



구독경제(Subscription Economy)의 성장과 보험산업의 활용가능성

문혜정 연구원

전 세계적으로 구독경제의 규모가 커지고 있으며 이에 따라 많은 산업분야에서 정기구독 서비스로 비즈니스 모델을 전환하여 사업영역을 확대하고 있음. 최근 해외 보험회사는 소비자가 직접 원하는 보장을 선택하여 보험에 가입하고, 원할 때 보장을 변경 혹은 취소할 수 있는 구독 기반의 보험상품을 제공하기 시작함. 구독 기반의 보험서비스는 아직 초기 단계이지만, 장기적으로 보험회사의 디지털화, 자동화와 시너지를 발휘하여 소비자 접근성·만족도·충성도를 높이고 산업의 장기적인 발전을 위한 원동력이 되어줄 것으로 기대됨

■ 전 세계적으로 구독경제(Subscription Economy)의 규모가 커지고 있으며, 이에 따라 많은 산업분야에서 정기구독 서비스로 비즈니스 모델을 전환하여 사업영역을 확대하고 있음

- 구독경제는 멤버십 가입자가 되어 일정 금액을 지불하고 정기적으로 서비스를 이용하는 소비 트렌드로, 디지털 플랫폼 발달에 힘입어 다양한 산업분야에서 빠른 속도로 발전하고 있음
 - 전 세계의 구독경제 비즈니스는 2012~2019년 하반기 동안 연평균 18.2% 성장함¹⁾
- 미디어 스트리밍, 생필품 정기배달 등 생활 밀착형 서비스를 중심으로 성장하기 시작하여, 최근에는 고가의 의류·자동차 대여, 꽃·영양제 정기배달 등 다양한 서비스가 구독의 형태로 제공되고 있음
 - 구독경제는 기존에 '상품'을 정기적으로 '구매'한다는 개념에서 탈피하여 내가 원할 때 '서비스'를 '이용'한다는 개념이며, 멤버십 어플리케이션 혹은 사이트를 통해서 소비자가 구독 여부와 구독 일정을 쉽게 조정할 수 있다는 것이 주된 특징임

■ 최근 해외 보험회사는 소비자가 직접 원하는 보장을 선택하여 보험에 가입하고, 원할 때 보장을 변경 혹은 취소할 수 있는 구독 기반의 보험상품(Subscription-based Insurance)을 제공하기 시작함

1) S&P500 기업(3.6%) 및 미국 소매판매(3.7%)의 성장률보다 약 5배 빠름; Zuora(2019. 10), "The Subscription Economy Index"

- HSBC UK(영국 복합금융그룹)는 2019년 11월 “Select and Cover” 보험상품을 출시하여 7개의 생활 밀착형 보장 중 원하는 3~7개의 보장을 선택하여 보험에 가입할 수 있는 서비스를 제공함²⁾
 - 하나의 보험상품으로 여행자보험, 휴대폰보험, 생명보험 등 생활에 필요한 보장을 한 번에 가입할 수 있는 상품으로 보험가입에 대한 편의성과 다양한 상품에 대한 접근성을 높임
 - 보장개시 후 30일, 그리고 갱신 전 30일은 수수료 없이 보장 구성을 자유롭게 변경할 수 있고, 변경 기간 사이에는 보장 1회 추가, 1회 취소가 가능함
- Aviva(영국 보험회사)는 2018년 12월 “AvivaPlus” 보험상품을 통해 자동차보험과 주택보험의 보장을 원할 때 자유롭게 변경 및 취소할 수 있는 월 구독 기반의 보험서비스를 제공하기 시작함
 - 보장 변경에 대한 수수료가 없으며 보험료 월납에 대한 이자를 지불하지 않음
- Kakau(브라질 인수어테크 스타트업)는 월 구독형 주택 및 아파트보험 상품을 제공하여 소비자가 원하는 기간 동안 보험에 가입할 수 있고 필요에 따라 수수료 없이 보장을 중지할 수 있음
 - 집 청소, 가전제품 수리, 애완동물 관리 등과 같은 보조서비스도 함께 제공함

■ 보험산업에도 구독경제 비즈니스 모델을 적용함으로써 소비자의 자율성과 편의성을 높이고 새로운 관점에서의 장기적인 고객 관계를 구축할 수 있음

- 기존에는 보험 가입시점과 청구시점에만 소비자와의 접점이 발생하나, 구독의 개념을 적용하여 소비자가 상품에 지속적으로 관심을 가지고 관리할 수 있도록 함으로써 소비자 만족도를 제고할 수 있는 기회가 확대됨
 - 특정 보험상품을 권유받아 한 번 가입하고 끝나는 경험이 아니라, 보험회사의 멤버십 가입자가 되어 상황 변화에 따라 발생하는 생활 속 다양한 리스크에 대한 보장을 자발적으로 선택하여 서비스를 이용하는 경험으로 바뀔 수 있음
 - 특히 밀레니얼 세대는 합리적인 가격으로 원하는 서비스를 이용하는 구독서비스에 더욱 익숙함
- 하나의 보험상품에서 여러 종류의 실생활 리스크를 보장받을 수 있게 되면 다양한 상품에 대한 접근성과 상품가입의 편의성을 높일 수 있고 이를 바탕으로 장기적인 고객 관계를 형성할 수 있음
 - 장기적인 고객 관계를 구축하는 것은 구독경제의 핵심이며, 이를 위해서는 축적된 데이터를 활용해 개별 소비자의 생활 패턴에 적합한 보장을 추천하는 마케팅도 활용할 필요가 있음

■ 구독 기반의 보험서비스는 아직 초기 단계이지만, 장기적으로 보험회사의 디지털화, 자동화와 시너지를 발휘하여 소비자 접근성·만족도·충성도를 높이고 보험산업의 장기적인 발전을 위한 원동력이 되어줄 것으로 기대됨 **kiri**

2) 최소 3가지 보장 선택 시 월 19.5유로이며 최대 7가지 보장 선택 시 월 45.5유로 수준임. 보장의 구성에 따라 보험료가 달라지지 않고 보장의 개수에 따라 보험료가 결정됨(<https://www.hsbc.co.uk/insurance/products/select-and-cover/>)