Ⅱ 디지털 보험에 대한 이해

디지털 보험회사의 사업모델을 살펴보기 위해서는 디지털 보험이 무엇인지에 대해 우선 살펴볼 필요가 있다. 이 장에서는 디지털 보험의 정의와 함께 디지털 보험회사가 기존 보험회사와 어떤 측면에서 다른지, 특히 인슈어테크와 차이점을 명확히 하고자 한다.

1. 디지털 보험에 대한 이해

가. 디지털 보험의 정의

디지털 보험에 대한 관심은 점점 높아지고 있는 반면 디지털 보험이 과연 무엇인지에 대한 명확한 정의는 찾아보기 어렵다. 이는 대부분의 연구가 디지털 보험 자체에 대한 연구보다는 기존 보험회사의 디지털화, 디지털 전환, 그리고 디지털 전환에 따른 보험시장의 변화 관련 연구에 집중되어 있었기 때문이다. 따라서 디지털 보험과 관련된 다수의 문헌들은 디지털 보험에 대한 명확한 정의를 내리기 보다는 디지털 보험이 갖춰야 할 필수 요건에 대한 다양한 의견을 제시하는 수준에서 머물고 있다. 디지털 환경과 보험산업에 대한 전략 보고서를 발간하는 다수의 컨설팅사[1] 역시 디지털 환경에서 보험이 갖춰야 할 특성을 기술하고 기존 보험회사의 대응전략을 제안하는 식으로 디지털 보험과 보험시장에 대해 접근하고 있다. 이러한 접근은 기존 보험회사의 디지털화를 위한 좋은 참고자료가 될 수 있지만 디지털 보험 자체에 대한 모호함을 해결하기에는 부족하다.

이러한 가운데 최근 디지털 기반 소프트웨어 제공회사 및 인슈어테크사를 중심으로 디지털 보험이 무엇인지에 대해 의견을 제시하기 시작했다. 이들은 크게 두 가지 방향에서 디지털 보험을 정의하고 있는데, 우선 디지털 기술에 초점을 맞춰 보험을 정의하는 의견과 그 다음으로, 디지털 보험소비 경험에 맞춰 보험을 정의하는 것이 그것이다.

1) McKinsey & Company(2017, 2021a, 2021b); 곽호경·최연경·김규림(2021); KPMG(2020)

디지털 보험을 디지털 기술에 초점을 맞춰 정의내리고 있는 곳(히타치 솔루션 센터(Hitach Solution Center): A Guide to Digital Insurance 등)에서는 기술이 우선 적용된 비즈니스 모델을 사용하여 보험을 판매 및 관리하는 모든 회사로 정의할 수 있다고 언급하고 있다. 여기서 디지털 보험이 활용하는 기술이란 AI, 머신러닝, 사물인터넷(IoT), 빅데이터 분석, 블록체인 데이터, 그리고 디지털화된 고객관리 시스템을 의미한다. 그러나 이는 엄격한 의미에서 디지털 보험을 정의한 것이며 모든 디지털 기술을 다 적용할 수는 없다고 언급한다. 그러나 적어도 디지털 보험은 단순한 온라인으로 판매하는 보험 이상의 포괄적인 수준의 서비스를 제공하는 것이어야 한다고 강조한다.

반면, 디지털 보험에 대해 기술 자체가 중요한 것이 아니라고 언급하는 곳(디지털 인슈어러(Digital Insurer.com) 등)에서는 기술보다는 디지털 보험회사가 제공하는 궁극적인 가치 즉, 고객에게 디지털 경험을 제공하는지의 여부가 더 중요한 요소라고 언급하고 있다. 즉, 단순히 디지털 기술을 기반으로 한 온라인 견적 서비스를 제공하거나 앱을 통한 보험상품 판매를 하는 것을 디지털 보험이라고 하지는 않으며 소비자에게 디지털 경험 – 편리하고 효율적인 방식으로 상품 및 서비스가 전달되며 '빈번한 일상'을 통해 고객 참여(involvedness)가 가능한 체험 – 을 제공하는 것이 디지털 보험일 것이라고 설명한다.

디지털 보험에 대해 두 가지 의견이 강조하는 부분은 다소 차이가 있으나 이 두 강조점, 즉 디지털 환경에서 만들어지는 새로운 '보험상품 및 서비스의 개발 및 전달 방식'과 이를 통해 이루고자 하는 '목적'은 따로 분리되어 생각하기 어려운 요소이다. 이는 디지털 보험이 마주하는 그리고 마주할 보험소비자가 사고 발생 후 피해 보상만 해주고 잊히는 수동적인 의미의 보험상품에 만족하는 소비자가 아니라, 일상생활에서 발생하는 위험을 효율적으로 관리하고 피해를 보상하는 등 적극적으로 보험 소비 경험을 제공하는 서비스를 기대하기 소비자이기 때문이다. 이는 디지털 보험이 기존 전통적인 보험과 차별되는 지점이 단순히 더 나은 기술의 적용을 넘어 궁극적으로 소비자에게 새로운 경험 제공이라는 가치 제공에 있음을 의미하기도 하다.

따라서 본 연구에서는 기술 적용과 더불어 제공하는 가치 측면도 모두 포괄하여 디지털 보험을 정의하고자 한다. 즉, 디지털 보험이란 내부 및 고객 대면 운영 즉, 모든 보험 밸류체인에 디지털 기술을 사용하는 보험 사업모델 또는 보험상품 및 서비스를 말하며 디지털 수단을 통해 보험계약자와 긍정적이고 효율적이며 원활한 보험소비 고객경험을 창출하는 상품 및 서비스이다. 앞으로 본고에서 진행될 디지털 보험에 대한 논의의 기준은 여기에서 출발하기로 한다.

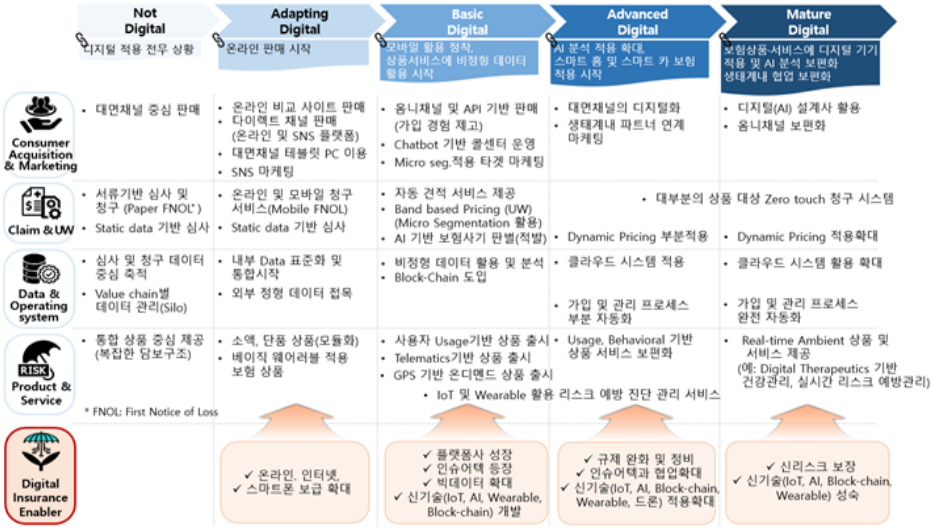
나. 디지털 보험의 진화

앞서 언급한 바와 같이 디지털 보험은 디지털 기술에 크게 의존한다. 즉, 디지털 기술의 성숙도 및 디지털 기술의 적용 정도에 따라 디지털 보험의 구현 정도가 크게 달라질 수 있다. 앞서 언급된 바와 같이 지금까지 디지털 보험에 대한 정의를 쉽게 내리기 어려웠던 이유 중 하나도 바로 기술의 적용 정도에 따라 디지털 보험의 구현 정도가 계속 변화하기 때문이다.

〈그림 Ⅱ-1〉은 이러한 기술 발전에 따른 디지털 보험의 진화 단계를 잘 보여주고 있다. 그림에서 보는 바와 같이 보험의 밸류체인 측면에서 볼 때 채널의 디지털화가 먼저 진행된다. 따라서 초기 디지털 보험의 형태도 채널의 디지털화가 적용된 보험이라 할 수 있다. 그 이후 디지털 채널에 적합하도록 상품의 단순화가 확대되고 단순화된 상품은 다양한 데이터를 적용해 소비자의 니즈에 맞는 맞춤형 상품으로 구현(복잡한 니즈가 동시에 구현되기보다는 가장 선호되는 니즈에 맞춰 소비자의 선택이 쉽도록 단순화)되기 시작한다. 디지털 기술은 점차 보험의 청구 및 심사의 과정에 적용되기 시작해 이들 과정의 자동화로 구현되며 이는 최종적으로 Real-time ambient 상품 및 서비스가 제공되는 형태로 완성된다.

그렇다면 이러한 디지털 보험의 발전 단계로 볼 때 어느 단계를 디지털 보험이라고 판단할 것인가? 앞서 살펴본 디지털 보험의 정의를 기준으로 할 때 베이직 디지털 보험부터 디지털 보험으로 판단할 수 있을 것으로 보인다. 그렇다면 현재의 디지털 보험은 어느 수준이라고 할 수 있을까? 적용 가능한 기술 수준을 고려해 볼 때 현재 디지털 보험은 국가 별로 다를 수 있지만 어드벤스드 디지털 보험 수준이라고 판단되며, 아직은 완전히 성숙된 디지털 보험에는 미치지 못하는 것으로 보인다.

〈그림 Ⅱ-1〉 디지털 보험 발전 단계



자료: 보험의 디지털화 관련된 다수의 자료를 참고하여 재구성함

다. 디지털 보험 내 제공 서비스의 종류

디지털 보험이 구체적으로 어떤 것인가를 이해하기 위해서는 디지털 보험 내 어떤 상품 및 서비스들이 존재하는가를 살펴볼 필요가 있다. 그러나 앞서 언급된 바와 같이 디지털 보험은 적용하는 기술에 따라 다양한 형태로 확장 가능하기 때문에 제공 가능한 서비스를 명확하게 확정짓기 어렵다. 향후 확장 가능한 디지털 보험 생태계 안에서 디지털 보험이 제공할 수 있는 다양한 보험 서비스를 살펴보기 위해서 가장 좋은 방법은 바로 기술 및 데이터 기반 보험 서비스를 제공하는 인슈어테크가 제공하는 서비스 및 상품을 살펴보는 것일 것이다.

인슈어테크란 보험(Insurance)과 기술(Technology)의 합성어로 인공지능/머신러닝 등의 최신 IT 기술을 활용하여 보험산업의 가치사슬의 변화를 가져오는 기술[2] 혹은 이러한 기술을 제공하는 기업을 총칭한다. 이러한 인슈어테크 회사가 제공하는 서비스[3] 및 상품은 크게 7가지로 구분된다(〈표 Ⅱ-1〉 참조). 첫 번째 유형은 디지털 보험 비교 서비스로 고객

2) 정광민(2021)

3) 여기서 서비스는 고객에게 제공되는 무형의 편의를 총칭하는 개념으로, 이 개념 안에는 일반 개인 소비자가 직접 소비하는 서비스와 보험을 제공하기 위해 필요한 소프트웨어 및 시스템 등을 제공하는 솔루션을 모두 포함함

들이 효율적인 보험구매 의사결정을 위해 다양한 보험상품, 보험회사, 가격 정보를 제공한다.[4] 두 번째 유형은 디지털 중개 서비스로 온라인이나 모바일 앱을 통해 소비자와 원수보험회사 사이의 보험 중개를 말한다. 보험 중개 서비스에는 단순한 보험회사와 고객의 연결뿐만 아니라 소비자가 원하는 상품 및 보험회사를 선택할 수 있도록 상담(Advice) 서비스가 포함되기도 한다. 세 번째 유형은 상품 소개 및 보험회사 선택을 위한 상담서비스를 넘어 다양한 데이터 및 디지털 분석기술을 바탕으로 보험회사 대신 언더라이팅 서비스 제공이다. 이러한 위험에 대한 언더라이팅 서비스를 제공하는 인슈어테크를 디지털 MGA라고 한다. 네 번째 유형으로 데이터 분석 및 디지털 보험 솔루션 제공으로 보험회사의 각 밸류체인별로 필요한 데이터 분석, 예컨대 고객데이터 분석, 외부데이터를 활용한 위험분석 및 분류 등을 AI 및 머신러닝 기술을 활용하여 제공하거나, 이러한 분석이 가능한 솔루션을 보험회사에 탑재하거나 각 부분별 자동화가 가능하도록 소프트웨어를 제공하는 것을 말한다. 기술 기반 인슈어테크의 발전이 디지털 기술을 적용한 보험 밸류체인의 언번들링화에서 시작되었다는 점에서 인슈어테크의 상당 부분이 이 유형에 속한다. 또한 IoT(사물인터넷) 기술을 활용하여 다양한 데이터를 확보하고 관련 위험에 대해 선제적으로 경고하거나 위험을 관리하는 서비스를 제공하는 서비스도 이 유형에 속한다(예: Fitbit, Withings, Nest, Octo Telematics).[5] 다섯 번째 유형으로 기존 보험제공 방식과 다른 방식의 보험상품 및 서비스를 제공하는 것으로 온디맨드(On-Demand) 보험과 P2P 보험, 블록체인(Blockchain) 기반 보험이 그 사례이다. 온디맨드 보험은 보험고객이 원하는 시간과 장소에 특정 위험에 관한 보장 여부를 선택할 수 있는 보험으로 여행자보험, 일일 운전자 보험, 가전기기 보험 등이 그 예가 될 수 있다. P2P 보험은 동질적인 위험을 가진 보험계약자들 간의 상호 보장하는 형태의 보험으로 인슈어테크가 하는 역할은 위험을 직접 인수하는 것이 아니라 이러한 보험이 가능하도록 보험 계약자들에게 플랫폼을 제공하고 이에 대한 수수료를 취한다. 블록체인 기반 보험은 가장 최근 등장한 보험으로 블록체인 기술 즉, 분산원장기술을 기반으로 스마트계약 솔루션을 제공으로 이를 통해 보험의 부정행위를 방지할 수 있다. 여섯 번째 유형으로 임베디드(Embedded) 보험[6] 제공으로 온라인 플랫폼이나 앱을 통해 비보험 회사가 판매하는 상품에 연계하여 보험을 판매

4) 이러한 서비스를 제공하는 플랫폼을 보험 마켓 플레이스라고도 함

5) 이러한 IoT 기반 서비스제공사들은 엄밀히 말해 인슈어테크라고 부르기 어렵다는 의견도 있으나 다양한 데이터를 센서를 통해 확보하고 이를 통해 위험을 감지하고 분석하여 위험을 관리하는 서비스를 제공한다는 측면에서 넓은 의미에서 인슈어테크에 포함시키기도 함(Braun and Schreiber 2017)

6) 임베이드 보험이란 비보험 회사에 다양한 위험을 보장하는 보험을 번들(Bundle)처럼 다른 서비스와 함께 제공하는 보험을 말함

(Simplesurance, Snapsure)하거나, 기업이 상품판매 시 보험을 제공해주거나 혹은 보험 연계 판매에 도움을 주는 솔루션(Platform as a Service, PaaS를 이용한 White label insurance solution)을 제공(BIMA, Kasko)이 여기에 속한다. 마지막 유형으로 보험회사 사업허가를 보유한 풀스텍 인슈어테크 플랫폼이 제공하는 토탈 플랫폼 서비스이다. 이들 인슈어테크는 단순히 보험상품 및 서비스 제공을 넘어 생태계에 걸친 플랫폼을 구축하고 데이터 분석 역량을 바탕으로 디지털 생태계 내 다양한 서비스를 제공한다. 예를 들어, 건강 및 생명보험을 플랫폼을 통해 판매하면서 동시에 건강관리 서비스 및 병원 연계 서비스를 제공하거나, SME 기업 대상 위험 보장 보험을 판매하면서 이들을 대상으로 하는 HR 서비스를 동시에 제공하는 것이 그 사례이다.

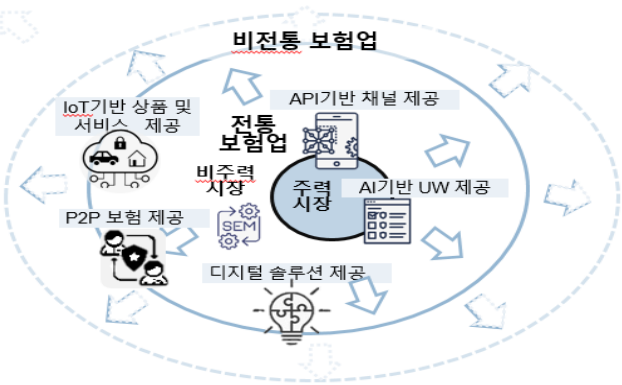
이러한 인슈어테크가 제공하는 상품 및 서비스는 디지털 보험 생태계를 확장시키고 다양화하는 데 주도적인 역할을 담당하고 있다. 〈표 Ⅱ-1〉에서와 같이 기존 보험시장은 전통 보험업 즉, 사고 발생 시 피해를 보상해주는 상품 및 서비스가 주를 이루었으며 보상의 대상도 위험에 대한 정보 획득이 상대적으로 손쉬운 대상을 중심으로 제공해 왔다. 그러나 디지털 기술 및 다양한 데이터는 이러한 전통적인 보험업 방식으로 제공해 오던 보험 생태계를 확장시키고 있다. 사고 발생 시 피해보상의 경우 기존에 얻기 힘들었던 위험에 대한 정보를 다양한 데이터를 통해 확보하여 보장영역을 보험 비주력 시장까지 확대시켰다. 또한 IoT를 활용한 위험의 관리, 데이터 분석 기술 및 플랫폼 활용으로 비보험상품과 보험을 연결시켜 판매하는 임베디드 보험까지 가능하게 하여 비전통 보험업으로 확대시키고 있다.

〈표 Ⅱ-1〉 인슈어테크 제공서비스 기반 디지털 보험상품 및 서비스 종류

역할	제공서비스		내용
판매채널	디지털 보험 비교 서비스		인터넷상에서 보험상품의 가격 비교
	디지털 브로커리지 서비스		원수 보험회사와 파트너십을 맺고 고객과 원수 보험회사 연결
			상품 및 서비스 판매 시 보험/재무 등 정보를 제공하고 판단을 위한 어드바이스 제공
언더라이팅 및 청구심사	디지털 언더라이팅 서비스		다양한 데이터를 바탕으로 위험을 측정하고 인수가능 여부 제공 및 청구 심사 대리
데이터 분석 및 솔루션	데이터 분석 및 디지털 보험 솔루션		내외부 데이터를 효과적으로 관리하고 활용할 수 있는 서비스 제공/디지털 채널 구축을 위한 소프트웨어 제공
			인터넷을 통해 서로 통신할 수 있는 장치 및 센서를 통해 데이터를 수집하고 분석하여 위험 관리(IoT기반 위험관리)
상품	디지털 기술기반 보험	온디맨드 보험	원하는 시기와 장소에 특정 위험보장 여부를 선택
		P2P 보험	동질적 위험을 가진 보험계약 간 상호 보장
		블록체인 기반 보험	탈중앙, 분산분장기술을 이용하여 스마트 계약 진행
	임베디드 보험		비보험상품에 보험을 번들처럼 함께 제공
상품+서비스	플랫폼 서비스		상품뿐만 아니라 생태계 내 연결된 서비스를 함께 제공

자료: Baun, Alexander, Schreiber, Florian(2017)을 참고하여 재구성함

〈그림 Ⅱ-2〉 디지털 보험 생태계 내 보험업의 확장 및 다양화



2. 디지털 보험회사의 정의

그렇다면 디지털 보험회사는 어떤 회사를 말하는 것인가? 기존 문헌에서 디지털 보험이 무엇인가에 대한 정의를 분명히 내리지 못하고 있는 것과 마찬가지로 디지털 보험회사가 무엇인지에 대한 정의를 분명히 하고 있는 문헌을 찾아보기는 어렵다. 앞서 언급한 대로 우리나라는 디지털 보험회사라는 명칭이 아닌 통신판매 전문 보험회사라는 이름으로 사업허가를 발급하고 사업허가를 발급받은 보험회사를 디지털 보험회사로 지칭하고 있다. 즉, 총 보험계약 건수 및 수입보험료의 100분의 90 이상을 전화, 우편, 컴퓨터통신 등 통신수단을 이용하여 판매를 하는 보험회사를 통신판매 전문보험회사로 인가하고 있으며 국내에서는 이러한 기준에 부합하면 디지털 보험회사로 인정하고 있다. 이러한 채널 관점에서 디지털 보험회사를 바라보는 또 다른 사례로 홍콩이 있다. 홍콩은 디지털 채널을 통해서만 보험을 판매할 경우를 디지털 보험회사(버츄얼 보험회사) 보험회사 사업허가를 제공하고 디지털 보험회사로 인정하고 있다.[7] 홍콩은 보다 명확하게, 옴니채널 혹은 O2O를 활용하는 채널은 보험 사업허가를 부여하고 있지 않으며 디지털 보험회사로 인정하지 않고 있다. 디지털 보험회사에 대해 채널 외 제공 상품 및 서비스에 대해 구체적으로 언급한 사례로 말레이시아가 있다. 말레이시아는 구체적으로 기존 보험회사와 달리 디지털 보험회사가 제공해야 할 가치와 채널, 상품 및 서비스 영역을 명시하고 있으며 이에 따르면 P2P 와 같이 리스크를 쉐어링하거나 보험상품을 제공을 디지털 기반으로 하는 회사를 디지털 보험회사로 정의하고 디지털 보험회사(Digital Insurer) 사업허가를 제공하고 있다.[8]

한편, 규제상의 정의 외에 디지털 보험회사를 정의하고 있는 문헌으로 Baun, Alexander, Schreiber, Florian(2017)이 있다. 글로벌 인슈어테크의 비즈니스 모델을 살펴본 Baun, Alexander, Schreiber, Florian은 디지털 보험회사(Digital Insurer)를 '보험산업의 가치사슬을 디지털화하여 온라인 채널을 통해서만 거래를 하는 보험회사'라고 정의 내리고 있다. 인슈어테크 내부에서는 디지털 보험제공사와 디지털 보험회사를 구별하여 정의내리기도 한다. 이들은 디지털 보험회사(Digital Insurance Company, Digital Insurer)를 내부 및 고객 대면 운영을 위해 디지털 기술에 크게 의존하는 보험회사라고 정의하고 있으며, 이와 구별하여 디지털 보험 제공사(Digital Insurance Provider)를 보험상품, 서비스, 프로세스가 디지털 기술에 의존하고 있으며 보험관련 기술을 제공하는 회사라고 정의하고

7) HongKong Insuruanc Authority(2017)

8) Central Bank of Malaysia(2022)

있다.[9] 즉, 디지털 보험 제공자는 디지털 보험을 제조하여 판매하는 보험회사 외 디지털 보험을 제공 가능하게 하는 일련의 기술 제공회사(인슈어테크도 포함)도 포함된다.

보험업에 비해 디지털화가 보다 일찍 시작된 은행업의 경우 디지털 은행(Digital Bank)에 대한 개념도 우선적으로 정립되었다. 디지털 은행은 각 나라에 따라 챌린저 뱅크, 네오뱅크, 온라인 뱅크, 인터넷 전문 은행으로 불리우는데, 기본적으로 물리적 은행지점이 아닌 인터넷으로만 금융서비스를 제공하는 은행, 즉 모든 금융서비스를 인터넷에서 제공하는 은행을 말하며 기술을 기반으로 다양한 입출금, 지불서비스, 송금서비스 등 다양한 디지털 금융서비스를 제공하는 회사를 말한다. 이러한 디지털 은행는 사업허가 획득을 기준으로 크게 3가지 종류로 나눠지는데 첫째, 중앙은행 및 당국으로부터 은행업 인가를 획득하여 디지털 은행영업을 하는 경우로 영국의 아톰뱅크가 그 예이다. 둘째, 디지털 은행업 인가를 획득하기 전에 전자화폐 거래나 선불카드 출시 등 비교적 사업허가 획득이 쉬운 디지털 금융업을 시작하되 기존 은행이나 금융기관과 협력하에 서비스를 우선 출시하고 이후에 디지털 은행 사업면허를 획득하는 경우로 영국의 몬조, 모네즈, 독일의 N26가 그 사례이다. 영국의 대표적 디지털 은행인 레볼루트 역시 이 사례에 속하는데 레볼루트는 전자화폐 인가를 통해 환전 서비스에 집중하여 고객을 확보하고 이후에 은행 사업면허를 획득 후 디지털 은행 서비스를 확장하였다. 마지막으로 전통적인 은행들에 의해 만들어진 경우가 있는데, JP모건체이스의 체이스 뱅크, 인도 Kotak Mahindar Bank의 Kotak 811 Digital Bank가 그 사례이다.[10] 언급한 세 가지 유형은 사실상 디지털 뱅크의 설립 방식의 차이를 의미하며 사실상 모든 디지털 뱅크는 은행업 사업면허를 보유하고 있다.[11]

앞서의 논의를 정리하면 공통적으로 디지털 보험회사는 디지털 보험이 제공해야 하는 가치를 디지털 채널을 통해 제공할 수 있어야 한다는 점이다. 여기서 쟁점은 디지털 보험의 자체 제공 여부이며 보험의 자체 제공 여부는 자체적으로 위험을 평가하고 상품을 제조할 수 있는 능력을 의미한다. 보험의 사회적 기능, 즉 위험의 관리 및 보장을 생각할 때 위험을 관리하고 책임질 수 있는 역량은 소비자 보호를 위해서 반드시 필요한 부분이라 할 것이다. 혁신적인 서비스를 제공하기를 기대하는 디지털 보험회사 역시 이러한 능력을 갖추는 것이 필요하다.

---

9) Patricia Moore(2019)

10) Niti Aayong(2021)

11) 디지털 뱅크와 함께 은행이 아닌 기업의 은행 서비스 제공(Banking as a Service; BaaS)에 대한 논의가 있으나 이는 디지털 금융 서비스의 확대와 관련된 것으로 여기에서는 논의하지 않기로 함

따라서 본 연구에서 디지털 보험 제공자는 보험생태계 안에서 디지털 보험을 구현하는 기업을 총칭하며 디지털 보험회사는 디지털 보험 제공자 중에서 보험 사업면허를 보유한 기업, 즉 디지털 보험회사란 보험 생태계 안에서 디지털 보험을 직접 제조·판매하거나 디지털 보험 서비스를 제공하는 기업으로 정의한다.

이러한 논의에 기반할 때 디지털 기술 및 채널 기반으로 보험상품을 판매·중계하는 인슈어테크는 디지털 보험회사와 구별된다. 〈표 Ⅱ-2〉에서와 같이 디지털 보험회사는 보험 라이선스를 부여받아 디지털 기술 및 데이터를 활용한 디지털 보험을 직접 개발하고 디지털 채널을 이용하여 신속하고 효율적인 상품 및 서비스를 제공할 수 있어야 한다.

〈표 Ⅱ-2〉 인슈어테크와 비교한 디지털 보험회사 기준

구분	인수심사 (UW)	보험금청구 심사 (Claim)	사내 기술보유	위험자본준비 (Risk Capital Provision)	대고객 서비스
디지털 보험회사	○	○	○	○	○
Digital MGA	○	○	○	×	○
Digital Broker	×	×	○	×	○

자료: Rahul Mathur(2019)

〈표 Ⅱ-3〉은 디지털 보험회사와 인슈어테크를 예를 들어 설명하고 있다. 국내의 디지털 보험회사인 캐롯 손해보험과 교보 라이프 플래닛의 경우 경중의 차이는 있으나 각 밸류체인별 디지털 기술 및 데이터와 디지털 채널을 활용하고 있다. 무엇보다 일반보험회사와 같이 지급여력 규제를 받고 있다. 반면, 우리가 디지털 보험회사로 흔히 오해하고 있는 오스카(Oscar)는 보험 밸류체인 내 디지털 기술 및 데이터를 적용하고 있고 나아가 직관적인 디지털 기반 대고객 서비스를 제공하고 있지만 보험 사업면허를 보유하고 있지 않기 때문에 디지털 보험회사라 분류하지 않는다.

〈표 Ⅱ-3〉 디지털 보험회사와 인슈어테크사 비교

구분	캐롯 손보	교보 라이프 플래닛	SingleLife	Oscar
언더라이팅	데이터 기반	일반(기존 방식)	데이터 기반	데이터 기반
클레임	자동화/ 온라인 신청	자동화/ 온라인 신청	자동화/ 온라인 신청	자동화/ 온라인 신청
채널	인터넷/모바일	인터넷/모바일	인터넷/모바일	인터넷/모바일
디지털 상품	운행거리기반 자동차 보험	일반 정기보험 심플한 가입과정	일반 암보험, 건강보험 심플한 가입과정	일반 건강보험
대고객 서비스	운전습관에 따른 포인트 지급	헬스케어 서비스 제공	없음	건강관리 서비스 의료전문가 연결
보험 인허가	있음	있음	있음	없음
디지털 보험회사 여부	○	○	○	×

자료: 각 해당기업의 홈페이지를 참고하여 작성함