

## ■ 미국 - 연방거래위원회(FTC)

바로가기 ⇒ <http://www.ftc.gov>



미국은 개인정보보호에 관한 사항을 포괄적으로 규정하고 있는 개인정보보호기본법은 가지고 있지 않지만, 각 영역별로 개인정보보호를 위한 법규범을 마련해 두고 있다. 특히 공공 부문에 있어서는 1974년 프라이버시법(The Privacy Act of 1974)이 적용되어, 미국정부기관에 의해 보유되고 있는 개인정보를 보호하고 있다. 그러나 미국은 공공부문과 민간부문의 개인정보보호체계가 분리되고, 민간 부문에 있어서는 각 영역별로 입법이 이루어지고 규율됨에 따라 포괄적인 개인정보보호기구는 없는 상황이다.

따라서 공공부문과 민간부문을 나누어 살펴보면, 공공 부문에 있어서는 예산관리국(OMB : The Office of Management and Budget)에서 프라이버시법에 따라 연방정부의 프라이버시 정책을 정립하는 역할을 맡고 있다. 그러나 OMB는 예산관리차원에서의 제한적인 역할만을 맡고 있는 것으로 볼 수 있다. 한편 민간 부문에 있어서는 연방거래위원회(FTC : The Federal Trade Commission)가 아동의 온라인 프라이버시, 소비자 신용정보, 공정한 거래 관행과 관련하여 개인정보(프라이버시)를 보호하는 법률을 집행하고 준수 여부를 감독할 권한을 부여받아 행사하고 있다. 따라서 포괄적인 개인정보보호기구는 없으나 연방거래위원회의 역할을 참고할 수 있을 것이다.

### 1. FTC의 설립 및 구성

연방거래위원회는 1914년에 설립된 기구로서, 자유롭고 공정한 거래의 확보를 위해 활동하는 독립기구이다. FTC는 본래의 설립목적은 주로 대통령이나 의회에 대하여 관련입법 자문을 행하고 소비자에게 정보를 제공하는 것이었으나, 점차 공정한 사업관행의 확보와 실행에 초점을 맞추면서 그 권한이 더욱 확대되었다. FTC는 대통령에 의해 임명되는 5인의 위원으로 구성되며, 동 위원의 임기는 7년이다. FTC의 조직은 총 4개 부서로 나뉜다. 일반자문부서(The Office of the General Counsel), 경쟁국(The Bureau of Competition), 경제담당국(The Bureau of Economics), 소비자보호국(The Bureau of Consumer Protection)이 그것이다. 일반자문부서는 위원회에 기관의 관할과 권한에 대한 정보를 제공하고 자문관은 위원회의 법적 대리인으로 활동한다. 경쟁국은 사업자간 과도한 경쟁을 억제하여 잘못된 업무관행을 방지토록 하고 있다. 경제담당국은 FTC의 행위가 경제에 미치는 영향을 연구한다. 마지막으로 소비자보호국은 불공정하고 부당한 사업관행으로부터 소비자를 보호하는 역할을 담당하고 있다. 현재 FTC는 약 1,000여명의 직원이 있으며, 이들 중 500명 이상은 변호사이고 20명 정도는 경제학자이다.

## 2. FTC의 업무범위 및 관장법률

FTC의 주요임무는 과도한 제한을 가하지 않은 상태에서, 국내의 시장기능이 효율적으로 작동되고 적절한 경쟁관계를 유지토록 함으로써 미국의 소비자를 보호하는 것이다. 특히 프라이버시 보호와 관련하여 FTC는 개인정보 프라이버시의 중요성을 사업자와 소비자에게 알리는 역할을 하고 있다. 특히 위원회는 FTC 법에 따라, 소비자의 개인정보를 어떠한 방법으로 수집·이용하고 안전하게 보호할 것인지를 규정한 회사의 프라이버시 규약을 지키지 않고 불공정하고 소비자를 기만하는 방법으로 정보처리를 행하는 것을 규제한다. FTC가 개인정보보호와 관련하여 관장하고 있는 법률로는 Gramm-Leach-Bliley Act와 공정신용보고법(Fair Credit Reporting Act), 아동온라인프라이버시보호법(Children's Online Privacy Protection Act)이 있다. Gramm-Leach-Bliley Act에 따라, 위원회는 금융 프라이버시의 중요성을 알리는 규범 및 금융기관에서의 개인정보의 행정적·기술적·물리적 안전조치를 확보하는 규범을 실행하고 있으며, 공정신용보고법 및 아동온라인프라이버시보호법에 따라 소비자를 보호하는 각종 역할을 맡고 있다.

## 3 FTC의 주요기능

FTC는 연방거래위원회법(Federal Trade Commission Act) 제5조에 위반하였다고 판단되는 개인 또는 사업자에 대하여 조사를 실시하거나 소송을 제기할 수 있는 법적 권한을 가진다. 또한 위원회는 소비자로부터 개인정보침해나 범위반사실에 대한 불만사항을 접수받기도 하는데, 이 경우 사실조사를 실시하여 범위반사실이 있는지 여부를 검토한다. 그러나 FTC는 범위반사실이 있음을 선언하여 바로 행정제재를 내리지는 않고 접수된 민원사건을 검토하고 결정하여 명령(Order)을 내린 뒤, 당해 사업자로부터 이에 따르겠다는 자발적인 동의의사를 확인하여 합의(Consent Order)하는 절차를 거친다. 일종의 시정권고로써 업계의 자율규제를 중시하는 FTC의 입장을 확인할 수 있는 부분이다. 그러나 이러한 합의에 도달하지 못한 경우, FTC는 행정소송절차에 의하거나 연방법원에 금지명령을 구하는 소송을 제기할 수 있다. 또한 FTC는 필요한 경우 법원에서 소비자 피해구제를 구하기 위해 민사상 손해배상이나 중지명령을 청구할 수 있다. 그 밖에도 FTC는 사업자가 소비자의 개인정보를 침해하는 것을 방지하기 위하여 필요한 정보를 제공하고, 각종 지침을 마련하여 고시하기도 한다.