



생명보험회사의 성공적 빅데이터 활용방안

김진억 수석담당역

■ 생명보험회사들의 빅데이터(Big Data) 활용이 활발하지 않지만 일부 생명보험회사들의 경우, 고객관계 강화와 신시장 개척에 빅데이터를 활용하여 성장성과 수익성을 제고하고 있음.¹⁾

- 생명보험회사들이 빅데이터 활용에 소극적인 것은 이용 가능한 데이터가 제한적이기 때문임.
 - 이는 고객과의 상호작용이 제한적이기 때문인데, 생명보험 상품의 특성상 판매 후 고객에 대한 추가적인 데이터를 확보하려하지 않기 때문임.
 - 더구나 고객의 건강정보, 행동정보, 라이프스타일 등에 관한 정보는 개인정보보호 이슈와 관련 될 수 있는 민감한 정보들이기 때문임.
- 그러나 BCG의 조사결과 선도적인 생명보험회사들은 고객관계 강화와 신시장 개척에 빅데이터를 전략적으로 활용하고 있는 것으로 나타남.

〈그림 1〉 생명보험회사의 빅데이터 활용을 통한 성장전략



자료: BCG.

1) BCG(2014, 7, 17), "Bringing Big Data to Life: Four Opportunities for Insurers".

■ Aviva 등 글로벌 보험회사들은 빅데이터를 활용하여 경영성과를 제고하고 있음.

- 빅데이터 활용으로 경영성과를 제고한 사례로는 Aviva, SCOR Global Life, Discovery, AllLife 등이 대표적임.
- Aviva는 고비용의 불편한 건강검진 대신에 빅데이터에 기반한 리스크 예측모델을 활용하여 리스크 평가를 대체하는 실험을 진행하였는데, 실험결과 잠재적인 건강리스크를 발견하는데 건강검진보다 예측모델이 더 효과적인 것으로 나타남.
- SCOR Global Life는 빅데이터에 기반한 자동화된 실시간 계약심사 프로그램을 개발하여 보험상품 판매에 활용하여 시장을 확대하고 있음.
- 남아프리카에 본사를 둔 보험회사인 Discovery는 건강검진프로그램에 가입하여 건강한 습관을 유지하는 고객에게 보험상품의 할인, 보상 등을 제공하는 “Vitality”라는 프로그램을 개발하여 고객과의 신뢰에 기반한 서비스와 상품을 제공하고 있음.
 - 최근에는 Prudential(영국), Humana(미국), Ping An(중국), AIA(싱가포르, 호주)와 “Vitality”프로그램 활용과 관련한 파트너십을 맺음.
- AllLife는 엄격한 의료 프로토콜을 준수하는 것을 조건으로 HIV와 당뇨 등 관리형 질환이 있는 보험계약자에게 생명보험과 장애보험을 제공하고 있음.

■ 이러한 사례들은 보험계약자들의 편익이 제고될 경우 개인정보를 보험회사와 공유할 의지가 있음을 보여주는 것으로 평가되며, BCG는 빅데이터 활용을 위한 전략적 실행방안을 제안하고 있음.

- 데이터 확보를 위해서는 소비자 및 규제당국과 신뢰를 구축해야 함.
 - 생명보험회사는 개인정보 활용이 새로운 보험상품과 서비스를 통해 소비자와 사회에 분명한 이점을 준다는 것을 입증해야 함.
- 보험산업의 경우 활용할 수 있는 정보가 매우 제한적이기 때문에 축적할 수 있는 데이터의 범위를 확대하기 위한 방안을 모색해야하며 보험회사 특성에 맞는 DB를 구축해야 함.
- 빅데이터를 이용하여 새로운 상품설계와 리스크평가 수단을 구축할 수 있는 조직을 구축해야 함.

(BCG 등)