

연구보고서

2023

05

해외 인슈어테크 부문 투자 동향 분석

이정우·황인창·장윤미

본 보고서에 수록된 내용은 집필자 개인의 의견이며 우리원의 공식 의견이 아님을
밝혀 둔다.



목 차

• 요약	1
I. 서론	2
1. 연구 목적 및 범위	2
2. 기존 연구와의 차별성	4
3. 연구 내용 및 구성	5
II. 인슈어테크 정의와 분류	6
1. 인슈어테크의 정의와 등장 배경	6
2. 보험종목별 분류	9
3. 핵심 기술별 분류	13
4. 가치사슬 위치별 분류	16
III. 인슈어테크 부문 글로벌 투자 동향	21
1. 전 세계 인슈어테크 투자 동향	21
2. 미국 투자 동향	23
3. 유럽 투자 동향	41
4. 2022년 투자와 추후 전망	46
IV. 결론	50
1. 주요 분석 결과	50
2. 전망	52
• 참고문헌	55
• 부록	57

표 차례

〈표 II-1〉 종목별 미국 총투자 규모 및 인슈어테크 기업 수	11
〈표 II-2〉 종목별 유럽 총투자 규모 및 인슈어테크 기업 수	12
〈표 II-3〉 기술별 미국 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수	16
〈표 II-4〉 기술별 유럽 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수	16
〈표 II-5〉 가치사슬 위치별 미국 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수	20
〈표 II-6〉 가치사슬 위치별 유럽 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수	20

그림 차례

〈그림 II-1〉 미국 인슈어테크 설립 수	8
〈그림 II-2〉 유럽 인슈어테크 설립 수	9
〈그림 II-3〉 보험종목별 분류	10
〈그림 II-4〉 보험 가치사슬	19
〈그림 III-1〉 인슈어테크 투자 변화	22
〈그림 III-2〉 시간에 따른 투자 동향	23
〈그림 III-3〉 생명·건강보험 관련 종목 투자 동향	24
〈그림 III-4〉 손해보험 관련 종목 투자 동향	25
〈그림 III-5〉 생명·건강보험 관련 투자 단계별 동향	26
〈그림 III-6〉 손해보험 관련 투자 단계별 동향	27
〈그림 III-7〉 멀티라인 관련 투자 단계별 동향	27
〈그림 III-8〉 멀티라인 관련 투자 단계별 기업 수	28
〈그림 III-9〉 전통적인 보험 가치사슬과 멀티체인의 투자 동향 비교	29
〈그림 III-10〉 전통적인 보험 가치사슬과 멀티체인의 기업당 투자 동향 비교	30
〈그림 III-11〉 보험 판매 관련 시장에 대한 투자 동향	31
〈그림 III-12〉 운영시스템과 부가가치서비스에 대한 투자 동향	32
〈그림 III-13〉 새로운 혁신적 서비스를 제공하는 기업과 보험업을 인가받은 기업에 대한 투자 동향	32
〈그림 III-14〉 자동차보험 모집 관련 시장별 동향	33
〈그림 III-15〉 자동차보험 모집 관련 시장별 기업당 투자 동향	34
〈그림 III-16〉 주택·재물보험 모집 관련 시장별 동향	35
〈그림 III-17〉 손해보험 일반종목 시장별 동향	36
〈그림 III-18〉 사이버보험 시장별 동향	37
〈그림 III-19〉 날씨·재난보험 시장별 동향	38
〈그림 III-20〉 기술별 투자 동향	39
〈그림 III-21〉 생명·건강보험 기술별 투자 동향	40
〈그림 III-22〉 자동차보험 기술별 투자 동향	41
〈그림 III-23〉 시간에 따른 투자 동향	42
〈그림 III-24〉 생명·건강보험 관련 종목 투자 동향	43
〈그림 III-25〉 손해보험 관련 종목 투자 동향	43

〈그림 III-26〉 생명·건강보험 관련 투자 단계별 동향	44
〈그림 III-27〉 손해보험 관련 투자 단계별 동향	45
〈그림 III-28〉 멀티라인 관련 투자 단계별 동향	45
〈그림 III-29〉 2022년 종목당 투자 단계별 투자 규모	46
〈그림 III-30〉 생명·건강보험 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교	47
〈그림 III-31〉 멀티라인 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교	48
〈그림 III-32〉 손해보험 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교	48



Abstract

Insurtech Companies and Investment Trends in the Evolving Insurance Landscape

This report examines the transformation of the insurance industry in recent years and the emergence of Insurtech companies, which are offering new products and services to consumers through information and communication technologies. The study aims to classify Insurtech companies and analyze investment trends in the insurance industry. The report notes that investment in Insurtech has become more concentrated in a few key companies, with successful business models being selected in auto, property, cyber, and health insurance.

The study also highlights that investment in multiline companies has grown rapidly, leading to their significant growth in the insurance industry. The report observes different changes in the value chain for each type of insurance, with investments in Insurtech companies offering multiple services and value-added services increasing more quickly than those providing only a few traditional services, especially in the life and health insurance sector.

The report concludes by discussing investment trends in 2022. The macroeconomic shock of rising interest rates resulted in low profitability for Insurtech. However, the report highlights that there are still opportunities for startups to offer innovative services, particularly in the life and health insurance and multiline insurance sub-sectors. The findings of this study have significant implications for future investments in the insurance industry, as investors seek to understand and take advantage of the new opportunities emerging in the sector.

보험산업은 최근 몇 년 동안 새로운 상품과 서비스의 개발로 인해 소비자 선택의 폭이 넓어졌다. 새로운 정보 통신 기술을 기반으로 발전한 인슈어테크 기업들은 보험 소비자 경험을 향상하는 보험 및 부가 서비스를 제공하고 있다. 본 연구는 해외 혁신적 보험서비스의 현황 분석을 목적으로 하고, 이를 위해 인슈어테크 기업을 정의 및 분류하고, 투자 동향을 통해 보험산업의 디지털 전환을 분석하고, 기업과 시장의 발전을 평가한다.

이 연구의 주요 결과 중 하나는 많은 신규 기업이 설립되고 있음에도 불구하고 소수의 기업에 투자가 더욱 집중되고 있다는 것이다. 종목별로는 자동차, 주택·재물, 사이버 및 건강보험에 집중된 투자 경향을 보였으며, 특히 다양한 종목을 다루는 기업에 대한 투자가 급격히 증가하였다. 또한 시간이 지날수록 초기단계의 스타트업보다는 후기단계의 스타트업에 투자가 집중되었음을 보였다.

또한, 전통적인 보험 가치사슬이 확장되고 있음을 보였다. 기존 보험 가치사슬의 일부 서비스만을 제공하는 기업에 대한 투자보다 다양한 서비스 혹은 기존 보험 가치사슬을 넘어서는 부가가치서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 더 빠르게 증가함을 보였다.

마지막으로 2022년 금리 상승으로 인한 거시경제적 충격이 미친 영향을 논의하였다. 거시경제 충격에도 불구하고 손해보험에서는 후기 투자단계에 있는 회사가 더 많은 자금을 확보하면서 투자의 양극화가 심화되었다. 생명·건강보험 및 멀티라인의 경우 초기 혹은 중간단계의 기업에 대한 투자가 후기단계 기업에 비해 상대적으로 영향을 적게 받았고, 이는 보다 혁신적인 서비스에 대한 수요와 새로운 스타트업 설립에 대한 기회가 여전히 존재함을 시사한다.

요약하면, 이 보고서는 소수 회사에 대한 투자 집중화, 멀티라인 회사의 성장, 보험 가치사슬의 확장, 거시경제 충격을 통해 드러난 손해보험에서의 투자 양극화, 생명·건강보험에서 새로운 보험서비스에 대한 기회를 다루고 있다. 본 연구의 결과는 미래 보험산업의 투자와 혁신적 서비스 제공에 중요한 시사점을 제공한다.

1. 연구 목적 및 범위

보험산업은 지난 몇 년간 새로운 상품 및 서비스가 창출되면서 크게 변화하고 있다. 보험 소비자는 보험 상품 및 서비스, 그리고 이를 제공하는 보험회사를 선택하는 데 있어 과거 어느 때보다 많은 선택권을 가지고 있다. 특히 보험을 제공하는 기업은 과거 전통적인 사업모형을 가진 보험회사가 아닌 새로운 정보통신기술을 바탕으로 발전한 기업인 경우가 많아지고 있다. 또한, 보험 소비 경험을 향상하는 부가가치서비스를 제공하는 기업도 나타나고 있다. 본 연구에서는 새로운 기술을 바탕으로 제공되는 상품 및 서비스, 사업모형의 발전을 이해하기 위해 최근 보험산업의 디지털 전환을 이끄는 인슈어테크 기업에 관해 서 연구하는 것을 목적으로 한다.

이를 위해 본 연구에서는 인슈어테크 기업을 정의하고 분류한다. 보험산업의 다양한 가치를 만드는 새로운 기업이 등장하면서 이들을 통틀어 ‘인슈어테크’라고 부르고 있지만 이에 대한 일괄된 정의가 부재하다. 또한, 사업모형에 대한 분류 기준도 기존 연구에서는 모호하여 기존 보험회사와의 관계, 인슈어테크 기업 간의 관계에 대한 분석이 어렵다. 본 연구에서는 정의와 분류를 명확히 하여 디지털 전환이 보험산업에 미치는 범위를 분석하고 추후 연구에도 도움이 되고자 한다.

또한, 인슈어테크 기업 분류별로 투자 동향을 살펴보고 이를 통해 기업·시장·산업의 발전 정도를 평가한다. 인슈어테크 관련 산업은 본격적으로 성장하기 시작한 지 오랜 시간이 지나지 않았기 때문에 상장한 기업들이 많지 않다. 따라서 기업에 대한 상세 데이터를 얻기 쉽지 않고, 성공적인 상품이나 서비스에 대한 평가가 어렵다. 투자액 자체가 발전 정도를 정확하게 투영하지는 않지만, 최근 빠르게 변화·성장하고 있는 산업인 만큼 데이터가 부족한 환경에서 투자의 흐름을 이용한 척도는 유의미할 것으로 기대한다.

마지막으로 산업에서의 성공 혹은 실패에 따른 주요 인슈어테크 기업의 사업모형을 분석하는 것이다. 2009년 약 1억 달러였던 전 세계 인슈어테크 부문에 대한 투자 규모가 2022

년 약 100억 달러로 100배 가까이 늘었다. 특히 팬데믹(Pandemic)을 거치며 비대면 서비스가 활성화되면서 새로운 기술에 대한 수요가 늘고 그에 따라 투자가 늘었다. 산업이 점차 성숙해감에 따라 기업공개도 늘어났고 실패한 기업도 늘어났다. 본 연구에서는 최근 성장한 인슈어테크와 실패한 인슈어테크의 사업모형 예시를 살펴보았다.¹⁾

본 연구에서는 혁신적 보험 상품 및 서비스를 제공하는 기업으로 연구 대상을 한정한다. 본 연구에서 정의하는 인슈어테크 기업은 보험의 가치사슬에서 새로운 정보통신기술을 통해 부가가치를 생산하며, 투자 정보가 CB Insights에 기록된 스타트업이다.²⁾ 기존 연구에서는 ‘핀테크’를 이용하여 인슈어테크를 정의하기도 하지만 우리는 보험산업의 관점에서 가치를 생산하는 기업을 대상으로 삼았다. 또한, ‘디지털 플랫폼’ 개념과 혼용하기도 하지만 본 보고서에서는 플랫폼을 보험 가치사슬 중 ‘마켓플레이스(Marketplace)’와 ‘운영시스템(Operation System)’으로 나누어 분류하였다. 이에 대한 자세한 내용은 II장에서 다룬다. ‘디지털 보험회사’라는 개념을 따로 정의하지 않는 대신, 보험업 인가를 받은 인슈어테크를 인가받은 보험회사(Licensed Carrier)로 분류하였다.³⁾

본 연구의 주요 대상이 스타트업인 만큼 이들 기업은 정부 정책이나 제도, 혹은 거시경제 상황에 영향을 받기 쉽다. 특히 2022년에는 금리 상승, 높은 인플레이션 환경, 저성장 우려로 인해 핀테크, 로봇, 바이오 등 인슈어테크를 포함한 혁신기업들의 수익률이 모두 낮았다. 하지만 본 연구에서는 거시경제 충격이 산업에 미친 영향은 다루지 않고, 미시적인 개별 기업에 미친 영향에 대해 다룬다. 본 연구에서는 다루지 않지만, 정부 정책이나 제도, 거시경제 상황은 그 변화가 매우 빠르고 인슈어테크의 성패에 큰 영향을 미칠 수 있으므로 추후 연구에서 이루어질 것으로 기대한다.

1) 본 연구에서 중점적으로 보는 기업은 대부분 스타트업이므로 기업정보가 제한적임. 따라서 산업 전반을 일반적으로 이해한다기보다 해당 기업들 자체를 분석하는 본질적 사례연구(Intrinsic Case Study)를 하였음

2) 정의는 II장에서 다룸. CB Insights는 빅데이터와 알고리즘을 이용하여 온라인에 공개된 기업에 대한 정보를 수집하는 기업임

3) 박소정·박지윤(2017), 손재희(2022)는 디지털 보험회사(Digital Insurance Company)를 보험 가치사슬 전 영역의 디지털화를 추구하는 회사로 소개하고 있음

2. 기존 연구와의 차별성

본 연구는 기존 연구와 다양한 면에서 차별성을 가진다. 우선 연구의 목표에서 차별성을 가진다. 기존 연구⁴⁾는 새로운 정보통신기술을 활용하는 인슈어테크 부문 초기 사례 소개가 주목적이었던 반면에 본 연구에서는 최근 해당 산업이 본격 활성화된 만큼 인슈어테크 관련 시장에 대한 개념을 정립하고 체계적인 분류와 투자 동향을 살펴본다.

인슈어테크 기업에 대한 정의에서도 차이가 있다. 본 연구에서는 보험산업 가치사슬의 일부 혹은 전체를 디지털화하거나 기존 보험상품에 부가가치 상품 혹은 서비스를 추가하는 스타트업을 인슈어테크로 정의한다.⁵⁾ Braun and Schreiber(2017)는 인슈어테크를 보험산업의 가치사슬을 디지털화하고 온라인 채널을 통해서만 보험상품을 판매하는 기업으로 한정시키고 있다. 또한, 손재희 외(2022)는 보험 면허를 보유하고 디지털 보험을 직접 제조·판매하거나 디지털 보험서비스를 제공하는 기업을 디지털 보험회사로 정의한다. 본 연구는 직접적으로 판매를 하지 않더라도 보험 가치사슬의 일부라도 자동화 혹은 효율화시키는 스타트업을 인슈어테크로 정의한다.

인슈어테크 기업을 분류하는 체계에서도 차이가 있다. Braun and Schreiber(2017)는 인슈어테크를 BMN(Business Model Navigator)⁶⁾에 따라 55개의 사업모형으로 분류한다. 손재희 외(2022)는 제공서비스, 대상 고객, 설립방식에 따라 15개의 사업모형으로 분류한다. 박소정·박지윤(2017)은 디지털 판매, P2P 보험, 사물인터넷, 빅데이터와 인공지능으로 분류한다. 본 연구는 각 기업이 특화한 기술과 보험 가치사슬 내 위치에 따라 사업모형을 분류한다. 이로 인해 직관적으로 사업모형을 이해할 수 있으며, 확정된 시장별로 투자 규모와 흐름, 그리고 시장집중도를 분석한다.

마지막으로 최신 자료를 업데이트한다는 점에서도 차별성을 가진다. 최근 팬데믹(Pandemic)과 더불어 급격히 투자와 발전이 이루어진 산업이기 때문에 본 연구는 그에 따른 새로운 투자 동향을 업데이트한다.

4) 박소정·박지윤(2017); Braun and Schreiber(2017); 김규동·김윤진(2021); 권오경(2016)

5) Cappiello(2020a, 2020b), Cortis et al.(2019), Mueller(2018), OECD(2017), Tanguy and Lorenz(2017)도 비슷하게 정의함

6) Who-What-How-Why에 따라 사업모형을 분류하는 방식임

3. 연구 내용 및 구성

본 보고서의 구성은 다음과 같다. I 장 서론에 이어 II장에서는 혁신적 보험서비스를 제공하는 대상인 인슈어테크를 정의하고, 보험종목별, 핵심 기술별, 제공하는 핵심 서비스가 해당하는 가치사슬의 위치에 따라 기업을 분류한다. III장에서는 투자 데이터를 활용하여 세부 분야별 투자 흐름을 통해 시장에서의 평가를 살펴본다. 마지막으로 IV장에서는 주요 분석결과를 정리하고 전망을 다룬다.

II

인슈어테크 정의와 분류

수백 년 동안 거의 바뀌지 않았던 보험업에서 최근 정보통신기술의 발달로 인해 디지털혁명이 일어나고 있다.⁷⁾ 비대칭정보, 도덕적 해이, 그리고 보험금 청구과정 등 기존 보험업에 산재하던 문제나 비효율적인 과정이 새로운 기술의 발달로 인해 해결 혹은 완화할 수 있게 되었다(Cappiello 2020b). 예를 들어, 보험상품 판매와 보험금 청구과정이 디지털화되면서 기존 사업 프로세스가 자동화·표준화되는 등 더욱 효율적으로 바뀌었다. 또한 텔레매틱스 상품 혹은 사이버 보험 등 기존에 존재하던 상품들이 수정되거나 새로운 상품이 개발되었다. 소셜미디어나 챗봇을 이용하는 등 보험회사와 소비자 사이의 상호 교류하는 방법도 바뀌었다. 이러한 배경에는 새로운 기술을 이용한 보험사업모형을 통해 보험산업에 진입한 스타트업이 있고, 기존 연구에서는 이를 인슈어테크(Insurtech)라 통칭하고 있다. 본 장에서는 혁신적 보험서비스를 제공하는 주체인 인슈어테크 기업을 정의하고 분류한다.

1. 인슈어테크의 정의와 등장 배경

인슈어테크(Insurtech)는 보험(Insurance)과 기술(Technology)의 합성어로서, 정보통신 기술(Information and Communications Technology: ICT)을 이용하여 보험산업 디지털 전환을 주도하는 다양한 기업을 일컫는다. 본 연구는 정보통신기술을 통해 보험산업 가치사슬의 일부 혹은 전체를 디지털화하거나 기존 보험상품에 부가가치 상품 혹은 서비스를 추가하는 스타트업을 인슈어테크로 정의한다.

기존 연구는 인슈어테크를 다양하게 정의하였다. Braun and Schreiber(2017)는 보험산업의 가치사슬을 디지털화하고 온라인 채널을 통해서만 보험상품을 판매하는 기업으로 한정시켰다. 또한, 손재희 외(2022)에서 연구하는 디지털 보험회사는 보험 면허를 보유하고 디지털 보험을 직접 제조·판매하거나 디지털 보험서비스를 제공하는 기업으로 정의하

7) Yan et al.(2018)

였다. 본 연구에서는 직접적으로 판매를 하지 않더라도 보험 가치사슬의 일부라도 자동화 혹은 효율화시키는 스타트업을 인슈어테크로 정의한다.

Mueller(2018)는 인슈어테크를 기술을 이용하여 보험산업에서 경쟁을 하거나 부가가치를 제공하는 보험회사, 보험중개인, 혹은 일부 보험 가치사슬 전문가로 정의하였다. Cortis et al.(2019)은 기술을 이용하여 언더라이팅, 위험관리, 보험금 청구를 효율화시키는 기업을 인슈어테크로 정의하였다. Pollari and Ruddenklau(2018)는 가격 책정, 상품 유통 혹은 보험상품을 직접적으로 제공하기 위해 주요 사업에 혁신적인 기술을 이용하는 기업으로 정의했다. Scott-Briggs(2016)는 인슈어테크라는 용어는 디지털 기술을 필요로 하는 보험산업의 변화와 연관이 있다고 하였다. Capgemini and Efma(2017)는 ‘인슈어테크’는 보험에 있어서 구체적인 적용이 가능한 기술 기반 능력을 말하고, ‘인슈어테크 기업’은 대체로 설립된 지 5년이 되지 않았고, 상대적으로 작지만 성장하고 있는 소비자 기반을 갖추고 있으면서 인슈어테크를 기반으로 하는 상품을 제공하는 기업으로 정의했다. Tanguy and Lorenz(2017)는 맥킨지(McKinsey) 보고서를 통해 인슈어테크는 보험산업에 들어간 기술 주도 기업으로서, 디지털에 능숙한 소비자 기반을 대상으로 새로운 기술의 혜택을 제공한다고 하였다. 미국 보험감독자협회(National Association of Insurance Commissioners; NAIC)는 인슈어테크라는 용어는 보험에 있어서 기술의 혁신적인 사용을 말하고, 인슈어테크는 핀테크의 부분집합이라 하였다.⁸⁾ 표준화된 정의는 없지만, 본 연구에서는 인슈어테크와 인슈어테크 기업을 구분하지 않고, 디지털화된 상품이나 서비스를 보험산업에 제공하는 기업을 뜻한다.

인슈어테크의 핵심기술에는 빅데이터, 인공지능, 그리고 블록체인이 있다(Cortis et al. 2019). 크고 연속적인 데이터는 보험 시장과 비즈니스 프로세스를 변화시킬 뿐만 아니라 보험계약자의 도덕적 해이를 막고 보험금 지급관리 과정을 간소화시킨다. 또한 위험이 더욱 세분되면서 보험 적용 가능성이 더욱 확장된다. 인공지능(Artificial Intelligence; AI)은 전통적인 보험 사업 과정의 모든 면을 효율화시키고 있다. 또한, 현 보험 가입자뿐만 아니라 잠재적인 보험 소비자와의 상호 교류에 인공지능이 쓰이고 있다. 한편으로는 블록체인 기술을 이용해 P2P(Peer-to-Peer) 형식의 보험 사업모형도 나오고 있다.

본 연구는 CB insights에서 제공하는 데이터를 이용하였다. CB Insights에서는 인슈어테크를 보험사업을 운영하는 데 핵심 운영 체계나 보조 체계를 개선하는 기술을 쓰는 기업

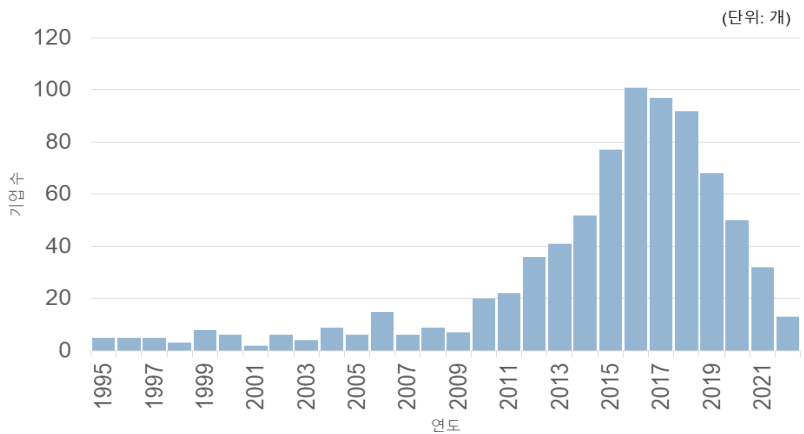
8) <https://content.naic.org/cipr-topics/insurtech>

이나 스타트업으로 정의하고 새로운 상품구조를 설계, 언더라이팅 모형을 개선, 보험금 지급관리 가속화, 소비자 경험을 개선하는 데 쓰이고 있다 하였다.

CB Insights는 2023년 12월 기준 2,154개의 기업을 Expert Collection이라는 구역으로 인슈어테크로 분류하고 있다. 본 연구는 CB Insights에서는 인슈어테크로 분류하지 않지만, CB Insights에서의 Insurtech 검색을 통해 기업 자체 설명에 인슈어테크라는 단어가 있는 기업 중 벤처캐피탈 등을 제외하고, 설립연도가 1995년이거나 그 이후인 총 963개의 미국과 총 559개의 유럽기업을 분석 대상으로 했다.⁹⁾¹⁰⁾ 미국과 유럽은 보험산업 구조 뿐만 아니라 시장 규모, 정책이나 제도가 다르므로 따로 분리하여 분석한다.

〈그림 II-1〉은 시간에 따른 미국 인슈어테크의 설립 수를 나타낸다. 그림에서 볼 수 있듯이 2010년 이전까지는 매년 5개 안팎의 인슈어테크가 설립되었지만, 2010년 19개를 시작으로 설립된 기업 수가 증가하여 2016년에는 100개를 넘어섰다가 다시 하락하는 추세를 보였다. 특히, 팬데믹이 시작된 2020년부터는 급격하게 줄었고, 2022년에는 13개가 설립되는 데 그쳤다.

〈그림 II-1〉 미국 인슈어테크 설립 수



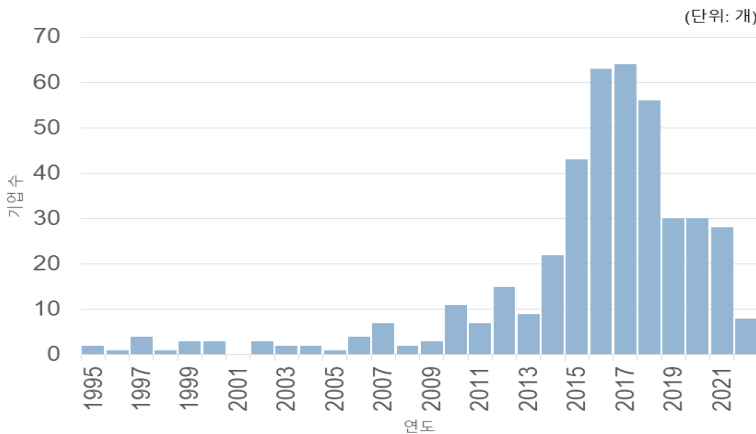
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

9) 예를 들어, 2022년 12월 13일 기준 Cygnvs라는 기업은 CB Insights 내 Expert Collection에서는 인슈어테크로 분류되어 있지 않지만, 회사 설명에는 인슈어테크라고 설명하고 있음. 이는 CB Insights의 분류가 소속 애널리스트의 수작업으로 이루어지기 때문에 놓친 부분인 것으로 보임

10) 인슈어테크 기업의 시장분류는 2022년 기준이며, 그 이전에 전환은 없었다고 가정하였음

〈그림 II-2〉는 시간에 따른 유럽 인슈어테크의 설립 수를 나타낸다. 그림에서 볼 수 있듯이 2010년 이전에는 매년 10개 미만의 인슈어테크가 설립되었지만, 2010년 11개를 시작으로 설립된 기업 수가 증가하여 2016년과 2017년에는 각 63개와 64개가 설립되었다가 다시 하락하는 추세를 보였다. 특히, 전 세계적으로 거시경제 충격이 있었던 2022년에는 8개가 설립되는 데 그쳤다.

〈그림 II-2〉 유럽 인슈어테크 설립 수



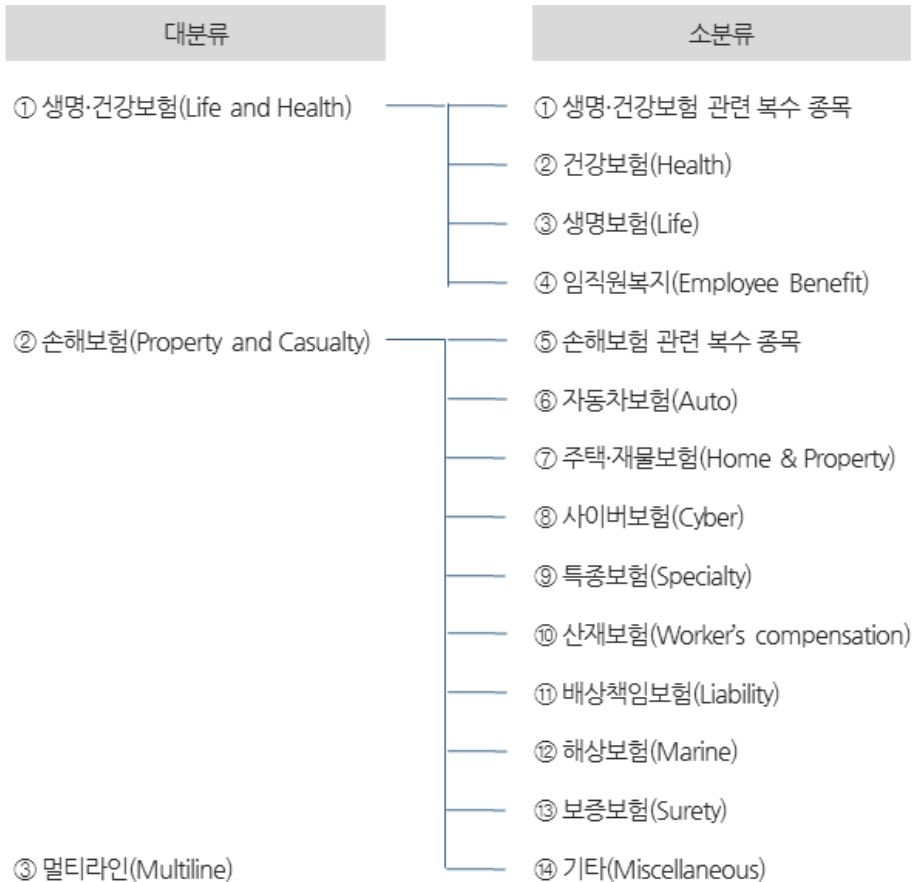
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

2. 보험종목별 분류

본 연구는 새롭게 보험종목을 분류하였다. 스타트업의 진출이 상대적으로 쉬운 종목이 있을 수 있고, 국가별로 종목이 다를 수 있기 때문이다. 분류는 크게 두 단계로 하였는데, 첫 단계에서는 세 가지의 종목, 두 번째 단계에서는 10여 개의 종목으로 나누었다. 우선 크게 생명·건강보험(Life and Health)과 손해보험(Property and Casualty), 멀티라인(Multiline)으로 나누었다. 많은 인슈어테크가 면허와 상관없이 다양한 종목을 운영하고 있는데, 이들을 멀티라인에 포함했다. 두 번째 단계에서는 건강(Health), 생명(Life), 임직원복지(Employee Benefit), 자동차(Auto), 주택·재물(Home & Property), 사이버(Cyber), 특종(Specialty), 산재(Worker's Compensation), 배상책임(Liability), 해상(Marine), 보증(Surety), 기타

(Miscellaneous)로 나누었다. 또한, 생명·건강보험 내 복수의 종목을 상대로 운영하는 기업과 손해보험 내 복수의 종목을 운영하는 기업은 각각 소분류 단계에서 생명·건강보험 관련 복수 종목과 손해보험 관련 복수 종목으로 분류하였다. 조사하는 과정에서 상대적으로 빈도가 많은 종목은 따로 분류하였다.

〈그림 II-3〉 보험종목별 분류



〈표 II-1〉에서는 미국 내 종목별 총투자 규모와 인수어테크 기업 수를 나타냈다. 우선 대분류에서는 생명·건강보험 분야에 가장 큰 규모인 263억 445만 달러가 투자되었고, 손해보험 분야에서는 177억 2,440만 달러, 멀티라인에는 174억 9,266만 달러가 투자되었다. 반면 기업 수는 손해보험 분야에 436개로 가장 많았고, 생명·건강보험 분야에 282개, 멀

티라인에 245개가 있었다.

소분류에서는 생명·건강보험과 손해보험의 차이가 더욱 두드러졌다. 생명·건강보험에서는 건강보험 관련 인슈어테크에 대한 투자가 197억 1,875만 달러로 가장 규모가 컸고, 기업 수도 178개로 가장 많았다. 생명·건강보험 관련 복수 종목에 대한 투자가 27억 8,580만 달러로 뒤를 이었다. 생명보험 관련 인슈어테크에 대한 투자는 16억 1,595만 달러였지만 기업 수는 50개로 복수 종목 25개나 임직원복지 관련 기업 29개보다 많았다.

손해보험 분야에서는 복수 종목에 대한 투자가 57억 4,714만 달러로 가장 규모가 컸고, 기업 수도 132개로 가장 많았다. 자동차보험 관련 인슈어테크에 대한 투자가 56억 3,449만 달러로 뒤를 이었고, 다음으로는 주택·재물보험 관련, 사이버보험 관련 투자가 각각 27억 4,878만 달러, 11억 866만 달러였다.

〈표 II-1〉 종목별 미국 총투자 규모 및 인슈어테크 기업 수

(단위: 백만 달러, 개)

종목	투자 규모	수	종목	투자 규모	수	종목	투자 규모	수
생명·건강	26,304.5	282	손해	17,724.4	436	멀티라인	17,492.7	245
복수 종목	2,785.8	25	복수 종목	5,747.1	132	-	-	-
건강	19,718.8	178	자동차	5,634.5	67	-	-	-
생명	1,616.0	50	주택·재물	2,748.8	97	-	-	-
임직원복지	2,184.0	29	사이버	1,108.7	28	-	-	-
-	-	-	특종	952.7	48	-	-	-
-	-	-	산재	518.1	25	-	-	-
-	-	-	배상책임	34.7	4	-	-	-
-	-	-	해상	5.1	3	-	-	-
-	-	-	보증	1.5	4	-	-	-
-	-	-	기타	973.3	28	-	-	-

주: 첫 행은 대분류 종목을 나타내고, 두 번째 행부터는 소분류 종목임. 두 번째 행의 복수 종목은 첫 열부터 각각 생명·건강과 손해 각 분야에서 복수의 종목을 상대로 운영하는 인슈어테크 기업 수를 나타냄

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

다음으로는 유럽 내 종목별 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수를 〈표 II-2〉에 나타냈다. 대분류에서는 미국과 달리 손해보험 분야에 가장 큰 규모인 42억 5,548만 달러가 투자되

있고, 생명·건강보험 분야에서는 15억 8,190만 달러, 멀티라인에는 34억 2,968만 달러가 투자되었다. 기업 수는 손해보험 분야에 297개로 가장 많았고, 생명·건강보험 분야에 73개, 멀티라인에 184개가 있었다.

소분류 생명·건강보험에서는 미국과 마찬가지로 건강보험 관련 인슈어테크에 대한 투자가 12억 4,790만 달러로 가장 규모가 컸고, 기업 수도 32개로 가장 많았다. 반면 미국과 달리 생명·건강보험 관련 복수 종목에 대한 투자는 4,274만 달러에 그쳤다. 생명보험 관련 인슈어테크에 대한 투자는 1억 4,569만 달러였고 기업 수는 28개였다.

손해보험 분야에서는 복수 종목에 대한 투자가 19억 4,653만 달러로 가장 규모가 컸고, 기업 수도 117개로 가장 많았다. 자동차보험 관련 인슈어테크에 대한 투자가 10억 1,692만 달러로 뒤를 이었다. 미국과 달리 특종보험 관련 투자가 주택·재물보험 관련 투자보다 많았는데, 각각 7억 1,985만 달러와 3억 2,489만 달러였다.

〈표 II-2〉 종목별 유럽 총투자 규모 및 인슈어테크 기업 수

(단위: 백만 달러, 개)

종목	투자 규모	수	종목	투자 규모	수	종목	투자 규모	수
생명·건강	1,581.9	73	손해	4,255.5	297	멀티라인	3,429.7	184
복수 종목	42.7	12	복수 종목	1,946.5	117	-	-	-
생명	145.7	28	자동차	1,016.9	65	-	-	-
건강	1,247.9	32	주택·재물	324.9	45	-	-	-
임직원복지	145.6	6	사이버	141.2	14	-	-	-
-	-	-	특종	719.9	39	-	-	-
-	-	-	산재	0.0	1	-	-	-
-	-	-	배상책임	7.2	2	-	-	-
-	-	-	해상	0.0	3	-	-	-
-	-	-	보증	78.6	2	-	-	-
-	-	-	기타	20.3	9	-	-	-

주: 첫 행은 대분류 종목을 나타내고, 두 번째 행부터는 소분류 종목임. 두 번째 행의 복수 종목은 첫 열부터 각각 생명·건강과 손해 각 분야에서 복수의 종목을 상대로 운영하는 인슈어테크 기업 수를 나타냄
 자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

3. 핵심 기술별 분류

본 연구에서는 인슈어테크 기업을 주 사용 기술에 따라 분류를 하였다. 기술의 발전으로 인해 기존에 존재하던 전형적인 보험 사업모형과 다른 새로운 사업모형을 통해 인슈어테크 기업은 보험산업에 진출하였다. 보험산업은 새로운 기술로 단순히 소비자 만족도를 높이는 것을 넘어서 대전환을 맞게 되었다. 보험회사는 대량의 데이터를 웨어러블, 텔레메틱스 혹은 다른 출처로부터 얻을 수 있게 되었고, 이를 다양한 의사결정에 이용할 수 있게 되었다. 본고는 새로운 기술의 종류를 업무효율화 관련 기술, 데이터 관련 기술, 새로운 사업모형에 관련한 기술로 나누었다. 업무효율화와 관련된 기술로는 자동화(Automation)와 클라우드(Cloud-based Solution)가 있다. 데이터 관련 기술로는 데이터 분석(Data Analytics), 인공지능(Artificial Intelligence; AI), 사물인터넷(Internet of Things; IoT)이 있고, 새로운 사업모형에 관련한 기술로는 블록체인(Blockchain)이 있다. 본고는 각 인슈어테크 기업을 주 사용 기술에 따라 분류하였다.

가. 업무효율화

1) 자동화(Automation)

기존에 존재하던 보험 관련 업무를 디지털 전환하는 기술이다. 보통 핸드폰에 설치할 수 있는 애플리케이션이나 혹은 웹사이트 개발을 통해 보험의 가치사슬의 일부를 자동화한다.

예를 들면 최근 생명 보험회사들은 연구·개발 예산을 언더라이팅 과정의 효율성을 높이는 기술에 집중하고 있다.¹¹⁾ 로봇 프로세스 자동화(Robot Process Automation)란, 반복적인 작업을 자동화시키고 작업 절차를 간소화시켜 사업의 효율성을 높이는 데 도움을 주는 기술이다. 보험회사는 이 기술을 활용하여 약관 수정, 데이터 구성 및 수집, 약관 발행과 같은 단순한 언더라이팅 작업을 자동화할 수 있다.

로봇 프로세스 자동화에 특화된 인슈어테크 기업으로는 뉴욕에 본사를 둔 UiPath가 있다. 이 기업은 2005년에 설립되어 2021년 4월 기업공개를 하기 전까지 총 96억 달러의 투자 유치에 성공했는데, 고유의 시스템을 이용해 언더라이팅, 보험금 지급관리 과정, 계약관리, 지급결제 과정을 자동화했다.

11) CB Insights(2022e)

2) 클라우드(Cloud-based Solution)

기술 발달로 다양한 정보가 생산되지만, 개인이 이러한 데이터를 저장할 공간은 부족하게 되었다. 이로 인해 개발되고 발달한 서비스가 클라우드(Cloud-based Solution)이다. 이 기술은 개인 컴퓨터나 서버 대신 인터넷으로 연결된 네트워크를 통해 데이터를 저장·관리·처리할 수 있다.

클라우드 서비스는 업무처리를 빠르게 하고 시스템의 유연성을 높이기 때문에 점점 더 많은 기업이 이를 이용하고 있다. 예를 들어 EIS Group이나 Flexible Architecture & Simplified Technology는 그들의 소프트웨어를 통해 보험회사가 빠른 신제품 발표, 새로운 판매채널 개시, 새로운 기술 접목, 다른 인슈어테크와의 협업체계 구성 등을 빠르게 할 수 있게 도와준다.

나. 데이터

1) 데이터 분석(Data Analytics)

가장 흔한 형태의 기술 중 하나이다. 기술의 발달로 인해 흔해진 데이터들을 분석하여 사용자의 효율적인 의사결정에 도움을 주는 기술이다.

예를 들어 비즈니스 인텔리전스(Business Intelligence & Analytics) 시스템은 데이터 마이닝이나 데이터 시각화를 통해 보험회사가 데이터 기반의 의사결정을 하도록 지원한다. 또 다른 데이터 분석 기술은 데이터 클리닝(Data Cleaning)이나 데이터프렙(Data Prep System) 등으로 보험회사가 언더라이팅 데이터를 모으고 구조화한다. 이러한 기술은 일상적인 작업과 더 중요하고 복잡한 사례를 분류하여 언더라이터가 후자에 집중할 수 있게 만들어 언더라이팅 과정의 생산성을 높인다.

2) 인공지능(Artificial Intelligence; AI)

보험산업에서는 다양한 방식으로 인공지능이 활용될 수 있다. 하나의 예로는 보험금 지급 관리 분석(Claim Assessment Analytics)이 있다. 이 시스템은 보험금 지급관리 과정에서 해당 사례와 관련한 모든 정보를 수합하고 분석하여 다음 단계를 제시한다. 예를 들면, 이

시스템은 해당 사례가 단순 처리가 가능한 사례인지 혹은 직접 검토가 필요한 사례인지 구분한다. DataRobot은 보험회사에 제공하는 머신러닝 시스템을 통해 보험금 지급관리 과정에서 속도와 정확성을 높이고 운영비용을 낮춘다.

또 다른 예로는 ASAPP에서 제공하는 인공지능 소프트웨어다. 이 소프트웨어는 콜센터에서 가장 효율적으로 일하는 직원의 통화를 분석하여 다른 직원이 고객 응대를 할 때 실시간으로 도움을 준다. 또한 고객과의 인터넷 채팅에서 고객의 질문에 대한 예상 답변에 대한 선택지를 직원에게 제공하여 효율적인 업무처리를 돕고 소비자 경험을 향상한다.

3) 사물인터넷(Internet of Things; IoT)

기술의 발달로 인해 다양한 정보를 실시간으로 수집할 수 있게 되었다. 보험산업에서는 여러 물건이나 기기를 네트워크로 연결하여 수집된 정보를 보험회사가 다양하게 이용할 수 있다.

대표적인 예로는 SmartDrive에서 개발한 자동사고녹화시스템(Automated Event Recorder)이 있다.¹²⁾ 이 시스템을 통해 운전자의 습관을 분석해서 운전자가 운전 습관을 개선하여 위험을 완화하는 데 도움을 준다. 또 다른 예로는 Nest Labs에서 개발한 Nest Learning Thermostat이다. 이 시스템은 사용자의 습관이나 실내 온도에 대한 선호를 분석하여 자동으로 온도를 조절한다. 이를 통해 사용자는 편안하게 실내 온도를 조절하면서도 전기 사용을 아낄 수 있다.

다. 새로운 사업모형 관련 기술: 블록체인(Blockchain)

블록체인은 소규모 데이터들이 사슬 형태로 무수히 연결되어 형성된 '블록'이라는 분산 데이터 저장 환경에 관리 대상 데이터를 저장함으로써 누구도 임의로 수정할 수 없고 누구나 변경의 결과를 열람할 수 있게끔 만드는 기술이다. 이 기술을 기반으로 보험산업에서는 P2P 보험 등이 개발되었다. FairSide Network는 암호화 토큰 FSD로 구동되는 서비스이다.¹³⁾ 탈중앙화 비용 공유 네트워크를 통해 암호화 사용자에게 기존 보험과 같은 혜택을 제공한다.

12) CB Insights(2020)

13) CB Insights(2022a)

〈표 II-3〉 기술별 미국 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수

(단위: 백만 달러, 개)

기술	투자 규모	수	기술	투자 규모	수	기술	투자 규모	수
자동화	16,443.7	198	데이터 분석	20,786.7	391	블록체인	531.3	17
클라우드	2,416.8	85	인공지능	15,950.2	213	-	-	-
-	-	-	사물인터넷	5,364.8	55	-	-	-

주: 주 사용 기술이 불확실한 4개 기업은 제외하였음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈표 II-4〉 기술별 유럽 총투자 규모와 인슈어테크 기업 수

(단위: 백만 달러, 개)

기술	투자 규모	수	기술	투자 규모	수	기술	투자 규모	수
자동화	275.9	94	데이터 분석	6,457.0	258	블록체인	141.0	24
클라우드	953.2	59	인공지능	1,110.0	73	-	-	-
-	-	-	사물인터넷	320.8	33	-	-	-

주: 주 사용 기술이 불확실한 18개 기업은 제외하였음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

4. 가치사슬 위치별 분류

인슈어테크는 보험 가치사슬의 변화를 통해 보험산업의 디지털 전환을 이끌고 있다. 구체적으로 어떤 사슬의 변화를 어떻게 바꾸고 있는지 정량적으로 분석하기 위해 인슈어테크를 가치사슬 위치에 따라 분류할 필요가 있다. 본 연구에서는 인가받은 보험회사(Licensed Carrier), 인가받은 보험 중개·대리회사(Licensed Agent/Broker), 마케팅(Marketing, Sales), 마켓플레이스(Marketplace), 언더라이팅(Underwriting), 보험금 지급관리(Claim Management), 계약관리(Customer Service), 상품개발(Product Development), 운영시스템(Operation System), 부가가치서비스(Value-Added Services), 예방·예측서비스(Predictive Model or Preventive Service), 데이터 제공(Data Provision), 멀티체인(Multichain)으로 분류하였다. 아래에서는 각 분류에 관해 설명하고, 실제 연구자가 연구 과정에서 사용한 분류 체계는 부록에서 다뤘다.

가. 인가받은 보험회사(Licensed Carrier)와 인가받은 중개·대리회사(Licensed Agent/Broker)

인가받은 보험회사와 인가받은 중개·대리회사는 전통적인 의미의 보험회사와 보험 모집 회사라 할 수 있다. 인슈어테크는 가치사슬 일부만을 효율화시키기도 하지만, 보험 가치사슬 전체를 효율화 시키기도 한다. 인가받은 보험회사는 풀 스택 보험회사(Full-stack insurer)¹⁴⁾라고도 부르며, 보험 가치사슬 전체에 걸쳐 사업을 운영한다. 이는 기존 보험회사와 직접적으로 경쟁하는 인슈어테크라고 할 수 있다. 인가받은 중개·대리회사는 보험 계약자를 위하여 보험계약체결을 중개한다. 이 역시 기존 중개인과 직접 경쟁한다. 미국이나 유럽의 경우 업무위탁의 범위상 제한이 없으므로, 업무 대행대리점(Managing General Agent; MGA)에게 언더라이팅을 위탁하는 경우도 흔하다. 우리는 이러한 업무 대행대리점도 인가받은 중개·대리회사로 분류하였다.

나. 언더라이팅(Underwriting), 보험금 지급관리(Claim Management), 계약관리(Customer Service), 상품개발(Product Development)

대표적인 인슈어테크 기업들은 전통적인 보험 가치사슬을 효율화·자동화시킨다. 보험의 인수 과정 혹은 보험금 지급관리 과정을 자동화시키거나 고객센터를 자동화시켜 보험 소비 과정에서 소비자 효용을 높인다. 본 연구에서 계약관리에 국한된 고객센터(Customer Relationship Management; CRM)만을 계약관리로 정의하였고, 소비자 효용을 높이지만 보험 소비과정과 직접적으로 관련이 없는 부가서비스는 부가가치서비스(Value-added Services) 등으로 분류하였다. 또한, 기술의 발전으로 인해 기존 보험회사가 제공하지 않는 상품을 제공하거나 효율 산출에 특화된 시스템을 제공하는 것이 가능하게 되었다. 본 연구에서는 이러한 인슈어테크를 상품개발로 분류하였다.

다. 마케팅(Marketing, Sales)과 마켓플레이스(Marketplace)

인슈어테크는 보험 판매과정을 효율화시키기도 한다. 예를 들면 Better Agency의 경우 보험중개인에게 손쉽게 판매할 수 있도록 도와주는 플랫폼을 제공한다.

14) 손재희(2022)

일반적으로 플랫폼을 제공하는 회사는 두 종류로 나눌 수 있다. 첫 번째는 양면 시장(Two-sided Market)에서 마켓플레이스를 만드는 경제학적인 의미에서의 플랫폼이 있다. 예를 들면, 가격비교 사이트 등 하나의 네트워크를 형성하기 위해 최대한 다수의 소비자를 끌어들이고 또한 다수의 판매자를 끌어들이며 중개하는 플랫폼이다. 다른 종류는 흔히 말하는 솔루션으로써의 플랫폼이 있다. 이는 하나의 시장을 형성하는 네트워크라기보다는 어떤 기업이 그들의 서비스를 제공하기 위한 애플리케이션 등을 뜻한다. 본 연구에서는 보험의 가치사슬에서 마켓플레이스를 따로 구분하였고, 애플리케이션 등의 서비스는 목적에 따라 해당 가치사슬에 알맞게 분류하였다.

라. 운영시스템(Operation System)

보험 소비 과정에 있어서 단순 계약관리 이외에도 다양한 관리가 필요하다. 보험회사의 전반적인 업무처리 과정을 자동화하거나 간편화하는 기술 및 시스템을 제공하는 인슈어테크 기업을 운영시스템으로 분류하였다.

또한, 건강보험을 임직원복지 형태로 제공하기 위한 시스템 등을 지원하는 것도 운영시스템으로 분류하였다. 예를 들어, 기업이 임직원에게 복지 차원에서 건강보험을 제공하는데 인슈어테크가 제공한 시스템을 통해 임직원이 건강보험회사와 건강보험을 각자 선택하는 경우도 운영시스템으로 분류하였다.

마. 부가가치서비스(Value-Added Service)

은행이나 금융투자회사 등 다른 금융기관에 비해 전통적인 보험회사 사업모형은 소비자의 삶에 나타나는 빈도가 높지 않았다. 계약 갱신, 변경, 보험금 청구 등의 빈도가 상대적으로 낮을 수밖에 없기 때문이다. 하지만 기술의 발달로 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크 기업들이 나타나면서 보험산업은 변화하고 있다.

기술은 소비자 경험을 개선할 뿐 아니라 산업 전반을 바꾸고 있다. 웨어러블, 텔레메틱스, 혹은 다른 출처에서 대량의 정보에 접근할 수 있게 되었고, 이를 이용하여 소비자의 건강, 생활, 자산 관리와 관련한 다양하고 혁신적인 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크 기업이 나타났다. 이러한 서비스를 제공하는 기업은 소비자의 위험관리를 도와주고 소비자의 일상에 관여하면서 소비자에 대한 더 깊은 이해를 바탕으로 더 나은 서비스를 제공한

다. 본 연구에서는 이러한 부가가치서비스 중에서 예방·예측서비스, 데이터 제공을 따로 분류하고, 다른 형태는 부가가치서비스로 묶어서 분류하였다.

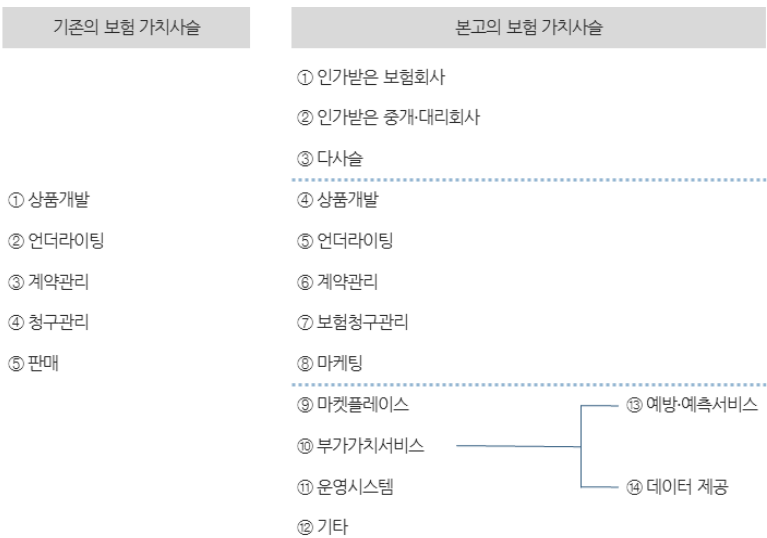
1) 예방·예측서비스(Predictive Model or Preventive Service)

예방·예측서비스는 소비자가 생애주기별로 필요로 하는 것을 예측하여 소비자의 효용을 높이는 서비스 혹은 소비자에게 실시간으로 도움을 주거나 그들이 생활, 자산 관리 등을 할 때 정보를 제공하는 서비스를 말한다. 이러한 서비스는 소비자와의 상호작용을 통해 그들의 위험을 예방하거나 완화한다.

2) 데이터 제공(Data Provision)

기술은 소비자 경험을 증진할 뿐 아니라 웨어러블, 텔레매틱스, 혹은 다른 출처에서 대량의 정보에 접근한 것을 가능하게 만들었다. 이러한 새로운 데이터를 제공하는 인슈어테크 기업들을 데이터 제공으로 분류하였다.

〈그림 II-4〉 보험 가치사슬



주: 본고의 보험 가치사슬에서 ①부터 ③까지는 기존 보험회사나 중개·대리회사와 경쟁을 하는 인슈어테크라 할 수 있고, ④부터 ⑧까지는 기존 보험 가치사슬 중 일부의 서비스만 제공을 하는 인슈어테크이며, ⑨부터 ⑫까지는 기존 보험 가치사슬의 틀에서 벗어난 사업모형을 통해 새로운 서비스를 제공을 하는 인슈어테크라 할 수 있음

〈표 II-5〉 가치사슬 위치별 미국 총투자 규모와 인수어테크 기업 수

(단위: 백만 달러, 개)

가치사슬	투자 규모	수	가치사슬	투자 규모	수	가치사슬	투자 규모	수
인가받은 보험회사	6,089.0	31	상품개발	1,674.1	32	마켓플레이스	1,532.3	47
인가받은 중개·대리 회사	8,417.0	110	언더라이팅	530.9	48	부가가치 서비스	11,806.9	133
다사슬	6,142.8	41	계약관리	6,147.3	43	예방·예측 서비스	4,048.7	56
-	-	-	보험금 지급관리	1,237.2	68	데이터 제공	3,852.0	85
-	-	-	마케팅	844.9	110	운영시스템	8,541.2	144
-	-	-	-	-	-	기타	657.4	15

주: 제일 왼쪽 열은 기존 보험회사나 중개·대리회사와 경쟁을 하는 인수어테크 시장이라 할 수 있고, 두 번째 열은 기존 보험 가치사슬 중 일부의 서비스만 제공을 하는 인수어테크 시장이며, 오른쪽 열은 기존 보험 가치사슬의 틀에서 벗어난 사업모형을 통해 새로운 서비스를 제공을 하는 인수어테크 시장이라 할 수 있음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈표 II-6〉 가치사슬 위치별 유럽 총투자 규모와 인수어테크 기업 수

(단위: 백만 달러, 개)

가치사슬	투자 규모	수	가치사슬	투자 규모	수	가치사슬	투자 규모	수
인가받은 보험회사	814.3	18	상품개발	69.0	23	마켓플레이스	47.3	22
인가받은 중개·대리 회사	3,677.8	186	언더라이팅	79.9	20	부가가치 서비스	2,326.5	57
다사슬	224.4	27	계약관리	0.0	9	예방·예측 서비스	57.3	13
-	-	-	보험금 지급관리	223.8	39	데이터 제공	337.3	33
-	-	-	마케팅	557.6	39	운영시스템	743.4	62
-	-	-	-	-	-	기타	108.7	10

주: 제일 왼쪽 열은 기존 보험회사나 중개·대리회사와 경쟁을 하는 인수어테크 시장이라 할 수 있고, 두 번째 열은 기존 보험 가치사슬 중 일부의 서비스만 제공을 하는 인수어테크 시장이며, 오른쪽 열은 기존 보험 가치사슬의 틀에서 벗어난 사업모형을 통해 새로운 서비스를 제공을 하는 인수어테크 시장이라 할 수 있음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

Ⅲ

인슈어테크 부문 글로벌 투자 동향

본 장에서는 앞 장에서 정의한 인슈어테크와 그 분류에 따른 투자 동향을 다룬다. 인슈어테크 관련 산업은 시작된 지 오랜 시간이 지나지 않았고, 따라서 산업의 전반적인 부분이 스타트업 기업 중심으로 구성되어있다. 특히 상장 기업 수가 적은 만큼 재무제표가 부재하기 때문에 기업들에 대한 자세한 데이터를 얻기 쉽지 않고, 성공적인 상품이나 서비스에 대한 평가가 어렵다. 하지만 본 연구에서는 투자 데이터의 흐름을 해당 기업이나 시장, 산업의 발전 정도에 대한 척도로 쓴다. 투자액 자체가 발전 정도를 정확하게 투영하지는 않지만, 최근 빠르게 변화·성장하고 있는 산업인 만큼 데이터가 부족한 환경에서 이러한 척도도 유의미할 것으로 기대한다.

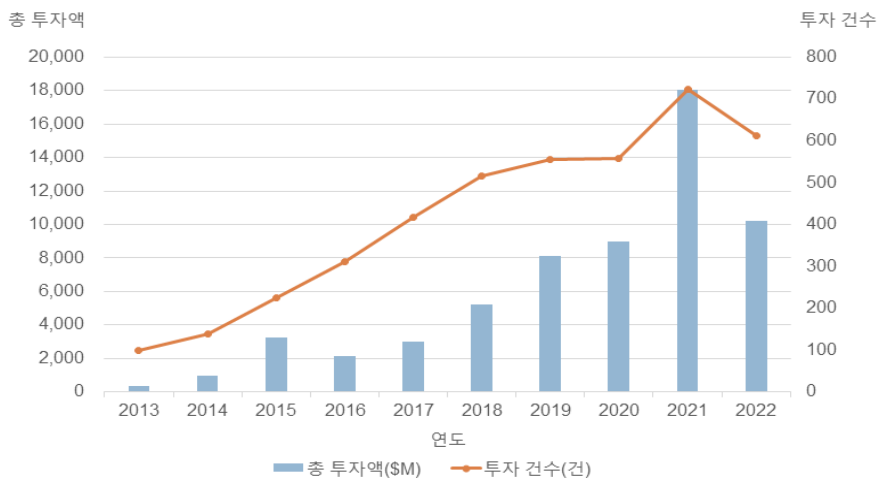
본 장의 구성은 다음과 같다. 우선 1절에서는 전 세계 인슈어테크 투자 동향을 살펴본다. 1절에서 확인할 수 있듯이 2022년에는 거시경제 충격으로 인슈어테크에 대한 투자가 상당히 줄어들었다. 따라서 2절에서는 2021년까지의 미국 투자 동향을, 3절에서는 같은 시기의 유럽 투자 동향을 각 분류별로 살펴본다. 4절에서는 2022년 거시경제 충격으로 인해 달라진 투자 동향과 추후 전망을 다룬다.

1. 전 세계 인슈어테크 투자 동향

인슈어테크 기업에 대한 투자는 지속해서 증가해왔다. 투자 흐름에 따라 크게 세 개의 시기로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째 시기는 2014년 이전으로 인슈어테크 투자에 대한 태동기라 할 수 있다. 투자의 규모가 크지는 않았지만, 2004년에 전 세계의 투자 규모가 1억 달러를 넘은 이후 꾸준히 증가하였다. 두 번째 시기는 2014년부터 2020년까지로 성장기다. 2014년 약 10억 달러 규모였던 투자 규모가 2020년에는 88억 달러로 빠르게 증가하였다. 이 시기 동안 미국에 약 51.3%의 투자가 집중되었고, 그 뒤를 중국(8.1%), 영국(7.7%)이 따르는 추세였다.

마지막으로는 2021년부터 현재까지로 산업의 성숙기라고 할 수 있다. 2021년에만 전 세계의 투자가 174억 달러에 달해 규모는 급증하였으나 투자처는 양극화되었다. 특히 코로나19로 인해 비대면 서비스가 관심이 커진 2021년에는 2020년에 비해 투자가 96% 급증하였다. 이때 전 세계에서 후기 단계(Late-stage)에 있는 기업에 대한 투자 비율이 2020년 5%에서 2021년 8%로 증가하고, 시드나 시리즈 A 등 초기단계(Early-stage)에 있는 기업에 대한 투자 비율이 26%에서 23%로 감소하였다. 또한, 투자 건당 규모가 2021년에 3,180만 달러로 2020년 2,100만 달러에 비해서 52% 증가하였다. 기업 합병이나 인수도 많이 늘어났다. 2022년 상반기에만 일어난 비상장 기업의 인수·합병 건수는 2021년 동안 전체 건수의 79%였다. 중국에서는 시리즈 C 이후 단계에 있는 기업들에 50%의 투자가 집중되었고 총투자 규모는 오히려 줄어들었다. 영국에서는 2022년 총투자 규모가 19억 달러였는데 이 중 한 기업(FNZ)에서만 14억 달러의 투자를 유치하는 데 성공하였다.

〈그림 III-1〉 인슈어테크 투자 변화



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

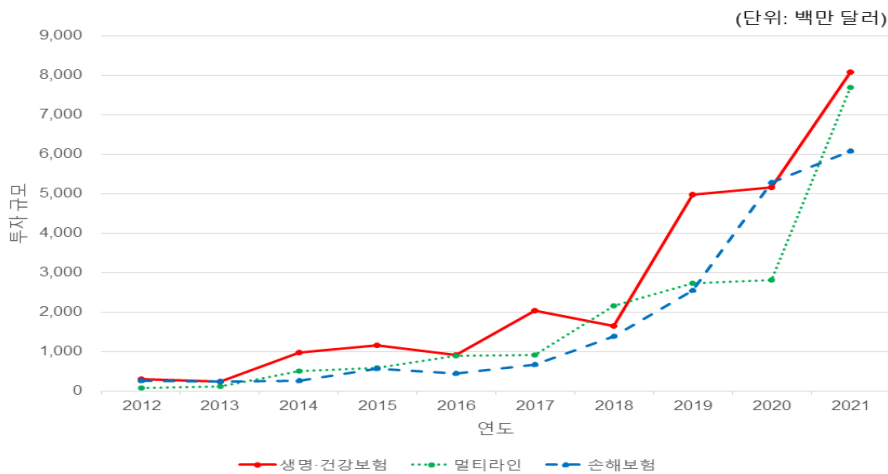
유럽은 미국과 보험산업 구조뿐만 아니라 시장 규모, 정책이나 제도가 다르므로 미국과 분리하여 따로 분석한다. CB Insights에 존재하는 모든 투자 데이터를 종합하여 분석했을 때, 전체 투자 규모의 51.5%가 미국에 집중되었고 그 뒤를 영국(7.1%), 중국(6.5%), 인도(4.0%), 프랑스(2.9%)가 따른다. 하지만 미국이나 유럽을 제외한 국가들은 국가별로 기업 수가 많지 않아 표집 편향이 발생할 수 있어 분석 대상에서 제외한다.

2. 미국 투자 동향

가. 보험종목별

본 항에서는 보험종목별 투자 동향을 분석한다. 보험종목의 분류는 두 단계에 걸쳐서 하였다. 그 중 첫 번째 단계인 생명·건강보험(Life and Health), 손해보험(Property and Casualty), 멀티라인(Multiline)의 시간에 따른 투자 동향을 <그림 III-2>에 나타냈다.

<그림 III-2> 시간에 따른 투자 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 보듯이 모든 종목에서 전체적으로 투자 규모가 커졌음을 알 수 있다. 생명·건강보험은 2012년 2억 9,329만 달러에서 2021년 80억 7,682만 달러로 10년간 투자 규모가 약 27배 이상 증가하였고, 손해보험의 경우에는 2012년 2억 5,897만 달러에서 2021년 60억 7,659만 달러로 약 23배 이상 증가하였다. 멀티라인의 경우에는 2012년 6,855만 달러에서 2021년 76억 8,628만 달러로 약 112배 이상 증가하였다. 멀티라인은 최근에 더욱 큰 증가세를 보였는데, 2020년에 비해 2021년에 174.7%의 투자 증가율을 보였다.

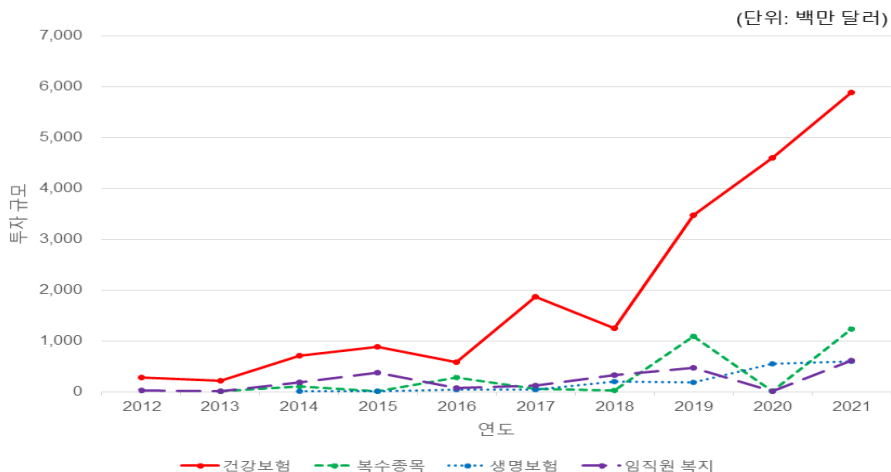
1) 소분류별 투자 동향

보험종목별 투자 동향을 살펴보기 위해 생명·건강보험은 건강, 생명, 임직원복지로 나누었다. 손해보험은 자동차, 주택·재물, 사이버, 특종, 배상책임, 해상, 보증, 산재로 나누어 살펴보았다.

〈그림 III-3〉에 건강, 생명, 임직원복지 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 세부 종목을 나누어 살펴보았을 때 투자치가 양극화되었음을 확인할 수 있다. 세 개의 세부 종목 중에서 건강 종목에 대한 투자 변화가 가장 컸다. 건강에 대한 투자는 꾸준히 증가하다가 2021년에는 총 58억 달러 이상에 달하였다. 생명과 임직원복지에 대한 투자는 상대적으로 변화폭이 작았으며, 건강과 생명을 모두 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자 규모 역시 변화폭이 크지 않았다. 이들은 각각 총 10억 달러 수준으로 10여 년간 상대적으로 소폭 증가하였다.

데이터를 더욱 자세히 들여다보면, 소수의 메가라운드¹⁵⁾가 2021년 투자 규모의 상당 부분을 설명한다. 두 기업(Integrity Marketing Group, Devoted Health)에 대한 투자 규모가 2021년 4분기 인슈어테크에 대한 모든 투자의 40%를 차지하였다.

〈그림 III-3〉 생명·건강보험 관련 종목 투자 동향

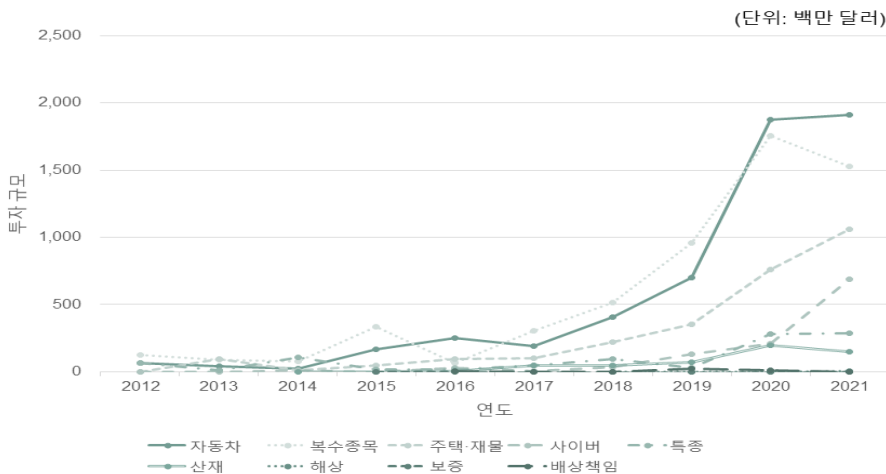


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

15) 1억 달러 이상의 자금 조달을 뜻함

〈그림 III-4〉에 다양한 손해보험 관련 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 손해 보험 역시 투자치가 양극화되었음을 확인할 수 있다. 가장 큰 변화폭을 보인 종목은 자동차였다. 자동차에 대한 투자는 꾸준히 증가하다가 2021년에는 총 19억 달러 수준에 도달 하였다. 다음으로 변화폭이 컸던 종목은 주택·재물과 사이버이다. 2021년 기준으로 주택·재물에 대한 투자는 10억 달러를 넘었고, 사이버에 대한 투자는 6억 달러 수준을 넘었다. 생명·건강보험과 달리 손해보험 관련 복수 종목을 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자 규모는 15억 달러 수준으로 변화폭이 컸다. 반면에 특종, 산재에 대한 투자는 각각 2.9억 달러, 1.5억 달러 수준까지 증가하였지만, 앞서 언급된 종목들에 비해 상대적으로 변화 폭이 작았다. 해상, 보증, 배상책임에 대한 투자는 모두 1천만 달러 미만 수준에서 10여 년간 크게 변화가 없었다.

〈그림 III-4〉 손해보험 관련 종목 투자 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

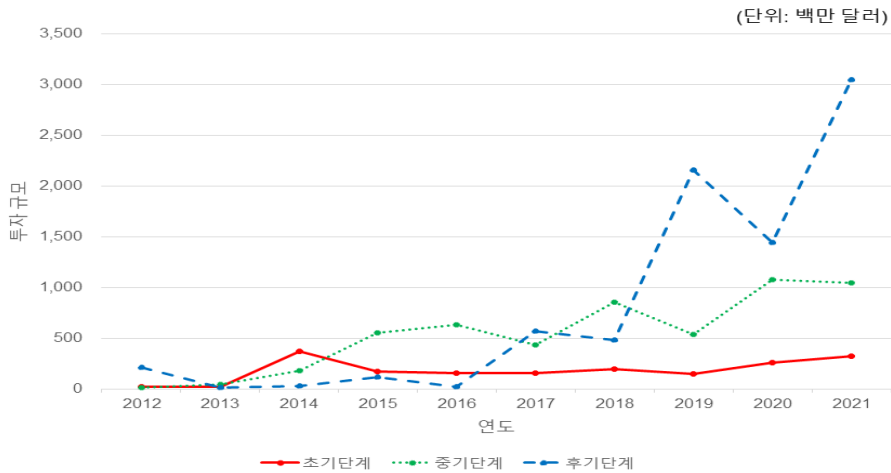
2) 투자 단계별 동향

이제 투자 단계별 투자 현황을 살펴본다. 산업 초기에는 시드 단계나 시리즈 A 등 초기단계의 기업에 투자가 많았으나, 산업이 점차 성숙하면서 후기단계의 기업에 대한 투자가 더욱 집중되었다. 이를 확인하기 위해 투자라운드를 초기단계(시드 단계, 시리즈 A), 중기 단계(시리즈 B, 시리즈 C), 후기단계(시리즈 D를 포함한 이후 단계)로 나누어 종목별 투자

동향을 살펴보았다.

〈그림 III-5〉는 생명·건강보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타낸다. 산업 초기인 2014년 이전에는 투자 단계별로 총투자 규모가 큰 차이가 없거나 초기단계(Early Stage)에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합이 컸으나, 시간이 지남에 따라 후기단계(Late Stage)에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합이 커졌음을 확인할 수 있다.

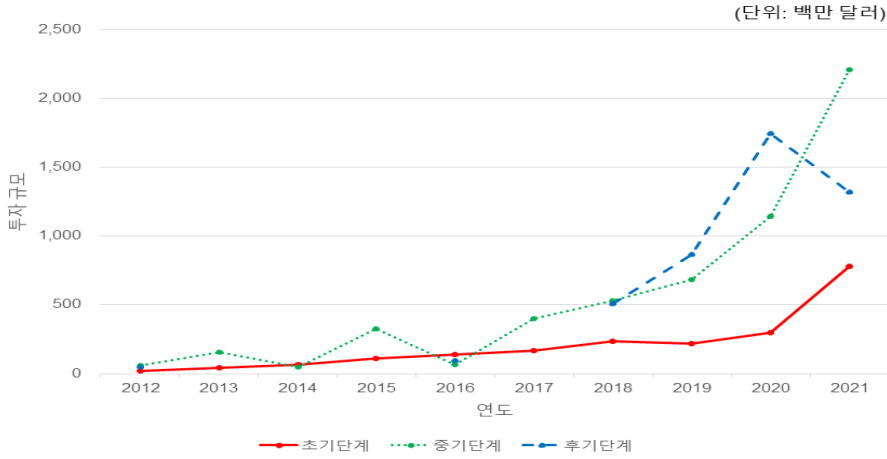
〈그림 III-5〉 생명·건강보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-6〉은 손해보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타낸다. 손해보험의 경우는 초기단계에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합도 꾸준히 상승하였으나 시간이 지남에 따라 후기 단계에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합과의 차이가 매우 벌어졌음을 확인할 수 있다.

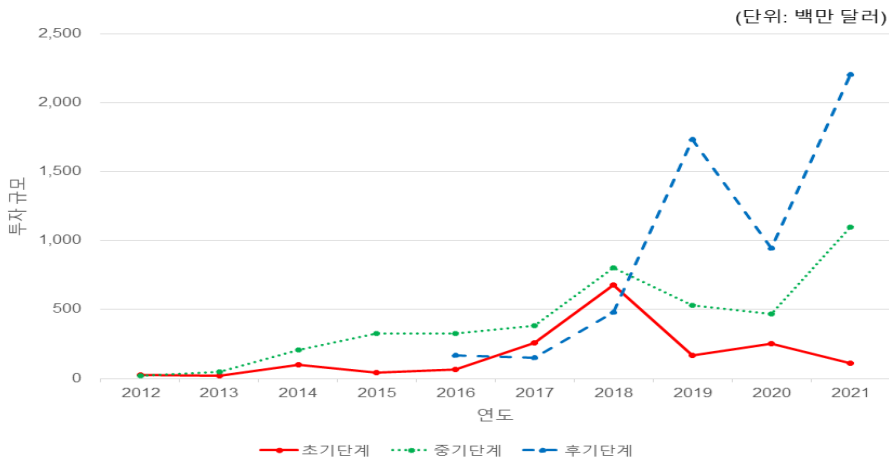
〈그림 III-6〉 손해보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

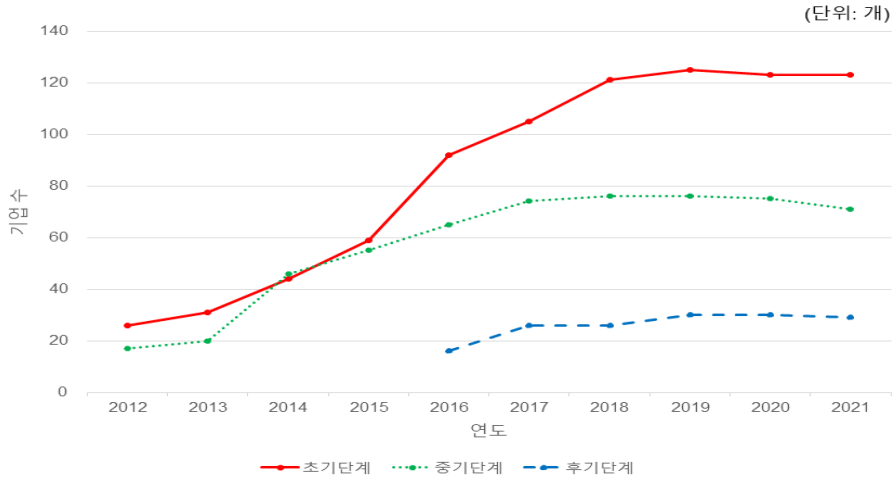
〈그림 III-7〉은 멀티라인 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타낸다. 산업 초기에는 〈그림 III-8〉에서 확인할 수 있는 바와 같이 후기단계에 있는 기업이 존재하지 않아 초기단계 혹은 중기단계(Mid Stage)에 있는 기업에 투자가 집중되었으나 시간이 지남에 따라 후기단계에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합이 급격히 커졌음을 확인할 수 있다.

〈그림 III-7〉 멀티라인 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-8〉 멀티라인 관련 투자 단계별 기업 수



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

3) 소결

자료를 통해 우리는 두 가지의 시사점을 얻을 수 있다. 첫째로는 산업이 성장함에 따라 투자자의 집중화가 이루어졌다는 것이다. 시간이 지나며 다양한 종목에서 기업이 설립되었지만, 투자유치는 소수의 기업에 더욱 집중되었다. 보험산업이 디지털화되는 과정에서 초기에 보였던 다양한 가능성 중에서 어느 정도 성공하는 사업모형이 시장을 통해 선택되었음을 알 수 있다.

두 번째 시사점으로는, 멀티라인을 다루는 기업 수와 그에 대한 투자가 급격히 증가하였고 그에 따라 멀티라인 기업의 성장이 크게 이루어졌다는 것이다. 투자처는 소수 기업에 집중되었지만, 해당 기업들은 점차 보험산업 내 다양한 종목에서 혁신적 보험서비스를 제공하고 있다.

나. 가치사슬 위치별

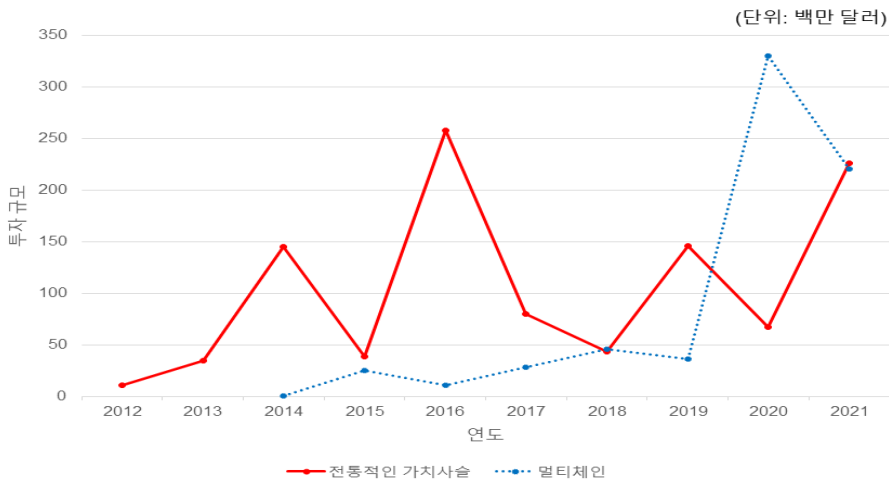
본 항에서는 가치사슬별 투자 동향을 분석하였다. 같은 가치사슬에 있는 기업끼리는 서로 직접적으로 경쟁을 한다고 볼 수 있으므로, 가치사슬별 분류는 시장을 획정하는 것이라

할 수 있다. 따라서 본 항에서는 각 시장의 크기 변화나 구성을 볼 수 있다. 우선 생명·건강보험에서는 전통적인 보험 가치사슬의 개념이 허물어지고 가치사슬이 다각화된 것을 확인할 수 있다. 이후 손해보험의 분석은 종목의 성격이 기업과 소비자 간 거래(B2C) 위주인지 기업 간 거래(B2B) 위주인지에 따라 달라짐을 보였다.

1) 생명·건강보험(Life and Health): 보험 가치사슬의 확장

생명·건강보험 분야에서는 전통적인 보험 가치사슬의 개념에서 확장되어 다각화된 기업에 점차 투자가 집중되었다. 이를 확인하기 위해 우선 전통적인 보험 가치사슬이라고 할 수 있는 상품개발, 언더라이팅, 보험금 지급관리, 계약관리, 그리고 마케팅을 주로 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자를 묶어, 멀티체인에 걸쳐있는 인슈어테크 기업에 대한 투자와 비교하여 <그림 III-9>에 나타내었다.

<그림 III-9> 전통적인 보험 가치사슬과 멀티체인의 투자 동향 비교



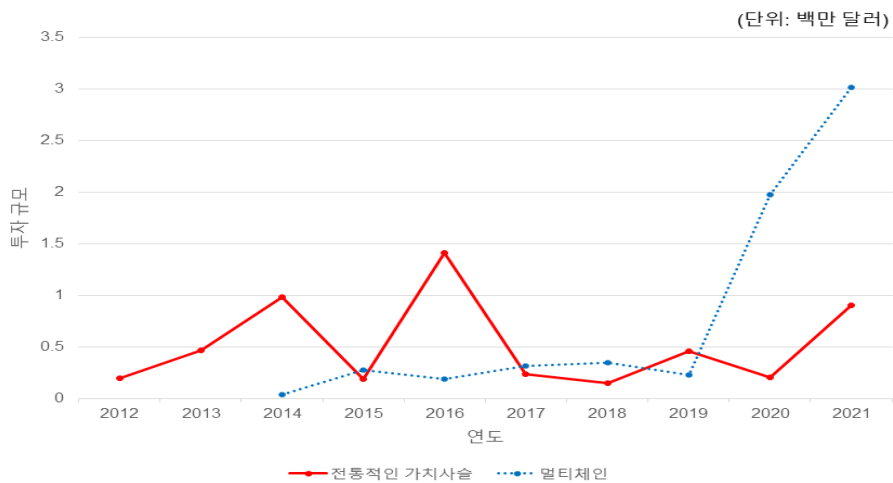
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 확인할 수 있듯이 산업 초기에는 전통적인 보험 가치사슬의 일부분에서만 서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 많았지만, 시간이 흐르며 여러 사슬에 걸쳐있는 서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 늘어난 것을 확인할 수 있다. 구체적으로 2014년 이전

에는 멀티체인 시장에 있는 기업에 대한 투자는 거의 없었지만, 전통적인 보험 가치사슬 시장에 대한 투자는 이미 1억 달러를 넘어섰다. 하지만 멀티체인 시장은 2014년 70만 달러 규모에서 2020년에는 3억 3천만 달러 규모로 성장하였다.

멀티체인 시장의 확장은 기업당 투자 규모 차이에서 더욱 확연히 확인할 수 있다. <그림 III-10>에는 시장 내 총투자를 기업 수로 나눈 한 기업당 투자 규모 동향을 시장별로 나타냈다. 전통적인 보험 가치사슬에 대한 기업의 평균 투자유치 규모는 크게 변화가 없었지만, 멀티체인에 대한 기업의 평균 투자 규모는 꾸준히 상승하였다.

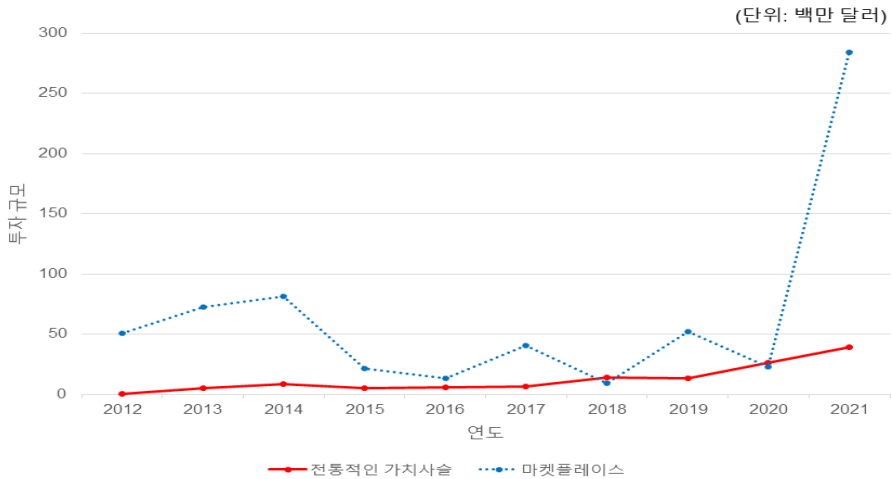
〈그림 III-10〉 전통적인 보험 가치사슬과 멀티체인의 기업당 투자 동향 비교



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

<그림 III-11>은 판매와 관련한 시장에 대한 투자 동향을 다룬다. 마켓플레이스는 디지털 전환에 따라 새로 등장한 시장이다. 이는 이미 아마존 등을 통해 성장 가능성이 클 것으로 예측할 수 있었던 시장이기 때문에 보험산업의 디지털 전환 과정에서도 초기부터 투자가 이루어졌을 것으로 예상할 수 있다. 단순히 판매채널을 개선하는 인슈어테크보다는 보험상품 공급자와 소비자를 연결해주는 마켓플레이스에 대한 투자가 많았음을 확인할 수 있다.

〈그림 Ⅲ-11〉 보험 판매 관련 시장에 대한 투자 동향

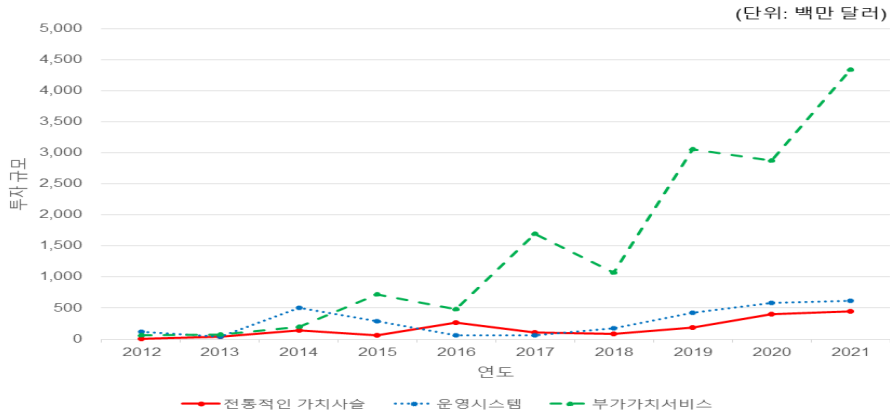


주: 실선은 전통적인 판매시장에 대한 투자를 나타내고, 점선은 새로운 판매시장에 대한 투자를 나타냄
 자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

보험산업의 디지털 전환은 기존의 가치사슬로는 설명할 수 없는 완전히 새로운 시장을 만들어냈다. 다음으로 운영시스템과 부가가치서비스 시장에 대한 투자 동향을 다룬다. 전통적인 보험 시장과의 비교를 위해 상품개발, 언더라이팅, 보험금 지급관리, 계약관리, 마케팅, 그리고 멀티채인에 대한 투자를 모두 합했다. 그리고 예방·예측 서비스(Predictive Model)나 데이터 제공에 대한 투자를 부가가치서비스에 대한 투자에 더했다. 〈그림 Ⅲ-12〉에는 전통적인 가치사슬과 운영시스템, 부가가치서비스에 대한 투자 동향을 나타냈다. 2012년 6천 2백만 달러에 불과하던 부가가치서비스¹⁶⁾에 대한 투자는 2021년에는 43억 달러가 넘어섰다. 또한, 운영시스템을 제공하는 인슈어테크 기업에 대한 투자도 2021년 6억 달러를 넘었다. 이는 전통적인 보험 가치사슬에 있는 기업들에 대한 총투자 규모인 4.5억 달러를 넘어서는 수준이었다.

16) 전자건강정보(Electronic Health Record; EHR)는 보험회사의 언더라이팅 과정을 자동화시켰고, Health Gorilla나 Redox와 같이 전자건강정보 관련 기업들은 인공지능을 접목하여 소비자에게 맞춤 건강관리 서비스를 제공하였음

〈그림 III-12〉 운영시스템과 부가가치서비스에 대한 투자 동향

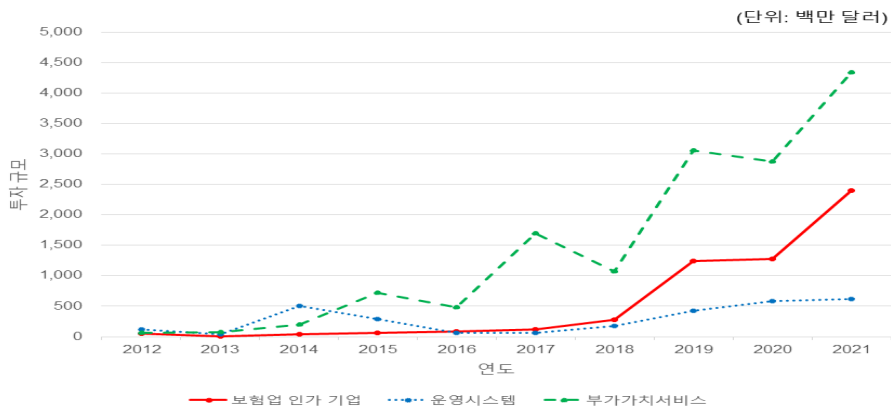


주: 파선은 새로운 시장인 부가가치서비스, 점선은 마찬가지로 새로운 시장인 운영시스템, 그리고 실선은 전통적인 판매시장에 대한 투자를 나타냄

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-13〉에는 전통적인 보험회사 혹은 보험중개사와 마찬가지로 인가를 받고 경영을 하는 인슈어테크 기업에 대한 투자 동향을 운영시스템과 부가가치서비스 시장에 대한 투자 동향과 함께 나타냈다. 보험업은 규제산업인 만큼 인가받은 중개·대리회사에 대한 투자도 컸다. 투자가 가장 많았던 2021년에는 규모가 24억 달러로, 부가가치서비스 시장에 대한 투자보다는 적었지만, 운영시스템 시장에 대한 투자보다는 큰 규모였다.

〈그림 III-13〉 새로운 혁신적 서비스를 제공하는 기업과 보험업을 인가받은 기업에 대한 투자 동향



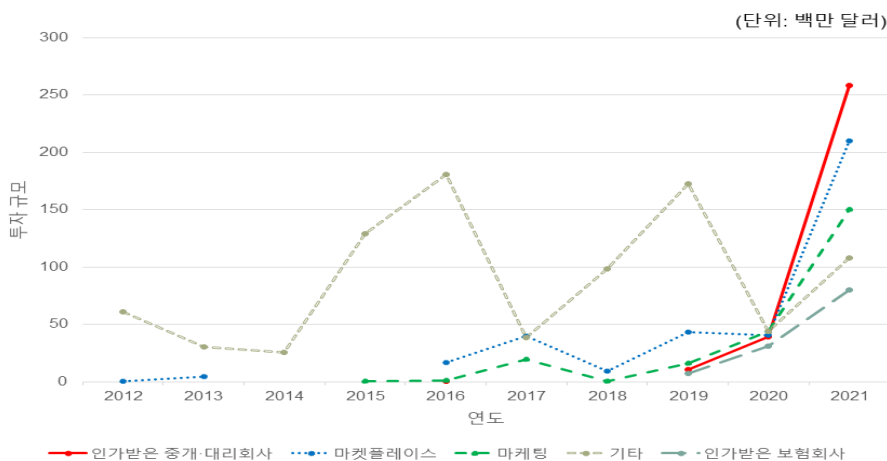
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

2) 손해보험(Property and Casualty): 인기받은 보험 중개·대리회사와 운영시스템의 성장

손해보험은 생명·건강보험보다 대체로 보험기간이 짧은 편이고 종목마다 보험 대상과 보장 내용이 다르다. 따라서 종목별 성격에 따라 분석을 달리하였다. 기업과 소비자 간 거래(Business-to-Consumer; B2C) 위주인 자동차와 주택·재물 보험은 주로 보험모집이나 마케팅에서 혁신이 필요한 경우가 많다. 기업 간 거래(Business-to-Business Service; B2B)가 위주인 종목의 경우에는 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 보험인수(Underwriting) 등 위험평가에 혁신이 필요한 경우가 많다. 실제로 종목별 디지털 전환 수요에 따른 투자를 각 항에서 확인할 수 있다.

기업과 소비자 간 거래(B2C) 위주인 자동차보험은 보험모집이나 마케팅 부문이 중요한 시장이며 디지털 전환을 통해 혁신이 필요한 부문이다. 보험모집과 관련한 가치사슬로는 직접 보험모집을 하는 인기받은 보험회사와 인기받은 중개·대리회사, 마케팅, 마켓플레이스가 있다. <그림 III-14>에는 모집 관련 시장별 동향을 나타내고, 모집과 관련 없는 시장의 투자를 모두 합친 기타(Others)와 비교했다.

<그림 III-14> 자동차보험 모집 관련 시장별 동향



주: 1) 2020년 7.24억 달러 투자를 유치하고, 같은 해에 기업공개를 한 Root Insurance와 2021년 8.05억 달러의 투자를 유치하고 같은 해 기업공개를 한 Samsara의 투자유치는 제외한 그래프임. Root Insurance는 인기받은 보험회사이고, Samsara는 운영시스템을 제공하는 기업임

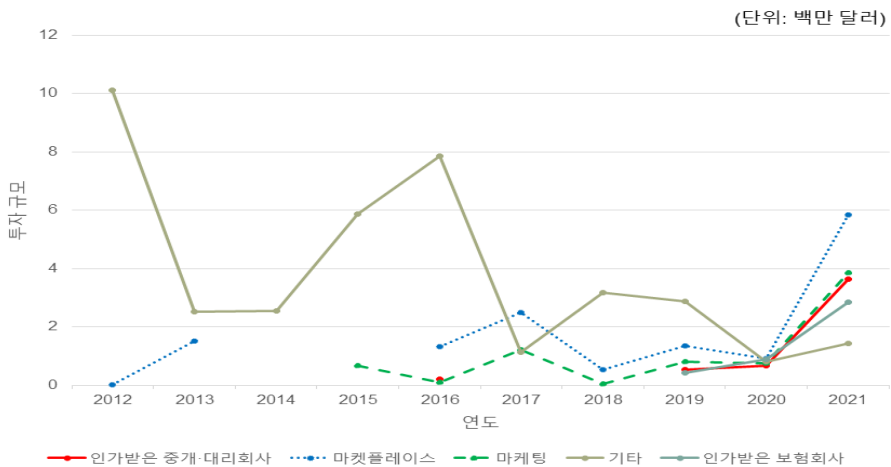
2) 2021년 기준으로 인기받은 중개·대리회사, 마켓플레이스, 마케팅, 기타, 인기받은 보험회사 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 디지털 전환 초기에는 보험모집 외 다른 시장으로의 투자 규모가 컸지만, 최근에는 보험모집과 관련한 시장에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 특히 2021년에는 인가받은 중개·대리회사에 2.58억 달러, 마켓플레이스에 2.1억 달러, 마케팅에 1.5억 달러가 투자되었는데 반해 다른 시장의 투자는 모두 합쳐 1.08억 달러 규모에 그쳤다. 총투자 규모를 기업 수로 나눈 기업당 투자 규모 동향을 보면 이러한 경향이 더 뚜렷하다.

주택·재물보험도 자동차보험과 마찬가지로 기업과 소비자 간 거래(B2C) 위주이기 때문에 보험모집이나 마케팅 부문이 중요한 시장이며 디지털 전환을 통해 혁신이 필요한 부문이다. 또한, 언더라이팅 과정에서 주택을 포함한 부동산에 관한 자료를 수집하고 분석하는 것이 중요하다. 따라서 보험모집과 관련한 가치사슬과 언더라이팅, 데이터 제공과 관련한 시장이 디지털 전환과 함께 성장하였다. <그림 III-16>에는 모집 관련 시장과 언더라이팅, 데이터 제공 시장별 투자 동향을 나타내고, 이들과 관련 없는 시장의 투자를 모두 합친 기타(Others)와 비교했다.

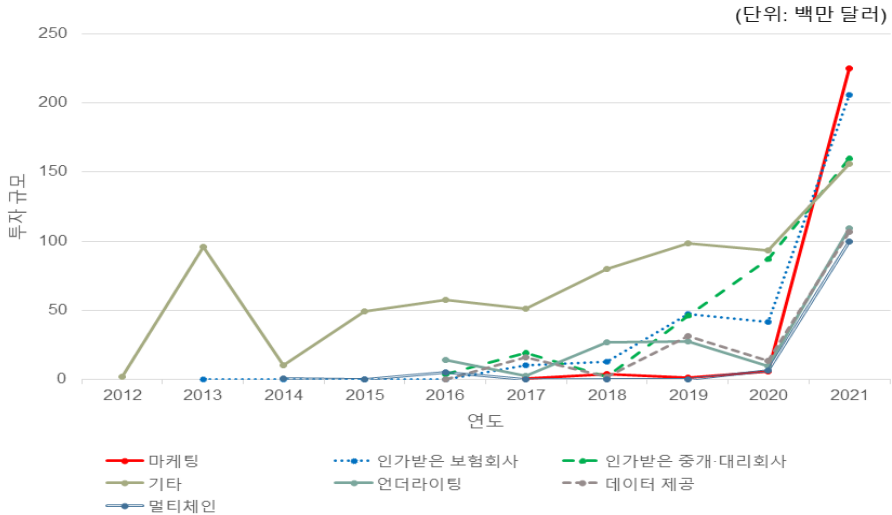
〈그림 III-15〉 자동차보험 모집 관련 시장별 기업당 투자 동향



- 주: 1) 2020년 7.24억 달러 투자를 유지하고, 같은 해에 기업공개를 한 Root Insurance와 2021년 8.05억 달러의 투자를 유지하고 같은 해 기업공개를 한 Samsara의 투자유치는 제외한 그래프임. Root Insurance는 인가받은 보험회사이고, Samsara는 운영시스템을 제공하는 기업임
- 2) 2021년 기준으로 마켓플레이스, 마케팅, 인가받은 중개·대리회사, 인가받은 보험회사, 기타 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-16〉 주택·재물보험 모집 관련 시장별 동향



주: 1) 2020년 3.5억 달러의 투자를 유지하고 2021년 기업공개를 한 Hippo Insurance의 투자유치는 제외한 그래프임. Hippo Insurance는 인가받은 중개·대리회사(Licensed Agent/Broker)임

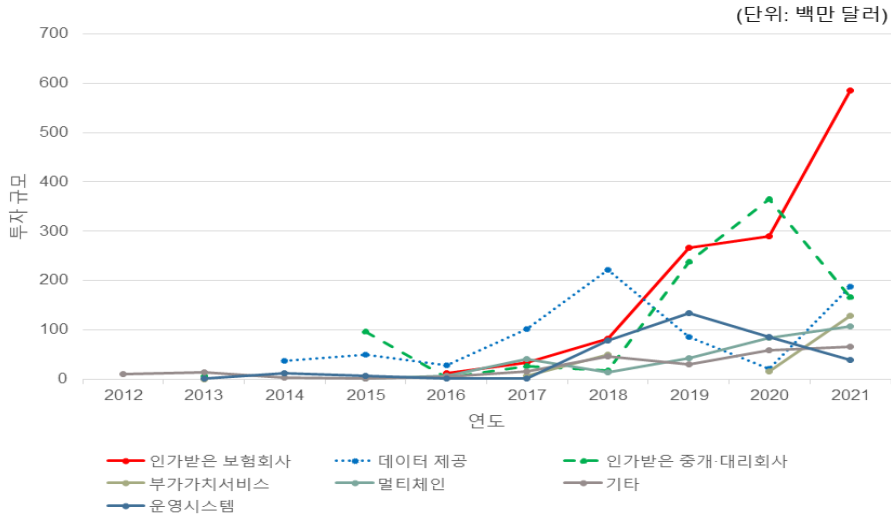
2) 2021년 기준으로 마케팅, 인가받은 보험회사, 인가받은 중개·대리회사, 기타, 언더라이팅, 데이터 제공, 멀티체인 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 디지털 전환 초기에는 기타 시장으로의 투자 규모가 컸지만, 최근에는 보험모집과 관련한 시장과 언더라이팅, 데이터 제공과 관련한 시장에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 특히 2021년에는 마케팅에 2.25억 달러, 인가받은 보험회사에 2.06억 달러, 인가받은 중개·대리회사에 1.60억 달러가 투자되었고, 언더라이팅에 1.09억 달러, 데이터 제공에 1.07억 달러가 투자되었는데 반해 다른 시장의 투자는 합쳐 1.56억 달러 규모에 그쳤다.

손해보험 관련 복수의 종목을 다루는 기업의 경우에는 생명·건강보험 관련 시장 동향과 마찬가지로 가치사슬의 확장을 확인할 수 있다. 〈그림 III-17〉에는 전통적인 가치사슬이 아닌 데이터 제공, 부가가치서비스, 멀티체인, 운영시스템, 인가받은 보험회사 및 중개·대리회사 관련 시장별 투자 동향을 나타내고, 이들과 관련 없는 시장의 투자를 모두 합친 기타(Others)와 비교했다.

〈그림 III-17〉 손해보험 일반종목 시장별 동향



주: 1) 2021년 2.45억 달러의 투자를 유치하고 같은 해 기업공개한 Spire, 2020년 1.68억 달러의 투자를 유치하고 2021년 기업공개한 Planet, 2012년 1.15억 달러의 투자유치를 하고 같은 해 기업공개한 Guidewire Software, 2020년 4.05억 달러의 투자유치를 하고 같은 해 기업공개한 Duck Creek Technologies의 투자 유치는 제외한 그래프임. Spire와 Planet은 데이터 제공, Guidewire Software와 Duck Creek Technologies는 멀티체인으로 분류됨

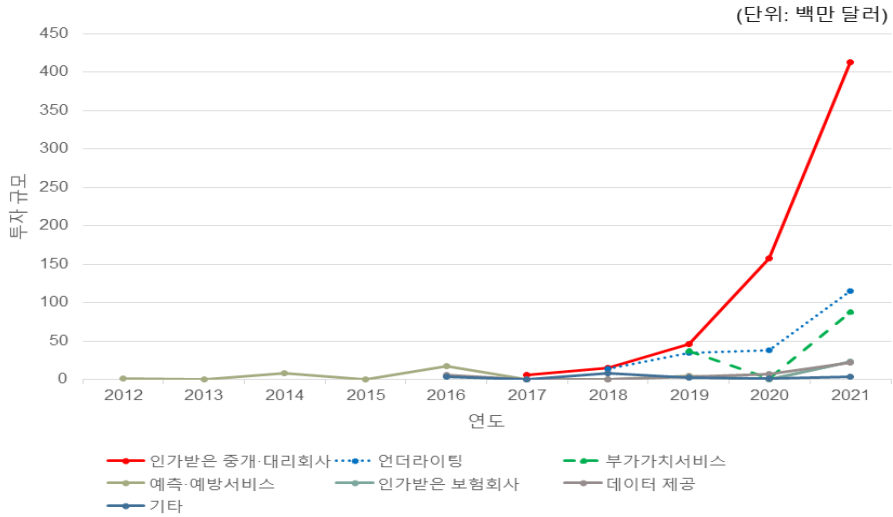
2) 2021년 기준으로 인가받은 보험회사, 데이터 제공, 인가받은 중개·대리회사, 부가가치서비스, 멀티체인, 기타, 운영시스템 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 디지털 전환 초기에는 기타 시장이나 인가받은 중개·대리회사로의 투자 규모가 컸지만, 최근에는 데이터 제공, 부가가치서비스 등 보험 가치사슬을 확장하는 시장에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 다양한 종목을 다루는 만큼 전문성을 인정받아 인가받은 보험회사 및 중개·대리회사에 대한 투자도 꾸준히 증가하였다. 2021년 기준으로 인가받은 보험회사에 5.85억 달러, 데이터 제공에 1.88억 달러, 인가받은 중개·대리회사에 1.67억 달러, 부가가치서비스에 1.28억 달러, 멀티체인에 1.08억 달러가 투자되었는데 반해 다른 시장의 투자는 합쳐 6천 7백만 달러 규모에 그쳤다.

기업 간 거래(B2B)가 위주인 사이버보험, 날씨·재난(Weather)보험은 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 언더라이팅 등 위험평가에 혁신이 필요한 부분이다. 〈그림 III-18〉에는 사이버보험과 관련한 서비스를 제공하는 기업에 대한 투자 동향을 시장별로 나타낸 그래프이다.

〈그림 III-18〉 사이버보험 시장별 동향



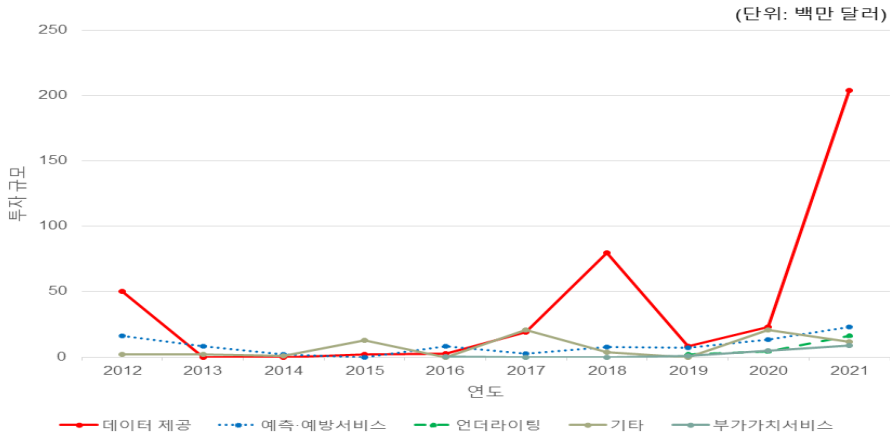
주: 2021년 기준으로 인가받은 중개·대리회사, 언더라이팅, 부가가치서비스, 예측·예방서비스, 인가받은 보험회사, 데이터 제공, 기타 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

디지털 전환 초기에는 예측·예방서비스를 제공하는 기업에 대한 투자 위주로 이루어졌다. 최근에는 인가받은 중개·대리회사와 언더라이팅 등 위험평가에 관련한 기업에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 2021년 기준으로 인가받은 중개·대리회사에 4.13억 달러, 언더라이팅에 1.15억 달러, 부가가치서비스에 8,750만 달러가 투자되었다.

마찬가지로 기업 간 거래(B2B)가 위주인 날씨·재난보험과 관련한 투자 동향을 〈그림 III-19〉에 시장별로 나타냈다.

〈그림 III-19〉 날씨·재난보험 시장별 동향



주: 2021년 기준으로 데이터 제공, 예측·예방서비스, 언더라이팅, 기타, 부가가치서비스 순으로 투자 규모가 컸음
 자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

날씨나 재난에 관한 부문은 과거 데이터를 통해 미래 위험을 예측하는 것이 중요하다. 그림에서 볼 수 있듯이 데이터 제공과 예측·예방서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 중심이 되었다. 또한, 데이터를 통해 위험평가를 하는 것도 중요한 만큼 언더라이팅과 관련한 기업에 대한 투자 역시 최근에 증가하였다. 2021년 기준으로 데이터 제공에 2.04억 달러, 예측·예방서비스에 2,305만 달러, 언더라이팅에 1,600만 달러가 투자되었다.

3) 소결

생명·건강보험의 경우 인슈어테크를 통해 보험 가치사슬이 확장되는 경향을 여러 비교를 통해 확인할 수 있었다. 전통적인 보험 가치사슬 중 일부의 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자보다 복수의 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 더 빠르게 증가하였으며, 마케팅(Marketing)에 관련한 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자보다는 디지털 전환에 따라 새로 등장한 시장인 마켓플레이스에 관련한 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 더 급격히 증가하였다. 또한, 운영시스템과 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 전통적인 보험 가치사슬에 있는 인슈어테크에 대한 총 투자보다 더 빠르게 증가하였다.

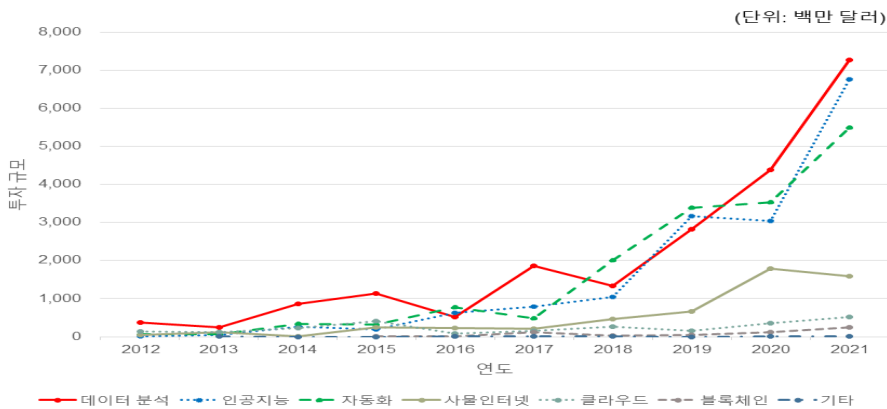
반면에 손해보험은 세부 종목의 성격에 따라 가치사슬의 변화가 다르게 나타났다. 기업과

소비자 간 거래(B2C) 위주인 보험종목은 마케팅, 마켓플레이스, 인가받은 중개·대리회사 등 보험모집에 관련한 시장이 성장하였다. 반면에, 기업 간 거래(B2B)가 위주인 사이버보험이나 날씨·재난보험은 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 언더라이팅 등 위험평가와 관련한 시장을 포함해 새로운 데이터를 이용하는 부가가치서비스 관련 시장에 투자가 증가한 것도 확인할 수 있었다.

다. 핵심 기술별

본 항에서는 핵심 기술별 투자 동향을 분석하였다. 본 항을 통해 어떤 기술을 가지고 있는 기업들에 투자가 많았는지를 살펴본다. 데이터 분석, 자동화, 인공지능, 사물인터넷, 클라우드(Cloud), 블록체인 등 각 기술을 핵심으로 사용하는 기업들에 대한 투자 동향을 <그림 III-20>에 나타냈다. 디지털전환 초기에는 데이터 분석에 대한 투자가 주로 이루어졌으나, 시간이 흐름에 따라 자동화나 인공지능에 대한 투자 규모가 증가했음을 확인할 수 있다. 2021년 기준 데이터 분석에 72.6억 달러, 인공지능에 67.63억 달러가 투자되었고, 사용자의 편의성을 증대시키는 자동화 기술을 가진 기업에 대한 투자도 54.87억 달러였다. 사물인터넷을 이용하는 기업에 대한 투자는 앞서 언급된 세 기술에 비해서는 상대적으로 작았지만, 꾸준히 상승하여 2021년 기준 15.8억 달러를 넘었다. 클라우드와 블록체인을 이용하는 기업에 대한 투자는 각각 5.11억 달러, 2.37억 달러에 그쳤다.

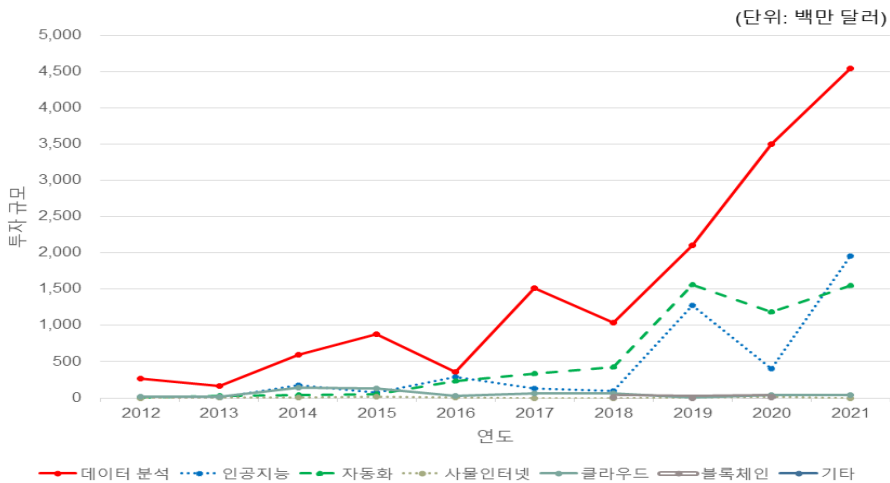
<그림 III-20> 기술별 투자 동향



주: 2021년 기준으로 데이터 분석, 인공지능, 자동화, 사물인터넷, 클라우드, 블록체인 순으로 투자 규모가 컸음
 자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-21〉에는 생명·건강보험 종목을 다루는 기업에 대한 투자 동향을 기술별로 나타냈다. 2021년 기준 데이터 분석에 대한 투자가 45.4억 달러로 가장 많았고, 인공지능이 19.54억 달러, 자동화가 15.47억 달러로 뒤를 이었다. 이 외 기술에 대한 투자는 조사 기간 내내 연 1억 달러 미만 수준에 그쳤다.

〈그림 III-21〉 생명·건강보험 기술별 투자 동향

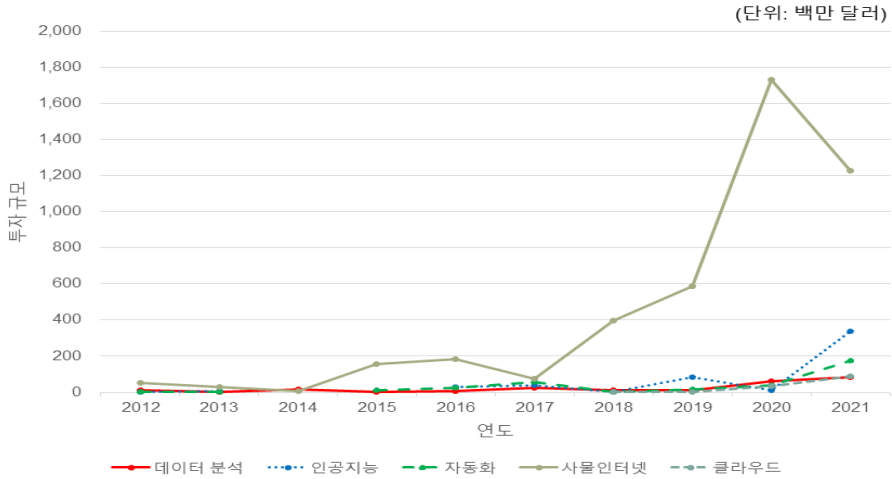


주: 2021년 기준으로 데이터 분석, 인공지능, 자동화 순으로 투자 규모가 컸으며, 사물인터넷, 클라우드, 블록체인에 대한 투자는 상대적으로 미미했음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-22〉에는 자동차 종목을 다루는 기업에 대한 투자 동향을 기술별로 나타냈다. 그래프에서 알 수 있듯이 사물인터넷에 대한 투자가 주로 이루어졌다. 2021년 기준 사물인터넷에 12.28억 달러가 투자된 것에 반해 다른 기술을 모두 합쳐도 6.83억 달러 규모에 그쳤다.

〈그림 Ⅲ-22〉 자동차보험 기술별 투자 동향



주: 1) 분석 기간 내내 사물인터넷에 투자가 집중됨

2) 2021년 기준으로 사물인터넷, 인공지능, 자동화, 클라우드, 데이터 분석 순으로 투자 규모가 컸으며, 블록체인에 대한 투자는 분석 기간 내내 없었음

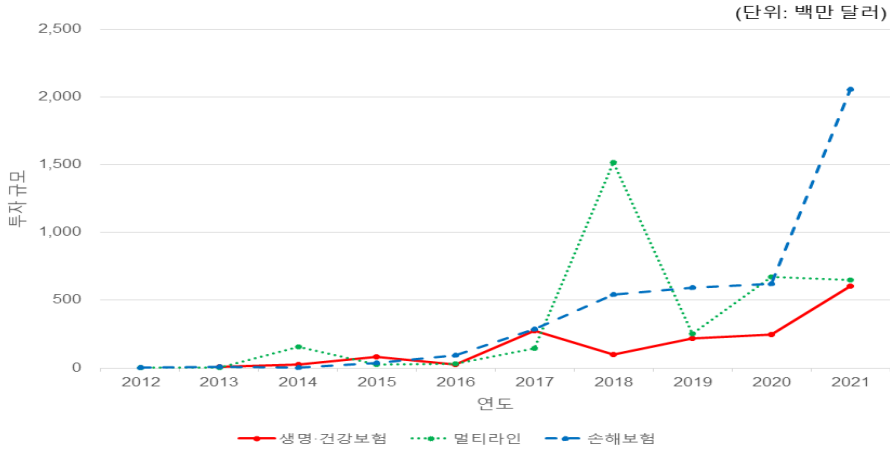
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

3. 유럽 투자 동향

가. 종목별 투자 동향

우선 보험종목별 투자 동향을 분석하였다. 보험종목의 분류는 미국 분석과 마찬가지로 두 단계에 걸쳐서 하였다. 그 중 첫 번째 단계인 생명·건강보험, 손해보험, 멀티라인의 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다.

〈그림 III-23〉 시간에 따른 투자 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

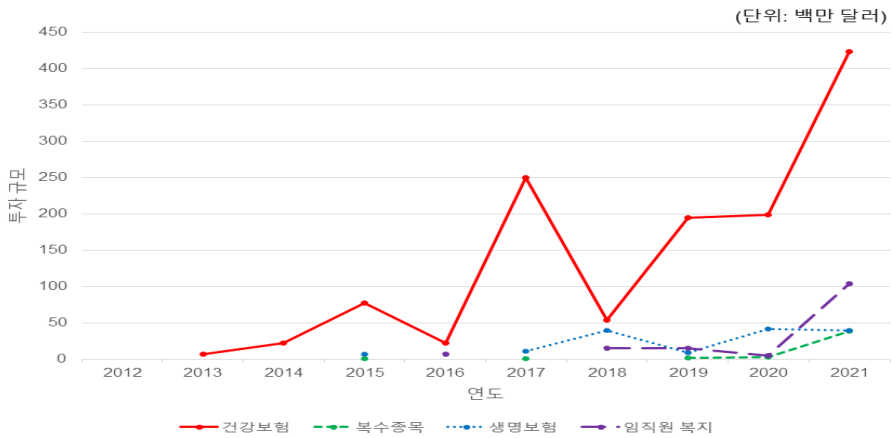
그림에서 보듯이 모든 종목이 전체적으로 투자 규모가 커졌음을 알 수 있다. 생명·건강보험은 2013년 700만 달러에서 2021년 6억 590만 달러로 증가하였고, 손해보험의 경우에는 2012년 320만 달러에서 2021년 2억 5,385만 달러로 증가하였다. 멀티라인의 경우에는 2012년 53만 달러에서 2021년 6억 4,792만 달러로 증가하였다.¹⁷⁾ 미국과는 다르게 생명·건강보험보다 손해보험이나 멀티라인에서의 투자가 많았는데, 이는 FNZ, wefox, Ki, ManyPets 등 소수 기업의 투자유치에 따른 결과이다.

1) 생명·건강보험(Life and Health): 건강(Health)보험 관련으로의 집중

〈그림 III-24〉에 건강, 생명, 임직원복지 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 미국과 마찬가지로 투자처가 양극화되었음을 확인할 수 있는데, 건강 종목에 대한 투자 변화가 가장 컸다.

17) 2018년은 FNZ에서 홀로 13억 9,333만 달러의 투자를 유치하였음

〈그림 III-24〉 생명·건강보험 관련 종목 투자 동향

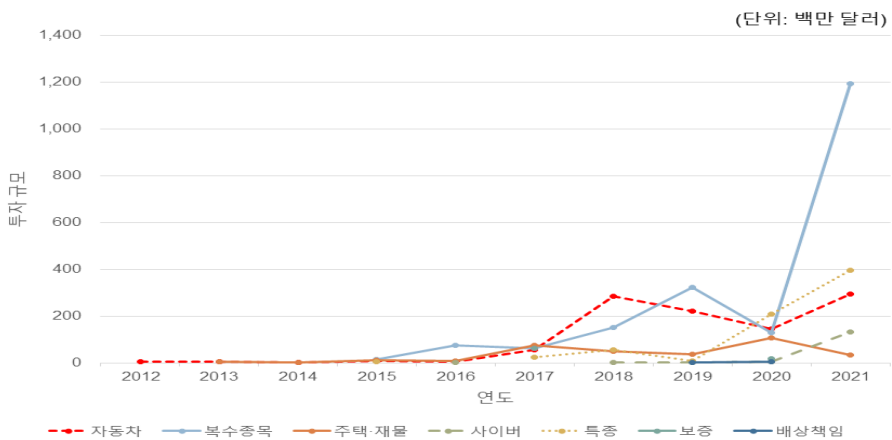


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

2) 손해보험(Property and Casualty): 복수 종목을 다루는 기업에 대한 투자 집중

〈그림 III-25〉에 손해보험 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 미국과 마찬가지로 손해보험 관련 복수 종목, 자동차, 사이버 보험을 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자가 매우 증가하였다. 미국보다는 특종보험에 대한 투자가 두드러진 것도 확인할 수 있다.

〈그림 III-25〉 손해보험 관련 종목 투자 동향



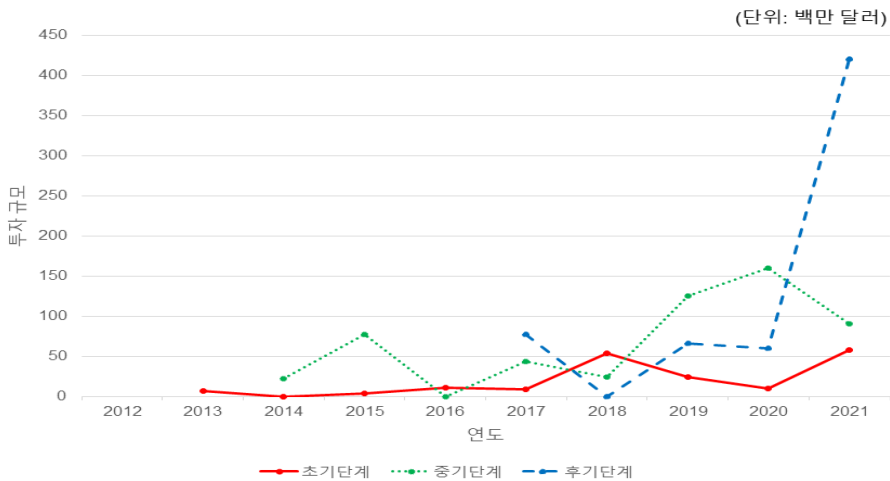
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

나. 투자 단계별 동향

본 항에서는 투자 단계별 투자 현황을 살펴본다. 미국 분석과 마찬가지로, 투자라운드를 초기단계(시드 단계, 시리즈 A), 중기단계(시리즈 B, 시리즈 C), 후기단계(시리즈 D를 포함한 이후 단계)로 나누어 종목별 투자 동향을 살펴보았다.

〈그림 III-26〉에 생명·건강보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타냈다. 산업 초기에는 초기 및 중기단계에 투자가 주로 이루어졌지만, 시간이 지남에 따라 후기단계에 있는 기업에 대한 투자가 많아졌음을 알 수 있다.

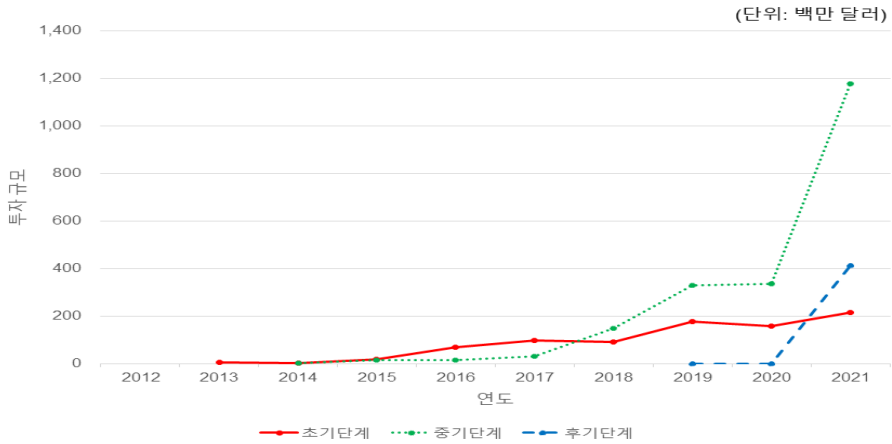
〈그림 III-26〉 생명·건강보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 III-27〉에 손해보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타냈다. 미국과 마찬가지로 중기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모가 초기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모에 비해 빠르게 증가했음을 확인할 수 있다. 후기단계에 있는 기업에 대한 투자는 2021년 이전에는 존재하지 않았다. 이는 산업의 성숙도가 상대적으로 낮았기 때문이다.

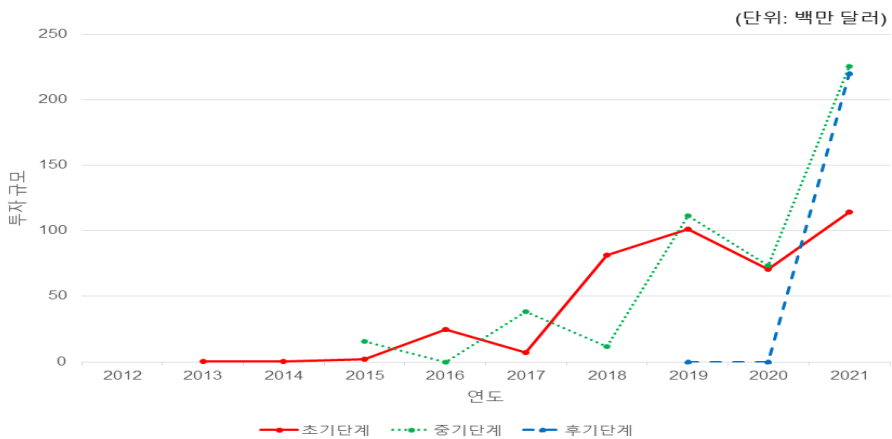
〈그림 Ⅲ-27〉 손해보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-28〉에 멀티라인 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타냈다. 손해보험의 경우와 마찬가지로 중기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모가 초기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모에 비해 빠르게 증가했음을 확인할 수 있다. 후기단계에 있는 기업에 대한 투자는 존재하지 않았는데, 이 역시 산업의 성숙도가 미국에 비해 상대적으로 낮았음을 확인할 수 있다.

〈그림 Ⅲ-28〉 멀티라인 관련 투자 단계별 동향



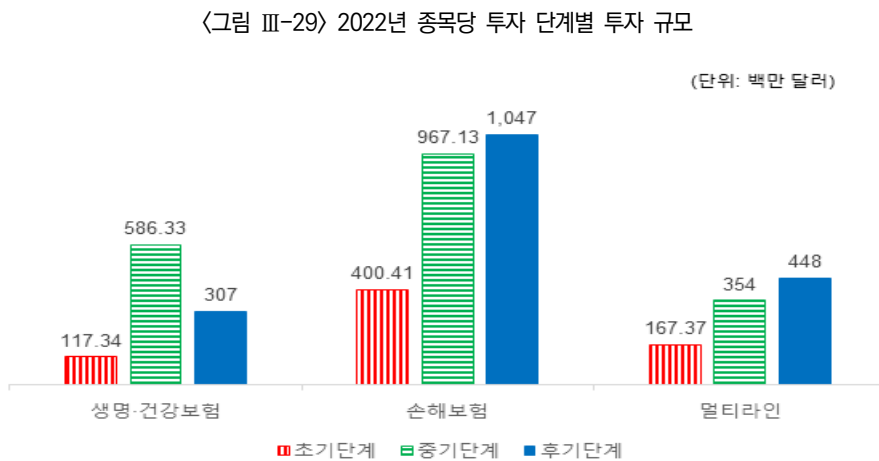
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

4. 2022년 투자와 추후 전망

2022년은 금리 상승, 높은 인플레이션 환경, 저성장 우려로 인해 핀테크, 로봇, 바이오 등 혁신기업들의 수익률이 모두 낮았고, 인수어테크도 예외일 수 없었다. 본 절에서는 거시 경제 충격으로, 미국 인수어테크 기업에 대한 투자가 투자 단계별로 어떻게 이루어졌는지 살펴본다.

가. 투자 단계별 투자 규모

이전 분석과 마찬가지로 투자라운드를 초기단계(시드 단계, 시리즈 A), 중기단계(시리즈 B, 시리즈 C), 후기단계(시리즈 D를 포함한 이후 단계)로 나누어 종목별 투자 규모를 <그림 III-29>에 나타냈다.



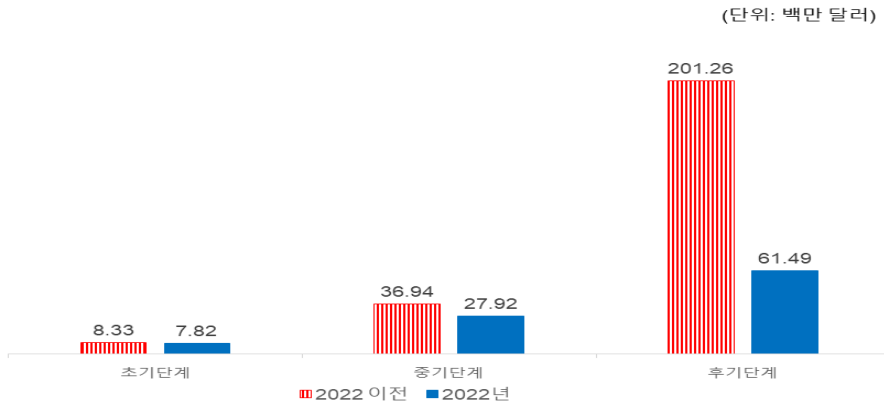
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

생명·건강보험의 경우는 중기단계에 대한 투자 규모가 가장 컸고, 멀티라인과 손해보험의 경우에는 후기단계에 대한 투자 규모가 가장 컸다. 손해보험보다 생명·건강보험과 멀티라인에서의 투자 규모 하락 폭이 컸다.

나. 종목별 투자유치당 투자 규모

2022년에는 투자유치 횟수가 적기 때문에 더 정확한 비교를 위해 한 번의 투자유치당 투자 규모를 비교할 필요가 있다. 2022년 이전과의 차이를 알아보기 위해 직전 3개년(2019년, 2020년, 2021년)의 평균 투자 규모를 구해 총투자유치 횟수로 나누었다. <그림 III-30>은 생명·건강보험 종목에서 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모를 단계별로 비교하였다.

<그림 III-30> 생명·건강보험 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교

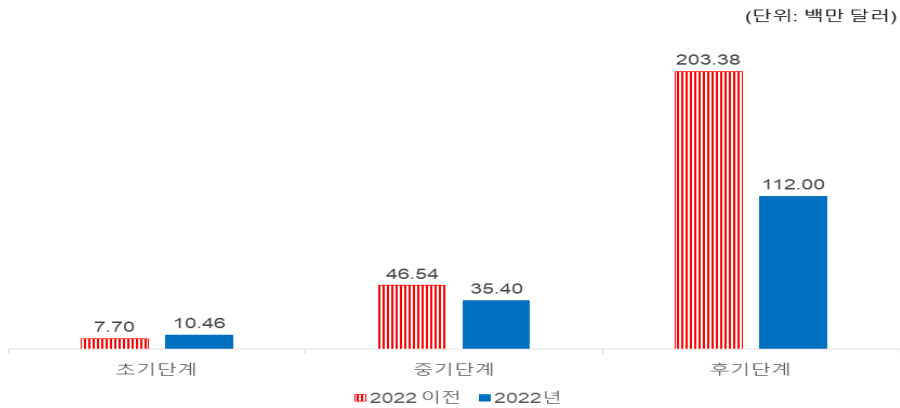


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 투자 단계가 후기인 경우일수록 투자 규모의 하락 폭이 컸다. 초기 단계의 경우 833만 달러에서 782만 달러로 약 6.12% 하락한 데 비해 후기단계의 경우 2억 126만 달러에서 6,149만 달러로 약 69.45% 하락하였다.

<그림 III-31>은 멀티라인에서 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모를 단계별로 비교하였다.

〈그림 III-31〉 멀티라인 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교

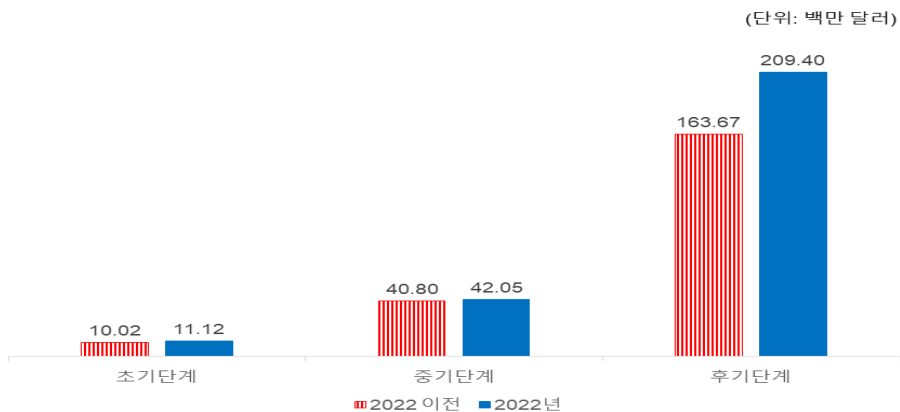


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

멀티라인도 생명·건강보험과 마찬가지로 투자 단계가 후기일 때 투자 규모의 하락 폭이 컸고, 초기단계는 오히려 상승하였다. 초기단계의 경우 770만 달러에서 1,046만 달러로 약 35.84% 상승했지만, 중기단계의 경우 4,654만 달러에서 3,540만 달러로 약 23.94% 하락, 후기단계의 경우 2억 338만 달러에서 1억 120만 달러로 약 44.93% 하락하였다.

〈그림 III-32〉는 손해보험에서 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모를 단계별로 비교하였다.

〈그림 III-32〉 손해보험 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

손해보험의 경우는 생명·건강보험이나 멀티라인과는 완전히 다른 경향을 보인다. 모든 단계에서 투자 규모가 증가하였는데, 특히 후기단계에서 증가 폭이 초기단계나 중기단계보다 더 컸다. 초기단계의 경우 1,002만 달러에서 1,112만 달러로 약 10.98% 상승하였고, 중기단계의 경우 4,080만 달러에서 4,205만 달러로 약 3.06% 상승한 데 비해 후기단계의 경우 1억 6,367만 달러에서 2억 940만 달러로 약 27.94% 상승하였다.

다. 소결

2022년은 금리 상승 등 거시경제 충격으로 인해 다양한 분야의 혁신기업들의 수익률이 모두 낮은 상황이었다. 혁신적 보험서비스를 제공하는 인슈어테크 기업에 대한 총투자 규모도 이전에 비해 뚜렷하게 하락했다. 하지만 투자유치 건수당 투자 규모 변화를 비교했을 때는 종목별로 다른 경향을 확인할 수 있다. 손해보험의 경우는 거시경제 충격에도 불구하고 2022년 이전과 마찬가지로 투자유치는 양극화가 심해졌음을 알 수 있다. 시장을 통해 어느 정도 성장한 기업들에 대한 투자가 집중되었고, 이를 통해 성공적인 사업모형이 정립되었음을 추측할 수 있다.

생명·건강보험이나 멀티라인의 경우는 투자 후기단계에 있는 기업이 거시경제 충격에 큰 영향을 받았다. 해당 종목에서 이미 어느 정도 성장한 기업에는 위기일 수 있겠지만, 초기단계나 중기단계에 있는 기업의 경우는 일단 투자유치를 성공한 경우의 투자 규모는 거시경제 충격 이전과 차이가 크지 않았다. 이는 해당 종목에서 새로운 사업모형에 대한 수요는 여전하다는 것을 방증하므로, 이제 막 사업을 시작하는 기업의 경우 보험산업에 혁신적인 서비스를 제공하는 새로운 기회를 얻을 수 있음을 시사한다.

IV

결론

지난 몇 년간 보험산업의 디지털 전환이 화두가 되면서, 새로운 정보통신기술을 활용하여 보험산업 내에서 부가가치를 만드는 많은 인슈어테크가 생겨났다. 하지만 이들 대부분이 기존의 보험산업의 틀을 바꾸는 새로운 사업모델을 가지고 있는 스타트업이기 때문에 인슈어테크에 대한 정량적인 분석이 많지 않았다. 본 연구에서는 활용 기술과 보험 가치사슬을 기준으로 기업을 분류하고, 투자 데이터를 중심으로 산업의 변화와 발전을 살펴보았다.

1. 주요 분석 결과

자료를 통해 얻을 수 있는 결과는 다음과 같다. 첫째로는 산업이 성장함에 따라 투자의 집중화가 이루어졌다는 것이다. 시간이 지나며 다양한 종목에서 기업이 설립되었지만, 투자 유치는 소수의 기업에 더욱 집중되었다. 보험산업이 디지털화되는 과정에서 초기에 보였던 다양한 가능성 중에서 어느 정도 성공하는 사업모형이 시장을 통해 선택되었음을 알 수 있다. 생명·건강보험의 경우에는 건강보험으로의 투자가 집중되었다. 손해보험 중에서는 자동차, 주택·재물, 사이버 보험에 투자가 집중됐지만 타 종목에서의 투자 변화 폭은 상대적으로 작았다. 투자의 집중화는 투자 단계별로 투자 동향을 살펴보았을 때 더욱 뚜렷한 경향이 보였다. 모든 보험 종목에서 후기단계에 있는 기업에 대한 투자가 초기단계에 있는 기업에 대한 투자에 비해 지난 10여 년간 더 빠르게 증가하였다.

두 번째 결과는, 멀티라인을 다루는 기업 수와 그에 대한 투자가 급격히 증가하였고 그에 따라 멀티라인 기업의 성장이 크게 이루어졌다는 것이다. 투자처는 소수 기업에 집중되었지만, 해당 기업들은 점차 보험산업 내 다양한 종목에서 혁신적 보험서비스를 제공하고 있다.

세 번째로는 종목별로 가치사슬의 변화가 다르게 나타났다는 것이다. 생명·건강보험의 경우 인슈어테크를 통해 보험 가치사슬이 확장되는 경향을 보였다. 전통적인 보험 가치사

슬 중 일부의 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자보다 복수의 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 더 빠르게 증가하였다. 이는 시장 내 총투자를 기업 수로 나눈 기업당 투자 규모 동향에서도 확인할 수 있었다. 또한 전통적인 가치사슬에 해당하는 마케팅에 관련한 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자보다는 디지털 전환에 따라 새로 등장한 시장인 마켓플레이스에 관련한 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 더 급격히 증가하였다. 마지막으로 운영시스템과 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 전통적인 보험 가치사슬에 있는 인슈어테크에 대한 총투자보다 더 빠르게 증가하였다. 이는 모두 생명·건강보험 종목에서는 인슈어테크를 통해 보험 가치사슬의 확장이 일어났다는 것을 시사한다.

반면에 손해보험은 세부 종목의 성격에 따라 가치사슬의 변화가 다르게 나타났다. 기업과 소비자 간 거래(B2C)의 비중이 큰 자동차보험이나 주택·재물보험은 마케팅, 마켓플레이스, 인가받은 중개·대리회사 등 보험모집에 관련한 시장이 성장하였다. 또한, 주택·재물보험의 경우 언더라이팅 과정에서 주택을 포함한 부동산에 관한 자료를 수집하고 분석하는 것이 중요한 만큼 언더라이팅과 데이터 제공과 관련한 시장이 디지털 전환과 함께 성장하였다. 기업 간 거래(B2B)가 위주인 사이버보험이나 날씨·재난보험은 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 언더라이팅 등 위험평가에 혁신이 필요하다. 투자 동향에서 이를 포함해 새로운 데이터를 이용하는 부가가치서비스 관련 시장에 투자가 증가한 것도 확인할 수 있었다.

마지막 결과는 2022년의 투자 데이터에 관한 것이다. 2022년은 금리 상승 등 거시경제 충격으로 인해 인슈어테크를 포함한 다양한 분야의 혁신기업들의 수익률이 모두 낮은 상황이었다. 하지만 투자유치 건수당 투자 규모 변화를 비교했을 때는 종목별로 다른 경향을 확인할 수 있다. 손해보험의 경우는 거시경제 충격에도 불구하고 2022년 이전과 마찬가지로 투자의 양극화가 심해졌음을 알 수 있다. 시장을 통해 어느 정도 성장한 기업들에 투자가 집중되었고, 이를 통해 성공적인 사업모형이 정립되었음을 추측할 수 있다. 반면에 생명·건강보험이나 멀티라인의 경우는 투자 후기단계에 있는 기업이 거시경제 충격에 큰 영향을 받았다. 해당 종목에서 이미 어느 정도 성장한 기업에는 위기일 수 있겠지만, 초기단계나 중기단계에 있는 기업이 일단 투자유치를 성공한 경우의 투자 규모는 거시경제 충격의 영향이 덜했다. 이는 해당 종목에서 새로운 사업모형에 대한 수요는 여전히 높은 것을 방증하므로, 이제 막 사업을 시작하는 기업이더라도 보험산업에 혁신적인 서비스를 제공하는 새로운 기회를 얻을 수 있음을 시사한다.

데이터를 해석할 때 주의할 점이 있다. 우선, 투자 동향만으로 과포화 시장인지 불포화 시장인지를 결정할 수는 없다. 투자 규모 자체는 시장이 실제 발전하는 것과 괴리가 있을 수 있다. 또한, 각 시장의 특성에 따라 투자 규모가 크더라도 많은 기업이 실패하는 경우가 있을 수도 있다. 예를 들면, 마켓플레이스의 경우에 투자 규모가 꾸준히 커져 왔음에도 불구하고 가장 많은 폐업이 나온 시장이다. 이는 마켓플레이스 사업모형이 속하는 양면 시장(Two-sided Market) 혹은 네트워크 시장(Network Market)의 특성 중 하나인 승자독식(Winner-take-all) 특성 등이 발현되었기 때문으로 추측할 수 있다. 따라서 경제학적 특성을 고려하지 않은 채 투자 동향만으로는 시장을 파악할 수 없다.

또한, 시장과 관련 기술의 연관성이 있다는 것을 주의하며 데이터를 해석해야 한다. 예를 들면, 최근 사물인터넷을 활용하여 운전 습관 등을 파악하는 자동차보험 관련 인슈어테크 기업에 대한 투자가 늘었다. 이는 투자 동향에서, 손해보험 혹은 자동차 부문에 투자가 늘어나는 것으로도 나타나지만, 데이터 제공 시장 혹은 사물인터넷(IoT) 기술에도 투자가 늘어나는 것으로 나온다. 이러한 보험종목·시장·기술 간 상관관계를 인지하지 않고 투자 동향을 해석하면 잘못된 결론에 이를 수 있으므로 주의해야 한다.

2. 전망

생명·건강보험 분야의 인슈어테크는 2022년의 위기를 거쳐 다시 성장할 것으로 보인다.¹⁸⁾ 거시경제 위기에서 더욱 새로운 혁신적 서비스에 대한 수요가 존재함을 확인했다. 건강보험 분야로의 투자가 집중되었지만, 구체적인 사업모형은 시장을 통해 완전히 정립되지 않았다. 특히 건강관리 서비스 등을 제공하는 부가가치서비스 시장이 성장할 것으로 예상되고, 언더라이팅 과정의 정확성과 신속성을 위해 전자건강정보(EHR)의 사용이 점차 보편화될 것으로 보인다. 전자건강정보에 인공지능을 접목하여 소비자에게 맞춤 건강관리 서비스를 제공하는 시장이 성장할 것으로 예측된다.

손해보험 관련 시장은 시장을 통해 성공적인 사업모형에 대한 선택이 어느 정도 정립된 만큼 현재 존재하는 사업모형이 더욱 성장할 것으로 보인다. 예를 들어, 자동차보험에서는 텔레매틱스 기술 관련 시장이 더욱 성장할 것으로 전망되며, 역으로 텔레매틱스 기

18) CB Insights(2022c)

술의 발전으로 인해 자동차보험 시장도 더욱 성장할 것으로 보인다. 디지털 채널을 통한 소비자와의 소통, 주행거리 기반 보험상품, 주행 습관 기반 보험상품, 안전 운전자에 대한 보상프로그램의 발전으로 손해보험회사들은 상당한 이익을 얻었다. 최근 급격히 발전한 텔레매틱스 기술을 기존 보험회사, 브로커, 자동차 제조사들이 도입하였다. CB Insights는 한 보고서¹⁹⁾를 통해 2021년에 1,000억 달러 수준이었던 시장 크기가 2030년에 8,119억 달러 수준으로 성장할 것이라고 전망하였다.

보험회사들이 언더라이팅 과정을 자동화·디지털화시킴에 따라 언더라이팅이나 데이터 제공과 관련한 시장 역시 더욱 성장할 것으로 보인다. 이와 관련한 인슈어테크는 보험회사를 고객으로 유치하여 더욱 성장할 것으로 예측된다. 이들은 소셜미디어 등에서 나오는 정보를 기존 정보에 추가하여 언더라이팅 결정을 개선하고 있다. CB Insights는 한 보고서²⁰⁾를 통해 언더라이팅, 보험금 지급관리 등을 포함한 전 세계 보험 데이터 분석 시장이 2020년 88억 달러에서 2026년 206억 달러 규모로 성장할 것으로 예상하였다.

블록체인에 관한 관심은 여전히 높지만, 보험산업에서의 기술 표준화와 상용화에는 시간이 걸릴 것으로 보인다. 거대 보험회사인 Allianz와 Swiss Re는 블록체인 기술을 도입하기 시작하였지만, 블록체인과 관련한 인슈어테크에 대한 투자는 미미하였고 그만큼 성공적인 사업모형이 정립되지 않은 것으로 보인다. 규제산업인 보험업에 블록체인 기술을 도입하기 위해서는 관련 규제가 정비되고 블록체인 기술에 대한 명확한 가이드를 제시할 필요성이 있다.

끝으로, 보험산업의 디지털 전환을 위해서는 기존 보험회사의 적극적인 의지가 있어야 한다. 인슈어테크는 기존 보험회사와 경쟁 관계에 있다기보다는 협력관계에 있다고 판단된다. 맥킨지 보고서²¹⁾에 따르면 인슈어테크 중 61%는 그들의 서비스를 보험회사에 제공하고, 30%는 보험 사슬을 탈중개화하며, 9%만이 기존 보험회사와 직접 경쟁하고 있다. 인슈어테크 입장에서는 기존 보험회사가 가지고 있는 인지도, 숙련된 직원들, 그리고 두터운 소비자 기반을 통한 데이터가 필요할 것이다. 또한 기존 보험회사 입장에서는 인공지능이나 머신러닝 등을 통해 시장 변화에 빠르게 대처할 수 있는 인슈어테크의 데이터 분석 능력이 필요할 것이다. 기존 보험회사가 디지털 전환에 적극적으로 투자한다면 기업과 소비

19) CB Insights(2022b)

20) CB Insights(2022d)

21) Tanguy and Lorenz(2017); Kaesler(2019)

자 모두의 효용이 나아지는 결과를 가져올 것이다.

디지털 전환을 추구하는 보험회사, 인슈어테크, 투자자는 본 연구를 통해 현재 해외 인슈어테크 시장 상황을 참고할 수 있기를 바란다.

참고문헌

- 김규동·김윤진(2021), 「보험산업의 디지털 전환 현황과 과제」, 『KIRI 리포트』, 포커스, 보험연구원
- 권오경(2016), 「인슈어테크(InsurTech) 평가와 전망」, 『KIRI리포트』, 보험연구원
- 박소정·박지윤(2017), 「인슈어테크 혁명: 현황 점검 및 과제 고찰」, 『연구보고서』, 2017-11, 보험연구원, pp. 1~170
- 손재희(2022), 「디지털 보험회사의 사업모델」, 『CEO Brief』, 2022-11, 보험연구원
- 손재희·황인창·장윤미(2022), 「디지털 보험회사 사업모델 연구」, 『연구보고서』, 2022-15, 보험연구원
- Braun, A., & Schreiber, F.(2017), “The current InsurTech landscape: Business models and disruptive potential”, No. 62, I. VW HSG Schriftenreihe
- Capgemini, E., & Efma, A. Q.(2017), “World insurance report 2017”
- Cappiello, A.(2020a), “The digital (r) evolution of insurance business models”, *American Journal of Economics and Business Administration*, 12(1), pp. 1~13
- _____ (2020b), “The technological disruption of insurance industry: A review”, *International Journal of Business and Social Science*, 11(1), pp. 1~11
- CB Insights(2020), “How Insurers Are Turning To IoT To Transform Their Commercial Products”, *Research Brief*
- _____ (2022a), “How blockchain is disrupting insurance”, *Research Brief*
- _____ (2022b), “Market Trend Report: Auto Telematics for P&C Insurers”, *Research Brief*
- _____ (2022c), “Market Trend Report: Electronic Health Record Platforms for Life Insurers”, *Research Brief*
- _____ (2022d), “Market Trend Report: Underwriting Data Platforms for P&C Insurers”, *Research Brief*

- _____ (2022e), “Why Life Insurers Are Prioritizing Robotic Process Automation”,
Research Brief
- Cortis, D., Debattista, J., Debono, J., and Farrell, M.(2019), “InsurTech. In: Lynn, T.,
Mooney, J., Rosati, P., Cummins, M.(eds) Disrupting Finance. Palgrave Studies
in Digital Business & Enabling Technologies. Palgrave Pivot, Cham
- Kaesler, S.(2019), “A New Industry Model for Insurtech”, McKinsey & Company
- Mueller, J.(2018), “InsurTech Rising: A Profile of the InsurTech Landscape”, 10, Milken
Institute
- OECD(2017), “Technology and innovation in the insurance sector”
- Pollari, Ian, and Anton Ruddenklau(2018), “The Pulse of fintech 2018”, *Biannual global
analysis of investment in Fintech*, KPMG
- Scott-Briggs, A.(2016), “What is InsurTech, Origin and History in Financial
Techonology”, Retrieved April, 17, 2017
- Tanguy, C., and Lorenz, J. T.(2017), “InsurTech—the threat that inspires”, McKinsey &
Company
- Yan, T. C., Schulte, P., and Chuen, D. L. K.(2018), “InsurTech and FinTech: banking
and insurance enablement. Handbook of Blockchain”, *Digital Finance, and
Inclusion*, Vol. 1, pp. 249~281
- <https://content.naic.org/cipr-topics/insurtech>

1. 분류 기준

1. 위험인수(보험회사) 자격이 있는가? Yes → Licensed Carrier
2. 보험모집(보험모집조직) 자격이 있는가? Yes → Licensed Agent(Broker)
3. 제공하는 주요 상품 및 서비스가 기존에 존재하던 보험 가치사슬 개념으로 특징이 되는가? Yes → 3.1~3.6
 - 3-1. 기존 사업자가 일반적으로 제공하지 않은 상품을 제공하거나 효율 산출에 특화된 서비스를 제공하는가? Yes → Product Development(Pricing)
 - 3-2. 상품 판매와 관련이 있는가? Yes → 3-2-1
 - 3-2-1. 양면 시장인가? Yes → Marketplace, No → Marketing(Sales)
 - 3-3. 보험 인수심사와 관련이 있는가? Yes → Underwriting
 - 3-4. 보험계약관리와 관련이 있는가? Yes → Customer Service
 - 3-5. 보험금 지급심사와 관련이 있는가? Yes → Claim Management
 - 3-6. 위 3-1~3-5 복수에 해당하는가? Yes → Multichain
4. 주요 사업이 기존 사업자가 일반적으로 수집하지 않는 새로운 데이터를 제공하는 것인가? Yes → Data Provision
5. 제공하는 상품 및 서비스가 예측모형에 기반하거나 예방 서비스인가? Yes → Predictive Model/Preventive Service
6. 제공하는 상품 및 서비스가 기업, 보험회사, 보험모집조직의 보험서비스 제공에 필요한 또는 이를 지원하는 전반적인 시스템(또는 솔루션)인가? Yes → Operation System
7. 부가 서비스를 제공하는가? Yes → Value-Added Service
8. 위 모두와 관련이 없는가? Yes → Miscellaneous

부록 II 주요 인슈어테크 사업모형

본 부록에서는 주요 인슈어테크의 사업모형을 분석한다.

1. 공개기업

본 연구에서 이용한 CB Insights 데이터에서 2022년 12월 현재 공개기업의 수는 23개이다. 이들 기업의 이름, 보험종목, 핵심기술, 가치사슬은 다음 부록에 나열하였다. <부록 표 II-1>에는 23개 기업을 가치사슬별, 보험종목별로 각각 구분한 도수 분포를 나타냈다.

〈부록 표 II-1〉 인슈어테크 공개기업 수

(단위: 개)

가치사슬별	기업 수	보험종목별	기업 수	기술별	기업 수
데이터 제공	4	건강	7	데이터 분석	8
인가받은 보험회사	4	멀티라인	7	자동화	5
부가가치서비스	3	손해	4	인공지능	4
멀티체인	3	자동차	2	클라우드	4
인가받은 중개·대리	3	기타	1	사물인터넷	2
예방·예측서비스	1	주택·재물	1	-	-
기타	1	반려동물	1	-	-
마켓플레이스	1	-	-	-	-
계약관리	1	-	-	-	-
보험금 지급관리	1	-	-	-	-
운영시스템	1	-	-	-	-

가장 많은 공개기업이 분류되는 가치사슬은 데이터 제공이었다. 또한 부가가치서비스, 멀티체인 등 보험산업에 새로운 가치를 만들거나 전통적인 보험 가치사슬을 확장하는 기업이 많았다. 그리고 인가받은 보험회사, 인가받은 중개·대리회사 등 기존 보험회사나 보험 중개사와 같은 방식으로 인가를 받고 보험업을 하는 기업도 많았다.

아래 항에서는 산업용 사물인터넷 솔루션을 제공하며, 2021년 기업을 공개하기 전까지 20억 3,500만 달러의 투자를 유치한 Samsara를 소개한다.

가. Samsara

Samsara는 산업용 사물인터넷 솔루션을 제공하여 업무의 효율성, 안전성 및 지속 가능성을 높인다. Samsara의 솔루션은 사물인터넷으로부터 받은 데이터를 하드웨어, 소프트웨어 및 클라우드를 결합하여 인공지능을 통해 분석한다. 보험 소비자는 Samsara를 이용하여 위험을 관리할 수 있고, 또한 Samsara의 솔루션을 통해 보험회사에 본인의 운전 데이터 등을 제공하여 보험료를 낮출 수 있다. 이 솔루션에는 차량 텔레매틱스, 운전자 안전장치 및 산업 프로세스 제어 등이 모두 통합되어 있는데 아래에서 하나씩 소개한다.

1) 서로 연결된 운영시스템

소비자는 여러 센서, 카메라나 타 업체의 기계로부터 데이터를 Samsara 솔루션을 통해 얻을 수 있다. 특히 소비자는 사업장 내 여러 차량을 관리해야 할 때, 이들의 정보를 한 번에 운용할 수 있다. 솔루션은 인공지능을 통해 팀의 안전관리를 도와주고, 실시간으로 각 차량이나 기계의 상황을 확인할 수 있다.

2) 영상 기반 안전장치

사고가 일어났을 때나 위험이 감지될 때, Samsara의 인공지능 카메라가 실시간으로 인지하고 운전자에게 코칭을 통해 운전자를 보호하고 잠재적인 비용을 줄인다.

3) 차량 텔레매틱스

차량 관리, 운전자 안전 및 규정 준수 여부를 확인할 수 있다.

4) 장비 감시 체계

원격 모니터링을 통해 Samsara의 클라우드 기반 운영시스템으로 직접 데이터를 전송하여 조직이 더 효율적으로 운영되는 데 도움을 준다.

5) 가시성 확보

클라우드에 연결된 영상 관리 장치는 보안카메라에 스마트 감지 기술과 사전 경고 시스템을 제공한다.

2. 폐업한 기업

본 절에서는 위와 반대로 폐업한 기업을 본다. 본 연구에서 사용한 CB Insights 데이터에서 2022년 12월 현재 폐업(Dead/Inactive)한 기업 수는 14개였다. <부록 표 II-2>에는 14개 기업들을 가치사슬별, 보험종목별로 각각 구분한 도수 분포를 나타내었다.

〈부록 표 II-2〉 인슈어테크 폐업기업 수

(단위: 개)

가치사슬별	기업 수	보험종목별	기업 수	기술별	기업 수
마켓플레이스	4	건강	4	데이터 분석	7
운영시스템	3	멀티라인	3	자동화	4
마케팅	2	생명	3	인공지능	1
보험금 지급관리	2	손해	2	사물인터넷	1
데이터 제공	1	임직원복지	1	클라우드	1
계약관리	1	자동차	1	-	-
부가가치서비스	1	-	-	-	-

가치사슬별 구분에서 폐업한 기업이 가장 많았던 시장은 마켓플레이스다. 앞 장에서 보았듯이 디지털 혁신 이전의 전통적인 보험사슬 중 하나인 마케팅보다 더 많은 투자가 집중되었던 시장이었음에도 폐업한 기업이 가장 많았다. 이는 마켓플레이스 사업모형이 속하는 양면 시장(Two-sided Market) 혹은 네트워크 시장(Network Market)의 특성 중 하나인 승자독식(Winner-take-all) 특성 등이 발현되었기 때문으로 추측할 수 있다.

3. 최근 성장기업

본 절에서는 최근 3년간(2020~2022년) 투자유치 규모 순서로 상위 30개 기업을 분석하였다. <부록 표 II-3>에는 30개 기업을 가치사슬별, 보험종목별로 각각 구분한 도수 분포를 나타내었다.

〈부록 표 II-3〉 최근 3년 투자유치 규모 상위 30개 인슈어테크

(단위: 개)

가치사슬별	기업 수	보험종목별	기업 수	기술별	기업 수
운영시스템	7	멀티라인	10	인공지능	10
부가가치서비스	6	건강	8	데이터 분석	9
인가받은 중개·대리	5	손해	3	자동화	8
인가받은 보험회사	3	임직원복지	2	블록체인	1
계약관리	2	생명	2	클라우드	1
다사슬	2	자동차	2	사물인터넷	1
마켓플레이스	2	사이버	1	-	-
보험금 지급관리	1	생명·건강	1	-	-
마케팅	1	산재	1	-	-
상품개발	1	-	-	-	-

최근 투자유치 규모가 가장 컸던 가치사슬은 운영시스템과 부가가치서비스였다. 디지털 혁신을 통해 보험산업에서는 웨어러블, 텔레매틱스, 혹은 다른 경로를 통해 다양한 데이터들을 이용할 수 있게 되었다. 이러한 데이터들을 통해 기존 보험 가치사슬 내 가치뿐만

아니라 건강, 생활방식, 자산관리 등 다양한 서비스를 제공할 수 있게 되었고, 이를 포괄적으로 부가가치서비스라 할 수 있다. 아래 항에서는 이러한 부가가치서비스를 제공하는 기업 중 하나인 Devoted Health에 관해 소개한다.

가. Devoted Health

Devoted Health는 데이터 분석 기술을 이용하여 건강보험 종목에서 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크 기업이다. 최근 3년 동안 총 12억 달러 투자유치에 성공했다. Devoted Health는 크게 세 가지 종류의 상품을 제공한다.

1) Devoted Health Plans

Devoted Health는 사업 초기부터 그들만의 건강보험 계획을 구축했다. 이 계획은 목적에 맞게 구축되고 최적화된 치료를 제공하고, 이와 더불어 가치에 기반한 지급금액을 산정하여, 고령자를 포함한 모든 서비스 제공자에게 더 나은 의료 경험을 제공한다. 대형 보험회사 플랜과 달리 Devoted Health는 가치 기반 지급금액 산정 및 관리, 개인화된 회원 서비스, 선도적인 주치의 및 의료 제공자와의 긴밀한 파트너십, 독점 기술 덕분에 매우 낮은 관리 비용으로 최적화되어 있다. 또한, 다른 메디케어 회사와 달리 당뇨병이나 고혈압과 같은 만성 질환이 있는 사람들에게도 서비스를 제공하는 데 중점을 둔다.

2) Devoted Health Guides and Devoted Medical Group

Devoted Health는 회원이 기존 의료 시스템에 쉽게 접근할 수 있는 서비스를 제공한다. 예를 들어, Devoted Health Guides는 회원이 기존 의료 시스템을 이용하는 데 도움을 주고, Devoted Medical Group의 경우에는 집에서 처치가 필요한 회원에게 가정 방문 의료와 같은 기존 의료 시스템을 포괄하는 일련의 의료 서비스를 제공한다. Devoted Member Guides는 각 구성원의 치료 기록을 가지고 있으며, 30초 안에 전화에 응답하는 실제 사람이다. 회원의 질문이나 우려 사항은 플랫폼을 통해 실시간으로 처리한다. 각 지역에 있는 임상인, 약사, 사회복지사와 직원으로 구성된 팀을 통해 회원에게 광범위한 의료 서비스를 제공한다.

3) Ornico

Ornico는 Devoted Health의 핵심 소프트웨어 플랫폼으로서 회원에게 의료 서비스 운영을 지원하기 위해 구축되었다. 이 플랫폼을 통해 Devoted Health는 기존 건강보험 시스템보다 더 빠르게 비즈니스 요구에 대응한다.

1. 공개기업

〈부록 표 III-1〉 인슈어테크 공개기업

기업	보험종목	핵심기술	가치사슬	투자 규모 (백만 달러)
Bright HealthCare	건강	자동화	예방·예측서비스	3,334.30
UiPath	멀티라인	자동화	다사슬	2,490.07
Samsara	자동차	사물인터넷	운영시스템	2,035.00
Marqeta	멀티라인	인공지능	계약관리	1,748.22
Root Insurance	자동차	사물인터넷	인가받은 보험회사	1,588.43
Clover Health	건강	데이터 분석	부가가치서비스	1,555.00
Cue Health	건강	데이터 분석	부가가치서비스	1,096.03
23andMe	건강	데이터 분석	데이터 제공	1,069.70
GoHealth	건강	데이터 분석	인가받은 중개·대리	967.80
Oscar Health	건강	데이터 분석	부가가치서비스	832.50
Lemonade	멀티라인	인공지능	인가받은 보험회사	799.00
Duck Creek Technologies	손해	자동화	다사슬	755.00
Hippo Insurance	주택·재물	인공지능	인가받은 중개·대리	709.00
Doma	손해	인공지능	인가받은 보험회사	548.22
Clearwater Analytics	멀티라인	자동화	기타	540.00
Spire	손해	데이터 분석	데이터 제공	450.44
Planet	손해	클라우드	데이터 제공	364.05
Trupanion	반려동물	자동화	인가받은 보험회사	300.25
eHealth	건강	데이터 분석	인가받은 중개·대리	225.00
EverQuote	멀티라인	데이터 분석	마켓플레이스	122.45
Guidewire Software	손해	클라우드	다사슬	115.05
Matterport	멀티라인	클라우드	보험금 지급관리	111.30
Inseego Corp.	멀티라인	클라우드	데이터 제공	44.70

2. 폐업한 기업

〈부록 표 Ⅲ-2〉 인수어테크 폐업기업

기업	보험종목	핵심기술	가치사슬	투자 규모 (백만 달러)
Hixme Insurance Solutions	건강	데이터 분석	운영시스템	40.42
Joany	건강	데이터 분석	마켓플레이스	31.90
Wellthie	건강	클라우드	마켓플레이스	5.00
InforcePRO	생명	자동화	계약관리	4.00
Zen99	건강	데이터 분석	운영시스템	2.62
Nubundle	임직원복지	데이터 분석	부가가치서비스	1.50
Converge Industries	손해	인공지능	데이터 제공	1.39
BenRevo	멀티라인	데이터 분석	마케팅	1.26
Leaky	멀티라인	데이터 분석	마켓플레이스	0.67
ClaimForce	손해	데이터 분석	보험금 지급관리	0.65
LifeDrip	생명	자동화	마케팅	0.49
Guild Insurance Solutions	멀티라인	자동화	마켓플레이스	0.40
LifeDB	생명	자동화	보험금 지급관리	0.04
Telematic	자동차	사물인터넷	운영시스템	0.04

3. 최근 성장기업

〈부록 표 Ⅲ-3〉 인슈어테크 성장기업

기업	보험종목	핵심기술	가치사슬	투자 규모 (백만 달러)
Stripe	멀티라인	자동화	계약관리	1,550
Integrity Marketing Group	생명·건강	인공지능	인가받은 중개·대리	1,200
Devoted Health	건강	데이터 분석	부가가치서비스	1,150
DataRobot	멀티라인	인공지능	다사슬	963
Verily Life Sciences	건강	데이터 분석	부가가치서비스	700
Dataiku	멀티라인	인공지능	부가가치서비스	500
Next Insurance	손해	인공지능	인가받은 보험회사	500
Coalition	사이버	데이터 분석	인가받은 중개·대리	470
Color	건강	자동화	부가가치서비스	409
Hyperscience	건강	인공지능	다사슬	380
Extend	손해	인공지능	인가받은 보험회사	372
Chainalysis	멀티라인	블록체인	부가가치서비스	313
ASAPP	멀티라인	인공지능	계약관리	305
Ethos	생명	데이터 분석	인가받은 보험회사	300
EquipmentShare	멀티라인	사물인터넷	운영시스템	295
Friday Health Plans	건강	데이터 분석	마켓플레이스	281
Collective Health	임직원복지	데이터 분석	운영시스템	280
Everly Health	건강	자동화	운영시스템	275
Unqork	생명	자동화	운영시스템	258
Clearcover	멀티라인	자동화	보험금 지급관리	250
Pie Insurance	산재	데이터 분석	인가받은 중개·대리	245
Augury	건강	인공지능	부가가치서비스	235
WorkFusion	멀티라인	인공지능	운영시스템	220
Newfront Insurance	손해	자동화	인가받은 중개·대리	200
HealthCare.com	건강	데이터 분석	인가받은 중개·대리	185
QOMPLX	멀티라인	데이터 분석	상품개발	180
Polly	자동차	자동화	마케팅	176
Gusto	임직원복지	자동화	운영시스템	175
The Zebra	자동차	인공지능	마켓플레이스	155
EIS Group	멀티라인	클라우드	운영시스템	152

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

이정우 University of Florida 경제학 박사 / 연구위원
E-mail : jeongwoo@kiri.or.kr

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

장윤미 멕시코국립자치대학교 경제학 석사 / 연구원
E-mail : yunmi.jang@kiri.or.kr

연구보고서 2023-05

해외 인슈어테크 부문 투자 동향 분석

발행일 2023년 4월
발행인 안철경
발행처 보험연구원
주소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩
인쇄소 고려씨엔피

ISBN 979-11-93021-05-7
979-11-85691-50-3(세트)

(정가 10,000원)