



미국의 텔레매틱스 운전자성향보험 (UBI) 시장 현황

김진억 수석담당역

■ 미국 보험정책연구원(CIPR)은 최근 텔레매틱스¹⁾를 기반으로 한 운전자성향보험(UBI) 시장의 현황, 기술 동향, 규제 문제 등을 분석하는 보고서를 발간하였음.²⁾

- 미국 자동차보험산업은 보험료 규모가 2004년 1,580억 달러에서 2013년 1,750억 달러로 성장하는데 그 치면서 같은 기간 물가상승률보다도 낮은 성장률을 보였으며, 이에 따라 보험회사 간 경쟁도 치열해짐.
 - 기존 자동차보험시장의 성장 정체로 인해 최근 보험계약자에 대한 정확한 가격산출을 통한 고객 모집, 유지가 어느 때보다 중요해졌으며, 이에 따라 큰 폭의 가격할인이 가능한 텔레매틱스 운전자성향보험(Telematics based Usage-Based Insurance(UBI))이 주목받고 있음.

* 텔레매틱스 운전자성향보험은 자동차에 장착된 이동통신이 가능한 정보단말기(텔레매틱스)를 통해 주행거리, 주행일, 주행장소, 급가속, 급감속, 급회전 등 운전자성향 정보를 취합하여 보험료산출에 반영하는 자동차보험으로 성별, 연령, 결혼여부, 운전경력 등 고정된 요소를 반영하여 보험료를 산출하는 기존 보험과 구분됨.

■ 미국 자동차보험 시장에서 텔레매틱스 운전자성향보험은 리스크평가를 통해 개인별 할인 가격을 제시하고 다양한 부가서비스도 제공할 수 있어 자동차보험 시장의 판도를 바꿀 수 있는 보험으로 빠른 확산이 전망되고 있음.

- 텔레매틱스 운전자성향보험은 개인의 운전습관 변화를 통해 최대 50%까지 할인된 가격을 제시함으로써 리스크가 낮은 우량 고객을 모집할 수 있는 혁신적 보험으로 인식되고 있음.
 - 조사에 의하면 2014년 7월 운전자성향보험 가입 경험이 있는 운전자는 8.5%였으며, 이는 2013년 2월 4.5%에 비해 4.0%p 증가한 수치임.

1) 텔레매틱스(Telematics Solutions)란 통신(Telecommunication)과 정보과학(Infomatics)의 합성어로 자동차에 연결된 정보단말기, 블랙박스, 휴대폰 등의 이동통신을 이용해 주행정보, 인터넷과 지리정보시스템(GIS) 정보, 응급구난 정보 등 운전자에게 필요한 각종 정보를 실시간으로 제공하는 서비스를 말함.

2) NAIC & CIPR(2015. 3), "Usage-Based Insurance and Vehicle Telematics: Insurance Market and Regulatory Implications".

- 또한 GEICO를 제외한 대부분의 대형 자동차보험회사가 운전자성향보험을 판매하고 있으며, 조사에 의하면 2020년까지 미국 자동차보험회사들 중 약 36%가 운전자성향보험을 판매할 것으로 전망됨.
 - 현재 판매되는 운전자성향보험은 가입 시, 기본적으로 10% 선할인을 제공하고, 이후 운전성향 정보에 따라 30~50%까지 할인을 해주는 상품들이 판매되고 있으며, 특히 실시간으로 제공되는 운전정보를 이용해 다양한 부가서비스를 제공함으로써 고객의 호응이 높음.
 - 또한 미국 자동차보험 고객들, 특히 젊은 층에서 텔레매틱스 장치 장착에 보다 우호적인 태도를 보임으로써 향후 운전자성향보험 확산에 긍정적임.
 - Deloitte의 조사에 의하면 2014년 1월, 보험료 할인혜택이 없더라도 텔레매틱스 장치를 장착할 의향이 있다는 고객 비율은 25%였으며, 할인을 받을 경우 장착할 수 있다는 비율도 25%로 나타났고 특히 20대의 2/3가 텔레매틱스 장착에 긍정적이었음.
 - 기술 발전으로 인한 텔레매틱스 장치의 가격하락으로 텔레매틱스는 보험산업에 혁신적인 영향을 주고 있으며, 텔레매틱스 운전자성향보험은 다양한 경쟁적 이점으로 인해 빠르게 도입되고 있음.
 - 개별적 운전성향을 반영하는 운전자성향보험은 리스크가 낮은 운전자에게 리스크에 부합하는 적절한 가격을 제시함으로써 판매보험회사의 시장경쟁력을 강화시키고 있음.
 - 또한 텔레매틱스의 사용은 신용등급, 직업, 교육정도 등과 같은 기존 논란이 되어 왔던 가격산출 요소들에 대한 필요성을 줄일 수 있어 자동차보험회사들의 부담을 경감시킬 수 있음.
 - 한편 텔레매틱스 장착은 운전자들이 보다 안전하게 운전하도록 유도함으로써 종국적으로는 보험회사의 손해율과 보험료를 낮출 수 있을 것으로 기대됨.
- 한편 텔레매틱스 운전자성향보험의 확산에는 장치의 기술적인 문제, 특허권, 운전성향정보의 이전성 등이 장애 요인이 될 것으로 보임.
- 텔레매틱스 장치³⁾의 가장 최신 기술인 스마트폰의 경우 계약자 소유의 기기를 이용해 다양한 정보를 실시간으로 취합할 수 있고 많은 부가서비스를 제공할 수 있는 장치로 평가받고 있으나 아직 배터리용량 부족, 스마트폰 소유자가 운전자인지 동승자인지 판별문제 등의 기술적 문제가 있음.
 - 한편 가장 먼저 텔레매틱스를 도입했던 Progressive 보험회사는 관련 특허를 598개나 가지고 있으며, 최근 특허권을 주장하면서 특허권 문제가 대두된 바 있음.
 - 또한 운전자가 보험 가입 자동차보험회사를 변경할 경우 기존 누적된 운전성향정보가 사장(死藏)될 수도 있어 기존 운전성향정보의 소유권, 중개, 보호 등의 문제가 부각됨.

3) 텔레매틱스 장치는 현재 4개 종류가 있으며, 미국에서 많이 사용되는 정보단말기(Dongle), 유럽에서 많이 사용되는 블랙박스(Black box), 차량내재장치(Embedded telematics equipment), 가장 진보된 스마트폰(Smart phones) 등이 있음.

■ 텔레매틱스 운전자성향보험은 필연적으로 운전성향 빅데이터를 취급하게 됨으로써 정보 취합, 분석, 이용에 규제와 관련된 우려를 불러일으킴.

- 최근 텔레매틱스 운전자성향보험 가입 시 취합되는 정보는 단순한 주행거리뿐만 아니라 운전시점, 운전위치, 주행방식 등을 포함하는 개인정보의 성격을 띠고 있어 사생활 침해 가능성이 있음.
- 텔레매틱스 운전자성향보험 상품을 인가 심사하는데 있어 가장 우려되는 사항은 보험회사가 운전 데이터를 기록, 전송, 취합과 보고하는 방식이며, 만약 보험회사가 운전정보를 직접 취합하지 않고 제3의 벤더들이 취합할 경우, 정보의 정확도, 개인정보 보호, 오용 등의 문제를 어떻게 규제할지가 관건이 됨.
- 어떤 운전습관이 보험료 할인으로 연결되는지 명확하게 이해되지 못할 경우 운전습관의 변화로 이어지기 어렵기 때문에 취합되는 정보요소의 공개와 투명성이 중요함.
- 텔레매틱스 운전자성향보험은 빅데이터를 바탕으로 복잡한 가격모델을 사용하기 때문에 현재의 보험상품 인가 규제환경에서는 보험법 준수여부를 감독하기가 용이하지 않음.
- 미국 주법에 의하면 재량적이거나 모호한 사유로 보험금청구를 거절하는 것은 불법이기 때문에, 보험회사들은 보험사고 조사에 있어 텔레매틱스 주행 데이터를 사용할 경우 정보의 일관성과 균일성을 유지하도록 텔레매틱스 통신규약을 확립할 필요가 있음.

■ 텔레매틱스 운전자성향보험은 국내에서도 경쟁이 치열한 기존 자동차보험시장에서 경쟁력을 확보할 수 있는 보험상품으로서 획기적인 변화를 불러올 수 있는 만큼 향후 주행거래 외에도 다양한 운전성향과 습관을 반영할 수 있는 상품의 개발과 관리에 대한 연구가 필요할 것임.

(CIPR, Deloitte 등)