

데이터를 활용한 보험 비즈니스 모델

2020. 09

KPMG Digital, Partner Sei-Ho Kim (김세호 상무)



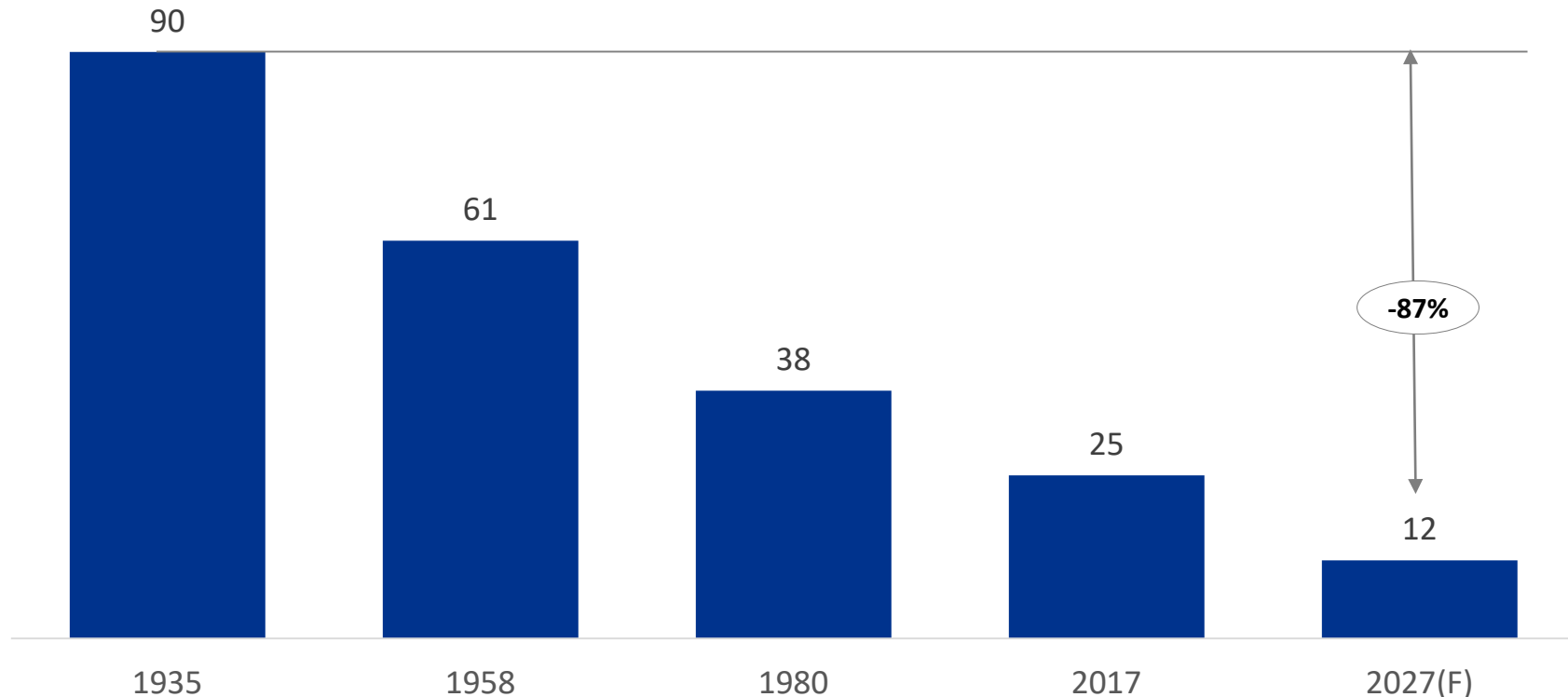
Table of Contents

I. 금융업의 Digitalization

II. 보험업의 Disruption

III. Going Forward

디지털화라는 도전 앞에 S&P 500 기업들의 평균 수명¹⁾은 25년 수준으로 감소했으며, 2027년에는 12년까지 단축될 것으로 추정됨

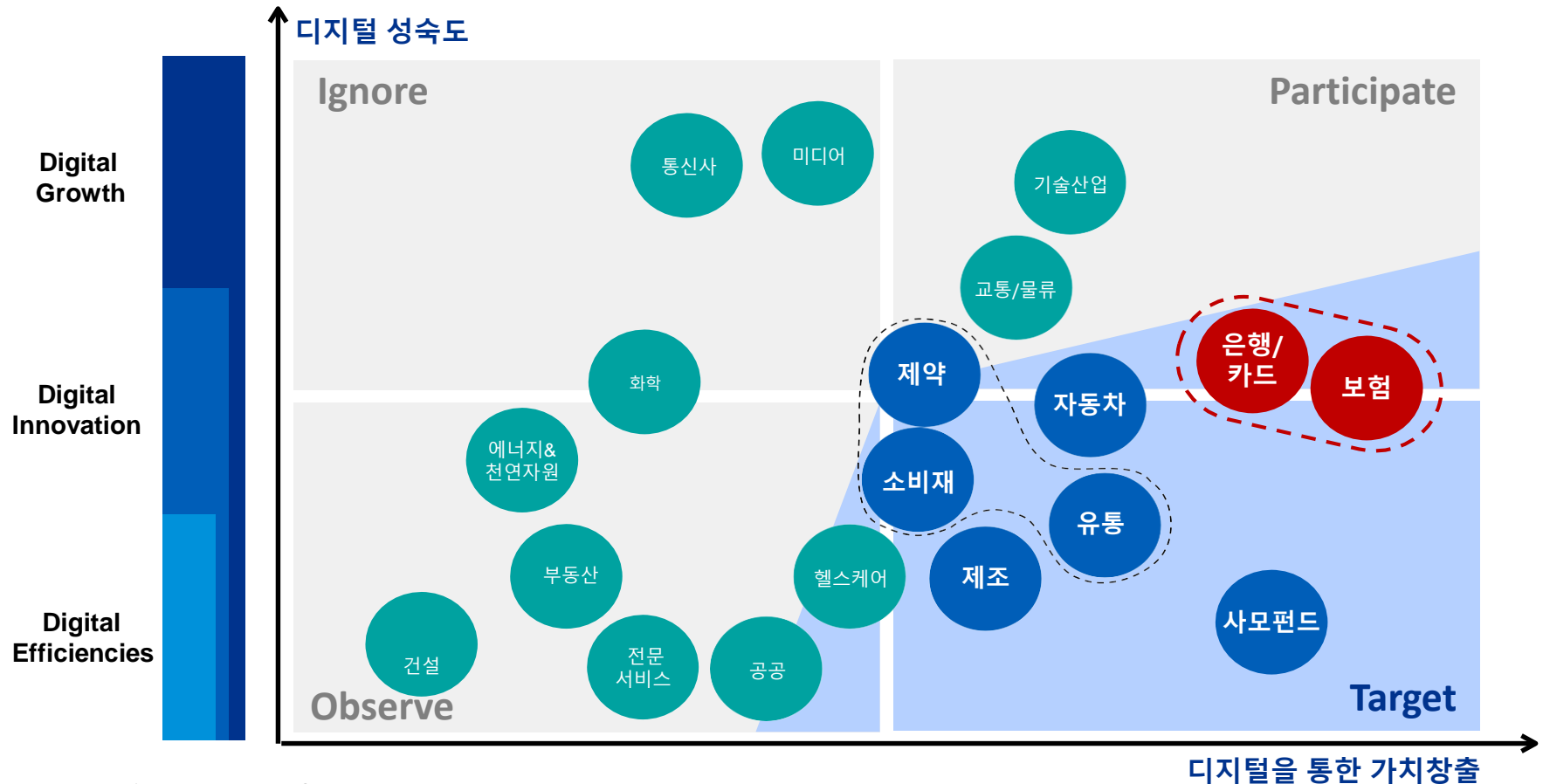


* Source : Corporate Longevity, Innosight, 2018

1) 평균 수명은 S&P 500 에 최초 진입부터 이탈까지의 소요기간

특히 금융업은 무형자산을 기반으로 하기 때문에, 디지털 혁신에 따른 영향도가 높음

KPMG Global의 Digital Transformation Target 산업군

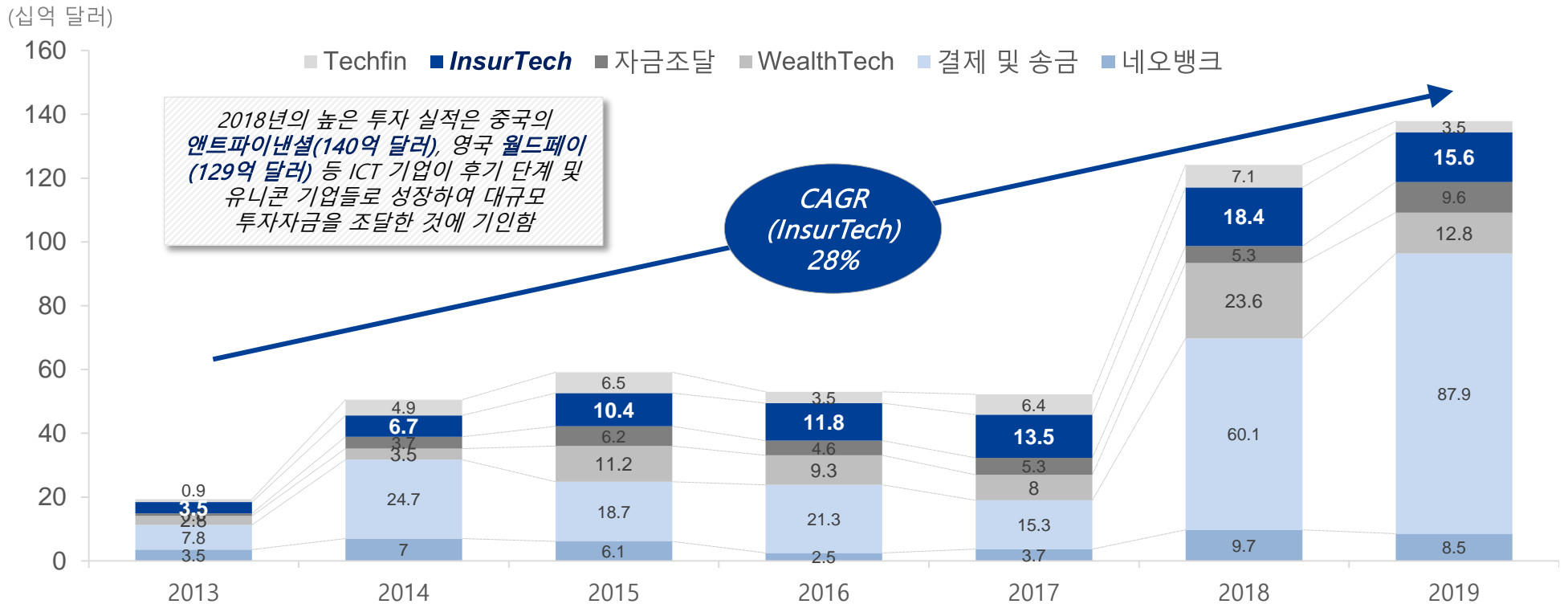


*Source: KPMG 'DigitalStrategy & Transformation'

© 2020 KPMG Samjong Accounting Corp., the Korean member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Korea. The KPMG logo and name are trademarks of KPMG.

결제 및 송금 부문이 핀테크 사업을 주도하고 있으나, InsurTech 부문 역시 꾸준한 성장세를 보임

핀테크 산업별 투자 추이



Note: 결제 및 송금, 자산관리, InsurTech, 네오뱅크, 자금조달 부문은 핀테크 기업 중 B2C 기업에 한정하였으며, 테크핀은 관련된 섹터에 대한 기술기반을 모두 포괄하기 위해 핀테크기업 중 B2B 기업으로 정하여 중복성을 최소화함

Source: Pitchbook, 삼성KPMG Analysis

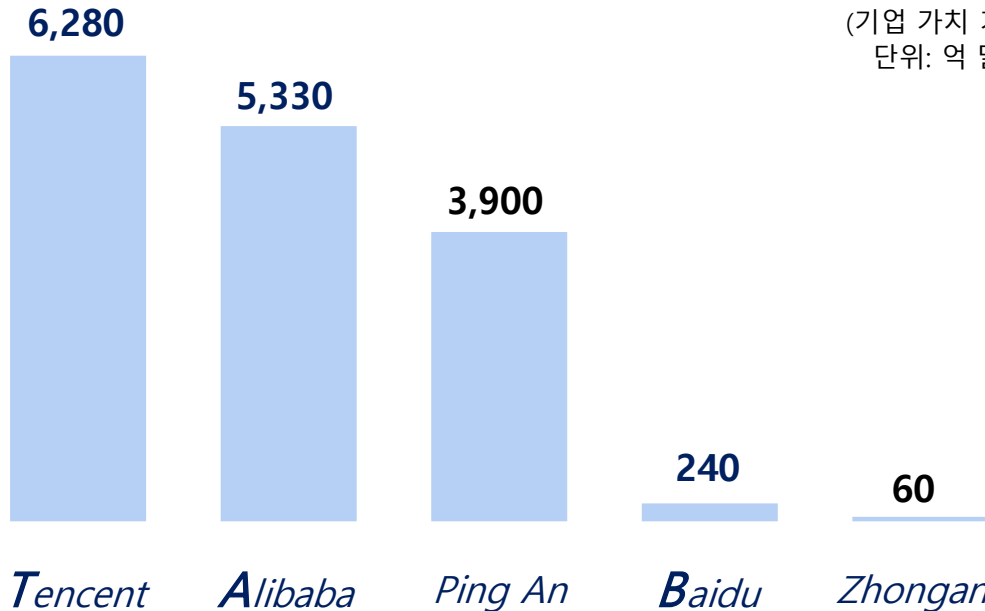
© 2020 KPMG Samjong Accounting Corp., the Korean member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Korea. The KPMG logo and name are trademarks of KPMG.



중국의 주요 Technology 및 FinTech사들은 이미 골드만삭스, AXA 등 글로벌 금융사들의 기업 가치를 뛰어넘는 급격한 성장을 함

주요 Disruptor 규모

"BAT 중심으로 급격히 성장하고 있음"



(기업 가치 기준,
단위: 억 달러)

VS

Morgan Stanley

기업가치 1,680억

설립연도 1935년

Goldman Sachs

기업가치 1,630억

설립연도 1869년



기업가치 520억

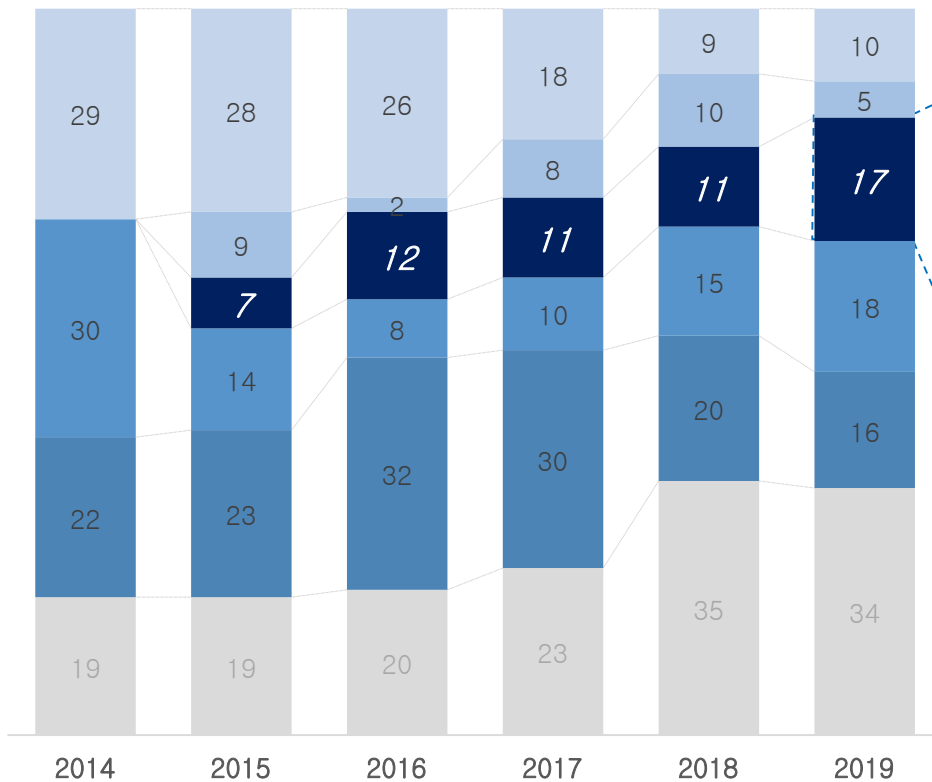
설립연도 1817년

*Source: Bloomberg, 2020.8 기준 (Zhongan은 2019 기준)

최근 디지털 기술 및 데이터 분석 기반의 비즈니스 모델을 갖춘 InsurTech 스타트업들이 등장하고 있음

주요 글로벌 인슈테크 스타트업¹⁾ (KPMG's FinTech 100)

Selective



- 빅데이터/머신러닝 적용을 통해 예방 가능 질병에 대한 관리 및 클레임 처리 프로세스 고도화 (회원 수: '17년 10만 → '19년 26만)



- 빅데이터 기반 질병 확률 조언, 노인/저소득층 의료보험 개선 및 예방적 헬스케어 활용 (85% 정확도로 입원 위험 식별)



- AI 데이터 분석 및 챗봇을 활용해 고객 클레임 처리 프로세스 단축 (고객 응대 31만 건 중 18만 건을 AI를 통해 처리)



- 운전 거리 기준 보험료 산정
- 고객 데이터 (차량 주행시간 등) 모니터링을 통한 맞춤형 보험 플랜 제공

*Source: KPMG FinTech 100 (2015~2019)

非금융사는 기술 역량을 활용해 고객 접점을 확보, 타 산업군과 연계/제휴를 통해 금융, 건강까지 아우르는 사업 확장 및 시장 선점

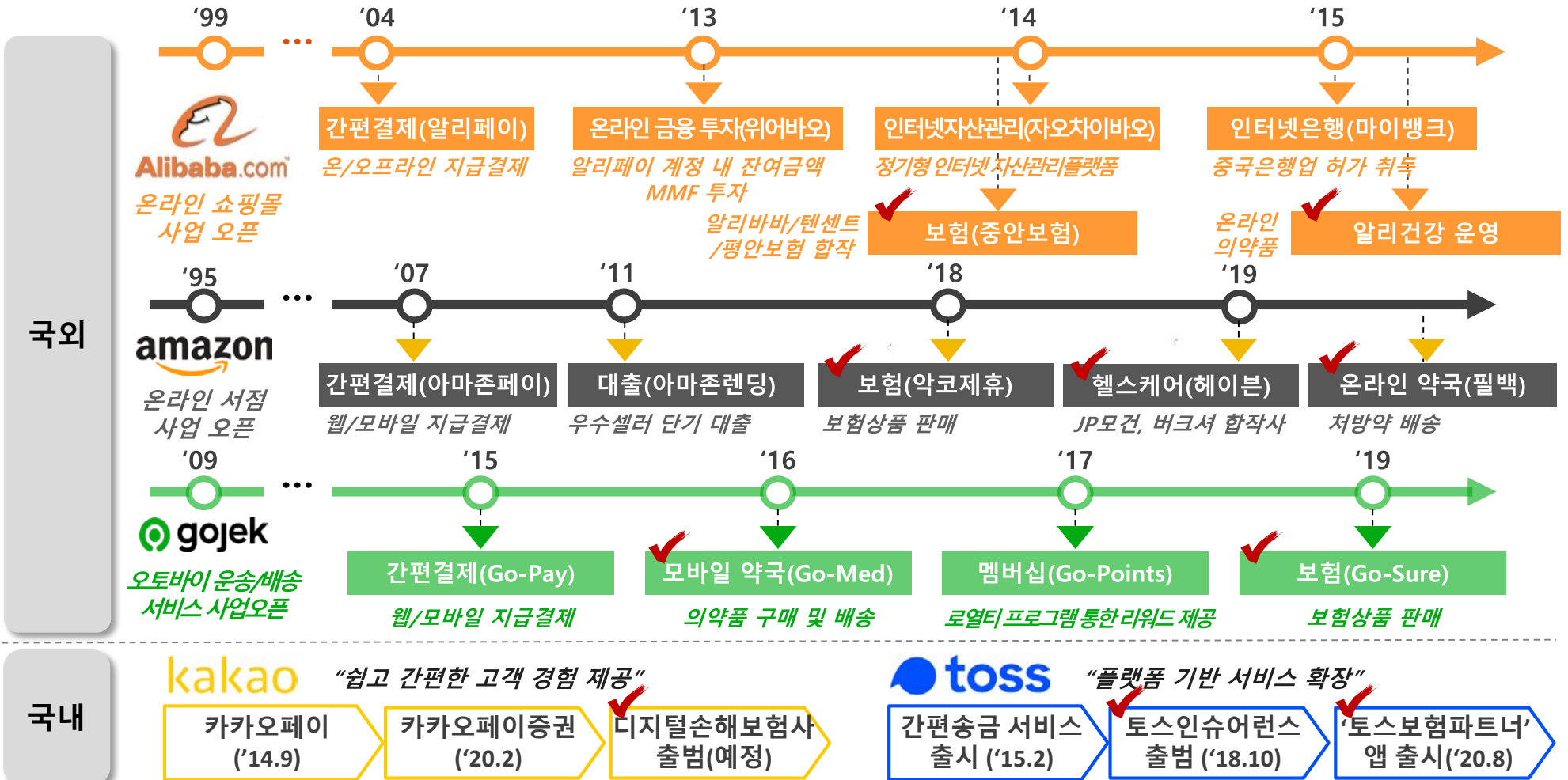


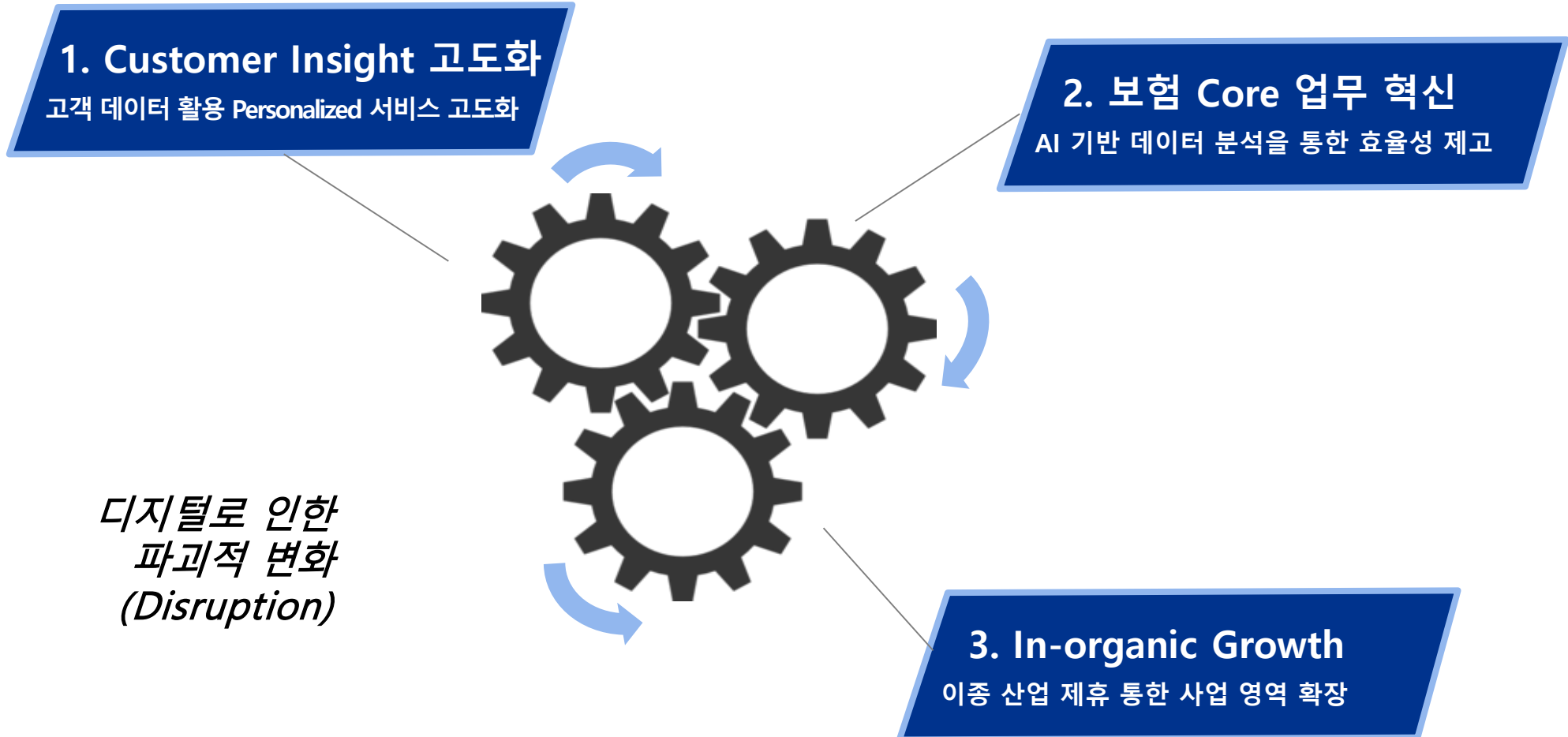
Table of Contents

I. 금융업의 Digitalization

II. 보험업의 Disruption

III. Going Forward

새로운 디지털 기술의 등장으로 인하여 보험업 전반에 걸친 파괴적 혁신 (Disruptive Innovation)이 예상됨



고객 건강, SNS 정보 등 빅데이터를 분석하여 고객의 니즈를 파악하고 초개인화 서비스를 제공하는 데이터 중심의 비즈니스로 전환이 가능함

고객 데이터 활용 Personalized 서비스 고도화

고객 비정형 데이터 및 IoT 디바이스를
기반으로 실시간 고객 데이터 추출



웨어러블 디바이스

: 고객 건강 상태,
운동량 등 측정



커넥티드 카

: 고객의 운전습관,
사고 여부 파악



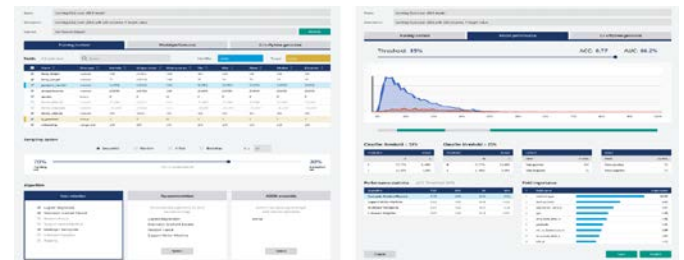
SNS 정보

: 고객 생활 패턴,
LifeStyle 파악

수집된 정보를 분석하여, Risk 관리 및
상품 포트폴리오 다변화 등에 활용 가능

<p>✓ 고객 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> 고객 여정 관리 (신규~탈회) Retention 	<p>✓ 맞춤형 상품 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> DIY 맞춤형 상품 구독형 보험 상품 	<p>마케팅 캠페인</p> <ul style="list-style-type: none"> 캠페인 대상 최적화 캠페인 성과분석
--	--	---

...



“실시간으로 추출된 내/외부 정보를 통한 Grey Zone 없는 고객 관리 및 상품 다변화 가능”

고객 여정 관리 및 고객접점(MoT) 고도화를 통해 대면·비대면 채널 연계 마케팅 및 차별화된 고객관리 서비스 수행

Allianz 고객 여정 관리 사례



“계약부터 해지까지
 쉰 고객여정관리로,
 급부단위 분석, 계약유지
 Retention 프로그램 운영”

“데이터 분석기반 유병자
 U/W 심사정교화로
 Up-Sell”

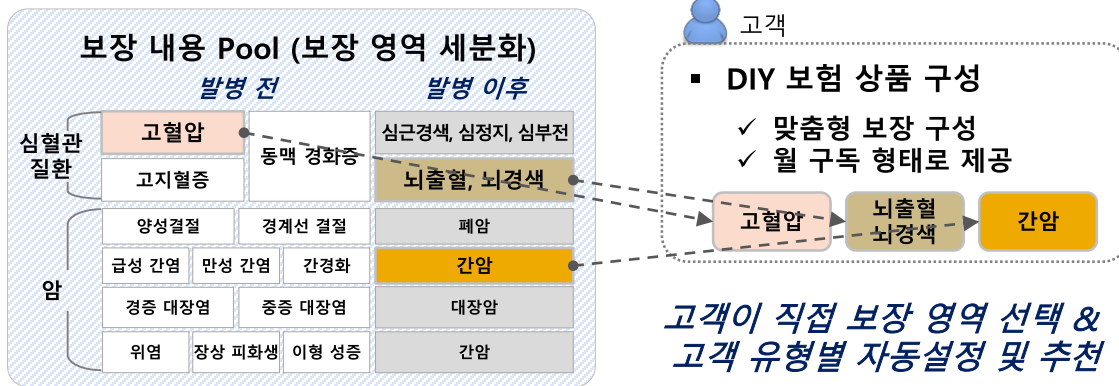
“고객 접점기회 확대
 및 정보수집을 위해
 Health EcoSystem 기반
 파트너 협업 강화”

“2019년 역대 최고 영업
 이익 140억 달러 달성,
 브랜드가치 120억 달러로
 전년대비 12% 증가”

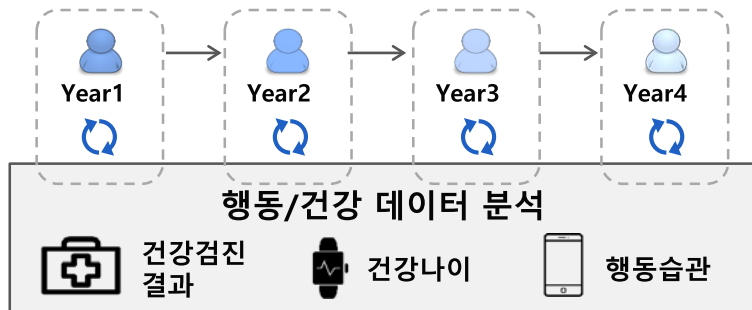
보장폭 · 가격 직접 구성을 통해 고객 니즈를 충족시키고, 이후 고객 데이터 분석을 통한 보장영역 리밸런싱 및 맞춤 설계 서비스를 제공함

DIY/Subscription 질병 보험 상품 예시

1. DIY 보장 영역 선택



2. 고객 데이터 기반 상품 리밸런싱



고객 행동 및 건강 데이터 기반 최적 보장영역 리밸런싱 추천

DIY/Subscription 보험 상품 제공 사례



“월 £19.5로 3가지 보장을 선택하는 구독형 보험 상품”



- 7가지 상품군 중 고객이 자유롭게 선택하여 구성 (4개: £ 26, 5개: £ 32.5, 6개: £ 39, 7개: £ 45.5)
- 옵션 추가, 제외 등 변경은 年 단위로 가능
- 내부 고객 데이터 기반 맞춤 상품 추천 서비스 제공



“구독 형태의 보험상품을 판매하는 브라질의 디지털 보험사”

- Home Insurance (月 4천원), Smartphone (月 2천원), Bicycles (月 5천원) 등 3가지 보험 상품을 月 구독 형태로 판매 중
- 모바일 앱 기반 AI 챗봇을 통해 보험 상품 설명부터 판매까지 자동화 프로세스 구현

건강보험 미가입 이유 (%)

보험연구원(2017)

	현재 건강하여 필요성 못느낌	보험료가 부담 되어서
20대	52.7%	17.6%
30대	47.9%	41.7%
40대	26.0%	50.0%
50대	26.9%	50.0%

건강위험 초기단계 보장 통한
→ 2030의 보험 니즈 제고

핀셋 보장 통한
보험료 부담 경감
→ 4050의 보험 니즈 제고

2019 건강검진 대상 변경안

- 40세 이상
- 직장가입자
- 지역가입자의 세대주



- 20세 이상 (20~40세 719만명)
- 직장가입자 + 피부양자
- 세대주 + 세대원

2030 건강검진 대상자 증가 → 건강관리 니즈 증대

데이터 기반 건강위험 초기단계
보장 통한 Unmet 니즈 소구 가능

보험 상품 DIY/Subscription 化 등
본업 경쟁력 강화의 토대로 활용

고객 주도적 구매가 가능한
디지털 채널 확보 필요

고도화된 데이터 분석을 통한 U/W, Claim, 설계사 지원 등 보험 핵심업무 혁신이 가능함

U/W 및 Claim 업무 고도화

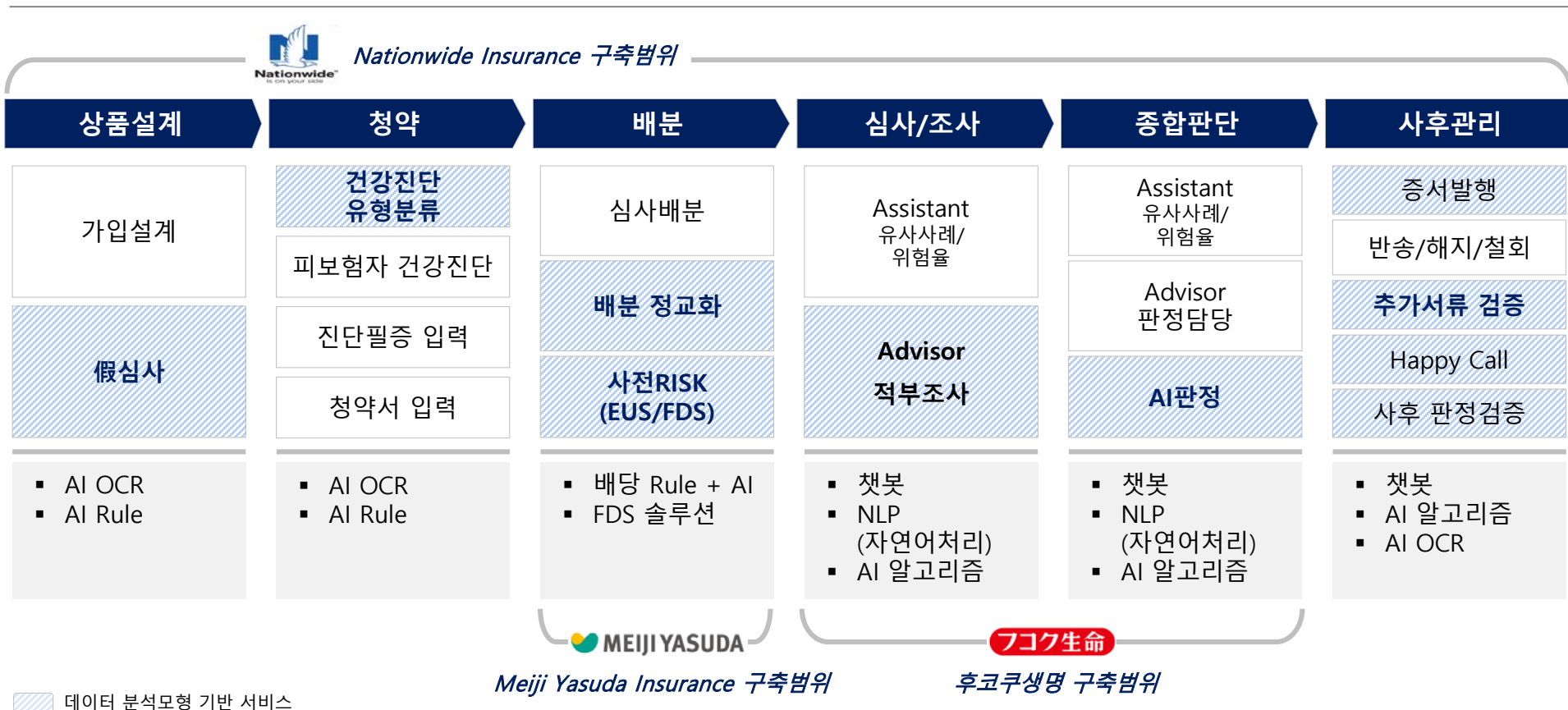


데이터 분석 기반
 U/W 정교화 및 Risk 최소화
 내/외부데이터소스 결합 및 AI기반
 심사 알고리즘으로,
 신뢰 가능한 U/W결과 도출

데이터 분석 및 Blockchain 기반
 Claim 고도화
 심사를 정교화, 자동심사 확대,
 심사현황 실시간 모니터링 통한
 업무 효율 제고

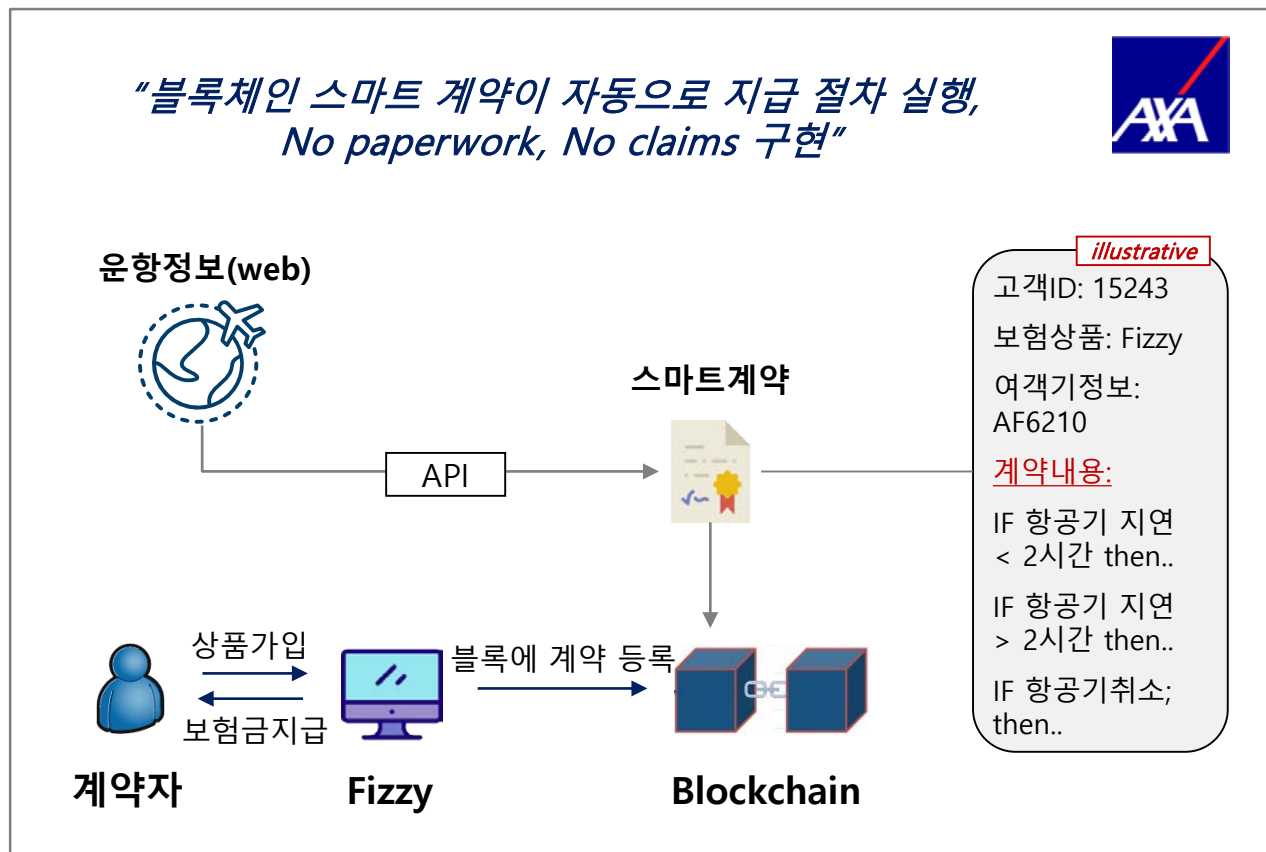
假심사 판정/유형분류 및 유사사례를 제공하는 Advisory 기능 제공 통한 심사 정교화와, AI 심사에 의한 자동심사 대상 확대에 활용 중

U/W 프로세스별 고도화 적용 사례



AXA는 별도 클레임 업무처리 없이 비행기 지연 보상을 해주는 'Fizzy'를 출시하여 미국과 프랑스 비행 건을 대상으로 서비스를 제공하고 있음

블록체인 네트워크 활용한 보상금 지급 효율화 사례

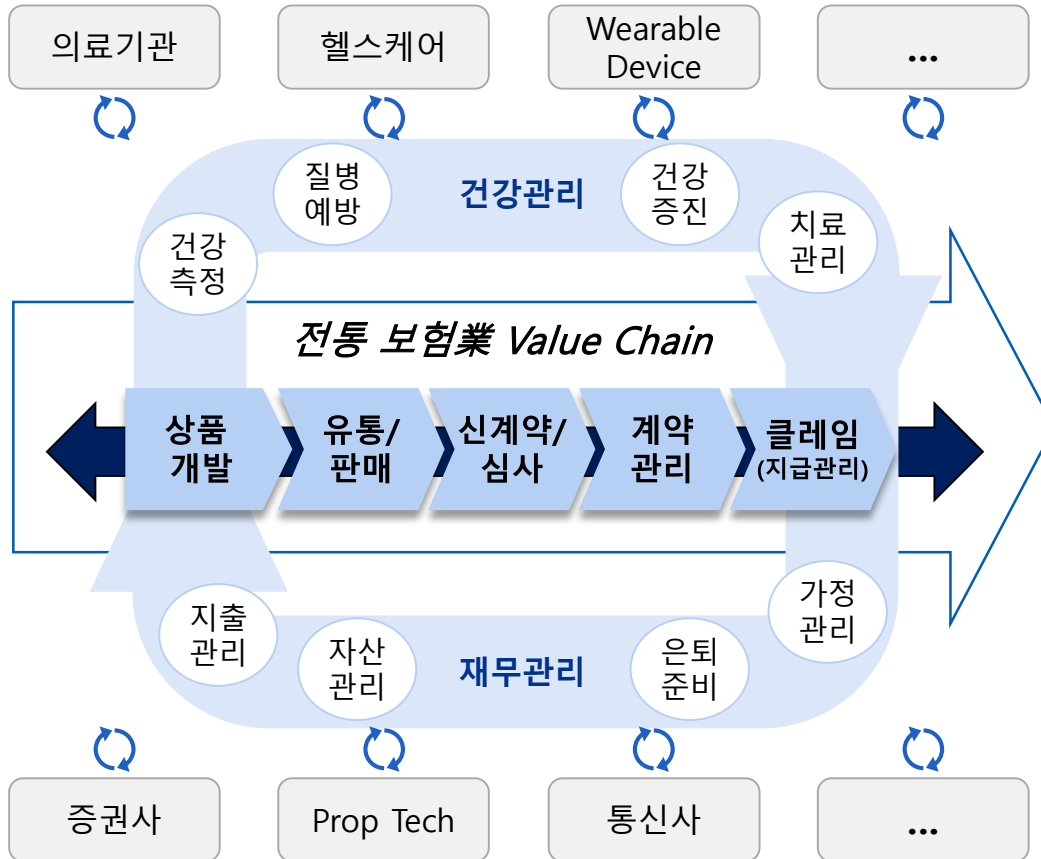


- **블록체인의 스마트계약을 활용한 비행기 지연 보상 보험**
 - 스마트계약을 활용하여 항공기가 2시간 이상 지연 시, 이유불문 즉시 보상금 지급

- **자동화된 클레임 처리**
 - 계약정보를 블록체인 네트워크에 저장 및 보관되며 계약 이행 조건은 스마트계약 기반으로 관리
 - 이행조건 (비행기 2시간 지연) 발생시 자동으로 보상 처리 완료되며 별도의 클레임 절차 불필요

In-organic 관점에서 헬스케어, 자산관리 등 보험 외 사업 영역으로 확장을 통한 미래 성장 동력 확보가 중요함

In-organic Growth를 통한 보험 산업의 확장 (예시적)

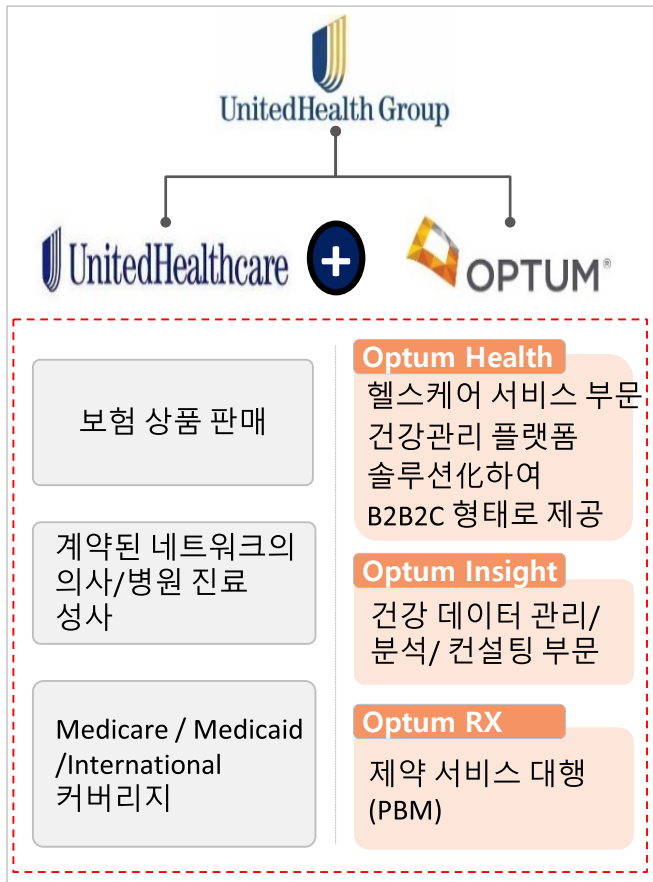


보험산업 전·후방으로의 사업 영역 확장
 전통적 보험업의 범주가 아니었던 건강관리, 재무관리 등 사전 손실 예방 및 사후관리까지 사업영역 확장 가능

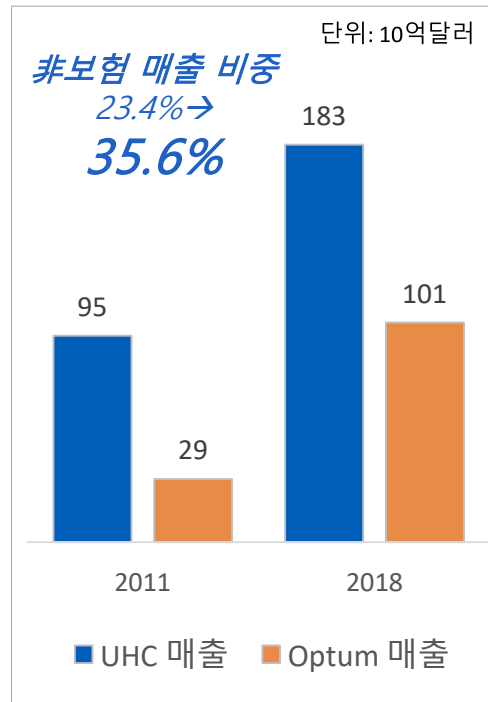
이종산업 제휴를 통한 보험 Ecosystem 형성
 플랫폼, 채널, 상품 개발 등 이종 산업 Player와의 제휴를 통해 고객 보험 접근성 극대화 가능

Optum은 축적된 건강 데이터를 통해 민간 기업, 공공기관, 정부, 의료기관 등에 지식기반 데이터 분석 및 컨설팅 서비스를 제공함

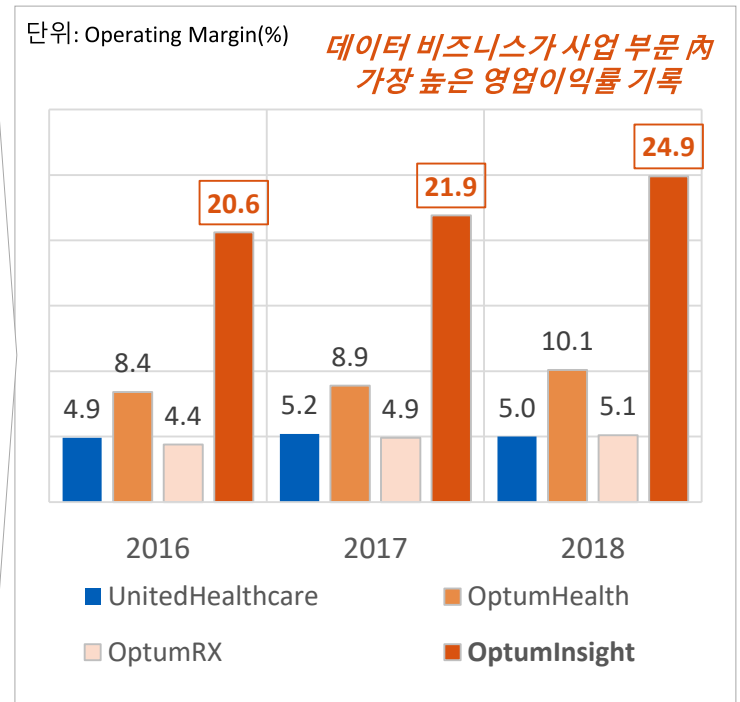
UHG 주요 사업 영역



매출 성장 추이



UHG 사업 부문별 영업이익률



자회사 Optum의 非보험 사업 매출은 급성장 중이며...

...지식기반 서비스 수익 모델 구축을 통해, 사업 부문 간 win-win 관계로 선순환 시너지 창출

Source: KPMG, 2018년 매출 비중 (Optum 매출액: 290억 달러 → 1,010억 달러)

*Optum 사업은 크게 헬스케어 서비스 (OptumHealth), 데이터 분석 (OptumInsight), 약제비 관리사업 (OptumRX) 등 3가지 부문으로 나뉜다.

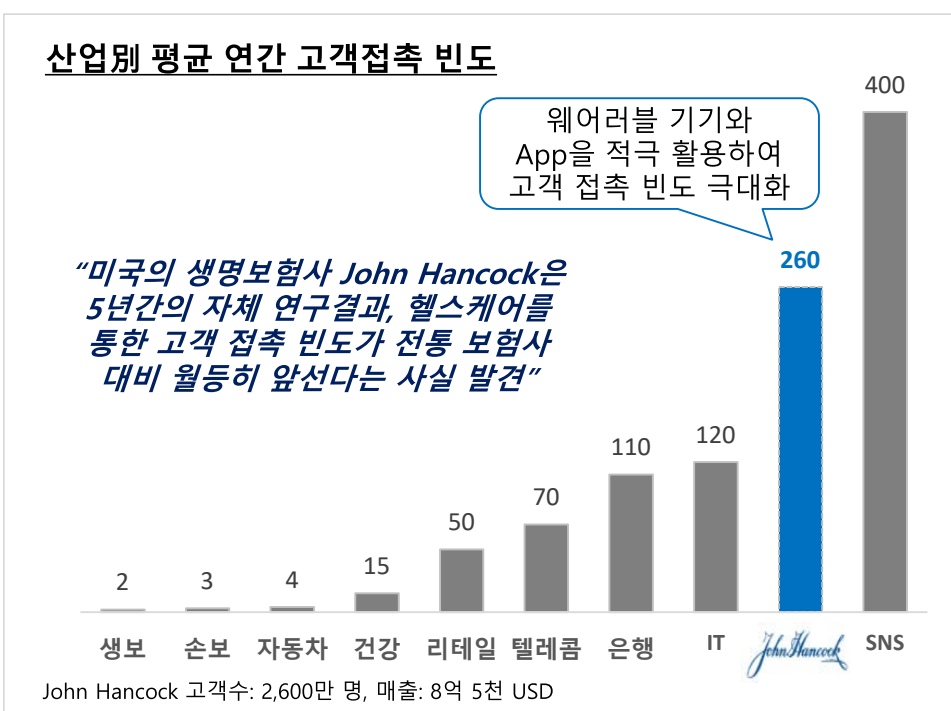
보험사는 고객을 이해할 수 있는 접점이 미흡하여 고객 유입, 고객 확보를 위한 근본적인 개선이 필요함

금융 앱 MAU(월 활성 사용자) 순위

손해 보험		생명 보험		국내 핀테크	
1	삼성화재 50만	1	삼성생명 20만	1	삼성페이 750만
2	현대해상 34만	2	한화생명 19만	2	토스 675만
3	DB손보 32만	3	교보생명 13만	3	카카오뱅크 577만
4	메리츠화재 25만	4	신한생명 13만	4	페이코 194만
5	KB손보 23만	5	동양생명 7만	5	뱅크샐러드 99만

은행		카드		증권	
1	신한은행 408만	1	신한카드 402만	1	키움증권 155만
2	NH농협은행 375만	2	삼성카드 221만	2	한국투자 85만
3	KB국민은행 314만	3	현대카드 202만	3	삼성증권 72만
4	하나은행 240만	4	KB국민카드 162만	4	KB증권 48만
5	IBK기업은행 129만	5	롯데카드 138만	5	미래에셋 29만

헬스케어 도입 통한 고객 접촉 빈도 확대 사례



“은행, 카드 등 타 금융사 대비 보험회사의 앱 활용도 低”
 “고객 접촉 빈도 확대 위한 Inorganic Growth 방안 모색 필요”

- 모든 생명 보험상품에 헬스케어 서비스 Vitality GO 탑재
- 헬스케어 서비스 통한 고객 접점 확대 및 고객 데이터 기반 보험료 절감 서비스 제공

* Source: AppApe, '20.08 기준 금융권역별 활성 사용자 Top 5 선정

중안보험은 Alibaba, Tencent 등의 온라인 사업자와의 제휴를 기반으로 플랫폼을 구축하여 고객이 간편하게 소액보험을 구매할 수 있도록 함

온라인 사업자 제휴 기반 소액 보험사 설립



보험 상품

플랫폼 기반, Embedded 형태의 Micro 보험상품을 판매

- [Alibaba, Taobao] 반송/배송 보험
- [T-mail, WeChat] 날씨 보험
- [Qunar, Ctrip] 비행기 연착 보험
- [샤오미] 휴대폰 파손 보험 등

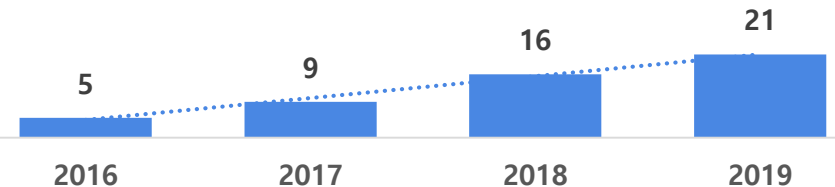
판매 성과

중국판 블랙프라이데이인 광군제에, 초당 1만 3천 건의 계약 체결 ('17년)
 Covid-19 영향으로 '20년 1월 온라인 보험 실적 전년 동기 대비 62.3% 증가

수익

연평균 보험수익 43%씩 증가

(GWP 기준, 단위: 억 달러)



홍콩 증시 상장

2017년 9월 10억 달러의 IPO 승인
 시가총액 9조 7,002억 원 (82억 달러)
 (2020년 8월 기준)

Table of Contents

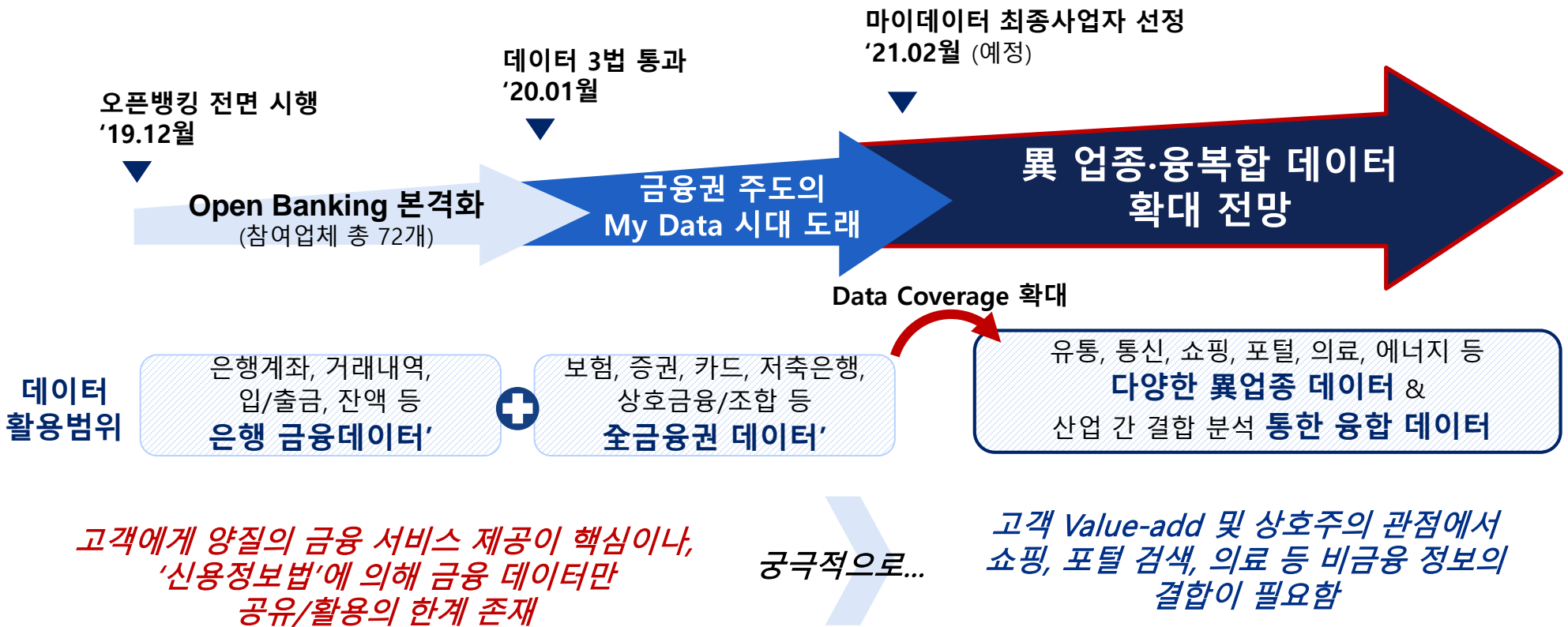
I. 금융업의 Digitalization

II. 보험업의 Disruption

III. Going Forward

최근 규제 완화로 '금융 데이터 공유'는 확대되고 있으나, 고객에게 차별화된 상품/서비스 제공을 위해 **非금융 데이터 융합이 필요함**

"금융+비금융"이 결합된 Data Coverage 확대





감사합니다



2020 한국 FinTech
동향 보고서



2019 한국 FinTech
동향 보고서



글로벌 보험사의
헬스케어 서비스



2019 아세안 주요국
핀테크 산업 동향 조사