



CEO Brief

2021.06. 제2021-11호

CEO Brief는 보험산업 관련 이슈를 분석하여 보험회사 CEO와 유관기관의 기관장분들께만 제공되는 리포트입니다.

빅테크(Big Tech)의 보험업 진출에 대한 기대와 과제

요약

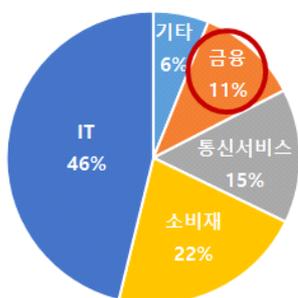
최근 빅테크는 주력사업(비금융)을 강화하기 위해 보험 등 다양한 금융서비스에 대한 제공을 급속히 확대하고 있음. 빅테크의 보험업 진출은 보험회사에게 경쟁심화로 인한 고객 이탈 및 판매시장에서의 시장지배력 감소 등 위험요인이 될 수 있으나, 디지털 전환으로 인한 사업 다각화 및 고객만족도 향상 등 기회요인이 될 수도 있음. 정책당국은 시장 혁신 및 소비자 후생 증대를 위해 불공정경쟁 및 독과점 억제, 보험회사의 위험추구 및 빅테크의 시스템리스크 차단, 소비자 보호장치 마련 및 고위험군의 금융소외 방지 방안 마련이 필요함

1. 빅테크의 금융서비스 제공 확대

○ 최근 빅테크는 주력사업(비금융)을 강화하기 위해 결제·송금, 예·적금, 대출, 자산관리, 보험 등 다양한 금융서비스에 대한 제공을 급속히 확대하고 있음

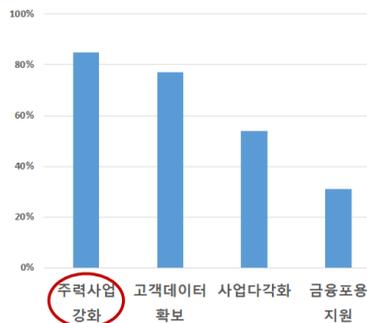
- 빅테크란 대규모 고객기반을 가진 거대 IT 회사를 의미하고, 주력사업의 종류로 전자상거래(아마존), 소셜 미디어(페이스북), 검색엔진(구글) 등 플랫폼사업 이외 하드웨어 제조(애플), 통신사업(보다폰) 등이 있음
- 빅테크가 주력산업(비금융)에 비해 수익성이 낮음에도 금융업 진출을 확대하는 이유는 주로 고객기반 및 충성도를 제고하여 주력사업을 보조·강화하기 위함이고, 그 외 고객데이터 확보, 사업다각화 등이 있음

<그림 1> 섹터별 매출 비율



자료: BIS(2019)

<그림 2> 금융업 진출 동기



자료: FSB(2020)

<그림 3> 금융서비스별 진출 현황



자료: FSB(2020)



CEO Brief

- 빅테크의 금융업 진출에 있어 경쟁력은 금융서비스와 비금융 주력서비스의 상호보완성으로 인한 범위·규모의 경제에서 나옴
 - 빅테크의 사업모형은 고객데이터를 바탕으로 네트워크를 형성하고, 네트워크는 참여자의 활동을 확대하며, 확대된 활동은 다시 새로운 고객데이터를 형성하는 순환고리(Data-Network-Activities Loop) 형태를 가짐(BIS 2019)
 - 빅테크의 금융업 진출은 빅테크가 가진 기존의 순환고리를 활용할 뿐만 아니라 더욱 강화시킴으로써 전체적인 사업모형을 더욱 견고하게 함
- 빅테크의 금융업 진출 방식은 크게 금융회사로서 인가를 받는 방식과 기존 금융회사와 파트너십을 구축하는 방식으로 나뉨
 - 빅테크의 주력사업이 플랫폼사업일수록 금융업 진출에 적극적이고, 금융인프라가 발달하지 않고 금융규제 수준이 낮을수록(예, 신흥국) 금융회사로서 인가를 받는 방식으로 기존 금융회사와 직접 경쟁함

2. 빅테크의 보험업 진출이 미치는 영향

- 새로운 사업모형을 가진 빅테크의 보험시장 진입은 보험산업 내 경쟁 강화를 통해 보험시장 혁신을 유도하고 소비자 후생을 증대시킬 수 있음
 - 빅테크가 가진 데이터, 네트워크, 분석기술 등은 정보비용 및 거래비용을 감소시켜 다양한 보험상품 및 서비스 개발을 가능하게 하고, 이는 보험시장 내 혁신을 유도할 수 있음
 - 보험소비자는 보험시장에 보다 쉽게 접근할 수 있게 되고, 개인 맞춤형 상품 및 서비스 제공으로 고객 만족도를 제고시킬 수 있음
- 반면 시장경쟁, 금융안정성, 소비자 보호 측면에서 새로운 유형의 리스크를 발생시켜 시장실패 가능성도 동시에 높임
 - 빅테크의 보험회사와의 제휴는 규제 회피수단으로 남용될 수 있고, 빅테크 사업모형의 특성상 소수에 의한 지배적 플랫폼이 구축되기 쉬워 불공정경쟁 및 독과점이 발생하여 시장효율성을 약화시킬 수 있음
 - 빅테크와 보험회사의 과도한 경쟁심화는 보험회사의 수익성 악화로 이어져 보험회사의 위험추구를 부추길 수 있고, 빅테크의 대형화·비금융업과의 높은 연계성 등은 금융안정성에 악영향을 미칠 수 있음
 - 보험시장 참여자들의 권리와 책임이 복잡해짐에 따라 소비자 보호 문제가 발생할 수 있고, 과도한 상품 차별화로 고위험 소비자에 대한 금융소외가 발생할 수 있음



CEO Brief

3. 대응 및 과제

- 빅테크의 보험업 진출은 보험회사에게 경쟁심화로 인한 고객 이탈 및 판매시장에서의 시장지배력 감소 등 위험요인이 될 수 있으나, 사업다각화 및 고객만족도 향상 등 기회요인이 될 수도 있음
 - 빅테크가 보험회사로 인가를 받아 보험업에 진출하는 경우, 차별화된 데이터와 기술력으로 새로운 보험 상품 및 서비스를 개발·판매하여 기존 보험회사의 잠재고객(특히, MZ세대)이 이탈할 수 있음
 - 빅테크가 보험회사와 제휴하여 보험상품을 판매하는 경우, 빅테크의 우월적 지위로 인한 과도한 수수료로 보험회사의 수익성이 낮아질 뿐만 아니라 고객과의 접점을 잃어 고객데이터를 축적하지 못할 수도 있음
 - 반면, 보험회사는 빅테크의 새로운 사업모형, 디지털 혁신 등을 벤치마크 하여 새로운 수익기반 창출을 통한 사업다각화, 상품 및 서비스의 혁신성 제고를 통한 고객만족도 향상 등을 도모할 수 있음
 - 이를 위해 고객과의 접점 강화, 기술회사와의 파트너십 구축, 디지털금융 관련 인력 훈련 및 양성, 양질의 고객데이터 확보 등 성공적인 디지털 전환을 통한 디지털 환경에서의 경쟁력 확보를 위한 노력이 필요함
- 정책당국은 시장 혁신 및 소비자 후생 증대를 위해 불공정경쟁 및 독과점 억제, 보험회사의 위험추구 및 빅테크의 시스템리스크 차단, 소비자 보호장치 마련 및 고위험군의 금융소외 방지 방안 마련이 필요함
 - 빅테크가 기존 보험회사와 유사한 금융서비스를 제공할 때 규제차익이 발생하는지 점검하고, 지배적 플랫폼 구축으로 인한 독점적 데이터 및 기술 활용을 억제할 필요가 있음
 - 경쟁심화로 인한 보험회사의 위험추구를 모니터링하고, 빅테크의 비금융사업 위험이 금융사업으로 전이 되지 않도록 차단하며, 지배적 플랫폼 구축으로 발생할 수 있는 집중리스크를 관리할 필요가 있음
 - 플랫폼을 통해 보험상품 및 서비스를 이용하는 소비자에 대한 보호장치를 마련하고, 과도한 상품 차별화로 고위험 소비자의 보험시장 접근성이 훼손되는 것을 방지할 필요가 있음

황인창 연구위원
ichwang@kiri.or.kr