

정책자료 | 21-02-02

# 서비스 산업의 디지털 전환 촉진: 전문직 서비스의 플랫폼화

박유리/김하연

2021. 12





정책자료 | 21-02-02

# 서비스 산업의 디지털 전환 촉진: 전문직 서비스의 플랫폼화

박유리/김하연

2021. 12



정보통신정책연구원  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE



# 목 차

요약문 .....	5
<b>제 1 장 서 론 .....</b>	<b>9</b>
제 1 절 연구 필요성 및 목적 .....	9
제 2 절 연구 방법 및 범위 .....	13
<b>제 2 장 전문직 서비스 플랫폼 현황 및 정책 이슈 .....</b>	<b>15</b>
제 1 절 전문직 서비스 플랫폼 현황 .....	15
제 2 절 정책 이슈: 워킹그룹 운영을 중심으로 .....	22
1. 1차 회의: 플랫폼별 갈등 상황 논의 .....	22
2. 2차 회의: 해외 전문직 플랫폼 서비스 동향 및 국내 규제 논의 .....	26
3. 3차 회의: 이용자 설문 및 FGI 논의 .....	31
4. 4차 회의: 세무 중개 플랫폼 현황 및 전문직 플랫폼 관련 규제 현황 .....	32
5. 5-6차 회의: 전문직 서비스 플랫폼 활성화 정책 방안에 대한 의견 수렴 .....	33
<b>제 3 장 전문직 서비스 플랫폼 이해관계자 조사 .....</b>	<b>39</b>
제 1 절 전문직 서비스 플랫폼 이용자 설문조사 .....	39
1. 설문 개요 .....	39
2. 설문 결과 .....	40
제 2 절 전문직 FGI .....	50
1. FGI 개요 .....	50
2. FGI 결과 .....	50

제 4 장 정책제언 .....	60
------------------	----

참고문헌 .....	62
------------	----

## 표 목 차

〈표 1-1〉 워킹그룹 구성 .....	13
〈표 2-1〉 의료 플랫폼 유형 및 사례 .....	19
〈표 2-2〉 법률 플랫폼 유형 및 사례 .....	20
〈표 2-3〉 세무 플랫폼 유형 및 사례 .....	21
〈표 2-4〉 부동산 플랫폼 유형 및 사례 .....	21

## 그 림 목 차

[그림 1-1]	전 세계 리걸테크 스타트업의 2019-2025 수익 .....	9
[그림 1-2]	글로벌 원격 진료시장 규모 2019-2030 .....	10
[그림 1-3]	전문직 플랫폼과 협단체간 갈등 .....	11
[그림 2-1]	전문직 서비스의 플랫폼화 .....	16
[그림 2-2]	전문직 서비스 플랫폼 유형 - 광고형 .....	17
[그림 2-3]	전문직 서비스 플랫폼 유형 - 역경매형 .....	17
[그림 2-4]	전문직 서비스 플랫폼 유형 - 자동화 솔루션 .....	18
[그림 2-5]	위킹그룹 운영 경과 .....	38
[그림 3-1]	응답자 특성 .....	39
[그림 3-2]	법률 서비스 우려 사항 .....	41
[그림 3-3]	의료 서비스 우려 사항 .....	41
[그림 3-4]	세무 서비스 우려 사항 .....	42
[그림 3-5]	부동산 서비스 우려 사항 .....	42
[그림 3-6]	전문직 서비스 플랫폼 인지도 .....	43
[그림 3-7]	전문직 서비스 플랫폼 이용 경험 .....	43
[그림 3-8]	전문직 서비스 플랫폼 이용 이유 .....	45
[그림 3-9]	전문직 서비스 플랫폼 비이용 이유 .....	46
[그림 3-10]	전문직 서비스 플랫폼에 대한 인식 .....	47
[그림 3-11]	전문직 서비스 플랫폼 필요성 .....	48
[그림 3-12]	전문직 서비스 플랫폼 필요 이유 .....	48
[그림 3-13]	전문직 서비스 플랫폼 불필요 이유 .....	49



## 요 약 문

### □ 연구배경 및 목적

- 전문직 서비스 분야에서 플랫폼 비즈니스가 확산되고 있으나, 전문직 서비스 플랫폼들은 협단체의 반대 등 이해관계자 갈등 상황에 직면
  - (의료) 대한의사협회는 미용 의료 광고 플랫폼이 광고 심의 기준을 위반했다고 지적
  - (법률) 변호사 제공 및 광고 플랫폼은 대한변호사협회로부터 불법 사무장 로펌으로 건전한 수임질서를 교란한다는 지적을 받고 있음
  - (부동산) 한국공인중개사협회는 부동산 중개 플랫폼 등이 골목상권을 침해하고 있다고 주장
  - (세무) 세무 자동화 솔루션 서비스는 한국세무사협회로부터 무자격자의 세무대리 행위라는 지적을 받음
- 그러나, 기술진화에 따른 디지털 전환에 대한 수요는 전문직 서비스에서도 발생하고 있으며, 전문직 서비스 시장 경쟁 심화에 따라 비용 감소 및 서비스 차별화에 대한 필요성도 증대되고 있음
- 본 연구는 전문직 서비스 플랫폼 관련 이해관계자 갈등 요인이 무엇인지를 검토하고, 갈등을 해소하고 전문직 서비스 플랫폼의 발전을 촉진할 수 있는 정책대안을 도출하는 것을 목적으로 함

### □ 갈등을 야기하는 주요 쟁점 및 이에 대한 이해관계자 의견

- (신규 전문직들의 홍보 및 고객 유치) 전문직 플랫폼의 광고 효율성이 높기

때문에 신규 전문직역에 도움이 될 뿐 아니라, 고객층 확대 등 기존 전문직역에게도 도움

- (정보 비대칭 해소) 전문직 서비스 플랫폼을 통해 정보 비대칭이 해소되고 서비스의 투명성이 증대되어 소비자들이 서비스에 대해 정확히 알고 선택하는 시장으로 변화
- (경쟁 상황 변화) 전문직역의 숫자가 증가했기 때문에 경쟁이 심화된 것이지, 플랫폼의 유무와 관계없이 전문직역 서비스 시장에서의 경쟁은 원래 치열했음
- (불법중개 및 알선) 플랫폼 기업이 선임건에 대해 수수료를 가져가는 것이 아니므로 중개·알선이 아니라 단순한 광고대행에 불과
- (자본력이 있는 전문직역으로의 쏠림 현상 강화) 플랫폼 등장 이전의 시장 구조에서 대규모 자본으로의 쏠림 현상이 강했음
- (가격 경쟁 심화로 인한 서비스의 질 변화) 가격이 전문직 선택의 주요 요인이 아니며, 플랫폼으로 인해 전문직 서비스 공급자들이 소비자들에게 신경을 더 많이 기울이게 되어 서비스의 품질은 오히려 증대될 것

#### □ 전문직 서비스 플랫폼 활성화 저해 요인

- 기술의 발전과 부합하지 못하는 규제와 법률을 초월하는 협단체의 내부 규정
  - 빅데이터, 인공지능 등 기술의 발전을 고려하지 못한 규제 체계로 전문직 서비스 분야의 테크기반 서비스가 발전하지 못하는 한계
- 주무부처의 소극적인 정책 가이드라인과 협단체의 조율 의지 부족
  - 특히, 전문직 협단체의 경우 파급력, 조직력, 교섭력이 크기 때문에 이 분야에 새롭게 진출하는 플랫폼 스타트업의 경우 대응이 쉽지 않음

## □ 정책제언

- 특정 플랫폼을 금지시키는 방향의 규제 보다는 우려 사항을 보완할 수 있는 합리적 규제 방향 마련
  - 다부처 영역에 걸쳐있고 높은 이해관계자 복잡도를 갖고 있는 전문직 플랫폼의 속성을 고려한 협의체 구성
  - 전문직 서비스의 공공성을 훼손하지 않는 관점에서 전문직역이 아니면 할 수 없는 행위가 무엇인지에 대해 논의
  - 혁신적 기술의 진화방향에 부합하지 않는 현행 법제도 개선방향 논의
- 전문직 서비스의 플랫폼화의 순기능 강화, 역기능 방지를 위한 플랫폼 기업과 협단체의 협업 구조 구축
  - (플랫폼 기업) 정보 투명성 및 접근성 제고, 정보의 정확성 제고 노력
    - ※ (정보 투명성 및 접근성 제고) 전문직역이 플랫폼상의 활동에 대한 다양한 데이터를 제공하고, 플랫폼상의 중요한 규칙을 누구나 쉽게 확인할 수 있는 공간 제공을 통해 정보의 투명성 제고
    - ※ (정보 정확성 제고) 소비자들의 정확한 정보를 얻을 수 있는 것과 동시에 정확한 정보를 제공할 수 있도록 지속적 모니터링
- 협단체는 전문직 서비스 플랫폼이 서비스 공공성을 지키는 데 기여할 수 있도록 협업함과 동시에 플랫폼의 역기능을 모니터링하고 개선 사항 도출
- 전문직들의 디지털 플랫폼 리터러시 향상을 위한 프로그램 제공
  - 전문직역들의 디지털 역량 차이를 극복하고 플랫폼 서비스를 효율적으로 활용할 수 있도록 리터러시 제고 프로그램 제공
  - 다양한 교육프로그램, 플랫폼 톨의 용이성 개선을 통해 전문직역들의 플랫폼 활용도 제고
  - 혁신기술 및 플랫폼에 대한 이해도 제고

○ 플랫폼간 경쟁 활성화 및 혁신촉진

- 전문직 플랫폼 서비스에서의 전환비용 감소를 통해 플랫폼간 이용자들의 이동 용이성 제고 및 경쟁 촉진
- 전문직 플랫폼에 대한 창업 및 성장 지원으로 혁신적 플랫폼 기업의 지속적 시장 진입 촉진

○ 다양한 관점의 연구를 통해 증거기반 정책 마련

- 전문직 서비스가 야기하는 쟁점을 객관적이고 공정하게 판단할 수 있도록 전문직 서비스 플랫폼화가 산업구조 및 이해관계자들에게 미치는 영향 등 연구

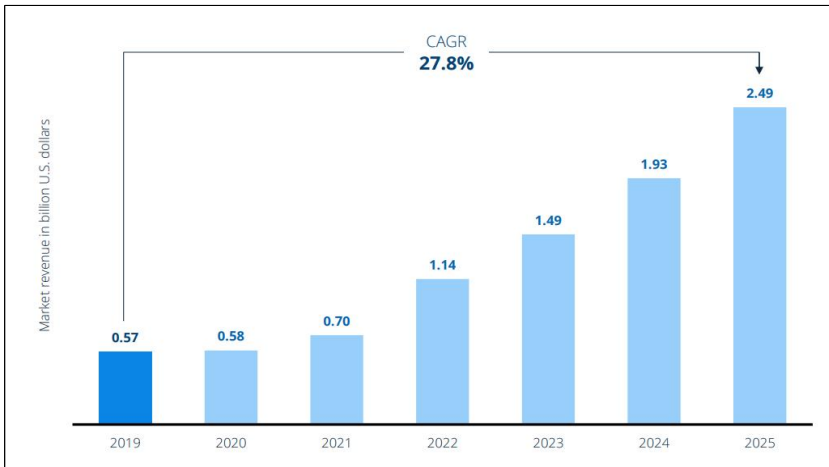
# 제1장 서론

## 제1절 연구 필요성 및 목적

### □ 연구의 필요성

- 플랫폼 비즈니스가 산업 전반으로 확대되는 플랫폼 경제가 부상하면서 의료, 법률, 세무 등 전문직 서비스 분야에서도 플랫폼화가 진행
- 다양한 유형의 리걸테크 서비스가 등장하고 있으며, 리걸테크 스타트업들은 아직 초기 단계이긴 하지만 빠르게 성장할 것으로 기대

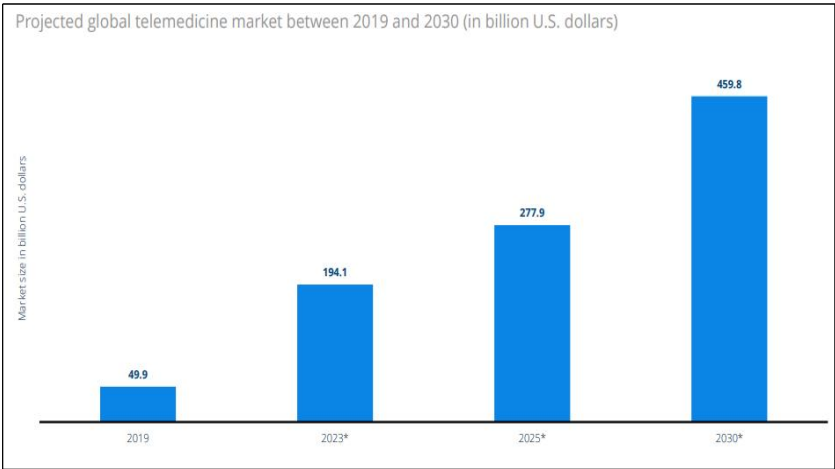
[그림 1-1] 전 세계 리걸테크 스타트업의 2019-2025 수익



자료: Statista(2020)

- 원격진료 시장도 팬데믹 동안 급성장

[그림 1-2] 글로벌 원격 진료시장 규모 2019-2030



자료: Statista(2021)

- 이처럼 전문직 서비스 분야에서 플랫폼 비즈니스가 확산되고 있으나, 전문직 서비스 플랫폼들은 협단체의 반대 등 이해관계자 갈등 상황에 직면
  - (의료) 대한의사협회는 미용 의료 광고 플랫폼이 광고 심의 기준을 위반했다고 지적
  - (법률) 변호사 제공 및 광고 플랫폼은 대한변호사협회로부터 불법 사무장 로펌으로 건전한 수임질서를 교란한다는 지적을 받고 있음
  - (부동산) 한국공인중개사협회는 부동산 중개 플랫폼 등이 골목상권을 침해하고 있다고 주장
  - (세무) 세무 자동화 솔루션 서비스는 한국세무사협회로부터 무자격자의 세무대리 행위라는 지적을 받음

[그림 1-3] 전문직 플랫폼과 협단체간 갈등



○ 그러나, 기술진화에 따른 디지털 전환에 대한 수요는 전문직 서비스에서도 발생하고 있으며, 전문직 서비스 시장 경쟁 심화에 따라 비용 감소 및 서비스 차별화에 대한 필요성도 증대되고 있음

- 이병준(2022)에서는 리걸테크는 법률서비스 분야가 거쳐 가야 하는 필수적인 단계라고 설명
- 법률 서비스 시장 내 경쟁 심화에 따라 차별화된 경쟁력이 요구되고 있으며 리걸테크를 이용한 서비스가 돌파구가 될 수 있을 것(양종모, 2017)
- 정부 또한 이러한 기술 변화에 주목하면서 전문직 서비스와 기술 융합을 위한 정책 방향 마련에 관심
- ※ 국토교통부는 부동산 분야에서 전통적 부동산업에 모바일, 빅데이터, VR 등 신기술을 접목한 프롭테크 산업이 전 세계적으로 성장하고 있는 것에 주목하여 부동산서비스 산업 진흥 기본계획 마련(국토교통부, 2020)

□ 연구의 목적

- 본 연구는 전문직 서비스 플랫폼 관련 이해관계자 갈등 요인이 무엇인지를 검토하고, 갈등을 해소하고 전문직 서비스 플랫폼의 발전을 촉진할 수 있는 정책대안을 도출하는 것을 목적으로 함



## 제 2 절 연구 방법 및 범위

### □ 연구방법

- 본 연구는 이해관계자 갈등을 겪고 있는 전문직 플랫폼 기업을 중심으로 워킹그룹을 구성하여 현업에서 느끼는 애로사항 청취 및 정책 수요 발굴
  - 의료, 법률, 세무, 부동산 등 네 개 분야의 기업들로 워킹그룹을 구성하였으며,
  - 의료의 경우 비대면 진료와 미용의료 광고 플랫폼 비즈니스를 하고 있는 두 개의 기업을 포함하고 나머지 분야는 대표적인 한 개 기업으로 구성

〈표 1-1〉 워킹그룹 구성

구분	기업(서비스명)	참여자
의료	닥터나우(닥터나우)	장지호 이사
	힐링페이퍼(강남언니)	황조은 홍보이사
법률	로앤컴퍼니(로톡)	오지현 매니저
세무	자비스앤빌런즈(삼짇삼)	김병규 부사장
부동산	직방(직방)	커뮤니케이션실

- 플랫폼 기업의 의견 청취와 함께, 플랫폼의 중요한 이해관계자 중 하나인 플랫폼을 이용하는 소비자와 전문직역의 목소리를 청취하기 위해 이용자 설문과 전문직역 대상 FGI를 수행

### □ 연구의 구성

- 2장에서는 전문직 플랫폼 서비스 현황 및 워킹그룹 운영을 통한 정책 의제 논의 과정을 설명

- 3장에서는 전문직 플랫폼 서비스 이용자 설문조사와 전문직역에 대한 FGI 조사 결과를 제시
- 4장에서는 연구결과를 종합하여 정책 방향을 제언

## 제 2 장 전문직 서비스 플랫폼 현황 및 정책 이슈

### 제 1 절 전문직 서비스 플랫폼 현황

#### □ 전문직 서비스의 플랫폼화

- 전 산업분야에서 디지털 전환이 가속화되면서 비대면 서비스의 이용자 층이 확대됨에 따라 비대면·온라인 서비스에 익숙한 소비자들의 전문직 서비스 플랫폼에 대한 수요 증대
  - 이와 동시에 전문직역들은 고객들의 주요 활동 공간인 온라인상에서의 광고 및 서비스 제공에 대한 니즈가 발생
  - 이에 따라 인터넷 기반의 플랫폼 서비스를 통해 수요자와 공급자를 연결하는 비즈니스 모델이 의사, 변호사, 세무사, 공인중개사 등 자격·면허를 획득해야 서비스를 제공할 수 있는 전문직 서비스 영역으로 확장

#### □ 전문직 서비스의 플랫폼화에 따른 기대효과

- (소비자 측면) 소비자들은 플랫폼 내에서 전문직 서비스에 대한 다양한 정보를 확인하고, 서비스를 편리하게 이용할 수 있게 되면서 전문직 서비스의 정보 비대칭 해소 및 서비스 접근성 증대
  - (정보 비대칭 해소) 전문직 서비스 플랫폼에서는 서비스 공급자인 전문직의 정보, 이력, 서비스 가격 등이 공개적으로 제공되어 전문직 서비스 시장의 고질적 문제로 제기되어온 정보 비대칭 해소 가능
  - (이용 편의성 제고) 인터넷 기반의 서비스 제공으로 시공간 제약이 완화됨에 따라 서비스 이용 접근성 증대 및 VR·AR/영상회의 서비스 등 다양한 기술

활용으로 서비스 이용경험 제고

- (전문직역 측면) 오프라인을 중심으로 제공되던 전문직 서비스가 온라인 플랫폼을 통해 이용할 수 있게 됨에 따라 고객층 확대 가능성 증대, 광고 효율성 증대 및 업무 효율성 증대
  - (모객 용이성 증대 및 고객층 확대) 온라인을 통해 오프라인 대비 더욱 많은 고객집단에 접근이 가능해지면서 모객 용이성 증대 및 고객층 확대
  - (광고 효율성 증대) 해당 전문직 서비스에 관심이 있는 고객층이 모여 있는 플랫폼을 전통적인 광고 매체(신문, 옥외 광고, 버스 광고, 검색 포털 광고 등)에 비해 낮은 비용으로 활용할 수 있게 됨에 따라 광고 효율성 증대
  - (업무 효율성 증대) 단순·반복 업무의 자동화 솔루션 제공, 화상회의 시스템 등을 통한 고객 상담 등을 통해 전문직역의 시간 절약 등 업무 효율성 증대

[그림 2-1] 전문직 서비스의 플랫폼화



□ 전문직 서비스 플랫폼의 비즈니스 모델

- 전문직 서비스 플랫폼의 유형은 크게 광고형과 역경매형, 자동화 솔루션으로 구분할 수 있음
  - (광고형) 전문직역은 플랫폼에 이력, 전문분야, 서비스 가격, 다양한 전문직

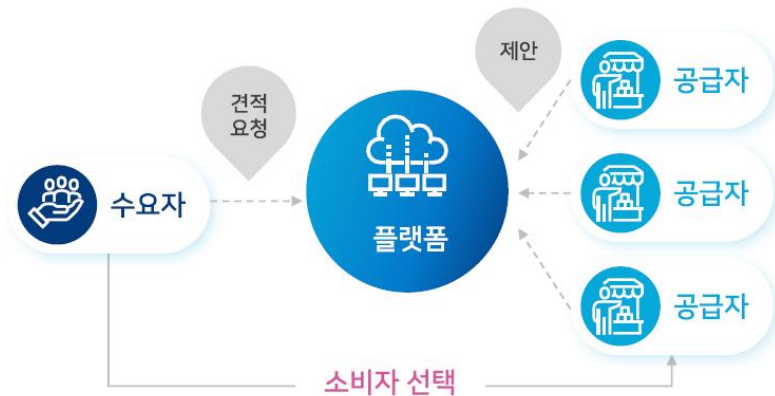
서비스에 대한 콘텐츠를 제공하여 자신을 홍보하고, 소비자들은 게시된 광고를 통해 전문가를 선택 및 이용

[그림 2-2] 전문직 서비스 플랫폼 유형 - 광고형



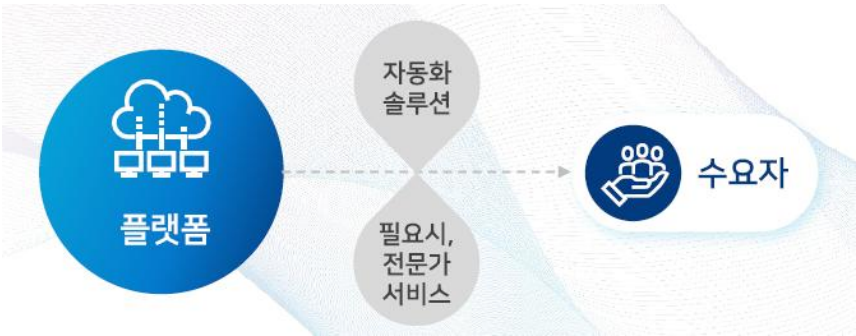
- (역경매형) 소비자가 플랫폼을 통해 필요한 서비스의 견적을 요청하면, 플랫폼과 제휴한 전문 자격사(공급자)들이 견적서를 제출해 입찰에 참여하고 소비자들은 견적서를 비교하여 전문가 선택

[그림 2-3] 전문직 서비스 플랫폼 유형 - 역경매형



- (자동화 솔루션) 플랫폼이 전문직 업무 일부를 자동화할 수 있는 솔루션을 개발하여 소비자에게 제공하는 방식

[그림 2-4] 전문직 서비스 플랫폼 유형 - 자동화 솔루션



□ 전문직역 서비스별 플랫폼 현황

- 의료 분야의 경우 비대면 진료와 처방 약 배송을 돕는 플랫폼, 통합 의료정보 플랫폼, 미용 의료정보 플랫폼 등이 제공되고 있음
  - (비대면 진료 및 처방 약 배송 플랫폼) 환자가 의사와 약국을 선택하여, 모바일 앱을 통해 비대면 진료와 처방 약 배송 서비스 제공
  - (통합 의료정보 플랫폼) 내 주변 병원 및 약국 찾기, 병원·약국 정보 및 후기, 실시간 대기 현황, 진료 예약 및 접수, 진료 알림, 진료비 결제 등의 서비스 제공
  - (미용 의료정보 플랫폼) 성형외과, 피부과 등 건강보험이 적용되지 않는 진료 항목의 정보를 얻을 수 있는 플랫폼으로 시술/수술 가격과 이용자의 시술 후기, 모바일 상담, 시술 결제 등의 서비스 제공

〈표 2-1〉 의료 플랫폼 유형 및 사례

구분	서비스 유형	사례
의료	비대면 진료/처방약 배송	   
	통합 의료정보	  
	미용 의료정보	   

- 법률 분야의 경우, 변호사 정보 제공 및 상담 플랫폼, 법령·판례 정보 제공 플랫폼, 법률 문서 자동 작성 플랫폼, 전자계약 플랫폼 등이 제공
  - (변호사 정보 제공 및 상담 플랫폼) 지역별/분야별 변호사를 확인하고, 변호사와 실시간으로 상담할 수 있는 서비스로 변호사 정보, 상담 비용 등이 공개되며 전화·영상통화·방문 등의 방식으로 상담 진행
  - (법령·판례 정보 제공 플랫폼) 사건 번호나 키워드를 입력하면 그와 관련된 판례를 찾아주어, 법률 문서 작성 등에 도움을 주는 서비스로 판례 보관이 용이하며 유사 판례를 보여주거나 법률 문서에 특화된 번역 서비스 제공
  - (법률 문서 자동 작성 플랫폼) 이용자의 간단한 입력/답변을 토대로 계약서, 고소장, 유언장 등의 법률 문서 작성을 도와주는 서비스
  - (전자계약 플랫폼) 비대면 간편 전자계약 서비스로, 문서 업로드 후 서명을 요청하면 상대방은 회원가입 없이 SNS 인증을 통해 서명을 완료하며, 체결된 계약서를 안전하게 공유/보관할 수 있는 서비스

〈표 2-2〉 법률 플랫폼 유형 및 사례

구분	서비스 유형	사례
법률	변호사 정보 제공 및 상담	LAW TALK 로스쿨 컴 Law&Good LAWYER MATCHING 법률블렌 새 사람과 똑같은 변호사
	법령·판례 정보 제공	LBBox LegalEngine LegalSearch LEX 법률우우
	법률 문서 자동 작성	최대치 법률로 마시멜로 로폼 LAW FORM 7807
	전자계약 서비스	MODUS/GN 국민약속 Glosign COMAKE eSignon

- 세무 분야의 경우, 세무사 비교 견적 플랫폼, 매출 관리 및 세무 관리 플랫폼, 세금 신고 지원 플랫폼이 제공
  - (세무사 비교 견적 플랫폼) 이용자가 웹 또는 앱을 통해 세무 관련 견적을 요청하면, 세무사들이 견적을 제출하고 이를 기반으로 세무사를 매칭시켜 주는 서비스
  - (매출 관리 및 세무 관리 플랫폼) 법인 또는 소상공인을 대상으로 매출과 비용 등 회계 관리 서비스를 제공하고, 이를 기반으로 다양한 유형의 세무 관리 서비스를 제공
  - (세금 신고 지원 플랫폼) 홈택스를 기반으로 소상공인, 프리랜서, 단기근로자, 개인사업자 등의 세금 관련 기초 자료를 조회하고, 셀프 환급 신청을 지원하는 세무 DIY 서비스



〈표 2-3〉 세무 플랫폼 유형 및 사례

구분	서비스 유형	사례
세무	세무사 비교 견적	  
	매출 관리 및 세무 관리	  
	세금 신고 지원	 

- 부동산 분야의 경우, 부동산 중개 플랫폼과 부동산 데이터 및 가치 산정 플랫폼이 제공되고 있음
  - (부동산 중개 플랫폼) 플랫폼상에서 부동산 매물의 특징(구조, 면적, 옵션 가구 등)과 가격 등의 정보를 확인하고 연계된 공인중개사를 통해 부동산 매물을 거래하는 서비스
  - (부동산 데이터 및 가치 산정 플랫폼) 부동산 매물의 매매 혹은 전세 가격을 실시간을 조회하고, 부동산 빅데이터 분석을 통해 매물의 시세 산정 및 매물 분석 등의 정보 제공

〈표 2-4〉 부동산 플랫폼 유형 및 사례

구분	서비스 유형	사례
부동산	부동산 중개	    
	부동산 데이터 및 가치 산정	    

## 제 2 절 정책 이슈: 워킹그룹 운영을 중심으로<sup>1)</sup>

### 1. 1차 회의: 플랫폼별 갈등 상황 논의

#### □ 플랫폼별 갈등 현황

- (자비스앤빌런즈) ‘삼점삼’은 세금환급을 도와주는 솔루션으로 한국세무사회와 ‘세무 대리 금지’ 조항을 두고 대립
  - 세무사들이 우려하는 것은 자기 직역에 대한 방어라 할 수 있음
  - 세무사 서비스 이용 가격 때문에 세무사에게 맡길 수 없는 계층, 예를 들면 배달대행 종사자가 늘어나면서 종합소득세 신고 수요가 증가한 것이 삼점삼 서비스 이용자 증가의 이유 중 하나
  - ※ 세무사가 제공하는 가장 낮은 가격의 서비스가 30만 원인데, 종합소득세 환급이 2~5만 원 정도이기 때문에 이 영역은 기존에 세무사가 서비스를 제공하지 않았던 영역
  - 삼점삼 솔루션은 사람이 세무 서비스를 제공하는 영역을 AI로 대체하는 것이 아니라 이 영역을 프로그램화해서 실현한 것인데, 세무사들은 라이선스 없는 곳이 자기 직역에 들어왔다는 데에 대한 거부감을 나타냄
  - 세무사들은 기술이 고도화되면 언젠가 세무사가 실제로 하고 있는 일까지 대체하지 않을까라고 우려하는 데, 과도한 우려라고 생각. 전문가가 할 수 있는 영역을 프로그램으로 설계하는 것은 쉽지 않음
  - 세무대리와 대행이 개념적으로 다르다고 생각하며, 세무대리라고 하는 정도로 고도화된 업무를 제공하는 서비스가 아니라 이용자 대신 계산을 해준 정도로 대행에 가까움
- (직방) 직방과 공인중개사 협회의 갈등은 중개사측에서 플랫폼이 직접 중개

---

1) 본 절의 내용은 워킹그룹 논의과정에서의 각 플랫폼 기업 참여자들의 의견을 요약하여 정리한 것으로 연구진의 의견과는 일치하지 않을 수 있음

- 에 진출한다는 것에 대해 크게 우려하고 있는 것에서 야기
- 그러나 직방의 비즈니스 모델은 중개사의 라이선스는 계속 인정을 하는 구조이고 중개사들과 상생하는 모델이므로 직접중개에 대한 해석에 있어서는 분명한 차이가 존재
  - 직방에서는 부동산 영역의 정보비대칭성을 해소하기 위한 소비자 대상 정보 제공, 중개사들이 전문직으로 인정받을 수 있도록 좋은 도구를 제공하는 역할을 고민하고 있음
  - 소비자 피해 구제나 안전 장치를 마련하기 위해 중개 법인을 세워서 적법하게 조율 및 원활한 서비스를 하려고 한 것인데 이것을 우회 진출로 보면서 논란이 발생
  - 골목상권 침해에 대해서는, 공인중개사는 소상공인이 아니라 전문직에 포함되는 집단으로 봐야 한다고 생각하며 중개에 대한 책임을 회피하기 위해서가 아니라 명확하게 책임을 지겠다는 의도로 법인을 마련한 것
  - 최근 공인중개사 자격증은 있지만 개업도 어렵고, 폐업도 많은 상황에서 기회조차 펼칠 수 없는 신규 중개사분들이 창업·개업할 수 있도록 지원하는 것이 직방의 모델
- (로앤컴퍼니) 전문직쪽에서의 오해나 공포에서 오는 지역수호를 위한 주장이 갈등의 원인이라는 것이 공통점. 대한변호사협회(이하 변협)은 플랫폼이 저가 수입경쟁, 자본 종속, 공공성 훼손 등을 야기한다고 주장
- 변협은 내부 규정을 통해서 변호사들이 법률 플랫폼에 가입 혹은 협조하는 것을 징계 가능한 상황. 징계위 구성 전 단계인 조사위원회 발족으로 현재 로톡의 변호사 회원 탈퇴, 매출감소가 나타나고 있음
  - 로톡은 변호사 광고 플랫폼으로 더 많은 사람들이 변호사의 조력을 받을 수 있게 하고 변호사 시장 파이 자체를 키우는 것이 목적임
- ※ 변호사 공급 과다로 경쟁이 격화되고 있는 시장 상황으로 변호사들도 스마트폰 광고에 대한 니즈가 있으며 플랫폼은 법률서비스에 대한 심리적

허들을 낮추어 법률 시장 수요를 키우고자 함

- 공공성의 훼손에 대해 로톡은 정액제 광고비가 유일한 수익원으로 특정한 변호사에게 알선해 주는 서비스가 아님. 정액 광고비를 받고 한 달간 변호사 홍보 및 광고활동을 돕는 비즈니스 모델이므로 신생브로커라는 지적은 맞지 않음
- 자본 종속 측면에 있어서는, 네이버/구글 등에 광고를 할 수 없는 청년 변호사들이 80% 정도 활동하고 있으므로 이들에게 있어 로톡은 자본 종속이라기 보다는 새로운 대안
- (힐링페이퍼) ‘강남언니’는 비급여 진료과목에 대한 광고 플랫폼으로 현재 대한의사협회의 광고심의 기준 위반, 불법 중개 및 알선 앱이라는 이유로 갈등을 겪고 있음
- 의료 광고 심의 자체로 갈등을 빚는 것은 아니며, 의협의 자의적인 기준에 따른 갈등이 야기. 현재 대한의사협회의 의료광고 심의 기준은 의료법에서 허용하는 부분을 불법으로 분류하여 금지해오고 있음(예. 진료 가격 공시 및 치료 전/후 사진, 이용자 후기 금지)
- ※ 이와 관련해 과기정통부 규제샌드박스 신속처리 결과 보건복지부는 2021년 7월, ‘의료광고 내 비급여 진료비용 표기’ 합법, ‘의료광고 내 치료 전후 사진 표기’ 합법(동일인물, 경과기간, 부작용 명기시), ‘이용자의 자발적 치료경험담(후기)’ 합법(병원으로부터 경제적 대가를 받지 않으시)이라는 의견 제시
- 불법의료 광고 제작을 유도하고 알선하기 때문에 의료 광고심의 대상에 포함시켜야 한다는 의협의 지적에 대해서는, 강남언니는 의료광고 시장의 자정능력을 높이기 위해 허위 의료 후기 차단, 3단계 불법광고 사전검수, 유저 평가 빅데이터 기반 고객인증 병원 관리 등의 제도를 운영하고 있어 불법 광고를 유도하거나 알선하지 않음
- 의료광고 사전 심의 자체에는 동의하지만, 사전심의 대상 확대\*는 의료정

보 앱에 광고하는 소규모 병원들까지 심의를 받게되는 경우 심의수수료, 심의 결과 지체 등으로 소형 병원들의 부담이 과중될 우려

\* 남인순 의원 대표 발의안에서는 정보통신서비스 제공자가 운영하는 인터넷 매체를 모두 의료광고 사전심의 대상으로 규정하고 있으며, 김성주 의원 대표 발의안에서는 자율심의기구가 상호협의하여 보건복지부 장관 승인을 받아 인터넷 의료광고 사전심의대상을 지정하도록 하는 등 발의된 의료법 개정안에서는 모두 인터넷 의료광고 사전심의대상을 확대하는 방향

○ (닥터나우) ‘닥터나우’는 비대면 진료와 처방약 배송 서비스를 제공하는 서비스인데, 의료법과 약사법 위반 소지로 갈등

- 비대면 진료는 전 세계적 추세이므로 의료법\*은 개정이 될 것으로 생각

\* 의료법 제17조와 제33조, 제34조는 의료인은 ‘직접’ 진찰하고, ‘의료기관’에서 의료업을 해야 하며, 정보통신기술을 사용한 원격의료는 의료인 간에만 가능하다고 규정

- 가장 대치되는 것이 의약품 배송인데, 약사법\*은 법이 현재의 시장을 따라가지 못하고 있기 때문에 발생하는 문제라 생각

\* 약사법 제50조는 약사가 약국 또는 점포 이외의 장소에서 의약품을 판매하여서는 아니 됨을 규정

- 약국쏠림 우려는 쿼터제로, 약품변질 우려는 안전배송 가이드라인으로, 오배송 우려는 앱지문 인식을 통한 신원 확인, 향정신성 약물 처방의 경우 데이터 기록 및 시스템을 통한 추적으로 해결할 수 있다고 생각. 무조건적 금지가 아니라 개선 방향을 함께 고민할 필요

- 플랫폼간 직역간 갈등이 아니라, 직역 내에 신규 갈등, 자본력 갈등이 존재하므로 플랫폼과 직역간 프레임으로 단순화하지 않았으면 함

□ 갈등 해결 방안에 대한 의견

- 플랫폼에 대한 오해를 해소하기 위해서는 소비자 편익 등에 대한 데이터를 통해 새로운 플랫폼이 시장에 미치는 긍정적 영향 등을 조사할 필요
  - 공신력 있는 중립적 연구기관 등에서 이용자나 이해관계자 조사 등을 통해 데이터를 축적하면 좋겠음
  - 서비스 공급자들, 즉 전문직역들도 플랫폼을 통해 혜택을 얻을 수 있고 모든 전문직역이 플랫폼을 반대하는 것은 아니기 때문에 이에 대한 조사도 함께 이루어지면 좋을 듯함
- 이슈들의 양상이 다르지만, 왜 금지 규정이 존재하는지에 대해 명확히 이해할 필요
  - ‘약을 약국에서만 팔아야 한다’, 혹은 ‘의료 광고 규제’ 등의 규정들이 등장하게 된 시대적 배경과 현재에도 이 사업모델이 금지되어야 하는지를 고민해볼 필요
- 타다와 전문직 플랫폼은 문제가 다소 상이함
  - 타다 사건의 핵심은 규제를 받던 집단이 규제를 받지 않는 신규 모빌리티 플랫폼에 대한 일종의 정서적 폭발이 있었던 것이고, 정부가 이를 받아들이는 것이라 생각
  - 전문직 서비스 플랫폼은 종래에 누가 하던 것이 아니라는 차이

**2. 2차 회의: 해외 전문직 플랫폼 서비스 동향 및 국내 규제 논의**

□ 의료 플랫폼

- 의료 플랫폼 해외 사례
  - (미용 의료정보 플랫폼) 대표적 사례는 중국의 ‘신양커지(新氧科技)’로 이

서비스에서는 몇초 안에 성형외과 의사와 연결·상담이 가능하며 이미지를 통해 가상성형을 체험해보거나 VR/AR을 통해 병원을 체험할 수 있는 등 고도화된 기술이 적용

- 강남언니의 경우는 '20년 12월, 일본에 서비스를 런칭. 현재 일본 내 입점 병원수 1위인 미용 의료 플랫폼으로 성장

- (원격 진료 플랫폼 해외 사례) 중국은 JD케어, 핑안굿닥터, 알리헬스 등 비대면 진료 서비스들이 활성화되고 있으며, 미국에서도 원격진료 플랫폼 Teladoc 활성화, 아마존이 일반의약품 배송하는 스타트업 필팩을 인수하며 약배송 시장 확대

#### ○ 미용의료 광고 플랫폼 국내외 규제 동향

- (해외 동향) 중국의 경우 의료광고 심의를 정부가 담당하나, 심의 기준이나 법 조항의 해석이 달라지는 등의 문제는 없음

- 미국/유럽/일본에서도 미용 의료정보 플랫폼을 규제하는 법안은 없는 것으로 확인

- (국내 동향) 의료광고는 대한의사협회의 '자율심의기구'에 의해 이뤄지며, 의협은 의료광고 사전심의 대상을 플랫폼 기업으로 확대해야 한다고 주장

- 현행 의료법에 따르면 진료 가격 공개와 일반인 후기는 불법이 아니나, 의협의 기준에서는 불법 의료광고에 해당

#### ○ 비대면 진료 및 약 처방 플랫폼 국내외 규제 동향

- (해외 동향) 전 세계적으로 원격의료와 온라인 의약품 처방을 허용하고, 고위험군 약물에 한정해 제한하는 추세

- ※ 미국은 비대면 진료도 메디케어(건강보험) 안에서 보험 혜택을 받을 수 있으며, 일본은 코로나 팬데믹으로 원격의료를 사실상 전면 허용

- (국내 동향) 보건복지부는 코로나19로 인한 의료인, 환자, 의료기관 보호를 위해 감염병예방법 제49조의 3항에 근거하여 한시적 비대면 진료를 허용

※ 현재 원격의료, 원격진료, 비대면 진료 등의 용어가 혼용되면서 혼란이 가중되고 있으며, 재진부터 원격의료가 가능하게 되면 실수요자(예. 육아맘, 도서 지역 거주민)의 상황을 반영하지 못할 가능성이 있어 진료 대상 확대 필요

#### □ 변호사 광고 플랫폼

○ 해외에서는 법률 서면 자동작성, 법률 정보 분석, 전자정보 개시 등 다양한 분야에서 많은 리걸테크 기업들이 출현하고 있음

- 온라인 법률 서비스 플랫폼 로켓로이어의 경우 유니콘 기업으로 성장되는 등 성장

○ (현재 규제 동향) 로앤컴퍼니와 같은 변호사 광고 플랫폼의 경우, 형사 고발이 지속되고 있는 부분과 변호사법 내규 개정을 통해 징계를 통한 규제로 나누어 살펴볼 수 있음

- (형사 고발) 2014년 로톡 서비스 출시 이후 대한변협은 변호사법 제34조에서 금지하고 있는 유상 알선·중개를 하고 있다는 혐의로 8년에 걸쳐 3차례의 수사를 받게 됨

※ '15년 서울지방법변호사회가 로앤컴퍼니를, '16년 변협이 로앤컴퍼니 포함 변호사 소개 사이트 4곳을, '20년 직역수호변호사단이 로앤컴퍼니를 변호사법 위반 혐의로 고발

- (내규 개정) '15년과 '16년 고발사건 수사에서 로앤컴퍼니가 무혐의 처분을 받아 변협은 내규인 '변호사 광고에 관한 규정'과 '변호사 윤리장전'을 개정하여 로톡과 같은 온라인 법률 플랫폼에 참여하는 변호사들을 징계할 수 있는 근거 규정을 만들

※ 변협이 변호사 징계에 대해 1차 징계를 할 권한을 가지고 있으며 징계 이력은 변호사에게 이력상 굉장히 큰 불이익



- 징계 위협이 현실화되면서 로톡의 변호사 회원들의 상당수가 탈퇴

## □ 세무 플랫폼

### ○ 현재 세무사법 규정

- 현 세무사법은 세무대리를 할 수 있는 사람을 세무사 자격을 가진 사람으로 엄격히 제한하고 있으며,
- 그 취지에 대해 대법원은 건전한 세무질서를 확립하고 납세자의 정당한 권익을 보호하며 세무대리 행위의 적정성과 공정성을 확보하기 위해 입법된 것으로 해석

### ○ 문제점

- 세무대리라고 하는 업무를 지나치게 광범위하게 규정하고 있으며, 지나치게 광범위한 업무에 대해 배타적인 독점권을 부여
  - ※ 세무사법 제2조 1호에서 8호까지의 업무와 1에서 8호까지의 행위 또는 업무에 딸린 업무도 모두 ‘세무 대리’로 규정
  - ※ 우리나라는 자격증을 소유해야만 세무 서비스를 제공할 수 있는데, 미국의 경우 원칙적으로 누구나 세무 서비스를 제공할 수 있지만 제한적으로 어떤 업무에 한해서는 라이선스를 가진 사람으로 제한
- 즉, 해외에서는 세무나 회계가 광범위한 업무이기 때문에 라이선스를 가진 사람에게 어디까지 독점권을 줄 것인지를 원칙과 예외라는 구조로 접근하는데 비해 우리나라와 일본 정도만 모든 것을 세무사가 할 수 있는 구조
  - ※ 영국, 네덜란드 등에서는 국가 혹은 민간협회에서 세무사 자격증을 발급하나, 서비스 품질을 보장하는 인증에 불과하며 이것이 세무 서비스 제공을 위한 필수요건은 아님
  - ※ 미국은 재무부가 등록대리인(enrolled agent)제도를 운영하고 있으나, 연방 조세업무 중 국세청에 대한 대리행위를 수행하는 것에만 등록대리

- 인, 공인회계사 혹은 변호사 자격증이 필요하고 법이 규정한 특정 영역 이외에는 자격증 소유 여부와 상관없이 누구나 세무서비스 제공 가능
- 전문 자격사간 동업을 허용하지 않고 있으며 타법인이 다른 법인에 대한 지분도 가질 수 없기 때문에 어떤 개발 프로그램을 만든다고 하더라도 세무법인안에서 모든 일이 벌어져야 하므로 결국 아무것도 못하는 결과
  - 이러한 문제점들로 인해 세무 서비스 공급자들이 서비스 방식을 혁신할 유인이 부족함
- ※ 저소득 개인사업자 대상의 서비스 자체가 존재하지 않는 이유도 세무사들이 직접 혹은 직원을 고용하여 제공할 수 있는 서비스는 단가 인하에 한계가 있고, 세무법인이 일반 주식회사와 협업할 수 있는 구조가 막혀 있는 상황에서 세무사들이 스스로 저소득 개인사업자들을 위한 프로그램 개발이 쉽지 않기 때문

#### □ 정책방향에 대한 의견

- 브로커와 온라인 플랫폼을 구분
  - 사회적 폐해를 야기하던 브로커들의 무분별한 유인 행위를 규제하고자 하는 목적으로 도입된 것으로 보임
  - 온라인 플랫폼의 경우 특정한 전문직역을 소개해주지도 않고 전문직역의 매출에서 수수료를 취하는 방식의 비즈니스 모델을 갖고 있지 않으므로 브로커와 플랫폼은 구별할 필요
- 전문직역 소관 정부부처의 관리감독 강화
  - 각 협단체의 스타트업에 대한 부당하거나 법을 초월하는 규제가 발생하지 않도록 담당 소관부처에서 철저히 지휘·감독할 필요
  - 전문직역 단체가 법률로부터 일부 자격제도 운영 관련 업무를 위임 받았다 하더라도 모법에 명확한 근거가 없는 자의적 규제를 하는 일이 발생하지

않도록 부처가 감시하고 개입해야 함

- 건전한 시장 경쟁을 보호하는 공정거래위원회의 역할 필요
  - 전문직역의 경우 국가에서 라이선스를 가진 사람들만 서비스를 제공할 수 있도록 독점적 권리를 보장해 주고 있는데, 소비자인 일반 국민이 아닌 공급자가 시장의 룰을 정하는 공급자 중심의 시장이 형성
  - 협단체가 특정 플랫폼을 사용하지 않도록 저해하는 행위를 하거나 불공정 행위를 했을 때, 전문직역들이 이를 거부할 수 있는 선택권이 사실상 없으므로 공정위의 개입 필요
- 중개 금지나 동업 금지 조항이 도입된 배경을 이해하고, 중개가 허용되는 핵심 영역과 동업이 금지되는 범위를 명확하게 설정할 필요

### 3. 3차 회의: 이용자 설문 및 FGI 논의

#### □ 이용자 설문

- 전문직 서비스 플랫폼에 대한 내용들을 공통으로 묶어서 가는 것도 대안 중 하나. 전문직 플랫폼에 대한 이용경험, 만족도, 필요성 등을 포함
- 이용경험 여부와 관계없이 공통문항으로 구성하는게 좋을 것 같다고 생각.
  - (공통문항) 전문가를 찾는 경로, 오프라인 전문직 서비스 이용 경험 및 만족도, 전문직 플랫폼 인식(편익/역기능, 우려되는 사항), 전문직 플랫폼 이용 경험, 이용 의향 및 이유, 전문직 플랫폼 필요성, 플랫폼 개선점 등에 관한 질문으로 구성

#### □ 전문직 FGI

- (FGI 대상) 플랫폼을 이용하고 있는 전문직들을 대상으로 플랫폼 이용 경험 및 각 서비스별 쟁점에 대한 개인적 견해에 관한 질의응답으로 진행

- (FGI 질문) 전문직 플랫폼 이용 경로, 전문직 플랫폼 이용 현황, 전문직 플랫폼 이용 전/후 변화, 전문직 플랫폼 이용 만족도 및 개선점, 이익 단체들의 지적에 대한 의견, 전문직과의 상생 방안 등을 질의함으로써 플랫폼 이용의 장/단점 청취

#### 4. 4차 회의: 세무 중개 플랫폼 현황 및 전문직 플랫폼 관련 규제 현황

##### □ 세무 중개 플랫폼 현황

- 세무사 비교 견적 서비스 세무통은 세무사/공인회계사가 필요한 사업주, 개인의 견적 요청에 대해 세무사가 입찰에 참여하는 역경매 방식의 서비스
  - 다양한 경력의 세무사/회계사가 존재하며, 고객들은 후기를 남길 수 있고 이러한 후기가 세무사 선택 시 중요한 참고사항이 되고, 세무사들은 평판 관리를 하게 됨
  - 비교 견적과 관련해 세무사협회에서 지적하는 것은 가격비교가 가능해져서 결국 저가 수입으로 이어진다는 것인데, 우려와 달리 드라마틱하게 가격이 감소하는 상황은 벌어지지 않고 있음
- 세무사 서비스는 ‘사업자’와 ‘일반 개인’을 대상으로 하는 서비스로 구분할 수 있음
  - (사업자 대상 서비스) 세무기장/장부작성, 부가가치세 신고, 종합소득세 신고 등이 있으며 회계 직원들이 업무의 대부분을 수행하고 있으며 자동화도 많이 이루어진 영역
    - ※ 부가가치세, 일부 종합소득세 등에 대한 직접신고 비중 증가
    - ※ 유튜버, 해외직구처럼 새로운 유형의 비즈니스가 등장하고 있어 업종 전문 세무사에 대한 니즈 존재
  - (일반 개인 대상 서비스) 양도소득세, 상속/증여세, 부동산 관련 자문/컨설팅

팅 서비스가 있는데 세무사가 전적으로 담당하며 세무사별로 실력차이가 큰 분야

※ 세목별 전문 세무사 찾는 데 어려움

#### □ 규제 현황 및 개선 방향에 대한 의견

##### ○ 전문직 플랫폼 활성화를 위한 규제 개선 방안

- 평행선을 달리는 현 상황에서 정부와 국회가 명확하게 갈등을 해소할 수 있는 가이드라인을 제시하는 것이 시급
- 전문직역의 업무 범위를 더 명확하게 규정할 필요가 있으며, 현행법으로 불법 여부를 판단하기 어려운 애매한 영역에 있는 서비스를 공급할 수 있는 환경 마련
- 플랫폼 산업에 대한 이해도가 높은 부처 및 전문가로 구성된 논의체 마련
- 법이 앞선이나 중개를 금지하는 이유에 대해서 명확하게 드러내고, 지금 현실에서는 이를 금지할 이유가 없다거나, 기술 발전이나 환경 변화로 인해 지금은 예전과 같은 우려가 발생할 상황이 아니라고 논증할 필요

※ 과거에 제정된 법들을 기술이 발전한 현실점에서도 동일하게 적용해야 하는지 고민해볼 필요

### 5. 5-6차 회의: 전문직 서비스 플랫폼 활성화 정책 방안에 대한 의견 수렴

#### □ 전문직 서비스 플랫폼의 필요성

- 기술의 발전과 코로나19의 영향으로 서비스를 이용하는 방식이 근본적으로 변화하면서 변화된 방식에 맞는 전문직 서비스 이용에 대한 니즈 존재
- 소비자 후생 증진
  - (정보 비대칭성 해소) 전문가의 정보, 서비스 비용, 서비스 내용, 이용 후기 등이 플랫폼상에 공개되면서 이용자의 알권리 강화 및 정보 비대칭 문제 해소

- (접근성 증대) 전문직 서비스의 플랫폼화는 전문직 서비스에 대한 이용자의 심리적 장벽을 낮춰, 더 많은 사람이 전문직 서비스를 이용할 수 있도록 기여
- (이용 편리성) 플랫폼과 다양한 기술의 결합으로 예약, 상담, 정산 등 전문직 서비스 이용의 전 과정이 자동화되면서 이용자 편리성 제고 및 서비스 품질 제고

○ 전문직역 후생 증진

- (광고 효율성 증대) 기존 오프라인 광고비 대비 소액의 광고비로 효율을 낼 수 있어, 신규 전문직이나 소규모 집단이 합리적 비용으로 광고 집행 가능
- (업무 효율성 증대) 전문직 업무의 디지털 전환을 촉진하여 전문직의 업무 생산성 향상에 기여

※ (부동산 중개) 3D, VR, 비대면 상담등 신기술 기반 도구 제공, (법률) 예약/결제 솔루션 등 변호사 상담 과정 효율화

- (신규 시장 창출 및 서비스 사각지대 해소) 전문직 서비스의 플랫폼화로 이용자의 접근성이 증대됨에 따른 시장 확대 및 기술 활용으로 인한 비용 절감으로 기존에 제공되지 못했던 서비스 층에 서비스 제공 가능
- (지역내의 불평등한 환경 개선) 기성세대 전문직역이 자리잡고 있는 시장에서 신규 전문직역의 개업·창업에 기여

※ 병원, 약국, 부동산 등 오프라인상에서 지리적 위치가 중요했던 서비스 들에서 온라인이라는 공간 제공을 통해 지리적 제약 해소

□ 협단체와의 갈등을 야기하고 있는 쟁점에 대한 의견

- ‘전문직 서비스의 플랫폼화로 전문직역의 의존도가 높아질 것’이라는 의견에 대한 견해

- 과도한 수수료 지불로 특정 플랫폼이 독점적 이익을 취하거나, 플랫폼 없이 전문직 생존이 어려워질 경우 적재적소에 필요한 사전/사후 규제가 필요하겠으나, 전문직 플랫폼은 안정적 시장 진입과 인지도 상승이 필요한 신규 전문직역이 첫 홍보 창구로 활용하기에 적합한 채널
- 전문직 서비스는 국가가 자격 부여를 엄격하게 통제하는 시장으로 일반적 서비스와 달리 중개 수수료 수취가 금지 되는 등 태생부터 플랫폼에 대한 의존도가 높아질 수 없는 구조
- 또한 전문직역은 광고·마케팅 도구로써 플랫폼 활용 여부를 자유롭게 선택할 수 있음
- ‘가격 공개 등으로 인해 가격 경쟁이 심화되어 서비스 품질이 악화될 것’이라는 주장에 대한 견해
  - 플랫폼 이용자는 평점이나 후기 등의 정보를 고려하여 합리적인 서비스를 받고자 하는 경향이 강하고, 가격이 의사결정에 영향을 주는 유일한 기준이 아니기 때문에 서비스 품질이 낮아지지 않을 것
    - ※ 정보가 공개되는 구조에서 전문직역은 서비스 품질을 높이지 않으면 소비자들의 신뢰 및 선택을 받기 힘들
  - 플랫폼에서의 가격 공개는 소비자의 알권리를 강화하고 소비자의 협상력을 높이는 효과
    - ※ 가격 정보는 소비자의 합리적 선택을 위한 가장 기초적이고 필수적인 정보
- 전문직 플랫폼의 경우 가격 경쟁을 유도하는 것이라기 보다는 오프라인에서 접근이 어려웠던 전문직역과 연결되는 ‘기회’가 제공되는 것이 핵심
- 플랫폼에 참여하는 소비자와 전문직역이 서비스 품질에 만족해야 생존할 수 있기 때문에 염가 경쟁으로 인한 서비스 품질 악화는 플랫폼 기업이 방지해야할 상황 중 하나

- ‘전문직 서비스의 플랫폼화로 광고비를 많이 지출할 수 있는 대규모 자본을 가진 전문직역으로의 쏠림 현상이 강해질 것’이라는 주장에 대한 견해
  - 광고비를 많이 지출한다고 해서 쏠림 현상이 발생하는 것은 지금의 디지털 시대의 흐름과는 차이가 있으며, 소비자는 단순 광고로 서비스를 선택하는 것이 아닌, 사용자 경험 등 서비스 품질을 더 우선함
  - 플랫폼의 특성상 얼마나 많이, 시선을 끄는 곳에 노출되었는지도 중요하지만, 이용자들의 평가, 후기, 서비스 가격, 서비스 소개 등도 중요하므로 광고비를 많이 지출하는 기업만 유리하지는 않을 것
  - 기존의 전통적 광고보다 저렴한 광고 플랫폼이기에 대규모 자본을 가진 전문직보다 신규 전문직에 기회로 작용, 쏠림 현상을 완화하는 계기가 될 수 있음
  - 또한, 현재의 전문직역 광고 플랫폼이 더 많은 돈을 낼수록 검색 결과 상단에 노출되는 구조가 아님
    - ※ 로톡에 월 정액 25만 원(키워드 10개)부터 시작하는 광고 모델로 더 많은 돈을 낸다고 해서 검색 결과가 상단에 노출되는 구조가 아님
    - ※ 강남언니는 일부 광고배너 및 팝업광고 구간을 제외하고는 광고비 지출과 상관없는 의료 광고 순서로 노출(상담신청 순위, 수술실 CCTV 보유 병원 목록, 소비자 만족 병원 목록 등의 광고기획전 형태로 제공)
- ‘전문직 정보 제공 및 광고 플랫폼에서 허위, 과장 광고가 많이 유통될 것이다’라는 주장에 대한 견해
  - 소비자 후기, 거짓 광고 신고정책 등 소비자 모니터링이 수반되기 때문에 오히려 플랫폼은 허위, 과장 광고 등 불법 행위를 하는 전문직역을 걸러내기에 적합
  - 플랫폼 자체가 허위, 과장 광고에 대한 적극적인 제도 활동을 펼치고 있으며 내부적으로 가이드라인을 마련하여 광고를 검수하고, 시정 조치도 수시



로 진행 중

- 허위광고의 우려가 있으므로 온라인 플랫폼 서비스 자체를 규제한다는 것은 구더기 무서워 장을 담그지 못한다는 주장에 불과
- ‘전문직역 업무의 자동화로 인해 서비스 결과에 대한 책임이 이용자에게 전가될 것’이라는 주장에 대한 견해
  - 서비스 결과에 대한 ‘책임’은 플랫폼 기업의 이용 약관에 충분히 명시할 수 있음
  - 업무의 자동화로 서비스 이용자에게 손실이 발생한다면, 이는 자동화를 설계하고 판매한 자의 책임이지 이용자에게 전가될 성질은 아님
  - 구매 등이 이뤄지는 과정에서 생기는 문제들을 전문직과 플랫폼이 책임질 것이라는 신뢰를 보여주는 것이 중요

#### □ 전문직 서비스 플랫폼 활성화 저해 요인 및 개선 방향

- 기술의 발전과 부합하지 못하는 규제와 법률을 초월하는 협단체의 내부 규정
  - 빅데이터, 인공지능 등 기술의 발전을 고려하지 못한 규제 체계로 전문직 서비스 분야의 테크기반 서비스가 발전하지 못하는 한계
- 주무부처의 소극적인 정책 가이드라인과 협단체의 조율 의지 부족
  - 특히, 전문직 협단체의 경우 파급력, 조직력, 교섭력이 크기 때문에 이 분야에 새롭게 진출하는 플랫폼 스타트업의 경우 대응이 쉽지 않음
- 저해 요인 해결을 위한 정책 방안
  - 정부와 국회에서 명확하게 플랫폼과 전문직역의 평행선 논리와 갈등을 해소할 수 있는 가이드라인 제시
  - 협단체의 자의적 규제 해소 및 과도한 법적 권한 조정
  - 전문직에게 부여된 독점적 업무의 구체적인 범위 확인

- 금지 규정 도입 시, 도입 취지를 이해하고 변화된 시대상에 맞게 엄격하게 적용
- 플랫폼과 전문 분야에 대한 이해도가 높은 구성원으로 논의체를 결성하고, 규제 아젠다 발생 시 의사결정을 논의체가 주도적으로 진행할 수 있도록 지정
- 플랫폼의 등장이 기존 전문직에 어떤 영향을 미치는지 등 실증적 분석 등 전문직 플랫폼 비즈니스 연구 및 지원 강화

[그림 2-5] 워킹그룹 운영 경과



## 제 3 장 전문직 서비스 플랫폼 이해관계자 조사

### 제 1 절 전문직 서비스 플랫폼 이용자 설문조사

#### 1. 설문 개요

- 전국의 만 20세에서 69세의 1,009명의 일반인을 대상으로 온라인 설문조사를 수행하였으며, 설문 응답자의 인구통계학적 특성은 아래의 그림과 같음

[그림 3-1] 응답자 특성

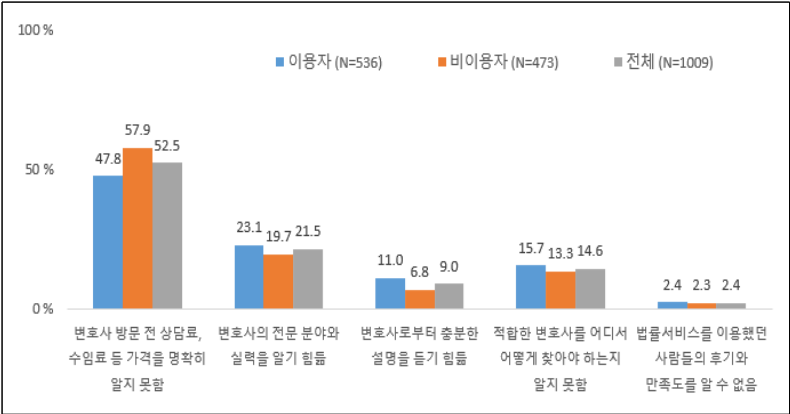


## 2. 설문 결과

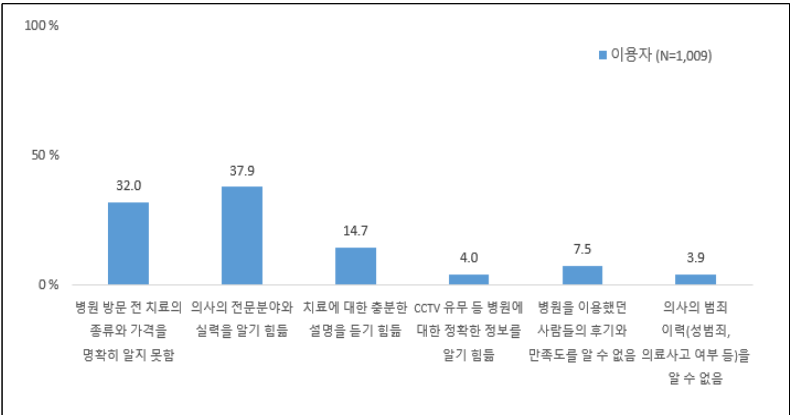
### □ 전문직 서비스 이용 시 우려 사항

- 전문직 서비스를 이용할 경우, 우려될 것 같은 사항에 대해 질문한 결과 응답자들은 부동산 중개 서비스를 제외하고 전문직 서비스 분야에 관계없이 가격 전문 분야 및 실력을 알기 힘들다는 것을 크게 우려하는 것으로 나타남
  - (법률 서비스) 변호사 방문 전 상담료, 수임료 등 가격을 명확히 알지 못함(52.5%), 변호사의 전문 분야와 실력을 알기 힘들(21.5%), 적합한 변호사를 어디서 어떻게 찾아야 하는지 알지 못함(14.6%) 순으로 우려
  - (의료 서비스) 의사의 전문 분야와 실력을 알기 힘들(37.9%), 병원 방문 전 치료의 종류와 가격을 명확히 알지 못함(32.0%), 치료에 대한 충분한 설명을 듣기 힘들(14.7%) 순으로 우려
  - (세무 서비스) 세무 서비스의 가격을 명확히 알지 못함(44.2%), 세무사의 전문 분야와 실력을 알기 힘들(25.5%), 세무 서비스에 대한 충분한 설명을 듣기 힘들(15.4%) 순으로 우려
  - (부동산 서비스) 허위매물(56.8%), 중개대상 부동산에 대한 정확한 정보를 알기 힘들(22.1%), 공인중개사의 전문성 및 실력을 알기 힘들(15.6%) 순으로 우려

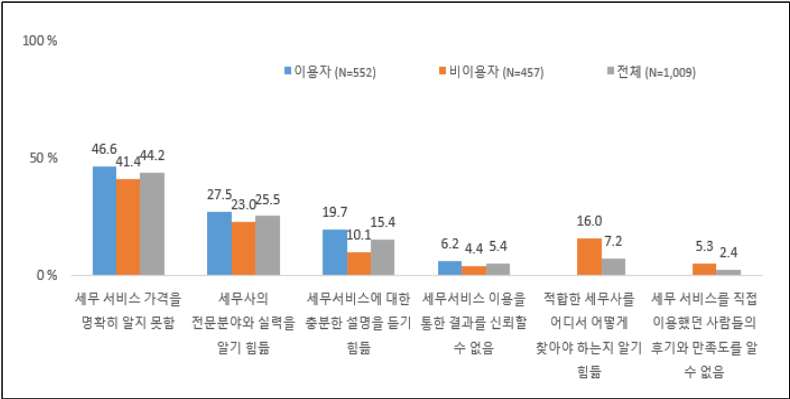
[그림 3-2] 법률 서비스 우려 사항



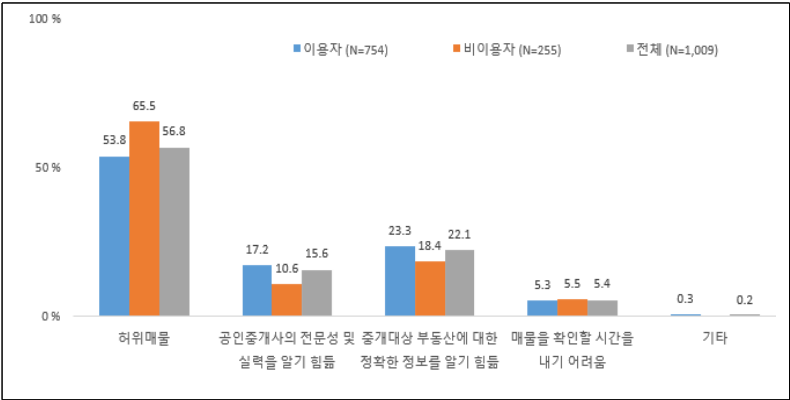
[그림 3-3] 의료 서비스 우려 사항



[그림 3-4] 세무 서비스 우려 사항



[그림 3-5] 부동산 서비스 우려 사항



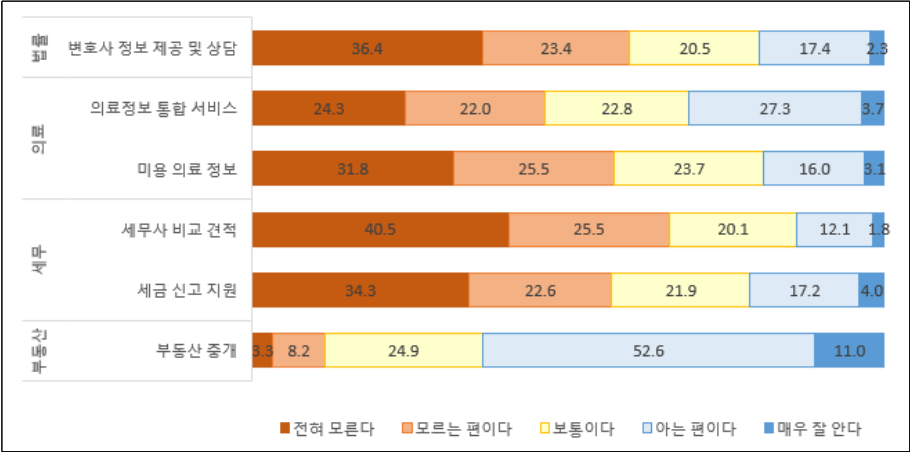
□ 전문직 서비스 플랫폼 인식 및 이용경험

- (인지도) 전문직 서비스 플랫폼의 인지도는 부동산 중개 플랫폼(63.6%)이 가장 높은 것으로 나타남
- 구체적으로 응답자들은 부동산 중개 플랫폼(63.6%), 의료정보 통합 플랫폼(31%), 세금 신고 지원 플랫폼(21.2%), 변호사 정보 제공 및 상담 플랫폼(19.7%), 미용 의료정보 플랫폼(19.1%), 세무사 비교 견적 플랫폼(13.9%)

순으로 알고 있다고 응답

[그림 3-6] 전문직 서비스 플랫폼 인지도

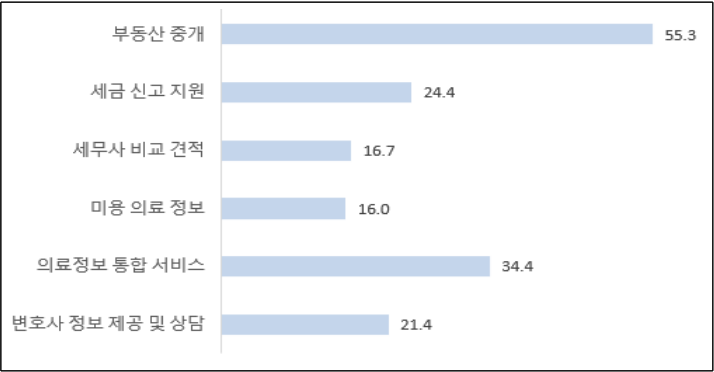
(N=1,009)



- (이용 경험) 이용 경험 역시 부동산 중개 플랫폼(55.3%)이 가장 높게 나타났다. 의료정보 통합 플랫폼(34.4%), 세금 신고 지원 플랫폼(24.4%), 변호사 정보 제공 및 상담(21.4%), 세무사 비교 견적(16.7%), 미용 의료 정보(16.0%)가 그 뒤를 이음

[그림 3-7] 전문직 서비스 플랫폼 이용 경험

(N=1,009)

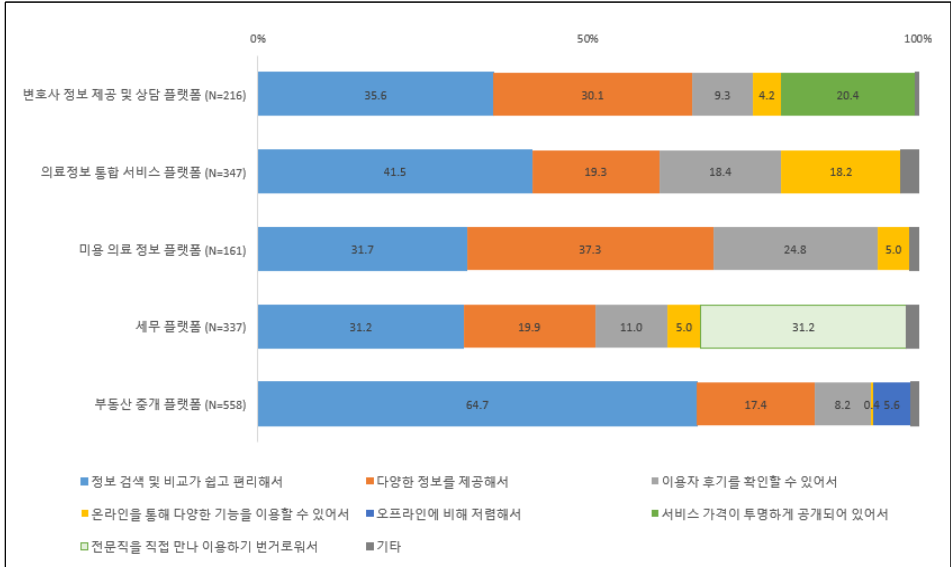


□ 전문직 서비스 플랫폼 이용/비이용 이유

- (플랫폼 이용 이유) 전문직 서비스 플랫폼 이용자를 대상으로 이용 이유에 관하여 질문한 결과, ‘정보 검색 및 비교가 쉽고 편리해서’라는 응답과 ‘다양한 정보를 제공해서’라는 응답이 높은 비중을 차지
  - 변호사 정보 제공 및 상담 플랫폼의 경우 정보 검색 및 비교가 쉽고 편리해서(35.6%), 다양한 정보를 제공해서(30.1%), 서비스 가격이 투명하게 공개되어서(20.4%), 이용자 후기를 확인할 수 있어서(9.3%), 온라인을 통해 다양한 기능을 이용할 수 있어서(4.2%) 순으로 응답
  - 의료정보 통합 서비스 플랫폼의 경우 정보 검색 및 비교가 쉽고 편리해서(41.5%), 다양한 정보를 제공해서(19.3%), 이용자 후기를 확인할 수 있어서(18.4%), 온라인을 통해 다양한 기능을 이용할 수 있어서(18.2%) 순으로 응답
  - 미용 의료정보 플랫폼의 경우 다양한 정보를 제공해서(37.3%), 정보 검색 및 비교가 쉽고 편리해서(31.7%), 이용자 후기를 확인할 수 있어서(24.8%), 온라인을 통해 다양한 기능을 이용할 수 있어서(5%) 순으로 응답
  - 세무 플랫폼의 경우 정보 검색 및 비교가 쉽고 편리해서와 전문직을 직접 만나 이용하기 번거로워서라는 응답이 각각 31.2%를 차지하였으며, 그 뒤로 다양한 정보를 제공해서(19.9%), 이용자 후기를 확인할 수 있어서(11%), 온라인을 통해 다양한 기능을 이용할 수 있어서(5%) 순으로 응답
  - 부동산 중개 플랫폼의 경우 정보 검색 및 비교가 쉽고 편리해서라는 응답이 64.7%를 차지하였으며, 그 뒤로 다양한 정보를 제공해서(17.4%), 이용자 후기를 확인할 수 있어서(8.2%), 오프라인에 비해 저렴해서(5.6%), 온라인을 통해 다양한 기능을 이용할 수 있어서(0.4%) 순으로 응답

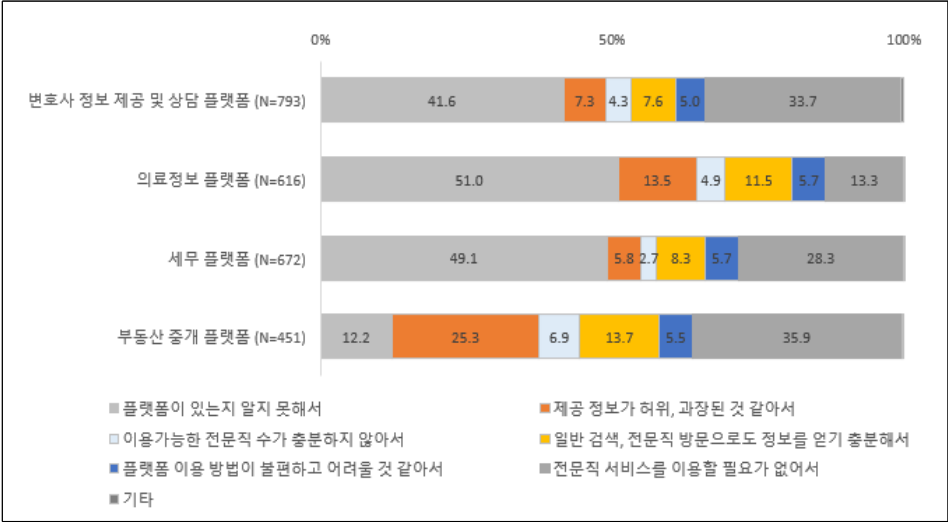


[그림 3-8] 전문직 서비스 플랫폼 이용 이유



- (플랫폼 비이용 이유) 전문직 서비스 플랫폼 이용 경험이 없는 응답자를 대상으로 이용하지 않는 이유에 대하여 질문한 결과, 전문직 서비스 플랫폼이 존재하는지 알지 못해서라는 응답이 큰 비중을 차지
  - 변호사 정보 제공 및 상담 플랫폼, 의료정보 플랫폼, 세무 플랫폼 모두 플랫폼이 있는지 알지 못해서 이용하지 않았다는 응답이 각각 41.6%, 51%, 49.1%로 가장 높게 나타남
  - 부동산 중개 플랫폼의 경우 플랫폼이 있는지 알지 못해서라는 응답(12.2%) 보다 제공 정보가 허위, 과장된 것 같아서(25.3%), 일반 검색 또는 전문직 방문으로도 정보를 얻기 충분해서(13.7%)라는 응답이 더 높게 나타남

[그림 3-9] 전문직 서비스 플랫폼 비용 이유

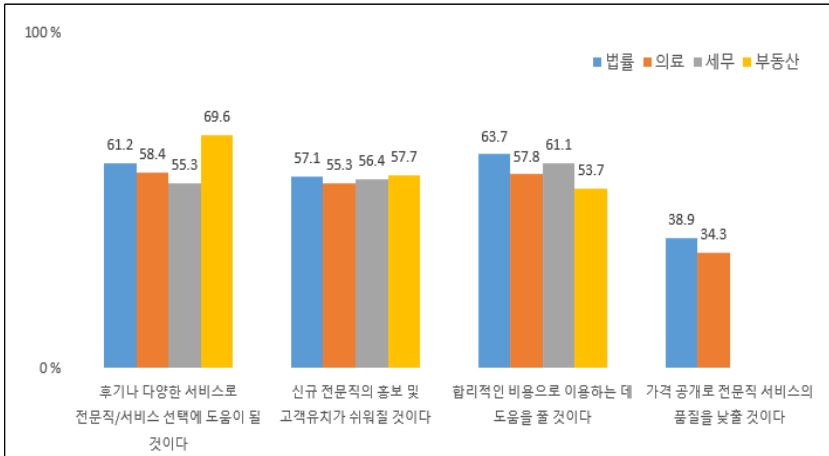


□ 전문직 서비스 플랫폼에 대한 인식

- (플랫폼에 대한 인식) 전문직 서비스의 플랫폼화로 주로 언급되는 주장에 관하여 일반인의 인식을 조사한 결과 응답자의 과반수가 전문직 서비스 플랫폼이 개인과 전문직 양쪽에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 인식
  - 구체적으로 분야와 관계 없이 전문직 서비스 플랫폼이 다양한 후기나 서비스를 제공하여 전문직/서비스 선택에 도움이 된다는 응답이 높게 나타남
  - 신규 전문직의 홍보 및 고객 유치가 쉬워질 것이라는 데에 대해서도 긍정 응답률이 높게 나타남
  - 전문직 서비스 플랫폼이 합리적인 비용으로 전문직 서비스를 이용하는데 도움을 줄 것이라는 질문에 대해서도 긍정 응답률이 높게 나타났으며, 특히 법률과 세무 분야에서 높게 나타남
  - 가격 공개로 전문직 서비스의 품질을 낮출 것이라는 주장에 동의하는 응답자는 법률 플랫폼의 경우 38.9%, 의료정보 플랫폼의 경우 34.3%에 그침

[그림 3-10] 전문직 서비스 플랫폼에 대한 인식

(N=1,009)



주: 긍정응답률은 동의하는 편이다, 매우 동의하는 편이다 포함

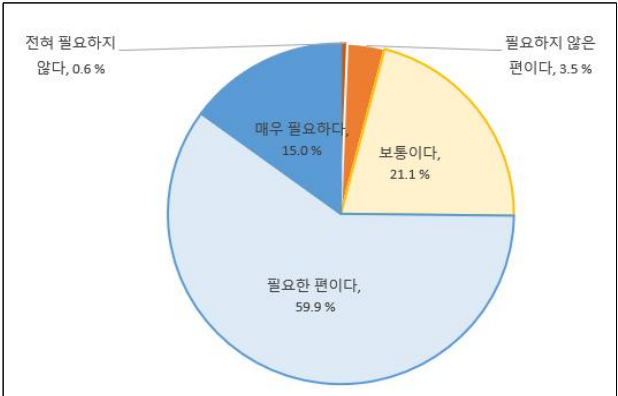
- 신기술의 활용으로 부동산 서비스 이용 시 시간과 비용이 절약될 것이라는 데 동의하는 응답자 역시 64.4%를 차지
- 세무 플랫폼의 경우 AI 세금 신고 결과는 신뢰할 만하지 않다는 주장에 대해 전체 응답자 중 11.9%만이 동의함
- 매출 및 세무관리 플랫폼이 소상공인의 업무 부담을 완화하는데 도움을 줄 것이라며 부정적으로 응답한 비율은 8.1%

#### □ 전문직 서비스의 플랫폼화 필요성 및 이유

- (전문직 서비스의 플랫폼화 필요성) 전체 응답자 중 74.9%가 전문직 서비스의 플랫폼화가 필요하다고 응답하였으며, 전문직 서비스 플랫폼이 필요하지 않다는 응답은 4.1%에 불과

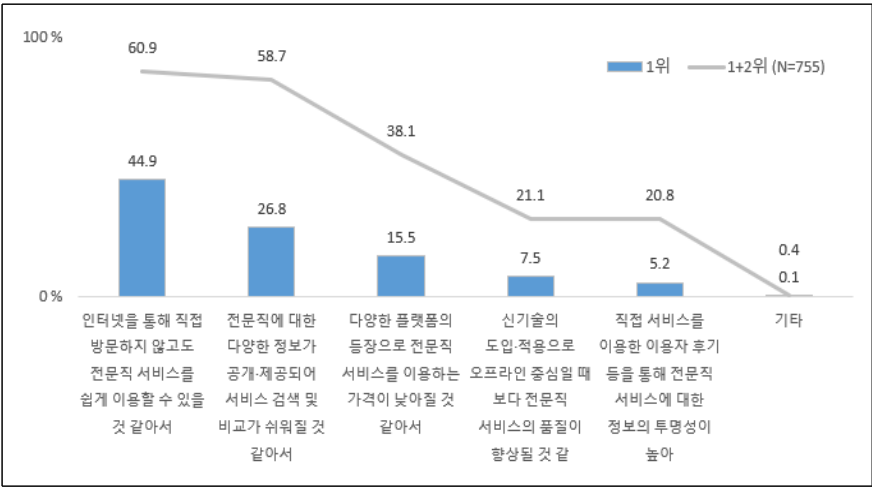
[그림 3-11] 전문직 서비스 플랫폼 필요성

(N=1,009)



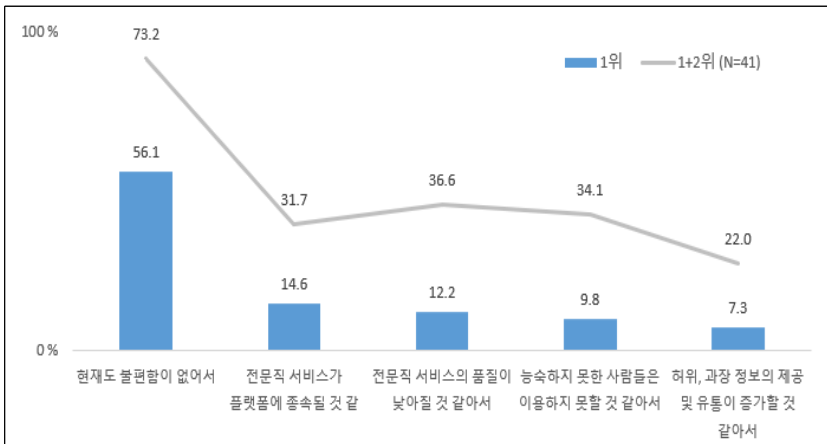
- (필요 이유) 전문직 서비스 플랫폼이 필요하다고 응답한 755명을 대상으로 그 이유에 대해 질문한 결과, 이용 편리성(44.9%), 정보 다양성으로 인한 검색 및 비교 용이성(26.8%), 합리적 비용(15.5%), 서비스 품질 향상(7.5%), 정보의 투명성(5.2%) 순으로 응답

[그림 3-12] 전문직 서비스 플랫폼 필요 이유



- (불필요 이유) 전문직 서비스 플랫폼이 필요하지 않다고 응답한 41명을 대상으로 그 이유에 대해 질문한 결과, 현재도 불편함이 없어서라는 응답이 가장 높게 나타남

[그림 3-13] 전문직 서비스 플랫폼 불필요 이유



## 제 2 절 전문직 FGI

### 1. FGI 개요

- 전문직 플랫폼을 활용하고 있는 각 분야의 전문직역들을 대상으로 focus group interview 진행
  - 인터뷰 대상은 변호사 4명, 공인중개사 3명, 세무사 2명, 회계사 1명, 의사 2명
- 인터뷰는 2021년 12월 10일부터 16일에 걸쳐 각 그룹별로 진행
- FGI의 질문지는 주요 질문 사항을 각 전문직 그룹의 특성에 따라 차별화하여 구성

### 2. FGI 결과

#### 가. 플랫폼으로 인한 영향

##### □ 신규 전문직들의 홍보 및 고객 유치

- (법률) 법률 플랫폼 서비스의 광고 효율성이 높고, 고객층 확대로 경력 많은 변호사에게도 도움
  - (변호사 A, B) 플랫폼 없이 신규 변호사가 개업을 할 수 있을지 모르겠음
  - (변호사 C) 전문직 플랫폼의 광고비 효율성이 높아서 신규 변호사들에게 도움
  - (변호사 D) 고객층 확대 등 기존 변호사들에게도 도움
- (의료) 의료 광고 플랫폼은 의사가 훨씬 적은 비용으로 본인을 홍보하기 좋은 수단이지만, 아직 미용의료 광고 플랫폼을 이용하는 소비자들의 지역이 한정적이라는 한계
  - (의사 A) 개원의 입장에서 신경을 많이 써야할 것 중 하나가 광고인데, 플랫폼은 다른 광고매체와 비교해 실력 있는 전문 의사가 훨씬 적은 비용으

로 나를 알리기에 굉장히 좋은 수단

- (의사 B) 신규 개업의들의 시장 진입이 좋아지긴 하지만 아직 플랫폼의 이용자가 다양한 지역, 다양한 연령이 아니므로 지역별로 차이가 있을 것이라 생각
  - (세무) 전통적 소개방식은 세무사가 성장하는 데 시간이 너무 많이 소요되는 등 신규 세무사에게 플랫폼만한 홍보 수단을 찾기 힘들
    - (세무사 A) 선배 세무사들이 거래처를 확보하고 있는 상황에서 신규로 영업하는 것은 쉽지 않으므로 플랫폼이 도움이 됨
    - (세무사 B) 신규 세무사들에게 세무전적 서비스 플랫폼 만한 홍보수단이 없음
    - (회계사 C) 전단지 홍보 등 영업이 쉽지 않은 상황에서 일반적 광고 플랫폼 비용과 사무장 비용을 부담하기 힘든 신규 세무사들에게 플랫폼이 도움이 됨. 전통적인 소개 방식은 성장하는 데 시간이 너무 많이 소요됨
  - (부동산) 광고를 통해 고객을 유입시켜야 하는 공인중개사 입장에서 플랫폼 이용은 선택이 아닌 필수
    - (중개사 A) 플랫폼이 고객 유치에 도움이 많이 됨. 신뢰도 있는 플랫폼과 함께 하면 수익 창출 기회가 증대
    - (중개사 C) 플랫폼이 없으면 개업하고 한 달 동안 고객을 한 명도 유치하지 못할 수도 있음. 플랫폼을 통한 고객 유치는 필수
- ⇒ 전문직 플랫폼의 광고 효율성이 높기 때문에 신규 전문직역에 도움이 될 뿐만 아니라, 고객층 확대 등 기존 전문직역에게도 도움

#### □ 정보 비대칭 해소

- (법률) 소비자들에게 다양한 정보를 제공하면서 서비스의 투명성 증대, 정보를 기반으로 변호사를 선택하는 시장으로 변화
  - (변호사 A) 의뢰인이 여러 변호사들을 비교한 후 변호사 선임을 하기 때

문에 서비스의 투명성이 증대

- (변호사 D) 전관예우, 변호사에 대한 선입견이 없어지는 등 법률 서비스 시장에서의 정보비대칭성이 플랫폼으로 인해 사라지고 있다고 생각
- (변호사 C) 소비자들이 굉장히 똑똑하다고 생각. 이러한 소비자들이 서비스에 대해 정확히 알고 선택하는 시장으로 변화하고 있다고 생각
- (의료) 이용자 후기를 통해 환자들과 소통하므로 정보 비대칭이 사라지고 환자들과 신뢰가 구축
- (의사 A, B) 정보비대칭 해소에 완전히 동의함. 환자들이 여러 병원들과 상담하고 이용자 후기들을 참고해서 병원을 비교·선택함
- (세무) 과거에는 세무사들을 비교할 수 있는 수단 자체가 없었으므로 소비자 입장에서 플랫폼은 정보 비대칭을 해소하는 데 확실히 도움이 됨
- (부동산) 공인중개사, 소비자 모두에게 정보가 한정적이었던 부동산 시장에서 플랫폼이 생겨나면서 정보 접근성이 강화
- (중개사 B) 플랫폼을 통해 누구나 쉽게 부동산 정보에 접근할 수 있게 되면서 소비자들은 더 똑똑해지고 노력만 하면 정보를 얻을 수 있다는 점에서 도움
- (중개사 C) 플랫폼에서 제공하는 정보가 실제 중개할 때 도움이 많이 됨
- (중개사 A) 플랫폼을 통해 정보가 한정적이었던 부동산 시장에서의 정보 접근성이 강화
- ⇒ 전문직 서비스 플랫폼을 통해 정보 비대칭이 해소되고 서비스의 투명성이 증대되어 소비자들이 서비스에 대해 정확히 알고 선택하는 시장으로 변화

□ 플랫폼의 등장으로 인한 경쟁 상황의 변화

- (법률) 특히 신규 변호사의 경우 플랫폼이 없었다면 경쟁을 해볼 기회를



가질 수조차 없었을 것이며 온라인에서의 경쟁은 오프라인보다 비교적 공정성이 담보

- (변호사 C) 플랫폼의 존재 여부와 관계없이 시장 경쟁은 원래 치열했음.  
플랫폼은 변호사 활동의 새로운 무대로 플랫폼으로 인해 시장이 확대되는 등 전체 법률 시장이 커지는 효과가 있음
- (변호사 A) 플랫폼이 없었다면 경쟁을 해볼 기회를 얻을 수조차 없었을 것
- (변호사 D) 오프라인에서의 경쟁이 훨씬 비열하고 냉정함. 온라인에서의 경쟁은 비교적 공정성이 담보
- (의료) 플랫폼을 이용한다고 의사들간 경쟁이 심화되는 것은 아니며 플랫폼에서의 경쟁은 남을 깎아내려 승부하는 게 아니라 진정성으로 승부
- (의사 B) 플랫폼을 이용한다고 경쟁이 심화되는 것은 아님. 남을 깎아내려 승부하는 시장이라기 보다 진정성이 통하는 시장이라고 생각
- (의사 A) 예전보다 경쟁이 심화되긴 했으나, 플랫폼 때문은 아님
- (세무) 플랫폼이라는 수단으로 유통경로만 달라졌을 뿐이지 플랫폼 때문에 경쟁이 심화되지는 않음
- (세무사 A) 유통경로만 달라졌을 뿐, 플랫폼이 경쟁을 심화시키는 것은 아님
- (회계사 C) 세무·회계 서비스 시장에서의 경쟁 심화는 플랫폼으로 인해 야기된 것이 아님
- ⇒ 전문직역의 숫자가 증가했기 때문에 경쟁이 심화된 것이지, 플랫폼의 유무와 관계없이 전문직역 서비스 시장에서의 경쟁은 원래 치열했음

#### □ 플랫폼의 불법 중개 및 알선 이슈

- (법률) 플랫폼 기업이 선임건에 대해 수수료를 가져가는 것이 아니므로 중개·알선이 아니라 단순한 광고대행에 불과

- (의료) 플랫폼은 누구나 접근할 수 있는 곳이고, 플랫폼이 의뢰인을 특정 의사에게 데려가는 것이 아니므로 알선이라고 보기는 힘들
- (세무) 플랫폼 등장 이전에 불법 세무장 업무가 더 횡행했으며, 특정 사무장이 독식하고 있던 시장을 플랫폼이 개편

□ 자본력이 있는 전문직역으로의 쏠림 현상 강화 여부

- (법률) 플랫폼이 등장하기 이전이 오히려 자금력이 풍부한 변호사에게 유리했으며, 특정 플랫폼 기업 중심의 시장이 형성된다고 하더라도, 플랫폼의 특성상 다음 주자에 의해 독식 구조가 깨질 것이라고 생각
  - (변호사 B) 로톡 같은 플랫폼 등장 이전이 오히려 자금력이 풍부한 변호사에게 유리했음. 만약 로톡이 그렇게 시장을 형성한다고 하더라도 다음 주자에 의해 깨질 것
  - (변호사 C) 시장 논리로 봐야함. 공공성을 이유로 대한변호사협회가 플랫폼을 직접 운영한다고 하더라도 민간 기업처럼 효율적으로 운영될 수 없을 것이라 생각
  - (변호사 D) 플랫폼을 통해 법률 서비스를 제공한다고 공공성이 훼손되는 것은 아님. 공공성을 근거로 대한변호사협회가 플랫폼을 직접 만들겠다고 하지만 잘 될 것 같지 않음
- (의료) 플랫폼 등장 이전이 오히려 대규모 자본을 활용해서 버스, 전광판 등에 광고를 할 수 있는 병원들로의 쏠림 현상이 강했음  
⇒ 플랫폼 등장 이전의 시장 구조에서 대규모 자본으로의 쏠림 현상이 강했음

□ 가격 경쟁 심화로 인한 서비스의 질 변화

- (법률) 변별력 없는 사건의 경우에는 가격이 하락할 수도 있겠지만, 나머지 분야는 변호사의 전문성 등 경쟁력에 의해 결정되기 때문에 가격 경쟁이 아닌 실력 경쟁

- (변호사 B) 플랫폼 때문은 아니지만 변호사 수가 많아지고 경쟁이 치열해지면서 일정 부분 그럴 수 있을 것 같음
- (변호사 D) 변별력 없는 사건의 가격은 하락하겠지만, 나머지는 변호사의 실력 경쟁이라 생각
- (변호사 A) 법률 서비스의 품질을 객관적으로 수치화하기는 어렵지만 고객들이 낮은 법률 서비스를 받았기 때문에 패소했다고 오인할 가능성은 존재
- (의료) 환자들이 가격이 조금 저렴하다고 해서 수술할 병원을 선택하지는 않으며, 의료 서비스는 공산품이 아니므로 가격이 반값이라고 수술을 2배 빨리할 수도 없음
  - (의사 A) 환자들이 저렴한 가격 때문에 수술 병원을 선택하지 않으며, 플랫폼의 경우 이용자 후기가 있기 때문에 수술 실력이 없는 의사의 경우 바닥이 드러나게 됨
  - (의사 B) 플랫폼이 이용자 후기를 엄청나게 통제하기 때문에 보다 합리적인 가격으로 이용할 수 있게 도와주는 것이지 서비스 품질과는 관련성이 없다고 생각
- (세무) 사무장을 쓰는 것이 과당경쟁이며, 플랫폼 활용과 비교했을 때 사무장 비용이 훨씬 많이 소요되어 서비스의 질이 하락할 우려
  - (세무사 A) 가격이 노출되었을 때 지키지 못할 서비스라면 애초에 가격 설정 자체가 잘못된 것이라 생각. 플랫폼 이용 비용 보다 사무장 지출 비용이 더 많이 소요되므로 사무장 이용 시, 서비스의 질이 하락할 우려
  - (세무사 B) 플랫폼에서 세무사들이 제공하는 가격이 낮지 않으며, 고객들은 저렴한 가격 때문에 세무사를 선택하지 않음
  - (회계사 C) 고객이 절대 어리석지 않음. 내용을 보고 선택하지 가격이 전문가를 결정하는 주요 요인이 아니므로 플랫폼으로 인한 가격 경쟁 심화에 동의하지 않음

⇒ 가격이 전문직 선택의 주요 요인이 아니며, 플랫폼으로 인해 전문직 서비스 공급자들이 소비자들에게 신경을 더 많이 기울이게 되어 서비스의 품질은 오히려 증대될 것

□ 각 전문직 서비스별 이슈에 대한 의견

① 법률

- 대한변호사협회의 로톡과 같은 온라인 광고 플랫폼의 활용을 금지하는 광고 및 윤리장전 개정안에 대한 의견
  - (변호사 D) 부당하다고 생각하며, 기계파괴 운동과 같은 시대착오적 개정이란 생각
  - (변호사 A) 영업을 하지 못한다는 것은 변호사들에게 굉장히 중요하며 영업을 중지될 경우 사건 의뢰인에게도 실질적 불이익이 발생할 수 있음
  - (변호사 B) 자유 시장 경쟁에서 윤리 규정을 바꾸어서 비즈니스 하던걸 못하게 한다는 것이 가능한지 의문

광고규정 개정안

‘비변호사의 광고에 관한 제한’을 명문화

△변호사 또는 소비자로부터 경제적 대가를 받고 법률상담 또는 사건 등을 소개·알선·유인하기 위해 변호사 등과 소비자를 연결하거나 변호사 등을 광고·홍보·소개하는 행위 △변호사 등이 아님에도 수사기관과 행정기관의 처분, 법원 판결 등의 결과 예측을 표방하는 서비스를 취급·제공하는 행위 △변호사 등이 아님에도 변호사 등의 수입료 내지 보수의 산정에 직접 관여하거나 이에 대한 견적·비교·입찰 서비스 등을 취급·제공하는 행위를 하는 자에게 광고·홍보·소개를 의뢰하거나 협조해서는 안 된다

윤리장전 개정안

④ 변호사는 변호사 또는 법률사무 소개를 내용으로 하는 애플리케이션 등 전자적 매체 기반의 영업에 대하여 이에 참여하거나 회원으로 가입하는 등의 방법으로 협조하지 아니한다.

② 의료

- (의료 허위 과장 광고) ‘플랫폼으로 인해 허위, 과장 광고가 많이 유통될

것이다'라는 위협의 지적에 대한 의견

- (의사 B) 이용자 후기 때문에 허위 과장 광고를 하기 어려움. '병원 설명과 같았어요'와 같은 체크 항목이 있어서 허위 과장 광고를 하게 되면 바로 피드백이 오는 시스템이 플랫폼에 구축되어 있음
- (의사 B) 허위 과장 광고를 유발하지 않는 광고는 없음. 10년 전에 허위 과장 광고로 2-3년 동안 돈을 많이 벌고 사라진 병원들이 있었으나, 플랫폼에서는 그 상태로 돈을 벌 수가 없는 구조

○ 의료서비스가 플랫폼에 종속될 것이라는 우려에 대한 의견

- (의사 A) 광고를 할 수 있는 플랫폼은 하나가 아니고 광고 전문 플랫폼 과만 경쟁하는 것이 아니므로 종속을 고민한다는 것이 구시대적이라 생각
- (의사 B) 플랫폼이 하나도 아니고 의사들은 합리적인 플랫폼을 선택하려고 할 것. 또한 플랫폼에 돈을 지불하는 주체가 의료인이므로 의사라는 전문가 집단이 플랫폼에 종속될 가능성은 없다고 생각

### ③ 세무

○ 자동화 솔루션의 영향에 대한 의견

- (세무사 A) AI 때문에 업이 힘들다는 것은 전문직을 비하하는 발언이라 생각. AI는 오히려 부가가치 높은 비즈니스에 집중하게 도와주는 수단
- (회계사 C) 기장료가 하락하는 추세에서 수익을 내기 위해서는 IT 기술의 활용은 필수적. 기술진화로 생산성이 향상될 수 있음

○ 세금 환급 자동화 프로그램이 불법적으로 세무 업무를 대리하는 행위로 세무 서비스의 공공성 훼손이 우려된다는 지적에 대한 의견

- (세무사 A) 현 세무사법 기준으로는 불법에 가깝다고 생각하지만 플랫폼 때문에 공공성이 훼손되고 시장 질서가 흔들린다는 논리에는 반대

- (세무사 B) 불법은 아니라고 생각함. 세금 환급 자동화 서비스 이용자들은 높은 수수료 때문에 세무사를 이용하지 않을 계층이므로 세무사들에 미치는 영향이 크지 않을 것이라 생각
- (회계사 C) 법대로라면 불법이지만 개인적으로는 불법이 아니라고 생각함. 세무사가 직원을 채용해서 월급주고 시키는 경우와 다르지 않다고 생각

④ 부동산

- 부동산 플랫폼이 골목상권을 침해한다는 지적에 대한 의견
  - 부동산 플랫폼의 비대면 상담, VR 등 비대면으로 매물을 보여주고 상담할 수 있는 서비스는 소비자한테는 굉장히 편리한 서비스
  - 비대면 서비스는 공인중개사 관점에서도 동일한 시간에 더 많은 고객을 만날 수 있는 등 리소스를 절약할 수 있어 도움이 됨
  - 골목상권 침해라면 공인중개사에게 피해가 가야하는데 부동산 플랫폼은 오히려 중개사에게 여러 가지 혜택을 제공하므로 '상생'이라고 생각

□ 전문직과 플랫폼의 발전 방향에 대한 의견

- (법률) 플랫폼과 전문직이 상생 공존하는 방향으로 나아가야 하며, 협회는 플랫폼의 부작용을 개선하는데 집중하고 플랫폼과 협조해야 함
  - (변호사 D) 변협은 플랫폼의 부작용의 개선에 집중
  - (변호사 C) 변협은 법률 서비스의 공공성을 지키기 위해 협회 기능상 할 수 없는 영역을 플랫폼에 넘겨주고 협조
  - (변호사 B) 플랫폼을 이용하는 전문직에게 불합리한 부분을 지적하는 기능을 변협이 담당하면 좋겠음
  - (변호사 A) 플랫폼간 경쟁이 치열하게 되면 변호사들이 플랫폼을 마음껏 선택할 수 있을 것이므로 로톡 이외의 다른 법률 플랫폼이 성장했으면 좋

겠음

- (세무) IT 솔루션은 세무사의 업무 효율성을 증진시키는 유용한 수단이므로 세무 업무 효율성 개선을 위한 IT 솔루션 개발 및 활용이 높아져야 함
  - (세무사 A) IT가 세무사를 살릴 수 있는 최후의 수단이라고 생각하지만 플랫폼이나 솔루션은 세무사를 보완하는 수단이어야지 세무사를 대신하는 역할을 해서는 안됨
  - (회계사 C) 민간 플랫폼이 문제라고 생각한다면, 세무 서비스 공공플랫폼을 만드는 것도 대안이라고 생각
- (부동산) 플랫폼과 공인중개사는 상생의 관계이므로 플랫폼 기업은 디지털 역량이 부족한 공인중개사를 위한 교육 등 상생 프로그램 제공 및 지원
  - (중개사 A&C) 플랫폼이 발전할수록 중개사도 변화하지 않으면 도태되기 때문에, 디지털 역량이 떨어지는 중개사에 대한 교육 프로그램 개발 및 제공 등 플랫폼이 상생 프로그램을 제공하면 좋을 듯함
  - (중개사 B) 플랫폼을 이용하는 이유는 고객들과 중개사들에게 가치를 제공하기 때문임. 플랫폼은 중개사가 선택할 수 있는 툴 중 하나여야 한다고 생각

## 제 4 장 정책제언

- 특정 플랫폼을 금지시키는 방향의 규제 보다는 우려 사항을 보완할 수 있는 합리적 규제 방향 마련
  - 다부처 영역에 걸쳐있고 높은 이해관계자 복잡도를 갖고 있는 전문직 플랫폼의 속성을 고려한 협의체 구성
  - 전문직 서비스의 공공성을 훼손하지 않는 관점에서 전문직역이 아니면 할 수 없는 행위가 무엇인지에 대해 논의
  - 혁신적 기술의 진화방향에 부합하지 않는 현행 법제도 개선방향 논의
- 전문직 서비스의 플랫폼화의 순기능 강화, 역기능 방지를 위한 플랫폼 기업과 협단체의 협업 구조 구축
  - 플랫폼 기업은 정보 투명성 및 접근성 제고, 정보의 정확성 제고 노력
    - (정보 투명성 및 접근성 제고) 전문직역이 플랫폼상의 활동에 대한 다양한 데이터를 제공하고, 플랫폼상의 중요한 규칙을 누구나 쉽게 확인할 수 있는 공간 제공을 통해 정보의 투명성 제고
    - (정보 정확성 제고) 소비자들의 정확한 정보를 얻을 수 있는 것과 동시에 정확한 정보를 제공할 수 있도록 지속적 모니터링
  - 협단체는 전문직 서비스 플랫폼이 서비스 공공성을 지키는 데 기여할 수 있도록 협업
    - 동시에, 플랫폼의 역기능을 모니터링하고 개선사항 도출



□ 전문직들의 디지털 플랫폼 리터러시 향상을 위한 프로그램 제공

- 전문직역들의 디지털 역량 차이를 극복하고 플랫폼 서비스를 효율적으로 활용할 수 있도록 리터러시 제고 프로그램 제공
- 다양한 교육프로그램, 플랫폼 톨의 용이성 개선을 통해 전문직역들의 플랫폼 활용도 제고
- 혁신기술 및 플랫폼에 대한 이해도 제고

□ 플랫폼간 경쟁 활성화 및 혁신촉진

- 전문직 플랫폼 서비스에서의 전환비용 감소를 통해 플랫폼간 이용자들의 이동 용이성 제고 및 경쟁 촉진
- 전문직 서비스 플랫폼의 창업 및 성장 지원으로 혁신적 플랫폼 기업의 지속적 시장 진입 촉진

□ 다양한 관점의 연구를 통해 증거기반 정책 마련

- 전문직 서비스가 야기하는 쟁점을 객관적이고 공정하게 판단할 수 있도록 전문직 서비스 플랫폼화가 산업구조, 이해관계자들에게 미치는 영향 등 연구

## 참 고 문 헌

### [국내 문헌]

- 양종모(2017), “인공지능으로 인한 법률 서비스의 파괴적 혁신과 시사점”, 《영남법학》, 44, 1-29.
- 이병준(2022), “리걸테크와 변호사법-법률서비스 플랫폼에 관한 독일의 논의를 중심으로”, 《소비자법연구》, 8(1), 9-36.
- 국토교통부(2020), “제1차[‘21~’25] 부동산서비스산업 진흥 기본계획”.

### [국외 문헌]

- McKinsey(2020. 10. 5). “How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever”.  
<https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>
- Statista(2020). Legal Tech market.
- \_\_\_\_\_(2021). Digital health trends 2022.



정책자료 21-02-02

서비스 산업의 디지털 전환 촉진:  
전문직 서비스의 플랫폼화

---

2021년 12월 일 인쇄

2021년 12월 일 발행

발행인 권 호 열

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

충청북도 진천군 덕산읍 정통로 18

TEL: 043-531-4114 FAX: 043-535-4695 ~ 6

인쇄인 성 문 화

ISBN 979-11-7000-311-3 94320

979-11-7000-309-0 (세트)

---

〈비매품〉