

## EU 및 일본 디지털플랫폼 규제 현황과 정책적 함의

이 한 영  
중앙대학교 경제학부 교수  
: 제1저자

차 성 민\*\*  
한남대학교 법학부 교수  
: 교신저자

### Implications from Regulations on Digital Platforms in EU and Japan

Han-Young Lie (Professor, Department of Economics, Chung-Ang University, South Korea)

Seong-Min Cha (Professor, Department of Law, Han-Nam University, South Korea)

#### Abstract

**(Purpose)** The digital platform industry is a winner-take-all structure. It is due to the nature of the multi-sided market. The winner of the digital platform war maximizes profits by putting on various business models. It expands its business by inducing a powerful network effect. However, the harm caused by platform monopoly in the winner-take-all structure is very serious. This is the reason why a new market order and competition standards are needed in the era of platform economy. Order and standards are 'regulation' in other words. Platform regulation is already a global trend. The purpose of this paper is to review the regulatory methods of the EU and Japan to extract implications.

**(Design/methodology/approach)** This article deals with Digital Services Act(DSA) in the EU. At the same time as introducing the outline or the recent discussion about DSA in the EU. And we would like to obtain implications through comparison with the recently enacted Digital Platform Regulation Act in Japan. This paper is differentiated in that it includes EU member states' views on DSA and comparisons between DSA and the Japanese Digital Platform Regulation Act. And we also examine the reasons why many countries are trying to regulate digital platforms recently.

**(Findings)** Currently, there is no law in Korea such as DSA that integrates the role required for digital platforms to cope with issues relating to the basic rights of the people and major social values, and there is no discussion on the necessity of enacting such laws.

**(Research implications or Originality)** This paper emphasizes the fact that it is necessary to consider enacting a law that can integrate and manage the public responsibilities required of digital platforms in order to guarantee the basic rights of the people or to protect major social values.

**주제어:** 디지털플랫폼, 온라인플랫폼, 양면시장, 디지털서비스법, 디지털시장법, 불법 콘텐츠

**Keywords:** Digital Platform, Online Platform, Double-sided Market, Digital Services Act, Digital Markets Act, Illegal Contents

\*\* Corresponding Author: smcha@hnu.kr

Copyright © 2021 by the Korean Association for Comparative Government. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License which permits unrestricted non-commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## I. 서론

2020년 12월 15일 유럽위원회는 디지털 서비스법(Digital Services Act: 이하 DSA)과 디지털 시장법(Digital Markets Act: 이하 DMA)이라는 새로운 디지털플랫폼 규제안을 유럽의회와 EU 이사회에 제출했다. 이 둘을 합쳐서 DSA 패키지라고 한다. 이 둘은 아직 제정 추진 중이지만, 디지털플랫폼을 규제할 포괄적인 내용을 담고 있다는 점에서 세계 각국에서 관심을 가지고 제정 상황을 지켜보고 있다. 두 법안의 내용을 각각 한마디로 정리한다면, DSA는 디지털플랫폼의 불법 콘텐츠 취급에 관련한 규제를 하는 것이고, DMA는 게이트키퍼(gate keeper)라는 디지털플랫폼이 주요 디지털 서비스 시장에서 기업과 소비자 사이에 병목현상을 일으키는 것을 규율한다.

이 중 독점규제 및 공정거래의 관점에서 DMA를 분석한 국내 문헌들은 비교적 많은 데에 비해, DSA에 관한 연구들은 상대적으로 적다. 국제적으로 디지털플랫폼에 대한 규제의 주안점은 2가지, 즉 경쟁법·정책적 이슈 및 사회적 핵심 가치 보호로 크게 나눌 수 있는데, 국내의 연구들은 전자에 치중하고 있는 모양새이다. 이는 디지털플랫폼 규제 권한을 놓고 최근 국내에서 벌어지고 있는 공정거래위원회와 방송통신위원회 간의 권한 다툼과 무관하지 않다. 이 두 기관은 각각 자신이 디지털플랫폼 규제권을 선점하기 위해 관련 법률 제정을 추진하고 있는데, 그 내용이 주로 디지털플랫폼의 독점적 지위 남용이나 불공정행위의 규제에 초점을 두고 있다. 이러한 내용은 주로 DMA와 관련이 깊은 까닭에, 국내 연구도 국내 법안과 DMA와의 비교에 주로 비중을 많이 두고 있기 때문일 것이다.

그러나 사회적 핵심 가치가 디지털플랫폼에 의해 훼손되는 것을 방지하는 이슈도 독점규제나 불공정행위 규제 못지않게 중요하다. 그러므로 이 글에서는 이 2개의 법안 중 DSA에 대해 다루면서 디지털플랫폼으로부터 사회적 핵심 가치를 보호하기 위한 각종 제도를 검토한다.

한편 일본에서는 비록 특정 제한이 있기는 하지만, 디지털플랫폼에 초점을 맞춘 법률을 지난해 제정하여 2021년 2월부터 시행하고 있다. 각국이 디지털플랫폼의 규제 필요성에 대해서는 공감하고 있지만, 실제로 이러한 내용의 법률 제정에 일본이 선두라는 점에서 의미가 있다. 이에 이 글에서는 일본의 디지털플랫폼법의 내용에 대해서도 살펴보고 이로부터 시사점을 도출하고자 한다.

우선, 최근 각국에서 왜 디지털플랫폼을 규제하려 하는지 그 이유를 고찰한다(II). 그리고 EU에서의 최근 논의 상황을 소개함과 동시에, 이를 지난해에 제정된 일본 디지털플랫폼법과 비교를 통해 시사점을 얻도록 한다. 특히 국내 연구 문헌들에서는 아직 다루지 않고 있는 내용, 즉 DSA에 관한 EU 회원국들의 견해(IV) 및 DSA와 최근 제정된 일본 디지털플랫폼 규제법과의 비교 내용(V. 2. 2)을 다루고 있다는 점에서 이 논문의 차별성이 있다.

## II. 디지털플랫폼의 특징 및 규제 이유

### 1. 디지털플랫폼의 정의와 특징

플랫폼이란 다른 요소나 그룹을 연결해 네트워크를 구축하는 기반을 말한다. 인터넷을 통해 서비스를 제공하며, 양면 또는 다면 시장의 형태로 여러 이용자 그룹이 플랫폼에 참여하거나 서비스를 이용할 수 있으며, 이러한 특성으로 인해 네트워크 효과가 발생하는 서비스를 디지털플랫폼이라고 한다(Nam, Sang-Jun, Eun-Jin Cho, 2020). 그리고 플랫폼을 통해 복수의 다른 사용자나 그룹을 연결하기 위한 인프라와 규칙을 제공하는 비즈니스를 플랫폼 사업이라고 한다(Masayoshi Maruyama, 2017). 현실 세계에서의 플랫폼 사업은 오래전부터 존재했다. 가령 쇼핑몰이라는 플랫폼은 쇼핑몰 내 점포와 쇼핑객을 연결하고, 신용카드라는 플랫폼은 가맹점포와 카드 보유자를 연결한다. 그러나 디지털 세계의 플랫폼에는 시간이나 장소의 제약이 없으므로, 연결하는 이용자나 종류의 규모가 매우 크다.

한편 동일 브랜드나 동일 규격의 이용자가 많을수록, 개개 이용자의 효용이 높아지는 효과를 네트워크 효과라고 한다.<sup>1)</sup> 디지털플랫폼에서는 이 네트워크 효과가 디지털플랫폼이 연결하는 복수의 다른 측면 간에 작용한다. 가령 전자상거래 사이트를 통해 판매자와 소비자를 연결하는 플랫폼의 예를 들어보면 다음과 같다. 보다 많은 소비자가 이용하고 있는 전자상거래 사이트에서 아무래도 판매자의 판매 기회가 증가할 가능성이 크므로, 많은 판매자를 끌어들이는 이 처럼 디지털플랫폼의 중개를 통해, 한쪽 측면의 이용자 수나 이용 횟수가 증가할수록 다른 측면의 개별 이용자의 효용이 높아지는 효과를 간접 네트워크 효과라고 한다(Rochet et. al, 2006). 그리고 디지털플랫폼이 연결(중개)하는 측면 간에 일방향 혹은 쌍방향으로 간접 네트워크 효과가 작용하는 시장을 다면 시장이라고 한다. 그룹이 2개인 경우에는, 이를 특히 양면 시장이라고 한다.

다면 시장에서는 간접 네트워크 효과가 작용함으로써, 한쪽 측면에서의 이용 증가가 다른 쪽 이용자의 효용을 높여 이용자 수나 이용 증가를 촉진한다. 이러한 현상 때문에, 단일 혹은 소수의 디지털플랫폼으로 집중(독과점)이 일어나기 쉽다는 특징이 있다(Hiroyuki Odagiri, 2019: 「The JoongAng」, 2017).

### 2. 규제 이유

#### 1) 플랫폼에서의 가격 설정

Google의 검색엔진 서비스나 Facebook의 소셜 네트워킹 서비스(Social Networking Service: SNS) 등 디지털플랫폼의 소비자를 위한 서비스는 무료인 것이 적지 않다.

1) 가령 전화 회선에 가입하는 사람이 늘어날수록 전화로 연락할 수 있는 사람이 증가하기 때문에, 그 전화 회선에 가입하고 있는 사람의 효용은 높아진다.

그 이유는 간접 네트워크 효과를 낳는 쪽인 이용자 측면의 가격을 상대적으로 억제함으로써 이용자 수를 늘리고, 이에 의해서 다른 측면의 이용자인 광고주 등이 플랫폼에 참가할 유인을 높이려고 하기 때문이다. 다면 시장에서는 간접 네트워크 효과가 최대한 작용하도록 양측의 서비스 가격을 설정함으로써 이윤을 최대화할 수 있다. 이때 각각의 서비스 가격이 반드시 비용 대비 적절한 수준일 필요는 없다(Yosuke Okada, 2018).

## 2) 높은 진입장벽

간접 네트워크 효과가 작용하는 경우 한 쪽의 이용자는 다른 쪽의 이용자가 충분하지 않다면 그 플랫폼을 이용하는 효용은 낮다. 그리고 한 쪽의 이용자가 서비스를 이용하도록 하려면, 다른 쪽의 측면에도 일정 수 이상의 이용자 수 혹은 이용 횟수가 확보되어 있을 필요가 있다. 이 일정 수를 결정적 수량(critical mass)이라고 한다.

다면 시장에서는 가령 한 쪽의 결정적 수량을 충족시키지 않으면 다른 쪽의 이용자는 해당 디지털플랫폼을 이용하지 않고, 그 반대도 성립한다. 이처럼 양면 또는 다면에서 결정적 수량을 달성해야 하는 상황은 신규 참가자에게 있어서는 높은 진입장벽이 된다.

다면(양면)시장에서 나타나는 이상의 현상들은 해당 디지털플랫폼이 시장지배적 지위 또는 거래 상대방과의 관계에서 우월적 지위를 갖게 하고, 이러한 힘을 보유한 디지털플랫폼은 시장에서 그 힘을 남용하거나 남용할 우려를 낳게 한다. 결국 경쟁법적 문제를 발생시키는 것이다. 이러한 이유로 각국에서는 다면시장이라는 특성을 가진 디지털플랫폼을 규제하려고 각종 법·정책을 마련하고 있다.

# III. DSA의 내용

## 1. 개관

유럽위원회는 지난 2020년 2월에 공표한 유럽의 디지털 전략 “Shaping Europe's Digital Future”에서 네트워크 효과를 갖는 대규모 플랫폼 관련 시장이 공정경쟁 시장이 되도록 하기 위한 사전 규제인 디지털 서비스법 패키지를 2020년 4분기에 검토하기로 계획했었다(European Commission, 2020a).

유럽위원회는 2020년 6월부터 9월에 걸쳐 컨설팅을 통해 다양한 이해관계자로부터 2,863건의 의견과 약 300건의 자료를 받아 전체적으로 온라인의 안전성을 위한 대책과 역내 시장에서의 디지털 서비스 촉진을 위한 조치를 할 필요성이 있다는 의견을 이해관계자들로부터 얻었다.<sup>2)</sup> 또한 유럽의회는 2020년 10월에 전자상거래에 관한 법적 틀에 관해 2개의 결의를 채택하고, 이를 유럽위원회에서 검토 중이던 DSA 및

2) DSA 전문(前文)의 “EXPLANATORY MEMORANDUM” 참조.

DMA에 반영할 것을 요구했다. 이 중 하나는 온라인 시장에 관한 상세한 내용을 두어 소비자 보호를 핵심으로 하는 동시에, 이용자의 기본적 권리를 존중하면서 디지털 경제에 있어서 소비자의 신뢰를 확보하는 조치 등을 요구하는 결의였다(European Parliament, 2020b). 다른 하나는 디지털 서비스 콘텐츠의 적정한 거래를 위해서 공정성, 투명성, 설명책임 강화, 기본적 권리 존중 및 사법적(司法的) 구제를 위한 독립된 수단 확보 등을 요구하는 결의였다(European Parliament, 2020a). 이를 거쳐 2020년 12월 15일에 DSA 및 DMA라는 두 개의 법안을 공표하였다.

유럽위원회는 DSA 및 DMA의 목적을 두 가지로 설명하고 있다. 하나는 디지털 서비스를 이용하는 모든 이용자의 기본적 권리가 보호되는 보다 안전한 디지털 공간을 창출하는 것이다. 다른 하나는 유럽 단일 시장과 세계 시장의 양쪽 모두에서 혁신, 성장, 경쟁력을 촉진하기 위한 공정한 경쟁 조건 확립이다(European Commission, 2021). 그리고 이러한 목적을 실현하기 위해, DSA는 온라인상 소비자와 그 기본적 권리의 보호 강화, 디지털플랫폼(사업자)에 대한 투명성 제고와 명확한 설명책임의 확립, 유럽 단일시장에 있어서 혁신, 성장, 경쟁력 촉진에 관한 내용을 담고 있다(European Commission, 2020b).

좀 더 구체적으로 설명하면, DSA는 주로 디지털 서비스 제공자의 면책 요건과 투명하고 안전한 온라인 환경을 실현하기 위해 디지털 서비스 제공자에게 부과되는 의무를 규정하고 있는데, 그 구성은 다음과 같다: 제I장 총칙(DSA의 범위와 정의), 제II장 중개 서비스 제공자의 책임(면책 요건 등), 제III장 투명하고 안전한 온라인 환경을 위한 Due Diligence 의무(제공자의 각 서비스에 부과되는 의무), 제IV장 실사, 협력, 제재 및 집행(디지털 서비스 조정기관이나 벌금 등), 제V장 최종 조항(전자상거래지침의 규정 삭제 등). 이상의 내용을 규정하고 있는 DSA는 유럽연합의 기능에 관한 조약(Treaty on the Functioning of the European Union) 제114조를 근거로 하여 제안되었다. 이하에서는 우리에게 시사점을 줄 수 있는 주제들을 중심으로 DSA의 내용을 소개한다.

## 2. DSA의 적용 범위

DSA는 서비스 제공자에게 적용된다. 서비스 제공자는 서비스 종류별로 ① 중개서비스(intermediary service), ② 호스팅(hosting), ③ 온라인플랫폼, ④ 초거대 온라인플랫폼(very large online platform)의 4가지로 분류된다. DSA에서 각 서비스는 다음과 같이 정의되고 있다. 이하의 설명은 DSA의 조문과 유럽위원회의 설명에 의한 것이다(European Commission, 2020b).

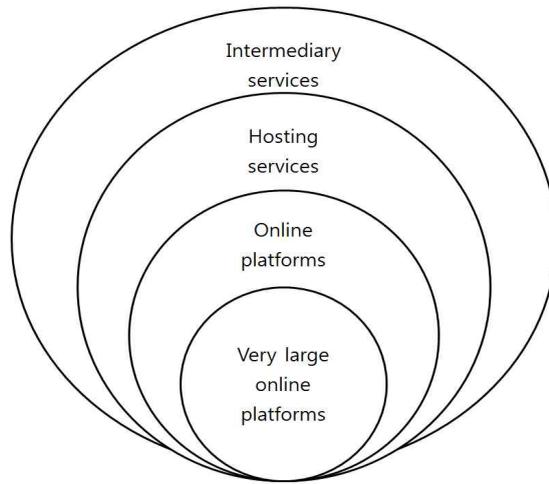
① 중개 서비스: 서비스 수신자 제공의 정보를 통신 네트워크에서 전송하거나 통신 네트워크에 대한 접근을 제공하는 ‘단순 도관’(mere conduit) 서비스, 혹은 통신을 효율화하는 것만을 목적으로 하여 정보를 자동적, 중간적, 일시적으로 보존하는 ‘캐싱’ 서비스를 가리킨다(제2조). 예를 들어 인터넷 접속 제공자, 도메인명 레지스터가 이에 해당하며, 이하의 ②~④ 도 중개 서비스에 포함된다.

② 호스팅 서비스: 중개 서비스이며, 서비스 수신자로부터 제공된 정보를 서비스 수신자의 요구에 따라 보존하는 서비스를 가리킨다(제2조). 클라우드, 웹 호스팅을 예로 들 수 있으며, 이하의 ③, ④의 서비스를 포함한다.

③ 온라인 플랫폼: 호스팅 서비스 제공자가 서비스 수신자의 요구에 따라 정보를 보존하고 공개하는 서비스를 가리킨다(제2조). 예를 들면, 앱스토어, 온라인 마켓 플레이스, 소셜 미디어 플랫폼, 공유 경제 플랫폼 등 소비자와 판매자를 연결하는 것을 들 수 있다.

④ 초거대 플랫폼: 온라인플랫폼 가운데 EU 역내 평균 월간 서비스 수신자 수가 유럽 인구의 10% 이상(4,500만 명 이상)에 상당하는 서비스를 가리킨다(제25조). 위의 ①~④의 서비스는 포함 관계에 있다. 따라서 상위 카테고리의 서비스에 부과되는 DSA상 의무는 하위 카테고리의 서비스에도 당연히 부과된다.

<Figure 1> Relationship between digital service providers in DSA



### 3. 서비스 제공자의 책임면제

DSA는 각 서비스 제공자의 면책 규정을 두고 있다. 종래 서비스 제공자의 면책은 2000년에 제정된 전자상거래지침(2000/31/EC) 제12조~제15조에 정해져 있으며, 현재까지 변경은 없었다. 한 가지 유의할 것은, DSA는 ‘규칙(Regulation)’의 형식으로서 제안된 한편, 전자상거래지침은 ‘지침(Directive)’으로 되어 있다는 점이다. EU법상 규칙은 회원국에 직접 적용되는 것으로서, 국내법화 절차가 필요치 않다. 반면 지침은 회원국에 직접 적용되지 않으며, 지침 내용을 국내법화 하는 절차가 필요하다. 따라서 DSA가 발효될 경우, DSA에 정해진 면책조항이 회원국에 직접 적용된다. 이 경우 각국의 국내법 규정을 참조할 필요가 없어지기 때문에, 면책 여부 판단에 있어서 서비스 제공자 측의 부담이 경감될 것이다.

DSA 제71조에서는 전자상거래지침 제12조~제15조를 삭제한다고 규정하고 있다. 이로써 서비스 제공자의 면책에 관해서는 DSA 제3조~제5조, 제7조가 적용된다. 이하에서는 DSA 제3조~제5조, 제7조의 개요를 설명한다.

중개서비스 가운데서, 도관 서비스 제공자는 3가지 요건, 즉 ① 스스로 송신하지 않을 것, ② 송신의 수신자를 선택하지 않을 것, ③ 송신에 포함되는 정보를 선택·수정하지 않을 것을 충족하는 경우, 송신 정보에 대한 책임이 없다(제3조). 이 규정은 기존 전자상거래지침 제12조에 상당하며, 내용에 실질적인 변경은 없다.

캐싱 서비스 제공자는 ① 정보를 수정하지 않을 것, ② 정보의 액세스에 관한 조건을 준수할 것, ③ 정보의 갱신에 관한 업계의 룰(rule)을 준수할 것, ④ 정보의 이용에 관한 데이터를 취득하기 위해서 업계에서 널리 알려진 기술의 합법적 사용을 방해하지 않을 것, ⑤ 정보가 삭제·접근 무효화 된 경우에는 보존하고 있는 정보를 신속하게 삭제·접근 무효화 할 것이라는 요건을 충족하는 경우, 취급하는 정보에 대한 책임이 없다(제4조). 이 규정은 전자상거래지침 제13조에 해당하며, 내용에 실질적인 변경은 없다.

호스팅 서비스 제공자는 ① 불법 행위 등을 모를 것 또는 ② 불법하다고 알았다면 불법한 콘텐츠를 신속하게 삭제 또는 접근이 불가하도록 조치하는 경우, 보관된 정보에 대한 책임이 없다(제5조). 이 규정은 전자상거래지침 제14조에 상당하지만, 전자상거래지침에는 없었던 내용이 추가되었다. 즉, 온라인플랫폼의 소비자법상 책임과 관련하여, 평균적이고 합리적인 소비자가 보기에 제공되고 있는 상품 등이 온라인플랫폼 자신이나 그 지배하에 있는 서비스 이용자에 의해서 제공되고 있다고 볼 수 있는 방법으로 제공되는 경우 면책되지 않는다는 취지의 내용을 DSA에 추가한 것이다(제5조 제3항).

한편 중개 서비스 제공자가 중립적으로 서비스를 제공하는 데 그치지 않는 경우, 즉 제공된 정보를 단순히 기술적·자동적으로 처리할 뿐만 아니라 그 정보에 관한 지식을 취득하거나 관리하는 적극적인 역할을 하는 경우 DSA의 면책이 적용되지 않는다(DSA 전문 18). 서비스 제공자는 송신 또는 보존하는 정보를 감시할 의무나 위반 행위를 적극적으로 찾을 의무는 없다(제7조). 이 규정은 전자상거래지침 제15조에 상당한다. 그리고 전자상거래지침에서는 서비스 제공자에게 그 서비스 이용자가 실시한 불법행위나 제공한 불법한 정보를 관할당국에 통지할 의무를 부과할 것을 회원국이 정할 수 있다고 하고 있지만, 의무를 부과하기 위한 구체적인 요건은 정하지 않은 채, 회원국의 판단에 맡기고 있었다(전자상거래지침 제15조 제2항). 그러나 DSA에서는 그러한 의무를 규정하고 있지 않다. 대신에, 범죄행위가 의심되는 경우 법집행기관에 보고하도록 하는 의무를 온라인 플랫폼에게 부과하고 있다(제21조).

한편 서비스 제공자가 불법 콘텐츠에 대해 자율적으로 조치하는 경우 면책되는지와 관련하여, 종래 전자상거래지침에서는 제공자가 불법한 콘텐츠에 대해 자율적으로 대응하는 것이 면책에 영향을 주는지를 명시하고 있지 않았기 때문에, 서비스 제공자에 의한 자율적인 행동이 면책 요건을 충족시키지 않는 것으로 해석될 여지가 있었다. 이에 DSA에서는 자발적 조사와 불법 콘텐츠 탐지·식별·제거·차단 활동 및 법규준수를

했다는 이유만으로, DSA 제3조, 제4조, 제5조에 의한 면책에 부적격하다고 간주되지 않는 것으로 규정하고 있다(제6조). 이 규정에 따라 제공자는 불법한 콘텐츠에 자율적으로 대응했다고 하더라도 면책의 길이 단힐 우려가 해소되었으므로, 제공자는 EU 법의 준수를 위해 또한 이용자의 신뢰를 획득하기 위해 불법한 콘텐츠에 대해 보다 적극적인 대처가 가능하게 되었다고 해석할 수 있다.

#### 4. 각 서비스 제공자에게 부과되는 주된 의무

각 서비스를 제공하는 서비스 제공자에게는 <Table 1>과 같이 다양한 의무가 부과된다.

<Table 1> Obligations to be imposed on service providers under the DSA

Obligations	Intermediary services	Hosting services	Online platforms	Very large online platforms
Transparency reporting	○	○	○	○
Requirements on terms of service due account of fundamental rights	○	○	○	○
Cooperation with national authorities following orders	○	○	○	○
Points of contact and, where necessary, legal representative	○	○	○	○
Notice and action and obligation to provide information to users		○	○	○
Complaint and redress mechanism and out of court dispute settlement			○	○
Trusted flaggers			○	○
Measures against abusive notices and counter-notices			○	○
Vetting credentials of third party suppliers ("KYBC")			○	○
Reporting criminal offences			○	○
User-facing transparency of online advertising			○	○
Risk management obligations and compliance officer				○
External risk auditing and public accountability				○
Transparency of recommender systems and user choice for access to information				○

Data sharing with authorities and researchers				○
Codes of conduct				○
Crisis response cooperation				○

source: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en)

이들 의무 외에도, 모든 서비스 제공자들은 중대한 시스템 리스크가 발생하고, 그것이 복수의 초거대플랫폼과 관계되는 경우, 행동강령의 제정에 참여하도록 요구받을 수 있다(제35조). 행동강령은 특정 위험 완화 조치를 하겠다는 약속, 취해진 조치 및 결과에 대한 주기적 보고 체계 등을 포함한다.

또한 초거대플랫폼과 그 외의 온라인플랫폼은, 공공의 안전이나 공중위생에 영향을 미치는 엄격히 한정된 위기 상황에 대처하기 위한 위기관리 프로토콜 작성에 참가하도록 권장된다(제37조). 그러나 온라인플랫폼에 부과되는 이러한 의무는 영세 또는 소규모 기업(종업원 50명 미만이고, 총매출액 또는 총자산 1천만 유로 이하. 권고 2003/361/EC의 부속서에서 규정)에는 적용되지 않는다(제16조).

### 5. 디지털 서비스 조정기관

DSA는 회원국에 대해 DSA의 적용 및 집행을 책임지는 관할 당국을 1개 이상 지정하고, 그중 1개를 디지털 서비스 조정기관으로 지정하도록 하고 있다(제38조). 디지털 서비스 조정기관은 원칙적으로 DSA의 적용 및 집행에 관한 모든 사항에 책임을 진다. 또한 EU 회원국 내에서의 DSA에 관한 조정 및 EU 전체에서 DSA의 효과적이고 일관된 적용 및 집행에 관한 책임을 진다. 이를 위해 다른 국가의 관할 당국이나 유럽 디지털 서비스 회의,<sup>3)</sup> 그리고 유럽위원회와 정기적인 의견교환을 하는 등 서로 협력해야 한다.

회원국은 디지털 서비스 조정기관이 공평하고 투명하며 적시에 DSA에 근거한 업무를 수행하기 위해서 충분한 기술적, 재정적, 인적 자원을 확보해야 하며, 디지털 서비스 조정기관은 외부의 영향을 받지 않고 온전히 독립된 행동을 해야 한다(제39조). 디지털 서비스 조정기관은 DSA 위반의 의혹이 있는 정보를 합리적으로 인식하고 있을 가능성이 있는 서비스 제공자 등에 대해서, 그 정보의 제공이나 시설의 출입 검사, 설명 등을 요구하는 조사 권한이 있으며, DSA의 준수와 관련해 서비스 제공자가 제안한 약속의 수령 및 동 약속의 구속력 부과권이 있다. 또한 DSA 위반행위에 대해 침해중지명령을 할 수 있으며, 위반행위에 대한 벌금을 부과할 권한이 있고, 중대한 피해를 막기 위해 임시조치를 할 수 있는 권한도 있다.

3) 고위 인사를 대표로 하는 디지털 서비스 조정기관으로 구성된 독립된 자문회의이다. DSA의 일관된 적용을 위해 디지털 서비스 조정기관에 대해 조언한다(제47조~제49조).

이 밖에도 디지털 서비스 조정기관은 신뢰신고기관(trusted flaggers)의 지위를 부여할 권한을 갖고 있다(제19조 제3항). 온라인플랫폼은 신뢰신고기관이 불법 콘텐츠를 신고한 경우, 이것이 우선적으로 처리되도록 조치해야 한다(제19조 제1항). 신뢰신고기관이 되기 위해서는 ① 불법 콘텐츠에 관한 검색·구별·신고에 특별히 전문성과 능력을 보유하고, ② 집단적 이해관계(collective interests)를 대표하고 온라인플랫폼과 독립적이며, ③ 적시에 성실하고 객관적 방법으로 신고 활동이 가능해야 하는 3가지 요건을 모두 충족해야 한다(제19조 제2항). 신뢰신고기관의 지위는 개인이 아닌 단체에게만 부여된다.

## 6. 제재

DSA를 위반한 경우의 제재에 있어서, 구체적인 사항은 각 회원국에서 정하되 디지털 서비스 조정기관의 권한에 따라 실시될 수 있도록 적절한 조치를 강구한다(제42조 제1항). DSA 의무위반에 대한 과징금은 해당 서비스 제공자의 연 매출액 또는 연 수입의 6%를 초과할 수 없다. 부정확·불완전·오인 정보를 제공하거나, 부정확·불완전·오인 정보의 시정·대응에 실패한 경우, 그리고 현장점검에 응하지 않는 경우의 과징금은 해당 중개서비스공급자의 연 매출액 또는 연 수입의 1%를 초과할 수 없다(제42조 제3항). 이행강제금은 서비스 제공자의 해당 결정에 특정된 날짜로부터 계산된 전년도 일평균 매출액의 5%를 초과해서는 아니된다(제42조 제4항).

한편 초거대플랫폼이 DSA 의무를 위반했을 경우 별도의 규정이 적용되며, EU 집행위원회가 과징금이나 이행강제금을 부과할 수 있다(제59조 및 제60조). 벌칙의 내용은 그 외 서비스의 경우와 대체로 동일하다. 만일 DSA 위반을 중지시키기 위해 모든 권한을 행사했음에도 불구하고, 침해가 지속되고 중대한 피해가 발생하여, 이를 EU와 회원국 법에 의한 권한의 행사를 통해서도 회피할 수 없으면, 집행위원회는 디지털 서비스 조정기관에게 요청하여 해당 초거대플랫폼에 대하여 제41조 제3항에 따른 조치를 할 수 있다(제65조 제1항). 제41조 제3항에 따른 조치란 회원국의 사법당국에게 요청하여 침해와 관련된 서비스 이용자의 접근을 임시로 제한하는 조치를 말한다.

## IV. DSA에 대한 논의 동향

현재 DSA는 유럽의회 및 EU 이사회에서 검토 중인 단계이며, 아직 제정되지는 않았다. 2021년 5월 27일과 28일에 개최된 EU 이사회와 경쟁력이사회의 회의에서는 DSA에 관한 지금까지의 검토 상황을 담은 프로그레스 리포트(progress report)가 보고되었다(Council of the European Union, 2021). 이 리포트에서는 DSA의 필요성에 대해 회원국들의 강력한 지지가 있다고 기재되어 있지만, 이와 동시에 해결해야 할

주요 과제도 제시되어 있다. 이하에서는 프로그레스 리포트에서 제시된 DSA의 주요 검토 사항과 검토 과제를 소개한다.<sup>4)</sup>

## 1. 집행 및 집행 가능성

회원국은 전자상거래지침의 주요한 원칙 및 역내 시장의 원칙(EU 역내에서 다른 회원국의 정보 서비스의 자유 이동을 제한해서는 안된다는 원칙)을 유지하는 것에 대한 약속(commitment)을 요구했다. 또한 일부 회원국에서는 디지털 서비스 조정기관의 국경을 초월한 협력체제 등에 관한 개선을 요구했다. DSA 제8조와 제9조의 의무(EU나 회원국 기관으로부터의 명령에 근거한 협력의무)에 대해, 국경을 넘는 경우에 있어서 국내법에 근거한 명령을 내리기 위한 조건이나 집행가능성 및 역내시장의 원칙에 끼치는 영향을 명확히 할 것을 요구하기도 했다.

한편 DSA의 시행에는 새로운 감독 시스템이 필요하지만, 그 실제 기능 및 새로운 감독 시스템이 기존 행정기관에 대한 영향, EU 역외에 존재하는 서비스 제공자가 EU 역내에서 DSA 의무를 준수하고 있지 않은 경우 집행 가능성에 대한 우려가 제시되었다.

## 2. 불법 콘텐츠 대응

회원국은 새로운 신고·행동 절차와 이용자를 위한 구제 절차 및 DSA가 국내법이나 EU법에서 정의된 불법 콘텐츠를 규제하는 것에 대해 지지하였다. 또한 서비스 제공자의 규모나 서비스의 영향도에 따라 단계적인 의무를 도입하는 비대칭적인 규제 접근에도 찬성하였다. 특히, 초거대플랫폼에 부과되는 리스크 평가 의무(제26조)를 강하게 지지했다.<sup>5)</sup> 또한 일부 회원국은 기본적 권리, 특히 표현의 자유를 강하게 보호할 필요성을 강조했다. 아울러 DSA 조치가 이른바 가짜 정보에 대응하기에 충분한지에 대해 의문을 제기했다. 그러나 회원국은 Know-Your-Business-Customer 의무(제22조)<sup>6)</sup> 도입에 대해서는 전폭 지지하였다. 일부 회원국은 이 의무의 적용 범위를 온라인플랫폼 이외의 다른 유형의 서비스 제공자와 영세·소규모 기업으로까지 확대할 것을 제안하기도 했다.

이 밖에, 일부 회원국은 회원국 당국이 stay down 명령(불법으로 인정되어 삭제된

4) 이하의 내용은 EU위원회의 Progress report에 기초한 것이다.

5) 초거대 플랫폼은 의무 적용 시점으로부터 시작하여 연 1회 이상 서비스 기능 및 이용에 따른 중대한 시스템적 위험을 식별·분석·평가해야 한다. 시스템 위험 평가는 ① 초거대 플랫폼의 서비스를 통한 불법 콘텐츠 유포, ② 개인과 가족의 삶, 표현과 정보의 자유, 차별 금지, 아동의 권리 등 기본권 행사에 대한 부정적 영향, ③ 서비스의 자동화된 부당이용, 또는 거짓 사용 등의 수단에 의해, 보건, 미성년자, 시민의 대화 보호와 선거 절차 및 공공 안전에 실제로 또는 잠재적으로 부정적 영향을 끼치는 서비스의 고의적인 조작에 관한 것이다.

6) 소비자가 판매자와 원격 계약을 체결하도록 온라인플랫폼이 허용하는 경우, 온라인플랫폼은 자신의 서비스를 이용하는 판매자에 대한 특정한 정보를 수령·저장·평가·공개해야 한다.

콘텐츠가 다시 표시되지 않도록 플랫폼에 의무화할 수 있는 명령)을 할 수 있는지를 명확히 규정해야 한다고 요구했다. 이것이 온라인 시장에서 가짜 콘텐츠나 부적합품에 대한 대응책으로서 특히 중요하다고 주장하는 회원국도 있었다.

### 3. 적용 범위

일부 회원국은 DSA와 기존 EU법과의 관계에 대한 법적 안정성을 높이기 위해서, 적용 대상과 범위를 정하고 있는 제1조를 더욱 명확히 규정할 것을 요구하였다. 또한 DSA와 전자상거래지침 사이의 상호 관계에 대해서도 더욱 명확히 할 것도 요구하였다.

DSA는 온라인플랫폼을 제공하는 제공자에 부과되는 의무의 적용 범위에 영세·소규모 기업을 제외하고 있지만, 일부 회원국에서는 영세·소규모 기업의 정의에 대해 기업의 규모나 매출액에만 기초할 것이 아니라, 디지털 환경에 적합해야 한다고 주장했다.<sup>7)</sup> 만일 영세·소규모 기업을 제외한다면, 소규모 서비스 제공자가 개입된 불법 콘텐츠 확산에는 DSA가 대처할 수 없다는 우려도 있었다.

이 밖에도 일부 회원국은 ① 데이터 접근과 조사 시 서비스 제공자의 기업 비밀의 보호, ② 재판외 분쟁해결 메카니즘에 관한 규정, 그 비용 체계 및 이러한 규정과 관련된 현행법과의 정합성, ③ DSA 시행일 등과 같은 과제에 대해서도 논의할 필요가 있다고 했다.

## V. 일본 디지털플랫폼 규제 현황

7) EU에서 영세, 소규모, 중규모 기업의 개념은 Commission Recommendation 2003/361/EC의 부칙 제2조에서 정의되어 있다. 우선 EU에서 기업이란 법적 형태와 상관 없이 경제 활동에 종사하는 모든 실체로 간주된다. 여기에는 특히 공예 또는 기타 활동에 종사하는 자영업자 및 가족 사업, 정기적으로 경제 활동에 종사하는 파트너십 또는 협회가 포함된다. 이러한 개념 정의를 전제로 부칙 제2조에 따르면 영세, 중소기업을 SME로 표현하며, 이러한 기업의 범주는 250명 미만의 직원을 고용하고 연간 매출액이 5천만 유로를 초과하지 않는 기업 및/또는 연간대차대조표 총액이 4,300만 유로를 초과하지 않는 기업을 말한다(제1항). SME 중에서 소기업은 직원 수가 50명 미만이고 연간매출액 및/또는 연간대차대조표 총액이 1,000만 유로를 초과하지 않는 기업을 말하며(제2항), 최소규모 기업은 직원이 10명 미만이고 연간 매출액 및/또는 연간대차대조표 총액이 2백만 유로를 초과하지 않는 기업을 말한다(제3항). 디지털 서비스 법안은 중규모 온라인 플랫폼에 대해서 직접 언급이 없으나, 디지털 서비스 법안 제16조에서 최소규모 온라인 플랫폼과 소규모 온라인 플랫폼을 제외하고 있는 점에서 제16조 이하의 의무는 중규모 온라인 플랫폼에 적용된다. 한편 이 디지털 서비스 법안은 제25조에서 대규모 온라인 플랫폼(very large online platforms)은 월 평균 4천 5백만명의 서비스 수신자에게 서비스를 제공하는 기업으로 정의하고 있다. 이러한 개념 정의에 따르면 large online platforms이란 플랫폼도 논리적으로 도출될 수 있다. 이러한 구별이 가능하다면 very large online platforms은 최대규모 온라인 플랫폼으로, large online platforms은 대규모 온라인 플랫폼으로 표현되어야 할 것이다. 하지만 디지털 서비스 법안은 이에 대해서는 특별한 언급이 없다(Park, Hee-Young, 2021).

최근 일본에서는 디지털플랫폼 규제를 위한 법률을 제정했다. EU의 DSA는 아직 법안인 상태인 데에 비해, 일본에서는 이미 관련법을 제정하여 시행하고 있다. 디지털플랫폼 규제를 내용으로 하는 DSA와의 비교 대상으로서, 일본의 「특정 전기통신 업무 제공자의 손해배상 책임의 제한 및 발신자 정보의 개시에 관한 법률」(이하 책임제한법)과<sup>8)</sup> 「특정 디지털플랫폼의 투명성 및 공정성의 향상에 관한 법률」(이하 디지털플랫폼법)<sup>9)</sup> 있다.<sup>10)</sup> 이하에서는 각 법률의 개요를 설명한 후, DSA와 비교하고자 한다.

## 1. 책임제한법

### 1) 제도의 개요

DSA의 서비스 제공자 면책 규정에 상당하는 법률로서, 일본에서는 이른바 책임제한법이 2001년에 제정되어 2002년 5월부터 시행되고 있다. 책임제한법은 제정 시에는 제1조부터 제4조로만 되어 있는 매우 적은 조문으로 구성된 법률이었다. 그러나 2021년 4월의 법률 개정으로 모두 18개 조로 이루어진 법률이 되었다.

책임제한법 제3조에서는 제공자가 제공하는 서비스의 이용자 등이 발신한 불법 정보에 대해서 제공자는 어떤 경우에 책임을 지는지를 규정하고 있다. 제공자가 책임을 지는 경우는 ① 정보의 유통으로 타인의 권리 침해 사실을 알고 있었거나, 또는 ② 정보의 유통을 알고 있었고, 해당 특정 전기통신에 의한 정보의 유통으로 인해 타인의 권리 침해 사실을 알 수 있었다고 인정할만한 상당한 이유가 있을 때라고 정하고 있다(동법 제3조 제1항).

또한 제공자가 정보 삭제 등의 조치를 했을 시, 해당 조치에 의해 해당 정보의 발신자에게 손해가 생겼을 경우라도, 그 해당 조치가 필요한 한도 이내의 것으로서, ① 해당 정보의 유통에 의해 타인의 권리 침해 사실을 믿을만한 상당한 이유가 있었을 때, 또는 ② 해당 정보의 유통으로 자기의 권리를 침해당했다고 하는 자가 그 이유를 밝히고 삭제 등의 신청이 있었을 경우 해당 정보의 발신자에 대해서 삭제 등에 동의하는지를 조회해, 7일이 경과하여도 동의하지 않는다는 취지의 신청이 없었을 때, 제공자는 해당 정보의 삭제 등에 대해서 책임을 지지 않는다(동법 제3조 제2항).

책임제한법 제5조 이하에서는 불법한 정보를 발신한 발신자 정보의 공개 절차를 규정하고 있다. 공개 절차에 대해서는 인터넷상 비방 중상 등의 권리 침해 발생 시, 원

8) 「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」(2001년 법률 제137호).

9) 「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」(2020년 법률 제38호).

10) 2021년 4월 28일에 제정된 「거래 디지털플랫폼을 이용하는 소비자의 이익 보호에 관한 법률(取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律)」(2021년 법률 제32호)에도 판매업자의 신원 확인을 하는 DSA상 의무와 비교할 수 있는 규정이 있지만, DSA의 내용과 더욱 유사한 것은 책임제한법과 디지털플랫폼법이라고 생각하여, 여기서는 이 두 법률만을 살펴보기로 한다.

활한 피해자 구제를 위한 재판절차 마련과 공개 청구 범위의 확대가<sup>11)</sup> 2021년 개정으로 새롭게 이루어졌다.

## 2) DSA와 비교

DSA의 서비스 제공자의 면책조항 부분과 책임제한법을 비교하면, DSA는 서비스 제공자의 서비스 종류별로 면책 규정을 나누고 있는 데에 반해, 책임제한법에서는 특히 제공자를 서비스 종류로는 구분하고 있지 않다는 차이가 있다. 무엇보다, DSA에 있어서 단순 도판 서비스나 캐싱 서비스에 상당하는 서비스를 제공하는 제공자는 기본적으로 책임을 지지 않는다. 한편 책임제한법이 상정하는 전형적인 제공자는 호스팅 서비스임에 따라(Ministry of Internal Affairs and Communications, 2018), DSA와 책임제한법과의 비교는 호스팅 서비스(온라인 플랫폼이나 초거대 플랫폼도 포함된다)에 관한 규정을 주로 하기로 한다.

DSA에서는 호스팅 서비스가 온라인플랫폼에 해당하는 경우 일반 소비자가 볼 때 온라인플랫폼의 권한 혹은 관리하에서 제공되고 있다고 믿어지는 형태로 정보나 상품·서비스 등이 제공되고 있는 경우에는 온라인 플랫폼 제공자는 면책되지 않는다고 규정하고 있다(DSA 제5조). 책임제한법에서는 제공자가 불법한 정보의 발신자인 경우 면책되지 않는다는 내용이 규정되어 있지만(책임제한법 제3조 제1항 단서), DSA 제5조에 상당하는 조문은 없으므로, DSA가 소비자 보호에 더욱 강력한 것으로 보인다.

또한 불법 정보 유통의 통지 절차에 대해 DSA에서는 호스팅 서비스 제공자에 대해 개인이나 사업자가 불법 콘텐츠라고 생각하는 정보가 서비스에 존재함을 통지할 수 있는 시스템을 정비할 의무가 부과되어 있다(DSA 제14조). 그러나 책임제한법에서는 제공자에게 그러한 의무는 부과되어 있지 않으므로, DSA는 이 점에서도 책임제한법에 비해 더욱 강력하게 소비자 보호를 하는 것으로 보인다.

게다가 DSA에는 제공자가 감시 의무를 지지 않는 것이 명기되어 있지만(DSA 제7조), 책임제한법에서는 제공자가 감시 의무를 지지 않는다는 것이 명문으로 규정되어 있지 않다. 다만 일본 Ministry of Internal Affairs and Communications(2018)에 따르면, 불법한 정보가 유통되고 있는 사실을 ‘알고 있었다’는 것을 제공자가 책임을 지는 요건으로 하고 있는 것은, 그러한 사실을 몰랐을 경우에는 그 이유를 불문하고 책임이 생기지 않는다는 것으로 보아서, 제공자에게 유통되는 정보의 내용을 감시할 의무가 없음을 명확히 하는 것이라고 해설하고 있다. 이에 따르면, 법률상 명문 규정은 없지만, 책임제한법에서도 제공자에게 감시 의무는 부과하지 않은 것으로 해석된다.

11) 불법 정보 발신자의 특정을 위해 필요한 일정한 경우 로그인 정보 공개 청구를 가능하게 했고, 권리 침해되는 게시물에 대한 정보를 제공하는 콘텐츠 제공자(게시판 운영 사업자, SNS 사업자 등)와 해당 게시물에 관한 통신을 매개하는 액세스 제공자(통신 사업자 등)에 대해 일정한 요건 하에서 권리 침해에 따른 ‘특정 발신자 정보’(로그인 정보 등의 발신자 정보) 또는 ‘기타 발신자 정보’에 대한 공개 청구가 인정되었다.

이 밖에도 DSA는 신뢰신고기관으로부터의 통지에 대해 우선적으로 대응할 의무가 있다고 하는 규정이나 EU나 회원국의 감독기관으로부터 불법 콘텐츠에 대한 조치 명령이나 서비스 이용자의 정보 제공 명령이 있었을 경우 이에 대응할 의무를 부과하는 규정이 있는 것 등을 책임제한법과의 차이로서 들 수 있다.

## 2. 디지털플랫폼법

### 1) 내용

일본에서는 본격적으로 디지털플랫폼의 투명성을 확보하기 위한 법률로서, 디지털플랫폼법이 2020년 5월에 제정되어 2021년 2월 1일부터 시행되고 있다. 디지털플랫폼법에서는 “디지털플랫폼”을 ① 컴퓨터를 이용해 구축한 장소이며, ② 네트워크 효과가 작용하는 서비스를, ③ 인터넷 등을 통해서 제공하는 서비스라고 정의하고 있다(동법 제2조). 이와 같이 디지털플랫폼을 직접적으로 정의한 법률은 세계적으로도 드물다.

디지털플랫폼법에서는 디지털플랫폼 가운데 거래의 투명성·공정성의 자율적 향상을 위해 특히 노력할 필요가 있는 사업자를 “특정 디지털플랫폼 제공자”라고 정의하고(동법 제2조 제6항, 제4조 제1항), 이 사업자에 대한 규제를 규정하고 있다. 특정 디지털플랫폼 제공자에 해당하는지 여부의 구체적인 기준은 정령(시행령)으로<sup>12)</sup> 정해져 있고, 규제의 대상이 되는 사업자는 경제산업대신이 지명한다(동법 제4조). 구체적으로, 정령에서는 다음의 <Table 2>에 기재한 기준을 충족하는 B2C 종합 온라인 몰과 B2C 앱 스토어가 디지털플랫폼법의 적용대상으로 규정하고 있다. 이 기준에 따라 2021년 4월 1일에 규제 대상이 되는 사업자가 지정되었다(<Table 2> 참조). 또한 디지털플랫폼법에서는 특정 디지털플랫폼 제공자가 제공하는 디지털플랫폼을 “특정 디지털플랫폼”이라고 정의하고 있다(동법 제2조 제6항).

<Table 2> Subjects regulated by the Digital Platform Act

Regulated businesses	The size of the regulated business	A business operator designated as a specific digital platform provider
Business operator of B2C online mall	In the previous year, the total distribution amount was more than 300 billion yen	-Amazon Japan Joint Company -Rakuten Group Co., Ltd. -Yahoo Corporation
B2C app store operator	In the previous year, the total distribution amount was over 200 billion yen	-Apple Inc. & Tunes Co., Ltd. -Google LLC

디지털플랫폼법은 특정 디지털플랫폼 제공자에 대한 규제로서 이용자의 이해 증진

12) 2021년 정령(政令) 제17호.

을 도모하기 위한 제공 조건의 개시(동법 제5조) 또는 상품 등 제공 이용자 간의 거래관계에 있어서 상호 이해의 촉진을 위해 필요한 조치(동법 제7조)를 규정하고 있다. 먼저 제공 조건의 개시에 대해서 보면, 특정 디지털플랫폼 제공자의 상대방을 “상품 등 제공 이용자”(디지털플랫폼을 상품 등을 제공할 목적으로 이용하는 사람)와 “일반 이용자”(상품 등 제공 이용자 이외의 디지털플랫폼 이용자)로 나누고, 이들 각각을 상대로 하여 개시할 정보를 규정하고 있다. 다음으로 상호 이해 촉진을 위해 필요한 조치에 대해 살펴보면, 이에 대해 기본적으로는 특정 디지털플랫폼 제공자의 판단에 위임하고 있지만(동법 제7조 제1항), 적절하고 유효한 조치를 하기 위해 경제산업대신이 지침을 정하도록 하고 있으며(동법 제7조 제3항), 2021년 2월 1일에 관련 지침도 공표하였다.<sup>13)</sup> 디지털플랫폼법 제5조 및 제7조에서 특정디지털플랫폼 제공자에게 부과되는 의무를 정리한 것이 다음의 <Table 3>이다. 이 표에서는 제7조에서 규정한 필요한 조치에 대한 예시로서 지침에서 정하고 있는 각 조치의 방향성도 같이 기재하고 있다.

<Table 3> Regulations on specific digital platform providers  
(Digital Platform Act §5 and §7)

Sortation	Contents
Initiation of the terms of provision to promote the user's understanding (§5)	Disclosure of information on users who provide products, etc. (Parag. 2 Subparagraph 1) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Criteria for rejection of transactions</li> <li>- Contents of requesting the purchase of goods, etc. designated by oneself.</li> <li>- Key points used to determine the ranking</li> <li>- Conditions such as data acquisition related to products, etc.</li> <li>- How to file a complaint</li> <li>- Other matters prescribed by the Decrees</li> </ul>
	Disclosure of information on general users (paragraph 2) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Key points used to determine the ranking</li> <li>- Requirements for the purpose, acquisition, and use of data related to search, viewing, and purchase of goods, etc.</li> <li>- Other matters prescribed by the Decrees</li> </ul>
	Disclosure of information at the time of an act corresponding to a specific act (paragraph 3) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transactions that differ from the terms of provision: the content and reasons</li> <li>- Partial rejection of provision: its content and reason</li> <li>- Other matters prescribed by the Decrees</li> </ul>
	Disclosure of prior information according to a specific act (paragraph 4)

13) 「특정 디지털플랫폼 제공자가 상품 등 제공 이용자와의 거래관계에서 상호 이해 촉진을 도모하기 위해 강구해야 할 조치에 관한 지침(特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針)」(경제산업성 고시 제16호).

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Changes in terms of provision: Disclosure of the contents and reasons in advance</li> <li>- Refusal of all provision: Disclosure of the purpose and reason in advance</li> </ul>
<p>Contents stipulated in the guidelines as necessary measures to promote mutual understanding with users who provide products, etc. (§7)</p>	<p>Basic matters concerning measures necessary to promote mutual understanding (paragraph 3 and 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Status of guidelines (Guideline 1.1)</li> <li>- Relationship between guidelines and monitoring reviews (Guideline 1.2)</li> <li>- Review of the guidelines (Guideline 1.3)</li> </ul>
	<p>Matters concerning the maintenance of systems and procedures necessary for fair provision (paragraph 3 Subparagraph 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Appropriate evaluation shall be made before changing the terms of provision, etc., and a smooth response shall be made in consideration of the interests of users who provide products, etc. based on the evaluation (Guideline 2.1 ①)</li> <li>- Establish an appropriate structure that judges consistently and fairly (Guideline 2.1 ②)</li> <li>- Establish an appropriate structure that contributes to the independent improvement of fairness (Guideline 2.1 ③)</li> </ul>
	<p>Matters concerning the maintenance of systems and procedures necessary for handling civil complaints and resolving disputes (paragraph 3 of paragraph 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A structure will be established to properly and quickly deal with and determine the phenomena that caused complaints and disputes according to their importance and complexity (Guideline 2.2 ①)</li> <li>- The operation of grievances and disputes shall be improved by effectively using information on grievances and disputes as clues (Guideline 2.2 ②)</li> </ul>
	<p>Matters concerning the appointment of a manager to communicate closely with related parties (paragraph 3 Subparagraph 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A person who manages necessary tasks in Korea (domestic manager) shall be appointed for close contact with the relevant person (Guideline 2.3 ①)</li> <li>- A system that can be appropriately adjusted by domestic managers as needed regarding communication management with related parties or improvement of operation through this will be established (Guideline 2.3 ②)</li> </ul>
	<p>Matters concerning measures necessary to fully consider the circumstances (paragraph 3 and 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A system to understand opinions and other circumstances will be established (Guideline 2.4 ①)</li> <li>- Considering opinions and other circumstances, a close response will be made and an appropriate structure will be established to efficiently use the relevant circumstances as a clue to operational improvement (Guideline 2.1 ①)</li> </ul>

또한 디지털플랫폼법에는 모니터링 리뷰에 관한 규정이 마련되어 있어 특정 디지털 플랫폼 제공자는 매년 자주적인 대처 상황에 대한 보고서를 경제산업대신에게 제출하

여야 한다(동법 제9조 제1항). 이 보고서에 기재할 사항은 다음과 같다(동법 제9조 제1항 각 호): ① 사업의 개요에 관한 사항, ② 민원처리 및 분쟁 해결에 관한 사항, ③ 제5조(제공조건의 개시)에 근거한 공개 상황에 관한 사항, ④ 제7조(상호 이해 촉진을 위해서 필요한 조치)에 근거해 강구한 조치에 관한 사항, ⑤ 위 ②~④호의 사항에 대해서 스스로 한 평가에 관한 사항.

경제산업대신이 이 보고서를 제출받은 때에는 총무대신과 협의하여(미리 이용자나 이용자 단체, 학식 경험자 등으로부터 의견을 들을 수도 있음), 보고서를 근거로 하여 특정 디지털플랫폼의 투명성 및 공평성을 평가하고, 그 평가 결과를 보고서의 개요와 함께 공표하여야 한다(동법 제9조 제2항~제5항). 그리고 특정 디지털플랫폼 제공자는 그 평가 결과를 기초로 투명성 및 공평성의 자주적인 향상에 노력하여야 한다(동법 제9조 제6항).

그 밖에도 디지털플랫폼법에서는 이용자로부터 경제산업대신에게로의 정보 제공(동법 제10조), 공정거래위원회와의 연계(동법 제13조), 국외 사업자에게 적용하기 위한 공시송달 절차(동법 제21조) 등을 규정하고 있다. 그리고 시행 3년이 지난 후, 시행 상황이나 경제사회 정세의 변화를 감안하여 재검토를 하고 필요한 조치를 하도록 정하고 있다(동법 부칙 제2항).

## 2) DSA와 비교

DSA와 디지털플랫폼법을 비교하면, 먼저 그 규제 대상에 큰 차이가 있다. DSA는 서비스 제공자를 중개 서비스, 호스팅 서비스, 온라인플랫폼, 초거대 플랫폼의 4개로 나누고, 각각의 영향력에 따라 부과하는 의무의 가중을 조정하고 있는 데에 반해, 디지털플랫폼법은 디지털플랫폼의 범위보다 더 좁은 특정 디지털플랫폼만을 규제 대상으로 하고 있다. 이것은 DSA가 서비스 제공자의 면책 규정을 정하고 있으므로, 그 대상을 좁히는 것은 적절하지 않았기 때문이라고 볼 수도 있다. 그러나 DSA에서는 온라인플랫폼이나 초거대 플랫폼 이외에 대해서도 투명성 리포트의 제출 등 투명성 확보를 위한 의무를 부과하고 있다는 점, 그리고 DSA는 온라인플랫폼, 초거대 플랫폼이 행하는 구체적인 사업 내용을 묻지 않지만, 디지털플랫폼법에서는 현재 온라인 몰과 앱 스토어만을 규제 대상으로 삼고 있다는 점을 고려하면, 디지털플랫폼법과 비교하여 볼 때, DSA의 적용 범위가 더 넓다는 것을 알 수 있다. 이는 소비자 보호의 폭도 더 넓다는 것을 의미한다.

다만 투명성 확보 의무가 부담되어 이것이 신규 참가에 장애가 된다면, 오히려 시장의 경쟁을 둔화시켜 독과점화가 진행될 우려도 있다. 그러므로 서비스 제공자를 일률적으로 규제하는 것이 바람직하다고는 반드시 말할 수 없다. 디지털플랫폼법의 대상이 되는 특정 디지털플랫폼 제공자의 구체적인 사업 구분이나 규모는 정령으로 정하도록 하고 있는데, 이는 법률의 개정보다 시간이나 노력을 절약할 수 있고, 사회 변동 상황을 보면서 유연하게 규제 대상을 확대 혹은 축소할 수 있다. 이미 일본 정부 내 디지털 시장 경쟁 회의<sup>14)</sup> 보고서에서 디지털 광고 시장도 디지털플랫폼법의 적용

을 받도록 해야 한다는 주장이 있다. 향후 온라인 물이나 앱 스토어 이외의 사업도 시장에 대한 영향력 등을 감안하면 디지털플랫폼법의 적용 대상이 될 것으로 예상된다.

그 밖에 DSA와 디지털플랫폼법은 부과되는 의무에도 차이가 있지만, 더욱 큰 차이는 집행에 관한 규정이다. DSA에서는 독립된 관할당국으로서 디지털 서비스 조정기관을 두도록 회원국에 의무화하고, 디지털 서비스 조정기관에게 강력한 권한을 부여하여 DSA상 의무가 준수되도록 집행 체제를 구축하려 하고 있다. 한편 디지털플랫폼법은 공정거래위원회 등과의 연계에 관한 규정은 있지만, 기본적으로는 경제산업대신이 모니터링 리뷰를 담당하도록 하고 있어 직원에게 현장검사 등 조사를 시킬 수 있다(동법 제12조 제2항). 그러나 DSA의 디지털 서비스 조정기관과 같이, 집행을 위해 완전한 독립성을 가지고 행동하는 것이 의무화되어 있다고 할 수는 없다. 또한 일시적 독립성을 가지고 행동하는 것이 의무화되어 있는 관할당국이라고 할 수도 없다. 디지털플랫폼법상 투명성 확보의 구체적 조치에 관해서는 사업자에게 맡겨져 있는 부분이 크다. 강력한 집행 권한이 있으면 사업자가 위축될 수 있고, 과잉 조치를 할 우려도 있기 때문이다. 그러나 투명성의 확보는 공정한 경쟁을 하고 있는지를 판단하기 위한 기반이므로, 디지털플랫폼법에서도 집행 체제의 강화를 향후 검토할 필요가 있다.

### 3. 정책적 함의 및 결론

DSA는 DMA와 함께 디지털플랫폼의 사업활동을 규율한다는 의미에서 ‘규제’라고 여겨지는 경향이 짙다. 그러나 이상에서 살펴본 바와 같이, DSA는 디지털플랫폼에 의무를 부과할 뿐만 아니라, EU 역내에서 통일적으로 적용되는 서비스 제공자의 면책 규정도 정하고 있으므로 디지털플랫폼의 활동을 지원하는 측면도 있다. 또한 DSA가 요구하는 투명성의 확보도 디지털플랫폼에서 마냥 부담만 되는 것은 아니다. 이러한 투명성 확보는 이용자로부터 신뢰를 얻기 위한 것이므로, 디지털플랫폼 사업자에게도 DSA를 준수함으로써 얻는 이익은 있다.

한편 전술한 프로그레스 리포트에서 다룬 검토 과제들을 살펴보면, DSA의 전망을 어느 정도 가늠할 수 있는데, 이에 대해서는 계속 논의가 필요하다고 기술하고 있다. 또한 디지털 서비스 조정기관이라는 새로운 제도의 도입 여부 및 EU의 기존 플랫폼 규제를 보완하는 DSA와 다른 규범들과의 조정에 관해 검토가 필요할 것으로 보여서, DSA가 발효되기까지는 아직 시간이 필요할 것으로 예상된다.

그러나 DSA의 도입 자체에 대해서는 회원국들 사이에서 강한 지지가 있음이 프로그레스 리포트에서 나타나 있으며, 내용에 다소 변경이 있다 하더라도 DSA가 제정될 것은 거의 확실하다고 생각한다. 덧붙여 향후의 논의에서 특히 주시해야 할 점으로,

14) 내각에 설치된 디지털 시장 경쟁 본부 아래에서 개최되는 회의이다.

DSA의 적용 범위의 검토를 들 수 있다. 현재의 제안 내용에는, 영세·소규모 기업에 대해서는 온라인플랫폼에 부과되는 의무를 제외하고 있지만, 일부 회원국에서는 이들의 제외 필요성에 대해 의문을 제기하고 있기 때문이다. 만일 DSA의 적용 범위가 변경되어 영세·소규모 기업도 포함되게 되면, 우리나라를 포함한 해외 기업에 대해서도 영향을 미칠 것으로 예상된다.

국제적으로 디지털플랫폼 시장에서의 건전한 거래환경 유지를 위한 규제의 주안점은 경쟁법·정책적 이슈 및 사회적 핵심가치 보호로 모아지고 있다. 경쟁법적 이슈에는 시장지배적지위 남용행위, 경쟁제한적 기업결합 및 불공정거래행위가 포함된다. 그리고 사회적 핵심가치 보호에는 소비자 권익 보호, 불법·유해정보 방지, 개인정보보호 등이 해당한다. 이러한 국제 동향에 비추어 볼 때, 디지털플랫폼이 준수해야 할 내용을 담고 있는 현행 국내법으로, 「전기통신사업법」, 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」, 「개인정보보호법」 및 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 등을 꼽을 수 있다.

「전기통신사업법」과 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」은 크게 디지털플랫폼 시장의 공정경쟁 환경 유지를 위한 내용과 소비자(이용자) 권익 보호를 위한 내용을 주로 담고 있다. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 및 그 개정안은 디지털플랫폼을 활용해 거래하는 소비자의 이익 보호를 위한 각종 규제를 담고 있다. 그리고 「개인정보보호법」에서는 디지털플랫폼에 의한 개인정보 침해 등을 방지하는 조치들이 다루어지고 있다.

그러나 이들 법률은 처음부터 디지털플랫폼 규율을 위해 제정된 것은 아니다. 그러므로 디지털플랫폼이라는 새로운 온라인 환경에서 경쟁법·정책 이슈 및 사회적 가치 보호를 위한 효과적 규제에는 한계가 있다. 더욱 중요한 점은 이상의 법률들을 통하여 디지털플랫폼 규제를 하는 경우, 이 법률들은 디지털플랫폼의 주요 특징인 양면시장에 대한 고려가 없으므로 효과적인 규제가 어렵다는 것이다. 이러한 문제를 해소하기 위해, 최근 각국은 디지털플랫폼 시장을 대상으로 하는 특화된 법률을 제정하고 있다. 우리나라도 디지털플랫폼 규율을 위한 새로운 법률 제정을 추진 중이다. 하나는 공정거래위원회에서 준비 중인 「온라인플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률」(안)(이하 온라인플랫폼 공정화법)이다. 다른 하나는 의원입법 형식을 취하고 있지만, 실제로는 방송통신위원회의 의견이 많이 반영된 「온라인플랫폼 이용자 보호에 관한 법률」(안)(이하 온라인플랫폼 이용자보호법)이다.

공정거래위원회 주도의 온라인플랫폼 공정화법이나 방송통신위원회 주도의 온라인플랫폼 이용자보호법은 그 내용적인 면에서 유사한 부분들이 많다. 가령 디지털플랫폼 사업자에 대해 일정한 경우 사전규제를 도입한 점이나 그들의 불공정행위를 금지하는 등 주로 시장에서의 거래행태 규제에 중점을 두고 있는 점 등이 그것이다. 그러므로 두 법률이 모두 제정된다면 중복규제 등의 문제가 발생할 수 있으므로, 두 법률이 모두 제정되지는 않을 것이라고 예상된다. 또한 두 법률 중에 어느 법률이 제정될지는 사실상 디지털플랫폼이라는 거대한 신흥 시장에 대한 정부 부처 간 규제관할권

확보와 밀접한 연관이 있다. 그러므로 두 법률(안)의 내용을 기초로 어느 법을 제정할지를 결정하는 것이 아니라 공정거래위원회와 방송통신위원회 간의 정치적 힘겨루기로 결정이 날 가능성이 많다(Kang, Ji-Won, So-Young Park, 2021: 「EDAILY」, 2021a, 2021b).

그러나 공정거래위원회 주도의 온라인플랫폼 공정화법이 제정되든지 방송통신위원회 주도의 온라인플랫폼 이용자보호법이 제정되든지 간에, 중요한 것은 디지털플랫폼 규율과 관련하여 국내에서 제정 추진 중인 법안들은 주로 공정경쟁과 관련하여 시장에서의 거래행태 개선을 위한 규제에 초점을 두고 있다는 것이다. EU로 치자면, DSA 보다는 DMA와 유사한 내용의 입법에 관심을 치우쳐 있다고 평가할 수 있다.

그러나 이미 살펴본 바와 같이, EU는 DMA를 통해 디지털플랫폼 시장에서의 공정경쟁을 꾀함과 동시에, DSA를 통해 사회의 기본적 가치 보호 및 EU 역내 시민의 기본적 권리 보호도 도모하고 있다. 그리고 후자를 위해 디지털플랫폼에게 일련의 의무를 부과하고 있다.<sup>15)</sup> 가령 송신된 특정 불법 콘텐츠에 대한 조치 의무, 명백한 불법 콘텐츠 제공자에 대한 사전경고 및 중단 의무, 서비스 이용조건의 투명성 및 보고 의무 등이 그러하다. 이는 디지털플랫폼을 통해 유통되는 각종 불법 콘텐츠 등으로 인한 EU 시민의 피해를 막기 위한 것이다. 우리나라에서도 현재 이와 유사한 피해 사례들이 등장하여 사회적인 문제를 발생시키고 있다. 이른바 가짜뉴스, 매크로 프로그램에 의한 여론 조작, 스미싱, 피싱 등 각종 불법 콘텐츠로 인해 건전한 온라인 환경이 위협받고 있다. 이는 표현의 자유와 정보의 자유, 공정한 여론 형성, 개인의 안전, 프라이버시 및 개인정보보호 등 국민의 기본권에 대한 중대한 도전이다. 디지털플랫폼은 이러한 다양한 사회악 확산의 한 가운데 자리하고 있다. 그러므로 경제주체로서 뿐만 아니라, 사회적 책임주체로서 디지털플랫폼을 바라보는 시각이 필요하다. 몸집이 큰 이른바 거대 또는 초거대 디지털플랫폼의 경우에는 책임이 더욱 가중되어야 할 것이다. 이는 DSA가 초거대 디지털 플랫폼(Very Large Online Platform)에게 알고리즘 기법 남용 등 고의적 서비스 조작자에 대한 감시·관리 의무 등 상대적으로 엄격하고 강한 책임을 묻는 이유이기도 하다.

현재 우리나라에는 이와 같은 현안들에 대응하기 위해 디지털플랫폼에 요구되는 역할을 통합화한 DSA와 같은 법률은 없으며, 그러한 법률의 제정 필요성에 대한 논의도 찾아볼 수 없다. 종래 관련 분야별 법률들이 산재해 있을 뿐이다.<sup>16)</sup> 비록 온라인플랫폼 공정화법이나 온라인플랫폼 이용자보호법이 온라인 환경의 투명성 제고를 위한 근거를 도입하고 있지만, 이는 엄밀히 말해 경제적 측면에서의 규제이지 국민의

15) 이와 함께 DSA는 일정한 요건을 충족하는 경우 디지털플랫폼에게 의무를 면제해 주는 규정도 포함하고 있다.

16) 예컨대, 현행 국내법제는 불법 콘텐츠 또는 유해콘텐츠와 관련하여 「전기통신사업법」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「아동·청소년의 성보호에 관한 법률」을 중심으로 디지털플랫폼에 대해 법적 책임을 부과하고 있다. 가령 전기통신사업법의 제22조의5, 제32조의7, 제84조의2 등, 정보통신망법의 제42조의3, 제44조의2, 제44조의9, 제49조의2, 제50조의6 등, 청소년보호법의 제16조, 제17조 1항 등이 이에 해당한다.

기본권 보장을 위한 것은 아니다. 두 법안의 주된 취지와 관심사는 주로 약자의 지위에 있는 디지털플랫폼의 상대방(이용자와 이용사업자)의 거래상 지위를 보호하는 것이다. 예컨대, 온라인플랫폼 이용자보호법이 제시하는 콘텐츠 배열 기준 공개(동법 제11조), 동종 콘텐츠에 대한 차별 금지(동법 제13조 제1항 6호), 자사 콘텐츠 우대행위 금지(동법 제13조 제1항 7호) 등은 소비자의 정당한 선택권을 위한 것이지, 국민의 기본권 보장을 위해 투명하고 안전한 온라인 환경 조성을 목적으로 하는 것은 아니라고 할 수 있다.

그러므로 디지털플랫폼에 관한 추후 법제 개선 논의에는 국민의 기본권 보장이나 사회적으로 주요한 가치를 유지·보존하기 위한 건전한 온라인 환경 조성 차원에서 디지털플랫폼에게 요구되는 공적 책임을 통합 관리할 수 있는 법률의 제정을 고려해야 한다. 이는 디지털플랫폼 관련 복수의 법률이 산재하는 상황으로 인해 수범자인 디지털플랫폼이 법적 의무 준수를 위해 지불하는 기회비용을 절감할 수 있다는 점에서 디지털플랫폼 사업자에게도 도움이 될 것이다. 현행 법률마다 그 소관 주무 부처가 다르므로 이러한 법률들을 통합·정리하는 데에 현실적인 어려움이 따를 수 있다. 그러나 국민의 기본권과 사회적 주요 가치 보호라는 상위의 이익이 우선되어야 할 것이다.

### Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

### References

- Kang, Ji-Won, So-Young Park (2021), "Discussion on the jurisdiction of the online platform fairization legislation", *Issues and Perspectives*, Vol. 1836, National Assembly Legislative Research Office: 1-4.
- Nam, Sang-Jun, Eun-Jin Cho (2020), "Current status and prospects of digital platform regulations -Fair competition and media-oriented-", *ETRI Insight*, 2020-14, Electronics and Telecommunications Research Institute: 8.
- Park, Hee-Young (2021), "Responsibilities and Obligations of Online Service Providers -Suggestions for the European Union's Digital Services Act-", *Issue Report*, 2021-1, Korean Copyright Commission: 7.
- 「EDAILY」 (2021a), "Online platform method that goes to the mountains... Doctors fight on the operating table", 2021.2.8.
- 「EDAILY」 (2021b), "General and special? Pre and post? Online platform competition between ministries", 2021.2.8.

- 「The JoongAng」 (2017), “[Platform business and two-sided market] Is the “winner-take-all” platform fair?”, 2017.6.12.
- Council of the European Union (2021a), Competitiveness Council, 27-28 May 2021.  
 <<https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/compet/2021/05/27-28/>>
- Council of the European Union (2021b), Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC:3-8..
- EU Commission (2021), The Digital Services Act package.  
 <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>>
- European Commission. (2020a). Shaping Europe’s Digital Future.  
 <[https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020\\_en\\_4.pdf?>](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf?>)
- European Commission (2020b), The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment.  
 <[https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en)>
- European Commission (2021), The Digital Services Act package.  
 <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>>
- European Parliament (2020a), Digital Services Act: adapting commercial and civil law rules for commercial entities operating online.  
 <[https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2020-0273\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2020-0273_EN.pdf)>
- European Parliament (2020b), Digital Services Act: Improving the functioning of the Single Market.  
 <[https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2020-0272\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2020-0272_EN.pdf)>
- Rochet, Jean-Charles, Jean Tirole (2006), “Two-sided markets: a progress report”, *RAND Journal of Economics*, 37(3): 646-647.
- Yosuke Okada (2018), “Digital Economy and Competition Policy”, *Fair Trade*, No. 812: 7.
- Hiroyuki Odagiri (2019), 『Industrial Organization Theory - Learning Theory and Strategy · Policy-』, Tokyo: Yui-kaku: 291.
- Ministry of Internal Affairs and Communications (2018), 『Law on Limitation of Liability for Damages of Specified Telecommunications Service Providers and Disclosure of Caller Information - Explanation-』 : 2, 5.  
 <[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000671655.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000671655.pdf)>
- Masayoshi Maruyama (2017), 『Economics of Management』 3rd edition, Tokyo: Yui-kaku: 236.

Toshifumi Kuroda (2019), “Why are giant digital platforms considered a problem?”, *Economic Seminar*, 707(4·5): 24.

Received September 20, 2021

Revised October 22, 2021

Accepted November 26, 2021