

## 플랫폼 자율규제 방안 발표회 개최

- 작년 8월 출범한 「플랫폼 민간 자율기구」 4개 분과 자율규제 방안 발표
- 오픈마켓 분야 입점업체 거래관행 개선, 소비자 집단피해 대응 방안 포함
- 플랫폼 검색·추천 투명성 제고 방안 및 플랫폼 사회가치 제고를 위한 원칙 이행 선언

「플랫폼 민간 자율기구」는 5월 11일(목) 오후 2시 “플랫폼 자율기구 자율규제 방안 발표회”를 개최하고 산하 4개 분과(갑을, 소비자·이용자, 데이터·AI, 혁신공유·거버넌스)에서 마련한 자율규제 방안을 발표했다.

이번 발표회에는 주요 플랫폼 사업자들과 관련 사업자단체, 중소기업·소상공인 단체, 소비자단체 및 민간 전문가 등 플랫폼 자율기구 각 분과에 참여했던 구성원들을 비롯하여, 이종호 과학기술정보통신부장관, 한기정 공정거래위원회 위원장, 김효재 방송통신위원회 상임위원 등 정부 관계자들이 참석했다.

### < 행사 개요 >

- ◇ 일시 : 2023. 5. 11.(목) 14:00 ~ 15:40
- ◇ 장소 : 포스트타워 대회의실 (서울 명동)
- ◇ 참석자

구분	기관명
플랫폼업계	네이버, 쿠팡, 지마켓, 11번가, 롯데온, 카카오, 무신사, 위메프, 티몬, 인터파크, 우아한형제들, 야놀자, 구글, 메타, 당근마켓, 강남언니, 로톡, 한국신용데이터 한국온라인쇼핑협회, 한국인터넷기업협회, 코리아스타트업포럼
입점업계	중소기업중앙회
소비자단체	한국소비자단체협의회, 소비자시민모임, 한국소비자연맹, 녹색소비자연대전국협의회, 한국YWCA연합회, 소비자공익네트워크, 한국YMCA전국연맹, 대한어머니회중앙회, 미래소비자행동
민간전문가	권현영 교수(고려대), 이성엽 교수(고려대)
정부	이종호 과기정통부장관, 한기정 공정거래위원장, 김효재 방통위 상임위원 등

「플랫폼 민간 자율기구」는 민간 스스로 플랫폼 시장에서의 자율규제 방안을 마련하기 위해 구성된 논의기구로, 지난 8월 19일 출범한 이후 △갑을, △소비자·이용자, △데이터·AI, △혁신공유·거버넌스의 4개 분과를 구성하여 각 분과별로 자율규제 방안을 논의해 왔다.

오늘 발표회에서는 4개 분과에서 마련한 자율규제 방안이 차례로 발표되었으며, 구체적으로 △오픈마켓 분야 자율규제 방안(갑을 분과, 한국온라인쇼핑협회), △오픈마켓 소비자 집단피해 신속대응 방안(소비자·이용자 분과, 권현영 교수), △플랫폼 검색·추천서비스 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙(데이터·AI 분과, 이성엽 교수), △플랫폼의 사회가치 제고를 위한 8대 원칙(혁신공유·거버넌스 분과, 한국인터넷기업협회)이 발표되었다.

**< 플랫폼 자율기구 분과별 발표 내용 >**

분과	발표 내용	세부 내용
갑을	오픈마켓 분야 자율규제 방안	· 입점계약 관행 및 분쟁처리 절차 개선, 상생 및 입점업체 부담 완화 방안 등
소비자·이용자	오픈마켓 소비자 집단피해 신속대응 방안	· 사기쇼핑몰 등으로 인한 소비자 피해의 확산 방지를 위한 선제적 대응 방안
데이터·AI	플랫폼 검색·추천서비스 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙	· 검색·추천 기준 주요 변수 공개 등 의무 및 이행점검 등 실효성 확보방안 규정
혁신공유·거버넌스	플랫폼의 사회가치 제고를 위한 8대원칙 이행 선언	· 포용성 강화, 사회문제 대응, 신뢰구축, 안정성 제고 등 주요원칙과 기업별 사례

\* 분과별 세부 내용은 불임 참조

과학기술정보통신부 이종호 장관은 “오늘 이 자리는 혁신과 공정이 조화를 이루는 플랫폼 생태계를 조성하기 위해 자율규제를 국정과제로 추진하고 있는 현 상황에서, 민간 주도로 플랫폼 서비스의 투명성 제고와 상생을 위한 원칙을 마련하고, 직접 이행 선언을 해주셨다는 것에 의의가 있다고 생각한다” 라며, “오늘 자리에 그치지 않고, 각 원칙들이 플랫폼 업계가 준수하여야 하는 기본 원칙들로 자리매김하여 업계 전반으로 확산될 수 있도록, 필요한 부분들은 계속 개선하고 발전시켜 나가 주시기를 당부드린다” 고 하였다.

공정거래위원회 한기정 위원장은 “오늘 발표된 자율규제 방안은 각 플랫폼 사업자들의 자율적 참여를 바탕으로 마련된 만큼 높은 준수 의지를 기대할 수 있을 것으로 생각한다” 면서, “플랫폼 사업자의 자율적인 노력을 기반으로 한 상생 문화가 시장에 잘 뿌리내려 앞으로 우리나라의 플랫폼 시장 생태계가 더욱 건강한 모습으로 거듭날 수 있기를 바란다” 고 밝혔다.

방송통신위원회 김효재 상임위원은 “자율규제 도입은 모두에게 쉽지 않은 도전이었음에도 불구하고, 민간의 자발적인 논의와 협력을 통해 성과를 냈다는 점에서 의미가 깊다” 라며, “자율규제를 통한 플랫폼 이용자 보호에 차질이 없도록 민간에서 지속적으로 노력해달라” 고 당부했다.

- <붙임> 1. 갑을 분과 자율규제 방안 (전문 별첨)  
 2. 소비자·이용자 분과 자율규제 방안 (전문 별첨)  
 3. 데이터·AI 분과 자율규제 방안 (전문 별첨)  
 4. 혁신공유·거버넌스 분과 자율규제 방안

담당 부서 <데이터·AI, 혁신공유>	과학기술정보통신부 통신경쟁정책과	책임자	팀 장	한정원	(044-202-6630)
		담당자	사무관	김준협	(044-202-6635)
<갑을, 소비자·이용자>	공정거래위원회 온라인플랫폼정책과	사무관	사무관	정재운	(044-202-6647)
		책임자	과 장	박설민	(044-200-4365)
		담당자	사무관	한호영	(044-200-4368)
<소비자·이용자>	방송통신위원회 이용자정책총괄과	조사관	조사관	이지영	(044-200-4370)
		책임자	과 장	신영규	(02-2110-1510)
		담당자	사무관	강준성	(02-2110-1514)
<협조>	기획재정부 정책조정총괄과	책임자	과 장	박재진	(044-215-4510)
		담당자	사무관	심정민	(044-215-4514)

플랫폼 시장의 이해당사자들과 정부는 그간 온라인플랫폼 시장의 자율 규제 도입을 국정과제로 추진해왔고, 이번 ‘오픈마켓 분야 자율규제 방안’은 지난 3월 발표한 ‘배달 플랫폼 자율규제 방안’에 이은 두 번째 결과물이다.

「플랫폼 민간 자율기구」 갑을 분과는 지난 8개월간 민간 참여자들을 중심으로 10여회 이상의 회의를 거쳐 오픈마켓 업종에 적용할 자율규제 방안을 논의해왔다.

이번 자율규제 방안을 마련하는 과정에는 주요 오픈마켓 사업자들과 함께 관련 사업자단체, 주요 중소기업·소상공인단체 등 이해당사자들과 민간 전문가 등이 참여했으며, 정부와 갑을 분과 간사를 맡은 한국공정거래 조정원이 논의 과정 전반을 지원했다.

특히 이번 오픈마켓 분야 자율규제 논의 과정에서는 처음 논의를 시작할 당시의 오픈마켓 8개사 외에 '23년 3월 무신사 및 롯데온이 추가적으로 참여하여, 총 10개 오픈마켓 사업자가 동참하게 되었다.

이번에 발표한 ‘오픈마켓 분야 자율규제 방안’은 크게 △오픈마켓 입점계약 관행 개선, △오픈마켓-입점업체 간 분쟁처리 절차 개선, △오픈마켓-입점업체 간 상생 및 부담 완화 방안 마련의 세 부분으로 구성되었다.

### 오픈마켓 - 입점판매자 간 거래관행 개선

우선, 이번 자율규제 방안을 통해 오픈마켓 사업자가 이용사업자(입점 판매자)와의 거래를 위한 입점약관(계약서)을 작성함에 있어 반드시 포함 시켜야 할 계약사항을 구체적이고 다양하게 마련했다.

△입점 계약기간, △계약 변경·해지 시 그 사유 및 절차, △서비스 제한·중지·변경 시 그 사유 및 절차, △수수료·광고비 적용방식, △대금정산 주기 및 절차, △검색 노출순서 결정 기준 등 이용사업자(입점판매자)가 입점 과정에서 알아야 할 핵심적인 사항들에 관한 내용뿐만 아니라,

△오픈마켓 사업자가 입점계약을 해지·변경하거나 이용사업자(입점판매자)에게 제공하는 서비스를 제한·중지하려는 경우 일정 기간을 두고 사전에 이유와 내용을 통지하도록 하는 절차적인 내용까지 마련되었다.

나아가 △판매상품의 취소·환불에 관한 분쟁 발생 시 오픈마켓이 분쟁 해결에 협력하도록 하는 내용과, △판매페이지 내 악성리뷰에 대한 기준·정책을 마련하기로 하는 내용도 입점약관(계약서) 작성 시 포함하기로 했다.

< 오픈마켓 입점약관(계약서) 필수기재사항 >

구분	내용
1	▶ (계약기간 및 계약변경·갱신·해지 등) 입점계약 기간, 제공되는 통신판매 중개서비스의 내용·범위, 계약변경·해지 사유·절차, 손해배상 등의 구체적 내용
2	▶ (서비스의 개시·제한·중지 등) 통신판매 중개서비스 개시에 필요한 절차, 서비스 제한·중지·변경 사유 및 절차 등의 구체적 내용
3	▶ (상품 취소·환불 분쟁 시 오픈마켓의 협력의무) 상품의 취소·환불 등과 관련하여 이용사업자와 소비자 간 분쟁 발생 시 오픈마켓 사업자가 소비자분쟁해결기준 등을 고려하여 원만한 합의에 이를 수 있도록 적극 협력한다는 내용
4	▶ (수수료·광고비 등 요금체계 명시) 통신판매 중개서비스 또는 광고상품의 상세정보, 이용요금·수수료·광고비 적용방식 및 세부 부과내역 등 구체적 내용을 약관(계약서), 홈페이지, 안내페이지(링크) 등 다양한 방식으로 제공한다는 내용
5	▶ (수수료·광고비 등 설명요구권) 이용사업자가 이용요금·수수료·광고비 등 입점계약상 중요한 내용에 대한 설명을 요구할 경우 오픈마켓 사업자는 이용사업자가 그 내용을 이해할 수 있도록 구체적으로 설명한다는 내용
6	▶ (대금정산 주기 명시) 대금 정산 주기 및 절차 등을 이용사업자가 쉽고 명확히 알 수 있도록 약관(계약서), 홈페이지, 안내페이지(링크) 등 다양한 방식으로 제공한다는 내용
7	▶ (검색 노출기준 안내) 오픈마켓 내에서 소비자의 검색에 따라 이용사업자가 노출되는 순서를 결정하는 주요 기준(알고리즘은 제외)을 이용사업자가 이해할 수 있도록 플랫폼(홈페이지) 등에 안내한다는 내용
8	▶ (리뷰정책 제공) 악성 리뷰에 대한 삭제 및 임시조치 기준, 악성 리뷰 작성자에 대한 이용제한 기준, 이용사업자의 리뷰 게시 중단요청 절차 등의 구체적 내용을 제공하기로 한다는 것과 그 제공 방법
9	▶ (계약해지 전 사전통지) 입점계약 해지 시 해지 예정일의 15일 전까지 구체적인 해지 이유를 사전 통지한다는 내용 (단, 소비자피해 발생 우려 등 긴급하고 상당한 이유가 있는 경우 각 사 약관에서 통지기간 별도 규정)
10	▶ (계약변경 전 사전통지) 입점계약 변경 시 변경 예정일의 7일 전까지(수수료 등 중요한 계약 내용 변경의 경우 30일(광고비 변경은 14일) 전까지) 구체적인 변경 이유 및 내용을 사전 통지한다는 내용
11	▶ (서비스제한·중지 전 사전통지) 통신판매 중개서비스 제한·중지 시 예정일의 7일 전까지 구체적인 제한·중지 이유를 통지한다는 내용 (단, 소비자피해 발생 우려 등 긴급하고 상당한 이유가 있는 경우 각 사 약관에서 통지기간 별도 규정)

## 오픈마켓 - 입점판매자 간 분쟁처리 절차 개선

이번 자율규제 방안에서 제시된 내용에 관하여 오픈마켓 사업자와 이용사업자(입점판매자) 간 분쟁이 발생할 경우 이를 신속하고 공정하게 해결하기 위하여 객관성과 독립성이 확보된 '(가칭) 오픈마켓 자율분쟁조정협의회'를 설치하기로 했다.

자율분쟁조정협의회의 설치·구성·운영 등 구체적인 사항은 기존의 다양한 사례들을 참고하여 오픈마켓 사업자들 간의 협의를 통해 올해 8월말까지 마련하고, 올해 11월말까지 시범운영을 거쳐 본격 시행하기로 했다.

또한, 오픈마켓 사업자는 이용사업자(입점판매자)가 민원을 제기하는 경우 불가피한 사정이 없는 한 민원 접수일로부터 3영업일 내에 처리결과(또는 처리경과) 및 그 이유 등을 신속하게 회신하기로 했다.

## 입점판매자와의 상생 및 입점판매자의 부담 완화를 위한 방안 마련

오픈마켓 사업자들은 이용사업자(입점판매자)와의 상생 도모 및 이용사업자(입점판매자)의 부담 경감을 위해, 기존에 이미 시행 중인 방안에 더하여 새로운 지원 방안을 각 사별 사정에 맞춰 시행하기로 했다.

카카오는 연내 기존 수수료 정책을 동결하고, 현재 신용카드 결제 금액에만 적용되는 소상공인 수수료 우대 정책을 카카오페이 머니, 휴대폰결제, 무통장입금 등 나머지 결제 금액에 대해서까지 확대 적용하기로 했다. 또한, 채널 친구 수 1만 명 미만인 소상공인들에게 채널 메시지 광고비를 할인하는 방안도 마련되었다. 이에 따라 일반 메시지는 건당 15원에서 4원으로, 특정 대상 타겟팅 메시지는 건당 20원에서 5원으로 할인된다.

11번가는 신규판매자 수수료 혜택을 연장·확대하고, 신규판매자 성장 지원 프로그램을 제공하기로 했다. 구체적으로, '22년 입점판매자 중 월평균 거래액이 1천만 원 이하인 중소 입점판매자를 대상으로 일정 조건 충족 시 신규판매자에게 적용되는 6%의 수수료율을 1년간 연장하여 적용하기로 했다. 또한, '23년 신규 입점판매자에 대해서는 6% 수수료율을 1년간 적용하면서, 입점포인트 10만 포인트 지급, 월 1천만원 이상 거래 달성 시 광고포인트 100만 포인트 지급 등의 추가적인 지원 방안을 시행하기로 했다.

지마켓 또한 카테고리별 수수료를 1년간 동결하기로 했으며, 중소기업인 판로 확보 및 디지털 전환 지원을 위해 소상공인전문마켓 ‘동행마켓’ 내 중소기업 전용 기획전 확대 운영, 중소기업 라이브 방송 ‘소소한 지마켓’ 지원 확대 등을 추진하기로 했다.

쿠팡은 소상공인들을 위한 선정산 서비스를 추진하기로 했으며, 올해 하반기부터 쿠팡 메인페이지에 노출되는 ‘착한상점’ 카테고리에 ‘자율규제 상생기획전’ 배너를 신설하여 운영하기로 했다.

무신사는 향후 1년간 매출 하위 50% 입점사 약 3,600개 업체를 대상으로 결제수수료를 전액 면제하기로 했다. 또한, 창업 7년 미만의 영세업체를 대상으로 ‘무신사 파트너스’에서 운용하는 펀드를 활용하여 유동성 공급을 지원하기로 했다.

그 밖에 네이버, 롯데쇼핑, 위메프, 티몬 등 다른 오픈마켓 사업자들도 소상공인과의 상생을 위한 브랜드 성장 프로그램 운영, 동반성장 펀드 조성, 온라인 창업지원 사업 운영, 해외 온라인 판로 개척 지원 등 다양한 지원 정책을 시행하기로 했다.

**< 오픈마켓 사업자별 신규 상생 및 부담 완화 방안 >**

구분	세부 방안
(주)카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>소상공인 수수료 우대 정책 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신용카드 결제 금액에만 적용 → 카카오페이 머니, 쇼핑포인트, 휴대폰결제, 무통장입금 등 나머지 결제 금액에 대해서까지 수수료 우대정책 확대 적용 (수수료 3.3%(VAT 포함) → 0.53~1.63% 할인 적용)</li> </ul> </li> <li>▶ <b>연내 기존 수수료 정책 동결</b></li> <li>▶ <b>소상공인 채널 메시지 할인</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 채널 친구수 1만명 미만 입점업체들에 대한 채널 메시지 광고비 할인 (특정대상 타겟팅 메시지 및 일반 메시지 건당 요금 75% 할인)</li> </ul> </li> </ul>
십일번가(주)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>신규판매자 수수료 할인</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- '23년 신규판매자 수수료율 6% 1년간 적용, 10만 입점포인트 지원 등</li> <li>- '22년 입점판매자 중 월평균 거래액 1,000만원 이하인 중소기업판매자에게 신규판매자 수수료율 6% 적용 1년간 연장 (일정 조건 충족 시)</li> </ul> </li> <li>▶ <b>신규판매자 성장 지원 프로그램 제공</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- '23년 신규판매자 중 우수셀러 선정 → 무상광고포인트 30만P 지원 등</li> <li>- 월 1천만원 이상 거래 달성 시 광고포인트 100만P 지급 (일정 조건 충족 시)</li> </ul> </li> </ul>

<p>(주)지마켓</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>카테고리별 수수료 1년간 동결</b></li> <li>▶ <b>중소상공인 판로 확보 및 디지털 전환 지원 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소상공인전문마켓 '동행마켓' 내 중소기업 전용 기획전 연간 100회 이상 확대 운영, 할인쿠폰(12%), 메인배너 광고 게재, DM, 앱푸쉬 등 마케팅 지원</li> <li>- 지마켓 슈퍼딜, 옥션 올킬딜 구좌 지원 확대(60회 → 100회)</li> </ul> </li> <li>▶ <b>중소상공인 라이브 방송 '소소한 지마켓' 지원 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연간 100회 이상 신규 운영 및 라이브 방송 전 제작과정 지원</li> </ul> </li> </ul>
<p>쿠팡(주)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>소상공인들을 위한 선정산 서비스 추진</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연내 관련 시스템 개발 등 추진</li> </ul> </li> <li>▶ <b>착한상점 카테고리 내 '자율규제 상생기획전' 배너 신설·운영</b> (23년 하반기) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상생누리 사이트를 통해 쿠팡에 입점한 중소기업이라면 누구나 신청 가능</li> </ul> </li> </ul>
<p>(주)무신사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>결제 수수료 면제</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점사 매출 하위 50%(약 3600여개 업체) 대상 1년간 결제 수수료 전액 면제</li> </ul> </li> <li>▶ <b>창업 7년 미만 영세업체 대상 유동성 공급 지원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- '무신사 파트너스'에서 운용하는 펀드를 활용하여 모험 자본 지속 공급</li> </ul> </li> </ul>
<p>네이버(주)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>"스몰브랜드사업실", "프로젝트 꽃 사무국" 등 소상공인 상생 전담 조직을 신설하여 소상공인 지원 및 협력 방안 상시 발굴·운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (스몰브랜드사업실) 스몰브랜드 성장·케어를 위한 전담 조직 설치 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 네이버쇼핑 카테고리 내 "상생관" 신설('23.4월)</li> <li>· 도착보장배송을 이용하는 소상공인 대상 광고비 지원('23. 하반기)</li> </ul> </li> <li>- ("프로젝트 꽃" 사무국) 소상공인을 위한 브랜드 성장 프로그램 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 스몰브랜드 런처 프로그램 : 성장가능성 있는 스몰브랜드의 IP 구축 지원('23.5월)</li> <li>· 로컬브랜드 스쿨 : 푸드 업종(1회, 한시) → 쏠 업종(상시) 확대('23.6월)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<p>롯데쇼핑(주) e커머스 사업부</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>동반성장 펀드 조성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업은행과 공동으로 판매업체 대출 시 금리 우대 지원 (총 80억, 예산 소진 시까지)</li> </ul> </li> </ul>
<p>(주)위메프</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>온라인 창업지원 희망리턴사업 유치 및 적극 운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소상공인진흥공단 온라인 창업사업자 지원 사업 유치(총 36억), 지원 업체당 최대 1,200만원 바우처 지원(예산 소진 시까지)</li> <li>- 위메프 내 희망리턴사업 전담부서 신설('23.5월) 및 소상공인 참여 지원을 위한 전문 컨설팅 담당자 배정</li> </ul> </li> </ul>
<p>(주)티몬</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>해외 온라인 판로 개척 및 지역사업자 판매 촉진 지원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내·해외 투트랙 온라인 판로 기획전 운영</li> <li>- 글로벌 라이브 사업 : 아시아 6개국으로 확대 진행 예정</li> <li>- 해외플랫폼 입점용 상세페이지 제작 지원('23.6월 예정)</li> <li>- 지역상품개발 및 로컬브랜딩 연계사업 신규 운영('23.6월 예정)</li> </ul> </li> </ul>

## 이행점검 및 불이행 시 조치사항

민간 중심 자율규제의 성공 여부는 실효적 이행의 담보에 있는 만큼, 이에 관한 내용도 이번 자율규제 방안에 함께 포함되었다.

우선, 오픈마켓 사업자들은 「플랫폼 민간 자율기구」 갑을 분과를 통한 자율규제 방안 이행상황 점검에 적극 협조하기로 했다.

갑을 분과에서 이행상황 점검 결과 합리적인 사유 없이 미이행한 사항이 있는 경우 1차로 경고하고, 그럼에도 불구하고 미이행 상황이 합리적 사유 없이 지속되거나 반복될 경우 미이행 사업자 현황 및 미이행 내용을 대외적으로 공표하기로 했다.

사기쇼핑몰로 인한 소비자 피해는 전국적으로 나타날 뿐만 아니라 확산 속도가 빨라 피해 발생 초반에 추가적인 소비자 유입을 차단하는 것이 매우 중요하다.

이에 공정위는 그간 전자상거래법에 따른 임시중지명령을 통해 사기 쇼핑몰 폐쇄 등의 조치를 취해왔고, 이러한 조치가 이루어지기 전에도 소비자 민원이 빈번한 쇼핑몰에 대해서는 네이버·다음 등 포털사이트의 협조 하에 검색 노출을 선제적으로 중단하는 조치를 취해왔다.

또한, 방통위도 전기통신사업법에 따른 금지행위 제재, 통신분쟁조정 등을 통해 통신서비스 이용자의 피해를 구제하고, 이용자보호업무평가 및 자율 준수프로그램을 운영하여 주요 플랫폼의 자발적 이용자 보호를 유도해왔다.

다만, 오픈마켓에서의 상품검색 결과에 대해서는 그간 포털사이트와 같은 검색 중단 조치가 이루어지지 않아 소비자 피해와 관련된 사각지대가 있다는 지적이 제기됨에 따라, 이에 대한 보완 방안을 마련할 필요가 있었다.

이에 「플랫폼 민간 자율기구」 소비자·이용자 분과는 지난 8개월간 민간 참여자들을 중심으로 6차례의 회의를 거쳐 오픈마켓에서의 사기쇼핑몰로 인한 소비자 집단피해에 대한 자율적인 대응 방안을 마련했다.

### 오픈마켓에서의 소비자 피해 확산 방지를 위한 신속 대응방안 마련

이번 방안은 소비자단체와 오픈마켓 간 소비자 집단피해에 대한 선제적·자율적 정보 공유 및 대응조치 실시를 골자로 하며, 이를 통해 사기쇼핑몰로 인한 추가적인 소비자피해를 차단 및 최소화하는 것이 목적이다.

이를 위해 한국소비자단체협의회에서 1372 상담 현황, 소비자피해예방 주의보, 민원다발쇼핑몰 지정·공개 현황 등을 고려하여 오픈마켓에서의 소비자 집단민원 동향을 상시 모니터링하기로 했다.

모니터링 결과 소비자 피해구제 민원이 반복적으로 제기되는 등 일정한 기준을 충족하는 사업자가 발견되는 경우, 한국소비자단체협의회에서 이를 오픈마켓 측에 지체 없이 공유하기로 했다.

이를 통보받은 오픈마켓 사업자들은 이용사업자(입점판매자)에 대한 소명 요청 등 내부 절차를 거쳐 소비자 피해 예방을 위한 조치가 필요하다고 판단될 경우 검색노출 제한 등 대응조치를 실시하기로 했다.

또한, 필요한 경우 각 오픈마켓 사업자별로 계약상 근거 마련을 위한 약관·정책서 등의 개정을 추진하기로 했다.

### **원활한 이행을 위한 협의체 구성 등**

한편, 구체적인 운영기준 수립 및 지속적인 소통·협력을 위해 오픈마켓 및 관련 사업자단체, 소비자단체 등으로 구성된 「소비자 집단피해 대응 협의체」를 자율규제 방안 발표 후 1개월 이내에 구성하고, 올해 7월까지 자율규제 방안을 시행하기 위한 구체적인 운영기준을 마련한 뒤 올해 8월부터 이에 대한 시범운영을 실시하기로 했다.

플랫폼이 제공하는 검색·추천 결과가 이용자의 서비스 이용에 상당한 영향\*을 미친다는 점에서 검색·추천 결과의 결정기준을 투명하게 공개하는 것은 플랫폼 서비스의 투명성·신뢰성 제고 및 산업의 지속적인 발전 측면에서 중요하다.

\* EU 분석에 따르면 이용자 클릭의 95%는 검색결과 첫 페이지에서 발생(17.6)

이에 데이터·AI 분과에는 포털, 오픈마켓, 배달·여행 등 O2O, 앱마켓 등 다양한 분야별 대표 사업자\* 및 단체, 학계 전문가, 소비자단체 등이 참여했으며, 6차례 이상 분과 회의를 거쳐 ‘검색·추천 서비스의 투명성 제고를 위한 자율규제 원칙’을 마련하였다. 정부와 데이터·AI분과 간사를 맡은 정보통신정책연구원이 논의 과정 전반을 지원했다.

\* 네이버, 카카오, 쿠팡, 우아한형제들, 당근마켓, 야놀자, 지마켓, 로앤컴퍼니, 구글, 메타

### 검색·추천 기준 공개

사업자는 검색노출순서 결정 및 추천 기준을 구성하는 주요 변수와 그에 관한 설명 등을 이용자가 쉽게 이해할 수 있도록 평이하고 알기 쉬운 용어를 사용하여 공개하여야 한다. 공개 방법에 있어서도 검색·추천 결과, 고객센터 등 이용자가 접근하기 쉬운 위치와 방식으로 공개해야 하며, 변경사항이 있는 경우 이를 현행화하여야 한다.

다만 제3자에 의해 이용자에게 기만 또는 피해가 발생할 우려가 있거나 사업자의 영업비밀을 침해할 우려가 있는 경우에는 이를 부분적으로 공개하지 않을 수 있다.

### 이용자의 권익 증진을 위한 노력

사업자는 공개된 검색 노출 결정 및 추천기준 정보에 대해 이용자가 설명을 요구하는 경우 성실히 답변하여야 하며, 이용사업자의 수수료, 광고료 등 대가 지불 여부가 노출 결과에 영향을 미치는 경우 이를 이용사업자에게 설명하여야 한다.

또한 사업자는 검색 노출 순서 결정 및 추천 기준이 목적인대로 동작하는지, 의도하지 않은 결과를 도출하는지 등을 주기적으로 점검하여야 한다.

## 이행점검 등 실효성 확보

사업자는 「플랫폼 민간 자율기구(추후 상설 플랫폼 자율기구)」의 본 자율규제 원칙 이행여부 점검 시 협조하며, 이행점검 결과 시정을 권고 받은 사업자는 관련 사항을 확인하고 개선 및 조치결과를 「플랫폼 민간 자율기구」에 신속하게 알려야 한다.

또한 데이터·AI분과는 기술·서비스 발전 및 환경변화, 사업자·전문가·이해관계자 등의 요청에 따라 자율규제 원칙의 내용 변경이 필요한 경우 개선 등의 조치를 할 수 있다.

이번 자율규제 원칙은 플랫폼 서비스의 투명성·신뢰성 제고를 위해 업계가 지켜야하는 기본원칙을 민간 주도로 마련했다는 점에서 의미가 있다. 데이터·AI 분과에 참여한 주요 플랫폼 사업자들은 자율점검을 거쳐 6개월 내에 주요 변수 공개를 위한 인터페이스(UI) 변경, 대가 지불이 노출순위에 미치는 영향 설명 등 원칙 준수를 위해 서비스를 개선하기로 하였다.

쿠팡은 웹과 앱에 검색노출순서 결정기준 및 해당 기준에 대한 설명을 추가 공개할 계획이다. 또한 추천 기준에 대한 설명을 해외사례 등을 참고하여 고객 센터 공지 페이지 등에 추가할 예정이다.

우아한형제들은 앱에서 ‘기본순’ 정렬과 관련된 주요 기준을 공개하고, 음식점 노출의 전반적인 주요 기준에 대해서도 앱 공지사항을 통해 안내할 예정이다.

당근마켓은 홈 피드와 내 근처 등 앱 내 피드별로 다양한 게시글들의 노출 기준과 키워드 검색 결과의 정렬 기준을 이용자가 알기 쉽도록 서비스 화면에 노출할 예정이다.

야놀자는 검색 노출 시 첫 정렬에 관한 설명을 추가하고, 상품 추천과 관련해 ‘최근 본 상품의 연관상품’, ‘내가 관심 있을만한 상품’ 등에 관한 설명을 추가할 예정이다.

구글은 검색서비스에서 이용자들이 효과적으로 정보를 평가하고 출처를 확인할 수 있도록 시범 도입(23.3월)한 ‘검색결과에 관한 정보’ 기능을 이용자 의견을 토대로 발전시키고, 서비스별 검색·추천 기준을 이용자가 알기 쉽도록 개선할 예정이다.

네이버는 6개월 내에 전문가 등의 의견수렴을 통해 현행 검색·추천기준을 살펴 서비스 투명성 및 이용자 편의 제고를 위해 미비한 사항을 보완하기로 했으며, 카카오는 계열사 전반의 기술윤리를 점검하는 ‘공동체기술윤리 위원회’를 통해 현행 검색·추천기준을 점검하고, 보완해 나갈 예정이다.

자율규제의 실효성 확보를 위해 6개월 이후 「플랫폼 민간 자율기구」 데이터·AI 분과를 중심으로 검색·추천서비스에 있어 주요 변수 및 그에 관한 설명 공개 여부, 공개방법의 적절성 등 이행점검을 추진할 예정이다. 이행점검 결과, 시정을 권고 받은 사업자는 관련 사항을 확인하고 개선 및 조치결과를 「플랫폼 민간 자율기구」 데이터·AI 분과에 신속하게 알리기로 하였다.

또한 데이터·AI 분과는 자율규제 원칙의 지속적인 확산을 통해 기존 자율기구에 참여하지 않은 주요 사업자들도 원칙을 준수할 수 있도록 하여 플랫폼업계 전반의 투명성·신뢰성을 제고해 나갈 계획이다.

혁신공유·거버넌스 분과에서는 플랫폼이 창출하는 사회적 가치에 대해 긍정적인 기능은 촉진하고 부정적인 영향은 최소화하기 위해 지켜야 할 실천원칙이 마련될 필요성이 있다는 공감대를 형성하여, 이에 대해 논의를 진행하여 왔다. 논의에는 주요 플랫폼 사업자\* 및 단체, 전문가, 중소기업·소비자 단체 등이 참여했으며, 정부와 혁신공유·거버넌스분과 간사를 맡은 정보통신정책연구원이 논의 과정 전반을 지원했다.

\* 네이버, 카카오, 쿠팡, 우아한형제들, 당근마켓, 무신사, 로앤컴퍼니, 강남언니, 한국신용데이터, 구글, 메타

혁신공유·거버넌스 분과는 5차례 분과회의, 플랫폼 이용자·소상공인 대상 설문조사, 플랫폼 기업 사례조사 등을 바탕으로 ‘플랫폼의 사회가치 제고를 위한 8대 원칙’을 구성하여 발표(‘22.12월)한 바 있다. 금일 발표회에서는 플랫폼 업계에서 이를 기본 실천원칙으로 준수할 것을 다짐하는 한편, 각 사업자별 사회가치 제고를 위한 주요 활동 계획들도 공유되었다.

< 플랫폼의 사회가치 제고를 위한 8대 원칙 >



< 플랫폼의 사회적 가치 제고를 위한 향후 계획 >

구분	사회가치 제고 방안
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(공진화 추구) 중소상공인 대상 지원 프로그램 확대</b> 등 '프로젝트 꽃' 모델 확산               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 네이버 쇼핑내 전국 SME 및 지자체 대상 상생전용관 '나란히 가게 오픈'(23.4월)</li> <li>** 창업자 대상 △수수료 △마케팅 비용 △반품인삼케어 △빠른정산 대출 지원 등 프로그램 지원 강화 등</li> </ul> </li> <li>• <b>(개방연결 확대) 창작 생태계 상생 프로그램</b>을 통한 웹툰 창작자 지원 강화               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 창작 생태계 지원 위한 기술 제공 등을 포함 생태계를 지원하는 '웹툰 위드' 프로그램(23.4월~) 등</li> </ul> </li> </ul>
카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(신뢰체계 구축) 주요 계열사의 최고 기술 리더가 모인 '공동체기술윤리 위원회(Tech for good committee)'의 고도화</b>를 통해 카카오 계열사 전반에 걸쳐 "신뢰받을 수 있고 책임 있는 AI" 추진               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 기술윤리 전담 조직과 체계 구축, 자율적 AI 체크리스트 수립, 디지털 안전성 제고를 위한 Tech for good 체계 구축, AI 기술을 설명하는 정기적 콘텐츠 발행 등 검토·추진 예정</li> </ul> </li> </ul>
쿠팡	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(공진화 추구) 중소상공인이 혁신적인 물류·배송 대행 서비스인 '로켓그로스'를 이용할 수 있도록 지원</b>(23.3월~)               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ 일반 배송으로 2일 이상 걸렸던 입점업체 상품들도 당일·익일 로켓배송 가능</li> <li>합리적 물류·배송 서비스 요금 정책운영 및 추가적인 프로모션 혜택 등 제공</li> </ul> </li> <li>• <b>(기회의 확장) 추가 물류센터 건립</b>을 통한 지역경제 활성화 및 고용 창출 기여               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ '23.5월 현재 현재 광주, 부산, 김천, 제천 지역 물류센터 건립 진행 중</li> </ul> </li> </ul>
우아한형제들	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(사회문제 대응) 친환경 가치 전파</b>를 위해 경기도 내 다회용기 주문 기능 순차 도입 예정('23.上~, 김포, 화성, 안산, 용인, 안성, 시흥)</li> <li>• <b>(공진화 추구) 소상공인 온라인 역량 강화 사업 연내 추진</b>(소상공인시장진흥공단 협업)               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ △배민아카데미, 배민외식업광장 등을 활용한 무료 장사 교육 콘텐츠 제공, △플랫폼 데이터를 활용한 소상공인 지원 방안 발굴 추진 등</li> </ul> </li> </ul>
당근마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(사회문제 대응) '동네생활'을 통한 이웃 간 온라인 소통의 장</b> 제공 및 강릉산불피해 지원을 위한 모금 캠페인 개최('23.4월) 등 재난 사항 발생 시 지역사회 소통 및 지역주민 안전정보 제공 역할 지속 수행</li> <li>• <b>(안전성 제고) '분쟁해결센터' 설치</b> 및 외부전문가로 구성된 '분쟁조정위원회'의 심의 절차 수립을 통해 분쟁조정 전문성과 객관성 제고 계획               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 분쟁해결절차를 거친 실제 사례로 '분쟁조정사례집' 발간 등 분쟁 예방과 해소 노력 확대 예정</li> </ul> </li> </ul>
무신사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(공진화 추구) 오프라인 실무 교육프로그램 내실화</b> 및 무신사 공유오피스(무신사스튜디오) 동대문점 이용 제공 등 대학생 장학 프로그램 내실화               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ 총 40명('23.上 20명, 下 20명) 대학생 대상 장학 프로그램 지원 계획</li> </ul> </li> <li>- 동반성장 생산자금 지원 프로그램 확대를 통해 영세 소규모 사업자 지원 확대               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ '23 F/W 시즌 생산자금이 지원되는 5~6월부터 소규모 사업자 대상 별도 예산·프로그램 구축 및 지원 프로그램 확대 계획</li> </ul> </li> </ul>
구글	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(기회의 확장) 국내 유망 스타트업의 글로벌 진출 및 비즈니스 성장</b> 지원을 위해 중소벤처기업부, 창업진흥원과 함께 하는 '창구 프로그램'의 지원 대상 확대(기존 80개사→100개사) 및 국제 교류 프로그램 보강 등 예정</li> <li>• <b>(공진화 추구) 청년들이 고성장하는 IT 및 인공지능 분야에서 커리어를 개발할 수 있도록 인재양성 프로젝트</b>를 시행·확대 예정</li> </ul>
강남언니	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(신뢰체계 구축) 불법의심광고 및 가짜후기에 대해 실시간 인공지능 모니터링 기술</b> 및 관련 정책·운영 프로세스 등 고도화 추진</li> </ul>
한국신용데이터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(공진화 추구) 소상공인 매출데이터를 바탕으로 맞춤형 연구과제를 통해, 소상공인의 사업 생애주기에 따른 맞춤형 지원 방안 마련</b> 및 트렌드 리포트 등 발간 예정</li> </ul>

또한 전문가·이해관계자 의견 청취 등을 통해 각 원칙별 우수사례가 공유되었으며, △(공진화 추구)-디지털 기반의 소상공인 경영혁신 지원 및 소상공인·농축어가의 디지털 소통·판로 지원(네이버·카카오), △(안전성 제고)-정부부처·외부 전문가 등과 협력적 거버넌스를 통한 이용자 보호 강화(당근마켓), △(사회문제 대응)-친환경의 가치실천 및 전파(쿠팡·우아한 형제들) 등이 소개되었다. 우수사례집은 정보통신정책연구원([www.kisdi.re.kr](http://www.kisdi.re.kr)) 홈페이지에 게시될 예정이다.