

# 디지털 플랫폼의 자율규제 환경으로의 이행 방안: 해외사례와 전문가 인터뷰를 중심으로\*

심우현\*\* · 원소연\*\*\*

본 연구는 핀테크, 쇼핑·배달 및 미디어·엔터테인먼트 분야에 대한 해외 자율규제 사례와 전문가 인터뷰를 통해 플랫폼 분야의 자율규제 도입 및 활용 방안을 분석하였다. EU, 호주, 미국 등 해외 주요국의 사례를 바탕으로 민간 주도 자율규제의 내용과 기구 운용 방식을 검토하고, 국내 전문가 인터뷰를 통해 자율규제 도입의 애로사항과 효과적인 이행 방안을 도출하였다. 연구의 결과, 자율규제의 정의·내용·목적의 불명확성, 이해관계자 간 극심한 갈등, 자율규제기구의 부재 혹은 대표성 미흡 등이 주요 장애 요인으로 나타났다. 이를 극복하기 위한 방안으로 자율규제의 내용 측면에서는 행동강령의 도입 배경·목적 및 법률과의 관계 명확화, 이행·의무 사항의 명시, 운영 절차의 구체화, 내용의 검토·개선 절차 마련, 유인 및 제재 수단 설정 등이 제시되었으며, 자율규제기구의 운영 측면에서는 업계의 참여 확대, 책임성·투명성 확보를 위한 거버넌스 체계 구축, 불만·분쟁 처리 수단·절차 마련, 독립적인 모니터링 기구 설치 등이 필요함을 확인하였다. 이와

\* 본 논문은 2023년 한국행정연구원 연구보고서 「지속가능한 디지털 플랫폼 시장을 위한 규제혁신방안: 자율규제를 중심으로」의 일부 내용을 소논문 형태로 재구성한 것임.

\*\* 한국행정연구원 연구위원, 제1저자. 서울시 은평구 진흥로235 한국행정연구원(whshim@kipa.re.kr).

\*\*\* 한국행정연구원 선임연구위원, 교신저자. 서울시 은평구 진흥로235 한국행정연구원(sywon@kipa.re.kr).

접수일: 2025/5/23, 심사일: 2025/5/30, 게재확정일: 2025/6/15

함께 본 연구에서는 자율규제를 정부규제의 대체 수단이 아닌 보완 수단으로 활용되어야 하며, 디지털 플랫폼 특성을 일정 수준 고려한 맞춤형 자율규제의 설계가 바람직함을 제안하였다.

주제어 : 자율규제, 디지털 플랫폼, 행동강령, 자율규제기구

# I. 서론

최근 디지털 전환으로 인해 네트워크가 경제활동의 중심으로 부상하고 있으며, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅 등의 기술과 결합하여 디지털 플랫폼 중심의 환경이 지속적으로 확대되고 있다. 이는 유희자원 활용 촉진, 소비자 선택권 확대, 시장 융·복합 등 시장생태계를 변화시키고, 업무 효율화와 근무 시간 단축을 통한 일·가정 양립 강화 등 사회 전반의 변화를 촉진하고 있다.

그러나 디지털 플랫폼의 발전은 순기능과 함께 불공정한 수수료, 검색 노출, 대금 정산 문제 등과 같은 역기능도 함께 초래하고 있다. 이에 따라 해외 주요국은 건전한 디지털 플랫폼 시장 환경을 조성하기 위한 다양한 노력을 펼치고 있다. 유럽연합(EU: European Union)은 「디지털 시장법(DMA: Digital Market Act)」과 「디지털 서비스법(DSA: Digital Service Act)」을 통해 대형 플랫폼의 부정행위를 규율하고, 플랫폼에서의 행위에 투명성 확보 등을 의무화하기 시작하였다. 한국도 다양한 불공정 행위를 규율하기 위해 유사한 규제법안을 발의했지만, 플랫폼의 성장 위축, 기존 규제와의 충돌 등의 우려로 입법이 지체되고 있다(선지원, 2022; 아이뉴스, 2021.11.29.).

이처럼 규제 도입과 반대의 움직임이 병존하는 가운데, 자율규제 도입을 통해 디지털 플랫폼 시장을 규율하고자 하는 움직임이 활발히 진행되고 있다. E. Ostrom(1990)이 공유재의 오·남용과 도덕적 해이 문제를 해결하기 위한 방안으로 자율규제의 활용을 제안한 것처럼, 개방성으로 인해 일정 수준 공유재의 특성을 가진 디지털 플랫폼에 대해서도 평판·신뢰 유지와 도덕적 해이 방지의 차원에서 자율규제가 효과적인 수단으로 주목받고 있는 것이다(기획재정부, 2022.08.19.; 과학기술정보통신부, 2022.09.06.). 구체적으로 다양한 이해관계자가 참여하는 플랫폼 환경에서는 업계의 자발적 규범 준수와 평

판 관리가 플랫폼의 부정적 효과를 완화하는 효과적인 수단이 될 수 있다는 인식 아래 다양한 자율규제기구의 설치가 추진되고 있다. 실제로 우리나라에서는 2022년 8월에 플랫폼 분야 사업자, 입점 업체, 소비자, 플랫폼 노동자 등이 참여하는 민간 자율규제기구가 출범하여 데이터·인공지능, 혁신공유 등 세부 영역별 자율규제 도입 논의가 진행되고 있으며, 2023년에는 네이버, 당근마켓 등 개별 기업 차원에서 자율규제기구 설치 노력도 이루어지고 있다(황용석, 2024).

하지만 디지털 플랫폼 분야별 자율규제 도입의 애로사항 탐색 및 이행 전략 도출 등 효과적인 자율규제 환경으로의 전환을 지원할 수 있는 실질적인 연구는 아직 부족한 실정이다. 이에 본 연구에서는 핀테크, 쇼핑·배달 및 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 분야를 중심으로 해외사례 및 전문가 인터뷰를 통해 자율규제 도입·활용의 시사점을 제시하고자 한다. 구체적으로 본 연구는 제2장에서 자율규제와 디지털 플랫폼의 이론적 배경을, 제3장에서 주요 디지털 플랫폼별 자율규제 활용 관련 해외사례를, 제4장에서 디지털 플랫폼 분야의 자율규제 도입·활용 애로사항과 효과적인 이행 방안 도출을 위한 전문가 인터뷰 결과를, 그리고 제5장에서 종합분석을 통한 정책적 시사점을 제시함으로써 자율규제의 효과적 활용을 위한 정책적 방향을 제안하고자 한다.

## II. 자율규제와 디지털 플랫폼의 이론적 고찰

### 1. 자율규제의 개념 및 유형

자율규제는 민간 주도로 제정하고 집행되므로 순응성의 확보가 비교적 쉬우며, 정부규제에 비해 효율성이 높은 것으로 알려져 있다(심우현 외, 2021). 하지만 이러한 자율규제는 학문 분야와 학자에 따라 다양하게 정의되고 있다. 일부는 이를 업계 스스로의 규제

로 보며, 일부는 민관 협력에 기반한 효율적 규제수단으로 간주한다. 행정학에서도 자율규제를 이민영(2010)은 “소비자 보호와 시장 투명성 확보를 위한 자정 노력”으로, 김상택 외(2016)는 “구성원 행위에 대한 집단의 규제 활동”으로, 송화윤(2021)은 “사적 기관이 만든 자치 규범”으로, 선지원(2022)은 “하향식 정부규제와 대비되는 개념” 등으로 매

우 다양하게 정의하고 있다.

한편, EU는 자율규제를 민간 주체가 자율적으로 채택한 지침으로 정의하며, 정책목표 달성을 위해 EU가 승인한 집단에 규제 권한을 위임한 경우인 공동규제와 구분한다 (European Parliament et al., 2003; 최유성·이민호, 2008 재인용). 한국에서 사용하는 자율규제는 EU의 분류 기준에 따르면 공동규제에 가깝지만, 대부분의 국내 연구에서는 자율규제의 개념을 비교적 넓게 제시하고 있으며, 본 연구도 EU의 자율규제와 공동규제를 아우르는 광의의 개념으로 자율규제를 사용하고자 한다. 즉, 본 연구에서는 민간이 주도하여 스스로 제정·집행하는 모든 규율체계를 자율규제로 통칭하고, 정부의 요청이나 승인을 통해 이루어지는 공동규제적 형태까지 그 범주에 포함하여 논의를 전개한다.

자율규제의 유형 역시 매우 다양하게 분류되고 있다. 가장 일반적인 방식은 J. Black(1996)이 제시한 분류 방식이다. 이는 국가의 개입 수준에 따른 분류로 국가의 요청에 따라 국가가 정한 큰 틀 속에서 자율적인 규율을 생성하고 집행하는 방식인 ‘의무적 자율규제(mandated self-regulation)’, 사업자들이 스스로 기본적인 구조와 상세한 규율을 생성하고 최종적으로 국가의 승인을 받는 ‘승인적 자율규제(sanctioned self-regulation)’, 사업자들이 스스로 규제하지 않을 경우 정부가 법적 규제를 부과할 것이라는 일종의 위협에 대응하기 위해 생성되는 규율인 ‘강제적 자율규제(coerced self-regulation)’, 그리고 국가의 직·간접적인 개입이 전혀 없이 사업자 혹은 사업자 단체에 의해 자율적으로 만들어지는 ‘자발적 자율규제(voluntary self-regulation)’로 분류하는 방식이다(J. Black, 1996; 최유성·이민호, 2009 재인용). 이 중 자발적 자율규제는 국가의 개입이 전혀 없는 형태로 EU의 자율규제 개념과 유사하며, 나머지는 공동규제에 가깝다고 할 수 있다.

Gunningham and Rees(1997) 역시 자율규제를 정부 개입 정도에 따라 자발적(voluntary), 완전위임(mandated full) 및 부분위임(mandated partial) 자율규제로 구분하였다(이민창, 2003 재인용). 자발적 자율규제는 정부의 개입이 전혀 없는 순수한 형태이며, 완전위임 자율규제는 규제의 제정과 집행은 민간이 담당하되 정부의 허가가 요구된다는 점에서 일정 수준 이상의 정부 역할이 수반된다(송순영, 2011). 결국, Gunningham and Rees의 자율규제 유형은 규칙의 제정과 집행에 대한 정부의 권한 위임 수준에 따른다고 볼 수 있다.

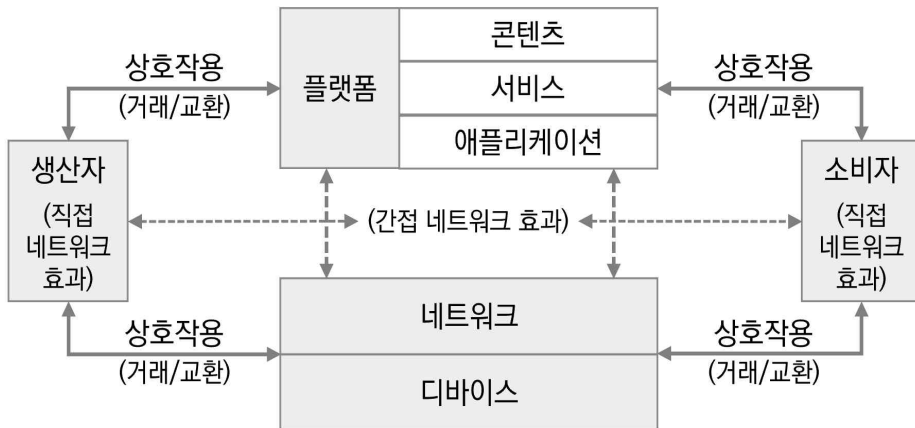
J. Black과 Gunningham and Rees의 자율규제 분류 방식은 국가와 민간 간의 규제 권한 배분을 중심으로 한다는 점에서 본질적으로 유사하며, 자율규제를 기술·환경 변화로 인한 국가의 규제 독점의 비효율성을 보완하기 위한 권한위임의 방식으로 이해하고 있다는 점에서 공통점이 있다고 할 수 있다.

## 2. 디지털 플랫폼의 개념 및 유형

‘플랫폼(platform)’은 전통적으로 사람들의 만남의 장소를 의미했으나, 디지털 전환(digital transformation)을 통해 현실과 가상 세계를 융합하는 디지털 플랫폼 개념으로 확장되고 있다. Parker et al.(2016)은 이를 판매자와 소비자를 연결하여 가치를 창출하는 사업모델로, Rietveld and Schilling(2021)은 애플리케이션, 콘텐츠 등과 최종 소비자를 연결·중개하는 안정적인 중추로 정의하였다. OECD(2019)와 EU(European Commission, 2015)도 사용자 간의 상호작용을 매개하여 가치를 창출하는 서비스로 디지털 플랫폼을 규정하고 있다. 이러한 논의를 종합하면, 디지털 플랫폼은 이해관계가 다른 복수의 집단이 상호작용을 통해 효용을 창출하는 디지털 공간 정도로 볼 수 있다.

디지털 플랫폼의 주요 특징은 첫째, 양면 혹은 다면적 시장 구조로 앱스토어, SNS, 전자상거래 플랫폼 등 다양한 주체가 상호 연계되어 다층적인 거래와 가치 창출이 이루어진다는 점이다(김은경 외, 2022). 이는 <그림 1>과 같이 디지털 플랫폼이 서로 다른 고객집단 간 경제활동을 매개하며, 직·간접적 상호작용을 통해 가치를 창출하는 구조임을 의미한다.

〈그림 1〉 디지털 플랫폼의 다면적 구조



출처: 저자 작성

둘째, 디지털 플랫폼의 양면 또는 다면적 시장 구조는 동일 시장 내 이용자의 증가가 효용을 증대시키는 직접 네트워크 효과(direct network effect)와 다른 시장의 이용자 증가가 상대 시장의 효용 증대에 기여하는 간접 혹은 교차 네트워크 효과(indirect or cross network effect)를 발생시킨다(홍요섭·최대식, 2018). 이와 함께 네트워크 효과는 특정 플랫폼에 수요가 편중되는 고착 현상(lock-in effect)이나 쏠림현상(tipping effect)을 초래하여 독과점 및 승자독식 구조를 강화할 가능성이 있다.

한편, 디지털 플랫폼의 유형은 목적, 기능, 거래 유형 등에 따라 구분된다. 목적에 따른 분류는 정보교환을 증대하는 SNS와 같은 정보교환 매개형, 가격비교사이트와 같은 연결 수단 제공형, 오픈마켓과 같은 거래 중개형으로 플랫폼을 구분한다. 이는 2021년의 「전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률 전부개정 법률안」에서 사용한 분류 방식으로, 플랫폼의 주된 활용 목적에 따라 분류한 예라고 할 수 있다.

거래 유형을 기준으로 분류할 경우, 플랫폼은 거래 대상이나 서비스를 중심으로 구분된다. 이 경우 애플 iOS와 구글 Play는 소프트웨어 플랫폼에 해당하며, 네이버나 다음은 검색 및 포털 플랫폼, 우버나 직방은 전자상거래 플랫폼, 카카오페이는 결제·금융 지원 플랫폼, 넷플릭스나 웨이브는 미디어콘텐츠 플랫폼, 카카오톡이나 페이스북은 소셜 플랫폼, 그리고 네이버 카페는 커뮤니케이션 플랫폼으로 유형화된다(이한영 외, 2021).

이 밖에도 디지털 플랫폼의 진화 단계에 주목한 분류도 존재한다. 김주희 외(2022)는

기술 중심에서 비즈니스 중심으로 진화하는 특성을 반영하여 플랫폼을 ‘기술형’, ‘비즈니스형’, ‘하이브리드형’으로 분류한다. 기술형은 네트워크 환경 제공에 초점을 두며, 비즈니스형은 중개를 통해 수익을 창출하고, 하이브리드형은 데이터 기반의 복합적 서비스를 제공하는 구조를 가진다(김주희 외, 2022).

과학기술정보통신부(2022)는 디지털 플랫폼을 제공 주체와 이용자 간 관계를 중심으로 중개플랫폼, ‘직거래 플랫폼’ 및 ‘플랫폼 인프라’로 구분하였다. 중개플랫폼은 오픈마켓, 배달 중개, 숙박 공유, 검색 등과 같이 공급자와 수요자 간 재화·서비스 등을 중개·공유한다(과학기술정보통신부, 2022). 반면에, 직거래 플랫폼은 재화나 콘텐츠를 플랫폼 운영자가 직접 제공하거나 접근을 허용하는 구조로, 음원·게임·전자출판 등의 콘텐츠 플랫폼이 여기에 포함된다(과학기술정보통신부, 2022). 플랫폼 인프라는 브라우저·운영체제·전자결제 등 플랫폼 서비스를 가능하게 하는 기반 기술로 구성된다(과학기술정보통신부, 2022).

한편, Wall Street Journal, 통계청 통계분류포털 등과 같이 디지털 플랫폼을 전자상거래·금융·교육·물류·유통 등의 전통 산업 영역과 클라우드 기반 소프트웨어·바이오·헬스케어·공간 공유·인공지능 등의 신산업 영역으로 나누기도 한다.

### III. 디지털 플랫폼 사례연구

#### 1. 핀테크 플랫폼 자율규제

핀테크는 금융(Finance)과 기술(Technology)의 융합으로, 지능정보기술을 활용하여 모바일 지급·결제, 크라우드펀딩, 금융 데이터 분석, 로보어드바이저, 후불결제(BNPL: Buy Now Pay Later) 서비스 등 혁신적인 금융 서비스를 제공하는 산업을 의미한다. 이러한 핀테크의 확산에 따라 유연한 규제 환경 조성을 위해 자율규제의 필요성이 커지고 있다. 우리나라에서는 디지털자산거래소 공동협의체(DAXA: Digital Asset eXchange Alliance) 발족, 한국핀테크산업협회 자율규제단체 지정 등과 같이 자율규제의 도입에 노력하고 있으나, 실제 자율규제의 적용은 아직 초기 단계에 머물러 있다.

반면, 해외에서는 보다 체계적인 자율규제가 정착되고 있다. 일본은 「금융상품거래법」, 「금융서비스중개법」 및 「자금결제법」을 기반으로 거래, 중개 및 결제 영역별로 자율규제 기구를 운영하고 있으며, 전문가 워킹그룹을 통해 자율규제의 발전 방안을 모색하고 있다(안수현 외, 2022). 중국은 2015년 ‘금융안정보고’에서 자율규제기구 활용과 자율규범 확대를 제시하고 있으며, 입법 과정에서도 자율규제 원칙을 적극적으로 고려하고 있다(노은영, 2015; 안수현 외, 2022 재인용).

호주는 핀테크 자율규제에서 가장 선도적인 국가로, 위험 기반 규제(risk-based regulation) 방식을 채택하여 위험성이 낮은 분야, 특히 BNPL 서비스에 자율규제를 적극 활용하고 있다. 구체적으로 비영리 민간단체인 ‘호주금융산업협회(AFIA: Australian Finance Industry Association)’는 이해관계자 협의를 통해 행동강령(Code of Practice)의 형식으로 자율규제 규정을 제정하였다. 동 강령은 BNPL 제품·서비스의 설계, 마케팅 및 배포 등에서 고객 중심 접근방식을 강조하며, 법률이나 규제에서 요구하는 의무보다 높은 기준을 회원사에 부과하고 있다(AFIA, 2021). 행동강령은 호주 BNPL 시장의 90% 이상을 차지하는 7개 회원사에 대해 구속력을 가지며, 이들의 가맹점 및 소매점에도 적용된다(AFIA, 2021). 행동강령의 준수 여부는 ‘규정준수위원회(CCC: Code Compliance Committee)’가 감독하고, 위반 시에는 ‘호주금융불만처리위원회(AFCA: Australian Financial Complaints Authority)’가 강제 이행을 담당한다(AFIA, 2021). 행동강령은 제품·서비스 관련 직원 교육, 소비자의 보호 등을 위한 금융 서비스 업계 표준 지침 준수, 불만·분쟁 처리 절차 및 방법, 윤리 원칙 준수, 소비자 신용 유지 등을 위한 정보 제공, 회원사에 대한 상세 정보 제공, 제품·서비스 적합성 평가, 규정 준수 모니터링·조사, 재정적 어려움에 대한 지원, 추심방법, 위반 사항 보고·제재 등에 대한 사항을 광범위하게 규정하고 있다(AFIA, 2021). 행동강령은 시장의 변화와 발전에 대응하고 업계의 높은 기준을 유지하기 위하여 규정준수위원회의 위원, 회원사, 소비자 단체, 규제기관 등이 참여하는 공개적인 협의를 통해 주기적으로 검토된다(AFIA, 2021). 다만, 행동강령은 기존의 규제를 대체하기보다 소비자 보호와 분쟁 해결에 있어 보완적 역할을 수행한다는 점에서 의의가 있다.

미국 또한 핀테크 분야에서 민간 주도의 자율규제를 운영하고 있으며, 특히 기존 규제를 보완하는 차원에서 자율규제를 활용하는 데 중점을 두고 있다. 대표적으로는 핀테크

관련 기업들이 설립한 자율규제기구인 ‘디지털자산시장협회(ADAM: Association for Digital Asset Markets)’가 회원사의 합의를 통해 마련한 행동강령을 들 수 있다. 행동강령은 위험 관리를 위한 효과적인 거버넌스와 윤리적·전문적 행동 방식, 거래의 투명성·공정성, 시장의 무결성, 정보보안 등의 확보와 이해 상충의 원만한 해소를 위해 마련되었으며, 디지털 자산의 거래, 매매 등 다양한 활동에 적용된다(ADAM, 2019). ADAM의 회원사로 행동강령의 적용을 받는 기업은 거래소, 투자자, 자산관리자, 법무법인 등 총 34개 사에 이르며, ADAM은 참여기업이 행동강령을 준수하도록 지속적인 관리·감독을 수행하고 있다(ADAM, n.d.). 회원사는 행동강령의 준수를 서약하여야 하며, 위반 시 시정조치를 거부하는 경우에는 이사회에 따라 협회에서 제명될 수 있다. 행동강령에는 구체적으로 거래 공정성·무결성 제고, 이해 상충 대응, 파괴적 거래 관행 억제, 고객 자산 보호, 자금세탁 방지, 테러 자금 조달 억제, 정보보안 강화 등의 방안에 관한 내용이 포함되어 있다(ADAM, 2019). ADAM은 이 강령이 기존 법률을 대체하는 것이 아니고 보완하기 위한 것임을 명확히 밝히고 있다(ADAM, 2019).

## 2. 쇼핑·배달 플랫폼 자율규제

쇼핑·배달 플랫폼의 확산으로 알고리즘 조작, 멀티호밍 방해, 최혜대우 요구, 검색 중립성 위배 및 자사 우대 행위, 개인정보 오·남용 등 시장의 경쟁을 제한하고 소비자 권리를 침해하는 사례가 급증하고 있다. 이러한 쇼핑·배달 분야는 플랫폼의 증개 담당, 이용자의 높은 플랫폼 의존도 등으로 인해 기존 법령만으로 시장을 규율하기에는 한계가 있으며, 이에 따라 자율규제 체계의 도입과 활용 논의가 활발히 진행되고 있다.

우리나라는 2023년 이래로 개인정보보호위원회의 ‘주문배달 플랫폼 분야 민관협력 자율규제 규약’ 도입, 공정거래위원회의 배달앱 분야 자율규제 방안 발표 등과 같이 민간 중심 자율규제를 목표로 다양한 논의와 도입 노력을 이어가고 있으며, 일본은 「디지털 플랫폼 투명성·공정성 향상 법률」을 통해 실거래에서 발생하는 불공정 행위만 「공정거래법」에 따르도록 최소한도로 규정하고, 그 외 영역은 플랫폼의 자율성을 보장하려고 하고 있다(한철수 외, 2023).

온라인 쇼핑 분야에서 오랜 자율규제 전통을 가진 EU는 2000년 제정된 「전자상거래

지침」 제16조(행동강령)에서 회원국과 유럽연합 집행위원회(EC: European Commission)가 행동강령 작성을 지원하고 소비자단체의 참여를 장려하도록 규정함으로써 소비자의 권리 보호를 강조하였다(European Parliament and Council, 2000). 동 지침을 기반으로 ‘유럽데이터·마케팅연맹(FEDMA: Federation of European Data & Marketing)’은 2000년 「전자상거래 및 쌍방향 마케팅에 대한 행동강령(FEDMA Code on E-Commerce and Interactive Marketing)」과 「개인정보사용에 대한 행동강령(FEDMA Code of Practice for the use of Personal Data)」을 제정하였다.<sup>2)</sup> 이중 「전자상거래 및 쌍방향 마케팅에 대한 행동강령」은 산업계가 스스로 신뢰를 구축함으로써 사업 과정에서 발생할 수 있는 과도한 법적 규제를 회피할 수 있다는 점을 강조하며, 국제적 관행, 법령의 요구사항, 현장의 우수사례를 반영한 포괄적 자율규제 시스템의 구축을 목표로 하였다(FEDMA, 2010). 이를 통해 FEDMA는 건전한 사업 관행 유지, 소비자의 신뢰 확보와 전자상거래 시장의 안정적 성장을 도모하고 있다(FEDMA, 2010). 특히, 행동강령은 운영 투명성, 상업 제안 및 계약 정보, 상업 커뮤니케이션, 거래 보안, 데이터 및 개인 정보 보호, 아동 보호, 구제 절차, 모니터링 및 집행 등 기업들이 자율적으로 준수해야 할 기준을 포함하고 있으며, 온라인 판매자가 지켜야 할 윤리 기준을 제공한다(FEDMA, 2010). 행동강령을 준수하는 기업에게는 인증마크, 보증 등의 혜택이 주어지며, 소비자 불만 처리 및 분쟁 해결 체계도 함께 제공된다(FEDMA, 2010). 행동강령은 또한 어떤 상황에서도 동 강령이 유럽연합 또는 회원국의 법령보다 우선시되거나, 이를 대체하지 않음을 명확히 하고 있다.

특히 주목할 부분은 행동강령의 소비자 보호 및 불만 처리에 대한 상세한 규정이다. 구체적으로 첫째, 사업자는 기밀성, 무료 이용, 접근 용이성을 보장하는 효과적인 내부 불만 처리 절차를 운영해야 하며, 소비자의 불만을 최대한 운영해야 한다(FEDMA, 2010). 둘째, 불만은 접수 후 30일 이내 해결을 원칙으로 하되, 연장이 필요한 경우 소비자에게 사전에 통보해야 한다(FEDMA, 2010). 셋째, 내부 해결이 어려운 불만 사항의 경우, 협회 차원에서 해결책을 제시해야 한다(FEDMA, 2010). 넷째, 행동강령 서명 업

2) FEDMA는 유럽 수준의 전자상거래 및 다이렉트 마케팅 연합회로 유럽연합을 포함하여 스위스, 헝가리, 폴란드, 체코 등 12개 국가의 협회를 회원으로 하고 있는데, 각 국가의 협회는 소비자단체, 서비스제공업체, 미디어제공업체 등을 대표한다.

체는 소비자에게 관련 불만 처리 절차를 안내하고 이를 준수해야 하며, 다섯째, 대체 분쟁 해결 시스템이 있는 경우 이를 반드시 소비자에게 고지해야 한다(FEDMA, 2010).

행동강령은 실효성을 확보하기 위해 독립적인 의장과 회원국 협회 담당자로 구성된 모니터링 위원회를 두고 있으며, 이들은 강령의 정기적 검토 및 개정, 미해결 분쟁의 처리, 강령 위반 사항의 검토 및 이사회 제재 권고 등의 권한을 가지며, 심각한 위반 시에는 감독 당국에 법적 조치를 요청할 수 있다(FEDMA, 2010).

### 3. 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 자율규제

미디어·엔터테인먼트 플랫폼은 콘텐츠를 기반으로 오락성과 언론 기능을 동시에 수행한다. 또한, 다양한 계층의 사용자가 콘텐츠를 이용하므로, 이들의 기본적인 권리보호가 요구된다. 이러한 특성으로 인해 시장 참여 기업은 사업 활동에서 이윤의 추구와 함께 사회적·법적 의무를 지게 되며, 이는 우리나라의 「개인정보보호법」·「정보통신망법」이나 EU의 DSA와 같이 법령 및 규제의 형태로 이뤄진다. 하지만 빠르게 변화하는 미디어·엔터테인먼트 분야의 지나친 법령·규제를 통한 통제에 대한 반작용, 언론 기능을 가진 미디어의 규제에 대한 위험성 우려 등으로 인해 최근 자율규제를 도입하고자 하는 움직임이 커지고 있다.

이에 우리나라는 미디어·엔터테인먼트 분야의 허위·조작정보 확산을 방지하기 위해 자율규제 도입을 추진하고 있으며, 해외의 각국 정부도 자율규제에 대한 논의를 활발히 진행하고 있다. 호주는 이미 2021년 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 분야에 대한 실천강령을 개발하여 적극적으로 활용하고 있다. 구체적으로 호주 정부는 2019년 발표한 ‘디지털 시대의 규제: 디지털 플랫폼의 문의에 대한 정부 대응 및 이행 로드맵(Regulating in the Digital Age: Government Response and Implementation Roadmap for the Digital Platforms Inquiry)’에서 정보의 투명성·신뢰성을 확보하려는 방안의 마련이 중요함을 강조하며, 관련 업계에 거짓·허위정보를 생성·유포·공유하는 행위를 자율적으로 관리·감독할 수 있는 실천강령의 개발을 요청하였다(OECD, n.d.). 이러한 요청에 따라 비영리 단체인 디지털 산업그룹(DIGI: Digital Industry Group, Inc.)은 2021년 업계의 의견과 호주 통신미디어청(ACMA: Australian Communications and

Media Authority)의 지침을 고려하여 ‘허위·거짓정보에 대한 호주의 실천강령 (Australian Code of Practice on Disinformation and Misinformation)’을 개발하였다(OECD, n.d.).

해당 강령은 표현의 자유와 개인정보 보호, 사용자 권한 확대, 연구 지원, 타 법령과의 일관성 유지 등을 기본 원칙으로 하였으며, 플랫폼이 허위·거짓정보를 적절히 다루기 위해 어떤 업무를 수행해야 하는지를 명시하고 양질의 정보를 소비자가 식별할 수 있는 역량 배양을 목적으로 삼았다(DIGI, 2022). 실천강령 서명 업체는 허위·거짓정보로 인한 피해 구제와 이를 방지·억제하기 제재·교육·홍보·연구 지원 등에 대한 조치를 취해야 하며, 정기적으로 ACMA에 관련 활동 및 투명성에 대한 보고서를 제출해야 한다(DIGI, 2022). 이 밖에도 서명 업체는 허위·거짓정보 피해에 대한 보호장치 마련, 수익 창출 억제, 식별 수단 제공 및 연구 지원과 정보보안·무결성 확보를 위한 노력, 정치광고 투명성 강화 등의 업무를 수행해야 한다(DIGI, 2022). 한편, 실천강령의 실효성 확보를 위해 ACMA는 강령의 준수 여부를 감독하며, 플랫폼 정보의 품질 측정 및 평가, 강령 운영 및 개선을 위한 협력 등의 업무를 수행한다(DIGI, 2022). 현재 실천강령에는 애플, 구글, 메타 등을 포함하여 8개 플랫폼 기업이 참여하고 있다.

ACMA는 2021년 발표된 실천강령에 대한 검토를 실시하여 개선이 필요한 부분에 대해 의견을 제시하였으며, DIGI는 이에 대해 2022년 공개 의견수렴을 거쳐 실천강령을 개정하였다. 개정된 실천강령은 플랫폼의 책임성 강화를 위한 일련의 사항(독립적 감독, 불만 처리 시설 설치, 투명성 보고 절차 개선 등)이 포함되었으며, 실천강령 서명 기업은 옵트인·옵트아웃 방식을 통해 자신들이 실천강령에 따라 수행할 업무를 선택할 수 있게 되었다(DIGI, 2022). 특히, 실천강령 개정안에서는 불만 처리 시설의 설치와 함께 소비자가 강령 위반 사항 등에 관련된 불만 및 이의를 DIGI 웹사이트를 통해 직접 제시할 수 있게 하였다(DIGI, 2022).

한편, DIGI는 실천강령의 실효성을 확보하기 위해 플랫폼 기업과 외부 전문가로 구성된 다양한 위원회를 중심으로 한 거버넌스 체계를 구축하였다. 대표적으로 ‘불만 처리 소위원회’에서는 실천강령의 위반에 대한 사항을 청취하고 처리 방안을 결정하도록 하였으며, 각 기업의 불만 처리 시설은 소위원회의 결정 사항을 이행하도록 하였다(DIGI, 2022). 또한, ‘운영소위원회’에서는 독립적으로 실천강령의 이행에 대한 모니터링, 투명

성 보고서의 검토, DIGI의 연례보고서 검토 등의 업무를 수행하도록 하였다(DIGI, 2022). DIGI는 2년마다 실천강령이 플랫폼 기업, ACMA, 학계, 시민단체 등의 검토를 거치도록 하여 강령의 지속적인 개선에 노력하고 있다(DIGI, 2022).

EU 역시 미디어·엔터테인먼트 분야에서 자율규제 활용에 적극 노력하고 있다. 2018년 개정된 「시청각미디어서비스 지침(Directive (EU) 2018/1808)」에 추가된 4a 조항에서는 회원국에게 법률 체계가 허용하는 범위 내에서 공동규제와 자율규제의 활성화를 위해 노력해야 할 의무를 부여하였으며, 이때에는 다양한 이해관계자의 의견수렴, 명확한 목표 제시, 투명하고 독립적인 모니터링·평가, 효과적인 집행 방법 제공 등의 내용이 포함되어야 함을 규정하였다. 또한, EC는 허위정보에 대응하기 위해 2018년 「허위정보에 대한 실천강령(Code of Practice on Disinformation)」과 2022년 「허위정보에 대한 강화된 실천강령(Strengthened Code of Practice on Disinformation)」을 발표하였는데, 이는 미디어·광고 플랫폼 기업이 참여하여 논의한 결과를 토대로 작성된 것으로 EC는 논의에 직접 참여하기보다는 기업들의 자율규제 방향 설정을 위한 기대치를 제시하고 논의의 장을 마련하는 데 주안점을 두었다(EC, 2022).

특히, 2022년의 강화된 실천강령은 2018년 실천강령의 일관성·완전성 부족, 모니터링 수단 부적절성, 기업의 낮은 참여도 등의 한계를 개선하기 위해 8개 분야(허위정보를 통한 수익 차단, 정치광고의 투명성 강화, 서비스의 무결성 확보, 이용자 역량 강화, 연구자 지원, 사실확인 공동체 지원, 투명성 센터 및 태스크포스 운영 및 강화된 모니터링 체계)에 걸친 44개의 책무와 128개의 구체적인 이행 조치로 구성되었으며, 서명 기업은 이 중 특정 업무를 선택하여 수행할 수 있다(EC, 2022). 또한, 강화된 실천강령에서는 이행의 효과를 제고하기 위해 투명성 센터 운영, 실적 보고 등 다양한 수단을 규정하였는데, 참여 기업으로부터 재원을 제공받아 설치·운영되는 투명성 센터는 참여 기업이 제공하는 모든 정보를 소비자가 쉽게 검색·이해할 수 있는 방법으로 전달하도록 하였다는 점에 특히 의의가 있다(EC, 2022).

## IV. 디지털 플랫폼 전문가 인터뷰

디지털 플랫폼 전문가 인터뷰는 우리나라의 핀테크, 쇼핑·배달 및 미디어·엔터테인먼트 플랫폼별 자율규제 도입·활용의 애로사항 및 이를 해소하기 위한 효과적인 자율규제로의 이행 방안을 중심으로 진행되었다. 인터뷰는 <표 1>과 같이 플랫폼 자율규제 관련 논의 과정에 실제로 참여하고 있는 관·산·학·연 분야별 플랫폼 전문가 14인을 섭외하였다. 인터뷰는 원칙적으로 참가자의 전문 분야별로 포커스 그룹 인터뷰를 진행하였으며, 일정 조정에 어려움이 있을 때에 한하여 개별 인터뷰를 진행하였다.

<표 1> 플랫폼 자율규제 인터뷰 참가자 개요

전문분야	핀테크 플랫폼(3인)	쇼핑·배달 플랫폼(6인)	미디어 플랫폼(5인)
소속	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 협회 1인</li> <li>• 기업 1인</li> <li>• 정부 1인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자단체 1인</li> <li>• 배달라이더 노동조합 1인</li> <li>• 연구기관 2인</li> <li>• 경제단체 및 협회 2인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 2인</li> <li>• 학계 2인</li> <li>• 협회 1인</li> </ul>

출처: 저자 작성

인터뷰의 효과적 수행을 위해 참가자에게는 인터뷰 일주일 전에 사전 질문지를 배포하였으며, 실제 인터뷰에서는 반구조화 기법을 활용하여 플랫폼 자율규제와 관련된 보다 심도 있는 이해를 얻고자 하였다. 각 인터뷰는 약 2시간 동안 진행되었으며, 모든 대화 내용을 녹취한 후 전사하는 방법으로 자료를 정리하였다. 전사를 통해 정리된 인터뷰 자료는 질적 내용분석 기법으로 코딩하고 주요 주제별로 범주화하여 공통된 견해와 쟁점을 도출하였다. 특히, 인터뷰 결과에 대해 관련 문헌 및 사례와의 교차 검증을 실시하여 신뢰성 확보에 노력하였다.

### 1. 핀테크 플랫폼 자율규제

#### (1) 핀테크 플랫폼 자율규제 애로사항

해외 주요국과 달리 한국의 핀테크 플랫폼 분야 자율규제의 도입은 여전히 미흡한 수준이다. <표 2>와 같이 인터뷰 결과에서는 핀테크 플랫폼에 대한 이해 부족, 독립적 기구

의 부재, 자율규제의 역할 및 목표 불명확, 금융산업 분야의 폐쇄적인 규제정책과정 등이 자율규제 도입 지연의 주요 원인으로 지적되었다.

〈표 2〉 핀테크 플랫폼 자율규제 애로사항 인터뷰 요약

구분	내용 요약
핀테크 플랫폼에 대한 이해 부족	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 핀테크 분야를 기존의 금융산업과 같이 규제산업으로 인식</li> <li>• 핀테크 분야를 별도의 산업으로 보기보다는 기존 금융 분야와 유사한 분야를 찾아서 관습적으로 해당 규제를 그대로 적용</li> </ul>
독립기구의 부재	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자금융산업이 오랜 역사를 가짐에도 불구하고 구심점 역할을 하는 통합적 기구 부재</li> <li>• 기존 금융분야 사업자의 견제로 인해 핀테크 분야의 독립적 기구 설립 어려움</li> </ul>
자율규제의 역할 및 목표 불명확	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 핀테크 분야 자율규제의 개념, 지향점 불명확</li> <li>• 특정 민간기관이 정부의 요청에 따라 지침·가이드라인을 만드는 것을 자율규제로 볼 수 있는지 불명확</li> </ul>
폐쇄적인 규제정책과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 이해당사자들에 대한 충분한 의견수렴 없이 소수 전문가만 참여한 조문 작업 빈번</li> </ul>

출처: 저자 작성

구체적으로 전문가들이 지적한 자율규제의 도입이 지연되는 첫 번째 원인은 정부와 금융권이 핀테크를 기존 금융업의 파생산업으로 인식하며, 자율규제보다 기존 규제의 적용을 더 선호하기 때문이다. 예컨대, 2021년 제정된 「금융소비자 보호에 관한 법률(금융소비자보호법)」은 금융상품판매대리·중개업을 등록 대상으로 규정함으로써 금융·보험상품의 광고·비교·매칭·추천을 주요 사업모델로 하는 핀테크를 기존 금융과 동일시하였다. 이러한 핀테크의 기존 금융 분야 규제로의 편입은 유연한 규제 환경 조성을 위한 자율규제의 도입 가능성을 저해할 수밖에 없다.

두 번째 원인은 자율규제 자율규제를 담당할 독립적 기구가 없다는 점이다. 우리나라는 2012년 이래로 금융위원회에서 몇 차례에 걸쳐 「전자금융거래법」의 개정을 통해 은행연합회, 여신금융협회 등과 유사한 형태의 전자금융 분야 협회의 설립을 추진한 바 있다. 하지만 기존 금융 관련 협회의 견제 등으로 인해 협회 관련 사항의 추가가 무산되었으며, 이에 따라 자율규제기구의 역할을 담당할 독립적인 기구가 여전히 부재한 상황이다.

세 번째 원인은 자율규제의 역할, 목표 등이 분명하지 않다는 점이다. 전문가들은 핀테

크 관련 다양한 입법안에서 자율규제에 대한 내용을 담고자 노력해 왔으나, 실제로 자율규제를 통해 추구하고자 하는 바가 무엇인지 불분명하다는 문제점을 지적하였다. 예컨대 핀테크 분야 개인정보보호 영역은 한국핀테크산업협회가 자율규제기구로 지정되며, 자율규제의 역할에 대한 논의가 어느 정도 이뤄지고 있다. 하지만 그 밖의 거래·중개·지불·송금 등의 영역에 대해서는 자율규제의 역할에 대한 논의가 여전히 미흡한 실정이다.

이 밖에도 금융산업 분야의 폐쇄적인 규제정책과정 역시 자율규제의 도입을 저해하는 요인으로 지적되었다. 타 산업 분야에 비해 높은 전문성이 요구되는 산업의 특성으로 인해 금융산업은 규제정책과정이 소수에 의해 진행되는 특징이 있으며, 이는 결국 다양한 이해관계자의 의견수렴이 필요한 자율규제에 대한 논의를 지체시킬 수밖에 없다는 것이다.

## (2) 핀테크 플랫폼 자율규제 이행력 확보 방안

전문가들은 핀테크 플랫폼 분야의 자율규제 이행력을 확보하기 위해 <표 3>에서 볼 수 있는 바와 같이, 자율규제기구 권한·역할의 법제화, 자율규제의 한계 인정, 정부와 산업계의 협력 강화, 보완적 의미의 자율규제 도입·활용 등이 필요함을 지적하였다.

<표 3> 핀테크 플랫폼 자율규제 도입·활용 방안 인터뷰 요약

구분	내용 요약
자율규제기구 권한·역할의 법제화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부가 참여하고 일정한 법적 권한을 위임한 자율규제기구의 구성</li> <li>• 정부의 지원과 함께 중립성 유지를 위한 권한 배분</li> <li>• 시장참여자 전체의 이익을 보호하기 위한 정부의 법정 감시·검사·감독 권한 수행</li> </ul>
자율규제의 한계 인정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부규제가 폭넓게 적용되는 금융시장의 특성을 고려하여 제한된 범위의 자율규제 적용</li> <li>• 정부가 다루기 힘든 첨단 핀테크 분야에 대해 자율규제 한정적 적용</li> </ul>
정부와 산업계의 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자율규제기구의 금융당국과 업계 가교 역할 강화</li> <li>• 자율규제기구에 대한 정부 입법 절차 참여 지원·보장</li> </ul>
자율규제의 정부규제 보완성 확보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 불완전하게 작동하는 정부규제를 보완하는 차원의 자율규제 도입·활용</li> <li>• 자율규제기구의 회원사에 대한 공적 규제 준수 역량 강화 지원</li> </ul>

출처: 저자 작성

이를 구체적으로 살펴보면, 우선 독립성·중립성 확보를 위한 자율규제기구의 권한·역할의 법제화 필요성이 제기되었다. 자율규제기구의 독립성은 정부의 자율규제기구에 대

한 과도한 영향력 차단과 구성원들의 합의에 기반한 공정한 판단이 가능함을 의미하며, 중립성은 자율규제기구가 특정 기업의 이익에 치우치지 않고 정부와 기업 간 객관적인 입장을 확보하는 것을 말한다. 전문가들은 자율규제기구 권한·역할의 법제화를 통한 독립성·중립성 확보로 자율규제기구가 특정 기업이 아닌 전체 시장참여자의 이익을 대변할 수 있을 것임을 강조하였다.

다음으로 정부규제가 광범위하게 적용되는 금융산업의 특성을 고려하여 자율규제를 전면적으로 도입하기보다 정부규제가 미치지 어려운 특정 영역에 제한적으로 적용해야 한다는 의견이 제시되었다. 금융산업은 규제당국의 승인 없이 자율적으로 수행가능한 사업이 제한적이므로, 기존의 규제를 전면 자율규제로 변경하기에는 어려움이 따를 것으로 예상된다. 이에 따라 전문가들은 자율규제를 정부의 규제가 효과적이지 않은 특정 부문에 한정하여 도입하는 것이 바람직함을 강조하였다.

아울러 자율규제의 활성화를 위해 정부의 입법 과정 개방과 자율규제기구의 적극적인 참여 확대가 필요하다는 의견도 제기되었다. 이는 소수 전문가 중심의 기존 규제정책과정의 한계를 자율규제를 통해 보완할 수 있다는 점을 강조한 것이라고 할 수 있다.

마지막으로 자율규제기구는 새로운 규제를 만드는 데 집중하기보다 기존 규제의 보완하는 역할을 수행해야 하며, 자율규제 역시 규제가 강한 금융 분야에서는 정부규제의 보완적 수단으로 활용하는 전략이 바람직하다는 의견이 제기되었다.

## 2. 쇼핑·배달 플랫폼 자율규제

### (1) 쇼핑·배달 플랫폼 자율규제 애로사항

쇼핑·배달 플랫폼 분야는 각국 정부가 민간 중심의 자율규제를 가장 적극적으로 도입하려는 분야이며, 우리나라 또한 이를 추진 중이다. 그러나 정부의 노력에도 불구하고 자율규제는 기대만큼 빠르게 정착되지 못하고 있다. 이에 대해 전문가들은 <표 4>에서 확인할 수 있는 바와 같이, 시장참여자 간의 극심한 갈등, 자율규제 개념·내용의 불명확성, 적용 범위의 모호성 등을 자율규제 도입의 지체 원인으로 지적하였다.

〈표 4〉 쇼핑·배달 플랫폼 자율규제 애로사항 인터뷰 요약

구분	내용 요약
시장참여자 간의 갈등·대립	• 플랫폼 사업자, 입점업체, 배달 노동자, 소비자 등 다층적인 구조로 인해 시장참여자 간 다양한 갈등·대립 문제 발생
자율규제 개념·내용의 불명확성	• 자율규제를 통해 어떤 문제를 어디까지 해결할 것을 추구하는지에 대한 불명확성
자율규제 적용 영역 불명확성	• 자율규제의 적용 영역과 정부규제 적용 영역 구분 기준의 불명확성 • 자율규제의 적용이 어려운 부문에 대한 정부의 몰이해 • 이해관계가 상충되거나 시장지배력에 차이가 큰 집단의 참여를 통한 자율규제 마련 추진

출처: 저자 작성

구체적으로 전문가들은 쇼핑·배달 플랫폼 분야에 매우 다양한 이해관계자가 존재하고, 이들 간의 갈등·대립이 심각하여 자율규제가 도입되기 어렵다고 주장하였다. 오프라인 시장과 달리, 이 분야에서는 플랫폼 기업, 사업자, 소비자, 배달 노동자 간 매우 복잡하고 다양한 유형의 갈등이 발생한다. 전문가들은 이러한 갈등은 조정기구가 있다고 하더라도 해결에 어려움이 있으며, 제삼자의 개입 없이 당사자 간 자율적인 문제해결을 도모할 경우 그 어려움은 더욱 커진다고 말하였다.

전문가들은 또한 자율규제의 목표, 개념, 내용 등이 명확히 정립되지 않았다는 점도 자율규제 도입·활용의 장애 요인으로 제시하였다. 정부는 디지털 플랫폼 분야에서 자율규제 기조를 천명하고 있으나, 자율규제가 해결하고자 하는 문제의 내용과 범위가 불명확한 상황이다. 이에 따라 시장참여자들은 자율규제를 법률로 규율하기 어려운 세부 사항에 대한 자율적 합의 방식, 새로운 시장에 대한 임시적인 대응 수단, 기존 법질서를 대체하는 수단 등으로 각기 다르게 인식하고 있어, 자율규제에 대한 공감대 형성이 어렵다는 것이다.

전문가들은 자율규제와 정부규제의 적용 영역이 불명확한 점도 문제로 지적하였다. 일반적으로 자율규제는 유사한 목적과 규모를 가진 사업자·단체가 자율적으로 기준을 마련해 따르는 방식이다. 하지만, 쇼핑·배달 분야는 플랫폼 사업자, 소상공인, 플랫폼 노동자, 소비자 등 이해관계가 상이하고 시장지배력에 큰 차이가 있는 주체들이 참여한다. 따라서 어디까지 정부규제를 적용하고, 어디까지 자율규제를 적용할지에 대한 합의를 도출하기 어려우며, 이는 자율규제 도입을 저해하는 요인으로 작용한다는 것이다.

## (2) 쇼핑·배달 플랫폼 자율규제 이행력 확보 방안

쇼핑·배달 플랫폼 분야는 정부가 자율규제를 적극적으로 추진하고 있어 향후 이의 정착 가능성이 높은 시장으로 평가된다. 이에 따라 전문가들은 자율규제의 안정적 정착과 활성화를 위한 방안으로 <표 5>에서 볼 수 있는 바와 같이, 자율규제기구의 자율성 보장, 자율규제의 집행력 확보 방안 마련, 적용 영역의 명확화 등을 제안하였다.

<표 5> 쇼핑·배달 플랫폼 자율규제 도입·활용 방안 인터뷰 요약

구분	내용 요약
자율규제기구의 자율성 보장	• 진·출입이 자유로운 시장의 특성을 고려하여 자율규제기구의 권한과 역할을 시장에서 자율적으로 결정할 수 있도록 보장
자율규제의 집행력 확보를 위한 대안 마련	• 자율규제의 준수에 대한 혜택과 위반에 대한 제재를 담보할 수 있는 다양한 대안의 마련 추진
자율규제 적용 영역의 명확화	• 자율규제의 이해관계자 집단 간 갈등 해소의 한계 인식 및 이에 대한 역할 재검토

출처: 저자 작성

우선 자율규제기구의 자율성과 관련해서, 핀테크 전문가들이 법적 근거 마련을 강조한 것과는 달리 쇼핑·배달 플랫폼 전문가들은 정부개입의 최소화가 바람직하다고 보았다. 이와 함께 자율규제기구가 정부의 예산지원을 받는 것은 자율규제기구를 정부의 하위기관으로 전락시킬 우려가 있어 지양해야 한다는 의견을 나타냈다. 이는 결국 자율규제기구의 권한과 역할을 최대한 시장의 자율로 보장하는 것이 효과적이라는 것이다.

전문가들은 이와 함께 자율규제기구가 정부의 개입 없이 운영되더라도, 구성원이 합의된 지침을 준수하게 하고 위반 시 제재가 가능하도록 집행력을 확보하는 방안이 필요함을 강조하였다. 자율규제의 본질이 민간 주도 지침의 운영에 있는 만큼, 이를 실효성 있게 유지하려면 자율규제 참여자에게 실질적인 유인 제공과 제재가 이루어져야 한다는 것이다. 이에 따라 전문가들은 자율규제를 준수하는 사업자에게는 수수료, 광고비 등의 비용 절감 혜택을 제공하고, 반면에 위반 시에는 정부의 사후 규제나 처벌을 강화하는 방식을 제시하였다.

끝으로 전문가들은 자율규제의 한계를 명확히 인식할 필요가 있다고 지적하였다. 특히

우리나라 쇼핑·배달 플랫폼 분야에서 핵심 이슈로 지목되는 플랫폼 기업, 입점업체, 노동자 간 갈등의 해소를 위한 조정 수단으로서 자율규제는 효과가 제한적임을 강조하였다. 이에 따라 자율규제의 적용 대상은 갈등의 해결보다는 소비자 보호 등 비교적 단일한 이해관계가 형성되는 영역에 한정하는 것이 바람직하다는 제언이 제시되었다.

### 3. 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 자율규제

#### (1) 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 자율규제 애로사항

해외 주요국과 마찬가지로 우리나라에서도 표현의 자유를 최대한 보장하기 위해 미디어·엔터테인먼트 분야에 대한 자율규제 도입이 추진되고 있다. 이는 미디어 기술 변화에 따른 정부규제의 한계를 보완하는 방편으로 시장참여자 중심의 자율규제가 효과적이라는 인식에 기반한다. 그러나 2018년 방송통신위원회가 추진했던 인터넷 개인방송 자율규제 기구인 ‘클린인터넷방송협의회’ 설치의 실패 사례에서 보듯이, 자율규제의 실제 도입은 미진한 상황이다. 전문가들은 이의 주요한 원인으로 <표 6>에서와 같이, 시장참여자의 공감대 부족, 자율규제 개념·내용의 불명확성, 구심점 역할을 하는 자율규제기구의 부재를 들었다.

<표 6> 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 자율규제 애로사항 인터뷰 요약

구분	내용 요약
시장참여자의 공감대 형성 부족	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 시장참여자의 견해 차이를 반영한 자율규제 설계의 어려움 존재</li> <li>• 규제기관의 미디어 플랫폼에 대한 이해 부족</li> </ul>
자율규제 개념·내용의 불명확성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 형태·수준의 자율규제에 대한 시장참여자의 이해 부족</li> <li>• 자율규제에 대한 정부와 업계의 합의 부족</li> </ul>
자율규제기구의 부재	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구심점 역할을 수행하거나 대표성을 가진 자율규제기구의 부재</li> </ul>

출처: 저자 작성

인터뷰에 참여한 전문가들은 우선 미디어·엔터테인먼트 분야에서 자율규제의 도입·활용이 지연되는 주요 원인으로 시장참여자 간 공감대 형성 부족을 지적하였다. 미디어·엔

터테인먼트 분야는 플랫폼 사업자, MCN(Multi Channel Network), 크리에이터, 소비자 등으로 구성된 다층적 구조를 가지며, 각 주체 간 입장이 상이하다. 이들 중 일부는 표현의 자유를 강조하며 자율규제의 필요성을 주장하지만, 다른 일부는 유해 콘텐츠에 대한 우려로 인해 일정 수준의 정부개입 필요성을 제기한다. 특히, 방송통신위원회는 미디어를 전통 방송의 연장선으로 보고 이를 정부규제의 대상으로 간주하는 경향이 강하다. 전문가들은 이처럼 이해관계가 복잡하고 미디어에 대한 인식 차이가 큰 상황이 자율규제를 효과적으로 설계·도입하는 데 어려움을 발생시킨다고 평가하였다.

이와 함께 전문가들은 자율규제에 대한 전반적인 이해 부족 문제를 지적하였다. 일부 시장참여자는 자율규제를 정부개입이 전혀 없는 상태로 인식하거나, 정부규제를 완전히 대체할 수 있다고 오해하고 있어, 자율규제의 개념·내용·수준 등에 대한 정부와 업계 간의 명확한 합의가 필요하다는 것이다. 전문가들은 또한 자율규제의 효과적인 운영을 위해서는 정부가 최소한의 기준을 제시하고, 이에 대해 업계가 준수 방안을 논의하는 구조가 필요하다는 점을 강조하였다.

끝으로 전문가들은 업계 내 자율규제의 부재를 주요한 애로사항으로 지목하였다. 자율규제가 효과적으로 도입·작동하기 위해서는 구심점 역할을 하는 기구가 필수적이거나, MCN 협회, K-콘텐츠 크리에이터 연합회 등은 낮은 참여율과 대표성 부족으로 실질적인 자율규제 추진에 한계가 있다는 것이다. 이에 따라 전문가들은 협회의 대표성과 집행력을 확보하지 않으면 자율규제의 실효성 확보는 어렵다고 보았다.

## (2) 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 자율규제 이행력 확보 방안

미디어·엔터테인먼트 플랫폼 분야에서는 자율규제에 대한 논의가 지속되어 왔다. 물론 최근 새로운 사업모델의 등장과 기술 기반 콘텐츠의 확산으로 저작권 및 허위·거짓정보 관리의 차원에서 규제의 필요성이 제기되고 있으나, 표현의 자유를 중시하는 분야의 특성상 민간 자율성에 기반한 자율규제의 도입·활용을 우선시하는 견해가 여전히 우세하다. 이러한 관점에서 전문가들이 제시한 자율규제의 도입·활성화 방안은 <표 7>과 같다.

〈표 7〉 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 자율규제 도입·활용 방안 인터뷰 요약

구분	내용 요약
시장참여자의 이해충돌 최소화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장에서 발생하는 문제점과 부작용에 대한 시장참여자의 이해 공유</li> <li>• 정부와 업계와의 이해충돌 최소화</li> </ul>
정부의 제한적 참여	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자율규제 도입·활용에 있어서 업계에 대한 지원 차원의 제한적 정부 참여</li> <li>• 정부의 자율규제안에 대한 가이드라인 제공, 해외 관련 정보 제공 등과 같은 기본적인 역할 수행</li> </ul>
자율규제기구 설치 및 권한·역할 명확화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이해관계자의 의견을 종합할 수 있는 자율규제기구 필요</li> <li>• 업계를 규율할 수 있는 권위를 보유하되, 정부로부터 일정 수준 이상의 독립성 유지 필요</li> </ul>
자율규제 이행력 확보를 위한 절차·제도 마련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 업계 집단행동의 딜레마의 극복 방안 마련</li> <li>• 자율규제기구의 중립성 확보</li> </ul>

출처: 저자 작성

구체적으로 전문가들은 다양한 시장참여자 간의 이해충돌을 최소화할 필요가 있다고 보았다. 방송통신위원회는 미디어·엔터테인먼트를 방송의 일부로 간주하며 정부규제를 통해 시장을 관리하려고 하는 반면, 업계는 표현의 자유 보장을 근거로 자율규제를 선호하여 양측의 입장 차가 크다. 또한 허위·거짓정보 등 유해 콘텐츠에 대한 인식 차이로 인해 업계와 소비자 단체 간에도 정부개입에 대한 의견 차이가 존재한다. 전문가들은 미디어·엔터테인먼트 플랫폼의 사회·경제적 파급효과를 고려할 때, 정부의 사후적 규제보다는 자율규제를 중심으로 한 효율적인 규제 체계 구축이 필요하며, 이를 위해서는 정부, 업계, 소비자 간의 신뢰 구축과 자유로운 소통 환경의 조성이 중요함을 강조하였다.

이어서 전문가들은 자율규제의 활성화를 위해 정부의 참여 수준이 제한적이어야 함을 강조하였다. 정부가 직접 문제해결에 개입하는 방식은 시장참여자의 자율규제 도입·활용 의지를 저해할 수 있으므로, 정부의 역할은 불공정 행위의 제한, 자율규제안 마련을 위한 가이드라인 제시, 해외 자율규제 관련 정보 제공 등과 같은 기본적인 사항에 한정되어야 한다는 것이다.

전문가들은 또한 자율규제가 효과적으로 작동하기 위해 의견을 수렴할 수 있는 자율규제기구가 필요함을 강조하였다. 특히, 이들은 자율규제의 도입에 있어서 사업자의 의무, 콘텐츠의 품질, 불법·유해 콘텐츠 생산 등에 대해 동일하거나 비슷한 수준의 대응이 이루

어질 수 있도록 기구의 설치가 필요하다는 점을 언급하였다. 이와 함께 자율규제가 효과적으로 작동할 수 있도록 자율규제기구에는 정부로부터의 독립성, 자율규제에 대한 전문성, 참여 기업에 대한 실질적 영향력, 실행의 공정성·투명성, 위반에 대한 실질적인 통제력을 가지는 것이 중요하다고 하였다. 이를 위해 법적·제도적 근거를 마련하여 자율규제기구의 권한과 역할의 타당성을 확보함과 동시에 자율규제기구의 실효성을 확보하기 위해 다양한 기업의 참여를 위한 지원이 필요하다는 의견이 제시되었다.

마지막으로 전문가들은 집단행동 딜레마의 극복이 자율규제 이행가능성 확보의 핵심이라고 보았다. 자율규제 환경에서는 일부 시장참여자가 이를 준수하기보다는 위반함으로써 이익을 확보하려는 행태를 보이는 집단행동의 딜레마가 나타날 가능성이 있다. 이러한 문제점의 해소를 위해 전문가들은 우선 자율규제 준수 여부의 모니터링, 준수 인센티브 제공, 위반 패널티 부과, 불만·불편의 처리 등을 위한 절차 마련이 필요하다는 의견을 제시하였다. 또한 특정 시장참여자가 주도권을 행사하지 않도록 자율규제기구의 중립성이 확보되어야 하며, 자율규제의 공공성과 정당성의 유지를 위해 중립적 거버넌스 운영이 중요하다는 점도 강조되었다.

## V. 시사점 및 정책제언

자율규제는 급변하는 디지털 환경에 대응하여 규제의 유연성 확보 및 규제 공백의 보완을 가능하게 함과 동시에 업계의 자발적 규범 준수를 통해 책임성을 강화할 수 있다는 점에서 장점이 있으나, 법적 강제력 부족, 시장참여자 의견 조정 어려움 등의 한계가 발생할 수 있다. 이에 본 연구는 핀테크, 쇼핑·배달 및 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 분야를 중심으로 해외 자율규제 운영 사례와 전문가 인터뷰를 통해 자율규제가 원활히 도입·활용될 수 있는 조건을 분석하였다. <표 8>에서 볼 수 있는 것처럼, 해외사례에서는 행동강령 기반의 규율 체계, 다자간 협의의 구조, 정부규제의 보완, 모니터링 및 이행 감독 시스템 등의 특징을 지닌 민간 주도의 비영리 자율규제기구의 운영을 확인할 수 있었다. 이들 기구는 또한 자율적 합의에 따른 행동강령 수립, 위반 시 제재, 분쟁 처리 절차 운영, 정보공개를 통한 투명성 제고, 정부 및 규제기관과의 협력 등을 통해 자율규제의 효과를 높이고 있었다.

〈표 8〉 해외 자율규제기구의 공통적 특성

구분	공통 특징
민간 주도 비영리 기구	• 업계 주도의 비영리 단체로, 자율적인 규범의 설정과 집행 담당
행동강령 기반의 자율	• 회원사 및 이해관계자의 의견수렴과 합의를 기반으로 한 행동강령 제정
다자간 이해관계 협의	• 정부, 소비자 단체, 기업, 외부 전문가 등이 협의체 또는 위원회에 참석하여 다양한 이해관계 반영
정부규제의 보완	• 정부규제가 효과적으로 다루지 못하는 부분을 보완하며, 법률을 대체하지 않음을 명시
모니터링 및 이행 감독	• 규정 준수 여부를 감시하고 보고하는 위원회, 보고서 등의 이행 구조 보유

출처: 저자 작성

전문가 인터뷰를 통해 확인된 공통 애로사항은 자율규제의 정의·목적·역할에 대한 합의 부족, 자율규제기구의 부재, 이해관계자 간 의견·권력 차이로 인한 합의 도출 어려움 등이었다. 분야별로는, 핀테크 플랫폼에서는 기존 금융규제를 그대로 적용하려는 경향과 폐쇄적인 규제정책 형성구조가, 쇼핑·배달 플랫폼에서는 이해관계자의 극심한 갈등으로 인한 공통 규범의 도출 어려움이, 그리고 미디어·엔터테인먼트 분야에서는 표현의 자유를 중시하는 업계와 규제를 요구하는 소비자·정부 간 시각차, 협회의 낮은 대표성, 전통 방송 관점에서의 규제설계 경향이 주요 애로사항으로 지적되었다.

전문가들은 자율규제 환경으로의 원활한 전환을 위해 자율규제기구의 독립성과 대표성을 확보하는 것이 필요하며, 다양한 이해관계자의 참여를 통해 자율적 합의 기반 규범·지침의 형성이 중요함을 강조하였다. 또한 자율규제 위반 시의 제재 방안과 준수 시의 혜택 제공이 필요하며, 자율규제를 정부규제의 보완적 수단으로 인식하고 정부는 지원 역할을 한정적으로 수행하는 것이 바람직하다고 보았다. 분야별로는, 핀테크 플랫폼 분야에서는 자율규제기구의 법적 권한 확보, 협력적 거버넌스의 구축, 정부규제 보완 수단으로의 자율규제 활용 등이, 쇼핑·배달 플랫폼 분야에서는 정부개입 최소화를 통한 자율성 확보, 참여 유인의 제공, 소비자 보호 중심의 자율규제 설계가, 그리고 미디어·엔터테인먼트 플랫폼 분야에서는 자율규제기구의 대표성 확보, 정부의 가이드라인 설정, 이행력 확보 절차 및 체계 정비 등이 제안되었다. 이러한 이행 방안을 정리하면 〈표 9〉와 같다.

〈표 9〉 효과적 자율규제 도입·활용 방안

구분	공통	분야별		
		핀테크	쇼핑·배달	미디어·엔터테인먼트
자율규제기구	독립성 확보	법적 권한 명문화	민간 자율성 극대화	대표성 확보 및 중립성 강화
정부 역할	보완적 조력자	협력적 입법 파트너	최소 개입 원칙	정보 제공 및 가이드라인 설정
이행력 확보	인센티브 부여 및 제재 부과	법제 기반 관리·감독	참여 실익 제공	절차 및 감시체계 정비
규범 형성 방식	참여 기반 합의	제도 기반 합의 강화	실익 중심 자율 합의	표현의 자유 존중 중심 합의

출처: 저자 작성

분야별 해외사례와 전문가 인터뷰 결과를 종합하면, 디지털 플랫폼 자율규제 환경 조성을 위해 플랫폼 분야에 관계 없이 공통적으로 다음과 같은 사항이 요구된다. 우선 자율규제의 내용과 관련해서 첫째, 자율규제의 목적과 적용 범위를 명확히 해야 한다. 이는 가장 기본적이지만 자주 간과되는 요소로, 자율규제를 위한 행동강령에는 도입 배경과 목적, 법률과의 관계를 명확히 포함해야 한다. 자율규제는 법령을 대체하지 않으므로, 적용 범위가 모호할 경우 법적 충돌 가능성이 존재하고 수범자에게 혼란을 줄 수 있다. 따라서 EU의 실천강령이 도입 목적과 DSA와의 관계를 제시하거나, DIGI의 실천강령이 정부의 요청에 따라 마련된 것임을 서술하는 것처럼, 행동강령에는 자율규제의 목적과 대상, 적용 범위 등이 명확히 규정되어야 한다.

둘째, 수범자의 이행·의무 사항을 구체적으로 명시해야 한다. 행동강령에는 정보 제공, 보고서 작성·제출과 같은 일반적인 이행 사항에서부터 안전한 개인정보 처리, 소비자 보호 수단 마련 등 구체적인 이행 사항이 포함되는 경우도 있다. 하지만 구체적인 이행 사항과 실행 수단이 명확히 제시되지 않는 경우에는 기존의 상생협력이나 양해각서와 별반 차이가 없는 행동강령이 만들어질 가능성이 높다. 따라서 이행 사항의 내용과 집행 수단에 대해서는 구체적인 제시가 필요하며, 특히 이를 수행하는 데 있어서의 고려 사항에 대한 상세한 설명이 함께 제시되어야 한다. 이와 함께 모든 이행 사항을 일률적으로 적용하기보다는, 참가자가 자율적으로 선택(opt-in)할 수 있도록 해야 한다. DIGI와 EU의 실

천강령은 자율적인 이행 항목의 선택을 통해 참여율과 이행률을 높이는 방식으로 운영되고 있다.

셋째, 자율규제 운영에 관한 사항이 포함되어야 한다. 자율규제가 효과적으로 작동하기 위해서는 참가자의 활동을 주기적으로 파악할 필요가 있다. 따라서 행동강령에는 활동 보고서 제출 및 정보공개, 소비자 불만 처리 절차, 거버넌스 구조 등에 대한 구체적인 내용이 포함되어야 한다. 예컨대, EU의 강화된 실천강령은 독립적 모니터링 기구와 투명성 센터의 운영과 구성 등에 관한 사항을, 그리고 DIGI의 실천강령은 불만 처리 기구의 설치, 보고서 검토 등을 위한 소위원회 운영에 관한 사항을 규정하고 있다.

넷째, 행동강령은 내용의 검토 및 개선에 관한 사항을 포함해야 한다. 디지털 플랫폼의 특성상 환경 변화가 빠르게 일어나기 때문에, 행동강령에는 강령의 효과성, 수단의 일관성·적절성, 절차의 적정성, 이행 현황 등을 주기적으로 검토하고 이를 반영하여 개선하도록 하는 절차에 관한 사항을 규정할 필요가 있다. 또한 행동강령의 효과적인 개정·개선을 위해 검토를 위한 위원회의 구성, 검토 결과의 보고 및 의견수렴에 대한 내용도 규정되어야 한다.

다섯째, 이행력 확보를 위한 유인 및 제재 수단에 대한 내용이 필요하다. 자율규제의 한계는 강제력이 부족하다는 점이다. 자율규제 환경에서는 인허가가 필요한 일부 플랫폼 분야를 제외하면 정부의 관리·감독은 제한적이므로, 행동강령 차원에서 미이행 사항에 대한 정부 보고 혹은 대외 공표, 위반에 대한 경고, 준수에 대한 인증마크 부여 등의 수단을 마련하는 것이 중요하다. 예컨대 FEDMA는 준수 기업에 인증마크를 부여하고 있으며, 국내 오픈마켓 분야 자율규제 방안에서도 위반 시 경고 및 대외 공표를 통해 이행력 확보를 꾀하고 있다.

위의 다섯 가지 요소는 디지털 플랫폼 자율규제의 효과적인 설계와 실행력 확보에 필수적이며, 향후 자율규제가 실질적으로 작동하기 위한 기반이 된다.

한편, 자율규제의 효과적인 도입·활용을 위한 자율규제기구의 구성에 대해서는 다음과 같은 정책적 제언을 도출할 수 있다. 첫째, 자율규제의 실효성을 확보하기 위해 플랫폼 사업자의 적극적인 참여가 필요하다. 플랫폼은 지속적으로 확장되고 있으므로 일부 사업자만으로는 자율규제의 효과를 담보하기 어렵고, 이는 정부개입의 확대 가능성을 높일 가능성이 있다. 반면에 참여 기업의 증가는 행동강령의 이행력을 확보할 수 있을 뿐만 아니

라, 보다 넓은 분야·영역을 포괄할 수 있다는 점에서 매우 중요하다. 이러한 이유로 EU는 기업에 대한 참가 독려를 통해 2018년의 「허위정보에 대한 실천강령」에서 7개에 불과했던 참여 기업을 2022년 44개까지 증가시켰으며, 이를 통해 기존 실천강령의 낮은 참여도와 이행도의 한계를 극복하고자 하였다.

둘째, 자율규제기구에는 책임성과 투명성을 확보할 수 있는 거버넌스가 필요하다. 광범위한 개인정보의 활용, 인공지능 기반 결정 등이 급격히 증가함에 따라, 자율규제기구는 플랫폼 사업자의 정보 활용과 결정에 사용된 기준과 변수를 투명하고 쉽게 이해할 수 있는 방식으로 책임성 있게 제시할 수 있도록 관리해야 하며, 사용자는 언제든지 이러한 기준·변수에 접근할 수 있도록 해야 한다. 자율규제기구는 또한 투명성·책임성·신뢰성의 강화를 위해 플랫폼 사업자가 활용하는 기준·변수의 공개, 정부 보고 의무화 등의 업무를 수행하는 투명성 센터의 설치도 검토할 필요가 있다.

셋째, 자율규제기구는 적절한 불만·분쟁 처리 수단을 확보해야 한다. 자율규제기구는 플랫폼 사업자, 노동자, 소비자 등의 이의 제기나 분쟁조정 요청을 접수하고, 이를 객관적이고 투명한 방식으로 처리할 수 있어야 한다. 자율규제기구는 또한 이의 혹은 분쟁조정 요청에 대해 사실관계를 조사하고, 그 처리 결과를 신청자에게 신속히 통보해야 한다. 필요한 경우 자율규제기구는 불만·분쟁의 처리 결과를 대외적으로 공표하거나 정부에 보고하여, 시장 질서를 확립하고 시장참여자의 권익을 보호하는 역할을 수행해야 한다.

넷째, 이행력 확보와 효과성 강화를 위해 독립적인 모니터링 기구의 설치가 필요하다. 자율규제는 유연하고 신속한 대응이라는 장점이 있지만, 이를 극대화하기 위해서는 효과적인 작동 여부에 대한 객관적·정기적인 점검이 필요하다. 이러한 점검은 독립적인 모니터링 기구를 통해 이루어지는 것이 효과적이며, 모니터링 기구는 자율규약의 적절한 작동 여부에 대한 관리·감독, 자율규약의 품질 증진을 위한 현행 수단의 개선 등의 권한을 가지는 것이 바람직하다. 이와 함께 모니터링 기구는 자율규약이 효과적으로 준수될 수 있도록 회원사에 정기적으로 관련 정책 및 규정의 보고를 요청하고, 회원사가 자율규약을 위반한 경우에는 경고, 시정 요구, 나아가 위반 사항의 공표 및 정부에의 제재 요청 등을 할 수 있는 권한을 보유할 필요가 있다.

본 연구에서는 해외사례 분석과 전문가 인터뷰를 통해 대표적 디지털 플랫폼인 핀테크, 쇼핑·배달 및 미디어·엔터테인먼트 분야의 자율규제 도입·활용 애로사항과 자율규제

환경으로의 이행을 위한 다양한 방안을 살펴보았다. 본 연구가 최근 급격히 발전하고 변화하는 디지털 플랫폼 분야에 유연하고 신속하게 대응할 수 있는 방안 중 하나인 자율규제의 효과적인 활용에 기여하기를 기대해본다.

## 참고문헌

- 과학기술정보통신부. (2022). 2021 부가통신사업 실태조사.
- 과학기술정보통신부. (2022.09.06.). 디지털 플랫폼 자율규제 데이터·인공지능, 혁신공유·민관협력(거버넌스) 분야 논의 본격화. [보도자료].
- 기획재정부. (2022.08.19.). 플랫폼 민간 자율기구 출범식 개최. [보도자료].
- 김상택 외, 『자율규제 확대에 따른 전문규제기관 기능 및 역할에 관한 연구』, 방송통신위원회, 2016.
- 김은경·문미성·최윤정·김지혜. (2022). 『공정한 플랫폼 경제생태계를 위한 규제 방안 연구』. 경기연구원.
- 김주희·진현서·김도현. (2022). 「국내 플랫폼 기업 현황 분석과 시사점: 플랫폼 기업 유형 분류를 중심으로」. 벤처창업연구, 17(3), 229-243.
- 노은영. (2015). 「중국 인터넷금융의 감독법제에 관한 연구」. 증권법연구, 16(2), 279-310.
- 선지원. (2022). 「자율규제의 유형별 사례와 플랫폼 자율규제를 위한 시사점」. 경제규제와 법, 15(2), 86-104.
- 송순영. (2011). 「사업자의 소비자보호 자율규제 발전방향」. 소비자문제연구, (40), 117-139.
- 송화윤. (2021). 「가상자산 시장의 자율규제 활성화를 위한 법적 연구 - 불공정거래 규제를 중심으로 -」. 증권법연구, 22(1), 183-210.
- 심우현·원소연·이종한. (2021). 『엔택트 디지털경제의 규제 개선방안』. 한국행정연구원.
- 아이뉴스24. (2021.11.29.). [IT돋보기] 플랫폼 규제 논의 일단 멈췄지만...우려는 여전. 아이뉴스24. <https://www.inews24.com/view/1427347> (접속일: 25.03.20.).
- 안수현·정대·이지은·노은영·강영기. (2022). 『디지털 금융시대 금융법 현대화: 해외사례 및 시사점』. 한국금융연구원.
- 이민영. (2010). 「인터넷 자율규제의 법적 의의」. 저스티스, 116, 133-160.
- 이민창. (2003). 「자율규제의 성공요인과 한계」. 한국사회와 행정연구, 14(3), 229-258.
- 이한영·권병규·차성민. (2021). 「디지털 플랫폼에 관한 최근 EU의 규제개편 및 우리나라의 통상친화적 제도 개선 방향」. 중장기통상전략연구 21-01. 대외경제정책연구원.

- 최유성·이민호. (2009). 『공동규제(Co-regulation) 활용방안에 관한 연구(II)』. 한국행정연구원.
- 한철수, 김철호, 황진우, 이광욱, 이근우, 금창우, 홍정석. (2023). 『디지털 경제와 플랫폼: 독과점, 데이터, 공정거래, 소비자 보호』. 공정경쟁연합회.
- 홍대식·최요섭. (2018). 「온라인 플랫폼 관련 유럽연합 경쟁법과 경쟁정책」. 법학연구, 28(2), 173-208.
- 황용석. (2024). 디지털플랫폼 자율규제, 평가와 과제. KISO 저널, 55호, 5-11.

Association for Digital Asset Markets (ADAM). (2019). *Code of Conduct*.  
<https://www.theadam.io/wp-content/uploads/2021/11/ADAM-Code-of-Conduct.pdf> (접속일: 2025.04.10.).

Association for Digital Asset Markets (ADAM). (n.d.). About.  
<https://www.theadam.io/about/>. (접속일: 2024.04.05.).

Australian Finance Industry Association (AFIA). (2021). *Buy Now Pay Later Code of Practice*.

Black, J. (1996). "Constitutionalizing Self-Regulation", *The Modern Law Review*, 59(1), 24-55.

Digital Industry Group Inc. (DIGI). (2022). *Australian Code of Practice on Disinformation and Misinformation*.

European Commission (EC). (2015). *Public Consultation on the Regulatory Environment for Platforms, Online Intermediaries, Data and Cloud Computing and the Collaborative Economy*.

Europe Commission (EC). (2022). *The 2022 Code of Practice on Disinformation*.  
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> (접속일: 24.04.10.).

European Parlimant, the Council of the European Union and the Commission of the European Communities. (2003). Interinstitutional agreement on better law-making (2003/C 321/01). Official Journal of the European Union, C

321, 1-5.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32003Q1231%2801%29>. (접속일: 2024.04.05.).

European Parliament and Council. (2000). Directive 2000/31/EC of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). Official Journal of the European Communities.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&qid=1695361315674>. (접속일: 2024.04.05.).

Federation of European Data & Marketing (FEDMA). (2010). *FEDMA Code on E-Commerce & Interactive Marketing*.

<https://www.oecd.org/sti/ieconomy/2091875.pdf>. (접속일: 2024.04.05.)

Gunningham, N. and Rees, J. (1997), "Industry Self-Regulation: An Institutional Perspective". *Law & Policy*, 19, 363-414.

OECD. (2019). *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*. OECD Publishing.

OECD. (n.d.) *Voluntary Code of Practice on Misinformation and Disinformation*. DIS/MIS Resource Hub.

<https://www.oecd.org/stories/dis-misinformation-hub/voluntary-code-of-practice-on-misinformation-and-disinformation-1fe0be59/>.(접속일: 2024.04.10.)

Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons : the Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.

Parker, G. G., M. Van Alstyne and Choudary, S. P. (2016), *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company.

Rietveld, J., and Schilling, M. A. (2021). "Platform Competition: A Systematic and Interdisciplinary Review of the Literature". *Journal of Management*, 47(6), 1528-1563.

## Transitioning to a Self-Regulatory Framework for Digital Platforms: Global Cases and Expert Insights

Shim, Woohyun · Won, Soh-Yeon

This study explores strategies for introducing and implementing self-regulation on digital platforms. Based on global cases and expert interviews, it identifies key challenges to self-regulation, such as ambiguity in definitions and goals, stakeholder conflicts, and the weak representation of self-regulatory organizations. To address these issues, the study proposes measures: clearly defining the objectives of self-regulation, specifying implementation responsibilities, ensuring transparent procedures, and establishing mechanisms to promote compliance. From an operational perspective, it recommends that self-regulatory organizations broaden stakeholder participation, institute transparent governance structures, implement robust complaint-handling processes, and establish independent monitoring bodies. Ultimately, the study argues that self-regulation should complement—not replace—government regulation, and emphasizes the need for sector-specific frameworks tailored to each platform domain.

Keywords : Self-Regulation, Digital Platform, Code of Practice,  
Self-Regulatory Organizations