



# 보도자료

책임자 황인창 팀장(디지털혁신팀, 3775-9043)  
 작성자 손재희 연구위원(3775-9023)  
 홍보담당 변철성 수석역(3775-9115)

보도 2021. 8. 5(목)조건부터  
 배포 2021. 8. 3(화)  
 매수 총 4매

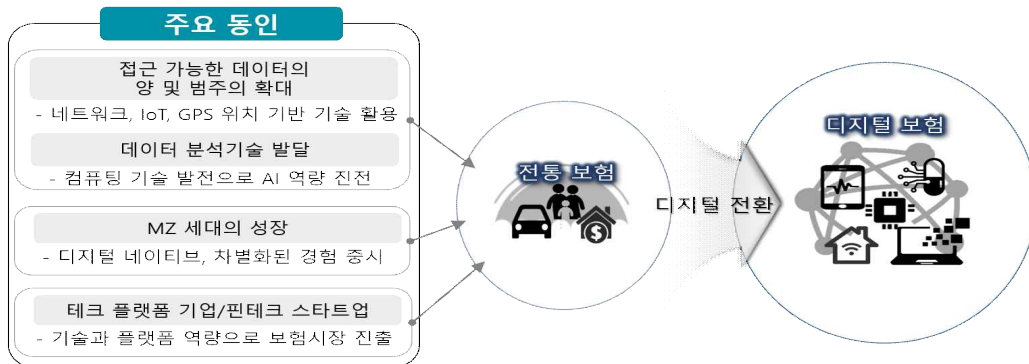
## 보험연구원, 『Next Insurance ( I ): 디지털 환경과 보험산업』 CEO Report 발간

“디지털 환경을 새로운 성장기회로 만들기 위해  
 보험을 바라보는 관점의 변화와 함께 과감한 혁신과 투자가 필요”

- 보험연구원 손재희 연구위원(디지털혁신팀)은 진화를 거듭하고 있는 디지털 환경이 보험산업에 미치는 영향과 향후 지속성장을 위해 디지털 전환이 가져올 보험산업의 변화 방향에 대해서 살펴보고 보험회사 및 금융당국의 대응과제를 제시하고자 Next Insurance (I): 디지털 환경과 보험산업』보고서를 발표함
- 빅데이터 및 AI 활용 확대, MZ세대 성장, 빅테크 기업의 보험업 진출에 따라 디지털 기반의 새로운 상품 및 서비스 창출이 보험산업의 당면 과제로 부상함
  - 데이터 양과 범주의 확대, 컴퓨팅 기술 발전에 따른 AI 활용 확대는 디지털 선호도가 높은 MZ세대의 경제활동 비중 증가와 맞물려 산업 전반의 디지털 기반 비즈니스 모델에 대한 관심을 촉발함
  - 특히 코로나19는 MZ세대뿐만 아니라 중장년층까지 디지털 경험을 확대시킴으로써 보험회사에 디지털 전환이 필요하다는 인식을 확산시키는 계기가 됨
  - 빠르고 투명한 정보 전달과 차별화된 경험을 요구하는 소비자와 이에 민첩하게 대응하는 빅테크 기업의 등장이라는 새로운 환경에서 디지털

디지털 전환은 생존 경쟁력을 확보하고 시장지배력을 확대하기 위한 필수불가결한 요소임

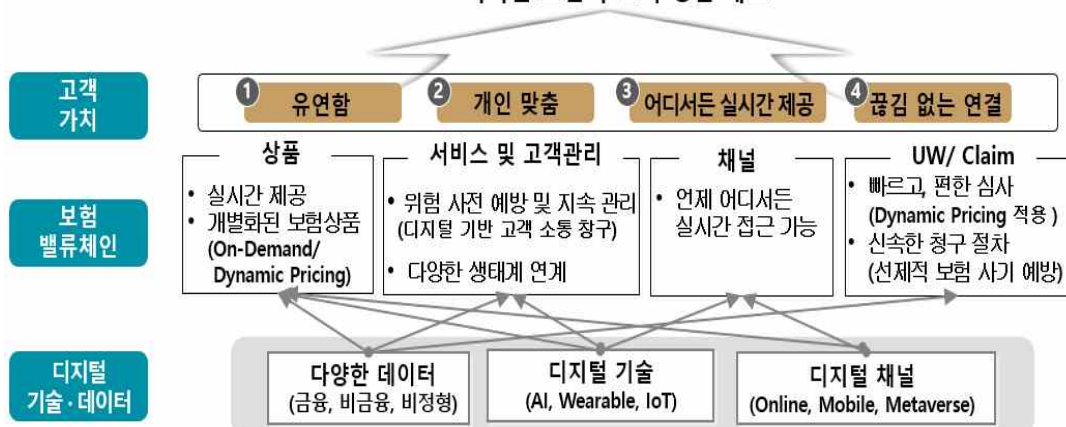
〈그림 1〉 디지털 환경 변화와 보험산업의 디지털 전환



- 디지털 환경 변화는 기존 보험업의 범주를 확대하고 보험산업의 가치사슬과 지향하는 고객 가치를 변화시킬 것으로 예상됨
  - 향후 보험업은 위험을 미리 예측하고 억제하며, 고객이 체험하는 일상에서 즉각적으로 위험을 측정해 측정된 위험만큼 보장하는 데이터 기반 위험관리 서비스(Insurance as a Service; IaaS)로 발전함
  - 위험 인수부터 보험금 지급에 이르는 보험서비스의 부가가치 발생 단계는 기술과 데이터를 기반으로 자동화·정교화 되며, 보험회사는 ‘① 유연함, ② 개인 맞춤, ③ 실시간 제공, ④ 끊김 없는 연결’이라는 가치를 제공함으로써 고객에게 만족스러운 디지털 보험소비 경험을 제공함

〈그림 2〉 보험업 가치사슬의 변화와 고객 가치

디지털 보험의 고객 경험 제고



- 빅데이터, 산업 간 초연결화와 빅테크 기업의 사업영역 확대는 생태계 중심의 시장을 형성하고, 이는 보험산업의 경쟁구도 및 시장 내 플레이어의 핵심 경쟁력도 변화시킬 것으로 전망됨
  - 생태계 중심의 시장 환경에서 핵심 역량은 생태계 장악력이기에 사고 후 보상 중심의 기존 역할에 머무를 경우 보험회사의 위치는 단순 보험금 지급자로 위축될 수도 있음
  - 그러나 빅테크·핀테크사가 보험산업 가치사슬 일부에 특화되거나 간단하고 저렴한 상품 중심으로 제공하여 보험회사와 경쟁적 협업관계로 나아갈 가능성도 존재하므로 빅테크·핀테크사의 보험시장 진출에 지나치게 수세적으로 대응할 필요는 없음

〈표 1〉 보험산업 경쟁구도 변화의 가능성

경쟁구도 변화 가능성	설명
빅테크 경쟁우위	빅테크가 플랫폼을 장악하고 협상력에서 우위를 발휘하여 기존 보험회사의 역할이 보험상품 제조에 그치게 됨
경쟁적 협업 관계: 파트너십	빅테크·핀테크사는 특화된 가치사슬에서 기존 보험회사들과 비즈니스 파트너십을 형성하고 협력·공생하며 보험산업이 성장해 나감
경쟁적 협업 관계: 시장의 양분	빅테크가 보험업 라이선스를 획득하여 빅테크의 미니보험과 기존 보험회사의 장기 종신·변액보험 등으로 보험시장 영역이 나누어짐

- 디지털 환경은 보험회사에 위기인 동시에 새로운 성장의 기회가 될 것임
  - 디지털 환경이 새로운 성장의 기회가 되려면 무엇보다 보험업을 바라보는 관점과 보험을 제공하는 방식을 바꿔 고객이 기대하는 디지털 소비경험을 제공할 수 있어야 함
  - 또한 디지털 기반 생태계 형성에 따른 경쟁구도 변화에 대비해 생태계 내 여러 산업과의 협력을 모색하고 새로운 기술 확보 및 서비스 제공을 위한 선제적인 투자가 필요함
  - 한편 새로운 플레이어의 진입과 신기술 및 데이터가 보험산업 성장의 촉매제가 되려면 현행 규제에 대한 면밀한 검토와 보완이 필요함
  - 보험산업이 디지털 전환을 통해 기대하는 새로운 성장에는 효율성뿐만 아니라 포용성이 반드시 담보되어야 하며, 보험회사는 향후 발생

# 가능한 디지털 소외 이슈에 대해 능동적으로 해결책을 모색해야 할 것 임

〈표 2〉 디지털 환경에서 보험산업의 지속성장을 위한 4대 과제

과제	추진 내용
1. 디지털 고객경험 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보험업을 바라보는 관점의 변화</li> <li>• 온-오프를 넘나드는 끊김 없이 매끄러운 보험소비 경험 제공</li> </ul>
2. 생태계 확장을 위한 투자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경쟁구도 변화에 대비하기 위한 생태계 내 다양한 산업과의 협력</li> <li>• 정보기술 기반 스타트업의 발굴 및 육성을 위한 선제적 투자</li> </ul>
3. 디지털 환경을 성장 촉매로 만들기 위한 현행 규제 개선과 보완	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공정경쟁, 소비자 효용 감소 방지를 위한 규제의 정비                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 거래 플랫폼과 데이터 활용에 있어 독점적 지배력 남용 규제</li> </ul> </li> <li>• 데이터 오·남용 및 유출 예방을 위한 데이터 활용 가이드라인 제정 및 보안 강화</li> <li>• 긍정적인 소비경험으로 이어지는 보험사의 데이터 활용</li> <li>• AI 활용 가이드라인 제정                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개별 영역의 특수성을 고려한 규범 마련</li> </ul> </li> </ul>
4. 디지털 소외계층에 대한 배려	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고령층, 저소득층, 장애인의 정보 격차 및 접근성 제약을 완화하기 위한 교육 프로그램 마련과 디지털 채널 UI/UX 개선(공·사 협력도 고려)</li> </ul>

- 이번 호는 한국 보험산업의 미래를 전망하고 향후 경영 및 정책과제를 제시하는 “Next Insurance” 첫 번째 이슈이며, 이번 이슈를 포함 4차례에 걸쳐 시리즈로 연속해서 발간할 예정입니다

첨부: CEO Report 『Next Insurance (I): 디지털 환경과 보험산업』

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