

개인정보

동의제도 개편이 가지는 의미와 영향력

일시 : 2025. 2. 13. (목) 오후 2시

장소 : FK타워 사파이어홀



주최 |

Kinternet
사) 한국인터넷기업협회

Program

“개인정보 동의제도 개편이 가지는 의미와 영향력” 세미나



시간	내용	
14:00~14:05 (5분)	인사 및 소개	
14:05~14:15 (10분)	환영사 » 박성호 회장(한국인터넷기업협회)	
	기념촬영	
14:15~14:35 (20분)	발제1	개정 개인정보 보호법에 따른 동의제도 개편에 관하여 » 안정호 변호사(법무법인 세종)
14:35~14:55 (20분)	발제2	필수 동의와 계약 자유의 원칙 » 이상용 교수(건국대학교 법학전문대학원)
14:55~15:00 (5분)	장내정리	
15:00~16:00 (60분)	종합 토론	» <좌장> 김도승 교수(전북대학교 법학전문대학원) » 이승민 교수(성균관대학교 법학전문대학원) » 권창범 변호사(법무법인 인) » 곽대섭 팀장(한국디지털광고협회) » 임종철 사무관(개인정보보호위원회)
16:00~16:05 (5분)	마무리	

※ 발표 시간 등 조정 가능

Contents

“개인정보 동의제도 개편이 가지는 의미와 영향력” 세미나



- 환영사 박성호 회장(한국인터넷기업협회) 1

- 발제 1** 개정 개인정보 보호법에 따른 동의제도 개편에 관하여
안정호 변호사(법무법인 세종) 3

- 발제 2** 필수 동의와 계약 자유의 원칙
이상용 교수(건국대학교 법학전문대학원) 15

- 토론** <좌장> 김도승 교수(전북대학교 법학전문대학원)
이승민 교수(성균관대학교 법학전문대학원) 29
권창범 변호사(법무법인 인) 31
곽대섭 팀장(한국디지털광고협회) 33
임종철 사무관(개인정보보호위원회) 37

환영사

안녕하십니까. 한국인터넷기업협회 회장 박성호입니다.

“개인정보 동의제도 개편이 가지는 의미와 영향력” 세미나에 참석해 주신 모든 분들께 감사드립니다.

바쁘신 와중에도 오늘 세미나를 위해 발제와 토론을 준비해 주신 법무법인 세종 안정호 변호사님과 건국대학교 법학전문대학원 이상용 교수님, 전북대학교 법학전문대학원 김도승 교수님, 성균관대학교 법학전문대학원 이승민 교수님, 법무법인 인 권창범 변호사님, 한국디지털광고협회 광대섭 팀장님, 개인정보보호위원회 임종철 사무관님의 노고에도 깊은 감사의 말씀을 전합니다.



지난 2011년 개인정보보호법 제정 이후 계약 체결 및 이행을 위해 “불가피한 경우” 외에는 필수적으로 동의를 받는 관행이 오랜 기간 지속되었습니다. 이와 같이 그동안 우리나라는 정보주체의 동의에 기반하여 서비스를 제공하는 옵트인 방식을 사용해 왔습니다.

이로 인해 옵트아웃 방식을 채택한 미국 등과 비교해 상대적으로 개인정보 처리의 유연성이 부족한 상황이었습니다. 이러한 상황을 개선하기 위해 최근 시행된 개인정보보호법에서는 서비스 이용계약과 관련하여 개인정보를 수집·이용할 때에는 동의 없이 가능하도록 개정되었습니다.

지금까지 동의 이외에 별다른 개인정보 수집 적법근거를 활용하지 못했던 국내 상황에서 필수동의를 변화는 우리나라 산업계, 특히 인공지능 및 데이터 산업에 상당한 영향을 줄 것으로 예상됩니다.

특히, 오늘날 AI 패권 경쟁은 세계적으로 치열하게 전개되고 있으며, 데이터 활용 역량은 AI 경쟁력을 결정짓는 핵심 요소로 자리 잡았습니다. 최근 중국이 “딥시크”를 공개하면서 미국과의 AI 패권 경쟁이 더욱 심화되고 있습니다. 이것은 데이터 주도형 AI 기술 발전이

국가 경쟁력의 핵심임을 다시 한번 보여주는 사례입니다.

미국과 중국을 비롯한 주요 국가들은 방대한 데이터를 기반으로 AI 기술을 발전시키고 있으며, 이는 경제 성장과 국가 경쟁력 강화로 직결되고 있습니다. 우리나라도 충분한 데이터를 확보하고 활용 역량을 높여야만 AI 경쟁에서 생존할 수 있을 것입니다.

또한, 개인정보 동의제도 개편이 맞춤형 광고 기반의 무료 서비스에 미치는 영향도 간과할 수 없습니다. 동의제도가 개편되어 맞춤형 광고를 위한 데이터 수집이 제한된다면, 이를 주로 활용하는 중소벤처기업들은 광고 수익 감소로 인해 무료 서비스 제공에 어려움을 겪게 될 것입니다. 국내 인터넷 산업의 경쟁력을 유지하기 위해서는 맞춤형 광고 기반의 비즈니스 모델이 지속 가능하도록 정책적 지원이 필요합니다.

개인정보 동의제도가 변화하는 상황에서 산업의 현실과 이용자의 편익을 종합적으로 고려한 균형 잡힌 접근이 필요할 것입니다.

대한민국이 AI 강국으로 도약하기 위해서는 데이터 활용과 개인정보 보호 간의 균형을 맞추는 것이 무엇보다 중요합니다. 오늘 세미나가 이를 위한 의미 있는 방향성을 제시하는 계기가 되기를 바랍니다. 다시 한 번 참석해 주신 모든 분들께 감사의 말씀을 드립니다.

감사합니다.

2025년 2월 13일

(사)한국인터넷기업협회 회장 **박 성 호**

발제 1

개정 개인정보 보호법에 따른 동의제도 개편에 관하여

안정호 변호사
법무법인 세종



SHIN & KIM
법무법인(유) 세종



(사)한국인터넷기업협회 세미나

개정 개인정보 보호법에 따른 동의제도 개편에 관하여

2025. 2. 13 | 안정호 변호사

목차

- I. 동의제도 개편 개요
- II. 동의제도 개편의 내용
- III. 동의제도 개편과 관련한 이슈

SHIN & KIM
법무법인(유) 세종

I. 동의제도 개편 개요

SHIN & KIM
법률사무소

I. 동의제도 개편 개요

SHIN & KIM
법률사무소

1 개요

✓ 개정 개인정보 보호법의 시행

- 2023년 9월 15일, 동의제도 개편의 내용이 담긴 개정 개인정보 보호법 시행
 - 2020년 개인정보 보호법 등 데이터 3법 개정 시 인공지능 빅데이터 등의 환경에서 악화될 우려 있는 **국민 정보주권 강화**를 차기 입법과제로 유보
 - 이에 따라, 2023년 **온오프라인 서비스 규제 일원화, 형식적 동의제도 개선** 등의 내용이 포함된 개인정보 보호법 개정안 국회 통과
 - 개정 개인정보 보호법 및 그에 따라 개정된 동법 시행령 내용 중 **동의제도 개선**과 관련된 부분은 **2023. 9. 15. 부터** 시행됨
- 개인정보위는 2023년 12월 개인정보 보호법 및 시행령 개정사항 안내서를, 2024년 12월 개인정보위는 동의제도 개편의 내용이 담긴 개인정보 처리 통합 안내서(안)을 발표함

✓ 동의제도 개편의 필요성

- 개인정보위가 밝힌 동의제도 개편의 필요성은 다음과 같음
 - 사전동의 제도에 대한 과도한 의존으로 **형식적 동의** 및 **동의 만능주의 관행** 지속
 - » 정보통신서비스 특례(제39조의3)는 사실적 동의만을 적법요건으로 규정하고 있어, 국민이 필수적으로 동의해야만 서비스 이용 가능(**동의 강제 관행**)
 - » 국민의 개인정보 처리에 관한 법적 고지 사항 등을 담은 개인정보 처리방침에 대한 내용의 적정성 및 구체성, 판단기준 미비 등 **실체적 통제 미흡**

I. 동의제도 개편 개요

1 개요

✓ 동의제도 개편 내용

- **법률 개정 내용**
 - 정보통신서비스 특례의 **동의 규정 정비** 및 **동의 이외의 개인정보 적법 처리요건 활성화**(제15조 제4호 불가피하게 삭제 등)
- **시행령 개정 내용**
 - 동의를 받으려면 정보주체의 자유로운 의사에 따르도록 하는 등 **동의 원칙 구체화** 및 동의를 받을 때 정보주체가 **동의 여부를 선택할 수 있다**는 사실을 구분하여 표시

2023년 개인정보보호법 개정 전후 비교

개정 전	개정 후
1 개인정보 수집·이용 적법요건 <ul style="list-style-type: none"> • (온라인 특례) 필수동의 • (공공·오프라인) 계약요건 엄격 → 계약 이행 등에 필요한 경우에도 "불가피하게" 필요한 때에만 수집·이용 가능 	1 개인정보 수집·이용 적법요건 <ul style="list-style-type: none"> • (온라인 특례 삭제) 일원화 • (공공·오프라인) 계약요건에서 "불가피하게" 삭제 → 계약 이행 등에 필요한 경우 수집·이용 가능
2 동의를 받는 방법 <ul style="list-style-type: none"> • 형식, 절차에 관한 규정 	2 동의를 받는 방법 <ul style="list-style-type: none"> • 실질적 요건 신설: "자유로운 의사" 명문화
3 제재규정 <ul style="list-style-type: none"> • (온라인 특례) 과징금, 과태료 • (공공·오프라인) 과태료 	3 제재규정: 일원화 <ul style="list-style-type: none"> • 동의받는 방법 위반은 과태료, 적법한 동의 등 적법근거를 갖추지 못한 경우 과징금 • 과징금 부과한 행위에 대하여는 과태료 부과 금지 신설(76) → 중복 제재 제한

5

II. 동의제도 개편의 내용

II. 동의제도 개편의 내용

1 동의 없는 개인정보의 수집·이용 근거 요건 활성화(법 제15조 관련)

✓ 동의 제도 개선

과거 과도하게 '동의'에 의존

개선 계약 이행, 공중위생 등 합리적으로 예상가능한 범위 내 동의 없이도 개인정보 수집·이용 가능 + 안전조치는 강화

1 필수동의 강제 관행 개선	<ul style="list-style-type: none"> 정보통신서비스 제공자의 필수 동의(제33조의3) 규정을 삭제하고, 일반규정(제15조)으로 통합 계약 체결 이행에 필요한 경우 요건을 정비(불가피하게 삭제하고, 동의 없는 수집·이용에 대한 입증 책임은 개인정보처리자가 부담)
2 코로나19 상황 안전조치 강화	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 처리요건에 공중위생, 공공의 안전을 위해 긴급히 필요한 경우 수집·이용 요건을 추가하여, 코로나19 등 공중위생 목적인 경우에도 안전조치, 파기 등 개인정보 보호법 적용
3 국민 생명보호 관련 개선	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 처리요건 중 긴급상황 요건에서 사전 동의를 받을 수 없는 경우 요건을 삭제하여, 국민의 생명 등 보호를 위해 급박한 경우 개인정보 수집·이용 및 제공이 가능하도록 개선

구분	과거	개정
수집·이용 (제15조)	4 정보주체와의 계약의 체결 및 이행을 위하여 불가피하게 필요한 경우	4 정보주체와 체결한 계약을 이행하거나 계약을 체결하는 과정에서 정보주체의 요청에 따른 조치를 이행하기 위하여 필요한 경우
	5 정보주체 또는 그 법정대리인이 의사표시를 할 수 없는 상태에 있거나 주소불명 등으로 사전 동의를 받을 수 없는 경우로서 명백히 정보주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우	5 명백히 정보주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우
	7.(없음)	7. 공중위생 등 공공의 안전과 안녕을 위하여 긴급히 필요한 경우
제공 (제17조)	5호의 경우만 가능	위5호, 7호의 경우 개인정보 수집 목적 범위에서 개인정보 제공하는 경우
목적 외 이용·제공 (제18조)	3 정보주체 또는 그 법정대리인이 의사표시를 할 수 없는 상태에 있거나 주소불명 등으로 사전 동의를 받을 수 없는 경우로서 명백히 정보주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우 10.(없음)	3 명백히 정보주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우 10. 공중위생 등 공공의 안전과 안녕을 위하여 긴급히 필요한 경우

II. 동의제도 개편의 내용

1 동의 없는 개인정보의 수집·이용 근거 요건 활성화(법 제15조 관련)

✓ 제4호 사유 판단 기준

· 계약 관련 적법근거 판단 시 고려사항

구분	주요 고려사항
(1) "계약"의 성립	<ul style="list-style-type: none"> 계약이 유효하게 성립하기 위한 의사표시의 합치(합의)가 있어야 함 합의가 있다고 하더라도 사회적 질서에 반하는 등 무효인 계약은 해당하지 않음
(2) 정보주체의 "예측가능성"	<ul style="list-style-type: none"> 정보주체가 서비스의 특성에 비추어 해당 서비스의 범위와 서비스에 필요한 개인정보의 범위에 대해 충분히 예상할 수 있어야 함
(3) 개인정보의 "필요성"	<ul style="list-style-type: none"> 서비스의 특성, 계약의 내용에 비추어 계약 체결 또는 이행을 위해 합리적으로 개인정보가 필요해야 함

- 민감정보(§23), 고유식별정보(§24), 주민등록번호(§24의2) 처리의 적법근거에는 "계약 이행"이 포함되어 있지 않으므로, 별도 동의 또는 법령의 근거가 있어야 함
- 또한, 계약 이행을 위해 필요한 최소한의 개인정보 수집이라는 입증 책임은 개인정보처리자가 부담함(법 제16조 제1항 후단)

II. 동의제도 개편의 내용

1 동의 없는 개인정보의 수집·이용 근거 요건 활성화(법 제15조 관련)

✓ 제4호 사유 적용 예시

· 정보주체와 체결한 계약 이행을 위해 필요한 경우

- ① 인터넷 쇼핑물이 고객으로부터 구매상품 주문을 받아 결제·배송·AS 등 계약 이행을 위해 주소, 연락처, 결제정보 등을 수집하여 이용하는 경우
- ② 백화점에서 상품구매 및 배송서비스를 위해 결제정보(카드정보 등)와 배송정보(주소, 연락처) 등 계약 이행을 위해 불가피하게 필요한 개인정보 외에 오배송 등 방지를 위해 이름, 이메일, 집전화번호, 배송희망시간 등의 개인정보를 수집하여 배송목적으로 이용하는 경우
- ③ 맞춤형 추천이 계약의 본질적인 내용인 경우로서 서비스 이용계약에 따라 맞춤형 추천을 제공하기 위해 이용자의 검색기록 등을 수집하여 이용하는 경우
- ④ 디지털 서비스 이용자 보호를 목적으로 보안위협, 악용사례(스팸, 멀웨어, 불법 콘텐츠 등) 등 감지 및 예방을 위해 서비스 이용계약에 따라 이용자의 개인정보를 수집하여 이용하는 경우

· 정보주체와 계약을 체결하는 과정에서 정보주체의 요청에 따른 조치를 이행하기 위해 필요한 경우

- ① 인터넷서비스 이용을 위해 회원가입을 요청한 정보주체와의 이용계약 체결을 위해 이름, 연락처, 생성 아이디 등의 개인정보를 수집하는 경우
- ② 공인중개사가 부동산거래 중개 계약 체결을 위해 부동산 소유자, 권리관계 등을 미리 조사·확인하기 위해 개인정보를 수집하는 경우
- ③ 회사가 취업지원자와 근로계약 체결 전에 지원자의 이력서, 졸업증명서, 성적증명서 등 정보를 수집·이용하는 경우

II. 동의제도 개편의 내용

1 동의 없는 개인정보의 수집·이용 근거 요건 활성화(법 제15조 관련)

✓ 제6호 사유 판단 기준

· “정당한 이익” 판단 기준

- 개인정보처리자의 ‘정당한 이익’은 법률상 이익뿐만 아니라 영업상 이익, 그로부터 발생하는 사회적 이익 등 다양한 층위의 이익을 포괄함
- 개인정보처리자의 정당한 이익은 처리를 통해 달성하고자 하는 ‘목적’을 통해 구체화되며, 목적 명확화 원칙(법 제3조 제1항)이 적용됨

· 정보주체 권리와 이익형량 시 고려사항

구분	주요 고려사항
① 처리되는 개인정보의 민감한 정도	<ul style="list-style-type: none"> · 개인정보의 민감도가 높아질수록 정보주체의 권리가 더 우선할 수 있음 · 아동 등 특별 보호를 필요로 하는 자의 개인정보라면 정보주체 권리가 우선 가능성이 높아짐
② 정보주체의 예측가능성	<ul style="list-style-type: none"> · 정보주체가 합리적으로 기대 및 예측할 수 있는 방식으로 개인정보를 처리할수록 개인정보처리자의 정당한 이익이 우선할 가능성이 높아짐 · 예측가능성은 각 정보주체마다 달리 판단되는 주관적 요건이 아니라 보편적인 통상의 정보주체를 기준으로 하며, 개인정보 처리방침 등에 관련 사항이 고지되어 있다면 정보주체의 예측가능성이 높아질 수 있음
③ 개인정보의 처리 방식	<ul style="list-style-type: none"> · 개인정보 처리 방식이 정보주체의 권리를 명확하게 침해하는 것이라면 정보주체의 권리가 우선할 가능성이 높음
④ 정보주체의 권리 보호	<ul style="list-style-type: none"> · 정보주체의 권리 행사 보호를 위한 다른 수단을 잘 이행할수록 개인정보처리자의 정당한 이익이 우선할 가능성이 높아짐
⑤ 개인정보처리자의 지위	<ul style="list-style-type: none"> · 개인정보처리자가 공공기관, 고용관계 등에서 정보주체에 대한 감시나 통제의 우려가 있는 개인정보처리자의 경우에는 우월적 지위로 인해 보다 엄격한 이익형량 기준이 적용

II. 동의제도 개편의 내용

2. 동의를 받는 방법 (법 제22조 관련)

✓ 동의방법에 대한 원칙 규정

- 개인정보 처리에 대한 정보주체의 동의를 받을 때 충족해야 하는 조건 명시 (시행령 제17조 제1항)

- ✓ 정보주체의 자유로운 의사에 따라 동의 여부를 결정할 수 있을 것
- ✓ 동의를 받으려는 내용이 구체적이고 명확할 것
- ✓ 그 내용을 쉽게 읽고 이해할 수 있는 문구를 사용할 것
- ✓ 동의 여부를 명확하게 표시할 수 있는 방법을 정보주체에게 제공할 것

11

II. 동의제도 개편의 내용

3. 개인정보위가 밝힌 동의제도 개편에 따른 조치 안내

✓ 개인정보위, 개인정보 처리 통합 안내서(안) 참고자료 (93-94면)

- | | |
|--|---|
| <p>1 서비스 이용계약 체결 및 이행에 필요한 개인정보
→ “동의 없이 수집·이용 가능”</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 계약 체결 및 이행과 관련하여 필요한 개인정보에 대해 서비스와 연계하여 필수동의를 받았다고 하더라도 그 효과는 해당 내용을 고지한 것에 그침 - 서비스 이용과 연계하여 동의하도록 강제하는 것은 정보주체의 “자유로운 의사”를 제약할 수 있음 |
| <p>2 서비스 이용계약과 관련 없는 개인정보
→ “동의 원칙 준수”</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 정보주체가 동의 내용을 충분히 알 수 있도록 쉬운 문구 등을 사용하여 알리고 자유로운 의사에 따라 동의 여부를 선택적으로 결정할 수 있도록 조치 필요 - 특별한 사정 없이 정보주체가 자유로운 의사에 따라 동의 여부를 결정할 수 없도록 제한하거나, 동의 내용을 명확하게 알리지 않은 경우, 법 제15조의 적법 수집·이용 요건을 충족하지 않을 수 있음 |
| <p>3 계약 관련 개인정보와 그 외 개인정보가 포함된 경우
→ “분리 조치”</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 필수동의를 받아 온 동의내용에 계약 이행 등에 필요한 개인정보가 포함되어 있다면 해당 항목은 삭제하고, 그 외 개인정보는 정보주체의 자유로운 의사에 따라 동의 여부를 선택할 수 있도록 조치 - 개인정보 처리방침에 “동의를 받아 수집하는 개인정보”와 “그 외 개인정보”를 구분하여 공개 |
| <p>4 민감정보·고유식별정보의 경우
→ “서비스에 불가피한 경우 필수동의 가능”</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 계약 이행이나 서비스 제공 특성 상 민감정보나 고유식별정보(주민번호 제외)의 처리가 불가피한 경우 → 동의내용을 충분히 알린 후 별도로 필수동의를 받아 처리 (법령 규정이 있는 경우 동의 없이 처리 가능) - 서비스 특성 상 불가피한 경우가 아니면 → 자유로운 의사에 따라 별도 동의 필요 |

12

II. 동의제도 개편의 내용

3 개인정보위가 밝힌 동의제도 개편에 따른 조치 안내

✓ 개인정보 처리 관련 정보주체의 실질적 선택권 강화-필수 개인정보의 동의 없는 수집 가능(제15조 제4호)

동의를 받을 때 충족해야 하는 사항 (개정 시행령 제17조제1항)

정보주체가 자유로운 의사에 따라 동의 여부를 결정할 수 있을 것 • 동의를 받으려는 내용이 구체적이고 명확할 것
그 내용을 쉽게 읽고 이해할 수 있는 문구를 사용할 것 • 동의 여부를 명확하게 표시할 수 있는 방법을 정보주체에게 제공할 것

	현행		개선
① 서비스 이용계약 관련 개인정보 → 동의없이 수집·이용	㉠ 계약이행 등을 위해 필요한 개인정보(법 §15①4) → 필수동의 관행 ㉡ 기타 적법 요건에 해당하는 개인정보(법 §15①23567) → 필수동의 관행	→	<동의 불필요> 적극 안내
② 서비스 이용계약과 관련 없는 개인정보 → 동의원칙 준수	정보주체와 계약 등과 관계 없이 개인정보처리자의 필요에 따라 수집하는 개인정보 → 필수동의 관행	→	<선택 동의>
③ 계약 관련 개인정보와 그 외 개인정보가 포함된 경우 → 분리 조치	㉠ 계약이행 등을 위해 필요한 개인정보(법 §15①4) ㉡ 정보주체와 계약 등과 관계 없이 개인정보처리자의 필요에 따라 수집하는 개인정보 → 필수동의 관행	→	<동의 불필요> 적극 안내 <선택 동의>
④ 민감정보·고유식별정보 → 서비스에 불가피한 경우 필수동의	민감정보(법 §23)·고유식별정보(법 §24) 등이 계약 이행이나 서비스 제공 특성상 처리가 반드시 필요한 경우	→	<필수 동의 유지 가능>

13

III. 동의제도 개편과 관련한 이슈

III. 동의제도 개편과 관련한 이슈

1 제도 개선 취지에 부합하는 해석

- **계약의 체결 및 이행을 위하여 필요한 정보의 범위**
 - 계약의 체결 및 이행을 위해 필요한 개인정보에 대한 해석을 과도하게 엄격히 하는 경우 입증책임을 부담하는 사업자는 특정 개인정보가 동의 없이 수집 및 이용할 수 있는 개인정보라 판단하기보다는 **결국 안전하게 동의 받는 방법을 선택할 가능성이 높음**
 - 계약의 체결 및 이행을 위하여 필요한 정보의 범위를 **합리적으로 설정하고 명확히 안내할 필요**
- **민감정보 및 고유식별정보가 아닌 경우 필수동의를 허용 여부**
 - 개인정보처리 통합 안내서(초안), 시행령 개정 보도자료 등에 따르면 민감정보, 고유식별정보의 경우 필수동의를 가능하다고 되어 있음
 - 계약의 체결 및 이행을 위해 필요한 정보의 **범위를 축소하면서 필수동의도 허용되지 않는 경우의 문제**
 - 기존 관행을 개선하기 위해서는 동의 없이 처리 가능한 개인정보의 범위에 대한 구체적인 사례에 기반한 가이드가 제시될 필요
- **개인정보처리자의 '정당한 이익'을 위해 필요한 경우의 해석**
 - 개정 법령 취지에 따라 정당한 이익의 범위를 **합리적으로 해석할 필요**
- **계약의 체결 및 이행을 위해 필요한 정보의 제3자 제공 문제**
 - 예를 들어, 플랫폼 사업자 등이 계약 체결 및 이행을 위해 이용자의 개인정보를 **입점 업체에 필수로 제공함에 있어 동의를 받아야 함**

III. 동의제도 개편과 관련한 이슈

2 제도 개선 취지에 부합하는 수집·이용 근거 해석 및 적용의 명확화

✓ 계약의 체결 및 이행(Article 6(1)(b))

- 유럽 개인정보보호위원회(EDPB)가 공개한 사례별 Article 6(1)(b) 적용 가부

구분	개인정보처리내용	계약의 체결 및 이행(Article 6(1)(b)) 해당 여부
서비스개선 (Service improvement)	일반적인 서비스개선 또는 기존 서비스내 새로운 기능 개발을 목적으로 하는 개인정보처리	해당되기 어려움 (일반적으로 약관 등에 포함되어 있다라도 계약이행을 위해 필수적이라 보기 어려움)
사기예방 (Fraud Prevention)	사기 예방을 목적으로 하는 사용자 모니터링 또는 프로파일링	해당되기 어려움 (다만, 컨트롤러의 적법한 이익(6(1)(f)), 또는 법적의무 준수(6(1)(c)) 등이 적용될 여지가 있음)
콘텐츠개인화 (Personalisation of content)	사용자의 행태정보에 기반한 맞춤형 콘텐츠의 제공	해당될 수 있음 (맞춤형 콘텐츠의 제공이 서비스의 본질적 내용이며 사용자가 이를 기대하고 있는 경우)

(출처) EDPB Guidelines 2/2019 on the processing of personal data under Article 6(1)(b) GDPR in the context of the provision of online services to data subjects

III. 동의제도 개편과 관련한 이슈

2 GDPR의 사례를 참고한 제도 개선 취지에 부합하는 수집·이용 근거 해석 및 적용의 명확화

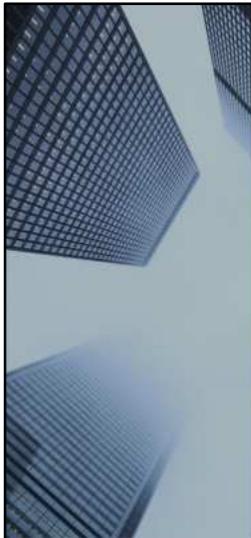
✓ 컨트롤러 또는 제3자의 정당한 이익(Article 6(1)(f))

- GDPR 전문 및 영국 정보 위원 사무소(ICO)가 공개한 Article 6(1)(f) 적용 가능 사례

사례 구분	정당한 이익(Article 6(1)(f)) 해당 여부
사기 예방 (Fraud Prevention)	Article 6(1)(f)가 적용될 수 있음 (다만, 민감정보 등의 경우 GDPR 내 다른 규제를 준수하여야 함)
네트워크 및 정보 보안 (Network and Information Security)	
범죄 및 공공 위험 감지 (indicating possible criminal acts or threats to public security)	
직원 및 고객 정보의 처리 (processing employee or client data)	Article 6(1)(f)가 적용될 가능성이 있음 (다만, 해당 사례가 항상 정당한 이익에 해당하거나 자동으로 합법적 처리가 되는 것은 아니며, (1) 이익의 정당성, (2) 필요성 및 (3) 이익형량 검토를 하여야 함)
직접 마케팅 (direct marketing)	
그룹 내 관리 목적 정보 전송 (intra-group administrative transfers)	

(출처) ICO Guide to the General Data Protection Regulation (GDPR)





감사합니다



안정호 파트너변호사

T. 02 316 2891

E. jhahn@shinkim.com

SHIN & KIM
법무법인(유) 세종

서울시 중로구 종로3길 17 디타워 D2 23층 (우)03155
www.shinkim.com T 02 316 4114 F 02 756 6226

본 자료에 대한 저작권 등 모든 권리는 법무법인(유) 세종 및 작성 변호사에게 속하므로, 사전 허락 없이 본 자료를 사용, 복제, 배포, 활용하거나 다른 법률 사무소 등 제3자에게 제공하는 것은 엄격히 금지됩니다. 본 자료와 관련하여 의문이 있으신 경우에는 법무법인(유) 세종 또는 본 자료에 기재된 담당 변호사에게 연락하여 주시기 바랍니다.

발제 2

필수 동의와 계약 자유의 원칙

이상용 교수

건국대학교 법학전문대학원



필수 동의와 계약 자유의 원칙

건국대학교 법학전문대학원
교수 이상용

차례

1. 개인정보보호의 체계
2. 정보주체의 동의와 계약의 관계
3. 동의의 방식
4. 대가로서의 개인정보

1. 개인정보보호의 체계

1.1. 무엇이 문제인가

프라이버시

- 워렌 & 브랜다이스의 프라이버시권(1890)

정치적 자유
민주주의

- 독일의 인구조사 판결(1983)

1.2. 개인의 '정보'를 왜 보호해야 하는가

정보기술의 발전

- 대량의 신속한 정보처리가 가능해짐

사전예방의 필요

- 프라이버시 및 정치적 자유에 대한 위협을 사전에 예방적으로 통제하기 위해 개인정보 자체를 보호하려는 시도

수단적 의미

- 즉, 개인정보 보호는 그 자체가 목적이 아니라 수단에 불과하므로 과도해지지 않도록 유의해야

1.3. 개인정보보호법의 등장

20세기 초반

- 프라이버시 침해에 대한 불법행위법적 보호

20세기 중반

- 정보 이론 및 기술 발전에 따른 정보의 객체화

20세기 후반

- 유럽에서 '개인정보' 자체를 권리의 객체로 삼는 법이론 형성(독일의 개인정보자기결정권).

다양한 제도

- 유럽, 한국 등은 개인정보자기결정권을 중심으로 하는 사전통제 위주
- 미국 등은 여전히 불법행위법 등에 의한 사후통제 위주

1.4. 개인정보 보호의 방법

자율적 방법

- 정보주체에 의한 결정
- cf. 제한적 합리성, 정보비대칭 등의 문제

후견적 방법

- 국가기관에 의한 후견
- cf. 개인의 이익과 불일치, 비효율과 부작용의 문제

2. 동의와 계약의 관계

2.1. 계약의 기능

인간의 존엄성 행복추구의 수단

- 계약제도의 의무론적 정당화
- 헌법재판소 1991. 6. 3. 선고 89헌마204 결정)

시장경제의 기초

- 계약제도의 공리주의적 정당화
- 자유롭고 합리적인 개인들 사이의 거래 → 최대 다수의 최대 행복(보이지 않는 손)

2.2. 정보주체 동意的 계약법적 의의

1) 개인정보 이용 허락에 관한 계약

2) 재화와 서비스에 대한 대가로 개인정보 이용을 허락하는 계약

- 독일 민법상 디지털 제품에 관한 조항(BGB, 2. Buch, Schuldrecht, § 2a) : 민법 개정안(§733의 2 내지 6)에 반영
- 유상계약(담보책임)

3) 계약의 체결 및 이행을 위한 개인정보의 비동의 처리 허용

- 묵시적 동의로 볼 수 있음.

2.3. 정보주체 동의와 사적자치의 원칙

사적자치의 원칙의 전제와 현실

- 전제 : 합리성, 완전정보
- 현실 : 제한적 합리성, 정보 비대칭, 협상력의 구조적 차이

자율과 후견의 조화

- 후견적 개입 : 배후의 사회적 가치에 대한 공감대가 크고 정보 및 협상력의 비대칭이 클수록 정당화
- 자율 토대의 강화 : 정보 제공 및 이용자 집단

기본권 제한 및 충돌 의 문제

- 기본권 제한 : 개인정보처리자와 정보주체의 일반적 행동자유권 제한
- 기본권 충돌 : 정보주체의 개인정보자기결정권 vs. 개인정보처리자의 자유

3. 동의의 방식

3.1. 방식의 자유와 그 제한

동의 방법(법 §22)

- 자율 토대의 강화 : ① 구분 동의 / ② 동의 처리시 고지(목적·항목 등) / ③ 비동의 처리시 동의 대상과 구분하여 공개 또는 고지(항목·처리근거 등)
- 후견적 개입 : ⑤ (선택적 동의사항) 부동의시 서비스 제공 거부 금지

계약 자유의 원칙의 다른 측면에도 영향

- 체결의 자유, 상대방 선택의 자유, 내용 결정의 자유에도 영향 가능성

3.2. 필수 동의의 관행

필수 사항과 선택 사항

- 필수 사항 : 서비스의 본질적 기능을 수행하기 위해 반드시 필요한 개인정보
- 선택 사항 : 이에 해당하지 않는 개인정보

필수 동의의 관행

- 필수 사항에 대하여 불필요한 동의 징구
- 선택 사항도 필수 동의 대상으로 삼아 부동의시 서비스 제공 거부

3.3. 개선 시도

2023 법 개정

- 계약 체결 및 이행을 위한 비동의 수집·이용시 “불가피한 경우” 요건을 폐지(\$15 ① iv)

개정 취지

- 필수 사항에 대한 동의 처리 관행을 비동의 처리 관행으로 전환
- Cf. 다만 민감정보나 고유식별정보는 계약 체결 및 이행을 위한 필수 사항이라도 비동의 처리가 허용되지 않으므로(\$23①, \$24①) 여전히 동의를 얻어야 함.
- 선택 사항에 집중하여 동의의 실질화(자유롭고 알고 하는 동의)를 달성

3.4. 평가

자율 토대의 강화

- 필수 사항에 대한 명시적 동의를 묵시적 동의로 전환 → 선택 사항에 대한 보다 신중한 의사결정 가능(합리성은 최소한 자원)
- 선택 사항에 대한 동의의 실질화 및 부동의를 빌미로 한 서비스의 부당한 거절 규제

과도한 후견적 개입 우려

- 필수 사항에 대한 비동의 처리 허용은 묵시적 동의에 기반한 것으로 볼 수 있고, 복수의 처리 근거를 갖추는 것도 가능함 → 필수 사항에 대하여 명시적 동의를 구하는 것이 위법은 아님 → 이에 대한 제재 시도는 부당하고 위법함.
- 선택 사항에 대한 부동의를 이유로 서비스를 거절하는 것이 특정한 맥락에서 정당할 수 있음(후술).

4. 대가로서의 개인정보

4.1. 데이터에 의한 결제

데이터에 의한 결제

- EU 디지털 지침을 국내법으로 수용한 독일 개정 민법 §312①a. 및 §327③은 디지털 제품에 관해 '데이터에 의한 결제(Bezahlen mit Daten)'를 인정.
- 무상 서비스의 경우에도 데이터에 의한 결제가 있는 경우 유상계약의 경우처럼 담보책임 등 적용하여 소비자 보호(§516의a).

급부 의무 이행을 위한 개인정보 처리와는 구별됨

- 대가로서의 개인정보 수집·이용은 사업자의 급부 의무 이행을 위한 개인정보 처리와는 구별됨(§312①a)
- Cf. 독일 민법 §312 ① a. 본 관의 제1항과 제2항의 규정은 소비자가 사업자에게 개인 데이터를 제공하거나 이에 관한 의무가 있는 소비자계약에도 적용된다. 사업자가 오로지 자신의 급부 의무 또는 자신에게 부과된 법적 요구사항을 이행하기 위하여 소비자가 제공한 개인 데이터를 처리하고 다른 목적으로 처리하지 않는 경우에는 그러하지 아니하다.

4.2. 부동의를 이유로 하는 서비스 거절

필수 사항에 대한 부동의를 이유로 하는 서비스 거절

- 필수 사항은 서비스의 본질적 기능을 수행하기 위해 반드시 필요한 개인정보
- 따라서 필수 사항의 처리에 대한 부동의를 이유로 서비스를 거절하는 것은 당연히 적법함.
- 계약 이행 등 다른 적법사유가 있다는 이유만으로 사업자로 하여금 정보주체의 명시적 의사에 반하여 필수 사항을 처리하고 서비스를 제공하도록 하는 것은 사적자치의 원칙을 정면으로 위반하고 개인정보보호법의 취지를 몰각하는 것임.

선택 사항에 대한 부동의를 이유로 하는 서비스 거절

- 일반적으로는 선택 사항에 대한 부동의를 이유로 서비스를 거절할 수 없음.
- 그러나 선택사항이 대가로서의 개인정보에 해당하는 경우, 선택 사항에 대한 부동의를 이유로 서비스를 거절하는 것은 적법하고 정당함.
- 예컨대 소비자에게 무상으로 서비스를 제공하고 그 대가로 맞춤형 광고나 신규 서비스 개발을 위한 개인정보를 제공 받는 경우가 이에 해당함.

4.3. 동의 여부에 따른 서비스 차별화

효율성과 정당성

- 개인정보가 대가의 의미를 지니는 경우에는, 데이터 제공 여부 및 범위에 따라 서비스 제공 여부 및 수준을 달리하거나 대금 유무 및 금액을 달리하는 것이 효율적이고 정당함.

강제적 무상제공

- 이 경우 부동의 소비자에 대하여도 서비스를 제공하도록 강제하는 것은 실질적으로 서비스의 폐쇄를 명하는 것과 다름 없음. 이를 위해서는 헌법상 비례의 원칙(§37②)이나 재산권 보장의 원칙(§23③)을 준수하는 입법이 필요함.

자발적 무상제공

- 기업이 스스로 부동의 소비자에게도 서비스를 제공하기로 결정하는 것은 가능함. 다만, 이는 동의한 소비자가 지불한 대가로 부동의한 소비자에게 서비스를 제공하는 것으로서, 소비자들 사이에 형평의 문제가 발생할 수 있음(일종의 가격 차별).

토론

“개인정보 동의제도 개편이 가지는
의미와 영향력” 종합토론



“개인정보 동의제도 개편이 가지는 의미와 영향력” 세미나

곽대섭 팀장 (한국디지털광고협회)

□ 개인정보보호법 개정과 동의제도 변화의 법적 의미

2024년 9월 개정된 개인정보보호법 시행령은 개인정보 처리의 법적 근거를 다양화하고 있음.

주요 변경사항으로는 자동화된 의사결정에 대한 정보주체의 권리 보장, 개인정보보호 책임자(CPO)의 자격요건 강화, 국외 수집·이전 시 처리방침 공개 의무화 등과 함께 불필요한 필수동의 절차를 축소하여 개인정보 활용의 유연성을 높이는 한편, 정보주체의 권리를 강화하는 방향으로 진행 있음.

이에 따라 온라인 플랫폼 및 디지털 서비스에서의 개인정보 활용 유연성이 개선될 것으로 기대됨. 그러나 동의 없이 수집 가능한 정보와 적법한 동의의 범위에 대한 모호함은 여전히 존재함.

특히 맞춤형 광고는 개인정보보호법 제15조(개인정보의 수집·이용)와 제16조(개인정보의 수집 제한)에 따른 법적 규제 영역이 매우 불명확해짐.

최근 발표된 개인정보처리 통합 안내서에 따르면, 개인정보 수집·이용 시 정보주체의 동의를 받거나 계약 이행을 위해 필요한 경우에만 처리할 수 있으며, 서비스 이용 제한을 통한 동의 강요는 금지되고 있음.

최근 구글/메타의 행정소송 1심 판결에서 타사 행태정보 수집이 서비스 본질적 기능 수행에 필수적인 최소한의 정보라고 보기 어렵다는 판결이 나오면서, 맞춤형 광고를 위한 개인정보처리는 정보주체로부터 동의를 받아서 활용해야 할 것으로 보임

□ 맞춤형 광고의 산업적 중요성과 소비자 인식

맞춤형 광고는 온라인 서비스의 핵심 수익원으로, 이용자들이 무료로 서비스를 이용할 수 있게 하는 중요한 역할을 함.

IAB의 "소비자의 관점에서 본 프라이버시 연구"에 따르면, 이용자의 70% 이상이 맞춤형 광고를 위한 데이터 제공을 공정한 가치 교환으로 인식하고 있으며, 82% 이상이 무작위 광고보다 맞춤형 광고를 선호한다고 응답함.

또한 맞춤형 광고에 의한 개인정보 침해에 대해서는 범죄 활동에의 악용 가능성을 가장 크게 우려하고 있으며, 맞춤형 광고 활용에는 단 2%만 우려하는 것으로 조사됨.

□ 규제 강화의 잠재적 영향

과도한 규제 강화는 기업들의 법률비용 증가, 서비스 품질 저하, 유료 전환 등의 부작용을 초래할 수 있음. 대표적인 예로 EU의 GDPR과 DMA에 대응하는 조치를 위해 '23년 10월 메타는 유럽에서 페이스북과 인스타그램에 대한 유료 구독 모델을 도입함. 이처럼 선택동의를 법으로 강제하는 경우 기업들은 자신들의 사업모델 구현을 위해 유료 구독 모델을 강화하는 정책으로 나아갈 것으로 전망됨.

결국 이처럼 과도한 사전 규제 강화는 결국 소비자들의 경제적 부담증가라는 이용자 불편이 가중될 수 있음.

또한 개인정보보호법이 개정되고, 강화됨에 따라 맞춤형 광고에 대한 규제가 매우 모호해지고 있으며, 특히 맞춤형 광고가 마치 불법 범죄광고와 동일시되는 인식을 불러일으키고 있는 점은 디지털 플랫폼 생태계뿐만 아니라 디지털 광고 업계에도 매우 큰 애로사항임.

맞춤형 광고 생태계는 광고주와 플랫폼 그리고 그사이 수많은 중소 광고회사 등이 얽혀 있어, 디지털 맞춤형 광고에 대한 모호한 규제는 수많은 산업들의 경쟁력을 약화시킬 수 있음.

□ 동의제도 운영에 대한 제안

결론적으로, 소비자 인식과 정책 간의 괴리를 줄이고, 개인정보 보호와 디지털 경제의 발전 사이에서 균형을 찾는 것이 매우 중요한 과제임

특히 필수동의제도는 법으로 강제할 문제가 아니라 기업들의 사업 운영 모델에 따라 자유롭게 운용되어야 할 사안임. 기업은 자사의 비즈니스 모델과 서비스 특성에 맞게 필수 동의 항목을 결정할 수 있어야 하며, 이는 시장 경쟁과 소비자 선택을 통해 자연스럽게 조정되어야 함.

이와 함께 맞춤형 광고 집행 과정의 투명성을 제고하며, 이용자에게 명확한 통제권을 부여할 수 있는 구체적인 가이드라인 마련이 필요함.

또한 맞춤형 광고의 가치와 중요성을 인식하고, 이를 불법 행위와 동일시하는 인식을 개선해야 함. 동시에 개인정보의 경제적 가치를 인정하고 이를 활용할 수 있는 법적 기반을 마련하는 것도 고려해야 할 것임.

