



금융 마이데이터 도입 현황과 시사점

노현주

머리말

금융업과 비금융업 간 경계가 모호한 빅블러 현상이 심화되고 스마트폰과 함께 성장한 밀레니얼 세대가 핵심 소비자그룹으로 부상하면서, 금융권 역시 플랫폼 기반의 비즈니스 경쟁이 본격화 될 것으로 예상되고 있다. 금융 플랫폼 경쟁에서 성공하기 위한 주요 경쟁력 중 하나는 고객 기반의 확장이며, 고객데이터를 통한 신속한 고객니즈 인지와 맞춤형 상품 및 서비스의 적시 대응이다. 이를 위해서는 고객데이터를 확보하고 분석 및 활용하는 역량이 요구된다. 올해 신설되는 마이데이터 사업은 정보주체인 개인이 요청하면 기업은 보유한 개인데이터를 제3자에게 제공해야 한다. 지금까지 기업 중심이었던 개인데이터 활용이 고객 중심으로 전환되는 것이다. 기업 입장에서는 핵심 경쟁력인 고객데이터를 광범위하게 확보할 수 있는 기회이자, 반대로 고객의 선택을 받지 못하면 제3자에게 제공해 줘야 하는 위기이기도 하다.

본 보고서는 최근 금융산업 전반에서 주요 관심사로 논의되고 있는 마이데이터 산업에 대한 이해를 돕고자 기획되었다. 국내외 마이데이터 정책 추진 현황과 사례, 그리고 현재 국내의 사업 추진 경과와 함께 보험회사에 주는 시사점을 살펴보았다. 이제 시작 단계인 마이데이터 산업과 이를 통한 산업 내 경쟁구도 변화 가능성 등을 이해하는 데 이 보고서가 도움이 될 것으로 기대한다.

마지막으로 이 보고서 내용은 연구자 개인의 의견이며 우리 원의 공식적인 의견이 아님을 밝혀 둔다.

2021년 6월

보험연구원 원장 안 철 경



목 차

• 요약	1
I. 서론	3
II. 마이데이터에 대한 이해	6
1. 개념	6
2. 법적 기반	9
III. 주요국 마이데이터 정책과 서비스 사례	16
1. 해외 주요국 동향	16
2. 서비스 사례	24
IV. 국내 마이데이터 정책과 사업 추진 현황	32
1. 국내 정책 동향	32
2. 사업 추진 경과	44
V. 금융산업 영향과 보험회사 시사점	53
1. 소비자 수용도	53
2. 금융산업에 미치는 영향	55
3. 보험회사에의 시사점	60
VI. 맺음말	66
1. 요약	67
2. 고려사항	68
• 참고문헌	72
• 부록	75

표 차례

〈표 II-1〉 마이데이터 원칙	7
〈표 II-2〉 GDPR의 주요 내용	11
〈표 II-3〉 제공동의와 전송요구의 차이	12
〈표 II-4〉 국내 데이터 3법 개정 주요 내용	14
〈표 II-5〉 개인정보 활용가능 범위	15
〈표 II-6〉 가명·익명 정보 예시	15
〈표 III-1〉 PSD2의 AISP·PISP 개요	17
〈표 III-2〉 오픈뱅킹 앱 스토어 서비스	20
〈표 III-3〉 호주 오픈뱅킹 정보공유 대상 상품	21
〈표 III-4〉 미국 스마트 공시	22
〈표 III-5〉 주요국 오픈뱅킹 정책 비교	23
〈표 III-6〉 핀테크 기업의 마이데이터 서비스 사례	26
〈표 III-7〉 디지미 수집 대상 데이터	29
〈표 III-8〉 디지미 기반의 개인데이터를 활용한 서비스(앱) 사례	31
〈표 IV-1〉 마이데이터 사업자 주요 허가요건 요약	35
〈표 IV-2〉 마이데이터 사업자의 업무범위	35
〈표 IV-3〉 마이데이터 서비스 대상 정보	36
〈표 IV-4〉 스크린 스크레이핑 방식과 표준 API 방식의 비교	37
〈표 IV-5〉 마이데이터 서비스 참여자 요건 및 주요 역할	38
〈표 IV-6〉 오픈뱅킹 API 이용 수수료 체계 변경	40
〈표 IV-7〉 국내 금융 마이데이터 정책 추진 현황	42
〈표 IV-8〉 마이데이터 사업 1차 본허가 취득 현황	45
〈표 IV-9〉 마이데이터 사업 2차 신청 현황	45
〈표 IV-10〉 은행권 마이데이터 사업 추진 전략	46
〈표 IV-11〉 카드업권 마이데이터 사업 추진 전략	47
〈표 IV-12〉 빅테크·핀테크 기업의 마이데이터 사업 추진 전략	49
〈표 IV-13〉 모니 수집 정보 및 제공 서비스	52
〈표 V-1〉 마이데이터 관련 정보제공 후 소비자 응답	54
〈표 V-2〉 마이데이터 플랫폼에서 조회 가능한 본인 정보(예시)	55
〈표 V-3〉 업권별 주요 마이데이터 서비스(예시)	57

〈표 V-4〉 금융회사, 빅테크·핀테크 회사의 특징 비교	59
〈표 V-5〉 보험가입 보조지수의 개념 및 활용 예시	62
〈표 V-6〉 금융회사에 대한 소비자 신뢰도·만족도 조사결과	63
〈표 VI-1〉 마이데이터 사업 진출에 따른 장·단점 예시	69

그림 차례

〈그림 II-1〉 마이데이터에서의 개인의 데이터 권리	7
〈그림 II-2〉 개인데이터 유통체계 비교	9
〈그림 II-3〉 GDPR 개인정보 이동권	10
〈그림 II-4〉 개인정보와 신용정보	13
〈그림 III-1〉 AISP·PISP 도입 전후의 업무처리 흐름	18
〈그림 III-2〉 API 호출 건수	19
〈그림 III-3〉 민트 서비스 화면	25
〈그림 III-4〉 데이터신탁 서비스 모델	28
〈그림 IV-1〉 마이 헬스웨이 플랫폼 구성(안)	33
〈그림 IV-2〉 마이데이터 서비스 구성 및 절차	38
〈그림 IV-3〉 오픈뱅킹 시스템 개념도	40
〈그림 IV-4〉 오픈뱅킹 시스템-마이데이터-마이페이먼트 연계효과(예시)	43
〈그림 IV-5〉 국내 오픈뱅킹 시스템 가입자 및 등록계좌 수 추이(누적)	44
〈그림 IV-6〉 보맵 마이데이터 서비스 화면	50
〈그림 IV-7〉 마이데이터 사업자의 업무 영역 및 확장성	51
〈그림 IV-8〉 모니 서비스 화면	52
〈그림 V-1〉 생활 서비스와 연계된 금융통합 플랫폼(예시)	60
〈그림 V-2〉 평안보험의 플랫폼 전략	64
〈그림 V-3〉 마이데이터 사업의 영향 및 시사점	65
〈그림 VI-1〉 보험회사의 종합생활금융 플랫폼 예시	66

MyData Business Status and Insurance Company Implications

Along with the fourth industrial revolution, interest in using personal data as a new key resource is emerging, while related issues continue to be raised in the protection of personal information. MyData Policy takes these two aspects into account and transforms existing organization-centered data utilization into a human-centered utilization system. MyData policy is under the explicit consent of customers who are information subjects to allow the third party access to customer data, and the organization with customer data provides the data to the third party in a standardized API method.

Domestic policy authorities are actively introducing MyData policy to revise the related laws, and to open up financial settlement infrastructure and establish new financial services such as MyData and MyPayment. In particular, MyData business, introduced by the revision of the Credit Information Use and Protection Act, can provide inquiry services by collecting and integrating various personal credit information scattered across various institutions, and incidental business operations such as data analysis and consulting, investment consulting, are possible.

MyData business is expected to trigger a full-fledged transition to the financial platform era in line with the spread of non-face-to-face culture and acceleration of digital transformation. The insurance industry also needs to respond more actively to changes in the open financial ecosystem in preparation for the full-fledged platform competition along with the digital transition. In order to expand the customer base in the platform era, rapid customer needs recognition through data and timely response of

customized services are important, and MyData business is an opportunity to secure these capabilities. MyData business is expected to increase personalization service capabilities through extensive information collection and integrated analysis, and expand business areas such as healthcare in connection with non-financial Mydata in the future. However, the platform market and data business, which are triggered by MyData, are business areas that have never been experienced before, so careful preparation is needed for this.

In the short term, it is necessary to check the capability to link customer data to internal assetization and a strategy to upgrade it. In addition, a customer-centered work system and the differentiation of customer experience are needed. Financial consumers are already familiar with digital platforms, and the competition structure in the market is expanding to FinTech and BigTech companies as well as other financial industries. Insurance companies, which focus on indirect experience with customers through face-to-face channels(Financial Planner or Risk Consultant, etc), need to examine if they are designed customer-centered throughout their work. Finally, preparation of individual companies is also important, but joint efforts from the insurance industry are required. Industrial use of pseudonym information will become possible, and research is needed on what information is useful in future health and public use. It is expected that such research should be preceded to establish a virtuous cycle that expands the customer base by providing competitive products and services only in the insurance industry that is differentiated from other industries.

4차 산업혁명과 함께 새로운 핵심 자원으로서 개인데이터 활용에 대한 관심이 부상하고 있는 한편 개인정보보호에 관련 이슈도 지속적으로 제기되고 있다. 마이데이터 정책은 이러한 두 가지 측면을 고려하여 기존의 기업 중심의 데이터 활용을 개인 중심의 활용체제로 전환하고 필요한 법적권한 및 시스템 등을 규정하는 것이다. 마이데이터 정책은 ① 정보주체인 고객의 명시적 동의 아래, ② 제3사업자가 고객데이터에 접근할 수 있도록 허용하고, ③ 정보 보유기관은 표준화된 API 방식으로 제3자에게 정보를 안전하게 제공하는 것이다.

마이데이터 정책은 EU, 영국, 호주 등 다수의 국가에서 추진되고 있으며, 국내 정책당국도 적극 도입하여 데이터 3법 등 관련 제도를 정비하고, 금융결제 인프라의 전면 개방과 마이데이터, 마이페이먼트 등과 같은 금융 서비스업 신설을 추진 중이다. 특히, 신용정보법 개정으로 도입된 금융 마이데이터 산업은 고객이 동의하면, 여러 기관에 흩어져 있는 다양한 개인신용정보를 수집·통합하여 조회 서비스를 제공할 수 있으며, 부수 및 겸영업무로 데이터 분석 및 컨설팅, 신용정보관리, 개인정보자기결정권 대행사, 투자자문·일임업 등이 가능하다.

마이데이터 사업은 비대면 문화 확산과 디지털 전환 가속화 등과 맞물려 본격적인 금융 플랫폼 시대로의 전환을 촉발하는 계기가 될 것이 예상된다. 이에 보험산업도 디지털 전환과 함께 플랫폼 경쟁 본격화에 대비하여 개방형 금융생태계 변화에 보다 적극적인 대응이 필요하다. 플랫폼 시대의 고객 기반 확대를 위해서는 데이터를 통한 신속한 고객니즈 인지와 맞춤형 상품·서비스의 적시 대응이 중요한데, 마이데이터 사업은 이러한 역량을 확보할 수 있는 기회이다. 마이데이터 사업은 광범위한 정보 수집 및 통합 분석으로 개인화 서비스 역량을 높일 수 있고, 향후 비금융권 마이데이터와 연계하여 헬스케어 등 비즈니스 영역 확장이 가능할 것으로 기대된다. 다만, 마이데이터로 촉발되는 플랫폼 시장과 데이터 사업은 기존에 경험하지 못한 비즈니스 영역이므로 이에 대한 면밀한 준비가 필요하다.

우선 단기적으로 고객데이터를 내부 자산화로 연결하는 역량에 대한 점검과 이를 고도화

하는 전략이 필요하다. 데이터를 축적한다고 맞춤형 상품을 제안할 수 있는 역량이나 모델 개발이 가능해지는 것이 아니기 때문이다. 또한 구호가 아닌 진정한 고객 중심의 업무 체계와 고객 경험 차별화가 필요하다. 금융소비자는 이미 디지털 플랫폼에 익숙하고 시장 경쟁 구도는 보험회사 간이 아닌 타 금융업계는 물론, 핀테크·빅테크 기업으로 확장되고 있다. 대면 채널을 통한 고객과의 간접 경험 중심인 보험회사들은 업무 전반에 걸쳐 고객 중심으로 설계되어 있는지를 살펴 볼 필요가 있다. 고객의 범위가 기존 보유고객을 넘어 타사 고객까지 포함될 수 있고 고객 접점도 이전보다 확장될 수 있으므로 고객관리체계를 재정립하고 정보 보안을 비롯한 운영 리스크가 발생하지 않도록 점검해야 한다. 마지막으로 개별 회사의 대비도 중요하지만 보험업계의 공동의 노력도 요구된다. 가명정보의 산업적 활용이 가능해지고, 향후 건강, 공공 등 추가적인 데이터 활용에 있어서 어떠한 정보가 유용한 지에 대한 연구가 필요하다. 이러한 연구가 선행되어야 경쟁업계와 차별화된 보험 업계만의 경쟁력 있는 상품 및 서비스 제공으로 고객 기반을 확대하는 선순환 구조가 구축될 것으로 예상된다.

인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 클라우드 컴퓨팅(Cloud computing) 등 디지털 기술로 촉발되는 4차 산업혁명이 진전되면서 데이터가 새로운 핵심 자원으로 부각되고 있다. 사람과 기기가 인터넷이나 사물인터넷 등에 연결되어 생성하는 막대한 데이터가 새로운 비즈니스 모델과 부가가치 창출이 가능한 원동력으로 인식되기 때문이다. 글로벌 통계 포털인 스타티스타(Statista)¹⁾는 전 세계 데이터 발생 규모가 2010년 2제타바이트²⁾에서 2018년 33제타바이트, 2024년 149제타바이트까지 증가할 것으로 전망하고 있다. 이같이 급증하는 데이터를 자원으로 활용하는 데이터 경제(Data Economy)³⁾ 개념도 등장했다. EU 집행위원회(European Commission)는 데이터 경제를 '서로 다른 시장 구성원들 즉, 제조업자, 연구자, 인프라 제공자 등이 데이터에 접근 가능하고 활용 가능하게 만들기 위해 협력하는 생태계(Ecosystem)'로 정의했다. European Commission(2017)는 유럽의 데이터 경제 규모를 2014년 기준 2,570억 유로(EU GDP의 1.85%)에서 2020년에는 6,430억 유로(EU GDP의 3.17%)로 급증할 것으로 전망했다. 한편, 글로벌 시장조사기관 IDC의 2011년 발표에 따르면, 디지털 데이터 중 개인데이터의 비중이 약 75%에 달하며, 사물인터넷과 인공지능 기술로 이의 비중은 더욱 증가할 것이 예상된다. 따라 주요국에서는 개인데이터가 데이터 산업 촉진과 새로운 비즈니스 창출의 중심점이 될 것으로 보고, 범 정부 차원에서 양질의 개인데이터 확보와 원활한 유통체계를 갖추고 활용범위 확대 전략을 모색 중이다.⁴⁾

개인데이터는 개인이 상품 및 서비스를 구매 또는 이용하거나, 장소 이동 등의 행위로 생성되는 데이터인데, 온라인상의 개인데이터의 활용 규모와 범위가 확대될수록 개인정보 유출과 프라이버시 침해에 대한 우려도 증가하고 있다. 이러한 상황에서 개인정보 활용과 개인정보보호라는 양 측면을 고려하고, 데이터 경제를 촉진시킬 수 있는 방안으로 '마이

1) Statista(2020. 5)

2) 1 Zettabyte=1021 Byte

3) 2011년 David Newman의 가트너 보고서 "How to Plan, Participate and Prosper in the Data Economy"에서 처음으로 '데이터 경제'라는 개념이 사용됨

4) 미국의 빅데이터 R&D 전략계획(2016년), EU의 데이터경제 육성전략(2017년), 일본의 미래투자전략-Society 5.0 실현을 위한 개혁(2017년) 등임

데이터(MyData)' 접근 방식이 제시되고 있다. 마이데이터는 개인데이터의 관리 및 처리에 있어 개인이 주체적으로 이를 관리·활용하는 권한을 보장하는 개념이다.

한국데이터산업진흥원(2021)이 조사한 국내 데이터 산업 시장의 규모는 2019년 전년 대비 8.3% 성장한 16조 8,582억 원이며, 2020년에는 19조 2,736억 원 규모로 추정됐다. 향후 데이터 산업 시장이 지난 3개년 연평균 성장률인 11.3%와 같이 지속적으로 성장한다면 2026년까지 36조 원을 넘어설 것으로 전망된다. 하지만 아직 국내 경제에서 차지하는 비중은 1% 미만 수준⁵⁾에 불과하다. 그러나 국내 전 산업의 매출 증감률이 2010~2019년 기준 연평균 3.9%인데 비해 데이터 산업은 연평균 증가율 7.5%로 타 산업에 비해 높은 증가세를 보이고 있어 향후 더욱 빠르게 성장할 것이 기대된다. Chakravorti et al.(2019)가 하버드 비즈니스 리뷰에 발표한 데이터 총생산(Gross Data Product) 지표⁶⁾에 따르면, 우리나라는 글로벌 데이터 경제를 선도하는 국가로 미국, 영국, 중국, 스위스에 이은 5위권으로 평가되었다. 그러나 데이터 생산량이나 산업시장 규모에 비해 아직 우리나라의 데이터 활용, 분석의 수준은 낮게 평가되고 있다. 스위스 국제경영개발원(IMD)은 매년 세계 디지털 경쟁력 순위를 발표하는데⁷⁾, 우리나라의 빅데이터 활용 및 분석 수준이 조사대상 63개국 중 2018년 31위, 2019년 40위였다. 2020년 해당 순위가 15위로 상승했지만, 종합순위인 디지털 경쟁력이 8위인 점에 비추어 보면, 데이터 활용도는 상대적으로 낮은 수준이다. 정부당국은 엄격한 개인정보규제 등으로 데이터 활용이 위축된 상황과 전문 인력 부족 등을 그동안의 데이터 정책의 한계점으로 인식하고, 2018년 6월 4차 산업혁명 위원회에서 '데이터를 가장 안전하게 잘 쓰는 나라'를 비전으로 데이터 산업 활성화 전략을 발표한 바 있다.⁸⁾ 주요 전략으로 데이터 이용제도 패러다임 전환을 내세우고, 이후 과학기술정보통신부, 금융위원회, 산업자원통상부, 행정안전부 등이 각 분야별로 마이데이터 정책을 추진 중이다. 특히, 금융위원회는 금융분야 데이터 활용 및 정보보호 종합방안을 통해 마이데이터 정책을 적극 추진하겠다고 밝히고, 이후 금융분야 마이데이터 산업의 도입과 신용정보법 개정안에 관한 구체적인 내용을 발표하였다. 마이데이터 사업자 선정 등의 과정이 진행 중에 있으며 2021년 하반기 본격적으로 마이데이터 서비스가 제공될 예정이다. 마이데이터 사업자로 진출하지 않더라도 데이터 보유 기업(기존 금융회사)들은 마이

5) 2019년 명목 GDP 1,919조 원 대비 데이터 산업 매출 규모는 약 16조 9천억 원의 비중임

6) 경제활동 데이터에 대한 양(Volume), 사용(Usage), 접근성(Accessibility) 복잡성(Complexity) 등 4가지 구성요소를 고려해 산출한 지표임

7) 과학기술정보통신부(2020)의 자료를 참고함

8) 관계부처 합동(2018a)

데이터 환경에 어떻게 대응할 것인가에 대한 준비가 필요하다.

본 보고서는 기존과 다른 개인정보 활용체계인 마이데이터 사업 시행이 금융산업과 보험회사에 주는 영향과 시사점을 살펴보고자 한다. 보고서는 국내외 문헌들을 수집하여 분석하는 문헌 연구방식으로 이루어졌다. 보고서의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 먼저 마이데이터라는 새로운 개인정보 활용체계의 개념과 원칙, 개인정보의 연결방식에 관해 살펴본다. 그리고 마이데이터 논의를 전 세계적으로 본격화시킨 EU의 개인정보보호법(GDPR) 개정 내용과 국내 관련 법률인 신용정보법 개정 내용에 대해 살펴본다. 제3장에서는 우리나라보다 먼저 금융 분야의 마이데이터 정책을 추진하고 있는 해외 주요국의 현황과 서비스 사례를 살펴보고자 한다. 유럽은 물론 국내 금융 마이데이터 정책의 출발점이 된 EU의 개정 지급 서비스 지침(PSD2)과 해외 주요국의 추진 동향 및 대표적인 서비스 사례를 다룬다. 제4장은 국내 마이데이터 정책 추진 동향과 현재 신설되는 금융 마이데이터 사업의 추진경과를 상세히 살펴본다. 그리고 1차 사업자로 선정된 마이데이터 사업자들이 계획하고 있는 서비스 모델(안)을 비교 해 본다. 제5장은 마이데이터 사업의 시행이 금융산업에 미치는 영향을 살펴보고, 보험회사에 주는 시사점을 검토한다. 제6장 맺음말에서는 앞의 내용을 요약하고, 새로운 변화에 대비하기 위한 보험회사의 고려사항을 제시한다.

II

마이데이터에 대한 이해

다수의 기업들이 고객데이터를 기반으로 타겟 마케팅, 부정 감지, 위험 및 신용도 평가 등을 함으로써 업무의 효율성을 제고하고, 공공기관은 위치정보와 교통카드 데이터를 활용하여 심야버스 노선을 결정하기도 한다. 반면 정보주체인 개인은 일반적으로 개인정보 처리 권한을 제3자 제공에 대한 동의절차를 걸쳐 기업이나 기관에 위임하고 있어, 동의 이후 개인정보가 어떻게 관리되고 활용되는 지에 대한 적극적인 권리를 행사하기는 어려운 구조이다. 산업 측면에서는 기업 규모에 따라 개인정보 보유수준의 차이가 크기 때문에, 개인데이터 기반의 새로운 서비스를 제공하고자 하는 핀테크 등의 신생기업 성장도 쉽지 않다. 특히, 우리나라의 경우 개인정보보호법을 비롯한 관련 제도와 사회적으로 기업의 개인정보 활용에 대한 부정적인 인식이 큰 편⁹⁾이라 활용이 용이하지 않은 상황이다. 이러한 배경에서, 데이터 경제 활성화와 개인정보보호 양 측면을 고려하면서 개인 주도의 데이터 유통 생태계 구현을 위한 실천전략으로 등장한 것이 '마이데이터(MyData)' 패러다임이다. 본 장에서는 마이데이터에 대한 이해를 돕기 위해 마이데이터의 개념과 법적 기반에 대해 살펴본다.

1. 개념

마이데이터는 개인데이터를 생산하는 정보주체인 개인이 본인 데이터에 대한 권리를 가지고, 본인이 원하는 방식으로 관리하고 처리하는 패러다임을 말한다. 즉 개인데이터의 관리 및 활용되는 체계를 현재의 기관 중심(Organization-centric System)에서 사람 중심(Human-centric System)으로 전환한다는 것이다. 마이데이터는 정보주체인 개인이 본인의 데이터를 처리하고 활용하는 과정에서 데이터에 대한 접근, 데이터의 이동, 처리과정의 통제 등에 대해 능동적으로 결정 할 수 있는 권리가 보장되어야 실현될 수 있다. 또한 개인 데이터를 보유하고 있는 기관은 개인이 요구할 때, 데이터를 안전한 환경에서 쉽게 접근하

9) 2014년 주요 카드사의 1억 400만 건이 넘는 개인정보 유출 사건 등으로 부정적 기조가 확산됨

여 이용할 수 있는 형식으로 제공하여야 하며, 데이터의 자유로운 이동과 제3자 접근이 가능하고, 그 활용 결과를 개인이 투명하게 알 수 있도록 한다는 것을 원칙으로 한다.

〈그림 II-1〉 마이데이터에서의 개인의 데이터 권리



자료: 한국데이터산업진흥원(2019)

〈표 II-1〉 마이데이터 원칙

구분	내용
데이터 권한	개인이 개인데이터의 접근, 이동, 활용 등에 대한 통제권 및 결정권을 가져야 함
데이터 제공	개인데이터를 보유한 기관(업)은 개인이 요구할 때, 개인데이터를 안전한 환경에서 쉽게 접근하여 이용할 수 있는 형식으로 제공하여야 함
데이터 활용	개인의 요청 및 승인(동의)에 의한 데이터의 자유로운 이동과 제3자 접근이 가능해야 하며 그 활용 결과를 개인이 투명하게 알 수 있어야 함

자료: 한국데이터산업진흥원(2019)

이와 같은 마이데이터의 원칙은 정보주체인 개인이 사방에 분산되어 있는 본인정보를 처리하고 결정할 수 있도록 개인데이터 유통체계가 시스템적으로 뒷받침되어야 구현 가능하다. Poikola et al.(2014)은 기존의 개인데이터 유통체계를 데이터 연결방식에 따라 API¹⁰⁾

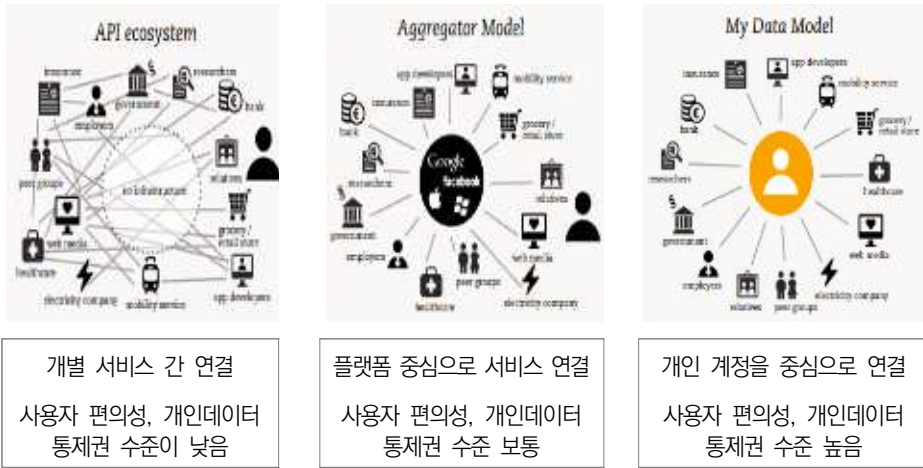
10) API는 서로 다른 프로그램의 기능이나 데이터를 상호 이용할 수 있도록 미리 정한 통신규칙(명령어 집합)임. 접속 권한에 따라 해당 조직(회사, 기관) 내부에서만 프로그램 접근이 가능한 것은 폐쇄형(Closed) API, 외부 제3자도 접근할 수 있도록 표준화하여 공개한 것을 개방형(Open) API라 함. 개방형 API란 구글지도 API처럼 외부 공개 되어 이를 이용하여 부동산 검색 서비스를 만들거나 '포켓몬 고' 같은 증강현실 게임 제작이 가능해 짐

생태계(Application Programming Interface Ecosystem)와 집합자(Aggregator) 모델로 구분하고, 마이데이터(MyData) 패러다임이 지향하는 마이데이터 모델과 비교했다.¹¹⁾

- (1) API 생태계는 서비스 간에 필요한 개인데이터를 각각의 API로 연결하는 것이다. 이 유형은 개인이 제3자에게 정보 전달하는 것을 동의하면 정보처리기관이 비즈니스 목적에 따라 데이터를 제3자에게 API를 통해 전달한다. 이러한 방식은 서비스 수가 증가하면 서비스 간의 연결 수가 급속도로 증가하게 된다. 정보처리기관은 개별 기관이 제공하는 수많은 API를 관리해야 하며, 데이터를 통합하여 활용하는 것 역시 쉽지 않다. 이 모델은 개별 정보처리기관 간 계약을 통해 구축되므로, 정보주체인 개인이 본인의 데이터가 어떻게 사용되는 지에 대한 전체 흐름을 파악하기는 어려운 유형이다.
- (2) 집합자 모델은 API 생태계에서 진화된 유형이라 할 수 있다. 이 유형은 특정 기업의 계정 중심으로 연결되는 구조이다. 예를 들어 구글, 네이버 등과 같은 플랫폼 기업의 특정 계정으로 연동되는 형태를 생각할 수 있다. 이는 특정 플랫폼과 연결된 시스템 간에는 상호 운용될 수 있어 플랫폼 내의 데이터 흐름은 원활할 수 있다. 그런데, 집합자 간의 데이터가 상호운용 되지는 않기 때문에 개인이 플랫폼을 변경하게 되면 데이터 흐름이 단절된다. 또한 개인이 해당 플랫폼에게 정보처리 결과에 대한 열람 요구 권리 등을 가지고 있더라도 열람 요구로 본인의 어느 정보를 언제 어떻게 처리하고 있는 가를 투명하게 알기는 쉽지 않다.
- (3) 마이데이터 패러다임이 지향하는 개인데이터 유통 체계는 개인이 개별 마이데이터 계정을 가지고 본인 데이터에 접근하여 사용할 수 있는 권한을 가지는 것이다. 즉, 개인이 분산되어있는 본인 데이터들을 연결하는 중심점이 되는 것이다. 앞의 유형들이 개인 정보를 이용하는 기관 간에 N대N 관계(API 생태계) 또는 N대1 관계(집합자 모델)를 형성하는 기관 중심의 모델이라면, 마이데이터 모델은 개인주도적인 모델이며 특정 기관이나 개별 플랫폼에 대한 의존도가 높지 않다. 더불어 마이데이터 개념을 실현하는 개인데이터 유통 체계는 개인이 디지털 동의를 편리하게 하고, 포괄적으로 통제할 수 있는 기능을 포함해야 하며, 데이터를 제공함으로써 개인이 얻을 수 있는 혜택도 가시적으로 알 수 있도록 해야 한다.

11) 조성은 외(2019)

〈그림 II-2〉 개인데이터 유통체계 비교



자료: Poikola et al.(2014)

2. 법적 기반

개인데이터 활용에 대한 새로운 패러다임이 실현되기 위해서는 데이터 이동권 등에 대한 법적 기반이 필요하다.

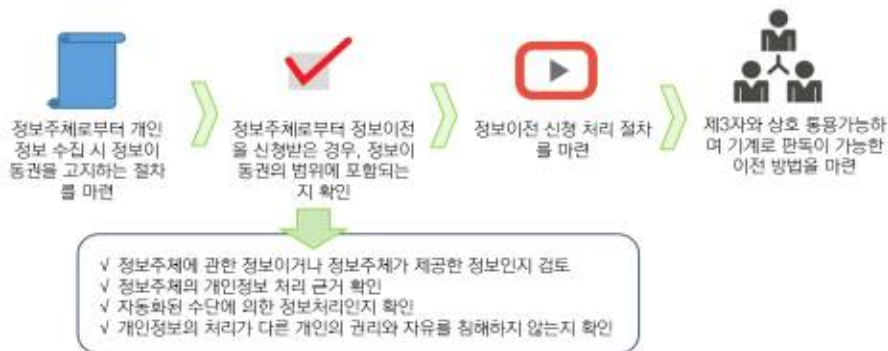
가. EU의 GDPR

사람 중심의 개인데이터 활용이라는 마이데이터 개념은 EU가 개인정보보호 일반 규정 (General Data Protection Regulation; GDPR)을 공포함으로써 실질적인 제도로서 구체화 되었다. EU의 GDPR은 1995년부터 시행되던 개인정보보호지침(Data Protection Directive 95/46/EC)을 대체하기 위해 2016년 5월 27일 채택하고 2018년 5월 25일부터 시행하였다. GDPR은 법적 구속력을 가지며 모든 EU 회원국 내에 직접적으로 적용된다. GDPR은 개인의 개인정보에 대한 권리를 강화하고, EU 역내에서 개인정보의 자유로운 이동 보장을 목적으로 한다. GDPR은 개인정보 삭제권, 처리 제한권, 이동권, 반대권(거부권) 등과 같은 개인의 정보관리 권한을 새로이 추가함으로써 이전보다 정보주체의 권리를 확대하고 강화했다고 평가된다. 또한 기업에게는 개인정보 처리 활동의 기록과 DPO(Data

Protection Officer: 개인정보보호 책임자)의 지정, 개인정보 영향평가 등을 하도록 규정함으로써 기업의 책임도 강화했다.¹²⁾

특히, GDPR 제20조 개인정보보호권(The Right to the protection of personal data)의 하나로 포함된 개인정보이동권(Right to data portability)은 정보주체가 ① 정보관리자(Controller)¹³⁾에게 제공한 본인 개인정보를 구조화하고, 통상적으로 사용되며 기계판독이 가능한 형식으로 수령하며, ② 원하는 경우 정보관리자의 방해 없이 다른 정보관리자에게 전송할 수 있는 권리와, ③ 기술적으로 실현 가능한 경우에 한해서 해당정보를 한 정보관리자에게서 다른 정보관리자에게 직접 전송되도록 요구할 수 있는 권리를 의미한다. 여기서 적용 대상이 되는 개인정보란 본인이 제공한 정보로 동의를 했거나 계약이행을 위한 것이며, 자동화된 수단에 의해 처리가 이루어지는 경우에 한해서이다. EU GDPR의 개인정보 이동권은 온라인 서비스에 대한 정보주체의 선택권을 강화하고 서비스 제공자 간 공정한 경쟁환경 조성과 개인정보보호 법제의 단일화를 통해 EU 역내 디지털 경제를 더 활성화하고자 하는 목적으로 도입되었다. 정보주체인 개인이 기존 기업들이 보유하고 있는 개인정보 통제에 대한 주도권을 돌려받고, 이를 기반으로 산재해 있던 자신의 데이터를 통합적으로 관리하고, 개인에게 유리한 서비스(기업)를 찾을 수 있게 되므로 개인정보 활용 방식의 패러다임이 변화한 것이라 할 수 있다. 이는 구글, 페이스북, 아마존 등 미국 대형 ICT 플랫폼 기업들에 의해 EU의 데이터 시장이 장악되는 것에 대해 대응하고자 하는 측면도 있다.

〈그림 II-3〉 GDPR 개인정보 이동권



자료: 행정안전부(2017)

12) 황현아(2019); 방송통신위원회·한국인터넷진흥원(2020)

13) 정보관리자는 개인정보 처리 목적·수단을 결정하는 자연인, 법인, 공공기관, 에이전시, 기타 단체를 의미함

〈표 II-2〉 GDPR의 주요 내용

구분	내용
개인정보의 처리원칙	<ul style="list-style-type: none"> · (합법성·공정성·투명성) 개인정보는 정보주체와 관련 합법적이고 공정하며 투명한 방식으로 처리되어야 함 · (목적제한) 개인정보는 특정되고, 명시적이며 적합한 목적으로 수집·처리되어야 함 · (최소처리) 개인정보는 처리되는 목적과 관련하여, 적정하고 관련성이 있으며 필요한 범위로 제한되어야 함 · (정확성) 개인정보는 정확해야 하고, 필요한 경우 최신성을 유지해야 함 · (보유기간 제한) 개인정보는 처리목적 위해서 필요한 기간내에서 정보주체를 식별할 수 있는 형태로 보유되어야 함 · (무결성·기밀성) 개인정보는 적절한 기술적 또는 관리적 조치를 이용하여 개인정보의 적정한 보안을 보장하는 방식으로 처리되어야 함 · (책임성) 컨트롤러는 개인정보보호원칙에 대하여 책임성을 갖춰야 하며 그에 대한 준수 여부를 증명할 수 있어야 함
정보주체의 권리	<ul style="list-style-type: none"> · (제공받을 권리) 정보주체는 본인에 관한 개인정보를 누가, 왜, 무엇을 하는지 등의 정보를 제공받을 권리를 가짐 · (접근권) 본인정보의 처리목적, 항목, 수령인 등에 관련하여 컨트롤러(기업)부터 확인받을 수(접근할 수) 있는 권리를 가짐 · (정정권) 본인 개인정보에 대하여 정확하지 않은 부분을 수정하도록 요구할 수 있음 · (삭제권) 본인에 관한 개인정보의 삭제를 요구할 권리를 가짐 · (처리제한권) 자신에 관한 개인정보의 처리를 차단하거나 제한할 권리를 가짐 · (개인정보이동권) 본인에 관한 개인정보를 받을 수 있는 권리와 한 컨트롤러로부터 다른 컨트롤러에게 개인정보를 전송할 수 있는 권리로 구성됨 · (반대권) 컨트롤러에 대하여 자신의 개인정보 처리에 반대할 권리를 가짐 · (거부권) 프로파일링 포함 자동화된 의사결정이 정보주체에게 중대한 효과를 미치는 경우 자동화된 처리에만 의존한 결정을 거부할 수 있음
기업의 책임성 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 개인정보처리 활동의 기록 · 개인정보의 처리 설계 단계부터 데이터 보호 처리활동 및 비즈니스 관행에 통합하여 적용(Data protection by design and by default)¹⁴⁾ · 개인정보영향평가(Data Protection Impact Assessment; DPIA) 실시 · 개인정보보호책임자(Data Protection Officer; DPO) 지정
개인정보의 역외 이전	<ul style="list-style-type: none"> · 제3국이나 국제기구로 개인정보를 이전하거나 이전 후 처리하는 경우 GDPR 규정 준수
개인정보 침해 시 조치사항	<ul style="list-style-type: none"> · 개인정보 침해는 보안의 3요소(기밀성·가용성·무결성)에 따라 구분하고, 침해 인지 후 72시간 내 감독기관에 통지해야 함(모든 경우는 아님) · 통지의무를 위반 시, 전 세계 매출액의 2% 또는 최대 1천만 유로 중 더 큰 금액의 과징금이 부과됨
피해 구제 및 제재	<ul style="list-style-type: none"> · 위반 책임이 있는 컨트롤러나 프로세서를 상대로 사법적 구제 수단에 관한 권리를 가짐

자료: 방송통신위원회·한국인터넷진흥원(2020)

나. 우리나라 신용정보법

국내의 경우도, 데이터 경제를 활성화하면서 개인정보보호를 강화하기 위해 관련 데이터 3법¹⁵⁾을 개정하였다. 특히, 정책당국은 『신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률』(이하, ‘신용정보법’이라 함) 개정을 통해 금융분야 마이데이터 사업의 근거인 본인신용정보관리업에 관한 규정¹⁶⁾을 신설하고, GDPR의 개인정보이동권에 해당하는 개인신용정보의 전송요구권을 포함했다. 신용정보법 제33조의2에 명시된 개인신용정보의 전송요구권은 신용정보주체인 개인이 금융회사, 공공기관 등에 제공한 본인의 개인신용정보를 본인이나 본인신용정보관리회사, 개인신용평가회사 등에게 전송하여 줄 것을 요구할 수 있는 권리를 규정한 것으로 2021년 2월에 시행되었다. 적용 대상이 되는 정보는 컴퓨터 등 정보처리장치로 처리된 개인신용정보를 의미하며, 기업은 컴퓨터 등 정보처리장치로 처리가 가능한 형태로 제공해야 한다.¹⁷⁾ 기존 제공동의 기반의 정보제공 방식은 사업자(기업)가 제3자에게 정보제공할 의사를 가지고 요청하면, 고객(개인)은 단지 동의여부만 결정할 수 있었던 데 반해 전송요구권은 개인이 의지를 가지고 사업자에게 실행하도록 요구하는 것으로, 전송 정보, 제공받는 대상 등을 스스로 결정할 수 있다.

〈표 II-3〉 제공동의와 전송요구의 차이

구분	제공동의	전송요구
정보주체의 지위	수동적 지위	능동적 지위
정보 이전의 의지를 가지는 자	사업자 (신용정보회사 등)	정보주체
정보주체의 결정 사항	동의 또는 부동의	<ul style="list-style-type: none"> · 신용정보 제공·이용자 등으로서 전송요구를 받는 자 · 전송을 요구하는 개인신용정보 · 전송요구에 따라 개인신용정보를 제공받는 자 · 정기적인 전송을 요구하는지 여부와 요구할 경우 해당 주기 · 전송요구의 종료 시점 · 전송을 요구하는 목적 · 전송을 요구하는 개인신용정보의 보유기간

자료: 금융위원회·한국신용정보원(2021)

14) 캐나다 온타리오주의 Information&Privacy Commissioner인 Ann Cavoukian가 제안한 privacy by design 이란 개념에서 나온 것으로 시스템 설계 단계부터 프라이버시보호 구조로 만드는 것을 의미함

15) 개인정보보호법, 신용정보법, 정보통신망법

16) 관련 내용은 제4장을 참고하기 바람

17) 전송요구권(제33조의 2)에 따른 정보전송의 일반적인 절차는 아직 논의 중임. 그 중 마이데이터 사업자가 정보수신자가 되어 정보 전송받는 절차는 제22조의 9와 금융보안원의 ‘금융 분야 마이데이터 표준 API 규격’을 따름

GDPR의 정보이동권은 개인정보 전체를 대상으로 하는 반면 우리나라는 일반적인 『개인 정보 처리 및 보호에 관한 법률』(이하, ‘개인정보보호법’이라 함)이 아닌 신용정보법에 전 송요구권을 두어, 개인신용정보에 한해서 이동권을 적용한다. 개인신용정보는 개인의 신용도와 신용거래 능력을 파악하기 위해 필요한 정보로, 성명, 주민등록번호 등을 통해 개인을 식별할 수 있는 정보를 의미한다(다른 정보와 결합 시 개인을 알아볼 수 있는 정보 포함). 일반법이 아닌 금융관련 개별법인 신용정보법으로 개인정보 이동권이 제한되므로, 정보주체 권리 측면보다 금융 서비스 산업의 데이터 유통 활성화 측면이 강조된다는 지적도 있다.¹⁸⁾

〈그림 II-4〉 개인정보와 신용정보



자료: 금융위원회(2017)

18) 국회입법조사처(2020)

〈표 Ⅱ-4〉 국내 데이터 3법 개정 주요 내용

소관법령	주요 내용
개인정보보호법	<ul style="list-style-type: none"> · 가명정보 도입 등을 통한 데이터 활용 제고 <ul style="list-style-type: none"> - 개인을 알아볼 수 없도록 안전하게 처리된 가명정보 개념 도입 - 가명정보는 통계 작성, 과학연구, 공익 기록보존 목적으로 정보주체 동의 없이 처리 허용 - 서로 다른 기업이 보유하고 있는 가명정보를 보안시설 갖춘 전문 기관에서 결합 가능 · 동의 없이 처리할 수 있는 개인정보의 합리화 · 개인정보 범위 명확화 <ul style="list-style-type: none"> - 익명정보(다른 정보를 사용해도 개인을 알아볼 수 없는 정보)의 법적용 배제 명확화 · 개인정보보호 체계 일원화 <ul style="list-style-type: none"> - 개인정보보호 관련 기능을 개인정보보호위원회로 일원화 - 개인정보보호법과 정보통신망법 중복규제 정비
신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 (신용정보법)	<ul style="list-style-type: none"> · 금융분야 빅데이터 분석·이용의 법적 근거 명확화 <ul style="list-style-type: none"> - 가명정보는 통계작성(상업적 목적 포함), 연구(산업적 목적 포함), 공익적 기록 목적으로 동의 없이 활용 가능 - 데이터 결합 법적근거 마련, 국가지정 전문기관 통한 결합만 허용 - 가명정보 활용과 결합에 대한 안전장치 및 사후통제수단 마련 · 신용정보 관련 산업의 규제체계 선진화 <ul style="list-style-type: none"> - 신용조회업(Credit Bureau, CB)을 개인CB, 개인사업자CB, 기업CB 등으로 구분하고 진입규제요건의 완화 - 신용조회업자의 영리목적 겸업 금지 규제 폐지에 따라 데이터분석·가공, 컨설팅 등 겸영·부수업무 가능 · 금융분야 마이데이터 산업 도입(본인신용정보관리업) · 본인정보의 통합조회, 신용·자산관리 등 서비스 제공 · 금융분야 개인정보보호 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 정보활용 동의제도 개선, 정보활용등급제 도입 - 기계화·자동화된 데이터 처리(프로파일링)¹⁹⁾에 대해 금융회사 등에 설명요구, 이익제기할 수 있는 프로파일링 대응권 도입 - 개인신용정보 이동권 도입 - 금융권의 정보활용, 관리 실태를 상시 평가 - 개인신용정보 유출에 대한 징벌적 손해배상금 강화(손해액 3배→5배)
정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 (정보통신망법)	정보통신망법 내 개인정보 관련 다른 법령과 유사·중복 조항의 정비와 협치(거버넌스) 개선

자료: 대한민국 정책브리핑, 정책위키 데이터 3법 참조하여 정리함

19) 통계모형·머신러닝에 기초한 개인신용평가, AI를 활용한 온라인 보험료 산정 결과 등을 의미함

〈참고〉 가명·익명 정보의 개념

국내 정책당국은 데이터 산업의 활성화를 위해 개정 법에 그동안 모호했던 가명정보 개념을 명확히 하고 산업적 목적으로 이용하는 것을 허용했다.²⁰⁾ 데이터 결합의 법적 근거를 마련하되, 안전장치로 국가지정 전문기관을 통한 결합만 허용하고, 재식별 금지 및 추가정보 분리 보관 등을 명시했다.

〈표 II-5〉 개인정보 활용가능 범위

구분	개념	활용가능 범위
개인 정보	특정 개인에 관한 정보, 개인을 알아볼 수 있게 하는 정보	정보주체로부터 사전에 구체적인 동의를 받은 범위 등의 내에서 활용 가능
가명 정보	추가정보의 사용 없이는 특정 개인을 알아볼 수 없게 조치한 정보	다음 목적에 동의 없이 활용 가능(EU GDPR 반영) · 통계 작성(상업적 목적 포함) · 연구(산업적 연구 포함) · 공익적 기록보존 목적 등
익명 정보	더 이상 개인을 알아볼 수 없게(복원 불가능할 정도로) 조치한 정보	개인정보가 아니므로 제한 없이 자유롭게 활용

자료: 금융위원회(2020c)

〈표 II-6〉 가명·익명 정보 예시

구분	성명	전화번호		성별	생년월일	보험가입 건수
개인정보	이순신	010-1234-5678		여성	1977.1.1	3
※ 성명/전화번호는 직접 식별 가능(식별자), 성별/생년월일은 다른 정보와 조합 시 식별가능성 높음(식별가능정보)						
구분	ID	성명	전화번호	성별	출생년도	보험가입 건수
가명정보	900115555888 8ACD88~	삭제	삭제	여성	1977 (또는 40대)	3
※ 성명, 전화, 성별, 생년월일을 조합하여 별도의 ID 생성, 식별자 삭제, 생년월일은 일반화처리(년도 또는 연령대)						
구분	성명	전화번호		성별	나이	보험가입 건수
익명정보	삭제	삭제		D	40대	3

※ 식별가능정보인 성별은 코드형태로 변환, 나이는 생년월일은 범주화

자료: 금융위원회(2020c)

20) 개인정보 분야 일반법인 개인정보보호법상에 개인정보 정의 판단기준 명확화, 가명정보 개념 도입 및 가명정보 처리 시 준수 의무 등을 포함하였고, 신용정보법상에 개인정보보호법과의 정합성, 가명정보의 도입 등을 포함하여 개정함

Ⅲ

주요국 마이데이터 정책과 서비스 사례

본 장에서는 우리나라보다 먼저 금융 분야의 마이데이터 정책을 추진하고 있는 해외 주요국의 현황과 서비스 사례를 살펴보려고 한다. 금융 분야의 마이데이터 정책은 은행 등 금융기관의 고객정보를 개방한다는 점에서 ‘오픈뱅킹(Open Banking)’ 정책이라 불리기도 한다.

1. 해외 주요국 동향

가. EU의 PSD2(개정 지급결제 서비스지침)²¹⁾

EU는 GDPR 제정을 통해 산업 전반에서 정보주체의 자기정보권리를 규정했다면, 지급결제 서비스지침 개정안(Payment Services Directive 2; PSD2)으로 금융 분야에서 개인의 자기정보결정권을 구체화 했다. 유럽은행 감독청(European Banking Authority; EBA)은 유럽지역 내 효율적이고 안정적인 지급결제 서비스를 지원하기 위해 역 내 지급결제사업자에게 공통 적용하는 지급결제 서비스 지침(PSD)을 2007년 제정, 2009년 시행했다. 이후 모바일 환경 변화와 새로운 유형의 지급 서비스가 출현하자, 이를 반영하기 위해 PSD를 PSD2로 개정하여 2016년 확정, 2018년 1월 시행했다. PSD2에는 새로운 유형의 제3자 지급결제 서비스 제공업자(Third-party Payment service Provider; TPP)가 포함되었다. TPP는 고객의 계좌를 보유하지 않고도 은행의 계좌정보에 접근하여 지급결제 서비스를 제공할 수 있는 사업자인데, 다음과 같은 2가지 유형이다. ① 계좌정보 서비스 제공자(Account Information Service Provider; AISP)와 ② 지급지시 서비스 제공자(Payment Initiation Service Provider; PISP)이다. AISP는 흩어져 있는 고객의 계좌정보를 취합하여, 모바일 앱 등을 통해 개인에게 통합 제공하고, PISP는 소비자 대신 소비자(상품구매자) 은행계좌에서 수취인(온라인 판매자) 은행계좌로 대금이체를 지시할 수 있는 서비스

21) 삼정KPMG(2019), 최규선·이지영(2018), 한국은행(2018)을 참고하여 정리함

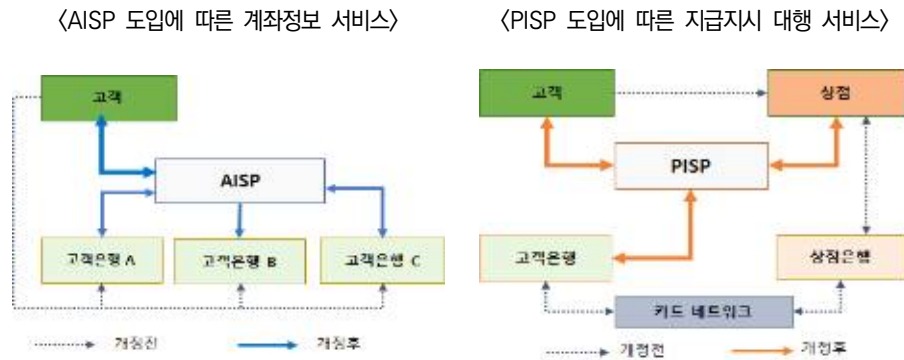
제공자이다. 은행 등 금융기관은 고객의 명시적 동의하에 TPP가 고객 계좌에 접근하는 것을 방해하지 않아야 하며, 차별 없이 해당정보를 이용할 수 있도록 해야 한다. EU는 PSD2 시행을 통해 기존 금융기관과 핀테크 기업이 데이터를 교환할 수 있는 법적 기반을 마련했다. 유럽은행 감독청은 이와 같은 금융기관의 데이터 개방에 따른 후속조치로 원활한 정보이동권 행사와 정보보안을 강화하기 위해 고객인증, 데이터 전송방식 등 기술적 측면을 규제하는 규제기술표준(Regulatory Technical Standards; RTS)을 제정했다(2018. 3 공표, 2019. 9 시행). 모든 지급결제 서비스 제공자는 강력한 고객인증을 해야 하는데, 2가지 이상의 인증요소를 기반으로 거래자 신원을 파악해야 하고 금융회사는 지급결제 서비스 제공자가 고객의 금융정보에 접근할 수 있도록 개방형 통신표준을 적용해야 한다.

〈표 Ⅲ-1〉 PSD2의 AISP·PISP 개요

구분	AISP	PISP
역할	고객의 명시적 동의하, 거래하는 은행의 계좌 정보, 거래내역, 잔액정보 등의 금융정보를 취합, 통합하여 제공	지급인의 지급개시 요청에 따라 지급인의 은행으로부터 거래에 필요한 지급결제정보를 송·수신하여 수취인 앞으로 지급지시
특징	고객은 자신의 재무상태에 대한 통합정보를 받을 수 있고, 제공업자는 리스크 관리, 상품 추천 등의 비즈니스로 확장 가능	지급인·수취인 계좌 간 지급지시를 통해 온라인 대금 결제가 가능하므로, 자금 보유 없이 지급결제 서비스 제공 가능. 단, 계좌정보 열람권한 없음
예시	개인명义的 금융계좌(은행, 금융투자, 대출 등)를 통합, 계좌 이체 및 카드결제 내역을 통해 개인의 수입·지출을 관리하는 개인종합자산관리(PFM) 형태 구현	전자상거래업자가 결제기능을 연결하여 선불 충전수단, 신용카드 외 은행계좌를 통한 대금 지급이 가능

자료: 최규선·이지영(2018)을 참고하여 정리함

〈그림 III-1〉 AISP·PISP 도입 전후의 업무처리 흐름



자료: 한국은행(2018)

나. 주요국의 마이데이터 정책

1) 영국²²⁾

2011년 영국 정부는 모든 산업에 걸쳐 적용되는 마이데이터(Midata) 원칙을 발표했으나 민간기업의 자발적 참여 방식이어서 도입 초기의 성과는 미미했다. 이에 영국 정부는 2013년 8월 기업 및 규제 혁신법(Enterprise and Regulatory Act)을 개정하여, 기업이 보유한 정보의 디지털 제공을 의무화하고, 2014년 4월 정보공개법(Freedom of Information Act) 개정을 통해 공공데이터의 디지털 제공을 의무화했다.

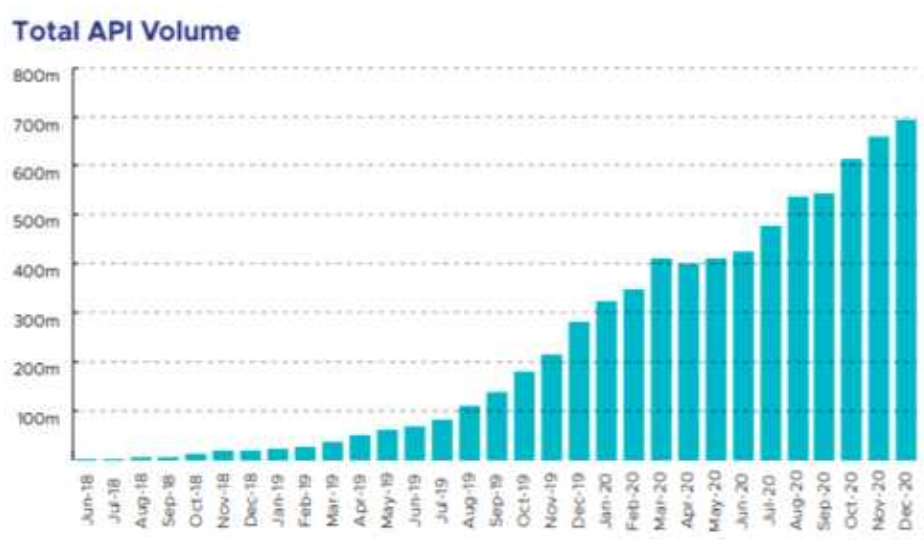
금융 분야에서는 재무부가 2015년부터 은행 산업에서의 경쟁 촉진 및 핀테크 산업 활성화를 위해 은행 API 공개 필요성을 강조해 왔다. 경쟁시장청(Competition and Markets Authority; CMA)은 EU의 PSD2에 대응하여, 2017년 소매금융시장 심사명령 2017(Retail Banking Market Investigation Order 2017)을 발표하고, '오픈뱅크 정책'을 추진한다고 밝혔다. 오픈뱅크 정책은 소수 대형 은행 중심의 과점된 시장 구조 개편과 핀테크 서비스 발전을 주요 목적으로 하며, 9개 주요 은행²³⁾이 의무적으로 공동 API를 채택하게 했다. 고객이 요청하면, 은행은 API를 통해 제3자에게 고객의 거래 기록, 잔액 정보 등 계좌정

22) 김윤미(2018); 삼정KPMG(2019); 서정호·김자봉(2019)

23) RBS, LBG, Barclays, Nationwide, HSBCG, Standaner, Danske, Bol, AIBG

보를 전송해야 한다. 정책당국은 은행이 고객의 계좌정보뿐만 아니라, 신용 이자를 포함한 상품가격, 수수료 등 상품정보도 공개하도록 하여 제3사업자가 상품 비교 및 추천 등과 같은 새로운 서비스를 보다 편리하게 개발할 수 있도록 했다. CMA가 제도운영을 지원하기 위해 설립한 오픈뱅킹 이행기구 OBIE(Open Banking Implementation Entity)는 2018년 기술 사양, 보안 등 API 표준요건 등을 수록한 ‘Open Banking 3.0’을 정의했다. 영국의 오픈뱅킹 API 이용 건수는 출시 초반에는 미미한 수준이었으나, 최근 이용량이 증가해 2020년 말 기준 전년 대비 약 2.4배 성장했다. 또한 오픈뱅킹 앱 스토어에서 제공되는 서비스의 수와 서비스 범주도 확대되고 있다.

〈그림 Ⅲ-2〉 API 호출 건수



자료: OBIE(2021)

〈표 III-2〉 오픈뱅킹 앱 스토어 서비스

(단위: 개)

구분	2018. 12	2019. 12	2020. 12
재무의사결정 개선	6	21	37
조언 및 지침에 대한 접근성 향상	0	1	2
더 나은 대출로 개선	7	16	21
저축 및 투자 증가	0	2	4
결제 선택 범위 확대	0	12	25
스위칭 증가	0	0	2
기타	0	1	6
혼합	3	9	12
총계	16	62	109

자료: OBIE(2021)

2) 호주²⁴⁾

호주 정부는 2017년 재무성을 중심으로 오픈뱅킹 정책을 논의했고, 소비자데이터권리(Customer Data Right; CDR) 정책 도입을 결정했다. CDR의 주요 목적은 소비자의 정보 통제권을 강화하여 소비자가 정보 보유 기업에게 본인이나 본인이 지정한 제3자에게 정보를 제공하도록 하는 것이다. 2019년 하반기 관련 법안이 발효되었는데, 먼저 주요 4대 은행을 대상으로 신용·직불카드, 예금·거래계좌정보를 공개하도록 하였고, 2020년 2월부터는 주택담보, 일반대출 규모 등으로 제공 상품 범위를 확대했다. 나머지 은행들도 2022년 7월까지 순차적으로 확대할 예정이다. 호주는 EU와 영국보다 개방 대상 데이터의 범위가 넓은 반면, 데이터 조회(읽기) API로 한정하고 지급결제 서비스를 위한 실행(쓰기) API는 의무화 대상에 포함하지 않았다. 앞으로 CDR은 금융 외 산업 전반에 걸쳐 도입될 계획인데, 에너지 분야의 CDR 도입을 위한 법안 초안이 2020년 5월에 마련되었고, 통신 분야로의 확대도 예정되어 있다.

24) 이금노(2020)

〈표 Ⅲ-3〉 호주 오픈뱅킹 정보공유 대상 상품

예금 및 거래 상품	대출 상품
Savings accounts, Call accounts, Term deposits, Current accounts, Cheque accounts, Debit card accounts, Transactions accounts, Personal basic accounts, GST and tax accounts, Cash management accounts, Farm management deposits, Pensioner deeming accounts, Trust accounts, Retirement savings accounts, Foreign currency accounts	Mortgages, Business finance, Personal loans, Lines of credit(Personal), Lines of credit(Business), Overdrafts(Personal), Overdrafts(Business), Consumer leases, Credit and charge cards(Personal), Credit and charge card(Business), Asset finance(and leases)

자료: Australian Treasury(2019)

3) 미국²⁵⁾

미국은 연방정부의 관리권한이 있는 개인정보에 관해 데이터 개방 정책을 우선 추진했다. 예산관리국의 주도로 2011년부터 스마트 공시(Smart Disclosure) 제도를 시작했다. 이 제도는 공공기관이 보유한 의료, 에너지, 교육 등의 정보를 각각의 법률하에서 정보주체인 개인이 본인정보에 접근할 수 있도록 보장하고, 공공기관은 기계가독이 가능한 형식으로 개인에게 공개하고 다운로드할 수 있는 서비스를 제공하는 것이다. 보건 분야는 ‘블루 버튼’, 에너지 분야는 ‘그린 버튼’, 교육 분야는 ‘마이스튜던트 버튼’으로 구분된다. 기업은 이를 이용하여 소비자들에게 맞춤형 서비스 제공이 가능하다. 특히, 의료분야는 재향군인 회부터 시작해서, 2012년부터 미국 내 모든 환자를 대상으로 의료정보 다운로드 서비스를 제공하고 있으며, 2018년부터 애플 헬스 앱²⁶⁾에서도 활용할 수 있다.

25) 김윤미(2018); 한국데이터진흥원(2017)

26) 애플 헬스 레코드(Apple Health Record)는 병원의 전자의무기록(EMR)에 저장된 진료, 처방, 진단검사기록 등을 환자가 직접 내려 받을 수 있음. 2019년 2월 기준 약 200개 병원과 연동됨

〈표 III-4〉 미국 스마트 공시

구분	블루 버튼 (건강·의료)	그린 버튼 (에너지)	마이스튜던트 버튼 (교육)
법적 근거	Health Insurance Portability and Accountability Act(HIPPA)	Energy Independenced and Security Act	Family Educational Rights and Privacy Act(FERPA)
주요 내용	각종의료정보, 긴급연락처, 의료팀, 보험자를 위한 데이터 다운로드	실시간 전력사용량 공개시스템 * 캘리포니아주 전력수요 절감	교육정보 사이트 및 교육비 대출 정보 사이트에서 학생 데이터 열람, 다운로드
참여 기관	재향군인회, 국방부, 보건후생부	에너지부, 환경보호청	교육부

자료: 한국데이터진흥원(2017)

한편 금융 부문의 경우, 미국 정책당국은 마이데이터 정책이 소비자 편익 측면에서 긍정적이나 모든 금융기관에 일률적인 의무를 부여하는 것은 비효율적이라 판단하고 정부 주도의 제도화를 하지 않았다. 다만 기존 법령에 명시된 소비자의 권리²⁷⁾를 포괄적으로 해석하여, 소비자의 동의를 받은 제3자의 대리 정보수집이 원활히 이루어질 수 있도록 장려했다. 하지만 미국 내 개인 금융데이터 공유는 민간 중심으로 활발하게 추진되고 있다. 2018년 대형 은행과 핀테크 기업 등이 안전한 데이터 공유를 위해 민간단체인 금융데이터 거래협회(Financial Data Exchange: FDE)를 설립하고 오픈 API 표준안을 개발하여 공유하였다. 2018년 21개 회원사로 출발해서 2021년 현재 약 168개 기관이 참여 중이다.²⁸⁾

4) 일본²⁹⁾

일본은 2015년 개인정보보호에 관한 법률 개정으로 익명가공정보의 개념³⁰⁾을 도입하여, 데이터를 유통할 수 있는 기반을 마련했다. 2017년 은행법 개정을 통해 ‘전자결제 등 대행업’을 도입하였는데, 이는 예금자 위탁으로 자금이체 및 정보 취득이 가능한 형태로

27) 미국의 도드 프랭크 법(Dodd-Frank Act)은 소비자가 본인 데이터에 접근할 수 있는 권리를 보장하고 있음

28) FDE 홈페이지

29) 금융위원회(2019); 김나영(2020)

30) 익명가공정보란 개인정보를 가공하여 얻는 개인에 관한 정보이나, 특정 개인을 식별할 수 없도록 해당 개인정보를 복원할 수 없게 한 것을 의미함

PISP와 AISP를 결합한 서비스이다.³¹⁾ 또한 은행에게 API 구축을 위해 노력할 의무와 오픈 API 관련 정책을 공시할 의무를 개정법에 명시했다. 일본 당국은 2020년까지 110개 은행이 API 공개할 것이라 예상하고 있다.

5) 비교

마이데이터 정책은 추진 국가에 따라 제공 정보의 범위와 참여기관, 오픈 API 의무화 여부 등 도입방식의 차이는 있으나, 공통적으로 고객동의 아래, 제3자가 고객데이터에 접근할 수 있도록 허용하고, 정보 보유기관은 API 방식으로 제3자에게 정보를 제공하도록 한다. 이를 통해, 폐쇄적으로 운영되던 금융산업의 경쟁 촉진과 혁신을 유도하는 것을 주요 목적으로 하고 있다.

〈표 III-5〉 주요국 오픈뱅킹 정책 비교

구분	EU	영국	호주	일본
제도	PSD2	PSD2/Open Banking Standard 3.0	오픈뱅킹 리뷰	은행법 개정
기능	조회, 이체	조회, 이체	조회	조회, 이체
범위	계좌정보	계좌정보, 상품정보	예금, 카드, 대출, 리스, 퇴직저축 등	계좌정보
대상	EU 내 전 지급결제계좌	9개 은행(2018) → 25개(2019. 10)	4개 은행(2019) → 은행 전체로 확대추진(2022)	110개 은행 API 공개 예상 (2020)

31) 개정 은행법에 따르면, 전자결제 등 대행업은 ① 예금자의 위탁으로 전자정보처리조직을 사용하여 해당 계좌에 자금을 이동시키려는 요청을 해당 은행에 전달하는 영업, ② 해당 은행의 계좌정보를 취득하고 가공하여 이를 해당 예금자 등에게 제공하는 영업을 말한다고 함

2. 서비스 사례

해외 주요국의 마이데이터 정책은 은행을 중심으로 우선 접목됨에 따라 계좌통합조회 및 소비패턴 분석, 은퇴 자금관리 등을 포함한 개인 자산관리 서비스와 상품추천 형태가 많으며, 개인정보관리를 위한 플랫폼 제공 및 데이터 뱅크 등의 사업모델도 전개되고 있다.

가. 개인 자산관리 서비스

1) 핀테크 기업

대표적인 자산관리 서비스 사례로 미국 핀테크 업체인 인튜이트(Intuit)³²⁾사에서 제공하는 민트(Mint)를 들 수 있다. 민트(Money Intelligence; Mint)³³⁾는 고객의 동의하에, 은행, 카드, 증권, 보험 등의 금융계좌정보를 오픈 API나 스크레이핑 기술을 이용하여 수집해서 일괄 조회하고 관리할 수 있는 무료 서비스를 제공한다. 고객은 제공된 통계나 그래프를 통해 본인의 재무 상태, 지출 현황, 투자 상황 등을 파악하고, 청구 금액 알림 및 결제도 할 수 있다. 또한 민트를 통해 현재의 신용평가점수를 파악하고, 신용평가점수를 향상시킬 수 있는 조언도 얻을 수 있다. 민트의 주 수익모델은 고객에게 적합한 금융상품을 추천하고 고객이 민트를 통해 상품을 가입하면, 해당 회사로부터 중개수수료를 받는 것으로 이는 데이터 기반의 고객 맞춤형 상품 추천 역량이 있어야 가능하다. 2007년 9월에 서비스를 출시한 ‘Mint.com’은 2009년에 인튜이트사에게 인수됐다. 민트는 서비스 출시 전부터 20~30대 고객을 타겟으로 한 재무 콘텐츠 블로그를 운영하여 약 2만 명의 고객을 미리 확보하였다. 출시 후 2008년 이용고객은 30만 명, 2009년 인수될 당시 약 100만 명에서 현재 약 2,000만 명 이상의 사용자를 확보한 것으로 알려졌다.

32) 인튜이트사는 세무, 금융, 재무관련 온라인 금융 서비스를 제공하며 캐나다, 영국 등에 지사를 둔 대규모 핀테크 업체임. 2020년 기준 직원 수는 약 10,600여 명, 매출실적은 77억 달러임(인튜이트사 홈페이지, 2020 Annual Report)

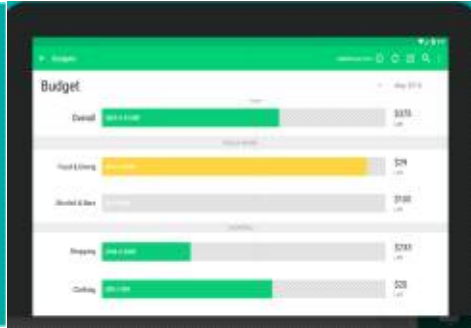
33) 삼정KPMG(2020)

〈그림 Ⅲ-3〉 민트 서비스 화면

〈통합조회〉



〈예산관리〉



〈소비패턴 분석〉



〈현금 흐름 모니터링〉



자료: Mint.com

민트 이외에도 다수의 핀테크 기업에서 새로운 디지털 기술과 데이터 분석역량을 기반으로 지출관리, 신용관리 등의 서비스를 운영 중이다.

〈표 III-6〉 핀테크 기업의 마이데이터 서비스 사례

회사·서비스	주요 내용
Meniga의 개인소비지출 관리	<ul style="list-style-type: none"> · 타임라인 형태의 소비지출 관리로 고객 관여도 제고 · MZ 세대에 익숙한 SNS 활용, 타임라인 형태로 제공 · AI 기반의 지출 카테고리 분류, 신용점수 알람 등으로 고객 관여도 제고
Wealthfront의 로보어드바이저	<ul style="list-style-type: none"> · 목적 기반의 투자 자동화 서비스 제공 · 고객의 자산, 개인연금, 퇴직연금 등의 정보입력 시 현재 재무상태와 은퇴 시점 계획 등을 자동분석 · 고객의 투자목표 수립(주택구매, 은퇴 등)과 재무상황을 고려한 목표기간내 실행가능성 판단 및 제시 · 일상적인 투자계획 뿐 아니라 주택구매, 학자금 마련과 같은 목적 달성, 신용대출, 투자손실에 대한 세금효과 분석 등 관련 투자상품 추천, 세금·수수료 최소화
Strands의 사업자 재무관리	<ul style="list-style-type: none"> · 소상공인 자영업자의 재무관리 서비스 · 사업자가 보유한 모든 계좌의 현금흐름 파악, 카테고리별 지출관리 잉여 현금에 대한 투자·대출 상품 추천 등 맞춤 서비스 · 미래 매출 예측, CLO(Card Linked Offer),³⁴⁾ 마케팅 앱 푸시 메시지 서비스 등 마케팅 서비스 제공
Moven의 Stash	<ul style="list-style-type: none"> · 고객이 설정한 저축 및 재무목표의 달성 지원을 위한 상품 추천 · 고객이 우선순위를 정해 재무목표를 설정하면, 현재 현금흐름을 분석하여, 월별 가능한 저축금액과 지출예산 수립 · 고객과의 소통은 챗봇 기능 이용
Credit Karma ³⁵⁾ 의 신용개선 서비스	<ul style="list-style-type: none"> · 무료 개인 신용점수 모니터링과 부채 상환 조언 등의 서비스 제공 · 대출금에 대한 월별 원리금, 회수 기간 등을 계산 정보 무료 제공 · 수익 모델은 온라인 광고(금융기관의 맞춤상품 추천) 노출 · 2006년에 설립, 2017년 6억 8,000만 달러(약 7630억 원) 매출 달성

자료: DBR(2020), The Bridge(2018)를 참고함

2) 전통 금융회사

전통 금융회사들 역시 이러한 변화에 대응하기 위해 자산관리 서비스를 선제적으로 제공하거나, 핀테크 등 이업종과의 제휴를 통해 플랫폼(앱)을 강화하고 있다. 오픈뱅킹을 먼저 도입한 영국의 경우, 바클레이즈, HSBC 등 주요 은행들은 고객편의성 제고를 위해 통합

34) 고객의 결제수단에 쿠폰 및 리워드 할인을 연결하여 쿠폰 제시 없이 자동으로 혜택이 적용되는 방식임

35) 인튜이트(Intuit)사가 약 70억 달러(한화 약 8조 5,110억 원)에 인수할 계획이라고 2020년 2월 발표함

조회 및 자산관리 서비스를 제공하고 있다. HSBC는 기존 모바일 앱과는 별도로 자체 오픈뱅킹 플랫폼 ‘커넥티드 머니(Connected Money)’ 앱을 2018년 5월 출시했다.³⁶⁾ 이 앱은 21개 은행의 계좌, 대출, 모기지, 카드 관련 내역 정보에 대해 조회할 수 있는 서비스를 제공하고, 지출 분석 서비스 기능도 제공한다. 다만 기존 고객 중심의 서비스이며 플랫폼 내 자사 및 계열사 위주의 상품 추천에 주로 활용되고 있다.

ING는 영국에서 오픈뱅킹 제도 시행 6개월 전에 별도의 사업으로 Money Management App인 Yolt를 런칭하였다.³⁷⁾ Yolt는 고객 계좌정보 통합조회, 재무상태 관리 및 수입·지출 분석 서비스 등을 기본적으로 제공한다. 초기엔 핀테크 기업을 통해 고객정보를 받다가 오픈뱅킹 본격화로 각 은행의 표준 API 기반의 서비스를 제공하고 있으며, 로보어드바이저, 보험 추천, 공과금 납부 등의 서비스도 제공한다. 사용 고객 수는 2018년 6월 기준 25만 명에서 2020년 6월 기준 140만 명으로 크게 증가했다. Yolt의 성공요인을 보면 첫째, 서비스 대상을 잠재고객까지 포함하였다. 유사 서비스를 제공하는 영국의 주요 은행들이 보유고객 대상으로 자산관리 서비스를 제공한 반면 브랜드 경쟁력이 낮았던 Yolt는 타행 고객도 서비스를 이용할 수 있도록 했다. 둘째, 제휴를 통해 다양한 상품과 서비스를 제공하고 있다. 경쟁 은행이 주로 자사나 계열사의 상품을 추천한 반면, Yolt는 고객의 니즈가 있으면, 자체 또는 제휴 서비스를 제공하고자 노력했다. 예를 들어 코로나19 확산으로 자동차 사용량이 줄어드는 것에 비해 보험료가 높다고 생각하는 불만 고객이 많다고 파악하고, 주행 거리별 보험료를 산정하는 인슈어테크 ‘바이마일즈(By Miles)’와 제휴하는 등 다양한 사업자의 서비스를 제공하였다. 셋째, 지속가능한 서비스 제공을 위한 수익원 발굴이다. Yolt는 마이데이터 서비스(앱)를 상품 판매채널로 활용하는 것으로는 고객 소구력을 갖기 어렵다고 판단하고, 플랫폼 운영을 주 비즈니스 모델로 하였다. 개인고객에게는 일반적으로 무료 서비스로 제공하고, 고객이 추천받은 제휴 상품(서비스)을 선택하면, 해당 기업으로부터 중개수수료를 받거나 기업고객에게는 은행업무 관련 필요 API를 제공하고 사용 수수료를 받는 모델이다.

36) 금융위원회 보도자료(2019. 10. 30), “오픈뱅킹 추진 현황 및 향후 계획”

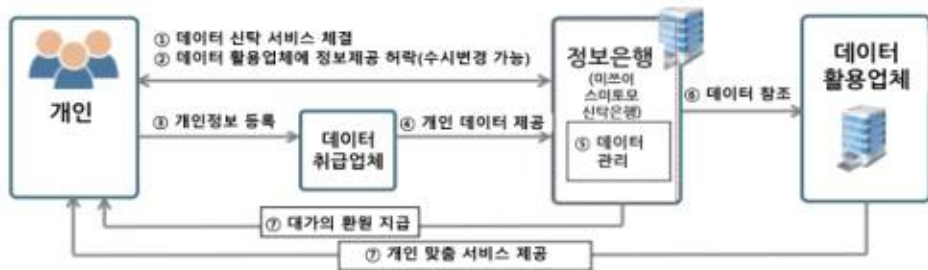
37) 김도훈(2020)

나. 데이터 뱅크³⁸⁾

1) 정보신탁형, 일본의 정보은행

일본은 개인데이터를 자의적으로 활용하는 사례가 많아지는 이슈에 대응하고, 데이터 산업을 활성화시키기 위해 정보은행 사업을 추진하고 있다. 정보은행 사업은 일본 IT단체 연맹으로부터 인증받아야 가능하다. 사업자는 개인에게 개인데이터 저장소(Private Data Storage: PDS)를 제공하며 개인을 대리해서 정보제공의 타당성을 판단하고 제3자에게 정보를 제공하는 방식이다. 즉, 전문가에게 판단을 맡기고 개인은 대신 정보사용에 대한 수수료를 받는다. 일본의 미쓰이 스미토모 신탁은행은 2019년 6월 정보은행 P인증³⁹⁾을 받아 새로이 정보신탁업을 시행하고 있다. 개인의 위임에 따라 개인이 직접 입력한 정보나 기업 건강검진 데이터 관리회사, 지역약국, 병원 등으로부터 데이터를 수집하여, 이를 헬스케어 서비스 등 데이터 활용 업체에게 제공한다. 고객에게는 앱을 통해 취합한 개인데이터를 보여주고, 데이터 이용업체와 혜택을 알려준다. 약 10여개의 기업 건강검진 데이터 관리 회사등과 데이터 제공 계약을 체결하고 있으며, 데이터 이용 목적은 상품개발과 고객수요 분석에 한정하고 있다.

〈그림 III-4〉 데이터신탁 서비스 모델



자료: 정보통신정책연구원(2020)

38) 정보통신정책연구원(2020); 삼정KPMG(2020)

39) P인증은 정보은행 서비스를 새로이 예정하고 있는 기업에게 주는 인증임(기존 정보은행은 일반인증)

2) 개인주도형 모델, 디지미

2009년에 설립된 영국의 PDS 사업자 디지미(Digi.me)는 개인정보 통합관리와 제3자 데이터 제공에 특화되어있다. 디지미는 고객 스스로가 여러 곳의 개인데이터를 수집하여, 한 곳에 저장관리할 수 있는 기능을 제공하고, 고객이 허용하는 범위에서 제3자가 이용할 수 있도록 한다. 일본 정보은행과는 달리 데이터 수집, 저장, 공유의 전 과정을 본인의 선택에 맡기는 개인 직접 통제권을 행사하는 방식이다. 개인은 디지미 앱에 본인 데이터를 가져 올 사이트의 아이디와 패스워드를 제공하면 디지미는 데이터를 수집·암호화하여 회사의 서버가 아닌 개인소유의 클라우드 계정(Dropbox, Google Drive, Microsoft OneDrive)에 각자 저장하고 개인에게 수집 현황 정보를 알 수 있는 화면을 제공한다. 개인은 디지미 플랫폼과 제휴된 금융, 건강 등 다양한 서비스 앱 중 원하는 서비스를 선택하고 데이터 제공을 허락하면 디지미가 데이터 이용 회사들이 사용하기 용이한 형태로 데이터를 제공하게 된다. 디지미는 핀테크 기업과의 제휴를 통해 1,000여개 금융기관의 거래 정보를 수집하고 페이스북 활동, 의료, 건강 및 피트니스, 음악 등 다양한 비금융 영역의 정보도 수집 가능하다.


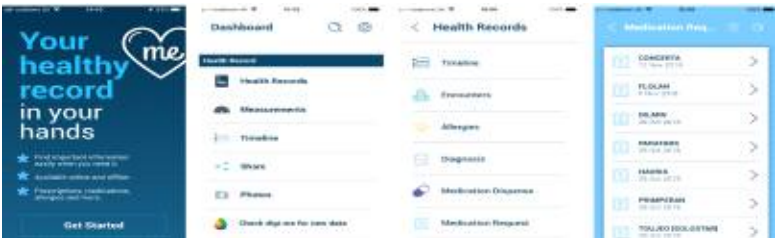

〈표 Ⅲ-7〉 디지미 수집 대상 데이터

구분	내용
소셜 활동	<ul style="list-style-type: none"> Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest 및 Flickr 게시물, 댓글, 반응, 미디어 등
의료	<ul style="list-style-type: none"> CDA, HL7 FHIR, BlueButton, EMIS, Epic, Cerner 및 NHS를 포함한 1,000개 의료 관련 기관과 연계(영국, 아이슬란드, 미국) 알레르기, 건강상태, 예방 접종 기록, 처방전 및 약물 등을 표준화 중
금융	<ul style="list-style-type: none"> Barclays, Citi 등 1,000개 금융기관의 거래내역 접근 가능 비자, 마스터 카드 등 주요 카드사의 사용내역
건강과 운동	<ul style="list-style-type: none"> Fitbit, Garmin(웨어러블 기기) 걸음 수, 칼로리, 운동 유형 및 지속시간 등의 실시간 데이터 스트림
음악과 엔터테인먼트	<ul style="list-style-type: none"> Spotify, 유튜브 아티스트, 노래 및 장르 기록, 재생목록, 좋아요 표시 기록, 업로드 동영상 등

자료: <https://digi.me/sources/>

디지털 제휴 사업자들은 이러한 정보를 바탕으로 개인별 재정상태 분석 및 관련 상품 추천, 건강관리 정보제공, 최적의 출근길 정보 등의 서비스를 개발하여 고객에게 제공한다. 금융뿐 아니라 다양한 소스의 데이터를 복합적으로 사용할 수 있기 때문에 보다 다양한 서비스 개발이 가능하다. 금융부문의 Finsights는 금융계좌를 통합하여 시각적으로 보여주고, 지출 분석 등의 개인 재무관리 기능을 제공한다. 건강부문의 HealthyMe는 개인 건강상태 확인 및 분석 기능, 면역, 진단, 처방 및 의약품 정보 등의 건강정보를 제공한다. Retina Risk는 당뇨병 환자를 위한 당뇨병성 망막증 관련 서비스를 제공한다. 질병 진행 상황을 추적하고 망막증 발병 위험 가능성을 진단해 준다. VaxAbroad는 특정 국가 여행 전에 어떤 백신이 필요한지를 예방접종 기록을 분석하여 알려준다. 소셜 미디어 분석 앱인 Sand는 페이스북 등의 데이터를 기반으로 머신러닝 기법을 이용, 소셜 미디어 사용방법에 대한 인사이트를 주는 서비스이다. 디지털은 고객에게는 높은 개인정보보호 수준과 확실한 정보통제권을 줌으로써 신뢰를 확보하여, 양질의 데이터를 확보한다. 제휴 서비스 업체들이 데이터를 쉽게 이용할 수 있도록 제공하여, 트랜잭션 발생에 따른 사용료나 연계 앱에서 창출된 수익 일부를 공유 받는 모델이다.

〈표 Ⅲ-8〉 디지털 기반의 개인데이터를 활용한 서비스(앱) 사례

앱	화면
재무관리 Finsights	<p>지출패턴 분석, 재무관리 기능 제공</p> 
헬스케어 Healthy Me	<p>개인의 건강상태 확인, 분석 기능 제공. 면역, 진단 등 개인 건강정보 제공 등</p> 
해외여행 VaxAbroad	<p>방문 여행국 선택하면, 예방접종 기록을 분석 필요한 백신 정보제공</p> 

자료: <https://digi.me/sources/>

IV

국내 마이데이터 정책과 사업 추진 현황

우리나라는 금융, 통신, 에너지, 유통, 의료 등 다양한 분야에서 마이데이터 정책을 추진하고 있다. 금융 외의 분야에서는 아직은 시범 사업이나 자기정보 열람권 확대를 지원하는 방식이다. 여러 분야에서 ‘마이데이터’라는 용어가 광범위하게 사용되고 있고, 향후 연계될 가능성도 높으므로, 이해를 돕고자 본 장에서는 국내 마이데이터 정책에 대해 개략적으로 먼저 살펴본다. 이후 금융 분야에서 추진되고 있는 마이데이터 정책을 상세히 살펴보고, 올해 하반기 시행 예정인 금융 마이데이터 사업의 진행 경과를 살펴본다.

1. 국내 정책 동향

가. 마이데이터 정책 추진 개요

우리나라는 데이터 경제 활성화와 디지털 정부 혁신을 위해 마이데이터 제도를 범국가적 정책으로 추진하고 있다. 2018년 6월 4차산업혁명위원회는 ‘데이터 산업 활성화 전략’을 수립하고, 산업 전반에 있어 데이터 이동권 확립과 개인정보의 안전한 활용을 촉진하는 전략방안을 발표했다. 금융 분야 이외에도 각 부처별로 마이데이터 정책을 구체화하고 있는데, 과학기술정보통신부는 본인정보활용 실증 서비스 사업을 추진하며, 행정안전부는 2020년 공공부문 마이데이터 유통체계(마이데이터 포털)를 구축하고 있다. 보건복지부는 2021년 개인 중심 의료데이터 통합과 활용을 지원할 수 있는 My Healthway 시스템 구축 사업을 시작했다.

과학기술정보통신부의 본인정보활용 실증 서비스 사업은 2019년부터 본격적으로 시작했는데, 의료, 금융, 에너지, 유통, 교통, 소상공인, 복지, 생활, 학술 분야 등 9개 분야에서 97개 기관이 참여하여 17개의 사업을 추진했다.⁴⁰⁾ 대표적인 사례로 ① 금융분야 - 금융기

40) 과학기술정보통신부 보도자료(2021. 3. 18), “마이데이터 혁신 서비스 확산 가속화로 디지털뉴딜의 국민 체감 성과 창출”을 참고함. 본인정보활용 실증 서비스 사업은 부록을 참고하길 바람

관 거래이력, 쇼핑물 소비내역, 인터넷 검색기록 등을 활용한 개인맞춤형 금융상품 추천 서비스, ② 의료분야 - 대형병원의 진료기록을 수집하여 개인이 열람·저장·공유할 수 있도록 한 응급상황 발생 시의 진료기록 공유 서비스, ③ 유통분야 - 개인 및 기업정보, 납세내역 등을 활용해 소상공인(개인사업자)을 위한 각종 문서 전송 지원과 정책자금 추천 등을 해주는 소상공인 문서·자금 플랫폼 구축, ④ 교통분야 - 복지재단의 장애인 데이터와 철도공사 데이터 등을 활용하여 교통약자 원스톱 이동지원 서비스 등이 있다. 2021년에도 의료, 금융, 생활소비, 교통, 기타 분야에서 총 8개 과제를 선정·지원할 계획이다.

보건복지부⁴¹⁾는 개인 중심 의료데이터 통합 및 활용을 지원하는 마이 헬스웨이(My Healthway) 시스템을 구축하는 등의 의료분야 마이데이터 서비스를 추진하고 있다. 마이 헬스웨이는 개인 주도⁴²⁾로 ① 자신의 건강정보를 한 곳에 모아, ② 원하는 대상에게(동의 기반) 데이터를 제공하고, ③ 직접 활용할 수 있도록 지원하는 시스템인데 우선 공공기관 보유정보 기반으로 한 ‘나의 건강기록’ 서비스(앱)를 먼저 제공한 후, 의료기관 진료기록, 라이프 로그⁴³⁾ 등을 포함하는 플랫폼으로 확대 할 계획을 가지고 있다.

〈그림 IV-1〉 마이 헬스웨이 플랫폼 구성(안)



자료: 보건복지부 보도자료(2021. 2. 24), “마이헬스웨이 도입방안”

41) 보건복지부 보도자료(2021. 2. 24), “마이헬스웨이 도입방안”

42) 의료법 개정(§21 제5항 신설)을 통해 의료기관이 환자에게 전자적으로 의료정보를 제공할 수 있는 근거 마련 (2020. 3. 4) 및 시행(2020. 9. 5)함

43) 개인의 일상(life)에 대한 기록(log)으로 웨어러블 기기나 앱으로 수집될 수 있는 활동량, 식습관(영양정보) 등의 데이터를 의미함

나. 금융분야 마이데이터 정책

금융분야의 마이데이터 관련 정책은 개인정보 주권 회복과 함께 궁극적으로 디지털 금융 혁신을 추구하며, 크게 3가지 방향으로 추진되는 것으로 여겨진다. 첫째 금융기관이 물리적으로 보유하고 있던 고객데이터의 개방으로, 신용정보법 개정과 함께 본인신용정보관리업이 신설되었다. 언론보도를 비롯한 정책 발표자료 등에서 ‘마이데이터(산업)’ 또는 ‘금융 마이데이터’로 언급되고 있다. 둘째 디지털 금융혁신을 원활히 지원할 수 있는 금융 인프라의 개방이다. 이는 금융기관과 핀테크 기업 등이 공동으로 사용하는 결제망인 ‘오픈뱅킹 공동업무시스템’을 말하는데, 언론 보도 등에서는 ‘오픈뱅킹’으로 말하기도 한다. 셋째, 기존 금융기관이 가졌던 결제 서비스 기능의 개방이다. 정책당국은 전자금융거래법 개정을 통해 새로운 결제 서비스업으로 마이페이먼트·종합지급결제업의 도입을 추진하고 있다.

1) 본인신용정보관리업: 마이데이터 산업

금융 정책당국은 2018년 7월 ‘금융분야 마이데이터 산업 도입 방안’을 수립하고, 이후 신용정보법 개정을 통해 개인신용정보 전송요구권⁴⁴⁾ 및 본인신용정보관리업의 근거를 규정했다. 본인신용정보관리업(이하, ‘마이데이터 산업’이라 함)은 소비자의 신용정보·자산관리 및 자기정보통제권 행사 등을 지원하는 산업으로 EU의 PSD2에서 정의한 AISP(계좌정보 서비스 제공자)와 유사하다. 마이데이터 산업을 수행하는 사업자(이하, ‘마이데이터 사업자’라 함)는 고유 업무로 고객의 전송요구권 행사에 따라 분산되어 있는 개인신용정보를 금융회사 등으로부터 전산상으로 제공받아 해당 고객에게 통합조회 서비스를 제공한다. 부수 및 겸영 업무로 데이터 분석·컨설팅 및 제3자 제공, 투자자문 등 자산관리업무 등이 가능하다. 마이데이터 산업이 대량의 개인신용정보를 집적하고 관리하게 되므로, 금융당국은 마이데이터 사업자를 등록제가 아닌 허가제⁴⁵⁾로 선정하고, 개인정보관리와 정보유출 방지를 위한 엄격한 보안체계와 이해상충 방지 절차, 신용정보관리 및 보호인 보유 등을 필수 자격 요건으로 하였다. 단, 마이데이터 사업자의 자본금 요건을 최소 자본금

44) 상세내용은 제2장을 참조하길 바람

45) 본인신용정보관리업의 고유업무를 영위하고자 하는 모든 회사는 금융위원회의 허가를 받아야 함. 단 수집정보가 개인신용정보가 아니거나, 수집정보를 정보주체에게 제공하지 않는 경우는 본인신용정보관리업에 해당하지 않으므로 허가대상이 아님(예: 개인동의 받아 수집하나, 내부 신용평가 등에만 활용 등)

5억 원 이상으로 하고, 금융기관의 50% 이상 출자 의무는 제외하여, 마이데이터 시장 진입 장벽을 낮췄다.

〈표 IV-1〉 마이데이터 사업자 주요 허가요건 요약

구분	주요 내용
자본금 요건	최소 자본금 5억 원 이상
물적 시설	해킹 방지, 망분리 수행 등을 위한 충분한 보안시설
사업계획의 타당성	서비스 경쟁력 혁신성, 소비자보호 체계 마련 등
대주주 적격성	충분한 출자능력, 건전한 재무상태
신청인의 임원 적격성	신청인의 임원에 대한 벌금, 제재 사실 여부 등
전문성 요건	데이터 처리 경험 등 데이터 산업 이해도

자료: 금융위원회 보도자료(2020. 12. 22), “1차 예비허가 심사결과 발표”

〈표 IV-2〉 마이데이터 사업자의 업무범위

구분	업무범위
고유업무	<p>〈본인 신용정보 통합조회 서비스 제공〉</p> <ul style="list-style-type: none"> · 본인의 자산·부채 현황을 전체적 파악하고, 신용관리할 수 있는 신용정보를 망라 * 예금계좌 입출금, 신용·직불 카드 거래내역, 대출금 계좌, 보험계약, 증권계좌 등
부수업무	<p>〈정보관리 및 데이터 산업 관련 업무〉</p> <ul style="list-style-type: none"> · 고객이 직접 수집한 개인신용정보(공과금 납부내역)를 관리할 수 있는 정보계좌 업무 · 프로파일링 대응권 행사 등 개인정보 자기결정권의 대리행사 업무 · 취합 제공한 고객의 개인신용정보를 기초로 그 고객에게 데이터 분석 및 컨설팅 업무 · 금융상품에 대한 광고, 홍보 및 컨설팅 · 가명정보나 익명처리한 정보를 이용·제공하는 업무 · 데이터 판매 및 중개업무 등
겸영업무	<p>〈자산관리 등 부가 서비스 제공을 위한 금융업무〉</p> <ul style="list-style-type: none"> · 투자자문·투자일임업, 단, 전자적 투자조언장치를 활용(로드어드바이저 방식) · 전자금융거래법(제28조)에 따른 전자금융업 · 금융소비자보호법(제2조제4호)에 따른 금융상품자문업 · 신용정보법(개인신용평가업, 개인사업자신용평가업, 기업신용조회업 등) · 금융관계법률에 따라 영업중인 금융회사는 해당법령에서 허용된 업무 · 비금융법률이 금지하지 않는 업무 · 대출의 중개 및 주선 업무, 온라인 투자연계 업무 등

자료: 금융위원회·한국신용정보원(2021)

국내 금융 마이데이터 산업은 먼저 시행한 EU, 영국 등의 주요국이 은행 결제계좌 중심으로 정보 공유가 추진 된 것과 달리, 은행, 보험, 카드, 증권, 공공분야 등을 포함하여 공유하는 정보 범위가 광범위하다.

〈표 IV-3〉 마이데이터 서비스 대상 정보

구분	적용 업권	대상정보
여·수신	은행, 외은지점, 할부금융, 종합금융, 저축은행, 상호금융, 대부, 새마을금고	예·적금(납입액, 금리, 만기 등), 대출(잔액, 금리, 만기 등), 투자상품(예수금, 매입종목, 거래단가·수량, 평가금액 등) 등
보험	생명보험업, 손해보험업	가입상품(계약, 특약, 납입내역, 자기부담금 등), 대출(잔액, 상환내역 등) 등
카드	신용카드업, 겸영 여신업	월 이용정보(금액, 일시, 결제예정총액), 카드대출, 포인트 등
금융투자	금융투자업	투자상품(예수금, 매입종목, 거래단가·수량, 평가금액 등), 연금(납부액, 만기수령액 등) 등
전자금융업	전자금융업	선불발행정보(잔액, 충전계좌), 거래내역(일시, 금액), 주문내역 정보(12개 범주화) * 가전·전자, 도서·문구, 패션·의류, 스포츠, 화장품, 아동·유아, 식품, 생활·가구, 여행·교통, 문화·레저, 음식, e쿠폰·기타
기타	통신, 공공 등 기타	통신 청구·납부·결제정보, 국세 및 지방세 납부정보, 고용보험 등 4대 보험 납부 확인 등

자료: 금융위원회·한국신용정보원(2021) 참고하여 정리함

그리고 정책당국은 금융기관 등 정보제공 기관들이 마이데이터 사업자에게 표준화된 API를 통해 정보전달 하는 것을 의무화하여, 정보 수집 및 처리과정의 안정성을 강화하였다.⁴⁶⁾

46) 마이데이터 사업자는 현재의 스크린 스크레이핑 방식의 정보수집 방식을 일정기간 유예 후 사용할 수 없음

〈표 IV-4〉 스크린 스크레이핑 방식과 표준 API 방식의 비교

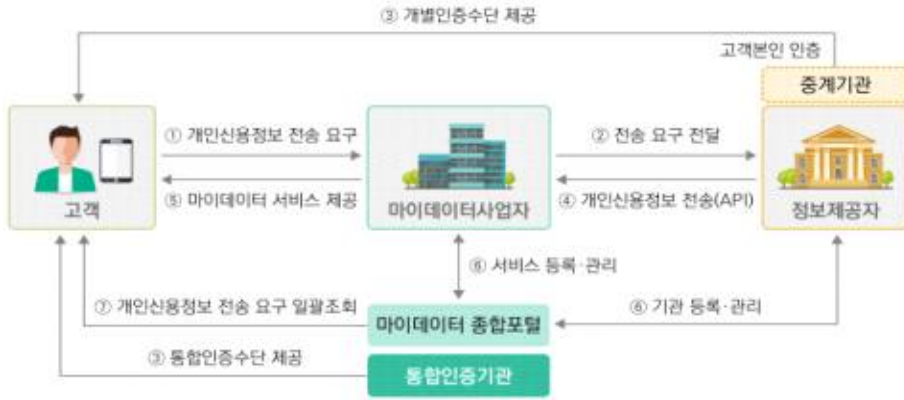
구분	스크린 스크레이핑 방식	API 방식	API 장점
고객인증	이용자가 인증정보를 핀테크 업체 서비스에 입력하고, 업체는 인증정보를 저장하고 필요한 서비스 접속 시 활용	필요한 서비스에 이용자가 직접 로그인하고 필요한 접근권한을 부여 후 허용	인증주체가 핀테크업체에서 정보주체인 이용자로 변경되므로, 이용자가 정보접근권을 가지므로, 스스로 통제 용이
정보처리	인터넷 스크린에 보여지는 데이터 중 필요 데이터 추출	필요한 서비스에서 제공한 API를 이용하여 접근이 허용된 필요정보를 수신	정보주체가 원하지 않는 정보 수집 자체를 차단할 수 있어, 정보 접근 통제 용이하고 보안 대책 추가 강화 가능
표준화	각 서비스의 임의 출력내용을 각각 추출하는 방식으로 표준화 불가	API 및 데이터 포맷에 대한 표준화 가능	<ul style="list-style-type: none"> · 신생 핀테크업체가 표준화된 API를 사용하여 정보수집 가능해져 시장 진입 용이, 경쟁촉진 및 혁신 성장 지원 가능 · 스크레이핑 프로그램 및 웹 사이트 구성환경 변화에 따른 유지보수 비용 절감 가능
정보 보호·보안	중요정보(ID·PW) 직접 저장 관리	중요정보 대신 허용권한 증표(Token) 관리	고객의 중요정보를 저장관리하지 않고 API 통해 전송하므로 정보유출 등 보안위험 감소

자료: 금융위원회(2018b) 참고하여 정리함

정책당국은 참여 기업 간의 원활한 데이터 교환을 지원하기 위한 지원센터와 소규모 금융회사를 지원하기 위한 마이데이터 중계기관⁴⁷⁾ 등의 역할도 지정하였다. 마이데이터 서비스가 운영되는 절차와 참여자별 역할은 다음과 같다.

47) 금융회사는 개인신용정보를 마이데이터 사업자에게 직접 전송해야 하나, 금융회사 규모, 상거래 빈도를 고려하여 중계기관을 통해 전송이 가능함

〈그림 IV-2〉 마이데이터 서비스 구성 및 절차



자료: 금융위원회·금융보안원(2021)

〈표 IV-5〉 마이데이터 서비스 참여자 요건 및 주요 역할

참여자	요건	주요 역할
고객	하나 이상의 정보제공자에게 개인신용정보를 보유한 자 신용정보의 주체가 되는 자	<ul style="list-style-type: none"> · 개인신용정보 전송요구 · 마이데이터 서비스 이용
정보제공자	고객의 개인신용정보를 보유하고 있는 자로 신용정보법상 신용정보 제공·이용자 등 - 신용정보 보유 금융기관 등	<ul style="list-style-type: none"> · 개인신용정보 제공(전송) · 개별인증수단 발급·관리 · 고객 본인 인증
중계기관	신용정보법령상 중계기관	<ul style="list-style-type: none"> · 개인신용정보 전송 중계(소규모 금융기관) · 고객 본인인증 * 한국신용정보원, 코스콤, 금융결제원, 중앙회, 행정안전부 등
마이데이터 사업자	금융위원회로부터 본인신용정보 관리업 허가를 받은 자	<ul style="list-style-type: none"> · 개인신용정보 전송 요구 전달 · 개인신용정보 수신 · 마이데이터 서비스 제공 등
마이데이터 종합포털	신용정보법상 마이데이터 지원 기관	<ul style="list-style-type: none"> · 서비스 등록·관리 · 자격증명 발급·관리 · 개인신용정보 전송 요구 내용 일괄조회 기능지원 · 실환경 테스트 등 * 한국신용정보원
통합인증기관	Ci활용이 가능한 인증수단 제공 기관(정보통신망법상 본인확인기 관 등)	<ul style="list-style-type: none"> · 통합인증 수단 발급·관리 * 금융결제원, 한국신용정보원, 중앙회, 코스콤, 행정정보 공유센터

자료: 금융위원회·금융보안원(2021)

2) 금융결제시스템 전면 개방: 오픈뱅킹 시스템

우리나라는 2019년 12월 오픈뱅킹 공동업무 시스템(이하, '오픈뱅킹 시스템'이라 함)을 도입했다. 이 시스템은 핀테크 기업이 금융 서비스를 개발 할 때 필요한 은행의 조회, 이체 등의 기능을 표준화된 API 형태로 제공하고, 개발하는 서비스를 테스트할 수 있는 테스트베드⁴⁸⁾를 제공하는 공동결제 시스템이다. 즉, 핀테크 기업이 은행 등의 금융기관과 개별적으로 계약을 하지 않고 공동결제 시스템에 접속하여 새로운 금융 서비스를 개발하는 것이 가능해지므로, 개발이 용이하고, 시간 단축도 가능하다. 오픈뱅킹 시스템은 금융당국이 2016년부터 핀테크 기업을 지원하고자 운영해 오던 금융권 공동 핀테크 오픈 플랫폼(이하, '공동 오픈 플랫폼'이라 함)⁴⁹⁾이 가졌던 제약사항을 개선하고, 참여기관을 전면 확대한 것이다.

새로운 시스템은 다음과 같은 개선 사항을 포함한다.

① 이용대상을 전 금융권으로 확대

- 2019년 12월 전면 개방하면서 이전 공동 오픈 플랫폼에서는 소형 핀테크 사업자로 한정했던 이용기관을 모든 핀테크 사업자와 은행도 포함하는 것으로 확대
- 2020년 12월 증권, 상호금융사와 우체국, 2021년 상반기 저축은행, 카드업 포함⁵⁰⁾

② 제공기관 확대: 결제망 제공 기관에 인터넷 은행까지 포함하여 전체 은행권을 포함

③ API 처리대행 비용 합리화

- 입금·출금 이체, 잔액, 거래내역, 계좌실명, 송금인정보, 수취 조회 등 7개 표준 API가 제공되는데, 이용 수수료를 이전(공동 오픈 플랫폼) 대비 최대 1/10 수준으로 인하
- 사용 빈도가 많은 조회 API 수수료에 대해 2021년 1월 추가 인하

48) 새로 개발하는 금융 서비스가 금융전산망에서 정상적으로 작동하는지 시험해 볼 수 있는 인프라임

49) 2016년 8월 세계 최초로 금융권 공동 핀테크 오픈 플랫폼 개통하여 은행권은 금융결제원, 금융투자권은 코스콤이 각각 운영해왔음. 표준화된 조회, 이체 API와 테스트베드 등의 기능을 제공했으나, 이용기관이 소형 핀테크사로 한정되고, 높은 API 이용수수료 등이 제약사항으로 지적되어 왔음

50) 상호금융사는 농협, 수협, 신협, 산림조합, 새마을금고 등이며, 사실상 금융권 중 보험업계만 미참여함

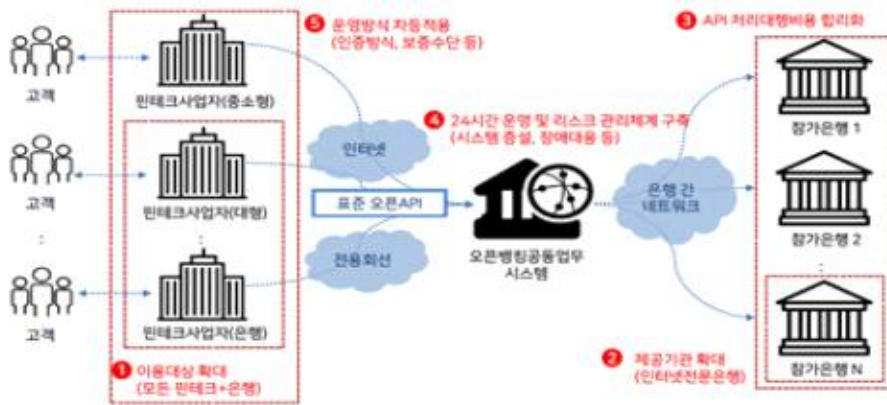
④ 시스템 확장

- 대형 핀테크 회사의 트래픽이 수용 가능하도록 운영기관(금융결제원)의 전산시스템 확충 및 24시간 운영체제로 구축

⑤ 운영방식 차등적용

- 일정한 재무건전성 및 보안 등 요건을 충족한 사업자에 대해서는 인증·보증 방식 등에 자율적 운영 보장 등

〈그림 IV-3〉 오픈뱅킹 시스템 개념도



자료: 금융위원회(2019)

〈표 IV-6〉 오픈뱅킹 API 이용 수수료 체계 변경

(단위: 원)

수수료	출금이체	입금이체	잔액 조회	거래내역 조회	계좌실명 조회	송금인정보 조회	수취 조회
변경 전	500	400	10	50	100	300	-
변경 후 (경감)	50 (30)	40 (20)	10 (5)	30 (20)	50 (30)	50 (30)	10 (5)
'21년 1월 추가 인하	-	-	3 (2)	10 (5)	15 (8)	15 (8)	3 (2)

주: 중소기업(월 이체금액 100억 원 이하, 조회 거래 건수 10만 건 이하) 경우 경감 비용을 적용함

자료: 금융위원회 보도자료(2019. 10. 30), "오픈뱅킹 추진 현황과 향후계획", 금융위원회 보도자료(2020. 12. 21), "상호금융, 우체국, 증권사 오픈뱅킹 서비스 개시 및 입금가능계좌 확대(12. 22~)"를 참고함

한편, 금융위원회는 2020년 10월 발표한 ‘오픈뱅킹 고도화 방안’에서 향후 예·적금 계좌 등으로 오픈뱅킹에서 이용할 수 있는 대상 계좌를 확대하고, 참여기관은 원칙적으로 일정 수준의 데이터를 개방하는 것을 의무화하여 이용 정보의 범위도 확대할 계획이라고 밝혔다. 핀테크 기업의 경우 그동안 이용기관으로만 참여했는데, 은행의 조회기능에 해당하는 선불전자지급수단 고객 계정의 잔액, 거래내역 등을 제공하게 되며 계좌보유 기관이 아닌 카드사의 경우 카드 보유내역, 청구금액 등이 개방될 예정이다. 은행권만 이용하던 어카운트인포 서비스⁵¹⁾도 API로 추가할 예정이다. 이러한 확장된 오픈뱅킹 서비스로 고객은 여러 앱을 설치할 필요 없이 하나의 은행 앱 또는 핀테크 앱 만으로 모든 은행의 계좌를 조회·이체할 수 있게 되고, 핀테크 기업은 API 이용 수수료 인하 등으로 경영환경 개선의 효과를 가질 수 있을 것으로 기대되고 있다. 금융당국은 이러한 개선 사항을 관련 기관 간의 협약을 통해 추진하고, 전자금융거래법을 개정할 예정이다.⁵²⁾

3) 마이페이먼트·종합지급결제업 도입

금융당국은 전자금융거래법 개정을 통해 지급지시 서비스업(마이페이먼트 산업), 종합지급결제업 도입을 추진하고 있다. 마이페이먼트(MyPayment) 산업은 EU의 PSD2에서 정의된 PISP(지급지시 서비스 제공자)와 유사한데, 고객이 마이페이먼트 사업자에게 자신의 은행계좌에 대한 지급지시 권한을 허용해 주면, 사업자가 고객과 가맹점의 은행계좌 간 이체거래를 진행하는 사업이다. 즉, 마이페이먼트 사업은 결제자금을 보유하거나 사전 충전 없이 하지 않아도 고객의 계좌정보만으로 결제, 송금 등에 필요한 이체 지시를 할 수 있게 된다. 따라서 현재의 신용카드 중심의 지급결제 네트워크가 은행계좌-마이페이먼트 사업자-소비자로 재편되고 카드발급 및 전표매입 과정이 생략되어 수수료 인하와 고객접점 이동이 가능해 질 수 있다.

종합지급결제업은 사업자가 이용자 계좌를 직접 보유하면서 간편 결제·송금 이외에도 급여이체, 카드대금, 보험료 납입 등의 서비스를 제공할 수 있는 서비스이다. 이와 같이 기존 은행권의 서비스 영역이었던 지급결제 관련 기능을 스몰라이센스(Small License) 형태로 허용함으로써, 핀테크 기업이 대규모 자본이 없어도 새로운 금융 서비스에 진입할 수 있는 여건이 마련되고 있다.

51) 어카운트인포는 이용자가 본인 은행계좌를 통합·조회할 수 있는 서비스로, 이를 이용하면 은행계좌 등록절차가 간편해짐

52) 은행결제망 제공 의무화, 수수료 차별금지 등을 포함함

4) 종합

이상과 같이 국내 금융 분야의 마이데이터 관련 정책은 오픈뱅킹 시스템의 전 금융권 개방, 개인신용정보 전반을 공유하는 마이데이터 사업과 마이페이먼트·종합지급결제업 사업 신설(예정) 등으로 추진되고 있다.

〈표 IV-7〉 국내 금융 마이데이터 정책 추진 현황

구분	오픈뱅킹 시스템	마이데이터	마이페이먼트·종합지급결제업
주체	금융기관	마이데이터 사업자	마이페이먼트 및 종합지급결제업자
근거	고객동의 기반 (현행)금융결제원 규약 (향후)전자금융거래법 개정	신용정보법 (개인신용정보이동권)	전자금융거래법 개정
데이터 범위	계좌 거래내역 (+카드 정보)	금융, 각종 세금·공공요금 납부, 건강보험료, 통신료, 구매 항목	금융정보
기능	뱅킹 공동인프라 및 지급결제기능 개방 → 하나의 앱에서 계좌정보 조회 및 송금결제 가능	개인의 다양한 신용정보 수집 → 통합 조회 및 맞춤형 자산관리 등의 서비스 제공	· 마이페이먼트: 계좌 없이 결제·송금 가능 · 종합지급결제업: 간편 결제, 송금 외 계좌 발급 및 관리 가능
기타 (시행 시기)	핀테크, 금융권 전체로 참가기관 확대, 입금가능 계좌 확대('19. 12~)	1차 28개사 사업 허가 ('21. 8 사업 시작)	관련 법 개정 발의 (미정)

현재 결제 인프라인 오픈뱅킹 시스템의 개방과 데이터 이동권 중심의 마이데이터 사업이 개별 사업처럼 추진되고 있으나, 금융위원회(2020a)가 '오픈뱅킹 고도화 방안'에서 제시하듯이 궁극적으로는 시스템 간 연계될 것이 예상된다. 따라 새로운 금융 서비스 사업자는 보다 간편하고 저렴한 비용으로 서비스를 제공할 수 있고, 정보주체인 개인은 여러 곳에 흩어져 있는 자신의 금융자산현황을 하나의 플랫폼(앱)에서 파악하고 본인에게 보다 유리한 다른 금융기관이나 상품으로 자금 이체까지 편리하게 선택할 수 있게 될 것으로 기대된다.

〈그림 IV-4〉 오픈뱅킹 시스템-마이데이터-마이페이먼트 연계효과(예시)



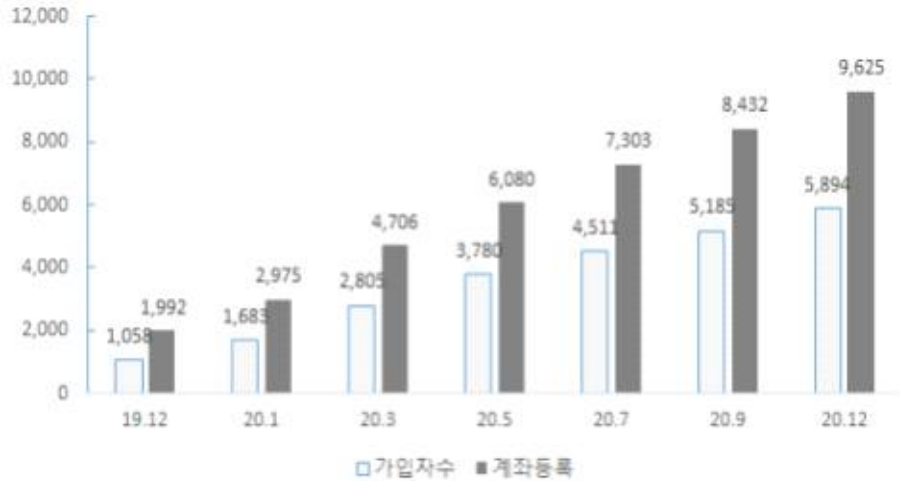
자료: 금융위원회(2020a)

앞서 살펴본 EU, 영국 등은 은행 중심의 ‘오픈뱅킹 정책’으로 주로 결제계좌를 대상으로 마이데이터 제도(데이터 이동)가 적용되고 있는 반면, 우리나라는 도입단계부터 전 금융기관의 개인신용정보를 대상으로 하고 있어 공유되는 데이터 범위가 광범위하다. 또한 전 금융기관에게 오픈 API를 통한 정보제공을 의무화했고, ‘오픈뱅킹 시스템’이라는 공동 플랫폼도 갖추어져 있다. 아직 마이데이터 사업은 시작되기 전이지만, 오픈뱅킹 시스템 이용현황을 보면, 먼저 시작한 영국이 오픈뱅킹 API의 하루 평균 이용 건수 650만 건을 돌파하는 데 약 1년 8개월이 걸린 반면, 국내 오픈뱅킹 시스템은 6개월 만에 해당 수준에 이르렀다.⁵³⁾ 마이데이터 사업의 경우도 금융당국의 적극적인 정책 추진 기조와 상대적으로 디지털에 익숙한 금융소비자 경험 등에 힘입어 도입 초기 사업이 빠르게 활성화될 가능성이 있다. 다만, 광범위한 정보 공유에 따른 정보유출 등의 보안사고에 대한 철저한 대비가 매우 중요하며, 개인정보보호에 대한 소비자 신뢰 확보와 소비자에게 실질적인 혜택·서비스 제공 등이 전제되어야 한다.

53) 금융결제원(2020)

〈그림 IV-5〉 국내 오픈뱅킹 시스템 가입자 및 등록계좌 수 추이(누적)

(단위: 만 명, 만 건)



자료: 금융위원회 보도자료(2020. 10. 21), “오픈뱅킹 고도화 방안”; 금융위원회 보도자료(2020. 12. 21), “상호금융, 우체국, 증권사 오픈뱅킹 서비스 개시 및 입금가능계좌 확대(12. 22~)”

2. 사업 추진 경과

금융분야의 마이데이터 사업은 허가제로 운영되는데, 2021년 8월 사업이 시행될 예정이다. 현재 진행 경과와 다음과 같다.

가. 마이데이터 사업자 신청 현황

마이데이터 1차 심사대상은 마이데이터 유사 서비스를 기 운영하던 사업자를 대상으로 한 것으로 총 34개의 신청 업체 중 28개사가 최종 사업자로 허가되었다.⁵⁴⁾ 1차 심사에는 대부분의 은행, 카드회사와 주요 핀테크, 빅테크 기업들이 포함되었다.

54) 대주주 부적격 6개사, 전문성 요건 등으로 보류 2개사임

〈표 IV-8〉 마이데이터 사업 1차 본허가 취득 현황

구분	업종	회사명
금융 14개사	은행(5)	국민은행, 농협은행, 신한은행, 우리은행, SC제일은행
	카드·캐피탈(6)	국민카드, 우리카드, 신한카드, 현대카드, 비씨카드, 현대캐피탈
	금융투자(1)	미래에셋대우
	상호금융(1)	농협중앙회
	저축은행(1)	웰컴저축은행
비금융 14개사	핀테크(14)	네이버파이낸셜, 민앤지, 보맵, 비바리퍼블리카,뱅크샐러드(舊 레이니스트), 쿠콘, 팀윙크, 핀다, 핀테크, 한국금융솔루션, 한국신용데이터, 해빗팩토리, NHN페이코, SK플래닛

자료: 금융위원회 보도자료(2021. 1. 27), “(주)국민은행 등 28개사 본인신용정보관리업(마이데이터) 본허가”

신규 사업자 포함 전 업종을 대상으로 하는 2차 신청 절차는 2021년 4월부터 진행되고, 총 31개 업체가 신청하였다. 업권별로는 금융회사 20개(은행 4개사, 보험4개사, 금융투자 10개사, 카드·캐피탈 2개사), CB 2개사, 핀테크 8개사, IT 기업 1개사가 신청하여, 전 금융권이 마이데이터 사업에 진출하고자 하는 상황이다.

〈표 IV-9〉 마이데이터 사업 2차 신청 현황

구분	업종	회사명	
		예비허가	본허가 ⁵⁵⁾
금융 20개사	은행(4)	전북은행, 기업은행, 대구은행	광주은행
	보험(4)	교보생명, 신한생명, KB손해보험, 메리츠화재	-
	금융투자(10)	키움증권, 한국투자증권, NH투자증권, 신한금융투자, 현대차증권, 하이투자증권, 대신증권, KB증권, 한화투자증권	디셈버앤컴퍼니자산운용
	카드·캐피탈(2)	롯데카드, KB캐피탈	-
CB(2)		-	나이스평가정보, KCB
핀테크(8)		인공지능연구원(AIRI), 오라인포, 웰스가이드, 코나아이, Fn가이드, 유비벨록스	뱅크, 아이지넷
IT(1)		LG CNS	-

자료: 금융위원회 보도자료(2021. 4. 23), “본인신용정보관리업(마이데이터) 허가신청 접수결과”

55) 물적 설비 구축 등 허가요건을 모두 충족하고 있다고 자체 판단하는 경우, 예비허가를 생략하고 바로 본허가를 신청할 수 있음

나. 1차 사업자의 마이데이터 비즈니스 모델(안)⁵⁶⁾

1) 은행권, 개인 자산관리 고도화 및 종합 금융 플랫폼 지향

오픈뱅킹 서비스로 이미 ‘플랫폼’ 경쟁이 시작된 은행권은 대부분 은행들이 마이데이터 사업에 진출을 선언하였다. 국민, 신한, 우리, 농협 등 4개 은행이 1차로 사업 본인가를 받았고 광주은행 등 지방은행들은 2차로 사업심사를 신청하였다. 은행들은 다수의 고객 기반과 일정 수준의 자산관리 서비스를 이미 운영 중에 있어, 확보되는 고객데이터를 기반으로 개인자산관리의 고도화에 우선 중점을 두는 것으로 보인다. KB국민과 신한은행의 경우, 기존 자산관리 서비스의 고도화 및 그룹 계열사 정보와 연계 모델 운영 등으로 특화 서비스를 제공하고, 다양한 생활편의성 제공으로 플랫폼 기반 확대를 추진할 계획이라고 밝혔다. KB 국민은행은 시니어 고객층 대상의 오프라인 연계 서비스, 강점이 있는 부동산 정보 등의 서비스를 강화할 예정이다. 신한은행은 소상공인 대상으로 한 서비스를 보다 특화할 것으로 보인다. 농협은행의 경우, 개인자산관리 서비스를 기본으로 제공하고 정부 지원금 추천 서비스와 범 농협 데이터 활용을 차별화 포인트로 추진할 예정이다.

〈표 IV-10〉 은행권 마이데이터 사업 추진 전략

회사	특징
KB 국민은행	<ul style="list-style-type: none"> · 넘버원 금융 플랫폼 지향, 리브·마이머니 등 멀티 앱 전략 * KB스타뱅킹 가입자 1,500만 명, 월간사용자(MAU) 660만 명 초과로 고객 기반 확보('20. 1월 기준) · 기존 자산관리 앱 'KB마이머니' + '신용관리 서비스', '자동차관리 서비스' 출시 · 신용관리 서비스는 본인 신용평점을 동일 연령대와 비교, 평가기준 등 상세 항목 확인 가능하며, 소득추정 모델로 권장 소비액 등 개인의 신용구매력 제시 · 자동차관리 서비스는 계열사(KB캐피탈)와 연계 자동차 시세, 차 유지비 등 관련 정보제공 · 부동산 특화 앱 '리브 온(Liv on)' 등 추가 서비스 출시 · 또한 차별화 포인트로 시니어층 대상 특화 서비스와 오프라인 연계 상담 서비스 제시
신한은행	<ul style="list-style-type: none"> · 기 운영하던 플랫폼 쉘(SOL)의 'MY자산' 서비스 고도화 집중 * MY자산 고객 475만 명('21. 1월 기준) · 계열사인 신한생명·신한금융투자·신한카드 등 신한금융지주 계열사 상품은 물론 전 금융기관의 상품정보를 DB화하고, 생애 전반의 자산 설계 관리하는 종합 금융상품 솔루션 플랫폼 지향 · 장기적으로 금융자산부터 실물자산, 디지털 자산까지 관리, 운영하는 정보계좌 업무 추진 · 마이데이터로 수집한 데이터 외 이종산업 간 협업으로 생활 전반의 데이터의 자산화도 추진 계획, 생활 서비스 플랫폼(라이프) 기 운영 중임 · 한편, O2O 음식 중개 플랫폼도 추진 중, '21년 출시 목표
농협은행	<ul style="list-style-type: none"> · 개인종합자산관리 서비스 추진('개인종합자산관리cell')으로 계좌 및 신용점수 조회, 맞춤상품 추천, 자산 분석 등의 서비스 제공(뱅크샐러드와 제휴) · 정부지원금 추천 서비스: 가족, 직장, 소득정보를 결합하여 정부지원금 및 서비스 추천 · 범 농협 데이터와 결합하여, 농업분야 데이터 경제 활성화 지원하기 위한 콘텐츠 개발

자료: 언론보도 및 각사 발표 자료 종합

56) 주요 사업자 중심으로 언론보도, 각종 세미나 발표 자료를 종합함

2) 카드권, 소비패턴 분석 기반으로 생활 서비스&금융 플랫폼으로 영역 확대 모색

카드업계는 향후 마이페이먼트·종합지급결제업 등장으로 지급결제시장의 지각 변동이 예상되는 가운데, 새로운 비즈니스 기회 창출을 위해 마이데이터 사업에 적극적이다. 현재의 결제 및 카드 금융 중심의 사업에서 벗어나 새로운 데이터 기반의 종합 생활금융 플랫폼 기반 구축을 모색 중인 것으로 보인다. 시장점유율이 높은 신한카드는⁵⁷⁾ 개인고객 대상의 금융 플랫폼, 개인의 소비패턴을 분석 후, 유사한 lifestyle별로 그룹화 하여, 그룹 단위의 맞춤형 서비스를 제공하는 종합라이프 플랫폼, 소상공인에게 금융·비금융 서비스를 제공하는 플랫폼 등 다양한 모델을 구축할 계획이라고 한다. 이를 위해 개인사업자 CB 사업 진출도 준비 중이며 업계 최초 투자자문업 등록 및 서비스도 계획하고 있다. 국민카드는 KB금융그룹의 통합 멤버십 플랫폼인 리브메이트(Liiv Mate) 3.0을 중심으로 고객소비패턴에 맞는 맞춤형 금융상품을 추천, 조언하는 큐레이션 기능을 강화할 계획이다. 고객계좌와 카드에서 발생하는 수입, 지출현황을 타임라인으로 보여주며 초개인화 금융서비스 제공이 목표이다. 우리카드는 현재의 은행, 카드 중심이 조회 서비스에서 증권, 보험 등으로 조회 서비스를 확대하고, 향후 통신, 유통, 의료 분야 등을 포함한 생활 편의 제공과 결제 서비스를 통합한 종합 플랫폼으로 확장할 계획을 가지고 있다. 한편, BC카드는 국내 최대 규모의 카드결제, 가맹점 매출 데이터를 기반으로 디지털 결제 플랫폼(페이북) 및 중저신용자를 위한 중금리 대출 서비스 등으로 특화 서비스를 추진할 예정이다.

〈표 IV-11〉 카드업권 마이데이터 사업 추진 전략

회사	특징
신한카드	· 고객 일상 속 DNA(Daily life-New discovery-Amazing save) 생활 플랫폼 구현 ※ 신한 페이핀('20. 3) 가입고객 1,200만 명, 일평균 방문(DAU) 100만 명, 월 이용금액 9천억 원
국민카드	· KB금융그룹의 통합 멤버십 플랫폼인 리브메이트(Liiv Mate) 3.0을 중심 · 고객소비패턴에 맞는 맞춤형 금융상품 추천, 조언하는 큐레이션 기능을 강화
우리카드	· 현재 은행, 카드 중심에서 증권, 보험 등으로 조회 서비스를 확대 · 통신, 유통, 의료 분야 등을 포함 생활편의 및 결제 서비스를 통합한 종합 플랫폼 확대
BC카드	· 국내 최대 규모의 디지털 결제 플랫폼(페이북) 기반 · 중저신용자를 위한 중금리 대출 서비스 특화 등

자료: 언론보도 및 각사 발표 자료 종합하여 작성함

57) 카드사 시장점유율('20. 3Q 기준) 신한 21.5%, 삼성 18.05, KB국민 17.75%, 현대 16.4%임

3) 빅테크·핀테크 기업, 간편결제업의 영역을 넘어 종합 플랫폼 비즈니스 선점 경쟁

마이데이터 산업의 본격화로 경쟁력을 더욱 확보할 것으로 기대되는 곳은 이미 플랫폼을 기반으로 하는 핀테크·빅테크 기업들이다.

핀테크 기업들은 마이데이터 산업 도입 전부터 스크린 스크레이핑 기술을 기반으로 보험(보맵), 대출(핀다), 카드(뱅크샐러드) 등 특정 금융상품 분야별 서비스를 제공해 왔다. 이 중 금융위원회로부터 마이데이터 사업의 핵심 시범기업으로 선정된 뱅크샐러드는 2014년 가계부 기능과 개인맞춤 카드 추천의 웹(Web)기반 서비스부터 시작했다. 2017년 앱(App)기반 서비스를 런칭하면서, 카드 외 투자, 대출, 보험, 연금 등 전 금융상품으로 서비스 영역을 확장했다. 뱅크샐러드의 발표 자료⁵⁸⁾에 따르면 런칭 3년만인 2020년 5월 기준 앱 누적 다운로드 700만 회, MAU(월간 활성사용자 수) 179만 명, 연동 관리금액은 2018년 10조 원에서 2020년 5월 기준 220조 원으로 급성장 중이다. 현재 제공하는 주요 서비스는 ① 통합자산조회-공인인증서 연동으로 은행계좌, 카드, 보험, 주식, 부동산, 자동차 및 연금까지 조회 가능하고, ② 자동가계부-수입·지출·이체 내역이 자동 등록, 분류되고 데이터화 된다. ③ 금융비서-소비행태를 분석해 소비·지출 관리에 대한 조언을 제공하며, ④ 맞춤상품 추천-신용등급, 신용점수를 무료 조회할 수 있고, 맞춤형 카드, 대출, 보험 등의 상품 추천 서비스 등이 대표적이다. 현재 주 수익원은 신용카드 발급 수수료와 대출 및 금융상품 관련 광고 수입이다. 마이데이터 사업이 본격화되면 개인자산관리 고도화와 더불어 금융영역 이외 라이프까지 포함하는 신규 서비스들을 지속 출시할 계획이다. 한편, 대표적인 빅테크사인 네이버파이낸셜은 거대 포털 네이버의 페이 기능을 분사한 기업으로 이미 나이스신용정보와 함께 네이버페이 신용관리 서비스를 시작했고, 국세청, 국민연금, 건강보험, 통신사 등의 정보를 제출하면 신용점수에 반영된다. 1세대 간편결제로 시작한 NHN페이코는 기본적으로 금융기관으로부터 받아오는 데이터 중심으로 통합조회, 신용관리 서비스 및 상품 추천 서비스를 제공하고 2030세대 특화 플랫폼으로 구축할 계획이다. 국내 최대 모바일 플랫폼 기반 간편 송금 서비스로 인지도를 높인 토스(비바리퍼블리카)는 2020년 8월 GA 형태의 토스인슈어런스를 통해 보험업에 진출했고, 최근 토스 증권도 영업을 시작했다. 또한 토스 은행 예비허가도 받은 상태로 금융상품 제조 플랫폼 기반을 구축 중이다.

58) 한겨레(2020. 11. 5), “[핀테크피디아] 데이터 기반 자산관리 ‘우렁각시’ 뱅크샐러드”(http://www.coindesskor.com/news/articleView.html?idxno=71922)

〈표 IV-12〉 빅테크·핀테크 기업의 마이데이터 사업 추진 전략

회사	특징
네이버 파이낸셜	<ul style="list-style-type: none"> · 네이버에서 네이버페이 기능 분사하여 설립('19. 11) · 네이버의 개인데이터+네이버파이낸셜 금융정보로 정교한 금융 서비스 제공 · 네이버페이 신용관리 서비스 시작 중, 국세청, 국민연금, 건강보험, 통신사 등의 정보제출 시 반영되는 방식
NHN 페이코	<ul style="list-style-type: none"> · 1세대 간편결제 서비스로 시작, 금융 플랫폼으로 진화 추구 · 통합조회, 신용관리 서비스, 추천 서비스 고도화 및 2030세대 특화 금융 플랫폼 추진
토스	<ul style="list-style-type: none"> · 간편 송금으로 시작, 토스 인슈어런스, 토스 증권, 토스 은행 등 금융상품 제조로 진출 · 월간 1,000만 명의 활성 사용자 확보된 금융 플랫폼으로 도약 중
뱅크샐러드	<ul style="list-style-type: none"> · 개인자산관리 고도화 및 라이프 영역의 신규 서비스 지속 출시 예정

자료: 언론보도 종합

4) 보험권의 사업 대응 현황⁵⁹⁾

은행, 카드 등 타 금융업권의 대부분 회사들이 마이데이터 사업자로 인허가를 신청한 반면 보험회사는 현재 4개 기업만 2차 예비허가를 신청한 상황이다. 일부 기업의 경우 대주주 자격 등의 이슈로 신청 자격이 보류된 상황이고, 여타 기업은 어떤 비즈니스 모델로 차별화할 지에 대해 내부 검토 중인 것으로 알려졌다. 2차 신청한 기업은 손해보험, 생명보험 각각 2개사로 고유 업무인 보험보장 분석과 재무관리 서비스 등을 기본으로 제공하고, 보험업 특성에 맞는 헬스케어 서비스, 자동차 관련 서비스 등을 차별화 방안으로 검토한 것으로 알려졌다. 또한 문화 및 공익성 강화 등 각사의 특성에 맞는 특화 포인트를 서비스에 내재할 예정이라고 한다.

보험관련 기업 중 1차 사업자로 인허가를 받은 보맵(보험 Map)은 앱 다운로드 수 240만의 국내 대표 인슈어테크 기업이다. 통합조회 등의 마이데이터 유사 서비스를 기 운영해 왔는데, 보험 통합조회 기능인 '나의 보맵', 보장분석 '보장핏팅', 일상생활 보험판매 '보험마켓', 건강검진 분석결과로 필요 보험을 추천하는 '건강분석' 등의 서비스를 제공하고 있다. 마이데이터 사업이 본격화 되면, 자체 플랫폼에서 고객의 여수신 데이터를 활용, 고객에게 보다 적절한 보험료 산정과 보험 상품을 추천할 계획이다. 또한 비 금융데이터와의 연계를 통해, 보험계약의 보장 항목 비교 수준이 아닌 건강, 자산, 생활습관 등의 정보를

59) 언론보도 및 담당자 인터뷰 종합

기반으로 하여 사전 예방분야로 서비스 영역을 확장하고 타 금융사와의 제휴로 다양한 플랫폼에 보험솔루션을 제공하는 것으로 비즈니스 모델을 추진할 예정이라고 한다.

〈그림 IV-6〉 보맵 마이데이터 서비스 화면

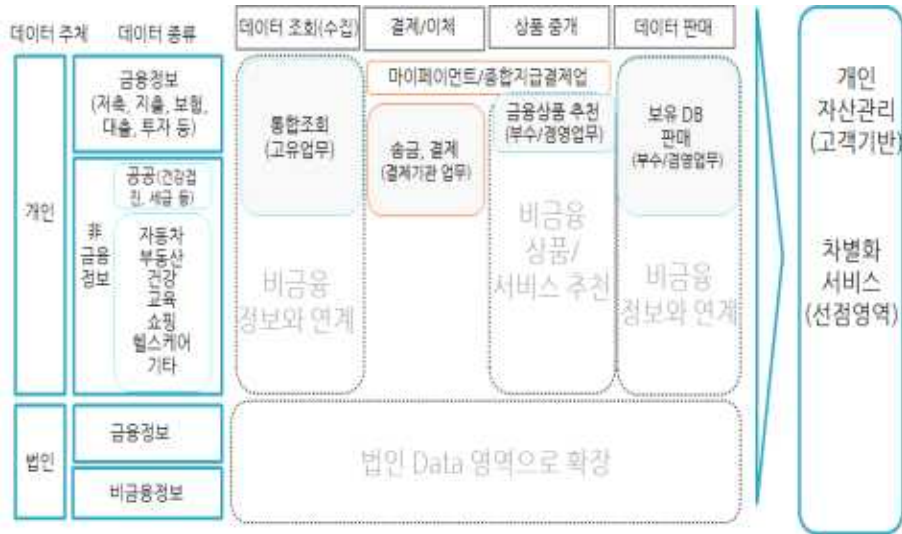


자료: 보맵 앱(2021년 5월 기준)

다. 종합

1차 마이데이터 사업 허가를 받은 사업자들의 모델(안)을 살펴보면, 공통적으로 개인자산 관리 서비스(PFM) 영역을 기본으로 하고, 각 사업자별 차별화된 서비스 모델을 구성하고 있다. 특히, 기존 금융회사의 경우, 본업 경쟁력이 있는 개인자산관리 영역에서의 고객소구력을 갖추고, 각 사별 차별화 포인트가 있는 생활 서비스 영역을 찾아, 고객 기반 확대 및 데이터 확보 전략을 추구하는 것으로 보인다. 또한 초기에는 금융정보에 기반한 개인 영역 서비스에 중점을 두지만, 중장기적으로 의료, 통신, 유통 등의 비금융권 분야로 마이데이터 정보 수집 범위 확대와 법인 대상의 마이데이터 확장 모델로의 발전 가능성을 고려하고 있는 것으로 보인다.

〈그림 IV-7〉 마이데이터 사업자의 업무 영역 및 확장성



〈참고〉 비금융 데이터 기반의 마이데이터 서비스 사례(시범 사업으로 진행)

아직 본격 서비스로 활성화되지 않았으나, 공공기관과 차량데이터 등 비금융 자료와 금융자료를 통합 활용하고, 이를 이용해 금융상품 추천으로 연결하는 마이데이터 사례로 ‘모니’를 들 수 있다. 과학기술정보통신부의 2020년 마이데이터 실증 지원사업으로 (주)핀테크가 은행, 통신, 차량 등 6개사(전북·광주은행, JB우리캐피탈, SK텔레콤·SK에너지·SK네트웍스)와 함께 개발한 시범 서비스이다. 개인이 동의하면 신용기관, 건강보험·검진공단 등과 API로 연동하여 개인데이터를 수집하고, 금융 및 일상 관련 정보를 분석하여 개인별 맞춤형 금융상품 추천 및 관심 정보를 제공하는 서비스로 구성되어 있다. 이용자의 경우, 자기의 정보를 확인 후, 필요시 특정 금융기관에 공유하면, 해당 금융회사로부터 금리 우대 등의 혜택을 받을 수 있다. 개인은 ‘데이터 영수증’ 기능을 통해 본인정보에 대한 동의 및 공유 등의 현황 확인이 가능하다.

〈표 IV-13〉 모니 수집 정보 및 제공 서비스

구분	내용
금융	<ul style="list-style-type: none"> · 대출, 카드 이용금액, 연체금액, 신용등급, 보험내역 등 금융정보 조회 · 개인 금융·일상정보에 맞는 맞춤상품과 계획 추천 서비스 · 소득정보, 자녀유무, 자산, 지출 규모 등 세부 정보 기반
일상 정보	
커리어	<ul style="list-style-type: none"> · 건강보험공단 정보 이용 · 현 재직회사 정보, 이전 재직회사 정보, 소득 정보 변경 이력 · 동일 연령대와의 소득 비교 · 관심있는 기업(사업자번호)에 대한 개요와 재무 정보
헬스	<ul style="list-style-type: none"> · 건강검진공단 정보 · 건강검진 내역, 진료내역, 지급내역 확인 가능
드라이브	<ul style="list-style-type: none"> · 차량번호 입력(인증)→차량 시세, 사고내역 등 관련 정보제공, 시세 확인 · 면허, 차량정보, 운전습관(운전경력, 교통사고, 법규위반 등) · 제휴업체 연계 차량 수리 정보 확인 가능
패밀리/ 복지자금	<ul style="list-style-type: none"> · 직계가족의 기본 정보 조회 · 신청 가능한 복지자금 정보
초이스	· 거주지역 선택(시, 구)의 국회의원 정보
타운	· 거주지역 선택(시, 구)의 부동산 정보, 사고다발 지역 등의 정보
관리기능	
데이터영수증	· 수집 데이터, 내려받기, 공유하기 등 데이터 수집, 공유 기록 확인

자료: 모니 앱

〈그림 IV-8〉 모니 서비스 화면

〈일상 정보 연결 및 공유 항목 선택 화면〉



자료: 모니 앱

앞서 살펴 본 바와 같이 다수의 비금융권 회사들이 마이데이터 사업 진출을 선언했고, 기존 금융회사들은 은행 간 경쟁이던 '오픈뱅킹 시스템(서비스)'과는 달리 마이데이터 사업이 플랫폼 간의 경쟁으로 확대될 것으로 예상하며, 산업 초기에 시장 선점 및 고객 기반 강화를 위해 적극적으로 준비하고 있다. 본 장에서는 '마이데이터 제도'에 대한 국내 소비자들의 수용도 수준을 알아보고, 금융산업 및 보험회사에 주는 영향을 검토한다.

1. 소비자 수용도

우리나라보다 먼저 시작한 영국의 경우, 소비자들의 오픈뱅킹(금융 마이데이터) 인지도가 사업 개시 전 약 10% 정도였고 2년이 지난 후 25%로 조사되었다. 그리고 오픈뱅킹 API 사용 건수는 도입 초기에는 미미했으나 최근사용량이 급증하여, 2020년 말 전년 대비 약 2.4배의 성장세를 나타냈다.⁶⁰⁾ 이와 유사한 국내 오픈뱅킹 서비스의 시장 전파 속도는 영국보다는 빠른 것으로 나타났다. 전면 시행 전인 2019년 11월 조사결과 오픈뱅킹 서비스에 대한 인지도가 20.4%였는데, 시행 3개월 후인 2020년 1월 조사에서는 인지도 43.7%, 실제 이용률 31.5%로 조사되었다.⁶¹⁾ 오픈뱅킹 서비스의 등록자 수는 2020년 9월 기준 2,200만 명(중복 제외)으로 경제활동인구의 70% 이상이 이용 중이다.

한편, 과학기술정보통신부에서 수행한 마이데이터 제도에 관한 일반 국민 인식 조사(2019년)⁶²⁾를 보면, 일반 국민들은 데이터 이동권 도입 필요성에 대해 72%가 공감한다고 답했고, 이들 중 개인 동의하에 정보 이동을 허용하느냐에 질문에 대해 동종업종 간은 79%, 이종업종 간 70%로 긍정적인 답변이 높게 나타났다. '마이데이터'라는 용어에 대한 인지도는 16.7%로 높지 않았으나, 자신의 개인정보를 기관에 제공하고 맞춤형 혜택을 누

60) OBIE(2020)

61) 시행 전 조사: NICE디앤알('19. 11, n=6,000), 시행 후 조사: 엠브레인 트렌드모니터('20. 1, n=5000)

62) 조사기간 2019. 7. 15~8. 14, 대상 만 20~69세, 3,003명, 온라인 조사

릴 수 있는 서비스라는 설명 후 이용 의향은 약 49%로 조사되었다. 금융소비자를 대상으로 한 2021년 3월 Visa Korea의 조사⁶³⁾에 따르면, 마이데이터 인지도는 44.5%로 마이데이터 사업 시행시기가 얼마 남지 않았음에도 금융소비자들의 마이데이터에 대한 인지도가 높지 않다. 다만, 마이데이터에 대한 정보를 제공한 후, 소비자의 관심도는 64.1%, 관련 서비스 이용 의향은 약 64.6%로 조사되어 인지도 대비 상대적으로 높게 나타났다. 서비스 이용의향 이유(중복 허용)로는 정보통합관리(69%)가 가장 높게 나왔고, 맞춤 상품 및 서비스 추천은 상대적으로 낮은 24% 수준으로 나왔다. 이용할 의향이 없는 이유는 개인 정보 노출에 대한 우려(59.7%)가 가장 높게 조사되었다. 한편, 은행, 카드 등 기존 금융기관에서 제공되던 서비스를 플랫폼·IT기업에서 제공할 경우의 이용 의향이 53.1%로 조사되었고, 특히, 마이데이터 서비스 이용 의향이 있는 응답자 중 77.7%가 비금융권 서비스를 이용할 의향이 있다고 답했다.

〈표 V-1〉 마이데이터 관련 정보제공 후 소비자 응답

항목	매우 높음	있음	보통	없음	매우 없음
관심도	7.5	56.6	28.7	5.4	1.8
서비스 이용의향	9.0	55.6	28.2	5.0	2.2
관심 이유(중복응답) *서비스 이용의향을 표명한 64.6% 대상 (매우 높음, 있음)	<ul style="list-style-type: none"> · 여러 곳에 있는 내 정보를 한곳에 모을 수 있어서(69%) · 지출·자산 관리에 도움이 될 것 같아서(56.7%) · 포인트, 혜택 정보를 한곳에 모을 수 있을 것 같아서(42.1%) · 온라인 및 앱 사용이 더 간편해질 것 같아서(33.1%) · 데이터의 주권을 내가 갖게 되어서(24.9%) · 맞춤 상품 및 서비스를 추천받을 수 있어서(24.1%) 				
관심 없는 이유 *서비스 이용의향 없는 7.2% 대상 (매우 없음, 없음)	<ul style="list-style-type: none"> · 내 개인정보가 노출되는 것이 우려되어서(59.7%) · 여러 곳에 있는 내 정보를 모을 필요는 없어서(25%) · 지출·자산 관리를 하는 데 크게 도움이 되지 않을 것 같아서(23.6%) · 데이터 주권이 잘 이해가 되지 않아서(19.4%) 				

자료: VISA Korea(2021. 4. 29)를 참고하여 정리함

오픈뱅킹 서비스의 전파 속도, 데이터 이동권에 대한 수용도, 마이데이터 사업의 인지 및 서비스 이용 의향 등에 비추어 보면, 먼저 시작한 영국보다 데이터 기반 금융 서비스에 대한 국내 금융소비자 수용도가 다소 높을 것으로 예상된다. 다만, 아직 실현된 모습을 보지 못한 상태에서 소비자들은 개인정보보호에 대한 우려와 맞춤형 상품 추천보다는 정보통

63) 조사기간 2021. 3. 13~3. 22, 대상 만 20~59세, 1,000명, 스마트폰 사용자, 금융상품 경험자, 온라인 조사

합 조회 등에 대한 편의성 제고를 더 기대하는 것으로 보인다. 그리고 플랫폼 기업에 대한 선호도가 높게 나타나 기존 금융회사에게 기회와 위기로인이 상존하고 있다.

2. 금융산업에 미치는 영향

가. 금융소비자 측면

마이데이터 서비스로 금융회사-소비자 간 정보비대칭이 어느정도 해소될 것이 예상되므로, 소비자 측면에서는 다음과 같은 변화가 기대된다.

첫째, 자신의 금융정보를 신속하고 편리하게 확인할 수 있게 되므로, 신용 및 자산관리를 효율적으로 할 수 있을 것이다.

일반적으로 금융소비자가 본인의 자산현황을 파악하기 위해서는 은행, 카드, 보험, 증권사 등 다수 금융회사 앱(웹)에 일일이 접속해야 했는데, 마이데이터 사업자의 서비스를 통해 앱 한 곳만 접속해도 쉽게 파악할 수 있게 된다. 금융회사뿐만 아니라, 세금 및 공과금의 조회도 가능해 진다. 본인의 정보를 이용하기 위해 소요되는 시간과 불편함이 감소되므로, 자산 상태 및 각종 요금 납부 현황에 대한 수시 확인으로 연체를 사전에 방지하는 등의 효율적인 신용관리와 자금관리가 가능해 질 것으로 기대된다.

〈표 V-2〉 마이데이터 플랫폼에서 조회 가능한 본인 정보(예시)

상품	예시	상품	예시
예금·대출	월납입액, 금리, 만기일, 대출잔액, 상환일, 이자 등	보험	보험 만기일, 납입금액, 주기, 보험대출 정보 등
카드	결제내역, 포인트, 청구금액, 할부 정보, 카드대출 정보 등	투자 상품	거래단가, 잔액, 매입금액, 계좌상태, 예수금, 세제혜택 정보 등
통신	통신료 납부내역, 소액결제 내역 등	지급 결제	간편결제, 간편송금, 전자화폐 충전금액, 포인트, 구매항목 등
공공 정보	행안부, 국세청 등의 국세·지방세 납부정보, 전기·수도 납부정보, 건강보험, 국민연금 등 연금에 관한 정보로서 보험료 납부정보 등 공공부분의 신용정보		

자료: 금융위원회(2020b)

둘째, 상품 비교가 쉽고, 종합적인 자산분석 결과에 기반한 최적의 금융상품을 찾게 되는 등의 합리적인 의사결정이 가능해 질 것이다.

대다수의 금융소비자에게는 다양한 금융회사 상품의 특징을 비교하여 자신에게 맞는 상품을 찾아 포트폴리오를 구성하는 것이 쉬운 일은 아니다. 대부분은 브랜드 인지도가 높거나 주거래 하던 금융회사의 영업점(앱)을 방문하여, 추천받은(찾은) 같은 금융회사 또는 계열사 상품을 구매하는 다소 수동적인 의사결정을 할 가능성이 높다. 마이데이터 서비스가 본격화되면, 예·적금, 주식투자, 카드 사용내역, 보험가입내역 등이 종합·분석 가능하고, 이에 적합한 맞춤형 재무 및 노후 설계 컨설팅과 함께 적합한 상품 포트폴리오를 추천받을 수 있다(단, 사업자가 ‘이해상충방지’ 의무를 잘 지킨다면). 예를 들어, 본인에게 적합하다고 제시된 다수의 대출 상품의 조건을 비교하여, 현재 이용 중인 상품보다 유리한 조건의 상품으로 대체가능하다.

현재도 은행의 오픈뱅킹 서비스나 국민·신한 등의 카드사, 토스·뱅크샐러드 등 핀테크사에서 금융회사의 계좌정보를 일괄 조회하여 제공하거나 자산관리 서비스와 같은 일종의 마이데이터 서비스가 있다.⁶⁴⁾ 그런데 현행 서비스 구현 방식은 고객의 인증정보를 기반으로 웹페이지 화면상에 나타나는 정보를 추출해 오는 스크린 스크레이핑 방식이므로 정보가 제한적이고 시스템적으로 안정적이지 않은 경우도 발생한다. 마이데이터 사업이 본격화 되면 사업자는 API를 기반으로 데이터를 수집해야 하고, 금융회사는 의무적으로 제공해야 한다. 즉, 사업자가 광범위한 정보를 보다 안정적으로 확보할 수 있게 된다. 따라서 더 정교화 된 신용·자산관리와 상품 추천 서비스가 제공될 것으로 기대된다.

64) 공공분야의 통합조회 서비스로 연금포털(금융감독원), 계좌통합관리(금융결제원), 내보험찾아줌(생명/손해보험협회), 카드포인트통합조회(여신금융협회) 등이 있음

〈표 V-3〉 업권별 주요 마이데이터 서비스(예시)

업권	정보활용	주요 서비스
은행	계좌거래 내역, 대출 잔액, 금리·이자 등의 다양한 금융자산 현황 등을 분석	저축, 재테크 방안 안내 등을 통한 자산형성 지원
카드	카드사용 일시, 결제 내역, 카드대출 이용 등의 소비패턴 분석	다양한 카드사용 혜택 제공 및 합리적인 소비 습관 개선 지원
금투	투자종목, 투자금액, 자산규모 등의 투자 정보를 통해 투자패턴 분석	세제 혜택, 투자습관 개선 등 다양한 포트폴리오 제공
보험	보험료 납입내역, 보험기간, 보장내역 등의 보험정보를 통해 노후 예측 및 건강 분석	연금관리를 통한 노후설계와 저비용의 건강 관리 서비스 제공
핀테크	은행, 카드, 증권, 보험 등 여러 금융업권의 금융상품 및 정보를 종합적으로 비교·분석	맞춤형 금융상품 추천 및 정보주체의 정보 권리 행사 대행
IT	금융과 통신, 유통 등의 데이터와 융·복합	통신정보 기반 금융상품, 유통 정보 기반 금융상품 등 고부가가치 혁신 서비스 제공

자료: 금융위원회(2020b)

세 번째로는 소비자의 정보권리 행사가 편리하고 용이해 진다.

개정된 법에 따라 금융소비자는 마이데이터 사업자에게 개인신용정보의 열람청구, 삭제 요구, 프로파일링 대응권 등의 정보권리 행사를 대행하도록 요청할 수 있다. 특히, 프로파일링 대응권은 금융회사에서 자동화된 시스템(AI 기반 등)에 의해 신용평가점수, 보험료 등을 산정한 것에 대한 설명을 요구하거나 이의를 제기할 수 있는 권한이다. 본인에게 제시된 신용평가점수나 보험가입조건 등이 불합리하다고 판단될 경우, 개인이 대형 금융회사를 직접 상대하는 것보다는 마이데이터 사업자를 통해 설명 요구나 이의 제기를 하는 것이 편리하고 효과적인 대응수단이 될 수 있다.

나. 금융회사 측면

마이데이터 사업으로 첫째, 금융회사들은 충분한 고객데이터를 확보할 기회가 생기고 이를 기반으로 개인화된 상품 및 서비스 개발 역량이 높아질 것으로 기대된다.

대부분 금융회사는 상품이나 서비스를 만들기 위해서 금융거래를 통해 축적한 고객데이터를 분석하거나 설문조사 등을 통해 고객니즈를 발견하고자 노력한다. 그런데 개별 회사

의 정보만을 가지고는 고객의 종합적인 재무상황이나 위험 보장 수준 등을 파악하기 어렵다. 예를 들면, 증권회사의 경우, 고객이 해당회사와 거래한 내역은 알지만, 타 회사에서의 주식거래나 투자한 상품을 알 수 없으므로, 고객이 어떤 투자성향을 가지며 현재 자금여력은 있는지를 명확히 알 수 없다. 카드회사도 1인당 보유카드가 2~3개 이상인데, 개별회사의 카드 지출 데이터만으로 고객의 소비패턴을 정확히 유형화하기 어렵다. 보험회사 역시 마찬가지이다. 금융회사들은 영업점, PB, 설계사 등 대면채널을 통해 고객의 다양한 정보를 확보하고자 노력하나, 수집하기 어렵고 개인정보 이슈 등으로 내부DB로 확보하는 것도 쉽지 않다. 마이데이터 사업은 고객의 다양하고, 정형화된 정확한 정보를 확보할 수 있는 방안이 될 수 있다. 충분한 고객데이터를 확보한 마이데이터 사업자는 고객의 지출 내역을 취합하고, 예·적금이나 투자 상품, 건강보험료 등으로 소득을 추정할 수 있을 것이므로, 소득 대비 지출 비율로 고객의 상환능력이나 재정상황을 진단하여, 고객에게 맞는 상품이나 서비스를 제안해 볼 수 있다. 이처럼 고객의 데이터를 기반으로 맞춤형 상품, 서비스를 제공하거나 새롭게 개발하고자 하는 노력이 시장 전반에 나타날 것으로 예상된다.

둘째, 고객접점의 이동으로 제·판 분리 가능성이 증폭될 것이 예상된다.

고객과 금융회사 간의 정보 비대칭이 해소되고, 핀테크·빅테크 등 새로운 사업자들의 금융시장 진입이 본격화 되면, 기존 금융회사들의 고객 접점(판매채널)이 이들의 모바일 플랫폼으로 이동될 가능성이 매우 크다. 이미 핀테크·빅테크 기업들은 모바일 환경에서 IT 기반의 간편한 절차 등으로 고객 소구력을 높이고 있다. 핀테크 기업의 경우 상대적으로 신생기업이 많고 브랜드 인지도가 약해 금융시장에서의 영향력은 아직 높지 않다. 반면 네이버와 같은 빅테크 기업은 대형 금융회사 이상의 브랜드 경쟁력과 다수의 고객을 이미 보유하고 있다. 이들이 마이데이터를 기반으로 한 금융 서비스 시장에 진출하게 되면 네트워크 효과(Network Effects)⁶⁵⁾를 일으킬 수 있어 그 파급력은 매우 클 것으로 예상된다. 특히, 향후 한 플랫폼에서 마이데이터, 마이페이먼트, 종합지급결제업이 융합되면, 고객의 편의성 증대와 상품비교의 용이성 등으로 고객 접점이 해당 플랫폼으로 흡수될 개연성이 높다. 따라 기존 개별 금융회사에서 이루어지던 상품의 개발(제조)-마케팅·판매-후속관리의 가치사슬에서 기존 금융회사는 상품개발에 집중하고, 이후 영업·마케팅과 고객관리는 전문 플랫폼 기업이 전담하는 방식으로 금융시장의 제·판 분리 가능성이 높아질 수 있다.

65) '네트워크 효과'는 어떤 상품에 대한 수요가 형성되면 이것이 다른 사람들의 상품 선택에 큰 영향을 미치는 현상으로, 미국 경제학자 하비 라이벤스타인이 소개한 개념임(위키백과 참조)

〈표 V-4〉 금융회사, 빅테크·핀테크 회사의 특징 비교

요소	금융회사	빅테크 회사	핀테크 회사
규모	○	○	×
브랜드인지도	○	○	×
투자여력	○	○	×
저비용 자금조달	○	○	×
고객 기반	○	○	×
네트워크 효과	×	○	× ^{주)}
최첨단 기술	×	○	○
낮은 수준의 규제	×	○	○

주: 핀테크 회사는 신생업체가 많고 아직 고객 수가 적어, 네트워크 효과발생이 어려울 것으로 예상됨
 자료: 조영은(2020)을 참고하여 재작성함

셋째, 중장기적으로 데이터 판매 등을 새로운 수익원으로 확보하거나 생활금융 통합 플랫폼 등 새로운 비즈니스로 확장 가능성이 있다.

마이데이터 사업자가 금융소비자를 대상으로 통합조회 서비스를 제공하는 것으로 수익을 확보하기는 쉽지 않을 것으로 보인다. 대신 마이데이터 사업자의 부수 및 겸영업무로 허용된 금융상품 추천이나 광고 등을 통한 중개 수수료를 수익원으로 확보할 수 있다. 또한 단기적으로는 어려울 수 있으나, 축적되는 데이터를 분석하여 마케팅 정보로 만들어 판매하거나, 신용정보법 개정으로 가명정보 결합의 산업적 활용이 가능해지므로 데이터판매 등의 새로운 수익원도 기대해 볼 수 있다. 마이데이터의 대상 데이터 영역이 현재는 금융 분야 중심이나 향후 보다 다양한 데이터가 포함되어, 생활 서비스 전반으로 확대될 개연성이 있다. 정책당국은 의료, 에너지, 공공, 교통 등 다양한 분야에서 국민 체감형 마이데이터 실증 서비스를 개발하고, 마이헬스웨이 플랫폼 구축도 시작하고 있다. 향후 마이데이터 서비스의 영역이 생활 서비스와 연계되는 생활금융 통합 플랫폼으로의 확장되어, 새로운 비즈니스 기회도 찾을 수 있을 것으로 기대한다. 다만, 데이터 기반 산업의 핵심 성공요인은 대량의 양질의 데이터를 확보하는 것이므로, 과열된 경쟁으로 인한 부작용이 발생하거나, 몇몇 소수 회사에게만 확장가능성의 기회가 생길 개연성도 적지 않다.

〈그림 V-1〉 생활 서비스와 연계된 금융통합 플랫폼(예시)



자료: IBM(2021)

3. 보험회사에의 시사점

앞에서 살펴본 금융산업에의 영향을 보험회사의 관점에서 좀 더 상세히 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 다양한 데이터 확보로 본업 경쟁력을 강화 할 수 있는 기회로 활용할 수 있다.

보험산업의 특성상 보험상품 가입 후 회사와 고객 간의 접촉이 빈번하지 않다. 그마저, 직접 접촉보다는 대면 설계사를 통한 간접 관계형성으로 정보 확보에 대한 설계사 의존도가 매우 높다. 그런데 설계사의 잦은 이탈 등으로 고객 정보의 최신성을 유지하기가 쉽지 않다. 마이데이터 사업은 이와 같은 어려움을 극복할 수 있는 기회가 될 수 있다. 고객은 마이데이터 서비스를 통해 다양한 정보의 통합조회가 가능하며, 회사와의 접촉이 빈번해 질 수 있으므로, 회사는 고객정보의 최신성을 유지하기가 보다 용이해 질 수 있다. 또한 보험회사는 확보된 신용정보를 통해 고객의 총체적인 재무상황을 파악하고 투자 및 소비 패턴을 분석하여, 보다 정교한 고객맞춤형 보장설계를 적시에 제안 할 수 있을 것이다. 보험금 청구과정 등에서 확보할 수 있는 건강정보와 향후 공개 범위가 확산될 것으로 기대되는

타 분야의 정보와 결합하여, 새로운 상품을 개발할 수도 있을 것이다.

그런데 그동안 우리나라에서는 개인신용정보를 보험료 산정 등에 활용하는 것이 허용되지 않았기 때문에, 사실 어떤 정보들이 보험산업의 가치사슬상에서 유용하고 정보로서 가치가 있을 지는 아직 명확하지는 않다. 다만 이미 개인신용정보를 보험료 산정 등에 활용하고 있는 미국 경우를 보면, 국내 보험회사들도 신용정보를 활용하여 보다 세분화된 보험료 산정이나 인수조건 세분화가 가능할 것으로 기대된다. 미국 보험회사의 경우 신용정보 기반의 보험점수(Insurance Score)를 개발하여, 주택 및 자동차 보험의 가입심사나 요율 산정 등에 이용해 왔다.⁶⁶⁾ 글로벌 재보험회사 RGA와 신용평가기관 TransUnion은 개인신용정보와 사망률 관계를 분석하여 사망률을 세분화하는 등 신용정보를 활용하여 보험 리스크 예측을 보다 고도화하였다.⁶⁷⁾ 웰니스 프로그램 바이털리티(Vitality)로 유명한 Discovery사에 따르면, 20년 이상 누적된 고객데이터를 분석한 결과 고객의 건강관리 등급과 재무관리 등급 간의 상관관계가 높고, 고객 등급이 높을수록 보험의 손해율과 탈락율이 낮게 나타난다고 한다.⁶⁸⁾ 우리나라의 경우도 데이터 3법 개정으로 가명정보 활용이 가능해지므로, 기존에 이용하지 못했던 신용정보를 가명정보 처리하여, 보험 관련 정보와 결합·분석 및 활용 가능성에 대해 검토해 볼 수 있는 여건이 마련되었다. 미국의 경우처럼 활용하기 위해서는 개인신용정보 중 어떤 정보가 보험산업의 경쟁력 제고에 유용한지에 대한 분석부터 선행되어야 한다. 이를 위해 한국 신용정보원에 집적되어 있는 개인신용정보와 보험정보를 결합 분석하여, 보험가입 보조지수 개발 및 위험률, 인수조건 세분화 등에 활용할 수 있을지를 우선 검토해 볼 수 있을 것으로 보인다.⁶⁹⁾

66) 최광석(2019)

67) 최창희·홍민지(2018)

68) 김세호(2021)

69) 홍성원(2020)

〈표 V-5〉 보험가입 보조지수의 개념 및 활용 예시

구분	예시
보험가입 보조지수	기존의 계약 인수 및 가격 결정에 사용하던 기준(성별, 연령 등)과 함께, 대출(보험 계약 대출) 정보, 연체 정보, 세금체납 정보 등 다양한 개인신용정보를 분석하여 보험금 청구 등에 유의성 있는 정보들을 선정하여, 지수화 및 등급 구분
위험률 개발	‘성별-나이’의 위험률을 ‘성별-나이-보조지수(고위험/보통/저위험)’로 세분화 → 동일 성별·연령이나 보조지수(위험률) 등급에 따라 보험료 차등화
가입조건 세분화	‘성별-납입기간’별 최대 가입가능 나이를 ‘성별-납입기간-보조지수’로 세분화 → 동일 성별·연령이나 보조지수 등급에 따라 가입가능 나이, 가입금액 한도 조정
고객 혜택 제공	보험가입 보조지수에 따라 보험료 할인을 및 추가 적립금 차별화 등

자료: 홍성원(2020)

둘째, 금융 플랫폼 경쟁 본격화 시, 타 업권 대비 고객 기반 약화 가능성이 높을 수 있다.

플랫폼 간의 경쟁은 디지털 경제 특성상 거대 네트워크를 기반으로 하는 빅테크 플랫폼이 유리할 것 같다고 본 장에서 언급한 바 있다. 그리고 국내 마이데이터 사업 진행 경과를 살펴본 바, 카드, 은행 등의 전통 금융회사들은 이에 대비하여 매우 적극적으로 마이데이터 사업에 대응하고 있다. 네이버가 네이버 파이낸셜을 통해 다른 업종인 금융업으로 진출하듯이, 은행은 은행 앱에서 음식 주문을 할 수 있는 중개 플랫폼 서비스를 시작하고, 기술력 있는 핀테크와의 협업과 학교 등 연구기관을 통해 데이터 분석 역량을 강화하고 있다. 보험업권도 다양한 핀테크 업체와의 제휴, 분석역량 강화 등 디지털 전환 노력이 진행 중이다. 다만 마이데이터 사업 진출과 관련해서는 현재 예상되는 자산관리 중심의 금융 플랫폼에서는 수익성 있는 비즈니스 모델 확보의 불확실성 등으로 신중히 검토 중인 것으로 알고 있다.

네이버 등 플랫폼 기업들이 이미 막대한 고객 기반으로 보험시장 진출을 준비하고 있고 마이데이터 서비스로 고객 장악력이 높아지면, 보험회사의 플랫폼 종속은 타 업권보다 빠르게 진행될 가능성 있다. 네이버 파이낸셜은 2020년 11월부터 소상공인을 위한 네이버 파트너 금융지원 페이지를 개설하고 관련 정보와 의무보험 상품을 소개하고 있다. 카카오 페이는 인슈어테크사 인바이유⁷⁰⁾를 인수하여, 해외여행보험, 반려동물보험 등 2030세대들이 간단히 가입할 수 있는 간편보험을 판매하고 있고 최근 디지털 손해보험회사 설립도

70) 인바이유는 2017년 설립된 인슈어테크 사로 국내 최초 크라우드 보험 플랫폼을 운영함. 2019년 카카오페이의 GA(법인 보험대리점)으로 인수됨

준비하고 있다. 정책당국은 소액단기 전문보험업⁷¹⁾과 디지털 보험업에 대한 추가 허가 등 적극적인 규제 완화 추진 계획을 밝힌 바 있다. 보험시장에 이종 사업자들의 진입이 가속화되고 업종 간의 경계가 불명확해지는 등 이제껏 경험하지 못한 금융생태계가 도래하고 있다. 한편, 마이데이터 수요도와 관련한 소비자 조사결과에 따르면, 금융소비자는 플랫폼·IT기업 등 비금융권에서 제공하는 마이데이터 서비스 이용 의향이 높게 나타나, 점점 이동 가능성이 높다. 게다가 국내 금융소비자 대상으로 이용하는 금융회사에 대한 신뢰도와 이용 서비스에 대한 만족도 조사결과에 따르면, 소비자는 보험회사를 은행, 증권사 보다 낮게 신뢰하는 것으로 나타나, 여타 금융권보다도 보험업권의 고객 기반 약화 가능성이 더욱 우려된다.

〈표 V-6〉 금융회사에 대한 소비자 신뢰도·만족도 조사결과

(단위: 점)

항목	은행	저축 은행	증권 회사	카드 회사	손해 보험	생명 보험	대부 업체
신뢰도	63.08	47.94	51.21	48.06	48.97	48.09	29.17
서비스 만족도	61.64	50.82	55.63	50.69	49.86	50.37	32.92

자료: 김재현·이석호(2021) 참고하여 정리함

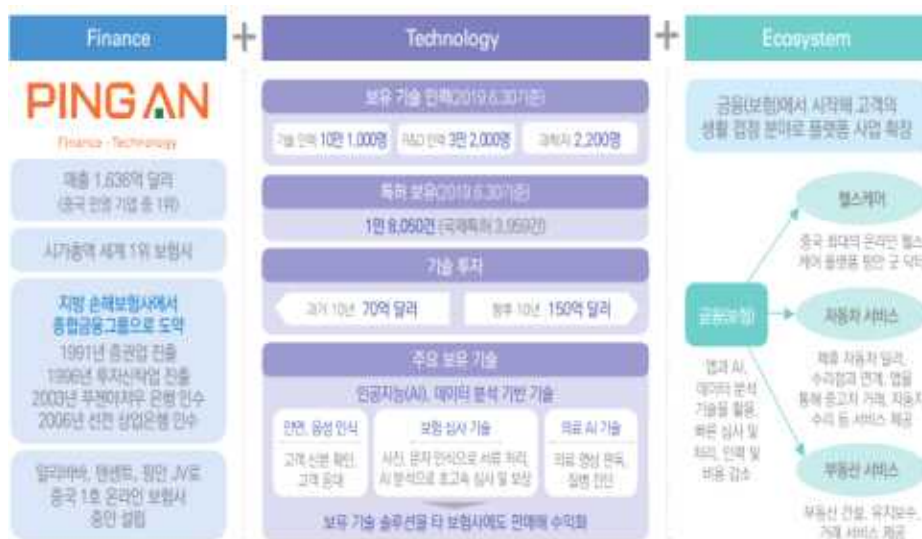
셋째, 신규 수익원 발굴 및 비즈니스 확장 측면이다.

현재 마이데이터 서비스의 대상 정보가 개인신용정보 중심이고, 보험회사는 해당 정보를 업무에 활용한 경험도 적기 때문에 관련 시스템 구축 등의 비용 대비 효과가 있을지에 대한 판단도 매우 불확실한 측면이 있다. 그러나, 개인정보전송요구권이 여타 분야로 확산되는 정책이 논의 중에 있으므로 마이데이터 서비스의 대상이 되는 개인데이터는 산업 전반으로 확대될 가능성이 높다. 보험회사의 경우, 타 금융회사보다 강점이 있는 건강데이터와 연계하여 보험료 할인 등으로 본업 경쟁력을 강화시키는 동시에 타 업체에 데이터 판매 등의 신규수익원도 가능할 것이다. 예를 들면, 청구정보를 활용한 건강 예측과 헬스케어 서비스와의 연계 또는 보험가입 정보가 개인신용평가 모델을 정교하게 할 수 있으므로, 이러한 데이터 판매 사업이나 데이터 컨설팅 서비스 등으로 사업 확장도 검토해 볼 수 있다. 다만, 비즈니스 기회는 데이터 확보와 분석 역량 보유에 따라 가능성 유무가 달라진

71) 소액단기 전문보험업은 소액·단기보험을 전문적으로 취급하는 사업자로 최소 자본금은 20억 원임. 생명, 책임, 기
술, 도난, 유리, 동물, 비용, 날씨, 상해, 질병 보험상품을 취급할 수 있음

다. 또한 이러한 역량은 단시간 내 확보되기는 어려운 영역이다. 기존 금융회사 중 플랫폼 비즈니스로 성공한 대표적인 사례로 언급되는 중국의 평안보험 그룹은 데이터 분석 역량이 핵심 성공요인 중 하나로 알려져 있다. 평안보험 그룹은 1998년 중국의 지역 손해보험 회사로 시작했는데, 2019년 말 매출 1,550억 달러, 시가총액 1,872억 달러의 세계적인 보험회사로 성장했고 현재 생명·손해보험을 비롯하여 은행, 증권, 신탁 등을 포함하는 종합 금융그룹이다. 평안보험 그룹은 인공지능, 데이터 분석 등 신기술에 대한 지속적인 투자를 통해 비대면 운영 노하우를 쌓았고, 주 분야인 보험 서비스부터 시작해서 생활접점 분야로 플랫폼 사업을 점차 확대했다. 예를 들어, 자동차 보험과 연계해서 차량 수리비 견적을 신속하게 제공하며, 차량 정비 및 판매 서비스까지 확장했고, 개인 진료 및 보험 데이터를 연계하여 헬스케어 플랫폼(굿닥터)을 운영하고 있다. 현재 금융, 건강관리, 자동차, 부동산, 스마트 시티 등 다양한 플랫폼 생태계를 구축하고 있다.⁷²⁾

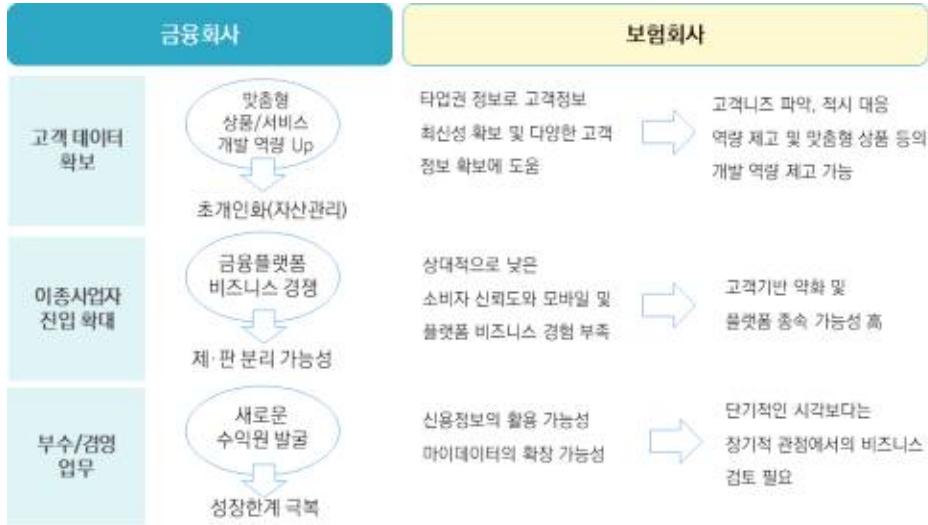
〈그림 V-2〉 평안보험의 플랫폼 전략



자료: 삼정KPMG(2018)

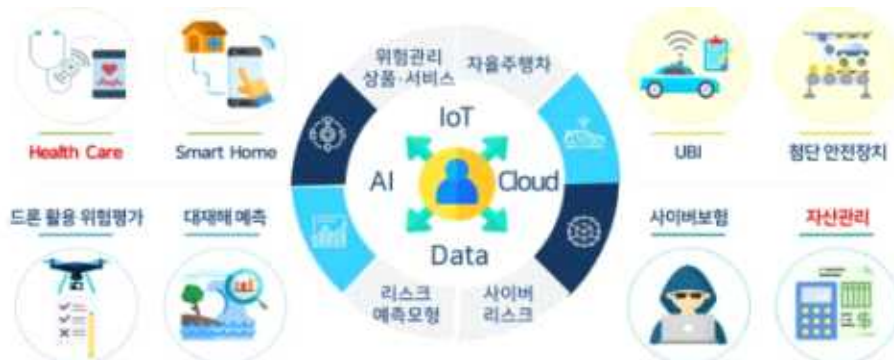
72) 삼정KPMG(2018); 이재원·오상진(2020)

〈그림 V-3〉 마이데이터 사업의 영향 및 시사점



보험연구원의 2019년 보험가입 실태조사에 따르면, 전체 가구당 보험가입률 98.2%, 가구당 가입 건수가 3건 이상으로 국내시장은 포화상태이다. 그리고 저성장, 저금리, 저출산(고령화)과 보험회사의 비과세 혜택 축소 등 보험산업에 있어서 앞으로의 성장 둔화세는 피할 수 없는 환경으로 보인다. 게다가 밀레니얼 세대의 소비계층 부상에 따라 비대면 트렌드는 더욱 두드러질 것이 예상되고 있어 새로운 성장 동력을 찾기 위한 핵심 요소로 보험회사들의 신속한 디지털 전환이 요구되고 있다. 국내 금융당국은 최근 보험산업의 지속성장과 소비자 신뢰 제고를 위한 4대 추진 전략과 12대 핵심과제를 2021년 3월 발표한 바 있는데, 핵심과제로 빅데이터 기반의 보험 상품·서비스 확대, 종합생활 금융 플랫폼 구축 지원 등의 내용이 포함되어 있다.⁷³⁾ 이런 점에 비추어보면 보험회사도 플랫폼 시대를 대비한 경쟁력을 갖추는 것이 시급한 과제 중 하나이다. 금융 플랫폼 시대를 촉발하는 계기가 될 개인성이 있는 마이데이터 사업은 보험회사가 준비해야 할 변화 중에 하나임은 분명한 것으로 보인다. 본 장에서는 앞서 살펴본 내용을 요약하고, 마이데이터 사업 본격화에 대비하여 고려해야 할 사항들을 제시하고자 한다.

〈그림 VI-1〉 보험회사의 종합생활금융 플랫폼 예시



자료: 금융위원회(2021)

73) 상세내용은 부록을 참고하기 바람

1. 요약

해외 주요국에서는 마이데이터 제도를 은행부터 적용한 오픈뱅킹 정책을 적극 추진하고 있다. 이들 국가는 제도의 도입 초기에 일부 대형 은행과 일부 상품을 대상으로 제한적 범위로 시작했으나, 점차 적용 대상 및 상품 범위를 확장 중에 있다. 유럽에서 오픈뱅킹을 먼저 본격화한 영국은 2018년 출범 시에는 은행의 지불계좌 중심이었으며, 최근에는 모든 금융회사의 오픈 API 구축을 의무화하고 대출, 연금, 보험 등을 포함하는 오픈 파이낸스(Open Fiance) 정책으로 확산하는 것에 대해 논의하고 있다.⁷⁴⁾

도입 단계인 국내 금융 마이데이터 사업은 해외 주요국의 '오픈뱅킹' 정책보다 훨씬 광범위하고 도전적으로 추진되고 있다. 시작 단계부터 전 금융기관을 대상으로 표준 API 구축을 의무화하고, 광범위한 개인신용정보를 공유 대상으로 한다. 또한 정책당국은 데이터 3법 개정을 통해 개인 비식별 정보(가명·익명)의 산업적 활용을 허용하는 등 데이터 활용과 관련된 규제 완화를 본격화하고 있다. 본 보고서에서 다루지는 않았지만, 이러한 가명정보 활용 범위에는 보험회사에서의 활용성이 높은 개인건강과 관련된 정보⁷⁵⁾도 포함된다. 최근 개인정보위원회가 금융 등 일부 분야에 도입되어 있는 개인정보 전송요구권(이동권)을 전 분야로 확대하는 논의를 시작하고 있어⁷⁶⁾ 이러한 정보 공개 및 활용의 범위가 더욱 확대될 것으로 예상된다. 개인정보보호 강화 등 해결되어야 할 여러 이슈들이 있겠으나, 디지털 혁신 및 데이터 경제 활성화를 촉진하고자 하는 정책 기조하에, 개인데이터의 산업적 활용을 통한 다양한 상품 및 서비스 개발은 더욱 장려될 것으로 보인다.

한편, 저성장·저금리, 비대면 문화 확산, 진입 규제 완화에 따른 이중사업자의 진입 등은 국내의 전 금융업계가 직면한 공통의 어려운 경영 환경 변화 요인이다. 이에 다수의 금융회사들이 새로운 비즈니스 기회 발굴을 위해 마이데이터 사업 진출에 적극적이다. 정보 주체인 개인에게 모바일 플랫폼(스마트 폰)은 이미 항상 휴대하고 다니면서 경제 및 소비 활동을 할 수 있게 하는 생활필수품이다. 이러한 모바일 생활환경과 데이터 이동권에 대한 소비자 수용도 등을 고려하면, 마이데이터 사업 시행이 금융산업에 미치는 파급 효과가 클 것으로 예상된다. 다만 마이데이터 사업자로 참여하는 기존 금융회사의 성공 가능성은 개별 회사의 디지털 전환 및 데이터 자산화 역량에 따라 격차가 심할 것이

74) 서정호(2019)

75) 개인정보보호위원회·보건복지부(2021)

76) 개인정보보호위원회 보도자료(2021. 2. 9), “내 개인정보, 내 관리 하에 원하는 곳으로 이동”

며, 소비자로부터 선택을 받으면서 동시에 수익성 있는 사업모델을 어떻게 발굴하는 가에 따라 사업의 지속 가능성이 결정될 것이다. 마이데이터 사업자들은 해외 사례나 1차 사업자들의 비즈니스 모델(안)에서 알 수 있듯이 단기적인 수익창출보다는 우선 개인 맞춤형 종합자산관리 서비스를 기본 모델로 하여, 고객 기반을 강화하고, 차츰 고객데이터를 축적한 후 데이터 분석 및 활용 역량을 쌓아 새로운 서비스로 사업 영역을 확장할 것으로 보인다. 현실적으로 보험업계로서는 경쟁이 시작될 개인자산관리 서비스에서 타 금융업 대비 경쟁력이 높지 않고 대면채널 중심의 영업 환경과 상품 구조상 회사와 고객 간 접촉빈도도 높지 않아, 차별화 된 수익 모델 발굴이 쉽지 않은 상황으로 여겨진다. 하지만 데이터 기반의 새로운 상품 및 서비스 개발 등 금융혁신이 가속화되고, 비대면 고객 접점에 강점을 가진 디지털 사업자들과 플랫폼 경쟁을 해야 되는 변화는 피할 수 없는 흐름인 것은 분명해 보인다. 보험업계도 디지털 전환과 함께 플랫폼 경쟁 본격화에 대비하여 개방형 금융 생태계 변화에 보다 면밀한 준비와 적극적 대응이 필요한 시점이다.

2. 고려사항

살펴 본 바와 같이 보험업계의 경우 마이데이터 사업자로 진출할 경우 데이터 확보 및 신규 비즈니스 발굴 등과 같은 기회의 가능성이 있으나, 경쟁업체 대비 고객 장악력이 높지 않아, 단기적인 수익원을 찾기가 쉽지 않고 투자 대비 수익 가능성에 대한 우려도 있다. 물론, 직접 사업에 진출하지 않고, 마이데이터 사업자와의 제휴를 통해 서비스를 고객에게 제공할 수도 있다.⁷⁷⁾ 데이터 확보는 디지털 시대에서 고객행동을 통합적으로 이해하고 예측하기 위한 필수 불가결 요소임은 분명하고 마이데이터 사업 진출이 이러한 기회가 될 수는 있으나, 각사의 경영환경에 맞게 어떠한 방식이 유용할 지에 대한 진단과 검토가 필요하다. 아래의 표는 사업 진출 여부에 따른 장점과 단점을 살펴본 것이나, 예시적인 것이므로 각 회사의 경영 여건에 따라 보다 상세한 검토가 필요하다.

77) 마이데이터 사업자가 아닌 회사는 마이데이터 사업자와 제휴를 통해 자신의 서비스 채널에서 사업자가 제공하는 개인신용정보 통합조회 화면을 보여주는 것이 가능함

〈표 VI-1〉 마이데이터 사업 진출에 따른 장·단점 예시

구분	사업 직접 진출	제휴 서비스 이용
장점	<ul style="list-style-type: none"> · 신규 고객 확보 등 고객범위 확장 · 고객데이터 자산화 가능 · 플랫폼 서비스 역량 축적 및 디지털 경쟁력 확보 · 다양한 데이터 분석 역량 구비 가능성 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 신속한 서비스 구현 · 낮은 초기 사업투자 비용 · 필요 서비스 다양하게 선택 가능 등
단점	<ul style="list-style-type: none"> · 서비스 개발 비용 투자 필요 · IT 인프라, 조직, 인력 보강 필요 · 역량강화를 위한 투자 지속 필요 · 단기적 수익 모델 불확실성 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 파트너 플랫폼 종속 가능 · 역량 있는 파트너 발굴 필요 · 서비스 차별화への 어려움 · 필요 데이터의 확보의 난이도

플랫폼 비즈니스의 특성상 마이데이터 사업은 일정기간 소요 후 몇 개의 플랫폼만이 생존할 가능성이 크다. 선도적으로 진입해야만 반드시 성공하는 것은 아닐 수 있으나, 진입시기가 너무 늦으면 고객 확보, 차별화된 포인트 제안, 네트워크 효과 확보 등이 어려울 수 있다. 다만 고객과 회사가 직접적으로 연결되는 플랫폼 비즈니스에서는 경쟁 환경, 고객과의 소통 등이 보험회사가 지금까지 경험했던 영업 환경과 매우 다를 수 있으므로 이에 대한 내부 역량 점검과 사전 준비가 필요하다.

우선 고객데이터를 자산화 할 수 있는 내부 역량 진단과 전략이 필요하다.

마이데이터 사업 진출 회사들이 공통적으로 기대하는 효과는 고객의 다양한 정보를 확보하고 이를 기반으로 초개인화된 상품, 서비스 역량을 높인다는 것이다. 그런데, 고객데이터를 축적한다고 데이터를 잘 분석하는 AI 기반 모델을 만들어, 맞춤형 상품, 서비스를 추천할 수 있는 역량까지 자동적으로 연결되는 것이 아니다. 추구하는 비즈니스 모델에 따라 고객의 완벽한 이해를 위해 필요한 정보가 무엇이고, 어떻게 확보할 수 있는 지에 대한 내부전략이 있어야 한다. 또한 데이터 수집-가공-활용 등에 소요되는 시간과 비용에 대한 내부 공감대 형성도 필요하다. 마이데이터 서비스를 시작한다고, 필요한 고객데이터를 단기간에 확보하게 되는 것은 아니기 때문이다. 고객으로부터 직접 수집 가능한 정보가 아니라면, 어떤 정보로 추정할 수 있을지에 대한 방안도 있어야 한다. 예를 들어 고객의 보험금 지급 파악에 필요한 Life-stage변화를 추정하기 위해서 건강보험료, 거주지 정보 등을 활용한 소득 추정, 예·적금 상태 변화, 상품 구매내역이나 공공요금 납부액의 증가 등 타 업권의 정보가 유용할 수 있다. 이러한 데이터 자산화 전략은 마이데이터 사업자로 진출

하든 아니면 사업자가 제공하는 제휴 서비스를 이용하는 미리 점검해야 시행착오를 줄일 수 있을 것이다. 데이터 자산화 역량이 있어야 개별 고객에 맞는 상품과 서비스를 제안할 수 있고, 이를 통한 고객 기반 강화라는 목적을 달성할 수 있다.

두 번째로, 구호가 아닌 진정한 고객 중심의 업무체계와 고객 경험 차별화가 필요하다.

개별 회사의 마이데이터 사업자 진출 여부와 무관하게 보험회사가 만나야 하는 금융소비자는 디지털 플랫폼에 익숙한 고객경험을 이미 가지고 있다. 고객은 24시간 365일 연결 가능한 디지털 환경에서 다양한 일상생활과 관련된 플랫폼의 간소하고 편리한 모바일 UX와 신속한 고객응대에 익숙하다. 마이데이터 서비스로 금융 분야에서의 이러한 고객경험이 강화될 것이다. 지금까지 대면채널 위주의 보험회사 간 경쟁에서는 사실 이러한 모바일 앱의 UX 경쟁력이 크게 부각되지 않았지만, 플랫폼 간 경쟁에서는 여타 금융권과 빅테크, 핀테크로 경쟁 범위가 확대되므로, 모바일 앱 메뉴 및 프로세스를 단순화하고 직관적인 디자인을 적용하는 등 UX 경쟁력 확보가 중요하다. 그리고, 공급자 시각이 아닌 고객 시각으로 기존의 업무관행이 맞는지를 점검해야 한다. 예를 들어, 상품 판매의 경우 대체로 신상품이 출시된 후 이에 맞는 타겟 고객을 찾는 방식이었다면 보험상품은 물론 다양한 금융상품이 상시 비교되는 마이데이터 플랫폼에서는 고객의 재무상황 등을 종합판단하여 고객에게 합리적인 상품을 먼저 제안해야만 선택 받을 수 있을 것이다. 중요한 것은 기존의 오프라인 판매채널도 개별 상품 권유가 아닌 전문적인 자산상담 역량 구비와 고객 입장에서 상품추천을 해야만 고객 신뢰도를 확보할 수 있다. 고객 범위의 확대와 접점을 재정의 해야할 필요가 있다. 마이데이터 서비스를 통해 자사 보유고객뿐만 아니라 타사 고객을 대상으로 서비스가 확대 될 수 있으므로 잠재고객까지 고객으로 생각하고 경험관리를 할 필요가 있다. 사업자가 아니더라도 고객이 요청하게 되면 당사 데이터를 제3자와 공유해야 하므로 고객 접점이 확장되는 것이다. 지금까지 경험하지 못한 업무 프로세스로 운영 리스크가 발생되지 않도록 각 단계별 면밀한 관리체계가 필요하다. 무엇보다 제일 중요한 것은 철저한 데이터 보안 및 개인정보보호이다. 정보 보안 사고 방지를 위한 인프라를 강화하고, 사고 발생 시 즉각적인 대응체계를 통해 소비자에게 데이터 활용 안전성에 대한 신뢰감을 주는 것이 전제되어야 한다.

마지막으로, 개별 회사의 대응 준비도 필요하지만, 보험 업계 공동의 노력이 요구된다.

앞서 예를 든 보험가입 보조지수와 같이 개인신용정보를 활용하거나 기타 비금융정보를 산업에 이용하려면 보험 리스크와의 연관성 등에 대한 지속적인 분석과 연구 활동이 필요

하다. 이를 위해 개별 회사에서도 고민하겠지만, 우선 업계 공동연구로 필요한 분석과 모델을 만들어 데이터 및 분석 결과의 유용성을 점검 후, 개별 회사별로 특화하는 것이 시간 및 인력 측면에서 효율적일 것이라 생각된다. 더 나아가 최근 유럽보험연금감독청(EIOPA)에서 논의되고 있는 오픈 인슈어런스에 대해 지금부터 함께 논의하는 것을 생각해 볼 필요가 있다. 현재 진행되는 금융 마이데이터가 개인신용정보 공유를 기반으로 하는 반면 오픈 인슈어런스(Open Insurance)는 보험회사가 보유한 전반의 정보에 타 보험회사 또는 제3의 서비스 제공자가 오픈 API를 통해 접근할 수 있도록 허용하는 방식을 의미한다.⁷⁸⁾ 즉, 보험회사 고유의 상품 및 서비스를 오픈 API를 통해 제3자와 협업하고 스마트 홈 기기, 부동산 앱 등을 통해 소비자의 생활과 보험판매까지 연계시키는 것이다. 이를 마이데이터 서비스와도 연동시킴으로서 타 금융업권과는 차별화된 생활금융 플랫폼으로 발전 가능성을 꾀할 수도 있다. 앞서 소개된 평안 보험 외 다수의 글로벌 보험회사가 이를 통해 경쟁력 있는 생태계를 구축하고 있다. 알리안츠는 수년동안 개발한 ABS(Allianz Business System)를 외부 공개하여, 제3자가 보험 상품과 서비스를 연계해 판매하고 있다. 레모네이드사도 2017년 오픈 API를 통해 다양한 채널(앱·웹)과 연계할 수 있도록 하여, 소비자가 제품과 함께 보험까지 구매하도록 제공하고 있다. 2021년 금융당국의 정책 추진 방향에서 제시된 종합생활금융 플랫폼으로의 성공적 전환을 위해서도 장기적인 관점에서 데이터 분석 역량 강화와 AI 등에 대한 지속적인 투자가 필요해 보인다. 이에 대한 논의의 장을 조기에 시작하여 보험업계가 디지털 혁신을 선도하는 산업이 되기를 기대한다.

78) 정인영(2021)

참고문헌

- 개인정보보호위원회·보건복지부(2021), 「보건의료 데이터 활용 가이드라인」
- 국회입법조사처(2020), 「개인정보 이동권과 마이데이터 쟁점 및 향후과제」, 『이슈와 논점』
- 과학기술정보통신부(2020), 「2020 스위스 국제경영개발연구원(IMD) 디지털 경쟁력평가 결과 발표」
- 관계부처 합동(2018a), 「데이터 산업 활성화 전략(I-Korea4.0 데이터 분야 계획)」
- _____ (2018b), 「금융분야 마이데이터 산업 도입 방안」
- _____ (2019), 「오픈뱅킹 추진 현황 및 향후 계획」
- _____ (2020a), 「오픈뱅킹 고도화 방안」
- _____ (2020b), 「금융분야 마이데이터 포럼 개최결과」
- _____ (2020c), 「금융분야 가명처리·익명처리 안내서(안)」
- _____ (2021), 「보험산업 신뢰와 혁신을 위한 정책방향」
- 금융결제원(2020), 「오픈뱅킹 운영 및 추진 현황」
- 금융위원회(2017), 「금융분야 개인정보보호 가이드라인」
- 금융위원회·금융보안원(2021), 「금융분야 마이데이터 기술 가이드라인」
- 금융위원회·한국신용정보원(2021), 「금융분야 마이데이터 서비스 가이드라인」
- 김나영(2020), 「오픈뱅킹 법제화 관련 EU·영국·일본 입법례」, 『최신 외국입법정보』, 국회도서관
- 김도훈(2020), 「지속가능한 마이데이터 Biz모델의 정석」, 『우리리서치 PLUS』, 우리금융경영연구소
- 김세호(2021), 『헬스케어 서비스 트렌드와 보험산업 시사점』
- 김윤미(2018), 「해외 마이데이터 사례 분석 및 국내 적용을 위한 시사점 도출」, 『CIS이슈 리포트』, 신용정보원
- 김재현·이석호(2021), 『한국 금융산업의 2030 비전과 과제: 보험산업』
- 방송통신위원회·한국인터넷진흥원(2020), 『2020 EU 일반개인정보보호법(GDPR) 가이드북』
- 삼성KPMG(2018), 「금융산업의 플랫폼마케팅: 비대면 금융 플랫폼의 부상」, 『Samjon

g Insight』

_____ (2019), 「오픈뱅킹, 금융산업 지형 변화의 서막」, 『ISSUE MONITOR』

_____ (2020), 「데이터 경제의 시작, 마이데이터: 금융산업을 중심으로」, 『Samjong Insight』

서정호(2019), 「오픈뱅킹 시대의 도래와 향후 과제」, 『금융브리프』, 한국금융연구원

서정호·김자봉(2019), 「최근 핀테크의 지급결제시장 참여 확대와 시사점」, 한국금융연구원

이금노(2020), 「호주 소비자데이터권리 제정의 시사점」, 『소비자정책』, 한국소비자원

이재원·오상진(2020), 「인공지능 기술 기반 인슈어테크와 디지털 보험 플랫폼 성공사례 분석」, 『지능정보시스템』

정보통신정책연구원(2020), 「일본의 정보은행 인증제도와 데이터 유통 서비스 모델」, 『AI TREND WATCH』

정인영(2021), 「오픈 인슈어런스에 대한 논의와 과제」, 『KIRI리포트』, 보험연구원

조성은·정원준·이시직·이창범·박규상(2019), 「개인주도 데이터 유통 활성화를 위한 제도 연구」, 정보통신정책연구원

조영은(2020), 「금융산업 구조 측면에서의 디지털 금융혁신 동향과 향후과제」, 『NARS 현안분석』, 국회입법조사처

최광석(2019), 「북미 보험시장에서의 신용정보 활용 사례와 시사점」, 『CIS 이슈리포트』, 한국신용정보원

최규선·이지영(2018), 「유럽연합의 PSD2 시행이 금융권에 미치는 영향 분석」, 『지급결제와 정보기술』, 금융결제원

최창희·홍민지(2018), 『빅데이터 활용현황과 개선방안』, 보험연구원

한국데이터진흥원(2017), 「스마트공시」, 『Data Issue Report』

한국데이터산업진흥원(2019), 『마이데이터 서비스 안내서』

_____ (2021), 『2020년 데이터산업 현황조사』

한국은행(2018), 「EU내 MiFID II 및 PSD2 시행과 향후 전망」, 『현지정보』

행정안전부(2017), 『우리기업을 위한 GDPR 1차 가이드라인』

황현아(2019), 「마이데이터 산업의 내용과 과제: 신용정보법 개정안을 중심으로」, 『KIRI리

포트』, 보험연구원

홍성원(2020), 「보험상품 개발 시 가명처리된 일반신용정보 활용 방안」, 『CIS 이슈리포트』, 한국신용정보원

DBR(2020), 「마이데이터가 바꿀 고객 경험의 혁신」

IBM(2021), 「마이데이터 분석 플랫폼 고도화」

The Bridge(2018), 「핀테크 유니콘 ‘크레딧 카르마’ 브랜딩 전략 엿보기」,
<http://bridge.500startups.co.kr/category/management/page/2/>

VISA Korea(2021. 4. 29), 「마이데이터 소비자 인식조사 발표」

Australian Treasury(2019), “Consumer data right overview”

Chakravorti, B., Bhalla, A., Chaturvedi, R. S.(2019), “Which Countries Are Leading the Data Economy?”, *Harvard Business Review*

European Commission(2017), “Building a European Data Economy”

OBIE(2021), “Annual Report 2020”, <http://www.openbanking.org.uk/>

Poikola, A., Kuikkaniemi, K., Honko, H.(2014), “MyData: A Nordic model for human-centered personal data management and processing”

Statista(2020. 5), “Volume of data/Information created worldwide from 2010 to 2024”

대한민국 정책브리핑 정책위키 데이터 3법, <https://www.korea.kr/special/policyCuratio>
[nView.do?newsId=148867915](https://www.korea.kr/special/policyCuratio/nView.do?newsId=148867915)

인튜이트사 2020 Annual Report, <https://investors.intuit.com/financials/annual-report>
[s/default.aspx](https://investors.intuit.com/financials/annual-report/s/default.aspx)

위키백과 ‘네트워크효과’, <https://ko.wikipedia.org/>

FDE 홈페이지, <https://financialdataexchange.org/>

Mint.com 홈페이지, <https://mint.intuit.com/>

디지미 홈페이지, <https://digi.me/>

과학기술정보통신부의 본인정보 활용 실증 서비스 사업은 2019년부터 본격적으로 시작되어 의료, 금융, 에너지, 유통, 교통, 소상공인, 복지, 생활, 학술 분야 9개 분야에서 97개 기관이 참여하여 17개의 사업을 추진했다.

〈부록 표 I-1〉 2019년 본인정보 활용 실증 서비스

분야	과제명	수행기관	서비스
의료	의료마이데이터 플랫폼 및 검진 데이터를 활용한 건강관리 서비스	강남세브란스 병원	건강 검진·처방전 등의 데이터를 이용한 영양 건강식단 추천 서비스
의료	응급상황을 위한 개인건강지갑 서비스	(주)브이티더 블유	응급환자가 응급 진료기록 및 일상생활 속 건강기록 보관하여 진료와 처방에 활용할 수 있는 개인건강지갑 서비스
의료	MyHealth data 플랫폼 및 서비스 실증	서울대학교 병원	환자가 동의한 개인의료정보 기반의 건강정보 교류 플랫폼 개발, 개인 맞춤 코칭
금융	본인정보 통합조회 및 생애주기별 맞춤형 금융상품 추천 서비스	엔에이치엔 페이코(주)	금융·비금융 정보를 융합한 빅데이터 기반의 금융상품 추천 서비스
에너지	에너지 마이데이터를 활용한 사용자 맞춤형 절감 서비스	(주)다음 소프트	세종시 주민대상 에너지 데이터 수집 및 에너지 수급 예측, 맞춤형 서비스 구현
유통	개인데이터 저장소 기반 소상공인 마케팅 관리 서비스	(주)한국신용 데이터	결제데이터와 가맹점 방문객정보, 사업장 정보 활용하여 소상공인 대상 경영개선 및 개인대상 이벤트 정보제공 서비스
유통	소상공인 성장을 돕는 문서·자금 플랫폼 서비스	한국기업 데이터(주)	소상공인(개인사업자)의 문서·자금 플랫폼을 통해 본인정보전송, 계산서 발급 및 정책자금 매칭 등 경영지원 서비스
기타	연구자를 위한 매칭 및 분석 서비스	(주)코난테크 놀로지	국회도서관으로부터 연구정보를 수집, 연구자를 위한 전문 서비스 ‘스칼라뱅크’ 구축

자료: 과학기술정보통신부 보도자료(2019. 5. 17), “의료·금융·에너지 등 마이데이터 서비스 8개 과제 선정”

〈부록 표 I-2〉 2020년 본인정보 활용 실증 서비스 지원

분야	과제명	수행기관	서비스
의료	분산원장증명(DID) 기반 의료 마이데이터 유통 플랫폼	(주)엔디에스	전자처방전을 개인데이터 저장소에 저장해 스스로 정보를 관리, 중복 검사를 억제, 맞춤형 자가 건강관리 서비스 제공
의료	마이데이터 플랫폼 기반의 개인 의료·건강데이터를 활용한 맞춤형 홈케어 서비스	(주)평화이즈	개인의 건강검진 및 의료 처방 데이터를 앱을 통해 자신의 정보를 관리하며 유전자 분석, 정신 건강·생활습관 관리 등 개인 맞춤형 홈케어 서비스 제공
금융	모빌리티 데이터를 활용한 신용평가 및 금융상품 개발	(주)핀테크	개인의 모빌리티 데이터 분석 데이터와 공공·금융정보를 결합해 신용평가, 금융상품 서비스 제공
금융	금융 서비스를 연결하는 On-Device 기반 마이데이터 결합 플랫폼	(주)NH농협은행	개인데이터를 행동 순서에 따라 수집·결합해 개인정보 분석을 통한 맞춤형 금융상품 추천
공공	포스트 코로나19 대비 공공 교통수단 클린이용 서비스	서울특별시	공공교통수단에서 수집된 데이터를 기반으로 재난 알림 서비스 확대 및 통합 경로 데이터를 통한 맞춤형 서비스 제공
생활	직장인 맞춤 웰니스 서비스: M-Box	(주)한컴위드	개인의 건강진료와 카드 내역 분석을 통한 직장인 맛집 추천, 정신건강 관리, 장보기 서비스 제공
소상공인	소상공인 신용평가 기반 상가 부동산 가치정보 거래 플랫폼	소상공인연합회	상가 부동산 데이터 수집·유통을 통한 대출연계 소상공인 평가모형으로 점포 거래시장의 투명성 제고 및 상권분석 제공
교통	Micro-MaaS MyData를 활용한 도시문제 해결 데이터 에코시스템 구축	(주)데이터얼라이언스	개인의 MaaS 데이터를 활용한 대중교통 사각지대 해소 방안 및 최적의 교통수단 재배치 방안 분석

자료: 과학기술정보통신부 보도자료(2020. 6. 12), “의료·금융·공공 등 마이데이터 실증 서비스 8개 선정”

국내 금융당국은 급격한 환경변화에 직면한 보험산업의 지속성장과 소비자 신뢰 제고를 위해 다음과 같이 4대 추진 전략을 2021년 3월 발표했다. 첫째, 산업구조 개선 및 소비자 신뢰 제고, 둘째 사회안전망 기능 강화, 셋째 보험산업 디지털 혁신 촉진, 마지막으로 보험회사 경영·문화 개선이다. 4대 전략 추진을 위한 12개의 핵심 과제 중 디지털 전환 촉진을 위해 소액단기보험회사와 디지털보험회사를 추가 허가하고, 1사 1라이선스 정책의 유연화 및 디지털 환경에 맞게 보험모집 규제 정비, 빅데이터 기반의 보험 상품·서비스 확대, 종합생활금융 플랫폼 구축 지원 등의 내용이 포함되어 있다. 금융당국은 소비자가 기존 모집채널뿐만 아니라 앱, 플랫폼 등에서 안전하고 손쉽게 보험을 가입하고, 보험비교 및 보장분석 등 혁신적 보험 서비스를 받도록 하여, 보험산업에 대한 소비자 신뢰도와 만족도 제고를 기대한다고 밝혔다.

〈부록 표 II-1〉 보험산업 신뢰와 혁신을 위한 4대 전략 12개 핵심과제

전략	핵심과제
1. 산업구조 개선 및 소비자 신뢰·만족도 제고	① 경쟁혁신을 선도할 플레이어 진입 - 소액단기보험회사, 디지털보험회사 추가허가, 1사 1라이선스 유연화 ② 디지털 환경에 맞게 모집규제 정비 - AI, 비대면 모집 활성화, 온라인 플랫폼 규율체계 정비 ③ 계약단계별 소비자 보호 고도화: 실손청구 전산화, GA 판매 책임강화 등
2. 사회안전망 기능강화	④ 전 국민 대상 보험상품의 구조개편 ⑤ 고령화·건강·안전 관련 사회안전망 기능 강화 ⑥ 4차 산업혁명 보험 및 사회적 안전보험의 차질없는 공급
3. 보험산업 디지털 혁신 촉진	⑦ 빅데이터, AI 활용 보험상품 활성화 - UBI보험, P2P보험 규제샌드박스, 건강증진형보험 등 제도화 ⑧ 보험회사의 데이터 활용 기반 강화 및 종합생활금융 플랫폼 구축 지원 - 건강관리, 식단관리 등을 포함하는 종합 생활 플랫폼화 지원, 마이데이터 자회사 허용, 질병·건강 공공데이터 공유 활용 확대 ⑨ 보험권 디지털 헬스케어 활성화: 헬스케어 대상 일반인으로 확대 등
4. 보험회사 경영·문화 개선	⑩ IFRS 17 연착륙 및 회계시스템 선진화 ⑪ 보험산업의 ESG 경영·투자 활성화 ⑫ 보험산업의 단기 성과주의 개선

자료: 금융위원회(2021), 「2021년 보험산업 금융위원회 업무계획」

도서회원 가입안내

회원	연회비	제공자료	
법인 회원	₩300,000원	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · 해외 보험동향 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	영문 연차보고서 추가 제공
특별 회원	₩150,000원		
개인 회원	₩150,000원		

* 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관



가입 문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02)3775-9113 | 팩스 : (02)3775-9102



회비 납입 방법

무통장입금

- 계좌번호 : 국민은행 (400401-01-125198) | 예금주: 보험연구원



자료 구입처

서울 : 보험연구원 자료실(02-3775-9113 | lsy@kiri.or.kr)

| 저자약력

노현주 한국과학기술원 경영공학 박사 / 연구위원
E-mail : barang_noh@naver.com

연구보고서 2021-04

금융 마이데이터 도입 현황과 시사점

발행일 2021년 6월
발행인 안철경
발행처 보험연구원
주소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩
인쇄소 고려씨엔피

ISBN 979-11-89741-50-1
979-11-85691-50-3(세트)

(정가 10,000원)