

디지털 헬스케어 시장 동향 및 보험사의 과제

- I. 보험사의 디지털 헬스케어 진출 현황
- II. 디지털 헬스케어 경쟁력 강화 방향
- III. 시사점



김도연
KB경영연구소 보험연구센터장

I. 보험사의 디지털 헬스케어 진출 현황

고령화와 팬데믹으로 인한 건강 인식 증가와 정부의 헬스케어 활성화 정책에 따라 보험사들은 주요 성장전략의 하나로 디지털 헬스케어 시장 진출을 확대하고 있다.

일반적으로 보험사의 디지털 헬스케어는 검진·활동·영양 정보를 바탕으로 개인 맞춤형 코칭과 미션에 따른 리워드를 제공함으로써 건강 행동을 유도하는 맞춤형 건강관리를 제공하고 있다. 과거 보험사의 헬스케어 서비스는 기존에는 걸음수에 연계하여 리워드를 제공하는 형태가 대부분이었지만, 건강위험 예측, 만성질환·정신건강 관리, 식단 관리, 운동자세 관리 등 서비스가 점차 다양해지는 추세이다.

업계 최초로 헬스케어 자회사를 설립한 KB손해

보험을 비롯해 삼성화재, 삼성생명, 신한라이프, NH농협생명 등 대형 보험사들의 진출이 활발해지면서 디지털 헬스케어 시장 선점을 위한 경쟁도 심화되고 있다. NH농협생명은 지난해 7월 디지털 헬스케어 앱 'NH헬스케어'를 출시하였고, 삼성생명도 같은 해 4월 '더헬스' 앱을 출시하며 헬스케어 서비스를 고도화하였다. 신한라이프도 지난해 인공지능 기반 홈트레이닝에 특화한 '하우핏'을 출시하며 헬스케어 시장에 진출하였다.

KB손해보험과 삼성화재의 경우 건강검진부터 건강분석과 건강관리, 커머스에 이르는 전반적인 헬스케어 서비스 라인업 구축을 이루었다는 점에서 다른 보험사와 차별화되고 있다. 특히 건강검진 데이터를 기반으로 건강점수를 산출하여 건강상태를 수치로 보여주고, 자체 설문 및 일상 행동 기록으로 건강상태를 파악하여 개인의 라이프스타일을 반영한 맞춤형 건강관리 프로그램 추천 기능을 제공하고 있다.

〈그림 1〉 국내 보험사의 디지털 헬스케어 서비스 형태



※ 자료: 연구자 작성, KB헬스케어(KB손해보험 자회사), 삼성화재

II. 디지털 헬스케어 경쟁력 강화 방향

헬스케어 플랫폼의 경쟁력 강화를 위해 보험사는 데이터와 AI 예측과 같은 핵심역량을 기반으로 전략적 제휴 및 M&A를 통한 독자적인 생태계 구축과 서비스 확대를 고려해야 한다. 본 장에서는 국내외 사례를 통해 디지털 헬스케어 성장에 필요한 요소를 데이터 기반 맞춤형 제안 역량 구축 △투자·제휴 통한 역량 강화 △B2B 기반 수익구조 확보 측면으로 나누어 보고자 한다.

① 데이터 기반 개인 맞춤형 제안 역량 구축

디지털 헬스케어 플랫폼은 고객의 데이터를 바탕으로 최적의 제안을 할 수 있는 역량을 갖추었

는지가 중요하다. 이를 위해서 보험사는 의료·건강데이터 인프라와 건강상태 예측 솔루션을 내재화하여 분석 역량을 고도화하고, 맞춤형 코칭으로 차별화된 가치 제공이 필요하다. 또한 고객의 참여를 유도하여 행동 변화를 이끌어 낼 수 있는 인센티브의 개발도 동반되어야 한다.

대표적인 사례로 글로벌 디지털 헬스케어 기업 ‘버진펄스(Virgin Pulse)’¹⁾의 ‘Homebase for Health’ 플랫폼은 데이터를 통해 개인화된 서비스를 제공하고 다양한 채널로 참여를 유도해 플랫폼 이용을 활성화하고 있다. 2억 7,500만명의 고객 데이터를 활용한 독자적인 고객 건강 DB 구축 및 예측 모델을 통해 개인화된 참여 유도과 인센티브 설계, 비용 관리 등을 최적화하였다. 고객의

〈그림 2〉 보험사의 디지털 헬스케어 플랫폼의 성장 방향



※ 자료: 연구자 작성

1) 버진펄스는 7천개 이상 기업(Fortune500 기업의 25%를 포함)을 대상으로 21개 언어로 서비스 중인 글로벌 헬스케어 기업

건강 분석에 기반한 실시간 인사이트와 참여를 유도하는 개인화된 콘텐츠를 제공하고 다중 채널 마케팅으로 플랫폼 이용을 활성화한 것이다. 또한 선별된 다양한 서비스²⁾를 단일 플랫폼에서 제공함으로써 헬스케어 서비스를 이용하는 기업은 직접 여러 공급업체와 협상할 필요 없이 니즈에 맞춰 필요 영역을 선택하여 서비스를 이용할 수 있는 장점도 있다.

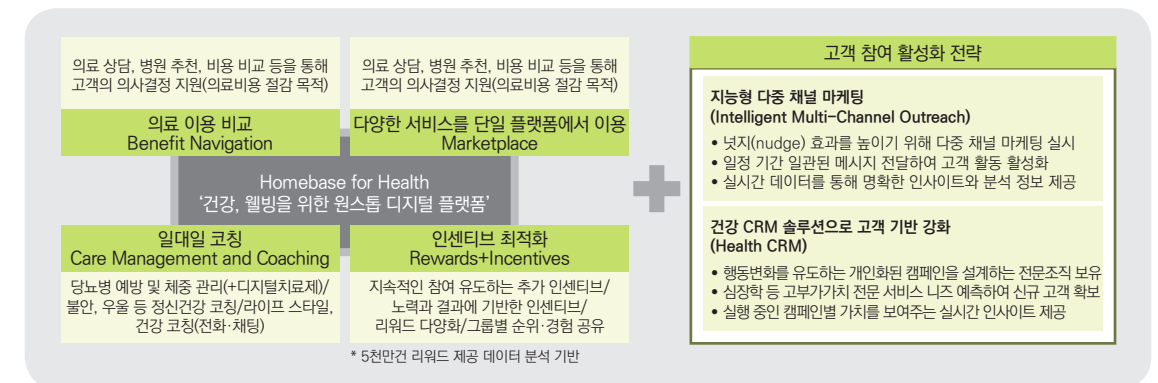
② 투자·제휴를 통한 헬스케어 역량 강화

개인화된 서비스 제공을 위해서는 다양한 헬스케어 서비스에 투자 및 제휴함으로써 건강관리 영역을 지속적으로 확대하고 변화하는 고객 니즈에 대응해 나가야 한다. 특히 의료 인프라 또

는 의학적 전문성이 요구되어 자체적으로 구축이 어려운 영역은 전문기업과의 협업이 필수적이며, 회사별 전략에 따라 우선순위를 고려한 지속적인 투자가 이뤄져야 할 것이다.

미국 건강보험사 유나이티드헬스그룹의 헬스케어 자회사 ‘옵티움(Optum)’³⁾은 지속적인 투자를 통해 서비스 영역을 확장하면서 경쟁력을 강화한 대표적인 사례라고 볼 수 있다. PBM⁴⁾ 사업과 원격의료, 헬스케어 데이터 기반 컨설팅 등 강력한 디지털 헬스케어 경쟁력을 보유한 옵티움은 환자 커뮤니티(‘Patientslikeme’⁵⁾), 원격 환자 모니터링(‘Vivify health’⁶⁾), 정신건강 케어(‘Able to’⁷⁾), 재택의료(‘NaviHealth’⁸⁾) 등 분야에 투자함으로써 신규 비즈니스 영역을 지속적

〈그림 3〉 美 Virgin Pulse의 헬스케어 플랫폼 ‘Homebase for Health’ 특징



※ 자료: 연구자 작성, Virgin Pulse

2) 정신건강, 영양, 신체활동, 수면, 금연, 재정적웰빙, 가족건강, 의료비용절감, 전문가 의학 소견 등 각 분야의 기업과 제휴
3) 옵티움의 디지털 헬스케어 사업은 옵티움RX(약제관리), 옵티움헬스(의료/헬스케어), 옵티움인사이트(데이터분석솔루션)를 통해 원격의료와 의약품 처방·배출, 데이터 분석 기반 헬스케어 서비스 기반을 갖추었음
4) 미국은 사적보험 제도로 민간이 약값을 결정하는 구조로, PBM(pharmacy benefit management)은 제약사와 약가 및 리베이트 수준을 논의하고 처방 가능한 약제 목록을 관리함
5) 패이션츠라이크미(Patientslikeme)는 2,800가지 이상 질환, 85만명 회원으로 구성된 세계chleo 환자 커뮤니티로, 커뮤니티를 통해 개인화된 건강 인사이트를 제공하고 효과적인 치료 계획을 지원
6) 비비파이헬스(Vivify health)는 클라우드 기반 원격 환자 모니터링 기업으로, 개인화된 치료 계획, 생체 인식 데이터 모니터링, 다중 채널 환자 교육 등을 제공하는 디지털 솔루션
7) 에이블투(AbleTo)는 치료사와의 가상 세션을 통해 개인화된 정신건강 케어 프로그램 제공
8) 내비헬스(NaviHealth)는 퇴원 후 치료와 관리를 지원하는 재택의료 플랫폼

으로 확대하였다. 미국 내 재택의료에 늘어나는 수요에 대응하여 ‘랜드마크(LandMark)’, ‘엘에이치씨 그룹(LHC Group)’ 등 관련 분야 투자를 계속 이어갔다.

또한 PBM과 데이터분석 등 기존 핵심역량 분야에서도 기업 인수를 통해 사업 경쟁력을 강화하였다. 2015년 당시 PBM 시장 4위 사업자(‘칸타마란알엑스(CatamaranRx)’)를 인수하며 3위 사업자였던 ‘옵팀Rx’는 PBM 시장 3강 체제를 구축하였고, 의료 IT 솔루션 기업 ‘체인지 헬스케어(Change Healthcare)’를 인수하며 AI 데이터 분석 솔루션 역량을 강화하기도 하였다.

③ B2B 고객 기반 구축을 통한 안정적인 수익 구조 마련

헬스케어 서비스는 장기적인 관계 형성이 가능하고 비용을 지불하는 지불주체(payer)가 명확한

기업고객 마케팅(B2B)에 우선 집중함으로써 안정적인 수익 기반 구축을 위한 노력이 필요하다. 개인 고객 대상의 헬스케어 서비스는 사업 초기에 다수의 고객군 확보에 어려움을 겪을 가능성이 높고, 마케팅을 통해 고객을 모집하더라도 다양한 고객 니즈를 충족하지 못하여 고객이 서비스를 계속 이용하지 않을 위험이 존재한다.

지난해 건강친화기업 인증제도 도입 등 근로자의 건강증진에 대한 사회적 관심이 확대되는 추세에 따라 기업 임직원을 대상으로 한 헬스케어 수요는 계속 증가할 것으로 예상된다.

국내에는 최근 기업 임직원 대상 B2B 헬스케어 서비스 진출이 활발해지고 있다. 굿닥과 같은 비대면진료 플랫폼 기업들은 수익창출의 어려움으로 B2C 방식에서 B2B로 사업을 확대하고 있고, 대기업들도 관련 시장에 진출이 늘어나고 있다.

HD현대의 헬스케어 솔루션 기업 메디플러스 솔루션은 지난해 6월 교보생명과 함께 보험 고객과 기업 임직원 대상의 헬스케어 솔루션 공동개발 계획을 밝혔고, 올해 1월 미래에셋생명의 암 진단금을 수령한 고객에게 운동과 영양상담, 복약 지도 등 암 애프터케어 프로그램 개발을 위한 협약을 체결하였다.

또한 B2B 기반을 갖춘 기업들은 B2C로 비즈니스를 확장하려는 움직임도 나타나고 있다. 기업 임직원 건강검진과 보험사 고객 대상 건강관리 서비스에 중점을 뒀던 GC케어는 지난해 디지털 헬스케어 앱 ‘어퍼케어’를 출시하면서 기업 임직원 대상에서 모든 이용자를 위한 서비스로 확대하였다. 개인 대상으로 건강검진 예약과 질환 예측, 맞춤형케어 등의 서비스를 제공하는 것이다.

GC케어는 2020년 국내 최대 전자의무기록 기업 유비케어와 빅데이터 전문기업 에이블애널리틱스 인수를 통해 디지털 헬스케어 기반을 갖추었고, 2022년 아이쿱 투자를 통해 만성질환 관리 역량을 강화하기도 하였다.

헬스케어 플랫폼 ‘오케어’를 통해 B2B 사업에 집중했던 KB헬스케어도 비대면진료, 방문 트레이닝, 시니어 케어 관련 스타트업과 서비스를 다양화하여 올해 하반기에는 B2C로 서비스 영역 확대 계획을 제시하고 있다.

III. 시사점

지난해 비의료 건강관리서비스 가이드라인 제정에 이어 올해 의료 마이데이터 도입 계획 등 디지털 헬스케어 시장 활성화를 위한 제도적 기반이 마련되고 있다. 보건복지부는 ‘비의료 건강관리서비스 가이드라인 및 사례집(2차)’을 통해 비의료기관이 만성질환자에게 제공 가능한 건강관리 서비스를 명확하게 하고 활용 가능한 건강관리 정보를 확대하였다.

이에 따라 보험사의 헬스케어 플랫폼에서 의료기관의 진단·처방·의뢰 범위 내에서 비의료기관이 건강상태 모니터링, 생활습관 지도 등 서비스 제공이 가능해졌고, 감수를 받은 건강관리 정보의 활용과 소개 대가가 없는 경우 의료기관 예약 대행 서비스 제공이 허용되었다.

의료 마이데이터의 도입은 디지털 헬스케어의 발전을 더욱 가속화할 것으로 전망되고 있다. 의료정보는 민감정보로 그동안 데이터 접근이나 활용이 제한적이었지만, 올해 3월 14일 개인정보보호법 개정안이 공포됨에 따라 마이데이터의 제도적 기반인 ‘개인정보 전송요구권’이 도입될 예정이다. 개인의 의료 데이터를 스마트폰 앱으로 확인할 수 있고, 본인이 제공하고자 하는 곳에 통합·표준화된 형태로 전송하여 활용할 수 있게 되는 것이다. 의료 마이데이터의 도입으로 보건

〈그림 4〉美 유나이티드헬스의 헬스케어 자회사 ‘옵팀’의 최근 투자 현황

강화 역량	세부 영역	2019년	2020년	2021년	2022년
건강관리 및 치료	환자 커뮤니티	Patients Like Me	-	-	-
	정신건강 코칭	Able To	-	-	Refresh
비용관리	근골격질환 관리	Kaia health	-	-	-
	의료 지불 관리	Equian	-	-	-
원격/재택 의료 (팬데믹 이후 수요 ↑)	급여약제 관리(PBM)	Diplomat	-	-	-
	원격 환자 모니터링	Vivify Health	-	-	-
의료 제공 인프라	재택의료	-	Navi Health	Land Mark	LHC Group
	의료 시스템/데이터	-	-	Change Healthcare	EMIS
	의료 네트워크	-	-	Atrius	Kelsey-Seybold

*해당년도는 인수 발표 기준

※ 자료: Optum, 언론종합



의료데이터의 활용이 가능해지면 디지털 헬스케어 서비스는 질환 예측 알고리즘이 더욱 고도화되고 개인 맞춤형 건강관리 서비스를 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

이와 같은 환경 변화에 대응하여 보험사는 지금까지의 외부 제후를 통한 성장에서 더 나아가 실질적인 개인 맞춤형 서비스 제공을 위한 자체 역량 강화 노력이 필요하다. 헬스케어 플랫폼의 핵심역량을 중심으로 직접 투자 또는 공동개발을 확대하여 독자적인 AI 알고리즘과 고객의 건강·

의료·활동 데이터에 기반한 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 생태계를 구축해야 할 것이다.

또한 보험사는 고객이 플랫폼 내 참여하는 활동(데이터와 콘텐츠, 인센티브, 커머스 등) 결과를 다음 제안과 연결하고, 챗봇과 메시지를 통해 고객의 지속적인 참여를 유도할 수 있어야 한다. 고객의 건강한 습관 형성을 위해서는 챗봇(메시지)의 역할이 중요하며, 이를 위해서는 콘텐츠와 인센티브의 개인화가 가능한 수준으로 고도화가 동반되어야 할 것이다.

1. 집합교육과정

과 정 명	교육기간(일)	시 간	비 고	과 정 명	교육기간(일)	시 간	비 고
배상책임보험과정	9-12	32H	고용	보험사기 최신 판례 분석 및 시사점 도출	17	5H	비고용
보험의학(자동차) 심화과정	10-12	20H		인프라, 원자재, 실물자산 투자	17-18	16H	
해상보험 기초과정	22-26	40H		DT 기반 Claim, U/W 업무혁신	18	8H	
보험상품·계리 트렌드 포럼	4.21-6.16	27H	비고용	핵심계리 전문인력 양성과정	5.18-7.6	91H	
보험 법무 역량 빌드업 과정	8-9, 15-16	26H		클레임 실무자를 위한 혈액암·뇌종양 완전정복	19	4H	
IFRS17(보험계약) 결산 실무과정	10-11	14H		보험의학(암)	23	4H	
기업보험 손해사정 트렌드 포럼	10, 17, 25	9H		알아야 판다 (증권분석과 보상사례 중심의 재물보험전문가 심화과정)	24	6H	
(회계사대상) IFRS17 연계 보험상품과 책임준비금 특별과정	10	21H		자금세탁방지 핵심요원과정(전금융권)	24-25	14H	
알아야 판다 (증권분석과 보상사례 중심의 재물보험전문가 기초과정)	16	6H					

* 부산국제금융연수원 과정(협회 회원사 무료)

2. 주요 사이버교육과정(매월 1일 개강, 1개월)

구분	과정명		시간	비고	과정명	시간	비고	
직 무	직무공통	보험IN(人)문학	5H	비고용	윤리리스크 경영	3H	비고용	
		보험계약법(기초)	10H		배상책임법리(기초)	5H		
		보험계약법 마스터	27H	비고용	보험소비자보호 기초과정	5H		
		보험업법 마스터	9H		(inSite) 금융·보험업계의 빅데이터 활용	1H		
		생명보험 관계법령 이해하기	21H		(inSite) 보험사 직원이라면, 꼭꼭 알아야 할 보험상품	각 2H		
		생명보험과정(2개월)	48H		Q&A로 알아보는 금융소비자보호법	2H		
		손해보험과정(2개월)	56H					
		자동차보험 이론	16H					
	보험 DT 아카데미	(inSite) 4차 산업혁명과 보험 산업	4H	비고용	(inSite) 생활패턴에 맞는 보험 솔루션	2H	비고용	
		(inSite) 보험 밸류체인별 인슈어테크 발전 방향	3H		(inSite) 헬스케어와 보험 산업	2H		
		(inSite) OCR 기술의 보험사 활용 사례	2H		(inSite) 디지털 신대륙을 개척할 것인가, 지배당할 것인가?	3H		
		(inSite) RPA와 보험업무 혁신	2H		(inSite) 블록체인과 보험산업	2H		
		(inSite) STT 기술의 보험사 활용 사례	2H		(inSite) DT 리터러시 - 알기 쉬운 디지털 마케팅	3H		
	상품계리	보험수리기초	20H	비고용	(기초필수코스) 보험회계기초과정	9H	비고용	
		Q&A로 시작하는 IFRS17 입문과정	5H		(기초필수코스) 리스크관리과정	10H		
		리스크관리실무(금리리스크)	2H					
	손해사정 /클레임	(기초필수코스) 생명보험 손해사정	9H	비고용	(말씀실전) 알아두면 쓸데많은 실손의료 잡학지식	2H	비고용	
		(기초필수코스) 손해보험 손해사정	6H					
	의 료 연 수	보 험 의 학	(입문)질병보험+암보험(통합)*	12H	비고용	(중급)질병 Inter	14H	비고용
			(입문)해부학+상해보험(통합)*	16H		(중급)암 Inter	6H	
			(초급)질병 Basic	18H		(중급)상해 Inter	6H	
			(초급)암 Basic	5H		(중급)2대 질환	4H	
			(초급)상해 Basic	9H				
		클 레 임	(입문)진단서+의료법+의료차트(통합)*	16H	비고용	(초급)실손의료보험 바로알기	9H	비고용
			(초급)보험한의학과치과+수술보험금 심사(통합)*	11H		(중급)CI보험 이해하기	2H	
			(초급)질병분류 사인코드+조직검사 바로보기(통합)*	8H		(중급)의료차트 조사기법	4H	
			(초급)클레임 고객 응대스킬+건강보험 및 의료수가(통합)*	9H		(중급)클레임 담당자가 알아야 할 U/W실무	2H	
		패키지	보험 의료연수 토탈 패키지(6개월)	147H	비고용	보험 의료연수 토탈 패키지(보험의학)(6개월)	88H	비고용
						보험 의료연수 토탈 패키지(클레임)(6개월)	59H	비고용
	AML	가상통화 관련 자금세탁 사례 연구	8H	비고용	자금세탁방지업무 감독 검사 및 사례	6H	비고용	
		경영진을 위한 핵심 자금세탁방지 제도의 이해	2H		자금세탁 전제범죄의 이해와 유형론	8H		
		보험회사 자금세탁방지 업무의 이해	6H		최신 자금세탁방지제도의 이해	8H		
		실무에 바로 활용하는 고객확인업무(CDD)수행	4H		STR 제도 개요 및 유형 이해	6H		
		보험영업	현장에서 꼭 알아야 하는 보험 세무컨설팅	21H	비고용	(inSite) 설계사의 비밀노트(통합)*	37H	비고용
자 격	보험전문인	세부 과목 및 내용은 전용 홈페이지(expert.in.or.kr) 참조						
	보험영업	보험대리점 총정리과정	14H	비고용	보험증개사 핵심기술 토틀아보기	6H	비고용	
	계약심사/관리	보험계약관리역	30H	비고용				
	변액보험	변액보험판매 자격과정	19H	비고용				
	KLU	AKLU(Step별 신청 가능)	33H	비고용	CKLU	29H	비고용	
		CKLU 시험대비 핵심요약 및 문제풀이	12H					
	AIU/CI/IFI	보험심사역(과목별 신청 가능)	-	비고용	보험조사분석사(과목별 수강 가능)	-	비고용	
	손사보조인	(제3보험)신체 손해사정사 보조인 교육과정	34H	블렌디드	(화재특종)재물 손해사정사 보조인 교육과정	34H	블렌디드	

* 통합과정의 경우 세부과목 별도 신청 가능(고용보험 비적용) / 각 교육과정에 대한 자세한 사항은 보험연수원 홈페이지(www.in.or.kr) 참조