

---

# 〈2022 인터넷산업규제 백서〉 주요 내용 요약

---

한국인터넷기업협회 디지털경제연구원, 2023.01.

## 1 2022 인터넷산업규제 백서 개요

---

### □ 발간 목적 및 내용

- 인터넷산업의 현황을 종합적으로 확인할 수 있도록 산업통계, 인식조사, 규제진단 등 다양한 데이터를 수집하고 공표하여 인터넷산업의 현주소를 확인하고 제도개선 및 산업 진흥의 근거를 제공함
- 1년 단위로 인터넷산업 관련된 공인 통계의 수집, 이용자 조사 수행, 규제 현황 평가 등을 실시하여, 연간 산업 현황을 산업 내부와 외부에서 확인할 뿐 아니라, 산업 발전에 영향을 주는 제도 변화까지 포함함
- 동일한 지표의 연도별 현황의 추적을 통해 장기적으로 인터넷산업의 발전과정을 보여주는 종합 기록물 역할을 함

### □ 요약본 주요 내용

- 인터넷산업 규모 산정
  - 인터넷산업에 해당하는 분류별 매출 및 종사자 현황을 연간 데이터로 구축하여 지속적 산업 성장 지표로 활용
- 인터넷산업 인식조사
  - 인터넷산업에 대한 보편적 인식과 이용자와 사업자 간의 인식 격차와 보완점 확인 및 산업 진흥과 제도 개선의 방향성 제시
- 인터넷산업 규제 입법 평가
  - 1년간 발의된 인터넷산업 규제 입법안에 대한 전문가 평가 실시 후 한 해의 규제 동향 확인 및 문제점과 개선방안 모색

## 2 인터넷산업 규모 산정

### □ 개요

- (배경 및 목적) 많은 산업의 디지털화로 인해 포괄 범위가 확장된 인터넷산업의 경제 규모를 객관적 기준에 의해 도출하고 장기적인 성장 현황을 파악함
- (조사 내용) 인터넷 활용의 기반을 제공하는 산업과 인터넷을 활용하여 서비스를 제공하는 산업을 분류하고, 기존의 승인통계 및 공시자료를 활용하여 매출액과 종사자 수를 도출함
  - 활용 자료

- 최신 공인 통계 자료(ICT실태조사(KAIT), 콘텐츠산업조사(KOCCA), 데이터산업실태조사(Kdata), O2O서비스시장조사(NIPA) 등)
- 유관기관에서 발표한 사업체 내역(핀테크기업편람(한국핀테크지원센터), 가상자산사업장 신고 현황(금융정보분석원) 등)
- 사업체별 매출액, 종사자 정보(전자공시시스템(DART) 및 중소기업현황정보시스템(SMinfo) 공시 내역, 국민연금 가입사업장 현황 등)

- 조사 시점: 2021년 전체 기간(종사자 수의 경우 연도 말 기준)
- 대상 산업: 인터넷 활용의 기반을 제공하는 산업과 인터넷을 활용한 서비스를 제공하는 산업으로 <표 1>과 같이 분류

<표 1> 인터넷산업 분류체계

구성	디지털 기반산업	디지털 및 실물경제 결합산업	디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업
구분	인터넷 활용의 기반 제공	인터넷을 활용한 서비스 제공	
설명	인터넷산업의 기반이 되는 하드웨어, 네트워크 및 관련 기술·컨설팅 외 기타 솔루션 제공 산업	디지털 플랫폼과 디지털화되지 않은 시장을 결합한 형태로, 거래는 온라인으로 이루어지나 실제 소비는 오프라인에서 이루어지는 산업	디지털화된 정보, 콘텐츠, 디지털 자산 등을 대상으로, 거래와 소비 모두 디지털로 이루어지는 산업
세부 분류	인터넷 접속 기기 및 네트워크, 호스팅 및 클라우드 산업, 기타 디지털기술 제공 산업	온라인 기반 상품 거래업, 온라인 오프라인 결합 산업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업, 디지털 금융산업

□ 인터넷산업 전체 규모 추정 결과

- 2021년 인터넷산업의 총매출액은 491.7조 원으로 2021년 실질 GDP(1,933조 원)의 25.4%, 종사자 수는 141만 명으로 같은 기간 국내 제조업 종사자 수(422만 명)의 33.4%에 해당함

〈표 2〉 인터넷산업 규모 현황 (단위: 백만 원, 명)

대분류	중분류	소분류	2020년		2021년	
			매출액	종사자 수	매출액	종사자 수
디지털 기반산업	인터넷 접속 기기 및 네트워크	부품 및 기기 제조업	10,808,514	70,084	11,486,431	71,385
		네트워크 서비스업	32,614,393	43,645	34,364,221	42,787
	호스팅 및 클라우드 산업	호스팅 및 관리 서비스업	2,662,338	6,543	2,902,426	7,491
		클라우드 서비스업	3,602,341	19,770	4,492,928	22,456
	기타 디지털 기술 제공산업	기타 디지털 기술 제공산업	38,367,780	239,028	45,674,466	271,222
디지털 기반산업 합계			88,055,366	379,070	98,920,472	415,341
디지털 및 실물경제 결합산업	온라인 기반 상품거래업	온라인 기반 상품거래 중개업	12,686,510	16,059	14,941,463	18,677
		온라인 기반 실거래업	132,234,200	110,194	155,737,000	129,781
	온라인 오프라인 결합산업(O2O)	결합 플랫폼 제공산업 (중개)	3,514,500	18,410	5,432,300	21,789
		결합 플랫폼 활용산업 (실거래)	125,737,100	562,319	147,387,700	639,171
디지털 및 실물경제 결합산업 합계			274,172,310	706,982	323,498,463	809,418
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	디지털 콘텐츠/서비스 제공산업	35,918,092	112,074	45,369,953	137,482
		데이터 및 광고 기반 디지털 플랫폼 산업	14,022,543	30,653	10,041,278	32,144
	디지털 금융산업	디지털 금융산업	6,215,467	14,228	9,146,710	16,560
	디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 합계			56,156,102	156,955	69,309,205
인터넷산업 합계			418,383,778	1,243,007	491,728,140	1,410,945

※ 〈표 2〉의 2020년 규모는 최신자료를 기준으로 보정된 값으로 2020 인터넷산업규제백서의 결과와는 차이가 있음

- 총매출액은 2020년 418.3조 원에서 2021년 491.7조 원으로 1.18배 증가하였으며, 같은 기간 실질 GDP의 상승률\*보다 높은 증가율을 보임

\* 한국은행에서 발표한 실질GDP는 2020년 1,836조 원에서 2021년 1,933조 원으로 1.05배 증가함

〈그림 1〉 인터넷산업 매출액과 실질GDP 연간 변화 비교 (단위: 조 원)



- 총종사자 수는 2020년 124만 명에서 2021년 141만 명으로 1년간 약 17만 명 (1.14배) 더 늘어났으며, 같은 기간 제조업의 경우 종사자 수가 오히려 감소함\*

\* 통계청의 '전국사업체조사' 결과에 따르면 제조업 종사자 수는 2020년 426만 명에서 2021년 422만 명으로 연간 약 4만 명이 감소함

〈그림 2〉 인터넷산업 종사자 수와 제조업 종사자 수 연간 변화 비교 (단위: 만 명)



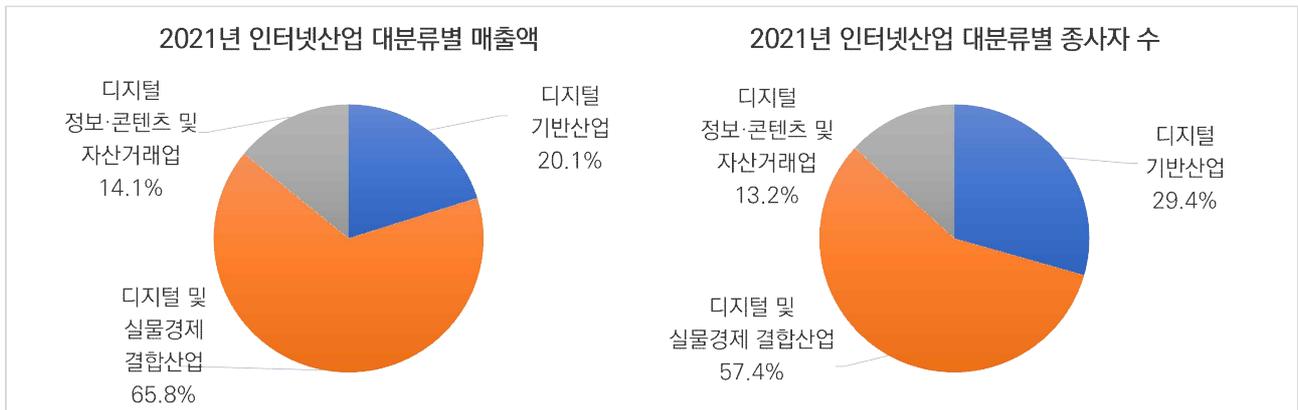
- 인터넷산업의 전체 매출액을 종사자수로 나눈 1인당 매출액을 도출하여 비교하면, 2020년 334.8백만 원/명에서 2021년 348.5백만 원/명으로 전년도 대비 1인당 생산성이 향상되었음

〈그림 3〉 인터넷산업 전체 1인당 매출액 (단위: 백만 원/명)



- 인터넷산업을 구성하는 분류별 매출액과 종사자 수를 보면 전체 경제 규모에서 ‘디지털 및 실물경제 결합산업’이 가장 큰 비중을 차지함
  - 디지털 및 실물경제 결합산업은 디지털화된 정보를 활용하여 소비에 대한 의사 결정을 하고, 실제 상품 및 서비스를 오프라인으로 제공받는 모든 산업 포함
  - 온라인 쇼핑몰 및 각종 중개 플랫폼이 포함되고 상품별 거래가격의 편차가 커, 타 분야에 비해 큰 매출이 발생함
  - 고용 규모 또한 온라인 서비스의 구축, 상품 및 서비스의 제공, 배송 등 단계 별 다양한 인력이 동시에 필요하여 다른 부문에 비해 많은 고용이 이루어짐

〈그림 4〉 인터넷산업 대분류별 매출액 및 종사자수



- 각 산업은 전년도에 비해 12.3~23.4%의 매출 증가와 9.6%~18.6%의 고용 증가가 이루어졌으며, 1인당 매출액 또한 2.5%~4.0% 증가하여 2021년 한 해 전반적인 경제 규모가 더 성장했음을 알 수 있음
  - 특히 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업에서의 매출액과 종사자 수의 증가율이 가장 높아 2021년 콘텐츠 소비 및 전자금융 등의 성장이 두드러짐

〈표 3〉 인터넷산업 대분류별 규모 변화 (단위: 백만 원, 명, 백만 원/명)

대분류	매출액			종사자 수			1인당 매출액		
	2020	2021	증가율	2020	2021	증가율	2020	2021	증가율
디지털 기반산업	88,055,366	98,920,472	12.3%	379,070	415,341	9.6%	232.3	238.2	2.5%
디지털 및 실물경제 결합산업	274,172,310	323,498,463	18.0%	706,982	809,418	14.5%	387.8	399.7	3.1%
디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	56,156,102	69,309,205	23.4%	156,955	186,186	18.6%	357.8	372.3	4.0%

□ 분류별 결과

1) 디지털 기반산업

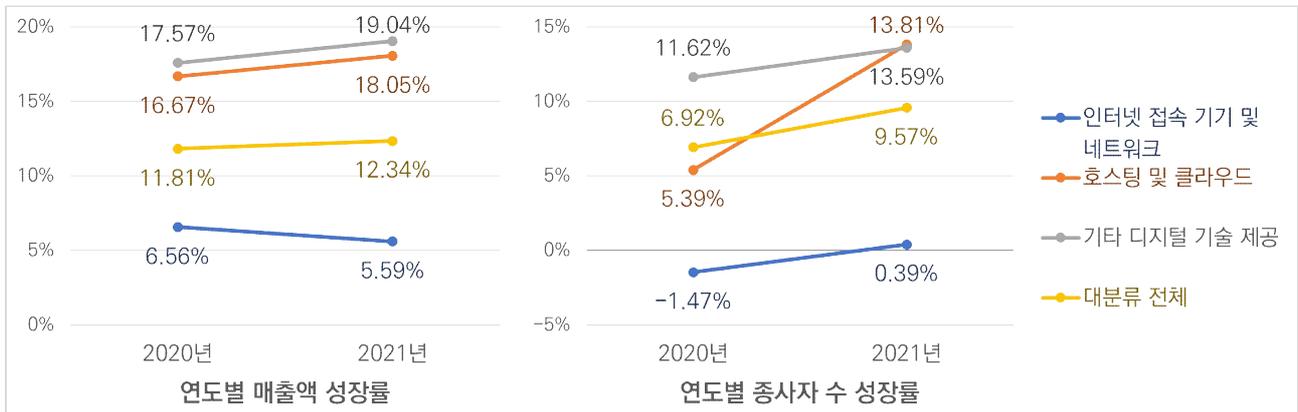
- 디지털 기반산업은 인터넷산업 활동의 기반이 되는 하드웨어와 네트워크 및 관련 기술·컨설팅을 제공하는 산업을 포괄함
- 전통적인 ICT산업에 해당하는 인터넷 접속 기기 및 네트워크는 매출액과 종사자 수 모두 비교적 성장이 둔화된 반면, 호스팅 및 클라우드산업과 기타 디지털 기술 제공산업의 전년 대비 크게 성장함

〈표 4〉 디지털 기반산업 중분류별 규모 변화 (단위: 백만 원, 명)

디지털 기반산업	매출액			종사자 수		
	2020	2021	성장률	2020	2021	성장률
인터넷 접속 기기 및 네트워크	43,422,907	45,850,652	5.6%	113,729	114,172	0.4%
호스팅 및 클라우드 산업	6,264,679	7,395,354	18.0%	26,313	29,947	13.8%
기타 디지털 기술 제공 산업	38,367,780	45,674,466	19.0%	239,028	271,222	13.5%

- 2020년과 2021년의 전년 대비 성장률을 비교하면 〈그림 5〉와 같이 대부분 2020년보다 2021년에 더 큰 성장률을 보이며, 특히 ‘호스팅 및 클라우드 산업’의 종사자 수 성장률이 가장 큰 폭으로 상승함(8.42%p)
- 그 외 대부분의 분야에서 매출액과 종사자 수 성장률은 약 1%p의 상승을 보이 나, ‘인터넷 접속 기기 및 네트워크’ 매출액은 성장률이 둔화됨(0.97%p 하락)

〈그림 5〉 디지털 기반산업 매출액, 종사자 수의 연도별 성장률 변화 (단위: %)



- 호스팅 및 클라우드산업의 성장률 증가는 팬데믹으로 업무환경이 변화와 관련되며, 연도별 매출액과 종사자 수 동향을 살펴보면 코로나19의 영향을 받는 2020년과 2021년에 오히려 성장세를 보임
  - 클라우드 매출은 지속적인 성장세에 있으나 2020년과 2021년 그 상승폭이 크게 나타나 비대면 시기에 산업이 크게 성장했음을 알 수 있음
  - 더욱이 2018년 큰 증가 후 다시 감소한 고용이 전반적으로 경기가 좋지 않은 팬데믹 시기에 지속적인 증가를 보임

〈그림 6〉 2017년~2021년 클라우드 서비스 매출액, 종사자 수 변화 (단위: 억 원, 명)



## 2) 디지털 및 실물경제 결합산업

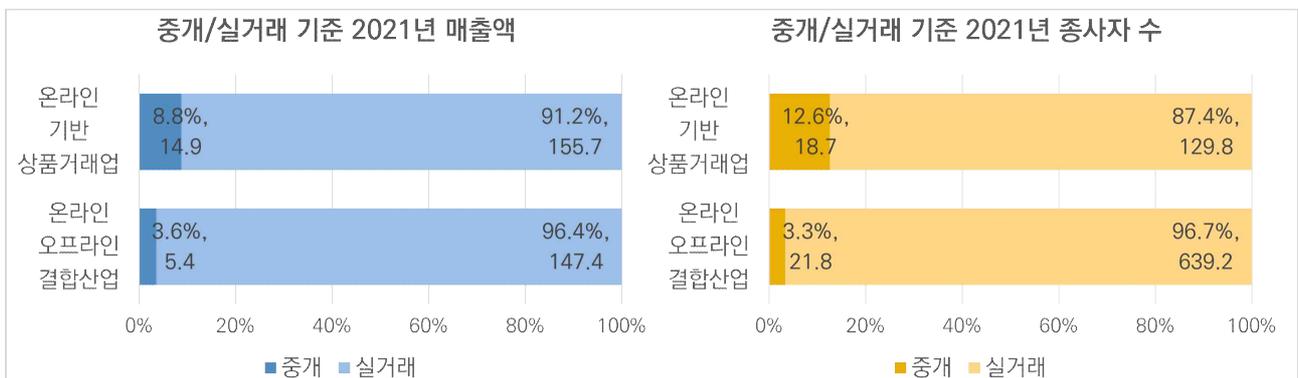
- 디지털 및 실물경제 결합산업은 오프라인에서 소비되는 다양한 상품 및 서비스를 온라인 쇼핑몰 외 다양한 사업모델의 디지털 플랫폼을 통해 선택하고 구매할 수 있는 산업을 의미함
- 해당 분야는 온라인 쇼핑몰로 대변되는 ‘온라인 기반 상품거래업’과 O2O(Online to Offline)라 불리는 ‘온라인 오프라인 결합산업’으로 구분되며, 두 산업 모두 전년도 대비 매출액과 종사자 수가 크게 상승함

〈표 5〉 디지털 및 실물경제 결합산업 중분류별 규모 변화 (단위: 백만 원, 명)

디지털 및 실물경제 결합산업	매출액			종사자 수		
	2020	2021	증가율	2020	2021	증가율
온라인 기반 상품거래업	144,920,710	170,678,463	17.8%	126,253	148,458	17.6%
온라인 오프라인 결합산업	129,251,600	152,820,000	18.2%	580,729	660,960	13.8%

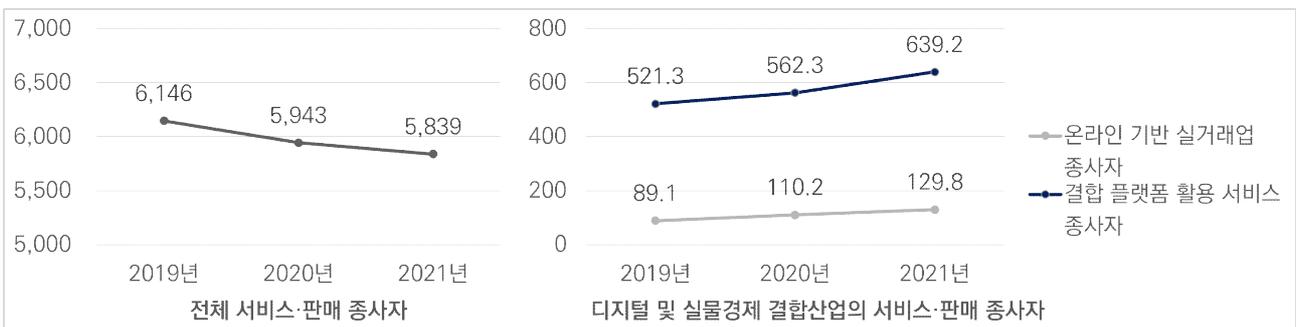
- 디지털 및 실물 결합산업은 온라인에서 판매자와 소비자를 매개하는 중개업과 직접 거래하는 실거래업으로 구분할 수 있으며, 온라인 기반 상품거래업과 온라인 오프라인 결합산업 모두 중개업보다는 실거래업이 압도적으로 큰 규모를 차지함
  - 플랫폼 경제가 발달함에 따라 인터넷상의 거래를 중개하는 플랫폼에 의존하는 산업이 증가하고 있으며, 따라서 플랫폼을 이용하는 판매업의 매출 규모와 해당 산업의 종사자 또한 크게 증가해 왔음

〈그림 7〉 디지털 및 실물 결합산업의 중개/실거래 기준 매출액 및 종사자 수 (단위: 조 원, 천 명)



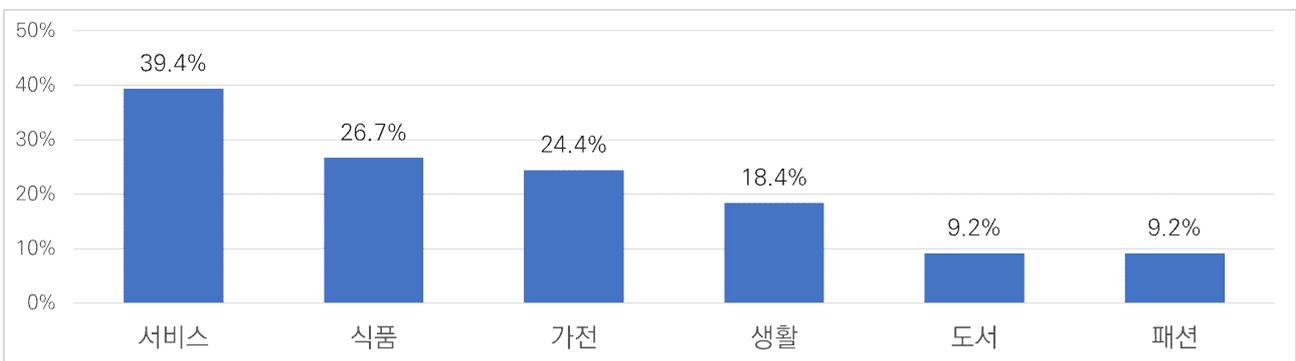
- 최근 국내의 서비스·판매 종사자가 감소 추세에 있음에도 온라인 쇼핑몰 및 각종 디지털 플랫폼을 통해 서비스와 상품을 판매해 온 종사자 수는 증가하여, 서비스·판매업에서의 디지털 전환이 가속화되고 있음을 반증함
  - 2019년부터 2021년까지 국내의 전체 서비스·판매 종사자는 614.6만 명에서 583.9만 명으로 5.0% 감소하였으며, 같은 기간 온라인 기반 상품 판매업 종사자는 45.7%, 결합 플랫폼 활용 서비스 종사자는 22.6%가 증가함

〈그림 8〉 국내 전체 서비스·판매 종사자와 디지털 및 실물경제 결합산업의 서비스·판매 종사자 변화 비교 (단위: 천 명)



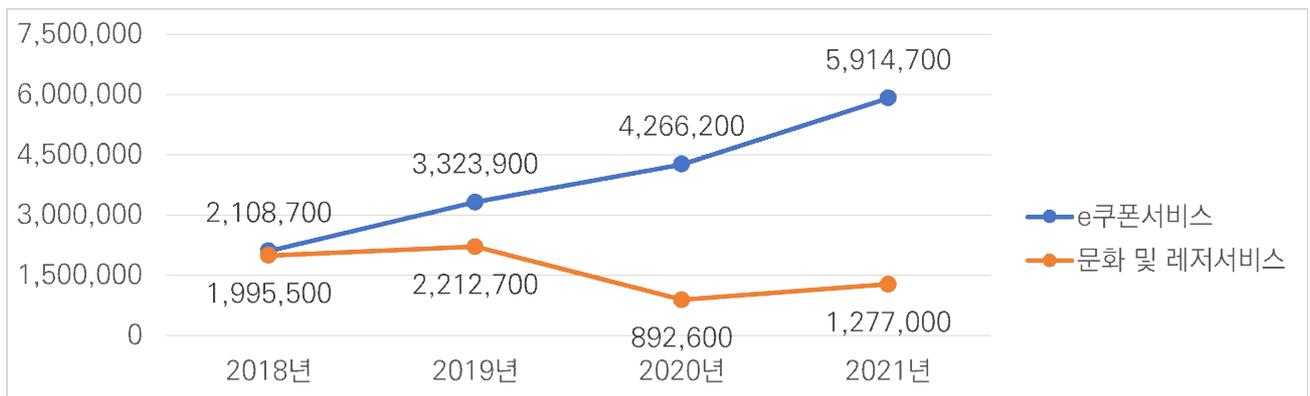
- 온라인 기반 상품거래업에서 거래되는 상품 및 서비스의 전년 대비 매출 증가율을 살펴보면, 서비스(e쿠폰, 문화 및 레저에 해당) 판매가 39.4%로 가장 큰 증가를 보였으며, 도서와 패션이 9.2%로 가장 적게 증가함
  - 서비스 품목의 경우 온라인 오프라인 결합산업에서 다루는 서비스를 제외하고 e쿠폰과 문화 및 레저 서비스에 한정하였으며, 전년도 조사 결과(2019년 대비 2020년 증가율) 6.8%의 감소를 보였던 항목
  - 두 번째로 매출 증가가 큰 식품 판매(26.7% 증가)의 경우 전년도 조사에서 52.4%로 높은 증가율을 보였던 분야이며, 팬데믹 상황으로 인해 식품구매를 오프라인에서 온라인으로 전환하게 된 경향을 반영하는 것으로 보임

〈그림 9〉 온라인 기반 상품거래업 판매 소분류별 매출액 증가율(2020년 대비 2021년 증가율)



- 서비스 판매 항목에 해당하는 e쿠폰서비스와 문화 및 레저서비스의 연간 매출액 변화를 보면, e쿠폰서비스는 지속적으로 크게 증가하는 한편 문화 및 레저서비스는 2020년 크게 감소했다가 다시 회복하는 추세를 보임
  - e쿠폰서비스 매출액의 지속적인 증가는 모바일기반의 서비스가 매년 성장하는 시점에 e쿠폰 시장 또한 매년 성장하는 추세에 있음을 반증함
  - 반면 문화 및 레저는 코로나19와 맞물려 2020년 크게 매출이 감소하여 전체 서비스 매출액의 감소를 초래하였으나, 점차 여가에 대한 수요가 증가하여 2021년에는 어느 정도 성장세를 회복하였음

〈그림 10〉 서비스 판매(e쿠폰서비스, 문화 및 레저서비스) 매출액 연간 변화 (단위: 백만 원)



### 3) 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업

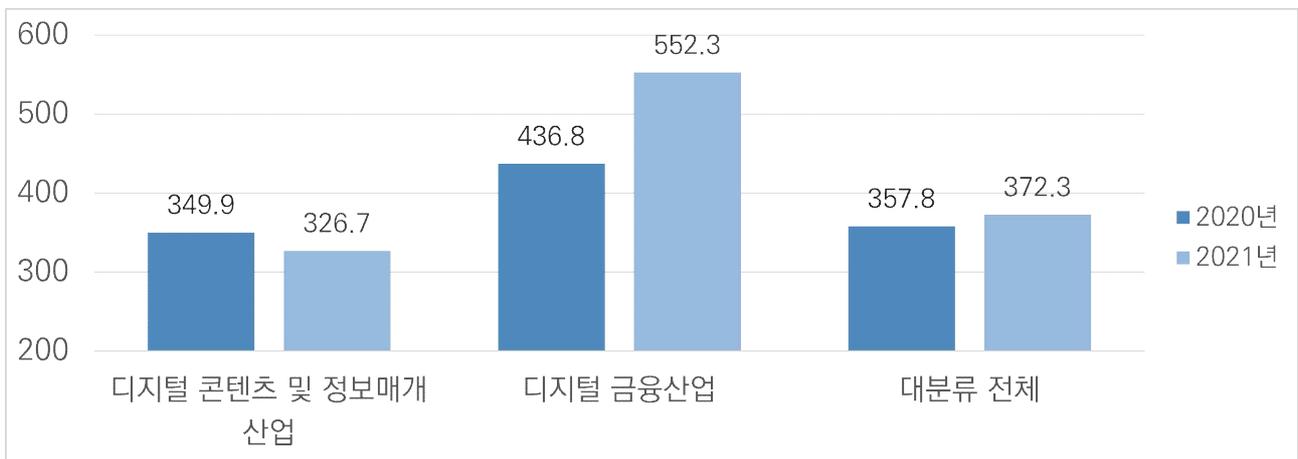
- 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업은 정보의 취득부터 실제 거래와 소비까지 디지털로 이루어지는 산업으로, 콘텐츠와 정보의 거래 뿐 아니라 가상 자산을 중심으로 하는 금융거래를 포함함
- 해당 분야의 매출액과 종사자수 모두 전년 대비 증가 추세에 있으며, 특히 디지털 금융산업의 매출액은 2020년 6조 2천억 원에서 2021년 9조 1천억 원으로 47.2%의 큰 증가를 보임

〈표 6〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 중분류별 규모 변화 (단위: 백만 원, 명)

디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업	매출액			종사자 수		
	2020	2021	증가율	2020	2021	증가율
디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업	49,940,635	55,411,231	11.0%	142,727	169,626	18.8%
디지털 금융산업	6,215,467	9,146,710	47.2%	14,228	16,560	16.4%

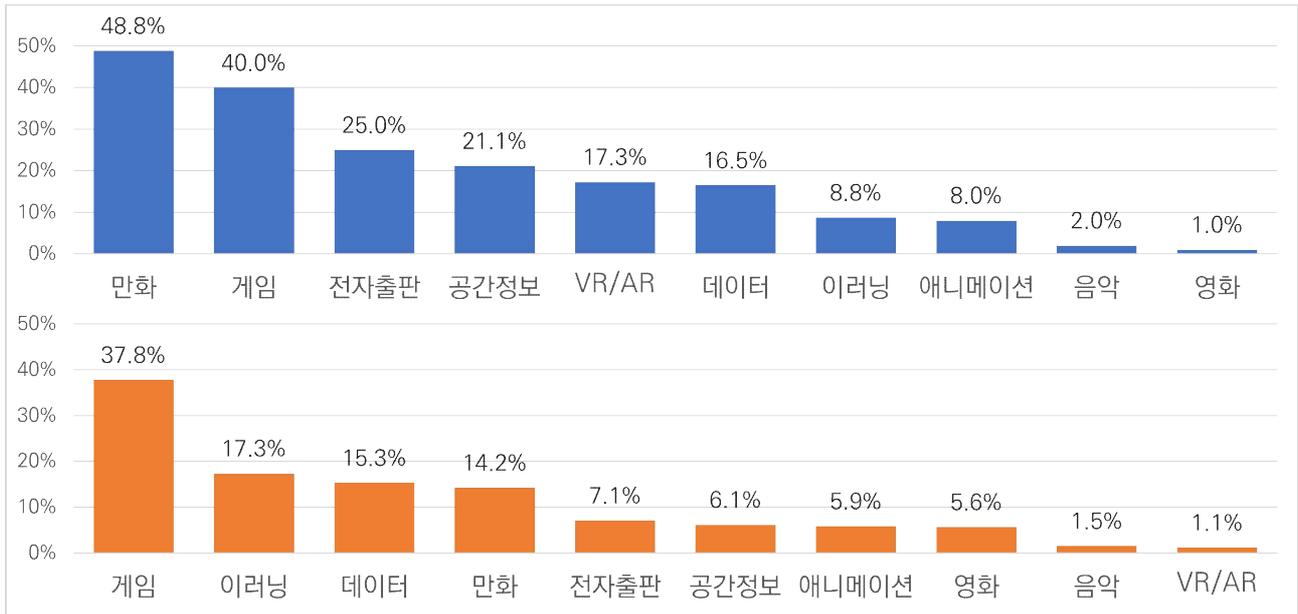
- 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업을 구성하는 중분류별 1인당 매출액은 디지털 콘텐츠 및 정보매개 산업이 326.7백만 원/명, 디지털 금융산업이 552.3백만 원/명으로 특히 디지털 금융산업에서 압도적으로 높은 생산성을 보임
  - 디지털 금융산업의 경우 2020년에도 1인당 매출액이 타 부문보다 높은 436.8백만 원/명이었으며, 2021년 종사자 수는 타 부문과 유사한 증가율을 보이는 반면 매출액은 월등히 높은 증가율(47.2%)을 달성하였다는 점에서 현재 효율이 매우 높은 산업임

〈그림 11〉 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업 중분류별 1인당 매출액 (단위: 백만 원/명)



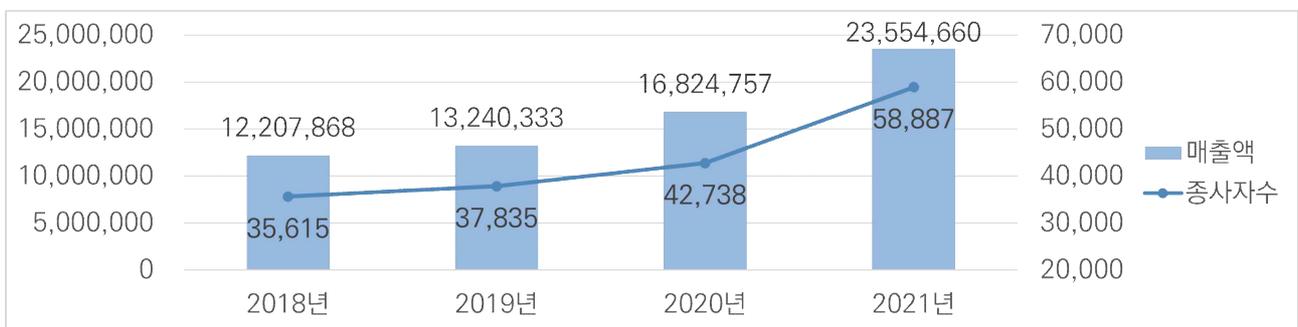
- 디지털 콘텐츠·서비스 제공 산업의 소분류별 매출액 및 종사자 수 증가율을 보면, 가장 많은 매출 증가는 만화산업(48.8%), 가장 많은 고용 증가는 게임산업(37.8%)에서 나타남

〈그림 12〉 디지털 콘텐츠·서비스 제공 산업 소분류별 경제 규모 증가율(위: 매출액, 아래: 종사자 수)



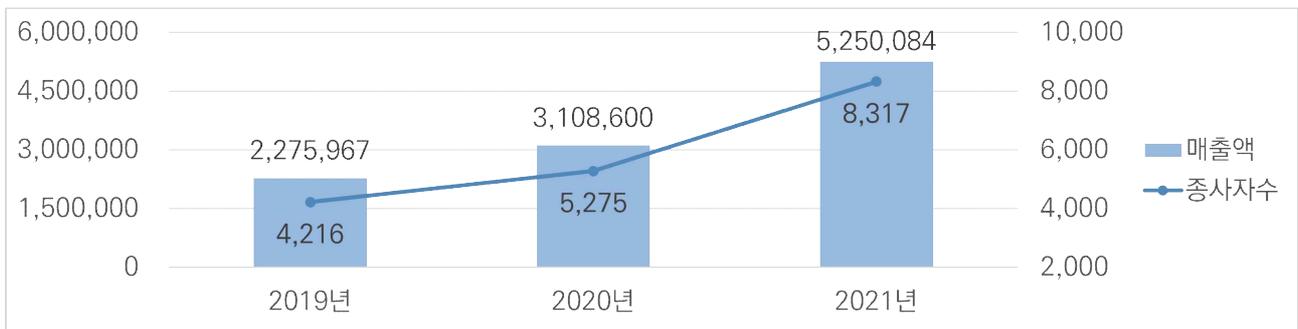
- 매출액과 종사자수 모두 큰 증가를 보였던 게임산업(게임 제작 및 배급업)의 연간 경제 규모 변화를 보면 매출과 고용 모두 지속적인 증가를 보이고 있으며, 그 중에서도 2020년에서 2021년 사이에 크게 증가함
  - 특히 앞서 살펴본 매출 증가율 상위 3개 분야가 만화(48.8%), 게임(40.0%), 전자출판(25.0%) 등 주로 여가 목적의 콘텐츠라는 점에서, 비대면의 일상화로 주로 여가용으로 활용되는 콘텐츠의 소비가 크게 증가하는 것으로 해석됨
  - 그 중에서도 게임분야는 고용규모가 타 분야에 비해 더 크게 증가한 만큼 게임 제작과 배급이 더 적극적으로 이어질 것이라는 예상이 가능함

〈그림 13〉 게임 제작 및 배급업 연간 경제 규모 변화 (단위: 백만 원, 명)



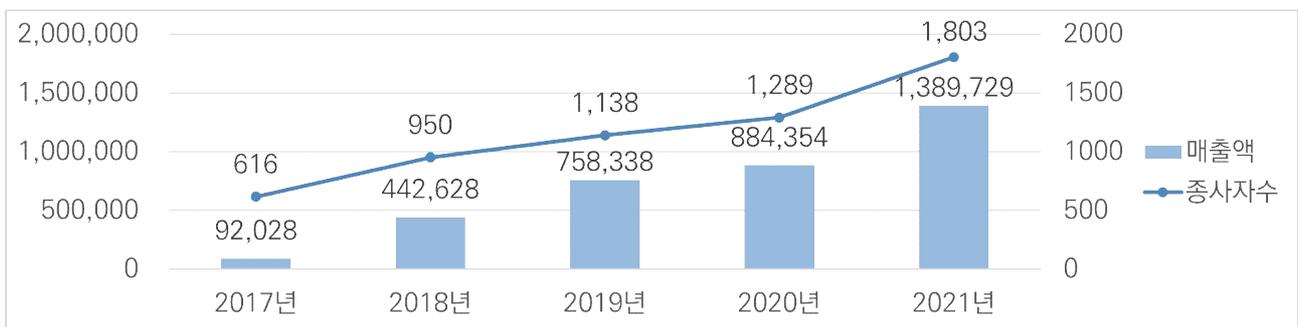
- 간편결제와 보편화되면서 결제 및 송금 서비스의 연간 경제 규모 또한 지속적으로 성장하였음
  - 2019년에서 2020년 사이의 증가보다 2020년에서 2021년 사이의 증가 폭이 더 크고, 이는 선불전자지급수단이 확대됨에 따른 영향으로 해석이 가능함
  - 2022년 한 해 선불 및 직불지급수단에 대한 규제 움직임이 있었으며, 법령의 정비와 규제 강화 여부에 따라 향후 매출액과 종사자 수 변화에도 영향을 줄 것으로 보임

〈그림 14〉 결제 및 송금 서비스 연간 경제 규모 변화 (단위: 백만 원, 명)



- 인터넷전문은행은 첫 서비스를 시작한 2017년부터 2021년까지 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 특히 2020년과 2021년 사이 매출액과 종사자 수가 급격히 증가하였음
  - 2017년을 제외하고 2018년부터 2021년까지 매출액은 연평균 71.3% 증가하였고, 종사자 수는 연평균 30.3% 증가함
  - 특히 크게 성장한 2018년과 2021년에는 각각 신규 은행이 진입한 시점이며, 2022년 중·저금리 대출의 증대 등 인터넷전문은행의 다양한 전략적 사업 추진 결과에 따라 산업의 성장 방향도 달라질 것으로 예상됨

〈그림 15〉 인터넷전문은행 연간 경제 규모 변화 (단위: 백만 원, 명)



## □ 결과 종합

- 인터넷산업은 매출과 고용 모두 증가 추세에 있으며, 특히 고용이 감소하는 시기에 인터넷산업의 종사자 수는 더 증가함
- 많은 분야가 코로나19의 영향을 받는 2020년과 2021년에 성장세를 보여, 팬데믹 시기에 인터넷산업의 중요도가 더욱 상승함을 확인할 수 있음
  - 해당 시기에 비대면 업무를 위한 필수기능인 클라우드 서비스 매출액이 크게 증가했으며, 게임 제작 및 배급업 등 디지털 콘텐츠 산업 역시 큰 성장을 보임
- 2021년 가장 매출액 증가율이 높은 디지털 금융산업의 경우 다양한 산업 분야의 디지털 전환으로 큰 성장을 보이고 있으나, 규제 강화의 움직임은 산업의 리스크로 작용함
  - 현재 금융소비자 보호에 관한 법률 등을 개정하여 디지털 금융 규제를 강화하려는 움직임이 있으며, 제도 변화의 영향을 받아 디지털 금융산업의 성장세도 변곡점을 맞이할 수 있음
  - 또한 인터넷전문은행이 중·저신용자 대출을 확대해 나가면서 앞으로 연체율의 증가 등 재정 상황을 악화시킬 위험이 존재함

### 3 인터넷산업 인식 현황

※ 본 내용은 한국인터넷기업협회 디지털경제연구원이 수행한 ‘2022 인터넷산업 인식조사’ 결과 요약으로 별도로 발행되는 결과보고서를 통해 상세한 분석 결과를 확인할 수 있음

#### □ 개요

- (배경) 인터넷망을 통해 다양한 서비스를 제공하는 인터넷산업은 인터넷 이용률이 90% 이상\*인 국내 현실에서 국민 대부분이 이용하는 만큼, 산업의 지속적인 성장을 위해서는 대중의 인식 현황에 대한 진단이 요구됨
  - \* “2021 인터넷이용실태조사” 기준 최근 5년(2017~2021년)의 인터넷 이용률은 90.3~93.0%
- (조사 목적) 인터넷산업에 대한 보편적 인식 및 산업종사자와의 견해 차이를 확인하고, 서비스 개선 및 제도적인 보완을 위한 방향성을 도출함
- (진행 방식) 일반시민과 산업종사자를 대상으로 인터넷 서비스에 대한 인식을 묻는 설문 후 결과분석

〈표 7〉 설문 개요

구분	일반시민	산업종사자
대상	인터넷을 이용하는 19~69세 일반시민 1,000명	인터넷을 기반으로 서비스를 제공하는 사업체 종사자 64명
설문 기간	2022.11.24.~2022.12.04.(총 11일)	2022.12.13.~2022.12.19.(총 7일)
설문 주요 내용	인터넷 산업에 대한 전반적 인식 및 인터넷 산업에 대한 정부 규제, 인터넷 산업의 전망 등 (일반시민 및 산업종사자로서의 인식 포함)	

〈표 8〉 설문 문항 구성(일반시민 대상 설문 기준)

구분	설명	문항수 (세부 문항 포함)
인터넷산업의 활용 정도 및 인식	인터넷 서비스 유형별 활용 정도, 인터넷 서비스의 영향력에 대한 인식 및 인터넷 서비스 의존도	12(32)
인터넷산업의 발전 방향	현재 인터넷 서비스의 기능별 중요도 및 전망	3(15)
인터넷산업에 대한 정부의 역할	현 정부의 규제 수준 및 이상적인 정부의 역할	4
인터넷산업의 사회적 역할	사회문제 해결을 위한 인터넷산업의 역할	2(8)
인터넷산업의 전망 및 경쟁력	국내 인터넷 산업의 발전 전망 및 경쟁력	6(12)
종합	향후 인터넷 기반 서비스 이용 관련 종합 의견	1(3)

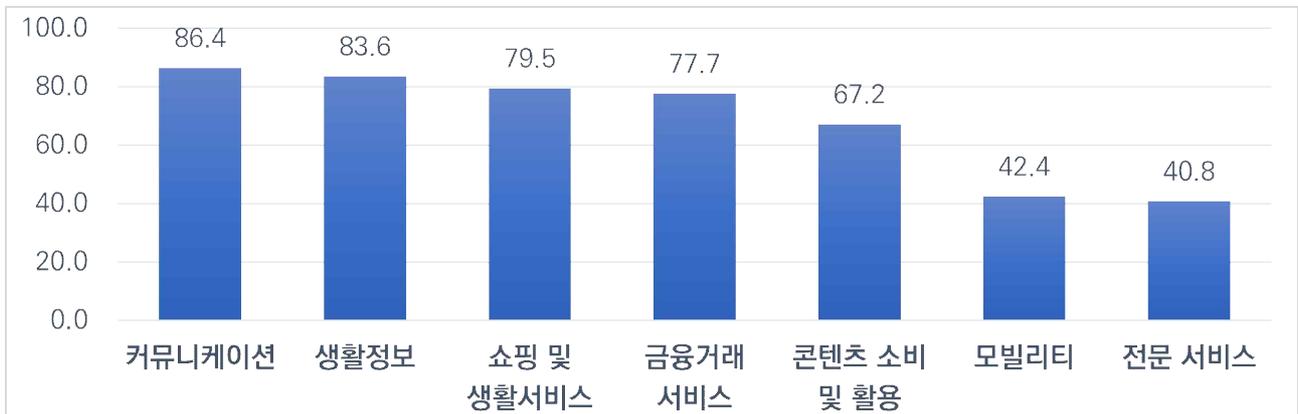
□ 조사 결과

1) 인터넷산업의 활용 및 인식

○ 한 해 동안의 인터넷 서비스별 이용 빈도(일반시민 대상)

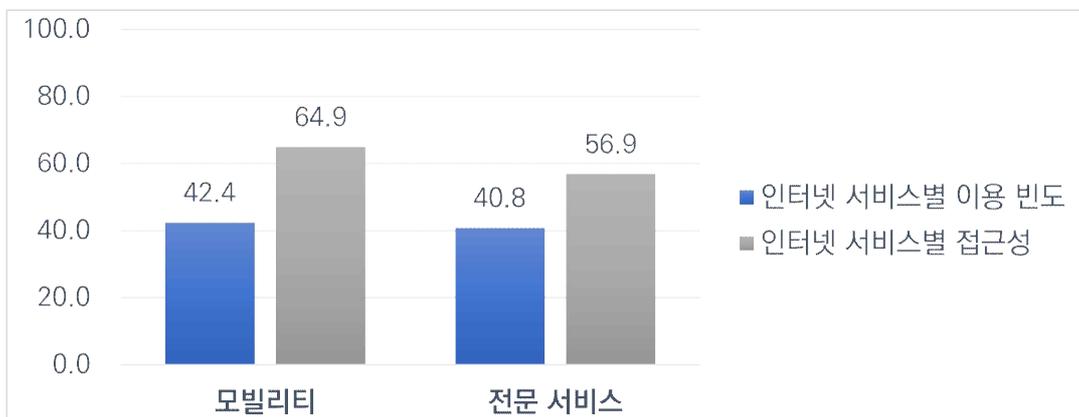
- 2022년 한 해 동안 인터넷 서비스 유형별로 얼마나 자주 이용했는지 묻는 질문에, 모빌리티와 전문서비스(의료, 법률, 세무 등)를 제외한 대부분의 서비스 유형에서 응답자 대부분은 매우 자주 이용한다고 응답
- 특히 이메일, 카톡을 포함한 메신저, 페이스북이나 인스타그램과 같은 SNS 등의 “커뮤니케이션” 서비스와 검색, 뉴스, 날씨, 대중교통 및 경로정보 등 “생활정보” 서비스에 대한 이용 빈도가 가장 높음

〈그림 16〉 인터넷 서비스별 이용 빈도(100점 환산 평균)



- 이용 빈도가 낮은 모빌리티와 전문서비스에 대한 응답자의 생활 환경에서의 이용 편의성(접근성)을 확인한 결과 이용 빈도보다 접근성이 더 높게 나타남
- 두 서비스가 발달하면서 이용이 보편화되고 편리해지고 있다는 점은 인지하고 있으나 아직 적극적으로 활용하지 못하는 이용자가 많은 것으로 확인됨

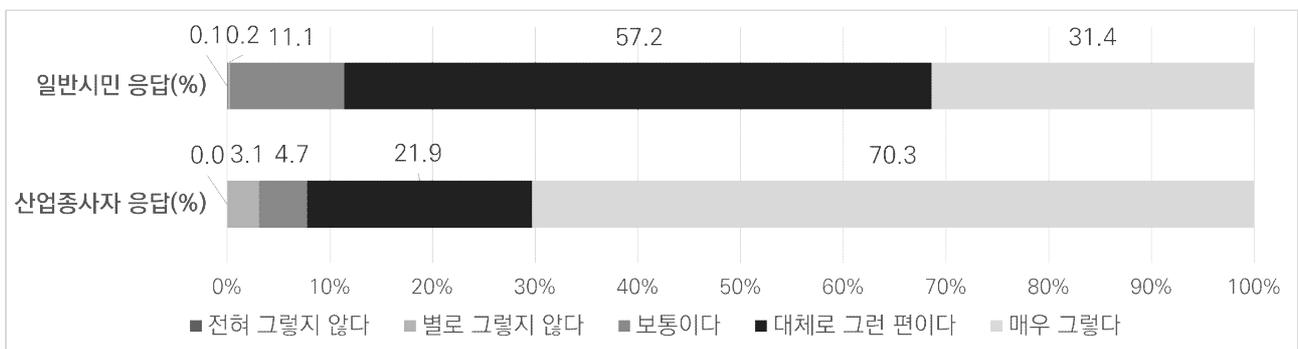
〈그림 17〉 모빌리티 및 전문서비스의 이용 빈도와 접근성 비교(100점 환산 평균)



○ 인터넷 서비스의 긍정적인 영향 기대(일반시민, 산업종사자 비교)

- 인터넷 서비스가 개인의 삶에 긍정적인 영향을 줄 것인가에 대한 물음에 대해, 일반시민들의 경우 응답자의 88.6%, 산업종사자의 경우 응답자의 92.2%가 긍정적으로 답변함
- 일반 시민은 ‘대체로 그런 편이다(57.2%)’, 산업종사자는 ‘매우 그렇다(70.3%)’를 가장 많이 답했다는 차이가 있으나, 전반적으로 두 집단 모두 앞으로의 인터넷 서비스에 대한 긍정적인 기대를 보임

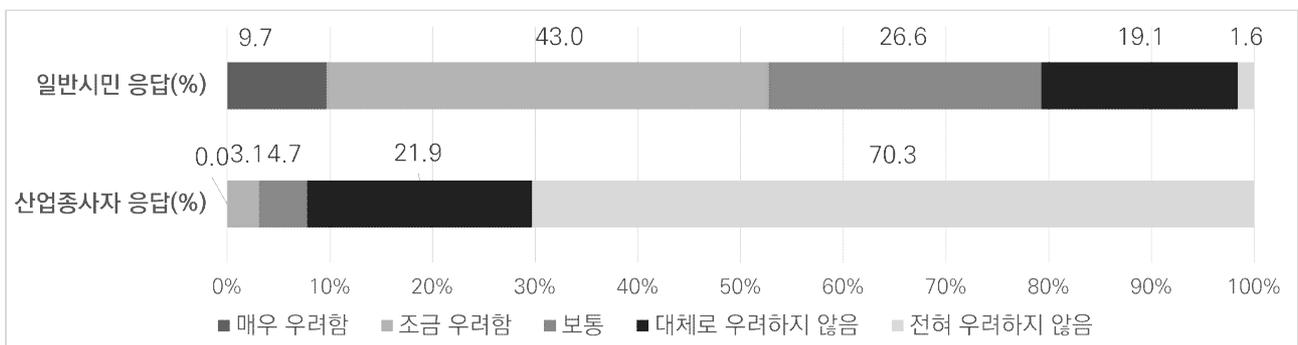
〈그림 18〉 일반시민과 산업종사자의 ‘인터넷 서비스에 대한 긍정적 영향 기대’에 대한 응답 비교(%)



○ 인터넷 서비스의 부정적인 영향 우려(일반시민, 산업종사자 비교)

- 인터넷 서비스로 인한 프라이버시 침해 등 부정적 영향에 대해 얼마나 걱정되는지 묻는 질문에 대해서는 일반시민과 산업종사자가 상반되는 견해를 보임
- 일반시민의 경우 절반 이상(52.7%)이 부정적 영향을 걱정하고 있으며, 반대로 산업종사자는 우려하지 않는 의견이 압도적으로 많음(91.9%)
- 두 집단의 인식 차이는 서비스 제공자와 이용자라는 입장의 차이도 존재하나, 현재의 기술 수준 등에 대한 정보의 격차가 크게 영향을 주는 만큼 그 격차를 줄이고 이해를 증진하기 위한 노력이 요구됨

〈그림 19〉 일반시민과 산업종사자의 ‘인터넷 서비스로 인한 부정적 영향 우려’에 대한 응답 비교(%)



○ 상품 및 서비스 정보 수집 및 구매 경로(일반시민 대상)

- 상품이나 서비스를 소비(이용)하기 위한 주된 정보의 수집과 구매 경로 등을 묻는 질문에서, 일반 시민 응답자의 74.2%는 온라인을 통해 정보를 수집하거나 상품 및 서비스를 구매하고 있음을 확인할 수 있음
- 특히 응답자의 42.4%는 상품 및 서비스 소비를 위한 모든 활동을 온라인을 통해서만 활용하고 있음을 확인할 수 있었음
- 기술의 발달로 온라인 플랫폼을 통한 서비스 통로가 다양하게 확보되는 과정에서 코로나19라는 특수한 상황이 겹치며, 상품 및 서비스를 소비하는 행태가 온라인 기반으로 급격히 변화하고 있음을 시사

〈그림 20〉 정보 수집 및 구매 경로에 대한 응답 결과

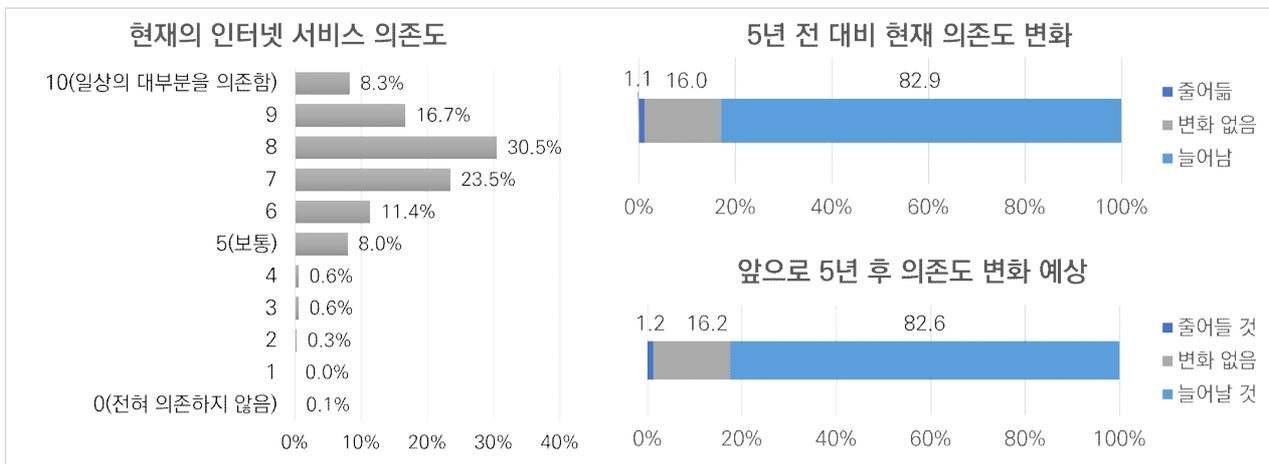
온라인 정보 수집 & 온라인 구매	오프라인 정보 수집 & 온라인 구매	기타 21.3%
42.4%	11.5%	
온라인 정보 수집 & 오프라인 구매	오프라인 정보 수집 & 오프라인 구매	
20.3%	4.5%	

(전체: 1,000명)

○ 인터넷 서비스 의존도 변화(일반시민 대상)

- 개인의 일상생활을 인터넷 서비스에 얼마나 의존하고 있는지 묻는 질문에서, 응답자의 79%가 자신의 의존 정도를 7점 이상으로 평가함(10점 기준)
- 눈여겨볼 점은, 응답자의 83%가 5년 전에 비해 자신의 의존도가 증가했다고 평가하고 있으며, 앞으로 5년 후의 의존도 변화 역시 응답자의 80% 이상이 현재보다 더 증가할 것으로 평가하고 있음

〈그림 21〉 인터넷 서비스 의존도 현황 및 변화에 대한 응답률(%)



## 2) 인터넷산업의 발전 방향

### ○ 인터넷 서비스 활용 시 중요하게 생각하는 기능(일반시민, 산업종사자 비교)

- 주요 인터넷 서비스 중, 중요하게 생각하는 기능을 묻는 질문(각각의 서비스 기능이 얼마나 중요한지를 평가)에 일반시민은 일상생활의 편의 제공을, 산업종사자는 정보 제공(다양하고 많은 정보 및 이용자 맞춤 정보)을 가장 중요한 기능으로 보았음
- 또한 일반시민과 산업종사자 양 집단 모두 각 기능에 대한 중요도를 60% 이상으로 응답하여 대부분의 서비스 기능을 대체로 중요하게 평가하고 있었음

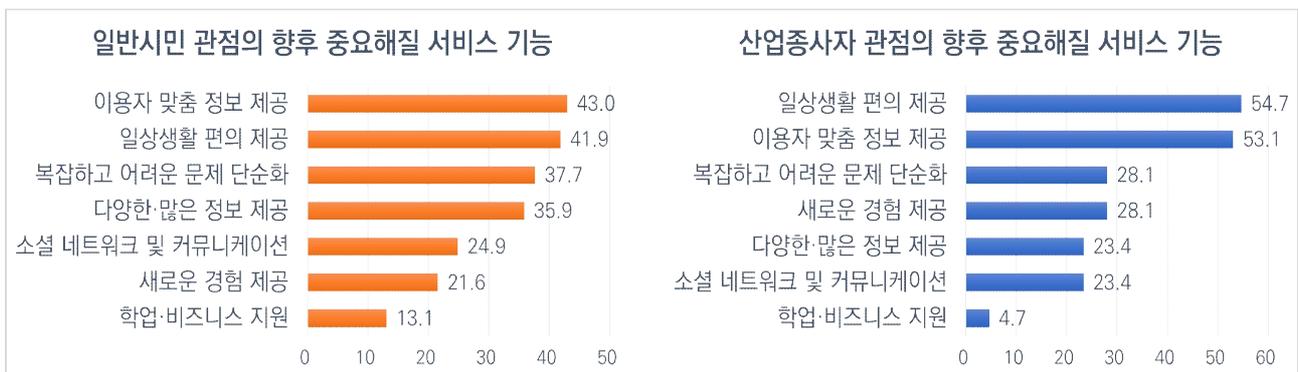
〈그림 22〉 일반시민과 산업종사자의 인터넷 서비스 기능별 중요도 순위 비교(100점 환산 평균)



### ○ 향후 가장 중요해질 인터넷 서비스 기능(일반시민, 산업종사자 비교)

- 향후 5년 이내에 가장 중요해질 것으로 생각하는 서비스를 묻는 질문에(3개 복수 응답), 일반 시민과 산업종사자 양 집단 모두의 응답에서 이용자 맞춤 정보 제공과 일상생활 편의 제공 서비스가 가장 높은 순위를 보임
- 산업종사자의 경우 1, 2위의 두 서비스(일상생활 편의 제공, 이용자 맞춤 정보 제공)가 다른 서비스들에 비해 상대적으로 큰 격차로 높은 순위를 차지하였다는 점에서, 해당 서비스 영역의 향후 산업 역량이 집중될 수 있음을 시사함

〈그림 23〉 일반시민과 산업종사자의 향후 중요해질 인터넷 서비스 기능 순위 비교(응답자별 3개 선택,%)

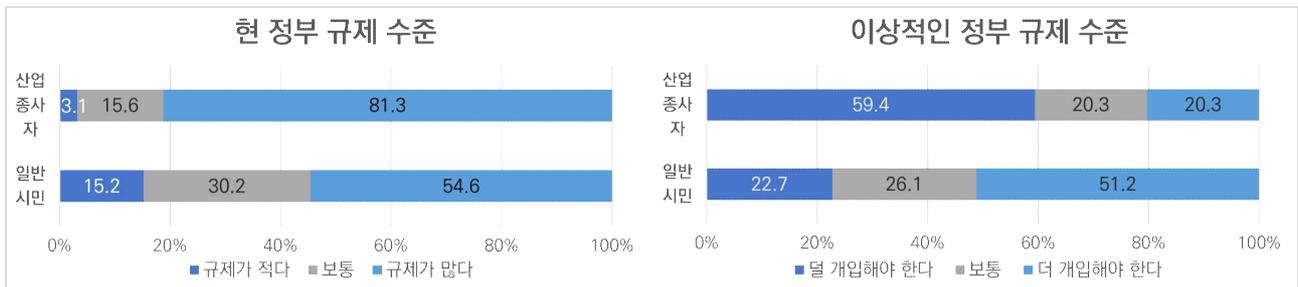


### 3) 인터넷산업에 대한 정부의 역할

#### ○ 현 정부의 인터넷산업 규제 수준과 이상적 규제 수준(일반시민, 산업종사자 비교)

- 정부의 현재 규제 수준을 묻는 질문에, 규제를 매우 직접적으로 체감하는 산업종사자들의 경우 80% 이상이 현 정부의 규제가 강하다고 응답하였으며, 일반시민들은 산업종사자보다는 낮은 수치이지만 약 54.6%의 높은 비율로 인터넷산업 규제가 많고 강하다고 평가함
- 이상적인 정부 규제의 수준을 묻는 질문에서, 산업종사자는 규제를 풀고 개입을 줄여야 한다는 응답이 60%에 가깝게 차지하였으며, 일반시민은 반대로 50% 이상이 정부가 더 많이 개입해야 한다고 응답함

〈그림 24〉 현 정부의 규제 수준에 대한 평가과 이상적인 정부 규제 수준(%)



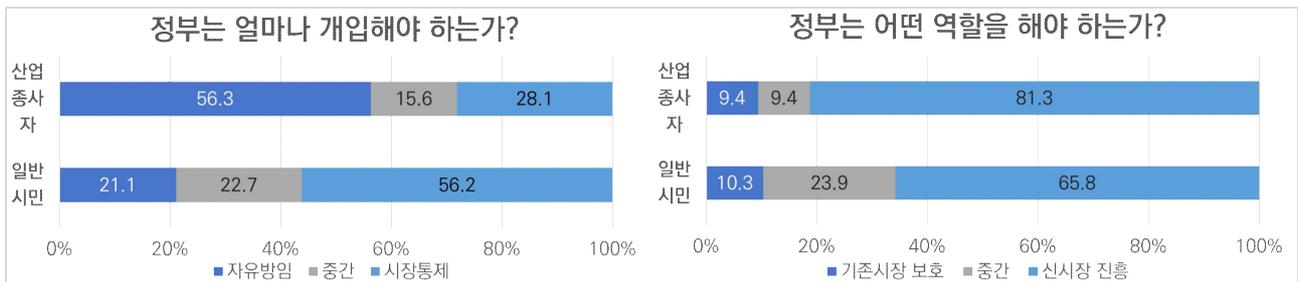
#### ○ 기존 산업과 신산업(플랫폼 산업)의 갈등 상황에서 정부 역할(일반시민, 산업종사자 비교)

- 기존 산업과 신산업(플랫폼 산업)의 갈등\*이 발생할 때, 정부가 어느 정도 개입해야 하고 어떤 역할을 해야 하는지 묻는 질문에 산업종사자들은 정부의 개입을 최소화 해야 한다는 입장이었으나 일반 시민들은 정부가 시장에 어느 정도 개입을 해야 한다고 응답함

\* 기존 산업과 신산업의 갈등은 타다, 직방 등과 같이 플랫폼을 통해 이용자에 서비스를 제공하는 기업과 기존의 동일 산업 종사자 간의 갈등이 발생한 경우를 의미함

- 그럼에도 정부가 개입을 할 경우의 역할에 대한 질문에서 산업종사자(81.3%)와 일반시민(65.8%) 모두 정부의 역할은 기존시장의 보호보다 신산업의 진흥에 초점을 두어야 한다는 의견의 비율이 높음

〈그림 25〉 기존 산업과 신산업 갈등 상황에서 정부가 개입해야 하는 정도와 정부가 해야 할 역할(%)

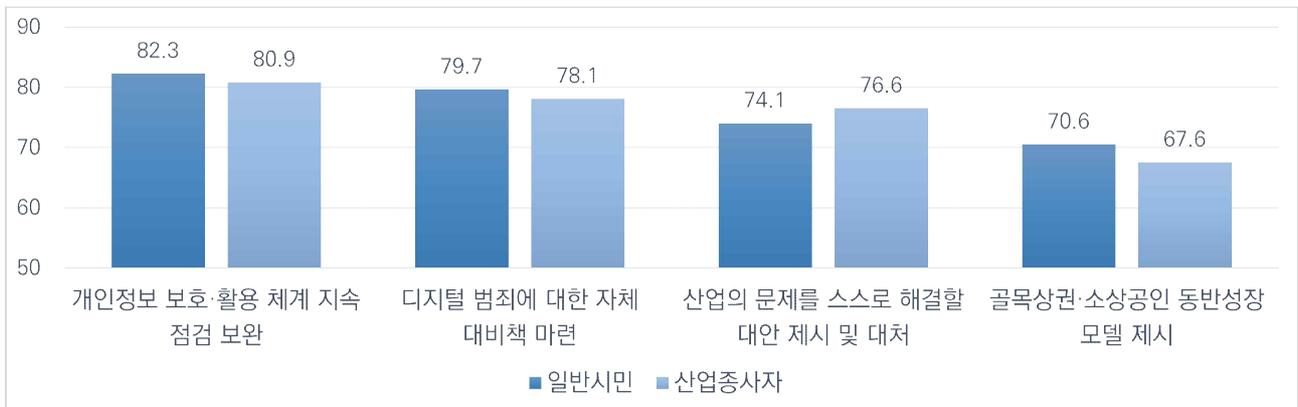


#### 4) 인터넷산업의 사회적 역할

##### ○ 인터넷기업이 하는 사회적 역할별 중요도(일반시민, 산업종사자 비교)

- 사회 문제 해결을 위해 인터넷기업에게 중요하다고 생각하는 역할이 무엇인 문  
는 질문에 일반시민과 산업종사자 모두 ‘개인정보 보호·활용 체계의 지속 점검  
보완’, ‘디지털 범죄에 대한 대비책 마련’, ‘산업의 문제를 스스로 해결할 대안  
제시 및 대처’, ‘골목상권·소상공인 동반성장 모델 제시’의 순서로 중요하게 봄
- 따라서 두 집단 모두 인터넷을 통해 정보가 교환됨에 따라 발생할 수 있는 문  
제인 개인정보보호와 디지털 범죄에 대한 문제를 시장경제 전반에 대한 기업의  
책임성인 자정작용과 동반성장보다 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있음
- 특히 양 집단 모두 개인정보의 보호와 활용에 대한 부분을 강조하고 있어 향후  
지속적인 보완체계를 유지해 나갈 필요가 있음

〈그림 26〉 일반시민과 산업종사자의 인터넷기업의 사회적 역할별 중요도 응답 비교(100점 환산 평균)

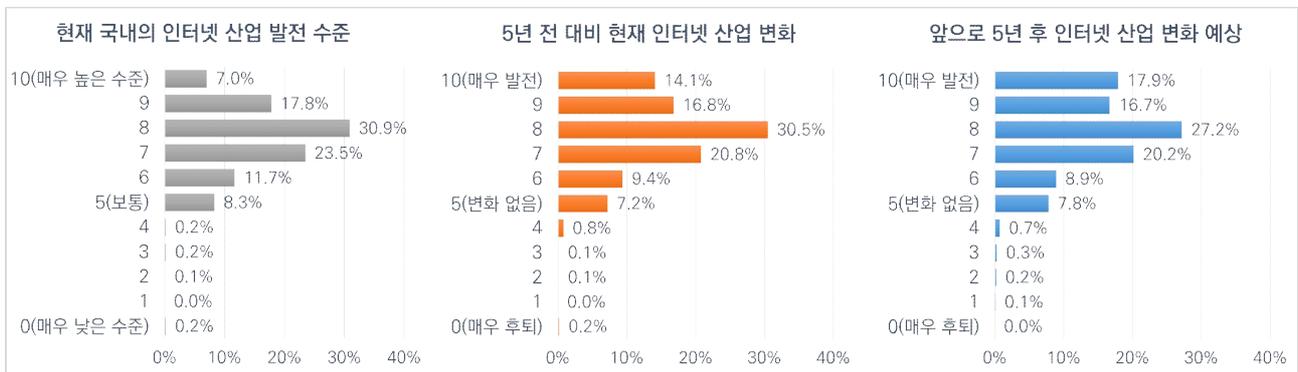


## 5) 인터넷산업의 전망 및 경쟁력

### ○ 현재 국내 인터넷산업 발전 수준(일반시민, 산업종사자 비교)

- 국내 기술 수준과 사회 변화를 고려하여, 우리나라의 인터넷 산업 발전 수준을 평가하는 질문에서, 일반 시민들은 현재 국내 인터넷 산업 발전 수준을 대체로 높게 평가하고 있었음
- 특히 눈여겨볼 부분은 향후 인터넷 산업의 변화를 예상하는 질문에서, 약 90%의 응답자가 인터넷 산업이 발전할 것으로 보았으며, 응답자의 60%이상이 8점 이상의 점수를 주어 매우 높은 발전을 예상하고 있음
- 이는 향후 인터넷 산업 발전에 대한 일반 시민들의 기대를 반영하고 있으며, 신산업 성장 및 진흥 정책의 필요성을 반증하는 것으로 해석됨

〈그림 27〉 국내 인터넷산업의 발전 수준과 변화에 대한 응답률(%)



### ○ 향후 인터넷산업의 방향 예상(일반시민, 산업종사자 비교)

- 일반시민, 산업종사자 모두 응답자 대부분이 향후 인터넷기업이 나아갈 방향인 ‘더 다양하고 새로운 서비스 개발’, ‘지금보다 더 중요한 역할 수행’, ‘기존산업을 인터넷·디지털 환경으로 전환’을 동의하고 있는 것으로 확인되며, 특히 더 다양하고 새로운 서비스를 개발할 것이라는 점에 가장 많이 동의함

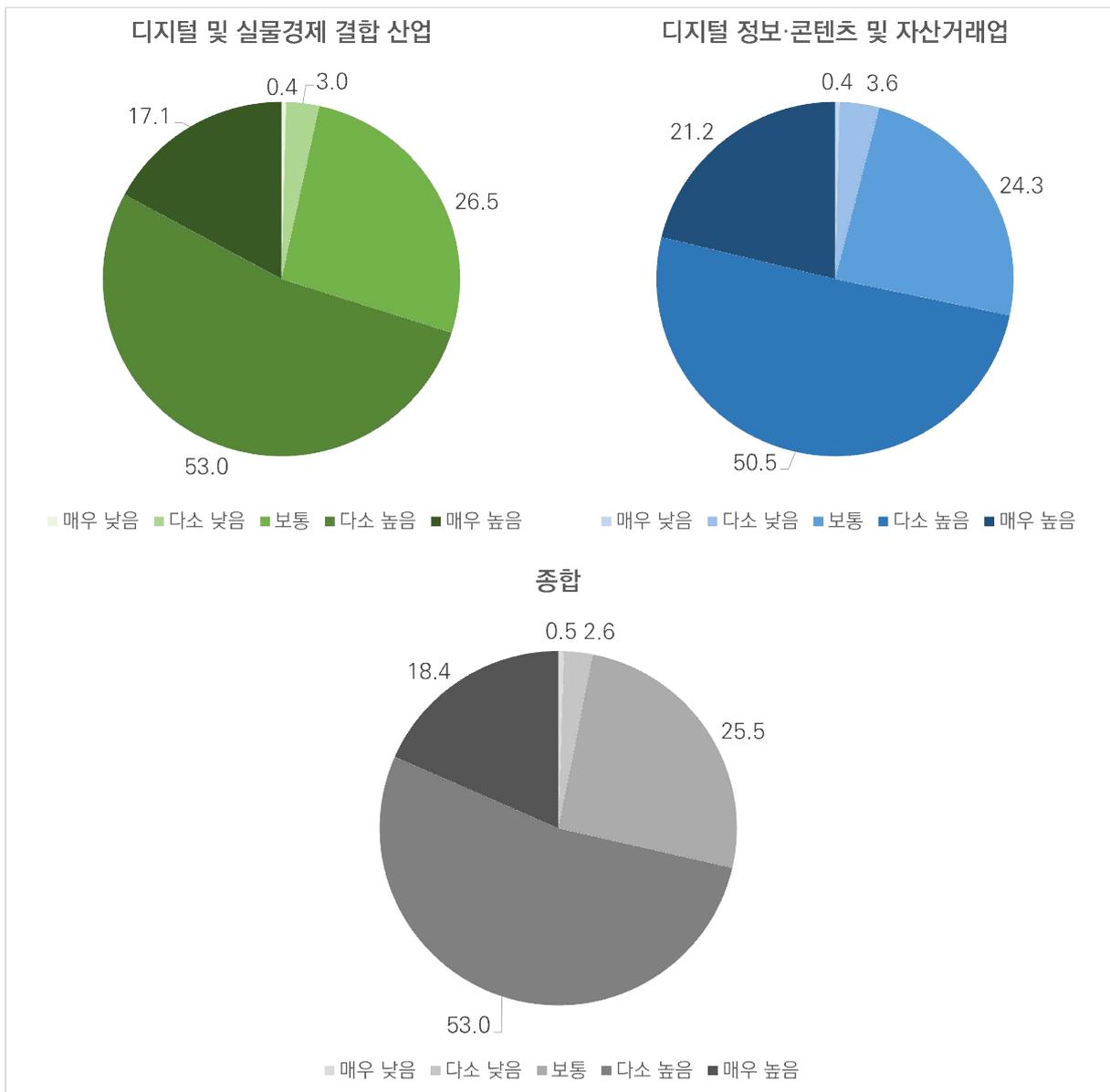
〈그림 28〉 일반시민과 산업종사자의 향후 인터넷산업의 방향 예상 응답 결과 비교(100점 환산 평균)



○ 현재 국내 인터넷산업의 글로벌 경쟁력(일반시민)

- 마지막으로 국내 인터넷 산업의 글로벌 경쟁력을 묻는 질문에서, 일반시민들은 세부 산업유형(디지털 및 실물경제 결합 산업, 디지털 정보·콘텐츠 및 자산거래업)과 인터넷산업 전반에 대해 70% 이상이 글로벌 경쟁력이 높다는 점에 동의하였음
- 이는 K-콘텐츠의 경쟁력 향상과 더불어 다양한 인터넷 산업 세부 분야들의 성장 기대감을 평가하는 지표로도 이해할 수 있으며, 인터넷 산업에 대한 일반 시민들의 기대감을 나타내고 있다고 해석됨

〈그림 29〉 인터넷 서비스 산업별 글로벌 경쟁력 수준(%)



\* 해당 산업 분류는 인터넷산업의 규모 산정 시 활용한 대분류 중 인터넷 서비스산업에 해당하는 분류현황을 활용하였음

## □ 조사 결과 종합

- 인터넷 서비스 이용자는 다양한 인터넷 서비스를 활용하고 있으며 인터넷산업에 대한 의존도 높음
  - 인터넷 서비스에 대한 개인의 의존도는 점점 높아지고 있으며, 74.2% 이상의 응답자가 온라인을 통해 다양한 소비 활동을 하거나 오프라인으로 소비하더라도 그에 대한 정보를 온라인에서 얻음
  
- 일반시민과 산업종사자 사이에는 규제에 대한 시각 차이가 존재하나, 정부의 개입 방식에 대해서는 산업을 진흥하는 방향이어야 한다는 점에 의견 일치
  - 일반시민은 인터넷산업에 대해 정부가 개입하는 것이 바람직하다는 의견이 많았으나(51.2%), 기존산업과 신산업(플랫폼 산업) 갈등의 상황에서 일반시민의 65.8%가 정부의 역할은 신산업을 진흥하는 것이라 보았음
  
- 인터넷산업이 해야 할 사회적 역할은 개인정보 보호, 디지털 범죄 대비와 같은 디지털 환경에서 발생할 수 있는 문제의 해결이라 판단
  
- 일반시민의 인터넷산업의 성장에 대한 기대감이 높은 편이며, 앞으로 계속해서 다양한 서비스를 개발할 수 있는 안정적인 제도적 기반이 요구됨
  - 현재 이용자가 판단하는 국내 인터넷산업의 글로벌 경쟁력은 상당히 높은 수준이며, 많은 이용자가 더 다양하고 새로운 서비스가 개발될 것으로 예상함
  - 따라서 더 다양한 방식으로 새로운 서비스가 나타날 수 있는 기업 성장 환경을 조성하려는 제도적 노력이 필요함

## 4 인터넷산업규제 입법 현황분석

※ 본 내용은 외부 전문가집단으로 구성된 '인터넷산업규제 입법평가위원회'의 평가결과를 토대로 작성됨

### □ 개요

- (배경) 인터넷산업 관련 법안이 급증하고 있으나 각 의안이 담고 있는 내용이 법률에 반영되는 비율은 더 줄어들어 각 입법안의 실효성에 대한 의문이 제기됨
  - 법률에 반영된 법안 또한 가결보다 대안반영폐기되는 경우가 압도적으로 높아\* 내용상 신중한 검토를 통한 입안이 이루어졌는가에 대한 재검토가 필요함
    - \* 20대 국회 기준 주요 법안(정보통신망법, 전기통신사업법, 전자상거래법)의 가결률은 1.1%이며 대안반영폐기율은 27.2%
- (목적) 인터넷산업규제 입법의 현황을 진단하며, 전년도 평가에 이어 지속적인 결과 축적을 통해 장기적으로 산업 진흥을 위한 합리적 입법 방향을 제시함
- (평가대상) 1년(2021.11.~2022.10.)간 발의된 인터넷산업규제 입법안 총 150건
  - (대상 법률) 정보통신망법, 전기통신사업법, 개인정보 보호법 등 ICT산업 규제를 다루는 주요 법률 외 총 51개 법률(17개 제정안 포함)

〈표 11〉 평가 대상 법률 현황

No.	법률명	건수	비율
1	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률	23	15.3%
2	전기통신사업법	20	13.3%
3	개인정보 보호법	14	9.3%
4	전자금융거래법	7	4.7%
5	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률	6	4.0%
6	저작권법	5	3.3%
7	전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률	5	3.3%
8	표시·광고의 공정화에 관한 법률	5	3.3%
9	소득세법	4	2.7%
10	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률	4	2.7%
	그 외 41개 법률안	57	38.0%
	합계	150	100.0%

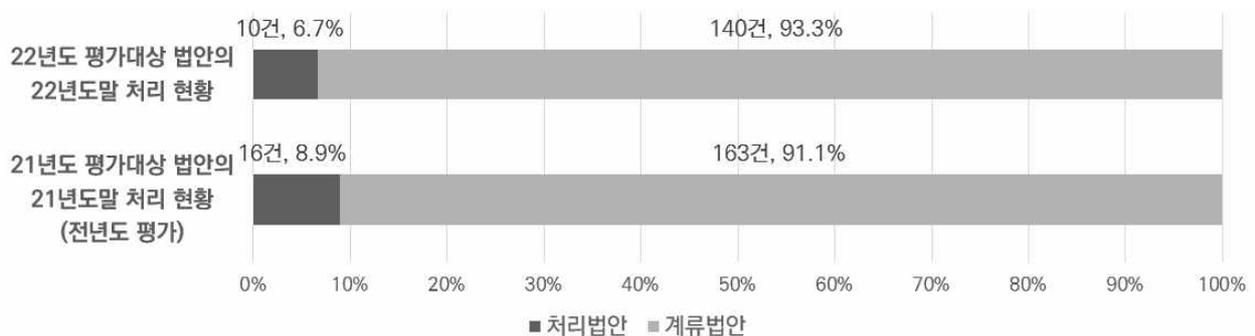
- (입법 내용) 디지털 기반의 서비스산업이 다양화됨에 따른 각 산업에 대한 근거 규정과 디지털 환경에서 새롭게 발생하는 사회문제에 대한 보호 및 처벌 규정 등으로 구성됨

〈표 12〉 대상 입법안 내용 현황

No.	입법 내용	건수	비율
1	신산업(가상자산·메타버스·OTT 등) 근거 규정 (신산업 활성화에 따른 각종 입법 미비에 대한 보완)	28	18.7%
2	개인정보 이용 관련 규정 (이용 행태의 다변화, 생체정보·위치정보 관련, 유출 방지 관련 등)	20	13.3%
3	성범죄 관련 규정 (불법 촬영물, 메타버스 등에서의 성범죄 포함)	11	7.3%
4	디지털 권익 관련 규정 (디지털환경에서의 권리와 침해 문제에 대한 조치 등)	9	6.0%
5	전자금융 관련 규정 (각종 지불수단 발행 및 활용 관련)	8	5.3%
6	사기 범죄 방지 및 처벌 규정 (보이스피싱, 보험사기 등 각종 범죄에 대한 기술조치 및 처벌)	7	4.7%
7	데이터 관리 규정 (데이터센터 운영, 데이터 이전에 따른 기술조치 등)	7	4.7%
8	망 이용 및 부가통신사업자 관련 규정 (부가통신사업자에 대한 망 이용 대가 및 각종 의무부가)	6	4.0%
9	인앱결제 관련 규정 (인앱결제 등 앱마켓 사업자와 콘텐츠 제공 사업자 관련 근거 규정)	5	3.3%
10	온라인 광고 규정 (맞춤형 광고 등 광고 표시 의무, 기사형 광고 금지 등)	5	3.3%
	그 외	44	29.3%
합계		150	100.0%

- (법안 처리 현황) 전체 법안 150건 중 10건(6.7%)이 본회의에서 처리되었으며 (수정가결 1건, 대안반영폐기 9건), 93.3%인 140건은 상임위 계류 중

〈그림 30〉 평가대상 법안의 연도 말 처리 현황



- (평가방식) 전반적 법안 구성에 대한 체크리스트를 활용한 전문가 평가
  - 용어정의, 헌법합치성, 산업 및 기술 이해도, 행정 편의주의, 관할 문제, 자율 규제 가능여부 등을 묻는 28문항으로 구성
  - ※ 평가위원 전체 회의를 통해 2021년 평가에 사용되었던 30개 세부항목 중 2개 항목을 삭제하고 일부 표현을 수정함

〈표 13〉 2022 인터넷산업규제 입법평가 체크리스트

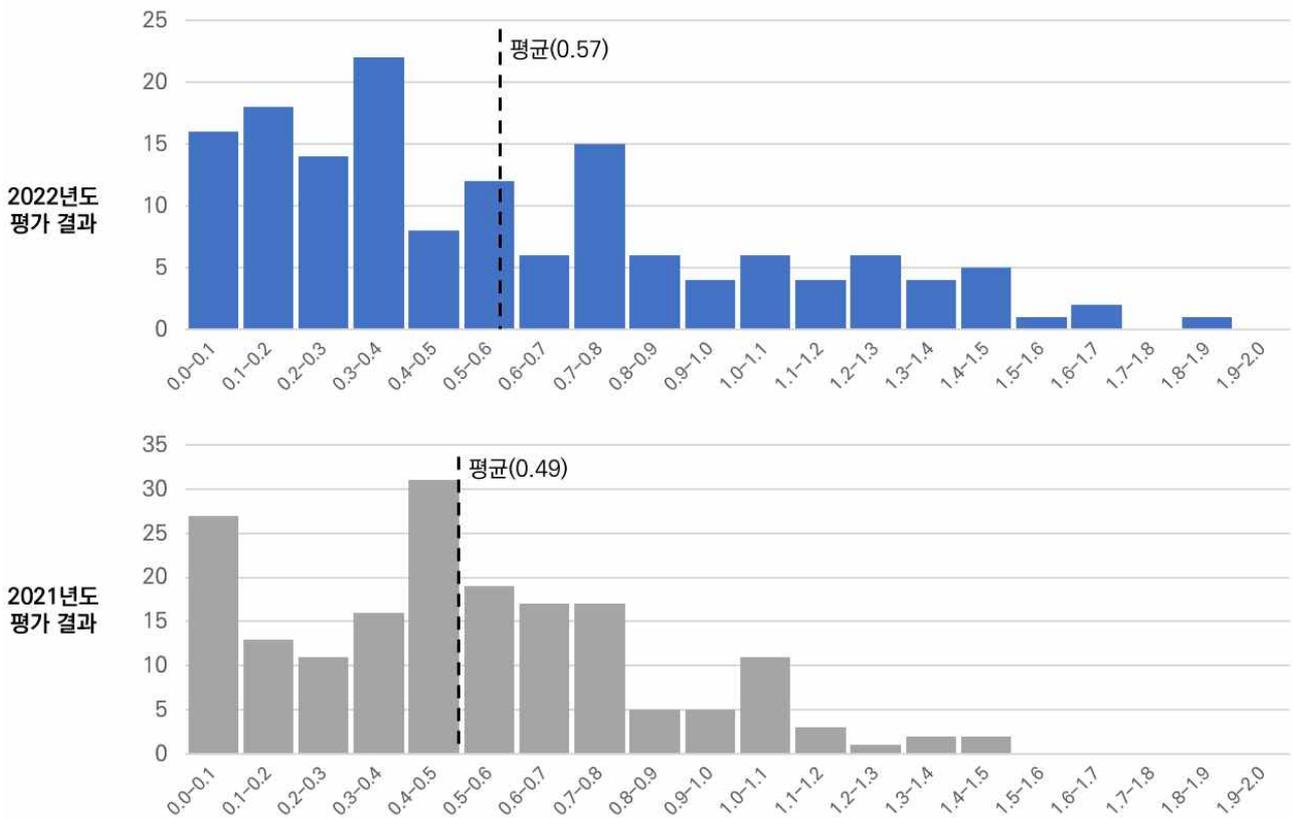
대분류	소분류	세부항목
용어 정의 [3]	1. 전반적 용어사용 (1)	① 사용된 개념 중 정의가 필요한 용어들이 법률(제2조 정의 혹은 개정안 본문)에 잘 정의되어 있다.
	2. 추가/수정된 용어 (2)	② 용어의 정의가 지나치게 포괄적이거나 추상적이지 않다. ③ 새롭게 정의(또는 수정)된 용어로 인해 다른 법률과의 혼선이 발생하지 않는다.
헌법 합치성 [9]	3. 명확성 (1)	④ 규제하고자 하는 내용이 명확하다.
	4. 과잉금지 (2)	⑤ 다른 대안들보다 기본권을 덜 침해하면서 효과적인 규제이다.
		⑥ 기본권 침해를 최소화하는 보완조치를 갖추고 있다.
	5. 포괄위임금지 (2)	⑦ 하위 법령에 위임하는 사항과 범위가 구체적이다.
		⑧ 법률이 아닌 하위 법령을 통해 규정해도 무방한 내용을 위임하고 있다.
	6. 신뢰보호 (1)	⑨ 기존 법률을 통해 보호받고 있던 권리의 침해는 적절한 수준이다.
	7. 평등 (1)	⑩ 여러 이해당사자를 왜곡 없이 동등하게 대우하고 있다.
	8. 체계 정당성 (2)	⑪ 현행 규제 수단과 중첩되지 않는다.
⑫ 현행 규제 수단과 충돌하지 않는다.		

대분류	소분류	세부항목
산업 및 기술 이해도 [8]	9. 산업 이해 (3)	⑬ 기업의 혁신성을 해치지 않는다.
		⑭ 기업의 자율성을 제한하지 않는다.
		⑮ 규제에 따른 기업의 부담이 적정하다.
	10. 기술 이해 (2)	⑯ 현재 기술 발전 및 상용화 수준을 고려할 때 충분히 이행 가능하다.
		⑰ 향후 기술 발전에 대한 유연한 대응이 가능하다.
	11. 사회 영향력 및 파급 효과 (3)	⑱ 인터넷 산업이 시장경제와 사회에 미치는 영향력을 합리적·객관적으로 반영하고 있다.
⑲ 다양한 사업자의 기회를 보장한다.		
⑳ 규제 대상 영역의 범위가 과도하게 넓거나 좁지 않고 적절하다.		
행정 편의주의 [4]	12. 수범 대상자 범위 (2)	㉑ 수범 대상자에 대한 설정 기준이 입법 취지에 부합한다.
		㉒ 법령 해석에 있어 수범 대상자의 범위에 불확실성이 낮다.
	13. 행정편의를 위한 과도한 의무 부과 (2)	㉓ 자료조사 대상과 조사 내용의 범위가 적절하게 설정되었다.
		㉔ 조사의 목적, 범위, 시기, 방법 및 불가능한 자료 제출의 거부권 등을 사전에 고지하는 내용을 포함하고 있다.
관할 문제 [2]	14. 부처별 규제 관할 (2)	㉕ 부처별 관할 범위 중첩의 우려가 발생하지 않는다.
		㉖ 향후 관할 문제 발생에 대비하는 충분한 조치를 취하였다.
자율규제 가능여부 [2]	15. 자율규제 관련 현황 반영 (2)	㉗ 현행 자율규제 및 관련 가이드라인 등을 고려할 때 규제가 필요하다.
		㉘ 관련 조직(자율규제기구, 관련 협회 등)을 통한 자율규제 현황 등 고려할 때 규제가 필요하다.

□ 평가 결과 종합

- 평가 결과, 평균 점수는 2점 만점 기준 0.57점으로 전년도 결과(평균 0.49점)에 비해 소폭 상승하였으나 다소 저조한 평가를 받음
  - ※ 세부 항목에 대한 평가는 '상(2점)', '중(1점)', '하(0점)'의 세 개 등급과 '해당없음(평가 제외)'으로 구분하였으며, 의안별 총점은 '해당없음'으로 평가된 항목을 제외한 항목별 점수의 평균값을 사용하였음
  - ※ 중(1점)을 기준으로 상(2점)에 가까울수록 체크리스트의 각 항목에 잘 부합하는 법안이라 볼 수 있으며, 하(0점)에 가까울수록 체크리스트의 각 항목에 대한 고려가 미흡한 법안이라 판단함
- 전반적인 결과 분포를 보면 전년도 평가와 비교하여 긍정적으로 평가된 법안이 증가하였으나 법안 대부분이 '중(1점)'에 미치지 못하였으며, 절반 이상의 법안이 0.5점 미만으로 평가됨
  - 전년도 평가 대상 법안 중 1.5점(중상) 이상의 점수를 받은 법안이 '0건'인 반면, 올해의 경우 4개 법안이 1.5점 이상의 준수한 평가를 받음
  - 그럼에도 올해 평가된 법안의 52%인 78건이 0.5점(중하)에 미치지 못하여, 작년 결과(0.5점 미만 법안 전체 54.4%)와 유사한 하위권 분포를 보임

〈그림 31〉 연도별 결과 분포 비교(위: 2022년, 아래: 2021년)



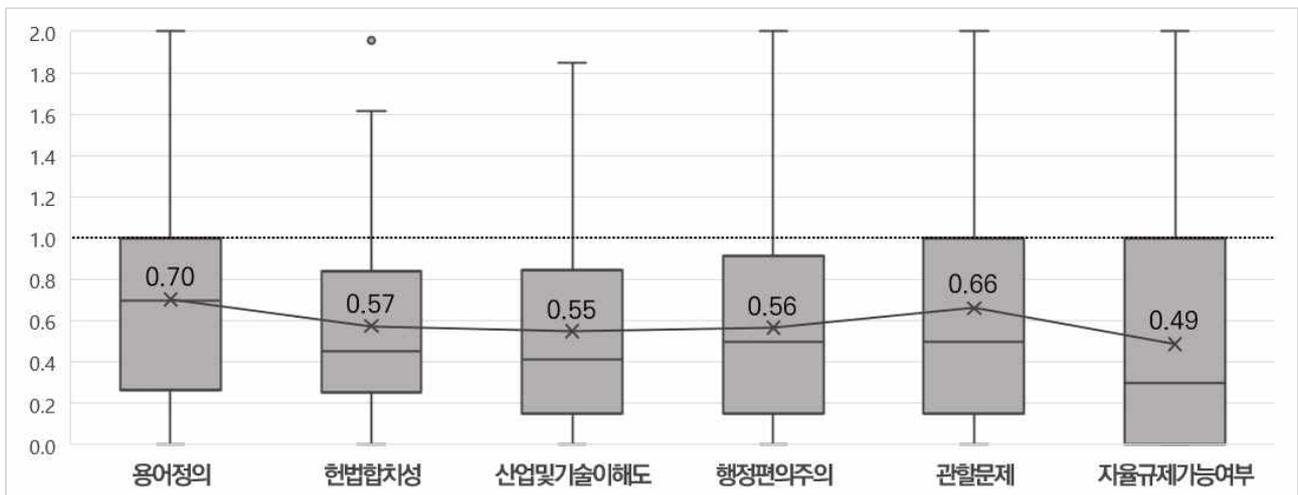
□ **대분류별 평가 경향**

- 평가지표 대분류 6개 항목별 평균 점수를 도출하면 전반적으로 전년도에 비해 평가 결과가 상향되었으나, 모든 부문에서 평균적으로 중(1점) 미만의 평가를 받음
- 대분류별 평균 점수 분포를 보면 모든 지표가 중(1점)~하(0점) 사이에 밀집되어 특정 항목에 대해 눈에 띄게 우수한 법안은 많지 않고, 대부분의 법안은 전반적인 평가 항목에 걸쳐 문제점이 지적됨
- 특히 ‘자율규제 가능 여부’에 대한 평가가 가장 미흡한 결과를 보이며, 2022년 한 해 동안 새 정부가 자율규제 논의를 본격화하였음에도 여전히 새로운 규제안을 제안하는 과정에서 자율규제에 대한 고려는 크게 이루어지지 않은 것으로 판단됨
- ‘자율규제 가능 여부’는 평균 0.49점으로 작년과 동일하게 6개 대분류 중 평균 점수가 가장 낮고, 최하점(0점)을 받은 법안의 비율도 가장 높음(53건)

〈표 14〉 평가지표 대분류별 평가 결과 요약

구 분	용어정의	헌법합치성	산업 및 기술이해도	행정 편의주의	관할문제	자율규제 가능 여부
평균 점수	0.70	0.57	0.55	0.56	0.66	0.49
2점 의안 수	4	0	0	3	7	2
0점 의안 수	19	10	11	32	33	53
전체 의안 건수 (해당없음 제외)	150	150	149	150	149	148
2021년 평균	0.63	0.51	0.50	0.54	0.53	0.39

〈그림 32〉 평가지표 대분류별 평균 점수 비교(만점: 2.0점)



□ 소분류별 평가 경향

- 소분류별 전반적 평가 경향을 보면 특히 규제 범위와 절차 등에서 합리적이지 못하고 수범자에 과도한 의무를 부과한다는 지적을 받음
  - 소분류 항목 중 특히 행정조사 내용, 절차 등의 합리성을 평가하는 ‘행정편의를 위한 과도한 의무 부과’의 평균이 0.37점으로 가장 낮게 평가됨
  - 그다음으로 낮게 평가된 항목은 헌법상 ‘과잉금지’이며, 이러한 경향을 미루어 볼 때 결과적으로 수범자에 대한 과잉 규제가 될 우려가 있음
- 전년도 평가와 비교하면, 주요 규제 논쟁이 장기화 되면서 산업과 기술에 대한 이해도가 향상된 것으로 보이나, 오히려 규제 집행의 절차적 측면과 규제가 가져올 파급 효과 등에 대한 고려는 전년도에 비해 더 미흡한 법안 발의가 이어짐
  - 전년도 평가에 비해 가장 개선된 항목은 ‘기술 이해’이고 ‘산업 이해’에 대한 평가도 전년도에 비해 많이 개선된 만큼 2022년도의 평가대상 법안은 좀 더 많은 논의를 거쳐 발의된 만큼 인터넷산업에 대한 이해가 함께 높아졌다고 판단할 수 있음
  - 그럼에도 ‘행정편의를 위한 과도한 의무 부과’, ‘포괄위임금지’, ‘사회 영향력 및 파급 효과’ 등의 항목에 대한 평가가 낮다는 점에서 입법 과정에서 보다 다양한 사회적 파급 효과를 고려한 사전적 입법영향평가 등이 실시될 필요가 있음을 시사함

〈표 33〉 평가지표 소분류별 평균 변화

대분류	소분류	2022년 평균	2021년 평균	증감
용어정의	전반적 용어사용	0.75	0.66	0.09
	추가/수정된 용어	0.47	0.45	0.02
헌법합치성	명확성	0.81	0.68	0.13
	과잉금지	0.45	0.38	0.08
	포괄위임금지	0.49	0.57	(0.08)
	신뢰보호	0.56	0.51	0.05
	평등	0.55	0.57	(0.02)
	체계정당성	0.60	0.51	0.09
	산업 및 기술 이해도	0.49	0.40	0.09
산업 및 기술 이해도	기술 이해	0.76	0.56	0.19
	사회 영향력 및 파급 효과	0.48	0.52	(0.04)
	수범대상자 범위	0.58	0.56	0.02
행정 편의주의	행정편의를 위한 과도한 의무 부과	0.37	0.51	(0.14)
	부처별 규제 관할	0.66	0.53	0.14
관할 문제	부처별 규제 관할	0.66	0.53	0.14
자율규제 가능여부	자율규제 관련 현황 반영	0.49	0.39	0.11

□ 주요 법안의 평가 결과

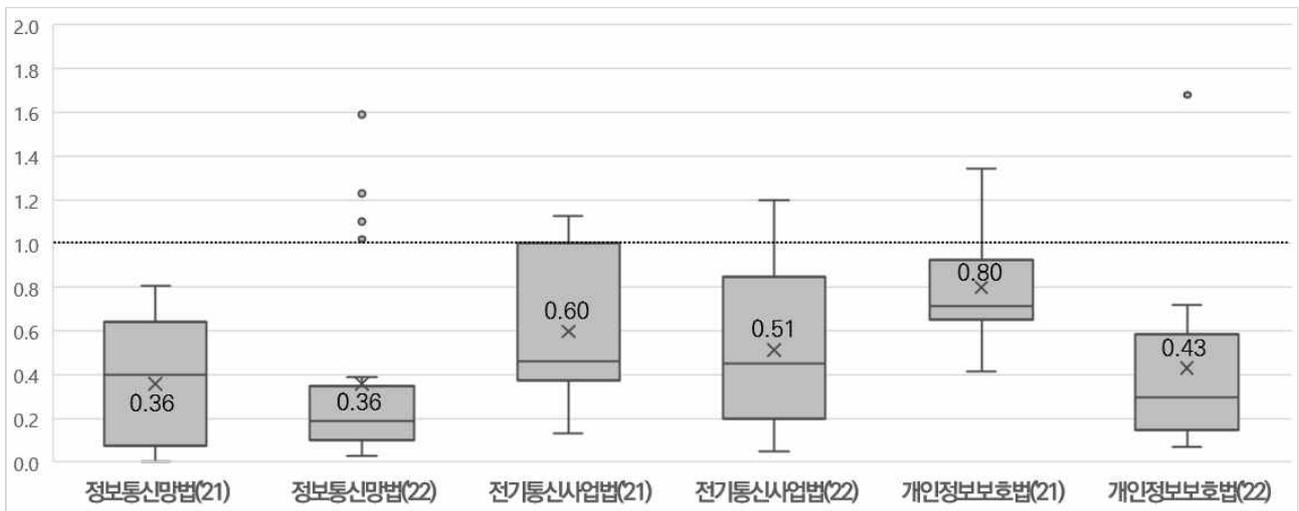
- 전체 법안 중 가장 큰 비율을 차지하는 3개 법률을 살펴보면 전기통신사업법이 평균 0.51점으로 중하등급(0.5점) 수준, 정보통신망법(평균 0.36점)과 개인정보 보호법(평균 0.43)은 중하등급보다 더 낮게 평가됨
- 정보통신망법은 작년과 유사한 평균 점수를 보이나 전기통신사업법과 개인정보 보호법은 평균적으로 작년보다 낮은 평가를 받았으며, 특히 전체적인 분포를 봤을 때 세 법률 모두 각 법안의 평가 결과 분포가 전년도보다 확연히 낮은 점수 범위에 있음
- 즉, 인터넷산업과 관련한 주요 법률들이 작년에도 많은 수가 발의되어 계류되어 있음에도 지난 1년 동안 이전의 발의안보다도 내용 면에서 미흡한 안이 남발된 경향을 확인함

※ 전년도 평가법안 중 대안반영폐기된 전기통신사업법 개정안 8건을 제외한 모든 법안 계류 중

〈표 14〉 발의 건수 상위 3개 법률의 2021년, 2022년 평가 결과

No.	법률	2021년 평가 결과 (직전 평가)			2022년 평가 결과 (현재 평가)		
		건수	비율	평균	건수	비율	평균
1	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률	31	17.2%	0.36	23	15.3%	0.36
2	전기통신사업법	25	13.9%	0.60	20	13.3%	0.51
3	개인정보 보호법	14	7.8%	0.80	14	9.3%	0.43

〈그림 34〉 발의 건수 상위 3개 법률의 2021년, 2022년 평가 결과 분포



## □ 종합 평가

- 인터넷산업을 규제하는 목적으로 발의된 대다수의 법안이 여전히 내용적 측면에서 미흡한 것으로 판단됨
  - 전반적으로 전년도 평가 결과보다 평균 평점이 소폭 상승하였으며 높은 점수를 받은 법안이 늘어났으나, 여전히 법안 대다수가 0~0.5점 사이에 집중됨
- 많은 법안이 법률이 갖추어야 할 절차적인 측면을 포함하여 수범자에게 과잉규제 될 우려가 제기되며 입법 의도 이면의 파급 효과에 대한 고려가 미비함
  - 직전 연도보다 산업 및 기술 이해에 대한 평가가 개선되어 인터넷산업의 특성을 더 고려한 것으로 보이나, 절차적인 측면과 규제 강도, 사회적 파급 효과 등 규제 법률이 갖추어야 할 다양한 부분에 미비함이 지적됨
- 산업의 변동성과 예측 불가능성에 의해 규제의 변화도 더 가속화되는 현시점에서, 유연한 대처가 가능한 자율규제에 대한 고려가 여전히 배제되고 있음
  - 6개의 평가지표 대분류 중 현재 정부가 가장 중요하게 다루는 '자율규제'에 대한 고려가 이루어지지 않은 법안이 다수였으며, 그 외 모든 지표에 대해 대부분 미흡하게 평가됨
- 종합적으로 인터넷산업에 대한 개별 이슈를 단편적으로 판단하기보다는 현재의 변화와 앞으로의 변동가능성까지 종합적으로 고려한 신중한 입법이 요구됨
  - 주요 인터넷산업규제 법률에 해당하는 정보통신망법, 전기통신사업법, 개인정보보호법의 경우 전년도 평가와 올해의 평가 모두 큰 비중을 차지하고 있으며, 여전히 전년도 평가 대상 법안들이 계류되어 있음에도 작년 대비 실효성 높은 안보다는 미흡한 대안이 남발됨
  - 특정 법에 대한 개정안이 남발된다는 것은 규제해야 할 대상의 특성이나 주된 문제가 계속 변화하고 있다는 방증, 혹은 새로운 쟁점이 발생하면 이에 대한 신중한 고려보다는 신속한 입법을 시도하는 경향으로 해석됨
  - 그러나 발의 후 1년 이상이 지난 법안 대다수가 국회 소관위를 통과하지 못하고 계류된 현실에서 신속한 입법이 유효한 전략이었는가를 다시 고민해 볼 필요가 있음