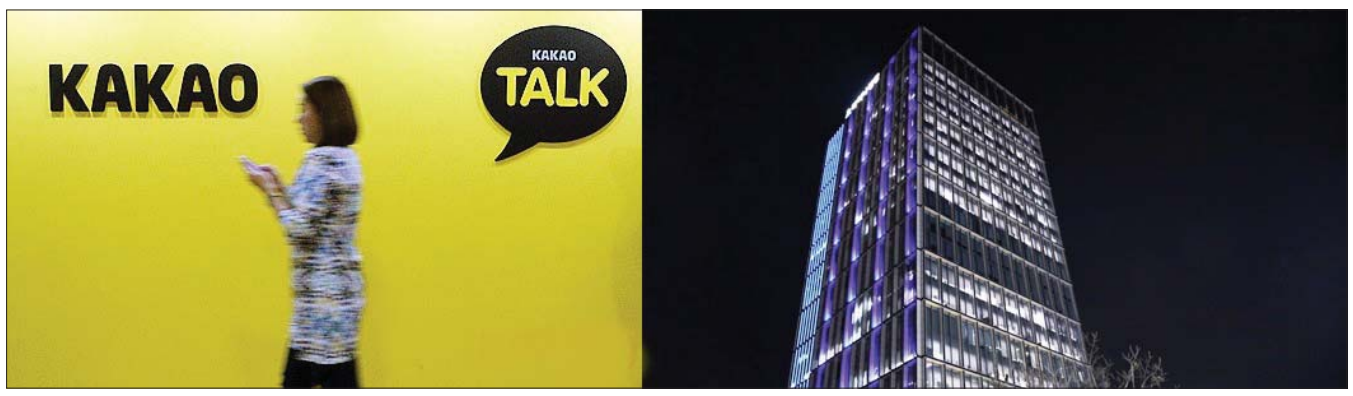
카카오손보 이어 라이나생명, 디지털손보 시장 '정조준'

시그나그룹, 예비허가 신청 예정
카카오손보, 6개월 이내 본허가
디지털손보 1호 캐롯, 가파른 성장세



(왼쪽부터)카카오본사, 라이나생명 본사 전경 이미지. /뉴시스, 라이나생명

디지털손해보험 시장의 뜨거운 경쟁이 예상된다. 카카오손보에 이어 라이나생명의 모기업인 미국 시그나그룹도 국내 디지털손보사 설립에 뛰어들었기 때문이다.

6일 보험업계에 따르면 카카오손보에 이어 라이나생명의 모기업인 미국 시그나그룹도 국내에 디지털손보사 설립을 추진하고 있다. 시그나그룹은 지난달 본사 승인을 거쳐 조만간 금융위원회에 디지털손보사 설립을 위한 예비허가를 신청할 전망이다. 예비인가는 통상 신청 후 3개월 정도의 기간이 걸린다. 예비인가를 획득하면 6개월 내로 자본금출자, 인력채용, 물적설비 구축 등 허가요건을 이행한 후 금융위에 본인가 신청 단계를 거친다. 이에 따라 내년 정도에 시그나그룹의 디지털손보사가 공식 출범할 것으로 보인다.

업계에서는 시그나그룹이 헬스케어 분야를 특화한 디지털손보사를 선보일 것으로 예상하고 있다. 헬스케어 분야에서 입지를 확고히 하고 있기 때문이다. 더불어 최근 국내에서 마이데이터, 의료데이터 개방 등 다양한 사업 환경 개선의 영향을 받은 것으로 풀이된다.

최근 국내 디지털손보 시장은 카카오손보의 출범으로도 관심을 받고 있다.

카카오손보의 경우 올 초 금융당국에 예비인가를 신청해 업계의 눈길을 모았다. 카카오손보는 지난 10일 보험업 예비인가를 통해 향후 6개월 이내에 허가요건인 자본금 출자·인력 채용·물적설비 구축 등을 이행한 후 금융위에 본허가를 신청한다.

카카오손보는 카카오그룹이 보유한 디지털 기술·플랫폼과 보험서비스를 연계해 접근성을 높인다는 전략이다. 따라서 카카오손보는 ▲지인과 함께 가입하는 동호회·휴대폰파손 보험 ▲카카오 연계 어린이보험 ▲카카오모빌리티 연계 택시안심·바이크·대리기사 보험을 비롯한 DIY(Do It Yourself)보험과 플랫폼 연계 보험 등을 시작으로 일상생활과 밀접한 미니보험 상품을 출시할 전망이다.

실제 보험업계에서는 시그나그룹이 디지털손보사 설립에 나선 이유도 최근 미니보험 시장의 활성화에 따른 것으로 해석했다. 이달 도입된 '소액단기전문보험업'에 따라 ▲반려동물보험 ▲레저·여행보험 ▲날씨보험 ▲변호사보험 등 다양한 미니보험은 추후 지속해서 활성화될 것으로 보이기 때문이다.

한편 이들이 공식 출범하면 국내 디지털손보사 1호인 캐롯손보와의 경쟁도 본격화 될 것으로 예상된다.

캐롯손보는 지난 2019년 한화손보와 SK텔레콤, 현대자동차, 알토스벤처스, 스틱인베스트먼트와 같은 대형 투자사들이 합작해 설립한 디지털손보사다. 보험과 테크놀로지, 자동차를 가장 잘 아는 국내외 대표기업이 모여 보험산업의 디지털 전환을 도모한다는 전략이었다. 이를 통해 정보통신(IT) 기술력이 적용된 보험산업의 혁신을 이끌어가고 있다는 평가를 받고 있다.

캐롯손보의 주력 상품은 매월 탄 만큼만 내는 새로운 형태의 '퍼마일자동차보험'이다. 퍼마일자동차보험은 지난해 2월 첫 출시 이후 가파른 성장세를 보이고 있다. 올 1월 퍼마일자동차보험 가입자 10만명을 돌파한 데 이어 약 4개월 여만인 지난 5월 가입자 20만명을 돌파한 것으로 나타났다.

보험업계 관계자들은 디지털손보 시장 확대는 모두 예상했던 결과라고 입을 모아 강조했다.

손보업계 관계자는 "보험 시장의 판도가 대면 영업방식 위주에서 비대면 영업방식으로 바뀌고 있다. 특히 카카오의 디지털손보사 설립은 큰 의미다. 카카오뱅크의 사례만 보더라도 혁신적인 상품이 나올 것이라는 기대가 크다"고 말했다. 이어 "보험 시장도 장기간 정체되어 있던 와중에 새로운 시도를 하지 않으면 어려운 시점이었다. 보험시장의 기폭제 같은 역할을 기대한다"고 덧붙였다.

그러면서 "디지털손보사 시장의 활성화는 생명보험 상품과 비교해 손보상품의 구조가 비교적 간단하고, 다양한 미니보험 상품을 출시할 수 있어 온라인의 성격과 잘 맞아떨어진다"며 "기존의 틀을 벗어난 상품을 많이 만나볼 수 있을 것"이라고 설명했다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

하나은행 "AI가 1분 안에 대출한도 확인"

스스로 학습하는 머신러닝 적용
서류 없이 최대 5000만원 대출

하나은행이 금융권 최초로 인공지능(AI)을 활용해 대출한도를 산출하는 'AI대출'을 출시했다.

AI대출은 하나은행과 하나금융융합기술원이 공동 개발한 대출한도모형에 데이터를 스스로 학습하는 머신러닝을 적용하여 대출한도를 산출한다.

대출 신청시 AI대출은 하나은행 거래 패턴과 200여개의 변수 및 복수의 알고리즘 결합을 통해 리스크를 분석해 적정 한도를 부여한다.

하나은행이 금융권 최초로 인공지능(AI)을 활용해 대출한도를 산출하는 'AI대출'을 출시했다. /하나은행

본인 명의 휴대폰과 하나은행 거래 이력만 있으면, 소득 서류 제출 없이 최대 5000만원까지 대출이 가능하다. 하나은행 모바일 뱅킹 앱 '하나원큐'의 'AI대출' 상세 페이지에서 클릭만으로도 예상 한도를 확인 할 수 있으며, 신청과 동시에 1분 안에 대출 한도 및 금리 확인이 가능하다.

하나은행 상품개발 담당자는 6일 "인공지능(AI)을 활용한 대출 한도 산출을 통해 빠르고 똑똑하고 편리한 (Speed, Smart, Simple) 프로세스를 구현할 수 있게 되었다"며 "향후에는 빅데이터를 적용하여 하나은행 손님뿐만 아니라 전 국민이 이용 할 수 있는 상품과 시스템을 개발하겠다"고 말했다.

/나유리 기자 yul115@

우리은행, 비대면으로 종합자산관리

원스톱 화상 상담 서비스 제공

우리은행이 비대면 거래를 선호하는 고객을 위해 투자상품, 부동산, 세무 등 종합자산관리 전반에 대한 원스톱 화상 상담 서비스를 제공한다.

비대면 상담을 선호하는 고객이나, 영업점 방문이 어려운 원거리 거주 고객, 특히 해외 거주 고객도 유선과 화상을 통해 전문가와 자산관리 상담을 직접 진행할 수 있다.

이번 비대면 자산관리 화상상담 서비스는 고객이 우리WON뱅킹 또는 인터넷뱅킹을 통해 직접 원하는 날짜와 시간에 세무, 부동산, 자산관리 등 종합자산관리 상담 예약이 가능하다. 특히 화상상담은 별도의 앱 설치 없이 예약된 시간에 발송되는 문자 내 URL 주소를 클릭하면 바로 화상으로 전문가와 연결되어 간편하게 이용할 수 있다

또 지난 3월 말 확대 개편한 자산관리 플랫폼 고도화를 통한 고객별 맞춤형

금융서비스 제공과 함께 PB 고객을 위한 종합자산관리 비대면 시스템을 갖춤으로써 금융자산 뿐만 아니라 부동산 등 전체자산에 대한 최적화된 맞춤 컨설팅을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

우리은행 관계자는 6일 "양질의 비대면 자산관리 상담 서비스를 제공하고, 온라인 고객 세미나를 정기적으로 개최하는 등 다양하게 고객을 위한 컨설팅을 진행 중"이며 "비대면 채널 고도화를 통해 디지털 자산관리 서비스를 계속 확대할 것"이라고 밝혔다.

/이영석 기자 ysl@

현대카드, 현대홈쇼핑 특화카드 선봬

결제금액의 3%, 'H.Point'로 적립

현대카드가 현대홈쇼핑 특화 혜택을 제공하는 '현대홈쇼핑 현대카드'를 6일 선보였다.

현대홈쇼핑과의 독점 제휴를 바탕으로 출시된 이번 상품은 현대홈쇼핑에서 결제 시 높은 포인트 적립률을 제공한다.

현대홈쇼핑 현대카드로 현대홈쇼핑에서 결제하면 결제금액의 3%를 현대백화점그룹의 통합멤버십 포인트인 'H.Point'로 적립해준다. 그 외 일반 가맹점에서도 1%의 적립률을 제공한다. H.Point는 월 최대 3만 포인트까지 적립되며, 현대홈쇼핑을 포함한 현대백화점그룹의 다양한 브랜드에서 현금처럼 사용할 수 있다.

현대홈쇼핑 현대카드는 상품의 기본 혜택과 더불어 다양한 구독 서비스와 인공지능(AI) 기술 기반 고객 맞춤형 혜택으로 구성된 '3층 시스템' 서비스를 제공한다. 현대카드의 데이터 사이언스 플랫폼을 기반으로 한 개인화 마케팅과 다양한 디지털 서비스도 제공할 계획이다.

디자인은 2가지 플레이트 중 하나를 선택할 수 있으며 연회비는 국내전용, 국내외겸용 모두 1만 원이다.

회원 전용 특별 이벤트도 마련했다. 먼저 이달 31일까지 현대홈쇼핑 현대카드로 현대홈쇼핑에서 2만1천 원 이상 첫 결제한 회원에게는 2만 원 즉시 할인과 함께 1만 H.Point 적립 혜택을 제공한다.

/권소완 수습기자

NH농협은행

대대손손 농협 고객 이벤트

NH농협은행은 농협 창립 60주년을 기념해 세대를 이어 농협은행을 이용한 가족의 사연을 받는 '대대손손 농협 고객 이벤트'를 실시한다고 6일 밝혔다.

이번 이벤트는 농협 60년 역사를 함께한 가족의 농협과의 추억, 에피소드 등을 댓글로 작성하는 방식이다. 오는 8월 5일까지 농협은행 공식 SNS에서 진행되며, 추첨을 통해 코닥미니샷, 한국화훼농협 플라워박스 등을 제공한다.

권준학 은행장은 "여러 세대에 걸쳐 농협을 이용해주는 가족 고객들을 위해 이번 이벤트를 준비했다"며 "앞으로도 세대를 이어 쭉 사랑받을 수 있도록 언제나 고객과 함께하는 농협은행이 되겠다"고 말했다.

/안상미 기자 smahn1@

Sh수협銀, 슬기로운 모바일 브랜치생활

선착순 가입 고객에 커피쿠폰

Sh수협은행은 오는 11월 30일까지 '슬기로운 모브(모바일 브랜치)생활' 이벤트를 진행한다.

수협은행 모바일브랜치를 통해 적금 10만원 이상 또는 예금 100만원 이상 가입 한 고객 중 매월 선착순 100명(총 500명)에게 스타벅스 모바일 커피쿠폰을 제공한다.

이벤트에 참여하려면 포털사이트에서 수협은행 지점명을 검색한 뒤 해당 지점(플레이스)에 접속해 모바일 브랜치에 들어가면 된다.

모바일브랜치란 별도의 앱이나 인증서 없이 간편하게 상품 가입부터 각종 금융서비스를 모바일로 이용할 수 있는 디지털 플랫폼으로 포털사이트(네이버 플레이스) 검색이나 영업점 직원이 제공하는 QR코드, 상품안내장 QR코드 등 다양한 경로로 접속할 수 있는 디지털지점을 말한다.

/권소완 수습기자 think@