방통융합정책연구 KCC-2021-11

온라인 플랫폼 서비스에 관한 이용자 보호 체계방안 연구

(A Study on the Online Platform Services User Protection System)

김현수/강인규

2021. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원

방송통신위원회
Korea Communications Commission

이 보고서는 2021년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『**온라인 플랫폼 서비스에 관한 이용자보호 체계방안 연구**』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2021년 12월

연 구 기 관: 정보통신정책연구원
총괄책임자: 김현수 연 구 위 원
참여연구원: 김민희 부연구위원
강인규 부연구위원

목 차

요약문 ····· vii

제 1 장 서 론 ····· 1

제 2 장 플랫폼 환경 변화 ····· 2

제 1 절 가치사슬로부터 생태계로의 진화 ····· 2

제 2 절 주요 플랫폼 서비스 시장동향 ····· 4

1. 운영체제 ····· 4
2. 웹 브라우저 ····· 7
3. 검색엔진 ····· 9
4. 전자상거래 ····· 10
5. 애플리케이션 스토어 ····· 12
6. 소셜 미디어 ····· 15

제 3 장 해외 주요국의 플랫폼 규제 입법동향 ····· 17

제 1 절 유럽연합 ····· 17

1. 디지털시장법안의 경과 ····· 17
2. 디지털서비스법안의 경과 ····· 40

제 2 절 미 국 ····· 57

1. 플랫폼 패키지 법안 ····· 57
2. 오픈 앱 마켓 법안 ····· 64
3. 경쟁·반독점법 집행 개선법안 ····· 66

제 3 절 영 국 ····· 66

1. 디지털시장 규제 프레임워크 ····· 66
2. SMS 제도 ····· 68

제 4 장 온라인 플랫폼 이용자보호법 경과 및 보완방안 ····· 72
제 1 절 온라인 플랫폼 이용자 보호법의 경과 ····· 72
제 2 절 온라인 플랫폼 이용자보호법 보완방안 ····· 73
1. 의견수렴 주요 내용 및 반영 여부 검토 ····· 73
2. 주요 수정사항 ····· 75
3. 법률수정(안) 예시 ····· 108

제 5 장 결 론 ····· 115

참고문헌 ····· 117

표 목 차

<표 2－1> 전 세계 Top 10 전자상거래 사업자 ····· 11
<표 3－1> 디지털 플랫폼 사전규제를 위한 BEREC 제안의 개요 ····· 36
<표 3－2> 디지털시장법안 주요 수정사항 ····· 39
<표 3－3> 적용대상 사업자유형별 의무 ····· 41
<표 4－1> 온라인 플랫폼 이용자보호법 의견수렴 대상 ····· 72
<표 4－2> 온라인플랫폼 이용자보호법 수정안 조문대비표 ····· 77

그 림 목 차

[그림 2-1] 전통적인 IT 가치사슬 ····· 2
[그림 2-2] 전 세계 데스크톱 운영체제 점유율 추이 ····· 5
[그림 2-3] 국내 데스크톱 운영체제 점유율 추이 ····· 5
[그림 2-4] 전 세계 모바일 운영체제 점유율 추이 ····· 6
[그림 2-5] 국내 모바일 운영체제 점유율 추이 ····· 7
[그림 2-6] 전 세계 웹 브라우저 점유율 추이 ····· 8
[그림 2-7] 국내 웹 브라우저 점유율 추이 ····· 8
[그림 2-8] 전 세계 검색엔진 점유율 추이 ····· 9
[그림 2-9] 국내 검색엔진 점유율 추이 ····· 10
[그림 2-10] 아마존의 제3자 입점업체 판매 비중 추이 ····· 11
[그림 2-11] 국내 전자상거래 거래금액 기준 사업자별 점유율 ····· 12
[그림 2-12] 2020년 기준 애플리케이션 스토어별 이용가능한 애플리케이션 수 ····· 13
[그림 2-13] 전 세계 애플 앱스토어와 구글 플레이의 애플리케이션 매출액 ····· 13
[그림 2-14] 전 세계 매출액 기준 애플리케이션 스토어 점유율 추이 ····· 14
[그림 2-15] 매출액(거래금액) 기준 애플리케이션 스토어 점유율 추이 ····· 14
[그림 2-16] 전 세계 소셜 미디어 점유율 추이 ····· 15
[그림 2-17] 국내 소셜 미디어 이용률 추이 ····· 16

요 약 문

1. 제 목

온라인 플랫폼 서비스에 관한 이용자 보호 체계방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

디지털 서비스는 개인의 삶의 방식 전환, 기업의 신규 시장 개척 등 소비자, 기업 및 경제 전반에 상당한 편익을 제공하고, 현대의 삶에 근간이 되고 있다. 하지만 최근 들어 소수의 대규모 플랫폼 사업자는 축적·강화된 시장 영향력을 토대로 소비자 및 기업에게 상당한 폐해를 야기하고 이는 혁신적인 경쟁사업자와 경제·사회 전반에도 마찬가지라는 비판이 강력히 제기되고 있다.

기술 발전으로 스마트 미디어, 콘텐츠 유통, 핀 테크 등 플랫폼 기반 서비스의 영역이 확대됨에 따라 최종이용자와의 접점을 통제하는 플랫폼의 관문 역할이 강화되어 스타트업·중소사업자는 협상력 열위에 놓이기 쉽고 다양한 불공정행위가 발생할 가능성이 있다. 아울러 임의적 노출 기준, 광고와 정보의 혼용 등 이용자의 합리적 선택을 저해하는 이용자 이익 저해행위 역시 증가하고 있다. 따라서 이용사업자와 최종이용자의 의존도가 높은 대규모 플랫폼 서비스의 이용자 권익을 보호함으로써 시장 경합성과 혁신 잠재력을 제고할 필요성이 증대되었다. 본 연구는 이러한 필요성 하에 2020년 12월 발의된 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률」에 대해 수정·보완 방안을 마련하는 것을 목표로 하였다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 보고서의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 플랫폼 환경의 변화 요인을 파악한다. 제

3장에서는 유럽연합, 미국, 영국 등 해외 주요국의 플랫폼 정책동향 및 시사점을 분석한다. 제4장에서는 온라인 플랫폼 이용자 보호 법안에 대한 이해관계자 의견 및 부처 조정을 반영한 수정안을 제시한다. 마지막으로 제5장에서는 앞서 논의된 온라인 플랫폼 서비스 이용자 보호 체계 재정립 방안을 정리한다.

4. 연구 내용 및 결과

온라인 플랫폼 이용자 보호법 수정안의 기본원칙은 기존 법·제도 사각지대에 놓인 국민 불편을 개선하되, 최소 범위의 핵심 규제를 마련하여 시장 혼란을 방지하고, ICT 산업의 역동성·혁신성 등 특수성을 반영한 유연하고 합리적인 법제를 마련하는 것이다. 이를 위해 먼저 당초 대규모 온라인 플랫폼과 일정 규모 이상 온라인 플랫폼으로 이원화되어 있던 규제체계를 일원화하고, 법 적용대상을 총매출액 1,000억원 또는 총판매금액 1조원 이상 사업자 중에서 이용자 수, 서비스 특성 등을 고려하여 대통령령으로 정하도록 하한을 규정하였다(제4조제2항). 다른 법률과의 관계 측면에서 개인정보의 처리 및 보호에 관하여는 「개인정보 보호법」에서 정하는 바에 따르도록 하여 규제 중복 등이 발생하지 않도록 하였다(제5조제3항).

플랫폼 사업자 등이 공정 경쟁 및 이용자 권익 보호를 위해 정하도록 권장하는 자율 규약에 대한 심사 요청권(원안 제5조제2항)을 삭제하고, 표준약관 제정권한(원안 제14조제5항)을 삭제하였다. 온라인 플랫폼 사업자와 이용사업자 간 거래에 적용할 수 있는 기준을 정하여 사용 권고할 수 있도록 한 규정(원안 제7조)을 삭제하였다. 이용사업자에게 제공하는 서비스를 제한 또는 중단하려는 경우에는 최소 3일 이전에, 계약의 내용을 변경하려는 경우에는 최소 15일 이전에, 계약을 해지하려는 경우에는 최소 30일 이전에 온라인 플랫폼 이용사업자에게 그 내용 및 구체적인 사유를 통지하도록 한 규정(원안 제8조)을 삭제하였다. 이용사업자로부터 온라인 플랫폼 서비스 이용 요청을 받은 경우 요청을 받은 날로부터 30일 이내에 그 수락 여부를 통지하고 수락하지 아니하는 경우 그 구체적 사유를 통지하도록 한 규정(원안 제12조)을 삭제하였다. 결제 및 환불과 관련하여 이용약관에 명시하는 등 이용자보호의무(원안 제17조)를 삭제하였다. 플랫폼 분쟁조정위원회 설치·운영

에 관한 규정(원안 제19조부터 제25조까지)을 삭제하였다.

데이터 전송요구권(원안 제16조)은 개인정보위원회 소관이므로 삭제하고 이용사업자의 데이터 접근·이용 보장권(제11조)으로 변경하였다. 이용사업자의 이용후기, 소비이력, 이용자 통계정보, 서비스 운영정보 등에 접근하여 이용할 수 있는 권리로 수정하였다(제11조). 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자 또는 해당 이용사업자의 서비스를 이용하는 자가 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 제공하거나 생성된 정보에 접근하여 이용할 수 있도록 하되, 접근을 제공하지 아니하는 것이 전체 이용자의 이익에 부합한다고 판단되는 경우, 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀에 해당하는 경우 등에는 접근을 제공하지 아니할 수 있도록 하였다. 또한, 검색결과·추천서비스 정보의 노출기준 공개 범위에 알고리즘이 포함되지 않음을 명시하였다(제13조).

대규모 온라인 플랫폼 사업자와 일정 규모 이상 온라인 플랫폼 사업자의 금지행위 규정(원안 제13조 및 제15조)를 통합하고 정당한 사유 없는 계약 불이행, 서비스 가입·이용 지연·제한·중단, 사전 고지 없는 계약변경, 서비스 제한·중단 사실 미고지, 적정 수익배분 거부·제한, 비용·손해의 부당한 부과, 광고 미구분 또는 허위·과장·기만적 내용 포함, 부당한 차별조건 부과 등 총 8개의 금지행위로 축소하고, 방조 책임과 연대 책임을 삭제하되, 이용자가 부당하게 광고와 광고가 아닌 정보를 명확하게 구분하지 않고 제공하거나 허위 ·과장·기만적인 광고성 정보를 제공하여 이용자를 오인하게 하는 행위를 하였음이 명백한 경우에 해당 이용자에 대한 서비스 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 이행하도록 의무를 부과하였다(제15조).

5. 정책적 활용 내용

본 연구결과는 온라인 플랫폼 이용자 보호 법안에 대한 이해관계자 의견 반영 및 부처간 조정 방안을 강구함으로써 동 법안을 수정·보완하는데 활용될 수 있을 것이다.

6. 기대효과

본 연구결과는 온라인 플랫폼 관련 공정경쟁 기반을 확립하고 이용자 권익을 제고함으로써 ICT 생태계의 선순환 발전을 유인하고, 새로운 혁신서비스가 창출될 수 있는 환경을 구축하는데 기여할 것으로 기대된다.

SUMMARY

1. Title

A Study on the Online Platform Services User Protection System

2. Objective and Importance of Research

Digital services have been the basis of modern life providing significant benefits businesses and throughout the economy including the transformation of a way of life and firms' new markets opening. But lately, a few large platform operators on the basis of the accumulated and enhanced market power have caused significant harmness to the economy and society as a whole as well as to consumers, small businesses, and innovative competitors.

As the areas of platform-based services such as smart media, contents distribution, and fintech expand due to technological advances, the influence of gatekeeper platforms that control contact with end users is strengthened, making startups and small and medium-sized businesses prone to poor bargaining power and various unfair practices. In addition, there is also an increasing number of acts that restrict users' rational choices, such as arbitrary exposure standards and mixing advertisements and information. Therefore, the need to enhance market competitiveness and innovation potential has increased by protecting the rights and interests of users of large-scale platform services that business users and end users are highly dependent on. This study aimed to prepare a revised and supplemented plan for the Online Platform User Protection Act proposed in December 2020 under this need.

3. Contents and Scope of the Research

This report is organized as follows. Chapter 2 identifies the factors that change the platform environment. Chapter 3 analyzes platform policy trends and implications of major foreign countries such as the European Union, the United States, and the United Kingdom. Chapter 4 presents amendments reflecting stakeholder opinions and ministry coordination on the Online Platform User Protection Act. Finally, Chapter 5 summarizes the plans for re-establishing the online platform service user protection system discussed above.

4. Research Results

The current ex-post regulatory system needs to be comprehensive, systematic and effective improvement in response to environmental changes. It should clarify the regulation of fairness and transparency of business users of online platform and the regulations on unfair conducts of value-added telecommunications business operators to non-communication providers in O2O. Second, it is necessary to define the unfair conducts of CP as well as the unfair conducts of telecommunications business operators in the relationship of communication network between telecommunications business operators and CP. Third, the offenders of unfair conducts should be expanded to include not only registered/notified telecommunications business operators but also unregistered/unnotified telecommunications business operators. In addition, considering the impact on the telecommunications market and environmental changes, the OS and handset manufacturer should be clarified in the target of the regulation.

The introduction of various new services may lead to new types of unfair conducts and damage to users. Since various types of alliance/bundling are expected to try to preoccupy new markets, it is necessary to consider ways to expand regulatory authority

to regulate all bundlings including telecommunication services. Second, in terms of user protection, due to the rapid development of the market environment and technology, it is impossible and undesirable to enumerate all types of user interest deterrents in the law. Therefore, it is necessary to consider the general clause establishment.

5. Policy Suggestions for Practical Use

The results of this study can be used to revise and supplement the online platform user protection act by reflecting stakeholder opinions and devising inter-ministerial coordination measures.

6. Expectations

The results of this study are expected to contribute to the development of a virtuous cycle of the ICT ecosystem and the creation of new innovative services by establishing a foundation for fair competition related to online platforms and enhancing user rights and interests.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Changes in platform environment

Chapter 3. Analysis and implication of platform regulation legislations in foreign countries

Chapter 4. Supplementation plans of the Online Platform User Protection Act

Chapter 5. Conclusion

제1장 서 론

디지털 서비스는 개인의 삶의 방식 전환, 기업의 신규 시장 개척 등 소비자, 기업 및 경제 전반에 상당한 편익을 제공하고, 현대의 삶에 근간이 되고 있다. 하지만 최근 들어 소수의 대규모 플랫폼 사업자는 축적·강화된 시장 영향력을 토대로 소비자 및 기업에게 상당한 폐해를 야기하고 이는 혁신적인 경쟁사업자와 경제·사회 전반에도 마찬가지라는 비판이 강력히 제기되고 있다.

기술 발전으로 스마트 미디어, 콘텐츠 유통, 핀 테크 등 플랫폼 기반 서비스의 영역이 확대됨에 따라 최종이용자와의 접점을 통제하는 플랫폼의 관문 역할이 강화되어 스타트업·중소사업자는 협상력 열위에 놓이기 쉽고 다양한 불공정행위가 발생할 가능성이 있다. 아울러 임의적 노출 기준, 광고와 정보의 혼용 등 이용자의 합리적 선택을 저해하는 이용자 이익 저해행위 역시 증가하고 있다. 따라서 이용사업자와 최종이용자의 의존도가 높은 대규모 플랫폼 서비스의 이용자 권익을 보호함으로써 시장 경합성과 혁신 잠재력을 제고할 필요성이 증대되었다.

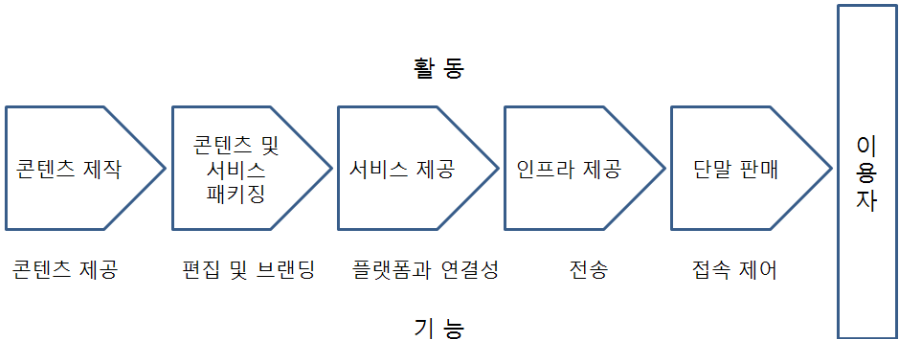
본 연구는 이러한 필요성 하에 2020년 12월 발의된 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률」에 대해 수정·보완 방안을 마련하는 것을 목표로 하였다. 이를 위해 제2장에서는 플랫폼 환경의 변화 요인을 파악한다. 제3장에서는 유럽연합, 미국, 영국 등 해외 주요국의 플랫폼 정책동향 및 시사점을 분석한다. 제4장에서는 온라인 플랫폼 이용자 보호 법안에 대한 이해관계자 의견 및 부처 조정을 반영한 수정안을 제시한다. 마지막으로 제5장에서는 앞서 논의된 온라인 플랫폼 서비스 이용자 보호 체계 재정립 방안을 정리한다.

제2장 플랫폼 환경 변화

제1절 가치사슬로부터 생태계로의 진화

전통적으로 ICT 시장을 둘러싼 플레이어들 간의 관계는 콘텐츠 제작에서 패키징, 전송, 단말로 이어지는 선형적 가치사슬 구조로 표현되었다. 〔그림 2-1〕은 EC(1997)가 설명한 가치사슬 구조로 콘텐츠 제작, 패키징, 플랫폼을 통한 서비스 제공, 통신 인프라를 통한 전송, 단말을 통해 이용자에게 제공되는 구조를 도식화해 보여주고 있다.

〔그림 2-1〕 전통적인 IT 가치사슬



자료: EC(1997), p.2

보다 단순화해 C-P-N-T[1]로 축약되는 '통신시장 가치사슬' 구조는 네트워크-전송서비스를 담당하던 통신사업자가 전체 가치사슬에 대해 일정한 영향력을 행사하는 구조로 볼 수 있으며, 이는 과거 폐쇄적인 무선인터넷 환경을 통해 극명하게 드러난다.

국내의 경우 피처폰 환경에서의 무선인터넷은 이동통신사업자의 자체적인 플랫폼을 경유한 거래만이 허용되는 폐쇄적인 환경이었고[2], CP와의 수직적 거래관계에 존재하는 이동

1) CPNT는 Contents, Platform, Network, Terminal을 의미한다.

통신사업자의 우월한 지위에 기인한 독립 CP에 대한 차별, 부당한 계약 등의 문제가 지속적으로 제기되었다. 또한, 단말제조사와의 관계에서도 이동통신사업자가 요구하는 단말 사양을 제조사가 맞추어 제공하는 등 네트워크 계층의 우월한 지위가 존재하고 있었다.

네트워크 계층, 통신사업자의 우월적 지위가 존재하던 통신시장 가치사슬 구조는 iPhone의 등장에 따라 크게 변화하게 된다. Apple은 음원시장에서 강력한 경쟁력을 보유하고 있던 iTunes라는 플랫폼을 iPhone과 연계시키고 수많은 개발자를 유인, 이들에 의해 다양한 애플리케이션이 개발·제공될 수 있는 '개방적인' 환경을 구축했고, 이는 iPhone의 편의성과 함께 이용자의 경험(UX)을 혁신적으로 개선함으로써 스마트폰 시장의 일대 비약과 함께 CPNT의 구조 속에서 플랫폼의 지위를 과거와는 비교할 수 없을 정도로 격상시켰다. 또한, Apple의 사업모델은 특정 이동통신사에 국한되지 않는 글로벌 시장을 대상으로 함에 따라 전 세계의 개발자와 이동통신가입자가 iTunes를 매개로 콘텐츠·애플리케이션을 사고 팔수 있는 환경을 제공, 망 외부성 및 시장 참여자들의 이익·편익을 극대화할 수 있는 계기를 제공하였다.

이처럼 스마트폰의 등장은 이동통신 환경을 플랫폼 상에서 원하는 소프트웨어를 설치하여 사용하는 PC와 동일하게 변모시키고 있다. 범용 OS를 탑재하고 있는 스마트폰의 경우 어떠한 애플리케이션을 설치하느냐에 따라 단말기를 내비게이션, e-book, 일정관리 도구 등으로 가능한데, 폐쇄적인 파트너쉽을 통해서는 이용자가 원하는 다양한 애플리케이션을 조달하는데 한계를 느낀 기업들이 제 3자의 개발자들을 활용하여 애플리케이션을 조달하고자 하는 모습으로 나타나고 있다. 이를 위해 플랫폼을 개방하거나 개발환경을 제공함으로써 제 3자의 개발자들을 유인하는 '마켓플레이스' 모델이 빠르게 확산되고 있다. 플랫폼을 개방하게 되면 자체 플랫폼과 이에 기반해서만 구동되는 콘텐츠를 보유한 단말기가 유통될 수 있으며, 소비자들은 통신사업자가 제공하는 콘텐츠에서 벗어나 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있게 된다. 이로 인해 '주파수+네트워크'에 의해 주도되었던 이동통신 생태계의 경쟁력 원천이 PC와 마찬가지로 OS뿐만 아니라 이를 지원하는 다양한 애플리케이션으로

---

2) SKT-네이트, KTF-매직엔, LGT-이지아이라는 플랫폼의 존재는 특정 이동통신사의 가입자가 그 이동통신사의 포털에만 접속 가능한 폐쇄적인 망 운영을 의미하며, 이 경우 벨소리 등의 콘텐츠를 판매하고자 하는 CP는 반드시 특정 이동통신사업자의 포털을 통하여 이용자에게 접근해야 했다.

이동하게 되었다. 이로 인해 종전의 서비스와 단말로 이원화되어 있던 이동통신 시장의 경쟁구조가 단말과 플랫폼, 콘텐츠가 연계되는 통합 경쟁으로 발전되고 있는 추세이다. 과거 통신사업자의 주된 경쟁력은 통신서비스 그 자체였고 이를 위해 네트워크 확충과 주파수 확보에 열중하였다. 한편, 단말제조사는 단말 자체의 가치를 높이는데 주력하였으나, 스마트폰의 등장으로 단말 자체의 기능뿐만 아니라 단말을 통해 이용 가능한 서비스의 중요성이 점차 커지면서 단말의 경쟁력이 탑재된 OS 및 애플리케이션 스토어와 연계되고 있다.

제2절 주요 플랫폼 서비스 시장동향

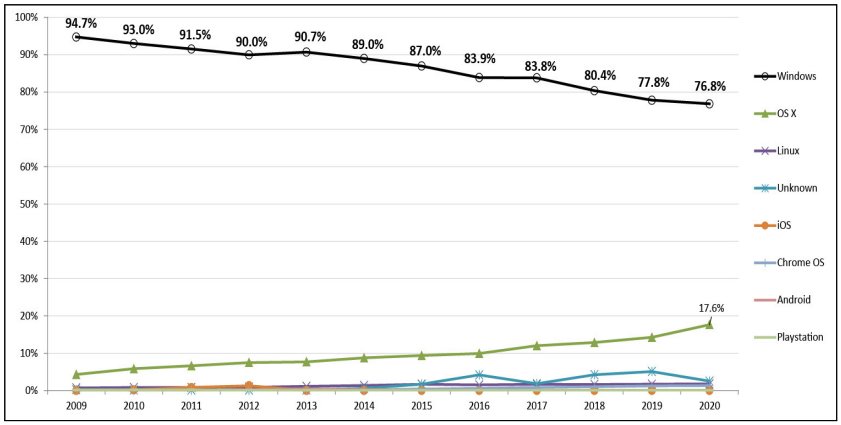
1. 운영체제

하드웨어를 소프트웨어 애플리케이션과 연결시켜주는 역할을 담당하는 운영체제(Operating System)는 데스크톱과 모바일 운영체제로 구분할 수 있다. 운영체제의 경우 데이터 무결성(integrity)[3] 정책을 이유로 이용자가 제3자 애플리케이션이나 애플리케이션 스토어를 설치하여 이용하는 것을 제한할 수 있으며, 애플리케이션 개발자의 다른 유통채널 활용을 제한하는 조건을 부과할 수 있는 게이트커퍼의 역할을 수행한다. 또한 운영체제를 사용하고자 하는 하드웨어 제조사에게 운영체제와 함께 다른 경쟁서비스를 끼워팔기함으로써 자사의 애플리케이션이 선탑재되도록 할 수 있다.

데스크톱 운영체제에서 마이크로소프트는 선도적 사업자로서 응용 프로그램에 대한 사실상의 표준을 설정하고 있다. 마이크로소프트의 윈도우즈 운영체제 전 세계 시장점유율은 꾸준히 감소하여 2020년에는 76.8%를 기록하였으나, 여전히 경쟁사업자를 압도하는 수준이다.

3) 데이터를 허용되지 않은 방법으로 변경할 수 없도록 보호하는 것을 의미한다.

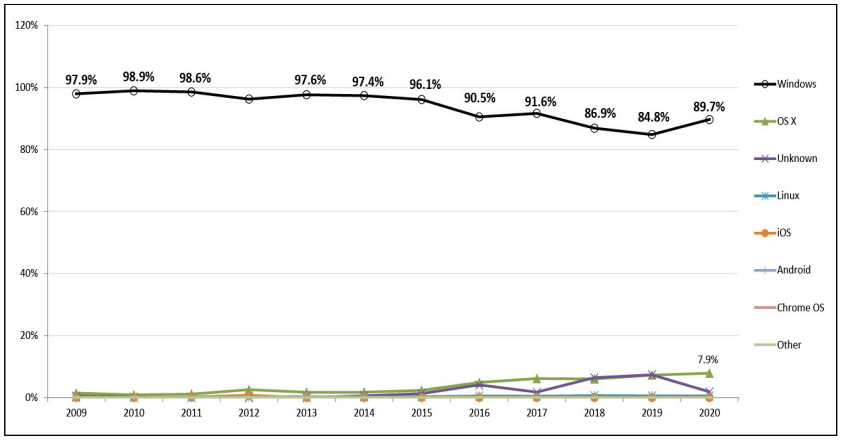
〔그림 2－2〕 전 세계 데스크톱 운영체제 점유율 추이



자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/os-market-share/desktop/worldwide/#yearly-2009-2020)

국내 데스크톱 운영체제 시장 역시 마이크로소프트의 윈도우즈 시장점유율이 2020년 89.7%를 기록하여 절대적인 위치를 차지하고 있으며, 해외와 비교해 윈도우즈에 대한 집중도가 더 큰 경향을 보이고 있다.

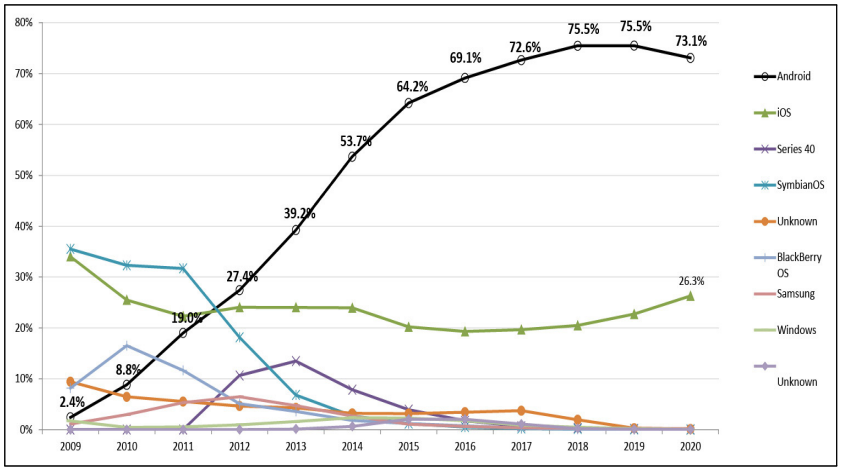
〔그림 2－3〕 국내 데스크톱 운영체제 점유율 추이



자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/os-market-share/desktop/south-korea/#yearly-2009-2020)

모바일 운영체제의 경우 전 세계적으로 다양한 사업자가 경쟁하는 구도였으나 구글의 안드로이드 운영체제 시장점유율이 빠르게 증가하여 2020년 73.1%를 기록하고, 애플의 iOS 점유율이 20~30% 수준에서 등락을 보이는 등 구글과 애플이 시장을 장악하고 있다. 이용자는 모바일 운영체제가 다른 단말 간에 전환이 가능하지만 전환률은 상대적으로 낮게 나타나고 있다.

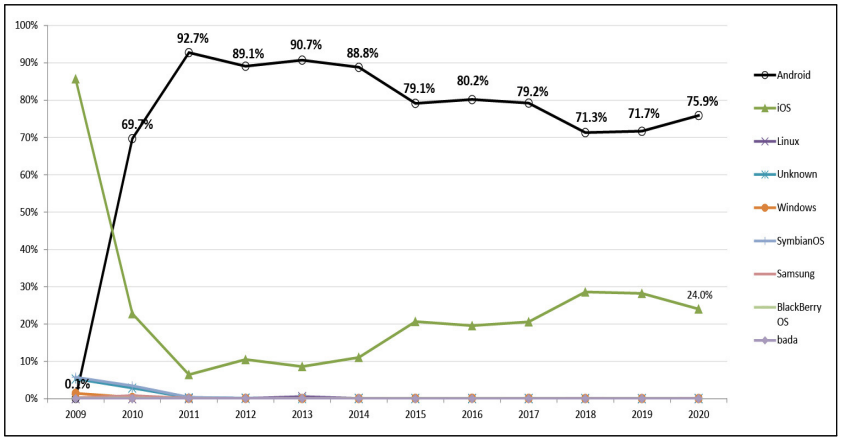
〔그림 2-4〕 전 세계 모바일 운영체제 점유율 추이



자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide/#yearly-2009-2020)

국내 모바일 운영체제 시장은 아이폰을 통해 스마트폰이 처음 소개됨에 따라 초창기 iOS 비중이 높았던 시기를 제외하면 2017년까지 구글의 안드로이드가 80% 수준을 점유하였다. iOS 비중이 꾸준히 늘어나 2020년 24.0%를 기록함에 따라 구글 안드로이드(75.9%)와 함께 시장을 양분하고 있다.

〔그림 2－5〕 국내 모바일 운영체제 점유율 추이



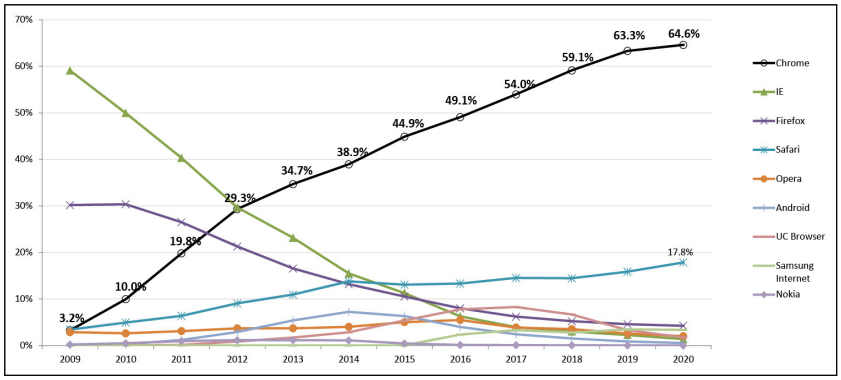
자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/south-korea/#yearly-2009-2020)

2. 웹 브라우저

인터넷 이용자에 대해 관문 역할을 하는 웹 브라우저는 특정 검색엔진을 기본값(default options)으로 설정하여 이용자를 유인할 수 있으며, 추가 기능이나 확장 프로그램으로 제공할 수 있는 광고 차단이나 개인정보보호 기술 등을 내재화할 수 있다. 뿐만 아니라 브라우저를 통해 이용자의 인터넷 이용행태에 대한 데이터를 수집할 수 있으므로 데이터 기반 네트워크 효과의 이점을 누릴 수 있다.

웹 브라우저의 경우 전 세계적으로 마이크로소프트의 익스플로러가 시장을 장악하고 있었으나, 구글의 크롬 등장 이후 빠르게 잠식되어 2020년에는 1.4%를 점유하는데 그치고 있다. 구글의 크롬 브라우저 시장점유율은 2017년 50%를 넘어선데 이어 2020년에는 64.6%를 기록하였고, 구글과 함께 유력한 모바일 운영체제를 제공하는 애플의 사파리가 17.8%로 뒤따르고 있다.

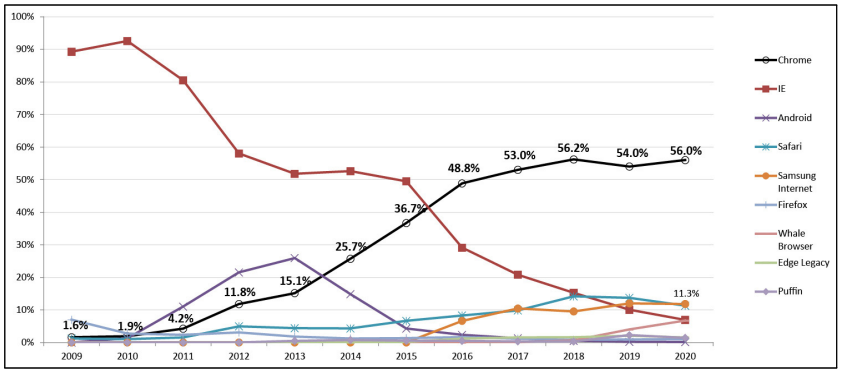
〔그림 2-6〕 전 세계 웹 브라우저 점유율 추이



주: 데스크톱, 모바일, 태블릿, 콘솔 포함
자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/browser-market-share#yearly-2009-2020)

국내 웹 브라우저 시장은 해외와 비교해 마이크로소프트의 익스플로러 영향력이 더 오래 지속되었으나, 구글 크롬과 애플 사파리가 시장을 주도하는 전 세계 시장과 비슷한 양상을 보이고 있다. 2020년 구글 크롬의 시장점유율은 56.0%를 기록하였고, 애플의 사파리가 11.3%로 뒤를 이었다.

〔그림 2-7〕 국내 웹 브라우저 점유율 추이



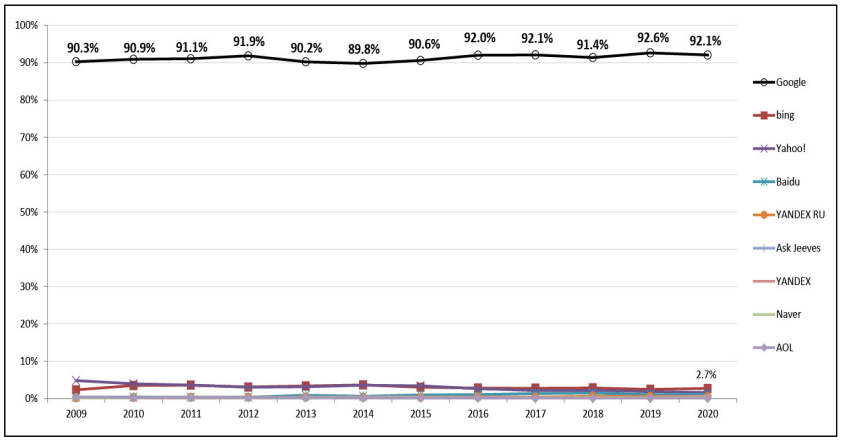
주: 데스크톱, 모바일, 태블릿, 콘솔 포함
자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/browser-market-share/all/south-korea/#yearly-2009-2020)

3. 검색엔진

인터넷 생태계에서 필수적인 기술인 검색엔진은 이용자가 입력한 키워드를 토대로 검색엔진 제공사업자가 지속적으로 모니터링하는 웹 사이트를 매칭시켜 결과를 보여주고 이용자를 관련 사이트로 연결하여 준다. 검색엔진은 검색 광고시장과 밀접히 연관되어 자사의 서비스를 우대하거나 광고 구매 여부가 검색결과 노출에 영향을 미치게 할 수 있다.

2020년 전 세계 검색엔진 시장에서 구글은 92.1%의 점유율로 시장을 장악하고 있으며, 뒤를 이어 마이크로소프트의 빙(2.7%), 야후(1.6%), 바이두(1.2%) 순이다. 나머지 검색엔진은 1% 미만의 점유율을 기록 중이다.

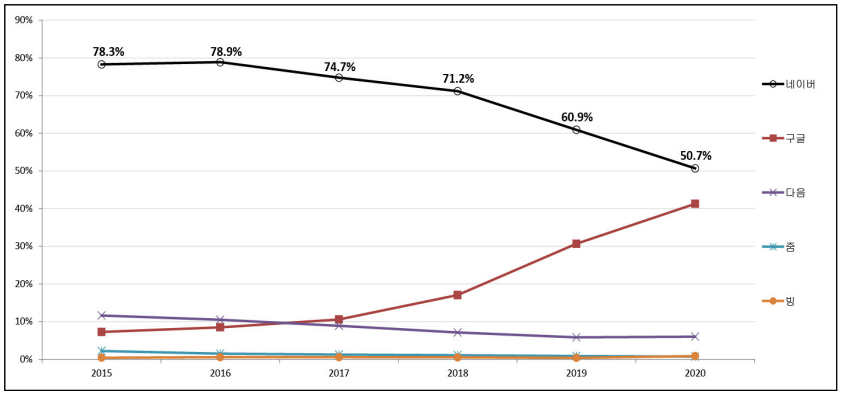
〔그림 2－8〕 전 세계 검색엔진 점유율 추이



주: 데스크톱, 모바일, 태블릿, 콘솔 포함
자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share#yearly-2009-2020)

국내 검색엔진 시장의 경우 2018년까지 네이버가 70% 이상을 점유함으로써 시장을 장악하고 있었으나, 구글이 빠르게 시장을 확대함에 따라 2020년 네이버 점유율이 50.7%로 감소하였다.

〔그림 2－9〕 국내 검색엔진 점유율 추이



자료: Internet Trend 홈페이지(http://www.internettrend.co.kr/trendForward.tsp)

4. 전자상거래

전자상거래 플랫폼은 플랫폼이면서 직접 판매를 하는 입점업체 역할을 동시에 수행함으로써 자사가 판매하는 상품이나 서비스를 우대할 수 있다. 또한, 경쟁사업자가 접근할 수 없는 이용자의 구매행태에 대한 데이터를 상품 기획이나 마케팅 등에 활용하여 경쟁에서 유리한 위치를 차지할 수 있다.

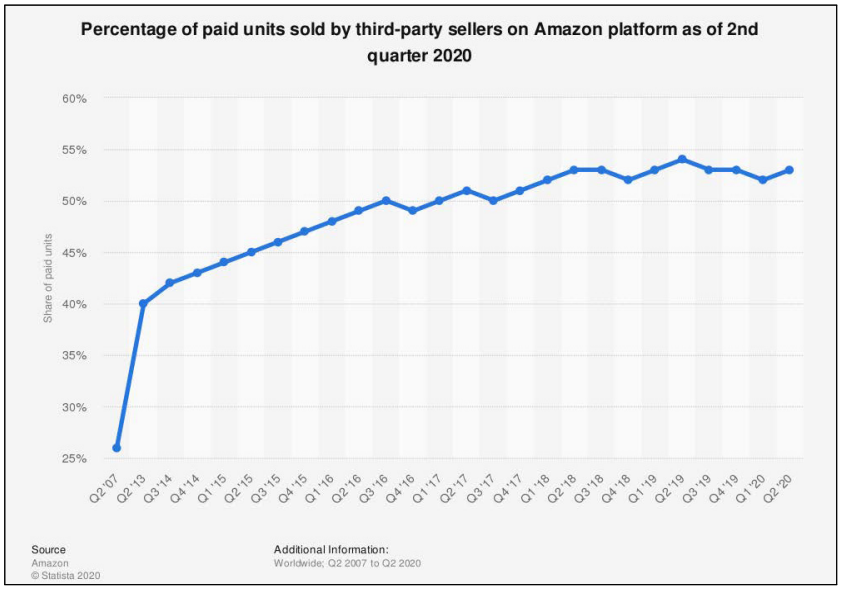
전 세계적으로 전자상거래 분야의 1위 사업자는 아마존으로 월간 방문자 수 기준으로 2위 사업자보다 2배 이상 큰 57억 명을 기록하고 있다. 2019년 아마존 매출의 약 70%가 전자상거래에서 발생하였으며, 아마존에서 제3자 입점업체의 판매량 비중이 55%에 미치지 않아 45% 이상을 아마존이 판매하는 것으로 나타나고 있다.

〈표 2－1〉 전 세계 Top 10 전자상거래 사업자

순위	사업자명	지역	월간 방문자수
1	Amazon	글로벌	57억명
2	PayPay Mall	일본	21억명
3	eBay	글로벌	16억명
4	Mercado Libre	남미	6억 6,170만명
5	AliExpress	글로벌	6억 3,910만명
6	Rakuten	글로벌	6억 2,150만명
7	Taobao	중국	5억 4,520만명
8	Walmart.com	미국	4억 6,900만명
9	JD.com	글로벌	3억 1,820만명
10	Etsy	글로벌	2억 6,630만명

자료: https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces/

〔그림 2－10〕 아마존의 제3자 입점업체 판매 비중 추이

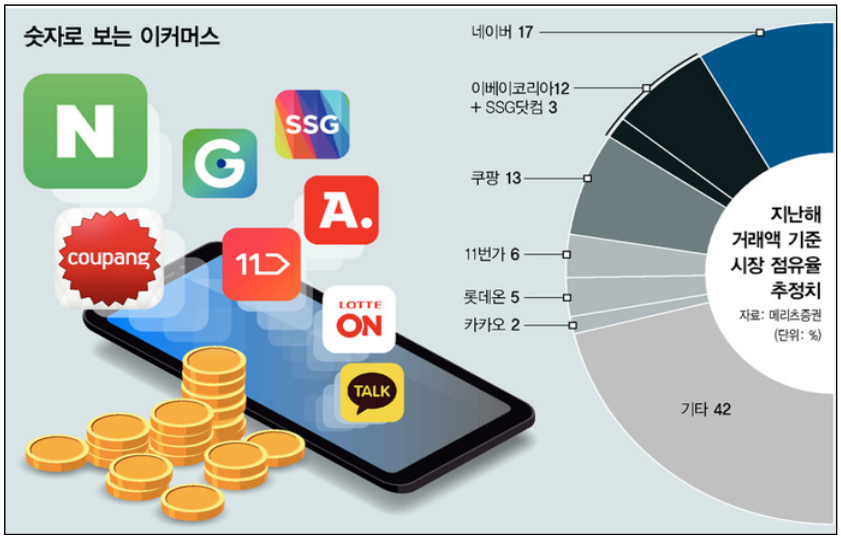


자료: EC(2020), Digital Markets Act Impact Assessment support study Annexes p.20

국내 전자상거래 시장에서는 2020년 거래금액 기준 네이버가 17%, 쓱닷컴 15%(이베이코리아 12% 포함), 쿠팡 13%, 11번가 6%, 롯데온 5%, 카카오 2% 순으로 어느 업체도 20%

를 넘는 곳이 없다.

〔그림 2－11〕 국내 전자상거래 거래금액 기준 사업자별 점유율



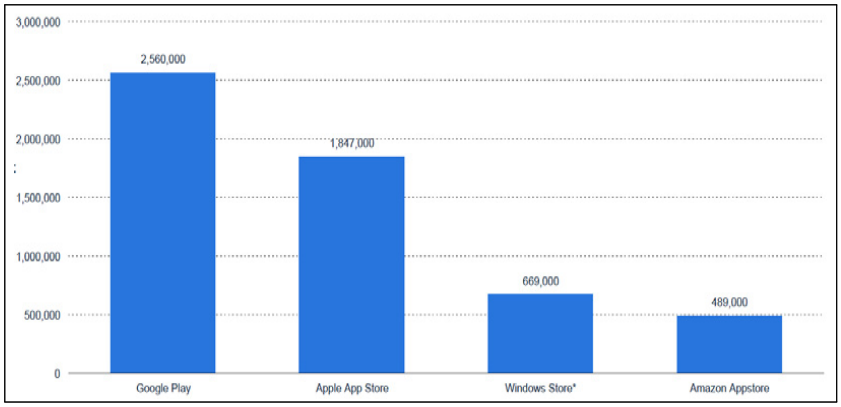
자료: 《한겨레신문》(2021. 10. 27.), "30% 고지를 향해…이커머스 '몸불리기 치킨게임' 승자는?"

5. 애플리케이션 스토어

애플리케이션 및 디지털 콘텐츠에 특화된 일종의 전자상거래 플랫폼인 애플리케이션 스토어는 전자상거래 플랫폼과 마찬가지로 플랫폼이면서 직접 판매를 하는 입점업체 역할을 동시에 수행함으로써 자사가 판매하는 애플리케이션을 우대할 수 있다. 또한, 경쟁사업자가 접근할 수 없는 이용자의 구매행태에 대한 데이터를 상품 기획이나 마케팅 등에 활용하여 경쟁에서 유리한 위치를 차지할 수 있다.

구글 플레이와 애플 앱스토어의 이용 가능한 애플리케이션은 각각 250만개 이상, 180만개 이상으로 윈도우즈 스토어, 아마존 앱스토어와 상당한 격차를 보이고 있다.

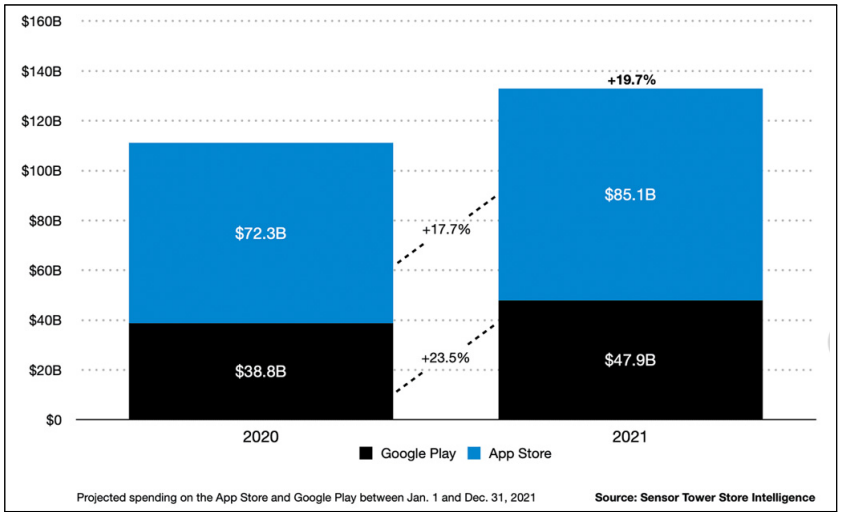
〔그림 2－12〕 2020년 기준 애플리케이션 스토어별 이용가능한 애플리케이션 수



자료: EC(2020), Digital Markets Act Impact Assessment support study Annexes p.278

애플 앱스토어와 구글 플레이의 애플리케이션 매출액은 2021년 1,330억 달러로 2019년 1,111억 달러 대비 19.7% 성장하였다.

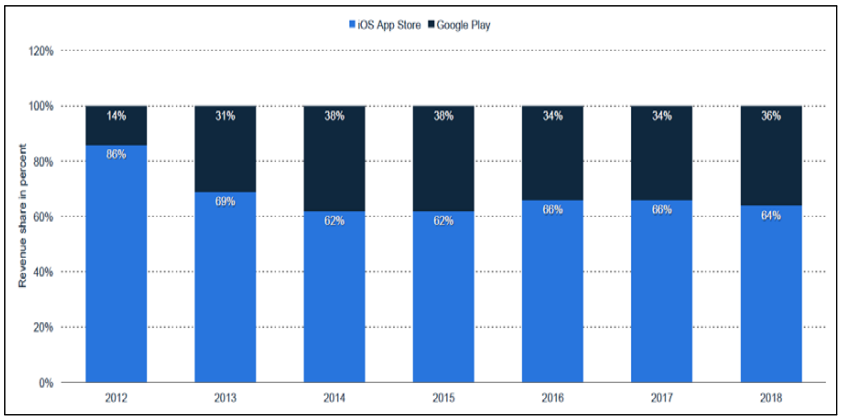
〔그림 2－13〕 전 세계 애플 앱스토어와 구글 플레이의 애플리케이션 매출액



자료: https://sensortower.com/blog/app-revenue-and-downloads-2021

매출액 기준 점유율에서 2014년 이후 애플 앱스토와 구글 플레이의 점유율이 각각 60%대와 30%대에서 안정적인 모습을 보이고 있다.

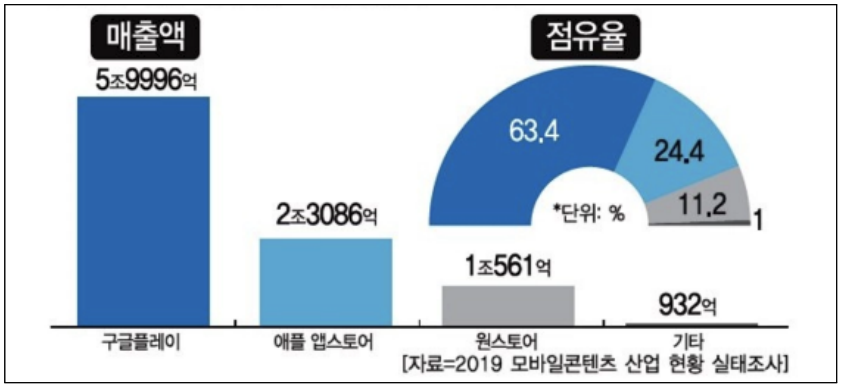
〔그림 2－14〕 전 세계 매출액 기준 애플리케이션 스토어 점유율 추이



자료: EC(2020), Digital Markets Act Impact Assessment support study Annexes p.279

국내의 경우 해외와 달리 2019년 구글 플레이의 점유율이 63.4%로 1위이며, 애플 24.4%, 원스토어 11.2%로 뒤를 잇는다.

〔그림 2－15〕 매출액(거래금액) 기준 애플리케이션 스토어 점유율 추이



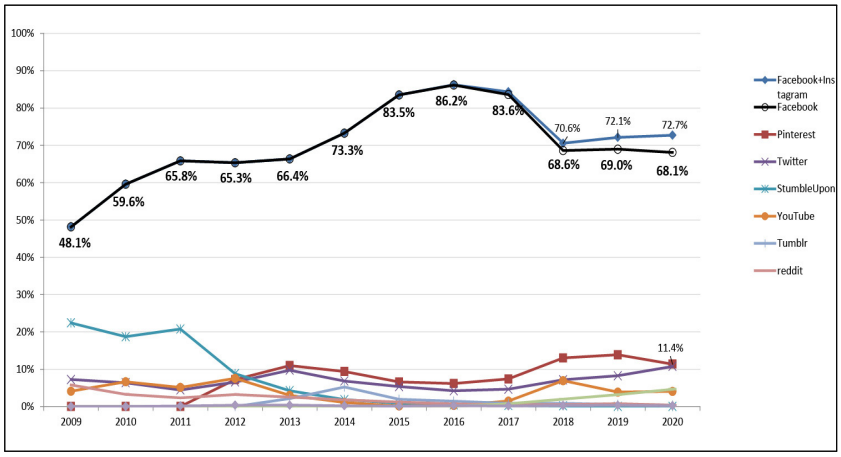
자료: 과학기술정보통신부, 한국모바일산업연합회(2020), 2019 모바일 콘텐츠 산업 현황 실태조사

6. 소셜 미디어

소셜 미디어는 이용자의 개인정보와 이용행태 정보를 타케팅 광고에 활용함으로써 개인정보 침해가 발생하기 쉽다.

2020년 전 세계적으로 페이스북이 소셜 미디어 시장의 70% 가량을 점유하고 있어 압도적인 1위이며, 2위인 핀터레스트가 11.4%, 나머지 사업자는 10% 미만을 점유하고 있다.

〔그림 2－16〕 전 세계 소셜 미디어 점유율 추이

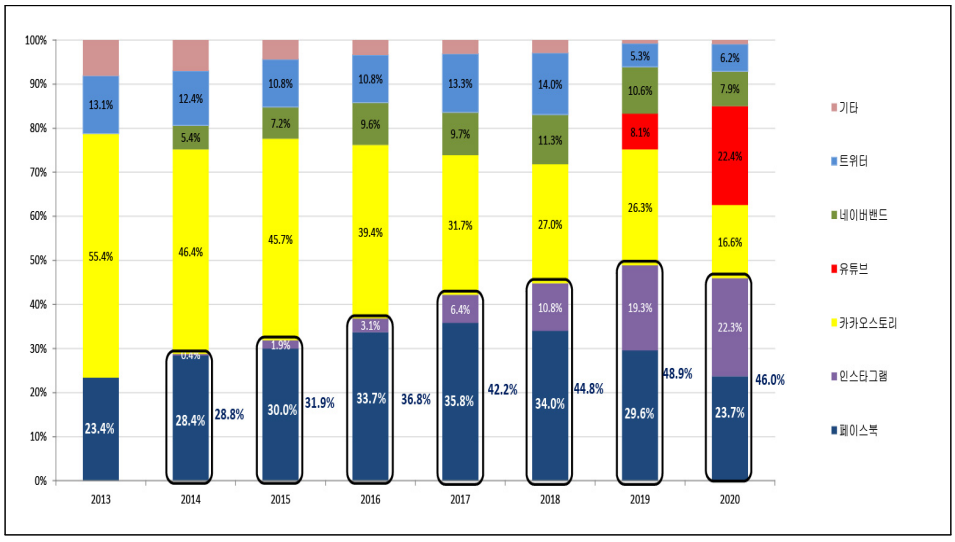


주: 데스크톱, 모바일, 태블릿, 콘솔 포함
자료: StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/social-media-stats#yearly-2009-2019)

국내의 경우 2011년에는 싸이월드가 10명 중 6명이 사용하는 1순위 소셜 미디어이었으나, 2013년 카카오스토리에 1위를 넘겨주었고, 2017년 페이스북이 1위를 차지하여 현재까지 유지하고 있다. 이후 페이스북의 점유율(2012년 인수한 인스타그램을 합산)은 지속적으로 상승하여 2020년 이용률이 46.0%로 50%에 육박하고 있다.

〔그림 2－17〕 국내 소셜 미디어 이용률 추이

(단위: %, 1순위 응답 기준)



자료: 정보통신정책연구원, 한국미디어패널 조사 2019

제3장 해외 주요국의 플랫폼 규제 입법동향

제1절 유럽연합

1. 디지털시장법안의 경과

2020년 12월 15일 EU 집행위원회는 게이트키퍼(Gatekeeper)가 존재하는 EU 전역 디지털 부문에서 경합적이고(contestable) 공정한 시장을 보장하기 위한 디지털시장법(Digital Markets Act)을 EU 회원국에 직접적인 구속력을 가지는 규칙(regulation) 형식으로 제안하였다. 이 법안은 2021년 11월 23일 유럽의회의 전담 상임위원회인 역내 시장 및 소비자 보호 위원회(IMCO, International Market and Consumwe Protection Committee)에서 찬성 42표, 반대 2표, 기권 1표로 통과하였으며, 2021년 12월 15일 유럽의회 전원회의를 통과하였다. 이후 2022년 상반기에 각료이사회 승인, 하반기에 정상회의 최종 비준이 이루어질 것으로 전망된다.

가. 디지털시장법의 주요 내용

이 법의 적용대상은 디지털 부문에서 "게이트키퍼" 역할을 하는 플랫폼이다. 게이트키퍼 지정요건은 첫째, 핵심(core) 플랫폼 서비스(온라인 중개 서비스, 검색엔진, SNS, 동영상 공유 플랫폼, 번호 미부여 대인 커뮤니케이션, OS, 클라우드 컴퓨팅 및 이들이 제공하는 광고 서비스) 제공자이어야 한다. 둘째, 다음 3가지 누적적 기준을 충족해야 한다.

- 역내 시장에 대한 상당한 영향: 지난 3개 회계연도 동안 유럽경제지역(EEA)에서 연 매출액이 65억 유로 이상이거나 지난 회계연도에 평균 시가총액 또는 이에 상응하는 공정 시장 가치가 최소 650억 유로에 달하며, 최소 3개 회원국에서 핵심 플랫폼 서비스를 제공할 경우에 해당하는 것으로 추정
- 사업이용자가 최종이용자에 도달하는데 중요한 게이트웨이 역할을 하는 핵심 플랫폼 서비스를 운영: 지난 회계연도에 EU에 설립 또는 거주하는 월 4천5백만명 이상의 활

성 최종이용자와 EU에 설립된 연 10,000명 이상의 활성 사업이용자를 대상으로 핵심 플랫폼 서비스를 운영하는 경우에 해당하는 것으로 추정

- 견고하고 지속적인 지위 또는 가까운 장래에 그러한 지위를 가질 것으로 예상: 지난 3개 회계연도 동안 위의 두번째 기준을 충족한 경우에 해당하는 것으로 추정

게이트키퍼가 이행해야 하는 의무는 ① 제3자 서비스가 게이트키퍼의 운영체제 등과 상호운용될 수 있게 허용, ② 사업이용자·최종이용자의 활동을 통해 생성된 데이터의 이동성 제공, ③ 사업이용자·최종이용자가 생성한 데이터에 대한 사업이용자의 접근을 허용, ④ 광고주퍼블리셔에게 게이트키퍼가 호스트한 광고를 독립적으로 확인하는데 필요한 도구·정보를 제공, ⑤ 게이트키퍼의 검색엔진에서 최종이용자가 생성한 검색 관련 데이터 제공 ⑥ 게이트키퍼의 앱스토어에서 사업이용자들에게 공정하고 비차별적인 접근 조건을 적용 등이다.

사전적으로 금지되는 행위는 ① 자신의 서비스·상품을 제3자의 유사한 서비스·상품보다 순위에서 더 유리하게 취급, ② 제3자 플랫폼을 통해 다른 가격·조건으로 동일한 상품·서비스를 제공하는 것을 방해 ③ 사업이용자·최종이용자의 활동을 통해 생성된 데이터를 사업이용자와의 경쟁에 사용 ④ 게이트키퍼 플랫폼 외부에서 최종이용자와 계약을 체결하거나 외부에 구입한 콘텐츠 등 이용 방해 ⑤ 개인정보를 게이트키퍼가 제공하는 다른 서비스의 개인정보와 결합 ⑥ 게이트키퍼의 신원확인 서비스를 사용하도록 요구하거나 게이트키퍼 서비스 이용조건으로 다른 핵심 플랫폼 서비스 이용을 요구 ⑦ 선탑재된 소프트웨어·앱 삭제를 방해 ⑧ 게이트키퍼의 운영체제를 통해 접근하는 앱·서비스 간에 전환·가입하는 기능을 제한 등이다.

불이행 시 전세계 매출액의 10%까지 과징금을 부과할 수 있고, 이행강제금으로 전세계 매출액의 5%까지 부과 가능하다. 또한, 조직적으로 위반하는 사업자에 대해서는 법 준수를 보장하기 위한 다른 효과적인 수단이 없을 경우 특정 사업·자산의 매각 등 구조적 조치를 취할 수 있다.

나. 조문별 주요 내용

1) 제1장: 일반 조항

○ (제1조, 대상 및 범위) 이 법은 게이트키퍼의 설립지나 소재지와 관계없이, EU 내

설립된 사업이용자 또는 EU 내 설립되거나 위치한 최종이용자에게 제공되는 핵심(core) 플랫폼 서비스에 적용

- 유럽전자통신규약(European Electronic Communications Code) 상 전자통신네트워크 및 서비스(개인간 통신 서비스 제외)에는 적용 제외
- 회원국은 경합적이고 공정한 시장을 보장할 목적으로 법률 또는 행정 조치를 통해 게이트키퍼에 추가 의무를 부과할 수 없음
- 회원국이 소비자를 보호하거나 불공정한 행위에 대응하기 위해 게이트키퍼 지위와 관련이 없는 의무를 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자를 포함하여 사업자들에게 부과하는 것은 배제하지 않음
- 회원국은 이 법에 따라 집행위원회가 내린 결정에 반하는 결정을 내릴 수 없으며, 집행위원회와 회원국은 집행 조치에 있어 긴밀히 협력하고 조정해야 함

○ (제2조, 정의) "게이트키퍼"란 제3조에 따라 지정된 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자를 의미

- "핵심 플랫폼 서비스"란 ① 온라인 중개 서비스 ② 온라인 검색엔진 ③ 온라인 소셜 네트워킹 서비스 ④ 비디오 공유 플랫폼 서비스 ⑤ 전화번호와 독립적인 개인간 통신 서비스 ⑥ 운영체제 ⑦ 클라우드 컴퓨팅 서비스 ⑧ ①~⑦의 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 제공하는 광고 서비스(광고 네트워크, 광고 교환 및 기타 광고 중개 서비스 등)를 의미
- '소프트웨어 애플리케이션 스토어'란 소프트웨어 애플리케이션 중개에 주안점을 둔 온라인 중개 서비스를 의미
- '보조(ancillary) 서비스'란 핵심 플랫폼 서비스와 함께 제공되는 서비스(결제 서비스 및 이를 지원하는 기술 서비스, 주문처리, 신원확인, 광고 서비스 등)를 의미
- '신원확인(identification) 서비스'란 사용되는 기술과 관계없이 최종이용자 또는 사업이용자의 모든 유형의 신원을 확인할 수 있는 보조 서비스를 의미
- '최종이용자(end user)'란 핵심 플랫폼 서비스를 이용하는, 사업이용자가 아닌 자연인 또는 법인을 의미
- '사업이용자(business user)'란 최종이용자에게 상품·서비스를 제공할 목적으로 또는 그 과정에서 핵심 플랫폼 서비스를 이용하여 상업적 또는 전문적인 능력으로

활동하는 자연인 또는 법인을 의미

– '순위(ranking)'란 온라인 중개 서비스 또는 온라인 소셜 네트워킹 서비스를 통해 제공되는 상품·서비스에 부여되는 상대적인 두드러짐(prominence) 또는 온라인 검색엔진의 검색 결과에 부여되는 관련성(relevance)을 의미

2) 제2장: 게이트키퍼

○ (제3조, 게이트키퍼의 지정) 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 ① 역내시장에 상당한 영향을 미치고 ② 사업이용자가 최종이용자에게 도달하는 중요한 게이트웨이 역할을 하는 핵심 플랫폼 서비스를 운영하며 ③ 견고하고(entrenched) 지속적인(durable) 지위를 보유하거나 가까운 장래에 그러한 지위를 보유할 것으로 예상되는 경우 게이트키퍼로 지정

– 다음 요건을 충족하는 경우 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자로 추정

ⓐ 지난 3개 회계연도에 연간 65억 유로 이상의 유럽경제지역(EEA) 매출을 달성하거나 지난 회계연도 평균 시가총액 또는 이에 상응하는 공정 시장가치가 최소 650억 유로에 달하고, 최소 3개 회원국에서 핵심 플랫폼 서비스를 제공할 경우 역내시장에 상당한 영향을 미치는 것으로 추정

ⓑ 지난 회계연도에 EU에 설립 또는 거주하는 월 4천 5백만 명 이상의 활성 최종이용자와 EU에 설립된 연간 10,000명 이상의 활성 사업이용자를 대상으로 핵심 플랫폼 서비스를 운영하는 경우 최종이용자에게 도달하는 중요한 게이트웨이 역할을 하는 것으로 추정

ⓒ 지난 3개 회계연도 각각에서 ⓑ의 기준이 충족될 경우 견고하고 지속적인 지위를 보유한 것으로 추정

– 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 ⓐ, ⓑ, ⓒ 모든 기준을 충족하는 경우 해당 기준을 충족한 3개월 이내에 집행위원회에 이를 통보하고 관련 정보를 제공해야 함

※ 통보는 ⓑ기준을 충족하는 핵심 플랫폼 서비스 각각에 대한 관련 정보를 포함해야 하며, 다른 핵심 플랫폼 서비스가 개별적으로 ⓑ기준을 충족할 경우 업데이트되어야 함

※ 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 통보하지 않더라도 집행위원회는 언제든지 게이트키퍼로 지정할 수 있음

– 집행위원회는 완전한 정보를 수령한 후 지체 없이 늦어도 60일 이내에 모든 요건을 충족하는 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자를 게이트키퍼로 지정해야 함

– 집행위원회는 하위법령 제정을 통해 양적 추정 기준이 충족되는지 여부를 판단하기 위한 방법론을 규정할 수 있음

– 집행위원회는 추정 기준을 충족하지 않지만 ①, ②, ③ 요건을 충족하거나 추정 기준을 충족하지만 ①, ②, ③ 요건을 충족하지 않는다고 주장하는 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자를 게이트키퍼로 식별하려면 다음 요소들을 고려해야 함

ⓐ 매출액·시가총액 등 사업규모, 운영 및 지위

ⓑ 최종이용자에게 도달하기 위해 핵심 플랫폼 서비스에 의존하는 사업이용자 수 및 최종이용자 수

ⓒ 네트워크 효과 및 데이터 기반 이점*으로 인한 진입장벽

* 특히, 개인/비개인 데이터에 대한 접근·수집·분석 능력

ⓓ 데이터를 포함하여 제공사업자가 누리는 규모·범위 효과

ⓔ 사업이용자 또는 최종이용자의 고착(lock-in)

ⓕ 기타 시장의 구조적 특성

※ 평가 시 이러한 요소들의 예측 가능한 발전을 고려해야 함

※ 추정 기준을 충족하는 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 집행위원회의 조사에 불응하고, 합리적인 기한 내에 조사에 응해 의견을 제출하도록 요청받은 후에도 계속 불응하는 경우 집행위원회는 해당 사업자를 게이트키퍼로 지정할 수 있음

– 추정 기준을 충족하지 않는 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 집행위원회의 조사에 불응하고, 합리적인 기한 내에 조사에 응해 의견을 제출하도록 요청받은 후에도 계속 불응하는 경우 집행위원회는 이용가능한 사실에 근거하여 해당 사업자를 게이트키퍼로 지정할 수 있음

– 집행위원회는 게이트키퍼가 소유하는 기업집단을 식별하고, 동일 기업집단이 제공하면서 추정기준ⓑ를 충족하는 핵심 플랫폼 서비스를 열거해야 함(제5조·제6조 적용대상)

– 게이트키퍼는 핵심 플랫폼 서비스로 지정된 후 6개월 이내에 제5조·제6조의 의

무를 준수해야 함

○ (제4조, 게이트키퍼 지위의 재검토) 집행위원회가 게이트키퍼 지정을 재검토할 수 있는 조건과 정기적으로 재검토할 의무를 규정

3) 제3장: 시장경합성을 제한하거나 불공정한 게이트키퍼의 행위

○ (제5조, 게이트키퍼의 의무) 게이트키퍼는 각각의 핵심 플랫폼 서비스에 대해 다음 사항들을 이행해야 함

① 핵심 플랫폼 서비스에서 얻은 개인 데이터를 게이트키퍼가 제공하는 다른 서비스나 또는 제3자 서비스의 개인 데이터와 결합하거나 최종이용자에게 옵션이 제시되고 동의가 이루어지지 않는 이상 게이트키퍼의 다른 서비스에 로그인하도록 해서는 안 됨

② 사업이용자가 게이트키퍼의 온라인 중개 서비스를 통해 제공되는 것과 다른 가격·조건으로 제3자 온라인 중개 서비스를 통해 최종이용자에게 동일한 제품 또는 서비스를 제공하도록 허용

③ 사업이용자가 핵심 플랫폼 서비스를 통해 확보한 최종이용자에게 상품을 홍보하고, 해당 목적을 위해 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스를 이용하는지 여부와 관계없이 계약을 체결할 수 있도록 허용

– 최종이용자가 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스를 이용하지 않고 사업이용자로부터 획득한 콘텐츠, 구독, 기능 또는 기타 아이템을 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스를 통해 사업이용자의 소프트웨어 애플리케이션을 사용하여 접근이용할 수 있도록 허용

④ 사업이용자가 게이트키퍼의 행위와 관련하여 당국에 문제를 제기하는 것을 막거나 제한해서는 안 됨

⑤ 사업이용자가 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스를 통해 제공하는 서비스에 대해 게이트키퍼의 신원확인 서비스를 사용·제공·상호운용(interoperate)하도록 요구해서는 안 됨

⑥ 사업이용자 또는 최종이용자에게 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스의 액세스·가입·등록 조건으로 게이트키퍼로 지정된 핵심 플랫폼 서비스 또는 추정기준ⓑ를 충족하는 다른 핵심 플랫폼 서비스에 액세스·가입·등록하도록 요구

해서는 안 됨

⑦ 광고주와 퍼블리셔가 요청하는 경우 그들이 지급한 가격, 퍼블리셔에게 지급한 보수에 관한 정보를 제공해야 함

○ (제6조, 더욱 특정될 수 있는 게이트키퍼의 의무) 게이트키퍼는 각각의 핵심 플랫폼 서비스에 대해 다음 사항들을 이행해야 함

① 사업이용자 및 사업이용자의 최종이용자의 활동을 통해 생성되거나 사업이용자 및 사업이용자의 최종이용자가 제공하는 공개되지 않은 데이터를 사업이용자와의 경쟁에 사용해서는 안 됨

② 운영체제나 단말의 기능에 필수적이며 기술적으로 제3자에 의해 독립형(standalone)으로 제공될 수 없는 소프트웨어 애플리케이션에 대해 게이트키퍼가 삭제를 제한할 수 있도록 하되, 최종이용자가 핵심 플랫폼 서비스에 사전 설치된 소프트웨어 애플리케이션을 삭제할 수 있도록 허용해야 함

③ 게이트키퍼의 운영체제를 사용하거나 상호 운용하는 제3자 소프트웨어 애플리케이션 또는 소프트웨어 애플리케이션 스토어의 설치 및 효과적인 이용을 허용하고, 해당 소프트웨어 애플리케이션 또는 소프트웨어 애플리케이션 스토어에 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스 이외의 방법으로 접근할 수 있도록 허용해야 함

- 게이트키퍼가 제공하는 하드웨어나 운영체제의 무결성을 제3자 소프트웨어 애플리케이션 또는 소프트웨어 애플리케이션 스토어가 위태롭게 하지 않도록 적절한 조치를 취하는 것은 금지되지 않음

④ 제3자의 유사한 서비스·상품과 비교하여 게이트키퍼 자신 또는 동일한 기업집단에 속하는 제3자에 의해 제공되는 서비스·상품의 순위를 더 유리하게 취급해서는 안 되며, 그러한 순위에 공정하고 비차별적 조건을 적용해야 함

⑤ 최종이용자의 인터넷 액세스 제공사업자 선택에 관한 사항을 포함하여 최종이용자가 게이트키퍼의 운영체제를 통해 접근할 서로 다른 소프트웨어 애플리케이션 및 서비스 간에 전환하거나 가입하는 기능을 기술적으로 제한해서는 안 됨

⑥ 사업이용자와 보조 서비스 제공사업자로 하여금 게이트키퍼의 보조 서비스를 제공하는데 사용되는 운영체제, 하드웨어 또는 소프트웨어 기능에 접근하고 상호운용할 수 있도록 해야 함

⑦ 광고주 및 퍼블리셔가 요청하는 경우 게이트키퍼의 성과 측정 도구에 대한 접근 및 광고주 및 퍼블리셔가 광고 인벤토리에 대한 독립적인 검증을 수행하는데 필요한 정보를 무료로 제공해야 함

⑧ 사업이용자 또는 최종이용자의 활동을 통해 생성된 데이터의 이동성을 효과적으로 제공하고, 특히 지속적인 실시간 접근 제공을 포함하여 개인정보보호규칙(GDPR)에 따라 최종이용자에게 데이터 이동성(data portability)의 행사를 용이하게 하는 도구를 제공해야 함

⑨ 사업이용자 또는 사업이용자가 승인한 제3자에게 해당 사업이용자 및 해당 사업이용자가 제공하는 서비스·상품에 관련된 최종이용자에 의해 핵심 플랫폼 서비스 이용 과정에서 제공되거나 생성되는 집계·비집계 데이터의 효과적인 고품질의 지속적 실시간 접근이용을 무료로 제공해야 함

– 개인정보의 경우에는 핵심 플랫폼 서비스를 통해 사업이용자가 제공하는 상품·서비스에 있어 최종이용자가 유발한 이용과 직접적으로 관련되며, 개인정보보호규칙에 따라 최종이용자가 그러한 공유를 선택한 경우에만 접근·이용을 제공해야 함

⑩ 제3자 온라인 검색엔진 제공사업자가 요청하는 경우 게이트키퍼의 온라인 검색엔진 상에서 최종이용자가 생성한 무료·유료 검색과 관련된 순위, 쿼리, 클릭 및 보기 데이터를 공정하고 합리적이며 비차별적 조건으로 접근할 수 있도록 제공해야 함

– 개인정보에 해당하는 쿼리, 클릭 및 보기 데이터에 대해서는 익명화가 수반되어야 함

⑪ 게이트키퍼로 지정된 소프트웨어 애플리케이션 스토어에 대해 사업이용자의 공정하고 비차별적인 일반 접근 조건을 적용해야 함

○ (제7조, 게이트키퍼 의무의 준수) 제5조·제6조에 규정된 의무를 준수하기 위해 게이트키퍼가 이행한 조치는 해당 의무의 목적을 달성하는데 효과적이어야 함

– 게이트키퍼가 제6조에 규정된 의무를 준수하기 위해 이행하거나 이행하려는 조치가 효과적이지 않다고 판단하면 집행위원회는 게이트키퍼가 이행해야 할 조치를 특정하는 결정을 내릴 수 있음

– 제6조 ⑩, ⑪에 따른 의무를 특정하기 위해 집행위원회는 게이트키퍼가 이행하거나 이행하려는 조치가 사업이용자의 권리와 의무 간 불균형을 없애는지 여부 및 그 조치 자체가 게이트키퍼가 사업이용자에게 제공하는 서비스에 비례적이지 않은 이점을 게이트키퍼에게 부여하는지 여부도 평가해야 함

○ (제8조, 정지) 게이트키퍼가 근거를 제시하며 요청하는 경우 집행위원회는 예외적으로 제5조·제6조 중 특정 의무를 정지하는 결정을 내릴 수 있음

○ (제9조, 공익적 이유로 인한 면제) 게이트키퍼가 근거를 제시하며 요청하는 경우 또는 직권으로 집행위원회는 공중 도덕, 보건 및 안보를 위해서만 예외적으로 제5조·제6조 중 특정 의무를 면제하는 결정을 내릴 수 있음

○ (제10조, 게이트키퍼 의무의 갱신) 집행위원회는 시장조사에 근거해 제5조·제6조의 의무로 해소되는 행위와 동일한 방식으로 핵심 플랫폼 서비스의 시장경합성을 제한하거나 불공정한 행위에 대응하여 새로운 의무가 필요하다고 확인하는 경우에 제5조·제6조의 의무를 갱신할 수 있는 권한을 가짐

○ (제11조, 우회 방지) 제5조·제6조의 의무는 게이트키퍼로 지정된 핵심 플랫폼 서비스에 적용되나, 그 이행이 게이트키퍼가 보유한 기업집단의 행위로 인해 훼손되어서는 안 됨

– 이 법의 준수를 위해 개인정보의 수집·처리에 대한 동의가 필요한 경우 게이트키퍼는 사업이용자가 직접 동의를 얻도록 하거나 사업이용자에게 익명화된 데이터를 제공하는 등의 방법으로 개인정보보호 관련 법령을 준수하기 위해 필요한 조치를 취해야 함 – 게이트키퍼는 제5조·제6조의 권리·선택을 이용하는 사업이용자 또는 최종이용자에게 제공하는 핵심 플랫폼 서비스의 조건 또는 품질을 저하시키거나 그러한 권리·선택의 행사를 부당하게 어렵게 만들어서는 안 됨

○ (제12조, 기업결합 통지 의무) 게이트키퍼는 다른 핵심 플랫폼 서비스 또는 디지털 부문에서 제공되는 모든 서비스 제공자가 포함된 기업결합에 대해 사전에 집행위원회에 통지해야 함

○ (제13조, 감사 의무) 게이트키퍼가 핵심 플랫폼 서비스에 적용하는 소비자 프로파일링 기술에 대해 독립적 감사를 받은 설명서를 집행위원회에 제출해야 함

4) 제4장: 시장 조사

○ (제14조, 시장조사의 개시) 집행위원회가 제15조·제16조·제17조에 따른 결정의 채택 가능성을 고려하여 시장조사를 실시하고자 할 때에는 시장조사 개시 결정을 채택하여야 함

– 결정의 근거가 되는 사실에 중대한 변화가 있거나, 결정이 불완전하거나 부정확하거나 오인의 소지가 있는 정보에 근거한 경우 종결된 시장조사를 재개할 수 있음

○ (제15조, 게이트키퍼 지정을 위한 시장조사) 집행위원회는 제3조제6항에 따라 게이트키퍼를 지정하거나 제3조제7항에 따라 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스를 식별하기 위하여 시장조사를 실시할 수 있음

– 조사 개시 후 6개월 이내에 관련 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자에게 예비 조사 결과를 전달하고, 12개월 이내에 조사를 종결하도록 노력해야 함

– 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자가 추정기준을 번복하는 증거를 제출한 경우에는 조사 개시 후 3개월 이내에 예비 조사결과를 전달하고 5개월 이내에 조사를 종결하도록 노력해야 함

– 아직 견고하고 지속적인 지위를 보유하지 못하지만, 가까운 장래에 그러한 지위를 보유할 것으로 예측되는 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자를 게이트키퍼로 지정할 경우에는 제5조②, 제6조제1항 ⑤·⑥·⑧·⑨만 적용

○ (제16조, 조직적 법 위반에 대한 시장조사) 시장조사 결과 제5조·제6조에 규정된 의무를 조직적으로(systematically) 위반하고, 게이트키퍼 지위를 더욱 강화한 것으로 판명된 경우, 제32조제4항의 자문절차에 따라 채택된 결정을 통해 위반행위에 비례하고, 이 법의 준수를 보장하기 위해 필요한 행태적·구조적 조치를 부과할 수 있음

– 동등하게 효과적인 행태적 조치가 없거나 동등하게 효과적인 행태적 조치가 구조적 조치에 비해 게이트키퍼에게 더 부담이 될 경우에만 구조적 조치를 부과할 수 있음

– 이 조항에 의한 시장조사 개시 결정 이전 5년의 기간 동안 핵심 플랫폼 서비스와 관련하여 제25조·제26조에 따라 3건 이상의 법 위반 또는 과징금 부과 결정

이 내려진 경우 조직적으로 위반한 것으로 간주

– 게이트키퍼가 역내시장에 미치는 영향이 더욱 커지거나, 사업이용자가 최종이용자에게 도달할 수 있는 게이트웨이로서의 중요성이 더욱 증대되거나, 더욱 견고하고 지속적인 지위를 보유하는 경우에 게이트키퍼 지위가 강화되거나 확장된 것으로 간주

○ (제17조, 새로운 서비스·행위에 대한 시장조사) 집행위원회는 새로운 서비스를 핵심 플랫폼 서비스 목록에 추가해야 하는지 여부를 검토하기 위한 목적으로 또는 핵심 플랫폼 서비스의 경합성을 제한하거나 불공정한 행위로서 이 법에 의해 효과적으로 다루어지지 않는 유형의 행위를 탐지하기 위한 목적으로 시장조사를 실시할 수 있음

5) 제5장: 조사, 집행, 모니터링 권한

○ (제18조, 절차의 개시) 집행위원회가 제7조·제25조·제26조에 따른 결정의 채택 가능성을 고려하여 절차를 진행하고자 하는 경우 절차 개시 결정을 채택하여야 함

○ (제19조, 정보 요청) 집행위원회는 이 법에 규정된 조항의 모니터링, 이행 및 집행 목적을 포함하여 모든 필요한 정보를 사업자·사업자단체에 요청할 수 있음

– 또한, 사업자의 데이터베이스와 알고리즘에 대한 접근 및 설명을 요청할 수 있음

○ (제20조, 면담 및 진술 청취 권한) 집행위원회는 이 법에 규정된 조항의 모니터링, 이행 및 집행과 관련하여 조사대상에 관한 정보수집 목적으로 면담에 동의하는 자연인 또는 법인을 면담할 수 있음

○ (제21조, 현장조사 권한) 집행위원회는 사업자의 사업장 내에서 현장조사를 실시할 수 있음

○ (제22조, 임시조치) 집행위원회는 게이트키퍼의 사업이용자나 최종이용자에게 심각하고 회복 불가능한 피해의 위험이 있어 긴급한 경우 제32조제4항의 자문절차에 따라 채택된 결정에 의해 제5조·제6조의 위반행위에 대한 임시조치를 명할 수 있음

○ (제23조, 시정안) 제16조·제25조에 따른 절차 중 게이트키퍼가 제5조·제6조에 규정된 의무를 준수하기 위한 시정안을 제출하는 경우 집행위원회는 제32조제4항의 자문절차에 따라 채택된 결정에 의해 구속력을 갖게 할 수 있음

○ (제24조, 의무 및 조치 모니터링) 위원회는 제5조·제6조에 규정된 의무 및 제7조·제16조·제22조·제23조에 따른 결정을 효과적으로 이행하고 준수하는지 모니터링하기 위해 필요한 조치를 취할 수 있음

○ (제25조, 미준수) 위원회는 게이트키퍼가 ① 제5조·제6조에 규정된 모든 의무 ② 제7조제2항에 따라 채택된 결정에 명시된 조치 ③ 제16조제1항에 따른 조치 ④ 제22조에 따른 임시조치 ⑤ 제23조에 따른 법적 구속력을 지닌 시정안 중 하나 이상을 준수하지 않는 경우 제32조제4항의 자문절차에 따라 미준수 결정을 채택해야 함

○ (제26조, 과징금) 집행위원회는 제25조에 따른 결정에서 고의 또는 과실로 게이트키퍼가 ① 제5조·제6조에 규정된 모든 의무 ② 제7조제2항에 따라 채택된 결정에 명시된 조치 ③ 제16조제1항에 따른 조치 ④ 제22조에 따른 임시조치 ⑤ 제23조에 따른 법적 구속력을 지닌 시정안을 준수하지 않는 경우 전년도 총 매출액의 10%를 초과하지 않는 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있음

– 고의 또는 과실로 다음의 행위를 한 경우 전년도 총 매출액의 1%를 초과하지 않는 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있음

① 제3조제2항에 따라 게이트키퍼 지정을 판단하는데 필요한 기한 내 정보를 제공하지 않거나 부정확하거나 불완전하거나 오인의 소지가 있는 정보 제공

② 제12조에 따라 필요한 정보를 제공하지 않거나 부정확하거나 불완전하거나 오인의 소지가 있는 정보 제공

③ 제13조에 따라 필요한 설명을 제출하지 않음

④ 제19조·제20조에 따라 요청되는 정보·설명을 제공함에 있어 부정확하거나 불완전하거나 오인의 소지가 있는 정보·설명 제공

⑤ 제19조에 따른 데이터베이스 및 알고리즘에 대한 접근을 제공하지 않음

⑥ 집행위원회가 정한 기한 내에 직원이 제공한 부정확하거나 불완전하거나 오인의 소지가 있는 정보를 시정하지 않거나, 제21조에 따라 감사 대상 및 목적과 관련된 사실에 대한 완전한 정보를 제공하지 않음

⑦ 제21조에 따른 현장조사의 거부

○ (제27조, 이행강제금) 위원회는 다음의 결정을 강제하기 위해 해당 결정으로 정해진 날짜로부터 계산하여 1일당 전년도 평균 일일 매출액의 5%를 초과하지 않는

범위 내에서 이행강제금을 부과할 수 있음

① 제16조제1항에 따른 결정의 준수

② 제19조에 따른 결정에 의한 정보 요청이 요구하는 기한 내에 정확하고 완전한 정보 제공

③ 제19조에 따른 결정에 의한 데이터베이스 및 알고리즘에 대한 접근 보장 및 설명 제공

④ 제21조에 따른 결정에 의한 현장조사

⑤ 제22조제1항에 따른 결정에 의한 임시조치의 준수

⑥ 제23조제1항에 따른 결정에 의한 법적 구속력이 있는 시정안의 준수

⑦ 제25조제1항에 따른 결정의 준수

○ (제28조, 제재금 부과의 시한) 제26조·제27조의 제재금은 3년 내 부과 가능하고, 위반행위가 발생한 날부터 기산하되, 지속적이거나 반복적 위반행위의 경우에는 위반이 종료한 날부터 기산

○ (제29조, 제재금 집행의 시한) 제26조·제27조의 제재금은 부과 결정 후 5년 내 집행 가능하고, 최종 결정일부터 기산

○ (제30조, 알 권리) 집행위원회는 제7조·제8조제1항·제9조제1항·제15조·제16조·제22조·제25조·제26조·제27조제2항에 따른 결정을 채택하기 전에 예비조사 결과 및 취하려는 조치에 대해 게이트키퍼가 의견을 제출할 수 있는 기회를 제공해야 함

○ (제31조, 비밀유지) 제3조·제12조·제13조·제19조·제20조·제21조에 따라 수집된 정보는 이 법의 목적으로만 사용될 수 있음

○ (제32조, 디지털시장 자문위원회) 집행위원회는 디지털시장 자문위원회(Digital Markets Advisory Committee)의 지원을 받음

– 집행위원회는 디지털시장 자문위원회의 의견을 개별 결정의 수취인에게 해당 결정과 함께 송부해야 하며, 개별 결정과 함께 공개해야 함

○ (제33조, 시장조사 요청) 3개 이상의 회원국이 핵심 플랫폼 서비스 제공사업자를 게이트키퍼로 지정해야 한다고 의심할만한 합리적 근거가 있다고 판단하여 집행위원회에 조사 개시를 요청할 경우, 집행위원회는 4개월 이내에 조사를 개시할 합

리적인 근거가 있는지 검토해야 함

6) 제6장: 일반 조항

○ (제34조, 결정의 공표) 위원회는 제3조・제7조・제8조・제9조・제15조・제16조・제17조・제22조・제23조제1항・제25조・제26조・제27조에 따라 결정한 사항을 공표해야 함

– 공표사실에는 당사자의 성명 및 부과된 과징금을 포함하여 결정의 주요 내용을 명시해야 함

○ (제35조, 유럽사법재판소의 검토) 유럽사법재판소는 집행위원회가 과징금 또는 이행강제금을 부과한 결정을 검토할 수 있는 무제한의 권한을 가지며, 부과된 과징금 또는 이행강제금을 취소・감경・증액할 수 있음

○ (제36조, 시행 규정) 집행위원회는 제3조・제6조・제12조・제13조・제15조・제16조・제17조・제20조・제22조・제23조・제25조・제30조에 관한 시행령을 채택할 수 있음

※ 제3조에 따른 통지・제출의 양식, 내용 및 기타 세부사항

※ 게이트키퍼가 제6조제1항 ⑧⑨⑩의 준수를 보장하기 위해 구현해야 하는 기술적 조치의 유형, 내용 및 기타 세부 사항

※ 제12조・제13조에 따라 이루어진 통지・제출의 양식, 내용 및 기타 세부사항

※ 제16조에 규정된 마감일 연장의 실제적 조치

※ 제15조・제16조・제17조에 따른 조사와 제22조・제23조・제25조에 따른 절차에 관한 실제적 조치

※ 제30조에 규정된 권리 행사를 위한 실제적 조치

※ 제30조에 규정된 협상에 따른 정보 공개를 위한 실제적 조치

– 집행위원회는 시행령을 채택하기 전에 초안을 공표하고 모든 이해관계자에게 1개월 이상의 기간 내에 의견을 제출하도록 요청해야 함

○ (제37조, 위임권의 행사) 집행위원회에 위임 법령을 채택할 권한을 부여

– 제3조제6항・제9조제1항의 위임법령을 채택할 권한이 DD/MM/YYYY로부터 5년 동안 부여됨

※ 권한 위임은 유럽의회 또는 유럽이사회가 기간이 끝나기 3개월 전까지 연장에

반대하지 않는 한 동일한 기간 동안 연장됨

- 집행위원회는 위임 법령을 채택하는 즉시 유럽의회와 유럽이사회에 통지
- 위임법령이 통지된 후 2개월 이내에 유럽의회와 유럽이사회가 이의를 제기하지 않거나 2개월 만료 전에 유럽의회와 유럽이사회가 이의를 제기하지 않을 것이라고 통보한 경우에만 시행

○ (제38조, 재검토) 위원회는 DD/MM/YYYY까지 이 법을 평가하여 유럽의회, 유럽이사회, 및 유럽경제사회위원회에 보고(매 3년마다)

○ (제39조, 발효 및 적용) 이 법은 관보 게재 후 20일이 경과하면 발효되고, 발효 후 6개월이 경과한 시점부터 적용

- 다만, 제3조·제15조·제18조·제19조·제20조·제21조·제26조·제27조·제30조·제31조·제34조는 발효일부터 적용

다. 디지털시장법안에 대한 BEREC 의견

1) 규제개입의 범위

EU 회원국의 통신규제기관 연합체인 BEREC(the Body of European Regulators for Electronic Communications)은 잠재적 규제가 최소한 초기에는 (i) 앱스토어, (ii) 전자상거래, (iii) 일반 검색, (iv) 운영 체제 및 (v) 소셜 미디어와 같은 비교적 제한된 일련의 서비스 제공에 초점을 맞춰야 한다고 제안하였다. 광고 서비스 제공에 관한 우려 사항은 광고가 정기적으로 핵심 플랫폼 서비스(Core Platform Services, 이하 "CPS")인 일반 검색, 전자상거래 및 소셜 미디어 플랫폼 서비스의 수익화 측면인 경우 암묵적으로 해당 플랫폼에 포함시킬 수 있다. 현재 디지털시장법에서 다루지 않지만 추가적인 규제 조사가 필요할 수 있는 분야는 음성 비서와 웹 브라우저와 같은 서비스이다.

BEREC은 디지털시장법이 번호 미부여 개인 간 통신서비스(Number-Independent Interpersonal Electronic Communication Services, 이하 "NI-ICS") 이외의 전자통신 네트워크 및 서비스와 관련된 시장에 적용되지 않는다는 EC의 의견에 동의하며, 유럽전자통신지침(European Electronic Communications Code, 이하 "EECC")과 디지털시장법이 기본적으로 상호 보완적인 도구로 필요할 경우 NI-ICS와 관련하여 디지털시장법과 EECC 간의 중복 규제를 피하기 위해 주의 깊은 분석이 수행되어야 한다는 의견을 제시한다. 게다가

디지털시장법 제1조(3)(b)의 범위는 개인 간 통신서비스만 언급하므로 NI-ICS뿐만 아니라 번호 기반 개인 간 통신서비스(Number-Based Interpersonal Electronic Communication Services, 이하 "NB-ICS")를 모두 포함할 수 있어 규제 명확성과 통신 규제의 효과적인 적용에 영향을 미칠 수 있음에 주목한다. NB-ICS는 일반적으로 디지털 플랫폼의 주요 기능을 공유하지 않고 국가적인 범위이기 때문에 디지털시장법 내 CPS로의 (잠재적) 포함이 보조성 원칙 및 디지털시장법 목표와 일치하지 않을 가능성이 있다. 따라서 디지털시장법 제1조는 NI-ICS와 관련하여 디지털시장법과 EECC의 잠재적 중복 가능성을 더 잘 다루기 위해 수정되어야 한다. 또한, 디지털시장법은 NI-ICS 이외의 통신서비스 CPS를 포함하지 않을 뿐만 아니라 EECC의 규정이 NI-ICS 규제를 위해 완전히 적용 가능하며 우선 순위가 부여된다는 점을 명확히 해야 한다. 아울러, NI-ICS에 적용되는 두 규제 프레임워크(EECC 및 디지털시장법) 간의 보완성을 보장하기 위해 EC(향후 EU 디지털시장법 집행기관), BEREC, NRA와 BEREC에서 제안한 디지털시장법 자문 위원회 간에 구조화된 협력 메커니즘을 구현해야 한다고 제안한다.

한편, BEREC은 서비스의 발전을 고려하여 어떤 서비스가 사전 규제를 필요로 할 수 있는지 주기적으로 검토할 필요성을 인식하고 있어 사전에 규정된 절차에 따라 디지털시장법 집행기관으로서 EC가 관련 CPS 목록을 개정해야 한다는 데 동의한다. CPS를 정의하기에 앞서 이러한 중요하고 역동적인 부문 내에서 투자와 지속적인 혁신을 촉진하기 위해 규제 명확성이 필요하다는 점을 고려해야 한다. BEREC은 규제가 조치를 필요로 하는 우려 사항을 기반으로 해야 하며, 새로운 CPS를 식별하거나 기존에 정의된 CPS를 제외하기 위한 요건을 디지털시장법 제17조 및/또는 제38조에서 명확히 밝혀야 한다고 지적한다. 또한, 시장 조사가 입법 절차와 함께 CPS 목록을 수정하기 위한 적절한 도구 역할을 할 수 있으며, 관련 이해 관계자에게 CPS 지정에 대한 정보를 제공할 수 있을 뿐만 아니라 필요한 조정을 취할 시간을 허용할 수 있다고 지적한다.

2) 게이트키퍼 지정

BEREC은 디지털시장법안의 정량적·정성적 식별 절차를 지지한다. 다만, 몇 가지 문제가 있다.

디지털시장법안은 CPS 제공자가 특정 CPS 내에서 활동 중이고 임계치를 충족하는지 여부를 자체 평가하여 이를 EC에 통보하도록 요구한다. EC는 규제 결정을 통해 CPS 제공자

를 게이트키퍼로 지정한다. BEREC은 게이트키퍼 지위에 대한 공식적인 결정을 지지하지만 더 이상의 상당한 지연이 발생하지 않는 것이 중요하다. 또한, CPS가 활동하는 회원국의 수에 대한 임계치가 포함되어 있지 않지만 서비스 제공 범위에 따라 다른 임계치가 고려될 수 있다. '이용사업자'의 정의는 게이트키퍼 지정에 가장 중요하며, 예를 들어 NI-ICS 및 소셜 네트워킹 서비스의 경우 디지털시장법에서 이 정의가 더 명확해질 수 있다고 믿는다. 또한, (a)의 수익 임계치와 시장가치 임계치는 후보 게이트키퍼가 속한 기업과 관련이 있는 반면, (b)의 임계치는 특정 CPS와 관련이 있다는 점에 주목한다.

기업의 임계치를 기준으로 하는 것은 장단점이 있다. 장점으로는 매우 쉽게 측정할 수 있으며(특히 기업이 둘 이상의 서비스를 제공하는 경우), 자금에 대한 특권적 접근이 가능한 CPS 제공자를 대상으로 하고, 규제를 회피하기 위해 서비스 간에 수익을 이전하려는 유인을 감소시킨다. 또한, 생태계 형성을 통해 관련 시장 지위를 누리고 있는 대기업에 집중할 수 있다. 단점은 기업의 수익 또는 시장가치가 특정 CPS 내에서 반드시 게이트키퍼의 지위로 치환되지 않을 수 있다. 또한, 수직적 제한 또는 기타 계약 조항을 통해 간접적으로 통합된 상태로 유지하면서 CPS를 분리하는 유인을 제공하여 사실상 게이트키퍼 지위를 유지할 수 있다. 전반적으로 이 문제에 대한 장단점에 대한 완전한 평가는 추가 분석이 필요하다. BEREC는 어떠한 경우에도 적절한 임계치를 기준으로 하는 것이 게이트키퍼로 추정되는 기업을 식별하는 빠른 방법을 제공하기 때문에 직접 식별 절차를 환영한다. 그러나 위 문제를 감안할 때 EC에서 제안한 바와 같이 이 접근 방식을 보완하는 정성적 평가를 지지한다.

플랫폼 생태계가 둘 이상의 CPS에 걸쳐 동일한 기업이 제공하는 다양한 유형의 서비스 또는 제품으로 구성되는 경우 사업에 상당한 이점을 제공할 수 있다. 예를 들어, 주문을 결합하거나 공통 투입재(예: 데이터)를 공유하거나 한 서비스/상품의 이용을 다른 서비스/상품의 이용과 연계하는 경우에 그러하다. BEREC은 플랫폼이 추가 서비스로 영향력을 전이시키거나 주요 투입요소/자산에 대한 특권/독점적 접근을 허용하여 진입/확장 장벽을 높일 때 플랫폼의 게이트키핑 역할을 강화한다고 믿는다. 디지털시장법안에서 누락된 이 측면은 게이트키퍼를 지정하고 해당 규제 조치를 설계할 때 추가로 고려할 수 있다. 예를 들어, 생태계의 일부가 되는 것은 제3조(6)에 명시적으로 포함되어 있지 않으며, BEREC은 생태계의 일부가 게이트키퍼 역할을 하는 능력에 중요한 역할을 할 때마다 최소한 관련

非 누적 기준, “기타 구조적 특성“(제3조(6)(f))으로 고려되어야 한다고 생각한다.

또한, 제3조(6)의 지정 절차와 가장 관련성이 높은 규정 (a)에는 CPS가 제공되는 회원국 수에 관한 대안적 해석에 대한 명시적 조항이 포함되어 있지 않다. BEREC은 디지털 플랫폼의 게이트키핑 역할에 의해 제기된 우려를 해결하기 위해 임계치를 충족하지 못하는 어느 한 회원국[4]에서만 활동하는 디지털 플랫폼의 효과적인 규제 가능성에 잠재적으로 영향을 미칠 수 있다는 점에 주목한다. BEREC은 제3조(6)의 게이트키퍼 지정 기준 및 신규 게이트키퍼와 관련된 기준에 대해 위임 또는 기타 법적 문서를 통해 보다 정확한 지침을 제정하여 보다 정확하게 해석하고 모범 사례를 제시할 것을 제안한다. 이러한 지침은 투자, 혁신 및 경쟁에 대한 유인을 유지하는 데 도움이 될 것이다. 상당한 시장력(SMP)과 게이트키퍼 지위에 대한 분석에서 매우 적절한 차이를 인정하지만, BEREC은 법적 불확실성을 유발하지 않도록 EC가 신규 게이트키퍼 지정에 대한 자세한 지침을 제정하는 것이 중요하다고 생각한다.

BEREC은 규제의 필요성을 정기적으로 검토하는 것이 중요하다는 데 동의하고 디지털시장법(제4조)에 명시된 지위 재검토 절차와 검토시 개별 회원국들을 포함시키는 것에 동의한다. 또한, 디지털시장법이 3개 미만의 회원국에서 활동하는 플랫폼을 규제하는 능력을 손상시켜서는 아니 되며, 합리적인 근거가 있는 경우 단일 회원국이 시장 조사를 요청할 자격이 있어야 한다고 생각한다.

3) 게이트키퍼에 대한 규제조치

BEREC은 디지털 게이트키퍼에 의해 야기되는 문제를 해결하기 위한 사전적 비대칭 개입의 필요성을 지지하며, 이러한 규제 개입이 효과적일 수 있도록 아래와 같이 제안한다.

우선 디지털시장법안 제5조와 제6조에 열거된 의무를 지지하고, 적용 범위를 명확히 할 것을 제안한다. 규제의 확실성을 보장하기 위해 i) 모든 CPS에 적용되는 의무와 ii) 특정 CPS에만 적용되는 의무를 구분하는 것이 더 명확할 것이라고 생각한다. 또한, 이러한 접근 방식은 규제를 보다 명확하게 시행하는 데 도움이 될 것이다.

둘째, 빠르게 진화하는 환경에서 디지털시장법이 효과적이고 미래에 대응할 수 있도록

4) BEREC은 핵심 플랫폼 서비스 제공자가 2개 회원국에서만 활동하는 경우에도 이러한 조건이 충족될 수 있는 방식으로 제3조(6)을 해석한다.

하는 것이 매우 중요하다. 이를 위해 디지털시장법 집행기관으로서 EC가 규제 개입을 설계하고 조정할 수 있도록 하는 추가 권한을 현재 프레임워크에 보완할 것을 제안한다. 이러한 추가 권한은 규제기관이 처분할 수 있는 규제조치 목록과 명확한 사전 원칙을 명시하는 법안 본문에서 합법적으로 공식화된다. 디지털시장법 집행기관으로서 EC는 유해 행위가 제5조와 제6조의 의무에 의해 (효과적으로) 해결되지 않을 위험이 있는 경우 이러한 권한을 사용한다. 디지털시장법 집행기관은 시장 조사를 수행하고 우려 사항을 식별하며 사전 원칙과 비례성을 고려하고, 실효적인 규제의 올바른 설계에 크게 의존하는 수평적 상호 운용성 및 주요 투입요소/자산에 대한 접근과 같은 보다 기술적 규제조치를 위해 "도구 상자" 목록의 규제조치를 부과함으로써 신속하게 규제 개입을 조정한다. BEREC는 이러한 추가 권한이 개입을 신속하게 조정하고 일부 규제조치를 효과적으로 정의할 수 있기 때문에 디지털시장법안에 핵심적인 부가 가치를 제공할 것이라고 생각한다.

이러한 두 가지 제안의 이점은 특정성을 고려하여 각 CPS에 적용되는 직접 적용 가능한 의무를 명확히 하고, 규제 개입이 디지털 환경과 게이트키퍼의 진화에 신속하게 적응할 수 있도록 보장하며, 실효적이고 균형 잡힌 방식으로 우려 사항을 해결하는 것을 보장한다. 무엇보다도, 규제 명확성과 예측 가능성을 보장하기 위해 BEREC은 디지털시장법의 의무 적용 범위가 명확해야 한다고 생각한다. 이를 위해 BEREC은 다음을 제안한다.

- 직접 적용 가능한 첫 번째 의무 조합은 조정 없이 모든 CPS의 모든 게이트키퍼에게 명확하게 적용되어야 한다. 예를 들어, 이용사업자 및 최종 이용자에 대한 약관의 투명성, 게이트키퍼의 모든 관행과 관련하여 관련 공공기관에 문제를 제기할 수 있는 이용사업자의 권리 등이 그러하다.
- 직접 적용 가능한 두 번째 의무 조합은 특정 CPS를 명확하게 대상으로 하므로 동일한 CPS 내의 게이트키퍼에만 적용된다. 이를 통해 규제 당국은 특정 CPS의 문제를 보다 효과적으로 해결하는 법적 의무를 직접 열거할 수 있다. 그러한 의무의 예로는 순위, 끼워팔기, 데이터 이동성 등이 있다.

현재 디지털시장법의 의무는 일련의 우려 사항을 신속하게 해결할 수 있지만 BEREC은 미래 대응을 위해 법에 규정된 맞춤형 구제조치를 설계하고 부과할 추가 권한을 EC에 부여하여 디지털시장법 규제 개입을 보완해야 한다고 생각한다. 규제 조정은 많은 경우에 유용할 수 있으며, 특히 예상치 못한 특정 관행, 새롭게 부상하는 문제, 그리고 보다 일반

적으로 현 디지털시장법 의무로 효과적으로 해결되지 않을 수 있는 문제를 해결하기 위해 신속하게 개입하는 경우에 그러하다. 또한, 보다 기술적이고 세부적인 규제 조치를 위해 개입은 비례적이고, 특히 실효성이 있도록 적절하게 조정되어야 한다. 맞춤형 규제는 CPS와 게이트키퍼의 특성을 고려한 평가를 의미한다. 이러한 규제조치의 예로는 상호 운용성, 모든 유형의 접근 규제조치, 특정한 비차별 및 가격 설정 규제조차가 있다. 고려되는 문제에 따라 잠재적 규제조치 목록(예: "규제 도구 상자")을 이러한 규제조치를 적용하는 방법에 대한 명확한 사전 원칙과 함께 디지털시장법에 규정해야 한다. 이러한 조치는 개별 게이트키퍼에 대한 디지털시장법 집행기관으로서 EC의 공식 결정에 명시되어야 한다.

〈표 3－1〉 디지털 플랫폼 사전규제를 위한 BEREC 제안의 개요

<table>
<tr><td rowspan="2">목표</td><td colspan="2">경합적이고 공정한 디지털 시장: 일부 규제수단 강화</td></tr>
<tr><td colspan="2">추가 목표: 디지털 환경이 개방적이어야 하고, 이용자는 충분히 권한을 부여받아야 하며, 네트워크 계층을 넘어서도 방해받지 않는 콘텐츠 및 애플리케이션에 접근하거나 제공할 수 있어야 함</td></tr>
<tr><td rowspan="3">범위 및 게이트키퍼 지정</td><td colspan="2">NI-ICS: ECN/ECS의 경우 EECC 규정보다 우선. EECC가 아닌 문제에 대해 DMA에 의해 처리. EC, BEREC, NRA 및/또는 DMA 자문위원회 간 필요한 협력 메커니즘</td></tr>
<tr><td colspan="2">생태계 측면: 게이트키퍼 지정(非누적 기준) 및 해당 규제조치 설계 시 고려</td></tr>
<tr><td colspan="2">제3조(6)에 따른 게이트키퍼 지정을 위한 가이드라인 수립</td></tr>
<tr><td rowspan="6">집행</td><td colspan="2">모든 유형의 이해관계자의 구조화된 참여 구현</td></tr>
<tr><td rowspan="5">규제수단 제5조 및 제6조</td><td>보다 명확히 하기 위해 i) 모든 CPS에 적용되는 의무와 ii) 특정 CPS에만 적용되는 의무 구분</td></tr>
<tr><td>제5조(c): 게이트키핑 OS는 핵심 기기 기능에 대한 접근을 제한하는 기술적 및 상업적 제한을 부과하지 않아야 함</td></tr>
<tr><td>제6조(1)(c) & (f): • 모든 관련 CPS로 확대되어야 하는 수직적 상호운용성 • 경쟁 서비스(보조 서비스뿐만 아니라)를 제공하는 데 필요한 게이트키퍼의 주요 서비스 및 기능에 대해 특정 CPS에 부과되어야 하는 수평적 상호운용성(맞춤형 규제) • 부당한 접근 거부의 경우 비즈니스 수행 시 모든 관련 CPS(OS뿐 아니라)로 확대되어야 하는 플랫폼/플랫폼 기능에 접근해야 하는 의무</td></tr>
<tr><td>제6조(1)(d): • 일부 CPS에서 게이트키퍼 서비스를 선호하는 기본 설정 금지 • 순위에 대한 의무는 순위가 발생하는 모든 CPS로 확대</td></tr>
<tr><td>제6조(1)(k): • 모든 CPS에 적용되는 공정하고 비차별적인 조건</td></tr>
</table>

		(소프트웨어 애플리케이션 스토어뿐만 아니라) • “최종이용자” 에 대한 참조 추가
		결합과 끼워팔기의 영향 좀 더 광범위하게 고려: 끼워팔기 자체 금지, 잠재적으로 평가 후 결합
	규제수단 맞춤형 규제	EC가 규제조치를 맞춤화할 수 있도록 추가 권한을 부여해야 함 i) 제5조 및 제6조의 의무에 의해 유해한 행동이 (효과적으로) 해결되지 않을 위험이 있는 경우 ii) 비례성 고려가 필요하고 실효성이 개입의 올바른 설계에 크게 의존하는 보다 기술적 규제조치(예: 수평적 상호 운용성 및 주요 투입재/자산에 대한 접근)
	최종 이용자	이용사업자 및/또는 잠재적 경쟁자가 게이트키퍼의 관행에 관심이 없는 경우에도 최종이용자에게 영향을 미치는 일부 문제를 직접 해결
자문위	DMA를 보완하기 위해 다양한 부문의 국가독립기관으로 구성된 독립적인 기술자문위원회 설립. 이는 관련 데이터(게이트키퍼 및 국내 이용사업자 또는 최종 이용자로부터) 수집, 국내 시장 및 법규 준수에 대한 지속적인 모니터링, 정보 및 불만제기 창구 제공, 분쟁 해결을 위해 EC에 대한 국가 지원을 조화시키고, EC, 유럽의회 및 유럽이사회의 요청 또는 직권으로 성찰, 토론 및 조언을 위한 기관 역할을 수행	

라. 주요 수정사항

2021년 12월 15일 유럽의회 전원회의를 통과한 법안에서 주요 수정사항은 다음과 같다.

ㅇ (게이트키퍼의 정의) 제3조제1항에 따르면, ①역내시장에 ‘상당한 영향’을 미치고, ②이용사업자 및 최종이용자가 다른 최종이용자에게 도달하기 위한 중요한 게이트웨이가 되는 ‘핵심 플랫폼 서비스’를 운영하며, ③현재 ‘견고하고 지속가능한 지위’를 확보하고 있거나 가까운 미래에 그러한 지위를 획득할 것으로 예상되는 경우에 게이트키퍼로 지정할 수 있음

- 최근 3년간 유럽경제지역(EEA) 내에서 80억 유로 이상의 연매출을 기록하였거나 최근 1년간 기업의 평균 시가총액 또는 공정시장가액이 800억 유로 이상으로서 3개 이상의 회원국에서 핵심 플랫폼 서비스를 제공하는 사업자는 ①의 요건을 충족하는 것으로 추정

  * 원안에서는 연매출 65억 유로, 시가총액 650억 유로 기준이었으나 상향조정

- ②의 요건을 충족하는 것으로 추정되는 월간 최종이용자 수 및 연간 이용사업자 수의 구체적인 판단기준을 별표에서 상세히 규정

※ 직전 회계연도에 EEA내 최종이용자수가 월 45백만 이상이고, EEA내 설립된 이용사업자 수가 연 10,000개 이상인 핵심 플랫폼 서비스를 제공하는 사업자는 ②의 요건을 충족하는 것으로 추정(미변경)

- '핵심 플랫폼 서비스'의 정의에 기존의 온라인 중개서비스, SNS, 검색엔진, 운영체제, 온라인 광고서비스, 클라우드 컴퓨팅, 동영상 공유서비스 외에 웹브라우저, 가상비서(virtual assistant), 커넥티드TV를 추가

ㅇ (금지행위) 맞춤형 광고와 관련하여 게이트키퍼가 미성년자가 아닌 최종이용자로부터 GDPR에 따른 엄격한 동의(clear, explicit, renewed, informed consent)를 받도록 투명성 요건 강화

- 최종이용자의 핵심 플랫폼 서비스 해지를 방해하는 행위를 금지하는 규정 신설(제6조aa)

ㅇ (과징금 상향) 과징금 부과기준율을 직전연도 전세계 매출액의 4% 이상 20% 범위내로 상향 조정(제26조제1항)

※ 원안은 10% 범위 내에서 부과

ㅇ 반복적 위반사업자에 대해 일시적으로 기업결합 금지 명령을 부과할 수 있게 하는 규정 신설(제16조)

ㅇ DMA 집행권한을 집행위원회로 일원화하고, 역내시장 규제의 파편화를 막기 위해 경합적이고 공정한 시장을 보장하기 위한 목적으로 회원국이 DMA에서 정한 게이트키퍼에 대해 추가적인 의무를 부과하는 것을 금지

- 다만, 소비자보호, 부정경쟁방지 기타 적법한 목적을 위해 EU법에 부합하는 의무를 부과하는 것은 금지되지 않음(제1조)

ㅇ 집행위원회와 회원국 간의 협력과 협조를 용이하게 하기 위해 European High-Level Group of Digital Regulators를 신설(제31조a)

〈표 3－2〉 디지털시장법안 주요 수정사항

구 분		집행위안(‘20.12월)	이사회 수정안(‘21.11월)	의회 수정안(‘21.12월)
게이트키퍼 지정요건	적용영역	온라인 중개, 검색, SNS, 광고 등 총 8개	-	웹 브라우저, 가상 비서, 스마트 TV 등 3개 추가
	연간 매출액(EU 역내)	65억 유로 이상 (약 8.7조)	-	80억 유로 이상 (약 10조)
	시가총액	650억 유로 이상 (약 87조)	-	800억 유로 이상 (약 100조)
주요 의무사항		자사우대행위 및 멀티호밍제한 금지 등	(추가) 이용자의 서비스 사용 중단 허용의무 등	(추가) 이용자 동의없는 맞춤형광고 금지, 모든 기업결합 사전신고 의무 등
금전적 제재	기준	최근 5년내 3회 위반 시	-	최근 10년 내 2회 위반 시
	규모	연매출액 최대 10% 이내	-	연매출액의 최소 4% 이상 최대 20% 이내

2. 디지털서비스법안의 경과

2020년 12월 15일 EU 집행위원회는 플랫폼에 대한 높은 투명성과 명확한 책임 프레임워크 구축 및 이용자의 기본권 보호를 내용으로 하는 디지털서비스법(Digital Services Act)을 EU 회원국에 직접적인 구속력을 가지는 규칙 형식으로 제안하였다. 이 법안은 2021년 11월 25일 이사회(Council) 안이 확정된 데 이어 12월 14일 유럽의회 소관 상임위인 역내시장 및 소비자 보호 위원회(IMCO)를 통과하였으며, 2022년 1월 20일 전원회의를 통과하였다. 이후 2022년 상반기에 각료이사회 승인, 하반기에 정상회의 최종 비준이 이루어질 것으로 전망된다.

가. 디지털서비스법의 주요 내용

이 법은 중개서비스, 호스팅 서비스, 온라인 플랫폼, 대규모 온라인 플랫폼에 따라 다르게 적용되며, 앞의 서비스는 뒤의 서비스를 포괄하는 개념으로, 뒤로 갈수록 누적적 의무가 적용된다. '온라인 플랫폼'이란 온라인 마켓플레이스, 앱스토어, 공유경제 플랫폼, 소셜미디어 플랫폼 등 판매자와 소비자를 연결하는 서비스를 의미한다. '대규모(very large) 온라인 플랫폼'이란 EU 인구의 10%(4500만명) 이상이 이용하는 온라인 플랫폼을 의미한다.

주요 의무사항은 ① 불법 콘텐츠 신고 메카니즘 구축 및 판매자 신원확인 ② 플랫폼에 의해 콘텐츠가 잘못 삭제된 이용자를 위한 보호수단 ③ 콘텐츠 조정을 위해 사용된 자동화된 수단, 타겟 광고에 사용된 주요 매개변수, 추천시스템의 주요 매개변수 공개 및 이용자 선택권 부여 ④ 플랫폼 오용을 방지하기 위한 시스템 리스크 관리 의무 등이다. 의무불이행 시 전세계 매출액의 6%까지 과징금을 부과할 수 있고, 이행강제금으로 전세계 매출액의 5%까지 부과 가능하다.

〈표 3－3〉 적용대상 사업자유형별 의무

구 분	중개서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 온라인 플랫폼
투명성 보고	○	○	○	○
기본권을 충분히 고려한 서비스 이용조건	○	○	○	○
명령에 따른 회원국 규제당국과의 협력	○	○	○	○
컨택트 포인트 (필요시 법적 대리인)	○	○	○	○
이용자에 대한 통지 및 정보제공의무		○	○	○
불만대응 및 보상 메커니즘, 법정 외 분쟁해결			○	○
trusted flaggers*			○	○
잘못된 통지에 대한 절차 및 재통지			○	○
써드파티 공급업체의 자격 확인 “사업이용자 추적”			○	○
이용자에 대한 온라인 광고의 투명성			○	○
범죄행위 신고			○	○
리스크 관리 의무 및 규정준수 책임자				○
외부의 리스크 감사 및 공공책임성				○
추천시스템의 투명성 및 정보접근에 대한 이용자 선택권				○
규제당국 및 연구자에 대한 데이터 공유				○
행동강령				○
위기대응 협력				○

* trusted flaggers란 신청절차를 통해 승인된 자원봉사자가 약관 또는 내부지침을 위반하는 콘텐츠를 신고할 수 있는 권한을 부여받는 프로그램을 의미, 사업자는 신고된 콘텐츠를 검토하고 콘텐츠 삭제 여부를 결정

나. 조문별 주요 내용

1) 제1장: 일반조항

○ (1조, 대상 및 범위) 본 규칙은 ① 중개서비스 제공자의 조건부 면책 ② 중개서비스별 상당한 주의 의무 ③ 규제당국 간 협력・조정, ④ 규칙의 시행・집행에 관하여 규정

– 본 규칙은 서비스 제공자의 소재지와 관계없이 EU 내 설립되거나 거주하는 이용자(service recipients)에게 제공되는 중개서비스에 적용

○ (제2조, 정의) 중개서비스란 ① 정보를 통신망을 통해 전송하거나 통신망 접근권을 제공하는 '단순전달자(mere conduit)' ② 정보를 효율적으로 전송하기 위한 '캐싱(caching) 서비스' ③ 이용자가 제공하는 정보의 저장 및 요청에 따라 구성된 '호스팅(hosting) 서비스' 중 하나를 의미

– 불법 콘텐츠: EU법 또는 회원국의 법을 준수하지 않는 모든 정보

– 추천 시스템(recommender system): 온라인 플랫폼이 이용자에게 정보를 제공하기 위해 사용하는 자동화된 시스템으로, 검색결과와 표시된 정보의 순서 및 중요도를 포함

– 콘텐츠 조정(content moderation): 중개서비스 제공자가 자신의 서비스 이용조건에 부합하지 않는 불법 콘텐츠・정보를 탐지・식별・해결하는 행위

2) 제2장: 중개서비스 제공자의 책임 면제

○ (제3조, 단순전달자) ① 전송을 시작하지 않은 경우 ② 수신자를 선택하지 않은 경우 ③ 전송에 포함된 정보를 선택하거나 수정하지 않은 경우에 전송된 정보에 대한 책임 면제

○ (제4조, 캐싱) ① 정보를 수정하지 않은 경우 ② 정보에 대한 접근 조건을 준수한 경우 ③ 업계의 보편적인 방식으로 정보 업데이트 규칙을 준수한 경우 정보의 일시적 자동 저장에 대해 책임 면제

○ (제5조, 호스팅) ① 불법 행위・콘텐츠를 실제로 인지하지 못하고, 손해 배상 청구와 관련하여 불법 행위・콘텐츠가 명백한 사실관계 또는 정황을 인지하지 못한 경우 ② 인지한 즉시 불법 콘텐츠를 삭제하거나 접근을 차단하기 위해 노력한 경우에 책임 면제

○ (제6조, 자율적인 조사 및 법 준수) 자발적으로 불법 콘텐츠의 탐지·식별·삭제·접근 차단을 위해 조사 및 활동을 수행하거나 EU법을 준수하기 위해 필요한 조치를 취한 것만으로 제3조~제5조에 따른 면책이 적용되지 않는 것으로 간주되지 않음

○ (제7조, 일반적 모니터링 또는 적극적 사실 확인 의무 부존재) 중개서비스 제공자가 정보를 모니터링할 일반적 의무 또는 불법행위를 암시하는 사실관계나 상황을 적극적으로 찾아야 할 의무는 없음

○ (제8조, 불법 콘텐츠에 대한 조치 명령) 사법기관 또는 행정당국으로부터 특정 불법 콘텐츠에 대해 조치를 취할 것을 명령받으면 지체없이 조치를 취하고 취한 조치 및 조치를 취한 시각을 보고

– 명령의 요건: ① 위반한 법조문, URL, 중개서비스 제공자와 해당 콘텐츠를 제공한 이용자에 대한 구제절차를 포함한 명령문 ② 명령의 지리적 범위가 그 목적을 달성하기 위해 필요한 정도를 초과하지 않을 것 ③ 중개서비스 제공자가 신고한 언어로 작성되고 지정한 컨택트 포인트에 전달될 것

○ (제9조, 정보제공 명령) 규제당국은 서비스 제공자에게 이용자에 관한 정보제공을 명령할 수 있음

– 명령문에는 정보가 요청되는 목적, 정보 요청이 이용자의 규정 준수여부를 판단하기 위해 필요하고 비례적이라는 점, 서비스 제공자와 해당 이용자가 이용할 수 있는 구제절차에 대한 정보가 포함되어야 함

3) 제3장: 투명하고 안전한 온라인 환경을 위한 상당한 주의 의무

〈제1절: 모든 중개서비스 제공자〉

○ (제10조, 컨택트 포인트) 중개서비스 제공자는 규제당국, 집행위원회, 위원회(Board)와 연락할 수 있는 컨택트 포인트를 구축

○ (제11조, 법적 대리인) EU내 소재하지 않고 EU에서 서비스를 제공하는 중개서비스 제공자는 서비스를 제공하는 회원국 중 한 국가에서 법적대리인을 서면으로 지정

– 법적 대리인은 중개서비스 제공자가 규칙을 준수하지 않은 경우 책임을 질 수 있음

○ (제12조, 서비스 이용조건) 이용조건에는 알고리즘에 의한 의사결정과 사람에 의

한 검토를 포함하여 콘텐츠 조정을 위해 사용되는 정책·절차·조치·수단에 대한 정보가 포함되어야 함

– 내용은 명확하고 모호하지 않게 작성되어야 하고, 쉽게 접근할 수 있는 형태로 공개되어야 함

○ (제13조, 투명성 보고 의무) 중개서비스 제공자는 연 1회 이상 콘텐츠 조정 보고서를 공표해야 함

– 동 보고서에는 ① 제8조·제9조를 포함해 불법 콘텐츠 관련 규제당국으로부터 받은 명령의 숫자 및 명령에 따른 조치를 취하는데 걸린 평균시간, ② 제14조에 따른 신고의 숫자, 해당 신고에 따라 취한 조치 및 조치를 취하는데 걸린 평균시간, ③ 서비스 제공자 스스로 행한 콘텐츠 조정의 숫자 및 조치유형, ④ 내부 불만처리 시스템을 통해 받은 불만의 숫자, 불만의 원인, 해당 불만에 취한 결정, 그러한 결정을 내리는데 걸린 평균시간, 그러한 결정이 번복된 숫자가 포함되어야 함

※ 권고안 2003/361/EC에 따라 중소기업에 해당되는 중개서비스 제공자는 제외

〈제2절: 호스팅 서비스 제공자〉

○ (제14조, 신고 및 조치 메커니즘) 호스팅 서비스 제공자는 개인·단체가 불법 콘텐츠로 여겨지는 정보가 있음을 알릴 수 있는 메커니즘을 구축해야 함

– 개인·단체는 불법 콘텐츠로 여겨지는 이유를 설명해야 하며, 이러한 신고는 제5조상 실제 인지를 제공한 것으로 간주

– 호스팅 서비스 제공자는 지체 없이 신고한 정보에 대한 결정내용을 알리고 번복 절차에 대한 정보를 제공해야 함

○ (제15조, 이유 설명) 이용자가 제공한 특정 정보를 삭제하거나 접근을 차단한 경우 늦어도 삭제하거나 접근을 차단한 시점에 이용자에게 이러한 사실을 알리고 그 이유를 명확하고 구체적으로 설명해야 함

– 내부 불만처리 시스템, 법정 외 분쟁해결절차 및 사법적 구제수단을 포함한 구제절차에 관한 정보도 제공해야 함

〈제3절: 온라인 플랫폼 서비스 제공자〉

○ (제16조, 중소기업 적용제외) 2003/361/EC에 따라 중소기업으로 판단되는 온라인 플랫폼 제공자는 상당한 주의 의무 적용 제외

○ (제17조, 내부 불만처리 시스템) 온라인 플랫폼은 이용자가 무료로 이용할 수 있는 내부 불만시스템을 마련해야 함

– 온라인 플랫폼이 불법 콘텐츠 또는 이용조건에 부합하지 않는 정보라는 이유로 삭제하거나 접근을 차단한 결정에 대해 이용자가 최소 6개월 동안 불만을 제기할 수 있도록 해야 함

– 온라인 플랫폼은 접수된 불만을 적시에 성실하고 객관적으로 처리해야 하며, 이용자에게 그 결과와 제18조에 따른 법정 외 분쟁 해결절차 및 기타 가능한 구제수단을 알려야 함

– 이러한 불만처리를 자동화된 수단에 의해서만 행해서는 아니 됨

○ (제18조, 법정 외 분쟁해결) 제17조에 따라 문제를 해결할 수 없는 경우 이용자는 법정 외 분쟁해결절차를 선택할 수 있음

– 온라인 플랫폼은 선정된 분쟁 해결기구의 결정을 따라야 함

– 조정기관은 분쟁 해결기구가 ① 온라인 플랫폼 및 해당 이용자와 독립적 ② 해당 이슈에 대한 전문성 보유 ③ 전자통신기술을 통해 분쟁 해결에 대한 접근이 용이 ④ 신속하고 효율적이며 비용효과적인 방법으로 분쟁 해결이 가능 ⑤ 명확하고 공정한 절차규정에 따라 분쟁 해결 등을 입증하여 요청하면 자격을 부여해야 함

– 분쟁해결기구가 이용자 편을 들 경우 온라인 플랫폼이 이용자의 분쟁해결 비용을 대신 지급해야 하는 반면, 분쟁해결기구가 온라인 플랫폼 편을 드는 경우에는 이용자가 비용을 대신 지급하지 않음

○ (제19조, Trusted flaggers) 제14조에 따른 Trusted flaggers의 신고가 우선적이고 지체 없이 처리되도록 기술적·조직적 조치를 취해야 함

– Trusted flaggers의 지위는 조정기관에 의해 부여되며, 신청기관은 ① 불법 콘텐츠의 탐지·식별·신고에 특별한 전문성과 능력 보유, ② 집단 이익을 대표하고, 온라인 플랫폼과 독립적, ③ 적시에 성실하고 객관적인 방법으로 신고를 위한 활동 가능 등의 요건을 충족함을 입증해야 함

○ (제20조, 오용에 대한 조치) 온라인 플랫폼은 명백한 불법 콘텐츠를 빈번히 제공하는 이용자에게 일정 기간의 사전 경고 후 서비스 제공을 중단해야 함

– 특정 행위가 오용(misuse)에 해당하는지 여부를 판단할 때 고려하는 정황을 포함

하여 플랫폼의 오용 관련 정책을 서비스 이용조건에 명확하고 자세히 서술해야 함

○ (제21조, 범죄 의심 신고) 사람의 생명·안전에 위협이 되는 범죄 의심 정보 발견 시 사법기관에 즉시 신고해야 함

○ (제22조, 판매자 추적) 온라인 플랫폼은 판매자의 신원을 확인하여 적합하지 않은 경우 서비스 제공을 중단해야 함

- 온라인 플랫폼이 소비자와 판매자가 계약을 체결하도록 허용하는 경우 판매자가 서비스를 이용하기 전에 ① 판매자의 성명, 주소, 전화번호, 메일주소 ② 신분증 사본 ③ 자연인인 경우 은행계좌 정보 ④ 사업자 등록이 되어 있는 경우 사업자 등록증, ⑤ EU법을 준수하는 상품·서비스만 제공한다는 자기인증 등을 온라인 플랫폼에 제출하도록 해야 함
- 온라인 플랫폼은 접근가능한 공식 온라인 데이터베이스를 이용하거나 판매자에게 신뢰할만한 근거서류를 제출하도록 요청하는 방법으로 판매자가 제출한 ①, ②, ④의 정보가 신뢰할 수 있는지 평가해야 하며, 판매자가 제출한 정보가 부정확하거나 불완전하다고 여겨지면 판매자에게 정정을 요청하고, 불이행 시 서비스 제공을 중단

○ (제23조, 온라인 플랫폼의 투명성 보고 의무) 제13조 의무에 추가하여 투명성 보고 의무 부과

- 제18조에 따라 제출된 분쟁해결 횟수·결과·절차완료 평균시간
- 제20조에 따른 오용에 대한 조치 횟수
- 콘텐츠 조정을 위한 자동화 수단의 사용(정확한 목적에 대한 상세한 설명과 그러한 목적 수행에 있어 자동화 수단의 정확성에 대한 지표를 포함)
- 제25조에 따라 지난 6개월 동안 각 회원국의 월평균 활동(active)이용자수에 대한 정보를 최소 6개월에 1회 이상 게시

○ (제24조, 온라인 광고의 투명성) 각각의 광고에 대해 이용자가 ① 해당 정보가 광고라는 사실, ② 광고주, ③ 해당 광고가 노출되는 이용자를 결정하는데 사용된 주요 매개변수에 대한 의미있는(meaningful) 정보를 명확히 실시간으로 확인할 수 있도록 해야 함

〈제4절: 대규모 온라인 플랫폼 서비스 제공자〉

○ (제25조, 대규모 온라인 플랫폼) EU 내 월평균 활동이용자수가 4,500만명 이상인 경우 대규모 온라인 플랫폼으로 정의

※ 향후 20년 인구 대비 5% 증감 시 EU 전체 인구의 10%로 재조정

– 집행위원회는 하위법령에서 월평균 활동이용자수를 산정하는 구체적인 방법을 제시해야 함

– 조정기관은 6개월마다 월평균 활동이용자수를 확인하여 대규모 온라인 플랫폼을 갱신

○ (제26조, 위험도 평가) 서비스 기능 및 이용에 따른 상당한 시스템리스크를 연 1회 이상 식별·분석·평가해야 함

– 시스템 리스크에는 ① 불법 콘텐츠 유포 ② 개인·가족의 삶, 표현·정보의 자유, 차별 금지, 아동의 권리 등 기본권 행사에 대한 부정적 영향 ③ 보건·소수자·시민담론의 보호 관련 부정적 영향 또는 선거과정·보안 관련 현실적/잠재적 영향을 미치는 고의적인 서비스 조작을 포함해야 함

– 리스크 평가 시, 불법 콘텐츠 및 이용조건에 부합하지 않는 정보의 급속하고 광범위한 유포 가능성을 포함해, 특히 자사의 콘텐츠 조정 시스템, 추천 시스템 및 광고 선택·노출 시스템이 시스템 리스크에 어떠한 영향을 미치는지 고려해야 함

○ (제27조, 위험도 완화) 제26조에 따라 식별된 특정 시스템 리스크에 맞춰진 조취를 취해야 함

– 이러한 조치에는 ① 콘텐츠 조정 시스템 또는 추천 시스템, 그러한 시스템의 의사결정 과정, 서비스의 특성·기능, 이용조건의 변경 ② 광고 노출을 제한하는 맞춤형 조치 ③ 시스템 리스크 탐지 관련 내부 절차·감독 강화 ④ trusted flaggers와의 협력 개시·조정 ⑤ 행동강령 및 위기 프로토콜에 따른 다른 온라인 플랫폼과의 협력 개시·조정이 포함될 수 있음

– 위원회는 집행위원회와 협력하여 연 1회 종합 보고서를 공표해야 하며, 이 보고서에는 가장 두드러지고 반복되는 시스템 리스크의 식별·평가 및 이러한 시스템 리스크를 완화하기 위한 모범관행을 포함해야 함

○ (제28조, 독립적인 감사) 자체 비용으로 연 1회 이상 규정준수에 대한 감사를 받아

야 함

- 감사 사항으로는 제3장에 규정된 의무, 제35조·제36조 행동강령, 제37조 위기 프로토콜이 해당
- 감사 보고서에 따른 권고안(recommendations)을 수신 후 1개월 이내에 감사 이행 보고서(audit implementation report)를 채택해야 하며, 그렇지 못할 경우 정당한 사유와 대안을 제시

○ (제29조, 추천 시스템) 추천 시스템에 사용되는 주요 매개변수 및 이용자가 주요 매개변수를 변경하거나 영향을 줄 수 있는 옵션(프로파일링에 따르지 않는 옵션을 1개 이상 포함)을 이용조건에 명확하고 이해하기 쉽게 명시

- 여러 옵션이 가능한 경우 이용자가 노출되는 정보의 상대적 순위를 결정하는 추천 시스템에 대한 옵션을 언제든지 선택·변경할 수 있는 기능을 접근이 용이하게 제공해야 함

○ (제30조, 추가적인 온라인 광고 투명성) 광고가 마지막으로 노출된 후 1년까지는 ① 광고의 내용 ② 광고주 ③ 광고 노출 기간 ④ 광고가 특정 이용자에게 노출되도록 의도되었는지 여부 및 그 경우 사용된 주요 매개변수 ⑤ 광고에 노출된 총 이용자수, 가능한 경우 타겟 광고의 총 이용자수를 저장하고 공개적으로 이용할 수 있게 해야 함

○ (제31조, 데이터 접근 및 조사) 대규모 온라인 플랫폼은 조정기관 또는 집행위원회에 본 규칙의 준수를 모니터링하고 평가하기 위한 목적으로 데이터에 대한 접근 권한을 제공해야 함

- 조정기관 또는 집행위원회가 요청할 경우 대규모 온라인 플랫폼은 제26조제1항에 따른 시스템 리스크의 식별·이해를 돕는 연구를 위한 목적으로만 사용하도록 연구자들에게 데이터 접근 권한을 제공해야 함
- 데이터 접근 권한 제공이 어려운 경우 15일 이내에 변경을 요청할 수 있으며, 변경 요청 시 ① 데이터 접근 권한을 가지고 있지 않음 ② 데이터 접근 권한 부여 시 보안 또는 기밀정보(특히, 영업비밀)의 보호가 상당히 취약해짐 중에서 하나의 사유를 제시해야 함

○ (제32조, 규정 준수 책임자) 대규모 온라인 플랫폼은 본 규칙의 준수 여부를 모니

터링할 수 있는 책임자를 지정해야 함

○ (제33조, 대규모 온라인 플랫폼의 투명성 보고 의무) 콘텐츠 조정 보고서 공표 의무 강화 및 감사 보고서 등 공표 의무

– 제13조에 따른 콘텐츠 조정 보고서를 6개월마다 발행

※ 그 외 중개서비스 제공자는 연 1회 발행

– 감사 이행 보고서 채택 후 1달 이내에 제26조 위험도 평가 결과, 제27조 위험도 완화 조치, 제28조 감사 보고서 및 감사 이행 보고서를 공개적으로 이용할 수 있게 하고, 조정기관 및 집행위원회에 송부

– 위 공개가 기밀정보의 공개를 초래하거나 보안을 상당히 취약하게 만들 우려가 있는 경우에는 보고서에서 해당 정보를 삭제할 수 있으며, 조정기관 및 집행위원회에는 공개 보고서에서 해당 정보를 삭제한 이유에 대한 설명을 포함해 온전한 보고서를 송부해야 함

〈제5절: 상당한 주의 의무 관련 기타 의무〉

○ (제34조, 표준) 집행위원회는 유럽 및 국제 표준화기구에 의한 자율적인 산업표준의 개발·시행을 장려해야 하며, 기술 발전과 문제가 되는 이용자의 행위를 고려하여 표준을 개정하는 것을 지원해야 함

○ (제35조, 행동강령) 집행위원회 및 위원회는 본 규칙의 올바른 적용에 도움이 되는 행동강령(codes of conduct) 제정을 장려해야 함

– 제26조제1항에 따른 상당한 시스템 리스크가 나타나고 여러 대규모 온라인 플랫폼과 관련이 있는 경우 집행위원회는 해당 온라인 플랫폼들과 다른 온라인 플랫폼들, 적절한 경우 시민단체, 다른 이해관계자들을 행동강령 제정에 참여시킬 수 있음

○ (제36조, 온라인 광고 행동강령) 집행위원회는 온라인 플랫폼과 관련 서비스 제공자(온라인 광고 중개서비스 제공자 등), 이용자 대표단체, 시민단체, 규제 당국 간의 행동강령 제정을 장려해야 함

– 행동강령은 효과적인 정보의 전송 및 제24조·제30조를 넘어선 경쟁적이고 투명하고 공정한 온라인 광고 환경 조성을 목표로 함

– 본 규칙의 적용 후 1년 이내에 행동강령을 제정하고 제정 후 6개월 이내 적용하

도록 장려해야 함

○ (제37조, 위기 프로토콜) 위원회는 안보·보건에 영향을 미치는 특별한 상황에 한정된 위기 상황을 해결하기 위해 집행위원회로 하여금 위기 프로토콜을 수립하도록 권고할 수 있음

4) 제4장: 시행, 협력, 제재, 집행

〈제1절: 규제당국 및 조정기관〉

○ (제38조, 규제당국 및 조정기관) 회원국은 규제당국과 조정기관을 지정

– 규제당국은 복수로 지정 가능

– 조정기관은 본 규칙 발효 후 2달 이내에 규제당국 중 하나로 선택하며, 회원국이 다른 규제당국에 특정 임무·부문을 위임하지 않는 한 본 규칙의 적용·시행과 관련된 모든 문제에 대해 책임을 져야 함

– 조정기관 외에 다른 규제당국이 있을 경우 양자 간 업무가 명확히 구별되어야 하며, 조정기관은 다른 회원국의 조정기관과 협력해야 함

○ (제39조, 조정기관의 요건) 회원국은 조정기관이 본 규칙에 따른 임무를 객관적이고 투명하고 적시에 수행하도록 해야 하며, 충분한 기술적·재정적·인적 자원을 제공해야 함

– 조정기관은 본 규칙을 적용함에 있어 완전히 독립적으로 행동하고, 외부의 영향을 받지 않아야 함

○ (제40조, 관할권) 중개서비스 제공자의 주요 시설(establishment)이 위치한 회원국이 제3장·제4장의 관할권을 가짐

○ (제41조, 조정기관의 권한) 조정기관은 중개서비스 제공자에 대해 조사 및 집행 권한을 가짐

– 조사 권한에는 정보제공요청, 현장조사, 정보에 대한 설명요청권 등이 포함

– 집행 권한에는 동의의결, 중지 명령, 과징금, 이행강제금, 임시조치 등이 포함

○ (제42조, 제재금) 회원국은 중개서비스 제공자가 본 규칙을 위반할 경우 적용되는 제재금(penalty) 규칙을 수립

– 의무 미이행에 대한 과징금은 서비스 제공자의 연 매출액의 6%, 부정확하거나 오인의 소지가 있는 정보 제공, 부정확한 정보 제출, 현장조사 불응에 대한 과징

금은 연 매출액의 1%를 초과해서는 안 됨

– 이행강제금은 일평균 매출액의 5%를 초과해서는 안 됨

○ (제43조, 신고할 권리) 이용자는 중개서비스 제공자의 동법 위반에 대해 거주지의 조정기관에 신고할 권리를 보유

– 조정기관은 신고를 평가하여 필요시 소재지의 조정기관에 송부하며, 다른 규제당국 소관일 경우에는 해당 당국에 송부

○ (제44조, 활동 보고서) 조정기관은 본 규칙에 따른 활동에 대한 연간 보고서를 작성하여 대중에게 공개

– 보고서는 불법 콘텐츠 및 제8조·제9조에 따른 정보제공 명령의 횟수, 내용, 효과를 포함해야 함

○ (제45조, 조정기관 간 협력) 다른 관할권의 중개서비스 제공자가 본 규칙을 위반했다고 의심되는 경우 해당 관할권의 조정기관에게 조사 및 집행 조치를 취하도록 요청할 수 있음

○ (제46조, 공동조사 및 집행위원회의 개입 요청) 조정기관은 여러 회원국에서 운영되는 중개서비스 제공자에 대한 공동조사에 참여할 수 있으며, 공동조사가 조정기관의 임무와 권한에 영향을 미치지 않음

– 대규모 온라인 플랫폼이 동법을 위반한 것으로 의심되는 경우에 소재지의 조정기관은 집행위원회에 조사 및 조취를 취할 것을 요청할 수 있음

〈제2절: 위원회〉

○ (제47조, 위원회) 중개서비스 제공자 감독에 관한 조정기관의 독립적인 자문기구로 '유럽 디지털 서비스 위원회'(European Board for Digital Services, 이하 "위원회")를 설립

– 위원회는 대규모 온라인 플랫폼 감독을 위해 조정기관 및 집행위원회에 조언을 제공

○ (제48조, 위원회의 구성) 조정기관으로 구성되며, 집행위원회가 위원장이 됨

○ (제49조, 위원회의 임무) 공동조사 지원, 대규모 온라인 플랫폼의 보고서 및 감사 결과에 대한 규제당국의 분석을 지원, 조정기관에게 권고·조언 등

〈제3절: 대규모 온라인 플랫폼 감독·조사·집행·모니터링〉

○ (제50조, 대규모 온라인 플랫폼 감독 강화) 대규모 온라인 플랫폼이 제3장제4절의 규정을 위반했다고 조정기관이 결정한 경우 아래의 강화된 감독 체계를 적용

– 조정기관은 플랫폼에게 1달 이내에 법 위반을 해결할 실행계획을 작성하여 조정기관, 집행위원회, 위원회에 전달하도록 요청

– 집행위원회는 실행계획에 대한 의견을 1달 이내에 조정기관에 전달하고, 조정기관은 해당 실행계획이 적합한지 여부를 1달 이내에 결정

– 조정기관은 실행계획의 효과가 우려되는 경우 효과를 평가하기 위해 독립적인 감사를 요청할 수 있음

○ (제51조, 집행위원회의 개입 및 절차 개시) 집행위원회는 대규모 온라인 플랫폼의 행위에 대해 제58조·제59조에 따른 결정을 내리기 위한 절차를 개시할 수 있음

– 동법을 위반한 것으로 의심되고 소재지의 조정기관이 조사나 집행 조치를 취하지 않은 경우, 동법을 위반한 것으로 의심되고 소재지의 조정기관이 집행위원회에 개입을 요청한 경우, 제3장제4절의 규정을 위반한 경우에 개입 가능

○ (제52조, 정보 요청) 집행위원회는 대형 온라인 플랫폼 및 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자에게 정보를 요청할 수 있음

– 부정확하거나 오인의 소지가 있는 정보를 제공한 경우 제59조· 제60조에 따른 제재금을 부과할 수 있음

○ (제53조, 면담 권한) 집행위원회는 본 규칙 위반과 관련된 정보 수집을 목적으로 관련자가 동의한 경우 인터뷰를 할 수 있음

○ (제54조, 현장 조사) 대규모 온라인 플랫폼 및 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자에 대해 현장 조사를 실시할 수 있음

○ (제55조, 임시 조치) 집행위원회는 이용자에게 심각한 피해가 우려될 경우 대규모 온라인 플랫폼에게 임시 조치를 명령할 수 있음

○ (제56조, 시정안) 대규모 온라인 플랫폼이 본 규칙을 준수하기 위해 시정안(commitments)을 제안하는 경우 집행위원회는 결정으로 해당 시정안에 구속력을 부여하고 더이상 조사를 하지 않을 수 있음

○ (제57조, 모니터링) 집행위원회는 모니터링을 위해 필요한 조치를 취할 수 있으며, 플랫폼에게 데이터베이스 및 알고리즘에 대한 접근 권한 및 관련 설명을 제공하도록

명령할 수 있음

○ (제58조, 규정 미준수) 집행위원회는 대규모 온라인 플랫폼이 ① 본 규칙의 관련 조항 ② 임시 조치 명령 ③ 구속력이 있는 시정안 중 하나 이상을 준수하지 않는 경우 규정 미준수(non-compliance) 결정을 내려야 함

– 집행위원회는 규정 미준수 결정 이전에 플랫폼에게 집행위원회가 취하려는 조치 또는 해당 플랫폼이 취해야 한다고 생각하는 조치에 대한 설명을 포함한 예비 조사 결과를 전달해야 함

○ (제59조, 과징금) 집행위원회는 상황에 따라 적절한 과징금 부과 가능

– 제58조에 따른 규정 미준수 결정 시 전년도 전체 매출액의 6%를 넘지 않는 과징금 부과 가능

– 제52조에 따른 요청에 대해 오인의 소지가 있는 정보를 제공하거나 정해진 기간 내에 응답하지 않은 경우 등에 한하여 대규모 온라인 플랫폼 및 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자에게 전년도 전체 매출액의 1%를 넘지 않는 과징금 부과 가능

○ (제60조, 이행강제금) 집행위원회는 ① 제52조에 따른 정보제공 ② 제54조에 따른 현장 조사 ③ 제55조제1항에 따른 임시 조치 ④ 제56조제1항에 따른 구속력 있는 시정안을 준수하도록 하기 위해 대규모 온라인 플랫폼 및 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자에게 정기적 이행강제금 부과 가능

– 이행강제금은 전년도 일평균 매출액의 5%를 넘지 않아야 함

○ (제61조, 제재금 부과의 소멸시효) 제59조·제60조의 제재금은 5년 내 부과 가능하고, 위반행위가 발생한 날부터 기산하되, 지속적이거나 반복적 위반행위의 경우에는 위반이 종료한 날부터 기산

– 집행위원회 또는 조정기관이 위반행위에 대한 조사나 절차를 위한 조치를 취하면 소멸시효가 중단됨

○ (제62조, 제재금 집행의 소멸시효) 제59조·제60조의 제재금은 부과 결정 후 5년 내 집행 가능하고, 최종 결정일부터 기산

– 제재금액을 변경하거나 변경신청을 거부하는 통지 또는 제재금을 집행하기 위한 조치를 취하면 소멸시효가 중단됨

○ (제63조, 알 권리) 집행위원회가 제58조제1항·제59조·제60조에 따른 결정을 내

리기 전에 대규모 온라인 플랫폼 및 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자가 예비 조사 결과 및 집행위원회가 취할 수 있는 조치를 알 수 있는 기회를 제공해야 함

– 대규모 온라인 플랫폼 및 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자는 집행위원회에 예비조사 결과에 대한 의견을 제출할 수 있음

○ (제64조, 결정의 공표) 위원회는 제55조제1항·제56조제1항·제58조·제59조·제60조에 따른 결정을 공표해야 함

– 공표사실에는 당사자의 성명 및 제재금을 포함한 결정의 주요내용이 포함되어야 함

○ (제65조, 접근제한 요청 및 법원과의 협력) 본 규칙 위반을 중지시키기 위해 모든 권한을 행사해도 규칙 위반이 지속되고 심각한 피해를 발생시키는 경우 집행위원회는 조정기관에게 일차적으로 조치를 취하고 해결이 어려울 시 사법기관과 협력할 것을 요청 가능

○ (제66조, 집행위원회 개입에 관한 시행규칙) 집행위원회는 이 절에 따른 개입에 관한 시행규칙을 채택할 수 있음

〈제4절: 집행에 관한 일반조항〉

○ (제67조, 정보 공유체계) 집행위원회는 조정기관·집행위원회·위원회 간의 의사소통이 가능하도록 안전하고 신뢰할 수 있는 정보 공유체계를 구축·운영해야 함

○ (제68조, 대표) 이용자는 제17조·제18조·제19조에 명시된 권리를 기관·단체·협회가 대신 행사하도록 위임할 수 있음

– 단, 기관·단체·협회는 ① 비영리 기반 ② 회원국의 법령에 따라 설립 ③ 정관상 목적에 본 규칙의 준수 확보에 대한 정당한 이익이 포함되어야 함

〈제5절: 위임 입법〉

○ (제69조, 위임권의 행사) 집행위원회는 제23조·제25조·제31조에 따른 위임법령을 제정할 권한을 가짐

※ 제23조·제25조의 위임법령은 월평균 활동이용자수를 산정하는 구체적인 방법을 규정

– 유럽의회(European Parliament) 및 유럽이사회(European Council)는 언제든지 위임법령을 취소할 수 있으며, 3개월 이내에 반대의견을 제출하지 않으면 위임법

령이 발효됨

○ (제70조, Committee) 집행위원회는 디지털 서비스 위원회(Digital Service Committee)의 지원을 받음

5) 제5장: 최종 조항(Final provisions)

○ (제71조, 전자상거래지침 일부 조항의 삭제) 전자상거래지침(Directive 2000/31/EC) 제12조~제15조 삭제하고, 이에 대한 인용은 본 규칙의 제3조·제4조·제5조·제7조에 대한 인용으로 해석

○ (제72조, 소비자 대표소송 지침의 개정) 동법은 "소비자의 집단이익 보호를 위한 대표소송 지침"(Directive 2020/XX/EC on Representative Actions for the Protection of the Collective Interests of Consumers)을 개정

○ (제73조, 평가) 집행위원회는 본 규칙 발효 후 5년 내 본 규칙을 평가하여 유럽의회, 유럽이사회, 유럽경제사회위원회에 보고(5년마다 반복)

○ (제74조, 발효 및 적용) 본 규칙은 공보 게재 후 20일이 경과하면 발효되고, 발효 후 3개월이 경과한 시점부터 적용

다. 주요 수정사항

2021년 11월 25일 확정된 이사회 안에서는 동법의 적용범위에 '온라인 검색 엔진'을 포함하도록 확장하였다. 또한, 온라인에서 미성년자를 보호하기 위한 조항이 포함되었으며, 중개 서비스 제공자는 이와 관련하여 추가 의무(예: 미성년자가 이해할 수 있는 방식으로 서비스 이용 조건 및 제한 설명)를 지게 된다. 아울러, 대규모 온라인 플랫폼 및 대규모 검색 엔진에 대해 보다 엄격한 규칙을 규정한다. 예를 들어, '다크 패턴' 없이(즉, 고객이 원치 않는 행동을 하도록 설득하기 위해 조작 기술을 사용하지 않음) 온라인 인터페이스를 설계하고 거래자가 완전한 정보를 제공하도록 온라인 마켓플레이스에 대한 의무를 강화한다. 시스템 위험을 관리해야 하는 플랫폼의 의무를 감독하기 위해 일부 독점적인 집행 권한을 유럽 집행위원회에 부여한다.

한편, 유럽의회 역내시장 및 소비자보호위원회는 콘텐츠 조정과 관련하여 온라인 플랫폼에 대해 더 엄격한 의무를 부과하고, 불법 콘텐츠 삭제가 자의적이거나 차별적이지 않도록 하는 더 강력한 보호 장치를 부여한다. 이사회 입장과 동일 선상에서, 중개 서비스

제공자는 이용자의 행동에 영향을 미치는 조작 기술, 즉 '다크 패턴'을 사용하는 것이 금지된다(제12조(2)(c) 및 (15)(b)). 또한, '추천 시스템'을 사용하는 모든 플랫폼(집행위원회에서 제안한 대규모 온라인 플랫폼뿐만 아니라)은 알고리즘의 작동 방식에 대해 투명해야 하고, 그들이 내리는 결정에 대해 책임을 져야 한다(제24조(a)). 아울러, 이용자 생성 포르노 콘텐츠와 관련하여 새로운 의무를 부과한다(제24조(b)). 타겟 광고 측면에서 투명성과 동의 요건을 강화하고, 미성년자를 보호하기 위한 새로운 조항을 추가하였다. 온라인 플랫폼은 이용자의 데이터가 어떻게 수익을 창출하는지에 대해 이용자에게 알려야 한다. 또한, 온라인 플랫폼은 미성년자를 대상으로 하는 직접 마케팅, 프로파일링 및 타겟 광고를 위한 상업적 목적으로 개인 정보를 사용하는 것이 금지된다(제24조).

대규모 온라인 플랫폼에 대해서는 추가 의무를 부과한다. 먼저 대규모 온라인 플랫폼은 연례 위험평가에 있어 공중보건과 관련된 위험 범주를 평가해야 한다(제26조). 또한, 초대규모 온라인 플랫폼은 이용자에게 알고리즘 기반 순위(즉, 프로파일링을 기반으로 하지 않는 하나 이상의 추천 시스템)에 대해 더 많은 선택권을 제공하고, 국가 규제 기관이 요청할 경우 알고리즘의 '설계, 논리 및 기능'을 설명해야 한다(제31조). 온라인 마켓플레이스와 관련하여 면책되기 위한 더 엄격한 조건을 설정한다. 예를 들어, 온라인 마켓플레이스는 불법 제품의 표시를 방지하기 위한 조치(예: 무작위 검사)를 취하고 이를 신속하게 삭제하며, 구매한 소비자에게 알릴 것을 요구한다(제22조). 한편, 디지털서비스법이 소규모 회사에 대해 추가적인 번거로움을 발생시키지 않도록 하기 위해 불법 콘텐츠와 관련된 체계적 위험이 제기되지 않는 비영리법인(예: Wikipedia) 및 중소 온라인 플랫폼에 대한 면제를 신설한다. 위원회는 정당한 사유가 있는 경우 디지털서비스법에 따른 의무를 면제할 수 있는 권한이 부여된다(제16조). 집행 및 구제 메커니즘에 있어 유럽연합 회원국의 디지털서비스법 조정자의 역할과 집행위원회와의 협력을 명확히 하되, 이사회가 제안한 바와 같이 집행위원회에 독점적인 집행 권한을 부여하지는 않았다. 마지막으로, 이용자 피해구제 메커니즘을 강화하였다.

제2절 미 국

1. 플랫폼 패키지 법안

가. 개요

2021년 6월 11일 미국 하원에서 온라인 플랫폼 기업을 규제하기 위한 5개 법안이 민주당과 공화당 의원 공동으로 발의되고, 6월 25일 하원 법사위를 통과하였다. 5개 법안은 플랫폼 독점종식법(Ending Platform Monopolies Act), 플랫폼 경쟁과 기회법(Platform Competition and Opportunity Act), 온라인 혁신과 선택법(American Innovation and Choice Online Act), 서비스 전환을 통한 호환성 및 경쟁 촉진법(Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching (ACCESS) Act) 및 합병신청 수수료 현대화법(Merger Filing Fee Modernization Act)이며, 이 법안들은 2020년 10월 하원 사법위원회 산하 반독점 소위가 구글, 아마존, 페이스북, 애플 등 빅4의 시장지배력과 사업 관행이 경제 및 민주주의에 미치는 영향을 분석하여 발표한 보고서(“디지털 시장의 경쟁에 대한 조사”)의 후속대책으로 마련되었다. 이 법안들 중 온라인 선택과 혁신법은 2021년 10월 18일 상원에서도 동일한 법안명으로 발의되었으며, 2022년 1월 20일 상원 상임위 통과 후 3월 2일 수정 보고되었다.

이 법안들에서 규제대상인 ‘온라인 플랫폼’은 ①이용자가 플랫폼의 다른 이용자가 볼 수 있는 콘텐츠를 생성하거나 플랫폼의 다른 콘텐츠와 상호작용하도록 하거나, ②이용자와 플랫폼과 무관한 사업이용자 간에 애플리케이션을 포함한 재화·용역의 제공, 판매, 구매, 지불 또는 배송을 촉진하거나, ③대량의 정보에 접근하거나 표시하여 이용자로 하여금 검색이나 쿼리를 가능하게 하는 웹사이트, 온라인 또는 모바일 애플리케이션, 운영체제, 디지털 어시스턴트나 온라인 서비스로 정의된다. 규제대상 플랫폼 사업자는 합병신청 수수료 인상법을 제외한 4개 법안에서 이용자 수와 시가총액을 기준으로 지정할 수 있도록 하여 사실상 GAFA(구글, 아마존, 페이스북, 애플)로 한정한다.

나. 법안의 주요 내용

□ 플랫폼 독점종식법

o (개요) 지정 플랫폼 사업자로 하여금 해당 플랫폼에서 자사의 재화·용역 판매 등 플랫폼 운영 이외의 행위를 중단하도록 함[Pramila Jayapal(민주당), Lance Gooden(공화당) 공동발의]

o (의무사업자) FTC 또는 DOJ가 규제대상 플랫폼을 지정할 수 있도록 권한 부여(Section 6(a))

- (지정기준) ①미국 기반의 활성 이용자 월 5천만명/활성 사업이용자 월 10만명, ②시가총액 6000억 달러 이상, ③온라인 플랫폼에서 재화·용역 판매를 위한 중요한 거래상대방(Section 5(5))

o (금지사항) 지정 플랫폼 사업자가 플랫폼 운영 이외에 해당 플랫폼을 통해 재화·용역을 판매하는 행위를 불법적 이해상충으로 규정하고(Section 2), 지정 플랫폼 사업자의 임직원이 종전 관계사*의 임직원을 겸하지 못하도록 금지(Section 4)

* "종전 관계사"란 계열관계가 종료되기 전 지정 플랫폼 사업자가 소유하거나 관리하던 법인을 지칭(Section 5(5))

- 사업이용자가 판매하는 재화·용역의 경쟁 재화·용역뿐만 아니라 사업이용자가 플랫폼에 접근하거나 재화·용역의 배치를 위해 플랫폼 사업자로부터 구매해야 하는 재화·용역(예: 결제플랫폼, 광고 등)을 포괄

- 규제대상 플랫폼으로 지정된 날짜를 기준으로 임직원 겸직금지를 위반한 경우 지정 60일 이내에 서비스를 중단(Section 4)

- 이해상충을 해소하기 위해서는 해당 사업부문의 전략적 의사결정에 관여할 수 없도록 지분 25% 미만 기준 적용(Section 5(4))

o (제재조치) 불법적 이해상충 행위에 경쟁법(FTC법, 클레이튼법)을 적용하고, 민사제재금을 부과할 수 있도록 근거를 규정(Section 3)

- (민사제재금) 전년도 일평균 총 매출액의 15%와 위반행위 기간 동안 위반행위로 발생된 일평균 총 매출액의 30% 가운데 크지 않은 금액 이하

□ 플랫폼 경쟁과 기회법

o (개요) 지정 플랫폼 사업자에게 인수합병이 경쟁제한적이지 않다는 입증책임을 부과함으로써 잠재적 경쟁사업자 인수를 제한[Hakeem Jeffries(민주당), Ken Buck(공화당) 공동발의]

o (의무사업자) FTC 또는 DOJ가 규제대상 플랫폼을 지정할 수 있도록 권한 부여(Section 4(a))

- (지정기준) ①미국 기반의 활성 이용자 월 5천만명/활성 사업이용자 월 10만명, ②시가총액 6000억 달러 이상, ③온라인 플랫폼에서 재화·용역 판매를 위한 중요한 거래상대방(Section 3(d))

o (금지사항) 규제대상 플랫폼 사업자가 상업 또는 상업에 영향을 미치는 활동에 종사하는 기업을 인수하는 것을 불법으로 규정(Section 2(a))

- 재화·용역에 국한되지 않고 이용자의 주목을 끌기 위한 경쟁을 포괄하며(Section 2(c)), 추가적인 데이터에 대한 접근을 초래하는 인수가 지정 플랫폼 사업자의 시장지위를 강화시키거나 유지시킬 수 있음(Section 2(d))

- 다만, 지정 플랫폼 사업자가 해당 인수거래가 경쟁제한적이지 않다는 점을 증거를 통해 입증할 경우 예외로 규정(Section 2(b))

□ 온라인 선택과 혁신법

o (개요) 지정 플랫폼 사업자가 플랫폼을 이용해 자사 제품에 특혜를 제공하거나 사업이용자들을 차별하는 행위를 금지[David N. Cicilline(민주당), Lance Gooden(공화당) 공동발의]

- 2021년 10월 18일 상원에서도 동일한 법안명으로 발의되었으며, 2022년 1월 20일 법사위 통과 후 3월 2일 수정 보고

- 수정안에 따르면, 전세계 월 이용자가 10억 명 이상이거나 비상장 기업의 경우 연 매출액이 300억 달러 이상인 플랫폼에도 적용되며,[5] 국가 안보를 위협하거나 중국 정부 또는 외국 정부가 통제하는 사업이용자에게는 적용되지 않음

o (의무사업자) FTC 또는 DOJ가 규제대상 플랫폼을 지정할 수 있도록 권한 부여(Section

5) 원안은 미국의 월 이용자가 5천만명 이상이거나 사업이용자가 월 10만명 이상이고, 시가총액 또는 연 매출액이 5,500억달러 이상

2(d))

- (지정기준) ①미국 기반의 활성 이용자 월 5천만명/활성 사업이용자 월 10만명, ②시가총액 6000억 달러 이상, ③온라인 플랫폼에서 재화·용역 판매를 위한 중요한 거래 상대방(Section 2(g)(4))

o (금지사항) 자사의 재화·용역에 혜택을 제공하거나 제3자의 재화·용역을 자사의 그것에 비해 배제하거나 불이익 제공하는 행위 및 유사한 사업이용자 가운데 차별하는 행위를 불법적 차별행위로 규정하고(Section 2(a)), 금지되는 세부 차별행위를 규정(Section 2(b))

① 사업이용자가 지정 플랫폼 사업자의 재화·용역에서 사용할 수 있는 플랫폼, 운영체제, 하드웨어 및 소프트웨어 기능에 액세스하거나 상호 운용할 수 있는 능력을 제한하거나 방해

② 지정 플랫폼 사업자가 제공하는 다른 재화·용역의 구매 또는 사용에 따른 지정 플랫폼의 조건부 접근 또는 지정 플랫폼 상의 선호 상태나 배치

③ 자신의 재화·용역을 제공하거나 지원하기 위해 사업이용자의 재화·용역과 상호 작용하여 사업이용자 또는 고객의 활동에 의해 플랫폼에서 획득하거나 생성된 비공개 데이터를 이용

④ 다른 시스템·애플리케이션으로의 사업이용자의 데이터 이동성을 저해하는 계약적·기술적 제한과 같이, 사업이용자의 재화·용역과 상호 작용하여 사업이용자 또는 고객의 활동에 의해 플랫폼 상에 생성된 데이터에 접근하는 것을 제한하거나 방해

⑤ 플랫폼 상에 선탑재된 애플리케이션을 삭제하거나 지정 플랫폼 사업자가 제공하는 재화·용역으로 이용자를 유인하는 기본설정을 변경하는 것을 제한하거나 방해

⑥ 사업이용자가 거래를 촉진하기 위해 플랫폼 상에서 이용자에게 정보를 전달하거나 하이퍼링크를 제공하는 것을 제한하거나 방해

⑦ 플랫폼 상에서 제공하는 검색 또는 순위 기능을 포함한 모든 이용자 인터페이스와 관련하여, 지정 플랫폼 사업자의 재화·용역 또는 사업 부문을 다른 사업이용자보다 우대

⑧ 사업이용자의 재화·용역의 가격 책정을 방해하거나 제한

⑨ 사업이용자, 사업이용자의 고객 또는 이용자가 재화·용역에 상호운용하거나 연결하는 것을 제한하거나 방해

⑩ 州 또는 연방법의 실제적 또는 잠재적 위반에 대해 법 집행기관에 문제를 제기하는 사업이용자 또는 이용자에 대한 보복 행위

- 다만, 지정 플랫폼사업자가 해당 차별행위가 경쟁제한적이지 않음을 증거를 통해 입증할 경우 예외로 규정(Section 2(c))

o (제재조치) 위반 행위에 대해 민사제재금을 부과할 수 있으며(Section 2(f)(1)), FTC 또는 DOJ의 소송제기를 통해 법원은 보상, 계약 파기 및 개정, 환불, 재산 반환, 부당이득환수, 명령 등을 부과할 수 있음(Section 2(f)(2))

- (민사제재금) 전년도 일평균 총 매출액의 15%와 위반행위 기간 동안 위반행위로 발생된 일평균 총 매출액의 30% 가운데 크지 않은 금액 이하

- (긴급중지명령) FTC 또는 DOJ는 지정 플랫폼 사업자의 차별행위에 대해 최대 120일간 중지하도록 요구하는 소송을 제기하여 법원의 승인 하에 긴급중지명령을 부과할 수 있음(Section 2(i))

□ 서비스 전환을 통한 호환성 및 경쟁 촉진법

o (개요) 이용자가 소셜미디어를 보다 쉽게 탈퇴하고 자신의 콘텐츠를 쉽게 가져갈 수 있도록 보장[Mary Gay Scanlon(민주당), Burgess Owens(공화당) 공동발의]

o (의무사업자) FTC 또는 DOJ가 규제대상 플랫폼을 지정할 수 있도록 권한 부여(Section 6(a))

- (지정기준) ①미국 기반의 활성 이용자 월 5천만명/활성 사업이용자 월 10만명, ②시가총액 6000억 달러 이상, ③온라인 플랫폼에서 재화·용역 판매를 위한 중요한 거래상대방(Section 5(6))

o (금지사항) 아래 규정의 위반행위를 FTC법 Section 5(a)(1)을 위반하는 불공정행위로 규정(Section 2)

① 지정 플랫폼 사업자에게 데이터 이동성 보장 의무를 부과하고, FTC가 설정하는 표준을 따르도록 규정(Section 3)

- 이용자 또는 이용자의 동의를 얻어 그 지시에 따라 사업이용자에게 데이터를 안전하게 전송할 수 있도록 구조화되고 일반적으로 사용되는 기계독해 가능한 형식으

로 투명하고 제3자 접근가능한 인터페이스(API 포함)를 유지해야 함

② 지정 플랫폼 사업자에게 상호호환성 보장 의무를 부과하고, FTC가 설정하는 표준을 따르도록 규정(Section 4)

- 경쟁사업자 또는 잠재적 경쟁사업자의 상호 운용성을 촉진하고 유지하기 위해 투명하고 제3자 접근가능한 인터페이스(API 포함)를 유지해야 하며, 상호호환성 인터페이스 변경에 대해 FTC 승인을 받은 후 시행하도록 함(개인정보호 또는 보안과 관련된 변경은 예외)
- FTC가 상호호환성 표준을 설정할 수 있는 권한을 부여하며(Section 6(c)), 기술적 검토를 위해 기술위원회를 설치하도록 함(Section 7)

③ 지정 플랫폼 사업자와 사업이용자는 개인정보보호와 보안 외의 목적으로 이용자 데이터를 수집, 활용, 공유해서는 아니 됨(Section 4(f))

o (제재조치) 위반 행위에 대해 민사제재금을 부과할 수 있으며(Section 10(a)), FTC 또는 DOJ의 소송제기를 통해 법원은 보상, 계약 파기 및 개정, 환불, 재산 반환, 부당이득환수, 명령 등을 부과할 수 있음(Section 10(b)

- (민사제재금) 전년도 일평균 총 매출액의 15%와 위반행위 기간 동안 위반행위로 발생된 일평균 총 매출액의 30% 가운데 크지 않은 금액 이하
- (긴급중지명령) FTC 또는 DOJ는 지정 플랫폼 사업자의 위반행위에 대해 최대 120일간 중지하도록 요구하는 소송을 제기하여 법원의 승인 하에 긴급중지명령을 부과할 수 있음(Section 9(b))

□ 합병신청 수수료 현대화법

o FTC와 DOJ의 예산확충을 위한 인수합병 신청 수수료 인상 법안[Joe Neguse(민주당), Victoria Spartz(공화당) 공동발의]

다. 시사점

o 금번 패키지 법안 발의의 단초가 된 “디지털 시장의 경쟁에 대한 조사” 보고서(20.10월)[6]에서는 규제기관의 대응 부족으로 GAFA의 지배력이 강화되어 소비자의

6) The House Judiciary Committee’s Subcommittee on Antitrust, Commercial, and Administrative Law (2020), The Investigation of Competition in Digital Markets, United

선택권 감소, 혁신 및 기업가 정신 약화, 자유롭고 다양한 언론의 활력 약화, 프라이버시 침해 등 폐해가 심각함을 지적

- 이를 시정하기 위해 디지털 경제에서의 경쟁 회복, 독점금지법 강화, 독점금지법 집행 부활 3가지 측면에서의 대응을 권고
- 이 중 디지털 경제에서의 경쟁 회복과 관련하여 구조 분리 및 인접 사업부 운영 금지, 자사서비스 우대 금지 등 비차별, 상호호환성 및 데이터 이동성, 우월적 협상력 남용 금지 및 플랫폼에 의존하는 기업 개인에 대한 적법절차 제공 등을 제안

o 이 보고서에서 제안한 내용이 대부분 법안에 반영되었고, 이를 민주당과 공화당 의원들이 공동 발의하였다는데 의미가 있으며, 이 중 중점 추진 법안은 반독점 소위 위원장(민주당 의원)과 공화당 간사가 공동 발의한 「자사제품 특혜제공 금지법」으로 판단됨

- 법안들의 규제대상 플랫폼 사업자 지정기준은 모두 동일*하며, 이를 적용할 경우 대체로 GAFA로 한정됨

  * 활성 이용자 월 5천만명, 활성 기업이용자 월 10만명, 시가총액 6000억 달러 이상

- 최근 EU의 디지털시장법에 대한 유럽의회 상임위 수정안(21.6.1일)에서도 규제대상을 GAFA로 한정하기 위해 매출액/시가총액 기준을 상향할 것을 제안

  ※ DMA 초안 : 지난 3년간 유럽 역내 매출액 65억 유로 이상 또는 직전 회계연도 시가총액 650억 유로 이상

  DMA 수정안 : 지난 3년간 유럽 역내 매출액 100억 유로 이상 또는 직전 회계연도 시가총액 1000억 유로 이상

o 이는 그간 자국기업인 빅테크에 대한 규제에 소극적이었던 태도에서 선회한 것으로, 유럽연합에서의 인식 및 규제동향과 유사한 모습을 보이고 있으며, 여기에서 더 나아가 구조적 조치까지 강구하고 있는 상황임

States, 20.10.6.

2. 오픈 앱 마켓 법안

2021년 8월 11일 미국 상원에서 인앱결제와 관련된 경쟁제한 행위를 규제하기 위한 「오픈 앱 마켓법」(S.2710)이 민주당과 공화당 공동으로 발의되었고, 2022년 2월 3일 상원 법사위를 통과하였다. 하원에서도 상원의 오픈 앱 마켓법과 동일한 내용의 동반법안(companion legislation, H.R.5017)이 2021년 8월 13일에 발의되었고, 현재 법사위 계류 중이다.

동 법안의 규제대상은 미국 내 이용자가 5천만명을 초과하는 앱스토어를 소유하거나 통제하는 사업자이고, 금지행위는 아래와 같다.

ㅇ 자사의 인앱 결제를 강제하는 행위(Section 3(a))

- 앱스토어에 배포되거나 운영체제에서 액세스할 수 있는 조건으로 규제대상 사업자나 비즈니스 파트너가 소유하거나 관리하는 인앱결제 시스템을 사용하도록 요구하는 행위(Section 3(a)(1))
- 앱스토어 배포 조건으로 자사의 앱스토어 조건을 다른 앱스토어와 같거나 더 유리하도록 요구하는 행위(Section 3(a)(2))
- 다른 인앱 결제 시스템이나 다른 앱스토어를 통해 다른 가격이나 판매 조건을 제공하는 개발자에 대해 징벌적 조치를 취하거나 덜 유리한 조건을 부과하는 행위(Section 3(a)(3))

ㅇ 합법적인 비즈니스 커뮤니케이션을 방해하는 행위(Section 3(b))

- 가격 조건, 상품 또는 서비스 제공과 같은 합법적인 비즈니스 제안과 관련하여 앱을 통한 앱 이용자와 개발자 간의 의사 소통을 제한하거나 이용자에게 직접 연락하는 것을 제한하는 행위

ㅇ 비공개 비즈니스 정보 활용(Section 3(c))

- 제3자 앱에서 파생된 정보를 해당 앱과 경쟁할 목적으로 사용하는 행위

ㅇ 검색 상의 자사 서비스 선호(Section 3(e))

- 앱스토어에서 자사나 비즈니스 파트너의 앱을 다른 앱보다 부당하게 선호하거나 순위를 매기는 방식으로(자사나 비즈니스 파트너의 소유권 기준에 따라 앱의 우선순위를 지정하는 순위체계나 알고리즘 포함. 명확하게 공개된 광고 미포함) 불평등하게

대우해서는 아니 됨

상호운용성 제공 의무와 개방형 앱 개발 의무도 부과된다. 앱스토어가 운영되는 운영체제나 이의 설정을 통제하는 규제대상 사업자는 운영체제의 이용자가 앱 또는 앱스토어의 적절한 카테고리 기본값으로 제3자 앱이나 앱스토어를 선택하거나 앱스토어 외의 수단을 통해 제3자 앱이나 앱스토어를 설치하거나 앱스토어 소유자나 비스니스 파트너에 의해 제공되거나 선탑재된 앱이나 앱스토어를 숨기거나 삭제할 수 있도록 쉽게 액세스할 수 있는 수단을 허용하고 제공해야 한다(Section 3(d)). 운영체제 인터페이스, 개발 정보, 하드웨어 및 소프트웨어 기능에 대한 액세스는 자사나 비즈니스 파트너가 제공하는 유사한 앱 또는 기능의 액세스 조건과 동등하거나 기능적으로 동등한 조건으로 적시에 개발자에게 제공되어야 한다(Section 3(f)).

개인정보 보호, 보안, 관계 법령에 따라 행해진 위반행위는 예외를 허용하되, 자사 또는 비즈니스 파트너의 앱이나 제3자 앱에 일관되게 적용되며, 제3자 앱, 인앱 결제 시스템 또는 앱스토어를 배제하거나 불필요하거나 차별적인 조건을 부과하기 위한 구실로 사용되지 않아야 한다(Section 4).

2022년 2월 3일 상원 법사위는 오픈 앱 마켓법을 찬성 20, 반대 2로 통과시켜 본회의 상정을 앞두고 있다. 법사위에서는 금지행위 위반의 예외사항으로 개인정보 보호, 보안 및 관계 법령에 따라 행해진 행위 이외에 '기존 지적재산권의 불법적인 침해를 방지하기 위해 필요한(necessary to prevent unlawful infringement of preexisting intellectual property) 조치'를 추가하였다. 아울러 인앱 결제 강제 금지를 통한 제3자 결제 허용이 개인정보 보호나 보안에 취약점을 발생시킬 수 있다는 앱 마켓사업자의 우려에 따라 '이용자 개인정보 보호, 보안 또는 디지털 안전을 달성하는 데 필요한(necessary to achieve user privacy, security, or digital safety) 조치'에 관해 명확히 규정하였다(Section 4(a)(2)). 이에는 제3자 앱 또는 앱스토어의 설치를 활성화하기 전에 최종 이용자가 선택하도록 허용하고 합당한 위험에 관한 정보를 제공, 최종 이용자 단말에서 악성 또는 사기성 앱 또는 앱스토어 제거, 최종 이용자에게 제3자 앱 또는 앱스토어의 진위 및 출처를 확인할 수 있는 기술적 수단 제공, 최종 이용자에게 제3자 앱 또는 앱스토어의 이용자 데이터 수집·공유를 제한하는 옵션 제공 등이 포함된다.

3. 경쟁·반독점법 집행 개선법안

기업결합 규제를 강화하고 배제행위 규정을 신설하는 내용의 「경쟁·반독점법 집행 개선법」(S.225)이 2021년 2월 4일 민주당과 공화당 공동으로 발의되었고, 현재 법사위 계류 중이다. 주요 내용은 아래와 같다.

- 기업결합 심사시 ① 경쟁이 감소할 '위험'이 있는 경우도 금지대상에 포함하고, ② 경쟁제한성 추정조항을 추가하며, ③ 경쟁제한성 입증책임을 당사회사로 전환

- 클레이튼법에 배제 행위 규정을 신설하여 배제 행위를 '하나 이상의 경쟁사업자(또는 잠재적 경쟁사업자)에 대해 실질적으로(materially) 불이익을 주거나, 경쟁의 가능성을 제한하거나 경쟁의 유인을 차단하는 행위'로 정의

· 당해 사업자가 관련 시장에서 ① 시장점유율이 50% 이상이거나, ② 현저한 시장지배력을 가진 경우 배제 행위가 경쟁을 제한하는 것으로 추정

· 배제 행위에 대해 경쟁제한성이 추정되더라도 사업자가 ① 해당 행위가 경쟁을 제한할 우려가 다소 있더라도 그보다 경쟁을 촉진하는 이점이 뚜렷하다는 사실, ② 해당 행위에 관여하지 않았던 제3자가 해당 행위로 인해 시장에 진입하거나 사업을 확장한 사실, ③ 해당 행위가 경쟁을 제한할 우려가 없다는 사실 중 하나를 입증하면 경쟁제한성 추정이 번복됨

제3절 영 국

1. 디지털 시장 규제 프레임워크

가. 개관

대규모 온라인 플랫폼이 야기하거나 야기 가능한 경쟁상 우려에 대응하기 위해 경쟁시장국(Competition & Markets Authority, 이하 "CMA")은 2020년 12월 사전규제 프레임워크를 제안하였다. CMA는 금번 디지털 시장 규제프레임워크 제안 근거로 디지털 서비스 제공에 따른 편익에 반대 급부로 발생하거나 발생 가능한 폐해, 특히 소수 대규모 디지털

사업자의 시장영향력(market power)에 따른 부정적 결과의 개선 필요성을 제기하고 있다. 디지털 서비스는 소비자, 기업 및 경제 전반에 상당한 편익을 제공하고, 개인 삶의 방식 전환, 기업의 신 시장 개척 등 현대의 삶에 근간이 되고 있다. 하지만 소수 대규모 디지털 사업자는 축적·강화된 시장영향력을 토대로 소비자, 기업에게 유의적인 폐해를 유발하고 이는 혁신적인 경쟁사업자, 경제·사회 전반에도 동일하다. 구체적으로, 소비자는 경쟁 상황 대비 높은 상품·서비스 가격을 지급하고, 개인정보 보호가 약화되었으며, 이용사업자도 서비스 이용 관련 높은 대가를 지급한다. 대규모 디지털 사업자의 시장영향력 확장으로 인해 다른 신규시장에서 미래 일자리 및 디지털 경제 창출 잠재력을 가진 혁신 사업자의 시장 진입·확장을 어렵게 하여 디지털 경제의 활력이 저하된다.

이러한 문제점 해소 또는 개선을 위해 CMA는 사전규제 도입을 통한 효과적인 규제 설계를 제안한다. 규제목표는 디지털 서비스 시장에 노정된 문제 해소·개선을 통한 디지털 서비스의 잠재적 편익을 지속적으로 발현시키고, 궁극적으로는 영국 경제 및 COVID-19 극복에 기여하는 것이다. 이를 위해 기존 경쟁법은 직면한 디지털 시장의 문제 대응에 충분하지 않다는 것이 기존의 여러 연구들로부터 확인되는 바, 대규모 디지털 사업자들의 상당하고 견고한 시장영향력을 고려할 때 이들에 대한 규제 접근은 사전규제가 적절하다. 즉, 대규모 사업자들의 시장영향력 행사를 금지하고 활력 있는 경쟁 및 혁신을 촉진해야 한다. 사전규제 프레임워크 설계 원칙은 첫째, 증거기반(evidence-based) 및 신속한 규제 개입을 통해 폐해에 대응하는 것이다. ‘one size fits all’ 접근은 사업자의 다양한 행위 규제에 부적절하므로, 사안별로 접근하는 것이 바람직하다. 둘째, 사안별로 확인된 행위에 구체적이고 비례적인 규제를 적용하여 특정 규제로 인해 발생 가능한 의도하지 않은 결과에 따른 위험을 최소화해야 한다. 셋째, 규제 결정 전에 자문을 실시하고 규제 결정 채택 시 그 근거에 대해 세부적인 설명이 필요하다. 넷째, 발생한 위반행위를 사후적으로 조치하는 것이 아니라 미래지향적으로 위반행위 발생 자체를 방지하는데 초점을 맞춰야 한다. 마지막으로, 관할당국은 국내외 관련 당국과 일관된 규제 접근을 촉진해야 한다.

나. SMS 제도

SMS(Strategic Market Status) 제도는 가장 영향력 있는 디지털 사업자 규제를 위한 제도로서, SMS 보유사업자 지정 및 지정사업자에 대한 사전규제 적용을 주요 내용으로 한다.

디지털 서비스에 있어 상당하고 견고한 시장영향력을 보유하고, 이를 통해 전략적 지위를 갖는 사업자를 SMS 보유사업자로 지정하되, SMS 보유 여부 평가는 경쟁상의 폐해 야기 및 이를 토대로 규제 개입을 가능하게 하는 요소들의 평가에 초점을 맞춘다.

SMS 보유사업자에 대해 CMA가 상정한 규제 수단은 행동강령, 경쟁촉진 규제(Pro-Competition Intervention, 이하 "PCI"), M&A 규제 등 3가지이다. 집행 가능한 행동강령은 시장영향력의 결과를 관리하기 위한 수단이며, 적극적인 PCI는 시장영향력의 원천인 요소에 대응하기 위한 수단이다.

다. 디지털 시장의 경쟁 및 소비자 보호 강화

SMS 사업자를 포함하여 보다 광범위한 디지털 사업자를 대상으로 경쟁, 혁신, 소비자 보호를 강화한다. 신속한 개입을 위한 모니터링과 관련 법령을 강화한다. 디지털 시장 모니터링은 디지털 시장에 대한 이해 제고 및 관련 문제를 조기에 확인하고 대응하기 위한 목적이며, 디지털 기술의 역동성으로 인해 사업자와 규제당국 간 정보 격차를 해소할 필요가 있다. 이를 위해 전문가 그룹을 구성하고, 디지털 시장 내 다양한 참가자들과 교류하며,연구를 수행하고 시장정보를 수집한다. 사업자에 대한 정보제공 요청과 시장 연구를 통한 정보 수집도 필요하다.

경쟁/소비자보호 법령을 강화하여 디지털 시장의 경쟁과 혁신 촉진을 위해 데이터 이동성, 상호운용성 제도 등을 도입한다. 온라인 가짜뉴스와 사기광고 등 소비자와 기업에 경제적 피해를 야기 하는 불법 콘텐츠 및 불법행위에 대응한다. 소비자에 폐해를 야기하는 선택 시스템 규율을 통해 소비자 선택권을 보호한다. 플랫폼과 이를 이용하는 이용사업자 간 투명성 규칙의 집행을 강화한다.

2 SMS 제도

가. SMS 보유사업자 지정

SMS 지정을 위한 3대 요건은 상당한 시장영향력, 견고한 시장영향력 및 전략적 지위 보유이다. 상당한 시장영향력은 대상 사업에 필적하는 경쟁사업자가 없고 시장 진입/확장 장벽이 존재하는 경우, 견고한 시장영향력은 상당한 시장영향력이 안정적이며 단기적으로

경쟁을 배제하는 경우, 전략적 지위는 상당하고 견고한 시장영향력의 효과가 특별한 정도로 광범위하거나 유의적인 상황을 의미한다. 우선적으로 상정하는 현실적인 기준은 매출액 기준이고, 대상 사업은 7개 디지털 사업(digital activity)이다. 매출액 경우 연간 매출액 영국 내 £10억, 글로벌 £250억, 대상 사업은 온라인 마켓플레이스, 앱 스토어, 소셜 네트워크, 웹브라우저, 온라인 검색, 운영체제 및 클라우드 컴퓨팅 등 7개이다. 테스트 기간은 1년 이내, SMS 지정기간은 지정된 사업 시장영향력의 견고함과 적용하는 규제 효과의 실현을 고려하여 5년으로 한다.

SMS 지정을 위한 3대 요건을 더 구체적으로 살펴보면, 먼저 상당한 시장영향력은 해당 사업자가 제공하는 상품/서비스 이용자에게 필적하는 상품/서비스 대안이 없고 다른 경쟁 사업자의 시장 진입이나 확장 위협이 제한된 경우에 인정된다. 이 경우 해당 사업자는 경쟁상황 대비 자사의 해당 상품/서비스 가격을 인상하거나 품질을 떨어뜨리고 혁신에 소극적일 가능성이 높다. 그 결과 해당 사업자는 소비자에게 즉각적인 폐해를 유발하며, 장기적으로 혁신이 저해됨으로써 추가적인 폐해를 야기할 수 있다. 다만, 이러한 시장영향력이 일시적인 경우는 SMS 요건을 충족하지 않는다. 일시성으로 인해 해당 사업자는 여전히 강한 투자/혁신 유인이 존재하기 때문이다. 따라서 두 번째 요건인 견고한 시장영향력이 존재해야 하는데, 이는 시장영향력이 일시적이지 않으며 단기적으로 경쟁이 배제될 가능성이 있는 상태를 의미한다. 시장영향력이 견고해진 경우 경쟁사업자가 등장하여 상당한 수준의 시장점유율을 확보할 가능성이 낮다. 디지털 시장에 내재된 네트워크 효과, 규모의 경제 또는 광범위한 이용자 데이터 확보가 갖는 이점을 쉽게 공략하기 어렵기 때문이다. 따라서 해당 사업자는 경쟁상황 대비 상품/서비스 가격을 인상하거나 품질, 투자, 혁신을 저해하거나 축소할 가능성이 존재하여, 소비자 폐해를 야기할 수 있다. 마지막으로, 특정 디지털 사업에 있어 상당하고 견고한 사업자의 시장영향력이 해당 사업자에게 전략적 지위를 부여하는지 여부를 평가할 필요가 있다. 전략적 지위란 시장영향력의 효과가 특별한 정도로 광범위하거나 상당한 상황을 의미한다. 전략적 지위의 구체적인 요소들로는 상당한 규모(예: 인구 대비 아주 높은 비중의 이용자가 해당 서비스 이용), 고객에 대한 중요한 액세스 포인트(예: 해당 사업자의 다른 서비스 이용을 위한 관문 또는 중요한 투입물), 해당 사업의 시장영향력을 다른 사업으로 확장하거나 해당 시장 영향력을 강화하는 생태계 구성, 해당 사업을 통한 게임의 규칙 결정, 해당 사업이 보다 광범위한 사회적 또는 문화

적 중요성을 갖는 시장에 유의적인 영향을 미침 등이 있다. 이러한 요소들이 SMS 지정에 모두 관련되는 것은 아니며, 적용은 검토 대상이 되는 사안별로 다를 수 있다.

나. 경쟁촉진규제(PCI)

PCI는 디지털 시장의 동적 경쟁과 혁신을 촉진하기 위해 관할당국이 해당 시장에 개입하는 것이다. 이는 SMS 사업자 시장영향력의 근원에 대한 조치를 목표로 한다. 주요 조치는 개인정보 이동성과 상호운용성을 포함하며, 행동 강령을 통해 실현될 수 없는 중요한 사안에 대한 조치들을 의미한다. 예를 들어, 시장 진입장벽과 같이 혁신적인 신규사업자들의 경쟁과 혁신 추구를 방해하는 속성에 대해 조치한다. 따라서 PCI는 디지털 시장에 있어 장기적인 동태적 변화를 유도하고, 혁신을 촉진하여 소비자, 기업 및 경제 전반에 필수적이다.

PCI 목적은 경쟁을 촉진하는 것이며, SMS 보유사업자의 강한 위상의 근원에 대한 조치를 목표로 한다. PCI의 구체적인 목적은 역동적인 경쟁과 혁신이 촉진되도록 하는 조건을 설정하고 이를 통해 소비자 편익을 증진하기 위한 것이다. 행동강령은 이용자 착취나 경쟁자 배제 등 SMS 보유사업자의 편익 확보를 금지하기는 하지만, 이러한 SMS의 근원을 조치하지 않는다. 따라서 설령 행동강령이 존재한다고 하더라도 유효경쟁은 지속적으로 미흡할 가능성이 있다. 이는 SMS 보유사업자로 하여금 투자, 혁신 또는 가격 인하나 품질 향상 유인을 약화시킨다.

PCI는 새로운 개념은 아니며, 통신 시장에서 상당한 효과를 실현하는데 이용되어 왔다. 영국 방송통신부문 규제기관인 Ofcom은 “SMP 제도” (significant market power regime)를 통해 경쟁 촉진을 위한 일련의 경제적 규제를 실행해 왔다. 경쟁 촉진을 위한 Ofcom의 구체적인 제도 적용 예는 유선 통신 부문의 경쟁 촉진 규제이다.

관할당국은 PCI 유형으로 최소한 데이터 관련 규제, 상호운용성, 소비자 선택 및 디폴트 규제, 공정하고 합리적인 접근 조건 적용, 분리 조치 등 5개 수단을 적용할 수 있다. 데이터 관련 규제로는 데이터에 대한 소비자 통제 강화, 데이터에 대한 제3자 접근 의무화, 데이터 이동성 및 대상 데이터의 분리 구성(data silos) 등이 있다. 상호운용성 규제로는 공통표준을 통한 서비스/네트워크 간 연동이 있다. 소비자 선택 및 디폴트 규제로는 소비자에게 선택지들이 제안되는 방식과 소비자 의사 결정에 영향을 주는 디폴트 관련 우려 조치

가 있다. 공정하고 합리적인 접근 조건 적용으로는 제3자에게 SMS 보유사업자의 핵심설비나 네트워크에 대해 비차별적 접근 제공의무가 있다. 분리 조치로는 SMS 보유사업자 내 관련 부문 간 독립운영을 보장하도록 하는 것이 있다.

관할당국은 시장영향력 원천, 시장영향력 강화 및 시자영향력 확장에 PCI 수단을 적용할 수 있다. 먼저 시장영향력 원천과 관련하여 해당 사업자가 지정된 사업에 있어 상당하고 견고한 시장영향력을 갖도록 야기하는 시장 속성이나 요소들에 대해 조치할 수 있다. 예를 들어, 지정된 사업과 경쟁을 어렵게 하는 네트워크 효과나 규모의 경제 효과에 대한 조치를 포함한다. 시장영향력 강화와 관련해서는 지정된 사업에 있어 SMS 보유사업자의 지위를 강화하는 경쟁제한적 행위에 대한 조치가 가능하다. 예를 들어, SMS 보유사업자가 비지정 사업을 통해 이용자를 지정된 사업에 디폴트로 연결시키는 것에 대한 조치를 포함한다. 시장영향력 확장과 관련해서는 SMS 보유사업자의 지위에 따른 시장영향력을 확장함으로써 야기되는 경쟁제한적 결과에 대한 조치가 가능하다. 예를 들어, 지정된 사업을 통해 수집한 이용자 데이터를 다른 사업에 경쟁상 이점을 위해 활용하는 것에 대한 조치를 포함한다. 행동강령은 지정된 사업을 통해 수집한 이용자 데이터의 비지정 사업에 활용하는 것을 금지하는데 그치는 반면. PCI는 비지정 사업에서 경쟁하는 다른 사업자에게 해당 데이터를 제공하도록 규제할 수 있어 소비자 편익을 더욱 증진시킬 수 있다.

제4장 온라인 플랫폼 이용자보호법 경과 및 보완방안

제1절 온라인 플랫폼 이용자보호법의 경과

2020년 12월 11일 국회 과학기술정보방송통신소위에서 온라인 플랫폼 이용자보호법이 발의된 이후 2021년 3월부터 4월까지 광범위한 산업계・소비자 의견 수렴을 실시하였다. 플랫폼 사업자 측으로는 포털, 앱마켓, 배달·숙박중개 등 분야별 주요 사업자가, 이용사업자 측으로는 재화·외식·여행·숙박 관련 사업자 협・단체가, 최종이용자 측으로는 한국소비자연맹, 경실련 등 소비자 단체가 참여하였다.

〈표 4－1〉 온라인 플랫폼 이용자보호법 의견수렴 대상

구 분		사업자명
플랫폼 사업자	포털	네이버, 카카오, 구글
	앱마켓	구글 플레이스토어, 애플 앱스토어, SK 원스토어,
	오픈마켓	11번가, G마켓, 인터파크, 쿠팡
	배달앱	배달의 민족, 요기요
	소셜 플랫폼	페이스북, 트위터, 네이버, 카카오스토리, 유투브(구글)
	여행·숙박	야놀자, 여기 어때, 에어비앤비, 호텔스닷컴
	협회·단체	한국인터넷기업협회, 한국온라인쇼핑협회, 코리아스타트업포럼
플랫폼 이용 사업자	재화 사업	중소기업중앙회, 소상공인연합회
	외식 사업	한국프랜차이즈산업협회, 한국외식업중앙회
	숙박 사업	한국호텔업협회
소비자단체		한국소비자연맹, 경실련, 소비자시민모임, 녹색소비자연대, YMCA

2021년 6월부터 11월까지는 법률, 경영, 경제 전문가로 구성된 ‘온라인 플랫폼 법제포럼’을 통해 플랫폼 사업자, 이용사업자, 소비자 단체 등이 제기한 의견을 반영한 수정안을 마련하였다. 이와 동시에 방통위・공정위・개인정보위・과기정통부 등 부처 간 협의와 당・정・청 회의 등을 거쳐 11월 수정 의견을 국회에 제출하였다.

제2절 온라인 플랫폼 이용자보호법 보완방안

1. 의견수렴 주요 내용 및 반영 여부 검토

먼저 수범자인 플랫폼 사업자들은 플랫폼의 혁신성을 저해할 우려에 대한 고려가 필요하다는 점을 지적하였다. 첫째, 원안은 수범자를 대통령령으로 정해 예측가능성이 떨어지고, 규모가 큰 플랫폼이더라도 이용사업자의 권한이 큰 경우도 많으므로 우월적 지위가 인정되는 플랫폼 사업자에게만 적용할 필요가 있다는 것이다. 이에 플랫폼 서비스 총매출액 1000억원 이상 또는 총판매금액 1조원 이상 중 이용자수, 서비스 특성 등을 고려하여 대통령령에서 정하도록 규정함으로써 예측가능성을 높이고 규제대상을 대폭 축소하였다. 둘째, 방통위가 수수료 산정기준 등 거래기준을 권고할 수 있다고 하나, 실제로는 거래기준이 강제될 가능성이 높아 플랫폼 사업자들의 영업의 자유가 침해될 우려를 제기하였다. 이와 더불어 온라인 플랫폼 공정화법과 중복 우려 등을 반영하여 관련 규정을 삭제하였다. 셋째, 노출 기준은 플랫폼 사업자의 영업비밀에 해당할 뿐 아니라 AI 알고리즘 등으로 인해 기술적으로 모두 공개하는 것이 어려우며, 상세기준이 공개될 경우 남용될 우려가 있음을 제기하였다. 이에 알고리즘은 공개하지 않을 수 있도록 단서 조항을 추가하여 법률에 명시하였다. 넷째, 노출기준 중 개인화 기준은 이용자의 편리한 이용을 돕는 사항이며, 이용자는 플랫폼이 제공하는 노출 순서를 무시하고 필요한 정보에 접근이 가능하다는 점을 지적하였다. 하지만 개인화 기준 적용 자체를 금지하는 것이 아니라 이용자에게 선택권을 부여하는 것이므로 이를 수용하지 않되, 사업자 부담을 고려하여 개인화 기준 적용 여부만 이용자가 선택하고 적용 범위 등에 대한 선택권은 삭제하는 것으로 완화하였다. 다섯째, 최근 전기통신사업법상 기간통신사업자의 약관규제가 인가제에서 신고제로 완화

되는 추세로 부가통신사업에 해당하는 온라인 플랫폼에 대한 약관 신고제 도입은 신중한 검토가 필요하다는 의견을 제시하였다. 하지만 약관신고제는 현황 파악을 위한 기본규제이고, 대규모 플랫폼으로 한정하여 규제 전반을 완화한 점을 감안하여 원안을 유지하였다. 마지막으로 전기통신사업법 과징금 상한이 관련매출액의 3%인 것에 비해 대규모 플랫폼 사업자에 대한 과징금 상한 5%가 과도하다고 주장하였다. 이에 규제대상을 대규모 플랫폼 사업자로 조정하고 과징금 상한도 3%로 축소하였다.

이용사업자들은 입점업체 보호를 위해 온라인 플랫폼 이용자보호법을 신속히 제정할 필요가 있다는 의견을 제시하였다. 첫째, 국내 사무소가 없고, 협의 요청에 응하지 않는 해외 플랫폼 사업자에 대한 실효적 집행방안이 필요하다고 주장하였다. 이를 반영하여 국내대리인 지정 규정을 추가하였다. 둘째, 블랙 컨슈머의 거짓·과장 후기로 인한 이용사업자의 피해가 심각하나, 플랫폼 사업자는 방치하고 있어 이에 대한 보완책 마련이 필요하다고 하였다. 이를 반영하여 원안의 금지행위 연대책임을 삭제하되, 허위·과장·기만적 정보를 제공하는 이용자에 대한 플랫폼 사업자의 조치 의무를 부과하였다. 셋째, 거래기준 권고 등 플랫폼 사업자가 준수할 지 여부에 대한 재량을 인정하는 조항들을 강행규정으로 강화할 필요성을 제기하였다. 하지만 온라인 플랫폼 공정화법과의 중복규제 조정으로 거래기준 권고 조항을 삭제하였다. 넷째, 플랫폼 사업자에 대한 강한 처벌도 필요하나, 사업자 간 자율적인 문제 해결을 촉진하기 위한 정부 주재의 협의체 구성이 필요하다는 견해를 제시하였다. 이를 반영하여 플랫폼 사업자와 이용사업자가 참여하는 플랫폼 상생협회 근거 조항을 신설하였다.

소비자 단체들은 플랫폼 규제는 소관 부처에 상관없이 소비자 보호 관점에서 필요하되, 부처 간 중복규제가 되지 않도록 협의가 필요하다고 하였다. 첫째, 이용자 개념과 관련하여 이용사업자와 최종이용자 모두 이용자 개념에 포함하는 것은 금지행위 등 규제의 수범자·보호대상의 혼란을 야기한다는 점을 지적하였다. 이에 이용사업자를 별도로 명시하고, 이용자·이용사업자 보호 금지행위 규정을 통합하였다. 둘째, 중소 플랫폼에서도 이용자 피해가 발생하고 있으므로 규모별 차등 규제가 적절한지에 대해 의문을 제기하였다. 하지만 플랫폼 산업 활성화를 위해 대규모 플랫폼 사업자 우선 규제가 필요하며, 중소 플랫폼은 전기통신사업법 상 금지행위 등 기존 규제가 존재함을 고려하여 이를 반영하지 않았다. 셋째, 국내 플랫폼만 역차별적으로 규제되지 않도록 역외적용 조항에 대한 실효성을

담보할 필요성을 제기하였다. 이에 규제대상 선정 시 해외 사업자 등 매출액 추정 근거 조항, 국내대리인 지정 조항 등을 추가하였다. 넷째, 인가제와 달리 신고제는 일정 요건만 충족하면 약관이 수리될 수 있어 이용자 보호에 취약할 우려를 제기하였다. 하지만 플랫폼 사업자 등은 신고제 도입만으로도 강한 규제라는 입장이므로, 이해관계자 간 입장 차를 반영하여 원안을 유지하였다. 다섯째, 각종 법률별 분쟁조정위원회를 신설하기보다는 통신분쟁조정위원회 등 현행 분쟁조정위원회를 적극 활용할 필요가 있다고 하였다. 이를 반영하여 플랫폼 분쟁조정위원회 설치 조항을 삭제하였다. 마지막으로, 이용자의 선택권 보장을 위하여 검색결과·추천 등에 대한 개인화 기준 선택권 규정은 유지될 필요가 있다고 주장하였다. 하지만 플랫폼 사업자는 해당 규제를 삭제해야 한다는 입장이므로, 이해관계자 간 입장 차를 반영하여 이용자가 개인화 기준 적용 여부는 선택할 수 있도록 하되 적용범위를 선택할 수 있도록 한 규정은 삭제하였다.

2. 주요 수정사항

가. 개요

대규모 온라인 플랫폼과 일정 규모 이상 온라인 플랫폼으로 이원화되어 있던 규제체계를 일원화하고, 법 적용대상을 총매출액 1,000억원 또는 총판매금액 1조원 이상 사업자 중에서 이용자 수, 서비스 특성 등을 고려하여 대통령령으로 정하도록 하한을 규정하였다(제4조제2항). 다른 법률과의 관계 측면에서 개인정보의 처리 및 보호에 관하여는 「개인정보보호법」에서 정하는 바에 따르도록 하여 규제 중복 등이 발생하지 않도록 하였다(제5조제3항). 플랫폼 사업자 등이 공정 경쟁 및 이용자 권익 보호를 위해 정하도록 권장하는 자율 규약에 대한 심사요청권(원안 제5조제2항)을 삭제하고, 표준약관 제정권한(원안 제14조제5항)을 삭제하였다.

온라인 플랫폼 사업자와 이용사업자 간 거래에 적용할 수 있는 기준을 정하여 사용 권고할 수 있도록 한 규정(원안 제7조)을 삭제하였다. 이용사업자에게 제공하는 서비스를 제한 또는 중단하려는 경우에는 최소 3일 이전에, 계약의 내용을 변경하려는 경우에는 최소 15일 이전에, 계약을 해지하려는 경우에는 최소 30일 이전에 이용사업자에게 그 내용 및

구체적인 사유를 통지하도록 한 규정(원안 제8조)을 삭제하였다. 이용사업자로부터 온라인 플랫폼 서비스 이용 요청을 받은 경우 요청을 받은 날로부터 30일 이내에 그 수락 여부를 통지하고 수락하지 아니하는 경우 그 구체적 사유를 통지하도록 한 규정(원안 제12조)을 삭제하였다. 결제 및 환불과 관련하여 이용약관에 명시하는 등 이용자보호의무(원안 제17조)를 삭제하였다. 플랫폼 분쟁조정위원회 설치・운영에 관한 규정(원안 제19조부터 제25조까지)을 삭제하였다.

데이터 전송요구권(원안 제16조)은 개인정보위원회 소관이므로 삭제하고, 이용사업자가 이용후기, 소비이력, 이용자 통계정보, 서비스 운영정보 등에 접근하여 이용할 수 있는 권리로 수정하였다(제11조). 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자 또는 해당 이용사업자의 서비스를 이용하는 자가 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 제공하거나 생성된 정보에 접근하여 이용할 수 있도록 하되, 접근을 제공하지 아니하는 것이 전체 이용자의 이익에 부합한다고 판단되는 경우, 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀에 해당하는 경우 등에는 접근을 제공하지 아니할 수 있도록 하였다. 또한, 검색결과・추천서비스 정보의 노출기준 공개 범위에 알고리즘이 포함되지 않음을 명시하였다(제13조).

대규모 온라인 플랫폼 사업자와 일정 규모 이상 온라인 플랫폼 사업자의 금지행위 규정(원안 제13조 및 제15조)를 통합하고, 정당한 사유 없는 계약 불이행, 서비스 가입・이용 지연・제한・중단, 사전 고지 없는 계약변경, 서비스 제한・중단 사실 미고지, 적정 수익배분 거부・제한, 비용・손해의 부당한 부과, 광고 미구분 또는 허위・과장・기만적 내용 포함, 부당한 차별적 조건 부과 등 총 8개의 금지행위로 축소하였으며, 방조 책임과 연대책임을 삭제하되, 이용자가 부당하게 광고와 광고가 아닌 정보를 명확하게 구분하지 않고 제공하거나 허위 ・과장・기만적인 광고성 정보를 제공하여 이용자를 오인하게 하는 행위를 하였음이 명백한 경우에 해당 이용자에 대한 서비스 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 이행하도록 의무를 부과하였다(제15조).

〈표 4－2〉 온라인플랫폼 이용자보호법 수정안 조문대비표

제 정 안	수 정 안
제1장 총칙	〈삭 제〉
제1조(목적) 이 법은 온라인 플랫폼 서비스 시장에서 공정하고 투명한 거래 질서를 확립하고 이용자의 권익을 보호함으로써 정보통신산업의 건전한 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.	제1조(목적) 이 법은 온라인 플랫폼 산업의 공정한 경쟁 환경 조성 및 지속 가능한 발전을 도모하고 이용자의 편익을 제고함으로써 공공의 이익과 국민 생활의 향상에 이바지함을 목적으로 한다.
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.	제 2 조 (정 의) ----------.
1. “온라인 플랫폼” 이란 이용자 간에 의사 소통 및 정보 교환, 재화·용역 또는 디지털콘텐츠(이하 “콘텐츠 등” 이라 한다)의 거래 등 상호작용을 매개하기 위해 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술을 활용하여 정보를 수집 · 가공 · 저장 · 검색 · 송신 또는 수신하는 정보통신체제를 말한다.	1. “온라인 플랫폼” 이란 이용자 간에 재화·용역 또는 콘텐츠(이하 “콘텐츠등” 이라 한다)의 거래, 의사 소통 및 정보제공·교환 등 상호작용을 매개하기 위해 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술 등을 활용하여 정보를 수집 · 가공 · 저장 · 검색 · 송신 또는 수신하는 정보통신체제를 말한다.
2. “온라인 플랫폼 서비스” 란 온라인 플랫폼을 통해 이용자 간에 의사 소통, 정보 교환 등을 매개하거나 콘텐츠 등의 거래를 중개하는 서비스(온라인 플랫폼 이용사업자를 대리하여 이용자와 계약을 체결하는 서비스를 포함한다)를 말한다.	2. “온라인 플랫폼 서비스” 란 온라인 플랫폼을 통해 이용자 간에 콘텐츠등의 거래, 의사 소통 및 정보제공·교환 등 상호작용을 매개하는 서비스(이용사업자를 대리하여 이용자와 계약을 체결하는 서비스를 포함한다)를 말한다.
3. “온라인 플랫폼 사업자” 란 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 사업자를 말한다.	3. (제정안과 같음)
4. “대규모 온라인 플랫폼 사업자” 란 제3호의 사업자 중에 매출액, 온라인 플랫폼 서비스를 통해 이루어진 거래금액, 이용자 수, 이용집중도, 거래의존도 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 온라인 플랫폼 사업자를 말한다.	4. “이용자” 란 온라인 플랫폼 사업자가 제공하는 온라인 플랫폼 서비스를 이용하거나 이용하려는 자를 말한다.

제 정 안	수 정 안
5. “이용자” 란 온라인 플랫폼 사업자가 제공하는 온라인 플랫폼 서비스를 이용하거나 이용하려는 자를 말한다.	5. “이용사업자” 란 제4호의 이용자 중에 콘텐츠등의 거래 및 정보제공·교환 등을 위하여 온라인 플랫폼 서비스를 이용하거나 이용하려는 사업자를 말한다.
6. “온라인 플랫폼 이용사업자” 란 제5호의 이용자 중에 콘텐츠 등에 관한 정보를 제공하거나 콘텐츠 등의 거래를 위하여 온라인 플랫폼 서비스를 이용하거나 이용하려는 사업자를 말한다.	〈삭 제〉
제3조(적용범위) ① 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다. ② 이 법의 규정은 매출액, 온라인 플랫폼 서비스를 통해 이루어진 거래금액, 이용자 수 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 온라인 플랫폼 사업자에 대하여 적용한다.	제3조(온라인 플랫폼 사업자의 책무) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용자에게 편리하고 안정적인 서비스를 제공하여야 한다. ② 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 시장의 공정한 경쟁환경을 위해 노력하여야 한다. ③ 온라인 플랫폼 사업자는 공정하고 차별 없는 온라인 플랫폼 서비스를 제공하여야 한다.
제4조(다른 법률과의 관계) ① 이 법은 온라인 플랫폼 사업자의 온라인 플랫폼 서비스 제공에 관하여 「전기통신사업법」 제50조제1항에 우선하여 적용한다. ② 이 법을 위반한 행위에 대하여 제29조에 따른 조치를 명하거나 제33조에 따른 과징금을 부과한 경우에는 그 사업자의 동일한 행위에 대하여 동일한 사유로 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 시정조치 또는 과징금의 부과를 할 수 없다.	제4조(적용범위) ① 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다. ② 이 법은 온라인 플랫폼 서비스에 따른 총매출액이 1,000억원 이상이거나 온라인 플랫폼 서비스를 통하여 판매한 콘텐츠등의 총판매금액이 1조원 이상인 사업자 중에서 이용자 수, 서비스 특성 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 온라인 플랫폼 사업자에 대하여 적용한다. ③ 제2항과 관련하여 온라인 플랫폼 사업자가 총매출액, 총판매금액 등 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 자료를 제출하면 해당 온라인 플랫폼 사업자 및 같거나 비슷한 종류의 서비스제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업현황 자료에 근거하여 총매출액, 총판매금

제 정 안	수 정 안
	액 등을 추정할 수 있다.
제5조(온라인 플랫폼 사업자의 자율규약) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자 및 사업자단체로 하여금 공정하고 투명한 거래 질서를 확립하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 자율적으로 규약을 정하도록 권장할 수 있다. ② 온라인 플랫폼 사업자 또는 이를 대표하는 사업자단체는 방송통신위원회에 제1항에 따른 규약이 이 법을 위반하는지 여부에 대한 심사를 요청할 수 있다. ③ 방송통신위원회는 제2항에 따른 심사를 받은 규약의 이행을 독려하기 위하여 지원시책을 마련하여 시행할 수 있다.	제5조(다른 법률과의 관계) ① 이 법은 온라인 플랫폼 사업자의 온라인 플랫폼 서비스 제공에 관하여 「전기통신사업법」에 우선하여 적용한다. ② 이 법을 위반한 행위에 대하여 제19조에 따른 조치를 명하거나 제21조에 따른 과징금을 부과한 경우에는 그 사업자의 동일한 행위에 대하여 동일한 사유로 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 시정조치 또는 과징금의 부과를 할 수 없다. ③ 이 법의 규정에도 불구하고 개인정보의 처리 및 보호에 관하여는 「개인정보 보호법」에서 정하는 바에 따른다.
제6조(내부 불만처리 절차 등) 온라인 플랫폼 사업자는 이용자로부터 제기되는 불만을 처리하기 위하여 불만 접수채널 확보, 내부 불만 처리지침 마련 등 대통령령으로 정하는 필요한 조치를 취하여야 한다.	제6조(온라인 플랫폼 사업자의 자율규약) 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자 및 사업자단체로 하여금 공정한 경쟁 환경을 조성하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 자율적으로 규약을 정하도록 권장할 수 있으며, 해당 자율규약의 이행을 독려하기 위하여 지원시책을 마련하여 시행할 수 있다.
제2장 온라인 플랫폼 공정경쟁 환경 조성	〈삭 제〉
제1절 총 칙	〈삭 제〉
제7조(거래기준 권고) ① 방송통신위원회는 공정하고 투명한 거래 질서를 확립하기 위하여 온라인 플랫폼 사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자 간 거래에 적용할 수 있는 기준을 정하여 온라인 플랫폼 사업자 및 사업자단체에 사용을 권장할 수 있다. ② 제1항에 따른 기준에는 다음 각 호의 내용이 포함될 수 있다. 1. 계약 기간, 계약 갱신 절차, 계약내용	제7조(내부 불만처리 절차 등) 온라인 플랫폼 사업자는 이용자로부터 제기되는 불만을 처리하기 위하여 이용자 불만 접수채널과 불만 처리지침을 마련하고 이를 공개하여야 한다.

제 정 안	수 정 안
변경 사유 및 절차, 계약해지 사유 및 절차 2. 수수료, 광고비(광고대행의 경우를 포함한다) 등 온라인 플랫폼 사업자에게 지급하는 일체의 금전 기타 경제적 이익(이하 “경제적 이익”이라 한다) 산정의 기준 및 절차 3. 온라인 플랫폼 서비스의 개시, 제한, 정지의 기준 및 절차 4. 판매상품의 반품, 환불, 교환 등의 기준 및 절차 5. 판매대금의 정산 방식 및 정산대금 지급 절차, 방식, 시기 6. 온라인 플랫폼 이용사업자가 직접 또는 다른 온라인 플랫폼을 이용하여 정보 또는 콘텐츠 등을 제공하는 것을 제한하는지 여부 및 그 내용 7. 온라인 플랫폼 이용사업자의 콘텐츠 등의 가격, 거래조건, 다양성 등 결정에 관한 관여 또는 제한 여부 및 그 내용 8. 판매촉진행사의 실시 기준, 절차 및 비용분담에 관한 사항 9. 판매과정에서 발생한 손해에 대한 분담 기준 10. 온라인 플랫폼 이용사업자가 제공하는 정보가 온라인 플랫폼에서 이용자에게 노출되는 방식 및 노출 순서 결정 시 주요 고려요소 및 상대적 중요도 등 노출 순서의 결정 기준 11. 자신이 직접 제공하거나 자신의 계열회사 또는 자신이 영업활동을 통제하는 회사를 통해 제공하는 정보 또는 콘텐츠 등과 다른 온라인 플랫폼 이용사업자가 제공하는 정보 또는 콘텐츠 등을 다르게 취급하는지 여부 및 그 내용과 기준 12. 이용자가 온라인 플랫폼을 이용하는 과정에서 생성된 정보를 온라인 플랫폼 이용사업자가 제공받을 수 있는지 여부, 제공	

제 정 안	수 정 안
가능한 정보의 범위, 제공 방식 및 조건 13. 온라인 플랫폼 서비스 이용을 위해 다른 서비스를 이용해야 하거나, 특정 상품 또는 용역을 구입해야 하는 경우 이에 대한 내용 14. 그 밖에 계약 당사자의 권리 · 의무에 관한 사항으로 대통령령으로 정하는 사항	
제8조(서비스 제한 등의 사전통지) 온라인 플랫폼 사업자가 계약에 따라 온라인 플랫폼 이용사업자에게 제공하는 서비스를 제한 또는 중단하려는 경우에는 최소 3일 이전에, 계약의 내용을 변경하려는 경우에는 최소 15일 이전에, 계약을 해지하려는 경우에는 최소 30일 이전에 온라인 플랫폼 이용사업자에게 그 내용 및 구체적인 사유를 통지하여야 한다. 다만, 통지기간을 준수하기 어려운 대통령령으로 정하는 사유가 있는 경우에는 그러하지 아니하다.	제8조(국내대리인의 지정) ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인 플랫폼 사업자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 "국내대리인"이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다. 1. 제7조에 따른 이용자 불만을 처리하기 위하여 필요한 조치 2. 제16조제5항에 따른 자료제출명령 및 제18조제2항에 따른 자료제출요청의 이행 ② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다. ③ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 해당 국내대리인을 지정한 온라인 플랫폼 사업자가 그 행위를 한 것으로 본다.
제9조(정보 제공) 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자에게 환불사유, 온라인 플랫폼 사업자에게 지급하는 경제적 이익의 세부 정산내역 등 대통령령으로 정하는 판매·정산 관련 정보를 제공하여야 한다.	제9조(이용약관의 신고 등) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용자에게 제공하려는 온라인 플랫폼 서비스에 관하여 그 서비스별로 이용조건(이하 "이용약관"이라 한다)을 정하여 과학기술정보통신부장관에게 신고(변경신고를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)하여야 한다. ② 과학기술정보통신부장관은 제1항에 따른 신고를 접수한 날의 다음 날까지 신고확인증을 발급하여야 한다. 다만, 제3항에 따라 보완을 요구한 경우에는 보완이 완료된 날의 다음 날까지 신고확인증을 발급하여야 한다.

제 정 안	수 정 안
	③ 과학기술정보통신부장관은 대통령령으로 정하는 이용약관의 포함사항의 누락 등으로 제1항에 따른 신고에 보완이 필요하다고 인정하는 경우에는 신고를 접수한 날부터 7일 이내의 기간을 정하여 보완을 요구하여야 한다. ④ 계약기간 중에 이용약관이 이용자에게 불리하게 변경된 경우에는 해당 약관의 내용은 소급하여 적용되지 아니한다. ⑤ 제1항부터 제4항까지에서 규정한 사항 외에 신고의 절차 및 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제10조(부당한 정보 이용 금지 등) 온라인 플랫폼 사업자는 이용자가 온라인 플랫폼을 이용하는 과정에서 생성된 정보를 자신의 영업활동에 부당하게 이용하거나 제3자로 하여금 부당하게 이용하도록 하여서는 아니 된다.	제10조(정보 제공) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자와 관련된 다음 각 호의 판매·정산 관련 정보를 제공하여야 한다. 1. 환불·반품·교환 관련 정보 2. 비용·손해의 분담 및 수수료·광고비(광고대행의 경우를 포함한다) 등 이용사업자가 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 지급하는 경제적 이익의 세부 내역에 관한 정보 ② 제1항에 따라 제공하여야 하는 정보의 범위 및 제공의 방법, 비용, 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제2절 대규모 온라인 플랫폼 사업자의 의무	<삭 제>
제11조(노출 기준의 공개 등) ① 대규모 온라인 플랫폼 사업자는 검색결과, 추천 등을 결정하는 요소 등 콘텐츠 등의 노출 방식 및 노출 순서를 결정하는 기준을 공개하여야 한다. ② 대규모 온라인 플랫폼 사업자는 제1항의 기준 중 개인화된 기준의 적용 여부 및 내용과 범위 등을 이용자가 선택할 수 있도록 하여야 한다.	제11조(온라인 플랫폼 서비스 이용정보에의 접근·이용 보장) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자 또는 해당 이용사업자의 서비스를 이용하는 자가 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 제공하거나 생성된 정보(이하 "온라인 플랫폼 서비스 이용정보"라 한다)에 접근하여 이용할 수 있도록 하여야 한다.

제 정 안	수 정 안
③ 제1항 및 제2항에 따른 구체적인 내용과 범위 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	② 제1항에도 불구하고 온라인 플랫폼 사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 관련 접근을 제공하지 아니할 수 있다. 1. 해당 온라인 플랫폼 서비스 이용정보에 대한 접근을 제공하지 아니하는 것이 전체 이용자의 이익에 부합한다고 판단되는 경우 2. 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀에 해당하는 경우 3. 그 밖에 대통령령으로 정하는 합리적인 사유가 있는 경우 ③ 제1항에 따른 온라인 플랫폼 서비스 이용정보의 범위 및 접근·이용 방법, 절차, 비용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. ④ 제2항에 따른 접근 거부와 관련된 세부기준은 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회가 공동으로 정하여 고시한다.
제12조(서비스 제공 거부 사유 등의 통지) ① 대규모 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자로부터 온라인 플랫폼 서비스 이용 요청을 받은 경우 요청을 받은 날로부터 30일 이내에 그 수락 여부를 통지하여야 한다. ② 대규모 온라인 플랫폼 사업자는 제1항에 따른 서비스 이용 요청을 수락하지 아니하는 경우 그 구체적 사유를 통지하여야 한다.	제12조(온라인 플랫폼 서비스 이용정보의 부당한 이용 금지 등) 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 서비스 이용정보를 이용사업자와의 경쟁에 부당하게 이용하거나 제3자로 하여금 부당하게 이용하도록 하여서는 아니 된다.
제13조(대규모 온라인 플랫폼 사업자의 금지행위) ① 대규모 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자에게 공정하고 투명한 거래 또는 이용자의 권익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 "금지행위"라 한다)를	제13조(노출 기준의 공개 등) ① 온라인 플랫폼 사업자가 검색결과·추천서비스 등을 제공하는 경우 그러한 정보의 노출 순서·방식 등을 결정하는 주요 기준(이하 "노출 기준"이라 한다)을 공개하여야 한다. 다만, 노출 순서·방식 등을 결정하는 연산 방식

제 정 안	수 정 안
하거나 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하거나 이를 방조하여서는 아니 된다. 1. 정당한 사유 없이 계약을 이행하지 아니하거나 계약과 다르게 서비스를 제공하는 행위 2. 서비스 이용을 정당한 사유 없이 거부·지연하거나 제한하는 행위 3. 이용사업자에게 정당한 사유 없이 불리한 조건으로 계약을 체결하거나 변경하는 행위 4. 서비스 이용 중에 발생한 비용, 손해 등 부담을 부당하게 부과하는 행위 5. 적정한 수익배분을 거부하거나 제한하는 행위 6. 같거나 유사한 정보 또는 콘텐츠 등을 부당하게 차별적으로 취급하는 행위 7. 정당한 사유 없이 자신이 직접 제공하거나 자신의 계열회사 또는 자신이 영업활동을 통제하는 회사를 통해 제공하는 정보 또는 콘텐츠 등을 차별적으로 취급하는 행위 8. 정당한 사유 없이 거래상대방을 제한하는 행위 9. 정당한 사유 없이 다른 서비스를 이용하게 하거나 특정 콘텐츠 등을 구입하도록 하는 행위 10. 정당한 사유 없이 자신에게 가장 유리한 조건으로 제공하도록 하는 행위 11. 그 밖에 온라인 플랫폼 이용사업자에게 불합리하거나 차별적인 조건 또는 제한을 부당하게 부과하는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위 ② 제1항에 따른 금지행위의 유형 및 기준에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. ③ 제1항은 제15조제1항에 우선하여 적용한다.	등의 세부내용은 그러하지 아니하다. ② 제1항에 따라 노출 기준을 공개하여야 하는 온라인 플랫폼 사업자 중 대통령령으로 정하는 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 온라인 플랫폼 사업자는 검색·조회·소비이력 등 이용자의 기호·성향 등을 반영하는 노출 기준의 적용 여부를 이용자가 선택할 수 있도록 하여야 한다. ③ 제1항 및 제2항에 따른 구체적인 내용과 범위 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제 정 안	수 정 안
제3장 온라인 플랫폼 이용자의 권익 보호	<삭 제>
제14조(이용약관의 신고 등) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용자에게 제공하려는 온라인 플랫폼 서비스에 관하여 그 서비스별로 이용조건(이하 "이용약관"이라 한다)을 정하여 방송통신위원회에 신고(변경신고를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)하여야 한다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 신고를 접수한 날의 다음 날까지 신고확인증을 발급하여야 한다. 다만, 제3항에 따라 보완을 요구한 경우에는 보완이 완료된 날의 다음 날까지 신고확인증을 발급하여야 한다. ③ 방송통신위원회는 대통령령으로 정하는 이용약관의 포함사항의 누락 등으로 제1항에 따른 신고에 보완이 필요하다고 인정하는 경우에는 신고를 접수한 날부터 7일 이내의 기간을 정하여 보완을 요구하여야 한다. ④ 계약기간 중에 이용약관이 이용자에게 불리하게 변경된 경우에는 해당 약관의 내용은 소급하여 적용되지 아니한다. ⑤ 방송통신위원회는 이용자의 권익을 보호하기 위하여 온라인 플랫폼 서비스 이용에 관한 표준약관을 마련하여 온라인 플랫폼 사업자 및 사업자단체에 사용을 권장할 수 있다. ⑥ 제1항부터 제5항까지에서 규정한 사항 외에 신고의 절차 및 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	제14조(온라인플랫폼협회) ① 온라인 플랫폼 사업자 및 이용사업자는 온라인 플랫폼 산업의 상생협력을 촉진하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 온라인플랫폼협회(이하 "플랫폼협회"라 한다)를 설립할 수 있다. ② 플랫폼협회는 법인으로 한다. ③ 정부는 플랫폼협회의 사업수행을 위하여 필요하면 예산의 범위에서 보조금을 지급할 수 있다. ④ 플랫폼협회의 사업 및 감독 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제15조(온라인 플랫폼 사업자의 금지행위) ① 온라인 플랫폼 사업자는 공정하고 투명한 거래 또는 이용자의 권익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 "금지행위"라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 금지행위를 하도록	제15조(금지행위) ① 온라인 플랫폼 사업자는 공정한 경쟁 또는 이용자의 권익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 "금지행위"라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.

제 정 안	수 정 안
하거나 이를 방조하여서는 아니 된다. 1. 이용약관(제14조제1항에 따라 신고하지 않은 이용약관을 포함한다. 이하 같다)과 다르게 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 행위 2. 정당한 사유 없이 서비스의 가입 · 이용을 제한 또는 중단하는 행위 3. 이용자의 의사를 확인하지 않거나 법령 또는 이용약관에서 정한 절차를 위반하여 계약을 체결하는 행위 4. 이용자에게 서비스 이용 조건 및 서비스 내용 등 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 아니하거나 거짓으로 또는 과장하여 설명 또는 고지하는 행위 5. 계약기간 중에 계약조건을 변경하려는 경우 이용자에게 그 변경사항을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위 6. 서비스 이용이 제한 또는 중단되었다는 사실을 이용자에게 즉시 설명 또는 고지하지 않는 행위 7. 부당하게 광고와 광고가 아닌 정보를 명확하게 구분하지 않고 제공하거나 허위 · 과장 · 기만하는 내용을 포함하여 이용자를 오인하게 하는 행위 8. 서비스 이용 중에 발생한 비용, 손해 등 부담을 부당하게 부과하는 행위 9. 이용자에게 부당하게 차별적인 조건으로 서비스를 제공하는 행위 10. 정당한 사유 없이 계약의 취소 · 해제 · 해지를 거부 · 지연하거나 제한하는 행위 11. 그 밖에 온라인 플랫폼 서비스 이용계약의 체결, 해지 또는 온라인 플랫폼 서비스의 이용과 관련하여 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위 ② 제1항에 따른 금지행위의 유형 및 기준에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로	1. 정당한 사유 없이 계약(제9조제1항에 따라 신고하지 않은 이용약관을 포함한다. 이하 같다)을 이행하지 아니하거나 계약과 다르게 서비스를 제공하는 행위 2. 정당한 사유 없이 서비스의 가입 · 이용을 거부, 지연, 제한 또는 중단하는 행위 3. 계약기간 중에 계약조건을 변경하려는 경우 이용자에게 그 변경사항을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위 4. 서비스 이용이 제한 또는 중단되었다는 사실을 이용자에게 즉시 설명 또는 고지하지 않는 행위 5. 서비스 이용 중에 발생한 비용, 손해 등 부담을 부당하게 부과하는 행위 6. 정당한 사유 없이 적정한 수익배분을 거부하거나 제한하는 행위 7. 이용자에게 부당하게 차별적인 조건으로 서비스를 제공하는 행위 8. 부당하게 광고와 광고가 아닌 정보를 명확하게 구분하지 않고 제공하거나 허위 · 과장 · 기만적인 광고성 정보를 제공하여 이용자를 오인하게 하는 행위(「표시 · 광고의 공정화에 관한 법률」 제3조제1항제1호 · 제2호에 해당하는 행위 및 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제6조제3항에 해당하는 행위는 제외한다) 9. 그 밖에 온라인 플랫폼 서비스 이용계약의 체결, 해지 또는 온라인 플랫폼 서비스의 이용과 관련하여 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위 ② 제1항에 따른 금지행위의 유형 및 기준에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. ③ 온라인 플랫폼 사업자는 자신의 서비스 이용자가 제1항제8호에 해당하는 행위를 하였음이 명백한 경우에 해당 이용자에 대한 서비스 중단 등 대통령령으로 정하는 조

제 정 안	수 정 안
정한다. ③ 온라인 플랫폼 사업자는 이용자의 제1항 각 호의 행위로 인하여 피해가 발생하는 것을 방지하기 위하여 대통령령으로 정하는 사항을 이행하지 아니한 경우에는 이용사업자와 연대하여 배상할 책임을 진다.	치를 이행하여야 한다.
제16조(데이터의 전송요구) ① 이용자(제2조제6호의 온라인 플랫폼 이용사업자는 제외한다)는 온라인 플랫폼 사업자에 대하여 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 생성된 「지능정보화기본법」 제2조제4호나목에 따른 데이터 중 대통령령으로 정하는 데이터를 본인 또는 제3자에게 전송하여 줄 것을 요구할 수 있다. ② 제1항에 따라 이용자로부터 정보의 전송요구를 받은 온라인 플랫폼 사업자는 지체 없이 컴퓨터 등 정보처리장치로 처리가 가능한 형태로 전송하여야 한다. ③ 전송요구 방법 및 절차, 전송방법 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	제16조(사실조사 등) ① 방송통신위원회는 이 법을 위반한 행위가 있다고 인정하면 소속 공무원에게 이를 확인하기 위하여 필요한 조사를 하게 할 수 있다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 조사를 위하여 필요하면 소속 공무원에게 온라인 플랫폼 사업자의 사무소·사업장 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자의 사업장에 출입하여 장부, 서류, 그 밖의 자료나 물건을 조사하게 할 수 있다. ③ 방송통신위원회는 제1항에 따라 조사를 하려면 조사 7일 전까지 조사기간·이유·내용 등에 대한 조사계획을 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 알려야 한다. 다만, 긴급한 경우나 사전에 통지하면 증거인멸 등으로 조사 목적을 달성할 수 없다고 인정하는 경우에는 그러하지 아니하다. ④ 제2항에 따라 온라인 플랫폼 사업자의 사무소·사업장 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자의 사업장에 출입하여 조사하는 사람은 그 권한을 표시하는 증표를 관계인에게 보여주어야 하며, 조사를 할 때에는 해당 사무소나 사업장의 관계인을 참여시켜야 한다. ⑤ 제2항에 따라 조사를 하는 소속 공무원은 온라인 플랫폼 사업자 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자에 대하여 필요한 자료나 물건의 제출을 명할 수 있고, 제출된 자료나 물건을 폐기·

제 정 안	수 정 안
	은닉 · 교체하는 등 증거인멸을 할 우려가 있는 경우에는 그 자료나 물건을 일시 보관할 수 있다. ⑥ 방송통신위원회는 보관한 자료나 물건이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 즉시 반환하여야 한다. 1. 보관한 자료나 물건을 검토한 결과 해당 조사와 관련이 없다고 인정되는 경우 2. 해당 조사 목적의 달성 등으로 자료나 물건을 보관할 필요가 없어진 경우
제17조(결제 · 환불 등) 온라인 플랫폼 사업자는 결제 및 환불과 관련하여 이용약관에 명시하는 등 대통령령으로 정하는 바에 따라 이용자의 피해를 예방하고 이용자의 권익을 보호하여야 한다.	제17조(사실조사 자료제출명령 위반에 대한 재제출명령 및 이행강제금) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자가 제16조제5항에 따른 자료나 물건의 제출명령을 이행하지 아니한 경우 그 자료나 물건이 이 법의 위반 여부를 확인하는 데 필요하다고 인정하는 때에는 상당한 기한을 정하여 그 자료나 물건의 제출을 다시 명령(이하 이 조에서 “재제출명령”이라 한다)할 수 있다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 재제출명령을 이행하지 아니하는 자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 1천분의 3 이내의 범위에서 하루당 금액을 정하여 이행강제금을 부과할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액의 산정이 곤란한 경우에는 하루당 200만원 이내의 범위에서 이행강제금을 부과할 수 있다. ③ 제2항에 따른 이행강제금의 부과대상 기간은 재제출명령에서 정한 이행기간의 종료일 다음 날부터 재제출명령을 이행하는 날까지로 한다. 이 경우 이행강제금의 부과는 특별한 사유가 있는 경우를 제외하고는 재제출명령에서 정한 이행기간의 종료일 다음 날부터 30일 이내에 하여야 한다.

제 정 안	수 정 안
	④ 방송통신위원회는 제2항에 따른 이행강제금을 부과하기 전에 이행강제금을 부과·징수한다는 사실을 미리 문서로 알려 주어야 한다. ⑤ 방송통신위원회는 재제출명령을 받은 자가 그 명령을 이행한 경우에는 새로운 이행강제금의 부과를 즉시 중지하되, 명령을 이행하기 전에 이미 부과된 이행강제금은 징수하여야 한다. ⑥ 방송통신위원회는 제2항에 따라 이행강제금 부과처분을 받은 자가 이행강제금을 기한까지 납부하지 아니하면 국세 체납처분의 예에 따라 징수한다. ⑦ 제1항부터 제6항까지에서 규정한 사항 외에 이행강제금의 부과·납부 및 환급 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제18조(손해배상) 온라인 플랫폼 사업자가 이 법을 위반함으로써 이용자에게 손해를 입힌 경우에는 그 손해에 대하여 배상책임을 진다. 손해배상의 내용 및 절차 등에 관하여는 「전기통신사업법」 제33조를 준용한다.	제18조(실태조사) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업의 공정 경쟁 환경을 조성하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 과학기술정보통신부장관, 공정거래위원회와 협의를 거쳐 온라인 플랫폼 서비스 이용 및 제공 현황 등에 관한 실태조사를 실시하고, 그 결과를 공표할 수 있다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 실태조사를 위하여 온라인 플랫폼 사업자에게 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 그 요청에 따라야 한다. ③ 제1항에 따른 실태조사를 위한 조사 대상, 조사 내용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제4장 분쟁의 조정 등	<삭 제>
제19조(플랫폼분쟁조정위원회 설치 및 구성) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자	제19조(위반행위에 대한 조치) ① 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 각

제 정 안	수 정 안
간, 온라인 플랫폼 사업자와 이용자 간 및 온라인 플랫폼 이용사업자와 이용자 간에 발생한 온라인 플랫폼 서비스에 관한 분쟁을 효율적으로 조정하기 위하여 플랫폼분쟁조정위원회(이하 "분쟁조정위원회"라 한다)를 둘 수 있다. ② 분쟁조정위원회는 방송통신위원회 위원장이 지명하는 위원장 1명을 포함하여 10명 이하의 위원으로 구성한다. ③ 분쟁조정위원회 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 받아 위촉한다. 1. 대학이나 공인된 연구기관에서 부교수 이상 또는 이에 상당하는 직에 재직하고 있거나 재직하였던 사람 2. 판사 · 검사 또는 변호사로 5년 이상 재직한 사람 3. 공인회계사로 5년 이상 재직한 사람 4. 4급 이상의 공무원 또는 이에 상당하는 공공기관의 직에 있거나 있었던 사람으로서 온라인 플랫폼과 관련된 업무에 실무경험이 있는 사람 5. 그 밖에 온라인 플랫폼에 관한 지식과 경험이 풍부한 사람 ④ 분쟁조정위원회 위원의 임기는 2년으로 하되, 연임할 수 있다. ⑤ 그 밖에 분쟁조정위원회의 구성과 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	각 소관 업무에 따라 이 법을 위반한 온라인 플랫폼 사업자에게 법 위반 행위의 중지, 향후 재발 방지, 시정조치를 명령받은 사실의 공표, 그 밖에 위반행위의 시정에 필요한 조치를 명할 수 있다. ② 온라인 플랫폼 사업자는 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회의 명령을 대통령령으로 정한 기간에 이행하여야 한다. 다만, 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 천재지변이나 그 밖의 부득이한 사유로 온라인 플랫폼 사업자가 그 기간에 명령을 이행할 수 없다고 인정하는 경우에는 한 번만 그 기간을 연장할 수 있다. ③ 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 제1항에 따른 조치를 명하기 전에 그 조치의 내용을 당사자에게 알리고 기간을 정하여 의견을 진술할 기회를 주어야 하며, 필요하다고 인정하면 이해관계인 또는 참고인에 대한 출석 요구 및 의견 청취와 감정인에 대한 감정 요구를 할 수 있다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 따르지 아니하는 경우에는 그러하지 아니하다. ④ 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 이 법을 위반한 행위가 끝난 날부터 5년이 지나면 해당 행위에 대하여 제1항에 따른 조치나 제21조에 따른 과징금 부과처분을 하지 아니한다. 다만, 이미 끝난 조치 또는 과징금의 부과가 법원의 판결에 따라 취소된 경우로서 그 판결이유에 따라 새로운 처분을 하는 경우에는 그러하지 아니하다. ⑤ 제1항에 따른 조치에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제20조(위원의 신분보장) 분쟁조정위원회의 위원은 자격정지 이상의 형을 선고받거나 심신상의 장애로 직무를 수행할 수 없는 경	제20조(시정명령 위반에 대한 이행강제금) ① 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 제19조제1항에 따른 명령(이하 이

제 정 안	수 정 안
우 또는 제21조제1항의 사유에 해당함에도 회피하지 아니하는 경우를 제외하고는 그의 의사에 반하여 면직되거나 해촉되지 아니한다.	조에서 "시정명령"이라 한다)을 받은 후 시정명령에서 정한 기간에 이를 이행하지 아니하는 자에 대하여 매출액의 1천분의 3 이내의 범위에서 하루당 금액을 정하여 이행강제금을 부과할 수 있다. 이 경우 매출액의 산정기준은 위반행위와의 관련성, 위반행위의 기간 · 횟수 등을 고려하여 대통령령으로 정한다. ② 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 최초의 시정명령을 한 날을 기준으로 90일마다 그 시정명령이 이행될 때까지 반복하여 제1항에 따른 이행강제금을 부과 · 징수할 수 있다. ③ 이행강제금의 부과 · 납부 및 환급 등에 관하여는 제17조제4항부터 제7항까지를 준용한다.
제21조(위원의 제척 · 기피 · 회피) ① 분쟁조정위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 분쟁조정위원회에 신청된 분쟁조정사건(이하 이 조에서 "사건"이라 한다)의 심의 · 의결에서 제척된다. 1. 위원 또는 그 배우자나 배우자였던 사람이 그 사건의 당사자가 되거나 그 사건에 관하여 공동의 권리자 또는 의무자의 관계에 있는 경우 2. 위원이 그 사건의 당사자와 친족관계에 있거나 있었던 경우 3. 위원이 그 사건에 관하여 증언, 감정, 법률자문을 한 경우 4. 위원이 그 사건에 관하여 당사자의 대리인으로서 관여하거나 관여하였던 경우 ② 당사자는 위원에게 공정한 심의 · 의결을 기대하기 어려운 사정이 있으면 분쟁조정위원회에 기피신청을 할 수 있고, 분쟁조정위원회는 의결로 이를 결정한다. 이 경우 기피 신청의 대상인 위원은 그 의결에 참여	제21조(과징금) ① 방송통신위원회는 제15조제1항을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 3 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다. ② 제1항에 따른 과징금을 부과하는 경우 온라인 플랫폼 사업자가 매출액 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 또는 부정확한 자료를 제출하면 해당 온라인 플랫폼 사업자 및 같거나 비슷한 종류의 서비스제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업 현황 자료에 근거하여 매출액을 추정할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 20억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다. ③ 방송통신위원회는 제1항 및 제2항에 따른 과징금을 부과하는 경우에는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다. 1. 위반행위의 내용 및 정도

제 정 안	수 정 안
하지 못한다. ③ 위원이 제1항의 사유에 해당하는 경우에는 스스로 그 사건의 심의 · 의결에서 회피하여야 하고, 제2항에 해당하는 경우에는 스스로 심의 · 의결에서 회피할 수 있다.	2. 위반행위의 기간 및 횟수 3. 위반행위로 인하여 취득한 이익의 규모 4. 위반행위와 관련된 매출액 5. 자율준수 프로그램 운영 등 위반행위 방지를 위한 노력 6. 「전기통신사업법」 제32조제2항에 따른 이용자 보호 업무에 대한 평가 결과 ④ 제1항 및 제2항에 따른 과징금은 제3항을 고려하여 산정하되, 구체적인 산정기준과 절차는 대통령령으로 정한다. ⑤ 제1항부터 제4항까지에 따른 과징금의 부과 · 징수에 관하여는 「전기통신사업법」 제53조제5항부터 제9항까지 및 제91조의 규정을 준용한다.
제22조(분쟁조정 절차) ① 온라인 플랫폼 서비스의 이용에 관한 분쟁의 조정을 원하는 자는 대통령령으로 정하는 사항을 기재하여 분쟁조정위원회에 조정을 신청할 수 있다. ② 분쟁조정위원회는 제1항에 따른 분쟁조정 신청을 받은 때에는 그 사실을 다른 당사자에게 통지하여야 한다. ③ 분쟁조정위원회는 당사자 또는 이해관계인이 의견을 진술하려는 경우에는 특별한 사유가 없으면 의견진술의 기회를 주어야 한다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 따르지 아니하는 때에는 그러하지 아니하다. ④ 분쟁조정위원회는 분쟁의 조정을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 당사자, 이해관계인 등에 필요한 자료의 제출을 요구할 수 있다. ⑤ 분쟁조정위원회는 제1항에 따라 분쟁조정 신청을 받았을 때에는 당사자에게 그 내용을 제시하고 조정 전 합의를 권고할 수 있다. ⑥ 분쟁조정위원회는 분쟁조정 신청을 접	제22조(손해배상) 제19조제1항에 따른 조치가 있는 경우에 위반행위로 피해를 입은 자는 위반행위를 한 온라인 플랫폼 사업자에게 손해배상을 청구할 수 있으며, 그 온라인 플랫폼 사업자는 고의 또는 과실이 없었음을 증명하지 못하면 책임을 면할 수 없다.

제 정 안	수 정 안
수한 날부터 60일 이내에 이를 심사하여 조정안을 작성하여야 한다. 다만, 부득이한 사정이 있는 경우에는 한 차례만 30일의 범위에서 분쟁조정위원회의 의결로 처리기간을 연장할 수 있다. ⑦ 분쟁조정위원회는 제6항 단서에 따라 처리기간을 연장한 경우에는 기간연장의 사유와 기한을 명시하여 당사자에게 통지하여야 한다. ⑧ 그 밖에 분쟁조정의 절차와 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	
제23조(분쟁조정의 거부 및 중지) ① 분쟁조정위원회는 이중으로 조정을 신청한 경우(조정결정 또는 조정종결 사건에 관하여 다시 조정을 신청한 경우도 포함한다) 또는 신청의 내용이 부적법하거나 부당한 목적으로 신청하였다고 인정되는 경우에는 조정 신청을 거부할 수 있다. 이 경우 조정거부 사유 등을 당사자에게 알려야 한다. ② 분쟁조정위원회는 조정절차 진행 중에 당사자 중 일방이 조정의 대상인 분쟁을 원인으로 하는 소를 제기하거나 조정 개시 전에 이미 소가 제기된 사실이 확인된 경우에는 그 조정절차를 중지하고 이를 당사자에게 통지하여야 한다. 다만, 소가 취하된 경우 분쟁조정위원회는 조정절차를 속개할 수 있다.	제23조(과태료) ① 제16조제2항에 따른 조사를 거부 · 방해 또는 기피한 자에게는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다. ② 제8조제1항을 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다. ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 제16조제5항에 따른 자료나 물건의 제출명령 또는 제출된 자료나 물건의 일시 보관을 거부 또는 기피하거나 이에 지장을 주는 행위를 한 자 2. 제18조제2항에 따른 자료제출 요청을 정당한 사유 없이 따르지 아니한 자 ④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 방송통신위원회가 부과 · 징수한다.
제24조(분쟁조정의 효력 등) ① 분쟁조정위원회는 분쟁조정을 마친 때에는 조정안을 작성하여 지체 없이 당사자에게 통지하여야 한다. ② 제1항에 따른 통지를 받은 당사자는 그 통지를 받은 날부터 15일 이내에 조정안에 대한 수락 여부를 분쟁조정위원회에 알	<삭 제>

제 정 안	수 정 안
려야 한다. 이 경우 15일 이내에 당사자가 수락의 의사를 표시하지 아니한 경우에는 조정을 거부한 것으로 본다. ③ 제2항에 따라 당사자 전원이 조정안을 수락하는 경우 조정이 성립되며 분쟁조정위원회 위원장은 지체 없이 조정서를 작성하여 당사자 전원에게 송달하여야 한다. ④ 분쟁조정위원회의 위원장 및 각 당사자는 조정서에 서명 또는 기명·날인하여야 한다. ⑤ 제4항에 따라 당사자가 강제집행을 승낙하는 취지의 내용이 기재된 조정서에 서명 또는 기명·날인한 경우 조정서의 정본은 「민사집행법」 제56조에도 불구하고 집행력 있는 집행권원과 같은 효력을 가진다. 다만, 청구에 관한 이의의 주장에 대하여는 「민사집행법」 제44조제2항을 적용하지 아니한다.	
제25조(조정의 종결) ① 조정은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 종결된다. 1. 제22조제5항에 따른 합의 권고를 통하여 합의가 이루어진 경우 2. 분쟁조정위원회가 해당 조정사건에 대하여 당사자 간 합의가 이루어질 가능성이 없다고 인정하는 경우 3. 제23조에 따라 분쟁조정위원회가 조정을 거부한 경우 4. 당사자가 제24조제2항에 따라 지정 기간 내에 조정안에 대한 수락의 의사를 표시하지 아니하거나 수락 거부의 의사를 표시한 경우 5. 제24조제3항에 따라 조정이 성립된 경우 6. 조정의 대상인 분쟁을 원인으로 하는 소송의 판결이 확정된 경우	〈삭 제〉

제 정 안	수 정 안
② 분쟁조정위원회는 제1항에 따라 조정이 종결되었을 때에는 종결 사실과 그 이유를 적시하여 당사자에게 통지하여야 한다.	
제5장 방송통신위원회의 사건처리절차 등	〈삭 제〉
제26조(사실조사 등) ① 방송통신위원회는 이 법의 시행을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 소속 공무원에게 이를 확인하기 위하여 필요한 조사를 하게 할 수 있다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 조사를 위하여 필요하면 소속 공무원에게 온라인 플랫폼 사업자의 사무소·사업장 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자의 사업장에 출입하여 장부, 서류, 그 밖의 자료나 물건을 조사하게 할 수 있다. ③ 방송통신위원회는 제1항에 따라 조사를 하려면 조사 7일 전까지 조사기간·이유·내용 등에 대한 조사계획을 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 알려야 한다. 다만, 긴급한 경우나 사전에 통지하면 증거인멸 등으로 조사 목적을 달성할 수 없다고 인정하는 경우에는 그러하지 아니하다. ④ 제2항에 따라 온라인 플랫폼 사업자의 사무소·사업장 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자의 사업장에 출입하여 조사하는 사람은 그 권한을 표시하는 증표를 관계인에게 보여주어야 하며, 조사를 할 때에는 해당 사무소나 사업장의 관계인을 참여시켜야 한다. ⑤ 제2항에 따라 조사를 하는 소속 공무원은 온라인 플랫폼 사업자 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자에 대하여 필요한 자료나 물건의 제출을 명할 수 있고, 제출된 자료나 물건을 폐기·은닉·교체하는 등 증거인멸을 할 우려가	〈삭 제〉

제 정 안	수 정 안
있는 경우에는 그 자료나 물건을 일시 보관할 수 있다. ⑥ 방송통신위원회는 보관한 자료나 물건이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 즉시 반환하여야 한다. 1. 보관한 자료나 물건을 검토한 결과 해당 조사와 관련이 없다고 인정되는 경우 2. 해당 조사 목적의 달성 등으로 자료나 물건을 보관할 필요가 없어진 경우	
제27조(사실조사 자료제출명령 위반에 대한 이행강제금) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자가 제26조 제5항에 따른 자료나 물건의 제출명령을 이행하지 아니한 경우 그 자료나 물건이 이 법의 위반 여부를 확인하는 데 필요하다고 인정하는 때에는 그 자료나 물건의 제출을 다시 명령(이하 이 조에서 "재제출명령"이라 한다)할 수 있으며, 이를 이행하지 아니하는 자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 1천분의 3 이내의 범위에서 하루당 금액을 정하여 이행강제금을 부과할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액의 산정이 곤란한 경우에는 하루당 200만원 이내의 범위에서 이행강제금을 부과할 수 있다. ② 제1항에 따른 이행강제금의 부과대상 기간은 재제출명령에서 정한 이행기간의 종료일 다음 날부터 재제출명령을 이행하는 날까지로 한다. 이 경우 이행강제금의 부과는 특별한 사유가 있는 경우를 제외하고는 재제출명령에서 정한 이행기간의 종료일 다음 날부터 30일 이내에 하여야 한다. ③ 방송통신위원회는 제1항에 따른 이행강제금을 부과하기 전에 이행강제금을 부과·징수한다는 사실을 미리 문서로 알려 주어야 한다.	<삭 제>

제 정 안	수 정 안
④ 방송통신위원회는 제1항에 따라 이행강제금을 부과할 때에는 이행강제금의 금액, 이행강제금의 부과 사유, 납부기한, 수납기관, 이의 제기 방법 및 이의 제기 기관 등을 적은 문서로 하여야 한다. ⑤ 방송통신위원회는 최초의 재제출명령을 한 날을 기준으로 90일마다 그 명령이 이행될 때까지 반복하여 제1항에 따른 이행강제금을 부과·징수할 수 있다. ⑥ 방송통신위원회는 재제출명령을 받은 자가 그 명령을 이행한 경우에는 새로운 이행강제금의 부과를 즉시 중지하되, 명령을 이행하기 전에 이미 부과된 이행강제금은 징수하여야 한다. ⑦ 방송통신위원회는 제1항에 따라 이행강제금 부과처분을 받은 자가 이행강제금을 기한까지 납부하지 아니하면 국세 체납처분의 예에 따라 징수한다. ⑧ 제1항부터 제7항까지에서 규정한 사항 외에 이행강제금의 부과·납부·징수·환급 및 이의제기 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	
제28조(실태조사) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 서비스 시장에서 공정하고 투명한 거래 질서를 확립하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 온라인 플랫폼 서비스 이용 및 제공 현황 등에 관한 실태조사를 실시하고, 그 결과를 공표할 수 있다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 실태조사를 위하여 온라인 플랫폼 사업자에게 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 그 요청에 따라야 한다. ③ 제1항에 따른 실태조사를 위한 조사 대상, 조사 내용 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	〈삭 제〉

제 정 안	수 정 안
제29조(위반행위에 대한 조치) ① 방송통신위원회는 이 법을 위반한 온라인 플랫폼 사업자에게 법 위반 행위의 중지, 향후 재발 방지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 그 밖에 위반행위의 시정에 필요한 조치를 명할 수 있다. ② 온라인 플랫폼 사업자는 제1항에 따른 방송통신위원회의 명령을 대통령령으로 정한 기간에 이행하여야 한다. 다만, 방송통신위원회는 천재지변이나 그 밖의 부득이한 사유로 온라인 플랫폼 사업자 그 기간에 명령을 이행할 수 없다고 인정하는 경우에는 한 번만 그 기간을 연장할 수 있다. ③ 방송통신위원회는 제1항에 따른 조치를 명하기 전에 그 조치의 내용을 당사자에게 알리고 기간을 정하여 의견을 진술할 기회를 주어야 하며, 필요하다고 인정하면 이해관계인 또는 참고인에 대한 출석 요구 및 의견 청취와 감정인에 대한 감정 요구를 할 수 있다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 따르지 아니하는 경우에는 그러하지 아니하다. ④ 방송통신위원회는 이 법을 위반한 행위가 끝난 날부터 5년이 지나면 해당 행위에 대하여 제1항에 따른 조치나 제33조에 따른 과징금 부과처분을 하지 아니한다. 다만, 이미 끝난 조치 또는 과징금의 부과가 법원의 판결에 따라 취소된 경우로서 그 판결이유에 따라 새로운 처분을 하는 경우에는 그러하지 아니하다. ⑤ 제1항에 따른 조치를 위하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	<삭 제>
제30조(시정명령 위반에 대한 이행강제금) ① 방송통신위원회는 제29조제1항에 따른 명령(이하 이 조에서 “시정명령”이라 한다)을 받은 후 시정명령에서 정한 기간에 이	<삭 제>

제 정 안	수 정 안
를 이행하지 아니하는 자에 대하여 매출액의 1천분의 3 이내의 범위에서 하루당 금액을 정하여 이행강제금을 부과할 수 있다. 이 경우 매출액의 산정기준은 위반행위와의 관련성, 위반행위의 기간·횟수 등을 고려하여 대통령령으로 정한다. ② 이행강제금의 부과·납부 및 환급 등에 대해서는 제27조제3항부터 제8항까지를 준용한다.	
제31조(동의의결) ① 방송통신위원회의 조사나 심의를 받고 있는 온라인 플랫폼 사업자(이하 이 조에서 "신청인"이라 한다)는 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위(이하 이 조에서 "해당 행위"라 한다)로 인한 공정하고 투명한 거래질서의 저해 또는 이용자 이익 침해 상태의 자발적 해소, 온라인 플랫폼 이용사업자 또는 이용자 피해구제 등을 위하여 제5항에 따른 동의의결을 하여 줄 것을 방송통신위원회에 서면으로 신청할 수 있다. 다만, 해당 행위가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 방송통신위원회는 동의의결을 하지 아니하고 이 법에 따른 조사나 심의 절차를 진행하여야 한다. 1. 동의의결을 받은 위반행위와 동일한 위반행위가 재발한 경우. 다만, 제10항에 따라 종전의 동의의결이 취소된 경우는 제외한다. 2. 동의의결 절차가 진행되는 중에 신청인이 신청을 취소하는 경우 ② 신청인이 제1항에 따른 신청을 하는 경우 다음 각 호의 사항을 적은 서면으로 하여야 한다. 1. 해당 행위를 특정할 수 있는 사실관계 2. 해당 행위의 중지, 공정하고 투명한 거래질서의 회복, 온라인 플랫폼 이용사업자 또는 이용자 피해구제 등을 위하여 필요한 시정방안	〈삭 제〉

제 정 안	수 정 안
③ 방송통신위원회는 신속한 조치의 필요성, 온라인 플랫폼 이용사업자 또는 이용자 피해의 직접 보상 필요성 등을 종합적으로 고려하여 동의의결 절차의 개시 여부를 결정하여야 한다. ④ 방송통신위원회는 제5항에 따른 동의의결을 하기 전에 30일 이상의 기간을 정하여 다음 각 호의 사항을 이해관계인에게 통지하거나 관보 또는 방송통신위원회의 인터넷 홈페이지에 공고하여 이해관계인이 의견을 제출할 기회를 주어야 한다. 1. 해당 행위의 개요 2. 관련 법령 조항 3. 제2항제2호에 따른 시정방안(제5항 후단에 따라 시정방안이 수정된 경우에는 그 수정된 시정방안을 말하며, 이하 “시정방안”이라 한다) 4. 해당 행위와 관련하여 이해관계인의 이해를 돕는 그 밖의 정보. 다만, 사업상 또는 사생활의 비밀 보호나 그 밖에 공익상 공개하기에 적절하지 아니한 것은 제외한다. ⑤ 방송통신위원회는 해당 행위의 사실관계에 대한 조사를 마친 후 시정방안이 다음 각 호의 요건을 모두 충족한다고 판단되는 경우에는 해당 행위 관련 심의 절차를 중단하고 시정방안과 같은 취지의 의결(이하 “동의의결”이라 한다)을 할 수 있다. 이 경우 신청인과의 협의를 거쳐 시정방안을 수정할 수 있다. 1. 해당 행위가 이 법을 위반한 것으로 판단될 경우에 예상되는 시정명령, 과징금의 제재와 균형을 이룰 것 2. 공정하고 투명한 거래질서를 회복시키거나 온라인 플랫폼 이용사업자 또는 이용자 보호 및 피해구제에 적합하다고 인정될 것 ⑥ 동의의결을 받은 신청인은 제5항의 의	

제 정 안	수 정 안
결에 따라 동의의결의 이행계획과 이행결과를 방송통신위원회에 제출하여야 한다. ⑦ 방송통신위원회는 제6항에 따라 제출된 이행계획의 이행 여부를 점검할 수 있고, 동의의결을 받은 신청인에게 그 이행에 관련된 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 방송통신위원회는 동의의결의 이행관리에 관한 업무를 대통령령으로 정하는 바에 따라 관련 기관·단체 등에 위탁할 수 있다. ⑧ 제7항에 따른 위탁을 받은 기관의 장은 제6항에 따라 신청인이 제출한 동의의결의 이행계획과 이행결과에 대한 이행관리 현황을 분기별로 방송통신위원회에 보고하여야 한다. 다만, 방송통신위원회의 현황 보고 요구가 있는 경우 즉시 이에 따라야 한다. ⑨ 제7항에 따른 위탁을 받은 기관의 장은 동의의결을 받은 신청인이 그 이행을 게을리하거나 이행하지 아니하는 경우에는 지체 없이 그 사실을 방송통신위원회에 통보하여야 한다. ⑩ 방송통신위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 동의의결을 취소할 수 있다. 1. 동의의결의 기초가 된 시장상황 등 사실관계의 현저한 변경 등으로 인하여 시정방안이 적정하지 아니하게 된 경우 2. 신청인이 제공한 불완전하거나 부정확한 정보로 인하여 동의의결을 하게 되었거나, 신청인이 거짓 또는 그 밖의 부정한 방법으로 동의의결을 받은 경우 3. 신청인이 정당한 사유 없이 동의의결에 따른 의무를 이행하지 아니하는 경우 ⑪ 제10항 제1호에 따라 동의의결을 취소하는 경우 신청인이 제1항에 따라 동의의결을 하여줄 것을 신청하면 방송통신위원회는 다시 동의의결을 할 수 있다.	

제 정 안	수 정 안
⑫ 제10항 제2호 또는 제3호에 따라 동의의결을 취소하는 경우 방송통신위원회는 중단된 해당 행위 관련 심의절차를 계속하여 진행하여야 한다. ⑬ 방송통신위원회의 동의의결은 해당 행위가 이 법에 위반된다고 인정한 것을 의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의의결을 받은 사실을 들어 해당 행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다. ⑭ 동의의결과 관련한 세부 절차 및 방법은 방송통신위원회가 정하여 고시할 수 있다.	
제32조(동의의결 불이행에 대한 이행강제금) ① 방송통신위원회는 정당한 이유 없이 상당한 기한 내에 동의의결을 이행하지 아니한 자에게 동의의결이 이행되거나 취소되기 전까지 1일당 200만원 이하의 이행강제금을 부과할 수 있다. ② 이행강제금의 부과·납부 및 환급 등에 대해서는 제27조제3항 부터 제8항까지를 준용한다.	<삭 제>
제33조(과징금) ① 방송통신위원회는 제13조제1항을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 대규모 온라인 플랫폼 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 5 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다. ② 방송통신위원회는 제9조, 제10조, 제15조제1항을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 3 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다. ③ 제1항 및 제2항에 따른 과징금을 부과하는 경우 온라인 플랫폼 사업자가 매출액 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 또는 부정확한 자료를 제출하면 해당 온라인 플	<삭 제>

제 정 안	수 정 안
랫폼 사업자 및 같거나 유사한 종류의 서비스제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업 현황 자료에 근거하여 매출액을 추정할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 20억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다. ④ 방송통신위원회는 제1항부터 제3항에 따른 과징금을 부과하는 경우에는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다. 1. 위반행위의 내용 및 정도 2. 위반행위의 기간 및 횟수 3. 위반행위로 인하여 취득한 이익의 규모 4. 위반행위와 관련된 매출액 5. 자율준수 프로그램 운영 등 위반행위 방지를 위한 노력 6. 「전기통신사업법」 제32조제2항에 따른 이용자 보호 업무에 대한 평가 결과 ⑤ 제1항부터 제3항까지에 따른 과징금은 제4항을 고려하여 산정하되, 구체적인 산정 기준과 절차는 대통령령으로 정한다. ⑥ 제1항부터 제5항까지에 따른 과징금의 부과ㆍ징수에 관하여는 「전기통신사업법」 제53조제5항부터 제9항까지 및 제91조의 규정을 준용한다.	
제34조(손해배상) 제29조제1항에 따른 조치가 있는 경우에 위반행위로 피해를 입은 자는 위반행위를 한 온라인 플랫폼 사업자에게 손해배상을 청구할 수 있으며, 그 온라인 플랫폼 사업자는 고의 또는 과실이 없었음을 증명하지 못하면 책임을 면할 수 없다.	<삭 제>
제35조(과태료) ① 온라인 플랫폼 사업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 1억 이하, 임원 또는 종업원이나 그 밖의 이해관계인이 다음 각 호의 어느 하나에 해	<삭 제>

제 정 안	수 정 안
당하는 경우에는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 제26조제2항에 따른 조사를 거부·방해 또는 기피한 자 2. 제26조제5항에 따른 자료나 물건의 제출명령 또는 제출된 자료나 물건의 일시 보관을 거부 또는 기피하거나 이에 지장을 주는 행위를 한 자 3. 제28조제2항에 따른 자료제출 요청을 정당한 사유 없이 따르지 아니한 자 ② 제1항에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 방송통신위원회가 부과·징수한다.	
부 칙	부 칙
이 법은 공포 후 1년이 경과한 날부터 시행한다.	(제정안과 같음)

나. 서비스 이용정보 접근·이용 보장(수정안 제11조)

온라인 플랫폼 사업자는 이용사업자 및 이용사업자의 고객인 최종이용자가 제공·생성한 방대한 데이터를 독점하면서 이에 의존적인 이용사업자 및 최종이용자를 고착시키고 이용사업자의 시장 확대 및 신규 서비스 개발에 장벽으로 작용하고 있다. 2021년 국회 과방위 등 국정감사에서 이용사업자에게 온라인 플랫폼 사업자의 데이터를 공유할 권한을 보장할 필요가 있다는 점이 지적된 바 있다. 또한, 한국프랜차이즈산업협회는 배달앱 분야에서 가장 우려되는 문제는 정보 독점이며 이에 고객 관련 데이터를 자영업자 및 가맹본부와 공유할 필요가 있다고 주장하였으며, 한국외식업중앙회도 고객 관련 정보 공유가 필요하다고 주장하였다. 이에 온라인 플랫폼 사업자로 하여금 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자 또는 해당 이용사업자의 서비스를 이용하는 자가 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 제공하거나 생성된 정보에 접근하여 이용할 수 있도록 해야 할 의무를 부과하였다.

규제 적정성을 확보하기 위해 해당 정보에 대한 접근을 제공하지 아니하는 것이 전체 이용자의 이익에 부합한다고 판단되는 경우, 영업비밀에 해당하는 경우 등 합리적 사유가 있는 경우에는 접근을 제공하지 아니할 수 있도록 규정하였다(제2항). 또한, 필요시 온라인 플랫폼 사업자가 이용사업자에게 비용을 부과할 수 있도록 규정하였다(제3항).

유사한 해외 입법례로는 미국의 경우 온라인 선택과 혁신 법안에서 이용사업자의 재화・용역과 상호작용하여 이용사업자 또는 고객의 활동에 의해 플랫폼 상에 생성된 데이터에 접근하는 것을 제한하거나 방해하지 않도록 규정하고 있으며(제2(b)조), 유럽연합 디지털시장법안에서는 이용사업자 또는 이용사업자가 승인한 제3자에게 해당 이용사업자 및 해당 이용사업자가 제공하는 재화・용역에 관련된 최종이용자에 의해 플랫폼 이용 과정에서 제공되거나 생성되는 집계·비집계 데이터의 효과적인 고품질의 지속적 실시간 접근이용을 무료로 제공하도록 규정하고 있다(제6조제1항(i)).

다. 노출 주요기준 공개(수정안 제13조)

빅 데이터가 확산되고 데이터 분석 기술이 발달하면서 이용자의 성향을 파악하여 맞춤형 상품을 제공하거나 거래비용을 줄이는 등 서비스 개선을 위해 알고리즘 기술의 적용이 기업 경영에 중요한 요소로 자리잡았다. 고객의 구매 행태를 파악하여 고객별로 맞춤형 가격을 제시하거나, 행동 패턴을 기반으로 고객 성향에 특화된 추천형 서비스를 제공하는 등 서비스 개선에 알고리즘 기술이 다양하게 적용되고 있다. 이처럼 AI 알고리즘이 적용된 자동화된 콘텐츠 제공이 확대되면서 알고리즘이 왜 그러한 선택과 판단을 하게 되었는지의 알고리즘 투명성과 프라이버시 문제도 발생하고 있다. 최적화된 추천이 다양한 관점을 접할 기회를 차단하여 확증 편향 등 부작용을 야기할 수 있고, 알고리즘에 의존한 선택은 장기적으로 이용자의 주체적 의사결정 능력을 퇴화시키는 등의 문제점이 지적된다. 이에 온라인 플랫폼 사업자가 검색결과・추천서비스 등을 제공하는 경우 그러한 정보의 노출 순서・방식 등을 결정하는 주요 기준을 공개하고, 이용자에게 개인화된 기준의 적용 여부에 대한 선택권을 부여할 의무를 부과하였다.

규제 적정성을 확보하기 위해 검색결과 조작을 통해 이용자를 기만하거나 이용자에게 위해를 주는 결과를 초래할 수 있는 알고리즘이나 정보를 공개하지 않을 수 있도록 규정하였다(제1항단서). 또한, 노출 기준을 공개하여야 하는 온라인 플랫폼 사업자 중 대통령

령으로 정하는 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 온라인 플랫폼 사업자에 한하여 개인화된 기준의 적용 여부를 이용자가 선택할 수 있게 하도록 규정하였다(제2항). 예를 들어 맞춤형 광고의 경우 개인화된 기준이 적용되었음을 공개하되, 그 적용 여부를 이용자가 선택할 수 있도록 하는 의무는 부과하지 않을 수 있다.

유사 해외 입법례로는 미국의 경우 온라인 선택과 혁신 법안에서 이용사업자의 재화・용역과 상호작용하여 이용사업자 또는 고객의 활동에 의해 플랫폼 상에 생성된 데이터에 접근하는 것을 제한하거나 방해하지 않도록 규정하고 있다(제2(b)조). 유럽연합 디지털시장법안에서는 이용사업자 또는 이용사업자가 승인한 제3자에게 해당 이용사업자 및 해당 이용사업자가 제공하는 재화・용역에 관련된 최종이용자에 의해 플랫폼 이용 과정에서 제공되거나 생성되는 집계·비집계 데이터의 효과적인 고품질의 지속적 실시간 접근·이용을 무료로 제공하도록 규정하고 있다(제6조제1항(i)).

라. 정보의 부당이용 금지(수정안 제12조)

온라인 플랫폼 사업자는 이용사업자에게 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 동시에 최종이용자에게 동일하거나 유사한 재화・용역・콘텐츠 등을 제공하여 이용사업자와 경쟁하는 이중 역할을 할 수 있다. 그리고 이러한 이중 역할을 활용해 이용사업자와 유사한 서비스를 제공하는 자사 서비스를 목적으로 온라인 플랫폼 상에서 이용사업자가 거래를 통해 생성한 데이터를 이용할 수 있다. 이에 온라인 플랫폼 사업자가 이중 역할로 부당하게 이익을 얻지 못하도록 하기 위해 온라인 플랫폼 서비스 이용정보를 이용사업자와의 경쟁에 부당하게 이용하는 것을 금지하였다.

규제 적정성을 확보하기 위해 온라인 플랫폼 사업자가 서비스 이용정보를 이용해 온라인 플랫폼 서비스를 고도화하거나 신규 서비스를 제공하는 것 등은 금지하지 않고, 이용사업자와의 경쟁에 이용하는 것만 금지하였다. 또한, 이용사업자와의 경쟁에 이용하더라도 부당성(공정경쟁 또는 이용자이익 저해성)을 규제기관이 입증하도록 하였다.

해외 유사 입법례로는 유럽연합의 경우 디지털시장법안에서 이용사업자 및 이용사업자의 고객인 최종이용자의 활동을 통해 생성되거나 이들이 제공하는 공개되지 않은 데이터를 이용사업자와의 경쟁에 사용하는 것을 금지하였다(제6조제1항(a)). 미국 오픈 앱 마켓법안에서는 앱 마켓사업자가 제3자 앱에서 파생된 정보를 해당 앱과 경쟁할 목적으로 사용

하는 것을 금지한다(제3조(e)).

마. 부당한 이용자 차별 금지(수정안 제15조제1항제7호)

대규모 온라인 플랫폼 사업자는 수직적으로 통합되어 있으며 자신의 온라인 플랫폼 서비스를 통해 자신의 콘텐츠 등을 제공할 때 제3자의 콘텐츠 등을 배제하거나 그보다 더 좋은 위치에 노출시킴으로써 인위적으로 유리한 경쟁 조건을 형성할 수 있다. 이를 방지하려면 온라인 플랫폼 서비스 이용조건이 공정하고 합리적이며 비차별적이어야 하며, 이는 자신의 콘텐츠 등을 우대하려는 목적이 없는 경우에도 사업의 성공과 경제적 생계가 온라인 플랫폼 사업자의 막대하고 자의적인 힘에 달려 있는 이용사업자들을 보호하기 위해 필요하다. 이에 온라인 플랫폼 사업자가 이용자에게 부당하게 차별적인 조건으로 서비스를 제공하는 행위를 금지하되, 규제 적정성을 확보하기 위해 온라인 플랫폼 사업자가 이용자를 차별하더라도 부당하지 않은 경우(예: 전체 이용자의 편익 증대효과가 더 큰 경우 등)에는 금지되지 않고, 부당성을 규제기관이 입증하도록 하였다.

해외 유사 입법례로는 미국의 경우 온라인 선택과 혁신 법안에서 온라인 플랫폼 사업자가 운영하는 플랫폼에서 자신의 상품·서비스를 이용사업자에 비해 우대하는 행위, 이용사업자의 상품·서비스를 배제하거나 자신의 상품·서비스에 비해 불이익을 제공하는 행위, 유사한 상황에 놓인 이용사업자들을 차별하는 행위를 금지한다(제2조(a)). 또한, 오픈 앱 마켓 법안에서는 앱 마켓에서 자사 또는 비즈니스 파트너의 앱을 다른 앱보다 부당하게 선호하거나 순위를 매기는 방식으로(자사 또는 비즈니스 파트너의 소유권 여부에 따라 앱의 우선순위를 지정하는 순위체계나 알고리즘 포함. 명확하게 공개된 광고 미포함) 불평등하게 대우하는 것을 금지한다(제3조(e)). 유럽연합은 디지털시장법안에서 제3자의 유사한 서비스·상품과 비교하여 자신 또는 동일한 기업집단에 속하는 제3자에 의해 제공되는 서비스·상품의 순위를 더 유리하게 취급하는 것을 금지하고, 그러한 순위에 공정하고 비차별적 조건을 적용할 의무를 부과한다(제6조제1항(d)).

3. 법률수정(안) 예시

온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안

제1장 총칙

제1조(목적) 이 법은 온라인 플랫폼 산업의 공정한 경쟁 환경 조성 및 지속 가능한 발전을 도모하고 이용자의 편익을 제고함으로써 공공의 이익과 국민 생활의 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "온라인 플랫폼" 이란 이용자 간에 재화·용역 또는 콘텐츠(이하 "콘텐츠등" 이라 한다)의 거래, 의사 소통 및 정보제공·교환 등 상호작용을 매개하기 위해 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술 등을 활용하여 정보를 수집 · 가공 · 저장 · 검색 · 송신 또는 수신하는 정보통신체제를 말한다.
2. "온라인 플랫폼 서비스" 란 온라인 플랫폼을 통해 이용자 간에 콘텐츠등의 거래, 의사 소통 및 정보제공·교환 등 상호작용을 매개하는 서비스(이용사업자를 대리하여 이용자와 계약을 체결하는 서비스를 포함한다)를 말한다.
3. "온라인 플랫폼 사업자" 란 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 사업자를 말한다.
4. "이용자" 란 온라인 플랫폼 사업자가 제공하는 온라인 플랫폼 서비스를 이용하거나 이용하려는 자를 말한다.
5. "이용사업자" 란 제4호의 이용자 중에 콘텐츠등의 거래 및 정보제공·교환 등을 위하여 온라인 플랫폼 서비스를 이용하거나 이용하려는 사업자를 말한다.

제3조(온라인 플랫폼 사업자의 책무) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용자에게 편리하고 안정적인 서비스를 제공하여야 한다.

② 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 시장의 공정한 경쟁환경을 위해 노력하여야 한다.

③ 온라인 플랫폼 사업자는 공정하고 차별 없는 온라인 플랫폼 서비스를 제공하여야 한다.

제4조(적용범위) ① 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다.

② 이 법은 온라인 플랫폼 서비스에 따른 총매출액이 1,000억원 이상이거나 온라인 플랫폼 서비스를 통하여 판매한 콘텐츠등의 총판매금액이 1조원 이상인 사업자 중에서 이용자 수, 서비스 특성 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 온라인 플랫폼 사업자에 대하여 적용한다.

③ 제2항과 관련하여 온라인 플랫폼 사업자가 총매출액, 총판매금액 등 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 자료를 제출하면 해당 온라인 플랫폼 사업자 및 같거나 비슷한 종류의 서비스제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업 현황 자료에 근거하여 총매출액, 총판매금액 등을 추정할 수 있다.

제5조(다른 법률과의 관계) ① 이 법은 온라인 플랫폼 사업자의 온라인 플랫폼 서비스 제공에 관하여 「전기통신사업법」에 우선하여 적용한다.

② 이 법을 위반한 행위에 대하여 제19조에 따른 조치를 명하거나 제21조에 따른 과징금을 부과한 경우에는 그 사업자의 동일한 행위에 대하여 동일한 사유로 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 시정조치 또는 과징금의 부과를 할 수 없다.

③ 이 법의 규정에도 불구하고 개인정보의 처리 및 보호에 관하여는 「개인정보 보호법」에서 정하는 바에 따른다.

제6조(온라인 플랫폼 사업자의 자율규약) 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자 및 사업자단체로 하여금 공정한 경쟁 환경을 조성하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 자율적으로 규약을 정하도록 권장할 수 있으며, 해당 자율 규약의 이행을 독려하기 위하여 지원시책을 마련하여 시행할 수 있다.

제7조(내부 불만처리 절차 등) 온라인 플랫폼 사업자는 이용자로부터 제기되는 불만을 처리하기 위하여 이용자 불만 접수채널과 불만 처리지침을 마련하고 이를 공개하여야 한다.

제8조(국내대리인의 지정) ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 온라인 플랫폼 사업자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 "국내대리인"이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다.

1. 제7조에 따른 이용자 불만을 처리하기 위하여 필요한 조치
2. 제16조제5항에 따른 자료제출명령 및 제18조제2항에 따른 자료제출요청의 이행

② 국내대리인은 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자로 한다.

③ 국내대리인이 제1항 각 호와 관련하여 이 법을 위반한 경우에는 해당 국내대리인을 지정한 온라인 플랫폼 사업자가 그 행위를 한 것으로 본다.

제9조(이용약관의 신고 등) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용자에게 제공하려는 온라인 플랫폼 서비스에 관하여 그 서비스별로 이용조건(이하 "이용약관"이라 한다)을 정하여 과학기술정보통신부장관에게 신고(변경신고를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)하여야 한다.

② 과학기술정보통신부장관은 제1항에 따른 신고를 접수한 날의 다음 날까지 신고확인증을 발급하여야 한다. 다만, 제3항에 따라 보완을 요구한 경우에는 보완이 완료된 날의 다음 날까지 신고확인증을 발급하여야 한다.

③ 과학기술정보통신부장관은 대통령령으로 정하는 이용약관의 포함사항의 누락 등으로 제1항에 따른 신고에 보완이 필요하다고 인정하는 경우에는 신고를 접수한 날부터 7일 이내의 기간을 정하여 보완을 요구하여야 한다.

④ 계약기간 중에 이용약관이 이용자에게 불리하게 변경된 경우에는 해당 약관의 내용은 소급하여 적용되지 아니한다.

⑤ 제1항부터 제4항까지에서 규정한 사항 외에 신고의 절차 및 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제10조(정보 제공) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자와 관련된 다음 각 호의 판매·정산 관련 정보를 제공하여야 한다.

1. 환불·반품·교환 관련 정보
2. 비용·손해의 분담 및 수수료·광고비(광고대행의 경우를 포함한다) 등 이용사업자가 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 지급하는 경제적 이익의 세부 내역에 관한 정보

② 제1항에 따라 제공하여야 하는 정보의 범위 및 제공의 방법, 비용, 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제11조(온라인 플랫폼 서비스 이용정보에의 접근·이용 보장) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자 또는 해당 이용사업자의 서비스를 이용하는 자가 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 제공하거나 생성된 정보(이하 "온라인 플랫폼 서비스 이용정보"라 한다)에 접근하여 이용할 수 있도록 하여야 한다.

② 제1항에도 불구하고 온라인 플랫폼 사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 관련 접근을 제공하지 아니할 수 있다.

1. 해당 온라인 플랫폼 서비스 이용정보에 대한 접근을 제공하지 아니하는 것이 전체 이용자의 이익에 부합한다고 판단되는 경우
2. 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀에 해당하는 경우
3. 그 밖에 대통령령으로 정하는 합리적인 사유가 있는 경우

③ 제1항에 따른 온라인 플랫폼 서비스 이용정보의 범위 및 접근·이용 방법, 절차, 비용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

④ 제2항에 따른 접근 거부와 관련된 세부기준은 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회가 공동으로 정하여 고시한다.

제12조(온라인 플랫폼 서비스 이용정보의 부당한 이용 금지 등) 온라인 플랫폼 사업자는 온라인 플랫폼 서비스 이용정보를 이용사업자와의 경쟁에 부당하게 이용하거나 제3자로 하여금 부당하게 이용하도록 하여서는 아니 된다.

제13조(노출 기준의 공개 등) ① 온라인 플랫폼 사업자가 검색결과·추천서비스 등을 제공하는 경우 그러한 정보의 노출 순서·방식 등을 결정하는 주요 기준(이하 "노출 기준"이라 한다)을 공개하여야 한다. 다만, 노출 순서·방식 등을 결정하는 연산 방식 등의 세부내용은 그러하지 아니하다.

② 제1항에 따라 노출 기준을 공개하여야 하는 온라인 플랫폼 사업자 중 대통령령으로 정하는 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 온라인 플랫폼 사업자는 검색·조회·소비이력 등 이용자의 기호·성향 등을 반영하는 노출 기준의 적용 여부를 이용자가 선택할 수 있도록 하여야 한다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 구체적인 내용과 범위 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제14조(온라인플랫폼협회) ① 온라인 플랫폼 사업자 및 이용사업자는 온라인 플랫폼 산업의 상생협력을 촉진하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 온라인플랫폼협회(이하 "플랫폼협회"라 한다)를 설립할 수 있다.

② 플랫폼협회는 법인으로 한다.

③ 정부는 플랫폼협회의 사업수행을 위하여 필요하면 예산의 범위에서 보조금을 지급할 수 있다.

④ 플랫폼협회의 사업 및 감독 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제15조(금지행위) ① 온라인 플랫폼 사업자는 공정한 경쟁 또는 이용자의 권익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 "금지행위"라 한다)를

하거나 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.

1. 정당한 사유 없이 계약(제9조제1항에 따라 신고하지 않은 이용약관을 포함한다. 이하 같다)을 이행하지 아니하거나 계약과 다르게 서비스를 제공하는 행위

2. 정당한 사유 없이 서비스의 가입 · 이용을 거부, 지연, 제한 또는 중단하는 행위

3. 계약기간 중에 계약조건을 변경하려는 경우 이용자에게 그 변경사항을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위

4. 서비스 이용이 제한 또는 중단되었다는 사실을 이용자에게 즉시 설명 또는 고지하지 않는 행위

5. 서비스 이용 중에 발생한 비용, 손해 등 부담을 부당하게 부과하는 행위

6. 정당한 사유 없이 적정한 수익배분을 거부하거나 제한하는 행위

7. 이용자에게 부당하게 차별적인 조건으로 서비스를 제공하는 행위

8. 부당하게 광고와 광고가 아닌 정보를 명확하게 구분하지 않고 제공하거나 허위 · 과장 · 기만적인 광고성 정보를 제공하여 이용자를 오인하게 하는 행위(「표시 · 광고의 공정화에 관한 법률」 제3조제1항제1호 · 제2호에 해당하는 행위 및 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제6조제3항에 해당하는 행위는 제외한다)

9. 그 밖에 온라인 플랫폼 서비스 이용계약의 체결, 해지 또는 온라인 플랫폼 서비스의 이용과 관련하여 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위

② 제1항에 따른 금지행위의 유형 및 기준에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

③ 온라인 플랫폼 사업자는 자신의 서비스 이용자가 제1항제8호에 해당하는 행위를 하였음이 명백한 경우에 해당 이용자에 대한 서비스 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 이행하여야 한다.

제16조(사실조사 등) ① 방송통신위원회는 이 법을 위반한 행위가 있다고 인정하면 소속 공무원에게 이를 확인하기 위하여 필요한 조사를 하게 할 수 있다.

② 방송통신위원회는 제1항에 따른 조사를 위하여 필요하면 소속 공무원에게 온라인 플랫폼 사업자의 사무소 · 사업장 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자의 사업장에 출입하여 장부, 서류, 그 밖의 자료나 물건을 조사하게 할 수 있다.

③ 방송통신위원회는 제1항에 따라 조사를 하려면 조사 7일 전까지 조사기간 · 이유 · 내용 등에 대한 조사계획을 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 알려야 한다. 다만, 긴급한 경우나 사전에 통지하면 증거인멸 등으로 조사 목적을 달성할 수 없다고 인정하는 경우에는 그러하지 아니하다.

④ 제2항에 따라 온라인 플랫폼 사업자의 사무소 · 사업장 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자의 사업장에 출입하여 조사하는 사람은 그 권한을 표시하는 증표를 관계인에게 보여주어야 하며, 조사를 할 때에는 해당 사무소나 사업장의 관계인을 참여시켜야 한다.

⑤ 제2항에 따라 조사를 하는 소속 공무원은 온라인 플랫폼 사업자 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자에 대하여 필요한 자료나 물건의 제출을 명할 수 있고, 제출된 자료나 물건을 폐기 · 은닉 · 교체하는 등 증거인멸을 할 우려가 있는 경우에는 그 자료나 물건을 일시 보관할 수 있다.

⑥ 방송통신위원회는 보관한 자료나 물건이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 즉시 반환하여야 한다.

1. 보관한 자료나 물건을 검토한 결과 해당 조사와 관련이 없다고 인정되는 경우
2. 해당 조사 목적의 달성 등으로 자료나 물건을 보관할 필요가 없어진 경우

제17조(사실조사 자료제출명령 위반에 대한 재제출명령 및 이행강제금) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업자 또는 온라인 플랫폼 사업자의 업무를 위탁받아 취급하는 자가 제16조제5항에 따른 자료나 물건의 제출명령을 이행하지 아니한 경우 그 자료나 물건이 이 법의 위반 여부를 확인하는 데 필요하다고 인정하는 때에는 상당한 기한을 정하여 그 자료나 물건의 제출을 다시 명령(이하 이 조에서 "재제출명령"이라 한다)할 수 있다.

② 방송통신위원회는 제1항에 따른 재제출명령을 이행하지 아니하는 자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 1천분의 3 이내의 범위에서 하루당 금액을 정하여 이행강제금을 부과할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액의 산정이 곤란한 경우에는 하루당 200만원 이내의 범위에서 이행강제금을 부과할 수 있다.

③ 제2항에 따른 이행강제금의 부과대상 기간은 재제출명령에서 정한 이행기간의 종료일 다음 날부터 재제출명령을 이행하는 날까지로 한다. 이 경우 이행강제금의 부과는 특별한 사유가 있는 경우를 제외하고는 재제출명령에서 정한 이행기간의 종료일 다음 날부터 30일 이내에 하여야 한다.

④ 방송통신위원회는 제2항에 따른 이행강제금을 부과하기 전에 이행강제금을 부과·징수한다는 사실을 미리 문서로 알려 주어야 한다.

⑤ 방송통신위원회는 재제출명령을 받은 자가 그 명령을 이행한 경우에는 새로운 이행강제금의 부과를 즉시 중지하되, 명령을 이행하기 전에 이미 부과된 이행강제금은 징수하여야 한다.

⑥ 방송통신위원회는 제2항에 따라 이행강제금 부과처분을 받은 자가 이행강제금을 기한까지 납부하지 아니하면 국세 체납처분의 예에 따라 징수한다.

⑦ 제1항부터 제6항까지에서 규정한 사항 외에 이행강제금의 부과·납부 및 환급 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제18조(실태조사) ① 방송통신위원회는 온라인 플랫폼 사업의 공정 경쟁 환경을 조성하고 이용자 권익을 보호하기 위하여 과학기술정보통신부장관, 공정거래위원회와 협의를 거쳐 온라인 플랫폼 서비스 이용 및 제공 현황 등에 관한 실태조사를 실시하고, 그 결과를 공표할 수 있다.

② 방송통신위원회는 제1항에 따른 실태조사를 위하여 온라인 플랫폼 사업자에게 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 그 요청에 따라야 한다.

③ 제1항에 따른 실태조사를 위한 조사 대상, 조사 내용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제19조(위반행위에 대한 조치) ① 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 각각 소관 업무에 따라 이 법을 위반한 온라인 플랫폼 사업자에게 법 위반 행위의 중지, 향후 재발 방지, 시정조치를 명령받은 사실의 공표, 그 밖에 위반행위의 시정에 필요한 조치를 명할 수 있다.

② 온라인 플랫폼 사업자는 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회의 명령을 대통령령으로 정한 기간에 이행하여야 한다. 다만, 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 천재지변이나 그 밖의 부득이한 사유로 온라인 플랫폼 사업자가 그 기간에 명령을 이행할 수 없다고 인정하는 경우에는 한 번만 그 기간을 연장할 수 있다.

③ 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 제1항에 따른 조치를 명하기 전에 그 조치의 내용을 당사자에게 알리고 기간을 정하여 의견을 진술할 기회를 주어야 하며, 필요하다고 인정하면 이해관계인 또는 참고인에 대한 출석 요구 및 의견 청취와 감정인에 대한 감정 요구를 할 수 있다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 따르지 아니하는 경우에는 그러하지 아니하다.

④ 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 이 법을 위반한 행위가 끝난 날부터 5년이 지나면 해당 행위에 대하여 제1항에 따른 조치나 제21조에 따른 과징금 부과처분을 하지 아니한다. 다만, 이미 끝난 조치 또는 과징금의 부과가 법원의 판결에 따라 취소된 경우로서 그 판결이유에 따라 새로운 처분을 하는 경우에는 그러하지 아니하다.

⑤ 제1항에 따른 조치에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제20조(시정명령 위반에 대한 이행강제금) ① 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 제19조제1항에 따른 명령(이하 이 조에서 "시정명령"이라 한다)을 받은 후 시정명령에서 정한 기간에 이를 이행하지 아니하는 자에 대하여 매출액의 1천분의 3 이내의 범위에서 하루당 금액을 정하여 이행강제금을 부과할 수 있다. 이 경우 매출액의 산정기준은 위반행위와의 관련성, 위반행위의 기간 · 횟수 등을 고려하여 대통령령으로 정한다.

② 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 최초의 시정명령을 한 날을 기준으로 90일마다 그 시정명령이 이행될 때까지 반복하여 제1항에 따른 이행강제금을 부과 · 징수할 수 있다.

③ 이행강제금의 부과 · 납부 및 환급 등에 관하여는 제17조제4항부터 제7항까지를 준용한다.

제21조(과징금) ① 방송통신위원회는 제15조제1항을 위반한 행위가 있는 경우에는 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 3 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과할 수 있다.

② 제1항에 따른 과징금을 부과하는 경우 온라인 플랫폼 사업자가 매출액 산정 자료의 제출을 거부하거나 거짓 또는 부정확한 자료를 제출하면 해당 온라인 플랫폼 사업자 및 같거나 비슷한 종류의 서비스제공사업자의 재무제표 등 회계 자료와 가입자 수 및 이용요금 등 영업 현황 자료에 근거하여 매출액을 추정할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 20억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다.

③ 방송통신위원회는 제1항 및 제2항에 따른 과징금을 부과하는 경우에는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다.

1. 위반행위의 내용 및 정도
2. 위반행위의 기간 및 횟수
3. 위반행위로 인하여 취득한 이익의 규모
4. 위반행위와 관련된 매출액

5. 자율준수 프로그램 운영 등 위반행위 방지를 위한 노력
6. 「전기통신사업법」 제32조제2항에 따른 이용자 보호 업무에 대한 평가 결과
④ 제1항 및 제2항에 따른 과징금은 제3항을 고려하여 산정하되, 구체적인 산정기준과 절차는 대통령령으로 정한다.
⑤ 제1항부터 제4항까지에 따른 과징금의 부과 · 징수에 관하여는 「전기통신사업법」 제53조제5항부터 제9항까지 및 제91조의 규정을 준용한다.
제22조(손해배상) 제19조제1항에 따른 조치가 있는 경우에 위반행위로 피해를 입은 자는 위반행위를 한 온라인 플랫폼 사업자에게 손해배상을 청구할 수 있으며, 그 온라인 플랫폼 사업자는 고의 또는 과실이 없었음을 증명하지 못하면 책임을 면할 수 없다.
제23조(과태료) ① 제16조제2항에 따른 조사를 거부 · 방해 또는 기피한 자에게는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다.
② 제8조제1항을 위반하여 국내대리인을 지정하지 아니한 자에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과한다.
③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
1. 제16조제5항에 따른 자료나 물건의 제출명령 또는 제출된 자료나 물건의 일시 보관을 거부 또는 기피하거나 이에 지장을 주는 행위를 한 자
2. 제18조제2항에 따른 자료제출 요청을 정당한 사유 없이 따르지 아니한 자
④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 방송통신위원회가 부과 · 징수한다.

부 칙

이 법은 공포 후 1년이 경과한 날부터 시행한다.

제5장 결 론

본 연구는 2020년 12월 발의된 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률」에 대해 수정·보완 방안을 마련하는 것을 목표로 하였다. 이를 위해 먼저 플랫폼 환경의 변화 요인을 파악하고, 해외 주요국의 플랫폼 정책동향 및 시사점을 분석하였다. 이어 온라인 플랫폼 이용자 보호 법안에 대한 이해관계자 의견 및 부처 조정을 반영한 수정안을 제시하였다.

수정안의 기본원칙은 기존 법·제도 사각지대에 놓인 국민 불편을 개선하되, 최소 범위의 핵심 규제를 마련하여 시장 혼란을 방지하고, ICT 산업의 역동성·혁신성 등 특수성을 반영한 유연하고 합리적인 법제를 마련하는 것이다. 이를 위해 먼저 당초 대규모 온라인 플랫폼과 일정 규모 이상 온라인 플랫폼으로 이원화되어 있던 규제체계를 일원화하고, 법 적용대상을 총매출액 1,000억원 또는 총판매금액 1조원 이상 사업자 중에서 이용자 수, 서비스 특성 등을 고려하여 대통령령으로 정하도록 하한을 규정하였다(제4조제2항). 다른 법률과의 관계 측면에서 개인정보의 처리 및 보호에 관하여는 「개인정보 보호법」에서 정하는 바에 따르도록 하여 규제 중복 등이 발생하지 않도록 하였다(제5조제3항).

플랫폼 사업자 등이 공정 경쟁 및 이용자 권익 보호를 위해 정하도록 권장하는 자율 규약에 대한 심사 요청권(원안 제5조제2항)을 삭제하고, 표준약관 제정권한(원안 제14조제5항)을 삭제하였다. 온라인 플랫폼 사업자와 이용사업자 간 거래에 적용할 수 있는 기준을 정하여 사용 권고할 수 있도록 한 규정(원안 제7조)을 삭제하였다. 이용사업자에게 제공하는 서비스를 제한 또는 중단하려는 경우에는 최소 3일 이전에, 계약의 내용을 변경하려는 경우에는 최소 15일 이전에, 계약을 해지하려는 경우에는 최소 30일 이전에 온라인 플랫폼 이용사업자에게 그 내용 및 구체적인 사유를 통지하도록 한 규정(원안 제8조)을 삭제하였다. 이용사업자로부터 온라인 플랫폼 서비스 이용 요청을 받은 경우 요청을 받은 날로부터 30일 이내에 그 수락 여부를 통지하고 수락하지 아니하는 경우 그 구체적 사유를 통지하도록 한 규정(원안 제12조)을 삭제하였다. 결제 및 환불과 관련하여 이용약관에 명시하는 등 이용자보호의무(원안 제17조)를 삭제하였다. 플랫폼 분쟁조정위원회 설치・운영에 관한 규정(원안 제19조부터 제25조까지)을 삭제하였다.

데이터 전송요구권(원안 제16조)은 개인정보위원회 소관이므로 삭제하고 이용사업자의 데이터 접근·이용 보장권(제11조)으로 변경하였다. 이용사업자의 이용후기, 소비이력, 이용자 통계정보, 서비스 운영정보 등에 접근하여 이용할 수 있는 권리로 수정하였다(제11조). 이용사업자가 요구하는 경우 해당 이용사업자 또는 해당 이용사업자의 서비스를 이용하는 자가 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 제공하거나 생성된 정보에 접근하여 이용할 수 있도록 하되, 접근을 제공하지 아니하는 것이 전체 이용자의 이익에 부합한다고 판단되는 경우, 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀에 해당하는 경우 등에는 접근을 제공하지 아니할 수 있도록 하였다. 또한, 검색결과·추천서비스 정보의 노출기준 공개 범위에 알고리즘이 포함되지 않음을 명시하였다(제13조).

대규모 온라인 플랫폼 사업자와 일정 규모 이상 온라인 플랫폼 사업자의 금지행위 규정(원안 제13조 및 제15조)를 통합하고 정당한 사유 없는 계약 불이행, 서비스 가입·이용 지연·제한·중단, 사전 고지 없는 계약변경, 서비스 제한·중단 사실 미고지, 적정 수익배분 거부·제한, 비용·손해의 부당한 부과, 광고 미구분 또는 허위·과장·기만적 내용 포함, 부당한 차별조건 부과 등 총 8개의 금지행위로 축소하고, 방조 책임과 연대 책임을 삭제하되, 이용자가 부당하게 광고와 광고가 아닌 정보를 명확하게 구분하지 않고 제공하거나 허위 ·과장·기만적인 광고성 정보를 제공하여 이용자를 오인하게 하는 행위를 하였음이 명백한 경우에 해당 이용자에 대한 서비스 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 이행하도록 의무를 부과하였다(제15조).

참 고 문 헌

〔국내 문헌〕

과학기술정보통신부・한국모바일산업연합회(2020), 2019 모바일 콘텐츠 산업 현황 실태조사.

정보통신정책연구원(2020), 한국미디어패널 조사 2020.

〔해외 문헌〕

EC(2020). Digital Markets Act Impact Assessment support study Annexes.

Digital Information World 홈페이지 (https://www.digitalinformationworld.com/2020/01/global-consumers-spent-over-83-billion-on-mobile-apps-in-the-last-12-months.html#)

Internet Trend 홈페이지(http://www.internettrend.co.kr/trendForward.tsp)

StatCounter 홈페이지(https://gs.statcounter.com/os-market-share/desktop/worldwide/#yearly-2009-2019).

Statista 홈페이지(https://www.statista.com/chart/20701/video-streaming-services-with-most-subscribers-global-fipp/)

Webretailer 홈페이지(https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces/).

● 저 자 소 개 ●

김 현 수

• 고려대 법학과 졸업
• 고려대 법학과 석사
• 고려대 법학과 박사
• 현 정보통신정책연구원 연구위원

강 인 규

• 고려대 경제학과 졸업
• 고려대 경제학과 석사
• 현 정보통신정책연구원 부연구위원

방통융합정책연구 KCC-2021-11

온라인 플랫폼 서비스에 관한 이용자 보호 체계방안 연구

(A Study on the Online Platform Services User Protection System)

2021년 12월 일 인쇄
2021년 12월 일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장
발행처 방송통신위원회
경기도 과천시 관문로 47
Homepage: www.kcc.go.kr
인 쇄 경성문화사