

한국중소상인자영업자총연합회 및 22개 중소기업단체,  
전국가맹점주협의회·전국수탁사업자협의회 및 소속 62개 단체, 민변  
민생경제위원회, 재벌개혁경제민주화네트워크, 진보네트워크센터, 참여연대

수 신 각 언론사 정치부·경제부·사회부

발 신 참여연대 민생희망본부(담당 : 신동화 사회경제1팀 간사 02-723-5303 min@pspd.org)

제 목 [보도자료] 온라인플랫폼 공정화·독점방지 입법, 더이상 미룰 수 없다

날 짜 2023. 12. 13. (총 7 쪽)

## 보 도 자 료

온라인플랫폼 공정화·독점방지 입법, 더이상 미룰 수 없다  
자율규제보다 온라인플랫폼의 독점·영향력 규제 법제도 마련 절실  
끊임없이 발생한 온라인플랫폼 갑질과 소비자 피해 재발 방지해야  
88개 중소기업·시민사회단체, 공동 기자회견 열어 입법 촉구  
일시·장소 : 12. 13.(수) 10:00, 국회 정문 앞

1. 88개에 달하는 중소기업·시민사회단체들은 오늘(12/13) 오전 10시에 국회 앞에서 기자회견을 열어 국회 정무위원회가 12월 임시국회에서 온라인플랫폼 공정화·독점방지법을 처리하고 이를 본회의에서 통과시킬 것을 촉구했습니다. 중소기업·시민사회단체들은 기자회견에 이어 원내정당 여야 대표와 정무위원장, 정무위원회 간사에게 해당 법안을 통과시킬 것을 요청하는 의견서도 전달했습니다.
2. 오늘 기자회견을 주최한 중소기업·시민사회단체들은 거대 온라인플랫폼의 과도한 이익수취와 불공정한 거래조건 강요, 온라인플랫폼의 시장권력 확대에 따라 피해를 입거나 피해가 예상되는 중소기업, 소비자 등 여러 경제주체들의 어려움을 지적하며, 온라인플랫폼에 대한 적절한 제도적 규제가 필요하다고 주장했습니다. 중소기업·시민사회단체들은 온라인플랫폼 거래가 경제와 일상생활에 차지하는 비중이 커진데다가 독점이 심화되면서 거대플랫폼 기업들의 갑질과 소비자 기망 행위가 계속 발생하고 있고, 이들 기업에 집중된 개인정보의 이용·관리 문제와 관련해서도 우려가 매우 큰 상황이라고 지적했습니다. 그리고 이러한 불균등한 시장을 방지할 경우 경쟁력이 있지만 소규모인 기업들이 시장에 진입할 수 있는 기회도 제한돼 혁신을 통한 경제성장도 어려워질 것이라고 전망했습니다.

3. 이어 중소기업·시민사회단체들은 의견서를 통해 거대 온라인플랫폼의 영향력 확대는 전세계적인 현상으로서 미국과 EU 등 선진경제에서는 일찌감치 거대 플랫폼에 대한 규제를 위한 제도 마련에 나서왔다고 밝히고 윤석열 대통령 또한 거대플랫폼기업의 횡포가 부도덕하고 제재가 필요하다고 언급한만큼, 올해 12월 임시국회에서 온라인플랫폼 공정화·독점방지법을 입법 처리할 것을 촉구했습니다. 끝.

## ※기자회견 개요

- 제목: 12월 임시국회, 온라인플랫폼 공정화·독점방지법 반드시 처리하라
- 주최: 한국중소상인자영업자총연합회 및 22개 중소기업단체, 전국가맹점주협의회·전국수탁사업자협의회 및 소속 62개단체, 민변 민생경제위원회, 재벌개혁경제민주화네트워크, 진보네트워크센터, 참여연대
- 일시: 2023.12.13(수) 오전 10시
- 장소: 국회 정문 앞
- 발언
  - 김남근 재벌개혁경제민주화네트워크 정책위원장  
\_온라인플랫폼 거래 시장의 공정화와 독점 규제를 위한 필요성
  - 이성원 한국중소상인자영업자총연합회 사무총장  
\_거대플랫폼의 갑질과 골목상권 위협 방지를 위한 입법 촉구
  - 이중선 전국가맹점주협의회 사무국장  
\_거대플랫폼 기업의 과도한 이익 수취와 불공정한 거래 조건 개선 입법 촉구
  - 오병일 진보네트워크센터 대표  
\_개인정보와 인권의 측면에서 본 온라인플랫폼의 지배력 확대와 독점규제
  - 김은정 참여연대 협동사무처장  
\_현재 계류중인 온라인플랫폼법안의 주요 쟁점과 도입이 필요한 이유
  - 사회: 참여연대 사회경제1팀 신동화 간사
- 기자회견 후 <온라인플랫폼 공정화·독점방지법 입법 촉구 의견서> 제출 예정
- 문의 : 참여연대 민생희망본부 02-723-5303, min@pspd.org

### ▣ 붙임1. 주요 발언 요지

### ▣ 붙임2. 온라인플랫폼 공정화·독점방지법 입법 촉구 의견서

▣ 붙임1.

## 주요 발언 요지

### 1. 이성원 한국중소상인자영업자총연합회 사무총장

온라인플랫폼 독점방지 및 공정화법은 플랫폼 기업들의 혁신을 저해하려는 것이 아닙니다. 오히려 공정한 룰을 만들어 외국의 대형 플랫폼의 국내 시장 독식으로부터 국내 플랫폼 기업들도 보호하고 혁신하려는 것입니다. 시장에 선진입한 플랫폼이 시장을 독식하면 오히려 새로운 플랫폼의 시장 진입과 자율 경쟁을 저해합니다.

이제라도 인터넷플랫폼 기업과 이용사업자인 소상공인을 보호하기 위해서라도 온라인 플랫폼독점방지법과 공정화법은 반드시 제정되어야 합니다. 이것이 혁신입니다!

### 2. 이종선 전국가맹점주협의회 사무국장

더는 미룰 수 없습니다. 온플법, 협상권 입법을 촉구합니다.

코로나 이후 고금리, 고물가, 인건비까지 상승하면서 자영업자들은 심각한 어려움에 직면해있으며, 부진한 매출로 자영업자들의 수익구조는 갈수록 악화되고 있습니다. 이러한 환경 속에서 수많은 자영업자들은 부진한 매출을 끌어올리기 위해 플랫폼사의 매출에 의존하여 어려움을 극복하고자 발버둥 치고 있습니다. 그러나 거대 플랫폼사들은 자영업자들의 위기를 기회로 삼아 높은 수수료를 부과하며 배를 불리고 있습니다.

자영업자들의 순이익이 통상적으로 8~10%임에도 불구하고 최근 이슈화 되고 있는 모바일 상품권 수수료는 1%대의 신용카드 수수료와 비교할 수 없을 정도로 높아, 평균 6%~11%까지 순이익에 버금가는 금액을 차지하고 있습니다. 또한 수수료를 부담하는 자영업자가 당사자임에도 플랫폼사, 상품권 발행사, 가맹본부등은 수수료에 관한 정보를 투명하게 공개하지 않고 있어 수수료의 배분 구조도 모른 채 일방적으로 부담하게 부담을 하고 있습니다. 배달수수료도 다르지 않습니다. 오랜 시간 동안 정부의 자율규제를 기대하며 수수료 인하를 요구해 왔지만 아직 변한 것이 없습니다. 계속되는 어려운 경제 상황 속에서도 거대 플랫폼사들은 자영업자들의 노동을 착취하며 성장하고 있습니다.

이 문제의 근본적인 이유는 명확합니다. 이러한 거대 플랫폼사에 브레이크를 걸 수 있는 제도적 장치가 없었으며, 비용을 부담하는 자영업자가 수수료 협상을 할 수 있는 권리가 부족한 데 있습니다. 따라서, 우리는 이 문제를 해결하기 위해 더는 플랫폼사들의 자율적인

자정을 기대하기보다는 일방적인 갑질이 계속되지 않도록 이번에는 반드시 온플법을 입법하고 협상권을 통과시켜 거대 플랫폼사를 제도적으로 제한하고, 자영업자와 플랫폼사가 상호 협의를 통해 공정하고 합리적인 수수료를 정할 수 있도록 해야 합니다.

윤석열 정부는 VIP오텡집으로 자영업자를 홍보해주는 것이 전부가 아님을 깨달아야 합니다. 자영업자들이 기울어진 운동장에서 부당하게 착취당하지 않도록 공정과 상식에 맞는 대안과 대책을 마련해주시길 바라며, 국회는 민생을 위한 가장 시급한 온플법과 협상권이 입법될 수 있도록 초당적인 협력을 부탁드립니다.

자영업자들이 버틸 수 있는 시간이 많지 않습니다. 오늘의 기자회견을 통해 정부와 국회에 민생법안 처리에 적극적인 참여를 부탁드립니다. 우리나라 경제의 중심이자 허리인 자영업자들이 지속가능하게 일할 수 있도록 빠른 결정을 기대합니다.

### 3. 오병일 진보네트워크센터 대표

최근 유튜브가 프리미엄 가격을 1만4900원으로 무려 43% 인상했습니다. "유튜브는 한국의 유튜브 프리미엄 및 유튜브 뮤직 프리미엄 회원에게 높은 수준의 서비스와 다양한 기능을 지속적으로 제공하기 위해 가격을 조정한다"고 밝혔지만, 과연 유튜브가 가격을 인상해야 할 정도로 경제적으로 어려운 상황인지 의문입니다. 이는 어차피 가격을 대폭 인상해도 이용자들이 빠져나가지 못할 것이라는 독점 기업의 횡포라는 것을 누구나 알 수 있습니다. 유료 구독이 싫다면 광고를 봐야하지만, 이미 광고 역시 유튜브 콘텐츠의 정상적인 감상에 방해가 될 정도로 많아졌습니다.

이러한 독점 기업의 이용자에 대한 횡포는 유튜브만이 아닙니다. 지난해 메타는 개인정보처리방침의 개정을 고지하면서 이에 동의하지 않으면 더이상 페이스북과 인스타그램 서비스를 사용할 수 없다며 사실상 동의를 강요하였습니다. 메타가 동의를 강요하는 내용에는 메타 서비스 밖에서 이용자가 사용한 앱 사용기록, 사이트 방문기록, 상품을 구매하거나 콘텐츠를 읽은 기록 등이 모두 포함이 됩니다. 이렇게 수집한 내 개인정보를 통해 나의 관심사와 취향을 파악하여 내게 표적 광고를 내보내는데 사용됩니다. 개인정보 보호의 가장 기본이 되는 원칙이 최소한의 개인정보 수집인데, 표적 광고를 위한 개인정보 수집에는 최소한이라는 개념이 없습니다. 이용자의 프라이버시를 무시한다는 비판에도 불구하고, 메타가 뻔뻔하게 과도한 개인정보 수집을 강요할 수 있는 이유는 독점 기업이기 때문입니다.

이용자의 프라이버시를 존중해야 이용자가 그 서비스를 사용할 수 있을텐데, 독점기업에게는 이용자의 프라이버시, 이용자 개인정보를 보호해야 한다는 인센티브가 약할 수밖에 없습니다. 이용자의 프라이버시 보호를 완화해도 어차피 이용자가 다른 서비스로 이동하지 못할 것이라고 생각하기 때문입니다. 이런 측면에서 거대 온라인플랫폼의 지배력 확대와 독점은 프라이버시를 비롯한 이용자의 기본권에 부정적인 영향을 미칩니다. 이 때문에 독일 연방카르텔청은 2019년에 페이스북이 유럽 개인정보보호법인 GDPR을 위반했음을 이유로 하여 페이스북에 대해 시장지배적 지위의 남용을 인정하였고, 소송 끝에 독일 대법원도 이를 인정하였습니다. 한국의 개인정보위원회도 올해 초에 이용자가 타사 행태정보 제공을 거부하면 페이스북 및 인스타그램 서비스를 가입하여 이용할 수 없도록 한 것은 개인정보보호법 위반이라며, 메타에게 시정명령 및 과태료를 부과하였습니다.

그러나 감독기관의 이러한 조치에도 불구하고 거대 플랫폼 기업들은 소송 제기를 통해 시간을 끌거나 꼼수를 통해 규제를 회피하고 있습니다. 공정거래법과 개인정보보호법 등 기존 법률에 의한 규제도 여전히 필요하지만, 좀 더 신속하게 거대 플랫폼 기업들의 시장지배력 남용과 이용자 권리 침해 행위를 규제해야 하는 이유입니다. 빠르게 변화하고 있는 디지털 시장에서 거대 플랫폼 기업들은 인접 시장으로 지배력을 확대해가고 있습니다. 이들 플랫폼 기업의 권력이 커질수록 이들을 규제하는 것은 더욱 힘들어질 것입니다. 더 늦기 전에 국회에서 온라인플랫폼 공정화·독정방지법을 입법할 것을 촉구합니다.

#### 4. 김은정 참여연대 협동사무처장

플랫폼 시장의 특성인 락인효과의 매서움을 요금 폭탄으로 돌려받고 있는 요즘입니다. 유튜브, 넷플릭스 등 OTT 기업들이 속속 요금을 40%이상 인상하거나 계정 공유를 유료화하고 있습니다. 이러한 급격한 요금 인상은 이들이 시장을 충분히 장악하고 있기 때문입니다.

최근 '유튜브뮤직'은 이용자 수에서 결국 카카오엔터의 '멜론'을 제치며 국내 음원 플랫폼 왕좌를 꺾은 바 있습니다. 지난 11월 여타 OTT의 월간 활성 이용자 수(MAU)가 일제히 감소하는 상황에서도 넷플릭스는 오히려 증가하는 등 독주체제를 이어나가고 있습니다. 시장을 독점한 플랫폼의 자연스런 수순은 요금 인상임을 다시금 확인하게 됩니다. 월급빼고 다 오를때 은근슬쩍 나도 같이 올려보겠다는 심보가 아닐 수 없습니다.

주지하다시피 플랫폼의 가장 주요한 특징으로는 제 살 깎아먹기 식 경쟁에서 살아남은 소수의 플랫폼이 결국 본격적으로 수익화에 나서게 되는 승자독식 구조가 형성된다는 것입니다. 이는 과거 택시 호출 시장에서 시장지배력이 높아지자 수수료와 이용료 인상을 여러 차례 시도하다 거센 비판을 받았던 카카오택시 사례에서도 확인 가능합니다.

이러한 플랫폼의 시장 독점으로 인한 피해를 막기 위해 현재 국회에는 플랫폼 기업의 독점과 갑질 등 불공정을 규율하기 위한 다양한 법안들이 발의되어 있습니다. 온라인 플랫폼 공정화법은 계약관계를 규율하여 공정한 거래 질서를 확립하고 플랫폼 입점업체의 협상력을 담보하는 내용 등을 담고 있습니다.

플랫폼 독점규제법은 핵심 플랫폼을 사전 지정하고 실태조사를 시행하도록 합니다. 또한 시장지배적지위 남용과 이해충돌행위, 부당한 차별과 보복조치를 금지하고 기업인수합병 관련 의무, 이용자 정보의 이용사업자로의 이전 의무, 개인정보 보호 조치 의무, 광고 서비스 관련 의무 등을 부여해 독점 플랫폼의 전형적인 시장지배적 지위 남용행위를 금지하는 내용들을 담고 있습니다.

모두 공정한 경제를 위한 경제환경 조성, 중소기업과 소비자들의 상생을 위해 매우 중요한 과제들입니다. 그럼에도 국회는 플랫폼 기업들의 혁신 타령에 계속 몸을 사리며 법안 처리를 미뤄왔습니다. 어제 뒤늦게나마 거대양당이 교환한 신속처리법안 목록에 온라인플랫폼법이 들어갔지만, 여당이 자율규제 운운하고 있어 처리 여부를 가능하기 어렵습니다.

경쟁이 사라진 독점 시장에 남는 것은 혁신이 아니라 몰락입니다. 입법을 미루는 국회는 혁신을 위한다는 자기 명분에 빠져 정작 시장 전체를 위기에 몰아 넣고 있다는 점을 똑똑히 깨달아야 할 것입니다.

## 제21대 국회는 12월 임시국회에서 온라인플랫폼 공정화·독점방지법을 반드시 입법해주십시오

1. 제21대 국회에서 여러 국회의원들의 수고로 20개가 넘는 「온라인플랫폼 거래 공정화에 관한 법률안」과 「온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안」(이하, “온라인플랫폼 공정화·독점방지법”)이 발의되었습니다. 그러나 지난 정기국회 기간동안 국회 정무위원회는 다수의 온라인플랫폼 공정화·독점방지법을 법안심사소위 안건으로 상정하고도 끝내 법안을 통과시키지 못했습니다.
2. 주지하다시피, IT기술의 발전과 비대면 거래 활성화로 인해 온라인플랫폼 거래가 경제와 일상생활에 차지하는 비중이 커진 지 오래입니다. 거대 온라인플랫폼 기업의 독점적 지위가 시장 경제 전반에 미칠 영향력과 이를 상생과 소비자 후생 증대로 정착시킬 수 있을지 여부가 중요한 이슈로 떠오르고 있고, 이들 기업에 집중된 개인정보의 이용·관리 문제와 관련해서도 우려가 큰 상황입니다. 반면에, 이러한 새로운 사업과 거래방식에 대해 기존의 법률만으로는 효율적으로 규제하기 어렵다는 사실도 분명해지고 있습니다. 이는 전세계적인 현상으로서 미국과 EU 등 선진경제에서는 일찌감치 거대 플랫폼에 대한 규제를 위한 제도 마련에 나서왔습니다.
3. 국회에서 플랫폼 공정화·독점방지법 입법 논의가 지지부진한 동안 시장에서는 수많은 이해관계자들이 거대 온라인플랫폼 기업의 횡포로 곤경을 겪고 있습니다. 카카오의 모바일상품권 수수료 착취와 카카오모빌리티의 택시기사들에 대한 시장지배적 지위 남용, 쿠팡의 자사상품 우대와 댓글작업, 입점사업자들에 대한 가혹한 거래 조건 강요, 구글 인앱결제 강요와 경쟁 앱마켓 몰아내기 등 거대플랫폼의 갑질과 소비자 기망 문제가 계속 발생해왔습니다. 오직 자율규제, 산업육성 논리만으로는 상기한 문제의 재발을 막을 수 없으며, 온라인플랫폼 독점을 방지할 경우 규모가 작지만 아이디어와 기술력이 있는 스타트업 기업들이 시장에 진입할 수 있는 기회도 제한되기 때문에 온라인 산업의 성장과 발전 자체에도 부정적 영향력을 줄 것임이 분명합니다. 윤석열 대통령 또한 거대플랫폼기업의 횡포가 부도덕하고 제재가 필요하다고 언급한 바 있습니다. 이러한 발언의 취지를 실현하기 위해서는 국회에서의 입법이 반드시 이루어져야 합니다.

4. 온라인플랫폼 기업과 거래하는 입점업체 등 여러 경제주체들의 지속가능한 생존과 소비자 후생을 증가시키기 위해, 혁신산업이 활성화되고 이것이 다시 경제성장을 추진하기 위해서는 온라인플랫폼 독점 방지와 공정한 거래 조건 형성이 필수적입니다. 현재 국회에 계류된 온라인플랫폼 공정화·독점방지법은 ▲핵심 플랫폼의 사전 지정 및 실태조사 시행, ▲독점 플랫폼의 전형적인 시장지배적 지위 남용행위 금지, ▲온라인 플랫폼 입점사업자 및 소비자 보호조치 등 여러 내용들을 포함하고 있습니다. 이는 현재 위계적이고 불공정한 온라인플랫폼 상 거래 시장을 수평적이고 공정하게 만들기 위해 필요한 최소한의 제도입니다. 기울어져 있는 운동장을 평평하게 만드는 것이야말로 시장경제의 활성화와 지속가능한 경제의 기본전제임을 여러 국회의원들께서 모르는 바 아니라고 생각합니다.
5. 이에 97개에 달하는 중소기업·시민단체들은 이번 올해 12월 임시국회에서 온라인플랫폼 공정화·독점방지법을 반드시 처리하고 본회의에서 통과시킬 것을 요구하며 본 의견서를 전달합니다.

**2023년 12월 13일**

**88개 중소기업·시민사회단체 일동**

한국중소상인자영업자총연합회·한국자원순환단체총연맹·전국카페사장협동조합·한국패션리  
 품중앙회·한국마트협회·망원시장상인회·전국대리점연합회·여성소상공자영업협회·한국고물  
 상협회·중소상공인살리기협회·한국편의점네트워크·전국고물상연합회·강원도자영업자총연  
 합회·전국중소유통상인협회·인천도소매협동조합·경기도골목상점가연합회·한국자동차전문  
 정비사업조합연합회·광주대리점연합회(준)·서울서부상권연합회·한국플라스틱단일재질협회·  
 오투기대리점연합회·대규모점포입점점주협의회·전국가맹점주협의회·대한제과외식가맹점협  
 회·전국카페가맹점주협의회·전국화장품가맹점연합회·굽네치킨가맹점주협의회·네이처리퍼  
 블릭가맹점주협의회·노브랜드가맹점주협의회·농협홍삼한삼인가맹점주협의회·더페이스샵가  
 맹점주협의회·더풋샵가맹점주협의회·떡참가맹점주협의회·뚜레쥬르가맹점주협의회·로이드  
 밤헤어가맹점주협의회·롯데리아중앙협의회·르노삼성정비사업자연합회·미샤가맹점주협의회  
 ·미스터피자가맹점주협의회·반올림피자가맹점주협의회·배스킨라빈스가맹점주협의회·본죽  
 가맹점협의회·봉구스밥버거가맹점주협의회·뽕뜨락피자가맹점주협의회·서브웨이가맹점주협  
 의회·설빙가맹점주협의회·세라썸사업자협의회·쌍용자동차서비스프라자전국연합회·썬수학  
 러닝센터지사협의회·아디다스전국점주협의회·연돈볼카츠가맹점주협의회·에그드랍가맹점협  
 의회·오피스디포가맹점주협의회·와라와라가맹점주협의회·윤선생우영본부장협의회·월드크  
 리닝지사장협의회·이차돌가맹점주협의회·잉글리시에그지사장협의회·전국던킨가맹점주협의

회·전국맘스터치가맹점주협의회·전국버거킹사업자협의회·전국비에치씨(BHC)가맹점협의회  
·전국BBQ가맹점사업자협의회·전국아리따움가맹점주협의회·청년피자가맹점주협의회·초록  
마을가맹점주협의회·카페베네전국가맹점주협의회·커브스전국가맹점주협의회·쿠우쿠우가맹  
점협의회·쿠쿠점주협의회·퀴즈노스점주협의회·터치카페가맹점주협의회·투썸플레이스가맹  
점대표자협의회·튼튼영어베이비리그가맹점주협의회·파리바게뜨가맹점주협의회·풀무원로하  
스가맹점협의회·피자스쿨가맹점사업자협의회·피자에땅가맹점주협의회·피자헛가맹점주협  
회·한국세븐일레븐가맹점주협의회·한국자동차검사정비사업조합연합회·한국지엠정비사업자  
연합회·할리스커피가맹점주협의회·GS25경영주모임·민변민생경제위원회·재벌개혁경제민주  
화네트워크·진보네트워크센터·참여연대