KiRi 리 포 트
이슈 분석

보험산업 부가가치서비스의 성장과 활용

이정우 연구위원

요 약

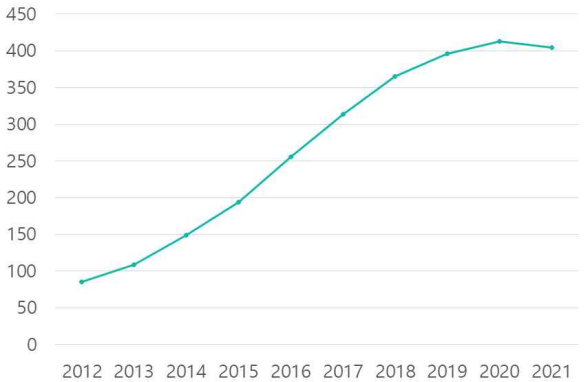
최근 해외에서는 전통적인 보험 가치사슬 내 상품개념보다 확장된 부가가치서비스의 개발이 확대되고 있음. 다른 금융산업에 비해 소비자와의 교류 빈도가 낮은 보험산업은 부가가치서비스를 활용하여 소비자 경험을 증진시키고 효율적인 위험관리를 할 수 있음. 금융 마이데이터 등 활용 가능한 데이터가 더욱 다양해지고 보험회사의 부수 업무에 대한 자율성이 확대되는 환경에서, 보험회사는 시장경쟁력을 키우기 위해 부가가치서비스를 적극적으로 이용해야 함

○ 최근 해외에서는 ICT 기술을 이용하여 전통적인 보험 가치사슬 내 상품개념보다 확장된 부가가치서비스가 개발되고 있으며, 부가가치서비스를 제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 증가하고 있음

- 보험산업 내 부가가치서비스란 소비자의 보험 경험을 향상하기 위해 제공되는 서비스로서 기존 상품에 새로운 서비스가 결합하여 발전된 형태거나 혹은 완전히 독립적인 형태도 존재함
- 새로운 사업모형을 직접 개발하여 새로운 서비스를 제공하는 보험회사도 있는 반면에 인슈어테크와 협업을 통해 부가가치서비스를 제공하는 보험회사도 있는데, 이들은 모두 소비자에 대한 더 깊은 이해를 통해 위험 관리사 혹은 삶의 파트너로서의 이미지를 소비자에게 각인시키고 있음
- 부가가치서비스를 개발·제공하는 인슈어테크에 대한 투자가 생명·건강보험 부문에서는 2012년 6,262만 달러에서 2021년 43억 3,480만 달러로 증가했고, 손해보험 부문에서는 2012년 1억 2,429만 달러에서 2021년 13억 1,790만 달러로 증가했음

〈그림 1〉 부가가치서비스를 제공하는 미국 인슈어테크 수

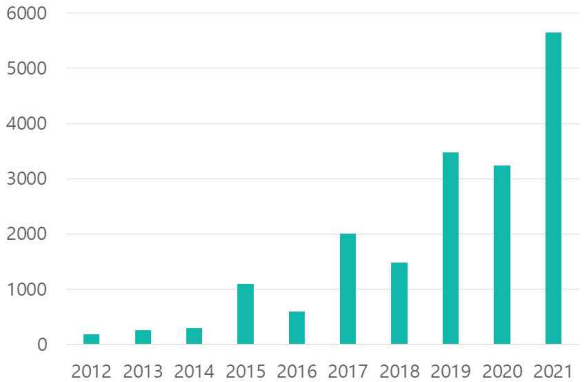
(단위: 개)



자료: CB Insights의 투자 데이터를 이용해 직접 작성함

〈그림 2〉 부가가치서비스 제공 인슈어테크에 대한 투자 규모

(단위: 백만 달러)



자료: CB Insights의 투자 데이터를 이용해 직접 작성함

○ 부가가치서비스는 소비자의 위험관리 연관 정도와 교류 시점에 따라 네 가지 사업모형으로 나눌 수 있음[1)2)]

- 소비자 셀프서비스: 자산이나 건강과 관련한 위험관리를 소비자가 스스로 잘할 수 있도록 보험회사가 수단을 제공함
  - 스스로 위험관리를 하므로 소비자의 만족도 올라갈 뿐만 아니라 보험회사도 비용을 줄일 수 있음
- 실시간 조력: 소비자의 위험이 발생했을 때 필요한 정보를 실시간으로 제공해줌
  - 위험 사후관리 서비스를 통해 보험회사가 소비자와의 관계를 지속해서 이어 나갈 수 있음
- 예측·예방 서비스: 소비자가 생활 습관, 자산 등을 관리할 때 필요한 것을 예측하고 제공함
  - 위험을 예방·관리할 뿐만 아니라 보험회사가 소비자의 삶에 자리를 잡음으로써 고객 충성도를 높일 수 있음
- 고객 참여: 기존 보험 상품과 차별화된 서비스에 소비자가 직접 참여하도록 유도함으로써 깊은 관계를 유지함
  - 위험관리와 관련이 적거나 없더라도 보험소비자와 지속적인 관계를 위해 차별화된 서비스를 제공함

〈그림 3〉 부가가치서비스 사업모형

주: Capgemini(2017)의 분류를 저자가 재구성함

○ 부가가치서비스는 더 나은 위험관리와 잦은 교류를 통해 소비자와 보험회사의 효용을 모두 증가시킬 수 있음

- 소비자 효용을 증대시키는 상품 이용의 신속성, 편리성과 맞춤형 서비스는 부가가치서비스를 통해 제공될 수 있음
  - 부가가치서비스를 통한 보험회사의 지속적인 역할은 보험소비자 경험을 향상함
- 진보된 기술을 통해 얻을 수 있게 된 데이터와 분석 능력을 통해 보험회사는 더 효율적인 의사결정을 할 수 있고, 소비자 개개인과 소통할 수 있음
  - 전통적인 보험 사업모델은 은행이나 다른 금융회사에 비해 소비자와 교류하는 빈도가 낮았지만, 부가가치서비스를 활용하면 소비자와 자주 교류할 수 있음
  - 스마트폰, 웨어러블, 스마트홈 센서 등을 통해 보험회사는 소비자의 위험 노출 정도에 대해 실시간으로 정보를 얻을 수 있게 됨에 따라 위험관리에 적절히 개입할 수 있게 되었음
  - 경쟁 기업과 차별화된 서비스를 제공함으로써 시장경쟁력을 키울 수 있음

1) Capgemini(2017), "Insurance Reinvented: Value-Added Services."
2) Capgemini(2017)의 분류를 바탕으로 소비자 위험관리와의 연관성, 교류 시점에 따라 저자가 새로 정의하고 구성함

○ 디지털 전환을 통한 시장경쟁력 확보를 위해 보험회사는 부가가치서비스를 적극적으로 이용해야 함

- 국내 보험회사는 디지털 전환으로 인한 경쟁력을 충분히 확보하지 못하고 있는 것으로 보임
  - 최근 금융위원회에 신고된 부수 업무 종류는 주로 통신판매, 홍보 대행, 자문업무로 제한적인 상황임
  - 모바일 인덱스에서 집계한 2023년 2월 활성 사용자(MAU) 상위 200개 앱 중 금융 관련 앱 중 은행·뱅킹서비스 업종은 14개, 신용카드 11개, 증권 5개, 송금·결제는 4개인데 비해 보험 관련 앱은 없음
- 보험 가입 필요성을 느끼는 소비자가 줄고 있는 현실에서 부가가치서비스에 대한 수요는 높은 것으로 보임
  - 생명보험협회 생명보험 성향조사에 따르면, 2018년에 비해 2021년에 보험 가입 필요성을 느끼는 경우가 감소하고 보험 가입 필요성을 느끼지 않는 경우가 증가함
  - 또한, 정보통신 기술을 통해 받기를 희망하는 생명보험 정보는 맞춤형 보험 상품 설계와 빠르고 간편한 보험 가입인 것으로 나타난 것으로 볼 때, 소비자의 부가가치서비스에 대한 수요는 높은 것으로 보임
- 금융 마이데이터,[3] 공공 의료데이터 등 활용 가능한 데이터가 다양해지고, 보험회사가 제공할 수 있는 디지털 헬스케어서비스 범위가 확대[4]되는 등 부수 업무에 대한 자율성이 확대되고 있는 환경이므로 보험회사는 부가가치서비스를 활용한 사업모형 개발을 적극적으로 추진할 필요가 있음

〈표 1〉 부가가치서비스의 예시

사업모형	유형	기업명	서비스	내용
소비자셀프서비스	인슈어테크	Reflexion Health	건강관리 앱	• 운동하는 동안 암밴드가 운동 수행 데이터를 기록하고, 이를 전문가가 검토하고 피드백을 제공함
		Beam Dental	고객관리패키지	• 인터넷 연결된 칫솔을 통해 칫솔질에 대한 피드백을 주고, 고객에게 맞는 상품을 추천함
	보험회사	State Farm	고객관리패키지	• 고령자 집에 넘어짐 사고 감지와 건강 관련 위험 감지가 가능한 시스템을 제공함
예측예방서비스	인슈어테크	EnergySavvy	자산선택 및 관리	• 전기 사용 데이터를 분석하고 결과를 제공하여 집을 선택하거나 관리하는 데 도움을 줌
	보험회사	Esurance	라이프스타일 관리	• 사물인터넷을 통해 자녀의 운전 습관을 부모가 관찰할 수 있도록 하는 서비스 제공
실시간조력	보험회사	Humana Pharmacy	건강관리 서비스	• 고객이 건강 이상 증상이 있을 때 필요한 헬스케어 서비스를 실시간으로 제공
		Bajaj Allianz	자동차 긴급출동	• 사고 났을 때 GPS를 통해 소비자의 위치를 실시간으로 확인하여 긴급출동하고, 근처 호텔 숙박 제공
		Travel Guard	비서 서비스	• 식당 예약, 교통수단 예약 등을 여행보험에 추가함
고객참여서비스	인슈어테크	Cake Health	비용 절감	• 보험료 등 보험 관련 비용에 대한 설명이나 협상을 할 때, 소비자가 합리적으로 선택하는 것을 도움
	보험회사	Blue Shield of California	건강관리 앱	• 웨어러블 기기를 통해 보행 수를 측정하여 목표량을 달성했을 경우 경품 추첨에 참여할 수 있음
		MetLife	SNS	• 앱을 통해 사진, 비디오를 소셜 네트워크 서비스에 올릴 수 있음

3) 금융위원회 보도자료(2022. 10. 19), "(금융규제혁신) 「내 손안의 금융 비서」가 보다 똑똑해집니다. - 금융 마이데이터 정보제공 항목 대폭 확대 -"
4) 금융위원회 보도자료(2022. 8. 23), "제2차 금융규제혁신회의 개최"