

미국 NAIC, 보험소비자 개인정보보호 모델법 (Model 674) 초안 발표

손민숙 연구원

요약

미국 NAIC는 2023년 2월 1일 보험소비자 개인정보보호 모델법 초안을 발표함. 해당 초안은 기존 모델 시행 이후 30~40년간 변화된 기술, 데이터 등 새로운 환경과 소비자의 개인정보보호를 조화시키기 위한 목적임. 주요 내용으로는 새로운 개념 정의, 제3자 서비스 제공자 위험관리 및 데이터 최소화를 위한 요건 강화, 개인정보 사용 및 공유에 대한 제한 확대, 개인정보 접근·수정·삭제 조항 개정 등이 포함됨

- 미국 보험감독자협회(National Association of Insurance Commissioners; NAIC)는 2023년 2월 1일 「보험 소비자 개인정보보호 모델법(Insurance Consumer Privacy Protection Model Law, 이하, 'Model 674')」 초안¹⁾을 발표함
 - 해당 모델법 초안은 기존 「NAIC 보험정보 및 개인정보보호 모델(NAIC Insurance Information and Privacy Protection Model, 이하, 'Model 670')」 및 「소비자 금융 및 건강 정보의 개인정보보호 규정(Privacy of Consumer Financial and Health Information Regulation, 이하, 'Model 672')」을 대체함²⁾
 - 제정 목적은 기존 모델 시행 이후 30~40년간 변화된 기술, 데이터 등 새로운 환경과 소비자의 개인정보보호를 조화롭게 구성하고, 더 안전한 소비자 동의를 확보하기 위함임
 - 개인정보 사용 제한 및 권리에 관한 조항들은 「캘리포니아 소비자 개인정보보호법(California Consumer Privacy Act; CCPA)」 또는 영국 및 EU의 「일반데이터보호규정(General Data Protection Regulation; GDPR)」과 유사하며 주요 내용은 다음과 같음
- 개인정보 등에 대한 새로운 개념 정의를 도입하였으며, 제3자 서비스 제공자에 대한 위험관리 요건을 강화하였음³⁾
 - (개념 정의) 개인정보(Personal information), 비식별 데이터(De-identified data), 서면 동의(Written consent)에 관한 새로운 개념 정의가 도입됨
 - '개인정보'에는 보험거래 시 수집되는 개인정보 및 AI 등을 활용하여 도출되는 개인적 성향이 포함됨(§3. BB)
 - '비식별 데이터'란 특정 소비자를 합리적으로 식별 또는 관련하여 생각할 수 없거나 직·간접적으로 연결될 수 없는 정보를 의미하며, 개인을 식별할 수 없는 비식별 데이터의 경우 개인정보보호 문제가 발생하지 않으므로 모델

1) NAIC(2023. 2. 1), "Exposure Draft-Consumer Privacy Protection Model Law #674"

2) NAIC(2023. 2. 1), "Attached is the draft of the Consumer Privacy Protection Model Law"

3) 주요 내용에 대해서는 모델법 초안 원문 및 NAIC(2023. 2. 1), "Attached is the draft of the Consumer Privacy Protection Model Law"; Carlton Fields(2023. 2. 6), "A New Draft Privacy Model Blooms From the NAIC Privacy Working Group"; Eversheds Sutherland(2023. 2. 9), "NAIC proposes new California-style privacy model law for insurance"를 참조함

법 초안에 따른 규제의 대상이 되지 않음을 명시함(§3. N, §9. B. (6))

- '서면 동의'란 보험회사가 소비자와 관계를 맺고 있는 동안 소비자의 동의 여부를 기록하거나 유지할 수 있는 모든 방법을 의미한다고 규정하여 서면 동의에 관한 개념 정의를 유연화하였음(§3. QQ)
- (제3자 위험관리) 제3자 서비스 제공자에 대해서는 직접적인 규제를 규정하지 않고 보험회사에 대해서만 직접적인 규제를 규정하되, 보험회사가 계약 또는 합의를 통해 제3자 서비스 제공자를 감독하도록 함(§2)
 - 제3자 서비스 제공자는 보험회사와의 계약에 명시되지 않은 소비자의 개인정보를 수집·처리·보유·공유할 수 없음
 - 모델법 초안 작성자들은 초기에 제3자 서비스 제공자에 대한 직접적인 규제가 필요하다는 입장을 취하였으나, 전체적인 모델법과의 조화를 고려할 때 결과적으로 직접적인 규제는 불필요하다고 판단하였음

○ 개인정보의 사용 및 공유에 대한 제한이 강화되어 개인정보의 수집 등에 필요한 데이터를 최소화할 것이 요구되며, 개인정보의 접근·수정·삭제에 관한 조항이 개정됨

- (개인정보의 사용 및 공유) 보험회사의 상품 및 서비스를 포함한 마케팅 목적의 개인정보 사용 시 민감한 개인정보의 사용은 금지되며, 미국 외 국가로의 데이터 공유 시 소비자의 사전동의를 필요로 함(§4)
 - 보험회사가 기존 고객에게 직접 마케팅을 하는 경우에도 사전동의를 요건으로 함
 - '민감한 개인정보'의 개념 정의는 「캘리포니아 개인정보보호법(California Privacy Rights Act; CPRA)」에 따르며, 오늘날 맞춤형 마케팅을 위해 일반적으로 활용되고 있는 개인의 정확한 지리적 위치, 인종, 종교적 또는 철학적 신념, 노조 가입 여부 등의 정보가 포함됨(§3. KK)
 - 「공정 신용 보고법(Fair Credit Reporting Act; FCRA)」에 따라 허용되는 경우를 제외하고는 소비자의 동의가 있더라도 개인정보의 판매가 금지됨
- (데이터 최소화) 보험회사는 보험계약, 연구, 조사 및 마케팅 등 필요한 경우 소비자의 개인정보를 수집·처리·보유·공유할 수 있으나 데이터의 수집 등은 목적에 따라 필요한 범위 내로 제한됨(§4)
 - 기존 Model 670 및 672에 따르면 소비자에게 옵트아웃(opt-out) 방식의 선택권을 제공하는 경우 일반적으로 소비자의 개인정보 이용이 가능하였으나, Model 674는 개인정보의 수집·처리·보유를 최소화할 것을 요구함
 - 개인정보의 수집·처리·보유·공유 시 보험계약과의 합리성·필요성·비례성이 요구되며, 보험회사는 개인정보의 수집 등에 대한 특정 목적 및 정보 보존 기간을 공시하여야 함
- (개인정보의 접근·수정·삭제) Model 670에 따라 보장되었던 소비자의 개인정보 삭제권이 삭제되었으나, 보험회사는 개인정보의 필요성이 상실된 후 90일 내 데이터를 삭제할 의무가 있다는 규정을 새롭게 마련함(§5. B. (1))
 - 소비자의 개인정보 접근 및 수정 요청이 있는 경우 그 처리 기한이 영업일 기준 30일에서 15일로 단축됨(§11. B. (2), §12. B. (2))

○ NAIC는 2023년 4월 3일까지 관계자들의 의견을 취합한 후 7월까지 초안을 수정할 계획이며, 8월 중 개정된 모델법 시행에 대해 투표를 진행할 예정임⁴⁾

4) Carlton Fields(2023. 2. 6), "A New Draft Privacy Model Blooms From the NAIC Privacy Working Group"