

# KB 지식 비타민

## : 글로벌 Big Tech 기업에 대한 규제 움직임

- 글로벌 대형 IT기업의 성장과 우려
- Big Tech 기업이 촉발한 새로운 규제
- 규제 영향 및 Big Tech 기업의 대응



- 대형 IT기업(Big Tech) 기업들은 시장 내에서 경쟁하는 단순 플레이어가 아닌, ‘시장 그 자체(the market itself)’로서 막강한 지위를 확보하면서, 시장 전체 미치는 폐해에 대한 우려 증가
  - [대형화·시장집중화] 네트워크 효과를 통해 대형화에 성공한 플랫폼 기업들은 방대한 사용자 층과 빅데이터를 기반으로 개별 시장 내에서 독점적인 지위를 확보
  - [공정경쟁 저해] 경쟁업체를 M&A함으로써 독점적 지위를 강화하고, 법적 사각지대를 활용해 규제를 회피하며, 자사 플랫폼 내 입점업체들의 공정 경쟁을 제한한다는 비판
  - [민주주의 훼손] 플랫폼을 통해 미디어에 접근하고 정보를 공유하는 것이 일상화 되면서, 소셜 미디어를 통해 유통되는 통제되지 않은 정보가 사회에 유해한 영향을 미친다는 의견
- 플랫폼 기업의 시장 독점에 따른 개인정보의 남용, 공정경쟁 저해, 잘못된 정보 유통이 가지는 부정적 영향이 확대되면서 여러 국가들이 관련 규제 마련에 노력
  - [개인정보보호] EU는 2016년 ‘일반 개인정보보호법(GDPR)’을 제정하고 2018년 5월부터 시행
  - [공정경쟁 유도] 프랑스는 2019년 1월 1일부터 전세계 매출액이 7억 5천만 유로 이상이거나 프랑스에서 2천 5백만 유로 이상의 매출을 올리는 기업에 대해 최대 5%를 과세하는 ‘디지털세’ 도입
  - [잘못된 정보 통제] 독일 정부는 가짜 뉴스가 게시된 플랫폼 기업을 규제하는 ‘네트워크시행법’ 법안을 마련하고 2017년 1월부터 시행
- Big Tech 기업들이 여전히 높은 성장세를 이어가는 가운데, 이들 기업에게 닥친 가장 큰 위협으로 세계 각국에서 발생하고 있는 ‘강력한 규제’가 거론
  - 이들은 자율규제 도입, 가짜 뉴스에 대한 자정 능력 강화 등을 추진함과 동시에 정부에 대한 적극적인 로비 활동을 통해 위기 대응을 모색

## ■ 글로벌 대형 IT 기업의 성장과 우려

- ‘GAFA’, ‘FAANG’<sup>1</sup> 등으로 대표되는 대형 IT기업(Big Tech)들은 시장 내에서 경쟁하는 단순 플레이어가 아닌, ‘시장 그 자체(the market itself)’로서 막강한 지위를 확보<sup>2</sup>
  - Google은 일부 국가에서 검색 엔진 시장의 90%를 점유하고 있고, Amazon은 미국 전자상거래 시장의 30%를, Facebook과 Google은 미국 모바일 광고시장의 56%를 차지
    - 대형 IT기업들이 수익 규모에 비해 시장에서 높은 기업 가치로 평가 받는 것은, 이들 기업의 강력한 플랫폼이 향후 거대한 cash flow 역할을 할 것이라는 시장 기대감을 반영

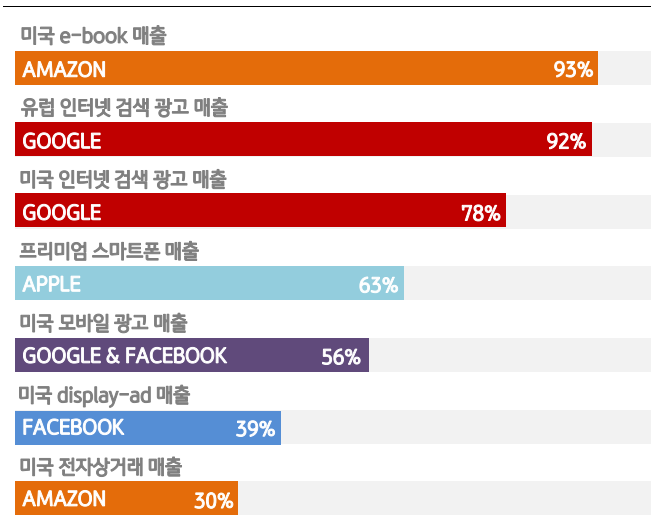
<sup>1</sup> GAFA = Google, Amazon, Facebook, Apple / FAANG = Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google

<sup>2</sup> ‘How to tame the tech titans’ (Economist, 2018. 1. 18)



- 이들 기업이 보유한 방대한 양의 데이터는 신규 경쟁자에 대한 강력한 진입 장벽으로 작용
  - Facebook은 사용자 상호간 어떻게 연결되어 있는지를 보여주는 세계에서 가장 거대한 'social graph'를 보유하고 있으며, Amazon은 그 어떤 회사보다도 많은 가격 정보 보유
  - Amazon의 Alexa, Google의 Assistant와 같은 음성인식 비서는 사용자 접점을 장악함으로써 데이터를 기반으로 사용자 온라인 경험에 더 많은 영향력을 행사할 것으로 전망

[그림 1] Big tech 기업의 시장 지배력



자료: Bloomberg (2016~2017년 기준)

[표 1] 세계 10대 상장기업 변화

	2014년	2018년
1	애플	애플
2	엑손모빌	알파벳
3	MS	MS
4	구글	아마존
5	버크셔해서웨이	텐센트
6	존슨앤존슨	버크셔해서웨이
7	웰스파고	알리바바
8	GE	페이스북

자료: Financial Times Global 500

- IT기업들이 혁신적인 서비스를 통해 새로운 가치를 시장에 제공하고 있지만, 이들이 대형화됨에 따라 시장 전체에 미치는 폐해에 대한 우려도 함께 증가 → 영국 Economist지는 이들 기업에 대해 거대하고(Big), 반경쟁적이며(Anti-competitive), 중독성 있고(Addictive), 민주주의를 파괴하는(Destructive to Democracy) 나쁜(BAADD) 기업이라고 표현<sup>3</sup>

- [BIG(대형화·시장집중화)]: 네트워크 효과(network effect)를 통해 대형화에 성공한 플랫폼 기업들은 방대한 사용자층과 빅데이터를 기반으로 개별 시장 내에서 독점적인 지위를 확보
  - Amazon이 가격 경쟁력과 고객 맞춤형 상품 제안 등을 통해 리테일 시장의 독점적 지위를 확보하며 많은 오프라인 기업들이 경영 위기를 경험 → 장난감 전문점 'Toys“R”us'는 2018년 문을 닫았으며, Sears, Macy's 등도 파산신청 및 다수의 오프라인 상점을 철수
  - 이들 기업은 단일 서비스에서 시작해 다양한 시장 영역으로 확장하며 사업모델을 다각화하고 고객 기반 강화 → Alphabet은 Google뿐 아니라 YouTube(동영상), Android(OS), Chrome(웹 브라우저), Facebook은 Instagram(사진 SNS), FB Messenger/WhatsApp(메신저), Amazon은 WholeFoods(오프라인), AWS(클라우드) 등 보유

<sup>3</sup> 'How to tame the tech titans' (Economist, 2018. 1. 18)



- [Anti-competitive(공정경쟁 저해)]: 경쟁업체를 인수·합병(M&A)함으로써 독점적 지위를 강화하고, 법적 사각지대(legal exemptions)을 활용해 규제를 회피하며, 자사 플랫폼 내 입점 업체들의 공정 경쟁을 제한한다는 비판 제기
  - Facebook은 창업 1개월 만에 100만명의 가입자를 확보한 Instagram을 2012년에 10억 달러에 인수하고 FB Messenger의 경쟁자인 모바일 메신저 WhatsApp을 2014년 190억 달러에 인수. 잠재적인 미래 경쟁자를 무력화하고 소셜 네트워크 시장을 장악
  - ‘국경없는 디지털 매출’ 특성을 이용해 현지 국가에서 막대한 이익을 올리고도 매출을 법인세율이 낮은 국가로 돌려 세금을 절감하는 행태가 ‘조세 회피’에 해당한다며 세계 각국이 반발 → EU 집행위원회는 전통적 기업의 평균실효세율이 23.2%인 반면 디지털 기업의 평균실효세율은 9.5%에 불과하다는 조사 결과 발표<sup>4</sup>
  - 높은 모바일 트래픽 점유율을 차지함에도 적절한 대가의 ‘망 사용료’를 치르지 않는다는 비판 제기 → 국내에서도 Google, Netflix, Facebook 3사의 트래픽 점유율이 연간 50%에 달하는 가운데, Google과 Netflix가 캐시 서버의 해외 운영을 이유로 망 사용료를 회피해오면서 국내 플랫폼 기업과의 역차별 문제가 사회적 이슈로 대두<sup>5</sup>
  - 독점적 지위를 시장 지배력 강화에 남용했다는 반독점(anti-trust) 이슈 제기 → Google은 온라인쇼핑 가격비교 시 자사 서비스를 우선 노출토록 함에 따라 반독점법 위반으로 EU 집행위원회로부터 24억 달러의 벌금을 부과 받은 바 있음

[그림 2] ‘Death by Amazon<sup>주</sup>’ Index



주: Amazon 성장의 영향을 받는 전통 리테일 업체 지수화  
 자료: Bespoke(2018.4)

[그림 3] Amazon의 룩셈부르크를 통한 세금 감면



자료: EU, 메리츠증권증권 리서치센터

<sup>4</sup> ‘Time to establish a modern fair and efficient taxation standard for the digital economy’ (EU, 2018)

<sup>5</sup> ‘페이스북, SK에 망 사용료 내기로...구글, 유튜브 ‘무임승차’도 끝나나’ (중앙일보, 2019. 1. 27)



- **[Addictive(중독성)]:** 2019년 전세계 인터넷 접속 가능 인구 비중이 50%를 넘을 것으로 예상<sup>6</sup>되는 가운데 플랫폼에 대한 중독성은 오랫동안 이어져온 사회적 문제
  - 이들 플랫폼은 개인화 알고리즘 적용을 통해 이용자의 관심을 끌만한 콘텐츠를 지속적으로 노출하면서 더 많은 시간을 플랫폼에서 보내도록 하기 위해 노력

□ 인도 최초 'Netflix 중독 환자' 발견 (CNN, 메디컬리포트 등 언론보도 참조)



2018년 10월, 인도 한 남성이 눈을 포함한 전신 피로 및 수면 장애를 호소하며 병원을 방문. 이 남성은 6개월간 하루도 빠지지 않고 하루 7시간씩 Netflix를 시청한 것으로 확인됐는데, 결국 의료진은 이 환자를 '넷플릭스 중독 환자'로 판정. 넷플릭스 중독 증상은 주의력이 짧아지고, 타인과 상호작용을 꺼리며, 스스로를 고립시키는 소셜 미디어 중독 현상과 유사하다는 설명

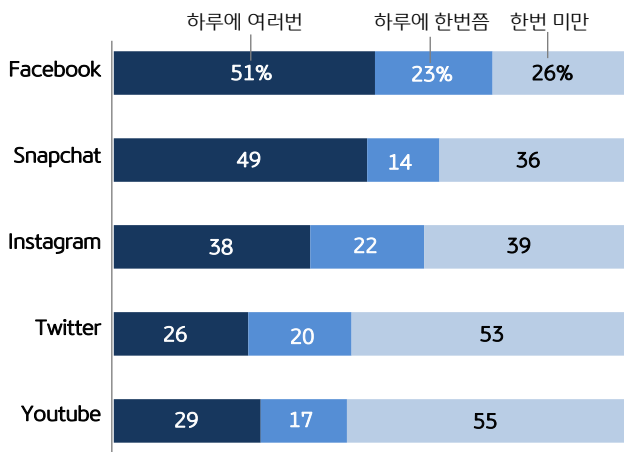
- 2018년 초 미국의 행동주의 헤지펀드와 캘리포니아주 교직원퇴직연금 등 Apple의 주요 주주들은 Apple에 서한을 보내 “어린이들의 건강에 스마트폰이 미치는 악영향에 대한 대안을 제시하라”고 요구 → 영유아의 스마트폰 중독 이슈가 확산될 경우 오히려 기업 이미지에 부정적 영향을 미칠 수 있을 것에 대한 우려 표명
- **[Destructive to Democracy(민주주의 훼손)]:** 플랫폼을 통해 미디어에 접근하고 정보를 공유하는 것이 일상화 되면서, 소셜 미디어를 통해 유통되는 통제되지 않은 정보(fake news)가 사회에 유해한 영향을 미친다는 의견
  - 특히 정치적 반대 진영에 대한 ‘가짜 뉴스’가 유권자 결정에 영향을 미쳤다는 의혹이 제기되며 플랫폼 기업에 대한 자정 능력 강화 요구 확산 → 2016년 영국 브렉시트(Brexit) 국민투표와 미국 트럼프 대통령 당선은 언론과 전문가들의 예상을 뒤엎은 결과였는데, 이러한 결과가 나온 한 원인으로 ‘가짜 뉴스’가 지목<sup>7</sup>
  - 특히 다른 미디어를 접한 경험이 상대적으로 적은 개발도상국은 거대 플랫폼 기업의 독과점이 선진국보다 심각하여 잘못된 정보의 유통에 더욱 취약할 수 밖에 없다는 우려
  - 미얀마에서는 미얀마군에 의해 소수 민족인 로힝야족 수천명이 목숨을 잃고 70만명이 국경 밖으로 도망가는 사건이 발생했는데, 이 과정에서 Facebook이 로힝야족에 대한 증오와 혐오를 야기하는 허위 정보의 확산에 허술하게 대응했다는 비판을 받음 → 페이스북은 미얀마 인구 5,300만명 중 1,800만명이 일상적으로 사용하는 매체

<sup>6</sup> ‘Half the world will be online in 2019’ (Economist, 2018. 12. 31)

<sup>7</sup> ‘가짜뉴스 등 허위사실 유포로 인한 사이버상 유권자의사 왜곡 방지에 관한 연구’ (중앙선거관리위원회, 2017.12)

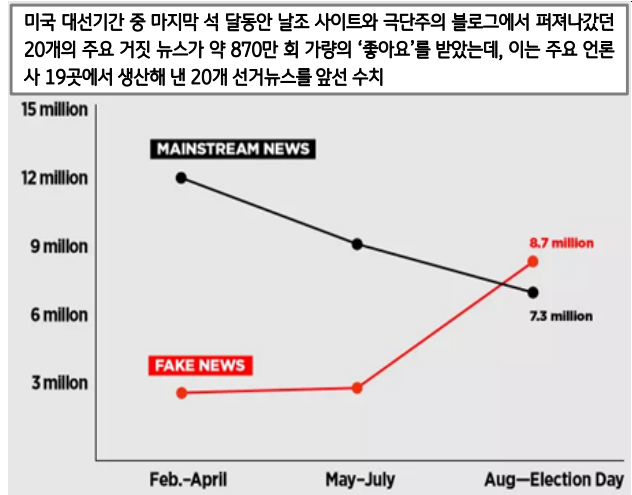


[그림 4] 미국 성인의 주요 소셜미디어의 이용 횟수



자료: Social Media Use in 2018

[그림 5] 소셜미디어 내 가짜뉴스의 영향력



자료: BuzzFeed

### ■ Big Tech 기업이 촉발한 새로운 규제

- 플랫폼 기업의 시장 독과점에 따른 개인정보의 남용, 공정경쟁 저해, 잘못된 정보 유통이 가지는 부정적 영향이 확대되면서 여러 국가들이 관련 규제 마련에 노력
  - 특히 유럽이 규제 마련에 가장 적극적인 모습을 보이고 있는 가운데, 최근 몇 년간 Apple, Facebook, Google 등 미국 기술기업에 대한 조사와 과징금 부과를 지속
- [개인정보보호] 플랫폼 기업이 보유한 고객정보(personal data)를 보호하고 정보 주체의 권리를 강화함으로써 기업의 개인정보에 대한 남용을 방지
  - 이를 위해 EU는 2016년 ‘일반 개인정보보호법(GDPR: General Data Protection Regulation)’을 제정하고 2018년 5월 25일부터 이를 시행
    - GDPR 시행으로 정보 주체는 삭제권(잊혀질 권리), 사업자의 개인정보 처리를 임시 중단하는 처리 제한권, 개인정보 이동권, 프로파일링을 포함한 알고리즘에 의한 자동화된 처리의 결과를 적용받지 않은 권리 등을 보유
    - 또한 기업의 책임을 강화하기 위해 일정 기준 이상의 기업에 정보보호책임자(DPO)를 임명하도록 하고 심각한 규정 위반이 발생할 경우 전세계 연간 매출액 4% 또는 2,000만 유로 중 높은 금액을 부과하도록 하는 과징금 제도도 신설
    - 프랑스는 올해 1월 Google이 EU의 GDPR을 위반했다며 제도 시행 이후 최초로 5천만 유로의 벌금을 부과 했으며, 유럽 내 비영리단체인 NYOB는 Netflix, YouTube, Amazon 등도 GDPR을 위반했다며 소송에 착수



[표 2] GDPR의 주요 내용

구분	내용
개인정보의 범위 확대	위치정보·온라인 식별자 등이 개인정보 정의에 포함. 다른 정보와 결합해 개인을 식별할 수 있을 때 이들도 개인정보 범주에 속함
지리적 적용 범위 확대	유럽연합 시민에게 재화나 서비스를 제공하는 경우 비용 지불 여부와 관계 없이 역외 기업에도 적용
정보주체의 권리 확대	삭제권(잊혀질 권리), 처리제한권, 개인정보 이동권, 프로파일링을 포함한 자동화된 의사결정의 적용을 받지 않을 권리 신설
기업의 책임성 강화	DPO 필수지정, 개인정보 영향평가, 개인정보 침해 발생시 72시간 이내 신고
EU 밖으로 정보이전 제한	적정성 평가(국가), 구속력 있는 기업규칙(기업) 등이 있어야 가능
과징금	심각한 위반의 경우 전세계 연간 매출액 4% 또는 2천만 유로 중 높은 금액/일반 위반은 전세계 연간 매출액 2% 또는 1천만 유로 중 높은 금액 부과

자료: KISA

□ 프랑스, Google에 GDPR 위반 과징금 5천만 유로 부과 (Bloter, 2019.1.12 기사참조)



프랑스 개인정보보호위원회(CNIL)은 Google이 GDPR을 위반했다며 5천만 유로의 벌금을 부과. CNIL은 Google이 두 가지 유형의 의무를 위반했다고 지적. ① 개인정보 활용에 대한 정보를 여러 문서에 분산시켜 제공해 쉽게 알아보기 힘들다는 점. ② 개인화 광고 목적으로 데이터 수집 동의 절차를 구하지만, 이 과정에서 불충분한 정보를 제공했다는 점. 전문가들은 이번 과징금 처분이 GDPR 발효 후 첫 과징금 처분인 만큼 의미가 크다는 의견

- 독일의 반독점 조사기구인 카르텔청은 올해 2월 Facebook에 자사 소유의 앱으로부터 사용자의 개인정보를 함부로 수집하지 못하도록 명령하며 사용자 정보의 과도한 수집 방지
  - 카르텔청은 그동안 Facebook이 Instagram, WhatsApp 등 자사 소유의 앱과 이용자 데이터를 통합 운영하면서 사전 고지 없이 활용했으며, 사용자가 인지하지 못한 상황에서 웹사이트와 페이지 상의 동선을 추적해 타겟 광고에 활용해 왔다고 지적
- [공정경쟁 유도] 디지털 시대에 맞는 새로운 규제를 도입함으로써 자국 내 기업과의 공정한 경쟁을 유도하고 시장 및 데이터의 독과점에 따른 피해를 방지
  - 2018년 3월 EU 집행위원회는 글로벌 플랫폼 기업의 유럽 내 매출에 대해 세금을 부과하는 일명 “디지털세(Digital Tax)”에 대한 구체적인 법안을 발표
    - 하지만 아일랜드, 룩셈부르크 등 플랫폼 기업이 본사를 둔 국가가 반발하면서 EU 전체합의 도출에 난항을 겪고 있으며, 이에 EU 내 일부 국가가 독자 도입을 선언
    - 특히 프랑스가 가장 적극적인 모습으로, 프랑스는 2019년 1월 1일부터 전세계 매출액이



7억 5천만 유로 이상이거나 프랑스에서 2천 5백만 유로 이상의 매출을 올리는 기업에 대해 최대 5%를 과세하겠다는 ‘디지털세’ 발표<sup>8</sup>

- Apple은 2018년 12월 프랑스 정부와 맺은 비밀합의에서 지난 10년간 체납한 세금 5억 유로로 확정하고 이를 납부하기로 결정한 바 있음

[표 3] EU가 제한한 ‘디지털세’ 주요 내용

구분	내용
대상	글로벌 매출 7억 5천만 유로 이상 또는 유럽 내 과세소득 5천만 유로 이상
	120~150개 미국 및 유럽 기업이 해당
세율	유럽 내 매출의 3% (기존엔 유럽 내 이익의 12~34% 과세)
예상세액	연간 50억 유로

자료: EU 집행위원회, 언론보도 종합

[표 4] 유럽 주요 국가의 ‘디지털세’ 추진 현황

국가	내용	도입예정
프랑스	전세계 매출액 7.5억 유로 or 자국내 2천 5백만 유로 이상 기업에 5% 부과	'19.1월 (법안 통과시 소급적용)
영국	전세계 매출액 5억 파운드 이상 기업에 자국 내 매출 2%	'20.4월
스페인	징수방침 발표('18.10월)	-

자료: 언론보도 종합

- EU는 2018년 7월 Google이 안드로이드 운영체계를 사용하는 스마트폰, 태블릿 등 모바일 기기 제조사에 자사의 각종 앱 설치를 강제해 시장지배적 지위를 남용했다며 반독점 규정 위반으로 43억 4천만 유로의 과징금을 부과
  - 또한 Netflix, Amazon Prime 등 해외 스트리밍 업체의 유럽 내 점유율이 확대되면서 이들을 대상으로 전체 콘텐츠 중 최소 30%를 EU에서 제작한 지역 콘텐츠로 채워야 하는 규정인 일명 ‘넷플릭스 쿼터제’ 규정을 도입하고 각국 승인절차를 기다리는 중
- 미국과 일본 등 非유럽 국가들도 IT공룡기업들에 대한 반독점법 위반에 대한 조사를 진행하고 규제를 도입하려는 움직임을 보이고 있음

[표 5] 인도, 미국, 일본의 반독점 규제 도입 및 준비 동향

국가	내용
인도	- Amazon 등 전자상거래 회사가 자사 플랫폼에서 지분을 보유한 기업의 제품(Amazon echo 및 합작기업 등)을 독점 판매하는 것을 금지하는 규제 법안 발표(2019년 2월 시행)
미국	- 트럼프 대통령이 2018년 11월 인터뷰에서 “Google, Amazon, Facebook 등 플랫폼 기업에 대해 반독점법 위반 여부를 조사 중”이라고 경고
일본	- 글로벌 IT기업의 각종 데이터 과점이 공정 경쟁을 저해하였는지 살펴보고, 관련 전문가로 조직을 신설해 이들을 지속 분석하며, 독점금지법에 새로운 규칙도 마련할 예정이라고 발표

자료: 언론보도 종합 (2018년)

<sup>8</sup> 정부안을 2월 안으로 의회에 제출할 예정이며, 의회에서 의결되면 1월부터 소급적용(언론보도 종합, 2019. 2)





- [잘못된 정보 통제] 독일 정부가 처음으로 가짜 뉴스가 게시된 플랫폼 기업을 규제하는 ‘네트워크법시행법’ 법안을 마련하고 2017년 10월 시행<sup>9</sup>

[표 6] 독일의 ‘네트워크시행법(Network Enforcement Act, NetzDG)’ 주요 내용

국가	내용
내용	- 플랫폼에 올라온 가짜 뉴스 등을 모니터링하고 명백한 불법 정보는 24시간 내 삭제/접속차단 - 6개월 마다 고발 접수된 가짜 뉴스의 내용과 관리자 측의 처리내용, 삭제비용 등을 보고 - 규제 대상 내용물은 독일 형법에 규정된 범죄모의, 테러·폭력 선동, 혐오선동, 모욕, 명예훼손, 나치 찬양 내용이나 문양, 유대인 대학살 부정 등 독일 형법 22개 조항에 해당되는 불법 내용물
대상	- 사용자 200만명 이상이 실시간으로 정보를 공유하는 SNS (Facebook 등/개인메신저는 제외)
처벌	- 법을 위반한 플랫폼 기업에 최대 5천만 유로 과징금 부과 (2019년 1월 1일부터 시행)

자료: ‘獨, 가짜뉴스 방치한 SNS 기업에도 최고 650억원 과징금’ (동아일보, 2017. 11) 등

- 프랑스로도 2018년 초 마크롱 대통령이 가짜뉴스의 확산을 막기 위한 법을 연내에 도입하겠다는 계획을 발표하였고, 2018년 11월 법안이 최종 통과
  - 법은 판사가 정보의 허위성과 관련해 이의가 접수된 후 48시간 이내에 허위성 여부를 판단하여 삭제 등 유포 중지를 결정할 수 있도록 했으며, 디지털 플랫폼에서 사업자가 수수료를 받고 유통하는 광고 콘텐츠에 대한 투명성 의무 조항도 포함
- 유럽연합 차원에서도 온라인 플랫폼 사업자들이 허위기만정보에 대한 행동규약을 마련하고 준수하도록 유도했으며, 2018년 9월 관련 사업자들이 서명함으로써 공식적으로 채택
  - 이 자율규제안은 후원 받은 콘텐츠, 특히 정치광고와 관련한 투명성을 제고하고 정치광고에 대한 타겟팅 옵션을 제한하며, 대안적 관점을 제시하는 다양한 뉴스 출처를 찾아 사용자가 접속하는 것을 용이하게 하는 방법 등이 포함

## ■ 규제 영향 및 Big Tech 기업의 대응

- Big Tech 기업들이 여전히 높은 성장세를 이어가는 가운데, 이들 기업에게 닥친 가장 큰 위협으로 세계 각국에서 발생하고 있는 ‘강력한 규제’가 거론
  - Amazon은 2018년 총 매출액 2,329억 달러를 기록하며 사상 최초로 2,000억 달러를 돌파했지만 실적 발표 후 오히려 주가가 하락<sup>10</sup>
    - 이는 아마존 연간 해외 매출의 10% 정도를 차지하는 인도시장의 전자상거래 규제강화로 2019년 1분기 매출 전망치가 560~600억 달러에 그칠 것으로 예상됨에 따른 것

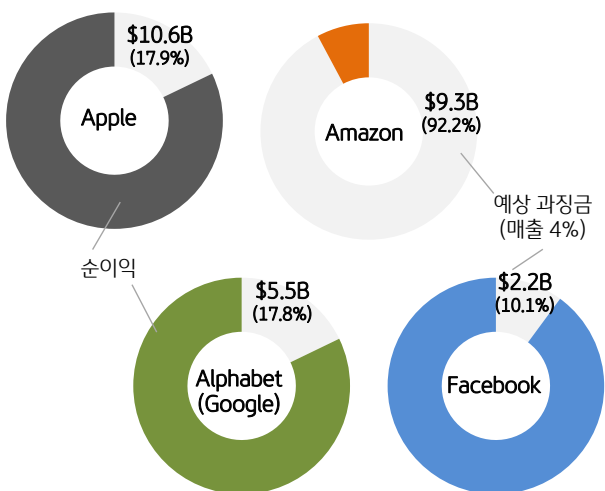
<sup>9</sup> ‘가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구’ (방송통신심의위원회, 2018. 12)

<sup>10</sup> ‘Amazon sales outlook falls short after record holiday quarter’ (Reuters, 2019.1)



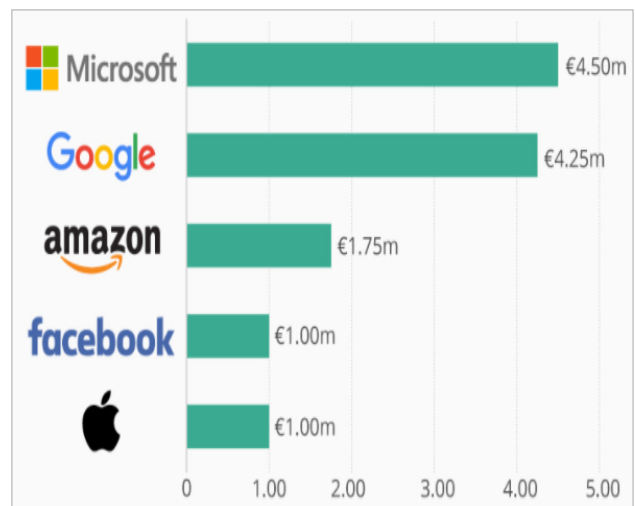
- 유럽의 잇따른 플랫폼 기업에 대한 과징금 부과와 소송들도 기업 실적에 부담으로 작용
  - Google의 모회사 Alphabet의 2018년 2분기 순이익은 32억 달러로 9%나 감소했는데, 이는 EU가 구글의 안드로이드 운영체제 남용으로 50억 달러의 과징금을 부과한 영향
  - 최대 매출액의 4%까지 벌금 부과가 가능한 GDPR이 본격적으로 시행되고 프랑스가 제도 시행 최초로 Google에 5천만 유로의 벌금을 부과함에 따라, 규정 위반이 기업의 한해 순이익과 맞먹는 수준으로 리스크가 확대될 수 있다는 우려 확산 → 프랑스의 시민단체들은 Google의 5천만 유로 벌금이 규정에 어긋나는 솜방망이 처벌이라고 반발
- 플랫폼 기업들은 자율규제 도입, 가짜 뉴스에 대한 자정능력 강화 등을 추진함과 동시에, 정부에 대한 적극적인 로비 활동을 통해 위기 대응을 모색
  - Facebook은 GDPR에 대응하여 이용자들이 핵심 개인정보보호 설정을 한 곳에서 수행하고 데이터를 더 쉽게 관리할 수 있도록 새로운 ‘개인정보보호 센터(privacy center)’ 구축 발표<sup>11</sup>
    - 또한 3자의 기관과 협력해 콘텐츠를 검토하는 ‘팩트체킹’을 17개국에서 진행하고, 가짜 계정 생성 방지 제거를 위한 최신 기술 도입, WhatsApp에서 사용자들간 공유하는 ‘전달 메시지’에 일련의 정보가 담긴 라벨 부착 세트 도입 등 가짜뉴스 확산에도 자체 대응
  - 반독점법 위반 여부를 두고 논란이 뜨거워지자 Amazon과 Facebook은 미국 법무부 출신 반독점 전문가를 영입한 것으로 알려짐<sup>12</sup>

[그림 6] GDPR 규정 위반 시 과징금 예상 규모



자료: 각사 annual report (순이익 대비 과징금 규모)

[그림 7] 글로벌 IT기업의 연간 로비 예산



자료: Transparency International EU(2017.10 기준)

<sup>11</sup> ‘Facebook to launch privacy center ahead of EU regulations’ (USA Today, 2018.1)

<sup>12</sup> ‘Facebook hires former US antitrust enforcer’ (FT, 2018.11)



- 거래 플랫폼 기업의 대형화와 이에 따른 각국의 규제 마련이 동시에 진행되면서, 이를 둘러싼 각종 사회적, 정치적 이슈들이 대두될 것으로 전망
  - 플랫폼 기업들은 각국 정부의 취지에 동의하면서도, 이러한 규제가 기업의 혁신을 저해함으로써 소비자가 얻는 효용에 부정적 영향을 미칠 수 있다고 반박
    - Google과 Facebook은 고객 정보를 대가로 대부분의 서비스를 무료로 제공하고 있으며, Amazon은 전통 소매점보다 낮은 가격으로 제품을 제공
  - 미국의 대표 IT기업들이 유럽에서 줄줄이 과징금과 세금 추징을 당하면서 대형 플랫폼 기업을 보유하지 못한 유럽과 미국 간의 ‘디지털 무역전쟁’이 시작됐다는 의견도 존재
    - 트럼프 대통령은 EU가 Google에 50억 달러의 과징금을 부과한 것에 대해 자신의 트위터에 “EU가 미국의 가장 위대한 기업 중 하나인 Google에 50억 달러에 과징금을 때렸다”며 “(EU는) 미국을 이용해 왔다. 하지만 더는 그러지 못할 것”이라고 불만을 드러냄<sup>13</sup>
  - 국내에서도 대형 플랫폼 기업의 반독점, 가짜뉴스 확산, 통신망 사용과 관련된 우려의 목소리와 정부의 규제 움직임이 확산되면서 정치적, 경제적 주요 이슈로 자리매김
    - 국내 기업들은 문재인 대통령과 간담회에서 글로벌 기업들이 망 사용료나 세금 문제에 있어서 다양한 혜택을 보고 있어 국내기업과 동등한 법 적용이 필요하다고 지적<sup>14</sup>

[표 7] 국내 논의되고 있는 Big Tech 기업에 대한 논란

구분	내용
디지털세	- 정부는 “조세 회피에 대응해 과세권 확보를 위해 노력하겠다”는 공식 입장을 내놨으며, 2020년 OECD의 최종 보고서가 나오면 국제 사회의 움직임에 따라 대응하겠다는 입장 - 미국의 플랫폼 기업에 대한 세수 확보가 네이버 등 국내 기업이 해외 진출 시 역풍으로 작용할 수 있다는 우려로 신중한 입장을 보이고 있음
독과점	- 공정위, ‘기업결합 심사기준’ 일부개정안 시행. 기업간 M&A로 관련 상품/용역 시장에서 경쟁 제한이 발생하면 이를 금지하는 법안으로, 빅데이터도 하나의 ‘상품’으로 간주 - 공정위, 구글과 네이버를 상대로 ‘시장지배적지위 남용행위에 대한 경제 분석’ 착수
가짜뉴스	- ‘가짜정보 유통방지에 관한 법률안’(박광온 의원 대표 발의), ‘정보통신망법개정안’(김성태 의원 대표발의) 등 2017년 이후 10여개 법안의 국회에서 발의
망 사용료	- Facebook이 SK브로드밴드에 망 사용료를 지급하기로 합의함에 따라 YouTube, Netflix 등 다른 플랫폼 기업의 통신망 ‘무임승차’ 논란이 확산

자료: 언론보도, 방통통신심의위원회 등 참조

<책임연구원 강서진(sjkang@kbf.com) ☎02)2073-5766>

<sup>13</sup> ‘트럼프 “EU, 위대한 구글에 과징금이러니”...“더는 그러지 못할 것” (머니투데이, 2018.7)

<sup>14</sup> “규제 풀라”며 문 대통령 앞에서 쓴소리 쏟아낸 벤처기업인들’ (조선일보, 2019.2)