
캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA)의 제정 및 영향

1. 캘리포니아 소비자 프라이버시법의 제정 및 주요 내용

(1) CCPA의 제정 및 의의*

* 이창민, 캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA)에 대한 비교법적 연구

- 캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA : California Consumer Privacy Act of 2018)이 2018년 6월 28일 제정되어, 시행 전 수 차례 개정을 거쳐 2020년 1월 1일 시행

CCPA의 입법 과정

부동산 개발업자이며 소비자 프라이버시 옹호단체 'Californians for consumer privacy'의 설립자인 Alastair Mactaggart 등은 2017년 10월 9일 "California Consumer Privacy Act of 2018" 제정을 위한 주민발안을 주 법무장관에 제출(같은 해 11월 20일 수정안 제출)

2018년 4월 영국의 정보분석업체 캠브리지 애널리티카(Cambridge Analytica)가 페이스북 가입자 약 8,700만 명의 프로필을 동의 없이 수집하여 미국 상원의 원선거, 2016년 미국 대통령 선거, 영국의 브렉시트 찬반 투표 및 세계의 선거 마케팅에 활용한 사실이 드러났고, 인터넷상의 개인정보가 무분별하게 수집·사용·처리되고 있다는 사회적 우려와 경각심이 증폭

2018년 6월 주민발안을 주민투표에 부의하기 위해 필요한 주민 서명 요건이 충족되자, 주의회는 신속하게 주민발안을 대체하는 법안을 통과시켜, 주지사가 2018년 6월 28일 서명함으로써 비로소 CCPA가 제정

- 제정 법률은 급진적인 내용의 주민 발안이 통과되는 것을 방지하기 위해 급하게 마련되어 오류와 불확실한 부분이 많다고 비판받아, 시행 전 개정이 수차례 이루어짐

CCPA의 시행 전 주요 개정사항

- (Senate Bill(SB) 1121) 개인정보의 수집, 사용에 관한 각 개별분야별 연방법인 금융서비스현대화법(GLBA), 운전자 프라이버시 보호법(DPPA), 건강보호법(HIPAA)에 의해 이미 규율되고 있는 개인정보에 대해서는 CCPA 적용배제하고, CCPA 위반 사업자의 배상책임 및 민사벌금 성립요건을 제한
- (SB25) 사업자가 해당 사업의 입사지원자, 피고용인, 소유자, 이사, 임원, 의료종사자, 계약자로서 역할을 수행하는 개인 소비자로부터 수집한 개인정보에 대해서는 정보제공의무 및 프라이버시 권리소송에 관한 규정을 제외한 조항의 시행을 2021.1.1.까지 유예
- (AB874) CCPA가 적용되는 개인정보의 범위에 대한 CCPA § 1798.140 (o)(1)을 "개인과 ... 연관될 수 있는"에서 "개인과 ... 합리적으로(reasonably) 연관될 수 있는"으로 수정하고, CCPA § 1798.140 (o)(2)에 따라 개인정보에서 제외되는 "공개적으로 이용 가능한 정보(publicly available information)"의 범위를 확대함으로써 개인정보의 범위 축소
- (AB1355) 사업자와 개인소비자 사이에서 서면 또는 구술로 체결된 거래에 관한 개인정보에 대해서는 개인정보 판매제외청구권 및 프라이버시 권리소송에 관한 규정을 제외한 사업자의 의무 관련 규정의 적용을 2021.1.1.까지 유예하고, 비식별화된(deidentified) 소비자정보나 집합소비자정보(aggregate consumer information)를 개인정보에서 제외하여 개인정보의 범위 축소
- (AB1564) 소비자와 직접적인 관계를 맺고 온라인으로만 운영하는 사업자는 이메일 주소만 제공할 수 있도록 부담을 완화
- (AB1202) 데이터 브로커(data broker, 자신과 직접적인 관계를 맺지 않은 소비자에 관련된 개인정보를 수집, 판매하는 사업자)에 관한 규정 신설

- CCPA는 미국 연방과 주를 통틀어 처음으로 소비자의 개인정보보호에 관해 포괄적으로 규정한 법으로 개인정보처리 활동의 투명성 강화, 개인정보 처리에 대한 정보 주체의 통제권 및 사업자의 책임성 강화를 기본 철학으로 하고 있음

(2) CCPA의 적용 범위

■ CCPA의 적용 범위

- 미국은 전통적으로 개별법주의(patchwork system)*을 선호하지만 CCPA는 일반법주의(umbrella system)을 채택

* 시장의 자율규제에 입각한 소비자의 권리 보호를 중점으로, 모든 분야에 적용되는 일반법보다는 각 분야의 특징에 따라 개별법으로 개인정보보호를 규정하는 방식을 선호

- CCPA는 공공부문과 연방 데이터 보호법에 따라 별도로 보호받고 있는 분야를 제외하고 모든 산업에 적용

■ 사업자의 의미(CCPA § 1798.140 (f),(n),(c)(1))

- CCPA의 의무 주체인 ‘사업자’란 캘리포니아 주 내에서 사업을 영위하는 회사 (정부와 비영리단체를 제외)로서, 다음 중 하나 이상에 해당해야 함

① 연 총 수입이 2,500만 달러 이상

② 연 5만 명(건) 이상의 소비자, 가계, 디바이스의 개인정보를 매수하거나, 자신의 상업적 목적(commercial purposes)을 위해 수령·판매·공유

③ 연 매출의 50% 이상을 소비자의 개인정보 판매로부터 취득할 것

- CCPA는 역외 사업자에 적용되는지 명확한 규정이 없으나 ‘doing business’ 이론에 따라 캘리포니아 內 소비자 또는 근로자의 개인정보를 처리하는 域外 사업자에게도 적용된다고 해석

⇒ 캘리포니아 소비자가 캘리포니아에 있는 동안 캘리포니아 밖에 있는 식당을 예약한 경우 CCPA 적용*

* 이창범, 캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA) 시행 함의와 전망

(3) 소비자의 권리

■ 공개청구권(CCPA § 1798.100 (a),(b), § 1798.110 (a), § 1798.115 (a))

- 소비자는 자신에 관한 개인정보를 수집하는 사업자에 대해 (i) 자신에 관해 수집한 개인정보의 범주, (ii) 수집한 개인정보의 출처의 범주, (iii) 개인정보 수집 또는 판매의 사업적 또는 상업적 목적(the business or commercial purposes), (iv) 개인정보를 공유하는 제3자의 범주, (v) 자신에 관해 수집한 개인정보의 특정부분을 공개할 것을 청구할 권리
- 소비자는 자신에 관한 개인정보를 판매 또는 사업목적을 위해 공개하는 사업자에 대해 (i) 자신에 관해 수집한 개인정보의 범주, (ii) 판매한 개인정보의 범주와 (사업자가) 개인정보를 판매한 제3자의 범주, (iii) 자신에 관해 사업적 목적으로 공개된 개인정보의 범주를 공개할 것을 청구할 권리

■ 삭제청구권(CCPA § 1798.105 (a),(b),(c), § 1798.140 (v))

- 소비자는 ‘자신으로부터 자신에 관한 개인정보를 수집한’ 사업자에게 해당 정보를 삭제할 것을 청구할 권리
 - 사업자는 소비자가 이러한 권리를 가짐을 공개해야 하고, 이러한 청구를 받은 때에는 지체 없이 해당 정보를 삭제하고 자신을 위해 정보를 처리하는 서비스 공급자에게도 해당 정보를 삭제하도록 지시해야 함
- 다만, 사업자나 서비스 공급자가 그 소비자의 개인정보를 보유하는 것이 필요한 다음과 같은 경우에는 해당 정보의 삭제청구에 응하지 않을 수 있음
 - (i) 거래의 완수, 리콜 등의 수행, 재화나 서비스의 공급, 계약의 이행 (ii), 보안 사고의 탐지, 불법적 활동으로부터 보호, 그러한 활동에 대한 기소, (iii) 신원에

대한 버그수정(debug) 및 오류의 보수, (iv) 자신 또는 다른 소비자의 표현의 자유 또는 다른 법적 권리의 행사, (v) 캘리포니아 형법 Part 2, Title 12, Chapter 3.6의 준수, (vi) 공익 분야에서의 과학적, 역사적, 통계적 연구, (vii) 단순한 내부 이용, (viii) 법적 의무의 준수, (ix) 소비자가 개인정보를 제공한 맥락과 양립할 수 있는 합법적 내부 이용을 위해 필요한 경우

■ 판매제외청구권(CCPA § 1798.115 (d), § 1798.120 (a),(b),(c), § 1798.135 (a)(1), § 1798.140 (t))

- 소비자는 자신에 관한 개인정보를 제3자에게 판매하는 사업자에게 언제든지 자신의 개인정보를 판매하지 말 것(opt-out)을 지시할 권리
 - 다만, 16세 미만 소비자에 대해서는 사전 동의가 필요(opt-in)

■ 차별금지 의무(CCPA § 1798.125 (a)(1),(a)(2),(b)(1))

- 사업자는 소비자가 CCPA의 권리를 행사하였다는 이유로 차별할 수 없음
 - 다만, 가격 요금, 재화 또는 서비스의 수준 또는 품질의 차이가 소비자의 정보가 사업자에게 제공하는 가치와 합리적으로 연관된(reasonably related) 경우에는 소비자에게 가격·요금을 달리 매기거나 다른 수준의 서비스 제공 가능
- 사업자는 개인정보의 수집·판매 또는 삭제 관련 재정적 인센티브 제공가능
 - 인센티브의 차이가 소비자의 정보가 사업자에게 제공하는 가치와 직접적으로 연관된(directly related) 경우에 한하여 가능

2. 유럽연합 GDPR·우리나라 개인정보보호법과의 비교*

* 이창민, 캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA)에 대한 비교법적 연구

(1) 적용 범위

- **(우리나라)** 개인정보보호법은 개인정보를 “살아있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보가 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)”라고 정의
- **(CCPA)** CCPA는 보호의 필요성이 있는 정보를 넓게 개인정보로 포섭하고 개인뿐만 아니라 가계(household)와 합리적으로 연결될 수 있는 정보, 열화상·후각 등 바이오메트릭 정보 등을 개인정보로 명시

(2) 개인정보의 수집

- **(우리나라, 유럽연합)** 개인정보보호법과 GDPR은 개인정보의 수집을 위해 정보주체로부터 ‘동의(consent)’를 받을 것을 요건으로 규정
 - ‘정보주체(data subject)’과 개인정보의 연결고리를 인격권으로 파악
- **(CCPA)** 개인정보 수집을 위한 요건을 규정하지 않고, 개인정보가 이미 수집되었음을 전제로 함
 - CCPA는 소비자 보호법제의 일종이므로 ‘정보주체’가 아닌 ‘소비자’라는 용어를 사용

(3) 개인정보의 정정

- **(우리나라)** 개인정보보호법은 “자신의 개인정보를 열람한 정보주체는 개인정보처리자에게 그 개인정보의 정정 또는 삭제할 수 있다. 다만, 다른 법령에서 그 개인정보가 수집 대상으로 명시되어 있는 경우에는 그 삭제를 요구할 수 없다”고 규정

- **(유럽연합)** GDPR은 “정보주체는 컨트롤러(controller)에게 자신에 관한 부정확한 개인정보를 부당한 지체 없이 정정할 것을 요구할 권리를 가진다. 정보주체는 처리의 목적을 고려하여 추가 진술을 제공하는 등, 불완전한 개인정보를 완전하게 할 권리를 가진다”고 규정

- **(CCPA)** CCPA에서는 개인정보 정정청구권을 규정하지 않음
 - 유럽에서는 사업자가 보유한 개인정보의 부정확성으로 인해 해당 정보주체의 인격에 부정적 영향을 미치는 경우 정보주체가 정정을 요구할 수 있는 권리를 해당 정보주체의 인격권에 근거하여 인정함
 - 미국에서는 사업자가 계약 등을 통해 소비자로부터 해당 정보를 취득한 이상 해당 정보를 처리, 이용하는 것은 사업자의 몫으로 넘어가며, 소비자가 해당 정보를 정정 요구하는 등 사업자의 업무영역에 관여하는 것은 사업자의 자유를 침해하는 것으로 봄
 - 소비자는 일정 요건을 충족하는 경우 해당 정보에 대해 삭제 청구를 하여 잘못된 정보를 아예 소멸시키거나 사업자에게 정확한 정보를 제공하여 사업자로 하여금 해당 정보를 수정하도록 유도할 수 있을 뿐임

(4) 개인정보의 유통

- **(우리나라)** 개인정보보호법은 정보주체의 동의를 받거나 개인정보를 수집한 목적 범위 포함될 경우 개인정보를 제공(‘공유’ 포함)할 수 있다고 규정
 - 개정 개인정보보호법(2020. 8. 5. 시행)은 예외규정을 신설(제17조 제4항) : “개인정보처리자는 당초 수집 목적과 합리적으로 관련된 범위에서 정보주체에게 불이익이 발생하는지 여부, 암호화 등 안전성 확보에 필요한 조치를 하였는지 여부 등을 고려하여 … 정보주체의 동의 없이 개인정보를 제공할 수 있다.”
- **(CCPA)** CCPA에서는 개인정보 판매제외청구권을 통해 자신의 개인정보가 더 이상 판매되지 않도록 막을 수 있게 됨
 - 개인정보의 판매가 공공연히 이루어지고 있고 이러한 개인정보의 판매 자체를 사업목적으로 하는 데이터 브로커가 인정되는 미국에서 이러한 권리의 인정은 큰 의미를 가짐

(5) 개인정보의 삭제

- **(유럽연합)** GDPR은 개인정보의 삭제를 청구할 수 있는 요건으로 “해당 정보가 더 이상 필요하지 않은 경우”, “정보주체가 수집 동의를 철회한 경우” 등을 규정
- **(우리나라)** 우리나라 개인정보보호법은 자신의 개인정보를 열람한 정보주체는 개인정보처리자에게 그 개인정보의 삭제를 요구할 수 있다고 규정하여 삭제청구의 요건을 별도로 정하지 않음

-
- 그 예외도 “다른 법령상 근거가 있는 경우”로 매우 단순하고 좁게 규정되어 있어 정보주체의 보호가 더 강조되는 측면
 - **(CCPA)** 미국에서는 잊혀질 권리는 표현의 자유에 대한 심대한 침해라는 비판이 강했고 법원도 미국법상 잊혀질 권리는 인정되지 않는다고 선언했으나 CCPA는 개인정보의 삭제청구권을 수용
 - 다만, CCPA의 삭제청구권은 잊혀질 권리와 차이가 존재
 - 용어에서도 ‘잊혀질 권리’가 아닌 ‘삭제청구권’으로 규정하고 있으며,
 - ‘잊혀질 권리’는 이야기(story)에 대한 삭제를 통해 역사를 다시 쓰거나 지우는 것 (rewriting history)라는 함의를 가지지만, ‘삭제청구권’은 단순한 정보(data)의 삭제에 불과

3. CCPA의 영향

(1) 캘리포니아 개인정보권리법(CPRA)의 시행*

* 한국인터넷진흥원, 미 캘리포니아주 프라이버시 권리법(CPRA) 제정 배경 및 주요 내용

- 2020년 11월 미국 캘리포니아 주는 소비자 데이터 개인정보 기관을 신설하기 위한 캘리포니아 개인정보 권리법안(California Privacy Rights and Enforcement Act, CPRA)을 승인
 - 2023년 1월 1일부터 발효되어 7월에 시행될 예정
- CPRA 발효시 ①개인정보보호 신규 원칙 추가 도입 ②민감 데이터에 대한 새로운 정의 및 처리 제한 ③소비자의 권리 확대와 사업자의 의무 강화 ④새로운 개인정보 보호 집행 기관의 설립 등의 변화가 이루어질 전망
 - CCPA에서 언급되지 않았던 ‘민감정보(sensitive personal information)’와 ‘동의 기준(consent standard)’ 개념을 확대 적용
 - 데이터 최소화(data minimization)원칙을 미국 법령 최초로 명문화
 - 소비자에게 통지하지 않고는 개인정보를 “공시된 수집목적에 부합하지 않은 용도”로 이용할 수 없도록 규정
 - CCPA가 데이터 저장과 보유에 대한 원칙을 제시하지 않은 것과 달리, CPRA는 공시된 목적을 위해 “합리적으로 필요한” 기간보다 더 오랫동안 개인정보를 저장하는 것을 금지
 - 민감정보의 개념을 도입하고 그 이용 및 공개를 제한하여 엄격하게 보호

-
- CPRA에서의 동의는 “합의 의사를 나타내는(signifies agreement) 명확하고도 긍정적인 행위(clear affirmative action)” 이어야 한다는 점과 일명 “다크패턴”을 통해 동의를 확보할 수 없다는 점을 강조
 - CPRA는 소비자 권리를 보장함으로써 정보주체의 권리 강화 추세를 반영
 - 기업은 정정요청을 받을시 부정확한 정보를 수정하도록 “상업적으로 합당한 노력(commercially reasonable efforts)”을 기울이도록 규정
 - 개인정보의 ‘공유’란 소비자의 행태 정보를 활용한 광고를 위해 사업자가 개인정보를 제3자에게 전송하거나 제공하는 것을 의미하며, 정보주체인 소비자는 이를 거부할 수 있는 권리를 보유
 - 비암호화된 개인정보는 물론 암호화된 개인정보에 대해서도 무단 열람, 유출, 도난 사고가 발생했을 경우 정보주체가 대응 행동에 나설 수 있도록 범위 확대
 - 기업의 의무와 책임성 강화
 - 캘리포니아주 개인정보보호 감독기구(California Privacy Protection Agency)를 신설하고 주 법무장관으로부터 법집행 권한을 이전받을 수 있는 근거 마련

(2) 버지니아 소비자데이터 보호법 제정

- 2021년 3월, 버지니아 주지사인 랄프 노섬은 소비자 데이터 개인정보보호 및 보호를 관장하는 미국의 두 번째 주법에 서명
- 미국 버지니아 소비자 데이터 보호법(Consumer Data Protection Act, CDPA)은 2023년 1월 발효될 예정

-
- 법률업체 모리슨 앤 포스터(Morrison & Foerster)의 크리스틴 매튜는 “CDPA는 기본적으로 CCPA, CPRA, GDPR의 조합”이라고 평가
 - 개인정보보호법의 부담을 피하기 위해 익명화(de-identification of data)를 포함

(3) 향후 전망

- 버지니아 주 외에도 뉴욕이나 워싱턴 주 등 다른 주들도 관련 법안 시행에 박차를 가할 것으로 예상
 - 각 주가 고유의 법률을 통과시킬 경우 주 상호간 요구 사항의 혼란을 사전에 예방하기 위해 연방법을 제정해야 한다는 압력 증가 예상

<참고문헌>

이창범, ‘캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA) 시행 함의와 전망’ (2020.03.26.)

이창민, ‘캘리포니아 소비자 프라이버시법(CCPA)에 대한 비교법적 연구’ (2020.04.)

고수윤, ‘GDPR과 CCPA상 정보주체 권리에 관한 비교법적 연구’ (2020.06.01.)

한국인터넷진흥원, ‘미 캘리포니아주 프라이버시 권리법(CPRA) 제정 배경 및 주요 내용’ (2020.12.)

CSO, ‘Virginia data protection bill signed in to law’, www.csoonline.com/article/3610422/virginia-data-protection-bill-signed-into-law.amp.html, (2021.03.05.)