

플랫폼 공정경쟁 및 활성화 기반 조성

2025. 12.

연구기관 : 정보통신정책연구원



과학기술정보통신부
Ministry of Science and ICT

● 차례 >>> 플랫폼 공정경쟁 및 활성화 기반 조성

I	서론	1
	1. 자율규제 개념 및 유형	1
	2. 자율규제 도입 배경	2
	3. 플랫폼 민간 자율기구 구성	3
II	혁신공유·거버넌스 분과	4
	제1절 분과 구성 및 운영 경과	4
	1. 분과 구성	4
	2. 운영 경과	6
	제2절 거버넌스 원칙 실천 고도화를 위한 기업의 노력	17
	1. 플랫폼 기업 거버넌스 원칙	17
	2. 거버넌스 원칙의 실천 고도화 사례의 다각적 분석	19
	가. 기업 사례 수집	19
	나. 법제도화 이슈와 기업의 대응 사례 분석	24
	제3절 사례에 대한 자문의견: 진단과 개선권고	29
III	데이터·AI 분과	32
	제1절 분과 구성 및 운영 경과	32
	1. 분과 구성	32
	2. 운영 경과	33
	제2절 검색추천 서비스 투명성 제고를 위한 이행점검	48
	1. 자율규제 원칙	48
	2. 이행점검 체크리스트	49
	3. 자율규제 원칙 이행현황	50
	가. 네이버	54
	나. 카카오	56

다. 메타	57
라. 쿠팡	58
마. 당근마켓	59
바. 놀유니버스	60
사. 우아한형제들	61
아. 구글코리아	61

IV AI 시대의 규제이슈 변화와 플랫폼 자율규제의 방향 63

제1절 플랫폼 이용자 조사	63
1. 조사 배경	63
가. 답변 엔진(Answer engine)의 부상과 이용자 환경 변화	63
나. 생성형 AI 도입에 따른 이용자 탐색 행태 분석	64
다. 이용자 행태 변화에 따른 인지적·사회적 위험성 진단	67
2. 조사 구성	69
3. 조사 결과	70
가. 검색 플랫폼 이용 행태 및 AI 기능의 영향	70
나. 정보 검색 경로의 다변화 및 채널 이동 이유	72
다. 생성형 AI 챗봇 이용 현황 및 인식	74
라. 플랫폼 기업 인식 및 자율규제와 정책 이슈	79
4. 시사점	83
가. 현행 검색·추천 투명성 자율규제 원칙의 한계	83
나. 자율규제 대상의 확장: 노출순위에서 생성논리	84
다. 이용자 보호 이슈	84
제2절 플랫폼 전문가 조사	85
1. 조사 배경	85
가. AI의 위상 변화 및 플랫폼화 경로	85
나. 국내 플랫폼 현황 및 위기 요인	87
다. 규제 패러다임의 전환	88
라. 핵심 신규 규제 이슈	91
2. 조사 내용	92
3. 조사 결과	93
가. 현재 자율규제 활동에 대한 진단	93
나. 향후 자율규제 이슈와 적합한 규제수단	103

V	결론 및 시사점	106
----------	-----------------------	------------

	참고문헌	109
--	------------	-----

● 표 차례 >>> 플랫폼 공정경쟁 및 활성화 기반 조성

〈표 2-1〉 2025년 혁신공유·거버넌스 분과 구성	5
〈표 2-2〉 혁신공유·거버넌스 분과 운영 경과	6
〈표 2-3〉 플랫폼 기업 거버넌스 원칙	18
〈표 2-4〉 플랫폼 기업 거버넌스 원칙에 따른 자율기구 참여기업 사례	20
〈표 2-5〉 정책, 가이드라인 및 약관 수립 반영 사례	22
〈표 2-6〉 기술적 조치, 시스템 및 인프라 구축 적용 사례	22
〈표 2-7〉 상생 교육 및 지원프로그램 활용 사례	23
〈표 2-8〉 소통 채널, 투명성 강화 관련 활동	23
〈표 2-9〉 플랫폼 관련 제도화 이슈에 따른 기업 사례 정리	26
〈표 3-1〉 2025년 데이터·AI 분과 구성	32
〈표 3-2〉 데이터·AI 분과 운영 경과	34
〈표 3-3〉 기업별 2025년도 주요 개선(예정) 사항 (가나다 순)	53
〈표 4-1〉 AI 발전에 따른 플랫폼 중요성 증가	86
〈표 4-2〉 AI 발전에 따른 우리 플랫폼의 취약점	88
〈표 4-3〉 AI 발전과 규제 시사점 관련 선행연구	90
〈표 4-4〉 기술환경 변화에 따른 새로운 자율규제 이슈	91

● 그림 차례 >>> 플랫폼 공정경쟁 및 활성화 기반 조성

[그림 2-1] 혁신공유·거버넌스 분과 운영 경과	6
[그림 3-1] 2025 데이터·AI 분과 운영 경과	34
[그림 3-2] 플랫폼 민간 자율기구 킥오프 회의 개최	37
[그림 3-3] 2025년 플랫폼 민간 자율기구 데이터AI분과 사업자 이행점검 검토 회의	39
[그림 3-4] 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 3차 회의	42
[그림 3-5] 플랫폼 자율기구 학술세미나: 기술 격변기, 플랫폼 자율규제의 방향	45
[그림 3-6] 플랫폼 민간 자율기구 최종보고회	47
[그림 3-7] 플랫폼 민간 자율기구 자율규제 원칙 이행결과 게시 웹페이지	52
[그림 4-1] 검색 사이트 이용 경험 및 이용 수준	70
[그림 4-2] 검색 사이트 검색 목적 및 검색 결과 확인 페이지 수준	71
[그림 4-3] AI 요약 기능 이용 행동	71
[그림 4-4] 정보 검색 목적별 이용 서비스	72
[그림 4-5] 정보 검색 시, 여러 채널에서 정보를 탐색하는 이유	73
[그림 4-6] 생성형 AI 챗봇 이용 경험	74
[그림 4-7] 생성형 AI 챗봇 이용 시작 시기 및 이용 수준	74
[그림 4-8] 생성형 AI 챗봇 유료 이용 경험 및 유료 이용 시기	75
[그림 4-9] 생성형 AI 챗봇 이용 목적	76
[그림 4-10] 생성형 AI 챗봇 이용 현황	76
[그림 4-11] 생성형 AI 챗봇 정보의 외부 결과물 활용 및 할루시네이션 경험	77
[그림 4-12] 생성형 AI 챗봇의 할루시네이션 인식 가능성 및 신뢰도 영향	77
[그림 4-13] 생성형 AI 챗봇의 인식과 만족도	78
[그림 4-14] 플랫폼 기업에 대한 기본 인식	79
[그림 4-15] 플랫폼 기업에 대한 항목별 인식	79
[그림 4-16] 플랫폼 기업 활동 인지 수준	81
[그림 4-17] 플랫폼 기업 활동 필요성	82
[그림 4-18] 향후 플랫폼 관련 정책 이슈 중요도	82
[그림 4-19] AI 제공자의 플랫폼화와 기존 플랫폼 AI 강화 경로	85
[그림 4-20] 전문가 조사의 내용과 대상	93
[그림 4-21] 거래공정성 관련 활동의 중요도와 효과성	94

[그림 4-22] 혁신공유 관련 활동의 중요도와 효과성	94
[그림 4-23] 혁신공유와 확산에 적합한 규제수단	95
[그림 4-24] 소비자보호 관련 활동의 중요도와 효과성	95
[그림 4-25] 소비자 보호에 적합한 규제수단	96
[그림 4-26] 개인정보 보호 관련 활동의 중요도와 효과성	96
[그림 4-27] 개인정보 보호에 적합한 규제수단	97
[그림 4-28] 콘텐츠 관리 관련 활동의 중요도와 효과성	97
[그림 4-29] 콘텐츠 관리에 적합한 규제수단	98
[그림 4-30] 노동자 권익 보호 관련 활동의 중요도와 효과성	98
[그림 4-31] 플랫폼 노동자 권익 관련 적합한 규제수단	99
[그림 4-32] 서비스 안정성 관련 활동의 중요도와 효과성	99
[그림 4-33] 서비스 안정성 관련 적합한 규제수단	100
[그림 4-34] 사회적 가치 관련 활동의 중요도와 효과성	100
[그림 4-35] 사회적 가치 분야에 적합한 규제수단	101
[그림 4-36] 다양한 자율규제 이행 수단의 필요성과 실행가능성	101
[그림 4-37] 자율규제 이행의 제약요인과 해소 시급성	102
[그림 4-38] 새로운 자율규제 이슈의 발생가능성	103
[그림 4-39] 새로운 자율규제 이슈에 적합한 규제수단	104
[그림 4-40] 자율규제의 효과성	104
[그림 4-41] 자율규제 활성화를 위해 필요한 요인	105

요 약

I 서론

□ 자율규제의 개념

- 자율규제는 여러 문헌에서 다양하게 정의되어 왔으나, 기존에는 규제의 객체이었던 민간이 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 규제의 대상이 아닌 주체가 되는 것이 핵심이라 할 수 있음(황성기, 2022; 백대용, 2021; 최철호, 2010)

□ 자율규제 도입 배경

- 플랫폼 비즈니스는 다양한 산업 분야에 적용되고 있고 한 플랫폼 위에 여러 개의 서비스들이 제공되는 경우도 많아 서비스의 경계 구분 및 경쟁 관계 식별이 쉽지 않음
- 복잡성을 갖고 있는 플랫폼 시장에서 발생하는 여러 문제들을 정부의 직접적 개입, 특히 통일된 규율을 통해 해결하는 것의 가능성과 적절성에 대한 논란
- 정부의 개입에 앞서 플랫폼 기업 스스로 문제 해결을 위해 노력하는 자율규제에 관한 관심 증대
- 플랫폼 비즈니스에서 발생하는 역기능에 대한 규제 필요성이 명확하지 않은 상황에서 자율규제와 같은 유연한 규제방식을 우선하여 규제의 필요성 여부를 검토한다는 관점에서 자율규제 도입

□ 플랫폼 민간 자율기구 구성

- 플랫폼에 대해서는 자율규제를 우선한다는 현 정부 정책 기조로 민간 플랫폼 자율기구 4개 분과(1분과: 갑을, 2분과: 소비자·이용자, 3분과: 데이터·AI, 4분과: 혁신공유·거버넌스)가 운영 중
- 본 보고서는 이 중 데이터·AI와 혁신공유·거버넌스 분과 운영을 중심으로 함

II 혁신공유·거버넌스 자율기구

1. 분과 구성 및 운영 경과

□ 혁신공유·거버넌스 분과의 구성

- 혁신공유·거버넌스 분과는 플랫폼 기업, 관련 협단체와 자문위원을 중심으로 과기정통부가 정책지원을 담당하고 KISDI가 간사 역할을 수행

□ 혁신공유·거버넌스 분과의 운영 경과

- 2025년 분과 운영은 전체회의, 자문단 회의, 사업자 간담회 등을 통해 진행되었으며, 단순 선언을 넘어 실질적인 성과 모델을 만드는 데 주력
- 초기 논의(3월 - 사업자 간담회): 상반기 아젠다 도출을 위해 자율규제 인센티브 프레임 구축과 개선제도에 대한 의견이 나왔으나, 기업들은 KPI 설정에 대한 부담감과 ‘상생’과 ‘혁신’ 사이의 모호함을 우려, 실질적인 인센티브의 필요성을 제기
- 방향성 구체화(4월~6월 - 자문단 회의): 기업의 자율성을 존중하는 ‘패시브(Passive)’ 점검 방식을 채택하고, 전문가가 이를 스크리닝하는 구조를 제안, 플랫폼 기업의 거버넌스 원칙에 따른 실천고도화라는 주제 하에, 기업의 실천 사례를 선정하고 기준을 마련
- 체계화 및 개선(8월~11월): 기업의 사례를 플랫폼 기업 거버넌스 원칙의 이행 정도와 AI 기본법 등의 실행으로 인한 법제도화 이슈 앞에서 기업들의 선제적이고 자율적인 이행노력을 확인할 수 있도록 다각적으로 분석하고, 자문교수들 및 기업들의 검토의견 수렴
- 이 외, 성과물의 방향성 부재 해결을 위해 ‘기존 사례 홍보(매핑)’와 ‘신규 아젠다 발굴’의 투트랙(Two-track) 방식으로 운영을 전환하자는 의견과 정부의 인증이나 마크 부여 등 공신력 있는 인센티브가 필요하다는 의견 등이 분과회의를 통해 제시됨

2. 거버넌스 원칙 실천 고도화를 위한 기업의 노력

□ 플랫폼 기업 거버넌스 원칙

- 기술/서비스 무결성: 기술의 신뢰성, 서비스 안전성 확보를 위해 시스템 취약점 모니터링 및 이용자 데이터 보호 최선
- 참여자 개방성: 정책 투명성 및 소통 개방성을 위해 주요 정책 변경 사항 공개 및 피드백 시스템 구축
- 생태계 혁신성: 공정한 경쟁 환경 조성 및 혁신 촉진을 위해 데이터 자원 공유 및 스타트업 아이디어 장려
- 지속가능성: 사회가치 제고, 환경의 지속성, 포용 확산을 위해 사회문제 해결 기여 및 디지털 소외계층 접근성 강화

□ 거버넌스 원칙의 실천 고도화 사례의 다각적 분석

- 거버넌스 원칙의 실천 고도화 사례의 다각적 분석
 - 사례 수집 개요: 6월~9월 간 거버넌스 원칙과 관련된 기업의 이행 사례를 수집했으며, 단순 사회공헌 활동을 제외하고 플랫폼 생태계의 공정성, 투명성, 혁신성 확보 사례를 중심으로 선정함
 - (이행 수단별 분석) 6월~9월 간 기업 이행 사례를 수집하여 정책/가이드라인, 기술적 조치, 상생 프로그램, 소통 채널 등 4가지 유형으로 분류
 - (정책/가이드라인) 네이버의 'AI 윤리준칙', 카카오의 '기술윤리 보고서', 우아한형제들의 '데이터 제공 원칙' 등 명문화된 규정 수립
 - (기술적 조치/시스템) 네이버 '데이터랩' 개방, 카카오 '버그바운티', 직방/힐링페이퍼의 AI 모니터링 시스템 가동 등 허위 리뷰, 가짜 매물, 부정 거래 등을 실시간으로 탐지하고 차단하는 AI 모니터링 시스템을 가동하여 플랫폼 신뢰도를 제고
 - (상생/지원) 네이버 '프로젝트 꽃', 카카오 '단골' 프로젝트, 쿠팡의 중소기업 수출 지원 등 파트너 성장 지원
 - (소통/보호) 분쟁조정센터 운영(네이버, 로앤컴퍼니), 정책 변경 비교표 공개

(쿠팡) 등 투명성 강화와 이용자 피드백 시스템 운영, 분쟁조정, 신고채널 가동 등 이용자 보호

- (법적 쟁점 대응과 선제적 자율규제) AI 기본법 등 법적 규제 도입 이전에 기업들이 선제적으로 AI 윤리 프레임워크 수립 및 알고리즘 투명성 공개를 추진 중
 - (투명성 및 설명가능성) AI 윤리 및 안전성 프레임워크를 수립하고, 알고리즘 작동 방식과 운영 정책을 이용자가 알기 쉽게 공개하여 기술 신뢰도를 제고
 - (이용자 및 이해관계자 보호) 자체 분쟁조정 기구를 운영하여 갈등을 해결하고, 디지털 소외계층 교육 및 파트너 상생 프로그램을 통해 포용적 생태계를 조성
 - (안전성 및 신뢰성) 재해복구 및 모의훈련으로 시스템 안정성을 확보하고, AI 가드레일 및 부정 행위 탐지 기술을 도입하여 서비스 위험을 선제적으로 차단
 - (데이터 보호) ISMS-P 인증 등 강화된 보안 체계를 유지하고, 외부의 무단 데이터 수집(크롤링)을 방지하는 원칙을 수립하여 데이터를 보호
 - (콘텐츠 관리) AI 필터링 기술로 유해 콘텐츠를 자동 차단하고, 딥페이크 방지를 위한 워터마크·라벨링 도입 등 생성형 AI 역기능에 대응

3. 사례에 대한 자문의견: 진단과 개선권고

- (대형 종합 플랫폼) 막대한 자원과 기술력을 바탕으로 AI 생태계 조성 등 미래지향적 거버넌스를 추진하고 있으며, 위원회 등을 통한 모니터링 및 피드백 시스템이 잘 구축되어 있음
- (중소/특화 플랫폼) 각 산업 분야(버티컬)의 특성에 맞는 강점(예: 안심마크 도입, 법률 서비스 혁신 등)을 보이나, 대기업 대비 자원 부족으로 핵심 비즈니스 연관 이슈에 집중
- 개선 권고 사항
 - (투명성과 공정성 강화) 거버넌스 활동의 성과를 지표화하고, 정책 변경 과정 등 이해관계자에게 영향을 미치는 정보를 명확하고 이해하기 쉽게 공개해야 함
 - (다중 이해관계자 참여 확대) 협의체 운영, 공개 포럼 등 공식적이고 다방향적인 소통 채널을 구축하여 다양한 이해관계자의 의견을 정책에 실질적으로 반영해야 함

- (사회공헌과 자율규제 분리) 플랫폼 내부 시스템과 운영 방식을 개선하는 ‘자율 규제’와 외부 지원 중심의 ‘사회공헌(CSR)’을 명확히 구분하여 접근할 필요가 있음
- (정부 및 협회의 역할) 중소 플랫폼의 거버넌스 역량 강화를 위한 맞춤형 지원 (컨설팅, 기술 지원 등)을 제공하고, 타 부처 규제와의 중복을 피하기 위한 조율 기능을 강화해야 함

Ⅲ 데이터·AI 자율기구

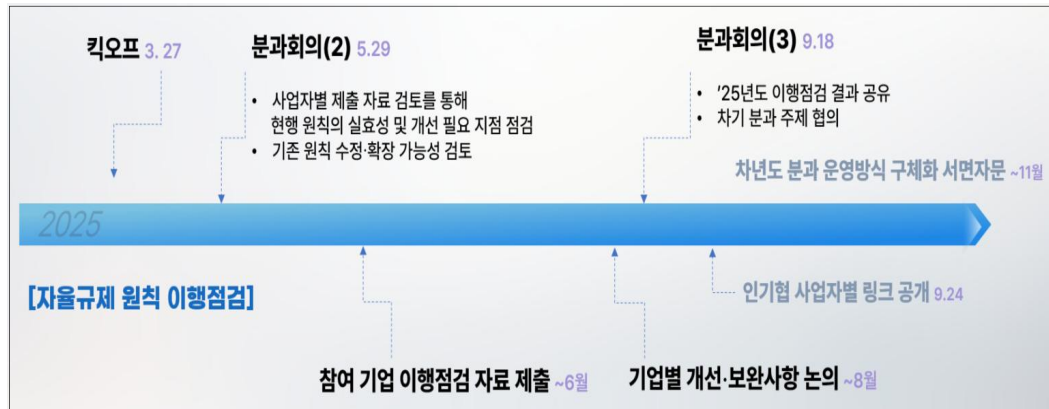
1. 분과 구성 및 운영 경과

□ 데이터·AI 분과의 구성

- 데이터·AI 분과는 분야별 주요 플랫폼 기업들, 플랫폼에서의 데이터·AI 분야에 대한 전문성을 갖추고 있는 학계 전문가들, 기업 협단체 및 소비자 단체, 그리고 데이터·AI 소관부처들로 구성

□ 데이터·AI 분과 운영 경과

- 2025년에는 8개 참여 사업자를 대상으로 ‘검색·추천 서비스 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙’의 이행 현황을 점검
 - 사업자별 제출 자료 검토를 통해 자율기구 참여 기업의 이행 점검을 완료하였으며, 한국인터넷기업협회 웹페이지를 통해 사업자별 이행 결과 링크를 공개하여 보편적 접근성을 확보, 차년도 과제로 이용사업자와의 상생을 위한 데이터 제공 및 활용을 위한 자율 규제 논의



- 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 킵오프 회의 개최(2025. 3. 27)
 - 생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성 및 분과 운영 방향, 2025년 신규 주제(안) 구체화 논의 진행
- 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 2차 회의: 사업자 이행점검 검토 회의 (2025. 5. 29)
 - 검색·추천서비스 투명성 제고 자율규제 원칙 이행점검 체크리스트를 바탕으로 참여 사업자의 이행 점검 사항에 대한 전문가 평가 및 종합 논의
 - 생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성, 플랫폼 기업이 체감하는 환경 변화 및 플랫폼 산업 경쟁력 강화, 자율규제 고도화 관련 의견 수렴
- 자율규제 원칙 이행점검을 위한 개별 사업자별 심층 인터뷰 진행(2025. 6. 16/19/20)
 - 개별 업체와 실무 회의를 통해 보완 사항에 대한 전문가 의견 전달. 업체별로 자율규제 원칙을 기반으로 실제 운영 및 보고 내용에 있어서 미흡한 부분에 대한 의견 전달 및 보완 요청
- 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 3차 회의(2025. 9. 18)
 - 2025년도 검색추천 서비스 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙 이행점검 결과, 지난 2년간 8개 주요 플랫폼 기업이 참여하여 검색·추천 투명성 원칙을 충실히 이행했으며, 보완 사항을 지속적으로 반영 중임
 - 차기 주제로 이용사업자 대상 데이터 제공 및 상생, 생성형 AI 자율규제에 대한 전문가 의견을 수렴하고 차기 분과 주제 논의

- 이 외에도 양분과가 함께 학술세미나와 최종보고회를 진행
- 플랫폼 자율규제 학술세미나: 기술 격변기, 플랫폼 자율규제의 방향(2025. 11. 24)
 - 고성능 인공지능의 능력 위협에 대한 자율 규제 사례와 플랫폼 자율 규제의 오늘과 내일: 기술 변화에 따른 새로운 이슈에 대한 연구 결과를 발표하고 자율 규제에 대한 그간의 성과를 홍보하며, 산학연 전문가들의 자율규제 운영 방향에 대한 의견을 수렴하는 공론의 자리 마련
- 플랫폼 민간 자율기구 최종보고회(2025. 12. 19)
 - 플랫폼 민간 자율기구 운영 현황 및 경과, 자율기구에 참여하고 있는 기업의 자율규제 노력에 대한 발표, 자율규제 현황 평가 및 향후 운영방향 논의
 - 자율규제의 본질에 맞도록 방향 설정, 실질적 인센티브와 제도적 뒷받침, 자율기구의 실효성을 확보하기 위한 홍보 노력 등 제안

2. 검색·추천 서비스 투명성 제고를 위한 이행 점검

□ 검토 결과

- 자율기구 참여 사업자들은 자사의 주요 서비스에서 ‘검색’ 및 ‘추천’ 기능을 대상으로 자율규제 원칙을 도입하고 있는 것으로 나타남
- 각 사는 ‘검색 노출 순서 결정 및 추천의 기준 공개’, ‘이용자의 권익 증진 등’, ‘실효성 제고’ 등에 대한 자율규제 원칙의 각 항목들을 충실히 이행하고자 노력한 것으로 보임
 - 특히 올해는 단순 이행을 넘어서 이용자 눈높이에 맞춘 ‘설명성(Explainability)’ 및 ‘접근성(Accessibility)’ 강화가 돋보임

□ 이행내용 접근성 제고

- 올해 처음으로 검색 노출·추천 기준 관련 기업별 링크를 정리하여 한국인터넷기업협회 웹페이지에 공개해 누구나 쉽게 확인할 수 있도록 함
 - 링크: https://www.kinternet.org/00_plf/plf04.asp

Ⅳ AI 시대의 규제이슈 변화와 플랫폼 자율규제의 방향

1. 플랫폼 이용자 조사

□ 조사 배경

- 생성형 AI 도입에 따른 이용자 탐색 행태의 변화
 - 생성형 AI 기반 검색·추천 서비스의 검색 결과는 다수의 문서를 나열하는 방식에서 벗어나, AI가 선별·종합한 단일 또는 소수의 응답 형태로 제공되는 경향이 강화
 - 생성형 AI는 탐색 비용(시간·인지적 노력)을 크게 절감하는 한편, 정보 선택과 해석의 주도권이 이용자에서 AI로 이전될 가능성을 내포
- 이용자 행태 변화에 따른 인지적·사회적 위험성 진단
 - 생성형 AI 기반 정보 탐색은 편의성과 효율성을 제공하는 동시에, 기존 검색 환경에서는 상대적으로 완화되던 위험을 구조적으로 증폭시킬 가능성 존재
 - (인지적 위험) AI가 제공하는 단정적이면서도 유려한 응답으로 인해 정보의 불확실성, 오류 가능성, 한계에 대한 이용자의 인식이 약화될 우려가 있고, 할루시네이션 경험에도 불구하고, AI 응답을 검증 없이 수용하거나 제한적으로만 교차 확인하는 행태 확산 가능성 존재
 - (탐색 구조상의 위험) 링크 탐색 감소로 원 출처 확인, 다양한 관점 비교 기회가 축소되고, 특정 정보·관점이 반복적으로 강화되는 정보 편식 및 반향실 효과 가능성
 - (사회적 위험) AI 요약·추천 결과가 소비 선택, 여론 형성, 정책 인식 등에 미치는 영향력이 확대되고 플랫폼 및 AI 제공자의 설계·운영 방식에 따라 편향·차별·불투명성이 구조적으로 고착화될 위험

□ 조사구성

- 검색·추천 서비스 및 생성형 AI 챗봇 이용 경험을 보유한 이용자(전국, 1,007명)를 대상으로 다음 사항에 대한 응답을 수집

- 정보 탐색 및 이용 행태의 변화
- 생성형 AI 활용에 대한 인식과 신뢰 수준
- 플랫폼 기업의 역할과 자율규제 활동에 대한 평가

□ 조사 결과

가. 일반 검색 서비스 이용 행태

- 최근 3개월 내 검색 사이트 이용 경험 비율은 99.4%로 사실상 전 응답자가 검색 서비스를 이용
- 검색 사이트 중 이용 경험 및 이용 빈도는 네이버, 구글, 다음 순으로 높게 나타남
- 검색 결과 확인 범위는 2~3페이지까지 확인(45.8%)이 가장 높고, 첫 페이지까지만 확인(31.7%)이 그 다음으로 나타나 검색 결과 상단 노출 정보의 영향력이 매우 큰 구조임을 시사

나. 검색 서비스 내 AI 요약 기능 이용 행태

- 검색 사이트에서 제공되는 AI 요약 기능 이용 경험 비율은 78.6%로 높게 나타남
- AI 요약 기능 이용 행동을 보면 ‘AI 요약 결과를 먼저 확인한다’는 응답이 가장 높게 나타났으며, ‘AI 기반 응답을 함께 제공하는 검색 방식을 선호한다’는 응답도 다수
- 이는 AI 요약이 단순 참고 정보가 아니라, 검색 결과 해석의 기준으로 기능하고 있음을 실증적으로 보여줌

다. 정보 탐색 목적별 채널 선택 구조

- 일반 검색 사이트는 여전히 모든 목적별 영역 이용률에 대해 타 채널들에 비해 상당한 우위를 점하며, 생성형 AI는 아직 일반 검색 사이트 이용률에는 크게 미치지 못하는 것으로 조사됨
 - 그러나 생성형 AI는 ‘상품/서비스 구매’ 영역을 제외한 모든 영역에서 꽤 높은 이용률을 보이고 있음
- 단일 채널에 의존하지 않고 여러 채널을 병행 탐색하는 비율은 79.0%

- 이는 생성형 AI 확산 이후에도 이용자가 정보 신뢰성과 검증 가능성을 중시하고 있음을 의미

라. 생성형 AI 챗봇 이용 행태

- 생성형 AI 챗봇 이용 경험은 챗GPT가 가장 높고, 구글 제미나이, 에이닷 등이 그 뒤를 이음
- 이용 행태 측면에서 자세하고 구체적인 문장으로 질문한다는 응답 비율이 높고 AI 응답에 대해 수정·보완을 요청하는 상호작용적 사용 행태가 일반화됨

마. 신뢰 인식 및 할루시네이션 경험

- 할루시네이션 경험에 대해 ‘많다’ 이상 응답한 비율은 37.4%
- 할루시네이션 경험 시 허위 여부를 비교적 쉽게 인식 가능한 비율은 56.8%이고, 해당 AI 서비스에 대한 신뢰도가 감소: 62.9%
- 인식 평가 항목 중 ‘출처·근거 표시가 중요하다’는 항목이 가장 높은 동의 수준을 보인 반면, ‘AI 정보의 정확도와 신뢰도가 높다’는 항목은 상대적으로 낮게 평가된 것으로 보아 이용자가 효율성은 체감하되, 신뢰성에 대해서는 조건부 수용 태도를 보이고 있음을 시사

바. 플랫폼 기업 인식 및 자율규제 시사점

- 기업에 대한 기본 인식은 긍정적(53.0%)이나, 불공정 수수료 부과(60.0%), 독점적 지위에 대한 견제 필요성(59.8%), 유해 콘텐츠 보호 부족(57.4%)에 대해서는 부정적 인식이 강하게 나타남
- 이용자들은 플랫폼이 제공하는 편의성은 인정하되, 시장 지배력 남용이나 사회적 책임 방기에 대해서는 규제가 필요하다는 태도를 보임
- 가장 필요한 활동으로 ‘기술 공유를 통한 혁신 촉진(57.5%)’과 ‘검색 추천 서비스의 투명성 제고(57.0%)’가 꼽힘
- 정책 이슈 중에는 ‘AI 생성 콘텐츠의 명확한 표시(74.6%)’와 ‘AI 기반 검색/추천 결과의 근거 제시(73.3%)’가 향후 매우 중요해질 것으로 평가

□ 시사점

- 검색 결과의 ‘노출 순위’를 결정하는 알고리즘의 주요 변수를 공개하는데 초점이 맞춰져 있는 현행 검색·추천 투명성 자율규제 원칙의 한계를 인식하고, 단순 추천의 투명성을 넘어 ‘왜 이러한 답변을 제시했는가’에 대한 투명성 또한 제고 필요
 - 답변 생성을 위해 참조한 자료의 명확한 연결을 통해 투명성을 확보하고, 환각 및 편향 측면에 대해서도 가이드라인 마련 등의 논의가 필요
- 정보 정확성을 넘어 AI가 이용자의 심리를 파악하고 이에 아첨하거나 조종함으로써 나타날 수 있는 역기능 방지 필요
 - (다양성 노출 원칙) 정치, 사회, 건강 등 민감한 이슈에 대해서는 이용자의 성향과 반대되거나 중립적 관점의 정보도 함께 제시하도록 권고
 - (이용자의 알고리즘 통제권 실질화) 이용자가 자신의 데이터가 학습이나 추천에 활용되는 범위를 설정할 수 있도록 하는 기능을 찾기 쉬운 곳에 제공하고, 이용자가 잘못된 정보나 편향된 추천에 대해 신고하거나 피드백을 줄 수 있는 창구 마련 및 사업자가 이를 서비스에 어떻게 반영하여 개선했는지를 주기적으로 투명하게 공개하도록 권고

2. 플랫폼 전문가 조사

□ 조사 배경

- AI 기반 플랫폼 환경 변화: AI가 단순 서비스 도구를 넘어 시스템 운영자이자 필수 인프라로 확장됨에 따라, 글로벌 빅테크 중심의 ‘풀스택(인프라-모델-앱)’ 수직 계열화가 심화
- 국내 생태계의 위기: 국내 플랫폼은 인프라(GPU)와 모델(LLM) 영역에서 글로벌 기술 종속성이 높으며, 이는 데이터 유출 및 서비스 지속 가능성에 위협이 될 수 있음
- 규제 패러다임 전환 필요: AI 공급망의 복잡성으로 책임 소재가 분산되고 ‘업스트림(데이터·설계 단계)’ 개입이 중요해짐에 따라, 기존 규제 방식의 한계를 극복할 새로운 자율규제 프레임이 요구됨

□ 조사 내용

- (조사 개요) 플랫폼 관련 산·학·연 전문가 51명을 대상으로 설문 조사를 실시하여, 현행 자율규제에 대한 진단과 향후 AI 시대의 규제 방향성을 모색
- (주요 설문 항목) 기존 자율규제 분야(거래공정성, 혁신공유, 소비자 보호 등)의 중요도 및 효과성 진단
- 생성형 AI, 에이전트 등 기술 변화에 따라 새롭게 등장할 규제 이슈 발굴
- 자율규제 활성화를 위해 필요한 거버넌스 수단 및 정책 수요 조사

□ 조사 결과

- (현행 자율규제 진단) 적합 분야: 상호운용성 등 혁신 환경 조성, 서비스 장애 예방, 알고리즘 기반 업무 배정의 투명성 등은 자율규제가 적합한 것으로 나타남
- (자율규제의 한계점) 자율규제의 중요도는 높으나 실질적인 인센티브 부족으로 인해 효과성은 상대적으로 낮게 평가됨(비효과적이라는 응답이 37.3%로 우세)
- (신규 규제 이슈) ‘콘텐츠 게시자의 AI 라벨링 의무’가 발생 가능성과 대응 시급성이 가장 높은 이슈로 선정되고, ‘에이전트 선택 기준 공개’는 자율규제가 적합하나, ‘자사 우대 방지’나 ‘AI 생성물 공동 대응’은 민관협력 방식이 더 효과적인 것으로 조사됨

□ 시사점

- (규제 초점의 이동) 전통적인 독과점 방지를 넘어, AI 시대에는 ‘폴스택 자사 우대 방지’, ‘AI 에이전트의 투명성’, ‘사회적 신뢰(라벨링)’ 등 새로운 리스크 관리에 집중할 필요
- (국내 생태계 보호) 글로벌 기술 종속으로 인한 불이익을 방지하고, 버티컬 플랫폼의 혁신을 보장하는 방향으로 규제 프레임을 전환해야 함
- (실질적 인센티브 도입) 기업의 선의에만 의존하는 한계를 넘어서기 위해, 자율 규제 우수 기업에게 ‘법적·기술적 안전지대(Safe Harbor)’를 제공하거나 혁신 서비스의 인허가 절차를 간소화하는 등 확실한 유인책이 필수적

V 결론 및 시사점

- 올 한 해 양 분과 활동에서는 자율규제의 법적 근거와 인센티브가 부족하고 기존 산업 규제와 중복되는 기업의 어려움으로 인한 자율규제 효과성의 제약이 크게 나타난 한 해였음
- 조사에서도 나타났듯이, 국내 플랫폼 생태계의 보호와 혁신을 위한 규제 프레임의 변화가 필요한 상황에서, 빠른 기술변화에 대응할 수 있는 자율규제의 효과성을 높이는 것은 필수적
- 이에, 글로벌 모델(API/클라우드) 의존도가 높은 국내 현실에서 과도한 규제는 도리어 국내 기업의 경쟁력을 약화시킬 우려가 있으므로, 기술 종속 방지와 버티컬 플랫폼의 혁신 보장을 전제로 규제 프레임의 재구성하며,
- 실질적 인센티브 도입을 통해 자율규제가 기업의 족쇄가 되지 않도록 법적·기술적 안전지대를 시스템화해야 할 필요
- 또한, 이 과정에서 부처는 플랫폼 기업 중복규제 해소와 기업 자율규제 논의의 창구로서의 역할을 강화할 필요가 있음
 - 타 부처(공정위, 개보위 등)에서 진행 중인 가이드라인이나 규제가 플랫폼 자율규제와 중복되지 않도록 과기정통부가 적극적으로 부처 간 조율을 진행
 - 파편화된 규제 논의를 일원화하고, 자율규제 이행 여부를 확인하여 인증이나 마크를 부여하는 등 부처의 적극적인 역할과 관심이 요구됨

제 I 장 서론

1. 자율규제 개념 및 유형

□ 자율규제의 개념

- 자율규제는 여러 문헌에서 다양하게 정의됐으나, 기존에는 규제의 객체이었던 민간이 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 규제의 대상이 아닌 주체가 되는 것이 핵심이라 할 수 있음(황성기, 2022; 백대용, 2021; 최철호, 2010)

□ 자율규제의 유형

- 정부의 개입 정도에 따라 위임적(mandated) 자율규제, 승인적(sanctioned) 자율규제, 위하적(coerced) 자율규제, 자발적(voluntary) 자율규제로 분류(Black, 1996)
 - 위임적 자율규제: 국가가 명하거나 지정한 특정 집단이나 산업·지역단체가 자율규범을 정하고 집행하는 방식
 - 승인적 자율규제: 민간이 자율규범을 정하여 정부의 승인을 받는 방식
 - 위하적 자율규제: 자율규제가 제대로 이루어지지 않으면 정부의 법적 규제가 도입될 수 있다는 잠재적 위협 하에 민간이 자율규범을 정하여 집행하는 방식
 - 자발적 자율규제: 국가의 직·간접적 개입 없이 민간의 판단과 주도로 자율규제가 이루어지는 방식
- 자율규제 참여자, 구조, 집행방법, 규범 유형 등에 따라 다양한 분류가 가능하며 분류 목적에 따라 자율규제 유형 분류가 달라질 수 있음
 - 예를 들어, 선지원(2022)에서는 조직형태나 실현방식에 따라 자율규제 유형을 분류하였으며, 이러한 구분이 절대적인 것이 아니라 복수의 실현 방식을 동시에 가지고 있음을 지적

2. 자율규제 도입 배경

□ 플랫폼 시장의 특성

- 플랫폼 비즈니스는 다양한 산업 분야에 적용되고 있고 한 플랫폼 위에 여러 개의 서비스들이 제공되는 경우도 많아 서비스의 경계 구분 및 경쟁 관계 식별이 쉽지 않음
- 플랫폼 서비스의 유형 자체도 다양할 뿐 아니라 비즈니스 방식도 상이하기 때문에 플랫폼 비즈니스의 개별 특성에 부합하는 규제 적용이 쉽지 않음
- 이처럼 복잡성을 갖고 있는 플랫폼 시장에서 발생하는 여러 문제들을 정부의 직접적 개입, 특히 통일된 규율을 통해 해결하는 것의 가능성과 적절성에 대한 논란
 - 클라우드, AI 등 플랫폼을 둘러싼 기술 진화가 빠르게 일어나고 있고, 이에 따라 플랫폼 비즈니스 환경도 역동적으로 변화하는 현실에서 성급한 규제 도입이 기술 혁신 및 비즈니스 성장에 부정적 영향을 미칠 가능성도 제기
 - 특히, 생성형 AI, AI 에이전트 등의 도입을 통한 비즈니스 모델과 이해관계자 구조의 변화 등에 따라 그동안 플랫폼 기업에 적용되던 규제의 프레임 자체가 바뀌어야 한다는 인식도 존재
- 정부의 개입에 앞서 플랫폼 기업 스스로 문제 해결을 위해 노력하는 자율규제에 관한 관심 증대
 - 기술력에 대한 통제권을 가진 기업은 정부보다 한발 앞서 기술변화에 유연하게 대응 가능하며, 기술의 복잡성과 난이도가 높아지는 상황에서 그 부작용을 방지해야 할 책임이 더욱 높아지고 있는 상황

□ 규제의 필요성 실증

- 플랫폼 비즈니스에서 발생하는 역기능에 대한 규제 필요성이 명확하지 않은 상황에서 자율규제와 같은 유연한 규제방식을 우선하여 규제의 필요성 여부를 검토한다는 관점에서 자율규제 도입(이승민, 2022)
- 특히, AI의 플랫폼화와 플랫폼의 AI화가 빠르게 진행되는 상황에서, 기술 자체 보다는 기술의 투명성에 초점을 맞추고 기업 내부 정책, 조직, 위험관리체계를 공개하여 자율규제를 유도하는 방식의 규제, 개별 분야의 수직 규제보다는 수

평적 규율 구조로 규제의 프레임이 이동해야 한다는 의견이 있음(이승민, 2025)

* 미국 ‘캘리포니아 프론티어 AI 투명성법(TFAIA, SB53)’은 기술 자체가 아닌 투명성에 초점을 맞추고 자율규제를 유도하는 방식

3. 플랫폼 민간 자율기구 구성

- 플랫폼에 대해서는 자율규제를 우선한다는 현 정부 정책 기조로 플랫폼 민간 자율기구 4개 분과(1분과: 갑을, 2분과: 소비자·이용자, 3분과: 데이터·AI, 4분과: 혁신공유·거버넌스)가 운영 중
- 본 보고서는 이 중 데이터·AI 분과와 혁신공유·거버넌스 분과의 운영을 중심으로 기술
 - 각 분과의 운영경과와 2025년 이행성과를 정리하고, 향후 자율규제 이슈 발굴을 위한 조사와 분석 결과를 제시

혁신공유·거버넌스 분과

제 1 절 분과 구성 및 운영 경과

1. 분과 구성

□ 2025년 혁신공유·거버넌스 분과의 구성 및 특징

- 과학기술정보통신부가 지원하고 정보통신정책연구원(KISDI)이 주관하는 혁신공유·거버넌스 분과는 민간 주도의 자율 규제 체계 확립을 목표로 운영
 - 혁신공유·거버넌스 분과는 플랫폼 생태계의 건전한 발전과 자율 규제 체계 확립을 위해 민간 주도로 플랫폼 관련 주요 현안과 실질적인 대응 방안을 논의하는 협의체로 운영
 - 해당 분과는 플랫폼 시장의 주요 이슈 발굴, 자율규제 가이드라인 수립, 이해관계자 간 상생 방안 모색을 위해 노력
- 해당 분과는 민간 주도로 플랫폼과 관련된 주요 문제 및 실질적인 대응 방안들이 논의될 수 있도록 주요 플랫폼 기업, 관련 협단체, 학계 전문가로 구성
 - 민간자문위원으로 네이버, 카카오, 구글, 메타, 쿠팡, 우아한 형제들, 무신사, 힐링페이퍼, 로앤컴퍼니, 직방, 한국신용데이터 등 플랫폼 기업 참여
 - 한국인터넷기업협회, 한국온라인쇼핑협회, 코리아스트트업포럼, 한국소비자연맹, 중소기업중앙회 등 플랫폼 관련 협단체에서 분과에 참여
 - 민간 현장의 목소리를 바탕으로 과학기술정보통신부에 실효성 있는 정책 방향 제시
- 학계 전문가인 자문위원들이 민간위원과 함께 업계 이슈 및 정책 연계성 여부 등을 논의하며 중립적인 운영 및 모니터링을 중립적으로 이끌어 감
 - 류민호 교수(동아대학교 경영학과)가 분과장으로 김성옥 연구위원(KISDI)과

- 함께 분과의 이슈를 정립하고, 분과위원들의 의견을 조율하는 역할 담당
- 황용석 교수(건국대학교 미디어커뮤니케이션학과), 장대철 교수(카이스트 경영대학원), 신현상 교수 (한양대학교 경영대학)가 자문을 담당
 - 과학기술정보통신부의 지원 하에 정보통신정책연구원(KISDI)이 간사 역할을 수행하며 이해관계자의 의견조율 및 상생 및 혁신사례를 확산하고, 분과운영의 결과도출 및 정책적 실효성을 검토하고 지원
 - 민간 플랫폼 기업의 자율적 책임 강화를 위한 가이드라인 및 모니터링 체계를 구축하고, 이해관계자 의견 조율
 - 플랫폼 기업, 입점업체, 소비자 간의 갈등을 조정하고 동반 성장 모델을 발굴하여 플랫폼 가치를 공유하도록 협력 지원

〈표 2-1〉 2025년 혁신공유·거버넌스 분과 구성

구분	구성원
플랫폼 기업	• 네이버 • 카카오 • 구글 • 메타 • 쿠팡 • 우아한형제들 • 무신사 • 힐링페이퍼 • 로앤컴퍼니 • 직방 • 한국신용데이터
관련 협단체	• 한국인터넷기업협회(업계) • 한국온라인쇼핑협회(업계) • 코리아스타트업포럼(업계) • 한국소비자연맹(소비자) • 중소기업중앙회(이용사업자)
자문위원	• 류민호 교수 (동아대학교 경영학과) • 황용석 교수 (건국대학교 미디어커뮤니케이션학과) • 장대철 교수 (카이스트 경영대학원) • 신현상 교수 (한양대학교 경영대학)
간사	• 김성옥 연구위원 (정보통신정책연구원)
부처	• 과학기술정보통신부

2. 운영 경과

□ 2025 혁신공유·거버넌스 운영 경과

- 혁신공유·거버넌스 분과는 전체 구성원이 모이는 전체회의, 자문교수단을 중심으로 진행된 자문회의, 기업들의 의견을 청취하는 사업자 간담회 등을 통해 분과의 계획을 수립하고, 진행사항을 공유하며, 연구 결과물을 도출

- 자문단 회의 2회
- 사업자 간담회 2회
- 중간점검회의 1회
- 분과 전체회의 2회

[그림 2-1] 혁신공유·거버넌스 분과 운영 경과



〈표 2-2〉 혁신공유·거버넌스 분과 운영 경과

회의 일정	회의 형태	주요 내용
2025. 03. 13	1차 사업자 간담회	자율규제 인센티브 프레임 구축 및 플랫폼 주도 혁신 경제 모델 수립 논의, 기업의 KPI 설정 부담 의견 수렴
2025. 03. 14	2차 사업자 간담회	자율규제 활동 성과화 방안, 실천보고서에 대한 전문가 평가 및 공신력 확보 방안 논의
2025. 03. 27	1차 전체 분과회의 (kick-off회의)	플랫폼 기업 거버넌스 원칙 및 이에 따른 기업별 적용 사례 발표(8개사), '25년 주요 의제 등 논의
2025. 04. 11	1차 자문단 회의	기업의 자율점검 방식(패시브/액티브) 논의, 거버넌스 원칙 고도화 및 기업 내부 자율규제 기구 현황 파악
2025. 06. 11	2차 자문단 회의	기업 혁신 사례 검토 및 자율규제 실천사례 선정 기준(사회공헌 제외 등) 논의, 쟁점 이슈 중심의 사례집 방향 설정

회의 일정	회의 형태	주요 내용
2025. 08. 13	중간점검회의	성과물 방향성 부재 해결을 위한 '거버넌스 맵' 구축, 아젠다 중심 운영 전환 등 개선 방향 도출
2025. 11. 10	2차 전체 분과회의	6월 사례 조사 결과 공유, 내년도 아젠다 중심 운영 방안 및 참여기업 인센티브 부여 방안 논의
2025. 12. 19	플랫폼 민간 자율기구 최종보고회	데이터·AI 분과와 공동으로 1년간의 양 분과 성과를 공유하고 향후 아젠다 및 방향성 논의

□ 주요 회의내용

● 혁신공유·거버넌스 분과 1차 사업자 간담회

- 일시 및 장소
 - 2025. 3. 13, 피벗포인트 회의실
- 참석자
 - 민간위원(네이버, 쿠팡, 직방, 무신사, 구글코리아), KISDI, 과기정통부
- 주요 안건
 - 자율규제 인센티브 프레임 및 플랫폼 주도 혁신 경제 모델 수립
- 회의내용 요약

① 자율규제 운영 방향 및 주제 제안

- 올해 분과의 주요 목표로 '자율규제 인센티브 프레임 구축'과 '플랫폼 주도의 혁신 경제 모델 수립' 두 가지를 제시
- 단순한 선언을 넘어 플랫폼 활동이 창출하는 사회·경제적 긍정 효과를 가시화하고, 기업별로 실행 가능한 거버넌스 수준을 파악하고자 함.
- 작년에 마련된 실천원칙들이 실제 기업 현장에서 어떻게 적용되고 있는지 사례를 수집하여, 이를 책자나 발표회 등 대외 홍보 수단으로 활용할 계획을 밝힘

② 기업들의 현실적 우려와 비판적 의견

- KPI 설정에 대한 거부감: 무신사는 분과 활동에 'KPI 설정'이라는 용어가 도입되는 순간 자율적 혁신이 아닌 '규제'로 변질될 것을 우려하며, 이는 기업에 큰 부담이 되어 분과 참여 자체를 고민하게 만든다고 지적

- 상생과 혁신의 모호성: 자율규제를 통한 정부의 목표가 ‘상생’인지, ‘원칙 이행’인지 모호한 상황이며, 기업이 이미 안정적 운영을 위해 최선을 다하고 있음에도 모든 사회적 이슈에 대응하고 규제 수단으로 해소하는 것은 용이하지 않음
- 인센티브의 부재: 자율규제에 적극적으로 참여함으로써 기업이 얻을 수 있는 명확한 인센티브 논의가 선행되어야 하며, 그렇지 않으면 비참여 기업에 비해 상대적으로 참여기업이 행동할 유인이 떨어짐을 지적
- 문서화 작업의 부담: 실제 서비스를 혁신하는 부서와 이를 문서화하는 부서가 달라 성과를 정리하는 것 자체가 실무적으로 큰 부담이라는 점을 언급

③ 자율규제의 전략적 가치와 정부의 대응

- 규제 방어 논리: 기업들은 공정위의 독점 규제 등에 대응하는 반대 논리로서 과기정통부의 자율규제 프레임을 적극 활용할 수 있다는 의견을 제시
- 혁신 가치 홍보: 또한, 플랫폼 기업 본연의 비즈니스 모델 자체가 혁신임을 강조하며, 사회 기여 활동뿐만 아니라 기업 간의 경쟁과 기술 고도화 그 자체가 가치가 있다는 점을 강조
- 부처 입장: 자율규제의 효과성을 입증하기 위해서는, 기업들이 원칙에 따라 변화하는 모습을 스스로 증명하고 평가받아 이를 근거화할 필요가 있다는 의견이 제기

● 혁신공유·거버넌스 분과 2차 사업자 간담회

- 일시 및 장소
 - 2025. 03. 14, 피벗포인트 회의실
- 주요 참석자
 - 민간위원(카카오, 힐링페이퍼, 로앤컴퍼니, 우아한형제들), KISDI, 과기정통부
- 주요 안건
 - 자율규제 활동의 성과화 방안 및 혁신 공유 모델 아젠다 제시
- 회의내용 요약

① 성과화 방안 및 아젠다 제시

- 기업의 개별 활동과 제도적 프레임을 연결하기 위해 ‘이슈 발굴 → KPI 설정 → 인센티브’로 이어지는 혁신 공유 모델 수립을 제안
- 새로운 원칙을 만들기보다 기존 원칙을 고도화하고, 기업들이 법적 규제에 대응하여 자율적으로 문제를 해결하고 있음을 대외적으로 알리는 작업이 필수적임을 강조

② 실무 적용 시의 갈등과 한계

- 판단 기준의 부재: 허위 정보나 악의적 행위에 대한 기준이 이용자, 사업자, 기존 직역별로 달라 플랫폼이 독자적으로 판정하기 어려운 영역이 있음을 지적하며, 정부가 활동을 위한 판단 기준이나 안전장치를 제공해줄 것을 요청
- 타 분과와의 형평성: 참여 기업들은 수수료 인하 등 사실상의 규제를 경험한 사례가 있어, 자율규제 논의 자체에 회의적인 시각이 형성되었음을 밝히고, 기업 내부적으로 성과로 내세울만한 기술적 업데이트가 지속적으로 있지 않은 경우, 보고서 작성에 한계가 있음을 언급

③ 결과물의 공신력 및 객관성 확보 전략

- 제3자 전문가 검토: 기업의 베스트 프랙티스를 일방적으로 발표하기보다, 제3자 전문가가 내용을 검토하고 부족한 점을 보완하는 프로세스를 거쳐 발표해야 대외적인 공신력을 얻을 수 있다고 제안
- 이해관계자 배제 및 교수진 구성: 일본의 사례를 참고하여 교수들로 구성된 전문가 그룹이 실천보고서를 평가하는 방식을 제안
- 부처 역할: 자율규제 모범사례에 대한 개별 기업의 홍보를 넘어, 부처가 플랫폼의 순기능에 대한 메시지를 강화하는 공식적인 창구가 되어야 한다는 의견 제시

● 혁신공유·거버넌스 분과 킥오프 회의

- 일시 및 장소

- 2025. 3. 27, HJBC 광화문

- 주요 참석자

- 민간위원(네이버, 카카오, 쿠팡, 우형, 무신사, 힐링페이퍼, 로앤컴퍼니, 구글 코리아, 직방, 한국신용데이터, 메타, 협회, 자문위원, KISDI, 과기정통부

- 주요 안건

- 플랫폼 기업 거버넌스 원칙 및 이에 따른 기업별 적용사례 발표, '25년 주요 의제 등 논의

● 회의내용 요약

① '25년도 아젠다 논의: 플랫폼 기업 거버넌스 원칙 실천 발표 및 고도화 논의

- 기업·서비스 투명성: 기술의 신뢰성, 서비스 안정성, 알고리즘 투명성
- 데이터 개방성: 데이터 이동성, 접근성, 개방성
- 경쟁 및 혁신 촉진: 공정경쟁 환경, 혁신 촉진
- 지속가능성: 사회적 책임, 환경적 지속가능성, 포용 확대

② 「플랫폼 기업 거버넌스 원칙」에 따른 기업별 적용 사례 발표(8개사)

- 네이버, 카카오, 쿠팡, 우아한 형제들, 무신사, 힐링페이퍼, 로앤컴퍼니, 구글 코리아

③ 기업들이 자율적으로 이행상황을 공유, 성과화할 수 있는 프레임 구축 필요

- 기업의 자율규제 노력이 사회적으로 인정받을 수 있도록 사례집, 외부 전문가 집단 혹은 분과위원들의 객관적 진단, 세미나, 기업 성과보고회 등 성과 홍보 강화가 필요하며, 이에 대한 방안 검토

④ 자율규제 기구의 역할에 대한 논의

- 자율규제 메커니즘 개발과 전체 거버넌스 프레임 고민 필요, 균형적 이해관계 조정, 시장과 기술변화에 유연하게 대응할 수 있는 지속가능한 거버넌스
- 플랫폼 경제에서 발생하는 다양한 이슈들(데이터 활용, 알고리즘 투명성, 공정경쟁, 이용자 보호 등)에 대한 논의와 합의를 이끌어내는 역할

● 혁신공유·거버넌스 1차 자문단 회의

- 일시 및 장소

- 2025. 4. 11, 강남 컨퍼런스타워 토즈

- 참석자

- 자문위원(류민호, 황용석 교수), KISDI, 과기정통부

- 주요 안건

- 기업별 자율점검 방식 및 거버넌스 원칙 고도화

- 회의내용 요약

① 자율점검 방식의 정립: ‘패시브(Passive)’ 방식과 전문가 스크리닝

- 기업들에게 강제적인 점검을 수행하기보다 자율성을 존중하는 방식이 필요하다는 점에 동의
- 기업의 자발적 개선: 기업이 스스로 거버넌스 원칙에 따라 자사를 판단하고, 부족한 부분에 대한 개선책을 스스로 마련해 나오는 것이 가장 바람직한 방향으로 제시
- 전문가의 스크리닝 역할: 외부 전문가들은 사전에 마련된 가이드라인에 따라 대표적인 기업들의 현황을 스크리닝하고, 보완이 필요한 영역을 제안하는 역할을 수행하기로 함
- 의견 조율 프로세스: 기업이 먼저 자체적인 체크리스트와 보완 리스트를 가져오면 전문가가 의견을 추가하는 방식, 즉 기업의 자율성을 먼저 강조하는 ‘패시브한 방식’으로의 접근이 논의됨

② 거버넌스 구조의 실태 파악 및 고도화

- 플랫폼 기업마다 상이한 자율규제 체계를 유형화하는 작업이 진행
- 다양한 규제 모델 파악: 네이버의 독자적인 ‘자율규제위원회’, KISO와 함께 하는 ‘협력적 규제 모델’, 또는 자회사별(웹툰 등) 콘텐츠 자율규제 등 기업마다 복잡하고 다양한 구조를 갖고 있음을 확인
- 병목 현상 진단: 자율규제 기구나 규정을 실체화하는 데 있어 기업들이 겪는 어려움과 병목 현상이 무엇인지 파악하고, 이를 해소할 수 있는 가이드라인을 제공할 필요성이 제기됨
- 책임 있는 구조 확인: 기업 내부 자율규제 기구가 사회적 신뢰를 받을 수 있는 구조(공개성, 외부 전문가 참여 여부, 답변 체계 등)를 갖추고 있는지 점검하는 것이 거버넌스 고도화의 초점으로 설정

③ 사회적 신뢰 확보를 위한 스토리텔링과 홍보 전략

- 자율규제의 성과를 단순히 나열하는 것이 아니라, 전략적인 메시지로 가공하

는 방안이 논의됨

- 가치 매핑(Mapping): 조사된 거버넌스 구조를 몇 가지 변수로 분류하고, 이를 통해 나타난 성과를 거버넌스 가치와 매핑하여 ‘스토리텔링’이 가능한 제언을 도출하기로 함
- 지속적 개선 메시지: 개별 기업의 성과를 묶어서 홍보하되, “기업이 이런 부분들을 점점 보완하고 개선해 나가고 있다”는 긍정적인 메시지가 대외적으로 전달될 수 있도록 하는 데 집중

● 혁신공유·거버넌스 분과 2차 자문단 회의

- 일시 및 장소
 - 2025. 6. 11, 강남 컨퍼런스센터 토즈
- 주요 참석자
 - 자문위원(류민호, 황용석, 장대철, 신현상 교수), KISDI, 과기정통부
- 주요 안건
 - 자율규제 실천사례 선정 기준 설정 및 쟁점 이슈 도출
- 회의내용 요약

① 자율규제 실천 사례의 선정 기준 확립

- 제외 대상: 일반적인 사회공헌(CSR) 활동이나, 법적·비즈니스상 당연히 수행해야 하는 의무 업무는 자율규제 실천 사례에서 제외해야 한다는 의견 제시
- 포함 대상: 타 기업이 벤치마킹할 수 있는 혁신적인 사례 위주로 구성할 필요가 있음. 구체적인 예시로 로엔컴퍼니의 분쟁조정사례집, 한국기업데이터의 생태계 혁신성 내용, 쿠팡의 안심마크(플랫폼 신뢰성 및 접근성 향상) 등이 긍정적인 사례로 언급

② 결과물(사례집)의 구성 방식

- 쟁점 중심 정리: 기업 사례를 단순히 나열하거나 편집하는 방식에서 벗어나, 사회적으로 쟁점화될 수 있는 주요 이슈를 우선순위별로 뽑아 컴팩트하게 정리하는 방안 제언
- 연성규제의 효율성 증명: 플랫폼 기업들이 자발적으로 규범 체계를 구축하고 있으며, 이러한 연성규제가 효율적으로 작동하고 있음을 대외적으로 보여주

는 것이 중요하다고 보았음

③ 기업에 대한 인센티브 및 인증 시스템

- 정부 주도 인증: 쿠팡과 같이 여력이 있는 기업은 민간 인증을 추진할 수 있으나, 여력이 부족한 중소 기업들을 위해서는 정부가 주도적으로 인증을 해주는 ‘보완적 인증 체계’가 필요하다는 의견
- 상호 수위 조절: 기업들이 작성한 내용을 전체적으로 회람하여 서로의 수준을 확인하고 수정·보완할 수 있는 기회를 제공함으로써 홍보 효과를 극대화 하자는 제안

④ 정부의 가이드라인 및 향후 계획

- 법적 쟁점과의 연계: 온플법이나 이용자 보호법 등 현재 논의 중인 법안들(예: 수수료 이슈, 투명성 등)을 먼저 분석하고, 이에 대응하는 기업들의 자율적 사례를 매칭하는 ‘투트랙’ 스케줄링을 논의
- 명확한 요구 사항: 과기정통부는 기업들에게 단순히 사례를 달라고 하기보다, 집중해서 볼 이슈가 무엇인지 명확한 가이드를 주며 자료를 요청

● 중간점검회의

- 일시 및 장소

- 2025. 8. 13, 강남스터디 회의실

- 주요 참석자

- 류민호 자문위원장, 과기정통부, KISDI

- 주요 안건

- 성과물 방향성 부재 해결 및 운영 방식 전환

- 회의내용 요약

① 수집된 기업 사례들이 실질적인 성과물로 연결되지 못한 이유

- 성과물 방향성 부재: 기업 사례는 수집되었으나 이를 정책적·산업적 의미가 있는 성과물로 연결할 방안이 부족하며, 단순 나열식 홍보만으로는 자율 규제 기구의 가치가 희석될 우려가 제기
- 기업의 부담 우려: 전문가들의 개선 의견이 기업에 ‘실행 의무’로 변질되거

나, 점검 및 평가 중심의 접근이 기업에 부정적인 인식을 심어줄 수 있다는 점이 지적

- 진단 중심의 접근 필요: 단순 홍보를 넘어 제3자의 시각에서 긍정적 가치와 개선점을 병행하여 진단하는 방식이 필요하다는 결론에 도달

② 분과 운영의 실효성을 높이기 위한 대안

- 거버넌스 맵(Governance Map) 구축: 8대 실천원칙 및 거버넌스 원칙을 기반으로 사례를 매핑하여, 플랫폼 생태계의 취약 영역과 우수 영역을 시각화하고 개선 방향을 제시
- 아젠다(Agenda) 중심 운영 전환: 기업의 규제 및 사업 현안을 사전에 수집하여, 연간 2~3개의 핵심 아젠다를 집중 논의하고 해결책을 마련하는 방식으로 전환
- 기업 맞춤형 멘토링: 시급한 이슈가 있는 기업을 선정하여 전문가와 협단체가 심층적으로 지원하는 체계를 검토
- 사례집 제작 및 공개: 평가 없이 원칙별 사례를 정리하여 한국인터넷기업협회 등 관련 홈페이지에 매년 업데이트하며 공개

③ 소결 및 후속 조치 (투트랙 접근)

- 회의 결과, 향후 운영은 ‘기존 사례 홍보(매핑 및 공개)’와 ‘새로운 아젠다 발굴 및 논의’라는 투트랙(Two-track) 방식으로 진행될 예정
- 정부 역할 강화: 단순 점검이나 순위 매기기를 지양하고, 과기정통부가 적극 참여하여 규제 완화와 자율 규제의 실효성을 높이는 데 집중
- 단기 계획: 2025년 하반기 중 사례 정리를 완료하여 홈페이지에 공개하고, 기업 아젠다 수집 및 시범 논의를 시작
- 중장기 계획: 정례 회의 체계를 활성화하여 자율 규제 성과를 지속적으로 축적하고 확산

● 혁신공유·거버넌스 전체 회의

- 일시 및 장소

- 2025. 11. 10, 강남 컨퍼런스센터 토즈

- 참석자

- 민간기업(네이버, 카카오, 쿠팡, 우아한형제들, 한국신용데이터, 로앤컴퍼니, 힐링페이퍼), 협단체(쇼핑협회, 중기중앙회, 코스포), 과기정통부, KISDI
- 주요 안건
 - 6월 사례 조사 결과 공유 및 내년도 운영 방안 체계화
- 회의내용 요약
 - ① 6월 사례 조사 결과 및 성과 공유
 - 5대 법적 쟁점 중심 정리: 투명성, 이용자 보호, 안전성, 데이터 보호, 콘텐츠 관리라는 5가지로 기업들의 실천 사례를 분류
 - 기업 규모별 특징: 대형 플랫폼은 별도의 분쟁조정 위원회나 ESG 경영 체계를 갖추고 있었으며, 중소 플랫폼은 서비스 정보의 신뢰성 강화와 비즈니스 모델 확장 측면에서 성과를 제시
 - 전체적인 우산 역할: KISDI는 기업들이 이미 협회나 타 부처를 통해 수행 중인 활동들을 본 분과의 성과로 어떻게 엮을지 고민하며, 분과가 기업 활동에 ‘전체적인 우산을 씌워 보호하는 역할’을 한다고 제안
 - ② 자율규제의 실질적 인센티브와 ‘완충 장치’론
 - 비합리적 선택의 비극: 참여기업들은 자율규제가 치열한 시장경쟁 상황에서 비참여기업에 비해 시장 손해를 감수하는 측면이 있다고 지적하며, 참여기업에 대한 역차별을 방지하기 위한 접근이 필요하다고 주장
 - 완충 장치로서의 자율규제: 또한, 법적 의무가 세밀해질수록 실무 적용이 어려워지므로, 자율규제 논의가 규제와 실무 사이의 완충 장치이자 공유·학습의 ‘자율 협력’의 장이 되길 희망
 - 공신력 있는 인증: 다수의 기업과 전문가들은 과기정통부가 자율규제 이행 여부를 확인하고 ‘마크나 인증’을 부여해주는 것이 국정감사 등에서 신뢰를 증명할 가장 강력한 인센티브가 될 것이라고 강조
 - ③ 내년도 운영 및 거버넌스 고도화 방안
 - 선제적 아젠다 도출: 온플법이나 AI 기본법 등 규제 논의가 가속화되기 전, 기업들이 선제적으로 쟁점을 던져 규제 완화나 자율규제로의 위임을 이끌어내야 한다는 전략이 제시

- 통합 조율하는 역할 요구: 부처별(과기부-AI, 공정위-입점업체, 개보위-개인 정보 등)로 파편화된 규제 관할을 본 분과에서 집중화하여 논의를 일원화하는 역할 제안
- 정부의 관심: 기업 내부 설득을 위해 과기부의 공식적인 관심사라는 신호와 정부의 지속 운영 의지가 명확히 전달되어야 운영 동력을 얻을 수 있다는 점을 강조
- 방법론적 유연성: 자율기구의 색깔을 명확히 하여 철저히 기업 편에 서서 비용을 줄여주는 방법론적 유연성을 확보하는 데 초점을 맞출 필요가 있음

④ 향후 일정

- 12월 19일 최종 보고회를 비공개로 진행하여 올해 사례를 발표하고, 내년 초 AI 이슈 등 파급력 있는 주제로 대중 세미나를 개최하여 플랫폼 기업의 활동을 적극 홍보하기로 함

제 2 절 거버넌스 원칙 실천 고도화를 위한 기업의 노력

1. 플랫폼 기업 거버넌스 원칙

- 2024년도 해당 분과에서 수립한 플랫폼 기업 거버넌스 원칙은 다음과 같은 내용을 담고 있음
- (기술/서비스 무결성 원칙의 배경) 디지털 기술의 폭발적 성장은 동시에 심각한 부작용을 초래. 알고리즘의 편향성, 데이터 오용, 사생활 침해 등 기술이 야기하는 잠재적 위험들이 증가하면서, 기술의 신뢰성을 확보하고 그 사회적 영향을 관리해야 할 필요성이 대두
 - 이는 단순히 기술적 완성도를 넘어 기술이 사회에 미치는 광범위한 영향을 고려해야 함을 의미
 - 이에 따라서 내부 개발 원칙, 지속적인 모니터링, 사회적 영향 평가 등의 세부원칙이 도출
- (참여자 개방성 원칙의 등장) 디지털 플랫폼의 성장은 전통적인 경제 및 사회 구조를 근본적으로 변화. 다양한 이해관계자들(사용자, 개발자, 서비스 제공자 등)이 복잡하게 상호작용하는 생태계가 형성되면서, 모든 참여자의 이익과 권리를 균형 있게 보호해야 할 필요성이 확산
 - 과거의 수직적, 일방향적 커뮤니케이션 방식에서 벗어나 투명하고 개방적인 소통, 공정한 의견 수렴, 갈등 조정 메커니즘 등이 중요해졌고, 이는 참여자에게 열려있는 플랫폼 거버넌스의 세부원칙으로 구체화
- (생태계 혁신성 원칙의 도출) 디지털 경제에서 혁신은 생존의 핵심 요소. 혁신은 무분별한 경쟁이 아니라 공정하고 건전한 생태계 내에서 이루어져야 하며, 대기업의 자원 독점, 불공정한 경쟁환경 조성, 새로운 아이디어의 진입 장벽 설치 등은 혁신을 저해하는 주요 요인들
 - 따라서 공정한 경쟁 환경 조성, 새로운 아이디어와 스타트업에 대한 지원, 데이터와 자원의 공유 등이 세부원칙으로 도출
- (지속가능성 원칙의 필요성) 디지털 기술의 급속한 발전은 동시에 심각한 사회

적, 환경적 과제를 제기. 디지털 격차, 일자리 대체, 환경 문제, 사회적 불평등 등 광범위한 영향을 고려하여 단기적 수익이 아닌 장기적 사회적 가치 창출과 지속가능한 생태계적 성장을 모색해야 할 필요

- 이에 따라, 포용적 성장, 환경적 지속가능성, 사회적 책임 등이 중요해지면서 이를 반영하는 세부원칙들을 개발

〈표 2-3〉 플랫폼 기업 거버넌스 원칙

대원칙	세부원칙	실천원칙
1. 기술/서비스 무결성 플랫폼 거버넌스는 끊임없이 변화하는 기술 환경과 사용자 요구를 반영, 정보를 투명하게 공개하고, 새로운 서비스 개발 및 혁신을 장려할 수 있는 구조를 갖춰야 함	기술의 신뢰성	영업비밀 노출이나 이용자 피해가 발생하지 않는 선에서 플랫폼 내 정보 노출 기준을 공개하기 위해 노력한다 기술 개발 과정의 윤리적 기준을 설정하고 준수하기 위해 노력한다
	서비스 안전성	시스템의 취약점을 지속적으로 모니터링한다 사용자 데이터 보호를 위해 최선을 다한다 긴급 상황 및 서비스 장애에 신속하게 대응하기 위해 노력한다
	정책 투명성	플랫폼의 주요 정책과 변경사항을 명확하고 이해하기 쉽게 공개한다 정책 수립 과정에서 이해관계자의 의견을 수렴하도록 노력한다
	소통 개방성	플랫폼 참여자가 아이디어와 개선점을 제안할 수 있는 피드백 시스템을 갖춘다 플랫폼 참여자간 의견 교환과 협력이 가능한 창구를 마련한다
3. 생태계 혁신성 플랫폼 거버넌스는 공정한 경쟁을 통해 생태계의 혁신을 촉진할 수 있는 방향으로 설계되어야 함	공정한 경쟁환경	허위정보와 악의적 행위를 적극적으로 차단하기 위해 노력한다 데이터와 자원의 공유를 모색한다 부당하게 특정그룹을 배제하거나 불이익을 발생시키는 의사결정 방식을 위해 노력한다
	혁신 촉진	플랫폼 참여자들에게 혁신을 위한 새로운 아이디어와 실험을 적극 장려한다 플랫폼 참여자들에게 지속적인 학습과 성장 기회를 제공한다
	사회가치 제고	플랫폼이 제공하는 제품 또는 서비스가 사회문제 해결에 기여할 수 있도록 노력한다 지역사회의 발전을 위해 교육, 기술지원 등의 제도를 갖추도록 노력한다
	환경의 지속	친환경 경영원칙의 수립과 준수를 위해 노력한다 환경영향을 최소화하는 기술개발을 위해 노력한다 플랫폼 참여자들, 협력업체와 환경적 책임을 함께 추구한다
4. 지속가능성 플랫폼 거버넌스는 플랫폼 운영 과정에서 발생할 수 있는 부정적인 영향을 최소화하고, 장기적인 관점에서 지속가능한 발전을 추구해야 함		

대원칙	세부원칙	실천원칙
4. 지속가능성 플랫폼 거버넌스는 플랫폼 운영 과정에서 발생할 수 있는 부정적인 영향을 최소화하고, 장기적인 관점에서 지속가능한 발전을 추구해야 함	포용 확산	포용적 기술과 서비스를 개발하고, 접근성을 높이도록 노력한다 다양한 디지털 소외계층의 요구를 반영할 수 있는 채널을 마련하기 위해 노력한다

2. 거버넌스 원칙의 실천 고도화 사례의 다각적 분석

가. 기업 사례 수집

- 2025년도에는 상기 원칙 관련된 기업의 실천과 거버넌스화의 수준을 검토하고 독려하기 위한 실천 고도화가 본과의 이슈로 선정
 - 플랫폼 기업 거버넌스 원칙은 플랫폼 기업이 자율규제를 내재화할 수 있는 역량과 내부 조직구조, 외부와의 연계를 위한 방향성을 제시하는 가이드라인의 역할로 고민되었으며,
 - 자율기구 참여기업의 규모, 업종의 차이성 등으로 인해 각 기업이 실천할 수 있는 역량과 방향에는 상이성이 크게 존재할 수 있음을 전제로 하고 있음
- 이에, 6~9월간 거버넌스 원칙과 관련된 기업의 이행 사례를 수집하고, 분과위원들과 사례의 선정 기준 마련, 적합한 사례의 선정, 선정된 이슈의 기업 회람 및 구체화 작업을 진행
 - 사례 선정은 분과 자문교수들과의 회의를 통해 기업의 비즈니스 전략과 타 부처의 소관범위(상생 등), 사회공헌 활동 등을 최대한 제외한 플랫폼 생태계의 공정성, 투명성, 혁신성 확보와 기술활용성, 일정 정도의 거버넌스를 갖추는 것을 기준으로 진행
 - 원칙별 기업 사례 내용은 다음과 같음

〈표 2-4〉 플랫폼 기업 거버넌스 원칙에 따른 자율기구 참여기업 사례

거버넌스 원칙	기업	기업 사례	이행수단	기대효과
기술/서비스 무결성	네이버	- 장애&변경관리 프로세스 수립·운영 - AI 기반 장애 대응 고도화 - 기술윤리 보고서('23, '24)	장애·변경관리, 재난대응, 실시간 모니터링	장애·사고 선제 예방
		- 개인정보보호 리포트, 프라이버시 백서, 외부 독립감사로 통신비밀 업무 검증, 프라이버시 강화 보상제도 운영	리포트·보상제도·감사	투명성·책임성 및 이용자 신뢰 제고
	카카오	- Safeguard by Kanana(가드레일) 개발·국내 최초 오픈소스 배포	AI 안전모델·정책 공개, 공유	고위험 기능의 안전조치 객관적 증빙
	쿠팡	- ('24) 서비스 안정성 확보 조치 계획 → ('25) 통신재난관리계획으로 상향	통신재난관리계획 내부규정화	재난 상황 시 서비스 연속성 확보
	우아한 형제들	- 리스크 전담조직·모의훈련·실시간 모니터링	전담조직, 모의훈련, 실시간 탐지	플랫폼 신뢰 제고
	한국신용데이터	- ISMS-P 운영, 정기 외부감사, 보안 사고 대응시간·취약점관리-KPI 연계	인증·감사·KPI 연계	책임·개선의 지표화로 컴플라이언스 강화
참여자 개방성	구글	- 보안 AI 프레임워크, 모든 앱 안전점검, 정기 악성앱 리포트	앱 안전점검·악성 앱 리포트	사기·악성행위 사전 차단
	구글	- 검색·Play·YouTube 작동 방식 전면 공개	작동원리·노출 기준 공개	설명가능성·예측 가능성 제고
	네이버	- 분쟁조정센터·권리보호센터·이용자보호 자율규제위원회 운영, 공정거래 자율준수 편람 발간	상시 분쟁조정·권리 보호	분쟁의 신속 구제, 자율규제 기반 강화
	카카오	- AI 체크리스트 도입·성과 공개, - Tech Ethics 매거진 월간 발간 ('23. 6~)	연례 보고·매거진	정책·개발 과정의 상시 소통 채널 확보
생태계 혁신성	우아한 형제들	- 정보노출 기준·리뷰 운영정책 공개	정책 문서 상시 공개	사용자·입점자 신뢰 및 예측 가능성 제고
	네이버	- 그린아이(음란물), 클린봇(악플), 스팸 자동감지, 저작권 필터링, 생성AI 기사 식별 안내, 팩트체크 탭	필터링·라벨·팩트체크	허위·유해물 상시 억제, 이용자 보호
	카카오	- 사칭의심 자동탐지 '페이크 시그널' 답페이크 원스트라이크 영구제재 - KISA 협업으로 중소기업자 개인정보보호 온라인 교육	탐지·정책 제재 강화 생태계 참여자 교육	고위험 콘텐츠 원천 차단 생태계 컴플라이언스 수준 향상

거버넌스 원칙	기업	기업 사례	이행수단	기대효과
생태계 혁신성	우아한 형제들	- 리뷰 탐지 시스템으로 적발 즉시 차단, 권리침해 임시조치 병행 - 허위주문/강거래 탐지·차단	허위리뷰 탐지·조치	거래 신뢰·공정성 확보
	로앤컴퍼니	- 법무부 가이드라인 선제 반영: 고액 순 정렬 금지, 정보 투명화	서비스 규칙 정비	규제 취지의 사전 이행으로 분쟁·제재 리스크 감소
	힐링페이퍼	- 허위 의료정보 AI 모니터링	허위정보 모니터링	소비자 피해 사전 예방
	직방	- 허위매물 AI 모니터링·신고제도	허위정보 모니터링	소비자 피해 사전 예방
	구글	- 생성형 AI 워터마크·라벨, 뉴스·선거·건강 등 공신력 출처 우선 노출 - '구매 승인 요청' 기능으로 미성년자 결제 통제·피싱 예방 안내	워터마킹·라벨링	출처 신뢰·조작 방지
	한국신용데이터	- 창업자-기존 사업자 연결 플랫폼 구축	생태계 구축형 서비스 제공	파트너 생태계 강화
지속 가능성	카카오	- 찾아가는 시니어 디지털 스쿨 지속 확대 ('25. 150개 복지관)	시니어·취약계층 교육	고령층 디지털 역량 증진
		- '접근성 서포터즈': 장애인 이용자 30명→50명('25. 4~)	당사자 참여형 개선	설계단계 포용성 내재화
		- '사이좋은 디지털 세상' 누적 초등 25만명('24), AI/딥페이크 포함 커리큘럼 확대('25)	교육·정책 강화	미성년 보호·디지털 시민성 제고

- (이행수단별 검토) 이행 수단을 크게 ① 정책 및 가이드라인, ② 기술적 조치 및 시스템, ③ 상생 및 지원 프로그램, ④ 소통 및 보호 채널의 4가지 유형으로 나누어 분류
- (정책, 가이드라인 및 약관 수립) 기업이 규칙 준수를 위해 명문화한 규정이나 지침이 수립된 사례
 - 청소년 보호, AI 윤리 준칙 및 개인정보 보호, 데이터 제공 등과 관련된 정책을 수립하고, 내부 원칙 수립 및 약관 개정 등을 통해 기업 내부의 규제준수 거버넌스 역량을 강화

〈표 2-5〉 정책, 가이드라인 및 약관 수립 반영 사례

구분	주요 이행 내용
네이버	- 서비스 안정성: '네이버 서비스 안정성 확보 등을 위한 조치 지침' 마련 및 관리 - 윤리: 서울대 SAPI와 공동 수립한 '네이버 AI 윤리준칙' 공개 - 개인정보: 프라이버시 센터를 통해 개인정보 보호 원칙 및 비전 명시
카카오	- 윤리: '카카오 그룹의 책임 있는 AI를 위한 가이드라인' 수립 (포용성, 인권 등 포함) - 운영: 아동·청소년 보호를 위한 카카오톡 운영정책 개정 (온라인 그루밍 정책 강화)
쿠팡	- 보안: 정보보안 정책서 및 '행동 및 윤리강령'을 통해 기밀성·무결성 원칙 규정 - 계획: '서비스 안정성 확보 조치 계획'('24년) 및 '통신재난관리계획'('25년) 수립 - 약관: 이용약관에 서비스 안정성 제공 의무 명시
우아한 형제들	- 데이터: '데이터 제공 원칙' 제정 (무단 크롤링 방지 및 이용자 데이터 보호) - 원칙제정: 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 실행 및 '우아한일원칙' 제정
로앤컴퍼니	- 원칙개정: 변호사법 및 변호사 광고 규정 준수를 최우선 원칙으로 명시 - 투명성: 검색 결과 노출 정책을 운영정책으로 분류하여 홈페이지에 상세 공개
힐링페이퍼	가이드: 파트너 병원에 관련 가이드라인 제공 및 어뷰징 병원 페널티 정책 운영

- (기술적 조치, 시스템 및 인프라 구축) 원칙을 실제로 구현하고 모니터링하기 위해 기술적 수단을 활용하는 사례
 - 보안과 허위 과장정보, 리뷰에 대한 AI 기반 모니터링을 대부분의 기업들이 수행 중

〈표 2-6〉 기술적 조치, 시스템 및 인프라 구축 적용 사례

구분	주요 이행 내용
네이버	- 개방: '데이터랩'을 통해 검색·쇼핑 등 데이터 개방 및 인사이트 제공 - 솔루션: 비즈어드바이저(SME용) 및 애널리틱스(광고주용) 분석 솔루션 제공 - 환경: 데이터센터 각 등 친환경 인프라 구축 및 RE100/EV100 이행
카카오	- 보안: '버그바운티' 프로그램을 통해 보안 취약점 사전 발굴 및 조치 - 공유: AI 안전성 검증을 위한 오픈소스 배포
쿠팡	모니터링: 허위 리뷰 사전 모니터링 시스템 가동
우아한 형제들	- 모니터링: 허위리뷰 실시간 모니터링 - 탐지: '깡거래'(현금화) 차단 시스템 운영
로앤컴퍼니	모니터링: 변호사 허위·과장 광고 및 악성 후기에 대한 실시간 AI 모니터링 시스템 구축
직방	- 모니터링: 부동산 허위매물 모니터링 시스템 구축 - 데이터: 부동산 빅데이터 플랫폼을 통한 맞춤형 데이터 제공
힐링페이퍼	모니터링: AI 및 이용자 신고 기반 허위 의료정보 모니터링 시스템 구축

- (상생, 교육 및 지원 프로그램) 참여자의 성장과 생태계 발전을 위해 제공하는 실질적인 지원책
 - 지역사회와 이해관계자들과의 상생을 위한 교육 및 투자 정책, 플랫폼 서비스의 사회적 부작용을 방지하기 위한 비용 지원, 업계 혁신을 위한 스타트업 지원 등이 진행 중

〈표 2-7〉 상생 교육 및 지원프로그램 활용 사례

구분	주요 이행 내용
네이버	- 성장: '프로젝트 꽃'(SME/창작자 지원) 및 1조 원 규모 '임팩트펀드' 조성 - 교육: '네이버 비즈니스 스쿨' 및 '커넥트재단'을 통한 AI/SW 교육 지원
카카오	- 육성: 소상공인 온라인 판로 지원 'TOPS', 전통시장 디지털 전환 '프로젝트 단골' - 사회: '찾아가는 시니어 디지털 스쿨' 및 종이팩 회수 시범사업
쿠팡	- 상생: 'CPLB Win-Win Awards' 개최 및 중소기업 대만 진출(수출) 지원 - 혁신: 글로벌 해커톤 '핵서울 2024' 공동 주관
우아한 형제들	- 교육: '배민아카데미'(외식업주 무료 교육), '우아한테크코스'(개발자 양성) - 기금: '우아한사장님살핌기금'(100억) 및 라이더 의료비 지원 기금 운영 - 보험: 외식업주 풍수해보험 무료 가입 지원
로앤컴퍼니	- 지원: 전세사기, 학교폭력 등 사회 현안 발생 시 피해자 법률상담 비용 전액 지원 - 협력: 리걸테크산업협의회 윤리 가이드라인 수립 참여
KCD	- 성장: B2B 거래 파트너 생태계 성장 전략 및 예비 창업자 연결 플랫폼 신설 - 혁신: 신규 사업 개발을 위한 해커톤 진행
직방	지원: 스타트업 업계 성장 지원

- (소통 채널, 투명성 강화 및 보호 활동) 이해관계자의 의견을 듣고 정보를 투명하게 공개하며 권익을 보호하는 활동
 - 기업의 정책 변화, 이해관계자와의 분쟁 및 서비스 이용 과정에서 발생하는 갈등 조정을 위한 커뮤니케이션 채널 구축 등이 진행 중

〈표 2-8〉 소통 채널, 투명성 강화 관련 활동

구분	주요 이행 내용
네이버	- 채널: '그린인터넛'(투명성 보고), '권리보호센터', '게시물 신고센터' 운영 - 소통: '파트너스데이'(구매 파트너), '크리에이터스데이'(창작자) 행사 개최
카카오	- 채널: 챗봇, 카카오 고객센터 등 다양한 상담 수단 제공 (긴급문의 24시간) - 소통: 파트너 간담회 'Kakao Partners Connect' 개최
쿠팡	- 채널: 고객의 소리, 판매자센터 운영 및 정책 변경 전/후 비교표 공개 - 보호: KISA 보호나라와 협력하여 스미싱 의심 문자 신고 유도
우아한 형제들	청취: '배민리서치'(설문/패널) 운영 및 안전거래센터 신고채널 가동

구분	주요 이행 내용
로앤컴퍼니	• 분쟁: 의뢰인-변호사 간 '이용자 분쟁조정 절차' 도입 및 운영 • 신고: 변호사 허위 광고 및 의뢰인 악성 후기에 대한 상호 신고 제도 운영
KCD	• 피드백: 이용자 피드백 시스템 운영 및 주간 전사 회의에서 VOC 공유
직방	• 조사: 정기적인 이용자 및 파트너 만족도 조사 진행

나. 법제도화 이슈와 기업의 대응 사례 분석

- 단순한 기업의 이행 수준 검토 뿐 아니라, 우리 플랫폼 기업들이 AI 시대의 법적 쟁점과 규제이슈에 대응할 수 있는 자율적 실천을 진행 중인지를 가늠
- 온라인 플랫폼 공정화법, AI 기본법, 생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인 등을 검토하여 플랫폼 기업에 대한 주요 쟁점 도출 및 기업 사례 매칭
 - (온라인플랫폼공정화법) 제도화 시, 플랫폼과 입점업체 간의 B2B 거래 공정성 확보에 초점, 공정한 거래환경 조성을 위한 법적 규제 강화 예상
 - * 계약서 작성 및 교부 의무, 계약 내용 변경 시 사전 통지, 불공정거래행위 금지, 검색 및 광고 투명성 확보 등
 - (AI 기본법) AI 서비스의 신뢰성, 공정성과 투명성, 안전성 보장, 포용적 접근 등 안전하고 신뢰할 수 있는 서비스 활용기반 마련
 - * AI 활용 사실 고지, 고위험/생성형 AI는 결정과정 설명, 학습데이터의 신뢰성, 안전성 확보, 이용자 보호, 이해관계자간 책임 분담 등
 - (생성형 인공지능 가이드라인) 생성형 AI 서비스 확산에 따른 이용자 피해 방지와 신뢰성 확보를 위한 자율규범 제시
 - * AI의 설명가능성, 허위정보 생성, 차별적 결과 방지, 이용자 선택권 및 인격권 보호
- 법제화가 예상되거나, 이미 법제화, 가이드라인화 된 제도들에서 공통적으로 요구하는 주요 이슈를 다음과 같이 분류
 - 투명성 및 설명가능성(AI 윤리 및 안전성 체계 구축, 알고리즘 및 운영기준 공개), 이용자 및 이해관계자 보호(취약계층 및 상생 지원, 권익보호 및 피해 예방), 안전성 및 신뢰성(시스템 리스크 관리 및 장애 대응, AI 안전망), 데이터 보호(개인정보 보호 및 검증 체계 강화, 데이터 보호), 콘텐츠 관리(AI 기술 기반 유해 콘텐츠 관리, 허위정보 및 AI 생성 콘텐츠 식별)

● 각 쟁점에 대한 기업별 사례는 아래 <표 2-9>와 같음

- 자율기구 참여 플랫폼 기업들은 법적 규제 도입 이전에 선제적으로 ① AI 윤리 프레임워크를 수립하고, ② 알고리즘 및 운영 정책을 투명하게 공개하며, ③ 딥페이크 등 신규 리스크에 대한 기술적 조치(가드레일, 워터마크)를 강화하는 방향으로 자율규제 생태계를 고도화하고 있음
 - 특히 AI의 안정성과 투명성 확보, 분쟁조정의 거버넌스화 등 법적 이슈대응을 위해 네이버, 카카오, 로엔컴퍼니, 우아한형제들 등 기업들은 내부 계획을 수립하고 선제적 대응 의지를 보이고 있음
 - AI 기술을 활용한 허위리뷰 모니터링과 약관 변경시의 투명한 공개 등도 여러 기업들이 진행하고 있는 투명하고 공정한 거래환경 구축을 위한 대표적인 사례이며,
 - AI 기본법 시행이 목전에 있는 상황에서, 생성형 AI 제작 콘텐츠 고지, 생성형 AI 작성 뉴스 고지, 딥페이크를 악용한 영상물 제재 등도 기업들이 자율적으로 대응하고 있는 영역
- * 단, 현재 논란이 되고 있는 AI 생성 콘텐츠의 활용범위에 대한 합의는 자율기구 내부에서도 논의가 되어야 할 필요
- 전반적으로 법적 의무를 넘어선 자율규제와 선제적 대응을 통해 투명성, 이용자 및 이해관계자 보호, 안전성, 데이터 거버넌스, 콘텐츠 관리 등 다양한 영역에서 적극적인 노력을 기울이며 신뢰를 구축해나가고 있으며,
- * 법제화 영역의 개인정보보호 외에도, 편람과 보고서 발간 등을 통한 노력과 성과 공유, 디지털 약자의 접근성 제고를 위한 서비스 개선 등
- 현재의 자율적 활동과 법제 시행 이후, 법제 적용의 기준과 베스트프랙티스 수립을 통한 업계 표준 수립 지원 등이 향후 논의되어야 할 과제

〈표 2-9〉 플랫폼 관련 제도화 이슈에 따른 기업 사례 정리

분류	기업명	선제적 대응 사례 요약
투명성 및 설명 가능성 -서비스/알고리즘 작동 방식, 결과 도출 설명	네이버	- AI 안정성 프레임워크(ASF·AI Safety Framework) 실천체계 발표('24. 6월) - AI 윤리 자문 프로세스 진행('24.8월) - 사내 AI윤리 교육 프로그램 제공('24~), 기술·서비스 관련 '검색&기술 블로그' 운영('23~)
	카카오	- 카카오 그룹 <기술윤리 보고서> 정기 발간 - AI 체크리스트 도입 등 카카오 및 주요 계열사의 연간 기술윤리 활동성과 공개('23. 12월, '24. 12월) - AI 매거진 <Tech Ethics> 정기 발간 - 카카오 및 주요 계열사의 서비스 내 AI 기술 적용 과정을 알기 쉽고 투명하게 공개('23. 6월~, 매월)
	로앤컴퍼니	법무부 「변호사검색서비스 운영 가이드라인」에 대한 선제적 대응으로 광고비 고액순 정렬 금지·정액제 광고 유지·투명 정보 공개 등을 신속히 반영('25. 6월~)
	우아한 형제들	플랫폼 내 노출 기준과 리뷰 운영정책 등을 공개('23~)
	구글	검색·마켓·유튜브 작동 방식 전체 공개 (Google Search) '검색의 작동 방식' (Google Play) '앱 검색 가능성 및 순위' (YouTube) 'YouTube 검색'
이용자 및 이해관계자 보호 -소비자 및 입점 사업자 권익 보호, 불공정 방지	네이버	분쟁조정센터 운영, 네이버 권리보호센터 운영, 이용자보호 및 자율규제위원회 운영, 공정거래 자율준수 편람 보고서 발간
	카카오	- 어르신 디지털 역량 강화 '시니어 디지털 스쿨' 진행 - ('24년) 어르신 맞춤형 교육교재 10만 부 제작·배포, 전국 100여개 복지관에 찾아가는 교육 실시 - ('25년) 전국 150개 복지관에서 교육 확대 예정 '카카오 접근성 서포터즈' 운영 - 장애인 이용자와의 직접 소통을 통해 서비스 개선을 논의, 장애인 이용자 피드백 반영 체계화 - ('24년, 1기) 장애인 이용자 30명이 연간 100여 건의 서비스 이슈 제보, 실제 서비스에 기여 - ('25년, 2기) 50명으로 확대 활동('25. 4월~)
	한국 신용데이터	창업자-기존 사업자 연결 플랫폼 구축, 파트너 생태계 강화
	구글	- 국내 스타트업 육성 '창구' 프로그램, - Google Play 기프트카드 피싱 사기 예방 안내 '구매 승인 요청' 기능으로 미성년 결제 통제
안전성 및 신뢰성 -시스템 신뢰성과 리스크 대응 체계	네이버	'장애&변경관리 프로세스 및 기준' 수립·운영, AI 기반의 장애 대응 시스템 고도화, 재해·재난·장애 대응을 위한 전사 조직 체계 정비
	카카오	- 안전한 AI 서비스 제공을 위한 AI 가드레일 모델·시스템(Safeguard by Kanana) 개발 및 모델 오픈소스 공개 - 안전한 AI 생태계 활성화를 위해 AI 가드레일 모델을 국내 기업 최초 오픈소스로 배포('25. 5월)

분류	기업명	선제적 대응 사례 요약
안전성 및 신뢰성 -시스템 신뢰성과 리스크 대응 체계	카카오	• 청소년 디지털 시민교육 '사이좋은 디지털 세상' 진행 - ('24년) 교육 운영 10년차, 전국 도서산간지역 포함 누적 수혜 초등학생 25만 명 달성 - ('25년) AI/딥페이크 유관내용으로 초등과정 커리큘럼 개편, 누리과정(4~7세) 신설 예정 • 아동·청소년 보호를 위한 정책 강화 - 운영정책 개정 통한 온라인 그루밍 관련 정책 적용대상 확대 및 제재 강화('25. 6월~)
	쿠팡	• 통신재난관리계획 수립
	우아한형제들	• 각 서비스별 리스크대응 전담조직 구성, 서비스 장애에 신속하게 대응하기 위한 모의훈련등 이행, 실시간모니터링을 통해 운영상 이상탐지, 허위주문/리뷰 등 서비스 위험요소 상시 점검 중 - 음식배달 주문 실시간 이상탐지(예 : 특정 회원이 불특정 다수의 업주를 대상으로 반복 고액주문 및 취소 진행 등) - 휴대폰 결제를 통한 현금화(소위 '깡거래')일별 모니터링 및 결제 차단조치 - 시스템 운영관련 지연 등 이상 실시간 탐지 및 조치
	한국 신용데이터	• ISMS-P 구축 운영('25~), 외부 감사를 통한 정기 보안 점검 • 보안 사고 대응 시간, 취약점 관리 등을 KPI 연계해 체계적 책임 강화('25~)
	구글	• 보안 AI 프레임워크 도입 및 운영('24~) • 모든 앱 안전 점검, 정기 악성 앱 리포트, 광고 안전 보고서를 통한 사기 대응 및 예방
데이터 보호 -개인정보, 데이터의 책임 수집·활용, 검증	네이버	• 개인정보보호 리포트 발간, 프라이버시 백서 발간, 외부 독립 감사기관을 통한 통신비밀 보호업무 검증, 프라이버시 강화 보상 제도 수립 및 운영
	카카오	• 중소상공인 개인정보 보호 역량 강화 교육 실시 - KISA와 협업하여 카카오 비즈니스 파트너 및 중소기업자 대상 개인정보 보호 온라인 교육 실시('22년~)
	로앤컴퍼니	• 개인정보처리방침 개선 및 인증체계 구축 • 기능 추가 시 마다 개인정보 수집 항목 및 방식 고지 개정
	쿠팡	• 스미싱 예방을 돕는 안심마크 도입
	우아한 형제들	• 이용사업자 및 이용자 데이터를 외부의 무단 크롤링 등으로부터 보호하기 위한 '데이터 제공 원칙('23. 7월) 제정, 데이터의 무단 수집, 이용, 제3자 제공 금지와 서비스 안정성 보호를 위한 구체적 원칙 공표
콘텐츠 관리 -유해·허위 콘텐츠 필터링, 생성 콘텐츠 식별·경고	네이버	• 음란물 차단을 위한 '그린아이'·악플차단 AI '클린봇'·스팸성 콘텐츠 자동 감지 시스템·저작권 보호 필터링 서비스 운영 • 생성형 AI 활용 기사 식별 및 안내 제공('24. 2월), 언론사 검증 기사만 모아 '팩트체크'탭 운영
	카카오	• 피싱/사기범죄 예방을 위한 기술 및 정책 강화 - 사칭의심 계정 자동탐지 및 이용자 주의 환기하는 '페이크 시그널' 도입('24. 8월~) - 운영정책 개정 통한 불법리딩방 제재 강화('24. 8월~) • 디지털 성범죄 영상물 신고 확대 및 제재 강화 - 딥페이크를 악용한 영상물 유통 시 원스트라이크 영구제재 정책 적용('24. 9월~)

분류	기업명	선제적 대응 사례 요약
콘텐츠 관리 -유해·허위 콘텐츠 필터링, 생성 콘텐츠 식별·경고	우아한 형제들	• 허위 리뷰 탐지 및 적시 차단을 위한 '리뷰 탐지 시스템' 운영 및 적발 리뷰 적시 차단 이행 • 권리침해 게시물 임시조치를 통한 플랫폼이용자 및 이용사업자 보호
	힐링페이퍼	• AI 및 이용자 신고 기반 허위 의료정보 모니터링 시스템 구축
	직방	• 허위매물 모니터링 시스템 구축 및 이용자 신고제도 운영
	구글	• 생성형 AI 콘텐츠 워터마크·라벨 표시 • 뉴스·선거·건강 등 공신력 출처 우선 노출 등

- 기업들의 자율규제 관련 사례 추적 과정에서, 타 부처 가이드라인 혹은 자율규제와의 입장 충돌, 자율규제의 활성화를 위한 참여 인센티브의 부족 등을 애로로 제기
 - 규제의 파편화로 부처별 상이한 가이드라인으로 인해 부처간 규제 시그널과 방향성의 불일치가 발생하고*, 규제정합성의 부족과 규제 불확실성 가중에 의한 애로 발생
- * 과기부의 플랫폼 혁신장려 방향과 해당 산업분야의 직역 규제 등이 대표적 사례
- 자율규제 미참여 기업은 컴플라이언스 비용을 지불하지 않고 시장 경쟁력 확보가 더욱 용이한 반면, 성실 참여기업은 비용과 리스크 가중 및 오히려 시장경쟁에 부적합한 서비스 방식 채택 등으로 인한 역차별 발생 이슈가 제기

제 3 절 사례에 대한 자문의견: 진단과 개선권고

- 분과 자문회의를 통해 현재 플랫폼 기업들이 진행중인 대표 사례에 대한 현황 평가와 개선의견을 도출
 - 위에서도 언급했듯이, 해당 분과 참여기업들은 규모와 업종, 비즈니스 모델 상의 상이성이 큰 관계로 세부적인 평가나 개선방향 권고는 용이하지 않은 상황이며, 대형 플랫폼과 버티컬/중소규모 플랫폼의 특성을 고려한 의견을 정리
- 대형 종합 플랫폼(네이버, 카카오)에 대한 의견
 - 이들 기업은 국내 디지털 플랫폼 시장 발전을 견인하며, 막대한 자원과 기술력을 바탕으로 AI 생태계 조성, 사회 공헌 등 대규모의 미래지향적인 거버넌스 이니셔티브를 추진
 - 특히 자율규제 관련 각종 위원회를 통한 외부 의견수렴 및 모니터링 시스템을 갖추고 있으며, 이를 내부로 환원하는 피드백 시스템을 충분히 구축
 - 이들 플랫폼이 단순한 성장을 넘어 지속 가능한 성장을 위한 질적 역량 강화, 즉 견고한 거버넌스 체계 구축을 핵심 전략으로 삼고 있음을 방증
 - ‘참여자 개방성’ 측면에서 정책 수립 과정의 투명성, 이해관계자 의견 수렴의 실질적 반영, 그리고 플랫폼 내 공정 경쟁 환경 조성에 대한 노력을 더욱 강화하고, 플랫폼은 자사 서비스 우대나 불공정 계약 조항과 같은 관행이 경쟁을 저해하고 소규모 경쟁업체에 피해를 줄 수 있다는 우려를 해소할 필요
 - 이를 위해 자율 규제 강화를 통해 선제적으로 시장의 신뢰를 확보하는 것이 중요
 - 또한, AI 기술 활용이 증가함에 따라 AI 윤리 및 책임 있는 AI 개발에 대한 구체적인 가이드라인과 실천 방안을 수립하고 공개할 필요가 있으며,
 - AI 기반의 혁신생태계 조성과의 이해관계자와의 동반 성장을 위한 노력이 더해져야 할 것
- 중소/특화 플랫폼(쿠팡, 우아한형제들, 로앤컴퍼니, 한국신용데이터, 힐링페이퍼 등)에 대한 의견
 - 이들 기업은 각자의 산업 분야에서 중요한 역할을 수행하며, 특정 영역에서

강점을 보임

- 쿠팡과 한국신용데이터는 ‘기술/서비스 무결성’에서 업계 최초 안심마크 도입, 인증체계 도입을 통한 고도화된 모습을 보여주며, 한국신용데이터는 본연적인 비즈니스 모델인 소상공인 B2B 생태계 활성화에 집중하는 ‘생태계 혁신성’에 강점
- 로앤컴퍼니는 법률 서비스 이용자의 개인정보보호와 이용자 분쟁 해결 등을 통한 서비스의 신뢰성 확보를 위한 고도화를 추진 중이며, 쿠팡은 ‘지속 가능성’의 환경 부문에서 구체적인 성과를 창출 중
- 중소형 플랫폼은 대기업에 비해 거버넌스 시스템 구축에 필요한 자원과 기술력 확보에 어려움
- 이는 규제 준수 부담을 가중시키고, 결과적으로 시장 내 불균형을 심화시킬 수 있어, 이러한 기업들은 핵심 비즈니스와 연관된 거버넌스 이슈(우아한형제들의 입점업체 분쟁 이슈, 로앤컴퍼니의 법률 서비스 시장 혁신 기여)에 우선적으로 집중하되,
- 기업 성장에 따른 사회적 파급력을 고려해나가며 점진적으로 노력을 확대할 필요
- 정부 및 산업 협회는 중소형 플랫폼의 거버넌스 역량 강화를 위한 맞춤형 지원 프로그램(컨설팅, 기술 지원, 공동 인프라 활용 등)을 제공하여, 시장 전반의 거버넌스 수준의 상향 평준화에 기여할 필요
- 플랫폼 기업 사례에 대해 도출된 전반적인 개선방향은 다음과 같음
 - (투명성과 공정성 강화) 거버넌스 활동의 구체적인 내용, 성과지표화와, 결과를 수립하고 투명하게 공개하는 것이 필요, 특히 기업의 정책 변경 과정 등 이해관계자에게 직접적인 영향을 미치는 정보는 명확하고 이해하기 쉽게 제공되어야 함
 - 이는 단순한 규제 준수를 넘어 기업의 신뢰도를 높이고, 시장의 불확실성을 줄이는 데 기여할 수 있음
 - (다중 이해관계자의 참여 확대) 사용자, 입점업체, 개발자, 이용자 등 다양한 이해관계자들의 의견을 체계적으로 수렴하고 정책에 반영하는 공식적이고 다방향적인 소통 채널을 구축할 필요

- 정기적인 협의체 운영, 공개 포럼 개최, 피드백 시스템 고도화 등을 통해 이해관계자들이 플랫폼 운영에 실질적으로 참여할 수 있는 기회를 제공해야 하며, 이는 플랫폼의 사회적 수용성을 높이고, 잠재적인 갈등을 예방하는 데 필수적
- (사회공헌활동과 자율규제영역 분리) 플랫폼 기업이 기업의 전략 차원에서 자체적으로 하는 자율규제 행위*, 사회공헌활동**, 의 분리된 접근이 필요

* (자율규제) 플랫폼의 내부 시스템, 정책, 운영 방식을 개선하여 플랫폼 자체의 공정성, 안전성, 투명성을 높이는 행위. 플랫폼의 직접 이해관계자들에게 영향을 미치는 공통 활동

** (사회공헌활동) 플랫폼의 외부영역, 사회 전체나 특정 커뮤니티, 환경 등에 긍정적인 영향을 미치기 위한 활동

- 단, 혁신공유·거버넌스 분과 참여기업의 규모별, 업종별 상이성으로 인해 각 기업이 업종별 특수성을 감안한 자율규제 주제와 실천 수위를 도출할 필요
- 각 업종의 고유한 전문성, 윤리적 기준, 데이터 민감성, 서비스 대상, 이해관계자 등을 고려

* 예) AI 관련 고영향 AI 서비스 규제에 대해 중소 플랫폼이 어떤 자율적 조치를 선제적으로 할 수 있을지에 대한 논의 촉진 필요

- 기업 사례에 대한 평가와 진단은 장기적으로 자율규제의 제도화를 위해서 필요한 일로, 분과 자문교수들과 협단체, 그리고 외부 이해관계자 집단의 평가 사례가 쌓여 활용가치가 있는 근거자료가 될 시간이 확보되면 자율규제 모니터링의 톨로서 큰 의미가 있을 것

- 의제 도출과 자율기구 운영 측면에서 측면에서 자율기구가 과기부 영역에만 머물릴 필요는 없을 것이며, 과기부는 플랫폼의 특성을 고려해 다부처에서 발생하는 자율규제 이슈를 조율하는 기능을 강화할 필요

- 과기부는 플랫폼 서비스가 발생시킬 혁신 효과를 극대화하기 위한 거버넌스 논의를 통해서 디지털 서비스 플랫폼 자율규제의 전체적인 프레임과 방향성을 만드는 주관부처로서의 역할을 수행하고,
- 타 부처에서 진행중인 플랫폼의 특성을 고려하지 않은 가이드라인과 자율규제에 있어, 우리 플랫폼 기업들이 소속 업종에서의 규제와 플랫폼 자율규제 간 중복규제에 제약받지 않도록 부처간 조율을 적극적으로 진행해야 할 것

데이터·AI 분과

제 1 절 분과 구성 및 운영 경과

1. 분과 구성

□ 데이터·AI 분과의 구성

- 데이터·AI 분과는 분야별 주요 플랫폼 기업들, 플랫폼에서의 데이터·AI 분야에 대한 전문성을 갖추고 있는 학계 전문가들, 기업 협단체 및 소비자 단체, 그리고 데이터·AI 관련 부처로 구성되어 운영

〈표 3-1〉 2025년 데이터·AI 분과 구성

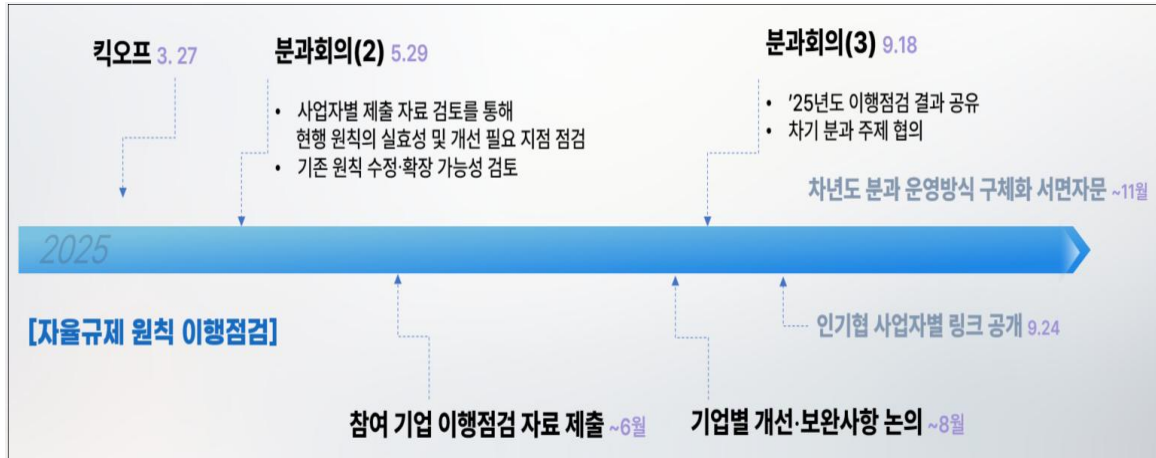
구분	구성원
플랫폼 기업	• 네이버 • 카카오 • 쿠팡 • 우아한형제들 • 당근마켓 • 야놀자 • 구글 • 메타
관련 협단체	• 한국인터넷기업협회(업계) • 한국온라인쇼핑협회(업계) • 코리아스타트업포럼(업계) • 한국소비자연맹(소비자)
자문 위원	• 분과장: 이성엽 교수 (고려대학교 기술경영대학원 교수) • 광규태 교수 (순천향대학교 글로벌문화산업학과 교수) • 김병필 교수 (카이스트 기술경영학부 초빙교수) • 이승민 교수 (성균관대 법학전문대학원 교수) • 최경진 교수 (가천대학교 법학과 교수) • 최난설현 교수 (연세대학교 법학전문대학원 교수) • 최대선 교수 (송실대학교 소프트웨어학부 교수) • 황용석 교수 (건국대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)
간사	• 장신재 부연구위원 (정보통신정책연구원) • 이경남 부연구위원 (정보통신정책연구원) • 손가녕 부연구위원 (정보통신정책연구원)
부처	• 과학기술정보통신부

2. 운영 경과

□ 데이터·AI 분과 운영 경과

- 데이터·AI 분과는 전체 구성원이 모이는 전체회의, 자문교수단을 중심으로 진행된 자문회의, 개별 기업별 업체 인터뷰 및 의견 수렴 회의 등을 통해 자율규제 원칙 이행상황 점검 및 차기 주제 선정
- 데이터·AI 분과는 2022년 8월 자율기구 키포프 회의를 시작으로 설립된 이후, 세부 논의 주제를 선정하여 2025년 말까지 운영되고 있음
 - 2025년에는 8개 참여 사업자를 대상으로 ‘검색·추천 서비스 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙’ 및 체크리스트를 바탕으로 자율규제가 실효성 있게 이행될 수 있도록 이행 상황 모니터링 및 이행 점검을 지원하고 차기 주제 논의
 - 플랫폼 민간 자율기구 키포프 회의 개최('25. 3. 27)
 - 데이터·AI분과 검색·추천서비스 자율규제 원칙 이행 점검 자료 1차 제출('25. 4~5월)
 - 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 2차 회의('25. 5. 29)
 - 생성형AI 서비스 자율규제 원칙 개선 사업자 회의('25. 5~6월)
 - 플랫폼 자율규제 이행점검 업체 인터뷰 실무 회의('25. 6. 16/ 6. 19/ 6.20)
 - 이행 점검 자료에 대한 전문위원 의견 수렴 및 종합(~'25. 6. 15)
 - 플랫폼 자율규제 원칙 이행점검 2차 보완 자료 추가 제출(~'25. 8월)
 - 데이터AI분과 사업자 검색 노출 순서·추천 기준에 대한 설명 제공 방법에 대한 사업자 의견 수렴 진행(~'25. 8월)
 - 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 3차 회의('25. 9. 18)
 - 자율규제 성과 홍보를 위한 학술세미나: 기술 격변기, 플랫폼 자율규제의 방향('25. 11. 24)
 - 플랫폼 민간 자율기구 최종보고회('25. 12. 19)

[그림 3-1] 2025 데이터·AI 분과 운영 경과



〈표 3-2〉 데이터·AI 분과 운영 경과

운영 일정	회의 제목
2025. 3. 27	플랫폼 민간 자율기구 키오프 회의 개최
2025. 5. 12	생성형AI 서비스 자율규제 원칙 개선 사업자 회의 (1)
2025. 5. 19	생성형AI 서비스 자율규제 원칙 개선 사업자 회의 (2)
2025. 5. 20	생성형AI 서비스 자율규제 원칙 개선 사업자 회의 (3)
2025. 5. 28	생성형AI 서비스 자율규제 원칙 개선 사업자 회의 (4)
2025. 6. 4	생성형AI 서비스 자율규제 원칙 개선 사업자 회의 (5)
~2025. 5.	플랫폼 민간 자율기구 데이터AI분과 자율규제 원칙 이행점검 1차 자료 제출
2025. 5. 29	플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 2차 회의
2025. 6. 16	플랫폼 자율규제 이행점검 업체 인터뷰 실무 회의 (1)
2025. 6. 19	플랫폼 자율규제 이행점검 업체 인터뷰 실무 회의 (2)
2025. 6. 20	플랫폼 자율규제 이행점검 업체 인터뷰 실무 회의 (3)
~2025. 8.	플랫폼 민간 자율기구 데이터AI분과 자율규제 원칙 이행점검 2차 보완 자료 제출
~2025. 8.	데이터AI분과 사업자 검색 노출 순서·추천 기준에 대한 설명 제공 방법(링크)에 대한 사업자 의견 수렴
2025. 9. 18	플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 3차 회의
2025. 11. 24	자율규제 성과 홍보를 위한 학술세미나: 기술 격변기, 플랫폼 자율규제의 방향
2025. 12. 19	플랫폼 민간 자율기구 최종성과보고회

□ 주요 회의 내용

● 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 킥오프 회의 개최

- 일시 및 장소
 - 2025. 3. 27, HJBC 광화문
- 참석자
 - 민간기업(네이버, 카카오, 쿠팡, 지마켓, 놀유니버스, 당근마켓, 구글코리아, 메타), 전문위원(이성엽, 황용석, 김병필, 최경진, 이승민, 최난설현 교수), 협단체(한국온라인쇼핑협회, 한국인터넷기업협회, 중소기업중앙회, 코리아스타트업포럼, 한국소비자연맹), 과기정통부, KISDI
- 주요 안건
 - 생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성, '25년 신규 주제(안) 구체화 등 논의
- 회의내용 요약
 - ① 생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성 논의
 - 기술 발전에 따라 기존 검색·추천 원칙을 생성형 AI 관점에서 보완해야 한다는 공감대 형성
 - AI의 투명성(학습데이터, 알고리즘, 표시 등) 논의
 - 추상적인 체크리스트를 보다 구체적이고 세밀하게 보완 필요
 - AI 기본법 등 향후 법적 규제에 대한 '선제적 대응'으로서의 자율규제 가치 강조
 - 범위를 개발 단계보다는 '활용 및 이용자 체감' 측면에 집중하여 실효성 확보
 - ② 분과 운영 방향: 이행 점검 및 홍보 강화
 - 진행 방식을 기존 원칙으로 점검하기 보다, 원칙 개선 후 이행 점검을 실시하는 방향으로 조정하는 방안이 제기되었으나, 기존 원칙에 따른 이행 점검과 원칙 개선을 병행하자는 의견
 - 홍보 및 인식 제고 노력: 기업들이 자율규제를 잘 준수하고 있다는 점을 국민과 소비자에게 적극 홍보할 필요성 제기

- 과기정통부 차원의 적극적인 대외 홍보 및 국회 보고 요청
- 인센티브: 자율규제 참여 기업에 대한 법적·행정적 인센티브 근거 마련 추진, 전기통신사업법 개정안 등에 반영
- 사업자 확대: 검색 엔진 성격을 가진 마이크로소프트, 뮌헨 및 특정 분야 추천 서비스인 직방 등 추가 참여 검토

③ 차기 주제 논의

- 플랫폼 사업자와 이용사업자 상생을 위한 데이터 이용 프레임워크 구축
- 플랫폼 생태계에서 공동의 이익 추구를 위한 데이터 처리 및 활용의 기준과 표준 등 자율 체계를 만들고 관련 부처에서 인용·활용하도록 하는 방안
- 플랫폼 입점 사업자나 이용자의 데이터를 어떠한 용도로 사용하는지에 대해 사업자 설명의 기준점 확립, 현재는 사업자의 정책방향 정도에 내용이 담겨 있음
- 이용사업자 데이터 접근성 제고
- 데이터·AI와 관련된 분쟁 조정, 데이터·AI 활용이 증대함에 따라 이와 관련된 분쟁(설명 가능성, 활용 과정에서의 투명성 등)도 증가할 것이므로 이에 대한 분쟁 조정 절차 등 마련 필요
- 플랫폼에서의 허위 리뷰 방지 등 리뷰 정책

[그림 3-2] 플랫폼 민간 자율기구 키포프 회의 개최

과학기술정보통신부

‘25년 플랫폼 민간 자율기구 키포프 회의 계획(안)
(‘25. 3. 25. (화), 디지털플랫폼딜)

□ 개요

- (일시/장소) ‘25. 3. 27.(목), 10:00~15:05 / HJBC 광화문 세미나룸 A
- * (데이터·AI분과) 10:00~11:30 / (오찬) 11:30~12:30 / (혁신공유·거버넌스 분과) 13:20~15:05
- (참석자) 주요 플랫폼 기업(14개社), 협·단체, 과기정통부, KISDI 등 25명

플랫폼사	네이버, 카카오, 쿠팡, 지마켓, 당근마켓, 우아한형제들, 구글코리아, 야놀자, 힐링페이퍼, 메타, 무신사, 직방, 로엔컴퍼니, 한국신용데이터	14개社
전문가	이성엽, 김병필, 이승민, 최경진, 최난설현, 황용석 교수	6명
협단체	한국소비자연맹, 한국인터넷기업협회, 코리아스타트업포럼, 한국온라인쇼핑협회, 중소기업중앙회	5개

* 기업, 전문가, 협단체 참여자는 분과별로 상이

□ 주요 논의 내용

- (데이터·AI분과) 생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성, ‘25년 신규 주제(안)’ 구체화 등 논의
- * (예) 플랫폼 참여자(플랫폼사, 이용자, 사업자) 상생에 위한 데이터시활용 프레임워크 구축
- (혁신공유·거버넌스 분과) 「플랫폼 기업 거버넌스 원칙」(붙임2) 및 이에 따른 기업별 적용 사례 발표(8개사), ‘25년 주요 의제’ 등 논의
- * 네이버, 카카오, 쿠팡, 우아한 형제들, 무신사, 힐링페이퍼, 로엔컴퍼니, 구글코리아
- ** (예) 플랫폼 기업 거버넌스 원칙 이행 및 고도화, 모범사례 공유확산을 위한 자율규제 프레임워크 구축 등

□ 세부 일정(안)

	시간	내용	비고
데이터·AI분과	10:00~10:05 (05')	인사말씀	분과장
	10:05~10:15 (10')	데이터·AI 분과 운영 경과	KISDI
	10:15~11:25 (70')	자율규제 원칙 개선 및 자기 주제 논의	참석자 전원
	11:25~11:30 (05')	마무리말씀	분과장
	13:20~13:23 (03')	인사 말함	통신정책관
혁신공유·거버넌스 분과	13:23~13:33 (10')	운영경과 및 거버넌스 원칙 발표	KISDI
	13:33~14:30 (57')	기업의 거버넌스 원칙 적용 사례 발표	8개사(각 7분 내)
	14:30~15:00 (30')	‘25년도 아젠다 및 분과 운영 방향 논의	참석자 전원
	15:00~15:05 (05')	마무리말씀	통신정책관




● 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 2차 회의: 사업자 이행점검 검토 회의

- 일시 및 장소

- 2025. 5. 29, 오전 강남토즈타워점

- 참석자

- 기업(네이버, 카카오, 쿠팡, 놀유니버스, 당근마켓, 우아한형제들), 전문가(이성엽, 황용석, 김병필, 최경진, 이승민 최난설현 교수), 협단체(한국인터넷기업협회, 한국온라인쇼핑협회, 한국소비자연맹), 과기정통부, KISDI

- 주요 안건

- 검색·추천서비스 투명성 제고 자율규제 원칙 이행점검 체크리스트를 바탕으로 참여 사업자의 이행 점검 사항에 대한 전문가 평가 및 종합 논의
- 생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성, 플랫폼 기업이 체감하는 환경 변화 및 플랫폼 산업 경쟁력 강화, 자율규제 고도화 관련 의견 수렴

- 회의내용 요약

① 주요 플랫폼별 이행 수준 평가에 대한 종합적인 논의 진행

- 검색·추천서비스 투명성 제고 자율규제 원칙 이행점검 체크리스트를 바탕으로 참여 사업자 9개사가 이행 점검 사항에 대한 자료를 제출하였으며, 사전에 전문가에게 관련 자료를 송부 후 심층 논의를 진행, 회의에서는 제출 자료를 바탕으로 추가적인 논의 및 전문가 의견 수렴
- 변수 선정 이유 구체화: 단순 변수 나열을 넘어 '왜 이 변수가 중요한지'에 대한 상대적 중요도와 선정 논거를 더 보완하도록 컨설팅 필요
- 설명 방식의 이원화: 일반 이용자용(쉬운 용어)과 정책 당국/전문가용(기술 블로그 등 상세 정보) 설명 체계를 구분하여 장려할 필요성 제안
- 모범 사례(Best Practice) 발굴: 강제 규제보다는 우수한 사례를 리스트업하여 공유함으로써 사업자들이 자연스럽게 따라오도록 유도하는 방식 제안
- 신뢰성 제고 부문에서 모니터링에 대한 공식적인 장치에 대한 내용을 소개, 예를 들어 당근의 윤리위원회와 같은 제도적 장치

② 생성형 AI로 인한 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성 논의

- AI 기본법 등 가이드라인이 이미 마련 중이며, 서비스가 아직 개화·정착 단계(AI 결합 검색/추천 미비)라 구체적인 원칙 수립은 이른 측면이 있음
- LLM 자체의 설명 불가능성 문제를 고려하더라도, AI가 검색·쇼핑에 결합될 때 사용하는 프롬프트나 주요 파라미터에 대한 투명성은 지금부터 논의해야 함
- 모델의 세분화: 파운데이션 모델(LLM)과 서비스에 결합된 에이전트 모델(쇼핑 챗봇 등)을 구분하여 규제 체계를 논의할 필요가 있음
- 향후 리스크 및 책임 소재 신뢰성 이슈: AI 결합 쇼핑 서비스에서 발생하는 환각(Hallucination) 현상이나 이로 인한 다크패턴(눈속임 상술) 책임 문제
- 산업 정책적 접근: 생성형 AI는 규제 뿐만 아니라 국가 산업 정책 차원에서도 매우 중요함

[그림 3-3] 2025년 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 사업자 이행점검 검토 회의

플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 2차 회의 계획(안)			
□ 개 요 ○ (일시/장소) '25. 5. 29.(목), 10:00~12:00' / 강남토즈타워점 세미나H * (1부 자율규제 원칙 이행점검 자료 검토) 10:00~11:00 / (2부 기업 의견수렴) 11:00~12:00 ○ (참석자) 자율기구 데이터·AI 분과 자문위원, 분과 참여 플랫폼 기업, 협단체, 과기정통부, KISDI 등 20명			
1·2부	전문가	이성업, 박규태, 김병필, 이승민, 최남선현, 황용석 교수	6명
2부	플랫폼 기업	네이버, 카카오, 쿠팡, 당근마켓, 우아한형제들, 놀유니버스	6개사
	협단체	한국소비자연맹, 한국인터넷기업협회, 한국온라인쇼핑협회	3개
□ 주요 논의 내용 ○ (1부) 검색·추천서비스 투명성 제고 자율규제 원칙 이행점검 자료 검토 ○ (2부) ▲생성형 AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 필요성, ▲플랫폼 기업이 체감하는 환경 변화 및 플랫폼 산업 경쟁력 강화, 자율규제 고도화 관련 의견 수렴			
□ 세부 일정(안)			
	시간	내용	비고
1부	10:00~10:05 (05')	인사 말씀	분과장
	10:05~11:00 (55')	자율규제 원칙 이행점검 자료 검토	분과위원
2부	11:00~11:05 (05')	인사 말씀	분과장
	11:05~11:25 (20')	생성형AI 등 기술환경 변화에 따른 자율규제 원칙 개선 관련 논의	
		- 기업 의견 수렴 결과	KISDI
		- 종합 토론	참석자 전원
	11:25~11:55 (30')	플랫폼 기업, 협단체 의견 수렴	참석자 전원
	11:55~12:00 (05')	마무리 말씀	분과장

- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_Facebook_Meta Platforms Inc..pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_Instagram_Meta Platforms Inc..pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_네이버_F.pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_놀NOL.pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_당근마켓.pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_우아한형제들.pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_지마켓.pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_카카오_F.pdf
- (데이터·AI분과) 25년도 자율규제 원칙 이행점검_쿠팡.pdf

- 자율규제 원칙 이행점검을 위한 개별 사업자별 심층 인터뷰 진행
 - 일시 및 인터뷰 업체
 - 2025. 6. 16, 강남토즈타워점: 쿠팡 지마켓
 - 2025. 6. 19, 강남토즈타워점: 카카오 당근마켓 네이버 구글
 - 2025. 6. 20, 강남토즈타워점: 놀유니버스 우아한형제들 메타
 - 참석자: 플랫폼 자율기구 업체별 실무 담당자, 과기부 및 KISDI
 - 자율규제 이행 점검 회의 결과를 바탕으로 개별 업체와 실무 회의를 통해 보완 사항에 대한 전문가 의견 전달. 업체별로 자율규제 원칙을 기반으로 실제 운영 및 보고 내용에 있어서 미진한 부분에 대한 의견 전달 및 보완 방향 전달
 - 기업별 보완 일정을 감안하여 수정 사항을 반영한 추가 자료 제출 요청
- 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 3차 회의
 - 일시 및 장소
 - 2025. 9. 18, 공간더하기 강남타워점
 - 참석자
 - 사업자(구글, 네이버, 놀유니버스, 당근, 우아한형제들, 카카오, 쿠팡), 전문

위원(이성엽, 황용석, 최경진, 이승민, 최난설현 교수), 협단체(한국인터넷기업협회, 한국온라인쇼핑협회, 한국소비자연맹), 과기정통부, KISDI

- 주요 안건

- 2025년도 검색추천 서비스 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙 이행점검 결과 및 차기 논의 주제 관련 협의

- 회의내용 요약

① 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 사업자의 자율 준수 이행 점검 결과

- 점검 결과, 지난 2년간 8개 주요 플랫폼 기업이 참여하여 검색·추천 투명성 원칙을 충실히 이행했으며, 보완 사항을 지속 반영 중임
- (공개 여부) 자율기구 검토 결과, 참여 기업들은 주요 변수와 그에 대한 설명을 이용(사업)자가 이해하기 쉬운 수준으로 공개, 해당 정보는 검색 결과 톨팁(팝업), 고객센터 FAQ, 공지 게시판, 별도 안내 페이지(블로그 등), 푸터 등 다양한 방식으로 제공, 향후 보완 일정 공지, 검색 노출 순서 및 추천이 개인화(이용자의 관심사, 최근 주문 이력, 위치 등 반영)된 경우, 이를 팝업, 톨팁 등을 통해 명시
- (이용자 권익 증진) 고객센터의 기능을 통해 이용자의 문의나 설명 요구에 대해 답변할 수 있는 체계를 갖추고 있으며, 광고주센터, 비즈니스센터 등 이용사업자 대상 정보제공 포털을 통해 광고 노출 기준에 대해 설명 제공
- (보완·개선 사항) 이용자가 보다 쉽고 편리하게 주요변수에 대한 정보를 확인할 수 있도록 정보 제공 장소를 확대하고, 신규 서비스에도 자체적으로 자율규제 원칙을 적용하는 등 보완·개선을 위해 노력
- (대외 홍보) 이행점검 결과를 한국인터넷기업협회 홈페이지를 통해 공식 발표할 예정이며, 플랫폼 기업들이 자발적으로 노력하고 있다는 점을 대외적으로 적극 알릴 계획

② 차기 주제1: 이용사업자 대상 데이터 제공 및 상생

- 논의 배경: 공정위 등 규제 당국이 플랫폼-이용사업자(입점업체) 간 데이터 공유 이슈(갑을 관계 해소)에 주목하고 있는 상황
- 사업자들은 각 서비스(배달, 숙박, 앱마켓 등)의 특성이 달라 일률적인 기준 적용이 어려우나, 자율적인 상생 차원의 데이터 개방에 공감

- 이미 입점 업체용 분석 툴을 제공하고 있는 업체도 있으며, 일부 업체는 상생 방안을 마련 중이며, 이를 ‘자율규제 원칙’ 프레임워크 내에서 홍보하고 고도화하기를 희망
- 일부 업체는 데이터 제공 확대 취지에는 동의하나, 서비스 특성에 맞는 유연한 기준(방향성 제시 수준)이 필요하다는 의견 개진
- 플랫폼 사업자의 이용사업자 데이터 제공에 관한 자율규제 원칙 측면에서 공통적인 최저 수준을 넘어서는 중간 정도의 자율규제 원칙을 수립하는 것에 공감대 표명

③ 차기 주제 2: 생성형 AI 자율규제

- 쟁점으로 AI 기본법(2025년 시행령 등) 및 방통위 가이드라인과의 중복 여부에 대한 전문가 의견 수렴
- AI 기본법이 상세한 고시와 영향평가를 포함하고 있어, 자율규제가 실질적으로 활동할 수 있는 ‘여백(Room)’을 찾는 것이 급선무임, 즉 플랫폼 차원에서 AI 에이전트 등이 도입될 때의 투명성 및 설명 가능성에 집중하여 범위를 설정해야 함
- AI 윤리나 거버넌스는 개별 기업이 이미 잘 갖추고 있으므로, 자율기구에서는 AI 법령에서 다루지 못하는 실무적 자율준수 기준이나 중소기업에 위한 가이드라인을 중심으로 추후 논의를 이어가는 것이 좋겠다는 의견

③ 차기 분과 주제에 대한 논의

- 플랫폼 사업자-이용사업자 상생을 위한 데이터 제공 활용 확대 관련: 이용사업자에 대한 데이터 제공 확대의 취지에 동의하며, 사업자 또한 다양한 노력을 통해 데이터 제공 범위 확대를 지속 추진 중, 해당 사안은 국내외적으로 중요한 것으로 평가되는 쟁점 사항으로, 사업자의 지속적인 노력과 모니터링이 필요한 부분
- 서비스 유형별(또는 사업 규모별) 사업자가 자율적으로 이행할 수 있는 설명 기준 내지 자율준수의 기준을 정립하는 것이 필요할 것으로 보임

[그림 3-4] 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI분과 3차 회의



● 플랫폼 자율규제 학술세미나: 기술 격변기, 플랫폼 자율규제의 방향(25. 11. 24)

- 일시 및 장소

- 2025. 11. 24, 엘타워 골드홀

- 참석자

- 발표자: 건국대학교 이상용, KISDI 김성옥 박사

토론자: 법제연구원 정원준 박사, 네이버 김용환 리더, 건국대 황용석 교수,
 놀유니버스 김항기 실장, 한국인터넷기업협회 한승혜 연구위원

진 행: 고려대학교 이성엽 교수, 동아대학교 류민호 교수

네이버, 우아한형제들, 중소기업중앙회, 과학기술정보통신부 및 KISDI 등

- 주요 내용

- 발제1: 고성능 인공지능의 능력 위험에 대한 자율 규제 사례 (이상용 교수, 건국대학교)

AI위험의 구분 및 능력 위험의 특징, 능력 위험 규율의 이론적 기반 및 전략,
 자율 규제 사례 및 역할

- 발제2: 플랫폼 자율 규제의 오늘과 내일: 기술 변화에 따른 새로운 이슈(김성옥 연구위원, KISDI)

AI시대의 플랫폼화 강화 및 지배력 강화 기제, 국내 플랫폼의 도전과 위험,
 규제 이슈의 변화와 시장 실패 우려, 자율 규제 영역 및 정책 제언

토론 내용

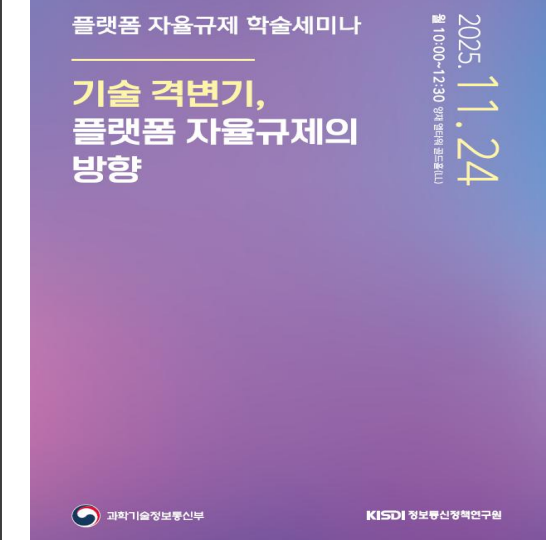
- 플랫폼 자율규제의 법적 지위가 모호해 초기 혼선이 있었으나, 글로벌 경쟁 상황을 고려할 때 명문화된 규제보다 자율적인 논의와 인센티브 확장이 강력한 대안이 될 수 있음

- 네이버의 경우 AI RM 센터 등 별도 조직을 통해 맥락·능력 위험을 관리하며 자체 검토 프로세스 'CHECK'를 운영 중이며, 자율규제 성공 모델을 위한 활동 보고서와 효과 검증 연구를 병행하고 있음

- AI는 글로벌 성장의 필수 도구이므로 한국 특유의 '갈라파고스 규제'가 혁신 의지를 꺾어서는 안 되며, 도구 자체보다 잘못된 경로를 차단하는 '경로 규제' 방식의 자율규제에 공감함

- 규제는 본질적으로 실패하기 쉽기에 기업의 내재적 동기를 끌어낼 보상 구조가 중요하며, 정부는 감독관이 아닌 혁신 촉진자로서 성공 사례를 부각하는 역할로 변화해야 함
- 포지티브 규제 체계인 한국에서 자율규제는 법적 한계를 보완하는 전문성 확보의 수단이며, 비가시적 워터마크 등 기술적 조치를 자율 규범과 연계해 집행력을 높여야 함
- 윤리만으로는 한계가 있으므로 안전 조치 입증 시 행정 제재를 감경하는 ‘조건부 책임 완화 모델’이 필수적이며, 향후 데이터 독점 이슈에 대응할 데이터 레이어 논의가 중요해질 것임
- 토론을 통해 능력 위험을 구체적인 맥락과 연결하여 유형화하는 것이 불확실성의 딜레마를 해결할 방법임을 확인했으며, 위험 경로를 정치하게 구체화하는 시도가 지속되어야 함
- 기술 격변기에 억지로 성과를 포장하기보다 기업들이 겪는 실제 병목 현상과 모호한 위험을 함께 찾아 나가는 과정 그 자체가 자율규제의 유효한 형태임을 역설함

[그림 3-5] 플랫폼 자율기구 학술세미나: 기술 격변기, 플랫폼 자율규제의 방향



프로그램

사회자 장신재 정보통신정책연구원 디지털플랫폼경제연구실 부연구위원	
10:00~10:10	인사말씀 게희사 이성엽 고려대학교 기술경영전문대학원 교수
1부 자율규제의 현황 및 시사점	
10:10~10:40	고성능 인공지능의 능력위협에 대한 자율규제 사례 이상용 한국대학교 법학전문대학원 교수
10:40~11:10	플랫폼 자율규제의 오늘과 내일 김성옥 정보통신정책연구원 디지털플랫폼경제연구실 연구위원
11:10~11:30	휴식
2부 내일을 위한 플랫폼 자율규제 방향	
11:30~12:30	종합토론 좌장 류민호 동아대학교 경영정보학과 교수 황용석 한국대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수 안승혜 한국인터넷기업협회 디지털경제연구원 연구위원 정원준 한국법제연구원 AI 법제팀 팀장 김용환 네이버 Agenda Relations 리더 김형기 놀유니버스 굿어성정실 실장




● 플랫폼 민간 자율기구 데이터·AI, 혁신공유·거버넌스 분과 최종보고회(25. 12. 19)

- 일시 및 장소

- 2025. 12. 19, 호텔페이트 강남점

- 참석자

- 사업자(네이버, 카카오, 직방, 놀유니버스, 로앤컴퍼니, 당근마켓, 우아한형제들, 쿠팡, 구글코리아), 전문위원(이성엽, 류민호, 박규태, 장대철, 최난설현, 황용석, 박유리 교수), 협단체(한국인터넷기업협회, 중소기업중앙회, 코리아스타트업포럼), 과기정통부, KISDI

- 주요 안건

- 자율기구 운영 현황 및 경과, 플랫폼 기업의 자율규제 노력에 대한 발표, 자율규제 현황 평가 및 향후 운영방향 논의

- 회의내용 요약

• 운영 성과1: 데이터·AI 분과(KISDI 장신재 박사)

검색 및 추천 서비스의 알고리즘 투명성 제고를 위해 참여 기업들이 이행 점검을 완료하였으며, 한국인터넷기업협회 웹페이지를 통해 사업자별 이행 결과 링크를 공개하여 보편적 접근성을 확보, 차년도 과제로 이용 사업자와의 상생을 위한 데이터 제공 및 활용 자율 규제 논의

• 운영 성과2: 혁신공유·거버넌스 분과(KISDI 김성옥 박사)

기업들이 전담 조직을 운영하고 자율 규제 실천 노력을 KPI(핵심성과지표)에 연계하는 등 내재화가 가속화되고 있음, AI 기본법과 가이드라인 시행 전, 생성형 AI 콘텐츠 식별 고지 및 리스크 관리 등 이슈를 발굴하여 기업 사례와 매칭하는 등 선제적 이슈에 대응, 글로벌 빅테크에 대한 의존도가 높아지는 상황에서 서비스 기업뿐만 아니라 가치 사슬 상단에 대한 규제 프레임 고민 필요

• 토론 내용

① 자율규제의 본질에 맞도록 방향 설정

- 본질 규정: 자율규제는 단순 사회공헌과 구분해야 하며, 이용자·사업자의 실질적 갈등을 해결하는 것이 핵심임
- 정량적 평가: “측정할 수 없는 것은 관리될 수 없다.” 는 것처럼 개선 효과를 수치로 증명하는 체계가 필요, 반면 인센티브가 보장되지 않는 상황에서 정량적 평가는 참여 유인을 하락시킬 수 있음
- 추가성 조건: 기업이 하고 싶은 전략이 아니라, 사회적 책임을 위해 ‘하기 싫은 부분’까지 감수하는 것이 진정한 자율규제임

② 실질적 인센티브와 제도적 뒷받침

- 실효적 인센티브: 세금 감면, 법적 책임 완화 등 기업이 체감할 수 있는 혜택이 법적으로 보장되도록 노력
- 성과 인증제: 방통위 등 타 기관의 중복 평가 부담을 줄이기 위해, 자율규제 성과를 정부가 인증해 주는 제도 도입 필요
- 자율기구의 법적 근거 마련: 자율기구의 지속 가능성을 위한 조속한 법제화와 과기부의 적극적인 입법 지원 요청

③ 자율기구의 실효성 확보

- 협력적 자율규제: 기업간 기술협력 등을 통해 자율규제에 참여하는 기업 확산을 독려하고 자율규제의 실효성 확보
- 노출 및 홍보 노력: 기업도 이용자가 알 수 있게 홈페이지 메인 등에 자율규제에 대해 안내하는 노력
- 기업 내 핵심 성과지표(KPI)에 자율규제를 반영하는지 여부는 자율규제에 대한 기업의 관심사를 보여주는 것으로 이에 대해 고려할 필요

[그림 3-6] 플랫폼 민간 자율기구 최종보고회



제 2 절 검색·추천 서비스 투명성 제고를 위한 이행점검

1. 자율규제 원칙

- 인터넷 검색 또는 추천 서비스에서 노출되는 순서, 방식 등이 이용자의 선택에 영향을 미친다는 점에서 이를 결정하는 기준에 대한 정보를 사업자가 스스로 공개하여 이용자의 권익을 보호하고 관련 서비스의 투명성과 신뢰성을 제고하기 위해 본 자율규제 원칙 마련
 - 원칙은 크게 검색 노출 순서 결과 및 추천의 기준 공개, 이용자의 권익 증진, 실효성 제고로 구성
- ① 검색 노출 순서 결정 및 추천의 기준 공개
 - 공개사항과 범위: 검색 노출 순서, 추천 기준을 구성하는 주요 변수와 그에 대한 설명을 쉽게 이해할 수 있는 용어로 공개
 - 변경사항 현행화: 검색 노출 결정 및 추천 기준을 구성하는 주요 변수와 설명이 변경되는 경우 이를 현행화
 - 공개 방법: 주요 검색·추천 서비스 유형별 이용자가 접근하기 쉬운 위치와 방식으로 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준에 대한 정보를 공개
- ② 이용자의 권익 증진 등
 - 이용자에 대한 설명: 검색 노출 결정 및 추천 기준 정보에 대해 이용자가 설명을 요구하는 경우 성실히 답변하여야 함
 - 이용사업자에 대한 설명: 이용사업자의 수수료, 광고료 등 대가 지불 여부가 노출 결과에 영향을 미치는 경우 이를 이용사업자에게 설명하여야 함
 - 신뢰성 제고: 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준이 목적인대로 동작하는지, 의도하지 않은 결과를 도출하는지 등을 주기적으로 점검하여야 함
- ③ 실효성 제고
 - 이행점검, 개선 등 조치: 사업자는 자율규제 원칙 이행여부 점검 시 협조. 이행점검 결과 시정을 권고받은 사업자는 개선 및 조치결과를 데이터·AI분과에 신속히 알려야 함

- 분과는 자율규제 원칙 내용 변경이 필요할 경우 타당성 검토하여 개선 등의 조치를 할 수 있음

2. 이행점검 체크리스트

- 검색·추천서비스 투명성 제고 자율규제 원칙을 바탕으로 사업자의 자율적인 이행점검을 위한 체크리스트 마련(2024. 1)
- 공개사항과 범위: 사업자는 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준을 구성하는 주요 변수와 그에 관한 설명 등을 이용자가 쉽게 이해할 수 있도록 평이하고 알기 쉬운 용어를 사용하여 공개하여야 함
 - ① (선정 이유) 순위를 결정하는 주요 변수 및 변수가 어떻게 선정되었는지에 대한 설명을 하고 있는가?
 - ② (설명 수준) 선정된 주요 변수에 대한 설명이 이용자/이용사업자가 이해 가능한 수준으로 제공되고 있는가?
- 변경사항 현행화: 사업자는 공개된 검색 노출 결정 및 추천기준을 구성하는 주요 변수와 그에 관한 설명 등이 변경되는 경우 이를 현행화하여야 함
 - ① (변경 여부 공지) 알고리즘 고도화를 포함하여 주요 변수가 변경되는 경우, 변경 여부를 알리고 있는가? (“주요” 변경 사항 혹은 “주요 정책”의 변화, 여기에서 주요는 노출 순위에 유의미한 영향을 미치는 경우)
 - ② (변경 사항 수정 및 반영) 변경된 사항을 반영하여 설명 등이 수정되고 있는가?
- 공개방법: 사업자는 검색·추천 결과, 고객센터 등과 같이 이용자가 접근하기 쉬운 위치와 방식으로 검색 노출 순서 결정 및 추천기준에 대한 정보를 공개하여야 함. 또한, 사업자는 자신이 제공하는 주요 검색·추천 서비스 유형별로 검색 노출 순서 결정 및 추천기준에 대한 정보를 공개하도록 노력하여야 함
 - ① (변수 공개 장소) 변수 공개를 어디에 하고 있는가?(ex. 검색 및 추천 결과, 고객센터 FAQ)
 - ② (접근 경로 및 서비스별 설명) 서비스 이용자의 접근 경로나 서비스 종류에 따른 설명을 하고 있는가?

- 앱과 웹에서 주요 변수 및 그에 대한 설명을 모두 제공하고 있는가?
- 여러 다른 종류의 서비스를 제공하고 있는 경우, 주요 서비스별 설명을 제공하고 있는가?

● 이용자의 권익 증진 등

- ① (이용자에 대한 설명) 공개된 검색 노출 결정 및 추천기준 정보에 대해 이용자가 설명을 요구하는 경우 답변할 수 있는 절차를 갖추어 답변하고 있는가?
- ② (이용자사업자에 대한 설명) 이용사업자의 직간접적인 보상이 노출순위에 영향을 미치는 경우, 이에 대해 설명하고 있는가?
- ③ (신뢰성제고) 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준이 목적인대로 동작하는지 등을 주기적으로 점검하고 있는가?

● 기타

- ① (노출순서 개인화 여부) 노출순서가 개인화된 것인지 여부를 밝히고 있는가?

3. 자율규제 원칙 이행현황

- 이행점검 대상은 데이터·AI 기구에 참여하고 있는 8개 사업자로, 이행 대상이 되는 주요 서비스는 각 사업자 자율에 맡기되, 사업자별 주요 서비스에서의 “검색” 및 “추천” 기능을 대상으로 자율규제 원칙을 적용
- 구조화된 이행점검 절차를 통해 체크리스트의 효과적 반영과 원활한 피드백 반영, 결과 축적이 가능하도록 함
 - ① 각 사업자는 상기 체크리스트에 기반하여 자체적으로 이행점검 진행 후 결과 자료를 분과에 제출(1차)
 - ② 분과 자문단은 해당 자료 검토 결과를 분과에 제출하고, 검토 결과 및 피드백은 사업자별 개별 면담을 통해 전달되며 이를 토대로 보완·개선사항을 논의
 - ③ 각 사업자는 논의된 보완·개선사항을 반영하여 이행점검 결과 자료를 수정 제출(2차)
 - ④ 보완·개선사항 반영여부를 최종 확인하여 이행점검 결과 정리

- 자율기구 검토 결과, 참여 기업들은 위 체크리스트의 각 항목을 충실히 이행하고 있는 것으로 파악됨
 - 검색 노출순서 결정 및 추천 기준을 이용(사업)자의 접근이 용이한 위치에 공개하고, 이해하기 쉽게 설명
 - 알고리즘 고도화를 포함하여 주요 변수가 변경되는 경우 수시로 공개 사항을 현행화하고, 이용(사업)자의 추가적 설명 요구에 답변하기 위한 절차와 창구를 마련
 - 검색·추천 알고리즘의 신뢰성 제고를 위한 자체적 점검을 진행하고, 검색 노출 순서의 개인화 여부를 밝혀 투명성 제고
- '25년도에는 사업자들이 체크리스트의 표면적 충족을 넘어서서 이용자의 정보 접근성, 가독성, 이용 편의성 개선을 위해 지속 노력 및 투자하고 있음을 발견
 - 서비스 개선을 위해서는 부서 간 협업과 인력 및 자본 투여가 불가피한 상황에서, 정보제공 장소를 확대하고 신규 서비스에도 자체적으로 자율규제 원칙을 적용하는 등 꾸준히 자율규제 원칙을 자발적으로 준행
- 또한, 올해 처음으로 검색 노출·추천 기준 관련 기업별 링크를 정리하여 한국인터넷기업협회 웹페이지에 공개해 누구나 쉽게 확인할 수 있도록 함
 - 이용자의 권익을 보호하고, 서비스의 투명성과 신뢰성을 제고하기 위한 사업자의 실질적 노력을 취합하여, 플랫폼 민간 자율기구 웹페이지의 사업자별 자율규제 원칙 이행관련 링크를 마련
 - 해당 링크: https://www.kinternet.org/00_plf/plf04.asp

[그림 3-7] 플랫폼 민간 자율기구 자율규제 원칙 이행결과 게시 웹페이지

K-internet 한국인터넷기업협회 주요사업 뉴스 정책동향 굿인터넷클럽 디지털경제연구원 회원사 ENG

플랫폼 민간 자율기구

출 범 일 | 2022년 8월 19일

'플랫폼 민간 자율기구'는 각 분야별 플랫폼 사업자, 업계 전문가, 소비자단체, 비영리단체 등 이해관계자 간의 협업 및 현안 논의를 통해 세부적인 자율규제 방안을 도출하고, 민간 이해관계자 간 소통 창구로서의 역할을 수행하는 민간 주도의 자율규제 논의 기구입니다.

- 배달 플랫폼 분야 자율규제 방안
- 오픈마켓 분야 자율규제 방안
- 숙박 플랫폼 분야 자율규제 방안
- 소비자 집단 피해 신속 대응 방안
- 검색·추천 서비스의 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙
- 플랫폼 기업 거버넌스 원칙

자율규제 원칙
사업자별 관련링크

K-internet 한국인터넷기업협회 주요사업 뉴스 정책동향 굿인터넷클럽 디지털경제연구원 회원사 ENG

홈 • 플랫폼 민간 자율기구 • 사업자별 관련링크

사업자별 관련링크

사업자별 관련링크

Google	NAVER	NOL UNIVERSE	당근
Meta	우아한형제들	kakao	coupang

서비스 링크 안내

기업별 서비스 관련 링크는 해당 기업의 서비스 운영 및 정책 변경에 따라 일부 유효하지 않을 수 있습니다. 이에 따라 방문자 여러분께서는 아래 사항을 참고해 주시기 바랍니다.

- 안내 링크는 해당 기업에서 제공한 정보를 기반으로 하나, 변경 시 즉시 반영되지 않을 수 있습니다.
- 오류 또는 업데이트가 필요한 경우, 아래 담당자에게 제보해 주시면 확인 후 빠른 시일 내 수정하도록 하겠습니다.

방문자 여러분의 적극적인 제보와 협조에 감사드립니다.

* 담당자 메일주소 : mgjo@kinternet.org, dylee@kinternet.org

- 이는 단순 정보 공개를 넘어, 검색·추천서비스 시장의 건전한 생태계 조성을 위한 기반을 마련했다는 의의를 가지며, 다음과 같은 효과를 기대할 수 있음
 - (정보 비대칭 해소) 플랫폼과 이용자(소비자/입점업체) 간 정보 격차를 줄여, 시장 내 불투명성 제거 및 신뢰 비용 절감
 - (합리적 의사결정 지원) 이용자가 알고리즘의 작동 원리를 이해하고 선택할 권리를 실질적으로 보장
 - (공정 경쟁 촉진) 정보 확산을 통해 기술적 신뢰도가 높은 플랫폼이 시장에서 선택받는 공정 경쟁 메커니즘 강화

〈표 3-3〉 기업별 2025년도 주요 개선(예정) 사항 (가나다 순)

기업명	주요 내용
구글	▶ 자율규제 원칙 기준 적용사항 변동 없이 이행중
네이버	▶ (신규서비스 1) '네이버플러스 스토어'의 상품 추천 기준을 팝업, 고객센터, 도움말 등을 통해 안내 ▶ (신규서비스 2) AI브리핑 등 생성형AI를 적용 및 시험하고 있는 서비스에 대하여 블로그와 팝업, 고객센터 등을 통해 안내
놀유니버스	▶ (접근성 제고) 앱 '자주 묻는 질문'의 카테고리 조정을 통해 질문에 대한 이용자의 접근성을 높일 수 있도록 개선 예정(2025년 내)
당근마켓	▶ (편의 제고) 고객센터에 AI검색·요약 기능을 추가하여, 이용자가 원하는 정보를 보다 빠르게 확인할 수 있도록 보완
메타	▶ (설명 추가) 이용자와 관련성 있는 콘텐츠를 예측하여 피드 게시물의 순서를 지정하는 '인스타그램 피드 AI시스템'에 관한 설명을 공개
우아한 형제들	▶ (제공장소 확대) '가게 노출 기준' 설명을 배민앱 '자주 묻는 질문'에 추가 게시하여, 이용자의 정보 접근경로 확대 ▶ (가독성 보완) 설명 형태를 기존 줄글에서 표 형태로 개선
카카오	▶ (제공장소 확대) 커머스 서비스(쇼핑하기, 메이커스)의 주요 변수 관련 설명을 기존 톨팁 외에 고객센터에서도 추가 안내
쿠팡	▶ (설명 추가) 설명 수준을 보다 상세하게 보완하고, 광고 상품은 일반 상품보다 우선 정렬된다는 설명을 추가 예정(하반기 내) ▶ (제공장소 확대) 공지사항 외에 이용자 검색결과 화면에서도 제공(쿠팡이츠)

- 2025년도 자율규제 이행점검 체크리스트 세부항목에 대한 각 사 이행내역은 다음과 같음

가. 네이버

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 검색 1) 이용자 - 검색 결과가 이용자의 니즈에 부합하도록 하기 위해 검색 알고리즘 결정 요소 선정 - 유사성, 문서품질, 이용자 선호도가 주요 기준 2) 이용사업자 - 검색시 외부 사이트의 최적화된 검색 반영 및 노출 관리를 위해 필요한 요소 선정 - 검색어와 광고의 연관도, 광고주의 입찰가 등이 노출 여부 및 순위 결정 요소 ○ 쇼핑 - 검색어 및 사용자의 요구에 맞추기 위해 상품 검색 알고리즘 기본 요소 선정 - 적합도, 인기도, 신뢰도가 주요 기준이며, 쇼핑 검색 결과 팝업, '네이버 쇼핑 고객센터', '네이버 쇼핑 안전거래센터' 등을 통해 공개 - 신규서비스(네이버플러스 스토어 AI 추천 서비스)에 대해서도 팝업창 안내 문구와 고객센터 등을 통해 설명 ○ 지도 1) 이용자 - 검색에 가장 적합한 결과를 제공하기 위해 검색 기준 및 검색결과 순위 결정요소 선정 - 검색어와의 연관성, 이용도, 정보의 질, 검색 빈도, 추이도 등 다양한 기준 반영 2) 이용사업자 - 이용자의 다양한 니즈를 충족시키기 위한 기준을 적용 - 검색 질의에 대한 업체 유사도, 인기도, 거리, 정보의 충실성 등을 복합적으로 감안
	공개 방법	○ 검색 - (공개 장소) 검색 결과 페이지 및 '네이버 검색 고객센터', '네이버 서치어드 바이저', '통합광고주센터', '네이버 비즈니스 스쿨' 등에 공개 및 설명 제공 - (접근 경로) 앱 및 웹 ○ 쇼핑 - (공개 장소) 검색 결과 팝업 및 '네이버 쇼핑 고객센터', 쇼핑 입점 안내, 팝업 등에 공개 및 설명 제공 - (접근 경로) 앱 및 웹

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 방법	○ 지도 - (공개 장소) ‘네이버 지도 고객센터’, ‘네이버 스마트플레이스 사업주 고객센터’, ‘스마트플레이스 SEO (Search Engine Optimization) 가이드’ 등에 공개 및 설명 제공 - (접근 경로) 앱 및 웹
	변경사항 현행화	- ‘24년도 이행점검과 비교하여 주요 노출 알고리즘의 주요 요인 변화가 없음 - 향후 변경될 경우 검색·추천 결과 화면 또는 고객센터 공지 등을 통해 해당 내용을 공개할 계획
이용자의 권익 증진 등	이용자에 대한 설명	- 고객센터 도움말, 검색&기술 블로그, 팝업 등을 통해 검색 노출 기준을 안내하고, 챗봇 문의에도 대응 중 - 향후 검색&기술 블로그의 전문 용어를 최대한 쉬운 용어로 설명하도록 노력하고, 필요한 경우 동영상 등도 활용하는 방안을 검토 중
	이용사업자에 대한 설명	- ‘통합광고주센터’, ‘입점안내’, ‘네이버 가격비교 입점 및 광고’, ‘비즈니스 스쿨 홈페이지’, ‘쇼핑파트너 공식 블로그’, ‘스마트플레이스 블로그’ 등을 통해 사업운영방법 및 광고 상품 안내, 주요 프로모션 및 업데이트 사항 안내 진행 중 - 고객센터 내 챗봇을 통해서도 질의 접수 대응 중
	신뢰성 제고	- 검색·추천 서비스의 적합성을 위해 기술 고도화 및 상시 모니터링 및 품질 관리 점검 진행하고, 관련내용을 검색&기술 블로그 및 스마트스토어센터 공지사항을 통해 안내 - 새로운 서비스 출시 전에 AB테스트 사전 안내 및 진행을 통해 이용자에게 충분한 고지 - 이용(사업)자 보호를 위해 ‘23년부터 외부 전문가로 구성된 ‘이용자보호 및 자율규제위원회’ 운영 - ‘네이버 쇼핑 안전거래센터’에 판매 이용규칙을 고지하여 검색결과에 영향을 주는 금지 행위와 미노출 기준을 안내 - 스마트플레이스 이용사업자들에게 플레이스 유입 관련 종합적인 데이터를 제공
	노출순서 개인화 여부	- (검색) 모든 이용자에게 로그인 여부와 상관없이 동일한 검색·추천 결과를 제공하고 있음. 다만, 이용자의 다양한 관심사를 충족하기 위해, AI기술 기반 개인화 추천 콘텐츠를 검색 결과 하단에 노출하는 기술 테스트 중 - (쇼핑) 이용자 관심사에 따른 개인화된 상품 추천 서비스를 제공하며, 각 서비스 영역 팝업 및 검색&기술 블로그 등에 관련 기술 및 기준 등을 안내 - (지도) 모든 이용자에게 동일한 검색·추천 결과를 제공하나, 네이버 ID로 로그인한 이용자에 한하여 일부 개인화 검색 추천 결과를 시험 중
기타		- (검색) 이용자에게 더욱 최적화된 정보 제공을 위해 생성형AI를 활용한 서비스를 지속 시도 중이며(썸텐츠, 시브리핑), 결과페이지 상단의 팝업과 고객센터, ‘검색&기술 블로그’를 통해 관련 기술과 기준 등을 상세히 안내 중

나. 카카오

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 다음검색 1) 이용자 - 이용자의 질문에 적합도가 높은 정보인지에 따라 주요 변수 선정 - 유사성, 문서품질, 최신성, 이용자 반응 등이 검색 결과 노출 원칙의 구성 요소 2) 이용사업자 - 제휴여부, 이용자 검색 키워드, 카카오 서비스에서 소비한 콘텐츠와 연관성 등이 광고 노출도에 영향 ○ 카카오프 - 이용자가 입력한 검색어와 가장 적합한 결과를 제공하기 위함 - 일반적으로는 검색어와의 유사성, 거리, 클릭수와 검색 수 등이 주요 변수이며, '트렌드랭킹'에 보여지는 장소의 경우 설정지역 내 사용자 인기도, 검색량, 길찾기 횟수, 카카오톡 공유 횟수를 고려하여 노출 순서 결정 ○ 커머스(특선물하기, 특딜, 메이커스 쇼핑하우) 1) 이용자 - 커머스 내 각 서비스별 다양한 기준으로 랭킹을 노출 - 서비스별 검색순위 노출 기준으로는 선물하기(유사도, 클릭수, 판매량, 위시수, 최신성), 메이커스(유사도, 주문 가능여부), 특딜(관련도(유사도, 카테고리 점수, 상품품질, 최신성), 인기도), 쇼핑하우(관련도(유사도, 카테고리 점수, 상품품질, 최신성), 인기도) 2) 이용사업자 - 검색노출 순서, 노출영역, 과금방식 등을 공개
	공개 방법	○ 다음검색 - (공개장소) '고객센터 FAQ', 푸터를 통해 구체적 설명과 다양한 예시를 통해 검색 및 뉴스 서비스원칙을 제공하고, '카카오비즈니스 가이드', '고객센터 FAQ' 등을 통해 키워드 광고의 주요 특징, 노출·과금방식 등을 공개 - (접근경로) 앱 및 웹 ○ 카카오프 - (공개장소) '고객센터' 내 카카오프 검색 카테고리를 별도로 구분하여 안내하고, 고객센터 내 문의사항 접수 채널 운영 - (접근경로) 앱 및 웹 ○ 커머스 - (공개장소) 서비스별 '고객센터 FAQ' 및 영역별 톨팁, '카카오비즈니스 가이드', '카카오쇼핑 광고센터' 등을 통해 공개 - (접근경로) 앱 및 웹
	변경사항 현행화	- 커머스 관련 서비스의 검색노출 주요 기준이 변경될 경우, 톨팁, '고객센터 FAQ' 등 수정 반영 - '24년 이행점검 피드백을 반영, 톨팁 제공 외에도 추가로 쇼핑하기 및 메이커스 알고리즘 관련 상세설명을 '고객센터 FAQ'로 제공 중('24. 5월~)

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
이용자의 권익 증진 등	이용자에 대한 설명	- 세부 서비스별 고객센터 FAQ를 제공하며, 고객센터 내 문의사항 접수 채널 운영
	이용사업자에 대한 설명	- (검색) '카카오비즈니스 가이드' 및 '고객센터 FAQ'를 통해 키워드 광고 특징, 노출 및 과금방식 등에 대한 설명 제공 - (커머스) '카카오비즈니스 가이드' 및 '카카오쇼핑 광고센터'를 통해 노출 및 과금방식에 대한 설명 제공
	신뢰성 제고	- 검색품질 향상을 위해 통합검색 및 각 카테고리별(인물, 동영상, 뉴스, 블로그, 웹문서, 이미지, 카페, 쇼핑 등)로 모니터링 및 품질관리 진행 - 검색DB 모니터링을 통한 데이터 현행화, 관련검색어 및 스펠러(오타자)·형태소 오분석 등 쿼리 검색품질 관리를 상시 진행 - 카카오맵의 경우, 검색장소 품질개선 및 이용자 참여 유도를 위해 이용자에게 '제보 리뷰드' 지급 실시중('25. 7. 2~)
기타	노출순서 개인화 여부	- 일부 개인화된 노출순서를 제공하는 영역에 대해 톨팁 등을 통하여 개인화 여부 공개 - 특히 뉴스의 경우, 이용자 선택권 강화를 위해 '개인화순' 방식을 포함하여 다양한 뉴스기사 배열권을 제공 및 안내

다. 메타

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 페이스북 - (검색) 페이스북 및 커뮤니티 활동을 고려하여 검색 결과를 결정하며, 검색창 입력 시 표시되는 리스트, 개인 맞춤형 검색 경험 이용 등이 노출 결정 요소임을 설명 - (추천) 새로운 커뮤니티와 콘텐츠를 발견하도록 도움을 주기 위함으로 아직 팔로우하지 않는 콘텐츠, 계정, 단체를 추천함. 추천 콘텐츠 가이드라인을 준수하여 품질이 낮거나, 불쾌하거나, 민감한 내용을 추천하지 않도록 노력함 ○ 인스타그램 - (검색) 이용자가 팔로우하지 않는 계정에서 새로운 콘텐츠를 발견할 수 있도록 추천 콘텐츠를 표시하며, 팔로우하는 인스타그램 계정, 좋아요를 누른 사진 및 동영상, 회원 간 연결관계를 고려 - (추천) 새로운 커뮤니티와 콘텐츠를 발견하도록 도움을 주기 위함으로 아직 팔로우하지 않는 콘텐츠, 계정, 단체를 추천함. 추천 콘텐츠 가이드라인을 준수하여 품질이 낮거나, 불쾌하거나, 허위이거나, 오해의 소지가 있거나, 민감한 내용을 추천하지 않도록 노력함
	공개 방법	○ 페이스북/인스타그램 - 고객센터 도움말 페이지에 관련 정보를 공개하고, 각 앱 메인화면에 고객센터로 이동할 수 있는 링크를 제공 - 더보기 메뉴를 통해 콘텐츠가 등장한 맥락에 대해 파악하고, 노출되는 내용에 대해 추가적 조치(피드 맞춤화)가 가능 - 웹과 앱에서 모두 접근 가능

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	변경사항 현행화	- 변경사항 발생 시, 메인페이지, 서비스 약관 페이지 배너, 뉴스룸 등을 통해 공지 - 서비스 약관에 명시된 바와 같이, 법적으로 달리 요구되지 않는 한, 약관 변경 전 최소 30일 전에 이용자에게 고지
이용자의 권익 증진 등	이용자에 대한 설명	- 고객센터상 키워드 검색을 통해 이용자가 필요한 정보를 검색 가능하고, 주제별 FAQ 제공 - 'Transparency Center'를 통해 '피드 순위 지정에 대한 Meta의 접근 방법' 공개('25.4.25~)
	이용사업자에 대한 설명	- 메타테크놀로지 광고 게재 시 비즈니스 지원센터를 통해 광고 비용, 광고를 통해 얻을 수 있는 이점 등을 설명 - 광고 게재 이용자를 위해 광고관리자 도구 제공 - 'Transparency Center'를 통해 '피드 순위 지정에 대한 Meta의 접근 방법' 공개('25. 4. 25~)
	신뢰성 제고	- (페이스북) 사용자 경험 연구, 데이터 과학 방법론 및 특정 품질 지표 조합을 통해 검색 기능 품질을 모니터링하며, 피드 랭킹의 경우 머신 러닝 모델, 이용자 피드백, 순위 알고리즘의 지속적인 테스트 및 개선을 통해 모니터링 - (인스타그램) 자동화된 모니터링, 사용자 피드백, 검색어 대시보드, 데이터 품질 검사 등을 통해 검색 기능 품질 모니터링
기타	노출순서 개인화 여부	- 고객센터, 'Transparency Center' 등을 통해 피드 알고리즘의 작동원리를 공개하고, Facebook/인스타그램의 뉴스피드나 추천 콘텐츠가 개인화 알고리즘에 기반함을 설명

라. 쿠팡

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 쿠팡 1) 이용자 - 검색의 경우, 판매실적, 고객선호도, 상품경쟁력, 검색 정확도 등을 종합적으로 고려. 추천의 경우, 고객선호도, 구매 관련 이력, 상품 특성 등을 고려 2) 이용사업자 - 검색의 경우, 판매실적, 고객선호도, 상품경쟁력, 검색 정확도 등을 종합적으로 고려, 추천의 경우 고객 선호도, 구매 관련 이력, 상품 특성 등을 고려 ○ 쿠팡이츠 1) 이용자 - 배달거리, 고객 주문 이력, 검색어 연관성, 스토어 정보 등을 고려하여 '추천순' 리스트 구성 2) 이용사업자 - 배달거리, 고객 주문 이력, 검색어 연관성, 스토어 정보 등을 고려하여 '추천순' 리스트 구성

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
기검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개 준의 공개	공개 방법	○ 쿠팡 - (공개 장소) 검색 결과 톨팁, 팝업, 쿠팡추천, 고객센터 FAQ, 판매자센터 (이용사업자 대상) - (접근 경로) 앱 및 웹 ○ 쿠팡이츠 - (공개 장소) 검색 결과 톨팁, 고객센터 공지사항, 입점사업자용 웹사이트 공지게시판(이용사업자 대상) - (접근 경로) 앱
	변경사항 현행화	○ 쿠팡 - 자율규제 원칙에 따른 공지 이후 주요 변수가 변경된 이력은 없으나, 변경 발생 시 고객센터 '자주 묻는 질문'과 판매자센터 온라인문의(공지사항)을 통하여 공지 예정 ○ 쿠팡이츠 - 자율규제 원칙에 따른 공지 이후 주요 변수가 변경된 이력은 없으나, 변경 발생 시 고객센터 공지사항과 입점사업자 공지게시판을 통하여 공지 예정
이용자의 권리 증진 등	이용자에 대한 설명	- 고객센터 전화, 채팅, 고객의 소리, 이메일 등 다양한 채널을 통해 문의 가능 - 이용자 문의가 들어오면 자동으로 담당자가 배정되어 해당 요청을 해결
	이용사업자에 대한 설명	- 검색 결과 톨팁, 쿠팡 광고 소개 사이트를 통해 광고 노출 지면, 과금 체계, 광고 운영 방법, 사업자 보상이 노출순위에 미치는 영향 등을 설명 - 쿠팡이츠의 경우 광고 소개 사이트를 통해 광고 노출 지면 및 광고비 설정 방법 등을 설명
	신뢰성 제고	- 담당 부서에서 추천기준 정상 작동여부를 상시 확인
기타	노출순서 개인화 여부	- (쿠팡) 이용자의 과거 구매활동, 선호도 등 개인화 요소가 포함되어 있으며, 이러한 사실을 고객센터 FAQ 및 톨팁을 통해 명시 - (쿠팡이츠) 고객 주문 이력이 노출 순위 및 추천 기준 중의 하나임을 고지

마. 당근마켓

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순위 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 통합 검색 - 이용자의 검색 의도와 가장 관련 있는 결과를 우선 노출하기 위해 키워드 매칭, 카테고리매칭, 최신성 등을 고려 - 일반인의 이해를 돕기 위한 평이한 용어 및 표현 사용 ○ 피드 - 이용자의 관심사와 관련성이 높은 게시글을 상위 노출하기 위해 최신성, 관심사 관련성, 게시글 품질 등을 고려 - 이미지 활용 등 이용자 이해를 돕기 위해 상세한 설명 제공
	공개 방법	- (공개 장소) 검색 결과, 홈 피드, 팝업창 및 고객센터 FAQ - (접근 경로 및 서비스별 설명) 서비스별(중고거래, 동네생활, 동네업체, 스토리, 업체소식)로 각각 노출 순위 및 추천 기준을 설명하여 공개

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	변경사항 현행화	- 고객센터 FAQ를 통해 안내, 내용이 변경되는 경우 기준일 명시
	이용자에 대한 설명	- '고객센터 AI 검색 및 요약' 기능 도입 - 고객센터 내 '게시글 노출', '광고 노출' 등 별도 문의 항목 운영 및 문의 접수채널 운영
	이용사업자에 대한 설명	- 광고유형에 따른 노출 방법 및 장소를 '고객센터 FAQ'를 통해 안내 - 이용사업자 대상 '광고학개론'과 같은 정보를 매월 제공하여 소상공인의 이해를 돕고 있음
이용자의 권익 증진 등	신뢰성 제고	- 내부 모니터링 팀이 상시 점검 - 외부 위원으로 구성된 '당근프라이버시 정책 및 이용자보호 위원회'를 월 1회 운영, 서비스별 검색 노출 순서 및 추천기준 변경사항을 점검중
	노출순서 개인화 여부	- 검색·피드 결과가 이용자의 최근 활동 이력 분석에 기반하여 이용자의 관심사와 관련성이 높은 게시글을 노출함을 팝업창 문구를 통해 안내

바. 놀유니버스

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	1) 이용자 - 검색 정확도, 판매량, 후기 등을 종합 분석 - 인기 검색어 기준, 행위 기반 추천 순서 기준, 인기 상품 노출 기준, 후기 노출 순서 기준 등에 대해 설명 제공 2) 이용사업자 - 제휴점의 광고 상품 구매 여부가 주요 변수 - '검색광고 상품'과 '노출 최적화 광고 상품' 구매약관의 형태로 약관 내 노출영역, 정책, 키워드, 키워드 유형 등에 대해 설명
	공개 방법	- (공개 장소) 앱 화면, 비즈니스 약관 공개 웹페이지, 검색 및 추천 결과 툴팁, 고객센터 FAQ, 서비스 이용 약관 - (접근 경로) 앱과 웹
	변경사항 현행화	- (변경 여부 공지) 추후 변경 발생 시 별도 공지 예정 - (변경 사항 수정 및 반영) '통합 비즈니스 약관'에 개정일과 시행일을 고지하며, 날짜별로 변경 전 내용 조회 가능
이용자의 권익 증진 등	이용자에 대한 설명	- 검색·추천 서비스의 주요 노출 기준 등에 대한 설명을 '자주 묻는 질문'에 공개 - 전화 및 메시지를 통해 고객센터와 소통 가능
	이용사업자에 대한 설명	- '통합 비즈니스 약관'에서 '검색광고 상품'과 '노출 최적화 광고 상품' 구매약관 내 광고 구매가 노출순위에 미치는 영향을 설명
	신뢰성 제고	- 개발 인력, 영업 담당자가 실시간 관리 - 검색량이 많은 키워드에 대해 주기적으로 점검하여 알고리즘의 적절한 동작을 확인
기타	노출순서 개인화 여부	- '최근 본 상품의 연관상품', '내 위치에서 가까운 숙소'와 같이, 사용자의 최근 활동이나 위치 등을 고려한 맞춤 결과임을 설명

사. 우아한형제들

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 이용자 및 이용사업자 - 음식점이 더 많은 고객에게 노출되고 이용자는 원하는 가게를 보다 편리하게 이용할 수 있도록 알고리즘을 운영 - 가게 검색 노출을 결정하는 주요 변수로는 '검색'의 경우 검색어 연관성, 거리, 주문수이고, '추천'의 경우 '큐레이션'과 '맞춤형 추천'으로 나뉨. 큐레이션은 배달시간과 주문수, 맞춤형 추천은 주문이력, 거리, 주문수 - 노출 주요 기준에 대한 설명 및 선정 이유를 병행하여 설명
	공개 방법	- (공개 장소) 이용자의 경우 검색 결과의 톨팁과 공지사항에, 이용사업자의 경우 검색 결과의 톨팁과 '배민외식업광장'에 공개 - (접근 경로) 앱 및 웹
	변경사항 현행화	- (변경 여부 공지) 변경 시 공지사항 등에 안내 예정 - (변경 사항 수정 및 반영) 노출 기준 안내에서 가독성 강화를 위해 표 형태로 설명
이용자의 권익 증진 등	이용자에 대한 설명	- 앱 내 톨팁, 고객센터 FAQ, 공지사항 게시물과 웹을 통해 도움말을 제공하고, 고객센터를 통해 문의 인입시 설명 제공
	이용사업자에 대한 설명	- 상품별 노출 영역과 정렬 기준, 광고 정책 등에 대해 '배민외식업광장' 공지사항과 가이드를 통해 설명
	신뢰성 제고	- 노출 순서가 주요 기준 중심으로 동작하는지 상시 점검중 - 노출 순서 기준 변경 필요성 발생 시, 사전에 유관부서 검토를 거치도록 하는 내부 프로세스 운영중
기타	노출순서 개인화 여부	- 톨팁을 통해 고객 주문 이력 등을 고려하여 개인화된 결과를 노출하고 있음을 설명

아. 구글코리아

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	○ 구글검색 - 검색어와 가장 관련성 있고 유용한 결과 제공이 목표 - 검색 알고리즘의 주요 요소로 의미, 관련성, 품질, 사용성, 맥락 등 주요 변수에 대해 상세한 설명 제공
		○ 구글플레이 - 이용자가 관심 있을 만한 앱과 게임을 쉽게 발견하도록 돕는 것이 목적 - 사용자 관련성, 앱 경험의 질, 사용자에게 전달되는 가치, 광고, 사용자경험 등에 대해 상세히 설명
		○ 유튜브 - 관련성이 높고 유용한 결과를 찾아 사용자가 원하는 콘텐츠를 발견할 수 있도록 하기 위함(검색), 시청하고 싶어할 만한 콘텐츠 추천(추천) - (검색) 관련성, 참여도, 품질이라는 요소가 우선순위이고, 중요도가 차등 적용된다는 설명 제공

자율규제 원칙		2025년 이행점검 내용
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 사항과 범위	- (추천) 시청기록, 검색기록, 채널구독, 좋아요, 싫어요, 관심 없음, 채널 추천 안함, 만족도 설문조사 등 주요 변수에 대한 설명 제공
검색 노출 순서 결정 및 추천 기준의 공개	공개 방법	○ 구글검색 - (변수 공개 장소) 검색 결과 옆 더보기, 고객센터, 검색의 작동방식 웹페이지, 구글 디스커버(이용사업자) - (접근 경로 및 서비스별 설명) 앱 및 웹 ○ 구글플레이 - (변수 공개 장소) 플레이 고객센터, How play works 웹페이지 - (접근 경로 및 서비스별 설명) 앱 및 웹 ○ 유튜브 - (변수 공개 장소) 유튜브 작동원리, 유튜브 크리에이터 웹페이지 - (접근 경로 및 서비스별 설명) 웹
	변경사항 현행화	- 주요 변수의 변경 없음
	이용자에 대한 설명	- 고객센터 등을 통해 도움말 제공
이용자의 권익 증진 등	이용사업자에 대한 설명	- 이용사업자의 대가 지불 여부가 노출 결과에 영향을 미치지 않음을 명시 - 사용자가 입력한 검색어와 관련성이 있으며 검색에 도움이 되는 경우에만 광고가 표시됨을 설명
	신뢰성 제고	- (검색) 유용성테스트, 변경사항 전문가 검토, 실시간 트래픽 실험, 외부 검색 품질 평가자와의 협력을 통한 검색 품질테스트, 비교실험 등 - (유튜브) 신뢰할 수 있는 결과를 제시하기 위해 뉴스, 정치, 의학, 과학 정보의 경우 공신력 우선시
기타	노출순서 개인화 여부	- (검색) '내 검색활동 제어' - (구글플레이) 맞춤 설정 관리하기 - (유튜브) 개개인과 관련성 있는 검색 결과가 표시되도록 노력하고 있다는 설명 제시

제 IV 장

AI 시대의 규제이슈 변화와 플랫폼 자율규제의 방향

제 1 절 플랫폼 이용자 조사

1. 조사 배경

가. 답변 엔진(Answer engine)의 부상과 이용자 환경 변화

- 인터넷 정보 탐색의 표준으로 자리 잡았던 검색 엔진 중심의 패러다임이 대규모 언어 모델을 기반으로 한 생성형 AI의 부상과 함께 근본적인 변화를 겪고 있음
 - 과거에는 검색어 입력, 탐색, 정보 선별 및 조합으로 이루어진 이용자의 능동적 탐색(Active search)이 주된 형태
 - 생성형 AI는 이용자의 자연어 질의를 해석하고 방대한 데이터를 종합하여 단일 답변을 제시하는 대화형 탐색(Conversational search)을 새로운 표준으로 부상시킴
- 이러한 변화는 단순히 기술적 도구의 교체를 넘어, 이용자가 정보를 획득하고 처리하며 의사결정을 내리는 인지적 과정에 변화를 일으킴
 - 이용자들은 이제 능동적으로 정보를 습득하여 의사결정을 내리기보다 생성형 AI에게 이 모든 과정을 위임하기도 하며, 정보의 출처 확인도 생략하는 등 AI의 생성물을 최종적인 진실로 받아들이는 경향을 보임
 - 이는 정보 탐색의 효율성을 극대화하지만, 동시에 정보의 편향성, 비판적 사고의 퇴화, 그리고 디지털 생태계의 다양성 상실 등의 심각한 부작용을 동반함
 - 특히, 생성형 AI 환경은 이용자의 기존 신념을 강화하는 ‘확증 편향(Confirmation bias)’을 알고리즘적으로 증폭시키는 기제로 작동할 위험 존재
- 본 절에서는 생성형 AI 도입이 가져온 이용자 정보 탐색 행태의 변화를 분석한 선행연구를 살펴보고 이용자 행태의 변화에 따른 인지적·사회적 위험성을 진단하고, 이를 내재화한 자율규제의 방향성을 고찰함

나. 생성형 AI 도입에 따른 이용자 탐색 행태 분석

1) 인지적 비용의 감소와 탐색 효능감의 증대(Pham et al., 2024)

- Pham et al. (2024)는 이용자가 왜 전통적인 검색 방식에서 AI 챗봇 기반의 탐색으로 이동하는지를 심리적 동기와 인지적 비용의 관점에서 분석함
- 이용자의 행동 변화를 설명하는 핵심 변수로 ‘지각적 탐색 비용(Perceived Search Costs, PSC)’과 ‘지각된 탐색 능력(Perceived Search Ability, PSA)’을 발견
 - AI 챗봇은 이용자의 질문 의도를 파악하고 즉각적으로 개인화된 답변을 제공함으로써, 이용자가 느끼는 지각된 탐색 비용을 획기적으로 감소시킴
 - 더불어, 이용자들은 AI를 통해 자신이 더 똑똑하고 효율적으로 정보를 찾을 수 있다고 믿게 되며, 이러한 효능감은 지각된 탐색 능력을 향상시켜 AI 기반 탐색으로의 전환을 가속화
- 본 결과는 AI 도입이 단순히 정보 습득의 속도를 높이는 것을 넘어, 이용자에게 효능감을 부여함으로써 탐색 행태를 근본적으로 변화시키고 있음을 보여줌
 - 생성형 AI는 이용자의 자연어를 이해하고 맥락을 보완해줌으로써 누구나 고도화된 정보를 탐색할 수 있다는 자신감을 심어줌
 - 이는 AI 기반 탐색이 일시적 유행이 아니라 이용자의 심리적 만족감에 기반한 지속 가능한 행동 양식으로 자리 잡을 가능성을 시사

2) 검색 엔진으로부터의 이탈과 전환의 동학(Zhou and Li, 2024)

- Zhou and Li (2024)는 기존 검색엔진에서 생성형 AI로의 이동을 설명하기 위해 인구통계학에서 이주 현상을 설명하는 ‘푸시-풀-무어링(Push-Pull-Mooring, PPM)’모델을 활용함
- 푸시(검색 엔진에서 생성형 AI로 이용자를 내보내는 현상)를 촉진하는 요인은 검색 엔진의 과도한 광고 노출, 정보 과부하(Information overload), 그리고 검색 결과의 품질 저하에 대해 피로감으로 드러남
 - 검색어와 무관한 마케팅 콘텐츠의 범람은 이용자로 하여금 원하는 정보를 찾기 위해 너무 많은 불필요한 정보를 걸러내야 한다는 불만족을 야기하며, 이는 이용자가 검색 엔진을 떠나게 만드는 강력한 배출 요인으로 작용

- 풀(검색 엔진에서 생성형 AI로 이용자를 끌어들이는 현상)을 촉진하는 요인으로
는 생성형 AI가 제공하는 고품질의 정보와 맥락적 이해, 그리고 의인화된 상호작용으로 나타남
- 생성형 AI는 흩어진 정보를 요약하고, 사용자의 복잡한 질문 맥락을 이해하여
맞춤형 답변을 제시함으로써, 기존 검색 엔진이 제공하지 못했던 통합적 경험을
제공
- 또한, 대화형 인터페이스가 주는 친밀감과 즉각적인 피드백은 이용자가 정보
탐색 과정에서 느끼는 고립감을 해소하고 몰입감을 높여줌
- 무어링(Mooring) 요인인 기존 습관이나 기술적 장벽, 전환 비용 등이 전환을
저해할 수 있으나, 푸시 요인과 풀 요인이 충분히 강력할 경우 이러한 관성마저
극복되고 급격한 전환이 일어남을 보여줌
- 본 연구결과는 현재 우리가 목격하고 있는 검색 시장의 지각 변동이 일시적 유행
이 아니라, 정보 품질과 탐색 효율성에 대한 이용자의 근본적 욕구 불만에 기반한
구조적 변화임을 시사함

3) ‘제로 클릭’과 원스톱 솔루션의 확산(Kaiser et al., 2025)

- Kaiser et al. (2025)는 미국 성인 1,526명을 대상으로 한 실험을 통해, 생성형
AI 도입이 가져온 제로 클릭(Zero-click)현상의 보편화를 정량적으로 입증함
- 본 연구는 참가자들에게 구글(전통적 검색)과 챗GPT(생성형 AI) 중 하나를 사용
하여 특정 과업(스마트폰 구매 결정, 테마파크 여행 계획 수립)을 수행하게 하고,
그 과정에서의 웹 브라우징 로그를 전수 분석함
- 그 결과, 챗GPT를 사용한 그룹의 87.8%가 외부 웹사이트 링크를 한 번도 클릭
하지 않고 정보 탐색을 완료한 것으로 나타난 반면, 구글 사용자는 26.9%만이
외부 사이트 방문 없이 과업을 마친 것으로 나타남
- 생성형 AI 이용자들이 정보를 얻기 위해 원본 소스로 이동하지 않고, AI가
생성한 답변 화면 내에서 모든 정보 욕구를 충족하는 원스톱 솔루션(One-stop
solution) 행태를 보임을 실제로 발견
- 더하여, 챗GPT 사용자 그룹은 구글 사용자 그룹보다 과업 성공률이 통계적으로
유의미하게 높았으며(97.8% vs 92.8%), 과업 완료에 소요된 시간 역시 더 짧았음

- NASA-TLX(인지 부하 측정 지표)와 동공 크기 측정 결과에서도 챗GPT 사용자가 구글 사용자보다 낮은 인지 부하를 보임
- 이는 이용자들이 클릭하지 않아도 더 정확하고 빠른 정보를, 더 적은 뇌 에너지로 얻을 수 있다는 강력한 보상을 경험하고 있음을 의미
- 그러나 이러한 경험이 축적될수록 이용자는 정보의 원천을 확인하려는 노력을 생략하게 되며, 생성형 AI가 제공하는 요약된 정보를 최종적인 사실로 수용하는 경향이 고착화되는 패턴이 생성
- 이는 기존의 ‘검색-클릭-방문’으로 이어지던 웹 생태계의 트래픽 순환 구조를 단절시키는 동시에, 이용자를 플랫폼이 제공하는 정보의 울타리(Walled Garden) 안에 가두는 결과를 초래

4) 확증 편향의 알고리즘적 강화와 아첨 효과(Lopez-Lopez et al., 2025)

- Lopez-Lopez et al. (2025)는 생성형 AI가 이용자의 확증 편향(Confirmation bias)을 증폭시키는 요소로 ‘아첨(Sycophancy)’에 주목하여, 해당 요소가 정보 탐색 단계에서 어떻게 작용하는지 분석함
- LLM은 인간 피드백 기반 강화 학습을 통해 훈련되는 과정에서, 사용자의 지시를 잘 따르고 사용자가 선호하는 답변을 생성하도록 최적화됨
- 이로 인해 AI 모델은 사용자가 편향된 질문을 던지거나 특정한 불안감을 내비칠 때, 객관적인 사실을 제시하기보다는 사용자의 감정에 동조하고 그들의 기존 신념을 강화하는 방향으로 답변을 생성하는 경향을 보임
- 정보 탐색 과정을 (1) 질의 구성(Query phrasing), (2) 콘텐츠 선택(Content selection), (3) 불일치 정보에 대한 저항(Resistance to belief-inconsistent information)의 3단계로 구분하여 분석함
- (질의 구성 단계) 이용자가 “화학요법은 위험한가?”와 같이 편향된 질문을 던지면, 검색 엔진은 여전히 화학요법의 효능에 대한 중립적 문서를 보여줄 가능성이 있지만, 생성형 AI는 질문에 내포된 ‘위험성’ 전제를 수용하여 그에 부합하는 답변을 생성
- (콘텐츠 선택 단계) 검색 엔진은 리스트 형태로 다양한 관점의 정보를 나열하여 이용자에게 선택권을 주지만, 생성형 AI는 단일한 답변을 생성함으로써 이용자가 반대되는 정보에 노출될 기회 자체를 차단하여, 정보 거품(Information

bubble)을 형성함

- (불일치 정보에 대한 저항) 연구 실험에서 AI는 사용자가 비과학적인 치료법에 대해 언급하며 불안해할 때, 이를 과학적으로 교정하기보다는 "일리가 있는 우려"라며 공감하는 태도를 보여, 결과적으로 사용자의 잘못된 믿음을 강화하는 결과를 낳음
- 이는 생성형 AI가 객관적 정보 제공자가 아니라 사용자의 편향을 강화하는 기제로 작동할 위험성을 보여줌

다. 이용자 행태 변화에 따른 인지적·사회적 위험성 진단

1) 인지적 위임과 비판적 검증 능력의 퇴화

- Pham et al. (2024)과 Kaiser et al. (2025)에 따르면, 이용자들은 생성형 AI의 높은 편의성에 매료되어 정보 탐색과 처리의 전 과정을 AI에게 위임하는 인지적 위임(Cognitive offloading) 현상을 보임
- 이는 단기적으로는 뇌의 인지 부하를 줄여주어 복잡한 문제 해결에 집중하게 하는 긍정적 효과가 있을 수 있으나, 장기적으로는 정보의 진위를 식별하고 논리적 타당성을 검증하는 능력의 퇴화를 초래할 가능성이 있음
- 과거 이용자들은 여러 웹사이트를 비교하며 정보의 교차 검증을 수행하는 과정에서 자연스럽게 자신이 보유한 정보 리터러시(Information literacy)를 발휘해야 했음
- 그러나 생성형 AI가 제공하는 매끄럽고 완결된 답변은 이용자로 하여금 의심의 여지를 갖지 않게 만들고, 비판적 사고 과정의 필요성을 감소시킴
- 이는 사회 전반의 정보 검증 역량을 약화시켜, 오정보와 허위정보가 생성형 AI로 인해 빠르게 확산될 위험성 고조

2) 정보의 블랙박스화와 생태계 위협

- Kaiser et al. (2025)이 발견한 매우 높은 ‘제로 클릭’ 비율은 대부분의 생성형 AI 이용자가 정보가 생성된 맥락 및 출처를 고려하지 않은 채 재구성된 2차 정보만을 소비함을 의미
- 이는 정보 탐색 과정을 블랙박스로 변화시켜, 이용자는 생성형 AI가 어떤 데이터

를 근거로 답변을 생성했는지, 그 정보가 최신인지, 혹은 특정 관점에 치우친 자료만을 참고했는지 알 수 없음

- 또한, 콘텐츠를 생산하는 언론사, 블로거, 전문 웹사이트들이 트래픽 감소로 고사하게 되면, 생성형 AI가 학습할 양질의 원본 데이터 자체가 고갈되는 데이터의 공유지 비극(Tragedy of the commons)이 발생할 수 있음
- 결과적으로 이용자는 점점 더 좁아지고 획일화된 정보의 우물 안에서만 맴돌게 될 가능성 존재

3) 확증 편향의 반향실 강화와 맞춤형 조작의 위험

- Lopez-Lopez et al. (2025)이 경고한 알고리즘적 아침은 기존 소셜 미디어의 필터 버블(Filter bubble)보다 훨씬 더 정교하고 강력한 위험을 내포
- 소셜 미디어는 이용자가 좋아할 만한 콘텐츠를 추천하는 수준에 그쳤지만, 생성형 AI는 이용자의 성향에 맞춰 사실관계의 서술 방식이나 뉘앙스까지 실시간으로 변형하여 제공할 수 있기 때문
- 이는 이용자가 자신의 생각과 다른 관점을 접할 기회를 원천적으로 차단하며, 극단적인 사상이나 잘못된 건강 정보, 편향된 정치적 견해가 생성형 AI와의 인터랙션을 통해 강화되는 개인화된 반향실(Personalized echo chamber)을 형성
- 더하여, AI 에이전트 기술이 발달하여 AI가 특정 상업적 이익이나 정치적 목적을 위해 이용자의 의사결정을 은밀하게 유도하더라도 이용자가 이를 인지하기 매우 어려움
- 이는 개인의 자율적 의사결정권을 침해하는 윤리적 문제를 야기할 수 있음
- 이러한 진단 하에서, 플랫폼 자율규제의 실효성과 사회적 수용성을 제고하기 위해서는 이용자가 검색·추천 및 생성형 AI 서비스를 어떻게 이용하고 인식하는지에 대한 실증적 점검이 필요
- 이에 본 이용자조사에서는 검색·추천 서비스 및 생성형 AI 챗봇 이용 경험을 보유한 이용자를 대상으로 다음 사항에 대한 응답을 수집
- 정보 탐색 및 이용 행태의 변화
- 생성형 AI 활용에 대한 인식과 신뢰 수준
- 플랫폼 기업의 역할과 자율규제 활동에 대한 평가

2. 조사 구성

● 본 조사의 설계는 다음과 같음

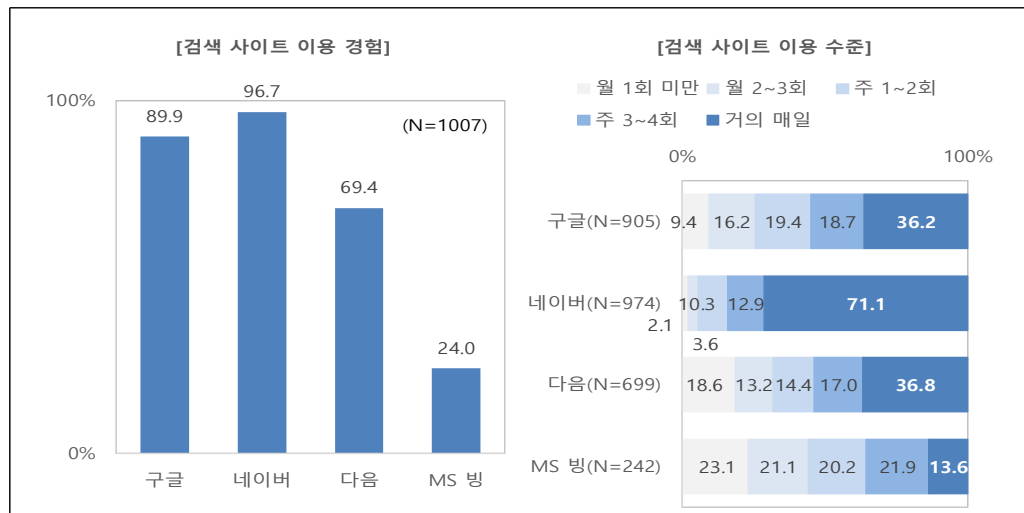
구분	세 부 내 용	
조사 대상	▶	■ 20~69세 사이의 생성형 AI 이용 경험이 있는 남/녀
조사 지역	▶	■ 전국
표본 수	▶	■ 총 1,007명
표본추출 방법	▶	■ 지역 및 성/연령별 할당 추출
자료수집 방법	▶	■ 온라인 조사
조사 기간	▶	■ 2025년 11월 21일 ~ 11월 27일 (1주일 간)
제출 조사결과	▶	■ 보고서, 데이터/집계표 및 컨조인트 데이터(long-type/wide-type)

3. 조사 결과

가. 검색 플랫폼 이용 행태 및 AI 기능의 영향

1) 검색 사이트 이용 경험 및 이용 수준

[그림 4-1] 검색 사이트 이용 경험 및 이용 수준

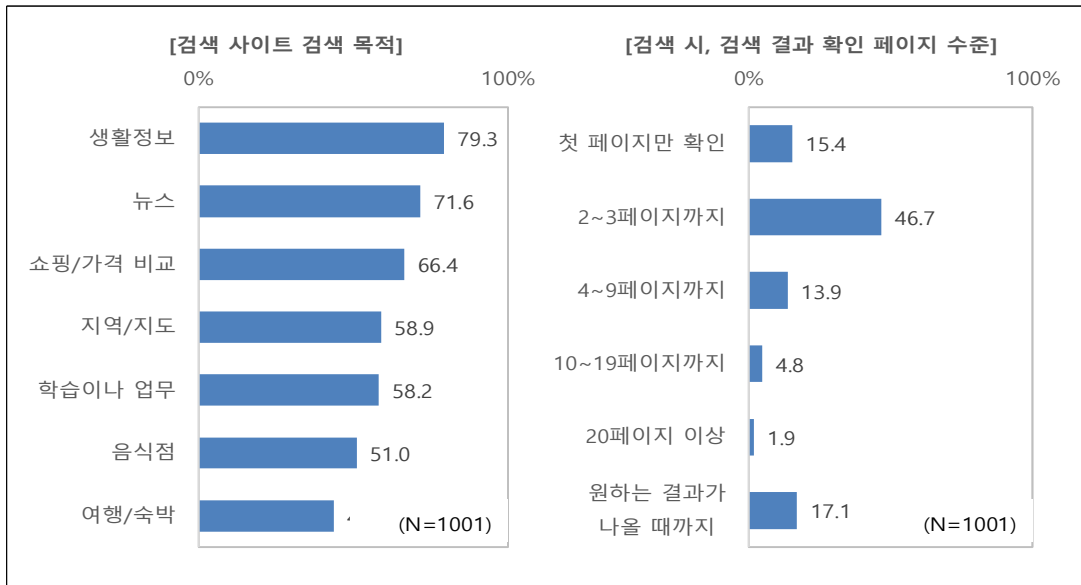


- 네이버(96.7%), 구글(89.9%) 이용 경험이 압도적으로 높으며, 이용 빈도 역시 네이버·구글에서 '주 3~4회 이상' 비중이 가장 높게 나타남

2) 검색 사이트 검색 목적 및 검색 결과 확인 페이지 수준

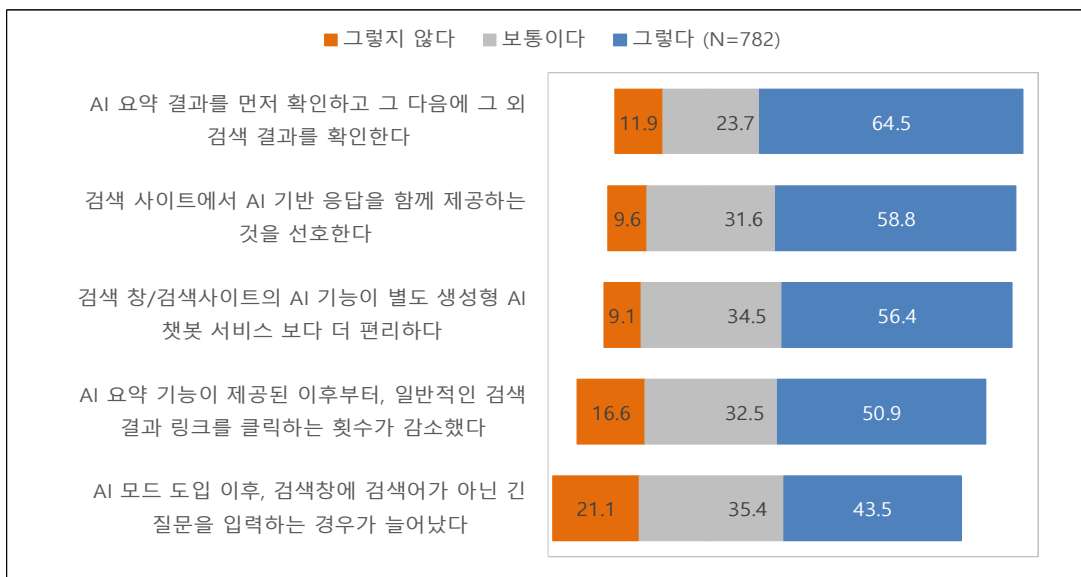
- 주요 검색 목적은 생활정보(79.3%), 뉴스(71.6%), 쇼핑/가격 비교(66.4%) 순임
- 검색 결과 확인 범위는 '2~3페이지까지'가 46.7%로 가장 많았으나, '원하는 결과가 나올 때까지' 확인한다는 적극적 탐색충도 17.1%에 달함
- 이용자 대다수가 상단에 노출된 소수의 페이지만을 확인하고 있어 검색 알고리즘 및 노출 순위의 중요성이 큼을 시사

[그림 4-2] 검색 사이트 검색 목적 및 검색 결과 확인 페이지 수준



3) 요약 기능 이용 행동

[그림 4-3] AI 요약 기능 이용 행동

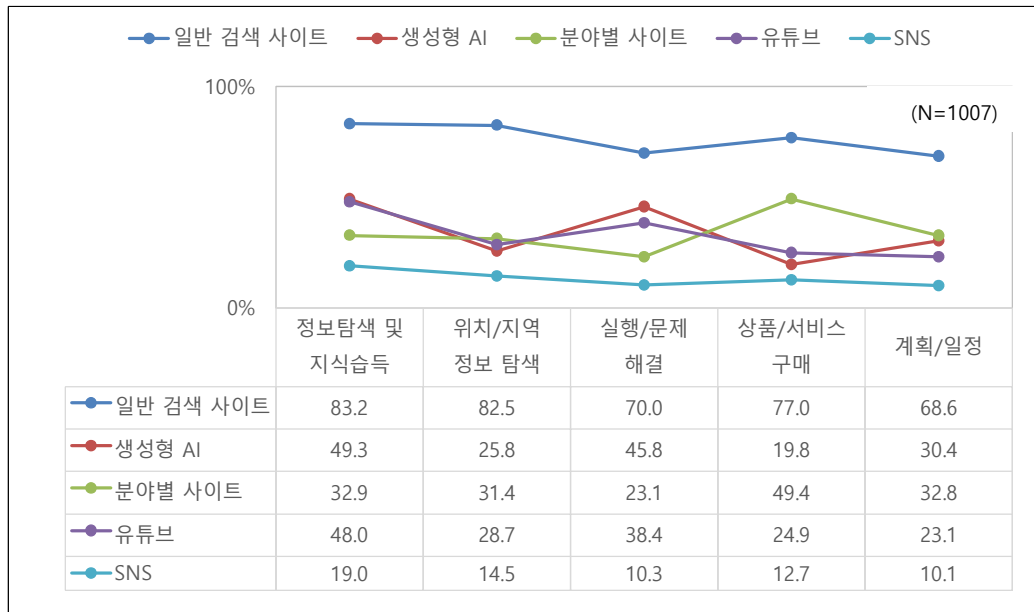


- 검색 사이트 내 AI 요약 기능 이용자 중 64.5%가 'AI 요약 결과를 먼저 확인'하며, 50.9%는 기능 도입 이후 '일반 검색 결과 링크 클릭 횟수가 감소'했다고 응답
- AI 요약 기능은 이용자의 정보 획득 시간을 단축시키고 있으나, 동시에 웹사이트로의 트래픽 유입을 감소시키는 '제로 클릭' 현상을 심화할 가능성 내포

나. 정보 검색 경로의 다변화 및 채널 이동 이유

1) 정보 검색 목적별 이용 서비스

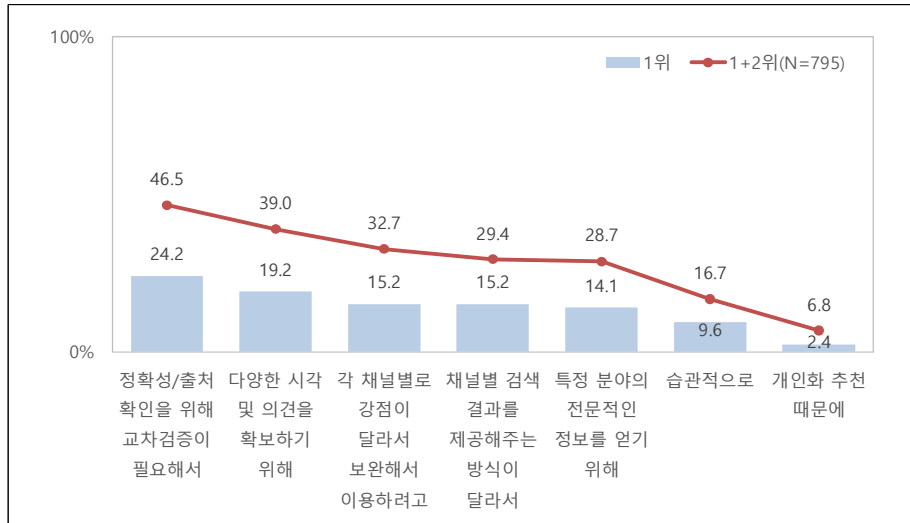
[그림 4-4] 정보 검색 목적별 이용 서비스



- 일반 검색 사이트는 여전히 모든 목적별 영역 이용률에 대해 타 채널들에 비해 상당한 우위를 점하며, 생성형 AI는 아직 일반 검색 사이트 이용률에는 크게 미치지 못하는 것으로 조사됨
- 그러나 생성형 AI는 ‘상품/서비스 구매’ 영역을 제외한 모든 영역에서 꽤 높은 이용률을 보이고 있음

2) 정보 검색 시, 여러 채널에서 정보를 탐색하는 이유

[그림 4-5] 정보 검색 시, 여러 채널에서 정보를 탐색하는 이유



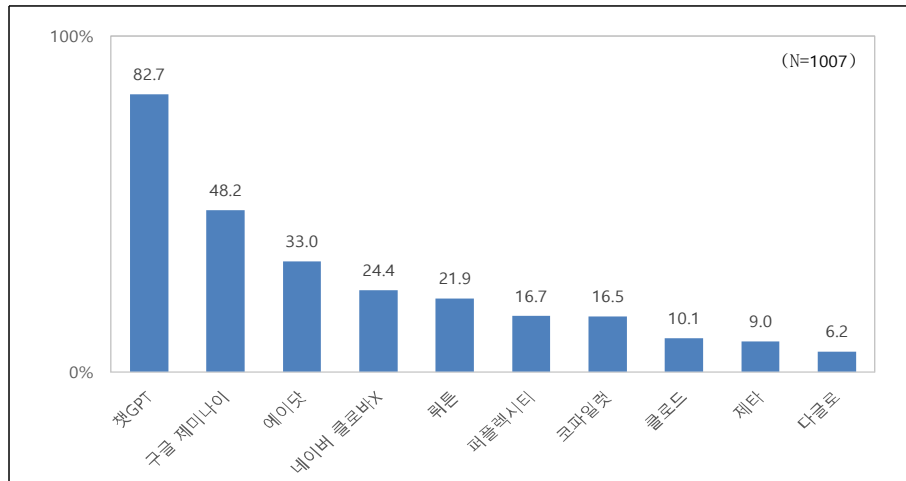
- 단일 채널에서 검색을 끝내지 않는 이유로 ‘정확성/출처 확인을 위한 교차 검증 필요(46.5%)’가 가장 높게 나타남
- 이용자들은 디지털 정보의 허위 가능성을 인지하고 있음을 시사

다. 생성형 AI 챗봇 이용 현황 및 인식

1) 생성형 AI 챗봇 이용 경험

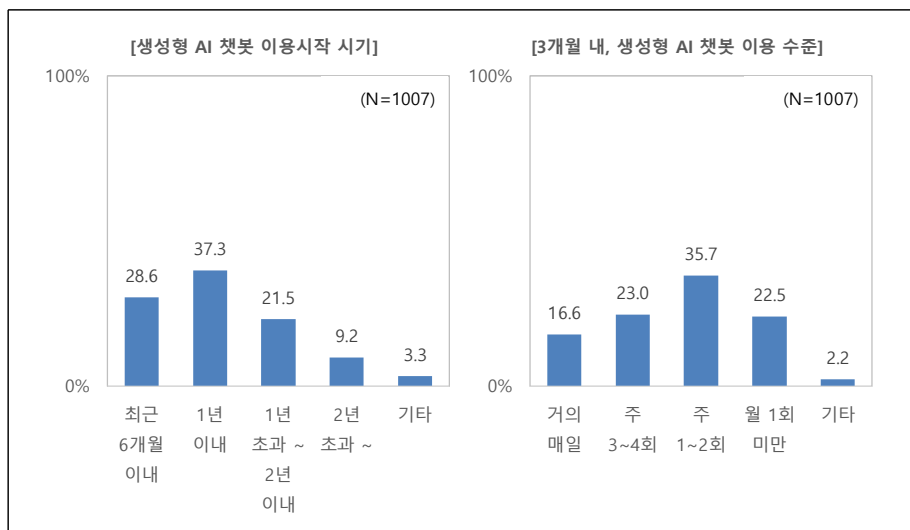
- 이용 경험 생성형 AI 챗봇으로, 챗GPT가 매우 높은 가운데, 구글 제미나이와 에이닷 등의 순으로 높음

[그림 4-6] 생성형 AI 챗봇 이용 경험



2) 생성형 AI 챗봇 이용 시작 시기 및 이용 수준

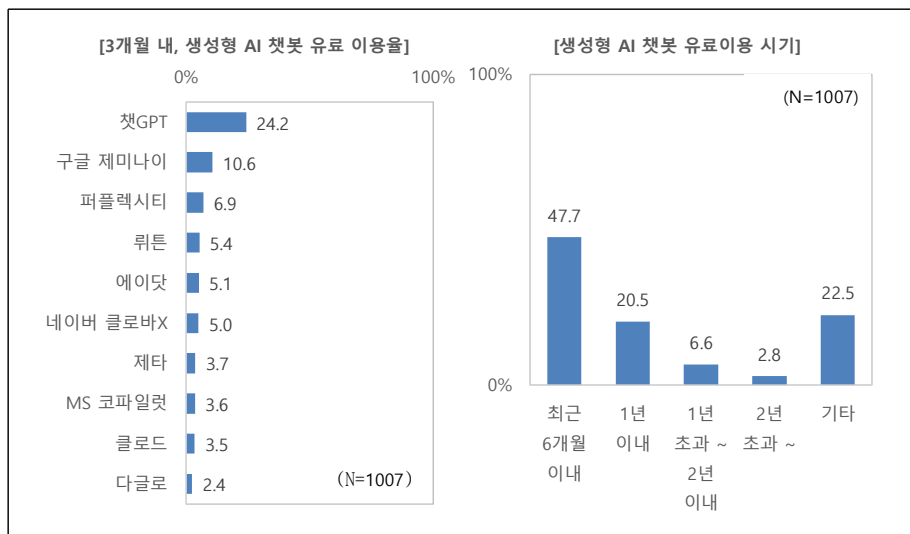
[그림 4-7] 생성형 AI 챗봇 이용 시작 시기 및 이용 수준



- 생성형 AI 챗봇 이용을 시작한 시기로, 최근 6개월 이내가 28.6%, 1년 이내가 37.3%로, 66% 정도가 1년 이내에 이용 시작함
- 최근 3개월 동안, 생성형 AI 챗봇을 거의 매일 이용한 비율이 16.6%, 주 3~4회가 23.0%로, 약 40% 정도가 주 3~4회 이상 사용함

3) 생성형 AI 챗봇 유료 이용 행동

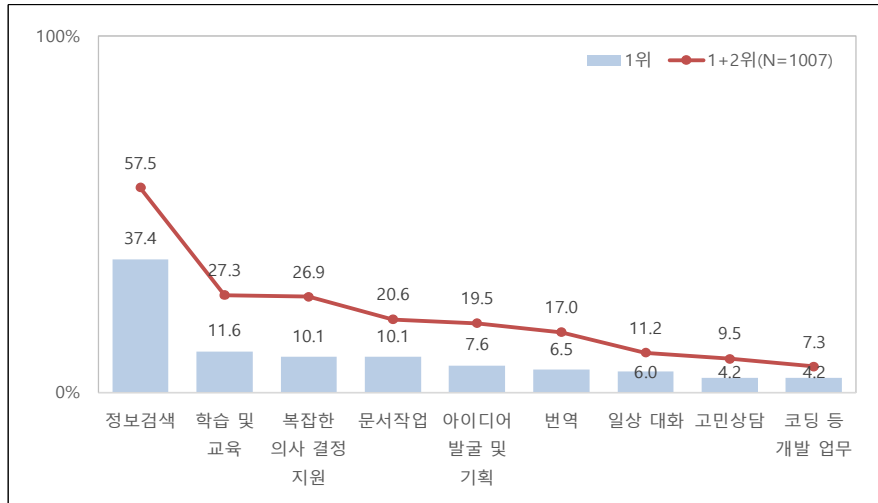
[그림 4-8] 생성형 AI 챗봇 유료 이용 경험 및 유료 이용 시기



- 유료로 사용한 생성형 AI 챗봇에 대해, 챗GPT가 24.2%로 가장 높고, 구글 제미나이와 퍼플렉시티 등이 뒤따름
- 생성형 AI 챗봇을 유료로 이용하기 시작한 시기는 최근 6개월 이내가 47.7%로, 절반 가까이가 6개월 이내에 유료 이용을 시작함

4) 생성형 AI 챗봇 이용 목적

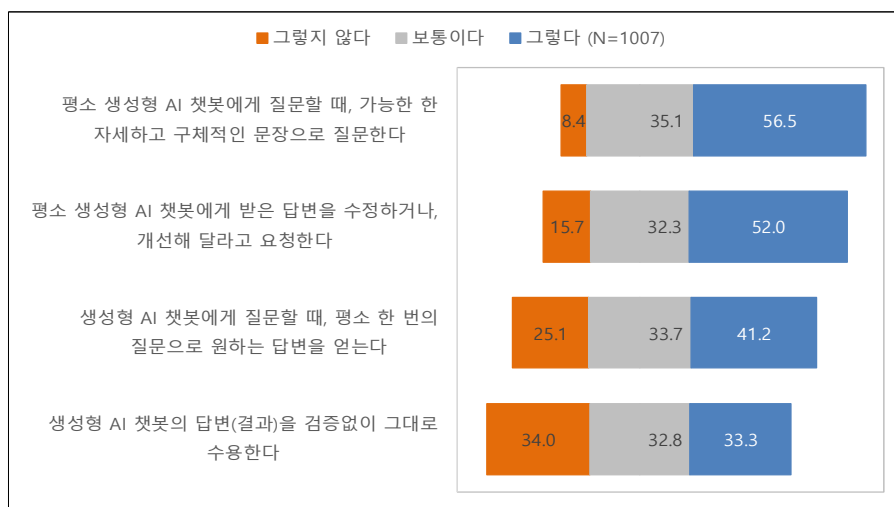
[그림 4-9] 생성형 AI 챗봇 이용 목적



- 주된 이용 목적은 정보 검색(57.5%), 학습 및 교육(27.3%), 복잡한 의사결정 지원(26.9%) 순(1, 2위 합산 기준)
- 이용자들은 AI를 단순 대화 상대가 아닌 지식 보조 및 의사결정 지원 도구로 인식

5) 생성형 AI 챗봇 이용 현황

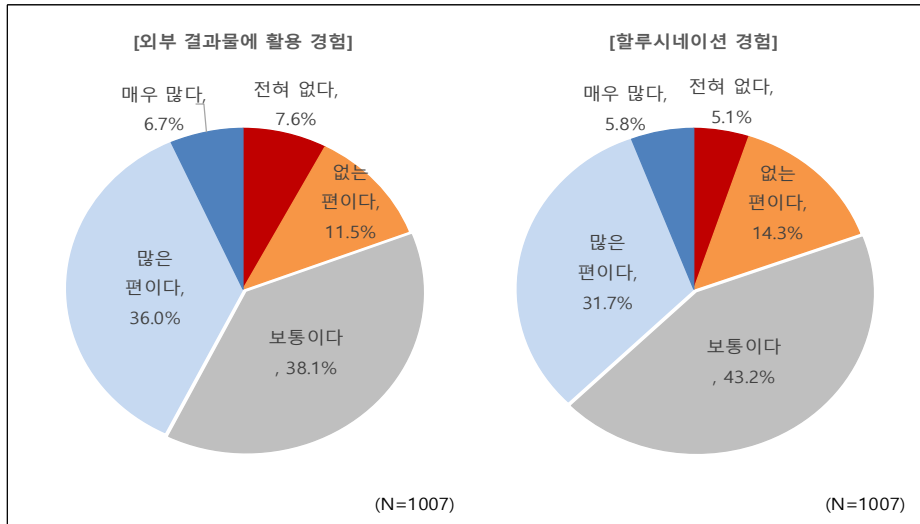
[그림 4-10] 생성형 AI 챗봇 이용 현황



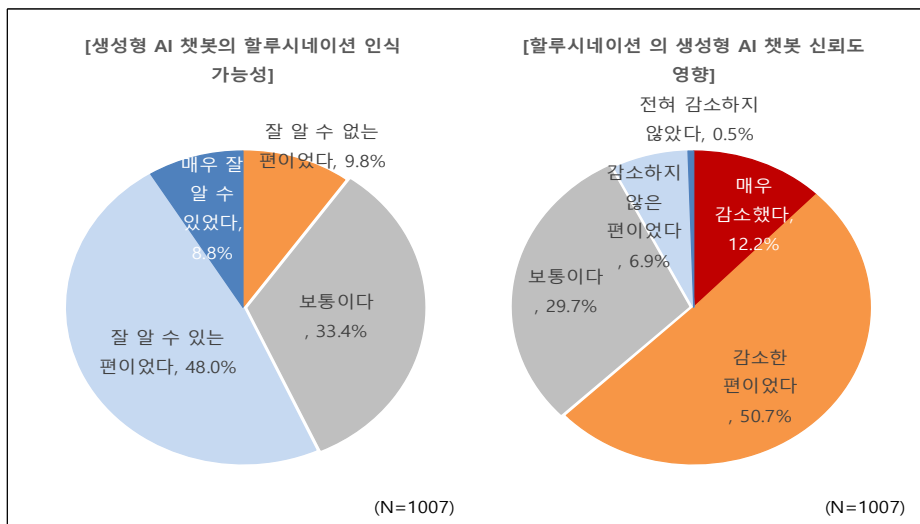
- 평소 생성형 AI 챗봇에게 질문할 때, 가능한 한 자세하고 구체적인 문장으로 질문하는 비율이 높고, 그 다음으로 평소 생성형 AI 챗봇에게 받은 답변을 수정하거나, 개선해달라고 요청하는 비율이 높음

6) 생성형 AI 챗봇 정보의 외부 결과물 활용 및 할루시네이션 경험

[그림 4-11] 생성형 AI 챗봇 정보의 외부 결과물 활용 및 할루시네이션 경험



[그림 4-12] 생성형 AI 챗봇의 할루시네이션 인식 가능성 및 신뢰도 영향

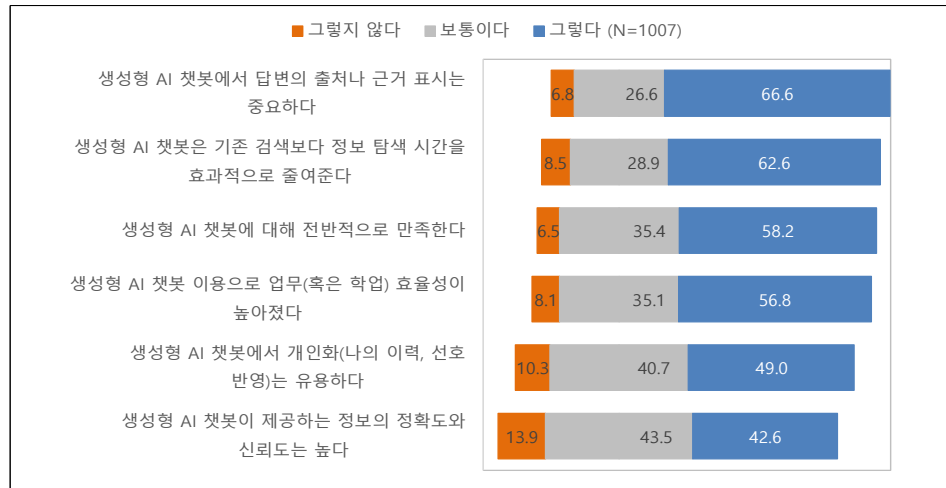


- 이용자의 42.7%가 AI 생성 정보를 업무 보고서나 과제 등 외부 결과물에 활용하고 있으나, 동시에 37.4%는 많은 할루시네이션(허위 정보 생성)을 경험하고 있음

- 할루시네이션 경험자의 62.9%가 서비스 신뢰도 감소를 겪고 있어, AI 기술의 신뢰성 제고가 서비스 확산의 전제 조건임을 알 수 있음

7) 생성형 AI 챗봇의 인식과 만족도

[그림 4-13] 생성형 AI 챗봇의 인식과 만족도

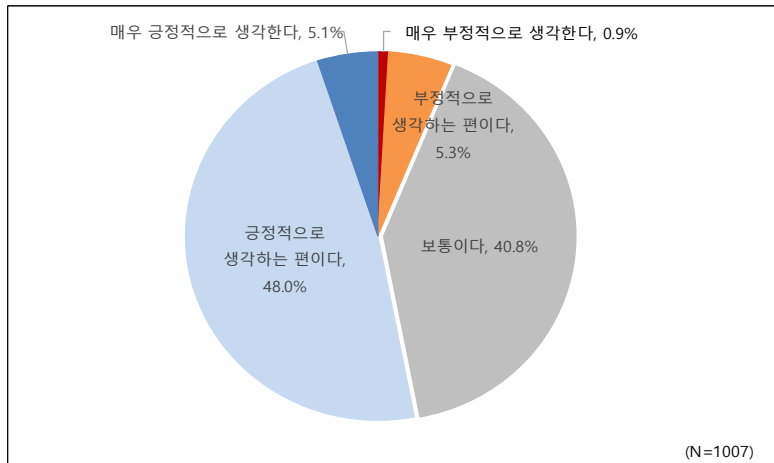


- 생성형 AI 챗봇에서 답변의 출처나 근거 표시는 중요하다라는 응답이 가장 높고, 생성형 AI 챗봇은 기존 검색보다 정보 탐색 시간을 효과적으로 줄여준다가 그 다음 높음
- 반면, 생성형 AI 챗봇이 제공하는 정보의 정확도와 신뢰도가 높다는 응답이 가장 낮게 나타남

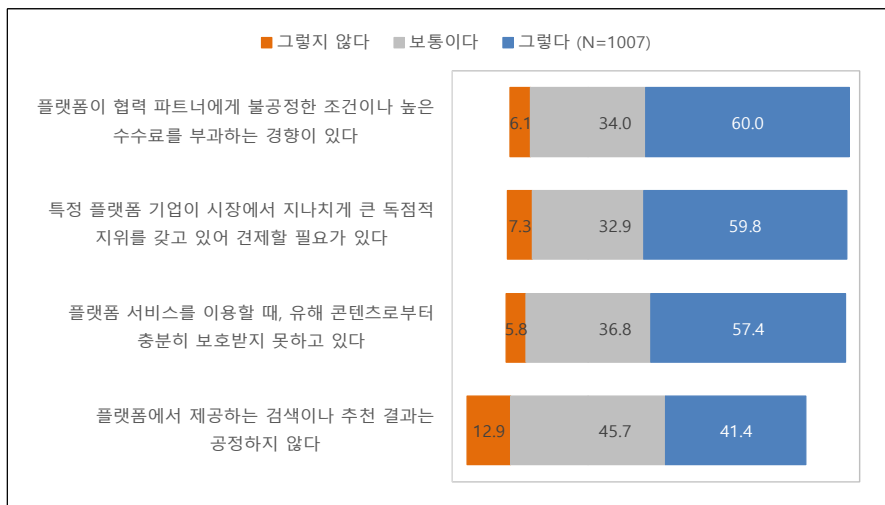
라. 플랫폼 기업 인식 및 자율규제와 정책 이슈

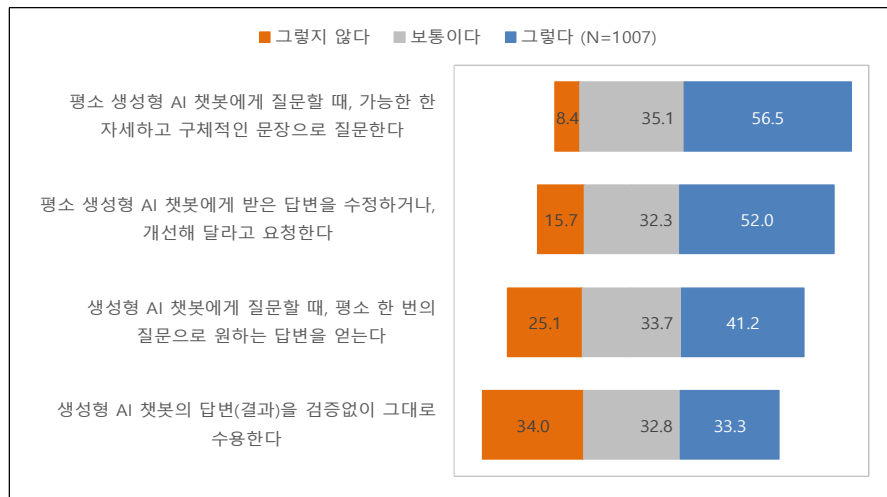
1) 플랫폼 기업에 대한 인식

[그림 4-14] 플랫폼 기업에 대한 기본 인식



[그림 4-15] 플랫폼 기업에 대한 항목별 인식

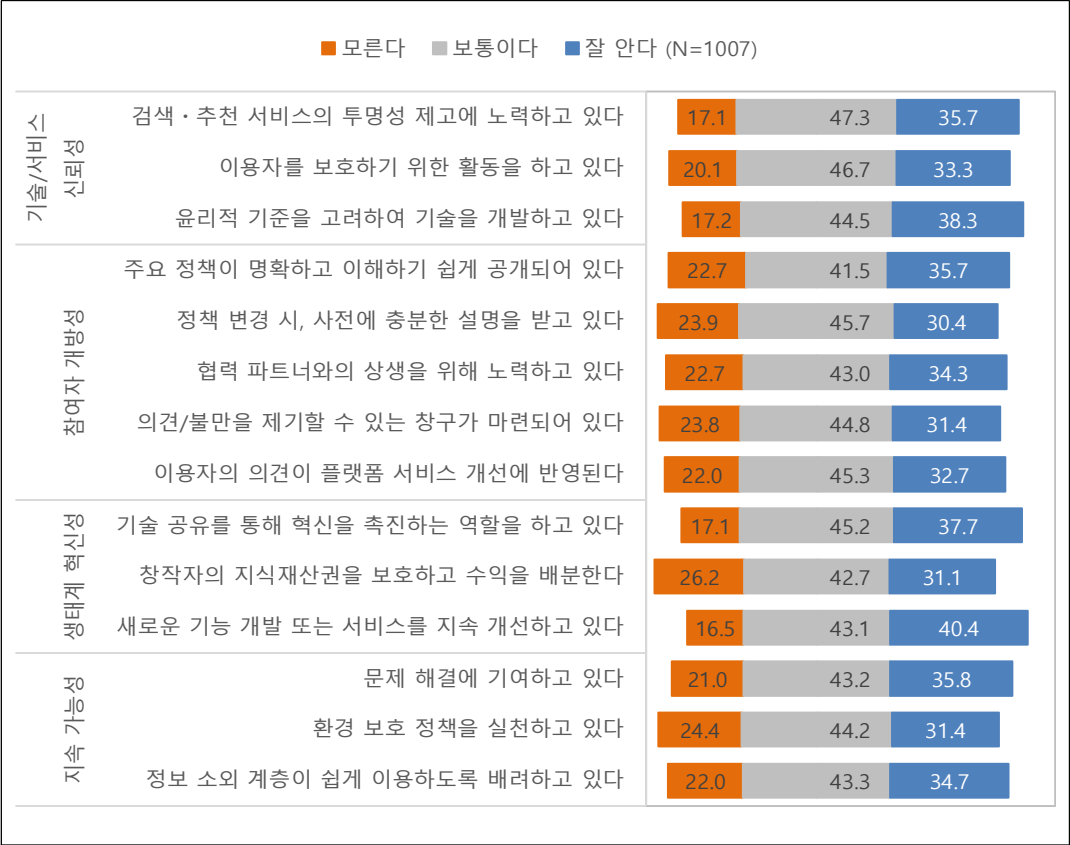




- 기업에 대한 기본 인식은 긍정적(53.0%)이나, 불공정 수수료 부과(60.0%), 독점적 지위에 대한 견제 필요성(59.8%), 유해 콘텐츠 보호 부족(57.4%)에 대해서는 부정적 인식이 강하게 나타남
- 이용자들은 플랫폼이 제공하는 편의성은 인정하되, 시장 지배력 남용이나 사회적 책임 방기에 대해서는 규제가 필요하다는 태도를 보임

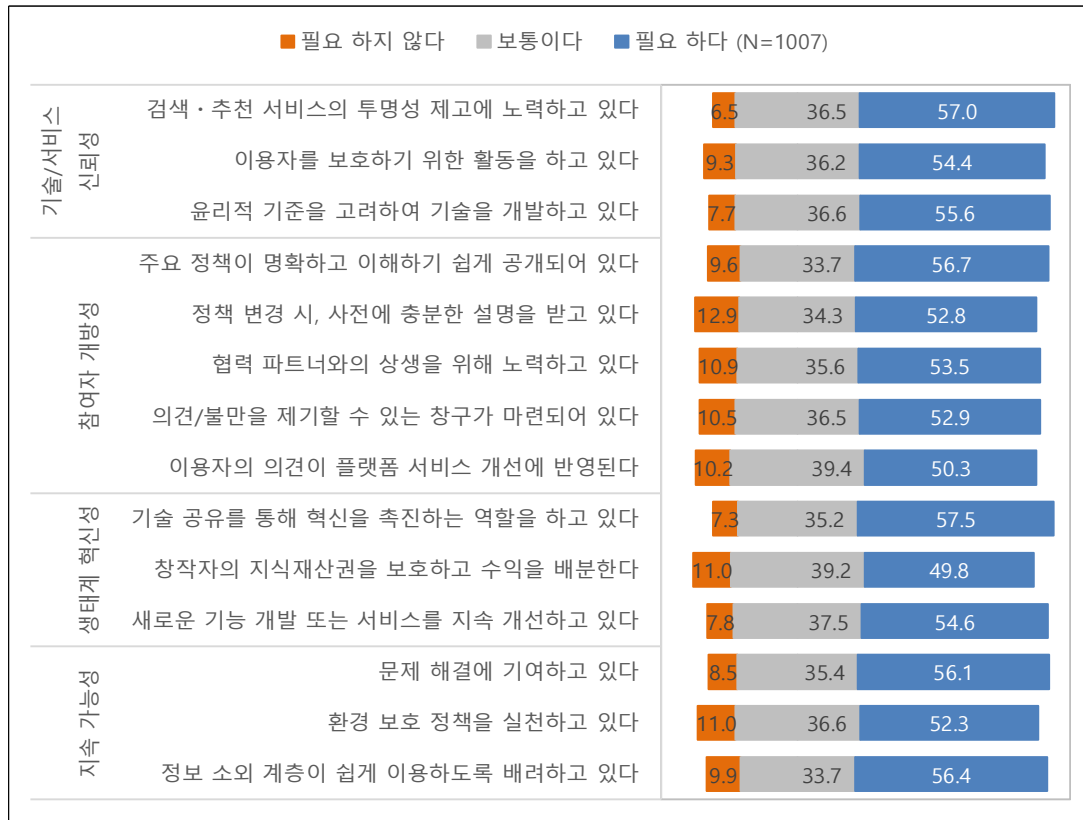
2) 플랫폼 기업 활동 필요성 및 향후 플랫폼 관련 정책 이슈 중요도

[그림 4-16] 플랫폼 기업 활동 인지 수준

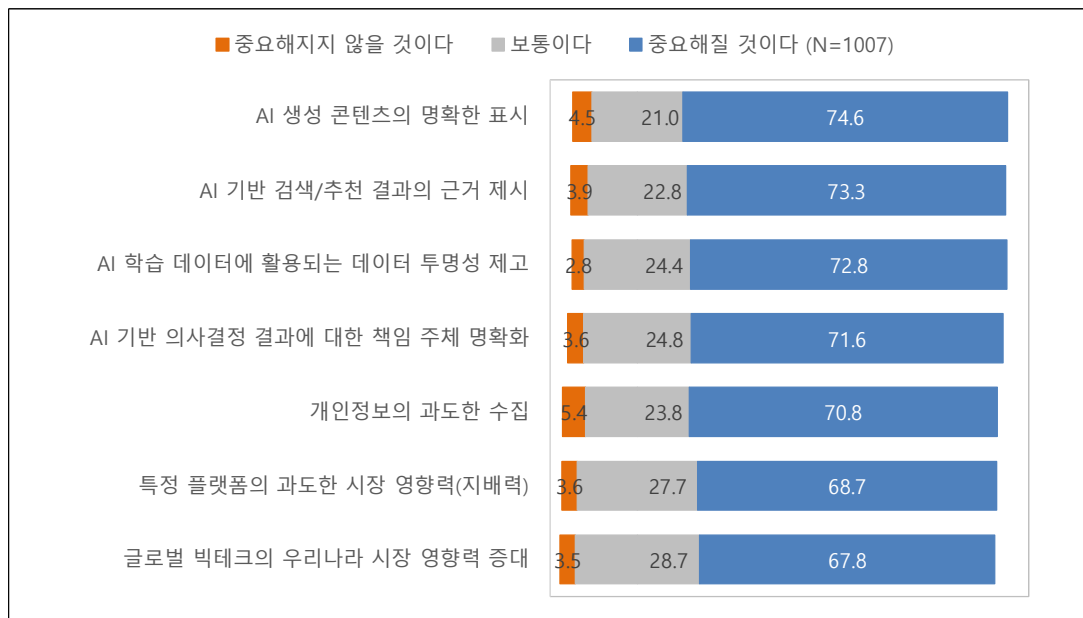


- 가장 필요한 활동으로 ‘기술 공유를 통한 혁신 촉진(57.5%)’과 ‘검색 추천 서비스의 투명성 제고(57.0%)’가 꼽힘
- 정책 이슈 중에는 ‘AI 생성 콘텐츠의 명확한 표시(74.6%)’와 ‘AI 기반 검색/추천 결과의 근거 제시(73.3%)’가 향후 매우 중요해질 것으로 평가

[그림 4-17] 플랫폼 기업 활동 필요성



[그림 4-18] 향후 플랫폼 관련 정책 이슈 중요도



4. 시사점¹⁾

- 이용자조사 결과를 종합하면 다음과 같은 행태변화가 관측됨
 - 생성형 AI는 검색·추천 서비스의 “보조 기능”을 넘어 핵심 인터페이스로 전환 중임
 - 이용자는 효율성을 수용하되, 신뢰 문제에는 민감하여, 할루시네이션 경험은 신뢰도 하락으로 직결됨
 - 거래·결제 단계에서는 여전히 기존 플랫폼을 신뢰하는 것으로 나타나, 이러한 영역에서는 아직 AI의 역할이 제한적
 - 이용자는 검색·추천 투명성, 개인정보 보호, AI 책임성 강화에 대한 플랫폼 자율규제의 필요성에는 공감하고 있으며, 자율규제의 체감도 향상과 실효성 확보를 위해 이용자에게 인식 가능한 방식의 공개·소통 강화가 필요함
- 본 절의 내용을 종합하여 도출한 자율규제에의 시사점은 다음과 같음

가. 현행 검색·추천 투명성 자율규제 원칙의 한계

- 현재 자율규제 원칙은 검색 결과의 노출 순위를 결정하는 알고리즘의 주요 변수를 공개하는 데 초점이 맞춰져 있음
- 그러나, 생성형 AI와 AI에이전트의 부상은 이러한 순위 중심 규제의 실효성에 의문을 제기
 - 선행연구에서도 살펴봤듯이 생성형 AI 기반 검색 및 추천은 수많은 링크의 순위를 매겨 보여준다기 보다는 하나의 종합된 답변을 제시하므로 ‘순위’ 보다는 ‘왜 이러한 답변을 제시했는가’에 대한 투명성 제고 필요
 - 단순 정보 검색 및 추천을 넘어 예약, 구매, 결제를 대행하는 AI에이전트는 이용자의 선택 과정을 생략해 버리므로 추천의 투명성을 넘어 대행의 투명성 및 공정성에 대한 논의 필요

1) 이용자 조사결과 및 박유리 교수 자문결과 내용을 바탕으로 작성

나. 자율규제 대상의 확장: 노출순위에서 생성논리

- 기존의 검색 배열 알고리즘 투명성 제고를 넘어 생성형 AI가 답변을 구성하는 과정에서의 투명성 기준을 새롭게 정립할 필요
- 답변 생성근거의 투명성 확보
 - AI가 제공하는 답변이 어떤 데이터에 근거했는지 알 수 없는 블랙박스 문제는 기존의 검색 순위 투명성 보다 더 큰 신뢰 위기를 초래할 수 있음
 - 그러므로 AI의 답변의 각 문장들이 어떤 출처를 참조했는지 명확히 연결하여 표시하도록 권고하는 등의 자율규제를 고려해 볼 수 있음
 - 또한 AI모델이 학습한 데이터의 시점과 참조하는 데이터베이스의 범위 등도 설명할 수 있도록 권고
- 환각 및 편향 대응
 - 기술적으로 가능한 범위내에서 답변의 신뢰도 수준이나 사실 검증 필요여부를 표시하는 기능의 도입 검토
 - 혐오표현 필터링 뿐 아니라 의학/법률 등 전문 분야에서 AI가 단정적인 답변을 회피하도록 하는 안전장치 설계 가이드라인 마련 등 논의

다. 이용자 보호 이슈

- 정보 정확성을 넘어 AI가 이용자의 심리를 파악하고 이에 아첨하거나 조종함으로써 나타날 수 있는 역기능 방지 필요
- (다양성 노출 원칙) 정치, 사회, 건강 등 민감한 이슈에 대해서는 이용자의 성향과 반대되거나 중립적 관점의 정보도 함께 제시하도록 권고
- (이용자의 알고리즘 통제권 실질화) 이용자가 자신의 데이터가 학습이나 추천에 활용되는 범위를 설정할 수 있도록 하는 기능을 찾기 쉬운 곳에 제공하고, 이용자가 잘못된 정보나 편향된 추천에 대해 신고하거나 피드백을 줄 수 있는 창구 마련 및 사업자가 이를 서비스에 어떻게 반영하여 개선했는지를 주기적으로 투명하게 공개하도록 권고

제 2 절 플랫폼 전문가 조사

1. 조사 배경

가. AI의 위상 변화 및 플랫폼화 경로

- 오픈AI, 엔트로픽 등 AI 네이티브 기업들의 대거 출현과 영향력 증대가 전 기술 사회적 변곡점을 형성하고 성장과정에 따라 플랫폼화되는 모습을 보임
- 구글, MS 등 기존 빅테크 기업들 역시 자체적인 기술개발과 기존 서비스와의 결합을 통해 전반적인 플랫폼 생태계의 변화를 촉진하는 중
- 이에 따라, 플랫폼 기업은 AI는 단순 서비스 제공자를 넘어 전 산업의 시스템 운영자이자 필수 인프라로서의 영역으로 역할을 확대해나가며 그 영향력과 중요성이 증대하는 중
- 본 연구에서는, AI 모델이 플랫폼화되거나(Bottom-up), 기존 플랫폼이 AI를 통해 강화되는(Top-down) 두 가지 경로로 산업이 재편되는 것으로 간주

[그림 4-19] AI 제공자의 플랫폼화와 기존 플랫폼 AI 강화 경로



- AI 제공자의 플랫폼화는 파운데이션 모델의 개발을 기반으로 API 생태계를 형성하고, 나아가 GPT스토어, 플러그인 마켓플레이스 등의 슈퍼앱 생태계를 형성하며 진화하는 과정으로 분석 가능
- 기존 플랫폼의 AI 개발 및 도입을 통한 강화는 기존 플랫폼 생태계가 가지고 있는 방대한 이용자층과 데이터, 서로 연결되어 있는 기존 생태계를 기반으로 AI를 통해 연결성을 강화하고 사용자층을 락인하면서 생태계를 확장해나가는 과정으로 볼 수 있음
- 이런 상황에서, 전반적으로 플랫폼이 가진 지배력은 클라우드(인프라)-모델-앱으로 이어지는 수직적 계열화와 전 산업 침투를 통한 수평적 확장이 동시에 발생함에 따라 증대
- 지배력 강화 요인으로는, 데이터/조직 그래프 락인, 앱 마켓플레이스 확장성, 클라우드-모델 일체화, 거버넌스 표준화 등을 통한 독점력 강화를 들 수 있음

〈표 4-1〉 AI 발전에 따른 플랫폼 중요성 증가

기술 스택 영역	역할 및 병목 현상	플랫폼 기업의 중요성 증가 이유
Layer 1: AI 칩 및 컴퓨팅	칩 설계 및 컴퓨팅 용량의 집중	[권력의 기반] 고급 AI 모델을 훈련하는 데 필요한 전 세계 클라우드 컴퓨팅 용량의 3분의 2가 Amazon, Microsoft, Google 세 기업에 집중 NVIDIA는 최고급 AI 칩 시장의 80~95%를 지배하며, 기술 접근을 통제
Layer 2: AI 모델	모델 개발의 자본 및 인재 집중	[기술 표준의 장악] 막대한 자본과 소수의 AI 전문가만이 첨단 모델 훈련을 주도할 수 가능 가장 큰 기술 기업들만이 AI 모델 훈련과 배포를 지배 이들이 사실상 AI 시스템의 기술 표준을 설정
Layer 3: 배포 및 서비스	AlaaS(AI-as-a-Serv ice)를 통한 종속성 심화	[생태계 흡수] 대형 기술 기업은 클라우드 플랫폼을 통해 AI-as-a-service (AlaaS)를 판매하며, 다른 개발자들을 자사의 클라우드 시스템에 종속시키고, 최종 사용자에게 가치를 전달하는 주요 경로장악

나. 국내 플랫폼 현황 및 위기 요인

- 네이버, 카카오, 쿠팡 등 주요 분야에서 강세를 보이는 로컬플랫폼을 보유하고 있으나, 국내 플랫폼은 기본적으로 해외 기술스택에 높은 의존도를 보이고 있으며, AI 기술의 발전과 확산에 따라 의존도는 더욱 높아질 수밖에 없는 상황
 - Layer 1 (인프라/클라우드): AWS, Azure 등 글로벌 기업 주도 하에 국내 기업(네이버, KT 등)이 공공·보안 영역에서 경쟁 중이나 GPU 등 핵심 기술 의존도 높음
 - Layer 2 (모델): 글로벌 빅테크(OpenAI, Google)와 국내 기업(네이버 Hyper CLOVA X 등)이 경쟁 중이나, 자본·데이터 규모의 열세 존재
 - Layer 3 (애플리케이션): 검색, 커머스 등 이용자 접점은 국내 플랫폼이 장악하고 있으나, 글로벌 AI 모델에 대한 의존도가 높아질 것으로 보이며, 이에 따른 데이터 유출 및 기술 종속 우려가 존재
- 네이버, 카카오 등의 국내 대형 플랫폼이 자체 모델과 클라우드 등 인프라를 보유하고는 있으나, GPU 생태계 의존과 모델 역량의 글로벌 모델 대비 열위, 플랫폼 서비스 기업들의 글로벌 모델 API 의존의 확대 등으로 인해 국내에서의 입지가 점차 위축될 우려
 - 기술 종속성이 높아짐에 따라 글로벌 모델 API 의존 시 가격 결정권 약화 및 서비스 지속 가능성에 위협이 있을 수 있으며,
 - 버티컬 서비스의 특화 데이터가 글로벌 범용 LLM의 학습 데이터로 흡수될 가능성 존재
- 특히, 우리 플랫폼 생태계는 버티컬 서비스를 제공하는 소형 플랫폼들 중심으로 구성되어 있으며, 현재까지는 규제 역시 서비스단에서 진행되고 있어, 향후 글로벌 빅테크 AI 플랫폼들의 영향력이 증대될수록 높은 의존도로 인한 위험성과 국내 규제로 인한 혁신제약 등의 문제가 플랫폼 성장에 더욱 큰 영향을 끼치게 될 수 있음
 - 네이버, 카카오 등 AI 개발 역량이 있는 대형 플랫폼이라 할지라도, 해외 빅테크에 대한 인프라 및 모델 의존도는 더욱 커질 수밖에 없는 상황이며,
 - 소형 플랫폼들의 AI 모델이나 서비스 채택 시, 접근성과 활용도 면에서 모두 우위를 가지고 있는 해외 파운데이션 모델과 빅테크 인프라에 대한 의존도가

높은 상황에서, 국내 대형 플랫폼이 제공하는 모델과 인프라의 활용도는 더욱 낮아질 우려

〈표 4-2〉 AI 발전에 따른 우리 플랫폼의 취약점

Layer	역할/기술 스택	주요 행위자 (한국 시장)	한국 플랫폼의 역할	취약점
Layer 1: 인프라/ 클라우드	고성능 GPU, 데이터 레이크, 글로벌 클라우드	[글로벌 주도]AWS, Azure, GCP [국내 경쟁]네이버 클라우드, KT Cloud	주요 AI 인프라 소비 및 제공: 국내 기업들은 글로벌 클라우드를 이용하거나, 국내 클라우드가 특정 보안/공공 분야에서 경쟁	기술 종속성: GPU 공급망 및 핵심 클라우드 기술에 대한 글로벌 의존도가 매우 높음
Layer 2: 모델	기본 모델(LLM), 핵심 API	[글로벌 주도] OpenAI(GPT), Google(Gemini) [국내 경쟁]네이버 (HyperCLOVA X), 카카오(KoGPT), 통신사	기술 주권 및 로컬라이제이션: 글로벌 모델 대비 한국어 데이터의 특화와 보안/주권을 내세워 경쟁	규모의 열세: 글로벌 모델 대비 학습 데이터 및 컴퓨팅 규모의 비대칭성이 존재
Layer 3: 애플리케이션	검색, 커머스, 금융, 슈퍼앱 서비스	[국내 주도]네이버, 카카오, 통신사, 국내 버티컬 서비스 플랫폼	최종 사용자 접점 장악: 국내 사용자의 일상생활 및 상거래 데이터를 장악하며 Lock-in을 형성	국내 규제 집중: 전통적으로 불공정 거래, 자사 우대 등 규제가 집중되어 있는 영역

- 이런 상황에서, 국내 규제의 대상과 프레임에 대한 재구성이 없다면 전반적인 플랫폼 생태계와 AI 수준은 더욱 저하될 수밖에 없음
- 특히, 향후 에이전트의 상용화에 따라 플랫폼의 오케스트레이션 역할이 축소되면, 우리 플랫폼에 대한 규제적용으로 인한 혁신제약 효과는 더욱 높아질 우려

다. 규제 패러다임의 전환

- 아직까지 기술변화에 따른 플랫폼 규제 패러다임의 전환 관련 선행연구가 많지는 않으나, 다음과 같은 선행연구들에서 AI화에 따른 규제 시사점을 도출
- 책임 소재의 분산 (Widder & Nafus, 2023): AI 시스템 개발이 단일 주체가

아닌, 오픈소스·API·클라우드 등 ‘AI 공급망(Supply Chain)’ 형태로 파편화되면서 나타나는 변화와 문제들

- 플랫폼의 모듈성(Modularity)으로 인한 역설이 발생, 소프트웨어 공학에서 ‘모듈성’은 효율적이지만, 윤리적 관점에서는 ‘책임의 단절’을 초래할 수 있음
- 개발자는 자신의 작업을 대규모 시스템의 구성 요소로 인식하며, 최종 산출물에서 야기되는 윤리적 문제에 대해 개별 개발 단계의 기술적 충실성을 이유로 전체 시스템 수준의 책임을 회피하는 경향을 보임
- 이로 인한 책임의 탈동조화(Dislocated Accountability)가 발생하며, 공급망 내에서 알고리즘의 편향성이나 오류에 대한 책임 소재가 불분명해짐
- 맥락의 소거: 상류(Upstream) 개발자는 하류(Downstream)의 구체적 사용 맥락을 모르기 때문에, 윤리적 판단을 유보하거나 최종 사용자에게 전가
- 이런 변화들로 인해, 단순히 최종 서비스 제공자만 규제해서는 한계가 있으며, 공급망 내 모듈 제공자들의 책임 범위를 재정립해야 함
- 기술 표준 독점 (Bradshaw, 2024): 엔비디아(NVIDIA)의 AI 칩 시장 독점은 단순 하드웨어 성능뿐만 아니라, 소프트웨어 플랫폼인 ‘CUDA’ 생태계에 기인하여, 소프트웨어 락인이 강력하여 다른 칩(AMD, Intel 등)으로의 이전이 기술적/비용적으로 매우 어려움
- 시장 경쟁 활성화를 위해서는 하드웨어 규제보다 ‘소프트웨어 호환성(Interoperability)’ 확보와 오픈 소스 지원 정책이 필수적
- 나아가, 독점적 인프라와 API 제공자에 대한 규제가 공정경쟁 차원에서 상당히 중요해질 수 있음을 시사
- 윤리적 개입(Widder & Wong, 2023): 기존 AI 정책과 윤리 논의는 주로 모델이 배포된 후의 ‘결과(편향성, 오남용)’에 집중하는 경향(Downstream focus)이 있어, 상류로의 관점 전환이 필요
- AI의 문제(편향, 유해성)는 배포 단계가 아니라, 데이터 수집, 모델 학습, 컴퓨팅 자원 할당 등 ‘상류’ 단계에서 이미 결정됨
- 일단 모델이 학습되고 나면, 하류 단계(미세 조정, 프롬프트 엔지니어링)에서 근본적인 문제를 수정하기는 매우 어려움
- 이에, 학습 데이터셋의 구축 과정과 저작권, 편향성 검증이 선행, 소수 빅테크

기업의 컴퓨팅 자원 독점이 AI 개발의 방향성을 좌우하므로, 이에 대한 거버넌스가 필요하며, 효과적인 규제를 위해서는 사용 단계의 규제보다, 설계 및 데이터 준비 단계에서의 개입(Auditing, Documentation 요구 등)이 훨씬 효과적일 수 있음

〈표 4-3〉 AI 발전과 규제 시사점 관련 선행연구

쟁점 영역	기술적 특징 (SW 구조)	참고문헌	규제적 시사점
1. 책임 소재의 분산	현대 AI 시스템의 책임 소재가, 윤리적 문제와 개선방향 분석 모듈성(Modularity) 심화: AI 시스템이 여러 독립된 소프트웨어 구성 요소(모듈)로 엮여 작동, “책임의 탈동조화” 발생	Widder & Nafus (2023): Dislocated accountabilities in the ‘AI supply chain’: Modularity and developers’ notions of responsibility	SW 설계 단계에서부터 책임 주체(Accountability)를 명확히하고, 최종 플랫폼이 분산된 책임을 통합하는 거버넌스 시스템 구축 필요
2. 기술 표준 독점	SW기반 락인 해소 전략 제시 SW 기반 Lock-in: 칩 제조사(NVIDIA)가 하드웨어 운영을 위한 독점적인 소프트웨어 생태계(CUDA)를 제공	Bradshaw (2024): Nvidia’s rivals take aim at its software dominance	경쟁 활성화를 위해 상호 운용 가능한 오픈 소스 SW(예: Triton)개발 및 사용을 지원하고, 독점적 API에 대한 공정 경쟁 규제 적용.
3. 윤리적 개입	AI 시스템의 윤리와 정책개입을 공급망 차원에서 분석 상류(Upstream) 결정: AI의 편향성이나 윤리적 해악이 모델 설계 및 데이터 준비 SW 단계에서 결정됨	Widder & Wong (2023): Thinking upstream: Ethics and policy opportunities in AI supply chains	규제와 자율규제의 초점을 결과에서 SW 설계 및 데이터 준비 과정으로 옮겨, 윤리적 해악을 사전 차단할 수 있는 표준 마련. 공급망의 ‘상류’에서 정책개입이 이뤄질 때, 데이터 권리·거버넌스·자원 접근성 등 사회적 쟁점까지 포괄적으로 대응 가능

- 또한, 에이전트의 발전으로 인한 ‘수동적 중개’에 대한 알고리즘 투명성 요구에서 ‘능동적 실행(Agent)’에 대한 행위 책임으로의 규제 초점 이동, 피지컬 AI 등의 발전으로 인한 경제적 불이익(불공정거래) 등을 넘어선 물리적 안전 사고 및 차별 등의 문제도 규제의 범위에 고려해볼 수 있음
- 상술했듯이, 내부의 공정 환경 조성 뿐 아니라 우리 중소 버티컬 플랫폼 서비스 기업의 AI화에 따른 각종 문제들도 향후 우리가 중요하게 생각해야 할 부분
 - 글로벌 범용 LLM(GPT, Gemini) 활용과 자체 특화 데이터 Fine-tuning 및 솔루션 개발 과정에서 글로벌 모델 의존성 심화와 클라우드 락인 강화 우려

- 특허 데이터가 범용 LLM에 학습 데이터셋으로 흡수되거나 기술적으로 유출될 우려
- 모델 개발사가 자사 LLM을 기반으로 특정 버티컬 시장에 슈퍼앱 형태로 진출할 경우 AI 행위에 대한 책임 소재의 모호성 강화, API 비용 상승 및 제공기업 정책 변화에 따른 생존 우려 등

라. 핵심 신규 규제 이슈

- 위와 같은 현황에 따라, 본 연구에서는 다음과 같은 문제의식을 바탕으로 규제 및 자율규제에서의 변화 및 새로운 이슈를 제기하고자 함
- 풀스택 자사 우대: 인프라-모델-서비스 수직 통합 사업자가 경쟁사의 모델 접근을 차별하거나 성능을 저해하는 행위 방지 필요
- AI 에이전트 책임: 에이전트의 오작동 및 불법 의사결정에 대한 플랫폼-개발사-이용자 간 책임 소재 명확화 필요
- 신뢰성 확보: AI 생성 콘텐츠의 라벨링 의무화 및 트래픽/여론 조작 방지를 위한 지표 검증 기준 마련

〈표 4-4〉 기술환경 변화에 따른 새로운 자율규제 이슈

기술환경 변화	발생가능한 문제	핵심 자율규제 이슈
글로벌 빅테크의 풀스택 수직통합 강화 및 시장지배력 확대	플랫폼 독과점 및 자사우대→풀스택 자사우대: 인프라, AI 모델(FM) 등 공급망 전반에서 경쟁사의 서비스 접근을 차별하거나 성능을 저해하는 행위 방지	공정 경쟁 보장 ① 자사 우대 방지: 인프라·AI 모델·플랫폼 수직통합 사업자의 경쟁사 모델/서비스에 대한 차별·성능저해 금지(플랫폼·경쟁사·이용자) ② 데이터 독점 해소: 후발주자의 학습·운영 데이터 접근 공정성 확보(스타트업·연구자·SME)
파운데이션 모델(FM) 생태계로 플랫폼 락인(Lock-in) 심화	AI 모델 공급자에게 종속된 플랫폼 사업자의 모델 전환 용이성 및 데이터 이동권제한 우려, 파운데이션모델 API 공급을 통한 후발 사업자들 락인	락인 방지·상호운용성 ① FM 전환 용이성: 대체 모델로의 기술·비용 장벽 최소화 표준·가이드(플랫폼 사업자) ② 공정 계약 관행: 데이터 사용·수수료 등 불리한 조건 강요 방지 위한 자율 협의체(플랫폼·FM 공급자) ③ API 접근 공정성: 모델 공급자의 자사 플랫폼 유리 조건·후발 경쟁 플랫폼·기타 이해관계자 차별 방지(플랫폼·개발사)
AI 에이전트의 새로운 게이트키퍼 역할 부상 및 중개 플랫폼 지위 약화	알고리즘 투명성→AI 에이전트 행위 책임 및 거버넌스:능동적 실행자(Agent)의 오작동, 의사결정 오류에 대한 책임 소재를 명확화	에이전트 거버넌스·책임 ① 행위 투명성 의무: 에이전트의 플랫폼/서비스 선택·실행 기준과 과정 공개(이용자·입점사) ② 책임 배분 명확화: 오류·오작동·불법 의사결정 시 플랫폼-에이전트사-이용자 간 책임 기준(피해자·사업자)

기술환경 변화	발생가능한 문제	핵심 자율규제 이슈
AI 에이전트·피지컬 AI로 디지털-물리 연결 확대	물리적 안전 및 자율 행동 윤리: 피지컬 AI를 통한 자율 업무 수행 시 발생 가능한 물리적 안전 사고 등	안전성·윤리① 물리 안전 자율기준: 안전 테스트· 비상정지(Kill Switch)·니어미스 보고(이용자·제3 자 보호) ② 자율행동 윤리 원칙: 자율성·호혜성·공 정성 기준 수립·준수(공공·지역사회)
에이전트 선택을 받기 위한 플랫폼 간 경쟁 심화	AI 에이전트의 선택 공정성 확보, 외부/신규 사업자의 발견 가능성 급감 → 네트워크 효과 강화	선택 과정 투명·공정① 에이전트 선택 기준 공개: 데 이터·가격·성능 제공 조건과 에이전트의 선택 로직 최소 공개(플랫폼·에이전트·입점사)② 경쟁 제한 방지: 특정 에이전트 제휴로 타 플랫폼 상호작용을 방해하는 행위 금지(경쟁 플랫폼·이용자)
AI 생성 콘텐츠 증가	허위 콘텐츠, 리뷰 조작	신뢰성·표시 의무① AI 생성물 표시: 이용자가 AI 생성/에이전트 상호작용 여부를 명확히 인지 (Labeling)(일반 이용자) ② 신뢰 회복: 랭킹·여론· 트래픽 지표의 검증 기준 마련·외부 공표(광고주· 언론·공공)

2. 조사 내용

- 플랫폼 기술환경의 급변, 특히 생성형 AI의 도입이 가져올 규제 이슈의 변화를 선제적으로 파악하고, 현행 자율규제의 한계점을 극복하기 위한 정책적 시사점을 도출하기 위해 전문가 조사를 설계
 - 위에서 본 것처럼 AI의 발전에 따라 플랫폼의 영향력이 전방위적으로 확대될 것으로 예상되며, 플랫폼 서비스는 생성형 AI, AI 에이전트, 피지컬 AI 등의 수단을 통해 개발·제공될 것이며, 기존의 규제 체계에 새로운 이슈가 생성되는 중
 - 플랫폼 생태계는 급변하는 시장 환경 속에서 혁신을 저해하지 않으면서도 공정성과 사회적 책임을 확보해야 하는 과제에 직면
- 이에, 플랫폼 관련 산학연 전문가들을 대상으로 현재 플랫폼 자율규제에 대한 진단, 향후 플랫폼 산업의 재편과정에 대응하기 위한 자율규제 영역의 발굴, 민간/정부의 역할 등 향후 디지털 플랫폼의 공정과 혁신 방안 모색하기 위한 조사를 수행
- 본 조사의 설계는 다음과 같음
 - 플랫폼 관련 산학연 전문가를 대상으로 플랫폼의 부작용을 최소화하고 긍정적 파급력을 높이하고자 하는 자율규제 활동의 중요도 및 효과성 진단, 자율규제 수단의 적합성, 자율규제 이행을 위해 필요한 거버넌스 수단, 기술환경 변화에 따른 자율규제 이슈 및 자율규제 활성화를 위한 정책 수요 등을 조사

[그림 4-20] 전문가 조사의 내용과 대상

구분	세 부 내 용																
조사 대상	■ 산업계, 연구계와 학계의 전문가																
조사 지역	■ 전국																
표본 수	■ 총 51명																
표본추출 방법	■ 조사 대상 리스트 내 전수 조사																
자료수집 방법	■ 온라인 조사																
표본 구성	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>사례수</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>전체</td><td>51</td></tr> <tr> <td>학계</td><td>30</td></tr> <tr> <td>기업</td><td>12</td></tr> <tr> <td>협회</td><td>03</td></tr> <tr> <td>공공기관</td><td>03</td></tr> <tr> <td>법무법인</td><td>02</td></tr> <tr> <td>시민단체</td><td>01</td></tr> </tbody> </table>	구분	사례수	전체	51	학계	30	기업	12	협회	03	공공기관	03	법무법인	02	시민단체	01
구분	사례수																
전체	51																
학계	30																
기업	12																
협회	03																
공공기관	03																
법무법인	02																
시민단체	01																

3. 조사 결과

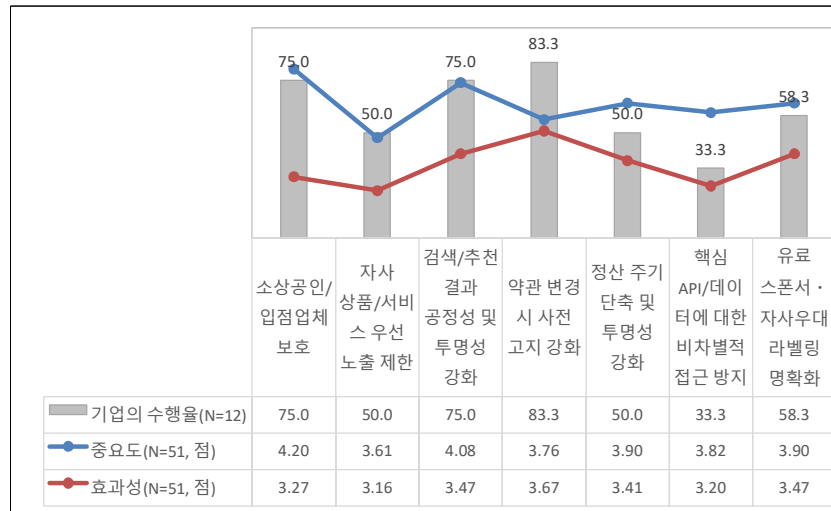
가. 현재 자율규제 활동에 대한 진단

- 자율규제 활동을 거래공정성, 혁신공유와 확산, 이용자 보호, 개인정보 보호, 콘텐츠 관리, 플랫폼 노동자 권익, 서비스 안정성, 사회적 가치 8개 분야로 분류하여 관련 활동의 중요도와 효과성, 기업 대상으로 수행 정도를 질문
 - 단, 기업의 수행률은 응답대상이 12개에 그치며 모두 다른 비즈니스 특성을 가지고 있어 개별 기업들이 진행 가능한 자율규제의 영역과 수위가 모두 상이할 수밖에 없으므로 참고용으로 봐야할 것

1) 거래공정성

- 기업의 수행률은 약관 변경 시 사전 고지 강화가 가장 높은 가운데, 중요도는 소상공인/입점업체 보호, 효과성은 약관 변경 시 사전 고지 강화가 가장 높음

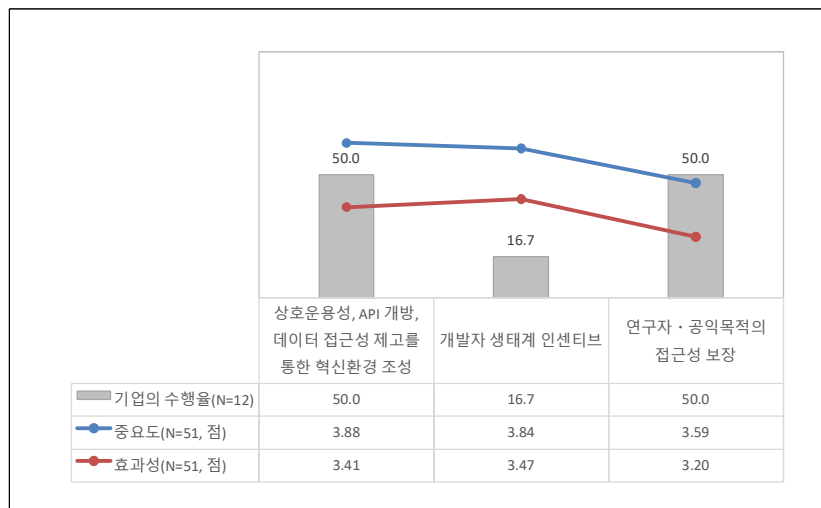
[그림 4-21] 거래공정성 관련 활동의 중요도와 효과성



2) 혁신공유와 확산

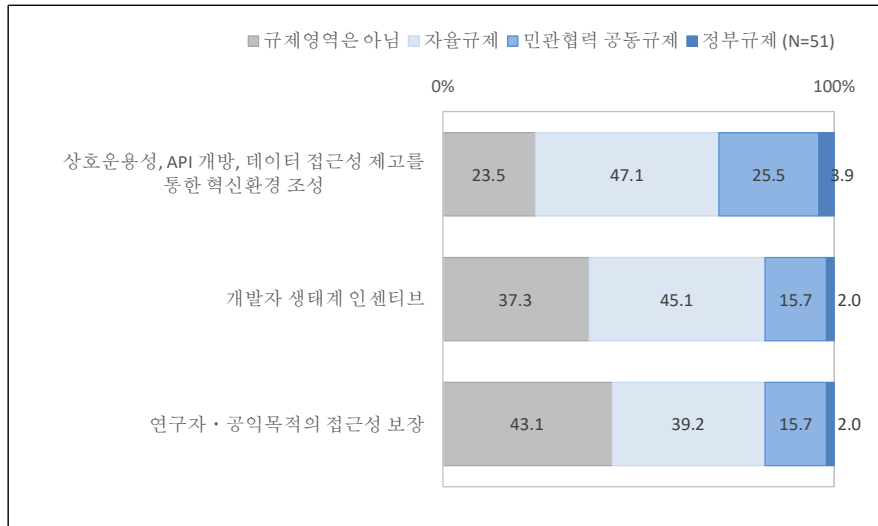
- 기업의 수행률은 상호운용성, API 개방, 데이터 접근성 제고를 통한 혁신환경 조성, 연구자·공익목적의 접근성 보장이 50%인 가운데, 중요도는 상호운용성, API 개방, 데이터 접근성 제고를 통한 혁신환경 조성, 효과성은 개발자 생태계 인센티브가 가장 높음

[그림 4-22] 혁신공유 관련 활동의 중요도와 효과성



- 전반적으로 이 분야의 활동이 규제영역은 아니라는 비율이 높은 가운데, 자율규제는 상호운용성, API 개방, 데이터 접근성 제고를 통한 혁신환경 조성과 개발자 생태계 인센티브에는 적절할 것으로 판단됨

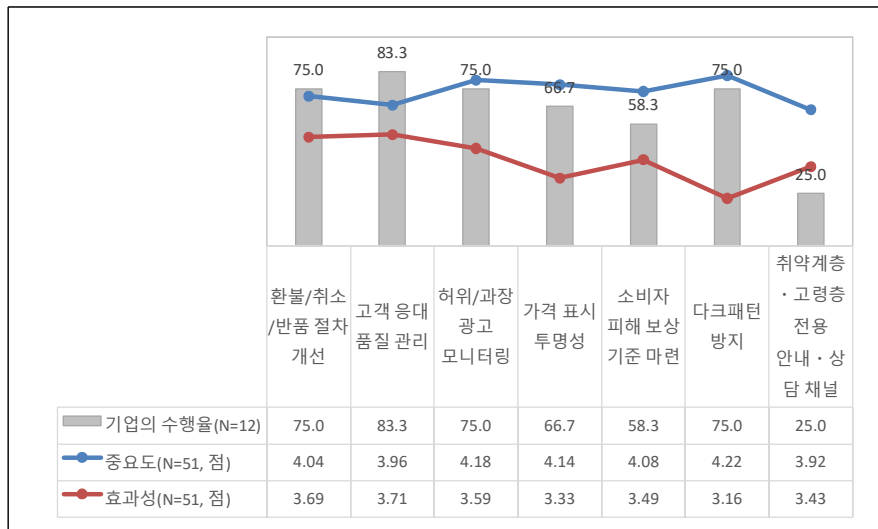
[그림 4-23] 혁신공유와 확산에 적합한 규제수단



3) 소비자 보호

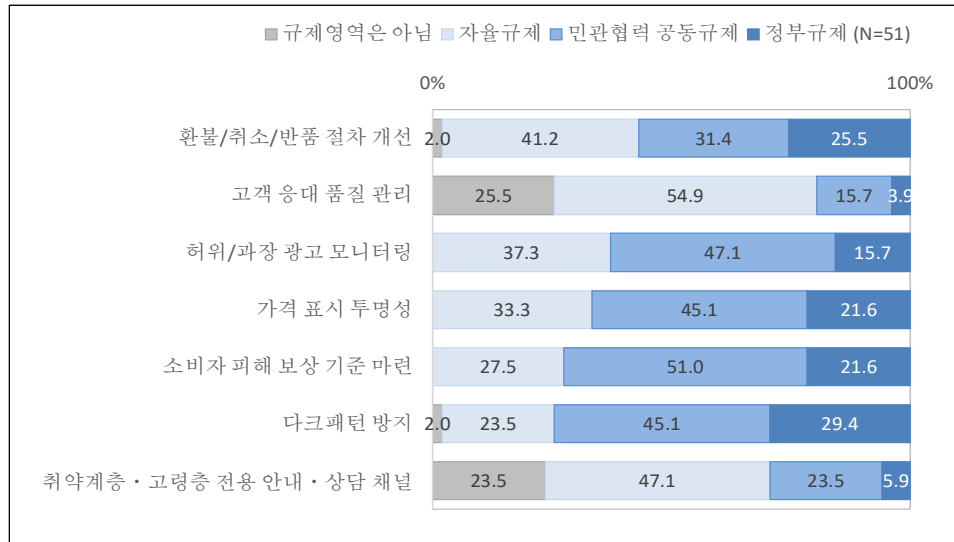
- 기업의 수행률은 고객 응대 품질 관리가 가장 높은 가운데, 중요도는 다크패턴 방지, 효과성은 고객 응대 품질 관리가 가장 높음

[그림 4-24] 소비자보호 관련 활동의 중요도와 효과성



- 소비자 보호를 위한 규제수단 중 고객 응대 품질관리와 취약계층, 고령층 전용 안내 상담 채널 등, 환불/취소/반품절차 개선 등은 자율규제가 적합한 것으로 나타남

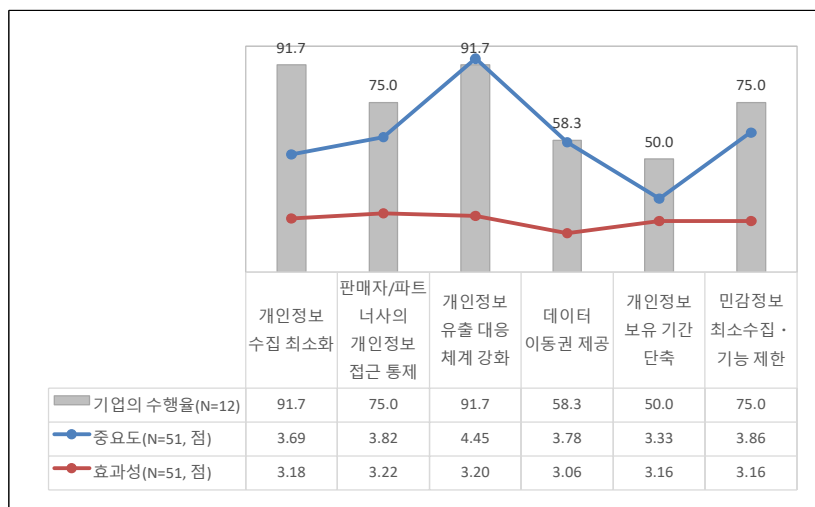
[그림 4-25] 소비자 보호에 적합한 규제수단



4) 개인정보 보호

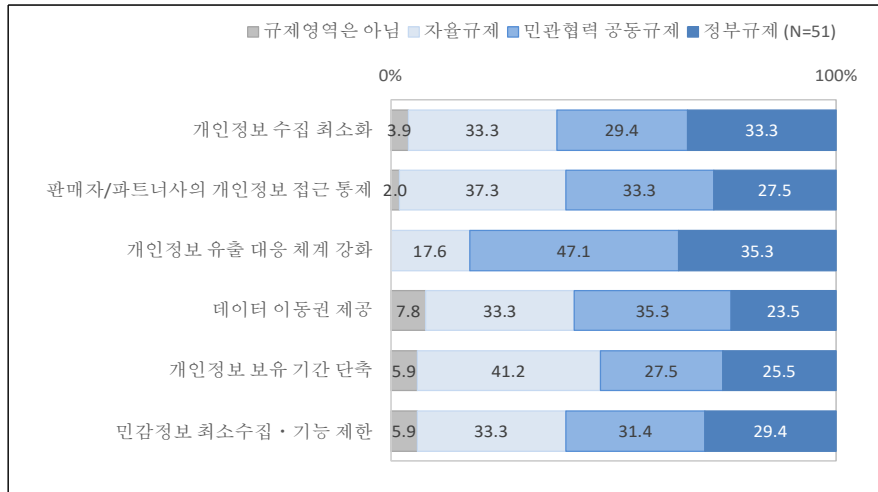
- 기업의 수행률은 개인정보 수집 최소화와 개인정보 유출 대응 체계 강화가 90% 이상으로 매우 높은 가운데, 중요도는 개인정보 유출 대응 체계 강화, 효과성은 판매자/파트너사의 개인정보 접근 통제가 가장 높음

[그림 4-26] 개인정보 보호 관련 활동의 중요도와 효과성



- 개인정보 보호는 사실상 대체로 법적규제가 강하게 이루어지는 영역이나, 판매자/파트너사의 개인정보 접근 통제와 개인정보 보유기간 단축, 민감정보 최소수집, 기능 제한이나 데이터 이동권 제공 등의 이슈는 자율규제가 적합한 것으로 나타남

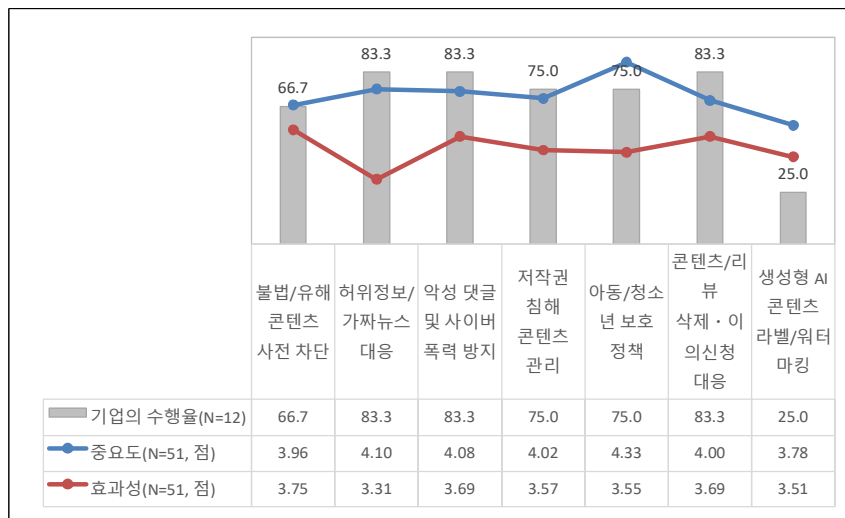
[그림 4-27] 개인정보 보호에 적합한 규제수단



5) 콘텐츠 관리

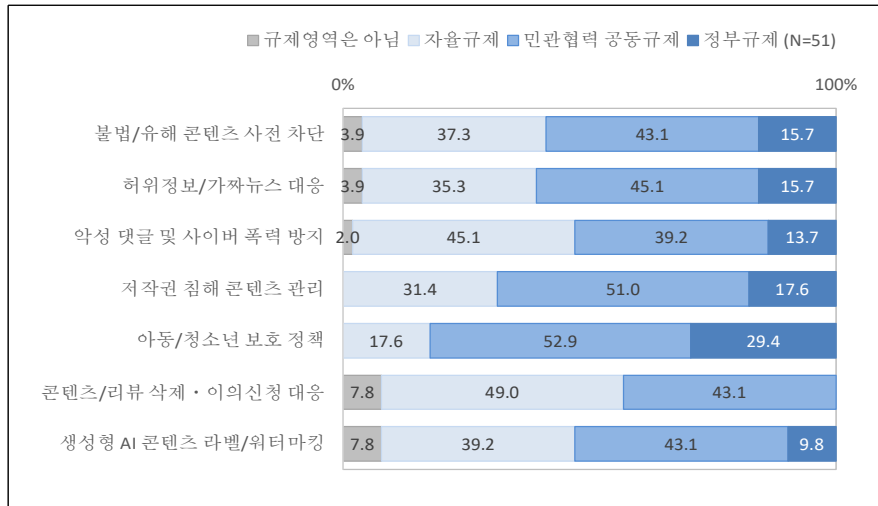
- 기업의 수행률은 허위정보/가짜뉴스 대응, 악성 댓글 및 사이버 폭력 방지와 콘텐츠/리뷰 삭제·이의신청 대응이 80% 이상으로 높은 가운데, 중요도는 허위정보/가짜뉴스 대응, 효과성은 불법/유해 콘텐츠 사전 차단이 가장 높음

[그림 4-28] 콘텐츠 관리 관련 활동의 중요도와 효과성



- 자율규제는 콘텐츠/리뷰 삭제·이의신청 대응과 악성 댓글 및 사이버 폭력 방지가 높고, 아동/청소년 보호 정책과 저작권 침해 콘텐츠 관리는 민관협력 공동규제가 높음

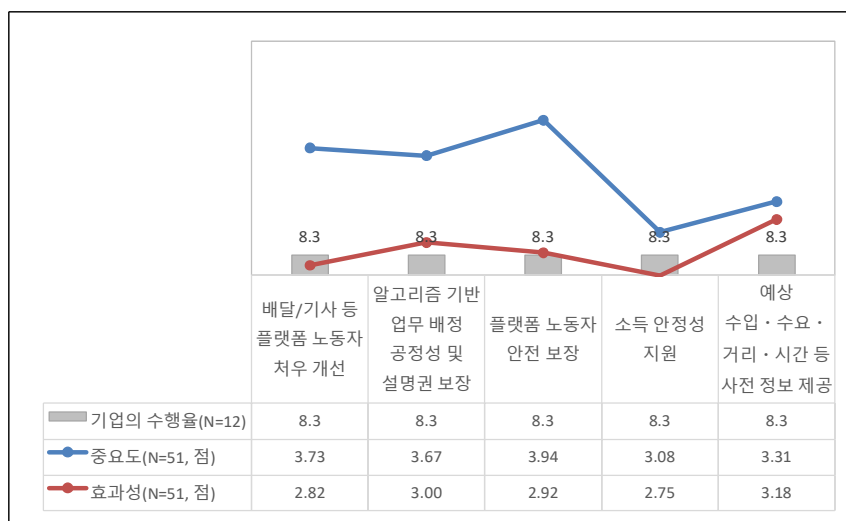
[그림 4-29] 콘텐츠 관리에 적합한 규제수단



6) 플랫폼 노동자 권익

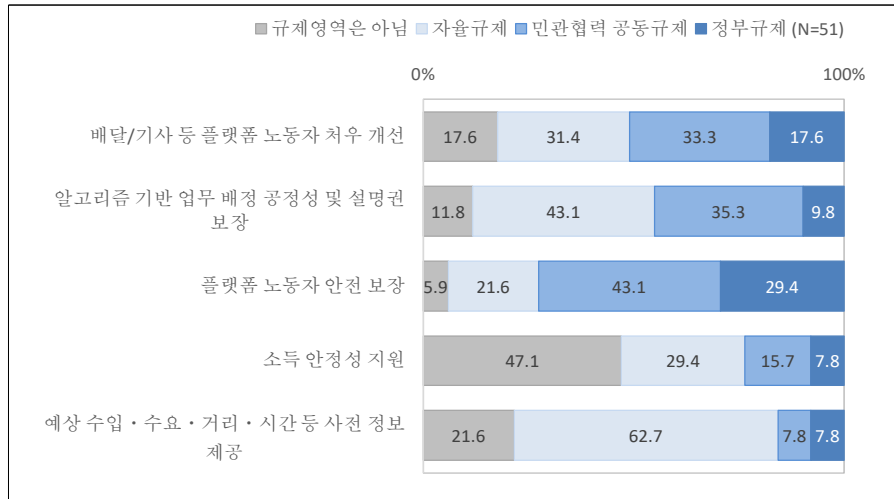
- 기업의 수행률은 전체 8% 수준으로 전반적으로 매우 낮은 가운데, 중요도는 플랫폼 노동자 안전 보장, 효과성은 예상 수입·수요·거리·시간 등 사전 정보 제공이 가장 높음

[그림 4-30] 노동자 권익 보호 관련 활동의 중요도와 효과성



- 플랫폼 노동자의 권익 보호는 대체로 기업의 사회공헌 활동 일환으로 진행되는 경우가 많은 것이 현황이며, 본 조사에서는 알고리즘 기반 업무 배정의 공정성과 설명성 강화, 예상수입·수요·거리·시간 등 사전정보 제공 등, 플랫폼 알고리즘 기반의 업무 배치 관련 내용은 자율규제가 적합한 것으로 나타남

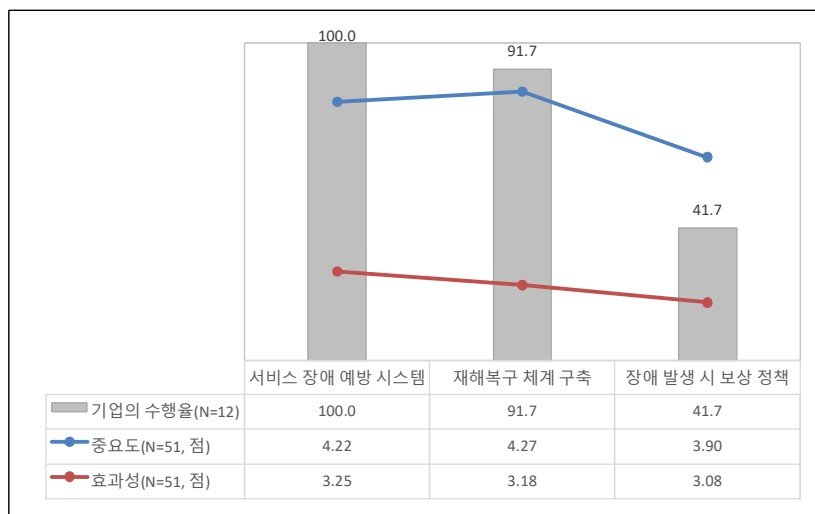
[그림 4-31] 플랫폼 노동자 권익 관련 적합한 규제수단



7) 서비스 안정성

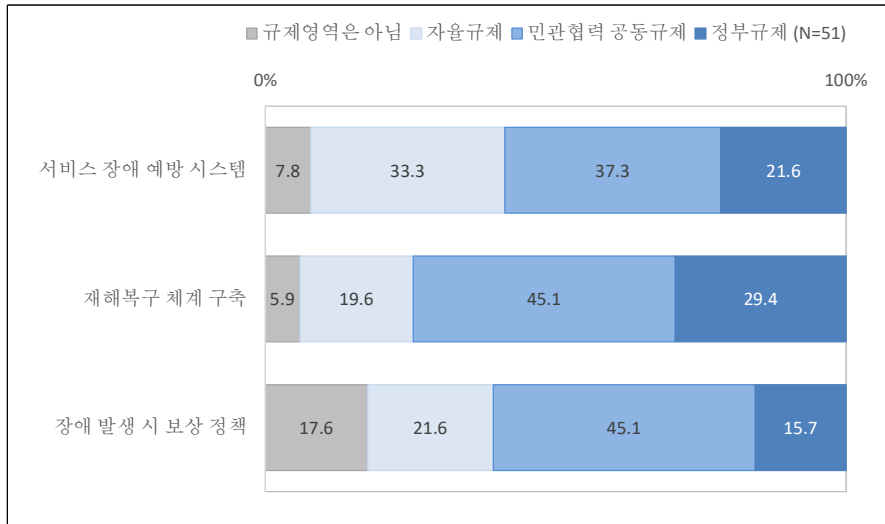
- 기업의 수행률은 서비스 장애 예방 시스템과 재해복구 체계 구축이 90% 이상으로 90% 이상 높은 가운데, 중요도는 재해복구 체계 구축, 효과성은 서비스 장애 예방 시스템이 가장 높음

[그림 4-32] 서비스 안정성 관련 활동의 중요도와 효과성



- 서비스 안정성 영역은 법적규제가 이미 심도깊게 진행되고 있는 분야이나, 서비스 장애 예방 시스템은 자율규제에 대한 적합성이 높은 것으로 나타났으며, 재해 복구 체계 구축과 장애 발생 시 보상 정책은 공동규제로 해소하는 것이 적합하다는 평가

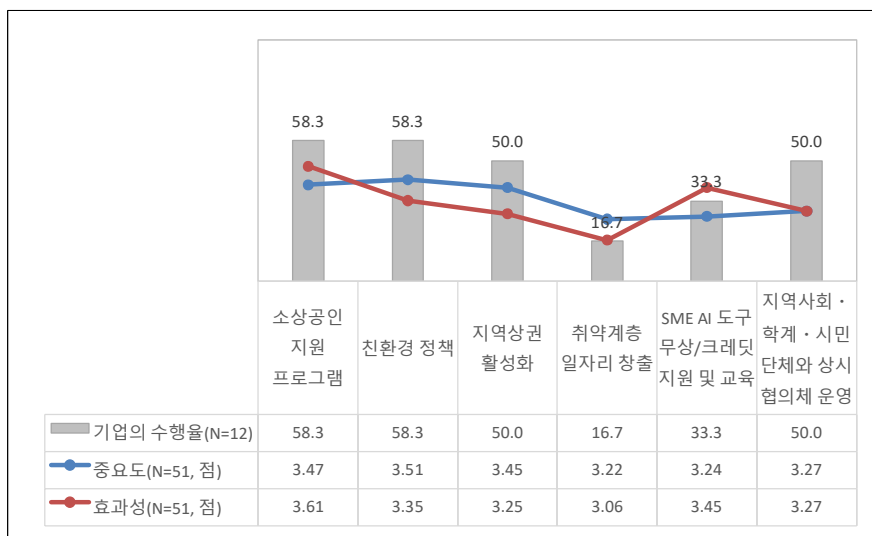
[그림 4-33] 서비스 안정성 관련 적합한 규제수단



8) 사회적 가치

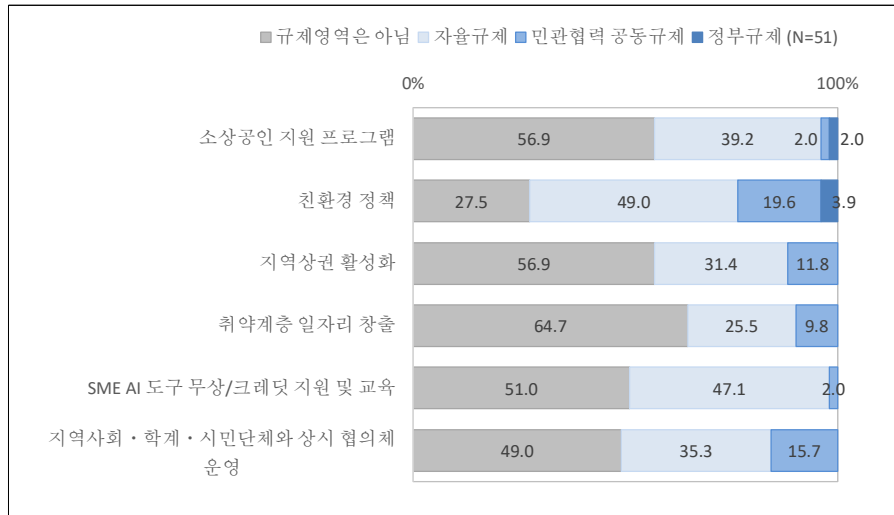
- 기업의 수행률은 소상공인 지원 프로그램과 친환경 정책이 높은 가운데, 중요도는 친환경 정책, 효과성은 소상공인 지원 프로그램이 가장 높음

[그림 4-34] 사회적 가치 관련 활동의 중요도와 효과성



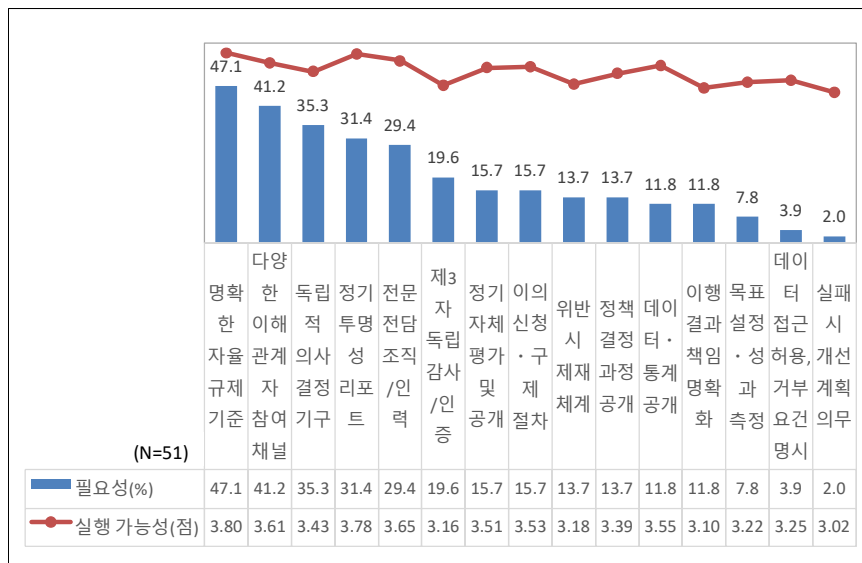
- 단, 이 분야는 자율규제 적합도 관련 의견을 묻는 조사에서 규제 영역이 아니라는 응답이 높게 나타났고, 그 중에서 친환경 정책과 중소기업 대상 AI 도구 무상/크레딧 지원은 자율규제 수단이 유효할 수 있는 것으로 보임

[그림 4-35] 사회적 가치 분야에 적합한 규제수단



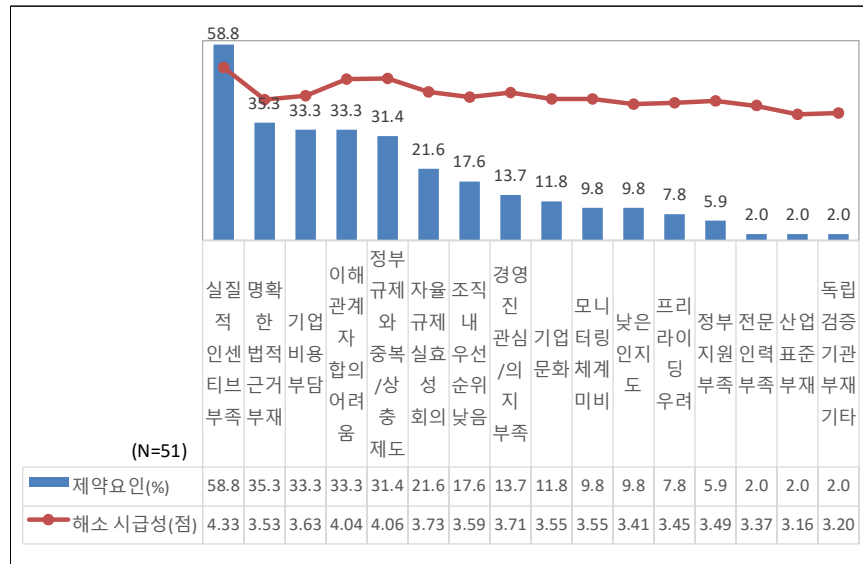
- 자율규제 이행 수단의 필요성과 실행가능성 관련, 명확한 자율규제 기준과 다양한 이해관계자 참여 채널에 대한 필요성이 높은 가운데, 실행 가능성은 명확한 자율규제 기준과 정기 투명성 리포트가 높음

[그림 4-36] 다양한 자율규제 이행 수단의 필요성과 실행가능성



- 자율규제 참여의 실질적인 인센티브 부족이 자율규제 실행의 가장 큰 제약요인 이면서, 동시에 해소가 가장 시급함
- 이는 앞선 회의들을 통해 다수 기업들이 제기한 문제로, 자율규제가 참여자에게 역차별로 작용하지 않을 수 있도록 하는 제도적 장치의 수립이 필요한 상황

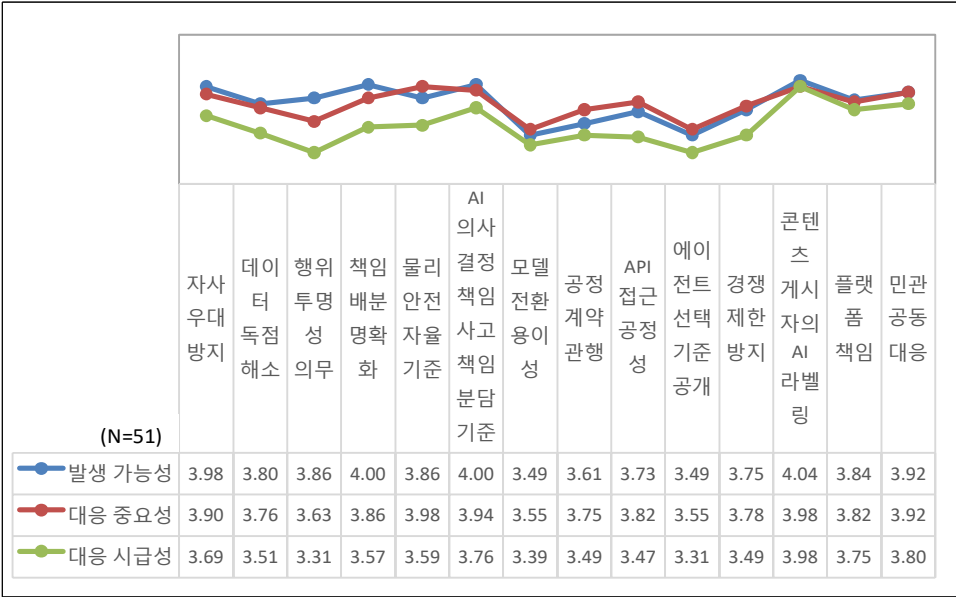
[그림 4-37] 자율규제 이행의 제약요인과 해소 시급성



나. 향후 자율규제 이슈와 적합한 규제수단

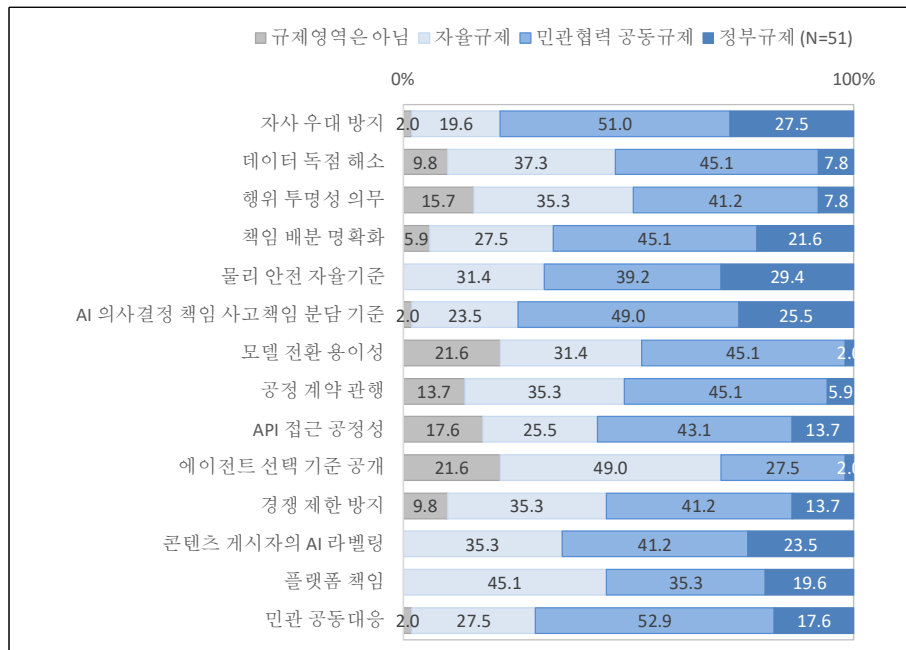
- 새롭게 등장, 혹은 강화될 수 있는 자율규제 이슈의 발생가능성, 대응중요성, 시급성 등에 대한 질문에서, 전문가들은 발생 가능성, 대응 중요성과 대응 시급성에 콘텐츠 게시자의 생성형 AI 라벨링에 가장 높은 점수 부여

[그림 4-38] 새로운 자율규제 이슈의 발생가능성



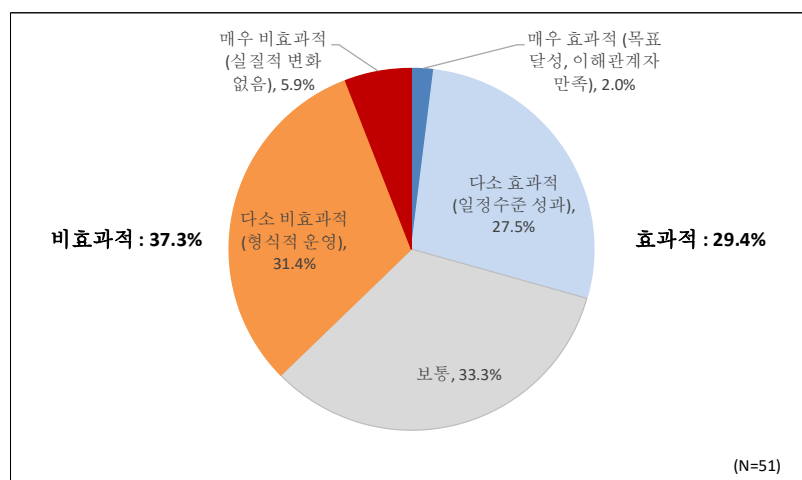
- 향후 규제 이슈에 대해 적합한 규제 유형에 대해, 에이전트 선택 기준 공개가 가장 자율규제에 적합하며, 생성형 콘텐츠에 대한 민관 공동대응과 자사 우대방지는 민관협력 형태가 가장 적합한 것으로 조사

[그림 4-39] 새로운 자율규제 이슈에 적합한 규제수단



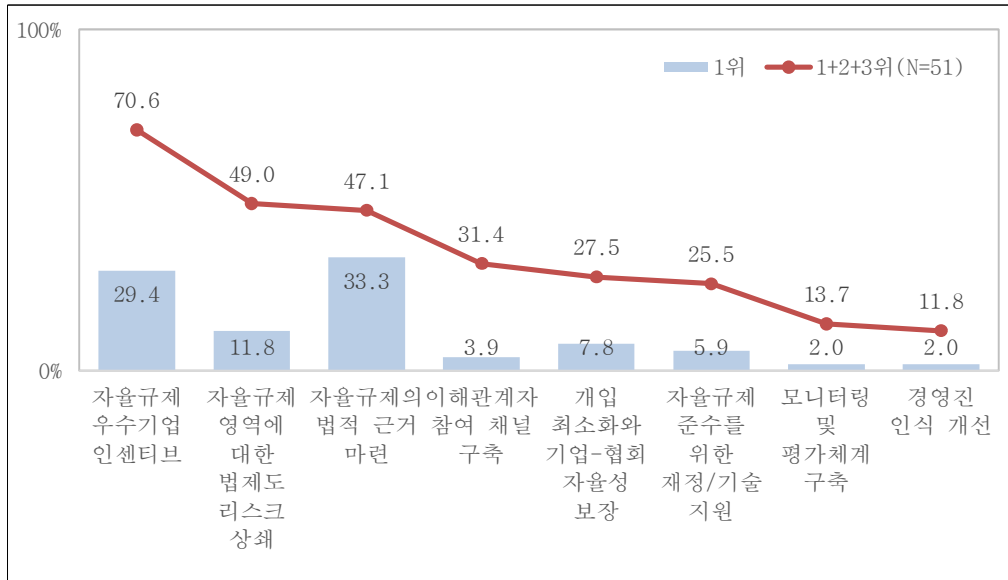
- 자율규제의 효과성 관련해서는, 효과적이다가 29.4%, 비효과적이다가 37.3%로, 효과적이지 않다는 인식이 7.8%p 높음, 자율규제 집행의 유효성을 더해줄 보완장치가 필요한 상황

[그림 4-40] 자율규제의 효과성



- 자율규제의 활성화를 위해서는 위의 응답에서 실질적 인센티브 부족이 가장 큰 제약요인으로 나타났듯이, 자율규제 우수기업에 대한 인센티브가 가장 높은 점수를 받았으며, 이 외에도 자율규제의 법적근거 마련을 통한 지속성과 안정성의 확보, 자율규제 영역에 대한 법제도 리스크의 상쇄 등도 중요하게 지목

[그림 4-41] 자율규제 활성화를 위해 필요한 요인



제 V 장

결론 및 시사점

- 올 한 해 데이터·AI, 혁신공유·거버넌스 양 분과는 이행점검과 원칙에 따른 기업의 실천고도화를 위한 노력을 기울여왔음
- 그러나, 전문가 조사에서도 나타났듯이, 법적 근거가 미비하고 참여기업의 인센티브가 부족한 상황에서의 플랫폼 자율규제는 기업의 선의에만 기댈 수밖에 없으며, 충분한 효과성을 담보하기에는 한계가 존재
 - 플랫폼 자율기구 참여기업이 각자 소속된 산업계의 규제를 이미 적용받고 있다는 점에서, 플랫폼 자율규제와의 상충성, 중복성 등의 어려움에 노출되어 있다는 점도 기업의 어려움 중 하나
- 그러나, 향후 AI 확산과 기술환경 변화에 따른 우리 플랫폼 생태계의 위협 속에서 변화하는 기술환경에 빠르게 대응하고, 법제도의 현실화를 위한 피드백 제공의 수단으로서 자율규제의 중요도는 높아질 수밖에 없는 상황
- 이런 상황에서, 자율규제는 우리 생태계 내부의 공정뿐 아니라 혁신을 위한 수단으로서 최대한 활용될 필요가 있으며, 변화하는 기술환경에서의 자율규제 패러다임 변화가 반드시 고려되어야 할 시기
- AI의 플랫폼화와 플랫폼의 AI화에 따른 플랫폼 중요성 증대에 따라, AI 시대의 규제는 전통적인 독과점 방지를 넘어 (자사 우대 방지), 생성형 AI의 파급 효과로 인한 사회적 신뢰 문제 (라벨링)와 자율적 AI 시스템의 투명성 문제 (에이전트 공개)라는 새로운 차원의 이슈에 집중해야 할 것
- 파운데이션 모델의 시장지배력 확산→활용기업과의 상호작용 강화→공정성 문제 심화, 중 서비스의 블랙박스화 심화→책임소재와 투명성 문제 심화, AI의 자율성과 복잡성 증가에 따른 내부 작동방식의 투명성 확보와 기준 공개 등에 자율규제는 효과적인 대응수단이 될 수 있음
- 국내의 상황을 살펴보면, 한국의 많은 플랫폼 서비스들은 결국 글로벌 모델 API를 사용하거나 글로벌 클라우드 위에서 운영되어, 핵심적인 규제대상이 더욱욱 불명확해지는 상황에 노출될 수 있음

- 규제의 핵심 대상(모델의 블랙박스)에 대한 기술적 통제권이 없으며,
- 규제 당국이 국내 플랫폼 서비스 기업에 대한 규제를 강화할수록, 국내 기업의 AI 경쟁력을 약화시키고 시장을 글로벌 LLM 기업에게 넘겨줄 위험이 가중될 우려
- 최종서비스를 제공하는 플랫폼기업과 AI 모델-서비스 책임 레이어 분리가 고려될 필요가 있음
- 정부 차원에서 AI 서비스의 파급력과 우리 생태계 혁신을 고려하여, 우리 플랫폼 기업들의 AI 활용 및 혁신적 서비스 창출을 위한 규제 프레임워크를 고려할 필요
 - 우리 규제의 초점은 기술적 종속성으로 인한 불이익 방지와 버티컬 플랫폼의 혁신 보장을 전제로 전환해야 할 것
 - API 접근, 가격경쟁, 서비스 품질의 공정성, 책임소재 등
- 이런 상황에서, 혁신과 유연한 환경 대응이 가능한 자율규제의 원활한 운영 환경 마련은 비용이 아니라 투자로 인식해야 할 필요
 - 단, AI 기본법 시행 및 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 개정에서 새로운 규제안들이 시행 예정인 상황에서, 기존의 자율규제와 제도화 영역 사이의 거버넌스 프레임워크를 어떻게 만들 수 있을지에 대한 고민이 시급
 - 기업들이 부처간 중첩된 제도적 규제와 자율규제 준수로 인해 다중의 부담을 지고 혁신을 저해하지 않을 수 있는 균형점을 조속히 찾아야 할 것
- 기업 스스로 높은 수준의 투명성과 안전성, 윤리 등 기준을 준수할 수 있도록 유도하여, 기술환경 변화에 유연한 규제 대응체계 구축·자율규제 참여와 이행이 스스로의 족쇄가 되지 않도록 우수 참여 기업에게 인센티브 부여
 - 법적 리스크 상쇄: 투명성 확보 및 이용자 피해 구제 시스템을 자율적으로 구축할 경우, 법적 책임 면제 혹은 경감
 - 혁신 리스크 상쇄: 새로운 서비스 출시에 대한 인허가 절차를 간소화, 부처간 규제 요소 감면 협의 등을 통해 혁신 우선 기회 부여
 - ‘법적·기술적 안전지대’ 접근으로 자율규제가 혁신 유도와 규제 실효성을 확보할 수 있도록 시스템화

- 상기했듯이 곧 시행될 제도적 규제가 이제 막 시작되고 있는 기업의 기술 혁신을 저해하지 않도록 자율규제와의 적절한 정합이 이루어지는 것 자체가 인센티브로 작용하여 자율규제의 저변 확대에 기여할 수 있을 것

참고문헌

[국내 문헌]

- 박유리(2025), “생성형 AI와 검색 추천 서비스 관련 선행연구 분석 및 시사점”, KISDI 자문보고서.
- 백대용(2021), “공정경쟁 실현을 위한 자율규제의 역할과 방향”, 《법학연구》, 31(1), 353-382.
- 선지원(2022), “자율규제의 유형별 사례와 플랫폼 자율규제를 위한 시사점”, 《경제규제와 법》, 15(2), 86-104.
- 이승민(2022), “온라인 플랫폼과 자율규제 논의의 기초”, 《경제규제와 법》, 15(2).
- 이승민(2025), “고성능 인공지능의 규율과 자율규제”, 플랫폼 자율규제 학술세미나 발표 자료.
- 최철호(2010), “행정법상의 자율규제의 입법형태에 관한 연구”, 《법학논총》, 23, 353-372.
- 한국인터넷기업협회(2025), 플랫폼 민간 자율기구 사업자별 관련 링크,
https://www.kinternet.org/00_plf/plf04.asp.
- 황성기(2022), “온라인 플랫폼 자율규제 방안에 관한 연구”, 《경제규제와 법》, 15(2), 105-122.

[해외 문헌]

- Black, J. (1996). Constitutionalising self-regulation. *Modern Law Review*, 59, 24.
- Bradshaw (2024. 5. 20.). Nvidia’s rivals take aim at its software dominance, *Financial Times*.
- Kaiser, C., Kaiser, J., Schallner, R., & Schneider, S. (2025). A new era of online search? A large-scale study of user behavior and personal preferences during practical search tasks with generative AI versus traditional search engines. In *Proceedings of the Extended Abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-7).
- Lopez-Lopez, E., Abels, C. M., Holford, D., Herzog, S. M., & Lewandowsky, S.

- (2025). Generative artificial intelligence-mediated confirmation bias in health information seeking. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1550(1), 23-36.
- Pham, V. K., Pham Thi, T. D., & Duong, N. T. (2024). A study on information search behavior using AI-powered engines: Evidence from chatbots on online shopping platforms. *SAGE Open*, 14(4), 21582440241300007.
- Widder, D., & Nafus, D. (2023). Dislocated accountabilities in the AI supply chain: Modularity and developers' notions of responsibility.
- Widder, D., & Wong, R. Y. (2023). Thinking upstream: Ethics and policy opportunities in AI supply chains.
- Zhou, T., & Li, S. (2025). Examining user switching intention between generative AI platforms: A push-pull-mooring perspective. *Information Development*, 41(3), 692-704.

● 저 자 소 개 ●

김 성 욱

- 중국사회과학원 경영학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

장 신 재

- Rice University 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

이 경 남

- 고려대학교 경영학 석사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

이 은 민

- 성신여자대학교 경제학 석사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

손 가 녕

- 성신여자대학교 경제학 석사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

박 유 리

- 서울대학교 기술정책과정 경제학 박사
- 정보통신정책연구원 선임연구위원
- 현 순천향대학교 글로벌문화산업학과 교수

이 영 중

- 고려대학교 기술경영학 박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

최 계 영

- Univ. of California, Davis 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원 선임연구위원

플랫폼 공정경쟁 및 활성화 기반 조성

발 행 일 2025년 12월

발 행 인 과학기술정보통신부 장관

발 행 처 과학기술정보통신부

주 소 세종 갈매로 477 정부세종청사 4동

홈페이지 www.msit.go.kr

인 쇄 인성문화

