

# 디지털경제연합 22대 총선 정책제안서

2024. 2.



**Kinternet**  
사) 한국인터넷기업협회

**KOVA**  
사단법인 벤처기업협회

**KOREA  
STARTUP  
FORUM**

**KGAMES**  
한국게임산업협회 Korea Association of Game Industry

**한국디지털광고협회**  
Korea Digital Advertising Association

**KOLSA**  
Korea On-Line Shopping Association

한국핀테크산업협회  
**KORFIN**  
Korea Fintech Industry Association

# CONTENTS

---

## 디지털경제연합

---

---

## 디지털경제 규제개선

---

1. 자율규제와 사후규제 중심으로 규제 정책 개편 .....	5
2. 입법 절차 개선 및 정부 운영 기조 선언 .....	8
3. 불합리한 진흥제도 관련 규제 개선 .....	10
4. 규제 샌드박스 정비 .....	11
5. 데이터산업 진흥 저해 법 규정 개선 .....	12
6. 스타트업과 기존 산업의 신규 갈등 해결 .....	13
7. 디지털 산업의 특성을 고려한 노동규범의 다양성 확보 .....	15
8. 이용자의 권리 보장을 위한 게임시간선택제 폐지 .....	17
9. 온라인 게임 본인인증 절차 개선 .....	18
10. 등급재분류 시 강제적 롤백 규정 개선 .....	19
11. 게임물 내용수정 신고절차 개선 .....	20
12. 경품 이벤트 정책 개선 .....	21
13. 온라인 맞춤형 광고 규제 방안 제·개정 재검토 .....	22

# 디지털경제연합 22대 총선 정책제안서

14. 온라인 취급제한 품목 개선 .....	24
15. 단위가격표시제 온라인몰 확대 속도조절 .....	29
16. 유통환경 변화에 따른 대규모유통업법 법 체계 재검토 .....	30
17. 망 사용료 강제 법안 원점 재검토 .....	31
18. 선불전자지급수단 한도 상향 및 국세·지방세 납부 허용 .....	33
19. 법인사업자의 금융서비스 이용 편의성 개선 .....	35
20. 금융상품 비교·추천을 통한 금융소비자 편익 제고 .....	36
21. 간편결제 부가가치세 면제를 통한 소상공인 부담 완화 .....	38
22. 위치정보법 폐지 및 개인정보 보호법으로 흡수 통합 .....	39
23. N번방법 현실적 운용 방안 마련 .....	40
24. 개인정보 열람권 합리화 .....	42
25. 디지털 기업의 성장을 저해하는 공시대상기업집단 규제개선 .....	43
26. 법률데이터 대중화와 리걸테크 산업 발전을 위한 판결문 공개 제도 개선 .....	45

# CONTENTS

---

## 디지털경제 산업진흥

---

1. 인공지능 산업 육성을 위한 진흥 거버넌스 구축 .....	49
2. 소규모 M&A 활성화 및 세컨더리펀드 확대 .....	51
3. 민간 주도 개방형 혁신거래소 설립 .....	52
4. 글로벌 상생 M&A 플랫폼 구축 .....	53
5. 네트워크 망중립성 정립 및 확산 .....	54
6. 스마트팩토리 등 데이터 표준 정립 및 확산 .....	55
7. 디지털경제 활성화를 위한 디지털 혁신인재 양성 .....	56
8. 청년이 살고 싶은 지역 공간 혁신으로 지역 소멸 대응 .....	57
9. 글로벌 메가펀드 조성으로 국내 스타트업·투자 글로벌 경쟁력 강화 .....	59
10. 게임이용장애 질병코드 등재 문제 신중 검토 .....	61
11. 한국 게임의 해외 진출을 위해 지속적인 판호 발급 지원 필요 .....	62
12. 불법 프로그램 실질적·실효적 차단 필요성 .....	64
13. 영상 콘텐츠 제작비용 세액공제 지원 범위 확대 .....	65
14. 이스포츠 산업의 선순환 생태계 조성을 위한 세제지원 .....	66
15. 유료재화거래소 등급분류 기준 개선 필요 .....	67
16. 디지털 강국, 전자주총 도입을 통한 주주 권리 강화 .....	68
17. 기업 실전형 인재양성 프로그램에 대한 정책지원 강화 .....	69
18. 외국납부세액공제 수동적소득(로열티) 제도개선 필요 .....	70

# 디지털경제연합 22대 총선 정책제안서

19. 광고산업 진흥을 위한 ‘광고산업 진흥법’ 제정 .....	71
20. 광고 산업 디지털트랜스포메이션을 위한 인력 양성 확대 .....	72
21. 온라인 판매자 복합단지 구축 .....	73
22. 도심 배송 효율화 개선 .....	75
23. 상품안전정보 플랫폼 구축을 통한 국민 안전 확보 .....	77
24. 친환경-친노동 포장재 개발 및 표준화 .....	79
25. 온디맨드(On-Demand) 산업 활성화 .....	81
26. 중소기업 판로확보와 글로벌 경쟁력 확보를 위한 온라인 유통 및 플랫폼 산업진흥 .....	84
27. 직매입 거래 및 PB산업 지원으로 중소기업 판로확보 및 물가안정 제고 .....	86
28. 중소기업의 해외시장 진출 지원을 위한 직매입 거래구조 지원 강화 .....	87
29. 비대면 인증 활성화를 통한 국민의 안전강화 .....	88
30. 지방 소재 물류센터 교통 접근성 강화 .....	89
31. 국내 온라인 동영상 서비스 산업 육성을 위한 기반 조성 .....	90
32. 국민의 금융서비스 접근성 제고를 위한 은행대리업 신설 .....	92
33. 글로벌 경쟁력 확보 위한 AI·클라우드 연구개발 환경 조성 .....	94
34. 보이스피싱 예방을 통한 민생 안정 .....	95
35. 첨단/IP 융복합 산업단지 활성화 대책 마련 .....	96
36. 법인의 가상자산 투자 허용 .....	97



# 디지털경제연합

디지털산업 발전에 필요한 정책변화 모색을 위해 대한민국 2만여 개 기업, 166만 종사자와 함께하는 디지털경제를 대표하는 7개 협·단체가 디지털경제연합(DEC, Digital Economy Confederation)을 출범

## □ 참여 협단체 현황

협회명	대표자	설립년도	회원사수	종사자수	주요 회원사
한국인터넷 기업협회 (사무국)	박성호 회장	2000년	200여 개	15만여 명	네이버, 카카오, 쿠팡, 엔씨소프트, 넥슨 코리아, 메타, 우아한형제들, 두나무, SK 커뮤니케이션즈, 넷플릭스, 바이트댄스, 야놀자, 구글코리아 등
벤처기업 협회	성상엽 회장	1995년	18,000여 개	40만여 명	포인트모바일, 금성볼트공업, 드림시큐리티, 인텔리안테크놀로지스, 아이디스홀딩스, 에스더블유엠, 이씨스, 미래나노텍 등
코리아 스타트업포럼	최성진 대표	2016년	2,230여 개	6만5천여 명	비바리퍼블리카, 직방, 컬리, 당근마켓, 더화이트커뮤니케이션, 왓차, 우아한형제들, 쏘카, 오늘의집, 모비데이즈 등
한국게임 산업협회	강신철 회장	2004년	80여 개	9만여 명	네오위즈, 넥슨코리아, 넷마블, 스마일게이트, 엔씨소프트, 엔에이치엔, 카카오키즈, 컴투스, 위메이드, 크래프톤, 웹젠, 펄어비스 등
한국디지털 광고협회	목영도 회장	2000년	150여 개	8만여 명	마더브레인, 네이버, 카카오, SK커뮤니케이션즈, 에이전시W, 미래INC, 닥터미디어, 펜타브리드, 와이드플래닛 등
한국온라인 쇼핑협회	전향일 회장	1999년	1,100여 개	20만여 명	지마켓, 11번가, 네이버, 쿠팡, 우아한형제들, 카카오, SSG.COM, 롯데쇼핑e커머스, GS 리테일, 롯데홈쇼핑, KT알파, 티몬, 위메프, 인터파크커머스, CJ대한통운 등
한국핀테크 산업협회	이근주 회장	2015년	340여 개	3만여 명	카카오페이, 네이버파이낸셜, 비바리퍼블리카, 두나무, 빗썸, 코나아이, 디셈버앤컴퍼니, 엔에이치엔페이코 등





# 디지털경제 규제개선

1. 자율규제와 사후규제 중심으로 규제 정책 개편
2. 입법 절차 개선 및 정부 운영 기조 선언
3. 불합리한 진흥제도 관련 규제 개선
4. 규제 샌드박스 정비
5. 데이터산업 진흥 저해 법 규정 개선
6. 스타트업과 기존 산업의 신규 갈등 해결
7. 디지털 산업의 특성을 고려한 노동규범의 다양성 확보
8. 이용자의 권리 보장을 위한 게임시간선택제 폐지
9. 온라인 게임 본인인증 절차 개선
10. 등급재분류 시 강제적 롤백 규정 개선
11. 게임물 내용수정 신고절차 개선
12. 경품 이벤트 정책 개선
13. 온라인 맞춤형 광고 규제 방안 제·개정 재검토
14. 온라인 취급제한 품목 개선
15. 단위가격표시제 온라인몰 확대 속도조절
16. 유통환경 변화에 따른 대규모유통업법 법 체계 재검토
17. 망 사용료 강제 법안 원점 재검토
18. 선불전자지급수단 한도 상향 및 국세·지방세 납부 허용
19. 법인사업자의 금융서비스 이용 편의성 개선
20. 금융상품 비교·추천을 통한 금융소비자 편익 제고
21. 간편결제 부가가치세 면제를 통한 소상공인 부담 완화
22. 위치정보법 폐지 및 개인정보 보호법으로 흡수 통합
23. N번방법 현실적 운용 방안 마련
24. 개인정보 열람권 합리화
25. 디지털 기업의 성장을 저해하는 공시대상기업집단 규제개선
26. 법률데이터 대중화와 리걸테크 산업 발전을 위한 판결문 공개 제도 개선



## 1 자율규제와 사후규제 중심으로 규제 정책 개편

### □ 배경 및 현황

- 사전규제 중심의 규제방식으로 인해 혁신을 통한 지속가능한 발전이 저해되고 있음
  - 정부의 포지티브형 사전규제 방식은 신기술의 산업화 등 민간 혁신을 저해할 가능성이 높음
  - 문제가 발생한 이후 업계 건의를 바탕으로 개별 규제를 혁파하는 기존 방식은 법령 정비까지 상당한 시간이 소요되어 신산업 분야에 선제적인 서비스 진출이 어려움
  - 개별 기술·산업별 진흥법 및 규제체계 발달로 중복규제 등의 문제 발생 후 규제 지체 현상이 일어남
  - \* OECD 상품시장규제(Product Market Regulation) 수준을 비교하였을 때, 정부의 규제 강도는 여전히 선진국에서 비하여 상대적으로 높은 수준
- 온라인 플랫폼 규제 관련 국회의원 입법안 및 공정거래위원회의 플랫폼 경쟁촉진법 제정안(가칭)이 추진되고 있음
  - 제21대 국회에서 온라인 플랫폼 규제 논의가 시작된 2020년 이후 국회는 온라인 플랫폼 관련 규제 법안을 지속해서 발의하고 있음. 현재 온라인 플랫폼 관련한 20개가 넘는 법안이 계류 중임
  - (지배적 사업자 사전 지정) 연매출 1조4,700억원 이상(이용자수 750만명 이상) 또는 연매출 4,920억원 이상(시장점유율 75% 이상) + 정성 요건 까지 고려하여 정부가 사실상 마음대로 지정
  - 기존 공정거래법에 있는 끼워팔기, 자사우대, 멀티호밍 제한, 최혜대우에 대해 사전 지정된 기업에 대해 즉시 제재
  - (입증책임 전환) 기존 공정거래법과 달리 플랫폼에게 정당한 사유에 대한 입증책임 부과
- (해외 플랫폼 침투 심화) 중국 직구 플랫폼 등의 공격적 한국 시장 진출로 해외 플랫폼 사용자 수가 급증하는 등 국내 플랫폼 시장에 지각 변동이 일어나고 있음

- 알리익스프레스, 테무 등 해외 플랫폼이 막대한 자금력으로 국내 시장 점유('23년 국내 이용자수 2위), 우리나라는 아직 글로벌 경쟁력을 갖춘 플랫폼이 부족
- \* '23년 한국인 사용자 수가 가장 많이 증가한 앱 1위 알리익스프레스(월평균 371만명 증가), 2위 테무(월평균 354만명 증가)

### □ 주요 내용

#### ○ 자국 플랫폼 보호를 위한 정책 필요

- 해외 규제 현황에서는 자국 플랫폼 보호를 목적으로 입법을 추진하거나 철회
- \* EU는 디지털시장법(DMA)은 경쟁력 있는 자국 플랫폼이 없는 상황에서 미국의 글로벌 빅테크를 견제하고 자국 플랫폼을 육성하기 위한 목적으로 제정했으며, 미국은 자국 플랫폼 보호를 위해 규제 법안 폐기
- 세계적으로 유례없이 국내 플랫폼과 글로벌 플랫폼이 치열히 경쟁하고 있는 시장에서 자국 플랫폼에 대한 규제만을 더 무겁게 부과할 경우, 자국 플랫폼의 성장과 혁신을 저해함은 물론 소비자 대상 서비스 제공 위축 및 가격상승을 초래할 수 있음. 이에 시장현실에 대한 면밀한 분석 없는 사전규제 도입은 신중하여야 함

#### ○ 자율규제와 사후규제 기조로 규제 정책 개편

- 사전규제를 획기적으로 조정하여 사후규제 역량을 높이고, 네거티브 규제 위주로 규제원칙으로 징벌적 배상 등 사후 처벌 강도를 강화하여 현재 사전규제 위주의 정부 운영 방식을 개편해야 함

#### ○ 신산업 분야에 대한 민간의 자율규제 대폭 허용

- 신산업과 새로운 기술의 발전 방향에 대한 다양한 예측 시나리오를 도출하고 그에 따른 규제 개선 이슈 발굴해 미래 변화에 탄력적으로 대응할 수 있도록 주기적인 규제개혁 로드맵 설계(재설계)가 필요함
- 민간에 규제 권한을 부여하여 예상치 못한 기술환경 변화에도 규제 내용과 범위를 유연하고 신속하게 조정할 수 있도록 허용해야 함
- 민간협회 등 민간에서 자율성과 전문성을 갖출 수 있도록 자율권 행사에 대한 제도적 보장이 필요함
- 소비자(수요자)의 기술규제 관련 정보 해석 역량 제고를 위한 지원 확대가 이뤄져야 함

- 자율규제 우수기업 인센티브 확충을 통한 참여유인 확대
  - 플랫폼 자율규제 논의에 적극 참여한 우수기업에 세액공제 및 법인세 감면 혜택 등을 제공함으로써 공정한 거래질서 확립과 상생의 가치 실천을 장려하는 방향으로 정책수립 필요

## □ 기대 효과

- 신기술과 신산업의 활성화로 국가 경제 효율성 증대
  - 사후규제 역량을 강화하고 민간에 규제 권한을 부여함으로써 기술환경 변화에 신속하게 대응할 수 있게 되어 혁신의 속도를 높일 수 있음
  - 신기술과 신산업의 시장 진입 장벽이 낮아져 경쟁을 촉진시키고, 시장의 다양성을 높일 것임
  - 규제를 유연하게 조정함으로써 스타트업들이 효율적으로 운영되고, 경제적 자원이 더욱 효과적으로 분배되어 전체적인 국가 경제 효율성을 증대시키는 결과를 가져올 것임
  
- 소비자 보호 강화
  - 이용자 보호를 위한 자율규제 및 사후규제가 도입됨에 따라 산업에 대한 소비자 신뢰가 높아지고 시장의 안정성이 증대될 것임

2

입법 절차 개선 및 정부 운영 기초 선언

□ 배경 및 현황

- 역대 정부 출범 시, 항상 규제 완화를 외쳤으나, 실제로는 기존산업의 시각에서의 새로운 규제들이 양산, 확산되고 있음
  - 특히, 불명확하고 근거 취약한 조사를 기반으로 온라인플랫폼법, 심사 지침, 가이드라인 등 규제를 무리하게 도입·추진
  - 기존 법률의 효과 분석도 내놓지 못한 채 새로운 규제만 필요하다고 하는 성급한 사전규제 도입으로 혁신 시도를 주저하게 만들고 있는 상황

□ 주요 내용

- 청부입법을 최소화하고, 엄정한 사전입법영향분석 실시, 충분한 사전 실태 조사, 전문 영역의 전문가 입장 반영 등 신중한 근거기반 규제도입 필요
  - 어떤 제도가 어떤 이유로 작동하기 어려운지 면밀히 분석한 근거자료를 가지고 수범자인 국민들이 납득할만한 설명과 이해를 구하는 과정이 선행돼야 함
  - 산업과 이용자에 대한 충분한 이해 없이 무분별하고 무비판적인 해외 입법사례 도입 방지 필요
- 입법영향분석제도 도입
  - 과잉 규제 양산을 막기 위해 의원발의 법률안과 여러 부처에서 분산된 규제 정보의 종합적인 영향을 파악할 수 있는 입법영향분석제도를 도입하여 국회 입법과정에서 입법영향분석을 의무화해 충실한 법안 심사를 도모하도록 개선
  - 규제 법률안 발의 시, 기존 산업 및 법규제와 충돌, 입법 시 예상되는 산업계 영향에 대한 평가서를 함께 제출 고려
- 포괄위임(시행령/가이드라인)을 통한 그림자규제 양산 방지 필요
  - 시행령, 가이드라인 도입 시 법률의 위임 범위 내인지 국회에 재확인하는 절차를 의무화하여, 입법권을 침해하는 과도한 행정부의 기업 규제 방지

**□ 기대 효과**

- 무분별한 입법 시도에 따른 사회적 갈등에 소요되는 비용을 최소화 하고, 합리적이고 과학적인 논의를 통해 발전적으로 사회 문제 해결 가능. 이를 통해 전 세계에서 유일하게 글로벌 기업과 경쟁하고 있는 대한민국 플랫폼들이 대한민국 미래 사회 전반에 혁신 시도가 계속 될 것으로 기대

3

**불합리한 진흥제도 관련 규제 개선**

□ **배경 및 현황**

- 특정 산업 육성을 위해 정부 예산을 투입하여 진흥 정책을 펼쳐오고 있으나, 진흥법을 통한 산업 ‘진흥’이 ‘규제’와 감시로 되돌아오는 악순환 발생
  - 대부분의 진흥법령이 ‘진흥’이라는 입법 취지에 벗어난 규제 요소가 포함되어 있고, 대상이 되는 사업의 종류와 범위를 일일이 법규로 나열함에 따라 새로운 비즈니스모델의 시장진입을 저해
  - ‘진흥’이라는 초기 입법 취지에 벗어나, 산업규제적 요소가 다수 포함

□ **주요 내용**

- 진흥법은 대부분 기본계획의 수립, 전문인력의 양성, 인증제도 도입 등 천편일률적으로 구성되어 있어 제도에 대한 효과성 저하 초래
- 시장경쟁을 저해하는 진입규제적 요소(등록, 인가, 신고제도 및 차별적 우대제도 등)와 시장 가격에 직접 개입하는 요소 등 진흥법 조항의 원칙적 폐기가 필요
- 진흥원의 독점적 기능을 축소하고, 실질적인 효과 창출에 대한 감시 기능 강화

□ **기대 효과**

- (효율적인 업무 수행 가능) 진흥법의 초기 입법 취지에 맞게, 불합리한 진흥법을 개선 및 폐지하고 특정 산업의 진흥은 민간 역할로 확대



## 4 규제 샌드박스 정비

### □ 배경 및 현황

- 현 운영 체계 안에서 ICT 융합 기술/서비스는 과기정통부(ICT)는 물론 산업부(융합), 중기부(특구)에서 모두 개별적으로 운영
  - 법/제도에 대한 이해도가 낮은 중소벤처기업의 제도 활용에 지속적인 혼란을 야기
- 해외 주요국의 경우 신청을 초기부터 일원화하여 운영하는 일본뿐만 아니라, 최근 영국도 ‘단일창구 규제 샌드박스’ 시행과 규제집행 간소화를 위해 규제기관 간 협업을 강화하고 있는 추세

### □ 주요 내용

- (규제 샌드박스 창구 단일화 및 부처 간 협력 강화) 현재 운영하고 있는 신문고 제도와 같이 4개 부처에서 개별 접수하고 있는 규제접수 창구의 일원화 및 규제혁신 부처 신설
- (규제정보 접근성 제고 및 수요자 중심의 규제 발굴 시스템 개선) 4차 산업 관련 예비창업자 및 창업 초기기업의 사업 관련 규제(입지, 영업제한, 인증, 개인정보보호 등)를 사전에 검색, 대비할 수 있도록 인공지능(AI)을 활용한 규제 발굴 시스템을 구축하여 서비스 제공

### □ 기대 효과

- 신청을 초기부터 일원화한 ‘단일창구 규제 샌드박스’와 규제집행 간소화 및 규제기관 간 협업을 통해 디지털 신산업 분야의 활성화를 도모하고, 이와 관련한 규제영향 분석의 실효성 확보

5

데이터산업 진흥 저해 법 규정 개선

□ 배경 및 현황

- 대량의 데이터 활용 가능 여부에 따라, 발전 가능성이 무궁무진하나, 높은 규제로 인해 성장하지 못하고 있는 실정
  - 데이터 3법(개인정보보호법·신용정보보호법·정보통신망법)에 따라 가명처리를 의무화하여 글로벌 표준으로 인식되고 있는 유럽연합(EU)의 개인정보 보호규정(GDPR)보다도 엄격한 상황
  - 법적으로 정의가 불명확하고, 광범위해 개선이 필요하며, 이와 같이 과도한 규제가 지속된다면 국내 데이터 산업 전반이 위축될 가능성 초래

□ 주요 내용

- (데이터 법제 개선) 기업이 데이터를 적극 활용할 수 있는 근거를 마련
  - 개인정보, 가명정보, 익명정보의 정의와 범위 등 모호한 규정은 명확히 하고, 실제 데이터를 활용할 수 있는 방향으로 개선
- (개보법 개정안의 과징금 산정기준 상향에 따른 과중규제 개선) 과징금 산정기준을 ‘전체 매출액’의 3% 이하로 상향하는 것은 중소·벤처의 부담을 가중시키므로 이를 완화할 수 있는 방안 필요
- (개보법상 마이데이터 제도 추진 신중) 개보법상 마이데이터는 시간, 비용, 기술적으로 허용되는 합리적인 범위 내에서 개인정보를 전송하는 것이므로 산업계가 수용가능한 수준 및 절차로 제도가 정착하는 것이 필요
- (신정법상 마이데이터 규제 개선) 마이데이터를 활용한 혁신 사업 확대를 위해 마이데이터사업자 경영부수업무 신고를 사후 규제로 개선, 네거티브 방식 규제 도입을 위한 신용정보법 개정 등 규제 개혁 방안 필요

□ 기대 효과

- (각 분야 신성장동력 창출) 전문직역 관련 분야의 벤처기업들이 다수 출현해 ‘제2 벤처붐’을 이끌 신성장 동력으로 부상
- (국민의 정보 비대칭성 완화) 벤처·스타트업이 발전하고 성장함으로써 소비자의 편익 증대

6

스타트업과 기존 산업의 신규 갈등 해결

□ 배경 및 현황

- 신산업 혁신 스타트업과 기존 산업 간의 갈등이 증가함
  - 빠른 기술 변화 속도 만큼 혁신 서비스가 창출되지만, 곳곳에서 기존 법제도 및 사업자와 충돌하며, 낡은 규제와 기존 사업자단체와의 갈등으로 혁신의 싹이 움트지 못하는 것이 한국 스타트업 생태계의 현실
  - \* 글로벌 100대 유니콘 가운데 절반 이상인 56개는 각종 규제로 인해 국내에서 제대로 사업을 영위할 수 없는 것으로 분석(2022 스타트업코리아 보고서)
  - \* 코로나 팬데믹 동안 비대면 의료 서비스를 제공한 스타트업들이 엔데믹을 맞으며 대한의사협회·대한약사회의 반대에 따른 정책(시범사업)으로 많은 서비스가 종료되거나 사업을 전환 중에 있음
  - \* 법률 서비스 플랫폼 로톡은 대한변호사협회와 장기간 분쟁으로 고사 위기에 몰려 구조조정을 하고, 최근 법무부 징계 취소로 가까스로 기사회생 기회 마련함
  - \* 성형정보 플랫폼, 세금 환급, 프롭테크 관련 혁신 스타트업들도 대한의사협회, 한국세무사회, 공인중개사협회 등 지역 단체와 힘겨운 싸움 중

□ 주요 내용

- 규제 혁신으로 신산업 스타트업 지원
  - 신산업 갈등 분야에서 혁신 스타트업들이 성장할 수 있도록 시대에 맞지 않는 낡은 규제 정비하고 소비자 선택권 확대하는 방향으로 규제 개선
  - 스타트업과 기존 산업 간의 갈등을 해결하기 위해서는 규제를 분명하고 합리적으로 조정해야 함
- 정부에서 방안을 마련해 기존 사업자와 신규 사업자 간 합의를 이끌어낸 후 상생 방안 이행
  - 상생 방안은 기존 사업자와 신규 사업자를 모두 고려하여 신규 산업에 기존 사업자를 참여시키거나 이익을 일정 부분 공유하고, 신규 사업자를 위해 사업 운영 시 관련 규제 및 기준을 완화해야 함
  - 이행 주체, 기간 등을 명확하게 설정하여 기존 사업자가 그 기간 내 출구 전략을 마련하는 등 구체적으로 행동할 수 있게 해야 함
  - 이익공유나 상생기금 같은 경우 기준 설정 전 및 시장 진입 이후에도

일정 기간 실증 데이터를 축적하여 다양한 전문 집단의 의견을 검토하며, 양측의 상생을 도모할 수 있는 걱정선에서 도출해야 함

### □ 기대 효과

#### ○ 혁신 촉진

- 낡은 규제를 개선하고, 소비자 선택권을 확대하면 스타트업의 혁신을 촉진할 수 있음. 이를 통해 국내 스타트업 생태계의 활력을 높이고, 경제 성장에 기여할 수 있음

#### ○ 연결 상호작용 촉진에 기반해 공유경제, 플랫폼 노동 등 새로운 시장 일자리 창출

#### ○ 시장 진입 장벽 해소

- 스타트업의 시장 진입 장벽이 해소될 수 있음. 이는 해당 산업의 경쟁을 활성화시켜 성장을 촉진시킬 뿐만 아니라, 이용자 편익 또한 높일 수 있음

## 7 디지털 산업의 특성을 고려한 노동규범의 다양성 확보

### □ 배경 및 현황

- 2차산업 중심 노동규율과 현 4차산업 디지털 경제 간의 괴리 발생
  - 현 노동법이 디지털 전환에 따른 산업구조와 일자리 다변화를 포용하지 못함에 따라 사용자와 근로자의 선택권·성장·기회를 저해하고 있음
  - 디지털 경제의 특성상 글로벌 서비스 일상화, 일하는 방식 다양화, 성과평가 방식의 변화(시간≠성과) 등 운동장·선수·관중의 눈높이는 달라졌지만, 경직된 룰(노동규범)로 인해 산업 전체의 역동성과 성장을 가로막고 있음
- 정규직·비정규직 등의 획일적인 고용 규정 또한 노동생산성과 각종 고용지표 악화를 유발
  - 경직된 노동규범이 기업의 신시장 개척과 스타트업의 과감한 도전을 주저시키면서 결국 △기업 경쟁력 저하, △편법적인 비정규직, △노동 시장 이중구조 등의 부작용을 양산하고 있음

### □ 주요 내용

- 산업·업종·직군·임금 등 산업과 고용의 특성에 따라 근로자의 선택권·자율성 확대
  - 근로자의 건강권 등 안전장치가 확보된 상태에서 ‘노사’ 또는 ‘사용자 및 개별 근로자’ 간 협의·결정을 존중하는 노동환경 기반 마련 필요
  - 근로자 개인의 성장·성과창출의 기회조차 막는 과감한 규제 제거 필요
  - \* 미국은 일부 고소득 화이트칼라 노동자에게 근로시간 제한을 적용하지 않는 화이트칼라 이그젼션, 영국은 노동자 본인 의지로 근로시간 적용 예외를 선택할 수 있음
- 시대적 변화·현실에 부합한 근로제도 개선으로 노동규범의 ‘다양성’을 확보
  - 근로자가 개인 여건과 산업·기업이 변화에 민첩하게 대응할 수 있도록 유연성 부여 필요
  - 기술·환경변화에 민감한 업종·직종의 경우 기업규모에 따라 고용, 근로

계약, 임금, 근로시간 등 근로조건에 유연성 제고 필요

- \* 노동유연성이 개인의 급여와 국가 경제성장에 격차 발생(미국 州 GDP가 EU 빅4 국가의 GDP보다 앞서고, 미-EU 간 연평균 근로시간 만큼 임금에서도 큰 격차 발생)

### □ 기대 효과

- 디지털 기업의 노동생산성 및 글로벌 경쟁력 강화
  - 신규 사업 및 트렌드에 민감한 업종·직종에 선택권·자율성·다양성을 확보하여 한국 기업 및 스타트업의 성장과 혁신 촉진에 기여
- 다양한 노동시장으로 인한 고용 왜곡 해소
  - 산업 특성에 따른 예외 인정 제도를 통해 새로운 형태의 노동 방식을 수용하여 디지털 경제에 적합한 고용 환경과 다양성을 통한 창의력 확산 등 시너지 발생

## 8

## 이용자의 권리 보장을 위한 게임시간선택제 폐지

## □ 배경 및 현황

- 게임시간선택제 폐지를 통한 게임 이용자의 ‘게임 할 권리’ 보장 필요
  - 2021년, ‘강제적 섯다운제’가 전면 폐지되고 ‘게임시간선택제’가 유지 중
  - 게임산업진흥법에서의 ‘게임시간선택제’는 폐지된 ‘강제적셋다운제’와 같이 청소년의 권리를 침해하고, 국내 사업자에게 시스템 구축 및 운영을 야기하며, 플랫폼 차별 문제 등 여전히 존재
  - \* 주요 문제 사항 : △게임시간 규제와 게임중독 예방과의 인과관계, △게임 시간선택제 취지 부적합, △해외 사업자와의 역차별, △플랫폼별 차별 적용, △청소년의 결정권과 행복추구권 침해, △타 콘텐츠와의 형평성, △중소 게임사의 본인인증 시스템 및 서버 구축과 별도 인력 마련

## □ 주요 내용

- ‘게임시간선택제’의 유연한 적용을 위하여 법률 및 대통령령에 규정된 게임시간선택제와 관련한 조항 삭제
  - 국내외 플랫폼사 및 통신사가 운영하는 ‘콘텐츠 이용시간 제한 시스템’과 같이 게임사가 자발적으로 홈페이지 통해 운영하는 ‘게임시간 선택제 시스템’을 지속 운영하고 국민들의 이용률을 높일 수 있도록 홍보 필요

## □ 기대 효과

- 게임이 단순히 놀이 문화를 넘어 장래 직업이나 직장 선택의 수단임과 동시에 잠재적인 능력 발휘의 도구로 기능할 수 있으므로, 게임의 순기능 도모를 통한 이용자 권리 보장 가능

9

온라인 게임 본인인증 절차 개선

□ 배경 및 현황

- 게임산업법상 게임물 관련 사업자가 온라인 게임물을 서비스하기 위해서는 이용자의 본인 인증이 필요하나, 전체 이용가 게임물도 본인인증 대상으로 하여 과도한 개인정보 수집 및 관리 문제 발생
  - 휴대폰, 신용카드 등 제한된 인증 수단만 사용 가능한바, 해당 수단이 없는 청소년은 회원가입 및 게임 이용이 불가하여 이용자 불편 초래
  - 과거에는 강제적 섯다운제의 실행을 위해서 이와 같은 규제가 필요하였으나, 2021. 11. 11. 청소년 보호법 개정으로 강제적 섯다운제가 폐지됨에 따라 규제 필요성 감소

□ 주요 내용

- 전체이용가 게임물은 본인인증 및 법정대리인 동의 의무 대상에서 제외하며, 나머지 게임물(12세이용가, 15세이용가) 이용 시 법정대리인 동의로 본인인증 같음
  - 게임산업법은 현재 게임물 관련 사업자에게 게임물의 등급과 관계없이 위와 같은 예방 의무를 부과하고 있는바, 이를 유지하면서 본인 인증 의무 제외 불가
  - 관련 게임산업법 일부개정안/전부개정안 국회발의 현황
    - \* 이용 의원 대표 발의안 2023.05.09.
    - \* 하태경 의원 대표 발의안 2023.01.27.
    - \* 조승래 의원 대표 발의안 2021.02.08.
    - \* 이상헌 의원 대표 발의안 2020.12.15.

□ 기대 효과

- 규제 적합성을 통한 과도한 개인정보 수집·관리 및 유출 우려를 해소하고, 사업자와 이용자의 편의성 증대



10

등급재분류 시 강제적 롤백 규정 개선

□ 배경 및 현황

- 등급재분류 시 강제적 롤백 되도록 하는 현행 등급분류규정 개선 필요
  - 게임물 내용 업데이트 시 게임위에 사후 신고를 진행하여 등급재분류 대상 여부를 통보받으면, 해당 통보만으로도 게임물을 신고 이전의 상태로 소급하여 수정(롤백)할 의무 부과
  - \* 등급 재분류에 대한 최종/확정 결정이 아닌 그 결정이 필요하다는 사전 통지에 불과
  - 최종 확정 결정이 없음에도 실시간 서비스 중인 게임물을 강제적으로 롤백할 경우 업데이트된 게임물을 이용 중인 다수의 이용자들에게 불편·피해 초래 및 상시적 롤백 가능성에 따른 안정적 서비스 불가
  - \* 문체부 등 관계부처가 합동하여 2020. 5. 7. 발표한 「게임산업 진흥 종합 계획」에서도 현행 제도의 문제 지적

□ 주요 내용

- 게임산업법상 내용수정신고 조항 개정
  - 등급재분류 대상 통보 시 절차를 게임위에 일괄 위임하는 조항을 삭제 하되, 최종/확정 등급재분류 결과에 따라 필요한 사업자의 조치 명시
  - 사전신고제 도입을 통해서 온라인 게임 및 모바일 게임 내용수정의 경우 게임사업자 선택으로 사전신고가 가능하도록 근거 마련

□ 기대 효과

- 게임콘텐츠의 특성을 반영한 합리적인 절차를 통해 사업자와 이용자의 피해 최소화

11

게임물 내용수정 신고절차 개선

□ 배경 및 현황

- 등급분류제도 및 내용수정신고 취지와 무관한 신고 의무 이행으로 개발 자원의 누수 등 사업자 부담 초래
  - 게임물 내용수정 시 사후 신고하여 등급재분류 여부 판단 쏘, 위반 시 과태료 처분
  - 기술적 보완 외에는 등급분류 영향 없는 극히 경미한 사항(예: 아이템 추가, 캐릭터 수정)까지도 내용수정신고 대상
  - 게임산업의 고도화에 따라 매주 정례적으로 업데이트하는 경우도 빈번하나, 내용수정신고를 위해서 개발 인력 등이 누수되는 현상 발생
  - \* 문체부는 「게임산업 진흥 종합 계획」(2020. 5. 7)에서 2020년부터 동 취지로 제도 개선한다는 계획 발표
  - 자체등급분류 받는 모바일 오픈마켓 게임물은 별도 신고 없이 오픈마켓 내 업데이트 내용 전달로 같음하는 등 플랫폼 간 차별 발생

□ 주요 내용

- 게임의 내용수정이 기존의 등급분류에 영향을 미치지 않음이 명백한 경우 내용수정신고 제외 대상으로 제도 간소화
  - 유사 취지의 게임산업법 전부개정안 국회 발의
    - \* 이상헌 의원 대표 발의, 2020.12.15.
    - \* 하태경 의원 대표 발의, 2023.01.27.
    - \* 류호정 의원 대표 발의, 2023.11.02

□ 기대 효과

- 신고 의무 완화에 따른 사업자 부담을 해소하고, 게임창작의 자율성을 보장함으로써 게임산업 경쟁력 제고

## 12 경품 이벤트 정책 개선

### □ 배경 및 현황

- 경품 이벤트에 대한 명확한 기준이 존재하지 아니함에도, 게임위의 경품 이벤트 진행 방식 제한으로 인해 게임 이벤트 및 게임에 대한 부정적 인식 초래
  - 게임위는 2016년 6월 폐지된 경품 고시에 의거, 경품 금액 등 게임물 관련 경품 이벤트의 내용을 심의
    - \* 공정위, 2016. 5. 30. '경쟁 촉진과 소비자 혜택 제고를 위해 경품 고시 폐지한다'는 취지의 보도자료 발표
  - 경품 제공과 가격 할인의 구별이 곤란한 상황에서 경품 가액과 총액만을 일률적으로 규제하는 것은 사업자 간 자유로운 경쟁 저해

### □ 주요 내용

- 영업의 다양성 및 예측 가능성 보장 측면에서 경품 이벤트에 대한 명확한 기준 필요\_네거티브 규제(원칙 허용/예외 규제)로의 전환
  - 경품고시 폐지의 취지를 반영하여 게임 분야 경품 이벤트를 원칙적으로 허용하고 예외적으로 규제하는 방식으로 규제의 틀을 재확립할 필요
  - 법령상 금지하는 '사행성 조장하는 경품 이벤트' 해당 여부를 예측할 수 있도록 구체적인 판단기준 제시 필요

### □ 기대 효과

- 과소비 및 사행성을 예방하는 범위 내에서 사회 통념상 합리성을 반영한 제도개선으로 영업의 다양성 확보 및 게임 이벤트에 대한 인식 제고 기대

13

온라인 맞춤형 광고 규제 방안 제·개정 재검토

□ 배경 및 현황

- 현재 개인정보보호위원회는 온라인 맞춤형 광고 정책 방안 발표와 이후 별도의 온라인 맞춤형 광고 가이드라인 제정을 추진 중에 있음
- 한편, 국내 중소 광고사업자들은 현행 온라인 맞춤형 광고 가이드라인에 따라 행태정보를 안전하게 활용하며 광고 사업을 영위해옴
- 그런데, 개인정보보호위원회는 온라인 맞춤형 광고 시장에 대한 명확한 이해와 규제 영향에 대한 면밀한 검토 없이, 새로운 정책 방안을 발표하고 이에 더해 가이드라인을 추가로 만드는 방식으로 국내 광고 시장에 대한 규제를 시도하고 있어 국내 광고사업자들의 우려가 매우 큰 상황임
  - 맞춤형광고에 대한 규제가 강화될 경우 스타트업·중소기업이 혁신 서비스를 효율적인 비용으로 홍보할 수 있는 기회를 박탈당할 것임

□ 주요 내용

- 규제 중심의 온라인 맞춤형 광고 정책 방향 재검토 필요
  - 맞춤형 광고 현황에 대해 공적 조사기관(개보위, KISA 등) 중심의 규제 관점의 실태조사를 지양하고 객관적인 외부기관을 통한 면밀한 실태조사 선행 필요
  - 다양한 이해관계자들의 의견 수렴을 통한 시장과악 선이행 필요
  - 정책 방안 및 가이드라인 마련 타당성에 대한 재검토 요청
- 맞춤형 광고에 대한 편향적 규제 시각 개선 필요
  - 맞춤형 광고는 개인을 식별하지 않으면서 이용자에게는 관심 있는 분야의 광고를 제공함으로써 불필요한 광고 노출을 방지함
  - 스타트업·중소기업에게는 저비용으로 서비스를 홍보할 수 있는 기회가 되며, 중소 광고사업자에게는 사업 영위의 수단인 맞춤형 광고를 규제의 대상으로만 바라보는 편향적 시각 개선 요청

- 최초의 웹이 개발된지 30년이 넘었으나, 현재까지 온라인 비즈니스는 전자상거래나 게임과 같이 웹/앱에서의 직접적인 상품이나 서비스의 판매 외에는 '양면 시장 이론'에 따라 정보/콘텐츠를 무료로 이용하는 이용자와 이를 지탱해 주는 온라인 광고로 돌아가는 생태계임. 디지털 광고의 위축은 무료 인터넷의 시대에서 구독 인터넷의 시대로 변화, 최소한 유료 서비스 및 콘텐츠의 증가로 인해 소득격차에 따라 다른 인터넷 이용 환경을 초래할 수도 있기에 신중한 접근이 필요함

## □ 기대 효과

- 건전하고 활력있는 맞춤형 광고 생태계 조성, 스타트업·중소기업의 마케팅 비용 절감을 통한 수익 개선, 국내 광고사업자들의 사업 영속성 제고에 기여
- 인터넷 서비스 이용자의 정보/콘텐츠 무료 이용 범위를 현재와 같이 보장하여 정보 접근의 격차 최소화

14

온라인 취급제한 품목 개선

□ 배경 및 현황

- (주류) 현행 주세법상 전통주 외 다른 주류는 온라인판매 금지대상, 이로 인해 소규모 주류제조판매업자들의 판로확보 어려움과 소비자 선택권이 제한적임
  - 현재 「주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시」에 의해 예외로 전통주와 음식과 함께 배달되는 경우 및 온라인 주문 후 직접 수령만 허용됨
  - 나머지 형태의 주류 통신판매는 원칙적으로 주류 금지되어 있음
  - 반면, 미국의 경우 대부분 주에서 맥주, 와인 등 저도수 주류는 통신판매가 가능함
  - 켄터키, 네브래스카, 로드아일랜드, 워싱턴 D.C, 플로리다, 하와이는 주종과 관계없이 제조사가 직접배송 가능함
  - 유럽의 경우, 서유럽 주요국에서 다양한 주류의 통신판매를 허용하고 있음
  - 프랑스, 독일, 벨기에 등은 주종과 관계없이 통신판매가 가능함
  - 영국은 주류판매 면허가 있는 경우에 온라인 판매가 가능함
  - 아시아의 경우, 일본은 수입주류 및 소규모 생산 주류는 통신판매를 허용했고, 중국은 주종과 관계없이 온라인 판매를 허용함
- (안경) 착용자의 건강에 큰 영향을 미치지 않는 상품, 온라인으로 구매 불가능함
  - 의료기사 등에 관한 법률 제12조 제5항에 의하여 안경(시력보정용 한정)과 콘택트렌즈는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」로 통신판매가 금지됨
  - 현재 통신판매를 제한하는 안경(시력보정용으로 한정)과 콘택트렌즈(시력보정용으로 한정하지 않음) 중에서도 착용자의 건강에 큰 영향을 미치지 아니하는 상품 (돋보기와 같이 일시적으로 사용하는 안경이나 콘택트렌즈 중 시력보정용이 아닌 경우)에도 판매가 금지됨

- 도수 안경은 의료기기에 해당해 국가전문자격시험을 통과한 안경사가 있는 오프라인 안경점에서만 판매할 수 있음
- 이로 인해 도서·산간 등 안경점이 없는 지방의 경우, 돋보기 하나를 사기 위해서도 먼 거리를 이동해야 하는 등 소비자는 불편을 겪고 있음
- 또한, 소비자는 안경점을 직접 방문하지 않으면 사전에 가격을 미리 안내받을 수 없다는 불편을 겪음
- 반면, 미국·일본·중국 등은 온라인으로 안경 판매를 허용하고 있음
- 2010년 미국의 ‘와비파커’는 소비자가 안경 처방전을 올리고 안경테 5개를 고르면 무료로 집까지 배송해주는 온라인 판매를 시작함
- 이렇게 미국의 아마존, 일본의 라쿠텐, 중국의 티몰 등은 온라인상에서 안경과 콘택트렌즈를 판매하고 있음

<미국 아마존, 돋보기 판매>

Reading Glasses \_ Best 4 Pack for Men and Women \_ Have a Stylish Look and Crystal Clear Vision When You Need It! \_ Comfort... by TruVision Readers  
 ★★★★★ 2,670 customer reviews | 110 answered questions



<일본 라쿠텐, 돋보기 판매>

来店専用  
リアルショップで使える  
クーポン  
始めました

アイテムリスト  
眼鏡フレーム  
サングラス  
リーディンググラス・老眼鏡  
コンタクトレンズ  
カラコン (姉妹サイト)  
備品  
カテゴリリスト  
RayBan 当店限定モデル  
RayBan クラブラウンド

Clie readers クリックリーダー BROWN+3.00-NEW (新品 正規品)老眼鏡 メガネ めがね 眼鏡 拡大鏡  
Clie readers クリックリーダー BROWN+3.00-NEW (新品 正規品)老眼鏡 メガネ めがね 眼鏡 拡大鏡

■特徴  
老眼鏡 ろうがんきょう ロウガンキョウ おじいちゃん おばあちゃんギフト  
gift プレゼント ぶいぜんと 贈り物 誕生日プレゼント クリスマスプレゼント  
敬老の日 冠文 祖母 母親 父親

■ブランド  
Clie readers クリックリーダー くりっくリーダ

レイバン買うなら  
eyeoneが1番お得!  
最安値挑戦  
送料無料  
安心の国内正規品保証書付き

<중국 티몰, 돋보기 판매>

Alsenor 艾森诺® 公益宝贝

日本进口超轻记忆金属智能变焦内渐进多焦点老花镜男远近两用包邮  
日本进口镜片 内渐进 远近两用 可戴看走路 开车

天猫 购物车 全天猫实物商品通用 去领券

价格 ¥890.00  
促销价 ¥298.00 限时优惠

运费 福建厦门 至 杭州 快递: 0.00

月销量 291 | 累计评价 235 | 送天猫积分 149

颜色分类  

棕色100度	棕色150度	棕色200度	棕色250度	棕色300度
棕色350度	棕色400度	黑色100度	黑色150度	黑色200度
黑色250度	黑色300度	黑色350度	黑色400度	金色100度
金色150度	金色200度	金色250度	金色300度	金色350度
金色400度				

数量 1 件 库存149件

立即购买 加入购物车

<미국 아마존, 컬러렌즈 판매(미용용)>

amazon Try Prime Industrial & Scientific

Departments - Your Amazon.com Today's Deals Gift Cards & Registry Sell Help Hello, Sign Account

Industrial & Scientific Lab Test & Measurement Safety Janitorial & Facilities Food Service Education Material Handling Materials Me

Office Products > Office & School Supplies > Paper > Notebooks & Writing Pads > Self-Stick Notes

by Blue Tree Publishing Inc.,  
Eye Sticky Notes, 2 Pack-100 Sheets Per Pack  
★★★★☆ 4 customer reviews

Price: \$8.25 + \$1.50 shipping  
In Stock.  
Arrives before Christmas.  
Get it as soon as Dec. 20 - 22 when you choose Standard Shipping at checkout  
Ships from and sold by Blue Tree Publishing.  
New (1) from \$8.25 + \$1.50 shipping

Specifications for this item

Brand Name	Blue Tree Publishing Inc.,
Part Number	4542172001
Number of Items	1
UNSPSC Code	14111514



- (상비의약품) ‘안전상비의약품(해열제, 소화제, 파스, 진통제, 감기약)’은 연중무휴 24시간 운영하는 오프라인 매장(ex 편의점)에서만 판매가 허용됨
  - 최근 편의점의 24시간 영업 축소와 약국 대비 높은 가격, 소품목 판매, 편의점·약국이 없는 도서·산간 지역의 경우 구매가 불가능한 점 등의 문제가 있음
  - 반면, 미국, 캐나다, 영국, 독일, 네덜란드, 덴마크 스웨덴, 스위스, 호주, 뉴질랜드, 브라질, 홍콩, 대만, 일본 등은 온라인 판매를 허용하고 있음
  - 국회 입법조사처는 “복약지도 없이 24시간 편의점에서 판매되는 안전상비약의 경우, 온라인 판매를 제한해야 할 논리적 근거가 부족하다”고 지적한 바 있음(‘의약품 온라인 거래와 관련된 쟁점과 개선 과제’, 국회 입법조사처 이슈와 논점, 김주경)

## □ 주요 내용

- (주류) 소규모 주류생산 업체의 상품과 주류에 대한 온라인 판매를 허용함
  - 맥주 등을 생산하는 소형 양조장 등은 코로나로 인해 판로가 축소되고 있어 선제적으로 판매를 허용할 필요가 있음
  - 코로나 이후 가정내에서 소비하는 형태가 증가하고 있어 일부 주류에 한해 온라인 판매를 허용함으로써 소비자의 편의성 및 소상공인의 판로 확대 예상
- (안경) 착용자의 건강에 큰 영향을 미치지 않는 상품은 온라인 판매를 허용함
  - 시력보정용 안경 중에서도 돋보기와 같이 일시적으로 사용하는 안경과 콘택트렌즈 중 시력보정용이 아닌 경우에는 온라인 판매를 허용함
- (상비의약품) 안전상비의약품 판매자의 등록요건을 완화하여 해당 오프라인 소매업 매장을 가진 판매자가 온라인을 통해 안전상비의 약품을 판매하도록 허용함

현행	개선(안)
<p><b>제50조(의약품 판매)</b></p> <p>①약국개설자 및 의약품판매업자는 그 약국 또는 점포 이외의 장소에서 의약품을 판매하여서는 아니 된다. 다만, 시장·군수·구청장의 승인을 받은 경우에는 예외로 한다.</p> <p>② ~ ④ (생략)</p>	<p><b>제50조(의약품 판매)</b></p> <p>①약국개설자 및 의약품판매업자는 그 약국 또는 점포 이외의 장소에서 의약품을 판매하여서는 아니 된다. <u>(상비의약품 지정 관한 고시에 의하여 안전상비의약품 판매자가 판매할 수 있는 안전상비의약품은 전자상거래 등 소비자보호에 관한 법률상의 통신판매업자 및 통신판매중개자가 온라인상에서 판매 가능)</u> -----</p> <p>② ~ ④ (현행과 같음)</p>

□ 기대 효과

- (주류) 판로확보가 어려운 소규모 주류 제조업체에 대한 판로를 확대하고, 소비자 선택권 확대를 통한 소비자 후생 증진 기여함
  - 온라인 판매를 허용함으로써 중소상공인 판매 확대를 지원해 내수 경제 회복에 일조함
  - 청소년 구매제한과 판매기록이 명확하게 보유되어 안전한 주류유통이 가능하며 이로 인한 소비자 선택권 확대로 후생 증진에도 도움이 될 것임
- (안경) 국민의 편익을 증대하고, 온·오프라인의 경쟁을 도입하여 시장 내 상품의 가격 인하를 유도함
- (상비의약품) 도서·산간 등 의료사각지대에 대한 의료복지 문제를 해소하고, 온·오프라인 경쟁도입을 통한 가격 인하의 효과를 기대할 수 있음
  - 또한, 오프라인 매대 진열의 제약이 없는 온라인 상에서는 다양한 품목의 판매가 가능해 기존 편의점을 통한 오프라인 판매 대비 소비자 실익이 증가할 것으로 기대됨

## 15 단위가격표시제 온라인몰 확대 속도조절

### □ 배경 및 현황

- 산업자원부 고시로 오프라인 매장 중심 단위가격표시제 시행 중
  - 물가안정법에 따른 산자부 고시로 84개 품목에 대해 단위가격 표시
  - 가공식품, 일용잡화, 신선식품 대상 84개 품목에 대해 단위가격 표시
  - 현재는 대규모 및 준대규모 점포(오프라인) 위주로 시행 중

### □ 주요 내용

- 단위가격표시제 온라인몰 적용에는 속도조절 필요
  - 최근 슈링크플레이션 이슈 대응을 위해 단위가격표시제를 온라인몰에도 확대 적용 추진 중
  - '23년 12월, 자율협약으로 단위가격표시제 온라인몰 적용 시행
  - 추후 고시 개정을 통해 온라인몰 적용을 규정화 한다는 방침인데, 오프라인 대비 수만개의 롱테일 상품을 취급하는 온라인몰의 특성상 단기간 안에 모든 제품에 대한 단위가격표시제 기술적 시행은 무리

### □ 기대 효과

- 온라인몰의 자율적 조치로 소비자에게 보다 맞춤형 가격정보 제공 가능
  - 일률적인 표시규정 규제보다는 업체별 UI에 맞는 자율적인 조치로 소비자들에게 보다 쉽고, 맞춤형으로 가격정보를 제공하는 것이 바람직
  - 온라인몰의 상품의 구색이 다양한 만큼 꼭 필요한 정보를 보다 쉽게 소비자들이 인지할 수 있도록 업계 자율에 맡길 필요가 있음

16

유통환경 변화에 따른 대규모유통업법 법 체계 재검토

□ 배경 및 현황

- 하도급법 등 대규모유통업법 이외의 거래공정화특별법 형태의 법령과 비교하여 법 적용의 유연성 및 부당성 입증 등에 대한 재검토가 필요함
  - 하도급법은 거래 상대방을 중소기업에 국한하는 것에 반하여, 대규모 유통업법은 거래 상대방을 대기업, 중소기업을 구분하고 있지 않음
  - 때문에, 법적 의무와 책임을 가지는 유통사업자가 대기업과 거래할 경우에도 과도한 법적 의무와 책임을 저 거래 환경의 위축 및 소비자 후생을 저해하는 결과를 가져올 우려가 있음

□ 주요 내용

- 대규모유통업법 체계 및 법적 지위의 재검토가 필요함
  - 법 제2조(정의)에서 하도급법과의 법적 형평성을 고려하여, 대규모 유통업법 적용 대상에서 대기업을 제외함
  - 법 제4조(타 법과의 관계)에서 종속적인 법 체계의 오류 개선을 위해 하도급법 우선 적용 조항을 폐지함
  - 법 제15조(판매장려금 등)에서 거래구조의 현실 반영 및 소비자 물가 안정에 기여하기 위해 現 성장/진열/신상품 장려금 외 합리적인 사유가 인정되는 장려금을 허용함

□ 기대 효과

- 산업 환경 변화에 따른 거래현실을 반영한 법 체계 개정으로 거래 당사자의 자율권 보장 및 소비자의 선택권 및 복리후생 도모를 기대하며, 거래공정화특별법 간의 법적 합리성 도출이 가능

## 17 망 사용자 강제 법안 원점 재검토

### □ 배경 및 현황

- 현재 국회에는 망 이용계약 체결과 관련하여 5개의 법안이 발의되어 있음. 5개의 법안 내용은 일부 차이는 있으나 기본적으로 사업자에게 망 이용계약 체결 의무를 부과하고 망 이용계약에 이용기간, 전송용량, 이용대가 등의 내용을 포함하도록 하며, 정부에게 망 이용계약에 대한 실태조사를 할 수 있는 권한을 부여하는 것을 골자로 하고 있음
  - 또한 과학기술정보통신부는 전기통신사업법 전면개정안 마련을 추진 하면서 해당 개정안에도 위와 유사한 내용의 망 이용계약 체결의무를 규정하고자 하고 있음
- CP(콘텐츠제공사업자)들은 대기업 중심의 과점적 통신시장에서 해외 시장 대비 높은 네트워크 비용을 치르고 있음
  - 법안들은 달성할 수 있는 목적이 불명확하고, 헌법상 계약 자유의 원칙에 위배될 소지가 크며(국회 과방위 검토보고서 지적사항), 국내통신 시장의 전체 대역폭(ex.도로 현황)에 대한 정확한 검토 없이, 단순 트래픽(ex.차량 대 수) 증가 추이만을 근거로 하는 ISP(통신사업자) 측의 일방적인 주장을 담고 있음

### □ 주요 내용

- 망 이용계약 체결 및 망 이용료 부과에 대한 내용을 법에서 강제하고자 하는 움직임은 중단되어야 함
  - 해당 전기통신사업법 개정안에 대한 원점 재검토 및 과방위를 넘어 산자위, 정무위 등을 포함하여 당 정책위와 전체 부처 차원의 종합 검토를 요청
  - 보다 근본적으로는, 전기통신사업법 전부 개정 논의와 글로벌 규칙과 어긋난 국내만의 갈라파고스 규제인 상호접속고시의 원점화 등 관련 규제 개선에 있어서 ISP/CP의 역할과 의무를 합리적으로 분별 필요

□ 기대 효과

- OTT 이외에도 데이터 트래픽 수요가 높은 메타버스, NFT 등 다양한 국내 IT 신성장 산업 및 스타트업 생태계 발전에 대한 저해 요소 제거
  - 국내 K-콘텐츠의 해외 진출 지속 유지와 함께 국내 IT 신성장 산업, 스타트업 생태계 지속 발전 기대

## 18 선불전자지급수단 한도 상향 및 국세·지방세 납부 허용

### □ 배경 및 현황

- 간편결제 서비스는 편리성에 기반하여 점차 범용화되고 있으며 간편결제사가 제공하는 선불전자지급수단(네이버페이머니, 카카오페이머니 등) 역시 주요 결제수단 중 하나로 성장하였음
  - 한국은행 발표자료에 따르면 선불전자지급수단 이용금액은 지속 증가\* 하여 '23년 상반기 기준 일평균 약 9,400억원에 달함
  - \* '21년下 7,063억원 → '22년上 8,017억원 → '22년下 8,556억원
- 선불전자지급수단이 통용적으로 사용되는 결제수단으로 자리 잡았음에도 불구하고 적은 이용한도(200만원)와 사용처 제약으로 인해 소비자 불편 발생
  - 선불전자지급수단의 이용한도가 200만원으로 제한됨에 따라 가전제품·항공권 등 일상적인 상품의 구매를 위한 지급수단으로 사용이 불가능한 경우가 발생
  - 아울러, 국민의 결제수단 이용 현황을 적극 반영하지 못해 국세·지방세 납부수단으로 허용되어 있지 않음

### □ 주요 내용

- 2008년 법령 개정 이후 선불전자지급수단의 권면한도가 15년간 동일하게 유지되어 있어 그간의 물가상승률 및 소비수준 증가를 반영하여 상향 필요
  - 금융위원회는 2020년 6월 제3차 규제입증위원회를 열어 기명식 선불전자지급수단의 권면한도를 최대 500만원으로 늘리기로 하였으나 이에 대한 조치가 이루어지지 않음
  - 아울러, '24.1월 국무조정실 신산업규제혁신위원회에서도 최대 500만원까지의 권면한도 상향이 규제개선 과제로 수용되었기에 「전자금융거래법」의 조속한 개정을 통한 금융소비자 편의성 증대 필요

- 국세·지방세 납부에 다양한 결제수단을 이용할 수 있도록 허용하여 국민 편의성을 제고함과 동시에 납세자의 부담을 완화
  - 현재 계좌이체, 신용카드, 통신과금서비스가 납부수단으로 허용되어 있으며, 신용카드의 경우 0.8%의 수수료를 국세 납부자가 부담하도록 하고 있음
  - 선불전자지급수단의 예상 수수료 수준은 200원 내외로 신용카드 대비 낮으며, 각종 서비스를 이용하면서 적립한 포인트\*를 이용하는 것도 가능하여 납세자의 부담 경감 효과가 있을 것으로 기대
- \* 신용카드 포인트를 이용한 국세 납부는 '11.10월부터 허용되어 규제 형평성을 위해서도 선불전자지급수단의 이용 허용 필요

#### □ 기대 효과

- 선불전자지급수단 활성화를 통해 국민에게 다양한 결제수단을 이용할 수 있도록 선택권을 늘리고 지급결제 시장의 경쟁을 촉진하여 이용자에게 다양한 혜택이 돌아갈 수 있는 시장 형성



## 19 법인사업자의 금융서비스 이용 편의성 개선

### □ 배경 및 현황

- '19년 12월 시행된 오픈뱅킹 서비스는 자금이체와 연관된 다양한 디지털 서비스가 출시될 수 있는 기반을 마련
  - 오픈뱅킹은 시행 2년만에 가입자수 3천만명, 등록계좌수 1억개에 이르며 핵심금융서비스로 자리 잡았으며,
  - 간편송금, 지역화폐, 자산관리 등 다양한 금융서비스가 등장하여 금융 소비자의 이용편의를 증진함
- 다만, 오픈뱅킹 서비스는 개인 명의로 개설된 계좌에 한해 제공되고 있어 법인계좌는 오픈뱅킹과 연계한 서비스 이용이 불가
  - 국내 등록된 법인사업자는 '22년말 기준 125만개에 육박함에도 불구하고 오픈뱅킹을 이용할 수 없어 디지털 금융서비스의 혜택을 받지 못함

### □ 주요 내용

- 법인계좌의 출금이체·잔액조회·거래내역조회 API 이용 허용 시 기존의 혁신적인 서비스 확장은 물론 법인 대상의 신규 사업모델도 등장 가능
- 사업자의 경우 여러 계좌에 흩어져 있는 거래내역을 관리해야하는 어려움이 존재하기 때문에 오픈뱅킹을 활용하는 서비스의 니즈가 큼
  - 반복적으로 이체가 필요한 B2B 거래에서의 편의성이 개선과 사업자의 계좌 및 거래내역의 효율적인 관리 필요

### □ 기대 효과

- 핀테크 및 금융회사에 새로운 사업기회를 제공함과 동시에 법인 사업자도 디지털 금융서비스의 혜택을 누릴 기회 마련
  - 특히, 계좌·자금 관리에 대한 노하우가 부족한 영세 소상공인들은 관련 서비스를 이용하여 많은 효용을 얻을 수 있을 것으로 기대됨
- 현재 운영 중인 오픈뱅킹 인프라에 법인계좌를 추가하여 운영하는 형태로, 추가적인 인프라 투자 등 없이 제도개선 효과 달성 가능

20

금융상품 비교·추천을 통한 금융소비자 편익 제고

□ 배경 및 현황

- 현재 온라인 플랫폼을 통한 금융상품 중개는 대출만 허용되고 예금, 보험, 투자 상품은 금지되어 있음
  - 「금융소비자보호법」 시행으로 금융상품의 판매 대리·중개를 위해서는 각 금융상품별로 라이선스를 취득하도록 정하고 있으나,
  - 대출 외의 금융상품에 대한 라이선스 제도 미비로 인해 금융상품의 비교·추천이 불가
- 예금과 보험상품의 경우 금융규제 샌드박스 제도를 통해 제한적으로 운영되고 있어 혁신적 금융서비스 확산에는 제약이 큼

□ 주요 내용

- 금융상품 비교를 통해 금융소비자의 정보불균형을 해소하고 금융시장 내 경쟁 촉진을 위해서는 금융상품판매·대리중개업의 활성화 필요
  - 현재 금융시장은 대형 금융지주가 과점하고 있는 형태이며 다양한 상품을 한번에 비교하기 어려운 구조
  - 온라인 플랫폼 등을 통해 소비자의 니즈에 맞는 상품을 편리하게 비교할 수 있다면 정보 탐색비용을 절감하면서도 금융회사가 더욱 많은 혜택을 지급할 요인 제공
- 현재 중개가 허용된 대출상품은 이용자로부터 긍정적인 반응을 얻고 있으며 대출상품의 종류도 점차 확대 중에 있음
  - '23년 5월 신용대출 대환대출 플랫폼 출시 이후 이자 절감 등의 효과가 확인되어 '24년 1월 주택담보대출 대환대출 플랫폼 추가 출시 추진 중
- 금융상품 비교·추천 서비스의 안정적인 서비스 운영 근거 마련을 위한 종합중개라이선스 도입 필요
  - 현재 혁신금융서비스로 제공되고 있는 서비스의 특례기간 만료 시 서비스 중단으로 금융소비자 불편이 발생할 것으로 예상됨

## □ 기대 효과

- 소비자 편의 증진을 위한 다양한 비즈니스모델이 등장할 수 있는 제도적 기반이 될것으로 기대
  - 일반 금융소비자는 물론 사업자금융과 관련된 정보가 부족한 소상공인\* 등 다양한 국민의 효용 제고에 기여
  - \* 예) 소상공인 대상의 정책 금융상품을 함께 비교할 수 있는 창구를 마련하여 정책자금을 원활히 공급

21

간편결제 부가가치세 면제를 통한 소상공인 부담 완화

□ 배경 및 현황

- 간편결제는 신용카드와 더불어 범용적인 결제수단으로 자리 잡음
  - 디지털 금융서비스의 확장으로 전자금융업자가 제공하는 간편결제 서비스 규모도 빠르게 증가 중
    - \* 간편결제 일평균 이용금액은 '21년 상반기 2,762억원에서 '23년 상반기 4,157억원으로 약 51% 증가
- 부가가치세법에 따라 신용카드는 금융·보험업으로 분류되어 부가세 면제 사업에 해당하지만 같은 결제 서비스를 제공하는 전자금융업은 면제 사업으로 지정되어 있지 않음
  - 금융용역은 국민 생활에 필수적인 측면을 고려하여 부가세가 면제되고 있으나 일상에서 널리 사용되고 영업활동에 필수적인 간편결제는 금융 용역으로 포함되어 있지 않음

□ 주요 내용

- 전자금융업을 부가가치세법 내 금융·보험업 분류에 추가하여 소상공인의 부가세 부담 완화 필요
- 전자금융업자들은 소상공인들의 수수료 부담을 경감시키기 위해 카드 우대수수료 적용 확대에 동참하였으나 부가세 부과 체계로 인해 이러한 노력이 반감됨
  - 소상공인들의 수수료 부담 완화 필요성에 공감하여 전자금융업자들은 '18년부터 영중소 하위가맹점에 대한 우대수수료를 적용 중이나,
  - 카드사와 동일한 정책을 적용함에도 부가가치세가 부과로 인해 정책 효과가 소상공인에게 온전히 전달되지 못하고 있음

□ 기대 효과

- 부가가치세법이 결제서비스 산업의 변화를 반영하지 못함에 따라 소상공인의 세액 부담이 가중되는 현황 개선
- 국내 결제서비스 산업 활성화를 통해 소비자의 선택권을 확장하고 이용자들에게 더 많은 혜택이 제공되는 환경 마련

22

**위치정보법 폐지 및 개인정보 보호법으로 흡수 통합**

□ **배경 및 현황**

○ 개인정보 보호 법제간 중복 규제 문제 발생

- 2020년 데이터 3법(개인정보 보호법, 신용정보법, 정보통신망법)의 개정으로 인해 개인정보 보호 법제간 정합성의 문제가 많이 해소되었으나, 여전히 신산업 진흥을 저해하는 규제가 남아 있는 상황
- 특히 2005년 제정된 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률(이하 ‘위치정보법’)」은 국내에만 존재하는 대표적 갈라파고스 규제법으로 개인정보에 포함되는 ‘개인위치정보’에 대하여 별도의 특별법을 통해 개인정보 보다 더 강한 규제를 적용하고 있음
- 그러나, 개인위치정보에 관한 사항은 개인정보 보호법으로 규율이 가능함에도 위치정보법이 별도로 존재함에 따라 법제간 정합성의 문제가 발생할뿐 아니라, 산업 현장에서 중복규제로 인한 혼선으로 기업들이 어려움을 겪고 있는 상황
- \* 해외에서는 별도의 위치정보법을 두지 않고 있으며, 대부분의 국가에서 개인 위치정보에 대하여 일반 개인정보의 한 유형으로 처리하고 있음
- \* 위치정보법의 대부분의 조항은 개인정보 보호법을 그대로 따르고 있는데, 개인 위치정보의 처리와 관련해 개인정보 보호법과 해석이나 기준이 달라 개인위치 정보 처리 시 어려움을 겪고 있음

□ **주요 내용**

○ 위치정보법 폐지 및 개인정보 보호법으로 흡수 통합

- 위치기반의 데이터 활용이 자율주행차나 드론 등 혁신 서비스 개발·운용과 직결된 상황에서, 갈라파고스 규제이며 일반 개인정보 보다 더 과도한 보호조치를 요구하고, 중복규제의 문제를 유발하는 현행 위치정보법을 폐지하고, 개인위치정보에 관한 조항은 개인정보 보호법으로 흡수 통합 필요

23

**N번방법 현실적 운용 방안 마련**

□ **배경 및 현황**

- N번방 방지법(전기통신사업법) 시행에 따라 조치의무사업자는 불법 촬영물 등의 유포·확산 방지 위한 기술적·관리적 조치중
  - 사업자는 사전 필터링 기능을 적용하고 있으며, 방심위가 심의/구축한 불법촬영물 공공 DNA DB를 바탕으로 불법촬영물 등을 식별
- 그러나 DNA DB가 단시간 내 급증하고 있고, 증가량 예측이 어려워 조치의무사업자가 이에 대비하여 기술적·관리적 조치를 준비할 기간이 부족
  - 그 결과, 이용자가 ▲동영상 업로드를 시도할 경우 상당 시간 지연되는 문제가 발생하여 불편을 초래
  - 사업자에게는 벌칙 규정 존재 (3년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금, 주의의무 규정 있음)하여 사업자의 부담이 가중
- 방통위가 ETRI를 통해 개발하여 제공한 ‘비교/식별 게재제한 기술’의 오류로 인한 문제
  - 방통위가 제공한 기술에 오류(5%내외)가 존재하여 표현의 자유 침해, 소송, 손해배상 등의 이슈가 존재

□ **주요 내용**

- 사업자에게 “불가피한 사유가 있는 경우” 면책 규정 신설 및 유예기간 부여 필요
  - (면책 규정 신설) 사업자 불가피한 사유 있을 경우 추가 DB 적용 지체 면책 근거 마련
  - (유예기간 부여) 사업자가 DB 구축할 수 있도록 유예기간 부여
  - (DB 유효기간 부여) DB의 유효기간을 부여해 일정기간이 지난 뒤 사후심사 전환

- ‘비교/식별 게재제한 기술’ 정확도 확보 전까지 기술 적용 유보 검토
  - 방통위가 ETRI를 통해 개발하여 제공한 ‘비교/식별 게재제한 기술’은 일부 사업자만 적용중
  - 반면, N번방법 시행 원인인 텔레그램은 차단기술을 적용하지 않고 있고, 대부분의 정보통신서비스 제공자는 시행령 취지에 맞지 않게 사후게재 제한으로 적용중
  - 한편, 해당 기술은 사전검열에 해당한다는 시민단체(오픈넷)의 지적이 있고, 현재 헌법소원도 진행 중임
  - 이에 ‘비교/식별 게재제한 기술’은 정확도 확보 전까지 기술 적용 유보가 바람직

#### □ 기대 효과

- 이용자는 필터링으로 인한 동영상 전송 등에 있어 서비스 지연 발생 등 불편을 최소화할 수 있으며, 사업자는 잠재적 서비스 장애 리스크 예방 및 유예기간 확보를 통한 원활한 서비스 제공 가능

24

개인정보 열람권 합리화

□ 배경 및 현황

- 이중 개인정보 보호법에 따른 ‘개인정보 열람권’은 정보주체의 권리로 인정받아야 하나, 최근 무분별한 개인정보 열람권 청구로 인한 업무과중 발생
  - 법률에서 보장하는 열람권의 범위는 구체적으로 「개인정보 보호 법령 및 지침·고시 해설」에서 포괄적으로 열거되어 있으나, 대상의 범위가 넓어 이에 대한 명확한 기준이 필요
  - 해설서 상 열람 요구대상은 ‘개인정보처리자가 생산한 개인정보’뿐 아니라 ‘쿠키, 로그기록 등’까지도 열람 요구의 대상으로 명시

□ 주요 내용

- ‘개인정보처리자가 생산한 개인정보’ 정의의 명확화 및 ‘쿠키, 로그 기록 등’과 함께 열람권의 대상에서 제외하는 것이 필요
  - 사업자 입장에서 정보주체의 열람권 행사에 대해 답변 수준을 설정하기 어렵고, 때때로 분쟁 건으로까지 이어져 막대한 부담으로 작용
  - 또한, 이에 대한 자료 생성/가공/분석 및 제공을 위한 내부 인력소모 등 업무 과중이 부담
  - 열람요구권과 전송요구권에서 규정하는 대상 항목이 상이하며, 개인정보처리자가 생산한 개인정보와 ‘분석/가공하여 별도로 생성한 정보’ 사이의 해석 여지가 있음
- 열람권 제한 및 비용 청구의 구체적 기준 필요
  - 현행법에서 악의적인 개인정보 열람권 행사에 대해 사업자가 제한/거절할 사유 부재
  - 또한, 과도한 열람권 요구를 막기 위해 개보법 시행령 제47조(수수료 등의 금액 등)에서 ‘열람권 요구에 따른 실비의 범위에서 수수료와 우송료의 청구’에 대해 사업자가 해당 금액을 청구할 수 있도록 구체적 기준 마련 필요

□ 기대 효과

- 이용자 민원에 신속한 대응을 통한 이용자 만족도 향상 및 행정소요 감소



25

**디지털 기업의 성장을 저해하는 공시대상기업집단 규제개선**

□ **배경 및 현황**

- 국내 디지털 기업들이 글로벌 거대 IT기업과의 디지털 패권경쟁에서 우위를 점할 수 있는 규제환경 및 글로벌 스탠다드 적용이 필요함
  - 현행 「공정거래법」은 기업의 직전 사업연도 자산총액 합계액이 5조원 이상일 경우 ‘공시대상기업집단’, 국내총생산액(GDP)의 0.5%에 해당하는 금액 이상일 경우 ‘상호출자제한기업집단’으로 지정·규제 중
  - 이 제도는 정부의 특혜를 받는 기업, 과거 ‘재벌 기업’에게 경제력이 집중되는 현상을 막기 위해 제·개정되었으나, 현재의 법질서와 시장 투명성·시스템으로도 감시와 상호건제가 가능함
- 공시대상기업집단 규제, 디지털 기업의 혁신·성장을 막는 행위
  - 상호출자제한기업집단의 지정기준은 '09년 5조원(당시 GDP 약 1,205조원)에서 '16년 10조원으로 1회 상향되었을 뿐, 현재 '09년 대비 GDP가 약 78.4% 증가했음에도 큰 변화가 없음('22년 기준)
  - 디지털 경제 성장과 국경 없는 서비스 제공 등이 일반화되면서 디지털 기업의 공시대상기업집단 수는 더욱 증가할 것으로 전망됨
  - 공시대상기업집단에 지정되면 각종 공시·신고 의무가 생기고, 성장을 저해하는 규제와 경제형벌이 대폭 증가해 기업 스스로 성장을 꺼리는 ‘피터팬 증후군’ 현상을 부추김

□ **주요 내용**

- 현행 공시대상기업집단 지정 기준 상향 및 GDP 연동
  - 공시대상기업집단 지정 기준도 상호출자제한기업집단과 같이 GDP와 연동시키고, 전체 대기업 집단 지정 기준 일괄 상향 및 현실화

□ **기대 효과**

- 글로벌 스탠다드 법 제도 환경을 구축하여 기울어진 운동장 정상화
  - 글로벌 IT기업과 자유로운 경쟁을 할 수 있는 기업·경영 환경 조성

- 공시대상기업집단 규제 폐지 또는 완화 시 기업의 신규 사업 도전을 유도하거나 유망한 벤처·스타트업에 대한 지분투자 및 M&A 등을 통해 경제 성장 및 다양한 부가가치, 고용 창출 기대
- 사회적 비용 절감을 통한 혁신성장 기대
  - 불필요·막대한 자료 제출 및 신고의무 등이 해소됨에 따라 기업의 비용·시간·리소스 절감을 통한 혁신 성장의 기회 제공

## 법률데이터 대중화와 리걸테크 산업 발전을 위한 판결문 공개 제도 개선

### □ 배경 및 현황

- 법률서비스에 IT기술을 접목한 리걸테크 산업은 대량의 법률정보 데이터를 잘 활용할 수 있다면 발전 가능성이 무궁무진하나 과도한 규제로 인해 성장하지 못하고 있는 대표적 공공데이터<sup>1)</sup> 기반 산업임
- 데이터를 수집·분석·활용하는 기술이 리걸테크 핵심인데 우리 법원은 판례를 유상으로 판매<sup>2)</sup>하고 있고, 기계 판독이 불가능한 PDF 형식으로 제공<sup>3)</sup>하고 있어 기업들이 국민들의 법률정보 접근성을 높일 수 있는 리걸테크 서비스 구현에 어려움을 겪고 있음
- 미국 법원은 미확정 판결문도 원칙적으로 24시간 내에 홈페이지를 통해 비실명화 처리 없이 공개하며, 사건 기록 등도 유상 열람 가능한 체제를 구축하고 있음
- 우리와 법체계가 같은 일본도 민사재판 모든 판결을 데이터베이스화해 변호사와 민간기업에 제공하는 논의를 시작한 바 있고,<sup>4)</sup> 판결문 포함 민사재판을 IT화하는 법이 통과돼 2025년 시행을 앞두고 있음<sup>5)</sup>
  - \* 법원은 국가기관이므로 법원이 생성하는 데이터인 판결문은 공공데이터법 제2조 제1호에 해당하는 공공데이터로서 공공데이터법의 적용을 받음
  - \*\* 또한 우리 헌법은 공개재판의 원칙을 천명해 모든 국민이 투명하고 공정한 재판 절차의 진행을 보장받고, 심리와 판결을 외부에 공개해 재판의 공정성을 확보하도록 하고 있음

1) 공공데이터의 개방 및 활용에 대한 근거법으로 “공공데이터의 제공 및 활성화에 관한 법률”(이하 공공데이터법이라 약칭함)이 있다.  
 2) 현재 판결서 인터넷 열람 서비스 또는 사본제공 신청 서비스에서 판결서 1건당 1,000원의 비용을 부과하고 있다.  
 3) 공공데이터법상 공공데이터는 “기계판독이 가능한 형태”로 정비하여 제공하여야 한다(법 제24조 제1항). 여기서 “기계판독이 가능한 형태”란 소프트웨어로 데이터의 개별내용 또는 내부구조를 확인하거나 수정, 변환, 추출 등 가공할 수 있는 상태를 말한다(법 제2조 3호). 그런데 PDF는 문서 표현에 초점이 있는 포맷으로 데이터를 구조화한 포맷이 아니므로, 일반적으로 기계판독이 가능한 형태라고 보지 않는다.  
 4) 닛케이신문, “법무부, 전민사 판결 전자보존 연 20만건 민간 개방” (2022.10.)  
 5) 닛케이신문, “민사재판 IT화 개정 민소법 성립 심리기간 원칙 7개월” (2022.5.)

## □ 주요 내용

### ○ 판결문 제공 방식 개선 및 수수료 면제

- 기계 판독 가능한 XML 등 구조화된 문서 형식의 판결문 공개, 일관성 있는 비실명 처리 기준 확립 등을 통한 판결문의 양적·질적 공개 확대 필요
- 비실명화 비용은 정부 예산으로 지원하고, 판결문 열람 수수료를 무료화 또는 경감해 판결문 공개를 실질적으로 활성화하고 이용자 부담을 최소화한다는 공공데이터법<sup>6)</sup> 취지 실현 필요
- 법원이 판결문 공개·제공 절차상 최대 난점을 비실명화 조치에 소요되는 인력과 시간으로 꼽고 있는 만큼, 이를 자동화하기 위해 인공지능(AI) 등 민간 리걸테크 기술을 적극 도입하고, 판결문 공개 범위 확대를 위한 인력·예산 증액과 더불어 비실명화된 판결문은 법제처 법령 데이터처럼 API 등 개선된 형태로 제공 필요

## □ 기대 효과

- (국민 알 권리 강화) 판결문 데이터 공개가 활성화되고 다양한 플랫폼을 통해 판결문을 대중적으로 접할 수 있게 되어 중요한 공공 데이터인 법률정보에 대한 국민의 알 권리가 강화됨
- (법률서비스 품질 향상) 대량의 판결문 데이터를 기반으로 인공지능(AI) 학습이 강화되어 다양한 리걸테크 서비스가 발전 가능함. 법률 업무 효율화 및 자동화로 변호사 단순 업무 부담이 경감되고 국민들은 고품질 법률서비스를 누릴 수 있게 됨
- (리걸테크 산업 진흥) 리걸테크 기업들이 공공데이터인 판결문을 적극 활용할 수 있게 돼 개인정보 등 이슈 없이 AI기술 접목이 활성화되는 등 리걸테크 산업 발전 밑거름 마련

---

6) 공공데이터법에 의하면 “공공기관의 장 등은 공공데이터의 제공에 드는 필요최소한의 비용을 이용자에게 부담시킬 수 있다”(법 제35조 제1항)고 정하고 있다. 부담시킬 수 있는 비용은 “구축”이 아니라 “제공”에 드는 비용으로서 판례와 달리 법제처에서 제공하는 공공데이터를 포함하여 거의 모든 공공데이터는 API 방식 또는 다운로드 방식으로 무료로 제공되고 있다.

# 디지털경제 산업진흥

1. 인공지능 산업 육성을 위한 진흥 거버넌스 구축
2. 소규모 M&A 활성화 및 세컨더리펀드 확대
3. 민간 주도 개방형 혁신거래소 설립
4. 글로벌 상생 M&A 플랫폼 구축
5. 네트워크 망중립성 정립 및 확산
6. 스마트팩토리 등 데이터 표준 정립 및 확산
7. 디지털경제 활성화를 위한 디지털 혁신인재 양성
8. 청년이 살고 싶은 지역 공간 혁신으로 지역 소멸 대응
9. 글로벌 메가펀드 조성으로 국내 스타트업·투자 글로벌 경쟁력 강화
10. 게임이용장애 질병코드 등재 문제 신중 검토
11. 한국 게임의 해외 진출을 위해 지속적인 판호 발급 지원 필요
12. 불법 프로그램 실질적·실효적 차단 필요성
13. 영상 콘텐츠 제작비용 세액공제 지원 범위 확대
14. 이스포츠 산업의 선순환 생태계 조성을 위한 세제지원
15. 유료재화거래소 등급분류 기준 개선 필요
16. 디지털 강국, 전자주총 도입을 통한 주주 권리 강화
17. 기업 실전형 인재양성 프로그램에 대한 정책지원 강화
18. 외국납부세액공제 수동적소득(로열티) 제도개선 필요
19. 광고산업 진흥을 위한 ‘광고산업 진흥법’ 제정
20. 광고 산업 디지털트랜스포메이션을 위한 인력 양성 확대
21. 온라인 판매자 복합단지 구축
22. 도심 배송 효율화 개선
23. 상품안전정보 플랫폼 구축을 통한 국민 안전 확보
24. 친환경-친노동 포장재 개발 및 표준화
25. 온디맨드(On-Demand) 산업 활성화
26. 중소기업인 판로확보와 글로벌 경쟁력 확보를 위한 온라인 유통 및 플랫폼 산업진흥
27. 직매입 거래 및 PB산업 지원으로 중소기업인 판로확보 및 물가안정 제고
28. 중소기업인의 해외시장 진출 지원을 위한 직매입 거래구조 지원 강화
29. 비대면 인증 활성화를 통한 국민의 안전강화
30. 지방 소재 물류센터 교통 접근성 강화
31. 국내 온라인 동영상 서비스 산업 육성을 위한 기반 조성
32. 국민의 금융서비스 접근성 제고를 위한 은행대리업 신설
33. 글로벌 경쟁력 확보 위한 AI·클라우드 연구개발 환경 조성
34. 보이스피싱 예방을 통한 민생 안정
35. 첨단/IP 융복합 산업단지 활성화 대책 마련
36. 법인의 가상자산 투자 허용



## 1

## 인공지능 산업 육성을 위한 진흥 거버넌스 구축

## □ 배경 및 현황

- 미·중이 글로벌 빅테크와 국가 지원을 등에 업고 압도적인 경쟁력을 확보하여 영향력을 행사하는 상황에서, AI기술이 해외에 종속되지 않기 위해서는 인력 및 기술·산업 경쟁력 확보를 위해 전폭적인 지원이 필요한 상황
- 한국 디지털 산업 정책에는 진흥과 규제 권한이 혼재되어 규제 권한을 두고 여러 부처가 갈등을 겪고 있으며, 방송과 통신의 규제에 집중되어 있고 방송통신산업과 성격이 다른 인터넷 기반의 AI 산업이 동일한 규제를 적용받고 있는 상황

## □ 주요 내용

- 인공지능 산업 육성을 위한 거버넌스 구축
  - AI, O2O, 핀테크, 디지털 콘텐츠 등 4차 산업혁명을 주도할 혁신산업 분야를 전담할 혁신적 정부부처 필요. 규제 부처는 규제와 진흥을 분리하여 혁신산업에 대한 최소 규제 원칙하에 조직을 개편하여 규제 완화, 진흥을 중심으로 운영되어야 함
- AI에 대한 사전규제, 강행규범의 제정을 지양하고 AI산업을 지원하는 환경 조성 필요
  - 서비스에 미치는 영향에 대한 분석이 이루어지지 않은 채 성급하게 추진된 AI윤리 법제도에 대한 전면적인 재검토가 필요
  - AI는 실증·출시 후 지속적인 보완을 통해 사회화 및 교정이 가능하나, 서비스의 개발 및 활용 자체가 어려워지면 이러한 교정의 기회를 갖지 못하여 산업과 기술의 성장 동력을 얻기 어려움
- AI학습에 필요한 데이터 이용 활성화 환경 조성
  - 접근통제, 암호화 등 일정한 기술적, 관리적 보호조치를 전제로 가명처리 없이 산업적 연구목적으로 개인정보를 활용할 수 있도록 비정형 데이터에 대하여는 개인정보 규정 완화 필요

- 데이터마이닝을 위한 저작물 이용에 대해서는 저작권권이 제한되는 면책 규정의 신설 및 적용 필요

### □ 기대 효과

- (기대효과) 민간기업의 창의적이고 도전적인 AI서비스 운영이 가능한 산업 친화적 환경을 조성, 글로벌 AI경쟁력 확보를 통해 글로벌 디지털 경쟁 시대 국가의 성장 주도



## 2

## 소규모 M&amp;A 활성화 및 세컨더리펀드 확대

## □ 배경 및 현황

- IPO(기업공개)와 M&A(인수합병)으로 대표되는 엑시트(Exit)는 약 1% 내외로 극히 희박하여 정책적 지원이 필요하나, 국내 시장은 해외 주요 창업 선진국 대비 활성화되지 않고 있으며 규제 수준도 상당
  - 국내의 경우 M&A를 통한 엑시트(Exit)는 '19년 금액 기준 0.5% 수준으로 취약
  - 엑시트 활성화를 위해서는 IPO시 필요한 조건<sup>1)</sup>에 대한 완화 필요
- 1) 매출액 및 이익 자본에 대한 재무적 조건과 안정적 수준의 수익성 등

## □ 주요 내용

- 초기 M&A 활성화를 위해 벤처·스타트업의 성공적인 엑시트가 긍정적인 이미지로 인식이 개선될 수 있도록 포상제도 확립 등 문화 조성
  - IPO 활성화를 위해 세컨더리펀드 활성화로 투자 기간과 회수 시기에 따른 미스매칭을 줄여 벤처투자 선순환 유도
- 다양한 세컨더리펀드에 모태펀드 투자 확대하는 방안 검토 추진

## □ 기대 효과

- (벤처 생태계 활성화 도모) 후배 창업가 육성 및 투자로 새로운 체인이 연결되는 등 생태계 선순환에 기여할 것을 기대
- (글로벌 디지털 시장경제 선도) 국내의 경쟁력 있는 스타트업이 국내외 기업들과 크고 작은 엑시트(Exit) 활성화

3

민간 주도 개방형 혁신거래소 설립

□ 배경 및 현황

- 현재 중간회수시장 및 엔젤투자 활성화가 미진하여 대기업 및 중견기업과의 전략적 협력 또는 혁신거래가 부진
  - 선도-벤처기업 간 협력, 글로벌화 등 시장개척이 중요하나, 자금, 마케팅, 기술인력 등 조성 환경이 열악하여 시장역량이 있는 기업과의 협력이 절실히 필요한 상황

□ 주요 내용

- 중간회수 활성화를 위해 주식 거래시장과 유사한 기능의 기술거래, M&A 등 Open Innovation을 담당할 ‘혁신거래소’<sup>1)</sup> 설립 필요
  - ‘혁신거래소’를 통해 대기업은 벤처기업으로부터 기술을 공급받고, 벤처기업은 대기업으로부터 자금공급을 받는 개방형 혁신거래의 활성화를 통해 벤처활력 제고<sup>2)</sup>

1) 혁신거래소란 상장기업은 R&D단계에서 신기술을 벤처기업으로부터 수혈 받고, 벤처기업은 대기업과의 거래를 통해 시장을 확보토록 중개하는 기관

2) 대기업에게는 벤처기업의 혁신역량을, 벤처기업에게는 대기업이 가진 시장 창출역량 수혈을 통해, 상생협력모델 수립

□ 기대 효과

- (벤처기업) 대기업의 시장지배력 활용, 자금조달 및 기술개발에 전력
- (대기업) 효율적 기술개발, 경쟁기술에 능동대처, 시장확장에 주력
- (벤처생태계) 중간회수의 발달로 엔젤 활성화, 투자의 선순환 구조, 창업기업에서 중견기업으로 발전가능성 확대
- (국가경제) 고용창출, 사회적 비용 최소화, 국가세수 증대(혁신거래세 신설)
- (투자자) 투자금 조기회수 및 재투자 여력 → 투자 매력도 제고
- (창업자) 실패위험 축소, 회수전략 확보 → 고부가가치 창업

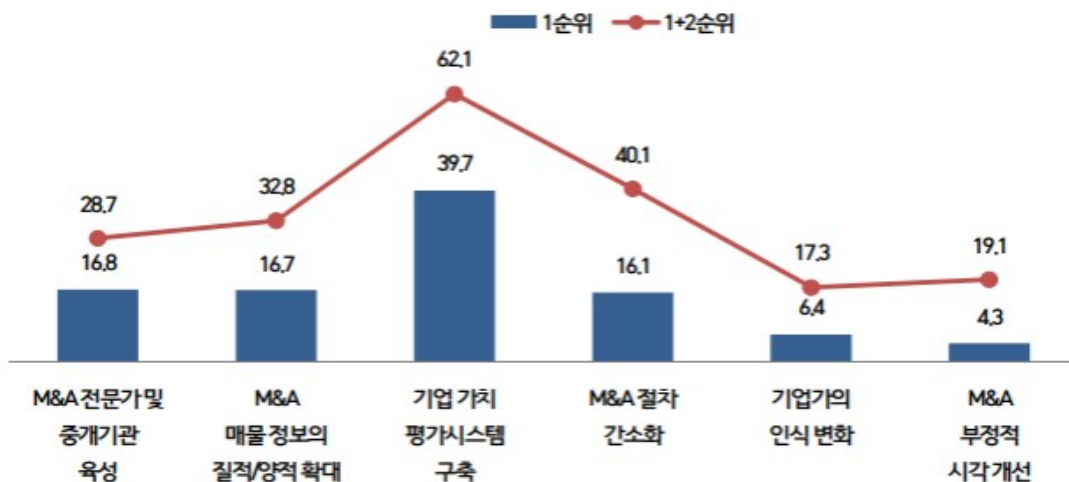
## 4 글로벌 상생 M&A 플랫폼 구축

### □ 배경 및 현황

- 우리나라는 M&A(인수합병)를 비롯한 선순환 회수시장이 발달되지 못하여 창업회피의 원인이 되며 동시에 생존을 저조와 채투자 부진을 초래
  - M&A 부진 이유로는 높은 무형자산 비중으로 가치평가에 난점이 있고, 중개 기능이 미흡
  - 생태계 조성 역사 및 환경의 차이로 인해 시장의 수요, 공급에 의한 자연스러운 시장 형성이 요원해 비상장사는 시장통계 및 정보부족으로 비활성화 상태

< 벤처기업의 M&A 환경개선 조사 >

(단위: %)



('21. 벤처기업정밀실태조사)

### □ 주요 내용

- 글로벌 M&A 전문 중개 기능을 수행하는 '글로벌 상생 M&A 플랫폼' 구축

### □ 기대 효과

- 해외기업과 국내 벤처기업간의 M&A를 활성화하고, 아울러 협업 촉진

5

네트워크 망중립성 정립 및 확산

□ 배경 및 현황

- 인터넷서비스제공자(ISP)와 콘텐츠 공급자인 콘텐츠제공사업자(CP)간 네트워크 망에 대한 갈등 심화
  - 우월적 지위를 남용하여 콘텐츠제공사업자(CP)가 납부하는 망 비용의 원가 등에 대한 세부 내용은 공개하고 있지 않는 등 불투명하게 운영
  - 콘텐츠제공사업자의 망 이용 대가를 지불을 강제하고자 하는 법안을 발의하는 등 독점적 지위를 행사하며, 시장 지배력과 거래상 우월적 지위를 남용

□ 주요 내용

- (망중립성 가이드라인의 법제화) 현행 가이드라인 수준에서 규정된 망중립성 원칙을 법적 위상으로 격상시켜, 공정하고 투명한 인터넷 망 환경 조성
- (망 비용에 대한 정보 비대칭 해소) 정부가 망 계약 현황 등의 자료를 인터넷서비스제공자(ISP)로부터 제출받아 망 비용에 대한 투명성을 강화하고 정보의 비대 문제를 해소
- (통신사에 대한 PASS앱 강제 실태조사 및 본인확인기관 지정 확대) 정부에서 통신 3사의 PASS앱 강제, 인증 비용 이중과금 등 우월적 지위 남용 문제에 대한 해결책 마련

□ 기대 효과

- (투명성 확대와 망중립성 강화) 통신사의 망 비용원가 공개 및 환경 요소 변화에 따른 모니터링 등을 통해 망비용에 대한 콘텐츠제공사업자(CP)의 부담을 축소
  - 콘텐츠 산업 성장과 이용자 후생 증진을 도모해 공정 경쟁 체계를 마련

## 6

## 스마트팩토리 등 데이터 표준 정립 및 확산

## □ 배경 및 현황

- 4차산업혁명의 가속화와 코로나19로 플랫폼 모델이 확산하는 등 핵심 요소인 ICT기술에 대한 관심과 투자가 집중
- 글로벌 시장 선점을 위해 해외 선진국은 정부 차원에서 전략적 표준화 지원이 필요
  - 데이터 표준 확립은 R&D와 상용화, 기술과 사용자 요구 간 다리 역할을 수행하므로, 빅데이터의 표준화 필요성 증가

## □ 주요 내용

- (ICT 기술을 표준화) 상호 연관성이 높은 ICT 분야에서 호환성, 상호운용성을 제공해 기술 간에 정보교환 및 처리 용이
- (생산·거래 비용 절감) 통일되고 검증된 정보를 제공해 기업의 기술 중복투자 방지, 기술이전 등을 촉진

## □ 기대 효과

- (수익 창출) 국제표준특허에 대한 의존을 줄임으로써 로열티 지출을 절감
- (상호호환성 향상) 건전한 시장생태계를 조성시켜 연관 산업과의 시너지 효과 창출
- (신뢰성 확보) 일정 수준 이상의 성능이 보장되는 규격표준을 적용함으로써 제품과 서비스, 데이터의 신뢰성을 확보하고 안정적인 융합과 다양한 활용방안을 모색

7

디지털경제 활성화를 위한 디지털 혁신인재 양성

□ 배경 및 현황

- 정부는 한국판 뉴딜을 통해서 ‘SW인력 양성’을 추진 중이나 SW인력 수급 애로, 디지털전환 가속화, SW인력 미스매치 등의 어려움으로 인해 여전히 인력 공급은 부족한 실정
  - 수요자(기업)의 필요에 부합하도록 숙련도와 실무경험을 갖춘 현장형 SW인재 양성이 필요하나, 이를 지원하는 양질의 프로그램이 부족한 상황

□ 주요 내용

- (디지털전환 가속화) 최근 SW역량을 기반으로 산업 전반의 디지털 전환이 가속화되면서 고급 전문 인력 부족 현상 심화
- (SW인력 수급 애로) 일정한 역량을 갖춘 SW인력 수급부족의 고질적인 문제는 벤처기업 전 업종에 걸쳐 지속성장의 저해요인으로 작용
- (SW인력 미스 매치) 대기업, 플랫폼 기업에 개발인력 쏠림현상 심화 → 대다수 중소·벤처기업은 인재확보와 필수인력 이탈방지의등 이중고 발생
- (인재양성 정책 총괄 부처 부재) 종합적·체계적 관리 시스템이 부재하여 부처 간<sup>1)</sup> 협업부족, 중복지원 등의 문제발생

1) 교육부, 고용노동부, 산업통상자원부, 과학기술정보통신부, 중소벤처기업부 등

□ 기대 효과

- (경쟁력 확보) 정부의 자금 지원을 바탕으로, 교육·훈련기관의 질적 향상에 따라 다양한 기술을 유기적으로 연결할 수 있는 실무 중심의 산업현장 전문인력 양성
- (혁신 성장 주도) 융합기술 사업화를 주도할 전문가 육성으로, 기업들이 혁신 성장을 주도하고, 융합기술을 사업화해 혁신 활동 촉진

8

**청년이 살고 싶은 지역 공간 혁신으로 지역 소멸 대응**

□ **배경 및 현황**

- 국내외 대학생, 예비창업가 등 시너지 낼 지역, 공간 부재
  - 청년이 수도권으로 이동하면서 지역 인력 손실이 심각함. 스타트업에 필요한 다양한 역량을 가진 국내외 대학생과 창업가들이 모여 협력하고 지식을 공유할 수 있는 지역, 공간이 부재함
  - 글로벌 기술 창업자 및 투자자들과 한 자리에서 네트워킹할 기회가 지역에는 부족함. 창업가와 투자자의 네트워킹 부재는 스타트업이 지역에 진출하거나 투자받는데 어려움으로 작용함

□ **주요 내용**

- 청년들이 일하며 거주할 수 있는 지역 주거 여건 필요
  - 일자리와 동시에 주거 조건을 갖추도록 하며, 주거 수준도 공급자 기반의 주택이 아닌 수요자 기반으로 조성함
  - \* 청년 주택을 지역 공공 기관이 외진 곳에 토지가 있는 자리에 임대주택으로 공급하지 말고, 청년이 선호하고 선망할 수 있는 문화·식당·카페 등을 포함하는 주거 여건 조성 필요
  - \* 프랑스 스테이션F와 같이 창업가의 30%가 외국인으로 50개국에서 유입된 인력으로 구성된 파리의 스타트업 열풍처럼 혁신 공간을 지역에 추진
- 지역에 창업하여 지역 경제에 기여하는 창업가에게 주거를 지원해 청년들이 지역에 정착하도록 유도함
  - 지역 소재 창업 기업에 대한 창업가 및 5년 이상 재직 중인 근로자에게 지방 창업 주거 지원 주택을 공급함
  - \* 민간 주택 사업자가 운영·관리하고 청년 창업가의 의견을 수렴하며 주거 지원 방식을 수시로 변경하며 운영함

□ 기대 효과

○ 지역 경제 활력 증가

- 지역에 청년 창업이 활성화되면 일자리가 생성되고, 이는 소비를 촉진하여 지역 경제를 활성화시킴
- 다양한 스타트업들이 모여 경쟁하면서 혁신이 촉진되고, 이는 지역의 경제 성장을 이끌어낼 수 있음

○ 지역 소멸 대응

- 청년 창업가들에게 주거를 지원함으로써 지역에 청년들이 정착하게 하고, 이는 지역 인력 손실 및 지역 소멸을 방지하고, 지역 경쟁력을 강화하는 효과를 기대할 수 있음



9

**글로벌 메가펀드 조성으로 국내 스타트업·투자 글로벌 경쟁력 강화**

□ **배경 및 현황**

○ 스타트업 해외 시장 진출 현황

- 해외 창업·진출하는 스타트업 비중 또는 국내 유입되는 해외 자본 비중을 살펴보면 한국의 글로벌 개방성은 선도국가 대비 열위인 상황임
- \* 2022년 한해 해외 창업하거나 국내에서 창업한 뒤 해외로 진출하는 스타트업으로 한국에서 해외로 진출한 스타트업 수는 약 3백여 개인 반면, 싱가포르는 약 2천여 개, 이스라엘 1.6천여 개 수준이며, 해외 진출 비중이 전체 스타트업 대비 싱가포르 90%, 이스라엘 80%, 한국 7% 수준임
- \* 2020년부터 2023년동안 해외에서 자국으로 투자된 금액 비중은 싱가포르 32%, 영국 25%, 프랑스 12%, 한국 7% 수준임(2023 스타트업코리아 보고서)

○ 해외 시장 진출 지원 목적 펀드를 조성하고 있으나 저조한 수준

- 2022년 국내에 신규 결성된 벤처펀드는 380개, 10조 7,286억원 규모를 기록했으나, 가장 큰 규모의 펀드 결성액은 4,750억원(한국투자 Re-Up II펀드)에 그쳐 미국 등 글로벌 수준에 미치지 못하고 있음
- 2022년 결성액 1,000억원 이상 펀드는 2022년 17개(3조 97억원), 2023년 9월까지 5개(1조 6,214억원)에 불과했음
- \* 미국은 2022년 펀드 결성액의 71%가 5억 달러 이상인 메가펀드에 집중되어 있으며 건수 기준으로는 5억 달러 이상 메가펀드가 총 70건 결성됨

□ **주요 내용**

○ 해외 진출 스타트업의 해외법인전환(flip) 시 투자자 대상 면세 특례

- 국내 스타트업의 해외법인전환(flip) 과정에서 투자자들의 우려를 방지하기 위해 면세 적용 범위와 규정이 필요함. 해외 Exit에도 면세 효과가 적용 가능도록 고려하며 해당 여부를 규정에 명확히 해야 함
- 해외법인전환을 추진하는 스타트업 창업가, 벤처캐피탈·개인투자자를 대상으로 전반적 양도소득세제를 별도로 고려하며, 세금에 대한 과세이연을 적용해야 함

### ○ 창업투자회사의 자산 운용 자율성 보장

- 「벤처투자 촉진에 관한 법률」상 창업투자회사 총 운용 자산의 국내 40% 투자 대상 제한을 단계적 축소하여(궁극적으로는 폐지) 자산 운용의 자율성을 최대한 보장해야 함
- \* 2020년 벤처투자촉진에 관한 법률 및 시행령으로 창업기업 대상 투자 비중을 각 펀드별로 규정하던 것(중소기업창업지원법)을 총 운용자산 단위로 투자 비중의 기준을 조정·개정하여 펀드 운영의 자율성을 강화한 선례 있음

### ○ 국내 벤처캐피탈의 해외 투자 적극 지원 제도 마련

- 해외 투자 자체가 주목적인 모태펀드 계정을 신설해 국내 벤처캐피탈이 해외 투자를 현재 모태펀드 보다 적극적으로 지원할 수 있도록 함
- \* 모태펀드의 주목적 비중 60% 제한으로 인한 모태펀드 해외 투자 제한을 모태펀드의 해외 투자 주목적 계정을 신설하는 것으로 해소함

### ○ 글로벌 메가펀드(Mega-Fund) 조성해 글로벌 투자 경쟁력 강화

- 세계적 규모의 유니콘, 데카콘에 투자할 수 있는 스타트업 투자 메가펀드를 조성해 스타트업 투자 경쟁력을 강화하고, 대규모 후기 투자 라운드를 확대해야 함
- 스타트업 분야에 미국의 메가펀드(5억 달러 이상 규모의 펀드)급으로 한국형 메가펀드(10조원 규모)를 조성할 필요가 있음
- \* 국내 메가 펀드로 2020년에 한국투자증권이 1조원 규모의 '한국투자 메가7호 펀드'를 출시했으나 이는 국내 사모 부동산 펀드 분야였음

## □ 기대 효과

### ○ 국내 스타트업 해외 진출 촉진

- 국내 기업의 시장 확장 가능성이 증가하여, 스타트업 업계 성장을 촉진하고 국내 경제의 활력을 높일 수 있음

### ○ 투자 환경 개선 및 다양화

- 자산 운용의 자율성이 높아지고, 투자자 대상 면세 특례를 명확히 하면 투자자들이 스타트업 해외 진출에 대한 우려를 줄이고 더 많은 투자를 유도하는 등 투자 환경이 개선됨
- 해외 시장 확대로 투자 포트폴리오의 다양성이 증가하고, 투자 리스크 분산 효과를 기대할 수 있음

## 10 게임이용장애 질병코드 등재 문제 신중 검토

### □ 배경 및 현황

- 게임이용장애에 질병코드를 부여하는 ‘국제질병분류체계 개정안 (ICD-11)’의 국내 도입 신중 검토
  - 우리나라의 경우, 반영 예정인 KCD-9이 개정되면 2025년에 고시되어 2026년 시행될 예정
  - \* 국내 도입시 절차 : WHO 권고 각국 발효('22.1월)→통계청, 한국표준질병사인 분류(KCD) 개정(5년 주기 / 국내 도입 결정시, 2025년 이후 개정 가능('26. 시행)
  - 국내 도입 여부를 둘러싸고 게임업계와 의료계 간 대립이 지속되자, 국무조정실은 관련 논의를 위한 민관협의체 발족
  - 민관협의체 구성 후 각계 의견수렴 및 합리적 해결방안 모색을 위한 간담회 등 6회 진행, 부처 공동연구 추진 및 최종보고서 '22년 6월 공개

### □ 주요 내용

- 실증적 연구를 바탕으로 충분한 논의를 거쳐 ICD-11 수용 여부 및 시기 조정 필요
  - 충분한 의학적 근거나 사회적 합의 없이 이루어진바, 다수의 연구용역 결과 및 해외 다수 국가의 도입 사례 확인 필요
  - \* WHO 진단 기준 : ①게임에 대한 통제 기능 손상, ②삶의 다른 관심사 및 일상생활보다 게임을 우선시, ③부정적인 결과에도 게임을 중단하지 못하는 현상이 12개월 이상 지속

### □ 기대 효과

- 최근 게임의 교육·의료적 효과가 주목받고 있는바, 게임에 대한 부정적 인식을 개선하고, 게임을 도구로 활용한 다양한 사회적 가치 창출 가능

11

한국 게임의 해외 진출을 위해 지속적인 판호 발급 지원 필요

□ 배경 및 현황

- 중국에서의 국내 게임에 대한 판호 발급을 위한 정부 차원의 지원 확대 필요
  - 2017년 3월, 한한령으로 한국 게임에 대한 판호발급 중단  
2020년 12월, <서머너즈 워: 천공의 아레나> 판호 발급  
2023년 3월, <블루아카이브>, <쿠키런: 킹덤>, <오디션: 모두의 파티>, <메이플스토리 H5> 등 최근까지 총 14건의 외자 판호 발급
  - 한국 게임 판호 금지가 장기화함에 따라 중국 게임 시장 내 한국 게임의 경쟁력 현저히 떨어져 국내 게임산업 전체에 부정적 영향
  - 중국 내 한국의 유명 게임을 복제하여 서비스되는 다수의 불법 사례와 중국 진출이 막힌 국내 게임업체들이 중국 게임업체에 IP만 판매하는 부정적 사례 증가
  - 중국은 외국기업의 <인터넷문화경영>을 금지하고 있어 사실상 외국 기업은 중국에서 자체 게임 서비스 불가, 국내 게임 기업의 중국 진출에 있어 가장 큰 진입장벽으로 작용
    - \* <인터넷문화경영>에 해당하는 온라인 게임 서비스 관련 외상투자 금지 및 이에 따른 인터넷문화경영허가증 미발급
    - \* 또한, 중국에서 온라인 게임 서비스를 제공하기 위해서는 추가로 ICP 허가증과 판호(인터넷출판자격) 필요
  - ICP 허가증의 경우, 외국인 투자자 지분 점유 비율 50% 이하 요건과 판호 및 관련 허가증 취득에 있어 복잡한 절차 존재, 해외 기업의 국내 진출과 국내 기업의 해외 진출에 역차별 발생

□ 주요 내용

- 기존 진출한 한국 게임 보호와 중국 시장의 특수성을 고려하여, 중국 정부에 일회성이 아닌 지속적인 한국 게임 판호 발급 요청 필요
  - 장기적으로 중국 내 판호 발급을 위한 3가지 허가증도 국내 기업이 취득할 수 있도록 통상협력 필요

- 현재 <외상투자산업지도목록> 상 <인터넷문화경영>을 외상투자 금지 산업으로 규정하고, 외국 기업 대상으로 <인터넷문화경영>을 미발급 하고 있으므로, 삭제 등의 협상 필요
  - 향후 FTA 협상에서 <외상투자산업지도목록> 상 금지된 조항 삭제 및 일부 분야 제외 등 다양한 전략 필요

□ 기대 효과

- 해외 기업의 국내 진출과 국내 기업의 해외 진출 간 역차별을 해소하고, 중국 시장 진출을 통한 한국 게임의 글로벌 경쟁력 향상에 기여

12

**불법 프로그램 실질적·실효적 차단 필요성**

□ **배경 및 현황**

- 게임물 관련 불법 프로그램 및 불법 사설서버 등의 제작, 배포, 유통 등의 금지행위에 대한 실효적 차단 필요
  - 현행법상 게임물과 관련된 불법 프로그램이나 불법 사설서버 등의 제작, 배포, 유통 등의 행위가 금지되어 있으나, △낮은 처벌수위, △체제수단 부족, △ISP 및 호스팅 업체들의 비협조 등으로 대응 곤란
  - 불법 프로그램 등은 정상적인 방법으로 게임물을 이용하는 선의의 이용자에게 대한 피해 초래
  - 불법 프로그램 등의 제작, 배포, 유통으로 인한 수익은 그 자체로 게임 산업의 손실

□ **주요 내용**

- 불법 프로그램 등에 대한 기존 제재 규정 강화
  - (예) 행위 정도·태양에 따른 벌금 차등, 징역·벌금 병과
- 불법 프로그램 등 이용자에 대한 제재 규정 신설
  - 유사 취지의 게임산업법 일부개정안 국회 발의
    - \* 2020. 11. 11. 김경협 의원 대표 발의안
    - \* 2023. 11. 30. 전재수 의원 대표 발의안
- ISP 및 호스팅 업체 대상 자체 모니터링 및 협력 의무 신설

□ **기대 효과**

- 불법 프로그램 및 불법 사설서버 등 금지행위에 대한 실효적 차단을 통해 게임산업의 경제적 손실을 방지하고, 금지행위로 인해 발생한 게임에 대한 부정적 인식 개선

13

**영상 콘텐츠 제작비용 세액공제 지원 범위 확대**

□ **배경 및 현황**

- 영상콘텐츠 제작 비용 세액공제 대상에 게임콘텐츠 제작비용을 포함하여 콘텐츠 제작 기업 육성 필요
  - 한류를 기반으로 한 문화콘텐츠를 대상으로 세제 특례를 부여하여 산업 활성화를 도모하고 있지만, 지원하는 영상콘텐츠 산업 중 게임·음악 산업 미포함
    - \* 게임산업도 문화산업진흥 기본법 제2조(정의)에 따라 문화콘텐츠 산업에 해당
  - 일반적인 미디어산업과 마찬가지로, 게임산업에서도 영상 콘텐츠 (예고편, 홍보물 등) 제작의 중요성 증가
  - 동일한 문화콘텐츠 산업에서 특정 업종만 지원하는 것은 산업 간 형평성 및 조세 중립성 저해
  - 게임콘텐츠는 대표적인 한류의 문화콘텐츠로서 우리나라의 기술과 문화가 선진화되었음을 알리는데 큰 역할을 해왔으며, K-콘텐츠 중에서는 가장 큰 수출 비중 차지

□ **주요 내용**

- 게임콘텐츠 제작비용 세액공제 규정 신설
  - 조세특례제한법 제25조의 6 제1항 제3호를 신설하여 “게임산업진흥에 관한 법률 제2조 제1호”에 따른 게임물 추가
    - \* 2023. 4. 4. 황보승희 의원 대표발의 ([2121115] 조세특례제한법 일부개정안)
    - \* 2023. 6. 6. 이용 의원 대표발의 ([2121166] 조세특례제한법 일부개정안)

□ **기대 효과**

- 게임물(게임저작물=게임콘텐츠)도 영상저작물로서, 수출 및 국가이미지에 기여하고 있는 만큼, 세액공제 대상자 및 제작비용’ 범주에 ‘게임산업법 제25조에 따른 게임제작업자의 제작비용’이 포함된다면 산업발전에 이바지할 것으로 기대됨

14

이스포츠 산업의 선순환 생태계 조성을 위한 세제지원

□ 배경 및 현황

- 이스포츠 산업의 선순환 생태계 조성을 위해서는 대회 활성화가 핵심
  - 이스포츠는 문화·콘텐츠 분야에 신성장·원천기술이 집중된 고부가가치 산업이자, 아시안게임 종목으로 인정받고 있는 스포츠로 자리매김 중
  - 다만 종사자들의 어려운 근로 여건과 구단의 재정문제로 인한 잦은 해체 등 산업 생태계는 낙후된 실정 → 기업 투자 이끌 유도책 필요
  - \* 구단 해체 결정적 요인, '대회 감소에 의한 재정적 어려움' 선정('22이스포츠 실태조사)
  - \* 美노스캐롤라이나 '이스포츠 인센티브 프로그램' 대회 개최 시 25%까지 세액 공제
- 이스포츠 지원은 '차별'이 아닌 필수이자, '골든타임' 문제
  - 전통스포츠는 대한체육회 등 국가·지자체 지원을 받아 왔지만, 이스포츠는 최근에서야 스포츠로 인정받는 등 그간 사각지대에 방치되어왔음
  - 국내 종목사는 매년 막대한 투자·손실을 감내하며 글로벌 산업과 경쟁하고 있어, 신성장·원천기술에 대한 지원정책과 같은 기준 적용이 필요함

□ 주요 내용

- 이스포츠 대회 개최 및 운영비용에 대한 세제 혜택 마련
  - 이스포츠 대회 개최·운영 기업에 대한 법인세 감면 세제 혜택 근거 마련(조세특례제한법 104조 27 신설)

□ 기대 효과

- 이스포츠 산업 선순환 생태계 조성을 통한 독보적인 경쟁력 확보
  - 별도 국가사업 및 예산을 투입하는 것이 아닌 넋지를 통해 대회-선수 육성-산업 활성화 등 자생적으로 성장할 수 있는 여건 마련
- 방송, 관광 등 이스포츠 연관 산업 동반성장
  - 이스포츠 방송·관광 등 다양한 분야에서 경제적 파급효과 기대



15

**유료재화거래소 등급분류 기준 개선 필요**

□ **배경 및 현황**

- 게임 내 유료재화를 통화로 한 거래소가 존재하는 경우 청소년이용불가로 등급분류 되도록 정하는 현행 등급분류규정 개선 필요
  - 현행 등급분류규정 상 거래소의 성질이나 재화의 환금성 등에 대한 고려 없이, 이용자 간 아이템을 유료재화로 거래할 수 있는 시스템이 있는 경우 일괄적으로 청소년이용불가로 등급분류 되고 있음
  - 해외에서는 청소년 이용이 가능한 게임물 상당수가 한국에서는 유료재화를 매개로 한 ‘거래소’ 존재만을 이유로 청소년 이용불가로 유통되고 있으며 이를 원치 않을 경우 한국에서 서비스하기 위하여는 거래소를 제거한 별도의 빌드를 만들어야 하는 불필요한 개발 부담이 발생함

□ **주요 내용**

- 게임산업법 상 내용수정신고 조항 개정
  - 게임물관리위원회 등급분류규정 제12조제4호나목 삭제를 통해 유저 간 유료재화로 아이템을 거래할 수 있는 시스템이 있는 경우 일괄적으로 청소년이용불가로 등급분류 되지 않고, 게임의 이용방식과 성격을 검토하여 적절한 등급으로 분류될 수 있도록 개정
  - 환금성이 없는 유료재화 거래소는 사행성과 관련이 없�바 등급분류의 기준으로 삼기 부적절함
  - 게임법 상 사행성이 있는 게임물은 등급분류를 거부할 수 있으며 동법 시행규칙 제8조제1항제3호에서 규정하고 있음에도 불구하고, 게임위에서 ‘사행성’을 기준으로 삼아 청소년이용불가 게임을 분류하는 것은 규정체계를 일탈한 규제임

□ **기대 효과**

- 글로벌 스탠다드에 부합하는 규제체계 정비로 세계시장에서 국내 게임 산업의 경쟁력 제고
  - 한국에서의 서비스를 위해 거래소를 제거한 별도의 빌드를 만드는 불필요한 개발 부담이 해소되며, 국내외 규제 불균형으로 발생하는 역차별 문제를 해결할 수 있을 것으로 기대됨

16

디지털 강국, 전자주총 도입을 통한 주주 권리 강화

□ 배경 및 현황

- 물리적·제한적인 주주총회 원칙으로 인한 주주권 행사의 한계
  - 현행 「상법」상 주주총회 개최 장소는 본점 소재지 또는 인접 지역으로 규정하고 있어 거리 혹은 일정 등으로 인해 주총 현장 방문이 어려울 시 개인 주주들의 권리가 제한되는 문제가 발생함
  
- 글로벌 스탠다드에 부합하지 못하고 있는 실정
  - COVID-19로 확산한 비대면 문화 및 디지털 전환에 따라 국내외 상장사 사이에서는 전자주총 필요성이 꾸준히 제기됨
  - \* 미국은 2020년까지 약 920개의 기업이 전자주총 실시하며, 전년 대비 283개사 증가(출처 : 자본시장연구원)
  - OECD 기업지배구조원칙에서도 주주권 보장의 일환으로 전자주총 제도 도입을 권고하고, 주요국(미국, 캐나다, 브라질, 이탈리아 등)은 COVID-19 팬데믹 당시 전자주총을 허용하는 지침서 및 정책을 시행함

□ 주요 내용

- 전자 주총 도입 및 의결권 행사 전자화
  - 모든 주주가 현장 주총을 생략하고 가상 공간에 출석 및 의결권을 행사할 수 있도록 하는 '완전 전자주총'과 소집지·전자상 출석을 선택할 수 있는 '병행전자주총'을 개최할 수 있도록 법 신설

□ 기대 효과

- 주주들의 권리보호 강화
  - 전자주총을 통한 일반 주주의 권리보장 및 편의 제공
  
- 경영하기 좋은 기업환경 조성 및 ESG 실천
  - 오프라인 주총을 위한 통지·투표 등 불필요한 비용과 시간 절감

## 17 기업 실전형 인재양성 프로그램에 대한 정책지원 강화

### □ 배경 및 현황

- 디지털 인재양성 100만 실현을 위해서는 기업의 적극적인 참여 필요
  - 산업과 교육현장에서 발생하고 있는 ‘인력 미스매치’의 사회적 문제 해소와 문제해결형 글로벌 인재를 양성하기 위해서는 다양한 실전형 교육 프로그램이 필요함
  - 그러나 정부 주도의 정책 추진과 고등교육의 혁신 없이는 인력 미스매치 문제해결과 핵심 인재양성 확대에는 한계가 있음
  - 이에 산업현장에서의 실전 및 문제해결 역량을 성장시킬 수 있는 다양한 기업의 질 높은 교육 커리큘럼 제공 및 적극적인 참여를 유도할 정책이 필요함
- 복잡한 교육기관 설립·운영 규제는 기업 참여의 가장 큰 허들로 작용
  - 기업이 「고등교육법」, 「학원법」상의 교육기관을 설립·운영하기에는 행정적 규제가 많은 실정이라 제한적으로 「평생교육법」상 평생교육기관으로 등록하고 있어 기업 실전형 인재양성 프로그램의 전문성 강화 및 확장성에 한계가 존재

### □ 주요 내용

- 「조세특례제한법」 인력개발비 범위에 기업 실전형 인재양성 프로그램 포함
  - 정부 인증 혹은 평생교육기관 중 신성장·원천기술 분야 관련 인재양성 프로그램 운영 및 교육장 신·증설, 장비 등 구매 시 세제 지원

### □ 기대 효과

- 디지털 100만 인재 실현 및 산업별 핵심 인재양성과 사회적 비용 절감
  - 산업·기업이 요구하는 역량을 갖춘 인재를 양성하고, 실전형 교육을 통해 재교육, 인력 미스매치 해소 등 불필요한 사회적 비용 발생 차단

18

외국납부세액공제 수동적소득(로열티) 제도개선 필요

□ 배경 및 현황

- 현재 우리나라의 외국납부세액공제 제도는 이중과세를 방지하기 위한 제도로써 충분하지 못하며 수출 산업인 게임산업의 경우 이에 따라 경쟁력이 떨어지고 있음
- 게임회사는 게임을 수출하고 해외 게임회사로부터 수익분배를 받는 금액을 수동적 소득인 로열티 소득으로 인식하는데, 해외에서는 “로열티 총액”에 대하여 세금을 부과하고 있음.
- 국내에서 이를 소득으로 합산해 과세하면서, 해당 직간접 경비를 차감한 “순액”을 기준으로 산출된 법인세를 한도로 공제하고 나아가 이월공제를 배제하고 있어(법인세법 시행령 제94조 제15항), 필연적으로 외국납부세액공제를 충분히 받지 못하게 되어 이중과세가 발생함

□ 주요 내용

- 수동적 소득에 대하여는 해당 국외원천소득이 발생한 국가에서 과세한 소득금액(지급총액)을 국외원천소득으로 보도록 개정  
(수동적 소득 대응 비용 배부 제외)
- 지급총액 전체를 과세표준으로 해서 원천징수 하는 수동적 소득(이자, 배당,사용료)에 대하여는, ‘외납공제 한도 계산시 분자에 계상되는 국외원천소득’이란 해당 국외원천소득이 발생한 국가에서 ‘과세한 소득금액(지급총액)’으로 개정
- 외국납부세액공제 수동적 소득에 대하여 ‘국외소득면제’ 방식
- 해외에서 납부한 세금을 한국에서 공제해주는 방식이 아니라, 해외에서 세금을 납부하면 그것으로 한국의 세금 의무도 종결하는 것으로 하여 이중과세를 해결

□ 기대 효과

- 글로벌 콘텐츠산업 경쟁력 제고와 산업 활성화 및 개발 의지 고취

## 19 광고산업 진흥을 위한 ‘광고산업 진흥법’ 제정

### □ 배경 및 현황

- 광고 시장 전체규모는 18.9조원 임에도 불구하고, 기본법조차 마련되어 있지 않으며, 법령 및 소관부처가 여러곳에 분산되어 있어 체계적인 광고 정책 수립 및 규제 개선에 어려움이 있음.
- 지난 21년 12월 “광고산업 진흥 법안(의안번호 : 2114087)”이 발의되었으나, 컨트롤타워 부재 및 부처간 의견 조율 지연

<광고사업 관련 소관 부처 및 법률 현황>

부처	문체부	방통위	과기정통부	행안부	식약처	공정위
분야	광고산업전반, 정부광고	방송광고	방송통신광고(인터넷, 모바일 등)	옥외광고	식품 등의 광고	광고 공정화
소관 법률	문화산업진흥법 등, 정부광고법	방송법, 방송광고 판매대행법	정보통신망법	옥외광고물법	식품표시광고법	표시광고법

\* 광고를 명시하고 있는 조문은 법률 및 시행령 포함 총 382개로 광범위하게 산재되어 있어 중복규제 및 충돌 등의 문제 발생

### □ 주요 내용

- 관계 부처 합동 범정부 정책 컨트롤 타워 설치
  - 관계 부처 합동 범정부 차원의 정책 컨트롤 타워를 설치하고, 이를 기반으로 일관된 디지털 광고 종합 발전 계획(인재개발, 디지털 광고 인프라 구축, K디지털 광고 해외 진출 지원 등) 수립 필요
- 조속한 광고 산업 진흥법 제정
  - 산재된 수많은 광고 관련 법령 체계를 단일화하여 중복규제를 덜어내고, 광고산업 진흥법을 제정하여 체계적이고 안정적인 지원 책 마련

### □ 기대 효과

- 디지털 광고산업 표준화 기반 마련을 통해 안정적인 지원책과 모호한 규제를 완화하고, 광고 산업의 투명성 및 신뢰성 확보와 함께 디지털 콘텐츠 및 플랫폼 발전을 촉진, 나아가 기업 마케팅 활성화를 통한 산업 전반의 경제 활성화 기대

20

광고 산업 디지털트랜스포메이션을 위한 인력 양성 확대

□ 배경 및 현황

- 국내 대학 커리큘럼의 경우 전통 매체 광고(TV, 신문, 라디오 등) 및 크리에이티브 광고 중심으로 편재되어 있어, IT 및 디지털기술 지식 습득이 부족한 현실이며, 이로 인해 디지털 광고 전문인력의 산·학 미스매칭 심화

\* 전국 120여개 학교중 디지털 광고 관련 커리큘럼을 보유한 학교는 40여개에 불과, 이마저도 대부분 검색광고 중심의 교육과정 편성

※ 디지털 광고 업계 인력 부족 현황

(단위 : 백만원, 명)

구 분	2019	2020	2021	2022(e)	2023(e)
1인당 광고 취급액	194	196	205	208	212
디지털 광고 필요 인력 (1인당 광고취급액 기준)	33,236	36,713	38,418	37,902	38,957
디지털 광고 부족 인력	14,974	15,590	17,009	16,493	17,548

\*1인당 광고 취급액 = 총 광고 시장 / 총 광고 산업 인력

\*디지털광고 필요인력 = 온라인 광고 시장 / 1인당 광고 취급액

\*부족인력 = 디지털 광고 필요인력 - 온라인 광고 종사자

□ 주요 내용

- 디지털 광고 전문인력 양성 기반 구축 및 정부 지원 확대
  - 디지털 광고 산업은 광고의 창의성과 디지털 기술이 융합된 대표적인 융합 콘텐츠 산업으로 디지털 광고 산업의 도약과 지속 성장을 위해서 무엇보다 핵심 전문인력 양성이 매우 중요
  - 그러나 광고업계의 97%는 30인 미만의 중소기업으로 인력 양성을 위한 투자 여력이 매우 어려운 실정으로, 정부차원에서의 디지털 광고 전문인력 양성 지원 확대를 통한 산학 미스매칭 완화 지원 절실

□ 기대 효과

- 디지털 광고업계 입력 수급 안정화를 통한 산업 경쟁력 강화 및 중소 광고 업체 디지털 전환 지원, 청년 취업률 제고를 통한 취업난 완화



## 21 온라인 판매자 복합단지 구축

### □ 배경 및 현황

- 일반적으로 온라인 판매자는 공통으로 네 가지 특정 기능을 수행할 수 있는 공간이 필요함
  - ① 경영기획 지원 : 자금 지출, 인사관리 등 전반적인 경영관리
  - ② MD/DP : 제품 컨셉 개발, 상품 사진 촬영 후 웹으로 업로드 등
  - ③ CS : 고객 응대, 제품정보 확인 등
  - ④ 입·출하 및 판매제고 관리 : 제품 입고, 출고 관리 등 소팅룸
- 다양한 형태의 벤처기업이 입주하여 위의 기능을 수행할 수 있는 벤처복합단지 중 일부에 공산품 판매자가 입주하여 활용하고 있음
  - 서울 시내에 위치하기 위해서 과거 구로공단 위치에 지어졌으며, 이에 따라 물류 및 배송 허브, 사입처 등과의 연결점이 약점임
  - 이처럼, 벤처복합단지에 온라인 판매자 유통단지가 입주한다면 교통 혼란을 야기할 것으로 예상함

<서울 디지털 지식산업단지>

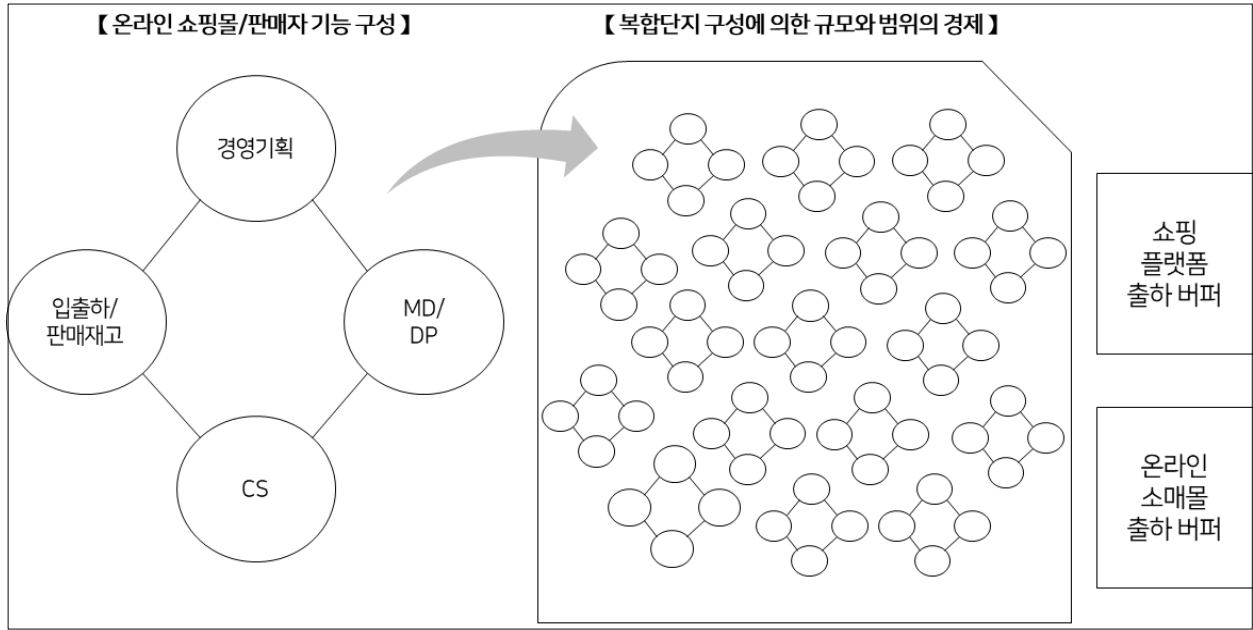


※ 출처: 가산동에 1조 투입해 서울 최대 벤처타운, 매일경제, 2018.12.10.

□ 주요 내용

- 위 네 가지 기능을 한 공간에서 효율적으로 운영할 수 있는 복합 단지를 구축하여 규모와 범위의 경계를 달성하도록 함

<시설도, 온라인 판매자 복합단지 구축사업>



□ 기대 효과

- 온라인쇼핑 플랫폼과 온라인 소매물의 출하 버퍼를 효율적으로 관리할 수 있도록 지원함



□ 배경 및 현황

- 컨슈머인사이트 쇼핑 리포트(2020)에 따르면 교환·반품·환불 편리성, 신속성·정확성, 물품 상태, 정보·알림, 비용, 기사 서비스의 6개 항목 중 고객 만족에 대한 항목 가중치로 교환·반품·환불 편리성이 38.2%로 가장 높은 것으로 나타남<sup>7)</sup>
  - 따라서, 비대면 쇼핑 서비스의 특성상 교환·반품 환불 편리성이 소비자 서비스 이용에 큰 역할을 하는 것으로 파악됨
- 소비자가 역물류를 중요하게 인식하고 있음에도 불구하고 역물류는 현재 원활하게 수행되지 않고 있음
  - 이는 수거 단계에서 소비자와 택배 기사가 직접 대면하기 힘들기 때문으로, 소비자의 생활권 내에서 손쉽게 접근할 수 있는 배송거점이 있다면 반품 및 배송처리가 원활해질 것으로 보임
  - 과거 일부 온라인쇼핑몰이 도심에서 반품센터를 운영하였으나 특정 회사에서 운영할 경우 효율성이 낮음
  - 일례로 11번가에서 전국에 주요 접점을 마련하여 신속한 반품 서비스를 제공하려는 목적으로 오프라인 반품센터를 운영하였으나 '19년 운영이 종료됨
  - 고객 접근성이 한 지역에만 한정되는 한계점과 모바일 메신저 등 비대면 서비스의 고도화로 인해 오프라인 센터 방문자가 감소함
- 또한, 현재 수요 대비 물류센터 공급 부족 현상이 심화하고 있음
  - 현재 국내 택배 수요는 수도권을 기중점으로 하는 수요가 70% 내외지만, 수도권 내 풀필먼트 센터 구축을 위한 부지확보가 어렵고, 지역주민 반대 및 인허가과정의 장시간 소요 등 물류센터 개발에 따른 다양한 문제 있음
  - '20년 말, 국토교통부, 도로공사, 서울교통공사(철도 도심 유희부지를 도심 배송거점으로 전환 노력 중), LH 공사 등 공공기관에서 물류용지

7) 온라인 배송 만족도, 3년 연속 1위 쿠팡... 2위 GS홈쇼핑, 컨슈머인사이트 쇼핑리포트, 2020.12.15

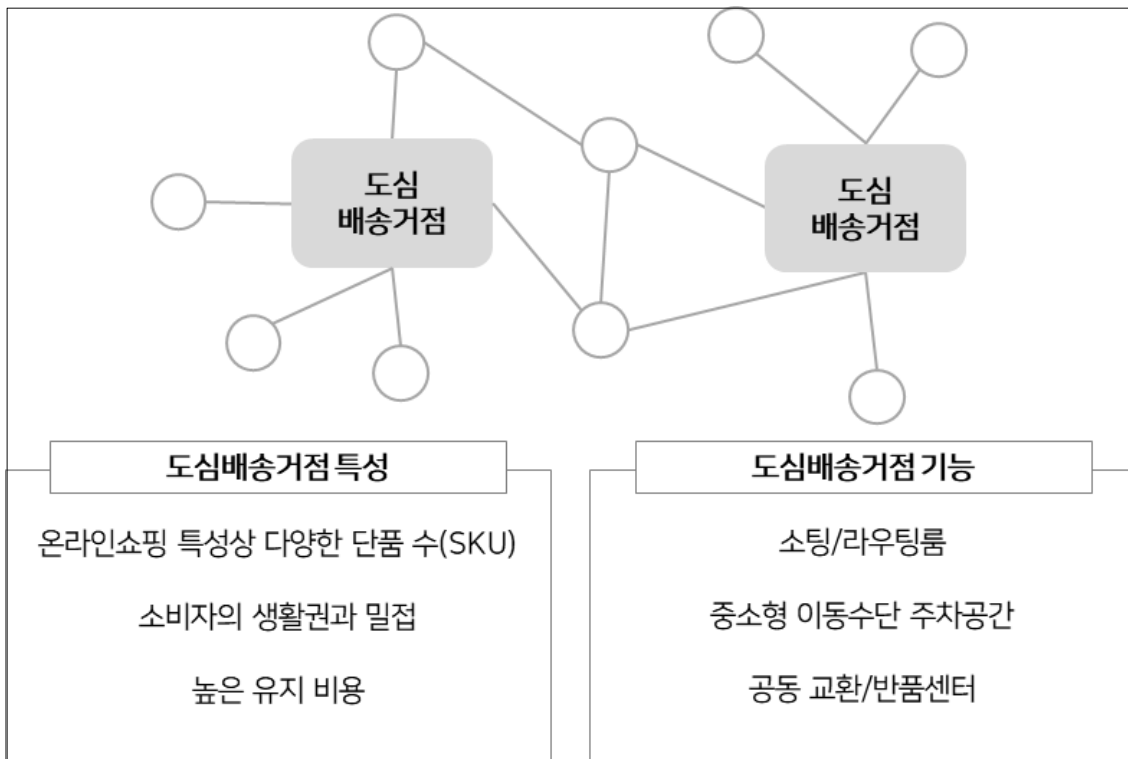
확보를 위한 지원 노력은 진행되고 있으나, 수도권 공공부문 물류용지 공급은 최소 2025년 이후 가능할 것으로 전망됨

□ 주요 내용

○ 배송거점에 주요 온라인쇼핑 플랫폼 공동입점을 지원함

- 도심 배송거점을 개발하여 소팅룸과 주차장 중심으로 운영함
- 소팅룸 : 제품 입·출고 관리, 배송루트를 구성하는 라우팅(Routing) 기능 수행
- 주차장 : 소형승용차, 오토바이 등과 같은 도심에서 사용 가능한 이동수단을 수용할 수 있는 공간으로 활용

<시설도, 도심 배송 효율화 개선 사업>



□ 기대 효과

○ 배송거점 내 온라인쇼핑 플랫폼 입점을 통해 반품 물류 및 배송 물류를 동시에 처리할 수 있을 것으로 기대됨

- 반품 물류 도심 배송거점 활용을 통해 반품 상품 확인 접수가 가능함
- 교환·환불 제도의 정착을 기대할 수 있음

## 23

## 상품안전정보 플랫폼 구축을 통한 국민 안전 확보

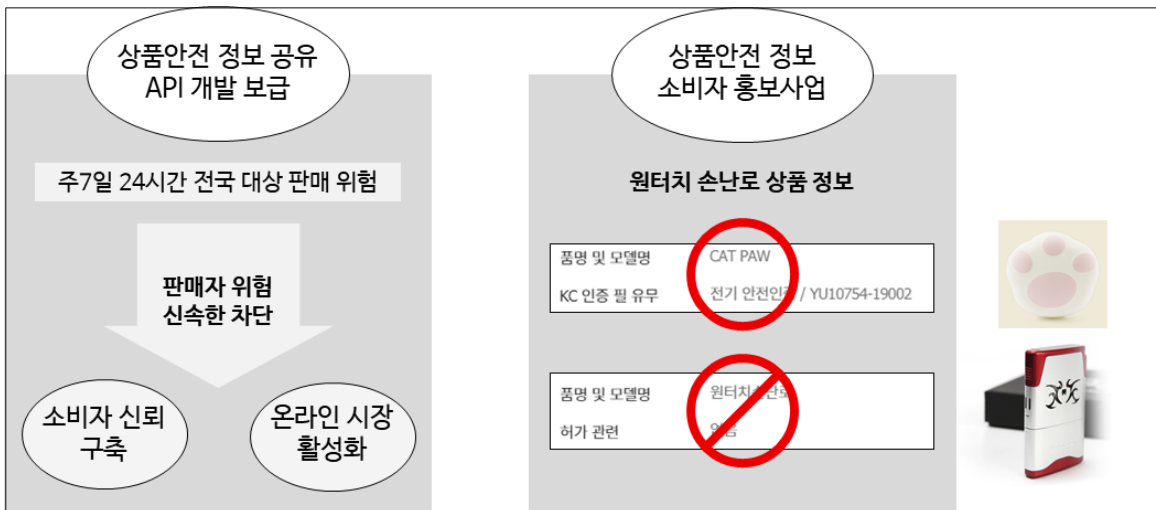
## □ 배경 및 현황

- 오프라인 점포의 경우 위험상품에 대한 대응이 상대적으로 쉬움
  - 대형마트의 경우, 점포 수가 적고 영업시간이 제한되어 위험상품에 대한 대응속도는 크게 문제 되지 않음
  - 편의점도 포스시스템을 공유하고 있어 위험상품에 대한 결제를 사전에 차단하면 통제할 수 있음
- 반면, 온라인쇼핑몰은 필터 역할을 하는 게이트가 존재하지 않음
  - 실시간으로 상품DB 정보가 업데이트 안 되면 사전에 위험상품을 차단하기 어려움
  - 결국, 대량 유통된 뒤 사후적 조치에 그칠 가능성이 커짐
- 현재 유사한 임무를 수행하는 ‘제품안전정보센터’가 있음
  - 온라인쇼핑업체에 유해상품 리스트를 제공하는 수준의 역할에 그침
  - 유해상품을 차단하기 위해서는 온라인쇼핑몰에서 받은 리스트를 바탕으로 인력을 투입해 관리해야 하는데, 이는 한계가 있음
  - 또한, 자동으로 적용할 수 있는 데이터베이스를 제공하는 것이 아니므로 심각한 문제를 일으킬 수 있는 위험상품을 신속하게 차단하기 어려움
- 따라서, 위험상품에 대해 신속하게 대응할 수 있도록 점점 개발이 필요함

## □ 주요 내용

- 상품안전정보 공유 자동화 및 소비자 홍보 시스템 구축
  - 위험상품의 정보 공유 자동화 시스템을 구축함
  - 이를 소비자가 확인할 수 있도록 홍보함

<기술도, 상품안전정보 공유 자동화 및 소비자 홍보>



□ 기대 효과

- 소비자의 안전을 보장하고, 위험상품의 적시 차단이 가능함
  - 실시간 상품DB 업데이트를 통해 위험상품 정보를 공유하고, 적시에 차단함
  - 소비자는 공용화된 위해 상품정보를 확인하여 안전한 쇼핑을 할 수 있음

## 24

## 친환경-친노동 포장재 개발 및 표준화

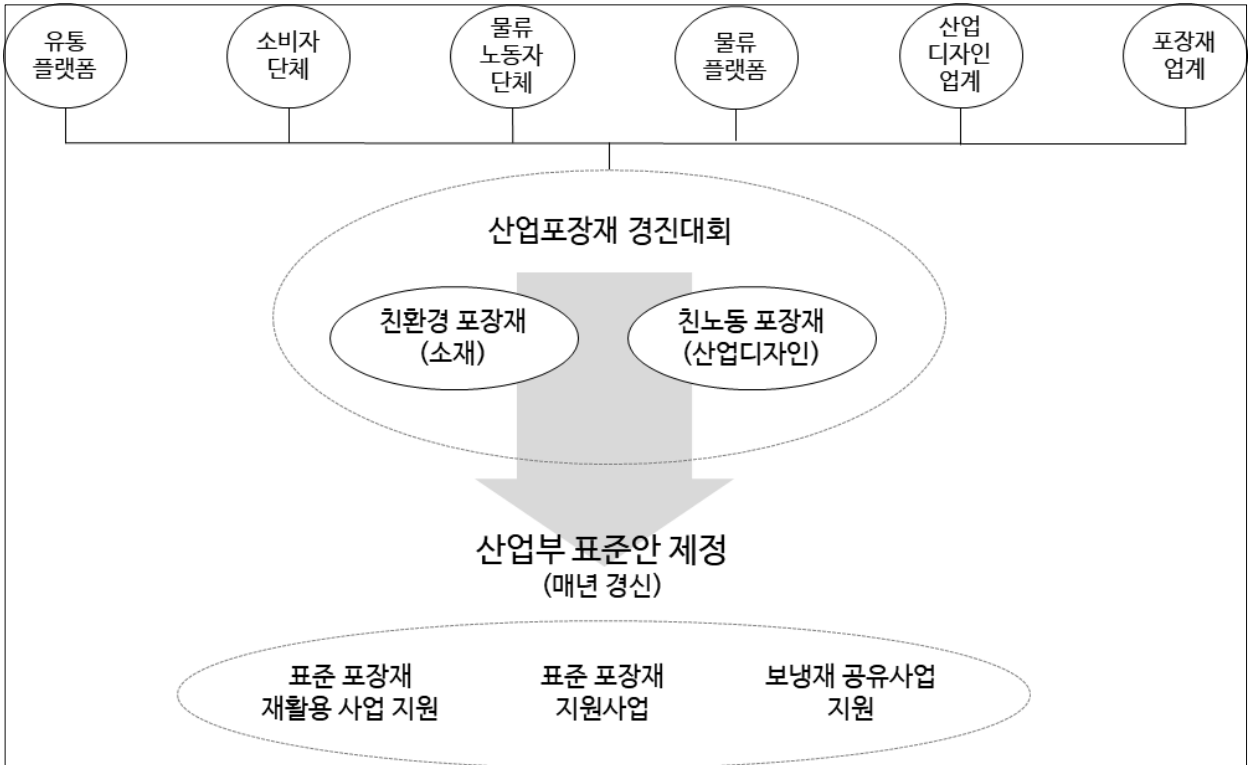
## □ 배경 및 현황

- 소비자의 친환경-친노동에 대한 인식수준 향상
  - 코로나19로 인해 온라인쇼핑 주문량과 택배 물동량이 증가함에 따라 소비자가 택배기사와 택배 포장재를 자주 접하게 됨
  - 소비자의 친환경 포장재 및 배송기사 노동권에 대한 인식수준이 향상되었고, 이러한 인식은 소비자가 온라인쇼핑 플랫폼을 결정하는 요인으로 작용하기도 함
- 이에 친환경-친노동 포장 표준화 및 보급 지원과 보냉·포장재 공동 개발 및 활용이 필요함

## □ 주요 내용

- 친환경-친노동 포장 표준화 및 보급 지원사업
  - 물류 효율성 제고와 환경 보존을 위한 친환경-친노동 포장재에 대한 표준화 및 보급 사업을 시행함
  - 친환경-친노동 포장에 대한 산업 디자인 관점에서 아이디어를 광범위하게 취합할 수 있는 경진대회 등의 방법을 통해 지속적인 표준의 개선과 대중적 관심을 유도함
  - 또한, 온라인쇼핑 플랫폼 및 소매상의 표준에 대한 채택 인센티브를 강화하기 위해 자율준수 방안에 대한 기구 및 지원방안에 관한 연구도 함께 진행함
- 보냉·포장재 공동 개발 및 활용 사업
  - 보냉·포장재 재활용을 위한 프로세스 구축사업을 시행함
  - 공병 재활용과 비슷한 맥락으로 재활용 가능한 보냉·포장재를 개발을 지원함
  - 포장재 표준화와 같은 방식으로 보냉·포장재의 공동개발 및 채택 촉진을 위한 지원방안에 관한 연구도 진행함

<인증도, 친환경-친노동 포장재 개발 및 표준화 사업>



□ 기대 효과

- 글로벌 탄소 중립 정책에 동참하고, 노동자의 노동환경 개선 등의 성과 달성
  - 친환경 포장재 개발, 보냉·포장재 재활용 등을 통해 탄소 중립의 시대적 흐름에 동참함
  - 또한, 이를 통해 노동자의 노동환경을 개선하는 등 친노동정책을 구현함

25


온디맨드(On-Demand) 산업 활성화

□ 배경 및 현황

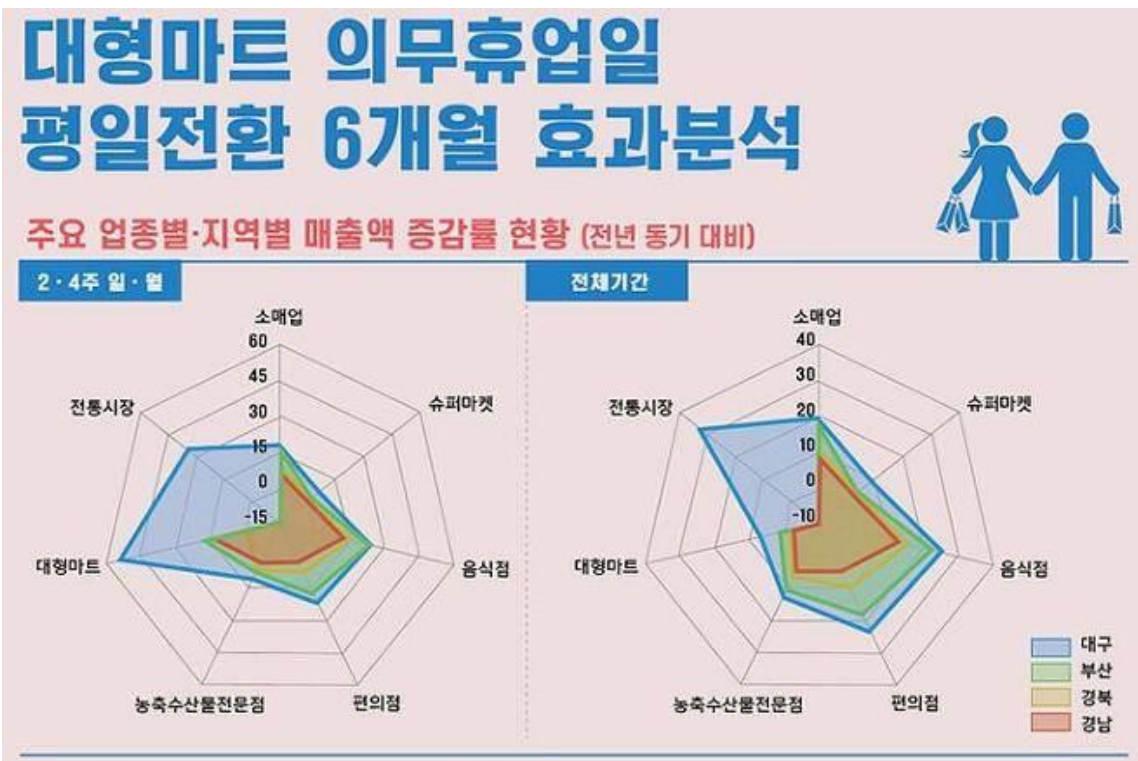
- 세계적인 시장의 주도권이 기업에서 소비자로 넘어가면서 기업의 서비스 제공 방식, 비즈니스 전략이 온디맨드로 바뀌고 있음. 온디맨드는 미국과 유럽을 중심으로 확대되었는데, 국내는 아직 걸음마 수준임

종류	세부모델(예시)
음식서비스	음식점 음식배달(배달의 민족, 요기요, 배달통), 신선식품 배달(마켓컬리, 배민찬 등), 음식점 정보 제공 및 예약(포잉, 식신 등)
차량서비스	택시 호출·대리운전(카카오T, 카카오T 대리 등), 차량공유(우버, 플러스, 타다 등), 렌터카(쏘카, 그린카 등), 주차·수리·중고차매매 등 자동차 관리(모두의 주차장, 카닥, 레이딜러 등)
숙박·부동산	숙박전문업소 정보 제공 및 예약(야놀자, 여기어때 등), 일반 주거지 제공(에어비앤비, 코자자 등), 부동산 중개업(직방, 다방 등), 사무실 공유(위워크 등)
인력중개	가사도우미(당신의 집사, 와홈, 미소 등), 포장이사(이사모아, 이사가자 등), 전문직 중개(로톡, 인앤아웃, 굿닥, 숨고 등)
기타 생활 관련	뷰티 서비스(카카오헤어샵, 젤라또 등), 피트니스·액티비티·교육 등록(TLX 패스, 와그 등), 배달대행(바로고, 부릉 등)

- 국내기업이 경쟁력을 갖추고 있지 않다면, 수년 내에 글로벌 온디맨드 기업들이 국내 진출을 통해 시장을 잠식할 것이므로, 온라인 전환이 거스를 수 없는 상황에서 국내산업 발전을 통한 일자리 창출과 관련 산업의 발전 등을 도모해야 함
- 나아가 소비자의 니즈에 반하는 규제들을 완화하고, 산업 활성화를
- 미국과 유럽에서는 O2O 개념보다는 온디맨드 개념이 일반적임
  - 아마존, 페이스북과 같은 IT기업들도 온디맨드 서비스를 선보였고, 현재 온디맨드 관련 기업은 차량공유, 숙박공유, 음식배달, 인력중개 등 다양한 분야에 걸쳐 서비스를 제공하고 있음
  - 국내에서는 최근, 온디맨드 플랫폼의 골목상권 침해가 논란이 되며, 이와 관련된 규제법 안이 준비 중인 것으로 알려졌고, 이는 소비자의 불편이나 시대적 변화를 인지하지 않고 특정 집단만의 이익을 고려한 규제로 세계적 흐름과도 역행함

	
<b>대·중소기업 상생협력법 개정안 추진</b>	
규제 대상	물류창고 보유 및 직접 사업·판매하는 온라인 중개 플랫폼 <배달의 민족(B마트), 요기요(요마트), 쿠팡(로켓배송), SSG닷컴(쓱배송), 마켓컬리>
법안 내용	상생법 사업조정 대상에 온라인 중개 플랫폼 추가, 사업조정 시 판매 품목 및 영업시간 제한
업계 반발	전국단위 배송으로 주변 소상공인과 배송 권역 겹치지 않아, 소비자 효용 감소, 신선식품 및 가공품 대다수 소상공인 생산품, 24시간 기반 배송 물류 시스템 차질

- 지난 10년간 전통시장보호를 위하여 대형마트 영업시간, 입점 등을 규제했지만, 소비자는 전통시장을 외면하였고, 그 결과 대형마트, 전통시장, 소비자 모두가 피해를 보는 상황이 되었음. 즉, 시장의 주도권은 소비자가 쥐고 있음(온디맨드)



※ 대구시 대형마트 의무휴업일 평일 전환 6개월 효과 분석 결과 / 대구시 제공



## □ 주요 내용

- 소비자의 니즈에 반하는 규제들을 완화해야 함(상생협력법 등)
  - 국가적 측면에서 온디맨드 산업은 새로운 고용을 창출하는 원천이므로 장기적으로는 같은 해외 선진 서비스들로부터 국내 시장을 지키고 나아가 글로벌화 전략을 적극적으로 검토해야 함(상생협력법 등 규제 완화, 해외 진출 세제 혜택 등)
  - 온디맨드 서비스의 연착륙할 수 있도록 지역에 특화된 생활밀착형 서비스를 다수 육성하여, 지역경제 발전과 고용 창출이 일어날 수 있도록 해야 함(퀵커머스 등)

## □ 기대 효과

- 글로벌 물류시장은 유동 물량 측면에서 아마존, 알리바바 등 대형 e커머스기업이 주도하고 있음
  - 다만, 생활 물류의 서비스 수준이나 역동성은 우리나라가 앞서가고 있는 현실임
  - 소비자의 니즈에 반하는 규제들을 완화하고 해외 진출을 지원한다면, 카카오, 쿠팡, 네이버 등이 플랫폼 기반 생활 물류 서비스로 세계 시장을 선도하고, 메이저 물류 기업으로 도약할 수 있을 것

## 중소상공인 판로확보와 글로벌 경쟁력 확보를 위한 온라인 유통 및 플랫폼 산업진흥

### □ 배경 및 현황

- 전 세계적으로 온라인플랫폼 등을 통한 중소기업 판로확대 및 매출신장 효과가 가속화되고 있으며, 이러한 변화는 기술 투자와 혁신적 서비스 개발을 통해 소비자 후생과 일자리 창출에 긍정적인 영향을 미치고 있음
- 하지만, 아마존과 알리익스프레스와 같은 글로벌 온라인 유통업체들이 막대한 자금력으로 국내시장 점유 확대에 인하여 국내 중소기업들의 매출 신장기회와 일자리 확보에 부정적인 영향이 우려됨
- 국내 전자상거래업체의 거래규모는 1위 업체의 매출액이 약 30조원 수준이며, 글로벌 경쟁력을 갖춘 기업은 아직까지 전무한 상황임
- 이에 따라, 차기 국회는 ‘플랫폼 강국 코리아’를 국가비전으로 설정하고, 국내 플랫폼 기업의 육성 및 해외진출을 적극 지원하여 600만 소상공인과 함께 성장해야 나갈 필요가 있음
- 특히, 국내 중소기업이 생산한 제품과 콘텐츠가 플랫폼의 해외 진출 지원과 연계하는 경우, 기술과 자본력 등에서 해외 기업들과 실질적으로 경쟁할 수 있도록 기반 조성이 가능함

### □ 주요 내용

- 온라인 유통산업 및 플랫폼 산업 진흥
  - 글로벌 온라인 유통기업 및 토종 플랫폼 기업 육성을 위한 지원 정책 마련
  - 중소기업 납품 및 입점업체에 대한 플랫폼을 통한 디지털 전환 지원 및 물류·유통, 제품 할인 프로모션 예산 등 성장지원
  - 온라인 유통 및 플랫폼 산업과 연계한 지역 물류·유통 인프라 구축 및 운영, 일자리 창출 기업에 대한 정책지원
- 플랫폼 규제의 형평성 제고 및 자율규제 강화
  - 국내·외 기업 간 형평성을 유지하며 플랫폼 규제의 역차별 문제를 해소하기 위한 정책 마련

- 국·내외 기업간 형평성 우려가 해소될 때까지 국정과제인 자율규제 기조를 강화하여, 플랫폼기업, 중소기업, 소비자 모두가 상생할 수 있는 사회적 기반 마련

○ 디지털경제부 신설 및 플랫폼 산업 정책 개발

- 디지털경제부 신설을 통한 세부 업종별\* 정책 수립과 규제 혁신
  - \* 배달앱, 온라인쇼핑몰, 오픈마켓, 숙박앱, 게임, 포털 등
- 중소기업과 소비자, 플랫폼의 상생을 위한 범부처 연구협의체 구성

□ 기대 효과

- IT공룡 기업들로부터 국내 온라인 유통 산업을 보호하고 육성함으로써, 해외기업에 의존하지 않는 독립적인 중소기업 판로확보 및 매출증대, 일자리 창출 효과 극대화
- 플랫폼 강국 코리아로서의 발돋움을 통한 지속 가능한 미래 먹거리 창출 및 국내·외 시장에서의 경쟁력 강화
- 600만 소상공인들이 토종 플랫폼과 함께 글로벌 경제로의 발돋움 하는 계기 마련
- 유통물류망 구축 등을 통한 지역경제 활성화 및 일자리 창출에 기여

## 직매입 거래 및 PB산업 지원으로 중소기업 판로확보 및 물가안정 제고

### □ 배경 및 현황

- 전세계적으로 어려운 경제상황 속에서 소비자물가는 8월부터 4개월째 3%를 넘고 있으며, 생활물가지수는 4% 상승
- 물가안정을 통한 소비자 후생과 중소기업인들의 판로확보를 도모하기 위해서는 유통 구조의 근본적 개선을 위한 대책이 반드시 필요한 상황
- 최근 언론보도에 따르면, 소비자 물가의 인상에도 불구하고 PB 상품의 가격은 인하되는 등 PB 상품이 물가 인상 억제 효과를 견인하고 있는 것으로 확인되었지만, PB를 활성화 하기 위한 정책이 부족한 상황
- 납품업체와 유통업체간 직매입 거래방식은, 안정적인 판로가 보장되고, 재고부담이나 반품, 환불 등 상품판매에 따른 일련의 책임을 유통업체가 부담하므로, 중소기업의 납품업체(제조·생산자)에게 매우 유리한 거래구조(공정위도 권고하는 방식)

### □ 주요 내용

- 생산자에서 최종 소비자까지의 복잡한 유통구조를 간소화할 수 있는 1) 직매입 거래나 2) PB 산업이 활성화될 수 있도록 제도 정비
  - 안정적 판로확보를 위한 온라인 유통업체와의 직매입거래 활성화
    - ※ 중소기업의 제조·생산업체와 직매입 거래를 하는 유통업체에 대한 각종 인센티브 마련 (제6차 유통산업발전 기본계획에 반영)
  - 직매입, PB제조·유통 기업에 대한 각종 규제완화

### □ 기대 효과

- PB상품이 활성화될 경우 물가안정에 기여\* 할뿐만아니라 중소기업의 매출 성장과 고용 증대의 시너지를 창출할 것으로 기대되며, 직매입 거래 활성화로 중소기업인들의 재고, 반품, 고객대응 등 부담이 완화될 것으로 예상
- \* 한국소비자원이 배포한 보도자료에 따르면, PB제품이 NB제품에 비해 평균 20% 이상 저렴하고 소비자의 75.9%가 PB제품이 가계비 절약에 도움이 된다고 응답

## 중소상공인의 해외시장 진출 지원을 위한 직매입 거래 구조 지원 강화

### □ 배경 및 현황

- 중소기업의 해외진출을 통한 새로운 판로확보와 외화수입은 미래 국가 경쟁력에도 중요한 과제임
- 현재의 해외진출 정책은 대부분은 중소기업의 직접 진출이나, 해외 플랫폼 입점교육, 마케팅 지원 등에 국한되어 있음
- 그러나, 직접진출은 번역, 국제 물류, 통관, 현지 마케팅 등의 어려움으로 사실상 중소기업들이 시도하거나 해외영업을 유지하기 어려운 상황이며, 해외플랫폼 활용 역시 높은 수수료와 현지 업체들과의 가격경쟁, 고객상담 등의 어려움으로 많은 정책적 검토에도 활성화되지 못하고 있는 상황임

### □ 주요 내용

- 온라인 유통업체와의 직매입 거래를 통한 해외수출 지원
  - 국내 중소기업의 상품을 유통업체가 직매입하여 수출함으로써, 직매입 이후 발생하는 상품보관, 통관, 국제배송, 재고, CS 등의 대한 모든 책임을 유통업체가 부담하고 운영하는 구조
  - 중소기업은 경쟁력있는 상품의 연구개발과 생산에만 집중할 수 있으며, 유통기업에 대한 수출목적의 납품거래는 구매확인증 등을 통해 수출기업으로서 각종 지원정책 수혜 가능
  - 중소기업 제품의 해외수출을 위해 직매입거래를 하는 유통기업에 대한 정책지원 (번역, 통관, 물류, 현지 마케팅 비용 지원 등)

### □ 기대 효과

- 온라인 유통업체와의 직매입거래를 통해 해외수출 시 글로벌 시장에서도 경쟁력있는 가격과 마케팅 등으로 중소기업들의 안정적 해외진출 가능
- 온라인 유통업체를 통해 고도화된 기술과 혁신적 유통서비스를 적용하여 K-문화산업의 성공과 함께 K-제품에 대한 국가 경쟁력 제고

29

비대면 인증 활성화를 통한 국민의 안전강화

□ 배경 및 현황

- 배달앱을 통해 음식과 함께 주류 배달 시(국세청 ‘주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시’에 따라 허용되고 있음), 배달원을 통한 신분증 확인방법은 개인정보 유출, 성범죄, 배달원 폭행 등의 위험이 존재하며, 현장에서 실효성이 상당히 떨어지고 있어 배달앱을 통한 주류 판매의 성인인증 방법에 대한 재고가 필요
- 22년 규제개혁위원회를 통해 비대면 성인인증이 가능하도록 일부 개선(청소년임이 의심되는 경우 신분증 확인)하였으나, ‘청소년인임 의심되는 경우’라는 모호한 기준과 법률상 처벌 규정의 면제는 되지않아 여전히 대면 신분확인이 이뤄지고 있음

□ 주요 내용

- 비대면 인증 제도 개선
  - 주류 등이 포함되는 청소년유해약물 중 ‘배달앱 등을 통해 음식과 함께 배송되는 주류’에 있어서는, 사전에 본인 명의의 휴대폰 인증 등 비대면 인증이 인정될 수 있도록 관련 규정의 개정

□ 기대 효과

- 대면 확인으로 인한 소비자 불편해소 및 개인정보 유출, 성범죄, 배달원 폭행 등 각종 위험 예방

## □ 배경 및 현황

- 지방 소재 물류센터 근로자 출퇴근 교통난
  - 이커머스 회사들이 지방에 물류센터를 건립하고 있으나, 수도권 만큼 주거지가 밀집되어있지 않아 근로자들의 출퇴근 불편 지속
  - 물류센터 운영상 매일 배송인력 수급이 필요한 만큼 교통 편의 마련이 시급

## □ 주요 내용

- 주요 물류단지 주차시설 확보 및 임시 대중교통 증편
- 물류단지가 밀접한 지역에 주차타워 건립 혹은 공영주차장 건설에 대한 예산 지원 및 마을버스 등 대중교통 증편 필요
  - 물류단지가 집적된 주요 산업단지 주변에 주차시설 확보 필요
  - 장기적으로는 지방 주요 대도시에서 물류센터까지 운행하는 버스 등 대중교통 신설 필요

## □ 기대 효과

- 물류센터를 통해 지역에 대규모 고용 창출을 유발해 지역경제 활성화에 기여
  - 출퇴근 어려움으로 근로를 포기하는 일이 없게 하여 지역민들에게 대규모 고용창출을 유발하고 지역경제 활성화에 기여

31

국내 온라인 동영상 서비스 산업 육성을 위한 기반 조성

□ 배경 및 현황

- 전 세계적으로 온라인 동영상 서비스(OTT) 시장 급성장
  - 세계 OTT 시장은 2018년~2022년간 연평균 25.0% 급성장(2018년 477억 달러→2022년 1,165억 달러)
  - 국내 OTT 시장은 2018년~2022년간 연평균 40.9% 급성장(2018년 6.47억 달러→2022년 25.5억 달러), 2022년 이용자 수(2,543만명)는 전체 인구의 절반에 육박
  
- 글로벌 OTT의 시장 지배력 강화 및 국내 OTT 적자 심화
  - 국내 OTT별 점유율(23.9월 기준): 넷플릭스 37.7%, 쿠팡플레이 17.2%, 티빙 16.6%, 웨이브 13.7%, 디즈니 12.8%, 왓챠 2.1% 등
  - 국내 OTT 적자 규모 지속적 증가(22년 기준): 티빙 △1,192억원, 웨이브 △1,213억원, 왓챠 △555억원
  
- OTT에 대한 규제체계 수립을 위해 방통위, 과기부, 문체부 등에서 다수의 법률 제·개정이 추진 중
  - OTT를 영화, 방송 등 기존 규제체계 내에 편입함으로써 새로운 서비스의 혁신과 성장을 저해할 우려가 존재
  - 창작자와의 관계에서 무리한 수익배분이나 과도한 규제정책이 도입되는 경우 고사 위기에 있는 국내 OTT 산업이 더욱 어려워질 전망
  - OTT 산업에 대한 규제 주도권을 두고 과기부, 문체부, 방통위 등 주무부처 간 힘겨루기가 지속되고 있으며, 정책 과제는 지연되고 규제입법만 강화될 우려

□ 주요 내용

- 부가통신사업으로서의 정체성 유지
  - OTT는 전통적인 영화나 방송사업과 달리 전기통신역무로서 포털,



이커머스, 웹툰, 음악, SNS 등 대부분의 인터넷 서비스와 같이, 다양성과 확장성을 기반으로 국민들이 누리고 즐길 수 있는 혁신적인 서비스의 근간이 되도록 산업 진흥 필요

○ **국내 산업 보호를 위한 지원정책 강화**

- 국내 OTT 시장이 넷플릭스 등 해외기업에 잠식당하고, 국내 기업들의 경영상황이 악화되는 상황에서 각 종 규제도입을 신중히 하고, 신산업에 대한 지원정책과 육성기간을 확보하는 정책 수립

○ **거버넌스 정비**

- 과기부, 문체부, 방통위, 공정위 등으로 나뉘어 있는 거버넌스를 재정비 하여 콘텐츠- 플랫폼 산업을 통합 진흥할 수 있는 컨트롤 타워 마련

○ **OTT 콘텐츠 제작 및 투자에 대한 과세특례 적용**

- OTT 콘텐츠 제작비에 대한 과세특례 적용을 위해, 조세특례제한법 시행규칙에 “「전기통신사업법」 제2조제12호의2에 따른 부가통신사업자에 해당할 것”을 추가하여, OTT 사업자들을 공제 대상에 포함 하는 등 법적 근거 명확화
- 영상제작비에 대한 세액공제율을 해외 주요 국가의 세액공제율 수준으로 상향 (미국 25~35%, 캐나다 30~40%, 호주 16~40%, 프랑스 30% 수준)
- 지원 대상을 제작사뿐만 아니라 콘텐츠 제작에 투자한 기업들까지 적용하여 국내 기업들의 콘텐츠에 대한 투자 유인을 높일 수 있도록 장려

□ **기대 효과**

- OTT의 차별화 및 대형화의 지원을 통해 신산업 육성 및 이용자 후생 증가
- 콘텐츠 제작 및 투자 지원을 통해 젊은 창작자와 기업의 혁신적인 도전 지원
- 국내 OTT 플랫폼 및 K콘텐츠가 해외로 뻗어 나갈 수 있는 기반 마련

□ 배경 및 현황

- 디지털 서비스 활성화 및 인구 고령화로 인해 은행지점이 축소되어 국민의 금융서비스 접근성이 급격하게 감소\*하는 추세
  - \* ('18년)3,563개 → ('20년)3,303개 → ('22년) 2,883개 / 4년간 약 20% 감소
  - 은행 영업망이 감소함에 따라 금융소외층의 사각지대가 확대되는 결과를 초래
- 보험업권과 금융투자업권은 각각 보험대리점 제도, 투자권유대행인 제도가 마련되어 있지만 은행은 이와 같은 제도가 마련되어 있지 않음
  - 은행업의 경쟁 촉진을 위한 제도적 요인이 부재하며, 금융상품판매대리업 제도의 균형적인 발전을 위해 대리업 검토 필요

□ 주요 내용

- 은행대리업 신설을 통해 더욱 다양한 채널로 공급될 수 있는 환경 마련 필요
    - 온·오프라인에서 복수의 은행상품을 다양하게 비교할 수 있는 환경을 조성하여 은행이 더욱 경쟁력 있는 상품을 공급하도록 유도
    - 오프라인은 우체국·협동조합 지점을, 온라인은 플랫폼 인프라를 활용하여 사회적인 총비용을 절감함과 동시에 시장 전반의 효율을 극대화
  - 은행대리업에 대한 시장의 수요와 제도적 검증은 이미 국내외 사례를 통해 확인 가능
    - 일본의 경우 '06년부터 은행대리업을 도입하여 오프라인 영업망 축소에 적절히 대응함과 동시에 다양한 사업모델 구현이 가능하도록 제도적 기반을 마련하였다는 평가
    - 현재 온라인 플랫폼을 통한 대출·예적금 비교가 긍정적인 반응을 얻고 있는 만큼 이용자의 니즈와 가능성은 충분히 검증되었으며 경쟁 촉진의 효과\*도 있는 것으로 확인됨
- \* 대환대출 플랫폼 서비스로 '23년 상반기 동안 약 2조원의 자금이 이동하였으며 대출금리 역시 평균 약 1.6%p 하락

**□ 기대 효과**

- 금융서비스 접근성을 제고함은 물론 은행 간의 경쟁을 촉진하여 은행대리점을 통해 양질의 금융상품이 공급될 수 있는 시장환경 조성
- 아울러, 제도적 기반이 마련된다면 추가적인 인프라 투자 없이 기존의 온·오프라인 인프라 활용만으로 정책 효과 달성 가능

33

글로벌 경쟁력 확보 위한 AI·클라우드 연구개발 환경 조성

□ 배경 및 현황

- 글로벌 AI 시장 규모는 '27년 1조\$ 규모로 급격한 성장이 전망되고 있으나, 미국 대비 우리나라의 AI 기술력 추격 속도는 둔화되고 있음
  - 오픈AI 추산 챗GPT 이용자 100만명(출시 5일) → 1억명(2개월 후). 매출 2억\$('23년) → 10억\$('24년)
  - 민간 AI 연구 10대 기업 전부가 미국과 중국의 플랫폼 기업으로 나타나고 있음(구글-MS-메타-IBM-오픈AI 순)
- AI는 전후방 산업에 막대한 영향력을 발휘하고, 국가 경제·안보를 좌우할 것으로 전망되어 AI 경쟁이 곧 국력으로 직결되는 상황
  - 민간의 자발적 투자를 통해 AI 원천기술을 개발하고 AI 기술주권을 확보할 필요
- 현행 조특법 상 AI·클라우드의 일부 분야가 신성장·원천기술로 지정되어 있으나, AI 시설투자 및 연구 개발에 따른 지원혜택이 미미해 사실상 세제 효과가 거의 없는 상황

□ 주요 내용

- AI·클라우드 분야 기술을 신성장·원천기술 → 국가전략기술로 격상
  - 조특법 시행령에 AI 기술의 일환으로 '복합지능기술'을 신설하고, 클라우드 기술 중 IaaS 기술 문구 명확화
  - 국가전략기술사업화시설 범위에 AI·클라우드 기반 시설인 데이터 센터 및 컴퓨터 하드웨어·보조장비 투자액 포함
  - 국가전략기술 연구개발비 범위에 인공지능 연구에 수반되는 클라우드 서비스 지출 포함

□ 기대 효과

- 4년간 감면되는 세금 1조 4,321억원은 연구개발 재투자로 이어져 10년간 AI산업분야 24조 510억원의 생산량 증가 및 105,560명의 취업 유발
- 향후 10년간 15조 864억원의 부가가치 유발로 총 6,946억원 세수 순증 예상

34

보이스피싱 예방을 통한 민생 안정

□ 배경 및 현황

- 서민에게 피해가 집중되는 보이스피싱 범죄가 지속되고 있으며, 피싱은 무엇보다 예방이 중요한 만큼 이를 위한 보다 근본적인 정책 도입이 필요
- 피싱범죄는 해마다 증가추세. 특히, 소상공인과 서민을 대상으로 한 공공기관 사칭 범죄 증가로 정부 정책에 대한 국민의 신뢰를 훼손

< 피싱 피해 규모(단위: 억원) >

구분	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년상
계좌이체	1,924	2,431	4,440	6,720	2,353	845
전체	1,468	2,470	4,040	6,398	7,000	4,351

\* 출처 : 기획재정부 보도자료('21. 12월)

- 이에 금융회사, 공공기관 등은 메시지 발송이 필요한 경우, 발신자 진위 확인이 가능한 수단으로만 발송하도록 하여, 번호 변작 등 사칭을 통한 보이스피싱 범죄를 사전에 예방하는 방안 필요

□ 주요 내용

- ‘발신자 진위인증’이 가능한 메시지 서비스 도입
  - 이동통신사의 RCS, 카카오톡 알림톡 등 피싱 예방에 효과적인 대국민 소통수단이 존재함에도 여전히 다수의 공공기관 및 금융기관에서는 사칭이 쉬운 문자메시지(SMS)를 소통수단으로 사용
  - \* RCS: 국제이동통신협회가 채택한 이통사의 차세대 메시지 표준규격으로 발신자 정보제공이 가능한 메시지 전송방식

□ 기대 효과

- 비교적 사칭이 손쉬운 문자메시지(SMS)가 아닌, ‘발신자 진위 인증’이 가능한 메시지를 통해 공공기관 및 금융기관(은행, 카드사) 등의 정보를 전달받아 피싱 피해 예방 가능

□ 배경 및 현황

- 산업단지는 그동안 지역 발전의 견인 역할을 했지만, 각종 규제로 그 이상의 발전이 어려운 상황
  - 산단을 조성할 때 개발계획 단계에서 결정된 업종만 입주를 허용하는 규제 등으로 산업의 경직화
- 산업단지 기존 입주 기업들의 사업전환 불가로 산단 혁신 어려움 존재
  - 업종에 따라 생산과 유통을 통합하거나 청년 근로자들이 선호하는 시설을 갖추려 해도 산단 내 엄격한 구역별 규제로 제대로 된 투자 불가

□ 주요 내용

- 산업단지 규제, 네거티브 방식으로 전환하여 첨단/\*IP 융복합 산업단지 활성화
  - \* IP(Intellectual Property rights): 지적재산권
  - (입주 업종 규제 완화) 입주 업종 규제, 네거티브 방식으로 전환하여 입주기업 경쟁력 제고와 함께 근로자 정주 여건 개선
  - (사람이 찾는 산업단지) 산업변화에 맞는 첨단/IP 융복합 산업단지 활성화로 비제조업 확대
  - (산업변화에 맞는 판매시설 확충) 입주기업 R&D 및 IP 제품의 OEM 생산시 판매 허용
- 산업단지 내 장애인 고용 우수 기업 인센티브 제공
  - 산업단지 내 장애인 의무고용 확대 기업 인센티브(세제감면 및 판매 시설 운영 혜택 등) 제공으로 장애인 고용 확대

□ 기대 효과

- 산업단지 규제를 네거티브 방식으로 전환하는 등 과잉규제 개혁을 통해 기업이 투자하기 쉽고 근로자들이 일하기 좋은 환경으로 개선
- 특히, 산업단지 내 장애인 의무고용 인센티브 강화할 경우 장애인 고용 활성화 등의 선순환 기대

## 36

## 법인의 가상자산 투자 허용

## □ 배경 및 현황

- 법인·기관의 가상자산 투자를 허용하는 해외와 달리, 국내에서는 법인·기관의 가상자산 투자가 사실상 불가능
  - 법인·기관이 가상자산 거래소에서 법정 화폐(원화)로 가상자산을 사고 팔기 위해서는 은행의 실명입출금확인계정(이하, '법인계좌')가 필요한데, 법인·기관에게는 계좌 발급이 제한되어 거래가 불가능
  - 다만, 최근 검찰 등 일부 공공기관에 한하여 법인계좌 발급이 허용
    - \* “범죄수익인 가상자산의 국고귀속 절차 개선”, 대검찰청 보도자료('23.12.13.)

## □ 주요 내용

- 검찰 등 일부 공공기관에 한하여 허용되고 있는 법인계좌 발급을 일반 법인·기관 등까지 확대 허용
  - 금융당국의 가이드라인을 통해 일정 요건을 충족하는 법인에 한하여 법인계좌 발급을 단계적으로 허용하는 방안 등도 검토

## □ 기대 효과

- 법인·기관의 가상자산 시장 진입을 통해, 가상자산 시장의 투기적 성격을 완화할 수 있으며, 양질의 보고서 확산 등을 통해 정보 비대칭성 해소 등 가상자산 시장의 신뢰도 및 투명성 확보 가능
- ETF 등 다양한 간접상품의 개발로 금융소비자의 선택권 확대
  - 최근 미국 SEC는 비트코인 현물 ETF를 승인('24.1.10)

**디지털경제연합 22대 총선  
정책제안서**

**DEU**