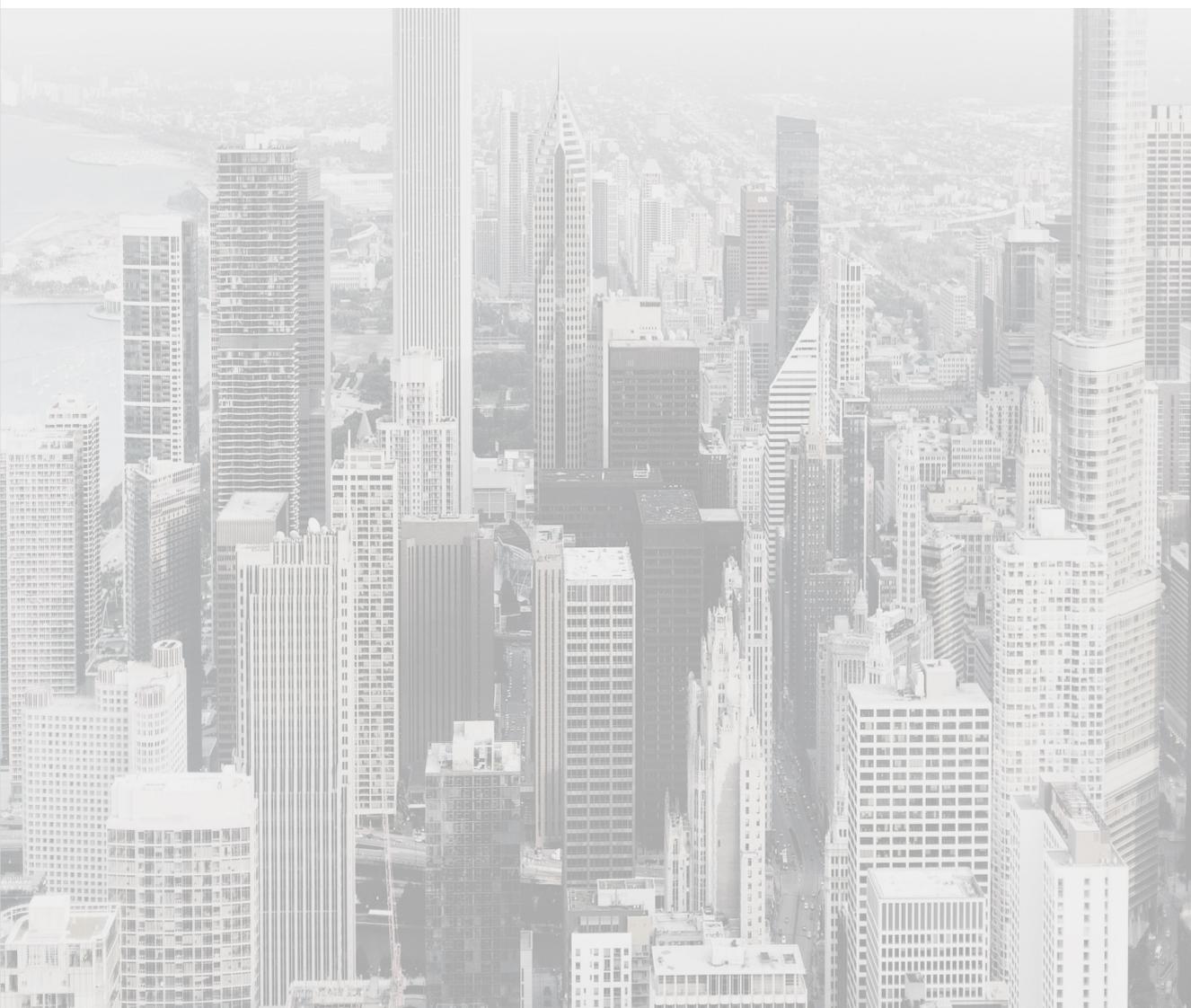


CEO Report

빅테크(Big Tech)의 보험업 진출에 대한 기대와 과제

황인창



CEO Report

CEO Report는 보험산업과 관련된 현안과제를 집중 분석하여 보험회사 최고경영자의 의사결정에 도움을 드리고자 작성되었습니다.

최근 빅테크는 결제·송금, 예·적금, 대출, 자산관리, 보험 등 다양한 금융서비스에 대한 제공을 급속히 확대하고 있음. 빅테크란 대규모 고객기반을 가진 거대 IT 회사를 의미하고, 전 세계 고객을 대상으로 주력사업인 IT뿐만 아니라 금융 등 광범위한 산업으로 사업분야를 확장함. 최근 20년간 빅테크는 신생기업에서 시장지배력을 가진 기업으로 빠르게 성장하여 현재 금융회사보다 시가총액, 수익성, 자금조달력 등의 측면에서 우위를 가짐

낮은 금융포용, 기대 변화 등으로 소비자는 빅테크가 제공하는 금융서비스를 선호하게 되고, 빅테크가 가진 높은 데이터 접근성, 규제 미비 및 경쟁 부족 등은 빅테크의 금융서비스 제공을 촉진함. 한편, 빅테크가 주력사업(비금융)에 비해 수익성이 낮음에도 금융업 진출을 확대하는 이유는 주로 고객기반 및 충성도를 제고하여 주력사업을 보조·강화하기 위해 서임. 즉, 빅테크의 금융업 진출에 있어 경쟁력은 금융서비스와 비금융 주력서비스의 상호 보완성으로 인한 범위·규모의 경제에서 나옴

새로운 사업모형을 가진 빅테크의 보험시장 진입은 다양한 보험상품 및 서비스 개발, 기업 간 협쟁(Copetition)을 통한 효율성 제고 등 보험산업 내 경쟁 강화를 통해 보험시장 혁신을 유도하고 소비자 후생을 증대시킬 수 있음. 반면, 전통적 금융규제 체계로 인한 규제차익 가능성이 있고, 시장경쟁·금융안정성·소비자보호 측면에서 새로운 유형의 리스크를 발생 시켜 시장실패 가능성도 동시에 높임

빅테크의 보험업 진출은 보험회사에게 경쟁심화로 인한 고객이탈 및 판매시장에서의 시장 지배력 감소 등 위험요인이 될 수 있으나, 디지털 전환으로 인한 사업다각화 및 고객만족도 향상 등 기회요인이 될 수도 있음. 정책당국은 시장 혁신 및 소비자 후생 증대를 위해 보험회사와 빅테크 간 규제차익 완화, 불공정경쟁 및 독과점 억제, 보험회사의 위험추구 및 빅테크의 시스템리스크 차단, 소비자보호 사각지대 해소 및 금융소외 방지 방안 마련이 필요함

I

빅테크의 정의 및 특징

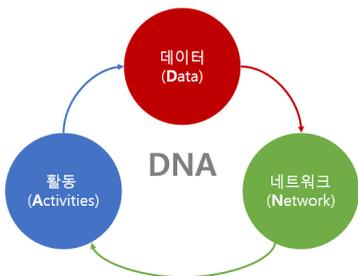
1. 빅테크의 정의

- ‘빅테크(Big Tech)’는 금융 관련 언론 및 국제기구에서 금융서비스 또는 금융상품과 매우 유사한 상품을 직접 제공하는 거대 기술회사를 지칭하는 용어로 사용됨(BIS 2019; FSB 2019a, b; Frost et al. 2019 등)
 - **(등장)** 빅테크란 용어는 미국의 ‘GAFA’(Google, Amazon, Facebook, Apple), 중국의 ‘BAT’(Baidu, Alibaba, Tencent) 등 거대 기술회사가 금융서비스를 제공하기 시작하면서부터 사용되기 시작함
- ‘핀테크(Fintech)’가 금융업에서의 기술기반 혁신을 의미한다는 점에서 빅테크의 금융서비스 제공은 핀테크의 특별한 사례로 볼 수 있으나, 빅테크는 사업분야·영향력 등 측면에서 ‘핀테크기업’과 의미가 차별화되어 사용됨
 - **(사업분야)** 핀테크기업은 금융서비스 제공이 주력사업인 반면, 빅테크는 광범위한 사업분야 중 하나로 금융서비스를 제공함
 - **(영향력)** 일반적인 핀테크기업과 달리 빅테크는 확립된 고객기반을 바탕으로 서비스를 제공하는 사업분야에서 상당한 영향력을 미치는 기업을 지칭함
- 본 보고서에서 빅테크는 대규모 고객기반을 바탕으로 금융서비스를 제공하는 비금융 주력사업을 가진 거대 기술기업으로 정의함
 - **(네트워크)** 빅테크는 기존에 보유하고 있는 네트워크에서 방대한 데이터를 수집·분석하여, 결제·송금, 예·적금, 대출, 자산관리, 보험 등 다양한 금융서비스를 제공함
 - **(주력사업)** 주력사업의 종류로 전자상거래(예, 아마존), 소셜미디어·메시징(예, 페이스북·카카오톡), 검색엔진(예, 구글·네이버) 등 플랫폼사업 외에도 하드웨어 제조(예, 애플·삼성), 통신사업(보다폰) 등이 있음
 - **(거대기업)** 빅테크로 구분할 수 있는 기업 규모에 대한 정확한 기준은 없지만, 서비스를 제공하는 사업분야에서 상당한 영향력을 미칠 수 있는 대규모 고객기반 및 자금조달력 등을 갖춘 기업을 의미함

2. 빅테크의 특징

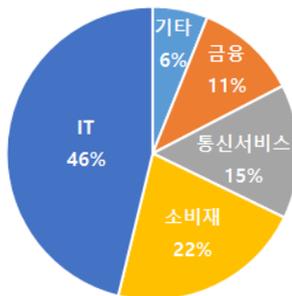
- 빅테크의 경쟁력은 데이터분석 능력(Data Analytics), 네트워크 외부효과(Network Externality), 상호 연계된 활동(Interwoven Activities)을 기반으로 함(Carstens 2021)
 - **(DNA)** 고객데이터를 바탕으로 네트워크를 형성하고, 네트워크는 참여자의 활동을 확대하며, 확대된 활동은 다시 새로운 고객데이터를 형성하는 순환고리(Data-Network-Activities Loop) 형태를 가짐
 - 네트워크 효과로 빅테크가 제공한 네트워크에 참여하는 고객이 많아질수록 새로운 고객을 유치할 가능성이 더욱 커짐
 - 기술 투자 등 초기 고정 비용이 크게 발생하지만, 고객에게 서비스를 제공할 때 발생하는 한계 비용이 매우 낮아 고객이 늘어날수록 평균비용이 낮아지는 규모의 경제가 발생함
 - 새로운 고객을 통해 획득한 데이터는 데이터분석을 통해 기존 서비스를 강화하거나 새로운 서비스를 제공하는 데 활용됨
 - **(상호증폭)** 즉, 고객 수, 데이터 획득량, 상품 및 서비스 품질 및 범위 간 상호증폭 효과가 발생함
- 빅테크는 주력사업인 IT뿐만 아니라 금융 등 광범위한 산업으로 사업분야를 확장하고, 전 세계 고객을 대상으로 상품 및 서비스를 제공함
 - **(사업확장)** 전체 매출에서 주력사업인 IT가 차지하는 비율은 46%이고, 최근 들어 진출이 활발해진 금융도 11%를 차지함
 - **(지역분포)** 전 세계적으로 자회사를 운영하고, 그 중 아시아와 북미 비중이 43%, 37%로 가장 큰 부분을 차지함

〈그림 I-1〉 빅테크의 사업모형



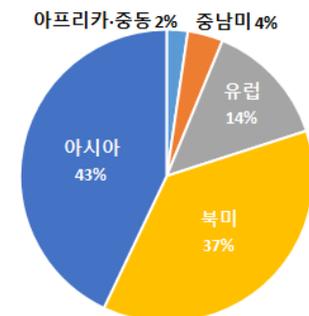
자료: Carstens(2021)

〈그림 I-2〉 섹터별 매출 비율



자료: BIS(2019)

〈그림 I-3〉 자회사의 지역 분포



자료: BIS(2019)

○ 최근 20년간 빅테크는 신생기업에서 시장지배력을 가진 기업으로 빠르게 성장하여 현재 시가총액이 금융회사보다 높음

- **(시가총액)** 2021년 3월 말 기준 전 세계 시가총액 상위 10위 안 기업 중 빅테크는 7개를 차지한 반면, 금융회사는 1개에 불과함

○ 빅테크는 사업모형의 특성상 강력한 네트워크 효과 및 규모의 경제 등이 작용하여 소수만 시장에 살아남아 높은 시장지배력과 거대한 고객기반을 보유하기 때문에 금융회사보다 수익성이 더 높음

- **(수익성)** 2018년 기준 미국 빅테크(GAFA)와 중국 빅테크(BAT)의 ROE는 각각 32%, 19%로 대형 금융회사(7%)보다 훨씬 높음

○ 빅테크는 금융회사보다 내부 자금확충 여력이 높을 뿐만 아니라 외부 자금조달 비용도 낮음

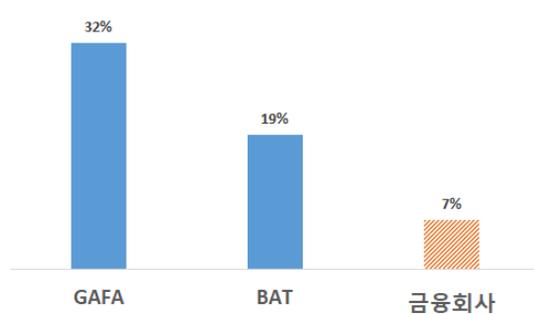
- **(자금조달력)** 빅테크는 높은 수익성으로 내부 자본확충 여력이 충분하여 현금보유가 높고, 신용등급도 높아 외부조달 비용이 더 낮음

〈그림 I-4〉 빅테크 vs. 금융회사: 시가총액



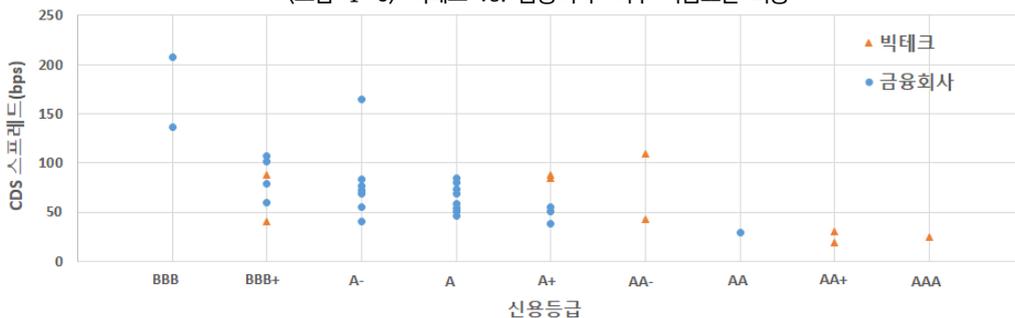
주: 2021년 3월 말 기준임
자료: Bloomberg

〈그림 I-5〉 빅테크 vs. 금융회사: 수익성(ROE)



주: 2018년 기준, 금융회사는 글로벌 시스템적 중요 은행 (G-SIB)을 대상으로 함
자료: FSB(2019b)

〈그림 I-6〉 빅테크 vs. 금융회사: 외부 자금조달 비용



주: 2018년 11월 기준임
자료: FSB(2019b)

II

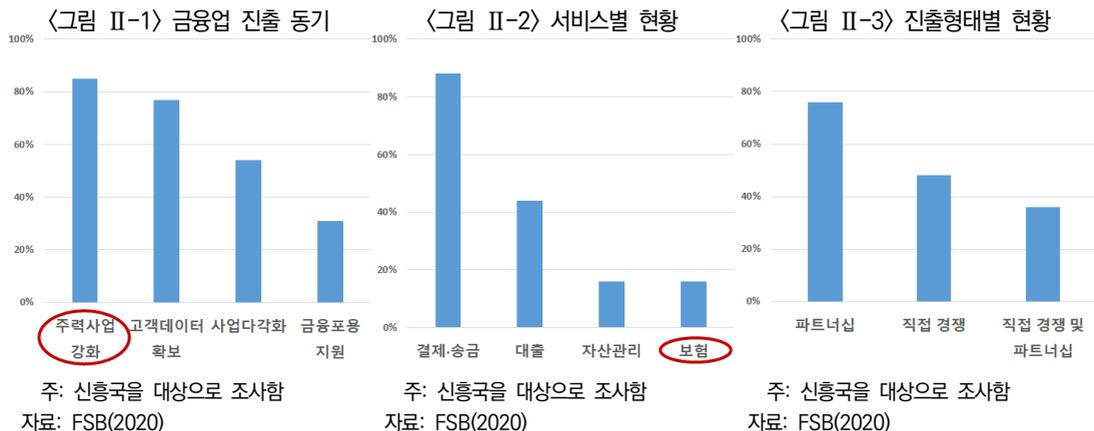
빅테크의 금융업 진출 현황

1. 빅테크의 금융업 진출 동인

- 빅테크의 금융업 진출 동인은 크게 수요와 공급 측면으로 나누어 살펴볼 수 있음(FSB 2019b, 2020; Frost et al. 2019)
 - **(수요요인)** 낮은 금융포용, 소비자 기대 변화 등
 - **(공급요인)** 데이터 접근성, 기술적 우위, 규제 미비, 경쟁 부족 등
- 금융인프라 미비로 인한 낮은 금융포용, 신기술이 제공하는 서비스에 익숙해진 소비자의 금융 서비스에 대한 기대 변화 등은 빅테크의 금융업 진출을 용이하게 함
 - **(금융포용)** 금융인프라가 발달하지 않아 지리적 이유 등으로 금융접근성이 낮은 경우, 빅테크의 금융업 진출을 통해 기존 금융회사에게 금융서비스를 제공 받지 못한 소비자들의 니즈를 충족시킬 수 있음
 - **(소비자 기대)** 신기술이 제공하는 서비스에 익숙해진 소비자(특히, 저연령층)는 금융서비스에서도 보다 높은 수준의 편의성, 신속성, 맞춤형 등을 요구하게 되어 빅테크가 제공하는 금융서비스를 선호하게 됨
- 빅테크가 가진 높은 데이터 접근성과 기술적 우위는 기존 금융회사와 차별화된 금융서비스를 공급하게 하고, 금융규제가 미비하거나 금융산업의 경쟁도가 낮을수록 빅테크의 금융업 진출 유인이 커짐
 - **(데이터)** 빅테크가 접근할 수 있는 광범위한 고객데이터는 소비자에 대한 정보를 제공하여 정보 비용과 거래비용 감소로 이어질 수 있음
 - **(분석기술)** 인공지능, 기계학습 등 신기술을 이미 널리 사용하고 있는 빅테크는 전통적인 시스템(Legacy System)을 가진 금융회사와 비교하여 데이터를 처리하는 데 우위를 가짐
 - **(규제)** 기존 금융규제(소비자보호 및 건전성 등)가 금융업에 진출한 빅테크에 동등하게 적용되지 않으면, 규제차익에 의해 빅테크에게 경쟁우위가 발생함
 - **(경쟁)** 규제(예, 금리에 대한 한도 설정) 또는 시장지배력 등으로 금융시장에서 경쟁이 제한되면 중개비용이 높은 수준에서 유지될 수 있고, 빅테크는 신기술 활용을 통해 관련 비용을 낮출 수 있어 비교우위를 가질 수 있음

2. 빅테크의 금융업 진출 현황

- 최근 빅테크는 주력사업(비금융)을 강화하기 위해 결제·송금, 예·적금, 대출, 자산관리, 보험 등 다양한 금융서비스에 대한 제공을 급속히 확대하고 있음
 - **(진출동기)** 빅테크가 주력사업(비금융)에 비해 수익성이 낮음에도 금융업 진출을 확대하는 이유는 주로 고객기반 및 충성도를 제고하여 주력사업을 보조·강화하기 위해서임
 - **(경쟁력)** 빅테크의 금융업 진출에 있어 경쟁력은 금융서비스와 비금융 주력서비스의 상호보완성으로 인한 범위·규모의 경제에서 나옴
 - 빅테크의 금융업 진출은 빅테크가 가진 기존 사업모형의 순환고리(DNA Loop)를 활용할 뿐만 아니라 더욱 강화시킴으로써 전체적인 사업모형을 더욱 견고하게 함
 - **(주력사업별)** 따라서 빅테크가 금융서비스와 상호보완성이 높은 비금융 주력사업(예, 전자상거래)을 가질수록 금융업 진출에 적극적임
- 빅테크의 금융업 진출은 결제 서비스를 시작으로 대출·예금 서비스로 확대된 이후, 교차마케팅이 가능한 영역인 자산관리·보험서비스까지 넓어지고 있음
 - **(서비스별)** 2020년 신흥국을 대상으로 한 설문조사에 의하면, 빅테크가 결제 서비스를 제공하는 경우는 88%로 높지만, 보험서비스를 제공하는 경우는 16%로 낮음
 - **(사례)** 카카오는 2014년 카카오페이(결제)를 시작으로 2017년 카카오뱅크(은행), 2020년 카카오페이증권(증권)을 설립하고, 2021년 카카오손해보험(보험)의 예비허가를 받음
- 빅테크는 기존 금융회사와 직접 경쟁하는 방식보다 협력하는 방식으로 금융업에 진출함
 - **(진출형태별)** 빅테크의 금융업 진출 방식은 크게 금융회사로서 인가를 받아 기존 금융회사와 직접 경쟁하는 방식과 기존 금융회사와 파트너십을 구축하여 협력하는 방식으로 나뉨



- 금융인프라가 발달하지 않고 금융규제 수준이 낮은 신흥국에서 빅테크의 금융업 진출이 활발함
 - (직접경쟁) 신흥국에서는 빅테크가 기존 금융회사와 파트너십을 구축하기보다 금융회사로서 인기를 받아 기존 금융회사와 직접 경쟁하는 방식으로 금융서비스를 제공함

〈표 II-1〉 주요 빅테크의 금융업 진출 현황

지역	회사명	주력사업	결제	대출	은행 (예금)	클라우드 펀딩	자산관리	보험
선진국	애플	하드웨어 제조	○	×	×	×	×	×
	아마존	전자상거래	○	○	×	○	×	○
	구글	검색엔진	○	×	○ ¹⁾	×	×	×
	페이스북	소셜미디어	○	×	×	×	×	×
	NTT 도코모	통신사업	○	○	○	○	×	×
	라쿠텐	전자상거래	○	×	○	×	○	○
신흥국	텐센트	게임·메시징	○	○	○	○	○	○
	알리바바 (엔트파이낸셜)	전자상거래	○	○	○	○	○	○
	바이두 (두샤오만파이낸셜)	검색엔진	○	○	○	○	○	○
	메르카도 리브레	전자상거래	○	○	×	×	○	×
	카카오 ²⁾	메시징	○	○	○	○	○	○ ¹⁾

주: 1) 2021년 내 서비스 제공 예정임

2) 저자가 내용을 추가함

자료: Crisanto et al.(2021)

〈표 II-2〉 주요 빅테크의 지역별 금융업 진출 형태¹⁾

회사명	미국			영국			EU			중국		
	결제	대출	은행	결제	대출	은행	결제	대출	은행	결제	대출	은행
애플	L, P	×	×	P	×	×	P	×	×	P	×	×
아마존	L	P	×	L	P	×	L	P	×	×	P	×
구글	L, P	×	×	L, P	×	×	L, P	×	×	×	×	×
페이스북	L	P	×	L	×	×	L	×	×	×	×	×
NTT 도코모	×	×	×	L	P	×	L	×	L	×	×	×
라쿠텐	L	P	×	L	×	×	L	×	L	×	×	×
텐센트	P	×	×	P	×	×	P	P	×	L, P	L, P	L ²⁾
알리바바 (엔트파이낸셜)	L	P	×	L	P	×	L	P	×	L, P	L, P	L ²⁾
바이두 (두샤오만파이낸셜)	P	×	×	P	×	×	P	×	×	L, P	L, P	L ²⁾

주: 1) L: 금융회사로 인기를 받음, P: 기존 금융회사와 파트너십을 맺음

2) 빅테크의 지분이 50% 이하임

자료: Crisanto et al.(2021)

III

빅테크의 보험업 진출 영향

1. 긍정적 효과

- 새로운 사업모형을 가진 빅테크의 보험시장 진입은 보험산업 내 경쟁 강화를 통해 보험시장 혁신을 유도하고 소비자 후생을 증대시킬 수 있음
 - **(시장 혁신)** 다양한 보험상품 및 서비스 개발, 기업 간 협쟁(Copetition)을 통한 효율성 제고 등
 - **(소비자 후생)** 금융접근성 및 편의성 증대, 맞춤형 제공으로 고객만족도 제고 등
- 빅테크의 보험업 진출은 다양한 보험상품 및 서비스 개발을 가능하게 하고, 기업 간 경쟁 및 협력을 통해 보험산업의 효율성을 제고하는 등 보험시장 내 혁신을 유도할 수 있음
 - **(다양화)** 빅테크가 가진 데이터, 네트워크, 분석기술 등은 정보비용 및 거래비용을 감소시켜 기존 보험회사가 개발하지 못한 보험상품 및 서비스를 보험시장에 제공할 수 있게 함
 - 예를 들어, 보험계약자 행동을 모니터링하는 비용이 낮아짐에 따라 예방서비스 개발이 가능해지고, 예방서비스는 보험계약자 수준뿐만 아니라 전체 경제 수준에서 비용을 감소시키는 효과가 있음
 - **(효율성)** 빅테크는 기존 보험회사와 직접 경쟁 또는 파트너십 구축 등을 통해 보험회사들의 디지털 전환을 촉진시켜 보험산업의 디지털금융 경쟁력 확보에 기여할 수 있음
- 보험소비자는 보험시장에 보다 쉽게 접근하여 편리하게 이용할 수 있고, 개인 맞춤형 상품 및 서비스를 제공받아 고객만족도가 제고될 수 있음
 - **(접근성, 편의성)** 하나의 온라인 플랫폼을 통해 보험서비스를 포함한 다양한 경제활동이 가능해져 금융소비자의 금융접근성 및 편의성이 증대됨
 - 보험소비자에게 언제 어디서든 실시간으로 보험상품 및 서비스가 제공될 수 있고, 이러한 프로세스가 자동화되어 끊임 없이 빠르게 제공되어 사용자 경험(User Experience)을 개선할 수 있음
 - **(맞춤형)** 금융소비자의 경험 및 행동에 기반한 개인 맞춤형 상품 및 서비스를 제공하여 개별 금융 소비자의 니즈를 충족시킬 수 있음
 - 예를 들어, 소비자의 위치 및 결제 정보 등을 분석하여 보험계약의 실효기간이 아니라 실제 위험에 노출된 시간을 대상으로 보장을 제공하는 보험상품을 소비자가 필요할 때 즉시 (예, 스마트폰 푸쉬 알림) 추천해 주는 서비스를 제공할 수 있음

2. 부정적 효과

- 빅테크의 보험시장 진입은 전통적 금융규제 체계로 인한 규제차익 가능성이 있고, 시장경쟁·금융 안정성·소비자보호 측면에서 새로운 유형의 리스크를 발생시켜 시장실패 가능성도 동시에 높임
 - **(규제차익)** 빅테크의 보험업 진출은 위임·위탁, 공유 등에 의해 보험서비스가 비금융과 통합되고 내재화된(Embedded) 형태로 제공됨에 따라 인허가 방식을 중심으로 한 현행 금융규제 체계에서 규제차익이 발생할 수 있음
 - 예를 들어, 빅테크의 보험회사와의 제휴는 규제 회피수단으로 남용될 수 있음

- 빅테크 사업모형의 특성상 소수에 의한 지배적 플랫폼이 구축되기 쉬워 불공정경쟁 및 독과점이 발생하여 시장효율성을 약화시킬 수 있음
 - **(불공정경쟁)** 빅테크 플랫폼에서 보험서비스가 제공될 경우, 자회사 외 제3자에 대한 불공정한 대우나 우월한 시장 지위를 이용한 불투명한 수수료 부과 등 보험소비자 이익을 침해할 소지가 있음
 - **(독과점)** 빅테크의 플랫폼 또는 온라인 중심의 사업모형은 데이터(특히, 비금융) 등 금융정보의 집중현상을 심화시키고, 이로 인한 금융정보에 대한 독점은 금융시스템의 정보효율성을 낮춤

- 빅테크와 보험회사의 과도한 경쟁심화는 보험회사의 위험추구를 부추길 수 있고, 빅테크의 대형화·비금융업과의 높은 연계성 등은 시스템리스크를 발생시킬 수 있음
 - **(위험추구)** 빅테크와의 경쟁으로 수익기반이 약화된 기존 보험회사들은 낮아진 수익성을 보전하기 위해 과도한 위험을 추구할 수 있음
 - **(시스템리스크)** 다수의 보험회사가 소수의 빅테크에게 아웃소싱을 하여 의존도가 높아질 경우 집중 리스크가 발생할 수 있고, 빅테크의 비금융사업 위험이 금융사업으로 전이되어 금융안정성에 악영향을 미칠 수 있음

- 보험시장 참여자들의 권리와 책임이 복잡해짐에 따라 소비자보호 문제가 발생할 수 있고, 기술사용에 취약한 계층이나 고위험 소비자에 대한 금융소외가 발생할 수 있음
 - **(사각지대)** 플랫폼 또는 온라인을 통해 보험상품 및 서비스를 이용하는 소비자에 대한 보호장치가 충분하지 않아 보험시장에 대한 신뢰가 하락할 수 있음
 - **(금융소외)** 기술사용에 취약한 계층은 플랫폼 또는 온라인을 통한 보험서비스 접근이 어렵고, 리스크 세분화로 고위험 소비자는 예전보다 높은 보험료를 부담하거나 더 나아가 인수심사에서 거절당할 수 있음

IV

경영대응 및 정책과제

1. 경영대응

- 디지털에 익숙한 MZ세대의 부상, 금융산업 혁신을 위한 규제 완화 등으로 보험회사는 보험수요 및 경쟁구조 변화에 직면하고 있음
 - **(보험수요)** 디지털에 익숙한 밀레니얼(1980~1994년) 및 Z세대(1995년 이후)가 경제 및 금융활동 전면에 등장함에 따라 보험상품 및 서비스에 대한 새로운 수요 및 기대가 발생하고 있음
 - **(경쟁구도)** 금융산업 혁신과 경쟁 촉진을 위해 비금융회사에 대한 금융업 관련 규제가 완화됨에 따라 보험시장에 새로운 경쟁자들이 진입하고 있음
- 보험회사는 빅테크에 비해 장기상품에 대한 노하우, 위험관리능력 등에는 강점이 있지만, 시스템 및 인력의 경직성, 비금융 데이터 접근성 및 신기술 활용도 등에는 약점이 있음
 - **(강점)** 보험회사는 건전성 및 판매 규제 등 강화된 금융규제를 준수하며 중·장기적인 위험관리능력을 바탕으로 장기상품에 대한 노하우를 가지고 있음
 - **(약점)** 전통적인 사업모형에 기반한 IT시스템 및 인력을 새로운 사업모형으로 전환하는 데 큰 비용이 발생할 것으로 예상되고, 비금융 데이터에 대한 접근성 및 신기술 활용도가 낮음

〈표 IV-1〉 보험회사와 빅테크의 SWOT 분석

분석 항목	보험회사	빅테크
강점 (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> • 보험 시장지배력 • 장기상품에 대한 노하우 • 보험 데이터(예, 보험금) 접근성 • 위험관리능력 	<ul style="list-style-type: none"> • 대규모 고객기반 • 접근성 및 편의성 • 비금융 데이터 접근성 및 신기술 활용도 • 자금조달력
약점 (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> • 취약한 수익구조 • 시스템 및 인력의 경직성 • 비금융 데이터 접근성 및 신기술 활용도 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객과 단기적 관계 형성 • 위험관리능력 • 보험 데이터(예, 보험금) 접근성
기회 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> • 보험상품 및 서비스에 대한 새로운 수요 발생 • 기술회사와의 전략적 협업을 통한 유연성 획득 	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털에 익숙한 MZ세대의 부상 • 비금융회사에 대한 금융업 관련 규제 완화
위협 (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> • 보험시장에 새로운 경쟁자 진입 • 기존 보험상품 및 서비스에 대한 수요 제한 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장독점 및 정보보호에 대한 규제 도입 • 유사 사업모형을 가진 빅테크와의 경쟁

- 빅테크의 보험업 진출은 보험회사에게 경쟁심화로 인한 고객 이탈 및 판매시장에서의 시장지배력 감소 등 위험요인이 될 수 있음
 - **(고객이탈)** 빅테크가 보험회사로 인가를 받아 보험업에 진출하는 경우, 차별화된 데이터와 기술력으로 새로운 보험상품 및 서비스를 개발·판매하여 기존 보험회사의 잠재고객(특히, MZ세대)이 이탈할 수 있음
 - **(고객접점)** 빅테크가 보험회사와 제휴하여 보험상품을 판매하는 경우, 빅테크의 우월적 지위로 인한 과도한 수수료로 보험회사의 수익성이 낮아질 뿐만 아니라 고객과의 접점을 잃어 고객데이터를 축적하지 못할 수도 있음
- 반면, 보험회사는 빅테크의 새로운 사업모형, 디지털 혁신 등을 벤치마크하여 새로운 수익기반 창출을 통한 사업다각화, 상품 및 서비스의 혁신성 제고를 통한 고객만족도 향상 등을 도모할 수 있음
 - **(디지털경쟁력)** 고객과의 접점 강화, 기술회사와의 파트너십 구축, 디지털금융 관련 인력 훈련 및 양성, 양질의 고객데이터 확보 등 성공적인 디지털 전환을 통한 디지털 환경에서의 경쟁력 확보를 위한 노력이 필요함

2. 정책과제

- 정책당국은 시장 혁신 및 소비자 후생 증대를 위해 금융규제 체계, 시장경쟁, 금융안정성, 소비자 보호 등의 측면에서 다양한 검토를 수행할 필요가 있음(김동환 2020; 이보미 2020; 황인창 2020; 구분성 2021; IAIS 2018; BIS 2019; FSB 2019b; EIOPA 2020; Carstens 2021 등)
 - **(규제체계)** 보험회사와 빅테크 간 규제차익 완화 등
 - **(시장경쟁)** 불공정경쟁 및 독과점 억제 등
 - **(금융안정성)** 보험회사의 위험추구 및 빅테크의 시스템리스크 차단 등
 - **(소비자보호)** 소비자보호 사각지대 해소 및 금융소외 방지 등
- 빅테크가 기존 보험회사와 유사한 금융서비스를 제공할 때 규제차익이 발생하는지 점검하고, 중·장기적으로 업권별 규제에서 보다 유연한 금융규제 체계로의 전환을 논의할 필요가 있음
 - **(규제차익)** 빅테크의 보험서비스 제공과 관련하여 동일 기능 - 동일 규제 원칙을 적용할 수 있는지에 대한 검토가 필요함
 - **(체계전환)** 금융과 비금융의 경계가 허물어지는 상황에서 규제차익으로 인한 시장 혁신 및 소비자 후생 훼손을 방지하기 위해 중·장기적으로 현행 권역별, 열거주의 중심의 금융규제를 기능별, 포괄주의 중심으로 전환하는 것에 대한 논의가 필요함

- 빅테크의 지배적 플랫폼 구축으로 인한 불공정경쟁 및 독점적 데이터 및 기술 활용을 억제할 필요가 있음
 - **(공정경쟁)** 특정 플랫폼이 보험상품의 판매채널을 독점하지 않도록 시장환경을 조성할 필요가 있고, 이해상충 행위 및 거래상 지위 남용 등을 규제할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음
 - **(데이터공유)** 보험회사 등 금융회사가 가지고 있는 금융 데이터뿐만 아니라 빅테크가 접근할 수 있는 비금융 데이터에 대한 공유 방안을 검토할 필요가 있음

- 경쟁심화로 인한 보험회사의 위험추구를 모니터링하고, 빅테크로부터 발생할 수 있는 시스템 리스크를 인식·관리하는 방안을 마련할 필요가 있음
 - **(위험추구)** 보험회사들의 수익성 확보를 위해 보험인수 및 자산운용과 관련하여 과도한 위험추구가 발생하지 않는지 모니터링해야 함
 - **(시스템리스크)** 빅테크의 비금융사업 위험이 금융사업으로 전이되지 않도록 차단하며, 지배적 플랫폼 구축으로 발생할 수 있는 집중리스크를 관리할 필요가 있음

- 플랫폼을 통해 보험상품 및 서비스를 이용하는 소비자에 대한 보호장치를 강화하고, 기술사용에 취약한 계층 또는 고위험 소비자의 보험시장 접근성이 훼손되는 것을 방지할 필요가 있음
 - **(판매자책임)** 플랫폼을 통해 보험상품 및 서비스가 제공되는 경우, 플랫폼사업자에 대한 판매자 책임을 강화하는 방안에 대해 논의할 필요가 있음
 - **(금융소외)** 기술사용에 취약한 계층의 보험시장 접근성을 제고하고, 고위험 소비자에게 과도하게 높은 보험료가 부과되는 것을 방지하는 방안을 마련할 필요가 있음

참고문헌

구본성(2021), 「BigTech의 금융서비스 확대에 따른 주요 이슈와 정책적 논의」, 『KIF 금융분석리포트』, 금융연구원

김동환(2020), 「금융규제 체계 재정비의 필요성과 개선방향」, 『금융브리프』, 금융연구원

이보미(2020), 「빅테크의 금융서비스가 금융안정에 미치는 영향」, 『KIF VIP 리포트』, 금융연구원

황인창(2020), 「보험산업의 디지털화에 따른 감독이슈」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원

Bank for International Settlements(BIS)(2019), “Big tech in Finance: Opportunities and Risks”, *Annual Economic Report 2019*, Chapter III, June

Carstens, A(2021), “Public Policy for Big Techs in Finance”, introductory remarks at the Asia School of Business Conversations on Central Banking webinar, “Finance as information”

Crisanto, J C, J Ehrentraud and M Fabian(2021), “Big Techs in Finance: Regulatory Approaches and Policy Options”, *FSI Briefs*, No. 12

European Insurance and Occupational Pensions Authority(EIOPA)(2020), “Discussion Paper on (Re)insurance Value Chain and New Business Models Arising from Digitalisation”

Financial Stability Board(FSB)(2019a), “FinTech and Market Structure in Financial Services: Market Developments and Potential Financial Stability Implications”

_____ (2019b), “BigTech in Finance: Market Developments and Potential Financial Stability Implications”

_____ (2020), “BigTech Firms in Finance in Emerging Market and Developing Economies”

Frost, J, L Gambacorta, Y Huang, H S Shin and P Zaiden(2019), “Big Tech and the Changing Structure of Financial Intermediation”, *Economic Policy*, Vol. 34, No. 100, pp. 761~799

International Association of Insurance Supervisors(IAIS)(2018), “Issues Paper on Increasing Digitalisation in Insurance and its Potential Impact on Consumer Outcomes”

저자약력

황인창 KAIST 경영공학(재무) 박사 / 연구위원
E-mail : ichwang@kiri.or.kr

CEO Report 2021-06호

빅테크(Big Tech)의 보험업 진출에 대한 기대와 과제

발행일 2021년 7월

발행인 안철경

발행처 보험연구원

주소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩

인쇄소 경성문화사

