

# Deloitte Insights

April 2025



## 보험산업의 미래

디지털 혁신과 헬스케어 패러다임 전환

Deloitte Insights

**Deloitte.**

Download on the  
App Store

GET IT ON  
Google Play



'딜로이트 인사이트' 앱에서  
경영·산업 트렌드를 만나보세요!



# 리더 메시지



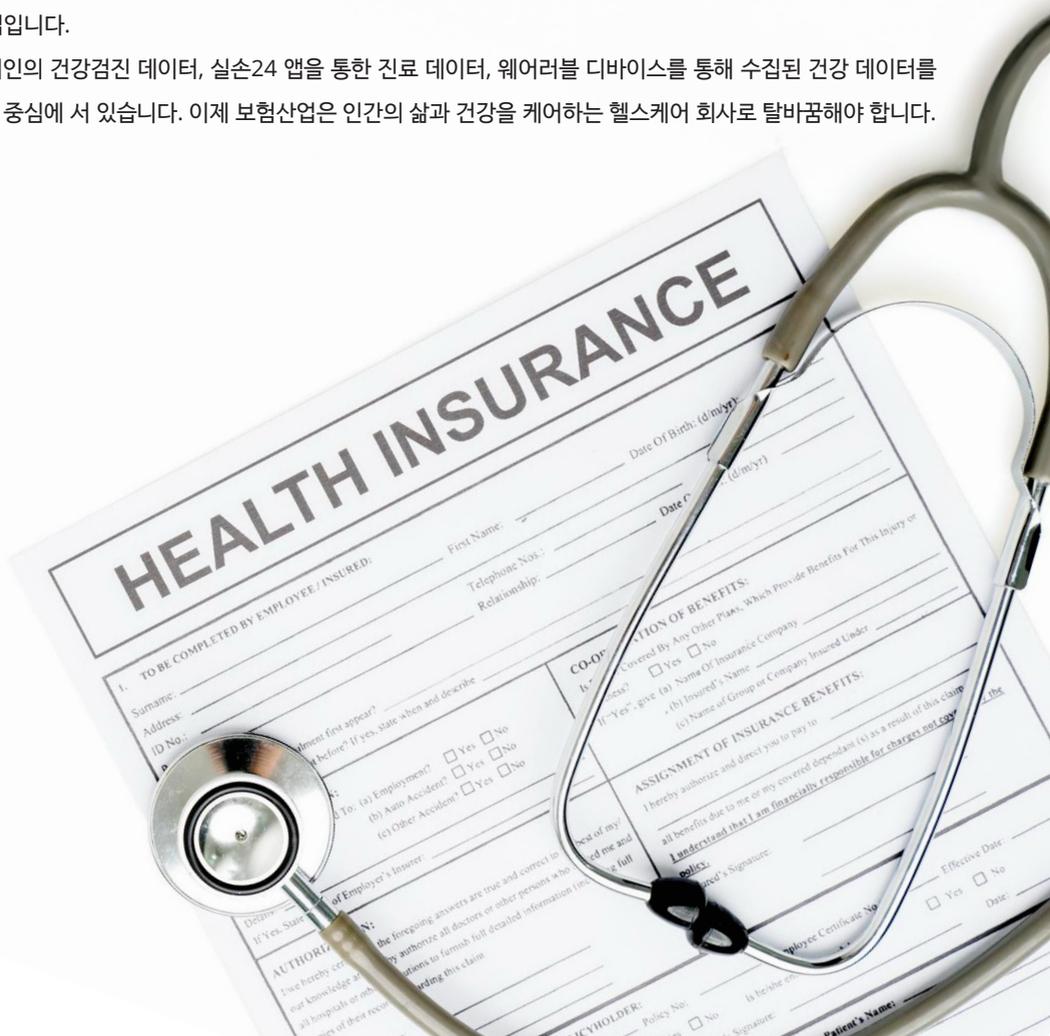
## 변성욱 파트너

딜로이트 보험산업 리더 |  
컨설팅 부문

IT 발전의 중착점은 인간입니다. 인간의 삶을 더 편리하고, 안전하고, 건강하게 만드는 것입니다.

그동안 보험사는 보험상품을 파는 회사였습니다. 그러나 디지털 혁신, 즉 AI와 개인건강관리 기술 활용을 통해 이제 보험사는 보험 상품도 파는 헬스케어 기업으로 변신해야 합니다. 헬스케어는 금융 비즈니스를 넘어, AI와 IT 기술을 기반으로 질병 예방과 건강 유지를 실현하는 서비스 산업입니다.

2025년 현재, 보험사는 개인의 건강검진 데이터, 실손24 앱을 통한 진료 데이터, 웨어러블 디바이스를 통해 수집된 건강 데이터를 기반으로 헬스케어 산업의 중심에 서 있습니다. 이제 보험산업은 인간의 삶과 건강을 케어하는 헬스케어 회사로 탈바꿈해야 합니다.



# 서론

보험 산업은 오랜 기간 동안 보험상품을 판매하는 전통적인 방식에 의존해왔다. 그러나 저출산과 고령화 여파로 신규 보험 가입자는 줄어들고, 기존 상품 간 차별성도 희미해지면서 시장이 포화 상태에 접어들고 있다. 동시에 소비자들의 기대도 변화하고 있다. 보험사에 요구되는 역할이 달라지고 있는 것이다. 그동안 보험사가 보험상품을 파는 회사였다면, 디지털 혁신 즉, 개인건강관리 기술과 AI 활용이 확대되면서 이제는 보험상품도 파는 헬스케어 회사로 변신해야 한다.

디지털 기술의 발전은 보험사에 새로운 기회를 제공한다. 특히, 정부 주도의 실손보험 청구 간소화 시스템인 '실손24'의 도입은 보험사의 디지털 전환과 헬스케어 산업 진출을 가속화하는 중요한 계기가 되고 있다. 의료 데이터 연계, 웨어러블 디바이스 기반 건강 데이터 축적 등의 기술 혁신은 발전은 보험사를 단순한 보상 기관에서 벗어나 인간의 질병예방과 건강유지를 위한 서비스 산업으로 자리 잡을 수 있는 기반을 마련해준다.

본 보고서에서는 보험 산업이 헬스케어 분야로 확장하면서 창출할 수 있는 새로운 가치와 기회를 분석하고, 디지털 헬스케어 시장에서 보험사의 역할 변화와 실행 전략을 제시한다. 또한, 보험과 헬스케어의 융합이 가져올 패러다임 전환을 조망하며, 보험사가 단순한 보상 제공자를 넘어 '라이프케어 파트너'로 도약할 방향을 모색한다.

# 01. 보험업계의 새로운 성장 기회: 헬스케어 산업 진출

## 1.1 보험사의 포화 상태와 신성장 동력 필요성

국내 보험업계는 이미 포화 상태에 놓여 있으며, 기존 방식만으로는 지속적인 성장을 기대하기 어려운 상황이다. 가입자 감소, 시장 경쟁 심화, 상품 차별화 한계 등 복합적인 문제가 맞물리면서 보험사는 더 이상 전통적인 모델에 의존할 수 없게 되었다.

### 보험 가입 가능 고객층 감소

- ✔ 출산율 하락과 고령화가 심화되며 신규 보험 가입자가 줄어들고 있으며, 경제활동 인구 감소와 사회 구조 변화로 인해 보험 가입 수요도 둔화되고 있다.
- ✔ 건강에 대한 인식이 높아지면서 소비자들은 단순한 보장보다 예방과 건강관리 중심의 서비스를 선호하는 추세다.

### 경쟁 심화와 수익성 저하

- ✔ 새로운 회계기준(IFRS17) 도입 이후 생명·손해보험회사 모두 보장성 상품 위주 판매 전략으로 변경하였으며, 특히 업권 간 건강보험 판매 경쟁이 심화되고 있다.<sup>1,2</sup>
- ✔ 보험사 간 출혈 경쟁이 지속되면서 고객 유지 비용은 증가하는 반면, 장기적인 수익성은 악화되고 있다.

### 기존 상품 개발의 한계

- ✔ 보험 상품의 구조적 유사성, 경쟁사 간 유사한 보장 내용, 소비자의 가격 민감도 증가 등으로 인해 차별화된 보험 상품 개발이 어려워지면서 업계 전반의 경쟁이 격화되고 있다.
- ✔ 소비자 맞춤형 서비스가 부족하고, 기술 혁신 속도가 더딘 보험업계 특성상 빠르게 변화하는 시장 요구에 대응하기 어려운 구조다.

이러한 시장 환경 속에서 보험업계는 새로운 수익원을 찾기 위해 헬스케어 산업으로의 진출을 적극 모색하고 있다. 단순히 보험료를 받아 보험금을 지급하는 금융 비즈니스에서 벗어나 건강 관리, 예방, 데이터 기반 맞춤형 서비스를 제공하는 헬스케어 산업과의 융합이 그 해답이 될 수 있다.

## 1.2 보험소비자 기대 변화

질병 치료와 보상보다는 예방과 건강관리 중심의 서비스를 기대하는 소비자가 늘면서, 보험업계는 새로운 성장 동력을 발굴해야 하는 전환점에 서 있다. 디지털 기술과 헬스케어의 융합은 이러한 변화를 주도하는 핵심 동력이 되고 있다.

- ✔ 건강 목표 달성에 따른 보험료 할인, 리워드 제공 등 참여형 보험모델에 대한 기대
- ✔ 일회성 상품보다 지속적인 건강관리 지원 서비스에 대한 수요 확대

보험사는 단순한 보상 기관에서 벗어나 데이터 기반 맞춤형 건강관리 서비스 제공자로 전환해야 지속 가능한 경쟁력을 확보할 수 있다.



## 02. 보험업계 헬스케어 산업 진출 기반 마련

헬스케어 산업은 보험업계의 성장 정체를 해결할 새로운 돌파구로 떠오르고 있다. 기존 보험 모델이 질병 발생 후 보상 지급에 초점을 맞췄다면, 이제는 질병예방과 건강 관리 중심으로 패러다임이 전환되고 있다. 소비자들 역시 단순한 보상을 넘어 지속적인 건강 관리를 지원하는 맞춤형 헬스케어 서비스를 기대하고 있다.

### 헬스케어 산업 성장의 핵심 요인

#### ✔ 국내 의료비 총액 증가

국내 의료비 총액은 이미 200조 원을 돌파했으며,<sup>3</sup> 2028년에는 건강보험 재정 고갈이 우려되고 있다. 이로 인해 보험사의 보험금 지급 부담도 지속적으로 커지고 있다. 건강에 대한 인식이 높아지면서 소비자들은 단순한 보장보다 예방과 건강관리 중심의 서비스를 선호하는 추세다.

#### ✔ 인구 고령화 및 만성질환 증가

고령화가 빠르게 진행되면서 당뇨병, 고혈압, 고지혈증 등의 만성질환 유병률이 급증하고 이에 따른 의료비 부담과 보험사의 장기 리스크가 더욱 가중되는 상황이다.

#### ✔ 예방 중심 서비스에 대한 관심 확대

의료비 절감과 삶의 질 향상을 위한 예방 중심 건강 관리에 대한 사회적 관심과 중요성이 대두되며, 보험사에도 역할 확장이 요구되고 있다.

국내 의료비 부담이 지속적으로 증가하고, 인구 고령화와 만성질환 확산이 가속화되면서 보험사의 역할에도 변화가 요구되고 있다. 이러한 구조적 변화 속에서 보험사는 단순한 보상 제공을 넘어 사전 예방과 건강관리 서비스 제공자로서의 역할을 수행해야 하는 시대적 요구에 직면해 있다.



## 2.1 규제 완화: 보험업계 헬스케어 서비스 제공 가능

2020년 12월 17일, 금융위원회는 보험회사의 헬스케어 서비스를 공식 부수업무로 허용하며, 보험산업의 패러다임 전환을 이끌 제도적 기반을 마련했다. 이에 따라 보험사는 보험계약자 외 일반인에게도 건강관리 서비스를 제공할 수 있게 되었고, 헬스케어 전문 자회사를 설립·운영할 수 있는 법적 기반도 확보했다. 이 조치는 보험사의 헬스케어 산업 진출을 실질적 사업 모델로 내재화할 수 있는 계기이자, 시장 진입 장벽을 낮춘 제도적 기반으로 평가된다.

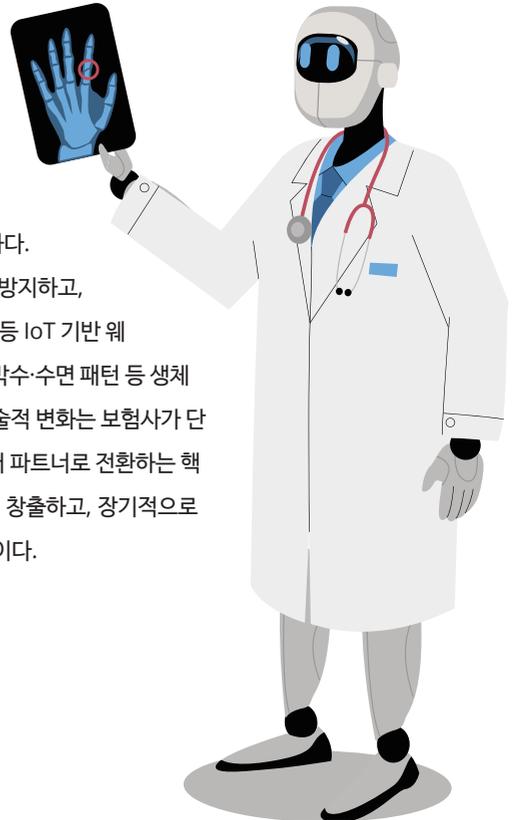
- ✔ 헬스케어 전문 자회사 소유 허용 → 보험사 자체 서비스 역량 강화
- ✔ 보험계약자 외 일반인 대상 건강관리 서비스 제공 가능 → B2C 헬스케어 진출 확대
- ✔ 디지털 헬스케어 산업 진입 장벽 완화 → 보험사와 헬스케어 기업 간 융합 가속화

## 2.2 실손24 도입: 헬스케어 활용 데이터 증가

2024년 10월부터 시행된 실손보험 청구 간소화 시스템(실손24)은 보험사의 디지털 전환을 가속화하는 결정적 계기로 작용할 전망이다. 소비자는 병원 진료 후 모바일 앱을 통해 간편하게 실손 청구를 제출할 수 있고, 보험사는 이를 '진료데이터' 형태로 수신하게 된다. 이 시스템 도입으로 인해 청구 건수와 관련 데이터량이 크게 증가할 것으로 예상되며, 이는 보험사가 고객의 생애주기에 따른 건강 상태를 분석하고 예측할 수 있는 기반이 된다. 특히, 내부로 축적되는 데이터를 활용해 고객 맞춤형 예방 서비스와 건강관리 프로그램을 보다 정교하게 설계할 수 있게 되면서, 보험사는 헬스케어 전략을 실제 사업으로 연결할 수 있는 탄탄한 기반을 마련할 수 있다. 궁극적으로 보험사는 의료 데이터를 활용해 맞춤형 건강관리 서비스, 질병 예측 프로그램 등 다양한 헬스케어 서비스를 고도화할 수 있게 되는 것이다.

## 2.3 AI 및 IoT 보편화: 헬스케어 활용 기술

AI와 IoT 기술의 확산은 보험과 헬스케어의 융합을 현실화하고 있다. 빅데이터 처리를 통해 방대한 건강데이터를 분석하고 예측 모델링, 딥러닝 등을 기반으로 보다 정교한 리스크 평가와 개인 맞춤형 보험상품 설계가 가능하다. 특히, AI 기반 보험사기 탐지 시스템이 고도화되면서 불필요한 보험금 누수를 방지하고, 보다 공정한 보험료 산정이 가능해지고 있다. 한편, 스마트워치·피트니스 밴드 등 IoT 기반 웨어러블 기기의 보편화로 실시간 건강 데이터 수집을 가능하게 하며, 활동량·심박수·수면 패턴 등 생체 정보를 활용한 행동 기반 건강 모니터링 서비스를 현실화하고 있다. 이러한 기술적 변화는 보험사가 단순한 보장 중심 모델에서 벗어나 질병 예방과 건강 증진을 주도하는 라이프케어 파트너로 전환하는 핵심 동력으로 작용한다. 고객과의 지속적인 접점 확장을 통해 새로운 수익원을 창출하고, 장기적으로는 보험 리스크를 줄이며 재무적 안정성을 높이는 전략적 기회를 제공하는 것이다.



## 03. 국/내외 보험사 헬스케어 진출 사례

보험업이 성숙기에 접어든 가운데, 데이터 기반(data-driven) 헬스케어 시장 진출이 새로운 성장 돌파구로 주목받고 있다. AI와 빅데이터를 활용한 건강 예측 모델이 보험 상품 설계에 적극 도입되면서, 고객 개인의 건강 상태를 정밀 분석해 합리적인 보험료 산정이 가능해졌다. 이는 보험사에 새로운 수익 모델을 창출할 기회를 제공하며 보험 산업 전반에 혁신을 불러일으키고 있다. 이와 함께 원격 의료 및 디지털 치료제(DTx) 확산으로 보험사의 역할도 빠르게 변화하고 있다. 미국과 유럽에서는 이미 보험사들이 웰니스 프로그램 및 원격 건강관리 서비스를 결합하여 보험 상품을 혁신하고 있으며,<sup>4</sup> 국내 주요 보험사들도 헬스케어 스타트업과 협력해 디지털 헬스케어 플랫폼을 구축하고 있다.

보험사들은 이미 헬스케어 스타트업을 인수하거나 전담 부서를 신설해 디지털 헬스케어 플랫폼을 구축하는 등 적극적인 움직임을 보여왔다. 그러나 그동안 실질적인 데이터 연계 부족으로 인해 보험사와 헬스케어 기업이 개별적으로 운영되는 한계가 존재했다. 과거에는 보험사가 헬스케어 스타트업을 인수했더라도 데이터가 제대로 통합되지 않아 사업적 시너지가 크지 않았다. 하지만 최근에는 헬스케어 데이터 활용 가능성이 높아지면서, 보험사와 헬스케어 기업 간의 연결성이 강화되고 있다. 보험사들은 고객의 건강 데이터를 보다 정밀하게 분석하고, 의료기관 및 디지털 헬스케어 기업과의 협업을 통해 예방 중심의 서비스를 확대할 수 있는 기반을 마련하고 있다.

### 3.1 국내 및 글로벌 주요 사례: 보험업과 헬스케어의 성공적 융합

#### 1) 해외 보험사 헬스케어 진출 사례

##### 국가별 헬스케어 사업 특징



**미국:** 보험사가 건강관리 서비스를 직접 운영하며, 고객의 건강 상태 개선에 따라 보험료를 낮추는 인센티브 모델을 도입한 것이 특징이다.<sup>5</sup> 이러한 구조는 건강관리 서비스를 통해 고객의 건강상태가 개선되면 고객은 보험료 부담이 낮아지고, 보험사는 리스크 감소와 의료비 지출 절감 효과를 얻을 수 있는 상호 이익 구조를 형성한다.



**중국:** 중국은 부족한 의료 인프라를 개선하기 위해 정부 차원의 규제 완화 및 우호적인 보험 정책을 통해 보험사들이 헬스케어 사업에서 상당한 성과를 내고 있다. 부족한 의료자원과 지역 간 의료 불균형이 심화되면서, 이를 해소하기 위한 대책으로 원격 진료 및 AI 기반 진단 등 실제 의료 행위를 포함하는 디지털 헬스케어 생태계 구축에 주력하고 있다. 이는 의료 서비스의 접근성과 효율성을 높이며 헬스케어 성장이 가속화됐다.<sup>6</sup>



**일본:** 고령화로 인한 의료비 급증문제의 해결 방안으로 일본은 헬스케어 산업에 일찌감치 주목하며 정부, 보험사, 의료기관이 공동으로 디지털 헬스케어 인프라를 구축해 왔다. 고령층 대상 간병 서비스(개호 서비스)와 원격진료를 확대하여 고령층의 의료 접근성 강화를 주요 전략으로 삼고 있다.<sup>7</sup> 특히, ICT 기술, 모바일 애플리케이션, 클라우드 서비스 등을 활용해 디지털 헬스케어 사업을 적극 전개하고 있다.<sup>8</sup>



**독일:** 독일은 2019년 '디지털 헬스케어법'(DVG, Digital Healthcare Act)을 제정해 보험사와 의료기관 간 건강 데이터 연계를 제도적으로 강화했다.<sup>9</sup> 단순한 디지털화에 그치지 않고, 디지털 치료 앱(DiGA)을 공공 의료보험에 포함시켜 만성질환·정신건강 분야의 디지털 기반 치료를 활성화했다. IT 기술력, 의료계의 수용 능력, 정책 지원, 시장 규모 측면에서 헬스케어 앱 생태계에 우호적인 환경을 갖춘 독일은 디지털 헬스케어 스타트업의 활발한 성장과 함께 2024년 기준 헬스케어 앱 사용자 비중 43%, 세계 6위를 기록하며 시장의 성장성을 입증하고 있다.<sup>10</sup> 또한, 헬스케어 앱과 공공 의료 시스템을 유기적으로 통합해 맞춤형 치료 접근성과 의료 서비스 품질을 동시에 높이고 있는 점에서 유럽 내 디지털 헬스케어 선도 국가로 평가받고 있다.<sup>11</sup>



**프랑스:** 프랑스 내 보수적인 보험 산업과 달리, 인슈어테크 시장은 활발하다.<sup>12</sup> 특히, 일부 디지털 보험사는 헬스케어 기업과의 협업 대신 건강관리 서비스를 자체 플랫폼에서 직접 운영하는 방식을 채택하고 있으며, 보험 가입부터 청구, 정신건강 케어까지 통합 제공하는 구조로 서비스 자립도와 사용자 편의성을 동시에 높이고 있다.

이러한 각국의 헬스케어 사업 특징은 해당 국가의 의료 시스템, 사회적 요구, 기술 발전 수준 등에 따라 다르게 나타나고 있다.





미국

**존 핸콕(John Hancock): '바이탈리티'(Vitality) 프로그램:**

존 핸콕은 보험과 헬스케어 데이터를 결합해, 건강 관리 실천 여부에 따라 보험료를 차등 적용하는 혁신적인 모델을 도입했다. 웨어러블 기기를 통해 고객의 건강 데이터를 실시간 수집하고, 보험사 리스크를 줄이면서 고객의 건강 개선을 유도하는 전략을 펼치고 있다.

✔ 건강 데이터 기반 보험료 차등 적용

- 보험 가입자의 운동량, 식단, 건강관리 습관 등을 분석해 보험료 할인 및 리워드를 제공한다.
- 애플워치, 핏빗(Fitbit) 등의 웨어러블 기기와 연동하여 실시간 건강 모니터링 및 건강 증진 프로그램을 운영한다.<sup>13</sup>

✔ 예방 중심 보험 모델 전환

- 기존 보장형 보험에서 건강관리형 보험 모델로 전환하여, 가입자의 적극적인 건강 관리 참여를 유도하고 고객 만족도를 높이고 있다.
- 보험금 지급 부담을 줄이며 보험사의 리스크 완화 효과를 거두고 있다.

**유나이티드헬스그룹: 헬스케어 자회사 '옵툼'(Optum)**

미국 최대 보험사 중 하나인 유나이티드헬스그룹은 헬스케어 및 빅데이터 분석을 전문으로 하는 헬스케어 자회사 '옵툼'을 설립해 헬스케어 시장에서 두각을 나타내고 있다. 의료 서비스와 디지털 헬스케어를 결합해 의료비 절감과 건강 관리 효과를 극대화하는 데 집중하고 있다.

✔ 올인원 건강관리 플랫폼 '렐리'(Rally) 운영

- 운동·수면·만성질환 관리부터 의료비 조회 및 병원 일정 조율까지 통합 관리가 가능한 플랫폼을 운영하며, 개인 건강 데이터를 기반으로 맞춤형 건강관리 서비스를 제공한다.<sup>14</sup>

✔ AI 및 빅데이터 기반 헬스케어 데이터 연계

- 병원, 클리닉, 제약회사, 보험사 간 데이터를 통합해 의료 정보의 연계성을 높이고, 중복 진료와 불필요한 처방을 줄여 의료 자원 낭비를 최소화하고 있다.

✔ 홈케어 기반 의료서비스 확대<sup>15</sup>

- 환자 대상 방문 진료 서비스를 강화해 응급실 방문과 입원율을 낮추고 있으며, 실제 내원 환자의 75% 이상이 90일 내 1차 진료를 받도록 유도해 의료비 절감에 기여하고 있다.<sup>16</sup>



**중국**

**알리바바그룹: 온라인 헬스케어 자회사 '알리헬스'(AliHealth)**

알리바바그룹의 헬스케어 자회사인 '알리헬스'는 중국의 디지털 헬스케어 시장을 선도하며, 전자상거래와 의료 서비스를 결합하는데 성공했다. 의료 접근성을 높이고 소비자 중심의 건강관리 시스템을 구현하고 있다. 보험업계와의 연계를 통해 종합 헬스케어 서비스 제공 기반을 넓혀가고 있다.

✔ **온라인 약국 및 물류망 구축**

- 알리헬스는 온라인 약국과 물류망을 통해 의료 서비스와 전자상거래를 결합하고<sup>17</sup>, 소비자들이 보다 편리하게 의료 서비스를 이용할 수 있도록 플랫폼을 확장했다.

✔ **AI 기반 의약품 유통 및 전자처방 시스템 도입**

- AI를 활용한 의약품 유통과 전자처방 시스템을 도입하여, 처방전 발급 및 온라인 약국 서비스를 운영하고 있다.
- AI 진단 시스템을 활용해 고객의 건강 데이터를 분석하고 맞춤형 건강관리 솔루션도 추천한다.

**핑안보험: AI, 원격의료 기반 플랫폼 '핑안 굿닥터'**

중국 최대 보험사 중 하나인 핑안보험은 AI와 원격 의료를 결합한 헬스케어 생태계를 구축하며, 기존 의료 시스템의 한계를 극복하는 혁신적인 서비스를 선보였다. 특히, 원격진료 플랫폼인 '핑안 굿닥터'는 헬스케어 분야에 AI를 활용해 기존 의료 산업을 해치지 않으면서도 새로운 영역을 개척한 가능성을 보여준 사례로 평가된다.

✔ **AI 기반 원격 의료 서비스**

- AI챗봇이 원격으로 환자의 증상을 분석하고, 이후 전문 의사와 화상 상담을 연결하는 방식으로 운영된다. 이를 통해 의료진의 부담을 줄이고 대형 병원에만 환자가 몰리는 시스템을 개선하여<sup>18</sup>, 환자들이 빠르고 효율적인 진료를 받을 수 있는 프로토콜을 만들었다.

✔ **고소득층 및 노인 케어 서비스 확대**

- 최근에는 노인 케어 매니지먼트 사업을 핵심 신사업으로 선정하고, 고소득층을 대상으로 의료 서비스를 제공하는 등 프리미엄 헬스케어 시장으로 확장하는 데 주력하고 있다.<sup>19</sup>

✔ **보험과 디지털 헬스케어 서비스의 결합**

- 고객의 건강 데이터를 기반으로 맞춤형 건강보험 개발이 가능해지며, 중국의 대규모 의료 시장 장점을 활용해 데이터 기반 통합 예방의료 시스템을 구축해 차별화된 전략을 펼치고 있다.

일본

**닛폰생명(Nippon Life Insurance): 건강관리 컨설팅 서비스 ‘웰니스 스타’(Wellness-star) 운영**

닛폰생명은 건강관리 서비스 전문 브랜드 ‘웰니스 스타’를 통해 헬스케어 분야에 진출했다. 기업의 건강경영을 지원하는 동시에, 건강 보험조합 및 고객 등으로부터 의료 데이터를 수집해 당뇨 예방 중심의 체계적인 건강관리 서비스를 제공 중이다.<sup>20</sup>

**솜포 홀딩스(SOMPO Holdings): 요양 특화 헬스케어 모델 ‘솜포케어’ 운영**

일본 3대 손해보험사 중 하나인 ‘솜포홀딩스’는 초고령화와 시장포화에 대응해 2016년부터 본격적으로 요양 사업에 진출하여 헬스케어 분야에서 새로운 성장 모델을 구축했다. 특히, 공적요양보험과 연계한 요양시설과 서비스를 직접 운영하며 시장을 선도하고 있다.<sup>21</sup>

✔ 데이터 기반 요양 서비스 제공

- 요양 사업 과정에서 축적된 데이터를 기반으로 개인 맞춤형 요양 솔루션을 제공하며, 고령층의 삶의 질 개선과 고객 만족도 향상에 기여하고 있다.

✔ 시니어 케어 전용 디지털 플랫폼 구축

- 방대한 케어 데이터를 활용해 요양 서비스를 통합 관리하는 디지털 플랫폼을 운영하고 있으며, 일본 요양 산업의 디지털 전환을 선도하고 있다.





**독일**

**에이다 헬스(Ada Health): AI 기반 헬스케어 앱**

인공지능(AI) 기반 증상 분석 앱인 '에이다 헬스'는 2020년 독일 공공 의료 보험에 등록되어, 약 7,300만 명의 공공 의료 보험 가입자가 자유롭게 이용할 수 있게 되었다.<sup>24</sup> 독일 최대 제약회사인 바이엘(Bayer)을 비롯한 주요 보험사, 의료 기관, 정부 기관과의 파트너십을 구축하며 확장세를 이어가고 있다. 에이다 헬스의 성공은 정부 정책, 공공 의료 시스템, 민간 협력이 결합된 디지털 헬스케어 생태계가 스타트업 성장에 어떻게 기여할 수 있는지를 보여주는 대표 사례다.



**프랑스**

**인슈어테크 기업 'Alan': 디지털 보험과 헬스케어의 결합**

2016년에 설립된 인슈어테크 기업 Alan은 보험과 디지털 헬스케어를 결합한 모델로 주목받았다. 기존 보험사와 헬스케어 기업 간의 협업 모델에서 한 단계 더 나아가, 자체적으로 헬스케어 서비스를 제공하는 프랑스 최초의 독립 디지털 보험사로 자리 잡았다.

✔ **디지털 보험 면허 취득**

- Alan은 프랑스 최초로 프랑스 중앙은행 산하 금융보험감독원(ACPR) 으로부터 독립적인 보험사업 면허를 획득한 디지털 보험사다.<sup>22</sup> 사용자가 손쉽게 보험 상태를 확인할 수 있으며, 진료 과목과 전문의를 입력하면 보험 환급 예상 금액과 본인 부담 금액을 미리 알려주는 기능을 제공한다. 또한, 보장 범위에 내에서 적절한 의료 기관을 추천하는 서비스도 운영한다.

✔ **통합 헬스케어 플랫폼 운영**

- 플랫폼에서 보험 서비스 상태 확인 및 청구 진행 과정 추적, 라이프사이클 변화에 따른 보험 담보 변경 등이 가능하며, 'Alan Map' 기능을 활용해 건강 전문가와의 상담 예약도 지원한다.

✔ **정신건강 서비스 영역 확장**

- 마인드 컨트롤 앱 'Jour'를 인수해 인지행동치료 (CBT, Cognitive Behavioral Therapy) 영역까지 사업을 확장하며,<sup>23</sup> 웰빙 중심 보험 서비스로 진화 중이다.



## 2) 국내 보험사 헬스케어 진출 사례



### 한국

#### 삼성생명·삼성서울병원·삼성SDS: 보험과 헬스케어의 융합

삼성그룹은 삼성의료원을 중심으로 삼성전자, 삼성SDS, 삼성생명, 삼성화재 등 여러 계열사가 협력하여 헬스케어 사업을 위한 포트폴리오를 갖추고 있다.<sup>25</sup> 각 계열사는 역할을 분담하여 IT 기술과 헬스케어를 접목해 보험과 의료 서비스를 유기적으로 연결하고, 이를 통해 헬스케어 사업 영역을 지속적으로 확장하고 있다.<sup>26</sup>

#### ✔ 데이터 기반 건강관리

- 삼성SDS의 엔드투엔드(end-to-end) 클라우드 서비스를 활용해 만성적인 환자 대기와 같은 병원 이슈는 물론, 보험 가입자의 건강검진 및 치료 데이터를 병원 및 헬스케어 플랫폼과 연계하여 보다 체계적인 건강관리 프로그램을 제공하는 것이 핵심이다. 예를 들어, 삼성생명의 보험 가입자는 건강검진 및 병원 치료 후 삼성서울병원과의 연계를 통해 체계적인 건강관리 서비스를 받을 수 있으며, 이를 통해 보험료 할인 혜택도 받을 수 있다.<sup>27</sup>

#### ✔ 디지털 헬스케어 플랫폼 강화

- 삼성생명은 모바일 기반 헬스케어 서비스를 확대하며, 헬스케어 플랫폼 '더헬스'(THE Health)를 활용해 현대인의 수면 패턴 분석 및 식단 관리 케어 서비스를 제공하고 있다.<sup>28</sup> 계열사 삼성화재 역시 디지털 헬스케어 플랫폼 '애니핏 플러스'(Anyfit Plus)<sup>29</sup>를 통해 건강관리 서비스를 제공하며, AI 기반 건강 분석 기능을 도입하는 등 보험과 헬스케어의 융합을 시도하고 있다.

#### KB손해보험: 헬스케어 자회사 'KB헬스케어' 설립 및 'KB오케어'(KB O'CARE), '올라케어' 운영

KB손해보험은 국내 보험업계 최초로 헬스케어 자회사를 설립하며<sup>30</sup> 헬스케어 시장에 본격 진출했다. 이후 독립적인 헬스케어 플랫폼 'KB오케어'를 구축하고, 비대면 진료 플랫폼 '올라케어'를 인수하며 헬스케어 서비스 영역을 넓히고 있다.

#### ✔ 기업 임직원 대상 헬스케어 서비스

- KB오케어를 통해 유전체 분석, 만성질환 및 탈모 관리, 식단 분석 등 다양한 헬스케어 솔루션을 제공하며, 병원별 상이한 건강검진 데이터를 표준화해 통합 분석하여 보다 정밀한 서비스를 구현했다. 출범 1년 만에 금융사 최초로 보건복지부 인증을 획득하며, 공신력을 갖춘 헬스케어 서비스로 자리 잡았다.<sup>31</sup>

#### ✔ 비대면 진료 서비스 확대

- 최근 비대면 진료 플랫폼 '올라케어'를 인수하며<sup>32</sup> 본격적으로 비대면 진료 서비스를 도입하는 등 기존 기업 고객(B2B) 중심에서 개인 고객(B2C)으로 확장하여 더 많은 고객이 헬스케어 서비스를 이용할 수 있도록 플랫폼을 강화하고 있다.<sup>33</sup>

#### ✔ 디지털 헬스케어 플랫폼으로의 성장

- 건강검진 정보 분석, 건강 목표 설정, 식단 데이터 분석 등 다양한 헬스케어 관리를 제공하며, 기존 보험 서비스에 머무르지 않고 독립적인 디지털 헬스케어 플랫폼으로 자리잡고 있다.

### 한화손해보험: 여성 특화 '레이디 헬스케어' 서비스 제공

한화손해보험은 여성 건강관리 서비스에 집중하여, 한화 시그니처 여성 건강보험 가입 고객을 대상으로 '레이디 헬스케어 서비스'를 운영하고 있다. 이는 병원과의 협업을 통해 성공적으로 안착한 대표적인 사례다.

#### ✔ 임신·출산 분야에 관한 종합 헬스케어 서비스

- 차병원과 협업하여 난임 치료, 출산 지원, 심리 상담 등 여성 고객의 임신·출산 분야에 관한 종합적인 헬스케어 서비스를 제공하고 있다.<sup>34</sup>

#### ✔ 사전 건강관리 서비스

- 전통적인 보장 중심 보증을 넘어, 사전 건강관리 서비스를 도입하며 여성 고객을 위한 차별화된 헬스케어 서비스로 경쟁력을 강화했다.



위 성공 사례들을 통해 알 수 있듯이, 보험사의 디지털 전환은 단순한 운영 효율성 개선을 넘어, 질병 예방과 맞춤형 건강관리 솔루션 제공이라는 새로운 패러다임으로 발전하고 있다. 이러한 변화는 단순한 트렌드가 아닌, 보험업계의 생존을 위한 필수적인 혁신 요소다. 정부 규제와 정책 변화 역시 보험사의 헬스케어 시장 진출을 더욱 가속화하고 있다. 최근 금융당국은 보험사의 건강관리 서비스 확대를 지원하는 방향으로 정책을 개편하고 있으며, 보험사가 의료기관 및 디지털 헬스케어 기업과 협력할 수 있는 법적·제도적 기반을 강화하고 있다. 또한 비의료 건강관리 서비스 가이드라인 개정, 건강증진형 보험상품 활성화, 의료 분야 마이데이터(본인신용정보관리) 사업 확대 등을 추진하며 보험사의 헬스케어 산업 진출을 지원하고 있다.

이에 보험사는 전통적인 보장 중심의 보험 상품을 넘어 맞춤형 건강관리 서비스를 적극 개발하고, 지속 가능한 헬스케어 비즈니스 모델을 구축해야 한다. 헬스케어 산업과의 협업을 통해 개인 맞춤형 건강 관리와 질병 예방 서비스를 강화하고, 디지털 기술을 접목한 혁신적인 헬스케어 모델을 완성하고 정착시키는 것이 앞으로의 핵심 과제가 될 것이다.



### 3.2 데이터 기반 헬스케어 서비스 가능성

실손24를 통해 축적된 고객의 건강 데이터는 보험사의 헬스케어 서비스 혁신을 가능하게 한다. 이는 단순한 신사업 확장이 아니라 보험업 고유 업무 영역의 경쟁력을 강화하고 디지털 혁신을 앞당기는 필수적인 과정이다. 특히, 헬스케어 산업으로의 진출은 보험사의 디지털 혁신과 밀접하게 연결되어 맞물려 있으며, 반드시 수반되는 과정이다.

- ✔ **개인 맞춤형 건강관리 서비스:** 보험 청구 데이터를 분석해 고객에게 개별 맞춤형 건강관리 솔루션을 제공한다.
- ✔ **질병 예방 프로그램 운영:** 건강 상태와 위험 요소를 조기 진단하여 고객에게 예방적 조치를 권고한다.
- ✔ **의료기관과의 연계 강화:** 보험사와 의료기관이 데이터를 공유하여 보다 효과적인 치료 및 건강관리 서비스를 제공한다.

이미 일부 보험사는 헬스케어 스타트업을 인수하거나, 헬스케어 전담 부서를 신설하는 등 헬스케어 사업 확장을 위한 전략적 움직임을 보이고 있다. 보험사는 데이터 활용 범위를 확장해 건강 위험 예측 및 맞춤형 예방 프로그램을 강화하고, 디지털 기술을 접목한 새로운 보험 서비스를 개발해야 한다.

## 04. 보험사의 신사업 진출을 위한 사전 준비

헬스케어 등 신사업 진출은 보험사의 미래 성장 동력을 확보하기 위한 전략적 선택이다. 그러나 이를 실행에 옮기기 위해서는 먼저 디지털 역량 수준을 객관적으로 점검할 필요가 있다. 현재의 운영 방식과 기술 활용 수준을 진단하고, 그에 기반해 실제 업무 환경에 맞는 신기술 도입 방안을 구체화해야 한다. 단순히 기술 트렌드를 나열하는 접근에서 벗어나, 사업 부서와 IT, 경영진 간 협을 통해 실행 가능한 방향을 도출하는 접근이 중요하다. 디지털 성숙도 평가와 디자인 씽킹 기반의 실행 전략 수립은 조직의 기술 도입 역량을 높이고, 변화의 추진력을 확보하는 핵심 과정이 될 것이다.

### 4.1 디지털 혁신 수준 진단: ITOM 및 디지털 성숙도 모델 기반 접근

보험사가 헬스케어와 같은 신사업에 안정적으로 진입하기 위해서는, 현재 조직의 디지털 역량을 객관적으로 진단하는 것이 우선이다. Deloitte는 보험사 대상 운영모델인 ITOM(Insurance Target Operating Model)과 자체 개발한 Digital Maturity Model을 기반으로, 비즈니스·IT·조직·고객 관점에서 디지털 현황을 종합적으로 분석한다. 단순한 현황 점검을 넘어, 실제 업무 환경 속에서 디지털 기술이 어떻게 작동하고 있는지, 어디에서 병목이 발생하는지를 정밀하게 진단하는 것이 핵심이다.

이러한 진단은 설문, 인터뷰, 사용자 관찰 등 다양한 방식으로 수행되며, 업무 프로세스, IT 품질, 사용자 경험 전반을 아우른다. 이 과정을 통해 실질적인 디지털 한계와 개선 요소를 구체적으로 도출하며, 도출한 이슈는 단순 불편사항에 그치지 않고 향후 신기술 도입 전략과 연결되는 디지털 과제로 재정의된다.

Deloitte는 고객 중심성, 조직의 민첩성(agility), 어플리케이션/기술 아키텍처 역량, 협업 방식 등을 기준으로 디지털 성숙도를 5단계 모델로 평가한다. 이를 통해 조직의 현재 수준을 진단하고, 디지털 전환 전략의 방향성과 우선순위를 구체화할 수 있다.

Deloitte의 디지털 성숙도 평가 모델(Maturity Rating Scale)

	평가	단계별 주요 특징
	<b>1단계</b> <b>Not Started</b>	전통적 운영 모델 고수, Agile 도입을 위한 투자와 관심 부재
	<b>2단계</b> <b>Exploring Agile</b>	Agile 도입을 위한 파일럿 수행 단계, 부서 간 협업 강화, 고객 피드백 기반 개선 움직임 시도
	<b>3단계</b> <b>Doing Agile</b>	프로젝트 단위 Agility 확장, 신규 운영 모델 등장하나 부서 간 Silo 잔존, 여전히 전통적인 고객 관리 방식 고수
	<b>4단계</b> <b>Becoming Agile</b>	Agile 전사 확산, 유기적 협업체계 구축, 사업모델의 구조적 변화 시작
	<b>5단계</b> <b>Being Agile</b>	Agile이 조직 문화로 정착, 임직원 마인드셋 전환, 실시간 피드백 기반 운영체계 구현

출처: Deloitte Digital Maturity Assessment

디지털 성숙도 평가는 조직의 디지털 역량을 수치화하고 구조화함으로써, 신기술 도입의 실행 가능성과 전략적 적합성을 판단하는 기반이 되며, 보험사가 어떤 영역부터 변화와 투자를 시작해야 할지에 대한 실질적인 인사이트를 제공한다.

## 4.2 실행 가능한 신기술 도입 방안 수립: 디자인 씽킹 기반 전략 프레임워크

보험사가 헬스케어와 같은 복잡한 신사업에 진입하려면, 단순한 기술 도입을 넘어 실제 업무에 내재화할 수 있는 실행 전략과 구체적인 로드맵 수립이 필수적이다. Deloitte는 이를 위해 디자인 씽킹(Design Thinking) 방법론을 기반으로 경영진, IT 부서, 현업이 함께 참여하는 워크숍 방식의 '공동 설계'(Co-Design) 프로세스를 운영하고 있다. 기술 트렌드 나열이나 단순 벤치마킹 수준을 벗어나, 보험사 고유의 Pain Point를 중심으로 신기술 도입 목적을 명확히 설정하고 실제 적용 가능한 기술군을 선별해 업무 영역별 산출물로 구체화한다.

디자인 씽킹 워크숍은 크게 두 가지 핵심 축으로 구성된다:

### Design the right things: 문제의 본질적 이해와 기회 발굴

#### ✔ Understand 단계 (문제 이해)

- 현업 사용자 중심의 Persona 설정과 현재 업무 프로세스(As-Is Process) 분석을 통해 실제 업무 환경에서 발생하는 Pain Point를 식별하고, 이에 기반해 조직의 핵심 개선 과제를 도출한다.

#### ✔ Discover 단계 (기회 발굴)

- 식별된 Pain Point를 중심으로 가치제안(Value Proposition)을 정립하고, 신기술 아이디어를 탐색한다. 이후 전략적 우선순위에 따라 실행 가능성이 높은 아이디어를 선별하고 구체적인 실행 계획으로 발전시킨다.

### Design things right: 실행 가능한 해결책 구체화 및 검증

#### ✔ Design 단계 (해결책 설계)

- 선별된 아이디어를 구체적인 목표 프로세스(To-Be Process)로 정리하고, 업무에 적용 가능한 시나리오를 스토리보드(Storyboard) 또는 와이어프레임(Wireframe) 형태로 시각화한다. 이를 통해 조직 내 구성원들이 쉽게 이해하고 공감할 수 있는 해결책을 마련한다.

#### ✔ Evaluate 단계 (검증 및 개선)

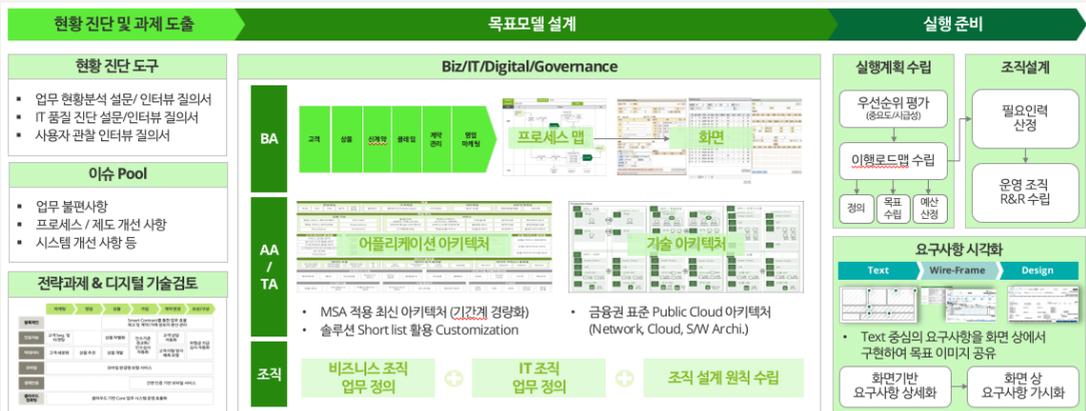
- 설계된 해결책은 신속하게 프로토타입 형태로 구현되며, 경영진과 현업의 실질적인 피드백을 반영해 개선 방향성을 검토한다. 이 과정을 통해 실행 가능성을 높이고 실제 적용 과정에서 발생할 수 있는 리스크를 사전에 최소화한다.

## 디자인 씽킹 워크숍의 특징과 주요 산출물

Deloitte의 디자인 씽킹 워크숍은 보험사가 자사의 업무 특성과 기술 환경에 최적화된 신기술 도입 전략을 주도적으로 수립하도록 지원한다. 특히, 규제 대응과 리스크 관리가 중요한 국내 보험업의 특성을 반영해, 현실적이고 실효성 있는 맞춤형 전략 수립에 중점을 둔다.

워크숍에서 도출되는 대표적인 산출물은 다음과 같다:

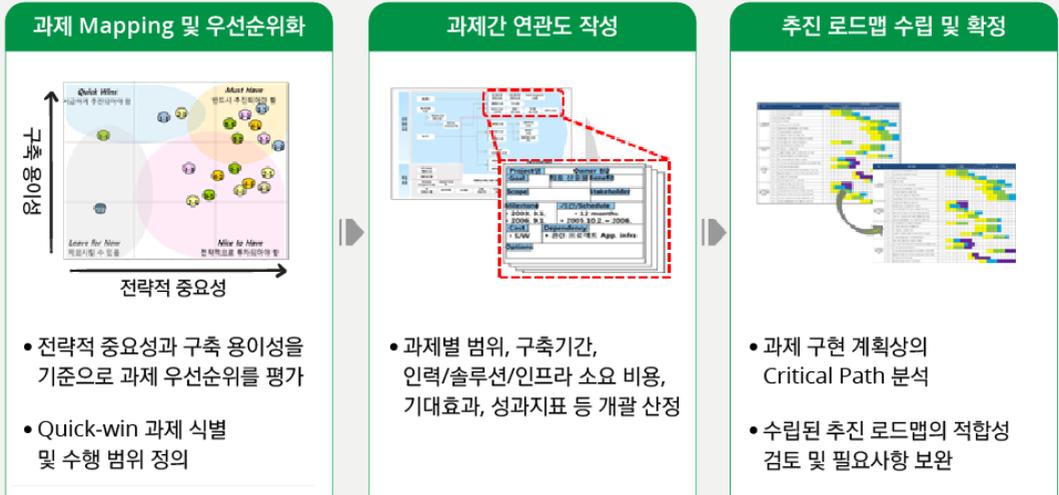
### [예시] 조직 내 주요 개선 과제를 기반으로 도출된 신기술 도입 우선순위 로드맵



### [예시] 현업, IT, 경영진이 공동으로 참여 및 검토한 신기술 도입 전략/방향 보고서



[예시] 업무 영역별 신기술 적용 방안을 구체화한 과제정의서



[예시] 기존 디지털 전략의 성과와 한계(Lesson Learned)를 반영한 신기술 과제 수행 계획서

Tech		고객/마케팅	영업관리	신계약(UW)	계약관리	Claim	상품
AI	데이터 분석	AI 기반 타겟 마케팅 고객행동/패턴 Segmentation	머신러닝 기반 고객특성별 맞춤형 상품 안내	고객정보기반리스크분석 및 예측정확도 개선 UW 자동화 및 간소화	고객이탈 방지 예측모형	보험금 자동 지급	개인별 맞춤형 상품/담보 구성 On-demand 보험상품
	Computer Vision		신분증 진위 자동 판단	고객 자필서류 진위 여부 점검	통합 입출금 통합 안내창	진단서 서류 자동 인식	
	AI 상담 /전문가	고객 응대용 챗봇서비스 설계사 응대용 챗봇 서비스 (가상 어시스턴트)	디지털 Agent (프대면 영업)	AI UW	챗봇 기반 고객 상담서비스	AI Claim AI FDS AI OCR	PV 자동산출 약관/위험률 DataBase화
CDP	Omni Channel Customer Single View						
플랫폼	커뮤니티 등 다양한 플랫폼 채널을 활용	3rd Party 도구 활용	Open API 기반의 금융, 건강, 자동차, 부동산 등 본업과 연계한 디지털 플랫폼(생태계) 구축				디지털 콘텐츠 연계 상품개발
IoT	Smart Alarm, Smart Button 등 생활형 디지털 보험 콘텐츠		데이터를 통해 수집된 개인건강정보, Risk 정보를 UW, 보상 등 업무에 활용				IoT 데이터 연계 건강상품
클라우드	보험 업무시스템에 대한 Cloud 서비스 활용, 운영 효율화						
바이오인증	고객 본인인증서비스 간편화						
증강현실	Education (고객 보험 교육, 설계사 교육, 상담원 교육), Digital Twin (가상 영업점 - 보험상품 판매, 보험금 지급) Playground (아바타, 고객, 임직원)						

결국, 보험사의 신사업 성공 여부는 신기술을 얼마나 효과적으로 내재화하고 빠르게 실행에 옮길 수 있는가에 달려 있다. Deloitte의 디자인 씽킹 기반 전략 프레임워크는 실행 가능한 전략 수립은 물론, 조직 내 공감대와 추진력을 바탕으로 변화를 실질적으로 이끄는 데 핵심적인 역할을 한다.

# 결론 및 전망

실손24의 도입은 단순히 보험 청구 절차를 간소화하는 것에 그치지 않고, 보험업계 전반의 패러다임 전환을 촉진하는 계기가 되고 있다. 특히, 보험사가 데이터를 활용해 헬스케어 서비스 제공자로 변모할 수 있는 기회를 확보하면서 보험산업의 디지털 혁신이 본격화될 전망이다.

사실상 국내 보험시장이 포화상태에 이르면서 지속 가능한 성장을 기대하기 어려운 시점이다. 이에 따라 신성장 동력 찾기에 나선 보험사들은 단순한 보상 지급을 넘어, 예방과 건강 증진 중심의 서비스 제공자로 전환해야 하는 중요한 변곡점에 와 있다. 이러한 변화 속에서, 정부 주도의 실손보험 청구 간소화 시스템 '실손24' 도입은 보험업계의 디지털 전환을 촉진하고, 소비자 편의성을 높이는 계기가 되고 있다. 아울러, 보험사의 데이터 활용이 확대되면서 맞춤형 보험 상품 개발과 건강관리 서비스 제공이 가능해지고 있으며, 이는 기존 보험 모델의 한계를 뛰어넘는 핵심 동력으로 자리 잡고 있다. 특히, 시장 포화와 경쟁 심화 속에서 보험업계가 지속 가능한 성장을 이루기 위해서는 헬스케어 산업으로의 확장이 필수적이다. 향후 1~2년 내로 보험사의 헬스케어 산업 진출이 본격화될 것으로 예상되며, 이는 보험업계 전반의 구조적 변화를 촉진하는 중요한 국면을 맞이할 것이다.

보험 산업은 지금까지의 역할을 뛰어넘어 새로운 방향과 혁신이 절실한 상황이다. 보험금 지급 중심의 기존 모델에서 벗어나 데이터 기반의 건강 관리 및 예방 중심 서비스로 전환할 기회가 열리고 있으며, 헬스케어 산업과의 융합은 보험업계에 있어 필수적인 변화이자 지속 가능한 성장과 경쟁력 확보를 위한 전략적 방향이다. 앞으로 보험사는 금융업의 틀을 넘어 사후 보장에 머무르지 않고 예방과 건강 증진을 주도하는 서비스 제공자가 되어야 한다. 변화하는 환경 속에서 보다 적극적인 전략을 수립하고 새로운 기회를 개척할 돌파구가 필요하다. 이를 위해 건강 데이터를 기반으로 맞춤형 상품을 개발하고, 의료기관 및 헬스케어 기업과 협력해 개인이 능동적으로 건강을 관리할 수 있도록 지원하는 시스템을 구축해야 한다. 이러한 변화가 가속화된다면 보험 산업의 새로운 패러다임이 정착될 가능성이 높다. 이제 보험 산업은 보험 상품 중심의 비즈니스를 넘어, 인간의 삶과 건강을 케어하는 '디지털 헬스케어 파트너'로 도약해야 한다.



# 주석

1. 이복현 "보험사, 출혈경쟁에 몰두...구조조정 맞게 될 수도". 2024년 5월 30일, <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2024053009431747151>
2. IFRS17 도입과 보험회사 가치경영, 보험연구원, 2023년 4월
3. 지난해 국민의료비 200조원, 2030년엔 400조원으로 뛴다, 중앙일보, 2023년 3월 15일, <https://www.joongang.co.kr/article/25147406>
4. "맞춤형 스마트 건강관리 보편화된 선진국", 조선비즈, 2022년 9월 5일, <https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2022090400598>
5. "보험사 새 먹거리 '헬스케어 서비스'...국내서 성공하려면", 아시아투데이, 2021년 4월 25일, <https://www.asiatoday.co.kr/kr/view.php?key=20210423010014525>
6. "마·일·싱가포르, 의료데이터 개방·규제완화에 헬스케어 질주", 글로벌이코노믹, 2023년 11월 7일, [https://www.g-enews.com/ko-kr/news/article/news\\_all/202311061453143760f0fb06a6aa\\_1/article.html](https://www.g-enews.com/ko-kr/news/article/news_all/202311061453143760f0fb06a6aa_1/article.html)
7. Ibid
8. "4차산업 혁명시대, 일본의 의료·헬스케어 산업", Kotra Global Strategy Report 16-012, 2016년 11월 30일, <https://lib.kotra.or.kr/pyxis-api/1/digital-files/c16960ef-efce-018a-e053-b46464899664>
9. "Germany's Digital Health Changes to Have Enormous Impact", Sidekick, 2020년 1월 6일, <https://www.sidekickhealth.com/news/germanys-digital-health-changes-to-have-enormous-impact>
10. "헬스케어 앱 시장 리더 독일, 인프라+정책 지원 성과 빛났다", 의학신문, 2024년 11월 27일, <http://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=2236499>
11. "디지털 헬스케어 앱 시장 급성장한 독일, 비결은 '정부지원'", 농민신문, 2024년 12월 9일, <https://www.nongmin.com/article/20241209500339>
12. "프랑스, 영국에 이어 유럽 제2위 핀테크 허브로 급부상", 전자신문, 2025년 1월 12일, <https://www.etnews.com/20250112000054>
13. "실손보험, 헬스케어서비스 결합해 보험료 낮춰야", 뉴시스, 2023년 1월 1일, [https://www.newsis.com/view?id=NISX20221230\\_0002143096](https://www.newsis.com/view?id=NISX20221230_0002143096)
14. "시니어케어 주도하는 해외보험사... 국내선 규제에 발동동", 국민일보, 2024년 5월 7일, <https://www.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=1714901870&code=11151100&cp=nv>
15. "미국 Optum, 홈케어 기반 의료서비스 확대 전망", 국제의료정보포털, 2022년 5월 23일, <https://www.medicalkorea.or.kr/ghip/news/896?ctgryNo=1>
16. "유나이티드 헬스그룹(UNH) 2024-4Q 어닝콜 정리", 미주동성스, 2025년 1월 25일, <https://zzipzukk.tistory.com/entry/>
17. "中 디지털헬스케어 3사 '서비스 차별화' 가속...바이트댄스도 시장 진출", 중국전문가포럼, 2025년 1월 10일, [https://csf.kiep.go.kr/issueInfoView.es?article\\_id=56088&mid=a20200000000](https://csf.kiep.go.kr/issueInfoView.es?article_id=56088&mid=a20200000000)
18. "잠자는 사자 코털 왜 건드리나...골리앗과 싸우지 않아도 혁신 가능", 한국경제, 2024년 3월 2일, <https://www.hankyung.com/article/2024030116861>
19. "中 디지털헬스케어 3사 '서비스 차별화' 가속...바이트댄스도 시장 진출", 중국전문가포럼, 2025년 1월 10일, [https://csf.kiep.go.kr/issueInfoView.es?article\\_id=56088&mid=a20200000000](https://csf.kiep.go.kr/issueInfoView.es?article_id=56088&mid=a20200000000)
20. "규제 완화 흥풍에... 보험사 블루오션 '헬스케어' 잡아라", 동아일보, 2021년 3월 5일, <https://www.donga.com/news/article/all/20210304/105729193/1>

21. "'日 솜포케어 배워라'... 보험개발원, 한국 보험사에 던진 말", 머니S, 2024년 3월 14일,  
<https://www.moneys.co.kr/article/2024031414371015249>
22. "프랑스 인슈어테크 선두주자 '알란'", 비즈한국, 2019년 3월 19일,  
<https://www.bizhankook.com/bk/article/17398>
23. "디지털 보험회사 사업모델 연구", KIRI 리포트, 2022년 9월 1일,  
<https://www.kiri.or.kr/report/downloadFile.do?docId=269089>
24. "디지털 헬스케어 앱 시장 급성장한 독일, 농민신문, 2024년 12월 9일, <https://www.nongmin.com/article/20241209500339>
25. "경계 허물고 환자 속으로", 머니투데이, 2015년 6월 16일,  
<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2015052616550187840&outlink=1&ref=https%3A%2F%2Fsearch.naver.com>
26. "병원-생산-물류까지 알고보면 밸류체인, 신약 빼고 다 한다, 더벨, 2024년 7월 22일,  
<https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202407180814498300104146>
27. 디지털헬스를 통한 미래 의료 혁신, 삼성SDS, 2025년 2월 20일,  
<https://www.samsungsds.com/kr/healthcare/healthcare.html>
28. "삼성생명, 건강관리 플랫폼 '더헬스' 개편..토탈 라이프케어 플랫폼 구축", 파이낸셜뉴스, 2024년 6월 12일,  
<https://www.fnnews.com/news/202406121429183204>
29. "[2025 보험사 新성장동력②] 운동부터 식단까지... 헬스케어 서비스 차별화 경쟁", FETV, 2025년 1월 3일,  
<https://www.fetv.co.kr/news/article.html?no=183669>
30. "KB손해보험, 업계 최초 헬스케어 자회사 설립", 더팩트, 2021년 10월 5일,  
<https://news.tf.co.kr/read/economy/1891616.htm>
31. "KB손보, '헬스케어' 혁신으로 미래 보험시장 이끈다", 브릿지경제, 2025년 1월 19일,  
<https://www.viva100.com/article/20250117500745>
32. "금융·통신사도 AI헬스케어...지속해서 판 커진다", 이데일리, 2024년 7월 18일,  
<https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=02906086638955832&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y>
33. "보험사들 헬스케어 전략 확 바꾼다", 아이뉴스24, 2024년 3월 1일, <https://www.inews24.com/view/1692570>
34. "10兆 헬스케어 시장 노리는 보험사... 건강정보 앱 만들고 자회사 설립도", 조선비즈, 2025년 2월 26일,  
[https://biz.chosun.com/stock/finance/2025/02/26/TIWZGZLZS5D7RAFZN3OHPJYVM/?utm\\_source=naver&utm\\_medium=original&utm\\_campaign=biz](https://biz.chosun.com/stock/finance/2025/02/26/TIWZGZLZS5D7RAFZN3OHPJYVM/?utm_source=naver&utm_medium=original&utm_campaign=biz)
35. "문 열리는 의료 마이데이터... 보험사 '황금알' 될까", 파이낸셜뉴스, 2025년 3월 2일,  
<https://www.fnnews.com/news/202503021822057349>
36. "보험사 올해 새먹거리 '헬스케어'..."개인화 더 필요해"", 아시아경제, 2023년 1월 13일,  
<https://view.asiae.co.kr/article/2023011213345101966>

# 한국 딜로이트 그룹 전문가

## 실손보험 수행팀

딜로이트 컨설팅 실손보험 수행팀은 글로벌 보험사들의 실손보험 데이터 실시간 확보를 통한 보상 및 지급업무의 고도화, 초개인화 UW 시스템, 헬스케어 서비스 연계 등 다양한 내부 업무 고도화 및 비즈니스 확장 사례와 국내 보험사들의 '실손보험 데이터 활용 및 헬스케어 비즈니스 연계'에 대한 지식 및 경험을 보유한 국내 최고의 전문가들로 구성되어 있습니다.



### 변성욱 파트너

FS-Digital | 보험산업

☎ 02 6676 3049

@ sungbyun@deloitte.com



### 전범수 파트너

FS-Digital | 보험산업

☎ 02 6676 2357

@ bujun@deloitte.com



### 이광열 상무

FS-Digital

☎ 02 6676 2700

@ kwangylee@deloitte.com



### 오성호 상무

FS-Digital

☎ 02 6676 2454

@ sunghoh@deloitte.com



### 김이환 이사

FS-Digital

☎ 02 6676 2454

@ eekim@deloitte.com



### 최정윤 Senior Consultant

FS-Digital

☎ 02 6676 2310

@ jeongyochoi@deloitte.com



앱



카카오톡 채널



'딜로이트 인사이트' 앱과 카카오톡 채널에서  
경영·산업 트렌드를 만나보세요!

Download on the  
App StoreGET IT ON  
Google Play

# Deloitte.

## Insights

### 성장전략부문 대표

손재호 Partner  
jaehoson@deloitte.com

### 딜로이트 인사이트 리더

정동섭 Partner  
dongjeong@deloitte.com

### 딜로이트 인사이트 편집장

박경은 Director  
kyungepark@deloitte.com

### 연구원

조예원 Senior Consultant  
yewcho@deloitte.com

### 디자이너

박근령 Senior Consultant  
keunrpark@deloitte.com

### Contact us

krinsightsend@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.