



이성환 | CPO협회 회장/인터파크 상무

CPO협의회 역량강화가 개인정보보호를 위한 블루오션이다

I. 들어가며

국내의 인터넷 사용은 이제 그 기능성면에서 그 어느 때보다 다양하게 개인 생활에 밀접하게 다가가고 있다. 쇼핑, 은행, 증권, 뉴스, 메일, 게임, 방송, 정보검색 등 거의 모든 생활에 접목되고 대체되기도 하는 상황이다. 인터넷의 사용은 이제 생활의 한 방법이 아니라 생활 그 자체가 되었다고 해도 과언은 아닐 것이다. 이러한 활발한 인터넷의 생활화에 따라 최근 급격하게 이슈로 떠오르고 있는 것이 있다. 바로 개인정보의 보호에 대한 문제이다.

최근 이해훈의원의 개인정보보호법(안) 대표발의, 정보통신부의 인터넷상의 개인정보보호 가이드라인 마련 및 인터넷상의 주민번호 수집 제한 및 대체 수단 추진 등 사회 각 주체들의 개인정보보호를 위한 노력이 활발히 전개되고 있는 것으로 알고 있다. 반면 다른 한편에서는 인터넷 실명제와 같은 인터넷의 익명성에서 오는 해악을 방지하고자 하는 움직임도 있다. 이러한 움직임은 그 동안 안전한 인터넷 사용 및 개인정보보호에 대한 국민적인 관심과 높아진 의식 수준에 부응하기 위한 것으로 해석될 수 있다. 하지만 개인정보보호 측면에 있어서 주된 역할을 담당하고 있는 인터넷사업자에게 있어서는, 한편으로는 법률적이고 표준화된 가이드라인 제시라는 반가운 측면도 있지만, 기존의 정보 수집 방식과 활용 방식을 개편 내

지는 새로 구축해야 하는 번거로움과 기술적인 면에 있어서 성공적인 전환이 가능할지에 대한 의구심, 여기에 더해 한차례 겪을 수밖에 없는 혼란기에 대한 사업적인 측면에서의 우려를 하지 않을 수 없는 게 사실이다.

다만, 우리가 ‘개인정보’라는 가치개념에 접근함에 있어서 “개인정보보호라는 것이 절대적으로 보호해야 할 가

치이기 때문에 어떠한 제한도 불가능하다”라거나 “전자상거래 등 산업활성화를 위해서는 개인정보 정도는 무시해도 좋다”라는 식의 이분법적 접근은 오히려 국민의 개인정보보호와 산업활성화 두 마리 토끼를 모두 놓치게 될 우려가 있음을 지적할 수 있다. 결국 ‘국민의 개인정보보호’라는 법익과 ‘개인정보의 안전한 이용을 통한 산업활성화’라는 법익을 조화롭고 균형있게 다룰

때야 비로소 국민의 개인정보와 산업이 함께 보호·육성될 수 있을 것으로 생각된다.

II. CPO협의회 역할 증대는 개인정보보호 위한 블루오션

물론, 그 동안 인터넷사업자가 개인정보 침해자라는 누명을 받아 온 것이 사실이다. 사업자의 입장에서는 영업을 통해 얼마나 이윤을 남겼는가가 가장 중요한 기업목표였던 시절이 있었음을 결코 부인할 수는 없지만, 최근 인터넷사업자들은 기업윤리 및 기업의 이미지 제고에 상당히 많은 노력을 기울이고 있으며, 기업 이익의 사회 환원 및 함께 사는 사회를 만들어 가는데 많은 관심과 노력을 기울이고 있다. 또한, 고객이 이용하기 편리한 인터넷 뿐만 아니라, 고객의 개인정보보호를 위한 많은 노력을 실제로 수행하고 있다. 예컨대, 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률 및 개인정보의 기술적·관리적 보호조치 등 각종 제도에 발맞춰 사내 개인정보 관련 시스템의 변경 및 개선을 하는가 하면, 개인정보보호 관련 공청회 및 세미나 등에 참석해 최신 정보를 습득하고자 하는 열의 또한 그것이다.

다만, 아쉬운 점은 개인정보 관련 법령 및 제도의 난해함으로 실제로 사업자가 사내 개인정보 관리체계를 개선하고 싶어도 어떻게 해야 법적 기준에 적합한 개인정보를

한 것인지 알기 어려울 뿐 아니라, 개인정보 관련 법령이 기술법적 특성으로 인해 수시로 개정되고 있어서 사업자가 따라가기에는 한계가 있어 보인다. 또한, 일부 내용은 법령에서 기술한 방식으로 구축한다는 것이 현실적으로 매우 힘든 항목도 있다.

이러한 상황에도 불구하고, 인터넷사업자들은 스스로 고객의 개인정보보호를 위해 지난 2002년부터 각 인터넷사업자의 개인정보관리책임자들의 협의체인 '개인정보관리책임자(CPO)협의회'를 구성하여 활동해 오고 있다.

무엇보다도 정부의 규제가 의해서가 아니라, 인터넷사업자 스스로 고객 개인정보보호를 위해 협의체를 구성하여 자율적으로 활동하고 있다는 점에서 CPO협의회 구성 및 활동은 너무나도 바람직한 것이다. 특히, CPO협의회는 관련 연구기관 및 정부 관계자와의 많은 논의 등을 거쳐 개인정보보호 관련 제도의 입법에의 반영 및 전자상거래 신뢰기반 정착이라는 성과를 내기도 하였다.

이러한 성과는 그 동안 우리 사회에 뿌리 깊게 박혀 있던 반 기업 정서를 북식시키고 사업자와 고객 사이에 신뢰기반을 형성하여, 각 주체가 Win-Win할 수 있는 단초를 보여 주었다는 점에서 대단히 고무적이라는 판단이 든다. 앞으로, CPO협의체를 더욱 공고히 하고, 역량을 강화하며 스스로의 역할을 키워 나가면, 안전한 인터넷 사용의 파수꾼이자 전도사로 국내 인터넷 발전에 일익을 담당할 수 있을 것으로 생각된다.

아울러, 정부에 바라는 바가 있다면, 아직까지 대다수의 인터넷사업자가 영세하고 이익을 내지 못하고 있다는 사실을 항상 염두에 두고 정책을 입안했으면 하는 것이다. 영세하거나 이익을 내지 못하는 현실이 정보보호를 등한시 하도록 하는 어떠한 이윤나 면죄부가 되어서는 안 된다고 생각한다.

그러나, 적어도 이러한 생계형 사업자들 보호를 위해 국가적인 지원이 수반되었으면 하는 것이다. 예컨대, 정부 차원의 정보보호 컨설팅 지원 및 교육, 영세한 사업자를 위한 공통 사용의 보안 시설 마련 등 시야를 좀 더 넓혀 생각해 보면, 적은 비용으로 많은 효과를 볼 수 있는 방안들이 나올 수 있을 것으로 생각된다.

CPO(개인정보관리책임자)협의회는?

최근 인터넷의 발달로 개인정보 침해 및 분쟁 증가, 정부 차원의 개인정보보호 관리감독 등 사업자 규제는 강화된 반면, 기업체의 개인정보에 대한 사내 관리지침 및 체계는 시장요구에 적절히 대응치 못하고 있으며, 관련업체간 정보교류 부족으로 신속한 대응책 마련에 고전을 겪고 있다. 이에 개인정보보호에 관한 기업간 정보교류 및 관리 우수사례를 보급하고, 시장 애로사항 및 정책을 정부에 건의하는 업계 공동 협의체의 필요성이 증가하게 됨에 따라 개인정보를 취급 관리하는 온·오프라인 기업체와 단체 등이 공동 참여, 지난 2002년 7월, 협회에서는 CPO(개인정보관리책임자)협의회를 설립했다.

지난 3월 현재, 관련 업체 및 기관(협회) 등 20개사를 회원사로 두고 있으며, ▲회원사간 협력체제 구축 및 유대강화 ▲회원 공동연구 보급사업 ▲인식 확산을 위한 홍보 ▲해외진출 기반 조성 등을 주요 사업영역으로 하고 있다.

III. 마치며

미래의 인간은 마치 유리성 안에 갇혀 항상 누군가에게 감시당하고 있는 모습으로 형상화되기도 한다. 그도 그럴 것이 기술 발달로 인하여 '개인의 위치정보' '생체정보' '신용정보' 등이 기술과 접목되어 개인의 프라이버시가 불특정 다수인에게 노출될 수 있는 위험이 항상 도사리고 있기 때문이다. 하지만, 칼도 누가 어떤 생각으로 쓰느냐에 따라서 그 용도가 달라지는 것처럼 개인정보도 건전한 상식과 개인정보보호를 위한 의지가 충만한 사업자가 사용한다면 개인에게는 양질의 서비스를, 사업자에게는 고객만족을 통한 매출증대를, 사회적으로는 국민의 개인정보보호와 국가경쟁력 제고라는 일석삼조가 될 수 있음을 잊어서는 안 될 것이다.

이제 인터넷은 모든 시간과 공간이 통하는 또 다른 하나의 세상이다. 이러한 세상에서 사용자, 사업자를 막론하고 인터넷은 안전하고, 이용할 가치가 있어야 한다. 이러한 가치 공유를 위해서 자율적으로 출범된 CPO협의체는 앞으로도 행복한 인터넷 세상 창조를 위해 그 일익을 담당할 것이다. **K**