

“로톡 갈등, ‘소비자 편익’과 ‘신산업 육성’ 관점에서 바라보아야”

‘로톡’은 지난 8년간 변협과 갈등이 지속되고 있으며 현재 법무부가 ‘변협의 변호사 징계 정당성’을 심의 중

- 리걸테크 기업 ‘로톡’은 대한변호사협회와 서울지방변호사회로부터 변호사법 위반 혐의로 고발당해 2015년부터 현재까지 총 6차례 ‘혐의없음’ 처분을 받았으나, 최근 변협의 로톡 가입 변호사에 대한 징계 결정에 대한 이의신청을 법무부가 심의 중
 - 로톡과 변호사 단체간 갈등의 핵심 쟁점은 법률플랫폼의 광고가 ‘특정 변호사 소개·알선·유인 행위’를 금지한 변호사법을 위반했다는 것임, 이에 대해 로톡은 ‘광고형 플랫폼’으로 변호사로부터 광고비를 받고 변호사 정보를 검색 광고에 무작위 노출하고 있기 때문에 사건의 알선은 아니라고 주장
 - 2015년부터 최근까지 대한변협 등 변호사 단체와 로톡의 갈등은 지속되었으며 이에 대해 검찰·법무부·공정위 등은 ‘혐의없음’ 처분을 내린바 있음
 - 대한변협은 2021년 5월, 로톡 등 법률 플랫폼에 가입한 변호사를 징계하는 내용의 협회 규정을 만들어 지난해 10월, 협회 소속 변호사 9명을 징계한 후, 올해 2월까지 123명에게 견책부터 1,500만원의 과태료 부과
 - 지난해 12월 대한변협의 징계에 불복한 변호사 9명이 법무부 징계위원회에 이의신청
 - 지난 7월 20일에는 법무부 징계위원회가 로톡관련 징계 변호사들의 이의신청 사건을 심의했으나 결정을 보류, 당초 심의 기간은 올해 3월 8일까지였으나 사안의 중대성 등을 이유로 3개월 연장 후 1개월 추가 연장했음

| 로톡 vs. 변호사 단체 갈등 내용 요약 |

연도	일시	주요 갈등 내용
2015년	3월	• 서울지방변호사회, 로앤컴퍼니 변호사법 위반 혐의로 고발
	4월	• 서울중앙지방검찰청 ‘혐의없음’ 불기소
2016년	9월	• 대한변호사협회, 로앤컴퍼니 등 인터넷 법률 플랫폼 4곳 고발
2017년	1월	• 서울중앙지방검찰청, ‘혐의없음’ 불기소
2020년	11월	• 직역수호변호사단, 로앤컴퍼니 변호사법 위반 혐의로 고발
2021년	5월	• 대한변호사협회, 로톡 금지 포함한 ‘변호사 업무 광고 규정’ 개정안 통과 • 로앤컴퍼니, 대한변호사협회 내부 규정 개정 관련 헌법소원 제기
	6월	• 로앤컴퍼니, 대한변호사협회 관련 공정거래위원회 신고
	8월	• 대한변호사협회, 로앤컴퍼니 공정거래위원회 신고
2022년	11월	• 공정거래위원회, 대한변호사협회 로앤컴퍼니 신고 건 무혐의 처분
	5월	• 서울중앙지방검찰청, 로앤컴퍼니 불기소 처분(직역수호변호사단 고발) • 헌법재판소, ‘변호사 로톡 가입 금지’ 관련 변협 규정 일부 위헌 결정
2022년	12월	• 대한변호사협회, 1차 징계 변호사(9명), 법무부 징계위원회 이의신청
	2월	• 공정거래위원회, 대한변호사협회와 서울지방변호사회가 소속 변호사들에게 로톡 탈퇴를 요구하는 등 광고 제한 행위에 대해 과징금 각 10억원씩 부과

자료 : 이데일리(2023.2.1.), ‘대한변협-로톡 갈등 중재 나선 정부…회의에 변협은 불참’.

대한변협, ‘법률 플랫폼의 독점적 지위 확대 우려’ vs. 로톡, ‘법률 서비스 대중화 및 시장규모 확대 기여’

- 대한변협은 로톡 등 법률 플랫폼의 규모가 확장됨에 따라 플랫폼이 변호사를 종속시키고 광고비가 수입료에 반영돼 비용이 상승하고, 무리한 가격 경쟁으로 인해 법률 서비스의 질이 저하될 것을 우려
 - 플랫폼 기업의 규모가 커지면서 변호사들이 플랫폼에 종속될 우려가 있으며, 국민 기본권과 직결되는 법률 서비스가 사설 플랫폼에 의해 장악된다면 광고비 등에 의해 비용 상승 등의 부작용이 나타날 것이라고 우려

- 광고료에 따라 변호사를 노출시키는 로톡이 '사무장 로펌'의 온라인 형태라며 변호사법에 위배된다고 주장하고 있으며 플랫폼에 변호사들이 종속되면 무리한 가격 경쟁으로 법률서비스의 질이 저하될 수 있다고 우려
- 로톡은 '변호사 광고 플랫폼'으로서 변호사와 소비자 사이의 법률상담 및 사건 수임 과정에 개입하지 않고, 법률 시장규모 확대 등 경제적 효과 창출 및 일반 국민의 사법 접근성 향상에 기여
 - 로앤컴퍼니의 8년간 로톡 운영성과 분석 결과(2021), 로톡이 새롭게 만들어낸 법률 시장규모는 연간 약 568억 원(신규 법률 시장규모의 약 9.6%)이며 의뢰인의 변호사 탐색비용을 약 87.1% 줄였다고 분석
 - 로톡 회원 변호사들 중 실무 경력 10년 이하의 '청년변호사' 비중이 74.7%로 법률시장에 새로 진입하는 청년 변호사들의 호응을 얻고 있으며, 아는 변호사가 거의 없어 나홀로 소송을 진행하는 국민들의 법률서비스 접근성 향상에 기여('아는 변호사 1명 이하'인 20~70대 국민 4명 중 1명 로톡 방문)

전 세계 리걸테크 시장규모는 2027년 356억달러로 전망되며 주요국은 법적으로 '광고형 플랫폼' 허용 입장

- 법률서비스와 정보통신기술이 결합된 '리걸테크(Legal Tech)'가 신산업으로 부상하면서 전세계 시장규모는 2027년 356억달러에 이를 것으로 전망되지만 국내 리걸테크 산업 발전은 더딘 상황
 - Statista(2022)에 따르면, 2021년 전세계 리걸테크 시장 규모는 276억 달러(34조 8,450억원)이며 2027년에는 356.2억 달러(44조 9,524억원)에 이를 것으로 전망
 - 전 세계 리걸테크 기업 수는 7,268개, 총 투자 규모는 115억 달러(14조 7,700억원)로 파악되며, 그 중 유니콘 기업은 9개사, 상장 기업은 19개사인 반면 국내 관련 기업 수는 30여개에 불과(이투데이, 2023.7.24.)
- 미국·영국·독일·일본 등 주요국은 법률 플랫폼을 활용한 변호사 광고를 허용하고 비변호사가 광고 수수료를 취득하는 것은 합법으로 규정하는 '광고형 플랫폼'을 허용
 - 미국은 법률 플랫폼이 특정 변호사를 추천하는 것은 허용되지 않지만 원칙적으로 변호사와 법률 서비스 광고 매체에 제한을 두지 않고 변호사나 로펌의 정보를 알리는 대가 지급이 허용
 - 영국과 독일 또한 플랫폼 광고 제공에 대한 광고비 지불은 허용되지만 특정 변호사와 법률 업무의 소개·중개의 대가로 이익을 수령하는 것은 법적으로 제한
 - 일본 변호사법에서는 '변호사 또는 법무법인이 아닌 자가 이익을 얻을 목적으로 법률 사건에 대해 주선하는 것을 업으로 할 수 없다'고 규정해 '중개형 플랫폼'은 규제하고 '광고형 플랫폼'은 허용하고 있음, 대표적인 '광고형 플랫폼'인 '벤고시닷컴'은 2015년 상장해 현재 시총 3조원에 이룸
 - 이상 사례를 종합한 결과, 국가별로 중개형 플랫폼을 규제하거나 중개 대가로 이익을 수령하는 것을 제한하고 있으나, 대체로 광고형 플랫폼은 허용하고 있음.

(제언) '소비자 편익 향상' 및 '신산업 육성'을 위한 법률 서비스 플랫폼 운영 가이드라인 마련 추진

- (사회적 공론화) 로톡으로 불거진 리걸테크 플랫폼 서비스의 신규 산업간 갈등이 첨예하게 대립하는 상황에서 법률서비스의 공급자 뿐 아니라 수요자의 입장과 의견을 청취하고 합의해나가는 공론화 과정 필요
 - 변호사 단체와 로톡간의 갈등의 쟁점과 검찰·법무부·공정위·정부의 입장을 투명하게 공개하고 이해관계자들이 참여해 토론할 수 있는 사회적 공론화의 장 마련 필요
 - 법률 서비스 플랫폼의 등장에 따른 소비자 편익 제고와 정보의 비대칭 해소 등 긍정적 효과 뿐 아니라 비용 상승, 가격 경쟁에 따른 법률 서비스의 질 저하 등 위험요인에 대한 진단과 해결방안을 모색하는 숙의 과정 추진
- (플랫폼 광고 가이드라인 마련) 리걸테크 산업 성장 잠재력과 주요국의 관련 규제 현황을 고려해 법률서비스 플랫폼 정보제공에 대한 세부적인 가이드라인 마련
 - 일본변호사협회는 2018년 '변호사 정보제공 웹사이트 게재에 관한 지침'을 의결하면서 플랫폼 규제에 대한 명확한 기준을 제시, 플랫폼 활용 변호사 정보제공(단순 광고)은 허용하고 '알선' 및 '알선의 대가'는 위법으로 규정
 - 리걸테크 시장은 변호사 광고 플랫폼 뿐 아니라, AI 법률 상담과 계약서 작성 등 다양한 영역으로의 확장을 예고하는 상황에서 신산업 육성 관점에서의 규제 가이드라인 마련 필요
- (소비자 보호 안전장치 마련) 제3의 기관을 통해 플랫폼 광고 노출 알고리즘을 주기적으로 검증하고 투명하게 공개하여 변호사 회원과 소비자를 보호할 수 있는 안전장치 마련
 - 변호사가 광고비를 정액으로 지불하는 것은 허용하되, 소비자의 판단을 왜곡하는 정보의 제공 및 변호사 알선·우대 등 불공정 알고리즘을 예방하는 관리·감독 시스템 마련