

데이터 상품화 이해



Contents

1

데이터 상품 기획

- 1) 데이터상품의 정의
- 2) 데이터상품의 유형
- 3) 데이터상품화 절차

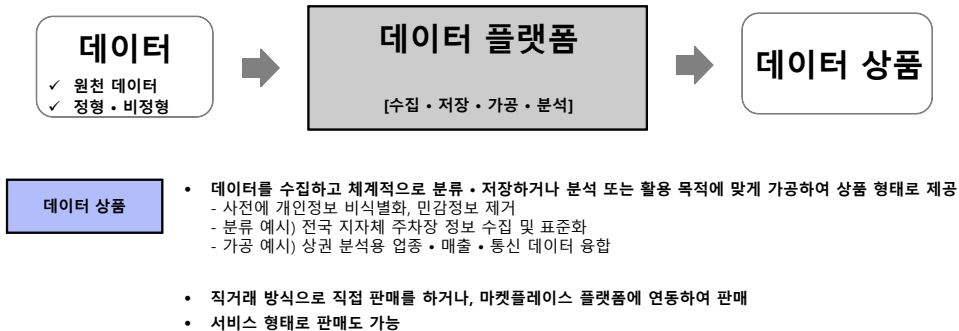
2

데이터상품 유통

- 1) 데이터상품 주요기업의 상품화 사례
- 2) 데이터거래소를 통한 데이터상품 등록 및 유통
- 3) 1:1 계약을 위한 데이터유통 상품등록 방안
- 4) 기타 데이터상품 유통방안
- 5) AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

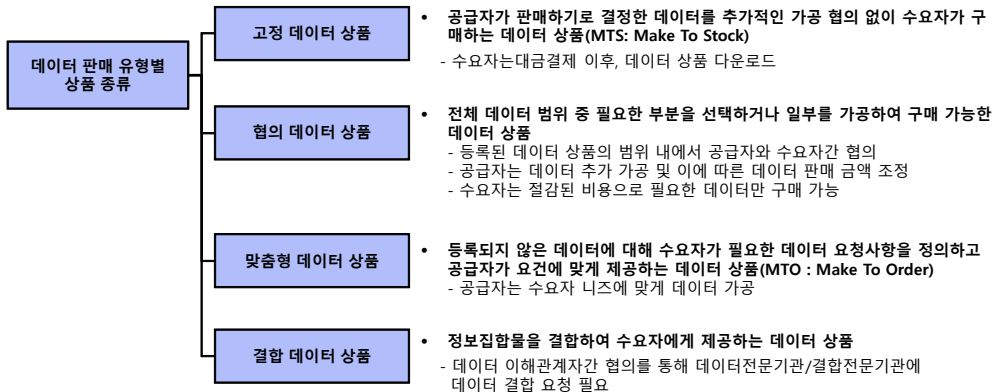
데이터상품의 정의

데이터상품은 데이터를 이용하여 만들어진 서비스 또는 여러 가지 비즈니스 의사결정을 지원하기 위해 만들어진 데이터 등을 의미



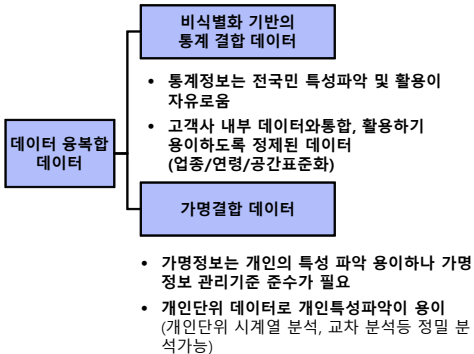
데이터상품의 유형

데이터 상품은 판매 유형에 따라 ① 고정 데이터 상품 ② 협의 데이터 상품 ③ 맞춤형 데이터 상품 ④ 결합데이터 제공 상품으로 나뉜다



데이터상품의 유형

데이터 융복합 상품으로 비식별 기반의 통계 융합 데이터와 가명결합 데이터



3사 데이터를 공간 단위로 결합하여 데이터, 지도 시각화, 공간 단위 지수 상품개발을 추진



출처: 04_KCB_결합데이터분석사례_211129(공유용).pdf, 개인정보보호 포털

<https://www.privacy.go.kr/edu/ttb/selectBoardList.do?divCode=EDUITB001> 2021년 하반기 가명정보 활용 동향 온라인 세미나 (발표자료 1-2)



데이터상품의 유형

비식별화 기반의 통계 결합 데이터

비식별화 기반의 통계 결합 데이터

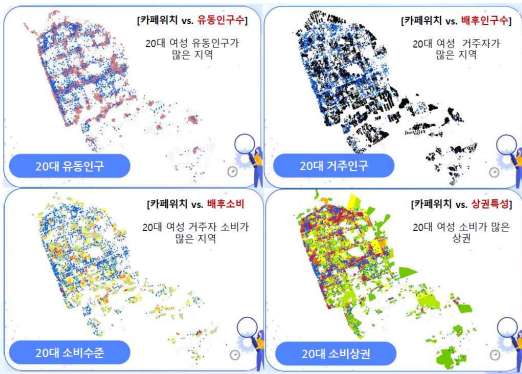
카페와 20대 여성
유동인구 비교

DATA 내용

데이터 제공 단위

붉은색 점은
여성유동인구가 많은 지역
파란색 점은
카페의 위치

20대 여성이 많은 곳에
카페도 있지만 그렇지 않은 곳도 있음



출처: 04_KCB_결합데이터분석사례_211129(공유용).pdf, 개인정보보호 포털

<https://www.privacy.go.kr/edu/ttb/selectBoardList.do?divCode=EDUITB001> 2021년 하반기 가명정보 활용 동향 온라인 세미나 (발표자료 1-2)



과학기술정보통신부

KDIA 한국데이터산업협회

데이터상품의 유형

가명결합은 허가 받은 가명결합 전문기관(데이터 전문기관/결합전문기관)에서 수행



출처: 04_KCB_결합데이터분석사례_211129(공유용).pdf, 개인정보보호 포털

<https://www.privacy.go.kr/edu/ttb/selectBoardList.do?divCode=EDUTT8001> 2021년 하반기 가명정보 활용 동향 온라인 세미나 (발표자료 1-2)



데이터상품의 유형

가명결합 진행하여 3사 공통 고객, 분석 목적에 따라 2사 공통 고객으로 활용



출처: 04_KCB_결합데이터분석사례_211129(공유용).pdf, 개인정보보호 포털

<https://www.privacy.go.kr/edu/ttb/selectBoardList.do?divCode=EDUTT8001> 2021년 하반기 가명정보 활용 동향 온라인 세미나 (발표자료 1-2)

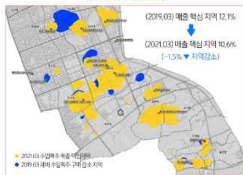


데이터상품의 유형

비식별화 기반의 통계 융합 데이터

강남구 수입액주 구매 핵심지역 변화

(2019.03 vs. 2021.03)



수입액주 구매 감소지역 고객 특징

(2019.03 vs. 2021.03)



라이프 스테이지 비교

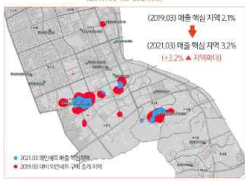


수입액주 구매 감소지역 거주민 선호 상권



강남구 와인세트 구매 핵심지역 변화

(2019.03 vs. 2021.03)



와인세트 구매 증가지역 고객 특징

(2019.03 vs. 2021.03)



취미 비교



와인세트 구매 증가지역 거주민 선호 상권



출처: 04_KCB_결합데이터분석사례_211129(공유용).pdf, 개인정보보호 포털

<https://www.privacy.go.kr/edu/ttb/selectBoardList.do?divCode=EDUITB001> 2021년 하반기 가명정보 활용 동향 온라인 세미나 (발표자료 1-2)



데이터상품의 유형

가명결합 데이터

결합

결합 키 알호와 처리	삼성카드	네이버클라우드	롯데멤버스	NICE평가정보
	나이/성별	검색어	브랜드	소득구간
A1	30대/남	나스닥	유니클로	10%
A2	20대/남	에듀월	나이키	30%
A3	30대/여	가스비	무신사	20%

인사이트 도출



- 여행에 관심이 많고
- 최근 1개월 의류 구매
- 소득 상위 20~30%구간
- 30대 기혼 남성의

가명 데이터 결합 분석 결과는?

선호 여행지

1. 동남아
2. 유럽
3. 북미

선호 브랜드

1. 무신사
2. 유니클로
3. MUJI

가명결합 데이터

NIA 빅데이터플랫폼 가명결합 활용 지원

제주 소재 주류 기업
가명 결합 데이터 분석



Samsung Card

화웨이 소비
빅데이터 분석



LG U+

롯데멤버스

활용 사례

수제 맥주 시장 분석 보고서 작성 시 활용

- ✓ 판매 트렌드 파악 : 지역별, 제품별 추이
- ✓ 시장구조 : 제품 특성별, 지역별 특성
- ✓ 구매자 특성 : 성별, 지역별, 맥주 종류별, 제품별 구매자 특징 등

데이터상품의 유형

활용 목적

- 통신과 보험 간 고객 상관관계 분석 및 통신 데이터를 활용한 고객 신용도 예측

효과

- 신용평가 등급 세분화 可
- 금융거래 정보 未보유 고객에 대한 신용평가 可

사별 비식별 조치

사간 개인정보 결합

사간 개인정보 결합 분석

SKT 통신 데이터

개인 임시 대체 키

- 통신료 연체금액
- 멤버십 사용금액
- 통신료 미납횟수
- 등 21개 항목

한화생명 보험 데이터

개인 임시 대체 키

- 최근 신용등급
- 신용대출건수
- 신용대출금액
- 직업
- 등 21개 항목

개인 임시 대체 키

SKT 통신 데이터

한화생명 보험 데이터

SKT 통신 데이터

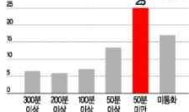
한화생명 보험 데이터

- 공동 가입 218만 명 대상
- 식별자는 임시 대체키 전환
- 결합대상은 비식별 조치

- 임시 대체키 기반으로 통신과 보험 데이터 결합 처리

- 임시 대체키 삭제
- 개인 재식별 방지

25~29세 월평균 통화시간과 신용대출 연체율 (단위: %)

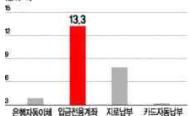


통화시간

vs.
신용대출 연체율

- 未통화 혹은 통화빈도 低 → 연체율 高

통신요금 납부방법별 신용대출 연체율 (단위: %)



통신비 납부방법

vs.
신용대출 연체율

- 입금전용계좌, 지로납부 → 연체율 高

데이터상품의 유형

데이터전문기관 (신용정보법)

구분(근거법)	지정부처	전문기관	지정일자
데이터전문기관 (신용정보법) * 4개 기관	금융위원회	한국신용정보원	'20. 8. 6.
		금융보안원	
		국세청	'20.12.22.
		금융결제원	'21. 3. 8.
	8개 기관 통계청, 비씨카드 삼성SDS, 삼성카드 신한은행, 신한카드 LG CNS, 쿠팡		



결합전문기관 (개인정보보호법)

(*'23.2.2. 현재 기준)			
구분(근거법)	지정부처	전문기관	지정일자
결합전문기관 (개인정보 보호법) * 23개 기관	개인정보위 (11)	통계청	'20.11.27.
		삼성SDS	
		케이씨에이	
		한국지역정보개발원	'21. 6.30.
		롯데정보통신	
		한국정보인증	'21.11.15.
		신세계아이앤씨	'21.12.13.
		한국사회보장정보원	'22. 4.11.
		국세청*	'22. 4.21.
		LG CNS	'22. 7. 5.
		CJ 주식회사	'23. 2. 2.
	보건복지부 (3)	국민건강보험공단	'20.10.29.
		건강보험심사평가원	
		국립암센터	'21. 9. 1.
	과기정통부 (5)	한국지능정보사회진흥원	'21. 1. 8.
		SK 주식회사	
		덕론비즈온	'21.10. 6.
		한국데이터산업진흥원	
		BC카드	
	국토교통부	한국도로공사	'20.11.24.
	교육부	한국교육학술정보원	'21. 6. 1.
	산업통상자원부	한전KDN	'21. 9. 6.
	행정안전부	국가정보자원관리원	'21.12.28.

데이터상품화 절차

데이터 상품화는 데이터 수요자의 니즈를 최우선적으로 고려하여 상품화 기획 수립해야 함



데이터상품화 절차

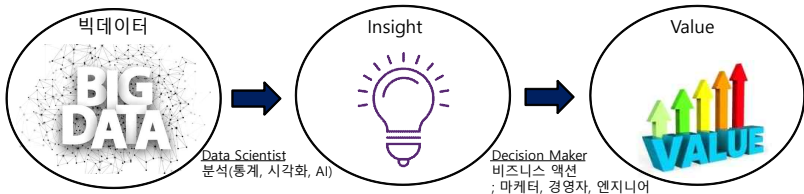
데이터 상품화는 데이터 상품 목표를 정의하고 데이터 상품 요구사항 정의하고, 예상 수요처의 기회요인을 점검

구분	점검 항목	설명
데이터 상품 기획	데이터 상품 목표 정의	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터 유통을 위한 추진 기획 단계 • 데이터 유통을 통한 성과목표 및 측정 지표 정의
	데이터 상품 요구사항 정의	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터 상품의 확보 방안 정의 • 데이터 상품의 범위 정의
	기회요인 점검	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터 활용으로 인한 예상 수요처의 서비스 개선 또는 사업기회 창출 가능성 점검
	관리 계획 점검	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터 판매의 범위, 예산, 일정 등 주요 의사결정 사항에 대한 점검

데이터상품화 절차

데이터를 분석하여 Insight를 얻고, 의사결정자는 데이터 기반 의사결정을 하여 비즈니스 액션 실시

빅데이터 활용 가치 창출 절차



항공 엔진 운항 데이터

고장 가능 확률

예측 보전 서비스
→ 비용감소, 운휴감소

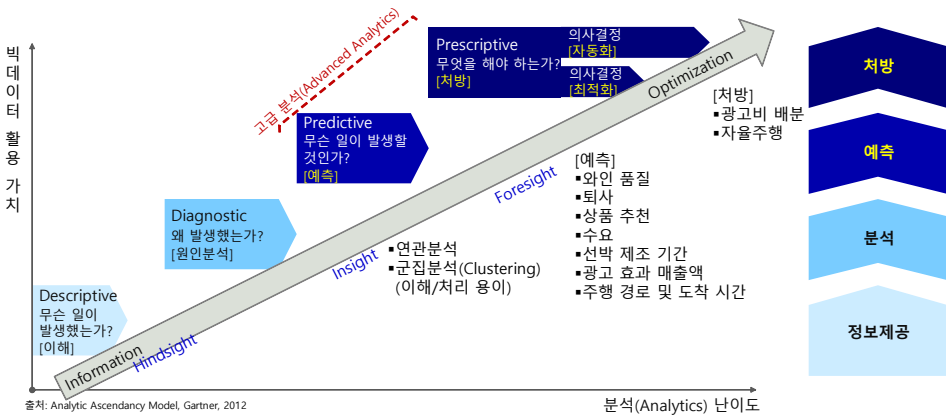
고객 구매 내역

누가 어떤 제품 구매할까?

상품 추천 서비스
→ 매출 상승

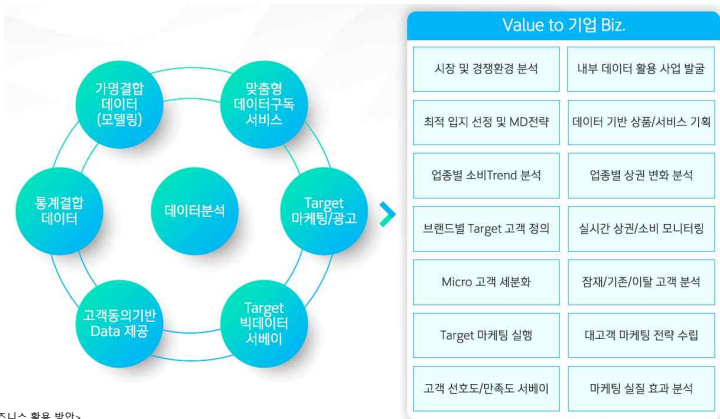
데이터상품화 절차

분석의 난이도에 따른 활용 가치 증대



데이터상품화 절차

비즈니스 가치 사례

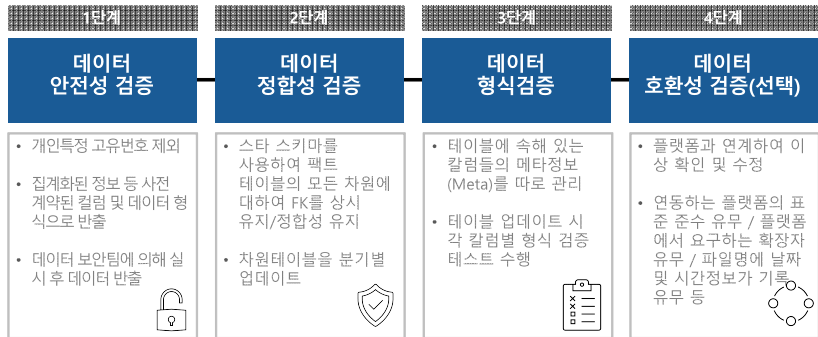


<출처: GranData 기업 비즈니스 활용 방안>



데이터상품화 절차

데이터상품의 품질 관리



데이터상품 주요기업의 상품화 사례

통신사의 상주인구, 유동인구

모바일 이용 고객의 휴대폰 이동정보를 기반으로 주 생활권을 고려한 상주/비상주 인구, 이동을 고려한 유동/체류 인구로 구축함



- ✓ 생활인구 : 특정 시간대에 해당지역에 존재하는 모든 인구
- ✓ 상주인구 : 해당지역이 주 생활권(거주지, 직장 등)에 해당하는 인구
- ✓ 비상주인구 : 해당지역이 주 생활권(거주지, 직장 등)에 해당하지 않는 인구

데이터상품 주요기업의 상품화 사례

유통회사의 소비 데이터

유통사에서 수집되는 상품, 브랜드, 결제, 가맹점, 라이프스타이지, 거주지 정보를 활용한 소비 데이터 분석

소비 데이터



고객 정보

- 성별
- 연령대
- 거주지역 (시/군/도/우편번호)
- 고객 LIFE STAGE Seg.



상품 거래 정보

- 점포 (제휴사 소속 점포명/주소)
- 거래 시점 (연도/월/일/시/분/초 단위 구분)
- 거래 채널 (온라인/오프라인)
- 상품명/상품코드 (제휴사 자체 관리 코드)
- 구매 상품 수량
- 상품단가/판매금액/할인금액
- 상품 카테고리 (대/중/소분류)

활용 방안

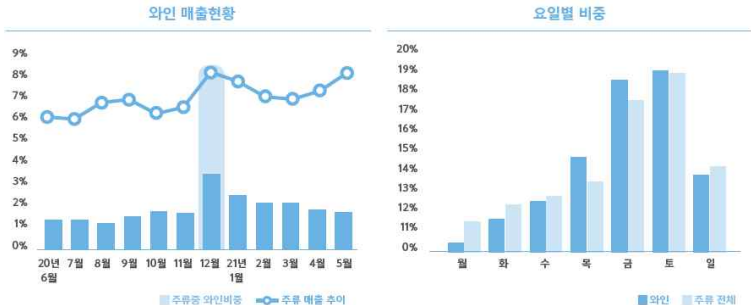
- 맞춤형 마케팅 캠페인
 - 데이터를 활용해 특정 상품의 구매 패턴을 분석하고, 지역별 인기 브랜드를 파악
- 초개인화된 쇼핑 경험
 - 소비자들이 자주 구매하는 상품을 예측하여 고객에게 보다 개인화된 쇼핑 경험을 제공
 - 고객 충성도를 높이고, 매출을 극대화하는 데 기여

데이터상품 주요기업의 상품화 사례

가명결합 사례

카드사 소비 데이터와 편의점 품목 데이터의 가명결합 사례

카드사 소비 데이터와 편의점 품목 데이터의 가명결합을 통해, 편의점 품목 중 와인 매출 현황과 요일별 비중을 주류 전체 매출 추이와 비교 분석하여 카드사 데이터(연령, 성별, 라이프스타일, 소비 특성 등) 편의점 데이터(품목/브랜드 구매)의 결합을 통해 분석



데이터상품 주요기업의 상품화 사례

가명결합 사례

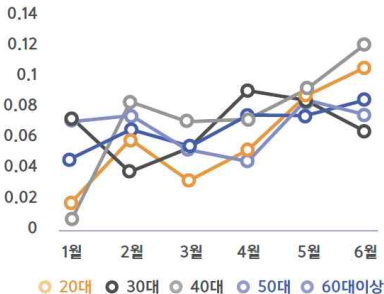
신용정보 데이터와 카드 데이터의 가명결합 사례

가계대출 및 연체 등에 대한 동향 분석, 금융 리스크 모니터링이 가능합니다. 또한 각종 사회 이슈가 개인 신용 경제활동(대출, 카드, 연체 수준)에 미친 영향 분석

엔데믹 전후 직업별 신용카드 소비액 증감율



23년 상반기 연령별 현금서비스 사용액 증감율



데이터상품 주요기업의 상품화 사례

가명결합 사례

카카오뱅크 가명결합 데이터 활용

적용한 비금융정보를 활용한 금융이력부족 및 중저신용자 특화모형은 중신용대출 취급시적 대폭 개선 및 고객 리스트 추가 세분화 가능

비금융정보와 신용리스크 분석 결과

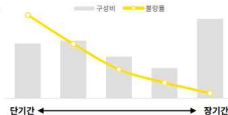
중·저신용자 : 최근 통신요금 정상납부기간

정상납부기간이 길수록
리스크 수준 우량



금융이력부족 : 통신사 가입일로부터 경과기간

통신사 이용기간이 길수록
리스크 수준 우량



가명결합 활용 모형 성과

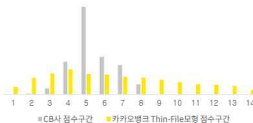
중신용대출 공급규모 확대

중신용대출 공급액
대폭 증가



금융이력부족 고객 리스크 세분화를 통한 대출 확대

CB점수 기준 중위구간에 집중된
금융이력부족 고객을
리스크 수준에 따라 차등화 가능



출처: 05_2021 하반기 가명정보 활용동향 세미나_카카오뱅크_배포용.pdf, 개인정보보호 포털

<https://www.privacy.go.kr/edu/ttb/selectBoardList.do?divCode=EDUTTB001>, 2021년 하반기 가명정보 활용 동향 온라인 세미나 (발표자료 1-2)

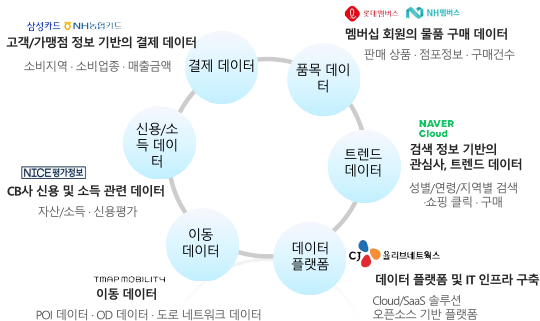


데이터상품 주요기업의 상품화 사례

aLData

다양한 관점의 데이터를 보유한 7개 데이터 공급사가 모여 제휴를 맺고, 사업 영역별 데이터를 결합/분석하여 가치 있는 데이터 서비스를 제공합니다.

참여사별 데이터



allDATA 상품 라인업

5개 협업사의 기본 데이터, 분석 리포트, 서베이, 결합 데이터 등 다양한 서비스가 가능하며
고객사의 경영활동에 도움이 될 수 있는 최적화된 형태의 데이터 서비스를 제공합니다.

Basic

협업사별 대표 데이터의 가명결합 데이터 상품을 통해 지역별 구매력(소득/대출), 주 소비 업종 및 품목, 구매 의도 등 Basic 소비(구매) 정보를 제공합니다.

Special

제조, 광고, 가맹 사업자 등 특정 타깃에 특화된 정보를 필요로 하는 고객사의 요구사항에
맞춘 용/결합 데이터 세트를 제공합니다.



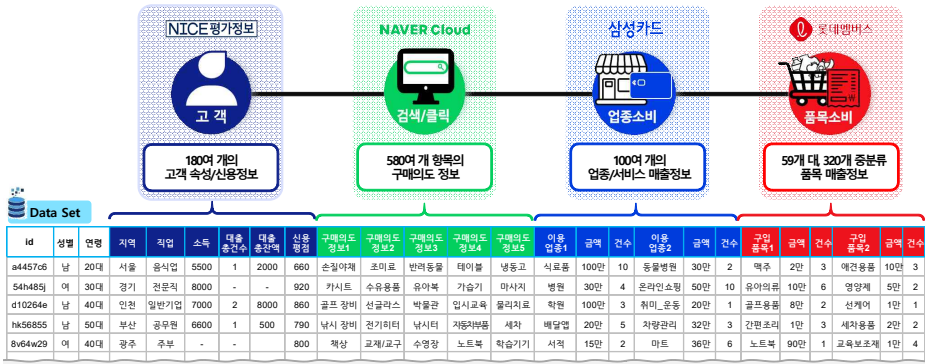
데이터상품 주요기업의 상품화 사례

aLLData

소비 여정(Customer Journey)이란 소비자가 특정 재화나 서비스를 구매하기 위해 거치는 일련의 과정을 말합니다.

소비의 필요성을 인지하여 정보를 탐색하고, 대안을 비교 후 실제 구매가 이루어지기까지,

aLLData Basic을 통해 소비 여정 전반의 과정을 하나의 데이터 안에서 모두 파악할 수 있습니다.



데이터상품 주요기업의 상품화 사례

aLLData

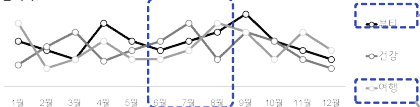
aLLData Basic은 고객 소비의 여정을 담고 있는 데이터로, 기업과 지자체에서 다양하게 활용할 수 있습니다.

업종과 품목의 매출추이를 통해 시장의 트렌드를 모니터링 할 수 있고, 고객의 속성별로 매출추이를 분석할 수 있습니다.

또한 원하는 특정 시점 혹은 특정 업종/품목을 이용한 고객군의 속성 분석을 통해 구매 고객군에 대한 이해가 가능합니다.

업종 매출 추이

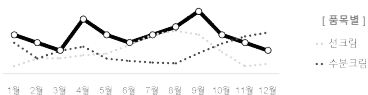
✓원하는 영역의 업종 매출데이터 분석을 통해 시장의 흐름을 이해할 수 있습니다.



업종 내 품목별 매출 분석

삼성카드 × 롯데멤버스

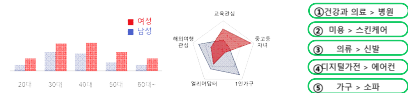
✓업종 매출을 품목단위의 분석을 통해 더 정교하게 시장을 분석할 수 있습니다.



고객군 분석

삼성카드 × NAVER Cloud

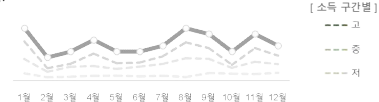
✓특정 시점, 특정 업종/품목 이용고객의 속성 분석이 가능합니다.



고객 세그별 매출 분석

삼성카드 × NICE평가정보

✓업종 매출을 고객의 소득/지역/성별/연령대 등의 세그로 나누어 볼 수 있습니다.



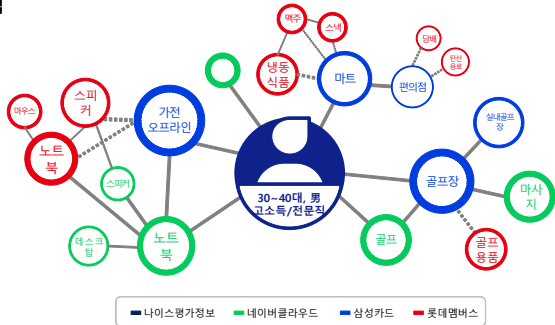
데이터상품 주요기업의 상품화 사례

aLLData

aLLData Basic의 소비 여정 데이터를 통해, 알고 싶은 고객에 대해서 입체적으로 분석할 수 있습니다.

고객군의 기본 소비 행태 분석뿐 아니라, 연관 소비 업종/서비스/품목과 연관 구매의도 정보를 분석해 소비의 전체적인 맥락을 파악할 수 있어 구매 행동에 대한 폭넓은 이해가 가능합니다. 이를 통해 마케팅/판매 전략을 수립하는데 활용할 수 있습니다.

고객분석 : aLLData Basic으로 바라본 고객



고객 세그별 구매의도 분석 기반
홍보 마케팅 전략 수립

NICE평가정보 × NAVER Cloud

연관업종/품목/구매의도 분석 기반
판매 전략 수립

삼성카드 × 롯데멤버스 × NAVER Cloud

유흥업종 이용 고객 분석 기반
신규사업 전략 수립

NICE평가정보 × 삼성카드 × 롯데멤버스

⋮



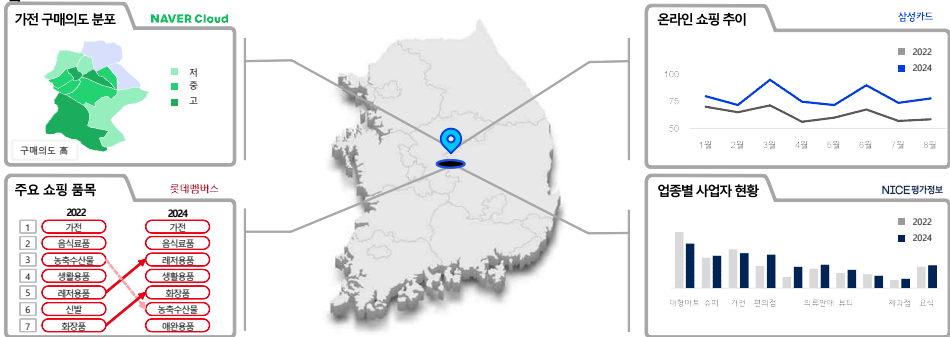
데이터상품 주요기업의 상품화 사례

aLLData

aLLData Basic은 고객에 대한 깊이 있는 인사이트뿐 아니라 지역별 분석에도 활용 가능합니다.

지역 안에서의 소비 행태를 분석하고 타 지역과의 비교를 통해 차별화된 전략을 수립하는데 도움을 드릴 수 있습니다.

지역분석 : aLLData Basic으로 바라본 지역



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

빅데이터 플랫폼 및 센터(총 21개 분야) '19년 10개 개소, '20년 6개 추가, '22년 5개 추가 (스마트팜, 부동산, 감염병, 연안, 공간융합)

분야	내용
유통물류	• 택배송장, 유통상품, 카드결제, 통신, 부동산, 상권, 물류, 맛집, 중고차시세, SNS 등의 데이터를 융합하여 라이프스타일별 선호 외식업종 서비스 및 지역별 온라인 상품 구매정보 서비스 등 제공
문화미디어	• 문화, 숙박, 레저, 음식, 상권, 도서·출판 등의 데이터를 융합하여 문화여가 종합정보 서비스 및 한류비즈니스 매칭 서비스 등 제공
통신	• 유통인구, 상권, 카드소비, 관광, 교통카드정보, SNS 등의 데이터를 융합하여 상권분석 서비스 및 생활인구 분석 서비스 등 제공
금융	• 금융, 비금융 데이터를 융합하여 소상공인 창업 지도 서비스 및 국민 금융생활 플래너 서비스 등 제공
환경	• 물, 기상·기후, 미세먼지, 지질·재해, 생태·자원, 화학·물질, 환경SNS 등의 데이터를 융합하여 맞춤형 수질정보 서비스 및 대기질 야외활동 추천 서비스 등 제공
교통	• 실시간 교통량, 대중교통, 열차, 고속도로, 네비게이션, 블랙박스, 유통인구, 주차 등의 데이터를 융합하여 도록 및 대중교통 개선 서비스 및 스마트 시티 지원 서비스 등 제공
헬스케어	• 10대 암종별 임상데이터를 융합하여 암 진단·치료 의사 결정 및 항암 치료제 연구개발 등 활용
중소기업	• 중소기업 회계정보, 부동산, 보험계약, 기업 고용·복리후생, SNS 등의 데이터를 융합하여 기업 경영정보 분석 서비스 및 일자리 수요예측 서비스 등 제공
지역경제	• 지역화폐 결제정보, 기업정보, 일자리, 신용평가, 카드사 정보, 경기도 인구·주거·환경 등의 데이터를 융합하여 지역 소비패턴 분석 서비스 및 맞춤형 일자리 매칭 서비스 등 제공
산림	• 임업, 등산로·숲길·자연경, 대중교통, 산악기상, 산림재해, 항공영상 등의 데이터를 융합하여 트래킹 서비스 및 산림재해 예측 서비스 등 제공
소방안전	• 소방재난안전 및 소방산업 데이터 수집·분석을 통한 양질의 소방재난안전정보 제공 및 유통·거래 기반 마련
스마트치안	• 위험예측 분석이 가능한 민간·공공의 치안 데이터를 융합하여 대국민 안전 보호 기반 마련
해양수산	• 해양, 해운, 수산, 항만 전 분야 데이터 수집 체계를 구축하고 데이터 융합, 가공, 유통 가능한 해양수산 빅데이터 마켓플레이스 구축
농식품	• 농식품 생산, 유통, 소비 분야별 공공·민간 데이터 통합·활용 체계를 마련하고 농식품 데이터 유통·거래를 위한 통합 데이터 허브 구축
라이프로그	• 생애 전주기 라이프로그 수집, 분석 활용이 가능한 라이프로그 빅데이터 구축 및 산업 생태계 육성
디지털 산업혁신	• 국내외 기업의 오픈 이노베이션 및 디지털 전환 등을 지원하기 위한 데이터 유통·거래 플랫폼 구축을 통해 민간에는 고객·가치 기반의 비즈니스 모델 창출을 제공하고, 공공에는 주력 산업 위기 대응 및 정책 수립에 활용



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

ONE-윈도우(통합데이터 지도)

21개 빅데이터 플랫폼, AI허브, 데이터스토어, KOTRA, 한국관광공사, 쿠콘 및 공공데이터포털의 데이터를 검색 지원하는 국가 데이터 인프라의 포털 서비스

 **통합데이터지도** <https://www.bigdata-map.kr/>



 **One-윈도우**

<https://www.data1window.kr/>

2020.3월 ~ 2021.2월

~ 2021.12월

2021.12.30

2022년~

16대 빅데이터 플랫폼

10대 플랫폼 ('19.구축)



6대 플랫폼 ('20.구축)



AI 허브 AI 학습용 데이터

데이터스토어 데이터 오픈마켓

무역빅데이터 KOTRA 무역빅데이터

관광 데이터 랩 한국관광공사 빅데이터

쿠콘닷컴 비즈니스 데이터

금융데이터거래소 금융 데이터



공공데이터포털

www.data.go.kr



공공, 민간
데이터
플랫폼

과기정통부
추가 플랫폼



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

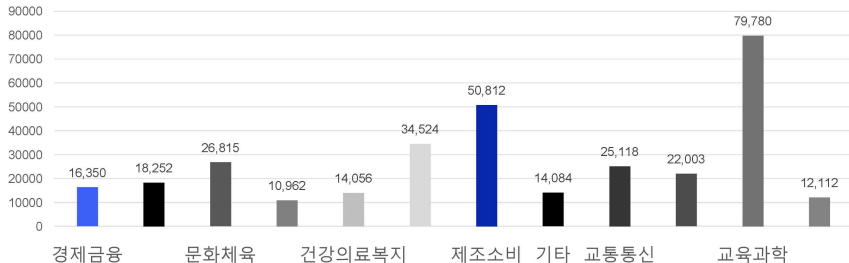
데이터 분류별 연계 현황

원윈도우와 연계된 데이터 분류별 데이터의 현황: 교육과학과 제조소비, 행정법률 데이터가 다수



<https://www.data1window.kr/>

누적량



<2025. 6. 10 기준>



과학기술정보통신부

KDIA 한국데이터산업협회

공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

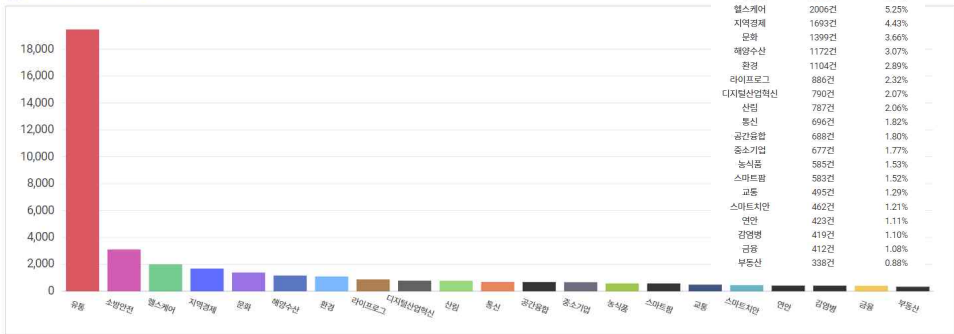
플랫폼 분야별

유통소비 플랫폼의 생산 데이터가 전체 50% 이상



통합데이터지도

<https://www.bigdata-map.kr/>



<2024. 4. 9 기준>



과학기술정보통신부



KDIA 한국데이터산업협회

공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

데이터 분류별

통합 데이터지도에 연계된 전체 데이터 플랫폼의 데이터 상품수 기준으로 경제금융, 행정법률, 환경자원 순으로 데이터 상품 등록

 **통합데이터지도** <https://www.bigdata-map.kr/>



카테고리	상품수	지분율
경제금융	20857건	15.35%
행정법률	20090건	14.78%
환경자원	14617건	10.75%
건강의료복지	14405건	10.60%
문화체육	13944건	10.26%
교통통신	12634건	9.30%
제조소비	11870건	8.73%
농수산식품	11713건	8.62%
교육과학	7742건	5.70%
재난안전	6066건	4.46%
건설에너지	1974건	1.45%

< 2024. 4. 9 기준 >

공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

유통소비 빅데이터 플랫폼 : KDX 한국데이터거래소 > 데이터 상품 현황

- | | | | |
|---------------------|---------------------------------|------------------------|---------------------------|
| • 매경미디어그룹 | AI학습용 텍스트·영상·음성·이미지 원천 및 데이터 가공 | • 코리아크레딧뷰로 | 전국 행정동 단위 소비 정보 데이터 |
| • 삼성카드 | 지역별·일자별·고객유형별 소비 행태 데이터 | • 웍스 | 기술(특허)·기업·산업 정보 기업의 융합데이터 |
| • SK텔레콤 | 지역별 서비스 및 유입 인구 데이터 | • 피엠그로우 | 전기차 배터리, ESS 데이터 |
| • GS리테일 | 지역별 편의점(점포) 매출 분포 데이터 | • 스마트크리에이터 | 청년대외활동 플랫폼 데이터 |
| • 신한카드 | 시군구별 가맹점 데이터 | • 경동도시가스 | 도시가스 데이터 |
| • 나이스디앤비 | 산업 생태계 분석 및 기업정보 데이터 | • SK텔레콤 Academy | 교육기관 대상 광역시 인구 데이터 |
| • 농협은행(농협카드) | 카드 데이터 활용 소비·유통 데이터 | • 삼성카드 Academy | 교육기관 대상 지역별 주요업종 소비 데이터 |
| • LG유플러스 | 디바이스 위치 및 이동경로 기반 인구 데이터 | | |



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

유통소비 빅데이터 플랫폼 : KDX 한국데이터거래소 > 사업 영역

KDX한국데이터거래소

KDX 사업 영역

AI 학습용 데이터
생산 및 유통

맞춤형 데이터 컨설팅 및
데이터 바우처 사업

데이터 공급자와
수요자의 데이터 거래 중개

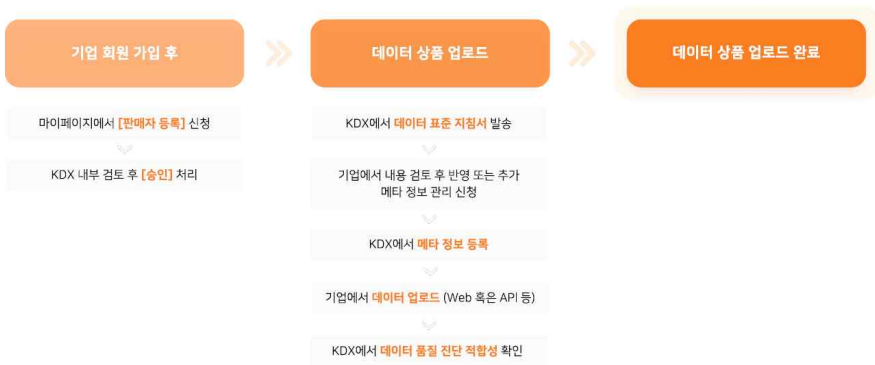
맞춤형 데이터 분석 및
플랫폼 서비스

데이터 전문 온라인 뉴스레터
「데이터 루」 발행



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

유통소비 빅데이터 플랫폼 : KDX 한국데이터거래소 > 거래 프로세스: 판매자 흐름도



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

유통소비 빅데이터 플랫폼 : KDX 한국데이터거래소 > 거래 프로세스: 구매자 흐름도



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

금융보안원 금융데이터거래소(FinDX) : 개요



<https://www.findatamall.or.kr/>



과학기술정보통신부

KDIA 한국데이터산업협회

공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

금융보안원 금융데이터거래소(FinDX) : 주요 기능



1. 원스톱(One-Stop) 데이터 거래 기능

데이터 검색, 데이터 의뢰, 거래계약, 결제, 데이터 제공 등 데이터 거래에 필요한 전 단계를 웹을 통해 원스톱(one-stop)으로 이용



2. 원격분석센터 기업회원 대상

클라우드 기반의 사용자 맞춤형 분석환경에서 임대형 상품 또는 기업이 보유한 데이터를 반입하여 분석 후 관리자 승인 하에 결과만 반출하여 활용



3. 전자계약

법적 효력을 제공하는 거래소 전자계약 서비스를 통해 간편하고 체계적으로 데이터 거래 계약을 관리



4. 데이터컨소시엄 인프라 멤버십회원 대상

데이터컨소시엄을 구성하는 기관들이 공동으로 사용할 수 있는 분석 인프라(스토리지, 원격분석 시스템)로 각 기관은 공유된 작업 환경에서 개별적으로 데이터를 등록·가공·분석 후 상품화하여 거래소에서 판매하거나 외부로 반출



5. 다양한 홍보 기능

샵인샵(shop-in-shop) 멤버십회원 대상,
배너 광고 전체회원 대상 기능을 통해 자사 브랜드 인지도를 높이고 주력 상품·서비스를 효과적으로 홍보



6. AI 테스트베드 금융보안원사원기관 대상

다양한 금융보안 AI 데이터를 분석하고 AI 모델의 정상적 작동을 검증할 수 있도록 클라우드 기반 AI 분석환경을 제공



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

금융보안원 금융데이터거래소(FinDX) : 데이터 거래 기능
데이터 검색, 데이터 의뢰, 거래계약, 결제, 데이터 제공

01

데이터 등록

공급자는 판매 상품의 성격에 따라
다양한 유형으로 상품을 등록

02

데이터 탐색

수요자는 필요한 데이터 상품을 검색하여
데이터의 필요성을 확인하거나
원하는 데이터가 없는 경우 맞춤 데이터 의뢰
기능을 통해 구매 여건·조건에 따라 데이터를
의뢰

03

거래 및 계약

거래소 전자계약 서비스를 통하여
편리하게 계약

04

활용

구매한 상품을 다운로드하거나
원격분석환경에서 분석하여 활용

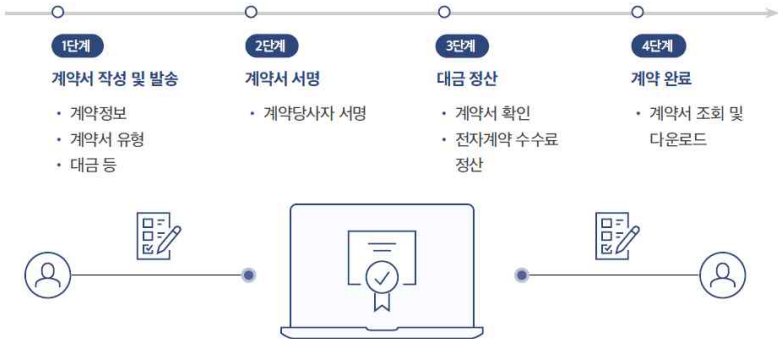


공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

금융보안원 금융데이터거래소(FinDX) : 전자계약 기능

법적 효력을 제공하는 거래소 전자계약 서비스를 통해 간편하고 체계적으로 데이터 거래 계약을 관리

이용 절차



공식 거래소 등을 통한 데이터 상품 등록

금융보안원 금융데이터거래소(FinDX) : AI테스트베드

다양한 금융보안 AI 데이터를 분석하고 AI 모델의 정상적 작동을 검증할 수 있도록 클라우드 기반 AI 분석환경 제공

- 금융 혁신 및 서비스 개발에 필요한 다양한 금융 AI데이터 부족
- AI를 테스트하기 위한 고성능의 컴퓨팅 자원 필요



금융보안 AI 학습데이터	
관제 데이터(IDS)	금융특화 악성앱
금융 악성코드	악성코드 분석정보

AI 분석환경 제공	
범용 AI 분석도구	시각화 도구
AI 자동화 도구	내·외부 네트워크 관리

거래소를 통하지 않는 1:1 계약을 위한 데이터 유통 상품등록 절차

공급자와 수요자는 구매 또는 판매할 데이터 상품의 구성, 가격 등에 대한 협의가 필요하며, 협의 가능 여부 및 협의 방식에 따라 데이터 거래 계약 방식 결정

데이터 거래 계약 방식

구분	정의
라이선스 계약	<ul style="list-style-type: none"> • 저작권, 특허권, 상표권 등 지적재산권을 소유한 자가 타인에게 자신의 권리를 독점적·비독점적으로 이용하도록 허락하고, 이에 상응하는 이용료를 지급할 것을 약속하는 방식
양도 계약	<ul style="list-style-type: none"> • 지적재산권, 지분권 전부 또는 일부가 이전되어 권리 주체가 변경 • 양도계약 체결 시, 일반적으로 공급자는 양도한 데이터에 대해 권리 주장이 불가하고 권리 범위에 대해 더이상 권리 행사 불가
데이터 교환	<ul style="list-style-type: none"> • 공급자와 수요자간 상호 협의하여 각자가 보유하고 있는 데이터를 상호 교환하는 방식
결합데이터 제공 계약	<ul style="list-style-type: none"> • 수요자의 요청에 의해 다른 기관이 보유한 데이터를 결합하여 새롭게 생성된 데이터를 수요자에게 제공하는 거래 방식 • 데이터 수요자 정의, 데이터 이용권한, 이익 분배, 수요자에게 데이터를 제공할 주체 등에 대한 명확한 협의 필요

거래소를 통하지 않는 1:1 계약을 위한 데이터 유통 상품등록 절차

계약서 작성

- 거래·계약 시, 데이터 상품의 거래요건, 거래절차, 비용 등 협의 내용에 대한 기재사항을 점검하고 철저한 검토 필요
 - 수요자는 사전준비 단계에서 정의한 데이터 상품의 이용 목적을 기반으로 공급자와 협의한 내용을 계약서에 명시
 - 거래·계약 시 법률사항뿐만 아니라 데이터 상품의 유동적인 특성을 고려한 계약 내용 구성 필요

대금결제

- 이체
- 카드 결제

데이터 제공

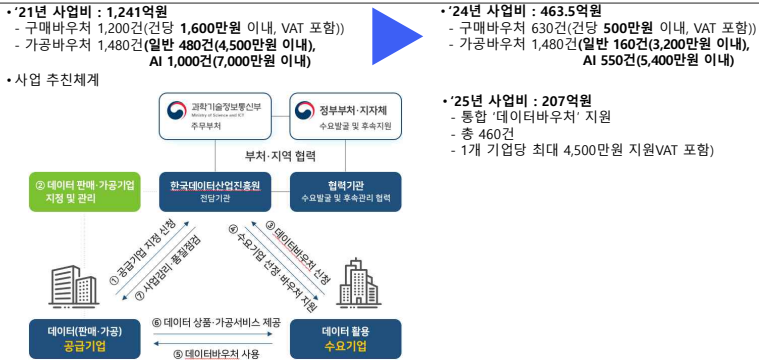
- 계약서 작성 및 결제까지 완료된 경우 공급자는 수요자에게 데이터 또는 데이터 서비스 제공

구분	유형	설명
데이터 직접 제공	거래소 이용	• 데이터 거래소에서 제공하는 암호화 전송 활용
	자체 전달	• 보안 USB, 이메일, FTP, 전용선 등
데이터 서비스 제공	분석 플랫폼 활용 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터셋 자체를 전달하지 않고 분석만 허용 • 공급자는 수요자와 상호 협의한 분석 플랫폼으로 데이터 전송 • 수요자는 분석 플랫폼에서 데이터 분석 후 분석 결과(보고서 등)를 반출
	API 서비스	• 요청한 데이터를 실시간 또는 주기적으로 전달받는 프로그램 인터페이스 형태로 제공
	리포팅 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터로부터 도출되는 유용한 보고서 제공 • 시각화된 대시보드나 BI(Business Intelligence) 도구 형태로도 제공 가능

기타 데이터상품 유통방안

데이터바우처 지원 사업

중소 기업 등을 대상으로 데이터·AI 활용을 통해 비즈니스 혁신 및 新서비스·제품 창출이 필요한 기업에 바우처 형식의 **데이터 구매 또는 가공(일반/AI) 서비스**를 전문기업으로부터 제공 받을 수 있도록 지원



데이터바우처 소개 : https://kdata.or.kr/kr/contents/voucher_01/view.do

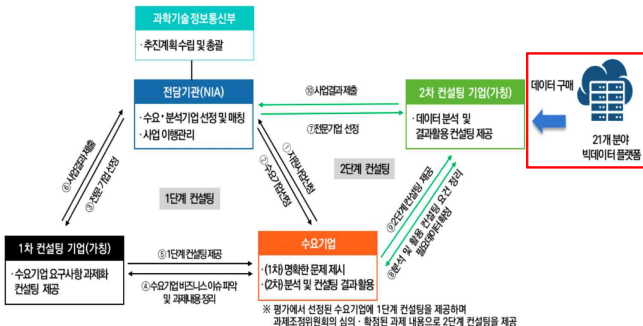


기타 데이터상품 유통방안

빅데이터 플랫폼 기반 분석서비스 지원사업

과학기술정보통신부와 한국지능정보사회진흥원은 데이터 기반의 신규 서비스·제품 개발, 비즈니스 혁신 창출 등을 추진하고자 하는 기관에게 데이터 분석, 활용결과 컨설팅을 제공하는 「빅데이터 플랫폼 기반 분석서비스 지원」 2022년부터 시행

< 분석서비스 지원사업 추진체계(2024년) >



■ 지원 내용

- 기업의 **데이터 분석, 활용 어려움 해소**와 **데이터 기반** 서비스·제품 개발 및 비즈니스 혁신 창출 등을 지원하기 위한 데이터 전문 분석
기업의 **데이터 분석·컨설팅 제공**

■ 필요 데이터 확보 계획, 데이터 보유기관의 협력 방안(2025년)

- **빅데이터 플랫폼 데이터**, 수행기관 보유 데이터, 공공데이터, AI허브, 수집 데이터 등 활용 가능
- 데이터 구매비 편성 및 집행은 **빅데이터 플랫폼 데이터로 제한**

AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

AI의 핵심은 데이터



**AI의 발전은
PC, 인터넷,
휴대폰 탄생만큼
근본적인 것**

빌 게이츠

데이터의 가치



데이터가 많을 수록
똑똑해지는 AI

인공지능의 성능은
코딩이 아닌
데이터가 좌우

AI 석학
앤드류 응 교수

데이터 자체가 가치를 창출하며
경제 한 축을 담당하는

데이터 AI경제

전 후방 모든 산업의
공정 효율화, 비용 절감

개인화 시대 맞춤형 서비스 제공으로
국민 삶의 질 향상



혁신적 제품 서비스 창출로
AI 산업 성장, 경제 도약 견인

과학적 행정의 근거가 되며
디지털 플랫폼 정부 구현

AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

세계최초 정부주도 초거대AI 확산 생태계 조성 사업

2017년부터 시작된 인공지능 학습용 데이터 구축사업



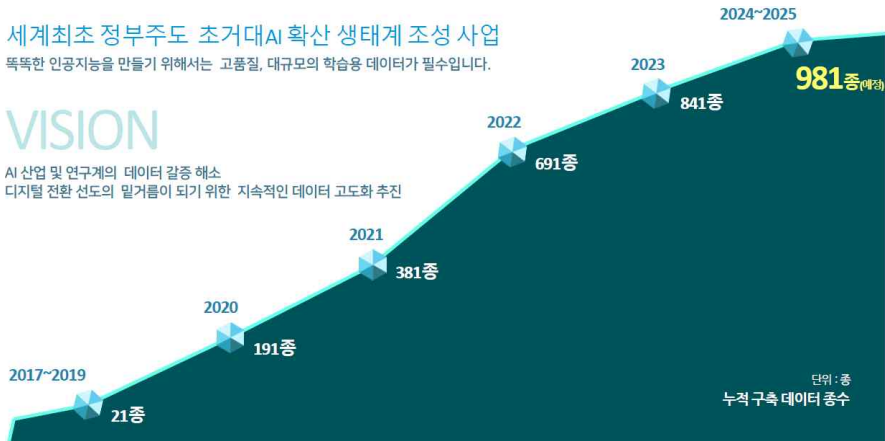
AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

세계최초 정부주도 초거대AI 확산 생태계 조성 사업

똑똑한 인공지능을 만들기 위해서는 고품질, 대규모의 학습용 데이터가 필수입니다.

VISION

AI 산업 및 연구계의 데이터 갈증 해소
디지털 전환 선도의 밑거름이 되기 위한 지속적인 데이터 고도화 추진



AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

AI Hub : 한국지능정보사회진흥원(NIA) 인공지능 학습용 데이터 구축: 14대 분야, 총 905종 데이터(~'25년)

[AI 데이터찾기](#)[AI 허브소개](#)[참여하기](#)[커뮤니티](#)[AI 개발지원](#)[고객지원](#)[로그인](#)[회원가입](#)

데이터 찾기

[AI 데이터찾기](#) > [데이터 찾기](#)

전체 ▼

검색어를 입력해주세요.

[검색 조건 열기](#) ▼[🔍 검색](#)

ALL

전체
(905)

한국어

(191)

영상이미지
(172)헬스케어
(126)교통물류
(99)재난안전환경
(113)농축수산
(87)문화관광
(33)스포츠
(14)교육
(23)로보틱스
(13)제조
(14)지식재산
(6)법률
(11)금융
(3)

과학기술정보통신부



한국데이터산업협회

AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

영상 이미지 학습 데이터 예시



라벨 리스트

객체 인식 > 이동수단 (Vehicle) > 지상 > 자동차

첫점 끝점

객체 인식 > 의류/악세서리 > 상의 > 티셔츠

첫점 끝점

행동 인식 > 신체 기본동작 > 다리 > 걷기

첫점 끝점

객체 인식 > 의류/악세서리 > 기타 > 신발

첫점 끝점

객체 인식 > 의류/악세서리 > 하의 > 반바지

첫점 끝점

객체 인식 > 사람 > 성별 > 남성

<출처: KDX한국데이터거래소, AI학습용 데이터>



과학기술정보통신부

KDIA 한국데이터산업협회

AI서비스를 위한 데이터 상품기획 및 유통

초거대 언어모델(LLM) 학습을 위한 대규모 말뭉치 및 미세조정을 위한 Instruction 데이터 구축
초거대 멀티모달모델(LMM)은 여러 유형의 데이터(텍스트, 이미지, 오디오, 비디오) 형식을 처리하고 이해할 수 있는 AI 모델
합성데이터는 실제 데이터를 기반으로 동일한 데이터 분포와 특성을 가지도록 인위적으로 생성한 데이터

보고 듣고 말할 수 있는 LLM 데이터 구축 (신규)

LLM의 한계를 보완하기 위해 멀티모달 AI 데이터를 기획하여, LMM 학습을 위한 생성형 AI 데이터 구축 (23년 시범적용, 24년 본격 구축)



다양한 분야의 합성데이터 구축 활성화

실제 데이터(REAL WORLD DATA) 공유가 제도적으로 어려운 의료, 금융 분야 뿐만 아니라, 국방 등 다양한 분야에서 합성데이터 구축



감사합니다

