

혁신성장과 규제개혁

구태언 변호사(테크앤로 대표)

1. 디지털 마켓 시대 국가 정책 실패

1. 국가 빅데이터에서 CPM을 보존하는 지배적 플랫폼 사업자 육성 실패

디지털 시장에서 국부 형성에 중요한 요소는 플랫폼 사업자를 육성하여, 해당 플랫폼의 지배력을 높임으로써 시장을 선점하는 것이다. 이는 구글, 아마존과 같은 플랫폼 사업자 및 각종 기업들의 2017년 연 매출과 동일 년도 우리나라 GDP를 비교한 자료를 통해 유추해 볼 수 있다.

디지털 시장을 선점한 지배적 플랫폼 사업자는 결국 각국의 C(Contents), P(Privacy), M(Money)을 장악하게 된다. 특히, 한 국가가 특정 해외 플랫폼 사업자에게 디지털 시장을 장악당하는 경우, 해외 플랫폼 사업자가 제공하는 각종 서비스들로 인해 CPM이 해외로 이전되어 해당 국가의 데이터와 국부가 특정 해외 국가로 유출되고, 결국 그 나라는 좀비국가가 되는 상황이 발생하게 된다. 이는 $N^{\beta} - CPM = Z^{\alpha}$ 이라는 공식으로 표현될 수 있으며, '국가(Nation)의 빅데이터(Big data)에서 CPM(Contents, Privacy, Money)이 빠져나가 좀비국가(Zombie, small nation)가 된다.'고 해석할 수 있다. 이 같은 자료와 해석들을 통해 디지털 시장을 선점한 지배적 플랫폼 사업자의 준비

는 디지털 미디어의 중요성이 강화된 현 시대에 국가의 성쇠를 가를 수 있는 중요한 요소가 되었다는 것을 확인할 수 있다.

2. 국회 및 정부의 국가 중요 산업 기반 이주 정책 수립 및 실행 미비

이렇게 국가 내에서 생산되는 콘텐츠(C), 국민들의 개인정보(P), 그리고 해당 서비스와 관련된 금전(M)들이 구글 등을 포함한 다수의 해외 지배적 플랫폼 사업자들에게 흘러 들어가 국부를 해치고 있는 상황임에도 불구하고, 우리나라 국회나 정부는 CPM이 해외로 흘러 들어가지 않게끔 역할하는 국내의 플랫폼 기업을 역차별하거나 규제 강화 등을 통해 성장을 방해하고 있는 실정이다.

네이버나 카카오와 같은 인터넷 대기업만으로는 구글처럼 국제적이고, 거대한 기업의 공세를 막아내기는 어렵다. 이는 앞서 언급했듯이 구글이라는 국제적 플랫폼 사업자는 엄청난 연 매출 규모를 갖기 때문에 해당 매출의 일부만으로도 충분히 다양한 수요자들을 만족시킬 수 있는 각종 서비스를 신속하게 만들고 개선할 수 있기 때문이다. 그러므로 이러한 공세를 막아내기 위해서는 네이버나 카카오와 같은 국내 대기업의 성장도 중요하지만, 새로운 서비스의 영역을 개척할 수 있는 스타트업도 함께 발전해야만 한다.

회사/국가 명	연매출/GDP	시가총액
구글(2018. 2.)	1천억 달러(110조 원)	8620억 달러
애플	2290억 달러(258조 원)	1조 달러(1127조 원)
아마존	1,779억 불(191조 원)	1조 달러 돌파(2018. 9.)
대한민국	1조 5380억 달러(1.728조 원)	
삼성전자	2242억 달러(239조 원)	286조 원

3. Do Not Harm 정책의 필요성

이처럼 세계적 추세와 달리 한 걸음 느린 우리나라의 디지털 마켓 관련 사업에 있어서 특히 부족한 부분은 디지털 마켓 이행, 즉 플랫폼 사업을 육성하는 것에 대한 국가적 전략 어젠다의 설정이 없다는 것이다. 국가가 전략적으로 사업을 추진하고 주도하는 것은 결국 국가 내의 산업을 육성시켜 국가 경제를 부흥시키기 위한 목적을 가지고 있다. 그러므로 국가의 정책과 법령들은 국가 내 산업 기술의 발전을 최소한 가로막지는 않아야 한다. 하지만 실질적으로 우리나라의 수많은 사업자 중심의 규제 법령들은 국가사업의 목적을 저해하여 산업 기술의 발전을 가로막아온 것이 사실이다.

II. 과다 규제로 인해 발생한 플랫폼 산업 성공의 어려움: 3중 규제 시스템

우리나라는 크게 정보보호규제, 전통산업규제 그리고 온라인 규제라는 3중의 규제를 통해 IT 관련 스타트업의 성장을 막고 있다. 이러한 규제들이 스타트업의 성장을 막는 방식은 2개 이상의 규제가 동시에 적용됨으로써 해당 분야의 혁신적인 서비스를 불가능하도록 하는 것이다. 예를들면 정보보호규제와 전통산업규제, 특히 금융 관련 분야에 대한 규제가 동시에 적용되어 각종 온라인 금융 상품에 대한 고객 기반 확충이 곤란하거나 Big Data를 통한 신용도 평가 등의 신규 모델을 창출할 수 없는 경우가 그러하다. 정보보호규제와 온라인규제가 동시에 적용되어 Opt-in 기반 영리성 광고의 전송을 금지하거나 전자상거래 정보 처리 규제를 하는 경우도 있다. 이처럼 너무 많은 규제들로 인해 스타트업이 성장은 물론이거니와 성공을 하지 못하는 상황은 앞으로 우리나라의 경제나 산업 상황에 있어서 긍정적이라고 볼 수 없다. 따라서 규제에 대한 대책이 필요하지만, 이러한 대책을 만들고 실행하여야 하는 국회와 정부는 현재 제 역할을 다하지 못하고 있다.

III. 결론: 플랫폼 사업자 육성을 위한 정책 혁신 및 방안 제안

1. 산업 진흥을 위한 국회의 혁신 방안

우선 국회는 규제를 양산하는 입법문화를 개선하기 위해서 '네거티브 규제'를 지향해야 하며, 이를 위해 제한적 열거주의를 도입해야 한다. '네거티브 규제'란 허용되지 않는 것을 규정하여 행동의 자유를 충분히 보장하는 규제 방식이다. 이때, 허용되는 것만을 규정하는 열거주의를 매우 제한적으로 사용해야 한다. 그러므로 열거주의를 사용하기 위해서는 법령 안에서 '기타, 등, 그 밖에'와 같이 범위를 확정할 수 없는 용어들을 사용하지 않아야 한다. 이는 현재 존재하는 예시적 열거식의 규제 방식이 하위 법령의 위임을 통해 정부가 산업 성장의 방해 요인인 규제 장벽을 형성하는 핵심적 요인 중 하나이기 때문이다. 따라서 위와 같은 용어의 사용을 금지함으로써 규제 입법을 제한적 열거주의로 전환할 필요가 존재한다.

2. 산업 진흥을 위한 정부의 혁신 방안

정부는 디지털 시장 내 플랫폼 사업의 성장을 위해서 플랫폼 사업 우대 정책과 함께 관련 시장을 형성할 수 있는 정책을 도입해야 한다. 이를 위해서는 우선 모든 정부정책과 입법과정에 데이터 국외이전 영향평가를 도입해야 한다. 현재 우리나라는 전체를 보지 못하고 부분이익만 추구하는 각 정부 부처와 국회로 인해 자국의 정보를 뺏기기만 하는 정보식민지로 전락하고 있다. 이러한 상황을 타개하기 위해서는 모든 정부정책과 입법과정에 정보주권영향평가를 도입하여 국내 정보의 해외로의 유출을 방지함과 동시에 데이터 주권을 확립해 나가야 한다. 그리고 이를 위해 국가안보차원에서 데이터주권 영향평가위원회를 설립하고, 데이터 주권 관점에서 혁신을 가로막는 모든 정부조직구조와 입법을 개선할 필요가 있다.