

Paradigm Shift Vol.2-2

디지털 헬스케어의 개화

원격의료의 현주소 - 제4의 Player 보험사

삼일PwC경영연구원 | December 2022



Contents

I. 보험사의 디지털 헬스케어 시장 진출 배경	2
1-1. 보험사 수익성 개선 및 신성장 동력 확보 추구	4
1-2. 규제 완화에 따른 보험사의 헬스케어 영역 확대	6
1-3. 고객의 수요 트렌드 변화	8
1-4. 디지털 경쟁력 시대	9
II. 디지털 헬스케어 시대의 보험사의 역할	10
2-1. 보험사의 헬스케어 서비스 영역 이해	12
2-2. 헬스케어 생태계의 중심자 역할	14
2-3. 고객 건강관리 Journey 주도	16
III. 국내외 보험사 디지털 헬스케어 사업 현황	18
3-1. 해외 보험사 헬스케어 사업 현황	20
3-2. 국내 보험사 헬스케어 사업 현황	25
IV. 결론 및 대응 전략	29
4-1. 국내 디지털 헬스케어 관련 규제 완화	31
4-2. 보험사 디지털 역량 강화	32
4-3. 보험사 가치사슬(Value Chain) 변혁 및 투자 확대	35



삼일PwC경영연구원에서는 지난 7월 Paradigm Shift Vol.2로 **디지털 헬스케어의 개화 - 원격의료의 현주소**를 발간한 바 있다. 이때 디지털 헬스케어 분야의 Player로 전통 제약사, 빅테크 기업 및 의료 IT서비스 기업들의 진출 및 대응 현황에 대해 알아보았다. 그러나 점차 제4 Player의 움직임이 증가하고 있다. 이에 금번 보고서에서는 **디지털 헬스케어 생태계의 또 한 축인 보험사의 진출 현황 및 대응전략**을 살펴보고자 한다.

들어가는 말

오전 8시다. 김삼일씨는 출근길에 4살짜리 딸을 어린이 집에 데려다줘야 하기 때문에 매번 마음이 급하다. 근데 오늘따라 딸이 얼굴이 가렵다고 보채는데, 보니 딸 얼굴에 붉은 반점이 여러 개 보인다. 이게 어떤 증세인지, 과연 더 심해질지, 당장 병원에 가야하는건지 잘 모르겠지만 오늘 김삼일씨나 배우자 중 한 명은 반차를 내고 딸을 돌봐야할 것이다. 이런 급한 상황을 좀 더 빠르고 효율적으로 해결할 수 있는 방법이 있다면 어떨까? 보험사에서 제공하는 모바일 앱이나 웨어러블 기기를 통해 딸의 증세를 명확히 알고, 근처 의사와 연결되어 통화상담을 받고 전문가와의 진료 일정을 오전 일찍 바로잡을 수 있다면?

상당히 이상적인 것 같으나, 이는 이미 여러 나라에서 실현되고 있다. 이제 보험사는 가입자들의 사후 처리에 한해 의료비를 지불해주기만 하는 ‘payer’의 역할에서 가입자들의 건강 관리를 위한 여정의 시작과 끝을 함께 하는 ‘partner’ 역할을 수행하는 시대가 왔다. 디지털 헬스케어의 도래에 따라 산업의 변혁이 이루어지고 있으며, 보험 산업 역시 이에 맞춰 신성장 동력을 확보하고 지속가능한 발전을 꾀하기 위한 전략을 구축 중이다. 앞으로는 더 빠르고 전략적으로 움직이는 보험사가 비용을 낮추는 동시에 고객에게 더 효율적으로 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 기회를 얻을 수 있을 것이다.

해외보다 다소 국내의 변화 속도가 느린 것은 사실이다. 하지만 거스를 수 없는 흐름이라면 먼저 준비하는 자에게 기회가 올 것은 분명하다. 디지털 헬스케어 시장의 제4 Player인 보험사들이 ‘디지털 헬스케어 시대’라는 거대한 물결에서 어떻게 준비하고 있고 선두주자가 되기 위해서 어떤 대응을 해야 할 지에 대해서 알아보려고 한다.



I.

보험사의 디지털 헬스케어 시장 진출 배경





1-1

보험사 수익성 개선 및 신성장 동력 확보 추구

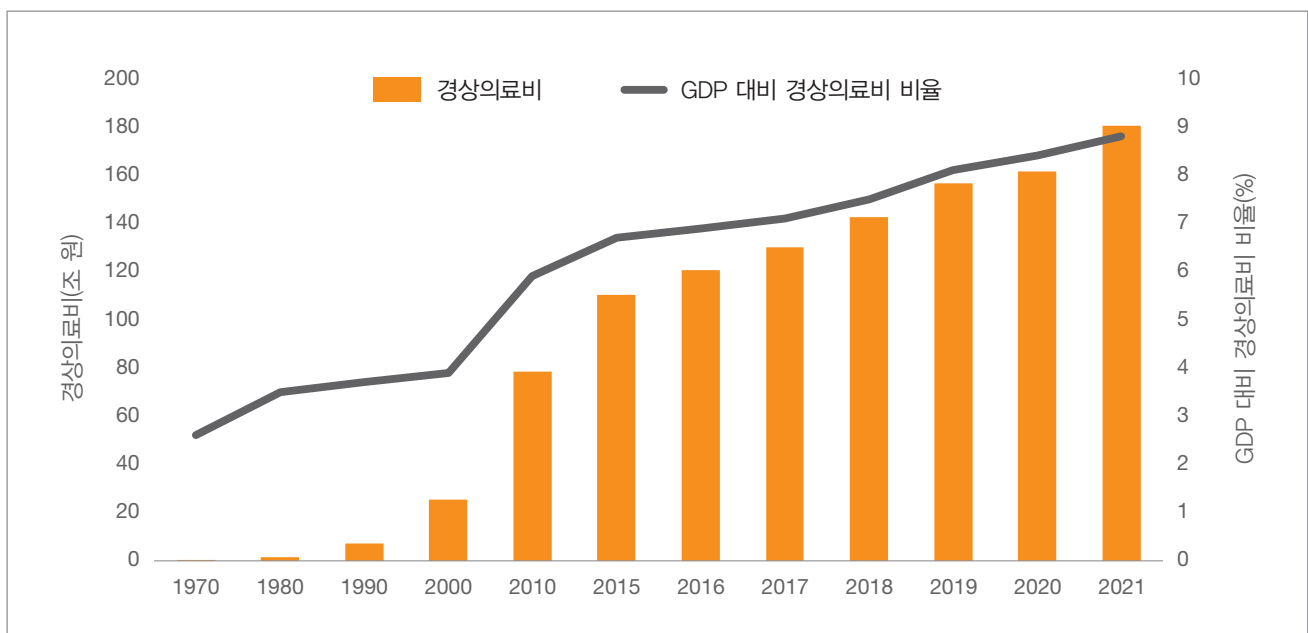
보험사들이 헬스케어 시장에 진입하고자 하는 근본적인 이유는 보험사의 수익성을 개선하기 위함이다. 보험사는 고객들로부터 보험료를 받아 이를 운용하고 사고 발생시 보험금을 지급해주기 때문에, 가입자에게 지급되는 보험금이 감소할수록 수익성을 향상시킬 수 있다. 이에 따라 보험사들은 헬스케어 사업을 통해 고객들의 사전적 건강 관리로 개인 리스크를 예방하여 사후적 손실 보장을 최소화하고자 하는 것이다.

보험사들이 이익 증대에 더 힘을 쓰고 있는 이유는 외부환경에서 찾아볼 수 있다. 고령화 사회 진입, 의료 복지 지출 증가, 만병질환 유병률 증가, 코로나19로 인한 경기 침체 등, 현대 사회의 다양한 요인들로 인해 보험사들의 보다 효율적인 수익성 관리가 시급한 상황인

다. 2021년 국내 경상의료비는 총 180조원으로 GDP 대비 8.8% 수준을 기록했는데, 이는 2000년 3.9%에서 2010년 5.9%, 2015년 6.7%, 2020년 8.4%로 빠르게 증가 중이다. 우리나라 GDP 대비 경상의료비 비율은 아직 선진국들보다 낮은 수준이나, 매우 높은 증가 속도를 보여 머지않아 OECD 평균인 9.7%에 근접할 것으로 예상된다.

경상의료비 지출 증가의 원인으로는 고령화와 만성 질환 유병률 증가 현상을 들 수 있다. 올해 기준 국내 전체 인구의 17.5%인 901만 8천 명이 65세 이상 고령인구로, 2025년에는 20.6%까지 도달하여 처음으로 20%를 넘어설 전망이다. 그리고 지난해 기준, 건강보험 전체 진료비(95조 4,802억원) 중 노인 진료비는 40조 4,347

그림 1. 국내 경상의료비와 GDP대비 경상의료비 비율



자료: 보건복지부 「국민보건계정」, 삼일PwC경영연구원

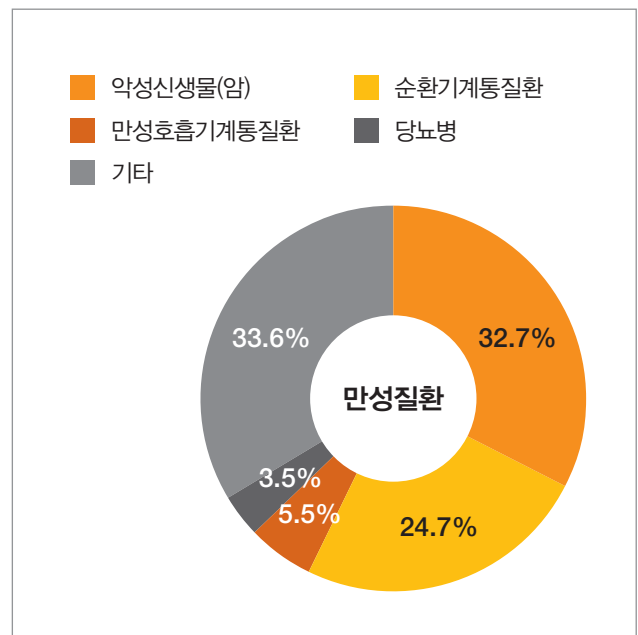
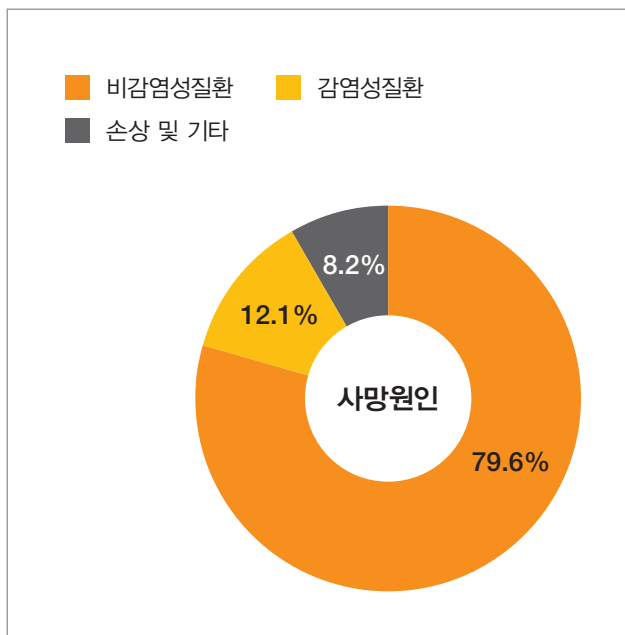


억원으로, 42.3%를 차지했으며, 이는 2020년 대비 10.20% 증가한 수치다. 뿐만 아니라 심혈질환, 암 등 만성질환 유병률도 증가세를 보이고 있다. 지난해 기준, 국내 전체 사망자 10명 중 8명이 만성질환으로 사망하였으며, 2020년 기준 만성질환 총진료비는 71조원 규모로 총진료비의 85%에 달하는 수치를 기록했다(2018년 63조원, 2019년 70조원). 이처럼 노인인구 비중이 증가함에 따라 질병 유병률도 증가하여 의료비 지출 부담은 지속적으로 증가할 전망이다.

인구 고령화, 만성질환 증가 등과 같은 필연적인 사회 현상뿐만 아니라, 코로나19 사태와 같은 예상치 못한 외부 요소로 인해 발생하는 글로벌 경기 침체, 투자환경 악화 등의 리스크에 대비하여 보험사들은 의료비를 줄이

고 신규 투자처를 모색해야 하는 상황이다. 특히 보험연구원에 따르면, 2025년까지 퇴직연금을 제외한 생명보험 수입 보험료가 연평균 0.13% 감소할 것으로 전망된다. 이에 보험사들은 사전적인 건강관리를 통해 만성질환 발병률과 의료비 지출을 줄이고 신성장 동력을 확보하기 위한 최적의 대응 방안으로 헬스케어 사업을 꼽고 있으며, 해당 시장 진입을 위한 방안에 주력하고 있는 것이다.

그림 2. 국내 사망원인 구성비와 만성질환 구성비



자료: 통계청, 사망원인통계, 삼일PwC경영연구원

1-2

규제 완화에 따른 보험사의 헬스케어 영역 확대

헬스케어 서비스 산업의 높은 성장 잠재력으로 국내 보험사들의 헬스케어 시장 진출이 앞으로 확대될 것으로 예상되나, 의료행위를 엄격히 규제하는 국내 의료법으로 인해 보험사들의 헬스케어 사업 활성화가 매우 어려운 상황이었다. 국내에서는 원격의료의 허용되지 않은 이유도 의료법상 의료인간 원격 자문만 허용되어, 의사와 환자간 원격의료나 원격수술은 모두 불가능하기 때문이다. 그러나 최근 정부에서 보험업계의 헬스케어 관련 서비스의 규제를 일부 완화하여 보험사가 제공할 수 있는 디지털 헬스케어 서비스 대상 및 범위를 확대하기로 하였다. 뿐만 아니라 개인 의료 데이터 접근 및 상업적 활용에 대한 논의, 헬스케어 관련 자회사 설립 등이 활성화되고 허용됨에 따라, 보험사들은 헬스케어 시장 진입 및 서비스 고도화 목표에 한걸음 더 가까워진 상황이다.

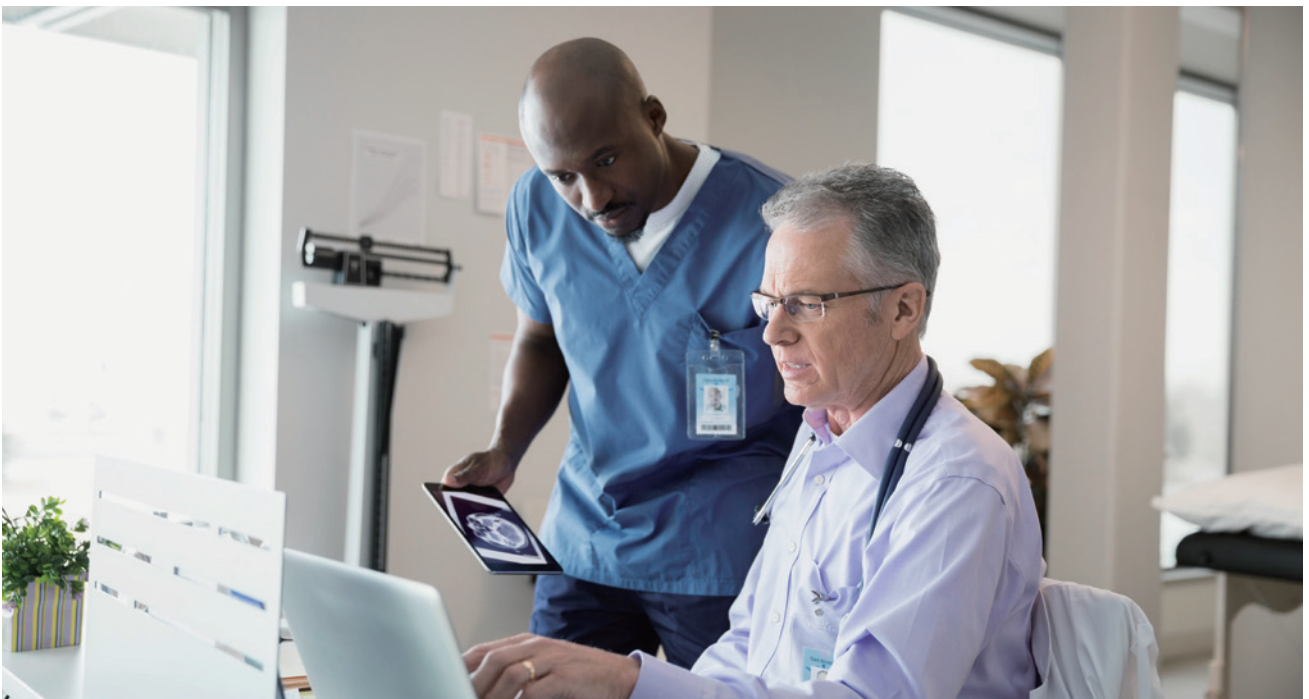
표 1. 보험사의 헬스케어 사업 관련 규제 완화

시기	주요 입법·논의 사항	내용
2017.12	건강증진형 보험상품 개발·판매 가이드라인	<ul style="list-style-type: none"> 피보험자의 건강관리 노력에 대해 보험료 할인 등 편익 제공 허용
2019.05	비의료 건강관리서비스 가이드라인 및 사례집(1차)	<ul style="list-style-type: none"> 의료법상 의료행위 및 비의료기관에서 제공 가능한 행위에 대한 구분 기준 명확화 보험회사의 부수업무 중 하나로 건강관리 서비스 허용
2019.12	건강증진형 보험상품 개발·판매 가이드라인(개정)	<ul style="list-style-type: none"> 보험위험 감소효과가 입증된 건강관리기기 지급 허용 건강관리 노력에 대한 통계 수집 기간 최장 15년으로 확대 헬스케어 회사를 자회사(지분율 15% 이상 투자)로 편입할 수 있도록 허용 (계약자 대상우선, 일반인 대상 점진적 허용)
2020.08	신용정보법 시행령	<ul style="list-style-type: none"> 보험사의 개인신용정보의 이용 제한 규제 완화(개인에 대한 건강의 유지·증진 또는 질병의 사전예방 및 악화 방지 등의 목적으로 수행하는 업무의 경우) 개인의 질병/의료 정보 비식별, 가명처리 절차 및 외부 자료와의 결합절차 제시
2020.12	보험업 헬스케어 서비스 활성화 전략	<ul style="list-style-type: none"> 일반인 대상 건강관리 서비스 허용(즉시 추진) 헬스케어, 마이데이터 등 자회사 소유규제 개선 보험업권의 행정정보 공동이용망 이용 법적근거 마련 건강증진형 보험상품 가이드라인 법제화
2021.02	보험업권 헬스케어 활성화 TF 1차 회의	<ul style="list-style-type: none"> 해외 주요국의 헬스케어 산업 동향 국내 보험사의 헬스케어 진출 방향 등 논의
2021.07	보험업권 헬스케어 활성화 TF 2차 회의	<ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 관련 규제개선 사항 보험업권 공공데이터 활용 계획 헬스케어협회-보험협회 MOU 계획 헬스케어 자회사 설립 추진 현황 논의



시기	주요 입법·논의 사항	내용
2021.09	보험업법 시행령 및 감독규정 개정안	<ul style="list-style-type: none"> • 보험회사가 헬스케어 서비스 운영을 위해 선불전자지급업무를 겸영업무로 영위할 수 있도록 허용(소비자 건강관리 노력 및 성과에 따라 자체 포인트 지급, 소비자는 건강용품 구매, 보험료 납부 등에 포인트 사용 가능)
2022.08	제2차 금융규제혁신 회의	<ul style="list-style-type: none"> • 헬스케어 금융플랫폼 구축 지원을 위해 보험회사가 제공할 수 있는 디지털 헬스케어 서비스 범위 확대(非의료행위 범위내) • 헬스케어 자회사에 다양한 헬스케어 업무 허용 • 계약자의 건강관리 노력에 비례한 리워드 지급한도 상향
2022.09	비의료 건강관리서비스 가이드라인 및 사례집(2차)	<ul style="list-style-type: none"> • 만성질환자 치료를 위한 건강관리서비스 관련 '원칙적 불가 - 예외적 허용' 구조 → '의료인의 진단·처방·의뢰 범위 내에서 포괄적으로 가능'하도록 변경 • 비의료기관 제공 불가능 서비스 추가, 모바일 앱 기반 의료인·의료기관 안내 서비스 허용 기준 명확화

자료: 삼일PwC경영연구원(각종 기관, 기사 참고)



1-3

고객의 수요 트렌드 변화

보험사들은 고객의 변하는 니즈에 따라 새로운 비즈니스 모델을 창출할 필요성을 느끼고 있다. 우선 현 세대의 बैंकिंग, 쇼핑, 소통 등을 아우르는 대부분의 활동들은 디지털 기반으로 이루어져 있어, 이에 익숙한 고객들은 소비나 투자에 있어 색다른 디지털화 경험을 추구한다. 이에 따라 고객들은 그들의 보험사로부터 기존의 서비스 영역을 넘어 개인 맞춤형의 차별화된 헬스케어 서비스를 제공받고자 하는 니즈가 증가하고 있다. 무엇보다 눈에 띄는 변화는 2020년도부터 발생한 코로나19 사태로 인해 고객들은 개인의 외적 미(美) 보다 건강, 웰빙 등 내적 건강 관리에 대한 관심이 빠르게 증가한 점이다. 특히 코로나19에 따른 사회적 격리 현상으로 인해 불안감과 우울감을 느끼는 ‘코로나 블루(Corona Blue)’ 증상이 빠르게 퍼지면서 개인의 신체 및 정신건강을 관리하는 ‘웰

니스(웰빙^{well-being}과 피트니스^{fitness}를 결합한 신조어) 활동에 대한 관심도도 증가하였다. 웰니스 시장이 2025년까지 연평균 20.9%씩 성장할 것으로 예상되는 만큼, 웰니스 서비스를 제공할 수 있는 헬스케어 사업은 보험사들에게 새로운 성장 동력이자 상당한 기회로 작용할 전망이다. 이처럼 전통적인 보험업 영역을 넘어 사회 변화에 따라 달라지는 개인의 건강 니즈와 재무 리스크를 효율적으로 관리해주는 디지털 헬스케어 서비스에 대한 수요는 지속적으로 증가할 전망이다. 보험사들은 이와 같은 고객의 가치 변화에 맞춰 헬스케어 시장 진입 전략을 체계적으로 갖춰야 할 것이다.



1-4

디지털 경쟁력 시대

이제는 모든 산업을 통틀어서 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 웨어러블 기기 등 각종 첨단 디지털 기술 기반의 제품과 서비스를 제공할 수 있는 역량이 곧 경쟁력으로 직결되는 시대다. 모든 것이 연결된 현대 사회에서 보험사들은 자체 개발한 상품 및 서비스를 고객 경험에 녹여내 고객의 니즈를 신속히 충족시킬 수 있도록 디지털 경쟁력을 갖춰야할 필요가 있다. 이에 ‘보험(Insurance)’과 ‘기술(Technology)’의 합성어로 보험과 기술의 융합을 뜻하는 ‘인슈어테크(Insurtech)’라는 용어까지 탄생하며, 기존에 가장 보수적인 산업이었던 보험업이 디지털화를 통해 업무 효율화를 넘어 소비자와의 접근성을 높이고 비즈니스 모델 자체를 변화시키고 있다. 보험업의 디지털화는 서비스 향상뿐만 아니라, 비용 절감 효과도 있어 향후 인슈어테크 시장 경쟁은 심화될 것으로 예상

된다. 이에 보험사들은 빠른 시일내에 디지털 기술을 접목시킨 헬스케어 사업 모델을 구축하여 시장 경쟁력을 갖추는 중이며, 다양한 헬스케어 서비스를 효과적으로 제공하기 위해 기술을 어떻게 더 전략적으로 적용시키느냐에 따라 경쟁우위가 또 달라질 전망이다.

여러가지 환경적 요소로 인해 보험사들의 헬스케어 시장 진입은 생존을 위한 필수 요건이 된 듯하다. 그렇다면 성공적인 헬스케어 서비스를 구현하기 위해 보험사들에게 요구되는 역할과 책임은 무엇일까?

표 2. 인슈어테크 이전에 적용되는 기술과 인슈어테크 비교

구분	인슈어테크 이전	인슈어테크
목적	기존 보험 서비스의 효율적인 개선	새로운 보험 생태계 구축, 고객의 금융 서비스 수요 충족
기업 유형	대형 IT 기업	스타트업, 보험사
수익모델	기기판매, 라이선스 비용 등	기본 수익 이외 광고, 데이터 판매 등 다양한 수익기반 보유

자료: 보험연구원, 삼일PwC경영연구원





II.

디지털 헬스케어 시대의 보험사의 역할

2-1

보험사의 헬스케어 서비스 영역 이해

디지털 헬스케어 시대의 보험사의 역할에 대해 이해하려면 우선 보험사에 허용되는 건강관리 서비스의 범위를 명확히 아는 것이 필요하다. 보험사 같은 비의료기관에서는 의료법상 '의료행위'를 제공하는 것은 엄연한 불법행위이기에, 보험사가 제공 가능한 행위 범위를 명확히 제시하기 위해서 보건복지부가 2019년부터 '의료 건강관리서비스 가이드라인'을 발표한 바 있다. 가이드라인에 따르면 비의료 건강관리 서비스는 '건강의 유지·증진과 질병의 사전예방·악화 방지를 목적으로, 위대한 생활습관을 개선하고 올바른 건강관리를 유도하기 위해 제공자의 판단이 개입(의료적 판단 제외)된 상담·교육·훈련·실천 프로그램 작성 및 유관 서비스를 제공하는 행위'라고 정의된다. 그리고 해당 서비스를 제공하기 위해 이용자간 대면 서비스, 앱 등을 활용한 비대면 서비스 그리고 자동화된 알고리즘에 기반한 자동화 서비스 방식 모두 가능하다.

보험사가 제공 가능한 행위는 크게 ① 건강정보의 확인 및 점검, ② 비의료적 상담 및 조언, ③ 만성질환자 대상 건강관리 총 3가지로 나누어지며, 특정 조건을 제외하고 모두 비의료기관에서 제공가능한 행위로 간주된다. 보험사들이 제공 불가능한 서비스는 「의료법」상 '의료행위' 그리고 「의료법」 및 「의료기사 등에 관한 법률」에서 면허·자격을 갖추어야만 할 수 있는 행위로, 크게 ① 검사·진단, ② 처방·처치, ③ 시술·수술, ④ (의료적) 상담·조언이 있다.

비의료기관의 제대로 된 의료행위가 허용되지 않아, 코로나19 이후로 급성장 중인 원격의료 서비스마저 보험사들은 제공을 못하고 있는 실정이다. 현재로서는 정부에서 제시해주는 허용 범위를 기준으로 보험사들은 최대한의 아웃풋을 이끌어내야 하나, 이는 보험사 단독이 아닌 다수의 파트너들과 함께 네트워크를 형성해야 가능할 것이다.





표 3. 보험사 제공 가능/불가능 서비스 구분

보험사 제공 가능 서비스		보험사 제공 불가능 서비스	
행위 구분	주요 내용	행위 구분	주요 내용
건강정보 확인·점검	<ul style="list-style-type: none"> 건강검진결과와 단순 확인 및 개인동의에 기반한 자료 수집(검진결과 수치 해석 불가) 웰니스 기기를 활용한 건강정보·지표의 측정 및 모니터링 섭취 식품 영양소 분석·안내 개인용 의료기기를 활용한 건강정보·지표·수치의 측정 	검사·진단	<ul style="list-style-type: none"> 의료기기·화학물질·설문 등을 활용하여 대상자의 건강상태를 점검·확인하는 행위 대상자의 상태를 듣고 관찰하여 병상 및 병명을 규명·판단하는 행위
비의료적 상담·조언	<ul style="list-style-type: none"> 공신력 있는 기관의 공인된 기준·지침·통계 등에 해당하는 '객관적 정보' 제공 및 분석 의학적 전문지식과 판단이 필요하지 않은 일반적인 건강증진 활동 및 질환의 예방·관리 활동에 대한 목표설정 및 관리 운동·영양·수면 등 일상적 건강 증진활동을 돕기 위한 교습 및 이행 프로그램 등을 제공(의료인의 진단·처방 등 의료적 내용 제외) 	처방·처치	<ul style="list-style-type: none"> 질환의 치료·완화·예방 및 신체 기능 개선을 위해 의약품을 처방하는 행위 질환의 치료·완화·예방 및 신체 기능 개선을 위해 화학적·물리적인 방법을 통해 환자에게 조치를 취하는 행위
		시술·수술	<ul style="list-style-type: none"> 질환의 치료·완화·예방 및 신체 기능 개선을 위해 의료기기 등을 이용해 환자의 신체에 일정한 조작을 가하는 행위
만성질환자 대상 건강관리	<ul style="list-style-type: none"> 의료기관의 진단·처방·의뢰 범위 내에서 보조적으로 상담·조언 등의 치료 서비스 제공 가능 <ul style="list-style-type: none"> 대상자의 질환 특성을 고려하여 의료인이 의뢰한 운동·영양 등의 프로그램 제공 행위 의사와 환자 간 진료내용에 따른 처방(약 복용, 운동·식이요법 등)에 따라 환자를 관리·점검하는 행위 환자의 건강기록 등을 바탕으로 의료인이 설정한 목표 수준에 맞춰 관리하는 행위 	(의료적) 상담·조언	<ul style="list-style-type: none"> 환의 진단 후 질환의 관리를 위해 의학적 지식에 기반하여 환자가 행해야 할 사항을 안내해주는 행위 질환 예방을 위한 안내 행위 중 의학적 지식에 따른 판단을 필요로 하는 행위 의학적 지식에 따른 판단을 기반으로 처치·시술·수술 후 부작용 발생 가능성 및 관리 유의사항 등을 안내해 주는 행위

자료: 보험연구원, 삼일PwC경영연구원

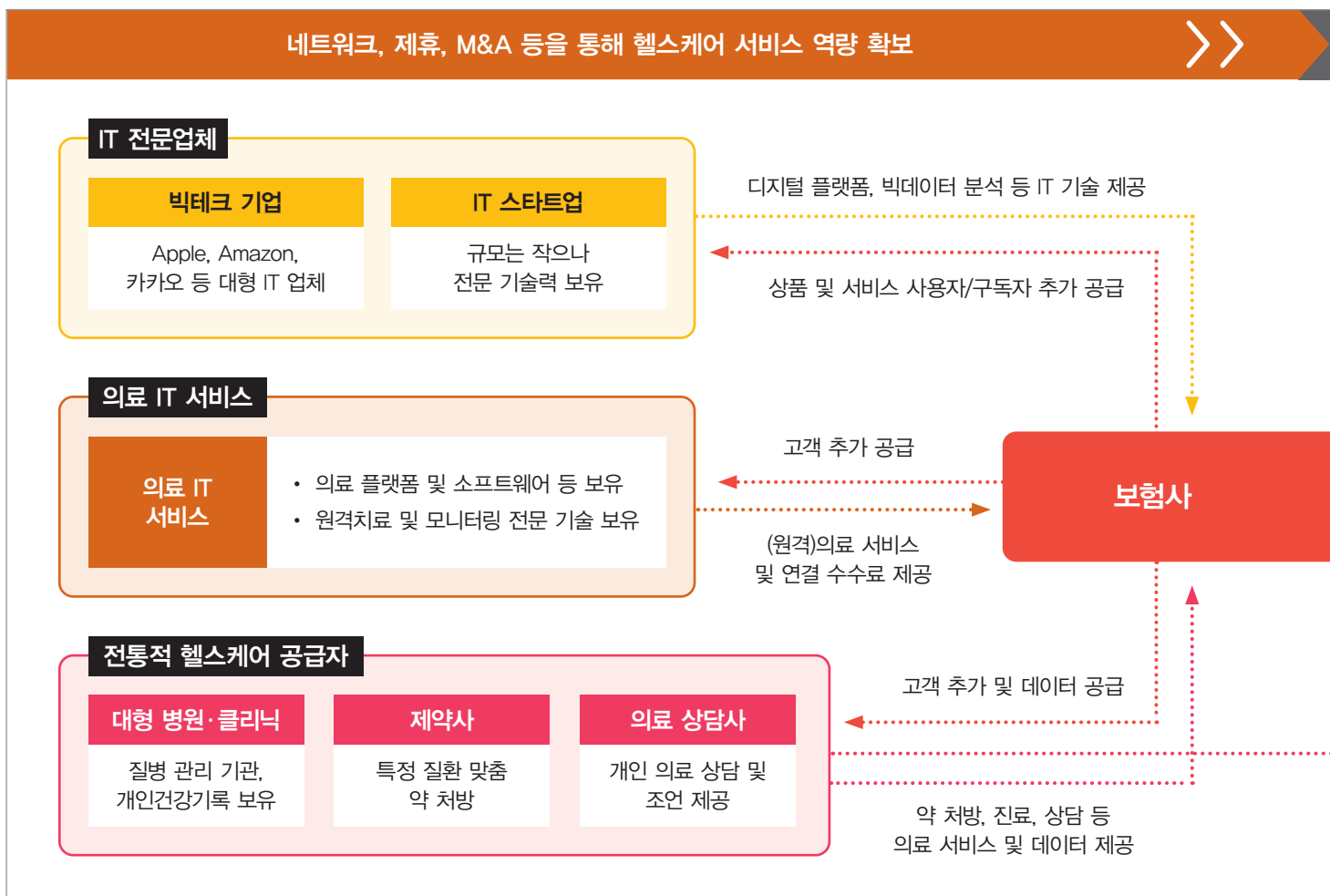
2-2

헬스케어 생태계의 중심자 역할

보험사들의 헬스케어 사업 활성화를 위해 의료 IT 서비스 업체, 제약사, IT기업 등 다양한 player들과의 협업 생태계를 이루는 것이 매우 중요하며, 각 player의 특성에 맞춰 제 역할에 충실히 임하여 시너지를 이루어야 할 것이다. 여기서 보험사는 해당 생태계의 중심자로서, 모든 player들을 통합하고 연계시켜 하나의 상호 연결된 헬스케어 인프라를 구축하는 것이 필요하다. 이 인프라를 통해 헬스케어 서비스와 관련된 모든 데이터들이 개인정보법 규정하에 체계적으로 처리되고 공유되어 서로가 win-win할 수 있는 헬스케어 생태계가 형성될 수 있다.

보험사들은 크게 ① IT 전문업체(빅테크, 스타트업), ② 의료 IT 서비스 업체, ③ 전통적 헬스케어 공급자(병원/클리닉, 제약사, 상담사)들과 전략적 파트너십 체결, 인수 등 사업적 특성에 따라 다양한 방법을 통해 헬스케어 서비스 역량을 확보할 수 있다. 보험사들은 IT 전문업체의 다양한 첨단기술을 활용하여 헬스케어 상품과 서비스를 고도화할 수

그림 3. 보험사 중심의 헬스케어 생태계 구축



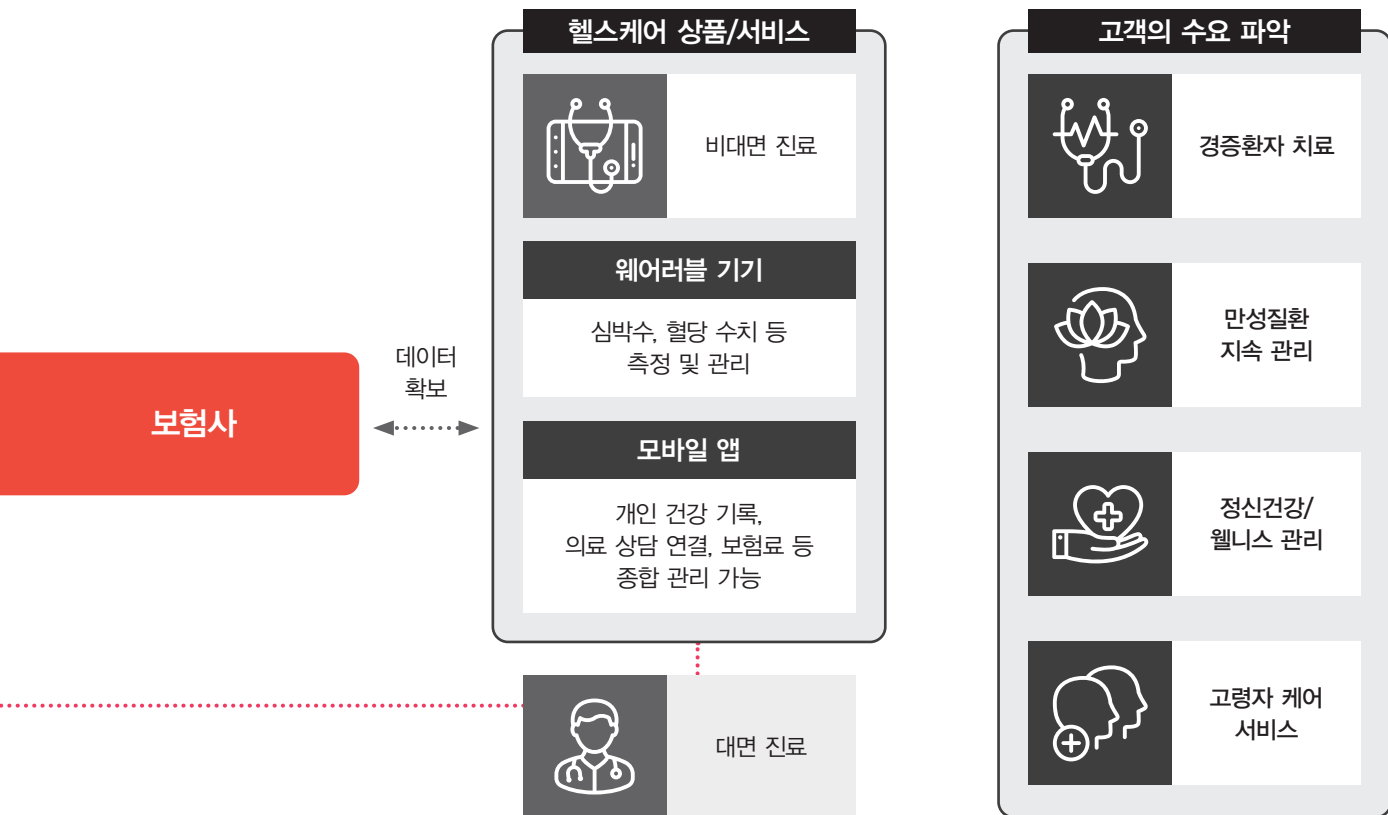
자료: 삼일PwC경영연구원



있으며, 의료 IT 서비스 업체의 원격진단·치료·모니터링 기술 및 의료 플랫폼을 적극 활용하여 보다 효율적이고 체계적인 헬스케어 서비스를 제공할 수 있다. 그리고 전통적 헬스케어 공급자들과 네트워크를 형성하여 기존 헬스케어 서비스와 함께 건강기록과 같은 유의미한 데이터를 공유할 수 있어 고객에 최적화된 맞춤형 서비스를 마련할 수 있다. 이로써 파트너 player들은 고객 규모 증가, 수익 증대, 데이터 확보, 네트워크 활성화 등의 이득을 볼 수 있으며, 고객들은 개인 맞춤형의 체계적인 헬스케어 서비스를 제공받을 수가 있어 전체적으로는 win-win 구조의 생태계 구조가 이루어질 수 있는 것이다. 보험사들은 이러한 생태계를 활성화시키기 위해 자사 포함, 연계된 모든 player들의 고유 역할과 시너지를 고려한 통합 플랫폼 전략이 필요할 것이다.



고객 맞춤형의 헬스케어 상품 및 서비스 제공

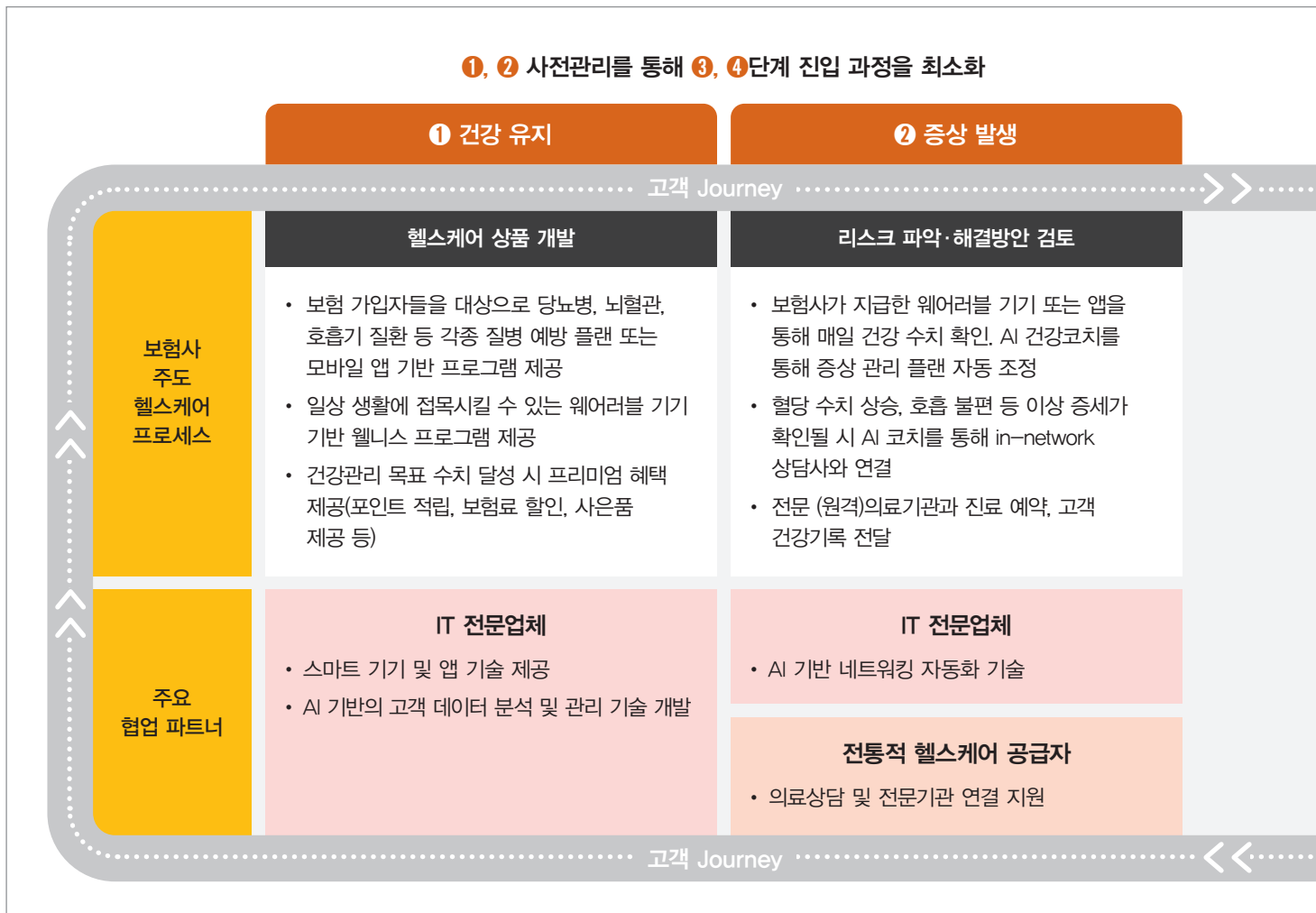


2-3

고객 건강관리 Journey 주도

보험사는 관련 players와의 헬스케어 생태계 형성을 통해 하나의 통합된 고객 경험을 만들어낼 수 있으며, 각 player별로 고객접점을 확보하여 서비스를 제공할 수 있도록 하는 거대한 business-to-consumer(B2C) 시스템을 구축할 수 있다. 따라서 보험사를 주축으로 다양한 보험 상품과 AI 기반 데이터 분석 기술, 첨단 원격의료서비스 등을 통합하고 조화롭게 활용하여 최적의 고객 경험을 제공할 수 있다는 것이 이 생태계의 최대 강점이 될 것이다. 기존에는 보험사들이 위험 발생 이후에 개입하여 지불자로서 보험료를 제공하는 서비스에 그쳤지만, 앞서 구축한 협업 생태계를 기반으로 보험사들은 이제 고객 건강 journey의 시작부터 끝까지 보장해주는 서비스를 제공해주는 'partner'로 발전할 수 있다. 고객 건강관리에 대한 사전적 대응부터 사후적 보장까지 총체적으로 관리해주는 보험사의 패러다임 변화를 여기서 마주할 수 있는 것이다.

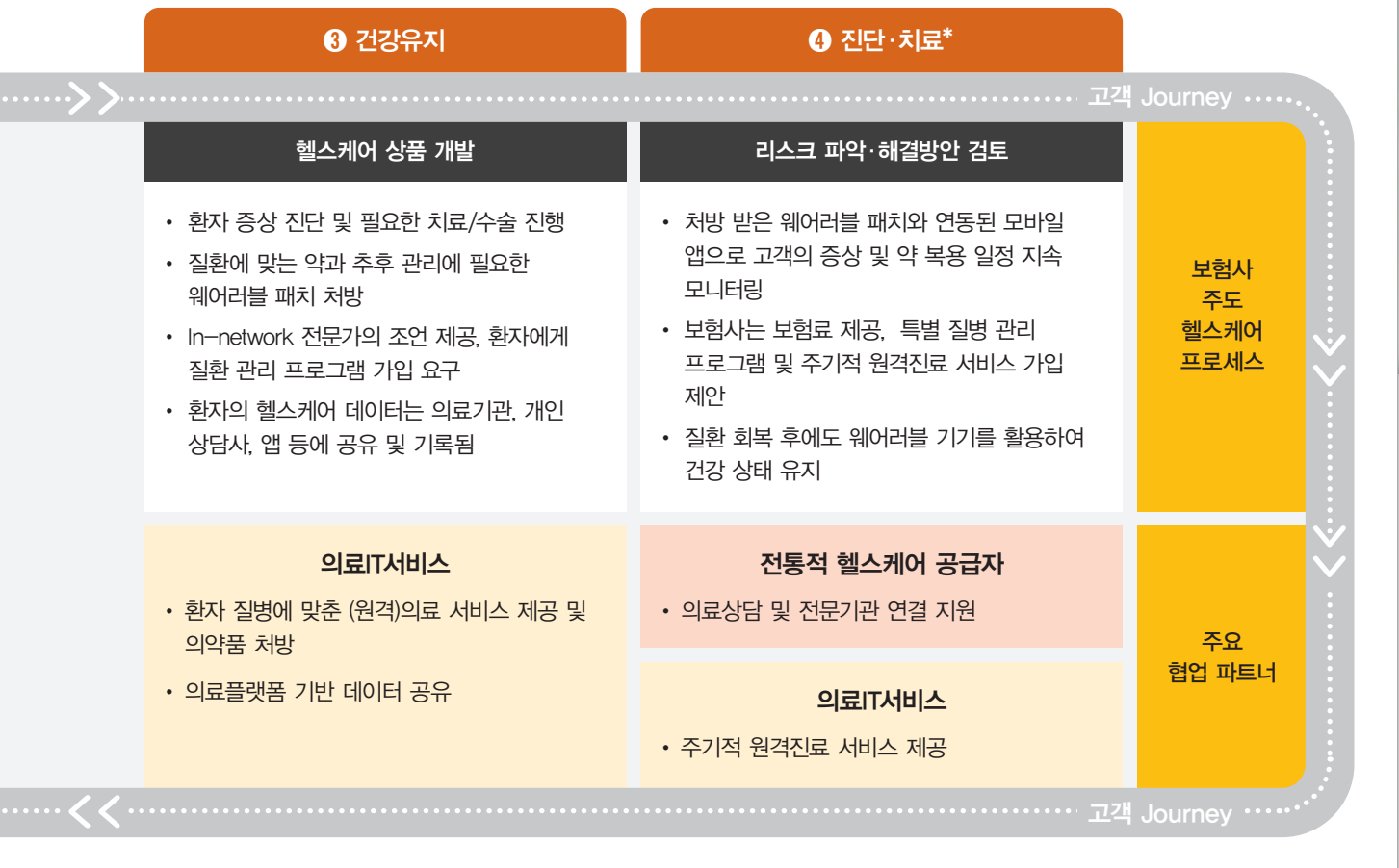
그림 4. 보험사 주도의 고객 건강관리 Journey



자료: 삼일PwC경영연구원



*기존 보험사 개입 단계





III.

국내외 보험사 디지털 헬스케어 사업 현황



3-1

해외 보험사 헬스케어 사업 현황

해외 주요 보험사들은 각국의 정책 현황 및 사회적 특성을 반영하여 고객들의 니즈에 맞춘 다양한 헬스케어 서비스를 제공 중이다. **해외 보험사들의 헬스케어 서비스의 가장 두드러지는 특징은 바로 원격의료서비스를 추진하고 있다는 점이다.** 해외 주요국에서는 원격의료이 법적으로 허용이 되기 때문에 보험사들은 이를 기회로 활용하여 헬스케어 서비스 고도화를 추진 중이다.

1 미국

의료비 지출 최대 국가인 미국의 경우 높은 의료비에 따른 보험금 청구 증가, 보험사 운영수익 저하 등의 이슈를 바탕으로 고객의 보험료 부담 완화와 보험사의 지급료 감소 측면에서 헬스케어 서비스가 활성화된 편이다. 이에 미국 보험사들은 고객의 지속적인 건강 관리가 가능한 헬스케어 플랫폼을 마련하여 고객들은 필요에 따라 건강 프로그램 가입, 병원 예약 등의 관리를 받을 수 있다. 이를 위해 보험사들은 헬스케어 세부 분야별로 전문성을 보유한 회사들을 인수하거나 전략적 제휴를 통해 헬스케어 역량을 강화하는 중이다. 특히 디지털 헬스케어 전문 스타트업들이 많이 생겨나면서 보험사들은 이들과 함께 스마트 기기 및 모바일 앱을 개발하여 환자들의 데이터를 수집·활용하고 고객의 참여율을 높여 고객 맞춤형 서비스를 제공하기 위한 전략을 마련하였다. 그리고 원격의료 전문업체와의 적극적인 제휴를 통해 원격의료서비스를 제공하며 고도화된 헬스케어 사업을 제공 중이다.

2 일본

일본은 초고령화로 인해 고령자 케어 및 요양 서비스 니즈가 상대적으로 매우 큰 편이다. 이에 일본은 정부차원에서 급격한 고령화로 인한 의료비 지출 증가를 억제하고 국민 건강수명을 연장하기 위해 원격의료 규제를 완화하고 관련 서비스를 제공하는 등, 헬스케어 산업을 육성 중이다. 뿐만 아니라, 일본 정부는 공적 헬스케어 서비스를 통해 고령층의 의료비 감소가 어렵다고 판단하여 보험사를 비롯한 민간기업의 적극적 참여를 지원하였다. 특히 정부차원에서 개인 건강정보 활용 활성화를 추진하여 보험사들은 정부기관, 학계, 의료업체, IT업체 등과 제휴를 맺고 대규모 정보를 활용하여 헬스케어 서비스를 개발 중이다.

3 중국

중국은 의료수요에 비해 공급이 부족하기 때문에 중국 보험회사들은 직접적인 의료 서비스를 포함하는 헬스케어 서비스를 제공하는 중이다. 중국 보험사들은 고객 건강 상태 모니터링, 데이터 분석 및 평가를 통해 고객 질병 발생 및 악화를 억제하고 건강한 상태를 유지시켜주는 직접적인 의료행위를 할 수가 있다. 특히 중국의 경우 현지 의료시장의 본질적인 문제 – 터무니없이 긴 진료 대기시간, 그에 비해 짧은 진찰 시간, 의료진 부족 등 – 해결을 위해 원격진료 시장을 적극 육성 중으로, 보험사들은 원격의료 시스템을 구축하여 보다 활성화된 헬스케어 서비스를 제공 중이다.



표 4. 해외 주요 보험사들의 헬스케어 사업 현황

보험사	국가	유형	시기	내용
UnitedHealth Group	미국	자회사 설립	1998	<ul style="list-style-type: none"> 건강보험 부문 'United Health Care'¹ <ul style="list-style-type: none"> 'Trio Motion'이라는 활동량 측정계를 가입자에게 지급, 걸음걸이 수에 따라 일년에 최대 1,460달러를 의료비 본인 부담금 환급 계좌(Health Reimbursement Account)에 입금해주는 프로그램 시작
			2011	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 헬스케어 전담 'OPTUM' 설립² <ul style="list-style-type: none"> ① OptumRX: 보험사, 약제비 관리사(PBM; Pharmacy Benefit Manager), 특수 약국(Speciality Pharmacy) 수직계열화의 중간자 역할 ② OptumHealth: 옴텀의 의료 네트워크인 옴텀케어(OptumCare)를 통해 실질적인 의료 행위를 제공 <ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 플랫폼 'Rally'를 통해 웰니스 프로그램(운동·수면·만성질환 관리), Care솔루션(의료비용 및 입내원 일정관리) 등을 제공 Vivifyhealth(환자돌봄 플랫폼), Kaia health(근골격계 질환관리), Patientslikeme(환자증상공유 커뮤니티) 등 헬스케어 기업과의 제휴를 통해 생태계 확장중 ③ OptumInsight: 데이터 관리 소프트웨어 및 솔루션 제공, 데이터 분석을 기반으로 컨설팅 사업 진행
William Russell	영국	파트너십	2022	<ul style="list-style-type: none"> UAE 원격의료업체 'TruDoc'과 협업하여 UAE 지역 고객 대상으로 TruDoc 모바일 앱을 통한 24/7 원격 의료 상담 및 진료 서비스 제공
Bupa Global	영국	파트너십	2019	<ul style="list-style-type: none"> 세계 최대 원격의료업체 Teladoc의 자회사 'Advance Medical'과 파트너십을 맺고 Global Virtual Care 앱을 출시하여, 음성 또는 영상 통화를 통해 다국적 고객들 대상으로 원격의료서비스 제공
Generali Global Health	이탈리아	파트너십	2018	<ul style="list-style-type: none"> 영국 디지털헬스 플랫폼업체 'Tictrac'과 협업하여 기업보험에 가입한 임직원을 대상으로 스마트폰, 웨어러블 기기 등을 이용한 체중 관리, 당뇨예방, 금연지원 등 'CIAO' 서비스 제공 원격진료업체 'Advance Medical'과 파트너십을 통해 전화/영상 원격의료를 제공하는 My Digital Doctor앱 출시
			2021	<ul style="list-style-type: none"> 의약품업체 Sanofi, 테크컨설팅 업체 Capgemini, 통신사 Orange와 협업하여 디지털 헬스케어 솔루션 개발

¹ 미국 내 가장 많은 보험 가입자 보유

² OptumRX, OptumHealth, OptumInsight 사업부로 나뉨

보험사	국가	유형	시기	내용
Aetna	미국	인수	2005	• 디지털 기반 건강 관리 및 데이터 분석업체 'ActiveHealth'를 40억 달러에 인수하여 의료데이터 기반 보험 서비스 강화
			2011	• 의료정보교환(Health Information Exchange) 기술 개발 업체 Medcity를 50억 달러에 인수하여 의료데이터 기반 보험 서비스 강화
		파트너십	2015	• 모바일 헬스케어 업체 'Noom'과 B2B용 건강 예방 파일럿 프로그램을 함께 런칭
			2019	• 'Apple'과 협업하여 애플워치를 활용한 건강증진형 헬스케어 서비스 'Attain'을 제공
AXA Singapore	싱가포르	파트너십	2017	• 가정 헬스케어 플랫폼 업체 'Jaga-me'와 파트너십 체결하여 입원 사후관리를 위한 가정 간호 케어 서비스 제공
Allianz Worldwide Care	프랑스	자회사 설립	2019	• 건강 데이터 분석 및 IT 기술을 기반으로 디지털 의료 서비스를 제공하기 위해 자회사 'Allianz Digital Health' 설립
		파트너십	2020 ~ 2021	• 원격진료 서비스 업체 'LiveDoc' 그리고 'MyDoc'과 파트너십을 맺어 원격의료 상담 서비스 제공
Discovery	남아공	상품개발	2015	<ul style="list-style-type: none"> • 건강검진 비롯한 여러 건강증진 행동에 대해 포인트 지급, 획득한 포인트에 따라 회원등급별로 건강관련 제품을 구입할때 할인해주는 'Vitality' 프로그램 제공 - 무료 스무디, 영화 관람같은 혜택 제공하여 가입자들이 건강한 생활습관을 가질 수 있도록 동기부여하는 것이 핵심(리워드 기반 웰니스 프로그램)
John Hancock	미국	파트너십	2018	<ul style="list-style-type: none"> • 행동 변화 플랫폼 업체 'Vitality'(Discovery의 자회사)와 협업하여 모든 생명 보험상품에 헬스케어 서비스 'Vitality GO' 탑재 - 유료 프리미엄 멤버십 서비스 옵션 'Vitality PLUS' 함께 제공 (월 2달러 추가 지불하면 웨어러블 기기 구매 지원, 호텔 할인, 보험료 할인, 아마존 기프트 카드 등 혜택 제공)
Oscar Health	미국	상품개발	2015	<ul style="list-style-type: none"> • 희망하는 가입자에게 미스핏 웨어러블 제품을 지급, 모바일 앱을 통해 고객들에게 원격진료 등 다양한 서비스 제공 - 목표 걸음 수 달성시, 하루당 1달러씩 매달 최대 20달러를 아마존닷컴 상품권으로 돌려주는 프로그램 운영(서비스 시작 당시 전체 4만명 중 2/3 참여)
Emblem Health	미국	파트너십	2015	• 'Noom'과 함께 베타 프로그램의 일환으로 헬스케어 서비스 종사자에게 건강관리 코칭 프로그램을 제공해 테스트 진행
Manulife	캐나다	파트너십	2019	• 디지털 의료 기술 및 서비스 업체 'TELUS Health'와 협업해 가입자 대상으로 'Akira'라는 헬스케어 앱을 사용하게 하여 원격의료, 약국 처방전, 정신건강 지원 등의 헬스케어 서비스를 24/7 제공

보험사	국가	유형	시기	내용
AIA	싱가포르	파트너십	2019	<ul style="list-style-type: none"> 원격의료업체 'WhiteCoat'와 파트너십 체결하여 모바일 앱을 통해 전문의료진과 영상통화를 통한 진단, 진료, 의약품 처방 등을 제공. 또한, 원격의료 서비스 보험금 청구 과정을 위한 디지털 통합 플랫폼을 공동 설립
Prudential	홍콩	파트너십	2018	<ul style="list-style-type: none"> 영국의 'Babylon Health'와 협업하여 아시아 지역에 걸친 AI 기반 증상 진단 서비스 제공
Humana	미국	파트너십	2020	<ul style="list-style-type: none"> 가정 및 원격의료 상담을 제공하는 원격의료 스타트업 'Heal'에 1억 달러의 투자 지원과 제휴관계를 체결 <ul style="list-style-type: none"> Heal은 iPhone 기반 심전도(EKG) 기계, 당뇨병 환자의 망막 병증을 결정하기 위한 원격 진단, 체질량 및 움직임을 원격으로 모니터링하는 디지털 허브 등의 제품 보유
		인수	2021	<ul style="list-style-type: none"> 홈 헬스케어 서비스 업체 'Kindred at Home'을 81억 달러에 인수하여 가정 간호 서비스 범위 확장, 클리닉 솔루션 혁신, 토탈케어 비용 절감, 고객 경험 증진 <ul style="list-style-type: none"> Kindred at Home은 40개 주에 연간 550,000명 이상의 환자를 운영 중 가정 간호 서비스 업체 One Homecare Solutions 인수 <ul style="list-style-type: none"> One Homecare는 환자의 집에서 인퓨전 케어(infusion care), 간호, 물리 치료 및 내구성 의료장비(durable medical equipment, DME) 서비스를 제공하며, 요양병원(skilled nursing facility, SNF)을 통해 적절한 진료 제공
AG	벨기에	자회사 설립	2018	<ul style="list-style-type: none"> 자체적으로 시니어케어 플랫폼(Phil at Home)을 운영. 이를 통해 노년층을 위한 가사노동과 음식 배달, 건강검진 예약 등 서비스를 제공 중
Centene	미국	인수	2022	<ul style="list-style-type: none"> 정신 건강 관리 전문업체 'Magellan Health'를 22억 달러에 인수하여 자사의 약 4,100만명의 가입자들을 위해 정신건강 관리 플랫폼을 제공, Magellan의 550만명의 고객 확보
Brown&Brown	미국	인수	2021	<ul style="list-style-type: none"> PharmaLogic 데이터 기반 의약품 상담 서비스 플랫폼 제공 업체 'Remedy Analytics' 인수
Evernorth	미국	인수	2021	<ul style="list-style-type: none"> 원격의료업체 MDLive 인수하여 의료비 절감, 환자들의 원격의료 서비스 접근성 및 고객 경험 향상에 기여
Bright Health	미국	인수	2021	<ul style="list-style-type: none"> 원격의료업체 Zipnosis 인수하여 의료비 절감, 환자들의 원격의료 서비스 접근성 향상에 기여 <ul style="list-style-type: none"> Zipnosis는 2020년에 미국내 2백만명의 환자를 치료
Sumimoto Life	일본	파트너십	2016	<ul style="list-style-type: none"> Discovery(건강관리 전문), SoftBank(통신업) 업체들과 제휴하여 보험 가입자를 대상으로 스마트폰을 통한 건강관리 프로그램을 지원

보험사	국가	유형	시기	내용
제일생명	일본	파트너십	2017 (추정)	<ul style="list-style-type: none"> 정부기관, 교토대, 일본 IBM과 업무제휴를 통해 건강관리 서비스를 제공 <ul style="list-style-type: none"> 교토대 의과대학의 진료기록을 분석해 IBM의 AI기반 예측시스템을 이용하여 건강보험상품 및 건강관리서비스를 기획
NeoFirst	일본	파트너십	NA	<ul style="list-style-type: none"> 빅데이터 업체 'JMDC'와 제휴하여 JMDC의 건강검진데이터 분석을 통해 산출한 건강연령(실제연령보다 건강할 경우 보험료를 할인)에 의해 보험료가 결정되는 상품 출시
명치안전	일본	파트너십	NA	<ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 앱 스타트업 'FINC'와 제휴하여 웨어러블기기를 통해 수집한 자료를 FINC의 건강관리앱에서 분석, 건강보험 신상품 개발
MetLife	일본	파트너십	NA	<ul style="list-style-type: none"> 동경대학교(학계)와 제휴하여 생활습관병, 치매 등 개인별 맞춤형 질병예방 서비스 제공
중안보험	중국	파트너십	2015	<ul style="list-style-type: none"> 인터넷기업 'Tencent'와 공동으로 혈당측정 단말기를 통해 혈당수치에 따라 보험료를 할인·할증하는 '탕샤오베이'라는 건강보험상품을 출시
안방보험	중국	파트너십	2016	<ul style="list-style-type: none"> 컨설팅업체 'Boston Consulting Group'과 임산부 및 태아의 건강을 관리하는 온라인 플랫폼 'KAISHI'를 개발해 건강보험시장에 진출

자료: 삼일PwC경영연구원(기사 참고)

3-2

국내 보험사 헬스케어 사업 현황

국내 보험사들의 경우 글로벌 시장에 비해 후발이지만 최근 다양한 헬스케어 스타트업, 의료기관 등과 협업하여 서비스를 개발 중이다. 다만 주요 선도국과는 달리 단순 건강 활동 기록이나 건강개선 효과 수준에 그치는 서비스를 제공 중이며, 실질적으로 체감할 수 있는 헬스케어 서비스를 기대하는 소비자의 기대를 충족시키는 데에는 한계가 있다. 소비자들이 실제로 필요로 하는 전문 의료 상담, 진료 등은 의료법 위반 소지가 있어 헬스케어 서비스를 다각도로 확대하기가 쉽지 않기 때문이다. 따라서 **국내 보험사들의 헬스케어 서비스는 정부의 공공의료데이터 활용, 원격의료 허용 등의 규제 변화에 따라 활성화 수준이 달라질 전망이다.**

표 5. 국내 주요 보험사들의 헬스케어 사업 현황

보험사	유형	시기	내용
생명보험			
교보생명	파트너십	2016	<ul style="list-style-type: none"> 교보생명의 온라인 자회사 '교보라이프플래닛'이 걸음걸이 교정 웨어러블 제조사 '직토'와 제휴 맺어 직토 사용자에게 출퇴근 시간대의 교통 상해를 보장해주는 보험에 가입시켜주는 프로그램 개발
		2020	<ul style="list-style-type: none"> 분당서울대병원과 공동 개발한 알고리즘을 '케어(Kare)'라는 자체 앱에 탑재. 이를 통해 심뇌혈관질환, 암, 치매 등 10여 개 질환의 위험도를 예측하고 맞춤형 건강관리 방안을 제시
		2022	<ul style="list-style-type: none"> 현대중공업그룹 계열사인 메디플러스솔루션과 '디지털 헬스케어 분야에서 상호투자 기반의 전략적 협업을 위한 양해각서(MOU)'를 체결하며 건강관리 서비스 확장에 나섬 <ul style="list-style-type: none"> 메디플러스솔루션은 의료진들과 건강관리 임상 전문가들이 함께 개발한 모바일 앱인 '세컨드닥터'와 '세컨드윈드'를 운영 중
메트라이프 생명	파트너십	2018	<ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 서비스 회사인 '에임메드'가 운영하는 프로그램을 통해 보험가입자를 대상으로 활동량 측정계 또는 전용 앱을 통해서 걸음 수 목표를 달성하는 경우 상품을 나눠주는 프로그램 시작
알리안츠생명	파트너십	2015	<ul style="list-style-type: none"> 'Noom'과 함께 '올라잇 코치(AllRight Coach)' 앱을 공식 출시하여 고객들에게 매일 양질의 콘텐츠와 미션을 주고 식사 및 운동 기록, 저칼로리 건강 레시피를 제공. 또한 건강 마일리지 제도인 "헬스 마일리지"를 도입하여 고객들이 건강하고 활동적인 라이프스타일을 즐길 수 있도록 장려
신한라이프	상품개발	2021	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 헬스케어 플랫폼 서비스인 '하우핏'을 출시하여 언택트 건강 관리 니즈에 대응. 하우핏은 동작인식 기술을 활용해 사용자의 운동자세를 확인하고 교정해 주는 AI 홈트레이닝 서비스

보험사	유형	시기	내용
	파트너십	2021	<ul style="list-style-type: none"> CJ제일제당과 협업하여 고객의 건강 정보를 토대로 적합한 영양제를 추천해주는 서비스 출시
	자회사 설립	2022	<ul style="list-style-type: none"> 200억 원을 출자해 생명보험 업계로는 최초의 헬스케어 자회사인 '신한큐브온'을 출범 <ul style="list-style-type: none"> 신한큐브온은 건강 유지 증진, 질병 사전 예방 등의 업무를 중점 수행. 디지털 헬스케어 플랫폼인 '하우핏(HowFIT)'에 다양한 부가서비스를 탑재하기 위해 B2B 분야에서 제휴영업을 확대할 예정
	파트너십		<ul style="list-style-type: none"> 종합 식품 기업 '아워홈'과 헬스케어 사업의 전략적 협력 체계 구축을 위한 업무 협약 체결 <ul style="list-style-type: none"> 자회사인 KB헬스케어의 건강관리 인프라와 아워홈의 케어푸드(개인별 맞춤 건강식) 사업 역량을 결합
삼성생명	파트너십	2021	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 헬스케어 전문기업 라이프시맨틱스와 '건강관리 서비스' 개발 프로젝트 계약 체결 <ul style="list-style-type: none"> 라이프시맨틱스의 디지털 헬스 플랫폼인 '라이프레코드'를 이용한 앱을 통해 자사 보험가입 고객을 대상으로 운동·식이·마음건강을 비대면으로 종합 관리할 수 있는 건강관리 서비스 개발 목표
		2022	<ul style="list-style-type: none"> 모바일 헬스케어 플랫폼 '굿닥(goodoc)'과 업무협약을 맺어 고객의 라이프로그 데이터를 활용한 보험상품을 개발하고, 건강증진형 서비스를 제공 <ul style="list-style-type: none"> 굿닥은 4000곳의 병원과 제휴, 매월 150만명의 고객이 이용하는 병원예약 서비스 1위 업체로, 현재 비대면진료, 보험금청구 서비스 등을 개발 중
	상품개발		<ul style="list-style-type: none"> 운동·식이·마음건강 등 3대 웰니스(wellness) 서비스를 AI 기반으로 제공하는 맞춤형 헬스케어 앱 '더 헬스(THI Health)' 출시
한화생명	파트너십	2019	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 디지털 헬스케어 스타트업들과의 협업으로 건강관리서비스 앱 '헬로(HELLO)' 개발, 고도화 계약 체결 <ul style="list-style-type: none"> ① 라이프시맨틱스: 건강데이터 전문기업, 데이터 보안 기술 활용 ② 두잉랩: 두잉랩의 시카메라 기반의 영양분석 기술로 먹는 음식을 스마트폰 카메라로 찍으면, 어떤 음식인지, 영양소와 칼로리는 어떤지 자동으로 시가 분석해 알려주는 서비스 제공 ③ 바이오에이지: 생체나이 분석 솔루션을 운영
AIA생명	파트너십	2021	<ul style="list-style-type: none"> SK텔레콤과 협업해 유료 구독형 헬스케어 서비스인 'T우주'에 자체 앱 'AIA 바이탈리티'를 탑재 <ul style="list-style-type: none"> 건강 목표를 설정하고 이를 달성할 때마다 포인트를 제공해 휴대폰 요금 할인, 커피 쿠폰 제공 등으로 변환 서비스 제공
NH농협생명	상품개발	2022	<ul style="list-style-type: none"> 게임처럼 재밌게 건강을 관리할 수 있는 헬스케어 앱 'NH헬스케어'를 출시 <ul style="list-style-type: none"> 술병을 찍으면 시가 술의 명칭, 알코올 도수 등을 체크하고 사전 입력한 주량을 초과하면 경고를 보내는 '시음주 건강케어' 등의 서비스를 제공할 예정

보험사	유형	시기	내용
라이나생명	상품개발	NA	<ul style="list-style-type: none"> 미국 여행 중인 사람이 비교적 가벼운 증상(예. 감기)을 보일때 미국내 한국인 의사로부터 원격진료를 받을 수 있는 앱 '만두(MANDU)' 출시 - 50대 이상을 대상으로 해서 운영하는 멤버십인 '전성기' 가입자에게 제공하는 서비스로, 국내에서는 원격 진료는 아직 불법이기에 국외에서만 서비스를 제공
동양생명	상품개발	2020	<ul style="list-style-type: none"> 엄마와 아이의 건강관리를 돕는 '엔젤맘스케어' 앱 출시 - 앱을 통해 산모는 임신 주수에 따른 태아 정보를 확인할 수 있으며, 체중관리와 걷기 목표 설정 및 분석기능을 탑재하고 상황별 홈트레이닝 영상을 통해 산모가 출산 전후 적정 체중 관리 가능
손해보험			
삼성화재	투자	2019 ~ 2022	<ul style="list-style-type: none"> 400억원 규모로 조성한 삼성벤처투자자의 기업주도형벤처캐피탈(CVC) 펀드 'SVIC 44호 금융R&D 신기술사업투자조합'을 통해 디지털 헬스케어 기업에 활발한 투자와 사업협력을 진행 - 해당 펀드를 통해 약 11개 디지털헬스케어 기업에 투자 'SVIC 58호 삼성화재 신기술사업투자조합'에 580억원을 출자. 해당 펀드의 첫 투자 기업은 '온택트헬스' - 온택트헬스는 18개 주요질환에 대한 개인별 질병 발병율과 기대수명 등을 제공하는 질병예측 솔루션을 개발 중
		2020 ~ 2021	<ul style="list-style-type: none"> 휴레이 포지티브, 비브로스, HMC네트웍스 등에 전략적 투자를 통해 디지털 헬스케어 분야 협업 ① 휴레이 포지티브: B2B 고객 대상으로 당뇨, 고지혈, 고혈압 등 모바일 만성질환 관리 서비스를 개발 중 ② 비브로스: 비브로스가 개발한 병원예약 플랫폼 '똑닥' 앱에서 진료비를 결제한 고객들의 보험금 청구를 일원화하는 보험금간편 청구(삼성화재 실손보험 청구) 시스템 구축 ③ HMC네트웍스: 간병인 매칭 플랫폼 '케어네이션'을 운영. 우선 간병 서비스 플랫폼 성장에 협력하고, 중·장기로 '시니어 생태계'에 적합한 헬스케어 서비스를 공동 개발
	상품개발	2022	<ul style="list-style-type: none"> 세브란스병원 의료진이 개발한 신뢰도 높은 건강위험분석 결과를 바탕으로 만성질환 관리와 일상 속 건강습관 관리를 스스로 할 수 있도록 지원하는 디지털 헬스케어 서비스 '애니핏 플러스' 출시 - '애니핏 플러스'를 통해 걷기, 체중 기록 등 미션을 달성하면 포인트를 주는 서비스 제공. 적립된 포인트는 건강·질병·운전자·자동차보험의 보험료 결제에 사용 가능
KB손해보험	자회사 설립	2021	<ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 서비스 제공을 목적으로 헬스케어 전문 자회사, 'KG헬스케어'를 설립하여 초기에는 B2B 기업고객을 중심으로 헬스케어 서비스를 제공하고 추후 B2C 개인고객으로 서비스를 확대할 계획 - 모바일 앱 '오늘의 케어'를 통해 건강검진 정보 등을 분석한 건강상태, 건강 상태 기반 건강목표 추천, 식단 데이터 분석 등 제공 - 외부업체와 유전체 분석, 오디오·비디오 기반 디지털 활동관리, 만성질환자 건강관리 코칭, 멘탈 관리 상담도 제공

보험사	유형	시기	내용
현대해상	상품개발	2019	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 자발적 건강관리를 도와주는 모바일 건강관리 서비스 '하이헬스챌린지' 앱 운영 - 기초 설문으로 개인별 건강관리 포인트를 파악해 총 35가지 커리큘럼에서 가장 적합한 프로그램을 맞춤형으로 제공. 하이헬스챌린지 고객 월 평균 포인트 획득액은 약 2100포인트로 월납 보험료 3만원 고객 기준 평균 보험료 대비 약 7% 혜택을 받는 중
	파트너십	2021	<ul style="list-style-type: none"> 시니어 헬스케어 플랫폼 '케어닥'과 시니어 헬스케어 서비스 활성화를 위한 업무협약(MOU) 체결, 전략적 투자 단행 - 간병인 지원 특약, 노인성 질환 관련 신상품 공동연구 등 사업 협력을 추진 중. 케어닥은 간병인 매칭, 시설 검색 서비스를 제공하는 시니어 헬스케어 플랫폼을 운영 디지털 헬스케어 스타트업 '메디히어'와 해외체류 한인을 위한 원격진료 및 비대면 헬스케어 서비스 협업을 위한 업무협약 체결 - 메디히어는 전세계 한인들을 대상으로 원격진료 멤버십 서비스 '닥터히어 (DoctorHere)'를 운영 중
	파트너십	2022	<ul style="list-style-type: none"> 식단 이미지를 자동 분석해 영양관리 솔루션 '오토 AI 푸드 다이어리'를 제공하는 '누비랩'과 서비스 준비 중. 협업체 고객에 영양관리 솔루션 제시해 주는 서비스를 선보일 계획
보험대리점(GA)			
에이플러스 에셋 (GA 1호 상장사)	자회사 설립	2013	<ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 자회사 AAI헬스케어를 설립 - 토탈 헬스케어 솔루션에 대한 운영 노하우와 국내 및 해외 의료네트워크 보유
	상품개발	2021	<ul style="list-style-type: none"> 헬스케어 앱 '위플' 출시. 24시간 건강상담 서비스, 맞춤 건강 리포트 등을 제공

자료: 삼일PwC경영연구원(기사 참고)



IV.

결론 및 대응 전략

국내 보험사들은 현재 활발히 디지털 헬스케어 서비스 역량을 쌓는 중이나, 해외 대비 사업 활성화 수준은 상대적으로 낮은 편이다. 가장 근본적인 원인으로는 국내 엄격한 의료법과 개인정보법으로 인한 사업 범위 및 다양성 제한인 것으로 보인다. 특히 코로나19 이후로 원격의료에 대해 적극 지원책을 추진한 해외 주요국과는 달리 국내에서는 아직 찬반 논란이 식지 않고 있어, 국내 보험사들의 디지털 헬스케어 서비스는 한동안 비슷한 수준으로 머무를 것으로 판단된다. 이 외에도 국내 보험사들은 헬스케어 플랫폼, 파트너 생태계, 투자 수준 등을 기준으로 평가해봤을 때 해외 보험사들 대비 사업 활성화 수준이 전반적으로 낮은 상황으로, 향후 투자·개발을 통해 개선시킬 수 있는 영역이 상당히 많을 것으로 보인다.

국내 보험사들의 성공적인 디지털 헬스케어 시장 진입과 서비스 활성화를 위해 정부 규제, 디지털 역량, 보험사 value-chain 측면에서 다음과 같은 제언을 제시해본다.

- ① 정책 변화: 디지털 헬스케어 관련 규제 완화
- ② 기반 기술 마련 필요: (보험사) 디지털 역량 강화
- ③ 보험사 내부 혁신 필요: 가치사슬(value chain) 변혁 및 투자 확대

그림 5. 해외·국내 보험사들의 디지털 헬스케어 사업 활성화 수준 비교



자료: 삼일PwC경영연구원

4-1

국내 디지털 헬스케어 관련 규제 완화

국내 보험사들의 디지털 헬스케어 서비스 활성화를 위해서는 우선 비의료기관이 제공 가능한 건강관리서비스의 범위를 확대하여 제대로 된 의료행위를 서비스에 포함시켜야 한다. 현재로서는 고객들이 실질적으로 필요한 의료 서비스는 의료법 위반 소지가 있어 제공하지 못하는 대신, 일상 속 걷기와 같은 건강개선 서비스 정도로만 제공하는 실정이다. 여기서 문제점은 고객들이 이러한 건강개선 서비스의 효과는 대부분 인지하고 있으나, 필요성을 느끼고 몸소 실천하는 경우가 다소 미비하다는 것이다. 보험연구원에 따르면 고객들이 보험사의 걷기 프로그램 목표를 달성하는 비율은 50~60% 수준에 그치는 것으로 나타났으며, 목표 달성에 따른 혜택이 주어진다고 불구하고 보험사의 헬스케어 서비스에 대한 고객들의 반응은 기대 이하인 것으로 나타났다. 이에 따라 보험사들의 헬스케어 서비스 활성화를 위해서는 우선적으로 정부 차원에서 비의료기관이 의료기관과 연계하여 전문성을 공유하는 전제하에 일정 수준의 의료행위를 법적으로 허용해야 한다. 더불어 글로벌 비대면 서비스 확대 추세에 따라 원격의료 제한 규제를 완화하여 원격의료 전문기업 및 관련 생태계 육성을 통해 보험사들의 헬스케어 서비스 다각화를 지원해야 한다.

또한, 정부는 국민에게 필요한 헬스케어 산업 활성화를 위해 보험사와 협력구도를 형성해 공공의료데이터를 활용할 수 있도록 허용해야 한다. 지난해 몇몇의 보험사

가 심사평가원 공공의료데이터 이용을 위한 승인을 획득한 바 있어(2021.07) 기대감으로 부풀었으나, 국민건강보험공단의 데이터 이용 미승인 및 심의 유보 등의 차질로 인해 보험사들은 양질의 헬스케어 서비스를 제공하지 못하고 있다. 현재 국내 보건 의료 데이터는 공공기관을 중심으로 개방 중이며, 정부 차원에서 의료 데이터 개방을 통해 의료기기, 신약, 의료 서비스 등을 개발하고 국민 건강 보건을 향상시키고자 하지만 목적과 다르게 민간 활용이 쉽지만은 않은 상황이다. 이는 보험사와 같은 영리기업의 개인정보 악용 가능성 및 개인정보 유출과 침해에 대한 사회적 우려가 크기 때문이라고 판단되는 바, 정부는 이를 잠재울 수 있는 방안을 체계적으로 마련해 주어야 한다. 데이터 전문가와 임상의로 구성된 전문 조직을 관리하여 의료 데이터 표준화 및 정형화 작업을 우선적으로 추진할 필요가 있다. 이에 이어 데이터 공급자와 수요자간 상호 운용이 원활하게 이루어지게 하고, 데이터 활용 기준을 명확화 하여 불필요한 개방과 유출을 방지하는 제도적 시스템이 필요하다.

우리나라는 공공의료데이터의 이차적 활용을 위한 데이터 인프라와 및 제도적 기반이 글로벌 상위 수준으로, 정부는 가치창출을 위한 민간 경제주체의 개입을 일정 수준 허용하여 디지털 헬스케어 선도국으로 성장해 나갈 수 있는 발판을 마련해주어야 한다.

표 6. 국내 공공의료데이터 현황

구분	건강보험심사평가원	국민건강보험공단
데이터 보유 현황	약 3조 건	약 3조 4,000억 건
보험사 신청 데이터	표본추출 후 비식별 처리한 표본자료(개인식별 불가)	
보험사 데이터 이용 승인 현황	승인(2021년 7월 최초)	2021년 9월 15일 미승인 후 2022년 1월 재신청도 심의 유보

자료: 삼일PwC경영연구원

4-2

보험사 디지털 역량 강화

국내 보험사들은 금융규제를 이유로 들며 금융권 중에 디지털 혁신 준비에 다소 소홀한 편이다. 그러나 이제는 보험사들의 디지털 역량이 업계의 생존과 직결되는 바, 지속적인 성장을 위해 디지털 역량을 확보하기 위한 다각도의 전략이 시급한 시점이다. 특히 보험사들이 헬스케어 사업으로 수익을 창출하기 위해서는 고객들이 자발적으로 관심을 갖고 헬스케어 서비스에 가입하여 비용을 지불할 의사가 있어야 하는데, 문제는 대부분의 보험사들이 이것을 어떻게 이끌어내는지 잘 모르고 제대로 하는 곳이 별로 없다는 것이다. 따라서 보험사들은 고객들의 니즈를 정확히 파악하고 이해하여, 이를 분석하고 고객이 정말 필요로 하는 상품과 서비스를 창출해내기 위한 고도화된 디지털 기술력을 갖추는 것이 우선적 과제가 되어야 한다.

보험사들의 디지털 헬스케어 서비스 활성화에 기여할 수 있는 주요 디지털 기술을 다음과 같이 간단히 추려볼 수 있다: ① 응용 인공지능(Applied AI), ② 클라우드(Cloud), ③ 사물인터넷(IoT), ④ 가상화(Virtualization) ⑤ 블록체인(Blockchain). 해당 기술들은 통해 보험사들은 서비스 효율성을 높일 수 있으며, 맞춤형의 차별화된 서비스를 제공하고 데이터 파이프라인 구축을 통해 신속한 의사결정을 내릴 수 있으며, 리스크를 선제적으로 관리할 수 있다. 무엇보다 디지털 기술의 지속적인 발달에 따라 보험사들은 디지털화 추세에 관심을 갖고 서비스 고도화에 기여할 수 있는 기술들을 적극 도입하고 적용시킬 수 있어야 한다.





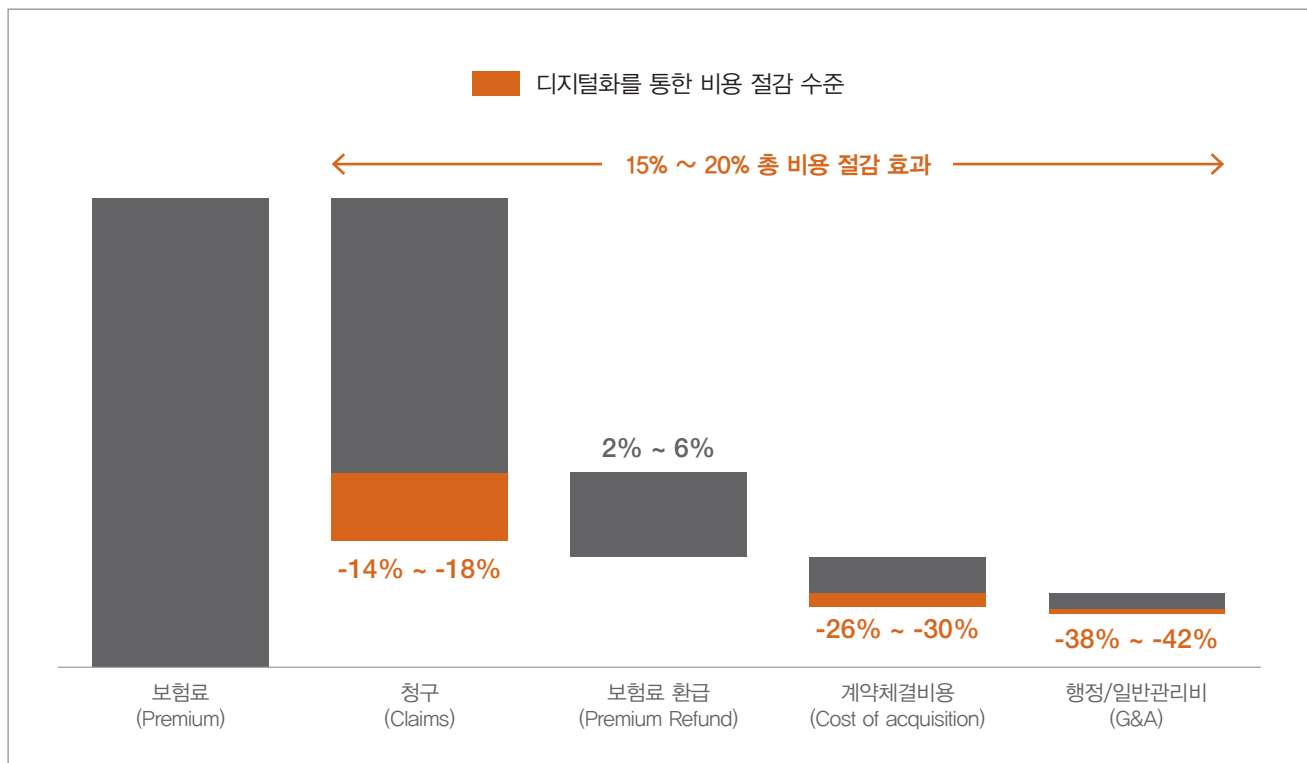
표 7. 보험사의 헬스케어 사업을 위한 주요 디지털 기술

기술	기술 설명	보험사 헬스케어 서비스 적용
응용 AI (Applied AI)	비즈니스 밸류체인에 AI를 적용하여 데이터의 가치를 신속하게 실현	<ul style="list-style-type: none"> AI 기반으로 언더라이팅, 청구, 부가 서비스 등의 운영체계를 효율화하여 생산성을 높이고 고객접점 서비스 수준을 제고 빅데이터, 머신러닝 및 예측 분석(predictive analytics)으로 고객 맞춤형 상품과 서비스 개발
클라우드 (Cloud)	사용자의 직접적인 관리 없이 인터넷을 통해 데이터 스토리지, 보안, 네트워킹 등의 리소스를 필요시 제공	<ul style="list-style-type: none"> 대규모 데이터(Ex. 수만개의 보험 청구 데이터 세트 등)를 이해하고 활용하여 신규 상품 개발 및 고객 서비스 개선을 지원 보험 가입자, 인슈어테크, 의료 공급자, 통신사 등간의 허브(hub) 역할을 수행하여 헬스케어 서비스 생태계 조정 지원
사물인터넷 (Internet of Things)	인터넷을 통해 각종 기기 및 시스템과 연결하여 데이터를 연결, 수집, 저장, 분석	<ul style="list-style-type: none"> 센서 및 통신 기반의 데이터 연결을 통해 고객의 상품 가입 시점부터 이후까지 개인 건강관리 니즈와 리스크를 명확히 파악 고객 데이터 기록 및 분석을 통해 보다 신속한 실시간 헬스케어 서비스 제공 가능
가상화 (Virtualization)	가상 컴퓨터 하드웨어 플랫폼, 저장 장치 및 컴퓨터 네트워크 리소스 등의 가상 버전을 생성	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 트윈(Digital Twin), 3D/4D 프린팅 등을 통해 고객 건강 관리 경험 개선 고객의 건강 상태 및 관련 데이터 가상화를 통해 In-network 인력간 정보 공유, 보험사 상품 및 서비스 개발 지원
블록체인 (Blockchain)	저장된 데이터를 블록 단위로 나누어 블록체인 네트워크에 연결된 여러 컴퓨터에 저장 및 보관	<ul style="list-style-type: none"> 보험사와 헬스케어 관계사간의 안전한 데이터 공유, 보험금 청구 증가 방지 역할을 위해 '예측과 예방' 사업 모델 구축 기여 안전하고 일관된 방식으로 고객 데이터를 보다 효과적으로 관리하고, 정보 유출 및 침해와 같은 문제를 효율적으로 해결할 수 있도록 지원

자료: 삼일PwC경영연구원

다양한 디지털 기술 도입을 통해 보험사는 비용 절감 효과도 누릴 수 있다. 글로벌 컨설팅업체 Bain & Company에 따르면 디지털 기술을 통해 보험사들은 5년내로 총 비용의 15~20%까지 절감할 수 있다고 한다. 고객 서비스에 대한 투자를 줄이는 대신, 보험 청구 절차를 보다 효율적으로 처리하고 부정 행위를 탐지 및 방지함으로써 비용 절감 효과를 상당 부분 실현시킬 수 있는 것이다. 이처럼 보험사들의 디지털화는 업무 효율화, 헬스케어 서비스 고도화, 수익 창출, 그리고 비용 절감에 상당히 기여한다. 이는 곧 보험사들의 헬스케어 서비스 시장 경쟁력과 직결되는 바, 향후 심화될 서비스 경쟁에서 살아남기 위해 디지털 역량 강화는 필수적인 과제다.

그림 6. 보험사의 디지털화를 통한 비용 절감 효과



자료: Bain & Company, Google, 삼일PwC경영연구원

4-3

보험사 가치사슬^{Value Chain} 변혁 및 투자 확대

앞서 언급한 비의료기관의 의료행위 허용 등의 정부 규제 완화와 향상된 디지털 역량을 바탕으로 보험사들은 가치사슬 변혁을 통해 헬스케어 서비스 생태계 구축 및 활성화에 기여할 수 있다. 기존의 '상품개발 - 보험계약심사 - 보험금 지급 처리'에서 고객 건강관리에 대한 사전적 예방부터 사후적 보장·관리까지 아우르는 가치사슬로 재구축하고, 실질적인 가치사슬 실현으로 이어지기 위해 필요한 역량들의 융합을 이루는 것이다. IT업체, 의료서비스업체, 공공기관 등 다양한 전문 역량들의 융합과 네트워킹을 통해 보험사들은 사업적 리스크를 줄일 뿐만 아니라, 더 확장된 범위의 차별화된 서비스를 고객들에게 제공해 줄 수 있다.

국내 보험사들은 엄격한 정부 규제로 해외 대비 투자활동이 상대적으로 소극적인 편이다. 그러나 현재 네이버, 카카오와 같은 플랫폼 업체들도 보험산업 및 헬스케어 사업에 진입하는 등, 디지털 헬스케어 시장내 경쟁자들은 점점 더 많아지고 다양해질 것으로 예상된다. 특히 플랫폼 업체들은 플랫폼을 통한 간편 가입 및 청구, 데이터 분석, AI 기반 보험금 지급 심사 등 기존의 보험사들과는 차별화된 서비스를 제공할 수 있어 이들의 진출은 보험사들에게 큰 위협요인이 된다. 이에 보험사들은 정체성 변혁과 안정적인 디지털 헬스케어 역량 확보를 위해 M&A, 자회사 설립과 같은 적극적인 투자 활동을 추진해야 향후 마주할 치열한 경쟁에 대해 선제적으로 대응할 수 있을 것이다. 가치사슬 혁신을 기반으로 보험사들의 역할을 재해석하고 재구축해볼 필요가 있으며, 여기서 나오는 역량 gap을 메워줄 수 있는 잠재적 조력자들에 대한 적극적인 발굴이 지금부터 당장 행해져야 한다.



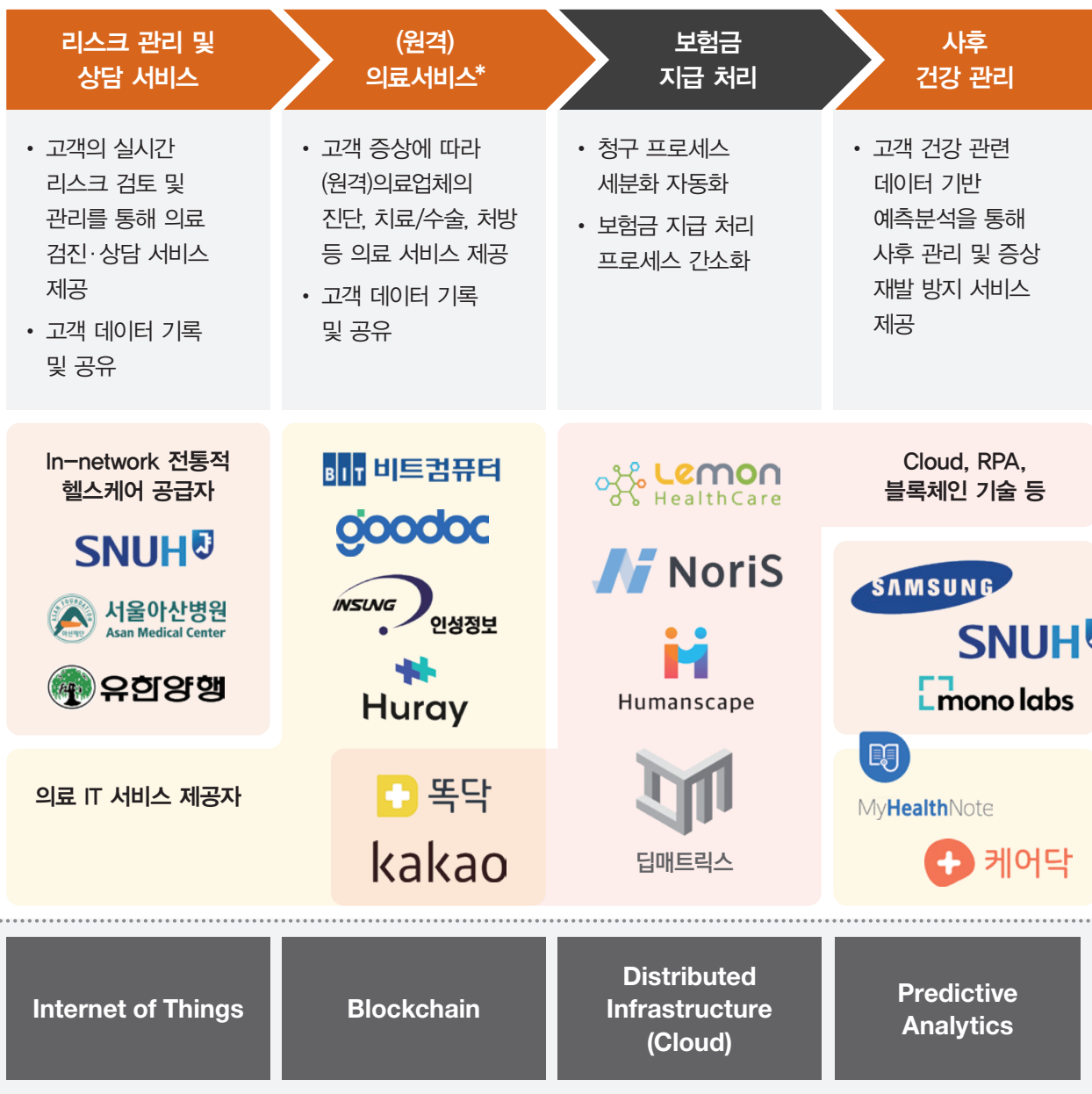
그림 7. 보험사의 To-be 가치사슬



자료: 삼일PwC경영연구원



*국내 원격의료규제 완화 전제 下



참고자료

- 보건복지부, 비의료건강서비스 가이드라인 및 사례집(2차), 2022.09
- 보험연구원, 해외 헬스케어 서비스와 시사점, 2021.04
- 보험연구원, 보험산업의 디지털 전환 현황과 과제, 2021.02
- 한국보건산업진흥원, 외국인환자 유치를 위한 글로벌 의료 서비스, 2020.08
- 서울대 건강금융연구센터, 보험사의 헬스케어 진출 의의와 전략, 2021.02
- 리스크관리학회, 원격보건과 보험산업, 2021.09
- 금융위원회, 「건강증진형 보험상품 개발·판매 가이드라인」 개정 등 건강증진형 보험상품·서비스 활성화 방안 후속조치 보도자료, 2019.12
- 금융위원회, 보험업권 헬스케어 활성화 TF 1차 회의 보도자료, 2021.02
- 금융위원회, 보험업권 헬스케어 활성화 TF 2차 회의 보도자료, 2021.07
- KPMG, 헬스케어 서비스 트렌드와 보험 산업 시사점, 2021.02
- Bain & Company, Global M&A Report 2022, 2022
- Bain & Company, Insurers Hold the Key to Healthcare's Digital Future, 2018
- Deloitte, 2022 insurance M&A outlook, 2022
- Capgemini, Top trends in Insurance 2022, 2022
- 질병관리청, 2022 만성질환 현황과 이슈, 2022



Author Contacts

삼일PwC 경영연구원

이은영 Director

02-709-0824

eunyoung.lee@pwc.com

오선주 Senior Manager

02-3781-9344

sunjoo.oh@pwc.com

강서은 Manager

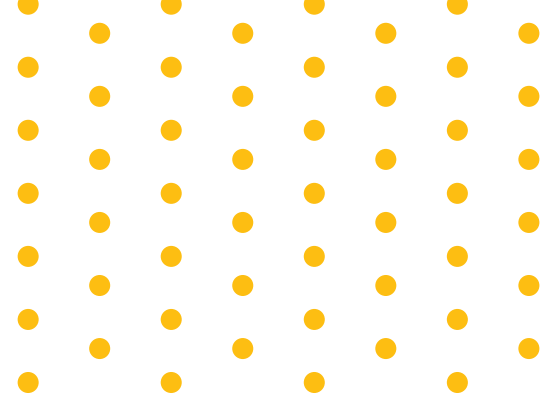
02-3781-9137

seo Eun.kang@pwc.com

최형원 Associate

02-3781-9638

hyungwon.choi@pwc.com



Business Contacts

삼일PwC

보험 Sector

진봉재 Partner

Assurance

02-709-0349

bong-jae.jin@pwc.com

박수연 Partner

Tax

02-709-4088

soo-yun.park@pwc.com

PwC컨설팅

보험 Sector

김은섭 Partner

02-3781-9749

eun-seop.kim@pwc.com

Healthcare Sector

서용범 Partner

Assurance

02-3781-9110

yongbeom.seo@pwc.com

금창훈 Partner

Tax

02-3781-0125

chang-hun.keum@pwc.com

윤창범 Partner

Deal

02-3781-9366

chang-beom.yoon@pwc.com

Healthcare Sector

석주현 Partner

02-3781-9824

ju-hyun.seok@pwc.com

