



개인정보보호 교육 시리즈

개인정보 수집 시 지켜야 할 절차란

개인정보보호를 잘 하기 위해서는 각 기업이 수집하는 개인정보를 어떻게 취급할 것인지에 대한 분명
한 지침이 마련돼 있어야 합니다. 기업이 개인정보를 무분별하게 마케팅에 활용하는 사례가 늘어나게
되면서 각 기업의 개인정보보호 정책수립과 실천은 더욱 중요한 문제가 되고 있죠. 과연 개인정보 수
집 시에는 어떤 절차와 방식을 따라야 할까요.

정보보호뉴스 취재팀

웹 사이트 회원가입 과정에서 개인정보취급방침이라는 단어를 많이 들어보셨을 겁니다. 이 방침은 정
보통신서비스 제공자가 이용자의 개인정보를 어떤 용도로 어떻게 취급하며, 개인정보보호를 위해서
는 어떤 조치를 취하는지 소개한 정책을 지칭하는 것이죠. 개인정보를 수집하는 모든 기업들은 개인
정보취급방침을 수립하게끔 정보통신망법 제27조의 2를 통해 법률로 명시해 놓고 있습니다.

취급방침을 단순히 수립만 한다고 끝나는 것은 아닙니다. 이용자가 이를 온라인상에서 쉽게 확인할 수
있게 하는 것은 물론, 취급방침 내용이 변경될 경우에도 반드시 팝업창이나 전자우편을 통해 변경사
실을 이용자에게 고지해야 합니다. 이처럼 개인정보 수집기업에게 금과옥조와 같은 ‘개인정보취급방
침’ 속에는 기업들이 해야 할 많은 조치와 의무가 담겨져 있습니다. 그럼 이들 조치에는 어떤 것들이
있는지 알아보까요?

정보제공, 위탁, 명확히 기재해야 됩니다

앞서 언급한 것처럼 개인정보취급방침에는 기업이 수집하는 ‘개인정보 항목’은 물론, ‘수집 방법’, ‘이
용목적’, ‘개인정보의 제3자 제공’, ‘수집한 개인정보 취급위탁’, ‘파기’ 등 개인정보의 수집 및 생성에
서부터 파기에 이르는 일련의 과정에 대한 기업의 개인정보보호 정책이 담겨져 있습니다. 이렇게 표
기해 놓은 정책범위 내에서만 기업은 개인정보를 수집할 수 있고 또, 합법적으로 관리 및 활용할 수
있게 되는 것이죠.

참으로 간단해 보이지만, 이 과정에서 다양한 분쟁들이 발생하고 있습니다. 얼마 전 KISA와 개인정
보분쟁조정위원회가 발표한 개인정보보호분쟁조정 사례집의 내용을 보더라도, 대부분은 기업이 스
스로 정해놓은 원칙을 지키지 않거나 관련 법률을 임의로 해석해 발생하는 문제들로 채워져 있습니
다. 그중에서도 ‘개인정보를 제3자에게 제공’하거나 ‘수집한 개인정보의 취급을 위탁’하는 부분에서
빈번하게 문제가 발생했습니다. 예를 들어 이용자의 동의없이, 명시되지 않은 제3의 업체에게 개인정
보를 제공하거나, 위탁 대행업체 표기나 제3자의 업체 표기를 포괄적으로 표기한 채 이용자의 동의를
구하는 것이 주요 문제점으로 지목되고 있는 것이죠. 각 기업이 분쟁의 씨앗을 처음부터 제거하기 위
해서는 최소한 다음과 같은 항목을 표기한 후 이용자의 동의를 얻고 또, 이를 준수해야 합니다.

개인정보 제3자 제공의 예

‘○○’사는 회원에 대하여 보다 더 질 높은 서비스 제공 등을 위해 아래와 같이 귀하의 개인정보를 제공하고 있습니다.

제공정보의 이용 목적: 제휴 마케팅

- 제공 대상: 제휴 업체(△△ 레스토랑, ▣▣ 스파게티)
- 제공 정보: 이름, 이메일, 핸드폰 번호, 주소, 생년월일
- 제공 정보의 보유 및 이용 기간: 회원 탈퇴 시까지

제공정보의 이용 목적: 보험판매 및 카드발급 등의 TM

- 제공 대상: ◇◇ 보험
- 제공 정보: 이름, 주민등록번호, 전화번호, 주소, 이메일
- 제공 정보의 보유 및 이용 기간: 제휴계약 종결 시까지

수집한 개인정보 취급위탁의 예

‘○○’사는 서비스 이행을 위해 아래와 같이 개인정보 취급 업무를 외부 전문업체에 위탁하여 운영하고 있습니다.

○○ 서비스

- 위탁업무 내용: 이동통신사 신규고객 및 번호이동 가입 고객 유치

○○ 컨설팅

- 위탁업무 내용: 상담업무 효율성 제고를 위한 고객 센터 운영

개인정보취급방침, Check Privacy로 확인해 보세요

개인정보취급방침 중 두 요소를 중심으로 언급하긴 했지만 이외에도 불필요한 개인정보 항목을 수집하거나, 개인정보를 사용자의 요구에 따라 적절히 파기하지 않아 생기는 분쟁도 적지 않습니다. 이 역시 각 기업들이 개인정보보호와 관련된 법을 임의대로 확대 해석하거나, 명확히 기재해야 할 항목들을 올바르게 표기하지 않은 채 추상적으로 표기하기 때문이라고 관계자들은 언급하더군요. 각 기업은 법률이 명시한 기준에 따라 명확한 표현으로 누구나 쉽게 이해할 수 있는 취급방침을 표시해 두는 것이 가장 우선되어야 할 개인정보보호 활동인 셈입니다. 기업 차원의 개인정보보호 의지와 함께 사용자들의 인식도 매우 중요합니다. 최소한 자신의 정보가 어떻게 관리되는지를 아는 것은 기본이라는 얘기죠.

기업의 개인정보취급방침 확인 과정이 너무 힘들다고요? 그동안 웹 사이트마다 각 내용이 포함된 메뉴가 상이했고, 또 표현방식과 구성이 모두 다르기 때문에 어려움이 있었던 것은 사실입니다. 하지만 지난 2007년 6월부터 KISA가 개인정보취급방침의 전자적 표시를 이용한 ‘Check Privacy(www.1336.or.kr)’를 개발해 배포함으로써 이런 불편은 상당히 줄어들었습니다. 이 프로그램 하나만 설치하면 모든 웹 사이트의 개인정보보호 관리방침을 한눈에, 동일한 형태로 볼 수 있죠. 기업과 사용자 모두에게 중요한 개인정보취급방침. 이제부터라도 기업은 기업대로, 사용자는 사용자대로 개인정보취급방침을 다시 한번 살펴보는게 어떨까요. **S**



▲ Check Privacy 이용 화면