2022.7.25

KiRi 리 포 트
글로벌 이슈

웰니스 프로그램 인센티브 제공 방식과 효과

김혜란 연구원

요 약

최근 보험회사는 보험 가입자의 건강 유지에 도움을 주는 다양한 웰니스 프로그램을 제공하고 있으나 그 성과에는 의문이 제기됨. 웰니스 프로그램을 인센티브 제공 방법에 따라 이익 프레임과 손실 프레임으로 구분할 경우, 평균적으로 이익 프레임보다는 손실 프레임이 상대적으로 성과가 좋다는 연구 결과가 제시되면서 웰니스 프로그램의 효과를 높이기 위해 손실 프레임을 적절히 활용할 필요성이 제기됨

○ 최근 보험회사는 보험 가입자의 건강 유지에 도움을 주는 다양한 웰니스 프로그램을 제공하고 있으며, 이를 통해 지급 보험금을 절감하여 가입자의 보험료 부담을 완화하고자 함

- 웰니스(Wellness)는 신체적으로 건강한 상태뿐 아니라 사회적, 정서적, 정신적, 지적, 환경적으로 건강한 상태를 만들어 가는 활동, 선택 그리고 생활방식을 의미함
- 보험회사는 웰니스 프로그램을 통해 가입자가 피트니스 클럽 등의 시설을 손쉽게 이용할 수 있게 해주거나 예방접종, 건강검진, 금연 지원 등을 제공하기도 하며, 최근에는 웨어러블 기기나 앱을 통해서 가입자에게 건강 증진 서비스를 제공하고 있음
- 보험회사는 웰니스 프로그램에 가입한 계약자의 참여도를 높여 의료비용을 낮추고 보험금 청구를 줄이고자 함

○ 그러나 웰니스 프로그램의 효과에 대해 의문이 제기되고 있으며, 인센티브가 충분한 동기부여가 되지는 않는다는 시각이 존재함

- 대표적인 사례로 일리노이에서 직장인 웰니스 프로그램을 평가한 결과 첫 1년 동안 건강, 의료비 지출, 결근, 피트니스 센터 방문 그리고 업무성과와 같은 지표에 영향을 미치지 않은 것으로 나타남[1)]
  - 또한 미국의 한 대형 창고 소매 회사의 직원 32,974명이 참여한 무작위 시험 결과에서도 웰니스 프로그램은 18개월 후 행동 변화에 유의미한 영향을 끼치지 못한 것으로 나타남
- 웰니스 프로그램의 성과가 낮은 이유는 웰니스 프로그램에서 제공하는 인센티브가 건강하지 않은 가입자의 생활방식을 바꿀 정도로 영향을 미치지는 못하기 때문인 것으로 보여짐[2)]

○ 웰니스 프로그램을 인센티브 제공 방법에 따라 이익 프레임과 손실 프레임으로 구분할 경우, 평균적으로 이익 프레임보다는 손실 프레임이 상대적으로 성과가 좋다는 연구 결과가 제시되면서 웰니스 프로그램의 효과를 높이

1) RGA(2022. 6. 22), “The Case for Wellness Programs in Life and Health Insurance”
2) FIERCE Healthcare(2021. 5. 19), “Industry Voices-Industry Voices-Wellness programs aren’t working well. Here’s what insurers can learn from Starbucks”

기 위해 손실 프레임을 적절히 활용할 필요성이 제기됨

- 이익 프레임은 웰니스 프로그램 가입자의 다양한 신체활동 데이터를 추적하고, 이를 토대로 인센티브를 제공하는 반면, 손실 프레임은 웰니스 프로그램 가입자에게 선불로 인센티브를 제공하고, 일정 기간 신체활동이 임계치를 넘지 못하면 받은 보상을 회수함
- 인센티브와 신체활동 간의 연관성에 대한 기존 연구(Chokshi et al. 2018)[3] 등에 따르면 평균적으로 손실 프레임 인센티브가 이익 프레임 인센티브보다 신체활동을 증가시킴으로 손실 프레임의 성과가 상대적으로 좋은 것으로 나타남

○ **남아프리카공화국 보험회사 디스커버리(Discovery)는 Vitality Active Rewards 프로그램을 이익 프레임과 손실 프레임 두 가지 형태로 제공해 왔으며, 분석 결과 손실 프레임에서 상대적으로 월간 신체활동이 증가하였고 운동 강도가 높은 고급 신체활동이 더 많이 증가하는 것으로 나타남[4]**

- 디스커버리(Discovery)의 이익 프레임 Vitality Active Rewards는 다양한 장치를 통해 가입자의 주간 신체활동 강도(가벼운 운동상태, 표준 또는 고급 운동)에 따른 포인트와 일수를 곱하여 포인트를 적립해주고, 영화 티켓, 기프트 카드 또는 음료 리워드를 제공함
- 손실 프레임 Vitality Active Rewards의 경우 가입자가 Apple Watch를 크게 할인된 선불 가격으로 구입할 수 있으며, 월간 필요한 수준의 활동을 수행한 가입자는 24개월 동안 상환액이 적거나 0으로 줄어들도록 설계되어 있음
- Vatality Active Rewards 프로그램 성과에 대한 분석은 2015년부터 2018년까지 미국, 영국, 남아프리카공화국에서 Vitality Active Rewards에 참여하는 422,643명을 대상으로 하였으며, 이 중 약 7.5%가 애플워치 인센티브가 포함된 프로그램에 참여하였음
- 손실 프레임 Vitality Active Rewards 가입자는 이익 프레임 Vitality Active Rewards에 참여한 가입자보다 한 달에 평균 4.8일(34%) 더 많은 활동을 하였으며, 활동 강도가 높은 고급 활동일의 증가가 상대적으로 높았으며, 애플워치 상환기간(24개월)이 지난 후에도 신체활동이 지속되는 것으로 나타남(〈표 1〉 참조)
  - 국가별로는 월 활동 일수가 남아프리카공화국 44.2%, 미국 30.6%, 영국 27.7%가 증가함

〈표 1〉 애플워치 인센티브가 포함된 Vitality Active Rewards 가입자의 신체활동 변화

(단위: %, 일)

구분	영국		미국		남아프리카공화국	
	월별 증가율	월별 증가 일수	월별 증가율	월별 증가 일수	월별 증가율	월별 증가 일수
총 활동 일수	27.7	3.6	30.6	4.7	44.2	6.1
가벼운 활동일	18.3	0.8	19.3	1.4	48.8	2.1
표준 활동일	25.1	1.1	36.5	2.0	30.1	2.3
고급 활동일	37.4	1.6	52.4	1.2	71.1	1.3

주: Vitality Active Rewards를 받는 가입자 대비 애플워치 인센티브가 포함된 Vitality Active Rewards 가입자의 신체활동 변화임
자료: Rand(2018. 11. 27)

3) Chokshi, N.P. et al.(2018), "Loss-Framed Financial Incentives and Personalized Goal-Setting to Increase Physical Activity Among Ischemic Heart Disease Patients Using Wearable Devices: The ACTIVE REWARD Randomized Trial", *Journal of the American Heart Association*, 7(12): e009173

4) Rand(2018. 11. 27), "Incentives and physical activity: An assessment of the association between Vitality's Active Rewards with Apple Watch benefit and sustained physical activity improvements"