Ⅰ 서론[1)]

국내 보험시장은 경제성장률 저하, 시장 포화, 고령화 가속 등으로 인해 신규 고객층이 감소하며 성장동력이 약화되고 있다. 생명보험산업과 손해보험산업의 10년 평균 매출[2)] 증가율은 '22년 기준 각각 1.6%와 5.8%를 기록하여 '12년 기준[3)] 11.6%, 13.9%에 비해 크게 둔화된 모습이다. 수익성의 경우에도 생명보험산업과 손해보험산업의 ROA[4)]는 '12년 각각 0.71%, 1.68%를 기록하였지만, '19년에는 생명보험 0.35%와 손해보험 0.72%까지 하락한 모습이다. 향후 새로운 성장동력이 부재한 이상 보험산업의 저성장, 저수익의 근본적인 원인은 상존할 것으로 보인다.

성장이 정체된 보험산업과는 달리 국내 데이터산업은 빠른 성장세를 이어 나가고 있다. 데이터 3법의 시행에 따라 한 차례 성장세가 가속화된 데이터산업은 '21년 시장규모가 22.9조 원을 기록하여 전년 대비 14.5%의 증가율을 기록하였다.[5)] 향후에도 빅데이터의 수요 증가, AI 기술의 발전, 데이터 활용을 위한 규제 개선 등이 기대됨에 따라 데이터산업은 10% 내외의 높은 성장세를 이어 나갈 것으로 예상된다. 보험회사도 빠르게 성장하는 데이터산업에서 신 성장동력 창출 방안을 찾기 위한 노력을 지속하여 왔다.

보험회사는 데이터 활용·분석의 고도화를 통해 상품개발, 언더라이팅, 고객관리, 보험금 지급 등에서 소비자 경험 개선, 업무 효율화 등을 이루어왔다. 특히 보험회사는 보험업 가치사슬을 통해 축적된 내부데이터를 활용하여 부가가치를 창출하는 데에 집중하여 왔다. 지금까지 개인정보 보호를 위한 강력한 규제로 인해 이종 업종 외부데이터를 활용하는 적극적인 시도가 어려웠기 때문이다. 하지만 최근 다양한 데이터 활용에 대한 공감대가 확산되며 이종 업종 외부데이터를 활용하는 제도적 발판이 마련되었고, 이에 따라 보험회사는 외부데이터의 결합·활용을 위한 시도를 모색해 나가고 있다.

---

1) 본고에서 '정보'와 '데이터'는 혼용하여 사용함

2) 생명보험은 수입보험료, 손해보험은 원수보험료 기준이며, 출처는 보험개발원 보험통계조회서비스임

3) 가용데이터의 한계로 인해 '04년~'12년 9년간 평균 매출 증가율을 산출함

4) 금융감독원, 금융통계정보시스템

5) 한국데이터산업진흥원(2023)

보험산업의 데이터 활용과 관련된 선행연구 또한 보험회사의 내부데이터 활용 고도화 혹은 외부데이터 활용 방안 등과 관련한 연구가 주를 이루었다. 최창희·홍민지(2018)는 국내외 보험회사의 빅데이터 활용 사례와 현황을 파악, 분석하였으며, 국내 보험회사의 빅데이터 활용을 위한 제도, 환경 및 경영 개선 방안을 제안하였다. 박희우·이승주(2022)는 국내외 보험회사의 외부데이터 활용 사례와 국내 보험회사의 외부데이터 활용을 위한 제도적 현황과 시사점을 제시하고 있다. 반면 보험회사 내부데이터의 거래와 관련된 선행연구는 부족한 실정이다.

본 연구에서는 보험회사가 보유하고 있는 내부데이터를 외부에 판매하거나 공유하여 부가적인 수익과 가치를 증대시킬 수 있는 방안을 검토하고자 한다. 지금까지 국내 보험회사가 보유데이터를 판매·공유한 사례는 거의 없으며, 소수의 보험회사만이 첫 걸음을 내딛고 있는 실정이다. 데이터는 수집과 분석을 위해서 많은 비용과 시간이 필요하지만, 가공한 데이터를 외부에 판매·공유하기 위한 비용은 거의 필요없다. 보험회사가 새로운 수익모델의 창출 방안 중 하나로 내부데이터 거래 방안을 고려해야 하는 이유기도 하다. 또한 보험회사의 사고데이터 등을 외부에 판매할 경우 사고에 대한 이해를 높이고, 사고 발생을 사전적으로 예방하여 사회적 후생 증진에도 기여할 수 있다.

보험회사의 데이터 거래 활성화 방안을 검토하기 위해서는 해외 보험회사의 선도적인 데이터 거래 사례를 살펴볼 필요가 있다.[6] 보험회사가 데이터 거래 시에 직면하게 되는 제약 요인을 해외 보험회사는 어떠한 방안으로 극복하고 데이터 거래를 성사시켰는지 파악해야 하기 때문이다. 본 연구에서는 일본 보험회사의 사례를 통해 보험회사 데이터 거래 사례의 특징을 파악하고 국내 보험회사가 데이터 거래를 활성화하기 위한 과제와 시사점을 도출하고자 한다.

한편 데이터 거래는 판매자와 구매자가 직접 완결하기도 하지만 데이터 거래소와 같은 중개 공간 혹은 중개자를 통해서 이루어지기도 한다. 데이터 거래소에서의 데이터 거래는 판매자, 구매자, 중개자, 그리고 정보주체 모두의 이해관계가 적절히 고려되었을 때 활발하게 이루어질 수 있다. 즉, 데이터 거래소의 모든 참가자에게 거래 체결을 위한 유인을 부여할 수 있는 거래소 운영 방식과 정책의 제정이 무엇보다 중요하다. 이에 본 연구에서는 국내외 대표적인 데이터 거래소의 정책적인 특징을 알아보고, 이를 통해 데이터 거래소에서의 데이터 거래 활성화 방안에 대해서 검토하고자 한다. 국내 데이터 거래소에 대

6) 본고에서는 데이터 판매자로서 보험회사의 데이터 거래 사례에 집중하여 살펴보고자 함

한 시사점을 도출하기 위해 선도적으로 데이터 거래소가 운영되고 있는 일본과 영국의 사례를 살펴볼 것이다.

본 연구는 두 가지 측면에서의 기여점이 있다. 첫 번째는 일본 보험회사의 사례를 중심으로 실제 성사되고 있는 보험회사 데이터 거래의 특징 파악이다. 일본 보험회사가 외부에 판매·공유하고 있는 데이터의 종류, 수요처, 거래의 효과 등을 살펴보고 국내 보험회사의 경영전략적 측면에서 데이터 거래 활성화를 위한 시사점을 도출하였다. 두 번째는 데이터 거래소의 활성화를 위한 정책적 고려사항 검토이다. 일본, 영국의 데이터 거래소 운영 방침을 살펴보고 보험회사를 비롯한 금융회사가 데이터 거래소에서의 데이터 거래를 활성화하기 위해 정책당국이 고려할 수 있는 방안을 생각해보았다.

목차는 다음과 같다. 본격적인 논의에 앞서 2장 '데이터 거래 개요'에서는 데이터 거래의 의미와 유형, 국내 데이터 거래 시장 현황, 보험회사 보유데이터, 보험회사 데이터 거래의 필요성에 대해서 살펴볼 것이다. 이어서 3장 '제공형, 창출형 데이터 거래'에서는 국내 보험회사의 데이터 거래 현황, 보험회사 데이터 거래 제약 요인, 그리고 일본 보험회사의 데이터 거래 사례를 소개할 것이다. 제공형 데이터 거래의 경우 판매자로서 보험회사의 현황과 과제에 대해 논의를 집중하고자 한다. 4장 '오픈마켓형 데이터 거래'에서는 데이터 거래소에서의 데이터 거래에 대한 논의를 집중할 것이며, 국내, 일본, 영국의 대표적인 데이터 거래소의 정책적인 특징을 비교하고 시사점을 도출하고자 한다.