

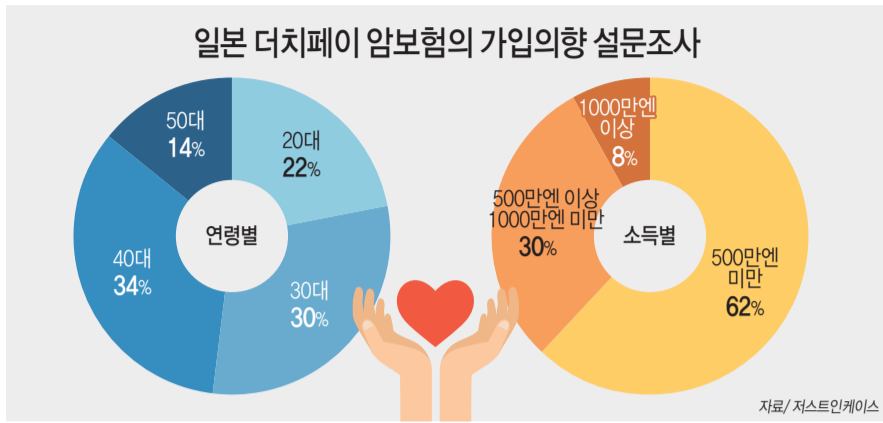
# ‘암 걸린후 보험료 납부’... 후불 더치페이보험, 日서 인기

위험결합방식과 혁신기술 접목  
암 진단자 수 늘어도 보험료 제한  
가입자 증가하면 사업비 1% 감소

최근 일본의 소액단기보험회사인 저스트인케이스(justInCase)가 규제 샌드박스제도를 활용한 P2P(Peer-to-Peer) 암보험 ‘더치페이 암보험’을 출시한 가운데 향후 젊은 층을 중심으로 성장할 것이라는 전망이 나왔다.

보험연구원이 21일 발표한 ‘일본, 후불제 암보험 출시와 전망’ 보고서에 따르면 저스트인케이스는 P2P 암보험 더치페이 암보험을 개발하고, 9개사와 제휴를 통해 해당 상품을 판매 중이다.

P2P 보험은 공통된 이해관계를 가진 사람들이 위험단체를 구성하고 사고 발생 시 상호부조하는 형태다. 투명성이 담보된 보험상품 가입을 원하는 소비자들의 요구에 부합하기 위해 전통적인 위험결합 방식과 현재의 혁신 기술을 접목시킨 온디맨드(On-Demand) 상품이다.



더치페이 암보험은 암 진단 시 정액(80만 엔)의 일시금보험금과 사망보험금을 지급해 주는 상품으로, 가입 시 보험료 부담이 없는 후불제 방식이다.

가입 가능 연령은 만 20~74세이며 보험계약자의 도덕적해이(모럴해저드) 방지를 위해 2개월의 부담보기간을 설정하고 있다. 보험기간은 1년이며 갱신 가능한 형태다.

더치페이 암보험은 보험료 납입 방식, 사업비 책정 등 운영구조 측면에서

기존 보험상품과 차이가 있다. 기존의 보험상품은 사전에 약정한 보험사고 보장을 위해 연령 또는 성별에 따라 책정된 보험료를 보험회사에 미리 지불하는 형태인 반면 더치페이 암보험은 보험사고 발생 시 즉, 보험계약자 중 암 진단자가 발생하는 경우 차월에 사후적으로 보험료가 부과되는 방식이다.

보험료는 매월 암에 걸린 사람과 사망자에 지급한 보험금을 연령군별 가입자 수로 나눈 금액에 사업비를 가산

해 책정한다.

해당 연령집단에서 암에 걸린 사람이 없으면 보험료를 납부하지 않는다. 연령군별 보험료 상한이 설정돼 있어 암 진단자 수가 늘어나더라도 개인의 보험료 부담은 제한적이다.

전체 보험료 중 관리비 명목으로 지출되는 사업비 비중은 가입자가 2000명씩 증가할 때마다 1%씩 감소해 계약자 수가 2만 명 이상이 되면 35%에서 25%로 하향 조정된다.

보고서는 향후 P2P 보험은 소비자들이 상대적으로 이해하기 쉬운 상품 구조, 투명성, 가격 경쟁력을 바탕으로 젊은 계층을 중심으로 시장 확대 가능성이 있다고 봤다.

실제로 지난해 저스트인케이스가 실시한 설문조사에 따르면 P2P 보험은 20~40대 사이 젊은 계층의 가입의향이 높고 저렴한 보험료에 대한 요구가 큰 것으로 나타났다.

가입의향이 있는 사람들의 연령별 분포는 40대(35%), 30대(30%), 20대

(22%), 50대(14%) 순이다. 가입의향이 있는 사람들의 소득 분포는 500만 엔(62%), 500~1000만 엔(30%), 1000만 엔 이상(8%) 순으로 상대적으로 낮은 소득자일수록 가입의향이 높은 것으로 조사됐다.

다만 P2P 보험은 고령층을 대상으로 하기에는 보험금이 80만 엔으로 정액이고, 최대 74세까지밖에 가입하지 못한다는 단점이 있다. 또 보험기간은 1년으로 암 진단 시 갱신이 불가능하고, 입원·수술 급부금이나 선진의료 특약 등을 선택할 수 없다는 점도 지적됐다.

정인영 보험연구원 연구원은 “더치페이 암보험의 경우 다른 보험에 비해 보험료가 저렴하고 보장내용이 단순해 이해하기 쉽고, 보험료의 사용처와 수수료가 공개돼 투명성이 높다는 장점이 있어 스마트폰과 애플리케이션에 친숙한 젊은 층이 고령층에 비해 가입 가능성이 높다”고 말했다.

/김희주 기자 hj89@metroseoul.co.kr

## 신한銀-LGU+-CJ올리브네트웍스

# 빅데이터 시장 선제대응 ‘한뜻’

‘서울시 거주자 소비성향 데이터’ 개발  
융합 데이터 활용 위한 공동 마케팅  
데이터 신사업 추진 등 협업 예정

신한은행은 지난 18일 서울 강서구 LG사이언스파크에서 LG유플러스, CJ올리브네트웍스와 함께 빅데이터 사업 공동 추진을 위한 업무협약을 체결했다고 21일 밝혔다.

이번 업무협약식에서 3사는 데이터 융합을 통해 더욱 가치있는 데이터를 만들어내고 신(新)시장에 선제적으로 함께 대응하기로 뜻을 모았다.

3사는 향후 ▲빅데이터 공유 및 융합 데이터 개발 ▲융합 데이터를 활용한 공동 마케팅 ▲데이터 신사업 추진 등을 위해 협업할 계획이다.

3사는 빅데이터 협업의 첫 번째 결과물로 ‘서울시 상권별 거주자 소비성향 데이터’를 공개할 예정이다. 이 데이터를 활용하면 유사 상권 군집화 및 특정 상권 거주자 프로파일링을 할 수 있고, 해당 상권 거주자들의 소비성향을 다각도로 분석할 수 있어 지역별 거주자들을 중심으로 이뤄지는 골목상권 분석 등에 의미있게 활용할 수 있



지난 18일 서울 강서구 LG사이언스파크에서 진행된 ‘통신, 금융, 유통분야 빅데이터 협력을 위한 양해각서(MOU) 체결식’에서 신한은행 이명구 부행장(가운데)과 LG유플러스 이상민 부사장(왼쪽), CJ올리브네트웍스 남병수 상무가 기념촬영을 하고 있다. /신한은행

다. ‘서울시 상권별 거주자 소비성향 데이터’를 비롯해 앞으로 3사가 개발하는 융합데이터들은 금융데이터거래소, 한국데이터산업진흥원 데이터스토어 등을 통해 거래될 예정이다.

협약식에 참석한 신한은행 이명구 부행장은 “각사의 데이터를 결합해 소비자들에게 새로운 정보를 제공하고 협업 비즈니스 모델도 개발할 수 있을 것으로 기대하고 있다”며 “최근 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 영향으로 온라인 구매가 급증하는 것처

럼 변화하는 트렌드에 맞춰 의미있는 데이터를 만들어낼 수 있도록 함께 노력하겠다”고 말했다.

LG유플러스 FC부부장 이상민 부사장은 “통신과 금융, 생활문화 대표 기업이 만나 공통 가치인 ‘고객’에 집중해 빅데이터 신사업 개발에 나선다”며 “고객 이동 경로와 지도와 교통정보, 콘텐츠 이용 행태 등 통신사가 강점을 지닌 데이터와 금융, 유통 데이터 시너지를 발휘해 경쟁력 있는 신사업 발굴에 최선을 다할 것”이라고 밝혔다. /안상미 기자 smahn1@

## 케이뱅크 4000억 규모 증자... 자본금 9000억

전환주식 약 1574억 신주발행 의결  
이사회서 3대 주주에 2392억만 배정

케이뱅크가 다음달 4000억원 규모의 증자를 마무리할 계획이다. 총 자본금은 9000억원 규모로 확대된다.

케이뱅크는 지난 19일 이사회를 열고

전환주식 3147만340주, 약 1574억원 규모의 신주 발행을 의결했다고 21일 밝혔다.

다음달 8일 주주명부 기준으로 각 주주사별 지분율에 따라 배정하고, 실권 주 발생 시 주요 주주사가 나눠서 인수하는 방식이다. 주금 납입 기일은 7월

28일로 지정했다.

케이뱅크는 지난 4월 결의한 5949억원 규모 유상증자는 7월 중 이사회를 열어 BC카드, 우리은행, NH투자증권 등 3대 주주에 2392억원을 배정하고, 나머지는 미발행할 예정이다.

전환 신주와 합하면 증자 규모는 약 4000억원으로 케이뱅크 설립 이후 사상 최대치다. 증자 후 자본금 규모는 총 9017억원이다. /안상미 기자

## 금융기관 사칭 인터넷 불법 광고 ‘주의’

### 금감원 Q&A

Q. 요즘 인터넷상에서 대출 관련 금융 광고를 쉽게 접할 수 있는데요. 이 광고만 믿고 금융거래를 했다가 고금리, 불법추심 등 피해를 보는 경우가 있다고 들었어요. 특별히 조심해야 할 광고들이 있을까요?

A. 최근 ‘휴대폰 소액결제’, ‘대리입금’ 등과 관련된 인터넷상 불법 금융광고들이 성행하고 있어 주의가 필요합니다.

불법 금융광고들은 정부기관 또는 제도권 금융기관을 사칭하거나 오히려 불법업체를 조심하라고 광고하는 등 적법한 대출인 것처럼 위장하는데요. 고금리 대출자·저신용자를 위한 서민 지원 자금대출상품인 것처럼 경제기사 형식으로 금융소비자를 유인하기도 합니다.

또 청소년, 대학생을 대상으로 아이돌 캐릭터 상품, 공연 티켓 대금 등 10만원 내외의 소액 현금을 대신 입금해주는 방법으로 1~3일간 대출하면서 일당 고액 이자를 요구하는 ‘대리입금’ 광고

도 성행하고 있습니다. 특히 청소년, 주부 등은 ‘SNS 지인 및 부모님, 남편 등에게 폭로’한다는 협박에 취약하다는 점을 악용해 불법추심으로 이어지기도 하므로 각별히 유의해야 합니다.

불법 업체들은 인터넷 동호회 카페 등에서 활동하면서 본인이 사용해봤는데 안전하고 친절하다는 댓글로 홍보하는 등 친근감을 이용해 안심하게 만드는 수법을 사용하기도 하니 후기글을 참고하실 때도 유의해야 합니다.

인터넷상 금융광고를 참고하실 때는 광고에 기재돼 있는 업체의 상호, 등록번호, 인터넷 주소 등이 해당 금융회사와 동일하지 반드시 확인해야 합니다. 또 불법 금융광고들은 ‘신용카드 현금화’, ‘휴대폰 소액결제’, ‘대리입금’ 등 대출이라는 용어만 사용하지 않았을 뿐 실질적으로는 소액 고금리 대출임을 인지하는 것이 중요합니다. 현금을 손쉽게 융통할 수 있다는 유혹에 급전을 빌렸다가 오히려 개인정보 유출, 불법추심, 과도한 금전적 피해로 이어질 수 있으므로 유의해야 합니다. /김희주 기자

## ‘제15회 금융공모전’ 웹툰 분야 추가

금융감독원은 교육부와 전국 17개 시도 교육청, 6개 금융협회의 후원을 받아 전국민을 대상으로 ‘제15회 금융공모전’을 개최한다고 21일 밝혔다.

올해는 공모전에 대한 관심 및 수상작의 활용도를 제고하기 위해 성인 참여범위를 확대하고, 전 공모분야에 웹툰을 추가했다.

공모분야는 ▲금융창작물(초·중·고) ▲대학생금융콘테스트 ▲성인금융콘테스트 ▲금융교육 우수프로그램(기관) 등 총 4개 부문이다. /안상미 기자



공모기간은 22일부터 9월 25일까지다. 수상자는 10월 말 발표할 예정이다. /안상미 기자