[글로벌] 독일 법무부 산하 소비자문제 자문위원회, 개인신용평가 및 보험 분야 알고리즘 사용에 대한 소비자정책 제안

정신동1)

1 주요내용

■ 2018년 10월 30일 독일 연방 법무부 산하 소비자문제 자문위원회(Advisory Council for Consumer Affairs, 이하 '자문위원회'라 함)[2]에서 개인신용평가, 자동차 보험 및 생명보험 분야 알고리즘 사용에 대한 소비자정책을 제안하였음

- 데이터경제와 알고리즘 기반 경제가 주목을 받고 있는 가운데 소비자를 평가하고, 소비자의 행동을 예측하며, 소비자의 개인적 성향을 조사하기 위한 목적으로 알고리즘 도입·사용이 확대되고 있음
- 특히 알고리즘이 개별 소비자를 점수화하여(Scoring algorithm) 은행 대출 가능 여부를 심사하고, 운전자의 운행습관을 분석하여 보험료를 산정하는 텔레메틱스(Telematics)[3] 자동자보험 제도를 운영하기도 하며, 생명보험료 산정에 있어서도 소비자의 행동방식을 점수화 하여 혜택을 부여하기도 함
- 자문위원회는 알고리즘에 의한 소비자의 등급화·점수화 관련 소비자 문제를 공식 의제로 삼았고, 개인신용평가 및 보험분야에 대한 최종 평가서를 지난 10월 30일 독일 연방 법무부장관에게 전달하였음

■ 알고리즘에 의해 실시되는 소비자의 등급화·점수화 현상에 대해 소비자의 이해가능성 및 알고리즘의 투명성 제고 차원에서 다음의 정책권고 사항들이 제안되었음

- 알고리즘 공개에 대한 요구
  - EU 개인정보보호규칙(이하 'GDPR'이라 함) 제15조 제1항 h호에 규정되어 있는 소비자의 열람권을 보장하는 차원에서 알고리즘 기반 점수화 프로세스에 대한 소비자의 이해도를 향상시키는 방안이 필요하고, 이 때 이해가능성 여부는 평균적 소비자를 기준으로 해야 한다고 지적함
  - 알고리즘을 사용하는 사업자는 영업비밀에 해당하지 않는 범위 내에서 등급화·점수화 대상이 되는 중요 사항들과 각 사항들이 가지는 비중을 소비자에게 공개해야 하고, 무엇이 중요사항에 해당하는지는 의회와 소비자단체의 역할이 필요하다고 판단함
  - 나아가, 알고리즘에 의한 소비자의 최종 점수가 급격히 변동되는 경우 이를 소비자에게 무상으로 통보할 사업자의 의무를 부과할 필요성이 지적됨
- 알고리즘에 의한 차별 방지 대책수립
  - 거주 지역별로 점수화가 이루어지는 경우와 같이 서로 다른 집단들 간 점수 배분이 이루어지는

1) 한국소비자원 정책연구실 법제연구팀 선임연구원(jungrecht@kca.go.kr)

2) 2014년에 조직된 이 자문위원회는 독일 연방 법무부의 소비자정책 수립에 전문적 자문을 하는 조직으로서 소비자학, 소비자정책 그리고 소비자보호법 영역 전문가 총 9인의 위원으로 구성되어 있다. 법무부 산하에 있는 조직이지만 정부기관이 아닌 독립적 위원회로서 임기를 4년으로 하는 대학교수, 소비자단체에 근무하는 연구원 그리고 사업자측 대변인들로 구성되어 있다.

3) 통신(Telecommunication)과 정보과학(Informatics)의 합성어로 자동차 등에 장착된 통신단말기를 통해 데이터를 수집·분석하고 실시간으로 정보서비스를 제공하는 시스템을 말한다.

경우 알고리즘에 의한 차별을 나중에 소비자가 증명할 수 있도록 점수배분 기준 등에 대한 소비자의 열람권 강화를 주문함

- 알고리즘 기반 점수화 프로세스에서의 차별 방지를 위해 단체소송제도를 도입할 것을 제안함

• 텔레메틱스 비적용 보험상품 판매의 보장

- 보험 분야에서 텔레메틱스 옵션이 없는 상품도 사업자가 판매할 의무를 법률상 규정하도록 요구
- 텔레메틱스 비적용 상품을 구매하였다고 하여 텔레메틱스 요금제를 이용하는 소비자와 비교할 때 불이익이 가해져서는 안 된다고 지적

• 알고리즘에 의한 점수화 프로세스의 질적 보장

- 소비자의 행동을 예측하고자 도입된 알고리즘이 설계 단계에서 신뢰성을 확보할 수 있도록 대응방안을 주문함
- 예컨대 소비자의 건강상태 예측을 점수화함에 있어서 건강에 유익한지 아직 증명되지 않은 활동에 높은 비중을 둔다거나, 흡연과 같이 건강에 상당히 위협적인 행위가 낮은 비중을 차지하도록 설계하는 경우 점수화 알고리즘 자체에 대한 신뢰가 문제될 수 있다고 지적함
- 같은 맥락에서 나이·성별 등과 달리 해당 소비자와 직접적으로 관련이 없는 특징(예컨대 특정 부유지역 또는 낙후지역에 거주하는지 여부)들을 알고리즘 입력 값으로 사용하기 위해서는 이를 정당화 하는 사유가 있어야 하고, 관할관청의 감독이 필요하다고 판단함

• 입력 데이터의 질적 보장

- 알고리즘에 사용되는 데이터들의 정확성·최신성이 보장되도록 정책을 수립할 것을 제안함
- 알고리즘에 투입되는 입력 데이터들을 소비자가 스스로 관리·점검할 수 있도록 데이터 대쉬보드(Data-Dashboard)를 도입하고, 이러한 인터페이스를 통해 소비자가 자신의 점수를 스스로 계산할 수 있는 가능성을 부여하는 정책을 제안함

• 중국의 사회신용제도와 같은 Super-Score가 독일의 상거래에 사용되지 않도록 방지대책 수립 요구

2 시사점

■ 국내 신용평가 및 보험 분야에서도 알고리즘이 사용되고 있고, 소비자 편익을 저해할 우려의 목소리가 증가하고 있는 가운데, 독일 법무부 산하 소비자문제 자문위원회의 '스코어링 알고리즘'에 대한 공식 정책제안은 우리의 정책방향 설정에 있어서도 의미가 있어 보임

자료인용 시 출처를 밝혀주십시오.

[원문정보]

독일 소비자문제 자문위원회 평가서 (2018, 10), 「Verbrauchergerechtes Scoring」
http://www.svr-verbraucherfragen.de/wp-content/uploads/SVRV_Verbrauchergerechtes_Scoring.pdf