CEO Brief

2022.07. 제2022-11호

CEO Brief는 보험산업 관련 이슈를 분석하여 보험회사 CEO와 유관기관의 기관장분들께만 제공되는 리포트입니다.

디지털 보험회사의 사업모델

요 약

빠르게 전개되고 있는 디지털 환경에서 MZ세대의 보험 니즈를 충족시키는 방안으로 디지털 보험과 디지털 보험회사에 대한 관심이 높아짐. 디지털 보험회사는 기존 인슈어테크와 달리 보험 인가를 받아 직접 디지털 보험을 개발하고 디지털 채널을 통해 상품을 신속하게 제공할 수 있어야 함. 해외의 경우 시장 환경, 회사가 지향하는 목표, 회사 역량에 따라 디지털 보험회사의 사업모델이 지역마다 다르게 나타남. 인슈어테크 기반이 약하고 개인 인보험 중심인 국내 시장 환경에서 디지털 보험회사는 초기에는 단순한 상품 제공 사업모델로 시작하되, 독자적인 기술 기반 솔루션 제공 및 서비스를 연계하는 사업모델 확대가 필요할 것으로 예상됨

1. 디지털 보험회사의 부상

○ 급변하는 디지털 환경에서 새로운 보험소비 고객 경험 제공 및 신시장 창출을 위해 디지털 보험과 이를 제공하는 디지털 보험회사에 대한 관심이 높아지고 있음

- 특히 디지털 보험은 경제 주력층으로 부상하고 있는 MZ세대의 보험 니즈를 충족시키고 이들이 익숙한 디지털 기기를 통해 제공되어 보험 접근성을 높일 수 있다는 점에서 더욱 주목을 끌고 있음
- 국내에서도 캐롯손해보험이 디지털 기반 자동차보험을 제공 중이며, 카카오페이손해보험도 인가 획득 후 상품 출시를 앞두고 있어 향후 제공될 디지털 보험과 디지털 보험회사의 사업모델에 대한 기대가 높은 상황임

○ 디지털 보험이란, 보험 밸류체인 전체 혹은 일부에서 디지털 기술 및 데이터 분석을 적용하고 디지털 수단을 통해 소비자에게 새로운 디지털 고객 경험을 제공하는 보험상품·서비스라고 정의할 수 있음

- 디지털 보험은 ❶ 기술적인 요소(디지털 기술 및 데이터, 채널)뿐만 아니라 ❷ 제공 가치 요소(디지털 고객 경험)가 동시에 충족되어야 함
- 보험 밸류체인 내 모든 과정에서 디지털 보험의 상품 및 고객 정보는 실시간 연동되며, 보험회사가 외부 생태계와 협력하거나 직접 수집한 데이터를 반영하여 개인 맞춤형 상품 및 서비스를 제공 가능함
  - 이렇게 만들어진 디지털 보험이 제공하는 가치는 유연성, 개인 맞춤, 어디서든 실시간 제공, 끊김 없는 연결로 표현할 수 있으며, 소비자는 이를 통해 만족스러운 디지털 보험소비를 경험할 수 있음

본 보고서는 추후 보도에 활용할 예정이므로 보도 전까지는 사내에서만 활용하시고 외부 유출을 하지 말아주시기 바랍니다.

○ 한편, 디지털 보험회사(Digital Insurance Company)는 보험생태계 안에서 디지털 보험을 '직접 개발' 및 판매하거나 디지털 보험 서비스를 제공하는 기업을 의미함

- 디지털 기술 및 채널 기반으로 상품 판매·중계를 하는 인슈어테크와 달리 디지털 보험회사는 ❶ 보험 라이선스를 부여받아 디지털 기술 및 데이터를 활용한 디지털 보험을 직접 제조하고 ❷ 디지털 채널을 이용하여 신속하고 효율적인 상품 및 서비스 제공을 할 수 있어야 함
  - 홍콩은 디지털 채널(옴니채널 제외)을 통해서만 보험을 판매할 때 디지털 보험회사 라이선스를 부여하고, 말레이시아는 기존 보험과 차별적이며 혁신적인 상품 및 서비스를 디지털 채널로 제공할 때 디지털 보험 라이선스를 부여함

〈표 1〉 인슈어테크와 비교한 디지털 보험회사의 조건

실행 항목		인수 심사	손해 사정	사내 기술 보유	지급여력규제	대고객 서비스
디지털 보험회사		○	○	○	○	○
인슈어테크	디지털 MGA[1)]	○	○	○	×	○
	디지털 Broker	×	×	○	×	○

주: 1) Managed Genera Agent: 보험판매 외 보험회사를 대신해 인수심사, 손해사정, 보험금 지급까지 수행하는 업무대행대리점임
자료: Rahul Mathur, ASIAINSURTECH(2019)

2. 해외 디지털 보험회사 사례

○ 해외 디지털 보험회사는 설립방식이 지역별로 다른데, 미국과 유럽은 인슈어테크를 중심으로 형성된 반면, 아시아는 기존 금융회사들의 합작에 의해 설립된 경우가 상대적으로 많음

- 미국과 유럽은 설립 시 보험 라이선스를 받은 인슈어테크가 디지털 보험회사의 대부분을 차지했으나, '18년 이후 디지털 MGA가 보험 라이선스를 추가로 획득해 디지털 보험회사로 전환하는 경우가 증가하고 있음
- 상대적으로 인슈어테크가 늦게 발달한 아시아는 보험 라이선스를 보유한 인슈어테크가 디지털 보험회사로 활동을 시작했으나, '10년 후반 이후에는 대형 보험회사들의 합작 형태의 디지털 보험회사 설립이 증가함
  - 합작형태의 디지털 보험회사로 중안보험, BLUE, Bowtie Insurance, Avo Insurance 등이 있음

○ 디지털 보험회사의 사업모델도 지역별로 다르게 나타나고 있으며, 다양한 사업모델을 구현하고 있는 유럽과 미국의 디지털 보험회사와 달리 아시아의 디지털 보험회사는 상품 제공 중심으로 영업 중임

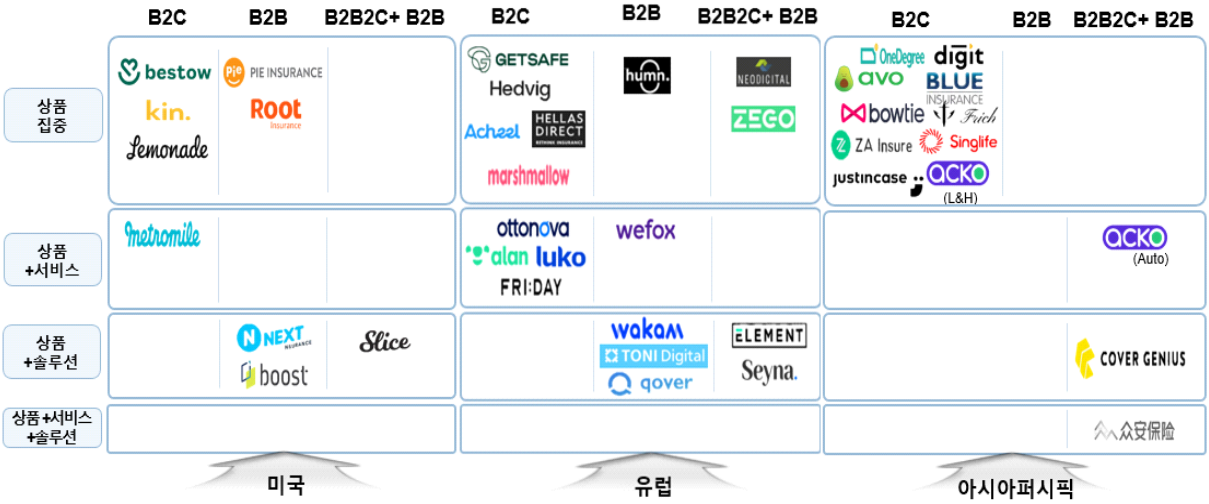
- 아시아 디지털 보험회사는 젊은 고객을 확보하여 신시장을 개척하기 위한 목적으로 설립되었으며, 이를 위해 디지털 채널을 활용한 쉽고 편리한 보험상품 제공에 중점을 둠

- 중국의 중안보험, 호주의 Cover genus를 제외한 대다수의 아시아 디지털 보험회사는 개인 소비자를 대상(B2C)으로 생명보험과 건강보험 상품을 주로 판매함

• 반면 인슈어테크를 중심으로 형성된 미국과 유럽의 디지털 보험회사는 그들이 보유한 플랫폼 및 솔루션 역량을 활용하여 상품과 서비스 혹은 상품과 솔루션을 함께 제공하면서 시장 내 영향력을 확대하고 있음

- 보종별로는 생명·건강 분야 외 주택, 렌털, 펫, 자동차, 오토바이, 여행 등 다양한 분야에 제공 중임

〈그림 1〉 글로벌 디지털 보험회사 사례



3. 향후 디지털 보험회사의 사업모델 방향

○ 디지털 보험회사의 사업모델은 보험시장 환경, 회사가 지향하는 목표, 회사의 역량에 따라 달라짐

• 해외 사례에서 확인한 바와 같이 디지털 보험회사는 각각이 직면한 보험시장의 성숙도와 목표에 맞춰 사업모델을 설정하고 시장 변화에 민첩하게 대응해 사업모델을 확장하고 있음

○ 인슈어테크 기반이 약하고 개인 인보험 중심인 국내 시장 환경을 고려할 때, 디지털 보험회사는 단순한 사업모델에서 시작하되 장기적으로 서비스 및 솔루션을 함께 제공하는 사업모델로 확대가 필요함

• 단기적으로 젊은 고객 유치가 목표라고 할 때 디지털 채널을 통한 상품 제공에 집중하는 모델은 초기 디지털 보험회사의 안정적인 시장 정착을 위한 적절한 선택으로 보임

• 하지만 시장 확대를 통한 지속 성장을 위해서는 플랫폼 기반 다양한 서비스와 연결이나 정교한 위험 측정 및 데이터 분석과 같은 독자적 기술 기반 솔루션의 제공 등 사업모델의 확대가 요구됨

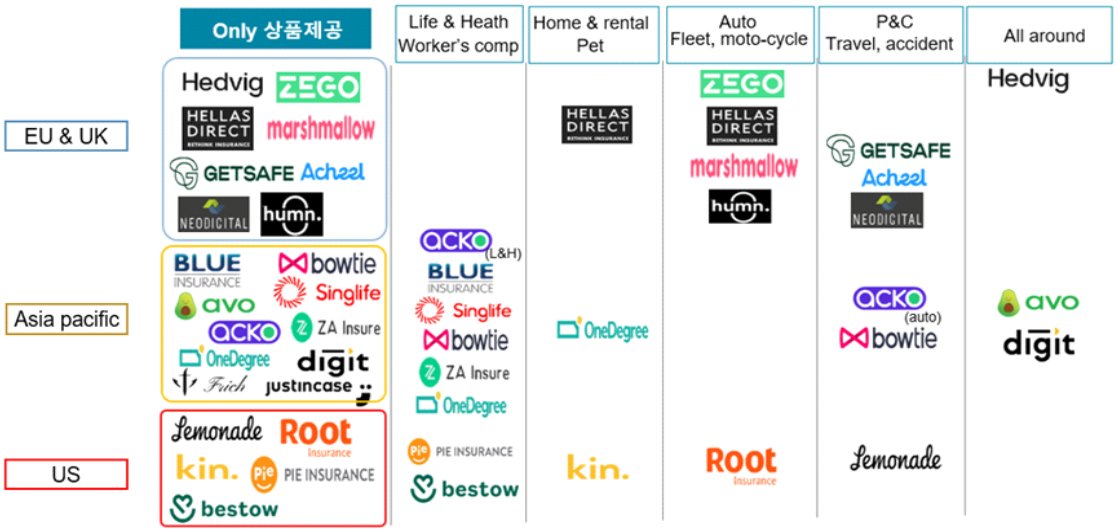
손재희 연구위원
jaehee.son@kiri.or.kr

해외 디지털 보험회사 사례

1. 해외 디지털 보험회사의 보종별 제공 사례

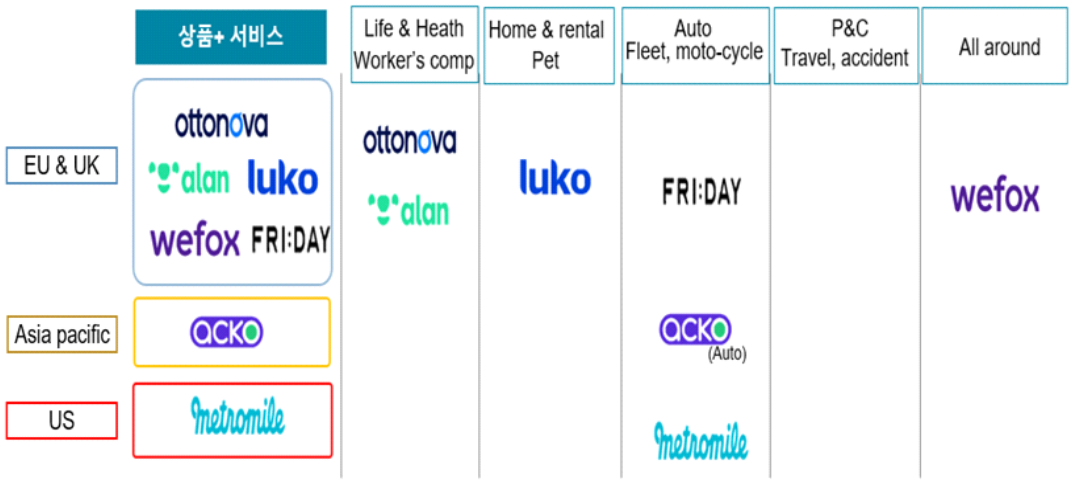
○ 상품 제공에 집중하는 사업모델: 미국 및 유럽 디지털 보험회사들은 다양한 보종에 걸쳐 제공하고 있는 반면, 아시아의 디지털 보험회사들은 생명·건강보험 분야에 집중해 제공 중임

〈그림 1〉 상품만 제공하는 디지털 보험회사의 보종별 분포



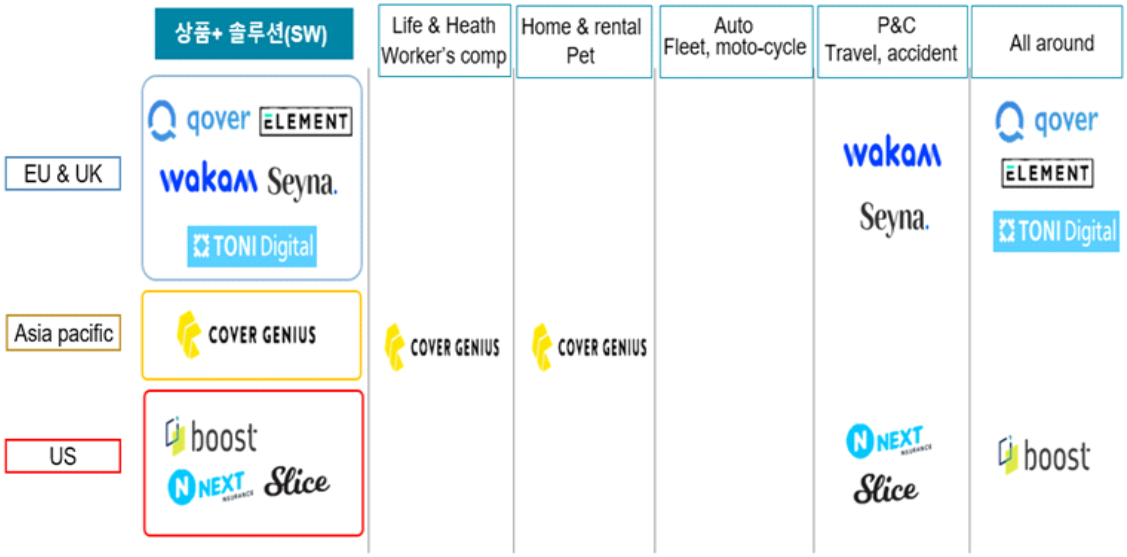
○ 상품과 서비스를 동시에 제공하는 사업모델: 미국과 아시아 디지털 보험회사들은 자동차 보험 분야에 집중해서 분포한 반면, 유럽의 디지털 보험회사들은 전 분야에 걸쳐 분포함

〈그림 2〉 상품+서비스를 제공하는 디지털 보험회사의 보종별 분포



○ 상품과 솔루션을 동시에 제공하는 사업모델: 미국 및 유럽의 경우 대형 디지털 MGA가 보험 라이선스를 획득하여 디지털 보험회사로 전환한 기업이 임베디드 보험의 형태로 제공하고 있으며, 대부분 일반 손해보험 분야 혹은 보험 전 분야에 걸쳐 제공하고 있음

〈그림 3〉 상품+솔루션을 제공하는 디지털 보험회사의 보종별 분포



손재희 연구위원
jaehee.son@kiri.or.kr