Ⅲ 인슈어테크 부문 글로벌 투자 동향

본 장에서는 앞 장에서 정의한 인슈어테크와 그 분류에 따른 투자 동향을 다룬다. 인슈어테크 관련 산업은 시작된 지 오랜 시간이 지나지 않았고, 따라서 산업의 전반적인 부분이 스타트업 기업 중심으로 구성되어있다. 특히 상장 기업 수가 적은 만큼 재무제표가 부재하기 때문에 기업들에 대한 자세한 데이터를 얻기 쉽지 않고, 성공적인 상품이나 서비스에 대한 평가가 어렵다. 하지만 본 연구에서는 투자 데이터의 흐름을 해당 기업이나 시장, 산업의 발전 정도에 대한 척도로 쓴다. 투자액 자체가 발전 정도를 정확하게 투영하지는 않지만, 최근 빠르게 변화·성장하고 있는 산업인 만큼 데이터가 부족한 환경에서 이러한 척도도 유의미할 것으로 기대한다.

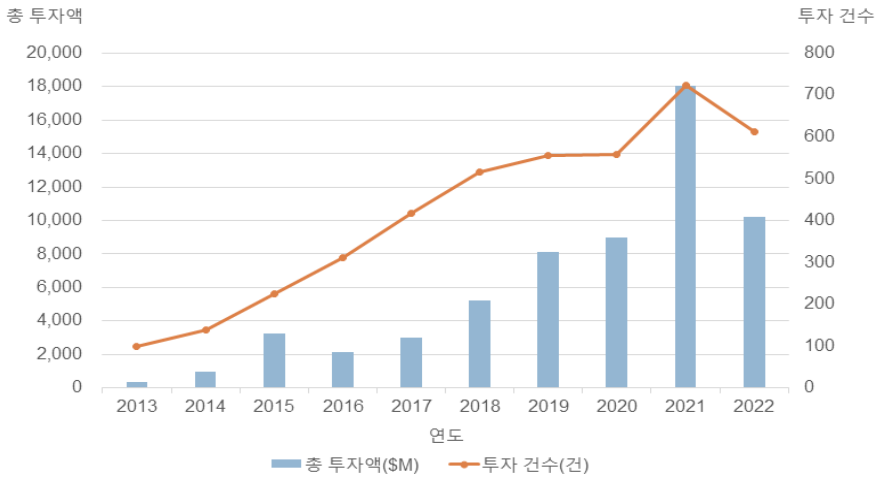
본 장의 구성은 다음과 같다. 우선 1절에서는 전 세계 인슈어테크 투자 동향을 살펴본다. 1절에서 확인할 수 있듯이 2022년에는 거시경제 충격으로 인슈어테크에 대한 투자가 상당히 줄어들었다. 따라서 2절에서는 2021년까지의 미국 투자 동향을, 3절에서는 같은 시기의 유럽 투자 동향을 각 분류별로 살펴본다. 4절에서는 2022년 거시경제 충격으로 인해 달라진 투자 동향과 추후 전망을 다룬다.

1. 전 세계 인슈어테크 투자 동향

인슈어테크 기업에 대한 투자는 지속해서 증가해왔다. 투자 흐름에 따라 크게 세 개의 시기로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째 시기는 2014년 이전으로 인슈어테크 투자에 대한 태동기라 할 수 있다. 투자의 규모가 크지는 않았지만, 2004년에 전 세계의 투자 규모가 1억 달러를 넘은 이후 꾸준히 증가하였다. 두 번째 시기는 2014년부터 2020년까지로 성장기다. 2014년 약 10억 달러 규모였던 투자 규모가 2020년에는 88억 달러로 빠르게 증가하였다. 이 시기 동안 미국에 약 51.3%의 투자가 집중되었고, 그 뒤를 중국(8.1%), 영국(7.7%)이 따르는 추세였다.

마지막으로는 2021년부터 현재까지로 산업의 성숙기라고 할 수 있다. 2021년에만 전 세계의 투자가 174억 달러에 달해 규모는 급증하였으나 투자처는 양극화되었다. 특히 코로나19로 인해 비대면 서비스가 관심이 커진 2021년에는 2020년에 비해 투자가 96% 급증하였다. 이때 전 세계에서 후기 단계(Late-stage)에 있는 기업에 대한 투자 비율이 2020년 5%에서 2021년 8%로 증가하고, 시드나 시리즈 A 등 초기단계(Early-stage)에 있는 기업에 대한 투자 비율이 26%에서 23%로 감소하였다. 또한, 투자 건당 규모가 2021년에 3,180만 달러로 2020년 2,100만 달러에 비해서 52% 증가하였다. 기업 합병이나 인수도 많이 늘어났다. 2022년 상반기에만 일어난 비상장 기업의 인수·합병 건수는 2021년 동안 전체 건수의 79%였다. 중국에서는 시리즈 C 이후 단계에 있는 기업들에 50%의 투자가 집중되었고 총투자 규모는 오히려 줄어들었다. 영국에서는 2022년 총투자 규모가 19억 달러였는데 이 중 한 기업(FNZ)에서만 14억 달러의 투자를 유치하는 데 성공하였다.

〈그림 Ⅲ-1〉 인슈어테크 투자 변화



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

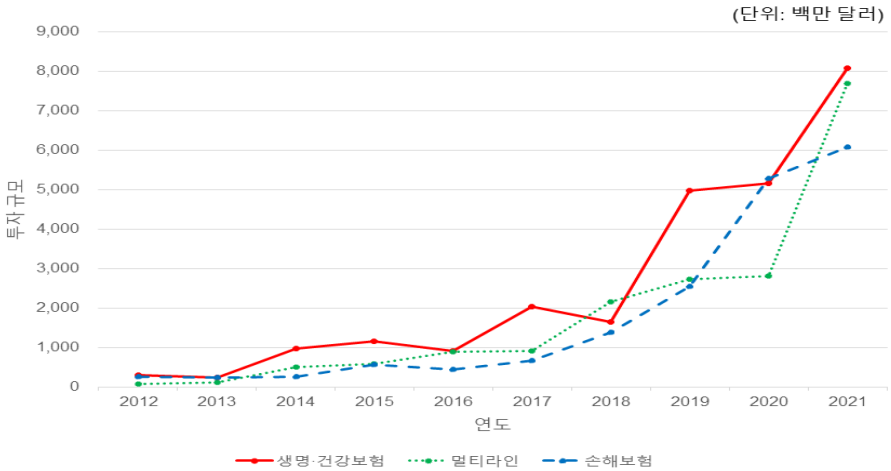
유럽은 미국과 보험산업 구조뿐만 아니라 시장 규모, 정책이나 제도가 다르므로 미국과 분리하여 따로 분석한다. CB Insights에 존재하는 모든 투자 데이터를 종합하여 분석했을 때, 전체 투자 규모의 51.5%가 미국에 집중되었고 그 뒤를 영국(7.1%), 중국(6.5%), 인도(4.0%), 프랑스(2.9%)가 따른다. 하지만 미국이나 유럽을 제외한 국가들은 국가별로 기업 수가 많지 않아 표집 편향이 발생할 수 있어 분석 대상에서 제외한다.

2. 미국 투자 동향

가. 보험종목별

본 항에서는 보험종목별 투자 동향을 분석한다. 보험종목의 분류는 두 단계에 걸쳐서 하였다. 그 중 첫 번째 단계인 생명·건강보험(Life and Health), 손해보험(Property and Casualty), 멀티라인(Multiline)의 시간에 따른 투자 동향을 〈그림 Ⅲ-2〉에 나타냈다.

〈그림 Ⅲ-2〉 시간에 따른 투자 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 보듯이 모든 종목에서 전체적으로 투자 규모가 커졌음을 알 수 있다. 생명·건강보험은 2012년 2억 9,329만 달러에서 2021년 80억 7,682만 달러로 10년간 투자 규모가 약 27배 이상 증가하였고, 손해보험의 경우에는 2012년 2억 5,897만 달러에서 2021년 60억 7,659만 달러로 약 23배 이상 증가하였다. 멀티라인의 경우에는 2012년 6,855만 달러에서 2021년 76억 8,628만 달러로 약 112배 이상 증가하였다. 멀티라인은 최근에 더욱 큰 증가세를 보였는데, 2020년에 비해 2021년에 174.7%의 투자 증가율을 보였다.

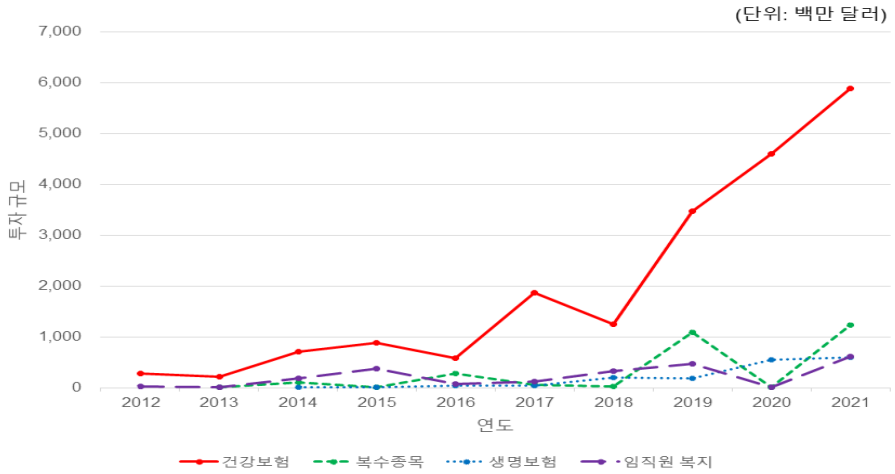
1) 소분류별 투자 동향

보험종목별 투자 동향을 살펴보기 위해 생명·건강보험은 건강, 생명, 임직원복지로 나누었다. 손해보험은 자동차, 주택·재물, 사이버, 특종, 배상책임, 해상, 보증, 산재로 나누어 살펴보았다.

〈그림 Ⅲ-3〉에 건강, 생명, 임직원복지 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 세부 종목을 나누어 살펴보았을 때 투자처가 양극화되었음을 확인할 수 있다. 세 개의 세부 종목 중에서 건강 종목에 대한 투자 변화가 가장 컸다. 건강에 대한 투자는 꾸준히 증가하다가 2021년에는 총 58억 달러 이상에 달하였다. 생명과 임직원복지에 대한 투자는 상대적으로 변화폭이 작았으며, 건강과 생명을 모두 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자 규모 역시 변화폭이 크지 않았다. 이들은 각각 총 10억 달러 수준으로 10여 년간 상대적으로 소폭 증가하였다.

데이터를 더욱 자세히 들여다보면, 소수의 메가라운드[15]가 2021년 투자 규모의 상당 부분을 설명한다. 두 기업(Integrity Marketing Group, Devoted Health)에 대한 투자 규모가 2021년 4분기 인슈어테크에 대한 모든 투자의 40%를 차지하였다.

〈그림 Ⅲ-3〉 생명·건강보험 관련 종목 투자 동향

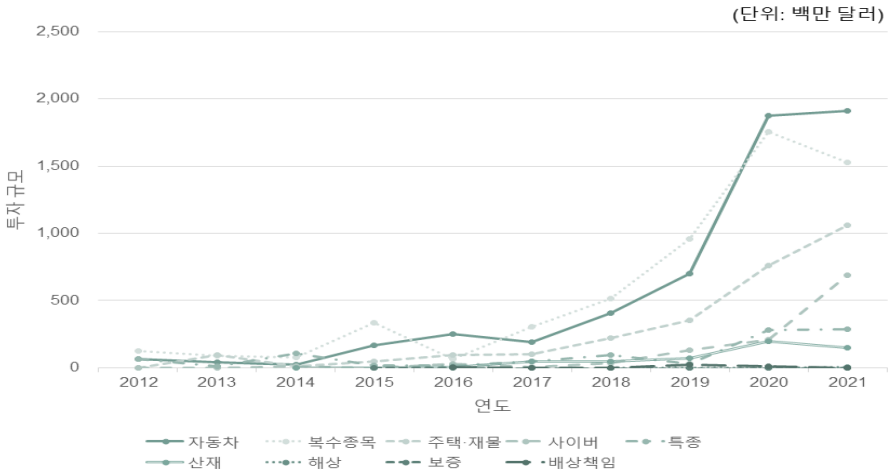


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

15) 1억 달러 이상의 자금 조달을 뜻함

〈그림 Ⅲ-4〉에 다양한 손해보험 관련 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 손해보험 역시 투자처가 양극화되었음을 확인할 수 있다. 가장 큰 변화폭을 보인 종목은 자동차였다. 자동차에 대한 투자는 꾸준히 증가하다가 2021년에는 총 19억 달러 수준에 도달하였다. 다음으로 변화폭이 컸던 종목은 주택·재물과 사이버이다. 2021년 기준으로 주택·재물에 대한 투자는 10억 달러를 넘었고, 사이버에 대한 투자는 6억 달러 수준을 넘었다. 생명·건강보험과 달리 손해보험 관련 복수 종목을 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자 규모는 15억 달러 수준으로 변화폭이 컸다. 반면에 특종, 산재에 대한 투자는 각각 2.9억 달러, 1.5억 달러 수준까지 증가하였지만, 앞서 언급된 종목들에 비해 상대적으로 변화폭이 작았다. 해상, 보증, 배상책임에 대한 투자는 모두 1천만 달러 미만 수준에서 10여 년간 크게 변화가 없었다.

〈그림 Ⅲ-4〉 손해보험 관련 종목 투자 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

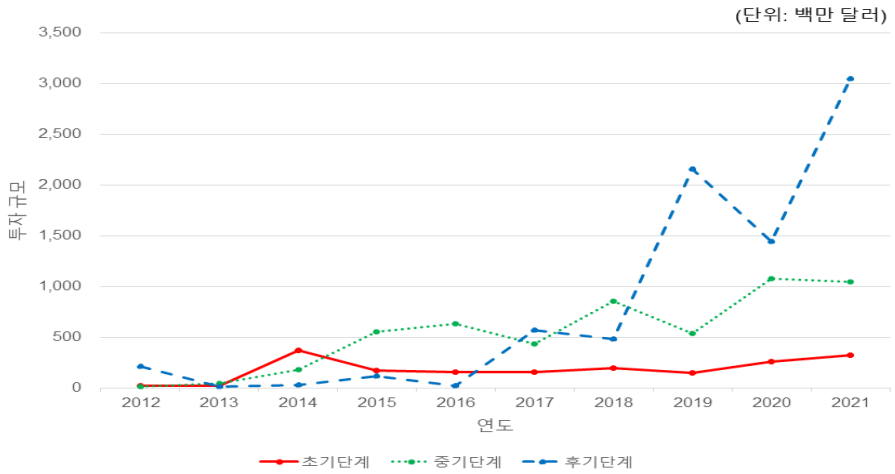
2) 투자 단계별 동향

이제 투자 단계별 투자 현황을 살펴본다. 산업 초기에는 시드 단계나 시리즈 A 등 초기단계의 기업에 투자가 많았으나, 산업이 점차 성숙하면서 후기단계의 기업에 대한 투자가 더욱 집중되었다. 이를 확인하기 위해 투자라운드를 초기단계(시드 단계, 시리즈 A), 중기단계(시리즈 B, 시리즈 C), 후기단계(시리즈 D를 포함한 이후 단계)로 나누어 종목별 투자

동향을 살펴보았다.

〈그림 Ⅲ-5〉는 생명·건강보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타낸다. 산업 초기인 2014년 이전에는 투자 단계별로 총투자 규모가 큰 차이가 없거나 초기단계(Early Stage)에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합이 컸으나, 시간이 지남에 따라 후기단계(Late Stage)에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합이 커졌음을 확인할 수 있다.

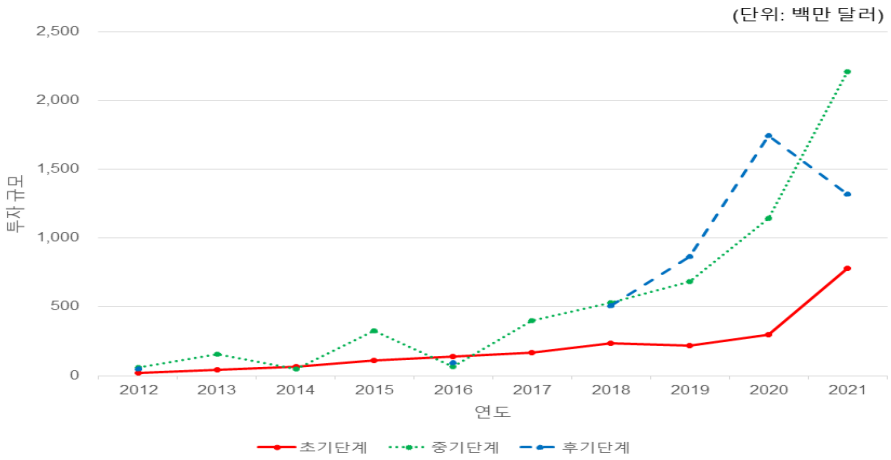
〈그림 Ⅲ-5〉 생명·건강보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-6〉은 손해보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타낸다. 손해보험의 경우는 초기단계에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합도 꾸준히 상승하였으나 시간이 지남에 따라 후기 단계에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합과의 차이가 매우 벌어졌음을 확인할 수 있다.

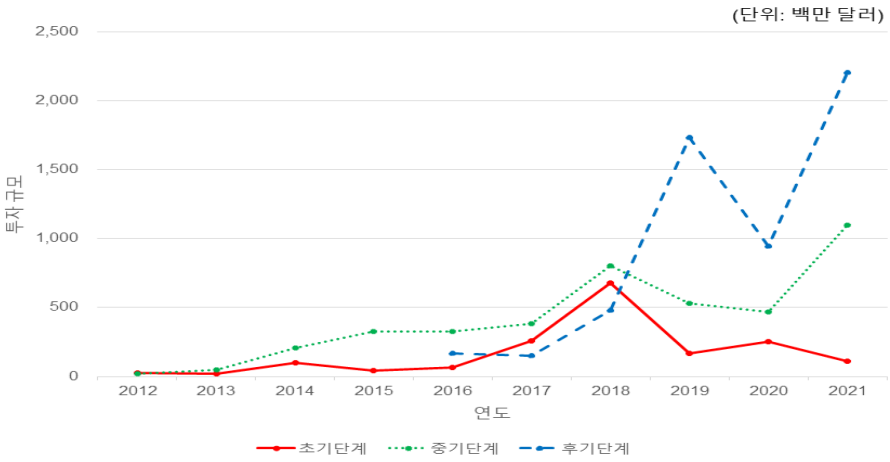
〈그림 Ⅲ-6〉 손해보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

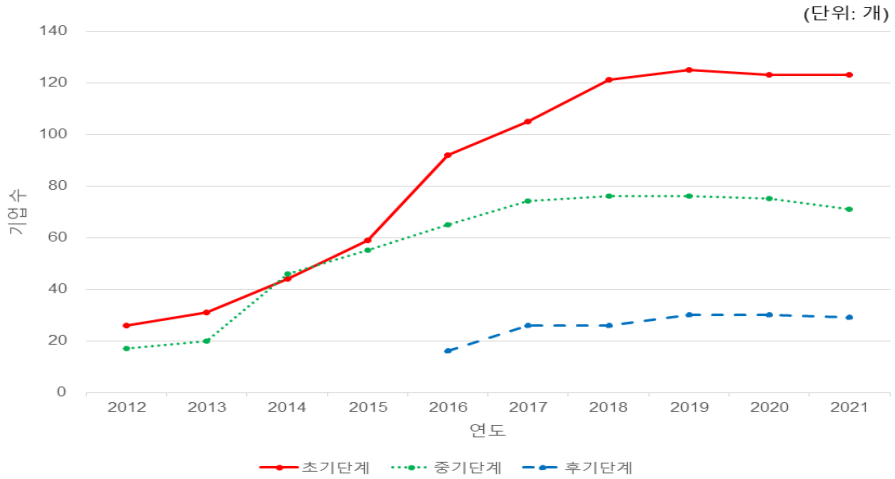
〈그림 Ⅲ-7〉은 멀티라인 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타낸다. 산업 초기에는 〈그림 Ⅲ-8〉에서 확인할 수 있는 바와 같이 후기단계에 있는 기업이 존재하지 않아 초기단계 혹은 중기단계(Mid Stage)에 있는 기업에 투자가 집중되었으나 시간이 지남에 따라 후기단계에 있는 기업에 대한 투자 규모의 합이 급격히 커졌음을 확인할 수 있다.

〈그림 Ⅲ-7〉 멀티라인 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-8〉 멀티라인 관련 투자 단계별 기업 수



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

3) 소결

자료를 통해 우리는 두 가지의 시사점을 얻을 수 있다. 첫째로는 산업이 성장함에 따라 투자의 집중화가 이루어졌다는 것이다. 시간이 지나며 다양한 종목에서 기업이 설립되었지만, 투자유치는 소수의 기업에 더욱 집중되었다. 보험산업이 디지털화되는 과정에서 초기에 보였던 다양한 가능성 중에서 어느 정도 성공하는 사업모형이 시장을 통해 선택되었음을 알 수 있다.

두 번째 시사점으로는, 멀티라인을 다루는 기업 수와 그에 대한 투자가 급격히 증가하였고 그에 따라 멀티라인 기업의 성장이 크게 이루어졌다는 것이다. 투자처는 소수 기업에 집중되었지만, 해당 기업들은 점차 보험산업 내 다양한 종목에서 혁신적 보험서비스를 제공하고 있다.

나. 가치사슬 위치별

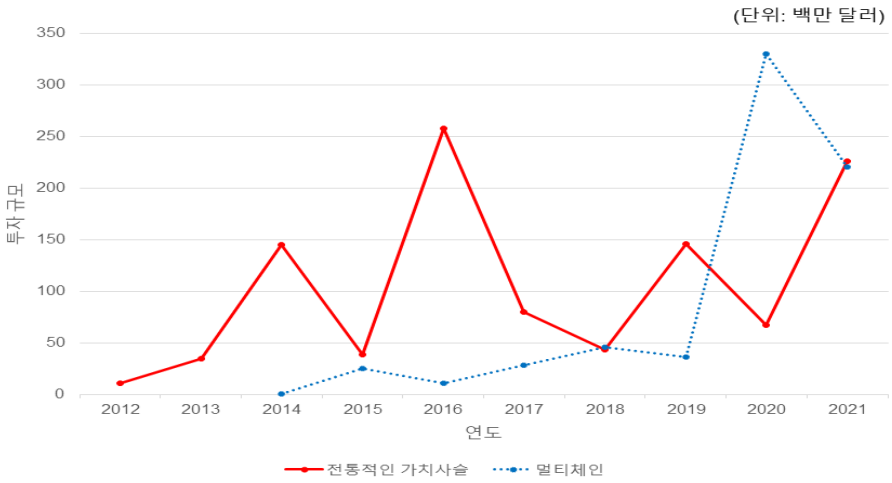
본 항에서는 가치사슬별 투자 동향을 분석하였다. 같은 가치사슬에 있는 기업끼리는 서로 직접적으로 경쟁을 한다고 볼 수 있으므로, 가치사슬별 분류는 시장을 획정하는 것이라

할 수 있다. 따라서 본 항에서는 각 시장의 크기 변화나 구성을 볼 수 있다. 우선 생명·건강보험에서는 전통적인 보험 가치사슬의 개념이 허물어지고 가치사슬이 다각화된 것을 확인할 수 있다. 이후 손해보험의 분석은 종목의 성격이 기업과 소비자 간 거래(B2C) 위주인지 기업 간 거래(B2B) 위주인지에 따라 달라짐을 보였다.

1) 생명·건강보험(Life and Health): 보험 가치사슬의 확장

생명·건강보험 분야에서는 전통적인 보험 가치사슬의 개념에서 확장되어 다각화된 기업에 점차 투자가 집중되었다. 이를 확인하기 위해 우선 전통적인 보험 가치사슬이라고 할 수 있는 상품개발, 언더라이팅, 보험금 지급관리, 계약관리, 그리고 마케팅를 주로 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자를 묶어, 멀티체인에 걸쳐있는 인슈어테크 기업에 대한 투자와 비교하여 〈그림 Ⅲ-9〉에 나타내었다.

〈그림 Ⅲ-9〉 전통적인 보험 가치사슬과 멀티체인의 투자 동향 비교



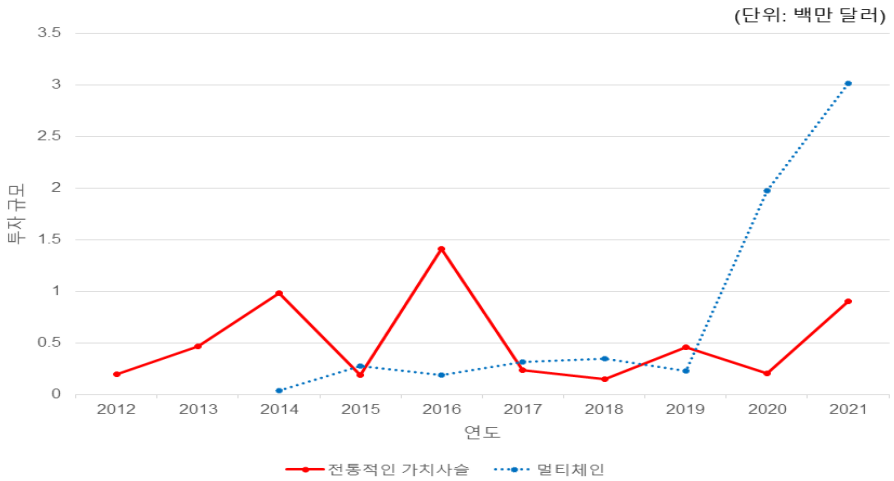
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 확인할 수 있듯이 산업 초기에는 전통적인 보험 가치사슬의 일부분에서만 서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 많았지만, 시간이 흐르며 여러 사슬에 걸쳐있는 서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 늘어난 것을 확인할 수 있다. 구체적으로 2014년 이전

에는 멀티체인 시장에 있는 기업에 대한 투자는 거의 없었지만, 전통적인 보험 가치사슬 시장에 대한 투자는 이미 1억 달러를 넘어섰다. 하지만 멀티체인 시장은 2014년 70만 달러 규모에서 2020년에는 3억 3천만 달러 규모로 성장하였다.

멀티체인 시장의 확장은 기업당 투자 규모 차이에서 더욱 확연히 확인할 수 있다. 〈그림 Ⅲ-10〉에는 시장 내 총투자를 기업 수로 나눈 한 기업당 투자 규모 동향을 시장별로 나타냈다. 전통적인 보험 가치사슬에 대한 기업의 평균 투자유치 규모는 크게 변화가 없었지만, 멀티체인에 대한 기업의 평균 투자 규모는 꾸준히 상승하였다.

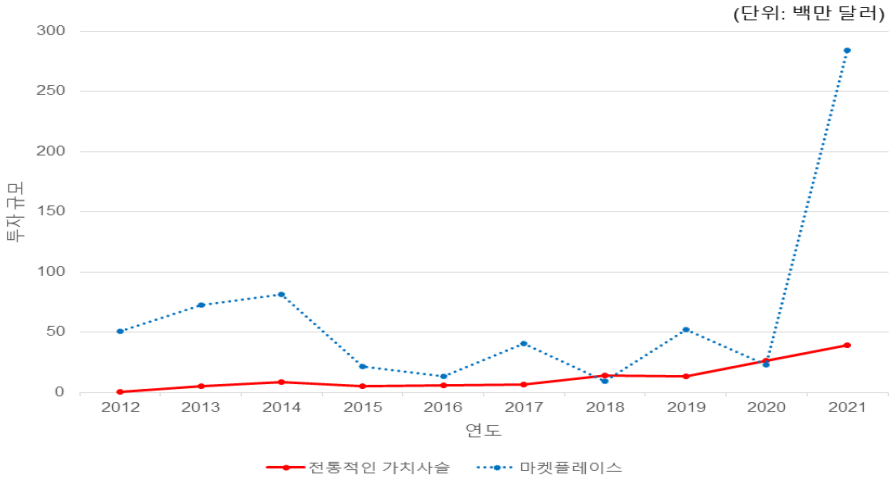
〈그림 Ⅲ-10〉 전통적인 보험 가치사슬과 멀티체인의 기업당 투자 동향 비교



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-11〉은 판매와 관련한 시장에 대한 투자 동향을 다룬다. 마켓플레이스는 디지털 전환에 따라 새로 등장한 시장이다. 이는 이미 아마존 등을 통해 성장 가능성이 클 것으로 예측할 수 있었던 시장이기 때문에 보험산업의 디지털 전환 과정에서도 초기부터 투자가 이루어졌을 것으로 예상할 수 있다. 단순히 판매채널을 개선하는 인슈어테크보다는 보험상품 공급자와 소비자를 연결해주는 마켓플레이스에 대한 투자가 많았음을 확인할 수 있다.

〈그림 Ⅲ-11〉 보험 판매 관련 시장에 대한 투자 동향

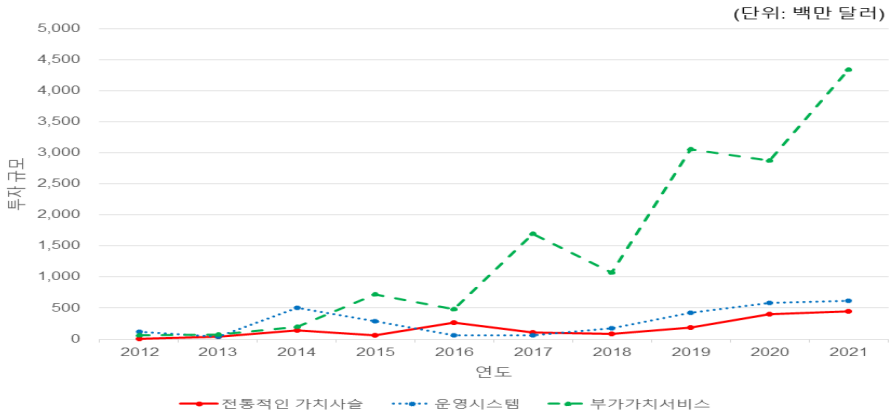


주: 실선은 전통적인 판매시장에 대한 투자를 나타내고, 점선은 새로운 판매시장에 대한 투자를 나타냄
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

보험산업의 디지털 전환은 기존의 가치사슬로는 설명할 수 없는 완전히 새로운 시장을 만들어냈다. 다음으로 운영시스템과 부가가치서비스 시장에 대한 투자 동향을 다룬다. 전통적인 보험 시장과의 비교를 위해 상품개발, 언더라이팅, 보험금 지급관리, 계약관리, 마케팅, 그리고 멀티체인에 대한 투자를 모두 합했다. 그리고 예방·예측 서비스(Predictive Model)나 데이터 제공에 대한 투자를 부가가치서비스에 대한 투자에 더했다. 〈그림 Ⅲ-12〉에는 전통적인 가치사슬과 운영시스템, 부가가치서비스에 대한 투자 동향을 나타냈다. 2012년 6천 2백만 달러에 불과하던 부가가치서비스[16]에 대한 투자는 2021년에는 43억 달러가 넘어섰다. 또한, 운영시스템을 제공하는 인슈어테크 기업에 대한 투자도 2021년 6억 달러를 넘었다. 이는 전통적인 보험 가치사슬에 있는 기업들에 대한 총투자 규모인 4.5억 달러를 넘어서는 수준이었다.

16) 전자건강정보(Electronic Health Record; EHR)는 보험회사의 언더라이팅 과정을 자동화시켰고, Health Gorilla나 Redox와 같이 전자건강정보 관련 기업들은 인공지능을 접목하여 소비자에게 맞춤 건강관리 서비스를 제공하였음

〈그림 Ⅲ-12〉 운영시스템과 부가가치서비스에 대한 투자 동향

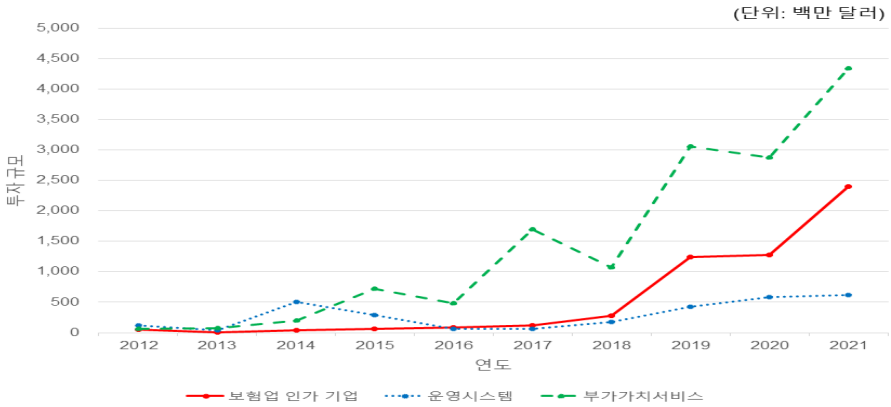


주: 파선은 새로운 시장인 부가가치서비스, 점선은 마찬가지로 새로운 시장인 운영시스템, 그리고 실선은 전통적인 판매시장에 대한 투자를 나타냄

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-13〉에는 전통적인 보험회사 혹은 보험중개사와 마찬가지로 인가를 받고 경영을 하는 인슈어테크 기업에 대한 투자 동향을 운영시스템과 부가가치서비스 시장에 대한 투자 동향과 함께 나타냈다. 보험업은 규제산업인 만큼 인가받은 중개·대리회사에 대한 투자도 컸다. 투자가 가장 많았던 2021년에는 규모가 24억 달러로, 부가가치서비스 시장에 대한 투자보다는 적었지만, 운영시스템 시장에 대한 투자보다는 큰 규모였다.

〈그림 Ⅲ-13〉 새로운 혁신적 서비스를 제공하는 기업과 보험업을 인가받은 기업에 대한 투자 동향



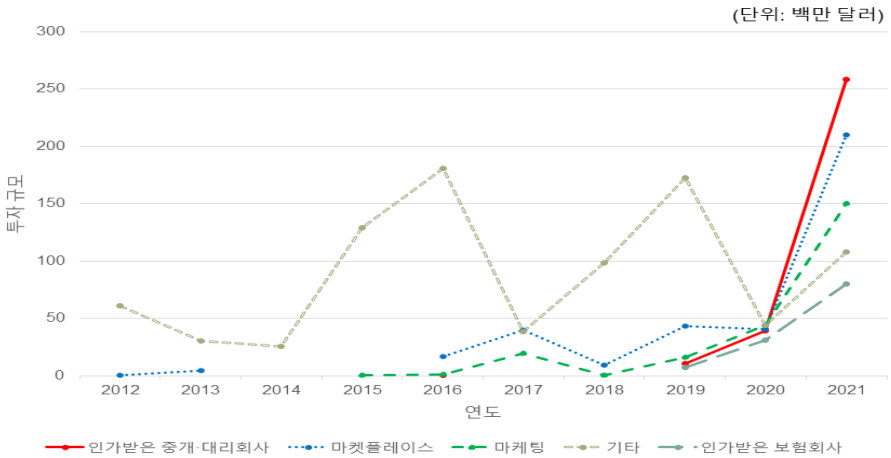
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

2) 손해보험(Property and Casualty): 인가받은 보험 중개·대리회사와 운영시스템의 성장

손해보험은 생명·건강보험보다 대체로 보험기간이 짧은 편이고 종목마다 보험 대상과 보장 내용이 다르다. 따라서 종목별 성격에 따라 분석을 달리하였다. 기업과 소비자 간 거래(Business-to-Consumer; B2C) 위주인 자동차와 주택·재물 보험은 주로 보험모집이나 마케팅에서 혁신이 필요한 경우가 많다. 기업 간 거래(Business-to-Business Service; B2B)가 위주인 종목의 경우에는 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 보험인수(Underwriting) 등 위험평가에 혁신이 필요한 경우가 많다. 실제로 종목별 디지털 전환 수요에 따른 투자를 각 항에서 확인할 수 있다.

기업과 소비자 간 거래(B2C) 위주인 자동차보험은 보험모집이나 마케팅 부문이 중요한 시장이며 디지털 전환을 통해 혁신이 필요한 부문이다. 보험모집과 관련한 가치사슬로는 직접 보험모집을 하는 인가받은 보험회사와 인가받은 중개·대리회사, 마케팅, 마켓플레이스가 있다. 〈그림 Ⅲ-14〉에는 모집 관련 시장별 동향을 나타내고, 모집과 관련 없는 시장의 투자를 모두 합친 기타(Others)와 비교했다.

〈그림 Ⅲ-14〉 자동차보험 모집 관련 시장별 동향



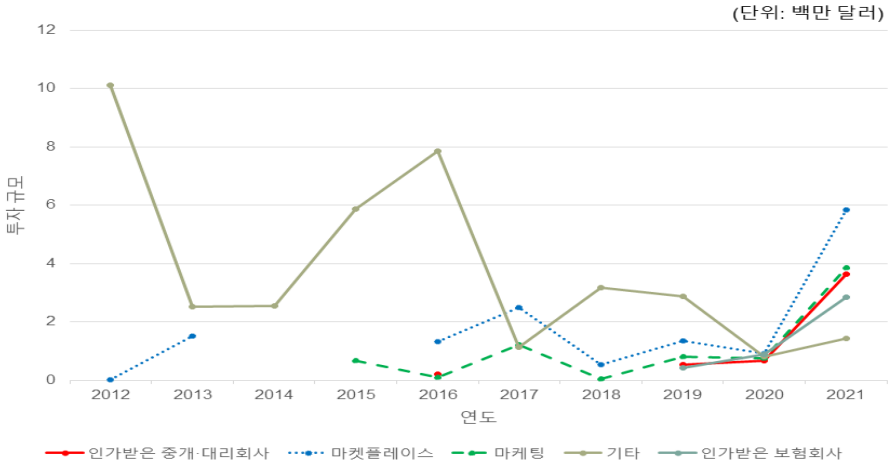
주: 1) 2020년 7.24억 달러 투자를 유치하고, 같은 해에 기업공개를 한 Root Insurance와 2021년 8.05억 달러의 투자를 유치하고 같은 해 기업공개를 한 Samsara의 투자유치는 제외한 그래프임. Root Insurance는 인가받은 보험회사이고, Samsara는 운영시스템을 제공하는 기업임
2) 2021년 기준으로 인가받은 중개·대리회사, 마켓플레이스, 마케팅, 기타, 인가받은 보험회사 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 디지털 전환 초기에는 보험모집 외 다른 시장으로의 투자 규모가 컸지만, 최근에는 보험모집과 관련한 시장에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 특히 2021년에는 인가받은 중개·대리회사에 2.58억 달러, 마켓플레이스에 2.1억 달러, 마케팅에 1.5억 달러가 투자되었는 데 반해 다른 시장의 투자는 모두 합쳐 1.08억 달러 규모에 그쳤다. 총투자 규모를 기업 수로 나눈 기업당 투자 규모 동향을 보면 이러한 경향이 더 뚜렷하다.

주택·재물보험도 자동차보험과 마찬가지로 기업과 소비자 간 거래(B2C) 위주이기 때문에 보험모집이나 마케팅 부문이 중요한 시장이며 디지털 전환을 통해 혁신이 필요한 부문이다. 또한, 언더라이팅 과정에서 주택을 포함한 부동산에 관한 자료를 수집하고 분석하는 것이 중요하다. 따라서 보험모집과 관련한 가치사슬과 언더라이팅, 데이터 제공과 관련한 시장이 디지털 전환과 함께 성장하였다. 〈그림 Ⅲ-16〉에는 모집 관련 시장과 언더라이팅, 데이터 제공 시장별 투자 동향을 나타내고, 이들과 관련 없는 시장의 투자를 모두 합친 기타(Others)와 비교했다.

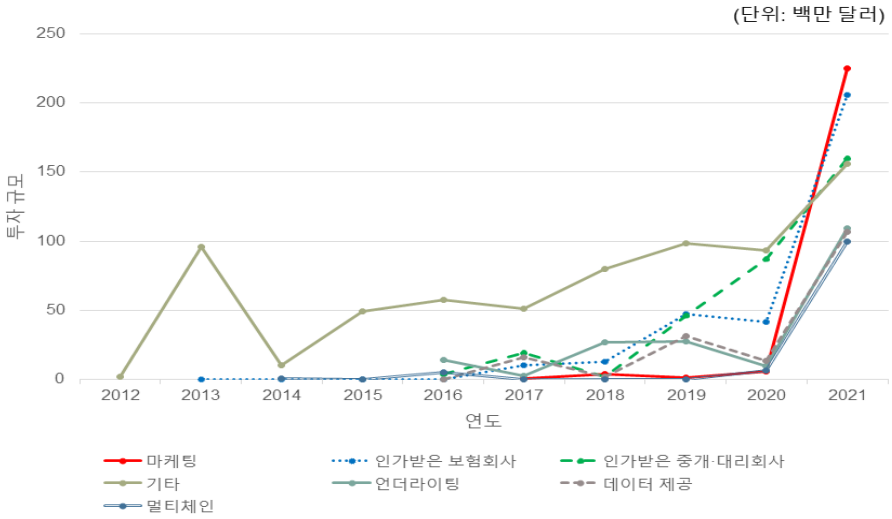
〈그림 Ⅲ-15〉 자동차보험 모집 관련 시장별 기업당 투자 동향



주: 1) 2020년 7.24억 달러 투자를 유치하고, 같은 해에 기업공개를 한 Root Insurance와 2021년 8.05억 달러의 투자를 유치하고 같은 해 기업공개를 한 Samsara의 투자유치는 제외한 그래프임. Root Insurance는 인가받은 보험회사이고, Samsara는 운영시스템을 제공하는 기업임
2) 2021년 기준으로 마켓플레이스, 마케팅, 인가받은 중개·대리회사, 인가받은 보험회사, 기타 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-16〉 주택·재물보험 모집 관련 시장별 동향



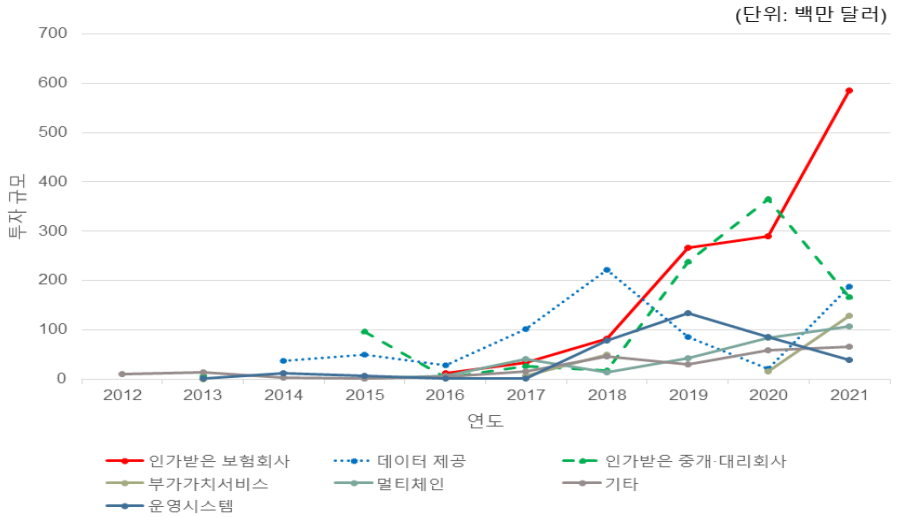
주: 1) 2020년 3.5억 달러의 투자를 유치하고 2021년 기업공개를 한 Hippo Insurance의 투자유치는 제외한 그래프임. Hippo Insurance는 인가받은 중개·대리회사(Licensed Agent/Broker)임
2) 2021년 기준으로 마케팅, 인가받은 보험회사, 인가받은 중개·대리회사, 기타, 언더라이팅, 데이터 제공, 멀티체인 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 디지털 전환 초기에는 기타 시장으로의 투자 규모가 컸지만, 최근에는 보험모집과 관련한 시장과 언더라이팅, 데이터 제공과 관련한 시장에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 특히 2021년에는 마케팅에 2.25억 달러, 인가받은 보험회사에 2.06억 달러, 인가받은 중개·대리회사에 1.60억 달러가 투자되었고, 언더라이팅에 1.09억 달러, 데이터 제공에 1.07억 달러가 투자되었는 데 반해 다른 시장의 투자는 합쳐 1.56억 달러 규모에 그쳤다.

손해보험 관련 복수의 종목을 다루는 기업의 경우에는 생명·건강보험 관련 시장 동향과 마찬가지로 가치사슬의 확장을 확인할 수 있다. 〈그림 Ⅲ-17〉에는 전통적인 가치사슬이 아닌 데이터 제공, 부가가치서비스, 멀티체인, 운영시스템, 인가받은 보험회사 및 중개·대리회사 관련 시장별 투자 동향을 나타내고, 이들과 관련 없는 시장의 투자를 모두 합친 기타(Others)와 비교했다.

〈그림 Ⅲ-17〉 손해보험 일반종목 시장별 동향



주: 1) 2021년 2.45억 달러의 투자를 유치하고 같은 해 기업공개를 한 Spire, 2020년 1.68억 달러의 투자를 유치하고 2021년 기업공개를 한 Planet, 2012년 1.15억 달러의 투자유치를 하고 같은 해 기업공개를 한 Guidewire Software, 2020년 4.05억 달러의 투자유치를 하고 같은 해 기업공개를 한 Duck Creek Technologies의 투자유치는 제외한 그래프임. Spire와 Planet은 데이터 제공, Guidewire Software와 Duck Creek Technologies는 멀티체인으로 분류됨

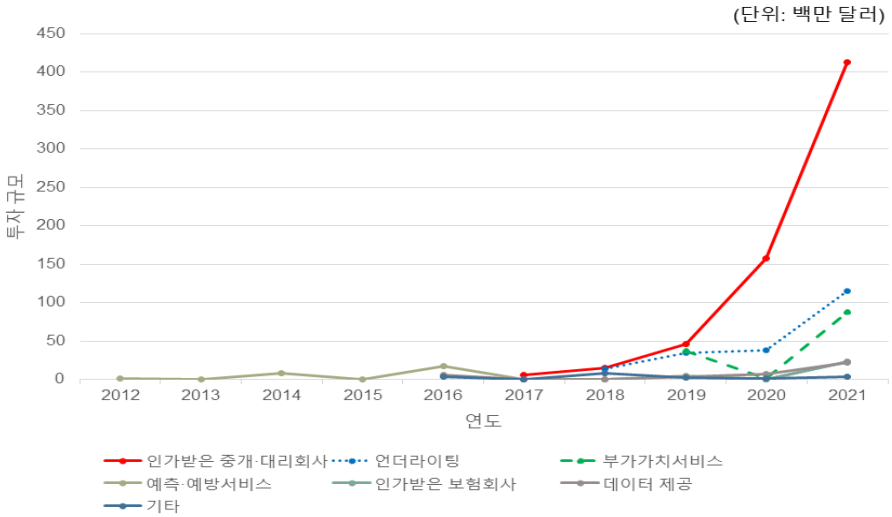
2) 2021년 기준으로 인가받은 보험회사, 데이터 제공, 인가받은 중개·대리회사, 부가가치서비스, 멀티체인, 기타, 운영시스템 순으로 투자 규모가 컸음

자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 디지털 전환 초기에는 기타 시장이나 인가받은 중개·대리회사로의 투자 규모가 컸지만, 최근에는 데이터 제공, 부가가치서비스 등 보험 가치사슬을 확장하는 시장에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 다양한 종목을 다루는 만큼 전문성을 인정받아 인가받은 보험회사 및 중개·대리회사에 대한 투자도 꾸준히 증가하였다. 2021년 기준으로 인가받은 보험회사에 5.85억 달러, 데이터 제공에 1.88억 달러, 인가받은 중개·대리회사에 1.67억 달러, 부가가치서비스에 1.28억 달러, 멀티체인에 1.08억 달러가 투자되었는 데 반해 다른 시장의 투자는 합쳐 6천 7백만 달러 규모에 그쳤다.

기업 간 거래(B2B)가 위주인 사이버보험, 날씨·재난(Weather)보험은 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 언더라이팅 등 위험평가에 혁신이 필요한 부문이다. 〈그림 Ⅲ-18〉에는 사이버보험과 관련한 서비스를 제공하는 기업에 대한 투자 동향을 시장별로 나타낸 그래프이다.

〈그림 Ⅲ-18〉 사이버보험 시장별 동향

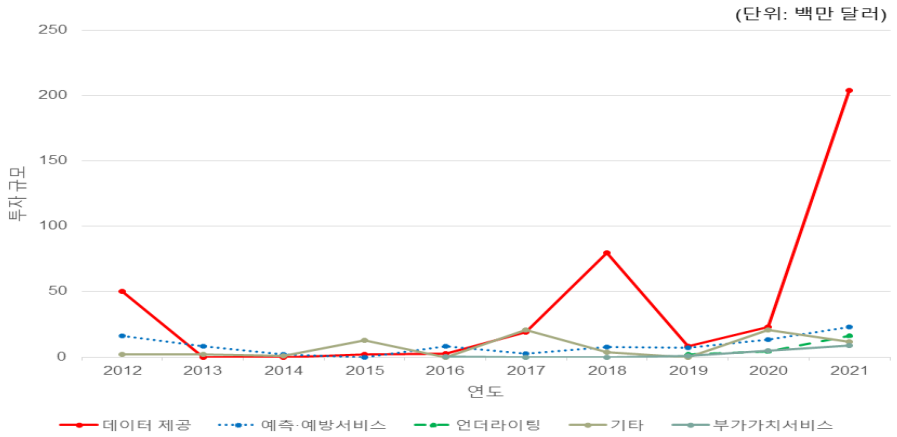


주: 2021년 기준으로 인가받은 중개·대리회사, 언더라이팅, 부가가치서비스, 예측·예방서비스, 인가받은 보험회사, 데이터 제공, 기타 순으로 투자 규모가 컸음
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

디지털 전환 초기에는 예측·예방서비스를 제공하는 기업에 대한 투자 위주로 이루어졌다. 최근에는 인가받은 중개·대리회사와 언더라이팅 등 위험평가에 관련한 기업에 대한 투자가 급격히 늘어났다. 2021년 기준으로 인가받은 중개·대리회사에 4.13억 달러, 언더라이팅에 1.15억 달러, 부가가치서비스에 8,750만 달러가 투자되었다.

마찬가지로 기업 간 거래(B2B)가 위주인 날씨·재난보험과 관련한 투자 동향을 〈그림 Ⅲ-19〉에 시장별로 나타냈다.

〈그림 Ⅲ-19〉 날씨·재난보험 시장별 동향



주: 2021년 기준으로 데이터 제공, 예측·예방서비스, 언더라이팅, 기타, 부가가치서비스 순으로 투자 규모가 컸음
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

날씨나 재난에 관한 부문은 과거 데이터를 통해 미래 위험을 예측하는 것이 중요하다. 그림에서 볼 수 있듯이 데이터 제공과 예측·예방서비스를 제공하는 기업에 대한 투자가 중심이 되었다. 또한, 데이터를 통해 위험평가를 하는 것도 중요한 만큼 언더라이팅과 관련한 기업에 대한 투자 역시 최근에 증가하였다. 2021년 기준으로 데이터 제공에 2.04억 달러, 예측·예방서비스에 2,305만 달러, 언더라이팅에 1,600만 달러가 투자되었다.

3) 소결

생명·건강보험의 경우 인슈어테크를 통해 보험 가치사슬이 확장되는 경향을 여러 비교를 통해 확인할 수 있었다. 전통적인 보험 가치사슬 중 일부의 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자보다 복수의 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 더 빠르게 증가하였으며, 마케팅(Marketing)에 관련한 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자보다는 디지털 전환에 따라 새로 등장한 시장인 마켓플레이스에 관련한 서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 더 급격히 증가하였다. 또한, 운영시스템과 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 전통적인 보험 가치사슬에 있는 인슈어테크에 대한 총 투자보다 더 빠르게 증가하였다.

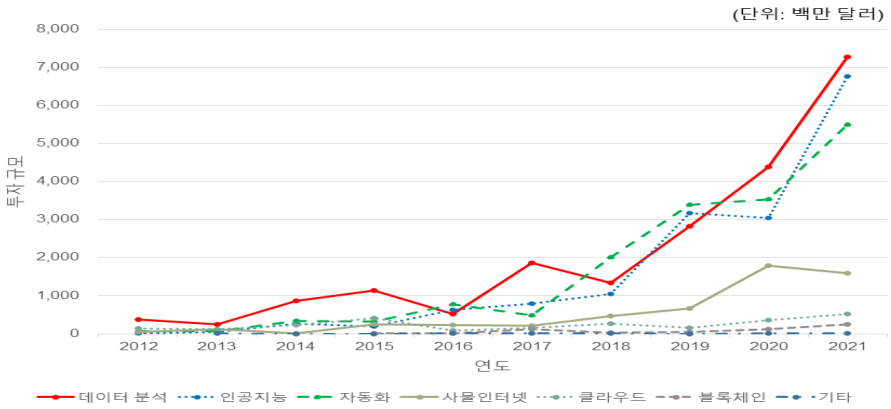
반면에 손해보험은 세부 종목의 성격에 따라 가치사슬의 변화가 다르게 나타났다. 기업과

소비자 간 거래(B2C) 위주인 보험종목은 마케팅, 마켓플레이스, 인가받은 중개·대리회사 등 보험모집에 관련한 시장이 성장하였다. 반면에, 기업 간 거래(B2B)가 위주인 사이버보험이나 날씨·재난보험은 기업 수가 한정적이기 때문에 모집보다는 데이터 제공을 통한 언더라이팅 등 위험평가와 관련한 시장을 포함해 새로운 데이터를 이용하는 부가가치서비스 관련 시장에 투자가 증가한 것도 확인할 수 있었다.

다. 핵심 기술별

본 항에서는 핵심 기술별 투자 동향을 분석하였다. 본 항을 통해 어떤 기술을 가지고 있는 기업들에 투자가 많았는지를 살펴본다. 데이터 분석, 자동화, 인공지능, 사물인터넷, 클라우드(Cloud), 블록체인 등 각 기술을 핵심으로 사용하는 기업들에 대한 투자 동향을 〈그림 Ⅲ-20〉에 나타냈다. 디지털전환 초기에는 데이터 분석에 대한 투자가 주로 이루어졌으나, 시간이 흐름에 따라 자동화나 인공지능에 대한 투자 규모가 증가했음을 확인할 수 있다. 2021년 기준 데이터 분석에 72.6억 달러, 인공지능에 67.63억 달러가 투자되었고, 사용자의 편의성을 증대시키는 자동화 기술을 가진 기업에 대한 투자도 54.87억 달러였다. 사물인터넷을 이용하는 기업에 대한 투자는 앞서 언급된 세 기술에 비해서는 상대적으로 작았지만, 꾸준히 상승하여 2021년 기준 15.8억 달러를 넘었다. 클라우드와 블록체인을 이용하는 기업에 대한 투자는 각각 5.11억 달러, 2.37억 달러에 그쳤다.

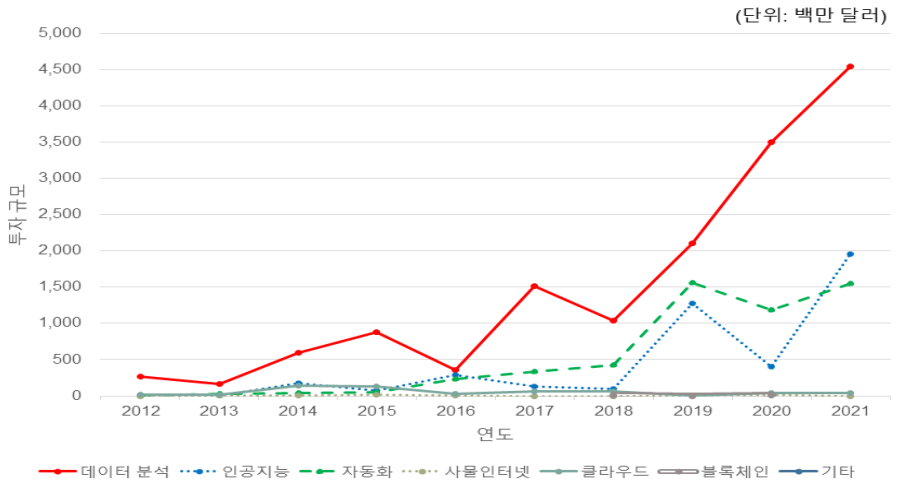
〈그림 Ⅲ-20〉 기술별 투자 동향



주: 2021년 기준으로 데이터 분석, 인공지능, 자동화, 사물인터넷, 클라우드, 블록체인 순으로 투자 규모가 컸음
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-21〉에는 생명·건강보험 종목을 다루는 기업에 대한 투자 동향을 기술별로 나타냈다. 2021년 기준 데이터 분석에 대한 투자가 45.4억 달러로 가장 많았고, 인공지능이 19.54억 달러, 자동화가 15.47억 달러로 뒤를 이었다. 이 외 기술에 대한 투자는 조사 기간 내내 연 1억 달러 미만 수준에 그쳤다.

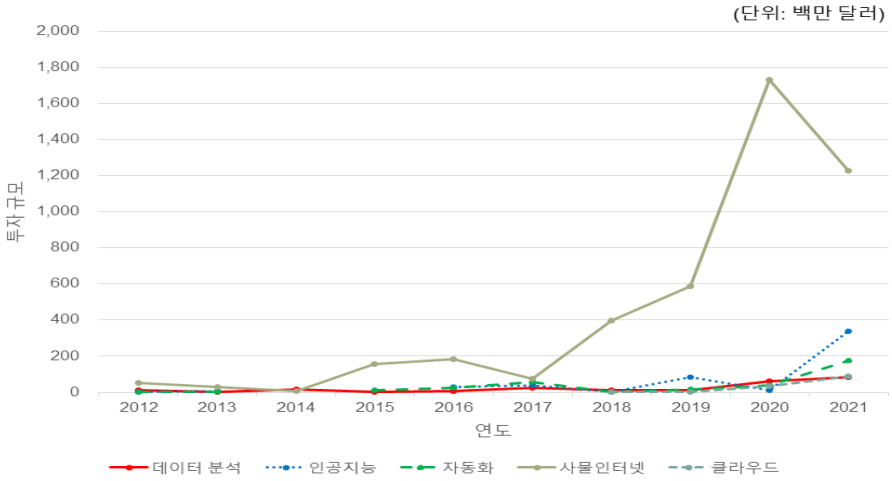
〈그림 Ⅲ-21〉 생명·건강보험 기술별 투자 동향



주: 2021년 기준으로 데이터 분석, 인공지능, 자동화 순으로 투자 규모가 컸으며, 사물인터넷, 클라우드, 블록체인에 대한 투자는 상대적으로 미미했음
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-22〉에는 자동차 종목을 다루는 기업에 대한 투자 동향을 기술별로 나타냈다. 그래프에서 알 수 있듯이 사물인터넷에 대한 투자가 주로 이루어졌다. 2021년 기준 사물인터넷에 12.28억 달러가 투자된 것에 반해 다른 기술을 모두 합쳐도 6.83억 달러 규모에 그쳤다.

〈그림 Ⅲ-22〉 자동차보험 기술별 투자 동향



주: 1) 분석 기간 내내 사물인터넷에 투자가 집중됨
2) 2021년 기준으로 사물인터넷, 인공지능, 자동화, 클라우드, 데이터 분석 순으로 투자 규모가 컸으며, 블록체인에 대한 투자는 분석 기간 내내 없었음

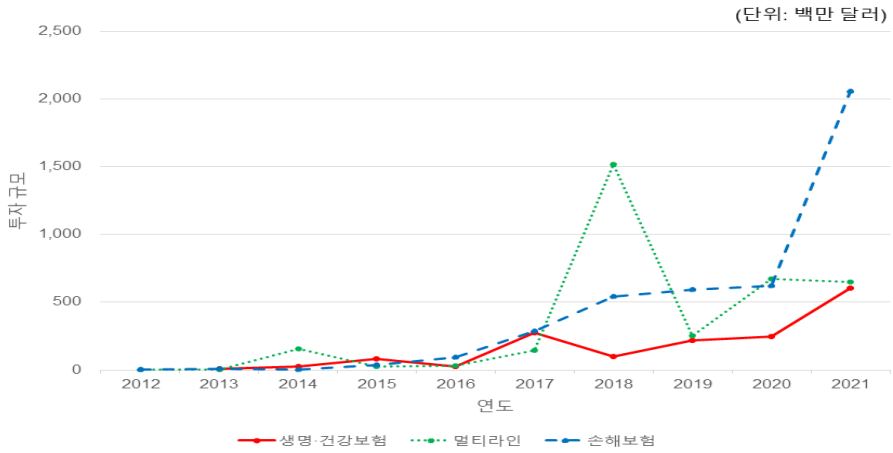
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

3. 유럽 투자 동향

가. 종목별 투자 동향

우선 보험종목별 투자 동향을 분석하였다. 보험종목의 분류는 미국 분석과 마찬가지로 두 단계에 걸쳐서 하였다. 그 중 첫 번째 단계인 생명·건강보험, 손해보험, 멀티라인의 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다.

〈그림 Ⅲ-23〉 시간에 따른 투자 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

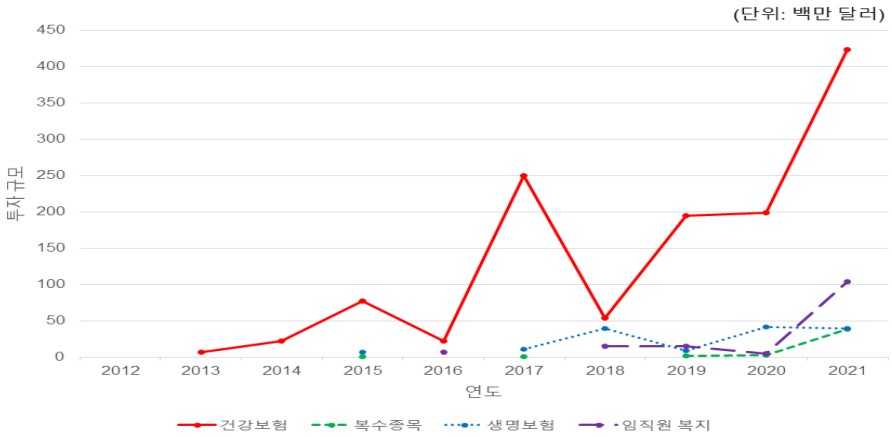
그림에서 보듯이 모든 종목이 전체적으로 투자 규모가 커졌음을 알 수 있다. 생명·건강보험은 2013년 700만 달러에서 2021년 6억 590만 달러로 증가하였고, 손해보험의 경우에는 2012년 320만 달러에서 2021년 2억 5,385만 달러로 증가하였다. 멀티라인의 경우에는 2012년 53만 달러에서 2021년 6억 4,792만 달러로 증가하였다.[17] 미국과는 다르게 생명·건강보험보다 손해보험이나 멀티라인에서의 투자가 많았는데, 이는 FNZ, wefox, Ki, ManyPets 등 소수 기업의 투자유치에 따른 결과이다.

1) 생명·건강보험(Life and Health): 건강(Health)보험 관련으로의 집중

〈그림 Ⅲ-24〉에 건강, 생명, 임직원복지 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 미국과 마찬가지로 투자처가 양극화되었음을 확인할 수 있는데, 건강 종목에 대한 투자 변화가 가장 컸다.

17) 2018년은 FNZ에서 홀로 13억 9,333만 달러의 투자를 유치하였음

〈그림 Ⅲ-24〉 생명·건강보험 관련 종목 투자 동향

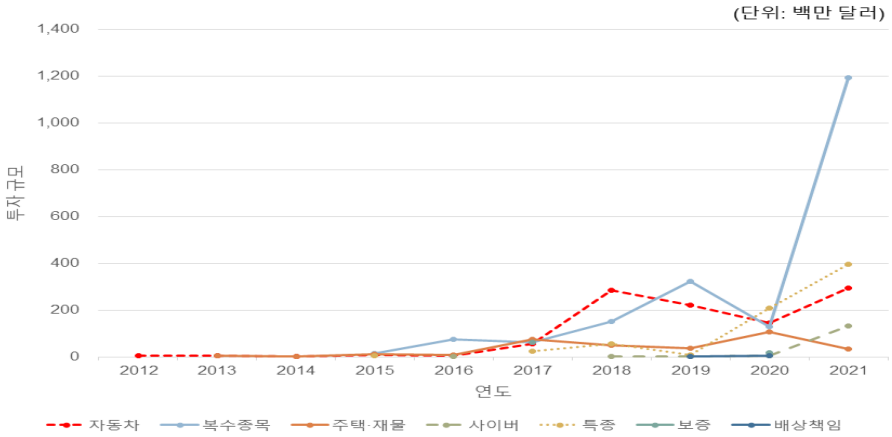


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

2) 손해보험(Property and Casualty): 복수 종목을 다루는 기업에 대한 투자 집중

〈그림 Ⅲ-25〉에 손해보험 종목별로 시간에 따른 투자 동향을 나타냈다. 미국과 마찬가지로 손해보험 관련 복수 종목, 자동차, 사이버 보험을 다루는 인슈어테크 기업에 대한 투자가 매우 증가하였다. 미국보다는 특종보험에 대한 투자가 두드러진 것도 확인할 수 있다.

〈그림 Ⅲ-25〉 손해보험 관련 종목 투자 동향



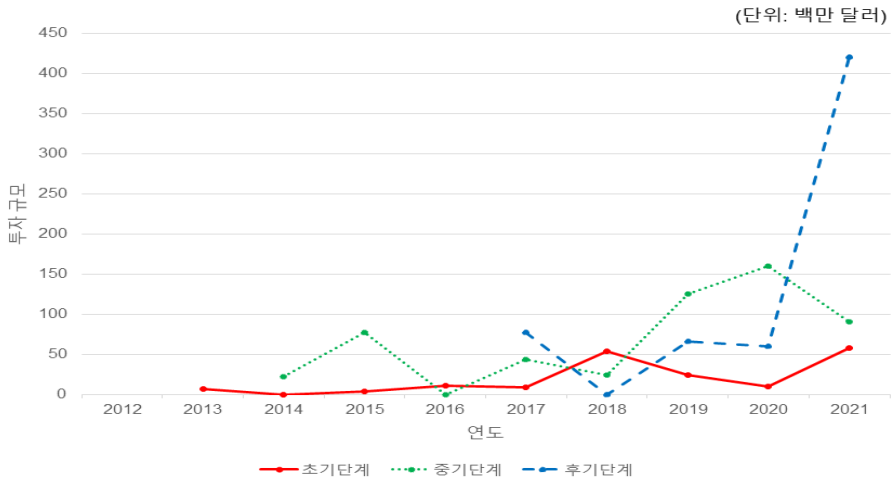
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

나. 투자 단계별 동향

본 항에서는 투자 단계별 투자 현황을 살펴본다. 미국 분석과 마찬가지로, 투자라운드를 초기단계(시드 단계, 시리즈 A), 중기단계(시리즈 B, 시리즈 C), 후기단계(시리즈 D를 포함한 이후 단계)로 나누어 종목별 투자 동향을 살펴보았다.

〈그림 Ⅲ-26〉에 생명·건강보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타냈다. 산업 초기에는 초기 및 중기단계에 투자가 주로 이루어졌지만, 시간이 지남에 따라 후기단계에 있는 기업에 대한 투자가 많아졌음을 알 수 있다.

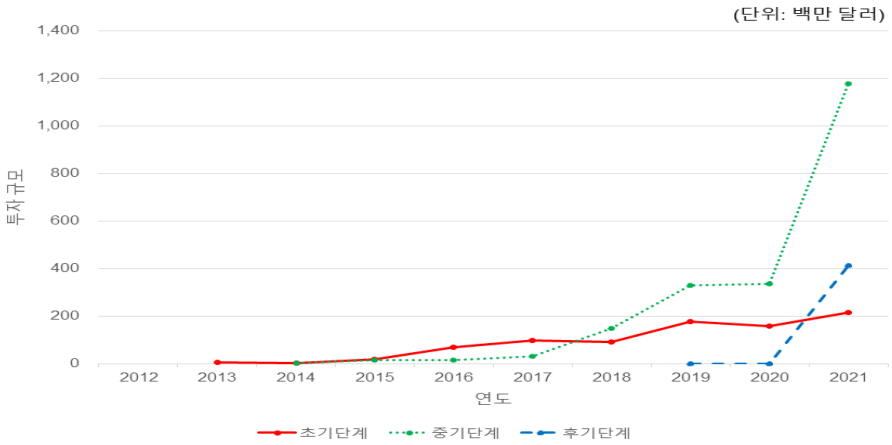
〈그림 Ⅲ-26〉 생명·건강보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-27〉에 손해보험 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타냈다. 미국과 마찬가지로 중기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모가 초기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모에 비해 빠르게 증가했음을 확인할 수 있다. 후기단계에 있는 기업에 대한 투자는 2021년 이전에는 존재하지 않았다. 이는 산업의 성숙도가 상대적으로 낮았기 때문이다.

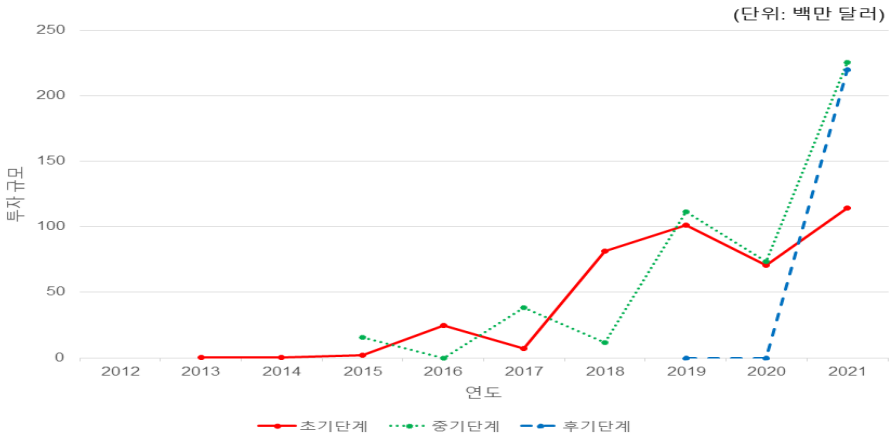
〈그림 Ⅲ-27〉 손해보험 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

〈그림 Ⅲ-28〉에 멀티라인 관련 기업들의 투자 단계별 투자 동향을 나타냈다. 손해보험의 경우와 마찬가지로 중기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모가 초기단계에 있는 기업에 대한 투자 총규모에 비해 빠르게 증가했음을 확인할 수 있다. 후기단계에 있는 기업에 대한 투자는 존재하지 않았는데, 이 역시 산업의 성숙도가 미국에 비해 상대적으로 낮았음을 확인할 수 있다.

〈그림 Ⅲ-28〉 멀티라인 관련 투자 단계별 동향



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

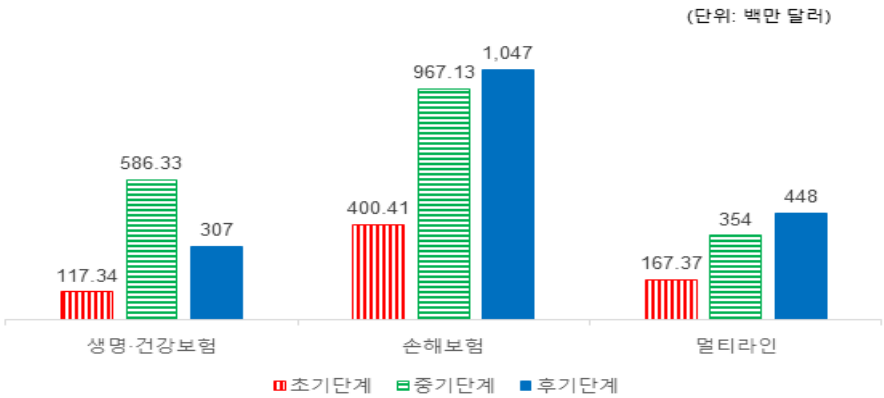
4. 2022년 투자와 추후 전망

2022년은 금리 상승, 높은 인플레이션 환경, 저성장 우려로 인해 핀테크, 로봇, 바이오 등 혁신기업들의 수익률이 모두 낮았고, 인슈어테크도 예외일 수 없었다. 본 절에서는 거시경제 충격으로, 미국 인슈어테크 기업에 대한 투자가 투자 단계별로 어떻게 이루어졌는지 살펴본다.

가. 투자 단계별 투자 규모

이전 분석과 마찬가지로 투자라운드를 초기단계(시드 단계, 시리즈 A), 중기단계(시리즈 B, 시리즈 C), 후기단계(시리즈 D를 포함한 이후 단계)로 나누어 종목별 투자 규모를 〈그림 Ⅲ-29〉에 나타냈다.

〈그림 Ⅲ-29〉 2022년 종목당 투자 단계별 투자 규모



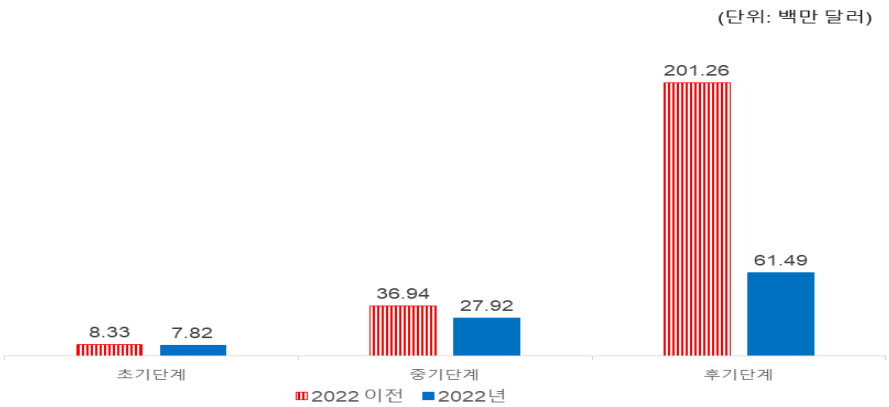
자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

생명·건강보험의 경우는 중기단계에 대한 투자 규모가 가장 컸고, 멀티라인과 손해보험의 경우에는 후기단계에 대한 투자 규모가 가장 컸다. 손해보험보다 생명·건강보험과 멀티라인에서의 투자 규모 하락 폭이 컸다.

나. 종목별 투자유치당 투자 규모

2022년에는 투자유치 횟수가 적기 때문에 더 정확한 비교를 위해 한 번의 투자유치당 투자 규모를 비교할 필요가 있다. 2022년 이전과의 차이를 알아보기 위해 직전 3개년(2019년, 2020년, 2021년)의 평균 투자 규모를 구해 총투자유치 횟수로 나누었다. 〈그림 Ⅲ-30〉은 생명·건강보험 종목에서 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모를 단계별로 비교하였다.

〈그림 Ⅲ-30〉 생명·건강보험 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교

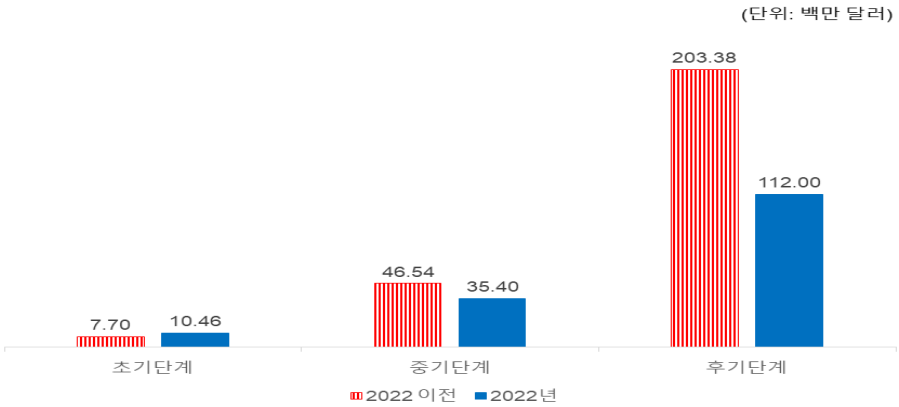


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

그림에서 볼 수 있듯이 투자 단계가 후기인 경우일수록 투자 규모의 하락 폭이 컸다. 초기단계의 경우 833만 달러에서 782만 달러로 약 6.12% 하락한 데 비해 후기단계의 경우 2억 126만 달러에서 6,149만 달러로 약 69.45% 하락하였다.

〈그림 Ⅲ-31〉은 멀티라인에서 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모를 단계별로 비교하였다.

〈그림 Ⅲ-31〉 멀티라인 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교

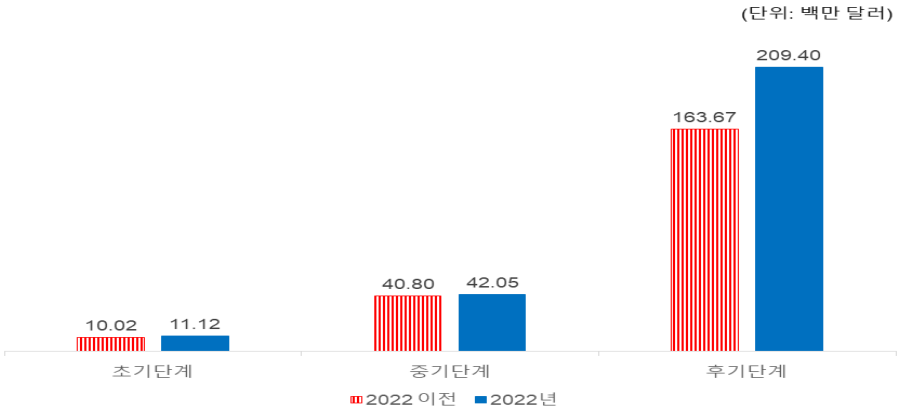


자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

멀티라인도 생명·건강보험과 마찬가지로 투자 단계가 후기일 때 투자 규모의 하락 폭이 컸고, 초기단계는 오히려 상승하였다. 초기단계의 경우 770만 달러에서 1,046만 달러로 약 35.84% 상승했지만, 중기단계의 경우 4,654만 달러에서 3,540만 달러로 약 23.94% 하락, 후기단계의 경우 2억 338만 달러에서 1억 120만 달러로 약 44.93% 하락하였다.

〈그림 Ⅲ-32〉는 손해보험에서 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모를 단계별로 비교하였다.

〈그림 Ⅲ-32〉 손해보험 2022년 이전과 2022년의 투자유치 건수당 평균 투자 규모 비교



자료: CB Insights 데이터를 이용하여 저자가 재구성함

손해보험의 경우는 생명·건강보험이나 멀티라인과는 완전히 다른 경향을 보인다. 모든 단계에서 투자 규모가 증가하였는데, 특히 후기단계에서 증가 폭이 초기단계나 중기단계보다 더 컸다. 초기단계의 경우 1,002만 달러에서 1,112만 달러로 약 10.98% 상승하였고, 중기단계의 경우 4,080만 달러에서 4,205만 달러로 약 3.06% 상승한 데 비해 후기단계의 경우 1억 6,367만 달러에서 2억 940만 달러로 약 27.94% 상승하였다.

다. 소결

2022년은 금리 상승 등 거시경제 충격으로 인해 다양한 분야의 혁신기업들의 수익률이 모두 낮은 상황이었다. 혁신적 보험서비스를 제공하는 인슈어테크 기업에 대한 총투자 규모도 이전에 비해 뚜렷하게 하락했다. 하지만 투자유치 건수당 투자 규모 변화를 비교했을 때는 종목별로 다른 경향을 확인할 수 있다. 손해보험의 경우는 거시경제 충격에도 불구하고 2022년 이전과 마찬가지로 투자유치는 양극화가 심해졌음을 알 수 있다. 시장을 통해 어느 정도 성장한 기업들에 대한 투자가 집중되었고, 이를 통해 성공적인 사업모형이 정립되었음을 추측할 수 있다.

생명·건강보험이나 멀티라인의 경우는 투자 후기단계에 있는 기업이 거시경제 충격에 큰 영향을 받았다. 해당 종목에서 이미 어느 정도 성장한 기업에는 위기일 수 있겠지만, 초기단계나 중기단계에 있는 기업의 경우는 일단 투자유치를 성공한 경우의 투자 규모는 거시경제 충격 이전과 차이가 크지 않았다. 이는 해당 종목에서 새로운 사업모형에 대한 수요는 여전하다는 것을 방증하므로, 이제 막 사업을 시작하는 기업의 경우 보험산업에 혁신적인 서비스를 제공하는 새로운 기회를 얻을 수 있음을 시사한다.