



EU ‘디지털서비스법(안)’ 입법 동향

김 지 현

- ◆ 최근 우리나라 개인정보보호위원회가 「개인정보 보호법」 위반으로 구글과 메타에 약 1,000억 원의 과징금 부과를 결정한 바 있다.¹⁾ 이는 온라인 맞춤형 광고에 활용된 개인정보 수집 동의와 관련된 사안이지만 동시에 맞춤형 광고의 정보 수집 사항을 이용자들에게 명확하게 알리지 않은 온라인서비스의 투명성 문제이기도 하다.
- ◆ EU 역시 투명하고 안전한 온라인 환경을 위하여 2020년 EU 집행위원회가 ‘디지털서비스법(안)’ (Digital Services Act: DSA)을 발의하였고 지난 7월 5일 유럽의회가 법안을 채택한 후 EU 이사회의 승인 절차를 남겨 놓고 있다. 온라인서비스 이용자의 기본 권리 보호 및 불법 콘텐츠 규제 목적의 ‘디지털서비스법(안)’은 입법 논의를 거치면서 온라인서비스의 투명성 의무가 한층 강화되었다. 다크패턴²⁾ 금지를 명시적으로 규정하고, 맞춤형 광고 및 추천 시스템의 투명성을 강화하는 방향으로 입법이 추진되고 있다.
- ◆ EU의 ‘디지털서비스법(안)’의 내용을 살펴보고 법안 논의 과정에서 추가된 온라인플랫폼 서비스의 투명성 강화에 관한 입법 동향을 살펴보고자 한다. 이는 향후 우리나라의 관련 입법에 유용한 참고자료가 될 수 있을 것이다.

■ **관련 법률** 「전기통신사업법」, 「정보통신망법」, 「전자상거래법」, 「개인정보 보호법」

■ **주제어** 디지털서비스법, 온라인서비스, 불법 콘텐츠, 다크패턴, 온라인플랫폼, 초대형온라인플랫폼, 온라인 맞춤형 광고, 디지털시장법, 프로파일링



도입

- ◆ 오프라인 환경 못지않게 온라인 상 디지털 환경이 일상화된 현실에서 현재 온라인 상에는 수많은 중개서비스와 온라인플랫폼들이 서비스되고 있다. 규모면에서는 빅테크 기업이라 불리는 초대형 온라인플랫폼이 등장하였고, 형태면에서는 온라인 마켓플레이스 외에도 소셜네트워크, 콘텐츠 공유 플랫폼 등 다양한 형태의 온라인플랫폼들이 생겨났다. 그리고 이와 더불어 불법 콘텐츠와 허위 정보 등의 문제도 함께 양산되었다.
- ◆ 이에 지난 2020년 12월 15일 EU 집행위원회(이하 ‘집행위원회’)는 ‘디지털서비스법(안)’을 발의하였다.³⁾ 그리고 2022년 4월 23일 유럽의회와 EU이사회 간 ‘디지털서비스법(안)’에 대한 정치적 합의가 이루어졌고 지난 7월 5일 유럽의회에서 이 법안이 채택되었다. ‘디지털서비스법(안)’은 최종 입법을 위해 EU이사회에 승인 절차를 남겨 두고 있으며, 규정(regulation)에 해당되므로 입법 후 EU 전역에 직접 적용된다⁴⁾.
- ◆ ‘디지털서비스법(안)’의 입법목적은 디지털서비스 이용자의 ‘기본 권리’가 보호되는 안전한 디지털 환경을 만드는 것이다. 즉, 예측가능하고 신뢰할 수 있는 투명하고 안전한 온라인 환경을 위하여, 온라인서비스 이용자와 온라인 상품·서비스·콘텐츠를 연결하는 중간 매개 역할을 하는 중개서비스에게 책임성과 투명성을 갖추도록 일정한 의무를 부과하는 것을 그 내용으로 한다.

※ ‘디지털서비스법(안)’의 ‘기본 권리’(fundamental rights)에는 표현 및 정보의 자유에 관한 권리, 사생활 및 가정생활에 관한 권리, 개인정보 보호에 관한 권리, 차별받지 않을 권리, 서비스이용자의 효과적 구제에 관한 권리, 사업을 행할 자유(계약의 자유 포함), 인간 존엄의 권리, 아동의 권리, (지적 재산을 포함한)재산을 보호할 권리 등이 포함되지만 이에 한정되지는 않는다(DSA 전문(前文) 제41호).



1) 개인정보보호위원회. <https://www.pipc.go.kr/np/cop/bbs/selectBoardArticle.do?mCode=C020010000> (2022.9.20. 검색).

2) ‘다크패턴’(dark pattern)이란 온라인서비스 이용자가 정보에 입각하여 자유롭게 결정하는 능력을 기만하거나 실질적으로 왜곡·손상하는 방식으로 온라인 인터페이스를 설계하는 것을 의미한다. 예를 들면 동의없이 장바구니에 추가 상품을 끼워 넣는 방식 등이다.

3) 2020년 12월 15일 ‘디지털서비스법(안)’은 ‘디지털시장법(안)’과 함께 ‘디지털서비스법 패키지’ 형태로 발의되었다. ‘디지털서비스법’과 구별되는 ‘디지털시장법’(Digital Markets Act)은 디지털 경제 내 혁신·성장·경쟁 촉진을 통한 공정 경쟁 확보를 목적으로 한다. 그리고 EU이사회는 2022년 7월 18일 ‘디지털시장법’을 승인하였다. 10월로 예정된 EU이사회 절차에서 ‘디지털서비스법’을 채택하면 EU는 ‘전자상거래지침’(2000/31/EC) 이후 다시 한번 온라인서비스에 대한 통합적인 법을 마련하게 된다.

4) 유럽의회에 이어 EU이사회가 ‘디지털서비스법(안)’을 채택하면, 관보에 공포되고 공표일로부터 20일 후 발효된다. 발효하고 15개월 후 또는 2024년 1월 1일 이후 (둘 중 늦은 시점부터) EU 전역에 디지털서비스법이 적용된다.

- ◆ 그런데 2022년 7월 5일 유럽의회가 채택한 '디지털서비스법(안)'(이하 '의회채택안')의 내용은 당초 2020년 12월 15일 집행위원회가 제안했던 '디지털서비스법(안)'(이하 '초안') 내용을 상당 부분 수정한 것이었다. 입법 논의를 거치면서 서비스이용자 보호 및 서비스제공자 규제가 미흡하다고 비판되었던 내용들을 보완했기 때문이다. 이 논의 과정에서 온라인플랫폼 제공자에게 책임성과 투명성을 부과하는 여러 의무들이 새롭게 추가·확대·강화되었다.
- ◆ 다크패턴 금지, 맞춤형 광고에 이용될 수 있는 이용자 정보 제한뿐만 아니라 온라인 광고 투명성 향상, 추천 시스템 투명성 확대 등 온라인서비스의 투명성 의무가 특히 강화되었다. 이 글에서는 '디지털서비스법(안)'이 규정하고 있는 온라인서비스별 의무를 개괄적으로 살펴본 후 입법 과정에서 새롭게 추가된 의무들을 중심으로 온라인서비스 투명성 강화 측면의 '디지털서비스법(안)'의 입법 동향을 살펴보고자 한다.

적용 온라인서비스 및 의무

- ◆ '디지털서비스법(안)'은 온라인서비스의 이용자⁵⁾가 EU 내에 소재하거나 이용자의 사업장이 EU 내에 있는 경우 적용된다. 서비스제공자의 사업장 소재지의 위치와는 무관하다(제1a조).
- ◆ '디지털서비스법(안)'은 EU 내 온라인서비스(제공자)에 대하여 책임성과 투명성을 요구하는 의무들을 명시하고 있다. 기본적으로 모든 중개서비스에 '주의 의무'를 부과하고 있고 나아가 호스팅 서비스, 온라인플랫폼, 초대형온라인플랫폼⁶⁾(초대형온라인검색엔진⁷⁾ 포함)에 대하여 순차적으로 그리고 중첩적으로 '추가 의무'를 부과하고 있다.
- ◆ 2020년 12월 발의된 초안과 달리 2022년 7월 5일 의회채택안에는 초대형온라인검색엔진에 대해서도 초대형온라인플랫폼에 적용되는 추가 의무를 부과하였다(제33a조).
- ◆ EU 내 서비스의 월평균 활성이용자수가 4,500만명이 넘는 초대형온라인플랫폼(또는 초대형온라인 검색엔진)이 고의 또는 과실로 디지털서비스법 조항을 위반하거나 관련 조치 결정을 준수하지 않는 경우, 집행위원회는 전(前)회계년도 전세계 연간 매출의 6%를 최대 과징금으로 부과할 수 있다(제59조).
- ◆ 예외 조항(원거리 계약 조항 등)을 제외하고 일정한 소기업⁸⁾에는 온라인플랫폼 제공자에게 부과되는 의무가 적용되지 않는다(제16조).

5) '서비스이용자'는 '디지털서비스법(안)' 본문 중 '서비스수신자'(recipient of the service)를 의미한다. 정보를 검색할 목적 또는 정보에 접속할 목적으로 중개서비스를 이용하는 자연인 또는 법인을 의미한다(DSA 제2조).

6) Very Large Online Platforms(VLOPs).

7) Very Large Online Search Engines(VLOSEs).

8) 250명 미만의 피고용인을 두고 연간 매출액이 5천만 유로를 초과하지 않는 기업 등이 해당될 수 있다(2003/361/EC 제2조).

표 1 디지털서비스법(안) 적용 서비스 및 의무

구분	중개서비스	호스팅서비스	온라인플랫폼 ⁹⁾	초대형온라인플랫폼
서비스 성격	단순도관서비스 ¹⁰⁾ 캐싱(caching)서비스 (호스팅서비스)	호스팅서비스 (저장)	호스팅서비스 (저장 및 배포)	EU 내 서비스의 월평균 활성이용자수가 4,500만명 이상이고 집행위원회가 지정한 서비스
서비스 유형	인터넷접속 제공자 도메인명등록서비스 디지털인증 발급서비스	클라우드 서비스 웹호스팅서비스	앱(애플리케이션)스토어 공유경제플랫폼 소셜(미디어)플랫폼 온라인 마켓플레이스	좌동(左同)
주의 의무	투명성보고서 공개 연락처·법적대리인 지정	투명성보고서 공개 연락처·법적대리인 지정	투명성보고서 공개 연락처·법적대리인 지정	투명성보고서 공개 연락처·법적대리인 지정
추가 의무	—	고지 및 조치 범죄 신고	고지 및 조치 범죄 신고 다크패턴 금지 온라인마켓플레이스 책임 온라인광고 투명성 추천 시스템 투명성 미성년자정보 이용 규제 민감정보 이용 규제	고지 및 조치 범죄 신고 다크패턴 금지 온라인마켓플레이스 책임 온라인광고 투명성 추천 시스템 투명성 미성년자정보 이용 규제 민감정보 이용 규제 위험평가 독립감사 데이터 공유 위기대응 협력

강화된 투명성 의무

◆ 다크패턴 금지 (제23a조)

- 다크패턴 금지 조항은 2020년 12월 발의된 초안에는 포함되지 않았으나 입법 논의 과정을 통해 의회채택안에서 온라인플랫폼 제공자에게 새로 추가된 의무이다.
- 다크패턴은 일종의 ‘눈속임 설계’라고 할 수 있는데, 다크패턴 행위의 예¹¹⁾를 보면 고객의 동의없이 장바구니에 추가 상품을 끼워넣거나(장바구니 끼워넣기), 구매 최종 단계에 이르러서야 새로운 추가 요금이 부과되거나(숨겨진 비용), 자동적으로 재구매되도록(숨겨진 구독) 하는 등 그 유형도 다양하다.

9) ‘온라인플랫폼’이란 서비스이용자의 요청에 따라 공적 정보를 저장하고 배포하는 ‘호스팅서비스’ 제공자이다(DSA 제2조).

10) ‘단순 도관 서비스’(mere conduit service)란 서비스이용자가 제공하는 정보를 통신망에 전송, 또는 통신네트워크에 접속하도록 제공하는 서비스를 말한다(DSA 제2조).

11) OECD. [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CP\(2020\)23/FINAL&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CP(2020)23/FINAL&docLanguage=En) (2022.9.20. 검색).

- 그동안 EU에서 다크패턴 행위는 소비자보호 측면이나 개인정보보호 측면에서 기존 법규로 규제되어오긴 했으나 명시적으로 다크패턴을 지칭하는 EU법은 없었다. 이번 '디지털서비스법(안)'은 명시적으로 '다크패턴'이라는 명칭을 전문(前文)에서 언급하고 있으며, 온라인플랫폼 제공자의 다크패턴을 금지하는 조항을 포함시켰다.
- '디지털서비스법(안)' 제23a조에서 명시적으로 '온라인플랫폼 제공자는 서비스이용자가 정보에 입각하여 자유롭게 결정을 내리는 능력을 기만하거나 조작하거나 또는 실질적으로 왜곡하거나 손상하는 방식으로 온라인 인터페이스를 설계·구성·운영해서는 안된다'라고 하여 다크패턴을 금지하고 있다.
- '디지털서비스법(안)' 전문(前文) 제51b호¹²⁾의 다크패턴 예시¹³⁾는 다음과 같다.

- * 서비스이용자가 결정하는 시점에 시각, 청각 기타 다른 요소로 특정 선택을 도드라지게 제공하는 경우
- * 이미 서비스이용자가 선택을 했는데도 반복해서 선택하도록 요청하는 경우
- * 서비스 가입 절차보다 서비스 해지 절차를 현저하게 성가시게 만든 경우
- * 특정 선택을 하는 것이 다른 선택을 하는 경우보다 훨씬 어렵거나 시간이 많이 소모되는 경우
- * 기존 온라인플랫폼을 탈퇴하거나 구매를 중단하는 것이 비합리적으로 어려운 경우

- 다만 '디지털서비스법(안)'의 다크패턴 조항은 기존의 '불공정거래행위지침'(UCPD¹⁴⁾)이나 '일반 개인정보 보호규정'(이하 'GDPR'¹⁵⁾)으로 규제되던 다크패턴 행위에는 적용되지 않는다. 따라서 이들 법에서 규제되지 않는 다크패턴 행위에 대하여 디지털서비스법의 규제가 적용된다.

◆ 미성년자 관련 온라인 맞춤형 광고 규제 (제24b조)

- 서비스이용자인 미성년자에 대한 온라인 맞춤형 광고 규제 역시 초안에 포함되지 않았으나 이후 의회채택안에 새롭게 추가된 조항이다. 제24b조 및 전문 제52b호에 따르면 미성년자가 이용하는 온라인플랫폼 제공자는 해당 서비스 내에 미성년자의 프라이버시, 안전, 보안을 높은 수준으로 보장하는 적절하고 비례적인 수단을 마련해야 한다고 규정한다.
- 또한 온라인플랫폼 제공자는 서비스이용자가 미성년자라는 것을 합리적으로 확실히 인식한 때에는 온라인 인터페이스에서 '서비스이용자의 개인정보(personal data)를 이용한 프로파일링(profiling) 기반의 광고'를 할 수 없다고 규정하고 있다. 따라서 미성년자의 개인정보를 기반으로 한 온라인 맞춤형 광고는 규제된다.

※ '프로파일링'(profiling): 일정한 '개인적 양상'(personal aspects)을 평가하기 위하여 개인정보(personal data)를 이용하는 자동화된 개인정보 처리 방식을 의미한다. 특히 업무 수행, 경제 상황, 건강, 개인 선호, 관심, 신뢰성, 행위, 위치, 이동에 관한 (개인) 양상을 분석하거나 예측하기 위한 것이다(GDPR 제4조제4항).

12) '디지털서비스법(안)' 전문 제51b호에 따르면 온라인 인터페이스의 구조·설계·기능을 통해 서비스이용자들의 선택·결정을 왜곡하거나 손상하여, 서비스이용자에게 부정적인 결과를 가져올 수 있는 원치 않은 행동·결정을 하도록 하는데 다크패턴이 사용된다고 보고 있다.

13) 예시 중 특정 행위에 대해서는 다크패턴 적용과 관련한 가이드를 집행위원회가 발행할 수 있도록 하였다(제23a조).

14) 'Unfair Commercial Practices Directive'(2005/29/EC).

15) 'General Data Protection Regulation'((EU) 2016/679).

◆ 온라인 광고 투명성 향상 (제24조)

- 온라인 인터페이스에 광고를 게재하는 온라인플랫폼 제공자는 각 서비스이용자에게 제공되는 각각의 특정 광고에 대하여 실시간으로 명확하고 구체적이며 모호하지 않은 방법으로 일정 사항을 확인할 수 있도록 보장해야 한다. 즉 광고비 지급인에 대한 정보나 광고수신자를 결정하는 데 사용된 주요 매개변수(parameter) 정보 그리고 매개변수 변경 방법 등을 확인할 수 있게 해야 한다.
- 서비스이용자의 ‘특별 분류된 개인정보’ 즉 ‘민감정보’(sensitive data)를 이용한 프로파일링 기반의 온라인 광고를 금지한다. 이는 법안 전문 제52a호에서 밝히고 있듯이 맞춤형 광고 즉 타겟팅 기술을 기반으로 한 광고의 경우 조작 기술로 해당 집단에 부정적 영향을 줄 수 있고 허위정보를 제공하거나 특정 집단을 차별하는 등 사회적 위험을 가져올 수 있기 때문이다.

※ ‘특별 분류된 개인정보’(special categories of personal data): 인종출신, 민족출신, 정치적 견해, 종교적 신념, 철학적 신념, 노조가입, 유전자데이터, 자연인을 고유하게 식별할 목적의 생체인식 데이터, 건강관련 데이터, 성생활 또는 성적 취향에 관한 데이터(GDPR 제9조제1항).

◆ 추천 시스템 투명성 적용 확대 (제24a조)

- 초안에서는 ‘추천 시스템’(recommender systems)의 투명성 의무가 초대형온라인플랫폼에만 적용되던 의무였으나, 의회채택안에서는 온라인플랫폼 제공자에게도 추천 시스템 투명성 의무가 부과되었다.
- 추천 시스템을 사용하는 온라인플랫폼 제공자는 해당 이용약관에 평이하고 이해하기 쉬운 언어로 추천 시스템에 사용된 주요 매개변수를 설명해야 한다. 해당 매개변수를 수정하거나 영향을 줄 수 있는 선택 사항에 대해서도 설명해야 한다. 또한 주요 매개변수는 ‘왜 특정한 정보가 서비스이용자에게 제공되었는지’를 설명해야 하며, 최소한 (1)서비스이용자에게 제공된 정보 결정에 있어서 가장 중요한 기준 그리고 (2)해당 매개변수의 ‘상대적 중요성’에 관한 이유를 포함해야 한다.
- 특히 초대형온라인플랫폼이 추천 시스템을 제공하는 경우에는 각 추천 시스템에 프로파일링에 기반을 두지 않은 선택 사항을 적어도 1개 이상 제공하도록 한다(제29조).

◆ 초대형온라인플랫폼 제공자의 위협평가 의무 강화 (제26조)

- 초대형온라인플랫폼 제공자는 최소한 연 1회 EU 내 서비스의 설계(알고리즘 시스템 포함)와 기능·사용에 따른 시스템 상 위험을 성실하게 확인·분석·평가해야 한다. ‘위협평가’는 서비스 내 불법 콘텐츠¹⁶⁾ 유포와 더불어 (1)기본 권리(인간존엄, 개인정보 보호, 표현 및 정보의 자유 등)의 행사, (2)시민 담론, 선거 과정 및 공공 안보, (3)성별을 기반으로 한 폭력, 공중 보건 보호, 미성년자 등의 사안들과 관련하여 실제의 또는 예측가능한 부정적 효과를 포함하는 ‘시스템 위험’을 평가해야 한다(제26조). 초안에서는 불법 콘텐츠나 일부 기본 권리(표현 및 정보의 자유 등)로 한정되었으나 의회채택안은 개인정보 보호, 공중 보건 보호 등 평가영역을 확대하였다.

16) ‘불법 콘텐츠’(illegal content)란 콘텐츠 자체 또는 제품판매·서비스제공과 관련하여 EU법이나 회원국법을 준수하지 않는 정보를 의미한다(DSA 제2조). 불법 혐오 표현, 테러리스트 콘텐츠, 은밀한 사적 이미지의 동의 없는 공유 등이다.

맺음말

- ◆ 이상으로 EU '디지털서비스법(안)'의 내용을 대략적으로 살펴보고 입법 논의 과정에서의 수정 사항을 통하여 최근 온라인플랫폼 제공자에게 강조되고 있는 투명성 의무에 대하여 살펴보았다. 이들 의무를 보면 (1)온라인 인터페이스 설계를 통해 서비스이용자의 결정을 왜곡하는 다크패턴을 금지하고, (2)미성년이용자의 개인정보나 서비스이용자의 민감정보가 온라인 맞춤형 광고에 사용될 수 없도록 하며, (3)온라인 광고 및 추천 시스템의 주요 매개변수를 공개하도록 하는 등 온라인플랫폼 서비스의 전반적인 투명성을 강화하여 서비스이용자들의 권리를 보다 강하게 보호 하도록 EU 디지털서비스법의 입법이 추진되고 있다.
- ◆ 우리나라의 경우 온라인 맞춤형 광고와 관련하여 「정보통신망법», 「전자상거래법», 「개인정보 보호법」 등 각각 다양한 법률에서 관련 법개정을 추진하고 있다. 또한 온라인서비스 전체를 개별 법률에서 통합하여 규정하려는 '디지털통신법(안)'이나 '온라인플랫폼공정화법(안)' 등의 입법 추진도 논의되고 있다. 이들 법률의 개정 및 제정 논의에 있어서 이번 EU의 '디지털서비스법(안)'의 이용자 권리 보호 및 온라인플랫폼 투명성 관련 의무 규정은 의미있는 참고자료가 될 것이다.

표 2 디지털서비스법(안) 온라인서비스별 의무

구분	서비스별 의무	관련 조항	중개 서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	초대형 온라인 플랫폼
주의 의무	투명성 보고서 공개	제13조	○	○	○	○
	연락처 및 법적 대리인 지정	제10조, 제10a조, 제11조	○	○	○	○
추가규정 (호스팅서비스)	(신고)고지 및 조치	제14조		○	○	○
	형사 범죄 신고	제15a조		○	○	○
추가규정 (온라인플랫폼)	이의제기·배상 시스템 법원 외 분쟁해결시스템	제17조, 제18조			○	○
	남용에 대한 조치	제20조			○	○
	온라인마켓 플레이스의 특별 책임	제24c조, 제24d조, 제24e조			○	○
	다크패턴 금지	제23a조			○	○
	미성년자 개인정보 및 이용자 민감정보 맞춤형 광고 금지	제24조, 제24b조			○	○
	추천 시스템 투명성	제24a조			○	○
	온라인 광고 투명성	제24조			○	○
	위험평가 및 위험경감	제26조, 제27조				○
추가 의무 (초대형 온라인플랫폼)	독립 감사	제28조				○
	추천 시스템 중 프로파일링 외 선택	제29조				○
	정부기관 및 연구자와 데이터 공유	제31조				○

최신 외국입법정보 발간목록

- 일본의 소유자불명토지 이용에 관한 입법례
제204호 (2022-09-20)
- 영국의 노동조합 쟁의행위에 대한 손해배상 입법례
제203호 (2022-09-06)
- 의사조력사망 제도 관련 해외 입법례
제202호 (2022-08-30)
- 미국 사이버보안 인력 양성 입법례
제201호 (2022-08-23)
- 주요국의 고령자 교육 입법례
제200호 (2022-08-16)
- 독일의 장애인 참여 증진 입법례
제199호 (2022-07-26)
- 미국의 개인정보주체 권리 강화입법례
제198호 (2022-07-12)
- 프랑스의 원전 설계수명 만료후 운영 입법례
제197호 (2022-06-28)
- 영국의 장애인에 대한 택시 및 개인임대차량 입법례
제196호 (2022-06-21)
- 미국의 유기성폐자원 에너지 활용 입법례
제195호 (2022-06-14)
- 독일의 식품 소비기한 표시제 입법례
제194호 (2022-05-24)
- 디지털자산에 관한 미국의 행정명령 입법례
제193호 (2022-05-17)
- 일본의 경제안전보장 입법례
제192호 (2022-05-03)
- 도서관 자료 디지털 전송에 관한 일본 입법례
제191호 (2022-04-26)
- 호주와 영국의 온라인 안전 입법 동향
제190호 (2022-04-12)
- 완전 자율주행차 충돌시 이용자 보호에 관한 미국의 입법례
제189호 (2022-03-29)
- 주요국의 그린워싱 방지 입법례
제188호 (2022-03-22)
- 고령자 금융 피해 방지 관련 미국·영국·일본 입법례
제187호 (2022-03-15)
- 프랑스의 우주개발 거버넌스 입법례
제186호 (2022-03-08)
- 가상자산 과세에 관한 미국·유럽연합·인도의 입법례
제185호 (2022-02-22)
- 전자감독제도 관련 미국, 독일, 프랑스 입법례
제184호 (2022-02-15)
- 기업의 사회적 책임 관련 독일 입법례
제183호 (2022-02-08)
- 영국의 「국가안보투자법(2021)」
제182호 (2022-01-25)
- 전기자동차 충전소 설치 관련 프랑스 입법례
제181호 (2021-12-14)
- 유급병가 제도 도입 관련 독일·호주 입법례
제180호 (2021-12-07)
- 안면인식정보 보호에 관한 미국 입법례
제179호 (2021-11-30)
- 온라인 수색 관련 EU사이버범죄 방지조약 및 독일 입법례
제178호 (2021-11-16)
- NFT의 가상자산 적용 논의에 관한 해외 입법동향
제177호 (2021-11-09)
- 우주자원 개발에 관한 일본 입법례
제176호 (2021-10-26)
- 독일의 코로나19에 따른 자영업자 지원 정책 입법례
제175호 (2021-10-12)
- 공공시설 내 식당에서의 채식 메뉴 선택사항 의무화 관련 포르투갈과 유럽연합 입법례
제174호 (2021-09-28)
- 미디어 리터러시 교육 관련 미국·프랑스 입법례
제173호 (2021-09-14)
- 머지포인트 사태 관련 유럽연합과 영국의 선불충전금 입법례
제172호 (2021-09-07)
- 일본 디지털청 신설과 디지털사회형성 기본법
제171호 (2021-08-31)
- 빅테크 기업 등 대규모 온라인플랫폼 규제 입법동향
제170호 (2021-08-24)
- 동물학대 행위자 심리상담 제도 도입 관련 미국 입법례
제169호 (2021-08-17)
- 글로벌기업 과세에 관한 국제적 논의 동향
제168호 (2021-08-10)
- 일본 제5차 지방소멸 위기지역 대응법률
제167호 (2021-07-27)
- “사정변경의 원칙”에 관한 독일, 프랑스, 이탈리아 입법례
제166호 (2021-07-20)
- 유럽연합의 인공지능 규정(안)
제165호 (2021-07-06)
- 의사의 중대범죄 시 의사면허취소 관련 일본 및 미국 입법례
제164호 (2021-06-29)
- 글로벌 디지털 플랫폼의 언론간행물 대가지급에 대한 입법동향
제163호 (2021-06-22)
- EU 플라스틱 규제 관련 입법례
제162호 (2021-06-15)
- 독일 가족개념 확대 입법례
제161호 (2021-06-08)
- 출생통보제 도입 관련 영국, 미국, 캐나다, 독일 입법례
제160호 (2021-05-18)
- 독일의 순환경제를 위한 폐기물 관리 입법례
제159호 (2021-05-11)
- 스토크행위 규제 관련 일본 입법례
제158호 (2021-04-27)



「최신외국입법정보」는 국회법률도서관
<http://law.nanet.go.kr>에서도 보실 수 있습니다.

발간등록번호 31-9720109-001630-14

ISSN 2586-6869



국회도서관
NATIONAL ASSEMBLY LIBRARY