

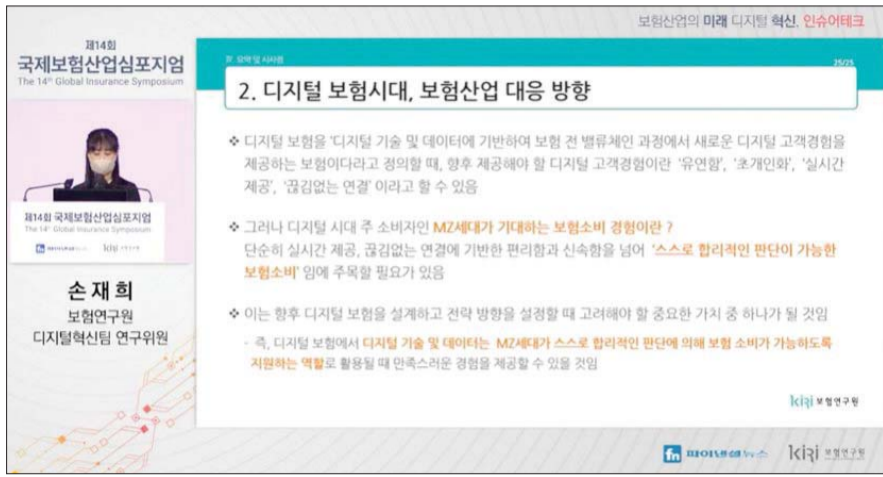
“디지털 전환, 보험산업에 새로운 성장동력이자 위협”

제14회 국제보험산업 심포지엄
디지털화에 따른 긍정효과 지속
새로운 경쟁자로 인식될 가능성
정보 비대칭 해소하는 것 필요

디지털 전환을 통한 경쟁력 확보가 보험회사의 중요한 화두로 떠오르고 있다. 디지털 전환은 보험회사에 새로운 성장동력을 마련해 주는 기회가 될 수도 있지만 또다른 경쟁자 등장으로 위협이 될 수도 있다는 지적이 나온다.
◆디지털 전환…보험산업 새 먹거리 부상

이안 그린 MDRT협회 회장은 14일 보험연구원원이 개최한 보험산업의 미래 디지털 혁신 ‘인슈어테크’ 주제로 열린 ‘제14회 국제보험산업 심포지엄’에서 “보험산업의 디지털화는 피할 수 없는 글로벌 트렌드다”라며 “이러한 기술적 통합으로 인한 긍정적 효과는 앞으로 지속될 것”이라고 밝혔다.

그는 특히 보험산업의 디지털화에 따른 긍정적 효과로 ▲비용 절감 ▲빠르고 효율적인 체계 ▲정확한 예측 및 위험 관리 등을 예시로 꼽았다.



손재희 보험연구원 디지털혁신팀 연구위원이 ‘디지털 보험시대, 보험산업 대응 방향’에 대해 설명하고 있다. /보험산업의 미래 디지털 혁신 ‘인슈어테크’ 온라인 생중계 화면 캡처

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인한 산업의 디지털화는 보험산업의 성장을 가속화 했다고도 강조했다.

그러면서 “팬데믹(대유행) 발발 이전과 이후, 디지털화된 소통 등 기술적 혁신들은 전문가들과 고객에게 동일한 기능을 선사해 준다”며 “극도로 불확실해지는 세계에서 불확실성을 줄여줄 것”이라고 말했다.

다만 디지털화된 소통만으로는 불확실성을 해결할 수 없다면 인슈어

테크(InsurTech·보험과 첨단기술의 접목) 혁신의 중요성에 대해서도 언급했다.

그는 “대부분의 영향력 있는 혁신들은 인슈어테크 혁신에서 비롯된다”며 “정확한 가격 및 위험 예측, 고객 요구 사항 파악, 보험설계사들의 비용 감소 등의 효과를 볼 수 있을 것”이라고 설명했다.

이날 강연자로 참석한 알렉산더 브라운 세인트갤런대학 보험경제학 연구소장도 “2016년 이전 인슈어테크라는

용어는 존재하지도 않았다. 하지만 이제는 보험산업이 ‘디지털 전환’이란 단어로 나아갈 수 있도록 했다”고 분석했다. 이에 따라 각국 보험회사도 인슈어테크에 대한 투자를 점차 확대해 가고 있는 모습이다.

◆새로운 경쟁자 부상 ‘대비 필요’
다만 보험회사의 새로운 경쟁자로 부상할 수 있기 때문에 관련 대응도 필요하다라는 지적이다.

알렉산더 브라운 연구소장은 “기존 보험회사의 관점에서 살펴보면 시장 점유율을 확보하려는 회사의 등장에 따라 경쟁자로 인식될 수 있다”라며 “그들은 앞으로 낮은 가격으로 상품을 제공할 수 있는 만큼 수익의 관점에서 심각하게 받아들여야 한다”고 조언했다.

이어 “하지만 신생기업들은 조력자들의 역할을 할 것이므로 혼란은 일어나지 않을 것으로 예측되지만 스타트업업을 모니터링하는 등의 올바른 시장 전략은 필요하다”고 했다.

손재희 보험연구원 디지털혁신팀 연구위원도 “디지털 전환·보험에 대한 관심이 높아지고 있는 데는 디지털 세대인 MZ세대의 경제활동 비중 증가를

빼놓을 수 없다”며 “디지털 시대 주 소비자인 MZ세대는 단순히 실시간 제공, 끊임없는 연결에 기반한 편리함과 신속함을 넘어 ‘스스로 합리적인 판단이 가능한 보험소비’임에 주목해야 한다”고 강조했다.

그러면서 “디지털 보험에서 디지털 기술 및 데이터는 MZ세대가 스스로 합리적인 판단에 의해 보험 소비가 가능하도록 지원하는 역할로 활용될 때 만족스러운 경험을 제공할 수 있을 것”이라고 했다.

끝으로 서윤석 비바리퍼블리카 사업개발실 실장도 “4차 혁명을 통해 블록체인, 인공지능, 빅데이터, 사물인터넷 등 혁신적인 기술이 보험과 결합한 인슈어테크의 형태로 보험산업 발전에 기여하고 있으나 주로 공급자인 보험회사 중심의 논의와 적용이 이뤄지고 있어 소비자 중심의 논의도 필요하다”라며 “보험의 정보 비대칭성으로 인해 불안전판매를 겪거나 설계사와 상품을 선택하는 데 어려움을 겪고 있는 만큼 정보 비대칭을 해소하는 것도 필요하다”고 덧붙였다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

KB국민銀, 5억유로 규모 ‘그린본드’ 발행

국내 최초 그린 커버드본드
친환경 프로젝트 사용 예정

KB국민은행은 지난 13일 5억유로 규모의 5년 만기 글로벌 커버드본드 발행에 성공했다고 14일 밝혔다.

이번 발행은 지난해 7월 국내 시중은행 최초로 유로화 커버드본드(이중상환 청구권부채권)를 발행한 이후 두 번째 유로화 발행이다. 발행금리는 5년 유로화 스왑 금리에 14bp(1bp=0.01%포인트)를 가산한 연 0.048%로 결정됐으며, 싱가포르 거래소에 상장된다.

국제 신용평가사 S&P와 피치(Fitch)로부터 최고등급인 ‘AAA’의 신용등

급을 부여받아 높은 신용도와 안정성을 인정받았다. 또 최근 정부에서 발행한 외평채의 성공적 발행으로 한국물에 대한 관심이 높아진 영향이 투자자들의 견조한 수요를 이끌어냈다. 총 10억유로를 상화하는 주문을 확보하며 최종 가산금리는 최초 제시한 금리(이니셜 가이던스) 대비 4bp 절감된 14bp로 결정됐으며, 쿠폰금리는 제로(0)금리 수준인 0.048%다.

특히 이번 유로화 커버드본드는 국내 최초의 그린 커버드본드로, 조달된 자금은 온실가스 감축, 신재생에너지 사업 지원 등 KB국민은행의 지속 가능 금융 관리체계에 부합하는 친환경 프로젝

트에 사용될 예정이다.

이번 발행은 BNP파리바, 씨티그룹, 크레디트스위스, ING, J.P. 모건 및 KB증권이 주간사로 참여했다. 투자자 구성은 지역별로는 유럽이 99% 이상이며, 투자기관별로는 중앙은행·국제기구 25%, 자산운용사 49%, 은행 26%를 차지했다.

KB국민은행 관계자는 “연이은 유로화 커버드본드 발행을 통해 경쟁력있는 금리로 외화조달이 가능했다”며 “특히 국내 최초 그린 커버드본드 발행으로 가산금리 축소뿐만 아니라, 국내 ESG경영의 선도 금융기관으로서 국제적 위상을 제고했다”고 밝혔다. /이영석 기자 ysl@



신한은행이 게르(GER)의 ‘미니룸’을 디지털로 브랜치 서소문에서 전시하는 모습. /신한은행

은행서 캠핑 체험… 신한銀, 게르와 협업

디지털로 브랜치 서소문서 운영

신한은행이 캠핑 트레일러 전문업체 ‘게르(GER)’와 샵생콜라보 마케팅을 진행한다

이번 마케팅을 통해 고객들은 10월 29일까지 게르의 최신모델인 미니룸을 디지털로 브랜치 서소문에서 확인할 수 있다. 상담부스도 운영해 상담부터 계약까지 가능하다.

계약을 완료한 고객은 신한은행의 자

동차 금융 상품인 ‘신한 My car 대출’

신청 시 특별 우대 금리 0.2%를 제공하고, 게르(GER)는 온열매트, LED 등 추가 옵션을 무상으로 제공한다.

신한은행 관계자는 “디지털로 브랜치를 통해 은행을 방문하는 고객에게 새로운 경험을 제공하고자 이상을 뛰어넘는 신선한 만남을 계속 추진할 계획”이라며 “사회적기업으로서 중소기업과의 상생을 통한 ESG 실천을 지속하겠다”고 말했다. /나누리 기자 yul115@

KB국민은행, 레고랜드 코리아리조트와 업무협약

협력 범위 확대 예정

KB국민은행은 14일 레고랜드 코리아리조트와 은행부문 마케팅 파트너십 업무협약을 체결했다.

이번 업무협약을 통한 협력 분야는 ▲은행 부문 마케팅 독점권 확보 ▲레고랜드파크 내 브랜딩 홍보 스폿 제공 ▲금융부서 협력 ▲무료입장권 및 입장권 할인 제공, VIP초청행사 등이다. 양사는 향후 협력 범위를 확대해 나갈 예정이다.

내년 5월 5일 어린이날 오픈하는 레고랜드 코리아리조트는 강원도 춘천 중도에 위치했다. ▲브릭토피아 ▲브릭스트리트 ▲레고 시티 ▲레고 난자고 월드 ▲해적의 바다 ▲레고 캐슬 ▲미니랜드 등 7개의 레고 테마 구역에 약



14일 KB국민은행 여의도 신관에서 열린 협약식에서 허인 KB국민은행장(오른쪽)이 김영필 레고랜드 코리아리조트 사장과 기념촬영을 하고 있다. /KB국민은행

40여개 놀이기구와 어트랙션이 들어선다. 또 테마파크 초입에 편리한 접근성을 가진 레고랜드 호텔을 함께 오픈해 레고 테마로 꾸며진 154개 객실을 선보일 예정이다.

KB국민은행 관계자는 “이번 협약을 통해 레고랜드 코리아리조트와 KB국민은행이 동반자 관계를 구축하고 다양한 분야에서 시너지를 창출할 것으로 기대한다”고 밝혔다. /이영석 기자

NH농협은행, 급여이체 고객 경품이벤트

NH농협은행이 하반기 채용시즌을 맞아 다음달 15일까지 경품 이벤트를 진행한다. NH농협은행은 급여이체 신규고객을 대상으로 ‘농협은행에 빠져라! NH홀릭(Holic)’ 이벤트를 실시한다고 14일 밝혔다.

이번 행사는 해당 기간 동안 농협은행 입출금계좌로 급여(50만원 이상)가 처음 입금된 고객을 대상으로 추첨을 통해 ▲1등 LG노트북 그래프(1명) ▲2등

에어팟Pro(5명) ▲3등 모바일문화상품권 1만원권(100명)을 제공한다. 참여하려면 인터넷·스마트뱅킹 또는 ‘올원뱅크’ 이벤트 탭을 통해 응모하면 된다.

응모한 고객 중 이벤트 종료일인 다음달 15일 기준으로 NH농협은행 개인 신용카드(채움) 결제계좌가 농협은행인 고객을 대상으로 추첨을 통해 모바일페미니상품권 3만원권(200명)도 제공한다. /권소완 기자 think@