



보험연구원
Korea Insurance
Research Institute

보 도 자 료

보도

2020. 9. 8(화) 14:00

배포

2020. 9. 7(월)

책임자

생명·연금연구실
김규동 실장(3775-9049)

작성자

김규동 연구위원(3775-9049)

홍보담당

변철성 수석역(3775-9115)

총 10매

보험연구원, 보험개발원, 손해보험협회, 생명보험협회 「언택트 시대 인슈어테크와 보험산업 전망」 공동세미나 개최

“언택트 트렌드는 새로운 보험 생태계를 생성.. 보험산업의 적극적인 대응 필요”

- 보험연구원(원장 안철경)은 보험개발원(원장 강호), 손해보험협회(회장 김용덕), 생명보험협회(회장 신용길)와 함께 9월 8일(화) 오후 2시 『언택트 시대 인슈어테크와 보험산업 전망』 공동세미나를 온라인으로 개최함
 - (행사 취지) 이번 세미나는 COVID-19로 인해 가속화되고 있는 언택트 환경에서 보험산업의 대응방안을 모색하기 위해 개최됨
 - (제1주제: 언택트 시대 국내 보험 비즈니스 모델) 최용민 한화손해보험 상무는 COVID-19로 인해 소비자가 중요하게 인식하는 리스크 유형이 변하고 있고, 사회 안전망으로서 보험의 역할이 부각되고 있다고 언급함
 - 이에 대응하여 헬스케어와 판매채널에서 많은 변화가 예상되며,
 - 보험회사는 빅데이터/AI, 블록체인, 모바일 등의 기술을 활용하여 디지털 전환에 대응하고 있다고 강조함
 - (제2주제: 언택트 시대 해외 보험 비즈니스 모델) 양경희 보험개발원 조사국제협력팀 팀장은 COVID-19로 인해 보험산업의 디지털 혁신은 더 빠르게 전개될 것으로 기대함
 - 해외의 대표적인 보험 사업모형으로 중국 핑안그룹의 새로운 생태

계 구축 및 보험 가치사슬의 효율성 극대화 사례와

- 일본 손보재팬의 빅테크 협업을 통한 고객 점점 확대 및 공유 경제·건강관리 컨설팅 등 신 사업 진출 사례를 소개함
- (제3주제: 디지털 보험 비즈니스 모델) 임성기 카카오페이 보험사업추진실 실장은 언택드 사회 도래는 비대면 채널 활용 가속화, 디지털 보험의 차별화된 고객가치 반영 활성화, 디지털 전환으로 인한 조직 문화 및 일하는 방식의 변화를 꼽았음
 - 또한, 디지털 보험 사업모형으로 보험회사와 ICT 기업과의 파트너십, 인슈어테크 기반 디지털 플랫폼 사업모형 확장, 디지털 생태계 기반 디지털 보험회사 설립 등이 가능하다고 언급함
 - 디지털 보험회사 사업모형을 통해 고객경험 혁신에 기반한 기업가치 극대화와 기술에 기반한 보험 가치사슬 혁신 가속화로 중장기 이익기반을 확보할 수 있는 선순환 발전방향을 제시함
- (제4주제: 플랫폼 보험판매 비즈니스 모델) 류준우 보맵 대표는 온라인 채널과 비대면 구매에 대한 수요가 있지만, 전통 설계사 중심의 판매가 지속되면서 소비자들의 불편이 발생하고 있다고 언급함
 - 보험판매 플랫폼은 판매/가입에서 보험계약 관리와 보험금 청구까지 보험구매 가치사슬에서 소비자의 불편을 해소할 수 있음
 - 고객 데이터를 기반으로 디지털 헬스케어와 타 금융 영역으로 사업 범위 확대가능성을 제시함
- (제5주제: 데이터를 활용한 보험 비즈니스 모델) 김세호 KPMG 상무는 금융업은 무형자산 기반이므로 디지털 혁신에 따른 영향도가 높는데, 인슈어테크 스타트업들이 등장하고 있으며, 비금융사들이 기술 역량을 활용하여 고객 접점을 확보하고 금융 사업으로 적극 진출하고 있다고 언급함

- 새로운 디지털 기술의 등장으로 보험업 전반에 걸친 파괴적 혁신이 예상되고 있음
 - 고객에게 차별화된 상품과 서비스 제공을 위해 비금융 데이터 융합이 필요하다고 주장함
- (제6주제: 언택트 시대 보험 비즈니스 전망 및 규제 변화) 김규동 보험연구원 연구위원은 새로운 기술과 데이터 적용으로 비대면 전환이 발생하고 있으나, 이는 오히려 보험회사와 소비자의 연결을 강화하고 새로운 보험 생태계를 조성하고 있다고 설명함
- 소비자들이 새로운 환경에서 새로운 상품을 구매하게 되는 언택트 전환과 플랫폼의 시장 지배력 강화는 다양한 리스크를 만들어낼 수 있다고 주장함
 - 이에 보험산업의 효율성을 향상시키고 소비자 보호 및 공정 경쟁 환경 조성을 위한 다양한 규제 변화가 뒤따를 것으로 예상함
- (언택트 시대 새로운 변화에 대응 필요) 안철경 보험연구원장은 이날 개회사를 통해 “보험산업은 언택트 시대를 맞아 인슈어테크를 이용한 새로운 경영 전략 수립에 골몰하고 있으며, 이는 보험산업의 생존과 발전을 결정하는 새로운 변수가 될 것”이라고 역설하였으며 “언택트 전환은 새로운 기술과 방대한 데이터를 통해 더욱 효율적으로 이루어질 수 있으며, 빅테크 기업과의 공생은 필연적”이라고 강조함

〈 제1주제 : 언택트 시대 국내 보험 비즈니스 모델〉

한화손해보험 최용민 상무

국내 인슈어테크/빅테크 기업과의 협업에 기반한 사업 모델 구축 필요

- COVID-19는 생활에 많은 변화를 가져오고 있으며, 보험산업은 차별화된 CPC 전략 수립을 통해 대응할 필요가 있음
 - 소비자들은 리스크에 대한 인식 변화로 인해 상해/질병 보장 등에 대한 관심이 증가하고 있으며, 보험의 사회 안전망으로서의 기능이 부각되고, 생활과 일하는 방식이 변화하고 있음
 - 보험산업은 시장 수요 트렌드 변화에 따른 신상품 개발과 비대면 채널 활용 방안을 마련하고, 대형 재난에 대비한 리스크 모델링을 구축하며, 회사 내부의 의사소통과 결제 프로세스 변화를 통해 고용의 인적/양적 변화를 추구해야 함
- 향후에는 고객 수요 중심의 데이터 활용 역량에 기반한 인슈어테크 협업 모델을 구축할 필요가 있음
 - 고객수요 창출(보험매출 증대) 일환으로 고객 니즈에 부합하는 상품을 개발하고, 가입 절차 및 보험금 청구 절차를 간소화 하는 외에도, 결제 프로세스 혁신을 통한 보험 활용 증대방안(소액계좌 활용, 구독기반 모델 등)이 필요함
 - 인슈어테크/빅테크 기업과 협업을 강화해야 하는데, SNS 기반 데이터 분석, 활동 데이터 수집, 수집된 데이터 분석을 통한 언더라이팅 프로세스 개선, 마케팅과 접목된 고객 친화적 Micro 보험 상품 개발 등의 노력이 필요함
 - 개인정보 및 데이터 활용 등에 대한 규제가 해소될 필요가 있음
- 인슈어테크/빅테크 기업과의 협업에 기반한 사업 모델은 역할 분담 확대를 통해 새롭고 다양한 고객경험을 추구할 수 있음
 - 현재 판매채널로서의 인슈어테크/빅테크 활용 가능성은 언더라이팅, 계리, 손해사정 분야와 같은 보험업의 본질적인 순기능 확대에 이어져야 함
 - 고객 경험의 질적·양적 확대와 보험 소비자 만족도 증대를 통해 보험산업의 신뢰를 회복할 수 있음

〈 제2주제 : 언택트 시대 해외 보험 비즈니스 모델 〉

양경희 보험개발원 팀장

중국과 일본의 대표 보험그룹 사례를 통한 국내 보험산업 시사점 도출 필요

- COVID-19로 인해 진행되고 있던 보험산업의 디지털 혁신이 더욱 가속화될 것으로 예상되고 있으며, 중국과 일본의 대표 보험그룹의 사례를 통해 언택트 시대 보험산업의 비즈니스 모델을 알아보고자 함
- 중국 보험 산업의 선두에 있는 핑안보험의 빅테크 협업과 경쟁 사례는 국내 보험산업에 많은 시사점을 주고 있음
 - 핑안 생태계(자동차, 금융, 부동산, 의료, 스마트시티)를 구축하고, 이를 통해 자체 인터넷 이용자를 고객으로 전환하며, 고객당 다양한 상품·서비스를 제공함
 - 기술력을 이용하여 보험사업 가치사슬의 효율성을 극대화하고, 설계사 채용, 교육, 업무지원까지 인공지능을 기반으로 전환하고 있음
 - 최근 SNS 등 뉴미디어를 통해 설계사의 온라인 진출도 지원하고 있으며, 보험기술 솔루션(인공지능 이미지 견적 시스템 EU 진출)과 신 사업모델(온라인 헬스케어 아시아 진출)을 이용한 해외 진출 사례는 주목할 필요가 있음
- 일본의 손보재팬은 2016년 발표한 중장기 전략을 통해 고객의 안심·안전·건강을 위한 토탈 서비스 제공을 목표로 설정함
 - 이를 위해 계열사 간 사업 연계를 통한 시너지 창출, 데이터 활용을 통한 부가가치 창출, 디지털 전략 기반의 상품·서비스 개발 및 고객 대응을 구체적인 목표로 설정함
 - 이는 디지털 랩과 그룹사 인공지능 센터 설치와 함께, RPA를 통한 업무 효율화, 빅테크 협업을 통한 고객 접점 확대, 공유경제·건강관리 컨설팅 등 신 사업 진출, 리얼 데이터 플랫폼 구축, 기술기업에 대한 투자로 이어짐
- 국내 보험회사의 언택트 시대 성공 여부는 “변화하는 소비자 니즈와 신규 리스크에 대한 대응”, “기술을 활용한 생산성과 신뢰도 향상”, 그리고 “데이터 순환 구조의 사업모델 구축”의 신속한 달성 여부에 달려 있음

< 제3주제 : 디지털 보험 비즈니스 모델 >

임성기 카카오페이 실장

고객경험 혁신에 기반한 기업가치 극대화와 기술 기반 보험 가치사슬 혁신 가속화 필요

- 언택트 사회 도래가 금융산업에 미치는 영향은 “채널의 비대면화”, “금융서비스의 공유, 구독, P2P 서비스 활성화”, “조직문화 변화”로 요약될 수 있음
 - 비대면 채널 활용 가속화가 예상되는데, 직관적 생활밀착형 보험은 ICT와 보험의 결합을 통해 디지털보험 중심으로 확대되고, 컨설팅이 필요한 상품은 로보어드바이저 등을 통해 대면과 비대면이 결합된 Hybrid 형태로 확대될 것임
 - 특정 상품을 혼자만 가입하고 끝나는 것이 아니라, 생활 속에서 발생할 수 있는 다양한 니즈에 따라 공유, 구독, P2P서비스와 접목된 디지털 보험의 차별화된 고객가치 반영이 이루어질 것임
 - 디지털 전환을 중점적으로 추진하면서 조직 문화 및 일하는 방식의 전환이 이루어질 것임
- 디지털보험 비즈니스 모델은 온라인 기반 정도와 소비자 가치 창출 정도에 따라 세 가지로 구분될 수 있음
 - 첫 번째는 기존 보험사를 중심으로 고객기반이 있는 ICT 기업과의 디지털 파트너쉽(채널)을 확대하는 모델로, 소셜커머스, 통신사, 금융 플랫폼 제휴 모델이 이에 해당함
 - 두 번째는 테크핀 플랫폼을 중심으로 인슈어테크 기반 디지털 플랫폼 비즈니스 모델로, 카카오페이, 네이버파이낸셜, 토스 등이 이에 해당함
 - 세 번째는 Eco system 기반 디지털보험사 설립을 통해 End to End 맥락에 기반한 개인 맞춤형 보험서비스를 추구하는 모델로, 중안보험, 타이칸보험, 레모네이드 등이 이에 해당함
- 이러한 디지털보험사 설립 비즈니스 모델은 고객경험 혁신에 기반한 기업가치 극대화와 기술 기반 보험 가치사슬 혁신 가속화로 중장기 이익기반을 확보할 수 있는 선순환 발전방향임

〈 제4주제 : 플랫폼 보험 판매 비즈니스 모델 〉

류준우 보맵 대표

고객 경험 혁신에 필요한 고객 기반의 데이터 확보를 통한 플랫폼 구축 필요

- 온라인 채널에 대한 고객 선호도는 높아지고 있으나, 전통 설계사 중심의 판매가 지속되면서 고객 니즈를 만족시킬 수 있는 서비스는 부재한 상황임
 - 특히, '건강보험' 부문에서 저연령, 고소득, 고학력층의 비대면 구매 선호도가 높지만, 여전히 보험 구매 가치사슬 전반에 걸쳐 고객 불편이 발생하고 있음
 - 플랫폼 보험판매는 이러한 고객의 니즈 및 고객 불편 해소를 위한 대안이 될 수 있음
- 보험판매 플랫폼은 판매/가입에서 보험계약 관리와 보험금 청구까지 보험구매 가치사슬에서 소비자의 불편을 해소할 수 있으며, 고객 데이터를 기반으로 디지털 헬스케어와 타 금융 영역으로 사업 범위 확대가 가능함
 - B2C사업은 비대면 완결형 상담/가입으로 고객경험 혁신을 확장할 수 있음
 - 지속적 데이터 활용기술 확장을 통해 고객맞춤형 담보 추천 기능을 강화할 수 있음
 - 고객이 보장을 직접 선택할 수 있는 모듈화 상품을 출시하고, 심사 자동화를 통한 온라인/모바일 가입 프로세스를 완결할 수 있음
 - 보험 플랫폼 성공을 기반으로 디지털 헬스케어/금융 영역으로 확장을 추진할 수 있음
 - B2B2C사업은 제휴 플랫폼과의 제휴를 통해 보험 판매 사업을 확장할 수 있음
- 보험판매 플랫폼은 서비스 확대를 위해서 고객 경험 혁신에 필요한 '고객기반의 데이터 확보'를 통해 역량을 강화해야 함

〈 제5주제 : 데이터를 활용한 보험 비즈니스 모델 〉

김세호 KPMG 상무

고객에게 차별화된 상품과 서비스 제공을 위해서는 비금융 데이터 융합이 필요

- 금융업의 디지털화는 금융시장에 많은 변화를 가져오고 있음
 - 디지털화로 인해 기업의 평균 수명은 지속적으로 단축될 것으로 전망됨
 - 특히 금융업은 무형자산 기반이기 때문에, 디지털 혁신에 따른 영향이 큼
 - 핀테크 산업은 결제 및 송금 영역 주도로 성장하고 있으며, 인슈어테크 산업도 꾸준한 성장세를 보임
 - 최근 디지털 기술 및 데이터 분석 기반 비즈니스 모델을 갖춘 InsurTech 스타트업들이 등장하고 있음
 - 비금융 기업들은 기술 역량을 활용하여 고객 접점을 확보하고, 타 산업과의 연계를 통해 금융업으로 적극 진출하고 있음
- 새로운 디지털 기술의 등장으로 보험업 전반에 걸친 파괴적 혁신이 예상됨
 - 고객의 건강 정보 및 SNS 정보 등 빅데이터 분석을 통해 고객 니즈를 파악하고 초개인화 서비스를 제공하는 데이터 중심의 비즈니스로 전환이 가능함
 - 고객 여정 관리 및 고객접점(MoT) 고도화를 통해 대면·비대면 채널 연계 마케팅 및 차별화된 고객관리 서비스 수행이 가능함
 - 고객 데이터 분석을 통한 보장영역 리밸런싱 및 맞춤형 설계 서비스를 제공할 수 있음
 - 데이터 분석 통해 U/W, Claim, 설계사지원 등 보험 핵심 업무 혁신이 가능함
 - 假심사 판정/유형분류 및 유사사례를 제공하는 Advisory 기능 제공을 통한 심사 정교화와 AI 심사에 의한 자동심사 대상 확대에 활용 중임
 - In-organic 관점에서 헬스케어, 자산관리 등 보험 외 사업 영역으로 확장을 통한 미래 성장 동력 확보가 중요함
- 최근 규제 완화와 함께 '금융 데이터 공유'는 확대되고 있으나, 고객에게 차별화된 상품/서비스 제공을 위해 비금융 데이터 융합이 필요함

〈 제6주제 : 언택트 시대 보험산업 비즈니스 전망 및 규제 변화 〉

김규동 보험연구원 연구위원

보험산업 효율성 향상과 소비자 보호 및 공정 경쟁을 위한 규제 변화가 예상됨

- 언택트는 보험 가치사슬이 기술과 데이터에 기반한 비대면으로의 전환을 의미하는 것으로, 새로운 보험 생태계가 조성되는 것임
 - 보험회사와 소비자가 비대면 상태에서도 항상 연결되어 있는 상태를 유지하게 됨
 - 새로운 보험 비즈니스 실현에는 보험회사 외부 기술과 방대한 데이터가 필요할 것으로 예상되며, 보험 가치사슬이 외부 기술이나 플랫폼에 의해 관리되는 모델이 출현하고 있음
 - 다양한 기술 회사들의 지원과 협업이 필요하며, 보험회사 내부·외부 데이터, 금융·비금융 데이터를 포괄한 데이터를 이용할 수 있음
 - 빅테크 기업들은 플랫폼을 통해 보험 판매 또는 보험회사로서 보험시장에 진출할 것이고, 보험 상품은 플랫폼 내의 다른 상품·서비스와 상호 연결된 패키지 상품으로 제공될 것으로 전망됨
 - 플랫폼은 가격비교를 통해 보험료 경쟁을 불러오거나, 시장 지배력을 이용하여 높은 수수료를 요구할 수 있으며, 직접 보험회사를 설립하여 위험을 보장할 수 있음

언택트와 보험생태계의 변화



- 언택트 시대에 보험시장에는 다양한 리스크가 발생할 수 있는데, 어려운 기술이 적용되고 여러 주체가 연결된 언택트 전환의 특성에 따른 리스크와 플랫폼의 시장 지배력 증대로 인한 리스크로 구분됨
 - 언택트 전환으로 인해 기술과 데이터에 대한 종속 및 감독 문제, 상품의 투명성 감소, 위험보장의 불완전성 증가, 플랫폼에서 주체 간 이해 상충이 발생할 수 있음
 - 플랫폼의 시장 지배력 증대는 보험회사와 소비자가 플랫폼에 종속되는 문제를 야기할 수 있음
- 이에 보험산업 효율성을 향상시키고 소비자 보호 및 공정 경쟁 환경 조성을 위한 다양한 규제 변화가 뒤따를 것으로 예상됨
 - 보험산업 효율성 향상을 위해서는 보험 가치사슬의 각 단계에서 언택트 활성화를 위한 다양한 시도를 허용하고, 데이터의 폭 넓은 이용 및 이동이 가능하도록 규제가 변화될 것으로 예상됨
 - 소비자 보호와 공정경쟁을 위해서는 주체별로 행위와 책임을 명확히 하고, 구체적인 정보 제공을 통해 소비자의 선택권을 보장하며, 독점적 행위 방지를 통해 공정경쟁이 이루어질 수 있는 시장환경 조성이 필요함

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다
<http://www.kiri.or.kr>