



환경요인 변화가 미국 손해보험회사 전략에 미치는 영향

이선주 연구원

■ 언스트앤영(Ernst&Young)은 2016년 미국 손해보험회사가 직면할 환경변화와 이에 대응하기 위한 전략 구축방향에 관한 보고서¹⁾를 발간함.

- 환경변화 요인으로는 테크놀로지(technology), 가격결정(pricing), 소비자 기대(customer expectations), 경제 및 금리(economy and interest rates), 규제(regulations), 대재해(catastrophe) 등이 있음.

■ 특히, 디지털 기술 진화, 가격투명성 제고, 소비자 기대 상승이 손해보험회사에 미치는 영향이 상대적으로 큰 것으로 나타남.

- 0~10점을 기준으로 요인별 점수를 부여한 결과, 테크놀로지 10, 가격결정 9, 소비자 기대 8, 경제 및 금융여건 6, 규제 5, 재해 2의 순으로 영향력의 크기가 감소하는 것으로 나타남.
- 소셜미디어, 텔레매틱스,²⁾ 애널리틱스³⁾ 등 디지털 기술 발달로 인해 가격경쟁력 및 새로운 판매 채널을 갖춘 소형 보험회사들이 시장점유율을 확보할 수 있을 것임.
 - 디지털 기술은 마케팅, 채널, 고객서비스, 가격산출 등 보험 프로세스 전반에 영향을 미침.
- 경쟁력 및 가격투명성 확보를 위해 보험 가격결정모형(pricing model)이 보다 과학적이고 정확성이 제고되고 있음.
- 디지털 채널에 대한 접근 용이성이 제고되고 개인 취향을 잘 반영하는 상품에 대한 선호도의 증가 등 소비자 기대가 높아지고 있음.

1) EY(2015), *2016 US property-casualty insurance outlook*, <http://www.ey.com/Publication/>.

2) 텔레매틱스(telematics)는 통신(telecommunication)과 정보과학(informatics)의 합성어로, 자동차 등에 장착된 통신단말기를 통해 이동과 관련하여 발생하는 데이터를 수집·분석하고 실시간으로 정보서비스를 제공하는 시스템임.

3) 수학적·통계적 방법을 바탕으로 축적된 데이터에서 숨겨진 체계적인 패턴과 의미를 이끌어내는 기법임.

- 이러한 환경변화에 효과적으로 대응하기 위해서 미국 손해보험회사는 디지털 비즈니스 조성, 인수합병(M&A), 고객중심경영 등의 다양한 전략을 수립할 필요가 있음.
 - 첫째, 소비자, 보험회사, 판매채널 간 디지털 소통(interaction) 및 디지털 플랫폼 기반의 백오피스(back-office) 구축 등 디지털 환경에 부합하는 비즈니스 여건을 조성할 필요가 있음.
 - 둘째, 경제여건 및 규제 불확실성에 대비하기 위해 보험회사는 비용절감 및 사업다각화를 위한 M&A 전략을 활용할 수 있음.
 - 셋째, 상품중심에서 서비스중심(service orientation)으로 패러다임 전환이 요구됨.
 - 계약유지율 상승 및 이익 극대화를 위해서는 인사이드아웃(inside-out)이 아닌 고객중심의 아웃사이드인(outside-in) 전략 수립이 선행되어야 함.
 - 여기서 인은 기업, 아웃은 고객을 뜻하며 인사이드아웃은 기업중심의 경영전략, 아웃사이드인은 고객중심경영을 의미함.
 - 보험상품 판매 이외에도 자문서비스 제공 등을 통해 부가가치를 창출할 필요가 있음.
 - 넷째, 자동차보험 상품개발, 가격산출 등의 프로세스상에 실시간 데이터의 수집 및 분석을 활용한 시장차별화 전략을 고려할 필요가 있음.

- 국내 보험회사도 급변하는 금융환경 및 제도변화에 적응하기 위해 디지털 기술을 활용한 고객맞춤 상품 개발, 다양한 판매채널 확보 등 차별성과 새로움을 추구하는 전략을 모색할 필요가 있음. [kiri](#)