



# 지배적 플랫폼 사업자의 규제 이슈에 대한 검토

최은진

- 01 I. 지배적 플랫폼 사업자 사전 규제 논의의 발단
- 02 II. 플랫폼 관련 국회 발의안 동향
- 06 III. 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 주요 특징
- 09 IV. 검토 및 평가

## 요약

- 최근 공정거래위원회는 소수의 지배적 플랫폼 사업자를 지정하고, 플랫폼 시장에서 빈번하게 나타나는 위반행위를 금지하는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 제정을 추진할 계획이라고 밝혔음
- 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」 제정은 아래와 같은 이유로 신중을 기할 필요가 있음
  - 현행 공정거래법과 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」으로 지배적 플랫폼 사업자의 남용행위를 규제하기 어려운 상황이 아니라는 점에서, 적용 대상이 되는 사업자를 사전 지정하는 방식의 규제 도입 필요성 또는 시급성이 분명하지 않음
  - 지배적 플랫폼 사업자의 지정은 '남용행위 잠재기업'을 사전에 정하는 소위 '낙인효과'를 가져올 수 있고, 플랫폼 사업자가 스스로의 성장 기회를 포기토록 유인하는 한편, '민간자율 존중 원칙'과 배치되는 측면이 있음
  - 지배적 플랫폼 사업자를 결정하는 정량 요건은 각 시장에 미치는 효과를 정밀하게 측정할 결과를 나타낸 수치여야 하고, 플랫폼 사업자의 규모나 영향력을 단순하게 반영한 기준이어서는 안 됨
  - 정량적 기준을 설정하고 정성적 기준을 적용하는 과정을 거친 관련시장 획정과 지배적 플랫폼 사업자의 지정에 경쟁당국이 자의적 개입을 할 여지가 높음
  - 해외 사업자의 연매출액 산정 문제, 생태계 전반의 성장 위축 가능성, 플랫폼 사업자의 활동 제약 우려 등도 충분히 고려해야 함
- 따라서 그동안 전통적으로 추구해온 공정거래법의 시장지배적지위 남용행위 규제 방식을 유지하면서, 향후 여러 국내·외 플랫폼 시장의 변화와 집행 사례들을 참고하여 규제의 효과를 제고하고, 혁신과 시장효율성을 저해하지 않도록 관련 정책을 운영하는 것이 바람직할 것임





## I. 지배적 플랫폼 사업자 사전 규제 논의의 발단

2023년 12월 19일, 공정거래위원회(이하 “공정위”)는 독과점화된 대규모 플랫폼의 폐해를 줄일 수 있는 개선책으로 소수의 핵심 플랫폼 사업자(소위 ‘시장지배적 플랫폼 사업자’)를 지정하고, 플랫폼 시장에서 빈번하게 나타나는 위반행위를 금지하는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 제정을 추진할 계획이라고 밝혔다.<sup>1)</sup>

사실 플랫폼 시장에서 발생하는 여러 문제를 경쟁법적으로 규제하기 위한 수단으로서 법률의 제정 논의가 불거진 것은 이번이 처음은 아니다. 2020년 이후 플랫폼이 전 세계적으로 급성장함에 따라 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용 문제와 불공정거래행위에 대한 규율 필요성은 국내외를 망라하여 대두되었고, 우리나라 역시 최근 몇 년 동안 플랫폼 사업자의 이와 같은 행위를 규제하기 위한 적극적인 입법 시도가 이루어진 바 있다. 동시에 2022년 3월 대선 이후에는 공정거래 분야의 공약사항으로 ‘플랫폼 자율규제 방안’이 제시되면서 플랫폼에 대한 규제법 마련보다는 자율규제 방식으로 정책 방향이 대폭 전환되기도 하였다.<sup>2)</sup> 이에 공정위는 2023년 1월 12일, 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」을 제정·시행하여 플랫폼 분야에 특화된 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하 “공정거래법”)상 시장지배적지위 남용행위의 심사기준을 구체화 하였을 뿐만 아니라,<sup>3)</sup> 관련 부처별 분야와 목적을 구분하여 플랫폼 자율규제 추진방안에 대하여 적극 지지함으로써 민·관의 협력과 소통을 강조하는 정책을 추진해왔다.<sup>4)</sup>

[표 1] 공정거래 분야 플랫폼 관련 국회·정부 및 공정위 등의 정책 동향

	내용
2020.9.28.	공정위, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」 입법 예고
2021.1.25.	정부, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」 국무회의 통과
2021.1.28.	공정위, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」 국회에 제출
2021.4.22.	국회 정무위원회, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」 관련 공청회
2022.1.26.	공정위, 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위 등 심사지침 제정안」 행정 예고
2022. 7.	정부, ‘자율규제 방안 및 필요 최소한의 제도적 장치 마련’ 과제 제시
2022.8.19.	기업, 플랫폼 민간 자율기구 출범
2023.1.12.	공정위, 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」 제정·시행
2023. 3. 9.	국회 정무위원회, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」 관련 공청회

- 1) 공정거래위원회 보도참고자료, “민생 살리는 플랫폼 독과점 정책 추진 - 한기정 공정거래위원장, 국무회의에서 대통령께 현안 보고-”, 2023.12.19.
- 2) ‘과제 30. 공정거래 법집행 개선을 통한 피해구제 강화’의 주요 내용 중 플랫폼 분야 거래질서 공정화의 방안으로 ‘△자율규제 방안 및 필요 최소한의 제도적 장치 마련, △플랫폼 사업자의 입점업체 사업활동 제한 행위 및 소비자 기만행위(눈속임 마케팅·거짓후기 등) 시정’을 제시하였다. 대한민국 정부, 「윤석열정부 120대 국정과제」, 2022.7., 62면.
- 3) 공정거래위원회 보도자료, “온라인 플랫폼 독과점 심사지침 제정”, 2023.1.13., 공정위는 2022년 1월, 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위 및 불공정거래행위에 대한 심사지침」 제정안을 마련하여 행정예고까지 이루어졌으나, 이후 시장지배적지위 남용행위로 범위를 축소할 심사지침을 마련하여 2023년 1월 12일 제정·시행하였다.
- 4) 공정거래위원회는 ‘갑·을 분과’에서 ‘플랫폼-중소상공인 간 갑을관계 개선’ 및 ‘불공정행위 방지 및 자율 분쟁조정’을 목적으로 자율규제를 추진하기로 합의하였다. 관계부처 합동 보도참고자료, “플랫폼 자율기구 자율규제 방안 발표회 개최”, 2023.5.11.

	내용
2023.5.11.	관련 부처, 4개 분과(갑을, 소비자·이용자, 데이터·인공지능, 혁신공유·거버넌스) 플랫폼 자율규제 방안 발표회
2023.12.19.	공정위, 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」 제정 추진 발표

그럼에도 불구하고, 독과점 플랫폼의 위반행위에 대해 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위(법 제5조)를 적용하는 현재의 조치가 플랫폼 시장의 독과점화 속도에 비해 현저하게 느려 효과적인 플랫폼 산업의 혁신과 경쟁력을 회복하는데 한계가 있다는 공정위의 판단에 따라,<sup>5)</sup> 플랫폼 시장에서 대규모 플랫폼의 시장지배적지위 남용행위를 보다 신속하게 대응하는 것을 목적으로 하는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 제정 논의가 촉발되었다.

## II. 플랫폼 관련 국회 발의안 동향

금번에 제정을 추진하려는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 2021년 1월 28일 정부가 제출한 플랫폼-입점업체 간 거래공정화(불공정거래행위 규제)를 주요 내용으로 하고 있는 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(정부안, 의안번호 2107743)」<sup>6)</sup>과 다른 법안인 점을 유의할 필요가 있다.<sup>7)</sup> 더하여, 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 이해를 위해서는 그동안 국회 정무위원회에 발의된 플랫폼 관련 입법 동향의 검토가 요구되는바, 아래에서 간략하게 살펴본다.

현재 제21대 국회 정무위원회에는 플랫폼 규제와 관련된 법률안이 총 19건 발의되어 모두 계류 중에 있다.<sup>8)</sup> 전체적으로 동 발의안들의 규제 목적을 ‘플랫폼-입점업체 간 갑을관계 규제(12건), 독과점 플랫폼의 남용행위 규제(5건), 갑을관계 및 독과점 플랫폼 남용행위 규제(1건<sup>9)</sup>), 이용자 보호(1건<sup>10)</sup>)’로 구분할 수 있고, 동일한 규제 목적을 가진 발의안은 구체적인 내용에 있어 일부 차이는 존재하지만 서로 유사한 구조를 가지고 있다는 특징이 있다.

5) 공정거래위원회, 앞의 보도참고자료(2023.12.19.).

6) 정부, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」, 의안번호 2107743, 제안일자 2021.1.28., 동 법안은 2021.1.29. 소관위원회인 정무위원회에 회부되어 2021.2.16. 상정되었고, 2021.12.19. 관련위원회인 법제사법위원회에 회부되어 있는 상태이다.

7) 공정거래위원회 보도설명자료, “공정위가 검토 중인 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 문재인 정부 시절 ‘온플법’과는 다릅니다.”, 2023.12.17.

8) 2020년 12월 11일 국회 과학기술정보방송통신위원회에 전혜숙의원이 대표발의한 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안(의안번호 2106369)」이 있다. 당시 온라인 플랫폼 관련 법안의 규제 권한을 놓고 공정위와 방송통신위원회의 갈등이 장기화되면서 관련 논의가 이어졌는데, 2021년 11월 당정 협의를 통해 국회 정무위원회에 계류된 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(정부안)」과 과학기술정보방송통신위원회에서 심사 중인 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안」을 각각 통과시키되, 중복 규제가 있는 조항을 조정하는 방안을 타진한 바 있다. 최난설현, “EU 디지털 시장법의 함의와 경쟁법의 역할”, 「선진상사법률연구」 통권 제100호, 2022.10., 87면.

9) 백혜련의원이 대표발의한 「온라인플랫폼시장의 독점규제 및 공정거래에 관한 법률안(의안번호 2121273)」은 플랫폼-입점업체 간 갑을관계와 독과점 플랫폼의 남용행위를 규제하는 내용이 모두 포함되어 있다.

10) 윤두현의원이 대표발의한 「온라인 플랫폼 기본법안(의안번호 2113487)」은 △플랫폼으로 인한 피해에 대한 조치, △플랫폼의 투명성 확보, △이용후기 시스템의 운영, △플랫폼 운영자의 의무 등 ‘플랫폼을 이용하는 자(입점업체와 소비자)에 대한 보호’, 즉 플랫폼과 입점업체(P2B), 플랫폼과 소비자(P2C) 간의 관계를 종합적으로 규율할 수 있는 기본법안이라는 점 및 과학기술정보통신부·방송통신위원회 소관 법률인 「전기통신사업법」 및 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」과 중복되는 측면이 있다는 점에서 국회 정무위원회에 계류되어 있으나, 동 보고서의 발의안 검토 대상에서 제외하였다.

[표 2] 플랫폼 규제 관련 법률안의 규제 목적 구분

의원발의안 (의안번호*)	제안일자	규제 목적	
		갑을관계 규제	독과점 남용행위 규제
송갑석의원안	2020.7.13.	○	-
전혜숙의원안	2020.12.11.	이용자보호 (*과학기술정보방송통신위원회에 제출)	
김병욱의원안	2021.1.25.	○	-
민형배의원안	2021.1.27.	○	-
정부안	2021.1.28.	○	-
배진교의원안 (2108626)	2021. 3. 8.	○	-
성일종의원안	2021.3.15.	○	-
민병덕의원안	2021.4.20.	○	-
윤두현의원안	2021.11.23.	이용자보호	
오기형의원안	2022.11.2.	○	-
배진교의원안 (2118166)	2022.11.8.	-	○
윤영덕의원안 (2118227)	2022.11.11.	○	-
양정숙의원안	2023.1.17.	○	-
이동주의원안	2023.2.16.	-	○
박주민의원안 (2121211)	2023. 4. 7.	○	-
백혜련의원안	2023.4.11.	○	○
서영교의원안	2023.4.25.	○	-
윤영덕의원안 (2122255)	2023.5.25.	-	○
박성준의원안	2023.8.23.	-	○
박주민의원안 (2125472)	2023.11.16.	-	○

※ 자료: 의안정보시스템에서 검색하여 정리

\* 동일 의원실에서 규제 목적이 다른 법률안을 발의한 경우 의안번호를 표시하여 구별함

‘플랫폼-입점업체 간 갑을관계 규제’는 △일정 규모 이상의 플랫폼 사업자를 적용 대상으로 두고, △중개거래계약서 필수 기재사항(중개거래계약의 기간·변경·갱신·해지 등에 관한 사항, 플랫폼 중개서비스의 내용 및 대가 등에 관한 사항, 거래되는 재화 또는 용역이 플랫폼에 노출되는 순서·형태·기준 등에 관한 사항 등), △계약 변경·해지 및 서비스 제한·중지 시 사전통지 의무, △불공정거래행위(구입강제, 경제상 이익제공 강요, 부당한 손해전가, 불이익 제공, 경영 간섭 등)의 금지 등을 주요 내용으로 한다. 한편, ‘독과점 플랫폼의 남용행위 규제’는 △핵심 플랫폼 서비스(온라인 중개서비스, 온라인 검색엔진, 온라인 소셜 네트워킹 서비스, 동영상 공유 플랫폼 서비스, 운영체제 등)의 신고, △시장지배적 플랫폼 사업자의 지정, △기업결합의 신고, △독과점 남용행위의 금지(자사우대, 끼워팔기, 멀티호밍 제한, 데이터 이동·접근 등 제한, 최혜대우 요구 등), △개인정보 보호를 위한 조치 의무 등을 주요 골자로 두고 있다.

플랫폼 규제 필요성이 제기된 초기에는 ‘플랫폼의 입점업체에 대한 과도한 수수료 요구, 경영 간섭행위, 불이익한 거래조건의 설정·변경행위’ 등이 주요 피해사례로 나타났고,<sup>11)</sup> 플랫폼이 직접 거래에 참여하지 않고 중개서비스만 제공하는 경우 현행 공정거래 관련 법률(공정거래법, 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 등)로는 플랫폼과 입점업체 간 발생하는 불공정거래행위를 효과적으로 규제하기 어렵다는 지적이 제기되면서 플랫폼과 입점업체 간에 발생하는 갑을관계 규제를 중심으로 하는 법률안이 다수 발의되었다([표 2] 참조).

이후 2022년 11월 1일, 유럽연합(이하 “EU”)이 게이트키퍼(gatekeepers) 플랫폼 사업자<sup>12)</sup>의 행위로 인하여 EU 역내시장에 발생하는 반경쟁적 효과를 해결하기 위해 마련한 「디지털시장법(Digital Market Act, 이하 “DMA”)<sup>13)</sup>이 발효되었다([별첨 1] 참조).<sup>14)</sup> 우리나라에서도 ‘일정 규모 이상의 대규모 플랫폼을 시장지배적 플랫폼 사업자(이하 “지배적 플랫폼 사업자”)로 지정하고, 금지행위 유형을 부여하는 내용’ 등 EU의 DMA와 구조적으로 유사한 의원발의안(독과점 남용행위 규제 목적)이 발의되고 있는 추세이다([표 2], [표 3] 참조).

11) 김윤정, 「2019년 전자상거래 불공정거래행위 현황과 판매자인식 실태조사」, 한국법제연구원 실태조사, 2019.9.25.

12) DMA는 게이트키퍼를 규제대상으로 하며, △핵심 플랫폼 서비스(core platform services)를 제공하는 사업자, △역내시장에 상당한 영향을 미치고, △입점업체가 소비자에 도달하기 위한 중요한 관문의 역할을 하는 핵심 플랫폼 서비스를 제공하며, △현재 견고하고 지속가능한 지위를 보유하고 있거나 가까운 미래에 그러한 지위를 획득할 것으로 예상되는 플랫폼 사업자일 것을 모두 충족하도록 하고 있다(Article 2-3).

13) REGULATION (EU) 2022/1925 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act).

14) DMA는 2022년 11월 1일 발효 이후, EU집행위원회가 기업을 게이트키퍼로 지정하기 위한 통지 및 검토 절차(the notification and review process)를 하는 6개월 후인 2023년 5월 2일부터 시행되었다(DMA의 제정과정 등에 관한 자세한 내용은 ‘최은진, “디지털 경제로의 전환과 유럽 경쟁규범의 동향-유럽 DMA의 입법동향을 중심으로”, 「외국입법·정책분석」 제20호, 국회입법조사처, 2022.4.22.’를 참조). 또한 EU집행위원회는 2023년 9월 6일, ‘Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta, Microsoft’ 등 6개사를 게이트키퍼로 지정하고, 이들의 서비스 중 총 22개를 핵심 플랫폼 서비스로 지정하였다. EU집행위원회는 지정된 핵심 플랫폼 서비스 중 논란의 여지가 있는 Microsoft(Bing, Edge, Microsoft Advertising), Apple(imassage, iPadOS)에 대하여 추가 조사를 실시하여 2024년 8월까지 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스 여부를 최종 확정할 예정이다, EU Commission, “Commission designates six gatekeepers under the Digital Markets Act”, 2023.9.6.



[표 3] 독과점 남용행위 규제 발의안의 주요 내용 비교

발의안	핵심 플랫폼 서비스*	지배적 플랫폼 사업자 지정 요건**	지배적 플랫폼 사업자의 기업결합	금지행위 유형***
배진교 의원안	-	① 30조 원, ② 3조 원, ③ 1천만 명 이상, ④ 2만 개 이상, 플랫폼에서 판매 또는 제공되는 제품과 거래의 필요적 거래 상대방인 플랫폼	원칙적으로 지배적 플랫폼 사업자의 기업결합 금지	①③④⑤
이동주 의원안	①-⑥⑨	① 30조 원, ② 3조 원, ③ 1천만 명 이상, ④ 5만 개 이상 아직 지속적인 시장지배적 지위에 있지 않거나, 가까운 장래에 그러한 지위에 있을 것으로 예상되는 경우, '잠정적 시장지배적 플랫폼 사업자'로 지정함	다른 핵심 플랫폼 서비스 사업자와 기업결합을 하려는 경우, 공정위에 신고	①-⑤, 이해충돌, 보복조치
백혜련 의원안	①-⑥⑨	① 30조 원, ② 3조 원, ③ 1천만 명 이상, ④ 5만 개 이상 아직 지속적인 시장지배적 지위에 있지 않거나, 가까운 장래에 그러한 지위에 있을 것으로 예상되는 경우, '잠정적 시장지배적 플랫폼 사업자'로 지정함	다른 플랫폼 사업자와 기업결합을 하려는 경우, 공정위에 신고	①-⑤, 앱 제거 금지, 보복조치
윤영덕 의원안	①-⑥⑨	① 30조 원, ② 6조 원, ③ 2천만 명 이상, ④ 5만 개 이상	다른 지배적 플랫폼 사업자 또는 다른 핵심 플랫폼 서비스 사업자와 기업결합을 하려는 경우, 공정위에 신고	①-⑤, 앱 제거 금지, 보복조치
박성준 의원안	①-⑥⑨	시장점유율 50% 이상인 사업자 중 △ 국내 시장에 상당한 영향력을 가졌거나, △ 입점업체가 소비자에게 접근할 수 있는 주요 관문이 되는 플랫폼 사업자인 경우 <sup>1)</sup> 연평균 매출액 1조 원 이상 또는 직전 사업연도 기준 발행주식의 평균시가총액 또는 그에 준하는 공정시장가치가 10조 원 이상인 경우, '잠정적 시장지배적 사업자'로 지정 및 공정위에 신고의무를 부과함	다른 플랫폼 사업자와 기업결합을 하려는 경우, 공정위에 신고	①-⑤, 앱 제거 금지, 부당한 차별, 보복조치
박주민 의원안	①②③④ ⑥⑩	신고요건 ① 30조 원, ② 3조 원, ③ 1천만 명 이상, ④ 5만 개 이상 공정위 시장조사 결과, 신고대상이 아닌 플랫폼 사업자가 지배적 플랫폼 사업자의 요건을 충족하는 것으로 인정되는 경우, 공정위는 동 플랫폼 사업자를 지배적 플랫폼 사업자로 지정할 수 있음	-	①-⑤

※ 자료: 의안정보시스템에서 검색하여 정리

\* ① 온라인 중개서비스, ② 온라인 검색 엔진, ③ 온라인 소셜 네트워킹 서비스, ④ 동영상 공유 플랫폼 서비스, ⑤ 전화번호와 관련 없는 개인 간 통신 서비스, ⑥ 운영체제, ⑦ 웹 브라우저, ⑧ 가상 비서, ⑨ 클라우드 컴퓨팅 서비스, ⑩ 온라인 광고 서비스

\*\* ① 발행주식의 평균시가총액 또는 공정시장가치, ② 직전 3개 사업연도 기준 연평균 매출액, ③ 월평균 국내 온라인 플랫폼 이용자 수, ④ 월평균 국내 온라인 플랫폼 이용사업자 수

\*\*\* ① 자사우대, ② 끼워팔기, ③ 멀티호밍 제한, ④ 데이터 이동·접근 등 제한, ⑤ 최혜대우 요구

물론 그동안 지배적 플랫폼 사업자가 주력 서비스를 통해 확보한 이용자들에게 자신이 운영하고 있는 다른 서비스를 훨씬 수월하게 제공할 수 있고(네트워크 효과), 플랫폼에 집중된 데이터로 인해 시장진입을 높이고 있으며(데이터 집중), 변화가 빠른 혁신시장에서 시장지배력을 유지하고자 경쟁사업자의 시장진입을 방해하거나 신규사업자를 축출하기 위한 전략을 구상·이행할 수 있다는 우려가 현실화 된 사례<sup>16)</sup>들이 나타나기 시작하면서 지배적 플랫폼 사업자의 남용행위 규제에 대한 필요성이 보다 부각되는 측면이 있다.

### Ⅲ. 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 주요 특징

2024년 2월 5일 기준, 공정위는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 제정 추진을 발표하였으나 동 법안의 구체적인 내용을 공개하지 않았다. 다만, 공정위 보도·설명자료·국회입법조사처 요청자료<sup>17)</sup>·주요 언론 등을 통해 파악할 수 있었던 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 주요 특징은 다음과 같다. 다만 아래에서 언급하는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 내용은 최종안이 아닌 현재 기획재정부, 산업통상자원부, 과학기술정보통신부, 방송통신위원회 등 주요 정부 부처와 협의 중에 있는 사안이라는 점을 유의할 필요가 있다.

#### 1. 지배적 플랫폼 사업자의 사전 지정

공정위는 지배적 플랫폼 사업자 지정 요건의 구체적인 사항을 밝히고 있지 않지만, 정량 요건 뿐만 아니라 정성 요건까지 다양한 요소를 복합적으로 고려하여 지정할 것으로 밝히고 있다.<sup>18)</sup>

현재 예상되고 있는 지배적 플랫폼 사업자 지정의 정량 요건은 ‘연매출액[회계상 매출(수수료)]이 국내총생산(GDP)의 0.075% 이상이고 이용자 수가 750만 명 이상인 플랫폼’ 또는 ‘연매출액이 GDP의 0.025% 이상이고 시장점유율이 75% 이상인 플랫폼’인데,<sup>19)</sup> 여기에 정성 요건인 ‘시장에 다른 플랫폼 사업자가 진출하는 것을 어렵게 하거나 좌절시킬 수 있을 정도로 시장지배력 및 영향력이 압도적일 것(구체적인 기준은 밝혀진 바 없음)’을 고려하여 소수의 플랫폼

15) 다만, 지배적 플랫폼 사업자인지 여부에 관한 판단기준은 발행주식의 시가총액, 매출액, 플랫폼 이용사업자의 수 및 최종이용자의 수, 시장에 미치는 효과, 플랫폼의 데이터 접근·수집·분석능력 등을 고려하여 공정위가 고시하여야 한다(발의안 제9조제2항).

16) 공정거래위원회 의결, 네이버(주)의 시장지배적지위 남용행위에 대한 건(네이버쇼핑), 2017서경2521, 2021.1.27. 공정거래위원회 의결, 구글 등의 시장지배적지위 남용행위에 대한 건, 2016서감2541, 2021.12.30., 공정거래위원회 의결, 네이버(주)의 시장지배적지위 남용행위에 대한 건(네이버동영상), 2018서감0345, 2021.1.2., 공정거래위원회 보도자료, “구글이 자사 앱마켓인 구글 플레이에만 게임을 출시하도록 한 반경쟁행위 제재”, 2023.4.11. 등.

17) 공정거래위원회, 국회입법조사처 요청자료, 2024.1.9., 다만, 동 요청자료에서도 공정위는 동 법안이 내부 검토과정에 있는 사항이라는 이유로 구체적인 내용을 제출하지 못하였다.

18) 공정거래위원회 해명 보도자료, “[설명] 플랫폼법 윤곽… ‘유니콘’ 뒷발만 잡을라 기사 관련”, 2024.1.12.

19) 조선일보 기사, “플랫폼법 윤곽… ‘유니콘’ 뒷발만 잡을라”, 2024.1.12., <[https://www.chosun.com/economy/tech\\_it/2024/01/12/FOGMLZQPYFAS5A7KQ4HBU53QYY/](https://www.chosun.com/economy/tech_it/2024/01/12/FOGMLZQPYFAS5A7KQ4HBU53QYY/)>.



폼 사업자를 최종적으로 지정한다는 것이다.

이와 같이 일정한 요건에 해당하는 플랫폼 사업자를 ‘지배적 플랫폼 사업자’로 지정하고 있는 것은 EU의 DMA(게이트키퍼의 지정) 및 기존 국회 정무위원회에 계류 중에 있는 독과점 남용행위 규제 발의안(지배적 플랫폼 사업자의 지정)과 유사한 형태를 취하고 있음을 알 수 있다. 그러나 공정위는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」에서 ‘지배적 플랫폼 사업자’를 지정하는 과정이 기존의 독과점 남용행위 규제 관련 발의안이 제시하고 있는 것과 구체적인 부분에서 상당한 차이가 있다고 밝히고 있다.<sup>20)</sup>

기존 독과점 남용행위 규제 관련 발의안 중 배진교·이동주·백혜련·윤영덕·박주민의원 대표 발의안은 ‘발행주식의 평균 시가총액 또는 공정시장가치, 연평균 매출액, 월평균 국내 플랫폼 이용사업자 또는 이용자 수’ 등을 지배적 플랫폼 사업자 지정을 위한 기본적 요건으로 정량적 기준을 두고 있다. 이 중에서 배진교의원안(의안번호 2118166)은 ‘플랫폼에서 판매 또는 제공되는 제품과 거래의 필요적 거래 상대방인 플랫폼’을 필수 요건으로 추가하고 있고(배진교의원안 제2조제2호다목 및 제4조제1항<sup>21)</sup>), 박주민의원안은 지배적 플랫폼 사업자의 정량적 요건에 해당하지 않아 신고 의무가 없는 플랫폼 사업자도 공정위의 시장조사 결과 지배적 플랫폼 서비스의 요건을 충족한다고 인정되는 경우, 지배적 플랫폼 사업자로 지정될 수 있다고 정하고 있다(박주민의원안 제6조제3항<sup>22)</sup>). 한편, 박성준의원 대표발의안은 일정 비율 이상 시장점유율(50% 이상)을 가지고 있는 플랫폼 사업자 중 다른 의원발의안이 취하고 있는 정량적 기준과 시장에 미치는 효과 및 플랫폼의 데이터 접근·수집·분석능력 등 정성적 기준을 모두 고려하여 지배적 플랫폼 사업자를 지정하고 있다(박성준의원안 제9조제2항). 즉, 일정 비율 이상의 정량적 기준에 플랫폼 시장에 미치는 영향력 등의 정성적 기준을 추가 반영하여 지배적 플랫폼 사업자를 지정하는 종합적 검토 방식을 취하고 있다.

20) 국민일보 기사, “논란 진화에 급급한 공정위 ‘플랫폼법’”, 2024.1.8., <[https://m.kmib.co.kr/view.asp?arcid=0924338577&code=11151400&stg=ws\\_rank](https://m.kmib.co.kr/view.asp?arcid=0924338577&code=11151400&stg=ws_rank)>.

21) 배진교의원안 제2조(정의) 2. “시장지배적 플랫폼”이란 다음 각 목 모두에 해당하는 온라인 플랫폼을 말한다.

가. 공정거래위원회가 제4조에 따라 시장지배적 플랫폼으로 지정할 당시 또는 그때부터 12개월 전에 온라인 플랫폼의 국내 기준 월간 활성 이용자 수(30일 이내에 온라인 플랫폼에서 일정 행동을 취한 온라인 플랫폼의 이용자 수를 말한다. 이하 같다)가 1천만명 이상이거나, 그 플랫폼의 국내 기준 월간 활성 이용사업자가 2만명 이상인 플랫폼

나. 공정거래위원회가 제4조에 따라 시장지배적 플랫폼으로 지정할 당시 또는 그때부터 2년 전에 연매출액이 3조원 이상인 플랫폼이거나 시가총액이 30조원을 초과하는 회사가 소유하거나 지배하는 플랫폼

다. 온라인 플랫폼에서 판매 또는 제공되는 제품과 거래의 필요적 거래 상대방인 플랫폼

배진교의원안 제4조(시장지배적 플랫폼 중개사업자의 지정과 철회) 제1항

① 공정거래위원회는 온라인 플랫폼 중개사업자가 제2조제2호 각 목 모두에 해당하는 경우에는 해당 온라인 플랫폼 중개사업자를 시장지배적 플랫폼 중개사업자로 지정하여야 한다.

22) 박주민의원안 제6조(지배적 플랫폼 사업자의 지정 및 지정해제 등) 제3항

③ 제1항에도 불구하고 공정거래위원회는 제5조제1항에 따른 신고요건을 충족하지 아니하여 신고되지 아니한 온라인 플랫폼 서비스가 제17조에 따른 시장조사 결과 제1항 및 제2항에 따른 시장지배적 플랫폼 서비스의 요건을 충족한다고 인정되는 경우 해당 온라인 플랫폼 사업자를 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자로 지정할 수 있다.

반면, 공정위의 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 지배적 플랫폼 사업자의 지정 방식으로 객관적 정량 기준을 갖춘 플랫폼 사업자에게 1차적으로 정량적 요소를 기반으로 하여 신고 의무를 부여한 뒤, 경쟁당국이 이들 중 시장 경쟁 상황 등 다양한 요소를 복합적으로 고려·평가하여 지정에서 “제외”하는 단계적 검토 방식을 취하고 있다. 따라서 최종적으로 지배적 플랫폼 사업자로 특정될 대상은 시장지배력과 플랫폼 시장으로의 영향력이 압도적인 소수의 플랫폼이 될 것으로 예상하고 있다고 밝히고 있다.<sup>23)</sup>

## 2. 금지행위 유형의 법제화

국회 정무위원회에 계류 중인 독과점 남용행위 규제 발의안들은 대부분 ‘멀티호밍 제한, 최혜대우 요구, 자사우대, 끼워팔기, 데이터 이동성·접근성 제한’ 등 5가지를 기본 금지행위로 두고 있다.

「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 플랫폼 시장 경쟁 촉진을 위해 필요 최소한의 규제를 하기 위하여 플랫폼 시장에서 주요 경쟁제한행위로 제시되고 있는 ‘멀티호밍 제한, 최혜대우 요구, 자사우대, 끼워팔기’ 4가지 행위를 금지행위 유형으로 최소화하고 있다. 이러한 4가지 행위는 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」을 통해 예시하고 있는 대표적인 행위유형과 동일하다.

[표 4] 플랫폼 사업자의 주요 경쟁제한행위 유형

유형	주요내용	주요 경쟁제한 효과
멀티호밍 제한	자사 플랫폼 이용자의 경쟁 플랫폼 이용을 직·간접적으로 방해	플랫폼 시장의 독점력을 유지·강화
최혜대우 요구	자사 플랫폼 상의 거래조건을 타 유통채널 대비 동등하거나 유리하게 적용하도록 요구	
자사우대	자사 플랫폼 상에서 자사 상품 또는 서비스를 경쟁사업자의 상품·서비스 대비 직·간접적으로 우대	플랫폼 시장의 독점력을 지렛대(leverage)로 연관시장까지 독점화
끼워팔기	플랫폼 서비스와 다른 상품 또는 서비스를 함께 거래하도록 강제	

※ 자료: 공정거래위원회(2023)

한편, 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 사전 지정된 지배적 플랫폼 사업자가 ‘멀티호밍 제한, 최혜대우 요구, 자사우대, 끼워팔기’를 하는 경우, 그러한 행위를 함으로써 실질적으로 경쟁을 제한하는 효과가 발생했는지 여부를 평가한 뒤 위법성 여부를 판단하도록 할 것인지(기존 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 판단 방법, 사후규제), 지배적 플랫폼 사업자가 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」이 금지하는 행위를 하는 경우 실질적 경쟁제한성 효과를 평가하지 않고 그 자체로 위법한 행위로 판단하도록 할 것인지(사전규제) 여부는 아직 구체적으로 밝히고 있지 않다.

23) 공정거래위원회 보도설명자료, “「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 구체적인 지정 기준은 아직 확정되지 않았습니다. 단순히 규모뿐만 아니라 지배력 및 영향력을 평가하여 ‘압도적인 소수의 플랫폼만’을 지정 대상으로 할 예정입니다”, 2024.1.12.

참고로 박주민의원안은 지배적 플랫폼 사업자가 ‘멀티호밍 제한, 최혜대우 요구, 자사우대, 끼워 팔기, 데이터 이동성·접근성 제한’을 하는 경우에는 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위가 있는 것으로 추정하고 있고, 지배적 플랫폼 사업자가 이들이 행한 행위가 객관적으로 ‘경쟁을 제한하지 않거나 제한할 우려가 없고, 다른 방식으로는 온라인 플랫폼 이용자의 정보 보호 및 안전 확보 및 대규모 온라인 플랫폼 서비스의 핵심 기능 유지 등의 목적을 달성하기 어려운 경우’ 등을 명시적으로 밝히는 경우에만 위법성을 조각시키고 있음을 분명히 하고 있다(박주민의원안 제13조).

### 3. 공정거래법에 대한 특별법적 성격

「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」이 제정될 경우 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 규정(법제5조)<sup>24)</sup>에 우선하여 적용된다. 따라서 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」에 의하여 지정되지 않은 플랫폼 사업자(비지정 플랫폼 사업자)가 시장지배적지위 남용행위를 하는 경우와 지정 플랫폼 사업자가 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」에서 금지행위 유형으로 정하고 있지 않은 시장지배적지위 남용행위를 하는 경우에는 공정거래법 및 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」이 적용된다.

## IV. 검토 및 평가

이번 공정위가 발표한 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 2020년 7월 첫 플랫폼 규제 관련 입법 발의안이 제안된 이후 상당한 기간 동안 지체되었던 국내 입법 논의를 재점화(再點火)시키는 역할을 하고 있다. 그러나 현 시점에서 아래와 같은 이유로 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」 제정은 신중을 기할 필요가 있다.

### 1. 사전 지정의 정당성 측면

전통적으로 우리나라를 포함한 대다수 경쟁당국이 규제 대상 사업자를 사전에 지정하지 않고 독과점 사업자의 남용행위 규제를 실행하고 있고, 현행 공정거래법 체계하에서 시장지배력을 가진 플랫폼 사업자의 남용행위도 규율하기 어려운 상황이 아니라는 점에서, 지배적 플랫폼

24) 공정거래법 제5조(시장지배적지위의 남용금지)

① 시장지배적사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “남용행위”라 한다)를 해서는 아니 된다.

1. 상품의 가격이나 용역의 대가(이하 “가격”이라 한다)를 부당하게 결정·유지 또는 변경하는 행위
2. 상품의 판매 또는 용역의 제공을 부당하게 조절하는 행위
3. 다른 사업자의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위
4. 새로운 경쟁사업자의 참가를 부당하게 방해하는 행위
5. 부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하거나 소비자의 이익을 현저히 해칠 우려가 있는 행위

② 남용행위의 유형 및 기준은 대통령령으로 정한다.

사업자를 사전에 지정하는 방식의 규제를 도입할 필요성이 있는지, 그리고 현 시점에서 이러한 규제를 도입할 시급성이 있는지 분명하지 않다. 대부분 국가의 경쟁당국이 보편적으로 채택하고 있는 방식을 충실히 이행하여 남용행위를 억제하는 파수꾼 역할을 하는 것을 대신해 규제 대상 사업자의 사전 지정이라는 손쉬운 길을 선택할 만한 합리적 이유를 찾기 어렵다.

특히, 최근 몇 년 동안 플랫폼과 관련된 입법 등 논의가 이어져 오면서 관련 전문가들은 플랫폼 시장에 대한 이해와 플랫폼의 특성이 반영된 위반행위 유형 및 위법성 판단기준 등을 발굴해 왔다. 지배적 플랫폼 사업자의 남용행위 규제를 보완·적용할 수 있는 근거인 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」을 마련하여 온라인 플랫폼 서비스의 유형과 플랫폼 시장의 주요 특성을 정리한 것은 물론이거니와, 관련시장(relevant market)을 획정하는 경우, ‘온라인 플랫폼을 이용하는 서로 다른 이용자 집단 간의 교차 네트워크 효과의 존재 여부, 방향성 및 강도, 온라인 플랫폼 사업자가 서로 다른 집단의 이용자 간 거래를 직접 중개하는지 여부, 온라인 플랫폼을 이용하는 서로 다른 이용자 집단 간 대체가능성에 대한 인식의 차이’ 등을 추가로 고려해야 한다는 점을 명확히 하였다. 이와 함께, 명목상 무료로 제공되는 서비스가 있는 경우에는 ‘온라인 플랫폼 서비스의 품질 및 비용 등은 온라인 플랫폼 이용자에게 노출되는 광고의 양, 개인정보 등 데이터 수집 범위 등도 고려해야 한다’고 기존의 정태적 시장획정 방식을 보완하기 위한 기준도 마련하였다. 이렇듯 지배적 플랫폼 사업자의 남용 사안에 대하여 기존 공정거래법의 합리적 적용을 위한 하위 규정을 마련한 현 상황에서 이를 적절하게 활용하는 것이 우선되어야 할 것이다. 플랫폼 사업자가 시장지배력을 활용하여 행하는 다양한 형태의 남용행위에 대해서는 소비자 보호와 경쟁 촉진을 위해 전통적 방식에 따라 철저하게 사안을 포착하고 법리적 검토를 거쳐 심사를 진행하여야 할 것이다.

무엇보다도 일정한 기준을 충족하는 경우 특정 플랫폼 사업자를 사전에 지정하는 방식은 위법행위 유무를 판단하기 전에 남용행위 잠재기업을 사전에 정하는 소위 ‘낙인효과(stigma effect)’를 가져올 수 있다는 우려가 제기되고 있다. 또한 변화가 매우 빠른 플랫폼 시장에서 자칫 플랫폼 사업자가 스스로의 성장 기회를 포기토록 유인하고 플랫폼에 대한 내·외부 투자를 위축시킬 우려가 있는 점도 충분히 고려하여야 한다.

이러한 사전 지정 방식은 현 정부가 지향하는 ‘민간자율 존중 원칙’과 배치되는 측면이 있다. 어느 분야보다도 창의성과 혁신이 요구되는 영역에서 사업자의 행위가 위반행위에 해당하지 않는 한 자유롭고 창의적인 영업활동을 보장할 필요가 있는 것이다.

한편, 우리나라 공정거래법은 재벌경영에 대한 우려로 다른 국가와는 달리 ‘대규모 기업집단 지정제도(법 제31조)’를 도입하여 지정 기업집단에게 상호출자·순환출자 등의 금지 및 공시의



무를 부여하고, 경쟁당국에게는 지정 기업집단에 대한 모니터링과 관리 책임을 부과하고 있다. 경제력집중 억제 효과에 대한 논쟁과는 별도로, 이는 글로벌 추세와는 달리 우리나라에 특유한 제도인 것은 사실이다. 이번에 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」에 도입하려고 하는 지배적 플랫폼 사업자의 사전 지정 방식은 현재 공정거래법에 견고하게 자리 잡고 있는 대규모 기업집단 지정제도를 연상시키는 ‘기시감(既視感)’을 갖게 한다.

## 2. 지배적 플랫폼 사업자의 지정기준 이슈

「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 관련시장 확정 이후 시장지배적지위 사업자 여부와 남용행위 여부를 판단하는 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 규제와 달리, ‘① 연매출액[회계상 매출(수수료)]이 GDP의 0.075% 이상이고 이용자 수가 750만 명 이상인 플랫폼’ 또는 ‘② 연매출액이 GDP의 0.025% 이상이고 시장점유율이 75% 이상인 플랫폼’ 등의 정량적 요건에 정성적 요건을 고려하여 소수의 지배적 플랫폼 사업자를 지정하는 방식을 취할 것으로 알려지고 있다.

특히 ‘① 연매출액이 GDP의 0.075% 이상이고 이용자 수가 750만 명 이상인 플랫폼’의 기준은 플랫폼 시장이 ‘다면시장(multi-sided market)’·‘무료 서비스의 제공’ 등 동태적 특성을 가져 그동안 기존 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 규제의 첫 단계인 시장확정 및 SSNIP(Small Significant Non-transitory Increase in Price) 테스트<sup>25)</sup> 등을 적용하기에는 쉽지 않다는 문제를 반영해 ‘GDP 기준 대비 연매출액, 이용자 수’ 등과 같은 양적 기준으로 관련시장의 확정 문제를 우회한 것으로 보인다. 그러나 지배적 플랫폼 사업자의 지정은 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 운영에 가장 큰 영향을 미치는 중요한 단계인 만큼, 그 요건의 설정이 매우 중요하다. 지배적 플랫폼 사업자의 규모 또는 영향력 기준 등을 결정하는 정량 요건을 제시하는 경우, 각 시장에 미치는 효과를 정밀하게 측정할 결과를 나타낸 수치이어야 하고,<sup>26)</sup> 수범자의 대략적 범위를 설정해 플랫폼 사업자의 규모나 영향력을 단순하게 반영한 기준이어서는 안 된다.

또한 ‘② 연매출액이 GDP의 0.025% 이상이고 시장점유율이 75% 이상인 플랫폼’의 기준은 연매출액을 GDP와 비교하는 상대적 기준도 포함하고 있지만, 기존 공정거래법상 시장지배적지위 여부를 결정하는데 핵심 요소인 ‘시장점유율’ 기준을 추가하고 있다. 결국 동태적인 특성을 가진 플랫폼 시장에서 시장의 확정이 쉽지 않은 점을 고려할 때 집행상의 어려움에 다시 봉착할 우려가 있다.

25) 시장지배력을 가진 사업자에 대한 정부 개입의 정당성을 결정하기 전에 해당 사업자가 속해 있는 관련시장을 확정해야 하는데, 이때 SSNIP 테스트를 이용하여 관련시장을 확정할 수 있다. SSNIP는 Small but Significant and Non-transitory Increase in Price의 약자로서, 가상의 독점기업이 작지만 유의미하고 일시적이지 않게 가격을 인상하여 테스트한다는 의미를 담고 있다. SSNIP 테스트의 구체적인 시장확정 절차는 다음과 같다. 먼저 가장 작은 범위로 상품시장을 정의한 후, 가상의 독점사업자가 작지만 유의미하고 일시적이지 않게 가격을 인상하는 경우를 테스트한다. 만약 독점사업자의 이윤이 증대한다면 해당 시장은 단일 시장으로 확정될 수 있고, 이윤이 감소한다면 소비자들이 수요를 전환시킨 새로운 제품을 시장에 추가하여 이윤이 증가할 때까지 유사한 테스트를 반복하여 시행해야 한다. 신현윤, 「경제법(제8판)」, 법문사, 2020, 149면.

26) 최난설현, 앞의 논문(2022), 84면.

따라서 향후 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 세부 내용이 공개되는 경우, 지배적 플랫폼 사업자 지정의 기준이 되는 요건에 대한 실증적인 근거와 현재 국내 플랫폼 시장 상황에 대한 합리적인 고려가 반영된 결과라는 점을 명확하게 제시·설명하여야 할 것이다. 그러나 무엇보다도 정량적 기준을 설정하고 정성적 기준을 적용하는 과정을 거친 관련시장과 지배적 플랫폼 사업자의 선택에 경쟁당국이 자의적 개입을 할 여지가 높다는 지적이 있을 수밖에 없다. 또한 업계의 반발이 있을 경우 이들에게 논거를 설명하고 국민에게 이해를 제고하는 과정에 ‘경쟁당국의 행정력’이 소모될 가능성이 높다.

### 3. 일관성 없는 플랫폼 규제정책의 추진

그동안 우리나라는 소수 플랫폼 사업자에 의해 발생된 경쟁제한행위를 규제하여 플랫폼 시장에서 경쟁 플랫폼 사업자 및 입점업체가 효과적인 경쟁과 상생을 가능하게 하고, 궁극적으로 소비자 후생은 물론 국내 플랫폼 생태계의 혁신을 촉구하는 것을 경쟁당국이 삼아야 하는 목표로 인식하였다. 그 결과 관련 부처는 이해관계자들과 오랜 기간 협의하여 플랫폼 사업자와 입점업체 간 발생하는 불공정거래행위는 민간의 자정 작용을 바탕으로 하는 자율규제 방안을, 소수 플랫폼 사업자의 남용행위는 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」을 바탕으로 기존 공정거래법을 적용하기로 합의하였다. 그러나, 이를 시행한 지 얼마되지 않은 시점에서 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」 제정 추진 방향이 발표되었고, 이 법(안)의 직·간접적 적용 대상이 되는 플랫폼 사업자 또는 관련 업계 등 이해관계자들에게 혼란을 야기한 것으로 보인다.

또한 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 입법 추진과 관련하여 소상공인의 입장도 침해하게 대립하고 있다. 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 제정이 궁극적으로 소상공인의 권리 보호에 도움이 될 것이라는 의견과 동 법(안)의 제정으로 국·내외 플랫폼 사업자가 신중한 영업전략을 취하거나 내부 규제를 보다 강화하여 입점업체의 영업활동이 원활하지 못하게 됨에 따라 오히려 입점업체가 타격을 입을 수 있다는 의견이 상존하고 있다.<sup>27)</sup>

이러한 상황에서 공정위가 세부적인 내용을 공개하지 않고 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 제정 계획을 발표하면서 기대효과로 제시한 “플랫폼 시장에서의 반칙행위에 대한 빠른 대응 및 사전 예방효과 제고, 소상공인과 소비자의 경제적 부담 완화, 스타트업 등 플랫폼 사업자들의 시장진입 및 활동의 활성화, 플랫폼 산업의 혁신 및 경쟁력의 강화”가 구체적으로 어떻게 실현될 것인지 여전히 명확하지 않은 측면이 있다.

27) 서울경제 기사, “플랫폼법 놓고 입장 갈린 소상공인 ‘보호 장치 마련’ vs. ‘온라인 판로 막혀’”, 2024.1.18., <<https://www.sedaily.com/NewsView/2D44BBZUJI>>.



#### 4. 플랫폼 생태계의 혁신동력 저해 가능성

플랫폼 관련 법안이 제시된 시점부터 국내 플랫폼 사업자의 혁신이 저해될 수 있다는 우려는 지속적으로 제기되어 왔었다. 현재 국내 플랫폼 시장은 해외 주요국과 달리 특히 검색엔진, 모바일 메신저, 전자상거래 분야 등에서 아직 경쟁력 있는 국내 플랫폼 사업자가 존재하고 있다.<sup>28)</sup> 그러나 현재 검색엔진 분야는 글로벌 기업과의 격차가 좁혀지고 있는 상황이고, OTT·SNS 시장은 글로벌 플랫폼 사업자가 주도하고 있는 상황이다.

**[표 5] 한국·미국·EU의 주요 플랫폼 서비스 분야 시장 1위 사업자 현황**

주요서비스	한국	미국	EU
검색엔진	네이버(56%, '21)	구글(88%, '21)	구글(93%, '21)
모바일 메신저	카카오톡(92%, '21)	메타메신저(87%, '21)	왓츠앱, 메타메신저(통계없음)
전자상거래	네이버(17%, '21)	아마존(41%, '21)	아마존(36%, '21)

※ 자료: 관계부처 합동(2022.12.)

「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 국내 플랫폼 시장을 좌우할 만큼 영향력이 큰 독과점 플랫폼 사업자를 적용 대상으로 하여 국·내외 사업자를 차별 없이 적용하겠다고 밝히고 있다. 그러나 해외 플랫폼 사업자인 경우에는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」이 제시할 것으로 예상되는 지배적 플랫폼 사업자의 요건 중 하나인 ‘GDP의 일정 비율을 기준으로 하는 연매출액[회계상 매출(수수료)]’의 산정이 어려울 수 있다는 우려도 제기되고 있다.<sup>29)</sup> 이와 관련하여 공정위는 회계장부에 매출액을 제대로 신고하지 않는 해외 플랫폼 사업자들은 직권으로 확인한 뒤 국내 영업을 못하도록 하는 등의 조치를 취할 것이라고 밝히고 있으나, 현실적으로 이러한 공정위의 집행이 가능한지 여부는 의문이 있을 수밖에 없다. 결국 ‘국내 플랫폼 사업자에게만 적용될 수 있다’는 역차별이 발생할 우려가 제기되고 있다.

특히 공정위가 지배적 플랫폼 사업자 지정의 정량적 기준으로 제시하고 있는 요건 중 연매출액은 수수료도 포함하는 것으로, 중개 플랫폼 수수료를 중심으로 영업을 운영하고 있는 핀테크·스타트업·벤처캐피털 등이 중장기적으로 규제 대상이 되는 경우 스타트업 등 생태계 전반의 성장 위축 가능성이 제기될 수 있다는 문제도 충분히 고려해야 한다.

이러한 문제는 지배적 플랫폼 사업자의 사전 지정 이후 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 집행 방식(사전규제 또는 사후규제)에 따라 차이가 있을 것이다. 만약 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」이

28) 관계부처 합동, “디지털 플랫폼 발전방안”, 비상경제장관회의 22-16, 2022.12.29.

29) 조선일보 기사, “플랫폼법 윤곽… ‘유니콘’ 뒷받침 집중”, 2024.1.12., <[https://www.chosun.com/economy/tech\\_it/2024/01/12/FOGMLZQPYFAS5A7KQ4HBU53QYY/](https://www.chosun.com/economy/tech_it/2024/01/12/FOGMLZQPYFAS5A7KQ4HBU53QYY/)>.

사전규제의 형식을 가진다면, 지배적 플랫폼 사업자로 지정되는 사업자가 자사우대, 끼워팔기 등의 행위를 하는 경우 경쟁제한성 효과 및 소비자후생 증진의 평가 없이 그 자체로 위반행위로 보기 때문에 실질적으로 지배적 플랫폼 사업자로 지정된 플랫폼의 활동을 제약할 우려가 더욱 크다. 따라서 사전규제를 마련하고자 하는 경우에는 무엇보다 시장 상황을 바탕으로 명확한 규율 대상 또는 규율하고자 하는 내용에 대한 이해가 반드시 필요하고, 문제 해결에 적절한 수단 인지 여부를 신중하게 검토해야 할 것이다.<sup>30)</sup>

## 5. 마무리

플랫폼 규제 입법 여부에 대한 입장은 우리나라뿐만 아니라 해외 주요국에서도 다양하다. 대표적으로 EU와 미국의 플랫폼 규제 현황이 그러한 상황을 반영하고 있다.

EU의 경우 기존 경쟁법의 방식에서 벗어나, 사전적으로 적용 대상 핵심 플랫폼 서비스를 지정하고 게이트키퍼가 이행하여야 하는 의무를 부과하며 불공정하다고 판단되는 행위를 금지하는 등 비전통적 형식의 규제를 도입하면서 플랫폼 규제에 가장 적극적인 태도를 견지하고 있다. 현재 EU집행위원회는 DMA를 기반으로 ‘Alphabet, Amazon, Apple, Bytedance, Meta, Microsoft’ 등 6개사를 게이트키퍼로 지정하고, 이들 6개사의 서비스 중 22개를 핵심 플랫폼 서비스로 지정하였다.<sup>31)</sup> 반면, 미국의 경우 바이든 행정부가 들어서면서 미국 하원 법제사법위원회 반독점소위 조사보고서(2020.10.)<sup>32)</sup>의 후속 조치로서 2021년에 빅테크 기업의 독과점 규제를 강화하기 위하여 사전규제적 성격을 가진 ‘더욱 강력한 온라인 경제: 기회, 혁신, 선택’(A Stronger Online Economy: Opportunity, Innovation, Choice)이라는 5개의 패키지 법안<sup>33)</sup>을 발의한 바 있다. 그러나 이후 최종 합의에 이르지 못한 채 2023년 1월, 회기 만료로 모두 폐기되었다. 따라서 전통적 방식에 따라 기존 경쟁법을 적용하여 반독점 행위를 감시하고 있다.

디지털 플랫폼은 다면시장, 네트워크 효과, 스펀현상 등 기존의 시장에 존재하지 않았던 특징을 가진 신산업 영역이고, 사업자들이 전 세계 시장을 대상으로 활동을 하고 있으며, 자사우대

30) 최근 미국상공회의소는 공정위의 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」 제정 예정 발표에 대해, “플랫폼 규제를 서둘러 통과시키려는 듯한 한국에 대해 우려”한다고 지적하고, “동법(안)은 소비자에게 명백하게 이익이 되는 경쟁을 짓밟고 건전한 규제 모델 기반이 되는 선량한 규제 관행을 무시한다”고 문제를 제기하였다. 연합뉴스, “플랫폼법이 무역 합의 위반? …美재계, 한국 플랫폼 규제 ‘우려’”, 2024.1.30. <[https://n.news.naver.com/article/001/0014475183?cde=news\\_edit](https://n.news.naver.com/article/001/0014475183?cde=news_edit)>.

31) 향후 EU집행위원회는 시장조사를 통해 지정된 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스 중 논란의 여지가 있는 Microsoft(Bing, Edge, Microsoft Advertising), Apple(iMessage, iPadOS)에 대하여 추가 조사를 실시하여 2024년 8월까지 게이트키퍼의 핵심 플랫폼 서비스 여부를 최종 확정할 예정이라 밝히고 있다. EU Commission, “Digital Markets Act : Commission designates six gatekeepers”, 2023.9.6.

32) Invertigation of Competition in Digital Markets, Majority staff report and recommendations, <[https://democrats-judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition\\_in\\_digital\\_markets.pdf](https://democrats-judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf)>.

33) 미국 온라인시장의 혁신 및 선택에 관한 법률 (American Innovation and Choice Online Act), 플랫폼의 경쟁 및 기회에 관한 법률 (Platform Competition and Opportunity Act), 플랫폼 독점 종식에 관한 법률 (Ending Platform Monopolies Act), 경쟁 및 호환 촉진을 위한 서비스 전환 지원 법률 (Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act), 기업결합심사 수수료 현대화에 관한 법률 (Merger Filing Fee Modernization Act).

및 최혜대우 요구 등과 같이 기존 법률로 규율이 까다로운 유형의 불공정행위가 나타나고 있다는 점 등에서 새로운 경쟁법 집행 방법을 마련할 필요가 있다. 이에 각국은 시장 상황을 적절하게 반영하여 다양한 개편방안을 마련하고 있다. 그러나 EU의 경우 DMA상 게이트키퍼로 지정된 6개 사업자 중 유럽 국가를 기반으로 두고 있는 사업자는 단 한 개도 없는 상황이다.<sup>34)</sup> 플랫폼 분야에서 자국 산업을 보호하기 위해 플랫폼 시장에 대한 규제가 활용되고 있다는 지적도 주목할 필요가 있다.

플랫폼 사업자의 불공정거래행위 및 시장지배적지위 남용행위는 국내 플랫폼 시장의 공정성을 제고하고 진정한 의미의 경쟁 촉진을 위하여 적절하게 규율될 필요가 있다. 우리나라의 현 상황을 개관하여 본다면, 플랫폼 사업자의 불공정거래행위와 관련하여 민·관이 협의하여 마련된 자율규제 방안이 도출되어 있고, 이미 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 금지 규정을 적용한 경쟁당국의 집행 사례도 누적되고 있으며, 플랫폼의 특성을 반영한 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」도 마련되어 법 집행의 예측가능성을 높이기 위한 다양한 시도가 이루어지고 있는 상황이다. 또한 공정위는 온라인플랫폼(現 디지털경제정책과)을 신설하여 온라인 플랫폼 시장의 실태조사, 자율규제 지원 및 독과점 남용행위에 대한 감시활동 등을 적극적으로 실시하고 있다.

더불어, 향후 EU에서 DMA의 집행이 이루어지는 경우 DMA에서 규정한 법 위반행위 유형이나 판단기준 및 법 집행의 방법 등에 대한 평가가 가능하게 될 것이고, 최근 미국에서 빅테크에 대한 반독점법 위반 소송도 지속적으로 증가하고 있는 상황<sup>35)</sup>이므로 플랫폼 관련 경쟁법적 문제에 대하여 우리나라가 참고할 수 있는 사례들이 누적될 것이다.

따라서 한편으로는 성급한 대응이라고 평가받는 지배적 플랫폼 사업자의 사전 지정 방식 규제를 도입하는 것은 신중을 기할 필요가 있다. 대부분 국가의 경쟁당국이 전통적으로 추구해온 경쟁법 규제방식을 유지하면서, 향후 여러 국내·외 플랫폼 시장의 변화와 집행 사례들을 적극적으로 참고하여 규제의 효과를 제고하고, 혁신과 시장 효율성을 저해하지 않도록 관련 정책을 운영하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

34) 유럽은 사실상 자생적 플랫폼이 존재하지 않아 규제 입법 초기부터 미국의 빅테크 기업을 대상으로 삼았다는 의견이 있다. 최계영, “유럽연합 디지털 시장 법안(Digital Market Act : DMA) 주요 쟁점 분석”, 「KISDI Premium Report」 2021-02, 정보통신정책연구원, 2021.1.18. 등.

35) 현재 미국은 Facebook(現 Meta), Microsoft, Amazon, Google, Apple 등 빅테크 기업에 대하여 반독점법 위반 소송을 제기 및 소송을 검토하고 있는 비율이 점차 증가하고 있다; FTC, “FTC Sues Facebook for Illegal Monopolization”, press, 2020.12.9., <<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-illegal-monopolization>>, 공정거래위원회, 「해외경쟁정책동향」 제174호, 2020.12.28.; FTC, “FTC Seeks to Block Microsoft Corp.’s Acquisition of Activision Blizzard, Inc.”, press releases, 2022.12.8., <<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/12/ftc-seeks-block-microsoft-corps-acquisition-activision-blizzard-inc>>. FTC, “FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power”, press release, 2023.9.26., <<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/09/ftc-sues-amazon-illegally-maintaining-monopoly-power>>, 중앙일보, “얽힌 데 얽힌 애플… ‘반독점법’ 또 악재 만났다”, 2024.1.8., <<https://www.joongang.co.kr/article/25220293#home>> 등.

[별첨 1] 유럽 DMA의 주요 내용 요약

조 항		내 용
Article 1(1) (목적)		이용사업자 및 최종이용자의 이익을 위해 게이트키퍼가 있는 디지털 부문에서 경쟁적이고 공정한 시장(contestable and fair markets)의 보장
Article 2(2) (핵심 플랫폼 서비스)		① 온라인 중개서비스 (online intermediation services) ② 온라인 검색 엔진 (online search engines) ③ 온라인 소셜 네트워킹 서비스 (online social networking services) ④ 동영상 공유 플랫폼 서비스 (video-sharing platform services) ⑤ 전화번호와 관련 없는 개인 간 통신 서비스 (number-independent interpersonal communications services) ⑥ 운영체제 (operating systems) ⑦ 웹 브라우저 (web browsers) ⑧ 가상 비서 (virtual assistants) ⑨ 클라우드 컴퓨팅 서비스 (cloud computing services) ⑩ 위의 ①부터 ⑨의 서비스를 제공하는 핵심 플랫폼 사업자가 제공하는 온라인 광고 서비스 (online advertising services)
Article 3(1) (게이트키퍼의 지정)		게이트키퍼 (아래 4가지 요건을 모두 충족하는 플랫폼 사업자) ① 핵심 플랫폼 서비스(core platform services)를 제공하는 사업자일 것 ② 역내 시장에 상당한 영향을 미치는 플랫폼 사업자일 것 ③ 이용사업자가 최종이용자에 도달하기 위한 중요한 관문의 역할을 하는 핵심 플랫폼 서비스를 제공할 것 ④ 현재 견고하고(entrenched) 지속가능한(durable) 지위를 보유하고 있거나 가까운 미래에 그러한 지위를 획득할 것으로 예상되는 플랫폼 사업자일 것
게이트키퍼의 정량적 요건	Article 3(2)(a)	② 역내 시장에 상당한 영향을 미치는 플랫폼 사업자일 것의 요건 - 최근 3년간 유럽경제지역(EEA) 내에서 연매출 75억 유로 이상 또는 - 직전 회계연도 평균 시가총액 또는 이에 준하는 공정시장가치가 750억 유로 이상 또는 - 최소 3개 회원국에서 핵심 플랫폼 서비스를 제공할 경우
	Article 3(2)(b)	③ 중요한 관문의 역할을 하는 핵심 플랫폼 서비스의 요건 - 최근 1년간 EU 내 월간 활성 최종이용자 4천 5백만 명 이상 또는 - 최근 1년간 EU 내 설립된 활성 이용사업자의 수가 연간 1만 개 이상
주요 행위 규제 Article 5-6	의무	- 제3자 서비스와 게이트키퍼 플랫폼 간 상호운용 허용(제3자 앱 또는 앱스토어 설치 허용 등) - 이용사업자가 플랫폼 이용시 생산되는 데이터에 접근 허용 - 플랫폼 외부에서 이용사업자 자체 사업 홍보 및 계약 허용 등
	금지	- 게이트키퍼 자체 제공 서비스를 우대하는 행위 금지 - 이용사업자가 플랫폼 외부 사업과 연결되지 않도록 하는 행위 금지 - 처음부터 설치되어 있는 소프트웨어 또는 앱 등을 지우지 못하게 하는 행위 금지 - 맞춤형 광고 목적으로 이용사업자 또는 최종이용자의 동의 없이 플랫폼 외부에 정보를 추적하게 하는 행위 금지 등
위반시 Article 30-31	과징금	- 전 세계 연간 총 매출액의 최대 10%, 반복적으로 위반하는 경우 최대 20%
	정기적 이행 강제금	- 일일 평균 매출액의 최대 5%

## 참고문헌

- //////
- \* 관계부처 합동, “디지털 플랫폼 발전방안”, 비상경제장관회의 22-16, 2022.12.29.
  - \* 관계부처 합동, “플랫폼 자율기구 자율규제 방안 발표회 개최”, 보도참고자료, 2023.5.11.
  - \* 공정거래위원회, 「해외경쟁정책동향」 제174호, 2020.12.28.
  - \* 공정거래위원회 보도자료, “온라인 플랫폼 독과점 심사지침 제정”, 2023.1.13.
  - \* 공정거래위원회 보도자료, “구글이 자사 앱마켓인 구글 플레이에만 게임을 출시하도록 한 반경쟁행위 제재”, 2023.4.11.
  - \* 공정거래위원회 보도설명자료, “공정위가 검토 중인 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」은 문재인 정부 시절 ‘온플법’과는 다릅니다.”, 2023.12.17.
  - \* 공정거래위원회 보도참고자료, “민생 살리는 플랫폼 독과점 정책 추진 - 한기정 공정거래위원장, 국무회의에서 대통령께 현안 보고-”, 2023.12.19.
  - \* 공정거래위원회, 국회입법조사처 요청자료, 2024.1.9.
  - \* 공정거래위원회 보도설명자료, “「(가칭)플랫폼 공정경쟁 촉진법」의 구체적인 지정 기준은 아직 확정되지 않았습니다. 단순히 규모뿐만 아니라 지배력 및 영향력을 평가하여 ”압도적인 소수의 플랫폼만“을 지정 대상으로 할 예정입니다”, 2024.1.12.
  - \* 김윤정, 「2019년 전자상거래 불공정거래행위 현황과 판매자인식 실태조사», 한국법제연구원 실태조사, 2019.9.25.
  - \* 대한민국 정부, 「윤석열정부 120대 국정과제», 2022.7.
  - \* 신현윤, 「경제법(제8판)」, 법문사, 2020.
  - \* 최계영, “유럽연합 디지털 시장 법안(Digital Market Act : DMA) 주요 쟁점 분석”, 「KISDI Premium Report」 2021-02, 정보통신정책연구원, 2021.1.18.
  - \* 최난설현, “EU 디지털 시장법의 함의와 경쟁법의 역할”, 「선진상사법률연구」 통권 제100호, 2022.10.
  - \* 최은진, “디지털 경제로의 전환과 유럽 경쟁규범의 동향-유럽 DMA의 입법동향을 중심으로”, 「외국입법·정책분석」 제20호, 국회입법조사처, 2022.4.22
  - \* EU Commission, “Digital Markets Act : Commission designates six gate keepers”, 2023.9.6.
  - \* REGULATION (EU) 2022/1925 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act).
- ※ 본 보고서에 제시된 입법발의안 및 기사에 관한 참고문헌은 별도로 작성하지 않았음

## R E P O R T · L I S T

## NARS 현안분석 발간 일람

호수	제목	발간일	집필진
제314호	물관리 분야 기후위기 대응 입법 현황 및 향후 과제 - 홍수, 가뭄 등 수자원 분야를 중심으로 -	2024.1.16.	김진수
제313호	법 집행 기능 회복을 위한 공무수행자 보호 입법 방안 합리적 범위를 초과하는 민원 통제를 중심으로	2023.12.28.	이재영
제312호	미국의 정당방위 법제와 시사점	2023.12.28.	박소현
제311호	복지멤버십 제도 등 복지 사각지대 해소방안	2023.12.27.	정용제
제310호	국무위원의 국회 출석·답변제도: 국내·외 비교와 과제 - 미국·영국·프랑스·독일·일본 의회를 중심으로 -	2023.12.21.	김태엽
제309호	조세특례 일몰제도 개선방안 - 관행적 일몰 연장에서 벗어나 실질적 일몰제도 정착 필요 -	2023.12.18.	황성필·박윤정
제308호	사무장병원등에 대한 단속의 실효성 확보 방안 - 국민건강보험공단 '특별사법경찰' 도입 필요성을 중심으로 -	2023.12.12.	문심명
제307호	인구절벽 대응으로서의 청소년수당 논의: 호주와 우리나라의 소득지원 제도 비교 및 시사점	2023.11.20.	허민숙 박재연
제306호	살인예고 등 불특정 다수에 대한 위협행위 규제 논의의 쟁점	2023.11.15.	이소영
제305호	이스라엘 - 하마스 전쟁: 배경, 전망과 과제	2023.11.14.	김도희·형혁규 김예경· 박명희·심성은
제304호	항공교통이용자 권익 보호 실태와 개선 과제 - 항공기 지연·결항을 중심으로 -	2023.11.7.	구세주
제303호	교권 보호 4법의 주요 내용과 교육활동 보호의 과제	2023.11.2.	이덕란
제302호	포털뉴스의 평가와 영향: 실증연구에 대한 문헌고찰	2023.10.27.	최진응
제301호	가석방 없는 종신형(終身刑) 제도 도입의 전제	2023.10.19.	김광현
제300호	권역별 비례대표제의 조건과 효과에 대한 검토	2023.8.10.	고원 정차별전 제도개선 T/F
제299호	「분산에너지 활성화 특별법」 제정의 의의와 향후 과제	2023.8.9.	유재국
제298호	영상콘텐츠 산업 관련 세제지원제도의 현황과 향후 과제	2023.7.28.	이예지 황성필



호수	제목	발간일	집필진
제297호	재난문자방송시스템 운영의 쟁점과 향후 과제 우리나라와 일본의 재난문자시스템 비교	2023.7.24.	배재현
제296호	선출직지방공직자 주민소환제도 현황과 향후 과제	2023.7.21.	하혜영
제295호	만화·웹툰 산업 저작권재산권 양도계약의 제도개선 과제	2023.6.5.	박제웅
제294호	선거제 개편 논의, 왜 침체에 부딪혔나? : 새로운 대안 및 전략에 대한 모색	2023.5.31.	고원 정치발전 제도개선 T/F
제293호	시민참여 공론화 해외사례와 시사점(정치발전제도개선 TF)	2023.5.25.	김선화 오창룡
제292호	섬 지역 관리 현황과 향후 과제	2023.5.22.	하혜영
제291호	학교폭력 가해학생 분리조치 집행 지연의 쟁점과 과제	2023.5.10.	이덕남 유지연
제290호	양육비 대지급제 해외 운영 사례: 아동빈곤 해소와 양육비 이행 강화의 두 가지 기대효과	2023.5.10.	허민숙
제289호	담배 광고의 외부 노출 규제 현황 및 개선방향 - 편의점 유리벽의 '불투명 시트지' 논란을 중심으로 -	2023.5.8.	문심명
제288호	온라인 플랫폼의 실효적 규제를 위한 입법 방식의 재검토	2023.5.2.	유영국
제287호	재난 상황에서 개인정보 보호의 향후 과제	2023.4.26.	김형진
제286호	형법상 정상참작감경의 문제점과 개선방향	2023.3.31.	박소현
제285호	피의자 신상정보공개제도의 현황·문제·보완 검토	2023.3.30.	김광현
제284호	가정폭력 목격 아동 보호 입법 과제: 인천 남동구 아동학대 사망사건에 대한 반추와 각성	2023.2.24.	허민숙
제283호	「'18 - '22 방위산업발전 기본계획」의 쟁점 및 과제 ③ - 국방 R&D 역량의 강화	2023.1.25.	김도희
제282호	최근 부동산시장 동향 및 리스크 요인과 정책과제	2023.1.16.	장경석 박인숙
제281호	이주민예술인에 대한 정책현황과 향후 과제	2022.12.30.	배성희

호수	제목	발간일	집필진
제280호	고유가에 따른 물가 대응 정책 동향 및 향후 과제	2022.12.30.	황인욱
제279호	「'18-'22 방위산업발전 기본계획」의 쟁점 및 과제 ② - 방위산업의 발전적 생태계 조성	2022.12.30.	김도희
제278호	기후위기 취약계층 보호정책 개선 방안	2022.12.30.	이동영
제277호	모병제 도입 및 징병제 재도입 국가 비교 분석 - 유럽의 사례 분석과 시사점 -	2022.12.30.	심성은
제276호	정보보호 공시 의무화의 의의와 향후 과제	2022.12.29.	경선주
제275호	국회 의사절차 개혁과 입법기간의 변화: 제18대 국회와 제19대 국회 비교	2022.12.29.	전진영
제274호	에너지 안보 · 탄소중립을 위한 원자력 산업의 역할과 과제 - 에너지 정책 방향 검토와 에너지 산업 전망을 중심으로	2022.12.29.	이승만
제273호	형사사법영역에서의 인공지능 활용의 쟁점과 과제	2022.12.29.	박소현
제272호	공무집행방해죄 관련 입법적 개선방안	2022.12.29.	이소영
제271호	한국전력공사 영업손실 현황분석과 개선과제	2022.12.28.	유재국
제270호	가상자산과 관련한 공직 부패의 우려와 개선과제	2022.12.27.	김형진
제269호	공무원연금 지급정지제도의 쟁점과 개선방안	2022.12.20.	임준배
제268호	다중운집 행사 안전관리의 문제점 및 향후 과제	2022.12.20.	배재현 이승림
제267호	독일연방기본법의 개정 사례와 시사점	2022.12.15.	김선화
제266호	일본의 대미 공공외교 전략의 변화와 시사점: 하와이주(洲) 사례를 중심으로	2022.12.12.	박명희
제265호	국가교육위원회 출범의 의미와 과제	2022.11.28.	이덕난 유지연
제264호	지방자치단체 청년고용정책의 현황과 시사점	2022.11.7.	윤성원

호수	제목	발간일	집필진
제263호	과학기술 국제협력 현황과 개선방향 국제공동연구 감소와 국제협력 총괄 규범 문제를 중심으로	2022.10.20.	권성훈
제262호	코로나19 팬데믹 이후 영화생태계 회복을 위한 정책 개선과제	2022.10.4.	김지민 배성희
제261호	도심 집중호우 피해예방 및 대응방안	2022.9.16.	배재현 김진수
제260호	자사고와 외고·국제고 개편 정책의 쟁점 및 과제	2022.8.30.	이덕난
제259호	독일 중진협회의의 구성 및 운영과 우리 국회에 대한 시사점	2022.8.19.	전진영
제258호	우크라이나 전쟁과 대서양 동맹의 미래	2022.8.16.	심성은
제257호	납품단가 현실화를 위한 제도적 기반 마련의 방향과 과제 -납품단가 연동제 도입 논의를 중심으로-	2022.7.25.	유영국
제256호	2022년 프랑스 총선 정당체계의 재편과 국정운영 변화 전망	2022.7.22.	오창룡
제255호	권력적 행정조사의 쟁점 및 개선 과제	2022.7.20.	이재영
제254호	데이터 거래 활성화를 위한 거래소·거래사·크롤링의 현황과 개선과제	2022.7.6.	정준화 박소영
제253호	혁신조달의 현황과 개선과제	2022.6.14.	허라운 박인환
제252호	물적분할 및 자회사 상장에 따른 소액주주 보호 방안	2022.6.2.	류호연 이수환
제251호	가족 다양성의 현실과 정책 과제: 비친족 친밀한 관계의 가족 인정 필요성	2022.5.19.	허민숙
제250호	장애인 평생교육 현황과 과제	2022.5.18.	조인식
제249호	주요국의 가상자산 소득과세 제도 현황과 시사점	2022.5.12.	임재범
제248호	CPTPP 가입 추진에 따른 위생 및 식물위생조치(SPS)상의 쟁점과 과제	2022.5.3.	김규호
제247호	초·중·고교 사교육비 변화 추이 분석 및 향후 과제	2022.4.28.	이덕난 유지연



**NARS** 현안분석 제315호  
지배적 플랫폼 사업자의  
규제 이슈에 대한 검토



국회입법조사처

NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE

07233 서울시 영등포구 의사당대로 1 국회입법조사처  
02-6788-4510

이 보고서 내용은 국회의 공식 입장이 아니라  
국회입법조사처의 조사분석 결과입니다.  
발간등록번호 31-9735045-001617-14  
ISSN 2586-565X

