

해외동향

페이스북의 개인정보 침해에 대한

미국 내 입법, 사법, 행정적 대응현황(1)

- ‘캘리포니아 소비자 프라이버시 법률(CCPA)’을 중심으로

Legislative, Judicial, and Executive Reactions of US Government to
Facebook Data Breach (1)

- Focusing on “The California Consumer Privacy Act of 2018”

정인영(Inyoung Cheong)*

목차

- I. 들어가며
- II. 입법적 대응

〈첨부〉 캘리포니아 민법전 (CALIFORNIA CIVIL CODE)

I. 들어가며

1. 페이스북의 개인정보 침해

2018년 3월 17일 영국의 가디언, 옵저버, 미국의 뉴욕타임스는 ‘캠브리지 애널레티카(Cambridge Analytica)의 내부고발자인 크리스토퍼 와일리(Christopher Wylie)의 제보를 동시에 보도하였다.¹⁾

영국의 정치데이터 분석회사인 캠브리지 애널레티카는 페이스북 이용자들이 성격 퀴즈 어플리케이션

을 다운받을 때 정보제공 동의를 하게 한 후 이용자의 이름, 생일, 주소지, 친구, 메시지 등의 정보에 추가적인 동의 없이 상시 접근하였다.²⁾ 사용자들의 정보는 향후 해당 기업이 외부기관으로부터 금전을 받고 개인정보 맞춤형 정치광고를 제작하여 전달하는 데에 활용되었으며, 브렉시트 투표와 미국 대통령 선거에서 특정 여론을 형성하는 역할을 했다고 밝혀졌다.³⁾

당초 크리스토퍼 와일리는 5천만 명의 개인정보가 유출되었으리라고 추정하였으나 향후 페이스북은 개인정보 유출 피해자가 총 8천 7백만 명에 달한다고 발표하였다.⁴⁾ 이에 더해, 페이스북은 2018년 9월 28일 배후가 명확히 밝혀지지 않은 해커들의 공격을 받아 최대 9천만 명의 계정의 정보가 유출되는 사건까지 겪게 된다.⁵⁾

* 문화체육관광부 행정사무관, 워싱턴대학교 박사과정 재학
(Ph.D. student in Law, the University of Washington),
icheon@uw.edu

1) Emma Graham-Harrison & Carole Cadwalladr, *Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach*, The Guardian (March 17, 2018); Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore & Carole Cadwalladr, *How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions*, The New York Times (March 17, 2018).

2) Dominique-Chantale Alepin, *Social Media, Right to Privacy and the California Consumer Privacy Act*, 29 Competition: J. Anti., UCL & Privacy Sec. Cal. L. Assoc. 96, 96 (2019).

3) Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore & Carole Cadwalladr, *supra* note.

4) Nadeem Badshah, *Facebook to contact 87 million users affected by data breach*, The Guardian (April 8, 2018).

5) Sarah Perez & Zack Whittaker, *Everything you need to know about Facebook's data breach affecting 50M users*, Tech Crunch, (September 28, 2018). (<https://techcrunch.com/2018/09/28/everything-you-need-to-know-about-facebook-s->

이러한 일련의 사건으로 페이스북이 이용자와 광고주, 주주 등의 수많은 소송에 직면하였음은 물론이다. CEO인 마크 주커버그는 의회에서 질문 세례를 받았고, 페이스북은 각 연방기관 및 주 정부 검찰의 조사를 받게 되었다. 또한 아일랜드 데이터 보호위원회(Ireland's Data Protection Commission), 러시아, 독일, 터키, 이태리 등 각국 정부기관도 소관 이용자들의 개인정보 침해에 대한 제재에 착수하였다. 2019년 한 해 페이스북이 소송(화해, 소 취하 포함)과 정부기관 및 법원의 제재를 통해 부과받은 금액은 총 51.5억 달러(한화 약 6조 원)에 달한다.⁶⁾

2. 정부의 대응

페이스북 사건은 전 세계적으로 사회관계망 서비스의 영향력에 대한 경계심과 더불어 개인정보에 대한 체계적인 법적 보호의 중요성을 일깨우는 계기가 되었다. 일반 개인정보 보호법(General Data Protection Regulation, 이하 “GDPR”이라고 한다)으로 잘 알려져 있듯 개인정보 침해에 단호한 입장을 취해 온 유럽과 달리, 미국은 IT 산업을 위축한다는 우려에서 개인정보 관련 규제에 적극적이지 않았으나 본 사건을 계기로 기업의 개인정보 처리

에 공적인 견제가 필요하다는 인식이 확산되기에 이른다.⁷⁾

캘리포니아 주에서는 미국 내 최초로 ‘캘리포니아 소비자 프라이버시법’(California Consumer Privacy Act of 2018)을 제정하였다. 사법부에서는 소비자, 광고주, 주주 등이 제기한 집단 소송이 주된 쟁점이 되었다. 연방 지방법원은 개인정보 침해에 대한 소비자 집단소송을 인정하지 않았던 종전의 입장을 변경해, 최근 페이스북의 2018년 9월 해킹으로 인한 정보 유출에 대한 소비자 집단소송을 허가하였다.⁸⁾ 행정적 조치로는, 미국 공정거래위원회가 2012년의 동의의결 위반에 대해 페이스북이 예상한 30억 달러를 크게 상회해, 사상 최대의 벌금인 50억 달러를 부과하여 크게 화제가 되었다.

미국의 3부가 자신의 고유한 권한에 기초해 개인정보 침해에 대해 발 빠르고 강력히 대응하는 것이 전례 없이 인상적인 일이다. 이를 통해 데이터 기반 산업의 발전을 주도해 온 미국에서도 기업에 개인정보 관리 책임을 명확히 부여하고, 소비자가 자신의 정보의 흐름을 인지하고 통제권을 행사할 수 있는 방향으로 나아가고 있다는 점을 보이고자 한다.

II. 입법적 대응

1. 입법 동향

그레이엄 그린리프의 ‘전 세계 데이터 프라이버시 법률 목록 (2019년)’에 따르면, 전 세계에는 총 132 개국에 데이터 프라이버시 관련 법률이 제정되어 있다.⁹⁾ 2015년 109개국에 비해 약 21% 증가한 수치

data-breach-affecting-50m-users/)
6) 페이스북이 2019년 1월부터 2019년 10월까지 소송과 제재를 통해 부담한 금액은 다음과 같다(Aaron Mak, How Much Facebook Has to Pay in Fines and Settlements This Year, Slate, Oct. 28, 2019, <https://slate.com/technology/2019/10/facebooks-2019-fines-and-settlements.html>을 재구성).

구분	국가	상대방	유형	금액	사유
1월	영국	Martin Lewis	민사 소송	3.9백만 달러	사기광고에 원고의 얼굴 도용(3.9백만불을 사기광고 범지에 기부하고 소 취하)
3월	미국	시민단체 및 노동조합	민사 소송	5백만 달러	광고주가 이용자의 성별, 인종, 나이로 차별하는 것을 허용(화해 성립)
4월	러시아	법원(정부기관 Roskomnadzor)	제재	47달러 (3천 루블)	러시아 이용자의 정보를 러시아 내의 서버에 저장하도록 한 개인정보보호법 위반
5월	터키	개인정보보호청 (KVKK)	제재	27만 달러	30만 명의 터키 이용자의 개인 사진을 소프트웨어 버그에 노출시킴
6월	이태리	개인정보보호청 (Grantprivacy)	제재	1.1백만 달러	57명의 이용자가 캄브리지 애널리티카의 앱을 다운받아 정치광고에 활용됨
7월	독일	법무부(Federal Office of Justice)	제재	2.3백만 달러	항투명성법률에 위반하여 불법 혐오발언 기록을 축소하여 보고함
7월	미국	공정거래위원회 (FTC)	제재	50억 달러	캠브리지 애널리티카 사건의 프라이버시 보호 미흡이 2012년 동의의결에 위반됨
7월	미국	증권거래위원회 (SEC)	제재	1억 달러	캠브리지 애널리티카와 연계성을 부인해 투자자의 오인을 야기하는 발언을 함
10월	미국	샌프란시스코 카운티 법원	제재	1천 달러	행사소송의 변호사가 요청한 게시물들을 제공하는 것을 거절함
10월	터키	개인정보보호청 (KVKK)	제재	28.2만 달러	28만명의 터키 이용자의 개인정보가 캠브리지 애널리티카에 제공됨
10월	미국	광고주 집단	민사 소송	4천만 달러	광고주들에게 이용자의 조회수 메트릭을 부풀려서 제공함(화해 성립)

- 7) National Conference of State Legislature, Consumer Data Privacy Legislation, Oct. 14, 2019, <http://www.ncsl.org/research/telecommunications-and-information-technology/consumer-data-privacy.aspx>
- 8) Adkins v. Facebook, No. C 18-05982-WHA, US Districts Court for the Northern District of California (Nov. 26 2019) (<https://www.law360.com/articles/1223928/attachments/0>)
- 9) Graham Greenleaf, *Global Tables of Data Privacy Laws and Bills* (6th ed 2019, updated Jan. 2019), 157 *Privacy Laws & Business International Report* 14 (2019).

다. 2018년 브라질이 일반 개인정보 보호법(General Data Privacy Act)을 제정하였고, 같은 해 바레인, 알제리 등도 관련 법률을 제정하였다. 우리나라의 경우 개인정보보호법(Personal Information Protection Act of 2011)이 포함되어 있고, 중국은 사이버보안법(Cybersecurity Act of 2016), 영국은 데이터보호법(Data Protection Act of 1998), 미국은 프라이버시법(Privacy act of 1974)이 포함되어 있다.¹⁰⁾

미국의 프라이버시법(Privacy act of 1974)은 연방 정부기관이 개인정보를 내부적으로 처리하는 것을 규율하는 법률로, 개인정보 주체가 민간 사업자에게 개인정보의 열람이나 삭제를 요구할 수 있는 권리를 부여하는 법률은 없었다. 이는 개인정보를 지나치게 보호할 경우 개인정보를 활용하여 가치를 창출하는 기업활동을 위축시킬 수 있다는 우려 때문이었는데, 시민단체는 사람들의 프라이버시를 기업의 이익을 위해 희생시키는 실리콘 밸리를 신뢰할 수 없다며, 의회에 개인정보 보호에 관한 법률을 입법할 것을 촉구해 왔다.¹¹⁾

여기에는 주로 (1) 정보주체가 자신의 정보가 어떻게 처리되고 있는지를 알 권리, (2) 정보처리 방식에 결정권을 행사할 권리(소비자에게 참여opt-in 여부 또는 기피opt-out 여부에 대한 결정권을 부여하여야 한다), (3) 위법한 정보처리가 있을 경우 법원을 통한 구제를 받을 권리에 대한 내용이 포함된다.

연방의회와 각 주 의회에서 다양한 논의가 있었으나, 가장 빠르게 입법을 한 곳은 실리콘밸리가 위치한 캘리포니아 주 의회였다. 캘리포니아 주는 6월 27일 ‘캘리포니아 소비자 프라이버시 법률(California Consumer Privacy Act of 2018, 이하 “CCPA”라고 한다)¹²⁾을 제정한다. 캘리포니아 주를

시작으로 현재까지 27개 주 의회에서 데이터 프라이버시법 제정을 논의 중이며,¹³⁾ 버몬트(Vermont)주가 2018년 9월 개인정보 판매를 업으로 하는 “데이터 중개자(data broker)”에 등록의무(등록비 100달러)를 부과하고 개인정보 수집 및 이용 상황과 유출 피해내역을 매년 공개할 것을 의무화하였다.¹⁴⁾

이하에서는 미국 내 최초의 포괄적 데이터 프라이버시 보호에 관한 법률로서 발효를 목전에 두고 있는 CCPA를 구체적으로 살펴본다. CCPA에서 명시한 개인정보의 개념, 규제 대상, 규제의 내용, 소비자의 권리구제 등을 구체적으로 살펴보고, GDPR과의 공통점과 차이점을 간략히 분석한다. 이해를 돕기 위해 CCPA의 번역문을 글의 마지막에 첨부하였다.

2. 캘리포니아의 제정 배경

페이스북의 개인정보 침해 사건이 발생한 2018년 3월, 캘리포니아에서는 “소비자 프라이버시를 위한 캘리포니아 주민들(Californians for Consumer Privacy, 이하 “주민들”이라 한다)”이 주민 투표를 위한 프라이버시 법안을 제안하였다.¹⁵⁾ 법안은 순식간에 2018년 11월 주민투표에 붙이기 위한 정족수의 2배에 달하는 62만 9천 명의 서명을 받게 된다.¹⁶⁾ “주민들”은 주 정부에 2018년 6월 28일까지 합리적인 프라이버시 법률안이 의회를 통과하여 주지사의 서명까지 마칠 경우 자신들이 제안한 법률을 철회하겠다고 제안한다.¹⁷⁾

10) *Id.* at 2. 중국의 사이버보안법이 국민의 개인정보 접근권을 보장하고 있는지 분명치 않았으나 2018년 전자상거래법(E-Commerce Law of 2018) 제정으로 이용자가 자신의 개인정보 처리에 대한 ‘질문(inquiries)’을 제기할 수 있고, 규제당국이 개인정보 처리 안전성에 관한 감독을 수행할 수 있는 권한이 명확히 규정되었다고 한다.

11) Tony Room, *Top Senate Democrats unveil new online privacy bill, promising tough penalties for data abuse*, The Seattle Times (Nov. 26, 2019).

12) Dominique-Chantale Alepin, *Social Media, Right to Privacy and the California Consumer Privacy Act*, 29 Competition: J. Anti., UCL & Privacy Sec. Cal. L. Assoc. 96, 97 (2019).

13) 데이터 프라이버시 관련 법률을 논의한 주 의회는 다음과 같다: 아리조나, 캘리포니아, 코네티컷, 플로리다, 하와이, 일리노이, 캔터키, 루이지애나, 메인, 매사추세츠, 매릴랜드, 미네소타, 미시시피, 몬타나, 노스다코타, 네바다, 뉴햄프셔, 뉴저지, 뉴멕시코, 뉴욕, 팬실베이니아, 로드아일랜드, 사우스캐롤라이나, 텍사스, 버몬트, 워싱턴, 푸에르토리코(National Conference of State Legislatures, Consumer Data Privacy Legislation, Oct. 14, 2019, <http://www.ncsl.org/research/telecommunications-and-information-technology/consumer-data-privacy.aspx>)

14) *Id.*; See also The Vermont Statutes Online(<https://legislature.vermont.gov/statutes/chapter/09/062>).

15) Dominique-Chantale Alepin, *supra* note, at 96.

16) *Id.*

주민발의안이 통과될 경우, 주 의회는 직무를 유기했다는 비판을 면하기 어렵고, 향후 기술 발전 추이에 따라 빠르게 법률을 개정하는 것도 어려워지기 때문에 (통상 주민투표로 제정된 법률은 추가적인 주민투표를 통해 개정된다고 한다) 기업 등의 반대와 우려에도 불구하고 주 의회는 스스로 법안을 발의하여 통과시켜야 한다는 압박을 받게 되었다.¹⁸⁾

마침내 2018년 6월 21일, “주민들”과 주 의회는 법률의 구체적인 내용에 대해 합의를 이루게 된다. 주민발의안을 철회하는 대신, 주 의회는 CCPA를 통과시키기로 하였으며, 주민발의안은 주지사 제리 브라운(Jerry Brown)이 법안에 서명을 하던 2018년 6월 28일 철회되었다.¹⁹⁾²⁰⁾

CCPA는 소비자의 무분별한 정보공개 청구가 지나치게 기업활동을 제한한다는 우려, 또는 실효적인 소비자의 권리 보장이 되지 않는다는 양측의 우려에 따라 지속적으로 개정되고 있다.²¹⁾ 또한 법무부 장관이 방대한 법률에 대응한 규정을 제정하고, 기업과 소비자가 새로운 법률에 적응하는 충분한 시간을 부여하기 위해 시행일이 2020년 1월 1일로 정해지게 되었다. 법무부 장관은 2020년 7월 1일까지 규정을 제정해야 한다. 현재 제정안이 공개되어 캘리포니아 주 전역에서 공청회가 개최되고 있으며, 주민들은 2019년 12월 6일까지 서면 의견을 제출할 수 있다.²²⁾

3. 캘리포니아 소비자 프라이버시 법률 (CCPA)의 주요 내용

(1) 개인정보의 개념

당초 캘리포니아 법률에도 개인정보에 관한 정의가 있었으나²³⁾, 동 법률에서는 구매성향이나 웹사이트 방문기록, 생체정보 등 기술 발전에 따라 활발하게 수집, 거래되고 있는 디지털 정보를 포괄하여 범위를 훨씬 넓혔다.

CCPA에 따른 “개인정보(personal information)”는 직접 또는 간접적으로 특정된 소비자나 가구를 식별하거나 연관짓거나 서술하거나 합리적으로 연결할 수 있는 정보로서, 실명, 별명, 주소, 신분정보, 이메일주소, 사회보장번호, 운전면허번호, 여권번호, 생체정보(홍채, 정맥, 지문, 페이스프린트 등), 인터넷 방문 및 검색기록, 구입했거나 구입을 고려하고 있는 상품과 서비스 정보, 직업이나 고용에 관한 정보, 소비자의 심리적 성향, 태도 등을 포괄하는 개념이다.²⁴⁾

개인정보에는 “공중이 이용할 수 있는”(publicly available) 정보는 포함되지 않는다. 공중이 이용할 수 있는 정보란, 정부기관의 기록을 통해 합법적으로 누구나 이용할 수 있는 정보를 의미하며, 만약 정부기관에서 수집하여 공개하는 목적과 다른 목적으로 이 정보를 사용하고자 할 경우 “공중이 이용할 수 있는” 정보에 해당하지 않는다.²⁵⁾

17) *Id.*

18) *Id.*

19) *Id.* at 97.

20) 주민발의안의 철회를 조건으로 법안이 시행된다는 내용이 아래와 같이 남아 있다.

Cal. Civ. Code. §1798.198. (a) 제(b)항과 제1798.199조에 규정된 제한을 조건으로 하여, 이 법률은 2020년 1월 1일부터 시행된다.

(b) 이 법률은 선거법(the Elections Code) 제9604조에 따라 무기명 투표를 통해 법률안 No. 17-0039, 2018년 소비자의 프라이버시권에 관한 법률안(The Consumer Right of Privacy Act of 2018)이 철회되는 경우에만 시행될 수 있다.

21) Dominique-Chantale Alepin, *supra* note, at 97.

22) 캘리포니아 주 법무부(Office of the Attorney General, 이하 “OAG”라 한다) 홈페이지 참조. (<https://oag.ca.gov/privacy/ccpa>)

23) Cal. Civ. Code § 1798.80 (West, Westlaw through Ch. 870 of 2019 Reg.Sess.).

“Personal information” means any information that identifies, relates to, describes, or is capable of being associated with, a particular individual, including, but not limited to, his or her name, signature, social security number, physical characteristics or description, address, telephone number, passport number, driver’s license or state identification card number, insurance policy number, education, employment, employment history, bank account number, credit card number, debit card number, or any other financial information, medical information, or health insurance information. “Personal information” does not include publicly available information that is lawfully made available to the general public from federal, state, or local government records.

24) Cal. Civ. Code § 1798.140 (o).

(2) 소비자의 프라이버시권

CCPA는 캘리포니아 주의 소비자들에게 새로운 프라이버시 권리를 부여하고 있다.

첫째, “알 권리”로서, 소비자는 사업자가 수집, 활용, 제공, 판매하고 있는 자신의 개인정보의 유형과 구체적인 내용(specific pieces)을 공개²⁶⁾할 것을 요구할 수 있다.²⁷⁾

둘째, “삭제를 요구할 권리(잊힐 권리)”로서, 사업자 또는 사업자의 서비스 제공자가 보유하고 있는 개인정보에 대한 삭제를 요구할 수 있다.²⁸⁾

셋째, “기피(opt-out)할 권리”로서, 소비자는 사업자에게 자신의 개인정보를 판매(sell)하지 아니할 것을 요구할 수 있다. 단, 소비자가 16세 미만인 경우 기피가 아닌, 참여 동의(opt-in consent)를 받아야 하며, 13세 이하의 어린이에 대해서는 부모 또는 후견인의 참여 동의를 받아야 한다.²⁹⁾

넷째, 차별 받지 않을 권리로서, CCPA에 따른 프라이버시권을 행사함에 있어 가격이나 서비스의 품질 등으로 차별을 받지 않을 권리이다.³⁰⁾

동 법률에 따르면 사업자가 소비자의 개인정보를 수집한 이상 어떠한 방식으로 활용하든 소비자에게 ‘알 권리’와 ‘삭제를 요청할 수 있는 권리’는 항상 보장된다. 기업이 개인정보 삭제를 요청받은 경우에 기존 계약의 이행을 위해 반드시 필요하거나, 이를 삭제하는 것이 다른 이의 표현의 자유를 제한하거나, 현 기능에 장애를 일으키는 등의 특별한 사유가 있지 않는 한 소비자의 요구에 따라야

한다.³¹⁾

다만, ‘기피(opt-out)할 수 있는 권리’는 사업자가 소비자의 정보를 ‘판매’(sell)한 경우로 한정된다.³²⁾ 이는 사업자가 소비자의 개인정보를 ‘판매’하는 경우 정보가 상업적으로 활용되어 프라이버시권을 침해할 우려가 더 높다고 보았기 때문에 사료된다. 한편 사업자가 개인정보를 ‘판매’하지 않고 ‘업무상 목적으로 제공’만 하는 경우(예를 들어, 기업이 내부 보안 강화를 위해 고용한 보안 회사에 회원의 개인정보를 제공하는 경우는) 소비자가 이를 기피할 수 없다. 다만, 개인정보 처리상황을 공개하거나 자신의 개인정보를 삭제해달라는 요구는 할 수 있다.

(3) 사업자의 의무

가. 적용 대상

이 법에서 규정하는 “사업자”(business)란, 주주 또는 기타 소유자의 재무적 이익을 위해 조직되거나 운영되는 개인기업, 조합, 유한책임 회사, 기업, 사단 법인 또는 기타 법인으로서, 소비자의 개인 정보를 수집하거나 그러한 정보를 수집하는 과정에서 단독으로 또는 공동으로 소비자의 개인정보 처리의 목적과 수단을 결정하는 법인을 말한다. 캘리포니아 주에서 사업을 수행하고 있어야 하며, 다음의 요건을 하나 이상 충족하여야 한다. 또한 이 사업자와 동일한 브랜딩을 공유하는 사람 또는 법인도 지분요건 등을 만족시켜 실질적인 영향관계에 있다고 보여지는 경우 이 법률의 규제 대상에 해당할 수 있다.³³⁾

- 연간 총 수입(annual gross revenues)이 2천 5백만 달러를 초과한다.
- 매년 5만 개 이상의 소비자, 가구, 장비의 개인 정보를 거래(구입, 상업적 목적으로 수령, 판매, 업무상 제공)한다.

25) *Id.*

26) 소비자가 사업자에게 정보 ‘공개’를 청구하는 것과 사업자가 업무를 처리하면서 개인정보를 타인과 ‘공유’ 또는 ‘제공’하는 것에 대해 원문은 ‘disclose’라는 동일한 용어를 사용하고 있다. 다만, 본 법률에서 규정된 소비자의 청구는 실제 정보의 이전을 전제한다는 점에서 ‘개인정보보호법’에 규정된 개인정보의 일시적인 열람을 넘어 ‘정보공개법’에 따른 정보공개와 유사한 형태를 띠므로 이해를 돕기 위하여 ‘공개’라고 번역을 하였다.

27) OAG, *California Consumer Privacy Act Fact Sheet*, at 1. (https://oag.ca.gov/system/files/attachments/press_releases/CCPA%20Fact%20Sheet%202800000002%29.pdf)

28) *Id.*

29) *Id.*

30) *Id.*

31) Cal. Civ. Code § 1798.105 (d) (West, Westlaw through Ch. 870 of 2019 Reg.Sess.).

32) Cal. Civ. Code § 1798.120.

33) Cal. Civ. Code § 1798.140 (c).

- 연간 수입의 50% 이상이 소비자의 개인 정보 판매에서 발생한다.

나. 의무의 구체적인 내용

첫째, 사업자는 데이터를 수집하는 시점 또는 그 이전에 소비자에게 데이터 수집 사실을 고지할 의무를 지닌다.³⁴⁾

둘째, 사업자는 소비자가 개인정보 수집사실을 인지하고, 개인정보 판매를 기피하거나, 개인정보 삭제를 청구할 수 있는 절차를 만들어야 하며,³⁵⁾ 이 과정에서 소비자에게 비용이 전가되어서는 안된다(기피 청구 절차를 밟으려면 계정을 개설해야 한다는 식의 부담도 주어서는 안된다). 소비자들이 개인정보 판매 사실을 쉽게 인지하여 기피 청구를 할 수 있도록 웹사이트나 모바일 어플리케이션에 “내 개인정보를 팔지 마세요(Do Not Sell My Info)”라고 쓰여진 링크를 개시하여야 한다.³⁶⁾ 법무부장관은 이 링크가 모든 서비스에 걸쳐 통합적으로 활용될 수 있도록 로고를 개발할 수 있다.

셋째, 사업자는 일정한 기한 내에 소비자의 정보 공개, 삭제, 기피 청구에 대응해야 한다.³⁷⁾ ‘명확한(verifiable)’ 청구가 접수된 날로부터 45일 내에 처리되어야 하며, 필요한 경우 소비자에게 사전에 사유를 고지한 후 90일까지 기한을 연장할 수 있다.³⁸⁾ 다만, 개인정보 공개 청구의 경우에는 45일까지만 기한을 연장할 수 있다.³⁹⁾ 소비자가 1년 내에 2회를 초과하여 청구를 하는 경우에는 총 2회까지만 응답할 의무가 있다.

넷째, 사업자는 정보공개나 삭제 청구를 하는 소비자가 누구인지를 즉각적으로 확인(verify)해야 하며, 이 기간은 45일의 기한에 영향을 주지 않는다. 사업자가 소비자를 확인하지 못한 경우 청구에 응하지 아니할 수 있으나, 확인을 할 수 있도록 최대

한의 노력을 기울여야 한다.⁴⁰⁾

다섯째, 법무부령(안)에 제안된 바에 따라 사업자는 소비자의 개인정보를 보유하고 판매하는 것의 대가로 제공하는 경제적 인센티브와 개인정보의 가치를 계산한 산식, 그리고 이 계산법이 어떻게 CCPA에 부합하는 방식인지 공지하여야 한다.⁴¹⁾

여섯째, 법무부령(안)에 제안된 바에 따라 사업자는 자신이 법률을 준수했다는 사실을 입증하기 위하여 총 24개월 간 소비자로부터 청구를 받은 기록과 각 청구에 어떻게 대응했는지에 관한 기록을 남겨야 한다. 특히, 4백만 명 이상(캘리포니아 인구 수의 10%에 달한다)의 개인정보를 다루는 사업자는 정기적으로 개인정보를 다루는 직원을 교육할 의무, 보다 상세한 기록을 남길 의무 등을 추가로 부담하게 된다.⁴²⁾

(4) 소비자에 의한 민사소송⁴³⁾

가. 요건

① ‘암호화되지 않거나 민감정보가 삭제되지 않은 개인정보’가 ② 사업자가 합리적인 보안절차를 이행할 의무와 적합한 보호조치를 취하지 않음으로써 ③ 무단 접근, 유출, 도난, 공개된 경우 소비자가 민사소송(civil action)을 제기할 수 있다고 규정하고 있다.

나. 구제 수단

원고는 ① 손해배상, ② 이행명령(injunction), ③ 권리관계 확인(declaratory relief),⁴⁴⁾ ④ 기타 법원이 적절하다고 판단하는 구제를 청구할 수 있다.

특히 손해배상 금액과 관련하여 제1798.150조 제(a)항 제(1)호 제(A)목은 “해당 사건의 소비자 별 10.0달러 이상 750달러 이하의 금액에 상당하는 손해액, 또는 실제 손해액 중 더 큰 금액”이라고 하여

34) OAG, *California Consumer Privacy Act Fact Sheet*, at 1.

35) *Id.*

36) *Id.*

37) *Id.*

38) Cal. Civ. Code § 1798.145.(g).

39) Cal. Civ. Code § 1798.130.(a)(2).

40) OAG, *California Consumer Privacy Act Fact Sheet*, at 2.

41) *Id.*

42) *Id.*

43) Cal. Civ. Code § 1798.150.

44) 원고의 요청에 의해 법원이 법적 지위나 소유권을 결정하는 것을 말한다(Black’s Law Dictionary, 11th ed. 2019를 참고).

손해배상액의 규모를 구체적으로 정하고 있다. 후술하는 판례에서 보듯이 정보유출로 인한 피해는 심리적인 불안감과 신분정보 도용 등 장래에 발생할 수 있는 위험에 관한 것이기 때문에 소비자가 손해액을 구체적으로 입증하는 것이 쉽지 않다. 이에 동 법률은 개인정보 침해가 발생할 경우 최소 소비자 1인 당 100달러로 손해인정액의 하한선을 정함으로써 소비자의 입증부담을 덜었다는 점에서 큰 의미가 있다.

다. 사업자의 시정 기회

동 법률은 소비자에게 소송을 제기하겠다는 사전 고지 의무를 부과하고 있다. 소비자는 사업자에게 문제된 위반행위가 무엇인지를 알린 후 30일 후에 소송을 제기할 수 있는데, 이 기간 동안 사업자는 제기된 위반행위를 시정할 기회를 갖는다. 만약 이 기간 내에 위반행위가 시정되고 소비자에게 고지된 경우 소비자는 소송을 제기할 수 없다.

(5) 법무부장관에 의한 민사소송⁴⁵⁾

법무부장관이 캘리포니아 시민을 대표하여 동 법률을 위반한 모든 사업자 또는 서비스 제공자에 대한 민사소송을 제기할 수 있다. 이를 통해 이행 명령(injunction) 또는 각 위반에 대한 최대 2,500달러 이하의 벌금(civil penalty) 또는 각 고의적 위반행위에 대한 최대 7,500달러 이하의 벌금에 처해질 수 있다. 이 조문에 따른 벌금은 동 민사소송을 통해서만 부과될 수 있다.

(6) 소비자 프라이버시 기금⁴⁶⁾

이 법률의 위반행위로 평가되는 벌금과 법무부장관이 제기한 민사소송에서의 합의금은 모두 소비자 프라이버시 기금(the Consumer Privacy Fund)에 산입된다. 기금은 의회의 배정 승인을 거쳐, 주 법원과 법무부장관이 이 법률과 관련하여 사용하는

비용을 충분히 충당하기 위한 목적으로만 사용될 수 있다. 의회는 원칙적으로 이 기금을 다른 목적으로 전용할 수 없으나, 주 정부의 재무국장(the Director of Finance)이 법률상 의무 이행을 위한 비용 조달분을 넘어섰다고 결정한 경우에는 의회의 결정에 따라 다른 목적에 사용될 수 있다.

(7) 타 법률과의 관계⁴⁷⁾

이 법률은 캘리포니아 주 내의 각 지방정부가 개인정보 보호와 관련해 규정한 모든 법률, 규정 등에 우선(preempt)한다. 한편, 미국 헌법, 캘리포니아 주 헌법, 연방법은 이 법률에 대해 우선하며 조항이 상호 충돌하는 경우에는 이 법률이 적용되지 않는다.

4. GDPR과의 차이점

(1) 사업자의 범위

규제의 대상이 되는 사업자의 범위는 GDPR이 CCPA에 비해 넓다.⁴⁸⁾ GDPR은 “소비자”를 기준으로 하여 EU 시민의 개인정보를 처리하는 모든 사업자를 규제 대상으로 삼고 있으며,⁴⁹⁾ EU 역내에 사업장이 없는 경우 역내에 대리인을 서명의로 지정하도록 규정함으로써(GDPR 제27조) EU 역외에 설립된 사업자를 규제하기 위한 법률임을 명확히 하고 있다.

반면 CCPA는 캘리포니아에서 사업을 영위하는 “사업자”(Any for-profit entity doing business in California)를 기준으로 규제를 하고 있다. 개인정보 보호법의 주된 규제 대상이 온라인 기업이기 때문에 캘리포니아에서 사업을 영위한다는 것이 인적, 물적 자원의 배치를 요건으로 하는 것인지, 아니면 온라인

47) Cal. Civ. Code § 1798.185, § 1785.196.

48) OAG, Initial Statement of Reasons (“ISOR”) at 12. (<https://oag.ca.gov/sites/all/files/agweb/pdfs/privacy/ccpa-isor-appendices.pdf>)

49) 개인정보보호위원회, ‘개인정보의 처리와 관련한 개인의 보호 및 개인정보의 자유로운 이동에 관한 유럽의회와 유럽 이사회 규정’ 번역문 39 (2017).

적용대상(제3조): EU 내에서 정보를 처리하거나 EU 내에 설립되지 않는 정보처리자가 EU 내에 거주하는 사람에게 물품이나 서비스를 제공하거나 EU 내의 개인의 행동을 감시하는 경우

45) Cal. Civ. Code § 1798.155.

46) Cal. Civ. Code § 1798.160.

을 통해 캘리포니아 주의 소비자들에게 도달만 하면 되는 것인지는 다소 불분명하다. 다만, GDPR에 비해 캘리포니아 역외에 설립된 기업에 대한 규제 권한 행사 의지는 상대적으로 약하다고 판단된다. 여론조사 회사 TrustArc에 따르면 GDPR은 캘리포니아 주 내의 83%의 사업자에게 이미 적용되고 있다고 한다.⁵⁰⁾

(2) 개인정보의 개념

GDPR의 개인정보는 ‘식별된 또는 식별 가능한 자연인(‘개인정보주체’)과 관련한 일체의 정보’로, 특히 ‘이름, 식별번호, 위치정보, 온라인 식별자를 참조하거나 해당인의 신체적, 심리적, 유전적, 정신적, 경제적, 문화적 또는 사회적 정체성에 특이한 하나 이상의 요인을 참조함으로써 식별될 수 있는’ 경우를 말하므로,⁵¹⁾ CCPA와 마찬가지로 개인정보의 범위를 넓게 규정하고 있는 것으로 보인다.

다만, CCPA는 개인(individual) 뿐 아니라 ‘가구(household)’나 ‘장비(device)’ 단위의 정보도 개인정보로 간주하며, ‘인터넷 방문 및 검색기록, 구입했거나 구입을 고려하고 있는 상품과 서비스 정보, 직업이나 고용에 관한 정보, 소비자의 심리적 성향, 태도’ 등 최근 전자상거래에서 상업적 가치가 높아지고 있는 개인의 선호에 관한 정보를 개인정보로 명시적으로 포함하였다.

두 법률 모두, 가명처리가 되었다라든 기술적으로 재식별화가 가능한 정보(pseudonymous data)는 개인정보로 분류하며, 완전히 익명처리된 정보(anonymous data)는 개인정보로 분류하지 않는다.⁵²⁾

(3) 개인정보보호책임자 지정 등

GDPR은 개인정보 보호에 관한 전문적 지식과 업무수행 능력을 갖춘 자를 개인정보보호책임자(Data Protection Officer)로 지정하게 하고 이를 위

반할 경우 벌금을 부과하는 등 기업의 보안성을 강화하기 위한 상세한 절차를 규정하고 있으나, CCPA에는 일반적 원칙만 있을 뿐 구체적인 절차와 제재를 규정하고 있지 않다.⁵³⁾

(4) 소비자(정보주체)의 권리

두 법률 모두 개인정보 주체의 “알 권리”를 보장하고 있어서, 개인정보 주체는 사업자에게 자신의 정보가 어떠한 목적에서 어떻게 처리되고 있는지를 공개할 것을 요구할 수 있다. CCPA는 유형의 파일 또는 서면으로 소비자에게 전달할 것을 의무화한 반면, GDPR은 열람만 허용하는 것도 가능하게끔 규정하고 있다.⁵⁴⁾

두 법률 모두 소비자의 “기피할 수 있는 권리”(opt-out right)를 규정하고 있다. 다만, CCPA는 사업자가 제3자에게 개인정보를 “판매”하는 경우를 특별히 구분하여 소비자가 손쉽게 개인정보 판매를 기피할 수 있도록 하는 방법을 상세히 정하고 있다(“Do not sell my information” 링크 의무화 등). GDPR은 마케팅 목적으로 개인정보를 처리하는 것을 기피하거나 개인정보 처리 동의를 철회할 수 있다고 일반적인 규정을 두고 있다.

두 법률 모두 “삭제를 요구할 권리(잊힐 권리)”에 관한 규정을 두고 있다. GDPR은 소비자가 삭제요구권을 행사할 수 있는 요건을 6가지로 한정한 반면,⁵⁵⁾ CCPA는 특정 요건 없이도 소비자가 삭제

50) *Id.*

51) 개인정보보호위원회, *supra* note, 39 (2017)

52) Laura Jehl et al, *CCPA and GDPR Comparison Chart*, Practical Law Practice Note Overview w-016-7418, 2 (2019).

53) *Id.* at 4.

54) *Id.* at 5.

55) 개인정보보호위원회, *supra* note, 54

제17조(삭제권) 1. 개인정보주체는 본인에 관한 개인정보를 부당한 지체 없이 삭제하도록 개인정보처리자에게 요청할 권리를 가지며, 개인정보처리자는 다음 각 호가 적용되는 경우, 부당한 지체 없이 개인정보를 삭제할 의무를 가진다.

(a) 개인정보가 수집된, 그렇지 않으면 처리된 목적에 더 이상 필요하지 않은 경우

(b) 개인정보주체가 제6조(1)의 (a)호 또는 제9조(2)의 (a)호에 따라 처리의 기반이 되는 동의를 철회하고, 해당 처리에 대한 기타의 법적 근거가 없는 경우

(c) 개인정보주체가 제21조(1)에 따라 처리에 반대하고 관련 처리에 대해 우선하는 정당한 근거가 없거나, 개인정보주체가

를 요구할 수 있다고 규정하고 있다.

한편, 두 법률 모두 해당 내용을 삭제하는 것이 표현의 자유에 대한 제약이 되는 경우, 법률상의 권리 행사를 제약하는 경우, 공익적인 과학적 연구를 손상시키는 경우에는 사업자가 삭제를 하지 아니할 수 있다고 한다. CCPA는 소비자와 사업자 간의 기존 계약의 이행, 보안 등도 삭제요구 거부 사유로 다소 폭넓게 규정하고 있다.

또한, 두 법률 모두 “차별받지 아니할 권리”를 규정하고 있다. GDPR은 일반적인 수준에서 개인정보 주체가 자신의 권리를 행사함으로써 인해 사업자로부터 차별을 받지 않을 권리를 규정한 반면, CCPA는 소비자의 일반적인 차별받지 않을 권리 외에 사업자가 소비자에게 개인정보 판매에 대해 금전적 인센티브를 지급하는 경우를 상세히 정한 것이 특징적이다. 사업자는 소비자가 제공하는 정보의 가치에 차이가 있는 등 합리적인 이유가 있는 경우에 한하여 인센티브를 차등 지급할 수 있다.⁵⁶⁾

한편, GDPR에만 규정된 소비자의 권리가 있다. CCPA에 따르면 소비자는 개인정보 삭제 또는 판매 기피를 요구할 수 있을 뿐이지만, GDPR은 정보주체가 정보를 완전히 삭제할 것을 요구하지는 않으면서 자신의 개인정보 처리방식을 결정할 수 있는 규정을 다양하게 두고 있다. 개인정보 처리 제한권(right to restrict processing), 개인정보 처리 거부권(right to object to processing), 자동화된 의사결정 거부권(right to object to automated decision-making)이 그것이다.⁵⁷⁾ 특히 자동화된 의사결정 거부권은 인간의 개입 없이 자동적으로 개인정보를 처리해 결과적으로 정보주체에게 중대한 영향을 미치는 결정이 내려

지는 것에 반대할 수 있는 권리를 의미하며, 인공지능(Artificial Intelligence)의 활용도가 높아지고 있는 현대사회에 시사점이 큰 내용이다.

(5) 권리구제 및 제재

CCPA와 GDPR은 사업자가 법률을 위반한 경우에 대항하기 위한 소비자(정보주체)의 민사소송과 정부의 제재권한을 함께 규정하고 있다.

CCPA는 소비자가 30일 간의 시정기간을 사업자에게 부여한 후 시정이 되지 않으면 민사소송을 제기할 수 있다고 규정하고 있다. 소비자는 개별 사건별로 100달러에서 850달러 사이의 사실상 또는 법률상의 손해를 인정받을 수 있으며, 법원은 손해배상과 더불어 이행명령 또는 권리관계 확인 결정 또한 할 수 있다.⁵⁸⁾ GDPR도 물질적/비물질적 피해를 불문하고 법률 위반에 대한 손해배상을 청구할 수 있다는 조문을 두고 있으며, 각 회원국의 법률에 따라 관한 법원에서 진행되어야 한다.⁵⁹⁾

한편, 정부제재에 관해서는 GDPR은 규제당국이 직접 사업자에게 행정처분을 부과하도록 하고, 최대 2천만 유로(한화 약 260억 원) 또는 연간 전 세계 총 매출의 4%에 해당하는 금액을 부과할 수 있다고 규정하였다. CCPA는 주 법무부장관(The California Attorney General)이 법원에 민사소송(civil action)을 제기하여 법원에 각 위반행위당 2,500 달러에서 7,500 달러를 부과(civil penalty)할 것을 청구할 수 있다고 규정하고 있다.

5. 예상되는 파급 효과

주 법무부장관의 요청으로 수행된 규제영향평가에서는 최소 1만 5천 개, 최대 57만 개의 기업이 규제 대상이 될 것으로 나타났다.⁶⁰⁾ 이렇게 수치의

제21조(2)에 따라 처리에 반대하는 경우

(d) 개인정보가 불법적으로 처리된 경우
(e) 개인정보처리자에 적용되는 유럽연합 또는 회원국 법률의 법적 의무를 준수하기 위해 개인정보가 삭제되어야 하는 경우
(f) 제8조(1)에 규정된 정보사회서비스의 제공과 관련하여 개인정보가 수집된 경우

56) Laura Jehl et al, *supra* note, at 6.

57) *Id.*

58) *Id.* at 7.

59) 개인정보보호위원회, *supra* note, 107. 제82조(보상 권리 및 책임)

60) Stacy Schesser and David Roland-Holst, *Standardized Regulatory Impact Assessment: California Consumer Privacy Act of 2018 Regulations*, Berkeley Economic

차이가 크게 나타나는 이유는 위의 요건 중에서 통계적으로 확인 가능한 수치가 “연간 총 수입”밖에 없기 때문이다. 연간 총수입을 기준으로 2천 5백만 달러(약 300억원)를 초과하는 기업은 제조업 1,612개, 도매거래 1,657개, 헬스케어 1,165개,⁶¹⁾ 기업 경영관리 1,120개, 건설업 573개, 식품업 986개 등으로 나타났다. 한편, ‘5만 개 이상의 개인정보를 거래’하고 있거나 ‘전체 수입의 50%가 개인정보 거래를 통해 발생’한다고 생각하는 기업이 캘리포니아에서 사업을 하는 전체 기업의 50%라고 가정했을 때 38만 개, 75%라고 가정했을 때 57만 개라는 수치가 도출되었다.⁶²⁾

법률을 숙지하는 비용, 소비자에 대한 고지 비용, 개인정보 기록을 남기는 비용, 직원들을 훈련시키는 비용, 소비자의 응대에 대응하는 비용 등을 총합산하였을 때 2020년부터 2030년까지 최소 4억 6천 7백만불에서 최대 164억 5천 4백만 불이 든다는 연구결과가 나왔다.⁶³⁾⁶⁴⁾ 최소와 최대값이 크게 차이가 나는 이유는 적용 대상이 되는 기업의 수가 불확정적이기 때문이다. 편익의 경우, 매년 캘리포니아에서 광고에 사용되는 개인정보의 가치가 120억불에 달하므로, 이에 대한 보호가 두터워져 소비자의 편익이 높아진다고 가정했을 때 소비자의 편익이 비용을 정당화할 만하다고 평가하였다.

6. 소결

미국에서 개인정보는 법적인 보호의 대상이라기보다 데이터 기반 산업을 지탱하는 자원으로 여겨져 왔다. 그런데 페이스북 사건에서 정보주체가 모

르는 새에 개인정보가 선거운동에 활용됨으로 인해 민주주의의 근간을 위협한 것이 알려지면서 개인정보 보호에 대한 경각심이 확산되기 시작했다. 개인정보를 인격의 연장이자 프라이버시의 영역으로 여기기 시작한 것이다. 실리콘밸리가 소재한 캘리포니아 주는, 몇 년 전 강력한 규제 권한으로 세계를 놀라게 했던 유럽의 GDPR에 버금가는 법률을 제정하였다. 캘리포니아 주 이후 버몬트 주에서 유사한 법률을 제정했고, 네바다, 메인 주 등에서도 입법이 진행 중이다.

특징적인 점은 미국에서는 모두 ‘소비자 보호’의 관점에서 개인정보 보호 관련 논의가 진행된다는 것이다. 우리나라의 개인정보보호법이 공공기관의 개인정보 보호에서 출발하였고, GDPR도 공공기관과 기업 양측에 개인정보 보호 의무를 부과하고 있는데, CCPA는 소비자의 권리보호에서 출발했기 때문에 영리기업만을 규제 대상으로 삼고 있다. 다음에서 살펴볼 소비자 집단소송과 공정거래위원회의 제재도 소비자 법리에 뿌리를 두고 있다.

연방 차원에서도 ‘소비자 프라이버시’ 법률안이 논의되고 있다. 상원의 상거래, 과학, 교통 위원회(the Senate Committee on Commerce, Science, and Transportation)는 마이크로소프트 출신의 워싱턴 주 상원의원인 마리아 켄트웰(Maria Cantwell)이 제안한 ‘소비자 온라인 프라이버시 권리에 관한 법률(Consumer Privacy Online Rights Act)’과 미시시피 주 상원의원인 로저 위커(Roger Wicker)가 제안한 ‘미국 소비자 데이터 프라이버시 법률(U.S. Consumer Data Privacy Act of 2019)’에 대한 공청회를 개최하였다. 두 법률은 모두 소비자 보호 업무를 맡는 공정거래위원회에 규제 권한을 부여하고 있다.

이러한 입법적 노력이 얼마나 실효성을 지닐지는 아직 불분명하다. CCPA의 토대를 제공하였던 온라인 플랫폼들조차 스스로 개인정보를 ‘판매’하는 것이 아니라 광고주가 개인정보를 활용해 이익을 창출하는 데에 무료 증개인 역할을 할 뿐이어서 법률의 적용을 받지 않는다는 입장을 취했다는 보

Advising and Research (Aug. 2019).

61) 법안의 “개인정보” 중 “의료정보”는 적용이 배제되어 있기는 하나, 본 보고서에서는 규모가 큰 의료기업의 경우 다양한 형태의 사업을 영위하므로 CCPA를 준수하고자 할 것으로 전제하였다고 한다(*Id.*, at 22).

62) Stacy Schesser and David Roland-Holst, *supra* note, 29 (Aug. 2019).

63) *Id.*

64) *Id.* GDPR로 인해 사업자가 연간 약 3,000 유로에서 약 7,200 유로 수준의 비용을 부담할 것으로 예측되어 왔으며, 특히 데이터를 프로파일링하는 데에 드는 부담이 높게 나타났다.

도도 있다. 향후 소비자소송과 캘리포니아 주 검찰의 역할에 따라 기업들의 인식과 대응이 달라지겠으나, 세계에서 가장 데이터 기반 경제가 활성화되어 있는 국가에서 높은 규제 비용에도 불구하고 개인정보 보호를 위한 입법적 조치에 한 발을 내딛은 것은 큰 의미가 있다고 생각한다.

<첨부>

캘리포니아 소비자 프라이버시 법률 전문 번역

캘리포니아 민법전
(CALIFORNIA CIVIL CODE)

제3부분 의무 (DIVISION 3. OBLIGATIONS [1427 - 3273])

제4부 특정 거래에서 발생하는 의무
(PART 4. OBLIGATIONS ARISING FROM PARTICULAR TRANSACTIONS)

제1.81.5장 2018년 캘리포니아 소비자 프라이버시 법률[1798.100 - 1798.199]⁶⁵⁾

(TITLE 1.81.5. California Consumer Privacy Act of 2018 [1798.100 - 1798.199])

1798.100⁶⁶⁾ (a) 소비자는 자신의 개인정보를 수집하는 사업자에게 수집되는 개인정보의 유형과 구체적인 내용을 공개할 것을 청구할 권리가 있다.

(b) 사업자는 소비자의 개인정보를 수집하는 시점, 또는 그 전에 소비자에게 수집되는 개인정보의 유형과 향후 이용될 목적을 고지하여야 한다. 사업자는 소비자에게 이 조문(section)에 따른 고

지를 하지 않고 다른 유형의 개인정보를 수집하거나, 수집된 개인정보를 다른 목적으로 사용할 수 없다.

(c) 사업자는 명확한(verifiable) 소비자의 청구가 접수되었을 때에만 (a)에 따른 정보를 제공해야 한다.

(d) 소비자가 개인정보에 접근하겠다고 명확하게 요구한 경우 사업자는 즉시 이 조문에서 요구하는 바에 따라 개인정보를 소비자에게 공개하거나 제공하기 위한 조치를 취해야 하며, 이 과정에서 소비자에게 비용이 부과되어서는 안 된다. 정보는 우편이나 전자적인 방법으로 제공될 수 있다. 전자적으로 제공하는 경우, 휴대 가능하고, 기술적으로 가능한 범위 내에서, 추가적인 부담 없이 소비자가 다른 곳(entity)으로 이동(transmit)시키는 것을 허용하는 등 손쉽게 이용할 수 있는 형식으로 제공되어야 한다. 사업자는 언제든지 소비자에게 개인정보를 제공할 수 있으나, 12개월 기간 내에 두 번을 초과하여 소비자에게 개인정보를 제공할 의무를 지니지는 않는다.

(e) 사업자가 일회성 거래를 목적으로 개인정보를 수집하여 그 정보를 판매하거나 보유하고 있지 않은 경우에는, 이 조문으로 인해 그 개인정보를 지속하여 보유할 의무를 지니지는 않는다. 또한 사업자는 해당 정보가 개인정보로 간주될 수 있는 형식을 취하고 있지 않은 경우에 이를 재식별하거나 다른 방식으로 연계할 의무도 지니지 않는다.

1798.105.⁶⁷⁾ (a) 소비자는 사업자에게 해당 사업자가 소비자로부터 수집한 정보 중 소비자 자신에 관한 개인정보는 어떤 것이든 삭제할 것을 청구할 권리를 지닌다.

(b) 소비자에 관한 개인정보를 수집하는 사업자는 제1798.130조에 따라 소비자가 개인정보를 삭제할 것을 청구할 권리를 지닌다는 것을 공지해야 한다.

65) 2018년 20년 1월 1일 시행을 앞두고 있는 법으로, 2019년 9월 23일 개정안(SB 1121)까지 포함된 법안이다. (https://leginfo.ca.gov/faces/codes_displaySection.xhtml?sectionNum=1798.100.&lawCode=CIV, 2019년 11월 25일 확인)

66) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 1. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

67) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 2. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

(c) 이 조문의 (a)에 따라 명확한 소비자의 개인정보 삭제 청구를 받은 사업자는 기록에서 소비자의 개인정보를 삭제하고 관련 서비스 제공자의 기록에서도 소비자의 개인정보를 삭제할 수 있도록 하여야 한다.

(d) 사업자 또는 서비스 제공자는 다음의 목적에 따라 소비자의 개인정보를 유지하는 것이 필요한 경우 삭제 청구에 응하지 않을 수 있다.

- (1) 개인정보 수집의 목적이 된 거래의 완료, 소비자가 요구하였거나 소비자와 진행 중인 거래관계 상에서 합리적으로 예측 가능한 재화나 서비스의 제공, 또는 사업자와 소비자 간의 계약의 이행
- (2) 보안 문제의 감지, 사기 등 범죄 예방 또는 이를 위해 필요한 고소(고발)
- (3) 현 기능에 장애를 일으키는 오류를 식별하고 시정하는 일
- (4) 표현의 자유의 보장, 다른 소비자의 표현의 자유의 보장 및 기타 법률에 따른 권리의 보장
- (5) 캘리포니아 전자통신 프라이버시 법률(캘리포니아 형법전 Part 2, Title 12, Chapter 3.6)을 준수하기 위한 조치
- (6) 연구윤리와 프라이버시 관련 법률을 지키는 범위 내에서 공익적 목적으로 공개적인 또는 동료평가에 따른 과학, 역사, 통계 관련 연구를 수행함에 있어 해당 정보를 삭제하면 연구를 수행하는 것이 불가능하거나 현저히 저해되는 경우. 단, 소비자가 충분한 정보를 지닌 상태에서 동의의사(informed consent)를 표명했던 경우에 한한다.
- (7) 그간의 거래관계에 비추어 보았을 때 소비자가 합리적으로 기대할 수 있는 범위 내에서 오로지 사업자 내부적으로만 정보를 이용하는 데에 그치는 경우
- (8) 법률상의 의무의 준수
- (9) 소비자가 정보를 제공한 맥락에 부합하는, 합법적인 방식으로 내부적으로 소비자의 정보를 활용하는 경우

1798.110.⁶⁸⁾ (a) 소비자는 자신에 관한 개인정보

를 수집하는 사업자에게 다음을 공개할 것을 청구할 권리를 지닌다:

- (1) 해당 소비자에 관해 수집된 개인정보의 유형
- (2) 사업자가 해당 개인정보를 수집한 출처(source)의 유형
- (3) 개인정보를 수집하거나 판매하는 사업적 또는 상업적 목적
- (4) 사업자가 개인정보를 제공한 제3자의 유형
- (5) 소비자에 관해 그간 수집해 온 개인정보의 구체적인 내용(specific pieces)

(b) 소비자에 관한 개인정보를 수집한 사업자는 소비자로부터 명확한 청구를 받은 경우 제(a)항에 명시된 정보를 제1798.130조 제(a)항 제(3)호에 따라 소비자에게 공개하여야 한다.

(c) 소비자에 관한 개인정보를 수집한 사업자는 제1798.130조 제(a)항 제(5)호 (B)목에 따라 다음과 같이 공개하여야 한다.

- (1) 소비자에 관해 수집한 개인정보의 유형
- (2) 개인정보를 수집한 출처의 유형
- (3) 개인정보를 수집 또는 판매한 사업적, 상업적 목적
- (4) 사업자가 개인정보를 제공한 제3자의 유형
- (5) 소비자에 관해 수집한 개인정보의 구체적인 내용

(d) 이 조문은 다음의 행위를 할 것을 사업자에게 요구하지 않는다:

- (1) 소비자에 관한 정보를 일회성 거래를 위해 수집한 것에 불과해, 통상적 거래 방식에 따라 경우 해당 정보를 보유하지 않음에도 그러한 정보를 보유하고 있도록 하는 것
- (2) 통상적 거래 방식에 따라 경우 개인정보로 간주되는 형식으로 보유하고 있지 않은 정보를 재식별하도록 하거나 다른 정보와 결합시키도록 하는 것

1798.115.⁶⁹⁾ (a) 소비자는 자신의 개인정보를 판

68) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 3. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

69) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by

매하거나 업무적으로 제공⁷⁰⁾(disclose for business purpose)하는 사업자에게 다음의 내용을 공개할 것을 청구할 권리가 있다.

- (1) 사업자가 소비자에 관해 수집한 개인정보의 유형
 - (2) 해당 소비자에 관해 사업자가 판매한 개인정보의 유형, 개인정보를 판매한 제3자의 유형, 각 제3자별로 어떠한 유형의 개인정보가 판매되었는지
 - (3) 업무상 제공해 온 소비자의 개인정보의 유형
- (b) 소비자의 개인정보를 판매하거나 업무상 제공을 해 온 사업자는 소비자의 명확한 청구가 있는 경우에 제1798.130조 제(a)항 제(4)호에 따라, (a)에 규정된 정보를 공개하여야 한다.
- (c) 소비자의 개인정보를 판매하거나 업무상 제공을 해 온 사업자는 제1798.130조 제(a)항 제(5)호 제(C)목에 따라 다음의 내용을 공개해야 한다:

- (1) 자신이 판매한 소비자의 개인정보의 유형 (개인정보를 판매하지 않은 경우에는 판매하지 않았다는 사실)
 - (2) 업무상 제공해 온 소비자의 개인정보의 유형(업무상 개인정보를 제공하지 않은 경우에는 제공하지 않았다는 사실)
- (d) 제3자는, 소비자가 명시적인 고지를 받고 제1798.120조에 따라 기피(opt-out)할 수 있는 권리를 수행할 기회가 부여되지 아니한 이상, 사업자로부터 구입한 소비자의 개인정보를 판매할 수 없다.

1798.120.71) (a) 소비자는 언제든지 사업자에게

Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 4. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

70) 사업자가 업무적으로 타인에게 개인정보를 공유하는 것은, 정상적인 서비스를 수행하기 위해 타인에게 개인정보를 위탁 처리하게 하는 것으로 '판매'(sell)와 구분되는 개념이다. 소비자가 사업자에게 정보 '공개'를 청구하는 것과 사업자가 업무를 처리하면서 개인정보를 타인과 '공유' 또는 '제공'하는 것에 대해 원문은 'disclose'라는 일치된 용어를 사용하고 있다. 다만, 본 법률에서 규정된 소비자의 청구는 실제 정보의 이전을 전제한다는 점에서 '개인정보보호법'에 규정된 개인정보의 열람을 넘어 '정보공개법'상의 정보공개청구와 유사한 형태를 띠므로 이해를 돕기 위하여 '공개'라고 번역을 하였다.

71) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by

소비자에 관한 개인정보를 제3자에게 판매한 사업자에게 해당 정보를 팔지 않을 것을 요구(direct)할 권리가 있다. 이 권리를 기피할 권리(the right to opt-out)라고 한다.

- (b) 소비자의 개인정보를 제3자에게 판매하는 사업자는 제1798.135조에 따라 소비자의 정보가 판매될 수 있다는 사실과 소비자에게 해당 거래를 "기피할 수 있는 권리"를 지닌다는 사실을 고지해야 한다.
- (c) 제(a)항에도 불구하고, 사업자가 소비자의 나이가 16세 미만이라고 사실상 인지(actual knowledge)하고 있는 경우에는 소비자의 개인정보를 판매해서는 안 된다. 단, 소비자의 나이가 13세와 16세 사이인 경우에는 소비자 자신이, 또는 소비자의 나이가 13세 미만인 경우 소비자의 부모나 후견인이 개인정보 판매를 명시적으로 승인한 경우에는 예외로 한다. 소비자의 나이를 고의적으로 무시하는 사업자는 소비자의 나이를 인지한 것으로 간주된다.
- (d) 소비자로부터 개인정보를 판매하지 않을 것을 요구 받았거나, 미성년자(minor)의 개인정보를 판매하겠다는 동의를 얻지 아니한 경우 사업자는 제1798.135조 제(a)항 제(4)호에 따라 소비자의 요구를 받은 이후로 개인정보를 판매할 수 없다. 소비자가 그 이후 개인정보의 판매를 승인한다는 의사를 표명한 경우는 예외로 한다.

1798.125.72) (a) (1) 소비자는 소비자로서의 권리를 지니기 때문에 사업자는 다음과 같은 방식으로 소비자를 차별할 수 없다:

- (A) 재화나 서비스의 제공을 거부하는 것
- (B) 재화나 서비스에 대해 차별적인 가격을 부과하는 것(할인이나 혜택, 불이익을 부여하

Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 5. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

72) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 6. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

는 것을 포함한다)

(C) 차별적인 품질의 재화나 서비스를 제공하는 것

(D) 소비자가 차별적인 가격이나 차별적인 품질을 제공받을 수 있다는 것을 제안하는 것

(2) 다만, 해당 소비자의 데이터로 소비자에게 주어지는 가치와 비례하는 합리적인 차별인 경우(if that difference is reasonably related to the value provided to the consumer by the consumer's data), 사업자는 소비자에게 차별적인 가격이나 품질을 제공할 수 있다.

(b) (1) 사업자는 개인정보의 수집, 판매, 또는 삭제에 대한 보상으로서 소비자에게 금전적 대가 지급을 제안할 수 있다. 사업자는, 그러한 차별이 소비자의 데이터에 의해 소비자에게 주어지는 가치에 직접적으로 관계가 있는 경우, 재화나 서비스에 대해 차별적인 가격이나 품질을 제안할 수 있다.

(2) 제(a)항에 따라 금전적 대가 지급을 제안한 사업자는 제1798.135조에 따라 금전적 대가를 소비자에게 고지하여야 한다.

(3) 사업자는 금전적 대가 지급에 대한 용어가 명확하게 서술된 상태에서 소비자가 제1798.135조에 따라 사전참여 동의(prior opt-in consent) 의사를 밝힌 경우에 한하여 해당 소비자를 금전적 대가 지급 대상에 포함시킬 수 있다.

(4) 사업자는 부당하고, 비합리적이며, 강압적이고, 강탈적(usurious)인 방식으로 금전적 대가 지급을 활용해서는 안된다.

1798.130.⁷³⁾ (a) 제1798.100조, 제1798.105조, 제1798.110조, 제1798.125조에서 정한 바에 따라, 사업자는 소비자가 합리적으로 접근할 수 있는 형식으로 다음 각 호의 행위를 하여야 한다.

(1) 제1798.110조와 제1798.115조에 따른 정보

공개 청구를 제출할 수 있는 방식을 두 가지 이상 소비자에게 제공하여야 한다. 여기에는 최소한 수신자 부담 전화, (사업자가 인터넷 웹사이트를 운영하는 경우) 웹사이트 주소가 포함된다.

(2) 소비자로부터 명확한 정보공개 청구를 받은 날로부터 45일 내에(within 45 days) 소비자에게 무료로 정보를 공개하고 전달해야 한다. 사업자는 즉각 청구가 명확한지 여부를 판단하는 조치를 취해야 하나, 이로 인해 45일이라는 정보공개 시한이 연장되지는 않는다. 정보공개 시한은 합리적으로 필요한 경우에 한하여, 소비자에게 고지를 한 후, 45일의 기간 내에서 1회에 한하여 연장될 수 있다. 사업자는 소비자로부터 명확한 청구를 받은 날로부터 12개월 전까지의 기간 동안 수집한 정보를 공개해야 하며, 정보 공개는 서면으로 작성되어야 한다. 또한 해당 정보공개는 소비자가 손쉽게 사용할 수 있어서 장해 없이 다른 곳(entity)으로 전송할 수 있는 형식을 취하여 (소비자가 사업자의 사업 내에 계정을 지니고 있는 경우) 소비자의 계정으로 전달하거나, (소비자가 사업자의 사업 내에 계정을 지니고 있지 않은 경우) 소비자의 선택에 따라 우편 또는 전자적인 방식으로 전달해야 한다. 사업자는 명확한 정보공개 청구를 이유로 소비자에게 계정을 만들 것을 요구해서는 안 된다.

(3) 제1798.110조 제(b)항의 목적에 따라:

(A) 정보공개 청구에 포함된 정보와 소비자에 관해 사업자가 사전에 수집한 개인정보를 연결하여 소비자를 식별하여야 한다.

(B) 제(c)항에 열거된 정보의 유형을 참조하여, 각 유형별로 지난 12개월 동안 소비자에 관해 수집했던 개인정보를 식별하여야 한다.

(4) 제1798.115조 제(b)항의 목적에 따라:

(A) 소비자를 식별하고, 정보공개 청구에 포함된 정보와 소비자에 관해 사업자가 사전에 수집했던 개인정보를 연결하여야 한다.

(B) 각 개인정보의 유형별로 지난 12개월 동안 사업자가 판매해온 개인정보를 식별하여야

73) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 7. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

한다(제(c)항에 열거된 유형 중 해당 개인정보를 가장 가깝게 서술하고 있는 유형을 선택해야 한다). 또한 각 개인정보의 유형별로 지난 12개월 동안 소비자의 정보가 판매되었던 제3자의 유형을 고지하여야 한다. 사업자는 제(C)목의 목적에 따라 작성된 목록과 분리하여 이 목에 따른 정보를 공개해야 한다.

(C) 각 개인정보의 유형별로 지난 12개월 동안 사업자가 업무적으로 제공해 온 개인정보를 식별하여야 한다(제(c)항에 열거된 유형 중 해당 개인정보를 가장 가깝게 서술하고 있는 유형을 선택해야 한다). 또한 각 유형별로 지난 12개월 동안 소비자의 정보를 업무적으로 제공하였던 제3자의 유형을 고지하여야 한다. 사업자는 제(B)목의 목적에 따라 작성된 목록과 분리하여 이 목에 따른 정보를 공개해야 한다.

(5) 사업자가 온라인 프라이버시 정책 내에, 또는 캘리포니아 특정한 소비자 프라이버시권에 관한 문서 내에, 또는 이러한 정책이나 문서가 없는 경우 웹사이트 상에 다음의 정보를 공개하여야 하며, 이 정보를 최소한 매 12개월 마다 업데이트하여야 한다:

(A) 제1798.110조, 제1798.115조, 제1798.125조에 따른 소비자의 권리에 관한 설명, 소비자의 청구를 제출할 수 있는 하나 이상의 방법

(B) 제1798.110조 제(c)항의 목적에 따라, 이전 12개월 동안 소비자에 관해 수집했던 개인정보의 유형의 목록(제(c)항에 열거된 유형 중 해당 개인정보를 가장 가깝게 서술하고 있는 유형을 선택해야 한다)

(C) 제1798.115조 제(c)항 제(1)호, 제(2)호의 목적에 따른 두 개의 분리된 목록:

(i) 지난 12개월 동안 사업자가 판매해 온 개인정보의 유형의 목록(제(c)항에 열거된 유형 중 해당 개인정보를 가장 가깝게 서술하고 있는 유형을 선택해야 한다). 또는 사업자가 소비자의 개인정보를 지난 12개월 동안 판매하지 않은 경우, 판매하지 않았다

는 사실.

(ii) 지난 12개월 동안 사업자가 업무상 제공해 온 개인정보의 유형의 목록(제(c)항에 열거된 유형 중 해당 개인정보를 가장 가깝게 서술하고 있는 유형을 선택해야 한다).

또는 사업자가 소비자의 개인정보를 지난 12개월 동안 업무상 제공하지 않은 경우, 제공하지 않았다는 사실.

(6) 사업자의 프라이버시 정책이나 사업자의 본 법률 준수 상황에 대해 소비자의 질문을 다루는 모든 직원이 제1798.110조, 제1798.115조, 제1798.125조 및 이 조문에 따른 모든 요건과 소비자의 권리 행사를 독려하는 방법을 숙지하고 있도록 하여야 한다.

(7) 소비자의 청구를 확인하기 위해 소비자로부터 수집된 개인정보를 활용할 경우 오로지 본인의 목적에 한정하여 활용해야 한다.

(b) 사업자는 같은 소비자에게 12개월의 기간 내에 두 번 이상 제1798.110조 및 제1198.115조에 따른 정보를 제공할 의무를 지니지 않는다.

(c) 제1798.110조와 제1798.115조에 따른 공개 청구의 대상이 되는 개인정보의 유형은 제 1798.140조 상의 개인정보의 정의를 따라야 한다.

1798.135.74) (a) 제1798.120조에 따를 것을 요구 받은 사업자는 소비자가 합리적으로 접근할 수 있는 형식으로, 다음 각 호의 행위를 하여야 한다.

(1) 사업자의 인터넷 홈페이지에 “내 개인정보를 판매하지 마세요”라는 이름의, 명확하고 뚜렷한 링크를 제공함으로써 소비자 또는 소비자로부터 위임을 받은 사람이 개인정보 판매를 기피(opt-out)할 수 있도록 하여야 한다. 사업자는 이 과정에서 소비자에게 계정을 만들 것을 요구해서는 안된다.

74) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 8. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

(2) “내 개인 정보를 판매하지 마세요” 웹사이트로 이동하는 링크와 함께, 제1798.120조에 따른 소비자의 권리에 관한 설명을 다음에 포함시켜야 한다.

(A) 사업자가 온라인 프라이버시 정책을 지니고 있는 경우 해당 정책

(B) 캘리포니아가 특정된, 소비자의 프라이버시권에 관한 문서

(3) 사업자의 프라이버시 정책이나 사업자의 본법을 준수 상황에 대해 소비자의 질문을 다루는 모든 직원이 제1798.120조 및 이 조문에 따른 모든 요건과 소비자의 권리 행사를 독려하는 방법을 숙지하고 있도록 하여야 한다.

(4) 개인정보 판매를 기피(opt-out)하는 권리를 행사하는 소비자에 대해, 사업자는 해당 소비자에 관해 수집해 온 개인정보를 판매하지 않아야 한다.

(5) 개인정보 판매를 기피한 소비자에 대해서는, 최소 12개월 동안 소비자의 기피 결정을 존중하여야 하며, 12개월이 지난 후에 소비자에게 개인정보 판매를 허락할 것을 요청할 수 있다.

(6) 소비자의 기피 청구와 관련해 수집된 소비자의 개인정보는 오로지 그 청구를 처리하는 목적을 위해서만 사용할 수 있다.

(b) 만약 사업자가 캘리포니아 소비자를 위한 분리된 홈페이지를 지니고 있고 그것이 법률에 따라 요구된 링크와 문헌을 포함하고 있으며, 캘리포니아 소비자들이 일반 공중을 위한 홈페이지가 아니라 캘리포니아 소비자를 위한 홈페이지로 접근할 수 있도록 합리적인 조치를 취하고 있다면, 사업자는 일반 공중이 이용하는 홈페이지에 해당 링크와 문헌을 포함할 필요는 없다.

(c) 소비자는 법무부령(regulations adopted by the Attorney General)에 따라 소비자를 대신해 개인 정보 판매 기피 청구를 다른 사람에게 위임할 수 있으며, 사업자는 위임인의 기피 청구를 따라야 한다.

1798.140.75) 이 법률의 목적에 따라:76)

(a) “총 소비자 정보”란 개인 소비자의 신분이 삭제된 상태로 특정한 소비자 집단이나 유형에 관련되어 있어 특정 개인, 집단, 사용하는 장비 등을 합리적으로 특정할 수 없는 정보를 말한다.

“총 소비자 정보”는 비식별화된 한 명 또는 한 명 이상의 개인정보를 의미하지 않는다.

(b) “생체 정보”란 단독으로 또는 다른 데이터와 조합하여 특정 개인을 식별할 수 있는 신체적, 생물학적, 행동적 특성을 의미하며, 여기에는 DNA가 포함된다. 생체 정보에는 페이스프린트, 지문프린트(minutiae template), 목소리프린트와 같은 식별 템플릿(identifier template)이 추출될 수 있는 홍채, 망막, 지문, 얼굴, 손, 손바닥, 정맥, 목소리가 포함되며, 개인을 식별하는 정보가 포함된 타자를 치는 패턴이나 속도, 걸음걸이, 수면, 건강 또는 운동 데이터가 포함된다.

(c) “사업”이란:

(1) 주주 또는 기타 소유자의 재무적 이익을 위해 조직되거나 운영되는 개인기업, 조합, 유한 책임 회사, 기업, 사단법인 또는 기타 법인으로서, 소비자의 개인 정보를 수집하거나 그러한 정보를 수집하는 과정에서 단독으로 또는 공동으로 소비자의 개인정보 처리의 목적과 수단을 결정하는 법인을 말한다. 캘리포니아 주에서 사업을 수행하고 있어야 하며, 다음의 요건을 하나 이상 충족하여야 한다:

(A) 제1798.185조에 따른 산식에 따라 때, 연간 총 수입(annual gross revenues)이 2천 5백만 달러를 초과한다.

(B) 매년 5만 개 이상의 소비자, 가구, 장비의 개인정보를 거래(구입, 상업적 목적으로 수령, 판매, 업무상 제공)한다.

(C) 연간 수입의 50% 이상이 소비자의 개인

75) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 9. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

76) 이 조문은 이 법률에서 사용된 각종 정의(정보, 연구, 홈페이지, 제3자 등)를 상세하게 망라하고 있다. 이 법률의 적용을 받는 사업자의 요건 등 이 법률에 고유한 속성을 나타내는 조항에 한정하여 번역을 하고, 기타 범례적인 용어는 번역을 생략하였다.

정보 판매에서 발생한다.

- (2) 제(1)호에 규정된 사업자에게 영향력을 행사하거나 사업자의 영향력을 받고 있으며 사업자와 동일한 브랜딩을 공유하는 사람 또는 법인. “영향력을 행사”하거나 “영향력을 받고 있다”는 것은 기업의 의결권 행사의 어느 단계에서든 50퍼센트 이상의 발행주식을 지니고 있거나, 임원진의 다수를 선출하는 데 영향력을 행사할 수 있거나, 회사의 경영에 실질적인 영향력을 행사할 수 있는 권한을 지니는 것을 의미한다. “동일한 브랜딩”이란 같은 이름, 상표, 서비스상표 등을 의미한다.
- (d) “업무 목적”이란, 사업자 또는 서비스 제공자의 운영상 목적이나 기타 공익된 목적을 위해 개인정보를 이용하는 것을 의미한다. 이 경우, 개인정보는 개인정보를 수집 또는 처리하는 목적이나 개인정보가 수집되는 맥락과 일관된 기타 운영상의 목적을 달성하기 위해 합리적으로 필요하고 비례적인 범위 내에 이용되어야 한다. 업무 목적은 다음과 같다:
 - (1) 소비자와의 현 상호작용과 관련된 검사(특정 방문자들에 대한 광고 노출 수를 계산하는 것, 광고 노출의 위치와 품질의 확인 등), 이 규격과 다른 표준을 준수하기 위한 검사
 - (2) 보안 사고의 탐지, 악의적이거나 기만적이거나 사기성 또는 불법적인 활동으로부터 소비자를 보호하고 관련자를 고소(고발)하는 활동
 - (3) 기존의 기능을 손상시키는 오류를 식별하고 복구하기 위한 활동
 - (4) 단기적이고 일시적인 사용으로서, 제3자에게 제공되지 않고 소비자의 프로필을 만드는 데 사용되지 않으며, 소비자의 경험을 현 상호작용 외부로 전달하지 않는 경우(같은 상호작용의 일부분으로서 개인맞춤형 상황적인 광고가 보여지는 것을 포함한다)
 - (5) 사업자나 서비스 제공자를 대신하여 서비스를 수행하는 것(예를 들면, 계정을 유지하거나 소비자 대응 서비스를 하거나, 주문이나 거래를 처리하거나, 소비자 정보를 확인하거나, 결제를

처리하거나, 재무처리를 하거나, 광고 또는 마케팅 서비스를 제공하거나, 분석 서비스를 제공하는 것이 포함된다)

- (6) 기술 개발과 실증을 위해 내부적인 연구를 수행하는 것
- (7) 사업자가 소유, 제조, 제조, 제어하는 서비스나 기기의 품질과 안전성을 검증하거나 유지하고, 해당 서비스나 기기를 개선, 업그레이드 또는 향상시키는 활동
- (e) “수집”은 소비자의 개인정보를 구입하고, 임대하고, 모으고, 입수하고, 수령하고, 또는 어떤 수단으로든 소비자가 보유한 개인정보에 접근하는 것을 의미한다. 여기에는 능동적이든 수동적이든 소비자로부터 정보를 얻거나 소비자의 행동을 관찰함으로써 정보를 얻는 것이 포함된다.
- (f) “상업적 목적”은 개인의 상업적 또는 경제적 이익을 증진시키는 것을 의미한다. 여기에는 다른 사람으로 하여금 상품, 재화, 재산, 정보 및 서비스를 구매하고, 임대하고, 참여하고, 가입하고, 제공하고, 교환하게 하는 것과 직접적으로든 간접적으로든 상업적 거래활동을 가능하게 하는 것이 포함된다. 주 또는 연방 법원이 인정한 비상업적 연설(정치 연설과 저널리즘 등)에 관련된 목적은 “상업적 목적”에 해당하지 않는다.
- (g) “소비자”란 2017년 9월 1일자 캘리포니아규제법전(the California Code of Regulations) 제18장 제17014조에 정의된 자연인으로, 모든 종류의 방법으로 신분이 확인된 자를 의미한다.
- (h) “비식별화”란 비식별화된 정보를 활용하는 기업의 다음과 같은 활동을 통하여, 직접적으로든 간접적으로든 그 정보를 통해 특정한 소비자를 합리적으로 식별하거나, 관련짓거나, 서술하거나, 연결할 수 없는 것을 말한다:
 - (1) 그 정보를 보유할 가능성이 있는 소비자를 재식별하는 것을 금지하는 기술적 안전장치를 구현하였다.
 - (2) 정보의 재식별화를 특별하게 방지할 수 있는 업무절차를 시행하였다.
 - (3) 비식별화된 정보가 의도치 않게 유출되는

것을 방지하기 위한 업무절차를 시행하였다.

(4) 정보를 비식별화하는 시도를 하지 않는다.

(i) “지정된 청구 제출방법”은 우편, 이메일 주소, 인터넷 웹페이지, 인터넷 웹 포털, 수신자부담 전화번호 또는 기타 연락처를 의미한다. 소비자는 이 법률에 따라 정보공개 청구, 기피 청구 등을 할 수 있으며 제1798.185조에 따라 법무부 장관이 승인한 새로운 소비자 친화적 수단들이 포함된다.

(j) “장비”는 인터넷이나 기타 장비에 직접 또는 간접적으로 연결되는 물리적 사물을 말한다.

(k) “건강보험정보”는 소비자의 건강보험 회사가 소비자를 식별하기 위해 사용하는 건강보험 상품번호나 가입자 ID, 또는 소비자의 신청서와 청구서 이력에 기재된 정보 중 사업자나 서비스 제공자에 의해 소비자, 가구, 디바이스와 연결될 수 있는 정보를 의미한다.

(l) “홈페이지”는 인터넷 웹사이트와 개인정보를 수집하는 모든 인터넷 웹페이지의 소개 페이지를 의미한다. 모바일 어플리케이션과 같은 온라인 서비스의 경우, 홈페이지는 어플리케이션의 플랫폼 페이지나 다운로드 페이지, 어플리케이션 내의 링크에서 “About”, “Information,”으로 표시된 페이지나 설정 페이지, 소비자가 어플리케이션을 다운로드하기 전 등의 시점에 제1798.135조 제(a)항에 따른 공지를 볼 수 있는 공간을 말한다.

(m) “추론(“Infer” or “inference”)”은 사실, 증거, 또는 다른 출처의 정보와 데이터로부터 정보, 데이터, 가정, 결론 등을 끌어내는 것을 말한다.

(n) “사람(person)”은 개인, 개인기업, 조합, 제휴합작, 집단(syndicate), 신탁, 회사, 기업, 유한회사, 협회, 위원회 등 기타 기관이나 사람들끼리 협력하여 활동하는 집단을 말한다.

(o) (1) “개인정보”는 직접 또는 간접적으로 특정한 소비자나 가구를 식별하거나 연관짓거나 서술하거나 합리적으로 연결할 수 있는 정보로서, 다음의 내용이 포함된다.

(A) 실명, 별명, 주소, 고유한 개인 신분증, 온라인 신분증, 인터넷 프로토콜 주소, 이메일

주소, 계정의 이름, 사회보장 번호, 운전면허 번호, 여권 번호, 기타 이와 유사한 식별정보(identifiers)

(B) 제1798.80조 제(e)항에 명시된 개인정보의 유형 일체

(C) 캘리포니아 주 법 또는 연방법에 따라 보호된 분류체계(protected classification)의 특성

(D) 사유재산, 구입했거나 구입을 고려하고 있는 상품과 서비스, 기타 구매나 소비 기록과 경향 등을 포함하는 상업적 정보

(E) 생체 정보

(F) 인터넷과 기타 전자적인 네트워크 상에서의 활동 정보 여기에는 방문 기록, 검색 기록, 소비자와 인터넷 웹사이트, 어플리케이션, 광고 간의 상호작용에 관련된 정보가 포함된다.

(G) 위치 정보

(H) 청각, 전자, 시각, 열, 후각 및 이와 유사한 정보

(I) 직업이나 고용과 관련된 정보

(J) 가족교육법 및 프라이버시법(20 U.S.C. section 1232g, 34 C.F.R. Part 99)에서 공중에 공개되지 않는 개인식별정보라고 정의하고 있는 교육 정보

(K) 소비자의 선호, 특성, 심리적 경향, 성향, 행동, 태도, 지능, 역량 등을 반영하는 프로필을 만들어 내기 위해 본 항에서 구체화된 정보로부터 도출된 참고사항

(2) “개인정보”에는 공중이 이용할 수 있는 정보(publicly available information)가 포함되지 않는다. “공중이 이용할 수 있는” 정보란 연방, 주, 지방정부의 기록을 통해, 조건이 맞는 범위 내에서, 합법적으로 이용할 수 있는 정보를 말한다. “공중이 이용할 수 있는” 정보에는 소비자가 모르는 상태에서 기업이 소비자로부터 수집한 생체정보가 포함되지 않는다. 그 데이터가 정부기록물에 의하여 보존되고 제공되는 목적이거나 공개적으로 보존되는 목적에 부합하지 않는 목적으로 데이터가 사용되는 경우는 “공중이 이

용할 수 있는” 정보에 포함되지 않는다. “공중이 이용할 수 있는” 정보는 비식별화된 소비자 정보나 총 소비자 정보를 포함하지 않는다.

- (p) “확률적 식별정보”는 보다 확률적인, 그러나 개인정보를 분류하는 유형에 해당하거나 개인정보의 정의에 열거된 유형에 해당하지 않는, 소비자나 장비에 관한 정보를 의미한다.
- (q) “처리”란 자동화된 방법이든 아니든 개인 데이터 또는 개인 데이터 셋을 단위로 수행되는 모든 작업 또는 일련의 작업을 의미한다.
- (r) “가명화(Pseudonymize)”란 개인정보가 추가적인 정보를 활용하지 않고서는 해당 정보를 특정한 소비자에게 귀속시킬 수 없는 상태로 처리하는 것을 의미한다. 추가적인 정보가 분리되어 있고, 식별 가능한 소비자에게 해당 정보가 귀속되지 않도록 하는 기술적, 조직적, 조치를 취하고 있음을 전제로 한다.
- (s) “연구”란 과학적이고 체계적인 연구와 관찰을 의미한다. 여기에는 공공의 이익에 부합하고 기타 모든 종류의 윤리와 프라이버시 관련 법률을 준수하는 기초, 응용연구와 공공보건 분야에서 공익적 목적에서 수행되는 연구를 포함한다. 소비자가 다른 목적을 위해 사업자의 서비스나 장비와 상호작용하는 과정에서 수집된 개인정보를 활용하는 연구인 경우에는 다음을 따라야 한다.
 - (1) 개인정보가 수집된 업무상의 목적과 양립 가능할 것
 - (2) 해당 정보가 특정한 소비자를 지칭하거나 연관되거나 서술하거나 연결될 수 없도록 순차적으로 가명화 및 비식별화, 또는 비식별화 및 총합의 수로 나타내는 작업을 수행할 것
 - (3) 해당 정보가 관련되어 있는 소비자를 재식별화하는 것을 금지할 수 있는 기술적 안전장치를 적용할 것
 - (4) 정보의 재식별화를 특별히 금지하는 업무 절차를 만들 것
 - (5) 비식별화된 정보의 예기치 않은 유출을 방지하기 위한 업무절차를 마련할 것
 - (6) 어떠한 재식별화 시도로부터 해당 연구를 보

호할 것

- (7) 개인정보가 수집된 맥락과 일관되는 범위 내에서 오롯이 연구목적으로만 활용할 것
- (8) 상업적 용도로 사용하지 않을 것
- (9) 사업자가 직접 연구를 수행하는 경우 사업자에 속한 개인 중 연구 목적을 수행하는 데 반드시 필요한 사람에 한하여 연구 데이터에 접근할 수 있는 권한을 부여하는 추가적인 보안 조치를 할 것
- (t) (1) “판매”란 사업자가 소비자의 개인정보를 다른 사업자 또는 제3자에게 금전이나 다른 대가를 위해 소비자의 개인정보를, 전자적이거나 다른 방법으로, 판매하거나, 빌려주거나, 배포하거나, 공개하거나, 전달하거나, 이용 가능하게 하거나, 전송하거나, 구두나 서면을 통해 전달하는 것을 말한다. (중략)
- (u) “서비스”란 일, 노동, 서비스를 의미하며, 판매나 상품의 수선(repair)와 관련해 제공되는 서비스를 포함한다.
- (v) “서비스 제공자”는 주주나 다른 소유자의 이익을 위해 조직되고 운영되는 법인(개인기업, 조합, 유한회사, 기업, 사단, 기타 법인)으로서 사업자를 대신해 개인정보를 처리하고 서면 계약에 따라 업무목적으로 사업자가 개인정보를 제공하는 법인을 말한다. 서면계약에는 사업자와의 계약에 명시된 서비스를 수행하는 것 이외의 목적으로 개인정보를 보유하거나, 활용하거나, 공유하는 것을 금지하는 내용이 포함되어야 하며, 이 법률에서 달리 정하지 않는 한, 사업자와의 계약에 구체화된 서비스를 제공하는 것 이외의 상업적 목적으로 개인정보를 보유, 활용, 공유하는 것을 금지하는 내용도 포함되어야 한다.
- (w) “제3자”란 다음의 어느 하나에 속하지 않는 사람을 말한다.
 - (1) 이 법률에 따라 소비자의 개인정보를 수집하는 사업자
 - (2) (A) 서면계약에 따라 업무목적으로 소비자의 개인정보를 제공받는 사람, 이 경우 해당 계약에는 다음의 내용이 포함되어야 한다.

(i) 개인정보를 받는 사람이 다음의 행동을 할 수 없도록 금지하는 것:

- (I) 개인정보를 판매하는 것,
- (II) 계약에 명시된 서비스를 수행하기 위한 구체적인 목적 외의 용도로 개인정보를 보유하거나 활용하거나 공유하는 것(계약에 구체화된 서비스를 제공하는 것과 다른 상업적 목적으로 보유, 활용, 공유하는 것을 포함한다),
- (III) 그 사람과 사업자 간의 직접적인 업무관계 외부로 개인정보를 공유하거나 보유하거나 활용하는 것.

(ii) 개인정보를 받는 사람이 제(A)목에 따른 제한을 이해하고 이에 따르겠다는 서약을 포함하는 것

(B) 이 조문에 따른 사람이 이 법률에 따른 제한을 위반한 경우 이에 대한 배상책임을 진다. 개인정보를 이 조문에 따른 사람에게 제공하는 사업자는 이 조문을 따랐고, 개인정보를 받은 사람이 이 법률에 따른 제한을 위반하였으며, 위반 행위가 있던 시점에 사업자가 그 사람이 위반행위를 하리라는 것을 사실상 인지하지 못하였거나, 이를 의심할 이유가 없었다면 사업자는 배상책임을 지지 않는다.

(x) “고유 식별정보”란 소비자, 가구, 또는 소비자나 가구와 연결된 장비를 인식하기 위해 시간과 서비스의 종류와 무관하게 사용할 수 있는 영속적인 식별정보를 의미한다. 여기에는 장비 식별정보; 인터넷 프로토콜 주소; 쿠키, 비콘, 픽셀 태그, 모바일 광고 식별정보 등 이와 유사한 기술; 고객 번호, 가칭, 이용자 별명; 전화번호, 또는 다른 형식으로 특정 장비나 소비자를 식별할 수 있는 확률적이고 영속적인 식별정보; 이 조문에서 “가구”란 부모와 후견인, 그 부모나 후견인이 양육권을 지니는 미성년자인 자녀를 의미한다.

(y) “명확한 소비자 청구”란 제1798.185조 제(a)항 제(7)호에 따라 제정된 법무부령에 따라, 소비자가, 소비자의 미성년 자녀를 대신하여, 또는 국무부(the Secretary of the State)에 등록된 사람 또는 자연인이 제기하는 청구로, 사업자가 합리적으로

개인정보를 수집한 소비자를 합리적으로 확인할 수 있어야 한다. 사업자는 청구인이 사업자가 정보를 수집한 소비자라거나 해당 소비자의 위임인이라는 것을 확인할 수 없을 경우 제1798.110조와 제1798.115조에 따른 정보를 제공할 의무를 지니지 않는다.

1798.145.77) (a) 이 법률에서 사업자에게 부과된 의무가 다음에 관한 사업자의 능력을 제한해서는 안 된다:

- (1) 연방, 주, 지방 법률을 준수하는 것
- (2) 연방, 주, 지방정부의 민사소송, 형사소송, 규제, 조사, 증인소환 등에 따르는 것
- (3) 사업자, 서비스제공자나 제3자가 합리성과 신의성실 원칙에 따를 때 연방, 주, 지방법률 위반 우려가 있는 행위를 한 경우에 법 집행 기관(law enforcement agencies)에 협력하는 것
- (4) 소송(legal claim)을 제기하거나 방어하는 것
- (5) 비식별화된 소비자 정보 또는 총 소비자 정보에 포함된 정보를 수집하거나 이용하거나 보유하거나 판매하거나 제공하는 것
- (6) 해당 상업적 행위가 전적으로 캘리포니아 외부에서 이루어지는 경우에 소비자의 개인 정보를 수집하거나 판매하는 것. 이 경우, 소비자가 캘리포니아의 외부에 있는 동안에 정보를 수집하였고, 캘리포니아 내에서 소비자 개인 정보의 판매가 이루어지지 않았으며, 소비자가 캘리포니아에 있는 동안에는 수집된 정보를 수집하지 아니하였어야 한다. 소비자가 캘리포니아에 있을 때 사업자가 장비 등에 소비자의 개인 정보를 저장한 다음, 소비자가 캘리포니아 외부에 있을 때 해당 저장된 개인정보를 수집하는 행위 또한 금지된다.

(b) 제1798.110조부터 제1798.135조까지에 따라 사업자에게 부과된 의무는 사업자가 이 법률을

77) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 10. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

준수하는 것이 캘리포니아 법률에 따른 증언거부권(evidentiary privilege)⁷⁸⁾에 위반되거나, 사업자가 캘리포니아 주 법에 따라 증언거부권으로 보호되는 사람에게 업무상 비밀 (privileged communication)의 일부로서 소비자의 정보를 제공하는 것을 저해해서는 안 된다.

(c) (1) 이 법률은 다음의 경우에는 적용되지 않는다.

(A) 의료정보의 비밀유지에 관한 법률(the Confidentiality of Medical Information Act, Part 2.6 of Division 1)의 적용을 받는 의료 정보; 건강보험의 이동 및 책임에 관한 법률 (Health Insurance Portability and Accountability Act of 1996, Public Law 104-191)과 경제와 임상보건을 위한 건강정보 기술법(the Health Information Technology for Economic and Clinical Health Act, Public Law 111-5)에 따라 제정된 연방 규제 법전(the Code of Federal Regulations)의 제 45장 제160부~제163부에 의거해 미국 보건복지부(the United States Department of Health and Human Services)에서 발행한 프라이버시, 보안, 정보유출 고지에 관한 규칙에 따라 피보험자와 업무관계자가 수집한 보호된 건강정보(protected health information)

(B) 의료정보의 비밀유지에 관한 법률(the Confidentiality of Medical Information Act, Part 2.6 of Division 1)의 적용을 받는 의료 (health care) 제공자 또는 1996년 건강보험법의 이동과 책임에 관한 법률(the Health Insurance Portability and Accountability Act, Public Law 104-191)로 제정된 연방규제법전 (the Code of Federal Regulations)의 제45장 제160~164부에 따라 미국 보건복지부

(Department of Health and Human Services)에서 발행한 개인정보 보호, 보안 및 위반사실 고지 관련 규정의 적용을 받는 피보험자 (의료 제공자 또는 피보험자가 의료 정보나 제(A)항에 따른 보호된 건강정보로서 환자의 정보를 보유하고자 하는 경우)

(C) 국제의약품규제조화위원회(International Council for Harmonization)에서 발행한 바람직한 의료실무 가이드라인(‘Common Rule’) 및 미국 식품의약품안전청(FDA)의 인간 피실험자 보호 요건(human subject protection requirements)에 따라, 연방 인간 피실험자 보호정책을 위한 임상시험의 일부로서 수집된 정보

(2) 본 조문의 목적상, 제56.05조의 “의료정보”와 “의료 제공자”의 정의와, 연방 규제법전(the Code of Federal Regulations) 제45장 제 160.103조의 “업무관계자”, “피보험자” 및 “보호된 건강정보”의 정의가 적용된다.

(d) 이 법률은 소비자 정보기관이 미국법전 제15장 제1681a조 제(d)항(subdivision (d) of Section 1681a of Title 15 of the United States Code)에서 규정한 소비자 보고서에 활용하거나 연방 신용정보 보고에 관한 법률(15 U.S.C. Sec. 1681 et seq.)로 한정된 정보로 이용하기 위해 개인정보를 구입하거나 판매하는 데에는 적용되지 않는다.

(e) 이 법률은 연방 그램-리치-블레이리법 (Gramm-Leach-Bliley Act, Public Law 106-102) 또는 규제의 집행이나 캘리포니아 재무정보 프라이버시에 관한 법률(Division 1.4 of the Financial Code)에 따라 수집, 처리, 판매, 제공되는 개인정보에는 적용되지 않는다. 본 조문은 제1798.150 조에는 적용되지 않는다.

(f) 이 법률은 1994년 운전자 프라이버시 보호에 관한 법률(the Driver’s Privacy Protection Act of 1994, 18 U.S.C. 2721조 등)에 따라 수집, 처리, 판매, 제공되는 개인정보에는 적용되지 않는다. 본 조문은 제1798.150조에는 적용되지 않는다.

(g) 사업자가 본 법률에 따라 소비자 청구에 대응

78) 해당 사건과 관련이 있더라도 증인이 법원에서 사실관계를 공개하지 않을 수 있는 선택권이 주어지는 경우를 말한다. 예를 들면 직업상의 비밀유지가 전제된 상태에서(변호사-고객, 의사-환자, 편집자-기자, 경찰-피해자 등) 이루어진 대화를 통해 얻은 정보가 포함된다. (Black’s Law Dictionary (11th ed. 2019), privilege)

하고 이를 존중해야 할 의무를 지님에도 불구하고:

- (1) 기업이 명확한 소비자 청구에 응답하는 기간은 청구의 복잡성과 횡수를 고려하여 필요한 경우 최대 추가 90일까지 연장할 수 있다. 회사는 청구를 받은 날로부터 45일 이내에 연장 사유를 소비자에게 통지하여야 한다.
 - (2) 사업체가 소비자가 청구한 조치를 취하지 않을 경우 사업체는 지체 없이, 적어도 본 조문에서 규정한 회신기한 내에 소비자에게 조치를 취하지 않은 이유와 소비자가 사업자에게 그 결정에 대항할 수 있는 권리를 지닌다는 점을 통지해야 한다.
 - (3) 또한 소비자의 청구가, 특히 지나치게 반복적이어서, 명백하게 이유가 없거나 과도한 경우에는 회사가 정보를 제공하고, 커뮤니케이션을 하며, 청구된 조치를 취하고, 청구된 조치를 취하지 않을 경우 이를 소비자에게 고지하는 일 등으로 발생하는 행정비용을 고려하여 합리적인 범위 내에서 비용을 부과할 수 있다. 사업자는 명확한 소비자의 청구가 명백하게 이유가 없거나 과도하다는 것을 입증할 책임을 지닌다.
- (h) 이 법률에 따른 제한을 위반하여 사업자로부터 개인정보를 제공받은 서비스 제공자가 개인정보를 활용한 경우, 해당 사업자는 이 법률에 따른 책임을 지니지 않는다. 이 때 개인정보를 제공하던 시점에는 사업자가 서비스 제공자가 이러한 위반행위를 할 의도를 지닌다는 알고 있지 못했거나 추론할 근거가 없었어야 한다. 서비스 제공자 또한 자신이 서비스를 제공하는 사업자가 이 법률에 따라 부담하는 의무를 위반한 경우에 대한 책임을 지니지 않는다.
- (i) 이 법률은 개인정보라고 간주되는 형식을 취하고 있는 정보를 재식별화하거나 다른 정보와 연계할 것을 기업에게 요구하지 하는 것으로 해석되어서는 안 된다.
 - (j) 이 법률에 따라 소비자에게 보장된 권리와 사업자에게 부과된 의무가 다른 소비자의 자유와 권리에 부정적인 영향을 미쳐서는 안 된다.
 - (k) 이 법률에 따라 소비자에게 보장된 권리와 사

업자에게 부과된 의무는 그것이 캘리포니아 헌법 제1장 제2조 제(b)항에 기술된 사람이나 법인의 비상업적 활동을 침해하는 것에는 적용되지 않는다. 1798.150.79) (a) (1) 사업자가 합리적인 보안 절차를 이행하고 유지할 의무를 이행하지 않고 해당 개인정보의 속성에 따른 적합한 보호조치를 취하지 않음으로써, 제1798.81.5조에 규정된 바에 따른, 암호화되지 않았거나(nonencrypted) 민감정보가 삭제되지 않은(nonredacted) 개인정보가 무단 접근, 유출, 도난, 공개된 경우에 소비자는 다음에 제시된 바와 같이 민사소송(civil action)을 제기할 수 있다:

- (A) 해당 사건의 소비자 별 100달러 이상 750달러 이하의 금액에 상당하는 손해액, 또는 실제 손해액 중 더 큰 금액을 보전할 것
 - (B) 이행명령 또는 법원에 의한 선언적 구제
 - (C) 기타 법원이 적절하다고 판단하는 구제
- (2) 법령상 손해액을 평가함에 있어, 법원은 소송의 당사자들이 제시하는 하나 이상의 관련 상황을 고려하여야 한다. 여기에는 위반행위의 심각성, 위반의 횡수, 위반행위의 지속성, 위반행위가 발생한 기간, 피고의 위반행위의 고의성, 피고의 자산, 부채, 순 자산이 포함된다.
- (b) 소비자가 사업자에게 이 법률의 어떤 조항들을 위반하였는지를 특정한 서면 통지를 하고 30일이 지난 후, 소비자는 본 조문에 따라 개인 또는 집단 전체에 발생한 법령상의 손해에 대해 사업자를 대상으로 소송을 제기할 수 있다. 하자를 치유하는 것이 가능하고, 30일 내에 사업자가 실제로 고지된 위반행위를 치유하고 소비자에게 서면통지를 하였으며, 더 이상의 위반행위가 발생하지 않았을 때에는, 개인 또는 집단의 법령상 손해에 대한 소송은 제기될 수 없다. 소비자가 이 법률 위반행위의 결과로 인해 발생한 실제 재정적 손해액을 배상 받기 위한 소송은 사전 고지 없이

79) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 11. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

수행될 수 있다. 만약 사업자가 소비자에게 이 조문에 따른 서면 통지를 하고도 위반행위를 지속하는 경우, 소비자는 사업자를 상대로 서면 통지를 이행할 것을 청구하는 소송을 제기할 수 있고 서면 통지의 내용별 위반행위와 서면 통지 이후의 위반행위에 따른 법령상 손해를 청구할 수도 있다.

(c) 본 조문에 규정된 소송제기 사유는 제(a)항에 따른 위반행위에만 적용될 수 있으며, 이 법률의 다른 내용을 위반한 것에는 적용되지 않는다. 다른 법률에 따른 권리의 기초의 역할을 하는 것으로 이 법률의 조문이 해석되어서는 안 된다. 이 법률로 인해 미국 헌법, 캘리포니아 주 헌법 또는 다른 법률에 의해 부과된 의무를 면제될 수 있다고 해석되어서도 안 된다.

1798.155.⁸⁰⁾ (a) 사업자와 제3자는 법무부장관에게 이 법률의 조항을 준수하기 위한 방법에 대한 자문(guidance)을 요청할 수 있다.

(b) 사업자가 소비자로부터 위반행위의 고지를 받은 후 30일 이내에 해당 위반행위를 시정하지 못하 경우, 사업자는 이 조항을 위반한 것으로 간주된다. 이 법률을 위반한 모든 사업자, 서비스 제공자, 또는 다른 사람은 이행명령(injunction) 또는 각 위반에 대한 최대 2,500달러 이하의 벌금(civil penalty) 또는 각 고의적 위반행위에 대한 최대 7,500달러 이하의 벌금에 처해질 수 있다. 이 조치는 캘리포니아 시민의 이름으로 법무부장관이 제기하는 민사소송에서 평가되고 보전(recover)된다. 이 조문에 따른 벌금은 법무부장관이 캘리포니아 주 시민의 이름으로 제기하는 민사소송을 통해서만 평가되고 보전될 수 있다.

(c) 이 법률의 위반행위로 평가되는 벌금과 제(b)항에 따른 소송에서의 합의금은 모두 소비자 프라이버시 기금(the Consumer Privacy Fund)에 산

입된다. 기금은 주 법원과 법무부장관이 이 법률과 관련하여 사용하는 비용을 충분히 충당하기 위한 목적에서 제1798.160조 제(a)항에 따라 일반 기금 내에 신설된다.

1798.160.⁸¹⁾ (a) “소비자 프라이버시 기금”이라고 하는 특별한 기금은 주 재정당국의 일반기금 내에 신설되며, 입법부의 배정승인(appropriation)에 따라 주 법원이 이 법률을 집행하기 위해 수행하는 소송비용을 충당하고, 법무부장관이 이 법률에 따른 의무를 따르기 위해 발생하는 비용을 충당하는 데에 사용될 수 있다.

(b) 소비자 프라이버시 기금은 이 법률에 따라 주 법원과 법무부장관에게 발생하는 비용을 충당하는 데에만 사용될 수 있다. 이 기금은 입법부에 의해 다른 목적을 위해 전용될 수 없다. 단, 재무국장(the Director of Finance)가 이 기금이 주 법원과 법무부장관의 법률상 의무 이행을 위한 비용을 충분히 조달하는 수준을 넘어섰다고 결정한 경우에는, 입법부가 초과된 만큼을 다른 목적에 전용하여 사용할 수 있다.

1798.175.⁸²⁾ 이 법률은 소비자의 프라이버시권을 넓히고 소비자의 개인정보에 관한 기존 법률을 보완하기 위한 것이다. 기존 법률에는 사업과 직업에 관한 법률 제22장(Chapter 22 (commencing with Section 22575) of Division 8 of the Business and Professions Code)과 이 법률 제1.81장(Title 1.81 (commencing with Section 1798.80))이 포함된다. 이 법률의 조문은 전자적으로 수집되는 정보나 인터넷 상의 정보에 국한되지 않으며, 사업자가 소비자의 개인정보를 수집하여 판매하는 모든 행위에 적용된다. 가능한 범위 내에서, 소비자의 개인정

80) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 12. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

81) Added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3. (AB 375) Effective January 1, 2019. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

82) Added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3. (AB 375) Effective January 1, 2019. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

보에 관한 법률은 이 법률과 조화되는 방향으로 해석되어야 하며, 양 법률 간의 충돌이 있는 경우, 소비자의 프라이버시 권을 더 두텁게 보호하는 조항이 우선한다.

1798.180.⁸³⁾ 이 법률은 주 전체에 걸친 우려에 관한 것이므로 각 지방정부 기관이 사업자의 소비자 개인정보 수집과 판매에 관해 규정한 모든 법률, 규정, 규칙, 지침에 우선하여 적용(preempt)되며, 그 내용을 대체(supersede)한다.

1798.185.⁸⁴⁾ (a) 2020년 1월 또는 그 이전까지, 법무부장은 공중의 참여를 촉구하여 이 법률의 목적을 추구하기 위한 규정(regulations)을 제정하여야 한다. 여기에는 다음의 내용이 포함되어야 한다.

- (1) 제1798.130조 제(c)항 및 제1798.140조 제(o)항에 열거된 개인정보의 유형 이외에 기술 발전, 데이터 수집관행, 집행상의 장애 제거, 프라이버시 침해 우려에 대응하기 위해 필요한 경우 개인정보의 유형을 추가하는 것
- (2) 기술 발전, 데이터수집, 집행상 장애 제거, 프라이버시 침해 우려에 대응하기 위해 고유 식별정보의 정의를 업데이트하고, 제1798.130조에 따라 사업자로부터 소비자가 정보를 얻기 위해 청구를 제출하는 방법을 추가하는 것
- (3) 주와 연방 법률을 준수하기 위해 필요한 예외를 규정하는 것. 여기에는 거래 비밀(trade secrets)과 지식재산권이 포함될 수 있으며, 이 법률이 통과된 후 1년이 경과되기 전에 제정되어야 한다. 그 이후에는 필요한 경우에 따라 개정할 수 있다.
- (4) 다음에 대한 규칙과 절차:

(A) 제1798.145조 제(a)항 제(1)호에 따라 소비자가 개인정보 판매를 기피하는 청구를 제출하는 것을 촉진하고 규율하는 내용

(B) 사업자가 소비자의 기피 청구에 따르는 것을 규율하는 내용

(C) 개인정보 판매 기피 청구권에 대한 소비자의 인식을 높이기 위해, 모든 사업자가 사용할 수 있고 인식하기 쉬운 단일한 로고의 개발과 활용

(5) 소비자 물가지수의 인상을 반영하기 위해 매 홀수 연도의 1월에 제1798.140조 제(c)항 (제1)호 제(A)목에 따른 금액을 조정하는 것

(6) 이 법률에 따라 사업자가 제공해야 하는 통지나 정보가 평균적인 소비자에게 쉽게 이해될 수 있고, 장애를 지닌 소비자도 쉽게 접근할 수 있으며, 소비자와 주로 사용해 온 언어로 제공될 수 있도록 하기 위한 규칙, 절차, 예외를 정하는 것. 여기에는 재정적 인센티브를 제공하는 규칙을 정하는 것이 포함될 수 있으며, 이 법률이 통과된 후 1년 이내에 제정되어야 한다. 그 이후에는 필요한 경우에 따라 개정할 수 있다.

(7) 제1798.110조와 제1798.115조에 따른 목적을 달성하고 제1798.130조에 따라 소비자 또는 소비자의 대리인이 정보를 얻는 것을 촉진하기 위한 규칙과 절차(이용가능한 기술, 보안 문제, 사업자에 대한 부담을 고려하여 가능한 최소한의 행정부담으로 소비자가 이를 처리할 수 있어야 한다), 소비자의 정보공개 청구를 받은 사업자가 명확한 청구인지를 확인하는 것을 규율하는 규칙과 절차(여기에는 소비자가 사업자의 계정을 지니고 있는 경우에는 비밀번호로 보호되는 계정을 통해 청구를 제출 받을 것, 소비자가 계정을 지니고 있지 않은 경우에는 사업자가 소비자의 신분을 확인할 수 있는 정보를 제출할 것을 포함된다). 이는 이 법률이 통과된 후 1년 이내에 제정되어야 하고, 그 이후에는 필요한 경우에 따라 개정할 수 있다.

(b) 법무부장은 이 법률의 목적을 달성하기 위해 필요한 경우 추가적인 규정을 제정할 수 있다.

83) Added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3. (AB 375) Effective January 1, 2019. Section operative September 23, 2018, pursuant to Section 1798.199.

84) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 13. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

(c) 법무부장관은 이 조문에 따라 최종적인 규정이 제재된 후 6개월, 또는 2020년 7월 1일 중 더 선행하는 날짜가 되기 전까지 이 법률 집행 절차를 개시할 수 없다.

1798.190.⁸⁵⁾ 만약 일련의 거래가 처음부터 이 법률을 회피하기 위한 목적으로 수행되는 거래에 일부분을 차지하는 경우(예를 들어 ‘판매’의 정의에 포섭되는 것을 회피하기 위해 제3자에게 정보를 제공하는 것 등) 법원은 이 법률의 목적에 영향을 미칠 목적으로 수행된 중간 단계의 거래는 고려하지 아니하여야 한다.

1798.192.⁸⁶⁾ 이 법률상의 소비자의 권리(권리구제나 법 집행 수단 등을 포함한다)를 배제하거나 제한하기 위한 목적으로 수행되는 계약이나 협정의 조항은 공공 정책에 반하는 것으로 간주되며, 무효이고 집행될 수 없다. 다만, 이 조문은 먼저 기피를 신청했던 정보에 대해 소비자가 정보 판매를 승인하는 것이나, 소비자 정보판매 기피신청을 철회하는 것, 사업자에 대한 정보공개 청구를 철회하는 것 등을 금지하지 않는다.

1798.194.⁸⁷⁾ 이 법률은 그 목적을 달성하기 위해서 폭넓게 해석(liberaly construed)될 수 있다.

1798.196.⁸⁸⁾ 이 법률은 가능한 범위 내에서 연방과 주 법률을 보완하기 위해 제정되었다. 그러나 연방 법과 미국 헌법, 캘리포니아 주 헌법이

우선 적용되거나(preempted) 상호 갈등관계에 있는 경우에는 이 법률이 적용되지 아니한다.

1798.198.⁸⁹⁾ (a) 제(b)항과 제1798.199조에 규정된 제한을 조건으로 하여, 이 법률은 2020년 1월 1일부터 시행된다.

(b) 이 법률은 선거법(the Elections Code) 제 9604조에 따라 무기명 투표를 통해 법률안 No. 17-0039, 2018년 소비자의 프라이버시권에 관한 법률(The Consumer Right of Privacy Act of 2018)이 철회되는 경우에만 시행될 수 있다.

1798.199. 제1798.198조에도 불구하고, 제 1798.180조는 이 조문에 추가되는 법률 시행일에 시행될 수 있다.⁹⁰⁾

85) Added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3. (AB 375) Effective January 1, 2019. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

86) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 14. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

87) Added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3. (AB 375) Effective January 1, 2019. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.

88) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 15. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Section operative January 1, 2020, pursuant to Section 1798.198.)

89) Amended (as added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3) by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 16. (SB 1121) Effective September 23, 2018.

90) Added by Stats. 2018, Ch. 735, Sec. 17. (SB 1121) Effective September 23, 2018. Operative September 23, 2018.