

언택트 시대 국내 비즈니스 모델

Summary

코로나로 야기된 보험산업 환경의 변화 속에서 국내 보험업계 비즈니스 모델의
현재와 미래 방향성에 대해 고민함

최 용 민

한화손해보험

Contents

- I. Post Corona 로 인한 변화 그리고 우리가 만들어 갈 변화
- II. 미래 변화의 방향성
 - 디지털 전환과 인슈어테크 협업 기반의 언택트 비즈니스 모델

I. Post COVID-19 – Corona로 인한 변화 그리고 우리가 만들어 갈 변화



Changes we have seen and what we have to change...

주요 변화

Savvy Customer; 리스크 인식의 변화

- 상해/질병 보장 관심증대
- 개인성 맞춤형 보장, On-demand cover
- Cost minded, Selvy checkup
- 온라인 거래 증대-> 수반 리스크 인식

Insurer; 사회 안전망 기능 역할 부각

- 지자체 연계 보험상품 대두
- 영세 상공인 리스크 대한 관심
- 취미/문화 활동의 변화에 따른 리스크 모델링 변화

Risk Landscape; 생활과 일하는 방식의 변화

- Work From Home, Remote Work
- 물류산업 재편에 따른 상품구조 변화
- 디지털 생활환경 고착, 시장 수요 Trend 변화
- 채용 프로세스 변화

차별화 된 CPC 대응 지원 전략 수립

- 시장 수요 Trend에 기반한 신담보/ 신상품 개발 (디지털 기반 건강보험, 물류산업 재편에 따른 상품 구조, 근무 형태 변화에 따른 단체상해보험 변화?)
- 비대면 채널 활용 비즈니스 모델

- Pandemic 등 대형 재난 이벤트에 대비한 리스크 모델링 구축 및 필요시 정부와의 국가 재보험 Structure 구축 (손보험회)
- 지자체 연계 보험상품 (CBI, 상실수익 보장상품 등) 협업

- Messenger platform tech, IT System upgrade
- 인사시스템/ 제도혁신을 통한 고용의 질적/양적 변화추구 -> 인당 생산성 제고
- 내부 소통 / 결재 프로세스의 변화 필요



- 과거의 관점/관습에서 벗어난 새로운 시도 필요
- Digital Transformation을 통한 체질 개선 가속화

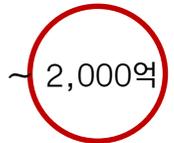
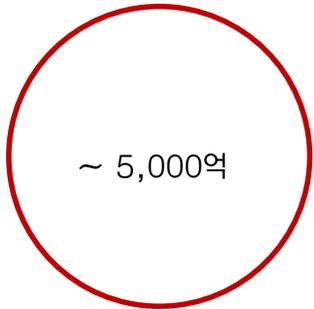
II. 미래 변화의 방향성 - 디지털 전환과 인슈어테크 협업 기반의 언택트 비즈니스 모델



국내 일반보험 (개인/단체성) 시장

High (연 1백만원~)

보험시장 규모 (잠재 규모 추정 포함)

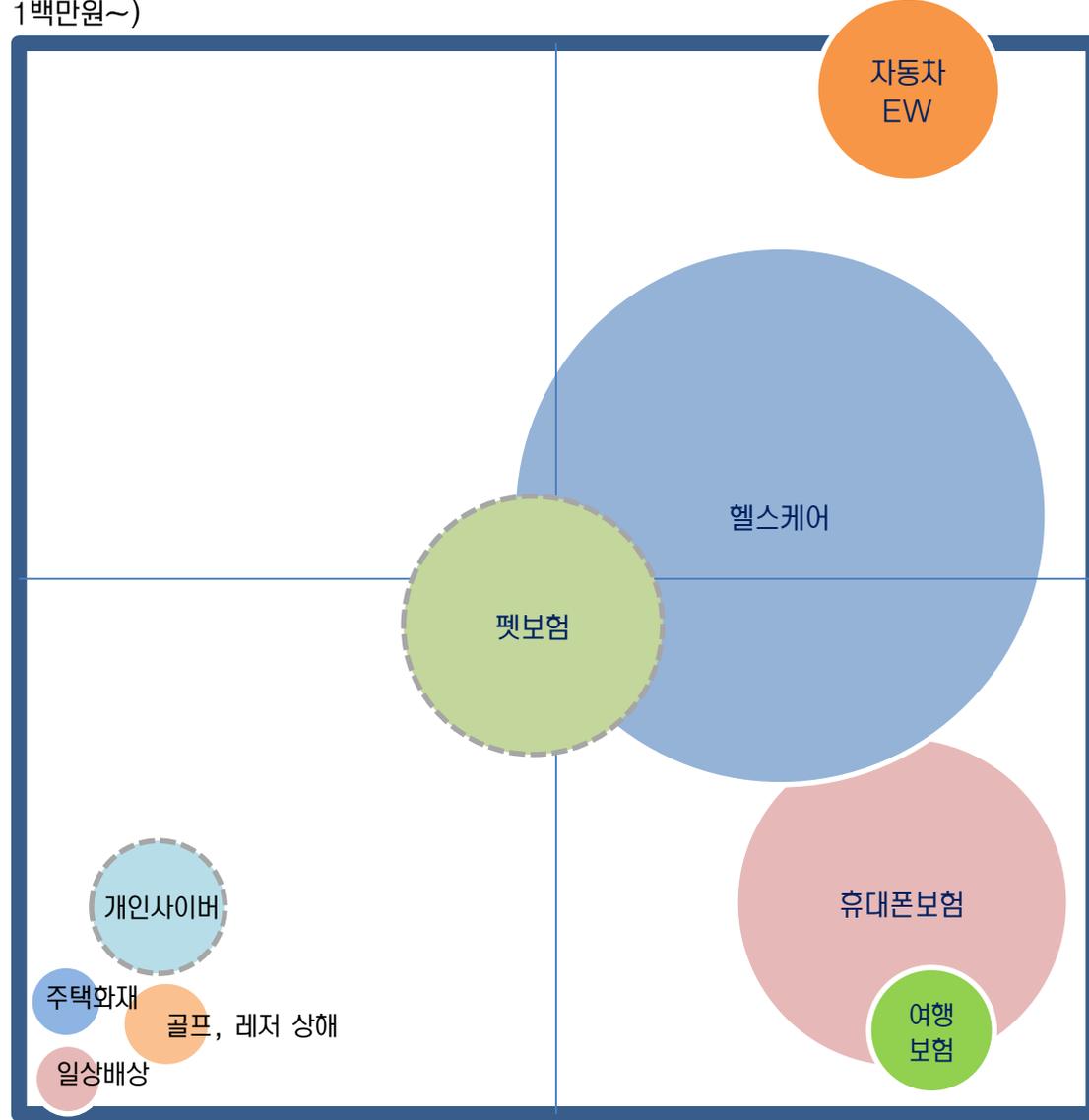


신수
규모
단위

Low

고객
리스크
인지도

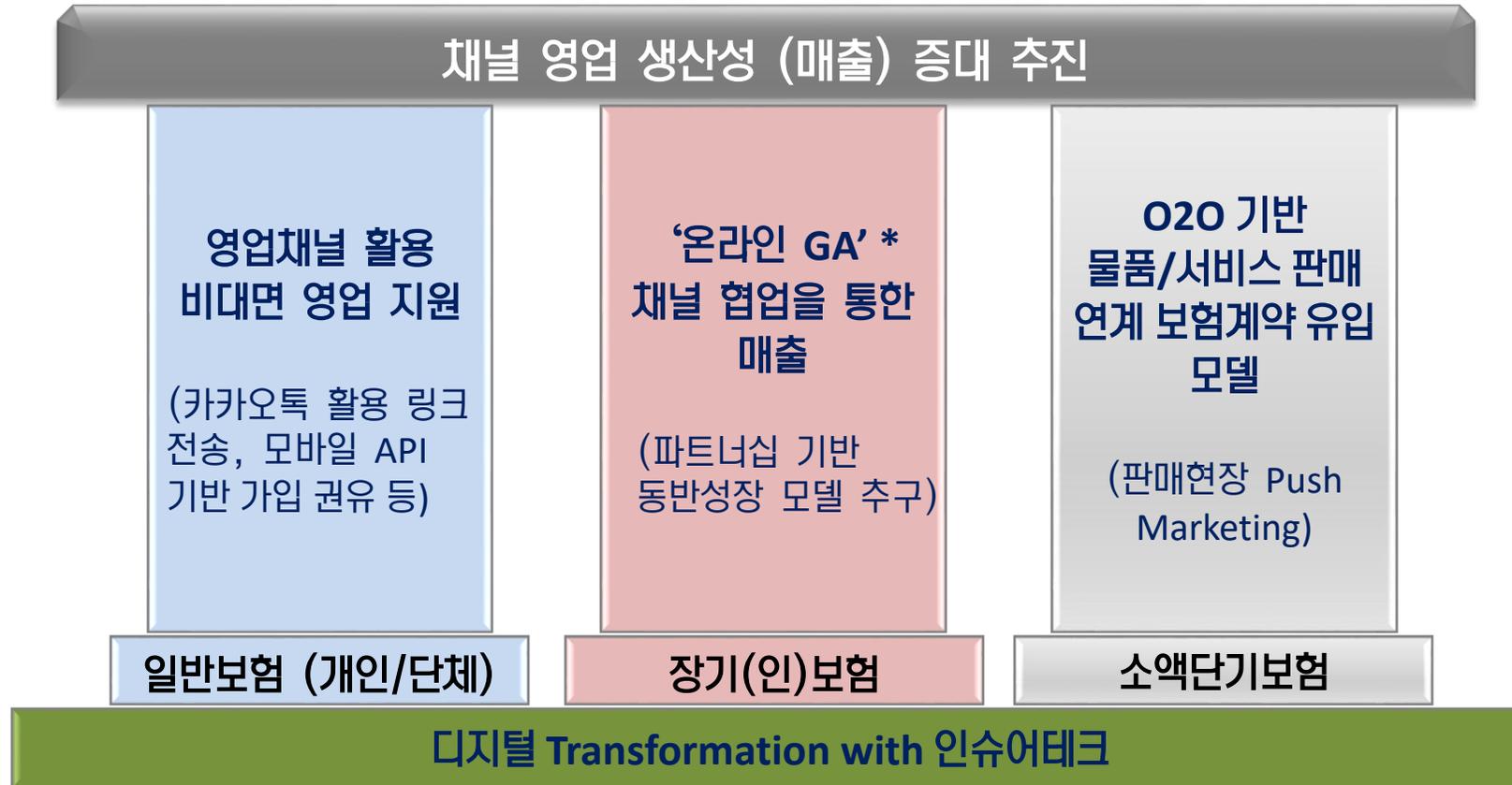
High



미래 잠재수요 고려

Where we stand... 현재 보험회사의 언택트 비즈니스 모델

▶ 디지털 기반의 가입프로세스 개선으로 기존 대면채널 보완 추구 -> 생산성 제고? 글썄...



* 온라인 GA?: 인슈어테크/빅테크 기업의 신채널 역할 비즈니스 모델

디지털 Transformation + 인슈어테크 (국내 현황)

	장기	자동차	일반	개인채널	GA 채널	자산운용	고객서비스
Big Data / AI	<ul style="list-style-type: none"> D 보험사기적발 h 실손부당청구 예측 S 보험사기탐지(FDS) H 보험사기탐지(FDS) h IoT 임산부 체중분석 H 알파클레임 H UW/고지표준 자동심사 D 인공지능 질병예측 D AI 인슈런스 로보텔러 S 장기보험 AI 심사 	<ul style="list-style-type: none"> D 손해율 예측모델 h 스마트 UBI D 챗봇 (배서) H AI 수리비 청구 H 대인합의 예측 H UW 이미지 인식 	<ul style="list-style-type: none"> D 화재발생 예측모델 H 재물UW 자동화 기반 	<ul style="list-style-type: none"> K 가족력 건강컨설팅 h 챗봇 	<ul style="list-style-type: none"> K 챗봇 (다이렉트) D 챗봇 (자보 CM) M 챗봇 (장기 TM) 	<ul style="list-style-type: none"> h 음성봇 대출실행 	<ul style="list-style-type: none"> h 음성봇 완판모니터링 H 챗봇
Blockchain	<ul style="list-style-type: none"> S 서울대병원 보험금 자동청구 K 장기 모바일 등기안내 (카톡 블록체인인증활용) 		<ul style="list-style-type: none"> K U+휴대폰 분실 청구 h 관세청 통관 간소화/자동화 (PoC) 				
Mobile	<ul style="list-style-type: none"> h 하이헬스 챌린지 S 애니핏 (마이헬스파트너) S 마이헬스 노트 (당뇨) D 프로미 건강케어 365 	<ul style="list-style-type: none"> H 스마트 보상 h 모바일 보상 포털 S 원데이애니카 자동차 	<ul style="list-style-type: none"> H 기업리스크 관리 포털 	<ul style="list-style-type: none"> D 스마트 포털 재구축 K 개인영업비서시스템 S 영업포털 재구축 M 모바일 장기청약시스템 	<ul style="list-style-type: none"> S GA 블루투 		<ul style="list-style-type: none"> S 종이없는 고객창구 H 스마트 차도리
기타		<ul style="list-style-type: none"> H 1 Day 시승보험 	<ul style="list-style-type: none"> S Open API 플랫폼 K 지주간 연계 및 H 해외여행 Open API 				<ul style="list-style-type: none"> H 플랫폼 제휴확대 S D h K

미래 변화의 방향성

▶ 고객수요 중심의 데이터 활용 역량에 기반한 인슈어테크 협업 모델

1

고객수요 창출 (보험매출 증대)

고객 중심의 보험산업

- 고객 니즈에 부합하는 **상품보장, 가입 프로세스** 및 **간편 청구절차** 및 보상서비스 외
- **결제 프로세스 혁신**을 통한 보험 활용 증대방안 (소액계좌 활용, 구독기반 모델 등)을 통한 **보험소비자 유인책** 필요

2

인슈어테크/ 빅테크 협업 강화

플랫폼 기반 데이터 수집, 관리, 분석 역량 탑재로 동반성장

- SNS 기반 데이터 분석, 멤버들의 활동 데이터 수집
- 수집된 데이터 분석을 통한 언더라이팅 프로세스 개선
- 마케팅과 접목된 고객 친화적 Micro 보험상품

3

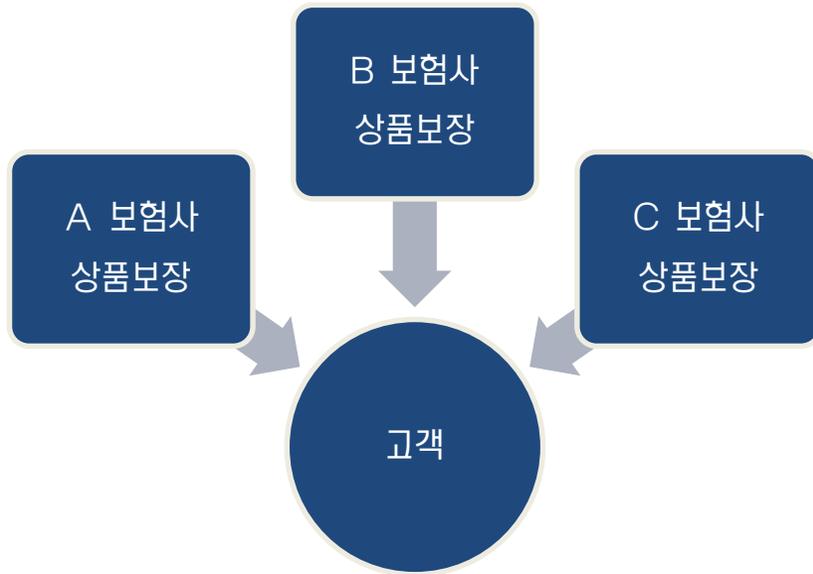
규제 혁신

개인정보, 데이터 활용 등에 대한 규제해소

- ICT활용 기반 초간편 가입 프로세스/ 보상 프로세스
- 고객 개인정보활용 (단체보험? 개인보험?)
- 소비자 보호 관점 (챗봇)

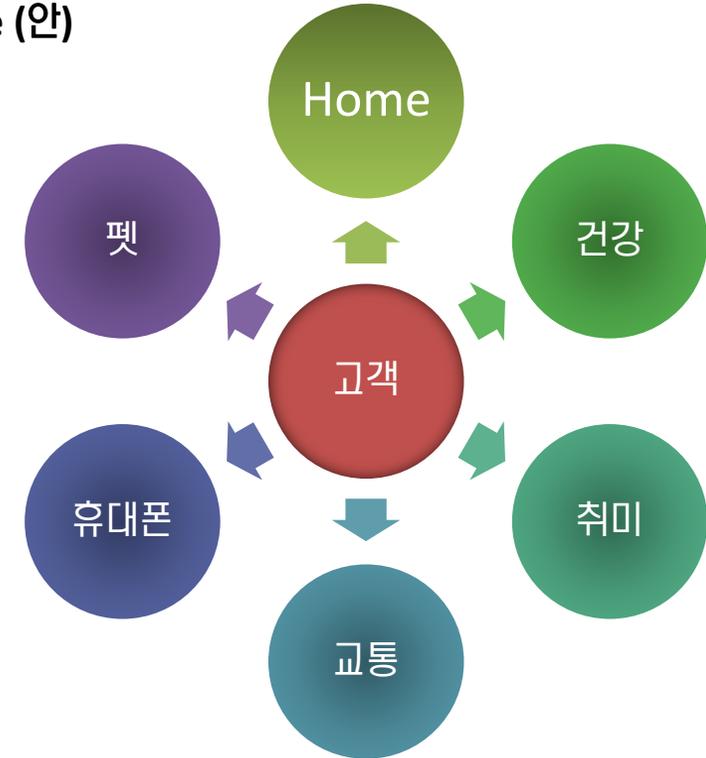
인슈어테크/ 테크핀(빅테크)이 고민하고 제안할 수 있는 새로운 구매방식 ?

As-Is



- 판매채널을 이용한 각 보험사 보장 상품 구매방식
- 월 보험료/연간 보험료 납입 방식
- 1년,3년,5년,10년 등 보험계약기간

To be (안)



- 고객 라이프 사이클 기반 위험 보장에 대해 월 이용료를 납입하는 구독기반 보장 콘텐츠 구매방식
- 월 구독료 납입으로 일방의 해지요건 발생 전 서비스 이용 기간 지속

Example: 인슈어테크/ 테크핀(빅테크)이 고민하고 제안할 수 있는 새로운 구매방식

Life Cycle Risk Platform

Life Cycle Risk	Coverage	월 구독료
Activated? Yes /No	Annual LoL Choice	Example
상해, 질병 <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 100,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 500
주택 관련 위험 <input type="checkbox"/>	KRW 250,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 650
개인 교통용구 <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 500,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 780
온라인 거래/반송) <input type="checkbox"/>	KRW 1,000,000 a.o.o. <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 980
일상 배상 책임 <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 1,500,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 1,750
펫 리스크 <input type="checkbox"/>	KRW 2,000,000 a.o.o. <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 3,200
취미활동 재물/ 상해 <input type="checkbox"/>	KRW 2,500,000 a.o.o. <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 6,500
휴대폰 / 사이버 <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 3,000,000 a.o.o. <input checked="" type="checkbox"/>	KRW 8,800
주택 관련 위험 <input type="checkbox"/>	KRW 3,500,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 9,800
국내외 여행 <input type="checkbox"/>	KRW 4,000,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 10,900
가전제품, 열쇠 등 <input type="checkbox"/>	KRW 4,500,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 12,200
법률비용 <input type="checkbox"/>	KRW 5,000,000 a.o.o. <input type="checkbox"/>	KRW 15,000

OOO Pay Platform/ 통장

월 구독료 19,480원

소액결제계좌 *
Fund

OOO Pay 또는 카드 활용상 발생하는 결제 대금의 소액 관리

마일리지 포인트

활용도에 따라 발생하는 서비스 포인트 적립

Claim money
입금

Fee Payment & Claims Process

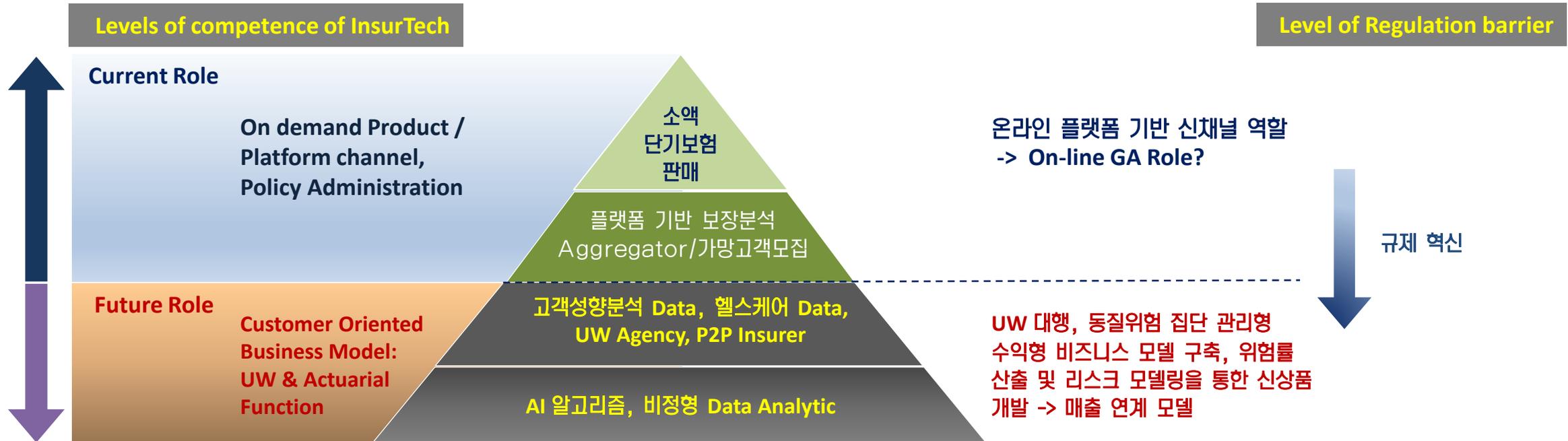
- 운영 타입:** 테크핀 연결 은행계좌, 인슈어테크 Platform 상에서 각 멤버의 **Activity 또는 매개체에 결부된 서비스 이용료 (구독료) 납입형식** (ex: Peloton)
- 구독료 (= 보장보험료):** 소액결제계좌 적립금 and/or 마일리지 포인트 활용
- 운영 방식:** P2P Insurance structure partnered with Insurer?
- Claims Process:**
 - 관련입증서류 (Scanned) /사진 Upload
 - Claimant Statement (Mobile platform)
 - 플랫폼 자체 판단 하에 손해액 지급
 - 전체 운영 구독료 적립금을 일정한도 초과시 파트너 보험회사에 청구

* 소액결제계좌:

일상 생활에서 결제시 발생하는 소액 잔액에 대해 (예, 1,000원 미만) Round-down 후 별도 계좌에서 적립

미래 변화의 방향성 - 국내 인슈어테크/빅테크 기업과의 협업을 기반으로 한 모델

▶ 인슈어테크/빅테크 기업의 **역할 분담 확대를 통해 새롭고 다양한 고객 경험을 추구할 수 있어야...**



- 현재 판매 채널로서의 인슈어테크/빅테크 활용 가능성은 언더라이팅 (Underwriting), 계리 (Actuarial function), 손해사정 (Claim Adjustment) 분야와 같은 보험업의 본질적인 순기능 확대로 이어져야 함 -> 역량 분담을 통한 보험의 가치 (Core Value) 전달에 적극적인 참여 기대
- 고객 경험의 질적, 양적 확대를 통한 보험 소비자 만족도 증대

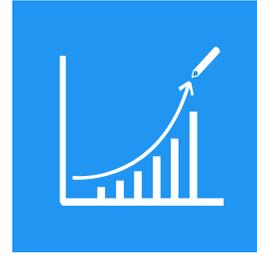
보험업의
신뢰 회복

감사합니다!!





언택트 시대 해외 보험 비즈니스 모델



2020. 9. 8.



보험개발원
조사국제협력팀
양경희 팀장



코로나로 바뀐 일상 “언택트 시대의 도래”



원격 플랫폼 사용 증가

- ☞ 전세계 하루 이용자 수 3억
('20.04.21 기준, 코로나 전 하루 평균 이용자 1,000만)



배달앱 사용 증가

- ☞ 배달의 민족 매출액 44% 증가
(01월 대비 03월)



온라인 쇼핑 증가

- ☞ 네이버 쇼핑 결제횟수 전 연령대
27% 이상 증가
(02.09일 ~ 02.22일 대비 02.23일 ~ 03.07일 기준)



드라이브 스루 사용 증가

- ☞ 스타벅스의 경우 전년 동기보다
40% 주문량 증가(01~05월 기준)

언택트 시대,

보험산업 **디지털 전략**의 가속화



상품 개발부터 지금까지, 보험업계에도 부는 언택트 바람



상품

- ✓ 재택근무보험, 원격회의 전용보험, 배달음식점 전용보험 등
- 캐나다 Beazley “Virtual care”, 일본 미쓰이스미토모 “재택근무보험”

서비스

- ✓ 원격진료, 건강관리서비스 제공 확대
- 24시간 무료 모바일 의료상담: 중국 핑안굿닥터, 일본 손보재팬 등

판매

- ✓ 비대면 판매채널, 인터넷 보험시장 급성장
- 일본 인터넷 전업사 Lifenet 코로나 특수로 역대 최고 실적 기록

지금

- ✓ 디지털 기술 활용한 원격 손해사정 실시
- 일본 동경해상, 드론/인공위성으로 손해액 평가
- 미국 Mercury, 주택보험 가입자의 App 기반 비대면 손해사정 실시



언택트 시대,
새로운 라이프스타일에 따른 새로운 리스크/니즈에 대응

테크핀과 경쟁하는

中 핑안보험의 디지털 전략



핑안보험, 가장 가치있는 글로벌 보험회사 브랜드 1위

FORTUNE

RANKINGS ▾ MAGAZINE NEWSLETTERS VIDEO PODCASTS CONFERENCES

SEARCH SIGN IN

Subscribe Now

China's Biggest Private Sector Company Is Betting Its Future on Data

Ping An built an empire around safe and staid products like life insurance. Now it's betting its future on inventive uses of big data—and gearing up to do battle with fast-growing tech giants like Alibaba.

BY CLAY CHANDLER
July 22, 2019 5:30 PM GMT+9



TOWERING PRESENCE: Ping An's headquarters in Shenzhen. The company was among the first to sell auto, life, and health insurance in China—and its "first mover" edge helped it become a giant.

JUSTIN SULLIVAN—GETTY IMAGES



Brand Finance,
the world's largest brand
consulting company

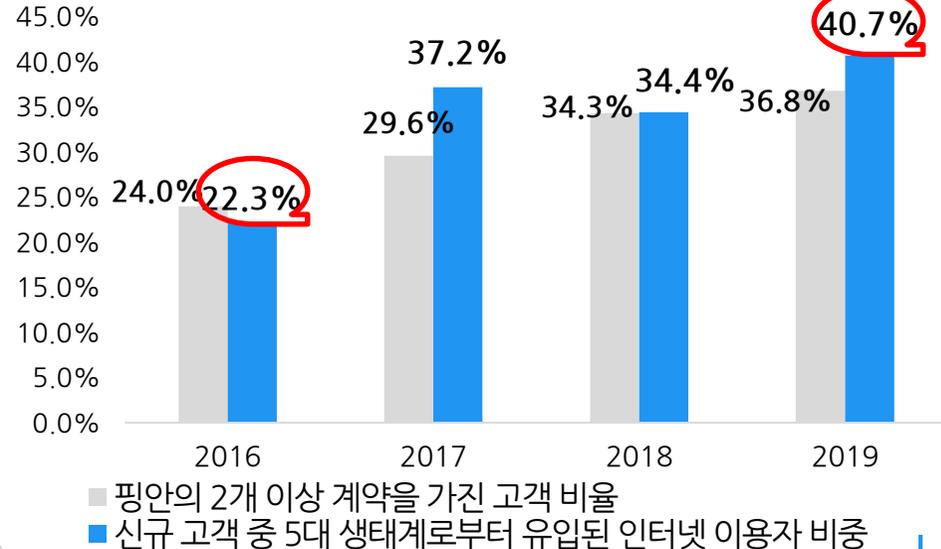
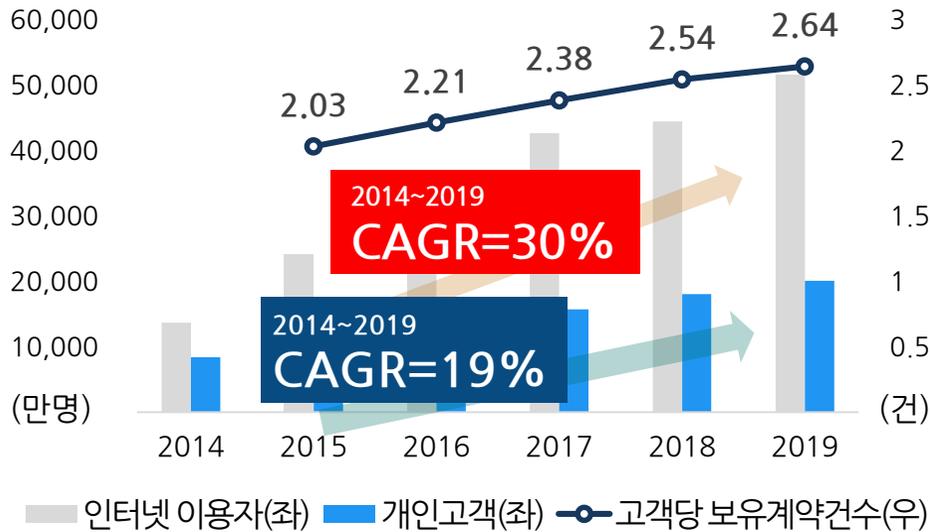
Most valuable global
insurance brands

No. **1**

Global financial
groups

No. **4**

① 생태계 구축과 User의 Customer 전환



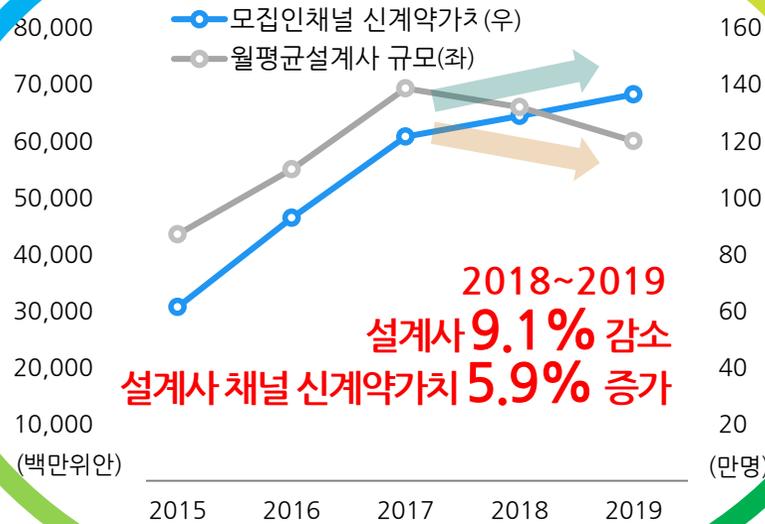
② 디지털 기술을 이용한 설계사 채널의 생산성 강화

AI 면접 채용

- 2019년부터 모든 신규 설계사 채용에 AI 면접 도입(600만명 참여)
- 143만 시간 한화 1천억원의 비용 절감(2018)

AI 비서

- 판매상품에 대한 정보를 파악하고 개인 스케줄을 관리 지원
- 일평균 92만건의 질문 처리(2019)



- AI 면접에서 파악한 직원 데이터로 최적의 교육 프로그램 제공

- SNS 콘텐츠를 회사가 제작하여 제공하고, 홍보기술도 교육

AI 맞춤형 교육

SNS 활용 교육

③ 인터넷 뉴미디어 활용



▶ 핑안보험그룹 CEO 루민 라이브 방송 (2020.05)

- 32주년 창립기념일 라이브 방송 진행
- 방송 1시간만에 누적 시청자수 102만명 기록

※ 매년 정기 개최하는 설계사와의 만남 행사도 2월 온라인으로 진행



▶ 핑안 스타학원/스타플랜(아이돌 육성) 프로젝트

- (스타학원) 우수설계사 100명, 100회 라이브방송 기획
- (스타플랜) 자사 설계사를 대상으로 연습생 선발(신청)
 - 틱톡이 제공하는 연수 과정을 거쳐 미션 영상을 등록
 - 조회수, 좋아요 등을 종합하여 상위 100명 선발 상금 지급

④ 온라인 헬스케어 서비스 활용 · 투자 확대



■ 전국 56개 성시와 제후
실시간 온라인 자문 서비스 제공

■ 코로나19 감염예방 및 건강정보 제공
누적 재생수 9,886만건



사례: 디지털 기술 솔루션과 사업모델을 이용한 해외 진출



■ AI 이미지 견적 솔루션 EU 진출 추진

- 핑안의 기술 자회사인 원커넥트와 스위스리가 함께 EU 진출을 위한 협약 체결(2020.08)
- 언택트 기술의 하나로서 현재 핑안손보의 사고 중 온라인 보상건의 25%를 처리
- * 단, 단순 접촉사고, 인명 피해가 없는 사고에만 적용

※ 핑안의 AI 이미지 견적 솔루션

- 2014년 개발에 착수 약 1억 5천만위안(약 255억원)의 개발비 소요, 40여명의 개발자 참여
- 영상통화로 견적을 낼 수 있도록 시스템 고도화 완료



■ 동남아 온라인 헬스케어 시장 진출

- 핑안굿닥터는 2018년 Grab과 동남아 시장 진출을 위한 조인트벤처를 설립*
- * 핑안굿닥터 70%, Grab 30% 투자
- Grab의 온라인 플랫폼과 핑안굿닥터의 기술로 '병원-의사-약국'을 연결하는 통합 서비스 제공
- 일평균 온라인 의료자문 건수 4천건 달성

※ 핑안굿닥터의 해외 진출

- 핑안굿닥터는 2019년 4월 소프트뱅크와 일본 시장 진출을 위한 JV를 설립 후 현재 서비스 테스트 중

전통보험그룹

日 손보저팬의 디지털 전략



손보저팬의 新비전 : 고객의 **안심** · **안전** · **건강**을 위한 토탈 서비스 제공



133년 전통 보험그룹의 새로운 도전

기존 중장기전략

성장기반 구축 & 양적 성장

| 국내 손보사업 수지 개선

| 해외 M&A 규모 확대

| 국내 생보사업 점유율 확대



2016년 이후 중장기전략

보험산업의 3가지 비전

Security + Health + Well being

| **계열사간 사업 연계**를 통한 시너지 창출

| **데이터 활용**을 통한 부가가치 창출

| **디지털 전략 기반**의 상품·서비스/고객대응 토탈 전개

디지털 기술 기반, 끊임없는 혁신 시도



시기

내용

- 2015.10. 장기요양사업 진출, 대규모 M&A로 업계 2위
- 2016. 4. SOMPO Digital Lab 실리콘밸리/동경 설치
- 2017. 7. 그룹사 AI 센터 설치
- 2017. 9. 안전운전을 위한 텔레매틱스 서비스 런칭
- 2017.11. SOMPO Digital Lab 이스라엘 설치
- 2018. 1. 블랙박스 활용한 사고지원서비스 출시
- 2018.10. 일본 최대 모바일메신저 LINE 보험 출시
- 2019. 1. 화물해상보험 언더라이팅에 AI 활용
- 2019. 4. Trov 제휴를 통한 온디맨드 보험 출시
- 2019. 9. AI 기반 재해예측시스템 개발
- 2019.11. 美빅데이터기업 투자, 데이터플랫폼 구축 착수
- 2019.11. SOMPO AI 수리견적시스템 출시
- 2020. 1. 실리콘밸리 스타트업, 치매예방프로그램 개발

지속 성장을 위한 4대 키워드는 효율화, 고객 접점, 신사업, 데이터

기존사업 효율화

RPA · AI 도입

240개 업무, 90만시간 창출

4천명 절감 효과



고객접점 확대

LINE Financial

- 신속 간편 가입, LINE 보험
- 24시간 원스톱 청구서비스
- 보험 선물하기/리워드서비스
- AI 자동 수리견적



공유 모빌리티 사업 진출

기존 보험산업과의 시너지 창출

DeNA
SOMPO
Mobility

DeNA
SOMPO
Carlife

Real Data Platform

- 장기요양, 헬스케어, 모빌리티
- 계열사 빅데이터 분석
- 이종사업간 시너지 창출

신규사업 진출

데이터 활용

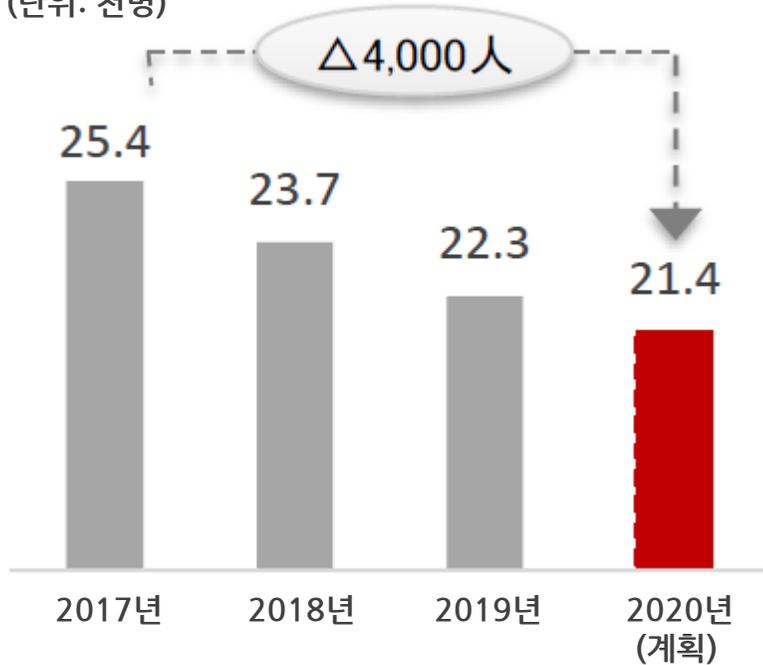
① 기존 사업 효율화 : 기술 활용을 통한 생산성/고객대응 향상



RPA · AI 도입 : **240**개 업무, **90만**시간 창출, **4천명** 절감 효과

인력 절감 효과

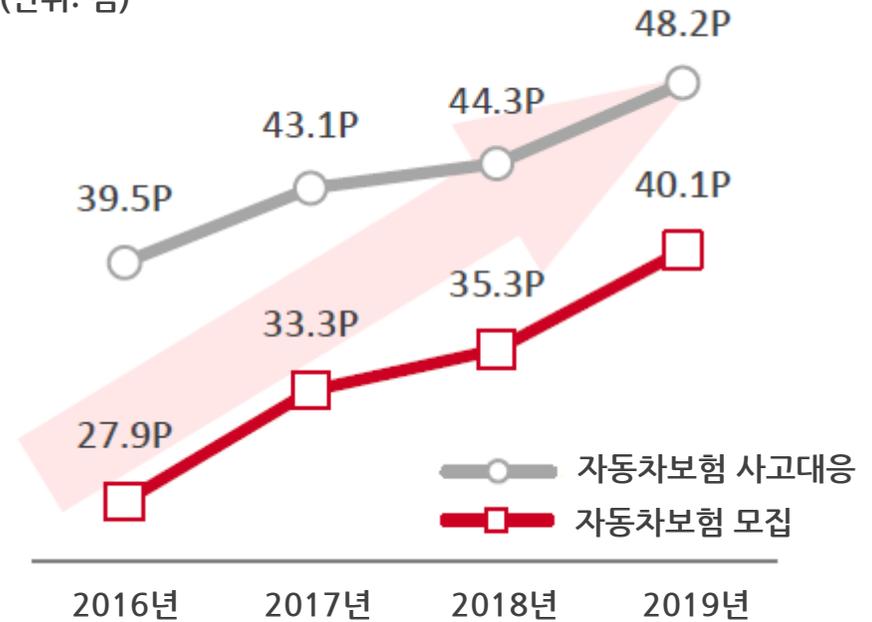
(단위: 천명)



* 손보재팬 업무 종사자 수 기준

고객 만족도

(단위: 점)



* 고객만족도 설문조사 결과

② 고객접점 확대 : 일본 최대 메신저 LINE 제휴, 상품부터 지급까지



LINE Financial



③ 보험산업 인프라를 바탕으로 한 신사업 “공유 모빌리티 플랫폼”



1,300만 가입자 데이터 + 전국 5만개 대리점망 활용
공유 모빌리티 사업 진출



Car Share



My Car Lease

④ 그룹사 데이터를 하나로, 새로운 부가가치 창출할 “데이터 플랫폼”

日本経済新聞 “SOMPO, 美 데이터기업 Palantir에 540억엔 출자”



Real Data Platform 구축

장기요양, 헬스케어, 모빌리티 등 신사업에 활용

사례: 데이터 활용으로 상품·서비스/업무혁신까지, 선순환 구조 구축

2015 안전운전 지원 서비스

2018 드라이빙 레코더 특약

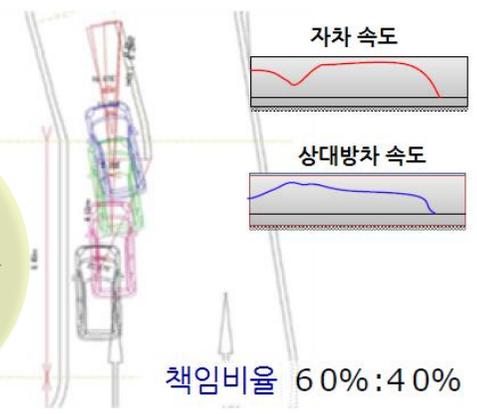
2019 시 과실비율 산출 [개발중]



상품/서비스 개발
→
데이터/노하우 축적



고객만족도 생산성 향상
→
사고데이터 자동 확보



- ✓ 안전운전 지원서비스
- ✓ 법인(유료) ⇒ 개인(무료) 대상 확대
- ✓ 다기능 운전기록장치 제공
- ✓ 운전진단레포트 작성/피드백

- ✓ 통신기능 탑재 블랙박스
- ✓ 사고 예방/출동 서비스
- ✓ 운전습관 분석/피드백
- ✓ 안전운전시 보험료 할인

- ✓ 드라이빙 레코더로 사고데이터 자동 전송
- ✓ 2천건 이상 사고데이터 학습한 시가 사고 과실 비율 자동 판정

▶▶ 고객 데이터 축적 ⇒ 고객이 원하는 상품/서비스로 재탄생

앞으로 우리는,

- ✓ 언택트 시대의 니즈 대응
- ✓ 디지털 기술로 생산성과 신뢰도 향상
- ✓ 데이터 순환구조 사업모델 구축



감사합니다



디지털보험 비즈니스 모델

2020.9.8.

언택트 사회 도래에 따른 금융산업의 영향

1

채널의 비대면화

- ❖ 보험을 포함한 고관여 금융 상품/서비스 영역에서 비대면 채널 활용도 가속화

2

금융서비스의 공유, 구독, P2P 서비스 활성화

- ❖ 생활속에 발생할 수 있는 다양한 니즈에 따라 공유, 구독, P2P 서비스와 접목

3

Lean 방식의 조직문화 확산

- ❖ DT(Digital Transformation)를 중점적으로 추진하면서 조직 문화 및 일하는 방식의 전환

기존 보험 상품의 Pain Point와 디지털보험의 지향점

디지털보험 비즈니스 모델 ?

생활맥락에 맞는 상품군 부재

보험의 어려운 절차

보험 상품에 대한 낮은 이해

과도한 마케팅 비용

Push형 세일즈에 대한 고객 피로도 증가

금융 소비 패턴 변화

보험 사각지대 산재

다양한 보험 상품군 부재

역선택 문제

도덕적 해이

보험금 지급 이해관계

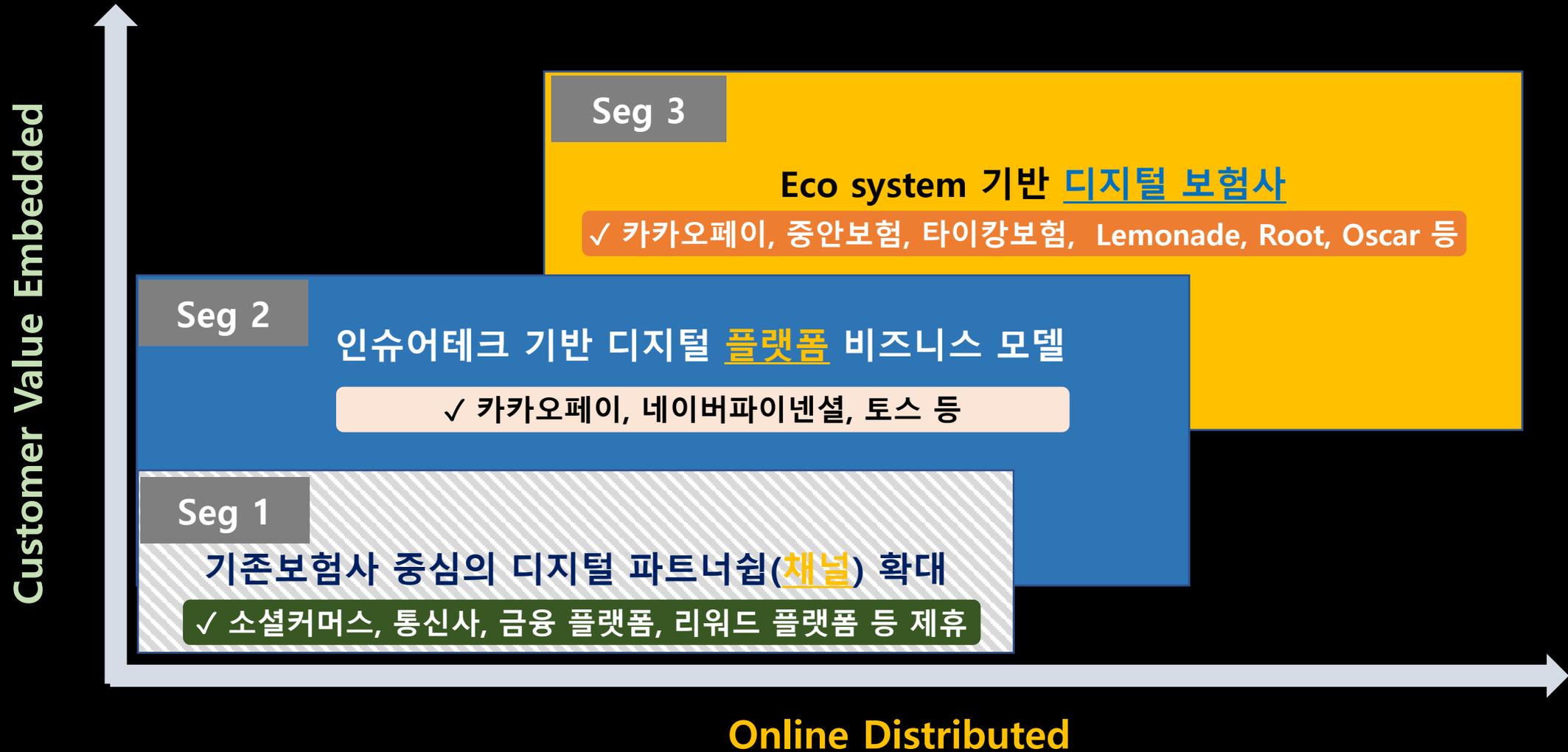
과도한 마케팅 비용

보험 사기 등 신뢰이슈

개인과 플랫폼의 연결

개인과 개인의 연결

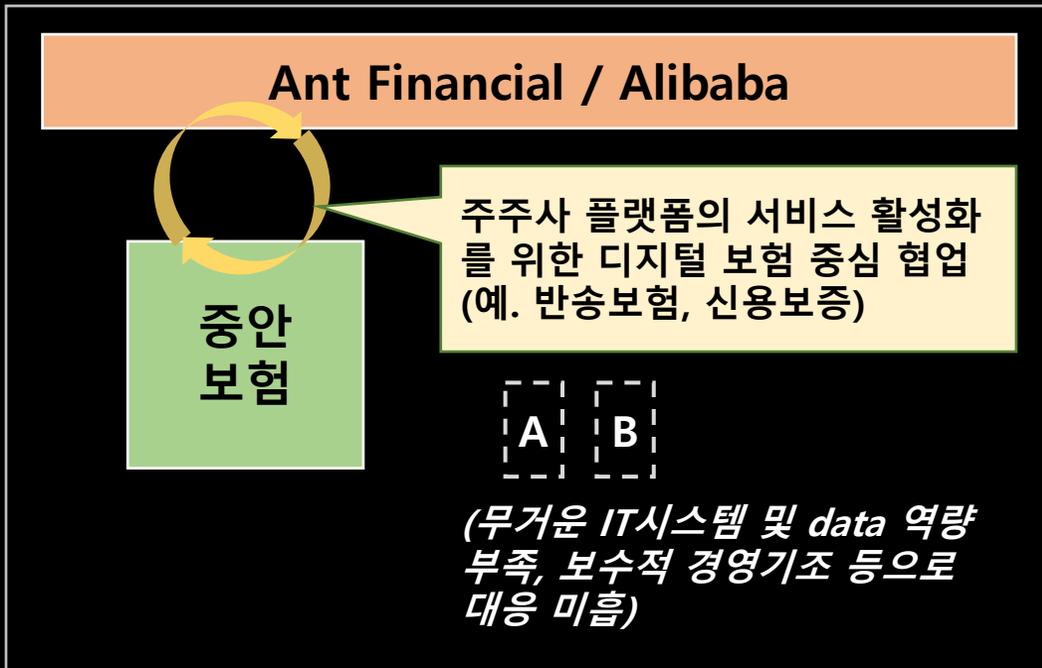
디지털보험 비즈니스 모델의 형태(1/2)



중국 Ant Financial × 중안보험 사례

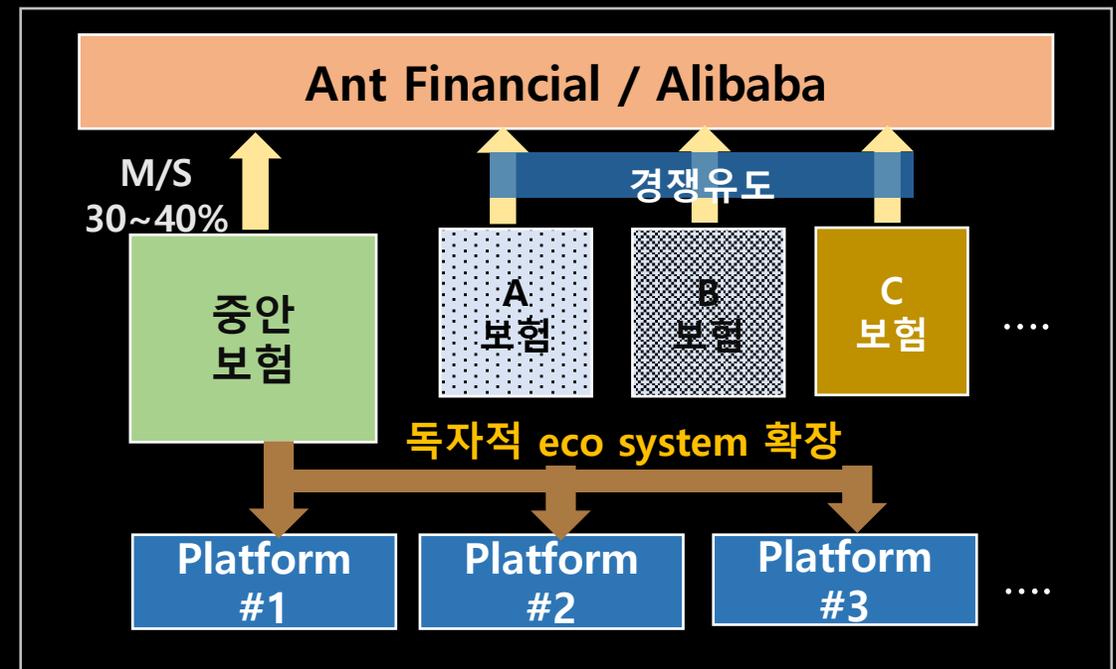
Phase 1

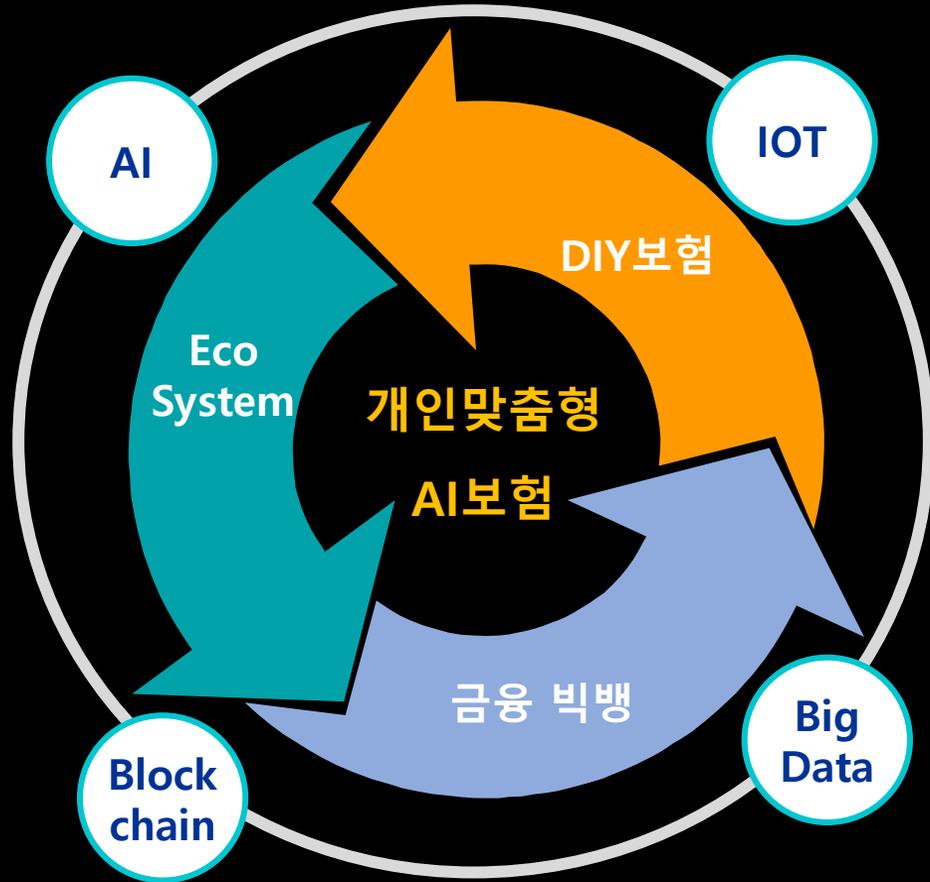
Ant와 중안보험이 새로운 보험서비스를 위해 협업하며 초기 Success story 구축



Phase 2

Ant / 중안보험 각자 독자적 사업 확대 추진. But, 여전히 'No.1 협업 파트너'로 시너지 발휘





" [개인맞춤형] End to End 고객 경험 혁신 "

- 유저들의 다양한 플랫폼 서비스 이용 과정에서 포착된 **맥락 기반 맞춤 보험서비스 offering**
- 개인 **data** 활용한 **Dynamic Pricing**
- Data Analytics 등 Tech 을 활용한 **보험 Value Chain별 User-friendly process** 구성



✱ 보험시장의 양분화
(재판분리)

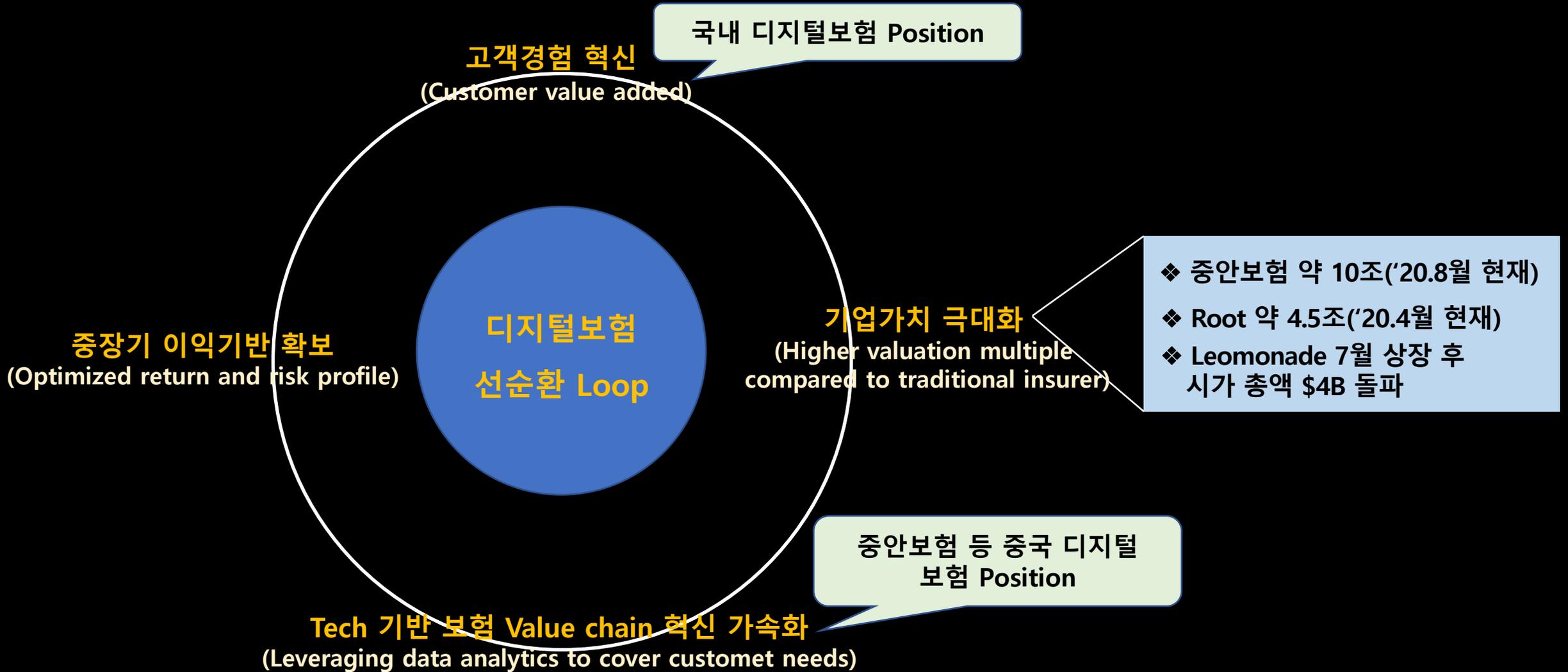
전통적보험

- ❖ 컨설팅이 필요한 상품은
대면 + Hybrid 형태로
비대면화 확대

디지털보험

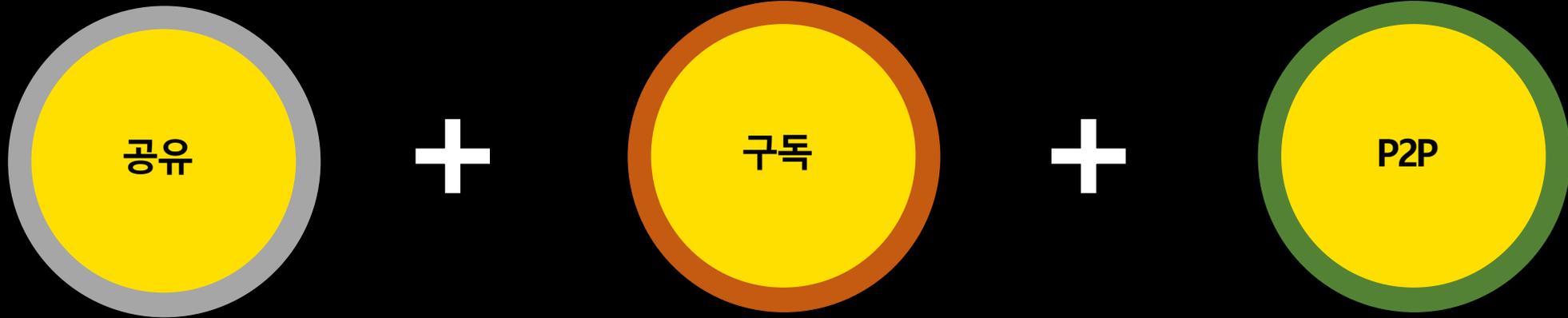
- ❖ 생활밀착형보험은 ICT와
보험의 결합을 통한 디지털보험
중심으로 발전

디지털보험 비즈니스 모델 특성(3/5) _ 디지털보험의 선순환 구조



디지털보험 비즈니스 모델 특성(4/5) _ 디지털보험의 트렌드

사회적 트렌드가 되고 있는 공유(Shared), 구독(Pre Payment), P2P(Cloud보험) 개념을 반영한 디지털 보험의 차별화된 고객가치 반영이 활성화될 전망이다



Switch(On&Off) 보험

보험 선물하기

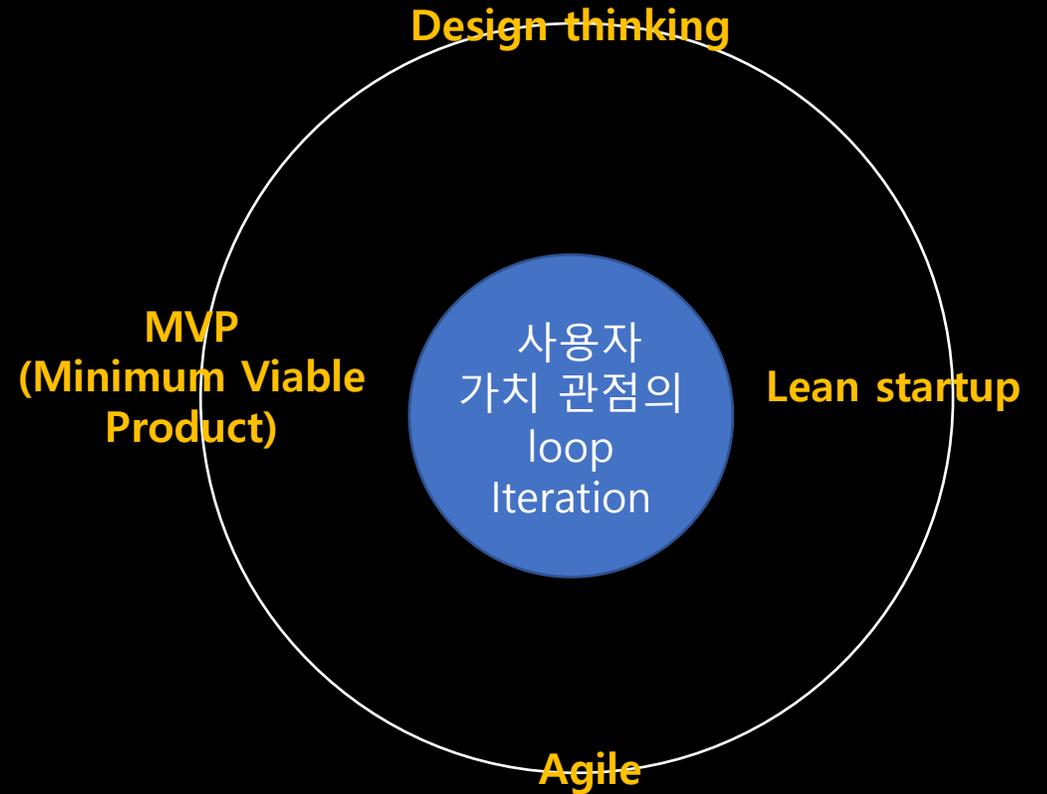
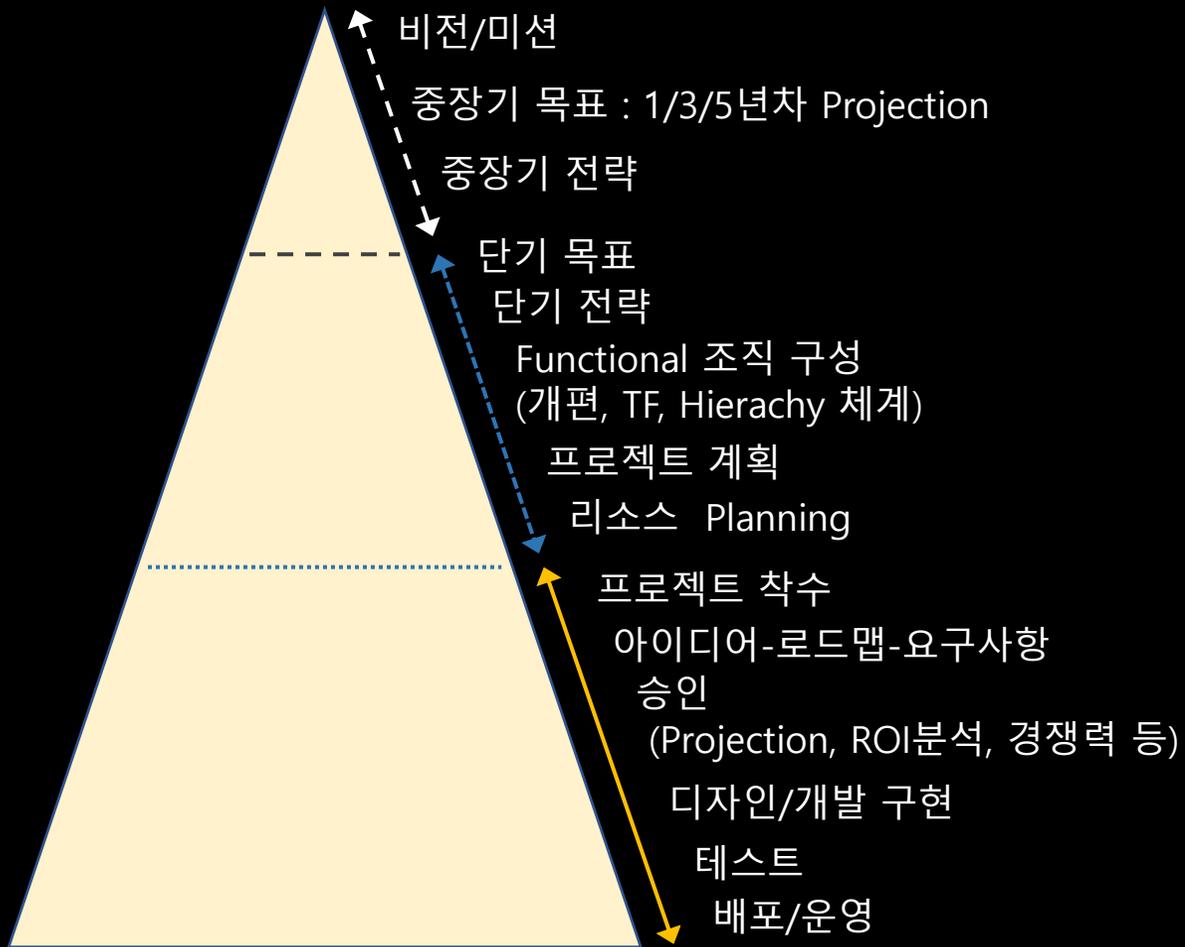


미국 Lemonade

중국 상후바오
100 MILLION participants signed up for Xiang Hu Bao, Alibaba's online mutual aid platform, in one year.

일본 와리깡보험

디지털보험 비즈니스 모델 특성(5/5) _ Lean 방식의 조직문화



“ **강한** 것이
생존하는 것이 아니다.

변화에 앞서 나가는 것이
결국은 **생존**한다. ”

DIGITAL INSURANCE PLATFORM BOMAPP

인슈어테크 플랫폼 보맵

BOMAPP

Copyright © 2020 Bomapp Inc. All rights reserved.

연혁

2016.03	롯데엑셀러레이터 L-CAMP 1기 기업 선정
2016.09	한화생명 드림플러스 63 핀테크 1기 기업 선정
2016.10	Seed 투자 유치 (더스퀘어프라이빗에쿼티 5억원)
2017.02	보맵 2.0 출시
2017.09	모바일어워드코리아 금융분야 보험관리부문 대상
2017.09	제17회 디지털경영혁신대상 중소벤처기업부 장관상
2017.10	Pre-Series A 투자 유치 (25억원)
2018.08	매경 핀테크 어워드 최우수상
2019.01	보맵 3.0 출시
2019.03	Series A 투자 유치 (120억원)
2019.09	제 4회 환경핀테크대상 최우수상
2019.11	금융위원회 혁신금융서비스 지정 (보험 간편 가입 스케줄 보험; 자회사 보맵파트너 지정)
2020.01	하나금융그룹 투자 유치 (85억원)

CONTENTS

A. 시장 상황

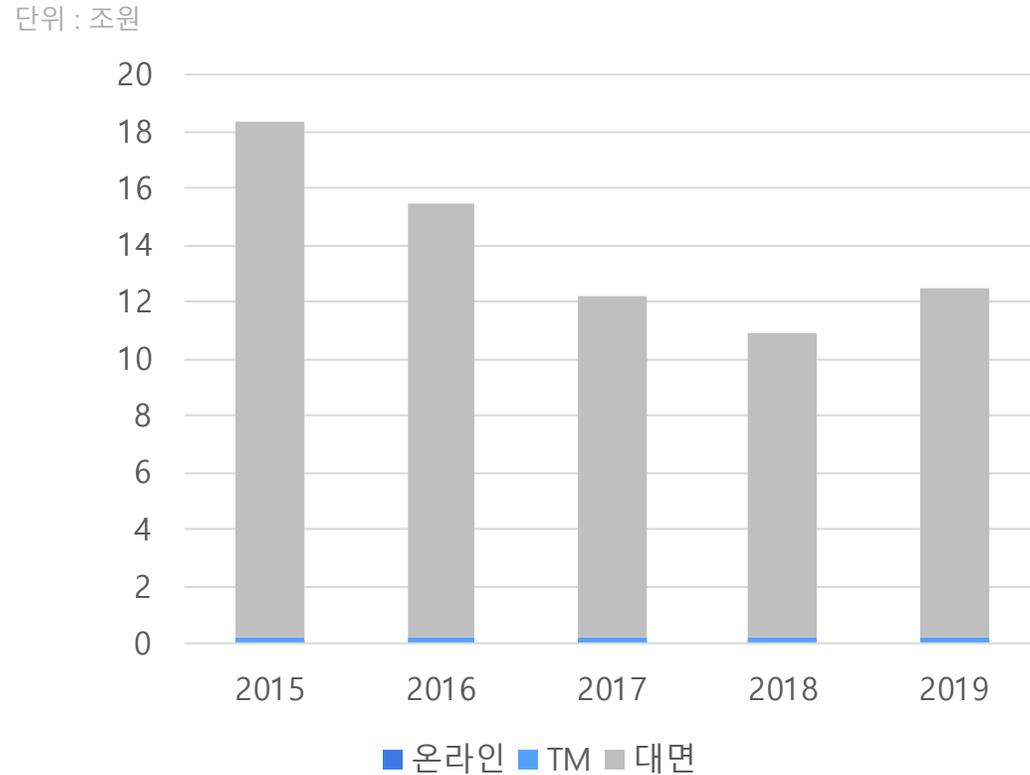
B. 보맵 전략 방향성

C. 보맵 보유 역량

A. 시장 상황

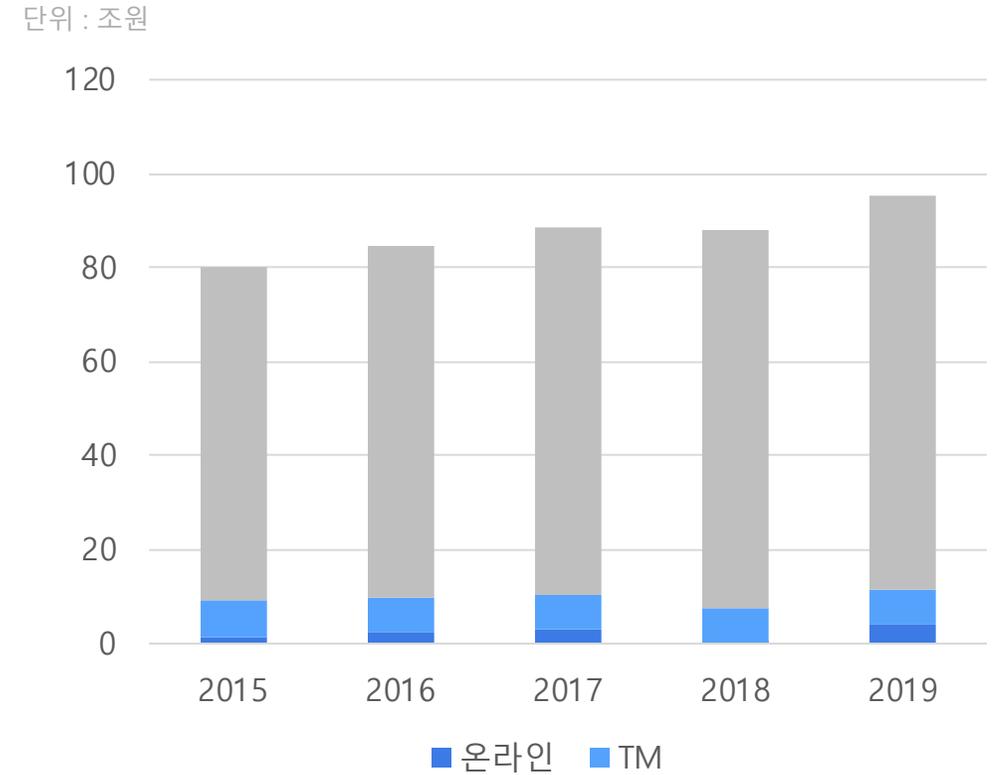
국내 보험시장 내 대부분의 고객이 대면 설계사를 통해 보험 구매 중

과거 5개년 생명보험 채널별 판매 추이 (초회보험료 기준)



장기 인보험의 경우 대면설계사 중심 판매 지속

과거 5개년 손해보험 채널별 판매 추이 (원수보험료 기준)

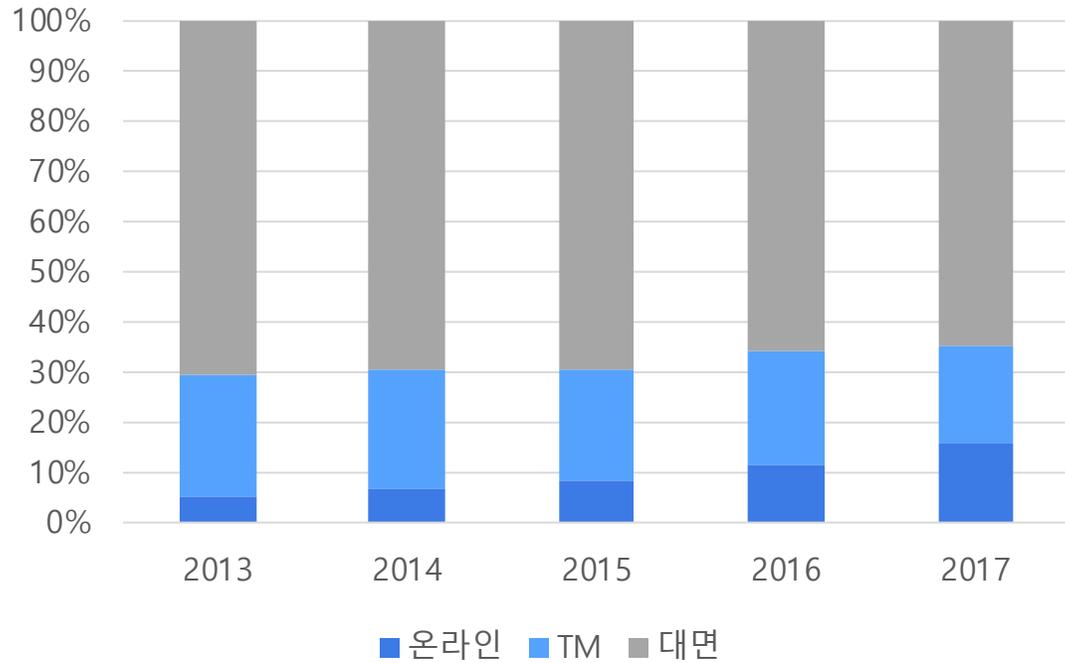


자동차보험 등 필수 보험에 한해 온라인 판매 활성화

A. 시장 상황

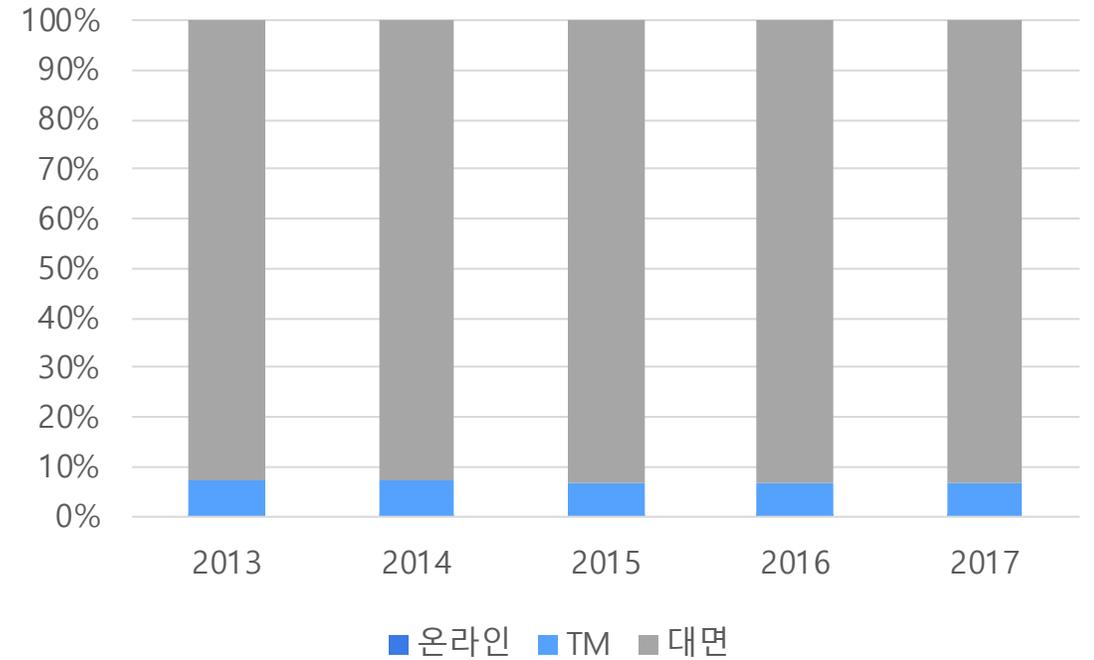
온라인 판매 확대를 추진 중이나, 일부 필수 가입 보험 제외 시 온라인 전환 성과 미미

과거 5개년 자동차보험 채널별 판매 비중 변화 추이



상품이 표준적이고, 필수 가입 필요한 자동차보험은 디지털 판매 확대

과거 5개년 장기 손해보험 채널별 판매 비중 변화 추이

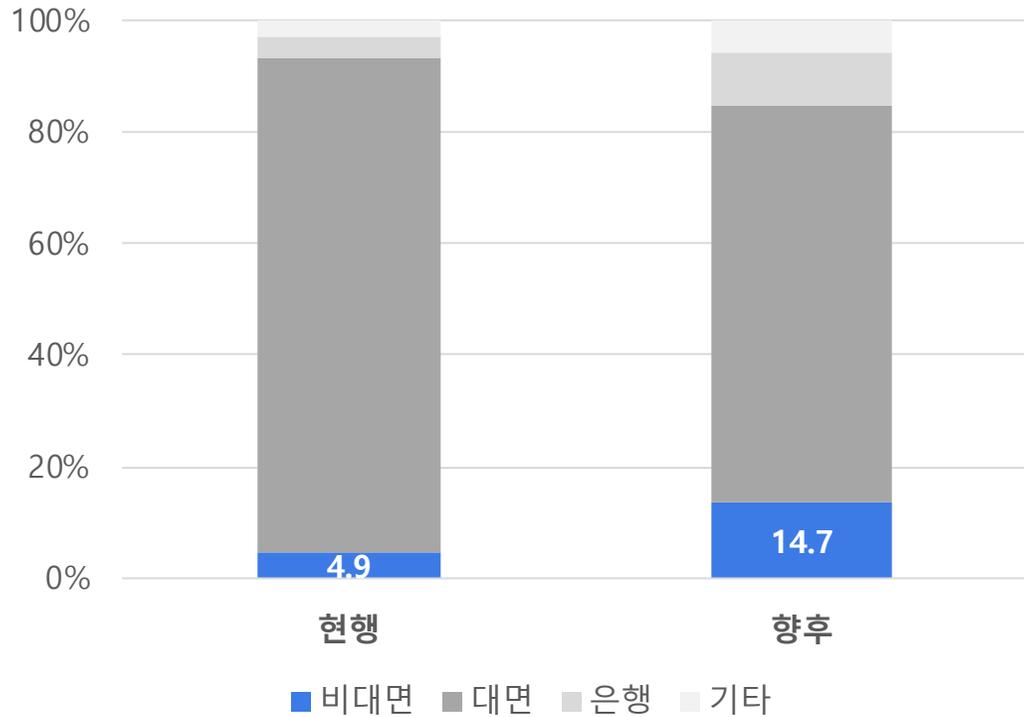


상품이 복잡하여 비교가 어려운 장기보험은 디지털 판매 미미

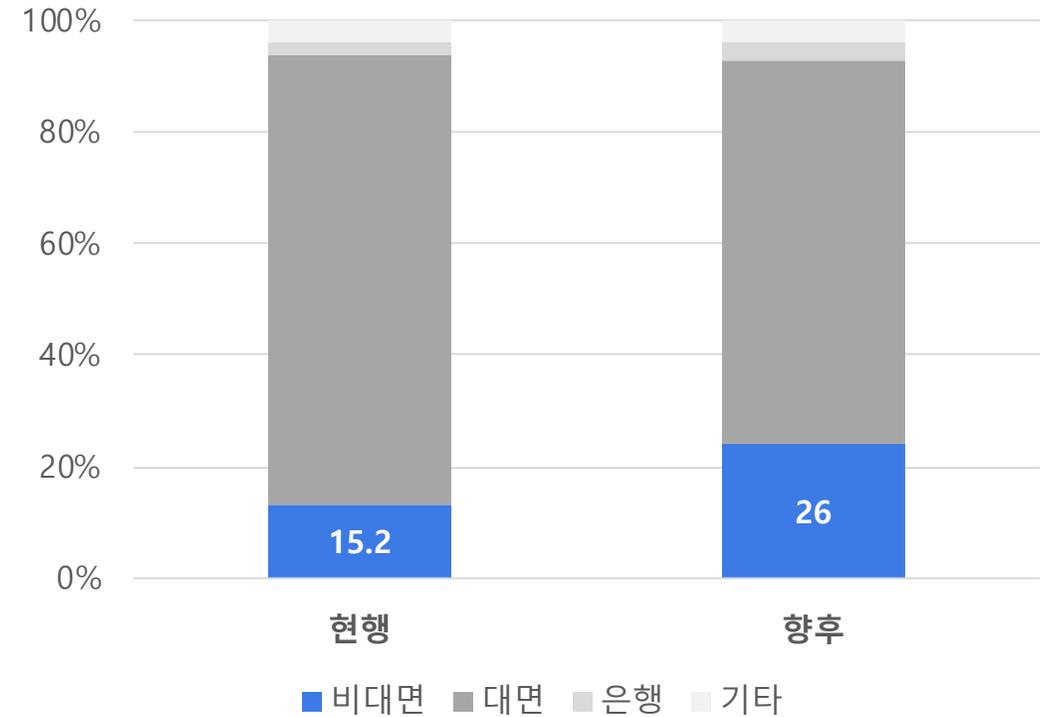
A. 시장 상황

반면, 과거 대비 온라인 채널에 대한 고객 선호도 상승 중

현재 vs. 향후 생명보험 채널별 구매 선호도 비교



현재 vs. 향후 손해보험 채널별 구매 선호도 비교

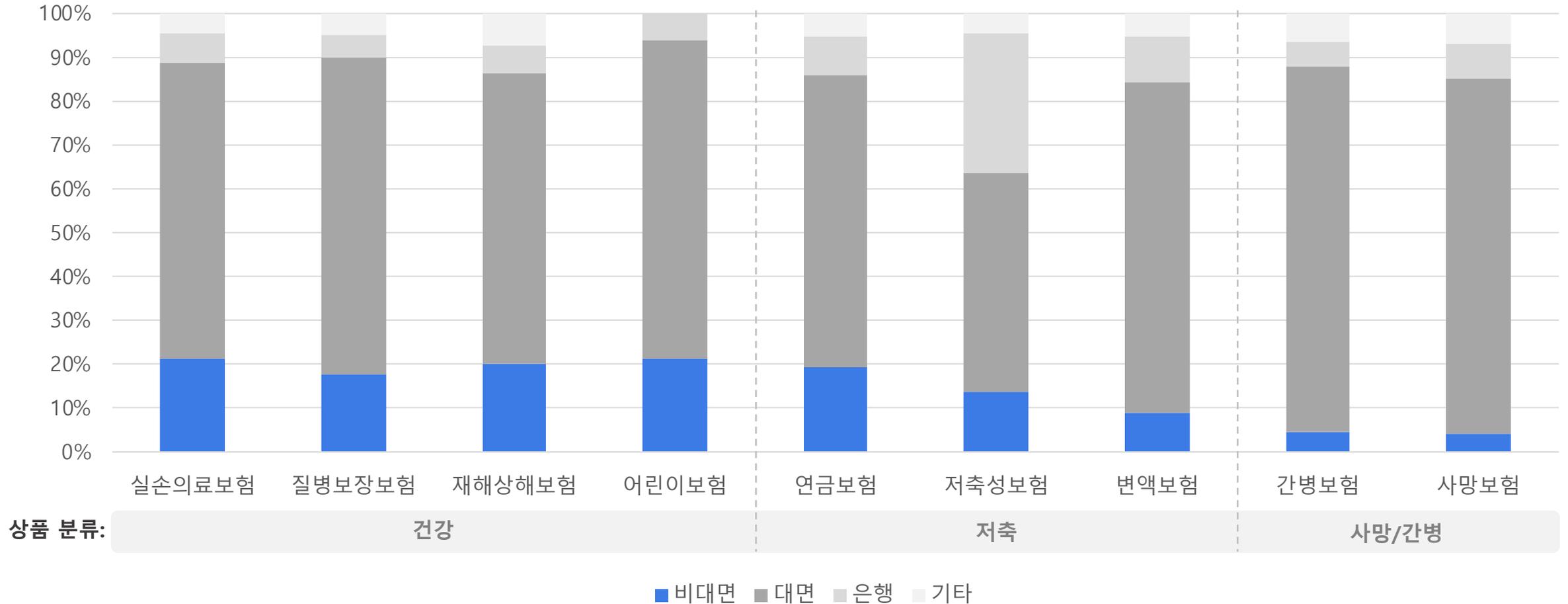


온라인 채널 선호도 상승에도 불구하고 고객 니즈를 만족시킬 수 있는 수준의 서비스 부재

A. 시장 상황

특히, 향후 주요 판매 상품인 건강보험의 설계사 구매 선호도가 상대적으로 낮음

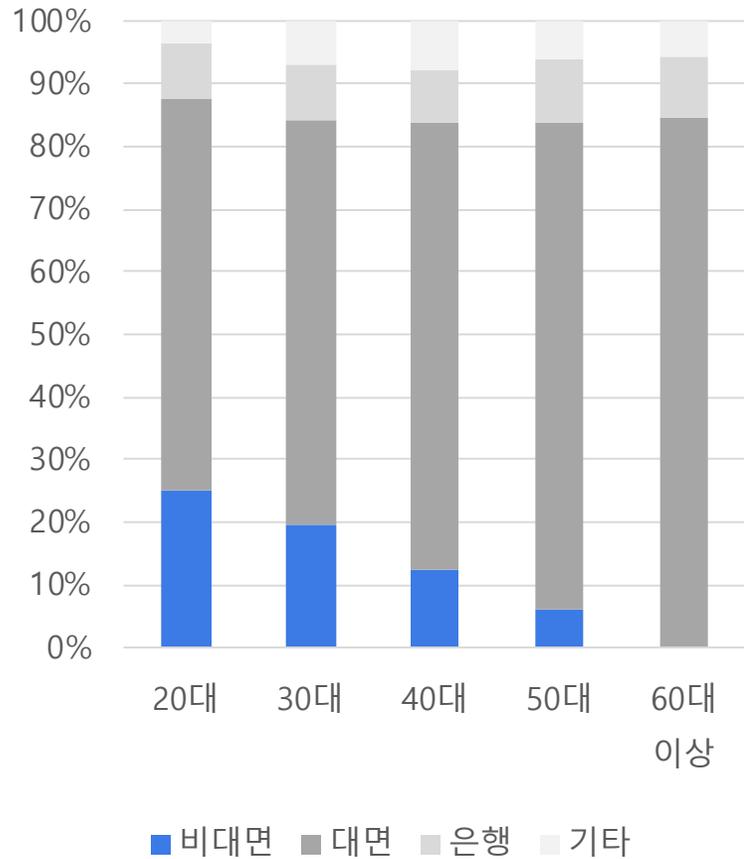
종목별 향후 생명보험 채널별 선호도 비교



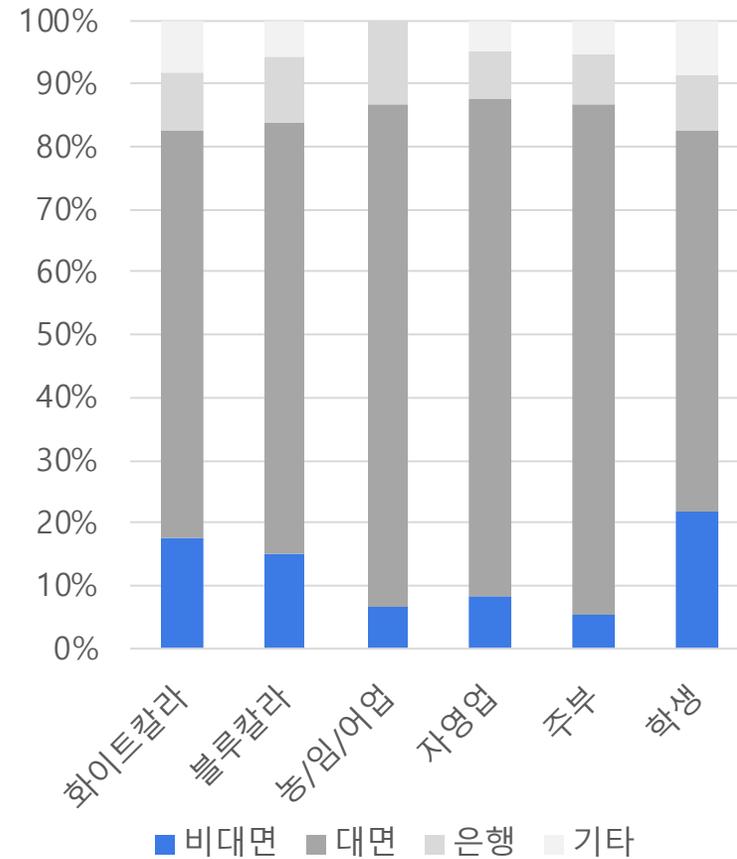
A. 시장 상황

향후 건강보험의 주요 고객인 저연령층 & 고소득/고학력층의 비대면 보험 구매 선호도가 높음

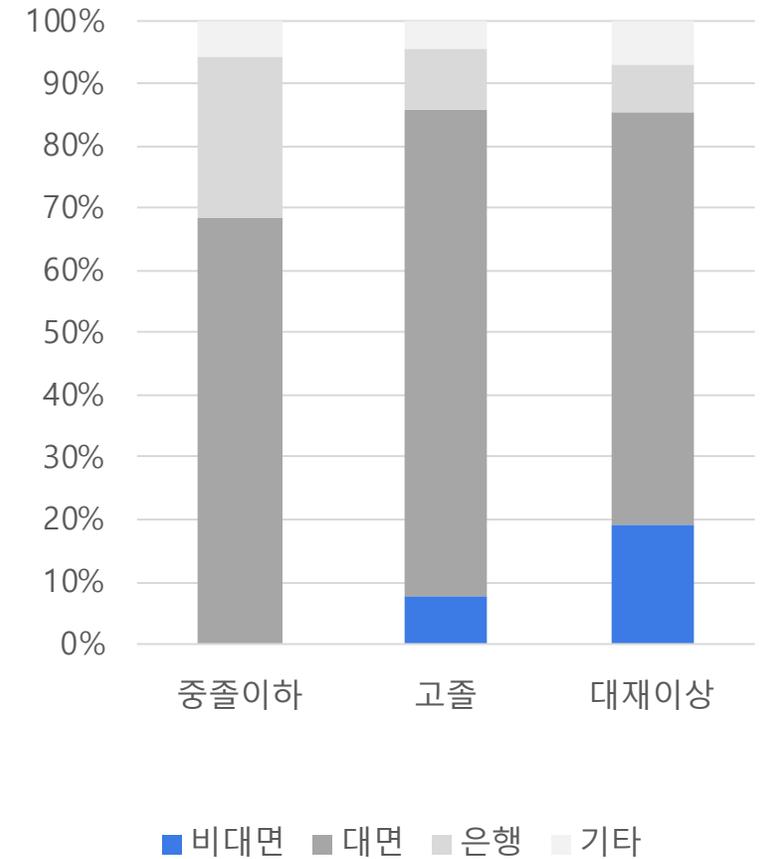
향후 생명보험 채널별 선호도: 연령별



향후 생명보험 채널별 선호도: 직업별



향후 생명보험 채널별 선호도: 학력별



B. 보맵 전략 방향성 [기존 사업 확장 내역]

지금까지 보맵은 보험 관리/청구 영역 중심으로 비대면 고객경험 혁신; 상담/구매 영역으로 혁신 확장 추진 중

기존 보맵 혁신 영역

상담

가입

관리

청구

- 보험 수요 발생시, 적기 상품 구입 유도 (B2B2C 제휴)



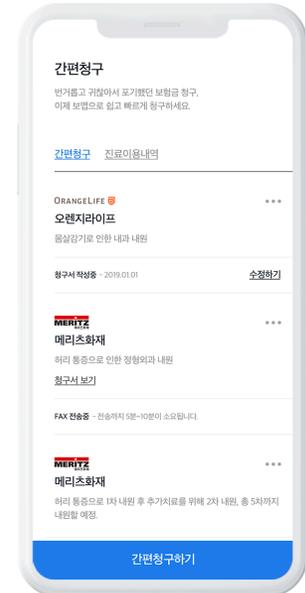
- 새로운 담보의 미니보험 출시 (예: 귀가안심보험 등)



- 국내 최초 보험계약 통합 조회 서비스 (신정원 스크래핑 기반)



- 간편 통합 청구 서비스 (팩스 대행)



B. 보맵 전략 방향성
[향후 전략 방향성: 종합]

향후 국내 보험 시장의 핵심 영역인 장기보험을 포함한 본격적인 상담/구매 혁신 추진 예정

B2C 사업 (자체 플랫폼 강화)

모든 보험 고객 니즈를
설계사 없이, 설계사보다 잘 대응할 수 있는
보험 전문 플랫폼 구축

- [상담] 개인 데이터 활용 맞춤형 보장 분석 제공
 - 기존 보장 내역, 건강, 보험 상품 등 분석 데이터 지속 확장
- [가입] 모바일에서 고객이 직관적으로 이해할 수 있는, 손쉬운 보장 가입 기능 제공
 - 보증에 따라 상품 비교/설계의 최적 활용
- [관리] 고객의 모든 가입 보험을 한 곳에서 가장 편리하게 관리
 - 보험금 청구, 약관 대출, 계약 변경 등으로 제공 관리 기능 지속 확장

B2B2C 사업 (제휴 확대)

고객이 보장이 필요할 때
가장 편리하게 보험 가입이 가능하도록
플랫폼 제휴 확장

- 고객의 보장 니즈 발생 시점 지속 발굴 (예: 현재 여행 플랫폼 내 여행자보험)
 - 고객 보장 니즈에 대응 가능한 상품 개발
- 구매 과정에서 가장 편리하게 가입 가능한 솔루션 구축 (임베디드형 확산)
 - 취급 물량 확대를 통한 상품 경쟁력 확보 (원수사 대상 협상력 제고)
- 제휴 플랫폼 고객 및 고객 데이터의 보맵 인입 추진
 - 장기적으로, 대형 제휴 플랫폼(포탈/이커머스 등)에 보맵 핵심 기능 탑재 추진

해외 사업

국내 시장에서
자체 구축한 획기적 보험 솔루션을
해외 보험 성장 시장에 전파

- 보험 고성장 중이며, 디지털 전환이 미비한 동남아 중심 진출 (국가별 진입)
- 해당 국가 내 확고한 사업 기반을 기 구축한 파트너와 제휴

B. 보맵 전략 방향성
[향후 전략 방향성: B2C]

자체 플랫폼 사업에서 보맵은 비대면 완결형 장기보험 상담/가입을 통한 고객경험 혁신 확장 추진

향후 보맵 혁신 집중 영역: B2C 사업



상담

가입

관리

청구

• 고객맞춤형 필요 담보 추천

- 1) 고객별 최적 보장: 간편 설문 + 공공 의료 데이터 기반 AI 분석을 통한 담보별 발병 가능성 및 치료비 지출 예측
- 2) 고객별 현 가입 수준 도출: 신정원 스크래핑 기반 개인별 보장 규모 도출 ('20년 8월 예정 마이데이터 사업권 확보를 통해 고객 데이터 확보 강화)

• 고객이 쉽게 이해 가능한 보장 담보 추천 UI/UX 구성

- 10대 담보별 상세 분석 내역 노출

• 고객이 담보를 직접 선택 가능한 모듈화 상품 출시

- 디지털 보험사 제휴 (예: 하나생명, 교보라이프 플래닛 등)

• 심사 자동화를 통한 온라인/모바일 가입 프로세스 완결

- 제휴 보험사 논의 중

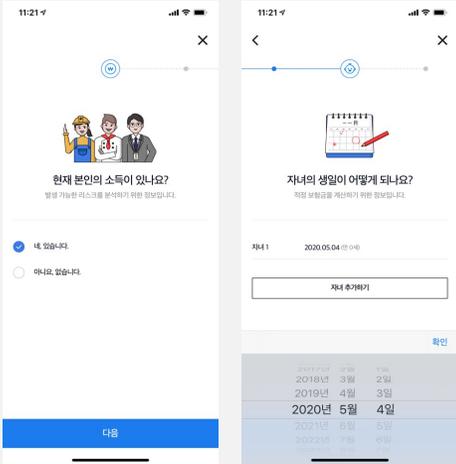
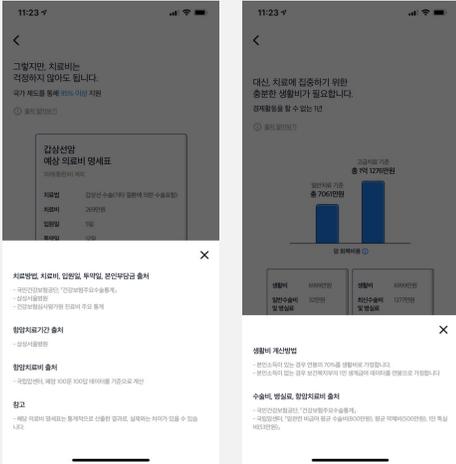
• 설계사 수수료 제거를 통한 보험료 절감

- 제휴 보험사 논의 중

B. 보맵 전략 방향성
[향후 전략 방향성: B2C]

보맵은 지속적 데이터 활용 확장을 통해 고객맞춤형 필요 담보 추천 기능 강화 추진

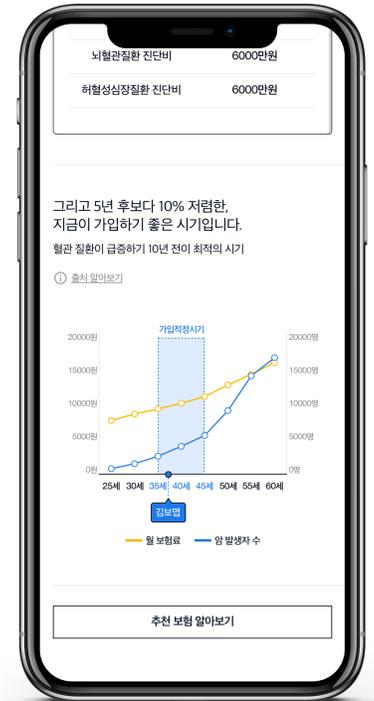
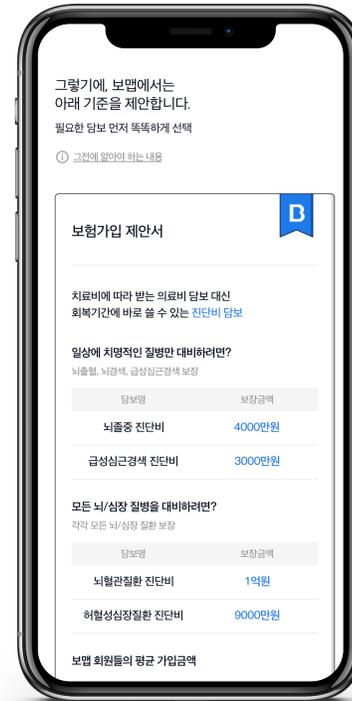
보맵 고객맞춤형 보험 담보 추천 기능 강화 방향성

	<p>간편 설문</p>	<p>+</p> <p>공공 의료 데이터</p>	<p>+</p> <p>현재 보장 수준</p>
<p>현재 데이터 활용내역</p>	<ul style="list-style-type: none"> 본인/배우자 소득, 자녀 보유 여부 등 7개 항목 	<p>가족력, 연령, 지역에 따른 발병률/치료비 도출 (국민건강보험공단, 건보심사평가원, 국립암센터, 삼성병원 등)</p> 	<p>신용정보원 '내보험다보여' 서비스 기반 (가족 연동 가능)</p> 
<p>향후 활용 확대 방향성</p>	<ul style="list-style-type: none"> 건강 데이터: 개인별 건강검진 내역 등의 활용을 통한 발병률 예측 고도화 금융/보험 현황: 마이데이터 사업권 확보를 통해 고객별 현 보장 수준 및 가입여력 도출 정교화 		

B. 보맵 전략 방향성
[향후 전략 방향성: B2C]

고객이 필요한 담보를 명확히 이해하고, 직접 설계할 수 있도록 자세하면서도 쉬운 UI/UX 구성 추진

고객 맞춤형 필요 담보 추천 프로세스



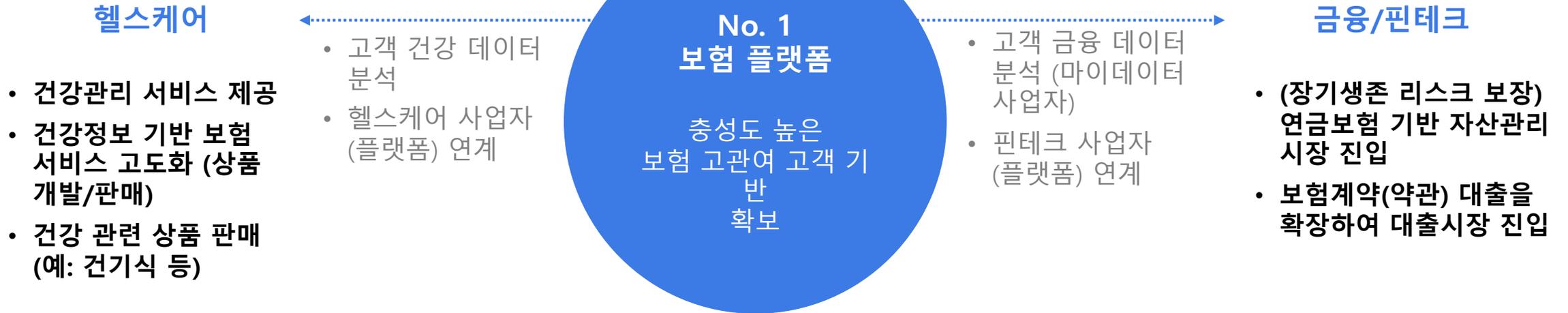
• 10대 담보 영역에 대한 보장 필요 내역 & 현 보장 수준 요약

• 세부 담보별 고객 발병 확률 상세 설명 및 치료/진단비 필요 내역 상세 설명

• 세부 담보별 보장 가입 필요 내역 상세 설명 (일반형 vs. 고 급형 vs. 유사 보맵 회원 비교)

• 담보 내역별 최적 가입 시점 설명

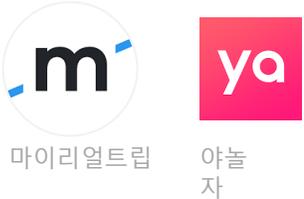
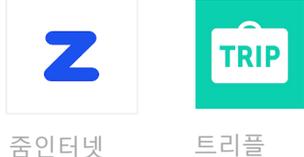
보맵 장기 사업 확장 방향성 (초기적)



B. 보맵 전략 방향성
[향후 전략 방향성: B2B2C]

고객이 다양한 보험을 가장 편리하게 구매할 수 있도록 제휴 보험 판매 사업의 지속 확장 추진
 제휴 플랫폼 고객의 보맵 고객화 추진

향후 보맵 혁신 집중 영역: B2B2C 사업

여행자보험 고도화			신규 사업기회 발굴
제휴 플랫폼 확대	고객 구매경험 제고	판매 상품 확대	
<ul style="list-style-type: none"> 제휴 완료 플랫폼  <ul style="list-style-type: none"> 제휴 진행 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 임베디드 방식 적용: 여행상품, 항공권 구매 과정에 보험 가입 연계 (항공권 입력 정보 = 보험가입 입력 정보) 	<ul style="list-style-type: none"> 여행보험 카테고리 확대를 위한 추가 상품 소싱 항공기 연착 서비스: 예약 항공편 2시간 지연 확정 시, 해당 공항 라운지 사용 QR 코드 발송 위약금보상보험: 질병, 상해, 입국 제한 등으로 여행 불가 시, 숙박/항공/패키지 위약금 보상 	<ul style="list-style-type: none"> 펫코노미보험: 보험료가 비싼 의료비 보장이 아닌 실제 자주 발생하는 대인/대물 배상책임, 유실비용 보상 (연 2만원) 이외 해외직구보험, 휴대폰 스크래치보험, 택시/대리기사보험 등 제휴 플랫폼 니즈가 있는 다양한 보험상품 준비 중

B. 보맵 전략 방향성 [향후 전략 방향성: 해외]

국내 보험시장에서의 성과를 바탕으로 동남아 중심 해외 보험시장 진출 추진

보맵 x CHUBB 태국 MOU (2019.09.02 대통령님 태국 순방 동행)

보맵 | 보험 | 인슈어테크

보맵, 태국 진출 발판 마련...처브와 사업협력 MOU

f t n e < 공유 1 댓글 0

언어 선택 Google 번역에서 제공

인슈어테크 기업 보맵이 태국 시장 진출에 나선다.

보맵은 태국 방콕에서 지난 9월2일부터 이틀 간 '국경없는 스타트업, 하나의 생태계(Borderless Startup, One Ecosystem)'라는 주제로 열린 '한-태국 스타트업 서밋'에 참가해 처브(CHUBB)그룹의 태국법인인 처브 태국과 업무협약을 맺었다.

처브그룹은 전세계 54개국에 재물, 개인상해, 건강, 재보험, 생명보험을 제공하는 세계 최대 규모의 상장 손해보험기업이다.

이번 업무협약으로 양사는 비대면 보험 상품개발, 공동 마케팅 진행 등 파트너십과 역량을 강화하고 협력을 확대해 나갈 예정이다. 이를 통해 보맵은 태국 진출을 위한 발판을 마련하게 됐다.



보맵 신한퓨처스랩 인도네시아 1기 기업 선정

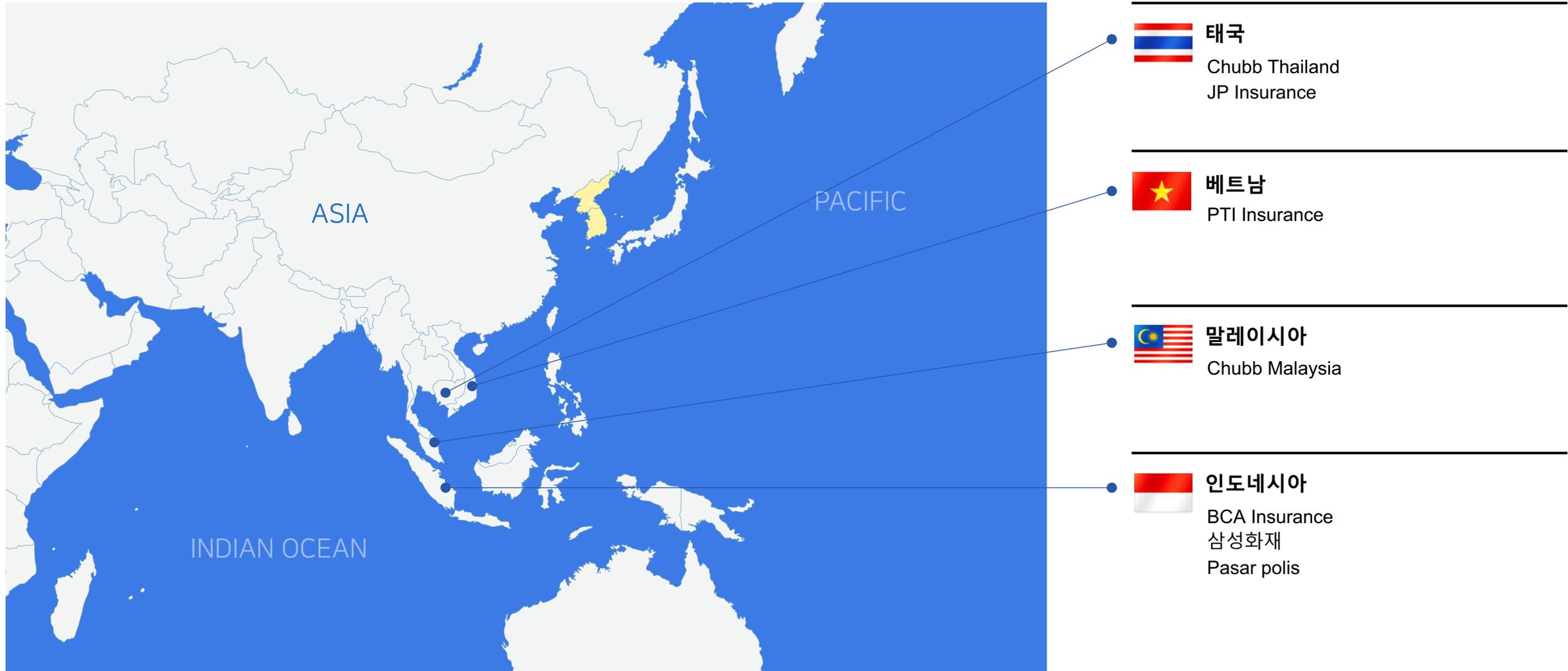
인도네시아 퓨처스랩 개소식 행사에는 신한은행장과 신한금융부사장, 한국핀테크지원센터, 은행연합회, 한국성장금융, 코하이브, 양국 핀테크기업 및 투자자 등이 참석했다.

신한금융그룹은 이날 행사를 통해 그동안 국내외에서 핀테크랩(퓨처스랩)을 운영해온 경험을 바탕으로 인도네시아 진출을 원하는 국내 스타트업과 인도네시아 유망 스타트업 발굴 및 육성 계획을 발표했다.



B. 보맵 전략 방향성
[향후 전략 방향성: 해외]

국내 시장 내 성공 모델을 활용하여 동남아 현지 선도 보험사와 제휴를 통한 진출 추진 예정



Fin.
감사합니다.



데이터를 활용한 보험 비즈니스 모델

2020. 09

KPMG Digital, Partner Sei-Ho Kim (김세호 상무)



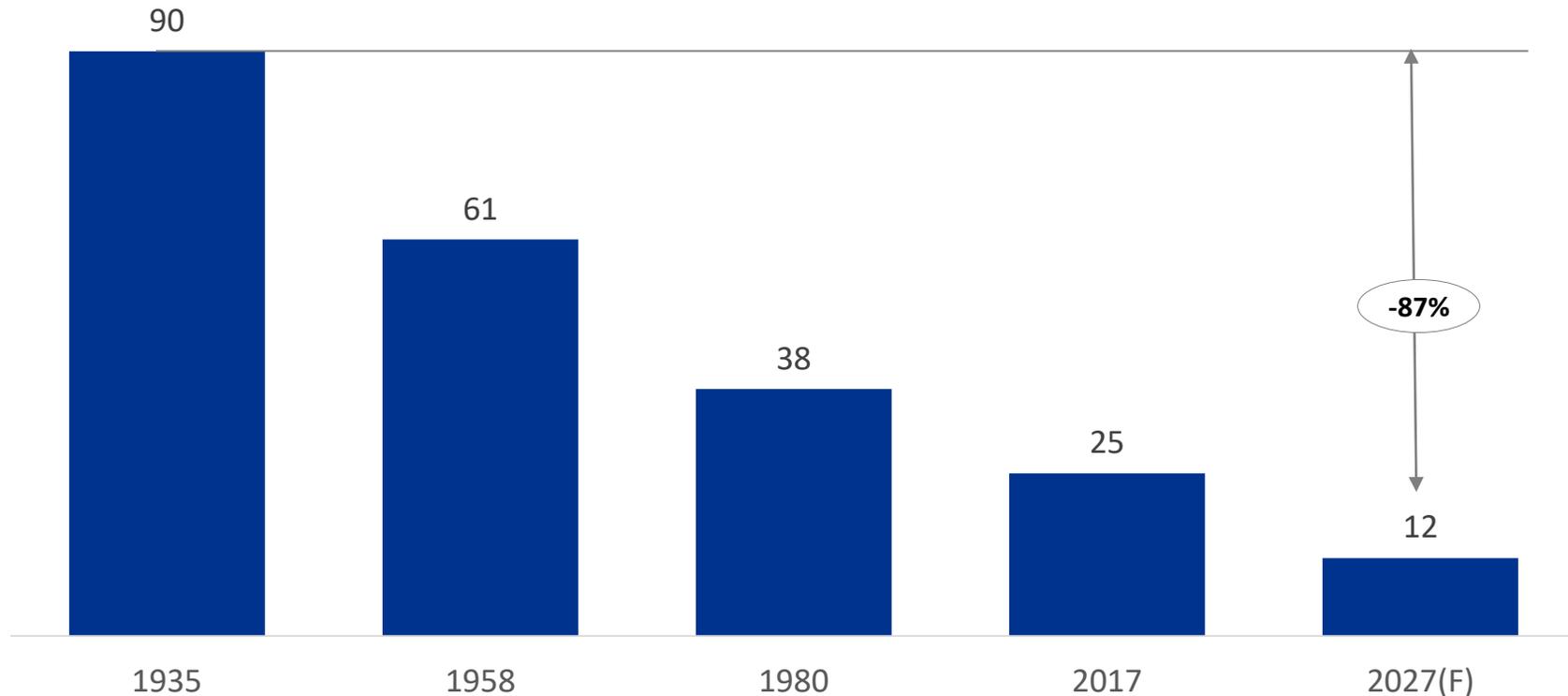
Table of Contents

I. 금융업의 Digitalization

II. 보험업의 Disruption

III. Going Forward

디지털화라는 도전 앞에 S&P 500 기업들의 평균 수명¹⁾은 25년 수준으로 감소했으며, 2027년에는 12년까지 단축될 것으로 추정됨

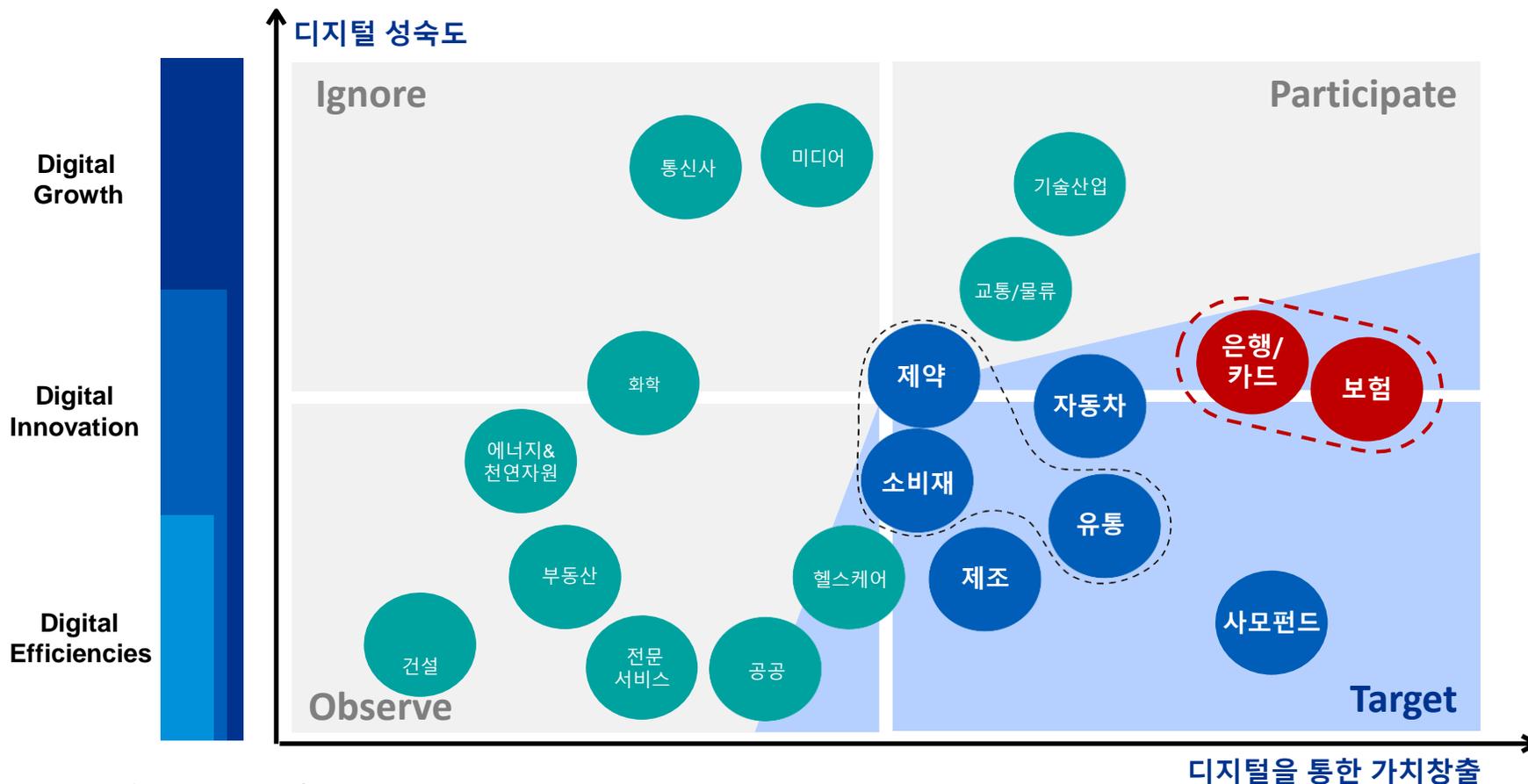


* Source : Corporate Longevity, Innosight, 2018

1) 평균 수명은 S&P 500 에 최초 진입부터 이탈까지의 소요기간

특히 금융업은 무형자산을 기반으로 하기 때문에, 디지털 혁신에 따른 영향도가 높음

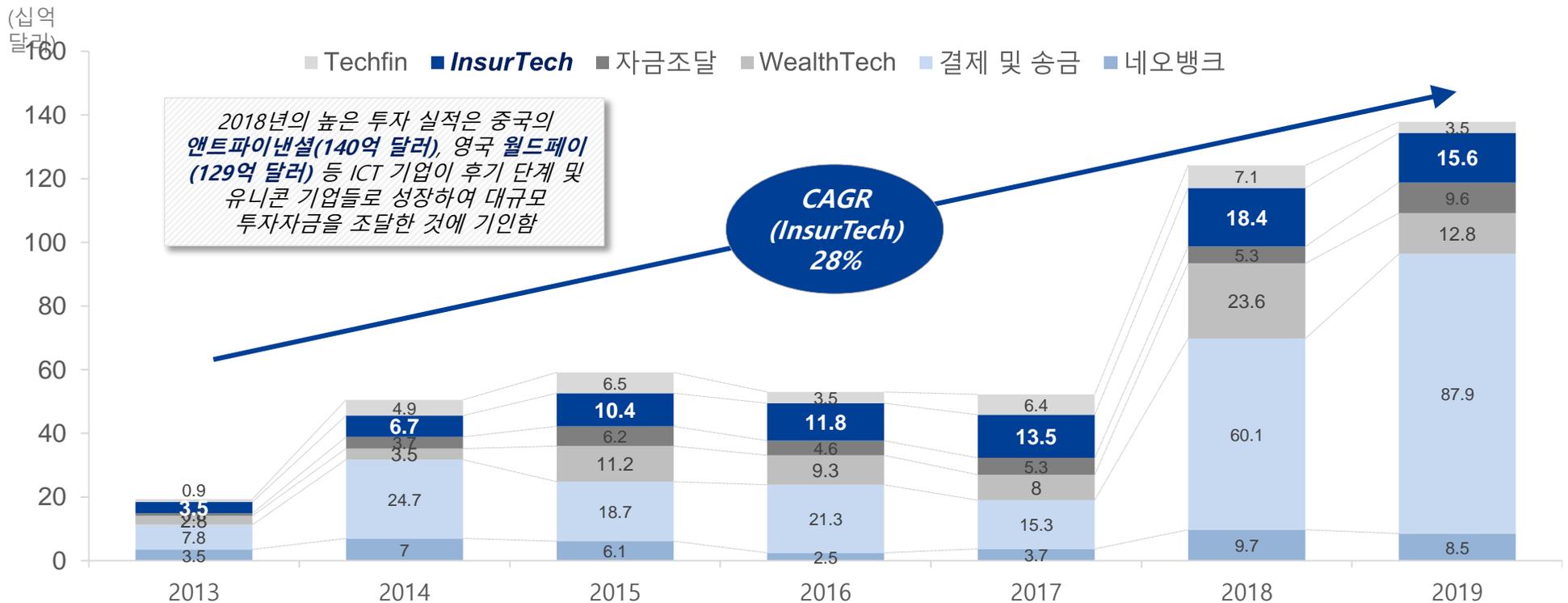
KPMG Global의 Digital Transformation Target 산업군



*Source: KPMG 'DigitalStrategy & Transformation'

결제 및 송금 부문이 핀테크 사업을 주도하고 있으나, InsurTech 부문 역시 꾸준한 성장세를 보임

핀테크 산업별 투자 추이



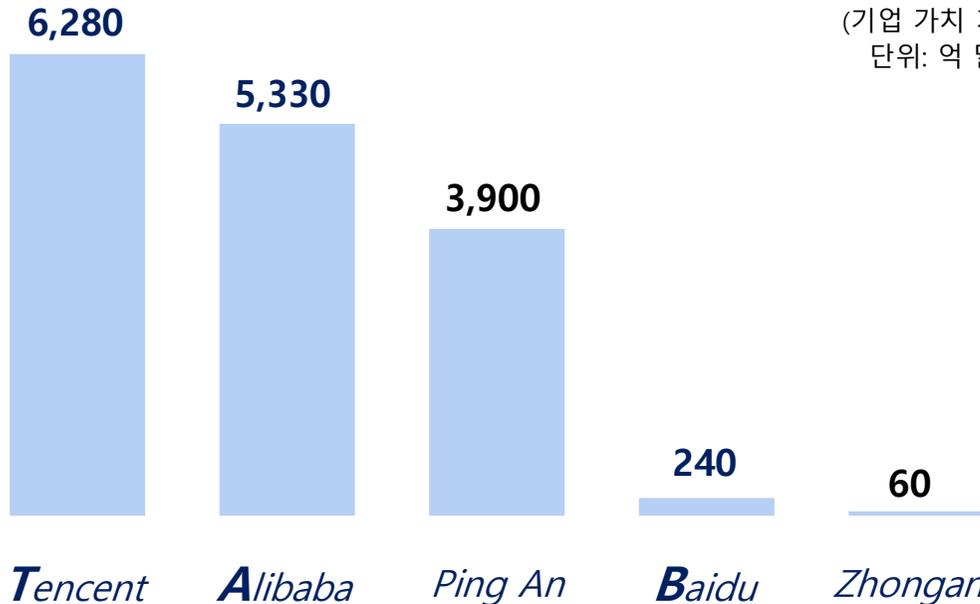
Note: 결제 및 송금, 자산관리, InsurTech, 네오뱅크, 자금조달 부문은 핀테크 기업 중 B2C 기업에 한정하였으며, 테크핀은 관련된 섹터에 대한 기술기반을 모두 포괄하기 위해 핀테크기업 중 B2B 기업으로 정하여 중복성을 최소화함

Source: Pitchbook, 삼성KPMG Analysis

중국의 주요 Technology 및 FinTech사들은 이미 골드만삭스, AXA 등 글로벌 금융사들의 기업 가치를 뛰어넘는 급격한 성장을 함

주요 Disruptor 규모

“BAT 중심으로 급격히 성장하고 있음”



(기업 가치 기준,
단위: 억 달러)

VS

Morgan Stanley

기업가치 1,680억

설립연도 1935년

Goldman Sachs

기업가치 1,630억

설립연도 1869년



기업가치 520억

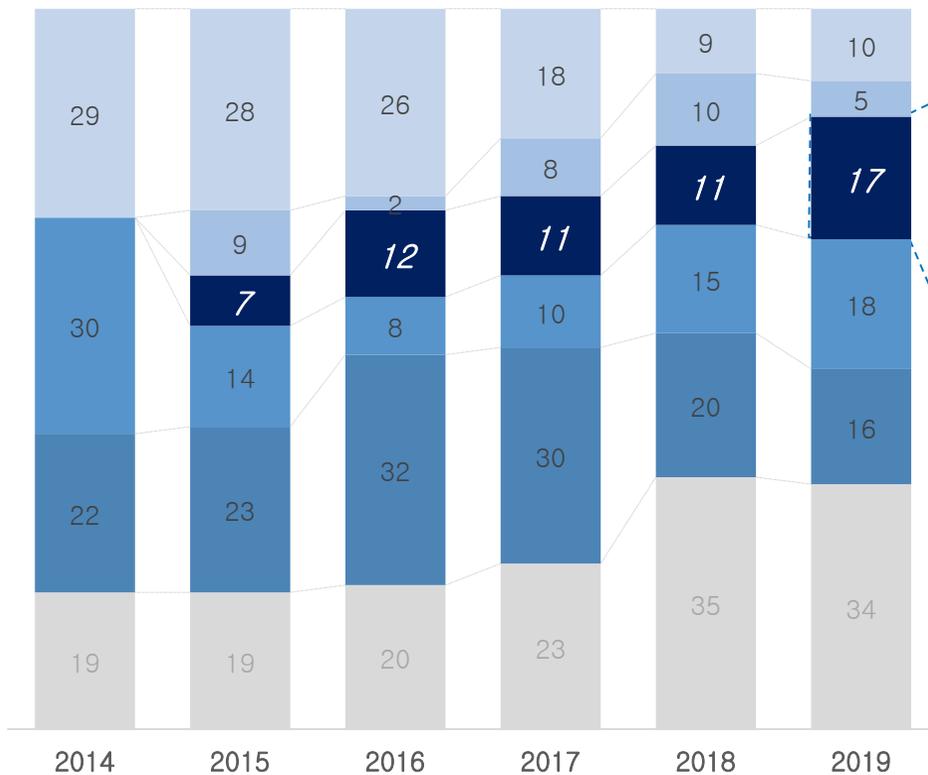
설립연도 1817년

*Source: Bloomberg, 2020.8 기준 (Zhongan은 2019 기준)

최근 디지털 기술 및 데이터 분석 기반의 비즈니스 모델을 갖춘 InsurTech 스타트업들이 등장하고 있음

주요 글로벌 인슈테크 스타트업¹⁾ (KPMG's FinTech 100)

Selective



- 빅데이터/머신러닝 적용을 통해 예방 가능 질병에 대한 관리 및 클레임 처리 프로세스 고도화 (회원 수: '17년 10만 → '19년 26만)



- 빅데이터 기반 질병 확률 조언, 노인/저소득층 의료보험 개선 및 예방적 헬스케어 활용 (85% 정확도로 입원 위험 식별)



- AI 데이터 분석 및 챗봇을 활용해 고객 클레임 처리 프로세스 단축 (고객 응대 31만 건 중 18만 건을 AI를 통해 처리)



- 운전 거리 기준 보험료 산정
- 고객 데이터 (차량 주행시간 등) 모니터링을 통한 맞춤형 보험 플랜 제공

*Source: KPMG FinTech 100 (2015~2019)

非금융사는 기술 역량을 활용해 고객 접점을 확보, 타 산업군과 연계/제휴를 통해 금융, 건강까지 아우르는 사업 확장 및 시장 선점

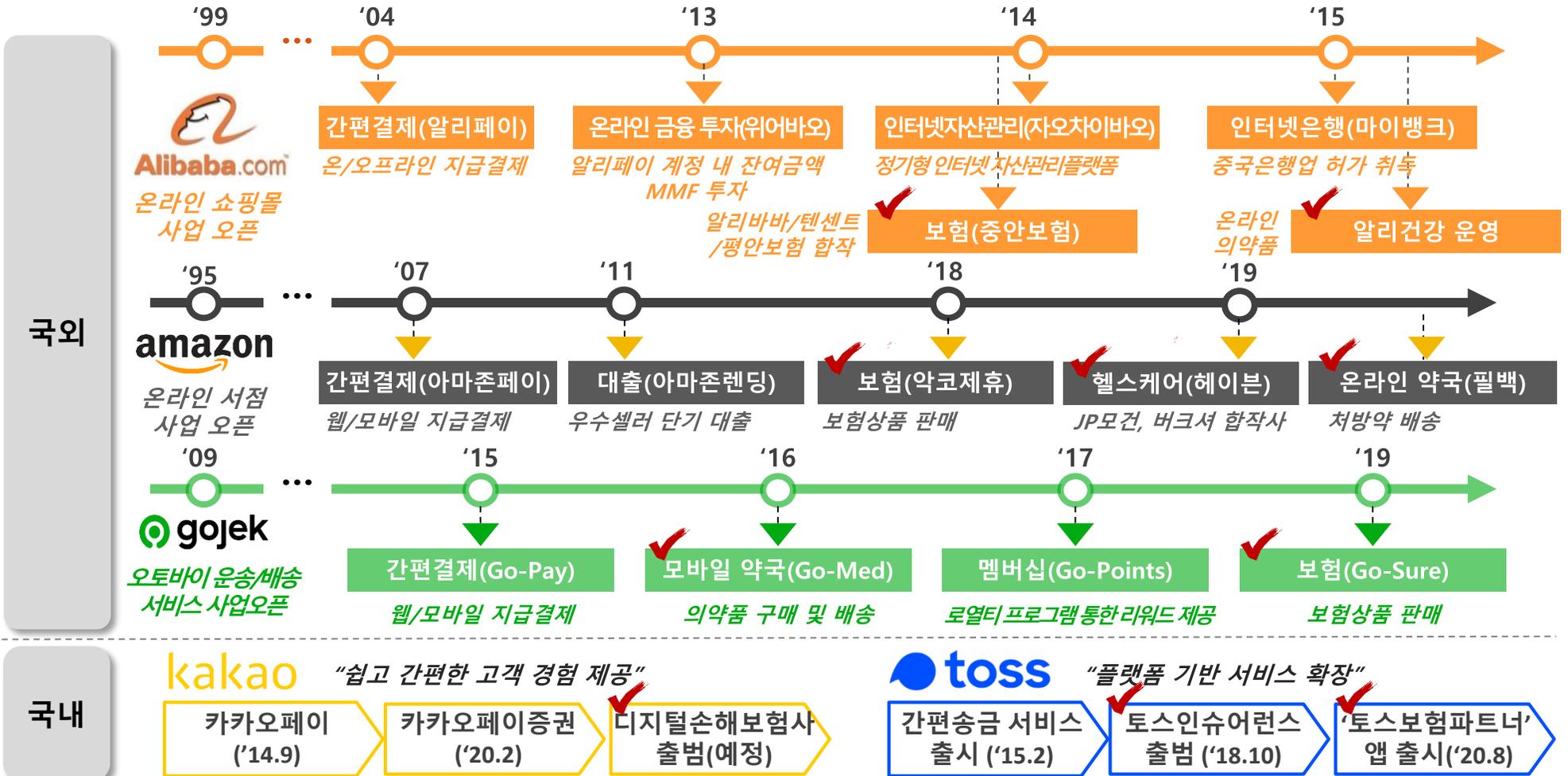


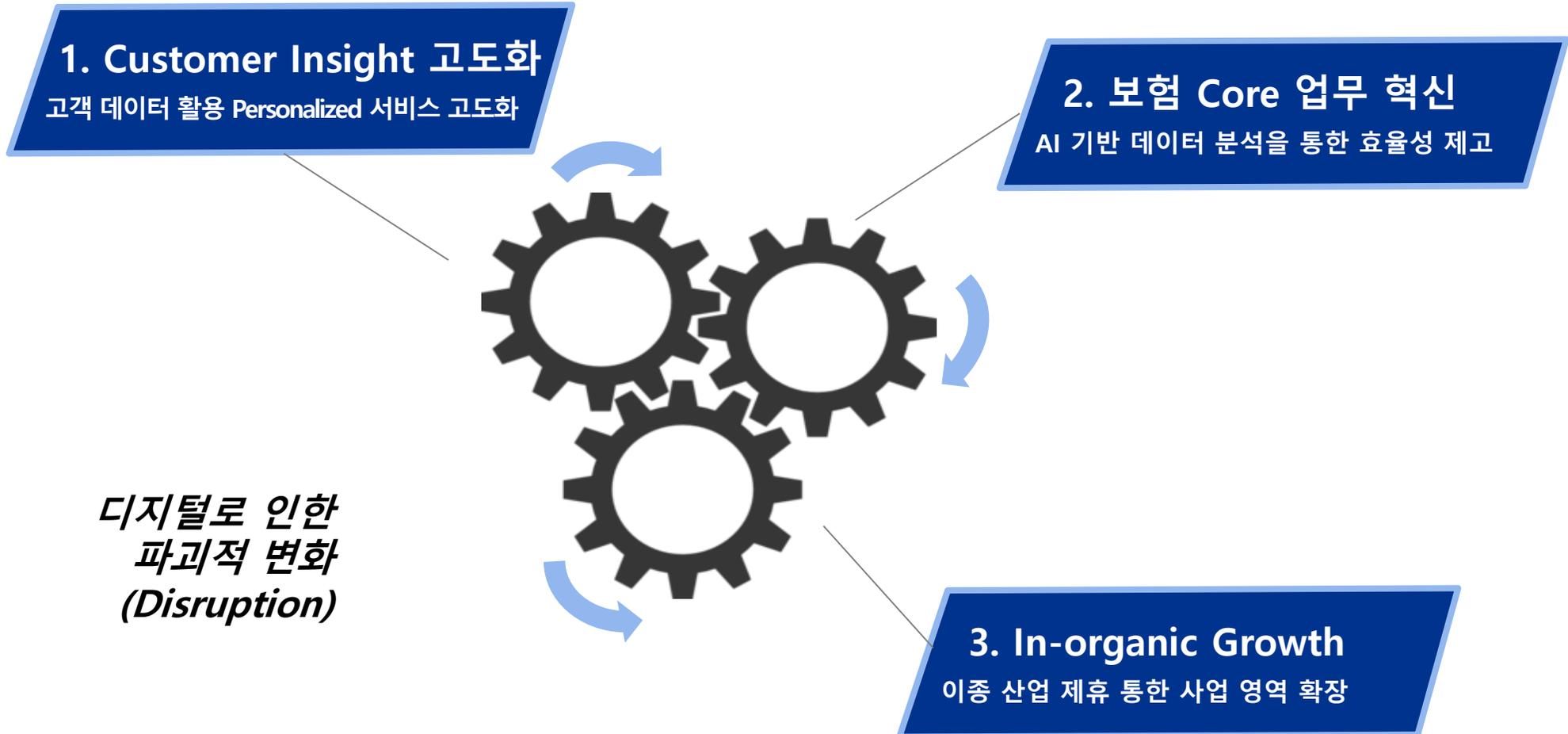
Table of Contents

I. 금융업의 Digitalization

II. 보험업의 Disruption

III. Going Forward

새로운 디지털 기술의 등장으로 인하여 보험업 전반에 걸친 파괴적 혁신 (Disruptive Innovation)이 예상됨



고객 건강, SNS 정보 등 빅데이터를 분석하여 고객의 니즈를 파악하고 초개인화 서비스를 제공하는 데이터 중심의 비즈니스로 전환이 가능함

고객 데이터 활용 Personalized 서비스 고도화

고객 비정형 데이터 및 IoT 디바이스를
기반으로 실시간 고객 데이터 추출



웨어러블 디바이스

: 고객 건강 상태,
운동량 등 측정



커넥티드 카

: 고객의 운전습관,
사고 여부 파악

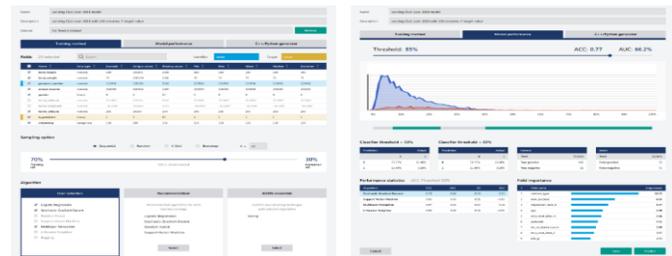


SNS 정보

: 고객 생활 패턴,
LifeStyle 파악

수집된 정보를 분석하여, Risk 관리 및
상품 포트폴리오 다변화 등에 활용 가능

<p>✓ 고객 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> 고객 여정 관리 (신규~탈회) Retention 	<p>✓ 맞춤형 상품 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> DIY 맞춤형 상품 구독형 보험 상품 	<p>마케팅 캠페인</p> <ul style="list-style-type: none"> 캠페인 대상 최적화 캠페인 성과분석
--	--	---



“실시간으로 추출된 내/외부 정보를 통한 Grey Zone 없는 고객 관리 및 상품 다변화 가능”

고객 여정 관리 및 고객접점(MoT) 고도화를 통해 대면·비대면 채널 연계 마케팅 및 차별화된 고객관리 서비스 수행

Allianz 고객 여정 관리 사례



"계약부터 해지까지
 쉰 고객여정관리로,
 급부단위 분석, 계약유지
 Retention 프로그램 운영"

"데이터 분석기반 유병자
 U/W 심사정교화로
 Up-Sell"

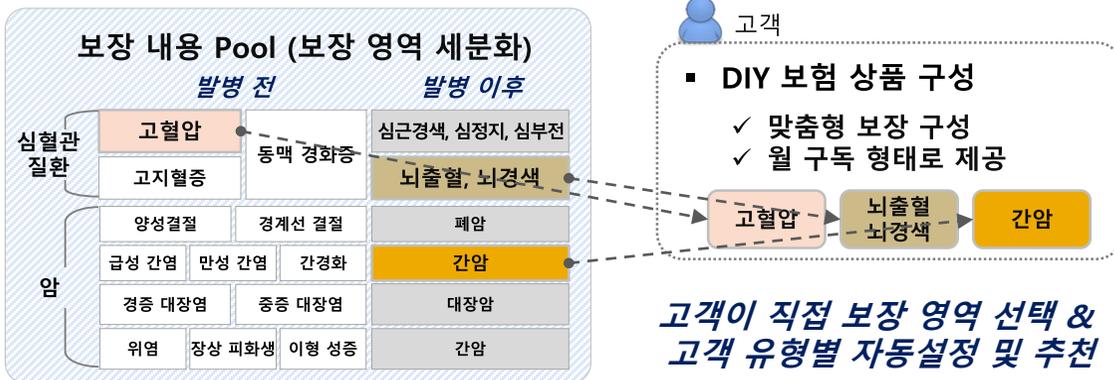
"고객 접점기회 확대
 및 정보수집을 위해
 Health EcoSystem 기반
 파트너 협업 강화"

"2019년 역대 최고 영업
 이익 140억 달러 달성,
 브랜드가치 120억 달러로
 전년대비 12% 증가"

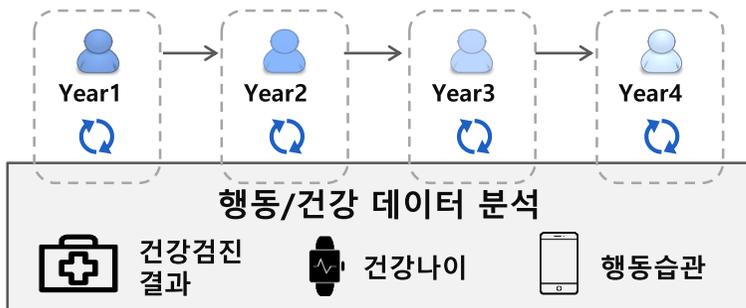
보장폭 · 가격 직접 구성을 통해 고객 니즈를 충족시키고, 이후 고객 데이터 분석을 통한 보장영역 리밸런싱 및 맞춤 설계 서비스를 제공함

DIY/Subscription 질병 보험 상품 예시

1. DIY 보장 영역 선택



2. 고객 데이터 기반 상품 리밸런싱



고객 행동 및 건강 데이터 기반 최적 보장영역 리밸런싱 추천

DIY/Subscription 보험 상품 제공 사례



"월 £19.5로 3가지 보장을 선택하는 구독형 보험 상품"



- 7가지 상품군 중 고객이 자유롭게 선택하여 구성 (4개: £ 26, 5개: £ 32.5, 6개: £ 39, 7개: £ 45.5)
- 옵션 추가, 제외 등 변경은 年 단위로 가능
- 내부 고객 데이터 기반 맞춤 상품 추천 서비스 제공



"구독 형태의 보험상품을 판매하는 브라질의 디지털 보험사"

- Home Insurance (월 4천원), Smartphone (월 2천원), Bicycles (월 5천원) 등 3가지 보험 상품을 월 구독 형태로 판매 중
- 모바일 앱 기반 AI 챗봇을 통해 보험 상품 설명부터 판매까지 자동화 프로세스 구현

건강보험 미가입 이유 (%)

보험연구원(2017)

	현재 건강하여 필요성 못느낌	보험료가 부담 되어서
20대	52.7%	17.6%
30대	47.9%	41.7%
40대	26.0%	50.0%
50대	26.9%	50.0%

건강위험 초기단계 보장 통한
→ 2030의 보험 니즈 제고

핀셋 보장 통한
보험료 부담 경감
→ 4050의 보험 니즈 제고

2019 건강검진 대상 변경안

- 40세 이상
- 직장가입자
- 지역가입자의 세대주



- 20세 이상 (20~40세 719만명)
- 직장가입자 + 피부양자
- 세대주 + 세대원

2030 건강검진 대상자 증가 → 건강관리 니즈 증대

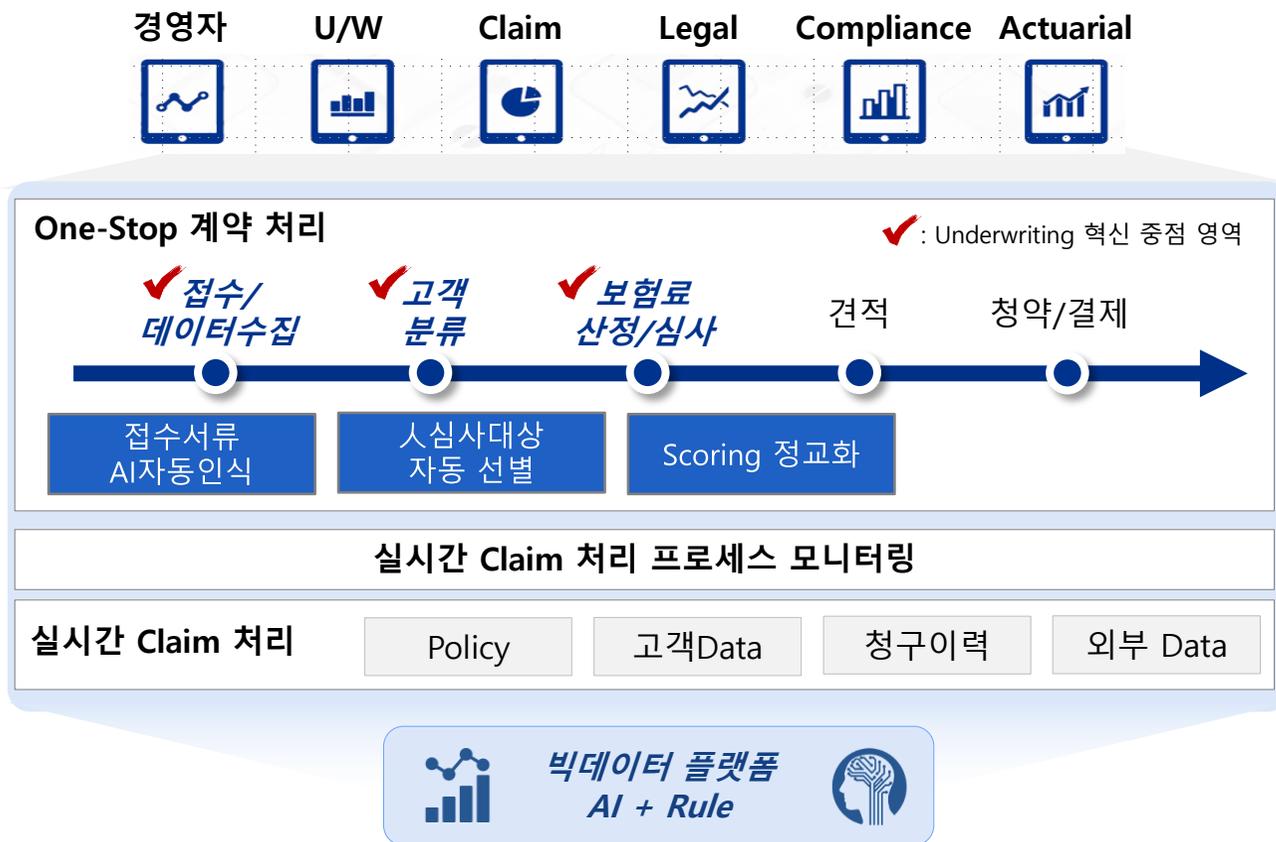
데이터 기반 건강위험 초기단계
보장 통한 Unmet 니즈 소구 가능

보험 상품 DIY/Subscription 化 등
본업 경쟁력 강화의 토대로 활용

고객 주도적 구매가 가능한
디지털 채널 확보 필요

고도화된 데이터 분석을 통한 U/W, Claim, 설계사 지원 등 보험 핵심업무 혁신이 가능함

U/W 및 Claim 업무 고도화

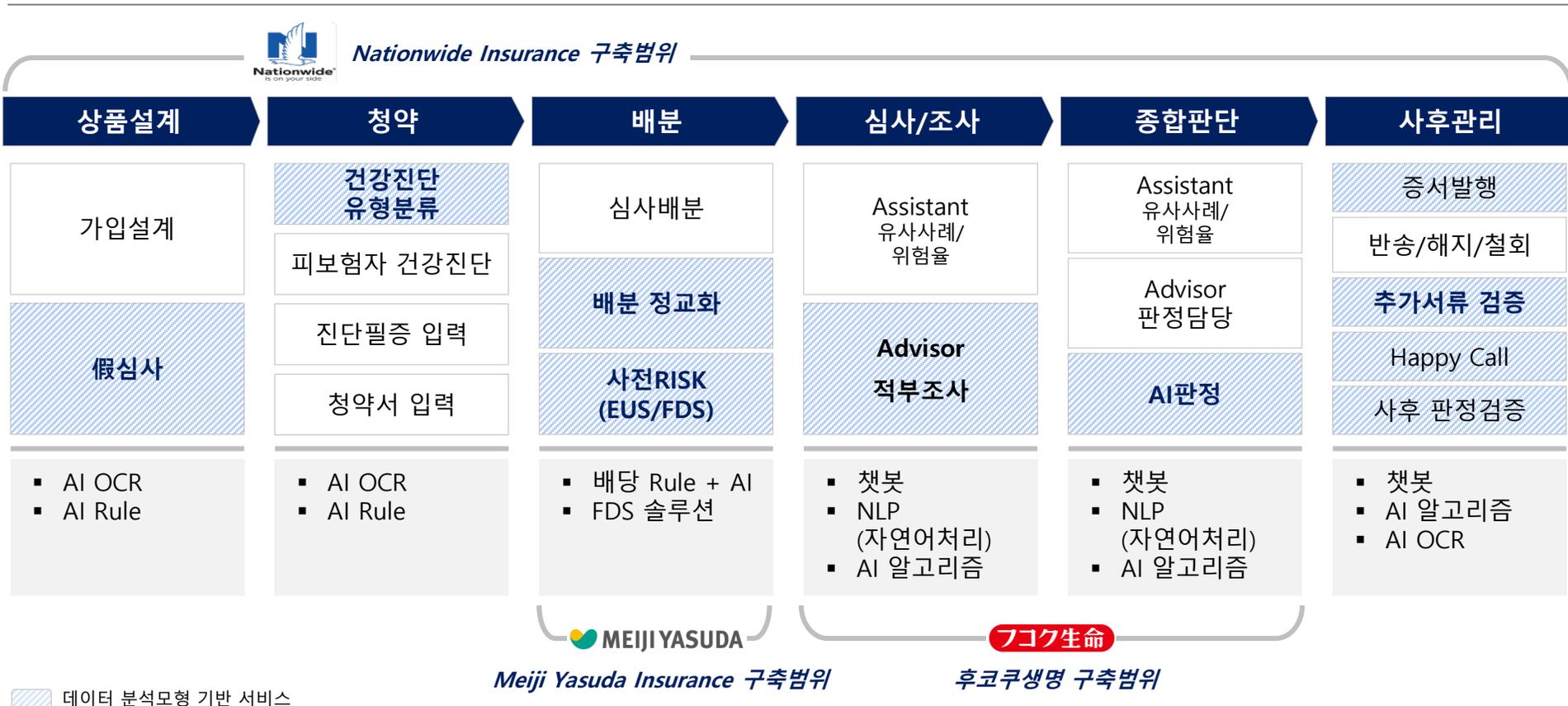


고객 데이터 분석 통한
U/W 정교화 및 Risk 최소화
 내/외부데이터소스 결합 및 AI기반
 심사 알고리즘으로,
 신뢰 가능한 U/W결과 도출

데이터 분석 기반 Claim 고도화
 심사를 정교화, 자동심사 확대,
 심사현황 실시간 모니터링 통한
 업무 효율 제고

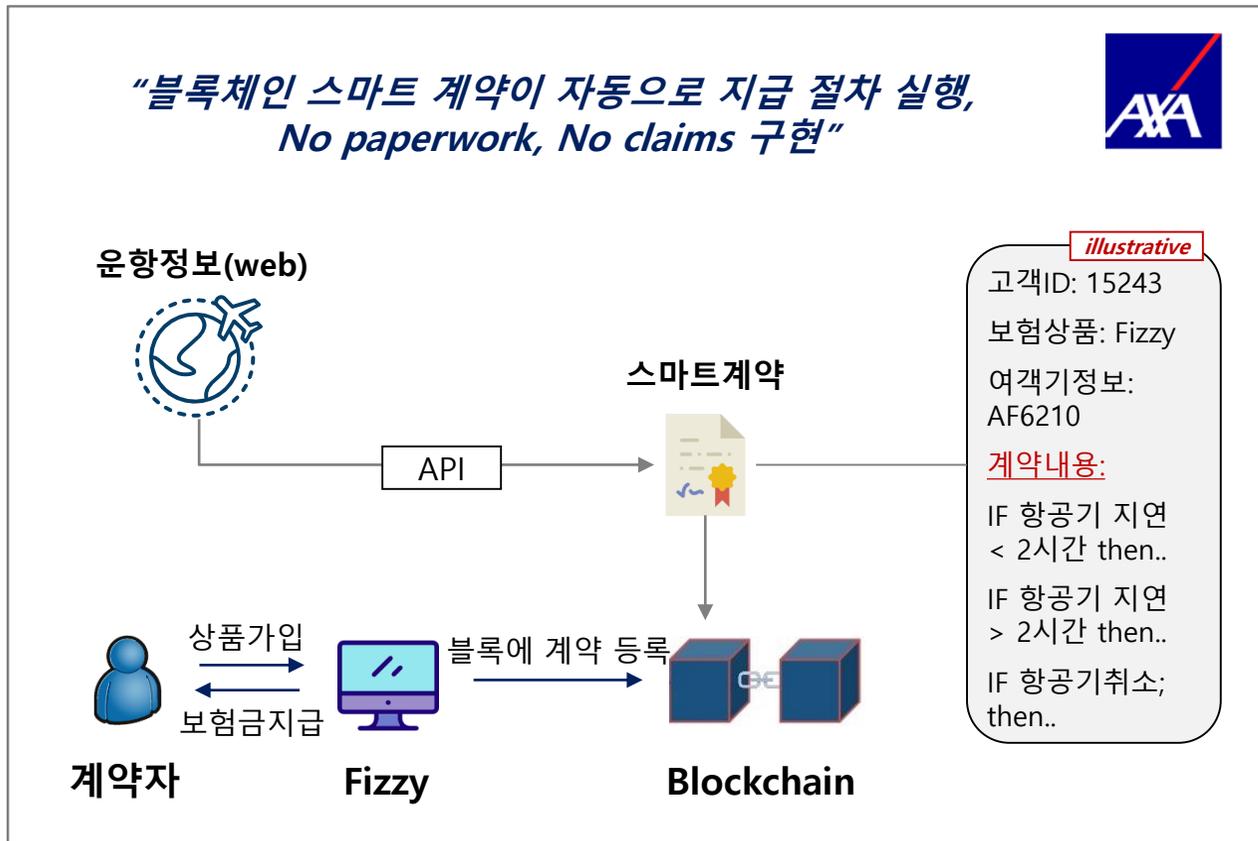
假심사 판정/유형분류 및 유사사례를 제공하는 Advisory 기능 제공 통한 심사 정교화와, AI 심사에 의한 자동심사 대상 확대에 활용 중

U/W 프로세스별 고도화 적용 사례



AXA는 별도 클레임 업무처리 없이 비행기 지연 보상을 해주는 'Fizzy'를 출시하여 미국과 프랑스 비행 건을 대상으로 서비스를 제공함

블록체인 네트워크 활용한 보상금 지급 효율화 사례



- 블록체인의 스마트계약을 활용한 비행기 지연 보상 보험
 - 스마트계약을 활용하여 항공기가 2시간 이상 지연 시, 이유불문 즉시 보상금 지급

- 자동화된 클레임 처리
 - 계약정보를 블록체인 네트워크에 저장 및 보관되며 계약 이행 조건은 스마트계약 기반으로 관리
 - 이행조건 (비행기 2시간 지연) 발생시 자동으로 보상 처리 완료되며 별도의 클레임 절차 불필요

In-organic 관점에서 헬스케어, 자산관리 등 보험 외 사업 영역으로 확장을 통한 미래 성장 동력 확보가 중요함

In-organic Growth를 통한 보험 산업의 확장 (예시적)

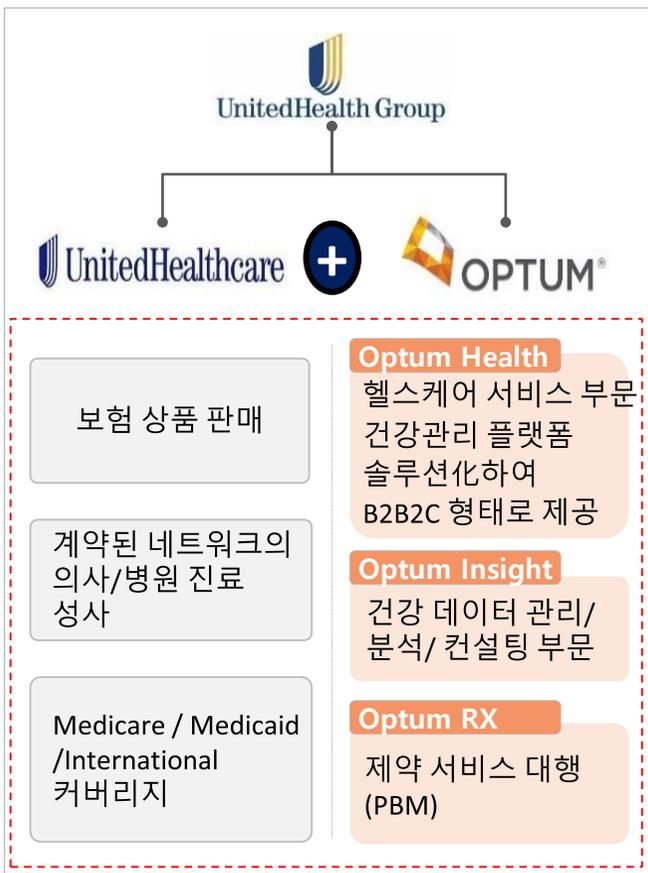


보험산업 전·후방으로의 사업 영역 확장
 전통적 보험업의 범주가 아니었던 건강관리, 재무관리 등 사전 손실 예방 및 사후관리까지 사업영역 확장 가능

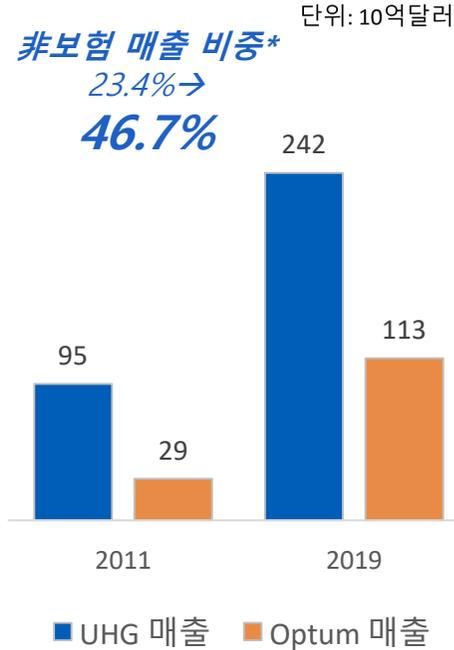
이종산업 제휴를 통한 보험 Ecosystem 형성
 플랫폼, 채널, 상품 개발 등 이종 산업 Player와의 제휴를 통해 고객 보험 접근성 극대화 가능

Optum은 축적된 건강 데이터를 통해 민간 기업, 공공기관, 정부, 의료기관 등에 지식기반 데이터 분석 및 컨설팅 서비스를 제공함

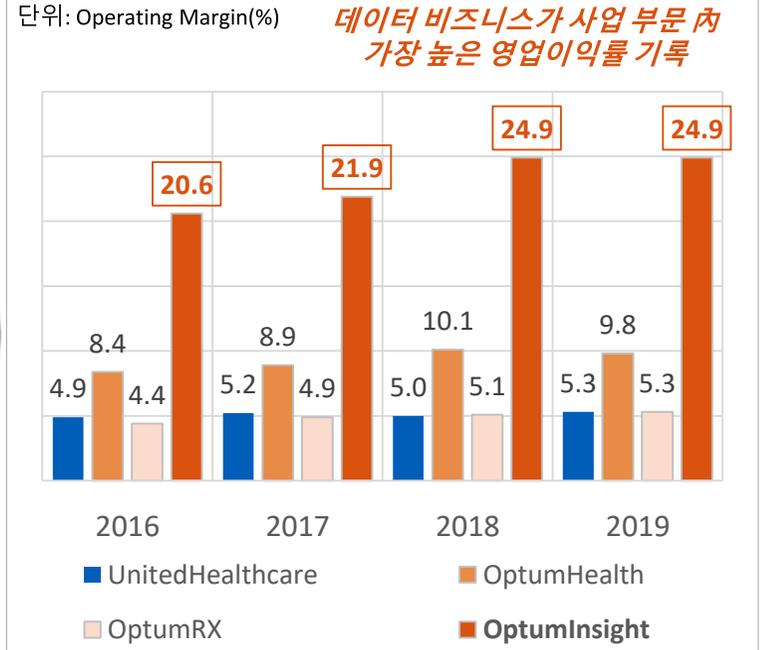
UHG 주요 사업 영역



매출 성장 추이



UHG 사업 부문별 영업이익률



자회사 Optum의 非보험 사업 매출은 급성장 중이며...

...지식기반 서비스 수익 모델 구축을 통해, 사업 부문 간 win-win 관계로 선순환 시너지 창출

*) Optum '11년 대비 '19년 매출 비중 (Optum 매출액: 290억 달러 → 1,130억 달러)

*Optum 사업은 크게 헬스케어 서비스 (OptumHealth), 데이터 분석 (OptumInsight), 약제비 관리사업(OptumRX) 등 3가지 부문으로 나뉨

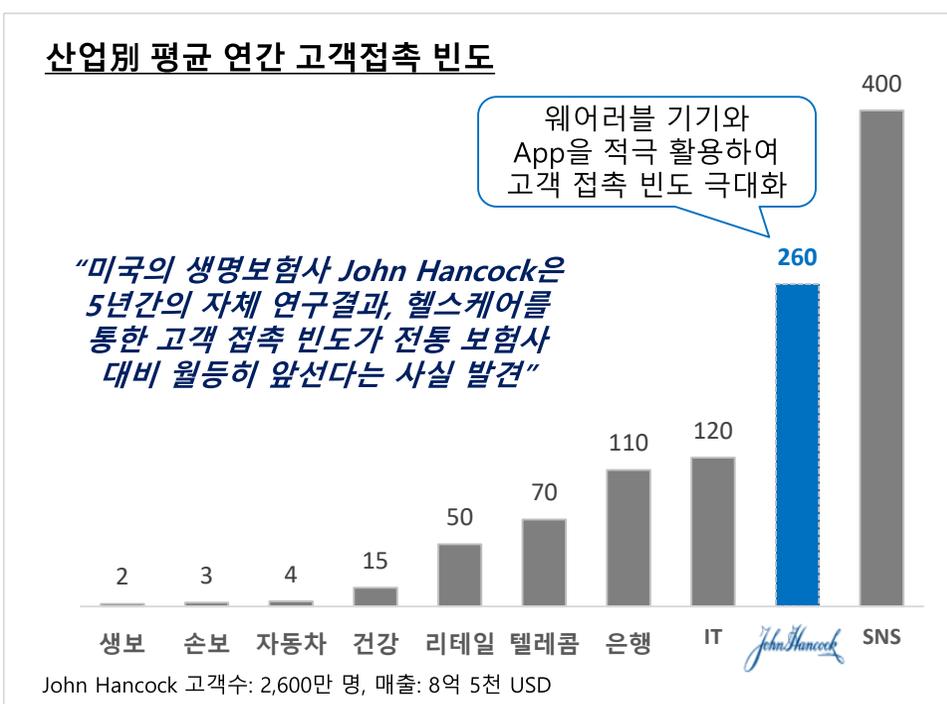
보험사는 고객을 이해할 수 있는 접점이 미흡하여 고객 유입, 고객 확보를 위한 근본적인 개선이 필요함

금융 앱 MAU(월 활성 사용자) 순위

손해 보험		생명 보험		국내 핀테크	
1	삼성화재 50만	1	삼성생명 20만	1	삼성페이 750만
2	현대해상 34만	2	한화생명 19만	2	토스 675만
3	DB손보 32만	3	교보생명 13만	3	카카오뱅크 577만
4	메리츠화재 25만	4	신한생명 13만	4	페이코 194만
5	KB손보 23만	5	동양생명 7만	5	뱅크샐러드 99만

은행		카드		증권	
1	신한은행 408만	1	신한카드 402만	1	키움증권 155만
2	NH농협은행 375만	2	삼성카드 221만	2	한국투자 85만
3	KB국민은행 314만	3	현대카드 202만	3	삼성증권 72만
4	하나은행 240만	4	KB국민카드 162만	4	KB증권 48만
5	IBK기업은행 129만	5	롯데카드 138만	5	미래에셋 29만

헬스케어 도입 통한 고객 접촉 빈도 확대 사례



“은행, 카드 등 타 금융사 대비 보험회사의 앱 활용도 低”
 “고객 접촉 빈도 확대 위한 Inorganic Growth 방안 모색 필요”

- 모든 생명 보험상품에 헬스케어 서비스 Vitality GO 탑재
- 헬스케어 서비스 통한 고객 접점 확대 및 고객 데이터 기반 보험료 절감 서비스 제공

* Source: AppApe, '20.08 기준 금융권역별 활성 사용자 Top 5 선정

중안보험은 Alibaba, Tencent 등의 온라인 사업자와의 제휴를 기반으로 플랫폼을 구축하여 고객이 간편하게 소액보험을 구매할 수 있도록 함

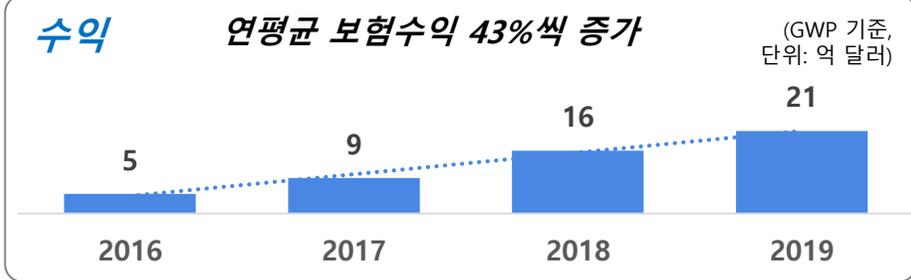
온라인 사업자 제휴 기반 소액 보험사 설립



보험 상품 플랫폼 기반, Embedded 형태의 Micro 보험상품을 판매

[Alibaba, Taobao] 반송/배송 보험 [T-mail, WeChat] 날씨 보험
 [Qunar, Ctrip] 비행기 연착 보험 [샤오미] 휴대폰 파손 보험 등

판매 성과 중국판 블랙프라이데이인 광군제에, 초당 1만 3천 건의 계약 체결 ('17년)
 Covid-19 영향으로 '20년 1월 온라인 보험 실적 전년 동기 대비 62.3% 증가



홍콩 증시 상장 2017년 9월 10억 달러의 IPO 승인
 시가총액 9조 7,002억 원 (82억 달러)
 (2020년 8월 기준)

Table of Contents

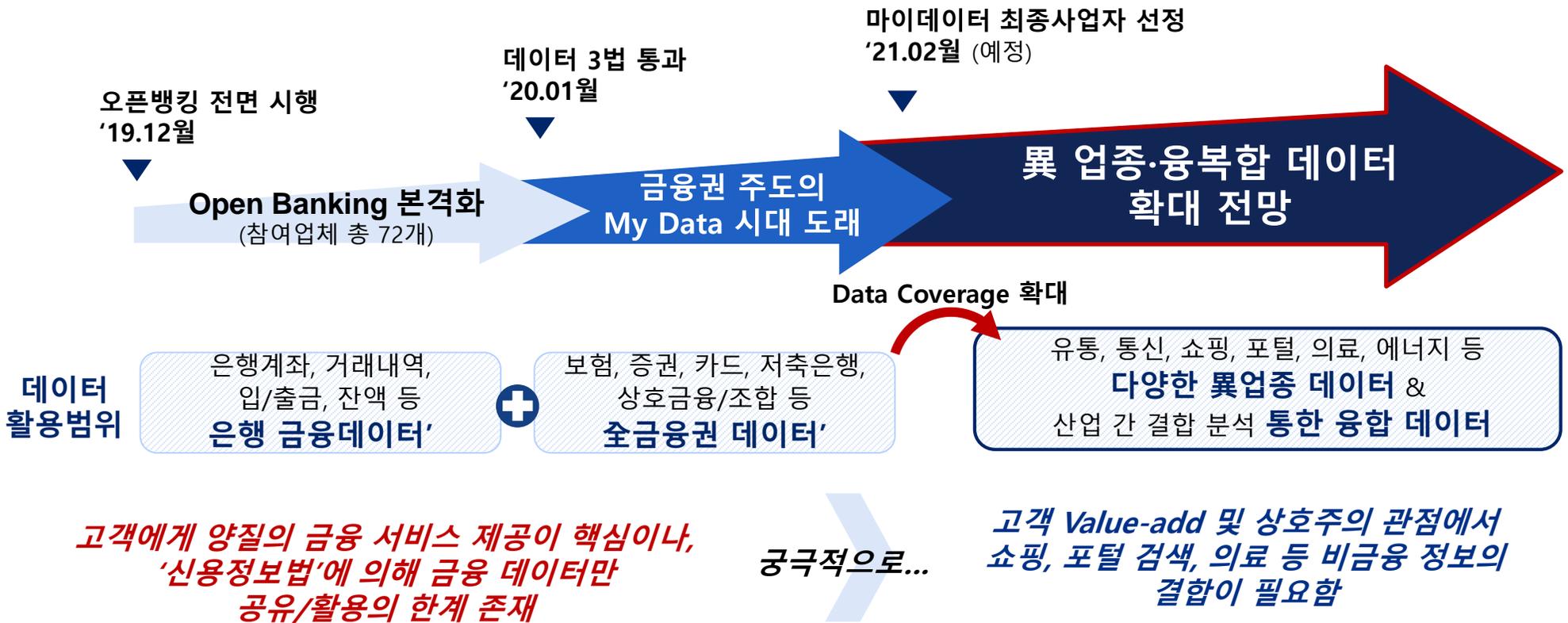
I. 금융업의 Digitalization

II. 보험업의 Disruption

III. Going Forward

최근 규제 완화로 '금융 데이터 공유'는 확대되고 있으나, 고객에게 차별화된 상품/서비스 제공을 위해 **금융 데이터 융합이 필요함**

"금융+비금융"이 결합된 Data Coverage 확대





감사합니다



언택트 시대 보험 비즈니스 전망 및 규제 변화

김규동

생명·연금연구실 실장/연구위원

언택트 시대 인슈어테크와 보험산업 전망

2020. 9. 8 (화)

목차

- I. 언택트와 보험 비즈니스 전망
- II. 보험시장 리스크
- III. 보험규제 변화

I . 언택트와 보험 비즈니스 전망

1. 언택트의 개념
2. 언택트와 기술 접목
3. 플랫폼의 영향

1. 언택트의 개념

- 언택트는 보험 가치사슬이 기술과 데이터에 기반한 비대면으로의 전환을 의미함
- 보험회사와 소비자가 비대면 상태에서도 **항상 연결되어** 있는 상태를 유지함
- 단순한 대면→비대면 전환 이상의 의미로, **새로운 보험 생태계가** 만들어지는 것임

언택트와 보험 생태계의 변화

새로운 생태계 조성

보험회사와 소비자의 연결 강화

보험 가치사슬의 비대면 전환

상품설계/개발

요율산출/
언더라이팅

마케팅/판매

위험관리 및
부가서비스

계약 관리 및
보험금 지급 관리

기술과 데이터

2. 언택트와 기술 접목

- 새로운 보험 비즈니스 실현에는 **보험회사 외부 기술과 방대한 데이터가 필요할 것으로 예상됨**
 - 다양한 기술 회사들의 지원과 협업이 필요함
 - 보험회사 내부·외부 데이터, 금융·비금융 데이터를 포괄한 데이터를 이용할 수 있음
- 보험 가치사슬이 **외부 기술이나 플랫폼에 의해 관리되는 모델이 출현하고 있음**

가치사슬에서 기술 접목 현황

상품설계/개발

요율산출/
언더라이팅

마케팅/판매

위험관리 및
부가서비스

계약 관리 및
보험금 지급 관리



BOMAPP



d.LEMON



스스로양치법
브러쉬몬스터



AIMO™

RSARed

AOS-OL



3. 플랫폼의 영향

- 빅테크 기업들은 플랫폼을 통해 **보험 판매** 또는 **보험회사**로서 보험시장에 진출할 것임
 - 가격비교를 통해 보험료 경쟁을 불러오거나, 시장 지배력을 이용하여 높은 수수료를 요구할 수 있음
 - 직접 보험회사를 설립하여 위험을 보장할 수 있음
- 보험 상품은 플랫폼에서 **다른 상품·서비스와 상호 연결되어 패키지 서비스**로 제공되는 **디지털 생태계**가 조성될 것으로 전망됨

플랫폼의 보험산업 진출 및 영향

보험 판매 진출

- 플랫폼은 보험을 광고 또는 모집 형태로 판매하고 있음
 - 가격비교 서비스를 통해 보험 회사간 경쟁을 불러올 경우, **보험료 인하 효과가 있음**
 - 플랫폼의 시장 지배력을 이용하여 높은 수수료를 요구할 경우, **보험료 인상 효과가 있음**

보험회사 설립

- 플랫폼의 방대한 고객을 대상으로 직접 보험위험을 보장할 수 있음
 - 소비자들의 다양한 보험수요를 충족할 수 있는 보험상품 출시가 가능함
 - 온라인 쇼핑몰 공급자 등의 배상 책임보험 및 재물보험의 수요 충족이 가능함

디지털 생태계 조성

- 다른 상품·서비스와 상호 연결된 패키지 서비스로 제공되는 **디지털 생태계 조성**
 - 보험은 다른 상품·서비스 구매를 촉진하는 **보조적 역할**을 수행할 수 있음
 - 플랫폼이 제공하는 사고예방서비스 및 부가서비스는 **보험을 보완**할 수 있음

II. 보험시장 리스크

1. 언택트 전환과 리스크
2. 플랫폼의 시장 지배력 관련 리스크

1. 언택트 전환과 리스크

- 어려운 기술이 적용되고 여러 주체가 연결된 플랫폼에서는 다양한 리스크가 발생함
- 언택트 전환으로 인한 대표적인 리스크는 기술과 데이터에 대한 종속 및 감독 문제, 상품의 투명성 감소, 위험보장의 불완전성 증가, 플랫폼에서 주체간 이해 상충을 꼽을 수 있음

보험산업의 언택트 전환으로 인한 주요 리스크

1 기술과 데이터 산업의 지배력 강화

- 보험 가치사슬에 어려운 기술과 외부 데이터가 적용되면서 보험회사는 외부 기술과 데이터에 종속될 우려가 있음
- 기술에 대한 감독당국의 이해 부족시 보험감독을 어렵게 할 수 있음

2 보험상품의 투명성 감소

- 패키지 상품이 증가하고, 금융과 비금융의 혼재로 보험상품의 투명성이 감소할 수 있음
- 상품제조, 판매 및 다른 활동의 식별이 어려워지고, 보험규제의 경계가 모호해짐

3 보험위험 보장의 불완전성 증가

- 패키지 상품의 증가는 초과보험 및 일부보험을 발생시킬 가능성이 높음
- 실제 위험보장 주체가 모호할 경우, 소비자 피해가 발생할 수 있음

4 플랫폼에서 주체간 이해 상충

- 판매자로서 플랫폼의 영향력 강화와 패키지 상품의 증가로 인해 보험회사의 영향력 축소 가능성이 있음
- 플랫폼에서 생성된 보험데이터에 대해 보험회사, 플랫폼, 소비자 간에 소유권 다툼 발생 가능성이 있음

2. 플랫폼의 시장 지배력 관련 리스크

- 플랫폼의 시장 지배력 증대는 보험회사와 소비자가 플랫폼에 종속되는 문제를 야기할 수 있음
- 금융지주회사 이상의 시장 영향력을 가질 수 있어, 별도의 규제 마련 필요성이 제기될 수 있음
- 보험회사가 플랫폼에 지나치게 의존할 경우, 집중 리스크 발생 가능성이 있음

플랫폼의 시장지배력 관련 주요 리스크

1 보험회사가 플랫폼에 종속

- 시장 지배력 우위로 인해 보험 가치사슬 전반이 플랫폼에 종속되는 현상이 발생할 수 있음
 - 상품개발 단계부터 요율산출, 언더라이팅, 판매, 위험 관리, 보험금 지급까지 전 과정이 플랫폼에 종속되고, 보험회사의 영향력이 축소될 수 있음

2 플랫폼의 독과점 구조와 소비자 피해

- 락인(lock in) 효과는 플랫폼간 경쟁을 어렵게 하고 플랫폼의 독과점 구조로 이어질 수 있음
 - 독과점 구조는 판매수수료 및 보험료 인상과 소비자 선택권 제한으로 이어져, 소비자 피해 발생 가능성이 있음

3 시장 영향력 증대

- 금융과 비금융업을 모두 영위하는 플랫폼은 금융지주회사 이상의 영향력을 행사할 수 있음
 - 금융과 비금융을 아우르는 플랫폼에 대한 별도의 규제 마련 필요성이 제기될 수 있음

4 집중 리스크

- 보험회사가 플랫폼에 지나치게 의존하게 될 경우, 플랫폼의 리스크가 보험회사로 전이되는 문제가 발생할 수 있음

III. 보험규제 변화

1. 효율성 향상을 위한 보험규제
2. 시장 안정을 위한 보험규제

1. 효율성 향상을 위한 보험규제

- 보험산업의 효율성 향상을 위해서는, 보험 가치사슬의 각 단계에서 언택트 활성화를 위한 다양한 시도를 허용하고, 데이터의 폭 넓은 이용 및 이동이 가능하도록 규제가 변화될 것으로 예상됨

보험산업 효율성 향상을 위한 보험규제 변화

<p>상품 개발/ 요율 산출/ 언더라이팅</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 형태의 보험 상품 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 보험상품의 범위 확대 - 의료정보 및 비보험 정보 등 다양한 형태의 데이터 활용
<p>마케팅/판매</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 보험판매 방식의 변화 <ul style="list-style-type: none"> - 비대면 판매 및 패키지 판매 - 하이브리드형 판매채널
<p>위험관리 및 부가서비스</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 건강관리 서비스 등 사고예방 서비스와 다양한 부가서비스 활성화 <ul style="list-style-type: none"> - 보험상품과 결합된 다양한 서비스 확대 - 계약자 상태 확인이 가능한 실시간 데이터 수집
<p>계약 관리 및 보험금 지급 관리</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 보험금 청구 자동화 및 원격 청구 <ul style="list-style-type: none"> - 의료 및 보험사고 데이터 이동 자동화

2. 시장 안정을 위한 보험규제

- 주체별로 행위와 책임을 명확히 하여 소비자를 보호하고, 구체적인 정보 제공을 통해 소비자의 선택권을 보장하며, 독점적 행위 방지를 통해 공정경쟁이 이루어질 수 있는 시장환경 조성이 필요함

시장 안정을 위한 보험규제 변화

<p>소비자 보호 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼과 보험회사의 행위와 책임을 명확히 정하는 기준 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 플랫폼에서 금융과 비금융의 혼재에 따른 소비자 피해 최소화 대책 - 패키지 상품·서비스의 제공 주체와 책임 소재를 이해할 수 있는 정보 제공 - 동일한 행위에 대해서는 주체와 상관 없이 동일한 규제 적용 • 보험상품 정보제공을 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 구체적인 상품 내용과 가격 정보 제공을 통해 소비자의 불이익을 최소화하고 선택권 보장
<p>공정 경쟁 환경 조성</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼의 금융거래 독점 행사를 방지할 수 있는 공정 경쟁 기준 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 플랫폼 내의 금융과 비금융업에서 불공정 행위 방지 - 판매수수료의 무리한 인상을 방지 • 플랫폼과 금융회사의 데이터 공유 기준 수립 • 플랫폼의 독과점 행위를 제어할 수 있는 시장 환경 조성

감사합니다.