Ⅲ 해외 디지털 보험회사 사업모델 사례 분석

1. 해외 디지털 보험회사의 사업모델 사례

본 장에서는 앞장에서 정의한 디지털 보험회사를 기준으로 – 즉, 각국의 인슈어테크 보험 사업면허를 보유한 기업 그리고 각국의 금융당국에 의해 버츄얼 보험회사, 네오 보험회사, 디지털 보험회사라고 인가를 받은 기업 – 해외(미국, 유럽, 그리고 아시아 퍼시픽 등 지역별로 나누어) 디지털 보험회사들의 사업모델의 특성을 살펴보고자 한다.

기업의 사업모델 분석은 궁극적으로 특정기업의 비즈니스가 누구에게, 무엇을, 무슨 목적으로, 어떻게 제공하느냐 라는 질문에 대한 답이다. 따라서 이들의 핵심 활동 즉 제공 상품 및 서비스, 핵심 자원(데이터 및 특화 기술), 타겟 고객, 활용 채널이 본 장에서 다루게 될 사업모델 분석의 주된 요소이다.

한편, 모든 기업이 그러하듯 기업은 다양한 방식으로 설립될 수 있다. 그리고 기업의 사업모델이나 추구하는 가치는 기업의 설립 방식에 따라 달라질 수 있다. 따라서 본 장에서는 디지털 보험회사의 기원(디지털 보험회사 이전의 모습이나 설립 방법에 따른)의 차이도 살펴볼 것이다.[12)]

디지털 보험회사의 사업모델을 분석하기 위해 본 연구는 주로 CBinsight가 제공하는 데이터를 활용하였다. CBinsight는 미국, 유럽, 아시아의 핀테크 기업의 상품, 타겟 고객, 기업의 투자 내력, 인수 내력, 보유 기술 등의 정보를 보유한 데이터 뱅크로 이들이 보유하는 기업 데이터에는 다양한 인슈어테크 정보가 포함되어 본 연구의 분석에 적합하다. 더불어 디지털 보험의 설립 기원이 인슈어테크가 아닌 상황도 고려하여 디지털 보험회사로 분류되는 기업에 대한 평가자료(Crunchbase, PitchBook 등) 등 기업데이터 뱅크도 함께 활용하여 분석하였다.

---

12) 해외 디지털 보험회사의 사업모델을 살펴보기 위해 본 연구는 주로 CBinsight가 제공하는 인슈어테크 데이터를 활용하였음. CBinsight는 각 인슈어테크의 주요 제공 상품 및 서비스, 타겟 고객, 활용 채널 및 유사한 시장에서 경쟁하는 경쟁사 등 사업모델의 기본정보를 제공하며, 이들 인슈어테크의 투자 정보를 제공함

가. 미국

미국 내 디지털 보험회사는 대표적으로 Metromile, Lemonade 등 보험 라이선스를 보유한 풀스텍 인슈어테크들이 디지털 보험상품, 서비스를 제공해 왔으나 2018년 이후 MGA 형태의 인슈어테크가 보험 라이선스를 획득해 가며 시장 내 입지를 넓히고 있다.

1) Metromile

Metromile은 자동차에 설치하는 기기(Metronome)를 통해 전달되는 운행 거리를 바탕으로 실시간 보험료를 산정하는 디지털 자동차 보험회사로 2011년에 설립되었다. Metromile의 AI 기반 청구 시스템은 전체 청구 건수의 70%를 자동으로 처리하고 있으며 자사가 제공하는 앱(Ride Along)을 이용할 경우 안전운전을 하는 대가로 초기보험료의 15%를 할인해 준다. 2019년 Car Sharing Platform Turo와 협업하여 부분 자동차 보험(Fractional Insurance)을 제공하기 시작하였다. Metromile은 2021년 레모네이드에 인수되었다.

2) Lemonade

Lemonade는 AI 기반 데이터 분석을 통해 주택, 렌탈, 펫 보험을 제공하는 인슈어테크이다. 보험 사업면허를 보유한 풀스텍 디지털 보험회사로 2015년에 설립되었다. 가입부터 청구에 이르기까지 AI 기반 챗봇을 통해 자동으로 이루어지는데, 예를 들어 보험 가입 시 고객은 여성 챗봇인 마야(Maya)를 통해 13개의 질문을 받고 이후 90초 내 보험 가입이 이루어진다. 또한 청구의 경우 남성 챗봇인 짐(Jim)을 통해 이루어지며 최소 3초 만에 청구가 완료된다.

Lemonade는 독창적인 보험상품 모델을 제공하고 있다. 즉, Lemonade를 통해 가입을 한 고객은 보험금 지급(재보험, 사업비 등 필수비용은 포함)을 제외하고 남는 보험료를 각 고객이 원하는 단체에 기부할 수 있다.[13] 한편 가입자는 가입 시 기부단체가 동일한 고객을 동일한 고객군 집단으로 묶여지고 따라서 같은 고객군으로 묶여진 고객은 보험수지를 공유한다는 점에서

13) 이를 Giveback 프로그램이라고 부름

P2P 보험으로 불리기도 한다.

2019년 유럽에 진출 하였으며 2021년 Metromile을 인수하여 현재 자동차 보험도 판매 중이다.

3) Root

Root는 미국 최초의 모바일 기반 디지털 자동차 보험회사로 2015년도에 설립되었다. Telematics를 활용하여 운전자의 운전 거리 및 습관데이터를 수집하고 분석하여 이를 기반으로 보험료를 산정하고 할인 서비스를 제공한다. 2020년 긴급출동 서비스를 제공하는 Myles[14]를 출시하는 등 모빌리티 서비스 제공을 확대하였다. 같은 해 상업용 서비스 제공사들의 접근성을 높이고 이들의 운전 위험을 관리하기 위해 Root Enterprise를 출시하고 이어 렌탈 및 주택보험도 출시하는 등 사업모델을 확대하였다.

2021년 중고차 매매 이커머스 플랫폼인 Carvana와 파트너십을 맺고 온라인 중고차시장 내 보험상품을 제공하기 시작했다.

4) Boost

2017년도에 설립된 Boost는 통합 IaaS(Insurance as a Service)[15] 제공 플랫폼사로 모든 종류의 보험에 대한 사업면허를 보유한 디지털 손해보험회사이다. Boot가 제공하는 API 통합 솔루션은 어떤 기업이든 고객에게 제공하고 싶은 보험 프로그램을 기업 내 구축하고 내장 및 관리할 수 있도록 지원한다. 한편 Boost가 기업에게 제공하는 B2B 플랫폼은 Hippo, Cover Wallet, Cowbell cyber, Wagmo등을 포함한 모든 산업에게 적용 가능하도록 유연성이 높은 것으로 평가받고 있다. Boost가 제공하는 인프라 솔루션을 활용하는 기업은 보험 비즈니스 구축 및 관리 비용의 90% 이상 절감 가능하다고 하며 기간 역시 2주 밖에 걸리지 않는다. Boost가 제공하는 보험상품은 비지니스 오너 보험, D&O 보험 등 기업 대상 보험과 임대, 애완동물 건강 등 개인 대상 보험상품, 지갑도난방지 같은 주택보

14) Roadside Assistance service라고 하며 보통 미국의 자동차 보험은 사고로 인한 피해복구 비용만 보상하며 긴급대응은 포함하지 않음. 현재 Root의 긴급출동 서비스는 Mylies app에서 제공되지 않고 전체 Root 회원에게 추가 비용 없이 제공되고 있음

15) IaaS(Inusrnac as a Service)란 개인이나 기업(주로 비보험 기업)의 요구 사항에 맞춰 보험을 구매할 수 있도록 제공하는 서비스로 이 경우 보험 가치 사슬 내 각 요소 즉 가입, 청구 관리 고객 지원 등 모든 요구사항을 지원하는 서비스를 디지털로 제공하는 서비스를 말함

험, 보증, 배송 및 패키지 도난과 미니 보험 등이 있다.

5) Slice Lab

우버나 리프트 종사자들을 위해 사용하는 기간 동안 발생하는 위험만 보장하는 온디멘드 보험을 제공하는 Slice Lab은 2015년 미국에서 설립되었다. 2018년 보험 사업면허를 획득하여 온디맨드 보험을 제공하고 싶어하는 어느 기업에게나 온디맨드 보험을 제공할 수 있도록 크라우드 기반 플랫폼(인프라/솔루션)을 구축하고 서비스를 확대하였다. Slice Lab은 클라우드 기반 온디맨드 보험 플랫폼을 제공하고 온디맨드 보험을 제공하는 보험회사 혹은 기업이 받는 보험료의 일부를 관리비로 받고 있다.

6) Next Insurance

Next Insurance는 SME를 대상으로 다양한 보험상품의 가격을 산출하고 상품을 제안하는 디지털 Agency 플랫폼으로 2016년에 설립되었다. SME는 Next Insurance 플랫폼에서 자신의 보험증권 관리하고 또 타 상품을 살펴볼 수 있다. 2018년 Next Insurance는 보험회사 사업면허를 획득하여 SME 대상 보험을 직접 제조하게 되었다. 2020년 머신러닝 기술을 기반으로 오픈 데이터를 분석하는 기업인 Juniper Lab을 인수하여 보다 정교한 언더라이팅 서비스를 제공하고 있다. 이어 2021년 디지털 보험 Agency AP Intego를 인수하여 SME 대상 임베디드 보험을 제공하기 시작했다. AP Intego가 보유한 플랫폼은 중소기업에 종사하는 근로자가 일한 시간만큼 제공하는 근로자 보상보험(Pay as you go workers' compensation)을 제공할 수 있으며 Next Insurance는 이를 통해 보다 정교한 임베디드 보험 제공이 가능하다.

7) Bestow

2016년에 설립된 디지털 생명보험 플랫폼 Bestow는 고객이 플랫폼을 통해 자신 혹은 가족에게 맞는 옵션을 선택할 수 있도록 제공하고 고객에게 빠른 보험료 산출을 통해 손쉽게 생명보험을 구매하는 경험을 제공한다.

2020년 47개 주에 보험 사업면허를 보유한 Centrurion Life Insurance를 인수해 풀스택

디지털 생명보험회사가 되었다. 이러한 생명보험 제공 역량 및 AI 기반 기술력(Bestow Protect API)을 바탕으로 Lemonade와 같은 다양한 협력사들과 파트너십을 맺고 임베디드 보험 사업에 진출하였다. 이를 바탕으로 2022년 모든 비즈니스 사이즈에 적용 가능한 자동시작 솔루션(Bestow Protec Web)을 출시하여 임베디드 보험 사업을 확장하고 있다.

8) Kin Insurance

Kin Insurance는 2016년 설립한 미국 인슈어테크로 주택, 건물보험을 주로 제공하고 있다. 이들은 기존의 보험회사와 달리 공공데이터 및 위성 데이터를 활용해 건물 등과 관련된 다양한 데이터를 수집하여 분석해 기존 보험료보다 20%까지 저렴한 보험료를 산출해 제공한다. 2020년 Capre analytics와 협업으로 특정 지역 데이터를 분석하여 개인 건물 보험의 위험을 정교화 하였으며, 나아가 주택 보증 및 수리 서비스사인 Cinch Home Service와 협업하여 주택 및 컨텐츠 보험으로 확대를 추진하는 중이다. 2021년 미국 내 43개주의 보험사업면허를 획득하여 풀스텍 디지털 보험회사가 되었으며 옴니채널 등 활용 채널도 확대하고 있다.

9) Pie Insurance

Pie Insurance는 SME 대상 근로자 보상보험(Workers Compensation)을 제공하는 인슈어테크로 2017년에 설립되었다. Pie가 보유한 데이터셋을 바탕으로 SME 기업의 고객을 세분화하고 맞춤형 보험상품을 제공한다. Pie는 다른 보험회사에 의존해 보험을 인수하고 보험료를 나누어 갖는 사업모델을 탈피하기 위해 2021년 보험회사 사업면허를 가진 Western Select Insurance를 인수하여 풀스텍 디지털 보험회사가 되었다.

〈표 Ⅲ-1〉 미국 디지털 보험회사 사업모델

구분	제공서비스 (상품/서비스)	특화기술	타겟 고객 (B2C/B2B/ B2B2C)	설립 방식	설립연도
Metromile	운전거리연동 자동차보험	• 텔레메틱스 • 머신러닝	B2C	Licensed 인슈어테크	2011
Lemonade	주택, 렌탈, 펫, 자동차보험	• AI 분석 • P2P 방식	B2C	Licensed 인슈어테크	2015
Root Insurance	모바일 자동차보험	• 텔레메틱스 • Data 분석	B2C/B2B	Licensed 인슈어테크	2015
boost	White Label 보험플랫폼	• 머신러닝 • AI 분석	B2B	Licensed 인슈어테크	2017
Slice	온디멘드 보험, 임베디드 보험플랫폼	• 클라우드 기반 • Data 분석	B2C/B2B	보험업 인가 획득('18)	2015
NEXT INSURANCE	SME대상보험 임베디드 보험	• 머신러닝	B2B	보험업 인가 획득('18)	2016
bestow	생명보험	• AI 기반	B2C	보험업 인가 획득('20)	2016
kin.	주택, 렌탈 보험	• Data 분석	B2C	보험업 인가 획득('21)	2016
PIE INSURANCE	종업원 상해보험	• 클라우드 기반 • Data 분석	B2B	보험업 인가 획득('21)	2017

자료: CBinsight data를 활용하여 재구성함

나. EU

EU 내 디지털 보험회사는 대부분 보험 라이선스를 보유한 풀스텍 인슈어테크 중심으로 디지털 보험을 제공 중이다.

1) Hellas Direct

Greece 최초의 풀스텍 디지털 보험회사로 2012년에 설립되었다. 그리스 내 자동차 보험 제공을 첫 시작으로 2018년에는 스위스리, Revoult와 협업으로 그리스 내 주택보험 제공

으로 상품을 확장하였다. 아마존이 제공하는 것과 같은 자동화된 운영시스템 제공을 목표로 하고 있으며 가입, 인수, 가격책정, 청구 등 모든 보험 프로세스를 디지털화하여 제공하고 있다. 예를 들어, 그리스에 등록된 차량 소유자는 4분 이내 온라인에서 보험을 가입할 수 있으며 자동차 기계 결함이 발생한 고객은 Hellas Direct 내 12,000개 정비소를 안내하여 서비스를 받을 수 있다.

Hellas Direct는 자사가 제공하는 자동차 보험과 주택보험의 가격책정 프로세스를 개선하기 위해 최근 AI 기반 보험가격 책정 솔루션을 제공하고 있는 인슈어테크 Akur8와 협업을 발표하였다('22. 4).

2) Wakam

190년 전통 손해보험회사[16)]였던 Wakam은 2015년 자사 브로커리지 자회사를 모두 처분하고 100% 디지털 손해보험회사로 전환한 프랑스 디지털 보험회사이다. 디지털 보험회사로 전환 후 Wakam은 전통 보험 기업(재보험사 및 브로커) 와 인슈어테크, 핀테크, 이커머스 플랫폼, 디지털 뱅크 등 비보험 기업에게 White lable 보험상품 제공으로 비즈니스 모델을 전환하였다. 이를 위해 유럽 전역의 240개 인슈어테크와 제휴를 맺고 있으며 이들에게 보험상품 및 서비스를 제공하고 있다. Wakam은 API를 이용해 매달 3만 건의 보험을 인수하고 있으며 블록체인을 통해 청구 자동화를 제공하고 있다. 이러한 전략 변화 이후로 CAGR 37% 성장을 이루었다.

그러나 최근 많은 인슈어테크가 보험사업면허를 획득함에 따라 기존 손해보험을 넘어 파라메트릭 보험, 생명, 건강 보험까지 사업을 확대를 계획하고 있다. 특히 건강보험 판매를 위해 새로운 사업면허를 획득할 계획이다.

3) Alan

프랑스 인슈어테크 기반 디지털 라이프 헬스 보험회사인 Alan은 2016년도에 설립되었다. 프랑스 최초의 보험감독청에 의해 보험사업면허가 발급된 인슈어테크로 디지털 헬스케어 소비자 경험에 초점을 맞춘 서비스 제공을 목표로 하고 있다. 소비자는 Alan이 제공하는

16) Wakam의 전신인 La Parisienne Assurances는 1829년에 설립된 전통 보험회사임

플랫폼을 통해 자신의 보험서비스의 상태-청구진행과정, 라이프 사이클 변화에 따른 보험담보의 변경 등을 할 수 있다. 또한 Alan Map을 통해 건강 전문가와 상담 약속을 잡을 수 있다. 2021년 Alan은 기존의 플랫폼 서비스를 생태계로 확장을 시도하였다. 즉, Alan Body 라는 앱을 통해 어린아이의 수면상태 영양 및 발육상태 등을 모니터링할 수 있는 서비스를 출시하였다. 또한 정신건강 서비스 제공을 위해 마인드 컨트롤 앱 Jour를 인수하여 인지행동치료(Cognitive Behavioral Therapy) 영역까지 사업을 확장 중이다.

4) Qover

2016년 벨기에 브뤼셀에서 자전거 사업면허를 보유한 보험 전문 인슈어테크로 출발한 Qover는 2019년 900만 달러의 자금조달을 받으면서 임베디드 보험 솔루션을 이용하여 자전거보험을 제공하는 회사로 성장했다. Qover는 API 기반 솔루션을 바탕으로 자전거 구매 시 구매시점에서 종합 보험 및 긴급 지원을 받을 수 있는 보험을 제공한다. 특히 Qover는 파트너사의 고객이 쉽고 편리하게 자전거, 오토바이크, 여행자 보험과 같은 소프트 모빌리티 보험을 가입할 수 있도록 임베디드 솔루션 제공에 초점을 두고 있다. Qover가 제공하는 임베디드 보험 솔루션에는 자전거의 도난 시 24시간 연중 무휴로 보장, 사고, 동물 또는 자연적 요소에 대한 물질적 손상 보장, 수리비 환불, 자전거 교체, 고정 부속품 등 피해보전에 대한 보상이 포함된다. 현재 유럽 내 12개국에서 서비스를 제공받을 수 있다. Qover가 제공하는 임베디드 보험 솔루션은 레볼루트, 딜리버루, 카우보이, 이모웹 등에 제공되고 있다.

5) Luko

홈 보안에 초점을 맞춰 다양한 센서와 보험을 연결시키는 인슈어테크인 Luko는 2016년 프랑스 파리에서 설립되었다. 단순한 사고 후 손해를 배상하는 홈 컨텐츠 사고 청구 기반 보험서비스를 넘어서 예방 서비스로 전환을 목표로 한다. Luko가 제공하는 AI 기반 센서는 가정에서 발생하는 사고를 모니터링하고 예방하는 서비스를 제공한다. Luko가 제공하는 서비스인 Luko Water(누수 감지), Luko Smart Door(침입 방지), Luke Elec(화재 방지)는 모두 실시간으로 제공된다. 가정 내 IoT 기기 사용이 증가함에 따라, Luko Bridge는 집안에 설치되어 있는 다양한 스마트 센서가 수집하는 데이터를 분석하고 이상 패턴 발생 시 경고하는 서비스를 제공하고 있다. 모든 서비스는 고객의 개인 휴대폰을 통해 관리 가능하다. 2020년에는 리모트 홈 모니터링 서비스인 Doctor House를 론칭하고 집안 내 발

생할 수 있는 수리 상황을 모니터링할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

6) Wefox

2015년도에 독일 베를린에 설립된 Wefox는 설립 초기에는 주로 보험 브로커를 대상으로 디지털 기반 어드바이스 제공에 집중하였다. 2017년부터 디지털 보험회사 ONE을 인수하여 full stack 보험회사로서의 역량을 확보하였으며, API 기반 어드바이스 플랫폼인 Koble을 런칭시키면서 디지털 기반 보험 브로커 서비스[17]를 제공하였다. 현재 Wefox는 브로커를 위한 디지털 플랫폼 제공 외에도 일반 손해보험, 펫, 건강, 생명 보험 등의 보험을 제공하고 있다.

7) Friday

Friday는 독일 최초로 자체 요율을 산정하여 자동차 요금을 제공하는 디지털 보험회사이다. 2017년 설립된 Friday는 클라우드 기반 보험 플랫폼을 개발했으며 페이퍼리스, 모바일 및 완전 디지털 방식의 혁신적인 제품을 제공하고 있다. 운전 거리 기반 요금제는 특히 유연성과 공정성을 중시하는 젊은 운전자와 중고차 운전자 고객을 타겟으로 하고 있다. 2021년 프랑스 자동차 보험시장에 진출하여 서비스를 확대하였다. 프랑스 진출을 통해 Friday는 유연하고 합리적인 디지털 자동차 보험을 제시하고 있다. 더불어 프랑스에서 새로운 서비스 두 가지를 선보였는데, 첫째, 소비자에게 추가 개인 설정 옵션(Zen mode)을 제공하였다, 이를 통해 고객은 자동차 보험 외 가정 및 레저 활동에 추가 피해를 입을 경우 이를 보장 할 수 있도록 보험상품을 추가하여 보험 갭을 축소할 수 있도록 하였다. 둘째, 디지털 채널을 경험 많은 보험 전문가와 결합하여 조언, 지원 서비스, 청구 처리에 대한 개인 지원을 제공하는 하이브리드 서비스를 도입하여 고객의 요구를 더 잘 이해할 수 있도록 하였다.

8) TONI Digital

2017년에 스위스 취리히 기반 디지털 보험회사로 스위스의 대표적인 화이트 라벨[18]

17) 화상회의 플랫폼을 통해 고객과 브로커를 연결시켜 소통을 향상시켜주는 서비스를 말함

18) 화이트 라벨 보험(White-Label Insurance)이란 제조 회사명이 붙여 있지 않은 보험상품으로, 한 회사가 개발한 후 다른 회사에게 제공하여 제공받은 회사의 브랜드를 붙여 판매하는 보험상품을 말함

B2B2C 보험 솔루션 제공사이다. 뮤니크리 Additiv AG 등 대형 재보험회사 및 보험회사와 협업을 통해 보험 노하우나 보험 사업면허 또는 보험 IT 시스템이 없는 회사도 보험을 제공할 수 있도록 보험 솔루션 혹은 플랫폼을 제공하고 있다. 주요 상품으로 자동차 및 모터바이크, 자전거 보험, 주택보험, 개인 상해보험, 모기지 보험 등이 있으며 주요 고객은 스위스 투자 은행인 PostFinance, 스위스 최대 리테일 슈퍼마켓 플랫폼인 Migro가 있다. Toni Digital은 PostFinance에 자동차 보험을 제공하고 있으며 Migro에는 개인상해보험 및 각종 워런티 보험을 제공하고 있다. 최근 클라우드 플랫폼 솔루션을 제공하고 있는 인슈어테크인 Socotra와 협업을 통해 다양한 기업에게 맞춤형 디지털 보험을 제공하기 위한 클라우드 역량을 확보하였다.

9) Ottonova

앱 기반 디지털 사적 건강보험을 제공하는 Ottonova는 2017년 독일 뮌헨에서 설립된 디지털 보험회사이다. Ottonova는 단순한 건강보험만을 제공하는 것을 넘어 병원 및 의사 방문을 예약해주는 컨시어지 서비스를 포함해 개인 건강관리를 상담하는 어드바이저 서비스를 제공하는 등 통합 헬스케어 플랫폼 서비스를 제공하고 있다. 또한 화상통화 등을 통해 텔레헬스(Telehealth) 서비스, 복약 서비스 역시 제공하고 있다.

10) Element

2017년도에 설립된 Element는 독일 최초의 다이렉트 손해보험회사로 사업면허를 획득한 디지털 보험회사이다. Element는 B2B2X White Label Insuranc 제공을 목표로 설립되었으며 이들의 커스터마이즈 보험은 E-Commerse 플랫폼사부터 대형 보험회사까지 제공되고 있다. Element의 경쟁력은 모든 보험밸류체인이 유연하게 움직일 수 있도록 디지털화한 것이며 더불어 100% 클라우드 시스템으로 운영되고 있다.

최근 Element는 독일 내 기업을 위한 파라메트릭 클라우드 정전 보험을 출시하기 위해 MGA Parametrix Insurance와의 파트너십을 발표했는데, Element는 이를 통해 타사 IT 및 클라우드 인프라 공급자의 다운타임으로 인한 재정적 손실을 보상하는 서비스를 제공하고 있으며 또한, 모니터링 시스템은 보험에 가입된 사건을 실시간으로 감지하여 1시간 정도의 짧은 대기 기간으로 보상을 할 수 있도록 제공하고 있다.

11) Zego

2016년에 설립된 Zego는 자영업 운전자와 라이더에 이르기까지 긱 이코노미에 종사하는 소비자를 위한 유연한 보험을 제공하는 디지털 상업용 자동차 보험 제공사이다. Zego는 2019년 상품 제조를 위한 사업면허를 받았으며 자체 제품을 구축하고 판매할 수 있는 보험 사업면허를 부여받은 최초의 영국 인슈어테크 회사가 되었다.

초기엔 개인 자동차 보험을 제공했으나 렌터카 및 스쿠터 셰어링과 같은 새로운 모빌리티 서비스 등 급성장하는 시장수요에 대응하기 위해 B2B 보험으로 사업모델을 확장했다. 유사한 상품 및 서비스를 제공하고 있는 타 디지털 보험회사 대비 최강의 기술과 정교한 데이터 소스를 결합하여 비즈니스 시간과 비용을 절약하는 보험상품을 제공한다. Zego는 분 단위 보험부터 연간 보험까지 다양한 맞춤형 정책을 제공하여 기존 보험회사보다 유연하고 차량의 사용 데이터를 기반으로 가격을 책정한다.

12) Senya

2018년도에 설립된 프랑스 파리 기반 인슈어테크로 2020년 보험 사업면허를 획득한 풀스텍 디지털 보험회사이다. 초기 사업모델은 Element와 같이 기업들이 보험상품을 제공할 수 있도록 White Lable 보험 서비스를 제공하는 등 주로 비보험 가입자를 대상으로 보험서비스를 제공하였다.

최근 Senya는 보험 중개업을 성장시키기 위한 제품과 소프트웨어를 제공하는 데 사업모델을 확장하고 있다. 현재 Seyna 플랫폼의 장점은 Seyna 자체 보험상품이 적용되는 고객에게만 혜택을 제공하고 있지만 향후 Seyna의 플랫폼을 타 보험회사가 보유한 상품에 개방하여 브로커들이 활동량을 늘릴 수 있도록 계획하고 있다. Seyna는 보험 중개자가 효율적으로 업무를 운영할 수 있도록 유연한 상품 및 운영 SW 제공을 목표로 하고 있다.

13) Getsafe

2016년도 독일에서 설립된 Getsafe는 앱을 기반으로 고객의 개인화된 보험상품 설계를 단 5분 만에 가능하도록 언더라이팅을 제공하는 디지털 MGA로 출발했다. Getsafe는 홈 컨텐츠 보험, 자동차 보험, 일반 배상보험을 독일 및 영국에 제공하고 있다. 최근 프랑스 디지털

보험회사 Wakam과 보험 비교플랫폼 Qoutezone과 제휴로 집 컨텐츠 보험 제공을 확장했다. 이러한 앱 기반 컨텐츠 보험을 중심으로 서비스를 제공하는 것은 독일 및 영국 내 젊은 층을 타겟으로 하고 있으며 이는 기존 기성세대 중심의 대형 보험회사와 차별점을 가진다. 디지털 MGA로 출발했지만 2021년 보험회사 사업면허를 획득했으며 동시에 시리즈B펀딩도 확보하였으며 이를 기반으로 생명보험과 건강보험으로의 확대도 추진 중에 있다.

14) Hedvig

2018년 스웨덴에서 주택보험 및 렌트 보험을 제공하는 MGA 인슈어테크로 시작한 Hedvig는 기존 전통보험회사가 제공하는 보험상품에 얽매이지 않고 새로운 보험상품을 개발하고 제공하기 위해 2021년 보험사업면허를 획득하여 디지털 보험회사가 되었다. Hedvig는 특히 밀레니얼 고객에 초점을 두고 서비스를 제공하고 있으며 이를 위해 독특한 비즈니스 모델을 제공하고 있다. 즉, 보험료의 25%는 Hedvig에 돌아가지만 나머지는 가입고객의 공동 청구 섹터로 들어가며, 이는 가입고객 중 도움이 필요한 고객이 신청하여 사용할 수 있고 연말에 공동청구권 섹터에 돈이 남아 있다면 그 금액은 자선단체에 기부된다.[19]

19) Hedvig Homepage

〈표 Ⅲ-2〉 EU 디지털 보험회사 사업모델

구분	제공서비스 (상품/서비스)	특화기술	타겟 고객 (B2C/B2B/ B2B2C)	설립 방식	설립연도
HELLAS DIRECT RETHINK INSURANCE	주택보험, 자동차보험	• AI 분석 • Data 분석	B2C	Licensed 인슈어테크	2011
wakam	일반손해보험, 임베디드 보험	• AI 분석 • 블록체인기술	B2C	2015년 전환	1829
alan	생명·건강보험, 디지털건강관리	• Data 분석	B2C	Licensed 인슈어테크	2016
qover	White Label 보험플랫폼/솔루션	• API 기반	B2B	Licensed 인슈어테크	2016
luko	홈시큐리티 보험	• IoT 기술 • Data 분석	B2C	Licensed 인슈어테크	2016
wefox	브로커 보험플랫폼 펫보험, 생명·건강보험	• API 기반	B2C/B2B	보험업 인가 획득('17)	2015
FRI:DAY	운건거리기반 자동차보험, 레저보험	• AI 기반	B2C	Licensed 인슈어테크	2017
TONI Digital	White Label 보험플랫폼/솔루션	• 클라우드 기반 • API 서비스	B2B	Licensed 인슈어테크	2017
ottonova	건강보험, 디지털건강관리	• 텔레헬스 • Data 분석	B2C	Licensed 인슈어테크	2017
ELEMENT	White Label 보험플랫폼/솔루션	• 클라우드 기반 • Data 분석	B2B2X	Licensed 인슈어테크	2017
ZEGO	플랫폼종사자용 자동차/모터사이클 보험	• Data 분석	B2C/B2B	보험업 인가 획득('19)	2016
Seyna.	White Label 보험플랫폼/솔루션	• 클라우드 기반	B2B2C	보험업 인가 획득('20)	2018
GETSAFE	주택보험, 자동차보험	• Data 분석	B2C	보험업 인가 획득('21)	2016
Hedvig	주택. 렌탈, 자동차보험	• Data 분석	B2C	보험업 인가 획득('21)	2018

자료: CBinsight data를 활용하여 재구성함

다. 아시아 퍼시픽(중국, 홍콩, 인도, 싱가포르, 일본, 및 오스트레일리아)

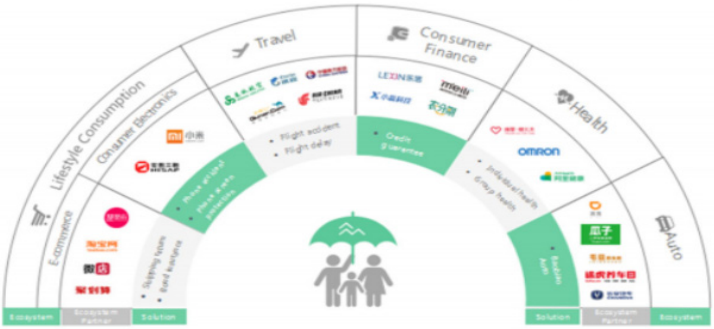
미국 및 EU 내 인슈어테크의 유형과 달리 아시아 퍼시픽의 디지털 보험회사는 2010년 후반 들어 대형 보험회사와 대형 테크기업 혹은 투자회사들의 합작에 의해 만들어진 경우가 증가하는 추세이다.

1) ZhongAn Insurance

2013년 PingAn Group, Tecent, Alibaba가 합작하여 설립한 중국 최초 디지털 손해보험회사이다. 2017년 홍콩에서 IPO에 성공하였다. 자회사로 ZhongAn Technololgy, ZhongAn International , ZA Bank를 보유하고 있다.

자체 기술력(ZhongAn Technology)을 바탕으로 내부 디지털화는 물론 외부에 기술 상업화 역시 성공하여 솔루션을 제공하고 있다. Grab과 파트너십으로 자동차 보험(모토 모바일 보험)을 제공하고 있으며(ZhongAn International), Alipay와 함께 제공하는 펫보험은 자체 개발한 Nose-print 기술을 기반으로 하고 있다. 그밖에 여행자 보험, 건강보험을 제공하고 있다. ZhongAn은 건강보험상품 제공을 넘어 Online clinic 서비스도 제공[20]하고 있으며 미국 헬스 스타트업 Orig3n과 협업을 통해 유전자 검사가 포함된 헬스케어 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 Ⅲ-1〉 ZhongAn Insurance 플랫폼 전략



자료: Rick Huckstep(2018)

20) 2019년 Online clinic 사업면허를 획득함

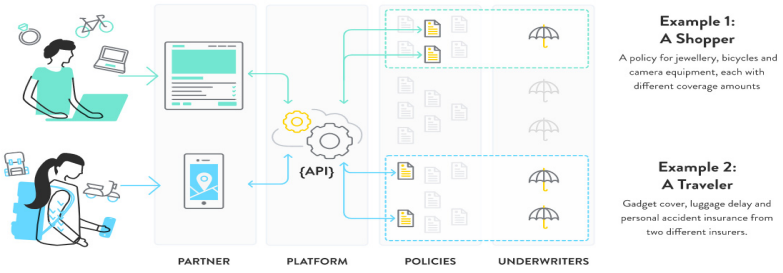
2) SingLife

SingLife는 싱가포르 기반 네오 인슈어런스로 2014년 설립되었다. 싱가포르 내 고액자산가들의 유니버설 생명 보험 니즈 충족을 목적으로 디지털에 기반을 둔 편하고 간단한 생명보험 구매경험을 제공하고 있다. Zurich의 싱가포르 사업부를 인수하여 건강보험도 판매하기 시작했으며 최근 암보험도 판매하고 있다. 2019년 SingLife는 모바일 페이먼트 기업인 Yolopay의 Prepaid 데빗카드사 Canvas를 인수했다. 이를 통해 SingLife는 고객 접점을 늘리고 카드고객의 소비행태 데이터를 확보하여 고객에 대한 이해를 더 넓힐 수 있을 것으로 보인다. 즉, SingLife는 단순히 네오 인슈어런스를 넘어 핀테크의 영역까지 비즈니스를 확장할 가능성을 보이고 있다. 한편 2020년 필리핀으로 진출하여 블록체인 플랫폼 Galileo Platform과 E-Wallet 회사 Gcash에 파트너십을 맺고 생명보험상품을 제공하는 등 사업을 확장하고 있다.

3) Cover Genius

AI 기술이 적용된 API를 기반으로 한 Cover Genius는 2014년에 호주에서 설립되었다. Ebay, Intuit, Booking Holding 등 대형 E-commers사들에게 임베디드 보험을 제공해 주고 있다. Cover Genius가 제공하는 판매 채널 솔루션 XCOVER는 고객이 어디에 있든 어떤 채널에서 접속을 하든지 보험상품에 접근 가능하게 하며, API 기반 XClaim은 실시간 청구가 가능하도록 서비스를 제공한다. 임베디드 보험 및 보험 솔루션 제공 외에 Cover Genius는 렌탈 보험 및 여행 취소 보험 등도 제공한다.

〈그림 Ⅲ-2〉 Cover Genius의 XCOVER 적용 방식



자료: Gover Genius Homepage

4) Acko

2016년도에 설립된 Acko는 인도 인슈어테크 기반 디지털 일반 보험회사이다.

주된 보험은 운행데이터 기반 자동차 보험과 플랫폼 제휴를 통한 스마트폰 보험, 디지털 가전 여행자 보험 등 일반보험이다. Acko가 제공하는 자동차 보험은 운행기록과 운행 패턴에 따라 자동차 보험 요율이 산정된다. 최근 ACKO는 Door to door 자동차 수리서비스 제공을 위해 Pitstop에 투자하기도 했다. Acko의 경쟁력은 플랫폼 협력사들과의 파트너십과 데이터 분석에 기반한 언더라이팅이다.

최근 Acko가 확대하고 있는 사업은 임베디드 보험을 제공하는 B2B2C 사업으로, 이를 위해 Ola Cabs(택시 호출 서비스사), RedBus(온라인 버스티켓 플랫폼)와 제휴를 맺고 여행자 보험상품을 언더라이팅 서비스와 함께 제공하고 있다.

5) Digit

2016년 설립된 Digit은 인도 방갈로에서 출발한 인슈어테크 기반 디지털 손해보험회사이다. Digit을 설립한 Goyal은 Bajaj Allianz에서 6년간 COO와 CEO를 거쳤으며, 보험을 간편하고 빠르게 제공하기 위해 페어펙스 파이넨셜의 펀딩을 받아 Digit을 설립하였다.

주된 보험상품은 자동차 보험, 자전거 보험, 건강보험, 여행자 보험, 휴대폰 보험 등이며 이들 상품의 청구 처리 속도는 인도 일반보험상품 내 최고라고 알려져 있다. Digit의 주된 전략은 디지털 제품과 함께 보험을 제공하기 위해 이를 가능하게 하는 플랫폼 기업들과 파트너십을 구축하는 것이다. 이를 위해 digit은 아마존과 인도 내에서 운영되는 또 다른 전자상거래 사이트인 플립카트 등 1,500개 기업 파트너십을 체결했다. Digit이 제공하는 휴대전화 보험은 이러한 파트너십을 통해 판매된다. 특히 이 보험은 휴대폰이 고객에게 전달되는 순간 활성화되며 보험 가입자가 청구 시 지불해야 하는 표준 금액 공제 없이 청구가 가능하다. 동 보험회사의 주된 고객은 개인고객뿐만 아니라 SME 기업으로, 동사는 2020년 SME와 스타트업이 스스로 위험보장 정도를 확인해 볼 수 있는 툴(DIY Check Tool)을 제공하여 보험 접근성을 높였다.

6) OneDegree

홍콩 내 세 번째 디지털 보험회사로 인가받은 디지털 손해보험회사로 2016년에 설립되었다. 주력 보험으로 펫보험 사이버 보험이 있으며 API 기반 SaaS 서비스 제공을 통해 기존 보험회사나 이커머스 플랫폼 회사에게 빠르게 보험상품을 제공할 수 있도록 솔루션을 제공하고 있다. 최근 뮤니크 리와 협업을 통해 Digital Asset Insurance[21]를 제공하고 주택보험과 중대질병 보험 등 제공 상품을 확대하고 있다.

7) BLUE

Tecent(20%)와 Aviva(40%), HillHouse Capital(40%)가 합작투자 형식으로 설립한 BLUE는 2018년도에 출범한 홍콩 최초의 디지털 라이프 보험회사이다.[22] 지분구조에서도 알 수 있는 바와 같이 BLUE는 AVIVA의 채널 비용을 감소하기 위한 디지털 공략의 하나로 전략적으로 출범시킨 디지털 보험회사로 출발하였다.[23] 그러나 2019년 AVIVA가 HillHouse Captial에 모든 지분을 넘겨 현재 AVIVA의 지분은 없다.

BLUE가 제공하는 보험은 정기보험(Term Insurance), 중대질병(Critical Illness), 개인상해 보상이며 타겟 고객은 주로 밀레니얼 세대이다. 최근 디지털 인식 기술(Iam Smart)을 홍콩 내 최초로 도입하는 등 가입 과정에서의 편의성을 높이고 있다.

8) Bowtie Insurance

2018년 홍콩 최초의 버츄얼 보험사업면허를 획득한 디지털 보험회사로 캐나다 대형 생보사인 Sun Financial와 Hong Kong X Technology의 합작사이다. 보타이를 매는 것처럼 이해하기 쉽고 구매하기 편리한 보험상품의 제공이 동 회사의 설립 모토이다.

주된 제공 상품은 홍콩 내 사적 건강보험(VHIS in HK), 개인 상해, 암보험으로, 특히 사적

---

21) 'OneInfinity'라는 보험으로 디지털 자산 거래 플랫폼, 관리인, 자산관리자 및 기술제공업체가 직면할 수 있는 위험을 보장하는 보험으로 OneDgree는 중앙집중식 금융(Cefi)와 분산형 금융(Defi)의 사고데이터베이스를 기반으로 위험 모델링을 제공하는 것으로 알려짐

22) 홍콩 디지털 보험 인가 규제인 FAST TRAC 프로그램이 인가한 첫 번째 디지털 보험회사임

23) BLUE CEO, Chaires Hung TAk-chow가 출범 시기에 발표한 인터뷰를 인용함

건강보험이 표준화되어 제공되고 있는 홍콩 내 건강보험시장에서 Bowtie Insurance는 시장 내 수수료가 없고 가장 저렴한 가격의 건강보험을 제시하면서 젊은 세대의 주목을 받았다. 다른 디지털 보험회사들과 마찬가지로 가입 및 보상 프로세스는 AWS 기반 풀 디지털로 진행되고 있으며 Bowtiecash라는 로열티 프로그램을 운영하고 있다. Bowteicash는 동 회사가 웹사이트를 통해 제공하는 뉴스레터를 구독 혹은 프로모션에 참여하거나 지인에게 추천 시 제공되는 일종의 포인트로, 이를 통해 자기부담료 혹은 추가로 발생하는 의료검사비 등과 같은 의료비에 사용 가능하다.

9) Avo Insurance

홍콩 최초의 버추얼 일반 보험회사로 HillHouse Capital(49%)와 Aisa Insurance(51%)의 합작으로 설립된 손해보험회사이다. ASIA Insurance는 홍콩 내 리딩 대형 일반 보험회사로 앞서 언급한 BLUE와 유사하게 ASIA Insurance의 디지털 전략의 하나로 설립된 회사이다.[24)]

주된 상품은 여행자 보험(홍콩뿐만 아니라 홍콩 외 국가들도 보장), 암보험(18~65세 보장하며 85세까지 갱신 가능, 홍콩과 중국 내 입원비도 보장)이다. 특이한 것은 Avo Insurance가 제공하는 E-Wallet 보험으로 WeChat Pay, Alipay, PayMe 계좌에 발생하는 위험을 보장하고 있다(보장금액은 설정된 보험금액의 20%로 한정). 모바일 뱅킹의 주된 고객인 MZ세대를 주 타겟 고객으로 하고 있다.

10) ZA Insure

2021년 ZhongAn international과 Fubon Life가 합작하여 만든 디지털 라이프 보험회사로 생명보험의 침투율이 낮은 홍콩시장을 대상으로 ZhongAn Insurance의 자회사인 ZA Bank 채널을 활용하기 위해 전략적으로 설립한 디지털 보험회사이다.

주된 상품은 정기보험(5년, 10년)으로 홍콩 내 디지털 생명보험회사 중 가장 고액의 생명보험상품을 판매하고 있다(1,000만 홍콩 달러).

---

24) ASIA Insurance는 B2B 대상 일반보험을 주로 제공하는 회사이기 때문에 B2C 공략을 위해 전략적으로 설립한 것으로 보임

〈표 Ⅲ-3〉 아시아 퍼시픽 디지털 보험회사 사업모델

구분	제공서비스 (상품/서비스)	특화기술	타겟 고객 (B2C/B2B/ B2B2C)	설립 방식	설립연도
众安保险	일반손해보험, 건강보험	• 행태 데이터 분석 • AI 기술	B2C/B2B	합작(Tencent, PingAn, Alibaba)	2013
Singlife	생명(유니버설/ 정기)보험, 암보험	• 헬스 모니터링	B2C (고소득층)	Licensed 인슈어테크	2014
COVER GENIUS	임베디드보험, 렌탈, 건강보험	• AI 분석 • API 기반 솔루션	B2C/ B2B2C	Licensed 인슈어테크	2014
ACKO	자동차보험, 일반손해보험, 건강보험	• Data 분석 • AI 분석	B2C/ B2B2C	Licensed 인슈어테크	2016
digit	자동차보험, 건강보험, 휴대폰 보험	• 청구 자동완결 • 셀프 보험진단	B2C/SME	Licensed 인슈어테크	2016
OneDegree	펫보험, 건강보험	• 전 과정 자동화	B2C	Licensed 인슈어테크	2016
BLUE INSURANCE	SME대상보험, 임베디드보험	• 스마트 인식 기술	B2C	합작(Tencent, AVIVA, HillHouse Capital)	2018
bowtie	건강보험, 개인상해보험,로열티프로그램	• 클라우드 기반	B2C	합작(Sunlife, Hongkong X tech)	2018
avo	여행자보험,암보험, E-Wallet보험	• 디지털 채널	B2C	합작(HillHouse Capital, Asia Insurance)	2018
ZA Insure	생명(정기)보험	• 디지털 방카슈랑스	B2C	합작(Zhongan Insurance, Pubon Insurance)	2021

자료: CBinsight data를 활용하여 재구성함

2. 해외 디지털 보험회사의 사업모델 유형 분석

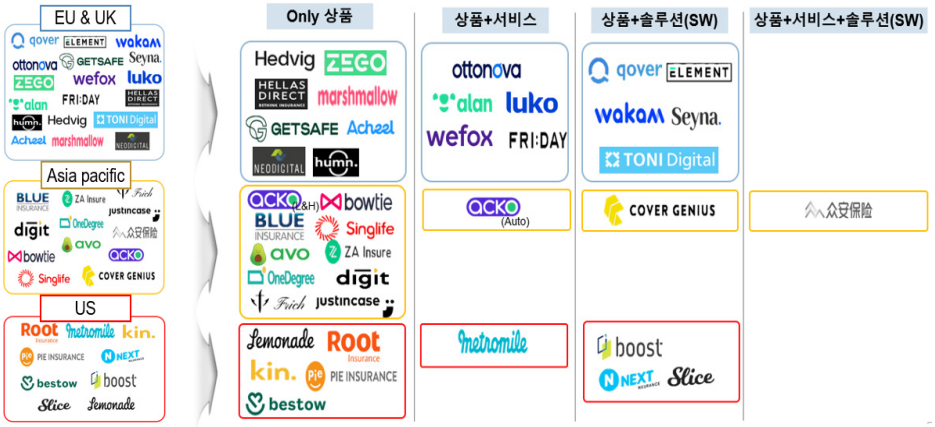
가. 상품 및 서비스 유형별

해외 디지털 보험회사가 제공하는 상품 및 서비스를 살펴본 결과 단순 상품만 제공하는 경우, 상품과 서비스를 함께 제공하는 경우, 상품과 솔루션을 함께 제공하는 경우로 나누어 볼 수 있었다.

상품만 제공하는 경우는 디지털 채널에 집중하여 별도의 서비스 제공 없이 단순한 상품을 제공하는 경우를 의미한다. 상품+솔루션은 상품+서비스 제공과 유사하지만 이 둘의 큰 차이점은 타겟 고객이 다른 점이다. 즉 상품+서비스의 경우 궁극적으로 소비자를 대상으로 제공되고 있는 반면(B2C) 상품+솔루션의 경우 주된 고객은 일반 소비자보다는 기업(비보험 혹은 보험회사)(B2B)인 경우가 많다. 예를 들어, 일반 보험회사 중 디지털 보험상품을 제공하고 싶지만 적절한 인프라가 준비되지 않을 때 디지털 보험회사는 디지털 보험 판매 플랫폼을 제공하거나 비보험회사를 대신하여 이들이 원하는 보험상품을 대신 제공하는 임베디드 보험을 제공한다.

해외 디지털 보험회사의 사업모델을 살펴본 결과, 유럽의 디지털 보험회사는 상품 제공, 상품+서비스 제공, 상품+솔루션 제공 등 이들 세 가지 유형이 고르게 포진되어 있으나 아시아 디지털 보험회사는 디지털 채널을 활용한 상품 제공 부분에 집중적으로 포진해 있는 것으로 나타났다.

〈그림 Ⅲ-3〉 국가별 디지털 보험회사 상품 및 서비스 유형



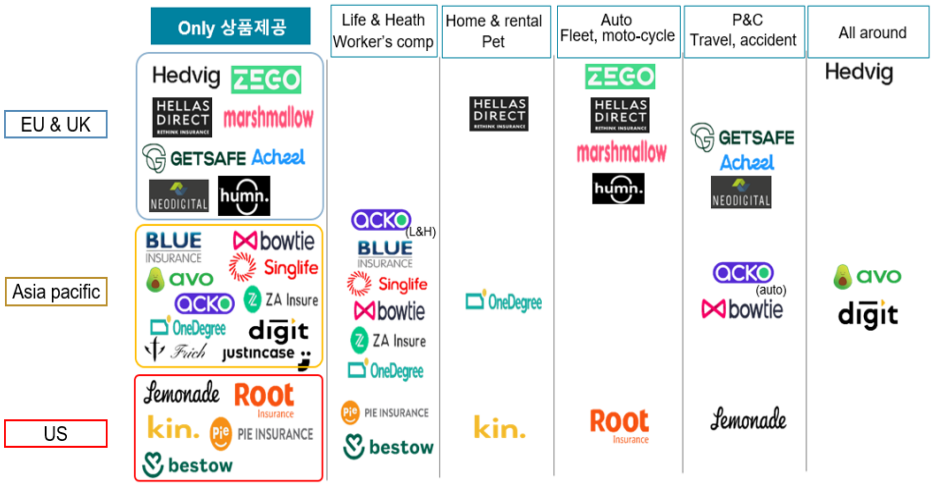
자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

상품만 제공하는 경우를 보종별로 보면 아시아 디지털 보험회사들은 생명, 건강보험 분야에 집중해서 제공하고 있는 반면, 유럽 디지털 보험회사들은 손해보험 분야에 집중해서 분포되어 있음을 알 수 있었다. 아시아의 경우 전통적으로 손해보험시장이 발달하지 않아 신시장으로써 생명·건강보험의 타겟 고객의 확대에 집중했기 때문으로 보인다. 반면 전통적으로 손해보험시장이 발달한 미국 및 유럽의 경우 인슈어테크를 중심으로 한 사업비 절감 및 효율화가 손해보험시장을 중심으로 자연스럽게 이루어졌고, 그러한 이유로 디지털 보험회사도 자연스럽게 손해보험 분야에 더 집중하여 발달한 것으로 보인다.

우선 건강보험 생명보험상품을 보면 디지털 채널과 디지털 인식기술을 적용하여 상품의 접근성과 가입과정의 편의성을 높이는 것을 가장 큰 특징으로 하고 있다. 또한 Third party의 데이터를 활용해 위험분석을 하여 보험요율 결정의 효율화를 극대화 하고 이를 통해 상대적으로 저렴한 상품을 제공하고 있다. 자동차/모터사이클 관련 보험의 경우 텔레메틱스 기반 UBI 제공이 기본으로 적용되어 디지털 기술을 가장 많이 활용하고 있으며 이러한 운전자의 운전거리 기반 실제 데이터를 사용하여 기존에 보험 가입이 어려웠던 긱 이코노미 종사자들에게 유연한 디지털 보험을 제공하고 있다. 주택, 컨텐츠 보험의 경우 과거 관련 위험을 보장하기 위한 충분한 데이터 수집이 어려워 적절한 보험을 제공할 수 없었으나 인공위성 수집 데이터, 공공데이터 등을 다양한 데이터를 AI 기반으로 위험을 분석할 수 있어 기존 대비 저렴한 보험료로 보험을 제공하고 있다. 이처럼 상품 중심으로

제공하는 디지털 보험의 경우 디지털 채널의 활용이라는 가장 큰 특징을 가지고 있지만 단순한 디지털 채널 활용에 머무르지 않고 디지털 인식기술을 활용한 가입의 편의성 확보, 다양한 데이터를 활용한 위험분석으로 보험요율 결정을 효율화 하고 있어 단순히 기존 보험을 온라인으로 판매하는 보험과 다름을 확인할 수 있었다.

〈그림 Ⅲ-4〉 국가별 상품 제공 유형: 보종별



자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

〈그림 Ⅲ-5〉 디지털 보험회사 상품 제공 보종별 사례

건강보험, 생명보험

- 디지털 채널을 활용한 상품가입의 편의성 제공
- 수수료 없는 낮은 가격, 데이터 기반 위험 분석으로 프라이싱 효율화를 특징으로 함
- 저소득 디지털 세대인 밀레니얼, 보험 접근성이 낮은 SME 고객이 주 타겟

BLUE INSURANCE
- 디지털 인식기술(iam smart)을 적용하여 가입과정의 편의성 높임

bowtie
- 홍콩 사적 건강보험 중 가장 저렴한 생명 보험 제공. AWS기반 가입/보상 프로세스 운영

PIE INSURANCE
- Third party 데이터 분석으로 SME 임직원의 실제 위험을 분석하여 낮은 보험료의 Worker's com을 제공

자동차/모터사이클 관련 보험

- 텔레매틱스를 활용한 UBI 제공이 기본
- 헤일링 서비스 종사자들을 위한 온디맨드 보험 제공
- 운전 거리 정보 외 운전습관 등의 다양한 정보도 활용하여 위험율 분석
- 관련 플랫폼, 중고차 보험 등 보험상품 제공 고객을 확대

Root Insurance
- 텔레메틱스 활용 디지털 자동차 보험의 대표적 사례
- 관련 종사자들에게 렌탈보험, 주택보험, 중고자 보험 등으로 상품을 확대

ZEGO
- 자영업 운전가, 라이더 등 긱 이코노미 종사자를 위한 시간~연단위 등 보험의 유연성 제공(이를 위해 130만data point/day 를 분석함)

주택, 컨텐츠 보험

- 기존에 사용하지 않던 데이터를 수집 분석하여 위험을 산정, 저렴한 보험료로 보험 제공

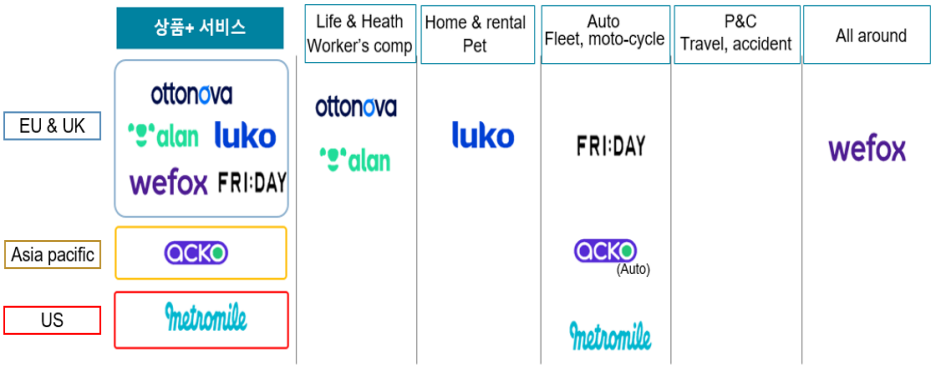
kin.
- 인공위성, 공공데이터 등을 활용하여 건물의 위험을 정밀하게 산정. 기존 보험료 대비 20%저렴하게 제공

GETSAFE
- Third party 데이터를 통해 분석된 정보를 이용하여 고객이 간단한 정보 입력 후 5분만에 상품 구매 가능

자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

한편, 상품+서비스를 제공하는 디지털 보험회사는 미국과 아시아의 경우 자동차 보험 분야에 집중되어 있었고, EU는 모든 보종에 걸쳐 시장을 공략하고 있었다.

〈그림 Ⅲ-6〉 국가별 상품+서비스 제공 유형: 보종별



자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

상품+서비스 제공의 가장 대표적인 사례로 건강관리 서비스를 들 수 있다. 해외 디지털 보험회사는 실제 지도를 보면서 자신의 위치와 가깝거나 자신의 증상을 잘 치료할 수 있는 병원 혹은 의사의 방문을 예약할 수 있는 맵 서비스를 제공하거나 복약지도 혹은 건강관리 서비스를 보험상품과 함께 제공하고 있다. 자동차 보험의 경우 텔레메틱스를 통해 얻어지는 데이터를 활용하여 운전 습관 분석을 제공하여 안전운전을 유도하고 있으며 나아가 자동차외 움직임과 관련하여 발생할 수 있는 위험 갭을 보장할 수 있는 상품을 추가로 구매 가능하도록 하는 등 자동차 보험 외 서비스를 모빌리티 생태계로 확장하여 제공하고 있다. 주택 및 컨텐츠 보험의 경우에도 사고 발생에 대한 보장 외 다양한 AI 센서를 통해 위험을 사전에 관리할 수 있는 서비스를 함께 제공하고 있다.

〈그림 Ⅲ-7〉 디지털 보험회사 상품+서비스 제공 보종별 사례

건강보험, 생명보험	자동차 보험	주택, 컨텐츠 보험
• 상품 + 서비스 제공의 가장 대표적인 사례로 병원 예약, 건강관리(의사를 포함한)전문가를 찾아 주는 서비스, 다양한 건강관리 서비스를 함께 제공함 ottonova • 병원예약 및 의사방문 예약 서비스를 제공하고 비디오 콜을 통한 테레메디슨 서비스, 복약 지도 서비스를 제공 중 alan • 건강보험뿐만 아니라 Alan Map 을 통해 건강전문가를 찾아 상담예약을 할 수 있으며, Alan Body 앱을 통해 어린이용 건강관리서비스(수면, 영양, 발육상태 등)를 제공 중	• 텔레매틱스를 활용한 UBI 제공은 기본으로 제공하되 수집된 데이터를 활용하여 안전운전을 유도하고 할인을 제공하는 서비스를 제공 • 단순 자동차 보험외 모빌리티를 중심으로 위험 발생시 피해를 보장하거나 관리해 주는 서비스를 제공 FRI:DAY • 플랫폼을 통해 Mobility와 연관된 활동시 필요한 보험을 추가로 구매가능하도록 함 ACKO(Auto) • 자동차 보험외 door to door 자동차 수리서비스를 제공함 Metromile • 제공하는 앱(Ride Along)을 활용하여 안전운전시 보험료 할인 제공	• 데이터 분석을 통한 저렴한 보험료 제공으로 접근성을 높이는 것에서 더해 집안에서 발생할 수 있는 위험을 사전에 경고하고 관리할 수 있도록 플랫폼 제공 luko • 누수나 방범과 같은 사고 발생시 손해배상을 넘어 AI 기반 센서를 활용하여 집안에서 발생하는 사고를 모니터닝하고 위험을 경고하는 서비스를 제공 • 고객의 개인 휴대폰을 통해 위험을 관린 가능한 홈 모니터링 서비스(Doctor house)를 론칭하고 집안에서 발생가능한 수리상황을 모니터링하여 보여줌

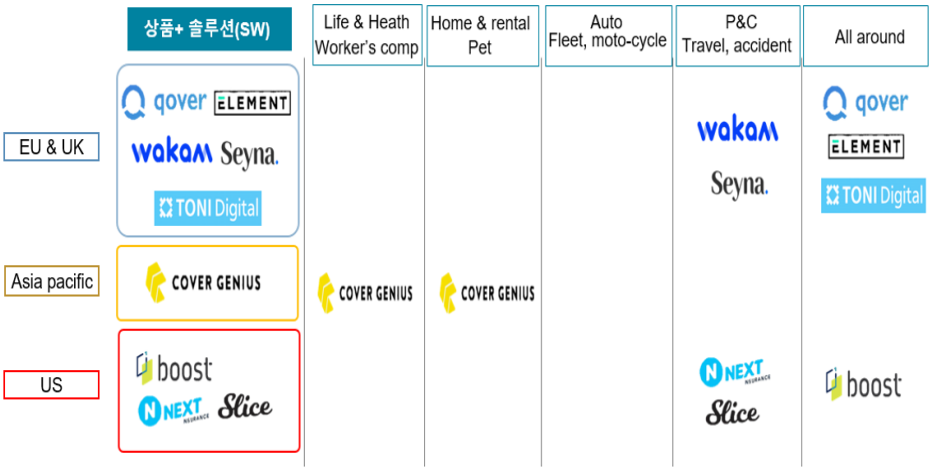
자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

상품+솔루션을 제공하는 디지털 보험회사는 주로 유럽과 미국에 분포해 있다. 아시아 퍼시픽에서는 Covergunius 정도로 찾아보기 매우 어렵다.[25] 유럽과 미국의 상품+솔루션 사업모델을 보유하고 있는 디지털 보험회사의 특징은 손해보험을 기반으로 하는 대형 인슈어테크 기반의 기업이라는 점이다. 이 역시 앞서 언급한 바와 같이 유럽이나 미국이 손해보험시장 중심으로 인슈어테크가 발달하였고 이러한 인슈어테크가 디지털 보험회사로 성장하면서 자연스럽게 나타난 현상이라 판단된다.

앞서 설명한 바와 같이 상품+솔루션 제공의 가장 좋은 사례는 임베디드 보험 제공이다. 〈그림 Ⅲ-9〉는 디지털 보험회사가 제공하는 임베디드 보험의 사례를 설명하고 있다. 그림에서와 같이 디지털 보험회사는 보유한 API 기술 및 클라우드 기반 플랫폼을 활용하여 보험상품을 제공하고자 하는 기업에게 맞춤형 상품을 제공할 수 있다.

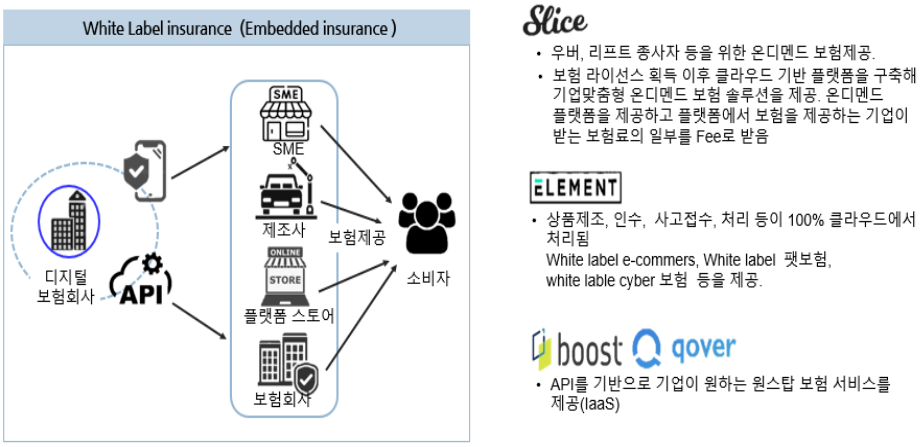
25) 중국의 중안보험이 상품+서비스+솔루션을 모두 제공하고 있으나 디지털 보험회사 중에서도 독특한 케이스로 이 장에서는 따로 설명하지 않기로 함

〈그림 Ⅲ-8〉 국가별 상품+솔루션 제공 유형: 보험 보종별



자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

〈그림 Ⅲ-9〉 국가별 상품+솔루션 제공 사례: 임베디드 보험



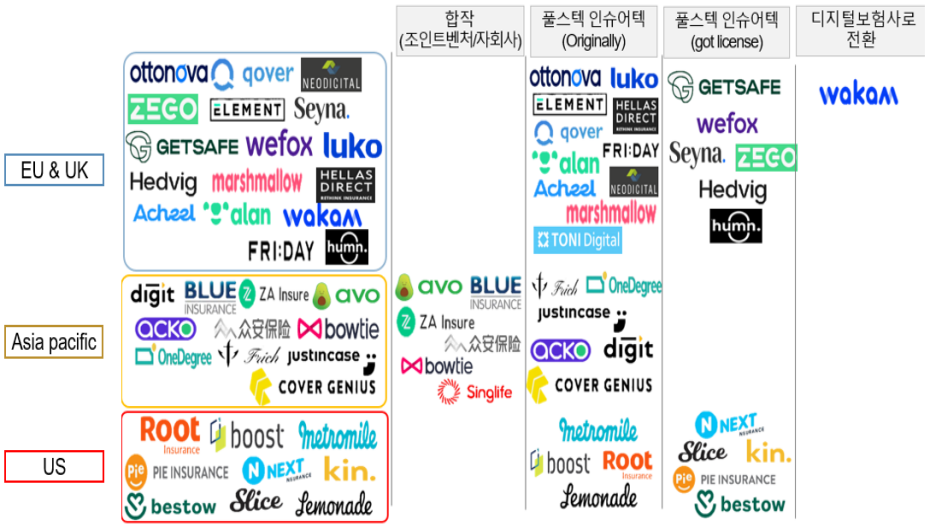
자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

나. 설립 방식별

디지털 보험회사의 설립 방식별로 살펴본 결과 유럽은 인슈어테크를 중심으로 디지털 보험회사가 형성된 반면, 아시아의 경우 합작에 의해 설립된 디지털 보험회사가 상대적으로

많았다. 인슈어테크의 발전 정도의 차이가 가장 큰 이유가 될 수 있을 것으로 보이는데, 즉, 유럽과 미국의 경우 보험 밸류체인별로 다양한 인슈어테크가 설립된 반면, 아시아의 경우 상대적으로 인슈어테크의 성장이 미흡하기 때문에 합작회사가 집중적으로 포진해 있는 것으로 나타났다.

〈그림 Ⅲ-10〉 설립 방식별 디지털 보험회사 사례

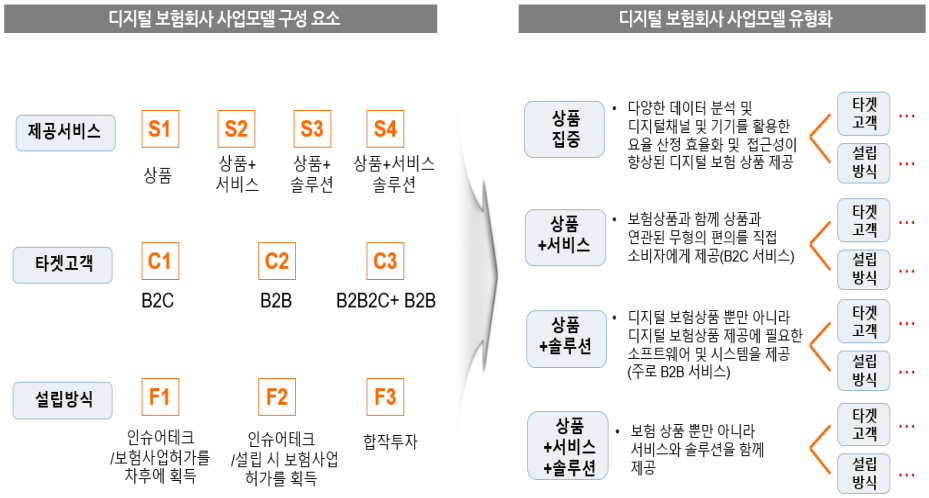


자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

다. 디지털 보험회사 사업모형 유형화

앞서 살펴본 디지털 보험회사의 상품 및 서비스 제공, 타겟 고객, 설립 방식 정보를 바탕으로 총 15개의 사업모델을 유형화 하였다. 즉, 제공서비스는 오직 보험상품만 제공하는 경우(S1), 상품과 서비스를 모두 제공하는 경우(S2), 상품과 상품 제공에 필요한 솔루션을 같이 제공하는 경우(S3), 상품, 서비스, 솔루션을 모두 제공하는 경우(S4)로 나누었다. 타겟 고객은 개인 고객에게 직접 제공하는 B2C 모델(C1), 기업을 대상으로 제공하는 B2B 모델(C2), B2B2C 혹은 B2B를 함께 제공하는 모델(C3)로 나누었다. 한편 제공자 입장에서 의미가 있을 설립 방식과 관련해서는 인슈어테크 회사로 출발하였으나 보험사업 허가를 차후에 획득한 경우(F1), 보험사업 허가를 인슈어테크 설립과 함께 보유한 경우(F2), 인슈어테크 기반이 아닌 합작투자를 통해 설립된 경우(F3)로 나누었다.

〈그림 Ⅲ-11〉 디지털 보험회사 사업모형 유형화 과정

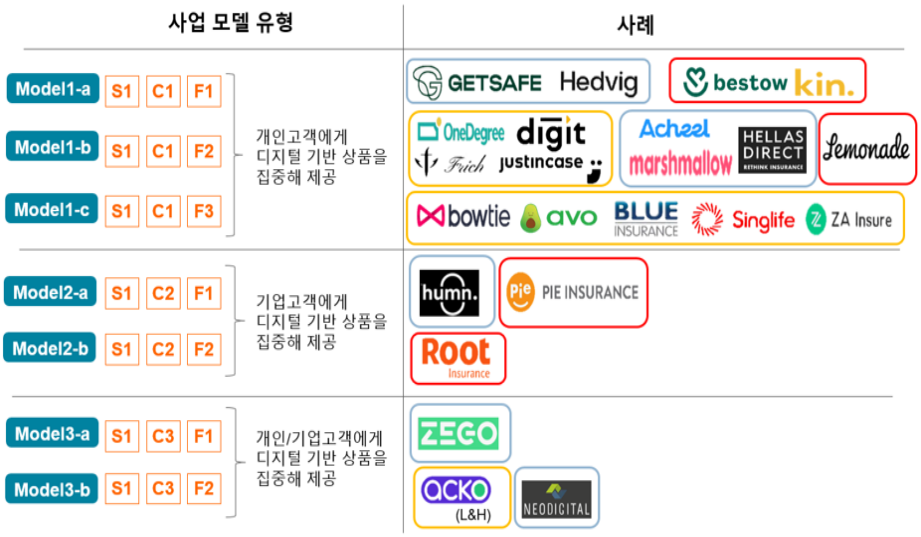


주: 설립방식 중 '기존 보험사의 디지털보험사로 전환'도 존재함

〈그림 Ⅲ-12〉~〈그림 Ⅲ-13〉에서 표기하는 Model "숫자"-"알파벳"은 각각 제공서비스, 타겟 고객과 설립 방식를 의미한다. 즉 "숫자" 1~3은 상품만을 제공하는 모델로 1은 B2C 대상으로 제공하는 모델이며, 2는 B2B 대상으로, 3은 B2B2C와 B2B를 모두 제공하는 모델을 의미한다. "알파벳"은 설립 방식을 의미하는데, 예를 들어 "1-a"는 상품만 B2C에 제공하며 보험사업 허가를 차후에 획득한 풀스텍 인슈어테크 디지털 보험회사를 의미하며, "1-b"는 상품만 B2C에 판매하지만 이미 보험사업 허가를 보유한 풀스텍 인슈어테크 디지털 보험회사를 의미하며, "1-c"는 상품만 B2C에 판매하지만 합작투자를 통해 만들어진 디지털 보험회사를 의미한다. 이후 나열되는 "숫자" 4~6은 상품+서비스 제공을 의미하고 4, 5, 6의 차이는 앞서 설명한 1, 2, 3의 차이와 같다("숫자" 7~9는 상품+솔루션 제공을 "숫자" 10~12는 상품+서비스+솔루션을 의미한다).

우선, 모델 1~3은 디지털 채널을 활용하여 상품 제공을 중심으로 디지털 보험을 제공하는 유형으로 대부분이 개인고객을 타겟으로 제공하고 있었다. 국가별로는 아시아 국가의 비중이 높게 나타났다.

〈그림 Ⅲ-12〉 디지털 보험회사 사업모델 유형별 사례 1



자료: CBinsight data를 활용하여 분석함

모델 4~5는 상품과 서비스를 동시에 제공하는 사업모델로 관련 보험생태계를 기반으로 연결서비스를 제공하고 있었다. 주로 유럽과 미국의 디지털 보험회사를 중심으로 시장을 확장하고 있음을 알 수 있었다.

모델 7~8은 상품과 솔루션을 제공하는 모델로 임베디드 보험, White Label 보험 및 관련 솔루션을 제공하고 있었으며 대부분 대형 인슈어테크 기반의 디지털 보험회사가 주를 이루고 있었다.

마지막으로 모델 12는 상품, 서비스, 솔루션을 모두 제공하는 모델로 현존하는 디지털 보험회사로는 중안보험이 유일한 것으로 나타났다.

〈그림 Ⅲ-13〉 디지털 보험회사 사업모델 유형별 사례 2

자료: CBinsight data를 활용하여 분석함