

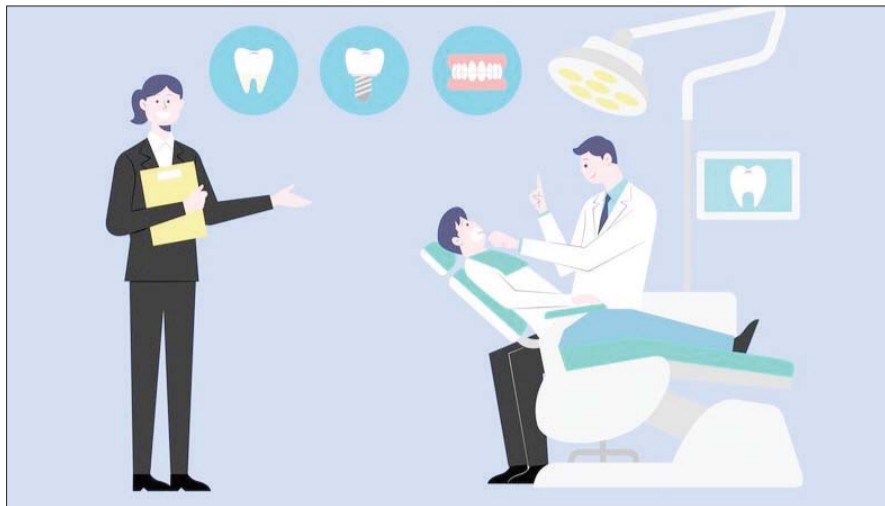
보험사서 건강관리하고 포인트 받아 헬스용품 산다

금융위, 보험업 규제 개선

고객 건강관리 성과에 포인트 지급
건강용품 플랫폼 서비스 운영 가능
보험업 공공데이터 활용 범위 확대

보험사가 고객의 건강관리까지 책임지는 시대가 열린다. 앞으로 보험사는 고객의 건강관리 노력·성과에 따라 포인트를 지급할 수 있고, 포인트를 받은 고객은 보험사의 자회사 헬스케어몰에 접속해 건강관리용품을 구매할 수 있게 된다.

금융위원회는 13일 '보험업권 헬스케어 활성화 TF'를 열고 이 같은 내용을 논의했다고 밝혔다. 앞서 TF는 1차 회의 이후 보험사가 헬스케어, 마이데이터 기업을 자회사로 둘 수 있도록 법적근거를 마련했다. 또 부수업무 확대를 통해 일반인 대상 건강관리서비스를 제공할 수 있도록 허용했다.



앞으로 보험사가 보험상품 판매는 물론 건강용품 플랫폼도 운영할 수 있게 된다. /유투이미지

태스크포스(TF)는 2차 회의를 통해 보험회사도 헬스케어 관련 플랫폼 서비스를 제공할 수 있도록 했다. 현재 글로벌 보험사 악사(AXA)나 중국의 핑안보험은 운동용품, 건강식품, 디지털 건강기기 등을 판매하는 헬스몰(Health Mall)을 자회사 방식으로 운영하고 있다. 헬스케어 자회사 업무의 범위에 플

랫폼 업무도 포함되는 것으로 해석해 보험사가 건강용품 플랫폼 서비스도 운영할 수 있도록 한다는 설명이다.

또 건강관리 노력·성과 등에 따라 보험사(자회사)가 자체포인트를 지급할 수 있도록 경영 업무범위에 선불전자지급업무를 추가한다. 이렇게 되면 보험사는 건강관리 프로그램을 통해 성과

(체중감소, 스트레스지수 감소 등)가 있는 기업 단체보험 임직원에게 자체포인트를 지급할 수 있고, 포인트를 받은 임직원은 보험사가 운영하는 헬스케어몰에 접속해 운동용품이나 영양제 등을 구입할 수 있다.

이밖에도 보험업권 공공데이터의 활용 범위를 늘린다. 앞서 삼성생명과 한화생명, KB생명, 삼성화재, 메리츠화재, KB손해보험 등 6개 보험사는 건강보험심사평가원으로부터 공공의료데이터 이용을 위한 최종승인을 받았다. 공공의료데이터는 특징인을 알아볼 수 없도록 가명처리한 정보로서 연구 등 목적으로만 이용할 수 있다.

우선 공공의료데이터를 활용해 고령자·유병력자 등의 수요를 반영한 전용 보험상품을 개발한다. 예컨대 지금까지 갑상선 항진(저하)증의 경우 보험가입이 제한돼 왔다. 꾸준한 복약관리와 건강한 삶 유지간의 상관관계를 분석해 이들을 대상으로 한 보험상품과 복약관

리서비스를 제공할 것이라는 구상이다.

또 새로운 위험을 보장한다. 지금까지 난임치료(인공수정, 체외수정 등)와 같이 기존에 보장되지 않았던 위험보장을 지원해 저출산 문제를 해결하겠다는 설명이다.

보험협회는 디지털헬스산업협회와 다음달 중 업무협약을 체결하고 보험·헬스케어 융합서비스 개발을 확대한다.

KB손해보험은 하반기 출범을 목표로 디지털 헬스케어 특화 자회사를 설립해 고객별 건강상태 분석, 맞춤형 건강관리 서비스 등을 제공할 계획이다.

금융위 관계자는 "하반기 중 제도개선과 관련한 법령·가이드라인을 개정하고 보험업권 빅데이터 협의회 운영 등을 추진할 것"이라며 "보험산업과 디지털 헬스케어의 상호보완적 발전방향을 모색할 수 있도록 공청회도 개최하겠다"고 말했다.

/나유리 기자 yul115@metroseoul.co.kr

메타버스로 소통... 우리銀, 디지털 혁신 속도

권광석 우리은행장, 직원들과 대화 금융권 내 디지털 리딩뱅크 입지 다져

우리은행은 메타버스 플랫폼을 통해 은행장과 MZ세대 직원들이 디지털 마인드 확산과 미래 고객에 대한 이해와 공감의 시간을 가졌다고 13일 밝혔다.

우리은행은 올해 경영목표를 '디지털 퍼스트, 디지털 이니셔티브(Digital First, Digital Initiative)'로 설정한 만큼 강력한 디지털 추진 의지를 표명하고 있다. CEO부터 디지털 기술을 업무환경에 원활히 활용하는 모습을 보이며, 금융권 내 디지털 리딩뱅크의 입지를 다져나가고 있다.

이날 '메타버스 타고 만나는 WOORI-MZ'를 주제로 함께한 권광석 우리은행장은 직접 자신의 캐릭터를 만들어 MZ세대 직원과 만남에 나섰다.

특히, 권행장은 자신을 '전광석화'라는 닉네임으로 은행장과 행원이라는 직급에서 벗어나 MZ세대 직원들과 수평



권광석 우리은행장이 메타버스에 접속해 MZ세대 직원들의 실시간 질문을 받고 있다. /우리은행

적인 소통의 시간을 가졌다. 또 이번 이벤트는 메타버스 플랫폼 기능을 활용해 ▲아바타와 친해지기 ▲아이스 브레이킹 게임(MZ 너의 생각이 궁금해·MZ가 우리은행에 바란다) ▲단체사진 촬영 및 셀카 이벤트 등 MZ세대 직원들이 공감할 수 있는 다양한 방법으로 진행됐다.

권광석 행장은 "이번 메타버스를 활용한 MZ세대 직원과의 소통 시간은 디

지탈 트렌드와 세대를 아우르는 새로운 시도였고, 우리은행 구성원들이 서로를 한층 더 깊이 이해하는 소중한 기회가 됐다"며 "MZ세대를 중심으로 빠르게 성장하고 있는 메타버스는 새로운 기회의 영역이 될 것으로 예상된다"고 전했다.

그는 또 "우리은행이 급변하는 디지털 환경에 대해 선제적으로 대응할 수 있도록 직원들에게 메타버스 플랫폼의 활용 기회를 제공하고, 메타버스 내에서 구현 가능한 다양한 서비스도 함께 검토해 나갈 것"이라고 덧붙였다.

한편 우리은행은 앞으로도 디지털 최신 트렌드에 민감하게 대응하며, 전 직원의 적극적인 디지털 마인드를 기반으로 디지털 혁신에 더욱 속도를 내겠다는 방침이다.

/이영석 기자 ysl@



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

하나은행, 가상세계에 글로벌캠퍼스 구현

메타버스 연수원 행사 개최

하나은행이 메타버스 전용 플랫폼 '제페토'를 활용해 가상세계에 '하나글로벌캠퍼스'를 구현하고, 메타버스 연수원 '그랜드 오픈' 행사와 신입행원을 위한 멘토링 프로그램 '뱃바리 활동' 수료식을 진행했다고 13일 밝혔다.

이번에 가상세계에 새롭게 건설된 '하나글로벌캠퍼스'는 하나금융그룹이 첫 번째로 공개하는 메타버스 공간으로, 2019년 5월 인천 청라에 오픈한 실제 연수원의 구조와 외형을 생생하게 구현해내 마치 현실세계의 연수원을 방문한 것과 같은 경험을 제공한다.

특히, 이번 메타버스 연수원은 2021년 하나은행 신입행원들이 주도적으로 아이디어를 내고 손수 만들었다는 점에서 의미가 남다르다. 코로나19 상황으로 온라인 연수만 받고 한 번도 연수원에 가보지 못했던 신입행원들은 '만약 가볼 수 없다면, 직접 만들고 경험해보자'는 MZ세대다운 도전으로 또 하나의 하나글로벌캠퍼스를 완성해냈다.

박성호 하나은행장은 "신입행원들이



하나은행은 지난 12일 오후 메타버스 전용 플랫폼 '제페토'를 활용하여 가상세계에 하나글로벌캠퍼스를 구현하고 메타버스 연수원 '그랜드 오픈' 행사를 개최했다. /하나은행

가상세계에 스스로 만들어낸 하나글로벌캠퍼스는 하나은행의 도전정신과 혁신을 보여주는 우수한 사례다"며, "이처럼 새로운 시도와 도전이 하나은행 곳곳에서 계속될 수 있도록 주변 MZ세대들의 목소리를 응원해주실 것과 많은 직원들과 손님들의 하나글로벌캠퍼스 방문과 체험을 부탁드립니다"고 말했다.

하나은행은 향후 직원들이 메타버스 연수원 체험은 물론 비대면 소통의 장으로 참여할 수 있도록 돕고 자발적인 학습이 이뤄지는 공간으로 활용할 수 있도록 지원할 예정이다.

/나유리 기자

'신한플러스' 사용자 환경·경험 전면 개편

신한금융, 100여가지 금융 서비스

신한금융그룹은 그룹의 원신한 플랫폼 신한플러스의 사용자 환경·경험(UI·UX)을 전면 개편했다고 13일 밝혔다.

신한금융의 대표적인 그룹 통합 서비스 플랫폼인 신한플러스는 신한은행, 신한카드, 신한금융투자, 신한알파, 신한라이프 스마트창구 등 신한금융그룹 주요 애플리케이션(앱) 내에 앱 형태로 탑재돼 추가적인 앱 설치 없이 100여가지가 넘는 금융 서비스를 제공하고 있다.

신한플러스는 고객 관점의 가치성장 플랫폼으로 진화하기 위해 디자인 선

정, 메뉴 배치 등 이번 UI·UX 개편 전 과정에 고객 설문조사 결과를 반영했다.

우선 기존 6개였던 메인 화면을 나의 혜택, 재테크+, 이벤트+ 3개 화면으로 단순화했다. 또한 고객 편의성을 극대화 하기 위해 첫 화면인 나의 혜택에 고객의 신한금융그룹 전체 거래 현황을 볼 수 있도록 개편했다.

또 재테크+ 메뉴에 새롭게 만든 고객별 맞춤 베스트 상품 안내 서비스를 배치했으며, 주요 진행 이벤트 및 스탬프 쿠폰 등 다양한 고객 혜택은 이벤트+ 화면에서 한눈에 볼 수 있도록 만들었다.

/나유리 기자

DGB금융

"얼음생수 5만개 드려요"

DGB금융그룹은 다음달 13일까지 5주간 '대프리카 오아시스(水) 얼음물드림(Dream)' 사업을 추진한다고 13일 밝혔다.

DGB대구는 10개 영업점 인근 도로에 아이스박스를 비치하고 대구광역시에서 제공하는 '달구벌 맑은물' 2만개를 포함해 총 5만개의 얼음생수를 지원한다. 평일 200개씩 제공하며, 조기 소진 시 추가 보충한다.

이번 사업은 한국지역자활센터협회 대구지부와 함께 지역 자활 근로자들의 일자리 창출 일환으로 DGB사회공헌재단에서 사업비를 부담한다.

/이영석 기자

SC제일銀, 생애 자산관리 웹 페이지 개설

'프리미어 에이지' 전용

SC제일은행이 생애 자산관리 솔루션 '프리미어 에이지(Premier Age)' 전용 웹 페이지를 개설했다.

SC제일은행은 정보가 부족한 MZ세대까지 생애 자산관리 서비스를 확대하기 위해 생애 자산관리 솔루션 '프리미어 에이지(Premier Age)' 웹 페이지를 개설했다고 13일 밝혔다.

전용 웹 페이지에서는 MZ세대를 위한 자산관리 관련 영상과 채테크 성향 분석 설문조사 등을 통해 생애자산관

리에 대한 필요성을 제공한다.

웹세미나도 제공한다. 오는 8월부터는 '은퇴를 위해 준비해야 할 3가지'라는 주제로 ▲은퇴를 위한 가족과 친구 관계 플래닝 ▲파이어족을 꿈꾸는 MZ세대의 은퇴 준비 ▲골프 원포인트 레슨을 제공한다. 웹사이트에서 프리미어 에이지 서비스를 신청한 고객은 누구나 세미나당일 URL 링크를 문자메시지로 받아 접속할 수 있다. 서비스 신청자 중 선착순 300명은 '은퇴 후 30년을 준비하라'(저자 오종남 박사)를 오디오북으로 제공한다.

/나유리 기자