



2022. 03. 29.

국회입법조사처 | NARS 입법·정책 | 제104호

# 4차 산업혁명 시대, 일상의 디지털 전환이 초래한 사회갈등의 현황과 대응 방안

정준화 | 과학방송통신팀 입법조사관



국회입법조사처  
NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE



---

# 4차 산업혁명 시대, 일상의 디지털 전환이 초래한 사회갈등의 현황과 대응 방안

---

정준화(과학방송통신팀 입법조사관)

2022. 3. 29.





NARS 입법·정책은 국회에서 논의가 필요한 핵심적인 입법 및 정책 현안 주제를 선정하여 심도있게 분석·평가하고 입법 및 정책 대안을 제시하는 보고서입니다. 이 보고서가 국회의 위원회와 국회의원의 의정활동에 참고자료로 널리 활용되고, 입법·정책 현안에 대한 국민의 이해를 높이는데 기여하기를 기대합니다.

이 보고서는 「국회법」 제22조의3 및 「국회입법조사처법」 제3조에 따라 국회의원의 의정활동을 지원하기 위하여, 국회입법조사처 보고서 심의절차를 거쳐 발간(2022. 3. 29.)되었습니다.

이 보고서 내용은 국회의 공식 입장이 아니라 국회입법조사처의 조사분석 결과입니다.

## 요 약

- 4차 산업혁명에 대한 초기 관점은 ‘생산의 디지털 전환’이었음
  - 2016년 제46회 세계경제포럼에서 ‘4차 산업혁명’이 제시된 이후 우리 정부는 2017년 대통령 직속 4차산업혁명위원회를 신설하고 「산업혁명 대응계획」을 수립하여 ICT 기반 제조혁신을 달성하는 ‘생산의 디지털 전환’을 추진함
- 2019년 말 시작된 코로나19는 ‘일상의 디지털 전환’을 촉진함
  - 코로나19 발생으로 인해 지금까지 사람과 사람간의 직접적인 대면접촉 통해 이루어지던 소통·소비·거래 등이 온라인 플랫폼을 통해서 비대면 방식으로 바뀌는 ‘일상의 디지털 전환’이 발생함
  - 배달앱을 이용한 음식 주문, 화상회의앱을 이용한 재택근무, 메타버스 공간에서의 소통 등이 일상의 디지털 전환의 대표적인 사례임
- 일상의 디지털 전환으로 온라인 플랫폼 이용이 확대되면서 새로운 사회갈등이 발생함
  - 온라인 플랫폼을 통해 사람들의 상호작용이 디지털화 되고 있지만, 제도와 사회 규범이 그 변화 속도를 따라가지 못하여 기존 사업자와 플랫폼 사업자의 갈등, 플랫폼 사업자와 이용자의 갈등, 이용자 사이의 갈등이 발생함
  - 택시 사업자와 승차공유 플랫폼의 갈등, 수수료에 대한 플랫폼 사업자와 입점업체의 갈등, 온라인 플랫폼 댓글에 대한 입점업체와 이용자의 갈등, 메타버스에서의 스토킹·성희롱으로 인한 이용자 사이의 갈등 등이 대표적임
  - 사회갈등이 지속될 경우 4차 산업혁명의 잠재적 가능성이 과소 실현되고, 국민들이 4차 산업혁명의 편익을 골고루 누리지 못하는 문제가 발생함

□ 온라인 플랫폼을 통해 발생한 사회갈등 대응을 위한 법·제도적 과제는 다음과 같음

- 첫째, 사회갈등 조정을 4차 산업혁명 정책 수립에서 중요하게 고려하여야 함
  - 4차 산업혁명 정책 수립시 사회갈등 조정 기능의 정책적 우선순위를 높이고 사회갈등 조정을 정책의 필수 요소로 반영하여야 함
  - 이 과정에서 사회갈등을 사전에 예측하고, 적절한 조정 방안을 모색하기 위한 수단으로 ‘(가칭)사회갈등영향평가’ 도입을 고려해 볼 수 있음
- 둘째, 사회갈등 조정 거버넌스로서 정보통신전략위원회 위상을 정립해야 함
  - 정보통신전략위원회가 사회갈등 조정 기능을 수행하는데 필요한 시행령·시행규칙을 정비하고, 전문위원회·전문연구기관 등의 하위 조직 설치도 고려할 필요가 있음
  - 사회갈등 문제를 접수·처리하는 독립적인 단일 창구로 ‘(가칭)디지털 사회갈등 읍부즈만’ 신설을 검토해 볼 수 있음
- 셋째, 플랫폼 생태계 내부의 사회갈등 해소를 위한 입법적 대안을 모색해 볼 수 있음
  - 배달앱 수수료 갈등 조정은 시장의 자율규제에 맡기고, 입법적 규제가 필요한 경우에는 다양한 의견수렴과 사전입법영향분석을 거칠 필요가 있음
  - 악성 댓글 관련 갈등 조정은 현재 발의된 법률안을 종합적으로 검토하여 발전적인 대안을 마련하고, 시장의 자율규제를 활용할 필요가 있음
  - 메타버스 이용자 사이의 스톱킹·성희롱 관련 갈등 조정을 위해 아바타에 직접적으로 가해지는 성범죄적 행위를 규제할 수 있는 새로운 입법 조치에 대한 논의가 필요함

# 차 례

## □ 요약

### I. 서론 / 1

### II. 4차 산업혁명의 등장과 전개 / 3

- 1. 4차 산업혁명의 등장 ..... 3
  - 가. 4차 산업혁명의 개념 ..... 3
  - 나. 국내외 초기 대응 ..... 4
- 2. 데이터·인공지능 중심의 4차 산업혁명 전개 ..... 8
  - 가. 주요 정책 ..... 8
  - 나. 성과 ..... 10
  - 다. 한계 ..... 13

### III. 일상의 디지털 전환에 따른 새로운 사회갈등 / 15

- 1. 일상의 디지털 전환과 온라인 플랫폼 ..... 15
  - 가. 코로나19와 일상의 디지털 전환 ..... 15
  - 나. 일상의 디지털 전환을 위한 온라인 플랫폼 ..... 18
- 2. 온라인 플랫폼에서 발생하는 새로운 사회갈등 ..... 23
  - 가. 사회갈등의 개념 ..... 23
  - 나. 온라인 플랫폼에서 발생하는 새로운 사회갈등 ..... 24

#### IV. 사회갈등 대응을 위한 입법·정책 과제 / 27

1. 사회갈등 유형별 사례 분석 .....	27
가. 기존 산업과 플랫폼 사업자 사이의 갈등 .....	27
나. 플랫폼 사업자와 입점업체 사이의 갈등 .....	32
다. 입점업체와 이용자 사이의 갈등 .....	34
라. 이용자 사이의 갈등 .....	36
2. 현행 제도의 한계와 입법·정책적 대안 .....	38
가. 사회갈등 조정에 대한 정책적 고려 강화 .....	38
나. 사회갈등 조정 거버넌스 정립 .....	41
다. 플랫폼 생태계 내부의 사회갈등 조정을 위한 입법과제 .....	46

#### V. 결론 / 49

□ 참고문헌

## 표 차례

[표 1] 4차 산업혁명 대응계획(2017)의 주요 내용 .....	5
[표 2] 디지털 뉴딜 주요 내용 .....	9
[표 3] 인공지능 매출액 현황 .....	12
[표 4] 주요 법률안에 제시된 ‘온라인 플랫폼’의 개념 .....	19
[표 5] 메타버스 관련 업종별 매출액 .....	22
[표 6] 사회갈등의 유형 .....	26
[표 7] ‘타다’ 관련한 「여객자동차 운수사업법」 신·구조문대비표 .....	29
[표 8] 현행 법률의 주요 영향평가 예시 .....	41
[표 9] 공공갈등 조정 거버넌스 체계 예시 .....	43

## 그림 차례

[그림 1] 우리나라의 4차 산업혁명 개념 체계도 .....	4
[그림 2] 데이터 산업 매출액 규모 .....	11
[그림 3] 빅데이터와 인공지능의 기술수준 .....	13
[그림 4] 인공지능 적용 주요 업종 분야 .....	14
[그림 5] 코로나19 전후 비대면 경제 현황의 변화 .....	17
[그림 6] O2O 분야별 기업수 및 거래액 비중 .....	21
[그림 7] 갈등의 유형과 사회갈등의 위상 .....	23

## I. 서론

2016년 제46회 세계경제포럼(World Economic Forum)에서 ‘4차 산업혁명’이 제안되었을 때, 세계는 인공지능 로봇이 인간의 노동을 대체하는 모습을 상상했다. 전통산업과 주력산업에 사물인터넷·빅데이터·자동화를 적용하여 제조혁신을 이루는 ‘생산의 디지털 전환’을 4차 산업혁명의 전형으로 보았고, 각국 기업과 정부는 빅데이터·인공지능·초고속통신망과 같은 기반기술의 개발과 활용에 관심과 투자를 집중했다.

생산의 혁신을 강조하던 초기의 관점은 시간이 흐름에 따라 일상의 변화로 확산되었다. 이미 사람들은 스마트폰을 가지고 있어서 늘 디지털 세상으로 진입할 준비를 했으며, SNS를 통해 디지털로 강하게 연결된 삶을 살고 있었다. 그러던 중에 2019년 말부터 시작되어 전 세계로 확산된 코로나바이러스감염증-19(코로나19)는 삶의 모든 부분에 디지털 기술을 폭넓게 적용해보는 계기가 되었다. ‘일상의 디지털 전환’이 본격화 된 것이다.

디지털 기술이 삶으로 들어오는 방식은 다양한데, 그 중에서 가장 대표적인 방법이 온라인 플랫폼(online platform)이다. 기존에는 사람과 사람이 현장(field)에서 만나서 상호작용을 하였는데, 이러한 현장을 온라인 플랫폼이 대체하게 된 것이다. 그 결과 우리는 배달앱(app)을 이용한 음식 주문, 화상회의 앱을 이용한 재택근무, 인공지능 알고리즘에 따른 미디어 콘텐츠 추천, 메타버스 공간에서의 소통을 일상적으로 누리고 있다.

일상의 디지털 전환은 사회·경제적 관계에서 발생하는 거래비용을 줄이고, 디지털을 기반으로 하여 만들어진 새로운 경험을 가능하게 한다. 또한 대면 접촉에서 발생할 수 있는 감염병의 위험도 크게 감소시킨다. 그러나 온라인 플랫폼을 중심으로 산업이 재편되면서 실질적·잠재적 손해를 입게 된 기존 이해관계자들이 저항하여 사회갈등이 발생하고 있다. 뿐만 아니라 기존의 법·제도로는 충분

하게 대응하지 못하는 유형의 상호작용이 발생하면서 새로운 사회적 갈등과 혼란을 초래하기도 한다.

이러한 사회갈등은 일상의 디지털 전환을 중단시키거나 왜곡시킬 우려가 있기 때문에 효과적인 대응 방안 모색이 필요하다. 또한 코로나19가 끝나더라도 과거로 회귀하는 것이 아니라 디지털 전환을 기반으로 해서 일상의 삶을 살아가게 될 것이기 때문에 지금이 4차 산업혁명, 그리고 일상의 디지털 전환이 우리의 삶과 조화를 이루는 방안을 모색하는 적절한 시점이 될 것이다.

따라서 이 글을 통해 일상의 디지털 전환이 초래한 사회갈등의 현황을 살펴보고, 이를 해결할 수 있는 입법·정책적 과제를 찾고자 한다. 물론 데이터·인공지능 자체의 과제, 그리고 생산의 디지털 전환을 위한 과제도 시급하고 중요하다. 그러나 이들에 대해서는 이미 다양한 국가 정책들이 마련되어 있고 선행연구가 누적되어 있기 때문에 이 글에서는 상대적으로 관심이 적었던 일상의 디지털 전환, 그리고 온라인 플랫폼을 중심으로 나타나고 있는 새로운 사회갈등에 초점을 두고자 한다.

우선 제2장에서는 4차 산업혁명 담론의 등장 이후부터 최근까지 추진되었던 4차 산업혁명 대응 전략을 전반적으로 살펴본다. 제3장에서는 코로나19 이후 강조된 일상의 디지털 전환을 살펴보고, 온라인 플랫폼의 등장으로 발생한 사회갈등을 분석한다. 제4장에서는 사회갈등의 유형별 사례를 살펴보고, 사회갈등 대응에 필요한 입법·정책적 과제를 제시한다.

## II. 4차 산업혁명의 등장과 전개

### 1. 4차 산업혁명의 등장

#### 가. 4차 산업혁명의 개념

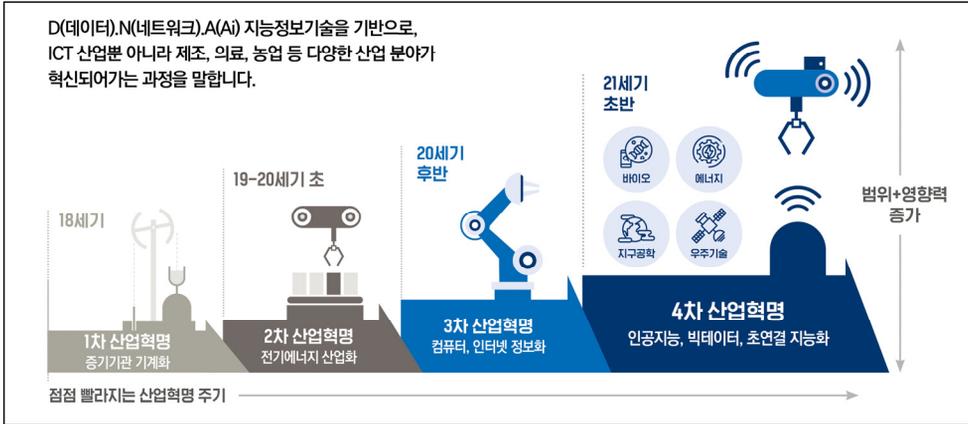
‘4차 산업혁명’은 2016년 1월 ‘4차 산업혁명의 이해(Mastering the Fourth Industrial Revolution)’를 주제로 스위스 다보스(Davos)에서 열린 제46회 세계경제포럼을 통해 전 세계에 소개되었다. 변화를 추동하는 요인의 다양성과 영향력의 범위를 기준으로 4차 산업혁명의 개념이 다소 달라질 수 있는데, 어떤 개념을 따르더라도 정보통신기술(ICT)의 적용과 산업간 융합은 공통적으로 적용된다.

우선, 세계경제포럼은 넓은 개념을 사용했다. 제46회 세계경제포럼에서 클라우스 슈밥(Klaus Schwab)은 4차 산업혁명을 ‘다양한 기술간 융합으로 지금까지 경험하지 못한 규모·범위·복잡성의 변화가 발생하고, 그 결과 인간의 삶·일·연결 방식이 근본적으로 전환되는 것’으로 정의했다.<sup>1)</sup> 빅데이터·인공지능·사물인터넷과 같은 디지털(digital) 기술, 자율주행차·로봇·신소재·3D프린팅과 같은 물리적(physical) 기술, 유전자·합성생물과 같은 생물학적(biological) 기술의 진보가 4차 산업혁명을 촉발하는 핵심 동인이라고 보았다. 또한 기술의 진보는 특정 분야 안에서의 생산성을 높이는 것에 한정되지 않고 분야간 융합을 통해 새로운 변화를 창출하는데 기여해야 한다고 강조했다.

이와 달리, 우리 정부는 ICT의 활용을 강조하는 좁은 개념을 제시한다. 4차 산업혁명위원회는 4차 산업혁명을 ‘D(데이터)·N(네트워크)·A(인공지능) 등 지능정보기술을 기반으로 ICT 산업뿐 아니라 제조·의료·농업 등 다양한 산업 분야가 혁신되어가는 과정’으로 정의한다.

1) Schwab, Klaus, *The Fourth Industrial Revolution*, World Economic Forum, 2016.

[그림 1] 우리나라의 4차 산업혁명 개념 체계도



자료 : 4차산업혁명위원회 홈페이지(최종검색일 : 2022.3.7.) <<https://www.4th-ir.go.kr>>

## 나. 국내외 초기 대응

### (1) 우리나라

우리 정부는 장기간 지속된 저성장을 극복하는 대안으로 4차 산업혁명에 주목했다.<sup>2)</sup> 국가의 성장 잠재력 저하가 우려되고 청년실업과 같은 일자리 문제가 가중되는 상황에서 4차 산업혁명은 경제·사회적 과제를 동시에 해결하는 기회가 될 수 있었기 때문이다. 또한 다른 국가에 비해 정보화 기반이 잘 갖추어져 있어서 4차 산업혁명의 실현 가능성도 높았다. 2016년 3월에 있었던 프로 바둑기사 이세돌 9단과 인공지능 바둑 프로그램 알파고(AlphaGo)의 바둑 대결은 4차 산업혁명에 대한 국민적 관심을 극적으로 끌어올리기도 했다.

이러한 상황에서 문재인 정부는 2017년 10월 대통령 직속으로 범정부 4차 산업혁명 컨트롤타워인 ‘4차산업혁명위원회’를 설치했다. 대통령령으로 『4차산업혁명위원회 설치 및 운영에 관한 규정』을 제정하고, 위원장 1명을 포함한 민간

2) 관계부처 합동, 「4차 산업혁명 대응계획, I-KOREA 4.0」, 2017.11.

위원 19명, 과학기술정보통신부장관·산업통상자원부장관·고용노동부장관 등 당연직 정부위원 6명으로 위원회를 구성했다. 위원회의 주요 기능은 4차 산업혁명 관련 국가전략 수립, 정책 조율, 주요 기술의 연구개발, 인프라 구축, 신산업·서비스 육성, 법·제도 개선, 사회적 합의 도출, 국민 공감대 형성, 재원 및 인력확보 등 4차 산업혁명 관련 정책 전반을 심의·조정하는 것이다.

또한 정부는 2017년 11월에 범정부 종합계획인 「4차 산업혁명 대응계획」을 발표했다. ‘모두가 참여하고 모두가 누리는 사람 중심의 4차 산업혁명 구현’을 비전으로 제시하고, 실체가 있는 4차 산업혁명을 선도하기 위하여 12개의 지능화 혁신 프로젝트와 11개의 기반과제를 제시했다.

[표 1] 4차 산업혁명 대응계획(2017)의 주요 내용

구분		내용
지능화 혁신 프로젝트 (12개)	산업 혁신형 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> <li>6대 분야(의료, 제조, 이동체, 에너지, 금융·물류, 농수산업)를 선정하여 지능정보기술과 기존산업의 융합 촉진</li> <li>산업 경쟁력을 제고하고 신산업·일자리를 창출</li> </ul>
	사회문제 해결형 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> <li>6대 분야(시티, 교통, 복지, 환경, 안전, 국방)를 선정하여 지능정보기술을 적용하여 사회문제 해결 추진</li> <li>사회·공공분야 지능화 혁신으로 국민 삶을 책임지는 국가 구현</li> </ul>
기반 과제 (11개)	성장동력 기술력 확보	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1)지능화 기술경쟁력 확보 : 기초기술, 지능화기술, 융합기반기술 연구개발 지원</li> <li>(2)혁신성장동력 육성 : 혁신성장동력을 발굴하고 조기상용화·원천 기술확보 분야로 구분하여 맞춤형 지원</li> <li>(3)R&amp;D 체계 혁신 : 연구자 중심으로 R&amp;D프로세스 개편, 연구소기업 창업 활성화로 R&amp;D 성과 확산 등</li> </ul>
	산업 인프라 및 생태계 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>(4)초연결 지능형 네트워크 구축 : 민간 주도로 세계 최초 5G 조기 상용화, IoT 전용망 구축 등</li> <li>(5)데이터 생산·공유 기반 강화 : 빅데이터 플랫폼·센터 구축, 데이터 개방 확대 등</li> <li>(6)신산업 규제개선 : 규제샌드박스 확대, 포괄적 네거티브 규제로의 전환 등</li> <li>(7)중소·벤처/지역거점 성장동력 : 기술창업 촉진, 글로벌 ICT융합 클러스터 전국 확산 등</li> </ul>

구분	내용
미래사회 변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (8)핵심인재 성장지원 : 지능화 기술 핵심인재 양성, 전문인력 교육 확대, 해외 우수인재 전략적 유치</li> <li>• (9)미래사회 교육혁신 : 융합교육 활성화, 맞춤형 교육 실현, 디지털 교육 고도화 등</li> <li>• (10)일자리 안전망 확충 : 취업지원 강화, 전직·재직자 교육훈련 확대, 고용보험 및 실업급여 체계 개선 등</li> <li>• (11)사이버 역기능·윤리 대응 강화 : 사이버 안전망 강화, 인간 중심 AI윤리 정립 등</li> </ul>

자료 : 관계부처 합동, 「4차 산업혁명 대응계획」, 2017, 재정리.

국회도 다양한 입법 활동을 추진했다. 그중에서 제20대 국회 종료 직전인 2020년 1월 9일에 ‘데이터 3법’으로 불리는 「개인정보 보호법」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」 개정안을 여야 합의로 처리한 것이 대표적인 성과다. 4차 산업혁명 시대의 원유(原油)인 데이터를 효과적으로 활용하기 위해 「개인정보 보호법」과 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」에 ‘가명정보’를 도입하여 개인정보의 활용 범위를 확대하고, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에 있던 개인정보 관련 사항을 「개인정보 보호법」상 개인정보보호위원회로 이관하여 개인정보 감독기구를 일원화한 것이 주요 내용이다.

이와 함께 「국회법」 제44조에 따라 국회에 ‘4차 산업혁명 특별위원회’를 설치하고 다양한 입법·정책 권고안을 제시했다. 2017년 11월 9일부터 2018년 5월 29일까지 활동한 전반기 특위에서는 47건의 입법권고와 105건의 정책권고안을 채택했다. 2018년 7월 26일부터 2019년 6월 30일까지 활동한 후반기 특위(당초 2018년 12월 31일까지였으나 활동기간이 연장됨)에서는 「개인정보 보호법 일부개정법률안」에 대한 의견과 35건의 하위법령 개선과제를 제시했고, 32개 분야에 대한 입법 및 정책권고안을 채택했다.

## (2) 주요 국가

독일은 제조업 혁신을 위해 4차 산업혁명 정책을 추진했다.<sup>3)</sup> 당시 독일은 첨단 ICT 기업을 통해 세계 경제를 주도하는 미국, 저비용 대량생산 시스템으로 독일 제조업을 위협하는 중국·인도와 동시에 경쟁하고, 대내적으로는 고령화 상황에서 노동력의 품질을 유지하는 것이 필요했다. 이에 정부는 제조업 전반에 사물인터넷(IoT)을 적용하여 제조 환경을 완벽하게 디지털로 구현하는 사이버-물리 시스템(Cyber-Physical System: CPS)을 만들고, 여기서 수집된 데이터를 분석하여 제조 환경을 관리하는 스마트 팩토리(smart factory)를 전국적으로 구축·연계하는 「인더스트리 4.0(Industrie 4.0)」 전략을 수립했다. 이러한 혁신은 정부 관료, 민간 전문가, 이해관계자가 참여하여 정책을 조정하고 결정하는 민관협력조직(Platform Industrie 4.0)을 통해 이루어졌다.

미국은 4차 산업혁명을 구성하는 많은 분야에서 자국의 기업이 세계 시장을 주도하고 있었기 때문에 정부가 별도의 법률을 제정하거나 종합계획을 수립하여 산업에 개입하는 것을 지양하고, 대신 기업의 자율성을 보장해 주는 방식을 택했다. 다만, 정부는 민간이 자체적으로 추진하기 어려운 4차 산업혁명 기반 기술에 대한 연구개발을 지원하거나, 부처간 정책조정을 강화하는 역할을 했다. 빅데이터 연구개발을 지원하는 「Bigdata Initiative」(2012), 인공지능 기반 조성을 위해 뇌과학 연구를 지원하는 「BRAIN Initiative」(2013) 등이 대표적이다. 이와 함께 백악관에 인공지능 정책 컨트롤타워(NAAI Office)를 설치하여 인공지능 중복 투자를 막고 부처 간 협력을 강화했다.

중국은 정부가 강력한 주도권을 가지고 4차 산업혁명 정책을 추진했다. 각 부처의 정책을 실질적으로 조정하는 국무원이 4차 산업혁명 정책 전반을 주도하고, ICT 전담부처인 공업정보화부가 기술개발 및 정책 집행을 담당했다. 주요 정책

3) 이하 독일·미국·중국의 내용은 정준화(2018)의 「4차 산업혁명 대응 현황과 향후 과제」를 인용하였다.

으로는 중국 경제 모델을 양적 성장에서 질적 성장으로 바꾸는 「중국제조 2025」(2015), 인터넷과 ICT를 모든 산업과 융합(플러스)시켜 새로운 경제발전 생태계를 창조하는 「인터넷 플러스」(2015), 2030년까지 중국을 세계 인공지능 선두국가로 만드는 것을 목표로 한 「차세대 인공지능 발전 계획」(2017) 등이 있다.<sup>4)</sup>

## 2. 데이터 · 인공지능 중심의 4차 산업혁명 전개

### 가. 주요 정책

2017년 발표된 「4차 산업혁명 대응계획」 이후 우리나라의 4차 산업혁명 정책은 데이터와 인공지능에 집중되었다. 우선, 데이터에 관한 정책은 데이터의 생산 · 유통 · 활용 촉진을 강조했다. 여기서 말하는 데이터는 디지털 데이터이며, 빅데이터를 포함한다. 대표적인 정책은 2018년 발표된 「데이터 산업 활성화 전략」과 2019년 1월 발표된 「데이터 · AI경제 활성화 계획('19~'23년)」이다.<sup>5)</sup> 세부 내용으로는 중소기업의 데이터 처리 부담을 줄이기 위해 데이터 구매나 가공에 소요되는 비용을 바우처(voucher) 형태로 지원하는 ‘데이터 바우처 사업’, 다양한 영역의 데이터 부족 문제를 해소하고 데이터 유통의 기반을 마련하는 ‘빅데이터 플랫폼 및 센터 사업’, 정보주체가 본인정보의 활용을 결정하여 전문 기관 · 사업자에게 위임하는 ‘마이데이터 사업’ 등이 있다.

다음으로, 인공지능에 관한 정책은 인공지능 연구개발과 활용 확대에 초점을 둔다. 대표적인 정책은 2019년 12월에 ‘IT강국을 넘어 AI강국으로’를 비전으로 제시한 「인공지능 국가전략」이다.<sup>6)</sup> 세부 내용으로는 인공지능 핵심 기술을 개발하는 ‘차세대 인공지능 핵심원천기술개발 사업’ 및 ‘인공지능 산업 원천기술개발

4) 최병철, 「일본·중국의 4차 산업혁명 관련 주요 정책과 추진체계」, 국회 4차 산업혁명 특별위원회 제3차 조찬간담회 자료집, 2018.

5) 관계부처 합동, 「데이터·AI경제 활성화 계획('19~'23년)」, 2019.

6) 관계부처 합동, 「인공지능 국가전략」, 2019.12.

사업’, 경제적 파급효과와 국민 체감도가 높은 분야를 선정하여 인공지능 활용을 지원하는 ‘인공지능 융합사업(AI+X) 사업’, 기업의 인공지능 솔루션이나 서비스 구매 비용을 지원해주는 ‘AI 바우처 사업’ 등이 있다.

최근에는 경제 전반의 디지털 혁신과 역동성을 촉진·확산하고 일자리를 창출하는 ‘디지털 뉴딜’ 사업이 추진되고 있다.<sup>7)</sup> 2021년 7월 14일에 발표된 「한국판 뉴딜 2.0」에 따르면 2020년부터 2025년까지 약 49조 원의 국비를 투입하여 D.N.A. 생태계 강화(33.5조 원, 전체 예산의 68.4%), 비대면 인프라 고도화(3.2조 원, 6.5%), 초연결 신산업 육성(2.6조 원, 5.3%), 사회간접자본(SOC) 디지털화(9.7조 원, 19.8%) 등 4대 분야의 사업을 추진할 방침이다. 이 중에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것이 스타트업 및 중소기업이 자체적으로 구축하기 어려운 인공지능 학습용 데이터를 국가가 대규모로 구축하여 AI 허브(www.aihub.or.kr)에 개방하는 ‘AI 학습용 데이터(데이터 댐) 사업’이다.

[표 2] 디지털 뉴딜 주요 내용

분야	부문	주요 과제
D.N.A. 생태계 강화	국민생활과 밀접한 분야의 데이터 구축·개방·활용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공공데이터 개방 확대</li> <li>- 분야별 빅데이터 플랫폼 구축</li> <li>- AI학습용 데이터(데이터 댐) 구축</li> <li>- 마이데이터 산업 확산 및 가명정보 활용 지원</li> </ul>
	1·2·3차 쏠산업으로 5G·AI 융합 확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 5G기반 실감콘텐츠 제작, 자율주행차 기술개발</li> <li>- 생활밀접분야 ‘AI+X 7대 선도프로젝트’ 추진</li> <li>- 기업의 디지털 전환 지원</li> <li>- 6G 개발 착수</li> </ul>
	5G·인공지능 기반 지능형 정부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 모바일 신분증 등 비대면 맞춤형 행정 제공</li> <li>- 블록체인 기반 온라인 투표 등 시범사업 추진</li> <li>- 공공 정보시스템의 민간·공공 클라우드 활용</li> </ul>
	K-사이버 방역체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업 및 국민생활의 사이버보안 강화</li> <li>- 사이버보안 산업생태계 육성</li> <li>- 사이버보안 기술개발 지원</li> </ul>

7) 관계부처 합동, 「한국판 뉴딜 2.0」, 2021.7.14.

4차 산업혁명 시대, 일상의 디지털 전환이 초래한 사회갈등의 현황과 대응 방안

분야	부문	주요 과제
비대면 인프라 고도화	디지털 기반 비대면 교육·직업훈련 인프라 확충	- 초중고 WiFi 구축, PC·노트북 20만대 교체 - 비대면 AI교육 콘텐츠 제작·활용 지원 - 원격교육 기반 조성 등
	스마트 의료 및 돌봄 인프라 구축	- 스마트병원 구축, 화상진료 지원 등 - 모바일 헬스케어, 디지털 돌봄 등
	중소기업 및 소상공인 온라인 비즈니스 지원	- 중소기업 원격근무 바우처 지원, 전국 주요거점 공동 활용 화상회의실 구축 - 소상공인 스마트 상점 지원, 온라인 판로 지원
초연결 신산업 육성	메타버스·지능형로봇 등 ICT융합 비즈니스 지원	- 개방형 플랫폼 구축, 다양한 콘텐츠 제작 지원 - 사회적 문제해결을 위한 5G·AI 기반 로봇·서비스 융 합 실증
	클라우드·블록체인·IoT 등 디지털시대 기반기술 육성	- 공공부문 민간 클라우드 전환 촉진, SW 기업의 서비 스형 소프트웨어(SaaS) 전환 지원 - 블록체인 산업 성장지원, 제도 개선 - 지능형 IoT서비스 발굴, 테스트베드 제공
SOC 디지털화	4대 분야 핵심 인프라	- (교통) 차세대지능형교통시스템 구축 등 - (디지털 트윈) 주요지역 3D 지도 작성 등 - (수자원) 수자원 원격제어 시스템 등 - (재난대응) 재난대응 조기경보시스템 설치 등
	도시·산단의 공간 디지털 혁신	- (스마트시티) 통합플랫폼 구축, 스마트시티 솔루션 확산 및 스마트시티 시범도시 조성 등 - (스마트산단) 통합관제센터, 원격 감시 체계 등
	스마트 물류체계 구축	- (육상물류) 중소기업 스마트 공동물류센터 등 - (해운물류) 항만배후단지 스마트 공동물류센터 등 - (농수산물 유통) 식자재 거래·관리 통합플랫폼 등 - (물류 연구개발) 로봇·사물인터넷·빅데이터 활용 첨 단배송 등

자료 : 관계부처 합동, 「한국판 뉴딜 2.0」, 2021, 재정리.

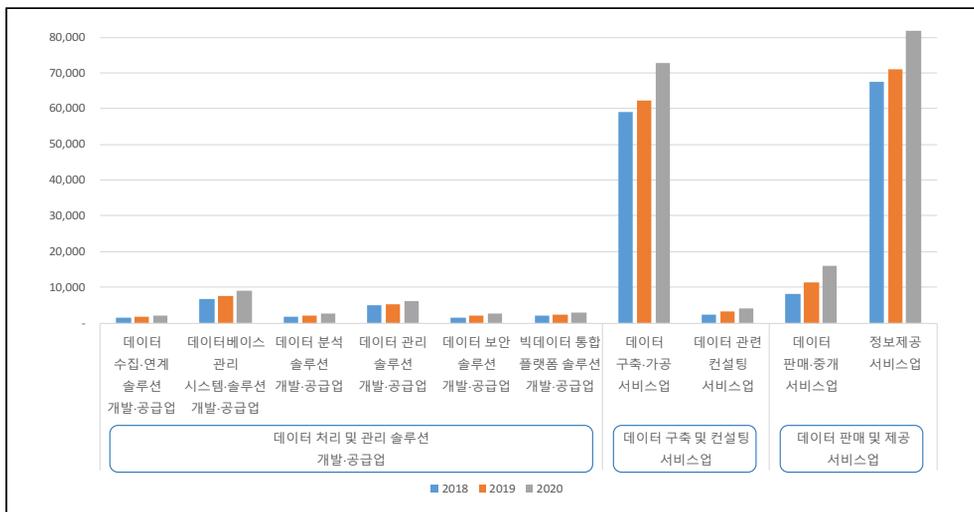
나. 성과

단기간에 집중적으로 추진된 정책의 영향이 일부 반영되어 국내 데이터와 인  
공지능 산업이 빠르게 성장하고 있다. 우선, 정부의 「2021년 데이터산업 현황조

사」에 따르면 데이터 산업 매출액 규모는 2020년 기준 20조 24억 원이다.<sup>8)</sup> 세부 업종별 매출액은 ‘정보제공 서비스업’이 전체의 40.9%인 8조 1,838억 원이고, ‘데이터 구축·가공 서비스업’이 전체의 36.4%인 7조 2,805억 원으로 두 업종이 전체 산업의 77.3%를 차지한다.

[그림 2] 데이터 산업 매출액 규모

(단위 : 억 원)



자료 : 과학기술정보통신부 외, 「2021년 데이터산업 현황조사 주요 결과 요약」, 2021, 재정리.

데이터 산업 매출액의 최근 3년간('18~'20) 연평균 성장률은 13.3%이며, 특히 2019년부터 2020년까지 1년간의 성장률은 18.7%로 나타나 데이터 산업의 성장이 가속화되고 있음을 알 수 있다. 업종별 2019년 대비 2020년 매출액 증가율은 ‘데이터 판매·중개 서비스업’이 41.7%로 가장 높고, 그 다음으로 ‘데이터 구축·가공 서비스업’이 31.5%, ‘데이터 보안 솔루션 개발·공급업’이 29.5%, ‘빅데이터 통합 플랫폼 솔루션 개발·공급업’이 28.5% 등이다.

8) 과학기술정보통신부·한국데이터산업진흥원, 「2021년 데이터산업 현황조사 주요 결과 요약」, 2021.12.29.

다음으로, 인공지능 산업도 빠르게 성장중이다. 정부의 「2020 인공지능산업 실태조사」 결과에 따르면 국내 인공지능 산업 매출액 규모는 2020년(추정값) 기준 6,895억 원이다.<sup>9)</sup> 연도별 매출액은 2018년 5,293억 원에서 2020년(추정값) 6,895억 원으로 3년간 연평균 14.1%씩 빠르게 증가했다.

업종별 매출액 증가율은 2018년부터 2020년(추정값)까지 ‘AI 시스템 SW’가 22%로 가장 높고, 그 다음으로 ‘AI 연산 및 처리 부품 장치’가 17.8%, ‘AI 구축 관리 및 정보 서비스’가 16.5%, ‘AI 응용 SW’가 9.3%이다. 고객 유형별 매출액 증가율은 2018년부터 2020년(추정값)까지 공공부문이 21.2%로 가장 높고, 그 다음으로 민간(15.6%), 개인(6.8%) 순서다.

[표 3] 인공지능 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

구분		2018	2019	2020 (추정값)	연평균 증가율
AI 분야 매출액 합계		529,273	592,773	689,519	14.1
AI 세부 분야별 매출액	AI시스템SW	92,746	110,355	137,975	22.0
	AI응용SW	251,940	269,203	300,725	9.3
	AI구축 관리 및 관련정보 서비스	171,044	199,848	232,020	16.5
	AI연산 및 처리 부품 장치	13,543	13,367	18,800	17.8
AI 고객별 매출액	공공(B2G)	53,811	66,602	79,101	21.2
	민간(B2B)	346,358	393,315	463,209	15.6
	개인(B2C)	171,044	199,848	232,020	6.8

주 : 국내에서 인공지능 분야 매출액이 발생한 기업 680개를 대상으로 조사한 결과임  
 자료 : 과학기술정보통신부 외, 「2020 인공지능산업 실태조사」, 2021, 재정리.

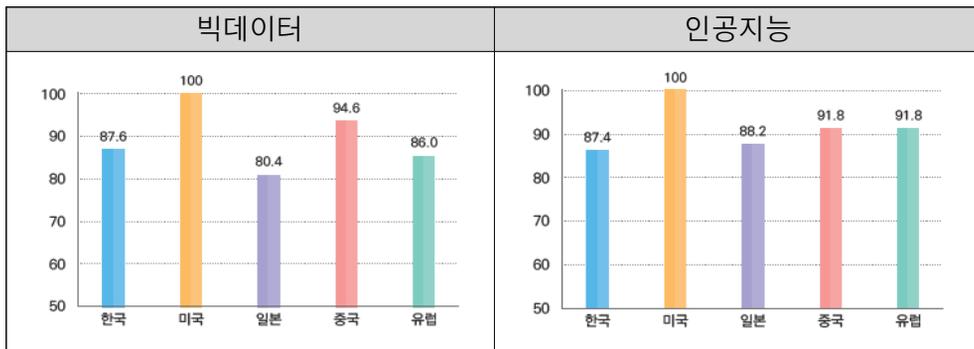
9) 과학기술정보통신부·정보통신산업진흥원·소프트웨어정책연구소·지능정보산업협회, 「2020 인공지능산업 실태조사」, 2021.5.

다. 한계

인공지능과 데이터의 기술 수준이 경쟁국에 비해서 낮다.<sup>10)</sup> 2019년 기준 우리나라 빅데이터 기술수준은 미국의 87.6%이고, 인공지능 기술수준은 미국의 87.4%이다. 우리나라는 데이터 3법 개정 등으로 빅데이터 처리·유통 기술은 상대적으로 개선되었지만, 현실에서 직접 활용되는 빅데이터 분석·활용 부분의 기술 수준은 낮아 미국과의 기술격차가 1.7년으로 크다. 인공지능의 경우에는 적극적인 연구개발 투자를 하고 있지만 경쟁국의 발전 속도를 따라잡지는 못하고 있으며, 특히 최고 수준의 인재와 연구기관 측면에서 선진국과의 격차가 크다.

[그림 3] 빅데이터와 인공지능의 기술수준

(단위 : %, 미국을 100으로 했을 때 상대적 기술수준)



자료 : 정보통신기획평가원, 「2019 ICT 기술수준조사 및 기술경쟁력분석 보고서」, 2021.

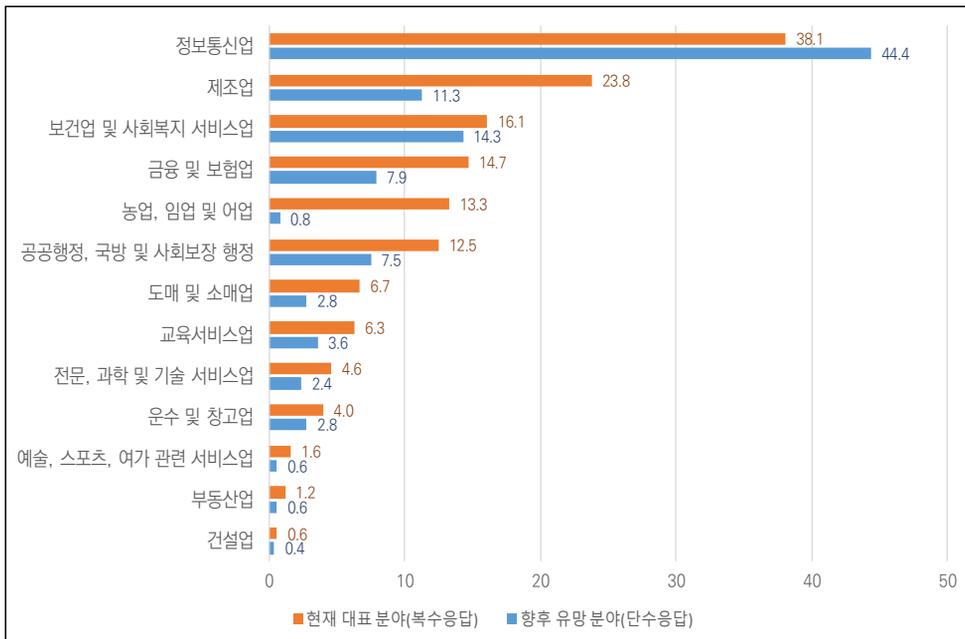
데이터의 경우에는 거래·유통 확대 정책을 추진하고 있지만, 현실적으로 거래망을 통한 데이터 활용의 비중이 높지 않다. 「2020 인공지능산업 실태조사」 결과에 따르면 국내 인공지능 사업체의 데이터 확보 방식은 공공데이터 활용이 73.8%로 가장 높고, 그 다음으로 고객 제공 데이터 활용(60.1%), 자사의 기존 데이터 활용(48.2%) 순서다. 데이터 거래소를 이용 비율은 6.9%에 불과하다.

10) 정보통신기획평가원, 「2019 ICT 기술수준조사 및 기술경쟁력분석 보고서」, 2021.

인공지능이 다양한 분야로 확산될 가능성도 높지 않다. 「2020 인공지능산업 실태조사」에서 응답 사업체(n=496)를 대상으로 조사한 결과에 따르면 현재 자신의 인공지능 제품·서비스가 적용되는 산업 분야로 정보통신업이 38.1%로 가장 높았고, 그 다음으로 제조업(23.8%), 보건·사회복지(16.1%) 순서다. 향후 3년간 인공지능 응용이 활발할 것으로 예상되는 분야는 정보통신업이 44.4%로 현재보다 6.3%p 높아졌지만, 제조업(11.3%), 보건·사회복지(14.3%) 등의 비중은 크게 감소했다. 디지털 전환에 따라 인공지능이 활발하게 융합될 것으로 기대를 모았던 제조업, 농림수산업, 교육 등 다른 분야에서의 활용 전망은 기대와 달리 높지 않았다.

[그림 4] 인공지능 적용 주요 업종 분야

(단위 : %)



자료 : 과학기술정보통신부 외, 「2020 인공지능산업 실태조사」, 2021, 재정리.

## Ⅲ. 일상의 디지털 전환에 따른 새로운 사회갈등

### 1. 일상의 디지털 전환과 온라인 플랫폼

#### 가. 코로나19와 일상의 디지털 전환

2019년 말에 코로나19가 발생하여 사회적 거리두기가 시작되면서 사람들의 직접적인 대면 접촉은 급격히 줄어들고, 대신 ICT를 활용하여 일상적인 상호작용을 매개하는 상황이 증가했다. 사람과 사람의 직접적인 상호작용(human - human contact)이 사람-ICT-사람의 상호작용(human - ICT - human contact)으로 바뀐 것이다. 이와 같이 일상의 다양한 상호작용을 직접적인 대면 방식이 아니라 디지털 기술을 매개로 하여 완성하거나, 디지털 방식을 통해서 완전히 새로운 상호작용 만들어내는 것을 ‘일상의 디지털 전환’이라고 정의할 수 있다.

일반적으로 디지털 전환(digital transformation)은 데이터·인공지능 등을 적용하여 4차 산업혁명을 진행해 나가는 과정을 의미한다. 기존의 아날로그 방식을 디지털 방식으로 바꾸는 것뿐만 아니라 디지털을 공통 연결고리로 삼아 다양한 기술과 산업을 융합하여 새로운 제품·서비스를 만드는 것까지 포함한다.

4차 산업혁명 초기에는 제조업을 중심으로 디지털 전환의 수요가 많았기 때문에 ‘생산의 디지털 전환’이 강조되었다. 이러한 관점에서 가트너(Gartner)는 디지털 전환을 ‘정보통신자원의 현행화부터 디지털 최적화, 새로운 디지털 비즈니스 모델 발굴’까지 포함하는 개념으로 보았고, 맥킨지(McKinsey)는 ‘디지털 기술을 활용하여 비즈니스를 더욱 빠르고 효율적으로 혁신하며 존재하지 않았던 새로운 비즈니스를 창출하는 것’으로 보았다.<sup>11)</sup> 『산업 디지털 전환 촉진법』에서도 생산 과정을 효율화하고 새로운 부가가치를 창출하는 것을 디지털 전환으로 본다.<sup>12)</sup>

11) 이진휘, 「디지털 전환과 SW산업 해외진출 전략」, 이슈리포트 2020-제12호, 정보통신산업진흥원, 2020.

디지털 전환의 흐름은 코로나19를 겪으면서 생산 분야를 넘어 ‘일상’으로 확산되었다. 4차 산업혁명 등장 이후 각 분야에서 활발하게 연구하고 개발된 ICT 제품·서비스가 빠르게 일상의 다양한 분야에 적용된 것이다. 사이버-물리 시스템, 스마트 팩토리 등이 생산의 디지털 전환에 포함되는 대표 사례라고 한다면, 배달 앱, 화상회의앱, OTT<sup>13)</sup>, 키오스크 등이 대표적인 일상의 디지털 전환 사례이다.

실제로 코로나19를 전후로 하여 일상의 디지털 전환 사례가 급격히 증가했다. 다음의 [그림 5]는 코로나19의 국내 확산 시점인 2020년 1월을 전·후로 하여 배달 앱, 화상회의앱 등의 사용자 수와 사용 시간을 비교한 것이다.

먼저, 식당 방문이 줄어드는 대신 배달앱의 사용자 수는 2020년 1월 260만 명에서 2022년 1월 568만 명으로 118.6% 증가했다. 원격수업·재택근무 증가의 영향으로 화상회의앱 사용자 수는 2020년 1월 24만 명에서 2020년 10월 83만 명까지 240.0% 증가했다가 2022년 1월 63만 명이 되었고, 사용 시간은 2020년 1월 6만 시간에서 2020년 10월 54만 시간으로 882.8% 증가했다가 2022년 1월 31만 시간이 되었다. 여가 분야에서도 극장·공연장 방문은 줄어드는 대신 OTT앱 사용자 수가 2020년 1월 316만 명에서 2022년 1월 471만 명으로 49.3% 증가했고, 사용 시간은 372만 시간에서 557만 시간으로 49.7% 증가했다. 오프라인 매장들도 점원을 대신하여 고객이 직접 자동주문기계(kiosk)를 조작하도록 하는 경우가 많은데, 국내 외식업체의 키오스크 이용률은 2019년 1.5%에서 2020년 3.1%로 106.7% 증가했다.

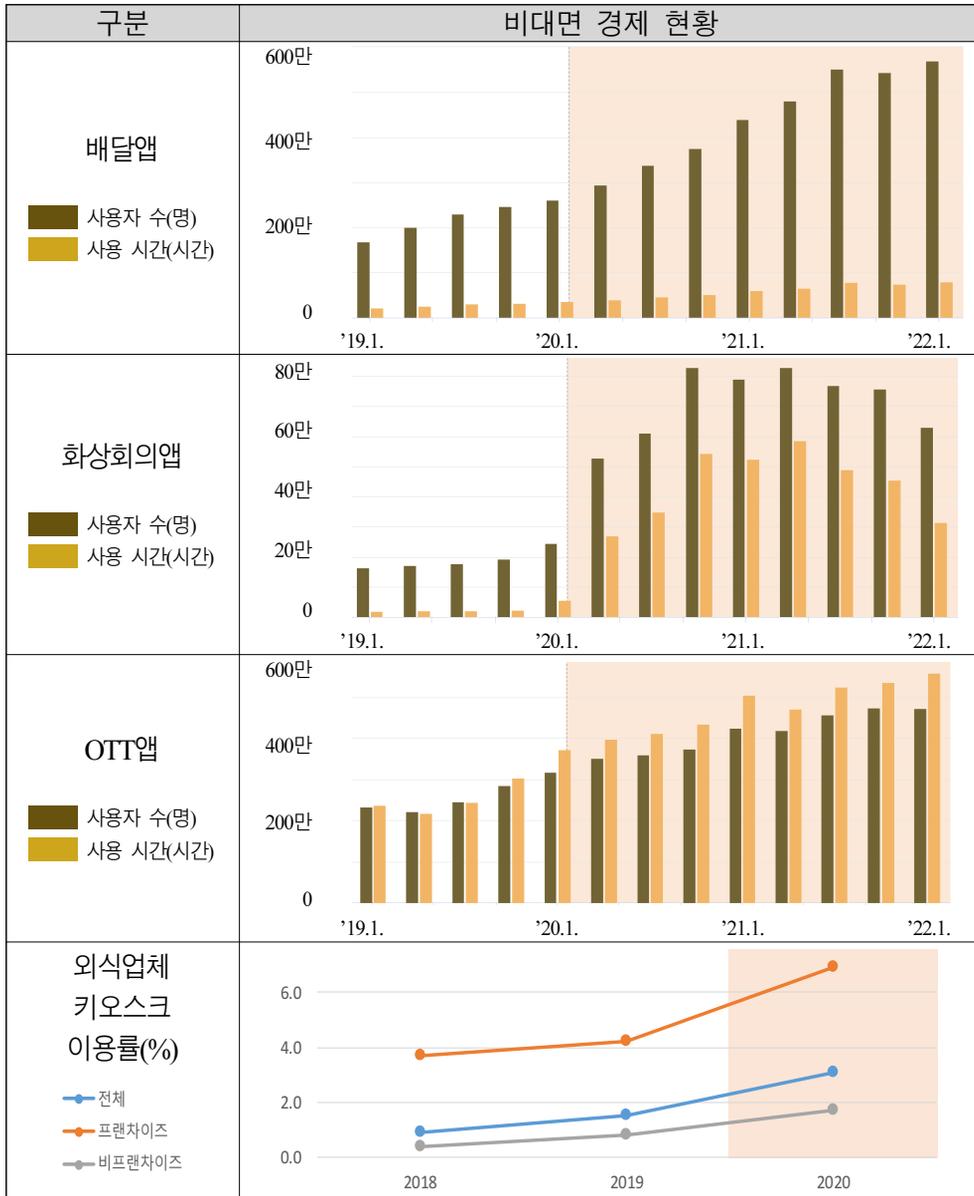
12) 「산업 디지털 전환 촉진법」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

4. “산업 디지털 전환”이란 산업데이터와 「지능정보화 기본법」 제2조제4호에 따른 지능정보기술을 산업에 적용하여 산업활동 과정을 효율화하고 새로운 부가가치를 창출하여 나가는 일련의 행위를 말한다.

13) OTT(Over The Top)는 공중파나 케이블 대신 인터넷을 통해 콘텐츠를 감상할 수 있는 서비스를 의미하며, 넷플릭스(Netflix), 웨이브(wavve), 티빙(TVING), 쿠팡플레이(coupang play) 등이 대표적이다.

[그림 5] 코로나19 전후 비대면 경제 현황의 변화



자료 : KDI 코로나19 관련 통계 시각화 웹사이트 (최종 방문일 : 2022.3.7.) <<http://www.covid19board.kr>>; 통계청 국가통계포털 「포스단말기 및 무인주문기(키오스크) 사용여부 (최종 방문일 : 2022.3.7.) <<https://kosis.kr>>

## 나. 일상의 디지털 전환을 위한 온라인 플랫폼

### (1) 온라인 플랫폼의 개념

온라인 플랫폼(online platform)은 인터넷 상에서 여러 주체들이 일정한 상호작용을 할 수 있도록 만든 응용프로그램 또는 서비스로 볼 수 있으며, 디지털 플랫폼과 같은 내용이다. OECD도 이와 유사하게 온라인 플랫폼을 ‘인터넷을 통한 서비스에서 상호작용하는 2개 이상의 구분되지만 상호의존적인 사용자(개인이나 법인) 집합 간의 상호작용을 촉진하는 디지털 서비스’라고 정의한다.<sup>14)</sup> 온라인 플랫폼의 개념을 넓게 본다면 ‘상품 및 서비스의 거래, 이용자 간의 의사소통 및 정보 교환 등을 매개하는 인터넷 홈페이지, 어플리케이션 및 이에 준하는 전자적 시스템’으로 볼 수 있고, 좁게 본다면 ‘플랫폼 이용사업자와 소비자 사이에서의 재화 또는 용역에 대한 거래 개시를 중개하는 서비스’라고 할 수 있다.<sup>15)</sup> 최근 발의된 법률안에서는 온라인 플랫폼을 둘 이상 이용자 사이에서 재화·용역 거래, 정보 교환과 같은 상호작용이 이루어질 수 있도록 중개하는 전자적 시스템을 의미한다.<sup>16)</sup>

어떠한 관점을 따르더라도 온라인 플랫폼의 핵심적인 기능은 서로 다른 이용자를 온라인 공간에서 중개·연결하는 것이다. 미리 정해진 규칙을 따른다면 누구나 쉽게 디지털 공간(인터넷 홈페이지, 모바일 앱)에 자신의 상품을 등록하거나 타인의 상품을 검색·구매할 수 있다. 따라서 온라인 플랫폼은 오프라인 상호

14) OECD, *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*, OECD Publishing, Paris, 2019.

15) 선지원, 「온라인 플랫폼 이용자 보호를 위한 규제 방식에 대한 연구」, 『서울법학』, 29(2), 2021.

16) 제21대 국회에 제안된 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(민병덕의원안, 배진교의원안, 정부안, 민형배의원안, 김병욱의원안), 「온라인 플랫폼 중개 서비스 이용거래의 공정화에 관한 법률안」(성일중의원안), 「온라인 플랫폼 통신판매중개거래의 공정화에 관한 법률안」(송갑석의원안), 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안」(전혜숙의원안), 「온라인 플랫폼 기본법안」(윤두현의원안) 등에 제시된 ‘온라인 플랫폼’의 개념을 종합한 것이다.

작용을 온라인 상호작용으로 바꾸어주는 기능을 하기 때문에 일상의 디지털 전환을 구현하는 가장 핵심적이고 대표적인 수단이다.

[표 4] 주요 법률안에 제시된 '온라인 플랫폼'의 개념

대표발의 (의안번호)	내용
민병덕의원 (219598)	둘 이상 집단의 이용자들 간에 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다)의 거래, 정보 교환 등 상호작용을 목적으로 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템
배진교의원 (218626)	재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다)의 거래와 관련된 둘 이상 이용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템으로서 대통령령으로 정하는 것
정부 (217743)	재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다)의 거래와 관련된 둘 이상 이용자 간의 상호작용을 위하여 정보통신설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템으로서 대통령령으로 정하는 것
민형배의원 (217703)	재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다)의 거래·정보 제공 등을 목적으로 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템
김병욱의원 (217622)	재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다)의 거래, 정보 교환 등 상호작용을 목적으로 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템
성일종의원 (218802)	둘 이상의 이용자 간에 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다)의 거래, 정보 교환 등 상호작용을 목적으로 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템
송갑석의원 (211835)	재화 또는 용역(이하 “재화등”이라 한다)의 판매를 중개할 목적으로 재화등의 정보 제공, 소비자(「소비자기본법」 제2조제1호에 따른 소비자를 말한다)의 청약 접수 및 판매 등을 할 수 있도록 하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템
전혜숙의원 (216369)	이용자 간에 의사 소통 및 정보 교환, 재화·용역 또는 디지털콘텐츠(이하 “콘텐츠 등”이라 한다)의 거래 등 상호작용을 매개하기 위해 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술을 활용하여 정보를 수집·가공·저장·검색·송신 또는 수신하는 정보통신체제
윤두현의원 (2113487)	재화, 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공할 수 있는 권리를 포함한다) 또는 디지털 콘텐츠 제공에 관한 정보 교환 또는 계약 체결이 가능한 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템

자료 : 국회 의안정보시스템 (최종 검색일 : 2022.3.7.) <<https://likms.assembly.go.kr/bill>> 재정리

## (2) 온라인 플랫폼의 유형

온라인 플랫폼의 유형은 다양한 기준을 적용하여 구분할 수 있지만, 이 글에서는 중개하고자 하는 사람들이 존재하는 위치를 기준으로 온-오프라인 연계(Online-to-Offline, O2O) 플랫폼과 메타버스(metaverse) 플랫폼으로 구분한다.

우선, O2O 플랫폼은 사람들은 현실공간에 있고, 그 사람들의 상호작용만 온라인으로 중개하는 방식을 말한다. 기존에는 제품·서비스의 수요자가 공급자(식당, 택시 등)를 직접 찾아갔다면, O2O 플랫폼에서는 수요자가 공급자 또는 공급자가 제공하는 제품·서비스를 ‘호출’하는 방식이기 때문에 이를 호출앱 또는 주문형(on-demand) 플랫폼이라고 한다.

다음으로, 메타버스 플랫폼은 사람들이 가상공간에 있고, 그 사람들의 상호작용도 가상공간에서 발생하는 경우를 말한다. 예를 들어, 자신이 현실에서 직접 착용할 핸드백은 O2O 플랫폼에서 구입하고, 메타버스에서 아바타가 착용할 핸드백 아이템은 메타버스 플랫폼에서 구입할 수 있다. 참고로, 메타버스는 초월 또는 그 이상을 뜻하는 메타(meta)와 세상을 뜻하는 유니버스(universe)가 합쳐진 표현으로 ‘가상과 현실이 상호작용하며 공진화하고 그 속에서 사회·경제·문화 활동이 이루어지면서 가치를 창출하는 세상’<sup>17)</sup> 또는 ‘가상과 현실이 융합된 공간에서 사람·사물이 상호작용하며 경제·사회·문화적 가치를 창출하는 세계’<sup>18)</sup>를 의미한다.

## (3) 온라인 플랫폼의 현황

온라인 플랫폼 중에서 우선, O2O 플랫폼 현황은 과학기술정보통신부의 「2020년 O2O 서비스 산업조사」를 통해 살펴볼 수 있다.<sup>19)</sup> 이 조사에 따르면 2020년

17) 이승환·한상열, 「메타버스 비긴즈(BEGINS): 5대 이슈와 전망」, 소프트웨어정책연구소, 2021.

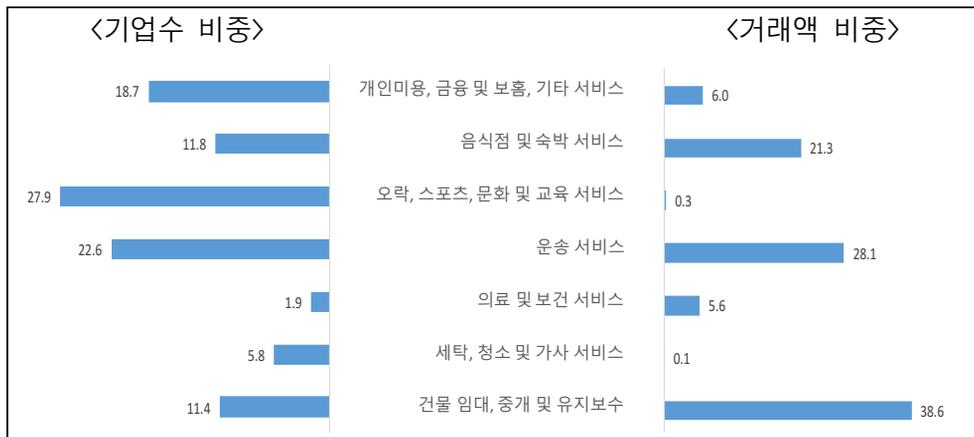
18) 관계부처 합동, 「메타버스 신산업 선도전략」, 2022.1.20.

기준 우리나라 O2O 플랫폼 사업자는 679개, 플랫폼 입점업체는 53.3만 개 수준이다. 플랫폼의 분야는 크게 7가지로 구분할 수 있는데, 전체 O2O 플랫폼 사업자 679개 중에서 ‘오락, 스포츠, 문화 및 교육 서비스’ 분야가 189개로 가장 많고, 그 다음으로 ‘운송 서비스’(153개), ‘개인미용, 금융 및 보험, 기타 서비스’(127개), ‘음식점 및 숙박 서비스’(80개) 순서이다.

O2O 플랫폼에 입점하여 서비스를 공급하는 53.3만 개 입점업체의 총 거래액은 약 126조 원이다. 이 중에서 ‘건물 임대, 중개 및 유지보수’ 분야가 48.5조 원으로 가장 많고, 다음으로 ‘운송 서비스’(35.5조 원), ‘음식점 및 숙박 서비스’(26.8조 원) 순서이다. 플랫폼 거래 과정에서 플랫폼 사업자가 수수료 등의 명목으로 얻는 수입은 약 3.5조 원이다.

[그림 6] O2O 분야별 기업수 및 거래액 비중

(단위 : %)



자료 : 과학기술정보통신부, 「보도자료 : 과기정통부, 「2020년 O2O 서비스 산업조사」 결과 발표」, 2021, 재정리.

19) 과학기술정보통신부, 「보도자료 : 과기정통부, 「2020년 O2O 서비스 산업조사」 결과 발표」, 2021.4.9.

다음으로, 메타버스 플랫폼은 활용 목적에 따라 사회관계 형성, 디지털 자산 거래, 원격협업 지원 등 3개 유형으로 구분할 수 있다. 사회관계 형성 유형은 SNS·게임에 집단놀이, 문화 활동 등을 접목한 것으로 로블록스(Roblox)와 제페토(Zepeto) 등이 대표적이다. 디지털 자산 거래 유형은 가상부동산이나 가상상품 등을 직거래할 수 있도록 한 것으로 디센트럴랜드(Decentraland)가 대표적이다. 협업 지원 유형은 화상회의나 다중협업을 지원하는 서비스로 MS의 메시(Mesh), NVIDIA의 옴니버스(Omniverse) 등이 대표적이다.

메타버스 플랫폼에 대해서는 아직까지 공식적인 실태조사가 이루어지지 않고 있지만, 관련 통계를 통해 메타버스 산업의 규모를 대략적으로 확인할 수 있다. 대표적으로 소프트웨어정책연구소가 수행한 「2020 가상증강현실(VR/AR)산업 실태조사」에 따르면 국내 VR·AR 관련 총 매출액은 7,518.2억 원이며, 기업당 평균 매출액은 12.7억 원이다.<sup>20)</sup> 업종별로는 문화콘텐츠 제작(평균 13.0억 원), 전용 기기 및 부품 제조(평균 10.5억 원)의 평균 매출액이 크다. 이와 달리 산업 콘텐츠 제작(평균 5.6억 원), 콘텐츠 판매 및 서비스(평균 3.5억 원)의 평균 매출액은 적다.

[표 5] 메타버스 관련 업종별 매출액

(단위 : 개, 억 원)

구분		기업수	매출액	기업당 평균
콘텐츠 제작 및 공급업	문화콘텐츠	356	4624.1	13.0
	산업 콘텐츠	259	1454.9	5.6
콘텐츠 판매 및 서비스		72	249	3.5
전용 기기 및 부품 제조		61	639.2	10.5
전용 SW 개발 및 공급		68	550.9	8.1
합계		591	7518.2	12.7

자료 : 소프트웨어정책연구소, 「2020 가상증강현실(VR/AR)산업 실태조사」, 2020.

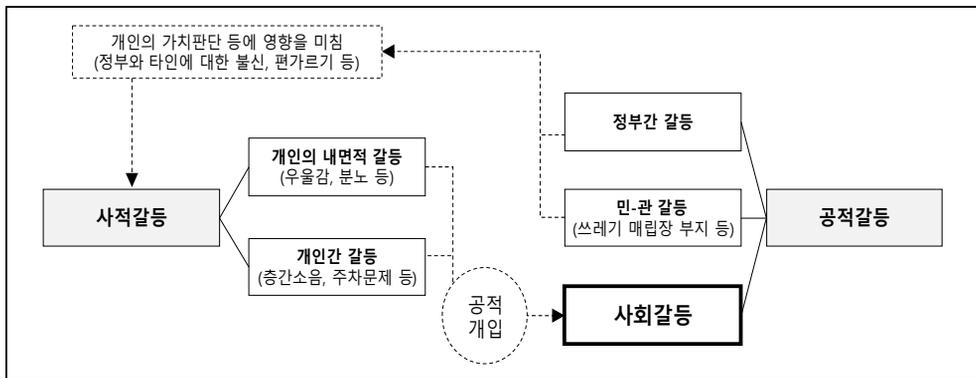
20) 소프트웨어정책연구소, 「2020 가상증강현실(VR/AR)산업 실태조사」, 2020.

## 2. 온라인 플랫폼에서 발생하는 새로운 사회갈등

### 가. 사회갈등의 개념

사회갈등은 민간의 사적(私的) 갈등에서 출발하지만 문제의 심각성과 영향력이 크고 해결의 난이도가 높아서 정부나 공공의 공적인 개입이 필요하여 궁극적으로 공적(公的) 갈등이 된 것을 의미한다.<sup>21)</sup>

[그림 7] 갈등의 유형과 사회갈등의 위상



자료 : 은재호, 「사회갈등 해소를 위한 국민통합 전략과 실행방안 연구」, 2017, 일부 수정.

우선, 사적 갈등이란 우울감·분노 등 개인의 내면적 갈등 상황뿐만 아니라, 충간소음·주차문제 등 개인이 타인과의 관계에서 발생하는 민-민 갈등을 의미한다.

다음으로, 공적 갈등은 크게 세 가지로 구분되는데, 먼저 정부간 갈등은 정부간 관계에서 파생하는 대립적 상황으로 크게 중앙 부처간, 중앙 부처와 지자체간, 지자체 상호간 갈등으로 나뉜다. 그리고 민-관 갈등은 공권력과 정책대상집단 사이의 갈등을 지칭하며 ‘공공갈등’이라고도 한다. 마지막으로 사회갈등은 공

21) 은재호, 「사회갈등 해소를 위한 국민통합 전략과 실행방안 연구」, 한국행정연구원, 2017.

권력의 개입이 불필요하거나 공권력의 개입을 자제하는 사적 갈등에서 출발하지만 그 영향력이나 파장, 중요성 등의 이유로 공권력이 실제 개입하거나 개입이 요구되는 갈등을 의미한다. 예를 들어 개인의 우울증과 분노가 사회적 문제를 초래하고, 층간소음·골목주차·분리수거 등을 둘러싼 이웃간의 분쟁이 격화되어 공권력의 개입이 요구될 경우 사회갈등이 되는 것이다.

#### 나. 온라인 플랫폼에서 발생하는 새로운 사회갈등

4차 산업혁명과 코로나19로 인해 우리의 일상은 빠르고 넓게 디지털 전환을 겪고 있지만, 사회규범과 법·제도는 그 속도를 따라가지 못하고 있다. 그 결과 현실과 제도의 부조화 또는 제도의 공백 문제가 발생한다. 이러한 문제는 한편으로는 기술의 진보를 가로막는 규제로 작동하고, 또 한편으로는 개인의 평온한 삶을 방해하고 사회적 비용을 유발하는 사회갈등이 된다.

4차 산업혁명 초기에는 생산의 디지털 전환이 강조되었기 때문에 일자리 상실이 큰 사회갈등 요인이었다. 정형적·반복적 업무를 수행하는 중간 수준 숙련도를 보유한 근로자들이 일자리 및 경제적 이윤 배분 기회를 인공지능 로봇과 같은 자동화 시스템에 빼앗길 수 있다는 우려가 컸기 때문이다.

그러나 일상의 디지털 전환이 발생하면서 사회갈등의 양상은 온라인 플랫폼을 중심으로 나타나게 되었다. 온라인 플랫폼이 기존의 사회·경제적 거래 방식을 대체하는 과정에서 이해관계의 대립이 발생하게 되는데, 기존의 법·제도가 이러한 대립을 충분히 조정해주지 못했기 때문이다. 즉, 기술 변화에 상응하는 제도 및 사회규범의 공진화(Co-evolution)가 이루어지지 않은 것이다.

온라인 플랫폼에서 발생하는 새로운 사회갈등의 유형은 다양하다. 이원태 외(2020)의 연구는 4차 산업혁명 시대의 사회갈등을 7가지로 구분했다.<sup>22)</sup> 갈등의

22) 이원태 외, 「4차 산업혁명 시대의 디지털 사회갈등 이슈 분석 및 사회통합정책 방안」, 정보통신정책연구원, 2020.

유형은 ① ‘4차 산업혁명’ 실체에 대한 갈등, ② 유망산업과 위험군 산업 종사자 간의 갈등, ③ 기술 담론과 사회 담론 간의 갈등, ④ 일자리 및 노동, ⑤ 기술혁신과 규제의 경직성으로 인한 갈등, ⑥ 한국경제 성장 동력 요인에 대한 갈등, ⑦ 글로벌 시장 내에서의 갈등 등이다. 심우민(2021)의 연구는 온라인 플랫폼에서 발생하는 사회갈등을 4가지로 구분했다.<sup>23)</sup> 갈등의 유형은 ① 플랫폼-소비자 갈등(소비자의 계약권 부정 또는 과도한 위약금, 허위·과장 광고행위), ② 플랫폼-노동자 갈등(플랫폼 노동), ③ 플랫폼-전통산업 갈등(승차공유 플랫폼 vs 택시, 직방 vs 한국공인중개사협회, 카카오 T 대리/티맵 안심대리 vs 대리운전업체연합회 등), ④ 플랫폼-플랫폼 갈등(인앱결제 강제 사례) 등이다.

이 글에서는 온라인 플랫폼에서 발생한 사회갈등 유형 중에서 지금까지 사회적으로 논쟁이 활발하고, 동시에 일상과 관련이 깊은 것을 선정하여 심층적으로 분석하고자 한다. 앞서 살펴본 심우민(2021) 연구에서 다양한 유형이 제시되었지만, 이 중에서 소비자의 계약권과 허위·과장광고는 현행 법률로 대응 가능하고, 인앱결제 강제는 사회갈등보다는 부정경쟁의 관점이 강하고, 플랫폼 노동에 대한 갈등은 노동문제에 관한 것이어서 별도의 보고서로 다루어야 할 내용이므로 제외한다. 또한 플랫폼 사업자가 거래관계의 우월적 지위를 악용하거나 인공지능 알고리즘 등을 조작하여 부당한 이득을 챙기는 행위, 플랫폼 입점업체 또는 이용자가 부정한 방법을 이용하여 이득을 챙기는 행위, 즉 어뷰징(abusing)도 사회갈등을 유발하지만 부정경쟁 측면에서 해결하는 것이 효과적이므로 분석 대상에서 제외한다. 그 결과 ‘기존 산업과 플랫폼 사업자 사이의 갈등’ 유형만 최종적으로 선택한다. 이 외에 플랫폼 생태계 내부에서도 새로운 사회갈등이 발생하고 있으므로, 이를 유형화하여 추가한다.

그 결과 최종적으로 ① 기존 산업과 플랫폼 사업자 사이의 갈등, ② 플랫폼 사

23) 심우민, 「디지털 전환에 따른 사회갈등의 현황과 대응방안 연구 - 온라인플랫폼 관련 갈등을 중심으로」, 국회입법조사처 정책연구용역보고서, 2021.

업자와 입점업체(판매자) 사이의 갈등, ③ 입점업체(판매자)와 이용자(소비자) 사이의 갈등, ④ 이용자(소비자) 사이의 갈등을 분석 대상으로 선정한다.

[표 6] 사회갈등의 유형

구분	내용	
일상의 디지털 전환		
사회갈등 유형	기존 산업과 플랫폼 생태계 사이의 갈등	기존 산업과 플랫폼 사업자 사이의 갈등
	플랫폼 생태계 내부의 갈등	플랫폼 사업자와 입점업체(판매자) 사이의 갈등 입점업체(판매자)와 이용자(소비자) 사이의 갈등 이용자(소비자) 사이의 갈등

## IV. 사회갈등 대응을 위한 입법·정책 과제

### 1. 사회갈등 유형별 사례 분석

가. 기존 산업과 플랫폼 사업자 사이의 갈등 : 승차공유 플랫폼 사례

#### (1) 갈등의 발생 및 내용

승차공유 플랫폼 ‘타다’는 이용자들이 스마트폰 앱을 통해 운전기사가 딸린 11인승 승합차를 호출해 이용할 수 있도록 하는 서비스다.<sup>24)</sup> 이 서비스는 차량 공유업체 ‘쏘카’의 자회사 ‘VCNC’가 쏘카로부터 렌터카를 빌려 운전기사와 함께 다시 고객에 대여해 주는 방식을 사용했다. 개정 전 「여객자동차 운수사업법」 제34조제2항 및 시행령 제18조<sup>25)</sup>는 사업용 자동차를 임차한 자에게 운전자를 알선해주는 것을 원칙적으로 금지하지만 예외적으로 11~15인승 승합자동차를 임차한 사람에게는 운전자 알선을 허용하였는데, 타다는 이 예외규정에 따라 운전자가 딸린 11인승 승합자동차를 빌려주는 서비스를 제공할 수 있었다.

타다를 이용하는 고객이 증가하자 택시 이용자가 감소하게 되었고, 이에 택시

24) 이하 기존 사업자와 플랫폼 사업자의 갈등 현황은 심우민(2021)의 「디지털 전환에 따른 사회갈등의 현황과 대응방안 연구」를 인용하였다.

25) 「여객자동차 운수사업법」 [시행 2020. 6. 9.] [법률 제17453호, 2020. 6. 9., 타법개정] 제34조(유상운송의 금지 등) ② 누구든지 자동차대여사업자의 사업용 자동차를 임차한 자에게 운전자를 알선하여서는 아니 된다. 다만, 외국인이나 장애인 등 대통령령으로 정하는 경우에는 운전자를 알선할 수 있다.

「여객자동차 운수사업법 시행령」[시행 2021. 3. 9.] [대통령령 제31530호, 2021. 3. 9., 일부개정] 제18조(운전자 알선 허용 범위) 법 제34조제2항 단서에서 “외국인이나 장애인 등 대통령령으로 정하는 경우”란 다음 각 호의 경우를 말한다.

1. 자동차대여사업자가 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자동차 임차인에게 운전자를 알선하는 경우

바. 승차정원 11인승 이상 15인승 이하인 승합자동차를 임차하는 사람

업계는 타다를 ‘불법 렌터카·대리기사 호출서비스’로 규정하였다. 택시 업계는 법의 사각지대를 악의적으로 이용하여 택시 면허가 없는 사람들이 사실상 불법적인 콜택시 영업을 한다며 강하게 반대했다.

## (2) 공적 개입 내용 및 결과

타다와 택시 사업자의 갈등이 격화되자 국토교통부는 2019년 8월 ‘혁신성장과 상생발전을 위한 택시제도 개편방안’을 구체화하기 위한 실무기구를 운영했다. 그러나 택시 사업자 단체의 참여 거부로 이해관계자간 자발적인 조정은 진행되지 못했다.<sup>26)</sup> 한편, 택시업계는 2019년 2월 타다 관계자를 「여객자동차운수법」 위반 혐의로 검찰에 고발했다. 그러나 타다 서비스는 당시 법률상 위법은 아니었기 때문에 2020년 2월 19일 제1심에서 무죄가 선고되었고, 택시 사업자들은 이 결정에 다시 항의했다.

이러한 갈등은 택시 사업자의 입장이 반영된 입법을 통해 종료되었다. 다수의 「여객자동차운수법」 개정안에 대하여 국회 국토교통위원회가 마련한 대안이 2019년 12월 6일에 국회 국토교통위원회에서 의결되었고,<sup>27)</sup> 2020년 3월 4일 국회 법제사법위원회에서 수정의결로 통과된 다음, 3월 6일 국회 본회의에서 원안이 가결된 것이다. 개정법의 핵심 사항은 렌터카 사업자가 렌터카를 임차한 자에게 운전자를 알선할 수 있는 예외 사유를 시행령이 아닌 법률 제34조제2항에 직접 규정하고, 예외적 대상을 축소한 것이었다. 이러한 개정법이 시행되면 타다는 기존의 방식으로는 더이상 영업을 할 수 없게 되므로 타다는 결국 2020년 4월 11일부로 ‘타다 베이직 서비스’를 중단했다.

26) 권경원, 「택시 보이콧...스타트업 반발,,,한국형 모빌리티 ‘가시밭길’」, 『서울경제』, 2019.8.29.

27) 박홍근 의원이 대표발의한 개정안(의안번호 2022993호)과 김경진 의원이 대표발의한 개정안(의안번호 2021423)을 합쳐 대안(의안번호 2024710호)으로 의결했다.

[표 7] ‘타다’ 관련한 「여객자동차 운수사업법」 신·구조문대비표

구분	개정 전	개정 후
여객자동차 운수사업법	<p>제34조(유상운송의 금지 등) ② 누구든지 자동차대여사업자의 사업용 자동차를 임차한 자에게 운전자를 알선하여서는 아니 된다. 다만, <u>외국인이나 장애인 등 대통령령으로 정하는 경우에는 운전자를 알선할 수 있다.</u></p>	<p>제34조(유상운송의 금지 등) ② 누구든지 자동차대여사업자의 사업용 자동차를 임차한 자에게 운전자를 알선하여서는 아니 된다. 다만, <u>다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 운전자를 알선할 수 있다.</u> &lt;개정 2015. 6. 22., 2020. 4. 7.&gt;</p> <p>1. <u>자동차대여사업자가 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자동차 임차인에게 운전자를 알선하는 경우</u>  <u>가. 마. (생략)</u>  <u>바. 관광을 목적으로 승차정원 11인승 이상 15인승 이하인 승합자동차를 임차하는 사람. 이 경우 대여시간이 6시간 이상 이거나, 대여 또는 반납 장소가 공항 또는 항만인 경우로 한정한다.</u></p>
여객자동차 운수사업법 시행령	<p>제18조(운전자 알선 허용 범위) 법 제34조제2항 단서에서 “<u>외국인이나 장애인 등 대통령령으로 정하는 경우</u>”란 다음 각 호의 경우를 말한다.</p> <p>1. <u>자동차대여사업자가 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자동차 임차인에게 운전자를 알선하는 경우</u>  <u>가. 마. (생략)</u>  <u>바. 승차정원 11인승 이상 15인승 이하인 승합자동차를 임차하는 사람</u></p>	<p>제18조 삭제 &lt;2021. 4. 6.&gt;</p>

### (3) 기타 사례

기존 산업과 플랫폼 사이의 갈등 중에는 공적인 개입이 필요함에도 불구하고 아직까지 제도적·자율적 대안이 마련되지 못하여 사회갈등이 지속되는 사례도 많다.

첫째, 한국공인중개사협회와 부동산 중개 플랫폼 ‘직방’의 갈등이다. 2021년 6월 직방은 공인중개사 등과 파트너십을 맺고 직방 플랫폼 내에서 거래를 하고, 거래 성사시 직방이 공인중개사에게 수수료의 절반을 받는 ‘온택트파트너스’ 서비스를 발표했다. 직방은 온택트파트너스를 통해 직방이 받는 것은 중개 수수료가 아닌 온택트파트너스 사용료이므로 직접 중개가 아니라는 입장이다.

그러나 한국공인중개사협회는 공인중개사가 수수료의 절반을 직방에 내도록 한 것은 직방이 ‘사실상의 직접 중개’를 한 것이며, 이는 공인중개사만 중개업을 할 수 있도록 한 「공인중개사법」 위반<sup>28)</sup>이라고 맞서는 상황이다. 한국공인중개사협회는 2021년 7월 14일 ‘대형 부동산플랫폼의 중개업 진출 결사 반대 성명서’를 내고 직방의 중개업 진출에 대하여 “공인중개사로부터 획득한 부동산정보와 광고비를 기반으로 성장한 기업이 막대한 자본과 축적된 데이터를 가지고 직접 중개시장에 진출하는 것은 상도외에 반할 뿐 아니라 중개업권 침탈행위로 도저히 묵과할 수 없다”고 하였다.<sup>29)</sup> 특히 거래 수수료를 중개업자와 직방이 절반씩

#### 28) 「공인중개사법」

제9조(중개사무소의 개설등록) ①중개업을 영위하려는 자는 국토교통부령으로 정하는 바에 따라 중개사무소(법인의 경우에는 주된 중개사무소를 말한다)를 두려는 지역을 관할하는 시장(구가 설치되지 아니한 시의 시장과 특별자치도 행정시의 시장을 말한다. 이하 같다)·군수 또는 구청장(이하 “등록관청”이라 한다)에게 중개사무소의 개설등록을 하여야 한다.

②공인중개사(소속공인중개사는 제외한다) 또는 법인이 아닌 자는 제1항에 따라 중개사무소의 개설등록을 신청할 수 없다.

#### 29) 한국공인중개사협회, 「대형 부동산 플랫폼 부동산중개업 진출 반대 성명서 발표」, (최종 검색일 : 2022.3.7.), <<http://www.kar.or.kr/pnews/noticeview.asp?notice=2181>>

나눠가지는 것에 대하여 “영세한 공인중개사의 중개보수를 반반씩 나누어 갖자는 것이며, 결국 공인중개사가 플랫폼에 종속되어 각종 명목으로 부당한 배분을 요구받게 될 것”이라고 강하게 비판했다.

둘째, 대리운전업체연합회와 대리운전 호출 플랫폼 ‘카카오 T 대리’의 갈등이다. 최근까지 대리운전 호출은 전화 호출 방식이 전체 시장의 80% 이상을 차지했다. 이에 카카오 T 대리를 운영하는 카카오모빌리티는 직접 전화 호출 시장에 진출하기 위하여 2020년에 전화 기반 대리운전 배차업체 ‘콜마너’를 인수했다. 또한 2021년 8월 카카오모빌리티의 자회사 CMNP는 전화콜 대리운전 업계 1위 서비스인 ‘1577-1577 대리운전’을 운영하는 코리아드라이브와 신규법인 ‘케이드라이브’를 설립하고 1577-1577 대리운전 서비스를 이관받았다.<sup>30)</sup>

이러한 모바일 플랫폼이 전화 대리운전 호출 시장으로 진출하는 것에 대하여 기존의 대리운전 업계는 강력히 반발했다. 2021년 8월 5일 한국대리운전총연합회는 기자회견을 열고 카카오모빌리티의 전화 대리운전 호출 시장 진출을 규탄하고 나섰다. 한국대리운전총연합회는 “카카오가 진입하기 전인 2016년까지 6,000여 개 대리운전업체가 있었지만 지금은 절반이 사라졌다”며 “그나마 남아 있던 전화콜 시장마저 빼앗길 위기에 처했다. 카카오는 남은 전화콜 시장의 지분 인수와 진출을 철회하고, 원가 이하의 가격 정책으로 고객을 확보하는 불공정 경쟁을 멈추라”고 주장했다.<sup>31)</sup>

30) 구민기, 「카카오, 전화호출 대리운전 시장 진출」, 『한국경제』, 2021.8.1.

31) 김인경, 「‘전화대리’ 진출한 카카오, 따라가는 티맵...대리운전업계 “골목상권 침탈 말라”」, 『블로터』, 2021.8.5.

나. 플랫폼 사업자와 입점업체 사이의 갈등 : 배달앱 수수료 사례

### (1) 갈등의 발생 및 내용

대부분의 온라인 플랫폼은 입점업체의 수수료나 광고비용을 주요 수익원으로 하고 있어서, 입점업체가 플랫폼 사업자에게 지불하는 수수료와 광고비용의 문제가 중요 갈등 요인으로 작용하고 있다. 플랫폼 사업자는 초기에는 입점업체와 이용자 확대를 위하여 무료 또는 낮은 수수료로 서비스를 제공하다가, 일정 시간이 경과한 다음에는 수익 창출을 위해서 수수료를 올리거나, 성능이 향상된 추가 서비스를 만들어서 추가비용 납입을 거부하기 어렵게 만드는 방식을 이용한다.

배달앱의 경우, 배달앱에 입점하여 음식을 판매하는 입점업체가 배달앱에 납부하는 비용은 대략 음식값의 30% 정도이다. 예를 들어, 배달의민족에서 입점업체가 15,000원 짜리 음식을 판매하는 경우 오픈리스트 광고료 1,020원(음식값의 6.8%)과 카드결제 수수료 450원(3%)을 합한 1,470원(9.8%)을 배달앱에 납부해야 한다. 여기에 배달비 3,000원(20%)이 추가로 발생하는데, 입점업체가 배달비 전부를 부담할 경우 입점업체는 광고료·카드결제수수료·배달비를 포함한 총 4,470원(29.8%)을 배달앱에 납부해야 한다. 수수료 부담이 큰 상황이므로 적정 수수료의 수준에 대해서 플랫폼 사업자와 입점업체 사이의 갈등이 불가피하다.

이와 같은 내용은 중소벤처기업부가 온라인 플랫폼 입점업체 978개사를 대상으로 조사한 온라인 플랫폼 실태조사 결과에도 나타난다.<sup>32)</sup> 온라인 플랫폼 이용 수수료의 적정성에 대해서 66.1%가 부당하다고 응답했고, 광고비의 경우에도 66.0%가 부당하다고 응답했다. 온라인 플랫폼 이용 시 플랫폼 사업자로부터 부당행위를 경험했다는 응답이 47.1%(461개 기업)였고, 부당한 경험을 한 461개 기업 중에서 수수료와 거래절차 관련 경험이 있다고 응답한 기업이 91.8%로 압도적으로 높았다.

32) 중소벤처기업부, 「온라인 플랫폼 사용기업 실태조사 결과보고서」, 2021.2.

## (2) 공적 개입 내용 및 결과

정부는 배달앱의 배달비 상승을 막기 위해 배달수수료를 공시하는 정책을 추진하고 있다.<sup>33)</sup> 기획재정부는 2022년 1월 21일 물가관계차관회의에서 “급증한 배달수수료는 외식물가 상승의 주요 이유 중 하나”라며 “2월부터 소비자단체협의회가 매달 1회 배달수수료 현황을 조사해 소비자단체협의회와 소비자원 홈페이지에 공개할 예정”이라고 밝혔다. 배달앱 수수료 정보를 공개함으로써 플랫폼 간 수수료 인상 경쟁을 막고, 궁극적으로 배달수수료 부담을 낮추겠다는 취지이다. 이에 따라 한국소비자단체협의회 물가감시센터는 배달플랫폼별 소비자가 지불하는 배달비를 2월 12~13일 양일간 조사하여 25일 결과를 발표했다.<sup>34)</sup> 주요 배달앱 간 최고-최저 배달비의 가격 차는 최저 100원부터 최고 5,500원까지 편차가 큰 것으로 나타났다.

이와 함께 국회와 정부는 플랫폼 자체의 공정경쟁을 강화하는 입법을 추진하고 있다. 가장 대표적인 것이 제21대 국회에서 발의된 다수의 온라인 플랫폼 중개거래 공정화에 관한 법률안이다. 이 중에서 정부가 제안한 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」(의안번호 : 2107743)의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자와 온라인 플랫폼 중개거래에 관한 계약을 체결한 때에는 중개거래계약 기간, 변경 및 해지 등에 관한 사항이 포함된 온라인 플랫폼 중개거래계약서를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 서면으로 교부하여야 한다(안 제6조). 둘째, 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 중개거래에 관한 계약을 해지하려는 경우에는 해지 예정일 30일 전까지 그 이유를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 통지하여야 한다(안 제7조).

33) 이국현, 「“배달비 후덜덜, 이제 픽업”...공시하면 부담 줄까, 『뉴시스』, 2022.2.6.

34) 한국소비자단체협의회, 「성명서 : 배달앱, 배달비 가격 변동에 대한 소비자 정보 구체적으로 제공해야동일 조건에서 배달앱에 따라 100원~5,500원까지 배달비 달라, 2022.2.25. (최종 검색일 : 2022.3.7.), <<http://www.consumer.or.kr/DR2001/FN2001VE.php>>

셋째, 온라인 플랫폼 중개사업자가 자신의 거래상 지위를 부당하게 이용하여 온라인 플랫폼 이용사업자에게 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하거나 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위 등을 하여서는 아니된다(안 제9조). 온라인 플랫폼 중개사업자가 법을 위반하여 온라인 플랫폼 이용사업자에게 손해를 입힌 경우에는 고의·과실이 없음을 입증한 경우를 제외하고는 그 손해에 대하여 배상책임을 진다(안 제30조).

다. 입점업체와 이용자 사이의 갈등 : 배달앱 댓글·별점 사례

### (1) 갈등의 발생 및 내용

온라인 플랫폼에서 제품·서비스를 구매하는 이용자(소비자)는 입점업체의 상품을 직접 눈으로 확인할 수 없기 때문에 이용자의 댓글에 의존하는 경향이 크다. 미리 제품 또는 서비스를 경험한 사람들이 남긴 댓글과 별점이 온라인·비대면 거래에서 발생하는 정보 비대칭성을 완화시켜주는 기능을 수행한다.<sup>35)</sup>

대부분의 소비자들이 자신의 경험과 평가에 기반한 댓글과 별점을 달고 있지만, 일부 소비자들은 이렇다 할 근거 없이 ‘맛없다’는 내용의 악성댓글을 달거나, 0점의 별점을 주는 ‘별점테러’를 하는 경우가 있다. 최근, 온라인·비대면 거래가 증가하여 입점업체 매출액에 대한 댓글의 영향력이 커지면서 의도적으로 부정적인 댓글을 남기는 이용자에 대한 입점업체의 불만이 증가하고 있다.

특히 악성 댓글·별점에 대해서 입점업체가 이의를 제기할 틈도 없이 후속 소비자들이 그 별점과 리뷰를 보고 구매를 포기하기 때문에, 입점업체는 빨리 사과하고 별점을 조정하거나 리뷰를 내려달라고 부탁할 수 밖에 없는 상황이다. 이 과정에서 입점업체의 경제적 피해와 불필요한 감정소모 등이 발생하게 된다. 대

35) 안수현, 「온라인·오프라인 융복합서비스시장(O2O)에서의 소비자이슈와 보호방안」, 『외법논집』, 41(2). 2017.

표적인 사례가 지난 2021년 6월에 발생한 이른바 ‘새우튀김 갑질사건’이다. 고객이 배달앱으로 주문한 새우튀김 3개 중 1개가 ‘색깔이 이상하다’며 입점업체에 전화하여 항의와 환불을 요구하고 배달앱에 ‘개념없는 사장’이라는 댓글과 별점 1점을 남겼다. 그 이후 고객의 항의전화와 플랫폼 사업자로부터의 사과 재촉이 계속되는 과정에서 입점업체 담당자가 급작스러운 뇌출혈로 사망했다.<sup>36)</sup>

## (2) 공적 개입 내용 및 결과

정부는 리뷰·별점제도의 순기능을 강화하고, 즉각적으로 피해자 구제를 할 수 있는 방안을 준비하고 있다.<sup>37)</sup> 첫째, 신속한 문제해결을 위해 ‘플랫폼 서비스 리뷰·별점제도 개선 가이드라인’을 마련하여 사업자의 자율규제를 유도하고, 장기적으로는 「전기통신사업법」상 금지행위 규정 정비할 예정이다. 둘째, 국민 이용도가 높아진 온라인 플랫폼을 「전기통신사업법」상 ‘이용자 보호업무평가’ 대상에 포함시켜 플랫폼 사업자의 책무를 강화할 것이다. 셋째, 효과적인 피해 구제를 위하여 원스톱 피해구제 체계를 마련할 방침이다. 넷째, 일정 규모 이상의 대규모 온라인 플랫폼 사업자를 대상으로, 유통되는 정보가 과장·기만성이 명백하고, 회복하기 어려운 손해발생이 예상되는 등 일정요건을 갖춘 경우, 해당 정보의 유통방지를 위해 필요한 조치를 취하도록 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」을 개정할 방침이다. 다섯째, 플랫폼 이용자간 분쟁을 신속하고 효율적으로 해결하는 (가칭)플랫폼분쟁조정위원회를 설치하는 「온라인 플랫폼 이용자보호법(안)」의 입법을 추진할 방침이다.

제21대 국회에서는 이와 관련하여 다수의 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호

36) 허미담, 「“새우튀김 1개 환불해달라”…잇단 ‘진상 고객’ 갑질에 자영업자 울분」, 『아시아경제』, 2021.6.22.

37) 방송통신위원회, 「보도자료 : 방통위, 악성후기로 고통받는 온라인 플랫폼 이용사업자 보호한다!」, 2021.7.11.

등에 관한 법률 일부개정법률안」이 발의되었다. 리뷰 작성자의 아이디와 IP주소를 표시하도록 하는 이른바 리뷰 실명제를 도입하는 박대출의원안(의안번호 2106387), 플랫폼 사업자의 리뷰 게시판의 운영중단과 임시조치를 직접적으로 규정한 양기대의원안(의안번호 2104964), 플랫폼 사업자로 하여금 악성댓글과 같은 부당한 정보가 유통되지 않도록 의무를 부여하고, 자율규약을 정할 수 있도록 하고, 방송통신위원회가 자율심의기구를 지정할 수 있도록 하는 이용빈의원안(의안번호 2112731), 악성댓글로 타인의 영업을 방해하는 자를 처벌하는 임오경의원안(의안번호 2112551) 등이 있다.

라. 이용자 사이의 갈등 : 메타버스 아바타 스토킹·성희롱 사례

#### (1) 갈등의 발생 및 내용

메타버스는 개인간 상호작용을 가상공간에 그대로 구현하는 것이기 때문에 이용자 사이의 모욕·비하·인신공격과 같은 개인간 갈등이 발생할 수 있다. 특히 문제가 되는 것은 메타버스가 새로운 성범죄의 도구로 악용될 수 있다는 점이다.

다양한 성범죄 중에서 상대방에 대한 스토킹·성희롱으로 이용자에게 직접적인 불안과 성적 수치심을 초래하는 경우에는 현행 「스토킹범죄 처벌 등에 관한 법률」 제18조의 스토킹범죄, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률」 제44조의7의 불법정보 유통 금지, 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제13조의 통신매체를 이용한 음란행위 등을 적용하여 처벌할 수 있다.

그러나 사람이 아닌 아바타(avatar) 자체에 대해 직접적으로 가해지는 스토킹·성희롱에 대해서는 효과적인 보호 수단이 없다. 예를 들어, 어느 이용자가 자신의 아바타를 조정하여 타인의 아바타에 불필요한 신체접촉을 하거나 성행위를 연상시키는 동작을 반복하는 경우가 발생할 수 있다. 이러한 현상은 메타버스 이용자 본인을 대상으로 하지 않고 아바타 자체에 대해서 발생하는 것이기 때문

에 사람에 대한 가해 행위만 처벌하는 현행 법률로는 규제·처벌하기 어렵다. 따라서 메타버스 이용자들은 다른 이용자로부터 아바타에 대한 스토킹·성희롱을 당하더라도 마땅한 대응방안을 찾지 못하고 피해를 지켜보기만 해야 하는 상황에 놓여 있다.

## (2) 공적 개입 내용 및 결과

정부는 메타버스에서 발생하는 새로운 사회문제를 탐색하는 단계에 있다. 우선 과학기술정보통신부는 ‘메타버스 범정부 협의체’를 구성하고 운영중이다.<sup>38)</sup> 협의체에는 메타버스 관련 정부 부처가 참여하여 개인정보보호, 지식재산권보호, 이용자보호, 청소년정책 등을 논의한다. 과학기술정보통신부는 이 협의체를 통해 발굴된 이슈를 ‘민관합동 메타버스 정책협의회’에 상정하는 등 관련 법제도 정비에 활용할 계획이다.

방송통신위원회는 ‘메타시대 디지털 시민사회 성장전략 추진단’을 구성하였다.<sup>39)</sup> 추진단은 디지털 시민사회의 성숙한 발전과 성장을 위한 메타버스 생태계의 지향점과 원칙을 시작으로, 가상주체(아바타) 인격권, 디지털 소유권 문제, 디지털 격차 해소 및 시민역량 강화 방안 등을 논의해 나갈 예정이다. 또한 메타버스 내 폭력·성범죄, 불법유해정보, 신유형 범죄대응 등과 함께 기존 규범 체계와의 정합성에 대해서도 폭넓게 논의할 예정이다.

법무부는 보다 적극적으로 아바타 성폭력에 대한 대응방안을 검토하고 있다.<sup>40)</sup> 법무부는 디지털 공간에서 타인을 성적 대상화하는 행위를 성범죄로 규제

38) 과학기술정보통신부, 「보도자료 : 범정부 협력으로 국민이 신뢰할 수 있는 확장가상세계(메타버스) 생태계 조성한다!」, 2022.3.4.

39) 방송통신위원회, 「보도자료 : 방통위, 「메타시대 디지털 시민사회 성장전략」 추진단 출범」, 2022.1.26.

40) 법무부, 「보도자료 : 신중 플랫폼 공간에서의 성범죄 방지 등을 위한 성적 인격권 침해 범죄 신설 및 보호관찰 개선 권고」, 2022.1.28.

할 수 있도록 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」에 ‘성적 인격권’ 침해에 대한 처벌 규정을 신설하는 ‘디지털 성범죄 전문위원회 제5차 권고안’을 발표했다. 이를 바탕으로 ‘성적 언동’은 피해자에게 현실적·직접적으로 가해지는 경우뿐만 아니라 아바타와 같이 피해자의 인격을 표상하는 물건 또는 정보에 가해지는 것까지 포괄하는 개념으로 정의할 필요가 있다고 보았다.

## 2. 현행 제도의 한계와 입법·정책적 대안

### 가. 사회갈등 조정에 대한 정책적 고려 강화

#### (1) 문제점

정부는 4차 산업혁명이 ‘파괴적 혁신(disruptive innovation)’을 초래할 것을 인지하고 있음에도 불구하고 데이터·인공지능과 같은 기술의 개발과 활용에 대한 지원은 강조하고, 그러한 기술이 미칠 수 있는 다양한 사회갈등에 대한 준비는 충분하지 못했다. 「4차 산업혁명 대응계획」 및 「한국판 뉴딜 2.0」 같은 상위계획뿐만 아니라 비대면 대응 전략, 메타버스 전략과 같은 분야별 대안에서도 갈등 조정에 대한 사전적 조치를 찾아보기 어렵다.

O2O 플랫폼의 경우, 플랫폼-입점업체-이용자 등 대부분의 참여주체가 사회갈등의 프레임이 들어가 있지만, 정부의 정책은 O2O 이용 지원에만 초점을 두고 있다. 대표적으로 정부가 2020년 11월 발표한 「비대면 경제 활성화 방안」을 보면 금융, 의료, 교육·직업훈련, 근무, 소상공인, 유통·물류, 디지털 콘텐츠, 행정 등 8개 비대면 유망분야를 선정하여 집중적으로 비대면 전환을 지원하는 것이 주요 내용이다.<sup>41)</sup> 이에 따라 중소벤처기업부는 2022년 17,000개 소상공인을 대상으로 O2O 플랫폼의 홍보·배달비용을 업체당 최대 30만 원씩 지원한다.<sup>42)</sup>

41) 관계부처 합동, 「「포스트 코로나 시대」 대비를 위한 비대면 경제 활성화 방안」, 2020.11.19.

그러나 플랫폼-입점업체-이용자 사이의 갈등에 대한 대안은 마련되어 있지 않다. 사회갈등의 가능성을 미리 점검하고 조정 방안을 탐색하는 절차가 제도화 되지 못했기 때문에 ‘타다’ 인허가 과정에서 택시와의 갈등 조정을 준비할 수 있는 계기를 놓치게 되었다. 그리고 댓글·배달비와 같이 사회갈등 잠재력이 큰 사안들 역시 정책적 설계 과정에서 충분히 다루어지지 못했다.

메타버스 플랫폼도 마찬가지다. 과학기술정보통신부는 2020년 5월 18일 XR 관련 기업·기관과 함께 ‘메타버스 얼라이언스’를 결성하고, 메타버스 기술동향 공유, 법제도 정비방안 검토, 기업간 협업을 통한 메타버스 플랫폼의 발굴·기획 등을 추진하기로 했다.<sup>43)</sup> 또한 2022년 1월에는 「메타버스 신산업 선도전략」을 발표하고 메타버스 ‘디지털 신대륙’의 발견·정착·성장·번영을 위한 전략을 제시했다.<sup>44)</sup> 2026년까지 글로벌 메타버스 시장점유율 5위를 목표로 2022년에만 5,560억 원의 예산을 투입할 계획이다.

짧은 기간 동안 다양한 메타버스 정책이 마련되어 있지만, 메타버스 내에서 발생하는 사회갈등 대응 조치는 진흥정책의 규모에 비해서 크게 부족하다. 과학기술정보통신부, 방송통신위원회, 법무부 등을 중심으로 아바타 성범죄 등에 대한 논의가 시작되었지만 메타버스 얼라이언스 및 신산업 선도전략과 같은 진흥 정책이 마련된 이후에 뒤늦게 탐색 수준에서 이루어진 것들이다.

이와 같이 사회갈등을 고려하지 않은 디지털 전환 정책은 결과적으로 사회갈등을 방임하거나, 편향된 방향으로 디지털 전환을 유도하는 문제를 초래할 우려가 있다. 일상의 디지털 전환은 태생적으로 사회갈등의 요인을 갖고 있지만, 이러한 사회갈등에 대한 준비 없이 진흥과 지원 중심의 정책을 수립하고 추진하기

42) 중소벤처기업부, 「보도자료 : ‘22년 소상공인 6만명을 대상으로 디지털 전환 지원」, 2021.12.29.

43) 과학기술정보통신부, 「보도자료 : 확장가상세계(메타버스), 민간이 앞장선다!」, 2021.5.18.

44) 관계부처 합동, 「메타버스 신산업 선도전략」, 2022.1.20.

때문에 사회갈등이 발생하는 순간 일상의 디지털 전환은 중단되거나, 과거로 회귀해 버리는 문제가 발생한다. 또한 사회갈등의 우려가 없는 분야만 정책의 대상에 포함되어 굳이 ‘4차 산업혁명’이라는 거창한 수사(ethoric)가 필요없는 사업들만 추진될 우려도 크다.

## (2) 대안

첫째, 4차 산업혁명 정책 수립시 사회갈등 조정의 정책적 우선순위를 높여야 한다. 현재 4차 산업혁명 관련 정책은 대부분 연구개발, 산업적 활용 지원, 기업육성, 정보격차 대응 등을 공통 요소로 하고 있다. 이러한 정책적 구성요소에 ‘사회갈등 검토 및 조정’을 필수적으로 반영하는 방안을 검토해 볼 수 있다.

둘째, 사회갈등 검토 및 조정을 제도적으로 반영하기 위해서는 일상의 디지털 전환이 초래할 편익과 갈등이 무엇인지 파악하고, 그 크기를 합리적으로 예측·비교하여 사회갈등 대응 방안을 설계하는 노력이 필요하다. 이는 ‘(가칭)사회갈등영향평가’의 방식으로 구현될 수 있을 것이다. 4차 산업혁명 관련 정책을 추진할 때 (가칭)사회갈등영향평가를 실시한다면 근거에 기반한(evidence-based) 갈등관리를 제도화하는 효과도 기대해 볼 수 있다. 현재 주요 법률에서 다양한 목적의 영향평가가 제도화되어 있으므로 이를 참고하여 4차 산업혁명 시대의 (가칭)사회갈등영향평가를 설계할 수 있을 것이다.

[표 8] 현행 법률의 주요 영향평가 예시

구분	근거 법률
규제영향분석	「행정규제기본법」 제2조 제5호 “규제영향분석”이란 규제에 인하여 국민의 일상생활과 사회·경제·행정 등에 미치는 여러 가지 영향을 객관적이고 과학적인 방법을 사용하여 미리 예측·분석함으로써 규제의 타당성을 판단하는 기준을 제시하는 것을 말한다.
환경영향평가	「환경영향평가법」 제2조 제2호 “환경영향평가”란 환경에 영향을 미치는 실시계획·시행계획 등의 허가·인가·승인·면허 또는 결정 등 (이하 “승인등”이라 한다)을 할 때에 해당 사업이 환경에 미치는 영향을 미리 조사·예측·평가하여 해로운 환경영향을 피하거나 제거 또는 감소시킬 수 있는 방안을 마련하는 것을 말한다.
기술영향평가	「과학기술기본법」 제14조 제1항 정부는 새로운 과학기술의 발전이 경제·사회·문화·윤리·환경 등에 미치는 영향을 사전에 평가(이하 “기술영향평가”라 한다)하고 그 결과를 정책에 반영하여야 한다.
재해영향평가	「자연재해대책법」 제2조 제5호 “재해영향평가”란 자연재해에 영향을 미치는 개발사업으로 인한 재해 유발 요인을 조사·예측·평가하고 이에 대한 대책을 마련하는 것을 말한다.

## 나. 사회갈등 조정 거버넌스 정립

### (1) 문제점

4차 산업혁명과 관련된 사회갈등을 조정할 수 있는 거버넌스가 정립되어 있지 않다. 현재 4차 산업혁명 관련한 정책조정은 「4차산업혁명위원회의 설치 및 운영에 관한 규정」에 따라 4차산업혁명위원회가 담당하지만, 위원회 형태의 조직으로는 분야간 갈등에 대한 구속력 있는 조정이 쉽지 않다. 또한 4차산업혁명위원회는 2022년 8월 21일까지만 존속할 예정이어서, 장기적으로 갈등 조정을 담당하기도 불가능하다.

「정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법」에 따라 국무총리소속으로

정보통신전략위원회가 설치되어 범부처 협력 과제들을 총괄·조정하고 있지만 지금까지 4차 산업혁명 관련 정책조정은 4차산업혁명위원회가 담당했기 때문에 앞으로 정보통신전략위원회가 4차 산업혁명 관련 갈등관리를 잘 할 수 있을지 의문이다. 동법 제7조(45)가 개정되어 2022년 1월부터 정보통신전략위원회가 이해관계 조정 및 갈등 관리에 관한 사항을 심의·의결할 수 있게 되었지만, 아직까지 관련 시행령·시행규칙이 마련되지 않아서 구체적으로 어떻게 이해관계를 조정하고 갈등을 관리할 것인지가 모호하다. 자칫 선언적인 조항으로 그칠 우려가 있다.

현재와 같이 4차 산업혁명과 일상의 디지털 전환이 초래하는 사회갈등 조정을 위한 거버넌스가 정립되지 못한 상황에서 온라인 플랫폼 관련 사회갈등이 발생하면 각 분야·부처별로 갈등 해결이 추진되어 일상의 디지털 전환과 융합의 가치보다는 기존 이해관계가 강하게 반영되는 결과가 나타날 가능성이 크다. 또한 갈등해결의 제도적 기반이 갖추어지지 않은 분야에서는 사회갈등의 대립 국면이 장기간 지속되는 문제가 발생하기도 한다. 뿐만 아니라 4차 산업혁명 시대의 사회갈등 해결을 위한 원칙도 마련되지 않아서 갈등 발생 당시의 사회적 여론, 정치적 영향력의 크기에 따라 갈등이 조정되는 경우가 나타날 수 있다.

## (2) 대안

정보통신전략위원회를 중심으로 사회갈등 조정 거버넌스를 정립해야 한다. 「정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법」 제7조제3항제5의2호에 따라 정보통신전략위원회가 이해관계 조정 및 갈등 관리를 구체적으로 실현할 수 있도록 시행령·시행규칙이 마련되어야 한다. 또한 정보통신전략위원회가 사회갈

### 45) 「정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법」

제7조(정보통신 전략위원회의 설치 등) ③ 전략위원회는 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.

5의2. 정보통신 진흥 및 융합 활성화 관련 이해관계 조정 및 갈등 관리에 관한 사항

등을 조정하는데 필요한 정보와 전문성을 확보할 수 있도록 실무위원회·전문위원회 및 전문연구기관을 운영할 필요가 있다.

이와 같은 거버넌스 정립은 정부의 ‘공공갈등’ 조정 사례를 참고할 수 있다. 현재 공권력과 정책대상집단 사이에서 발생하는 공공갈등 조정을 위해 「공공기관의 갈등 예방과 해결에 관한 규정」 제11조에 따라 ‘갈등관리심의위원회’를 설치하고, 제16조에 따라 필요한 경우 각 사안별로 이해관계인이 참여하는 ‘갈등조정협의회’를 설치할 수 있다. 또한 제24조에 따라 효과적이고 전문적인 갈등관리를 위하여 갈등관리연구기관을 지정·운영할 수 있다.

[표 9] 공공갈등 조정 거버넌스 체계 예시

갈등관리심의위원회	갈등조정협의회	갈등관리연구기관
<p>「공공기관의 갈등 예방과 해결에 관한 규정」</p> <p>제11조(갈등관리심의위원회의 설치) 중앙행정기관은 소관 사무의 갈등관리와 관련된 사항을 심의하기 위하여 갈등관리심의위원회(이하 “위원회”라 한다)를 설치하여야 한다. 다만, 갈등이 많이 발생하지 않는 기관으로서 총리령으로 정하는 기관은 당해 기관의 장이 판단해 위원회를 설치하지 않을 수 있다.</p> <p>제13조(위원회의 기능) 위원회는 다음 각 호의 사항을 심의한다.</p> <p>1. 제4조제1항에 따른 종합적인 시책의 수립·추진</p>	<p>「공공기관의 갈등 예방과 해결에 관한 규정」</p> <p>제16조(갈등조정협의회) ① 중앙행정기관의 장은 공공정책으로 인하여 발생한 갈등해결을 위하여 필요하다고 판단되는 경우에는 각 사안별로 갈등조정협의회(이하 “협의회”라 한다)를 구성하여 운영할 수 있다.</p> <p>제17조(협의회의 구성) ① 협의회는 제19조에 따른 의장 1인, 관계 중앙행정기관 및 이해관계인으로 구성한다.</p> <p>제20조(협의회의 기본규칙 등) ① 협의회의 구체적인 구성과 운영은 당사자가 정하는 기본</p>	<p>「공공기관의 갈등 예방과 해결에 관한 규정」</p> <p>제24조(갈등관리연구기관의 지정·운영) ① 국무조정실장은 갈등관리와 관련해 다음 각 호의 업무를 수행하도록 하기 위해 갈등관리관련 연구기관 또는 단체를 갈등관리 연구기관으로 지정할 수 있다.</p> <p>1. 갈등의 예방·해결을 위한 정책·법령·제도·문화 등의 조사·연구</p> <p>2. 갈등의 예방·해결 과정과 관련된 매뉴얼 작성·보급</p> <p>3. 갈등의 예방·해결을 위한 교육훈련 프로그램의 개발·보급</p> <p>4. 갈등영향분석에 관한 조사·연구</p>

갈등관리심의위원회	갈등조정협의회	갈등관리연구기관
에 관한 사항 2. 제4조제2항에 따른 법령 등의 정비에 관한 사항 3. 제4조제3항에 따른 다양한 갈등해결수단의 발굴·활용에 관한 사항 4. 제4조제4항에 따른 교육 훈련의 실시에 관한 사항 5. 제10조에 따른 갈등영향 분석에 관한 사항 6. 갈등의 예방·해결에 관한 민간활동의 지원에 관한 사항 7. 그 밖에 갈등의 예방·해결에 관하여 중앙행정기관의 장이 필요하다고 인정한 사항	규칙에 따른다. ②협의회의 기본규칙은 다음 각 호의 사항을 포함하여 작성할 수 있다. 1. 협의회의 목적 2. 당사자의 범위 3. 협의회 의장의 선정 4. 진행일정 5. 협의의 절차 6. 협의결과문의 작성 7. 협의회 운영과정에서 발생하는 비용 분담에 관한 사항 8. 그 밖에 협의회 운영에 필요하다고 당사자가 합의한 사항 ③당사자는 상호존중과 신뢰를 바탕으로 공동의 이익이 되는 대안을 창출하기 위하여 적극적으로 협력하여야 한다.	5. 참여적 의사결정방법의 활용방법에 대한 조사·연구 6. 그 밖에 갈등의 예방·해결에 필요한 사항

이와 함께 이해관계자가 편리하게 사회갈등 조정을 신청하고, 이를 책임지고 처리하는 단일화된 통로가 필요하다. 일상의 디지털 전환은 다양한 분야에서 발생하고 갈등 요인이 융합되어 있는데, 이러한 상황에서 이해관계자가 해당 문제를 소관하는 부처와 부서를 일일이 찾아서 문제해결을 시도하는 것은 상당히 어려운 일이다. 따라서 사회갈등 문제를 접수할 수 있는 단일 창구를 마련하고, 해당 창구에서 사회갈등의 해결에 관계된 부처와 부서에 사무를 배분하는 역할을 수행하고 지속적으로 확인·책임지도록 하는 것이 중요하다.

이를 위하여 특정 부처에 소속되지만 독립적으로 운영되고, 여러 부처를 대상으로 상시적·체계적으로 사회갈등 조정 신청을 접수·처리하는 ‘(가칭)디지털

사회갈등 옴부즈만'을 신설하는 방안을 검토해 볼 수 있다. 이 때 중소기업 규제  
의 정비 및 중소기업 애로사항의 해결을 위하여 중소벤처기업부장관 소속으로  
중소기업 옴부즈만을 설치한 「중소기업기본법」을 참고할 수 있다.<sup>46)</sup>

### (3) 추가적 고려사항 : 4차산업혁명위원회

거버넌스 정립 과정에서 4차산업혁명위원회의 향방에 대한 고려도 필요하다.  
「4차산업혁명위원회의 설치 및 운영에 관한 규정」 제13조에 따르면 4차산업혁  
명위원회는 2017년 8월 22일부터 2022년 8월 21일까지 5년간 존속할 예정이다.  
그러나 위원회의 존속 여부와 무관하게 4차 산업혁명은 앞으로도 진행되고, 그  
중요성과 영향력·복잡성은 더욱 커질 전망이어서 범정부 컨트롤타워 부재가 가  
져올 어려움은 피하기 어렵다. 또한 5년간 경험과 전문성을 갖춘 위원회를 폐지  
할 경우 단기적인 정책 혼선이 발생할 우려가 크다. 따라서 사회갈등 조정 거버  
넌스 정립과는 별도로, 4차산업혁명위원회의 향후 향방에 대한 구체적인 논의도  
필요할 것으로 보인다.

#### 46) 「중소기업기본법」

제22조(중소기업 옴부즈만의 설치) ① 중소기업에 영향을 주는 기존규제의 정비  
및 중소기업 애로사항의 해결을 위하여 중소벤처기업부장관 소속으로 중소기업  
옴부즈만을 둔다.

② 중소기업 옴부즈만은 다음 각 호의 업무를 독립하여 수행한다.

1. 중소기업에 영향을 미치는 규제의 발굴 및 개선
2. 정부 및 지방자치단체, 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기  
관, 중소기업정책자금 운용기관(이하 “업무기관”이라 한다)과 관련하여 제기되는  
애로사항의 해결
3. 그 밖에 규제의 정비 및 중소기업 애로사항의 해결을 위하여 필요한 업무로서  
대통령령으로 정하는 업무

다. 플랫폼 생태계 내부의 사회갈등 조정을 위한 입법과제

### (1) 배달앱 수수료에 대한 입법과제

정부가 추진하고 있는 배달앱 공시제도는 정보 공개를 통한 플랫폼 사업자에 대한 수수료 억제 효과를 기대한 것이지만 실효성에 대한 반론이 있다.<sup>47)</sup> 가장 핵심적인 이유는 실제 소비자가 부담하는 배달비는 플랫폼 사업자가 아니라 입점업체가 정하는 것이기 때문에 공시제도의 부담이 입점업체에 전가될 우려가 있다는 점이다.

배달앱 수수료를 법률로 규정할 경우 시장 변동에 민첩하게 대응하기 어렵고 사업자의 반발도 클 수 있다. 대표적으로 미국 뉴욕시는 배달앱 수수료 상한제를 설정하는 법률을 제정하여 시행하고 있지만 이에 대한 플랫폼의 저항이 크다. 뉴욕시는 광고료, 카드결제 수수료, 배달비의 상한액을 각각 구매금액의 5%, 3%, 15%로 설정한 「뉴욕시 행정법(NEW YORK CITY ADMINISTRATIVE CODE)」 제20-563.3조를 2021년 9월 26일부터 시행하고 있다.<sup>48)</sup> 그러나 그럽허브(Grubhub), 도어대시(DoorDash) 등의 플랫폼은 영구적인 가격 통제는 위헌적 처사이며 지역 요식업계와 배달 노동자 등에게도 피해를 준다는 입장을 표명했다.

따라서 배달앱 수수료의 부담을 줄일 수 있는 효과적인 대안 마련은 필요하지만, 이를 입법적으로 달성하는 방안에 대해서는 신중할 필요가 있다. 우리나라와 주요 국가는 플랫폼의 거래 공정화에 관한 다양한 입법을 추진하고 있지만, 배달앱 수수료와 같은 세부적인 사항은 법률안에 직접 규정하지 않고 있는 것이 이를 반증한다.<sup>49)</sup> 만약 배달앱 수수료에 대한 입법적 규제를 추진한다면 다양한 이해

47) 최현주, 「배민 “3km 5000원 안 넘는다”...배달비 공시제 시작부터 삐걱」, 『중앙일보』, 2022.3.6.

48) 뉴욕주의회 홈페이지(최종검색일 : 2022.3.7.) <<https://legistar.council.nyc.gov/LegislationDetail.aspx?ID=5116226&GUID=C266469A-2803-4C77-ACD2-ACCFA711B12D&Options=ID%7cText%7c&Search=delivery>>

관계자의 의견을 충분히 수렴하고, 전문기관의 사전입법영향분석을 실시하여 예상되는 효과과 문제점을 분석한 다음 조화방법을 모색할 필요가 있다.

## (2) 이용자의 악성댓글 대응을 위한 입법과제

온라인 플랫폼에서 이용자의 악성댓글로 인해 판매자의 명예 등을 훼손하거나 경영을 방해할 경우 「형법」 제307조의 명예훼손, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제70조의 명예훼손, 「형법」 제313조 및 제314조의 허위사실 유포를 통한 신용훼손과 업무방해 등을 적용할 수 있다. 또한 악성댓글에 대한 삭제를 요청하거나 정부에 대해서 중재를 요청할 수도 있다.

그러나 이와 같은 조치들은 상당한 시간이 소요되기 때문에 피해자 구제의 실효성이 낮다. 따라서 악성댓글을 줄일 수 있는 입법적 방안을 모색할 필요가 있으며, 이를 위해 현재 발의되어 있는 정보통신망법 개정안과 온라인 플랫폼 관련 제정안들을 종합적으로 검토하여 발전적인 대안을 마련할 수 있을 것이다.

이 외에도 댓글의 적정성 여부에 대한 평가가 이루어질 때까지 한시적으로 댓글을 비공개로 처리하는 방안도 검토해 볼 수 있다.<sup>50)</sup> 악성댓글에 대한 방송통신위원회의 검토가 나오기까지 많은 시간이 소요되는데, 이 기간 동안 입점업체가 악성댓글에 고스란히 노출되도록 하는 것은 최소화할 필요가 있기 때문이다.

49) 미국 의회는 대규모 온라인 플랫폼 기업을 규제하기 위하여 2021년 6월 11일 “더 강한 온라인 경제: 기회, 혁신, 선택(A Stronger Online Economy: Opportunity, Innovation, Choice)”이라는 패키지 형태로 5개 법률안을 발의했고, 유럽연합도 2020년 12월 15일 「디지털 서비스법(Digital Services Act, DSA)」 제정안을 발의했으며, 일본은 2020년에 「특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성의 향상에 관한 법률(特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律)」을 제정하였다. 이 법률(안)들은 플랫폼 사업자가 거래관계의 우월성을 악용하여 중소·영세기업에 대해서 부당한 영향력을 행사하는 것을 금지하는 것이 주요 내용이다.

50) 김영철, 「플랫폼업계 ‘악성리뷰 개선책’에도…자영업자들, 여전히 피해 호소[축!], 『헤럴드경제』, 2021.9.18.

### (3) 메타버스의 스토킹·성희롱 대응을 위한 입법과제

과거 오프라인 시대에는 사람을 직접 추행하는 성범죄만 성립하였다가, 정보통신기술이 발전하면서 영상·부호를 이용하여 사람을 추행하는 성범죄가 추가되었다. 앞으로 메타버스 시대가 확대된다면 아바타를 추행하는 성범죄에 대해서도 보다 적극적으로 검토해 볼 필요가 있을 것이다.

현재 대부분의 법률은 ‘사람’을 직접 만지고 추행하는 것만 제재하고 있어서 디지털 표현물인 아바타는 보호 대상에서 제외되어 있지만, 앞으로는 아바타에 직접적으로 가해지는 성범죄적 행위에 대한 제도적 규제 가능성을 적극적으로 검토해 볼 필요가 있다.

## IV. 결론

지금까지의 기술진보는 효율성·생산성 제고를 위한 것이었다면, 4차 산업혁명  
명은 세상의 모든 것을 디지털로 구현하고 이를 융합하여 새로운 가치를 만들어  
내기 위한 것으로 볼 수 있다. 그리고 코로나19를 거치면서 디지털 전환과 융합  
의 대상은 제품과 서비스의 생산 영역을 넘어서 우리의 일상으로 확대되었다.

일상의 디지털 전환은 지금까지 사람과 사람간의 직접적인 대면을 통해 이루  
어지던 소통·소비·거래 등을 온라인 플랫폼을 통한 비대면 상호작용으로 변  
화시켰다. 그 과정에서 기존 사업자와 플랫폼 사업자의 갈등, 플랫폼 사업자와  
입점업체 사이의 갈등, 입점업체와 이용자 사이의 갈등, 그리고 이용자 사이의  
갈등이 중요한 사회갈등으로 나타났다.

이러한 사회갈등에 대해서 적절한 대응을 하지 못한다면 4차 산업혁명은 현행  
법·제도가 허용하는 범위 안에서만 ‘파괴적 혁신’을 이루기 때문에 다양한 잠재  
적 가능성이 과소 실현되는 문제가 발생하게 된다. 따라서 데이터·인공지능·  
네트워크의 기술개발과 응용에 대한 지원에만 집중할 것이 아니라, 4차 산업혁명  
이 초래하는 사회갈등을 해결하는 대안도 균형적으로 마련하는 것이 필요하다.

이 글에서 제안하는 대안은 크게 세 가지다. 첫째, 4차 산업혁명 정책 수립시  
사회갈등 조정의 정책적 우선순위를 높이고 정책 내용에 사회갈등의 검토와 조  
정을 필수적으로 반영할 필요가 있다. 이를 위해서 일상의 디지털 전환이 초래할  
편익과 갈등이 무엇인지 파악하고, 그 크기를 합리적으로 예측·비교하여 사회  
갈등 대응 방안을 마련하는 노력이 필요한데, 이는 ‘(가칭)사회갈등영향평가’의  
방식으로 구현될 수 있을 것이다.

둘째, 사회갈등 조정 거버넌스가 효과적으로 작동할 수 있도록 해야 한다. 「정  
보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법」상 정보통신전략위원회가 일상의  
디지털 전환에 따른 사회갈등 조정 및 갈등 관리에 관한 사항을 심의·의결할

수 있도록 하위 시행령·시행규칙을 정비하고, 필요한 전문위원회·전문연구기관 등을 구성하는 방안도 중요하게 검토해야 한다. 또한 여러 분야에 걸쳐 있는 융합적인 갈등문제를 책임지고 접수·처리할 수 있는 독립적인 단일 창구로 ‘(가칭)디지털 사회갈등 옴부즈만’ 신설을 검토해 볼 필요가 있다.

셋째, 제도 공백을 해소하기 위한 입법적 대안을 모색해 볼 수 있다. 우선 배달 앱 수수료 갈등은 시장에서 자율적으로 해결될 수 있는 수단을 마련하고, 만약 입법적 조치가 필요하다면 다양한 의견 수렴과 사전입법영향분석을 거쳐 결정해야 한다. 다음으로 이용자의 악성 댓글은 많은 사회적 비용과 갈등을 초래하기 때문에 현재 발의된 다양한 법률안을 종합적으로 검토하여 발전적인 대안을 마련하고, 이와 함께 민간의 자율규제를 적절히 활용할 필요가 있다. 마지막으로 메타버스의 경우 인격체가 아닌 아바타에 직접적으로 위해가 가해지는 상황이 발생할 수 있는데, 이를 방지할 경우 메타버스 공간의 혼탁이 불가피하다. 따라서 아바타에 직접적으로 가해지는 성범죄적 행위를 규제할 수 있는 새로운 입법 조치에 대한 논의가 필요하다.

## 참고문헌

- 강상욱·서영욱·이민호, 『우버(Uber)의 출현과 택시시장의 변화: 시장의 교란자인가, 새로운 서비스 모델인가』, 한국교통연구원, 2015.
- 과학기술정보통신부, 『보도자료 : 코로나 이후 시대, 4차 산업혁명으로 촉발된 디지털 전환은 어떻게 진행되고 있나?』, 2021.10.6.
- 과학기술정보통신부, 『보도자료 : 확장가상세계(메타버스), 민간이 앞장선다!』, 2021.5.18.
- 과학기술정보통신부, 『보도자료 : 과기정통부, 「2020년 O2O 서비스 산업조사」 결과 발표』, 2021.4.9.
- 과학기술정보통신부·정보통신산업진흥원·소프트웨어정책연구소·지능정보산업협회, 『2020 인공지능산업 실태조사』, 2021.5.
- 과학기술정보통신부·한국데이터산업진흥원, 『2021년 데이터산업 현황조사 주요 결과 요약』, 2021.12.29.
- 관계부처 합동, 『메타버스 신산업 선도전략』, 2022.1.20.
- 관계부처 합동, 『한국판 뉴딜 2.0』, 2021.7.14.
- 관계부처 합동, 『인공지능 국가전략』, 2019.12.
- 관계부처 합동, 『데이터·AI경제 활성화 계획('19~'23년)』, 2019.
- 관계부처 합동, 『4차 산업혁명 대응계획, I-KOREA 4.0』, 2017.11.
- 구민기, 『카카오, 전화호출 대리운전 시장 진출』, 『한국경제』, 2021.8.1.
- 김인경, 『“전화대리” 진출한 카카오, 따라가는 티맵...대리운전업계 “골목상권 침탈 말라”』, 『블로터』, 2021.8.5.
- 김준연, 『디지털 혁명과 사회적 갈등』, 월간SW중심사회 2019년 1월호, 소프트웨어정책연구소, 2019.
- 문수정, 『아흑, 별점 테러라뇨, 악성 리뷰라뇨! 자영업자 ‘눈물’』, 『국민일보』, 2021.3.18.

- 박현익, 「‘모빌리티 大戰’ 우버-티맵 동맹 ‘우티(UT)’ 출격…카카오 아성에 도전」, 『조선일보』, 2021.4.1.
- 4차산업혁명위원회 홈페이지(최종 검색일 : 2022.3.7.), <<https://www.4th-ir.go.kr>>.
- 선지원, 「온라인 플랫폼 이용자 보호를 위한 규제 방식에 대한 연구」, 『서울법학』, 29(2), 2021.
- 소프트웨어정책연구소, 「2020 가상증강현실(VR/AR)산업 실태조사」, 2020.
- 신민영, 「메타버스 상 성범죄 사례연구 - 아동청소년을 중심으로」, 강선우 의원실 주최 ‘메타버스 매개 아동·청소년 성착취 현황과 대응방안 토론회’ 자료집, 2022.
- 심우민, 「디지털 전환에 따른 사회갈등의 현황과 대응방안 연구 - 온라인플랫폼 관련 갈등을 중심으로」, 국회입법조사처 정책연구용역보고서, 2021.
- 안수현, 「온라인·오프라인 융복합서비스시장(O2O)에서의 소비자이슈와 보호방안」, 『외법논집』, 41(2). 2017.
- 윤해성·김재현, 「사실적시 명예훼손죄의 비범죄화 논의와 대안에 관한 연구」, 한국형사정책연구원, 2018.
- 은재호, 「사회갈등 해소를 위한 국민통합 전략과 실행방안 연구」, 한국행정연구원, 2017.
- 이규희·신동윤, 「플랫폼운송사업의 제도화와 향후 과제」, 이슈와논점 제1709호, 국회입법조사처, 2020.
- 이승환·한상열, 「메타버스 비긴즈(BEGINS): 5대 이슈와 전망」, 소프트웨어정책연구소, 2021.
- 이원태 외, 「4차 산업혁명 시대의 디지털 사회갈등 이슈 분석 및 사회통합정책 방안」, 정보통신정책연구원, 2020.
- 이진희, 「디지털 전환과 SW산업 해외진출 전략」, 이슈리포트 2020-제12호, 정보통신산업진흥원, 2020.
- 정보통신기획평가원, 「2019 ICT 기술수준조사 및 기술경쟁력분석 보고서」, 2021.
- 정준화, 「메타버스(metaverse)의 현황과 향후 과제」, 이슈와 논점 제1858호, 국회입법조사처, 2021.

- 정준화, 『4차 산업혁명 대응 현황과 향후 과제』, NARS입법·정책보고서, 제16호, 국회입법조사처, 2018.
- 정준화·신용우·권성훈, 『비대면 경제 활성화를 위한 정보통신기술의 현황과 과제』, NARS현안분석, 제178호, 2020.12.
- 중소벤처기업부, 『온라인 플랫폼 사용기업 실태조사 결과보고서』, 2021.2.
- 최다래, 『“중개사 지원”vs“골목상권 침탈”...부동산플랫폼 직접중개 갈등 격화』, 『ZDNet Korea』, 2020.7.17.
- 최병철, 『일본·중국의 4차 산업혁명 관련 주요 정책과 추진체계』, 국회 4차 산업혁명 특별위원회 제3차 조찬간담회 자료집, 2018.
- 한국공인중개사협회, 『대형 부동산 플랫폼 부동산중개업 진출 반대 성명서 발표』, 2021. 7. 14.
- 허미담, 『“새우튀김 1개 환불해달라”...잇단 ‘진상 고객’ 갑질에 자영업자 울분』, 『아시아경제』, 2021.6.22.
- OECD, *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*, OECD Publishing, Paris, 2019.
- Schwab, Klaus, *The Fourth Industrial Revolution*, World Economic Forum, 2016.

## NARS 입법 · 정책 발간 일람

호 수	제 목	발간일	집필진
제001호	개헌 관련 여론조사 분석	2018. 03. 13.	허 석 재
제002호	빅데이터 정책 추진 현황과 활용도 제고방안	2018. 05. 31.	정도영 김민창 김재환
제003호	조세범에 대한 처벌 현황 및 개선방안	2018. 06. 22.	문은희
제004호	지역상생발전기금의 현황과 개선방안	2018. 06. 28.	류영아
제005호	현행 지방선거제도 관련 주요 쟁점 및 개편방안 : 지방의회선거를 중심으로	2018. 07. 11.	김종갑
제006호	디지털 증거에 관한 형사소송법적 과제 : 전문법칙을 중심으로	2018. 07. 26.	조서연
제007호	디지털 성범죄 대응 정책의 운영실태 및 개선과제	2018. 08. 08.	조주은 최진응
제008호	보호종료 청소년 자립지원 방안	2018. 09. 21.	허민숙
제009호	지방이전 공공기관의 지역정착 실태와 향후 보완과제	2018. 11. 15.	김재환 정도영 김민창
제010호	정보격차 해소를 위한 정보화교육사업 실태 및 개선방안	2018. 11. 29.	김유향 김나정
제011호	지역노사민정협의회의 운영실태와 개선방안	2018. 11. 29.	신동윤
제012호	연구개발특구의 운영실태와 개선방안	2018. 12. 07.	권성훈
제013호	지방자치단체의 공공데이터 개방 현황과 개선 과제	2018. 12. 10.	김태엽
제014호	현행 '복지허브화' 정책의 성과 및 개선방안 - '찾아가는 읍면동 주민센터' 사업을 중심으로 -	2018. 12. 11.	이만우
제015호	육아휴직 활성화를 위한 부모보험 도입방안	2018. 12. 13.	박선권
제016호	4차 산업혁명 대응 현황과 향후 과제	2018. 12. 13.	정준화
제017호	지방옴부즈만 제도의 운영현황 및 개선과제	2018. 12. 14.	김현정
제018호	국가 주요 시설물의 관리체계 개선을 위한 입법 및 정책 과제	2018. 12. 14.	김진수
제019호	양육비 이행 관리 제도의 문제점 및 개선과제	2018. 12. 17.	허민숙

호 수	제 목	발간일	집필진
제020호	트럼프 행정부의 대외정책 기조에 따른 한미동맹의 주요 현안 및 쟁점	2018. 12. 19.	김도희
제021호	개정 한·미 FTA 「투자자와 국가간 분쟁해결제도」(ISDS)와 향후 과제	2018. 12. 20.	정민정
제022호	기술탈취 방지 및 기술보호를 위한 입법·정책 과제 -입증책임 전환을 중심으로-	2018. 12. 24.	박재영
제023호	시진핑 집권2기 중국 대외정책 결정체계의 현황과 시사점	2018. 12. 27.	김예경
제024호	난민심사제도 운용실태 및 개선과제	2018. 12. 27.	백상준 김예경
제025호	남북 이산가족 관련 지원 정책의 실태 및 개선과제	2018. 12. 31.	이승현
제026호	독립법인보험대리점(GA)의 현황 및 개선과제	2019. 01. 18.	김창호
제027호	주민참여예산제도의 운영실태와 개선방안	2019. 09. 24.	류영아
제028호	지역아동센터 지원사업의 현황과 과제	2019. 10. 31.	박선권
제029호	CCTV 통합관제센터 운영실태 및 개선방안	2019. 11. 01.	최미경 최정민
제030호	공공와이파이 구축·운영 실태 및 개선과제	2019. 11. 15.	장은덕
제031호	지속가능한 지하수의 활용 및 관리 방안	2019. 12. 10.	김진수
제032호	기술평가제도 현황 및 활성화를 위한 과제	2019. 12. 16.	박재영
제033호	의약품 이상사례 보고제도의 점검 및 개선방안	2019. 12. 19.	김은진
제034호	초·중등 소프트웨어교육 운영실태와 개선과제	2019. 12. 23.	김유향 유지연 김나정
제035호	장애인의 지역 간 이동 편의 증진을 위한 교통 서비스 실태 및 개선방안	2019. 12. 24.	김영석 박준환 김대명
제036호	사업장 대기오염 총량관리제 현황과 개선방안	2019. 12. 26.	이혜경
제037호	도로 유지관리 현황 및 과제 -도로 자산관리를 중심으로-	2019. 12. 26.	구세주
제038호	형사 사건관계인의 알권리 실태조사 및 개선방안	2019. 12. 27.	백상준
제039호	일본 아베내각의 안보정책 변화 분석과 시사점	2019. 12. 27.	박명희
제040호	제1차 - 제10차 한미방위비분담특별협정의 주요내용 분석 및 정책적 시사점	2019. 12. 31.	김도희
제041호	상장회사 관련 현행 법체계의 문제점과 개선과제	2019. 12. 31.	황현영
제042호	국세상담센터의 운영현황과 개선과제	2019. 12. 31.	문은희

호 수	제 목	발간일	집필진
제043호	공정거래 분야의 집단소송제 도입 방안	2019. 12. 31.	강 지원 조 영은
제044호	수용자 가족·자녀 지원을 위한 입법·정책 과제	2020. 05. 22.	허 민 속
제045호	국회 안전신속처리제의 운영현황과 개선과제	2020. 05. 30.	전 진 영
제046호	ILO 핵심협약의 비준현황과 과제	2020. 06. 24.	신 동 윤
제047호	철도 유희부지 활용도 제고를 위한 입법 및 정책과제	2020. 06. 30.	구 세 주
제048호	인구감소시대 지방중소도시의 지역재생 방안	2020. 06. 30.	김 예 성 하 혜 영
제049호	자동차보험 한방진료의 현황과 개선과제	2020. 07. 10.	김 창 호
제050호	지역건축안전센터의 운영 실태와 개선과제	2020. 08. 07.	김 예 성
제051호	아동학대 대응체계의 과제와 개선방향 -아동보호전문기관을 중심으로-	2020. 08. 13.	박 선 권
제052호	외교부 영사콜센터 운영실태와 개선과제	2020. 08. 28.	김 예 경
제053호	대통령제 정부의 초당적 내각 구성 사례와 시사점	2020. 09. 01.	허 석 재
제054호	국회의원 선거제도 개편논의와 대안의 모색	2020. 09. 01.	김 종 갑 허 석 재
제055호	빅데이터 플랫폼의 운영 실태와 개선과제	2020. 09. 07.	정 준 화
제056호	형사사법공동시스템의 운영실태와 개선과제	2020. 09. 18.	박 혜 림
제057호	한반도 주변 경제미확정 수역에 대한 국제법적 쟁점과 대응과제	2020. 09. 21.	정 민 정
제058호	상속세 미납품 물납제도 도입을 위한 입법론적 검토	2020. 10. 07.	장 영 환
제059호	리쇼어링 기업 지원정책의 문제점 및 개선방안	2020. 10. 08.	김 종 규
제060호	2020 미국 대선 결과 분석	2020. 11. 26.	-
제061호	가정폭력 이혼 과정에서의 피해자 보호를 위한 입법과제 -자녀면접교섭을 중심으로-	2020. 12. 04.	허 민 속
제062호	기후변화 대응 도시홍수 대책	2020. 12. 21.	김 진 수
제063호	조선산업 친환경·스마트화 동향과 입법·정책과제	2020. 12. 23.	김 봉 주
제064호	에너지공급자 수요관리 투자사업 현황과 개선과제	2020. 12. 29.	박 연 수
제065호	공공임대주택 공급동향 분석과 정책과제	2020. 12. 30.	장 경 석 송 민 경
제066호	농어촌 등 교통소외지역의 교통서비스 강화 방안	2020. 12. 30.	박 준 환 김 규 호
제067호	디지털 사이니지(Digital Signage) 정책 평가와 개선과제	2020. 12. 30.	최 진 응
제068호	제20대 국회 입법활동 분석	2020. 12. 30.	전 진 영

호 수	제 목	발간일	집필진
제069호	데이터 경제 활성화를 위한 입법정책 방안	2020. 12. 31.	신 용 우
제070호	공유경제 활성화를 위한 법·제도 개선방안	2020. 12. 31.	김 민 창 박 성 용
제071호	기부금품 모집·사용제도 현황과 개선방향	2020. 12. 31.	이 송 림 한 경 석
제072호	법학전문대학원 교육 내실화를 위한 입법·정책 과제	2020. 12. 31.	김 광 현 이 재 영 최 정 인
제073호	일본의 국제 활동 확대와 한국의 대응방향	2020. 12. 31.	박 명 희
제074호	동북아 미세먼지 협력 : 현황과 과제	2020. 12. 31.	이 해 경
제075호	1회용 포장재 재활용 활성화를 위한 보증금제도 도입 방안	2020. 12. 31.	김 경 민
제076호	공익신고자 보호제도 현황과 개선과제	2021. 03. 31.	김 형 진 박 영 원
제077호	온라인 플랫폼 공정화법 제정을 위한 입법·정책과제	2021. 05. 10.	최 은 진 강 지 원
제078호	아동사망 예방을 위한 아동사망검토 제도 도입방안	2021. 05. 20.	박 선 권
제079호	홈리스 청소년 지원 입법·정책과제 : 가정복귀 프레임을 넘어	2021. 06. 04.	허 민 속
제080호	재산세 제도의 현황과 쟁점	2021. 06. 17.	류 영 아
제081호	대안교육기관 관련 법령 및 쟁점과 입법적·정책적 개선과제	2021. 06. 30.	이 덕 난 최 재 은
제082호	지방도시계획위원회 운영현황과 개선과제	2021. 07. 13.	김 예 성
제083호	코로나19 대응을 위한 등교 확대 정책의 주요 쟁점 및 개선과제	2021. 08. 19.	이 덕 난 유 지 연 최 재 은
제084호	지방세 납세자보호관 운영현황과 개선과제	2021. 09. 29.	류 영 아
제085호	지방소멸 위기지역의 현황과 향후 과제	2021. 10. 19.	하 혜 영 김 예 성
제086호	주요국 의회 이해충돌 심사기구의 구성 및 운영 비교	2021. 10. 22.	전 진 영 최 정 인
제087호	전기사업의 디지털 전환을 위한 쟁점과 과제	2021. 10. 25.	유 재 국
제088호	혁신도시 발전지원센터 운영현황 및 향후과제	2021. 11. 08.	김 예 성
제089호	공공재정 환수제도의 현황과 개선과제	2021. 11. 15.	김 형 진
제090호	미국의 남중국해 정책에서 '남중국해 중재판정'의 의미와 시사점	2021. 11. 18.	정 민 정

호 수	제 목	발간일	집필진
제091호	입원적합성심사제도의 문제점과 개선방안 -법·제도의 설계·운영 및 효과성 분석을 중심으로-	2021. 11. 25.	이 만 우
제092호	하천수 사용허가 제도 현황 및 개선과제	2021. 12. 01.	김 진 수
제093호	국내 고등교육기관의 해외진출 현황과 과제	2021. 12. 02.	유 의 정 조 인 식
제094호	재활용환경성평가 운영실태와 개선과제	2021. 12. 03.	김 경 민
제095호	가명정보 결합전문기관 운영실태와 개선과제	2021. 12. 06.	박 소 영
제096호	농업환경관리제도 현황과 입법·정책과제	2021. 12. 07.	장 영 주 김 규 호 유 제 범
제097호	사이버침해대응센터 운영실태와 개선과제	2021. 12. 15.	최 정 민
제098호	군 인권 제도 현황과 개선과제	2021. 12. 16.	심 성 은
제099호	선거관리 실태와 개선과제 -투·개표 관리를 중심으로-	2021. 12. 20.	이 정 진
제100호	북한이탈주민 취약계층 지원정책 현황과 개선과제	2021. 12. 21.	이 승 열
제101호	스마트그린 산업단지 실태와 개선과제	2021. 12. 22.	전 은 경
제102호	녹색금융 활성화를 위한 정책금융의 역할과 입법과제	2021. 12. 24.	이 수 환
제103호	저성장 극복을 위한 규제개선 방안 -규제샌드박스를 중심으로-	2022. 02. 23.	황 인 욱 박 성 용

## NARS 입법·정책 제104호

---

발간일 2022년 3월 29일  
발행 김만흠  
편집 사회문화조사실 과학방송통신팀  
발행처 **국회입법조사처**  
서울특별시 영등포구 의사당대로 1  
TEL 02·6788·4710  
인쇄 (사)아름다운사람들복지회(TEL 02·6948·9650)

---

1. 이 책자를 허가 받지 않고 복제하거나 전재해서는 안 됩니다.
  2. 내용에 관한 자세한 사항은 집필자에게 문의하여 주시기 바랍니다.
  3. 전문(全文)은 국회입법조사처 홈페이지(<http://www.nars.go.kr>) '연구보고서'에 게시되어 있습니다.
- 

ISSN 2586-5668  
발간등록번호 31-9735044-001872-14

© 국회입법조사처, 2022

## NARS 입법·정책

주요입법 및 정책에 관한 주제를  
심도있게 분석하여 대안을 제시하는 보고서로  
수시 발간되고 있습니다.

07233 서울시 영등포구 의사당대로 1 (국회입법조사처)  
Tel 02. 6788. 4510(代) www.nars.go.kr



발간등록번호	31-9735044-001872-14
ISSN	2586-5668

