

석사학위논문

배송물류서비스에 있어서의
개인정보보호 방안에 관한 연구

-설치배송물류를 중심으로-

2022년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합보안컨설팅전공

박 종 필

석사학위논문
지도교수 주형근

배송물류서비스에 있어서의 개인정보보호 방안에 관한 연구

-설치배송물류를 중심으로-

A Study on Personal Information Protection Plan
in Delivery Logistics Service

-Focusing on installation and delivery logistics-

2021년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합보안컨설팅전공

박 중 필

석사학위논문
지도교수 주형근

배송물류서비스에 있어서의 개인정보보호 방안에 관한 연구

-설치배송물류를 중심으로-

A Study on Personal Information Protection Plan
in Delivery Logistics Service

-Focusing on installation and delivery logistics-

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합보안컨설팅전공

박 중 필

박종필의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 정 진 택 (인)

심 사 위 원 이 형 용 (인)

심 사 위 원 주 형 근 (인)

국 문 초 록

배송물류서비스에 있어서의 개인정보보호 방안에 관한 연구 -설치배송물류를 중심으로-

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
스 마 트 융 합 컨 설 팅 학 과
스 마 트 융 합 보 안 컨 설 팅 전 공
박 종 필

설치배송서비스를 제공 받기 위해 이용자(소비자)는 이름, 주소, 전화번호 등의 개인정보를 제공하게 되며 개인정보 노출로 인한 피해를 우려하게 된다. 배송서비스 이용자의 개인정보보호를 위한 물류기업의 개인정보보호 조치 및 활동은 필수적 문제가 되었다. 본 연구에서는 배송서비스를 제공하는 물류기업이 자사의 홈페이지를 통해 게시하고 있는 ‘개인정보처리방침’을 분석, 평가하여 해당 기업의 개인정보보호 인식과 활동 수준을 살펴봄으로써 배송서비스를 제공하는 물류기업의 개인정보보호 방안을 탐색하고자 하였다. 개인정보처리자가 처리방침을 공시하고 있는 현황은 개인정보보호법 인지 및 준수 현황을 살펴볼 수 있는 중요한 지표 중 하나로(이재근 외 2013), 개인정보처리방침의 게시 여부 및 내용의 충실도로 해당 기업의 개인정보보호에 대한 인식의 정도와 보호 활동 수준을 추정할 수 있다. 본 연구에서는 물류기업의 개인정보보호 인식 제고, 개인정보보호 안전성 확보 조치 실천, 위탁사업자의 수탁사업자에 대한 관리감독 강화를 방안으로 제시하였다.

【주요어】 배송서비스, 개인정보보호, 설치배송물류, 개인정보처리방침

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구 배경	1
제 2 절 연구목적	3
제 3 절 연구의 구성	4
제 2 장 이론적 배경	5
제 1 절 배송서비스 및 설치배송물류	5
제 2 절 개인정보	9
1) 개인정보의 개념	9
2) 개인정보의 유형	10
3) 개인정보 침해	11
4) 개인정보보호정책	13
5) 개인정보처리방침	15
제 3 절 설치배송물류와 개인정보	18
제 3 장 실태 분석	19
제 1 절 자료 수집	19
제 2 절 분석 방법	21
제 4 장 분석 결과	26
제 1 절 분석 개요	26
제 2 절 항목별 분석	30
1) 항목1. 개인정보의 처리 목적	30
2) 항목2. 개인정보의 처리 및 보유기간	31
3) 항목3. 정보주체와 법정대리인의 권리 의무 및 그 행사방법	33

4) 항목4. 처리하는 개인정보의 항목	33
5) 항목5. 개인정보의 파기절차 및 파기방법	33
6) 항목6. 개인정보의 안전성 확보 조치	34
7) 항목7. 개인정보 자동 수집 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항	34
8) 항목8. 개인정보 보호책임자	35
9) 항목9. 개인정보 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항	35
10) 항목10. 권익침해 구제방법에 관한 사항	36
11) 항목11. 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항	36
제 3 절 개인정보보호 방안 제시	37
1) 물류기업의 개인정보보호 인식 제고	37
2) 개인정보보호 안전성 확보 조치 실천	38
3) 위탁사업자의 수탁사업자에 대한 관리감독 강화	40
제 5 장 결 론	42
제 1 절 연구결과 요약	42
제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향	43
참 고 문 헌	44
ABSTRACT	50

표 목 차

[표 2-1] 법률상 “개인정보”의 정의	9
[표 2-2] 개인정보보호법 제3조(개인정보 보호원칙)	14
[표 2-3] 개인정보보호법의 개인정보처리방침 관련 내용	16
[표 2-4] 개인정보보호법 시행령의 개인정보처리방침 관련 내용	17
[표 3-1] 조사대상 홈페이지 및 개인정보처리방침 게시 현황	19
[표 3-2] 분석 대상기업 선정	20
[표 3-3] 분석 항목 선정	21
[표 3-4] 점수 부여 기준	22
[표 3-5] 점수부여 예시 내용	22
[표 4-1] 위탁사 규모별 항목별 평균점수	26
[표 4-2] 총점별 현황	26
[표 4-3] 점수표(22점 만점기준)	27
[표 4-4] 대상기업 명칭사용 및 이력 분석	29
[표 4-5] 개인정보의 처리 목적 부적합 사례	30
[표 4-6] 개인정보의 처리 및 보유기간 부적합 사례	32
[표 4-7] 처리하는 개인정보의 항목 부적합 사례	33
[표 4-8] 개인정보의 파기절차 및 파기방법 부적합 사례	34
[표 4-9] 개인정보 보호 책임자 게시 부적합 사례	35
[표 4-10] 업무 위수탁과 제삼자 제공 비교	40

그 립 목 차

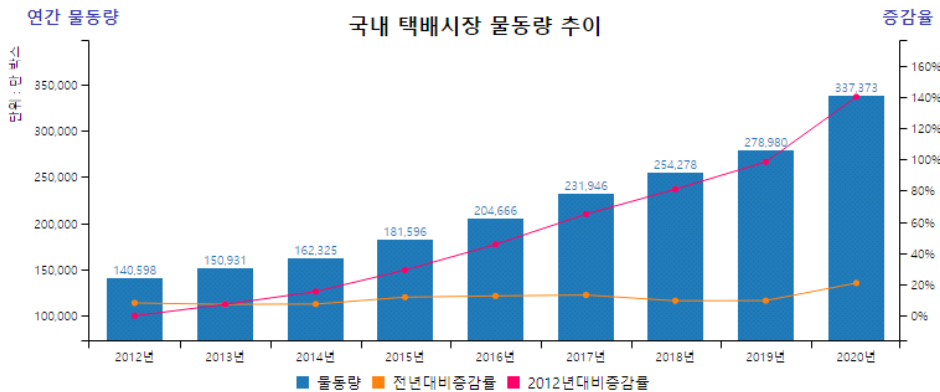
[그림 1-1] 국내 택배 물동량 추이	1
[그림 2-1] 가정설치 물류 전체 프로세스	7
[그림 2-2] “소비자가 제품을 어디서 구매할지 결정할 때 고려하는 요소” ·	8
[그림 2-3] 개인정보의 유형	10
[그림 2-4] 개인정보 침해 신고 상담 건수	11
[그림 2-5] 설치배송물류에서의 개인정보 제공 및 취급 위수탁 구조	18
[그림 4-1] 가이드라인의 ‘개인정보의 처리목적’ 작성예시	31
[그림 4-2] 가이드라인의 ‘개인정보 처리 및 보유기간’ 작성예시	32
[그림 4-3] 개인정보의 안전성 확보조치 작성예시	34
[그림 4-4] 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항 작성예시	35
[그림 4-5] 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항 작성예시	36
[그림 4-6] 개인정보처리자 유형 및 개인정보 보유량에 따른 안전조치 기준	39

제 1 장 서론

제 1 절 연구 배경

코로나19라는 팬데믹 상황과 맞물려 O2O, B2C와 같은 전자상거래의 확산에 따라 택배로 대표되는 배송서비스는 큰 폭으로 증가하였다. 한국통합물류협회(KILA)의 통계자료에 따르면 2020년 총 택배 물량은 33억 7천만 개로 조사되었으며, 2019년 27억 9천만 개와 비교해 20.9% 증가하였다.

[그림 1-1] 국내 택배 물동량 추이



출처 : 국가물류통합정보센터 (자료는 한국통합물류협회(KILA))

유통업자와 소비자를 연결하는 협의의 물류 활동인 배송서비스는 비대면 배송으로 보편화되고 있다¹⁾. 2021년 4월 물류 브랜드 ‘부릉’을 운영하는 메쉬코리아가 2020년 배송 데이터를 기반으로 분석한 ‘부릉 리포트’에 따르면 2020년 ‘문 앞에 놓고 가세요’라는 메모가 붙은 비대면 배송이 전년 대비 11.5배 증가한 것으로 나타났다²⁾. 아울러 코로나19로 인한 ‘집콕’ 장기화로 대형 TV, 세탁기 등 대형가전과 침대, 소파 등의 설치배송 수요도 증가하였

1) 조아라, "이젠 엄지쇼핑이 대세"...'비대면 경제' 선택이 아닌 필수, 아주경제 2021.10.18., <https://www.ajunews.com/view/20211008200726070>

2) 이상덕, 부릉 "코로나에, 언택트 배송 11.5배 증가", 매일경제 2021.04.15., <https://mirakle.mk.co.kr/view.php?year=2021&no=362090>

다. 이마트에 따르면 2021년 1월에서 9월까지 75인치 이상 TV의 매출이 2020년 동기보다 35.9% 증가했다고 한다. 특히 QLED 올레드 등 선명한 화질을 앞세운 프리미엄 TV의 경우 매출이 127% 늘었다³⁾. 이러한 대형가전은 배송 후 설치 및 사용 방법 설명과정을 거쳐야 하므로 여전히 대면 배송이 필요하다.

배송서비스를 제공 받기 위해 이용자(소비자)는 이름, 주소, 전화번호 등의 개인정보를 제공하게 되며 개인정보 노출로 인한 피해를 우려하게 된다. 2021년 6월 11일 방송통신위원회의 '지능정보사회 이용자 조사'의 결과에 따르면 온라인 서비스를 이용하면서 생성되는 개인 데이터 활용과 관련해 자신의 데이터가 다른 용도로 사용되는 것에 대해 70.1%가 우려를 표했다⁴⁾. 이에 따라 개인정보보호위원회는 2021년 8월 20일 택배사 관계자들과 간담회를 열어 택배 운송장의 이름과 전화번호를 비식별 처리해 개인정보 보호를 강화하는 방안을 점진적으로 도입하는 데 의견을 모았다⁵⁾. 택배와 같은 배송 서비스와 관련된 개인정보의 오, 남용에 따른 개인정보 침해사고는 지속해서 발생하여 왔다. 2021년 4월 발생한 노원구 세 모녀 살해사건은 피의자가 범행을 계획하며 피해자가 보낸 사진 속 택배 상자에서 주소를 알아낸 후 저지른 범행이다⁶⁾. 2021년 10월 쿠팡은 홈 화면에 다른 사람의 이름과 주소가 나타나는 형태로 약 31만명의 이용자 개인정보가 유출되기도 했다⁷⁾.

4차 산업혁명과 IT 기술의 진보에 따라 대기업형 물류기업의 경우 이용자

-
- 3) 박성진, '집콕' 장기화에 초대형 TV 인기... 이마트 75인치 이상 매출 40.8%, 동아닷컴 2021.10.12, <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20211011/109654447/1>
- 4) 채수웅, 방통위, 코로나19가 비대면 사회전환 앞당겨...지능정보서비스 이용 증가, 디지털데일리 2021.06.11., <https://www.ddaily.co.kr/news/article/?no=215970>
- 5) 정채연, 택배 운송장 개인정보보호 강화된다...이름·전화번호 비식별 처리, 데일리안 2021.08.23., <https://www.dailian.co.kr/news/view/1024821/?sc=Naver>
- 6) 정준영, 택배운송장 보고 스토킹한 김태현...시민들 "개인정보 무방비 노출 불안", TV조선 2021.04.11., http://news.tvchosun.com/site/data/html_dir/2021/04/11/2021041190057.html
- 7) 김정현, '개인정보 유출' 고개 숙인 쿠팡...커지는 소비자 불안감, 뉴시스 2021.10.28, <https://n.news.naver.com/article/003/0010796731>

에게 디지털화된 형태로 배송정보 조회, 추적, 처리 결과 등의 정보를 제공하기도 하지만 대면 배송이 필요한 설치배송의 경우 전화 또는 메신저 등을 통하여 배송 일정을 사전에 조율하는 과정과 배송 및 설치 확인, 서명을 위한 출력물 형태의 개인정보 취급이 발생한다. 물류기업에서는 이용자의 개인정보 보호와 프라이버시 보호에 관심을 가져야 할 것이고, 이에 따라 물류기업에서의 이용자의 개인정보관리와 프라이버시 관리는 중요한 관리적 문제가 되었다(김성영, 안승범, 2018; 유석천, 이재우, 염정호, 2001).

제 2 절 연구목적

배송서비스를 제공하는 물류기업의 개인정보보호를 위한 활동의 필요성이 증가하는 상황에서 이와 관련된 선행연구로는 전자상거래 이용자의 개인정보보호를 위한 프라이버시 우려에 대한 연구(Gupta, & Chennamaneni, 2018; Lauer & Deng, 2007; Lanier Jr, & Saini, 2008; Van Slyke, Shim, Johnson, & Jiang, 2006; Malhotra, Kim, & Agarwal, 2004)가 있다. 또한 택배 서비스 이용자의 개인정보와 관련된 부정적인 감정이 택배 서비스 이용에 대한 불만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Lim, Sung, Kim, and Kim, 2017)는 주장이 있다. 배송서비스 이용자의 개인정보보호를 위한 물류기업의 개인정보보호 조치 및 활동은 필수적 문제가 되었다.

본 연구에서는 배송서비스를 제공하는 물류기업이 자사의 홈페이지를 통해 게시하고 있는 ‘개인정보처리방침’을 분석, 평가하여 해당 기업의 개인정보 보호 인식과 활동 수준을 살펴봄으로써 배송서비스를 제공하는 물류기업의 개인정보보호 방안을 탐색하고자 하였다.

본 연구결과는 배송서비스를 제공하는 물류기업이 고객 개인정보보호에 있어, 더욱 안전한 고객지향적 개인정보보호 활동을 실천하기 위한 정책 실행에 도움을 제공할 것이다.

제 3 절 연구의 구성

본 연구는 다음과 같이 구성한다.

제1장에서는 연구 배경, 연구목적, 연구의 구성에 관하여 기술한다.

제2장에서는 배송서비스, 개인정보 등에 대한 문헌 연구를 통하여 이론적 배경을 살펴본다.

제3장에서는 실태를 분석한다.

제4장에서는 분석 결과와 개인정보보호 방안을 제시한다.

제5장에서는 본 연구의 결론으로 결과 요약과 연구의 한계 및 향후 연구방향을 제시한다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 배송서비스 및 설치배송물류

배송은 주로 완제품을 판매하거나 유통하는 구간과 지선운송에서 주로 사용되며 소형 수송 매체를 통해 소량이나 소단위 물품을 단거리인 지역거점에서부터 소매점 또는 소형고객에게 수송하는 것을 의미한다(전준수, 2005). 온라인쇼핑몰은 주로 소량이나 소단위 물품을 다루며 소형 수송 매체를 사용하여 단거리로 고객에게 수송하기 때문에 배송서비스를 제공한다고 할 수 있다(이태희, 2017). 배송서비스는 “소비자가 제품이나 서비스를 주문하고 적시에 주문한 물품을 인도받고, 쇼핑몰에서 제공하는 그 이후의 부가적 서비스를 받는 전 과정”이라고 정의했다(안운석, 박종원, 정현용, 2004; 정철호, 2009). 최근에는 소비자의 온라인 주문으로 주문처리 프로세스가 활성화되어 상품이 출발하는 시점부터 상품이 목적지에 전달되기까지의 모든 물류 활동을 의미하는 ‘ラスト 마일 딜리버리’(Boysen, Fedtke, and Schwerdfeger 2021; Lim, Jin, and Srai 2018)라는 용어로도 사용되고 있다. 온라인쇼핑 시장의 확대로 인한 소비자들의 욕구변화와 IT 기술의 발달로 인한 물류 환경 변화로 인하여 과거 원자재 조달에서 생산에 이르는 공급자 중심의 퍼스트 마일 물류에서 사용자 편의성 중심인 라스트 마일로 물류의 중심축이 이동하고 있다(박홍균, 2019). 온라인쇼핑몰을 통한 대부분의 전자상거래에서 상품의 이동은 필수적이며 전자상거래를 통한 거래의 지속적인 활성화를 위해서는 유통업자로부터 소비자에 도달하는 상품의 이동이 효율적으로 이루어져야 하므로 유통업자와 소비자를 연결해 주는 다양한 형태의 배송서비스가 나타나고 있다. 기존의 배송서비스는 단순히 화주로부터 상품을 받아 고객에게 전달하는 형태를 갖추고 있었으나, 시장의 성장과 고객의 요구사항 다양화 및 증가에 따라 고객의 세부적인 요구사항을 충족시킬 수 있는 새로운 형태의 배송서비스가 등장하고 있다. 특히, 이런 특화된 서비스를 제공하는 기업들이 새로운 온라인 유통시장에서 경쟁우위를 확보하고 있다는 것은 명백한 사실이다(박상아, 신광섭, 2021). 대표적인 사례로는 쿠팡이 대형 가전제품을 배송 후 댁내 설

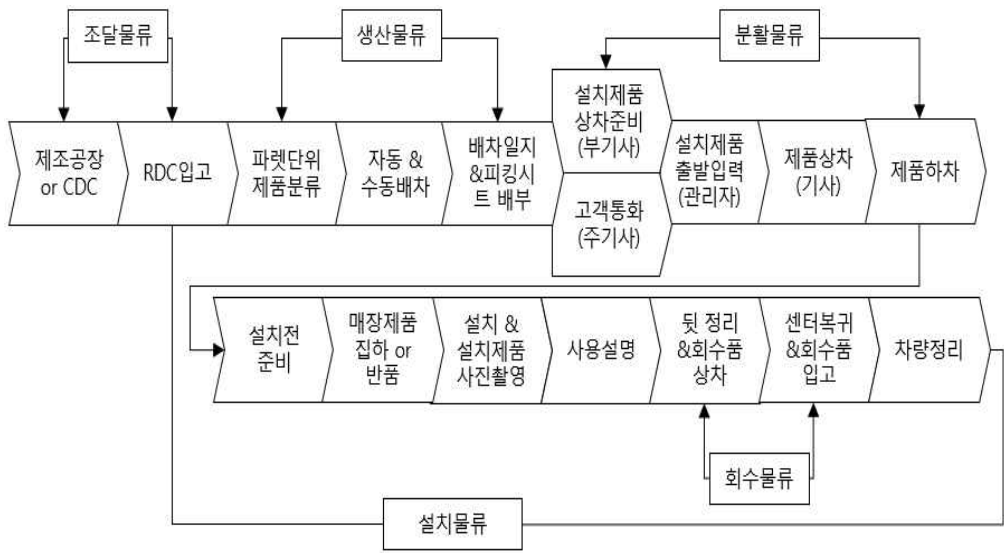
치까지 해주는 ‘로켓설치’와 마켓컬리, SSG닷컴, 오아시스 등의 전자상거래 업체의 ‘새벽배송’, 집 안 냉장고 속에까지 식품을 배송하는 아마존의 ‘in home delivery’ 서비스가 있다. 온라인 가구 쇼핑몰 ‘오늘의 집’은 지정한 날짜에 가구를 배송, 설치 받을 수 있는 ‘오늘의집 배송’ 서비스를 제공하고 있다.

최근의 배송서비스는 단순 배달의 개념에서 벗어나 최종소비자에게 제품을 직접 인도, 설치, 사용법 교육 등을 수행하는 종합물류 서비스로 오더 등록, 출고처리, 택배 진행관리, 사후관리의 4대 기능을 중심으로 전개된다(박관수, 최화열, 2012). 인터넷 쇼핑몰에서 배송서비스는 쇼핑몰 사이트를 방문한 고객에게 제품의 주문에서부터 전달하기까지의 전체적인 공급사슬관리(SCM: Supply Chain Management)의 과정이라고 할 수 있다(김경준, 이기동, 김준우, 2007). 배송 후 설치까지 처리하는 형태의 배송서비스에 대하여 구병모, 김선구(2019)는 “가정설치(Home installation)는 B2C 거래형태로 소유의 주체가 가정으로 이동된 제품을 새로운 편의 창출, 현재 편의의 향상, 기존의 불편 및 불만족을 제거하기 위하여 전기로 작동되는 제반의 기기를 집에 설치하는 것을 말한다. 가정설치제품으로는 TV와 가정에서 극장처럼 대형화면과 음향을 즐길 수 있는 AV, 컴퓨터, 냉장고, 정수기, 전기레인지 등의 주방가전, 세탁기, 건조기, 의류 케어 제품, 무/유선 청소기, 안마의자 등의 생활가전, 에어컨, 공기청정기, 제습기, 가습기 등의 에어컨 제품 등이지만 기능과 규모를 달리하며 미래기술경영(이희 등, 2018) 측면으로 진화하고 있다. 설치 물류(Installation logistics)는 가정설치 제품의 분류, 설치 라우팅 계획, 상자, 출발, 제품하차까지 분할물류⁸⁾와 이후 단계인 설치 전 준비, 고객 집

8) “물류를 다루는 대부분의 전문서적이나 논문에서는 상품의 흐름을 기준으로 생산물류와 분할물류 단계를 구분하지 않고 합하여 사내물류라고 설명한다. 분할물류를 설명하면 다음과 같다, 「작업의 범위는 배송센터입고 이후에서 최종 소비단위인 첫 번째 가정까지 이동하여 제품을 하차할 때까지 단계를 말한다, 작업의 내용은 배송 또는 물류센터 내 작업과 센터 외 이동작업으로 구분되는데 센터 내 작업은 입고된 제품을 설치차량 또는 담당 구역별로 이동하기 위하여 행해지는 설치제품 확인, 피킹, 센터 내 운반 및 분류, 설치라우팅 계획 등 상자준비까지를 말한다. 센터 외 이동작업은 설치 제품을 상차한 차량이 첫 번째 가정에 도착하여 하차할 때까지의 범위를 의미한다. 작업의 주체는 기사가 된다. 요약하면 설치할 제품의 분류, 설치 라우팅 계획, 상자, 출발, 제품하차까지의 범위」를 의미하는 것으로 가정설치물류의 프로세스 명확화와 가정설치물류를 설명하기 위해서 간과할 수 없는 필수단계”로 구병모, 김선구 (2019)의 논문에서 최초로 사용한 용어임을 밝혀둔다.

진입, 설치 및 사용설명, 설치 후 뒷정리까지의 범위에서 이루어지는 물류활동을 말한다”라고 정의하였다.

[그림 2-1] 가정설치 물류 전체 프로세스



출처 : 탐색적 방법론을 이용한 가정설치 물류기술 단가체계 연구(구병모, 김선구, 2019)

온라인 유통시장이 확대되고 옴니채널⁹⁾과 같은 유통 환경을 가능케 하는 기반은 배송서비스이며, 온라인 유통시장이 확대됨에 따라 배송서비스의 중요성은 더욱 커지고 있다. 유통시장에서 온라인과 오프라인의 경계가 모호해지는 것과 같이 물류와 유통의 경계도 모호해지고 있다(이영종, 2019). ‘ラスト마일 딜리버리’는 유통업체에게 있어 고객과의 마지막 접점이며, 유통업체의 상품이 최종소비자에게 전달되는 모든 과정과 요소를 뜻한다. 최근 유통업체들은 경쟁사와의 차별화 전략으로 배송 품질 향상을 중요시하고 있다.

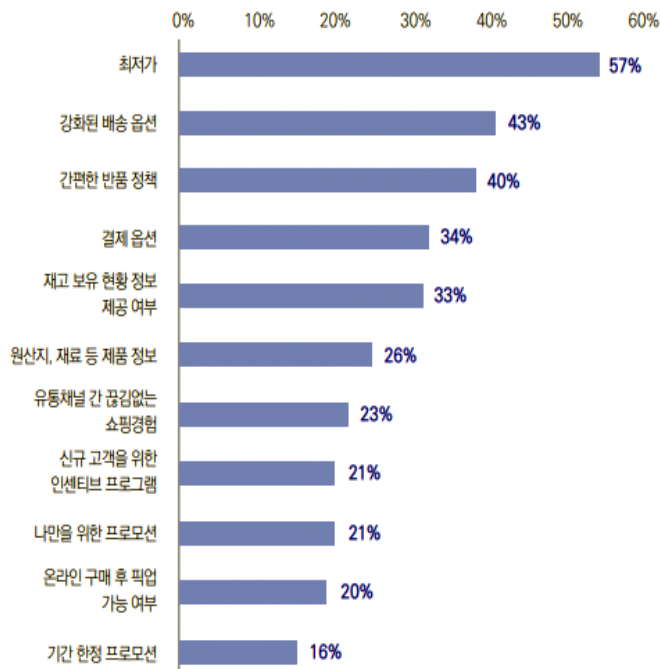
상품을 직접 볼 수 없는 온라인쇼핑의 경우 타인의 경험이 제품 선택에 큰 영향을 미치게 되는데, 대부분의 온라인몰이 배송을 상품 구매의 중요 기준으로 두고 있는 것은 고객들의 구매 결정에서 그만큼 중요 요소로 작용하

9) 옴니채널(Omni-Channel)은 온·오프라인 매장을 유기적으로 결합한 쇼핑체계로 고객이 시간과 장소에 구애받지 않고 쇼핑을 즐길 수 있도록 해주는 것으로 Rigby가 2011년에 하버드 비즈니스리뷰에서 처음으로 언급했다(Rigby, 2011; Bell 외 2015).

기 때문이다¹⁰⁾. 온라인쇼핑을 이용하는 소비자들이 배송서비스 자체를 유통업체의 브랜드 이미지로 인식하는 경향으로 배송서비스를 차별화를 위해 치열하게 경쟁하고 있다(이영종, 2019). KPMG 설문조사(2017)에 따르면 ‘소비자가 제품을 어디서 구매할지 결정할 때 고려하는 요소’에서 최저가(57%)에 이어 강화된 배송 옵션(43%), 간편한 반품정책(40%) 순으로 배송과 관련된 서비스가 상위권을 차지하고 있다.

온라인쇼핑몰이 고객 상품평 평가 요소 중 하나로 배송에 대한 평가를 포함하는 사례를 살펴보면 G마켓, SSG닷컴, GS샵, CJ몰 등이 있다. 배송 품질이 소비자의 구매 결정 시 고려 요소로 대두되고 있으나, 배송서비스 품질 주요 요인 관련 선행연구에서는 신속성/적시성, 정확성, 경제성, 안정성/상태성, 정보성, 주문 불일치처리, 고객 응대, 편리성 등을 요인으로 제시하고 있다(강선, 현병환, 2021).

[그림 2-2] “소비자가 제품을 어디서 구매할지 결정할 때 고려하는 요소”



출처 : 삼정KPMG경제연구원, Samjung INSIGHT, Issue 54 · 2017. pp 9

10) 조성미, 배송 전쟁! 감동을 경험시켜라, The PR 2016.04.29.,
<http://www.the-pr.co.kr/news/articleView.html?idxno=14611> (2021.10.18.)

제 2 절 개인정보

1) 개인정보의 개념

개인정보의 유출 및 악용사례의 증가로 개인정보보호에 관한 관심이 커지고 있다. “개인정보 보호법”과 “정보통신망 이용 촉진 및 정보 보안 등에 관한 법률”에서의 ‘개인정보’에 대한 정의는 다음과 같다.

[표 2-1] 법률상 ‘개인정보’의 정의

법 률	내 용
“개인정보보호법” 제2조 1항	‘개인정보’란 살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)를 말한다.
“정보통신망 이용촉진 및 정보 보안 등에 관한 법률” 제2조 6항	‘개인정보’란 생존하는 개인에 관한 정보로서 성명·주민등록번호 등에 의하여 특정한 개인을 알아볼 수 있는 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없어도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 경우에는 그 정보를 포함한다)를 말한다. (2020. 2. 4 삭제)

‘개인정보’의 개념에 관한 연구는 많은 학자가 프라이버시(Privacy) 개념을 전제로 연구를 수행하였다. ‘개인 사생활에 대한 권리’로 정의되었던 프라이버시는 정보통신기술의 발전과 함께 대량의 개인정보가 수집 및 활용됨에 따라 ‘개인의 정보를 통제할 수 있는 권리’로 확장되었다(Pavlou, 2011). 이는 ‘개인정보에 대한 자기 결정권’을 내포하는 보다 적극적인 권리를 뜻하며, 오늘날 프라이버시에 대한 정보적 측면이 강조된 ‘정보 프라이버시(Information Privacy)’ 개념으로 재조명되었다(Smith 외, 2011). 즉, 정보 프라이버시는 개인의 인적 사항과 같은 개인정보의 유통 및 관리와 관계가 있다. 개인정보와 관련된 선행연구는 정보화 사회 이후 개인의 프라이버시 염려가 중요한 요인으로 대두되면서 활발히 진행되었다.

2) 개인정보의 유형

개인정보의 유형은 다음과 같이 분류할 수 있다.

[그림 2-3] 개인정보의 유형

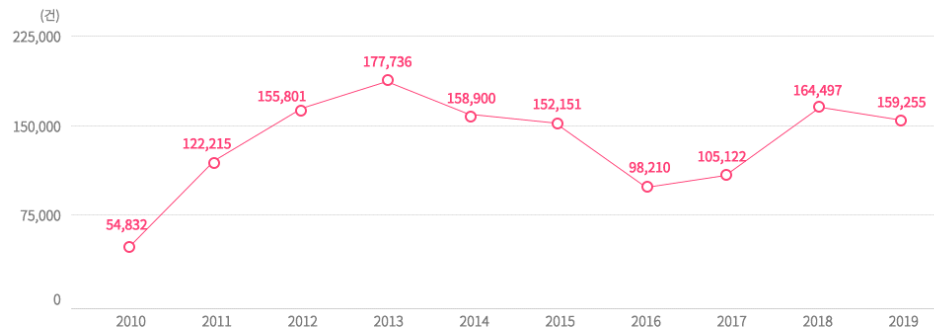
구분		내용
인적사항	일반정보	성명, 주민등록번호, 주소, 연락처, 생년월일, 출생지, 성별 등
	가족정보	가족관계 및 가족구성원 정보 등
신체적 정보	신체정보	얼굴, 홍채, 음성, 유전자 정보, 지문, 키, 몸무게 등
	의료·건강 정보	건강상태, 진료기록, 신체장애, 장애등급, 병력, 혈액형, IQ, 약물테스트 등의 신체검사 정보 등
정신적 정보	기호·성향 정보	도서·비디오 등 대여기록, 접지구독정보, 물품구매내역, 웹사이트 검색내역 등
	내면의 비밀 정보	사상, 신조, 종교, 가치관, 정당·노조 가입여부 및 활동내역 등
사회적 정보	교육정보	학력, 성적, 출석상황, 기술 자격증 및 전문 면허증 보유내역, 상벌기록, 생활기록부, 건강기록부 등
	병역정보	병역여부, 군번 및 계급, 제대유형, 근무부대, 주특기 등
	근로정보	직장, 고용주, 근무처, 근로경력, 상벌기록, 직무평가기록 등
	법적정보	전과·범죄 기록, 재판 기록, 과태료 납부내역 등
재산적 정보	소득정보	봉급액, 보너스 및 수수료, 이자소득, 사업소득 등
	신용정보	대출 및 담보설정 내역, 신용카드번호, 통장 계좌번호, 신용평가 정보 등
	부동산 정보	소유주택, 토지, 자동차, 기타소유차량, 상점 및 건물 등
	기타 수익 정보	보험(건강, 생명 등) 가입현황, 휴가, 병가 등
기타 정보	통신정보	E-Mail 주소, 전화통화내역, 로그파일, 쿠키 등
	위치정보	GPS 및 휴대폰에 의한 개인의 위치정보
	습관 및 취미정보	흡연여부, 음주량, 선호하는 스포츠 및 오락, 여가활동, 도박성향 등

출처 : 개인정보위원회 개인정보포털

3) 개인정보 침해

“개인정보 침해란 개인정보 처리 전 과정에서 발생하는 것으로 법적 근거 없는 개인정보의 수집·이용·제공은 물론 개인정보 유출, 오남용, 불법유통 등을 모두 포괄하는 것으로 볼 수 있다”(개인정보보호위원회 개인정보포털).

[그림 2-4] 개인정보 침해 신고 상담 건수



	2015	2016	2017	2018	2019
합계	152,151	98,210	105,122	164,497	159,255
- 개인정보 무단수집	2,442	2,568	1,876	2,764	3,237
- 개인정보 무단이용제공	3,585	3,141	3,881	6,457	6,055
- 주민번호등 타인정보도용	77,598	48,557	63,189	111,483	134,271
- 회원탈퇴 또는 정정 요구 불응	957	855	862	1,149	1,292
- 법적용 불가 침해사례	60,480	38,239	30,972	37,156	8,745
- 기타	7,089	4,850	4,342	5,488	5,655

출처 : 개인정보위원회 개인정보포털

인터넷이 활성화되면서 개인정보의 수집, 저장, 관리가 손쉬워지고, 또한 데이터의 이동이 자유로워지면서 정보 프라이버시에 대한 염려가 부각되었다 (Park, C. W., and Kim, J. W., 2015). Cespedes, F. V., and Smith, H. J., (1993)의 연구 결과에 따르면 “기업이 사용하고 있는 개인정보는 사용자의 프라이버시를 침해할 소지를 안고 있으며 프라이버시 침해에 대하여 우려하고 있는 정도가 큰 사람일수록 본인의 정보를 사용하는 것을 원치 않는다”라

고 주장하였다. 또한 Fusilier, M. R., and Hoyer, W. D., (1980)의 연구에서는 “정보사용에 대한 통제 능력이 있다고 생각하는 사람일수록 프라이버시 침해에 대한 지각도가 낮았으며, 정보가 기존의 판매자와 구매자의 관계에서 수집될 때, 사용자가 향후 자신의 정보사용을 통제할 능력이 있을 때, 그리고 기업에 의해 수집되거나 사용된 정보가 거래와 관련될 때, 개인정보가 사용자에게 대한 추측에 사용될 때 개인정보 프라이버시 침해에 대한 염려도가 약해진다”라고 주장하였다. 프라이버시 염려는 소비자가 인지하는 위험과 같은 신념을 형성할 때 중요한 역할을 하고 프라이버시 행동에 대한 의사결정에 직접적인 영향을 미친다(민현홍, 황기현, 2016). 이러한 정보 프라이버시 염려는 전자상거래를 위축시킬 뿐만 아니라 정보 시스템 연구 분야인 온라인 환경을 변화시킬 수 있어서 개인의 정보 프라이버시 염려는 중요한 요인으로 연구되고 있다(Park, C. W., and Kim, J. W., 2015).

Bansal, G., Zahedi, F., and Gefen, D., (2010)의 연구에 따르면 “정보 프라이버시 침해 경험은 과거 온라인 환경에서 개인정보가 자신의 의사와 상관없이 불법적으로 노출되거나 유통되는 등의 경험”이라고 주장하였다. 정보 통신 서비스의 확산을 통해 기업의 개인정보 수집 및 활용은 더욱 활발하게 진행되고 있으며, 동시에 개인정보의 침해 문제가 더욱더 심화되고 사회적 문제로 대두되고 있다(민현홍, 황기현, 2016). Dinev and Hart, (2006)은 프라이버시 인식을 프라이버시 염려의 예측변수로 개발하였고 개인의 강한 프라이버시(사회적) 인식은 프라이버시 이슈, 개인정보의 악의적, 의도적, 우연한 누출 때문에 프라이버시의 상실 가능성이 가능한 결과를 초래하며 프라이버시 정책의 요인과 가깝다고 하였다(Smith, H. J., Dinev, T., and Xu, H., 2011).

온라인 환경에서 사용자는 서비스 이용을 위해 자발적으로 정보를 제공하기도 하지만, 이러한 과정에서 개인이 제공한 정보가 정보 주체의 동의 없이 제삼자에 의해 이용될 수도 있으며 이는 곧 정보 프라이버시 침해로 이어진다(Bansal & Gefen, 2010; Junglas 외 2008). 이와 같은 정보 프라이버시 침해는 현대의 지능정보 기술 맥락에서 더 많은 시사점을 제시한다. 오늘날 빅

데이터와 인공지능 등으로 대표되는 데이터 처리 및 분석 기술의 발전은 고객 개인별로 상황에 따른 맞춤형 혜택을 실시간으로 제공하는 개인화 서비스를 발전시켰다. 여기서 중요한 것은 정보통신기술 발전이 제시하는 청사진도 프라이버시에 대한 우려를 피해갈 수 없다는 점이다. 개인정보 활용 범위가 확장될수록 그것이 유출 혹은 오용되었을 때의 위험도가 더 커질 수 있다. 실제로 최근 연구들은 지능정보 기술을 활용한 제품 및 서비스의 개인정보 보호 문제에 대한 윤리적 의문을 활발히 제기하고 있다(남형두, 2019; 윤혜선, 2019; Madaan 외 2018).

4) 개인정보보호정책

개인정보보호정책은 개인정보가 제공된 목적과 관계없는 개인이나 조직의 불법적 접근, 사용, 변조, 공개 등으로 개인정보를 제공한 개인에게 발생할 수 있는 침해 위험성에 대비하기 위하여 적절한 관리적, 기술적, 물리적 보호 대책을 수립하는 일이다. 개인정보보호정책은 정보 프라이버시 정책의 하나이며, 정보 프라이버시 정책은 정부나 기업에서 개인정보의 보호를 위해 자신이 수집하는 개인정보에 관한 내용, 보호를 위한 기술적 방안, 개인정보 관리에 대한 책임 규정을 알려주는 것을 말한다(민현홍, 황기현, 2016). 우리나라는 2011년부터 개인정보보호법을 시행하였다. 이 법은 OECD의 개인정보 가이드라인 공정정보규정에 제시된 개인정보의 수집 및 사용에 대한 8가지 원칙을 포함한다. 국내 기업은 개인정보보호법에 따라 프라이버시 정책을 마련하고 이용자에게 제공하여야 한다. 개인정보보호법 제3조(개인정보 보호 원칙)에 명시된 8가지 원칙은 다음 [표 2-2]와 같다.

[표 2-2] 개인정보보호법 제3조(개인정보 보호 원칙)

개인정보보호법 제3조(개인정보 보호 원칙)	OECD 원칙
① 개인정보처리자는 개인정보의 처리 목적을 명확하게 하여야 하고 그 목적에 필요한 범위에서 최소한의 개인정보만을 적법하고 정당하게 수집하여야 한다.	수집제한 목적 명확화
② 개인정보처리자는 개인정보의 처리 목적에 필요한 범위에서 적법하게 개인정보를 처리하여야 하며, 그 목적 외의 용도로 활용하여서는 아니 된다.	이용제한
③ 개인정보처리자는 개인정보의 처리 목적에 필요한 범위에서 개인정보의 정확성, 완전성 및 최신성이 보장되도록 하여야 한다.	정보 정확성
④ 개인정보처리자는 개인정보의 처리 방법 및 종류 등에 따라 정보주체의 권리가 침해받을 가능성과 그 위험 정도를 고려하여 개인정보를 안전하게 관리하여야 한다.	안정성 확보
⑤ 개인정보처리자는 개인정보 처리방침 등 개인정보의 처리에 관한 사항을 공개하여야 하며, 열람청구권 등 정보주체의 권리를 보장하여야 한다.	처리방침 공개 정보주체 참여
⑥ 개인정보처리자는 정보주체의 사생활 침해를 최소화하는 방법으로 개인정보를 처리하여야 한다.	수집제한
⑦ 개인정보처리자는 개인정보를 익명 또는 가명으로 처리하여도 개인정보 수집목적에 달성할 수 있는 경우 익명처리가 가능한 경우에는 익명에 의하여, 익명처리로 목적을 달성할 수 없는 경우에는 가명에 의하여 처리될 수 있도록 하여야 한다. <개정 2020. 2. 4.>	수집제한
⑧ 개인정보처리자는 이 법 및 관계 법령에서 규정하고 있는 책임과 의무를 준수하고 실천함으로써 정보주체의 신뢰를 얻기 위하여 노력하여야 한다.	책임

이러한 정보 프라이버시 정책이 모호하고 어렵게 기술되어 있을 경우 소비자들은 정책을 신뢰하지 못하며 정보 프라이버시 염려에 우려를 나타내게 된다 (Park, C. W. and Kim, J. W., 2015). 따라서 소비자들은 정보 프라이버시 정책에 대한 인식 여부에 따라 정보 프라이버시 염려와 신뢰에 대한 영향에 차이가 나타나게 된다(민현홍, 황기현, 2016). 이러한 관점에서 Milne, G. R., and Boza, M. E.(1999)은 기업이 소비자로부터 받은 개인정보를 사용하는 것에 대한 정보 프라이버시 염려와 정의 관계가 개인정보를 공정하게 사용하는 가에 대한 신뢰와는 부의 관계가 있음을 제시하였다.

5) 개인정보처리방침

‘개인정보처리방침’은 수집된 개인정보를 저장, 이용, 파기하는 모든 과정을 상세히 기술한 법적 문서라고 할 수 있다. 개인정보보호법 제30조는 개인정보처리자, 즉 개인정보를 처리하고 있는 사업자, 단체 등은 개인정보 처리 기준, 보호조치 등의 내용을 문서화 한 ‘개인정보처리방침’을 정하여 공개하도록 하고 있다. ‘개인정보처리방침’은 통상적으로 인터넷 홈페이지 등에 게시하지만 인터넷 홈페이지를 운영하지 않는 경우 사무실에 게시하거나 간행물, 홍보지 등에 지속해서 게시하도록 하였다. ‘개인정보처리방침’ 공개 의무를 위반하면 개인정보보호법 제75조 제4항에 따라 1천만 원 이하의 과태료가 부과된다.

장원창 외(2012)는 “웹사이트에서 통상적으로 제시되는 ‘개인정보처리방침’을 인터넷 이용자들이 어떻게 인지하고 확인하는지, 나아가 이러한 행동이 온라인 거래에 긍정적으로 영향을 미쳐 웹사이트와 이용자 간의 정보 비대칭성 문제가 적절히 해소되고 있는지를 실증적으로 분석”하고 “개인정보 처리방침의 인지와 확인에는 유의미한 차이점이 존재하며, 개인정보보호를 중요하게 인식할수록, 또한 개인정보 침해의 경험이 있을수록 개인정보 처리방침을 확인할 확률이 높은 것으로 나타났다”라고 하였다. 또한 “개인정보 처리방침을 확인하는 인터넷 이용자들이 온라인 거래에 참여할 확률이 유의미하게 높다”라는 결과를 도출하였다.

이은숙 외(2016)는 “개인정보 취급방침을 확인에 대한 중요성을 인식하게 되었고 단순 Display의 확인이 확인한 집단의 행동에 변화를 줄 수 있으며 프라이버시에 민감한 사람들일수록 더욱 보호 행동을 실천할 가능성이 있음을 나타내었다”라고 하였다.

[표 2-3] 개인정보보호법의 개인정보처리방침 관련 내용

법	내 용
개 인 보 호 법	제30조(개인정보 처리방침의 수립 및 공개) ① 개인정보처리자는 다음 각 호의 사항이 포함된 개인정보의 처리 방침(이하 “개인정보 처리방침”이라 한다)을 정하여야 한다. 이 경우 공공기관은 제 32조에 따라 등록대상이 되는 개인정보파일에 대하여 개인정보 처리방침을 정한다.〈개정 2016. 3. 29., 2020. 2. 4.〉 1. 개인정보의 처리 목적 2. 개인정보의 처리 및 보유 기간 3. 개인정보의 제3자 제공에 관한 사항(해당되는 경우에만 정한다) 3의2. 개인정보의 파기절차 및 파기방법(제21조제1항 단서에 따라 개인정보를 보존하여야 하는 경우에는 그 보존근거와 보존하는 개인정보 항목을 포함한다) 4. 개인정보처리의 위탁에 관한 사항(해당되는 경우에만 정한다) 5. 정보주체와 법정대리인의 권리·의무 및 그 행사방법에 관한 사항 6. 제31조에 따른 개인정보 보호책임자의 성명 또는 개인정보 보호업무 및 관련 고충사항을 처리하는 부서의 명칭과 전화번호 등 연락처 7. 인터넷 접속정보파일 등 개인정보를 자동으로 수집하는 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항(해당하는 경우에만 정한다) 8. 그 밖에 개인정보의 처리에 관하여 대통령령으로 정한 사항
	② 개인정보처리자가 개인정보 처리방침을 수립하거나 변경하는 경우에는 정보주체가 쉽게 확인할 수 있도록 대통령령으로 정하는 방법에 따라 공개하여야 한다.
	③ 개인정보 처리방침의 내용과 개인정보처리자와 정보주체 간에 체결한 계약의 내용이 다른 경우에는 정보주체에게 유리한 것을 적용한다. ④ 보호위원회는 개인정보 처리방침의 작성지침을 정하여 개인정보처리자에게 그 준수를 권장할 수 있다. 〈개정 2013. 3. 23., 2014. 11. 19., 2017. 7. 26., 2020. 2. 4.〉
	제75조(과태료) ~중략~ ④ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 〈개정 2017. 4. 18., 2020. 2. 4.〉 7. 제30조제1항 또는 제2항을 위반하여 개인정보 처리방침을 정하지 아니하거나 이를 공개하지 아니한 자 ~이하 생략~

[표 2-4] 개인정보보호법 시행령의 개인정보처리방침 관련 내용

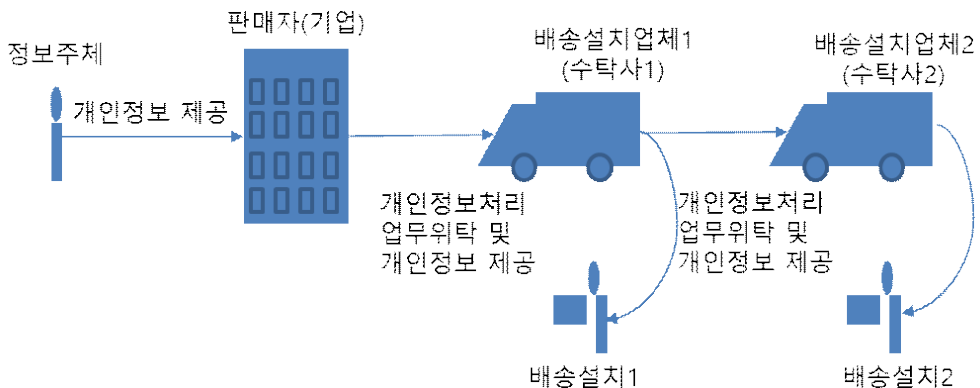
법	내 용
개 인 정 보 보 호 법 시 행 령	제31조(개인정보 처리방침의 내용 및 공개방법 등)
	① 법 제30조제1항제8호에서 “대통령령으로 정한 사항”이란 다음 각 호의 사항을 말한다. <개정 2016. 9. 29., 2020. 8. 4.>
	1. 처리하는 개인정보의 항목
	2. 삭제 <2020. 8. 4.>
	3. 제30조 또는 제48조의2에 따른 개인정보의 안전성 확보 조치에 관한 사항
	② 개인정보처리자는 법 제30조제2항에 따라 수립하거나 변경한 개인정보 처리방침을 개인정보처리자의 인터넷 홈페이지에 지속적으로 게재하여야 한다.
	③ 제2항에 따라 인터넷 홈페이지에 게재할 수 없는 경우에는 다음 각 호의 어느 하나 이상의 방법으로 수립하거나 변경한 개인정보 처리방침을 공개하여야 한다.
	1. 개인정보처리자의 사업장등의 보기 쉬운 장소에 게시하는 방법
	2. 관보(개인정보처리자가 공공기관인 경우만 해당한다)나 개인정보처리자의 사업장등이 있는 시·도 이상의 지역을 주된 보급지역으로 하는 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호가목·다목 및 같은 조 제2호에 따른 일반일간신문, 일반주간신문 또는 인터넷신문에 실는 방법
	3. 같은 제목으로 연 2회 이상 발행하여 정보주체에게 배포하는 간행물·소식지·홍보지 또는 청구서 등에 지속적으로 실는 방법
	4. 재화나 용역을 제공하기 위하여 개인정보처리자와 정보주체가 작성한 계약서 등에 실어 정보주체에게 발급하는 방법

제조사 또는 판매사로부터 배송 및 설치를 위탁받아 배송서비스를 제공하는 수탁자인 물류기업은 개인정보보호법 제26조 7항 “수탁자에 관하여는 제 15조부터 제25조까지, 제27조부터 제31조까지, 제33조부터 제38조까지 및 제 59조를 준용한다”의 규정에 따라 법 제30조(개인정보 처리방침의 수립 및 공개)가 준용되어 개인정보처리방침을 정하고, 공개하여야 한다.

제 3 절 설치배송물류와 개인정보

유통, 판매기업 대부분은 온라인 및 오프라인을 통하여 자사 제품을 구매한 고객의 개인정보를 수집하며, 수집된 개인정보를 자사의 마케팅에 활용하기도 한다. 이와 동시에 제품 배송은 비용 절감, 업무효율, 서비스품질 향상 등의 목적으로 외부 배송 전문기업 또는 개인사업자에게 위탁하여 처리하고 있다. 특히, 대형가전, 가구 등과 같이 배송과 설치를 병행해야 하는 제품의 경우에는 자사 인력을 통한 배송을 처리하기도 하지만 대부분 외부 배송설치 전문기업 또는 개인사업자에게 위탁하여 처리하고 있다. 외부에 배송설치를 위탁하는 경우 배송처리를 위해 고객의 개인정보인 이름, 연락처, 주소 등을 수탁사에 제공하게 된다. 개인정보의 제공은 수탁사의 형편에 따라 시스템적 처리가 되기도 하지만 엑셀 형태의 파일 또는 배송지시서와 같은 출력물의 형태로 제공되기도 한다. 이 과정에서 1차 수탁사인 기업이 전국적인 배송 네트워크를 갖추지 못한 경우 지역배송을 처리하는 2차 수탁사에 배송설치업무를 재위탁하기도 한다. 이처럼 정보 주체의 개인정보 제공이 여러 단계를 거쳐 제공, 유통되고 이를 취급하는 단계가 늘어날수록 개인정보보호를 위한 관리 포인트와 유출, 오용 등의 개인정보 침해사고 위험 또한 증가하게 된다. 배송설치와 관련된 개인정보의 처리 및 취급업무의 위수탁 구조는 [그림 2-5]와 같이 표현할 수 있다.

[그림 2-5] 설치배송물류에서의 개인정보 제공 및 취급 위수탁 구조



제 3 장 실태 분석

제 1 절 자료 수집

본 연구에서는 국내에서 가전 및 기타 가정설치 제품을 제조, 판매, 렌탈 하는 대기업 4개사를 선정하여 해당 기업 홈페이지에 게시된 개인정보처리방침에 배송 및 설치를 위탁한다고 명시한 수탁 물류기업 62개와 기타 중소기업의 제품을 배송 및 설치하고 있는 중소규모의 배송설치 서비스 제공기업 27개, 총 89개 사업자를 대상으로 2021년 11월 08일부터 11월 12일까지 인터넷 검색을 통해 해당 기업의 홈페이지와 개인정보처리방침의 게시가 확인되는 20개를 선정하여 해당 사업자의 개인정보처리방침 게시내용을 수집하였다.

[표 3-1] 조사대상 홈페이지 및 개인정보처리방침 게시 현황

구분	조사대상	홈페이지보유	방침 게시 (분석대상)	조사대상기업 방침 게시율
대기업수탁사	62	16	11	17.7%
중소규모기업	27	9	9	33.3%
계	89	25	20	22.5%

개인정보처리자가 처리방침을 공시하고 있는 현황은 개인정보보호법 인지 및 준수 현황을 살펴볼 수 있는 중요한 지표 중 하나로(이재근 외 2013),

처리방침은 해당 홈페이지의 시작페이지에 색깔 및 두꺼운 글씨로 눈에 띄게 표시하도록 법에 정해져 있다. 따라서 쉽게 처리방침을 찾을 수 있고 인력이나 인터넷 로봇을 통해 처리방침 데이터 획득이 용이하다. P3P¹¹⁾로 처리방침이 작성되었을 경우 접근성이 보다 높아진다. 그리고 대상 데이터는 법에 의해 공개하도록 되어있어 개인정보 책임자 등 일부 항목을 제외하고는 이용하는데 따른 제약이 없다(이재근 외, 2013).

11) P3P (Platform for Privacy Preferences)

[표 3-2] 분석 대상기업 선정

분류	대상 기업	분석대상
삼성 전자 (23)	삼성전자로지텍, 삼우F&G, 명일, 대륙, 다존텍, 써던텍로지스, 신한시스템, 선진물류, 새로비스, 도림로지스, 스마트로지텍, 프로서비스, (주)지엘, (주)새론, 인성GLC, 경성TS, 디앤아이, 대양빌텍, ICT솔루션, 성광TCM, (주)중앙에너지, (주)셀플러스, (주)아비스코퍼레이션 업무의 내용 : 제품배송 및 설치, 사은품배송	4
LG 전자 (28)	LX판토스, 로지스원, 운강물류, 락온물류, 온탑로지스, 지디로지스틱스, 하나물류, 제이원로지스, 플로서로지스, 현진물류, 우진물류, 우리지엘에스, 한결물류, 일심로지스, 제이슨로지스틱스, 리딩로지스, KC물류, 제일로지스, 의성비즈니스, 상목물류, 에스지로지스, 한빛물류, 최강물류, 베스트로지스, 화니로지스, 아이에스물류, 에이플러스, 에이피로지스 업무의 내용 : 제품 배송/설치, TV 이전 설치, 3D 모니터 셋톱박스 배송/설치 등	3
쿠팡 (8)	에스케이지전자(주), (주)와이케이지, (주)더베스트지성, (주)대명유통, 주식회사삼정, (주)경남, (주)신영플러스, (주)씨디에스유통 업무의 내용 : 배송서비스/LG전자 제품 배송 및 설치	2
SK매직 (3)	SK매직서비스, 주식회사 로지스텍, (주)위니아에이드 업무의 내용 : 배송 및 설치	2
중소 기타 (27)	(주)네스, 헬스케어테크놀로지코리아(주), 선진물류, (주)GTS로지스, (주)탑제이앤에이취, (주)위니온, (주)디앤아이코리아, (주)피디케이전자, 한성물류, 지케이티피엘, 인일, 티제이마운트, 오테크(주), 하이로북인천, (주)편잇처스, 티비엔스페이스, (주)다우리가전, 래오, 루이로지스, (주)위니아대우 대구물류, 은성물류, 대양빌텍, 에이치엔비, 지산로지스, (주)아이엘시스템, 타이거물류, (주)위드컴퍼니 업무의 내용 : 배송 및 설치 서비스	9
	총 89개사	20개사

제 2 절 분석 방법

본 연구에서 연구목적으로 사용된 대상기업 20개의 개인정보처리방침 분석은 해당 기업의 실명을 표기하지 않기 위해 랜덤하게 알파벳을 부여하여 처리하였다. 본 연구에서는 우한솔, 유진호(2014)의 연구 방법과 개인정보보호위원회와 한국인터넷진흥원이 발행한 “개인정보 처리방침 작성 가이드라인(2020.12)”(이하 “가이드라인”)을 참고하여 가이드라인에 제시된 17개 기재사항 중 해당시에 기재하는 임의 작성항목 6개를 제외한 필수 기재 11개 항목을 선정하였다. 이재근(2014)은 “개인정보에 민감한 개인정보처리자들이 개인정보보호 대책추진 시 처리방침 공시를 우선적으로 실시한다는 해석이 가능하다”라는 연구결과를 도출했다. 따라서 개인정보처리방침의 게시 여부 및 내용의 충실도로 해당 기업의 개인정보보호에 대한 인식의 정도와 보호 활동 수준을 추정할 수 있다. 분석 항목은 아래 [표 3-3]과 같다

[표 3-3] 분석 항목 선정

항목	내 용	비 고
1	개인정보의 처리 목적	
2	개인정보의 처리 및 보유 기간	
3	정보주체와 법정대리인의 권리 의무 및 그 행사방법	
(제외)	개인정보의 제3자 제공	임의기재
(제외)	개인정보처리의 위탁	임의기재
4	처리하는 개인정보의 항목	
5	개인정보의 파기	
6	개인정보의 안전성 확보조치	
7	개인정보 자동 수집 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항	
8	개인정보 보호책임자	
(제외)	가명정보 처리에 관한 사항	임의기재
(제외)	국내대리인 지정에 관한 사항	임의기재
(제외)	추가적인 이용·제공 판단기준에 관한 사항	임의기재
9	개인정보 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항	
10	권익침해 구제방법에 관한 사항	
(제외)	영상정보처리기기 운영·관리에 관한 사항	임의기재
11	개인정보 처리방침 변경에 관한 사항	

선정된 항목에 대한 점수부여는 ISMS-P 인증심사원 2명의 검증 및 자문을 통해 아래 [표 3-4]와 같은 기준에 의해 점수화하였다.

[표 3-4] 점수 부여 기준

점수	기 준
2	해당 항목이 구체적이며 명확하게 명시되어 있는 경우 (가이드라인의 기준으로 해당 기업의 내용이 적용되어 있는 경우)
1	해당 항목은 있으나 구체적이지 못하거나 명확하지 않은 경우 (가이드라인의 기준에 미치지 못하는 경우)
0	해당 항목이 명시되지 않은 경우

해당 항목의 내용이 “구체적이며 명확하게 명시되어 있는 경우”란 아래 [표 3-5]의 예시 내용과 같다

[표 3-5] 점수부여 예시 내용

항목	예시 내용 (“○○○” 기업인 경우)
1. 개인정보의 처리 목적	○○○은(는) 다음의 목적을 위하여 개인정보를 처리합니다. 처리하고 있는 개인정보는 다음의 목적 이외의 용도로는 이용되지 않으며 이용 목적이 변경되는 경우에는 「개인정보 보호법」 제18조에 따라 별도의 동의를 받는 등 필요한 조치를 이행할 예정입니다. 1. 배송 및 설치서비스 제공 물품의 배송 및 설치를 목적으로 개인정보를 처리합니다.
2. 개인정보의 처리 및 보유 기간	① ○○○은(는) 법령에 따른 개인정보 보유·이용기간 또는 정보주체로부터 개인정보를 수집 시에 동의받은 개인정보 보유·이용기간 내에서 개인정보를 처리·보유합니다. ② 각각의 개인정보 처리 및 보유 기간은 다음과 같습니다. 1. 배송 및 설치서비스 제공 배송 및 설치와 관련한 개인정보는 수집 및 이용에 관한 동의일로부터 3년까지 위 이용 목적을 위하여 보유 및 이용됩니다. 보유근거 : “전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 및 시행령” 관련법령 : “소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록” 3년

항목	예시 내용 (“○○○” 기업인 경우)
3. 정보주체와 법정대리인 의 권리 의무 및 그 행사방법	① 정보주체는 ○○○에 대해 언제든지 개인정보 열람·정정·삭제·처리정지 요구 등의 권리를 행사할 수 있습니다. ② 제1항에 따른 권리 행사는 ○○○에 대해 「개인정보 보호법」 시행령 제41조제1항에 따라 서면, 전자우편, 모사전송(FAX) 등을 통하여 하실 수 있으며 ○○○은 이에 대해 지체 없이 조치하겠습니다. ③ 제1항에 따른 권리 행사는 정보주체의 법정대리인이나 위임을 받은 자 등 대리인을 통하여 하실 수 있습니다.이 경우 “개인정보 처리 방법에 관한 고시(제2020-7호)” 별지 제11호 서식에 따른 위임장을 제출하셔야 합니다. ④ 개인정보 열람 및 처리정지 요구는 「개인정보 보호법」 제35조 제4항, 제37조 제2항에 의하여 정보주체의 권리가 제한될 수 있습니다. ⑤ 개인정보의 정정 및 삭제 요구는 다른 법령에서 그 개인정보가 수집 대상으로 명시되어 있는 경우에는 그 삭제를 요구할 수 없습니다. ⑥ ○○○은(는) 정보주체 권리에 따른 열람의 요구, 정정·삭제의 요구, 처리정지의 요구 시 열람 등 요구를 한 자가 본인이거나 정당한 대리인인지를 확인합니다.
4. 처리하는 개인정보의 항목	① ○○○은(는) 다음의 개인정보 항목을 처리하고 있습니다. 1. 배송 및 설치서비스 제공 필수항목 : 휴대전화번호, 자택주소, 이름
5. 개인정보의 파기	① ○○○은 개인정보 보유기간의 경과, 처리목적 달성 등 개인정보가 불필요하게 되었을 때에는 지체없이 해당 개인정보를 파기합니다. ② 정보주체로부터 동의받은 개인정보 보유기간이 경과하거나 처리목적이 달성되었음에도 불구하고 다른 법령에 따라 개인정보를 계속 보존하여야 하는 경우에는, 해당 개인정보를 별도의 데이터베이스(DB)로 옮기거나 보관장소를 달리하여 보존합니다. ③ 개인정보 파기의 절차 및 방법은 다음과 같습니다. 1. 파기절차 ○○○은(는) 파기 사유가 발생한 개인정보를 선정하고, ○○○의 개인정보 보호책임자의 승인을 받아 개인정보를 파기합니다. 2. 파기방법 전자적 파일 형태의 정보는 기록을 재생할 수 없는 기술적 방법을 사용합니다. 종이에 출력된 개인정보는 분쇄기로 분쇄하거나 소각을 통하여 파기합니다

항목	예시 내용 (“○○○” 기업인 경우)
6. 개인정보의 안전성 확보조치	< ○○○ >은(는) 개인정보의 안전성 확보를 위해 다음과 같은 조치를 취하고 있습니다. 1. 관리적 보호조치 2. 기술적 보호조치 3. 물리적 보호조치
7. 개인정보 자동 수집 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항	<자동 수집 장치를 설치·운영하는 경우> ① ○○○ 은(는) 이용자에게 개별적인 맞춤서비스를 제공하기 위해 이용정보를 저장하고 수시로 불러오는 ‘쿠키(cookie)’를 사용합니다. ② 쿠키는 웹사이트를 운영하는데 이용되는 서버(http)가 이용자의 컴퓨터 브라우저에게 보내는 소량의 정보이며 이용자의 PC 컴퓨터내의 하드디스크에 저장되기도 합니다. 가. 쿠키의 사용 목적 : 이용자가 방문한 각 서비스와 웹 사이트들에 대한 방문 및 이용형태, 인기 검색어, 보안접속 여부, 등을 파악하여 이용자에게 최적화된 정보 제공을 위해 사용됩니다. 나. 쿠키의 설치·운영 및 거부 : 웹브라우저 상단의 도구>인터넷 옵션>개인정보 메뉴의 옵션 설정을 통해 쿠키 저장을 거부 할 수 있습니다. 다. 쿠키 저장을 거부할 경우 맞춤형 서비스 이용에 어려움이 발생할 수 있습니다. <자동 수집 장치를 설치·운영하지 않는 경우> ○○○ 은(는) 정보주체의 이용정보를 저장하고 수시로 불러오는 ‘쿠키(cookie)’를 사용하지 않습니다.
8. 개인정보 보호책임자	① ○○○은(는) 개인정보 처리에 관한 업무를 총괄해서 책임지고, 개인정보 처리와 관련한 정보주체의 불만처리 및 피해구제 등을 위하여 아래와 같이 개인정보 보호책임자를 지정하고 있습니다. ▶ 개인정보 보호책임자 성명 : 직책 : 연락처 : (직급, 이메일, 팩스번호 등) ▶ 개인정보 보호 담당부서 부서명 : 담당자 : 연락처 : (직급, 이메일, 팩스번호 등) ② 정보주체께서는 ○○○의 서비스(또는 사업)을 이용하시면서 발생한 모든 개인정보 보호 관련 문의, 불만처리, 피해구제 등에 관한 사항을 개인정보 보호책임자 및 담당부서로 문의하실 수 있습니다. ○○○은(는) 정보주체의 문의에 대해 지체 없이 답변 및 처리해드릴 것입니다.

항목	예시 내용 (“○○○” 기업인 경우)
9. 개인정보 열람청구를 접수·처리 하는 부서에 관한 사항	정보주체는 「개인정보 보호법」 제35조에 따른 개인정보의 열람 청구를 아래의 부서에 할 수 있습니다. < ○○○ >은(는) 정보주체의 개인정보 열람청구가 신속하게 처리되도록 노력하겠습니다. ▶ 개인정보 열람청구 접수·처리 부서 부서명 : ○○○ 담당자 : (개인정보 보호책임자 성명) 연락처 : (개인정보 보호책임자 전화번호), (개인정보 보호책임자 이메일), (개인정보 보호책임자 팩스)
10. 권익침해 구제방법에 관한 사항	정보주체는 개인정보침해로 인한 구제를 받기 위하여 개인정보분쟁조정위원회, 한국인터넷진흥원 개인정보침해신고센터 등에 분쟁해결이나 상담 등을 신청할 수 있습니다. 이 밖에 기타 개인정보침해의 신고, 상담에 대하여는 아래의 기관에 문의하시기 바랍니다. 1. 개인정보분쟁조정위원회 : (국번없이) 1833-6972 (www.kopico.go.kr) 2. 개인정보침해신고센터 : (국번없이) 118 (privacy.kisa.or.kr) 3. 대검찰청 : (국번없이) 1301 (www.spo.go.kr) 4. 경찰청 : (국번없이) 182 (ecrm.cyber.go.kr) 「개인정보보호법」 제35조(개인정보의 열람), 제36조(개인정보의 정정·삭제), 제37조(개인정보의 처리정지 등)의 규정에 의한 요구에 대 하여 공공기관의 장이 행한 처분 또는 부작위로 인하여 권리 또는 이익의 침해를 받은 자는 행정심판법이 정하는 바에 따라 행정심판을 청구할 수 있습니다. ※ 행정심판에 대해 자세한 사항은 중앙행정심판위원회(www.simpan.go.kr) 홈페이지를 참고하시기 바랍니다.
11. 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항	① 이 개인정보처리방침은 20XX년 X월 X부터 적용됩니다. ② 이전의 개인정보 처리방침은 아래에서 확인하실 수 있습니다. 예시) - 20XX. X. X ~ 20XX. X. X 적용 (클릭) 예시) - 20XX. X. X ~ 20XX. X. X 적용 (클릭)

출처 : 가이드라인(재구성)

제 4 장 분석 결과

제 1 절 분석 개요

대상기업 홈페이지에 게시되어 있는 개인정보처리방침을 기준 평가항목으로 분석해 본 결과, 대상기업 20개의 전체 평균은 22점 만점 기준 17.3점으로 분석되었다. 특히 대기기업의 배송 및 설치를 수탁받은 11개의 전체 평균 17.5점으로 나타났으며 기타 중소기업 수탁사 9개의 전체 평균 17.1점으로 분석되어 중소기업 수탁사의 평균이 상대적으로 약간 낮은 점수로 나타났다.

[표 4-1] 위탁사 규모별 항목별 평균점수

항목	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	합계
대기업수탁	1.6	1.8	1.8	1.6	1.7	1.5	1.5	1.6	0.8	1.8	1.6	17.5
중소규모	1.8	1.8	2.0	1.8	2.0	1.1	2.0	2.0	0.3	1.1	1.2	17.1
전체 평균	1.7	1.8	1.9	1.7	1.9	1.3	1.7	1.8	0.6	1.5	1.5	17.3

대상기업 대부분은 개인정보보호법 및 시행령과 가이드라인에서 명시하도록 제시된 항목과 내용을 개인정보처리방침에 포함하고 있는 것으로 나타났다. 다만, 11개 항목 모두를 충족한 22점 만점의 경우는 없었고 21점은 대기업 수탁사 1개, 중소기업 2개인 3개로 나타났다. 20점은 대기업 수탁사 4개이며, 대기업 수탁사중 3점만을 받은 경우도 확인되었다.

[표 4-2] 총점별 현황

총점		3	13	14	15	16	17	18	19	20	21	계
대기업 수탁	건	1			1		1	1	2	4	1	11
	%	9.1			9.1		9.1	9.1	18.2	36.4	9.1	100
중소 규모	건		1	1		1	3	1			2	9
	%		11.1	11.1		11.1	33.3	11.1			22.2	100
합계	건	1	1	1	1	1	4	2	2	4	3	20
	%	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	20.0	10.0	10.0	20.0	15.0	100

대상기업의 개별 평가 결과는 아래 [표 4-3]과 같다.

[표 4-3] 점수표(22점 만점기준)

항목	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	계
A	2	2	2	2	2	0	2	1	0	2	0	15
B	2	2	2	2	2	0	2	2	0	2	2	18
C	2	2	2	1	2	2	2	2	0	0	2	17
D	2	2	2	2	2	0	2	2	0	2	2	18
E	2	1	2	1	2	0	2	2	0	2	0	14
F	1	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	17
G	2	1	2	2	2	0	2	2	0	0	0	13
H	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	1	17
I	2	2	2	2	2	0	2	2	0	0	2	16
J	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
K	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	21
L	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	19
M	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
N	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	20
O	1	1	2	1	2	2	2	2	0	2	2	17
P	1	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	19
Q	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	21
R	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	20
S	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	20
T	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
계	34	36	38	34	37	26	34	36	12	30	29	346
평균	1.7	1.8	1.9	1.7	1.9	1.3	1.7	1.8	0.6	1.5	1.5	17.3

주) 항목 1. 개인정보의 처리 목적

항목 2. 개인정보의 처리 및 보유 기간

항목 3. 정보주체와 법정대리인의 권리 의무 및 그 행사방법

항목 4. 처리하는 개인정보의 항목

항목 5. 개인정보의 파기

항목 6. 개인정보의 안전성 확보조치

항목 7. 개인정보 자동 수집 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항

항목 8. 개인정보 보호책임자

항목 9. 개인정보 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항

항목 10. 권익침해 구제방법에 관한 사항

항목 11. 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항

가이드라인에 따르면 개인정보처리방침의 공개는 반드시 ‘개인정보처리방침’이라는 명칭을 사용하고 글자 크기, 색상 등을 활용하여 다른 고지사항(이용약관, 저작권 안내 등)과 구분하여 정보 주체가 쉽게 확인할 수 있도록 해야 하며 개인정보처리자의 홈페이지에 지속해서 게재하도록 하고 있다. 다만 홈페이지가 없는 경우 개인정보처리자의 사무소에 게시하거나 개인정보처리자와 정보 주체가 작성한 계약서 등에 실어 정보 주체에게 발급하는 등의 방법으로 게시하여야 한다.

수집된 20개의 자료를 분석하여 보면 명칭 사용에 있어 개인정보처리방침 이외의 제목으로 홈페이지 하단에 ‘개인정보취급방침’ 표기 8건, ‘PRIVACY’ 또는 ‘Privacy Policy’ 표기 4건이 확인되었으며 특히 1건은 ‘PROVACY POLICY’로 오타를 포함하고 있다, 본 처리방침 페이지에서도 ‘개인정보취급방침’ 표기 8건, ‘정책’ 표기 1건으로 총 9건의 명칭이 ‘개인정보처리방침’을 사용하지 않고 있는 것으로 확인되었다. 이는 2016년 3월 22일 정보통신망법 개정에 따라 이전의 ‘개인정보취급방침’을 ‘개인정보처리방침’으로 개정하였으나 이를 반영하지 않고 이전의 게시내용을 그대로 사용하고 있기 때문으로 보인다.

대상기업의 명칭사용 및 이력사항은 다음 [표 4-4]와 같다.

[표 4-4] 대상기업 명칭사용 및 이력 분석

기업	홈페이지 하단 제목	방침 제목	최초게시일	개정이력	비고
A	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	없음	없음	개인정보 처리자 미표기
B	PRIVACY	개인정보 처리방침	2020.08.01	없음	
C	PRIVACY	정책	2020.05.01	없음	
D	PRIVACY POLICY	개인정보 처리방침	2018.08.29	2019.05.03	
E	개인정보 취급방침	개인정보 취급방침	없음	없음	
F	개인정보 취급방침	개인정보 취급방침	없음	없음	
G	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	없음	없음	
H	개인정보 취급방침	개인정보 취급방침	2016.01.01	없음	
I	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	2018.12.01	없음	
J	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	2019.07.28	2019.08.28	
K	개인정보 취급방침	개인정보 취급방침	2005.05.26	없음	
L	개인정보 취급방침	개인정보 처리방침	2020.02.05	없음	
M	PROVACY POLICY	개인정보 취급방침	없음	없음	개인정보 처리자 미표기
N	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	2015.09.01	2021.07.01	
O	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	2016.11.30	있음(일자 미표기)	
P	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	2014.02.01	2017.11.08	
Q	개인정보 취급방침	개인정보 취급방침	2010.01.11	없음	
R	개인정보 처리방침	개인정보 취급방침	2013.04.11	없음	
S	개인정보 처리방침	개인정보 처리방침	2019.06.05	2021.05.13	
T	개인정보 취급방침	개인정보 취급방침	2013.04.17	2015.07.22	

제 2 절 항목별 분석

항목별 평균 점수를 살펴보면 항목9. 개인정보 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항이 평균 0.6점으로 11개 항목 중 최하위로 나타났다. 항목6. 개인정보의 안전성 확보조치는 1.3점, 항목10. 권익침해 구제방법에 관한 사항과 항목11. 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항은 각 평균 1.5점으로 나타났다. 이는 대부분 필수 기재사항인 해당 항목이 대상기업의 개인정보처리방침에 명시되어 있지 않기 때문이다.

1) 항목1. 개인정보의 처리 목적

대상기업 개인정보처리방침에서 확인된 개인정보의 처리 목적을 살펴보면 배송 및 설치 서비스를 제공함에 따른 개인정보의 처리 목적상 ‘배송’ 관련 기술이 있어야 하나 구체적이지 못한 단순 기술 또는 ‘배송’ 처리 목적이 빠진 경우가 6건으로 확인되었다.

[표 4-5] 개인정보의 처리 목적 부적합 사례

구분	사례
구체적이지 못한 단순 기술	2. 개인정보의 수집 목적 및 이용 회사가 개인정보를 수집하는 목적은 양질의 서비스 제공 및 회원 개개인의 기호와 필요에 따른 맞춤형 서비스를 제공해드리기 위한 것입니다.
배송처리 목적의 누락	■ 개인정보의 수집 및 이용목적 회사는 수집한 개인정보를 다음의 목적을 위해 활용합니다.. o 홈페이지 서비스 : 상담, 고충처리

가이드라인에는 개인정보의 처리 목적 작성 방법을 “개인정보처리자가 개인정보를 처리하기 위한 목적을 기재”하도록 하였고 세부적으로 “가능한 구체적이고 상세히 기재하되, 해당 사무의 개인정보 처리 목적을 정보 주체가 알기 쉽게 이해할 수 있을 정도로 표현하면 됨”이라고 하였다. 개인정보의 처리란 “개인정보의 수집, 생성, 기록, 저장, 보유, 가공, 편집, 검색, 출력, 정정

(訂正), 복구, 이용, 제공, 공개, 파기(破棄), 그 밖에 이와 유사한 행위를 말함. 즉 사업자/단체가 개인정보를 다루는 모든 행위를 의미함”이라고 하였다. 가이드라인에 제시된 구체적 작성예시는 [그림 4-1]과 같다.

[그림 4-1] 가이드라인의 ‘개인정보의 처리목적’ 작성예시

《예시》 일반적인 처리 목적 기재

제1조(개인정보의 처리목적) <개인정보처리자명>은(는) 다음의 목적을 위하여 개인정보를 처리합니다. 처리하고 있는 개인정보는 다음의 목적 이외의 용도로는 이용되지 않으며, 이용 목적이 변경되는 경우에는 「개인정보 보호법」 제18조에 따라 별도의 동의를 받는 등 필요한 조치를 이행할 예정입니다.

1. 홈페이지 회원 가입 및 관리

회원 가입의사 확인, 회원제 서비스 제공에 따른 본인 식별·인증, 회원자격 유지·관리, 서비스 부정이용 방지, 만 14세 미만 아동의 개인정보 처리 시 법정 대리인의 동의여부 확인, 각종 고지·통지, 고충처리 목적으로 개인정보를 처리합니다.

2. 재화 또는 서비스 제공

물품배송, 서비스 제공, 계약서·청구서 발송, 콘텐츠 제공, 맞춤서비스 제공, 본인인증, 연령인증, 요금결제·정산, 채권추심을 목적으로 개인정보를 처리합니다.

3. 고충처리

민원인의 신원 확인, 민원사항 확인, 사실조사를 위한 연락·통지, 처리결과 통보의 목적으로 개인정보를 처리합니다.

4. <해당 개인정보처리자의 개인정보 처리업무>

<개인정보 처리업무에 따른 처리목적>으로 개인정보를 처리합니다.

출처 : 가이드라인, p4

2) 항목2. 개인정보의 처리 및 보유 기간

대상기업 개인정보처리방침에서 확인된 개인정보의 처리 및 보유 기간을 살펴보면 대상기업은 배송, 설치 서비스를 제공하고 있으므로 “전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률”에 따라 “소비자 불만 또는 분쟁 처리에 관한 기록”을 3년간 보관해야 할 것이나, 이에 대한 명시가 되어 있지 않았거나 불명확한 경우가 4건 확인되었다.

[표 4-6] 개인정보의 처리 및 보유기간 부적합 사례

구분	사례
구체적이지 못한 단순 기술	■ 개인정보의 보유 및 이용기간 회사는 개인정보 수집 및 이용목적이 달성된 후에는 예외 없이 해당 정보를 지체 없이 파기합니다.

가이드라인에는 개인정보의 처리 및 보유기간 작성 방법에 대하여 “개인 정보 처리자는 정보 주체로부터 동의받은 ‘보유/이용 기간’ 또는 법령에 따른 ‘보유/이용 기간’에 따라 개인정보를 보유할 수 있다는 내용을 기재함”, “개인 정보의 처리 목적에서 기재한 해당 사무에 따른 구체적인 처리/보유기간을 기재함”, “관계 법령에 개인정보의 보유기간에 대한 근거가 있는 경우에는 해당 법령명 및 조문 번호, 법령에서 정한 보유기간을 기재함”이라고 하였다. 가이드라인에 제시된 구체적 작성예시는 [그림 4-2]와 같다.

[그림 4-2] 가이드라인의 ‘개인정보 처리 및 보유기간’ 작성예시

《예시》

제2조(개인정보의 처리 및 보유기간) ① <개인정보처리자명>은(는) 법령에 따른 개인정보 보유·이용기간 또는 정보주체로부터 개인정보를 수집 시에 동의받은 개인정보 보유·이용기간 내에서 개인정보를 처리·보유합니다. ② 각각의 개인정보 처리 및 보유 기간은 다음과 같습니다. 1. 홈페이지 회원 가입 및 관리 : 사업자/단체 홈페이지 탈퇴 시까지 다만, 다음의 사유에 해당하는 경우에는 해당 사유 종료 시까지 1) 관계 법령 위반에 따른 수사조사 등이 진행 중인 경우에는 해당 수사조사 종료 시까지 2) 홈페이지 이용에 따른 채권채무관계 잔존 시에는 해당 채권채무관계 정산 시까지 3) <예외 사유> 시에는 <보유기간> 까지 2. 재화 또는 서비스 제공 : 재화서비스 공급완료 및 요금결제정산 완료시까지 다만, 다음의 사유에 해당하는 경우에는 해당 기간 종료 시까지 1) 「전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률」에 따른 표시·광고, 계약내용 및 이행 등 거래에 관한 기록 - 표시·광고에 관한 기록 : 6개월 - 계약 또는 청약철회, 대금결제, 재화 등의 공급기록 : 5년 - 소비자 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록 : 3년 2) 「통신비밀보호법」에 따른 통신사실확인자료 보관 - 가입자 전기통신일시, 개시·종료시간, 상대방 가입자번호, 사용도수, 발신기지국 위치추적자료 : 1년 - 컴퓨터통신, 인터넷 로그기록자료, 접속지 추적자료 : 3개월 3) <개인정보 보유기간 근거법령 및 조문> : <보유기간> 3. <개인정보 처리업무> : <보유기간>
--

출처 : 가이드라인 p6

3) 항목3. 정보주체와 법정대리인의 권리 의무 및 그 행사방법

대상기업 개인정보처리방침에서 확인된 정보 주체와 법정대리인의 권리의무 및 그 행사 방법에 관한 사항을 살펴보면 대부분 기업이 원칙적인 수준에서 해당 항목을 게시하고 있으며 1개는 항목이 빠져 있는 것으로 확인되었다.

4) 항목4. 처리하는 개인정보의 항목

대상기업 처리하는 개인정보의 항목을 살펴보면 대부분 기업이 배송과 관련된 필수 수집항목인 이름, 연락처, 주소를 포함하고 있으나, 주소를 포함하지 않은 경우 4건과 수집 항목을 누락 한 1건이 확인되었다.

[표 4-7] 처리하는 개인정보의 항목 부적합 사례

구분	사례
개인정보 항목 미게시	(사례사)은(는) 회원가입, 상담, 서비스 신청 등을 위해 아래와 같은 개인정보를 수집하고 있습니다. 1. 필수항목 :아이디, 이름, 패스워드, 연락처, 이메일 2. 자동수집항목: 서비스 이용기록, 접속 로그, 쿠키, 접속 IP 정보

5) 항목5. 개인정보의 파기절차 및 파기방법

대상기업 개인정보처리방침에서 확인된 개인정보의 파기절차 및 파기방법을 살펴보면 기업 대부분이 원칙적인 수준에서 파기절차와 방법을 게시하였으나 1개는 항목이 빠져 있으며 다른 1개는 파기절차 및 파기방법 항목을 분리하여 게시하지 않고 수집 및 보유기간 항목에 파기관련 내용을 기술하고 있는 것으로 확인되었다.

[표 4-8] 개인정보의 파기절차 및 파기방법 부적합 사례

구분	사례
항목 분류 부적합	5. 개인 정보 수집 항목 및 보유, 이용기간 ~중략~ (사례사)는 개인정보 보유, 이용기간 종료 시 귀중한 회원의 개인정보를 안전하게 처리하며, 유출을 방지하기 위하여 다음과 같은 방법을 통하여 개인정보를 파기합니다. - 종이에 출력된 개인정보는 분쇄기로 분쇄하거나 소각을 통하여 파기합니다. - 전자적 파일 형태로 저장된 개인정보는 재생할 수 없는 기술적 방법을 사용하여 삭제합니다.

6) 항목6. 개인정보의 안전성 확보 조치

대상기업 개인정보의 안전성 확보 조치에 관한 사항을 살펴보면 대다수가 원칙적인 내용을 게시하고 있으나, 항목이 누락된 경우 7개가 확인되었다. 가이드라인에 제시된 작성예시는 [그림 4-3]과 같다.

[그림 4-3] 개인정보의 안전성 확보조치 작성예시

《예시》

제8조(개인정보의 안전성 확보조치) <개인정보처리자명>은(는) 개인정보의 안전성 확보를 위해 다음과 같은 조치를 취하고 있습니다.

1. 관리적 조치 : 내부관리계획 수립·시행, 정기적 직원 교육 등
2. 기술적 조치 : 개인정보처리시스템 등의 접근권한 관리, 접근통제시스템 설치, 고유식별정보 등의 암호화, 보안프로그램 설치
3. 물리적 조치 : 전산실, 자료보관실 등의 접근통제

출처 : 가이드라인 p11

7) 항목7. 개인정보 자동 수집 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항

대상기업 개인정보처리방침에서 확인된 개인정보 자동 수집 장치의 설치 운영 및 그 거부에 관한 사항을 살펴보면 대부분 기업이 원칙적인 수준에서 게시하고 있으며 3개에서는 항목이 빠져 있는 것으로 확인되었다.

8) 항목8. 개인정보 보호책임자

대상기업 개인정보처리방침에서 확인된 개인정보 보호책임자에 관한 사항을 살펴보면 대부분 기업이 개인정보 보호책임자에 대한 사항을 게시하고 있으나 개인정보 보호책임자의 성명, 연락처 등을 미기재한 경우 2개와 항목이 빠진 1개가 확인되었다.

[표 4-9] 개인정보 보호 책임자 게시 부적합 사례

구분	사례
개인정보 보호책임자 미게시	o 개인정보보호책임자 성명 : 000 소속 : 000 전화번호 : 00-000-0000

9) 항목9. 개인정보 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항

대상기업 개인정보 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항을 살펴보면 13개에서의 항목 누락과 2개의 불명확한 기술이 확인되었다. 가이드라인에서는 정보주체가 개인정보 열람청구를 신청할 수 있는 부서명을 기재하도록 하고 있다. 개인정보 보호책임자에 관한 사항에 개인정보 보호 담당부서에서 개인정보 열람청구 업무를 담당한다고 기재하는 것도 무방”하다고 하였다. 가이드라인에 제시된 작성예시는 [그림 4-4]과 같다.

[그림 4-4] 열람청구를 접수·처리하는 부서에 관한 사항 작성예시

《예시》

제14조(개인정보 열람청구) 정보주체는 「개인정보 보호법」 제35조에 따른 개인정보의 열람 청구를 아래의 부서에 할 수 있습니다.
<개인정보처리자명>은(는) 정보주체의 개인정보 열람청구가 신속하게 처리되도록 노력하겠습니다.

▶ 개인정보 열람청구 접수·처리 부서
부서명 : 000
담당자 : 000
연락처 : <전화번호>, <이메일>, <팩스번호>

출처 : 가이드라인 p17

10) 항목10. 권익침해 구제방법에 관한 사항

대상기업의 개인정보처리방침에서 권익침해 구제방법에 관한 사항을 살펴보면 5개의 누락이 확인되었다.

11) 항목11. 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항

‘개인정보처리방침’ 변경에 관한 사항으로는 개인정보처리방침의 시행일자와 그간의 변경이력을 게재하고 개정 이력이 있는 경우 정보 주체가 이전 버전을 비교, 열람할 수 있도록 조치하여야 하나, 시행 일자를 명시하지 않은 경우가 5개 확인되었다. 개정 이력이 있는 7개 중 1개는 개정일자를 확인할 수 없었으며 2개는 개정 이전 버전을 확인할 수 없었다. 가이드라인에서는 개인정보처리방침 변경에 관한 사항에 대한 게시 방법을 아래 [그림 4-5]와 같이 제시하고 있다.

[그림 4-5] 개인정보 처리방침 변경에 관한 사항 작성예시

《예시》

제17조(개인정보 처리방침 변경) ① 이 개인정보 처리방침은 20XX. X. X부터 적용됩니다.

② 이전의 개인정보 처리방침은 아래에서 확인하실 수 있습니다.

- 20XX. X. X ~ 20XX. X. X 적용 (클릭)
- 20XX. X. X ~ 20XX. X. X 적용 (클릭)
- 20XX. X. X ~ 20XX. X. X 적용 (클릭)

출처 : 가이드라인 p21

제 3 절 개인정보보호 방안 제시

전자상거래(e커머스)의 폭발적인 성장은 기존 오프라인 중심의 쇼핑 형태를 온라인 중심으로 변화시키고 있다. 온라인쇼핑의 일상화로 가격과 배송 경쟁이 심화되고 있으며, 유통, 판매기업은 마케팅 전략의 하나로 다양한 형태의 배송서비스를 제공하고 있다. 배송물량이 증가한 만큼 배송처리를 위한 이용자의 이름, 연락처, 주소 등의 개인정보 취급 및 이용 건수도 증가하였다. 특히, 디지털화되어 저장, 관리되는 개인정보는 외부로부터의 해킹, 내부 관리자의 관리부실로 인한 유출 등에 취약할 수밖에 없다. 배송서비스를 제공하는 물류기업은 개인정보보호에 더욱 관심을 가져야 하고 개인정보보호 방안을 마련하여 실행하는 것이 필요하다. 본 연구에서는 배송서비스를 제공하는 물류기업의 개인정보보호방안을 제시하고자 한다.

1) 물류기업의 개인정보보호 인식 제고

통계청의 2019년 운수업조사 결과(잠정) 자료에 따르면 육상운송업중 도로화물업종(화물차, 택배, 늘찬배달¹²⁾)의 기업체수는 202,517개(2018년 194,107개, 4.3% 증가), 종사자수는 462,905명(2018년 443,106명, 4.5% 증가)이다. 또한 육상운송업 전체기업 371,745개중 매출액 5천만원 미만 기업이 318,041개(85.6%), 1억원 미만 38,634개(10.4%), 80억원 이하 14,728개(4.0%), 80억원 초과기업 792개(0.2%)로 이며 매출액 1억 이상 80억원 이하 기업체의 종사자수는 325,873명이다. 전자상거래의 성장에 따라 택배를 포함한 배송서비스 시장도 동반 성장하고 있는 것으로 볼 수 있을 것이다. 자료에서 배송서비스로 분류된 자료를 확인할 수 없으나 매출액 1억원 이상 80억원 이하 기업의 상당수가 배송서비스를 제공하는 기업으로 추정된다. 매출액 규모로 배송서비스를 제공하는 물류기업 대부분이 영세함을 나타내 주는 것이다. 그러나 2020년 개인정보보호 실태조사에 따르면 유통/물류/도소매 업종 민간기업 310개를 대상으로 조사한 결과 개인정보 보유 규모는 1천명 이

12) 퀵서비스

상~1만명 67.7%, 1만명 이상~5만명 미만 14.2%, 5만명 이상은 18.1%로 나타났다. 기업의 규모가 영세하다는 이유로 상당한 개인정보를 보유하고 있는 물류기업이 개인정보보호를 등한시해서는 안 될 것이다. 외부의 해킹, 내부 직원의 관리 소홀로 인한 개인정보 침해사고가 언제든지 발생할 수 있는 상황으로 물류기업의 개인정보보호 인식 제고가 필요하다.

2) 개인정보보호 안전성 확보 조치 실천

앞서 살펴본 배송 수탁기업의 개인정보처리방침 게시 현황은 조사대상 89개 중 20개(22.5%)에 불과하다. 이는 2020년 개인정보보호 실태조사 자료에서 유통/물류/도소매 업종 310개 기업을 대상으로 개인정보처리방침 작성 및 공개여부(복수응답) 항목에서 개인정보처리방침을 작성, 공개하고 있다고 응답한 기업은 48.4%로 이와 비교시 절반도 안 되는 수준이다. 또한 동 조사에서 개인정보처리방침 갱신 시기를 묻는 설문에서 유통/물류/도소매 업종은 ‘작성 이후 갱신한 바 없음’ 18.0%, ‘최근 2년 이상’ 36.0%로 절반 이상의 기업이 개인정보처리방침의 갱신을 통한 현행화를 실시하지 않는 것으로 조사되었다. 개인정보처리방침의 작성 및 공개가 해당 기업의 개인정보보호 실천을 위한 시작점이 될 수 있으며 개인정보처리방침에 개인정보 안전성 확보조치를 정의하고 세부적인 사항을 실천하는 것이 필요하다. 개인정보의 안전성 확보조치는 개인정보보호법 제29조(안전조치의무)와 동법 시행령 제30조(개인정보의 안전성 확보 조치)에 따른다. 적용대상은 개인정보처리자, 개인정보처리자로부터 개인정보를 제공받은 자, 개인정보처리자로부터 개인정보 처리를 위탁받은 자(수탁자)이다. 2020년 행정안전부와 한국인터넷진흥원의 개인정보 안전성 확보조치 기준 해설서에 따르면 안전성 확보 조치의 목적은 “개인정보처리자가 개인정보를 처리함에 있어서 개인정보가 분실, 도난, 유출, 위조, 변조 또는 훼손되지 아니하도록 안전성 확보에 필요한 기술적, 관리적 및 물리적 안전조치에 관한 최소한의 기준을 정함”이라고 하였다. 또한 안전성 확보조치는 반드시 준수해야 할 최소한의 기준이라고 하였다. 개인정보보호법 및 동법 시행령에 따라 개인정보보호위원회는 개인정보의 안전성 확보조치 기준을 정한

행정규칙을 제정하여 적용하고 있다. 행정규칙 제3조(안전조치 기준 적용)의 [별표] 자료인 개인정보처리자 유형 및 개인정보 보유량에 따른 안전조치 기준은 [그림 4-6]와 같다.

[그림 4-6] 개인정보처리자 유형 및 개인정보 보유량에 따른 안전조치 기준

유형	적용 대상	안전조치 기준
유형1 (완화)	· 1만명 미만의 정보주체에 관한 개인정보를 보유한 소상공인, 단체, 개인	· 제5조 : 제2항부터 제5항까지 · 제6조 : 제1항, 제3항, 제6항 및 제7항 · 제7조 : 제1항부터 제5항까지, 제7항 · 제8조, 제9조, 제10조, 제11조, 제13조
유형2 (표준)	· 100만명 미만의 정보주체에 관한 개인정보를 보유한 중소기업 · 10만명 미만의 정보주체에 관한 개인정보를 보유한 대기업, 중견기업, 공공기관 · 1만명 이상의 정보주체에 관한 개인정보를 보유한 소상공인, 단체, 개인	· 제4조 : 제1항제1호부터 제11호까지 및 제15호, 제3항부터 제4항까지 · 제5조 · 제6조 : 제1항부터 제7항까지 · 제7조 : 제1항부터 제5항까지, 제7항 · 제8조, 제9조, 제10조, 제11조, 제13조
유형3 (강화)	· 10만명 이상의 정보주체에 관한 개인정보를 보유한 대기업, 중견기업, 공공기관 · 100만명 이상의 정보주체에 관한 개인정보를 보유한 중소기업, 단체	· 제4조부터 제13조까지

출처 : 개인정보의 안전성 확보조치 기준 해설서(2020.12)

[그림 4-6]에서의 안전조치 기준은 개인정보보호위원회의 행정규칙 ‘개인정보의 안전성 확보조치 기준’의 조항을 말하며 세부 내용은 제4조(내부 관리계획의 수립·시행), 제5조(접근 권한의 관리), 제6조(접근통제), 제7조(개인정보의 암호화), 제8조(접속기록의 보관 및 점검), 제9조(악성프로그램 등 방지), 제10조(관리용 단말기의 안전조치), 제11조(물리적 안전조치), 제13조(개인정보의 파기)이다.

3) 위탁사업자의 수탁사업자에 대한 관리감독 강화

위탁사업자인 유통, 판매기업 등은 개인정보처리자로서 정보주체로부터 개인정보를 수집시 정보주체의 동의나 법령에 근거하여 수집 목적에 따라 처리해야 한다. 그러나 기업의 비용 절감과 업무 효율화 및 서비스의 개선 등을 위해 배송업무를 외부 기업 또는 개인사업자에게 위탁하는 경우가 있다. 이 경우 개인정보는 수탁사에 이전, 제공되어 처리되게 되므로 개인정보 침해 위험이 발생하게 된다. 수탁사의 사정에 따라 다른 위탁사의 상품 및 서비스를 취급하는 과정에서 개인정보가 공유될 수 있고, 취급 관리상의 부주의로 인한 개인정보가 분실 또는 유출, 수탁사 직원의 고의적인 유출, 안전성 확보조치 미흡으로 인한 해킹으로 인한 개인정보 유출 등 다양한 형태의 개인정보 침해사고가 일어날 수 있다. 배송서비스의 위수탁은 개인정보의 이용과 제공이 일어나는 개인정보의 취급업무로 볼 수 있다. 개인정보의 제삼자 제공과 업무 위수탁의 차이는 아래 [표 4-10]과 같다.

[표 4-10] 업무 위수탁과 제삼자 제공 비교

구 분	업무 위수탁	제삼자 제공
법령 근거	개인정보보호법 제26조	개인정보보호법 제17조
대표적 업무	배송	사업제휴
이전 목적	위탁자의 이익	제삼자(제공받는 자)의 이익
예측 가능성	정보주체 사전 예측 가능	정보주체 사전 예측 곤란
이전의 방법	원칙 : 위탁사실 공개 예외 ; 위탁사실 고지	원칙 : 제공목적, 기간 등을 정보주체에게 사전 고지 후 동의하에 이전
관리감독, 손해배상 책임	위탁자	제삼자(제공받는 자)

개인정보보호법 제26조에서는 업무 위탁시 위탁업무 목적 외 개인정보 처리금지 사항, 개인정보의 기술적, 관리적 보호조치 사항, 업무의 목적 및 범위, 재위탁 제한 사항, 개인정보 접근 제한 등 안전성 확보 조치 사항, 개인정보의 관리 현황 점검 등 감독 사항, 위반시 손해배상 등 책임에 관한 사항이 포함된 문서에 의하여 개인정보의 처리 업무를 위탁하도록 하고 있다. 문서화의 방법은 위수탁계약서, 협약서, 특약서 등에 위수탁자의 인감 날인 또

는 서명을 포함한 자료만 인정되며 단순한 보안각서, 서약서 등은 인정되지 않는다. 위탁자가 개인정보처리 업무를 위탁하는 경우 위탁업무의 내용과 수탁자의 정보를 위탁자의 홈페이지 또는 법령에 정한 방법에 따라 지속해서 게재하여야 한다.

위탁자는 업무위탁에 따른 정보주체의 개인정보 분실, 도난, 유출, 변조 또는 훼손되지 않도록 수탁자를 대상으로 정기적인 교육을 시행하여야 하고 수탁자의 개인정보 처리현황과 관리 실태, 목적 외의 이용 또는 제공 여부와 재위탁 여부, 안전성 확보조치 여부 등에 대하여 정기적 관리, 감독을 시행하여야 한다.

수탁자는 개인정보를 보호하기 위해 ‘개인정보 안전성 확보조치 기준’에 정한 기술적, 물리적, 관리적 조치를 취해야 한다. 고유식별번호, 비밀번호 등에 대한 암호화 보관, 개인정보 누출 및 유출사고 대비, 위수탁 계약의 종료, 개인정보 처리 업무위탁 목적달성 등의 경우 개인정보는 복구할 수 없는 방법으로 파기하여야 하고 해당 사실을 위탁자에게 알려야 한다.

제 5 장 결론

제 1 절 연구결과 요약

코로나19 상황과 맞물린 전자상거래 시장의 폭발적인 성장을 가능하게 배경에는 ‘배송 전쟁’이라는 용어로 표현되는 다양한 형태의 배송서비스가 있으며 배송서비스 시장 또한 동반 성장하였다. 생활용품, 식료품 등은 택배를 통한 비대면 배송이 일반화되었지만, 가전, 가구 등의 제품은 대형화, 고기능화되어 전문적인 배송과 설치가 필요하다. 이러한 설치배송물류는 배송처리를 위한 고객의 개인정보 이용은 물론 프라이버시 공간인 택배 내 진입하여 설치를 진행하게 되므로 고객 입장에서는 개인정보 침해 우려를 하게 된다.

이에 본 연구는 배송 및 설치서비스를 제공하는 물류기업을 대상으로 해당 기업의 홈페이지에 게시하고 있는 개인정보처리방침을 수집, 분석하여 개인정보보호 인식 수준을 살펴봄으로써 배송, 설치를 제공하는 물류기업의 개인정보보호 방안을 제시하는 데 그 목적이 있었다.

본 연구의 연구 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

설치배송물류를 제공하는 물류기업의 개인정보보호 인식 및 활동 수준은 기대에 미치지 못하는 것으로 보인다. 본 연구에서의 개인정보처리방침 작성 및 공개 22.5%는 2020년 개인정보실태조사에서 유통/물류/도소매 업종 310개를 대상으로 개인정보처리방침 작성, 공개 여부에 대한 질문에 48.4%가 작성, 공개하고 있다는 응답과 비교시 낮은 수준이다. 이에 본 연구에서는 설치배송 물류기업의 개인정보보호 방안을 다음과 같이 제시하였다.

첫째, 물류기업의 개인정보보호 인식 제고가 필요하다. 상당량의 개인정보를 취급, 보유하고 있는 물류기업은 개인정보 침해사고 발생 가능성에 노출되어 있으므로 개인정보보호에 더욱 관심을 기울여야 할 것이다.

둘째, 개인정보보호 안전성 확보 조치를 실천해야 한다. 개인정보처리방침의 작성, 공개는 물론 내부 관리계획을 수립, 시행하고 접근 권한의 관리 및 통제, 물리적 안전조치 활동 등을 실천하여야 한다.

셋째, 위탁사업자의 수탁사업자에 대한 관리감독을 강화해야 한다. 대부분의 설치배송물류는 위수탁에 의해 처리되고 있으므로 설치배송을 위탁한 유통, 판매기업은 수탁자인 설치배송 물류기업에 대한 개인정보보호 관리감독을 강화해야 한다.

제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구에서는 배송물류서비스에 있어 ‘설치배송물류’를 중심으로 개인정보보호 방안을 탐색하고자 하였다. 그러나 ‘설치배송물류’는 한국표준산업분류(KSIC)의 분류에 세분화되어 있지 않고 ‘소화물 전문 운송업’(택배, 늘찬배달)에 포함되어 관련 통계 및 업계 현황 관련 자료를 수집하는 데 한계가 있었다. 해당 업계의 정보를 토대로 인터넷에 공개된 소수의 자료를 수집하여 연구하였으므로 연구의 내용 및 결과의 일반화는 오류를 범할 수 있다.

향후 연구에서는 ‘설치배송물류’에 관한 학문적, 산업적 정의 및 산업분류를 위한 연구가 필요하며, 이를 바탕으로 ‘설치배송물류’에서 보다 안전한 개인정보보호를 위한 방안에 관하여 지속적인 연구가 필요할 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

강선, 현병환. (2021). 온라인 쇼핑몰충성도에 미치는 배송서비스 품질의 핵심 요인 연구: 쿠팡의 로켓배송 중심. 마케팅연구, 36(3), 49-77.

개인정보보호위원회, (2020). 개인정보 처리 위·수탁 안내서. 서울: 개인정보 보호위원회

개인정보보호위원회, (2021). 2021 개인정보보호 연차보고서. 서울: 개인정보 보호위원회

개인정보보호위원회, 한국인터넷진흥원. (2020). 개인정보 처리방침 작성 가이드라인. 서울: 개인정보보호위원회, 한국인터넷진흥원

개인정보보호위원회, 한국인터넷진흥원. (2020). 개인정보보호 실태조사. 서울: 개인정보보호위원회, 한국인터넷진흥원

개인정보보호위원회, 한국인터넷진흥원. (2020). 개인정보의 안전성 확보조치 기준 해설서. 서울: 개인정보보호위원회, 한국인터넷진흥원

구병모, 김선구. (2019). 탐색적 방법론을 이용한 가정설치 물류기술 단가 체계 연구. 기술경영, 4(1), 21-36.

김경준, 이기동, 김준우. (2007). 웹사이트 품질, 배송 서비스, 온라인 구전이 인터넷 구매 의도에 미치는 영향. 「e-비즈니스연구」, 제8권 제1호, 국제e비즈니스학회, 2007.3, p.134.

김성영, 안승범. (2018). 블록체인 시스템 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 한국물류학회지. 28(1):71

남형두. (2019). 건강정보 빅데이터와 프라이버시 침해 문제. 정보법학, 23,

1-33.

- 민현홍, 황기현. (2016). SNS 이용자의 프라이버시 요인이 개인정보 제공의도에 미치는 영향. 디지털융복합연구. 2016;14(12):1-12
- 박관수, 최화열. (2012). TBSS를 이용한 주문, 배송서비스가 고객만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향. 경영과 정보연구. 2012;31(4):309-337
- 박상아, 신광섭. (2021). 배송서비스 혁신 전략의 고객혜택과 방해요인의 관계연구. 물류학회지, 31(4): 73-87
- 박흥균. (2019). 라스트마일의 비즈니스모델 전략에 관한 연구. 해운물류연구, 35(4), 531-553.
- 안경림, 박찬권. (2016). 택배 물류 안전 배송을 위한 전자문서 개발 연구. 한국전자거래학회지. 21(2):47-59
- 안운석, 박종원, 정현용. (2004). 전자상거래 물류서비스가 고객만족과 관계품질에 미치는 영향에 관한 연구. 상품학연구, (31): 159-179
- 우한솔, 유진호. (2014). 국내 신용카드사 및 VAN 사의 개인정보처리방침 내용에 대한 비교 분석.
- 유석천, 이재우, 염정호. (2001). 정보보호 부문에 대한 투자모형에 관한 연구. 정보통신정책연구, 8(2), 17-48.
- 윤혜선. (2019). 인공지능 규제 정책에 관한 연구: 주요국의 규제 정책 사례를 중심으로. 정보통신정책연구, 26(4), 135-176.
- 이영종. (2019). 온라인 유통시장 성장에 따른 빠른 배송서비스 확산. 우정정보, 117권
- 이은숙, 이준기, 차경진. (2016). 개인정보 취급방침의 인지가 개인정보보호 행동에 미치는 영향 : 카카오톡 이용자를 중심으로. 한국전자거래학회지, 21 (2), 135-150.

- 이재근, 강상욱, 염홍열. (2013). 개인정보처리방침의 데이터를 활용한 개인정보보호 현황 분석. 정보보호학회논문지, 23(4), 767-779.
- 이재근. (2014). 개인정보보호 정책 공시 데이터를 이용한 개인정보보호 성과 수준 예측모델에 관한 연구.
- 이태희. (2017). 온라인쇼핑몰에서 배송서비스품질이 고객 감정과 재이용 의도에 미치는 영향 : SOR 모델 중심으로. 경영컨설팅연구. 2017;17(4):155-164.
- 이희, 이만수. (2018). 기술경영측면에서 기업교육훈련이 직무성과에 미치는 영향에 대한 사례연구 (M사 교육운영 사례 중심으로). 기술경영, 3(4), 65-81.
- 임세현. (2020). B2C 택배서비스 이용자의 프라이버시 보호의도와 보호행동에 대한 실증연구. 물류학회지 제30권 제4호 pp.1-13
- 장원창, 신일순. (2012), “인터넷 이용자의 개인정보처리방침에 대한 인지 및 확인과 온라인 거래 행동”. 정보보호학회논문지 제22권 제6호, pp 1419-1427
- 전준수. (2005). 종합물류의 이해. 서울: 박영사
- 정철호. (2009). 인터넷 쇼핑몰에서 배송서비스품질과 성과간의 관계. 인터넷 전자상거래연구, 9(2), 51-80.
- 통계청. (2020). 2019년 운수업조사 결과(잠정)(물류산업통계 포함). 서울: 통계청

2. 국외문헌

- Bansal, G., Zahedi, F., and Gefen, D.,(2010). “The Impact of Personal

- Dispositions on Information Sensitivity, Privacy Concern and Trust in Disclosing Health Information Online”. *Decision Support Systems*, Vol. 49, No. 2, pp. 138–150
- Bell, D., Gallino, S. and Moreno, A. (2015). “Showrooms and information provision in omni-channel retail”. *Production and Operations Management*, Vol.24, No.3, pp.360–362.
- Boysen, Nils, Stefan Fedtke, and Stefan Schwerdfeger(2021), “Last-Mile Delivery Concepts: A Survey from an Operational Research Perspective”. *OR Spectrum*, 43(1), 1–58.
- Cespedes, F. V., and Smith, H. J. (1993). “Database marketing: New rules for policy and practice”. *Sloan Management Review*, 34(4), 7
- Fusilier, M. R., and Hoyer, W. D., (1980). “Variables affecting perceptions of invasion of privacy in a personnel selection situation”. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 65, No5, 623
- Gupta, B., & Chennamaneni, A. (2018). Understanding Online Privacy Protection Behavior of the Older Adults: An Empirical Investigation. *J. Inf. Technol. Manag.*, 29(3), 1–13.
- Junglas, I. A., Johnson, N. A., & Spitzmüller, C. (2008). Personality traits and concern for privacy: an empirical study in the context of location-based services. *European Journal of Information Systems*, 17(4), 387–402.
- Lanier Jr, C. D. & Saini, A. (2008). Understanding consumer privacy: A review and future directions, *Academy of Marketing Science Review*, 12(2), 1–48.

- Lauer, T. W. & Deng, X. (2007). Building online trust through privacy practices, *International Journal of Information Security*, 6(5), 323–331.
- Lim, S. F. W., Jin, X., & Srai, J. S. (2018). Consumer-driven e-commerce: A literature review, design framework, and research agenda on last-mile logistics models. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- Lim, S. H., Sung, J. Y, Kim, D. K., & Kim, D. J. (2017). A Study of Consumers' Perceived Risk, Privacy Concern, Information Protection Policy, and Service Satisfaction in the Context of Parcel Delivery Services, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 27(3), 156–175.
- Lim, Stanley F. W., Xin Jin, and Jagjit S. Srai(2018), “Consumer-driven E-commerce: A Literature Review, Design Framework, and Research Agenda on Last-Mile Logistics Models,” *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(3), 308–32.
- Madaan, N., Ahad, M. A., & Sastry, S. M. (2018). Data integration in IoT ecosystem: Information linkage as a privacy threat. *Computer law & security review*, 34(1), 125–133.
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model, *Information systems research*, 15(4), 336–355.
- Merminod, N., Large, R. O., & Pache, G. (2019). Procurement of advanced logistics services: proposition of a reasoned action

- model of individual buying behavior, *Supply Chain Forum: An International Journal*, 20(3), 169–184
- Milne, G. R., and Boza, M. E., (1999). "Trust and Concern in Consumers' Perceptions of Marketing Information Management Practices". *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 13, No. 1, pp. 5–24
- Mishra, D., Akman, I., & Mishra, A. (2014). Theory of reasoned action application for green information technology acceptance. *Computers in human behavior*, 36, 29–40.
- Park, C. W., and Kim, J. W., (2015). "An Empirical Research on Information Privacy and Trust Model in the Convergence Era", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13, No. 4, pp. 219–225
- Pavlou, P. A. (2011). State of the information privacy literature: Where are we now and where should we go?. *MIS quarterly*, 977–988.
- Rigby, D. (2011). "The future of shopping," *Harvard business review*, Vol.89, No.12, pp.65–76.
- Shimp, T. A., & Kavas, A. (1984). The theory of reasoned action applied to coupon usage. *Journal of consumer research*, 11(3), 795–809.
- Smith, H. J., Dinev, T., and Xu, H., (2011). "Information Privacy Research : An Interdisciplinary review", *MIS Quarterly*, Vol. 35, No. 4, pp. 989–1015
- Van Slyke, C., Shim, J., Johnson, R., & Jiang, J. J. (2006). Concern for information privacy and online consumer purchasing, *Journal of the Association for Information Systems*, 7(6), 415–444.

ABSTRACT

A Study on Personal Information Protection Plan in Delivery Logistics Service -Focusing on installation and delivery logistics-

Park, Jong-Pil

Major in Smart Convergence Security Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service Consulting

Hansung University

In order to receive installation delivery services, users (consumers) provide personal information such as names, addresses, and phone numbers, and are concerned about damage caused by personal information exposure. Personal information protection measures and activities of logistics companies to protect the personal information of delivery service users have become essential issues. In this study analyzed and evaluated the 'Personal Information Processing Policy'(Privacy Policy) posted by logistics companies providing delivery services on their website to explore the personal information protection measures of logistics companies that provide delivery services. The current status of personal information controllers disclosing their processing policies is one of the important indicators to examine the status of recognition and compliance with the Personal Information Protection Act (Lee Jae-geun et al. 2013), The degree of awareness of the company's personal information protection and the level of protection activities can be estimated by whether or not the 'Personal Information Processing Policy' is posted and the content is faithful. In this study, measures were proposed to raise awareness of personal information protection of logistics companies, implement measures to secure personal information protection safety, and strengthen management and supervision of entrusted business operators.

【Key words】 Delivery service, personal information protection, installation and delivery logistics, privacy policy