

# 펫보험 등 디지털 신사업 본격 추진... 글로벌 공략도 박차

## 2023 보험사 경영전략

### ⑤ 삼성화재

‘작!한생활시리즈’ 50만명 가입  
어르신 위한 친화형 서비스 도입  
블루오션 펫보험 ‘O모O모’ 출시  
현지법인 통해 해외 진출 가속화

금융업계가 디지털 전환에 속도를 내는 가운데 삼성화재 또한 지난해에 이어 디지털사업에 본격 뛰어들 계획이다.

홍원학 삼성화재 대표는 “2022년이 디지털화 원년이었다면 2023년에는 디지털화를 가속화 하는 실행의 단계가 될 것”이라며 디지털사업에 무게를 두고 있다. 지난해 디지털본부를 신설하는 등 인력 투입 효과를 가시화하려는 전략으로 풀이된다.

또 다른 경영전략으로는 ‘실질 성장을 통한 확고한 차별화’다. 보험별 세분화 전략을 수립하고 영업을 확장할 계획이다. 장기보험은 입구 관리를 통해 효율성을 높이며 자동차보험은 수익성 제고에 나선다. 아울러 해외 7개국에 진출한 만큼 세계 시장 공략 또한 지속할 예정이다.

#### ◆ 디지털 사업 속도 ↑... 신사업과 시너지

삼성화재는 올해도 디지털 전환을



홍원학 삼성화재 대표. /삼성화재

중점 과제로 잡았다. 지난해 4월 삼성화재 다이렉트 애플리케이션에 탑재한 ‘작!한생활시리즈’의 가입자가 이달 50만명을 돌파하며 성과를 보이고 있다. 이어 지난 5일에는 자사 앱에 ‘시니어 친화형 모바일 서비스’를 담았다. 고객 확보의 일환으로 디지털 플랫폼에 익숙하지 않은 어르신들의 유입을 위해 개발했다.

삼성화재의 주력 디지털 플랫폼은 ▲애니핏 ▲다이렉트 작 ▲모니모 등이다. 개인 건강 상태 확인 및 개선, 맞춤형 보험상품 소개, 전용 상품 개발 등 폭넓게 구성했다.

‘애니핏’은 건강관리 서비스다. 애니핏 앱을 이용하면 갤럭시 시리즈에 탑



삼성화재 애니핏, 모니모, 다이렉트 작 이미지. /삼성화재

재된 ‘삼성헬스’ 앱과 연동된다. 소비자가 설정한 운동 목표를 완료하면 포인트를 적립하는 등 혜택을 제공한다. 지난달에는 ‘마음 건강관리’ 기능을 추가하며 영역을 넓혀 나가고 있다.

‘다이렉트 작’은 보험 상품 설명 서비스다. 개인별 맞춤보장 분석과 함께 보험료를 산출한다. 주기적으로 이벤트를 진행하면서 신규 고객 유입을 늘리고 있다. 최근에는 ‘마일리지 운전자보험’과 ‘미니생활보험’ 등을 새롭게 출시했다.

모니모는 삼성금융계열사가 내놓은 ‘슈퍼앱’으로 통한다. 삼성화재뿐 아니라 생명·증권·카드 등 삼성 계열 금융사가 참여해 시너지를 일으킨다. 회사



삼성화재 애니핏, 모니모, 다이렉트 작 이미지. /삼성화재

내 곳이 모니모 전용 상품을 출시하면서 소비자층을 늘리고 있다. 삼성화재는 지난해 모니모를 통해 ‘미니 자전거보험’을 내놓았다.

디지털 플랫폼을 활용해 신사업 진출에도 나선다. 지난달 ‘O모O모(오모오모)’ 서비스를 출시하면서 본격적으로 펫보험 시장에 뛰어 들었다.

펫보험 시장은 보험업계에서 10여년간 블루오션으로 통했다. 1500만 가구에서 반려동물을 키우고 있는 것으로 추정하지만 펫보험 가입률은 1% 미만으로 추산하고 있다. 경쟁력 있는 상품을 선점하면 거대 시장의 독주가 가능한 셈이다.

#### ◆ 해외시장 공략 가속화... 상품다각화

삼성화재는 인도네시아, 베트남, 중국, 영국, 미국, 싱가포르, 아랍에미리트 등 7개 나라에 현지 법인을 세우고 해외 시장 공략에 나서고 있다.

지난해 상반기에는 7곳의 해외법인에서 393억6100만원의 당기순이익을 거뒀다. 2021년 상반기 대비 141%가량 상승했다.

이처럼 삼성화재는 지난해 해외 시장에서 뚜렷한 성과를 거뒀다. 홍 대표는 과거 전략영업본부장, 설계사(FC) 영업 1본부장 등을 역임한 이력이 있다. 영업 업무에 관한 이해도가 높은 만큼 올해도 해외 진출에 박차를 가할 예정이다.

가장 최근 새로운 소식을 알린 곳은 중국 시장이다. 2005년 삼성화재 중국 법인으로 출범했지만 지난해 중국의 인터넷 미디어 기업인 ‘텐센트’와 손을 맞잡고 합작법인으로 탈바꿈했다.

텐센트는 중국시장 내 메신저 앱 점유율 1위를 기록하고 있는 ‘위챗’을 개발한 IT회사다. 삼성화재는 텐센트와의 협업을 통해 위챗에서 보험상품을 판매하는 등 시장 점유율 확보에 나설 수 있다.

홍 대표는 지난 하반기 경영전략 회의를 통해 “글로벌 시장 불확실성에 대비해야 한다”고 강조하면서 해외 시장 진출에도 꾸준한 노력을 기울일 것을 시사한 바 있다.

/김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr

## 작년 11월 은행 예적금 58조 ↑... 역대 최대

### 가파른 금리상승에 자금 이동 시중 통화량 27조3000억 증가

지난해 11월 시중에 풀린 돈이 27조 3000억원 늘었다. 가파른 금리상승에 가계와 기업의 자금이 은행 예·적금으로 몰렸기 때문이다. 정기 예·적금 규모는 58조원 이상 급증해 역대 최대를 기록했다.

한국은행이 17일 발표한 ‘2022년 11월 통화 및 유동성 동향’에 따르면 지난 11월 시중통화량 평균잔액은 광의통화(M2) 기준 3895조3000억원으로 전월 대비 27조3000억원 늘었다.

M2는 현금, 요구불예금, 수시입출식 저축성예금 등 협의통화(M1)에 머니마켓펀드(MMF), 2년미만 정기 예·적금, 수익증권 등 금융상품을 포함하는 넓은 의미의 통화지표다.

상품별로 보면 11월 정기예·적금은 58조4000억원 급증했다. 이는 통계 작



한국은행 관계자들이 시중은행에 공급할 설명절자금을 발송하는 모습. /한국은행 사진공동취재단

성 이후 최대 증가폭이다. 반면 수시입출식저축성예금은 19조1000억원 감소했다. 투자처를 찾지 못한 수시입출식저축성예금에 자금이 쏠리던 시기를 지나 안전자산 선호 경향이 뚜렷해지며 자금이 이동했다는 설명이다.

경제주체별로는 가계 및 비영리단체의 M2가 14조1000억원 늘고, 기업의 M

2 역시 정기에·적금을 중심으로 3조 8000억원 증가했다. 기타 M2는 지방교부금 유입의 영향으로 7조9000억원 증가했다.

한국은행이 금리인상 기조를 이어갈 것으로 예상되기 때문에 당분간 시중 통화량 증가세는 둔화되고, 은행으로 시중자금이 이동하는 흐름은 지속될 것으로 보인다. 이달 한국은행은 기준금리를 0.25%포인트(p) 인상해 연 3.5%로 끌어올렸다.

단기자금 지표인 M1(협의통화)은 지난 11월 기준 1260조3000억원으로 전월 대비 2.7%(34조4000억원) 줄었다. 현금통화와 결제성 예금이 줄어든 영향이다.

M1은 은행의 요구불예금, 수시입출식저축성예금 등 언제든지 현금화가 가능해 높은 수익률을 좇아 움직이기 쉬운 자금을 의미한다. M1의 경우 전년 동월 대비 증가율이 -6.8%로 세 달 연속 감소세를 이어갔다. /나유리 기자 yul115@

## 카카오뱅크, 개인사업자 세금조회 서비스

### 앱 통해 부가가치세 간편 신고 5월 종합소득세 등 순차 서비스

카카오뱅크가 개인사업자를 위한 ‘세금 조회·신고’ 서비스를 출시한다고 17일 밝혔다. 개인사업자들은 올해 1월 부가가치세 신고부터 카카오뱅크 앱을 통해 간편하게 세무 신고를 할 수 있다.

‘세금 조회·신고’ 서비스는 넬리소프트가 운영하는 세금 신고 서비스 ‘셈(SSEM)’을 별도의 앱 설치나 로그인 없이 카카오뱅크 앱 내에서 이용할 수 있다.

자체 간편인증서 인증으로 전자매출 및 매출 자료를 자동으로 수집하고 세금공제를 받을 수 있는 항목을 인공지능(AI) 알고리즘으로 분류한다. 이후 계산된 세금을 앱 화면에 보여주면 바로 신고까지 가능하다. 개인사업자는 세금 신고를 위해 국세청 홈택스에 접속할 필요가 없다.

나유리 기자 yul115@

세금 조회는 횟수 제한 없이 무료이며, 세금 신고는 건당 3만3000원 이하 이용할 수 있다.

‘세금 조회·신고’ 서비스는 1월 부가가치세 신고부터 제공한다. 카카오뱅크는 1월 부가가치세 신고 서비스를 시작으로 5월의 종합소득세, 7월 부가가치세 조회·신고도 서비스할 계획이다.

이번 1월 부가가치세 신고·조회는 오는 27일까지 카카오뱅크 앱에서 이용할 수 있다.

카카오뱅크는 “지난해 11월 출시한 개인사업자 बैं킹 서비스와 함께 세무 서비스까지 제공하면서 카카오뱅크 개인사업자 고객들의 편의성이 높아질 것”이라며 “세무 서비스뿐 아니라 개인사업자본의 금융생활에 실질적인 도움을 주는 상품과 서비스를 제공해 고객 만족도를 높여 나가겠다”고 말했다.

/나유리 기자

## 신한은행 ‘어린이금융체험교실’ 새 단장

### 입체감 있는 디지털 금융교육 진행

신한은행은 서울시 중구 동 소재 신한은행 금융교육센터에서 신한어린이금융체험교실을 새롭게 개편해 선보인다고 17일 밝혔다.

신한어린이금융체험교실은 신한은

행이 2012년부터 진행한 초·중·고·대학생 대상 체험형 금융교육 프로그램이다.

새롭게 개편한 신한어린이금융체험교실은 디지털 기기를 활용해 통장개설, 적금가입, 환전 등 금융지식 습득과 조별 미션을 통해 카드 이용과 소비 등 재미요소를 더한 참여형 프로그램으로

구성했다.

특히 ▲신한 솔(SOL) 모바일 बैं킹 체험이 가능한 ‘디지털 존’ ▲외국 국가들이 사용하는 화폐를 보고 환율의 개념을 배울 수 있는 ‘외환 존’ ▲금융의 흐름 및 금융회사의 역할을 이해하는 ‘미디어 월’을 활용해 디지털 세대에 맞는 입체감 있는 디지털 금융 교육도 함께 진행한다.

/나유리 기자

## 농협銀, 설 명절 휴게소 이동식 ATM 운영

NH농협은행이 명절을 앞두고 휴게소 이동식 자동화기기(ATM)를 운영한다.

NH농협은행은 설 명절을 맞아 고향을 방문하는 고객을 위해 중부고속도로 하남드림휴게소(하행선)에서 이동점포를 운영한다고 17일 밝혔다.

오는 20일부터 운영에 나서는 이동식 ATM은 차량형 이동점포로 무선통신

망을 이용해 찾아가는 금융서비스를 제공하고 있다. 신권 인출, 계좌이체 등 서비스를 이용할 수 있다.

농협은행 관계자는 “명절을 비롯해 전국의 지역행사 및 축제, 재난현장 등 다양한 현장에서 금융서비스를 제공하기 위해 이동점포를 운영하고 있다”고 말했다.

/김정산 기자