Ⅱ 데이터 거래 개요

1. 데이터 거래란

데이터 거래는 데이터 판매자(제공자)와 구매자(이용자) 사이에서 온·오프라인 방식으로 데이터를 전송·사용·이전하는 행위를 의미한다.[7] 데이터는 경합성[8]이 없어 복제 및 공유에는 비용이 거의 필요없고, 다양한 업종의 데이터를 결합하여 부가가치를 창출할 수 있기 때문에 데이터 거래에 대한 관심이 높아지고 있다. 기업들은 수익 실현, 시장 점유율의 확대, 신규 서비스 개발 등 다양한 목적으로 데이터의 판매·구매를 계획한다. 보유데이터에 대한 시장의 수요가 높거나 데이터 판매를 통한 수익 창출이 반드시 필요한 경우에는 기업이 데이터 판매를 하나의 수익 모델로 결정하고 데이터 상품화 및 기술 개발에 투자하기도 한다.

한편 데이터는 비가역성(변형된 데이터는 가공 이전으로 돌아가기 어려움), 유연성(데이터는 여러 형태로 가공이 가능), 결합성(데이터는 다른 데이터와 결합하여 새로운 부가가치 창출이 가능), 경험성(데이터는 분석 이전에 그 가치를 판단하기가 어려움)을 갖고 있기 때문에 일반적인 재화의 거래와 다른 특성을 갖는다.[9] 다시 말해 판매자가 특정 원본 데이터를 거래하려고 할 때에도 구매자의 수요에 맞게 차별적으로 데이터를 가공하여 데이터 거래가 이루어진다. 즉, 데이터 거래는 주로 판매자와 구매자 사이에서 맞춤형 계약의 형태로 진행된다.

데이터 거래의 계약 방식에는 명시적인 제도적 규정이 존재하지 않으므로 일반적으로 계약 당사자 간에 자유로운 방식으로 체결된다. 그렇지만 데이터 판매자와 구매자는 데이터 거래 시에 발생할 수 있는 몇 가지 법적 쟁점에 대하여 숙지하고 유의할 필요가 있다. 데이터는 저작권, 특허권, 영업비밀, 부정경쟁방지법 등에서 일정한 조건을 만족할 경우 법적으로 보호받을 수 있기 때문이다.[10] 즉, 데이터에서 제3자에 대한 저작권·특허권이 존

7) 한국데이터산업진흥원(2020)

8) 경합성이란 한 사람이 특정 재화를 더 많이 소비하면 다른 사람은 덜 소비해야 하는 특성을 의미함

9) 정원준(2022)

재할 경우 데이터의 거래가 제3자의 권리 침해를 수반할 수 있고, 데이터 판매자와 구매자 모두가 공동으로 법적 책임을 질 가능성이 있다. 또한 데이터가 부정경쟁방지법상 기업의 영업비밀로 보호받고 있는 경우에는 데이터 판매자가 구매자에 대한 비밀유지의무 부과 혹은 손해배상액 설정 등을 검토하여야 하며, 구매자는 판매자로부터 데이터를 적법한 조건과 범위에서 이용할 수 있도록 계약을 확인할 필요가 있다.

2. 데이터 거래 유형

데이터 거래의 유형은 다양한 방식으로 분류할 수 있으나 한국데이터산업진흥원(2019)의 방식을 참고하면 제공형, 창출형(공유), 오픈마켓형 등 크게 세 가지로 정의할 수 있다. 제공형 데이터 거래는 판매자가 구매자에게 데이터를 전달하는 방식으로 진행하며, 라이선스, 양도, 상호라이선스 계약으로 나눌 수 있다. 라이선스 계약은 데이터 판매자가 구매자에게 데이터의 이용을 허락하고 이에 상응하는 이용료를 지급받는 방식이며, 양도 계약은 데이터 판매자가 소유권의 전부 또는 일부를 구매자에게 이전하여 권리 주체가 변경되는 방식이다. 양도 계약 이후에는 계약 범위에 따라 판매자도 더 이상 데이터 이용에 대한 권리 행사가 불가능할 수 있다. 라이선스 계약의 경우 데이터의 거래가 판매자와 구매자 사이의 경쟁에 영향을 미칠 수 있기 때문에 부정경쟁방지법 등을 고려하여 데이터 거래가 이루어진다. 실제 제공형 데이터 거래 시장에서는 주로 라이선스 계약이 이루어지고 있다.

창출형 데이터 거래는 특정 목적에 따라 데이터를 보유하는 복수 당사자가 관여하여 데이터를 상호 공유하는 방식이다. 주로 복수의 데이터를 결합·가공하여 기존에 존재하지 않는 파생데이터를 창출하려는 목적으로 데이터 거래가 성사되며, 거래 참가자들은 당사자 간의 데이터 이용권한, 판매 시에 이익 배분 등을 결정하게 된다. 일반적으로 거래 대상 데이터에 대해서는 각 당사자 모두에게 이용권한을 배분한 뒤 파생데이터가 발생할 경우 이에 대한 소유권을 특정 참가자에게 귀속시키는 형태의 계약을 따른다. 거래 참가자들은 창출형 데이터 거래를 통해 대량의 고품질 데이터를 활용할 수 있고, 유의미한 분석 결과를 활용하여 새로운 부가가치와 고객 경험을 창출할 수 있다.

오픈마켓형 데이터 거래는 운영자의 중개로 플랫폼을 통해 데이터 판매자의 데이터를 구

10) 한국데이터산업진흥원(2019)

매자에게 제공하는 형태로 이루어진다. 데이터 거래 운영자(플랫폼)는 데이터 판매자, 구매자 간 권리와 의무 등 규약을 직접 정하여 데이터 거래 계약을 체결하여야 한다. 오픈마켓형 데이터 거래 시에는 운영자(플랫폼)가 정보 보호 체계, 보안서비스, 정보유출 방지 등을 철저하게 갖출 필요가 있다.

〈표 Ⅱ-1〉 데이터 거래의 유형

분류	목적	특징
제공형	양도, 라이선스, 상호라이선스	데이터 판매자만 보유하고 있는 데이터를 데이터 구매자에게 제공
창출형(공유)	가공, 결합, 파생데이터 창출	데이터를 보유하는 복수 당사자가 관여하여 데이터 가치를 극대화. 거래 당사자 간의 데이터 이용권한, 이익분배 등의 결정이 필요함
오픈마켓형	운영자(플랫폼)가 데이터 판매자의 데이터를 구매자에게 제공	데이터 거래 운영자(플랫폼)가 데이터 판매자, 구매자 간 권리·의무 등을 정함

자료: 한국데이터산업진흥원(2019)을 바탕으로 재구성함

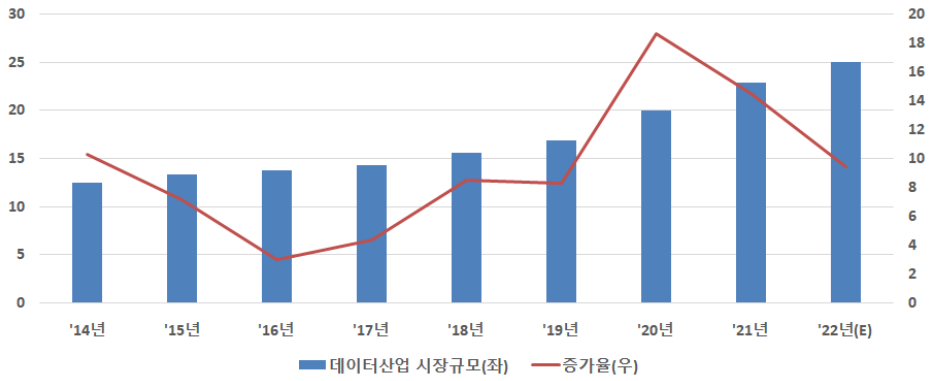
일반적으로 제공형, 창출형(공유) 데이터 거래는 데이터 판매자와 구매자가 제3자 없이 자율적으로 데이터 거래를 체결하기 때문에 데이터 수요와 공급의 일치가 가장 중요하다. 데이터 구매자가 상품, 서비스 제공 등을 위해 판매자 데이터의 필요성을 인지할 경우 데이터 거래 체결의 가능성이 높아진다. 또한 데이터 판매자와 구매자 사이에 자율적인 규약에 따라 거래가 이루어지게 되므로 의무적으로 따라야 하는 제도나 규약 등은 일관되게 존재하지 않는다. 반면 오픈마켓형 데이터 거래는 데이터 판매자, 구매자 외에 운영자(플랫폼)가 제3자로서 거래에 개입하게 되기 때문에 데이터 거래와 관련하여 명시된 플랫폼 제도나 규약의 제정이 중요하다고 할 수 있다. 데이터 거래 운영자(플랫폼)는 데이터 판매자와 구매자에게 안전한 보안과 편리한 접근성, 그리고 적절한 인센티브 등을 제공하여야 한다.

3. 국내 데이터 거래 시장 현황

국내 데이터 거래 시장 현황은 한국데이터산업진흥원(2023)의 데이터산업 현황조사를 참고하여 살펴볼 수 있다. 데이터산업 현황조사에 따르면 데이터산업의 비즈니스 유형은 '데이터 처리 및 관리 솔루션 개발·공급업', '데이터 구축 및 컨설팅 서비스업', 그리고 '데이터 판매 및 제공 서비스업' 등 세 가지로 구분할 수 있다. 데이터산업 시장규모는 '21년 22조 8,986억 원으로 조사되었으며, 부문별 규모는 '데이터 판매 및 제공 서비스업'이 11조 3,869억 원으로 가장 높고, '데이터 구축 및 컨설팅 서비스업'이 8조 5,274억 원, '데이터 처리 및 관리 솔루션 개발·공급업'이 2조 9,843억 원으로 나타났다. 한국데이터산업진흥원(2023)에 따르면 향후 데이터산업 시장은 5개년 연평균 성장률인 12.6%의 수준으로 성장하여 '28년 51조 원을 넘어설 것으로 전망된다.

〈그림 Ⅱ-1〉 국내 데이터산업 시장규모 추이

(단위: 조 원, %)



자료: 한국데이터산업진흥원(2023)

데이터산업 시장에서 가장 큰 규모를 차지하는 '데이터 판매 및 제공 서비스업'은 데이터를 원천데이터 형태 혹은 분석 및 활용이 가능한 상태로 판매하거나 분석 결과 정보 등을 온·오프라인으로 제공하는 비즈니스를 의미한다. 데이터 판매사는 데이터 이용료·수수료 등의 직접매출과 광고료 등의 간접매출로 수익을 창출할 수 있다. 또한 '데이터 판매 및 제공 서비스업'은 '정보제공 서비스업'과 '데이터 판매 및 중개 서비스업'으로 분류할 수 있으며, 국내 데이터 거래 시장의 규모는 '데이터 판매 및 중개 서비스업'의 규모인 2조

861억 원으로 추정할 수 있다.

데이터산업에서 '데이터 판매 및 중개 서비스업'이 차지하는 비중은 '16년 4.5%에서 '21년 9.1%로 지속하여 상승하고 있다. 데이터산업 시장 내에서도 데이터 거래 시장의 중요성이 지속하여 높아지는 것이다. 이는 빅데이터, AI, 클라우드 등의 기술이 발달함에 따라 기업들이 다양한 업종의 데이터를 결합·가공·유통하여 혁신적인 서비스를 만들고자 하는 수요가 확대되었기 때문으로 판단되며, 향후에도 데이터 거래 시장의 성장성이 가속화될 것으로 예상된다.

〈표 Ⅱ-2〉 데이터산업 부문별 시장규모 비중

(단위: %)

데이터산업 시장 분류		'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년 (E)
데이터 처리 및 관리 솔루션 개발·공급업		11.4	11.5	12.0	12.3	12.6	13.0	13.1
데이터 구축 및 컨설팅 서비스업		40.6	41.0	39.4	38.8	38.5	37.2	37.0
데이터 판매 및 제공 서비스업		48.0	47.5	48.7	48.9	48.9	49.7	50.0
	정보제공 서비스업	43.5	42.9	43.4	42.1	40.9	40.6	41.1
	데이터 판매 및 중개 서비스업	4.5	4.6	5.3	6.7	8.0	9.1	8.9

주: '정보제공 서비스업'과 '데이터 판매 및 중개 서비스업'은 '데이터 판매 및 제공 서비스업'의 세부 분류임
자료: 한국데이터산업진흥원(2023)

4. 보험회사 보유데이터

보험회사는 판매자 또는 구매자로서 데이터 거래 시장에 참가할 수 있다. 데이터 구매자로서 보험회사는 외부 사업자로부터 데이터를 수집하여 보험업 가치사슬에서 다양하게 활용하고자 할 것이다. 하지만 본고에서는 데이터 판매자로서 보험회사가 보유데이터를 타 기업들에게 판매 혹은 공유하여 새로운 부가가치를 창출하는 경우에 집중하여 살펴보고자 한다. 본격적인 논의에 앞서 본 절에서는 보험회사가 보유하고 있는 데이터가 무엇인지 살펴보고 데이터의 종류별 특징과 데이터 판매·공유 시에 발생할 수 있는 이슈에 대해서 논의할 것이다.

보험회사는 여러 분야에서 발생하는 위험에 대한 통계 수치를 바탕으로 보험상품을 개발하거나 서비스를 제공하기 때문에 광범위한 데이터를 보유하고 활용한다. 보험회사는 피보험자의 사고위험 평가를 통한 보험료 산정, 언더라이팅, 보험금 청구 및 지급관리 등의 목적으로 내부데이터를 분석·활용하고 있으며, 최근에는 맞춤형 상품 혹은 부가서비스 제공 등을 위해서도 데이터 활용의 폭을 늘려나가고 있다. 보험회사는 고객이 보험계약 가입을 위해 보험회사에 제출하는 데이터부터 보험을 가입한 고객의 계약으로부터 발생하는 데이터까지 다양한 경로를 통해 데이터를 수집하고 있다.

보험회사가 보유·활용하고 있는 데이터는 수집 경로 기준으로 고객 수집 데이터, 계약 관련 내부 관리 데이터, 자체 수집 데이터 등으로 나눌 수 있다. 고객 수집 데이터는 고객이 보험계약 체결 혹은 보험료 할인을 목적으로 보험회사에 제공하는 정보를 의미한다. 보험회사는 보험소비자가 보험 가입 시에 제출하는 청약서, 의사소견서, 신체검사서 등을 통해 보험계약자의 병력, 건강상태, 유전정보, 흡연 여부, 음주 여부 등 의료 관련 데이터를 수집하며, 차량보고서를 통해 차량 종류, 차량 연식, 차량 탑재 부품(예, 블랙박스) 등을 수집한다. 최근에는 IoT 기술의 발달과 함께 활용이 증가하고 있는 웨어러블 기기를 통해 가입자의 걸음 수, 소모 칼로리, 심박 수 등의 정보를 수집하기도 하며, 차량에 부착할 수 있는 텔레매틱스[11]를 통해 차량 주행거리, 주행시간, 운전 습관 등의 데이터를 수집하기도 한다.

계약 관련 내부 관리 데이터는 보험계약자가 가입한 보험상품에서 청구, 지급 등 고객 서비스를 제공하고 고객 관리를 통해 얻어지는 데이터를 의미한다. 보험회사는 보험금 지급을 위해 청구·지급 관련 데이터를 처리하여야 하며, 인보험상품에서는 피보험자의 사망 정보를 비롯하여 진단코드, 의료 차트 정보, 약 처방 정보 등에서 입원 등의 정보를 수집하고, 물보험상품에서는 차량 사고, 건물 화재·누수, 기타 생활 사고 등 다양한 사고데이터를 수집하고 처리한다. 보험회사가 관리하는 데이터에는 청구, 지급 정보 외에도 계약 철회, 해지, 가입, 민원 등과 관련된 데이터도 포함된다. 또한 보험회사는 다양한 보험상품 및 서비스 제공을 위해 보험 가입자를 통하지 않고서도 자체적으로 날씨, 자연재해 데이터를 축적하거나 웹 크롤링 등을 통해 데이터를 수집하기도 한다.

11) 텔레매틱스는 통신(Telecommunication)과 정보과학(Informatics)을 합친 용어로 텔레매틱스 자동차보험은 블랙박스, 스마트폰 등의 디지털 기기를 통해 보험 가입자의 운전데이터(예, 주행거리, 가속 및 감속 습관 등)를 분석하여 보험료를 결정함

〈표 Ⅱ-3〉 수집 경로에 따른 보험회사 보유데이터

분류	종류
고객 수집 데이터	의료 관련 데이터(병력, 건강상태, 유전정보, 흡연 여부, 음주 여부 등), 차량 관련 데이터(차량 종류, 차량 탑재 부품 등), 웨어러블 데이터(걸음 수, 소모 칼로리, 심박수 등), 텔레매틱스 데이터(주행거리, 주행시간 등 차량 주행 데이터 및 차로 이탈, 과속, 급제동 등 운전 습관 데이터), 신용정보 등
계약 관련 내부 관리 데이터	나이, 성별, 사망률, 질병률, 사고율 등 경험통계, 계약 철회, 해지, 청구, 가입 데이터 등
자체 수집 데이터	날씨, 자연재해, 공공데이터, 웹 크롤링 데이터 등

자료: SOA(2018), EIOPA(2019)를 바탕으로 저자가 재구성함

한편 데이터 거래 시에 적용되는 규제는 데이터 종류에 따라 차이가 발생한다. 즉, 보험회사의 보유데이터는 개인정보 보호를 위한 규제의 적용 여부에 따라 개인정보, 민감정보, 비개인정보로 나눠서 살펴볼 수 있다.[12] 개인정보는 살아 있는 개인에 관한 정보로서 해당 정보만으로 특정 개인을 알아볼 수 있거나 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 정보로 정의한다. 개인정보를 처리할 때에는 개인정보 보호법, 신용정보 보호법 등에 근거하여 개인정보 보호를 위한 규제가 적용된다. 또한 개인정보 중 민감정보는 예외적인 경우[13]를 제외하고 원칙적으로 정보의 처리가 제한되기 때문에 데이터 거래 시에 보다 주의가 필요하다. 개인정보 외의 데이터인 비개인정보의 경우 개인정보 보호를 위한 규제가 적용되지 않아 활용이 상대적으로 자유롭다.

개인정보의 데이터 거래는 기본적으로 정보주체에게 제3자 정보제공에 대한 동의를 받아야 가능하다. 선제적으로 정보주체에게 데이터 거래의 목적을 밝힌 후 이에 대한 동의를 구해야 하는 것이다. 하지만 데이터 3법의 개정과 함께 개인정보는 정보주체에 대한 선제적인 동의 없이도 가명·익명처리하여 처리할 수 있는 근거가 마련되었다. 개인정보를 가명처리할 경우 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존 등을 위해서 정보주체의 선제적 동의 없이 활용이 가능하며, 개인정보를 익명처리하거나 통계 수치로 집계(aggregate)할 경우 더 이상 개인정보가 아니기 때문에 개인정보 보호 관련 규제를 적용받지 않고 처리가

12) 민감정보란 사상·신념, 노동조합·정당의 가입·탈퇴, 정치적 견해, 건강, 성생활 등에 관한 정보, 그 밖에 정보주체의 사생활을 현저히 침해할 우려가 있는 개인정보로 정의하며, 개인정보는 민감정보를 포함하는 개념임

13) 개인정보 보호법 제23조에 따르면 정보주체에게 개인정보 처리에 대한 동의를 받거나 법령에서 민감정보의 처리를 요구하거나 허용하는 경우 민감정보의 처리가 가능함

가능하다. 또한 민감정보의 경우에도 가명·익명처리를 통하여 정보주체의 동의 없이 제3자 정보제공에 대한 처리가 가능하다는 유권해석[14]이 존재한다. 가명처리된 진단, 질병, 입원 등 민감정보의 경우 특정한 개인을 알아볼 수 없게 처리된 정보이기 때문에 개인정보 침해가 발생할 가능성이 낮으며, 정보주체를 특정하여 동의받기가 불가능하기 때문이다.

그렇지만 가명정보의 처리 시에 과학적 연구, 통계작성, 공익적 기록보존이 포함하는 정확한 범위와 가명·익명정보의 재식별 가능성 등에 대한 논란은 개인정보의 데이터 거래에 대한 부담 요인으로 지목되고 있다. 다시 말해 과학적 연구에 혁신적인 보험상품 개발이 포함되는지에 대한 논란, 혹은 익명정보가 재식별되어 특정 개인의 식별 가능성 등에 대한 우려는 데이터 거래 판매자, 구매자 모두에게 부담으로 작용한다. 특히 민감정보의 경우에는 정보 유출의 피해가 더 크기 때문에 가명·익명정보 형태의 데이터 거래가 소극적으로 추진되는 것으로 보인다. 반면 개인정보에 포함되지 않는 자연재해 데이터 등 비개인정보의 경우에는 별다른 가명·익명처리 없이 데이터 거래가 가능하다.

〈표 Ⅱ-4〉 개인정보, 민감정보, 비개인정보의 특징

분류	정의	개인정보 보호 규제	데이터 거래 가능 조건
개인정보	특정 개인을 알아볼 수 있는 데이터	적용됨	정보주체에게 제3자 정보제공에 대한 동의 혹은 가명처리 후 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존의 목적으로 처리 가능
민감정보	건강 등 민감한 개인정보	엄격하게 적용됨	원칙적으로 정보의 처리가 제한됨. 정보주체에게 제3자 정보제공에 대한 동의 혹은 가명처리 후 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존의 목적으로 처리 가능
비개인정보	개인정보가 아닌 데이터	적용되지 않음	제약 없음

주: 개인정보는 민감정보를 포함하는 개념임

적용 규제의 정도에 따라 보험회사 보유데이터를 비개인정보, 민감정보, 민감정보 외 개인정보로 분류할 경우 각 그룹에는 다음과 같은 데이터가 포함된다. 먼저 비개인정보에는 날씨, 자연재해, 공공데이터 등이 포함되며, 개인정보 보호를 위한 별다른 규제가 적용되지 않아 데이터에 대한 수요처가 존재할 경우 자유로운 거래가 가능하다. 물론 비개인정

14) 법제처 법령해석 사례 안건번호 20-0569; 금융위원회 법령해석 일련번호 200258

보의 경우에도 데이터 거래 시에 제3자의 저작권, 특허권을 비롯하여 영업비밀 해당 여부 등에 대한 확인은 필요할 것이다. 개인정보는 민감정보와 민감정보 외 개인정보로 나눌 수 있으며, 보험회사가 보유한 데이터의 대부분이 개인정보에 포함된다. 건강 관련 데이터를 비롯하여 텔레매틱스, 웨어러블, 차량 관련 데이터, 계약 철회, 해지, 청구 등의 데이터도 모두 개인정보이다. 한편 개인정보 중 민감정보에는 보험 가입자의 진단, 병력, 유전, 발병 정보 등 건강과 관련하여 정보주체의 사생활을 현저히 침해할 우려가 있는 개인정보가 포함된다. 보험회사 보유데이터는 민감정보, 민감정보 외 개인정보, 비개인정보의 순으로 개인정보 보호에 따른 규제가 엄격하게 적용되어 데이터 거래가 어렵다.

〈표 Ⅱ-5〉 개인정보 보호 규제 적용에 따른 보험회사 보유데이터

분류	보험회사 보유데이터 예시	데이터 판매를 위한 고려사항
민감정보 외 개인정보	텔레매틱스, 웨어러블, 차량 관련 데이터 등	데이터 수요처 모색, 개인정보 보호 관련 규제
민감정보	진단, 병력, 유전, 발병 등 건강 관련 데이터	데이터 수요처 모색, 개인정보 보호 관련 엄격한 규제
비개인정보	날씨, 자연재해, 공공데이터 등	데이터 수요처 모색

데이터 종류에 따른 거래의 예를 들어보면 보험회사가 수집하는 자동차보험 관련 데이터에는 가입자 개개인이 보유하고 있는 차량 종류, 사고이력을 비롯하여 텔레매틱스를 통한 주행거리, 주행시간 등의 정보가 존재한다. 이러한 데이터는 특정 개인을 알아볼 수 있기 때문에 개인정보로 분류할 수 있고, 아무런 가명·익명처리를 거치지 않을 경우 데이터 거래가 불가능하다. 만약 이러한 데이터를 가명처리할 경우 통계작성, 과학적 연구, 공익적 기록보존 등을 위해서 데이터 거래가 가능하게 된다. 예를 들어 '서울 거주 43세 남성 운전자의 '23년 6월 1일 발생한 지급보험금 100만 원의 사고' 수준의 정보가 가명정보이다. 또한 규제의 강도를 낮추기 위해 데이터를 익명처리하거나 가공하여 통계수치만을 집계할 경우에는 개인정보에 포함되지 않기 때문에 상대적으로 자유롭게 데이터의 거래가 이루어질 수 있다. '서울 거주 40대 남성 운전자의 23년 6월 발생한 지급보험금 100~150만 원의 사고' 수준의 정보가 익명정보이다. 통계수치의 예시로는 지역에 따른 시간대별 주행거리, 블랙박스 탑재 여부에 따른 사고 유형별 사고율, 성별·연령별 보유 자동차 종류 등이 있을 수 있다. 하지만 가명·익명처리, 집계 등을 거쳐서 식별가능성을 낮출 경우

데이터가 훼손되고 활용 가능 범위가 좁아지기 때문에 보험회사는 목적에 적합하게 데이터를 처리하여야 한다.

한편 개인정보는 익명처리 및 집계 후 비개인정보로서 데이터 거래에 활용되어도 그 원천은 정보주체로부터 유래한 것이기 때문에 과도한 영리 목적의 이용은 데이터 거래에 대한 사회적 공감대를 저하할 수 있다.[15] 데이터 거래에 대한 사회적 공감대가 낮아질 경우 정보주체로부터의 데이터 확보에 어려움이 생길 것이다. 헬스케어 데이터 거래·유통 시장에서도 가장 큰 장애물로 대중의 정서적 거부감이 꼽힌 바 있다.[16] 데이터 거래자는 간접적으로라도 데이터 활용의 성과가 공익 또는 정보주체의 이익에 기여할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있을 것이다.

5. 보험회사 데이터 거래 필요성

기업들은 영위하는 사업에 따라 기업 내부에서 상품 및 서비스의 질을 향상시키기 위해서 수집한 데이터를 활용하기도 하지만 외부에 데이터를 판매하거나 제공·공유하여 수익을 달성하기도 한다. OECD(2019)에 따르면 데이터 보유자가 다른 사용자에게 데이터를 공유·제공할 경우 데이터의 가치는 10~20배 가량 증가하며, 궁극적으로 전체 경제에 대해서도 20~50배의 가치를 부여할 수 있다. 이렇게 기업들이 보유데이터를 통해 수익을 창출하는 사업을 데이터 수익화(Data Monetization)라고도 부른다. AI, IoT, 클라우드 기술 등이 발달함에 따라 기업이 보유·활용할 수 있는 데이터가 늘어나고 있으며, 데이터 수익화의 중요성과 필요성은 더욱 높아질 것으로 보인다. 기업은 데이터 수익화를 통해 새로운 수익을 창출하거나 새로운 성장 동력을 이뤄낼 수 있다. 글로벌 데이터 수익화 시장규모는 2022년 27억 달러에서 연평균 19.3% 성장하여 2030년에는 110억 달러에 이를 것으로 예상된다.[17] 향후 기업들은 데이터 수익화를 위한 투자를 늘리며 시장을 주도하기 위해 노력할 가능성이 높다.

보험회사의 경우에도 데이터 수익화, 즉 데이터 거래의 필요성이 강조되기는 마찬가지다.

15) 이동진(2020)
16) 한국지능정보사회진흥원(2022)
17) Research and Markets(2023)

본 절에서는 보험회사의 제공형, 창출형(공유), 오픈마켓형 데이터 거래의 필요성을 서술하고자 한다. 제공형, 오픈마켓형 거래의 경우 판매자로서 보험회사의 데이터 거래 필요성에 집중하여 논의할 것이다.

보험회사는 크게 네 가지 이유로 인해 데이터 거래를 필요로 한다.[18] 첫 번째는 수익성 제고이다. 보험회사는 데이터를 직접(제공형, 창출형 데이터 거래) 혹은 플랫폼(오픈마켓형 데이터 거래)을 통해 판매하여 이에 따른 금전적인 수익을 수취할 수 있다. 국내 보험회사는 오랜기간 저성장·저수익에 어려움을 겪었고, 제공형, 오픈마켓형 데이터 거래(판매)의 활성화를 통해 새로운 성장동력·수익구조 창출의 기대가 가능하다. 물론 창출형(공유) 데이터 거래를 통해 새로운 부가가치를 생성하고 이를 활용한 수익의 창출도 가능하다.

두 번째는 고객경험 확보이다. 보험회사는 창출형(공유) 데이터 거래를 통해 타 기업들과 공유하는 데이터를 바탕으로 더욱 정확하게 고객 특성을 파악하고 고객경험을 높일 수 있다. 예를 들어 보험회사는 항공사진 촬영 기업과 데이터를 공유하여 건물 특성에 따른 화재, 풍재 등의 사고 발생률 산출을 정교화하고 선제적인 수선 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 즉, 보험회사는 보험산업뿐만 아니라 다양한 산업의 고객 데이터를 확보·분석하여 맞춤형 서비스, 상품 등의 제공이 가능하다.

세 번째는 위험관리 고도화에 따른 지급 보험금 감소이다. 보험회사는 보유 중인 사고데이터를 외부에 판매·제공하여 고위험군에게 주의를 환기시키거나, 사고 발생 방지를 위한 선제적인 조치를 취함으로써 보험사고를 예방하고 지급보험금을 줄일 수 있다. 예를 들어 보험회사는 장소별 사고의 특징을 파악할 수 있는 교통사고 데이터를 지방자치단체에 판매하여 교통 신호 체계를 개선시키거나 선제적으로 도로 상태를 점검하여 보험사고 예방을 기대할 수 있다. 보험사고 발생이 감소함에 따라 보험회사가 지급해야 하는 보험금도 줄어들게 된다. 즉, 무료로 데이터 거래(판매)가 이루어지는 경우에도 보험회사는 지급 보험금 감소에 따른 금전적인 비용 감소를 기대할 수 있다.

마지막 네 번째로 보험회사의 데이터 거래는 사회적 후생 증진에도 기여할 수 있다. 특히 보험회사의 사고데이터 판매·공유는 전체 사회 구성원의 사고에 대한 이해도를 높이고 보장 격차(protection gap)를 축소할 수 있다. 또한 사고 발생 예방에 따라 인적·물적 비용을 감소시킬 경우 전체 사회적 후생이 증가하게 된다. 즉, 보험회사는 데이터 거래를 통해 지속 가능하고 안전한 사회로 나아가는 데에 역할을 다할 수 있다.

---

18) NTTData(2022); Hillier et al.(2021)

〈표 Ⅱ-6〉 보험회사 데이터 거래 필요성

항목	설명
수익 창출	새로운 성장동력·수익구조 창출
고객경험 개선	보다 정확한 고객 특성 파악
위험관리 고도화	선제적인 보험사고 예방에 따른 지급 보험금 감소
사회적 후생 증진	전체 사회의 사고에 대한 이해도 제고

자료: NTTData(2022), Hillier et al.(2021)을 참고하여 저자가 정리함