

일본 보험회사의 비보험 업무범위 확대와 시사점

요약

일본 금융청은 2019년과 2021년에 보험회사의 업무범위에 대한 규제를 대폭 완화하였고, 보험회사는 다양한 비보험 업무를 수행하고 있음. 업무범위 확대에서 관찰된 특징을 살펴보면, 일본 정부는 사회적 문제 해결에 보험회사를 적극 활용하고 보험회사는 이를 업무범위 확대의 기회로 삼아 사회적 역할에 충실함. 또한, 사회적 문제 해결을 위해 시장을 활용함에 있어, 업무범위 규제를 완화하여 서비스 공급자를 확보할 뿐만 아니라 각종 지원제도를 통해 수요를 자극하여 시장이 원활하게 작동하도록 함. 이에 더해, 일본 보험회사는 단기 수익에 매몰되기보다는 고객 정보·자금·접점을 확대할 수 있는 신규 사업을 통해 경쟁력을 강화함

1. 현황

- 일본 금융청은 2019년과 2021년에 보험회사의 업무범위에 대한 규제를 대폭 완화하였고, 보험회사는 다양한 비보험 업무를 수행하고 있음
 - 보험회사의 부수업무에 지역 활성화, 산업 생산성 향상 또는 지속 가능한 사회 구축을 위한 업무를 추가하고, 1) '보험업 고도화 등 회사' 2)를 자회사로 소유할 수 있도록 함
 - 보험회사는 업무 고도화를 위한 핀테크 투자는 물론 영양서비스, 헬스케어서비스, 재생에너지사업, 보육 시설 소개업, 가족대행 소개업, 디지털인력 파견업 등 다양한 비보험 업무를 수행함
- 일본 보험회사의 업무범위 확대에서 주목할 만한 지점을 살펴보면, 먼저 일본 정부는 인구고령화, 요양수요 및 의료비 증가, 지역경제 침체, 기후위기, 일·가정 양립과 보육 등에 보험회사를 적극 활용함

1) 구체적으로 경영상담 등 컨설팅 업무, 근로자 파견 업무, IT 등을 활용한 시스템 설계·개발·판매 업무, 데이터 분석·광고·조사·마케팅 업무, 계약 유지·관리를 위한 이용자 방문서비스 등의 업무를 부수업무로 추가함

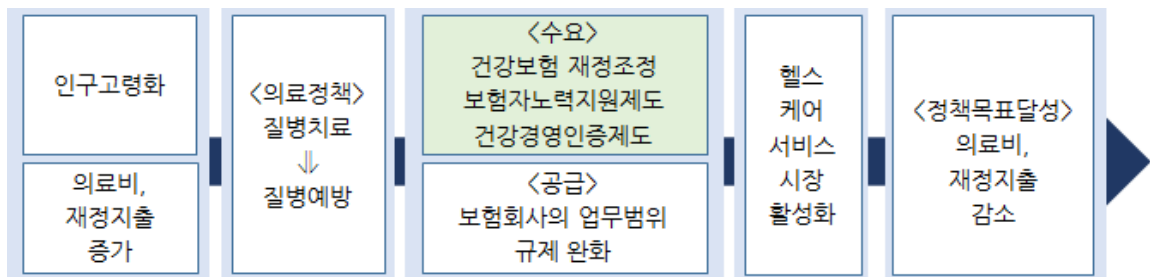
2) 「보험업 고도화 등 회사」는 ① 정보통신기술 그 밖의 기술을 활용하여 당해 보험회사가 행하는 보험업의 고도화, ② 보험회사 이용자의 편의 향상, ③ 지역 활성화, ④ 산업 생산성 향상 또는 ⑤ 지속 가능한 사회 구축에 기여하거나 기여할 것으로 예상되는 업무를 수행하는 회사로 정의됨

CEO Brief

- 요양서비스의 양과 질에 대한 고령층의 수요를 충족시키기 위해 요양사업을, 질병예방을 통해 의료비 부담을 경감하고자 헬스케어서비스를, ESG와 재생에너지를 보급하기 위해 재생에너지 발전사업을, 여성의 사회진출과 보육시설에 대한 수요를 지원하기 위해 보육시설 사업을 허용함

- 둘째, 일본 정부는 사회적 문제 해결을 위해 시장을 활용함에 있어 업무범위 규제를 완화하여 서비스 공급자를 확보할 뿐만 아니라 각종 지원제도를 통해 수요를 자극하여 시장이 원활하게 작동하도록 함
 - 예를 들어, 의료비 부담 경감이라는 정책목표를 달성하기 위해 보험자노력지원제도 또는 건강경영인증제도를 도입하여 개인 및 기업의 건강관리 동기를 강화함으로써 헬스케어서비스 수요를 자극함
 - 정부는 국민의 건강수명 연장을 위해 지역·직장 건강보험 가입자의 건강 개선 및 예방 사업을 평가하여 건강보험 재정을 지원하고, 종업원의 건강유지 증진을 실천하는 기업에 건강경영브랜드를 인증하여 보조금 및 보증, 대출우대, 우대금리, 공공입찰 가점 등 혜택을 제공함

〈그림 1〉 정책목표 달성을 위한 시장 조성 및 활성화 지원 예시: 헬스케어서비스



- 셋째, 일본 보험회사의 일부 신규 사업은 그 자체로부터 수익 창출보다는 고객 정보·접점 확보가 주목적으로, 이를 발판으로 새로운 시장에 진출하거나 다른 시장에서의 수익을 확대하고자 함
 - 당해 사업을 수익의 관점에서만 접근하기보다는 고객 정보 및 접점의 가치를 이해하고 이를 활용한 장기 사업계획을 가지는 것으로 사료됨
- 마지막으로, 일본 보험회사는 단기 수익보다는 장기적 관점에서 신규 사업에 접근하는 경향이 있으며, 이는 임원의 임기 및 성과평가기준과 무관하지 않은 것으로 보임
 - 요양서비스, 헬스케어서비스, 핀테크 투자 등 신규 사업은 단기적으로 수익을 창출하기보다는 초기 상당한 비용 지출을 수반함에도 불구하고, 보험회사의 사업 추진이 두드러짐

CEO Brief

2. 시사점

- 일본 사례는 보험회사 경영자원의 사회적 활용방식과 보험회사의 신규 사업 접근방식 측면에서 시사하는 바가 큼
 - 일본 정부는 사회적 문제 해결에 보험회사를 활용하고 보험회사는 이를 업무범위 확대의 기회로 삼아 사회적 역할에 충실함
- 우리나라도 보험회사의 업무범위 확대를 요양수요 및 의료비 증가, 기후문제, 지역 간 불균형 발전 등 사회적 과제 해결 수단의 관점에서 접근해 볼 수 있음
 - 예를 들어, 중산층 고령자 증가와 함께 양질의 요양서비스에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되므로, 요양 품질에 영향을 미치는 각종 규제를 검토하여 신뢰할 만한 사업자의 시장 진입을 유도해야 함
 - 또한, 질병예방 및 건강증진을 통한 의료비 관리 필요성이 커짐에 따라 개인 및 기업의 건강관리 동기를 강화하는 제도적 장치를 도입하여 보험회사의 적극적인 헬스케어서비스 투자를 유도해야 함
- 또한, 보험회사는 단기 수익에 매몰되기보다는 고객 정보·자금·접점을 확대할 수 있는 신규 사업을 통해 경쟁력을 강화해야 함
 - 고객에 대한 다양한 정보, 고객과의 넓은 접점은 금융회사들 대비 빅테크 경쟁력의 원천임

송윤아 연구위원, 이상우 수석연구원, 김규동 연구위원
knuckleball@kiri.or.kr, swlee@kiri.or.kr, gyudong.kim@kiri.or.kr

Non-Insurance Business Expansion of Japanese Insurance Companies and its Implications

ABSTRACT

Japanese insurance companies can conduct a variety of non-insurance business as the Financial Services Agency (FSA) of Japan has significantly eased regulations on insurance companies' business scope in 2019 and 2021. The observations on the expansion of the business scope and the characteristics thereof reveal the active utilization of insurance companies by the Japanese government to address social issues and the achievement of their social role through this opportunity for business expansion by insurance companies. In addition, the government has stimulated the demand by establishing various support systems, while easing regulations on the business scope for insurance companies to secure service providers so that the market can operate smoothly. Furthermore, insurance companies strengthen their competitiveness by pursuing new business opportunities to expand information, funding and contacts with respect to consumers, rather than focusing solely on short-term profits.

1. Current Status

The Financial Services Agency of Japan significantly relaxed regulations on the business scope of insurance companies in 2019 and 2021 so that insurance companies can conduct a variety of non-insurance business. The government has allowed additional ancillary business such as regional revitalization, industrial

CEO Brief

productivity boost, or sustainable society development¹⁾ as well as the ownership of ‘subsidiaries to upgrade the insurance industry’.²⁾ Currently, Japanese insurance companies engage in various non-insurance business activities including nursing service, healthcare service, renewable energy projects, childcare facility brokerage, matchmaking family agency service, and dispatching digital workforce, not to mention fintech investments for business upgrade.

There are some noteworthy points that have been observed in the expansion of insurance companies’ business scope in Japan:

First, the government actively utilized insurance companies in addressing social issues related to population aging, increase in demand for long-term care service and medical expenses, regional economic slump, climate crisis, work-life balance and childcare. Insurance companies accomplish their social role by leveraging this opportunity for their business expansion. Specifically, the government allowed long-term care business to meet the demand of the elderly for enhancing quantity and quality of care service, healthcare service to alleviate the burden of medical expenses through preventive healthcare. To promote ESG and renewable energy, the government allowed insurance companies to engage in renewable energy projects. And in support of women’s social participation and ensuing demand for childcare facilities, the childcare business is permitted for insurance companies.

Second, the government has stimulated demand by establishing various support systems to address social issues, while easing regulations to secure service providers so that the market can operate smoothly. For instance, to achieve the policy goal of alleviating the burden of medical expenses, the government introduced initiatives, such as the “Policyholders’ Effort Support System” and the “Health Management Certification System”. These initiatives aim to motivate

1) Specifically, additional ancillary business includes consulting services such as management counseling, workforce dispatch, system design, development, and sales using IT, data analysis, advertising, survey, and marketing tasks, as well as customer visit service for contract maintenance and management.

2) This term refers to a company that performs businesses expected to contribute to ❶ sophistication of insurance business using information and communication technologies(ICT) and other technologies, ❷ increase in benefits for policyholders, ❸ revitalization of local areas, ❹ industrial productivity, or ❺ building a sustainable society.

CEO Brief

individuals and corporations to proactively manage their health and their employees' health, thereby stimulating demand for healthcare service(see <Figure 1>)³.

<Figure 1> Example of support for market creation and market activation in order to achieve policy goals: Healthcare Service



Third, rather than generating profits from business itself, Japanese insurance companies pursue consumer information and contacts through some of their new business as a main goal and use them as an instruments to enter new markets or expand their revenue in other markets. In other words, they do not focus on generating immediate profits but on understanding the value of consumer information and contacts to develop long-term business plans.

Lastly, Japanese insurance companies tend to approach new business with a long-term perspective rather than focusing on short-term profits, which appears to be in line with the office terms of executives and their performance evaluation criteria. Insurance companies are active in pursuing new business such as long-term care service, healthcare service, and fintech investments despite significant initial expenses rather than generating short-term profits.

3) To increase healthy life expectancy, the government evaluates the status of health improvement and preventive care projects for local and occupational health insurance subscribers and based on this evaluation, the government provides financial supports. The government certifies companies that actively promote the maintenance and enhancement of their employees' health as "Health Management Brands" and these certified companies receive benefits such as subsidies, guarantees, preferential loans, preferential interest rates, and bonus points in public bidding.

CEO Brief

2. Implications

The Japanese case has significant implications in terms of the social utilization of insurance companies' resources and their approach to new business areas. First, Korea can also consider expanding the business scope of insurance companies from the perspective of addressing social challenges, such as increased demand for long-term care service and rising medical expenses, climate issues, and regional disparities in development. For instance, with growing elderly population in the middle-income bracket, there is an expected increase in demand for high-quality long-term care service. To address this, various regulations that affect care quality should be reviewed to encourage entries of trustworthy operators into the market. In addition, with growing importance of managing medical expenses through preventive healthcare and health promotion, the government should introduce institutional mechanism that increase the motivation for individuals and corporations to manage their health and their employees' health. This will encourage insurance companies to actively invest in healthcare service. Furthermore, diverse consumer information and extensive contact with consumers are sources of competitiveness for Big-Techs compared to traditional financial institutions. Therefore, insurance companies should focus on enhancing their competitiveness by pursuing new business that allow them to expand their consumer information, funding, and contact, rather than being solely driven by short-term profits.

Yunah Song, Research Fellow,

knuckleball@kiri.or.kr

Sang Woo Lee, Senior Researcher,

swlee@kiri.or.kr

Gyu Dong Kim, Research Fellow

gyudong.kim@kiri.or.kr