



디지털 혁명에 따른 보험 판매채널의 변화

이선주 연구원

디지털 혁명으로 인해 소비자들은 장소 및 시간에 상관없는 리스크 관리를 원하고, 보험 가입 시 편리함과 투명성을 요구하는 등 보험에 대한 소비자들의 기대가 변하고 있음. 보험회사는 환경변화에 따른 소비자의 기대를 효율적으로 충족시키고, 신성장 동력이 될 수 있는 판매채널로 가상 보험중개인, 플러그 앤 플레이, 금융생태계 오케스트레이터, P2P네트워크 등을 활용하고 있음. 보험회사는 새로운 판매채널의 등장으로 신규 가입자 확보가 용이해지고 수익 창출이 확대될 것으로 보이나, 해킹이나 개인정보 유출로 인한 피해 발생에 유의할 필요가 있음.

- 디지털 혁명으로 소비자들은 장소 및 시간에 상관없는 리스크 관리를 원하고, 보험 가입 시 편리함과 투명성을 요구하는 등 보험에 대한 소비자들의 기대가 변하고 있음.¹⁾
 - 디지털 혁명으로 인해 원스톱 구매, 데이터 기반의 개인 맞춤형, 온디맨드 서비스 등이 가능해지면서 보험회사와 소비자 간의 관계가 재정립되고 있음.
 - 또한 소비자들은 개인 맞춤형(personalization) 보험상품에 가입하고 리스크를 관리하기 위한 새로운 방법을 모색하고 있음.
 - 예를 들어 미국의 인수테크인 Trov의 모바일 앱²⁾을 통해 소비자들은 집, 가전제품, 차량의 파손, 분실, 도난 등의 위험에 대비하여 필요한 기간만 가입할 수 있는 온디맨드(on-demand) 보험상품에 가입할 수 있음.
- 보험회사는 급변하는 환경에서 효율적으로 소비자의 니즈를 충족시키고, 신성장을 견인할 수 있는 판매채널로서 가상 보험중개인, 플러그 앤 플레이, 금융생태계 오케스트레이터, P2P네트워크 등을 활용하고 있음.

1) Accenture(2017), "The future of insurance distribution: New models for a digital customer".

2) 호주의 대형 보험회사인 Suncorp의 자회사 AAI가 Trov와 합작하여 "Trov protection"이라고 불리는 스마트폰 기반의 손해보험상품을 제공하고 있는데, 모바일 앱에서 오른쪽으로 넘기면(swiping right) 보험이 적용되고, 왼쪽으로 넘기면 보험 적용이 정지되도록 설정되어 있음.

- 가상 보험중개인(virtual insurance advisor)은 디지털과 소셜 및 고객 데이터 등의 결합을 통해 아마존 쇼핑물처럼 고객에게 최적화된 보험상품을 제공하는 채널임.
 - 미국 Insurify는 소비자가 자동차 번호판 사진을 문자로 전송하면 인공지능을 활용한 데이터 분석을 통해 최적 조건의 자동차보험에 가입할 수 있는 플랫폼 Evia(Expert Virtual Insurance Agent)를 구축함.
 - Accenture 설문조사에 따르면 소비자의 74%가 보험 가입 시 컴퓨터 기반의 자문을 받을 의향이 있다고 응답함.
- 플러그 앤 플레이(plug and play)는 소셜 플랫폼, 여행사 사이트, 가전 및 가구제품 판매 사이트 등의 소비자들을 대상으로 상품 구입 시 관련 보험도 함께 제공하는 채널임.
 - 동 채널은 기존 온라인 몰의 고객 데이터를 활용하여 신규 고객을 저비용으로 빠르게 확보할 수 있는 장점을 지님.
 - Chubb는 온라인 플랫폼을 보유하고 있는 중국의 대형 유통업체인 Suning과의 파트너십 체결로 온라인 몰의 네트워크를 통해 상해보험, 여행자보험, 주택보험을 등을 판매하고 있음.³⁾
- 금융생태계 오케스트레이터(Ecosystem orchestrator)는 보험회사가 은행, 은퇴 플래너, 홈서비스 또는 웰니스 제공업자 등과 데이터 협력을 기반으로 재무 및 생애주기에 따른 서비스와 맞춤형 상품을 제공하는 채널임.
 - 구글은 보험상품부터 자산관리서비스에 이르는 재무설계서비스를 제공하기 위해 인도의 웹사이트인 Bharat Saves를 개발하고 있음.⁴⁾
- P2P 네트워크(Peer-to-Peer network)는 보험회사가 소셜 데이터 및 디지털 데이터를 기반으로 동일한 위험보장을 원하는 사람들의 풀을 형성하고 보험상품 판매에 활용하는 채널임.
 - 영국의 Bought By Many는 틈새시장 보험상품의 가입을 원하는 보험 소비자들이 결성한 온라인 커뮤니티 웹사이트로 집단 구매력을 높여 보험상품 공급자들과 직접 협상하는 전략을 구사함.⁵⁾

■ 보험회사는 핀테크 기술 발달에 따른 새로운 판매채널 모델의 등장으로 신규 가입자 확보가 용이해지고 수익도 확대될 것으로 보이나, 해킹이나 개인정보 유출로 인한 피해 발생에 유의할 필요가 있음. **KiRi**

3) Chubb(2016. 4. 15), "Chubb announces preferred provider distribution agreement with chinese Retailing giant suning".

4) The Economic Times(2016. 9. 6), "Google plans to develop website 'Bharat Saves'; to offer information on financial planning".

5) 박선영 · 황진태(2014), 「핀드슈퍼마켓 도입과 금융상품 판매채널 진화 전망」, 『KiRi 리포트』, 제273호, 보험연구원.