



제417회국회(정기회)
제1차 정무위원회

표시·광고의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈 맞춤형 광고 고지 의무 〉

■ 이정문의원 대표발의(의안번호 제2200462호)

2024. 8.

정 무 위 원 회

전문위원 황 승 기

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2

I. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 이정문의원 등 12인
- (2) 제 안 일 : 2024. 6. 13.
- (3) 회 부 일 : 2024. 6. 27.

II. 제안이유 및 주요내용

디지털 경제 가속화로 온라인 거래가 확대됨에 따라 온라인상 광고도 구매 및 검색 이력, 웹사이트 방문 이력, 애플리케이션(Application) 사용 이력 등 소비자의 온라인상 활동 정보를 수집하여 소비자 개인의 관심, 기호, 성향 등에 맞는 광고 즉 온라인 맞춤형 광고가 크게 늘어나고 있음.

그러나 소비자는 이를 일반 광고와 구분하기 어려워 개인 정보가 활용되고 있다는 사실을 알기 어렵고, 소비 과정에서 합리적인 선택을 하는데 제약을 받고 있음.

이에 사업자등이 맞춤형 광고를 제공하는 경우 「개인정보 보호법」 준수 의무를 명시적으로 규정하고 그 광고가 맞춤형 광고라는 사실을 소비자에게 미리 고지하도록 하며 고지하지 아니하는 경우 시정명령, 과태료 부과 등의 처분을 할 수 있도록 함으로써 정보주체 및 소비주체로서의 소비자 권익을 보호하려는 것임(안 제5조의2 신설 및 제20조제2항).

Ⅲ. 검토의견

- 개정안은 사업자등이 광고를 위하여 소비자에 관한 정보를 수집·이용하는 경우 「개인정보 보호법」을 준수하도록 명시하고, 맞춤형 광고(사업자등이 소비자에 관한 정보를 활용하여 소비자의 관심, 흥미, 기호, 성향 등을 분석하고 그에 맞는 광고) 제공 시에는 소비자에게 고지하도록 하며, 해당 고지의 내용과 방법에 대해서는 공정거래위원회가 개인정보보호위원회와 협의하여 고시할 수 있도록 하는 한편, 맞춤형 광고에 대한 고지의무 위반 시 시정명령, 과태료 부과 등을 할 수 있도록 하려는 것임.

현 행	개 정 안
<u><신 설></u>	<u>제5조의2(소비자에 관한 정보 이용 등) ① 사업자들은 광고를 하기 위하여 소비자에 관한 정보[구매 및 검색 이력, 웹사이트 방문 이력, 애플리케이션(Application) 사용 이력 등 소비자의 온라인상 활동 정보를 포함한다. 이하 같다]를 수집(제3자로부터 제공받는 경우를 포함한다. 이하 같다)하거나 이용(제3자에게 제공하는 경우를 포함한다)하는 경우 개인정보 보호에 관하여는 「개인정보</u>

현행	개정안
제20조(과태료) ① (생략) ② 사업자등이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 1억원 이하의 과태료를 부과하고, 법인 또는 사업자단체의 임원이	<u>보호법」에서 정하는 바에 따라야 한다.</u> <u>② 사업자등은 제1항에 따라 수집한 소비자에 관한 정보를 활용하여 소비자의 관심, 흥미, 기호, 성향 등을 분석하고 그에 맞는 광고(이하 “맞춤형 광고”라 한다)를 제공하는 경우에는 이를 사전에 그리고 제공할 때마다 소비자에게 고지하여야 한다.</u> <u>③ 공정거래위원회는 제2항에 따른 고지의 내용과 방법 등을 정하여 고시할 수 있다. 이 경우 공정거래위원회는 「개인정보 보호법」 제7조에 따른 개인정보 보호위원회와 협의하여야 한다.</u> <u>④ 공정거래위원회는 제2항을 위반한 행위가 있을 때에는 해당 사업자등에 대하여 일정한 기간을 정하여 그 시정을 명할 수 있다.</u> 제20조(과태료) ① (현행과 같음) ② ----- ----- ----- -----

현행	개정안
나 종업원 또는 그 밖의 이해관계인이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.	----- ----- ----- -----.
1. ~ 3. (생략)	1. ~ 3. (현행과 같음)
<u><신설></u>	<u>3의2. 제5조의2제4항에 따른 시정명령에 따르지 아니한 경우</u>
4. ~ 7. (생략)	4. ~ 7. (현행과 같음)
③ ~ ⑤ (생략)	③ ~ ⑤ (현행과 같음)

□ 최근 빅데이터 기술의 발달 등에 따라 맞춤형 광고¹⁾는 크게 증가하고 있으며, 전체 방송통신광고의 절반 이상을 차지하는 온라인 광고의 상당 부분이 맞춤형 광고에 해당하는 것으로 추정됨²⁾.

□ 개정안은 소비자가 일반 광고와 맞춤형 광고를 구분할 수 있도록 사업자가 맞춤형 광고 제공 시 소비자에게 고지하도록 하고 위반 시 제재를 규정하려는 것으로 소비자의 알권리를 도모하고, 소비 과정에서 맞춤형 광고의 인식을 통하여 합리적 선택에 기여하려는 취지임.

1) 맞춤형 광고란 웹 사이트 방문 이력, 앱 사용 이력, 구매 및 검색 이력 등 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 파악하고 분석할 수 있는 온라인상의 이용자 활동정보를 처리하여 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 분석·추정한 후 이용자에게 맞춤형으로 제공되는 광고를 말함(「온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인」, 개인정보위원회).

2) 출처: 「맞춤형광고에 활용되는 온라인 행태정보 보호를 위한 정책 방안」, 2024.1. 개인정보보호위원회

□ 먼저 개정안 제5조의2제1항은 사업자등의 「개인정보 보호법」

준수 의무를 본 법에 규정하여, 맞춤형 광고를 위한 개인정보

수집·이용 활동 등에서의 소비자에 대한 보호를 명시하였음.

「개인정보 보호법」

제6조(다른 법률과의 관계) ① 개인정보의 처리 및 보호에 관하여 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다.

② 개인정보의 처리 및 보호에 관한 다른 법률을 제정하거나 개정하는 경우에는 이 법의 목적과 원칙에 맞도록 하여야 한다.

제15조(개인정보의 수집·이용) ① 개인정보처리자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 개인정보를 수집할 수 있으며 그 수집 목적의 범위에서 이용할 수 있다.

1. 정보주체의 동의를 받은 경우
2. 법률에 특별한 규정이 있거나 법령상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우
3. 공공기관이 법령 등에서 정하는 소관 업무의 수행을 위하여 불가피한 경우
4. 정보주체와 체결한 계약을 이행하거나 계약을 체결하는 과정에서 정보주체의 요청에 따른 조치를 이행하기 위하여 필요한 경우
5. 명백히 정보주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우
6. 개인정보처리자의 정당한 이익을 달성하기 위하여 필요한 경우로서 명백하게 정보주체의 권리보다 우선하는 경우. 이 경우 개인정보처리자의 정당한 이익과 상당한 관련이 있고 합리적인 범위를 초과하지 아니하는 경우에 한한다.
7. 공중위생 등 공공의 안전과 안녕을 위하여 긴급히 필요한 경우

② 개인정보처리자는 제1항제1호에 따른 동의를 받을 때에는 다음 각 호의 사항을 정보주체에게 알려야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하는 경우에도 이를 알리고 동의를 받아야 한다.

1. 개인정보의 수집·이용 목적
2. 수집하려는 개인정보의 항목
3. 개인정보의 보유 및 이용 기간
4. 동의를 거부할 권리가 있다는 사실 및 동의 거부에 따른 불이익이 있는 경우에는 그 불이익의 내용

③ 개인정보처리자는 당초 수집 목적과 합리적으로 관련된 범위에서 정보주체에게 불이익이 발생하는지 여부, 암호화 등 안전성 확보에 필요한 조치를 하였는지 여부 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 정보주체의 동의 없이 개인정보를 이용할 수 있다.

□ 또한 개정안 제5조의2제3항은 맞춤형 광고 고지의 내용과 방법의 고시에 있어 공정거래위원회가 개인정보보호위원회와 협의하도록 하고 있는데, 현재 개인정보보호위원회에서 「온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인(이하 “맞춤형광고 가이드라인”)」을 통해 맞춤형 광고의 사전고지 및 소비자 선택권 보장과 관련한 사항 등을 자율규제하고 있으므로 개인정보위원회와의 사전 협의 절차를 통해 법적 혼란을 최소화할 수 있을 것으로 보임.

< 「맞춤형광고 가이드라인」 상 관련 규정 >

○ 고지(이용자 안내) : 맞춤형 광고를 전송하는 광고 사업자는 이용자가 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 웹사이트나 앱에 다음 사항을 포함하여 온라인 맞춤형 광고와 관련된 사항을 상세히 안내하여야 한다.

< 안내 사항 >

- | | |
|---------------------------------|-----------------|
| ① 행태정보를 수집·처리하는 사업자명 | ② 수집하는 행태정보의 항목 |
| ③ 행태정보 수집 방법 | ④ 행태정보 수집 목적 |
| ⑤ 행태정보 보유·이용 기간 및 이후 파기 등의 조치방법 | |
| ⑥ 이용자 통제권 행사 방법 | ⑦ 이용자 피해구제 방법 |

○ 통제권(선택권) 보장 : 광고 사업자는 이용자가 자신의 행태정보 제공 및 맞춤형 광고 수신 여부를 광고 화면 또는 관련 링크 등을 통해 직접 결정할 수 있는 통제 수단을 제공하여야 한다.

※ 통제 수단은 사전 고지 안내 시 함께 제공되어야 하며, 이용자가 온라인 맞춤형 광고의 차단 또는 허용을 쉽게 선택할 수 있게 하여야 한다.

자료: 「온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인」, 개인정보보호위원회

○ 맞춤형 광고의 고지와 관련하여 개인정보보호위원회에서는 사업자등에게 모든 맞춤형 광고에 ①표시를 안내하고, ①클릭 시 별도 페이지에서 상세히 안내함으로써 소비자가 맞춤형 광고라는 사실을 쉽게 인식하도록 권고하는 내용을 담은 지침 등의 개정을 추진³⁾하고 있다는 점을 참고할 수 있겠음.

□ 다만, 맞춤형 광고의 고지의무 등과 관련하여 21대 국회에 개정안과 유사한 내용의 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 개정법률안」 들⁴⁾이 발의된 바 있으므로 이를 고려한 입법정책적 검토가 필요하다고 보임.

□ 공정거래위원회는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」은 거짓·과장 등 부당한 표시·광고⁵⁾를 방지하여 소비자를 보호함과 동시에 공정한 거래질서를 확립하는 것을 목적으로 하는바, 맞춤형 광고를 제공할 때마다 소비자에게 고지하도록 사업자에게 의무를 부과하는 것은 동법으로 규율할 사항은 아니라는 의견을 제시하고 있음.

문 의 처

02)6788-5115

3) 「맞춤형 광고에 활용되는 온라인 행태정보 보호를 위한 정책 방안」, 2024.1. 개인정보보호위원회

4) 유동수의원안(2112104), 윤관석의원안(2109213), 전재수의원안(2110377), 송재호의원안(2111361)

5) 부당한 표시·광고행위로 인정되기 위해서는 ①거짓·과장성 등, ②소비자오인성, ③공정거래저해성 등 3가지 요건을 모두 충족하여야 함.