

서울중앙지방법원

제 10 민사부

판 결

사 건 2015가합17314 손해배상(기)

원 고 별지 원고 목록 기재와 같다.

원고들 소송대리인 1. 법무법인 안세 담당변호사 이성환

2. 변호사 좌혜선

피 고 1. 홈플러스 주식회사

서울 강남구 테헤란로 301, 17층(역삼동, 삼성개발빌딩)

대표이사 도

소송대리인 변호사 김

2. 신한생명보험 주식회사

서울 중구 청계천로 54(남대문로1가, 신한은행광교빌딩)

대표이사 이

소송대리인 1. 변호사 김

2. 변호사 강 , 김 , 장

3. 라이나생명보험 주식회사

서울 종로구 삼봉로 48(청진동)

대표이사 미합중국인

소송대리인 1. 변호사 이

2. 변호사 구 , 이

변 론 종 결 2016. 10. 20.

판 결 선 고 2016. 11. 22.

주 문

1. 원고들의 피고들에 대한 청구를 모두 기각한다.
2. 소송비용은 원고들이 부담한다.

청 구 취 지

피고들은 공동하여 원고들에게 각 300,000원 및 이에 대한 이 사건 소장 부분 송달일
부터 다 갚는 날까지 연 20%의 비율에 의한 금원을 지급하라.

이 유

1. 기초사실

가. 당사자의 지위

1) 피고 홈플러스 주식회사(이하 '피고 홈플러스'라 한다)는 1999. 4. 20. 하이퍼마켓
상점의 개발과 운영 등을 비롯한 물류·유통 등을 목적으로 설립된 회사로 전국적으로
139개의 대형마트, 286개의 직영점(익스프레스), 8개의 물류유통센터, 인터넷 쇼핑몰
등을 운영하고 있으며, 피고 신한생명보험 주식회사(이하 '피고 신한생명'이라 한다)와
피고 라이나생명보험 주식회사(이하 '피고 라이나생명'이라 한다)는 보험업법에 따른
보험업을 영위하는 회사들이다(피고 신한생명과 피고 라이나생명을 통칭하여 '피고 보

험회사들'이라 한다).

2) 원고들은 피고 홈플러스의 패밀리 멤버십 카드(이하 'FMC'라 한다) 회원이나 경품 행사 응모자들이다.

나. 피고 홈플러스의 경품행사개최 및 개인정보 수집

1) 피고 홈플러스는 2009. 10. 1.경 피고 라이나생명과, 2010. 6. 17.경 피고 신한생명과 경품행사 및 마케팅활동을 통하여 적법하게 마케팅 동의를 득한 피고 홈플러스 고객들의 개인정보를 1건당 1,980원에 판매하기로 하는 업무제휴약정을 체결하였다.

2) 피고 홈플러스는 2011. 12.경부터 2014. 6.경까지 "연말연시 벤츠가 온다. 경품이 쏟아진다." 등 경품행사(이하 '이 사건 경품행사'라 한다)를 11회 실시하여 응모고객들의 개인정보(성명·생년월일·휴대폰번호·자녀수) 7,121,140건을 취득하고 처리에 관한 동의(제3자 제공)를 받아 이를 피고 라이나 생명과 신한 생명에 제공하여 건당 1,980원의 대가를 지급받아 왔다.

3) 원고들 중 이 사건 경품행사에 응모한 별지 원고 목록 '경품행사응모'란에 동그라미 표시가 된 원고들을 이하 '제1 원고들'이라 한다.¹⁾

다. 피고 홈플러스의 피고 보험회사들에 대한 FMC 개인정보의 제공

1) 피고 홈플러스는 FMC 회원 중 제3자 제공에 동의한 고객의 정보를 피고 보험회사들에 제공하여 왔는데, 위 회원 중 아직 제3자 제공에 동의하지 않은 고객에 대하여는 피고 홈플러스와 2009. 10. 1. 위탁계약이 체결된 주식회사 와이엘코리아(이하 '와이엘코리아'라 한다)의 콜센터에서 전화를 통하여 고객들로부터 제3자 제공 동의를 얻은 후(이하 '퍼미션 콜'이라 한다) 이를 피고 보험회사들에 제공하여 왔다. 피고 보험회

1) 원고들은 관련 형사사건(서울중앙지방법원 2015고단510호)의 공소장에 첨부된 범죄일람표를 참조하여 이 사건 경품행사에 응모한 원고들 및 뒤에서 볼 사전 필터링 관련 피고 보험회사들에 개인정보가 이전된 원고들을 특정하였다.

사들은 피고 홈플러스로부터 위와 같이 제공받은 고객 정보를 분석하여 그 중 보험상품 설명을 위한 전화 받기를 원하지 않는 고객, 이미 보험계약이 되어 있는 고객, 최근 6개월 또는 12개월 이내에 텔레마케팅을 받은 경력이 있는 고객, 기타 블랙리스트에 올라간 고객들을 걸러내는 필터링 작업을 수행하고 남은 개인정보를 다시 피고 홈플러스의 웹하드에 업로드하고, 위 고객들에게 전화를 걸어 보험마케팅을 시행하였다.

2) 수수료 지급방식의 변경

가) 피고 홈플러스는 와이엘 코리아와 개인정보 취급 위탁계약을 체결하며 정보제공에 동의한 고객이 최종적으로 보험계약을 체결한 경우 그 월납 초회 보험료의 250%를 와이엘 코리아에 수수료로 지급하기로 하였다가, 2010. 2. 1. 정보제공에 동의한 고객이 보험계약을 체결하였는지 여부와 상관없이 정보 제공 동의한 고객 1인 당 1,700원의 수수료를 지급하는 것으로 수수료 지급방식을 변경하였다.

나) 피고 홈플러스는 피고 보험회사들과 업무제휴계약을 체결하며 피고 홈플러스가 제공한 고객이 최종적으로 피고 보험회사들과 보험계약을 체결한 경우 그 월납 초회 보험료의 400% 또는 320%를 수수료로 지급받기로 하였다가, 피고 라이나생명과는 2010. 5. 3.부터, 피고 신한생명과는 2011. 6. 20.부터 각 수수료의 지급방식을 변경하여 제공받은 개인정보 건당 2,800원을 지급받되 피고 홈플러스가 제공한 개인정보 중 보험상품 설명을 위한 전화 받기를 원하지 않는 고객, 이미 보험계약이 되어 있는 고객, 최근 6개월 또는 12개월 이내에 텔레마케팅을 받은 경력이 있는 고객, 기타 블랙리스트에 올라간 고객들에 대한 부분은 수수료 산정에서 제외하였다. 이에 피고 보험회사들은 필터링을 거치고 남은 개인정보를 다시 피고 홈플러스의 웹하드에 업로드하고 위와 같이 업로드된 개인정보의 개수에 따라 수수료를 산정하여 피고 홈플러스에

지급하였다.

3) 위와 같은 수수료 산정 방식 변경으로 인하여 피고 홈플러스는 피고 보험회사들에 제공한 제3자 제공 동의 고객의 데이터베이스(이하 'DB'라 한다) 중 위 보험회사들이 필터링을 통하여 걸러내는 개인정보의 비율을 줄이기 위하여 위 보험회사들에 필터링 조건을 완화해 달라고 요구하는 등 노력을 하였으나, 2011년경에 이르러 기존에 확보한 DB의 양이 감소하고, 제3자 제공 동의 고객의 DB 중 피고 보험회사들의 필터링을 거쳐 다시 피고 홈플러스 웹하드에 업로드되는 유효한 DB의 비율이 점차 줄어드는 등 수익성이 악화되었다.

4) 이에 피고 홈플러스는 피고 보험회사들에 이른바 사전 필터링²⁾을 제안하게 되었는데, 피고 홈플러스의 입장에서는 종전에 피고 보험회사들이 제3자 제공 동의를 받은 개인정보 DB를 건네받은 이후에 시행하던 필터링 절차를 고객들로부터 제3자 제공 동의를 받기 이전에 시행하게 되면 불필요한 퍼미션 콜 절차를 줄일 수 있는 이점이 있고, 피고 보험회사들로서도 어차피 거쳐야 할 필터링 절차를 미리 시행하는 불편밖에 없으니 필터링을 사전에 시행하도록 해 달라는 것이었다. 피고 보험회사들은 위와 같은 요청을 받아들여 2011. 12.경부터 2014. 8.까지 피고 홈플러스 웹하드를 통하여 수령한 DB를 필터링 절차를 거친 후 다시 위 웹하드에 업로드하였고, 피고 홈플러스는 해당 DB에 대하여 퍼미션 콜을 수행한 후 다시 이를 위 보험회사들에 제공하였다.

5) 원고들 중 피고 홈플러스가 사전 필터링을 위하여 피고 보험회사들에 개인정보를

2) 피고 보험회사들은 피고 홈플러스로부터 제공받은 개인정보를 분석하여 그 중 보험상품 설명을 위한 전화 받기를 원하지 않는 고객, 이미 보험계약이 되어 있는 고객, 최근 6개월 또는 12개월 이내에 텔레마케팅을 받은 경력이 있는 고객, 기타 블랙리스트에 올라간 고객들을 걸러내는 필터링 작업을 수행하여 위 고객들에 대한 부분을 제외한 나머지 부분에 대하여만 피고 홈플러스에게 대가를 지급하였는데, 편의상 피고 홈플러스가 개인정보의 제3자 제공에 대한 동의를 얻은 후에 제공한 개인정보에 대하여 하는 필터링 작업을 '사후 필터링', 위와 같은 동의가 이루어지기 이전에 하는 필터링 작업을 '사전 필터링'이라 칭하기로 한다.

제공한 별지 원고 목록 'FMC 사전 필터링(라이나생명에 제공, 신한생명에 제공)'란에 동그라미 표시가 된 원고들을 이하 '제2 원고들'이라 한다.

라. 관련 형사소송의 경과

1) 개인정보범죄 정부합동수사단은 2015. 1. 30. 서울중앙지방법원 2015고단510호로 피고 홈플러스의 임직원 및 피고 보험회사들의 직원을 경품이벤트 명목으로 응모고객들의 개인정보 약 712만 건을 불법수집하여 보험사에 판매하고, 피고 홈플러스의 회원정보 약 1,694만 건을 회원의 동의 없이 보험사에 불법제공하고 이를 알면서 불법취득하였다는 혐의로 기소하였다.

2) 위 법원은 2016. 1. 8. 피고 홈플러스가 부정한 방법으로 개인정보를 수집하였다고 보기 어렵고, 피고 보험회사들은 개인정보 보호법 및 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 '정보통신망법'이라 한다)에서 규정하는 제3자가 아니라 피고 홈플러스를 위하여 피고 홈플러스의 퍼미션 콜 업무의 일부를 수행하는 수탁자로서의 지위를 가진다고 보아 모두 무죄를 선고하였다. 이에 대하여 검사는 서울중앙지방법원 2016노223호로 항소하였으나 2016. 8. 12. 항소기각되었고, 현재 상고심(대법원 2016도13263호)이 진행 중이다.³⁾

[인정근거] 다툼 없는 사실, 갑 제1, 6, 18, 23호증(가지번호 포함, 이하 같다), 을가 제2, 4호증, 을나 제2, 4호증의 각 기재, 변론 전체의 취지

2. 원고들의 주장 요지

아래와 같은 피고들의 공동불법행위로 인하여 원고들은 정신적 손해를 입었으므로,

3) 한편, 공정거래위원회가 2015. 5. 1. 피고 홈플러스와 홈플러스스토어즈 주식회사에 대하여 '경품행사에 대해 광고하면서 소비자의 개인정보를 수집하여 제3자에게 제공하는 것을 조건으로 경품을 지급한다는 사실을 숨기고 마치 고객 사은행사의 일환으로 경품을 지급하는 것처럼 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 기만적인 광고행위를 하였다'는 이유로 부과한 시정명령과 과징금납부명령에 대한 취소소송(서울고등법원 2015누45177호)은 2016. 10. 19. 기각되었고, 위 피고 홈플러스 등이 상고를 하여 상고심이 예정되어 있다(이하 '관련 행정소송'이라 한다).

피고들은 개인정보 보호법 제39조, 민법 제750조, 제760조 제1항에 의하여 원고들이 구하는 바에 따라 원고 1인당 일부 청구인 30만 원을 지급할 의무가 있다.

가. 이 사건 경품행사 관련 불법행위

1) 피고 홈플러스가 이 사건 경품행사를 개최하고 개인정보를 수집한 목적은 원고들의 개인정보를 보험사에 판매하기 위함이었는데, 피고 홈플러스는 이 사건 경품행사 응모권에 이러한 사실을 기재하지 않아 원고들은 피고 홈플러스의 개인정보의 수집·이용 목적을 인식하지 못한 채 이 사건 경품행사에 응모하여 자신의 개인정보를 피고 홈플러스가 이용토록 한 것이므로, 피고 홈플러스는 개인정보 보호법 제15조 제2항 제1호에 위반하였다.

2) 이 사건 경품행사 응모권에는 개인정보 보호법 제15조 제2항에 따른 개인정보의 수집·이용 목적 등의 사항이나 같은 법 제17조 제2항에 따른 개인정보를 제공받는 자 등의 사항이 기재되어 있으나, 그 글자 크기가 약 1mm에 불과하다. 위와 같이 글자 크기를 1mm로 기재한 것은 원고들이 위 응모권 중 일부 내용을 읽기 어렵게 하여 이 사건 경품행사의 목적을 은닉하고 고객 사인을 가장하여 원고들의 경품행사 응모를 유도하기 위한 것으로 개인정보 보호법 제22조 제1항에 위반된다.

3) 이 사건 경품행사 응모권 뒷면에는 이름, 주민등록번호(생년월일), 성별, 휴대폰번호(전화번호), 자녀 수, 동거 여부(부모님) 등을 체크하도록 기재되어 있는데, 경품행사 응모에 있어서 주민등록번호(생년월일), 성별, 자녀 수, 동거 여부는 불필요한 항목이다. 또한, 피고 홈플러스는 '기재 동의 사항 일부 미기재, 미동의, 서명 누락시 경품 추천에서 제외됩니다'라고 기재하여 추가 정보에 대해 동의를 하지 않는 경우에는 경품 추천의 기회에서 박탈하였다. 피고 홈플러스의 위와 같은 행위는 개인정보 보호법 제

16조 위반에 해당한다.

4) 위와 같이 피고 홈플러스가 개인정보를 수집하여 보험사에 판매할 목적으로 이 사건 경품행사를 개최하였음에도 고객을 위한 사은행사의 일환인 것처럼 가장하고, 이 사건 경품행사 응모권에 명확하게 고지되어야 하는 사항들을 읽기 어려운 작은 글씨로 기재하며, 보험사를 위하여 필요한 사항들을 추가로 요청하면서 이를 강제하기 위하여 경품 추첨의 기회나 발송을 위하여 반드시 필요하다고 한 행위는 개인정보 보호법 제 59조 제1호의 금지행위에도 해당한다.

5) 또한 피고 홈플러스는 이 사건 경품행사의 대가로 원고들의 개인정보를 취득하고 이를 피고 보험회사들에 판매하여 수익을 얻고 있음에도 이를 원고들에게 명확하게 고지하지 않아 경품응모 여부를 결정하는데 가장 필요한 사항인 특정 조건을 은폐하였으므로, 표시·광고의 공정화에 관한 법률(이하 '표시광고법'이라 한다) 제3조 제1항 제2호를 위반하였다.

6) 피고 보험회사들은 이 사건 경품행사 응모권 양식을 검토하여 경품행사가 위법하다는 것을 알고도 피고 홈플러스로부터 원고들의 개인정보를 제공받았으므로, 위 피고들은 피고 홈플러스의 개인정보 보호법 위반행위를 공모 또는 방조하였다.

나. 사전 필터링 관련 불법행위

1) 피고 홈플러스는 제3자 제공에 대한 동의 없이 FMC 회원정보를 사전 필터링을 위하여 피고 보험회사들에 이전하였으므로, 개인정보보호법 제17조 제1항에 위반하였다.

2) 피고 홈플러스가 사전 필터링을 하기 위하여 피고 보험회사들에 개인정보를 이전한 행위가 개인정보의 제3자 제공이 아닌 업무위탁에 해당한다 하더라도 정보주체의

동의가 없는 이상 정보통신망법 제25조 제1항⁴⁾ 위반에 해당한다.

3) 피고 홈플러스는 정보주체의 동의를 받지 않고 불법적으로 개인정보를 유출하였음에도 지체없이 해당 정보주체에게 통지하지 않아 개인정보 보호법 제34조 및 정보통신망법 제27조의3에 위반하였다.

4) 피고 보험회사들은 피고 홈플러스로부터 개인정보를 불법적으로 취득하였으므로, 개인정보 보호법 제71조 제2호와 제72조 제2호를 위반하였다.

3. 판단⁵⁾

가. 이 사건 경품행사 관련 불법행위의 성립 여부

1) 개인정보 보호법 제15조 제2항 위반 여부

가) 관련 규정

개인정보 보호법

제15조(개인정보의 수집·이용)

① 개인정보처리자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 개인정보를 수집할 수 있으며 그 수집 목적의 범위에서 이용할 수 있다.

1. 정보주체의 동의를 받은 경우

② 개인정보처리자는 제1항 제1호에 따른 동의를 받을 때에는 다음 각 호의 사항을 정보주체에게 알려야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하는 경우에도 이를 알리고 동의를 받아야 한다.

1. 개인정보의 수집·이용 목적

나) 갑 제8, 19호증, 을가 제3호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면, 피고 홈플러스는 2009년경부터 고객들에 대한 이벤트 경품행사를 진행하였는데 그 주요 목

4) 원고들은 2016. 4. 18.자 준비서면에서 정보통신망법 제24조의2 제1항 위반이라고 주장하나, 그 내용에 비추어볼 때 제25조 제1항의 오기로 보인다.

5) 피고들은 원고 박 (255번), 이 (424번), 정 (560번), 최 (614번), 하 (648번)의 소송위임 여부가 분명하지 않다고 다투었으나, 2016. 6. 3.자로 위 원고들의 소송위임 의사가 기재된 자료가 제출되었으므로 피고들의 위 주장은 받아들여지지 아니한다.

적이 고객들의 매장방문을 유도하여 매출을 증대시키고 경품 당첨을 기대하고 응모하는 고객들로부터 개인정보를 취득하여 이를 보험회사에 대가를 받고 판매하는 것인 사실, 피고 홈플러스는 이 사건 경품행사의 응모권 용지에 약 1mm 정도의 크기로 [개인 정보 수집·취급위탁, 이용동의]란에 '수집/이용목적'으로 '경품 추첨 및 발송, 보험 마케팅을 위한 정보 제공 / FMC 회원일 경우 이벤트를 통해 수집된 개인정보를 FMC 고객정보로 업데이트 / 홈플러스 제휴상품 소개 및 제휴사에 대한 정보 제공 동의 업무'를 기재한 사실, [개인정보 제3자 제공]란의 '개인정보 받는 자'로 '라이나생명, 신한생명' 등 각종 보험회사를 기재하고, '이용목적'에 '생명, 손해보험상품 등의 안내를 위한 전화, SMS 등 마케팅자료로 활용됩니다.'라고만 기재하였을 뿐, 위 응모권에 기재된 개인정보를 보험회사에 대가를 받고 판매할 예정임을 기재하지는 아니한 사실 등은 인정된다.

그러나 을가 제2, 4호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 다음의 사정 즉, 이 사건 경품행사 응모권 용지에 '수집/이용목적'으로 '경품 추첨 및 발송'뿐만 아니라 '보험 마케팅을 위한 정보 제공'까지 기재한 이상, 개인정보 보호법 제15조 제2항 제1호에 규정된 개인정보의 수집·이용목적은 고지하였다고 보이는 점, 개인정보 보호법의 규정상 정보주체에게 개인정보의 수집을 통하여 피고 홈플러스가 얻게 되는 경제적인 효과에 해당하는 '개인정보의 제3자 제공에 따른 대가 수령 여부'까지 고지할 의무가 있다고 볼 수는 없는 점, 개인정보 보호법 제15조에 규정된 '개인정보의 수집·이용 목적'에 개인정보처리자 스스로의 이용목적뿐만 아니라 개인정보를 제3자에게 제공하려는 이유까지 포함된다고 보는 것은, '개인정보의 수집·이용'과 '개인정보의 제3자 제공'을 별개로 정의하고 개인정보의 '제3자 제공에 관한 동의'를 '수집·이용에 대

한 동의'와 별도로 받도록 하고 있는 개인정보 보호법의 체계와도 맞지 않아 개인정보의 제3자 제공에 관한 내용은 '제3자 제공 동의항목'을 통해 별도로 고지되므로 이와 중복되게 '수집·이용 동의항목'에 제3자 제공에 관한 내용까지 포함시키는 것은 불필요하다고 보이는 점 등에 비추어 보면, 피고 홈플러스는 개인정보 보호법 제15조 제2항 제1호에 따른 개인정보의 수집·이용 목적을 정보주체에게 알렸다고 보인다. 따라서 이 부분 원고들의 주장은 이유 없다.

2) 개인정보 보호법 제22조 제1항 위반 여부

가) 관련 규정

개인정보 보호법	
제22조(동의를 받는 방법)	
①	개인정보처리자는 이 법에 따른 개인정보의 처리에 대하여 정보주체의 동의를 받을 때에는 각각의 동의 사항을 구분하여 정보주체가 이를 명확하게 인지할 수 있도록 알리고 각각 동의를 받아야 한다.

나) 갑 제8, 10호증, 을가 제3호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면, 이 사건 경품행사 응모권 용지에 약 1mm 정도의 크기로 [개인정보 수집·취급위탁, 이용 동의] 및 [개인정보 제3자 제공]의 각 해당 내용이 기재되어 있고, 이러한 사항들에 대한 동의 여부 표시란은 그에 비하여 상대적으로 크고 굵게 강조하여 기재된 사실, 이 사건 경품행사 응모자들 중 200여명에 대한 전화 진술 청취 결과 위 응모자들이 '홈플러스가 위 경품행사를 통하여 취득한 개인정보를 판매하려는 사실을 알았더라면 위 경품행사에 응모하지 않았을 것이다'라는 취지로 진술한 사실은 인정된다.

그러나 을가 제2, 3, 4호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 다음의 사정 즉, 이 사건 경품행사 응모권에 기재된 정도의 글자 크기는 복권, 공산품의 품

질표시, 의약품 사용설명서, 각종 서비스 약관 등 다양한 곳에서 통용되는 것으로 보이는 점, 이 사건 경품행사 응모자들은 위 응모권의 동의란에 스스로 체크표시를 하기 전에 그 내용을 확인할 수도 있었고, 응모권 내용을 모르거나 확인이 되지 않을 경우 개인정보 제공에 동의하지 않을 수 있었으며, 실제로 그 중 약 30% 정도는 개인정보의 제3자 제공에 동의하지 아니하여 경품 추첨 대상에서 배제되기도 하여 응모자들이 정보제공 동의에 관한 사항을 충분히 읽을 수 있었던 것으로 보이는 점, 피고 홈페이지는 이 사건 경품행사 당시 응모함 바로 옆에 실제 응모권의 약 4배에 해당하는 응모권 확대사진을 부착하기도 하였고, 온라인 경품행사의 경우에는 응모자가 컴퓨터 화면으로 응모권의 내용을 확대하여 볼 수도 있는 점, 이 사건 경품행사 응모권의 정보제공 동의에 관한 체크 부분이 고지사항 부분보다 상대적으로 크고 굵은 글씨로 되어 있다고 할지라도 그와 같은 사정이 응모자가 개인정보의 동의에 관한 고지사항을 인식함에 있어 영향을 미쳤다고 보이지는 아니하는 점 등에 비추어 보면, 피고 홈페이지가 응모자로부터 정보 제공 동의를 받기 위하여 의도적으로 글자 크기를 1mm 정도로 상대적으로 작게 하여 정보주체로부터 동의를 받는 방법을 위반하였다고 보기 어렵다. 따라서 이 부분 원고들의 주장은 이유 없다.

3) 개인정보 보호법 제16조 제1항, 제3항 위반 여부

가) 관련 규정

개인정보 보호법

제16조(개인정보의 수집 제한)

① 개인정보처리자는 제15조 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하여 개인정보를 수집하는 경우에는 그 목적에 필요한 최소한의 개인정보를 수집하여야 한다. 이 경우 최소한의 개인정보 수집이라는 입증책임은 개인정보처리자가 부담한다.

③ 개인정보처리자는 정보주체가 필요한 최소한의 정보 외의 개인정보 수집에 동의하지 아니한다는 이유로 정보주체에게 재화 또는 서비스의 제공을 거부하여서는 아니 된다.

나) 갑 제8, 10호증, 을가 제3호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면, 피고 홈플러스는 이 사건 경품행사 응모권 용지에 응모자의 이름과 연락처 외에 응모자의 「생년월일」, 「자녀수」 또는 「동거여부(부모님)」을 기재하는 란을 만들어 넣고, '※ 기재/동의 사항 일부 미기재, 미동의 서명 누락시 경품 추첨에서 제외됩니다.'라는 문구를 기재한 사실이 인정된다.

그러나 위 각 증거에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 다음의 사정 즉, 피고 홈플러스는 고객 사은뿐만 아니라 보험회사의 마케팅을 위한 개인정보 제공을 위하여 경품행사를 진행하였고, 그러한 목적을 개인정보 보호법에서 정한 바에 따라 이 사건 경품행사 응모권 제3자 제공의 목적란에 '생명, 손해보험상품 등의 안내를 위한 전화 등 보험마케팅을 위한 자료로 활용된다'는 취지의 문구도 모두 명시한 점, 생년월일, 자녀 수 등의 정보는 이러한 보험회사의 마케팅에 필요한 범위 내의 정보라고 보이는 점 등에 비추어 보면, 이 사건 경품행사에서 응모자의 성명, 연락처 외에 생년월일이나 자녀수 등의 정보를 수집한 것이 필요한 최소한의 정보 외의 개인정보를 수집한 것이라고 볼 수는 없다. 따라서 원고들의 이 부분 주장은 이유 없다.

4) 개인정보 보호법 제59조 제1호 위반 여부

가) 관련 규정

개인정보 보호법

제59조(금지행위)

개인정보를 처리하거나 처리하였던 자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 거짓이나 그 밖의 부정한 수단이나 방법으로 개인정보를 취득하거나 처리에 관한 동의를 받는 행위

나) 개인정보 보호법 제59조 제1호의 '거짓 그 밖의 부정한 수단이나 방법'이란 법에 따른 절차에 의해서는 정보주체로부터 그 개인정보를 취득하거나 처리에 관한 동의를 받을 수 없음에도 취득 또는 처리에 관한 동의를 받기 위하여 행하는 위계 기타 사회통념상 부정한 방법이라고 인정되는 것으로서 그 의사결정에 영향을 미칠 수 있는 적극적 및 소극적 행위를 뜻하고(대법원 2014.02.27. 선고 2013도10461 판결 참조), 법상 개인정보의 수집이나 제3자 제공에 관한 동의 취득시 정보주체에게 고지하여야 할 사항을 누락한 경우 과태료 등의 행정제재만을 규정⁶⁾하고 있는 점 등에 비추어 보면, 법상 명시적인 금지규정이 없다 할지라도 정보처리자가 정보주체에게 어떠한 사실을 고지하지 아니한 채 정보제공의 동의를 얻은 행위가 제59조 제1호의 '거짓이나 그 밖의 부정한 수단이나 방법'에 해당하려면 정보처리자가 법에 따른 사항을 모두 고지하여서는 정보주체로부터 그 개인정보를 취득하거나 처리에 관한 동의를 받을 수 없는 경우로서 정보주체에게 이러한 사항을 단순히 미고지한 것에서 나아가 '위계 기타 사회통념상 부정한 방법'이라고 인정되는 것으로서 그 의사결정에 영향을 미칠 수 있는 적극적 및 소극적 행위를 하였다'고 인정되어야 한다.

앞서 본 바와 같이 피고 홈플러스는 이 사건 경품행사 응모권에 기재한 사항에서 나아가 이 사건 경품행사에 있어 정보주체에게 수집된 개인정보를 보험회사 등에 유상으로 판매한다는 사실까지 고지할 명시적 또는 묵시적인 법적 의무가 있다고 할 수 없고, 피고 홈플러스가 그 밖에 법상 규정된 고지사항을 모두 위 응모권에 기재하여 고

6) 개인정보 보호법 제75조 제1항은 '제15조 제1항을 위반하여 개인정보를 수집한 자'에 대하여 5천만 원 이하의 과태료를 부과하고, 같은 조 제2항은 '제15조 제2항, 제17조 제2항을 위반하여 정보주체에게 알려야 할 사항을 알리지 아니한 자'에 대하여 3천만 원 이하의 과태료를 부과한다고 규정하고 있다.

지한 이상, 피고 홈페이지는 거짓이나 부정한 수단, 방법으로 제1 원고들의 개인정보를 취득하거나 처리에 관한 동의를 받은 것으로 보기 어렵다. 따라서 원고들의 이 부분 주장은 이유 없다.

5) 표시광고법 제3조 제1항 위반 여부

가) 관련 규정

표시광고법	
제3조(부당한 표시·광고 행위의 금지)	
① 사업자들은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로써 공정한 거래질서를 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 행위를 하거나 다른 사업자등으로 하여금 하게 하여서는 아니 된다.	
2. 기만적인 표시·광고	
표시광고법 시행령	
제3조(부당한 표시·광고의 내용)	
② 법 제3조 제1항 제2호에 따른 기만적인 표시·광고는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것으로 한다.	

나) 갑 제8호증, 을가 제3호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 다음의 사정 즉, 제1 원고들은 이 사건 경품행사에 응모하기 위하여 응모권을 작성하였고 그 과정에서 응모권 뒷면이나 홈페이지의 응모화면에 기재된 개인정보 수집 및 제3자 제공사실을 알 수 있었던 점, 관련 행정판결(서울고등법원 2015누45177호)은 개인정보의 제3자 제공에 동의함을 조건으로 경품이 지급된다는 기재가 되어 있지 아니한 피고 홈페이지, 구매 영수증, 전단지 등을 통한 경품행사 광고 내용이 기만적인 광고에 해당한다는 취지인 반면 앞에서 본 바와 같이 이 사건 경품행사 응모권에는 개인정보의 제3자 제공에 관한 사항이 개인정보 보호법에 따라 기재되어 있어

위 응모권 자체에는 표시광고법에 따른 부당한 표시·광고가 존재한다고 보기 어려운 점, 피고 홈페이지의 홈페이지 등을 통한 기만적인 광고가 인정되더라도 이 사건 경품 행사 응모권을 직접 작성하여 개인정보의 제3자 제공 여부를 동의한 제1 원고들에 대하여 위 광고와 제1 원고들의 개인정보 침해 사이에 인과관계가 존재한다고 보기 어려운 점 등에 비추어 보면, 원고들의 이 부분 주장도 이유 없다.

6) 피고 보험회사들의 공모 또는 방조 주장에 관하여

앞서 본 바와 같이 피고 홈페이지의 개인정보 보호법 등 위반행위를 인정하지 않는 이상, 피고 보험회사들이 피고 홈페이지의 불법행위에 대하여 공모 또는 방조하였다는 주장은 더 나아가 살필 필요 없이 이유 없다.

나. 사전 필터링 관련 불법행위의 성립 여부

1) 개인정보 보호법 제17조 제1항 위반 여부

가) 관련 규정

개인정보 보호법

제17조(개인정보의 제공)

① 개인정보처리자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 정보주체의 개인정보를 제3자에게 제공할 수 있다.

1. 정보주체의 동의를 받은 경우

나) 관련 법리

개인정보의 '제3자 제공'은 '제공받는 자의 목적'을 위하여 개인정보가 제공되는 경우로, 제공하는 자의 사무처리'를 위한 개인정보의 '타인 위탁'과 구별되어야 한다(대법원 2011. 7. 14. 선고 2011도1960 판결 등 참조).

다) 판단

(1) 사전 필터링을 위한 개인정보의 이전이 누구의 업무인지 여부

위 기초사실 및 갑 제12호증, 을가 제2, 4, 9, 10호증, 을나 제2, 4호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 아래 사정에 비추어 보면, 사전 필터링은 피고 보험회사들의 업무가 아니라 피고 홈플러스의 업무로 봄이 상당하다.

(가) 피고 홈플러스는 피고 라이나생명과 2009. 1. 1. '업무제휴계약'을 체결한 후 같은 해 10. 1. 위 업무제휴계약을 보충하는 '업무제휴 부속계약'을 체결하고, 피고 신한생명과 2010. 6. 17. '업무제휴계약'을 체결한 후 2011. 6. 20. 위 업무제휴계약을 보충하는 '업무제휴계약 부속약정'을 체결하여 피고 보험회사들에 고객들의 개인정보를 제공하고 대가를 지급받아 왔다. 위 각 계약에 따르면, 피고 홈플러스의 멤버십 회원 중 제3자 제공에 동의하지 아니한 고객의 정보에 대하여는 피고 홈플러스가 퍼미션 콜을 하여 고객들로부터 제3자 제공 동의를 받은 후 이를 피고 보험회사들에 제공하기로 규정되어 있고, 이에 따라 피고 홈플러스의 수탁업체인 와이엘코리아의 콜센터에서 전화를 통하여 고객들로부터 제3자 제공 동의를 얻은 후 이를 피고 보험회사들에 제공하여 왔다. 결국 위 각 계약의 내용상 퍼미션 콜 업무는 피고 홈플러스의 업무이고, 사전 필터링은 이러한 퍼미션 콜의 대상자를 선별하기 위하여 이루어지는 것으로서 퍼미션 콜 업무를 위한 부수절차에 해당하므로 이는 피고 홈플러스의 업무로 보인다.

(나) 사전 필터링은 피고 홈플러스의 개인정보 제공 관련 수익률의 악화를 타개하기 위한 방편으로 피고 홈플러스가 피고 보험회사들에 요청하여 시작되었고, 사전 필터링을 시행하게 된 목적은 피고 홈플러스가 와이엘 코리아를 통하여 고객들로부터 개인정보의 제3자 제공에 동의를 받는 퍼미션 콜의 횟수를 줄여 수익률을 향상시키기 위한 것이었다.

(다) 위탁이란 위탁자가 자신의 업무와 관련된 업무의 일부를 타인으로 하여금 그 책임과 권한으로 행하도록 하는 것을 의미할 뿐이므로 위탁 대상 업무가 개인정보를 전달하는 자의 업무와 관련된 것인지, 전달받는 자의 업무와 관련된 것인지에 따라 개인정보 위탁 여부가 결정되는 것이지, 위탁자가 스스로 수행할 수 있는 업무를 위탁한 경우만을 개인정보 보호법상 위탁에 해당하는 것으로 볼 아무런 근거가 없다. 따라서 보험회사만이 사전 필터링을 할 수 있다는 사정은 개인정보의 처리위탁과 제3자 제공을 구분하는 기준이 될 수 없을 뿐만 아니라, 사전 필터링을 함에 있어서는 보험회사가 가지고 있는 정보가 필요할 뿐 이를 이유로 사전 필터링을 보험회사만이 할 수 있는 업무라고 볼 수는 없다.

(라) 피고 홈플러스나 와이엘코리아는 사전 필터링 대상 DB를 피고 보험회사들에 직접 송부 내지 전달한 것이 아니라, 피고 홈플러스가 직접 관리 및 감독하는 웹하드에 관련 DB를 업로드하면 피고 보험회사들이 접근권한을 부여받아 위 웹하드에 접속하여 위 DB를 다운로드한 후 사전 필터링 절차를 거치는 형태로 진행하였다.

(마) 피고 보험회사들은 피고 홈플러스로부터 영업에 활용할 목적이 아닌 단순히 사전 필터링을 해주기 위한 용도로 이전받은 미동의 FMC DB 등을 사전 필터링의 목적 범위 내에서 기계적으로 필터링한 후 당초 이전받은 위 DB를 피고 보험회사들의 각 시스템에서 삭제하였을 뿐, 이를 사전 필터링 이외 자신의 마케팅 목적으로 활용하거나 제3자에게 제공하는 등으로 이용할 권리가 없으며, 실제로 이를 구체적으로 열람하거나 마케팅 목적으로 이용하는 등의 행위로 나아간 사실도 없다. 따라서 사전 필터링으로 인하여 피고 보험회사들과 미동의 FMC DB의 정보주체와 사이에 어떠한 관계도 설정되지 아니하였다.

(2) 사전 필터링을 위한 개인정보 이전이 누구의 이익을 위한 것인지 여부

위 기초사실 및 을가 제2, 4호증, 을나 제2, 4호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 다음 사정에 비추어 보면, 사전 필터링은 피고 보험회사들이 아니라 피고 홈플러스의 이익을 위한 것으로 봄이 상당하다.

(가) 피고 홈플러스의 퍼미션 콜 업무 수탁업체인 와이엘코리아는 피고 홈플러스와 계약상으로는 제3자 제공 동의를 받은 DB 개당 1,700원을 지급받는 것으로 되어 있으나, 실제로는 이와 달리 제3자 제공 동의를 받은 DB 중 보험회사가 사후 필터링을 통하여 인수한 유효한 DB에 대하여만 피고 홈플러스로부터 정산을 받았다. 따라서 와이엘코리아로서는 유효한 DB로 인수되는 비율이 그 수익에 있어 매우 중요하였고, 이에 와이엘코리아는 피고 라이나생명의 인수율이 높지 않다는 이유로 피고 홈플러스에 DB의 단가를 인상하여 달라고 요청하였으나, 피고 홈플러스는 단가를 인상하는 대신 피고 보험회사들을 통하여 사전 필터링을 하는 방법으로 비용을 절감하는 방법을 택하여 피고 보험회사들에 먼저 사전 필터링을 제의하였다.

(나) 피고 보험회사들은 미동의 FMC DB에 대하여 사전 필터링을 실시하기 이전에도 사후 필터링을 실시하였고, 그 경우에도 실제 사후 필터링 과정에서 제외되는 DB에 대해서는 피고 홈플러스에게 대가를 지급하지 아니하였다. 피고 보험회사들은 사전 필터링이 시행되던 기간에도 별도로 사후 필터링을 하여 최종적으로 인수할 DB를 골라내어 이에 대하여만 피고 홈플러스에 대가를 지급하였다. 결국 사전 필터링을 통해 피고 홈플러스는 퍼미션 콜을 할 때 발생하는 시간과 비용 및 노력을 줄일 수 있으나, 피고 보험회사들로서는 사전 필터링을 하더라도 사후 필터링을 생략하지 아니함으로써 당초 수행하던 사후 필터링 외에 사전 필터링 업무가 추가됨으로써 오히려 번거롭고

추가적인 시간과 노력을 기울이게 되었다.

(다) 결국 사전 필터링에 따른 실제적인 경제적 효과는 피고 홈플러스 및 퍼미션 콜 업무 수탁자인 와이엘코리아에 귀속되고, 피고 보험회사들로서는 사전 필터링을 수행하지 않더라도 사후 필터링을 거치면 제공받을 수 있는 DB가 결국 동일하므로 인수되는 DB의 절대량을 늘리는 효과를 가져올 수 없다. 다만, 사전 필터링을 통하여 피고 보험회사들도 신속하게 양질의 DB를 공급받아 안정적으로 영업을 할 수 있다는 측면에서 경제적으로 환산할 수 없는 어느 정도의 이익이 있다고 할 수도 있으나, 이는 결국 피고 홈플러스의 피고 보험회사들에 대한 DB 공급이 원활하게 이루어진다는 것으로서 피고 홈플러스와 와이엘코리아의 이익에 따라 발생하는 부수적·간접적 이익에 불과할 뿐, 사전 필터링을 위한 개인정보 이전의 성격을 판단할 기준으로서의 가치를 지닐 정도에 이르는 이익으로 보기는 어렵다.

(3) 피고 홈플러스의 위탁의사나 업무위탁 관련 계약이 있었는지 여부

을가 제2, 4호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면, 피고 홈플러스는 피고 보험회사들과 문서에 의한 위수탁계약을 체결하거나 인터넷이나 관보 등에 피고 보험회사들이 자신의 업무 수탁자라고 게재한 바 없고, 멤버십 가입신청서에 피고 보험회사들을 수탁사로 기재하지 아니하였으며, 정보주체의 개인정보가 분실·도난·유출·변조 또는 훼손되지 아니하도록 피고 보험회사들을 교육하거나 피고 보험회사들이 사전 필터링을 위하여 제공받은 정보를 실제 파기하는지 등에 관하여 확인한 바 없는 사실 등은 인정된다.

그러나 위 각 증거 및 변론 전체의 취지를 종합하여 인정하는 아래의 사정 등에 비추어 보면, 위 인정사실만으로 사전 필터링에 있어서 피고 보험회사들이 피고 홈플러스

를 위하여 피고 홈페이지의 퍼미션 콜 업무의 일부를 수행하는 수탁자로서의 지위가 아니라 별개로 피고 보험회사들의 업무를 수행한 제3자로서의 지위를 가진다고 보기에 부족하고, 달리 이를 인정할 만한 증거가 없다.

(가) 피고들은 모두 미동의 FMC DB에 대한 피고 홈페이지 및 와이엘코리아의 퍼미션 콜업무를 위한 사전 필터링을 위하여 개인정보가 이전된다고 인식하고, 상호 사전 필터링을 하기로 하는 합의에 따라 개인정보를 이전하였는바, 이는 결국 구두에 의한 위수탁계약의 합의라 할 것이다. 이에 따른 명시적인 문서가 작성된 바 없다고 하여 이러한 합의에 따른 위수탁계약의 성립이 부정될 수는 없다.

(나) 개인정보 보호법 제26조⁷⁾는 업무위탁에 따른 개인정보의 처리에 관하여 여러 절차적인 제한 규정을 두고 있으나, 결국 개인정보의 '제3자 제공'은 '제공받는 자의 목적'을 위하여 개인정보가 제공되는 경우이고, 개인정보의 '타인 위탁'은 '제공하는 자의 사무처리'를 위한 경우로 구별되어야 하므로, 위와 같은 절차적 사항을 위반하였다고 하여 사전 필터링의 법적 성격을 달리 판단하여야 한다고 볼 수 없다.

(다) 피고 홈페이지의 멤버십 회원들은 가입신청서⁸⁾를 통하여 피고 홈페이지가 제휴 상품의 소개 또는 제휴사(보험회사 등)에 해당 회원의 개인정보를 제공하는 것에

7) 법 제26조(업무위탁에 따른 개인정보의 처리 제한)

① 개인정보처리자가 제3자에게 개인정보의 처리 업무를 위탁하는 경우에는 다음 각 호의 내용이 포함된 문서에 의하여야 한다.
1. 위탁업무 수행 목적 외 개인정보의 처리 금지에 관한 사항
2. 개인정보의 기술적·관리적 보호조치에 관한 사항
3. 그 밖에 개인정보의 안전한 관리를 위하여 대통령령으로 정한 사항
② 제1항에 따라 개인정보의 처리 업무를 위탁하는 개인정보처리자(이하 "위탁자"라 한다)는 위탁하는 업무의 내용과 개인정보 처리 업무를 위탁받아 처리하는 자(이하 "수탁자"라 한다)를 정보주체가 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 대통령령으로 정하는 방법에 따라 공개하여야 한다.
③ 위탁자가 재화 또는 서비스를 홍보하거나 판매를 권유하는 업무를 위탁하는 경우에는 대통령령으로 정하는 방법에 따라 위탁하는 업무의 내용과 수탁자를 정보주체에게 알려야 한다. 위탁하는 업무의 내용이나 수탁자가 변경된 경우에도 또한 같다.
④ 위탁자는 업무 위탁으로 인하여 정보주체의 개인정보가 분실·도난·유출·위조·변조 또는 훼손되지 아니하도록 수탁자를 교육하고, 처리 현황 점검 등 대통령령으로 정하는 바에 따라 수탁자가 개인정보를 안전하게 처리하는지를 감독하여야 한다.
8) 즉, 「위탁업무내용」, 홈페이지 제휴 상품 소개 및 제휴사에 대한 정보 제공 동의 업무, 「수탁업체」(주)와이엘코리아, ㈜인프리카 등의 내용을 가입신청서에 기재하여 고지하고 있다.

대한 퍼미션 콜 업무를 와이엘코리아 등의 업체에 위탁하여 처리한다는 점에 대하여 고지를 받았고, 일부 회원들은 이에 대하여 동의까지 하였는바, 회원들은 자신의 정보가 수탁업체에 전달되어 퍼미션 콜 또는 제휴마케팅에 이용될 수 있다는 점에 대하여 충분히 인지하고 있었거나 인지할 수 있었다고 할 것이다. 앞서 본 바와 같은 사전 필터링의 절차나 과정 등에 비추어 보면, 이러한 개인정보의 이전이 퍼미션 콜을 위하여 개인정보가 수탁업체에 위탁될 수 있다는 점을 고지받은 회원들의 예상범위 밖에 있다고 보기는 어렵고, 오히려 퍼미션 콜 또는 제휴마케팅의 일환으로 이루어지는 것으로서 고객이 인지하였거나 인지가능한 범위 안에 있는 정보의 이전이라고 봄이 상당하다.

(라) 사전 필터링을 위한 개인정보의 이전은 해당 개인정보의 유통을 목적으로 이루어진 것이 아니고, 실제로 피고 보험회사들은 사전 필터링 대상 DB를 사전 필터링 이후 모두 삭제하였다. 또한, 앞서 본 바와 같이 피고 홈플러스 또는 와이엘코리아는 피고 홈플러스의 웹하드에 사전 필터링 대상 DB를 올려 두고, 피고 보험회사들에 접속 권한을 부여하는 방법으로 접근하게 하여 해당 DB에 대한 접근 권한을 제어하고 접근 여부를 확인할 권한을 가지는 등 관리·감독을 수행하였거나 수행할 장치를 일부 마련 하기도 하였다.

2) 정보통신망법 제25조 제1항 위반 여부

가) 관련 규정

정보통신망법

제25조(개인정보의 처리위탁)

- ① 정보통신서비스 제공자와 그로부터 제24조의2 제1항에 따라 이용자의 개인정보를 제공 받은 자는 제3자에게 이용자의 개인정보를 수집, 생성, 연계, 연동, 기록, 저장, 보유, 가공,

편집, 검색, 출력, 정정, 복구, 이용, 제공, 공개, 파기, 그 밖에 이와 유사한 행위를 할 수 있도록 업무를 위탁하는 경우에는 다음 각 호의 사항 모두를 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항이 변경되는 경우에도 또한 같다.

1. 개인정보 처리위탁을 받는 자
2. 개인정보 처리위탁을 하는 업무의 내용

나) 피고 홈플러스가 멤버십 회원들에게 제휴 상품의 소개 또는 제휴사(보험회사 등)에 해당 회원의 개인정보를 제공하는 것에 대한 퍼미션 콜 업무를 와이엘코리아 등의 업체에 위탁하여 처리한다는 것을 고지한 사실은 앞서 본 바와 같으나, 피고 보험회사들에 사전 필터링 업무를 위탁한다는 내용의 동의를 받지 않은 것은 당사자 사이에 다툼이 없다.

그러나 정보통신망법 제25조 제1항은 제3자에게 '이용자'의 개인정보를 처리를 위탁할 때 '이용자'의 동의를 받도록 규정하고 있고, 위 법 제2조 제1항 제4호에 따르면 '이용자'란 정보통신서비스 제공자가 제공하는 정보통신서비스를 이용하는 자를 말하는데, 제2 원고들이 온라인으로 FMC 회원에 가입하였다는 등의 정보통신망법상 이용자에 해당하는 점에 대한 주장·입증이 전혀 없으므로, 제2 원고들이 정보통신망법상의 이용자에 해당한다는 것을 전제로 한 원고들의 위 주장은 이유 없다.

3) 개인정보 보호법 제34조 및 정보통신망법 제27조의3 위반 여부

가) 관련 규정

개인정보 보호법

제34조(개인정보 유출 통지 등)

① 개인정보처리자는 개인정보가 유출되었음을 알게 되었을 때에는 지체 없이 해당 정보주체에게 다음 각 호의 사실을 알려야 한다.

1. 유출된 개인정보의 항목

2. 유출된 시점과 그 경위
3. 유출로 인하여 발생할 수 있는 피해를 최소화하기 위하여 정보주체가 할 수 있는 방법 등에 관한 정보
4. 개인정보처리자의 대응조치 및 피해 구제절차
5. 정보주체에게 피해가 발생한 경우 신고 등을 접수할 수 있는 담당부서 및 연락처

정보통신망법

제27조의3(개인정보 유출등의 통지·신고)

① 정보통신서비스 제공자등은 개인정보의 분실·도난·유출(이하 "유출등"이라 한다) 사실을 안 때에는 지체 없이 다음 각 호의 모든 사항을 해당 이용자에게 알리고 방송통신위원회 또는 한국인터넷진흥원에 신고하여야 하며, 정당한 사유 없이 그 사실을 안 때부터 24시간을 경과하여 통지·신고해서는 아니 된다. 다만, 이용자의 연락처를 알 수 없는 등 정당한 사유가 있는 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 통지를 갈음하는 조치를 취할 수 있다.

1. 유출등이 된 개인정보 항목
2. 유출등이 발생한 시점
3. 이용자가 취할 수 있는 조치
4. 정보통신서비스 제공자등의 대응 조치
5. 이용자가 상담 등을 접수할 수 있는 부서 및 연락처

나) 개인정보 보호법이나 정보통신망법은 개인정보가 유출된 경우 그 피해를 최소화하기 위하여 유출된 개인정보의 항목, 유출된 시점, 정보주체나 이용자가 취할 수 있는 조치, 피해가 발생한 경우 신고를 접수할 수 있는 부서 등을 통지하도록 하고 있는데, 위와 같은 통지의 내용과 절차에 비추어 보면 개인정보 보호법이나 정보통신망법에서의 개인정보 유출은 정보주체나 이용자의 자유로운 의사에 의하지 않고 개인정보에 대한 통제를 상실하거나 권한 없는 자가 접근하게 된 경우를 의미한다고 보인다.

그런데 앞서 본 바와 같이 피고 홈플러스가 피고 보험회사들에 사전 필터링 목적으로

개인정보를 이전한 행위는 정보주체나 이용자의 의사에 반하여 개인정보가 유출된 경우로 볼 수 없으므로, 위 피고 홈플러스의 행위가 개인정보 유출임을 전제로 하는 원고들의 이 부분 주장은 이유 없다.

4) 피고 보험회사들이 피고 홈플러스로부터 개인정보를 불법으로 취득하였는지 여부
앞서 본 바와 같이 피고 홈플러스가 사전 필터링 목적으로 개인정보를 피고 보험회사들에 이전한 행위가 위법하다고 볼 수 없는 이상, 피고 보험회사들이 피고 홈플러스로부터 개인정보를 불법으로 취득하였다고 볼 수 없으므로, 원고들의 피고 보험회사들에 대한 주장도 이유 없다.⁹⁾

4. 결론

그렇다면, 원고들의 피고들에 대한 이 사건 청구는 모두 이유 없으므로 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장

판사

이은희

이은희



판사

이봉락

이봉락



판사

김유정

김유정



9) 제1, 2 원고들을 제외한 나머지 원고들은 이 사건 경품행사에 응모하였다거나 FMC 개인정보가 사전 필터링을 위하여 피고 보험회사들에 이전된 사실을 인정할 만한 증거도 없다.