정보통신망을 통해 콜앱 이용자의 개인정보를 수집·이용하는 등 정보통신망법 제2조제1항제3호에 따른 정보통신서비스 제공자이고, 일반현황 및 매출액은 아래 <표>와 같습니다. 콜앱은 이스라엘에 주소를 둔 사업자로 15명의 종업원을 두고 있고, '16년 기준 297만 달러의 매출을 기록하고 있습니다. 3년간 매출액 현황표를 보시면 '15년까지는 광고수익이 없음을 알 수 있고, '16년 기준 전체 Active 이용자는 1,300만명, 국내 Active 이용자는 51만명입니다. 대한민국 추정 매출액은 11만 4,000달러입니다. 개인정보 수집현황입니다. 앱과 웹을 통해 콜앱은 전화번호, 이메일, 이름, SNS ID, 주소록 정보(이름, 전화번호, SNS ID), 그리고 지리위치, IP 주소, 기기 ID 등을 수집하고 있습니다. 수집일은 '11년 9월부터 '19년 1월까지 조사 시점까지이고, 전 세계 이용자 수는 4,400만명, 국내 이용자 수는 136만명입니다. 다음 페이지입니다. 위반사항입니다. 먼저 이용자의 개인정보를 수집하면서 명시적인 동의를 받지 않은 행위입니다. CallApp Software는 콜앱 서비스를 이용하는 이용자로부터 이름, 전화번호, 이메일, 주소록, SNS ID 등 개인정보를 수집하고 있고, 특히 이용자의 기기 주소록에서 이름, 전화번호 등 개인정보를 수집하여 콜앱 서비스 이용자가 콜앱에서 전화번호를 검색하는 경우 이용자의 기기로부터 수집한 전화번호 이용자의 이름, SNS 프로필 등을 검색결과로 제공하고 있습니다. 그러나 CallApp Software는 개인정보처리방침에 이용자로부터 개인정보를 수집·이용한다고 영문으로 공개한 것 외에, 별도로 이용자에게 개인정보 수집·이용 목적, 수집하는 개인정보의 항목, 개인정보의 보유·이용 기간을 이용자에게 알리고 동의를 받은 사실이 없습니다. 위법성 판단입니다. CallApp Software가 이용자의 개인정보를 이용하려고 수집하는 경우에는 수집·이용 목적, 수집하는 개인정보의 항목, 개인정보의 보유·이용 기간 등 3가지 사항을 이용자가 사전에 명확히 인지하고 명시적인 동의를 받아야 하지만 CallApp Software는 국내 이용자에게 영문으로 된 개인정보처리방침 전문을 공개하고 일괄적으로 동의를 받고 있습니다. 따라서 CallApp Software가 개인정보처리방침 전문을 게재하고 일괄적으로 동의를 받은 것은 명시적인 동의를 받은 것으로 볼 수 없어 이용자의 개인정보를 이용하려고 수집하는 때에는 '개인정보의 수집·이용 목적'과 '수집하는 개인정보의 항목', '개인정보의 보유·이용 기간'을 이용자에게 알리고 명시적인 동의를 받도록 한 정보통신망법 제22조제1항을 위반한 것으로 판단됩니다. 법령 내용은 참고해 주시기 바랍니다. 두 번째, 개인정보 동의를 철회 또는 열람·제공·오류의 정정을 요구하는 방법을 개인정보의 수집방법보다 어렵게 한 행위입니다. CallApp Software는 콜앱을 설치한 이용자의 단말기에 저장된 주소록 정보를 자동으로 수집하고 있지만 이용자가 개인정보 수집·이용 동의를 철회를 하고자 하는 경우 수집방법보다 쉽게 동의 철회 의사를 표시하는 절차와 방법을 마련하고 있지 않았습니니다. 또한 영문으로 된 개인정보처리방침을 통해 "이메일을 보내거나 웹페이지에 접속하여 콜앱에 등록된 번호를 삭제할 수 있다"고 그 방법을 안내하고 있지만 해당 방법으로 전화번호 삭제를 요청하였을 때도 즉시 해당 전화번호를 삭제하지 않고 해당 정보를 DB의 unlist테이블에 저장한 사실이 있습니다. 다만, 당구장 표시를 보시면 CallApp Software는 금년 1월 15일에 배포한 새로운 앱 버전에서는 개인정보를 삭제할 수 있도록 수정하였습니다. 위법성 판단입니다. 정보통신서비스 제공자는 동의를 철회 또는 개인정보의 열람·제공·오류의 정정을 요구하는 방법을 개인정보의 수집방법도 쉽게 하여야 하지만 CallApp Software가 위와 같은 방법을 이용자에게 제공하고 있지 않은 것은 정보통신망법 제30조제6항을 위반한 것으로 판단됩니다. 법령은 참고해 주시기 바랍니다. CallAPP Software의 제출의견입니다. 먼저 개인정보의 수집·이용 동의와 관련하여 이용자에게

개인정보 수집·이용 목적, 수집항목, 보유 및 이용 기간을 이용자가 실질적으로 확인할 수 있도록, 앱 다운로드 또는 서비스 등록 절차 시 앱과 웹사이트에서 개인정보처리방침 링크를 제공하는 방식 등으로 조치를 취하였고, 이용자가 앱 마켓에서 앱을 다운로드해 설치한 후 실행하여 등록하는 절차 전반이 동의 절차에 해당한다는 의견입니다. 또 서비스 제공 과정에서 이용자들의 개인정보를 이용자 간 공유하도록 하고 있으나, 이는 수신자 정보 확인이라는 서비스 특성상 불가피한 것이며, 이용자 간 공유되는 정보는 수신자 정보 확인을 위하여 필요한 범위 내에서 극히 제한적인 범위에 한정된다는 의견을 제출하였습니다. 이에 대해서는 불수용하는 것으로 검토하였습니다. 개인정보 수집·이용 목적, 수집하는 개인정보의 항목, 개인정보의 보유·이용 기간을 이용자에게 알리고 그에 대하여 동의를 받는 화면을 콜앱상에서 확인할 수 없고, 개인정보처리방침 전문을 게재하고 링크를 통하여 일괄적으로 동의를 얻는 것은 명시적인 동의를 받았다고 보기 어렵습니다. 또한 CallApp Software는 해당 개인정보처리방침을 영문으로만 공개하고 한글로는 공개하고 있지 않습니다. 다음 페이지입니다. 이용자의 권리와 관련해서 CallApp Software는 이용자의 의사와 무관하게 SNS 관련 정보를 수집하지 않고 있으며, 쿠키 관련 정보도 수집하고 있지 않다는 의견입니다. 불수용으로 검토하였습니다. CallApp Software는 동의의 철회 또는 개인정보의 열람·제공 또는 오류의 정정을 개인정보의 수집방법보다 쉽게 이용자에게 제공하지 않고 있는 부분을 지적한 것입니다. 따라서 제출의견은 처분사유와는 관계없습니다. 기타 제출의견 및 검토의견은 <붙임 3>을 참조해 주시기 바랍니다. 다음 의견진술을 들으시고 시정조치(안)를 보고드리겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 위원님들 특별히 의견이 없으시면 오늘 의견진술을 요청한 피심인 사업자 측 관계자 의견을 청취하도록 하겠습니다. 의견청취에 앞서 장내를 정돈하여 주시기 바랍니다.

(장내 정돈)

지금부터 ‘CallApp Software’의 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 위반에 대한 행정처분에 앞서 당사자 의견진술 절차를 시작하겠습니다. 피심인 ‘CallApp Software’ 측 관계자가 입장하도록 안내해 주시기 바랍니다.

(의견진술인 입장)

멀리 오시느라 수고 많으셨습니다. 방송통신위원회는 지난 2019년 1월 19일부터 1월 25일까지 개인정보 취급·운영 현장조사를 실시한 결과, ‘CallApp Software’의 정보통신망법 위반을 확인하였기에, 지난 2월 20일 ‘CallApp Software’ 측에 관련 과징금 및 과태료 처분 사전통지를 하였습니다. 오늘 이 자리는 해당 행정처분의 실시에 앞서 행정처분 당사자인 ‘CallApp Software’ 측으로부터 직접 의견을 듣기 위해 마련되었습니다. 먼저 참석자를 확인하겠습니다. ‘CallApp Software’ 국내 대리인이신 법무법인 율촌 손도일 변호사님 맞습니까?

○ 손도일 법무법인(유) 율촌 파트너변호사

- 예, 맞습니다.

○ 이효성 위원장

- 전문위원이신 박정관 위원님 맞습니까?

○ 박정관 법무법인(유) 올촌 전문위원

- 예, 맞습니다.

○ 이효성 위원장

- 의견진술에 앞서 유의사항을 말씀드리겠습니다. 오늘 의견진술을 위한 자리는 모두에 말씀드린 것처럼 해당 행정처분의 실시에 앞서 행정처분 당사자인 'CallApp Software'사에게 법 위반 사유 및 관련 소명을 듣고 향후 계획 등을 직접 확인하기 위해 마련되었습니다. 모쪼록 성실하고 진정성 있는 자세로 임해 주시기를 바랍니다. 그럼 먼저 'CallApp Software'를 대표해서 참석하신 손도일 변호사님께서 이번 과징금 및 과태료(안)와 관련해 3분 정도의 모두 발언을 하신 후에 위원님들의 질의가 있겠습니다. 손도일 변호사님께서 발언해 주시기 바랍니다.

○ 손도일 법무법인(유) 올촌 파트너변호사

- 먼저 이와 같은 자리를 마련해 주셔서 감사드립니다. 그리고 그동안 계속해서 조사하셨는데 수고를 다 하신 위원회에게도 감사드립니다. 제가 오늘 드리고자 하는 말씀은 기본적으로 좀 전에 방통위 양기철 과장님께서 말씀하신 사실관계 부분에 대해서는 저희가 특별하게 다루는 부분은 없습니다. 저희가 특별히 추가하고 싶은 말씀이 있다면 저희 콜앱은 기본적으로 한국만을 타깃으로 한 앱은 아니고 전 세계를 타깃으로 하다 보니까 일부 세계의 모든 법을 다 따르기는 쉽지 않은 부분이 있고, 그다음에 한국어로만 번역을 올리지 못한 점, 그 부분은 곧 시정하도록 하겠습니다. 그리고 저희가 완전히 동의를 받지 않은 것은 아니고 어쨌든 기본적으로 하는 동의들은 다 있었지만 그것이 한국 법에 위반된 부분은 저희가 충분히 알겠고, 그렇기 때문에 그 부분에 대해서는 지금 시정하려고 하고 있고 이미 그 부분도 개선안 관련된 초안은 방송통신위원회에 제출한 바도 있습니다. 그리고 지금까지 저희가 그냥 있었던 것은 아니고 이 사건이 문제된 이후에도 계속해서 동의 절차, 특히 검색창에서 다른 사람 이름이 검색되는 부분들은 다 삭제해서 충분히 저희가 할 수 있는 것까지는 지금까지 최선을 다 해서 했다는 말씀을 드리고 싶습니다. 어쨌든 앞으로도 저희가 한국에서 사업을 하는 이상 한국 법을 따르기 위해 최선을 노력을 다할 것입니다. 다만, 이 사안을 결정함에 있어서 다른 사례에 비추어서 관대한 처분을 해주셨으면 하는 것이 저희 입장입니다. 앞으로 콜앱이 한국 법을 따르기 위해 최선을 다하도록 하겠습니다. 감사합니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다. 지금부터는 위원님들께서 이 건 「과징금 및 과태료 처분 건」과 관련하여 확인하실 사항에 대해 질의해 주시기 바랍니다. 질의하실 위원님께서서는 손을 들어 저에게 의사표명을 해주시면 되겠습니다. 첫 번째 질의해 주십시오. 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 욱 상임위원

- 손 변호사님 말씀하신 것 잘 들었습니다. 사실관계를 다루지 않고 인정하겠다고 하셨는데

포괄적 동의를 받은 것이 국내법에서 규정한 명시적 동의가 아니라는 것에 관해서도 인정한다는 것입니까?

○ **손도일 법무법인(유) 율촌 파트너변호사**

- 제가 여기에서 법률적인 판단 부분에 대해서는 의견서에서 이미 말씀드렸지만 여기에서 조사하신 팩트에 대해서는 저희가 다루지 않은데 그것의 법률적인 평가에 대해서는 의견은 다를 수 있겠지만 저희가 이미 다 의견서에 썼기 때문에 여기에서 자세하게 말씀드리기는 그렇습니다.

○ **허 옥 상임위원**

- 알겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 다른 위원님 질의하십시오. 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ **김석진 부위원장**

- 콜앱이 이스라엘에 본사를 두고 있는 일종의 스타트업 기업이라고 들었습니다. 맞지요?

○ **손도일 법무법인(유) 율촌 파트너변호사**

- 맞습니다.

○ **김석진 부위원장**

- 종업원수도 15명 정도에 불과한 아주 작은 스타트업 기업인데 꽤 세계적으로 성공한 앱을 개발해서 출시하고 있다고 보고 있습니다. 아까 변호사님도 말씀하셨지만 전 세계를 상대하다 보니까 한국어 번역으로 따로 서비스하지 못하고 있다고 이야기하셨습니다. 그런데 중요한 것은 저는 이렇게 봅니다. 우리 이용자들이 130만명 정도 이용을 했었는데 이용자들에게는 자기의 전화번호와 이름이 제공되는 것은 굉장히 받아들이기 쉽지 않은 굉장히 민감한 정보라고 다들 여기고 있습니다. 특히 'CallApp Software'가 갖는 장점 중 하나가 전화를 건 당사자뿐만이 아니고 그 당사자 상대방과 주소록에 나와 있는 전화번호, 제3자 전화번호까지 다 저장되고 있다는 것입니다. 그래서 이 콜앱이 상당히 히트를 친 히트상품이 아닌가 싶기도 합니다. 그런데 문제는 제3자에 또 제3자까지 얹히고설키면서 마치 피라미드처럼 전화번호가 다 공유되고 있다는 것입니다. 그것이 이 상품의 매력이긴 한데 이런 부분에 대해 이용자들이 굉장히 민감하게 보는 것입니다. 그래서 130만 정도 같으면 제3자에 제3자까지 다 연결된다고 가정할 때 이론상으로 수천만명의 전화번호가 공유될 수 있다는 것입니다. 그래서 이용자들이 '나는 노출되는 것을 원치 않는다'면 지울 수 있어야 합니다. 제가 몇 가지만 여쭙보겠습니다. 이름과 전화번호뿐만 아니고 처음에 가입할 때 이메일 주소, 그다음에 SNS ID까지 적도록 되어 있습니다. 앱이 실행되어서 전화번호가 뜰 때 원한다면 상대방의 SNS 프로필까지 볼 수 있다고 합니다. 이것은 신상이 다 노출되는 것입니다. 굉장히 노출 정도가 심한 것입니다. 그런데 이것을 삭제하는 우리 국내법을 따르지 않고 계속 보유하고 있다면 그것은 문제가 되는 것입니다. 그런데 지난번에 와서 말씀하실 때 "이미 콜앱이 가지고 있는 정보는 우리

자산이기 때문에 삭제하는 것은 별도의 다툼의 소지가 있다. 그것은 우리 권한이다” 이런 식으로 이야기하셨습니다. 그 생각은 아직도 변함이 없으신지 우선 그것부터 여쭙겠습니다.

○ **손도일 법무법인(유) 올촌 파트너변호사**

- 말씀드리면 이러한 류의 사회연결망서비스인 SNS 서비스는 굉장히 여러 형태의 비즈니스 모델이 있습니다. 예를 들어 제가 옆에 있는 박정관 위원과 같이 어디에 놀러가서 사진을 찍은 다음에 어떤 SNS 사이트에 올렸다면 SNS 사이트 입장에서는 박정관 위원의 개인정보를 수집한 것이 되는 것입니다. 그렇지만 그 경우에 박정관 위원의 동의를 받으라고 하는 것은 현실적으로 어렵습니다. 그렇기 때문에 이와 같은 새로운 비즈니스 모델의 형태에 따라서, 아까 말씀하신 유저의 주소록에 있던 사람들로부터 모든 동의를 얻는다면 지금 저희가 쓰고 있는 가장 많은 SNS 서비스도 제 이름이 다른 사람으로부터 올라갈 때 과연 제 동의가 있었느냐? 그렇지 않습니다. 그렇기 때문에 그런 유저를 기준으로 한 그 외 부분에 대해서는 아직까지 한국 법리적으로 그 부분에 대해 동의도 다 받아야 한다는 부분으로 해석되어 있다고 보지 않습니다. 물론 이것은 제 개인적인 견해일 수도 있지만 아직까지 그러한 부분에 대해 명시적인 대법원 판례는 없는 것으로 생각하고 있습니다.

○ **김석진 부위원장**

- 모든 유저들뿐만 아니고 뒤에 저장되어 있는 모든 사람들에게 제3자까지 다 동의를 받을 수 없는 것은 맞습니다. 그것은 물리적으로도 불가능하겠지요. 다만, 이용자가 그것을 원하지 않을 때는 탈퇴를 하거나 동의를 철회하거나 자유롭게 할 수 있어야 합니다. 그런데 앱을 써보니까 ‘여기는 엄청나게 많은 사람의 신상이 노출되는구나’ 해서 탈퇴는 자유롭게 할 수 있어야 하는 것입니다. 그리고 이용을 하고 있지 않다면 저장되어 있는 기록들은 공유하고 있는 데이터는 삭제됨이 마땅합니다. 또 우리 법에도 그렇게 명시가 되어 있습니다. 이용하지 않은 것은 1년 뒤에는 삭제하게 되어 있는데 콜앱에서 아직 보유하고 있지 않습니까?

○ **손도일 법무법인(유) 올촌 파트너변호사**

- 만약 제가 콜앱의 사용자인데 제가 탈퇴를 하겠다면 제 정보를 지우는 것은 당연하겠지요.

○ **김석진 부위원장**

- 법에는 수집할 때의 절차보다 탈퇴할 때의 절차가 더 간편해야 한다고 되어 있습니다.

○ **박정관 법무법인(유) 올촌 전문위원**

- 그것은 수정할 것입니다.

○ **김석진 부위원장**

- 그것을 그렇게 어렵게 만들어 놓고 한글 서비스도 안 되어 있다면 어떻게 탈퇴하겠습니까?

○ **박정관 법무법인(유) 올촌 전문위원**

- 맞습니다. 저희가 이번에 다 수정할 계획입니다.

○ 김석진 부위원장

- 그런 부분은 분명히 법을 위반하고 있다는 것입니다.

○ 손도일 법무법인(유) 율촌 파트너변호사

- 제가 아까 하신 말씀을 잘 이해하지 못했는데 일부 앱 기능은 이미 개선했고 앞으로 더 필요한 부분이 있다면 더 쉽게 탈퇴할 수 있도록 하겠습니다.

○ 김석진 부위원장

- 어쨌든 외국에서 영업활동을 하면 그 나라 법을 준수할 수 있어야 합니다. 그것이 전 세계를 상대로 하다 보니까 개별 국가마다 다 거기에 적합한 법에 맞출 수 없다는 것은 상당히 납득이 안 되는 것입니다.

○ 손도일 법무법인(유) 율촌 파트너변호사

- 알겠습니다.

○ 박정관 법무법인(유) 율촌 전문위원

- 위원회 의결을 존중하고 따르도록 할 계획입니다.

○ 김석진 부위원장

- 일단 이용이 중지되어 있다면 지금까지 보관하고 있는 것은 삭제하고 다시 재가입을 받아야 하는 것입니다. 그 절차는 따라야 한다는 것입니다. 그런데 아직 그것을 하지 않고 있어서 제가 그것을 다시 한 번 말씀드리는 것입니다.

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 두 분 위원님께서 질문해 주셨기 때문에 다른 것은 지나가고 한 가지만 확인해 보겠습니다. 콜앱에서 원래 제시했던 개인정보처리방침에 따라 개인정보 삭제 요청을 했을 경우에도 삭제를 하지 않은 사실이 있지요?

○ 손도일 법무법인(유) 율촌 파트너변호사

- 그 부분은 팩트가 예를 들어 삭제도 복잡하지만 기본적으로는 바로 삭제하는 것은 아니고 저희가 컨펌 메일을 보냅니다. 콜앱이 '진짜 당신이 보낸 것이 맞느냐?' 해서 컨펌 메일을 보내면 그것에 따라 대답을 할 경우에만 삭제하는 부분이 있습니다.

○ 표철수 상임위원

- 제가 여쭙보는 이유는 그런 것도 소위 말해 이런 정보를 별도로 자산으로 더 가지고 있기 위한 방편이 아니었나 해서 여쭙보는 것입니다.

○ **손도일 법무법인(유) 올촌 파트너변호사**

- 그렇지 않습니다. 그렇게 오해되는 부분이 있다면 대단히 죄송하고, 그 부분은 명확하게 더 확실하게 한국 이용자들이 언제라도 할 수 있도록 하고 당연히 그 부분에 대해서는 조치하겠습니다.

○ **표철수 상임위원**

- 지금 오셔서 말씀해 주신 가운데에도 있지만 한국의 개인정보와 관련한 법규가 굉장히 엄격합니다. 특히 글로벌 사업자들이 한국 법규를 충분히 숙지하고 한국에서 사업을 해야 한다고 생각합니다. 우리나라가 SNS나 여러 가지 이런 글로벌 사업자들 관계에서 유저가 굉장히 많은 나라입니다. 그래서 그 부분은 앞으로도 콜앱에서 각별히 유념해 주시기 바랍니다.

○ **손도일 법무법인(유) 올촌 파트너변호사**

- 알겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 위원님들 수고하셨습니다. 이상으로 질의를 마치겠습니다. 의견청취한 내용에 대해 위원님들 자료 제출이 필요한 사항이 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 자료 제출이 필요치 않으시면 마지막으로 오늘 출석한 피심인 측에서 더 하실 말씀이 있으시면 마무리 발언을 해주시기 바랍니다.

○ **손도일 법무법인(유) 올촌 파트너변호사**

- 특별한 것은 없고 앞으로 한국 법에 따라 한국 법을 준수하기 위해 더 열심히 하겠습니다. 미흡한 점이 있었다면 죄송합니다.

○ **이효성 위원장**

- 수고 많으셨습니다. 바쁘신 일정 중에도 의견청취에 성실히 임해 주신 피심인 측 의견진술인께 다시 한 번 감사 말씀드립니다. 모두 오랜 시간 동안 수고하셨습니다. 이상으로 ‘CallApp Software’에 대한 의견청취를 마치겠습니다. 의견진술인께서는 퇴장해 주시기 바랍니다. 수고하셨습니다.

(의견진술인 퇴장)

이어서 <의견안전 가>에 대한 검토의견 및 시정조치(안)를 보고해 주시기 바랍니다.

○ **양기철 개인정보침해조사과장**

- 시정조치(안) 보고드리겠습니다. <가> 시정명령입니다. 정보통신망법 제64조제4항에 따라 해당 위반행위의 중지나 시정을 위하여 필요한 시정조치를 아래와 같이 명하고자 합니다. 위반행위 즉시 중지 및 시정명령, 시정명령 받은 사실의 공표, 처분통지를 받은 날로부터 60일 이내 시정명령 이행계획서 제출 및 시정명령 이행결과 제출입니다. <나> 과징금 부과입니다. 정보통신망법 제64조의3제1항제3호에 따라, 이용자의 개인정보를 수집하면서 명시적인 동의를

받지 않고 개인정보를 이용한 경우로서 위반행위와 관련한 매출액의 100분의 3 이하의 과징금을 부과할 수 있습니다. 다음 페이지입니다. 관련 매출액은 CallApp Software의 국내 콜앱 서비스 매출을 위반행위 관련 매출로 하고, 위반행위와 관련된 직전 3개 사업연도의 연평균 매출액 4,587만 4,000원을 관련 매출액으로 산정하였습니다. 기준금액입니다. 국내 이용자로부터 수집한 정보로 CallApp Software의 주된 수입인 광고수익이 발생된 점 등을 고려하여 위반행위의 중대성을 '중대한 위반행위'로 보아 관련 매출액의 1,000분의 21을 적용한 96만 3,000원으로 산정하였습니다. 판단기준과 적용근거는 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 페이지입니다. 필수적 가중·감경과 관련해 위반기간이 2년을 초과하였으므로 위반기간에 따른 가중은 기준금액의 100분의 50에 해당하여 48만 2,000원을 가산하고, 최근 3년간 정보통신망법에 의한 과징금 처분을 받은 적이 없으므로 기준금액의 100분의 50에 해당하는 48만 2,000원을 감경하겠습니다. 추가적 가중·감경은 특별히 가중·감경할 사유가 없습니다. 이에 따라 최종과징금 90만원을 부과코자 합니다. <다> 과태료 부과입니다. 기준금액은 최근 3년간 같은 위반행위로 과태료 처분을 받은 사실이 없으므로 1회 위반에 해당하는 1,000만원을 적용하겠습니다. 과태료의 가중 및 감경 관련해서 특별히 가중·감경할 사유는 없습니다. 이에 따라 최종과태료 1,000만원을 부과하고자 합니다. 향후 계획입니다. 시정조치 통보 후 하반기에 이행점검토록 하겠습니다. <붙임>자료는 참고해 주시기 바랍니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 위원님들께서는 <의결안건 가>의 시정조치(안)에 대한 의견을 말씀해 주시기 바랍니다.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 위원장님 시정명령의 경우에 그동안 명시적인 동의를 받지 않고 수집한 개인정보에 대해서는 별도의 동의를 받거나 파기하도록 하는 내용이 포함되어 있습니다.

○ 이효성 위원장

- 의견들 주시지요. 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 욱 상임위원

- 이번 안건은 고객 데이터를 기반으로 비즈니스를 하는 국내·외 스타트업 기업들에게 매우 중요한, 또 경각심을 줄 수 있는 사례라고 생각합니다. 콜앱 서비스가 발신자 정보를 차단한다는 점에서 매우 창의적이긴 하지만 개인정보보호 차원에 있어서는 그 위반행위가 매우 심각하다고 판단됩니다. 개인정보를 수집·이용하려 할 때는 개인정보의 수집과 이용 목적, 수집하는 개인정보의 항목, 개인정보의 보유 및 이용기간을 이용자에게 알리고 명시적인 동의를 받아야 합니다. 피심인은 글로벌 앱 서비스 수준으로 동의를 받았다고 주장하고 있지만 포괄적인 동의일 뿐 정보통신망법이 규정한 명시적 동의에 해당한다고 볼 수 없습니다. 특히 콜앱은 이용자의 명확한 동의 없이 이용자의 단말기를 통해 정보주체 이외의 이름, 전화번호, SNS 프로필 등을 수집해서 검색 결과로 제공하였습니다. 피심인 측은 이름 기반으로 검색되지 않고 전화번호로만 검색할 수 있도록 DB 관리를 하고 있다고 주장하고 있습니다. 그러나 전화번호가 주민번호를 대신한 개인인증의 주요 수단으로 이용되고 있는 한국의 현실을 감안할 때 타인의 개인정보를 무단으로 수집하고 있는 것으로 볼 수밖에 없습니다. 또한 개인정보 동의의 철회

또는 열람·제공·오류의 정정을 요구하는 방법을 개인정보의 수집방법보다 어렵게 한 행위에 대해서도 영문 안내를 하고 있을 뿐 확인결과 사실상 절차나 방법도 마련하지 않고 있는 것으로 드러났습니다. 피심인 측이 유럽의 GDPR을 준수하고 있다면서 국제법률회사인 DLA Piper를 통해 법적 검토를 한 서신을 보내온 것에 대해서 본 위원이 살펴본 결과, GDPR Article 6과 14를 피심인 보호를 위해서 과잉 해석하고 있다고 사료됩니다. 이 부분은 쟁점이 아니기 때문에 제가 이 정도만 언급하겠습니다. 하지만 GDPR 규정을 편의적으로 해석하고 있다고 저는 분명히 확신합니다. 콜앱 서비스는 해외사업자입니다. 2017년 8월 구글에서 다운로드 서비스가 차단되었습니다. 즉, 이용이 중단된 것이 아니라 다운로드 서비스가 차단됐을 뿐 적극적으로 콜앱 서비스를 이용하고자 하는 이용자들은 우회해서 이 서비스를 이용할 수 있습니다. 현재 이 앱을 이용하고 있는 약 4만여명 외에 132만여명은 이용여부를 확인할 수 없는 상태입니다. 사실상 주소록에서 무단 수집된 것으로 추정되는 대목입니다. 따라서 명시적인 동의 없이 수집한 개인정보에 대해서는 별도의 동의를 받거나 동의를 받지 못할 경우 당연히 과기조치 되어야 합니다. 하지만 글로벌 사업자로서 시정명령을 이행하기 쉽지 않은 점들을 고려해서 처분통지와 시정명령 이행결과 점검에 있어서는 행정적인 탄력성을 두는 것도 저는 한 방법이라고 생각합니다. 따라서 사무처에서 이 부분을 적극 검토해 주기 바랍니다. 피심인 역시 해외사업자로서 어려움이 있겠지만 서비스의 신뢰도를 높이기 위해서라도 국내 대리인과 협의하여 위법행위가 조속히 해소될 수 있도록 철저한 사후조치를 당부드립니다. 시정조치(안)에 동의합니다.

○ 이효성 위원장

- 다른 분 의견 주시지요. 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 사무처 안을 저도 그대로 따르겠습니다. 다만, 시정명령에 보면 시정명령 받은 사실을 공표하고, 그다음에 앞으로 어떻게 시정명령을 이행할 것인가 하는 계획서 제출, 또 결과물 제출이라고 되어 있는데, 그러면 사전동의를 받지 않은 것은 동의를 받아라, 그다음에 삭제를 해야 한다, 이런 부분은 어떻게 정리한다고요? 아까 잠깐 언급한 것 같은데...

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 별도의 동의를 다시 받는 방식에 여러 가지 방법이 있을 수 있기 때문에 그것은 사업자 측과 협의해서 최종 할 수 있는 방법을 찾아보고자 합니다. 그래서 이행계획서 제출을 두 달 정도 여유 있게 둔 것입니다. 허 위원님 지적하신 대로 탄력적으로 적용할 수 있도록 하겠습니다. 사업자와 협의해서 진행할 예정입니다.

○ 최성호 이용자정책국장

- 부위원장님이 말씀하신 것은 앞부분에 시정명령을 요약해서 말씀드렸고, <붙임>에 있는 시정명령에 자세히 들어가 있습니다. 지금 있는 정보를 명시적인 동의를 받아야 하고, 또 동의 없이 수집한 동의는 별도의 동의를 받거나 파기하여야 한다는 것이 시정명령으로 나갈 것입니다.

○ 김석진 부위원장

- 알았습니다. 왜냐하면 이것이 이용자들이 기겁을 할 일입니다. 제3자를 이야기하는 것입니다. 자기가 동의도 하지 않았는데 다 공유가 되고 있다는 것은 아까 구체적인 수치는 우리가 추정치로 이야기했지만 130만명의 정보를 연결연결해서 피라미드식으로 확산해 가면 수천만명의 정보가 다 뜰 수 있다는 것입니다. 나는 동의도 하지 않았는데 내 정보가 막 돌아다닌다는 것은 정말 기겁을 할 일입니다. 빨리 파기할 수 있어야 합니다. 그런 부분을 다시 한 번 확인하고자 말씀드렸습니다. 이것은 기술적인 문제인데 어떻습니까? 우리가 해외 글로벌 사업자에게 과태료를 부과할 때 원화로 1,000만원을 했는데, 그러면 납부하는 시점에 따라 환율 변동이 있는데 그런 부분은 달러로 단위가 바뀌어야 하는 것이 아닌가 하는 생각이 들었는데 기술적으로 그것이 가능한지 모르겠습니다. 납부하는 시점에 따라 환율변동으로 인해 그것은 어떻게 갹을 메울 수 있을지, 정확한 기산점을 언제로 봐야 하는지, 6월 5일 환율 1,202원으로 봤습니다. 그것은 기준이 무엇입니까? 기술적으로 물어보는 것입니다.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 저희가 안건 작성하던 시점으로 환율을 적용한 것입니다. 6월 5일 기준으로 적용한 것이고 그것을 원화로 환산한 것입니다.

○ 김석진 부위원장

- 6월 5일 기준으로 1,202원인데 사업자에게 통지가 갈 때는 얼마를 납부하라고 환율은 언제 기준으로 잡니까?

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 이 기준을 적용에서 부과한 것이기 때문에 이 금액으로 청구할 예정입니다.

○ 김석진 부위원장

- 그냥 이 금액으로 잡니까?

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 예.

○ 김석진 부위원장

- 6월 5일 기준을 삼아야 하는 것이 맞는지, 의결 시점이 되어야 하는지, 납부 시점이 되어야 하는지 그런 부분도...

○ 최성호 이용자정책국장

- 그 부분에 대해서는 앞으로 더 검토해 보겠습니다.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 내용을 확인해 보겠습니다.

○ 김석진 부위원장

- 한번 연구해 보십시오. 이런 부분은 한번 다듬을 필요가 있겠다는 생각이 들어서 그렇습니다.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 예.

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 허 욱 위원님도 말씀하셨고 부위원장님이 다시 챙겨 보셨는데 명시적 동의를 받지 않은 경우 별도로 동의를 받거나 또 동의를 받지 못할 경우 과기하라는 것은 문건 작성할 때 안전 본문에 올라와야지, <붙임> 안에 들어있다는 것은 맞지 않는 것 같습니다. 이것이 핵심적인 사항 아닙니까? 본문에 그것을 포함하는 것이 들어 와야지, <붙임>자료 안에 들어 있다는 것은 맞지 않은 것 같습니다. 저는 원안에는 동의합니다.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 타당하신 지적인 것 같습니다. 그 부분은 주의하도록 하겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 혹시 법률자문관계서 하실 말씀이 있으십니까?

○ 곽영환 법률자문관

- 주문에 모든 것을 답을 수 없는데 세심한 부분에 대해서는 차후 논의해서 아까 환율의 기준 점과 같이 검토해 보겠습니다.

○ 이효성 위원장

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

나. 개인정보 및 위치정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건 (2019-28-117~118)

○ 이효성 위원장

- 이어서 <의결안건 나> “개인정보 및 위치정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건”에 대하여 양기철 개인정보침해조사과장님 보고해 주십시오.

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 개인정보 및 위치정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건 보고드리겠습니다. 의결주문입니다. 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 및 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」의 개인정보 및 위치정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정

조치(안)를 아래와 같이 의결한다'입니다. 제안이유입니다. 정보통신망법 제25조제2항, 제30조 제6항 및 위치정보법 제18조제1항, 제19조제1항, 제24조제2항을 위반한 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개 사업자에 대해 정보통신망법 제64조제4항, 제76조제1항·제2항 및 위치정보법 제14조제1항, 제43조제1항·제2항에 의한 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 조사개요입니다. 조사배경은 2018년 국정감사 시 국회에서 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 위치정보 및 운행정보 수집 등과 관련하여 문제를 제기함에 따라 개인정보 및 위치정보 취급·운영 실태조사를 실시하였습니다. 조사대상은 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사입니다. 주요 경과입니다. 실태조사는 작년 10월부터 금년 1월까지 실시하였습니다. 시정조치(안)를 사전 통지하고 사업자 의견은 금년 3월 4일까지 접수되었습니다. 조사결과 보고드리겠습니다. 사업자 일반현황은 <표>를 참조해 주시기 바랍니다. 개인정보 및 위치정보 수집현황입니다. 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사는 개인정보의 경우 성명, 생년월일, 성별, 주민등록번호 등을 수집하고 있고 위치정보의 경우 차량위치 정보 등을 수집하고 있습니다. 현대자동차(주)의 수집건수는 46만 7,000건, 기아자동차(주)의 경우 23만 5,000건입니다. 관련 서비스 현황입니다. 현대자동차(주)는 '블루링크' 서비스를 제공하고 있는데 현대자동차(주)의 차량 원격제어, 운전보안, 차량관리, 길안내 등 텔레매틱스 서비스를 제공하고 있습니다. 그리고 기아자동차(주)의 경우 'UVO(유보)' 서비스라고 해서 차량 원격제어 역시 현대자동차(주)와 동일하게 안전보안, 차량관리, 길안내 등 텔레매틱스 서비스를 제공하고 있습니다. 참고로 'UVO(유보)' 서비스의 위치정보사업자는 현대자동차(주)입니다. 위치기반서비스사업자는 기아자동차(주)입니다. 다음 페이지입니다. 위반사항 말씀드리겠습니다. 첫 번째, 개인정보의 처리위탁 내용을 이용자에게 공개하지 않은 행위입니다. 현대자동차(주)는 '길안내', '차량위치 공유' 등 위치기반 커넥티비티 서비스를 이용자에게 제공하기 위해 자회사인 현대엔소프트웨어(주)에 개인정보 처리 위탁을 하고 있으나, 이를 이용자에게 알리고 동의받은 사실은 없으며, 개인정보처리방침에 이를 공개하거나 전자우편·서면·모사전송·전화 등을 통해 이용자에게 알리지 않고 있습니다. 기아자동차(주)의 경우에도 차량 원격제, 안전보안, 차량관리, 길안내, 컨시어지 등 텔레매틱스서비스인 UVO서비스를 이용자에게 제공하기 위해 현대자동차(주)에 개인정보 처리위탁을 하고 있으나, UVO서비스 가입신청서상의 동의받는 주체를 기아자동차(주), 현대자동차(주), SK텔레콤(주)로 표기하였을 뿐 개인정보처리방침에 개인정보 처리위탁 업무내용 및 수탁자 등을 공개하거나 전자우편·서면·모사전송·전화 등을 통해 이용자에게 알리지 않고 있습니다. 위법성 판단입니다. 현대자동차(주)와 기아자동차(주)가 개인정보의 처리위탁 내용을 개인정보처리방침에 공개하거나 이용자에게 전자우편 등으로 알리지 않은 행위는 정보통신망법 제25조제2항, 같은 법 시행령 제10조 위반에 해당됩니다. 다음 페이지입니다. 두 번째, 이용자의 개인정보 수집·이용·제공 등의 동의 철회를 어렵게 한 행위입니다. 현대자동차(주)는 수집한 운행정보에 대해 이용자에게 정기점검 리포트와 월간 리포트를 통해서만 열람이 가능토록 하고, 해당 운행정보의 동의 철회, 삭제 시에는 블루링크 고객센터에 전화 또는 이메일 요청이나 서비스 탈퇴를 통해서만 해당 운행정보의 수집·이용·제공 등의 동의 철회 및 삭제가 가능하도록 하였습니다. 기아자동차(주)는 수집한 운행정보에 대해 이용자에게 정기점검 리포트와 월간 리포트를 통해서만 열람이 가능토록 하고, 해당 운행정보의 동의 철회, 삭제 시에는 UVO 고객센터에 전화 또는 이메일 요청이나 서비스 탈퇴를 통해서만 해당 운행정보의 수집·이용·제공 등의 동의 철회 및 삭제가 가능하도록 하였습니다. 위법성 판단입니다. 현대자동차(주)와 기아자동차(주)가 앱이나 웹 또는 차량 단말기를 통한 개인정보 수집방법보다 동의 철회 방법을 어렵게 한 행위는 정보

통신망법 제30조제6항 위반에 해당됩니다. 다음 세 번째로 UVO서비스에 대하여 위치정보사업자 구분 및 위치정보 수집사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간 등을 명시하지 않은 요약된 위치정보서비스 이용약관으로 이용자에게 동의받은 행위입니다. 현대자동차(주)는 UVO서비스의 위치정보사업자이면서 위치정보사업자·위치기반서비스사업자를 구분하지 않고 '위치정보 수집사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간'을 명시하지 않은 요약된 이용약관과 '개인정보 활용 동의서'만으로 이용자로부터 개인위치정보 수집·이용 및 제공에 대한 동의를 받은 바 있고, 이용약관 전문은 'UVO서비스' 홈페이지에서 확인이 가능함을 안내하고 있습니다. 위법성 판단입니다. 현대자동차(주)가 위치정보사업자·위치기반서비스사업자를 구분하지 않고 '위치정보 수집사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간'을 명시하지 않은 요약된 이용약관으로 이용자의 동의를 받은 행위는 위치정보법 제18조제1항, 같은 법 시행령 제22조 위반에 해당됩니다. 다음 페이지입니다. 네 번째, 위치정보사업자 구분 및 위치정보 이용·제공사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간을 불명확하게 명시한 요약된 위치기반서비스 이용약관으로 이용자에게 동의받은 행위입니다. 기아자동차(주)는 위치정보사업자·위치기반서비스사업자를 구분하지 않고 '위치정보 이용·제공사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간'을 불분명하게 표시한 요약된 이용약관과 '개인정보 활용 동의서'만으로 이용자로부터 개인위치정보 수집·이용 및 제공에 대한 동의를 받은 바 있고, 이용약관 전문은 'UVO서비스' 홈페이지에서 확인이 가능함을 안내하고 있습니다. 위법성 판단입니다. 기아자동차(주)가 위치정보사업자·위치기반서비스사업자를 구분하지 않고 '위치정보 이용·제공사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간'을 불분명하게 표시한 요약된 이용약관으로 이용자의 동의를 받은 행위는 위치정보법 제19조제1항, 같은 법 시행령 제23조 위반에 해당됩니다. 다음 페이지입니다. 다섯 번째, 개인위치정보의 수집·이용 또는 제공의 일시적 중지 요구에 대한 기술적 수단을 갖추지 않은 행위입니다. 현대자동차(주)는 '블루링크서비스'의 네비게이션에 교통상황을 서비스하기 위해 개인위치정보주체인 이용자가 서비스를 요청하지 않은 경우에도 위치정보를 수집하고 있지만 이용자가 '블루링크서비스'와 관련된 스마트폰 앱, 웹사이트 또는 개인정보처리시스템인 TMS고객상담시스템 등에 위치정보 수집 중지를 요구할 수 있는 기술적 수단을 갖추지 않았습니다. 기아자동차(주) 역시 'UVO서비스'의 네비게이션에 교통상황을 서비스하기 위해 개인위치정보주체인 이용자가 서비스를 요청하지 않은 경우에도 위치정보를 수집하고 있지만 이용자가 'UVO서비스'와 관련된 스마트폰 앱, 웹사이트 또는 개인정보처리시스템인 TMS고객상담시스템 등에 위치정보 수집 중지를 요구할 수 있는 기술적 수단을 갖추지 않았습니다. 위법성 판단입니다. 현대자동차(주)와 기아자동차(주)가 이용자의 개인위치정보 수집·이용 또는 제공에 일시적 중지 요구에 대한 기술적 수단을 갖추지 않은 행위는 위치정보법 제24조제2항 위반에 해당됩니다. 다음 페이지 사업자 제출의견입니다. 첫 번째 처분사유인 개인정보의 처리위탁에 관한 사항을 이용자에게 알리지 않은 지적과 관련해서 두 사업자 모두 위반사항을 개선 완료했으므로 선처를 요청하였습니다. 두 번째 처분사유인 이용자 개인정보 동의의 철회 또는 열람·정정을 쉽게 하지 않았다는 지적과 관련해서 두 사업자는 카카오톡 대화, 고객센터 전화, 담당자 이메일 상담, 멤버스 가입, 점포 방문 등 다양한 매체와 방법을 통하여 개인정보 열람 및 정정기회를 보장하고 있다는 의견입니다. 이에 대해서는 불수용하였습니다. 현대자동차(주)와 기아자동차(주)가 이용자에게 제공한 카카오톡 대화, 고객센터 전화 등 이런 방법은 개인정보 수집방법보다 쉬운 방법이라고 볼 수 없기 때문에 제출의견을 수용하지 않았습니다. 세 번째 처분사유인 위치정보·위치기반서비스 수집·이용·제공 위반 지적과 관련해서는 현대자동차(주)와 기아자동차(주)는 동의받은

‘요약 약관’에는 ‘위치정보 이용·제공사실 확인자료의 보유근거 및 보유기간’에 관한 정보를 포함하고 있다, 또한 위치정보사업 이용약관 전문에 위치정보법에서 정한 사항을 모두 명시하여 공개하고 있기 때문에 법 위반이 아니며, ‘요약 약관’에 의한 고객의 동의는 위치정보법상 위치정보사업 이용약관에 대한 동의로서 유효하다는 의견입니다. 제재처분을 위원회가 결정하더라도 해당 서비스의 성격상 사업폐지 및 사업정지 처분이 내려질 경우 이용자가 피해를 입을 가능성이 크다는 점, 그리고 서비스가 사업자의 이익보다는 이용자 편의증진을 위하여 개발된 점 등을 참작하여 주기를 바란다는 의견을 제출하였습니다. 이에 대해서는 일부 수용하였습니다. 개인위치정보 주체인 이용자에게 동의받은 약관은 ‘요약 약관’으로서 누가 위치정보 사업자이고 위치기반서비스사업자인지 구분할 수 없습니다. 또한 위 요약 약관에는 위치정보 사업자로서의 이용약관 명시사항과 위치기반서비스사업자로서의 이용약관 명시사항이 불분명하게 표기되어 있습니다. 따라서 위치정보법에서 규정한 이용약관 명시사항을 일부 누락하고 불분명하게 표기된 가입신청서상 요약 약관으로 동의받은 것은 부적절한 동의 절차로서 유효한 동의로 볼 수 없어 위 의견을 수용하지 않았습니다. 다만, 이용자에게 안내한 이용약관 전문에는 법에서 정한 명시사항을 모두 명시하고 있으므로 이용약관 명시 의무 위반에 해당하지 않는다는 의견을 수용하고, 사업자의 위반행위에 대하여 사업폐지 및 정지 처분을 할 경우 이용자의 이익을 현저히 침해할 것이라는 의견은 처분 시 고려하였습니다. 네 번째 처분사유인 개인위치정보의 일시적인 중지를 이행할 수 있는 기술적 수단을 갖추지 않았다는 지적과 관련하여 두 사업자는 위반사항을 개선 중에 있으므로 선처를 요청하였습니다. 시정조치(안) 보고 드리겠습니다. 정보통신망법과 위치정보법 위반사항이 혼재되어 있기 때문에 먼저 정보통신망법 위반 관련해서 보고드리겠습니다. 시정명령 대상은 현대자동차(주)와 기아자동차(주) 2개사입니다. 정보통신망법 제64조제4항에 따라 해당 위반행위의 중지나 시정을 위하여 필요한 시정조치를 아래와 같이 명하고자 합니다. 위반행위 즉시 중지, 대표자를 비롯하여 개인정보 보호책임자 및 개인정보취급자를 대상으로 정기적인 교육 실시 및 재발방지대책 수립, 처분 통지를 받은 날로부터 30일 이내 시정명령 이행결과 제출입니다. 과태료 부과 대상은 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사입니다. 정보통신망법 위반에 대한 과태료는 같은 법 제76조제1항, 같은 법 시행령 제74조의 [붙임 9] 및 「개인정보 및 위치정보의 보호 위반행위에 대한 과태료 부과지침」에 따라 다음과 같이 부과하고자 합니다. 먼저 개인정보의 처리위탁을 위반한 현대자동차(주)와 기아자동차(주) 2개사에 대해 기준금액은 최근 3년간 같은 위반행위로 과태료 처분을 받은 사실이 없으므로 1회 위반에 해당하는 600만원을 각 적용하겠습니다. 과태료의 가중 및 감경 관련해서 특별히 가중할 사유는 없고, 시정조치(안) 사전 통지 및 의견 제출 기간 내에 법규 위반행위에 대하여 시정을 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 기준금액의 50%인 300만원을 각 감경하겠습니다. 이에 따라 최종과태료는 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 과태료 300만원을 각 부과하겠습니다. 두 번째, 개인정보 열람·제공 또는 오류정정의 요구방법을 위반한 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사입니다. 기준금액은 최근 3년간 같은 위반행위로 과태료 처분을 받은 사실이 없으므로 1회 위반에 해당하는 1,000만 원을 각 적용하겠습니다. 과태료 가중 및 감경 관련해서 특별히 가중할 사유는 없습니다. 법규 위반행위를 시정 중에 있는 것으로 인정되는 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 기준금액의 30%인 300만원을 각 감경하겠습니다. 이에 따라 최종과태료에는 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 과태료 700만원을 각 부과하고자 합니다. 다음으로 위치정보법 위반 관련 사항입니다. 과징금 부과대상은 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사입니다. 위치

정보법 제18조제1항 및 제19조제1항을 위반하여 이용약관에 명시사항을 일부 누락하고 불분명하게 표시하여 동의받은 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대하여 위치정보법 제13조제2항에 따라 사업의 폐지 또는 6월 이내의 범위에서 기간을 정하여 사업의 전부 또는 일부의 정지명령이 가능하지만 사업의 정지명령을 할 경우, 'UVO' 위치기반서비스 이용자 약 23만 명이 불편을 겪을 가능성이 많아 이용자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있습니다. 따라서 위치정보법 제14조제1항에 따라 사업의 정지명령 대신 위치정보사업 또는 위치기반서비스 사업 매출액의 100분의 3 이하의 과징금을 각 부과하고자 합니다. 이에 따라 관련 매출액은 현대자동차(주)의 위치정보사업 관련 위반행위가 있었던 사업연도의 직전 3년 연평균 매출액을 29억 2,000만원으로, 기아자동차(주)의 위치기반서비스사업 관련 위반행위가 있었던 사업연도의 직전 3년 연평균 매출액을 2억 6,000만원으로 산정하였습니다. 사업정지 기간입니다. 위치정보법 시행령 [별표 3] 에 따라 1차 위반으로, 사업정지 3개월(90일) 처분에 해당하지만 법에서 정한 명시사항을 모두 포함한 전체 이용약관을 이용자에게 공개하고 있어 위반행위가 고의나 중대한 과실로 볼 수 없는 점, 이전에 동일한 행위로 인하여 행정처분을 받은 적이 없다는 점, 이용자에게 미치는 피해가 확인되지 않은 점 등을 종합적으로 고려하여 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 처분기준의 2분의 1을 감경하여 사업정지 1.5개월인 45일로 각 처분하고자 합니다. 이에 따라 최종과징금은 위치정보법 시행령 [별표 4] 에 따라 현대자동차(주)는 2,190만원을 부과하고, 기아자동차(주)에 대하여는 190만원을 부과하고자 합니다. 밑에 과징금 산출내역(안)은 참고해 주시고, 별표를 보시면 1일당 과징금의 금액은 매출액의 6,000분의 1에 해당하는 금액을 기준으로 하도록 시행령에 규정되어 있습니다. 과태료 부과대상입니다. 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사입니다. 위치정보법 위반에 대한 과태료는 같은 법 제43조제1항, 같은 법 시행령 제38조의 [별표 5] 및 「개인정보 및 위치정보의 보호 위반행위에 대한 과태료 부과지침」에 따라 다음과 같이 부과하고자 합니다. 먼저 개인위치정보의 수집·이용 또는 제공의 일시적인 중지 요구에 대한 기술적 수단 위반 관련하여 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사입니다. 기준금액은 최근 3년간 같은 위반행위로 과태료 처분을 받은 사실이 없으므로 1회 위반에 해당하는 600만원을 각 적용하겠습니다. 과태료 가중 및 감경 관련해서 특별히 가중할 사유가 없습니다. 법규 위반행위를 시정 중에 있는 것으로 인정되는 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 기준금액의 30%인 180만원을 각 감경하겠습니다. 이에 따라 최종과태료입니다. 현대자동차(주), 기아자동차(주) 2개사에 대해 과태료를 420만원을 각 부과하고자 합니다. 최종과태료와 과징금 산출내역(안) <표>를 보시면 현대자동차(주)의 경우 과태료 금액은 1,420만원, 과징금은 2,190만원입니다. 기아자동차(주)의 경우 과태료 금액은 1,420만원, 과징금 금액은 190만원이 되겠습니다. 기타사항입니다. 정보통신망법과 달리 위치정보법은 시정명령 규정이 없어 권고를 하는 내용입니다. 현대자동차(주), 기아자동차(주)에 대해 위치정보법 관련 위반행위에 대한 시정 및 위치정보 취급자에 대한 교육 실시결과를 포함한 위치정보보호대책을 방송통신위원회에 제출하도록 권고하고자 합니다. 향후계획입니다. 시정조치 통보 후 하반기에 이행점검토록 하겠습니다. <붙임>자료는 참고해 주시기 바랍니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 옥 상임위원

- 이번 안건은 지난해 국정감사에서 현대자동차(주)와 기아자동차(주) 2개사에 대한 위치정보 및 운행정보 수집 관련 문제점이 지적됨에 따라서 조사가 이루어졌던 사안입니다. 그동안 정보통신망법 위반사례는 주로 스타트업 기업이나 혹은 규모에 비해서 개인정보보호의 중요성을 인식하지 못한 인터넷 플랫폼사업자 위주로 나타났었습니다. 하지만 우리나라를 대표하는 글로벌 자동차 기업이고 해외 수출이 많은 두 회사가 정보통신망법과 위치정보법을 제대로 준수하지 못하고 있다는 사실이 드러났습니다. 보고한 내용들이 굉장히 많지만 요약해 보면 쟁점은 크게 2가지로 나누어 볼 수 있습니다. 첫째는 이용약관을 명확하게 제시했느냐는 여부, 두 번째는 개인위치정보의 수집·이용·제공 동의를 제대로 받았느냐는 점입니다. 피심인도 개인정보 처리 위탁 내용을 공개하지 않았다는 점, 동의 철회를 어렵게 했다는 점, 그리고 개인위치정보의 수집과 이용, 중지 요구에 대한 기술적 수단을 갖추지 않은 것에 관해서는 인정하였습니다. 하지만 사업자 의견을 통해서 이용약관을 제시했기 때문에 그런 부분들이 선처되어야 한다는 주장입니다. 제 견해를 말씀드리면 첫째 피심인이 약관을 요약해서 제시한 요약 약관의 내용이 중요사항을 누락하고 불분명한 부분이 있지만 명시한 사항을 모두 기재한 전문을 별도로 안내를 하고 있습니다. 따라서 완전한 명시업무 위반에 해당하지 않는 것으로 보고 과태료는 부과하지 않고 시정을 권고한 주문은 타당하다고 판단됩니다. 하지만 현실에 있어서 약관 전문을 다 읽어보는 사람이 많지 않습니다. 따라서 요약 약관만을 보는 사람들이 다수인 점을 고려할 때 요약 약관에 핵심적인 사항을 빠뜨리지 않고 담도록 시정권고를 해야 할 것입니다. 둘째, 위치정보사업자는 현대자동차이고 위치정보 수집에 관한 사항을 동의받아야 합니다. 또한 기아자동차(주)는 위치기반서비스사업자입니다. 따라서 위치정보의 이용 또는 제공에 관한 사항을 명시한 후에 이용자 동의를 받아야 합니다. 그런데 누가 위치정보사업자이고, 누가 위치기반서비스사업자인지에 대한 구분을 명확하게 나누지 않은 점 등 불분명한 요약 약관을 통해 동의받은 사례가 전체 23만 5,000여건 가운데 2018년 12월 가입자수 기준 5만 4,000여건에 달합니다. 이는 부적절한 동의에 해당된다고 사료됩니다. 따라서 사업정지에 갈음하는 과징금을 부과하는 것이 타당하다고 사료됩니다. 피심인 두 회사가 이번 일을 계기로 개인정보 및 위치정보법 준수에 더욱 적극적으로 나서줄 것을 기대합니다. 피심인의 정보통신망법 위반, 위치정보법 위반 관련한 시정조치와 과태료·과징금 부과에 대해 의결주문에 동의합니다.

○ 이효성 위원장

- 다른 위원님 의견 주시지요. 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 앞서 허 위원님 지적을 다 하셨으니까 저는 중복되지 않게 몇 가지만 더 말씀드리겠습니다. 지금 위치정보를 동의받지 않고 했다는 부분과 제가 말씀드리고 싶은 것은 삭제하거나 본인이 원하지 않을 경우 개인정보 수집을 하지 못하도록 해야 하고, 또 운행기록이고 차량 정보가 다 들어가 있고, 개인정보 수집 항목을 보면 일부 납부 정보까지 다 들어가 있습니다. 이런 부분들 나는 원치 않는다면 탈퇴할 수 있어야 하는데 탈퇴할 경우 마땅한 탈퇴방법이 없다는 것이지요?

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 탈퇴할 수 있는 방법은 여러 가지 있는데 그것이 수집할 때는 아주 간단한 절차를 통해서 수집이 되는데 그 절차가 어렵게 되었다는 것이기 때문에 그 부분은 개선하면 되는 것입니다. 그 부분은 이미 개선된 것으로 보고를 받았습니다. 그리고 기술적 수단 부분은 예를 들어 온라인이나 앱을 통해 자기가 삭제를 바로 할 수 있도록 혹은 오류를 정정할 수 있도록 수단을 제공해야 하는데 그것을 시스템상에서 제공하지 않았다는 것인데 그 부분도 거의 개선된 것으로 확인되었습니다.

○ 김석진 부위원장

- 개선되었습니까?

○ 양기철 개인정보침해조사과장

- 개선이 완전히 됐는지 모르겠습니다만 개선 절차가 거의 다 된 것으로 이야기를 들었습니다. 그래서 그 부분은 이행점검 때 확인할 예정입니다.

○ 김석진 부위원장

- 차량정보나 가입자정보, 납부정보 이런 것이 다 수집되고 있는데 이것이 대단히 민감한 신상 정보입니다. 이런 부분도 자유롭게 삭제를 요청할 수도 없고 전화를 해서, 대개 콜센터 전화하는 것이 아주 어렵습니다. 간편하지 않습니다. 그런 것을 앱이나 온라인상에서 할 수 있어야 하는데 그런 부분들이 어떻게 글로벌 대기업들이 그런 민감한 개인정보를 다루는 수준이 이렇게 소홀히 하는지 오늘 새삼 느끼게 됩니다. 이것은 앞으로도 이용자가 얼마나 많겠습니까? 차량정보, 운행정보는 5G 시대에 또 자율주행도 앞으로 등장할 텐데 이런 부분에 대해서는 개인위치정보를 철저히 준수할 수 있도록 이번에는 아주 경종을 울려야 한다는 차원에서 저는 원안대로 동의를 하겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 짧게 말씀드리겠습니다. 자동차 보유하는 사람들이 굉장히 많이 늘고 있지 않습니까? 그래서 이 문제가 국회에서 제기가 되긴 했지만 결과적으로 자동차 보유하는 사람들이 많기 때문에 이에 따른 법 위반은 엄하게 처벌하는 것이 마땅하다고 생각합니다. 저도 원안에 동의합니다.

○ 이효성 위원장

- 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

7. 보고사항

가. 「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항(고시)」 일부개정안에 관한 사항

○ 이효성 위원장

- 다음은 <보고안건 가> “ 「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항(고시)」 일부 개정안에 관한 사항”에 대하여 김기석 재정팀장님 보고해 주십시오.

○ 김기석 재정팀장

- 보고드리겠습니다. 「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항(고시)」 일부개정안에 관한 사항 보고드리겠습니다. <1> 보고사유입니다. 방송통신발전기금 분담금 제도 개선을 위해 「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항(고시)」 일부를 개정하고자 합니다. 방송통신발전기금 제도 개선은 국정과제와 제4기 정책과제였습니다. <2> 추진 경과입니다. 2018년 4월부터 12월까지 분야별 전문가 8인으로 구성된 분담금 제도개선 연구반을 운영하였고, 여러 차례 의견수렴을 거쳐 고시 개정안을 마련하였습니다. <3> 고시 개정안 주요내용입니다. 동일서비스 동일규제 원칙을 적용하여 규제의 형평성을 제고하였습니다. 지상파의 중기 재정추세를 고려하여 기본징수율의 7.66%를 감경하고, 분담금 징수율이 '방송광고 매출액에 따라 자동 산출'되도록 산식을 도입하였습니다. 종편·보도채널의 분담금 징수율 결정체계를 현행 지상파 체계에 편입하여 일원화하되, 시청자 구조와 재정상황 등을 고려하여 14.23% 감경하였습니다. 단, 징수율이 급격하게 인상되지 않도록 기본징수율 인상 상한 100분의 150을 도입하였습니다. 주기적 재검토 방식을 도입하여 예측가능성을 제고하였습니다. 방송시장의 중장기 추세를 반영하여 3년마다 징수율을 재검토하도록 개선하였습니다. 또한 지역·중소방송사업자의 재정상태 등을 고려하여 기본징수율의 3분의 1을 감경하여 방송의 지역성 및 다양성이 유지되도록 하였습니다. 3쪽 되겠습니다. 분담금 징수율 결정체계 일원화입니다. 현행 지상파방송사업자의 방송광고 매출액 구간을 유지하되, 별도 징수율을 결정하던 종편·보도채널을 지상파방송 구간체계에 편입하였습니다. 두 번째, 기본징수율 산정방법의 변경입니다. 해당 사업자의 전년도 방송광고 매출액이 속한 구간의 최소 기본징수율(1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0)에, 개별 사업자의 광고매출액이 구간 내에서 차지하는 비율을 더하여 기본징수율을 도출하였습니다. 기본징수율 조정계수를 도입하였습니다. 지상파방송의 징수율 결정방식에 방송광고 매출액 구간을 도입한 2015년 이후 당기순손실이 증가해 왔고, 특히 2018년도에는 당기순손실 규모 최대치를 기록한 점을 고려하여, 최근 3년간 방송사업 매출액 감소율인 7.66%를 감경 조정하였습니다. 금년도에 MBC는 1,094억원이 순손실이고, KBS는 321억원, EBS는 212억원이 순손실 중입니다. 4쪽 되겠습니다. 기본징수율 상한을 설정하였습니다. 전년도 기본징수율 대비 100분의 150을 초과할 경우 100분의 150에 해당하는 값으로 기본징수율 상한을 설정하여 제도개선에 따른 급격한 변동을 제한하였습니다. 세 번째로 최종징수율 산정입니다. 지역방송은 지역방송발전지원 특별법에 따른 보호 대상이고, 중앙지상파와는 달리 라디오·DMB 등 '중소기업'은 다양성 유지를 위한 지원 필요성이 높은 점을 고려하여, 기본징수율의 3분의 1을 감경하였습니다. 단, 당기순손실 발생 시에는 기존과 동일하게 기본징수율의 2분의 1을 감경하게 됩니다. 종편·보도채널 감경입니다. 2011년 이후 방송사업 매출액은 증가해 왔으나 초기 투자 및 당기순손실에 따른 손실이 누적되어 있고, 지상파방송과는 달리 유료방송 플랫폼 시청자만을 대상으로 서비스를 제공한다는 점을 고려하여 기본징수율의 14.23%를 감경하였습니다. <4> 기타 개선사항입니다. 3년 주기 검토체제로 전환하여 중장기 현실여건의 변화를 3년

마다 검토하여 징수율 제도에 반영할 수 있도록 개선하였습니다. 이는 기재부 부담금운용심의위원회 개선권고 사항을 반영한 것입니다. 투명성을 높였습니다. 현재는 시행령에 따른 분담금 면제 및 경감내역만을 공개하도록 하고 있으나, 기본징수율 및 감경사유 등 분담금 부과와 관련한 정보를 알기 쉽게 위원회 홈페이지에 공개하도록 개선하였습니다. 향후계획입니다. 오늘 보고를 통해 행정예고 및 기재부 부담금운용심의위원회 심의를 거쳐 국무조정실 규제개혁위원회 및 법제처 심사를 거치겠습니다. 그런 다음 다시 위원회 의결을 거쳐 최종 고시가 시행됩니다. <붙임>자료는 방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항(고시) 일부개정안 및 신·구조문 대비표를 붙였습니다. 아울러 방송통신발전기금 현행 분담금 관련 규정도 같이 첨부하였습니다. 이는 참고하여 주시기 바랍니다. 이상 간단히 보고를 마칩니다.

○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 허 옥 위원님 말씀하십시오.

○ 허 옥 상임위원

- 방송사업자에게 경제적 부담을 부과하는 정책논의의 출발점은 명확한 방법론과 함께 절차적 정당성을 확보하는 것이라고 봅니다. 분담금 체계 전체를 개편하는 정책 연구안에 대해서 방송사업자들의 이해관계에 따라 반발이 클 수밖에 없었습니다. 사무처가 업계의 현실을 고려한 수정안을 마련하고 조정력을 발휘해서 제도개선안을 보고한 것에 대해 그동안의 노고를 치하드립니다. 보고안건에 동의하면서 방송사업자들의 관심이 큰 만큼 이번 방발기금 고시 개선안의 의미를 몇 가지 말씀드리고자 합니다. 먼저 방발기금 분담금 징수 변경 배경을 간략히 살펴보고자 합니다. 지난 2000년 통합방송법이 제정되면서 한국방송광고공사의 공익자금이 방송발전기금으로 정부의 공공자금으로 편입되었습니다. 그 이후 2011년 방송통신발전기본법을 제정하면서 허가나 승인을 받은 방송사업자가 정부로부터 제한된 사업 기회를 부여받으면서 발생하는 이윤을 사회로 환원하는 성격의 법정부담금으로 기금징수의 정당성이 변화하였습니다. 특히 2008년 IPTV 출범, 2010년에 종편PP와 보도PP의 도입 및 허가, 2012년 미디어렐의 경쟁체제 도입, 2017년 지상파 UHD 개시 등 방송통신 시장의 경쟁격화로 인해 방송사업자들의 재정상태가 변화하였습니다. 이에 따라 사업자 간 규제의 형평성과 투명성을 높이고 예측가능성을 확보한다는 그러한 필요성이 제기되어서 오늘의 안건이 마련된 것이라고 봅니다. 이번 제도개선의 정책적 의미는 첫째 현행 지상파방송의 방송광고 매출액 구간을 유지하면서 종편과 보도채널을 편입시켜 동일서비스 동일규제 원칙을 적용함으로써 규제의 형평성을 높인 것입니다. 기존 지상파방송사는 방송사업 매출액 변화를 반영한 조정계수 도입을 통해 방송광고 매출 감소에 따른 부담을 흡수하였습니다. 또한 종편과 보도채널에 대해서도 지상파방송과 동일한 규제방식을 적용함에 따른 부담을 완화시키기 위해 징수율 상한제를 두었습니다. 여기에 유료방송 플랫폼 시청만을 위한 서비스임도 고려해서 3년 평균 지상파 플랫폼 이용 시청가구비율을 반영한 추가 감경조치를 하였습니다. 둘째, 이번 개선에는 개별 방송사업자별로 기본징수율이 산정되어서 규제 형평성이 높아졌습니다. 현 지상파방송 징수율은 방송광고 매출액 구간별 징수율에 감경사항을 적용해서 최종징수율을 결정하는 구조입니다. 따라서 광고매출액이 차이가 크더라도 동일한 구간 내에 있으면 동일한 징수율이 적용되어서 지역방송이나 중소방송에 대한 배려가 부족했었습니다. 그러나 안건에서 <그림>으로

표시한 분담금 기본 징수율 산식 도입 전후 비교표에서 나타났듯이 현행 계단식 구간별 일괄 적용 방식에서 방송사업자별로 광고매출액에 비례하여 개별적으로 산정되는 방식으로 변경되었습니다. 규제의 형평성과 투명성이 개선된 것이고, 사업자들 역시 매년 부담해야 할 분담금 규모를 사전에 예측할 수 있게 됨에 따라 경영계획 수립에 도움을 받을 수 있을 것이라 기대됩니다. 셋째는 징수율 감경 시 방송운영의 공공성과 지역·중소방송사의 재정상태를 고려해서 감경 방안을 사전에 공표해서 향후 징수절차의 투명성을 높였다는 점입니다. 지역방송과 라디오·DMB 등 지역성과 다양성 유지가 필요한 방송사업자는 기본징수율의 3분의 1을 감경하고 종편과 보도채널은 방송매체 이용행태 조사 통계를 반영한 추가 감경비율을 사전에 고지하는 배려를 하였습니다. 따라서 향후 규제 수용도를 높일 수 있을 것이라고 평가합니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 또 다른 위원님 의견 주시지요. 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 이번에 이렇게 징수율과 또 여러 가지를 개선하면서 지상파와 종편·보도PP, 또 지역·중소 방송사 모두가 혜택이 골고루 갔다고 봐야 하는 것입니까?

○ 김기석 재정팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그래서 종편은 광고매출이 매년 증가하고 있지만 급격하게 징수율을 끌어올려서 거기에 따른 반발을 우리가 받아들여서 3년 동안 단계적으로 하는 것이지요?

○ 김기석 재정팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그렇게 되면 어떻습니까? 지상파도 감경 부분이 있고, 또 지역·중소방송사, 종편·보도채널도 다 감경이 있습니다. 그러면 지난해보다 분담금이 전체 액수는 어느 정도로 낮아지는 것입니까?

○ 김기석 재정팀장

- 2018년 480억원 대비 68억원 정도 감소한 금년도에는 412억원 정도 전망하고 있습니다. 구체적으로는 지상파가 84억원 정도 감소했고, 종편·보도채널은 작년에 35억원에서 금년에 16억원 정도 증가한 51억원 정도 감안하고 있습니다.

○ 김석진 부위원장

- 분담금 전체 액수가 감소함에도 불구하고 계단식 기본징수율을 개별 사업자별로 바꾸는 부분은 합리적으로 잘 조정되었다고 봅니다. 다만, 지금 2019년 올해 최종징수율을 보면

KBS는 2.62% 정도로 나타났습니다. 종편들을 보면 내년엔 KBS 2.62%에 비해서 MBN은 2.66%, TV조선은 2.662% 이렇게 징수율이 KBS보다 오히려 역전되는 현상이 있습니다. 여기에 대한 종편사업자들의 반발은 없었습니까?

○ 김기석 재정팀장

- 종편사업자들의 반발이라고 생각은 하지 않았고, 다만 의견수렴 과정에서 그런 이야기가 나왔던 것은 사실입니다. “종편이 KBS보다 높아지는 것 아니냐” 이렇게 이야기가 있었는데, 한 가지 말씀드리면 KBS는 최종징수율에 기본적으로 기본징수를 해서 방송 공공성을 감안해서 3분의 1 감경하는 제도가 있습니다. 그동안 쪽 3분의 1을 감경해 왔기 때문에 그런 현상이 발생하는 것이지, 단순히 수치상으로만 보면 KBS가 더 낮아지는 것 같지만 현실적으로 봤을 때 분담금 액수는 여전히 KBS가 월등히 높은 액수의 분담금을 부과하고 있습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그런 역전 현상에 사업자들의 반응이 어떻게 나타났는지 궁금해서 여쭙고, 전반적으로 지역·중소방송의 분담금 부담에 대한 불만들이 많습니다. 이런 부분에 대해서 지역·중소방송은 기본징수율 3분의 1을 감경해 주는 것이지요?

○ 김기석 재정팀장

- 예.

○ 김석진 부위원장

- 그런데 여기에 당기순손실이 발생할 때는 2분의 1까지 감경을 시켜주는 것이지요?

○ 김기석 재정팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 부위원장

- 2분의 1 감경되는 지역·중소방송사가 몇 퍼센트나 된다고 보십니까?

○ 김기석 재정팀장

- 금년도는 작년보다 면제되는 사업자들도 증가했고, 전반적으로 따져 봐야겠지만 지역방송 전체가 작년보다 광고 매출액이 훨씬 줄었기 때문에 아마 2분의 1 감경되는 사업자가 거의 대다수이지 않을까 생각하고 있습니다.

○ 김석진 부위원장

- 저에게 별도로 이번에 징수하는 것 전년 대비해서 어느 정도로 감경효과가 나오는지 지역·중소방송에 대해 자료를 별도로 개별 보고를 해주십시오.

○ 김기석 재정팀장

- 알겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 매출액 구간에 종편도 포함시켜야 한다는 것은 제4기 방통위원회가 출범하고 나서 논의했던 사항이고 그것이 제대로 반영된 것이라고 생각합니다. 그리고 시청자비율을 감안해서 14.23%를 줄이는 것으로 반영한 것은 지상파 수신 시청자 비율을 빼달라는 종편 쪽의 건의를 수용한 내용이지요?

○ 김기석 재정팀장

- 예, 그렇습니다.

○ 표철수 상임위원

- 이것은 명확히 알려줄 필요가 있겠다는 생각입니다. 그다음에 조금 전에 부위원장님 말씀 하셨지만 지역·중소방송의 징수율 감경은 굉장히 잘한 조치라고 생각합니다. 지속적으로 이 부분은 잘 유지해 나가야 할 사항입니다. 그런데 징수율 안전을 만들면서 원래 연구반에서 내놓았던 안은 종편은 2.25%로 검토사항으로 안전이 올라왔었는데 여러 가지 사항을 감안 해서 이것을 합리적으로 수정한 안이라는 것입니다. 원안에는 기본적으로 동의합니다. 그런데 매출액을 가지고 발전기금을 징구하기 때문에 이것은 이대로 갑니다만 하나 꼭 감안했으면 하는 것이 있습니다. 지상파는 계속해서 적자가 많이 나고 있고 종편은 흑자가 나고 있다고 하는데 이런 단순논리에 대해서는 의문을 가지고 있습니다. 왜냐하면 비대칭규제를 해소하는 것이 방통위의 정책목표입니다. 당연히 해야 합니다. 그런데 지상파방송사와 종편 간의 비대칭 임금은 지역차가 굉장히 심각합니다. 이 부분도 앞으로 정책을 검토하면서 꼭 반영되었으면 하는 생각입니다. 저는 원안이 굉장히 합리적으로 개선되었기 때문에 동의합니다.

○ 이효성 위원장

- 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 최종징수율을 보면 <표>에서 보니까 '20년도의 최종징수율이 종편 MBN나 TV조선이 각각 2.664%, 2.662% 이렇게 나옵니다. 하지만 KBS는 내년에도 2.62% 그대로 적용되지 않습니까?

○ 김기석 재정팀장

- 그렇습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그래서 역전된다는 것입니다.

○ 김기석 재정팀장

- 예.

○ 김석진 부위원장

- 그것을 확인했습니다.

○ 이효성 위원장

- 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 욱 상임위원

- 기록을 위해서 저도 한마디 하겠습니다. MBN과 KBS를 비교할 때 단순히 징수율만 가지고 따지는 것은 문제가 있다고 봅니다. 왜냐하면 방송사업 매출액에 기본적으로 차이가 있기 때문에 징수율을 곱하면 분담금 규모가 완전히 달라집니다. 따라서 징수율만 가지고 볼 것이 아니라 전체적인 분담금 규모를 같이 고려해야 한다고 생각합니다. 이번 제도개선안에 이어서 앞으로의 개선방향에 대해서도 한 말씀드리고자 합니다. 방송사업자가 광고매출 외에 방송 프로그램의 판매수익, 재송신 매출액, 협찬 등 수익구조가 다변화됐음에도 불구하고 분담금 부과기준은 방송광고 매출액에 한정되어 있기 때문에 현실 적합성이 낮다는 점에 대해서 개선할 필요가 있다고 생각합니다. 또한 부과대상 사업자 선정과 관련된 기본원칙을 변경할 필요가 있습니다. 방발기금의 분담금 징수대상을 정하는 원칙이 과거 지상파의 주파수 무상 사용 또는 제한된 사업 기회 제공의 대가였다면 앞으로는 미디어 환경변화를 반영해서 진입 제한이 있는 방송통신 시장에서 콘텐츠를 통해 수익을 내는 사업자들에게 부과하는 콘텐츠진흥 부담금으로 원칙을 변경해서 징수대상자를 대형 MPP나 포털사업자, OTT사업자 등으로 확대하는 방안을 적극 모색할 필요가 있다고 봅니다. 어려운 제도개선이 시작된 것입니다. 향후 행정예고나 기재부의 부담금운용심의위원회, 규제개혁위원회 등의 심의 과정에서 의견을 충분히 듣되, 우리 위원회의 정책 취지가 훼손되지 않도록 잘 대응해 줄 것을 당부드립니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 위원님들 지적을 잘 반영해서 오해가 없도록 하시고, 특히 이번에 분담금 징수방안과 공식이 바뀌었기 때문에 미리 관련 방송사업자들로부터 의견청취 듣고 여론도 수렴했겠지만 좀 더 자세하게 잘 설득해서 이것이 임의적으로 마음대로 멋대로 한 것이 아니고 방송시장의 상황, 또 방송사들의 매출액이나 이윤들을 적절하게 잘 반영한 것이라는 점을 잘 설득시키기 바랍니다. 다른 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

나. 「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항

○ 이효성 위원장

- 마지막으로 <보고안건 나> “「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항”에 대하여 김재철 방송광고정책과장님 보고해 주십시오.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 보고드리겠습니다. <1> 보고 사유입니다. 비상업적 공익광고(이하 “공익광고”라 한다) 제도 개선을 위한 방송법 시행령 일부 개정함을 보고하기 위함입니다. <2> 개정 이유입니다. 첫째, 공익광고가 정부광고 및 공익성 캠페인과 구분이 모호하여 제도의 실효성 확보가 곤란함에 따라 공익광고의 법적 개념을 명확히 하고자 합니다. 둘째, 유료방송 성장 등 방송환경의 변화를 고려하여 공익광고 의무편성 대상 사업자의 범위 등을 개선할 필요가 있습니다. 셋째, 사회적 가치를 확산·공유하여 사회문제 해결에 기여하고 방송의 공적 책임을 제고하기 위해 공익광고의 적극적인 편성을 유도하고자 합니다. <3> 주요 개정 내용입니다. 첫 번째, 공익광고의 법적 개념 명확화입니다. 안 제59조제4항 개정인데 정부광고, 공익성 캠페인과 구분하기 위해 공익광고 의무편성에 소요되는 비용을 사업자 스스로 부담하여야 한다는 점을 보다 명확히 하고자 합니다. 다음 페이지입니다. 좌우 대비표가 나와 있는데 현재 정의 중에 ‘영리를 목적으로 하지 아니하고’를 ‘무료로’, ‘자체적으로’를 ‘자체 비용으로’ 개정하고자 합니다. 두 번째, 공익광고 의무편성 사업자 제외 근거 마련입니다. 안 제59조제3항 개정 관련입니다. 방송채널의 특성, 방송매출 규모 등을 고려하여 공익광고 의무편성 제외 사업자를 방송통신위원회가 고시하도록 하고자 합니다. 조문은 아래를 참조해 주시면 되겠습니다. 다음 페이지입니다. 세 번째, 공익광고 편성 확대를 위한 가중치 부여 근거 마련입니다. 안 제59조제5항 신설입니다. 공익광고 편성비율을 산정할 때 편성 시간대에 따라 가중치를 둘 수 있도록 하고, 그 기준은 방송통신위원회가 고시하도록 합니다. 네 번째, 기타 사항입니다. 공익광고 의무편성 제외 사업자, 공익광고 편성 시간대에 따른 가중치 부여 기준 등 고시에 위임되는 사항에 대해서는 추후 고시 개정을 추진하고 있습니다. 향후 일정입니다. 6월과 7월 중에 입법 예고 및 관계부처와의 협의를 거치고, 이어서 규제위 심사와 법제처 심사, 차관회의·국무회의 등을 거쳐 진행하도록 하겠습니다. <붙임>에는 방송법 시행령 일부개정안 입법예고안이 첨부되어 있습니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 위원님들 의견 있으시면 말씀하십시오. 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 욱 상임위원

- 이번 안건은 비상업적인 공익광고의 규제를 정비하는 것으로 이번 시행령 개정에 담긴 정책적 의미를 말씀드리고자 합니다. 보고한 바와 같이 먼저 비상업적 공익광고에 대한 개념이 모호해서 사후 규제 과정에서 혼선을 일으켰던 상황을 고려했습니다. 그래서 공익광고의 법적 개념을 명확히 한 것입니다. 현행 시행령에 공익광고는 영리를 목적으로 하지 아니하고 방송사가 자체적으로 제작·편성하는 광고라고 정의하고 있습니다. 그런데 비영리와 방송사 자체제작 편성이 무엇을 의미하는지에 대해서 다양한 해석이 존재했고 또 혼선이 있었습니다. 이번 시행령 개정을 통해 비영리와 방송사업자의 자체제작 편성은 그 공익광고에 필요한 비용이 유상 거래를 통해 제3자로부터 충당받지 않고 자체 부담하는, 즉 무료로 방송하는 광고임을 명확히 한 것입니다. 이번 시행령 개정으로 앞으로 방송사가 무료로 편성해야 할 공익광고를 험찬 받는 형태로 운영하거나 특히 일부 지역방송사에서 유사 공익성 캠페인을 직접 판매한 뒤에 공익광고로 편성하는 사례가 없도록 유의해야 할 것입니다. 두 번째로 공익광고가 보다 많은 시청자들에게 노출될 수 있도록 공익광고 편성비율을 산정할 때 편성시간대에 따라

가중치를 둘 수 있는 근거를 마련하였습니다. 이는 공익광고 활성화 측면에서 의미가 크다고 봅니다. 그동안 방송사들은 공익광고를 프라임시간대에 방송하기보다 B급이나 C급 시간대에 방송해서 다양한 시청자들에게 노출되지 못한 한계가 있었습니다. 이번 시행령 개정으로 인해서 공익광고가 각 시간대별로 골고루 편성되어 다양한 시청자들에게 노출될 수 있는 법적근거를 마련했다는 점에서 의미가 크다고 봅니다. 다만, 유의해야 할 것은 보도채널의 프라임시간대가 지상파나 종편PP가 다르게 적용됩니다. 따라서 향후 공익광고 편성비율의 산정기준을 마련할 때 방송채널별 특성을 어떻게 반영할 것인지 입법예고 과정에서 방송사업자들의 의견을 충분히 들어주시기 바랍니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 다른 위원님 의견 주십시오.

○ 표철수 상임위원

- 저는 원안에 동의합니다.

○ 김석진 부위원장

- 제가 궁금한 것이 있어서 여쭙보겠습니다. 공익광고 의무편성 비율이 어느 정도로 규정되어 있습니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 지상파TV는 0.2%이고, 지상파TV 이외에는 0.05%입니다. 그래서 지상파와 4배 차이가 있습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그러면 공익광고를 낼 경우에 어떤 혜택이 주어집니까? 그렇게 일률적으로 할 수는 없겠지만...

○ 김재철 방송광고정책과장

- 공익광고 의무편성비율은 기본적으로 지켜야 하고, 그것보다 많이 편성할 때는 방송평가 때 점수로 가산됩니다.

○ 김석진 부위원장

- 그 가점을 어느 정도로 할 것인지, 가중치를 어떻게 둘 것인지를 고시에 따로 규정한다는 것이지요?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예, 고시에 다시 정하게 됩니다.

○ 김석진 부위원장

- 저는 원안에 동의합니다. 진즉에 이런 기준들이 마련되었으면 좋겠다는 생각이 들 정도로 뒤늦게 잘 만든 것 같습니다. 특히 공익광고를 유사 공익광고처럼 자체 비용도 아니면서 유사

공익광고식으로 해서 뒤로는 뒷돈을 챙기는 사례가 적지 않았을 것이라는 생각입니다. 그래서 이번에 명확하게 '자체 비용으로'라고 아예 명시한 부분은 때늦은 감은 있지만 아주 잘 만든 것 같습니다. 원안에 동의합니다.

○ 양한열 방송기반국장

- 시행령이 명확하지 않아서 사업자 간 고의가 아닌 경우에도 혼란이 있었고, 사업자 간 규제 형평성 문제가 있었기 때문에 이번에 명확하게 해줌으로써 혼란이 발생하지 않고, 또 전체적인 공익광고 활성화 정책에도 부합하지 않나 하는 생각입니다. 편성비율 문제는 시행령에서 이 정도 정하는 것이고, 다음에 고시 개정할 때 그때 다시 한 번 그런 정책들을 사업자별로 그다음에 C급별로 이런 부분들, 두 분 위원님께서 말씀하신 부분들을 고려하겠습니다.

○ 이효성 위원장

- '자체'라고만 하지 않고 조금 더 명확하게 '방송사' 또는 '방송사업자 자체'라고 해야 하는 것 아닙니까? 그것은 큰 문제는 아니지만...

○ 양한열 방송기반국장

- '자체'를 바꾸려고 합니다. 지금 현재 시행령에 '자체적으로'라고 되어 있는 것을 '자체 비용으로' 바꾸려고 합니다.

○ 이효성 위원장

- 방송사업자...

○ 김재철 방송광고정책과장

- 앞에 주어에 '방송사업자'가 있습니다. '방송사업자가 공익적 목적으로 자체비용으로 제작·편성하는 광고'로 되어 있습니다.

○ 이효성 위원장

- 다른 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? ("예" 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

8. 기 타

○ 이효성 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 방송통신위원회가 허위조작정보 자율규제협의체를 구성해서 어제 첫 회의를 했는데 여기에

대해서 언론이나 일부 정치권에서 논란이 있는 것 같습니다. 그래서 오늘 언론인들도 배석하고 참관하고 있으니까 여기에서 이 이야기를 해서 명확히 규정을 하는 것이 필요하다고 생각합니다.

○ 이효성 위원장

- 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 표 위원님 말씀처럼 저도 우려를 가지고 있습니다. 지금 정치권에서 자유한국당 같은 경우 연이어 성명이 나오고 있습니다. 그래서 허위조작정보, 소위 가짜뉴스를 이번 기회에 근절하기 위한 조치를 정부에서 칼을 빼들고 나선 것이 아니냐는 의구심을 가지고 있다는 성명 내용이지요. 저는 이렇게 봅니다. 이것이 절대로 정부가 표현의 자유를 억압하는, 소위 가짜뉴스를 근절시키기 위해 조치를 한다는 것은 독재국가에서도 있을 수 없는 일입니다. 가장 중요한 문제는 무엇을 가짜뉴스로 판정할 것인가 하는 부분인데 이런 부분들이 마치 자의적인 기준에 의해 가짜뉴스로 판정을 받고 삭제가 되고, 특히 요즘은 유튜브를 통해 많은 방송들이 쏟아져 나오고 있는데 이런 부분들을 혹시 정권에 비판적인 방송에 대한 재갈을 물리는 것이 아니냐, 특히 총선이 다가오는 시점에 그러한 조치의 일환이 아니냐는 우려를 가지고 있는 것이 사실입니다. 만약에 그런 의도가 있다면 그것은 절대로 해서는 안 되는 일이고, 그리고 무엇보다 표현의 자유, 언론의 자유는 반드시 보장되어야 하는데 이번에 허위조작정보 자율규제협의체가 어제 가동이 된다고 했습니다. 우선 지금 담당국장이 없으니까 사무처장님께 한번 여쭙보겠습니다. 자율규제협의체의 법적인 성격이나 또 기능에 대해 어떻게 정리하고 있는 것입니까?

○ 김재영 사무처장

- 부위원장님께 말씀드리겠습니다. 어제 구성·운영하고 있는 허위조작정보 자율규제협의체는 정부나 사업자가 위원으로 참여하지 않고 순수하게 민간 위원님들이 주도하는 사회적 논의 기구입니다. 어떻게 보면 순수 민간기구라고 보시면 되겠습니다. 방통위의 국·과장, 사무관들이 참여하면 정부 의도대로 자율규제가 이루어졌다는 염려가 있기 때문에 정부는 참여하지 않고 언론단체, 학계 전문가, 시민단체 등이 참여해서 운영될 것입니다. 잘 아시다시피 스마트 미디어 시대에 정보의 생산이 전문적인 교육을 받은 저널리스트만이 아니라 일반인 누구나 생산·유통하고 있습니다. 인터넷에 유통되는 가짜뉴스라는 용어보다는 요즘은 허위정보(disinformation)이라는 용어를 쓰는데 허위정보의 유통에 대한 자율적인 규제방안은 영국, 미국, 독일 다른 나라도 다 똑같이 공유하는 것 같습니다. 표 위원님이나 부위원장님께서 염려하시는 것처럼 정부가 주도적으로 해서 허위조작정보를 규제하려는 법·제도를 만들려거나 정책에 반영하려는 것이 아니고 순수하게 자율규제를 활성화할 수 있는 방안이 무엇이 있는지 논의하는, 공론화하는 자리라고 보시면 되겠습니다. 자율규제 방안은 유럽의회, 유럽 집행위원회에서도 허위조작정보 자율실천강령을 마련하고 구글, 페이스북 등 인터넷 사업자들이 서명하고 자율적으로 스스로 규제하겠다는 것들을 마련했습니다. 저희 자율규제협의체에서도 동일하게 정부 주도가 아니고 순수 민간 주도로 공론화를 해서 허위정보 유통에 어떤 문제점이 있는지, 사업자 스스로 자체적으로 판단해서 자율규제의 기본방침이나 원칙을 정하는 것입

니다. 1인 미디어를 규제하거나 법적 규제를 신설하는 그런 정책기능이 아니라는 점을 다시 한 번 말씀드리겠습니다.

○ 김석진 부위원장

- 일부 보도를 보면 사업자들, 예를 들어 다음 카카오나 네이버, 또 유튜브를 가지고 있는 구글 등 그런 사업자들을 압박해서 어떻게 보면 자율규제라는 그런 명분 속에 정파적으로 유불리를 따져서 내용을 삭제하도록 하는 압박을 하기 위한 것이다, 이런 의도가 감춰져 있다는 것이 정치권의 반대하는 쪽의 시각인 것 같습니다. 그런 부분들을 분명하게 불식시켜야 되는 것입니다. 그리고 문제는 이것이 활동범위가 어디까지이나, 단순한 협의체 같으면 순수 민간이 자율적으로 참여해서 협의체만 된다면 법적지위가 부여되지 않고 협의해서 어떤 기준을 만든다거나 아니면 사회적인 논의의 공론의 장을 마련하는 정도 같으면 그것이야 막을 필요는 없지요. 그런 공론의 장은 많이 만들수록 좋은데 문제는 그 활동이 어디까지이며, 또 어떤 결과물을 내놓을 것인가에 의구심이 있는 것 같습니다. 담당국장이 나오셨는데 답변해 보십시오.

○ 최성호 이용자정책국장

- 많은 오해와 잘못된 해석이 있는 것 같아서 안타깝습니다. 허위조작정보 자율규제협의체는 민간 차원에서의 자유로운 소통의 장을 마련하기 위한 것입니다. 이 협의체에서는 정말 자율 규제 자체가 필요한지를 원점에서 검토하고, 해야 한다면 어떤 방법이 되어야 하는지를 민간 전문가 차원에서 논의하고, 그런 과정에서 사업자들이 의견을 제시하는 장은 별도로 마련해서 그 대신 말 그대로 정부가 개입하는 것이 아니라 민간과 사업자만 만나서 논의할 수 있는 장을 마련하려고 합니다. 이런 부분들이 미리 결론을 내놓고 하는 것이 아니고 말 그대로 사회적으로 어떤 공감대가 형성되면 그 공감대에 따라 사업자들도 그런 방법이 좋겠다고 생각하면 그런 방법대로 진행될 것입니다. 이것이 어떤 법적인 효과나 정부가 어떤 것을 의도 하려는 것은 전혀 없습니다. 다만, 연구과제에서도 허위조작정보의 문제에 대해서는 해외사례 처럼 자율적인 규제에 하는 것이 좋겠다는 의견이 있어서 그런 자율규제를 할 수 있는, 아니면 자율규제 필요성을 종합적으로 볼 수 있도록 정부에서는 장을 마련해 주는 개념이지 더 이상은 아닙니다.

○ 김석진 부위원장

- 그러면 협의체를 설치할 수 있는 법령 근거는 무엇입니까?

○ 최성호 이용자정책국장

- 방통위는 민간의 자율규제 활동을 지원할 수 있는 근거가 망법에 있습니다.

○ 김석진 부위원장

- 이것이 '설치한다'는 용어도 적절하지 않지요?

○ 최성호 이용자정책국장

- 그렇지만 이 자체가 법적인 기관이 아니기 때문에...

○ 김석진 부위원장

- 법적인 기구가 아니지요?

○ 최성호 이용자정책국장

- 그렇습니다. 법적인 기구와는 관계가 없습니다.

○ 김석진 상임위원

- 저는 구성원이 굉장히 중요하다고 봅니다. 예를 들어 진영논리로 따질 때 어떤 편향성을 갖는 인사들이 많이 편중되어 있다거나 그렇게 해서 방향성을 갖는다면 굉장히 심각한 문제가 됩니다. 그래서 골고루 아주 중립적인 인사들, 어떻게 중립성을 확보할 수 있느냐가 이 협의체의 성공을 보장할 수 있는 가늠자가 된다고 봅니다. 제가 어떤 인사들이 구성된다는 최종 보고를 받지 않았는데 어떻게 평가하십니까? 국장님이 볼 때는 그 중립성이 담보될 수 있을 정도로 편향성을 갖는 인사들은 배제되었습니까?

○ 최성호 이용자정책국장

- 저희가 생각할 때 위원을 구성함에 있어서 최대한 많은 분들 추천을 받고, 또 가장 자율 규제에 관심이 있으신 분들 위주로 했기 때문에 그것이 진보니 보수니 그런 편향성으로 선정된 것은 분명히 아닙니다. 보고를 다시 드리면 아시겠지만 저희가 생각할 때 자율규제와 관련된 전문가들 위주로 구성되었다고 생각합니다.

○ 김석진 부위원장

- 그래서 정치권의 우려가 특히 총선을 앞둔 민감한 시점에 혹시라도 정파적으로 유불리를 따져서 사업자가 압박을 해서, 예를 들면 유튜브의 어떤 방송을 내리게 한다거나 차단한다거나 이렇게 까지 갈 수 있지 않겠느냐는 우려가 있는 것이 사실입니다. 사업자들은 협의체에 참가하지 않고 있지요? 그러면 자문단이라는 것을 따로 만듭니까?

○ 최성호 이용자정책국장

- 사업자들은 저희가 여러 가지로 협의하고 있습니다. 그런데 이런 협의체에 대해 위원으로 참석하는 것을 꺼려할 수 있기 때문에 공식적인 위원으로 참여하는 것보다는 관련 사업자들이 와서 언제든지 의견을 제시할 수 있는 장을 열어두고 또 그것을 유도할 생각입니다.

○ 김석진 부위원장

- 알겠습니다. 사업자들은 따로 자문단을 구성해서 압박하는 것은 없다는 것이지요?

○ 최성호 이용자정책국장

- 예, 사업자 자율에 맡길 생각입니다.

○ 김석진 부위원장

- 항간에 많은 걱정들과 우려가 있고, 또 의구심이 있기 때문에 이런 부분들을 우리가 분명히 불식시켜 주어야 합니다. 어떤 일이 있어도 가짜뉴스라는 것으로 단죄를 해서 근절시키겠다고

해서 표현의 자유를 억압해서는 절대로 안 됩니다.

○ **최성호 이용자정책국장**

- 그것을 가장 중요하게 생각하고 있습니다.

○ **김석진 상임위원**

- 그래서 민간 자율로 그것을 한다면 그것은 가장 바람직하겠지요. 하지만 그 틀을 만드는 과정에서 여러 가지 개입을 한다거나 특히 우리 정부가 나서서 하면 분명히 말씀드리지만 그것은 헌법 위반입니다. 제가 엄중하게 지켜볼 것입니다.

○ **최성호 이용자정책국장**

- 예.

○ **김석진 상임위원**

- 유념해서 중립적인 인사들로 구성되고, 또 예를 들어 그분들 중에 편향적으로 발언을 해서 돌아가는 분들이 있으면 교체를 해야 합니다. 그렇게 해서 항상 중립성을 담보할 수 있도록 담당국장이 챙겨주시기 바랍니다.

○ **최성호 이용자정책국장**

- 그렇게 하겠습니다.

○ **표철수 상임위원**

- 부위원장님 원론으로 맞는 말씀 많이 하셨고 지적하셨기 때문에 조금만 보완해서 말씀드리겠습니다. 물론 현실적으로는 내년 총선을 앞두고 유튜브와 인터넷 매체들을 통해 허위조작 정보가 기승을 부릴 가능성이 굉장히 높습니다. 조금 전에 부위원장님 지적하신 대로 알권리를 정부가 제한하는 것은 절대로 해서는 안 되는 일이고, 자율적으로 걸러내는 것을 논의해 보는 것으로 취지는 충분히 이해합니다. 구성함에 있어서 정부기관인 방송통신위원회가 빠진 것은 당연한 일입니다. 그런데 협의체에서 논의된 것이 앞으로 방통위에 어떤 형태로 올라오는지, 올라오지 않는지, 예를 들어 저희들이 다루는 안건들이 <보고사항>도 있고 <의결사항>도 있지 않습니까? 그런 형태로 어떻게 되는지에 대해서 설명해 주십시오.

○ **최성호 이용자정책국장**

- 현재 형식적으로는 작년에 정보통신정책연구원을 통해서 연구과제를 했습니다. 이 부분도 회의를 운영하려면 회의를 운영할 수 있는 비용도 필요하고 운영자가 필요합니다. 또 정부가 운영하지 않기 때문에 이것이 정보통신정책연구원의 연구과제로 들어가 있습니다. 제일 나중에 결과물은 정보통신정책연구원의 연구결과물이 방통위에 제출될 것입니다. 그것을 저희가 접수하면 되는 것입니다. 또 그때 상황 봐서 필요시에 그것을 별도로 보고할 필요성이 있다면 보고드리면 될 것 같습니다. 그것은 내용을 보면서 판단하면 될 것 같습니다. 최종적으로는 정보통신정책연구원의 연구결과물을 저희가 받아볼 수 있습니다. 저희가 그것을 내부적으로 보고드리는 문제는 과제별로 다르기 때문에 그것은 그때 가서 상의를 드리겠습니다.

○ 표철수 상임위원

- '방통위가 구성했다' 이렇게 되니까 이것이 여러 가지 억측도 나올 수 있고 비판을 받는 국면인데 협의체를 만들면서 위원회에서 보고를 받고 논의해서 정한 것이 아닌 것은 분명한 것이지요?

○ 최성호 이용자정책국장

- 그렇게 되면 더 공식적이 되는 것이고, 정부가 더 개입하는 것이 될 수 있습니다. 말씀드린 대로 형식은 연구과제를 낼 때 각 연구기관들이 또 협의체도 많이 구성합니다. 다만, 그중에 중요하게 생각하는 부분에 대해서는 저희가 가서 인사말을 할 수도 있는 것이고, 이것은 사회적으로 관심이 많은 것이기 때문에 위원장님께서 인사말씀을 하였고, 앞으로 진행은 저희가 관여하지 않고 정보통신정책연구원이 그 연구과제의 간사 기관으로 그쪽에서 진행을 대부분 할 것입니다.

○ 표철수 상임위원

- 제가 이것을 왜 여쭙보느냐 하면 조금 전에 존경하는 부위원장님께서 법적인 성격을 물어 보셨기 때문에 방통위가 협의체를 구성하는 것은 저희들이 공식 전체회의에서 논의하거나 보고받은 것은 아니다 하는 점을 분명히 하고, 이 부분에 대해서는 정치권도 정치권이지만 언론에서 기사들을 쓰고 있기 때문에 충분히 잘 이해시키고, 또 실제 운영하는 과정에서 정말 자율적으로 규제할 수 있는 여러 가지 외국의 사례라든지 이런 연구를 하는 연구과제로 잘 운영해 주시기 바랍니다. 허위조작정보 판단하는 문제를 누가 하느냐, 이 주체에 대해 그 사이 여러 가지 논란이 많습니다. 사실은 판단이 된다면 다 실정법으로 처리가 가능한 사항입니다. 또한 그런 것이 일부 확인이 된다고 하더라도 삭제 권한은 방심위가 가지고 있고 방통위가 거기에 관여할 사항은 아닙니다. 그래서 정말로 표현의 자유를 제한하지 않도록 하고, 허위조작정보의 폐해가 많기 때문에 그것을 어떻게 자율적으로 걸러낼 것인가 하는 것에 방점을 맞추어서 잘 운영될 수 있도록 신경을 써주시고 대외적으로도 충분히 설명을 더 많이 할 필요가 있다고 생각합니다.

○ 이효성 위원장

- 허 옥 위원님 말씀하십시오.

○ 허 옥 상임위원

- 김석진 부위원장님께서 우려하신 내용 저도 충분히 공감합니다. 그리고 표철수 위원님께서도 잘 지적해 주셨는데 하나 명확하게 할 것은 허위조작정보와 가짜뉴스는 범주가 다릅니다. 가짜뉴스가 훨씬 더 가치적인 측면들이 많고 그것을 구분하기는 쉽지 않습니다. 하지만 허위조작정보는 명백한 사안이기 때문에 허위와 조작정보를 구분하는 것은 1차적으로는 종전 기준으로 보면 법원에서 판정을 내린 것, 언론중재위 내에서 일정 정도 평가를 내린 것, 그리고 방송통신심의위원회에서 결정을 내린 것에 대해서는 우리가 긍정하는 것이고, 그 이외 내용을 허위조작정보이다, 아니다 판단하는 것은 쉽지가 않을 것 같습니다. 사무처장님이 말씀하신 대로 정보제공 주체가 다원화되면서 신뢰할 수 없는 정보가 계속 유통되고 확대하는 것을 방지하는 것은 분명히 문제입니다. 다른 한편에서 보면 기존 매스미디어의 영향력이 약화

되었습니다. 악화를 넘어서 미디어의 불신까지 문제가 되기 때문에 오히려 이러한 허위조작 정보가 더 많이 유통되고 있습니다. 그런 점에 있어서 언론인들도 일정 부분 책임의식을 느끼고, 이 문제를 해결하는데 같이 나서야 하는 것이 아닌가 생각합니다. 표현의 자유는 분명히 보장되어야 합니다. 그러나 동시에 혐오 표현이나 허위조작정보의 유통에 대한 억제노력도 반드시 필요하다고 봅니다. 아까 부위원장님께서 말씀하셨듯이 다음 카카오, 네이버, 구글 이런 사업자들에게 압박을 하기 위한 그런 조치가 아니냐고까지 이야기하셨는데 저는 그렇게 생각하지 않습니다. 오히려 사업자들이 스스로 더욱 더 많은 자정과 정비노력이 필요합니다. 허위조작 정보를 줄이기 위한 노력들을 사업자들이 해야 하는데 어떤 기준으로 할 것이냐를 가지고 고민입니다. 그러한 측면에서 보면 자율규제협의체가 출범하는 것 자체가 사업자들을 돕는 측면이 분명히 존재한다고 생각합니다. 따라서, 자율규제협의체에서 논의되는 사안들이 투명하게 열려 있고, 또 필요에 따라서는 다른 전문가들이 더 참여하여 의견들을 모아 나가고 정리해 가는 과정 자체가 어떤 면에서 보면 사회적 공론화 과정이 아닌가 생각합니다. 사회 전체가 보완책을 마련해야 하는 중요한 시기입니다. 따라서 사전적인 규제나 어떤 잣대로 이래야 된다, 저래야 된다라기보다는 민간자율기구에서 현재 발생하는 문제점들을 정확하게 이해하고 어떤 식으로 바람직한 해결책을 찾아 나가야 할 것인지, 그래서 유럽, 미국 등 해외 사례뿐만 아니라 한국의 현실을 감안한 방법들을 찾아나가는 과정을 객관적이고 투명하게 열어 놓았다는 원칙만 방통위가 천명하면 된다고 생각합니다.

○ **최성호 이용자정책국장**

- 알겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 허위조작정보는 모든 나라들이 골치를 앓고 있는 사안이고 이것에 대해 다 나름대로 대처를 연구하고 있고 구체적인 법안도 마련하고 있는 나라가 있는 것으로 알고 있습니다. 우리 사회도 다른 사회 못지않게 다이내믹하다 보니까 허위조작정보가 난무하고 있고, 그런 차원에서 여기에 대해 어떤 문제점이 있고 이것을 어떻게 자율적으로 규제할 수 있는가 하는 논의의 장을 마련하기 위한 것이지 염려하는 것과 같은 것은 결코 아니라는 것을 말씀드립니다. 더구나 이것이 법적인 기구가 아니라는 것이 그 성격을 말하는 것 아닙니까? 만일 법적인 기구라면 거기에서 논의된 것이 어찌면 구속력을 갖게 되고 강요하게 되는 것이기 때문에 법적인 구속력이 없는 임의기구이고 저희가 자발적인 참여를 통해 자율적인 규제협의체라고 되어 있고, 또 그런 것들이기 때문에 지금 말씀하시는 그런 염려는 전혀 하실 필요가 없습니다. 이 협의체를 출범시키는 취지문이나 또 보도자료 등 어제 제가 한 인사말을 통해 그 내용은 누차 그리고 확실히 밝혀졌습니다. 전혀 염려할 필요가 없을 것 같습니다. 시기 문제는 작년부터 계속 문제가 되어 왔는데 계속해서 그런 것들이 잦아들기는커녕 더 많아지고 있기 때문에 허위조작정보에 대한 이런 자율규제 논의가 활성화되고 자율규제가 더 활발해져야 할 필요가 있겠다는 점에서 어떻게 하다 보니까 지금 출범하게 되었습니다. 행정행위를 함에 있어서 너무 시기를 고려하는 것이야말로 정치적인 것이고 그것이 문제가 있는 것이라고 생각합니다. '내년 선거를 앞두고 하는 것 아니냐?' 그렇기 때문에 이것이 더 의혹을 받는 측면도 있겠지만 그것과는 전혀 무관하게 지금 허위조작정보가 너무 난무하고 있고, 특히 선거기간에 더 난무할 것이기 때문에 뭔가 그런 것들을 가려낼 수 있는 자율규제를 통해 그런 것들을 조금이라도 막아낼 수 있다면

그것은 바람직한 것이기 때문에 오히려 어떻게 보면 적절한 시점에 출발하는 것이라고 이야기 할 수도 있을 것 같습니다. 지금 문재인 정부 들어와서 언론자유지수가 41위로 올라갔습니다. 박근혜 정권 말기에 69위였습니다. 그것을 28계단을 뛰어 넘어서 41위가 되었는데 이것은 아시아에서 최고입니다. 그리고 미국이 48위인데 우리가 41위라는 것, 일본은 65위입니다. 문재인 정권 들어와서 이 정도의 언론자유가 보장되고 표현의 자유가 보장되었다는 것은 그만큼 표현의 자유를 보장했고 언론을 통제하려는 어떠한 시도도 없었다는 것을 분명히 이야기해 주는 것이고 그것이 국제적으로 평가를 받았다고 생각합니다. 앞으로도 없을 것입니다. 그리고 앞으로 더 올라갈 것으로 저는 기대하고 있고, 내년에는 30위권으로 더 뛴 것을 기대하고 있고 그렇게 될 것으로 믿고 있습니다. 거기에 이것이 어떠한 방해가 되지 않을 것이라고 생각합니다. 그리고 여기에서 논의된 결과가 우리 위원들에게 보고는 될 수 있겠지만 우리 위원회에 앞으로 허위 조작정보에 대한 정책방안으로 마련되는 일은 결코 없을 것입니다. 여기에서 논의된 결과들은 지금은 전문가들만 참여해서 하고 있지만 그 전문가들이 중간중간 사업자들을 참여시켜서 보고를 듣거나 같이 논의하거나 또는 어떤 정도 논의가 성숙이 되면 사업자들과 함께 워크숍을 해서 그 결과를 공유하고 그것을 사업자들이 자율적으로 규제하는 데 사용하면 좋고, 사용하지 않으면 또 어쩔 수 없는 것이지요. 누구도 강제할 수 없는 것이고, 우리 위원회가 이것을 강제하기 위해 하는 것이 아니기 때문에, 그러나 너무나 허위조작정보가 난무하기 때문에 정부가 무책임하게 이래도 좋고 저래도 좋다는 식으로 손 놓고 있을 수 없기 때문에 적어도 자율규제를 위한 논의의 마당은 마련해 줄 필요가 있다는 차원에서 이것이 마련된 것이고, 그런 식으로 운영될 것이고, 그 결과 또한 그렇게 사업자들이 자율적으로 활용하도록 할 것이기 때문에 우려는 충분히 이해가 되지만 지금까지 오해를 살만한 일은 하지 않았습니다. 그런데 언론을 정말 통제하던 사람들이 지금 와서 우리가 언론을 통제하는 것으로 자꾸 왜곡하거나 의심의 눈초리로 미리 췌기를 박고 어떤 일이 일어나지도 않았는데도 불구하고 예단하는 것은 유감이라고 생각합니다. 이 정권 들어서 언론자유지수에서 28계단이 뛰었는데 그런 것은 전혀 무시하고 뭔가 자꾸 음모적으로 보는 것은 현실을 너무 간과하고 무시하는 것이 아닌가 싶습니다. 제가 여기에 위원장으로 앉아있는 한 결코 그런 일이 없을 것이라는 것을 약속드리고, 위원님들도 혹시 그런 의심이 있다면 너무 염려를 하지 않아도 될 것 같고, 혹시 다른 분들이 그런 염려를 하신다면 잘 설명해서 그런 것이 아니라는 것을 이해시켜 주시기 바랍니다. 결코 이 협의체가 특정한 유튜브를 강제적으로 규제해서 특정한 내용을 내리게 하는 방식으로 쓸 수도 없고 쓰여서도 안 되고, 또 그런 논의 자체가 아닙니다. 여기에서 논의된 결과를 쉽게 사업자들이 자율규제하는 데 참고로 쓸 수 있게 하기 위한 것이고, 저희는 그런 정도의 장을 마련하는 것은 정부의 책임이다, 특히 가짜 허위조작정보가 난무하는 시점에 그냥 손 놓고 바라보기만 하는 것도 무책임한 일이다, 그것을 행정적으로 단속하거나 때려잡자는 것이 아니지 않습니까? 그것은 여러분께서 잘 이해해 주시고 여러분이 대표하는 분들도 잘 설득해 주시기 바랍니다. 더 이상 논의사항이 없으시면 차기 회의는 6월 19일 오전 9시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

9. 폐 회

○ 이효성 위원장

- 이상으로 2019년 제28차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 34분 폐회 】