

To disrupt insurance from a **TECH** perspective

Leo Wong
Managing Director
RGAX Asia Pacific

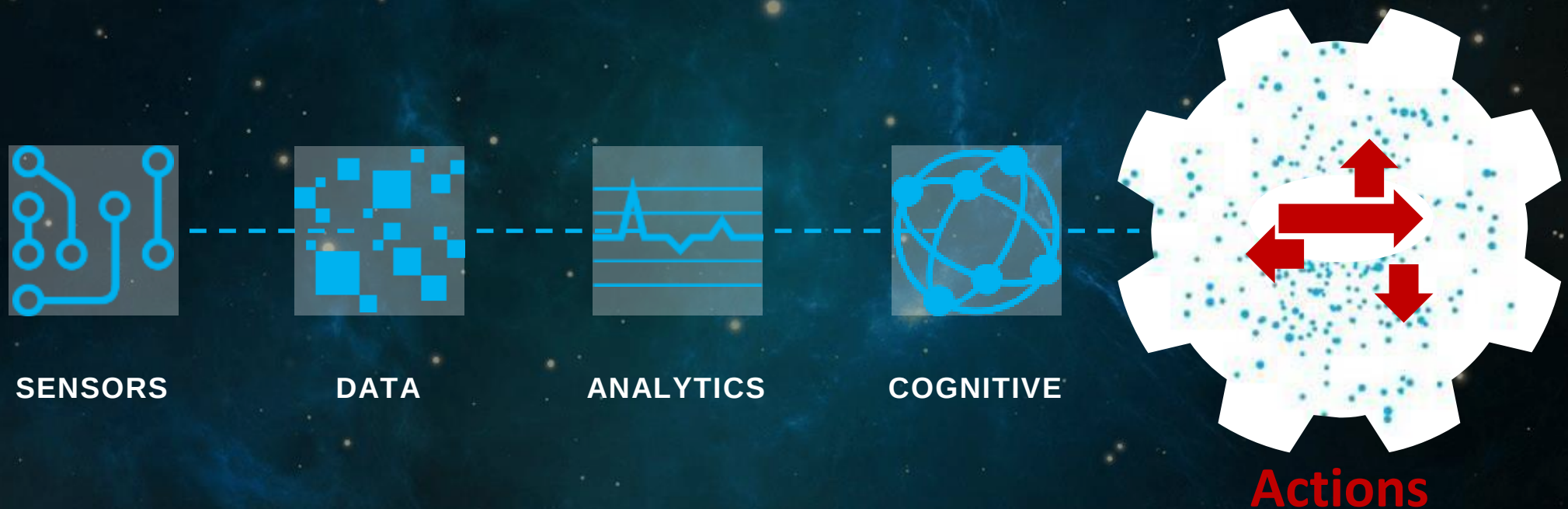
Insurtech



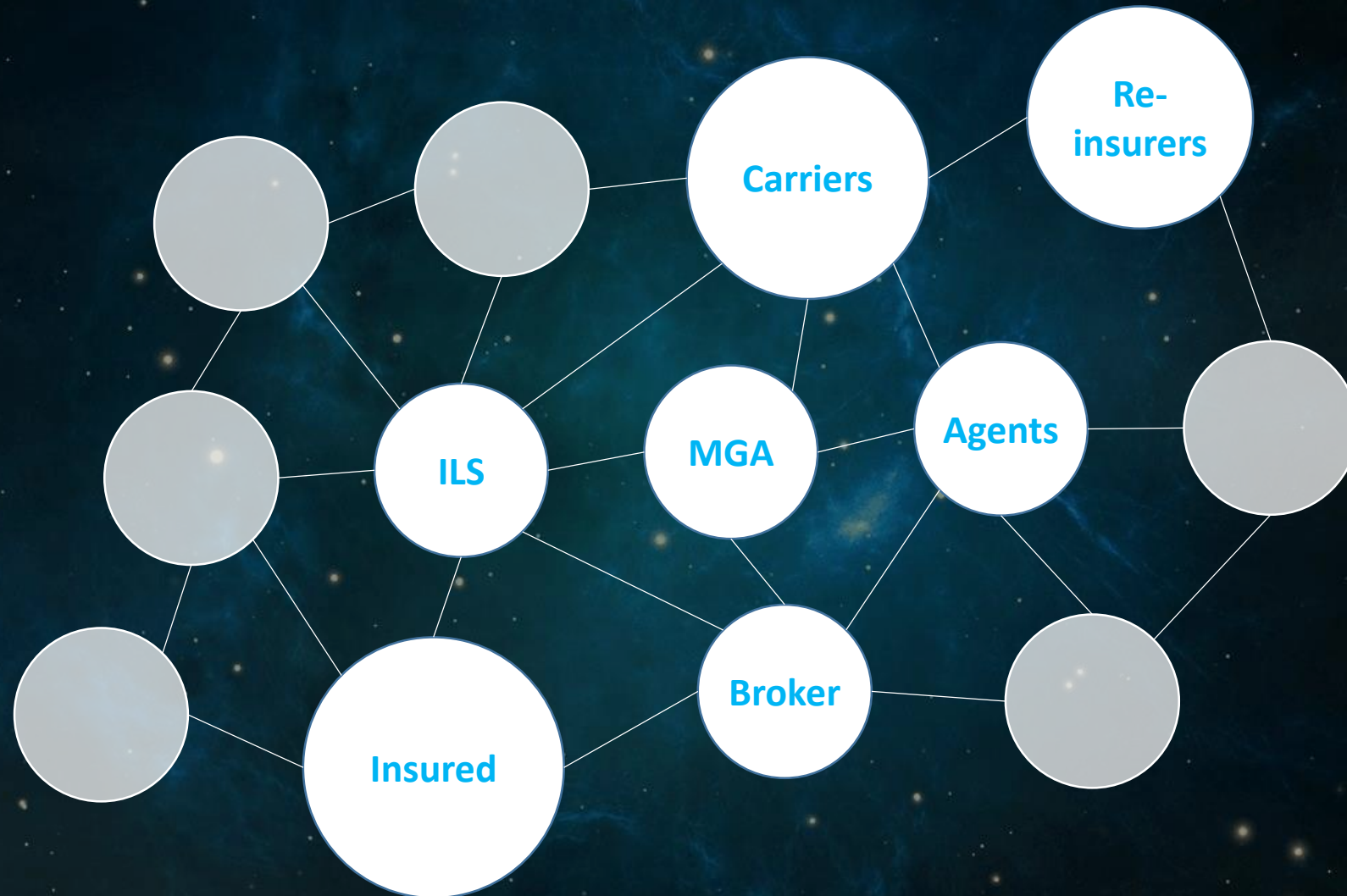
Artificial Intelligence innovation model: who will dominate?



AI: turning sensing data into actions



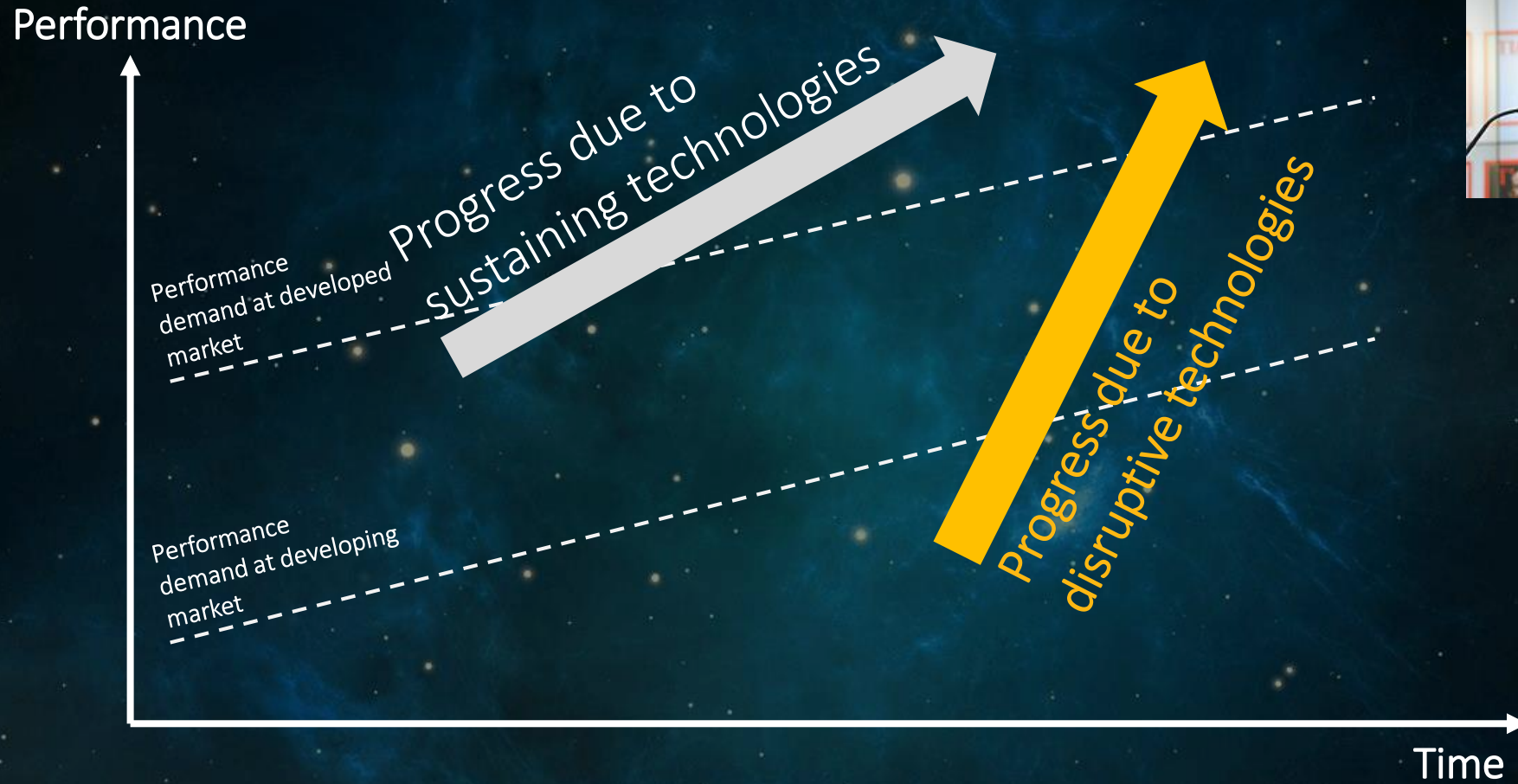
Problems: Structure Complexity



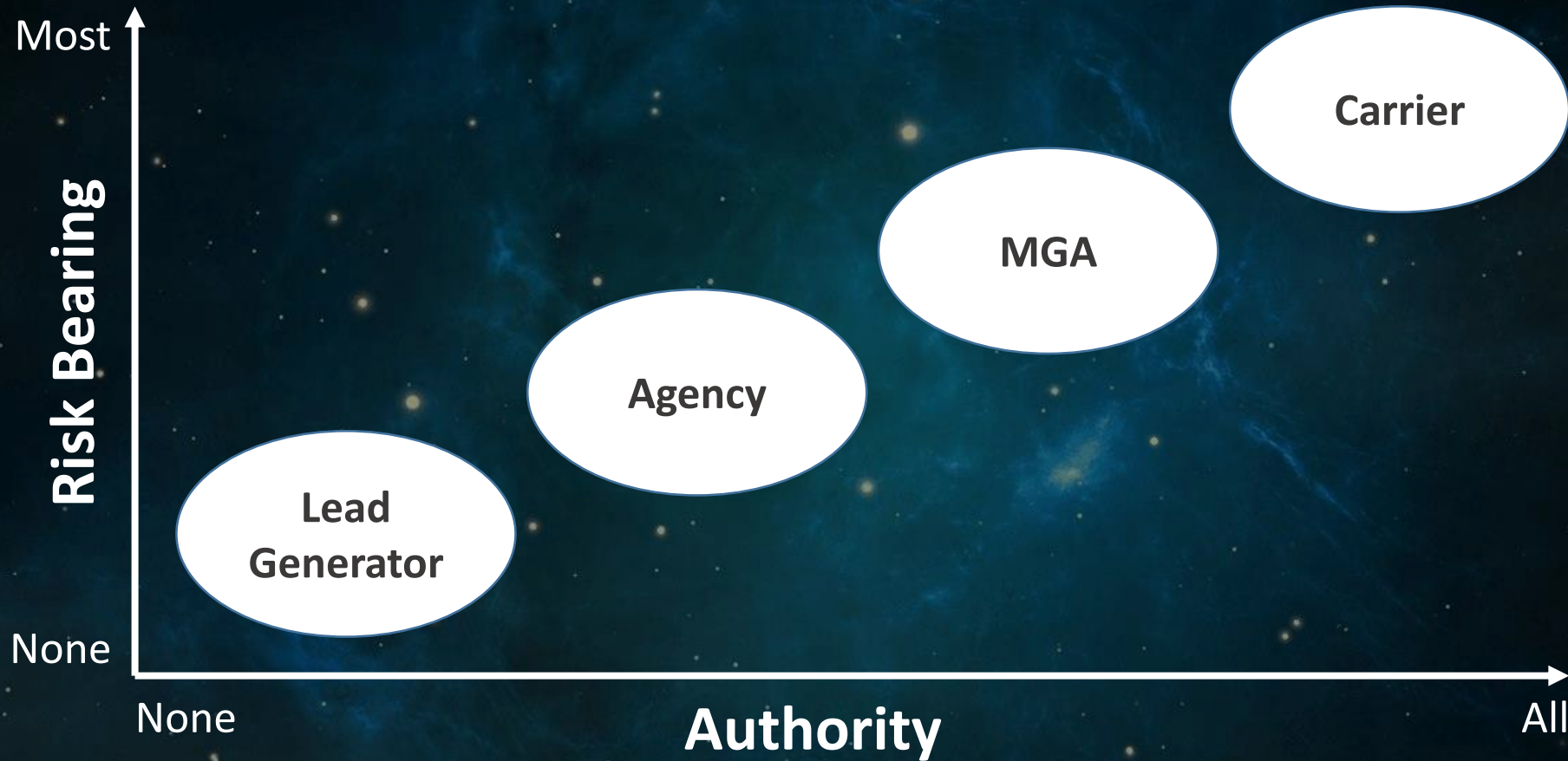
Problems: Consumer Confusion



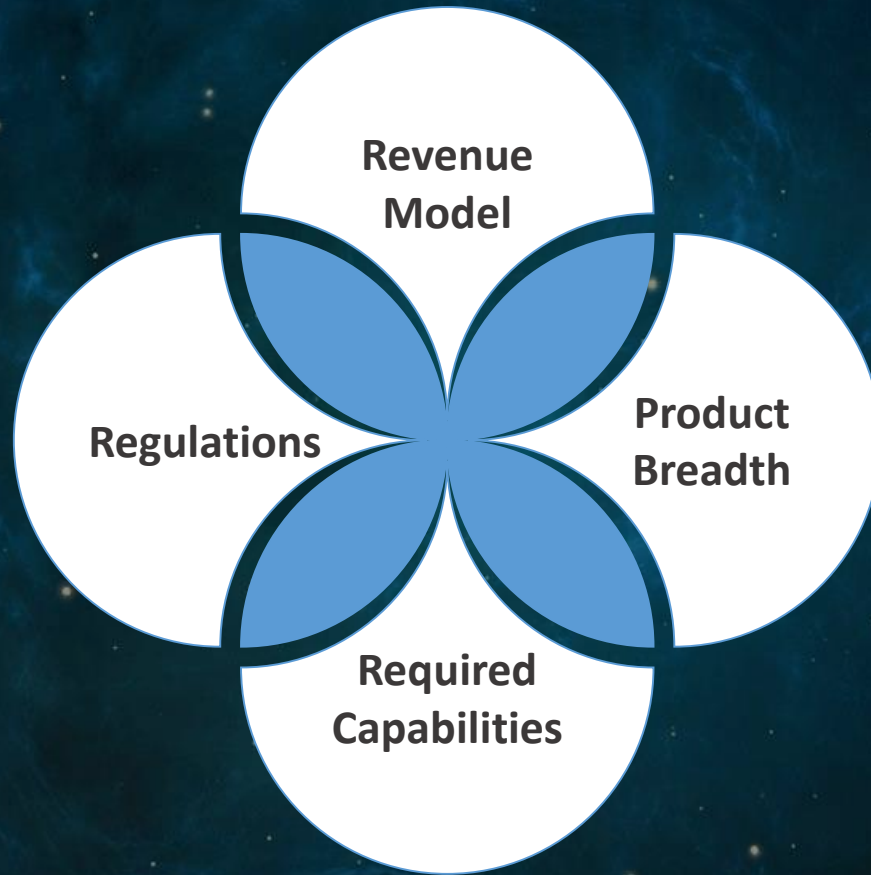
Problems: Innovator's dilemma



How may Silicon Valley startups choose to attack in the supply chain?



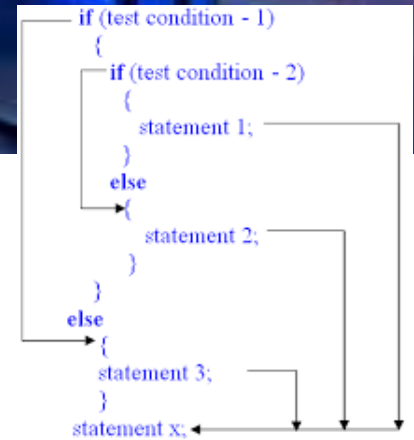
Lead Generation as example



How may Silicon Valley choose to solve our problems?



- ◆ Policeis sold by carriers and purchased by consumers are impossible to understand
- ◆ Bunch of riders, subclauses, references to other documents





➤ How It Fits All Together

Solving for all parts of the value chain

12

RGAX



Countermeasure: Shaping the future

Adapt to the future

“Evolutionary” innovation”



Win through speed, agility and flexibility in recognizing and capturing opportunities in existing markets

Shape the future

“Revolutionary” innovation”

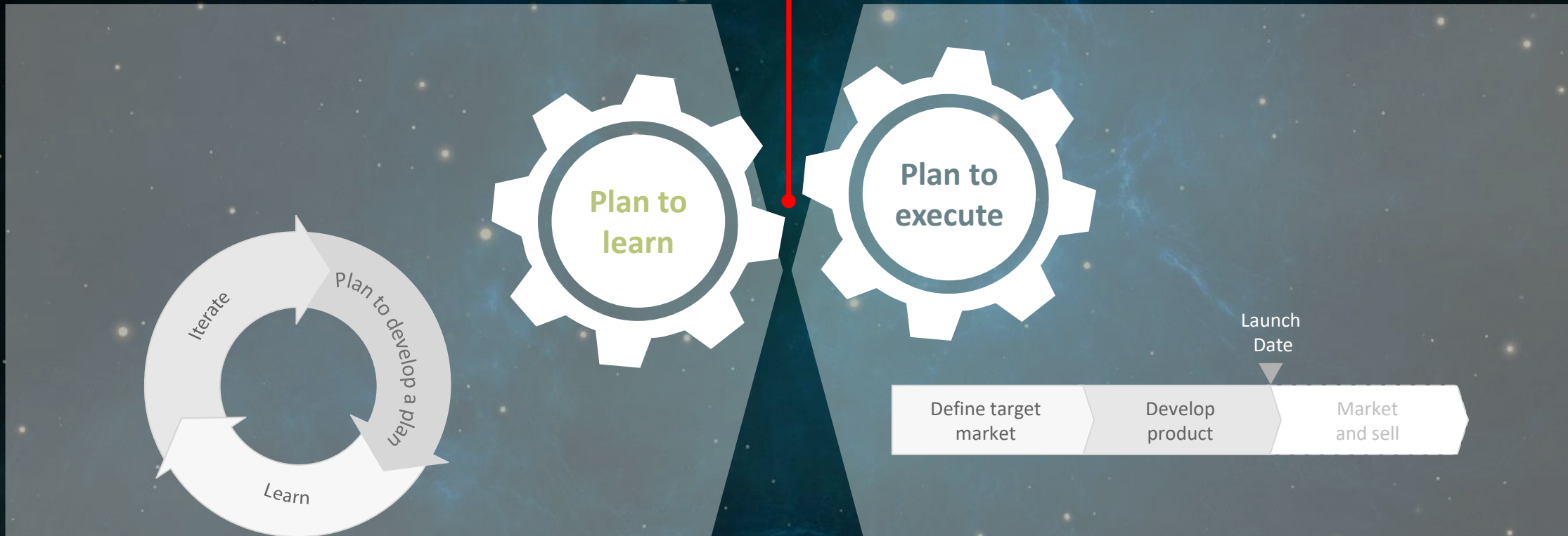


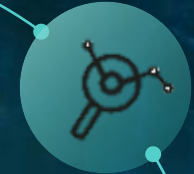
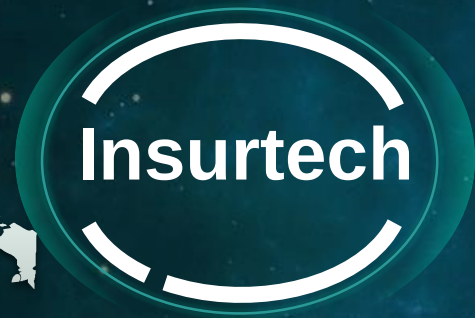
Play a leadership role in establishing how the industry develops

Most disruptive opportunities will originate externally

Countermeasure: plan to learn

Incompatible?





Biotechnology



AI & Blockchains



Big Data

Big Data

Tencent 腾讯

Alibaba Group
阿里巴巴集团



Baidu 百度

DiDi



VC & Incubators

SIERRA
VENTURES

LEAPFROG
INVESTMENTS

boostVC



SixThirty

Startups

Kraydel
Someone Cares



everplans



Bitspark



mx mendix

HABITŌ



OMNISCIENCE
Brute Force Intelligence™



Insurtech





RGAX



인슈어테크와 중국 보험산업의 변화

● 사례를 중심으로 ●

강연자: 류젠룡

2018.10.17

목차

I. 중국 보험산업 개요

01

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화

02

III. 향후 보험산업 발전 방향 및 대응전략

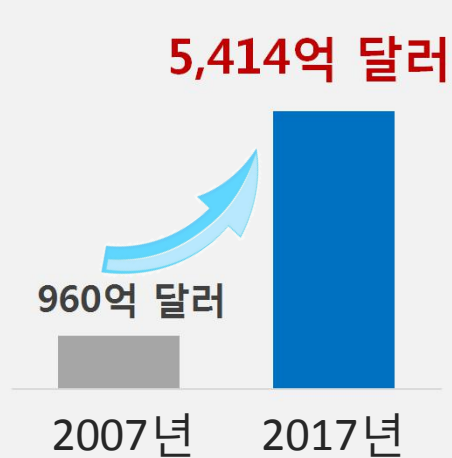
12

I.중국 보험산업 개요

- ① 중국 최초 보험사는 1805년 영국인이 광저우에 설립한 캔톤 보험
- ② 1865년 최초 중국인 경영 보험사 상하이 이허보험 설립, 1949년까지 중국 본토에 60여 곳 보험기관 설립
- ③ 1949년 중화인민공화국 수립 후, 60여 곳의 보험기관은 중국인민보험으로 합병(중국 인민은행 소속)
- ④ 1958년 중국 계획경제 시기 진입, 해상보험 외 업무를 중단했다가, 1978년 개혁개방 이후 보험업무 본격적 재개
- ⑤ 2018년 현재 중국내 보험사 170곳, 보험료 규모 세계 2위. 보험밀도, 보험침투율은 지속 발전 중

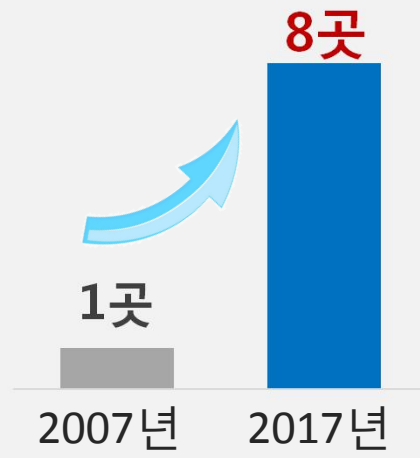
원수보험료

세계 2위



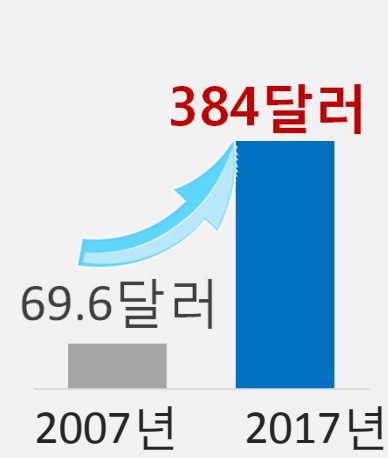
세계 500대 기업

중국 보험사 최고 29위



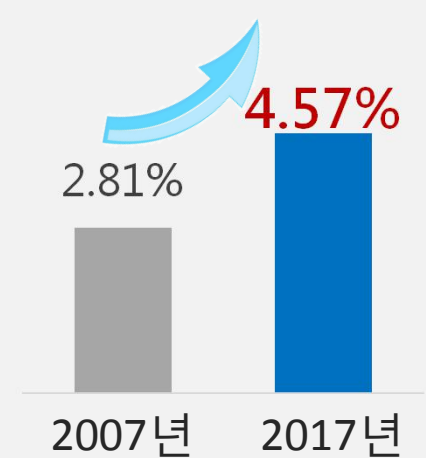
보험밀도

세계 46위



보험침투율

세계 36위

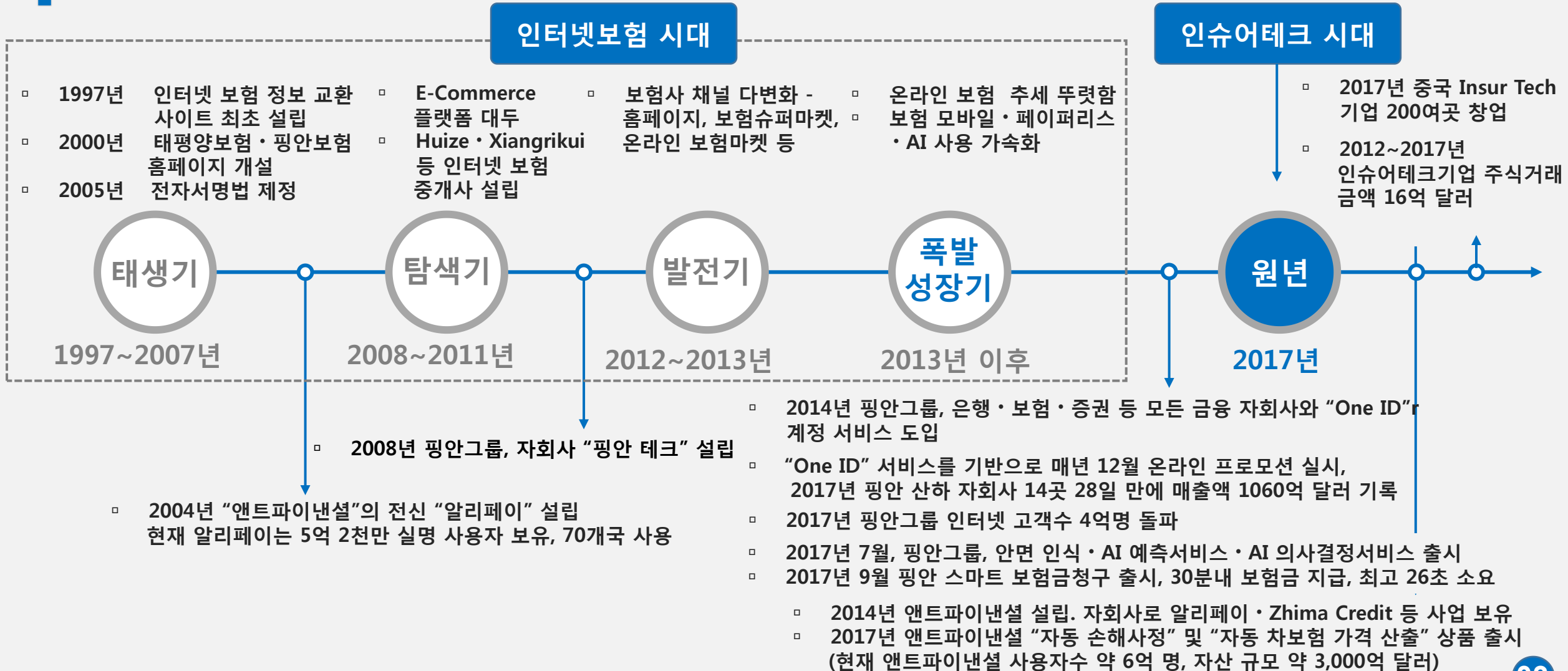


II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화



II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화

중국 Insur Tech 발전사



II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화

인슈어테크 도입 후 중국 보험업의 변화

① 기존 보험사

PICC

PINGAN

② 인터넷 전문보험사

众安保险

泰康在线
TK.CN

③ IT기업

du
百度

阿里巴巴
Alibaba.com



II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화

1 기존 보험사

- 기존 보험사 총 170곳. 그 중 15곳 보험사가 48개의 테크니컬 자회사 설립
- 기존 보험사들은 "고객 체험 중심의 프로세스 재구축"과 "기술을 기반으로 한 상품전략 및 혁신을 통해 지속적인 경쟁력과 선도적 시장 지위 유지에 총력
(중국 PICC, 차이나라이프, 중국핑안보험그룹, 안방보험그룹, 태평양 보험그룹 등 대표적 기업)

핑안 사례 :

중국핑안 보험그룹

- 1988년 설립, 본사 선전(深圳)에 위치, 매출액 1,442억 달러
- 순이익 138억 달러, 세계 3위 보험사, 시가총액 1위

중국핑안 테크놀로지

- 직원수 2.5만명, 70억 달러 투자, 향후 10년간 150억 달러 투자 예정
- 특허 6,000여 건 보유(중국금융기관中 1위)

핑안그룹 기술혁신

- 안면 인식(정확도 세계 1위), 음성(보이스 프린트) 인식, 마이그로 표정 인식
- AI 초고속 심사·지급, AI의학영상분석(폐결절 영상 분석 세계 1위)

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화 ① 기존 보험사

PINGAN

안면 인식

정확도 99.8%로 세계 1위, 업계보급 목적

기술

- 빅데이터 : 8.8억 명의 얼굴 데이터
- 인공지능 :
 - 딥러닝 · 바이오 검증 · 얼굴대조 · 신분증인식 기술

활용

- 보험 가입, 보험금 청구, 대출시 고객인증용, 자필서명 완전 대체
- 선전공항 보안, 평안사옥 출입

효과

- 2018.6월까지, 17.5억회 사용, 보험 등 200여 분야 응용
- 평안은행 30초 안면인식 현금인출

음성 인식

텍스트 판독 정확도 99.8%

기술

- 빅데이터 : 수억 시간의 음성DB
- 인공지능
 - 딥러닝, 바이오 검증 음성DB1:1검색대조기술

활용

- 고객 확인/등급 판단을 통한 양질의 고객서비스 제공
- 보험사기 효과적 예방

효과

- 전화 고객확인 8초
- APP 고객확인 3초
- 사기위험 90% 차단
- 정보유출 위험 99% 감소

표정 인식

미세표정 판독 세계 1위

기술

- 빅데이터 :
 - 54가지 미세표정 자료 10만 건 ↑
 - 30만 건 실제 표정판독 사례
- 인공지능:
 - 딥러닝
 - 콘볼루션 신경망(CNN)

활용

- 보험금심사, 대출심사, 사기탐지

효과

- 全 분야 상용화, 영상중 고객의 미세표정 실시간 원격 판독을 통한 대출사기 위험예방 및 위험관리 역량 향상
- 현재 사기탐지 정확도 80% ↑

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화 ① 기존 보험사

PINGAN

자동차보험 초고속 심사·지급

프로세스

- ① 평안 APP 로그인
- ② 사진 촬영
- ③ 차량 모델 식별
- ④ 파손 정보 수집
- ⑤ 손해 정도 판독
- ⑥ 자동 견적 산출
- ⑦ 고객계좌로 보험금 입금

특징

- ① 실제 손해 이미지 훈련
- ② 딥러닝
- ③ 심사 규칙 3만 건
- ④ 판독율 90%
- ⑤ 초고속 손해사정

효과

- ① 보험금 지급 신속처리 NPS 82%
- 중국 자동차보험 평균 NPS 26%
- ② 보상인력 30% 감소
- ③ 보상 1차 자동 심사율 99.7%
- ④ 손해사정 속도 4,000배 향상(초단위)

핑안생명 - AI 초고속심사·지급



생명보험 초고속 심사·지급

프로세스

- ① 평안 One ID APP 로그인
- ② 보험계약서비스 클릭
- ③ 보험금 청구, 사진 자료 업로드

특징

- ① 인공지능심사시스템, 위험관리시스템, 통합신용정보시스템, 빅데이터, 병원 직접 연계 등을 통한 신속·정확한 처리
- ② 과거 일반 청구건 처리기일 3일, 현재 보험금 청구에서 지급까지 최고 26초 처리 (일반 청구건 30분)

효과

- 2015년 본 서비스 출시후 NPS 33%
- 2014년 평안 "-14%", 업계 평균 25%

주) : NPS=Net Promoter Score
고객 순추천치 & 충성도 지표

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화

2 인터넷 전문보험사

정의: 인터넷기술을 기반으로 하여 디지털마케팅, 보험금 심사·지급, 서비스를 제공하는 보험회사

대표업체: 2013년 10월에 알리바바·텐센트·핑안보험이 중국 최초의 인터넷보험회사인 중안(衆安)보험회사 공동 설립
2018년 기준, 중국내 전문 인터넷보험회사 4개(모두 손보) - 중안보험, 타이캉온라인, 안신온라인, 이안온라인

중안보험 사례

- 2013년에 설립된 중국 최초의 전문 인터넷보험회사로, 2017년 기준 직원수 약 2,500명, 연간 수입보험료 약 8.5억 달러, 동기대비 성장률 75%, 중국 손보시장 18위;
- 온라인 보험 판매와 보험금 심사 및 지급 업무에 특화된 회사로, 고객층은 e-커머스, 인터넷 사업자, 인터넷 소비자가 주요타겟이고 상품은 컨텍스트 마케팅, 고사용빈도, 세분화 특징을 갖고 있고 주주에 대한 영업의존도가 높은 편이며 주력상품은 반품운송보험, 알리페이계정안전보험, 항공기 지연착보험 등
- 2017년 9월 홍콩증권거래소에 상장, 시가총액이 약 129억 달러에 달함

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화 2 인터넷 전문보험사 众安保险

중안보험은 중안테크놀로지회사를 설립하여 인슈어테크 기반의 상품 ABCD 즉 인공지능(AI), 블록체인(Block Chain), 클라우드 컴퓨팅(Cloud Computing), 빅데이터(Big Data)를 개발 및 적용중. 그중 특히 A와 B에 주목함.

인공지능기술

보험의 모든 분야에 적용 중

- ▣ **가입** : AI를 이용한 고객 상품 상담서비스와 원스톱 청약
- ▣ **인수** : 보험료 책정 변경, ex. UBI 자동차보험 보험료 책정
- ▣ **보험금 청구** : 빅데이터를 활용한 청구 정보 진위 및 사기 탐지
- ▣ **손해사정** : AI를 이용한 손해 사정
- ▣ **AS** : 고객센터 서비스 로봇이 로그 자동 분석(고객관심상품 및 불만 분석)
- ▣ **운영** : 시장 상황, 홍보, 여론 분석 보고서 자동 형성

블록체인기술

'Anlink' 전자계약 저장시스템

- ▣ **기술** : 2017년 5월 5일, 블록체인·AI·클라우드 컴퓨팅 기술 기반의 'Anlink' 플랫폼 런칭, 세계 최초의 클라우드 보험업무시스템 구축
- ▣ **기능** : 건강보험의 전자계약 형태 저장 구현, 보험계약과 고객 및 보험금 청구 등 정보 탈중심화 블록체인으로 구축
- ▣ **장점** : **안전성** **신뢰성** **추적가능성**
- ▣ **효과** : 2017년 2월 기준, 블록체인저장기술을 이용한 건강보험 전자계약 처리 건수 21.27만 건, 해당 수입보험료 규모 약 540만 달러

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화

3 IT기업

정의 : 신기술을 전통산업에 접목하여 사고(思考)방식의 전환과 밸류체인 재편, 사업모델 혁신을 바탕으로 인터넷과 전통산업의 융합을 통해 보험산업의 성장을 촉진하는 신생업체

대표업체 : 바이두, 알리바바, 텐센트, 징둥 등 중국의 IT 대기업으로 자체 기술과 트래픽, 고객서비스 등 역량을 활용해 제3자보험판매플랫폼을 운영하거나 선진 보험기술서비스를 보험회사에 직접 판매하는 방식으로 시장 참여



- 인터넷 사업허가를 보유한 보험중개사 100% 지분 인수
- 2018년 2월 바이두 웨렛에 보험중개플랫폼을 런칭하여 각종 보험사 상품 판매



- 엔트파이낸셜이 AI 서비스, 손해사정 시스템 '딩순바오 (定损宝)', 자동차보험점수 '차센펀(车险分)' 출시
- 보험사에 기술 지원



- 보험판매플랫폼 WeSure에서 의료보험, 자동차보험, 정기보험, 상해보험 판매
- 위챗 원스톱 지급, 보험금 청구는 보험사 통해 처리



- 알리안츠(중국)손보의 지분 30%를 약 7천만 달러에 인수(2대주주)
- 보험판매플랫폼으로서 주요보험사의 자동차보험, 건강보험, 생명보험 상품 판매

II. 중국 Insur Tech 현황 및 보험업의 변화 ③ IT기업



앤티 파이낸셜이 2017년 6월에 AI 기반의 손해사정 시스템 '딩순바오', 블랙체인 기반의 자동차보험점수 '처센펀' 등 다양한 인슈어테크 상품 출시. 해당 상품들은 모든 보험사에 오픈된 것이 특징이며 첨단기술을 활용해 손해사정과 보험금 심사·지급 등 업무에서 대규모 비용절감 효과 구현.

딩순바오(定损宝) 자동차보험회사 2.9억 달러 비용 절감

- 기술 : AI 이미지처리기술, 객체 탐지·식별기술, 작동환경 이해·판단 등 다양한 기술 활용
- 기능 : 파노라마사진(차량번호판 인식)을 통해 파손부위를 확인하고 부위사진을 통해 손상정도를 분석한 후, 클라우드 서버의 산출규칙에 따라 손해액 산출
- 장점 : 자동화 빅데이터 간편·신속
- 효과 : 이미 여러 보험사에 수천 만 회 서비스 제공, 손해 사정인력 업무량 75만 시간 이상 감축, 보험금 심사 및 지급 비용 2.9억 달러 절감
- 현재 2.0버전 개발 중, 일반고객이 촬영한 동영상으로 손해 사정 가능. 출시 후 차량사고로 인한 교통체증 50% 감소, 보험금 심사 및 지급효율 30% 상승할 것으로 예상.

처센펀(车险分) 車보험료 산출을 위한 평점시스템

- 기술 : 빅데이터, 인공지능(고객위험정보 발굴 및 분석)
- 기능 : 앤티 파이낸셜에서 보유하고 있는 고객 페르소나 데이터와 보험사의 자동차 보험금 청구 데이터를 통합하여 사람과 차량 두 가지 측면에서 차량소유자의 위험 분석後 점수 매김 (점수가 높을 수록 위험가능성은 낮음)
- 장점 : 알리페이 빅데이터 사람+차량+생활 연계
- 효과 : 2017년 9월, PICC, 태평양 손보, 차이나 라이프 등 18개 보험사와 협력관계 체결 ; 보험료 산출 시 분류 기능 현저하게 향상

III. 향후 보험산업 발전 방향 및 대응전략

향후 보험산업 발전 방향

긍정적인 측면

2035년에 인공지능의 보험산업 활용비율 75% 예상

- 가입과정 단축 : 예측 자동화로 가입과정 몇분 내지 몇초로 단축
- 수작업 감소 : AI 딥러닝으로 보험료산출 및 손해사정의 수작업 점차 소실
- 고객체험 향상 : 24시간 고객센터 서비스 실현
- 운영 비용 감소 : 업계 정보 공유 강화를 통해 개별적인 투자비용 감소
- 스마트 보상 : 고객 청구/보험사 승인 없이 완전 자동화
- 도덕적 해이 예방 : 보험사기와 자금세탁 방지 위한 서비스 제공
- 시장 경쟁 가열화 : 보험업계와 과학기술업계의 경쟁을 통화 고도화
- 과학적인 규제 : 첨단 조기경보체계를 통한 보험사 이상징후 모니터링

리스크 측면

- 네트워크 보안 : IoT와 클라우드 스토리지로 인한 개인정보유출 문제
- 준법 리스크 : 로봇 진단 등으로 인한 보험계약대상의 변화, 데이터 수집과 사용에 준법리스크 존재
- 운영 리스크 : 시스템 결함, 비합리적 설계로 인한 의외의 손실 발생

대응전략 제안

보험 회사

- 데이터베이스 구축, 대내외 데이터 통합 및 활용
- 데이터 양과 질을 바탕으로 한 위험 식별·계량화·관리
- 데이터 관련 엔지니어/과학자, 클라우드 전문가, 체험 설계사 등 고급인력 채용 및 육성
- 내부 육성과정 강화를 통한 직원들의 데이터플랫폼 활용 능력 향상

업계 종사자

- 임 원 : 최신 과학기술 지식 습득, 전사 성장전략 수립
- 직 원 : 플랫폼·데이터·기계 운영 능력과 실행력 구비
- 설계사 : 보험전문성과 종합재무상담능력 강화

감독 기관

- 첨단기술 파악 : 인공지능 등 첨단기술을 활용하여 적시에 리스크 발견 및 조치
- 산업 육성 : 신사업영역에 대한 양호한 성장환경 조성
- 법규 보완 : 과학기술의 발전추세에 맞춰 법규 개정

III. 향후 보험산업 발전 방향 및 대응전략

▫ 2014년 세계 인터넷 대회 중외대표 간담회 이커창 총리
“인터넷 공유와 동참을 통한 대중 창업·혁신 추진”



▫ 2015년 중국인민대표대회 제3차 회의 이커창 총리
최초로 “인터넷 +”를 국가 전략으로 수립





**“미래(未來)는 이미 와 있다”
인슈어테크와 함께
우리 모두 보험업의 밝은 내일을 창조합시다 !**





THANK YOU

October 2018

Introducing LumenLab

Lauren Liang, Head of Strategic Partnerships
LumenLab, MetLife's Innovation Centre



MetLife

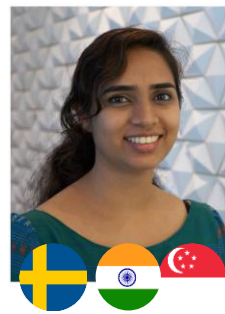
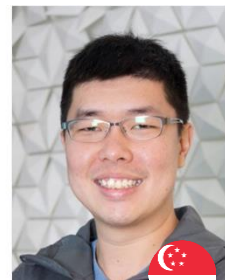
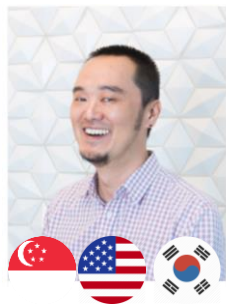
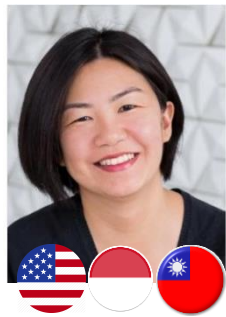
lumenlab
MetLife Innovation Centre



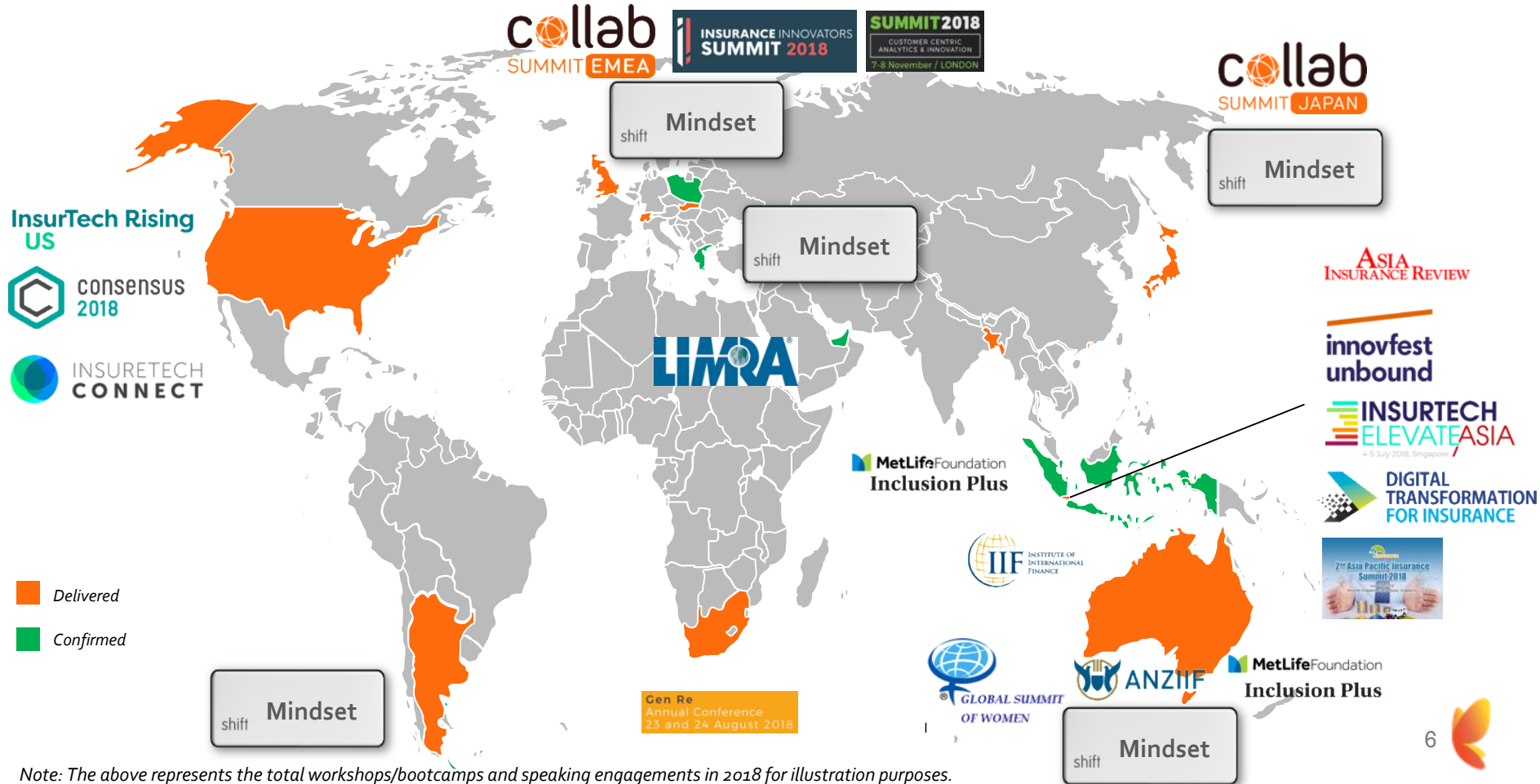
Why we need to innovate?

Introducing LumenLab





LumenLab has made an impact across the world



LumenLab has been recognized as a top leader in insurance innovation, winning multiple awards and gaining broad media recognition

Awards



Winner
"Innovation and Emerging Technologies"



Winner
"Most Innovative Life Insurer of the Year – International."



Winner
"Innovation of the Year 2017"
at the 21st Asia Insurance Industry Awards



Winner
"Technology Initiative of the Year"



Zia Zaman Selected as one of the top 100
leaders in Asia shaping Finance in 2016



4th Eldercare Innovation Awards in the "Best
Wellness Program – Community" Category



collab is a corporate start-ups
engagement platform



Champions are the key success factor



More than **120** MetLife employees joined in the past 3 collab programmes

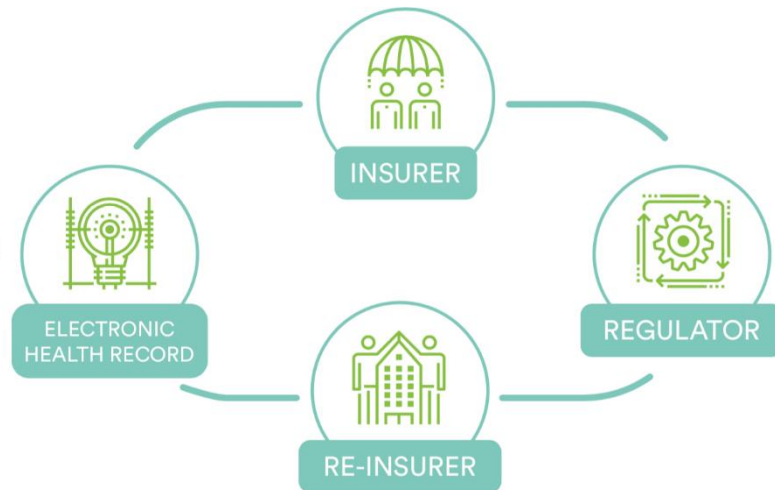


FRictionLESS purchase, ZERO claims

MOBILE APP



BLOCKCHAIN



**INSTANTANEOUS
UNDERWRITING**



**DATA PRIVACY
GUARANTEED**



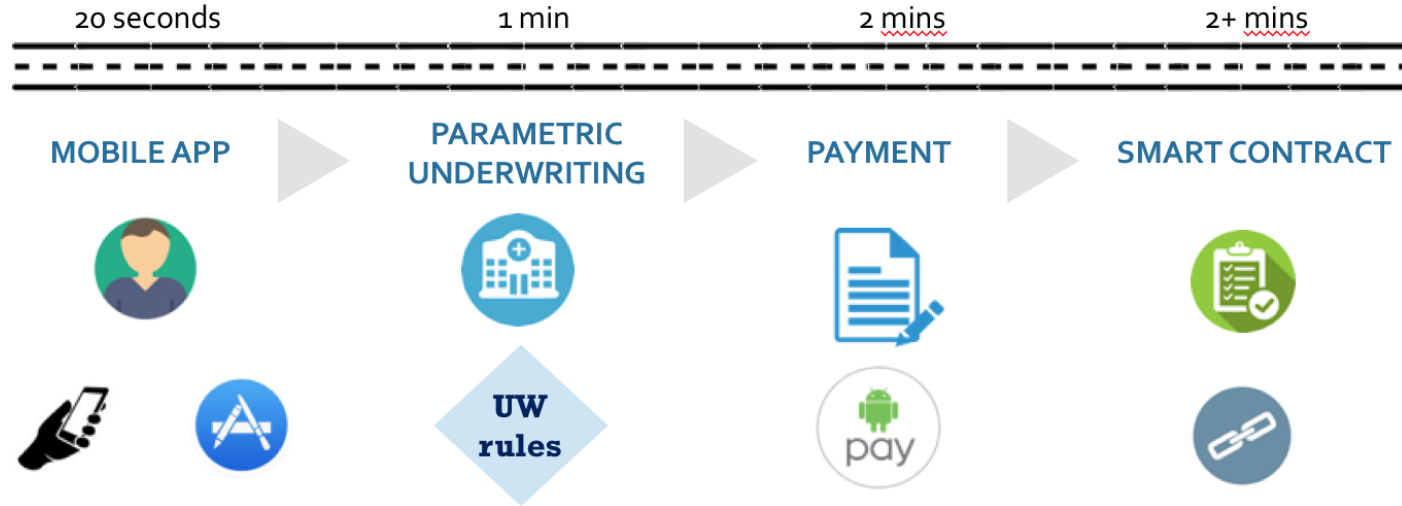
**TIMELY CLAIMS
PAYMENT**



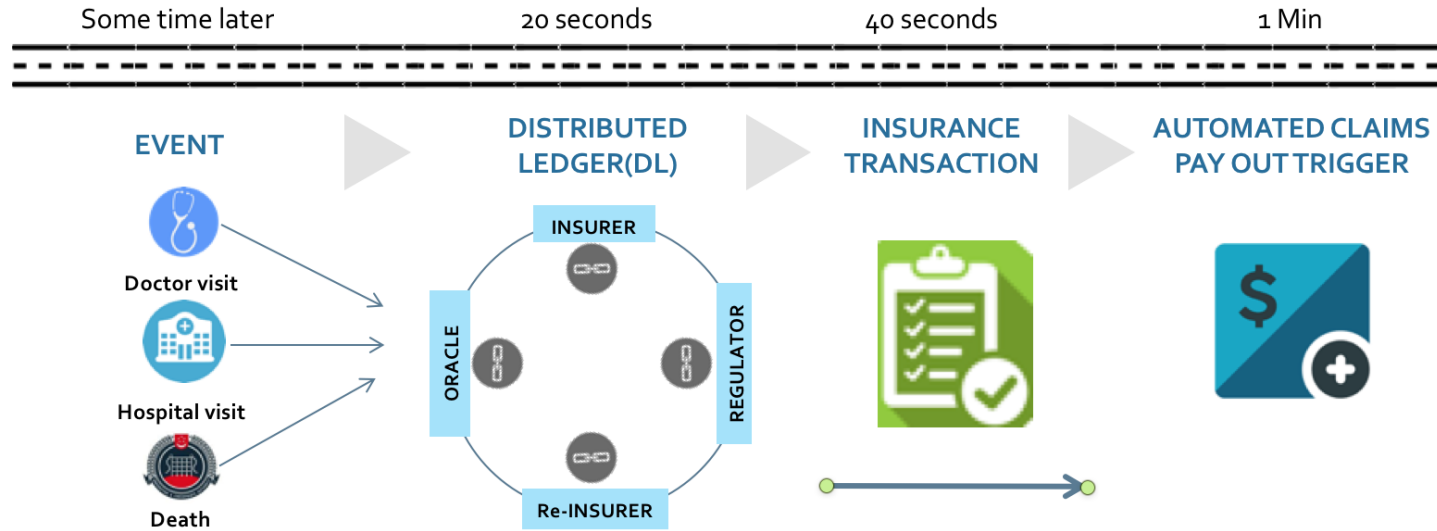
**OPERATIONAL
EFFICIENCY**



InsureChain offers parametric insurance using any data source for underwriting on the mobile...



...and leverages blockchain to automatically trigger a payout and eliminate claims





**Innovation starts with customers.
Immerse yourself in their stories.**

Thanks!

Lauren Liang

Head of Strategic Partnerships

LumenLab, MetLife Innovation Centre

lauren.liang@lumenlab.sg



MetLife

lumenlab
MetLife Innovation Centre



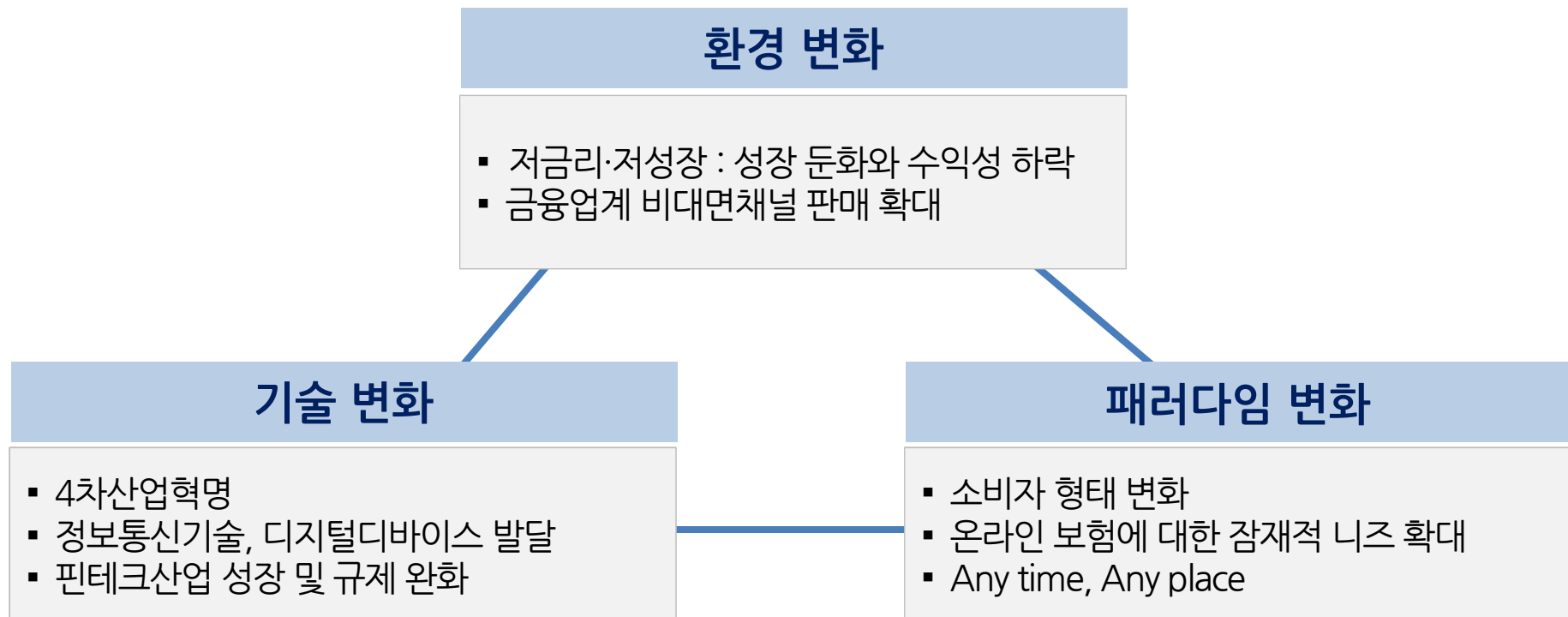
국내 온라인보험의 변화상

교보라이프플래닛생명보험
이학상 대표이사

- 01 보험산업의 변화
- 02 국내 온라인보험의 변화
- 03 온라인보험의 현재
 - 온라인보험 판매채널 현황
 - 온라인보험 판매채널 유형
- 04 온라인보험의 미래

01 보험산업의 변화

글로벌 저금리·저성장 흐름과 금융권 비대면채널 급성장으로 인한 업계 트렌드 전환 추세가 명확하며, 이와 동시에 4차산업혁명, 디지털 기술 발전으로 인한 신사업·판매채널에 대한 니즈 증가



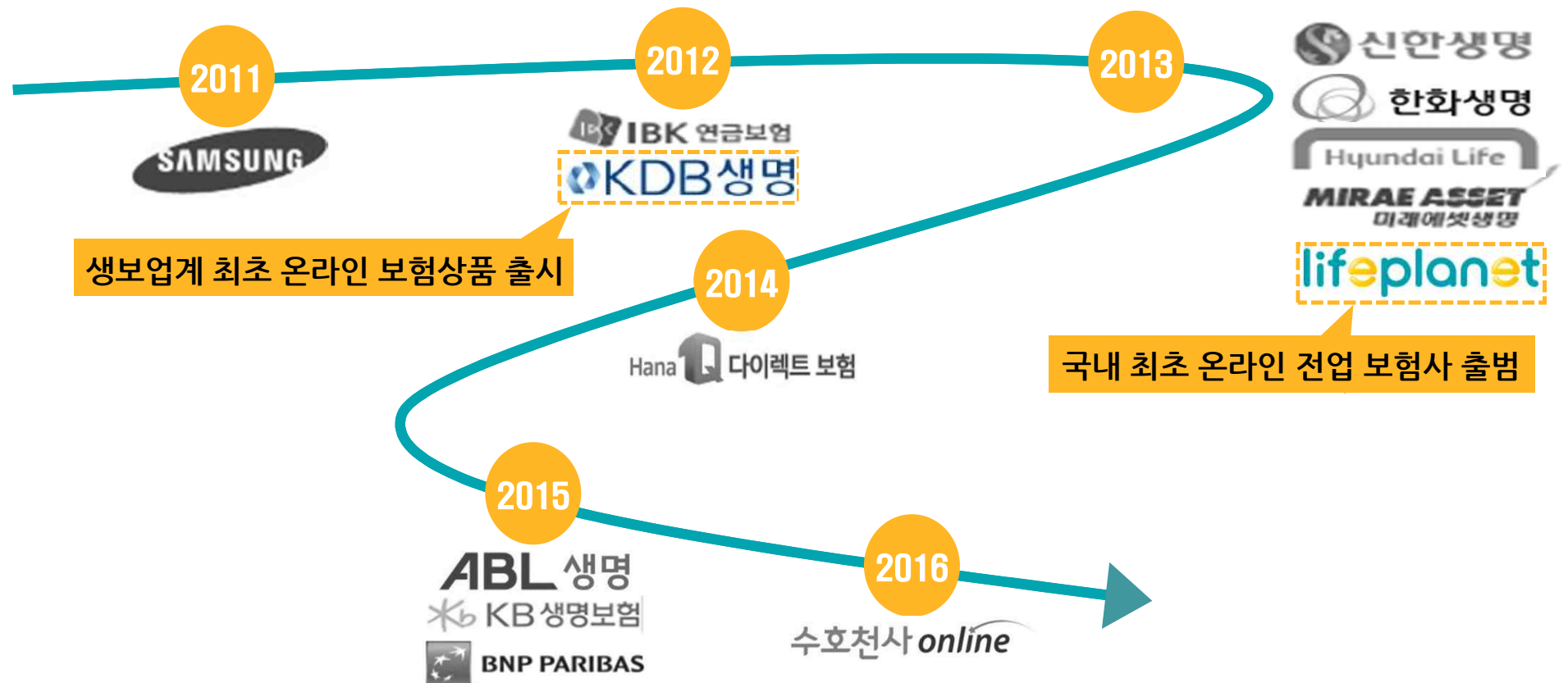
1)온라인 보험시장 성장과 미래채널전략, 김선영, 보험연구원(2016)

2)생명보험 성향조사, 생명보험협회(2015)

02 국내 온라인보험의 변화

02 국내 온라인보험의 변화

2013년 교보라이프플래닛생명 출범 이후 여러 형태의 온라인 유통채널이 등장했으며, 온라인보험 사업 활성화를 위한 제도적 변화 및 다양한 플레이어 등장, 지속적인 업계의 노력을 바탕으로 점진적 시장 확대



02 국내 온라인보험의 변화 : 교보라이프플래닛생명

2015
~2017

- ✓ 생명보험업계 최초 모바일 가입 서비스 개시
- ✓ 금융업계 최초 홈페이지 로그인 시 간편인증 서비스 도입
- ✓ 업계 최초 공동 FIDO방식 지문인증 서비스 개시



라이프플래닛, 국내 첫 생명보험 모바일 가입 서비스

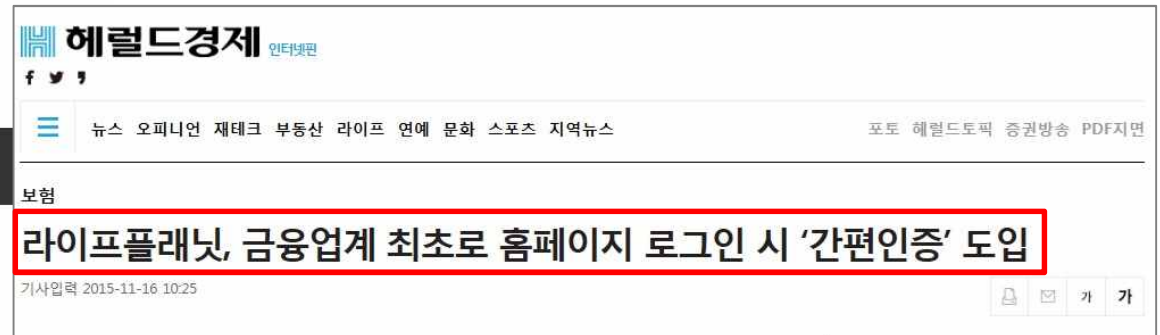
배현정 기자 | 입력 : 2015.04.27 10:00

기사공유 f t kaka

라이프플래닛이 국내 생명보험사 가운데 최초로 모바일을 통해 생명보험에 시작한다.

국내 최초의 전업 인터넷 생명보험사인 교보라이프플래닛생명보험은 보험 가입 전 과정을 모바일로 진행할 수 있는 모바일 보험 서비스를 개시했다고 시장에 '모바일슈랑스' 시대가 본격 열린 것이다.

라이프플래닛 모바일 보험 서비스는 고객들에게 더욱 편리한 환경을 제공해 PC 웹환경에서만 가능했던 서비스를 스마트폰이나 태블릿PC 등 모바일 기기와 동일하게 이용할 수 있게 됐다.



02 국내 온라인보험의 변화 : 교보라이프플래닛생명

2017
~2018

- ✓ 업계 최초 실시간 계좌이체 뱅크페이 서비스 도입
- ✓ 업계 최초 PIN인증만으로 PC·모바일 서비스 이용

이데일리

뉴스 증권 문화 연예 스포츠 이슈기획 오피니언 포토

라이프플래닛, 업계 최초 금융결제원 '뱅크페이' 서비스 도입

등록 2017-09-21 오후 5:08:59
수정 2017-09-21 오후 5:08:59



김경은 기자



☆스크랩

URL복사

[이데일리 김경은 기자] 인터넷 생명보험사 교보라이프플래닛생명보험은 생보업계 최초로 금융결제원과 제휴를 맺고 전 은행 계좌에서 실시간 계좌이체가 가능한 '뱅크페이' 서비스를 도입했다고 21일 밝혔다.

뱅크페이는 금융결제원이 은행 및 금융투자회사, 우체국 등 국내 금융기관과 공동으로 제공하는 계좌이체 결제서비스다. 기존의 카카오페이, 네이버페이 등에 이어 이번 뱅크페이 추가 도입으로 케이뱅크, 카카오뱅크를 비롯한 전 은행권 및 17개 주요 증권사 계좌로 초회보험료(초회 보험료) 납입이 가능해져 고객 편의성이 더욱 높아졌다.

앞으로 가입자는 은행 계좌만 있으면 언제 어디서나 PC와 스마트폰으로 간편하게 초회보험료를 결제할 수 있으며, 모바일의 경우 최초 이용 시 뱅크페이 앱을 다운받아 설치한 뒤 이용하면 된다.

공정·공익·나눔언론

TOP 데일리

≡ 전체 정치 사회 경제 IT·과학 오피니언 연예·스포츠 라이프

HOME > 경제 > 금융

교보라이프플래닛, 보험업계 최초 PIN 인증 서비스 도입

유지윤 기자 | 승인 2018.07.12 17:36 | 댓글 0

[톱데일리 유지윤 기자] 교보라이프플래닛생명보험이 지난 6월부터 업계 최초 PIN(PIN(비밀번호)) 인증만으로 PC와 모바일을 통해 로그인과 보험서비스 처리가 가능하도록 했다고 12일 밝혔다.

PIN인증을 이용하면 공인인증서나 별도의 앱 설치 없이 휴대전화만 있으면 바로 서비스 이용이 가능하다. 교보라이프플래닛생명보험에 따르면 PIN인증은 공인인증과 동일 수준의 보안성을 인정받았으며, 인증요청 시마다 공개키기반(PKI)의 1회성 키가 생성된다.

교보라이프플래닛 관계자는 "고객 편의와 서비스 보안이라는 두 마리 토끼를 잡기 위해 고민한 끝에 PIN인증을 도입하게 되었다"며 "간편인증서비스는 보험업계의 디지털화가 진행됨과 동시에 요구되는 변화의 일부"라고 말했다.

저작권자 © 톱데일리 무단전재 및 재배포 금지

유지윤 기자
다른기사 보기

2018 ✓ 업계 최초 모바일 웹 보장분석 '바른보장 서비스' 개시



바른보장 서비스란?

- 보험사 최초 모바일 보험보장분석서비스(10월초 PC오픈)
- 신용정보원 보험가입데이터를 활용한 스크래핑 기술을 기반으로 고객 보험 보장내역 분석 및 상품 추천
- 주요 10가지 보장영역 분석으로 고객 맞춤형 상품 추천 및 보험 리모델링 가능
- 묶음 청약을 통한 간편 가입, 세일즈 프로세스 개선 등 고객 중심의 환경 구축



03 온라인보험의 현재

1. 온라인보험 판매채널 유형

현재 온라인보험은 주로 ①기존 보험사가 인터넷사업부를 운영하거나 ②온라인 전업 보험사 설립을 통해 판매되고 있으며, 각 사의 판매전략에 따라 단독 또는 결합 형태로 진행됨

온라인 전용 보험회사 설립

- ✓ 기존 보험회사의 자회사나 신규 진입 형태 양존
- ✓ (장점) 수수료 절감, 가격 및 상품경쟁력 확보, 특화 상품 개발 유리, 빠른 사업 프로세스
- ✓ (단점) 인지도가 낮아 초기 마케팅 비용 과다 발생



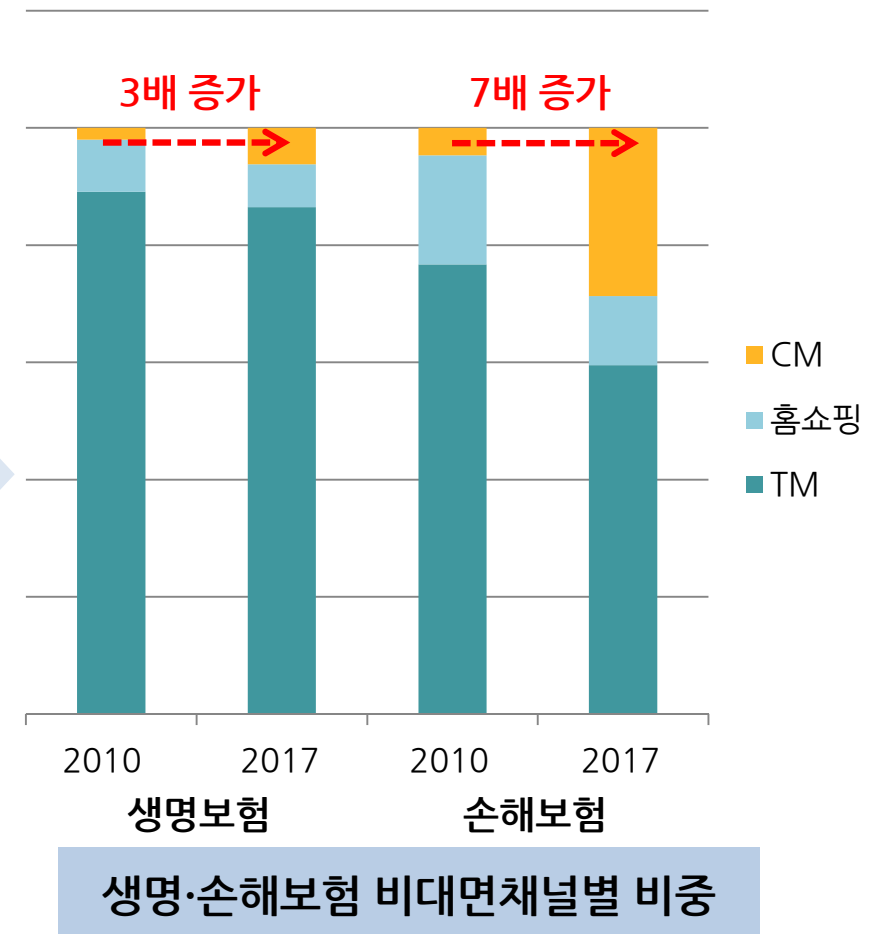
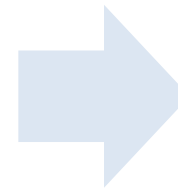
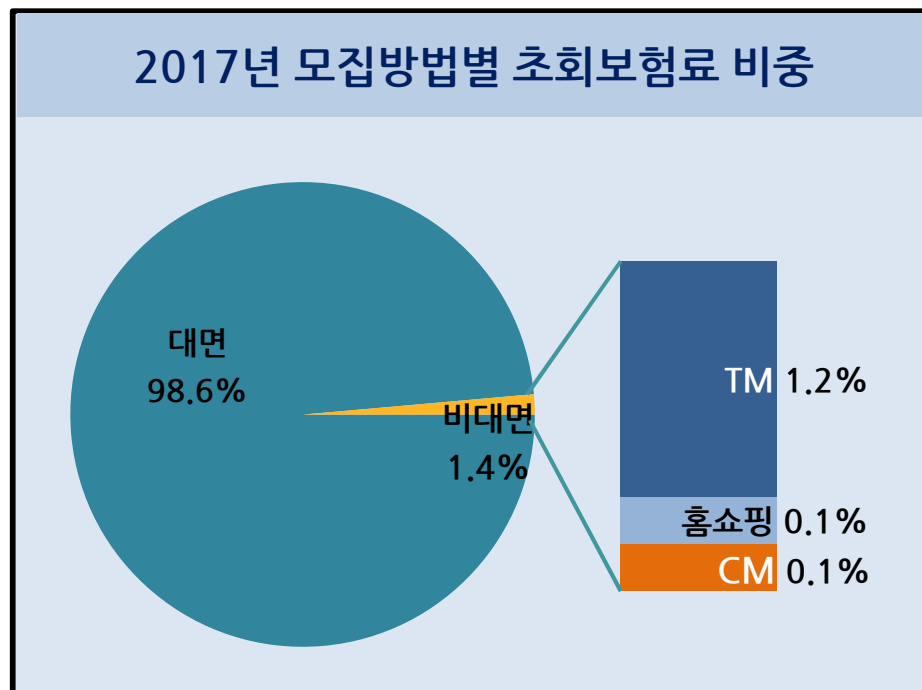
기존 보험사의 사업부 설치

- ✓ 기존 보험회사 온라인 사이트를 통해 판매
- ✓ (장점) 기존의 브랜드 파워 및 네트워크를 통한 서비스 제공
- ✓ (단점) 기존 대면채널과의 채널 갈등 발생



2. 온라인보험 판매채널 현황

비대면채널(CM·모바일·TM·홈쇼핑 등)은 아직까지는 미흡한 성장세를 보이고 있으나, CM채널의 판매 비중 증가 등 온라인보험의 확대 추세를 고려할 때 채널로서의 성장가능성이 예상됨



03 온라인보험의 현재

- ✓ 2008년부터 비대면채널의 경우, 손해보험은 15.6% 성장한 반면, 생명보험은 1.9% 성장에 그침
- ✓ 그러나 CM채널은 생명보험과 손해보험 모두 높은 성장률을 보이고 있고, 특히 생명보험의 경우, CM채널 초회보험료가 2012년 대비 약 7배 가량 증가함

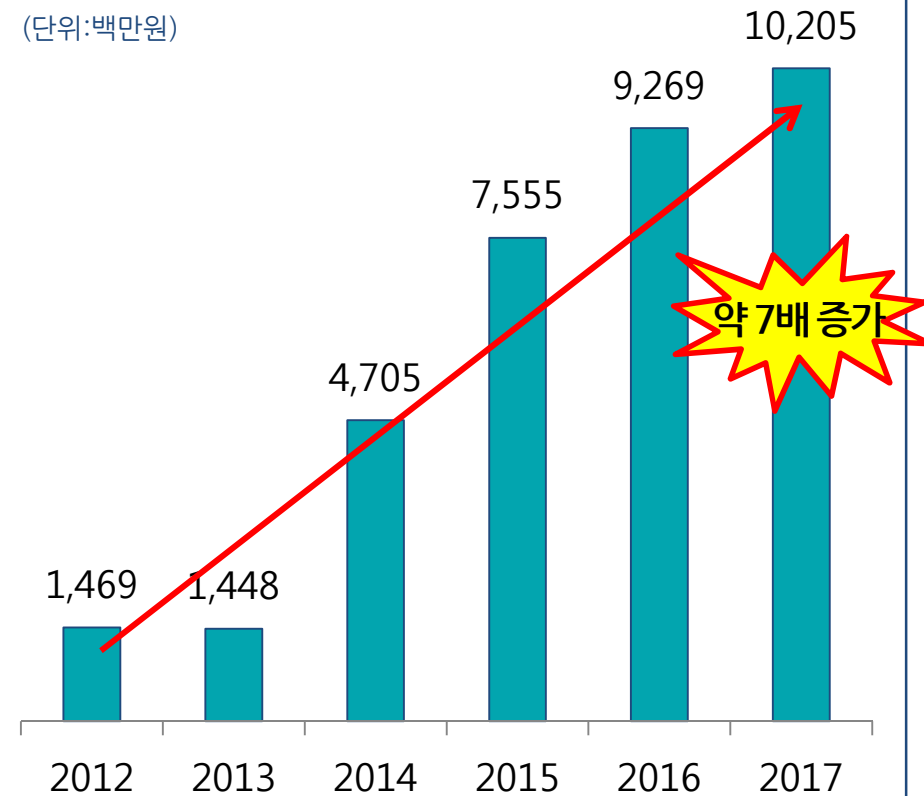
모집방법별 보험료 성장률(2008~2017년)

구분	전체	대면	비대면	TM	CM	홈쇼핑
생명보험	7.6	7.7	1.9	2.5	18.7	-6.6
손해보험	11.6	11.4	15.6	17.9	22.0	10.4

주 : 생명보험은 초회보험료 기준, 손해보험은 원수보험료 기준
 자료 : 금융감독원, 각 사 업무보고서

생명보험 CM채널 연도별 초회보험료

(단위:백만원)

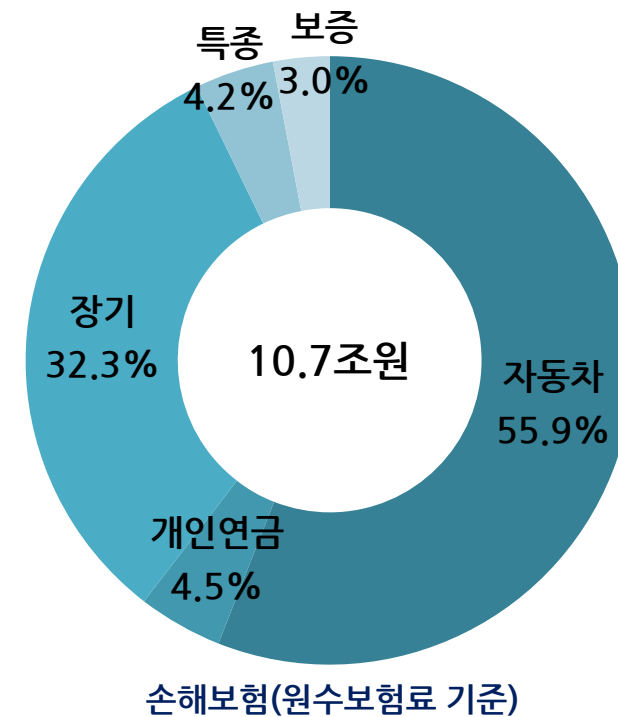
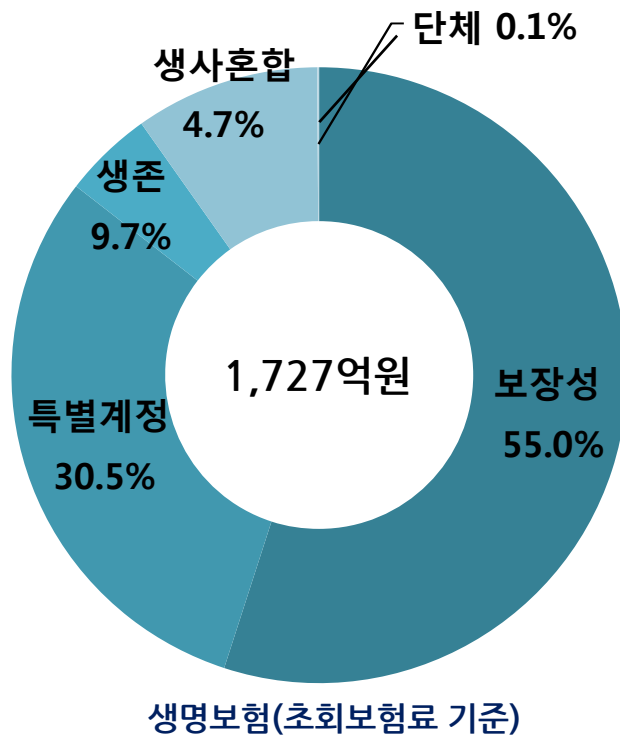


03 온라인보험의 현재

비대면채널에서 판매되고 있는 생명·손해보험 상품 모두 단순하고 고객이 이해하기 쉬운 저관여 상품의 판매 비중이 높게 나타나고 있음

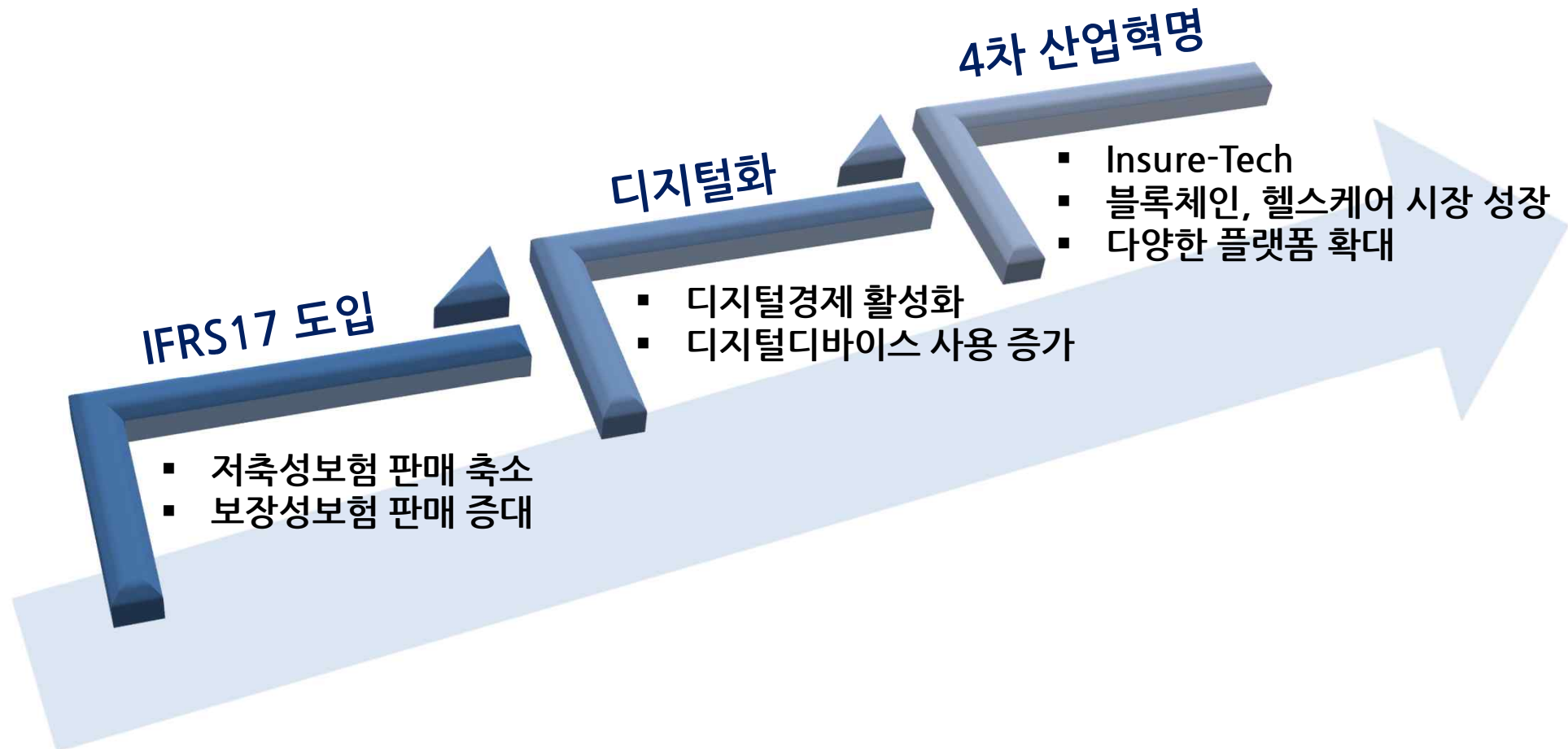
비대면채널 판매 상품의 특징

- ✓ 생명보험은 ①핵심보장 위주의 주계약 상품으로 단순하며, ②심플한 프로세스로 이용이 편리함
- ✓ 손해보험은 주로 정형화된 상품(자동차보험 등) 위주

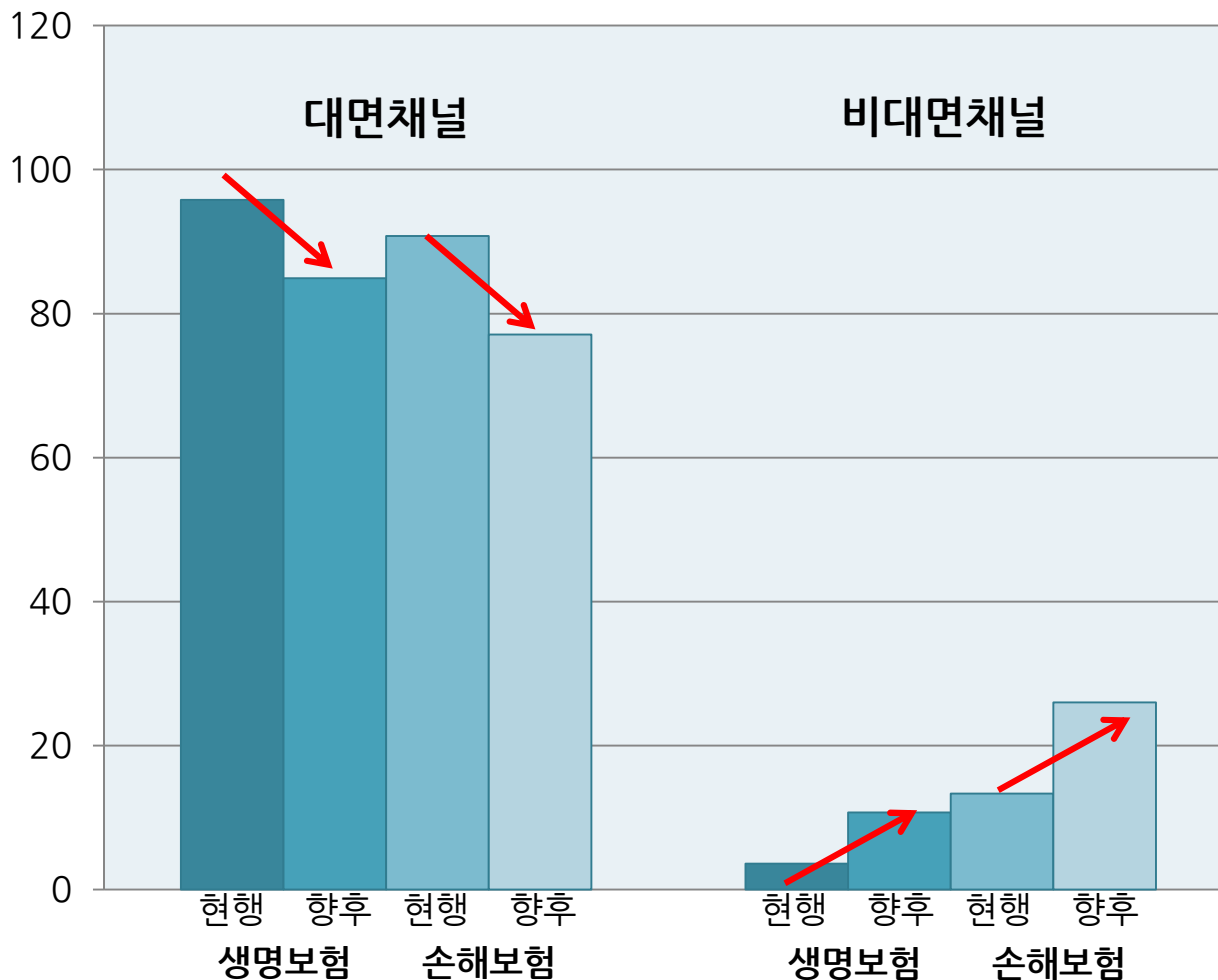


04 온라인보험의 미래

현재 보험업계는 IFRS17도입, 4차산업혁명, 디지털경제발전 등 다양한 변화현상에 직면해있으며, 이후 성공적인 업계 성장을 위한 구체적인 전략 및 방안이 필요한 시점임



보험소비자를 대상으로 진행한 설문조사에 따르면, 생명보험과 손해보험 모두 향후 비대면채널을 통해 보험상품에 가입할 의사가 높은 것으로 나타난 반면, 대면채널의 경우 가입 의사가 점차 낮아짐



비대면채널을 통한 가입을 선호하는 이유

- ✓ 편리하다
- ✓ 정보 획득이 용이하다
- ✓ 가격이 저렴하다
- ✓ 시간이 절약된다

다양한 장점을 바탕으로 이용 고객 수가 점차 증가하고 있으며, 20대(20.2%), 30대(12.5%) 등 디지털 기기 사용이 익숙한 젊은 연령층에서 선호도가 높게 나타남

“온라인보험의 성장가능성이 엿보임”

- ✓ 보험유통의 흐름이 소비자보호를 고려하면서 4차산업혁명의 접목을 통해 변화·발전해나가는 추세
- ✓ 보험회사는 대면채널 위주의 영업행태에서 벗어나 보험산업 발전과 디지털 혁신을 도모하고, 핀테크 채널을 적극 활용한 혁신적 사업모형 개발 및 도입이 필요함

2000년대

- 인터넷 보급률·스마트기기 사용 증가
- 인터넷뱅킹 활성화
- (초중반) 재무설계 관심 확산 : 종신·저축성보험 판매 확대
(후반) 유병장수(有病長壽) 화두 : 암·CI보험 인기
- 보험설계사 + TM·GA·방카슈랑스

~1990년대 중반

- 2~3차 산업
- 보험설계사 판매 위주

2010년대 후반~

- 4차산업혁명
- 핀테크·블록체인 등 IT, 디지털분야 혁신
- 인터넷 전문은행 등장
- 온라인보험, 모바일 방카슈랑스 인기

Q & A



판매채널 변화가 보험산업에 미치는 영향

정원석 연구위원

국제세미나
2018.10.17(수)



목차

- I. 4차 산업혁명
- II. 4차 산업혁명의 영향과 한계
- III. 판매채널의 변화
- IV. 판매채널 변화의 영향
- V. 결론 및 제언

I. 4차 산업혁명

1. 4차산업 혁명의 도래

인공지능의 도입

인공지능은 이미 우리 옆에 와 있음

- AlphaGo는 바둑을 평정하고, Watson은 퀴즈프로그램에 우승하였음
- 인공지능 Pepper는 옷과 양말까지 판매함



빅데이터 활용

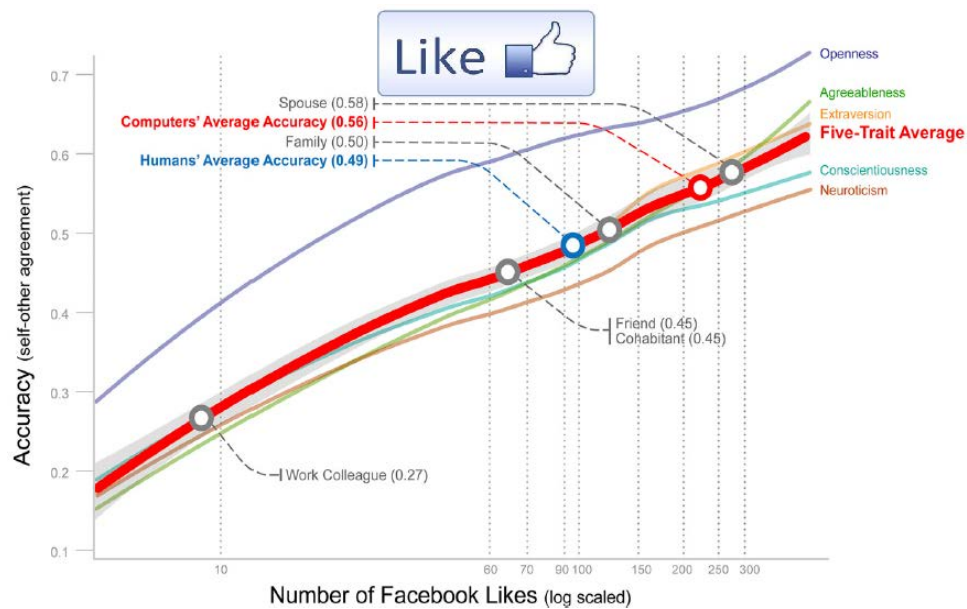
빅데이터를 활용한 소비자분석은 새로운 세상을 만들고 있음

- Target은 소비자 분석을 통해 10대 소녀의 비밀을 부모보다 먼저 인지함
- Facebook은 like를 분석하여 사용자의 배우자보다 사용자에게 대해 많은 것을 알고 있음

Target Knows Your Secrets



Facebook Knows You Better



인공지능과 빅데이터의 결합

빅데이터 분석으로 인간화되어가는 인공지능

- 숫자가 아닌 음성 · 사진 등을 분석하여 패턴을 파악하는 단계에 도달
- 고객의 목소리, 표정 등을 통해 대화 상대의 기분을 파악하고 이에 맞추어 대응

Cognitive Skill



Deep Face



신기술과 결합한 유통 혁신

이미 유통업계에서는 파괴적인 변화들이 일어나고 있음

- IoT, Big Data, 인공지능 등 신기술로 무장한 새로운 유통업체들이 등장하고 있음
- 전통적 유통업의 강자들은 존립을 위협받고 있음

Amazon Go



Malls Stop





II. 4차 산업혁명의 활용과 한계

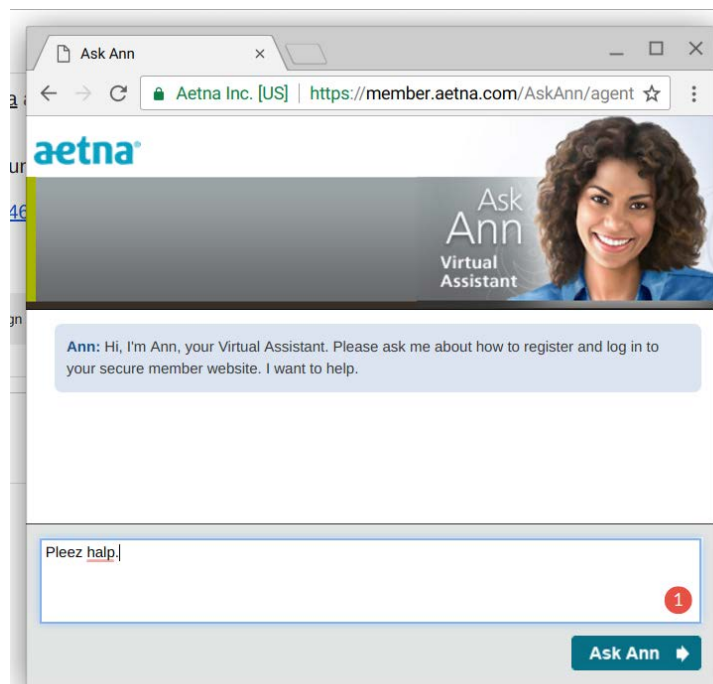
- 1. 신기술의 활용
- 2. 신기술의 한계

AI 고객상담

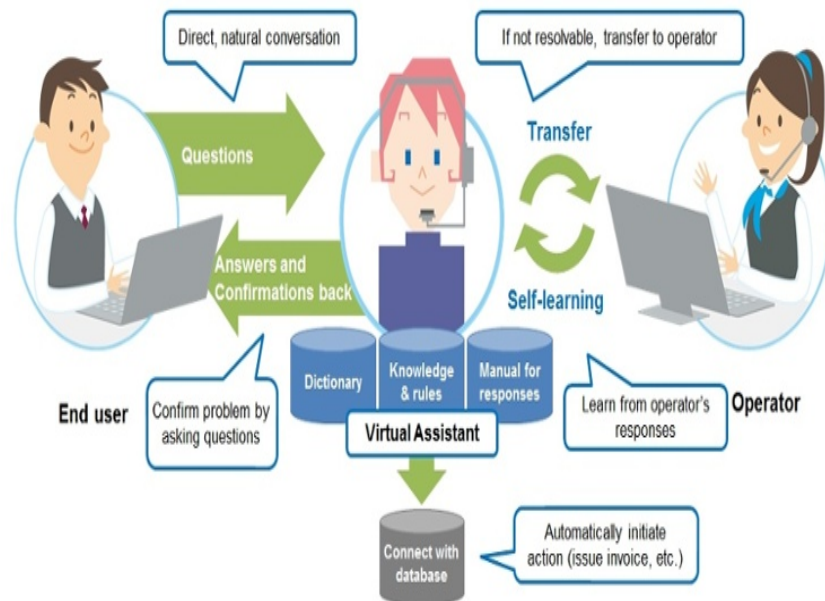
인공지능을 활용한 양방향 소통으로 효과적인 정보제공이 가능해짐

- 소비자 질문의 80%는 과거 질문과 유사한 질문임
- 인공지능 도입은 콜센터의 생산성을 획기적으로 높임

AETNA "Ann"



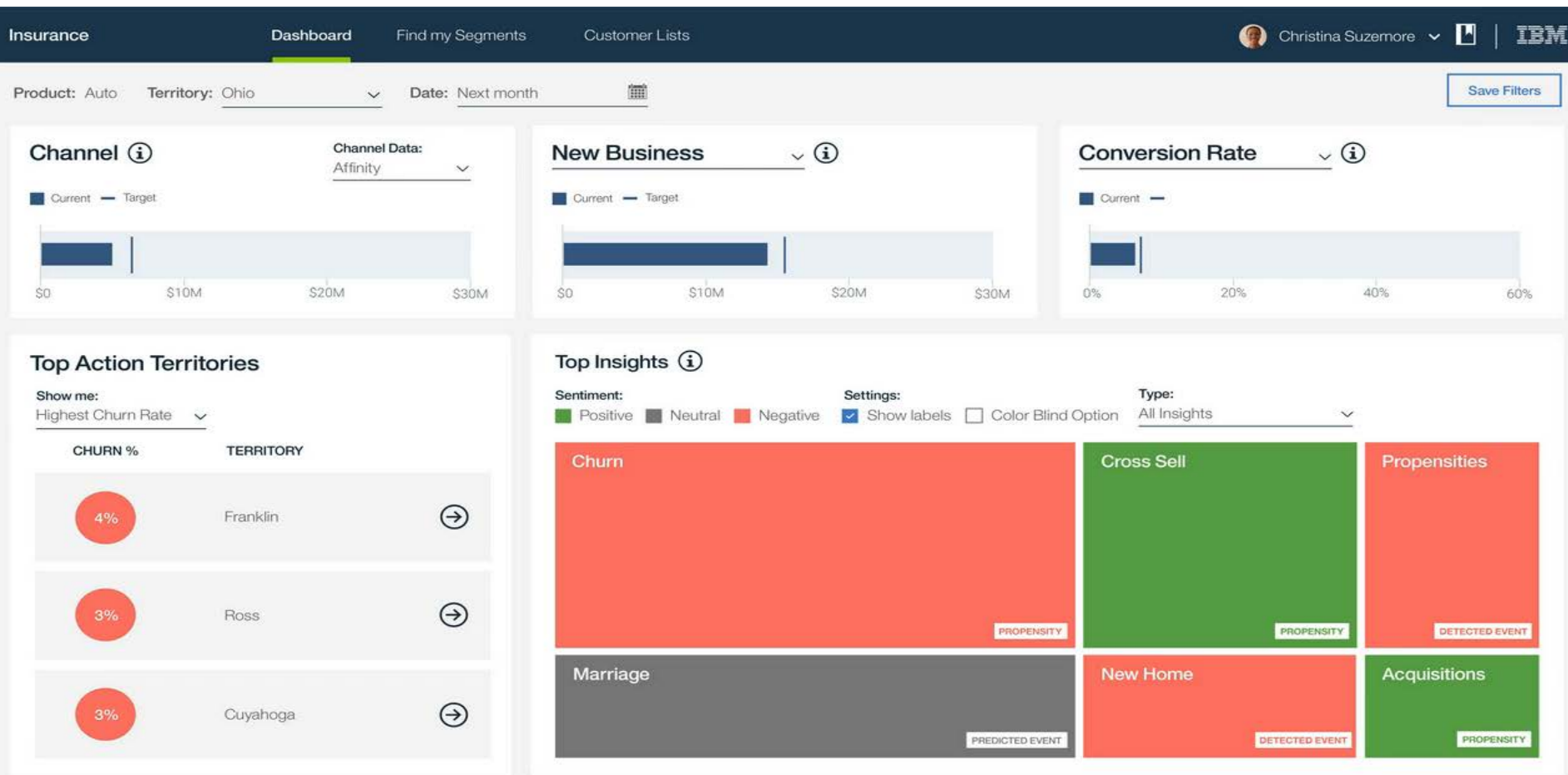
AI Call Center



판매채널에 활용 - 상품추천

인공지능을 활용한 빅데이터 분석을 통해 고객 세분화 및 상품추천

- 보험 판매, 상품추천, 고객 상담 등을 돕는 형태의 인공지능이 도입되고 있음



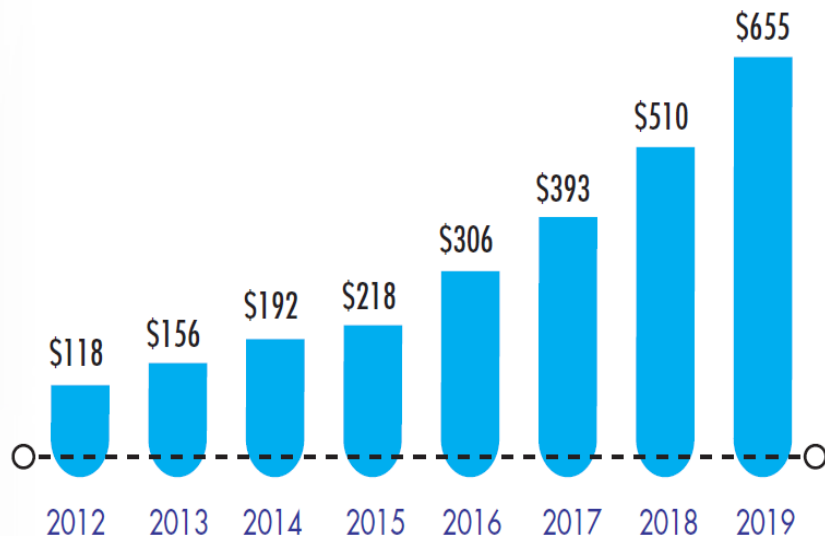
로보어드바이저 확산

로보어드바이저가 빠른 속도로 보편화되고 있음

- 로보어드바이저로 운용되는 자산의 크기가 빠르게 증가함
- 고객만족과 생산성 향상을 위한 설계사의 로보어드바이저 활용증가가 예상됨

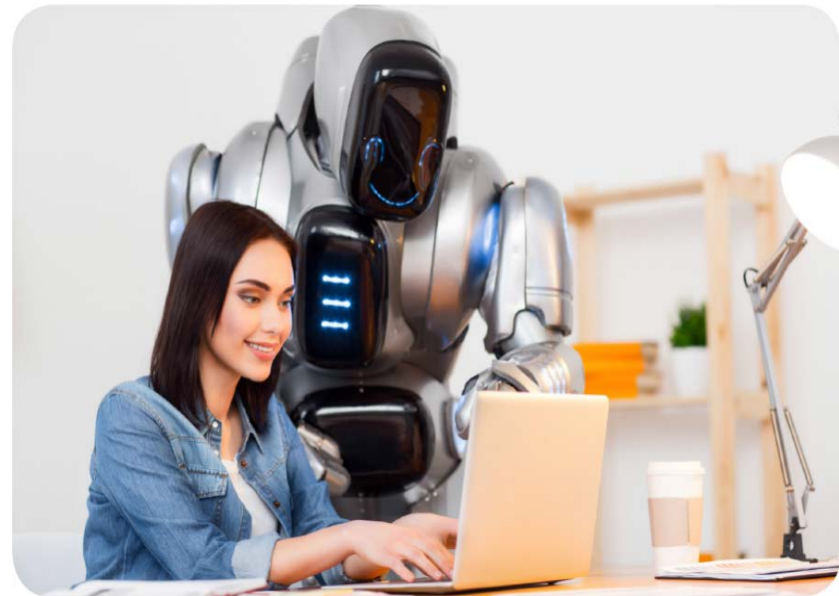
Robo - Asset Under Management

(단위 : 십억 달러)



자료 : Tiburon Research(2015), The Rapid Rise of Robo Advisors

Robo-Advisors



기술에 따른 변화

인공지능을 중심으로 한 새로운 기술은 판매채널에 큰 변화를 가져옴

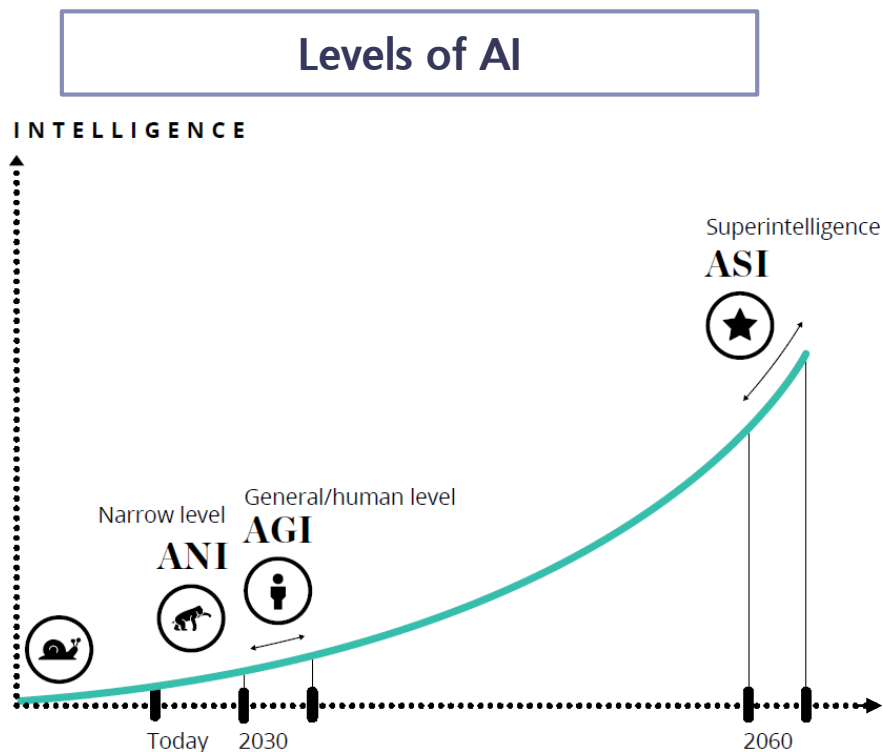
- 빅데이터를 활용한 정보분석, 양방향 음성대화 기술 등이 판매채널 변화의 핵심

	보험판매	고객상담	자산관리서비스
능동적 정보획득 및 분석	- 고객 텍스트 및 소셜미디어 비정형 정보 분 - 마케팅전략 수립	- 고객데이터 분석을 통한 정확한 응대 - 질문유형을 파악하고 빠른 응대	뉴스 및 데이터 분석을 통한 투자정보 제공
소비자 분석 및 상품추천	빅데이터 분석 통한 고객 세분화 및 상품추천 고객별 판매상품 분석을 통한 판매 확대	- 고객분석을 통한 최적 상담자 배정 - 고객의 특징을 고려한 문제해결 솔루션 제공	로보어드바이저와 결합한 빠른 시장분석 및 포트폴리오, 상품 제공
인지적 정보분석 및 음성 대화	- 양방향 정보전달을 통한 고부가가치 상품판매 - 소비자의 음성, 감정을 파악하여 특화된 고객 응대 제공	- 양방향 소통을 통한 사용자 만족도 제고 - 상담 중 고객의 감정을 인식하고 최적의 고객 서비스 제공	- 고객 및 설계사에 금융 데이터 분석결과 제공 - 금융상품 생산자로부터 직접 정보취합 및 분석 결과 생산

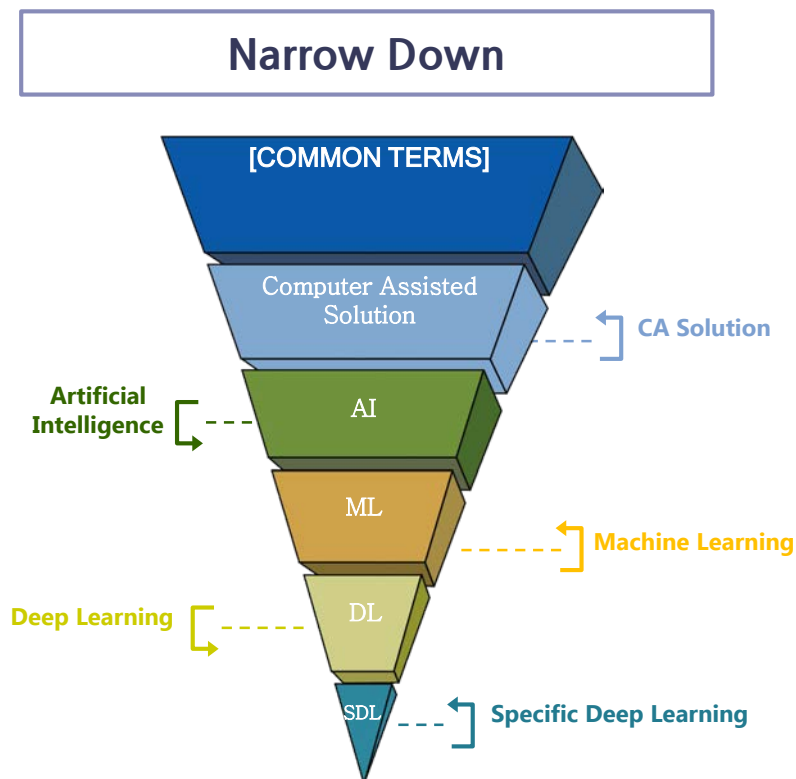
그러나, 기술한계 존재

인공지능의 종합적인 인지능력은 현재 Narrow Level에 머물러 있음

- 한정된 영역에서는 놀라운 능력을 보이지만 종합적인 사고에는 한계가 있음
- 산업부분에서 전문 영역에 제한적 활용단계



자료: Tim Urban(2015), The AI Revolution: The Road to Superintelligence; Deloitte Digital(2017)

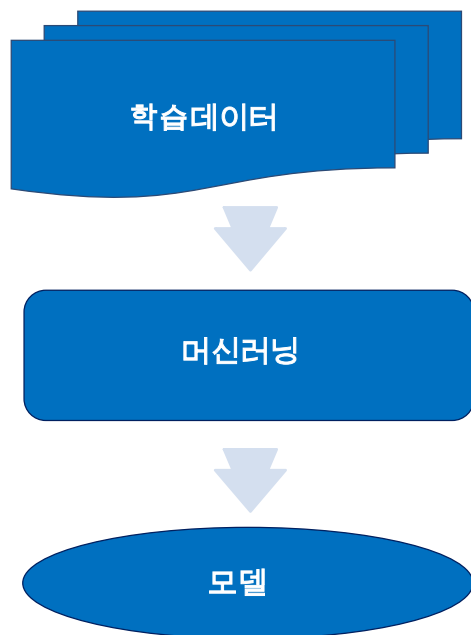


목적에 맞는 Big Data 필요

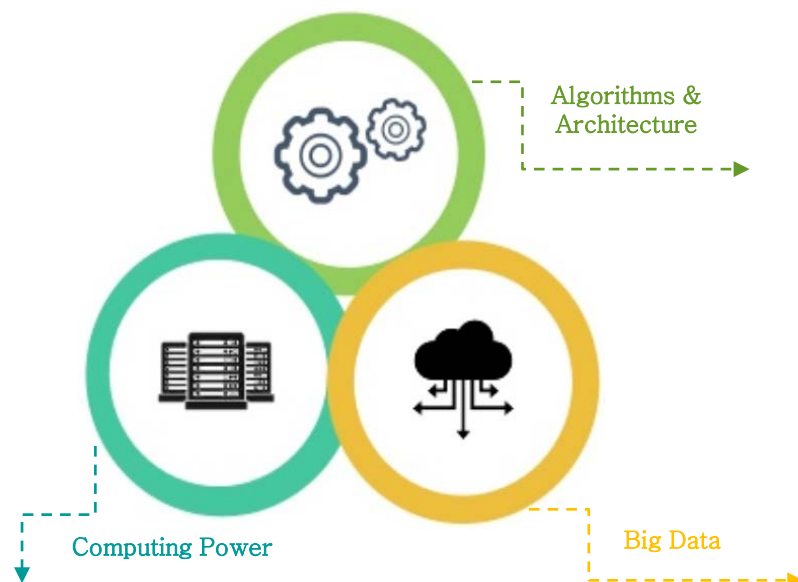
구체적 목적에 따른 인공지능의 머신러닝을 위한 Big Data

- 상품 개발, 소비자 상담 등을 위한 양질의 데이터 확보
- ✓ 인공지능 알고리즘과 연산능력은 외부에서 도입 가능

Machine Learning and Data



3 Factors of AI's Potential



고객 접점 : 플랫폼의 중요성

4차 산업혁명으로 고객접점 변화

- 몰(Mall)에서 아마존으로 이동
 - ✓ 아마존을 통한 고객접점을 잃은 후 Toys R Us 위축
- 많은 기업들이 플랫폼을 선점하기 위해 노력하고 있음

Toys R US Closing



Amazon Alexa





III. 판매채널 변화

1. 새로운 기술의 도입
2. 새로운 소비자 등장
3. 새로운 채널의 변화

인공지능의 판매채널 도입

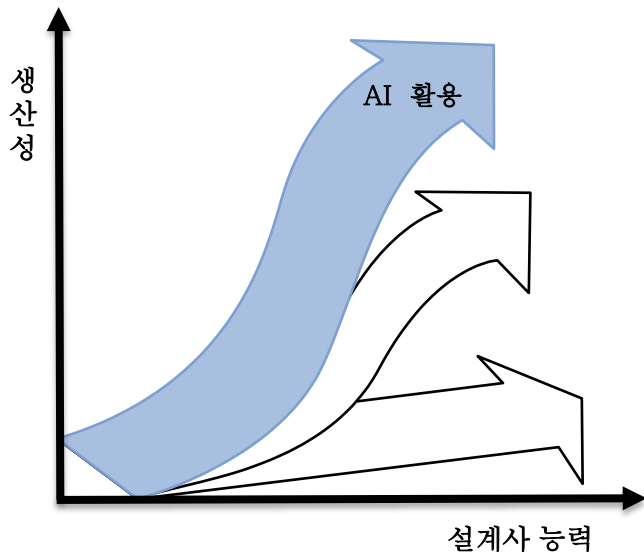
도입초기 인공지능은 설계사를 돕는 형태로 활용될 전망

- 인공지능을 활용한 빅데이터 분석을 통해 고객에 맞는 정보 및 상품 추천

독립대리점은 핀테크 업체들과의 제휴 등을 통해 신기술을 활발히 활용

- 설계사의 생산성과 고객만족 향상 기대

Productivity Increases Differently



Fintech and Insurance Sales

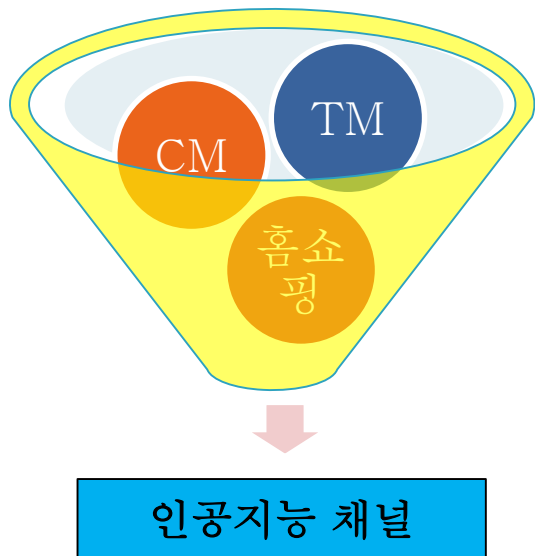
이름	제공자	대상	기능
굿리치	GA (리치엔코)	고객	조회, 청구, 매칭
MWORLD	GA (A플러스)	설계사	고객관리, 견적
보맵	스타트업	고객 및 설계사	조회, 분석, 청구
보갑	스타트업	고객 및 설계사	조회, 청구, 매칭
레몬클립	스타트업	고객 및 설계사	조회, 분석, 비교, 청구

기존 채널의 진화

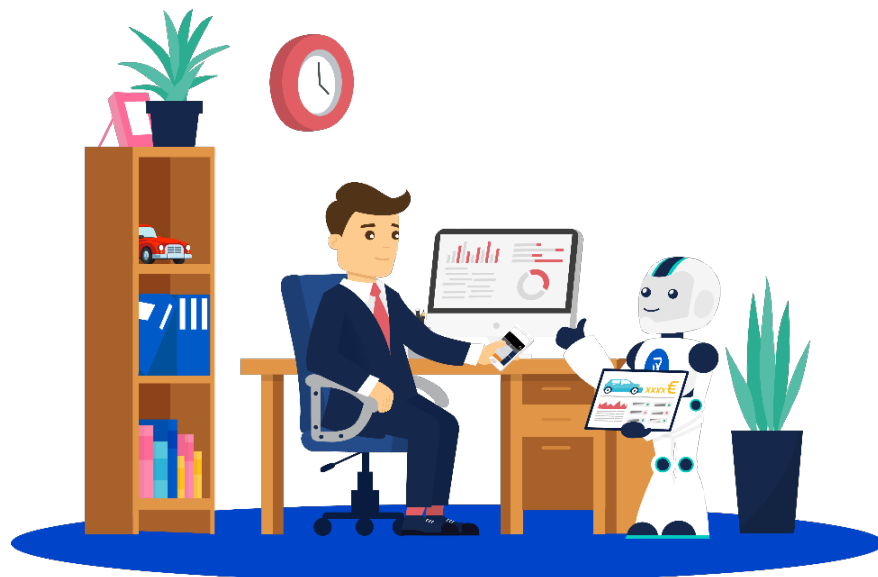
기술발전과 소비자변화에 따라 대체판매채널의 역할이 확대될 것임

- 현재 TM CM 등 대체판매채널은 인공지능채널로 통합될 것임
- 인공지능채널이 설계사의 영역까지 확대될 것임

Integrated into AI Channel



AI Insurance Agents



자료: Blue DME

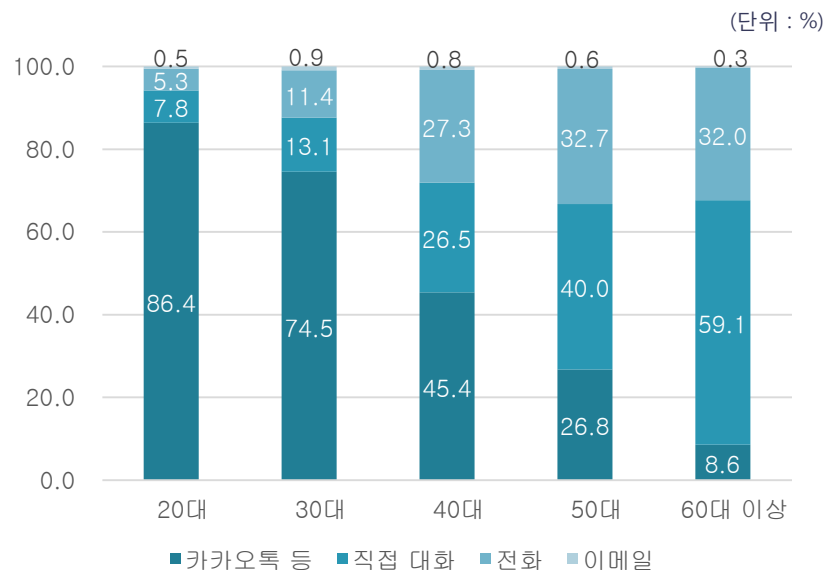


소비자변화 : 밀레니얼 세대의 부상

밀레니얼 세대(20~30대)는 대면 접촉보다는 간접적 접촉 선호

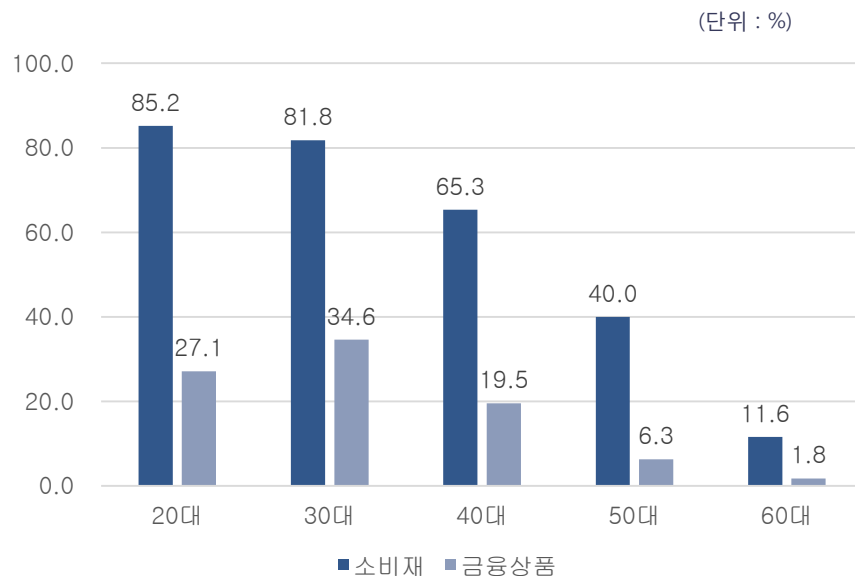
- 밀레니얼 세대의 주요 의사소통 수단은 카카오톡 등 문자메시지임
- 밀레니얼 세대는 온라인 구매경험 역시 매우 높음

Millennials Communicate Differently



자료: 보험연구원(2018), 보험소비자 설문조사

Online shopping by Generations



자료: 보험연구원(2018), 보험소비자 설문조사

밀레니얼 세대의 비대면채널 선호

밀레니얼 세대는 인공지능에 대해 높은 신뢰도를 보임

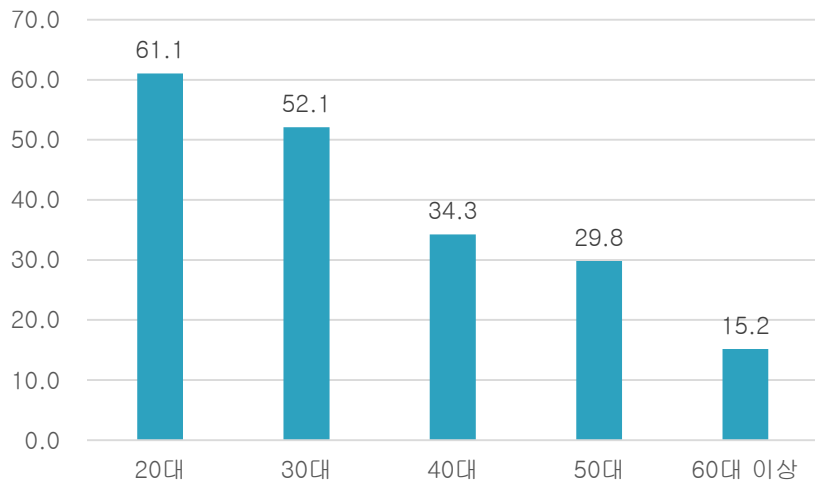
- 반면, 베이비부머 세대는 인공지능에 대해 아직은 부정적

사생활보호 이유 등으로 인공지능 선택

- 기본적으로 대면 접촉 기피

The Reliability of AI by Generations

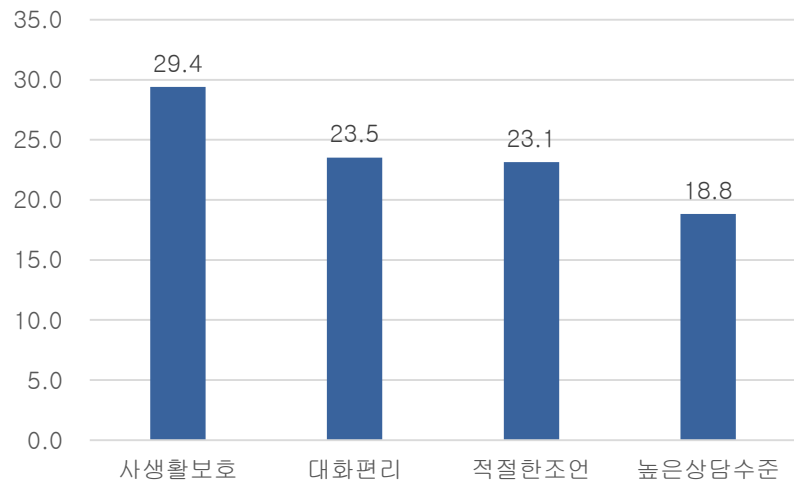
(단위 : %)



자료: 보험연구원(2018), 보험소비자 설문조사

The Reasons for Choosing AI

(단위 : %)



자료: 보험연구원(2018), 보험소비자 설문조사

인공지능 채널의 진화

단기 : 인공지능은 기존 판매채널의 효율을 높이는 방향으로 적용될 것임

- 인공지능의 도입은 설계사의 생산성 높일 것임
- TM, CM 등 기존 대체판매채널의 효율을 높일 것임

장기 : 인공지능 채널은 새로운 채널로 정립될 것임

- 기술발달과 소비자변화는 인공지능 채널 확대를 가속화 시킬 것임

Human use AI



AI will grow



자료: Central Insurance Companies

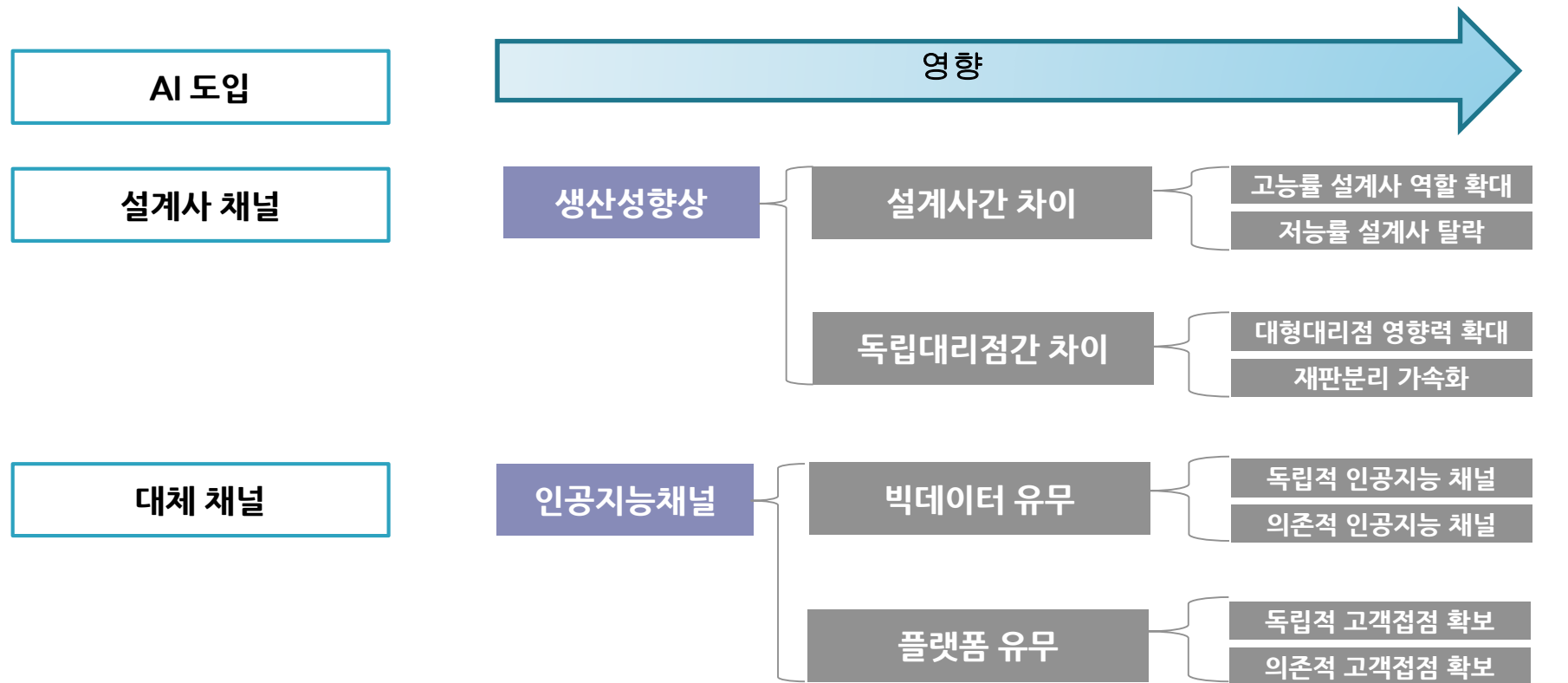
판매채널의 향후 전망

설계사 채널에서는 설계사의 구조조정 및 제판분리 가속화를 일으킬 것임

- 인공지능을 활용한 고능률 설계사는 보다 많은 고객을 응대하게 될 것임
- 기술을 활용한 독자적인 영업시스템을 갖춘 대형대리점의 영향력이 확대될 것임

인공지능 채널은 새로운 채널로 정립될 것임

- 기술발달과 소비자변화는 인공지능 채널 확대를 가속화 시킬 것임





VI. 채널변화의 영향

1. 과거 채널변화의 영향
2. 미래 채널변화의 영향



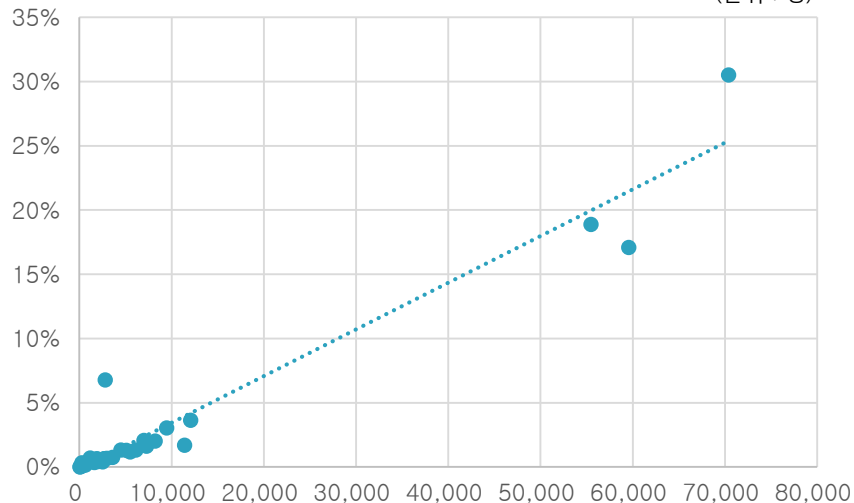
판매채널 전략 : 과거

과거 보험시장은 전속설계사 조직의 규모로 승부하는 시장이었음

- 복잡한 보험상품을 설명하고 판매하는 설계사의 역할이 절대적이었음
- 판매채널이 다변화 되면서 설계사 수와 시장점유율과의 상관관계는 감소함

Number of Agents and MS(1997)

(단위 : 명)

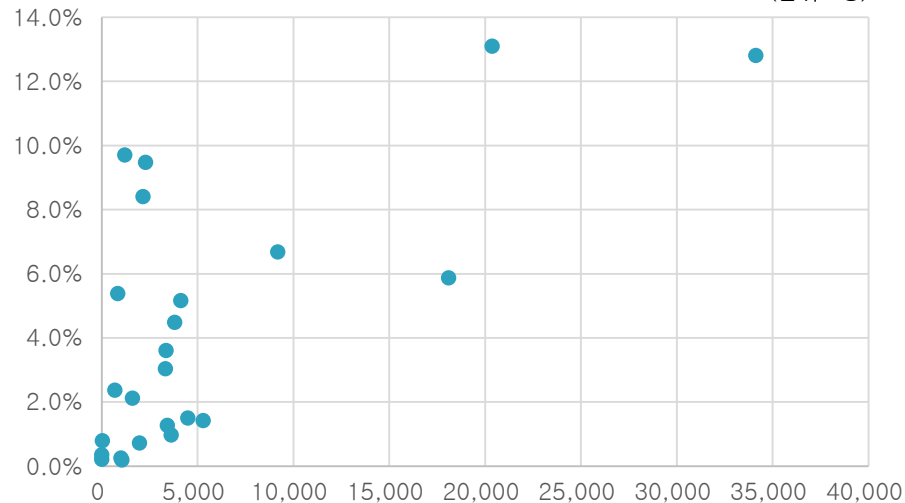


주 : 점유율은 초회보험료 납부자수 기준

자료: 보험통계연감(1997)

Number of Agents and MS(2016)

(단위 : 명)



주 : 점유율은 초회보험료 납부자수 기준

자료: 보험통계연감(2016)

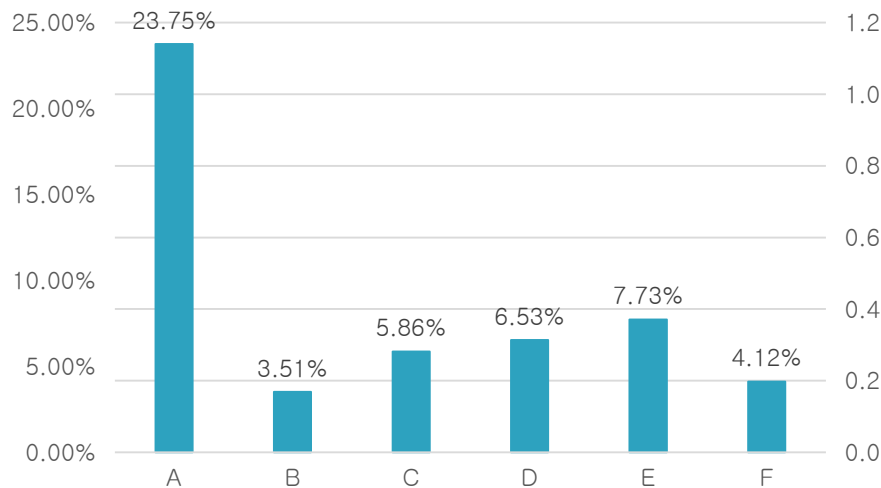


판매채널 전략 : 현재

신규 채널의 활용을 통한 시장 확대 및 성장 가능

- TM에 특화된 A 보험사는 높은 수준의 자기자본 이익률 달성
- 방카슈랑스에 집중한 B 보험사는 당해 초회보험료 1위 차지

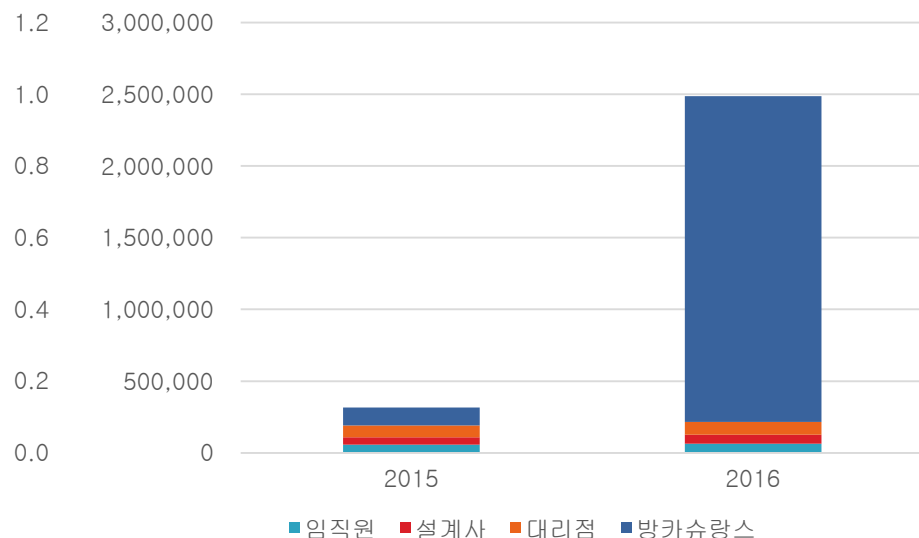
Insurance Company Profits and ROE



자료: 금융감독원 금융통계시스템 (2017)

Bancassurance and Sales

(단위 : 백만 원)



자료: 보험통계연감 (2017)

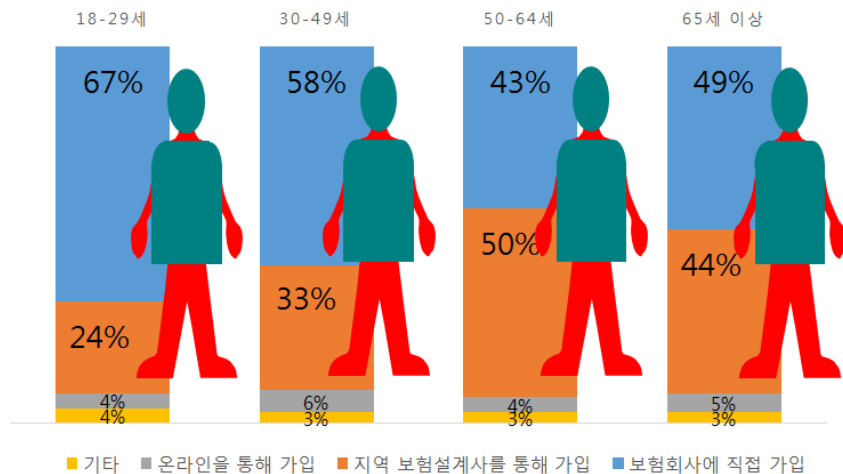
미래 판매채널 전략 : 고려 요소

이미 밀레니얼 세대는 보험설계사를 찾지 않음

- 판매채널 변화로 설계사 수 경쟁에서 상품 및 서비스 경쟁으로 전환
- 중소형 보험회사도 좋은 상품과 서비스로 시장 지배 가능

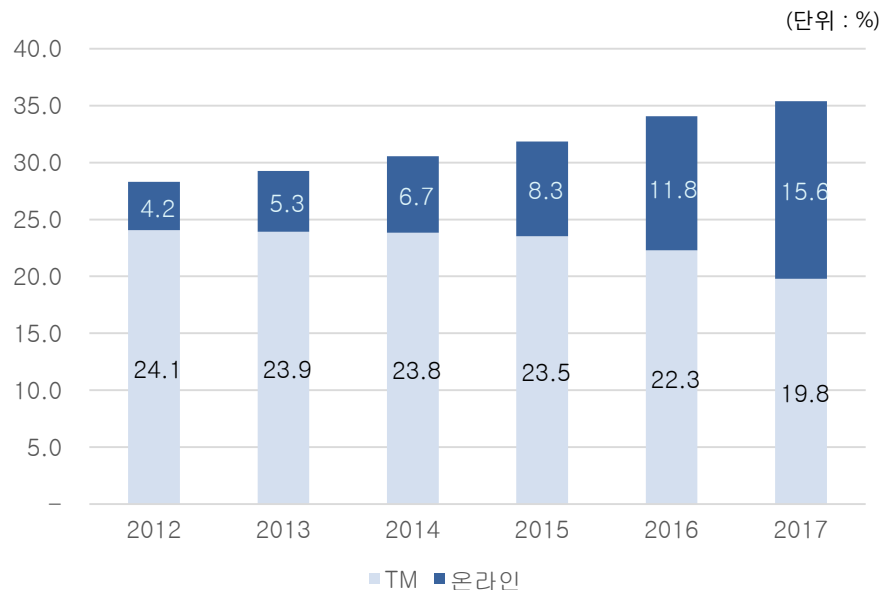
Millennials hate Insurance Agent

밀레니얼 세대 24%만이 지역 보험설계사를 통해 가입



자료: Effective Coverage (2016)

Auto Insurance from TM, CM



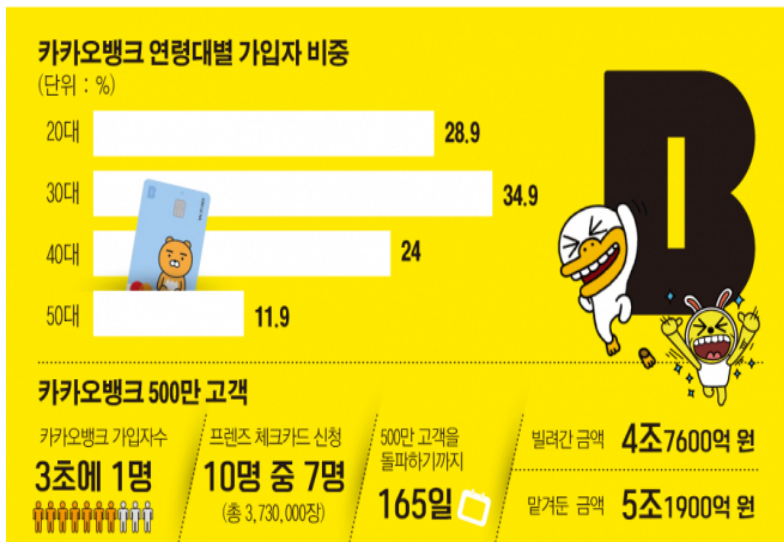
자료: 보험회사 업무보고서(각 연도)

미래 경쟁 상황 : 상품, 서비스 경쟁

점포가 한곳도 없는 카카오뱅크는 1년 만에 놀라운 성공 달성

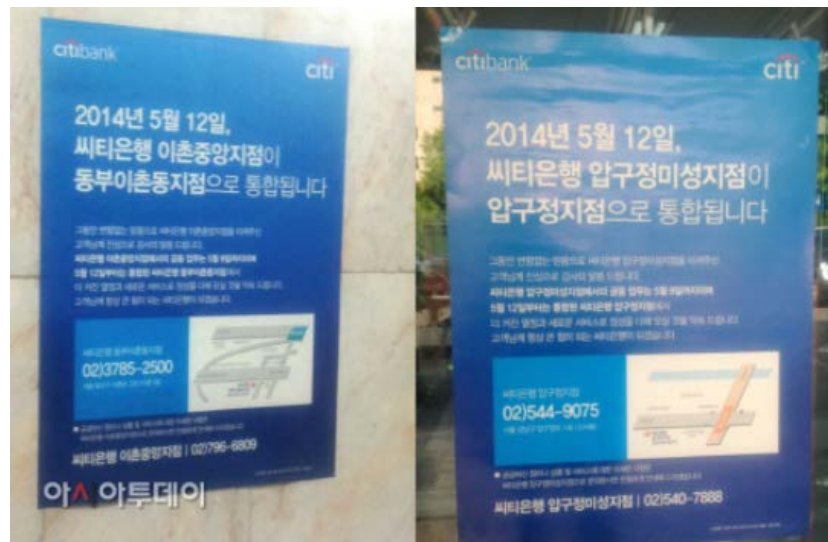
- 더 높은 예금 이자율과, 더 낮은 대출 이자율을 앞세운 상품성
- 클릭 몇 번으로 금융거래가 완료되는 편리성
- 국민메신저인 카카오프렌드를 플랫폼으로 활용

Revolutions from the outside



자료: Kakao Bank

Banks are closing



자료: 아시아 투데이 <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20140509010002222>

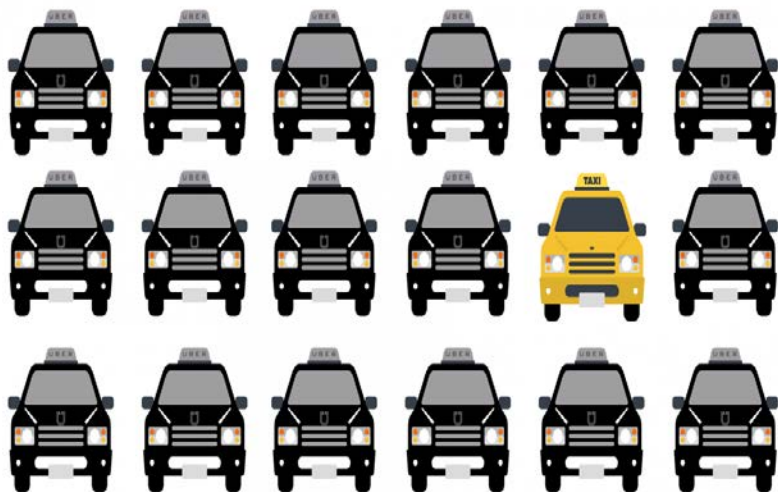
미래 경쟁 상황 : 새로운 경쟁자의 출현

보험산업에 새로운 파괴적 경쟁자의 출현 가능

- 회사소유의 택시가 한대도 없는 Uber는 세계최대의 택시회사가 되었음
- 회사소유의 호텔이 없는 Air BnB는 세계최대의 숙박업 회사가 되었음

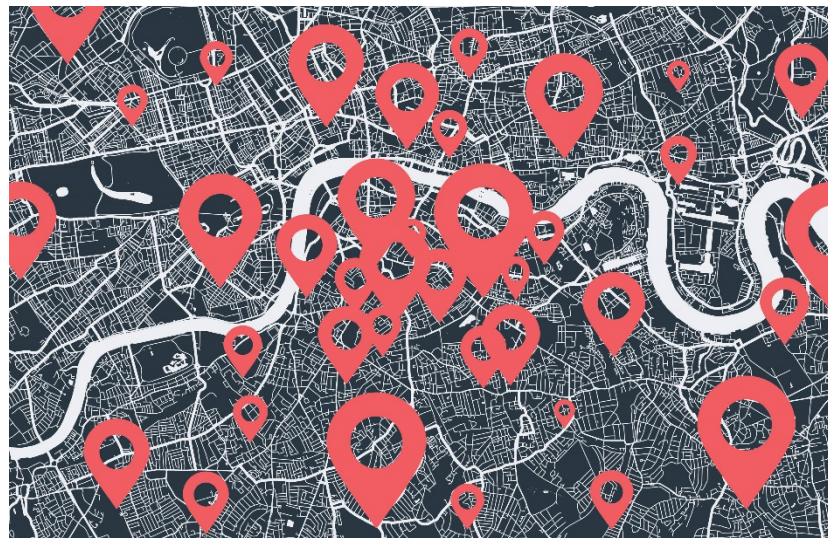
네이버보험 혹은 카카오보험의 출현?

The Biggest Taxi - Uber



자료: Uber Philippines

The Biggest Hotel Chain - Air BnB



자료: iStock / Mattjeacock / Wired

V. 결론 및 제언

세계보험회사들의 미래전략 : 인공지능투자

세계의 보험회사들은 인공지능에 지속적인 투자를 하고 있음

- 전체 산업 중 가장 많은 금액을 인공지능에 투자
- 특히 고객센터, 마케팅, 세일즈에 인공지능 도입효과가 가장 클 것으로 기대

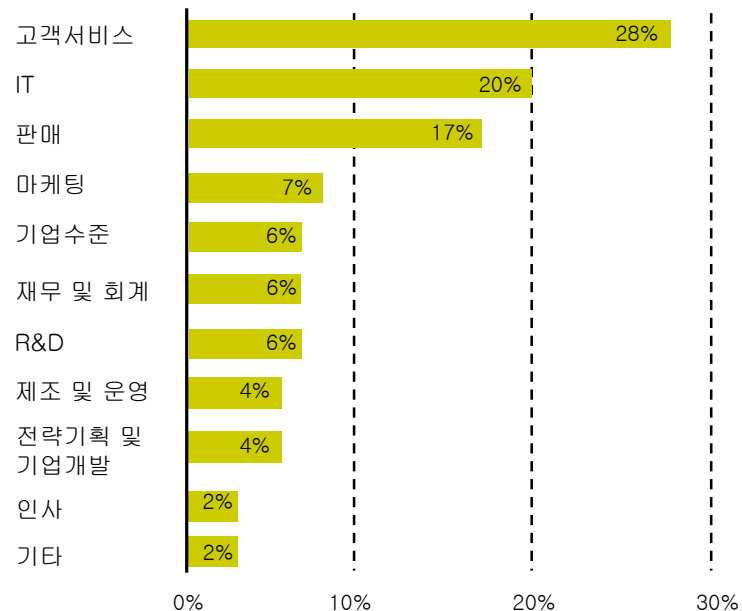
Spending on AI

(단위 : 백만 \$)

산업별	2015	2016(E)
소비재	95.1	-
유틸리티	66.4	-
보험	124.4	98.0
하이테크	94.7	-
통신	90.0	95.0
전체 산업	70.4	67.0
제조업	50.4	-
소매업	57.4	-
은행 및 금융서비스업	76.9	85
자동차	54.9	-
헬스케어 및 생명과학	38.5	-
에너지산업	23.9	-
방송 및 정보서비스업	12.0	-
여행 및 운송업	4.0	-

자료 : TATA Consulting(2016)

The Greatest AI Impact by 2020

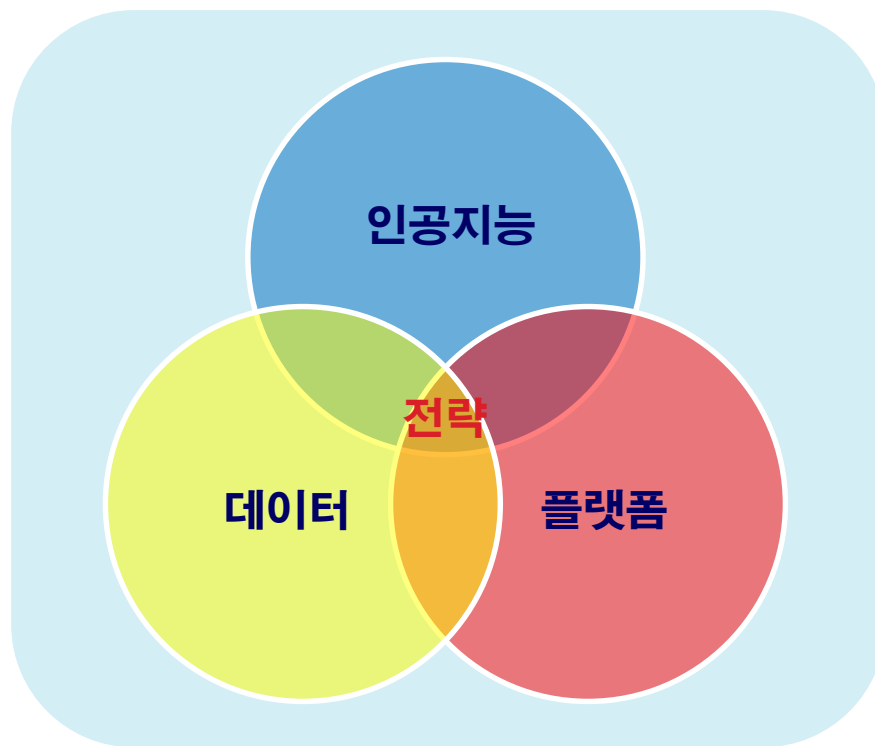


자료 : TATA Consulting(2016)

보험회사는 무엇을 준비해야 하나?

기술발달에 따른 판매채널의 변화에 살아남기 위한 준비

- 전략 : 인공지능을 활용할 분야의 구체화
- Big Data : 인공지능 활용을 위한 관련 Big Data 확보
- 플랫폼 : 인공지능이 고객을 만날 수 있는 접점 확보



결론 및 제언

인공지능 활용전략

- **인공지능을 보험사 및 판매채널에 어떠한 방식으로 활용할 것인가는 결정하는 것은 사람의 몫임**
 - 현재 인공지능은 한정된 영역에서 특별한 능력을 발휘할 수 있음
 - 지금까지 인공지능 활용이 성공한 사례는 구체적인 업무를 수행한 경우임
 - 따라서 인공지능을 판매채널에 활용하기 위해서는 명확한 목적을 가지고 구체적인 활용전략을 수립할 필요가 있음
- ✓ *인공지능은 만능이 아닌 하나의 도구일 뿐임*

결론 및 제언

빅데이터 확보

- 인공지능 활용전략을 실현 시킬 수 있는 머신러닝에 필요한 데이터를 확보해야 함
 - 인공지능은 충분한 데이터를 통한 학습이 이루어져야만 일을 할 수 있음
 - 데이터를 가진 회사와 그렇지 않은 회사로 나뉘게 될 것임
- ✓ *We don't have better algorithm we just have more data*
- Google director, Peter Norving

결론 및 제언

플랫폼 확보

- **학습된 인공지능이 고객과 접촉할 수 있는 접점을 구축할 필요가 있음**
 - 기술의 발달로 인해 적절한 고객접점의 다양화되고 있고 그 중요성은 더욱 커지고 있음
 - 온라인고객 접점을 확보한 회사와 그렇지 못한 회사의 명운이 갈렸음
 - ✓ *아마존과의 제휴가 결렬된 장난감 왕국은 사라졌지만 스스로 온라인고객 접점확보에 성공한 Walmart와 Macy's는 위기를 극복해 나가고 있음*

결론 및 제언

새로운 기회

- 보험산업 중장기전망은 보험산업 규모와 수익성이 감소할 것으로 예상
 - 동 전망은 거시지표 변화에 따른 보험산업 규모와 수익성 변화를 예측함
- 하지만 새로운 기술 활용은 보험산업에 도약의 기회를 제공할 수 있음
 - ✓ 창업 3년 만에 기업가치가 500억 달러 이상으로 성장한 *Lemonade Insurance*의 창업자 *Schreiber and Wininger*는 첨단기술 활용으로 새롭게 열릴 수 있는 시장 규모를 4.6조 달러로 예상함

감사합니다
Thank you~!

판매채널

변화에 따른

소비자 보호 방안

2018.10.17.(수)

금융감독원

보험판매채널
변화에 따른
소비자 보호 방안

목 차

01 4차 산업혁명과 보험산업 영향

02 보험판매 채널 변화 사례

03 새로운 판매채널 감독 쟁점

04 향후 감독 방향

1 4차 산업혁명과 보험산업 영향

4차 산업혁명은 아직 초보적 수준이나 보험산업 운영 전반에 있어 영향을 미치는 중



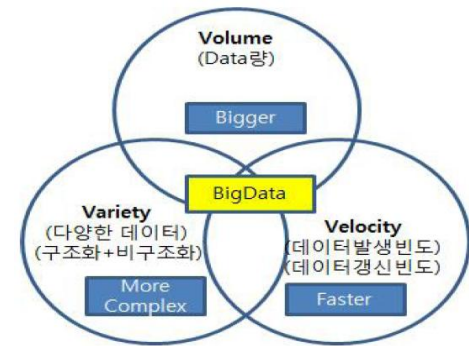
➡ 감독당국은 4차 산업혁명을 활용한 금융혁신을 지원하면서도 기술변화에 따른 새로운 유형의 리스크 출현에 적극 대응 필요

1 4차 산업혁명과 보험산업 영향 – 빅데이터(Big Data)

(정의) 대규모 데이터(정형·비정형)를 분석하여 의미 있는 정보로 재해석 및 활용

Ginni Rometty(IBM CEO)

"데이터는 21세기의 새로운 천연자원으로 18세기 증기기관, 19세기 전기, 20세기 석유·천연가스와 마찬가지로 21세기 혁신을 주도할 주요한 자원이 될 것임"



보험부문
주요활용
가능분야

상품개발

- 고객정보, 공공정보, SNS정보 등을 기반으로 소비자 맞춤형 신상품 개발, 부가서비스 제공 가능

마케팅 활용

- SNS정보, 위치정보 등을 활용하여 고객의 성향, 거래패턴 등에 맞는 신규고객 발굴, 타겟 마케팅 등에 활용

도덕적 위험 등 방지

- 의료정보, 보험사 내부거래 정보 등을 기초로 보험사기, 내부직원 비리 등 부정행위 방지

리스크 관리

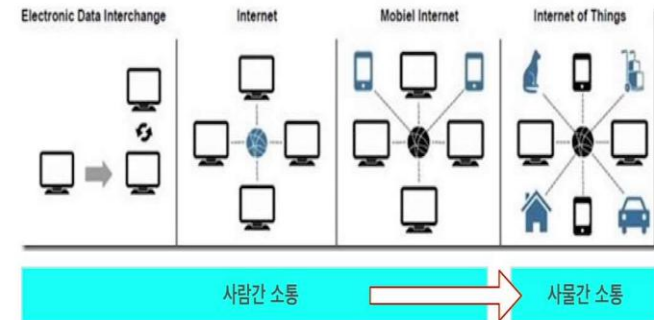
- 날씨, 재해, 환경 등 데이터 집적·분석 등을 통한 리스크 관리 및 전사적 리스크 관리 효율성 제고

1 4차 산업혁명과 보험산업 영향 – 사물 인터넷(IoT)

(정의) 각종 사물에 센서와 통신기능을 내장하여 인터넷에 연결하는 기술

Kevin Ashton(P&G Manager, '99)

"모든 사물에 컴퓨터가 내재돼 인간 도움 없이 스스로 알고 판단한다면 고장·교체·유통기한 등을 고민하지 않아도 될 것이며, 이 같은 사물인터넷은 인터넷의 업적 이상으로 세상을 바꿀 것이다"



보험부문 주요활용 가능분야

상품서비스

- 고객행동정보에 기반한 IOT정보를 이용, 개인별 맞춤형 상품 및 서비스 제공 등 다양한 부가가치 창출 가능

사고관리

- 보험사고 위험에 대한 실시간 모니터링이 가능하여 사고예방 등 선제적 보험사고 관리 가능

리스크 평가

- 기기를 통해 수집한 정보를 다른 빅데이터와 연계하여 리스크 평가 및 언더라이팅 프로세스 향상

보상관리

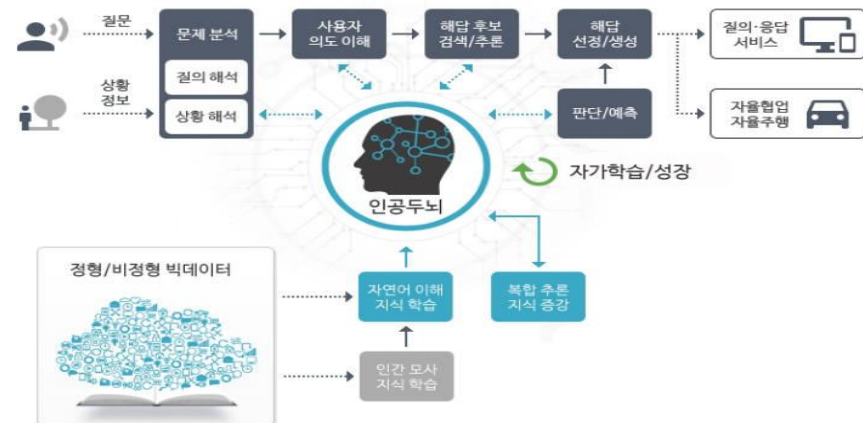
- 위험 상황에서의 자동알림 및 센서를 통해 수집된 사고정보를 이용하여 보상처리시간 단축 및 손해사정 비용절감

1 4차 산업혁명과 보험산업 영향 – 인공지능(AI)

(정의) 인간의 학습 능력과 추론능력, 지각능력, 자연언어의 이해능력 등을 컴퓨터 프로그램으로 실현

Bill Gates('17)

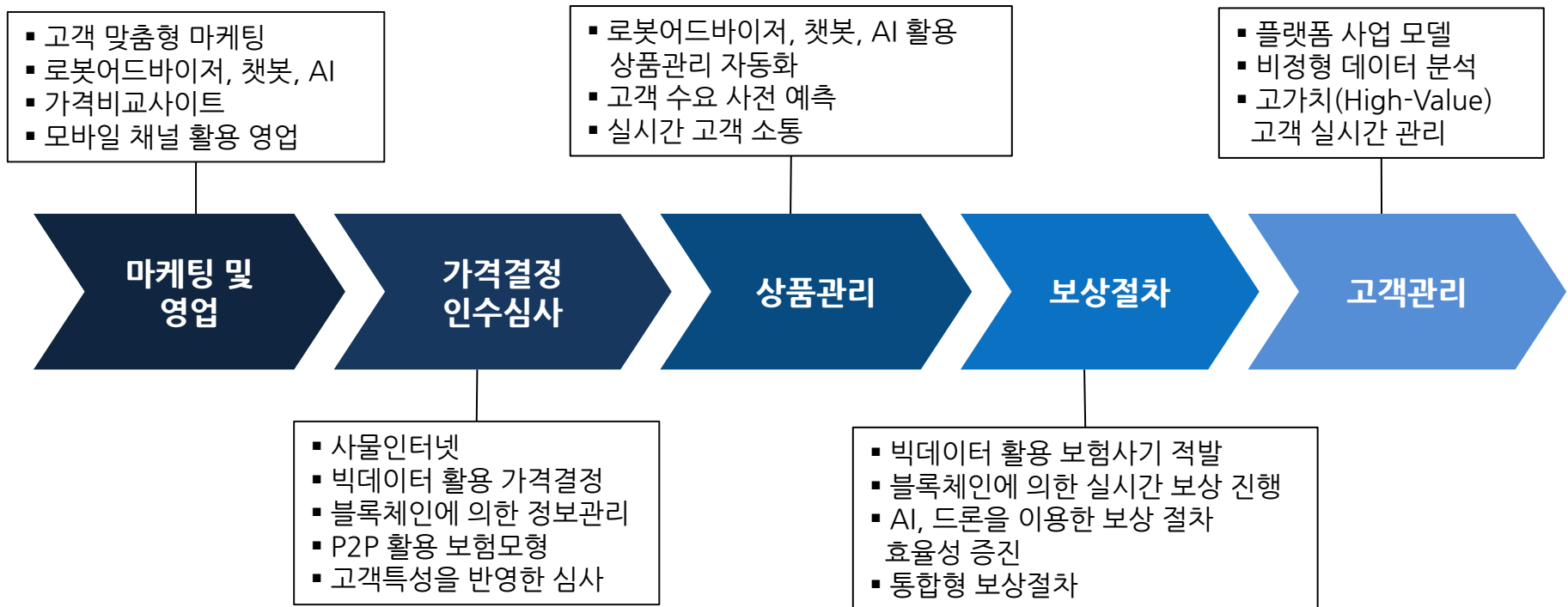
“앞으로 인공지능 에이전트는 모든 정보를 보고 당신이 관심 가질만한 정보만을 알려줄 것이다”



보험부문 주요 활용 가능분야	상품설계	AI가 경험데이터 등을 활용한 빅데이터 분석을 통해 소비자의 재무상황, 니즈 등을 입력하면 최적상품을 설계
	新 판매채널	계약자와 양방향으로 소통하며 고객의 특성에 맞는 상품을 자동 선별하고 판매를 권유하는 로봇 모집인 출현 가능
	언더라이팅 등	AI를 활용하여 보험가입시 고위험자를 선별하고 보험금 지급 심사시 DB화된 보험약관, 기존판례 및 사고정보 등을 기반한 AI로 보험금 지급결정 자동화 가능

1 4차 산업혁명과 보험산업 영향 – IAIS Issue Paper

“4차 산업혁명으로 인하여 상품설계, 인수심사, 보험료 산정, 마케팅, 판매채널, 보상절차, 고객관리 등 보험산업의 가치사슬 전반이 급격히 변하고 있다”



2 보험판매 채널 변화 사례

1

디지털 보험회사

보험과 기술을 융합한 업체

2

P2P보험

소비자가 보험상품을 직접 제안하는 플랫폼

3

SNS등 기반 보험모집

SNS를 이용한 보험상품 제안 및 판매

4

AI 보험상담/로봇설계사

고도화된 알고리즘을 활용한 새로운 모집방식

2 보험판매 채널 변화 사례 – ① 디지털 보험회사

❖ 보험과 기술의 융합을 통해 새로운 상품과 서비스를 제공하는 보험회사 등장

- 인터넷으로 모든 보험서비스가 이루어져 별도의 판매채널 없이 보험회사가 보험상품 개발, 판매, 심사, 지급업무를 One-stop으로 수행

❖ 보험회사의 스타트 기업 육성

- 기존 비즈니스 모델에 스타트업 기술 적용
- 영국 등의 경우 SandBox를 이용해 다양한 주체들이 여러 기술의 접목을 시도

〈美 Lemonade〉

- ▶ 보험가입부터 보험금 지급심사까지의 보험업의 전체 프로세스를 온라인으로 처리하는 보험사
- ▶ 보험가입은 인공지능 ‘마야(Maya)’가 보험금 산정은 인공지능 ‘짐(Jim)’이 처리

〈中 중안보험〉

- ▶ 알리바바와 텐센트, 평안보험이 공동 설립한 중국최초의 인터넷 보험사
- ▶ 인터넷 사업에 특화된 상품판매 시작으로 급성장

2 보험판매 채널 변화 사례 – ② P2P보험

❖ 다수가 모여 저렴하게 가입할 수 있고 소비자가 원하는 보장을 직접 제안도 할 수 있는 P2P(Peer-to-Peer)보험에 대한 관심도 증가

(방 식) 플랫폼 업체가 온라인을 통해 소비자를 모아 보험사와 협상을 거쳐 저렴한 가격으로 보험상품을 제공하는 방식

(대상상품) 단기 여행자보험, 운전자보험, 펫(Pet)보험 등

❖ 단체할인으로 보험소비자는 동일 보험사의 동종 보험을 가입하는 경우보다 저렴*하게 보험가입이 가능

* (예) 보험사 인터넷 직접 가입 대비 15% 저렴

❖ 온라인 플랫폼상에서 소비자가 직접 개인정보 입력, 보험약관, 보장내용 등 확인 후 보험료 결제를 통해 가입 완료

2 보험판매 채널 변화 사례 – ③ SNS등 기반/ 역경매 방식 보험모집

- ❖ SNS에 가입된 지인 또는 동호인끼리 단체로 보험을 가입하여 할인혜택을 받거나, 특정 보험상품 개발을 요청하는 등 새로운 보험모집 형태 출현
- ❖ SNS상의 개인정보 등을 활용한 최적상품을 추천·가입해줄 수 있도록 SNS 계정과 연계된 보험가입 플랫폼 제공

< 해외사례 >

- ▶ Friendsurance(독일) : P2P 보험모집 플랫폼 제공
 - SNS를 기반으로 고객을 모집하고 보험사를 연계하여 상품 중개·관리 서비스를 제공하고 보험료 할인 혜택 제공
- ▶ Kroodle(캐나다) : Facebook 계정을 이용한 가입·인증 모바일 플랫폼
 - Facebook계정을 통한 원스톱 가입시스템을 구축하여 상품을 제공하는 한편, SNS상의 공개된 정보 및 고객 참여 정보 등을 DB화·분석하여 고객의 니즈를 발굴 및 상품 개발에 반영

2 보험판매 채널 변화 사례 – ④ AI보험상담/로봇설계사

❖ 고도화된 알고리즘과 빅데이터를 통해 소비자에게 가장 적합한 상품을 찾아주는 로봇 보험모집인 출현 예상

- 온라인 상에서 상품설명부터 계약체결까지 일괄 처리하는 인공지능형 보험 모집인 역할 수행

< 해외사례 >

- ▶ 평안보험(중국) : Robo-FC(人工理財師) 개발 중
 - 홀로그램·VR 기술 등을 적용하여 대면채널과 유사한 시각적 효과를 구현하고, 보장분석, 가입설계, 판매 및 사후서비스 등 모든 단계에서 활동
- ▶ EchoSage(미국) : 보험 로봇어드바이저 플랫폼 개발
 - 머신러닝 등 데이터마이닝 기법을 이용한 프로그램으로 고객과의 대화내용을 감지하여 최적의 보험 포트폴리오 설계 제공 및 상호 의사소통 가능

2 보험판매 채널 변화 사례- ④ AI보험상담/로봇설계사

❖ (국내 도입현황) 7개 보험회사 챗봇, 1개 보험회사가 AI상담을 도입

구분	형태	도입시기	적용서비스
A생명	챗봇	'18.6	내부영업채널 파일럿 운영
B생명	챗봇	'18.2	간편서비스(계약조회/가상계좌 발급)
C생명	AI상담	'18.2	불완전판매 점검대상자중 일부를 선택하여 AI가 설문 진행
	챗봇	'18.1	메신저 플러스 친구를 기반으로 일반상담 업무 및 계약조회 등
D손보	챗봇	'18.4	FAQ, 상품추천, 금융플라자 및 지점위치 안내
E손보	챗봇	'17.6	상담원이 근무시간외 7day 24hour 고객문의 대응
F손보	챗봇	'16.12	메신저 플러스 친구를 기반으로 긴급출동, 보장내용 설명 등
G손보	챗봇	'13.8	메신저 플러스 친구를 기반으로 계약변경 및 마일리지 등록 등

Vs. 보험사 콜센터 상담사('17년말) : 12,190명(생보 5,158명, 손보 7,032명)

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점

1	새로운 상품의 등장	공급자 중심이 아닌 소비자 중심의 보험상품 등장
2	개인정보 보호	판매채널에서의 다양한 정보 수집 및 소비자의 반발 가능성
3	설명 의무	설명 의무 이행과 관련된 새로운 판매채널의 가능성과 한계
4	고위험군 차별	위험군 세분화로 인한 고위험군 보험가입 거절 및 보험료 차별
5	인증채널의 다양화	생체정보, 블록체인 기술로 인한 인증수단 및 관리방법의 변화
6	국경간 거래 통제	비대면 채널의 활성화로 인한 국경간 보험거래의 문제 부상
7	사이버리스크	사이버 복원력(Cyber Resilience)의 필요성

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ① 새로운 상품의 등장

- ❖ 4차 산업혁명으로 인하여 보험상품의 설계사 공급자중심(supply-driven)에서 소비자중심(demand-driven)으로 전환되는 경향을 보이고 있음
- ❖ 사물인터넷(IoT) 등 기술의 발전은 소비자 맞춤형 보험상품의 등장을 가능케 함
- ❖ 소비자 맞춤형 보험상품이 일반화될 경우 판매채널도 상당한 영향을 받을 가능성

< Curva(영국) >

- 차량을 소유하고 있으나 평소 이용하지 않는 계층을 위한 보험상품 개발
- 평소에는 보험료를 부담하지 않으나, 차량 이용시 상대적으로 높은 보험료가 부과됨
- 주로 스마트폰 앱을 통하여 판매됨

< Trov(미국) >

- Trov는 보험회사와 제휴를 맺은 업체로
- 소비자는 가격 등 자신이 소유한 물건에 관한 정보를 스마트폰 앱에 입력하고
- 자신이 소유하고 있는 물건의 보장여부를 스마트폰 앱을 통하여 실시간으로 결정

판매채널
유용성

4차산업 혁명으로 전통적인 판매채널보다는 스마트폰 등 웨어러블 기기 등을 통한 보험판매 및 계약관리가 가능해짐

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ② 개인정보 보호

- ❖ 보험사는 개인별 생활습관, 질병정보 등 다양한 개인정보 수집 필요성 존재
 - (상품개발) 새로운 위험률 산출 등을 위해 생활습관, 운동정보, 질병정보 등 방대한 개인정보 집적·분석 필요
 - (보험영업) 소비자 상황에 맞는 맞춤형 보험영업을 위해 소비자 위치 정보 등 필요
- ❖ 보험회사가 영리를 목적으로 생활습관, 운동정보 등 개인 사생활과 관련한 방대한 정보를 수집·활용하고
 - 건보공단 등 공공기관 보유한 정보, 신평사가 보유한 신용등급 정보를 이용하는 것에 대해 소비자가 반발할 가능성

정보보호
패러다임

개인정보 및 신용정보 보호 활용 관련 규제 패러다임 변화에 대한
본격적인 논의와 상업적 정보 활용에 대한 사회적 공감대 형성 필요

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ③ 설명의무

- ❖ 온라인 채널 등에 의한 보험계약 모집시 시각자료 활용한 설명의무 이행, 소비자 이해도 테스트 등을 통해 보험상품에 대한 소비자 이해도 제고 가능
 - * (예시) 소비자가 입력한 정보에 따른 보험료 변화를 실시간 시각자료로 제공
- ❖ 다만, 디지털 채널은 대면채널에 비해 소비자가 잘못 이해하거나 추가적인 설명 필요시 현장에서 즉시 안내하는데 어려움이 있음
- ❖ 또한, 소비자가 정보의 홍수 속에서 단순 마케팅용 안내사항을 보험상품에 대한 설명으로 혼동하여 불완전판매가 발생할 우려

설명 의무
위반 제재

설명 의무 위반에 대해서는 과태료 등의 벌칙을 운영하고 있으나
판매방식 다양화로 위반행위, 위반주체, 처벌 대상에 대한 논란 우려

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ④ 보험료 차별

- ❖ 빅데이터 등 인슈어테크 발달로 인하여 보험회사는 고위험군을 선별할 수 있는 능력을 보유
- ❖ 위험단위의 세분화가 이루어질 경우 고위험군의 보험가입 거절 또는 저위험군에 대한 보험료 할인 요소 발생

* 보험료 산정 원리 : 비과도성, 충분성, 비차별성

Rate SHALL NOT excessive, inadequate, and unfairly discriminatory.

- 고위험군에 대한 가입거절 문제 외에 사회적으로 용인되지 않는 기준(소득, 직업, 생활패턴, 정치성향 등)에 따른 차별적 보험료 할인이 이루어질 가능성

* 유럽은 한국, 미국과 달리 성별에 따른 보험료 차별도 금지하는 등 국가별로 차별에 대한 인식이 다름

해외사례
(미국)

캘리포니아 보험감독청은 소비자 관련 수집정보(Big data)를 활용하여 특정 소비자에 자동차보험료를 차별한 M사에 27.5백만달러 벌금 부과

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ⑤ 인증채널 다양화

❖ 생체 정보를 이용한 인증수단 : 지문, 홍채, 정맥, 안면인식 등

- (장 점) 간편하고 항상 보유하고 다닐 수 있음
- (단 점) 한번 유출될 경우 보안문제를 복원하기 어려움

❖ 블록체인을 활용한 인증수단

- (장 점) 위·변조가 극히 어려워 신뢰성 있는 인증체계로 자리 메김
- (단 점) 위·변조가 어려울 뿐 다수 이용자가 사용하므로 정보유출에는 취약

* 생보업권: '18년초 블록체인 컨소시엄(22개사)을 구성, 범금융권 공동인증 플랫폼 구축 추진중

금투업권: '17.10월 블록체인 기반 공동인증 서비스(Chain ID) 오픈

은행권: 다수 은행이 컨소시엄 구성하여 블록체인 기반의 공인인증 서비스(BankSign)개발 및 서비스 시작('18.8월)

❖ 보험은 타인의 사망 담보시 서면동의를 받도록 하는 등 인증방식에 보수적 (보험사기 등 도덕적 위험 발생가능성이 높는데 기인)

❖ 다만, '17.10월 상법개정으로 '18.11월부터는 전자적 방법에 의한 동의도 가능할 예정 (해외사례) 일본: 서면 또는 기타 이에 준하는 방식, 독일: 전자적 방식 허용

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ⑥ 국경간 거래 통제

❖ **현행 WTO 협정 및 우리가 체결한 FTA에서 국경간 보험거래(Mode 1)는 재보험과 해상 항공 운송(MAT)보험에 국한하여 허용**

* Mode1: 국경간 거래, Mode 2: 해외소비, Mode3: 상업적 주재, Mode4: 자연인의 이동

❖ **현행 보험업법은 비대면(우편, 전화, 팩스, 컴퓨터 통신)에 의한 생명보험 계약 체결을 허용(보험업법, 제7조제1항, 감독규정 제1-6조)**

❖ **4차 산업 발달로 비대면인 인터넷 SNS를 통하여 보험가입이 활성화 될 경우 국경간 보험거래가 활성화 될 가능성이 높음**

- 이 경우 외국주재 글로벌 보험회사가 우리나라에 상업적 주재(Mode 3)를 하지 않고 보험인수가 가능

소비자 보호
문제 대두

해외 제공된 개인정보 보호, 불완전판매, 보험금 부지급 분쟁 처리,
보험사 지급 불능시 피해구제방안, 기타 감독관할 및 책임 문제 등

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ⑦ 사이버리스크

- ❖ 보험회사 또는 판매채널에 대량으로 직접 된 개인정보 등이 사이버 공격으로 손상·유출될 경우 보험산업 전반에 대한 소비자 신뢰가 저하될 수 있음
- ❖ 특히, 판매채널이 다양화 되면서 사이버 리스크 노출점이 많아지고 짧은 시간 동안 많은 소비자에게 영향을 미칠 수 있어 피해 최소화를 위한 초기 대응이 중요
- ❖ 보험회사는 물론 판매채널 자체적으로도 대량의 정보를 이용·수집·처리하면서 사이버 공격 발생에 대비하여 사이버 복원력(Cyber Resilience*)를 키울 필요
 - * 사이버 공격 발생시 조직의 방어능력 및 회복능력

보험회사

- 정보보호관리 인력, 예산투입, 보안대책, 유출시 배상책임 등에 대한 다양한 규제 적용 (예) 정보보호인력비율 5%, 예산비율 7% 등

판매채널 등

- 정보보호와 관련한 규제 미적용
 - 향후 주요 보험판매 채널에 대해서는 정보 보호 규제를 적용하는 방안을 고려할 필요

3 새로운 보험판매 채널 감독쟁점 – ⑦ 사이버리스크

〈각국 감독당국의 사이버 리스크 대처 현황〉

- **(미국)** NAIC는 전 보험사 공용의 정보보안 모델을 구축(2017년 Insurance Data Security Model Act 제정)하여 사이버리스크에 대한 적시성 있는 인지와 대처가 가능토록 함
- **(홍콩)** 사이버 보안사고에 대한 보험사의 보고의무를 신설하고 보험협회를 통해 특정회사의 정보보안 문제를 다른 회사에 자동 통보토록 하는 등 체계적·효율적 대응
- **(일본)** 사이버 보안 대응훈련(Delta-war exercise)을 활성화 하여 사이버 공격에 대한 복구체계를 강화하고 해킹 등에 대한 정보공유체계 마련
- **(한국)** 정보보안 취약점을 분석하고 조치하는 자체 IT경영실태 평가를 수행중 (연1회 자율시행)이며 금융회사의 정보유출 관련 배상책임 가입을 의무화(신용정보보호법 제43조의3)
- **(싱가폴)** 감독당국은 전 업권에 사이버 리스크 Stress test를 진행하고 정보보안기술 관련 가이드라인을 보험회사에 제공
- **(대만)** 금융기관간 사이버 공격 정보공유체계를 구축하고 반기마다 사이버 공격에 대비한 모의실험을 통하여 대응역량을 강화하는 것을 CIO의무로 부과

❖ 보험 판매채널 변화와 관련한 신규 리스크 요인에 대한 체계적 대응 등을 통해 새로 제기되는 소비자 보호문제에 선제적으로 대응할 필요

〈규제 환경 개선〉

- 정보보호 규제 패러다임 전환
- 설명의무 제도 개선
- 인증수단 다양화
- 소비자 이해도 확대

〈리스크 요인 대응〉

- 개인정보 보호 리스크
- 새로운 유형 불완전 판매
- 알고리즘 오류 등 운영리스크
- 설계사 실직 등 사회적 갈등

〈국제기구 동향〉

- 금융안정위원회(FSB)
 - 재무장관 회의('16.2월)에서 핀테크 분야의 내재적 불확실성 주목
- 국제보험감독자협의회(IAIS)
 - 정례회의('16.6월)에서 핀테크 혁신에 따른 대응방안 마련을 위해 T/F 구성

4 향후 보험채널 감독방향 - 소비자보호 문제에 집중

개인정보 유출 위험

- ▶ 사이버 해킹 등으로 인한 개인정보 대량 유출 가능성



견고한 개인정보 관리체계를 구축토록 지도·감독

새로운 형태의 불완전 판매

- ▶ 신기술에 대한 이해 부족, 기술상 문제, 알고리즘 오류 등에 의한 불완전 판매 가능



소비자 이해도 평가 확대, 모집 플랫폼 정합성 점검 등을 확대

차별적 보험서비스 위험

- ▶ 첨단기술 발달로 개인별 위험 세분화·고도화에 따라 고위험 집단에 대한 보험 가입거절



위험평가 알고리즘에 대한 검증체계를 구축하고 비차별 기준 마련

사회적 갈등 유발 위험

- ▶ AI에 의한 로봇 상담, 보상심사 자동화 등으로 모집인 등 보험업무 종사자의 실직 가능성



판매채널 유희 인력 재교육과 신규 부가가치산업 발굴 등을 유도

4 향후 보험채널 감독방향 - 원칙중심(Principle-based) 감독 전환

❖ 4차 산업시대 효율적 채널 감독을 위해서는 상세하고 처방적인 규정보다는 ‘원칙*(principles)’에 의존하는 감독 형태가 적합

* ‘원칙’은 급변하는 환경 변화에도 일관되게 적용될 수 있는 일반성을 보유
(예시 : ‘2영업일 이내’와 같은 정략적 기준보다는 ‘합리적인 기간내’ 등 가치판단적 용어 사용)

❖ 다양한 상황에 적용 가능하여 혁신과 경쟁을 촉진할 수 있지만, 원칙준수와 관련한 감독당국의 재량적 판단이 필요

※ 준칙중심의 감독 : 규제의 예측 가능성은 높으나, 의도한 규제결과를 도출하는 모든 과정을 규정화할 경우 민간의 자율성과 유연성을 침해

< 해외사례 (영국) >

- ▶ 상위원칙 (High-level Standards)이 규제의 핵심이 되고, 원칙의 해석과 적용을 위해 규정 (Standards)과 지침 (Guidance)을 둠

상위원칙



건전성 규정, 영업행위 규정 등



규제 안내서

❖ 적정 규제(Right Balance between Risk and Innovation)의 확립

- 시장안정성을 중시하는 금융산업 특성상 현행 규제는 경쟁촉진 보다는 이미 존재하는 보험 판매채널의 시장질서 확보에 맞춰진 경향
- 시장질서를 유지하면서도 4차 산업혁명을 촉진할 수 있는 규제 환경 조성

❖ 책임을 수반하는 금융혁신(Responsible Financial Innovation) 유도

- 금융회사, 판매채널 등은 혁신적인 금융기술을 활용하여 영업활동을 수행함에 있어 스스로 리스크를 효과적으로 관리해야 하는 책임이 있으며,
- 감독당국은 금융소비자 보호 및 금융안전성에 부합하는 책임을 수반하는 금융혁신이 이루어지도록 지원

❖ 전략적 인내(Strategic Forbearance)

- 감독당국은 자율과 창의에 기반한 금융기술 혁신이 이루어질 수 있도록 무리한 사전 개입 자제
- 다만, 소비자피해 발생, 시장질서 교란 등 시장규율이 작동하지 않는다고 판단시 적극 개입

- ❖ 대부분의 감독당국이 외부 서비스제공업체 대해 감독당국의 감독을 허용토록 하는 내용의 계약 조항을 갖추도록 금융회사에 요구하는 방식으로 감독
 - 감독당국이 외부 서비스 제공업체를 직접 감독할 수 있는 권한을 가진 경우는 거의 없고, 외부 서비스제공업체에 대해 인·허가나 사전승인 제도를 운영하는 경우도 극히 소수
 - (사례) P2P보험의 경우 플랫폼 업체와 보험대리점이 각각 독립적으로 영업을 하고 있어 플랫폼 업체에 대한 감독에 어려움이 있을 수 있음
- ❖ 다만, 핀테크 금융상품·서비스 개발에 있어 외부 기술서비스 제공업체가 핵심적인 역할을 수행하게 됨에 따라 이들에 대한 규제·감독 필요성에 대한 공감대 형성중
 - 많은 국가에서 외부 서비스제공업체가 갖는 역할의 중요성 및 리스크를 고려하여, 외부 서비스제공업체를 모니터링하고 감독하기 위한 대체수단 개발방안을 모색중

4 향후 보험채널 감독방향 - 레그테크(RegTech)

- ❖ (정의) 핀테크 등 혁신적인 사업 모델을 운영함에 있어 각종 규제 및 법규에 효율적, 효과적으로 대응하고 소비자 신뢰와 준법성을 향상시키기 위한 기술로
 - AI, 블록체인, 빅데이터 분석 등을 통하여 규제 대응을 자동화하고 이를 실시간으로 활용하는 새로운 접근 방식을 의미
- ❖ 금융감독원은 금융회사 IT시스템이 금융관련 법규를 정확하게 이해하고 준수하는 Machine Readable Regulation(MRR*)을 아시아 최초로 도입하기 위해 파일럿 테스트를 추진할 계획
 - * 금융규제(예 : 전자금융감독규정)를 기계가 인식할 수 있는 언어(기계어)로 변환
 - 이와 관련하여, '18.9월 핀테크 기업, 금융회사, 유관기관이 함께 자유롭게 소통하고 교류하는 '핀톡(FinTalk)' 행사를 개최
- ❖ 세계 주요 국가들은 IT기술에 의한 금융회사의 규제 준수 업무의 비대면화·자동화를 달성하고자 레그테크에 대한 투자를 지속확대*하고 있음

* ('15년) 8.7억달러 → ('16년) 11.6억 달러 → ('17년) 10.2억 달러 〈KPMG, The Pulse of Fintech '18〉

감 사 합 니 다