

2025년 보험산업 주요 이슈

| 이슈 분석 |

: ④ 디지털 혁신 및 소비자보호

소비자·디지털연구실

요약

보험산업 내 디지털 혁신은 그동안 보험 프로세스의 효율화와 자동화를 통해 보험 가입 접근성을 제고함. 그러나 디지털 혁신이 보험소비자의 보험수요 증대와 신뢰 확보로 이어지기 위해서는 ① 디지털 보험의 상품 및 서비스 측면에서 다양성 확대, ② 디지털 보험의 성장을 뒷받침할 AI 활용 및 인슈어테크 육성, ③ 디지털 기술 및 데이터 활용 확산에 따른 보험 소외계층의 보호, ④ 다크패턴 등 데이터 및 기술을 악용한 소비자 피해 방지를 위한 관리강화 등이 요구됨

- 보험산업 내 디지털 혁신은 기술발전과 소비자의 요구 변화에 대응하여 운영 효율성을 제고하고 보험가입과 청구의 접근성을 높이는 등 성과를 이루었으나 시장 성장 및 확대로 연결하기 위해 새로운 전략이 필요한 시점임
 - 다수의 국내 보험회사는 디지털 기술을 활용해 개별 업무별 효율화를 이루어냈으며 고객 서비스를 강화하는데 긍정적인 성과를 도출했다고 평가함¹⁾
 - 그러나 디지털 혁신이 새로운 보험수요의 창출과 재무적 성과로 이어지지 않은 것으로 나타나 2025년 디지털 혁신의 추진에 대한 새로운 전략이 요구됨
 - 더불어 기술 및 데이터 기반 금융보험상품 서비스의 확대는 개인정보 이슈, 디지털 소외 등 기존에 없던 새로운 위험을 발생시키고 있으며 이에 따른 소비자 피해를 예방하기 위한 방안이 요구됨
- 저성장과 변동성이 확대될 것으로 예상되는 2025년 경제환경에서 디지털 혁신이 보험소비자의 보험 수요 증대와 신뢰 확보로 이어지기 위해서는 디지털 보험의 다양성을 확대하고 기술 및 사업모델의 기반이 되는 인슈어테크의 육성과 함께 소비자보호를 위한 관리의 강화가 필요함

1. 디지털 보험의 다양성 확대 및 기반 구축

- 디지털 기반 소비 및 경험에 익숙한 국내 보험소비자는 보험에서도 스마트 기술이 적용된 디지털 보험 경험, 개인화된 위험관리가 가능한 디지털 보험 등 기대하고 있으며 이러한 소비자의 기대를 충족시킬 전략이 필요함
 - 소비자의 디지털 기반 보험 니즈를 충족시키기 위해 디지털 보험회사가 출범했지만 현재 이들이 제공하는 상품의 종류는 다이렉트 자동차보험 및 소액 단기 보험 등 제한적임
 - 국내 디지털 보험회사가 제공하는 상품은 여행, 레저, 스포츠 위험 보장, 반려동물 보험, 운전자 보험, 생활밀착형

1) 황인창·손재희(2023), 「보험산업 디지털전환 설문조사」, 『CEO Report』, 보험연구원

보험 등 미니보험 및 소액 단기 보험이 대부분임

- 국내 디지털 보험회사의 제한적인 상품 다양성은 이들의 주된 판매채널 이슈와 함께 실적 부진의 주원인으로 지목되고 있음
- 소액 단기 보험을 넘어 IoT와 연계한 디지털 보험 및 위험관리, 다양한 고객 소비경험과 연결된 임베디드 보험, 데이터에 기반한 온디멘드 보험 등으로 확장할 필요가 있으며 이를 위해 규제의 유연성 확대를 검토할 필요가 있음

○ 또한 디지털 보험상품의 다양화를 위해 실시간 보험 설계 및 맞춤형 보험 설계를 가능하게 하는 생성형 AI를 적극 활용할 필요가 있음

- 생성형 AI 활용으로 AI챗봇 등 상담 시스템의 개선도 가능하여 자세한 설명이 필요한 상품도 디지털 보험으로 판매를 시도할 수 있을 것으로 예상됨
- '24년 12월 금융위의 금융권 생성형 AI활용 지원방안 발표로 보험산업 내 생성형 AI활용을 통한 다양한 맞춤형 디지털 보험상품 및 서비스의 개발이 촉진될 것으로 기대됨

○ 디지털 보험의 다양성과 성장을 지속시키기 위해서 디지털 기술 및 혁신적 사업모델을 선도할 수 있는 인슈어테크 기업의 육성을 위한 노력을 확대할 필요가 있음

- 2000년대 중반부터 등장한 국내 인슈어테크 기업은 보험시장 내 디지털 혁신과 디지털 보험 니즈 증가와 맞물려 성장해 옴²⁾
 - 주로 언더라이팅 자동화, 비교 판매 플랫폼 제공 등의 역할을 담당하였으며 이후 펫보험, 각워크 대상 온디멘드 보험, 시 기반 임베디드 보험 등으로 상품을 확대하고 있음
- 그러나 국내 인슈어테크 시장은 관련 규제로 인한 데이터 활용 및 상품개발의 어려움으로 성장이 정체되어 있으며 보험업상의 자회사 업무가 제한적³⁾이어서 보험회사와 인슈어테크 기업과의 협력에 활성화되기 어려운 상황임
 - 보험상품의 설계와 판매에 있어서도 엄격한 기준이 적용되어 인슈어테크 기업이 제안하는 혁신적인 상품이나 서비스가 기존 규제에 부합하지 않을 경우 자체 출시가 어렵거나 보험회사가 이를 도입하기 어려움⁴⁾
- 인슈어테크 기업은 전통적인 사업모델에서 벗어나 디지털 기술을 기반으로 창의적인 사업방식을 시도한다는 점에서 향후 디지털 보험의 다양성을 확대시키는 데 중요한 역할을 하며, 이들이 역할을 수행할 수 있도록 규제개선 및 기술·데이터 인프라 지원을 확대할 필요가 있음

2. 신뢰할 수 있는 디지털 보험을 위한 관리강화

○ AI 분석 및 디지털 기기에 기반한 디지털 보험은 보험을 더 쉽고 빠르고 편리하며 합리적인 보험 소비를 할 수 있도록 도와주지만, 지나친 위험 세분화 및 디지털화는 보험소외를 야기할 수 있어 이에 대한 대비가 필요함

2) 국내 인슈어테크 기업의 수와 시장규모는 공식통계가 집계되지 않은 상황이며, 공식통계는 아니나 현재 국내 약 40여개의 인슈어테크 기업이 존재하고 있는 것으로 판단됨(핀테크 지원센터 투자플랫폼 및 CBinsight)

3) 양승현(2023), 「보험회사 업무영역 확대와 자회사 업무범위 규제 변화」, 『보험법리뷰』, 보험연구원

4) 2019년부터 도입된 혁신금융서비스 샌드박스 제도를 통해 다양한 서비스가 출시되고 있으나 시장에 자리잡기까지는 상당한 시간이 소요됨

- 다양한 데이터와 AI 기술을 활용한 맞춤형 보험은 개인의 건강, 생활습관 등을 기반으로 위험에 맞춰 적절한 보험가격을 설정해 제공하지만, 과도한 위험 평가와 세분화는 높은 위험을 가진 사람의 보험료를 지나치게 높게 제시할 가능성이 있고 이는 자칫 취약계층을 보험 가입에서 배제시킬 수 있음⁵⁾
 - 경제적으로 취약할 경우 건강 상태가 좋지 않을 가능성이 높으며, 높은 보험료 부과는 취약계층의 보험가입 포기 로 이어져 결과적으로 사회 안전망의 약화로 이어질 수 있음
- 또한 보험산업 내 디지털화의 진전으로 보험의 가입과 청구가 온라인·모바일 기기에서 빈번히 이루어지면서 디지털 기기에 익숙하지 못한 소비자들은 보험소외를 경험하고 있음⁶⁾
 - 장애인, 고령층, 저소득층, 농어민 등 4대 취약계층의 모바일 기기 이용 능력은 평균 53.6%로 일반국민의 이용 능력인 72% 대비 낮은 수준으로 디지털 기기를 통한 보험소비에 문제가 발생할 가능성이 있는 것으로 파악됨
 - 디지털 보험 중심으로 보험서비스가 확산되고, 더불어 확산을 위한 추가적 혜택이 강화될 경우 이를 이용하지 못하는 소비자 집단의 역차별이 발생할 수 있음⁷⁾
- 따라서 디지털 혁신 및 디지털 보험 확대 시 디지털 기기에 익숙하지 않은 계층도 쉽게 가입이 가능한 포괄적 보험 상품⁸⁾을 제공하고 디지털 리터러시 교육 프로그램을 함께 제공할 필요가 있음
 - 일본의 LINE의 보험판매플랫폼, 미국의 레모네이드는 고령층 및 디지털 취약계층도 쉽게 사용할 수 있도록 간소화된 가입절차와 대면상담 옵션을 제공하는 등 포괄적 디지털 보험을 제공하고 있음

○ 보험 및 금융상품의 온라인·모바일 거래가 확산되면서 온라인상의 다크패턴도 크게 확산될 가능성이 높아지고 있으며 올해 이러한 다크패턴에 비롯된 소비자 피해를 방지하기 위한 금융당국의 가이드라인이 제시될 예정이며 이에 대한 보험산업의 선제적인 관리강화 방안 마련이 요구됨

- 온라인 사용자의 눈속임 설계 등 사용자의 인터페이스를 교묘하게 설계해 만드는 다크패턴은 소비자의 판단을 왜곡시켜 원하지 않거나 필요하지 않은 금융상품 구매를 유도할 수 있다는 데 문제가 있음⁹⁾
- 금융위원회는 2024년 비대면(온라인) 금융상품 판매과정에서 다크패턴 사용제한 가이드라인 마련을 위한 정책연구용역을 진행하고 전 금융권의 다크패턴 사용 실태를 점검하였으며 2025년 관련 가이드라인을 제시할 것으로 예상됨¹⁰⁾
 - 동 가이드 라인의 적용 대상은 예금, 대출, 보장성 보험, 투자성 증권 등 4개 금융상품 분야가 선정될 예정이며 금융회사들이 자발적으로 다크패턴을 사용하지 않도록 점검할 수 있는 지침 및 체크리스트도 마련할 예정임

5) 손재희·이정우(2024), 「생성형 AI 시대, 보험산업의 AI 활용과 과제」, 『CEO Report』, 보험연구원

6) 박소정(2024), 『디지털 금융이해력(Digital Financial Literacy)에 대한 연구』, 연구보고서, 보험연구원

7) 과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원(2024), “디지털 정보격차 실태조사”

8) 포괄적 보험상품은 디지털 소외 현상을 완화하기 위해 다양한 계층의 사람들이 쉽게 이해하고 가입할 수 있도록 설계된 보험상품임

9) 오병국·변혜원·이소양(2024), 『금융의 디지털화와 소비자 보호』, 연구보고서, 보험연구원

10) 금융위원회(2024), “2024 주요 업무 추진계획”; 인베스트 조선(2024. 11), “이제 ‘숨은 돈 찾아드릴까요?’ 못 한다...내년 ‘다크패턴’ 규제 첫발”