

플랫폼 독점에 대한 제도적 대안 (국제 동향)

디지털 플랫폼
연속포럼
2022. 11. 1.

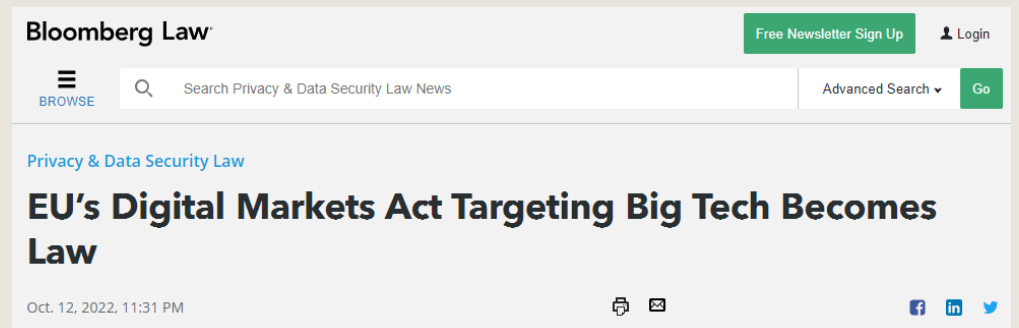
장여경
(정보인권연구소)

**유럽연합 빅테크법 :
디지털서비스법
패키지**

#빅테크
#투명성
#책임성

디지털서비스법 패키지

- [2020. 12. 15. EU 집행위원회 제안](#)
 - EU 회원국에 직접 구속력을 가지는 규정(regulation)으로 제안
 - 빅테크의 투명성과 책임성 요구
- 디지털서비스법(DSA)와 디지털시장법(DMA)의 2개 입법안
 - DSA: 온라인 중개서비스 및 다양한 플랫폼 규율
 - DMA: 게이트키퍼 온라인 플랫폼 규율
- 2022. 7. 5. 유럽의회 통과
 - [DSA: 2022. 10. 27. EU 저널 게재](#), 11. 16. 발효.
 - [DMA: 2022. 10. 12. EU 저널 게재](#), 11. 1. 발효.
- 시행
 - DSA: [대부분 2024. 2.](#)
 - DMA: [대부분 2023. 5.](#)



왜 새로운 규정인가?

“사회와 경제의 디지털화가 가속화되면서 몇몇 대형 플랫폼이 디지털 경제의 중요한 생태계를 통제하는 상황이 발생했다.

이들이 디지털 시장의 문지기(게이트키퍼, gatekeepers)로 부상하면서, 민간 부문의 규칙 제정자로서 권력을 갖게 되었다. 대형 플랫폼의 규칙은 때때로 이들의 플랫폼을 사용하는 기업에게 불공평한 상황을 초래하고 소비자의 선택권을 좁힌다.

이러한 동향을 고려해 보았을 때, 유럽에 필요한 것은 온라인에서 이용자의 안전을 보장하고, 기본권 보호를 최우선하는 거버넌스를 수립하며, 온라인플랫폼 환경을 공정하고 개방적으로 관리하는 현대적 법률 체계이다.”

디지털서비스법

#대규모
온라인플랫폼

왜 디지털서비스법인가?

“20년 동안 많은 점이 바뀌어 지침을 업그레이드할 필요가 있다.

온라인 플랫폼은 소비자와 혁신 측면에서 상당한 이점을 제공했고 EU 안팎의 거래를 촉진했으며 다양한 유럽 기업과 판매자에게 새로운 기회를 제공했다.

동시에 온라인에서 불법 콘텐츠 유포, 불법 상품이나 서비스 판매가 남발되고 있다. 일부 초대형 플랫폼은 정보 공유 및 온라인 거래를 위한 유사 공공 공간(quasi-public spaces)이 되었다.

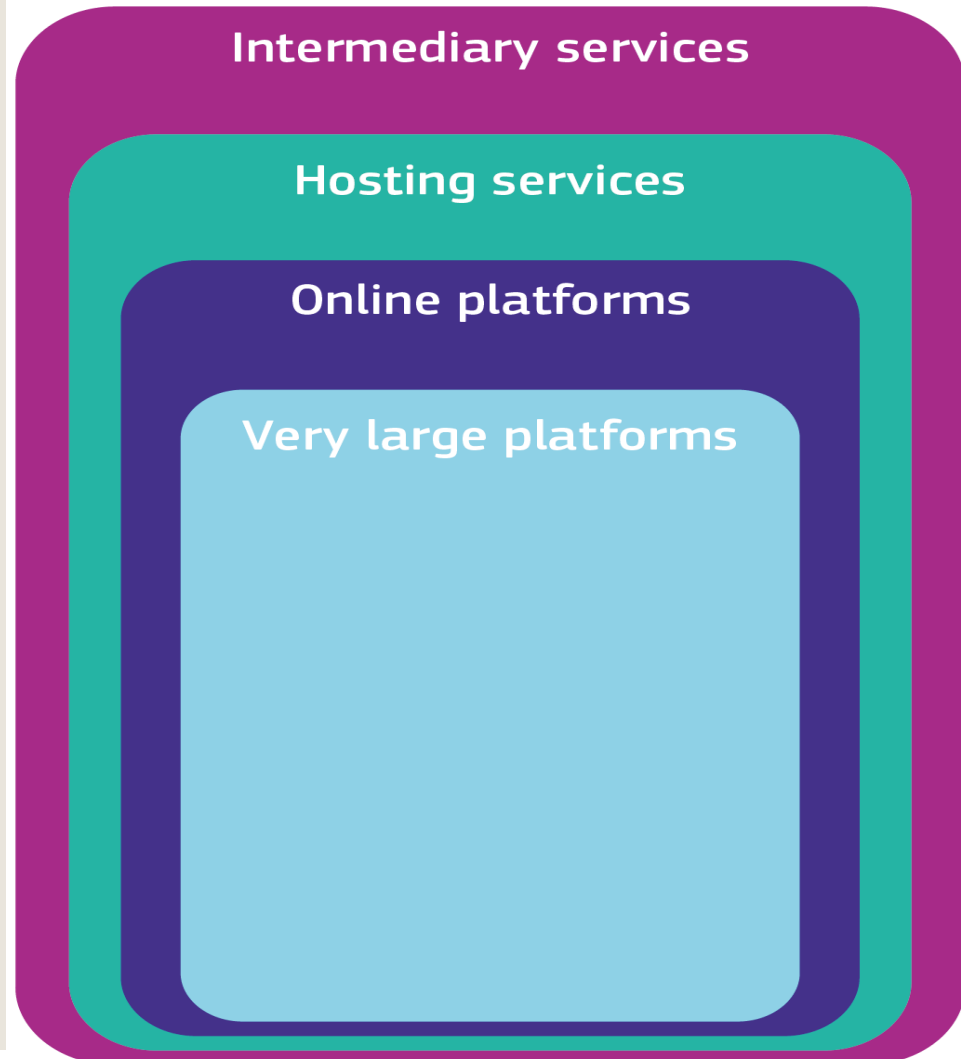
이런 상황은 이용자의 권리, 정보 유통 및 대중 참여에 모종의 위험을 초래한다.”

개요

- EU 전자상거래 지침(Directive 2000/31/EC)을 대체하는 규정(Regulation)
 - 적용 확대: EU주소 제공자 + EU거주 이용자에게 제공되는 서비스
- 소비자를 상품, 서비스 및 콘텐츠와 연결하는 역할에서 중개자 역할을 하는 디지털 서비스에 주의의무(Due-diligence) 부여
- 관할관청: 각국 디지털 서비스 조정관(Digital Service Coordinator)
 - 독립적 업무 수행, 조사권, 집행권, 진정 처리
 - 프랑스: 방송위원회(CSA)와 저작권감독기구 아도피(Hadopi)를 합병, [시청각·디지털통신규제기구\('아르콤'\)](#) 설치로 DSA 집행예정
 - 글로벌 매출액 6% 이하 과징금-일평균 매출액 5% 이하 이행강제금
 - 유럽 집행위원회: 대규모 온라인 플랫폼 위반시 조사/집행
 - 약속의 구속력 있는 결정 (동의의결)
 - 글로벌 매출액 6% 이하 과징금-일평균 매출액 5% 이하 이행강제금
 - 유럽디지털서비스이사회(European Board for Digital Service): 협력

서비스 규모별 누적적 의무 적용

- 중개서비스
 - 모든 온라인 서비스 (단순전달/캐싱 포함)
- 호스팅서비스
 - 이용자 제공/요청 콘텐츠 저장
- 온라인 플랫폼
 - 이용자 요청 콘텐츠 저장, 일반 공개/배포
- 대규모 온라인 플랫폼
 - 월 4500만명 이상 이용
↳ 게이트키퍼 (DMA)



콘텐츠 면책

■ 전자상거래 지침 책임면제 원칙 유지

- 중개서비스 제공자는 타인의 콘텐츠에 대하여 책임 부담 없음
- 일반적인 모니터링 또는 적극적인 조사 의무는 존재하지 않음
- 자발적인 불법 콘텐츠 탐지, 식별, 제거, 차단 조치는 책임을 면제함 (선한 사마리아인 원칙)

■ 다만 다음과 같은 경우 콘텐츠 조치 의무

- 사법/행정기관 명령에 따라 법률상 불법 콘텐츠에 대하여 조치하여야 함
 - ‘유해하지만 반드시 불법이 아닌 콘텐츠’가 **DSA**에 정의되어서는 안되며, 삭제·차단 의무의 대상이 되어서도 안된다는 일반적인 합의가 있었음 (memorandum)
- 사법/행정기관 명령에 따라 이용자 정보를 제공하여야 함
 - 다만 서비스 제공 목적으로 이미 수집하였고 그 통제 범위 내 정보만 해당

중개서비스 제공자 의무

의무	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
연락창구 지정 및 통지	●	●	●	●
투명하고 이용자 친화적 이용약관	●	●	●	●
투명성 보고서 공개 (1)	●	●	●	●

중개서비스 제공자 의무

- 중개서비스는 투명한 이용약관에 대한 의무가 있음
 - 이용약관은 콘텐츠 관리(삭제/차단 등), 알고리즘 의사결정 및 인적 검토 등 이용자에 대한 모든 제한 사항을 포함하여야 함
 - 약관은 이용자가 명확하게 이해할 수 있고 평이한 용어로, 이용자 친화적으로 제공되어야 함. 아이콘 등 그래픽을 사용할 수 있으며, 요약본도 제공되어야 함
 - 특히 아동을 대상으로 하는 서비스의 경우 아동이 이해할 수 있도록 이용약관을 설명하여야 함
- 중개서비스에는 투명성 보고 의무가 있음
 - 연 1회 이상 보고하여야 함
 - 콘텐츠 관련 명령, 신고, 자체 관리, 고충, 자동화 도구(정확성 지표 및 오류율 등) 및 관련 조치에 대한 정보가 포함되어야 함

호스팅서비스 제공자 의무

의무	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
연락창구 지정 및 통지	●	●	●	●
투명하고 이용자 친화적 이용약관	●	●	●	●
투명성 보고서 공개 (1)	●	●	●	●
신고시스템 운영과 신고 접수		●	●	●
조치 대상에 조치 이유 통지		●	●	●
범죄 신고		●	●	●

호스팅서비스 제공자 의무

- 호스팅서비스는 신고와 조치(notice and action)에 대한 의무가 있음
 - 호스팅서비스는 신고자에게 신고 접수를 확인하여야 하며, 그 결과를 신고자에 지체없이 통지하여야 함
- 호스팅서비스는 조치 대상에게 조치 이유를 통지하여야 함
 - 통지에는 삭제 등 해당하는 조치, 조치 이유 및 이의를 제기하는 구제책이 포함되어야 함
- 호스팅서비스에는 범죄 신고 의무가 있음

온라인 플랫폼 제공자 의무

의무	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
고충처리시스템과 이의제기 보장			●	●
소송외 분쟁해결 협력			●	●
지정신고자 우선 처리			●	●
부정한 이용에 서비스 중단 조치			●	●
투명성 보고서 추가 공개 (2)			●	●

온라인 플랫폼 제공자 의무

의무	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
다크 패턴 사용 금지			●	●
온라인 광고 투명성 (1) ※민감정보 프로파일링 금지			●	●
추천시스템 투명성 (1)			●	●
아동 보호 ※아동 프로파일링 금지			●	●
판매자 추적성과 제품안전			●	●

온라인 플랫폼 의무

- 온라인 플랫폼은 고충처리 및 구제에 대한 의무가 있음
 - 내부 고충처리시스템을 운영하며 이용자에 대하여 내린 결정에 대해 6개월 동안 이용자가 무료로 쉽게 이의를 제기할 수 있도록 보장하여야 함
 - 고충은 적절한 기간 내 자의적이지 않은 방식으로 처리되어야 하며 그 결과와 이의제기 방법을 지체없이 민원인에게 알려야 함
 - 완전히 자동화된 시스템을 이용한 고충처리는 금지되며, 적절한 자격을 갖춘 직원이 처리하여야 함
- 온라인 플랫폼은 이용자가 제기한 소송외 분쟁해결 절차에 협력해야
 - 관할당국이 독립성, 전문성을 갖춘 분쟁해결기구를 인증함
 - 이용자가 분쟁에서 이긴 경우 온라인 플랫폼이 이용자 비용을 부담하지만, 이용자가 진 경우에도 명백한 악의가 없는 한 상대방 비용 부담이 면제됨
- 온라인 플랫폼은 지정신고자 사건을 우선적으로 처리하여야 함
 - 지정신고자(신뢰할 수 있는 신고자, **trusted flaggers**)는 개인이 아닌 기관/단체로서, '불법' 콘텐츠 탐지, 식별, 신고에 전문성과 능력을 갖추고, 플랫폼으로부터 독립적이며, 관할당국이 허가한 기관을 의미함

온라인 플랫폼 의무

- 온라인플랫폼은 상습 신고 등 부정한 이용행위에 대해 서비스를 중단하는 조치를 취해야 함
 - 서비스 중단 조치를 위해서는 사전 경고, 게시수치, 게시비율, 심각성, 의도 등을 고려하고, 이용약관에 명시하여야 함
- 온라인플랫폼은 투명성보고서에 다음 사실을 공개할 의무가 추가됨
 - 분쟁해결 통계: 분쟁수, 결과, 소요시간
 - 부정한 이용 통계: 부정한 이용에 대한 조치수, 신고수, 고충수
 - 콘텐츠 관리 통계: 목적, 자동화 도구 사용/정확성, 안전장치
 - 월평균 이용자수
- 온라인플랫폼은 다크패턴을 사용하여서는 안 됨
 - 이용자의 결정 능력을 기만, 조작 또는 실질적으로 왜곡하거나 손상시키는 방식으로 온라인 인터페이스를 설계, 구현 또는 운영해서는 안 됨
 - 집행위원회는 특히 다음의 관행에 대하여 지침을 발간할 수 있음
 - (1) 이용자에게 결정을 요청할 때 특정 선택을 더 두드러지게 제시하는 행위
 - (2) 이용자 선택이 이미 이루어진 경우에도 팝업등으로 반복 요청하는 행위
 - (3) 서비스 가입보다 해지를 어렵게 만드는 행위

온라인 플랫폼 의무

- 온라인 플랫폼은 온라인 광고의 투명성을 보장할 의무가 있음
 - 이용자들이 광고를 식별할 수 있도록 실시간으로 △해당 정보가 광고라는 사실 △광고게시자 △광고주 △광고 대상 이용자를 결정하는데 사용된 주요 매개변수(가장 중요한 결정 기준과 중요성 포함)와 그 변경방법을 알리고 쉽게 변경 기능을 이용할 수 있도록 하여야 함
 - 온라인 플랫폼은 정치적 견해 등 민감정보를 이용하여 프로파일링에 기반한 광고를 이용자에게 표시해서는 안 됨
- 온라인 플랫폼은 추천시스템의 투명성을 보장할 의무가 있음
 - 온라인 플랫폼은 이용약관에 콘텐츠 추천에 사용되는 주요 매개변수와 그 변경방법을 알려야 함
- 온라인 플랫폼은 아동을 보호하여야 함
 - 아동이 접근할 수 있는 온라인 플랫폼은 높은 수준의 개인정보보호, 안전 및 보안을 보장하기 위해 적절한 조치를 취해야 함
 - 아동이용자에게 개인정보 프로파일링에 기반한 광고를 표시해서는 안 됨

온라인 플랫폼 의무

- 온라인 플랫폼은 판매자 추적성과 제품안전을 보장하는 노력을 하여야 함
 - 판매자가 서비스를 사용하기 전에 (1) 판매자 성명, 주소, 전화번호, 전자우편, (2) 신분증 사본, (3) 판매자의 지불 계좌, (4) 사업자등록번호 또는 등록증, (5) 자체적인 법준수 인증서 등의 정보를 제출받고 정확성을 확인하여야 함
 - 판매자 정보 중 (1) (4) (5)는 이용자에게도 공개함
 - 판매자가 부정확한 신원정보를 제공하거나 수정요청에 불응하는 경우 서비스 제공을 중단하여야 함
 - 판매자 정보는 계약 종료 후 6개월간 보관하여야 함
 - 온라인 플랫폼은 판매자가 제품안전 등에 대한 의무를 준수할 수 있도록 온라인 인터페이스를 설계하고 운영하여야 함
 - 불법 제품/서비스 제공 사실을 알게 된 경우, 지난 6개월간 구입한 소비자에게 판매자의 신원 및 관련 구제책을 알려야 함

대규모 온라인 플랫폼 제공자 의무

의무	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
체계적 위험에 대한 위험평가 실시				●
식별된 위험에 완화조치				●
독립적 감사				●
추천시스템 투명성 추가 (2) ※프로파일링 제외				●
온라인 광고 투명성 추가 (2)				●

대규모 온라인 플랫폼 제공자 의무

의무	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
당국과 연구자의 정보 접근과 조사				●
준법 감시인 지정				●
투명성 보고서 추가 공개 (3)				●
행동강령 제정과 준수				●
위기대응 협력 프로토콜				●

대규모 온라인 플랫폼 의무

- 대규모 온라인 플랫폼은 월평균 활성 이용자 4,500만명 이상에 서비스를 제공한 온라인 플랫폼을 말함
 - 대규모 온라인 플랫폼의 일부 의무는 대규모 온라인 검색 엔진도 적용됨
- 대규모 온라인 플랫폼에는 다음과 같은 체계적 위험이 있음
 - (1) 불법적 서비스 오남용 (아동성폭력 콘텐츠, 불법 혐오표현 유포, 위조품 등 법률에서 금지하는 상품과 서비스 제공 등)
 - (2) 기본권에 미치는 부정적 영향 (인간 존엄성, 사생활권과 개인정보에 대한 권리, 표현의 자유와 정보의 자유, 언론의 자유와 다양성, 차별받지 않을 권리, 아동 권리와 소비자 권리 등에 대한 위험 등)
 - (3) 시민 담론, 선거 과정 및 공공 안전에 미치는 실제적 또는 잠재적 영향
 - (4) 젠더 폭력, 공중 보건, 아동 보호 및 개인의 신체적, 정신적 건강에 미치는 실제적이고 예상되는 부정적인 영향

대규모 온라인 플랫폼 의무

- 대규모 온라인 플랫폼은 연 1회 이상 또는 중대한 위험을 미치는 기능을 배치하기 전에, 알고리즘 시스템 등에 대한 설계, 서비스 기능 및 사용에서 기인하는 체계적인 위험을 식별, 분석, 평가하는 위험평가를 실시하여야 함
 - 식별된 체계적 위험에 대하여 서비스, 약관, 절차, 시스템 변경 등 합리적이고 비례적이며 효과적인 위험 완화조치를 취해야 함. 특히 아동 보호를 위한 조치와 딥페이크 구별에 대한 조치가 포함됨
 - 평가 문서는 3년간 보관하며 관할당국 요청시 제출하여야 함. 유럽연합 디지털서비스이사회는 대규모 온라인 플랫폼이 보고한 위험평가 및 여러 정보를 종합하여 가장 두드러지고 반복적인 체계적 위험을 식별하고 평가하여 보고서로 공개하고 완화조치 이행에 대한 지침을 마련함.
 - 공공 안전 및 공중보건에 심각한 위기(crisis)가 발생한 경우 집행위원회는 대규모 온라인 플랫폼에 조치를 취하도록 요구할 수 있음
- 대규모 온라인 플랫폼에는 독립적 감사 의무가 있음
 - 자체 비용으로 연 1회 이상 의무 준수에 대한 감사를 받아야 함
 - 대규모 온라인 플랫폼은 1개월 이내 감사 이행보고서를 채택하고, 감사의 권고를 이행하지 않은 경우 정당한 사유 또는 대안을 제시하여야 함

대규모 온라인 플랫폼 의무

- 대규모 온라인 플랫폼에는 추천시스템에 대한 추가 의무가 있음
 - 추천시스템은 검색결과 또는 순위결정에서 우선순위 등을 정하는 자동화된 시스템을 의미함
 - 대규모 온라인 플랫폼은 이용자에게 프로파일링에 기반하지 않는 하나 이상의 옵션을 반드시 제공하여야 함
- 대규모 온라인 플랫폼은 온라인 광고의 투명성에 대한 추가 의무가 있음
 - 광고가 마지막으로 표시된 후 1년 이내에 다음의 정보를 저장소에 공개하여야 함 (1) 광고 내용, (2) 광고게시자, (3) 광고주, (4) 광고 표시 기간, (5) 광고가 특정 이용자집단을 맞춤하였는지 여부 및 (특정 이용자를 배제하기 위해) 사용된 주요 매개변수, (6) 온라인 플랫폼 투명성의무에 따른 공지내용 (7) 광고가 표시된 총 이용자수 및 광고가 맞춤한 이용자집단수 등

대규모 온라인 플랫폼 의무

- 특정한 경우 정보 접근과 조사를 허용하여야 함
 - 관할당국 요청시 법준수 관련 데이터를 제공하여야 함
 - 관할당국 요청시 위험평가 적절성에 대한 연구를 수행하는 지정 독립 학술연구자에게도 데이터를 제공하여야 함. 연구비와 연구 결과는 공개 됨.
- 독립적으로 업무하는 준법 감시인을 지정하여야 함
- 투명성 보고에 대한 추가 의무가 있음
 - 앞서 투명성보고서를 6개월마다 발행하고 언어별 콘텐츠관리 인력과 전문성, 국가별 월평균 이용자수를 추가하여야 함
 - 위험평가결과/완화 조치, 감사/감사이행보고서를 공개하고 관할당국 제출
 - 비밀, 보안 위협, 국가안보 위해, 이용자 피해 정보는 삭제가 가능하지만, 관할당국에는 완전한 보고서를 제출하여야 함

대규모 온라인 플랫폼 의무

- 특히 대규모 온라인 플랫폼에 연성법 제정과 준수를 요구함
 - 대규모 온라인 플랫폼에 행동강령 제정과 준수가 장려됨
 - 온라인 광고 가치사슬 행위자들의 행동강령 제정과 준수가 장려됨
 - 온라인 서비스에 장애인 접근성을 보장하는 행동강령의 제정이 장려됨
 - 위기대응(지진/허리케인/감염병/공중보건/전쟁/테러) 협력프로토콜의 준수가 장려됨

디지털시장법

#게이트키퍼
온라인 플랫폼

개요

- 디지털시장법은 디지털 시장에서 “게이트키퍼(gatekeeper, 문지기)” 역할을 하는 대규모온라인플랫폼의 시장지배력 남용을 방지하고, 디지털 시장의 공정한 경쟁 환경을 조성하고자 함
 - 사업이용자(business user)에게는 더 공정한 사업 환경과 시장의 혁신 및 경쟁 환경 보장 (p2b)
 - 최종이용자(end user)에게는 다양한 서비스에 대한 접근과 공정한 가격 보장 (p2c)
- 기존의 경쟁법이 위반 사건 처리에 장기간 소요되고 디지털 시장의 빠른 변화 속도에 대응이 어려운 데 비하여, 대규모온라인플랫폼에 명확한 작위(dos) 및 부작위(don'ts) 의무를 선제적으로 제시함

집행

- 디지털시장법의 집행권한은 유럽연합 집행위원회
 - 집행위원회 업무를 지원하고 촉진하기 위해 ‘고위전문가그룹(High-Level Group for Digital Markets Act)’을 설치함. 고위전문가그룹에는 유럽통신당국, 경쟁당국, 소비자보호당국, 시청각미디어규제당국은 물론 유럽개인정보보호감독관(EDPS)와 유럽정보보호이사회(EDPB)도 함께 참여함
 - 회원국 경쟁당국은 게이트키퍼 위반행위에 대하여 조사를 개시할 수 있으며, 집행위원회와 협의하고 협력함.
 - 법 위반시 집행위원회는 전년도 글로벌 매출의 최대 10%, 반복적 위반시 최대 20%의 과징금을 부과할 수 있음
- 집행위원회는 2023년 8월까지 게이트키퍼 플랫폼사업자를 확정할 예정임.
 - 게이트키퍼 플랫폼으로 지정되면 2024년부터 디지털시장법 의무를 완전하게 이행하여야 함

적용대상

■ 적용대상 서비스는 ‘핵심플랫폼서비스’

- 온라인 중개서비스, 온라인 검색엔진, 온라인 소셜네트워킹서비스, 영상공유 플랫폼서비스, 메신저 등 개인간 통신서비스, 운영체제, 웹브라우저, 가상비서, 클라우드컴퓨팅서비스, 온라인 광고서비스 등

■ 디지털시장법의 적용대상 기업은 핵심플랫폼서비스 중 3가지 요건을 충족하여 게이트키퍼로 지정된 기업임

- (a) 역내 시장에 상당한 영향을 미치는 경우 : 3개년 사업연도 각각 유럽연합 연매출액 75억 유로 이상 또는 마지막 사업연도 평균시가총액 750억 유로 이상인 경우로서 3개 이상 회원국에 동일한 핵심플랫폼서비스를 제공하는 경우
- (b) 사업이용자가 최종이용자에게 접근하는 데 중요한 게이트웨이 역할을 하는 핵심플랫폼서비스 제공자 : 직전 사업연도에 유럽연합 월평균 활성 이용자수 4,500만 명 이상 및 연간 활성 사업이용자수 10,000개사 이상인 경우
- (c) 운영하는 서비스 관련 확고하고 견고한 지위를 갖고 있거나 가까운 장래에 그러한 지위를 누릴 것으로 예견되는 경우 : 지난 3개 사업연도 각각 (b)의 기준이 충족될 경우

게이트키퍼 의무(1)

- 게이트키퍼가 핵심플랫폼서비스를 사용하는 제3자 서비스의 최종이용자 개인정보를 온라인광고 목적으로 처리하는 것을 금지함
- 게이트키퍼가 핵심플랫폼서비스에서 취득한 개인정보를 게이트키퍼의 다른 서비스에서 취득한 개인정보 또는 제3자 서비스에서 취득한 개인정보와 결합하는 것을 금지함
 - 예시 : 페이스북이 최종 이용자의 동의 없이 페이스북이라는 SNS에서 얻은 개인정보를 페이스북 마켓 플레이스, 인스타그램, 왓츠앱과 같은 다른 서비스에서 얻은 데이터와 결합할 수 없음
- 게이트키퍼가 관련 핵심플랫폼서비스에서 취득한 개인정보를 게이트키퍼가 별도로 제공하는 다른 서비스에서 교차 이용하는 것을 금지함
- 게이트키퍼가 GDPR(유럽연합 일반개인정보보호규정)에 부합하는 실질적 동의 없이는 이용자가 게이트키퍼의 다른 서비스에 로그인하여 개인정보를 결합하게 하는 것을 금지함
- 게이트키퍼는 사업이용자가 게이트키퍼 서비스를 통해 제공되는 것과 동일한 제품 및 서비스를 다른 서비스에서 다른 가격 및 조건으로 최종이용자에게 제공할 수 있도록 허용하여야 함
 - 예시 : 아마존은 전자책 출판사가 동일한 전자책을 다른 전자상거래 플랫폼에서 더 낮은 가격에 제공하는 것을 막거나 요구할 수 없음

게이트키퍼 의무(2)

- 게이트키퍼는 사업이용자가 게이트키퍼 서비스를 사용하는지 여부와 관계없이 게이트키퍼 또는 다른 경로를 통해 최종이용자에게 상품을 홍보하고 계약을 체결하는 행위를 무료로 허용하여야 함
 - 예시 : 애플은 스포티파이가 스포티파이 웹사이트를 통해 유료결제 등을 진행한다고 하여 앱에서 이용자에게 홍보/정보를 주는 행위를 막을 수 없음
- 게이트키퍼는 최종이용자가 게이트키퍼 플랫폼 외부에서 사업이용자의 콘텐츠, 구독, 기능 또는 기타 아이템을 취득한 경우에도 이에 접근하고 사용할 수 있도록 허용하여야 함
 - 예시 : 애플은 스포티파이 앱 외부에서 구독권을 결제한 사용자가 해당 구독권을 앱에서 사용하는 걸 제한할 수 없음
- 게이트키퍼는 사업이용자가 문제제기를 위해 법원을 포함한 관련 당국 기관에 연락하는 것을 방지하거나 제한할 수 없음
 - 예시 : 아마존은 아마존 마켓플레이스에서 아마존의 불공정한 사업 관행을 신고하는 판매자를 (계약에 따라) 처벌할 수 없음

게이트키퍼 의무(3)

- 게이트키퍼는 서비스를 이용하는 사업이용자나 최종이용자에게 게이트키퍼의 ID 서비스, 웹브라우저 엔진, 인앱결제 등의 결제서비스 등을 사용, 제공, 상호운용하도록 요구할 수 없음
 - 예시 : 애플은 개발자가 앱스토어에 접근할 수 있는 조건으로 애플의 자체 로그인 서비스 'Apple 로그인' 서비스를 통합시킬 것을 요구할 수 없음
- 게이트키퍼는 사업이용자 또는 최종이용자에게 서비스 접근 조건으로 자신의 다른 서비스에 등록 또는 가입하도록 강요할 수 없음
 - 예시 : 구글은 유튜브의 광고 인벤토리에 입찰하는 광고주들에게 구글의 광고 플랫폼인 Google Ads를 사용하도록 요구할 수 없음
- 게이트키퍼는 광고주 및 광고주가 승인한 제3자에게 게재 광고에 대한 정보를 매일 무료로 제공하여야 함.
 - 여기에는 광고주가 지불하는 가격 및 수수료, 퍼블리셔가 받는 보수, 그리고 각 가격, 수수료 및 보수가 계산되는 기준이 포함됨.
 - 예시 : 구글은 광고주가 Google Ads에 지불한 금액 중 퍼블리셔가 얼마를 받는지 등에 대한 정보를 요구했을 때 이를 거절해서는 안 됨
- 게이트키퍼는 온라인광고서비스 퍼블리셔 및 퍼블리셔가 승인한 제3자에 각 광고에 대한 정보를 매일 무료로 제공하여야 함.
 - 여기에는 해당 퍼블리셔가 받는 보수 및 수수료, 광고주가 지불하는 가격, 그리고 각 가격과 보수가 계산되는 기준이 포함됨.

특정 게이트키퍼 추가의무(1)

- 사업이용자와 경쟁하는 게이트키퍼는 사업이용자의 공개되지 않은 데이터를 사용하여 사업이용자와 경쟁할 수 없음.
 - 예시 : 아마존은 온라인 마켓플레이스의 제3자 판매자로부터 수집한 데이터(상품 페이지 방문, 판매 패턴 및 수익 데이터)를 자사 판매자로서 이와 경쟁하기 위해 사용할 수 없음.
- 게이트키퍼는 최종이용자가 운영체제에 사전 설치된 애플리케이션을 쉽게 제거할 수 있도록 허용하여야 하고, 운영체제, 가상비서, 웹브라우저, 온라인 검색엔진의 기본설정을 쉽게 변경하고 선택할 수 있도록 허용하여야 함
 - 예시 : 애플은 애플 뮤직이나 iBooks 처럼 아이폰에 사전 설치된 앱을 이용자가 삭제할 수 있게 허용하여야 함
- 게이트키퍼는 이용자가 제3자 앱 또는 제3자 앱 스토어를 운영체제에 설치하고 사용할 수 있도록 기술적으로 허용해야 함. 또한 게이트키퍼 외부에서 이러한 앱 및 앱 스토어에 접근할 수 있어야 함. 다운로드된 앱 및 앱 스토어를 기본값으로 설정할지 여부를 최종이용자가 결정하고 변경할 수 있어야 함.
 - 예시 : 애플은 아이폰 사용자가 애플 앱 스토어 외부에서 즉 제3자 앱 개발자로부터 직접 설치한 앱을 설치할 수 있도록 해야 함

특정 게이트키퍼 추가의무(2)

- 게이트키퍼는 순위ranking 또는 관련 색인 및 크롤링에서 제3자와 유사한 자사의 제품 및 서비스를 우대해서는 안 되며, 순위 서비스에서 투명하고 공정하며 비차별적인 조건을 적용해야 함
 - 예시 : 구글은 구글 검색 결과 순위에서 자사의 가격 비교 쇼핑 서비스 (구글 쇼핑)을 제3자 가격 비교 쇼핑 서비스에 비해 우대할 수 없음
- 게이트키퍼는 최종이용자가 다른 앱과 서비스로 갈아타는 걸 제한할 수 없음
 - 예시 : 애플은 아이폰 이용자가 애플과 독점 계약을 체결한 인터넷서비스제공자(ISP)와 다른 공급자로 전환하는 걸 막을 수 없음
- 게이트키퍼는 서비스 제공자 및 하드웨어 제공자, 사업이용자에게 상호운용성을 무료로 허용하고 동일한 하드웨어 및 소프트웨어 기능에 접근할 수 있도록 허용해야 함.
 - 예시 : 애플은 자사의 음성 비서 시리가 자사의 애플뮤직과 상호운용되는 경우 (음성 명령어를 사용해 애플 뮤직 앱을 제어하는 등) 스포티파이가 음성 비서 시리에 접근하고 이를 활용하는 것을 제한할 수 없음

특정 게이트키퍼 추가의무(3)

- 게이트키퍼는 광고주 및 퍼블리셔와 허가된 제3자에게 성능 측정 도구에 접근하고 광고 서비스가 제대로 제공되고 있는지 독립적으로 판단할 수 있도록 필요 데이터를 무료로 제공해야 함
 - 예시 : 페이스북은 특정 광고 캠페인의 영향(특정 광고를 표시하여 거래/방문 등이 발생한 횟수)을 확인하고 평가하는 데 필요한 도구 및 정보에 대한 접근 권한을 광고주에게 제공해야 함
- 게이트키퍼는 최종이용자가 게이트키퍼 서비스를 이용하며 제공하거나 생성한 데이터에 대해 효과적인 이동성을 무료로 제공해야 함
 - 예시 : 페이스북은 이용자가 페이스북에서 생성한 데이터를 다른 소셜 네트워크로 이전할 수 있도록 허용해야 함
- 게이트키퍼는 사업이용자(또는 그 최종이용자)가 게이트키퍼 서비스나 부가서비스를 사용하여 제공/생성한 데이터에 대하여 무료로 지속적으로 실시간으로 접근하고 이용할 수 있도록 해야 함. 개인정보의 경우 사업이용자가 최종이용자의 동의를 받은 경우에 한함
 - 예시 : 애플은 최종이용자가 명시적으로 동의한 경우 iOS 앱을 통해 서비스를 구독한 최종이용자에 대한 정보를 앱 서비스 제공자(사업이용자)에게 제공하는 걸 거부할 수 없음

특정 게이트키퍼 추가의무(4)

- 게이트키퍼는 온라인 검색 엔진의 최종이용자가 생성한 순위, 쿼리, 클릭 및 방문(view) 데이터를 제3자 온라인 검색 엔진에 제공해야 함. 개인 정보에 해당하는 쿼리, 클릭, 방문 데이터에 대해서는 익명처리하여야 함
 - 예시 : 구글은 경쟁 온라인 검색 엔진의 공급자의 구글 검색의 쿼리 데이터 요청을 완전히 거부할 수 없음
- 게이트키퍼는 앱스토어, 온라인 검색엔진, 온라인 소셜네트워킹서비스에서 사업이용자에 대하여 공정하고 합리적이며 비차별적인 일반 접근 조건을 적용해야 함. 이 일반 접근 조건에는 대안적 분쟁해결절차가 포함됨
 - 예시 : 애플은 명확한 설명 없이 앱 스토어에 있는 앱 개발자들에게 서로 다른 수수료를 부과할 수 없음
- 게이트키퍼는 서비스 종료에 과도한 일반조건을 부과하지 않아야
- 게이트키퍼는 개인간 통신서비스가 다른 개인간 통신 서비스 제공자의 서비스와 상호운용될 수 있도록 무료로 허용해야 함.
 - 예시 : 왓츠앱은 다른 인스턴트 메신저 서비스(텔레그램 등)와 상호연결을 허용해야 함 (메타는 자사 메신저 왓츠앱과 또 다른 자사 서비스 페이스북 메신저와 인스타그램 메신저를 상호연결하여 제공할 것을 밝힌 바 있음)

메신저 상호운용성

- (64) 상호운용성의 결여는 번호독립적 개인간 통신서비스를 제공하는 게이트키퍼가 강력한 네트워크 효과로 이익을 얻게 하며, 이는 경쟁을 약화시킨다. 또한, 최종이용자의 '멀티 홈' 여부에 관계없이, 게이트키퍼는 종종 플랫폼 생태계의 일부로 번호독립적 개인간 통신서비스를 제공하는데, 이는 해당 서비스 다른 제공자의 진입 장벽을 더욱 약화시키고 최종이용자의 전환 비용을 증가시킨다. 따라서 ... 게이트키퍼는 요청시 무료로, 자사 최종이용자에게 제공하는 번호독립적 개인간 통신의 특정 기본기능과 해당 서비스를 제공하는 제3의 공급업체와의 상호운용성을 보장하여야 한다.
- 제2조 정의 (29) '상호운용성'이란 정보를 교환하고 인터페이스 또는 기타 솔루션을 통해 교환된 정보를 상호 이용할 수 있는 기능을 의미하며, 하드웨어 또는 소프트웨어의 모든 요소가 의도된 모든 작동 방식으로 다른 하드웨어 또는 소프트웨어 및 그 사용자와 함께 작동하도록 한다.

제7조 번호독립적 개인간 통신서비스의 상호운용성에 대한 게이트키퍼의 의무(1)

- 1. 게이트키퍼가 제3조제9항에 따라 지정결정서에 열거된 번호독립적 개인간 통신서비스를 제공하는 경우에는, 그 번호독립적 개인간 통신서비스의 기본기능을 유럽연합에서 해당 서비스를 공급하고 있거나 공급하고자 하는 다른 제공자의 번호독립적 개인간 통신서비스와 상호운용 가능하게 하여야 한다. 이를 위하여 요청시 상호운용성을 촉진하는 데 필요한 기술 인터페이스 또는 유사한 솔루션을 무료로 제공한다.
- 2. 게이트키퍼는 적어도 제1항에 언급된 기본기능들을 상호 운용될 수 있도록 해야 하며, 다만 게이트키퍼 자신이 다음 기본기능들을 자신의 최종이용자에게 제공하는 경우에 한한다.
 - (a) 제3조 제9항에 따른 지정결정서에서 열거한 바에 따른다.
 - (i) 두 명의 개인 최종이용자 사이에서 이루어지는 종단간 문자 메시지 전송
 - (ii) 두 명의 개인 최종이용자 사이에서 통신되는 종단간 이미지, 음성 메시지, 영상 및 기타 첨부 파일 공유
 - (b) 지정 후 2년 이내:
 - (i) 개인 최종이용자 사이에서 이루어지는 종단간 그룹 문자 메시지 전송
 - (ii) 그룹 채팅과 개인 최종이용자 사이에서 통신되는 종단간 이미지, 음성 메시지, 영상 및 기타 첨부 파일 공유

제7조 번호독립적 개인간 통신서비스의 상호운용성에 대한 게이트키퍼의 의무(2)

- (c) 지정 후 4년 이내:
 - (i) 두 명의 개인 최종이용자 사이에서 이루어지는 종단간 음성 통화
 - (ii) 두 명의 개인 최종이용자 사이에서 이루어지는 종단간 영상 통화
 - (iii) 그룹 채팅과 개인 최종이용자 간에 이루어지는 종단간 음성 통화
 - (iv) 그룹 채팅과 개인 최종이용자 간에 이루어지는 종단간 영상 통화
- 3. 게이트키퍼가 자신의 최종이용자에게 제공하는 종단간 암호화를 포함한 보안 수준은 해당되는 상호운용 가능한 서비스 전반에 걸쳐 유지되어야 한다.
- 4. 게이트키퍼는 번호독립적 개인간 통신서비스의 상호운용성에 대한 기술적 세부사항 및 일반약관을 명시한 참조 오퍼를 발행해야 하며, 이때 보안 및 종단간 암호화 수준에 필요한 세부사항을 포함한다. 게이트키퍼는 제3조제10항에 규정된 기간 내에 해당 참조 오퍼를 발행하고 필요시 이를 갱신해야 한다.
- 5. 제4항에 따른 참조 오퍼의 발행 후, 유럽연합에서 번호독립적 개인간 통신서비스를 공급하고 있거나 공급하고자 하는 모든 제공자는 게이트키퍼가 제공하는 번호독립적 개인간 통신서비스와의 상호운용성을 요청할 수 있다. 이러한 요청은 제2항에 열거된 기본기능의 일부 또는 전부를 포함할 수 있다. 게이트키퍼는 해당 요청을 받은 후 3개월 이내에 요청된 기본기능을 작동 가능하게 함으로써 합리적인 상호운용성 요청에 따라야 한다.

제7조 번호독립적 개인간 통신서비스의 상호운용성에 대한 게이트키퍼의 의무(3)

- 6. 위원회는 예외적으로, 게이트키퍼가 효과적인 상호운용성을 보장하고 해당되는 종단간 암호화를 포함하여 필요한 수준의 보안을 유지하기 위해 기간 연장이 필요하다는 사실을 입증하는 경우, 제2항 또는 제5항에 따른 준수 기간을 연장할 수 있다.
- 7. 게이트키퍼의 번호독립적 개인간 통신서비스 최종이용자와 번호의존적 대인관계 통신서비스의 요청사업자의 최종사용자는 게이트키퍼가 제1항에 따라 제공하는 상호운용 가능한 기본기능의 사용여부를 자유롭게 결정할 수 있다.
- 8. 게이트키퍼는 상호운용성을 요청하는 번호독립적 개인간 통신서비스 제공자와 효과적인 상호운용성을 제공하기 위하여 엄격히 필요한 최종이용자의 개인정보만을 수집하여 교환하여야 한다. 최종이용자 개인정보의 수집 및 교환은 규정(EU) 2016/679 및 지침 2002/58/EC를 완전히 준수하여야 한다.
- 9. 게이트키퍼는 상호운용성을 요청하는 번호독립적 개인간 통신서비스의 제3의 제공자가 해당 서비스의 무결성, 보안 및 개인정보를 침해하지 않도록 조치를 취하는 것을 방해받아서 안된다. 다만, 그러한 조치는 엄격히 필요하고 적절하며 게이트키퍼가 이를 정당하게 입증한 경우에 한한다.

기타 준수 의무

- 게이트키퍼는 게이트키퍼 지정을 우회하기 위해 계약적, 상업적, 기술적 및 기타 수단을 이용해 서비스를 세분화 및 분할할 수 없음. 게이트키퍼는 의무의 효과적인 준수를 저해하는 행위에 관여하거나, 이용자의 권리나 선택권 행사를 어렵게 해서는 안 됨.
- 모든 게이트키퍼는 다른 핵심플랫폼서비스 제공업체 또는 기타 서비스를 인수하는 경우 결합 이행 전에 집행위원회나 관할경쟁당국에 신고해야 함.
- 게이트키퍼는 게이트키퍼로 지정된 날로부터 6개월 안에 소비자 프로파일링 기술에 대해 독립적으로 감사 설명서를 집행위원회에 제출해야 함. 집행위원회는 이 설명서를 유럽정보보호이사회(EDPB)에 전달함.
 - 게이트키퍼는 영업비밀을 고려하면서도 감사 설명서의 개요를 일반에 공개해야 함.
- 게이트키퍼는 독립적인 준수 기능을 도입하고, 한명 이상의 준수 담당관을 두어야 하며, 준수담당관의 이름과 연락처를 집행위원회에 제출하여야 함.

미국 빅테크법 : 반독점 개혁법안 패키지

#빅테크
#반독점

빅테크 반독점 개혁법안

- “오늘날 빅테크 회사들은 너무 많은 권력을 가지고 있다. 너무 많은 권력을 우리의 경제, 사회, 그리고 민주주의에 대해 미친다.”
“Today's big tech companies have too much power - too much power over our economy, our society, and our democracy.”
– 민주당 Elizabeth Warren 상원의원
- “자율규제시대는 끝났다.”
“Time for self-policing is over.”
– 공화당 Richard Blumenthal 상원의원

개요

- 미의회 초당적 추진
 - “중소사업가가 디지털시장에서 성공할 기회 보장” – 민주당 Amy Klobuchar 상원의원
 - “빅테크는 차별적 행동에 책임져야” – 공화당 Chuck Grassley 상원의원
- 2021년 6월, 미 하원 법사위원회 **6개 반독점 개혁법안 통과**
 - [미국 온라인 혁신 및 선택 법안\(American Innovation and Choice Online Act\)](#)
 - [서비스 전환의 용이를 통한 호환성 및 경쟁 증진법\(Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act, ACCESS 법\)](#)
 - [플랫폼 경쟁 및 기회법 \(Platform Competition and Opportunity Act\)](#)
 - [플랫폼 독점 종식법 \(Ending Platform Monopolies Act\)](#)
 - [합병 신청 수수료 현대화법 \(Merger Filing Fee Modernization Act\)](#)
 - [주 반독점 집행 장소법 \(The State Antitrust Enforcement Venue Act\)](#)
- 6개 반독점 개혁법안 패키지 외
 - [오픈 앱 마켓법 \(Open App Market Act\)](#)

미국 온라인 혁신 및 선택 법안

- 아래 조건을 만족하는 플랫폼을 대상으로 함:
 - (1) 최소 5천만 명의 (미국의) 월간 활성 사용자 (또는 100,000개의 미국의 비즈니스 사용자) / 미국전체 인구는 약 3억 3천만
 - (2) 연간 시가 총액 또는 미국 순매출액이 6,000억 달러를 초과
 - (3) 비즈니스 사용자를 위한 “중요한 거래 파트너” 역할
 - FTC와 법무부는 대상 플랫폼을 지정해야 함
- 주요 내용 : 다음과 같은 자기 우대 행위를 금지함
 - 다른 사업자의 제품이나 서비스보다 자신의 제품이나 서비스를 유리하게 만드는 것
 - 다른 사업자가 플랫폼 자체 서비스와 동일한 조건으로 해당 플랫폼 또는 소프트웨어에 액세스하는 것을 제한하는 것
 - 자체 제품 또는 서비스를 지원하기 위해 비즈니스 사용자의 비공개 데이터를 사용하는 것 혹은 경쟁 비즈니스 사용자의 활동으로 생성된 데이터에의 접근을 제한하는 것
- 의의: 금지행위의 증명이 용이해짐
 - 특정 조건을 충족하는 회사가 특정한 차별 행위를 하는 것을 금지함. 이로써 시장지배적 지위를 가진 점, 반경쟁적 효과를 갖는 행위를 한 점에 대한 증명책임을 전환함.
- 2022년 1월, 상원 법사위도 통과함

서비스 전환의 용이를 통한 호환성 및 경쟁 증진법 (ACCESS법)

- (미국 온라인 혁신 및 선택 법안과 같은 기준의) 거대 온라인 플랫폼으로 하여금 소비자 및 비즈니스 사용자가 다른 플랫폼으로 전환할 수 있도록 지원할 것을 요구함.
- 거대 온라인 플랫폼은 (1) 이용자 데이터를 다른 플랫폼으로 안전하게 이전(이동가능성)하고, (2) 다른 플랫폼이 자신의 시스템에 연결하고 소통할 수 있도록 허용(상호운용성)하는 인터페이스를 유지해야 함
- FTC와 법무부는 이 요건이 적용되는 특정 플랫폼을 지정할 권한이 있음. 플랫폼 지정 후에 FTC는 해당 플랫폼의 상호운용성 기준을 발표해야 함. 플랫폼은 FTC에 신청하지 않고 상호운용성 인터페이스를 변경해서는 안되며, 경쟁 사업체가 인터페이스에 접근할 수 있도록 문서를 제공해야 함.
- FTC는 이러한 요건의 이행을 지원할 기술 위원회를 설립해야 함.
- 이 법안은 벌금 및 금지명령을 포함하여 이 요건을 집행할 권한을 가짐.

플랫폼 경쟁 및 기회법

- 이 법안은 (미국 온라인 혁신 및 선택 법안과 같은 기준의) 거대 온라인 플랫폼 운영자가 상업 혹은 상업에 영향을 미치는 활동에 종사하는 다른 사람의 주식이나 기타 주식 자본, 또는 자산을 취득하는 것을 일반적으로 금지함. 즉 메타, 구글, 아마존, 애플의 인수합병을 제한함.
- 다만, 인수가 불법적이지 않기 위해서는, 그러한 인수가 클레이튼법 7A(c) 하의 거래라는 점, 혹은 취득된 자산 등이 해당 플랫폼과 경쟁하지 않고, 잠재적 경쟁으로 성립하지 않으며, 해당 플랫폼의 시장 지위를 증가시키지 않고, 시장 지위를 유지하기 위한 플랫폼의 능력을 증가시키지 않는다는 점을 해당 플랫폼이 명확하고 설득력있는 증거에 의해 입증할 경우는 예외로 함.
- FTC와 법무부는 적용 대상 플랫폼을 지정해야 함.
- 이 법안에 의해 금지된 활동에 의해 피해를 입은 사람은 세 배의 보상을 받을 수 있음
- 이 법안은 (1) 적용 대상 플랫폼 지정, (2) 기타 행정 및 집행 절차, (3) 지방법원에서 내려진 최종 명령과 관련된 적용 대상 플랫폼의 항소를 위한 사법 관할지로 미국 컬럼비아 순회 항소법원을 명시하고 있음.

플랫폼 독점 종식법

- 이 법안은 (미국 온라인 혁신 및 선택 법안과 같은 기준의) 거대 온라인 플랫폼이 자신이 소유하거나 통제하고 있는 또 다른 사업 부문의 특정 제품이나 서비스를 제공하는 것을 금지함. 즉, 이해충돌을 원천적으로 금지하기 위한 목적임.
- 특히, 그러한 플랫폼이 (1) 제품이나 서비스를 판매하기 위해 해당 플랫폼을 사용하고 (2) 비즈니스 사용자에게 플랫폼에 접근하기 위한 조건으로 해당 제품이나 서비스를 구매하거나 사용하도록 요구하거나, 혹은 (3) 이해충돌을 야기하는, 또 다른 사업 부문을 소유하거나 통제하는 것을 금지함.
- 플랫폼 운영자가 또 다른 사업 부문을 소유하거나 통제할 때 해당 플랫폼이 자신의 플랫폼 위에서 경쟁업체에 비해 자신의 상품이나 서비스에 이익을 주거나, 경쟁자의 제품이나 서비스를 배제 혹은 불이익을 줄 인센티브나 능력을 갖게 되는 경우 이해상충이 발생함.
- 이 법안에 따르면, 아마존의 경우 (Amazon Essentials나 AmazonBasics와 같은) 자사 제품을 자신의 플랫폼에서 판매하는 것이 금지됨
- 이 법안은 플랫폼의 관리자 등이 기존의 계열사에서 같거나 유사한 역할을 하는 것을 금지함.

합병 신청 수수료 현대화법

- 이 법안은 대규모 거래의 경우 인수합병 신청 수수료를 인상하도록 하여 FTC나 법무부가 반독점법을 집행할 수 있는 추가적인 기금을 제공하는 것을 목적으로 함.
- 하원을 통과함.

주 반독점 집행 장소법

- 이 법안은 주들이 제기한 반독점 소송을 소송의 이전과 병합과 관련하여 다지역 소송의 과정에 관한 사법 패널로부터 면제함. 현행법상 서로 다른 연방법원에 계류 중인 민사소송은 조정되거나 병합된 재판절차를 위해 단일 법원지구로 이송될 수 있음. 현행법은 국가가 반독점 행위를 제기한 경우에만 병합 또는 이전 대상에서 제외함.

오픈 앱마켓법

- 법안의 적용 대상 사업자: 5천만명 이상의 미국 이용자를 보유한 앱스토어를 소유 혹은 통제하고 있는 업체 → 즉, 애플 앱스토어와 구글 플레이 스토어
- 앱스토어는 이용자에게 제3자 개발자의 앱을 배포하기 위한, 공개적으로 접근가능한 웹사이트, 소프트웨어 애플리케이션 혹은 기타 전자적 서비스를 의미함.
- 이 법안은 적용 대상 사업자(앱스토어)가 (1) 앱스토어를 통해 배포하는 조건으로 개발자에게 자신의 인앱 결제 시스템의 이용을 요구하거나, (2) 판매 가격이나 조건을 다른 앱스토어와 같거나 더 유리하게 하도록 요구하거나, (3) 다른 앱스토어나 다른 인앱 결제 시스템을 통해 다른 가격 조건이나 판매 조건을 제공한 개발자를 처벌하는 조치를 취하지 못하도록 금지함.
- 대상 사업자(앱스토어)는 개발자와 이용자 사이의 정당한 사업적 소통을 방해하거나, 자신과 경쟁하는 제3자 앱의 비공개 사업 정보를 이용하거나, 다른 앱에 비해 자신의 앱을 비합리적으로 우대해서는 안됨.
- 이 법안은 FTC와 법무부에 집행 권한을 제공하며, 이 법 위반으로 피해를 입은 개발자는 소송을 제기할 수 있음.
- 상원 법사위를 통과함

한국의 카카오톡은?

#대규모온라인
플랫폼
#게이트키퍼
#독점

카카오톡 먹통 사태 정부 후속 조치

정부 부처별 플랫폼 규제 추진 현황

행정안전부	부가통신사업시설 국가핵심기반으로 지정
공정거래위원회	플랫폼사업자기업결합 심사기준 강화
	플랫폼사업자 경쟁 제한 행위 감시 강화
개인정보보호위원회	카카오 개인정보 유출 현황 조사
	7대 플랫폼 개인정보보호 가이드라인 마련
금융감독원	카카오 금융계열사 비상 대응 현장 점검 및 검사 추진
	전자금융업자 규제 개선 검토

▪ ([아시아경제 2022. 10. 28.](#))

▪ 그러나 우리는 카카오톡 사태 이후 카카오톡을 벗어났는가?

전기통신사업법상 특별한 의무 사례

- 제22조의7(부가통신사업자의 서비스 안정성 확보 등)
 - 이용자 수, 트래픽 양 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 부가통신사업자는 이용자에게 편리하고 안정적인 전기통신서비스를 제공하기 위하여 서비스 안정수단의 확보, 이용자 요구사항 처리 등 대통령령으로 정하는 필요한 조치를 취하여야 한다.
- 제22조의8(국내대리인의 지정)
 - ① 국내에 주소 또는 영업소가 없는 부가통신사업자로서 제22조의7에서 정한 기준에 해당하는 자는 다음 각 호의 사항을 대리하는 자(이하 “국내대리인”이라 한다)를 서면으로 지정하여야 한다.
 1. 제32조제1항에 따른 이용자 보호 업무
 2. 제32조제2항 후단에 따른 자료제출명령의 이행
- 2022년 의무대상
 - 부가통신서비스 안정성 확보 의무(법 제22조의7) 대상사업자는 Google LLC, Meta Platforms Inc.(전 Facebook Inc.), 넷플릭스서비스스코리아(유), 네이버(주), (주)카카오 총 5개사가 지정됨
 - 이용자 보호를 위한 국내 영업소가 없는 사업자의 국내대리인 지정 의무(법 제22조의8) 대상사업자는 Google LLC(대리인 : (주)트랜스코스모스코리아), Meta Platforms Inc.(대리인 : 프라이버시에이전트코리아(주))가 지정됨

카카오톡과 빅테크

■ 카카오톡

- 월간활성이용자수(MAU) : 4319만6403명 ([2022. 8.](#))
- 동기간 대한민국 총인구(51,558,441 명)의 87.8%
- 사업자용 오픈채팅 : 일간활성이용자수(MAU) 900만명 ([2022. 8.](#))
- 연매출 6조 원 ([2022. 2. 11.](#))
- 시가총액 116조1013억원 ([2021. 11. 4.](#) 기준)
 - 카카오가 57조8970억원, 카카오뱅크 28조5060억원, 카카오페이 22조320억원, 카카오게임즈 6조8121억원, 넵튠 8542억원 순
 - 현재 시장에서 추정하는 카카오엔터테인먼트와 카카오모빌리티의 시가총액은 각각 15조8000억원, 7조원으로 두 회사가 상장하면 카카오그룹의 전체 시가총액은 140조원에 이르게 됨.
- 카카오톡을 포함하여 국내외 빅테크로부터 소비자와 이용자를 보호하기 위한 제도적 대책이 필요함

감사합니다