

KISA - INSURTECH HACKATHON

Problems

- 보험이 주는 ‘무거운’ 인식
- 수입보험료 성장의 둔화, 해약 및 지급보험금 증가 등 전반적인 보험 산업의 둔화
- 저금리에 따른 보험사들의 소극적인 저축성 보험 판매 (But, **target** 대상인 20~30대는 상해보험보다 저축성 보험을 통한 자산증식에 더 관심이 있는 상황)

- Solving point -

노후화된 보험의 이미지를 탈피하고, ‘생’에 초점을 맞춘 가벼운 이미지의 보험을 제공하자!

Value Propositions

- On-demand, 커스터마이징 된 보험상품
 - 보험 상품은 타산업에 비해 커스터마이징보다 한 상품에서 선택 가능한 특약 수를 늘리는 것에 집중하고 있음. => 간소하고 유연한 상품을 제공해야
 - 자유 설계형 상품 등 고객의 취향과 편익에 맞춰야
 - **P2P 보험서비스 제공으로 해결 가능**
- 금융/보험상품 자체에 관심 없는 대상에게는 미니보험이라도 비용이 나가므로 관심두지 않거나 거부감을 가질 수 있음.
 - 일상에서 얻는 작은 행복에 대한 니즈가 커지고 있는 것을 감안해 소소한 보험금이라도 자주 제공하는 ‘일상에 녹아든 상품’을 만들어야 한다. (‘마일리지’를 현금처럼 지급해야)
 - 보험이 인생을 살아가는 데 필수적이라는 인식이 공유되면 보험산업이 지속성장할 수 있는 원동력이 될 것

Customer Segments

- **20~30대 : 미래 주요 수익처가 될 데이터 수집**
 - 10년 전 밀레니얼 세대 가입률보다 10%p 낮은 생명보험 가입률
 - 문제는, 저조한 가입현황과 다르게 가입 의향은 상대적으로 높다는 점
 - 왜? 자산 축적과 노후 소득 필요성을 인식했기 때문
 - 온라인 소비를 선호하는 성향 + 저렴한 보험, 꼭 필요한 보장만을 제공받길 원함
 - ‘현재’의 즐거움, 경험을 중시하는 소비태도를 가진 20-30대 세대의 소비성향과 저축여력을 고려할 때 - 만기가 짧거나, 자금 인출이 용이한 저축성 상품 선호할 것

- (결론) 미니보험 다량 판매로 자금을 pooling할 수만 있다면, 저축성 상품의 공급, 수요측이 win-win할 수 있는 구조

(참고)

<http://www.hani.co.kr/arti/economy/finance/904424.html#csidx50321e26ccadc72bd76be8ffaa80bc2>

- 언더라이팅에서 '부적격' 심사를 받은 사람들
 - 심사부적격으로 판단되면, 보험사의 입장에서 보장시도X, 활용가능한 데이터 경시됨. (그러나, 생활패턴 개선으로 질병 앓은 이후에도 건강한 피보험대상자가 될 수 있음)
 - 이를 해결하기 위해 '취미'라는 가벼운 주제로 보험서비스 사각지대의 사람들 포섭 가능
 - EX) 질병을 앓았으나 건강한 체질 개선 노력, 운동한 가입자에게 마일리지 제공 => 뚜렷한 건강상태 개선을 보이면 장기보험으로까지 연계가능
 - 이후에는, 언더라이팅으로 심사부적격으로 판단된 그룹들에 합해 동일한 위험률을 가진다고 평가되면 P2P 보험서비스를 연계하는 방안도 마련

Key Partners

- 보험회사 중 P2P금융 서비스를 제공하고 싶은 보험사의 자회사로 들어가야
(P2P 금융서비스까지 포섭하려면 보험회사의 '지정대리인' 자격을 부여받아야만 마일리지로 보험료 할인 혜택을 보장할 수 있다.)
- 메디블록 etc 모바일 헬스케어 앱 제공자 -> 일반 사업자도 API를 통해 의료정보 열람가능함
 - 커뮤니티 기능까지 포섭할 수 있는 앱을 구상하려면, 비슷한 의료정보를 가진 사람들이 가진 취미를 맞춤형으로 추천할 수 있음. (ex, '등산'을 2년간 하고 있는 50대 여성의 폐기능 완화 => 취미 추천인 동시에 취미 등록시, 대상자의 경과를 지켜보며 건강의 실제 개선 여부에 대한 데이터를 축적할 수 있다.)

Key Activities

- 장기간 가입을 유지해야 하고 중대 위험(사망, 진단, 입원, 수술, 통원 등)에 집중되어 있는 종합보험 상품 대비, 미니보험 상품은 단기간 일상생활에서 발생하는 다양한 위험을 단일 보장 위주로 보장
- 미니보험 + 장기적인 보험료 혜택으로 가져감(무사고시 상환받지 못하는 보험금에 대하여 일정 마일리지 제공 혜택 도입 -> 동신사&카드사와의 제휴로 해당 포인트까지 해당 마일리지 형태로 변환할 수 있다면 장기보험에 대한 비용부담이 줄어듦 것)
- 설계가능한 앱 (ex) 당신의 일정을 공개하세요 => 취미, 보험 등 맞춤형 추천 시스템, 직접 설계까지도

Key Resources

- Commission out : [통신사, 카드사 마일리지 전환 수수료], 모바일 헬스케어 앱 제공 데이터 활용
- Commission in : [제휴카드 결제 할인혜택], 보험사, 취미활동 장소 광고수입 etc

Channels

- 보험사가 모바일을 통해 소비자에게 직접 공급하게 되는 구조
- 통신사 멤버십, 카드사 포인트와 제휴
- 모바일 헬스케어 앱 제공 프로퍼티
- 보험사 역시 주도적으로 다양한 채널을 통해 홍보할 필요가 있다.(TM으로 온라인 매체 통한 광고)
- 대학생 대상 엑셀러레이팅 사업도 추진할만함

Risk

- 보험회사 거부 :
 - (1) 미니보험처럼 상품을 비교할 수 있다는 건 구조가 단순하다는 것의 반증이라고 느낄 수 있음. 이처럼 한정적인 시장에서 플랫폼 사업자에 이용 수수료 내야 하므로 협력할 유인이 충분하지 않을 수 있다.
 - (2) 보험사들은 대개 보험영업으로 얻는 수익보다 보험료를 굴려서 얻는 수익이 압도적임. 보험의 사이즈가 작고 저렴해질수록 수익을 내기 어려워짐.
- 고객이 느끼는 ‘보장 공백’ : 미니보험은 이름 그대로 보장 범위나 금액도 ‘미니’임. 암 환자의 치료비는 연 평균 2,000만원이 넘지만 미니 암보험은 보장 금액이 500만원, 1,000만원에 그친다. 이마저 받고 나면 완치 후에도 수년간 새로운 암보험 가입이 거절당할 수 있어 ‘보장 공백’이 발생할 가능성도 고려해야 한다. 이를 감안해 우리는 기존 보험을 보완하는 형식의 ‘취미 보험’에 주력한 미니보험이란걸 피력해야 할 것.

Revenue Stream

- 미니보험은 가입을 용이하게 하기 위한 방안이지 신규 수익모델은 아니라는 점을 분명히 해야.
- 다만, 보험사의 성격이 현저히 바뀌어 **개인의 리스크 관리하는 쪽으로 변화할 수 있다는 점**을 활용해야. 앞으로 개인의 리스크와 비슷한 이들을 모아 보험사가 리스크를 보장하며 맞춤형 보험상품을 출시하는 것이 주요한 수익수단이 될 것이라는 전망 존재

우리 서비스의 차별화지점?

0. '일상'에 보험이 가볍게 스며들도록

1. 의료데이터 분석을 통해 맞춤형 상품 추천(보험사각지대 데이터 포함)
2. 미니보험의 계약체결 수에 따라 장기보험 단가가 올라가는 암보험을 배제하므로, 취미라는 카테고리에 한정해 거부감 없는 보험서비스 누릴 수 있음
3. 당신의 일상에 필요한 상품을 직접 설계 후 P2P 보험서비스까지도 제공
4. 건강한 생활을 공유하고, 빅데이터 분석을 통해 더 건강하기 위한 취미를 추천하는 서비스