

" 안전조치 지키면 개인정보 유출 시 과징금..."

윤종인 개인정보위 위원장 뉴스플러스 출연과징금 상한액 기준, 산업계·시민단체 의견 수렴개인정보 안전조치 의무 다하면 과징금 부과대상 제외

1. 가장 궁금한 것부터 여쭙보겠습니다. 휴대전화로 날아드는 스팸문자, 보이스피싱 전화들 자주 마주하게 됩니다.

도대체 내 정보를 어디서 알아서 이렇게 연락이 오는걸까 당황스러운데, 이런 경우 보통 어디서 정보가 유출되는 건가요? 국민들은 어떻게 대처해야 할까요?

[답변]

스팸문자나 보이스피싱 전화는 1차적으로 회원가입 시 광고성 정보수신, 개인정보 마케팅 활용에 동의했거나, 또는 해킹 등으로 유출된 개인정보가 불법유통을 거쳐 활용되는 것이 원인인 것으로 추정.

2015년 이후 개인정보 유출 건수(신고기준)는 7,328만 건이고, 이 중 90.2%(6,607만 건)가 해킹으로 유출된 것으로 나타남(개인정보 침해신고·유출 및 처분현황, '21.6월)

유출 방지를 위해서 국민들께서는 불필요한 광고성 개인정보 수집은 동의하지 않고, 스팸차단 서비스를 활용하는 등 불법스팸에 대한 사전예방 노력이 필요. 스팸차단앱 설치, 스마트폰 문구차단 설정, 이통사 문자스팸 차단서비스 이용 등.

개인정보위에서 운영 중인 `e프라이버시 클린서비스` 이용도 추천. e프라이버시 클린서비스 홈페이지를 접속하면 인터넷에서 회원가입 등을 위해 사용된 주민번호·휴대폰 등을 통한 본인확인 내역을 한눈에 확인할 수 있고, 불필요한 웹사이트에 대한 회원탈퇴도 지원받을 수 있음.

2. 개인정보가 유출이 되는 사례들이 종종 보도가 되곤 합니다. 개인정보 유출을 해결하기 위해 위원회가 어떤 노력들을 하고 있는지 궁금합니다.

[답변]

개인정보위는 개인정보 불법유통 등으로 인한 불법스팸, 보이스피싱 등 2차 피해를 방지하기 위해 국내외 웹사이트의 개인정보 불법유통 게시물을 탐지해 삭제하고 있으며,

불법유통 정보 상습게시자에 대해서는 수사기관에 수사를 의뢰를 하고 있음. 2020년 말 기준, 연평균 12만 건의 불법유통 게시물 탐지, 이 중 매년 91% 삭제.

국민들이 본인의 이메일 계정정보(아이디, 비밀번호) 유출 여부를 직접 확인할 수 있는 `웹사이트 계정정보 유출확인 서비스`를 구축·운영할 예정('21.11월). 기확보된 불법 유출계정 DB(23백만여 건)와 구글社 패스워드 체크업 전용 API(40억여 건)를 연계한 `보안 AP` 기능 구현.

또, 코로나19 장기화에 따라 비대면 서비스 이용이 급증한 국민생활 밀접 5대 분야에 대하여 선제적 점검에 나서고 있음. 5대 점검 분야는 오픈마켓, 통신시장, 인터넷광고, 택배, 배달중개업.

아울러, 지난 1년간('20.8~'21.6) 총 106건의 심의·의결을 통해 안전조치 미흡 등 개인정보 보호조치를 위반한 공공·민간 개인정보처리자에 대한 제재 처분함. 위반사례 중 안전조치 미흡(개인정보처리시스템 접속기록 미보관, 개인정보취급자 간 계정 무단 공유 등)이 44%(56건)으로 가장 큰 비중 차지.

3. 이와 관련해 글로벌 IT기업인 페이스북을 상대로 집단분쟁 조정절차를 진행하고 있죠. 피해자들이 구제를 받을 수 있는 건가요? 어떻습니까?

[답변]

지난달 분쟁조정위원회는 페이스북에 대한 집단분쟁조정 절차를 개시하기로 의결했고, 2주간의 공고기간(홈페이지) 동안 당초 분쟁조정을 신청한 당사자 외에 추가 당사자를 모집.(당초 신청인(89명) + 추가당사자(94명) = 신청인 총 183명)

이후 페이스북에 자료제출 요청, 관련 자료 검토 등 사실확인을 거쳐 조정안을 작성·제시하는 등 조정절차를 진행할 예정. 당사자가 조정안을 수락하면 조정이 성립(재판상 화해의 효력)되어 정보주체에 대한 손해배상 지급 등 권리구제가 가능하나, 페이스북이 자료요청에 응하지 않는 등 조정 참여를 거부할 경우 `조정불성립`으로 종결될 수 있어 분쟁해결에 한계.

이에 현행 법령은 공공기관만 의무적으로 분쟁조정에 참여토록 하고 있으나, 모든 `개인정보처리자`로 참여 대상을 확대하고, 분쟁조정위에 사실조사 권한을 부여하는 등 `개인정보 보호법`을 개정해 분쟁조정 실효성을 높이는 방안 추진중. 정당한 사유 없이 자료제출 거부 시 3천만 원 이하 과태료 부과.

4. 우리나라에 개인정보보호위원회가 생긴 지 오늘이 딱 1년 되는 날입니다.

이 분야에서 앞서나가고 있는 해외 선진국들과 비교할 때 우리가 앞으로 이런 점들은 보완이 필요하다 하시는 부분이 있습니까?

[답변]

먼저, 우리나라의 개인정보 보호수준은 선진국과 비교해 큰 수준차가 있는 것은 아님. 국제적인 표준으로 인정받고 있는 EU의 GDPR과 유사한 수준이라는 사실이 최근 EU와의 협의 과정에서도 입증. 한-EU 적정성 결정과 관련해서 EU집행위원회가 지난 6월 한국에 대한 적정성 결정서 초안을 공식 발표했고, 금년 내 최종결정 통과가 예상됨에 따라 우리 기업들이 세계시장에서 유리한 고지를 선점하고 경쟁할 수 있는 기틀을 마련할 것으로 기대. 영국 BBC(2013년)는 "한국의 정보제공 동의 제도는 세계적으로 매우 강한 수준"이라고 언급.

다만 GDPR과 비교할 때 개인정보 이동권(국민이 A사가 보유 중인 자신의 개인정보를 B사로 이동시킬 것을 요청할 수 있는 권리), 프로파일링 거부권(AI를 통한 채용, 신용평가 등 개인에 대한 자동화된 의사결정), 국외이전 메커니즘(적정성 결정, 표준계약 등 국가 차원에서 국외이전의 안전성을 담보하는 제도. 현재 우리는 정보주체의 동의 위주로 국외이전 허용) 등 디지털 시대에 특화된 일부 제도가 현재 우리 제도에 아직 구체화되지 않은 측면.

이러한 배경 속에서 개인정보위는 디지털 사회에서 개인정보 관련 법제의 시대적·국제적 적합성을 높이기 위해 개인정보 보호법 2차 개정을 추진 중.

현재 개정안은 정부 내 합의를 거쳐 지난 주(7.29.) 차관회의를 마친 상태로 국무회의를 거쳐 국회에 제출할 계획임

5. 개인정보보호법 개정안을 두고 산업계와 시민단체, 타부처 등의 의견을 듣고 있다고 들었습니다.

특히 보호와 활용을 둘다 담다 보니 이해관계가 상충하는 부분도 있을텐데요. 어떻게 조정하고 계신가요.

[답변]

개인정보위는 개인정보 보호법 개정안 발표('20.12.) 후 간담회, 공청회, 관계부처 의견조회 등을 통해 사회 각계 의견을 적극 청취·반영.(△관계부처 의견조회('20.12.31.~'21.1.18.), △입법예고(1.6.~2.16.), △4차위, 산업계, 시민단체 의견수렴('20.1.~2월.) △공청회(2.8.), △미국 무역대표부(USTR) 회의(3.9) 등)

특히, 과징금 상한액 산정기준 상향(관련 매출액→전체 매출액)에 대한 산업계의 우려가 큰데, 그간 공청회, 간담회를 통해 제기된 산업계·시민단체 등의 의견을 폭넓게 수렴해 과징금 부과 시 `비례성`, `효과성` 확보 원칙을 추가하고, 과징금 부과 고려요소 확대, 개인정보 유출 시에도 안전조치 의무를 다한 경우에는 과징금 부과대상에서 제외하도록

법안 수정

법 개정안에서는 부과 가능한 과징금의 상한액을 규정한 것이며, 실제 산정기준은 시행령에서 구체화될 것임. 시행령 개정 시에는 관계부처와 산업계, 각계 전문가·시민단체 등이 참여하는 `과징금 부과기준 연구반`을 구성해 각 부문의 의견을 충분히 반영한 개정안을 마련할 것.

6. 개인정보위 초대 위원장으로 1년을 보내셨습니다.

지난 1년간 잘했다 싶은 점과 아쉬웠던 점은 무엇인가요. 그리고 앞으로 꼭 달성하고 싶은 목표가 있으신가요.

[답변]

지난 1년은 코로나 위기 속에서 국민의 개인정보를 최대한 보호하는 한편, 데이터경제 시대에 개인정보의 보호와 안전한 활용을 도모하는 것이 큰 과제.

수기명부 성명 삭제, QR코드 시스템 동의절차 간소화, 개인안심번호 도입 등 코로나19 관련 보호조치를 강화하고, 페이스북, 이루다 개발사 등 보호법 위반 사례에 대한 엄정한 조사·처분을 실시한 한편, AI 개인정보보호 자율점검표 공개로 보호와 활용의 균형점을 찾기 위해 노력.

아울러, 가명정보 제도의 안착을 위한 활용기준 제시, 결합전문기관 지정, 5대 분야 7개 시범사례 추진 등 가명정보 활용확산을 주도.

폐암완치자의 합병증 예측·관리, 고객유형별 소비패턴분석, 불법스팸유형 분석 등 이외에 EU GDPR 적정성 초기결정과 APPA 회의 개최 등 국제적 공조 노력도 성과.

아쉬운 점은, 이러한 노력에도 불구하고 국민들은 자신의 개인정보가 유출될지 모른다는 불안감을 여전히 갖고 있음.

앞으로는 "데이터경제 시대에 맞는 세계적 수준의 새로운 개인정보보호 체계 구축"을 위해 최선을 다할 것임.

우선, `개인정보의 실효적 보호` 노력 강화. 이를 위해 △개인정보 전송요구권, 자동화된 의사결정에 의한 대응권 등 데이터 프라이버시권의 법제화, △강요된·형식화된 동의기반의 현재의 개인정보 활용방식을 현실에 맞도록 실질화, △아동·청소년, 영상 개인정보 등에 적합한 개인정보 보호 기준 제시 등 국민생활 밀접 분야 개인정보보호 강화 추진.

다음으로, `데이터를 안전하게 잘 활용하는 환경` 조성. 시작단계인 마이데이터와 가명정보 활용서비스를 대폭 확대하여 `전국민·전분야 마이데이터 시대`를 열고, `가명정보 실용화` 본격 추진. 아울러, 자율주행차, 드론 등 신기술분야 보호기준 마련으로 `프라이버시 리스크` 최소화 추진.

마지막으로, `개인정보보호 인프라` 확충. 동형암호, 영지식증명, 블록체인 등 다양한 개인정보보호 강화 기술 연구개발 중점 추진 및 스타트업이 활용 가능한 저비용·고효율의 범용 개인정보보호기술 개발 추진 등 개인정보위가 개인정보 정책의 명실상부한 컨트롤타워로 확실하게 자리잡을 수 있도록 힘을 실어 주시기를 부탁. 국민과 함께하는 개인정보위가 되도록 최선을.

한국경제TV 정치경제부 문성필 기자 munsp33@wowtv.co.kr

오늘의 주요기사

2021년 06월 15일 (화)

순서	제 목	매체	카테고리	페이지
1	"데이터 경제 시대에 발맞춰 개인정보 자기결정권 강화"	서울신문	공공정책	1

“데이터 경제 시대에 발맞춰 개인정보 자기결정권 강화”

윤종인 개인정보보호위원장 인터뷰

“디지털 시대는 데이터 시대입니다. 데이터는 곧 개인정보입니다. 개인정보를 ‘안전’하게 ‘활용’하는 ‘두 마리 토끼’를 잡는 데 성공하는 나라가 미래를 선도할 겁니다.” 정부가 이르면 다음달 국회에 개인정보보호법 개정안을 제출한다. **윤종인** 개인정보보호위원장은 14일 서울 종로구 정부서울청사에서 가진 단독인터뷰에서 “개인정보보호법 개정안은 헌법재판소에서도 국민의 기본적 권리로 명시한 개인정보 자기결정권을 실질적으로 구현하기 위한 다양한 제도 개선 방안을 담았다”고 밝혔다. 윤 위원장은 1987년 행정고시에 합격한 뒤 안전행정부 창조정부기획관, 충남부지사, 행정자치부 지방자치분권실장, 행정안전부 차관을 거쳐 지난해 8월 개인정보위원회장으로 취임했다. 다음은 일문일답.

—개인정보 문제는 개별 국가를 넘어서, 말 그대로 지구 차원의 현안이 됐다.

“세계 각국은 급속히 디지털 경제로 전환하고 있다. 디지털 경제 원천은 데이터인데 데이터의 70%가 개인이 생성한 정보, 즉 개인정보다. 개인정보를 빼놓고는 경제를 얘기할 수 없는 시대다. 안전한 개인정보 활용을 위한 시스템을 갖추는 건 국가적 과제이자 전

개인정보보호법 개정안 곧 국회 제출
2011년 제정... 디지털 환경 반영 시급
‘이동권·자동화 의사결정 대응권’ 도입
혁신 위축시킬 형벌 중심 제재 줄여야

세계 공통 현안이다. 특히 유럽연합(EU)은 2018년부터 일반개인정보보호법이 시행에 들어갔고 미국과 중국도 개인정보보호법을 논의 중이다. 우리는 지난해 개인정보위를 출범시켰고 개인정보보호법 개정안도 준비 중이다. 이르면 다음달 국회에 제출한다.”
—개인정보보호법 개정안은 어떤 부분에 초점을 맞췄나.

“지난해 개인정보위 출범 직후부터 디지털 경제시대에 맞도록 개인정보보호법을 새롭게 전환하기 위해 개정안을 준비했다. 개인정보보호법을 제정한 게 2011년이다 보니 달라진 환경을 반영해야 할 필요가 커졌다. 핵심은 ‘개인정보의 전송요구권(이동권)’과 ‘자동화된 의사 결정에 대한 대응권’ 도입이다. 형벌 중심에서 벗어나는 것도 중요한 방향이다. 경미한 법 위반에도 형벌을 부과하는 건 혁신을 위축시킬 수 있으니 줄이려 한다.”

—전송요구권은 어려운 개념이다.

“개인정보 전송요구권이란 개인정보처리자에게 제공한 자신의 개인정보를 본인이나 다른 개인정보처리자에게 전송해 달라고 요구할 수 있는 권리를 말한다. 가령 네이버 사용자가 네이버에 저장된 자신의 각종 개인정보를 카카오톡으로 옮기고 싶다고 요구하거나, 혹은 자신에게 되돌려 달라고 요구하면 네이버는 이 요구에 응해야 한다는 개념이다. 데이

터 시대에 데이터에 대한 자기결정권에 관한 문제라고 할 수 있다. 이것이 활성화되면 소비자 혜택도 늘어나고 스타트업에도 더 많은 기회가 생길 수 있을 것이다.”

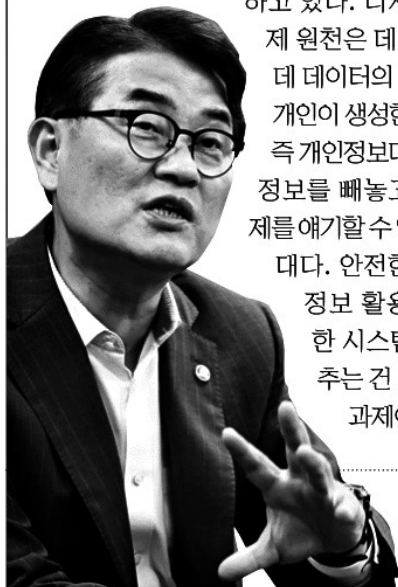
—자동화된 의사 결정에 대한 대응권도 생소하다.

“쉽게 말해 인공지능(AI) 발달에 따른 자동화된 의사 결정으로 인한 재산 피해나 인권 침해에 이의를 제기하거나 거부 혹은 설명을 요구할 수 있는 권리라고 할 수 있다. 가령 기업에서 직원을 채용할 때 인공지능을 활용한 직무역량평가나 면접을 하는데 이 과정에서 낙인·차별·감시 등 프라이버시 위협이 발생할 수 있다. 이에 대해 대응할 수 있는 권리를 가질 수 있어야 한다는 취지다.”

—국민들이 주민등록번호 유출이나 ‘이루다’ 등 개인정보 피해 문제에 불안해하면서 처벌이 너무 약하다고 지적한다.

“설문조사를 해 보면 개인정보 활용에 동의하는 비율과 유출 피해 등에 불안해하는 비율이 거의 비슷하게 나온다. 개인정보 활용 필요성을 충분히 인식하면서도 유출로 인한 피해나 감시를 걱정한다. 우리만 그런 게 아니라 외국도 마찬가지다. 그런 괴리감을 줄여나가는 게 개인정보위 역할이라고 본다. 안전에 대한 확신이 없으면 활용도 못 한다. 개인정보 문제는 다중이용시설 명부 작성이라는 전통적인 사안부터 인공지능·드론 등 첨단 분야에까지 걸쳐 있다. 요즘은 아동·청소년 관련 개인정보 보호 문제를 점검하고 있다. 그런 과정을 통해 개인정보 보호를 위한 컨트롤타워로서 ‘안전한 개인정보, 신뢰하는 데이터 시대’ 비전을 성취해 나가려 한다.”

강국진 기자 betulo@seoul.co.kr



윤종인 개인정보보호위원장이 14일 서울 종로구 정부서울청사에서 단독인터뷰를 갖고 이르면 다음달 국회에 제출하는 개인정보보호법 개정안의 취지와 개인정보위 운영 방향을 설명하고 있다. 정연호 기자 tpgod@seoul.co.kr

【파워토크】 개인정보의 안전한 활용을 위한 컨트롤타워, 윤종인 개인정보보호위원회 위원장



■ 방송 : KNN <파워토크> '21.5.23.(일), 07:40

■ 진행 : 황범 앵커

■ 대담 : 윤종인 개인정보보호위원회 위원장

[앵커] 여러분 안녕하십니까. KNN 파워토크 황범입니다. 코로나가 가져온 변화 가운데 가장 큰 것이 급격한 변화가 디지털화입니다. 기술 발달의 속도에 맞춰서 법과 제도의 뒷받침도 필요한 부분인데요, 개인정보의 활용범위가 확대되면서 개인정보의 범위는 과연 어디까지인지, 그리고 안전한 활용을 위해서 사회적인 약속도 절대적으로 필요합니다. 오늘은 개인정보보호위원회 윤종인 위원장과 함께 이 부분에 대해서 얘기 나눠보겠습니다. 어서오십쇼.

[위원장] 네 안녕하세요. 반갑습니다.

[앵커] 반갑습니다. 개인정보보호위원회.. 제가 잠시 머뭇거렸어요. 아직 익숙치가 않아서... (위원장님 웃음) 개인정보보호위원회가 언제 출범한 기갑니까? 일단 장관급 기구더라고요.

[위원장] 네, 맞습니다. 얼마 안됐기 때문에 9개월 됐어요 사실. 지난해 8월5일자로 정식으로 중앙행정기관으로 되었습니다. 지금 금융위, 예를 들면 공정위처럼 국무총리 소속 중앙행정기관으로 보시면 될 것 같구요. 사실 아까 모두에 말씀하셨던 것처럼 디지털시대가 급격하게 진행되다 보니까 개인정보의 활용이, 좀 이따 말씀드릴 수 있겠습니다만 엄청나게 빨리 증가를 하고 있어서 그에

맞춰서 개인정보 보호&활용을 좀 전담하는 조직이 필요하겠다 해서 지난해 개인정보보호법 개정으로 출범하게 되었습니다. 저희가 하는 일을 조금 더 말씀드리면, 개인정보 보호&활용에 관한 종합적인 정책·기구다.. 이렇게 생각하시면 되고, 그 뿐만 아니라 국내, 외 또는 민간이나 공공기관을 막론하고 개인정보 침해 사고가 발생했을 때, 국민 개인정보겠죠? 그에 대한 조사, 처분, 제재.. 감시자 역할을 수행하는데 역점을 둔 기관이 되겠습니다.

[앵커] 새롭게 기구가 만들어지면서 매뉴얼을 만들어나가는 단계기 때문에 중책을 맡으셨다고 볼 수 있겠네요

[위원장] 네. 저로서는 초대위원장이라는 중책을 맡아서 막중한 책임감을 느끼고 있습니다.

[앵커] 개인정보라는 부분이 최근에 들어와서 공장이 엄중한 부분으로 인식되고 있는데 과연 그 범위가 어디까지인지 한번 살펴봐야 할 필요가 있을 것 같습니다. 개인정보에 대한 정의부터 어떻게 내리면 될까요?

[위원장] 개인정보는 일단 살아있는 개인에 관한 정보입니다. 돌아가신 분은 해당은 없구요, 살아있는 개인의 정보로서 개인을 그 자체로서 직접 식별할 수 있는 정보가 우선 개인정보입니다. 예를 들면, 성명, 주민등록 번호...

[앵커] 가장 기본적인 거네요.

[위원장] 네 그렇죠. 여권번호, 주소, 뭐 이렇죠. 그 외에 개인을 구별할 수 있는 정보들이 있습니다. 예를 들면 지문정보, 생체정보라고 해서 홍채 같은거 요즘 많이 쓰고 있는 기업도 있고 한데요, 다만 식별하기가 쉽지 않더라도 다른 정보와 쉽게 결합해서 개인을 식별할 수 있으면 그것도 개인정보입니다. 예를 들면 차량정보 같은거.. 지나가시다가 차량번호 많이 보실텐데 그 차량번호도 차량등록원부라는게 있잖습니까. 거기에 성명, 주소 등이 있는데 그런 정보랑 결합이 되면 개인을 식별할 수 있겠죠. 그럴 경우는 차량번호도 개인정보라고 보구요. 법원은.. 혹시 들어보셨는지 모르겠는데 휴대폰마다 고유식별번호라는게 있습니다. IMEI라고 하는데요 그것도 개인정보다 하고 개인정보성을 인정한 법원의 판례도 있습니다.

[앵커] 법원만 그렇습니까 다른 기관도 그런

[위원장] 법원이 개인정보성을 인정했기 때문에 IMEI도 일반적으로 개인정보로 인정되고 있습니다.

[앵커] 네. '코로나19로 인해서 이 사회가 모든 면에서 비대면 서비스가 확대되면서 또 개인정보의 관리가 중요해졌다.' 라고 볼 수 있겠죠?

[위원장] 정말 중요해졌죠. 저희가 보통 지금을 디지털시대 또는 데이터시대, 디지털데이터 시대 등 이렇게 다양하게 표현하는데요 그것이 가장 중요한 의미는 개인정보를 포함한 데이터가 기본이 되는 경제시대로 바뀌었다.. 이렇게 보시면 됩니다. 그래서 제가 몇 가지 사례만 좀 설명을 드리면, 인류가 이 지구상에서 산 이후로 2003년까지 축적된 전체의 데이터의 양을 지금은 한 시간 이내에 데이터 양을 생산해 냅니다. 그 정도로 상당한 빠른 속도로 데이터가 모여지고 있고 또 실제로 데이터 양도 2025년 소위 175 제타바이트 정도의 데이터가 있을 것으로 예상이 되는데, 제타바이트라는게 어느 정도 규모냐 하면 1제타바이트가 우리 mp3 노래 듣잖아요? 그거 한 곡을 기준으로 해서 281초 곡에 해당하는데 1제타바이트입니다. 그러니까 그 정도로 엄청나게 많은 데이터들이 활용이 되고 있다는거고, 우리나라의 경우도 2020년도 데이터 시장의 규모가 약 20조 정도로 이렇게 얘기가 되고 있으니까 엄청 나죠.

[앵커] 상상이 잘 안될 정도라고 보면 되겠네요.

[위원장] 네. 그럴수록 데이터의 70% 정도가 개인정보입니다. 개인이 인터넷에서 상품을 검색한다든지 아니면 어떤 정보를 검색한다든지 물건을 구매 한다든지 이런게 다 개인하고 연동될 수 있는 개인정보네요.

[앵커] 그러니까 개인이 올렸다고 봐야되는거죠?

[위원장] 그렇습니다.

[앵커] 정보 자체를 개인이 공유하면서 이루어진 노출이다

[위원장] 맞습니다. 그래서 그러한 개인정보들이 많이 쓰이는 만큼 노출, 유·노출 사례가 많이 발생하고 있습니다. 최근에 지난 4월에 페이스북만 해도 한 5억건이 넘게 개인정보가 유출이 됐다는 언론보도가 있었구요, 흔히 그 비즈니스 인맥 사이트라고 하는 링크드인 같은 경우에도 한 5억건 정도 유출되었다는 언론보도를 저희가 접하고 있습니다.

[앵커] 저희가 이제 가장 일반적으로 알고 있는 것이 택배오면 주소스티커.. 잘 떼서..

주부들께서는 잘 알고 계시더라구요. 또 떼기 쉽게끔 스티커 형식으로 제작이 되었기 때문에 그 부분부터 저희가 실생활에서 많이 실천하는 부분이긴 한데 최근에 보니까 SNS에 여행 가서 항공권 사진 이런것도 조심해야 되고 그 다음에 지문, 이렇게 V자 하고 있다가 '최고' 이런거 하고 있다가 지문이 노출되고 있다 그래서 문제가 생기고.. 이렇게 악용사례가 다양한가요 실제로?

[위원장] 실제로 다양하죠. 예를 들면 아까 앵커님께서 말씀하신 사진올리는 것만 해도 사실 사진을 클릭하면 사진이 어디서 찍힌건지 언제찍힌 건지 하는 메타정보라는게 있습니다. 그걸 통해서 개인의 위치를 얼마든지 추적할 수 있는 것처럼 일상생활에서 다양한 개인정보의 유출 또는 노출 사례가 지금 발생하고 있고 최근에는 말씀하신 택배송장의 개인정보가 유출이 돼서 여러 가지 사회적으로 논란이 된 사건이 발생하는 안타까운 일도 있었습니다. 실제로 송장 스티커 한번 떼어 보셨어요?

[앵커] 네. 생각보다는 잘 떼어지더라구요.

[위원장] 잘 떼어지죠. 저도 제가 매번 받을 때 마다 송장스티커 떼 보는데 택배회사 등 하고 협조해서 어떻게 하면 이게 좀 더 잘 떨어질 수 있을까 하는 것도 연구하고 있는 등 개인정보의 생활 속 유출을 방지하기 위해서 여러 업체를 운영하시는 분들하고 자율보호, 자율개인 정보보호 관련된 노력을 하고 있구요, 그 외에도 저희 위원회가 지난 8월 출범한 이후부터 올해는 특히 아까 말씀하신 택배라든가 배달, 통신사대리점 등 국민들께서 생활속에서 경험하실 수 있는 그런 작은 분야의 유출을 사전에 예방하기 위한 기획점검조사를 올해는 중점적으로 하려고 합니다.

[앵커] 네 그렇군요.

[위원장] 그 부분이 되면 국민들께서 조금 더 피해예방이 되고 있다는 것을 체감하시지 않을까 싶구요, 그 외에도 국민들께도 좀 부탁을 자주 드리고 있습니다. 택배 상자를 이렇게 송장을 떼지 않고 버리시는 일이 없도록 저희가 말씀도 드리고 있구요 최근에는 코로나와 관련해서 수기명부 작성하실 때 휴대폰 전화번호 대신에 저희가 개인안심번호라는걸 만들었어요. 개인안심번호를 씌으로써 휴대폰 전화번호의 유출이라든가 이런 사고를 미연에 방지할 수 있도록 다양한 말씀을 드리고 있습니다.

[앵커] 개인적 차원에서의 노력이 분명히 필요하다 이런 인식 제고가 있어야겠구요. 어

쫓든 미래산업은 데이터와 떼려야 뗄 수 없습니다. 미래산업의 경쟁력을 좌우한다고 볼 수 있을텐데요. 우리나라도 이제 개인정보를 적극적으로 활용할 수 있도록 개인정보 보호법이 개정되지 않았습니까? 이번에 개정안의 핵심은 뭡니까?

[위원장] 개정안의 핵심은 개인정보보호위원회 출범이었구요,(동시 웃음) 그와 함께 지금 앵커님께서 말씀하신 것처럼 굉장히 중요한 내용이 하나 담겼는데 그게 뭐냐면 개인정보는 보호도 해야되지만 방금전까지 말씀드린 것처럼, 활용도 되게 중요합니다. 아까 말씀드린 전체 데이터 사용의 70%넘게 개인정보기 때문에 활용을 하지 않으면 데이터 경제에 어떻게 보면 시기 도래를 저희가 사전에 준비하기가 어렵습니다. 그런 측면에서 그 법에 저희가 가명정보라는 개념을 도입을 해서 가명정보인 경우에는, 과학적 연구라든지 아니면 통계작성이라든지 등 정해진 특정한 목적에는 지금 쓸 수 있도록 법을 좀 풀었습니다. 그럼 이제 가명정보가 뭐냐 이게 중요한데요, 가명정보라는 것은 쉽게 말하면 가명처리한 정보입니다.

[앵커] 그러니까 제 이름 석자, 두자가 다 나오지 않고(자료화면) 성 정도만 나온다는거죠?

[위원장] 성도 나올 수 있고 가명을 어떤 것을 가명처리하느냐에 따라 다르긴 한데, 예를들면 이름을 가명처리 한다면 그게 되겠죠. 그래서 어떤 개인정보의 일정한 부분을 삭제하거나 아니면 대체함으로써 특정한 정보없이 개인을 식별할 수 없게 만든 정보, 그게 이제 가명정보입니다. 그러한 경우에는 우리 정보를 처리하시는 분들이 본인이 갖고 있는 개인정보를 가명처리해서 아까 말씀드린 세 가지 제한된 목적으로는 쓸수있게 해드리면서도 아울러서 다른 기관이 갖고 있는 가명정보랑 결합해서 쓸 수 있도록 그렇게 하는 조치를 함으로써 저희가 데이터 시대에 도래해서 가명정보를 통한 개인정보의 활용의 폭을 넓힌거, 그게 굉장히 중요한 조치였다고 봅니다

[앵커] 국회의원들도 절대적인 지지로 법안을 가결시켰을 것 같다는 생각이 드는군요.

[위원장] 아, 그 당시 할때는 꼭 그렇진 않았습니다.

[앵커] 아, 그렇습니까

[위원장] 그렇진 않았구요, 개인정보의 보호와 활용에 관해서 또 보호가 더 중요하다, 또는 활용이 더 중요하다 하시는 분들이 견해가 늘 일치하는 것은 아닙니다. 그래서 저희가 개인정보보호위원회의 독립과 가명정보의 도입이라는 2개를

절충한 법안을 그때 통과시킨 게 되겠고, 그때 못한 부분을 저희가 2차로 법 개정을 준비 중에 있습니다.

[앵커] 중용을 지키는 게 참 어려운데, 그 과정을 추진 시켜야 될 업무 중책을 맡고 있습니다. 개인정보 보호법 2차 개정안 입법예고 상태란 말씀을 하셨는데 그렇다면, 2차 개정안의 주요 골자는 어떻게 되겠습니까?

[위원장] 정보주체라고 해서 우리 일반 국민 개인을 말씀드리는데, 국민의 권리를 좀 강화하는 것 하나랑, 저희 법을 보면 너무 형벌 중심으로 되어 있는데 그것이 기업을 하시는 분들, 스타트업이나 이런 분들 입장에서 보면 너무 본인들의 사업기회를 위축하는 경향이 있으니 이것 경제벌 쪽으로 전환 시켜달라는 요청을 많이 해오고 계셨습니다.

[앵커] 특히 영세기업들이 더 힘들겠군요.

[위원장] 그렇습니다. 스타트업이나 영세기업 같은 경우에는 사업을 좀 해보고 싶어도 경미한 실수 가지고도 잘못하면 형벌까지 받게되는 부분들이 소위 그분들에게는 오너리스크라는 표현을 쓰는데, 이러한 오너리스크가 너무 크다, 그래서 그 부분을 하나 해결해드리는데 있고요, 아까 또 말씀드린 거는 정보주체의 권리 강화 차원에서는 개인정보의 전송 요구권, 말은 좀 어렵습니다만 쉽게 얘기하면 싸이월드 있지 않습니까? 예전에 싸이월드를 많이 활용해보셨을텐데 그게 갑자기 없어지고 나면 거기에 넣었던 내 정보들을 어떻게 할 수 있는 방법이 없습니다. 근데 이 것이 도입이 되면 싸이월에 있던 내 정보를 다른 믿을만한 유사한 서비스를 제공하는 앱에다가 전송을 요구할 수 있는 그럼으로써 본인이 본인의 정보에 대한 권리를 보다 더 강하게 행사하실 수 있는 게 개인정보 전송요구권이고요, 또 민감한게 하나 더 있습니다. 그게 뭐냐면 최근에 AI가 점차 발전하고 있고 앞으로도 더 발전할텐데 AI에 의한 신용등급 결정, 인사나 채용 등 이런 중요한 결정 또는 자동화된 의사결정이 생겨서 본인의 기본권이 침해받았다고 느껴졌을 경우에 그에 대한 이의제기나 아니면 설명을 요구할 수 있는 권리, 앞으로 중요해지지 않겠습니까? 그러한 권리를 이번에 담아서 다가오는 데이터 시대에 국민 개개인에 관한 권리를 조금 더 보강하고자 하는 그런 내용을 담았다고 말씀드립니다.

[앵커] 어쨌든, 지금 워낙 시대가 빠르게 변하고 있고 이런 앞서가는 우려까지도 법에 담아내야 된다는 그런 것들이 쉽지 않은 부분인데 아까 말씀하셨던 형벌 중심에서 경제벌 중심으로 전환하는 거, 이 부분은 또 어떤 면에서 보면 그만큼 과

징금이 올라간다는 뜻이기도 하기 때문에 산업계에서는 또 우려하는 측면이 있다고 하더라고요.

[위원장] 아까 말씀드린 것처럼, 형벌을 경제벌로 전환을 하면서 경미한 위반 같은 것은 사실은 과징금으로 돌리려고 저희가 생각을 하고 있습니다. 그래야만 법의 균형이 맞는다고 생각을 하고 있는데, 산업계에서는 이제 과징금 수준을 높이는 문제에 대한 우려가 좀 계세요. 근데, 그것은 경제벌로 전환하기 위한 과정에서 발생한 거라는 게 일단 중요하다고 말씀을 드리고 싶고, 두번째는 사실 저희가 가지고 있는 기준이 국제 기준에 비해 낮아요. 그래서 국제 기준은 예를들면, EU 같은 경우에는 전체 매출액의 4%인데 저희는 관련 매출액의 3%입니다. 이렇게 되면은 국제 기준하고 저희 기준하고 차이가 나기 때문에 국내기업이 해외에 가서 비즈니스를 하는 경우에는 큰 처벌을 받게 되고 해외 기업은 우리나라에 와서 사업을 하다가 위반행위를 하는 경우에는 솜방망이 처벌을 받게 된다는 역차별의 문제가 생길 수 있어서 데이터 기업은 국경이 없기 때문에 저희가 보기에 이런 기준은 국제적으로 통용이 되는 기준으로 하는 것이 맞다라는 생각이 되고요, 그리고 마지막으로 산업계에 설명드리고 싶은 부분은 그것이 전체 매출액의 3%라고 하더라도 최대 상한액을 말씀드리는데, 위반행위의 정도라든지 피해의 규모, 그로부터 이익이 발생했는지 여부, 안전조치를 사전에 했었는지 여부에 따라서 비례적으로, 또 제재의 효과성 등을 감안해서 할 것이라고 법에 명문으로 규정함으로써 산업계의 우려는 저희가 많이 해소하려고 노력하고 있다고 말씀드리고 싶습니다.

[앵커] 단계적인 수순을 밟아나가야 되지 않나 그런 생각도 들고, 어쨌든 아까 역차별을 말씀하셨는데 글로벌 기업들과의 경쟁에서 저희가 뒤쳐지지 않으려면 어느 정도 내공도 다져야 되고 그러기 위해서는 형평성에 맞는 제재 수준을 정해야 되겠다는 말씀을 들었습니다. 개인정보를 산업에 활용함에 있어서 발생할 수 있는 여러가지 문제와 갈등 일단 우리나라만의 이야기는 아닐 것 같은데요, 해외에서도 이런 사례가 자주 있잖아요.

[위원장] 더욱 자주 많이 생기고 있습니다. 그래서 외국의 경우에는 저희와 입장이 같은데요, 데이터 기반의 산업 활성화가 굉장히 중요하다는 생각에는 인식을 같이 하고 있으면서도 법 위반행위에 대한 강력한 제재는 병행하고 있습니다. 그래서 2017년 7월 미국의 FTC, 우리로 치면 공정거래위원회에 해당하는 기관에서 페이스북에 50억 달러, 우리로 치면 약 5조 9천억 정도 되는 과징금을 부과한 적이 있습니다. 그리고 영국 같은 경우에도 브리티시 항공에서 약 50만명의 고객정보가 유출됐다는 이유로 한화로 약 2천 8백억 정도의 과징금을

부과한 적이 있고요, 저희도 아까 FTC가 페이스북을 제재한 것과 같은 이유로 과징금 처분을 했는데 그때 67억을 부과한 적이 있습니다. 이렇듯, 전 세계가 개인정보 위반, 오남용 행위에 대해서는 강력한 제재를 하면서도 또 이것이 산업적 활용을 촉진하기 위한 다양한 시책을 준비하고 있다는 말씀을 드릴 수 있겠습니다.

[앵커] 상징적인 경종을 울리기 위함 치고는 상당히 큰 금액이네요. 5조원이면은... 아, 그리고 최근에 개인정보의 중요성에 대해서는 우리가 본능적으로 잘 알고 있는 것 같습니다. 어떤 인식에 대한 결과물들이 아니더라도 이런 부분들이 혹시나 하는 염려를 가지고 저희가 접근을 많이 하고 있는데 좀 알아야 할 것 같아요. 그래서 개인정보 미래포럼을 발족하셨는데 디지털 시대에 맞는 개인정보 보호와 활용 생태계를 모색하는 역할과 움직임을 갖고 있는데 이 포럼에서는 어떤 활동들을 합니까?

[위원장] 사실 이 미래포럼을 저희가 굉장히 오랫동안 준비했습니다. 왜냐하면 아까 말씀드린 것처럼 세상은 상당히 디지털 경제쪽으로 급격히 전환되고 있고요, 또 포스트코로나에 앞으로 많은 사회구조적인 변화가 있을 거라고 모든 분들이 말씀을 하고 계시지 않습니까. 저희 개인정보 보호 영역도 마찬가지입니다. 그래서 예를 들어서 보면은 국민들께서 많이 불편해 하시는 것 중에 '내가 분명히 동의를 하고 들어갔는데 내용도 제대로 못보고 동의를 하는 형식적 동의였거나, 아니면 이 동의를 안하면 내가 서비스를 이용할 수 없게 하는 강요된 동의를 하는 경우가 많은데 이게 과연 제대로된 동의냐' 저희 법의 기본원칙은 자유의사에 기반한 알고 하는 동의여야 하는데 전혀 그렇지 않다는 걱정을 많이 하시거든요.

[앵커] 스마트폰 앱 같은 경우에도 동의 버튼도 워낙 많고 그 내용을 다 읽어보고 들어가려면 정말 짜증나는거죠.

[위원장] 그리고 요즘, 드론이라든가 자율주행차 이야기가 언론에서 많이 나오는데 거기에 영상을 많이 촬영하지 않습니까. 거기에 개인이 촬영이 되는데 그거는 사전에 동의를 받을 수가 없어요.

[앵커] 그렇죠. 굉장히 즉흥적으로 일어나는 상황이 많잖아요.

[위원장] 그거는 불가피하게, 저희 법은 사전 동의가 원칙인데 그거는 사전 동의를 받을 수 있는 방법이 없게된 겁니다. 이렇듯 여러가지 지금 조항이 갖고 있는

한계, 그 다음에 신기술이 도입됨에 따라서 저희 법이 안맞게 된 부분들을 좀 종합적으로 고려해야 할 필요가 있다는 생각이 들어서 디지털 환경 변화에 따른 정보주체 중심의 개인정보 보호, 활용 생태계를 만들어야 되겠다는 생각에서 저희가 시작을 했고요. 저희가 기술 전문가, 법제도 전문가, 심지어 철학 분야의 전문가들 까지 종합적으로 모셔가지고 앞으로 이런 부분에 관한 사회적 합의를 이뤄 나가고자 하고요.

[앵커] 결국에 개인정보는 개인 스스로 지키는 것이 가장 중요하다는 부분은 분명한 것 같은데 시청자들에게 개인정보 보호를 위해서 지켜야 될 기본적인 수칙 사항들에 대해서 좀 말씀해주시기 바랍니다.

[위원장] 개인정보보호위원회가 우리 KNN 파워토크 시청자 여러분들께 꼭 말씀드리고 싶은 개인정보 지침이 삼총사가 있습니다. 그걸 좀 설명을 드리려고 하는데요, 우선 국번없이 118 번호를 누르셔서 신고를 하시면 되는데요, 어떤 개인정보 침해에 의심이 간다 하시면 118을 누르시면 됩니다.

[앵커] 의심 정황이 있으면 무조건 한번 확인해 보는 것이 필요하겠군요.

[위원장] 저희가 KISA라고 한국인터넷진흥원에 개인정보 침해 신고센터와 연결이 되어 있어서 상담도 받으실 수 있고 필요할 경우에는 현장 조사도 저희가 지원을 해드리니까 꼭 국번없이 118 기억해 주셨으면 좋겠고, 그 다음 두번째로는 저희 위원회가 개인정보 분쟁조정 기능을 제공하고 있습니다. 그래서 개인정보와 관련된 분쟁이 발생하셨을 경우에는 사실은 그 액수가 소액이기 때문에 때로는 법원에 도움을 받기가 어려운 상황이 있을 때에는 저희 분쟁조정 기능을 이용해주셨으면 좋겠고요, 삼총사 중에 세번째로 말씀드리고 싶은 건 이 모든 것에 관한 정보는 저희 개인정보보호 종합 포털이 있습니다. 거기에서 다 알려드리고 있고, 거기에 교육자료도 있고 심지어 교육 수강도하실 수 있으니까 이 삼총사를 꼭 기억하셔서, 국번없이 118, 개인정보 분쟁조정, 개인정보보호 종합 포털 세가지만 기억하시면 보다 안심하고 개인정보 침해 우려를 좀 떨쳐내실 수 있지 않을까 그런 생각이 듭니다.

[앵커] 앞으로 어떤 기관으로 이 기구를 만들어 가실건지 수장으로써 좀 밝혀주시기 바랍니다.

[위원장] 네, 저희 개인정보보호위원회가 출범하게 된 배경은 아마 디지털 전환의 가속화에 그 배경이 있을 겁니다. 그래서 특히 개인정보가 불가피하게 많이 활용될 수 밖에 없는 이 환경에서 어떻게 하면 개인정보를 잘 보호할 수 있을까

에 관한 고민이 아마 개인정보보호위원회 출범으로 나타나지 않았나 싶고요, 그 기관의 소위 비전을 '안전한 개인정보, 신뢰하는 데이터 시대' 이렇게 정했습니다. 그래서 그것을 꼭 실현할 수 있도록 노력을 할 거고요. 초대 위원장으로써 저희 개인정보보호위원회의 기틀을 잘 잡아나갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 국민 여러분께서도 많은 격려와 지지를 해주시기를 부탁드립니다.

[앵커] 네, 두마리 토끼를 다 잡는데 초석을 놓아주시기를 부탁드립니다요, 아까도 말씀드렸습니다만 우리가 사용하는 데이터 70%, 엄청난 비중이죠. 이 부분이 개인에 의해서 양산이 되는 그런 개인 데이터라고 합니다. 이 개인정보가 안전하게 활용되기 위해서는 정부, 그리고 기업, 또 개인의 노력이 모두 필요한데 그 점점에 개인정보보호위원회가 있다는 생각을 오늘 해보게 됩니다. 오늘 출연해 주셔서 대단히 고맙습니다.

[위원장] 감사합니다. 이렇게 시간 내주셔서 감사합니다.

[앵커] 네. 고맙습니다.

[윤종인 개인정보보호위원회 위원장] “보호할 수 없다면 증명할 수 없습니다”

Vol.222 (2021년 5월호)



최근 코로나19 팬데믹으로 인해 디지털 트랜스포메이션이 가속화되는 상황 속에서 데이터의 중요성이 날로 커지고 있다. 개인정보의 ‘보호’와 ‘활용’이란 이슈도 ‘양날의 칼’로 떠올랐다. 이러한 시점에 지난해 8월 새롭게 출범한 개인정보보호위원회는 개인정보와 관련해 주요 정책을 결정하는 합의제 행정기구로서 명실상부한 컨트롤타워로 주목받고 있다. 그만큼 책임감도 막중하다. 초대 위원장을 맡아 지난 9개월간 분주히 달려온 윤종인 개인정보보호위원회 위원장을 지난 4월 8일 서울시 종로구 정부서울청사 집무실에서 만났다. 윤 위원장은 “안전한 개인정보 활용을 통해 신뢰하는 데이터 시대를 앞당길 것”이라며 “개인정보보호위원회 구성원 모두는 스타트업의 정신으로 위기에 정면 대응하고 혁신적 자세로 미래를 향해 도약해 나가겠다”고 포부를 밝혔다.

- 행정안전부 차관으로 계시다가 신생 조직의 장을 맡으셨는데요, 그간의 소회 한 말씀 부탁드립니다.

데이터 경제 시대가 도래하면서 이제 우리는 데이터 없는 세상을 상상하기 어려운 삶을 살아가고 있습니다. 특히 코로나19 팬데믹으로 디지털 트랜스포메이션이 가속화되면서 데이터 경제 생태계가 만들어지고 있는데요, 결국 데이터의 핵심이 개인정보인 만큼 개인정보를 보호하면서 제대로

활용하기 위해서는 깊은 고민이 필요합니다.

이러한 시점에 출범한 개인정보보호위원회는 개인정보와 관련해 주요 정책을 결정하는 합의제 행정기구로서 기존 여러 기관에 분산되어 있던 개인정보 보호 기능을 하나로 통합한 명실상부한 컨트롤타워라고 할 수 있습니다. 직접 와서 보니 더 빨리 개인정보 통합 부처로 독립을 추진했어야 했나 싶습니다.

지난 9개월을 돌아보면 국민의 개인정보를 보호하면서도 기업의 안전한 데이터 활용을 지원하기 위해 부단히 노력해 왔습니다. 새로운 조직 안정화 작업에 주력하면서 글로벌 공룡 사업자 등을 대상으로 개인정보 침해 행정처분을 했고 코로나19 개인 안심번호, EU GDPR(General Data Protection Regulation) 적정성 초기 결정 등 숨 가쁘게 달려온 것 같습니다.

앞으로 개인정보보호위원회의 전 직원과 함께 데이터를 가장 안전하게 잘 쓰는 나라를 만들어 보자는 소명감을 갖고 각자 자리에서 최선을 다하려 합니다. 데이터 보호와 활용 등 지금까지 풀지 못했던 부분을 슬기롭게 풀어서 데이터 경제를 만드는 데 주춧돌 역할을 해나가겠습니다.

- 개인정보보호법 개정을 추진하고 계십니다. 데이터 3법 개정과 함께 개인정보보호위원회가 출범한 지 얼마 안 된 시점에 법 개정을 시작하셨는데요.

최근에 쇼샤나 주보프 하버드 경영대학원 교수의 저서 '감시 자본주의의 시대'를 읽고 있는데 서론에서 언급한 "선례 없는 일"은 마치 우리가 당면한 상황과 같다는 생각이 들었습니다. 주보프 교수는 인간이 선례 없는 일을 당했을 때 어떤 판단을 내리는지 설명하는데 대개는 기존 자기 경험에 의해서 판단하려는 속성이 강하다고 해요.

지금의 디지털 시대야말로 인류가 한 번도 경험하지 못한 그리고 매우 급속도로 진행되고 있는 선례 없는 일이라고 할 수 있습니다. 디지털 시대에 연료로 쓰이는 개인정보가 대체 어떠한 영향을 미칠지, 어떻게 잘 보호하고 활용할 수 있을지 아무도 모르는 상황입니다.

그런 점에서 개인정보보호위원회는 디지털 전환에 빨리 대응할 수 있는 최소한의 내용은 준비하자는 취지에서 법 개정을 추진하게 됐습니다. 크게 두 가지 이유로 설명할 수 있는데요, 첫 번째는 디지털 시대로의 급격한 전환에 따른 개인정보 관련 법제의 시대적 정합성을 높이고 국제적 데이터 이동과 활용에 적극적으로 참여하기 위해서입니다.

최근 인공지능 등 신기술 환경이 대두되면서 기업의 불확실성을 빠르게 해소하는 한편 국민의 권리를 보호할 필요성이 커지고 있어요. 이에 따라 개인정보 이동권, 자동화된 의사결정에 대한 대응권 등을 도입해 정보 주체의 권리를 더욱 보호하고자 합니다.

두 번째 이유는 데이터 3법 개정 당시부터 사회적 합의 등을 고려해 2단계에 걸쳐 개인정보보호법 개정을 진행하기로 한 데 따른 후속 조치입니다. 지난해 1차 개정 시 해결하지 못한 변화하는 데이터 환경에서의 정보 주체 권리 강화, 온·오프라인 이중 규제 해소, 형벌 중심 제재의 경제벌 중심 전환 등 2단계 입법 과제를 추진하고 있습니다.

- 산업계에서는 개인정보보호법 개정안 중 과징금을 상향 추진하는 내용에 대해 시장의 장애물로 작용할 수 있다는 우려도 제기되고 있습니다.

형벌 중심의 제재를 경제벌 중심으로 전환하면서 생긴 오해가 아닐까 싶어요.

구체적으로 과징금 상향을 담은 보호법 개정안의 취지를 세 가지로 설명드리면 첫째, 개인정보 법규 위반 관련 제재의 국제적 기준에 맞추는 것입니다. 현재 EU는 GDPR 위반 시 전체 매출의 4%를 상한선으로 과징금을 부과하고 있고 중국, 캐나다 등도 전체 매출을 대상으로 과징금 부과를 추진하고 있습니다.

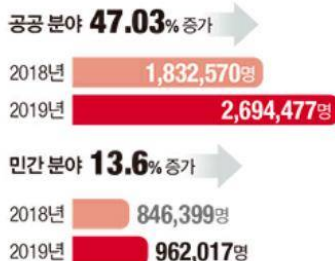
둘째, 기존의 형벌 중심에서 경제벌 중심으로 전환함으로써 제재의 실효성을 높이고 산업계에 적극적인 데이터 활용을 촉진하려는 목적입니다. 위원장으로서 산업계 현장의 목소리를 자주 들으려고 노력하고 있는데요, 다수의 데이터기업, 특히 스타트업이나 영세기업에서 개인정보 법규 위반에 따른 형벌 우려로 사업이 위축되고 있다는 의견이 많습니다. 경미한 법 위반에도 형벌 부과로 인한 CEO 리스크가 커지는 만큼 이 부분만 해소해도 데이터 산업 종사자 분들이 보다 적극적으로 사업을 전개할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

셋째, 글로벌 기업에 대한 솜방망이 처벌 논란을 해소하려는 것입니다. 일례로 우리나라는 지난해 11월 페이스북이 330만 명의 개인정보를 유출한 혐의로 67억 원의 과징금을 부과했는데 미국에서는 동일 사건에 대해 6조 원이 넘는 과징금을 부과했습니다.

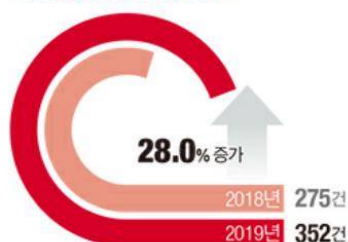
디지털 기업은 글로벌 시장에서 사업하고 있는데 우리나라만 현행 기준을 고수할 경우 국내 기업이 외국에서 강력한 제재를 받는 데 비해 외국 기업은 국내에서 보다 약한 강도의 제재를 받는 역차별 문제가 발생할 수 있습니다.

데이터로 보는 개인정보보호 현황 (단위:조 원)

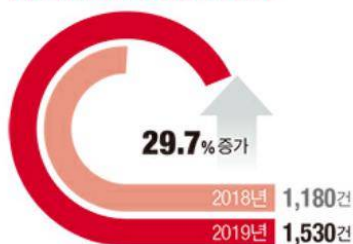
공공·민간 분야 개인정보 보호 교육



분쟁 조정 사건 처리 건수

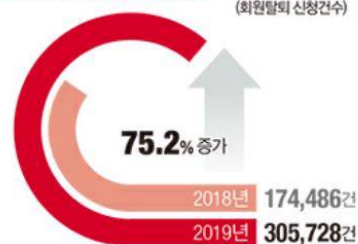


법령의 개인정보 침해 요인 평가



e프라이버시 클린서비스

(회원탈퇴 신청건수)

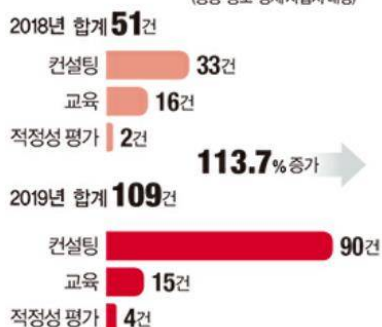


개인정보침해신고센터 상담·접수



개인정보 비식별 조치 기술 지원

(공공·중소·영세 사업자 대상)



- 위원회가 개인정보 보호와 활용 두 축 가운데 '보호'에만 치우치는 것이 아니냐는 일각의 지적에 대해서는 어떻게 생각하십니까.

한쪽으로 치우치지 않았습니다. 오히려 비전이 설명하는 것처럼 '안전한 개인정보 활용'을 통해 '신뢰하는 데이터 시대'를 앞당기고자 하는 것이 개인정보보호위원회의 목표입니다.

개인정보를 잘 보호한다는 전제 하에서 활용도 잘할 수 있습니다. 보호가 되는 만큼 정보 주체의 권리가 되는 것이고 권리가 되는 만큼 소위 '고객'이 되는 것이죠. 즉 보호와 활용은 서로 연결되어 있습니다.

앞서 언급한 주보프 교수는 "데이터 기업들이 개인정보를 활용하는 건 단순히 개인정보만 쓰는 게 아니라 개인의 경험을 이용하는 것"이라고 표현합니다. 각종 웹사이트를 통해 생성되는 정보들은 한 개인의 고유한 환경에 대한 대응 방식이나 처리 등을 전부 설명해 주기 때문이에요. 따라서 개인정보 이동권 등의 형태를 통해 그야말로 개인이 데이터 기업의 실질적인 고객이 될 수 있도록 해야 합니다.

그런 점에서 개인정보보호법과 우리 위원회의 역할이 굉장히 중요합니다. '보호할 수 없으면 증명할 수 없다'는 슬로건처럼 개인정보를 보호할 수 없으면 개인의 존엄성을 증명할 수 없습니다. 보호와 활용은 어느 것 하나도 포기할 수 없는 중요한 가치예요. 거듭 강조드리지만 개인정보의 완전한 보호를 통해 안전한 산업적 활용이 가능합니다.

이를 위해 지난해 개인정보보호법을 개정하고 가명 정보 결합 및 처리, 시범 사례 운영 등 개인정보 컨트롤타워 역할을 충실히 수행해 나가고 있습니다. 추가 개정을 통해 국민이 신뢰할 수 있는 데이터 경제로의 이행을 본격화하고 있고요.

- 기업들은 AI, 클라우드 등 신기술을 활용해 비즈니스 모델을 만들면서 동시에 개인정보 보호도 추진해야 하는 과제를 안고 있는데요, 어떻게 대응해 나가야 할까요.

먼저 기업들은 이 질문에 답해야 합니다. '무엇을 위해 만드는가.' 데이터를 활용해서 새로운 서비스나 제품을 만들 때 단순히 수익성을 위한 것인지, 인간의 존엄과 가치 향상에 기여해 보다 나은 삶을 위한 것인지 스스로 질문해야 해요.

코로나19 팬데믹으로 인한 비대면화, 디지털 전환의 가속화는 우리 사회의 구조적인 변화를 요구하고 있으며 이 과정에서 AI 등 신기술은 중요한 촉매 역할을 하고 있습니다. 하지만 신기술이 개인정보를 포함한 데이터를 기반으로 혁신 서비스를 제공하다 보니 데이터를 모으기 위한 기업들의 경쟁이 상당히 과열되어 있습니다.

개인정보의 보호와 활동은 동전의 양면과 같다는 인식 없이 신기술과 데이터를 묶어서 급히 시장에 뭔가를 내놓는 데 급급한 게 아닌가 싶어요. 이에 따라 의도치 않은 개인정보 유출 및 사생활 침해가 발생할 소지가 큰 것도 사실이고요.

앞으로 기업들은 과연 자사의 비즈니스 모델이 무엇을 위한 것인지, 비즈니스 과정에 쓰이는 개인 정보 데이터가 안전하게 관리되고 있는지에 대한 인식을 제고할 필요가 있습니다.

보다 근본적으로 생각해 보면 개인정보를 잘 보호하면 할수록 정보 주체들이 더 신뢰하고 개인정보를 더 많이 제공하려고 할 겁니다. 수원(水原)을 풍부하게 하려면 우선 잘 보호해야 합니다. 그런 철학 없이 물을 펌핑해서 쓰려고만 하면 고갈되어 문제가 생길 수 있어요.

따라서 경영자 분들은 개인정보 보호 관련 매뉴얼을 읽어보거나 전문가에게 자문을 받는 등 개인정보 보호 활동을 투자라는 관점에서 접근하셔야 합니다. 물론 저희 위원회에서도 적극적으로 지원해 드릴 계획입니다.

- AI 챗봇 이루다 사태를 계기로 개인정보 보호에 대한 중요성도 높아지고 있습니다. AI 특성상 개인정보 수집 활동은 갈수록 늘어나겠지만 소비자들의 거부감도 상당한데, 이를 해소하면서 AI의 활용도를 높일 수 있는 방안이 있을까요.

이루다 사태는 혁신적이고 편리한 기술이라도 개인정보가 안전하게 보호되지 못하면 이용자들의 선택을 받을 수 없고 윤리적 측면에서도 대응해야 한다는 시사점을 보여준 사례입니다. 개인정보 보호위원회는 '자동화된 의사결정에 대한 대응권'을 2차 개인정보보호법 개정 시 신설해 AI 등에 대응함으로써 정보 주체의 권리와 이익을 보호해 나갈 것입니다.

또한 AI 분야 사업자가 기술 및 서비스 개발·운영 과정에서 개인정보보호법 및 국내외 주요 원칙 등에 따라 준수해야 할 'AI 서비스 개인정보보호 자율점검표'¹⁾를 마련해 공유, 확산시켜 나갈 계획입니다.

뿐만 아니라 과학기술정보통신부나 중소벤처기업부 등 관계부처와 협력해 AI 관련 개인정보 보호 기술 개발(R&D)을 지원하고 중소기업 등을 대상으로 암호화 기술 등 보호 역량 강화 지원 사업을 추진해 나갈 예정입니다. AI가 핵심 신기술인 만큼 어떻게 하면 개인정보 보호 기술을 접목할 수 있을지 고민하고 있습니다.

1) AI 서비스 개인정보보호 자율점검표 : AI 기술 개발자 및 서비스 운영자의 준수사항, 이용자 안내사항 및 참고 사례 등을 수록할 계획이다.

- 최근 애플과 페이스북 간 개인정보 이슈에 대한 갈등이 눈에 띕니다. 인터넷 맞춤형 광고에 대한 이용자 프라이버시 보호와 소비자 혜택 증진이란 가치가 대립하고 있는데요.

애플과 페이스북 간의 갈등 이슈는 향후 인터넷 환경에 큰 영향을 줄 것으로 보이는 만큼 저희도 상황을 면밀히 살펴보고 있습니다. 애플이 개인정보 보호 4원칙을 발표하고 IDFA(Identity for Advertisers) 사용 시 의무적으로 옵트인(Opt-in)²⁾ 방식을 도입하기로 한 것에 대해 애플과 페이스북의 논리가 팽팽하게 맞서고 있죠.

애플은 사용자의 개인정보 통제권을 높여 개인정보 보호를 강화하는 방안이라는 입장이고 반면 페이스북은 타깃 광고 시장의 활성화는 소비자와 중소기업 모두에 유익하며 애플이 사업상 우위를 독점하려 한다고 주장하고 있어요. 즉 애플은 개인정보 보호 전략으로, 페이스북은 독과점 방지 전략으로 데이터 시장에서의 주도권 경쟁을 하고 있는 것입니다.

저는 개인적으로 국내 기업들이 애플의 전략에 주목해야 한다고 생각해요. 애플에 대한 소비자들

의 지지는 그 근간에 개인정보 보호에 관한 마케팅 전략이 있지 않나 싶습니다. 실제 미국 법무부에서 애플에 자료를 요청했을 때 거절한 사건은 고객들에게 최소한 아이폰에 있는 자신의 개인정보는 확실히 보호받고 있다는 신뢰성을 확보한 계기가 되었습니다.

애플은 개인정보 보호를 고객에게 제공하는 가치 중 하나로 강조해 서비스 개발, 이용 단계부터 사생활 보호 여부를 살피고 이용자에게 이런 내용을 투명하게 알려 신뢰를 쌓고 있습니다. 결과적으로 기업의 성장도 촉진될 수 있는 것이죠. 결국 개인정보 보호는 투자의 대상이지 회피의 대상이 아니라는 것입니다.

2) 옵트인(Opt-in) : 당사자가 개인 데이터 수집을 허용하기 전까지 데이터 수집을 금지하는 제도

- 데이터 경제라는 새로운 패러다임으로 전환되면서 다양한 데이터 비즈니스 생태계가 구축되고 있습니다. 이러한 시대적 상황에서 국내 경영자 분들에게 조언 한 말씀 해주신다면요.

코로나19로 인해 디지털 시대, 데이터 경제로의 진입이 더욱 앞당겨진 것은 사실입니다. 이에 따라 급격하게 기업의 부침이 나타나는 격변의 시대인 것 같아요. 기업 입장에서는 거대한 비즈니스 기회가 열린 것이지만 급할수록 돌아가라는 격언처럼 근본적인 부분을 재점검할 필요가 있습니다. 실제로 데이터가 가치 창출의 촉매제 역할을 하며 우리의 삶에 효율과 혁신을 더하고 있지만 그것이 인간의 근본적 자유와 존엄성을 보장한다고는 볼 수 없어요. 만약 효율성에 기초한 경제적 가치에 밀려 인간의 존엄성이 외면받는다면 제2, 제3의 이루다 사태는 얼마든지 발생할 수 있습니다. 따라서 기업에서는 데이터를 활용하는 경제 부가가치 창출에 주력하되 동시에 '동전의 양면'과도 같은 개인정보 보호에도 노력해야 합니다. 특히 개인정보 보호라는 가치는 한국거래소 가이드라인에도 포함되어 있을 정도로 최근 주목받고 있는 ESG경영의 중요한 항목으로 자리 잡고 있습니다. 개인정보 보호를 잘하는 기업은 고객들로부터 신뢰를 받게 되고 이를 통해 기업의 리스크가 줄어드니까요.

- 컨트롤타워로서 개인정보보호위원회의 역할이 더욱 중요해질 것 같습니다. 앞으로의 계획 또는 포부가 궁금합니다.

개인정보보호위원회는 올해 '안심', '합심', '중심'의 '3心'에 집중하고 있습니다. 첫 번째, '안심'은 국민들에게 자신의 개인정보가 안전하게 잘 지켜지고 있다는 신뢰를 심어 드리는 것입니다. 특히 코로나19 방역 과정과 함께 오픈마켓, 배달앱 등 생활 밀착 5대 분야³⁾의 개인정보 보호 조치 이행 여부를 면밀하게 살펴보고 국민 스스로 개인정보 보호의 중요성을 잘 이해하고 이행함으로써 보호가 선순환하는 개인정보 보호 생태계를 조성해 나갈 것입니다.

두 번째, '합심'입니다. 안전한 데이터 활용에 대한 범국가적 합의를 통해 코로나19 이후 잃어버린 국민의 일상을 되찾고 빠르고 강한 경제 회복에 기여하고자 합니다. 이를 위해 개인정보 정책의 방향성과 미래에 대해 각계 전문가들이 모여 함께 고민하고 해법을 제시하는 사회적 공론의 장인 '개인정보 미래포럼'을 발족했는데 곧 본격적인 활동에 돌입할 계획입니다.

세 번째는 '중심'으로, 개인정보 보호에 대한 컨트롤타워로서의 위상을 확고하게 정립해 나가겠습니다. 데이터 경제 시대의 핵심 자원인 개인정보 관련 정책과 제도를 국민 눈높이에서 마련하고 개인정보보호위원회가 중심이 되어 공공과 민간이 서로 유기적으로 협력하고 성장해 나가는 모델을

조기에 정착시킬 계획입니다.

이 모든 일들을 저희 위원회에서 혼자 할 수 없기 때문에 거인의 어깨 위에 올라타는 전략이 필요합니다. 민간과 공공, 시민단체, 학계 등을 모아서 자율적으로 개인정보를 보호하는 범국민적인 캠페인을 실시하거나 스스로 정비할 수 있는 거버넌스를 만들어 나가고자 합니다.

3) 생활 밀착 5대 분야 : 통신대리점(고객 정보), 오픈마켓(판매자 계정), 배달 앱(주문 정보), 택배(운송장), 인터넷 광고(행태 정보)



BOX. 개인정보 미래포럼 발족, "인간 중심의 디지털 개인정보 패러다임 모색"

개인정보보호위원회는 지난 2월부터 수기 명부상의 개인정보 유출을 예방하기 위해 '코로나19 개인안심번호' 제도를 시행하고 있다. 수기 명부에 이름, 거주지, 휴대폰 번호 등과 관련한 개인정보 유출에 대한 논란이 있어 고민하던 차에 코드포코리아와 이동통신사가 협조를 해줘 안심번호를 도입하게 된 것. 이러한 안심번호 사례는 민관 협업의 좋은 성과로 손꼽힌다.

윤종인 위원장은 "앞으로 이러한 민관 협업 사례를 개인정보 보호 영역에서 많이 늘릴 필요가 있다"며 "개인정보보호법은 공공, 의료, 재산권 등 폭넓은 분야를 아우르는 법인 만큼 미래포럼을 통해 다양한 분야의 전문가를 모으고 정책 자문을 하려고 한다"고 말했다.

이에 따라 지난 4월 21일 개인정보보호위원회는 제1기 '개인정보 미래포럼'을 발족했다. 디지털 시대를 맞아 현행 개인정보 보호체계의 한계와 문제점 등을 살펴보고 정보주체 중심의 개인정보 보호·활용 생태계를 모색하고자 마련된 것이다.

개인정보미래포럼은 윤종인 개인정보보호위원회 위원장과 강영수 인천지법원장을 공동의장으로 학계·법조계·산업계·시민사회 등 전문가 30명과 개인정보위 위원·유관 공공기관장 등 특별위원 10명으로 구성됐다.

이들은 내년 4월까지 1년간 활동하며 개인정보 보호·활용 생태계 구축, 정보주체의 능동적 정보통

제권 보장을 위한 법·제도 마련, 형식적인 사전동의제도 실질화, 개인정보 감수성 제고를 위한 문화 형성 등 미래 어젠다를 논의하게 된다.

윤 위원장은 “미래포럼이 인간중심의 디지털 개인정보 패러다임을 모색하는 논의의 장이 되기를 기대한다”며 “포럼에서 제안된 주요 과제들은 위원회 심의·의결을 거쳐 개인정보 관련 정책에 충실히 반영해나가겠다”고 강조했다.

1964년 충남 홍성 生 / 상문고 / 서울대 서양사학과 / 서울대 행정대학원 정책학 석사 / 조지아대 행정학 박사 / 대통령비서실 행정자치비서관 / 충청남도 행정부지사 / 행정안전부 정부혁신조직실장 / 행정안전부 지방자치분권실장 / 행정안전부 차관 / 개인정보보호위원회 위원장(現)

윤종인 “불필요한 개인정보 동의 확 줄이겠다”

〈개인정보보호위원장〉

윤종인 개인정보보호위원회 위원장(사진)은 “특정 서비스 가입 시 불필요한 개인정보 동의·수집을 줄이는 방향으로 제도와 관행을 개선해가겠다”고 말했다. 또 코로나19 여파로 비대면 서비스가 확산되면서 수요가 급증하고 있는 배달 앱, 오픈마켓 업계의 개인정보 처리 실태도 집중 조사할 방침이라고 밝혔다.

윤 위원장은 지난 1일 정부서울청사에서 한 한국경제신문과의 인터뷰에서 “데이터 시대가 본격화하면서 개인정보 보호에 대한 국민 관심이 점점 높아지고 있다”며 “개인정보 침해를 막기 위한 조사를 강화하고 불합리한 제도·관행을 고쳐가겠다”고 강조했다. 제도 개선이 시급한 분야로 형식적인 ‘개인정보 동의 제도’를 꼽았다. 그는 “우리나라는 개인이 어떤 서비스를 이용하려고 할 때 개인정보 제공 동의를 요구하는 항목이 너무 많다”며 “소비자 불편이 크고 개인정보 관련 권익이 잘 지켜지는지도 불투명하다”고 지적했다.

수많은 동의 절차에 지쳐 소비자들이 정작 가장 중요한 개인정보처리 방침 항목을 무시하고 지나쳐버리고 있다고 진단했다. 윤 위원장은 “꼭 필요한 경우에만 개인정보 제공 동의를 받게 하고, 소비자가 쉽게 이해할 수 있게 동의 절차를 개선하는 방안을 검토 중”이라고 했다.

**무조건 동의 받는 관행 불합리
규정 보완해 소비자 불편 해소**

**비대면 서비스 배달앱·오픈마켓
개인정보 처리실태 집중 조사**

**정보유출기업 과징금 폭탄은 과장
한 번 위반에 다 물리지 않을 것**

개인정보위는 올해 관련 법령 정비, 가이드라인 마련 등의 작업을 추진할 계획이다.

개인정보위는 지난 1월 개인정보 유출 기업 등에 대한 과징금을 현재 ‘법 위반 행위 관련 매출액 3% 이하’에서 ‘총매출액 3% 이하’로 강화하는 내용의 개인정보보호법 개정안을 입법예고했다. 해당 법안은 법제처 심사, 국무회의 의결 등을 거쳐 이르면 상반기 국회에 제출된다. 과징금 기준이 총매출액의 3%로 바뀌면 대기업의 경우 수조원에 이를 수도 있어 업계에선 “과징금 폭탄 수준”이라는 비판이 거세다.

이에 대해 윤 위원장은 “한 번의 위반으로 총매출의 3%를 과징금으로 물리지는 않을 것”이라며 “합리적 수준으로



과징금 부과 세부 기준을 마련해 부작용을 최소화하겠다”고 말했다. 이 법 시행으로 국내 기업이 역차별받을 것이란 우려에는 “국내·해외 기업 구분 없이 엄정하게 법을 집행하겠다는 게 정부의 확고한 원칙”이라고 강조했다.

그는 “개인정보위는 작년 11월 페이스북의 개인정보보호법 위반에 대해 현재 규정에서 최대 과징금인 67억원을 부과

했다”며 “앞으로 과징금 부과 기준이 총매출액으로 바뀌면 훨씬 강력한 제재가 가능할 것”이라고 설명했다.

향후 개인정보 관련 조사를 강화할 분야로는 배달 앱·오픈마켓을 꼽았다. 윤 위원장은 “배달 앱과 오픈마켓은 소비자의 이용이 늘고 있는 분야지만 개인정보 보호가 취약하다는 지적이 있다”며 “개인정보 도용이나 개인정보 파기 규정 미준수 등을 중심으로 실태 조사를 철저히 할 것”이라고 말했다.

개인정보위는 지난해 8월 출범한 신생 부처다. 짧은 시간 안에 존재감을 키웠다는 평가를 받는다. 페이스북·테슬라·코리안·LG유플러스 등 국내외 대기업의 개인정보 유출을 적발해냈고, 정보기술(IT) 업계의 숙원 중 하나인 ‘유럽연합(EU) 개인정보보호법(GDPR) 적정성 결정’을 받아냈다.

윤 위원장은 특히 지난달 30일 EU 적정성 평가에서 초기결정 단계를 통과한 것에 큰 의미를 부여했다. 그는 “한국의 개인정보보호 법·제도가 세계에서 가장 선진화됐다고 평가받는 EU와 동급이라는 평가를 받은 것”이라고 했다. 윤 위원장은 행정고시 31회 출신으로 행정안전부 지방자치분권실장과 차관을 거쳐 초대 개인정보보호위원장에 발탁됐다.

이상열/서민준 기자 mustafa@hankyung.com

"개인정보 보호, 투자의 대상이지 회피 대상 아니다"

[지디넷코리아=김우용 김윤희,김윤희,김우용 기자]

윤종인 개인정보보호위 위원장 "데이터, 안전하게 잘 활용하는 나라로 거듭나야"(지디넷코리아=김우용 김윤희 기자)



윤종인 개인정보보호위원회 위원장

"대통령 말씀처럼 우리나라가 "전세계에서 데이터를 가장 안전하게 잘 활용하는 나라"로 거듭났으면 하는 희망을 갖고 있다. 그러기 위해서는 민관 협력이 절대 필요하다. 전문가들과 함께 개인정보 이슈를 다루는 "미래 포럼"을 만들어 디지털 시대에 발빠르게 대처하는 제도를 만들어가겠다."

윤종인 위원장은 개인정보보호위원회 독립 출범 6개월을 맞아 최근 지디넷코리아와의 특별 인터뷰를 통해 이같이 말했다. 윤 위원장은 특히 개인정보의 "보호"와 "활용"이라는 "양날의 칼"을 잘 조율하는 일이 얼마나 어렵고 중요한 문제인지에 관해 "자동차의 브레이크"에 대한 비유로 설명했다.

윤 위원장은 또 개인정보보호위원회가 별도 기구로 독립한 뒤 민관 협업을 통해 "코로나19 개인안심번호"를 기획해 낸 일과 "가명정보"란 개념을 세계적으로 유일하게 도입했다는 점을 적잖은 성과로 자평했다.

윤 위원장의 말처럼 데이터의 중요성이 날로 커지는 시대에 개인정보의 "보호"와 "활용"이란 이슈는 "양날의 칼"이 됐다. 최근 인공지능(AI) 챗봇 "이루다" 사태는 이 문제의 어려움 잘 드러냈다. 개인정보보호위원회는 이같은 시대적 질문에 전면에서 답해야 하는 부처다. 이에 맞춰 현행 개인정보보호법을 더 민첩하고 유연하게 진화시켜나가는 것이 개인정보보호위의 큰 숙제다.

다음은 윤 위원장과의 일문일답. (대담: 지디넷코리아 김우용 소프트웨어블록체인팀 팀장, 정리: 김윤희 기자)

최근 수기 명부 상의 개인정보 유출을 예방할 수 있는 "코로나19 개인안심번호"를 기획했다. 안심번호 사례는 민관 협업의 좋은 성과로 보인다. 사회 변화에 필요한 개인정보 정책을 개발하기 위해 어떤 고민을 하고 있나.

"수기 명부에 입력하는 이름, 거주지, 휴대폰 번호 등과 관련해 개인정보 유·노출 논란이 있었다. 그렇다고 없앨 수도 없는 게, 방역 당국은 역학조사 과정에서 수기 명부가 꼭 필요하다는 입장이었다. 고민하던 차에 코드포코리아와 이동통신사가 협조를 해줘 안심번호를 도입하게 됐다. 이런 민관 협업 사례를 개인정보 보호 영역에서 많이 늘릴 필요가 있다.

미래 포럼에는 각계 전문가 30인 내외가 참여할 예정이다. 개인정보보호법은 공공, 의료, 재산권 등 폭넓은 분야를 아우르는 법이다. 때문에 많은 분야의 전문가들을 모으고, 정책 자문을 하려 한다.

온라인 정책자문단도 준비 중이다. 다양한 분야의 전문가 200여명으로 구성해 주요 정책 및 현안 이슈를 논의하고, 필요 시 미래 포럼과의 연계 활동도 추진하려 한다. 상반기 중에는 정부와 기업, 학계, 시민사회 등이 함께 참여하는 '개인정보보호 자율실천협의회'(가칭)을 구성할 계획이다.

개인정보위가 출범한 지 6개월이 지났다. 행정안전부 차관이었다가 신생 조직인 개인정보위의 위원장을 맡게 됐는데, 그간의 소회는 어떤가.

"직접 와서 보니 더 빨리 (개인정보 통합 부처로 독립을) 추진했어야 했다 싶다. 좀 늦었다 싶을 정도다. 개인정보위가 디지털 시대에 해야 할 일이 정말 많다.

지난 6개월을 돌아보면 국민의 개인정보를 보호하면서도 기업의 안전한 데이터 활용을 지원하기 위해 노력해왔다. 개인정보 정책 컨트롤타워로 개인정보 보호와 활용을 위한 정책을 수립, 집행하면서 개인정보 침해 사고가 발생하면 사실조사와 처분을 하는 감시자 역할을 해왔다. 만약 개인정보위가 독립기관으로 출범하지 않았더라면, 페이스북 같은 글로벌 사업자를 대상으로 한 행정처분이나, '코로나19 개인안심번호' 등의 정책들이 과연 나올 수 있었을까 자문도 한다.

앞으로 책임감을 갖고 일해서, 대통령의 표현을 빌리자면 "전세계에서 데이터를 가장 안전하게 잘 활용하는 나라"로 거듭났으면 하는 희망을 갖고 있다."

일각에선 개인정보위를 규제기관으로서 강하게 인식한다. 개인정보위가 시장 진흥의 장애물로 작용할 수 있다는 우려도 제기된다. 취임 당시부터 보호와 활용의 균형을 강조했는데, 산업 진흥 측면에서 '보호'의 의미를 어떻게 긍정적인 방향으로 각인시킬 수 있을까.

"저는 자동차 브레이크에 비유한다. 브레이크가 잘 들어야, 차도 시속 300킬로미터까지 달릴 수 있다. 전기차에서 엔진이 없어져도 브레이크는 없어지지 않는 것과 마찬가지로. 개인정보를 잘 보호하는 것은 활발한 데이터 활용을 위해서 필수다. 아직 조사 중이긴 하나, "이루다" 사태를 보면 국민이 희망하는 개인정보 정책 방향을 알 수 있다. 데이터 활용을 통해 "유니콘", "데카콘" 기업이 등장하는 것은 좋지만 기업이 개인정보를 투명하게, 책임감 있게 활용해야 한다는 것이다."

이루다를 계기로 개인정보를 다루는 AI에 대한 사회적 논란이 큰 상황이다. 데이터의 양과 질이 경쟁력을 좌우하는 AI 특성상 개인정보 활용은 갈수록 늘어나야 하지만, 이용자 거부감이 상당하다. 이런 거부감을 해소하면서 AI의 산업적 활용도도 높일 수 있는 방안은 뭘까.

"AI란 불가피하게 다가오는, 확정된 미래다. 다만 이루다 사태는 혁신적이고 편리한 기술이라도 개인정보가 안전하게 보호되지 못하면 국민의 선택을 받을 수 없고, 윤리적 측면에서도 대응해야 한다는 정책적 시사점을 보여줬다. 우리가 어떻게 AI를 활용할 것인지에 대한 사회적 공론화 계기가 되기도 했다. 실태조사 결과 발표를 통해 위원회 공식 입장을 밝힐 예정이다.

위원회 차원에선 크게 세 가지 방안을 고려하고 있다. (AI에서 이뤄지는)자동화된 의사결정에 대한 이의제기권, 설명요구권, 거부권을 개인정보보호법에 신설하는 방안을 고려하고 있다. AI의 결정이 어떻게 이뤄진 건지 설명을 요구할 수 있는 권리다.

AI 서비스를 개발하고, 또 이용하는 과정에서 지켜야 할 "AI 개인정보보호 수칙"도 만들고 있다. 수칙은 법을 일일이 다 찾아보지 않더라도, 이것만 보면 어떻게 해야 할지 알 수 있다는 게 강점이다. 작년부터 준비해온 사항이다.

(이루다 건을 보면)법령에 대한 이해나 적용 측면에서의 노력이 소홀하지 않았나 싶다. 스타트업들을 찾아가 개인정보 보호 컨설팅을 제공하는 방안도 고려 중이다. 스타트업들이 개인정보 침해를 하고 싶어서 하는 건 아니다. 고의가 없음에도, 서비스 개발 단계에서 발생하는 실수들을 바로잡아 주자는 취지다."

글로벌 시장에서의 개인정보 이슈 중에선 최근 애플과 페이스북 간 첨예한 갈등이 눈에 띈다. 인터넷 맞춤형 광고를 두고 각각 이용자 프라이버시 보호와, 소비자 혜택 증진 및 소상공인 육성이란 가치가 대립한다. 어떻게 바라보고 있나.

"애플은 사용자의 개인정보 통제권을 높여 개인정보 보호를 강화하려 하고 있다. 페이스북의 경우 맞춤형 광고 시장의 활성화가 소비자와 중소기업 모두에 유익하다는 입장이다. 애플은 개인정보 보호 전략으로, 페이스북은 독과점 방지 전략으로 데이터 시장에서의 주도권 경쟁을 하고 있는 셈이다. 결과는 지켜봐야 하겠지만, 여론은 애플에 좀더 유리한 쪽으로 흘러가고 있는 것 같다.

우리에게 시사하는 바는 결국 안전한 데이터 활용의 중요성이라 본다. 애플은 개인정보 보호를 고객에게 제공하는 가치 중 하나로 강조한다. 서비스 개발·이용 단계부터 사생활 보호 여부를 잘 살피고, 이용자에게 이런 내용을 투명하게 알려 신뢰를 쌓으면 이용자도 안심하고 그 기업에 개인정보를 맡길 수 있다. 결과적으로 기업의 성장도 촉진될 수 있다. 이용자 데이터를 오·남용하다 사업상 피해를 입는 것보다 훨씬 나은 결과다. 개인정보 보호는 투자의 대상이지, 회피의 대상이 아니라는 것이다."

작년 독립 부처로 출범한 뒤 개인정보를 데이터로서 안전하게 활용하는 정책을 추진해왔다. 그러나 의료, 공공 등 데이터 개방이 더딘 분야가 있어 산업계에서 아쉬워한다. 현재 가장 큰 걸림돌은

뭐라고 보는가.

개인정보보호법에 가명정보란 개념을 도입한 게 전세계적으로 유일한 사례일 것이다. 개인정보를 활용하되 안전하게 활용하는 방향을 찾자는 의미로 도입한 정책이다. 이런 제도를 도입했음에도 아직 산업계에서 도입 효과를 피부로는 못 느끼는 듯하다. 이해할 수 있는 반응이다. 각종 데이터를 많이 갖고 있는 공공기관들과 협력해서 길을 내보고 있다. 5대 분야에서 가명정보 결합 시범사업을 진행, 7개 과제를 선정해 진행 중이다. 가명정보를 활용하는 길이 선명하게 보이면, 산업계에서 느끼는 개인정보 활용 방법과 이해도 높아질 것으로 본다.

그 가운데에서 위원회의 해야 할 일은 기업이 데이터를 안전하게 활용할 수 있는 길을 보여주자는 것이다. 데이터 개방 정책을 보면 최근 4차산업혁명위원회에서 '국가데이터 정책 추진방향'을 의결하고, 공공기관의 미개방 핵심 데이터를 민간 수요에 맞게 개방하는 것을 중점과제로 제시한 바 있다. 의료 분야에서는 보건복지부와 함께 '보건의료 데이터 활용 가이드라인 개정안'과 '마이헬스웨이' 도입 방안을 내놓고 의료 데이터의 개방 및 활용 확대를 추진하는 상황이다.

다만 이런 과정에서 "안전"이란 가치를 놓쳐선 안 된다. 제대로 바늘귀에 실을 묶어 쓰는 길을 찾는 게 저희 일이라 본다. 개인정보위가 신경 써야 하는 부분은 데이터 안의 개인정보를 어떻게 다뤄야 하는지다. 이 방법 중 하나가 가명정보고, 다른 하나가 이번 개인정보보호법 개정안에 담긴 "개인정보이동권"이다. 가명정보는 비식별화하는 것이고, 이동권은 정보 주체가 정보 이동을 요구할 수 있는 것으로, 가명화가 필요치 않다. 법안이 도입되면 공공, 의료 등 분야에서 개인정보이동권에 따른 정보 이동이 활성화될 것으로 본다.

"사일로(Silo)에서 스퀘어(Square)로 흘러가야 정보가 더 잘 활용될 수 있다"고 항상 주장한다. 그 과정에서 개인정보를 잘 다룰 수 있느냐가 저희 숙제다."



윤종인 개인정보보호위원회 위원장

올해 통신대리점, 오픈마켓, 배달 앱, 택배, 인터넷광고 등 5대 생활밀착 분야에 대한 개인정보 관리실태를 집중 조사한다고 밝혔다. 개인정보 침해 발생 시 책임 소재가 애매해질 가능성이 큰 분야들 같다. 어떻게 대응하려 하나.

"코로나19로 "집콕" 생활이 늘어나면서 각종 개인정보 침해 문제들이 더욱 속출한 측면이 있다. 다양한 분야에서 개인정보가 오남용되고 있다는 국민 불편이 존재했다. 독립 부처로서 새롭게 출범하는 개인정보위에 대해 제 역할을 해야 한다는 기대가 있으리라 봤다. 기대에 부응할 정책을 고민하다 이런 분야들에 주목하게 됐다.

생활밀착 분야의 경우 사례가 워낙 다양하기 때문에 개인정보 침해 발생 시 책임 소지는 조사 결과에 따라 판단이 달라진다. 오픈마켓으로 예를 든다면, 오픈마켓 서비스 제공자가 관련 법규를 준수하지 않아 판매자 계정 도용 문제가 발생했을 경우 오픈마켓 서비스 제공자에게 책임 소재를 물을 수 있다."

해외 사업자가 일으키는 국민 개인정보 유출 사고 등 위법 행위에 대한 이용자 우려가 높은 상황이다. 국외에 본사를 둔 글로벌 기업을 우리나라 규제기관이 적절히 감시하고, 제재할 수 있을지에 대한 우려가 존재한다. 적절한 대응책이 있을까.

"페이스북을 조사하면서, 외국에 본사를 둔 기업을 직접 조사하는 게 쉽지 않다고 느꼈다. 그런 측면에서 국제 공조는 꼭 필요하다. 침해 대응 글로벌 공조 네트워크를 활성화하는 내용이 업무계획에도 있다.

각국의 감독기관 간 협조 분위기가 있다. 글로벌 IT 기업에 개인정보 관련 문제가 제기됐을 때, 이는 특정 국가에만 해당되는 내용이 아니기 때문이다. 문제가 되는 알고리즘은 해당 기업이 서비스를 제공하는 전세계 지역에 공통으로 적용된다. 페이스북의 경우에도 그랬다. 페이스북 계정을 통해 타 사이트에 회원가입을 하면 이용자 본인 외 친구로 연결된 사용자 정보까지 넘기는 정책이 문제였다. 미국에서 문제시됐지만, 우리나라에서도 똑같이 문제가 됐다. 조사 과정에서 미국 기관의 도움을 받지 않았다면 어려움이 있었을 것이다. 반대로 개인정보위 조사 내용을 타국에 공유할 수도 있는 거다. 그런 공조가 상당히 필요하다. 데이터 경제 자체가 국경이 없기 때문이다."

김우용 기자(yong2@zdnnet.co.kr)

김윤희 기자(kyh@zdnnet.co.kr)

© 메가뉴스 & ZDNET, A RED VENTURES COMPANY, 무단전재-재배포 금지

장관급 개인정보보호위 출범 6개월 윤종인 위원장

“19일 발급되는 개인 안심번호, 고교생 해커 아이디어”

장세정의
직격인터뷰

논설위원



코로나19 방역을 위해 공공기관·식당·학교 등 각종 시설에 출입할 때 의무적으로 남겨야 했던 전화번호 수기(手記) 제도가 오는 19일부터 폐지된다. 특정인의 개인정보가 드러나지 않는 ‘개인 안심번호’가 전 국민에게 발급된다.

지난해 6월부터 카카오·네이버·패스 등 3사가 전자출입명부(QR코드)를 발급했지만, QR코드를 사용하지 않고 전화번호를 여전히 손으로 적는 경우 개인정보 유출과 악용 우려가 제기된 데 따른 추가 대책이다.

윤종인(57) 개인정보보호 위원장은 3일 중앙일보 인터뷰에서 “기존 QR코드에다 전화번호를 코드로 전환한 안심번호를 병행 사용하면 코로나 방역 와중에 개인정보 유출 우려는 대부분 잠재울 수 있을 것”이라고 말했다. 2011년 대통령 소속 합의제 기구로 출범한 위원회는 지난해 8월 총리 소속 장관급 중앙 행정기관으로 격상됐다. 독자적인 법령 제정과 개정권, 예산 및 인사권을 확보해 위상이 크게 높아졌다. 그만큼 전 국민의 관심사인 개인 정보 보호와 산업적 활용이라는 두 마리 토끼를 잡는 숙제도 커진 셈이다. 취임 6개월을 맞은 윤 위원장은 “명실상부한 개인정보 컨트롤 타워로서 국민의 개인정보를 확실히 보호하면서도 기업의 안전한 데이터 활용을 지원하겠다”고 말했다.

“코로나19 방역에 협조한 국민이 개인정보 유출에 대한 우려를 많이 한다.

“위원회는 코로나 대응 과정에서 필요 최소한으로 정보를 수집하고 수집 목적을 달성하면 폐기돼야 한다는 기본 원칙에 따라 방역 당국과 협의하고 있다. 전체적인 점검이 끝나면 결과를 발표할 것이다.”

“요즘 난데없이 홍보 전화나 판촉 문자가 날아온다.

“질병관리청이 주도해 코로나 1차 대



유행이 한창이던 지난해 3월 22일부터 위험시설 출입자 명단을 작성하도록 했다. 처음엔 손으로 적는 수기 방식이었으나 6월 1일부터 QR코드가 도입돼 수기와 병행 사용해왔다. 지난해 8월 위원회 출범 이후 이름 표기에 따른 개인정보 유출 우려가 제기돼 9월 11일부터 이

**개인정보 유출 불안감 잠재울 대책
기존 QR코드와 안심번호 병행 사용
5대 민생 분야 개인정보 유출 점검
위법시 과징금 기준 상향 검토 중**

름을 빼고 거주지를 시·군·구 단위로 표시하도록 했다. 그런데 여전히 휴대전화를 기록하는 데 따른 불안감을 없애기 위해 19일부터는 전화번호를 대체할 안심번호를 발급하는 것이다. 숫자 4개와 받침 없는 한글 2글자를 조합한 6자리 번호다. 예를 들어 ‘12가34나’나 ‘12도34코’가 가능하다. 이렇게 조합하면 최대 1억 2000만개 번호가 나온다. 코로나가 종식될 때까지 안심번호가 전화번호를 대체하게 된다. 수기 명부를 거치

로 작성해 방역에 차질이 생기는 현상도 막을 수 있을 것이다.”

“안심번호 대책이 왜 이렇게 늦게 나왔다. 늦은 것이 아니다. QR코드 사용을 기피하는 분들이 전화번호를 손으로 적었는데 그에 따른 마지막 불안감을 없애기 위해 추가 대책을 낸 것이다. 지난해 11월부터 대안을 연구했고, 그 과정에서 휴대전화를 코드로 전환하는 아이디어를 한 고교생 해커가 재능 기부했다. 휴대전화는 통신사들이, 안심번호는 QR코드 발급 3사가, 출입 정보는 정부(보건복지부 산하 사회보장정보원)가 분산 관리한다. 데이터는 분산될수록 안전성이 강화된다.”

“QR코드는 개인정보 유출 우려가 전혀 없다.

“이용자 정보(QR코드 발급기관)와 시설 출입 정보(사회보장정보원)가 시스템적으로 분리돼 있다. 확진자가 나와서 역학조사의 필요성이 있을 때만 두 기관이 개인정보를 결합해 쓰고 4주 후에는 자동 파기되기 때문에 유출되거나 악용될 우려가 없다. 코로나 사태 장기화에 따라 비대면 서비스를 많이 이용하는데 통신대리점, 오픈마켓, 배달 앱, 택배, 인터넷 광고 등 5대 민생 분야에

윤종인 개인정보보호 위원장은 3일 인터뷰

에서 코로나19 방역 와중에 개인정보 유출을 막기 위해 19일부터는 모든 국민에게 휴대전화 번호 대신 ‘개인 안심번호’를 발급한다고 밝혔다.

김상선 기자

대해 개인정보 보호 실태를 집중 점검 중이다.”

“개인정보를 보호하면서 동시에 활용한다는 것은 모순 아닌가.

“세상이 디지털 경제 시대로 전환하면서 상당수의 부가가치가 데이터로부터 생겨난다. 데이터의 75%는 개인정보다. 활용이 불가피한데 개인정보가 어떻게 보호되면서 활용될 것인지에 관해서 아직 국내외에서 정확한 솔루션이 없다. 활용할 수밖에 없지만 보호하지 않을 수도 없다. 보호와 활용을 상충하는 것으로 보는 것이 문제다. 자동차가 빨리 달릴 수 있는 이유는 브레이크가 있기 때문이다. 브레이크 없이 자동차는 빨리 못 달린다. 우리가 개인정보를 잘 보호하지 못하면 활용도 잘할 수 없다. 기업들은 아주 뼈저리게 느끼고 있다.”

“기업의 생생한 사례를 듣다 보면

“미국의 애플이 아이폰을 팔면서 프라이버시 보호를 마케팅 전략으로 사용하기 시작했다. 애플 생태계인 앱스토어에 들어오는 앱 개발자들은 그 앱이 어떠한 개인정보를 추적하는지를 밝히고 사용자의 동의를 받아야 한다. 애플이 개인정보 보호를 마케팅 우위 전략으로 쓰면서 그동안 개인정보를 이

＼ 용해서 광고에 활용해온 페이스북의 매출 구조가 타격을 받자 두 회사가 전쟁하고 있다.”

-국내 기업들에 주는 시사점은.

“위원회가 조사하고 있는 인공지능(AI) 챗봇 ‘이루다’ 논란도 마찬가지다. 제2의 이루다 사태를 막으려면 AI든 신기술 개발 단계에서 개인정보 보호 절차를 반드시 거쳐야 한다. 기업이 보호와 활용이 상충한다고 여기면 한 발짝도 나아갈 수 없다. 어떻게 개인정보를 더 잘 보호해서 더 많은 사용자의 신뢰를 얻고 더 많은 데이터를 쓸 수 있도록 허락받을 수 있을지를 고민해야 한다. 그런 기업이 더 많은 데이터를 가지고 더 많은 서비스를 만들 수 있는 세상이 왔다.”

-위반 기업에 대한 처벌이 약하다는 지적이 있다.

“누구든 수집한 정보를 다른 목적으로 이용할 경우 개인정보보호법에 따라 최고 징역 5년, 벌금 5000만원에 처할 수 있다. 페이스북의 경우, 로그인하면 내 정보뿐 아니라 친구의 동의도 없이 친구 정보까지 앱으로 넘어가서 67억원(약 600만 달러)의 과징금으로 부과했다. 위원회가 확인한 피해자만 300만명이다. 우리는 관련 매출액의 3%가 과징금 상한인데, 외국은 전체 매출액의 4%를 물린다. 개인정보보호법 2차 개정할 때 손질할 방침이다.”

-개인정보 유출로 피해를 봐도 구제받기가 힘들다.

“피해자들은 집단소송을 하거나 개인정보보호법에 따르면 분쟁 조정 절차를 밟을 수도 있다. 다만 피해자에게 분쟁조정을 신청하면 공공기관은 의무적으로 따라야 하는데 민간기업은 예외여서 법을 개정할 방침이다.”

-신기술의 진보 속도보다 정책이 한 박자 늦다.

“신기술이 빠르게 발달하는 분야에서 늦지 않게 각종 기준이나 준칙을 조속히 마련해 제공하려 한다. 그래야 기업들의 불확실성을 제거해 줄 수 있다. 사실 신기술 분야에 대응한 개인정보보호 기술의 연구개발(R&D)이 아직 부족해 대책을 고민 중이다.”

-고 박원순 전 서울시장의 성범죄 피해자의 실명을 공개한 사건은 위원회가 다

루지 않나.

“노출 또는 유출한 사람이 법이 정한 개인정보 처리자인지가 중요한 판단 기준이다. 다만 우연히 알게 된 개인정보를 일회성으로 유출한 경우라면 개인정보보호법의 소관 범위를 벗어난다. 민·형사상 명예훼손을 다룰 문제다.”

-디지털 공간에서의 잊힐 권리를 호소하는 목소리도 크다.

“한국인터넷진흥원(KISA)이 개인들의 계정 정보가 ‘다크 웹’에 유출돼 거래에 이용되는지를 확인할 수 있는 서비스를 11월부터 제공할 예정이다. 다만 표현의 자유에 상충하는 경우 개인정보를 위원회가 임의로 지우기에 한계가 있을 수 있다.”

-헌법에는 개인정보보호권 명문 규정이 없다.

“헌법재판소가 2005년 헌법 제10조(존엄과 행복 추구권)와 제17조(사생활의 비밀과 자유권)에 근거해 개인정보 보호를 ‘개인정보 자기결정권’이란 이름의 헌법상 권리로 인정했다. 현재 판례는 적극적 의미의 개인정보 보호로 봐야 한다.”

-위원회의 정치적 중립성과 독립성 장치는 충분한가.

“9명의 위원 중 위원장과 부위원장이 상임위원이고 7명은 비상임 위원이다. 임기 3년을 법으로 보장해 정치적 독립성을 확보하고 있다. 정당 추천 위원 5명 중 3명이 야당 몫이다. 개인 정보 침해 사건에 대한 조사 처분 등에 대해 총리의 행정 감독권을 배제해 독립적인 일 처리가 가능하다.”

-조지 오웰의 『1984』가 현실이 될 거란 우려도 있다.

“데이터가 쉽게 수집 및 처리되고, ‘네트워크 효과’에 의해 더 많이 모여오·남용됐을 때 민주주의가 파괴되거나 감시사회가 올 거라는 우려가 있다. 개인의 사생활을 충분히 보호하면서 발전할 수 있는 새로운 경로를 발견하는 것이 빅데이터 시대에 큰 과제다.”

◆윤종인=1964년 충남 홍성 출신. 서울대 서양사학과 졸업. 미국 조지아대 행정학 박사. 행시 31회로 공직에 입문해 청와대 행정자치 비서관, 충남 행정부지사, 행안부 차관 등을 역임했다.

윤종인 개인정보보호위원회 위원장

“개인정보보호위원회 전 직원과 함께 ‘데이터를 가장 안전하게 잘 쓰는 나라를 만들어보자’는 소명감을 갖고 각자 자리에서 최선을 다하려 합니다. 개인정보 정책 컨트롤타워인 위원회가 데이터 보호와 활용 등 지금까지 풀지 못했던 부분을 슬기롭게 풀어서 데이터 경제를 만드는 데 초석을 놓겠습니다.” 윤종인 개인정보보호위원회 위원장은 지난해 8월 새롭게 출범한 위원회 역할과 책임을 이같이 전했다. 윤 위원장은 행정안전부 차관 재임 시절부터 개인정보보호법 개정안 작업을 맡아온 전문가다. 개정안이 지난해 1월 국회를 통과한 후 같은해 8월 위원회는 장관급 부처로 새롭게 출범했다. 윤 위원장은 초대 위원장으로 부임한 후 코로나19 개인정보보호 강화대책과 열화상카메라 개인영상 저장금지 등 국민 생활과 밀접한 정책을 곧바로 시행했다. 개인정보보호 기본계획 수립을 비롯해 페이스북에 과징금을 부과하는 등 정책 수립과 기업 관리·감독에도 집중했다. 새로운 조직 안정화 작업에도 주력했다. 구성원 모두 개인정보 분야 전문성을 갖추도록 내부 아카데미를 신설하고 자료실도 보강했다. 지난 5개월 간 분주히 달려온 윤 위원장을 만나 그간 소회와 올해 위원회 주력 방향 등을 들어봤다.



“개인정보 컨트롤타워로 3心 집중...공공·민간 성장모델 정착”

(안심·합심·중심)

대답=이호준 ICT융합부장

-취임한 후 5개월가량이 지났다. 그간 중점을 뒀던 부분은.

▲개인정보위 위원장으로서 국민의 개인정보를 확실하게 보호하면서도 기업의 안전한 데이터 활용을 지원하기 위해 고민하고 노력한 시간이었다. 취임하자마자 코로나19 사태 속 개인정보보호 문제해결 방안으로 떠올랐다. 방역과 관련해 △수거 출입명부에서 이를 삭제 △확진자 이동경로 중 개인정보별정보 비공개 △전자출입명부(RQR코드) 동의절차 간소화 △인공열열 열화상카메라 개인영상 저장금지 등 보호조치를 강화했다.

페이스북과 LG유플러스 등 개인정보 보호의 위한 사업자에 과징금·과태료를 부과해 개인정보 보호에 있어서는 국내의 기업을 막론하고 엄정하게 법을 집행했다.

가명정보를 법제화하고 분야별 가명정보 결합·처리 고시와 가이드라인을 마련해 안전한 활용을 위한 초석을 다졌다. 관계부처 합동으로 7건의 가명정보 결합 시범사례를 발굴해 가명정보 활용 확산을 추진했다. 정책적으로 개인정보보호 3개년(2021~2023년) 기본계획을 수립하고 정책회의, 가명정보 연합체 협의회 등 민간 소통체계를 강화했다.

-지난해 말 개인정보보호법 개정계획을 발표했다. 데이터 3법 개정과 함께 위원회가 출범한 지 반년도 채 되지 않은 시점에서 재차 법 개정을 한 이유는.

▲개인정보 보호법 개정을 시급하게 진행하는 것은 크게 두 가지 이유다. 첫째, 디지털 시대로의 급격한 전환에 따른 개인정보 관련 법제의 시대적 적합성을 높이고 국제적 데이터 이동과 활용에 적극적으로 참여하기 위해서다. △개인정보 이동권 △자동화된 의사결정의 대응권 등을 도입해 국민의 권리를 더욱 두텁게 보호하려 한다. 개인정보 국외이전과 같은 제도적 장치 등을 보호법에 포함시켜 국가 간 데이터 이동과 활용의 폭을 넓혀갈 계획이다.

둘째, 데이터3법 개정(2020년 2월 5일) 당시부터 사회적 합의 등을 고려해 2단계에 걸쳐 보호법 개정을 진행하기로 한 데 따른 후속 조치다. 지난해 1차 개인정보 보호법 개정시 해결하지 못한 부분이 있다. △변화하는 데이터 환경에서의 정보주체 권리 강화 △온·오프라인 이중규제 해소 △현행법 중심의 제재를 경계할 중심으로 전환 등을 2단계 입법 과제로 추진하는 것이다.

-개정안에 포함된 내용 중 ‘개인정보 이동권’이 새롭게 도입된 개념이다. 개인정보 이동권이 갖는 의미가 무엇이며 제도가 보편화 되면 국민 삶은 어떻게 달라지는가.

▲디지털 시대의 핵심권력은 ‘데이터’에 있다. 안타깝게도 이러한 데이터가 소수의 데이터 대기업에 집중되는 추세다. ‘개인정보 이동권’은 개인정보의 주체가 법적으로 국민임을 명확하게 한다. 국민이 원하는 경우 데이터를 이동할 수 있도록 해 소수에 집중된 데이터 권력을 분산시키는 것이다.

우선 법적·사회적 측면에서 국민 개개인 본인 개인정보의 이동과 활용을 스스로 결정하도록 한다. 국민이 정보의 실질적 주인으로서 당연한 권리를 행사할 수 있다.

경제적 측면에서는 이동권 보장을 통해 소수의 데이터 대기업에 몰려있는 데이터를 스타트업 등 중소·중견기업에 분산시켜 중소기업의 경쟁력을 높여준다는 점에서 의미가 있다. 앞으로는 좋은 아이디어를 갖고, 국민에게 필요한 서비스를 준비하는 스타트업 등이 이동권을 통해 데이터를 이전보다 쉽게 활용하도록 길을 열어 줄 수 있다.

데이터 실질 주인은 국민 ‘개인정보 이동권’ 새 개념 도입
소수 기업 권력 분산...마케팅, 의료·교육 확산 유도

AI·클라우드·5G 신기술 관련 ‘개인정보 보호’ 원년으로
분야별 준칙 조속 마련...기술 지원·컨설팅 적극 나설 것

최근 이투사 사태 ‘기술 발전도 사람 존중이 먼저다’ 확인
인간 중심 가치 기반 접근으로...AI 환경 대응 수칙 수립 중

개인정보 안전 ‘신뢰’·데이터 활용 범국가적 ‘합의’ 노력
개인정보보호 ‘주축’돼 국민 눈높이에 정책·제도 마련 계획



개인정보 보호법 개정을 통해 개인정보 이동권이 법제화되면 현재 금융 분야에서 제한적으로 이뤄지는 마스터데이터 사업이 공공·에너지·보건·의료·교육 등 다양한 분야로 대폭 확산될 것으로 기대한다.

-지난해 12월에 페이스북에 과징금을 부과하고 형사고발까지 진행했다. 일각에서는 매출과 피해규모 대비 과징금 액수가 적고 글로벌 기업의 특수성을 감안할 때 집행이 가능했느냐는 지적도 나온다. 페이스북 등 매출을 가능하기 어려운 글로벌 기업 대상 처분 실효성을 높이기 위한 방안이 무엇인가.

▲페이스북의 사업규모나 위반행위에 비해 이번 과징금 규모가 적다는 의견도 있다. 법률과 규정에 따라 최대한의 과징금을 부과한 것이다. 방통위까지 포함하더라도 우리 정부가 개인정보법 위반으로 과징금을 부과한 것 중 최대 규모다. 이번 과징금 조치는 대한민국 정부의 개인정보 보호에 대한 강력한 의지를 보인 사례다.

이번 2차 개인정보 보호법 개정을 통해 과징금 범위를 종전 위반 행위 관련 사업매출의 3% 이내에서 전체 매출의 3% 이내로 상향함으로써 과징금 부과범위를 보다 명확히 하려 한다. 올해 중 국내 데이터인도 가이드라인 보완을 통해 제도 정교화에 힘을 기울인다.

-코로나 사태 이후 기업과 정부의 디지털 전환이 가속화되면서 인공지능(AI), 클라우드, 5G 등 신기술 도입이 늘어날 것으로 전망된다. 신기술 환경에 적합한 개인정보 보호 추진 계획이 있는가.

▲개인정보위는 올해를 신기술 관련 개인정보 보호의 ‘원년’으로 삼고자 한다. 먼저 신기술 분야별 개인정보 보호 준칙을 조속히 마련해 보급하겠다. 오는 3월 AI 관련 사업자와 이용자가 개인정보 보호법에 따라 지켜야 할 원칙, 실천수칙, 사례 등을 담은 ‘AI 환

경의 개인정보보호 수칙’을 발표할 계획이다.

또한 좋은 기술을 가진 기업이 개인정보 보호를 제대로 하지 못해 사업 실패의 벽에 부딪히지 않도록 조속히 수칙을 마련하고 기술지원, 컨설팅 등도 적극 지원하려 한다.

-지난해 11월 말 ‘안전한 개인정보, 신뢰하는 데이터 시대’라는 비전을 선포했다. 위원회가 개인정보 보호와 활용 두 축 가운데 ‘보호’에만 치우치는 것이 아니라는 일각의 지적에 대해 어떻게 생각하나.

▲한쪽으로 치우치지 않았다. 오히려 비전이 설명하는 것처럼 ‘안전한 개인정보 활용’을 통해 ‘신뢰하는 데이터 시대’를 앞당기 고자 하는 것이 목표다. 이를 위해 지난해 개인정보 보호법을 개정하고 가명정보 결합·처리, 시범사례 운영 등 개인정보 컨트롤 타워 역할을 충실히 수행했다. 개인정보위는 출범 후 5개월 여를 가명정보 등 ‘데이터 활용의 틀’을 잡는 기간으로 보냈다.

이러 보호법 개정을 통해 국민의 개인정보 이동권을 보장하고, 드론·자율주행차 등 이동형 영상기기에 대한 운영 기준을 마련하는 등 데이터 활용 확대를 위한 다양한 방안을 마련 중이다.

개인정보보호위원회 명칭은 크게 중요하지 않다고 생각한다. 실제 일본(PPC, Personal Information Protection Commission), 캐나다(OPC, Office of Privacy Commissioner) 등 세계 각국에서도 개인정보 관련 기구의 명칭에 ‘보호’ 개념을 넣어 운영한다. 완전한 개인정보 보호가 전제돼 안전한 산업적 활용이 가능하다는 것이 국제사회의 공통된 인식이다.

-최근 AI챗봇 ‘이루다’와 관련한 개인정보 침해문제가 사회적 논란을 낳았다. 이번 사태에 대해 어떤 시각을 갖고 있으며, 앞으로 AI 관련 개인정보 침해에 어떻게 대응할 계획인가.

▲최근 ‘이루다’ 사태는 우리 사회가 ‘기술 발전도 사람에 대한 존중이 먼저다’라는 대원칙을 확인하고, 개인정보 보호의 중요성을 깨닫게 된 계기가 됐다. AI 등 신기술 개발과 사업화의 전 과정에서 인간 중심의 가치와 원칙이 우선적으로 고려되고 기본값(def audit)으로 적용되어야 한다는 의미다. 그렇지 못하면 공멸이 쌓여 탐이 순식간에 무너져 수 있다는 사실을 경계했다.

위원회는 3월 발표할 예정인 ‘AI 환경의 개인정보보호 수칙’을 인간 중심의 가치를 기반으로 수립 중에 있다. AI 관련 개인정보 침해는 국민의 불안감과 과잉감각이 높으므로, 보호법 위반 여부를 신속하고 면밀하게 조사해 위반사실 확인 시 법에 따라 처분할 계획이다.

-개인정보위는 개인정보의 ‘컨트롤타워’로 출범했다. 컨트롤타워로서 개인정보위는 현재 어느 위치에 와 있다고 보는가. 그리고 올해는 어디에 집중할 계획인가.

▲‘안심, 합심, 중심’이라는 ‘3심(心)’에 집중할 계획이다. 첫 번째는 ‘안심’이다. 국민에게 내 개인정보가 안전하게 잘 지켜지고 있다는 신뢰를 심어줘야 한다. 코로나19 방역 과정과 통신·온라인 쇼핑 등 국민생활 밀접분야의 개인정보 보호에 대한 철저한 점검과 개선을 지속할 계획이다. 국민 스스로 개인정보 보호의 중요성을 잘 이해하고 이행함으로써 보호가 선순환하는 ‘개인정보 보호 생태계’를 조성해 나갈 것이다.

두 번째 ‘합심’이다. 안전한 데이터 활용에 대한 범국가적 합의의 통해 코로나19 이후 ‘잃어버린 국민의 일상’을 되찾고 빠르고 강한 경제 회복에 기여하고자 한다. 개인정보 주요 이슈 관련해 국민·산업계·정부 등 이해 당사자들이 직접 참여해 소통하는 ‘사회적 공론장’을 마련하겠다.

마지막으로 ‘중심’이다. 개인정보보호에 대한 컨트롤타워로서의 위상을 확고하게 정립하겠다. 데이터경제 시대의 핵심지원인 개인정보 정책·제도를 국민 눈높이에서 마련하고, 개인정보위가 개인정보 보호 공공·민간과 유기적으로 협력·성장하는 모델을 조기에 정착시켜 나갈 것이다.

정리=김지선기자 river@etnews.com

사진=이동근기자 foto@etnews.com

윤종인 위원장은...

윤종인 개인정보보호위원회 위원장은 1964년 충남 홍성 출생으로 서울대 서양사학과 학사와 동대학원 행정학 석사, 조지아대 대학원 행정학 박사 등을 졸업했다. 행정고 31회 출신으로 2007년 아산시 부시장을 거쳐 2008년 행안부 자치제도기획관, 2010년 주미한국 대사관 공사참사관을 거쳐, 2016년 충청남도 행정부지사, 2017년 행안부 지방자치분권실장을 지냈다. 2018년부터 2년간 행안부 차관을 역임했다. 지난해 8월 초대 통합 개인정보보호위원회 위원장(장관급)으로 임명돼 위원회를 이끌고 있다.



윤종인 개인정보보호위원회 위원장(왼쪽)과 이호준 전자신문 ICT융합부장.

【백운기의 뉴스와이드】 코로나19 '언택트 시대'... 개인정보보호위원회의 역할은?



- 방송 : MBN <백운기의 뉴스와이드> 12.15.(화) (18:15~18:30)
- 진행 : 백운기 앵커
- 대담 : 윤종인 개인정보보호위원회 위원장

[싱크] (지난 8월) 개인정보 보호법 제정 9년 만에 독립적인 감독기구 출범이라는 이 엄청난 성과가 매우 반갑고 기쁩니다. 여러분과 함께 정보 주체와 기업 모두가 안심하고 신뢰할 수 있는 든든한 개인정보 보호 체계를 만들어나갈 것 입니다.

[싱크] (지난 8월) 방문자 개인정보가 한 장에 기록되고 별도의 잠금장치나 파쇄기가 없는 업소가 있어 개인정보 유출에 대한 우려가 있습니다. 수기 명부에서 성명을 제외하고 역학조사에 필요한 전화번호, 시, 군, 구만 기재하도록 하여 개인정보 수집을 최소화하도록 건의하였습니다.

[싱크] (지난 8일) 개인정보보호위원회는 개인정보 불법유통 등 위법 행위에 엄중히 대응해 나갈 계획입니다. 국민 여러분께서 주기적인 비밀번호 변경과 2단계 인증 로그인 등 일상 속에서 실천 가능한 개인정보 보호 수칙을 적극 활용하여 소중한 개인정보를 지킬 수 있도록 노력해 주실 것을 당부드리겠습니다.

[앵커] 요즘같은 코로나 시대 음식점이든 어디든 들어가려고 하면 QR코드를 찍거나 인적사항을 적어야 되죠? 이럴때마다 드는 생각, 이렇게 내 개인정보를 다 공개해도 과연 괜찮을까 그런 생각 들지 않습니까? 그래서 오늘은 개인정보와 관련해서 우리나라는 어떻게 개인정보를 보호하고 있는지 또 더 잘 보호를 받으려면 어떻게 해야하는 지 이런 점들을 알아보기 위해서 개인정보보호위원회 윤종인 위원장을 모셨습니다. 자세한 이야기 나눠보겠습니다. 어서오십시오.

[위원장] 네 안녕하세요.

[앵커] 개인정보보호위원장, 장관급이죠?

[위원장] 네, 그렇습니다.

[앵커] 그 전에 행안부 차관하시고 바로 이제 개인정보보호위원장 가신거죠?

[위원장] 네, 그렇습니다.

[앵커] 개인정보보호위원회 출범이 올해 8월 인가요?

[위원장] 정확하게 8월 5일 입니다.

[앵커] 그래서 그런지 아직 개인정보보호위원회를 잘 모르는 국민들도 많고 어떤 일을 할까 궁금하기도 하고 오늘 그런 얘기 좀 들려주시고요, 그리고 맨 마지막으로 는 국민들에게 어떻게 하면 개인정보 보호를 잘 할 수 있는지 그것도 좀 알려 주시고 그렇게 해주십시오.

[위원장] 네, 그렇게 하겠습니다. 감사합니다.

[앵커] 개인정보보호위원회의 위원이 또 계십니까?

[위원장] 개인정보보호위원회에 총 9분이 계십니다. 상임으로 저 위원장, 그리고 부위원장님 계시고, 비상임위원으로 7분이 계신데 그분들은 여야가 추천하신 분으로 구성되어 있습니다.

[앵커] 그러면 각계에서 전문가들이 다 모여 계시겠군요?

[위원장] 네, 개인정보 보호와 관련된 아주 전문가라고 보시면 되겠습니다.

[앵커] 8월에 출범해가지고 한 녀달 바쁘게 움직이셨는데, 최근에 비전선포식을 하셨다 면서요? 보니까 '보호할 수 없다면 증명할 수 없습니다.' 멋있는 말인데 뜻을 알아들을 것 같기도 하면서 설명이 좀 필요하기도 하고.

[위원장] 저희 슬로건인데요, 저희 개인정보위의 직원들이 업무를 하면서 어떤 지향점이 있어야 하겠다. 라는 측면에서 저희가 슬로건을 한 4개월 고민해서 만든 거거든요. 두 가지 의미가 있습니다. 사실 증명이라는 말이 조금 어렵긴 한데, 첫번째는 '디지털시대에 개인정보를 확실히 잘 보호해서 개인의 아이덴티티 또는 나아가서 국민 개개인의 존엄과 가치를 증명해내겠다.'라는 의미가 있고요, 저희 위원회 직원들 입장에서는 국민의 개인정보를 잘 보호해서 새로이 출범한 개인정보보호위원회의 존재 가치를 증명하겠다는 의지를 담은 내용이라고 하겠습니다.

[앵커] 그러면 우리가 보호도 하고 국민들의 아이덴티티를 증명도 하게 하고 이렇게 하겠습니다. 그런 뜻이 담겨 있다고 읽으면 되겠습니까?

[위원장] 네 그렇게 읽으면 되겠습니다.

[앵커] 어떤 일들을 주로 하세요? 개인정보 보호를 위해서.

[위원장] 개인정보보호위원회는 그간 여러 기관에 분산되어 있던 개인정보 보호와 관련된 기능을 저희 위원회로 통합을 했는데요, 크게 보면 두 가지 정도를 국민 여러분께 말씀드릴 수 있을 것 같은데, 하나는 개인정보 보호에 관한 종합적인 컨트롤타워로서 개인정보 보호 정책을 수립하는 역할을 크게 말씀드릴 수 있고요, 그리고 두번째는 국민들께서도 관심있으시겠지만 개인정보의 침해 사고가 발생했을 때 그에 따른 조사 및 처분, 감시자 역할을 수행하는 그런 두 가지를 주로 업무를 하고 있습니다.

[앵커] 그래도 정부가 장관급으로 위원회를 구성해서 출범시킬 정도면 그만큼 개인정보 보호에 대한 필요성이 아주 높아졌다고 본 것 아니겠습니까?

[위원장] 네, 그렇습니다. 말씀을 하시니까, 지금 작년 말 기준으로 전 세계 시가총액으로 최상위 10개 중에 7개 기관이 데이터 관련 기업이고요, 그 데이터 관련 기업에서 사용하는 데이터 중에 70%정도가 개인정보 데이터 입니다. 그래서 앞으로 데이터 경제 그리고 데이터 전환이라는 중요한 시대적 상황에 데이터가 굉장히 중요하게 활용도 되고 쓰임새도 있을 터입니다. 그런데 그러려면 개인정보의 보호도 굉장히 그에 못지 않게 중요한 가치로 인식되고, 그런 측면에서 개인정보보호위원회가 독립된 중앙행정기관으로 발족한게 아닌가 그렇게 이해를 하고 있습니다.

[앵커] 그러면 개인정보 보호를 위한 어떤 노력도 하시고 만약에 개인정보 보호를 침해 당했다거나 위반하거나 그러면 벌도 주고 그렇게 하는 겁니까?

[위원장] 네, 과징금, 과태료 그리고 형사고발 이런 조치들이 저희 개인정보보호법 상 조사 처분과정에서 할 수 있는 행위로 되어 있습니다.

[앵커] 최근에 개인정보보호위원회 관련해서 제가 뉴스를 하나 본게 페이스북에 과징금을 물리고 했다면데요? 페이스북의 어떤 잘못을 본 건가요?

[위원장] 저희가 한 2년 정도 조사를 한 건데요, 조사를 해보니까 페이스북이 당사자 동의없이 제3자 개발자에게 개인정보를 제공한 것으로 한 6년정도 그런 일이 벌어졌다고 보고요. 중대한 위반행위로 봐서 저희가 67억원 정도의 과징금, 그리고 형사고발 조치도 같이 취했습니다. 이로 인한 피해규모가 약 전체 개인정보보호위원회가 파악한 바에 따르면 페이스북 이용자, 우리 국민들께서 1800만명 정도 되시는데 페이스북에서 충실히 자료를 제공하지 않아서 정확한 숫자는 모르겠습니다만 저희가 확인한 숫자로도 한 330만명 정도의 개인정보가 동의없이 넘어간 것으로 보고 있고요. 이러한 페이스북에 대한 제재는 저희가 사실 첫번째는 아니고 동일한 사안으로 2018년에 영국에서, 그리고 작년에는 미국에서, 미국 연방정부에서 각각 과징금 등을 부과한 적이 있습니다. 전 세계에서는 3번째가 되고요 형사고발까지 고려한 것은 저희가 첫번째가 되겠습니다.

[앵커] 그런데 아무래도 외국기업이다 보니까 과징금을 물렸을 때 제대로 받아낼 수 있는가, 또 형사처벌을 했을 때 효과가 있는가 이런 부분 걱정이 좀 되는데 어떻게 담보할 수 있습니까?

[위원장] 저희 개인정보 보호법은 해외사업자와 국내사업자를 구분하지 않고요 저희 국내에서 사업을 하는 분들에게는 동등하게 적용되는 법이기 때문에 저희는 집행을 할 수 있다고 생각을 하고요 다만 형사처벌에 관한 문제의 이행력은 다소 저희가 국내사업자를 대상으로 하는 것과는 달리 지장을 받을 수는 있습니다만 저희 법에서 정한대로 엄격하게 또 엄정하게 집행해 나간다는 것이 저희 위원회의 기본 입장입니다.

[앵커] 그러니까 페이스북이 그렇게 했다는 거죠. 페이스북에 가입하려면 개인정보를 집어넣어야 하는데 그 정보를 다른데 개발하는데다가 넘겼다는거죠?

[위원장] 그게 조금 설명을 드리자면, 페이스북에 로그인이라는 걸 한번 사용해보신 적이 있을 겁니다. 어떤 제3자 앱에 가입을 할 때, 가입하는 방법중의 하나로 페이스북을 통한 로그인 방법을 선택하실 수가 있었는데, 선택을 하게 되면 이용자 본인의 정보만 제3자에게 주는 것이 아니라 나의 친구, 예를 들면 제 친구가 한 500명 정도가 되면 그분들의 정보까지 같이 제3자 앱에 준 것이 친구들의 동의없이 준 것이기 때문에 그건 개인정보 보호법 위반이다, 그렇게 본 것이죠

[앵커] 돈 받고 넘겼습니까?

[위원장] 저희는 일단 그렇게 합리적으로 의심을 하는데 그 부분에 대해서 페이스북 대리인은 명확하게 언급을 하지 않았습니다.

[앵커] 아무튼 하면 안될 짓을 한거죠?

[위원장] 저희는 명백히 위반이라고 봅니다.

[앵커] 페이스북에 과징금 65? 67억?(위원장 : 67억입니다.) 67억이면 지금까지 과징금 규모로 봤을 때 외국이나 이런데 비교해 보면 상당히 큰 교모입니까?

[위원장] 저희가 개인정보보호 법령의 위반으로 부과한 과징금 중에서는 최대 규모인 것 같습니다. 그리고 아까 말씀드린 것처럼 저희가 전 세계적으로 3번째 제재 처분이었는데, 아까 말씀드린 영국의 경우에는 50만 파운드였으니까 저희보다 한 1/9정도 규모였구요, 다만 미국은 작년에 FTC에서 페이스북과 합의를 할 때 50억불에 합의한 적이 있습니다. 그래서 일률적으로 비교하기는 어렵습니다만 저희는 저희 법령에 정한 범위 내에서는 적정한 과징금을 산정했다 이렇게 판단하고 있습니다.

[앵커] 예. 우리나라도 그렇게 잘못된 데가 있었습니까?

[위원장] 우리나라는 동일한 케이스를 확인한 바는 아직 없구요,

[앵커] 아 예. 그런데 아까 초반에 말씀드렸지만 요즘에 어디 들어가려면 QR코드 다 찍고 들어가지 않습니까? 그런데 이제 이렇게 손으로 쓰기도 하고 그런데 어떤 사람들은 다 안적기도 하고 그런데 쓰는게 편하다고 생각하는 사람들은, 사실 이게 대는게(QR코드 대는시늉) 편하지만 웬지 QR코드를 대면 내 정보가 다 노출이 될 것 같은 그런 두려움이 다 있지 않습니까. 그거 믿어도 됩니까?

[위원장] 네. 그건 믿으셔도 됩니다.

[앵커] 아 예.

[위원장] 왜냐하면 저희가 8월 5일날 출범하고 얼마 안되서 제일먼저 작업을 한게 소위 방역시스템에 활용을 하고 있는 QR코드, 전자출입명부의 안전성, 이런 부분에 관한 개인정보보호위원회 차원에서의 점검을 저희가 했었는데요, QR코드 시스템, 전자출입명부시스템은 안전한게 두가지 정도 이유가 있습니다. 하나는 QR코드를 발급하는 기관하고 이용자 출입사실을 기록하고 있는 사회보장정보원에 데이터를 분리보관하고 있다가 역학조사 필요성이 생겼을 때 그 때서야 그것을 합쳐서 사용하기 때문에 일반적인 노출의 위험성이 좀 없다고 보고요, 두 번째는 4주가 되면 자동폐기되도록 시스템이 되었습니다. 그리고 이걸 발급하고 있는 네이버라든지 카카오는 본인들의 DB가 아닌 별도의 DB에 보관하는 식으로 운영을 하고 있는 점을 저희가 확인을 해서 수기명부보다 국민들이 쓰시기에는 전자출입명부가 훨씬 더 안전하다 저희는 그렇게 보고 있고요, 또 아까 수기명부 말씀을 아까 하셨는데, 저희가 아까 말씀드린 수기명부의 여러 가지 인적사항을 적는 것에 대한 국민의 불안감 이런 것을 해소하기 위해서 제일 먼저 한 조치가 수기명부에서 성명을 안적어도 되게 한 그런 내용이 있습니다. 그 이후로 개인 휴대전화 번호를 적고 계신데 앞으로 저희는 휴대전화번호도 대체할 수 있는 수단을 찾는 쪽으로 지금 연구하고 있습니다.

[앵커] 예. 위원장님께서 그 부분은 걱정안해도 된다 이렇게 얘기하시니까 마음이 좀 놓입니다.

[위원장] 네. 저희가 충실히 잘 관리하도록 하겠습니다.

[앵커] 염려없고 QR코드 대고 들어가고 하면 되겠군요.

[위원장] 네 그렇습니다.

[앵커] 위원회라고 해서 무조건 잘못된거 찾아서 벌주고 이런 일만 하지는 않겠죠? 또 어떻게 하면 개인정보 보호도 잘 할수 있게 할까 이런 것도 고민 많이 하실 것 아닙니까. 주로 그런 쪽으로는 어떤 일을 많이 하십니까.

[위원장] 저희는 주로 개인정보 보호와 관련되서는 아까도 말씀드렸던 것처럼 보호가 잘 되면 활용도 잘 되는건데 개인정보 보호와 관련되서는 다양한 활동들을 하고 있습니다. 특히 아까 말씀드린 조사처분 말고도 개인정보 보호와 관련된 법령의 제개정 작업이라든지 그 다음에 다양한 일을 하고 있구요 또 활용도 그에 못지 않게 중요하기 때문에 개인정보보호위원회 발족과 함께 개인정보 보호법 개정하면서 활용을 또 굉장히 신경 쓴 부분이 있습니다. 그게 이제 가명정보라는 제도를 도입한 건데요, 그와 관련된 각종 가이드라인을 만들어서 화면에서 보시는 것처럼 다양한 시범사업을 저희가 하는 등 보호와 활용을 좀 조화롭게 만들기 위한 노력을 저희 위원회에서 열심히 하고 있습니다.

[앵커] 짧은 시간에 제가 다 보기에는 쉽지 않을거고 홈페이지가 있죠? 홈페이지에 들어가면 개인정보보호위원회가 어떤 곳이고 무슨 일을 하고 이런 거 다 나와있죠?

[위원장] 네 다 나옵니다.

[앵커] 지금 사랑의 열매 뱃지 위에 차고 계신게 위원회 뱃집니까?

[위원장] 아닙니다. 이건 장관급

[앵커] 아, 국무위원 뱃지군요.

[위원장] 네네.

[앵커] 오늘 이렇게 나오셨으니까 요즘 같이 개인정보 보호 필요한 일이 많은 텐데 특히나 어느 때 보다 국민들한테 이렇게 하면 내 개인정보 잘 보호할 수 있습니다 팁이 있다면 좀 알려주고 가십시오.

[위원장] 아 네 감사합니다. 저희 개인정보보호위원회가 제공해 드리고 있는 내 정보지킴이 4총사가 있습니다. 그 중에 하나는 개인정보 침해 사고가 발생했을 때 전화하실 수 있는 118, 개인정보 침해 신고센터 전화번호가 있구요, (앵커 : 4총사) 네, 그리고 두 번째는 저희 개인정보보호위원회에 개인정보 분쟁조정위원회가 있어서 분쟁이 발생했을 때 재판까지 가지 않고 간편한 조정절차를 받으실 수 있구요, 또 E-프라이버시 클린서비스 라고 해서 본인들이 확인한 여러 가지 본인확인 내역 그 다음에 불필요한 웹사이트 많이 가입하고 안쓰시는 경우가 있는데 그럴 때 해제까지, 탈퇴까지 저희가 지원해 드리고 있고, 1번, 2번, 3번에 해당하는 것들을 모아서 개인정보보호 포털이라고 있습니다.

거기에 오시면 종합적으로 모든 걸 보실 수 있도록 그렇게 해놨습니다 그래서 이 4총사를 좀 기억을 해주시면 도움이 될 것 같습니다.

[앵커] 알겠습니다. 보니까 보호할 수 없다면 증명할 수 없다 이 슬로건도 그렇고 정보 지킴이 4총사 이런 아이디어들이 상당히 좀 창의적이고 와닿는 그런 느낌이 있습니다.

[위원장] 네 감사합니다.

[앵커] 출범한지 얼마 안돼서 바쁘실텐데 또 앞으로 중요한 일, 저희가 궁금할 때 또 여쭙보겠습니다만 알리고 싶을 때 그럴 때 또 한번 나와주십시오.

[위원장] 네 불러주시죠

[앵커] 네. 감사합니다.

[위원장] 감사합니다.

[앵커] 네. 오늘 윤종인 개인정보보호위원회 위원장 모시고 개인정보와 관련해서 짚어 봤습니다.

【jtbc 아침&】 ”언택트 시대“ 개인정보보호 문제 침해 사례 증가... 대책은?



- 방송 : jtbc <아침&> 월~금 (07:30~)
- 진행 : 이정현 앵커, 황남희 앵커
- 대담 : 이정현 앵커, 윤종인 개인정보보호위원회 위원장
- 일시 : 20.11.27.(금) 08:10~08:20
- 대담내용

앵 커 코로나19 사태가 이어지면서 우리 사회에서는 비대면 서비스가 더욱 늘어나고 재택근무도 일상화 되고 있습니다.

 정보화 사회로의 변화가 가속화되고 있습니다. 이에 따라 개인정보보호의 중요성은 갈수록 높아지고 있습니다.

 해킹 등으로 개인정보가 유출되거나 침해당하는 사례도 늘고 있습니다. 이를 방지하기 위한 대책 마련의 목소리가 높습니다. 윤종인 개인정보 보호 위원회 위원장 자리 함께했습니다.

 어서오세요.

위원장 네 안녕하세요

앵 커 개인정보보호위원회가 출범한 것이 지난 8월5일이었잖아요.

위원장 네

앵 커 개인정보의 중요성, 가치는 사실 어제 오늘의 일이 아니고 굉장히 오래 전부터 거론이 됐던 것들인데 그렇다면 그 전에는 개인정보를 보호하는 기관이나 단체가 없었던 것이니까

위원장 있었습니다. 개인정보보호위원회라는 이름의 조직도 원래 있었고, 다만 이제 개인정보 보호를 더 강화하기 위해서 개인정보보호위원회라는 독립된 기관을 별도의 중앙행정기관으로 만든 것이 8월5일이 되겠습니다.

앵 커 그렇군요.
이제 출범한지 한 4개월 정도가 됐습니다. 그동안에 어떤 작업들을 하셨는지요

위원장 4월 좀... 바빠지났습니다.
아무래도 신설기관이다보니 그간 어떻게 하면 두텁게 개인정보를 잘 보호하면서도 활용할 수 있는지에 대해서 고민하는 시간이었다 싶은데요, 몇가지 말씀드리면 우선 코로나 방역과 관련된 개인정보 보호를 강화하는 대책이 가장 기억에 남고요, 우리가 9월11일날 발표를 했었는데, 먼저 저희가 출범하자마자 전자출입명부 안전한지를 먼저 점검을 했고, 또 수기명부의, 기억하실지 모르겠습니다만 성명하고 전화번호를 같이 쓰던 것을 (그랬죠) 성명은 적지 않아도도록 저희가 개선을 했고

앵 커 지금은 지역만 적고 있는 상황인거죠?

위원장 지역하고 개인 전화번호를 적고 계신데, 그 개인 전화번호도 관계기관 하고 함께 대체할 수 있는 수단이 없는지 찾고 있습니다.
그리고 확진자, 정보공개에 관해서도 최소화하도록 하는 내용의 조치를 했고요, 그 외에 저희가 가장 중요한게 신설기관이다 보니까 저희가 3년 동안 운영할 개인정보보호위원회의 청사진이라고 할수있는 기본계획을 수립한다든지 가명정보의 가이드라인을 만든다든지 하는.. 여러가지로 좀 바쁘게 지낸것 같습니다.

앵 커 네. 개인정보이 가치와 보호 필요성은 개인정보가 유출됐을 때 발생하는 피해들을 생각하면 충분히 알 수 있을 것 같습니다. 실제로 개인정보가 유출되서 피해를 입는 사례들이 그동안 많이 있었던 거죠?

위원장 네, 많이 있었죠. 그리고 기억하실지 모르겠습니다만 제일 컸던게 2014년 으로 제가 기억하는데 그때 KT에서 한 1,170만명, 그리고 농협, 국민, 롯데 카드 등 대형카드 3사에서 한 8,700만명이 유출됐구요, 그 이후에 2016년에는 인터파크에서 한 천만명 정도가 유출이 되는 사고가 있었고, 그와 관련되서는 최근 법원에서 1인당 10만원 정도의 배상판결이 난적도 있었습니다.

앵 커 네. 개인정보가 유출됐을 때 입게되는 피해들, 재정적 것, 경제적인 부분 말고도 또 여러가지들이 있을 것 같습니다.

위원장 네, 개인적으로는 예를들면 이러한 유출된 개인정보들이 불법으로 거래 되면서 생기는 2차 피해 같은 것들도 생길 수 있구요, 저희가 그래서 2차 피해를 탐지할 수 있는 불법거래 탐지 시스템을 운영하고 있고, 경찰청 하고 같이 불법 거래에 대한 합동 단속도 추진하고 있습니다.

앵 커 네. 최근에 페이스북과 관련해서 적발하신 내용들도 있잖아요. 구체적으로 어떤 내용입니까?

위원장 페이스북은 언론에서 보셨겠지만 저희가 조사를 해보니까 페이스북 서비스 로그인이라는 방식으로 다른 제3자 앱에 가입을 할 때 이용자 본인의 개인정보 외에 이용자들의 친구분들 많지 않습니까.(네) 그분들 정보까지 같이 넘어간게 개인정보 보호법규 위반이라고 저희가 판단을 했고, 이것은 중대한 위반 행위로 봐서 67억원의 과징금을 부과한 적이 있습니다. 이것은 사실 저희 위원회가 한 것이 전세계적으로 3번째구요 2018년에는 영국의 개인정보 보호 전담기구인 ICO에서 약 한 50만 파운드의 벌금이 부과된 적이 있고 작년에는 미국의 FTC에서 50억 달러라는 천문학적인 숫자의 민사 배상금 판결은 받은적도 있습니다.

앵 커 역시 개인정보보호위원회가 출범을 하니까 이와 같은 구체적인 유출 사례라든지 보호를 제대로 하지 않은 부분에 대한 적발들이 이루어지고 있는 것 같습니다.

위원장 네, 조금 더 적극적으로 국내사업자, 해외사업자 구분없이 개인정보 보호에 있어서는 저희가 엄정하게 대처하겠다는 마음으로 일을 하고 있습니다.

앵 커 이번 사례에서도 충분히 인식 하셨을텐데 그렇다면 이 같은 피해라든지 개인정보가 제대로 보호되지 않는 상황들을 극복하기 위해서는 어떤 노력들이 필요하다고 생각하세요?

위원장 일단, 여러가지가 있을 수 있겠습니다만 아까 말씀드린 유출 사고를 분석해보면 지난 5년간 6,600만건 정도가 되는데요 그 중 대부분이 사실 민간에서 발생하고 있습니다. 그래서 무엇보다도 개인정보를 수집해서 관리하는 민간에서 보다 경각심을 가지고 개인정보 보호 조치를 해야 되고, 이제 개인정보 보호는 비용이 아니라 투자라고 인식할 필요가 있다고 보여집니다. 그 밖에도 개인으로서도 여러가지 개인정보 보호를 위한 조치들을 해야될 필요가 있고요, 정부는 또 정부나름대로 여러가지 기술지원이라든지 컨설팅이라든지 다양한 활동을 전개하고 있다고 말씀을 드리겠습니다.

앵 커 지금 화면에 내정보 지킴이 캠페인에 대한 내용이 나가고 있습니다. 실제로 자신의 개인정보를 보호하기 위해서 우리가 할 수 있는 일들에 대한 설명인 것 같은데 이 부분을 좀 구체적으로 살펴볼까요?

위원장 저희가 4대 내정보 지킴이 패키지라는 것을 국민들께 말씀드리고 싶은데요, 물론 피해가 발생했을 때는 국번없이 118로 꼭 좀 연락을 주셨으면 좋겠고,

앵 커 국번없이 118번 입니다.

위원장 우리가 119도 있으니까요 118 기억하기 좋을 것 같고, 그 다음에 또 분쟁이 생겼을 때 구제를 받을 수 있는 조정절차를 저희가 마련해 놓고 있습니다. 그래서 조정을 받으실 수 있고 또, 그밖에도 개인정보 보호 포털이라든지 e클린 서비스라든지 다양한 부분을 제공하고 있기 때문에 국민들께서 찾아보신다면 좋은 서비스를 받으실 수 있지 않을까 싶습니다.

앵 커 다시 한번, 저희가 안내를 해드리면 혹시라도 개인정보가 유출되어서 피해를 입었다고 한다면

위원장 국번없이 118, 이게 개인정보침해신고센터 전화번호 입니다.

앵 커 그러면 어떤 도움들을 받을 수 있습니까?

위원장 일단 피해 상담을 하실 수 있고요 필요하다면 저희가 현장조사도 해드립니다. 그래서 종합적인 지원을 받으실 수 있을 거라고 기대하고 있습니다.

앵 커 알겠습니다. 오늘 오후에 개인정보보호위원회가 정책 비전 선포식을 갖는다고 들었습니다. 구체적으로 어떤 비전들이 선포가 될까요?

위원장 이번에 저희가 신설기관이다 보니까 총리님 모시고 말씀하신 대로 비전 선포식을 하는데요. '안전한 개인정보, 신뢰하는 데이터 시대'라는 비전을 가지고 개인정보보호위원회가 열심히 일을 하겠다는 취지의 비전 선포식을 개최 합니다. 저희의 마음가짐을 표현하기 위한 슬로건을 하나 만들었는데요. '보호할 수 없다면 증명할 수 없다.' 조금 철학적이긴 합니다만 이 증명의 의미는 내가 나임을 즉, 신원을 증명하거나 어떤 명제가 참임을 진실을 증명하거나 나아가서 인간의 존엄과 가치를 증명하기 위해서는 개인정보 보호가 중요하다는 취지로 이해를 해주셨으면 좋겠고 저희가 그런 각오로 개인정보보호위원회가 국민의 개인정보를 잘 보호하겠다는 뜻으로 이해를 해주시면 감사하겠습니다.

앵 커 개인정보 보호가 필요한 사람들은 온 국민 모두 아니겠습니까?

위원장 네, 그렇습니다.

앵 커 단 한명도 예외없이 말이죠. 개인정보 보호를 위해서 최선을 다해주시기를 바랍니다. 지금까지 윤종인 개인정보보호위원회 위원장이었습니다. 말씀 잘 들었습니다.

위원장 네, 감사합니다.

“온라인상 ‘잊힐 권리’ EU선 명문화… 국내도 법제화 검토”

윤종인 개인정보보호위원회 위원장

온라인상에서 사생활과 정보 자기결정권 침해에 따른 피해를 호소하거나 우려하는 사람 중심으로 요구해 온 ‘잊힐 권리’와 관련해 정부가 법제와 방안을 검토키로 했다. 26일 정부 서울청사 개인정보보호위원회(정보보호위) 집무실에서 만난 윤종인(56) 위원장은 “유럽 연합(EU)이 일반개인정보보호법(GDPR)을 기준으로 한국의 개인정보 보호 수준을 평가한 적정성 결정을 앞두고 있는데 EU의 GDPR에는 ‘잊힐 권리’가 명문화돼 있다”며 이 같이 밝혔다. EU는 6년 전 잊힐 권리를 인정한 유럽사법재판소의 결정 이후 2016년 회원국에 법적 효력이 있는 GDPR를 제정하는 등 강력한 개인정보보호제도를 시행하고 있다.

대답=이경은 사회2부장

우리나라는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호, 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 등 관련법에서 일정 부분 잊힐 권리를 보장하고 있다. 하지만 자발적으로 제공한 개인정보를 제3자가 복사하거나 링크한 경우는 삭제이 어려운 점 등 피해자를 구제하는 데 한계가 많다는 지적이 제기돼 왔다. 윤 위원장은 “잊힐 권리를 놓고 표현의 자유나 (공적 인물 또는 공익적 이슈 등) 공중의 정당한 관심 사안에 대한) 알권리 침해, 개인정보 삭제 범위와 방법 등을 둘러싼 논란도 적지 않다”며 “풀어야 할 난제가 많은 만큼 종합적으로 고려해 법제와 여부를 결정할 것”이라고 말했다. 윤 위원장은 지난 8월 5일 시행된 ‘데이터 3법’(개인정보보호법, 정보통신망법, 신용정보법)에 맞춰 국무총리 소속 중앙행정기관으로 격상돼 개인정보 보호 전담 컨트롤타워로 재탄생한 정보보호위 초대 사령탑(장관급)으로 제격이란 평가를 받는다. 그는 정보보호위가 대통령 소속 합의제 기관이었을 때 상임위원을 맡아 데이터 3법 개정 작업과 EU의 한국에 대한 GDPR 적정성 협상을 주도했다. 하지만 보호위 앞 에 놓인 상황은 녹록치 않다. ‘디지털 세상’에서 개인정보 데이터를 둘러싸고 상충하는 ‘보호’와 ‘활용’ 가치에서 균형을 잡아야 하기 때문이다. 막중한 역할과 위상에 걸맞도록 조직의 권한과 전문성을 강화하는 것도 과제다.

윤 위원장은 “개인정보가 제대로 보호받고 있다”는 국민의 신뢰 속에 데이터가 유용하게 활용돼 고부가 가치를 창출할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 각오를 밝혔다. 다음은 윤 위원장과 의 일문일답.

— 정보보호위 출범의 의미와 역할은.

“이제는 유망 산업이든, 국가경제에 간에 데이터에 기반할 수밖에 없는 시대이다. 그런데 데이터의 75%는 개인정보다. 산업·경제적으로 중요하다고 개인 신상과 관련된 정보를 마구 쓸 수는 없다. 안전하게 잘 써야 한다. 보호위는 보호와 활용이라는 개인정보 두 가지에 대한 요구를 반영한 컨트롤타워다. 중앙행정기관으로서 개인정보 관련 정책을 총괄·조정하고 침해·유출사고 예방 및 대응, 안전한 데이터 활용 기반을 조성하겠다.”

— 음식점 등 출입명부 부실관리 논란에서 보듯 코로나19 사태 와중에 무차별적인 개인정보 수집과 오·남용 우려가 더 커졌는데.

“

부처별로 흩어져있던 기능 넘겨받아 개인정보 보호 전담 컨트롤타워로 보호·활용 균형 이룬 체계 갖출 것 조직의 권한·전문성 강화도 과제

각기 다른 기관 간 가명정보 결합 간여있던 정보들 광장으로 나와 새로운 기업 비즈니스 창출 기회

구글·페이스북 등 다국적 플랫폼 기업 의무 위반 시 국내사와 동일 적용 행정처분 외 수사기관 고발 조치

”

“QR 코드를 통한 전자명부는 충분히 안전한 상태다. 역학 조사와 무관한 출입자 정보는 보유 기간(4주)이 지나면 자동으로 폐기되고 있다. QR코드의 이용자 정보는 네이버 등 발급기관이, 출입 정보는 사회보장원이 각각 암호화해서 가지고 있는 데다 역학조사가 필요한 경우에만 두 정보를 결합한다. QR코드 발급기관도 이용자 정보를 기존 데이터베이스(DB)와 섞지 않고 별도로 보관하고 있다. 문제는 수기명부인데, 지난날부터 이름을 빼는 등 꼭 필요한 정보만 수집하도록 했지만 현장에서 아직 미흡한 부분이 있다. 휴대전화 번호를 대체하는 방안도 고려 중인데 기술적으로 어려운 측면이 있다. 수기명부 폐기가 제대로 되도록 관공서에서 파견기를 지원하는 방안을 관계부처와 협의 중이다.”

— 데이터3법 통과로 가명정보 개념이 도입됐다. 가명정보는 무엇이고, 경제·산업적으로 어떤 의미를 갖는가.

“가명정보는 개인정보를 적절히 가공해 개인을 식별할 수 없도록 만든 정보다. 개인정보는 본래 수집 목적 외에는 쓸 수 없었다. 하지만 데이터3법 개정으로 통계나 산업, 공공 등의 목적에 부합할 땐 카드사, 보험사, 의료기관 등 여러 기관들이 보유한 정보를 결합할 수 있도록 한 게 가명정보 결합이다. ‘사일로’(저장고에 갇혀 있던 정보들이



윤종인 개인정보보호위원회 위원장은 26일 “국민들의 개인정보를 잘 지키면서 활용할 방안을 고민할 수 있는 중앙행정기관이 생긴 게 개인정보보호위원회의 출범 의미”라고 설명했다.

가명정보를 통해 ‘스퀘어’(광장)로 나오게 됐다고 보면 된다. 기업 입장에서 다양한 가명정보 조합을 통해 새로운 비즈니스 창출 기회를 갖게 됐다.”

— 내 개인정보가 온전히 보호될 수 있을지 의구심을 갖는 시민이 많다.

“무엇보다 정보처리규정 위반 등에 임정한 법 집행이 필요하다고 본다. 앞으로 관련 법규를 준수하지 않아 적발될 경우 형사처벌은 물론 과징금 등 경제적 부담을 감수하도록 처분의 실효성을 높여야겠다. 기업 입장에서 개인정보 보호 이슈가 단순 마케팅 차원이 아닌 생존전략이라는 점을 알아야 한다. 개인정보를 제대로 보호하지 않는 기업은 누가 신뢰하고 정보를 내주겠나. 정보주체의 불만감을 해소할수록 정보 활용이 더 잘될 것이다. 개인정보 보호와 활용이 상충하는 게 아니라 상호 보완재라고 말하는 이유다.”

— 구글과 페이스북, 에어비앤비 등 엄청난 양의 개인정보를 수집하는 다국적 ‘빅테크’ 기업에 비해 네이버와 카카오 등 국내 사업자가 역차별을 받는다는 지적도 나온다.

“국내외 기업 간 역차별 이슈 중 하나가 개인정보 수집·이용 동의 절차다. 국내 사업자의 경우 정보 제공 주체가 ‘필수’ 입력과 ‘선택’ 입력을 나눠 하도록 돼 있다. 그런데 해외 사업자는 그런 절차가 없이 클릭해서 들어가는 링크 방식이다. 이런 차이가 차별적인지, 어떤 방식이 더 개인정보 보호에 부합하는지를 검증하고 논의해서 어떻게 할지 정리할 계획이다. 해외 사업자들이 우리 국민에 대한 개인정보 보호 의무를 소홀히 한다면 국내 사업자처럼 과징금 부과 등

행정처분 외에 수사기관에 고발 조치된다. 개인정보가 무더기로 유출되면 최대 매출액의 3%를 과징금으로 내야 한다. 어쨌든 개인정보 보호의 기본 원칙은 국내외 사업자 모두 정해진 룰을 반드시 지켜야 한다는 것이다.”

— 개인정보 제공에 동의하지 않으면 서비스 접근 자체가 안 되는 경우가 많아 개선 목소리가 높다. “맞다. 보완해야 할 부분이다. 구글이나 네이버, 인스타그램, 페이스북 등은 제3자에 대한 마케팅 목적으로 개인정보를 수집하거나 없애야 할 쿠키 정보를 갖고 있을 때가 있다. 이용자의 동의를 받지 않은 채 필수적이지 않은 정보가 수집되는 것은 개인정보보호법 위반이다. 하지만 이용자들이 (동의 절차) 거부할 경우 서비스를 이용할 수 없도록 해서 별 수 없이 정보 수집을 동의하게 하는 경우가 많다. 정보 제공 주체가 본인 동의 여부를 명확히 인식하고, 제공한 정보가 어떻게 활용되는지 투명하게 알 수 있도록 하는 시스템을 구축해야 한다.”

— EU와 GDPR 적정성 협상이 왜 중요하고, 진행 상황이 어떤지 궁금하다.

“국내 기업과 기관이 EU 지역에서 사업을 하거나 개인정보를 활용하려면 그쪽 기준에 맞춰야 한다. EU의 GDPR은 ‘잊힐 권리’와 개인정보 이동권 등의 조항이 있어 국제적 표준으로 볼 만한 규칙이다. 만약 EU가 한국에 대해 적정성 결정을 하면 우리의 개인정보 보호 여건이 세계적 수준이라는 평가를 받게 되는 셈이다. EU에 진출한 우리 기업들이 현지에서 수집한 개인정보를 번거로운 절차 없이 국내로 이전해 처리할 수

있다는 점도 기대효과 중 하나다. 다만 코로나19 장기화에 더해 지난 7월 유럽사법재판소가 미국 연방통신위원회(FCC)의 개인정보 부실 관리와 독립성 저해 등을 이유로 개인정보 이전협정을 무효화하는 판결을 내린 게 악재로 작용하고 있다. 한국의 개인정보 처리에 대해서도 (EU는) 보다 신중히 검토하겠다는 입장이다. 하지만 주요 쟁점에서 EU와 합의가 이뤄졌고, 양국 지도부에서도 조속히 협상을 마무리하겠다는 입장이어서 올해 안에 결정 날 것으로 예상된다.”

— 정보보호위 초대 사령탑으로서의 각오는.

“당장의 목표는 개인정보 보호와 활용에 균형을 맞춘 정책을 추진함으로써 우리나라가 데이터를 가장 안전하게 잘 쓰는 나라가 되도록 보탬이 되는 것이다. 지금이야 (정보보호위) 작은 스타트업에 불과하지만 혁신과 소통, 전문성으로 개인정보 보호·활용에 관한 한 유인권이 될 수 있도록 하겠다.”

정리=송승선 기자

stsong@segye.com



윤종인 개인정보보호위원회장은 • 충남 홍성(56) • 서울 상문고 • 서울대 사당사학과 • 서울대 행정학 석사 • 미국 조지아대 행정학 박사 • 제31회 행정고시 합격(1987) • 행정안전부 자치제도기획관 • 주미 한국대사관 공사참사관 • 충남 행정부지사 • 행안부 정부혁신조직실장 • 행안부 지방자치분권실장 • 개인정보보호위원회 상임위원 • 행안부 차관

[인터뷰] 윤종인 "데이터 활용은 신뢰가 바탕...규제 실효성 높여야"

[권수현 기자]

"형식적인 동의제도, 낡은 벌칙조항 등 과거형 규제 미래형으로 개선"



인터뷰하는 윤종인 개인정보보호위원장

(서울=연합뉴스) 김승두 기자 = 윤종인 개인정보보호위원장이 지난 23일 정부서울청사 집무실에서 연합뉴스와 인터뷰를 하고 있다. 2020.10.26

(서울=연합뉴스) 권수현 기자 = 윤종인 개인정보보호위원장은 지난 23일 정부서울청사 집무실에서 연합뉴스와 한 인터뷰에서 "데이터 활용은 신뢰가 바탕이 돼야 한다"고 강조했다.

윤 위원장은 또한 형식적이고 무조건적인 개인정보수집 동의 절차나 실효성 없는 벌칙조항 등 낡은 규제를 디지털 경제 시대에 맞게 개선하겠다고 말했다.

다음은 윤 위원장과의 일문일답.

-- 개인정보보호위원회 출범 의미와 위원회 역할은.

▲ 디지털 전환 시대에 데이터 활용과 개인정보 보호라는 두 가치에 대한 요구를 반영해 개인정보 보호 "컨트롤타워"로 출범하게 됐다.

앞으로 개인정보 관련 정책을 총괄·조정하면서 침해·유출사고 피해를 막고 안전한 데이터활용 기

반을 조성해 데이터경제 활성화를 지원하는 역할을 수행한다.

--글로벌 대기업이 국내기업에 비해 개인정보보호 가이드라인을 준수하지 않는다는 지적이 나온다.

▲ 출범 후 가장 먼저 지시한 사항이 빅테크 기업들의 개인정보처리방침이 국내법규에 맞는지 살펴보는 것이었다. 국정감사에서도 정보수집 동의 절차가 네이버와 구글이 다르다는 지적이 나와 해외기업과 우리기업 간 동의 방식 차이로 차별이 발생하는지 조사하고 있다.

기본 원칙은 국민의 정보를 국내외를 막론하고 동일한 기준에 근거해 엄격하게 보호해야 한다는 것이고, 해외사업자도 국내사업자와 마찬가지로 개인정보보호법의 차별 없는 적용을 받는다.

-- 개인정보보호법 위반 과징금 등 벌칙조항 개선에 나섰다. 어떤 방향으로 가나.

▲ 아직 정해지지 않았다. 형사 처벌보다 경제 제재 위주로 바뀌야 한다는 지적이 있는데 정답은 아니다. 형사벌과 경제벌 중 어느 쪽이 맞다고 이야기하기 어렵다. 개인정보보호법을 준수하도록 하는 데 있어 무엇이 더 효율적이냐에 대한 세부적인 판단이 필요하다.

현 제도 자체가 낡은 측면이 있어 벌칙조항을 전반적으로 다시 들여다볼 필요는 있다. 과거의 규제를 현재진행형, 또는 미래형으로 바뀌어야 한다.



연합뉴스와 인터뷰하는 윤종인 개인정보보호위원장

(서울=연합뉴스) 김승두 기자 = 윤종인 개인정보보호위원장이 지난 23일 정부서울청사 집무실에서 연합뉴스와 인터뷰를 하고 있다. 2020.10.26

-- 낡은 제도의 예를 든다면.

▲ 동의제도가 대표적이다. 개인정보 제공 동의를 받는 것이 면죄부처럼 여겨지고, 국민도 서비스를 받으려면 동의가 필수인데 그렇게 제공한 개인정보가 어떻게 쓰이는지 알지 못한다.

형식적이고 무조건적인 동의제도를 실효성 있게 만들어야 하고 그런 측면에서 제재 조항도 당연히 뜯어봐야 한다.

-- 과징금을 높이면 기업 부담이 커질 수 있다.

▲ 전체 데이터의 75%가 개인정보다. 올해 기준 데이터 시장 규모가 530억달러, 이 중 우리나라는 9억달러 정도고 이를 활용해 만들어내는 부가가치는 더 크다.

데이터가 다 개인에게서 나오는 건데 활용하려면 신뢰가 있어야 한다. 신뢰를 상실하면 기업 못한다.

애플의 경우 프라이버시는 확실히 보장한다는 전략으로 경쟁력을 만들어가지 않나. 신뢰라는 측면에서 정보주체와 기업의 관계를 정립할 필요가 있다.

-- 개인정보의 가치는 어떻게 매겨야 하나.

▲ 개인정보는 공공재처럼 다뤄서는 안 된다. 그 성질을 명확하게 하고 그걸 토대로 사용료나 세금을 걷는 방안 등 여러 논의와 연구가 이뤄져야 한다.

데이터는 속성상 독점으로 이어지기 쉽다. 집적되기 시작하면 거기에만 모이고 데이터로 창출하는 이익이 특정 기업에 쏠릴 가능성이 있다. 그런 측면에서 (개인정보의 가치를) 어떻게 사회로 혹은 개인에게 환원할 것인지 논의해야 할 시기다. 위원회에서도 연구해볼 생각이다.

-- 가명정보 결합처리 사례는 언제쯤 나오나.

▲ 11월에 결합전문기관이 나오고 연내에 결합 활용사례를 소개할 수 있을 것으로 기대한다. 국민이 관심이 있는 보건의료나 복지, 금융 분야를 중심으로 우수사례를 찾아내는 작업을 하고 있다.

이 사례가 나오면 무조건 보호해야 한다거나, 활용을 우선해야 한다는 주장이 아니라 명확한 그림을 가지고 실질적인 논의를 할 수 있을 것이다.

-- 현행법에 고정형 CCTV 규정은 있으나 드론 등 이동형 영상처리기기 규정은 명확하지 않다.

▲ 행정안전부에서 "개인영상정보보호법"을 제정하려고 안을 낸 적이 있는데 위원회에서 다시 추진할 생각이다. 내용은 크게 달라지지 않겠지만 관련 기관과 기업 의견을 청취해 다듬을 부분이 있는지 보겠다.

-- 코로나19 방역과 관련해 개인정보 유출과 오·남용 우려가 많다.

▲ 지난달 11일부터 수기명부에서 이름을 뺐는데 개인 휴대전화번호까지 없앨 수 있도록 대체 수단을 찾고 있는데 기술적으로 어려운 측면이 있다.

하지만 그렇게라도 국민이 "내 정보가 안전하게 관리된다"고 신뢰할 수 있게 해야 한다. 임시번호에 전화를 걸면 출입기록이 저장되는 고양시의 "안심콜" 제도를 확대하거나 우체국·경찰서·주민센터 등의 파쇄기를 수기명부 파기에 사용할 수 있게 하는 방안도 고민 중이다.

또한 체온측정을 위한 안면인식 열화상 카메라가 개인정보를 동의 없이 과도하게 수집하는 부분이 있어 위법사항이 있는지 조사해 대책을 마련할 계획이다.

-- 유럽연합(EU)의 일반개인정보보호법(GDPR) 적정성 결정 추진상황은.

▲ 당초 지난 8월 개인정보보호위원회 출범에 맞춰서 결정이 나오는 것으로 예상했는데 코로나 19(신종 코로나바이러스 감염증) 등으로 늦어지고 있다. 큰 틀에서는 (합의가) 됐는데 작은 부분들에서 추가 논의가 계속되고 있다. 올해 안에 마무리 짓겠다는 생각이다.

-- 개인정보보호법을 손봐야 할 부분이 많다. 개정 방향은.

▲ 2월 개정 때 정보통신서비스 제공자로 불리는 온라인사업자 관련 부분을 정보통신망법에서 가져왔는데 물리적으로는 통합했지만 정합성 문제가 있다. 이를 해소하는 것이 1차 목표다.

개인정보 이동권이나 프로파일 거부권 등 GDPR에 포함됐지만 우리 제도에는 없는 정보주체의 자기 결정권 관련 사항도 보완할 부분이다.

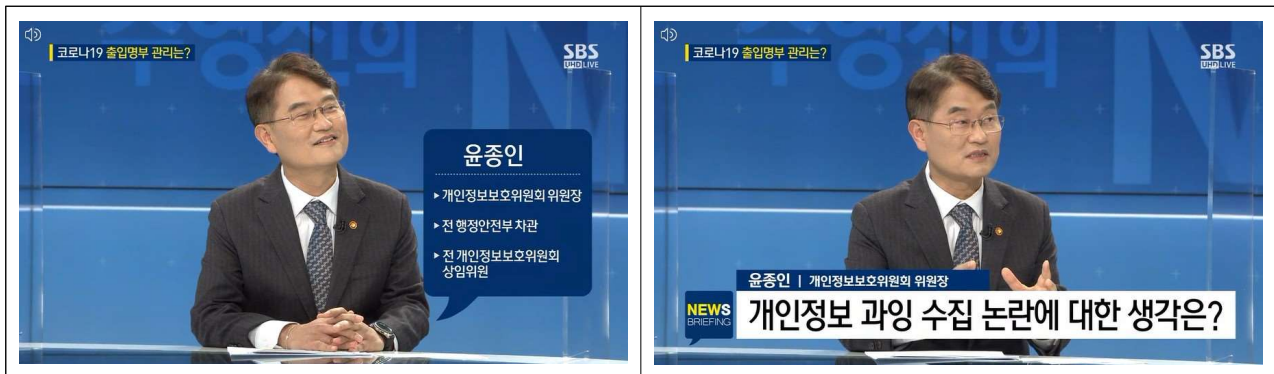


윤종인 개인정보보호위원장

(서울=연합뉴스) 김승두 기자 = 윤종인 개인정보보호위원장이 지난 23일 정부서울청사 집무실에서 연합뉴스와 인터뷰를 하고 있다. 2020.10.26

inishmore@yna.co.kr

【주영진의 뉴스브리핑】 “명부 보고 연락했어요” ... 내 개인정보 이대로 괜찮나



■ 방송 : SBS <주영진의 뉴스브리핑> 월~금 (14:00~16:00)

■ 진행 : 주영진 앵커

■ 대담 : 윤종인 개인정보보호위원회 위원장

[앵 커] 요즘 식당가실 때마다 QR코드를 찍거나 직접 전화번호를 수기 하시는 분들이 많으시죠. 또, 해야 되구요. 그러면서 좀 불편하지 않을까. 또 내 개인신상정보가 외부로 유출되는 것은 아닌지 걱정하시는 분들도 있을 겁니다. 그래서 이 문제에 대해서 누구보다도 여러분께 확실하게 말씀드릴 분을 모셨습니다. 윤종인 개인정보보호위원회 위원장 모셨습니다. 어서 오십쇼.

[위원장] 네, 안녕하세요.

[앵 커] 개인정보보호위원회가 신설된 정부조직이죠?

[위원장] 네, 그렇습니다.

[앵 커] 언제 만들어졌습니까?

[위원장] 정확하게 지난 8월 5일이요.

[앵 커] 그러면 윤종인 위원장께서 초대 위원장이시네요.

[위원장] 네, 맞습니다.

[앵 커] 장관급 이시구요.

[위원장] 네.

[앵 커] 상당히 막중한 책임을 맡으셨는데. 그러면, 정부가 개인정보보호위원회를 만든 이유가 있을 것 아닙니까?

[위원장] 지금 사실 디지털 전환 시대에 제일 중요한 게 개인정보의 활용 문제가 되겠습니다. 그런데, 개인정보의 활용은 사실은 보호라는 또 다른 화두에 연결이 되어 있기 때문에 그 두 개를 잘 조화시켜서 데이터 경제도 활성화하고 국민의 권익도 보호하자는 차원에서 개인정보보호위원회가 독립된 중앙행정기관으로 새로이 8월 5일부터 발족하게 되었습니다.

[앵 커] 개인정보 보호라는 명칭 자체는 이해가 되는데, 구체적으로 국민의 일상생활에서 과연 개인정보보호위원회로부터 내가 도움을 받을 수 있는 일이 무엇일까, 나를 위해서 무엇을 할까, 그런 생각은 할 수 있을 것 같아요.

[위원장] 네, 개인정보보호위원회는 물론, 개인정보 보호에 관한 정책을 만들기도 하지만 개인정보 침해사고가 발생하면 그에 대한 조사, 처분 이런 것을 같이 하게 됩니다.

[앵 커] 조사와 처분도 같이요?

[위원장] 그래서 실제로 개인정보보호위원회에 분쟁의 조정을 요청하는 경우도 있고 침해사고를 신고하는 경우도 있고 해서 개인정보 보호에 관한 종합 컨트롤타워로서의 기능을 하는 것이라고 보시면 되겠습니다.

[앵 커] 최근에 어쨌든 수도권 사회적 거리두기가 2.5단계로 강화됐을 때 수기 전화번호, 연락처를 반드시 쓰라고 정부가 이야기하고, 우리 국민들이 다 했던 말이죠?

[위원장] 네, 잘 협조해주셔서.

[앵 커] 그런데, 역설적으로 그 걸 보고 누군가가 연락을 해왔다, 무서웠다, 이런 글들이 SNS에 많이 올라왔단 말이죠.

[위원장] 네 그런 부분을 문제로 국민들께서도 우려하고 계시고 저희도 그런 부분을 제일 걱정을 한 부분이 되겠습니다. 그래서 지난 9월 11일, 저희가 8월 5일 발족을 했으니까 한 1개월 정도 기간이 있었는데요, 수기출입명부의 문제점을 저희가 본 결과 성명하고 개인전화번호를 같이 쓰는 건 일단 문제인 것 같다. 그래서, 성명은 일단 안 쓰는 쪽으로 했고요. 그 다음 두 번째는 사실은 음식 같은 것을 미리 주문을 해놓고 단순히 수령만 해가는 것까지 적을 필요는 없지 않느냐. 그래서 그런 부분도 안하게 됐고. 또 최근에는 이 문제에 관한 이야기들이 많이 나오다 보니까 고양시 같은 데서 좋은 사례가 있는데요, 그 곳에서는 수기명부 대신에 대체하는 방법으로 안심콜 이라는 제도를 도입 했는데, 예를 들면 제가 복합 쇼핑몰센터에 들어가거나 아니면 전통시장을 갈 때, 전화번호를 하나 드리고 그 번호로 전화만 해주시면 됩니다. 그러면 그 때 전화번호가 같이 서버에 기록이 되고, 출입일시가 기록이 되기 때문에 문제가 생겨서 역학조사의 필요성이 생겼을 때에만 열어볼 수 있게 하는 제도. 그렇게 되면 이제 수기명부까지 작성할 필요가 없게 되는 거죠.

[앵 커] 복합 쇼핑몰센터에 들어갈 때, 전화번호가 하나 표기가 되어 있고 거기에 전화만 한 번 하면 자연스럽게 내가 지금 여기를 다녀갑니다. 언제, 어느 때, 그게 입력이 되고 누구도 그것을 열어볼 수는 없고, 만약에 문제가 생겼을 때에만 열어볼 수 있다는 것이죠?

[위원장] 네, 그런 제도도 개인정보를 최대한 보호하기 위한 방역당국의 노력이라고 보고요. 저희는 굉장히 그 것을 높이 평가하고 있고, 자치단체에 권장을 하고 있습니다.

[앵 커] 그렇다고 한다면, 개인정보보호위원회는 각 지방자치단체, 광역단체, 기초단체랑 긴밀하게 협조를 해야겠군요?

[위원장] 물론입니다. 물론이구요, 실제로 국민들께서 방역에 도움을 주시기 위해서 많은 개인정보가 활용이 되고 있는데, 또 그러한 개인정보 활용이 방역에 있어 굉장히 중요한 요소로 작용을 하고 있는데 그럴 때 일수록 방역과 관련된 개인정보는 철저하게 필요 목적하는 최소한의 범위 내에서 수집되고, 또 안전하게 관리되고, 또 시한이 되면 반드시 파기해야 되는 원칙이 지켜져야 될 것으로 저희는 생각합니다.

[앵커] 네, 지난 8월에 출범한 개인정보보호위원회. 이번에 21대 국회 첫 국정감사에서 개인정보보호위원회도 국정감사를 받았습니다. 그 때도 의원들이 개인정보 보호 이 부분 어떻게 할 것이냐는 질문을 많이 했는데, 윤종인 위원장이 어떤 대답을 했는지 한 번 들어볼까요?

[영상, 김병욱 위원] 우리 보좌직원이 고물상에 가서 수기 출입명부를 발견해서 사진을 찍고 온 겁니다. 파기가 아니고 있는 그대로 버린다는 거죠. 지방자치단체와 연계해서 파쇄기를 특정 시간대에 특정업소에 다니면서 업소들이 가진 수기명부를 파쇄해주는 서비스를 하는 게 낫지 않을까요?

[영상, 위원장] 자치단체와 협의를 해보겠습니다. 방역 당국과도 얘기해서...

[영상, 김병욱 위원] 개인정보보호위원회가 8월에 출범했지만 2월부터 준비과정을 거친 것이 아닙니까? 그런데, 그동안 이런 QR코드와 관련된 매뉴얼을 만들지 못하고 관리하지 못하고 있다 문제 아니겠습니까?

[영상, 위원장] 매뉴얼의 필요성에 대해서는 저희가 추가로 검토를 해보겠습니다. 저번에 직접 점검을 했었는데요. 16개 점검 항목에 따라 비교적 저희는 안전하게 보관이 되고 있고 암호화되고 있고 또 파기되고 있다고 파악하고 있습니다.

[앵 커] 실제로 현장점검을 직접 하신 겁니까?

[위원장] 사실은 현장점검인데 비대면 점검으로 했습니다.

[앵 커] 비대면 점검이요?

[위원장] 저희가 다 사회보장정보원이라든지, QR코드를 발급하는 네이버, 카카오 다 연계를 해서 QR코드가 안전하게 발급이 되고 관리가 되고 폐기가 되는지를 점검을 했죠

[앵 커] 개인정보 관련하여 코로나 19라는 감염병이 대한민국을 위기로 또 많은 사람들을 불안하게 만든 상황에서 대한민국 국민들이 정말 잘 협조를 하고 있는데, 이런 문제 제기를 하신 분이 있더라구요

저도, 정부도 한번 생각해 볼만한 문제라고 생각을 하는데, 이태원에서 클럽 발 집단감염이 있었을 때, 스스로 얘기를 안 하니까 거기 다녀간 사람들의 전화 사용내역, 기지국을 이용했던 사람들은 보건 당국, 정부가 다 파악을 해서 전화를 걸어 일일이 파악을 했다 그런데 외국이라면 이런 일이 가능했겠는가. 개인의 프라이버시를 정부가 방역의 어떤 명분을 내걸고 침해한 사례가 아닌가 되돌아보아야 하는 얘기를 들은 기억이 있는데 위원장께서는 어떤 생각을 갖고 계신지요?

[위원장] 저희가 사실 위치정보법에 관한 사항인데, 위치정보법도 프라이버시를, 또는 개인정보를 보호하기 위해 만든 법입니다.

다만 위치정보법의 규정을 보면 방역의 목적으로 위치정보를 제공할 수 있도록 한게 명확하며 다만 그 위치 정보가 방역의 목적에 의해서 수집이 될때 (그것이 근거는 있으니까) 그것이 과도 했는가 아닌가의 문제가 남는거고..

[앵 커] 개인의 동의여부는 상관없는 거구요?

[위원장] 상관이 없는 거구요, 상관이 없다는 건 좀 어폐가 있구요, 위치정보와 관련된 통신3사의 약관에 동의를 하시게 되는데 그런 경우에는 이제 제3자가 여기서는 방역당국인데요, 방역당국에 제공할 수 있게 돼있습니다.

방역당국 입장에서도 그것을 혹시 걱정하시는 분들은 이게 적정한 범위내에서 제공이 된것인지 문제를 삼고 계신 거구요,

지금까지 저희가 방역당국과 논의를 하고 있습니다만, 파기는 확실히 되었고, 다만 범위에 대해서는 1차적으로는 방역을 담당하는 기관의 의사를 존중해야 되지 않나 싶습니다. 문제는 일단 그렇게 통보된 것이 잘 파기되고 있는지를 확인하는게 중요하고 그 다음에는 방역당국의 의견을 존중해 주는게 필요하지 않나 그렇게 생각하고 있습니다.

[앵 커] 코로나19 방역에 모두가 협조해야 한다라고 하는데는 이의를 제기하는 분은 아무도 없을텐데, 내 일거수 일투족, 내가 어디를 다니는 지를 누군가가 물론 제가 사용하는 전화기 때문이기도 하겠지만 다 들여다보고 있다는 생각을 하면 가끔 무서워질 때도 가끔 사실 있는 거거든요.

[위원장] 그렇게 해서는 안되는 겁니다.

[앵 커] 그래서 개인정보보호위원회가 출범한 거구요.

[위원장] 네 맞습니다

[앵 커] 나오셨으니까 시청분들께 개인정보보호위원회는 여러분을 위해서 이런 일을 하니까 절대 안심하셔도 됩니다. 이런 얘기를 꼭 해주셔야 될 것 같아요.

[위원장] 네. 개인정보보호위원회는 출범한지 얼마 안됐습니다만 국민의 개인정보 보호 또는 개인정보의 지킴이로서의 역할을 하는 기관입니다. 국민께서 개인정보 지킴이로서의 저희 개인정보보호위원회를 앞으로 믿고 신뢰하실 수 있도록 최선을 다해서 업무에 충실하겠다는 말씀을 드리고요 개인정보 보호와 관련 되서 저희 위원회에 어려움이 있으시거나 아니면 좋은 정책 제안이 있으시면 언제든지 저희가 귀 기울여 듣고 해결하는 노력을 최선을 다해서 하겠습니다.

[앵 커] 전화번호나 사이트가 개인정보보호위원회 사이트가면 다 있습니까?

[위원장] 네 있습니다. 저희 홈페이지도 있구요 저희 홈페이지에 오시면 개인정보보호 위원회에 바란다 아니면 위원장과의 대화 이런 코너도 있으니까 적극 활용해 주시면 좋겠습니다.

[앵 커] 예 알겠습니다. 윤종인위원장은 사실 정통 행정안전부 관료 출신이시죠?

[위원장] 네

[앵 커] 차관까지 하시다가

[위원장] 네

[앵 커] 정보보호위원회 위원장으로 이렇게

[위원장] 네 맞습니다

[앵 커] 알겠습니다. 개인정보보호위원회 어떤 역할을 하는 곳인지 오늘 시청자 여러분 잘 들으셨으니까 필요한 사항 있으면 언제든지 개인정보보호위원회 사이트 또 사이트에 적혀 있는 전화번호로 연락을 하시면 될 것 같습니다. 여러분의 정보를 보호하는 책무, 만약에 잘못하면 따끔한 질책도 받으셔야 되구요.

[위원장] (ㅎㅎ)네

[앵 커] 아마 개인정보보호위원회가 잘 해 줄 거라고 여러분도 아마 생각하실 것 같습니다. 오늘 말씀 잘 들었습니다.

[위원장] 네.

[앵 커] 감사합니다

[위원장] 감사합니다.

개인정보 가린 ‘가명정보’ 활용 쉽게... 데이터시대 열겠다

윤종인 개인정보보호위원장 취임 첫 인터뷰

대담=황인혁 모바일부장

“민을 만만 브레이크가 없다면 자동차가 속도를 얼마까지 낼 수 있을까요. 시속 20~30km도 못 내지 않을까요. 개인정보 보호에 대한 국민의 신뢰가 커질수록 데이터 활용의 액셀도 힘껏 밟을 수 있는 겁니다.”

윤종인 개인정보보호위원회 위원장이 지난 17일 매일경제와 인터뷰하면서 “차는 브레이크 덕분에 빨리 달릴 수 있다”면서 개인정보의 보호와 활용이 상충되지 않고 같은 방향으로 함께 가는 것이라고 강조했다. 윤 위원장은 “유럽연합(EU)의 한국에 대한 일반개인정보보호법(GDPR) 적정성 결정이 올해 안에 완료될 것”이라고 말했다. 이는 EU가 개인정보 보호 수준의 적정성을 인정하는 제도다. 승인받은 국가 기업들은 번거롭고 비싼 절차 없이 EU에서 한국으로 유럽 고객의 개인정보를 이전할 수 있다. 기업들의 EU 사업 위험을 덜고 한국의 개인정보 보호 위상을 한 단계 올릴 수 있는 셈이다.

—보호위원회 출범 배경은.

▶데이터 경제 시대가 되면서 데이터가 모든 경제의 핵심이 되고 있다. 데이터를 활용하지 않는 기업이 없고 데이터 기업이 아닌 곳이 없다. 그런데 데이터의 상당수는 개인에게서 나온다. 생성된 데이터의 75%가 개인정보가 포함된 정보라고 한다. 기업들의 데이터 활용 욕구가 커지면서 개인정보 보호의 필요성도 같이 증가하고 있다. 이런 시대적 요구에 효과적으로 대응하기 위해 데이터3법(개인정보보호법·정보통신망법

브레이크 밟고 액셀 밟듯이

보호잘돼야 활용도 더 잘돼

연내 유럽 정보보호 인증가능

글로벌 표준 인정받는 계기

해외사업자韓정보 유출땐

고발 등 강력하게 대처할 것

·신용정보법)이 개정됐다. ‘가명정보’의 개념도 새롭게 정립됐다.

—보호위가 데이터 보호에 방점을 두는 것 아니냐는 업계의 시각이 있다.

▶보호와 활용 중 어느 한쪽으로만 쏠려서는 안된다고 생각한다. 내 정보를 제대로 보호하지 않는다면 어느 시민이 그 기업을 신뢰하고 개인정보를 내주겠나. 정보 주체의 불안감을 해소할수록 개인정보 활용도 더욱 잘되는 것이다. 보호와 활용은 상충되는 개념이 아니고 보완제다. 서로 승수효과를 낼 수 있도록 보호위가 ‘신뢰받는 브레이크’ 역할을 하겠다.

—데이터가 원활히 거래되려면 시장가 격이 정해져야 하는 데.

▶데이터는 저장고에 쌓여만 있으면 가치가 떨어진다. 저장고에서 광장으로 나와 유통이 되고 결합이 될 때 활용도가 높아진다. 특히 개인정보는 생성의 원천인 정보 주체의 참여와 이를 수집하고 활용하는 기업의 기여가 공존한다. 개인정보의 이용과 혜택이 어느 일방에만 돌아가선 안될 것이다. 다만 개인정보의 당초 소유자와 이를 가공하는 기업이 어느 정도 지분을 갖게 될지를



윤종인 개인정보보호위원회 위원장이 17일 정부서울청사 집무실에서 개인정보 정책 운영 방향에 대해 설명하고 있다.

〈김호영 기자〉

판단하기 아직 어렵다. 데이터 소유권이 인정될 수 있는가. 단순 사용권인가. 배타적 사용권인가 등이 아직 정립되지 않았다. 보호위는 데이터 이용 과정에서 발생하는 개인정보 보호와 그 비용의 부담 문제도 함께 고려하고 있다.

—데이터 활용 기업에 금전적 부담을 부과하겠다는 얘긴가.

▶구글이 보유한 거대 데이터 자산이 누구 것이겠나. 대부분 전 세계 사람들이에게서 나온 것이 아니겠나. 모든 사람들에게 정보 이용료를 나눠주면 인당 10~20달러밖에 안될 거다. 빅테크 기업들에 소위 디지털세나 로봇세를 부과할 수 있느냐 문제는 더 연구가 필요하다. —EU GDPR의 적정성 결정은 어떻게 되고 있다.

▶한국에는 독립된 개인정보 감독기관이 없다는 게 큰 걸림돌이었는데 보호위가 출범하면서 해소됐다. GDPR 적정성 결정의 8~9부 능선은 넘었다고 본다. 주요 쟁점은 대부분 합의됐고, EU 측이 결정문 초안을 작성 중이다. 적정성 결정이 올해 안에 가능할 것으로 생각한다. 내년 1월부터 바로 적용되면 좋겠다. EU와 한국 정부 모두 서두르려고 한다. 결정이 나면 크게 2가지 의미가 있다. 한국 개인정보 법제가 EU GDPR과 동등한 수준이라는 국제적 인증이다. 한국 데이터 산업의 글로벌 경쟁력이 제고될 것으로 기대된다. 둘째로 EU에 진출하는 한국 기업들이 별도 계약 절차 없이 EU 주민의 개인정보를 한국으로 이전해 처리하는 것이

가능해져 비용과 시간이 크게 절감될 것으로 예상된다.

—한국 국민 정보가 해외로 나갈 때도 보호의 문제가 따르는데.

▶한국도 EU GDPR처럼 외국 기업이 한국 국민 데이터를 가져가는 경우에는 한국의 적격성 심사를 받게 하는 법·제도를 검토해볼 필요가 있다. 지금은 국가적 차원의 보완 장치가 없어 기업 간 협약으로 이뤄지는데 앞으로는 법·제도 개선이 필요하다고 본다. 어느 시점이 되면 EU 제도를 잘 참고해보겠다.

—외국 기업이 개인정보를 유출했을 때 어떤 조치를 취할 수 있나.

▶해외 사업자가 개인정보 침해 관련 자료를 신속히 제출할 수 있도록 국내 대리인 지정 제도를 지난해 3월부터 시

He is... △1964년 충남 홍성 출생 △1988년 서울대 서양사학과 졸업 △1988년 행정고시 합격(31회) △2003년 미국 조지아대 행정학 박사 △2014년 대통령 정부수석실 행정자치비서관 △2016년 충남도 행정부지사 △2018~2020년 행정안전부 차관 △2020년~ 개인정보보호위원회 위원장(장관급)

행했다. 한국에서 영업하는 일정 규모 이상의 외국 기업들은 반드시 대리인을 뒀야 하고 대리인을 통해 개인정보 관련 사항에 대한 질의 상담 등에 응해야 한다. 정부가 이들 해외 사업자에 조사나 자료 제출 요구를 할 수 있는 중요한 창구가 될 수 있다. 보호위는 글로벌 사업자들이 개인정보 보호 의무를 소홀히 한다면 과징금 외에도 수사기관 고발 등 엄정한 법 집행을 통해 강력하게 대처할 것이다.

—개인 권리를 강화하기 위한 방안은.

▶데이터의 활용 가치가 높아질수록 기업과 개인 간 정보 불균형이 심화될 가능성이 있다. 격차를 해소하기 위해 3가지 방안을 고민하고 있다. 예방 차원에서 신규 서비스와 제도 기획·설계 단계부터 개인정보 보호를 고려하도록 ‘개인정보 보호 중심 설계’ 원칙 도입을 검토 중이다. 권리 차원에서는 인공지능(AI)·빅데이터 등 신기술 등장에 따른 정보이동권, 프로파일링 대응권, 잊힐 권리 등의 도입 가능성에 대한 검토가 필요하다. 침해구제보상 차원에서 국민 권익을 보호하는 한편 사업자의 책임 확보를 위한 ‘국내 대리인 지정 제도’ 및 ‘손해배상보장제도’의 조속한 이행과 정착도 필요하다. 이송윤 기자 정리