

# 공정거래 II - 빅데이터와 시장지배적 지위 남용

2017. 8

## I. 서론

## II. 빅데이터와 공정거래의 관련성

1. 빅데이터와 개인정보보호
2. 개인정보보호와 공정거래
3. 빅데이터와 공정거래

## III. 주요국의 입법례

1. 개인정보보호 관련 유럽연합과 미국의 입법례
2. 공정거래 관련 독일의 입법례
3. 독일 「경쟁제한법」의 원문과 번역문

## IV. 시사점

1. 개인정보보호 관련 법제의 정비
2. 빅데이터와 공정거래 관련 입법 논의 필요



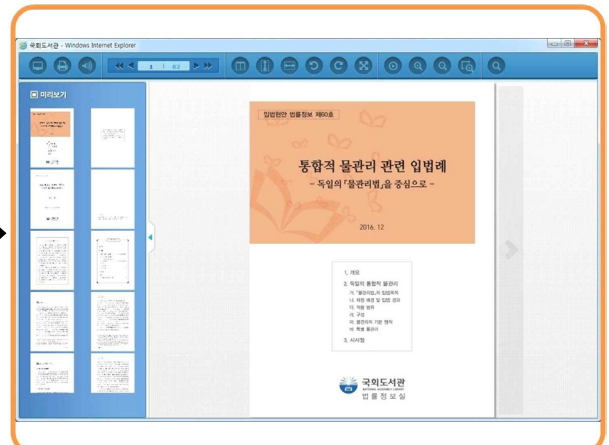
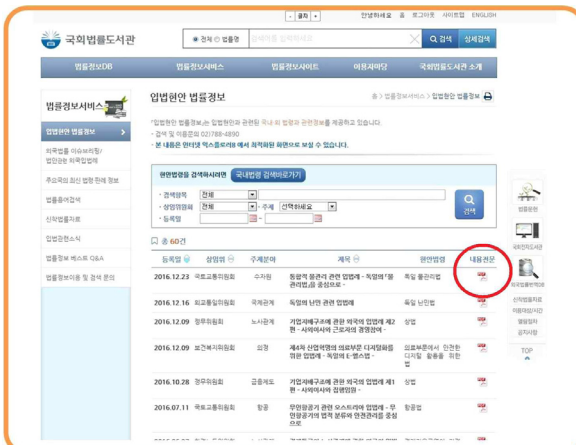
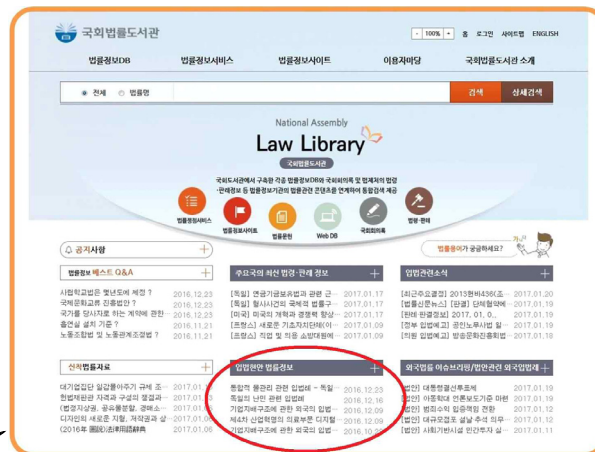
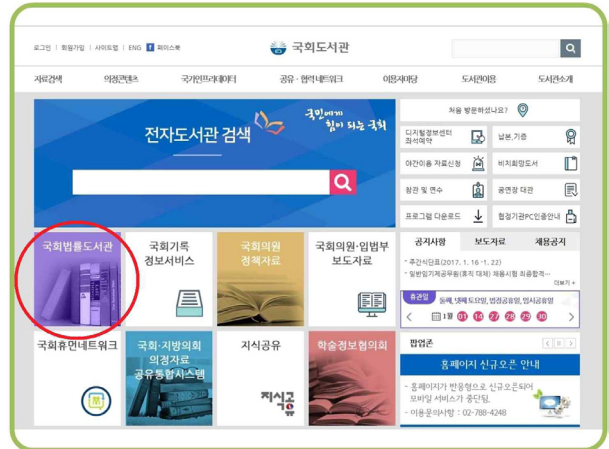
## 「입법현안 법률정보」 원문보기 안내

[국회전자문서시스템]

[국회도서관 홈페이지]

국회전자문서시스템 → 국회정보시스템 → 국회법률도서관

국회도서관 홈페이지 → 국회법률도서관



「입법현안 법률정보」는 국회의원의 입법활동을  
지원하기 위해 입법현안과 관련된 국내외 법률  
정보를 수록한 입법 참고자료입니다.

국회법률도서관 홈페이지([law.nanet.go.kr](http://law.nanet.go.kr))에서도  
볼 수 있습니다.

# 공정거래 II - 빅데이터와 시장지배적 지위 남용

2017. 8

작성자 : 조동관 법률자료조사관



**국회도서관**  
NATIONAL ASSEMBLY LIBRARY  
법률정보실

— 〈Keywords〉 —

공정거래위원회, 빅데이터, 비식별화, 정보불균형, 시장지배적 지위 남용,  
네트워크효과

## 요 약

최근 Google, Facebook 등과 같이 디지털시장의 지배력을 가진 거대 IT기업들의 빅데이터 독점과 그에 따른 불공정행위가 심화되면서 유럽연합 등의 제재가 잇따르고 있다. 이에 독일의 입법례를 살펴봄으로써 빅데이터와 공정거래에 관련된 입법적 시사점을 찾고자 하였다.

빅데이터와 공정거래에 관하여 주요 국가에서 진행되고 있는 입법 작업은 개인정보보호 관련 법률과 공정거래 관련 법률로 나누어 생각할 수 있다.

먼저, 우리나라의 공정거래위원회가 거대 IT기업에 대하여 시장지배 확대와 독점적 지위의 남용에 대한 규제를 하기 위해서는 개인정보보호 관련 법제가 가이드라인 수준에 머물러서는 규제의 근거로 삼을 수 없을 것이며, 그 내용도 분야별로 나누어 기준을 마련하고 최대한 구체적인 사항을 적시할 필요가 있어 보인다.

다음으로, 거대 IT기업들이 활동하는 디지털시장에서는 전통적인 독점규제수단이 적합하지 않을 수 있으며, 이에 따른 문제점으로 유럽 연합에서 논의되는 무료 서비스와 시장, 시장지배, 합병의 문제점과 이에 관련된 독일의 입법례를 살펴보았다. 이를 참고하면 우리나라도 거대 IT기업들이 빅데이터와 디지털시장에서 독점적 지위를 남용하는 것에 대한 규제를 마련하여 서비스 이용자를 보호할 필요성이 있어 보인다.

# 목 차

## 【요약】

I. 서론 .....	1
II. 빅데이터와 공정거래의 관련성 .....	2
1. 빅데이터와 개인정보보호 .....	2
2. 개인정보보호와 공정거래 .....	3
3. 빅데이터와 공정거래 .....	6
III. 주요국의 입법례 .....	12
1. 개인정보보호 관련 유럽연합과 미국의 입법례 .....	12
2. 공정거래 관련 독일의 입법례 .....	13
3. 독일 「경쟁제한법」의 원문과 번역문 .....	16
IV. 시사점 .....	23
1. 개인정보보호 관련 법제의 정비 .....	23
2. 빅데이터와 공정거래 관련 입법 논의 필요 .....	24

## I. 서론

2017년 6월 5일에 일본 공정취인위원회는 빅데이터의 공정경쟁에 관한 새로운 가이드라인을 빠른 시일 내에 마련하기로 하였다.<sup>1)</sup> 일본 공정취인위원회의 이러한 움직임은 빅데이터 활용이 급증하면서 Google, Facebook 등과 같이 디지털시장의 지배력을 가진 거대 IT기업들의 빅데이터 독점과 그에 따른 불공정행위가 심화되고 있다는 판단에 따른 것이다. 또한 지난 6월에는 유럽연합경쟁총국이 Google에 대해 빅데이터를 이용한 시장지배적 지위 남용 혐의로 24억 3천만 유로(약 3조 원)의 과징금을 부과하기로 결정하였다.<sup>2)</sup> 최근 우리나라의 공정거래위원회도 거대 IT기업의 빅데이터 수집·활용 과정에서 불공정행위의 존재 여부에 대한 검토를 시작하였다.<sup>3)</sup>

이 글에서는 독일의 입법례를 살펴봄으로써 빅데이터와 시장지배적 지위의 남용에 관련된 입법적 시사점을 찾고자 한다.

1) 이춘규, “일 빅데이터 독점방지 지침 만든다…페이스북구글 견제”, 연합뉴스 기사(2017.6.5.).

2) 김연지, “구글, EU와 반독점 신경전 … 소송전 준비 나서”, 조선비즈 기사(2017.7.11.).

3) 임미진, “구글·페북의 빅데이터 독점 겨누는 김상조의 공정위”, 중앙일보 기사(2017.6.26.).



## Ⅱ. 빅데이터와 공정거래의 관련성

### 1. 빅데이터와 개인정보보호

빅데이터(Big Data)에서 개인정보보호의 문제는 개인정보의 활용과 대비하여 생각해 보아야 할 사항이다. 개인정보보호를 강화할 경우에는 빅데이터를 이용한 서비스 수준이 낮아지고, 개인정보의 활용을 강화할 경우에는 자칫 빅데이터를 이용한 사생활의 침해가 우려되기 때문이다. 따라서 빅데이터에서 개인정보보호에 관한 기준을 어느 정도의 수준에서 정할 것인가는 매우 어렵지만 중요한 문제이다.

특히 소비자에 관한 방대한 자료의 축적과 분석은 소비자 맞춤형 광고 등에 활용되고 있으며, 때로는 소비자의 개인정보를 심각하게 침해하기도 한다. 이와 관련하여 2012년의 미국 대형 쇼핑몰 사건은 유명하다. 당시 그 쇼핑몰은 자체적 데이터 분석으로 소비자 맞춤형 광고를 하고 있었는데, 10대 소녀에게 다수의 아기용품 쿠폰을 보냄으로써 결국 그녀의 부모가 그녀의 임신 사실을 알게 된 것이다.<sup>4)</sup>

이와 관련하여 우리나라의 정부에서도 2014년 3월 19일에 방송통신위원회가 ‘빅데이터 개인정보보호 가이드라인’을 발표한 바 있다. 그런데, 개인정보보호위원회는 같은 해 7월 30일에 방송통신위원회의 가이드라

4) Charles Duhigg, “How Companies Learn Your Secrets”, the New York Times Magazine (Feb 16, 2012), [http://www.nytimes.com/2012/02/19/magazine/shopping-habits.html?pagewanted=1&\\_r=1&hp](http://www.nytimes.com/2012/02/19/magazine/shopping-habits.html?pagewanted=1&_r=1&hp) (2017.8.14. 방문).

인이 “「개인정보 보호법」 및 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」의 규정과 입법 취지에 부합하지 아니하는 일부 내용을 포함하고 있으므로 개인정보보호 관련 법률의 내용과 체계에 부합하도록 재검토 할 것을 방송통신위원회 위원장에게 권고”하였다.<sup>5)</sup> 이후 같은 해 12월에 행정자치부와 한국정보화진흥원(NIA)이 공동 발간한 ‘개인정보 비식별화에 대한 적정성 자율평가 안내서’가 발간되었지만 혼란한 상황은 여전하였다. 결국 2016년 6월에 국무총리실이 주도하여 범부처 ‘개인정보 비식별 조치 가이드라인’(이하 ‘가이드라인’으로 인용한다)이 제정되어 현재에 이르고 있다.

한편 우리나라의 가이드라인에 대해서는 비판적 의견<sup>6)</sup>이 존재한다. 첫째, 가이드라인의 법적 근거가 모호하다. 둘째, 개인정보자기결정권 및 프라이버시의 실질적인 보장에 한계를 노출하고 있으며 가이드라인이 실무에서 실효성이 있는지 의문이다. 셋째, 비식별화에 관한 개념 정의 및 법적 효과에 대한 사회적 합의가 없는 상태에서 가이드라인이 제정되어 혼선이 유발되는 측면이 있다는 것이다.

## 2. 개인정보보호와 공정거래

개인정보보호와 공정거래는 다음의 두 가지 관련성을 가진다.

5) ‘빅데이터 개인정보보호 가이드라인(안) 관련 진정 건’, 2014 의결 제16호, 개인정보보호위원회 결정(2014.7.30.).

6) 가이드라인에 대한 자세한 입법례와 문제점에 대해서는 심우민, “개인정보 비식별조치에 관한 입법정책적 대응과제”, 「현안보고서」 제305호, 국회입법조사처(2017.5.24.) 참조.

첫째, 정보불균형(Information Asymmetries)에 변화를 주고 있다는 것이다.<sup>7)</sup> 여기서 정보불균형은 우리가 일상적으로 접하는 개념이다. 예를 들어, 기업과 소비자는 특정 상품이나 가격에 관하여 양자가 완전히 정보를 공유하지 않기 때문에, 소비자는 취득된 정보의 한계에서 상품과 가격을 선택하게 되고, 기업은 소비자의 취향이 언제 변하여 경쟁 기업의 상품을 선택할지 모르기 때문에 항상 상대 기업과 경쟁을 유지하게 된다. 이러한 면에서 정보불균형은 시장경제를 운영하게 하는 하나의 기제가 된다.

그런데 최근 기업들은 빅데이터를 분석하여 소비자와 경쟁 기업에 대한 정보와 움직임을 알아내기 시작하면서, 소비자와 경쟁 기업을 많은 부분에서 파악하고 이를 적극적으로 활용한다. 좀 더 개인화된 서비스와 상품으로 소비자에 대한 광고를 하고 관련 상품을 준비하며, 경쟁 기업의 동향을 파악하여 대응 제품을 출시한다. 즉 정보불균형이 빅데이터를 분석할 수 있는 기업 중심으로 더욱 심해지고 있다.

이러한 점에서 공정거래규제기관은 소비자 보호와 공정한 경쟁을 위하여 빅데이터 분석의 성패를 좌우하는 개인정보보호의 문제에 관여하게 된다. 즉 공정거래규제기관이 소비자 보호와 공정한 경쟁을 유지하기 위하여 개인정보보호의 비식별화 처리, 즉 빅데이터에 포함된 개인정보를 차명으로 바꾸거나 익명으로 처리하는 등의 작업을 높은 수준에서 하도록 요구할 요인<sup>8)</sup>이 생기는 것이다.

---

7) 자세한 사항은 Nicola Jentzsch, “Competition and Data Protection Policies in the Era of Big Data: Privacy Guarantees as Policy Tools”, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung(2016) 참조.

한편 기업과 소비자 관계뿐만 아니라, 공정거래규제기관과 규제대상의 관계도 빅데이터로 인하여 변화되는데, 공정거래규제기관도 빅데이터를 분석하여 규제대상인 기업이나 단체의 동향을 파악하여 관련 규제를 준비하고 소비자 보호의 대책을 세우게 된다. 이 경우에는 규제대상인 기업이나 단체 등에서 공정거래규제기관이 활용하는 빅데이터와 관련되어 개인정보보호의 문제를 거론하게 될 것이다.

둘째, 공정거래규제기관이 개인정보보호의 문제에 개입하게 되면서, 개인정보보호 비식별화에 관한 기준을 우리나라와 같이 ‘가이드라인’(guideline)이라는 형식과 추상적인 내용에 머물러도 되는 것인지에 대한 의문을 제기한다.<sup>9)</sup>

주요 국가들이 개인정보보호를 위한 비식별 조치를 다루는 방식은 크게 두 가지로 분류된다. 우리나라의 가이드라인과 영국의 ‘익명화 실천 규약’과 같은 가이드라인 제정 방식이 있다. 반면 유럽연합의 ‘개인정보 보호규칙’과 같은 입법 방식이 있다.<sup>10)</sup>

그런데 공정거래규제기관이 규제대상에 대한 행정적 제재(특히 과징금)나 궁극적으로는 법원을 통한 형사처벌과 같은 제재를 하기 위해서는 법적 효력이 불분명한 가이드라인 위반을 제재의 근거로 삼을 수 없다. 또한 법원이나 행정기관은 물론이고 일반 실무에서 적용하기 난해하게 추상화된 개인정보보호 비식별화 기준은 공정거래규제기관이 규제의

8) 비식별화 처리가 높은 수준에서 이루어지지 않으면 빅데이터에 포함되어 있는 개인정보를 분석 및 활용할 수 있는 기업의 시장지배적 지위가 강화된다.

9) 고학수, “개인정보 보호 법제에 관한 국내외 논의의 전개와 주요 쟁점”, BFL 제66호, 서울대학교 금융법센터(2016), 22-23면은 저자의 견해에 기초가 되는 관점을 제시하고 있다.

10) 심우민, 앞의 보고서, 31-39면 참조.

근거로 삼기에 불분명하기 때문에 분야별로 전문적이고 실무적인 개인 정보보호 비식별화 기준이 마련될 필요성이 있다. 이러한 사항은 앞서 우리나라의 가이드라인에 대한 비판적 의견에서 나온 지적 사항과도 맞닿아 있다.

### 3. 빅데이터와 공정거래<sup>11)</sup>

#### 1) 디지털시장과 공정거래규제수단

빅데이터를 이용하는 거대 IT기업들은 서비스 공급가액을 ‘0’으로 하여 공정거래규제기관을 당황하게 만드는 경우가 많다. 공정거래규제기관이 규제를 적용하기 위해서는 일정한 관련 시장에서 불공정행위가 있어야 하는데 그 대표적 징표가 불공정한 수익이기 때문이다. 더불어 거대 IT기업들은 단일한 상품이나 서비스시장에서 활동하지 않는다. 예를 들어, 일간신문사는 뉴스시장과 광고시장 등이 관련 시장이지만 각각 구독료와 광고료를 받는다. 반면 Google사는 검색시장, 번역시장, 내비게이션 시장, 영상공유시장, SNS시장 등이 관련 시장이고 이 모든 관련 시장의 서비스를 무료로 제공하고 있다. 그러므로 IT기업들이 활약하고 있는 소위 ‘디지털시장’에서는 관련 시장을 획정짓는 작업부터 서비스 공급가액에 이르기까지 전통적인 공정거래규제수단이 적합하지 않을 수도 있다.

---

11) 여기서는 OECD 보고서에서 논의된 사항을 주로 다룬다. Ania Thiemann, Pedro Gonzaga, *BIG DATA: BRING COMPETITION POLICY TO THE DIGITAL ERA*, Directorate for Financial and Enterprise Affairs Competition Committee, OECD(2016.10.27.) 참조.

## 2) 시장지배

고객에게 무료서비스를 제공하는 거대 IT기업들이 관련 디지털시장에서 시장지배력이 있는지 여부를 판단하는 일은 매우 어려운 문제이다. 그렇지만 프랑스의 경쟁청(Autorité de la Concurrence)과 독일의 연방카르텔청(Bundeskartellamt)의 2016년 공동 보고서<sup>12)</sup>에 따르면, 빅데이터를 보유한 사실만으로 시장지배력의 중요한 근거가 될 수 있으며, 특히 빅데이터가 시장진입을 가로막는 진입장벽으로 남용될 수 있다고 하였다. 이러한 관점은 미국 법무부가 Bazaarvoice와 Power-Reviews의 합병을 반대한 처분과도 연계되고, 무료서비스를 제공하는 관련 시장에서 전통적인 시장점유율보다는 빅데이터에 대한 점유율로 시장지배력을 판단할 수도 있다는 것을 나타낸다.

또한 디지털시장에서는 관련 시장 내에서 경쟁을 하는 것이 아니라 승자독식을 위하여 다른 시장을 향해 경쟁하는 특징이 있다. 예를 들어, Facebook이 Myspace를 흡수한 것은 SNS시장을 향한 것이었다. 1개 시장에서 시장지배력을 가진 기업은 낮은 가격의 상품과 서비스를 지속적으로 제공하기 위하여 여러 시장에서 경쟁력을 유지하는 것을 중요하게 고려하는 것이다.<sup>13)</sup>

12) 공정거래위원회 국제협력과, “독일/프랑스 연방카르텔청-경쟁청 빅데이터 공동 연구보고서”, 「해외경쟁정책동향」 제124호, 공정거래위원회(2017.1.16.), 10-12면.

13) Ania Thiemann, Pedro Gonzaga,, *Supra* Note 11, at 50.

### 3) 합병

Google과 DoubleClick의 합병 그리고 Facebook과 WhatsApp의 합병은 수평결합 등 기존의 공정거래규제수단으로는 판단하기 매우 어려운 다음과 같은 과제를 던져주었다.

#### <Google과 DoubleClick, Facebook과 WhatsApp의 합병>

2007년 당시 DoubleClick은 인터넷 광고전문기업으로서 익명의 사용자의 인터넷 사용을 분석해서 그 사용자에게 최적화된 광고를 보여주는 고유한 기술을 가지고 연간 약 1억 달러의 수익을 올리고 있었다. 2007년 4월에 Google은 31억 달러에 DoubleClick을 인수하겠다고 발표하였다.

2007년 12월에 미국 공정거래위원회는 8개월 간의 조사 끝에 Google과 DoubleClick의 합병으로 경쟁이 제한되지 않는다고 발표하면서 합병을 승인하였다.<sup>14)</sup>

2014년 당시 Facebook은 SNS사업자로서 세계 13억 명의 이용자와 스마트폰 앱을 이용한 SNS사업자로서 3억 5천만 명의 이용자를 가지고 있었고, WhatsApp은 스마트폰 앱을 이용한 SNS사업자로서 세계 6억 명의 이용자를 가지고 있었으며, 특히 유럽에서 인기가 높았다. 2014년 2월에 Facebook은 190억 달러에 WhatsApp을 인수하겠다고 발표하였다.

유럽연합집행위원회 경쟁총국은 유럽 공동시장 내지 그 주요 시장 부분에서 유효 경쟁의 실질적 저해가 있는지를 조사한 후 2014년 10월에 조건 없이 합병을 승인하였다.<sup>15)</sup> 그러나 유럽연합집행위원회 경쟁총국은 Facebook이 2014년 당시 조사에서 WhatsApp의 정보를 제대로 제공하지 않았다는 이유로 2017년 5월에 110만 유로의 벌금을 부과하였다.<sup>16)</sup>

우선 공정거래규제기관이 합병 여부를 승인(허가)하기 위한 기준으로 자산이나 매출액 외에 합병거래금액을 고려할 필요가 생겼다는 것이다.

대부분의 국가에서 일정 규모의 합병을 하기 전에 공정거래규제기관에 합병에 대한 사전심사를 하는 법제를 두고 있으며, 사전심사를 해야 하는 합병의 기준은 대부분 자산 또는 매출액을 기준으로 한다. 그러나 거대 IT기업의 합병에서는 자산 또는 매출액을 기준으로 공정거래규제기관이 합병을 다루기에 곤란한 경우가 생긴다. Facebook과 Whatsapp의 합병 사건은 이와 관련된 대표적 사건이다. 본래 Facebook이 인수하려고 했던 Whatsapp은 2013년에 유럽연합 내 매출액이 1억 유로에도

14) *Google/DoubleClick*, Statement of Federal Trade Commission, FTC File No. 071-0170, Federal Trade Commission(December 20, 2007); Office of Public Affairs of Federal Trade Commission, *Federal Trade Commission Closes Google/DoubleClick Investigation*, Press Releases, Federal Trade Commission(December 20, 2007), <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2007/12/federal-trade-commission-closes-googledoubleclick-investigation> (2017.8.14. 방문).

15) *FACEBOOK/ WHATSAPP*, Commission decision pursuant to Article 6(1)(b) of Council Regulation No 139/2004, Case No COMP/M.7217, European Commission(October 3, 2014).

16) Jennifer Rankin, "Facebook fined £94m for 'misleading' EU over WhatsApp takeover", *the Guardian*(May 18, 2017), <https://www.theguardian.com/business/2017/may/18/facebook-fined-eu-whatsapp-european-commission> (2017.8.14. 방문).



못 미쳐서 유럽연합 합병규칙<sup>17)</sup> 제1조 제2항에 따라서 2억 5천만 유로를 기준으로 하는 유럽연합집행위원회의 합병규제 관할권에 포함되지 않았으나, Facebook이 인수금액으로 제시한 190억 달러가 암시하는 바를 받아들인 유럽연합집행위원회가 합병 심사를 하게 된 것이다.<sup>18)</sup>

또한 거대 IT기업의 합병에는 잠재적으로 관련 시장에서 두각을 나타낼 수도 있는 혁신적 신생기업을 매수하여 관련 시장에서 몰아내고 관련 시장을 독점하려는 의도 역시 있기 때문에 공정거래규제기관으로서 합병거래금액을 합병규제 관할권에 포함시킬 요인이 생기게 된다.

다음으로 상품이나 서비스를 무료로 제공하는 경우에 공정거래규제기관이 품질의 중요성을 경쟁의 특성으로 인식하기 시작했다. 상품이나 서비스의 품질은 개인정보보호와 관련된다. 왜냐하면 어떤 소비자는 높은 수준의 개인정보보호를 원하고, 어떤 소비자는 좀 더 자신에게 적합한 상품과 서비스를 제공받기 위하여 개인정보를 기꺼이 제공하기 때문에, 개인정보보호의 문제는 상품과 서비스에 관한 질적 차이를 발생시킨다. 그리고 무료 상품이나 서비스로 경쟁을 하는 경우에 개인정보보호의 문제는 합병을 승인할 것인지 아니면 금지할 것인지를 심사하는 과정에서 중요한 의미를 가진다. 특히 공정거래규제기관은 낮은 수준의 개인정보보호를 하고 있는 A기업이 높은 수준의 개인정보보호를 하면서 서비스를 제공하고 있는 B기업을 인수 및 합병하게 되면, B기업에서

17) COUNCIL REGULATION (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation).

18) 이기중, “디지털 플랫폼 사업자 간의 기업결합 규제 - EU의 Facebook/WhatsApp 사건을 중심으로”, 「상사판례연구」 제29집 제1권, 한국상사판례학회(2016.3.), 81-82면.

높은 수준의 개인정보보호를 받고 있던 소비자의 가치가 실질적으로 감소하게 되는 것이 아닌지를 평가하여 A기업과 B기업의 합병 여부를 판단한다. 이와 관련하여 최근에는 DuckDuckGo.com과 같이 개인정보를 전혀 수집하지 않는 인터넷 회사도 등장하였다.<sup>19)</sup>

마지막으로 소비자 개인정보보호의 문제를 소비자보호기관이나 정보보호기관이 아닌 공정거래규제기관까지 관여하게 되었다. 이는 앞서 언급하였지만 미국의 경우를 살펴보자면, 이와 관련된 최초의 사건인 Google과 DoubleClick의 합병 사건에서, 미국 연방거래위원회(FTC)는 이 합병으로 인하여 소비자들은 본인들이 원하는 정도의 개인정보보호에 관한 선택을 할 수 없을 것이라는 점을 고려하였다.<sup>20)</sup>

개인정보보호에 공정거래규제기관이 개입하는 것에 대하여 반대하는 주장도 있지만, 시장지배력을 통해서 개인정보보호의 문제가 발생한다면 공정거래규제기관이 이를 반독점의 문제로 다루는 것에 대한 법적 정당성이 있다고 볼 수 있다. 또한 이러한 관점에서 비식별 처리가 되지 않은 데이터는 인터넷 시대의 새로운 통화(money)로 여겨지고 있으며, 개인정보수집의 확대는 가격의 상승에 비견될 수도 있다.

19) Ania Thiemann, Pedro Gonzaga,, *Supra* Note 11, at 59.

20) *Supra* Note 14.

### Ⅲ. 주요국의 입법례

빅데이터와 공정거래에 관하여 주요 국가에서 진행되고 있는 입법화 작업은 개인정보보호 관련 법률과 공정거래 관련 법률로 나누어 생각할 수 있다.

#### 1. 개인정보보호 관련 유럽연합과 미국의 입법례

유럽연합에서는 현재 세계시장을 이끌고 있는 거대 IT기업인 Google, Facebook 등이 대부분 미국 기업이기 때문에, 미국 기업을 견제하고 자국 기업의 성장을 염두에 두고 관련 규제수단을 활용하고 있다. 이를 위해 가장 먼저 활용될 수 있는 법제는 「개인정보보호규정」(General Data Protection Regulation)<sup>21)</sup>이다. 동 규정에서는 개인정보보호를 위한 구체적인 비식별화 조치와 이에 대한 법적 효과에 대해 규정하고 있다.<sup>22)</sup> 그리고 유럽연합의 빅데이터와 공정거래 관련 입법은 앞서 논의한 것과 유사한 내용으로 진행 중에 있다.<sup>23)</sup>

21) 직역은 “일반데이터보호규정”이지만 여러 문헌에서 “개인정보보호규정”으로 지칭되고 있는 점을 고려한 명칭 사용임을 밝혀둔다. 정식 명칭은 REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)이다.

22) 「개인정보보호규정」의 자세한 사항은 심우민, 앞의 보고서, 31-35면 참조.

23) 유럽연합의 빅데이터와 공정거래 관련 입법과 정책의 자세한 사항은 [https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/big-data-and-competition\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/big-data-and-competition_en)(2017년7월25일 방문) 참조.

한편 미국에서는 「건강보험 이전과 책임에 관한 법률」(HIPAA), 「경제적·임상적 보전에 대한 건강 정보기술법」(HITECH Act), 「가족의 교육적 권리 및 프라이버시법」(FERPA) 등의 분야별 개인정보보호법제가 매우 발달되어 있다. 특히 「건강보험 이전과 책임에 관한 법률」에 따른 ‘HIPAA 프라이버시 규칙’에는 매우 구체적인 비식별 조치에 대한 기준이 마련되어 있어서 우리나라의 가이드라인 제정에도 많은 참고가 된 것으로 알려져 있다.

참고로 개인정보보호법제가 빅데이터와 공정거래에 관계된 것은 분명하지만, 이 글은 공정거래를 중심으로 서술하고 있으므로, 빅데이터와 관련된 개인정보보호법제에 대한 별도의 구체적인 소개를 하지 않는다.

## 2. 공정거래 관련 독일의 입법례

독일은 빅데이터와 관련하여 공정거래규제기관이 매우 적극적으로 개입하고 관련 정책의 입법화가 빠르게 진행되는 국가 중 하나이다. 현재에도 독일의 연방카르텔청(Bundeskartellamt)은 Facebook을 「연방데이터 보호법」(Bundesdatenschutzgesetz) 위반에 따른 시장지배적 지위 남용으로 조사 중<sup>24)</sup>이다.

한편 2017년 6월 1일에 「경쟁제한법」(Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen)이 제9차로 개정되어 시행에 들어갔다. 개정된 여러 사항 중에서 앞서 논의된 내용과 관련되는 디지털시장의 시장지배,

24) 이 조사는 2016년 3월부터 지속되고 있다.

증거의 공개, 새로운 합병 규제를 소개한다.

## 가. 디지털시장의 시장지배

독일 학계에서는 「경쟁제한법」에서 정의한 ‘시장’의 개념에 무료 서비스를 포함시킬 수 없다는 지적이 여러 차례 있었고, 이에 대한 입법적 해결로 「경쟁제한법」 제18조제2a항에 무료 서비스도 시장의 개념에 포함될 수 있다는 근거 규정을 신설하였다.

또한 디지털시장과 관련하여 경쟁제한적 시장에 대한 개념을 명확히 하기 위하여 「경쟁제한법」 제18조제3a항을 신설하여 다중 시장 및 네트워크와 관련된 시장지배력을 일정한 기준에 의해 평가할 수 있는 근거를 마련하였다.

## 나. 증거의 공개

미국의 증거개시제도(Discovery)<sup>25)</sup>에 해당하는 절차가 대륙법계인 독일에는 없기 때문에, 거대 IT기업을 상대로 손해배상청구를 하는 개인 으로서는 심각한 입증책임의 부담과 정보불균형(information asymmetry)에 직면하게 된다. 독일 민사소송체계는 우리나라와 마찬가지로 사전

25) 디스커버리(Discovery, 증거개시제도)는 사실심리(Trial)가 개시되기 전에 당사자 서로가 가진 증거와 서류를 확보하고 이를 상호 공개하여 쟁점을 명확히 정리하는 제도이다. 자세한 사항은 이시운, 이진수, “한국형 디스커버리 제도 도입의 필요”, 법률신문 연구논단 기사(2015.3.19.), <https://www.lawtimes.co.kr/Legal-Info/Research-Forum-View.aspx?serial=2222>(2017.8.14. 방문).

증거 공개 없이 원고가 입증책임을 부담하도록 되어 있기 때문에 발생하는 문제이다.

이에 독일에서는 「경쟁제한법」 제33g조를 신설하여 법원의 심리가 시작되기 전에 잠재적으로 독점(Wettbewerbsbeschränkungen)으로 인한 손해배상청구를 제기하려는 자 또는 손해배상청구를 당하는 자가 상대방에게 관련 증거의 공개를 청구할 수 있도록 하였다. 신설 규정은 본래 독점으로 인한 손해배상청구에 목적을 두고 있으나, 「유럽연합기능조약」 제101조 및 제102조<sup>26)</sup> 위반을 포함하기 때문에 빅데이터 관련 공정거래규제에 있어서도 정보불균형의 해소에 상당한 역할을 할 것으로 기대된다.

#### 다. 새로운 합병 규제- 거래금액 기준 도입

앞서 언급한 Facebook과 Whatsapp의 합병 사건에서와 같이 거대 IT 기업이 소규모의 혁신적 기업을 합병하여 인수하는 경우에 시장에 미치는 영향이 크지만 기존의 매출액 기준으로는 기업결합 신고대상에서 제외되는 경우가 있었다. 이에 따라 독일에서는 새로운 합병 규제를 「경쟁제한법」 제35조제1a항에 도입하였다.

즉 합병에 참여한 기업의 매출액이 5억 유로를 초과하고, 독일 내에서 최소한 하나의 기업의 매출액이 2천5백만 유로를 초과하며, 인수되는

26) Treaty on the Functioning of the European Union §101, §102; 자세한 사항은 조동관, “공정거래 I - 공정거래위원회의 독립성과 위상 강화”, 「입법현안 법률정보」 제64호, 국회도서관 법률정보실(2017.7.), 13-17면.

기업 또는 인수에 참여하지 않는 기업의 매출액이 5백만 유로 이상 매출을 발생시켰으며, 합병 거래 가치가 4억 유로를 초과하고, 인수되는 기업의 독일 내에서 활동이 실질적이면, 동법 제37조 합병 규정과 연계되어 합병 심사를 받기 위해 연방카르텔청에 합병 신고를 해야 한다.

따라서 독일은 「경쟁제한법」 제35조제1a항의 신설을 통하여 거래금액 기준의 합병 규제를 도입한 것으로 보인다.

### 3. 독일 「경쟁제한법」의 원문과 번역문

원 문	번 역 문
<p>Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen</p> <p>§ 18 Marktbeherrschung</p> <p>(1)-(2) (...)</p> <p>(2a) Der Annahme eines Marktes steht nicht entgegen, dass eine Leistung unentgeltlich erbracht wird.</p> <p>(3) (...)</p> <p>(3a) Insbesondere bei mehrseitigen Märkten und Netzwerken sind bei der Bewertung der Marktstellung eines Unternehmens auch zu berücksichtigen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. direkte und indirekte Netzwerkeffekte,</li> <li>2. die parallele Nutzung mehrerer Dienste und der Wechselaufwand für die Nutzer,</li> </ol>	<p>경쟁제한법</p> <p>제18조 시장지배</p> <p>(1)-(2) (...)</p> <p>(2a) 시장의 전제는 무상급부와 대립되지 않는다.</p> <p>(3) (...)</p> <p>(3a) 다중 시장과 네트워크의 경우에, 어떤 회사의 시장지배력을 평가함에 있어서 다음의 사항 또한 고려하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 직접·간접 네트워크 효과,</li> <li>2. 여러 서비스의 병행 사용 및 이용자를 위한 비용변화,</li> </ol>

원 문	번 역 문
<p>3. seine Größenvorteile im Zusammenhang mit Netzwerkeffekten,</p> <p>4. sein Zugang zu wettbewerbsrelevanten Daten,</p> <p>5. innovationsgetriebener Wettbewerbsdruck. (...)</p> <p><b>§ 33g Anspruch auf Herausgabe von Beweismitteln und Erteilung von Auskünften</b></p> <p>(1) Wer im Besitz von Beweismitteln ist, die für die Erhebung eines auf Schadensersatz gerichteten Anspruchs nach § 33a Absatz 1 erforderlich sind, ist verpflichtet, sie demjenigen herauszugeben, der glaubhaft macht, einen solchen Schadensersatzanspruch zu haben, wenn dieser die Beweismittel so genau bezeichnet, wie dies auf Grundlage der mit zumutbarem Aufwand zugänglichen Tatsachen möglich ist.</p> <p>(2) Wer im Besitz von Beweismitteln ist, die für die Verteidigung gegen einen auf Schadensersatz gerichteten Anspruch nach § 33a Absatz 1 erforderlich sind, ist verpflichtet, sie demjenigen herauszugeben, gegen den ein Rechtsstreit über den Anspruch nach Absatz 1 oder den Anspruch</p>	<p>3. 네트워크 효과와 관련된 규모의 이익,</p> <p>4. 경쟁과 관련된 데이터에 대한 접근,</p> <p>5. 혁신을 추구하는 경쟁 압력. (...)</p> <p><b>제33g조 증거 제출 및 정보 요구에 대한 자격</b></p> <p>(1) 제33a조제1항(고의 또는 과실에 의하여 이 법 위반한 자에 대한 손해배상책임)에 근거한 손해배상청구를 위하여 수집할 필요가 있는 증거를 소유한 자는 그것을 그 배상을 받을 자격이 있는 것으로 신뢰되는 자에게 공개해야 한다. 다만 합리적인 비용으로 그 증거에 접근 가능한 경우에 한한다.</p> <p>(2) 제33a조제1항에 근거한 손해배상청구에 대한 방어를 위하여 수집할 필요가 있는 증거를 소유한 자는 제1항에 근거한 청구에 관하여 분쟁이 발생하거나 제33a조제1항에 근거한 손해배상청구를 받은 자에게 공개해야 한다. 다만 후자는 합리적인 비용으로 그 증거에 접근 가능한 것이 아주 명확한 경우에 한한다. 또한 제1항에</p>



원 문	번 역 문
<p>auf Schadensersatz nach § 33a Absatz 1 rechtshängig ist, wenn dieser die Beweismittel so genau bezeichnet, wie dies auf Grundlage der mit zumutbarem Aufwand zugänglichen Tatsachen möglich ist. Der Anspruch nach Satz 1 besteht auch, wenn jemand Klage auf Feststellung erhoben hat, dass ein anderer keinen Anspruch nach § 33a Absatz 1 gegen ihn hat, und er den der Klage zugrunde liegenden Verstoß im Sinne des § 33a Absatz 1 nicht bestreitet.</p> <p>(...)</p> <p><b>§ 35 Geltungsbereich der Zusammenschlusskontrolle</b></p> <p>(1) Die Vorschriften über die Zusammenschlusskontrolle finden Anwendung, wenn im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. die beteiligten Unternehmen insgesamt weltweit Umsatzerlöse von mehr als 500 Millionen Euro und</li> <li>2. im Inland mindestens ein beteiligtes Unternehmen Umsatzerlöse von mehr als 25 Millionen Euro und ein anderes beteiligtes Unternehmen Umsatzerlöse von</li> </ol>	<p>따른 청구는 제33a조제1항에 근거한 청구를 받지 않은 사실 그리고 제33a조제1항에서 의미하는 범위 내의 침해 행위에 관한 분쟁이 아니라 는 사실에 대하여 이의를 제기한 경우에 한한다.</p> <p>(...)</p> <p><b>제35조 합병 심사의 범위</b></p> <p>(1) 경제력집중 심사에 관한 규정은 경제력집중이 진행된 직전 회계연도에서 (다음의 경우)에 이 르렀을 때 적용된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 관련된 당사자들이 전 세계 매출액이 5억 유로 를 초과하고</li> <li>2. 최소한 한 참여 기업의 국내 매출액이 2천5백 만 유로가 초과하고 다른 참여 기업의 매출액이 5백만 유로가 초과한 경우.</li> </ol>

원 문	번 역 문
<p>mehr als 5 Millionen Euro erzielt haben.</p> <p>(1a) Die Vorschriften über die Zusammenschlusskontrolle finden auch Anwendung, wenn</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Voraussetzungen des Absatzes 1 Nummer 1 erfüllt sind,</li> <li>2. im Inland im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss <ol style="list-style-type: none"> <li>a) ein beteiligtes Unternehmen Umsatzerlöse von mehr als 25 Millionen Euro erzielt hat und</li> <li>b) weder das zu erwerbende Unternehmen noch ein anderes beteiligtes Unternehmen Umsatzerlöse von jeweils mehr als 5 Millionen Euro erzielt haben,</li> </ol> </li> <li>3. der Wert der Gegenleistung für den Zusammenschluss mehr als 400 Millionen Euro beträgt und</li> <li>4. das zu erwerbende Unternehmen nach Nummer 2 in erheblichem Umfang im Inland tätig ist.</li> </ol> <p>(...)</p> <p><b>§ 37 Zusammenschluss</b></p> <p>(1) Ein Zusammenschluss liegt in folgenden Fällen vor:</p>	<p>(1a) 경제력집중의 심사에 관한 규정은 (다음의 경우) 또한 적용된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 제1항제1호의 요건에 충족하고,</li> <li>2. 합병 전에 독일에서 직전 회계연도에 <ol style="list-style-type: none"> <li>a) 참여 기업의 매출이 2천5백만 유로 이상이고,</li> <li>b) 인수되거나 참여하지 않은 기업의 매출이 5백만 이상이며,</li> </ol> </li> <li>3. 경제력집중 심사대상의 가액이 4억 유로를 초과하고,</li> <li>4. 인수되는 기업의 해당 국가 영토 내에서 실질적 활동이 제2호에 해당되는 경우.</li> </ol> <p>(...)</p> <p><b>제37조 합병</b></p> <p>(1) 다음의 경우에 경제력집중이 가능하다:</p>

원 문	번 역 문
<p>1. Erwerb des Vermögens eines anderen Unternehmens ganz oder zu einem wesentlichen Teil; das gilt auch, wenn ein im Inland tätiges Unternehmen, dessen Vermögen erworben wird, noch keine Umsatzerlöse erzielt hat;</p> <p>2. Erwerb der unmittelbaren oder mittelbaren Kontrolle durch ein oder mehrere Unternehmen über die Gesamtheit oder Teile eines oder mehrerer anderer Unternehmen. Die Kontrolle wird durch Rechte, Verträge oder andere Mittel begründet, die einzeln oder zusammen unter Berücksichtigung aller tatsächlichen und rechtlichen Umstände die Möglichkeit gewähren, einen bestimmenden Einfluss auf die Tätigkeit eines Unternehmens auszuüben, insbesondere durch</p> <p>a) Eigentums- oder Nutzungsrechte an einer Gesamtheit oder an Teilen des Vermögens des Unternehmens,</p> <p>b) Rechte oder Verträge, die einen bestimmenden Einfluss auf die Zusammensetzung, die Beratungen oder Beschlüsse der Organe des Unternehmens gewähren; das gilt auch, wenn ein im Inland</p>	<p>1. 타인이 전부 또는 일부의 범위에서 보유하는 자산의 취득, 이는 또한 회사의 자산으로 전혀 매출이 발생하지 않는 국가의 영토에서 회사를 운영하는 경우에도 적용된다;</p> <p>2. 하나 이상의 다른 기업을 전부 또는 일부로 운영하는 하나 이상의 기업에 대한 작간접적인 지배력의 취득. 이 지배력은 그 기업의 결정에 영향을 줄 수 있는 모든 법적 및 사실적 가능성을 고려하여 단독 또는 공동으로 권리, 계약, 다른 수단으로 특히 (다음에) 의해 형성된 것이다</p> <p>a) 기업 자산의 전체 또는 부분에 대한 소유권 또는 이용권,</p> <p>b) 기업의 기관에 관한 구성, 심사, 결정에 결정적 영향력을 가지는 권리 또는 계약, 이는 또한 기업이 국내 시장에서 아무런 매출이 발생하지 않아도 적용된다;</p>

원 문	번 역 문
<p>tätiges Unternehmen noch keine Umsatzerlöse erzielt hat;</p> <p>3. Erwerb von Anteilen an einem anderen Unternehmen, wenn die Anteile allein oder zusammen mit sonstigen, dem Unternehmen bereits gehörenden Anteilen</p> <p>a) 50 vom Hundert oder</p> <p>b) 25 vom Hundert</p> <p>des Kapitals oder der Stimmrechte des anderen Unternehmens erreichen. Zu den Anteilen, die dem Unternehmen gehören, rechnen auch die Anteile, die einem anderen für Rechnung dieses Unternehmens gehören und, wenn der Inhaber des Unternehmens ein Einzelkaufmann ist, auch die Anteile, die sonstiges Vermögen des Inhabers sind. Erwerben mehrere Unternehmen gleichzeitig oder nacheinander Anteile im vorbezeichneten Umfang an einem anderen Unternehmen, gilt dies hinsichtlich der Märkte, auf denen das andere Unternehmen tätig ist, auch als Zusammenschluss der sich beteiligenden Unternehmen untereinander;</p> <p>4. jede sonstige Verbindung von Unternehmen, auf Grund deren ein oder mehrere Unternehmen unmittelbar oder mittelbar</p>	<p>3. 다른 기업의 주식 취득, 만일 그 기업이 단독 또는 다른 자와 함께 이미 취득한 주식에 다른 회사의 자본 또는 투표권의</p> <p>a) 50% 또는</p> <p>b) 25%</p> <p>에 이른 경우. 또한 그 기업이 소유한 주식에 다른 기업의 입장에서 그 다른 기업을 소유한 것으로 여겨지고, 그 기업의 소유자가 단독 소유자일 때 그 소유자의 모든 자산이 주식인 경우. 여러 기업들이 동시 또는 순차적으로 다른 기업으로부터 앞서 언급한 정도의 지분율을 취득한 때에는, 그 다른 기업이 참여하는 시장에 대해서도 적용하며, 그 참여 기업들을 하나의 집단으로 본다;</p> <p>4. 다른 기업에 상당한 경쟁 영향력을 작간점으로 미칠 수 있는 하나 이상 기업들의 다양한 결합.</p>

원 문	문 의 제
einen wettbewerblich erheblichen Einfluss auf ein anderes Unternehmen ausüben können.	

## IV. 시사점

### 1. 개인정보보호 관련 법제의 정비

빅데이터의 분석과 활용에 있어서 개인정보보호의 문제는 매우 중요한 사안이며, 최근 거대 IT기업들이 빅데이터를 활용하여 서비스를 제공하고 시장지배력을 키워나가는 것에 대해서는 서비스 이용자의 개인정보보호와 시장지배적 지위의 남용 방지를 위하여 관련 규제기관의 규제가 필요한 상황이다. 이와 관련하여 우리나라의 개인정보보호 관련 법제를 전체적으로 살펴볼 필요가 있다. 특히 공정거래위원회가 거대 IT기업에 대하여 시장지배 확대와 독점적 지위의 남용에 대한 규제를 하기 위해서는 빅데이터와 관련된 개인정보보호 법제가 가이드라인 수준에 머물러서는 규제의 근거로 삼을 수 없을 것으로 보인다. 또한 개인정보보호와 관련된 비식별화 조치는 정부가 획일적으로 정할 수 없는 성질이 있으므로, 분야별 기준을 마련하고 그 내용 또한 실무에서 바로 사용할 수 있도록 명확하고 구체적으로 개선할 필요가 있어 보인다.

한편 개인정보보호에 관련하여 공정거래위원회가 개입하게 되면 기존에 개인정보보호를 담당하던 기관과 규제기관 간 충돌이 생길 수 있다. 그렇지만 IT기업이 빅데이터에 대한 독점적 지배력을 강화하고 이를 남용하는 것에 대한 규제는 공정거래위원회가 관여하지 않고서는 납득되지 않는 부분이 생길 것으로 보인다.

## 2. 빅데이터와 공정거래 관련 입법 논의 필요

우리나라를 포함하여 세계 주요국에서 시장지배적 지위를 판단하는 방법으로 ‘작지만 의미 있고 비일시적인 가격인상’(small but significant and nontransitory increase in price, SSNIP)을 실행할 수 있는 가장 작은 상품군을 관련시장으로 획정하는 방법이 채택되고 있다.<sup>27)</sup> 우리나라의 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에서도 시장지배적 지위를 판단하는 전제인 관련시장의 획정 방법을 구체적으로 정하지 않고, 시장지배적 지위를 시장점유율로만 판단<sup>28)</sup>하고 있기 때문에, 결국 시장지배적 지위에 관한 판단은 관련시장의 획정과 관련시장을 획정할 수 있는 가격으로 수렴된다. 또한 기업결합의 제한의 경우에도 시장지배적 지위를 전제로 하고 있기 때문에 최종적으로는 관련시장의 가격을 고려해야 한다. 이러한 점에서 상품과 서비스 가격이 “0”인 거대 IT기업들이 독점규제의 대상이 될 수 있는가에 대한 근본적 논의를 불러일으킨다. 또한 무료의 상품과 서비스를 제공하면서 부산물로 얻어지는 다양한 개인정보와 이를 광범위한 영역에 활용할 수 있는 빅데이터를 기반으로 하는 거대 IT기업들의 시장지배적 지위의 유지와 남용 행위로부터 어떻게 서비스 이용자를 보호할 것인지에 대한 의문을 발생시킨다.

앞서 이 글에서는 거대 IT기업들이 활동하는 디지털시장에서는 전통적인 공정거래 관련 규제수단이 적합하지 않을 수 있으며, 이에 따른

27) 이호영, “독점규제법상 “관련시장” 획정의 의미와 입법적 개선”, 「법조」 제63권 제5호, 법조협회(2014), 79면.

28) 권오승, “독점규제법의 현대화”, 「경쟁법연구」 제33권, 한국경쟁법학회(2016), 140-141면.

문제점으로 유럽연합에서 논의되는 무료 서비스와 시장, 시장지배, 합병의 문제점과 이에 관련된 독일의 입법례를 살펴보았다. 이를 참고하면 우리나라도 거대 IT기업들이 빅데이터와 디지털시장에서 독점적 지위를 남용하는 것에 대한 규제 방안을 마련하여 서비스 이용자를 보호해야 할 것이다. 아직까지 다수의 국가에서 관련 입법을 논의하는 단계이지만, 빅데이터와 관련된 독점규제를 어떤 방식으로 할 것인지에 대한 논의가 필요한 것으로 보인다.



## 「입법현안 법률정보」 발간목록

### 【2012】

- 1 대규모점포로부터 골목상권 보호 (2012. 7)
- 2 주요국 아동에 대한 성적 학대 방지 입법례 (2012. 8)
- 3 독도와 국제사법재판소 관련 국제규범 (2012. 8)
- 4 농업재해보험 관련 외국입법례 (2012. 9)
- 5 민생치안 관련 외국입법례 (2012. 10)
- 6 유해화학물질 관리에 대한 외국입법례 (2012. 10)
- 7 투자자와 국가 간의 분쟁해결(ISD)에서 공정하고 공평한 대우의 적용 (2012. 11)

### 【2013】

- 8 원자력발전 안전 감시체계와 개선 과제 (2013. 1)
- 9 4대 중증질환의 비급여대상에 관한 외국의 사례 (2013. 4)
- 10 북한의 개성공단 폐쇄에 관련된 법제와 외국 분단 국가의 사례 (2013. 5)
- 11 기초연금의 수급대상 : 호주와 캐나다의 사례 (2013. 6)
- 12 미국의 징벌적 손해배상에 관한 입법례 : 징벌적 손해배상 vs 배액배상 (2013. 6)
- 13 공공갈등의 해결에 관한 외국의 입법례 (2013. 8)
- 14 기업 경영진의 고액연봉제한을 위한 스위스 헌법 개정 (2013. 9)
- 15 일본의 줄기세포 재생의료 실용화 지원 법률 (2013. 10)
- 16 국회선진화법 중 안전 신속처리에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2013. 11)
- 17 전자적 개인정보 파기 위탁에 관한 외국의 입법례 (2013. 12)

### 【2014】

- 18 공직자 뇌물수수 처벌의 직무관련성 및 대가성에 관한 외국 입법례 (2014. 2)
- 19 민간기업의 개인정보 유출 책임에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2014. 2)
- 20 일본의 국가비밀 유출방지를 위한 「특정비밀보호법」 (2014. 3)
- 21 주택임대소득 과세에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2014. 4)
- 22 개인식별번호(주민등록번호)에 관한 외국 입법례 (2014. 4)
- 23 카페리어객선 안전에 관한 국제적 기준과 개선과제 (2014. 5)
- 24 고아저작물(Orphan Works)에 관한 각국의 입법례 (2014. 5)
- 25 해양경찰조직에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2014. 7)
- 26 금융투자업 진입규제 완화에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2014. 8)
- 27 이혼 시 퇴직연금의 재산분할에 관한 영·미 입법례 및 시사점 (2014. 8)
- 28 주민소환의 대상 및 절차에 관한 외국 입법례 (2014. 9)
- 29 인터넷 피싱사기 방지를 위한 미국의 연방법제 (2014. 9)

## 「입법현안 법률정보」 발간목록

30 국회의원 불체포특권에 관한 독일 연방의회의 의사규칙과 시사점 (2014. 11)

31 국회의원선거구획정위원회에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2014. 12)

32 영상정보처리기기에 의한 공공장소 감시 관련 독일 입법례 (2014. 12)

33 그라피티(Graffiti)와 사물(실존체) 손상에 관한 독일 입법례 (2014. 12)

### 【2015】

34 비정규직(기간제근로자) 차별 개선에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2015. 1)

35 일본 국선번호제도의 현황과 과제 (2015. 2)

36 직장 내 괴롭힘에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2015. 2)

37 감염병 대유행(에볼라) 및 생물테러감염병 대비 관련 미국의 입법례와 시사점 (2015. 3)

38 독일의 근로시간계좌제 관련 입법례 (2015. 3)

39 단말기유통법 개정에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2015. 4)

40 모성보호 관련 독일 입법례 (2015. 5)

41 ‘혐오표현(Hate Speech)’의 규제에 관한 외국 입법례 (2015. 5)

42 공직 후보자의 사전 검증에 관한 미국의 입법례와 시사점 (2015. 6)

43 감염병 관리 개선방안 및 미국 캘리포니아주 입법례 (2015. 8)

44 유전자변형농수산물(GMO) 표시제도 관련 독일 입법례 (2015. 9)

45 경영권 방어 중 차등의결권에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2015. 9)

46 보험 사기에 관한 외국의 입법례와 시사점 (2015. 11)

47 성범죄에 관한 독일 입법례 (2015. 11)

48 미국의 통신자료요청제도에 관한 입법례 (2015. 12)

### 【2016】

49 무단결석에 관한 미국의 입법례와 시사점 (2016. 2)

50 소멸시효 완성 채권의 불공정추심행위 규제에 관한 미국 입법례 (2016. 2)

51 기업의 사업재편 관련 일본 입법례 (2016. 3)

52 경제특구의 노사관계에 관한 미국의 입법례와 입법적인 대안 (2016. 5)

53 아동학대 신고의무 관련 법률 및 미국 입법례 (2016. 6)

54 과학기술 국가연구개발사업의 지배구조와 평가에 관한 외국의 입법례 (2016. 6)

55 무인항공기 관련 오스트리아 입법례 (2016. 7)

56 기업지배구조에 관한 외국의 입법례 제1편 (2016. 10)

57 기업지배구조에 관한 외국의 입법례 제2편 (2016. 12)

58 제4차 산업혁명의 의료부문 디지털화를 위한 입법례 (2016. 12)

---

## 「입법현안 법률정보」 발간목록

59 독일의 난민 관련 입법례 (2016. 12)

60 통합적 물관리 관련 입법례 (2016. 12)

### 【2017】

61 일본의 고향사랑 조세제도 관련 입법례 (2017. 1)

62 공정거래위원회 전속고발제도와 담합에 대한 형사적 제재:미국, 영국, 일본의 법률과 제도 (2017. 3)

63 오스트리아의 산란계 밀집사육 금지 관련 입법례 (2017. 3)

64 공정거래 I - 공정거래위원회의 독립성과 위상 강화 (2017. 7)

65 독일의 식품안전 관리 (2017. 8)

---

## 입법현안 법률정보 제66호

---

발행인	이은철	국회도서관장
편집인	홍정순	법률정보실장
집필자	조동관	법률자료조사관
발행처	국회도서관	외국법률정보과
	(07233)	서울특별시 영등포구 의사당대로 1
발행일	2017년 8월 24일	
인쇄	동서문화사	(02-2266-8179)
발간등록번호	31-9720109-001325-14	

---

〈비매품〉

발 간 등 록 번 호

31-9720109-001325-14



이 저작물은 크리에이티브 커먼즈 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국 저작권에 따라 이용하실 수 있습니다.