

# 빅 데이터 시대, 개인정보보호법제에 대한 경쟁법적 관점

2016. 11. 11.

서강대학교 법학전문대학원

홍대식 교수

# 목차

1. 한국의 개인정보보호법제 개관
2. 개인정보보호법제에 대한 경쟁법적 관점

# 1. 한국의 개인정보보호법제 개관

## • 개인정보에 대한 기본적 접근방법

### • 인격권으로서의 개인정보

- 정보주체의 개인정보 자기결정권 보유 전제
- 개인식별가능성을 주요 징표로 하여 개인식별정보와 개인식별가능정보를 포함(개인정보보호법 제2조 제1호)
  - 개인식별정보: 개인을 알아볼 수 있는 정보
  - 개인식별가능정보: 다른 정보와 쉽게 결합하여 개인을 알아볼 수 있는 정보. 입수가능성과 결합가능성(잠재적 결합가능성 또는 합리적 결합가능성?)
- 개인정보 수집에 대한 엄격한 opt-in 방식의 사전동의 요구와 수집 목적의 범위 내에서의 이용(같은 법 제17조 제1항 제1호)
- 수집된 개인정보의 목적 외 이용 및 제3자 제공 시 엄격한 opt-in 방식의 별도의 사전동의 요구(같은 법 제18조 제2항 제1호)

### • 공공재로서의 개인정보

- 사회간접자본으로서의 개인정보
- 개인정보의 유통체계를 규범적 질서로 인식하고 정부의 후견적 역할을 강조

# 1. 한국의 개인정보보호법제 개관

## • 빅 데이터 시대에서의 법제의 한계

- 빅 데이터와 분석 기술의 발달에 따른 개인정보 범위의 확대에 대응하지 못함
  - 빅 데이터는 4개의 V, 즉 규모(volume), 속도(velocity), 다양성(variety) + 가치(value)의 특징을 갖고 있음
  - 분석 기술의 발달에 따라 수집 단계에서는 개인식별가능성이 없던 정보가 빅 데이터 처리 과정에서 개인식별가능성을 갖게 되는 경우가 발생하는데, 이러한 경우까지 사전 동의를 요구할 것인지의 문제
    - GDPR에서 정의한 개인정보의 자동화된 처리 형태로서의 프로파일링(profiling)과 관련된 정보 주체의 거부할 권리
  - 이러한 정보가 맞춤형 서비스, 타겟 마케팅이나 상품 또는 서비스 개선을 위한 가치 있는 원천이 되는 것이 현실이므로, 명확한 법적 제도와 기준이 필요

# 1. 한국의 개인정보보호법제 개관

- **현행 법제하에서의 제도 및 기준 개선 시도**

- 개인정보 비식별 조치 가이드라인

- 2016. 6. 30. 국무조정실, 행정자치부, 방송통신위원회, 금융위원회, 미래창조과학부, 보건복지부 등 관계부처 합동 제정
    - 별도의 사전동의를 불필요한 예외적인 목적 외 이용 또는 제3자 제공 사유인 '통계작성 및 학술연구 등의 목적을 위하여 필요한 경우로서 특정 개인을 알아볼 수 없는 형태로 개인정보를 제공하는 경우'(개인정보보호법 제18조 제2항 제4호)
    - 상업적 이용을 위한 빅 데이터 분석을 '통계작성 및 학술연구 등의 목적을 위하여 필요한 경우'로 널리 해석
    - '특정 개인을 알아볼 수 없는 형태'를 의미하는 비식별 조치의 개념과 기준 제시
    - 재식별화 위험에도 불구하고 비식별 조치를 통한 빅 데이터 분석에 대한 안전판을 설정하였다고 할 수 있으나, 맞춤형 서비스나 타겟 마케팅과 같이 개인을 추적·식별하기 위한 빅 데이터 분석은 개인정보를 생성할 수 있으므로 사전동의를 배제할 수 없어 여전히 한계가 있음

# 1. 한국의 개인정보보호법제 개관

## • 현행 법제하에서의 제도 및 기준 개선 시도

### • 공개된 정보의 수집 및 이용

- 대법원이 공개된 개인정보를 정보주체의 별도의 동의 없이 영리 목적으로 수집하여 제3자에게 제공한 행위가 개인정보자기결정권을 침해하거나 개인정보보호법을 위반하여 위법한지 여부의 판단 기준 제시(대법원 2016. 8. 17. 선고 2014다235080 판결)
- 법률정보서비스제공자가 어느 법과대학 교수의 사진, 성명, 성별, 출생연도, 직업, 직장, 학력, 경력 등의 개인정보를 법과대학 홈페이지, 교원명부 등을 통해서 수집한 후 이를 해당 교수의 명시적 동의 없이 유료로 제3자에게 제공한 사건
- 대법원은 공개된 개인정보의 이용이 정보주체의 동의가 있었다고 인정되는 범위 내인지의 여부의 판단기준으로 정보주체와 정보처리자, 정보수용자의 충돌되는 이익의 비교형량의 원칙을 최종적인 위법성 판단기준으로 설정함
  - 이는 개인정보보호법이 명문으로 규정하지 아니한 포괄적인 개인정보 처리사유를 제시한 경우에 해당함

## 2. 개인정보보호법제에 대한 경쟁법적 관점

### • 개인정보와 개인정보보호에 대한 경쟁법적 관점

- 상품·서비스의 주요 투입재로서의 개인정보
  - 경쟁자보다 경쟁상 데이터 우위를 확보하기 위한 경쟁('Data-driven Competition')
  - 다면 플랫폼 사업 모델에서는 빅 데이터, 머신 러닝과 데이터 주도 네트워크 효과의 상호작용이 경쟁상 장점으로 중요한 역할
  - 개인정보는 비경합적(non-rivalrous)일 수 있지만, 비배타적(non-excludable)인 것은 아니므로, 공공재와는 성격이 다름
    - 동일한 기능의 데이터라도 이를 누가 먼저 접근하고 처리하는가에 따라 경쟁상 의미가 달라짐
- 경쟁의 변수로서의 개인정보보호
  - 사업자 간의 경쟁은 가격경쟁과 비가격경쟁 양쪽으로 이루어짐
  - 비가격경쟁의 주된 요소는 품질(quality)이고, 데이터 주도(data-driven) 사업 모델에서는 개인정보보호가 기술혁신과 함께 품질의 내용을 구성함

## 2. 개인정보보호법제에 대한 경쟁법적 관점

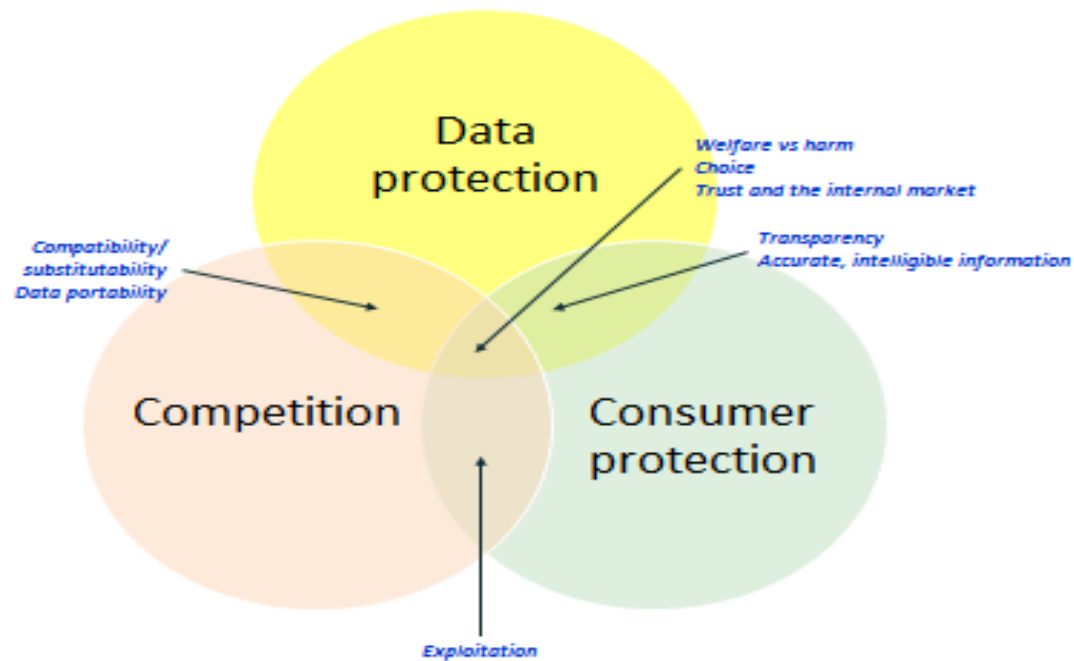
### • 개인정보보호법제에 대한 경쟁법적 관점

- 현재의 법제는 수집된 정보가 분석, 재창출되지 않고 단순히 집적되거나 처리되는 단면시장형 사업 모델을 전제로 하고 있으나, 데이터 주도의 양면시장형 사업 모델에는 잘 맞지 않고, 오히려 개인정보보호의 우수성을 내용으로 하는 품질경쟁의 출현을 저해하는 경쟁제한적 규제 또는 규제적인 진입장벽의 성격을 갖고 있음
- 경쟁제한적 규제 개선의 관점에서 opt-in 방식의 사전동의 규칙을 완화하여 빅 데이터 분석에 활용되는 개인정보로서 최소한 개인식별가능정보(개인식별정보에 대비되는 개념)에 대하여는 opt-out 방식의 사후거부 규칙을 도입할 필요
- 정부는 최소한의 기준만을 설정하고 사업자에게 그 기준을 넘어 보다 높은 품질의 개인정보 보호 수준을 제공하여 소비자의 선택을 받고자 노력하려는 유인을 제공할 필요가 있음
  - 개인정보보호와 상황이 비슷한 제품 안전에 대한 기준을 참조할 필요가 있음
- 소비자는 개인정보보호에 민감하며 이를 상품·서비스 선택의 기준으로 삼을 수 있다는 점에 유의
  - 카카오톡 메시지에 대한 수사기관의 휴대전화 감청 이슈로 소비자들이 텔레그램으로 이동한 사례
  - 개인정보보호법제의 개선은 품질로서의 개인정보보호에 대한 소비자의 선택지를 다양화하는 데에도 기여



## 2. 개인정보보호법제에 대한 경쟁법적 관점

- 개인정보에 관한 개인정보보호법, 경쟁법 및 소비자보호법의 관계



<출처> European Data Protection Supervisor (2014)

감사합니다.