

택배사업자의 개인정보 취급특성에 따른 개인정보보호방안 연구

윤 주 희*

목 차

I. 문제의 제기	1. 택배업자의 개인정보 취급상 특성
II. 개인정보처리자로서 택배업자의 특성과 법적 지위	2. 택배업자의 개인정보 취급상 법적 문제점
1. 개인정보처리자로서의 택배업자	3. 개인정보 파기에 대한 해석문제
2. 개인정보 취급수탁자로서의 택배업자	IV. 택배업자의 개인정보보호를 위한 개선 방안
3. 택배업자의 개인정보보호 의무	V. 결 론
III. 택배업자의 개인정보 취급에 따른 법적 문제점	

I. 문제의 제기

최근 카드사의 개인정보 유출사고에 이어서 이동통신사, 소셜커머스 쇼핑몰, 심지어 택배회사까지도 개인정보가 유출되는 사태가 발생하여 사회 전반에 개인정보의 유출에 대한 불안감이 극대화 되고 있다. 어느 분야 하나라도 개인정보 유출로 인한 문제가 심각하지 않은 곳은 없지만, 택배사의 경우는 배송정보조회 프로그램을 통해 고객의 개인정보뿐만 아니라 배송에 관한 정보도 빼낸 뒤 이를 팔아버려¹⁾ 단순히 개인정보만이 유출된 경우와는 달리 제2, 제3의 피해가 발생할 가능성이 다분하다. 택배와 관련한 개인정보의 유출문제는 최근의 사건만이 문제되는

* 인하대학교 법학연구소 책임연구원

1) Metro, “뽕 뚫린 개인정보 전 국민이 당한다”, 2014. 4. 29.; 컨슈머타임스, “CJ대한통운 개인정보 유출, 택배기사가 382회 팔아 7000만원 챙겨”, 2014. 3. 18.

것이 아니다. 이미 택배 기사용 운송장이 박스째 버려지는 것이 보도되기도 하고,²⁾ 택배 물건을 쌓아둔 집하장에서 상자에 붙어 있는 주소 등을 미리 확인한 뒤, 택배 배달 장소에 미리 도착해 수령자인 척하면서 물품을 빼돌리는 등의 사고³⁾ 도 보도된 바 있다.

택배를 의뢰 받게 되면 수취인의 이름과 연락처 그리고 주소정보, 심지어 경우에 따라서 주문정보까지도 확인할 수 있게 된다. 또한 택배 회사에 소속되어 있거나 개별 배송을 담당하는 택배기사의 경우 동일지역에 지속적으로 배송을 담당하기 때문에 단순히 한 번의 배송으로 끝나는 것이 아니라 누가 어느 정도의 구매활동을 하는지도 파악할 수 있어 개인정보 노출로 인한 위험이 더 크다.⁴⁾

오늘날 택배산업은 홈쇼핑·전자상거래의 성장과 더불어 급성장하는 계기를 마련하고 있으며⁵⁾ 향후 이러한 추세는 더욱 증가할 것이다.⁶⁾ 그러나 이와 같은 성장과 확산은 해결해야 할 과제들을 만들고 있는데, 특히 중요한 이슈로 떠오르고 있는 개인정보보호의 문제도 이러한 과제 중의 하나이다. 사실상 개인정보보호에 대한 사회적 관심이 여전하고 유출 등에 따른 문제에 대해서도 다각도로 해결점을 찾기 위한 노력이 진행되고 있다. 이러한 일환으로 「개인정보보호법」의 제정·시행과 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 “정보통신망

2) SBS, “뭉치로 나뉘는 택배 운송장…개인정보 ‘줄줄’”, 2013.9.12자.

3) JTBC 뉴스, “택배상자서 ‘개인정보’ 술술…중간에서 택배 물건 가로채”, 2013.7.29자.

4) SBS, “속옷 색깔까지…개인정보 새는 택배 집하장”, 2013.9.14자. 이 기사에서는 택배 기사 1명이 하루에 나르는 물건은 최소 2백상자. 이에 따라 갖가지 고객 정보를 담은 택배 기사용 운송장이 하루에도 200~300백장씩 나오고 있지만 이를 제대로 폐기하지 않고 멋대로 버려지는 회사들이 많다고 한다.

5) 송승훈, “택배산업의 성장 요인에 관한 실증 분석 : 전자상거래 성장을 중심으로”, 유통경영학회지 제14권 제2호(유통경영학회, 2011), 107쪽~110쪽.

6) 아시아경제, “대한상의 ‘개인 택배시장 급성장’”, 2011.8.29자.

7) 임형채, “소셜커머스 성장이 택배시장에 미치는 영향”, 우정정보 89권(정보통신정책연구원, 2012), 45쪽.

법”)⁸⁾의 개정은 그동안 개인정보보호의 사각지대로 인식되었던 분야에
서 보호체계를 구축하고 보다 정보주체 지향적인 접근을 하고 있다는
점에서 상당히 긍정적이라고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 최근에는 이용자로부터 개인정보를 수집하여 이
용하고 있는 사업자뿐만 아니라 그 사업자로부터 개인정보를 제공받은
수탁자나 제3자의 개인정보 관리실태에 많은 문제점이 제기되고 있는
것 또한 사실이다.⁸⁾ 특히 택배나 대리운전과 같이 다른 사업자로부터
이용자의 개인정보를 제공받아 서비스를 제공하고 있는 경우 개인정보
보호법이나 정보통신망법을 통하여 개인정보보호 규정을 두고 있지만
해석기준이 모호하거나 적용이 어려운 경우가 있다. 특히 온라인 쇼핑이
흔해지면서 택배를 받고 나서 운송장을 함부로 방치해 스캠이나 보이스
피싱에 악용되는 사례까지도 있어 이의 해결이 시급한 실정이다.⁹⁾ 이에
본 연구에서는 택배사업자의 법적지위와 개인정보 취급상의 특성 및
문제점 등을 살펴보고 이의 해결을 위한 방안을 모색해 보고자 한다.

II. 개인정보처리자로서 택배업자의 특성과 법적 지위

1. 개인정보처리자로서의 택배업자

택배는 그 자체가 계약의 대상이 되기도 하고 판매자의 판매물품을
배송해주는 보조의 역할을 하기도 한다. 만일 이용자가 택배업자를 통
하여 어떤 물건을 배송하기로 하는 계약을 체결하였다면 택배업자와
이용자는 배송서비스제공계약의 당사자가 된다. 반면에 판매업자가 구
매자에게 물품을 판매하고 그 물품의 배송을 위하여 택배업자와 배송계

8) 디지털타임즈, “택배·대리운전 개인정보 노출 무방비... 대책은”, 2012.11.6자.

9) 정책공감, “택배 이용할 때 개인정보, 이렇게 보호하세요!”, 2012.9.13자.

약을 체결했다면 이 배송계약에서는 판매업자와 택배업자가 계약당사자가 되겠지만 판매업자와 구매자 사이에서 택배업자는 판매자의 이행을 보조해주는 역할을 하게 된다. 예컨대 현행 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(이하 “전자상거래소비자보호법”)」 제9조에서 규정하고 있는 배송사업자 등의 협력의무규정¹⁰⁾은 이행보조자로서 택배업자의 지위를 고려한 것이다.¹¹⁾

거래관계에서 택배업자의 법적지위가 달라지는 것과 마찬가지로 개인정보의 처리에 있어서도 법적지위가 달라지고 개인정보의 취급기준도 달라진다. 만일 이용자가 택배업자의 영업소를 방문해서 물품의 배송을 요청하고 택배업자가 배송을 완료한 경우 개인정보보호법에 따라 택배업자는 개인정보의 수집·이용에 관한 의무를 준수하여야 한다. 반면 판매업자와 구매자사이의 계약에 따라 판매업자가 택배업자에게 물건 배송을 의뢰함으로써 개인정보를 제공하는 경우에는 제공받은 개인정보의 이용과 관리에 따른 의무를 부담하게 된다.

적용되는 법률의 측면에서 보면 배송계약과 이행사이에 전부 또는 일부가 정보통신망¹²⁾을 통해 이루어지는 경우에는 정보통신망법상의 개인정보보호에 관한 규정을 준수하여야 한다. 반면 정보통신망을 통한 거래관계가 아닌 경우에는 개인정보보호법에서 규정하고 있는 기준을 준수하여야 한다. 그런데 적용 법률을 구분하는 것과는 달리 개인정보

10) 전자상거래소비자보호법 제9조에서는 전자상거래나 통신판매에 따라 재화등을 배송하는 자에 대해서는 배송사고나 배송 장애 등으로 분쟁이 발생하는 경우 그 분쟁의 해결에 협조하여야 한다고 규정하고 있으며 이들에 대해서는 전자상거래사업자의 이행보조자로 이해한다(정완용, “전자상거래소비자보호법에 관한 고찰”, 경희법학 제37권 제1호(경희대학교 법학연구소, 2002), 187쪽.

11) 윤주희, “전자상거래 관여자의 민사책임에 관한 고찰”, 법학연구 제14집 제3호(인하대학교 법학연구소, 2011.11), 170쪽.

12) 정보통신망이란 전기통신설비를 이용하거나 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술을 활용하여 정보를 수집·가공·저장·검색·송신 또는 수신하는 정보통신체제를 말한다(정보통신망법 제2조 제1항 제1호).

보호법이든 정보통신망법이든 택배업자의 개인정보보호에 관한 규정 내용은 거의 비슷하다.¹³⁾ 오히려 택배업자가 이용자의 계약상대방인 경우에 적용되는 기준과 판매업자의 이행보조자로서 적용되는 기준이 같은 법 내에서라도 다르다. 전자의 경우에는 거래의 직접당사자라는 점에서, 후자는 이행보조자임과 동시에 거래의 직접당사자로부터 개인정보를 제공받는다라는 점에서 개인정보 취급의 기준을 달리하고 있기 때문이다. 구체적인 법적 특성을 살펴본다.

2. 개인정보 취급수탁자로서의 택배업자

2.1 개인정보 취급위탁관계에서 판매업자와 택배업자

정보통신망법과 개인정보보호법은 모두 개인정보를 직접 수집한 정보통신망서비스제공자 내지 개인정보처리자(이하 “판매업자”)로부터 당해 개인정보를 제공받은 자에 대해서 두 가지 경우로 나누어 규정하고 있다. 하나는 판매업자와 제3자 사이에 개인정보 제공에 대한 계약을 체결하여 수집한 개인정보를 제공하는 경우이고 다른 하나는 판매업자의 업무와 관련된 일부를 판매업자 그 자신의 책임과 권한으로 행하도록 제3자에게 위탁하는 경우이다. 개인정보의 제공이라는 측면에서는 유사한 행위지만 개인정보의 제3자 제공은 판매업자의 업무관련성 여부와 관계없이 정보를 제공하는 것이고, 개인정보의 취급위탁은 판매업자의 내부업무 이행을 위하여 정보를 제공하는 것이 다르다.¹⁴⁾

이 둘의 구분은 개인정보를 자신의 업무를 위해서 제공받는지 아니면 제공자의 업무를 위하여 제공받는지에 따라 구분해 볼 수 있다. 따라

13) 이하 개인정보 보호에 관한 사항은 이창범, 개인정보보호법(법문사, 2012) 참조.

14) 이성엽, “개인정보 법제의 쟁점과 개선방안”, Law & Technology 제5권 제4호(서울대학교 기술과법센터, 2009.7), 127쪽.

서 판매업자로부터 물품 배송을 위해 업무를 수행하는 택배업자의 개인정보에 취급상 법적 지위는 판매업자의 업무를 위하여 개인정보를 제공받는 수탁자에 해당한다. 그러므로 이 경우 판매업자는 개인정보의 취급위탁자이고 택배업자는 개인정보의 취급수탁자이다.

2.2 개인정보 취급위탁에 대한 법적 규율

현행 규정은 개인정보의 취급위탁에 관해서 수탁자의 입장보다는 위탁자의 입장에서 보호의무사항을 주로 규정하고 있다. 즉, 판매업자와 택배업자 간 개인정보의 취급위탁계약을 체결하는 경우 판매업자는 택배업자가 제공받은 개인정보에 대해 법에서 규정하고 있는 보호조치를 이행하도록 감독해야 한다. 보호조치의 내용에 대해서도 개인정보보호법의 경우 제26조에서는 반드시 포함되어야 할 사항을 정하고 그 내용이 포함된 문서로서 계약을 하여야 한다고 명시하고 있다.¹⁵⁾

정보통신망법의 경우도 개인정보보호법과 같이 취급위탁에서 포함해야 할 계약사항을 구체적으로 규정하고 있지는 않지만, 위탁자의 관리·감독 및 주의의무를 규정하고 있다. 즉, 위탁자는 정보주체의 개인정보가 분실·도난·유출·변조 또는 훼손되지 않도록 수탁자를 교육하여야 할 의무가 있고, 처리 현황 점검 등을 통해 수탁자가 개인정보를 안전하게 처리하는지를 감독하여야 한다(정보통신망법 제25조).

15) 구체적으로 반드시 포함되어야 할 사항은 다음과 같다.

- 가. 위탁업무 수행 목적 외 개인정보의 처리 금지에 관한 사항
- 나. 개인정보의 기술적·관리적 보호조치에 관한 사항
- 다. 위탁업무의 목적 및 범위
- 라. 재위탁 제한에 관한 사항
- 마. 개인정보에 대한 접근 제한 등 안전성 확보 조치에 관한 사항
- 바. 위탁업무와 관련하여 보유하고 있는 개인정보의 관리 현황 점검 등 감독에 관한 사항
- 사. 수탁자가 준수하여야 할 의무를 위반한 경우의 손해배상 등 책임에 관한 사항

2.3 개인정보 취급수탁자로서 택배업자

판매업자로부터 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자는 개인정보의 취급수탁자가 되며 취급위탁에 관해 규정하고 있는 개인정보보호법과 정보통신망법상의 규정내용이 적용된다. 이에 따라 택배업자는 판매업자로부터 수탁받은 업무범위를 초과해서 개인정보를 이용하거나 제3자에게 제공해서는 안 된다(개인정보보호법 제26조 제5항, 정보통신망법 제25조 제3항). 따라서 택배업자가 이 규정을 위반하여 제공받은 개인정보를 이용하거나 제3자에게 제공하면 그 자체로 불법행위가 되며 이로 인해서 정보주체에게 손해가 발생하는 경우에는 이를 배상할 책임이 있다(개인정보보호법 제39조 제1항, 정보통신망법 제32조).

그런데 개인정보보호법과 정보통신망법은 모두 개인정보 취급수탁자의 법 위반행위에 대해서 위탁자의 소속직원으로 본다고 규정하고 있기 때문에 이행보조자로서의 택배업자에 대한 적용과 차이가 발생한다. 즉, 택배업자가 판매업자와 구매자간의 계약관계에서 판매업자를 위해 물품배송을 하는 경우 이행의 보조를 하는 자가 된다는 점을 앞서 언급하였다. 이행보조자는 구매계약에서의 계약당사자가 아니므로 계약책임의 당사자가 아니다. 즉, “채무자의 의사관여 아래서 채무자가 하여야 할 이행행위에 속하는 활동을 하는 사람”을 이행보조자¹⁶⁾라고 할 때,¹⁷⁾ 이행보조자는 본인의 행위를 보조한다는 차원에서 본인이 위임한 범위 내에서 책임과 권한이 있으나 채무이행에 있어서 이행보조자의 고의나 과실은 채무자의 고의나 과실로 본다(민법 제391조). 그러므로 택배업자가 배송을 하는 과정에서 택배업자의 고의나 과실로 손해가 발생하면

16) 대법원 1999. 4. 13. 선고, 98다51077판결. 51084판결.

17) 유사한 개념으로 이행대행자가 있는데 “채무자에 갈음하여 독립적으로 채무의 전부 또는 일부를 이행하는 자”를 말한다.

그 책임은 판매업자에게 있다.

그런데 개인정보보호의 측면에서 택배업자의 고의 또는 과실로 인한 손해의 문제는 이러한 접근방식과 다르다. 왜냐하면 정보통신망법(제 25조 제5항)과 개인정보보호법(제26조 제6항)은 모두 개인정보의 취급 위탁관계에서 수탁자를 위탁자의 소속직원으로 본다고 규정하고 있기 때문이다. 즉, 개인정보의 취급관계에서 택배업자는 사용자¹⁸⁾의 지위를 갖는다. 이러한 법적 지위는 본인의 책임범위를 달리한다. 먼저 택배업자를 이행보조자 볼 경우 본인의 업무를 본인의 이름으로 수행하기 때문에 이행보조자의 고의·과실을 본인의 과실로 보는 민법 제391조¹⁹⁾에 따라 그 책임이 판매업자에게 있다. 그러나 사용인으로써 보는 경우에 택배업자가 개인정보보호에 관한 규정을 위반하여 구매자에게 손해를 입히면 그에 대한 일차적 손해배상의 책임은 본인이 되겠지만, 만일 판매업자가 택배업자의 선임 및 그 사무감독에 상당한 주의를 한 때 또는 상당한 주의를 하여도 손해가 있을 때에는 책임을 부담하지 않는다(민법 제755조²⁰⁾).

18) 법인세법에서는 이행보조자에 대하여 기업과의 근로계약에 의하여 근로를 제공하고 그 대가를 받는 종업원이라고 명시하고 있다(법인세법 제33조).

19) 민법 제391조는 이행보조자의 고의, 과실에 대하여 “채무자의 법정대리인이 채무자를 위하여 이행하거나 채무자가 타인을 사용하여 이행하는 경우에는 법정대리인 또는 피용자의 고의나 과실은 채무자의 고의나 과실로 본다”고 규정하고 있다.

20) 민법 제756조는 사용자의 배상책임에 관하여 제1항에서 “타인을 사용하여 어느 사무에 종사하게 한 자는 피용자가 그 사무집행에 관하여 제삼자에게 가한 손해를 배상할 책임이 있다. 그러나 사용자가 피용자의 선임 및 그 사무감독에 상당한 주의를 한 때 또는 상당한 주의를 하여도 손해가 있을 경우에는 그러하지 아니하다”고 규정하고 있다.

3. 택배업자의 개인정보보호 의무

3.1 배송을 위한 개인정보 취급수탁자로서 개인정보 보호의무

3.1.1 개인정보의 이용제한

정보통신망법과 개인정보보호법은 개인정보 취급수탁자에 대한 직접적인 개인정보 보호의무를 업무위탁과 위탁자의 관리의무 측면에서 규정하고 있다. 이 규정에서 택배업자는 판매업자로부터 배송에 필요한 개인정보를 제공받는 경우 판매업자가 미리 정한 개인정보 취급목적의 범위내 즉, 배송에 필요한 범위내에서 개인정보를 이용하여 배송업무를 수행하여야 하고 이 범위를 벗어나서 구매자의 개인정보를 취급해서는 안 된다(정보통신망법 제25조 제3항은). 즉, 배송을 의뢰받은 업무 외에 개인정보를 이용하는 것이 안 될 뿐만 아니라 제3자에게 제공해서도 안 된다(개인정보보호법 제26조 제5항).

개인정보의 이용제한은 동의받은 목적범위 내에서의 이용뿐만 아니라 제3자에 대한 제공이나 재위탁의 경우에도 해당한다. 재위탁은 택배업자가 판매업자로부터 수탁받은 사무에 대해 다른 택배업자에게 또다시 위탁을 하는 경우로서 이 경우에도 수탁자인 택배업자가 단독으로 재위탁을 할 수 있는 것은 아니며 판매업자의 동의를 얻고 판매업자가 구매자로부터 재위탁에 따른 정보제공 동의를 얻은 후에야 재위탁이 가능하다.²¹⁾

3.1.2 개인정보의 제3자 제공금지

개인정보 취급수탁자인 택배업자가 판매업자로부터 제공받은 개인정보를 제3자에게 제공하는 것에 대해서는 원칙적으로 금지된다고 할

21) 정보통신서비스 제공자를 위한 개인정보보호 가이드(방송통신위원회·한국인터넷진흥원, 2011.1), 52쪽.

수 있다. 즉 개인정보보호법은 개인정보 취급수탁자가 개인정보처리로부터 수탁받은 해당 업무 범위를 초과하여 개인정보를 이용하거나 제3자에게 제공하여서는 안 된다고 규정하고 있으며(개인정보보호법 제2조 제5항), 정보통신망법에서도 명시적인 언급은 없지만 개인정보 취급수탁자의 경우 위탁자가 미리 정하여 놓은 개인정보의 취급목적 범위내에서 이용자의 개인정보를 취급하여야 한다고 규정하고 있다(법 제25조 제3항).

이 규정만을 토대로 볼 때, 업무범위를 초과하지 않는 경우에는 제3자 제공이 가능하다고 볼 여지도 있다. 그러나 개인정보의 제3자 제공과 개인정보의 취급위탁은 모두 제3자에 대한 개인정보의 제공이라는 형태로 이루어진다 하더라도 개인정보의 제3자 제공은 개인정보를 제공받은 제3자의 업무를 위하여 개인정보의 제공이 이루어지고 있으며, 개인정보의 취급위탁은 개인정보를 제공하는 위탁자의 업무를 위하여 제공이 이루어지고 있다는 점에서 취급이 달라질 필요가 있다. 그러므로 개인정보 취급위탁의 업무범위를 초과하지 않는 경우란 개인정보의 취급위탁을 위한 목적범위를 전제로 하기 때문에 개인정보 취급수탁자인 택배업자에게 배송을 의뢰하기 위하여 개인정보의 취급위탁이 이루어진 경우에는 배송을 위해 필요한 범위 내에서 즉, 재위탁의 경우만이 여기에 해당한다고 할 수 있기 때문에 결국 개인정보의 제3자 제공은 허용되지 않는다고 볼 수 있다.²²⁾ 나아가 개인정보의 위탁계약시에 개인정보의 안전에 필요하다고 판단한 경우에는 재위탁 제한에 관한 사항

22) 문기탁, “정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률상의 ‘제3자 제공’과 ‘제3자 위탁’의 구별”, 법학논집 제14권 제1호(이화여대 법학연구소, 2009.9), 233-238쪽. 본 논문에서도 제3자 제공과 제3자 위탁의 구별에 관하여 수탁사무의 목적이 수탁자 고유의 사무가 아니라 위탁자 고유의 사무인 경우로 한정하여 제3자 제공과는 구별하여야 한다고 하고 있다. 특히 제3자 위탁이 제3자 제공에 포함되는 지에 대하여 포함된다고 하는 포함설의 경우 제3자 제공과 제3자 위탁의 차이점을 경시하고 법문의 문리해석에 경도되어 있는 문제점이 있기 때문에 불포함설이 타당하다고 한다.

을 포함토록 하고 있어, 위탁사무의 범위내라고 하더라도 판매업자가 재위탁을 금지하는 경우에는 이를 준수하여야 한다(개인정보보호법 시행령 제28조 제1항 제2호).

3.1.3 개인정보의 보호조치

판매업자로부터 개인정보 취급수탁을 받은 택배업자는 자신이 제공 받은 개인정보의 취급에 있어 안전을 위한 보호조치를 취해야 한다. 보호조치에 관한 기본사항은 개인정보의 취급자라는 측면에서 개인정보보호에 관한 규정이 전반적으로 적용된다고 할 수 있으며 이의 근거로는 먼저 수탁자가 개인정보보호에 관한 규정을 위반하지 않도록 관리·감독할 의무를 위탁자에게서 부여하고 있는 것에서 찾을 수 있다(정보통신망법 제25조 제4항).

또한 개인정보보호법에서도 유사한 규정을 두고 있다. 이에는 위탁계약의 체결시에 개인정보의 기술적·관리적 보호조치에 관한 사항을 포함해서 문서로 계약을 하도록 함으로써 수탁자의 개인정보 보호조치에 대한 사항을 명확히 하도록 하고 있으며, 정보주체의 개인정보가 분실·도난·유출·변조 또는 훼손되지 아니하도록 수탁자를 교육하고, 처리 현황 점검 등을 하여 수탁자가 개인정보를 안전하게 처리하는지 감독하여야 한다(개인정보보호법 제26조 제1항, 제4항). 특히 감독과 관련해서 위탁자인 판매업자는 수탁자인 택배업자가 개인정보 처리업무를 수행할 때에 개인정보보호법 또는 같은법 시행령에 따라 개인정보 처리자가 준수하여야 할 사항과 업무위탁에 따른 개인정보보호사항을 준수하는지 감독하여야 한다(개인정보보호법 시행령 제28조 제6항).

따라서 개인정보보호법과 정보통신망법은 모두 위탁자의 감독규정을 통해 개인정보 취급수탁자에 대하여 개인정보보호조치 사항을 규정하고 있다. 그 이유는 개인정보 취급위탁에서 수탁자에 대하여 위탁자의 소속 직원으로 보기 때문이다.

3.2 개인정보의 취급자로서 개인정보 보호의무

개인정보 수탁자로서 택배업자가 판매업자로부터 개인정보를 제공 받게 되면 위탁자가 사전에 정한 기준에 따라 개인정보 보호조치를 취하여야 하는 것과 마찬가지로 택배업자는 개인정보의 취급자로서도 일반적인 개인정보 보호의무가 있다. 정보통신망법은 수탁자에 대한 개인정보 보호의무를 개인정보 취급위탁 규정을 통해서 정하고 있지만 개인정보보호법은 취급위탁에 대한 사항뿐만 아니라 개인정보처리자²³⁾의 보호의무 측면에서 준용규정을 둬으로써 보호의무를 부과하고 있다(개인정보보호법 제26조 제7항).

개인정보보호법에서 규정하고 있는 내용을 구체적으로 보면, 택배업자는 개인정보처리자로서 개인정보가 분실·도난·유출·변조 또는 훼손되지 아니하도록 내부 관리계획을 수립하고 접속기록을 보관하는 등의 안전성 확보에 필요한 기술적·관리적 및 물리적 조치를 취하여야 한다(법 제29조). 또한 개인정보 처리방침을 수립하여 공개하여야 하며(법 제30조), 개인정보 보호책임자를 지정하고(법 제31조), 영업양도 등에 따라 개인정보를 이전하는 경우(법 제27조)·개인정보 유출사고가 발생하는 경우(법 제34조) 그러한 사실을 통지하여야 한다. 나아가 배송과 관련한 목적이 완료된 경우에는 구매자의 정보를 즉시 파기하여야 한다(법 제21조). 그러므로 배송을 위해 제공받은 구매자의 성명, 주소, 연락처 등의 개인정보는 배송이 완료되는 시점에 파기하여야 한다.

이와 같은 직접적인 보호규정외에도 택배업자가 개인정보 취급자로서 준수해야 하는 개인정보보호의무로서 개인정보보호법에서 준용토록 하고 있는 규정은 일반적인 개인정보보호 사항이 모두 적용된다.

23) 개인정보처리자는 업무를 목적으로 개인정보파일을 운용하기 위하여 스스로 또는 다른 사람을 통하여 개인정보를 처리하는 공공기관, 법인, 단체 및 개인 등을 말한다(개인정보보호법 제2조 제5호)고 규정하고 있기 때문에 개인정보를 업무를 목적으로 취급하는 택배업자도 개인정보처리자에 해당한다.

개인정보의 수집·이용, 제공 등에서의 보호조치(법 제15조~20조, 제22조), 개인정보의 처리에 대한 제한의무(제23조~제25조)를 포함해서 정보주체의 권리보장을 위해서 개인정보의 열람요구 그리고 개인정보의 정정·삭제요구 및 개인정보의 처리정지 등에 관한 요구에 응해야 하며(법 제35조, 제36조), 개인정보처리자의 금지행위에 관한 규정도 적용된다(법 제59조). 개인정보처리자의 금지행위는 다음과 같다.

- 가. 거짓이나 그 밖의 부정한 수단이나 방법으로 개인정보를 취득하거나 처리에 관한 동의를 받는 행위
- 나. 업무상 알게 된 개인정보를 누설하거나 권한 없이 다른 사람이 이용하도록 제공하는 행위
- 다. 정당한 권한 없이 또는 허용된 권한을 초과하여 다른 사람의 개인정보를 훼손, 멸실, 변경, 위조 또는 유출하는 행위

Ⅲ. 택배업자의 개인정보 취급에 따른 법적 문제점

1. 택배업자의 개인정보 취급상 특성

1.1 택배의 관여자 모두가 개인정보에 접근할 수 있는 구조의 문제

개인정보의 보호를 위해서 이용자의 개인정보를 취급하는 자를 최소한으로 제한하여야 한다(정보통신망법 제28조 제2항). 이에 따라 개인정보의 취급자는 개인정보에 대한 접근 통제 및 접근 권한의 제한 조치를 취하여야 한다(개인정보보호법 시행령 제30조 제1항 제2항). 이러한 규정을 마련한 이유는 무엇보다도 많은 사람이 개인정보를 접하게 되면 그만큼 유출의 위험이 커지기 때문이다.

그런데 현재 택배시스템의 경우 배송의 의뢰시부터 완료되는 시점까

지 물품이 여러 단계를 거쳐 이전되고 있으며, 각 단계마다 개인정보가 같이 이전되기 때문에 택배에 관여한 담당자들 모두가 구매자의 개인정보를 접할 수 있게 된다. 즉, 접수처→집하장소(지사/대리점)→중간분배장소(Hub터미널)→개별택배사무소(지사/대리점)→택배기사로 이루어지는 배송과정²⁴⁾에서 물품과 개인정보가 동시에 이전하고 각 과정별로 개인정보가 이용, 저장되어 어느 단계든 개인정보보호를 위한 조치가 필요하게 된다. 만약 이 경우라도 배송을 의뢰받은 택배회사가 단 한곳이고 이 택배회사를 통해 전체의 택배흐름이 통제된다면 전사적 차원에서 개인정보의 보호조치를 위한 노력을 기울이는 것이 어렵지 않다.

그러나 택배시스템에서는 각각의 개별 기업들이 하나의 시스템으로 택배에 참여하고 있고 그 종단에는 택배기사가 마지막 업무를 수행하게 됨으로써 각 관여자가 접근하게 되는 개인정보의 범위가 다르다 하더라도 결국 마지막 관여자까지 모두 전체 과정에 있는 수취인의 개인정보에 접근할 수밖에 없게 되는 것이다. 개인정보의 보호측면에서 다수의 관여자가 계속적으로 개인정보에 접근할 수 있다는 것은 그만큼 침해사고의 위험성이 크다는 것을 나타낸다.

1.2 지속적으로 개인정보가 노출되는 문제

택배업자의 개인정보 취급상 문제점으로써 또 다른 하나는 택배 의뢰인과 택배 수취인에 관한 정보가 택배업자부터 택배기사 그리고 수취인에게 이동하는 과정에서 온라인·오프라인으로 계속 노출되는 문제점을 들 수 있다. 이것은 앞서 다단계로 이루어진 택배시스템에서 다수의 관여자가 개인정보에 접근할 수 있는 구조와 유사하지만 노출의 문제는 다르다. 즉, 배송을 의뢰받은 물품의 의뢰인과 수취인에 대한

24) 이명복, “택배서비스업종의 제도개선 및 발전방안”, 물류학회지 제23권 제5호(물류학회, 2013.12), 277쪽.

정보가 외부로 노출된다는 것은 만일 불법적인 의도가 개입되면 그 정보는 별도로 수집·축적할 수 있다는 것을 뜻한다. 이에 따라 상당히 민감한 문제를 야기할 수 있고 경제적 또는 안전에 있어 상당한 피해를 발생시킬 가능성이 있게 되는 것이다.

구체적으로 보면 택배상자의 겉면에 개인정보가 노출된다는 것인데 택배와 관련한 개인정보 피해의 상당한 부분이 개인정보의 노출과 관련한 것²⁵⁾이라는 점이 이를 보여준다. 노출은 우편물의 노출과 유사하지만 우편물의 경우 수취인이 우편물을 개봉한 후 보관하거나 폐기하는 경우라도 적정한 폐기가 이루어지기 때문에 노출로 인한 피해가 심각한 지경에 이르지 않는다는 점이다. 그러나 택배의 경우에는 구매자의 부재시 주로 경비실 또는 일정한 장소에 배송물을 맡기기 때문에 찾아가는 시간까지 일정한 장소라고 하더라도 방치되는 경우가 많다.

또한 해당 물품을 찾아간 이후에도 택배박스를 개봉하여 구매한 물건을 확인하면 이 박스는 그대로 버리게 되고 이 과정에서 구매자의 개인정보가 무방비하게 버려지는 경우도 상당하다. 심지어는 구매물품이 그대로 포장물에 전면의 운송장에 표시되어 사생활노출의 문제까지도 벌어지고 있다.²⁶⁾

2. 택배업자의 개인정보 취급상 법적 문제점

2.1 개인정보 취급에 대한 관련 규정의 적용문제

2.1.1 개인정보의 제3자 제공 이후의 취급위탁의 문제

개인정보의 취급수탁자는 위탁자의 개인정보보호의무의 연장선상

25) 공감코리아, “추석선물 택배상자 버릴 때 개인정보 유의하세요!”, 2012.9.28자; 뉴스타운, “택배이용시 개인정보 보호해야”, 2012.9.11자; 충청투데이, “택배 박스 개인정보 범죄의 표적”, 2012.9.12자.

26) 보안뉴스, “쇼핑몰-택배업체, 고객 개인정보 보호 소홀해!”, 2010.10.11자.

에서 개인정보보호를 위한 주의의무를 기울이어야 한다. 개인정보보호법과 정보통신망법에서 정하고 있는 개인정보보호의 일반원칙은 개인정보를 취급하는 자는 누구든지 기본적으로 지켜야 할 원칙이기 때문에 택배업자도 예외가 될 수 없다. 그러나 실질적으로 규정을 적용하는 경우에 본래의 목적을 달성하기 어려운 경우가 발생한다. 예컨대, 정보통신망법 제24조의2 제1항은 정보통신서비스제공자가 보유하고 있는 개인정보를 제3자에게 제공하는 경우 제공사항을 이용자에게 알리고 동의를 받도록 규정하고 있으며, 제2항에서는 개인정보서비스제공자로부터 이용자의 개인정보를 제공받은 자는 그 이용자의 동의가 있거나 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우 외에는 개인정보를 제3자에게 제공하거나 제공받은 목적 외의 용도로 이용하여서는 안 된다고 규정한다. 여기까지는 개인정보의 제3자 제공이라는 측면에서 적절한 규정이다.

그런데 만일 개인정보를 제공받은 자가 제공받은 개인정보를 취급위탁하는 경우에는 정보통신망법 제25조 제1항에 따라야 하고 이때에는 위탁에 관한 사항을 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 여기에서 문제가 발생하게 된다. 즉, 만일 판매업자로부터 개인정보를 제공받은 제3자가 구매자와의 관계에서 물품을 배송하기 위해 택배업자에게 이를 의뢰하는 경우 택배업자는 개인정보의 수탁자로서 당해 물품을 배송하게 되지만, 개인정보를 제공받은 제3자는 이용자에게 직접적으로 개인정보 취급위탁에 대한 동의를 받지 않았기 때문에 택배업자와의 관계에서 불법적인 취급위탁사무를 하게 되는 것이다. 다만, 제2항에서 서비스 제공계약을 이행하기 위하여 필요한 경우에 대해서는 고지절차와 동의절차를 거치지 않을 수 있다는 예외규정을 두고 있어 개인정보를 제공받은 제3자가 개인정보의 취급위탁을 하는 모든 경우가 이에 해당하는 것은 아니다.

반면 개인정보보호법 제26조 제2항은 개인정보를 취급위탁시 정보주체가 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 공개하는 절차만을 규정하고

있다. 따라서 개인정보처리자로부터 개인정보를 제공받은 제3자가 개인정보 취급위탁을 하는 경우라도 동법 시행령 제28조 제2항에 따른 절차의 준수으로써 보호조치를 취할 수 있다. 여기에서의 절차는 개인정보 처리 위탁자가 위탁자의 인터넷 홈페이지에 위탁하는 업무의 내용과 수탁자를 지속적으로 게재하는 방법이므로 개인정보를 제공받은 제3자가 개인정보 취급위탁을 하는 경우에도 이러한 방법에 따라 공개하면 된다고 할 수 있다.

2.1.2 영업의 양수 등에 따른 개인정보 이전의 문제

영업의 양수 등에 따른 개인정보의 이전 시 적용되는 규정으로 정보통신망법 제26조 제1항에서는 정보통신서비스제공자등²⁷⁾이 영업의 전부 또는 일부의 양도·합병 등으로 이용자의 개인정보를 타인에게 이전하는 경우에 이용자에게 알려야 한다는 것을 정하고 있다. 그런데 판매업자로부터 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자가 영업의 양도나 합병을 하는 경우에 판매업자로부터 제공받은 개인정보에 대해 구매자에게 양도나 합병에 대한 사실을 고지하여야 하는지가 문제된다. 엄격한 의미에서는 개인정보를 보유하고 있으므로 고지하는 것이 타당할 것으로 보이지만, 판매업자로부터 제공받은 개인정보로서 비록 판매업자가 개인정보의 취급위탁을 위해 사전에 고지절차에 따른 고지를 했다고 하더라도 구매자는 개인정보의 직접적 제공과는 전혀 관계없는 택배업자로부터 영업양도 등으로 인한 개인정보의 이전에 대해 고지를 받으면 매우 혼란할 것이 틀림없다.

마찬가지로 개인정보보호법 제27조에서도 영업의 양도·합병 등의 경우에 해당 정보주체에게 이러한 사실을 알려야 한다는 점을 규정하고 있어 동일한 문제제기가 가능하다. 오히려 이 경우에는 판매업자로 하

27) 여기에는 정보통신서비스제공자로부터 개인정보를 제공받은 자도 포함되지만 개인정보 취급위탁을 받은 자는 해당되지 않는다.

여금 개인정보 취급위탁자에 대한 영업양도의 사실을 고지하도록 하거나 영업의 양도 또는 합병의 경우에는 개인정보 취급위탁에 의해 제공받은 개인정보를 파기토록 하는 것이 필요하다.

2.1.3 개인정보에 대한 정보주체의 권리규정의 적용문제

자신의 정보에 대해 열람, 정정 등을 요구할 수 있는 정보주체의 권리 규정도 개인정보 취급수탁자에 대해 적용하는 경우 절차적인 문제가 발생한다. 이는 앞서 언급한 개인정보를 제공받은 제3자의 개인정보 취급위탁의 문제나 개인정보 취급수탁자의 영업양도·합병 등의 문제와는 달리 정보주체가 직접적으로 개인정보 취급수탁자에게 요청할 수 있는지가 문제된다. 정보주체의 권리로서 자신의 정보를 열람, 정정·삭제 및 처리정지 등을 요구할 수 있다고 규정하고 있는 개인정보보호법은 개인정보를 제공받은 개인정보처리자에 대한 것을 전제로 규정하고 있다(개인정보보호법 제35조-제37조). 정보통신망법 제30조도 이용자의 권리로서 동의철회, 열람, 정정 등을 할 수 있다고 규정하고 있으나 이 역시도 정보통신서비스제공자에 대한 것을 전제로 한 것이다.

그런데 개인정보의 취급위탁에서 정보주체가 개인정보 취급수탁자에게 직접적으로 자신의 정보를 열람, 정정·삭제 및 처리정지 등을 요구할 수 있는가에 대해서 현행 개인정보보호법이나 정보통신망법은 명시적으로 언급하고 있지 않다. 개인정보의 취급수탁자에 대해 위탁자의 소속직원으로 본다는 규정을 보면, 개인정보의 열람, 정정·삭제 및 처리정지 등의 요청은 위탁자를 통해서 가능할 뿐만 아니라 취급수탁자에게 직접적으로도 가능하다고 볼 수 있다.

반면, 개인정보 취급수탁자에 대해서 위탁자의 소속직원으로 본다는 규정이 수탁자가 수탁받은 업무와 관련하여 개인정보를 처리하는 과정에서 법을 위반하여 발생한 손해배상책임에 대하여 위탁자의 소속직원으로 본다고 규정하고 있기 때문에 이를 확대해석하여 정보주체의 권리

행사 전반에 적용하기에는 지나친 감이 없지 않다. 이런 측면에서 정보주체와 개인정보 취급수탁자와의 관계에서는 정보주체가 직접적으로 수탁자에게 요청할 수 있는지가 명확하지 않으므로 이에 대한 기준을 좀 더 명확하게 할 필요가 있다. 다만, 앞서 언급한 바와 같이 개인정보의 취급위탁에 따른 경우라 하더라도 준용규정을 둔 이유가 개인정보에 대한 주의의무를 환기시키고 필요한 경우 개인정보보호의무를 부과함으로써 보다 안전한 환경을 조성하고자 한다는 점을 충분히 고려한다면 준용규정의 문제점을 부각하여 불필요함을 지적하기보다는 오히려 적용범위를 보다 명확히 함으로써 규정의도를 살리는 것이 필요하다.

2.2 다단계 구조로 이루어진 택배시스템에서 당사자 관계가 불명확한 문제

택배시스템이 다단계의 구조로 이루어지고 있기 때문에 여러 당사자가 택배시스템에 참여하고 있어 이에 따른 문제가 발생하기도 한다.²⁸⁾ 앞에서 택배시스템이 접수처→집하장소(지사/대리점)→중간분배장소(Hub터미널)→개별택배사무소(지사/대리점)→택배기사로 이루어지는 배송과정을 간단히 언급하였다. 여기에서는 이러한 택배시스템의 과정에 참여하는 다단계 구조를 좀 더 세분화해서 살펴본다.

국내의 택배시스템은 크게 다섯 단계로 이루어지는 모습을 보이고 있다.²⁹⁾

28) 이명복, 앞의 논문, 278쪽. 본 논문에 의하면 택배운송시스템은 본사(운송사)에서 대리점(운송·주선사) 또는 본사(주선사)에서 대리점(운송·주선사), 대리점(운송·주선사)에서 용차(운송사)의 다단계 절차에 의하여 금지위반으로 연결되며 지역 집·배송업무를 담당하는 대리점 중 운송사도 주선사도 아닌 기타업체가 다수 존재하는 것으로 분석되고 있다고 한다.

29) 한만수, “택배운송거래 당사자들의 민 사법적관계 및 부가가치세 과세범위”, 법학논집 제6권 제1호(이화여대 법학연구소, 2011), 294쪽.

- 가. 1단계는 접수처의 단계이다. 즉, 배송의뢰인이 택배업자의 영업소에 배송을 의뢰하는 단계이고 이 단계에서는 ‘집하영업소 운영사업자’가 서비스를 제공한다.
- 나. 2단계는 집하장소의 단계이다. 이 단계에서는 집하영업소 운영사업자로부터 배송의뢰를 받은 다른 택배업자가 집하장소(발송지 지역집배센터)에 도달한 뒤 분류를 거친 물건을 해당 발송지의 중간분배장소(Hub터미널)까지 운송한다. 이 단계의 택배사업자를 ‘셔틀운송사업자’라고 한다.
- 다. 이어서 3단계는 중간분배장소의 단계이다. 이 단계에서는 제2의 셔틀운송사업자가 도착지의 지역배송센터(Hub터미널)가 있는 장소(도착지 서브터미널)까지 운송한다.
- 라. 4단계는 제3의 셔틀운송사업자가 도착지 지역배송센터(도착지 서브터미널)까지 운송한다.
- 마. 5단계는 도착지의 지역배송센터에서 송하인에게까지 운송하는 단계이다. 이 단계에서는 ‘배송영업소 운영사업자’가 서비스를 제공한다. 마지막 단계 택배업자의 경우 대개 최초 접수시의 집하영업소 운영사업자와의 사이에 배송에 관한 위탁계약을 체결한 독립사업자인 경우가 대부분이다.

이처럼 다단계로 이루어지는 택배시스템의 경우 필연적으로 개인정보 취급위탁에 대한 재위탁의 문제가 발생하게 된다. 이 경우 재위탁에 서의 위탁자와 수탁자의 관계가 개인정보보호의 관점에서 정비될 필요가 있다. 현행 개인정보보호법과 정보통신망법은 모두 개인정보 취급위탁자와 1단계 개인정보 취급수탁자라는 관계를 토대로 규정하고 있기 때문에 개인정보 취급수탁자가 재위탁을 하는 경우 각각의 단계에서 필요한 개인정보보호 기준을 새로 정립할 필요가 있다.

2.3 개인정보 취급수탁자인 택배업자의 책임문제

개인정보의 취급위탁에서 수탁자가 개인정보 취급수탁을 받은 업무와 관련하여 규정을 위반함으로써 이용자에게 손해를 발생시키면 수탁자는 그에 대한 손해를 배상해야 한다. 개인정보보호법에서는 정보주체로 하여금 개인정보처리자가 이 법을 위반한 행위로 손해를 입으면 개인정보처리자에게 손해배상을 청구할 수 있다고 하고 있으며 이 경우 개인정보처리자가 고의 또는 과실이 없음을 입증하지 못하면 그 손해를 배상해야 한다(제39조). 마찬가지로 정보통신망법에서도 이용자는 정보통신서비스제공자등이 개인정보보호규정을 위반한 행위로 손해를 입으면 그 정보통신서비스 제공자등에게 손해배상을 청구할 수 있으며 이 경우 해당 정보통신서비스제공자등은 고의 또는 과실이 없음을 입증하지 못하면 책임을 면할 수 없다(제32조).

따라서 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자가 개인정보보호에 관한 규정을 위반하여 정보주체에게 손해를 입히는 경우 택배업자가 위반행위를 함에 있어 고의 또는 과실이 없음을 입증하지 못하는 한 책임을 부담하여야 한다. 그런데 개인정보의 취급위탁에 있어서는 정보주체가 수탁자의 법위반 행위로 인한 손해발생이라는 것을 전제로 하기 때문에 수탁자와 직접적으로 개인정보 제공에 관한 관련을 맺지 않은 정보주체로서는 수탁자의 위반행위와 자신의 손해발생과의 인과관계를 규명하기가 쉽지 않다. 이러한 점을 해소하고 보다 효과적으로 정보주체를 보호하기 위해서 개인정보보호법과 정보통신망법은 모두 개인정보 취급위탁과정에서 수탁자의 위반행위에 대해서는 위탁자의 소속직원으로써 위탁자가 책임 있음을 규정하고 있는 것이다.

그런데 개인정보의 취급위탁관계에서 수탁자의 위반행위에 있어 위탁자의 소속직원으로 보는 경우 위탁자가 수탁자의 선임 및 그 사무감독에 상당한 주의를 한 때 또는 상당한 주의를 하여도 손해가 있을

때에는 책임을 부담하지 않게 된다(민법 제755조). 이렇게 되면 앞서의 손해배상에 관해 규정하고 있는 개인정보보호법 제39조나 정보통신망법 제32조가 모두 개인정보보호에 관한 규정을 위반한 행위를 전제로 한다는 점에서 실질적인 보호가 어려운 경우가 발생한다.

즉, 관리감독을 어느 정도로 했는지 또는 관리감독이 부실했는지를 판단하는 기준이 없고, 만일 수탁자가 업무와 관련한 것은 아니지만 수탁자의 불법행위가 아닌 경우(예컨대 해킹과 같은)의 침해문제에 대해서는 비록 정보주체가 직접적으로 수탁자에게 개인정보를 제공하지 않았다고 하더라도 위탁자가 책임을 지지 않게 되는 것이다. 이는 소속 직원으로 본다는 측면에서 볼 때 사용자의 배상책임(민법 제756조)의 선상에서 이해할 수 있지만 개인정보 취급의 특성상 단순히 수탁자에게 그 책임을 전적으로 부담토록 하는 것은 피해구제에 적절하지 않을 수 있다.

3. 개인정보 파기에 대한 해석문제

배송이 완료된 경우의 개인정보 처리에 대한 사항으로서 정보통신망법 제29조는 정보통신서비스제공자가 보유하고 있는 개인정보에 대해서 그 이용목적 내지 보유목적이 달성된 경우에는 즉시 파기하도록 하고 있다. 이 규정의 해석에 따라 택배업자도 배송을 위해 보유하고 있는 개인정보에 대해서 배송이 완료된 경우에는 즉시 파기하여야 한다.³⁰⁾ 그러나 판매업자로부터 개인정보의 취급위탁을 받은 택배의 경우 정보통신망법상 파기의무를 규정하고 있는 제29조에 해당하지 않는다. 그리고 개인정보보호법도 보유기간의 경과, 개인정보의 처리 목적 달성 등 그 개인정보가 불필요하게 되었을 때에는 지체 없이 파기하여야 한다고

30) 2012년 안전한 쇼핑 및 물품 배송을 위한 개인정보보호 수칙(방송통신위원회·행정안전부·한국인터넷진흥원, 2012), 19쪽.

규정하고 있어 배송을 완료하고 난 이후에 개인정보를 보유하는 것이 정말로 불필요한 것인지에 대한 해석이 필요하게 된다.

전자상거래의 경우 전자상거래소비자보호법 제9조에서는 배송사업자 등으로 하여금 전자상거래나 통신판매에 따라 재화등을 배송하는 사업자는 배송 사고나 배송 장애 등으로 분쟁이 발생하는 경우에 분쟁의 해결에 협조하여야 한다는 점과 동법 시행령에서 협조 범위로서 배송관련 기록의 열람·제공 및 사고 또는 장애 관련 사실의 확인을 위한 기록 열람을 예시하고 있다. 따라서 이 경우 배송에 관한 기록의 보유와 파기의 법적 이익이 상충하게 되고 그에 대한 적용기준이 명확하지 않다. 전자상거래사업자 및 통신판매업자는 전자상거래소비자보호법에 따라 거래기록을 상당한 기간동안 보존하여야 하고 소비자가 쉽게 거래기록을 열람·보존할 수 있는 방법도 제공해야 한다. 이 중에서 재화등의 공급에 관한 기록은 5년 동안 보존하여야 한다(전자상거래소비자보호법 시행령 제6조). 본 규정은 직접적으로는 판매업자의 보존의무에 해당하지만 판매업자로부터 개인정보 취급수탁을 받은 택배업자의 경우에도 배송기록의 보존이 필요하고 소비자와의 분쟁발생에 대한 협력의무로서 그 기록을 제공해야 한다. 물론 이 경우 배송사업자의 협력의무를 규정하고 있는 전자상거래소비자보호법 제9조 제1항의 의도는 택배업자가 판매업자와 마찬가지로 배송에 대한 기록을 5년 동안 보존해야 한다는 것은 아니다. 이 규정에서는 “배송사고나 배송 장애 등으로 분쟁이 발생하는 경우에” 라고 한계를 지음으로써 기록보존의 측면과는 달리 접근하고 있음을 명시하고 있기 때문이다.

또한 만일 판매업자로부터 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자의 경우 배송완료로서 개인정보의 취급목적을 달성했기 때문에 보유하고 있는 개인정보를 파기하여야 한다면 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자가 아닌 이용자로부터 물품의 배송을 직접적으로 의뢰받은 택배업자의 경우에는 전자상거래소비자보호법상 거래기록보존의 직접당사

자로서 기록보존에 대한 의무가 있어 일정기간 보존해야 한다. 이와 같은 두 가지의 경우는 당사자관계에 있어 법적용이 다르지만 단순히 배송이 완료되었다고 해서 보유목적이 완료되었다고 판단하는 것이 적절한지에 대해서는 다소 의문이다.

Ⅳ. 택배업자의 개인정보보호를 위한 개선방안

택배는 서비스의 특성상 개인정보 주체에게 연결할 수 있는 가장 직접적인 정보를 택배업자에게 제공하게 되고 그러한 과정에서 개인정보의 노출에 대한 위험이 상당히 높다. 그렇기 때문에 무엇보다도 택배업자가 제공받은 개인정보를 안전하게 관리하는 것이 중요하다. 앞서 살펴본 것과 마찬가지로 택배업자는 개인정보의 취급수탁자로서 위탁 목적을 넘어서는 이용을 하면 안 된다는 명시적 규정이 있지만, 이외의 규정은 개인정보 취급자로서의 규정이 있을 뿐이다. 그러나 스마트폰의 확산과 전자상거래의 규모가 더욱 커지고 있고 택배산업 역시 그에 따른 급성장의 가도를 달리고 있는 현실에서 이제는 택배분야 자체가 하나의 거대한 산업영역을 형성하고 있음을 인지할 필요가 있다. 택배업자의 규모도 커지면서 개인정보를 취급하는 양에 있어서도 그 규모를 측정할 수 없을 정도로 커지고 있기 때문에 단순히 보조자로서의 취급이 적절하지 않을 수 있음은 최근 일련의 택배관련 문제점만 보더라도 알 수 있다.

따라서 판매업자로부터 개인정보의 취급위탁을 받은 택배업자의 개인정보 취급에 따른 보호조치를 보다 강화할 필요가 있다. 현재 개인정보 취급수탁자로서 개인정보 취급에 대해서는 준용규정으로서 정보통신망법이나 개인정보보호법에서 판매업자와 마찬가지로 개인정보 보호조치를 취하도록 하고 있지만 이는 택배업의 특성을 고려하지 않은

일반적인 적용이므로 보다 업무특성을 고려한 접근이 필요하다. 앞서 언급한 바와 같이 택배업무와 관련하여 발생하는 문제 중 많은 부분이 이와 같은 택배업의 특성을 신중하게 고려하지 않은 결과에서 비롯된다. 여기에서 택배업의 특성은 판매업자로부터 개인정보 취급수탁을 받은 택배업에 관한 부분뿐만 아니라 전체 택배업을 고려한 것이 전체된다.

개인정보의 취급위탁은 택배뿐만 아니라 프로그램 개발을 위탁한다든지 본인확인절차를 위탁하는 등 여러 가지가 있을 수 있다.³¹⁾ 이 중에서 택배서비스의 특성은 무엇보다도 물품구매 및 배송에 관련한 개인정보가 대량으로 노출된다는 것에 있다. 이러한 위험은 개인정보가 택배원에게까지 전달되는 과정에서부터 구매자가 물품을 수령하고 후에

31) ■ 개인정보 취급방침에 공개하거나 통지하는 것으로 동의를 갈음할 수 있는 개인정보 취급위탁의 예(정보통신서비스제공자를 위한 개인정보보호 가이드라인)

- 초고속인터넷서비스 가입계약을 맺은 경우 통신망 개통, A/S 등 초고속인터넷서비스 제공을 위해 불가피하게 발생한 업무 위탁
- 이동통신사가 서면 가입신청서의 전산 입력을 외부 업체에 아웃소싱
- 고객 정보 취급을 위한 전산 시스템 구축 및 유지·보수를 SI업체에 아웃소싱
- 요금고지서 및 DM 발송의 아웃소싱
- 연체 요금 정산을 위해 신용정보회사에 채권 추심 업무 위탁
- 고객의 불만 처리 접수 및 서비스 안내 등을 위해 고객응대센터(콜센터)를 외부 업체에 위탁
- 이용자에게 제공하고 있는 서비스 품질 평가를 위해 리서치 업체에 고객 정보를 제공하는 경우
- 웹사이트 회원 가입시 실명인증(또는 본인인증)을 위해 신용평가사 등에 개인정보를 제공하는 행위
- 자사 사이트에서 유료 서비스 결제를 위해 결제 대행사에 개인정보를 제공하는 행위
- 이용자의 동의를 얻어야 하는 위탁업무의 예
- 초고속 인터넷 사업자나 온라인 쇼핑몰이 자체적으로 수집한 개인정보를 활용하여 자사 제품 소개 및 부가서비스 등의 텔레마케팅 업무를 외부업체에 위탁하는 경우
- 일시적인 이벤트 혹은 경품 행사의 운영 업무를 홍보대행사에 아웃소싱하는 경우
- 포털 사이트 내 맞춤형 온라인 광고를 위해 포털 사이트 운영사가 온라인 광고 아웃소싱 업체에 회원정보를 제공하는 경우

택배상자를 폐기하는 전체과정에 상존하고 있기 때문에 단순히 정보 주체로부터 제공받은 정보의 보호를 위한 기술적 보호조치로서 해결하기에는 어려움이 있다. 특히 물품에 부착된 운송장을 통해 개인정보가 노출되기 때문에 이를 악용한 2차 3차의 피해가 발생할 수도 있는 문제는 이제 구매자의 주의를 환기하는 정도를 넘어서 제도적으로 보호수단을 강구하는 것이 필요한 시점이기도 하다.

따라서 판매업자로부터 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자는 개인정보를 제공받은 과정에서부터 자신의 컴퓨터에 저장하는 단계까지 불법적인 접근을 차단할 수 있도록 보호조치를 하여야 할 뿐만 아니라 구매자에게 배송되는 과정과 배송이 완료된 이후까지도 개인정보의 안전한 취급을 위한 보호조치를 강구할 필요가 있다. 심지어 이 과정에서 많은 택배관계자가 구매자의 개인정보에 접근할 수 있는 상태에 있게 되므로 단계별 접근권한을 나누어서 관리하여야 하며 모든 개인정보는 노출될 수 있다는 점을 염두에 두고 암호화하는 방식으로 이용해야 한다.

이와 같은 점을 고려하면서 앞서 살펴보았던 문제점을 중심으로 제도적인 관점에서 개선방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 판매업자로부터 개인정보 취급수탁을 받은 택배업자의 경우에는 배송과정이 전체 암호화되어 이루어질 수 있도록 하여야 한다. 여기에서의 암호화는 배송이라는 과정전체를 의미하는 것이며, 배송정보에 대해서는 일부의 암호화를 통해 이루어지게 될 것이다. 이처럼 구매자의 개인정보가 암호화되어 배송 중 이용될 수 있는 시스템을 구축하고 배송 이후에도 노출된 개인정보로 인한 피해가 발생하지 않도록 하여야 한다.³²⁾ 최근에는 구매자의 전화번호를 가상번호로 전환하여 사용하는 시스템이 개발되어 제공되고 있다.³³⁾ 가상번호의 이용도 암호화와는

32) 최정원 외 2, “NFC를 활용한 개인 정보 보호 택배 서비스 안드로이드 어플리케이션 설계”(2013 추계학술발표회 논문집, 2013), 1384쪽.

다르지만 개인정보보호를 위해 유용한 방식이라고 생각된다.

둘째, 개인정보의 단계별 접근권한을 세분화할 필요가 있다. 배송업무의 경우에는 택배사업자뿐만 아니라 직접 물품의 수령지까지 배송업무를 담당하는 택배원까지 구매자의 개인정보에 접근할 수 있으므로 구매자의 개인정보 접근에 대한 권한이 매우 넓어질 가능성이 많다. 따라서 일정지역을 담당하고 있는 택배원의 경우에는 해당지역에 대해서만 또는 택배원에 배송을 지시받은 물품의 구매자에 대한 개인정보에 대해서만 접근이 가능하도록 권한을 세분화하고 세분화한 기준이 제대로 이행될 수 있도록 하는 제도적인 뒷받침이 필요하다.

셋째, 준용규정에 대한 세분화된 기준을 정립할 필요가 있다. 개인정보보호법과 정보통신망법은 모두 개인정보의 취급위탁을 받은 자에 대해 개인정보보호를 위한 규정을 준용하도록 규정하고 있지만 이 규정이 오히려 이용에 대한 허용으로 이어질 가능성이 있으므로 준용규정을 둔다 하더라도 범위를 축소시켜 적용될 수 있도록 하는 것이 필요하다. 특히 영업의 양도 등에 관한 사항은 판매업자에게 고지의무를 부과하는 것이 유용할 것으로 생각된다.

넷째, 개인정보의 파기에 대한 사항으로써 배송목적이 달성된 이후에 즉시 파기가 이루어질 수 있도록 보다 명확한 기준을 정할 필요가 있다. 즉, 판매업자로부터 개인정보 취급수탁을 받은 택배업자의 경우에는 배송이 완료된 후에 지체없이 개인정보를 파기하는 것을 명시하고, 전자상거래소비스보호법상의 거래기록의 보존의무는 배송에 대한

33) 김석현 외 2, “개인정보를 암호화한 바코드 운송장”, 한국정보처리학회 2011년도 제35회 춘계학술발표대회(한국정보처리학회, 2011), 836쪽. 여기에서는 제3자에게 배송품을 위탁할 경우 제3자는 가상번호를 사용해 실제 물품 수령자와 연락할 수 있다는 점과 가상번호는 배송이 완료되면 수령자와 연결이 자동 해지된다는 점 그리고 위탁일을 기준으로 일정 기간이 지나면 가상번호가 실제 물품 수령자가 아닌 운송업체의 대표전화로 연결되기 때문에 배송품에 대한 사고 신고를 신속하게 처리할 수 있다는 점에 대해 언급하고 있다.

기록을 위탁자인 판매업자에게 이전하는 것으로 파기의무를 이행된 것으로 보는 것이 필요하다.

다섯째, 택배업자에 대하여 개인정보 노출을 사전에 방지할 수 있도록 하는 제도적 기반을 만드는 것이 필요하다. 택배시스템이 다단계의 구조를 가지고 다수의 관여자가 관계되기 때문에 개인정보 유출의 위험이 크다는 점을 언급하였다. 따라서 택배업자에 대해서 구매자 개인정보에 대한 접근기록을 주기적으로 관리하여 관련 없는 여러 지역의 고객정보가 조회되거나 당해 배송과 관계없는 개인정보에 대한 조회가 이루어지지 않도록 접근차단조치가 이루어질 필요가 있다.

V. 결 론

택배산업은 시장규모가 2013년도 3조 7,000억으로 총 15억 개의 물량이 배송되었고 매년 8%씩 성장하고 있다고 한다. 특히 통계청의 발표에 따르면 2012년 2분기 전자상거래 총 거래액은 약 287조원으로 2011년 같은 기간에 비해 16.2%로 늘어났다고 한다. 이 중에서 사이버쇼핑의 거래액도 7조 8,210억 원으로 배송의 경우 택배를 이용하는 비율이 84.8%나 되었다고 한다. 스마트폰 이용의 증가와 함께 향후 더욱 규모가 커질 것으로 보인다. 이에 따라 택배업의 규모나 물량 역시 증가할 것이다. 이러한 시점에서 판매업자로부터 개인정보 취급위탁을 받은 택배업자의 개인정보에 대한 보호는 상당히 중요한 의미를 가진다. 특히 배송에 관한 개인정보는 실시간적인 정보이기 때문에 유출에 따른 위험도 상당히 높고 관리의 부실은 제2, 제3의 피해로 이어질 가능성이 많다.

따라서 본 논문에서는 판매업자로부터 개인정보 취급위탁을 받은 택배업자의 개인정보에 대한 보호기준과 문제점을 살펴보고 그에 대한 개선방안을 도출하였다.

먼저 택배업자의 개인정보에 대한 적용법률은 정보통신망법과 개인정보보호법이다. 두 법 모두 판매업자로부터 개인정보를 제공받아 배송업무를 수행하는 택배업자를 개인정보 취급수탁자로 판단하고 있으며 각각 개인정보 취급위탁에 따른 수탁자의 의무를 규정하고 있다. 판매업자로부터 개인정보의 취급위탁을 받은 택배업자는 위탁목적의 범위 내에서만 개인정보를 이용하여야 한다. 또한 비록 택배업자가 거래관계에서의 직접당사자는 아니지만 개인정보를 취급하는 취급자로서 판매업자와 마찬가지로 개인정보보호의무가 있다.

그러나 판매업자로부터 개인정보의 취급수탁을 받은 택배업자의 경우에는 일반적인 개인정보 취급위탁의 경우와 달리 개인정보가 실시간적이고 지속적으로 노출되는 위험이 있기 때문에 단순히 위탁목적 범위 내에서만 이용하여야 한다는 것을 규정한 것으로는 충분하지가 않다. 즉, 개인정보의 취급위탁을 위해서 판매업자로부터 택배업자에게 개인정보가 이전되는 과정에서부터 택배업자로부터 다른 택배업자, 개별 택배원에게 개인정보가 이전되는 과정 그리고 수령지까지 개인정보가 이전되는 과정 및 구매자가 물품을 확인한 후 택배포장을 폐기하는 과정까지 개인정보가 지속적으로 노출되는 등의 상당히 높은 위험에 직면하게 된다. 따라서 이와 같은 과정에서 발생하는 위험을 줄이는 것이 무엇보다 필요하다.

이러한 점을 고려하여 다음과 같은 개선방안을 제시하였다. 첫째, 개인정보가 이전되는 모든 과정이 암호화될 수 있도록 하는 것이 필요하다. 둘째, 개인정보의 단계별 접근권한을 세분화할 필요가 있다. 셋째, 판매업자로부터 취급위탁을 받은 택배업자의 경우 배송목적외의 어떠한 이유로도 개인정보를 이용할 수 없도록 준용규정의 개선이 필요하다. 넷째, 준용규정의 내용을 축소하여 판매업자로부터 개인정보 취급위탁을 받은 택배업자가 자의적으로 이용범위나 제공범위를 확장할 수 없도록 하여야 한다. 다섯째, 배송목적이 달성된 이후에 즉시 파기가

이루어지도록 배송기록이 판매업자에게 이전되도록 하여야 한다. 여섯째, 개인정보의 노출을 방지할 수 있는 제도적 기반을 마련하여야 한다.

(투고일 2014년 4월 30일, 심사(의뢰)일 2014년 5월 19일, 게재확정일 2014년 6월 13일)

주제어 : 택배업자, 개인정보보호, 개인정보 취급위탁, 개인정보 취급수탁, 배송업자

참고문헌

1. 단행본

이창범, 개인정보 보호법, 법문사, 2012.

정보통신서비스 제공자를 위한 개인정보보호 가이드, 방송통신위원회 · 한국인터넷진흥원, 2011.1.

2012년 안전한 쇼핑 및 물품 배송을 위한 개인정보보호 수칙, 방송통신위원회 · 행정안전부 · 한국인터넷진흥원, 2012.

2. 논문

김석현 외 2, “개인정보를 암호화한 바코드 운송장”, 한국정보처리학회 2011년도 제35회 춘계학술발표대회, 한국정보처리학회, 2011, 836-839쪽.

문기탁, “정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률상의 ‘제3자 제공’과 ‘제3자 위탁’의 구별”, 법학논집 제14권 제1호, 이화여대 법학연구소, 2009.9, 231-252쪽.

송승훈, “택배산업의 성장 요인에 관한 실증 분석 : 전자상거래 성장을 중심으로”, 유통경영학회지 제14권 제2호, 유통경영학회, 2011, 107-125쪽.

윤주희, “전자상거래 관여자의 민사책임에 관한 고찰”, 법학연구 제14집 제3호, 인하대학교 법학연구소, 2011.11, 153-190쪽.

이명복, “택배서비스업종의 제도개선 및 발전방안” 물류학회지 제23권 제5호, 물류학회, 2013.12, 263-295쪽.

이성엽, “개인정보 법제의 쟁점과 개선방안”, Law & technology 제5권 제4호, 서울대학교 기술과법센터, 2009.7, 127-146쪽.

- 임형채, “소셜커머스 성장이 택배시장에 미치는 영향”, 우정정보 89권, 정보통신정책연구원, 2012, 1226-1696쪽.
- 정완용, “전자상거래소비자보호법에 관한 고찰”, 경희법학 제37권 제1호, 경희대학교 법학연구소, 2002, 179-201쪽.
- 최정원 외 2, “NFC를 활용한 개인 정보 보호 택배 서비스 안드로이드 어플리케이션 설계”, 2013 추계학술발표회 논문집, 한국정보처리학회, 2013, 1384-1386쪽.
- 한만수, “택배운송거래 당사자들의 민사법적 관계 및 부가가치세 과세범위”, 법학논집 제16권 제1호, 이화여대 법학연구소, 2011, 292-315쪽.

3. 기타

- 한국경제매거진, “[전자상거래 1000조 시대] B2C · B2B · B2G 지속적 성장세.”, 2012.3.14자.
- 아시아경제, “대한상의 ‘개인 택배시장 급성장’”, 2011.8.29자.
- 디지털타임즈, “택배 · 대리운전 개인정보 노출 무방비... 대책은.”, 2012.11.6자.
- 정책공감, “택배 이용할 때 개인정보, 이렇게 보호하세요!”, 2012.9.13자.
- 아시아경제, “택배왔다고 함부로 문 열면 봉변.”, 2012.11.3자.
- 공감코리아, “추석선물 택배상사 버릴 때 개인정보 유의하세요!”, 2012.9.28자.
- 뉴스타운, “택배이용시 개인정보 보호해야.”, 2012.9.11자.
- 충청투데이, “택배 박스 개인정보 범죄의 표적.”, 2012.9.12자.
- 보안뉴스, “쇼핑몰-택배업체, 고객 개인정보 보호 소홀해!”, 2010.10.11자.

[Abstract]

A Study on The Problems and Improvements of Treating the Personal Data of Delivery Service in the Electronic Commerce

Ju-Hee Yun*

National Delivery Service Industry has grown explosively in 2000s. In the background of this growth, Electronic Commerce is the major source. In 2001s, market size of electronic commerce was 118trillion won, and it is grown to almost 1,000trillion in 2012. Delivery Service is a delivery which means that is used in various areas by changing the purchasing pattern of consumer not only in electronic commerce but also in general area. In case of delivery by a third party, there was a problem between electronic commerce company and consumer when some conflicts were occurred regarding the delivery service. At that time, the focused matter was that whether delivery service company has responsibility or not. However the social interest of the issue that how can the personal data be protected when delivery service company is dealing, has increased in these days. First of all, for delivery of goods by delivery service company in the electronic commerce, the personal data of buyer is transferred from online company to delivery service company. In this process, the personal data is used to use over the purpose of delivery or could be disclosed. Therefore, this study

* Senior Researcher, Inha University The Institute of Legal Studies

tries to find what is the scope of protection of personal information and the duty of delivery service company during treating of personal information of buyer. Also, it is tried to make an improvements for protecting of personal information. Actually, in the article 25 of 「Act on Promotion of Information and Communications Network Utilization and Information Protection, Etc.」, the delivery service that was requested from online company was defined as an Entrusted Handling of Personal Information. So online company has some duties such as management and supervision of an entrusted handling of personal information. But because this article was intended every third party of an entrusted handling of personal information, it is not proper to apply to delivery service that has special area. That is, when delivery service is processed, the personal information is revealed in whole process. Therefore, personal information should be kept more carefully and especially encoded. In the same way, for protection of personal information of the delivery service in an entrusted handling, the access authority should be departmentalized depending on authority, and prohibit to the use of station for other purpose. Lastly, the provisions applicable *mutatis mutandis* should be modified by fitting a delivery service.

Key Words : Personal Information Protection, Entrusted Handling of Personal Information, Online Company, Delivery Service Company, Electronic Commerce