

보험산업 디지털전환 설문조사¹⁾

요약

디지털전환 계획, ICT 활용, 조직형태 등을 살펴볼 때, 보험산업은 코로나19 팬데믹을 거치면서 디지털전환 수준이 제고됨. 하지만 디지털전환 추진이 고객센터 강화를 넘어 시장 확장 및 경쟁력 강화로 이어지기 위해서는 새로운 정보의 탐색과 해석에 대한 능력을 강화하고, 장기적인 전사 경영전략과 디지털전환 추진 전략의 일관성을 제고할 필요가 있음. 또한 내부적으로 임직원의 데이터 활용역량 제고, 혁신행동을 유도하는 조직문화 조성이 필요하고, 외부적으로 디지털전환 관련 생태계에 대한 리더십 확장에 대한 검토가 필요함. 금융당국도 업무범위, 자회사 등 규제개선, 금융규제 샌드박스 활성화, 외부데이터와 내부데이터의 결합 지원 등을 통해 보험산업의 새로운 부가가치 창출을 촉진할 필요가 있음

1. 설문조사 주요 결과

- 보험산업 디지털전환 설문조사는 디지털전환이 가속화된 코로나19 팬데믹이 종식되는 상황에서 디지털전환을 총괄하는 부서의 책임자를 대상으로 디지털전환 현황 및 실태를 점검하기 위해 수행함
 - 설문조사에 참여한 보험회사의 수는 총 30개사(생명보험: 14개사, 손해보험: 16개사)로 이들의 시장점유율은 자산 기준 85%, 보험료 기준 88%를 차지함
- 보험회사의 경영 환경 변화에 대한 인식 및 대응, 디지털전환 현황, 추진 성과, 성공·장애요인 및 정책과제 등에 대해 설문조사한 결과를 요약하면 다음과 같음
 - 보험회사는 경영 환경 변화 중 인구 감소 및 고령화, 실물경제 저성장, 경쟁·혁신 촉진을 위한 규제 개선에 대한 인식이 높음
 - 현재 디지털전환 수준은 다양한 신기술을 활용하여 단위정보화와 사업프로세스 재설계 단계에 있지만, 다수의 보험회사가 더욱 고도화된 디지털전환 수준인 사업모형 전환을 향후 5년 후 목표로 삼고 있음

1) 자세한 설문조사 결과는 별첨자료(황인창·손재희(2023), 「보험산업 디지털전환 설문조사」, 『CEO Report』, 23-4, 보험연구원)를 참고 바람

CEO Brief

- 대부분의 보험회사는 디지털전환을 위한 계획을 보유 또는 수립하였고, 주요 추진 목표는 시장 성장·확장과 고객경험 향상임
- 디지털전환을 위한 조직형태를 살펴보면, 코로나19(2020년) 이전에는 개별 사업부 중심의 전술적 모형의 비중이 가장 높았으나, 현재는 중앙집중화 모형의 비중이 가장 높음
- 디지털전환 추진은 소비자 만족도·신뢰도 제고, 신상품 및 서비스 개발, 비용 감소에 기여하지만, 영업이익의 증가, 매출 확대, 새로운 시장으로의 진출에 미치는 영향은 상대적으로 미미한 것으로 응답함
- 디지털전환 추진에 있어 가장 큰 장애요인은 기업 내 디지털인재 및 전문인력 부족이고, 보험사업 관련 경영 자율성 확대와 신사업에 대한 규제 완화는 보험산업의 디지털전환을 촉진할 것으로 예상함

2. 시사점

- 디지털전환 계획 수립, 디지털 신기술 활용, 디지털전환을 위한 조직형태 등을 살펴볼 때, 보험산업은 코로나19 팬데믹을 거치면서 디지털전환 수준이 제고된 것으로 평가함
- 하지만 디지털전환 추진 성과가 고객서비스 강화를 넘어서 시장 성장·확장 및 경쟁력 강화로 이어지기 위해서는 환경 변화 감지 및 대응, 디지털전환 추진 전략 수립 및 실행 측면에서 개선이 필요함
 - 새로운 정보의 탐색과 해석에 대한 능력을 강화하고, 장기적인 전사 경영전략과 디지털전환 추진 전략의 일관성을 제고할 필요가 있음
 - 또한 내부적으로 임직원의 데이터 활용역량 제고와 함께 혁신행동을 유도할 수 있는 조직문화 조성이 필요하고, 외부적으로 디지털전환 관련 생태계에 대한 리더십 확장에 대한 검토가 필요함
- 마지막으로 금융당국도 보험회사의 디지털전환이 경영성과에 효과적으로 이어질 수 있도록 제도를 개선할 필요가 있음
 - 업무범위, 자회사, 업무위탁 등의 규제 개선을 통해 보험회사가 범위의 경계를 추구할 수 있도록 하여 디지털전환 유인을 제고할 필요가 있음
 - 새롭고 혁신적인 금융서비스를 보다 자유롭게 시험할 수 있도록 하고, 외부데이터와 내부데이터를 결합하여 새로운 부가가치를 창출할 수 있도록 지원할 필요가 있음

황인창 연구위원, 손재희 연구위원
ichwang@kiri.or, jaehee.son@kiri.or.kr

| KIRI Survey: Digital Transformation in the Insurance Industry

ABSTRACT

The survey results suggest that insurers' digital transformation levels have improved through COVID-19. However, to achieve market growth and competitive edges, insurers should maintain consistency between long-term business plans and digital transformation strategies, build organizational cultures to promote innovation and exert strong leadership in the digital ecosystem. The financial authorities should help insurers to create value-added by realigning regulations governing business scope, stimulating financial regulatory sandboxes, and fostering the integration of external and internal data.

1. The Key Results

In transitioning into the post-COVID-19 era, we asked executives in charge of digital transformation in insurance companies about their perspectives and responses to changes in the business environment, the current levels, major success factors and challenges, and policy issues on digital transformation. Thirty insurers (life: 14, non-life: 16) participated in the survey, and their market share accounted for 85% based on assets and 88% based on premiums.

The main survey results are as follows. First, the insurers recognized the declining and aging population, low economic growth, and the regulatory changes for promoting competition and innovation as critical factors affecting their business. Second, while they were still redesigning business processes using new digital technologies, most

CEO Brief

respondents wanted to achieve business model transformation within the next five years. Third, most insurers established plans for digital transformation, and the main goals of their strategies are market growth and expansion and customer experience improvement. Fourth, regarding the organizational structure to support digital transformation, before COVID-19, the models centered around individual units were most prevalent. However, the centralized models are much more common nowadays. Fifth, digital transformation has contributed to enhancing consumer satisfaction and trust, developing new products and services, and reducing costs; while its impacts on increasing operating profits, expanding sales, and entering into new markets were relatively insignificant. Lastly, insurers recognized the shortage of digital skills and expertise within companies as the biggest obstacle to digital transformation. And they expected that increasing corporate autonomy in insurance businesses and easing regulations on new businesses would help promote digital transformation in the insurance industry.

2. Implications

The survey results suggest that insurers' digital transformation levels have improved through COVID-19 in establishing plans, utilizing new digital technologies, and building organizational structures to support digital transformation.

However, for the insurers' digital transformation to go beyond strengthening customer services and to lead to market expansion and competitive edge, insurers need to maintain their ability to detect and respond to changes in the business environment and to plan and implement digital transformation. Also, insurers should improve consistency between long-term business plans and digital transformation strategies. Furthermore, while insurers must build organizational cultures to bolster data-utilizing capability and promote innovation internally, they should exert strong leadership in the digital ecosystem externally.

The financial authorities should help the insurers' digital transformation to generate

CEO Brief

better business performance. Specifically, they should incentivize insurers to pursue economies of scope by realigning regulations governing business scope, subsidiaries, and outsourcing. Also, they need to promote a system like financial sandboxes and support insurers to create innovative services by combining internal and external data.

Inchang Hwang, Research Fellows
ichwang@kiri.or.kr

Jaehee Son, Research Fellows
jaehee.son@kiri.or.kr