



보 도 자 료

책임자 황인창 팀장(디지털혁신팀, 3775-9043)
작성자 황인창 연구위원(디지털혁신팀, 3775-9043)
홍보담당 변철성 수석역(3775-9115)

보도 2022. 11. 10(목) 15:00
배포 2022. 11. 9(수)
매수 총 5매

보험연구원, 「보험산업 디지털혁신의 비전과 추진전략」 세미나 개최

“장기적인 성장 기반을 마련하기 위해
효과적인 디지털혁신 전략 수립 및 실행이 중요”

- 보험연구원과 한국리스크관리학회는 장기적인 성장 기반을 마련하기 위한 보험산업의 디지털혁신에 대해 논의하기 위하여 11월 10일(목) 오후 2시 『보험산업 디지털 혁신의 비전과 추진전략』 세미나를 개최함
- (주제발표 1) 황인창 보험연구원 연구위원은 ‘보험산업 디지털전환을 위한 과제’라는 주제로 보험산업 디지털전환의 필요성을 논의하고, 해외 주요 보험회사의 디지털 전환 추진 사례를 분석하여 국내 보험산업 디지털전환을 위한 과제를 제시함
 - (필요성) 보험산업은 디지털전환을 통해 정보비대칭성을 완화하고, 사업지속가능성을 제고할 수 있음
 - 정보 수집 및 분석 고도화, 경제주체 간 정보 교환 촉진 등을 통해 정보비대칭성을 완화하여 산업효율성을 제고하고 소비자신뢰를 향상시킬 수 있음
 - 사업모형의 유연성을 높여 소비자, 시장구조 등 외부환경 변화에 효과적으로 대응할 수 있게 함
 - (해외 사례) 해외 주요 보험회사의 디지털전환 추진전략은 중장기 경영전략과의 관계, 주요 실행방안 등이 유사함

- 디지털전환을 사업부문 재조정 과정으로 이해하고, 자원재분배 과정을 선행하거나 병행
 - 새로운 아이디어 발굴 및 사업화 프로세스를 확립하고, 교육 및 조직문화 개선을 통한 임직원의 디지털역량을 강화
 - 본업 경쟁력을 강화하는 동시에 플랫폼 전략을 통한 성장 및 확장 가능성 주시
 - 디지털전환에 대한 이해관계자의 이해를 높여 디지털전환 추진의 일관성 및 지속 가능성 제고
- (정책과제) 보험산업 디지털전환을 위한 정책과제로 **범위의 경제, 규제 전환, 사업 재조정**에 대한 검토가 필요함
 - 업무범위, 자회사, 업무위탁 등 규제 개선을 통해 보험회사가 범위의 경제를 추구할 수 있도록 하여 디지털전환 유인을 제고할 필요
 - 소비자 중심의 사업모형을 개발할 수 있도록 사전적, 생산자 중심의 규제를 사후적, 소비자 중심의 규제로 전환할 필요
 - 디지털전환은 사업 재조정을 수반해야 효과적이기 때문에 1사 다면허제 전환, 사업 구조조정 인프라 조성 등 보험회사의 원활한 사업 재조정을 유도할 필요
 - (경영과제) 보험산업 디지털전환을 위한 경영과제로 **추진전략, 혁신인프라, 조직문화**에 대한 검토가 필요함
 - 중장기 경영전략과 디지털전환과의 관계를 명확히 하고, 디지털전환 추진전략 수립 및 실행에 있어 투명성을 높여 일관성 및 지속가능성을 제고할 필요
 - 아이디어 발굴에서부터 사업화까지 효과적으로 이어질 수 있는 프로세스를 확립할 필요
 - 변화하는 환경에 대응하여 추진전략이나 실행체계를 유연하게 변화시키는 등 새로운 일하는 방식 및 문화를 정착할 필요
 - 황인창 연구위원은 보험산업의 장기적인 성장 기반을 마련하기 위해 효과적인 디지털혁신 전략 수립 및 실행이 중요하다고 강조함

- (주제발표 2) 이상원 한화생명 팀장은 ‘디지털판매채널의 성장 전략’이라는 주제로 한화생명의 다이렉트 판매채널을 중심으로 한 DTC 플랫폼 전략에 대해 설명함
 - (정의) DTC는 ‘Direct to Consumer’의 약자로 소비자와 직접 접촉하는 마케팅을 의미함
 - 제약회사에서 처음 시작된 DTC 전략은 제조업체가 유통단계를 없애고 가격 경쟁력을 높여 자체 온라인 물이나 채널을 통해 소비자에게 직접 판매하는 방식을 말함
 - 가장 대표적인 사례가 ‘나이키’로 2021년 기준 DTC를 통한 매출 점유율이 40%를 넘어설 정도로 성장하고 있으며, 이러한 DTC 전략을 상품난이도가 가장 높은 생명보험업에 접목시켜 다이렉트 판매채널을 성장시키고자 함
 - (추진 배경) 경제 환경이나 감독규제 환경은 보험회사 관점에서 조금은 부정적 요인으로 작용할 수 있지만, 사회 트렌드나 기술 변화로 디지털 채널에게는 새로운 기회의 요소가 될 수 있는 환경이 만들어지고 있음
 - 코로나로 인한 비대면 문화가 일상화되고, 디지털에 익숙한 MZ세대들의 경제활동 비중이 증가할뿐만 아니라 상대적으로 디지털에 익숙하지 않던 세대들도 디지털 기기 사용에 적극적인 움직임을 보임
 - 보험산업에 대한 규제 완화로 진입장벽이 낮아지고 있고, 이를 활용해 테크 기반 기업들의 보험업 진출이 늘어나고 있는 추세임
 - 디지털 채널에 대한 리터러시 및 친숙도, 경제력 및 보험인수 가능성 등을 고려 시 2545연령대의 소비자가 향후 핵심 타깃군으로 성장할 것으로 예상됨
 - (DTC 플랫폼 전략) 한화생명의 DTC 플랫폼은 내부 핵심역량을 기반으로 고객에게 최고의 보험가입 경험을 제공하는 판매 중심의 금융플랫폼을 지향함
 - 동사의 DTC 플랫폼 전략은 대면 채널의 통합된 서비스를 디지털과 모바일로 제공, 관련 업무 전반의 디지털전환 전략을 칭하고, 이를 통해 보험상품을 중심으로 대출 및 퇴직연금 등 다양한 금융상품을 제공하는 판매전문 금융플랫폼을 지향함

- UI/UX 전문가를 포함하여 플랫폼 개발 전문가들이 내부조직 형태로 시스템을 구축하고 있고, 데이터 기반의 그로스마케팅 인력을 통해 온라인 마케팅을 지속적으로 고도화하고 있음
- 특히 회사 내부 신사업 기반의 고객 유입 플랫폼과의 협업체계 구축 등 DTC 플랫폼을 성장시키기 위한 핵심역량을 보유하고 있고, 고객과의 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 백오피스 시스템 구축을 통해 고객의 문의에 즉시 대응하고 보험 구매 과정에서 발생할 수 있는 불편한 경험을 제거하는 프로세스를 구축 중임
- 궁극적으로 DTC 플랫폼 회원에게 라이프사이클과 라이프스타일에 최적화된 보험 및 금융상품을 제공하는 최고의 세일즈 플랫폼이 되고자 함

○ (주제발표 3) 황성환 신한EZ손해보험 실장은 ‘디지털 시대에 손해보험의 역할’이라는 주제로 디지털 환경 변화에 따른 보험산업 변화에 대해 살펴보고, 이에 따른 손해보험 산업이 나아가야 할 방향과 성장동력, 그리고 이를 달성하기 위해 선결되어야 할 정책적 과제를 제시함

- (환경 변화) 디지털전환으로 크기가 증가하거나 과급력이 커진 리스크 및 기술 발달에 따른 새로운 유형의 리스크가 등장함
 - 데이터로 정교한 위험 측정이 가능해지고, 자율주행/IoT 기술이 발달함에 따라 발생하는 신규 리스크는 곧 새로운 기회요인으로 작용함
- (방향 제시) 보험산업의 디지털혁신 과제로 기술과 데이터로 “사후 보상”에서 “사전 예방”으로 보험서비스 구조 변화, Value-chain별 디지털 프로세스의 혁신 및 서비스로서의 보험(Insurance as a Service; IaaS)을 제시함
 - 개별 가입자의 위험 등 개인별 특성이 반영된 가격 산정 체계인 다이내믹 프라이싱(Dynamic Pricing)
 - 디지털 기술을 활용하여 보험 사고를 자동으로 인식하여 신속한 보험금 지급이 가능하도록 운영하는 지수형 보험(Parametric Insurance)
 - 비보험 상품 및 서비스 기업이 제공하는 상품에 보험서비스가 내재되어 비보험 기업에 의해 제공되는 임베디드 보험(Embedded Insurance)

- (정책과제) 보험산업 신뢰도 제고를 위해 디지털 포용 정책, 안정적인 시스템 운영 기반 구축 및 규제개선 지원에 대한 검토가 필요함
 - 디지털역량이 부족한 취약 보험소비자에게 친화적인 금융환경을 조성할 필요
 - 디지털 기반 보험서비스의 원활하고 안정적인 운영을 위해 디지털 시스템 운영 기반의 기본의무 준수에 노력을 기울일 필요
 - 디지털 경쟁력 제고를 위해 해외 사례, 사회적 효익 등을 고려하여 데이터 활용에 대한 관련 규제 완화 및 다양한 디지털 자산의 사용 근거 검토 등 지원 필요
- 황성환 실장은 손해보험의 디지털전환과 디지털환경에서의 새로운 보험서비스로 디지털 보험시장의 새로운 가치를 제공할 것으로 기대함

첨 부: 세미나 발표자료 각 1부

- 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처(<http://www.kiri.or.kr>)를 표기하여 주시기 바랍니다