

보장성부터 해외여행보험·미세먼지보험·반려동물보험까지

# 2030 겨냥 온라인보험 ‘춘추전국’… 핀테크사도 가세

카카오페이가 본격적으로 보험 시장에 뛰어들면서 온라인보험 시장 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. 네이버페이드도 보험업 진출을 예고하고 있다. 기존의 페이지들이 판매 플랫폼으로서 보험상품 채널링 서비스를 제공했다면 직접 판매업에 뛰어든 것이어서 보험업계에도 지각변동이 일 것으로 보인다.

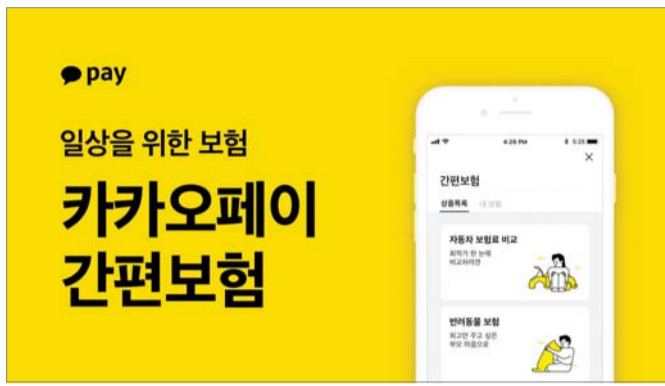
토스, 뱅크샐러드 등 금융플랫폼도 미니보험을 중심으로 보수적인 보험 판매채널에 새로운 변화를 불러일으키고 있다. 이에 질세라 전통 보험사들도 온라인보험 시장에서 저축성 보험, 자동차보험 등 위주로 판매하던 것과 달리 최근에는 암, 치매 등 보장성 보험과 여행자보험, 반려동물 보험까지 다양하게 판매하기 시작했다.

### ◆ 직접 보험 판매에 나선 IT기업들

9일 보험업계에 따르면 카카오페이가 ‘카카오페이 간편보험’ 서비스를 출시하면서 자동차 보험료 비교, 반려동물 보험 등 상품을 선보였다. 상품 판매는 GA(법인보험대리점)인 자회사인바 이유가 맡는다.

카카오페이는 복잡하고 접근이 어려웠던 보험의 진입장벽을 낮춰 복잡한 서류 작성 없이 간편하고 손쉽게 가입부터 청구까지 가능하고, 가입한 보험 상품들은 ‘내 보험’ 내역에서 한눈에 확인하고 관리할 수 있도록 하겠다는 계획이다.

기존 NHN페이코, SSG페이 등 간편결제서비스를 제공하는 페이지들은 다양한 보험사의 보험 상품을 확인·비교하고 플랫폼을 통해 상품을 가입하면



카카오페이 ‘카카오페이 간편보험’.

### 카카오페이 ‘간편보험’ 출시 복잡한 절차 줄여 가입 편리

### 네이버페이드도 보험진출 예고 11월 ‘파이낸셜’ 설립 추진

### 보험사들, 다양화로 판매 강화

전용 혜택을 받을 수 있는 보험 채널링 서비스를 제공해 왔다.

그러나 카카오페이의 이번 판매업 진출은 기존 보험사와 제휴해 판매 플랫폼으로서의 역할을 했다면 직접 판매업에 뛰어든 것이다. 카카오페이가 이날 내놓은 반려동물 보험은 반려견과 피보험자의 간단한 정보만 입력하고 원하는 보장을 선택하면 가입과 보험료 납부까지 한 번에 가능한 상품이다.

네이버도 최근 네이버페이를 분사해 오는 11월 네이버파이낸셜을 설립하겠다는 계획을 밝힌 상태다. 네이버파이낸셜은 네이버페이의 간편결제 서비스를 확장해 생활금융플랫폼 형태로 대출, 보험 등 다양한 금융서비스로 사업



미래에셋생명 ‘온라인 잘고른 여성미니암보험’.

/각사

을 넓혀나갈겠다는 방침이다.

전통적인 대면채널 비중이 높던 보험업계에 IT업체들이 진입하면서 토스, 뱅크샐러드 등 금융플랫폼 업체들도 직접 판매에 나설 가능성이 높아졌다.

현재 이들 기업은 보험사와의 협업을 통해 한 달에 1000원대 이하의 보험료가 부과되는 1년 만기의 저렴한 미니보험을 중심으로 판매에 나서고 있다.

토스는 해외여행보험, 운전자보험, 보이스피싱보험, 미세먼지보험, 반려견보험 외에 정기보험, 연금저축보험까지 상품군을 다양화했다. 또 부족한 보장내용 등을 분석해 필요한 보험을 추천해주는 보험 보장분석 기능까지 지원한다.

뱅크샐러드도 지난 7월부터 삼성화재와의 제휴를 통해 필요할 때만 컸다 깎다 할 수 있는 해외여행보험인 ‘스위치 보험’을 내놔고 미세먼지보험, 교통상해보험 등도 선보였다.

### ◆ 보험사들도 온라인보험 판매 늘려

보험사들도 금융플랫폼 활용을 넘어서 직접 온라인 보험 시장 확대에 박차

를 가하고 있다. 기존에는 생명보험사의 경우 연금보험과 같은 저축성 보험을 중심으로, 손해보험사는 자동차보험 등 다이렉트 상품을 주로 온라인 판매에 나섰지만 최근에는 암, 치매, 반려동물 등 상품이 다양해졌다.

삼성생명은 지난달부터 온라인보험 전용 채널인 ‘삼성생명 다이렉트’에서 종합건강보험 상품인 ‘인터넷종합건강보험(무배당) 일당백’을 판매 중이다. 다이렉트 채널에서 종합건강보험상품을 선보인 것은 이번이 처음이다.

한화생명도 지난달 다이렉트보험 전용 채널인 ‘온슈어’를 통해 ‘100세 착한 암보험’을 출시했다. 한다. 앞서 출시된 ‘The착한 암보험’의 온라인보험 버전이다. 미래에셋생명은 소액으로 발병률 높은 여성 3대암을 보장하는 ‘온라인 잘고른 여성미니암보험’을 출시했다.

삼성화재는 최근 2030세대를 겨냥한 상품을 잇달아 출시했다. 삼성화재는 지난달 자사 다이렉트로 가입할 수 있는 ‘원데이 애니카자동차보험’을 내놓았다. 이 상품은 만 21세 이상의 운전

자가 다른 사람 소유의 자가용 승용차나 렌터카를 운전할 때 발생할 수 있는 위험을 보장한다. 또 반려견에 이어 반려묘도 온라인 펫보험 ‘애니펫’을 출시했다.

보험사뿐만 아니라 페이사, 금융플랫폼들이 온라인 보험을 확대하고 있는 배경은 스마트폰 사용에 익숙한 2030세대를 겨냥해 보험의 접근성을 높이고, 새로운 시장을 개척하려는 노력으로 풀이된다.

온라인보험은 설계사 등 대면 채널을 거치지 않는 비대면 가입 방식이다. 보험 가입자 모집에 필요한 비용을 감소시켜 저렴한 보험료 제공이 가능하다.

보험연구원에 따르면 2030 밀레니얼 세대는 인터넷이나 전화 등 직관 채널 선호도가 다른 세대보다 현저히 높은 것으로 나타났다. 20대와 30대의 직관 채널 선호도는 각각 39.5%와 26.9%인 반면 40대와 50대의 선호도는 7.2%와 2.7%에 그쳤다.

실제로 온라인보험은 성장세를 보이고 있다. 생명보험협회에 따르면 인터넷·모바일 등 사이버마케팅(CM) 채널의 초회 보험료는 2016년 92억6800만원에서 지난해 138억6700만원으로 49.6% 늘었다. 온라인보험 가입자 증가로 납입 보험료가 늘어난 것이다.

보험업계 관계자는 “앞으로 보험사들의 온라인보험 판매가 강화될 것으로 보인다”며 “보험사뿐만 아니라 여러 형태의 채널로 보험 판매가 이뤄지다 보니 경쟁이 치열해질 것”이라고 말했다.

/김희주 기자 hj89@metroseoul.co.kr



### 신한카드, 을지로3가역 ‘을지로사이’ 오픈

신한카드가 지역사회와의 상생과 지속가능한 발전을 위해 추진중인 ‘을지로3가 프로젝트’의 두 번째 결실을 만들었다. 신한카드는 서울교통공사, 굿네이버스와 함께 서울 을지로3가역 ‘신한카드 을지로사이’ 오픈식을 지난 8일 가졌다고 9일 밝혔다. 정진문 시립서울청소년센터장(오른쪽 첫번째), 김성완 서울교통공사 전략사업본부장(오른쪽 세번째), 문동권 신한카드 경영기획그룹장(오른쪽 네번째), 황성주 굿네이버스 나눔마케팅본부장(오른쪽 다섯번째)이 행사에 참석한 관계자들과 함께 테이프 커팅식을 하고 있다.

/신한카드

## 베트남 어학연수생 경비 보증제 고객 유치

### 우리은행, 1호 가입자 기념 행사

우리은행은 서울 종로구 서울글로벌센터에서 ‘베트남 어학연수생 유학경비 보증제도’의 제1호 가입고객 행사를 가졌다고 9일 밝혔다.

베트남 어학연수생 유학경비 보증제도는 유학비자 발급심사 시 유학생의 재정능력에 대한 검증을 강화하는 것으로, 외국인 불법체류 방지를 위해 지난 3월 법무부에서 시행 예고 후, 지난 1일부터 공식 시행됐다.

베트남인 어학연수생 유학경비 보증제도에 따르면, 베트남인 유학생은 베트남과 한국에 본점 또는 지점을 둔 은행의 지급유보 방식의 예금에 미화 1만 달러 상당을 예치하고 그 잔고증명서를 베트남 대한민국 대사관과 학교에 제출해야 한다. 해당 예치금은 유학생이 한국 입국후 우리은행에서 개설한 원화계좌로 이체되며, 1년간 6개월 단위로 500만원씩 분할 인출 가능하다. 이 보증제도 1호 가입자가 우리은행을 이용했다.

/홍민영 기자

## KB국민銀, 일자리연결 실적 1.4만명 돌파

### 9년째 맞는 ‘KB굿잡’ 일자리 사업 청년 취업 선순환 생태계 조성 기여

KB국민은행의 일자리연결 프로젝트 ‘KB굿잡’을 통한 일자리연결 실적이 1만4000여명을 돌파했다.

KB굿잡(KBGoodjob)은 KB국민은행이 중견-중소기업의 구인난 해소와 청년 일자리 창출을 위해 지난 2011년 1월 출범시킨 일자리연결 프로젝트다.

올해로 9년째를 맞는 KB굿잡은 국내 최대 규모의 일자리 프로젝트로, 취업박람회-취업교육-취업관련 유관기관 협업 등 다양한 일자리 정보제공 사업을 통해 세상을 바꾸는 금융을 선도하는 KB금융그룹의 사회적 책임을 이행하고 있다.

특히, KB굿잡의 대표사업인 ‘KB굿잡 우수기업 취업박람회’를 비롯해 취업학교-취업아카데미 등을 통한 일자리 연결실적이 총 1만4000여명을 돌파하며 명실공히 일자리 대표 브랜드로 자리매김했다.

지난 5월 서울 코엑스에서 개최했던 ‘2019 제1차 KB굿잡 우수기업 취업박람회’는 역대 최대 인원(약 3만8000명)이 방문했으며, 총 250여개 기업 모집에 451개 기업이 참가를 신청해 준비단계



지난 5월 28일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 ‘2019 제1차 KB굿잡 우수기업 취업박람회’ 전경. /KB국민은행

부터 성황을 이뤘다. 특히, 우량기업의 참여 확대가 청년 구직자 참여 확대로 이어지는 선순환 생태계 모델을 제시하며, 총 2466명에 달하는 역대 최대의 취업박람회 채용실적을 달성했다.

또한, KB국민은행은 청년의 미래를 위한 다양한 일자리 관련 사업도 진행하고 있다. 교육부, 국방부 등 정부기관을 포함한 약 20여개 일자리 유관기관과의 협력사업을 지속적으로 추진하고 있으며, 실질적인 취업을 제고를 위해 교육과 매칭을 연계한 원스톱 취업지원 서비스를 제공하고 있다.

▲교육부와 함께 취업을 앞둔 직업계고 3학년 학생을 대상으로 하는 6개월

간의 집중 취업역량강화 프로그램인 ‘KB굿잡 취업학교’ ▲KB굿잡 취업박람회와 연계해 구직자들의 취업률을 높이고자 직업계고 학생, 대학생, 전역예정장병을 대상으로 직무트렌드 분석부터 입사지원서 작성, 모의면접 등 맞춤형 취업교육을 진행하는 ‘KB굿잡 취업아카데미’ 등은 수강생의 만족도가 매우 높아 구직자들의 인기프로그램으로 자리잡았다.

구인 기업을 위한 금융 및 비금융 지원도 강화하고 있다. 특히, 지난해부터는 금리우대 프로그램을 신설하고 채용 지원금을 확대했다.

/홍민영 기자 hong93@