



## 1. AI, 빅데이터 도입... 똑똑해지는 물류현장

☒ 국내 물류사들이 인공지능과 빅데이터 등을 적극 활용하여 작업현장에 도입함으로써 물류업계의 4차 산업혁명에도 가속도가 붙고 있음

- (AI의 도입) CJ대한통운은 고객들의 택배 예약 및 배송 관련 문의를 24시간 응대해줄 수 있는 이른바 '챗봇'을 연내에 자사 애플리케이션(앱)에 도입할 예정
  - 챗봇은 그 동안 축적된 고객 질의사항과 이에 대한 답변을 보유한 AI로 고객 자동응대가 가능하며, 택배기사용 챗봇에는 택배기사가 자연어로 질문을 하거나 지시를 내릴 때 응답하는 기능을 중장기적으로 구축할 계획
  - 이미 CJ대한통운의 기존 택배기사용 앱에는 그날 그날 배송해야 할 택배 목록과 배송 순서 등을 정리하는 기능을 탑재해 업무의 효율을 높였음
- (빅데이터의 활용) 지능형 터미널시스템을 통해 상자를 분류하고, 측정된 부피정보를 따로 빅데이터로 축적하여 차량 배정이나 물량 예측 정확도를 높이는 데 활용
  - CJ대한통운은 전국 200여 개 지역 터미널 전체에 내년 4월까지 이같은 자동분류 설비를 설치하며 운송장 바코드 뿐만 아니라 택배상자의 부피정보까지 인식하여 정보를 축적할 계획
  - 한진택배는 지난해 실시간 배송 정보제공을 도입하여 스마트폰 지도를 통해 배송기사의 현재 위치는 물론 몇 명의 다른 고객을 거쳐서 택배 상자가 올 수 있는지 까지 확인할 수 있도록 정교화된 서비스를 제공

[그림 1] 택배산업의 첨단화

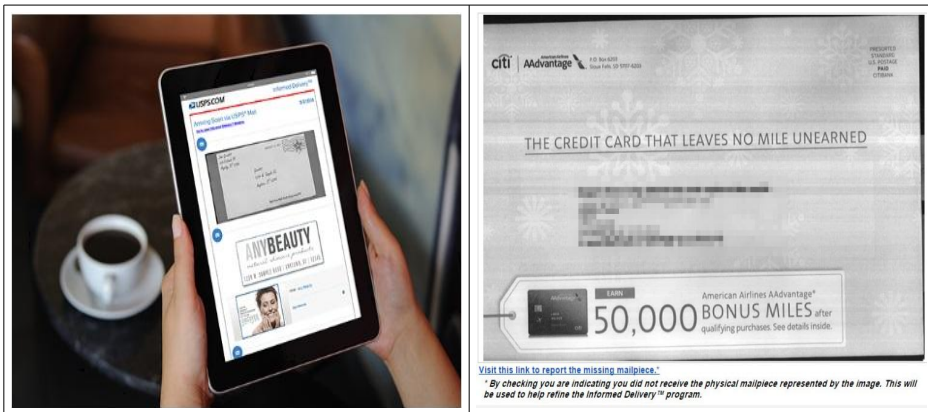


출처: 동아일보(2017. 3. 17), “매년 10% 성장 택배시장… 인공지능-빅데이터로 ‘3단 점프’”.  
헤럴드경제(2017. 3. 21), “음성인식, AI 도입...똑똑해지는 물류현장”.

## 2. 미국 우정(USPS), 우편물 사전 배달안내 서비스 확대

- ☒ 미국 우정은 우편물의 스캔 이미지를 사전에 이메일, 스마트폰으로 통보해 주는 사전 배달안내 (Informed Delivery) 서비스를 미국 전역으로 확대한다고 발표
- (개요) 우편물 사전 배달안내 서비스는 고객이 웹사이트에 신청하면 본인에게 배달 예정인 우편물봉투 사진을 이메일 또는 스마트폰으로 발송해주는 서비스로 현재 버지니아, 뉴욕 등 일부지역에서 사용중 이나 전역으로 확대할 예정
    - 우편물 스캔을 통해 자동 분류되는 시스템으로 큰 비용 증가 없이 무료서비스 제공이 가능, 고객은 우편물 이미지와 배달시점을 미리 확인할 수 있음
  - (고객만족도 향상) 미국 우정은 지난해 총 우편물 1,542억 개 중 1%인 15억 개를 분실, 도난, 주소 오류 및 미기재, 사고, 발신인 실수 등으로 배달되지 못했으나 이 서비스 도입으로 배달사고를 예방할 수 있어 고객 만족도가 향상될 것으로 예상
  - (디지털 광고효과) 고객은 우편물 봉투에 인쇄된 광고에 노출되어 새로운 마케팅 채널로서의 효과를 얻을 수 있음(단, 우편물 내용과 관련 있는 광고\*만 가능)
- \* 항공권 관련 우편물의 경우 항공사 마일리지 적립이 가능한 카드 광고 제공

[그림 2] 우편물 이미지를 미리 통보하는 배달안내 서비스 제공 화면



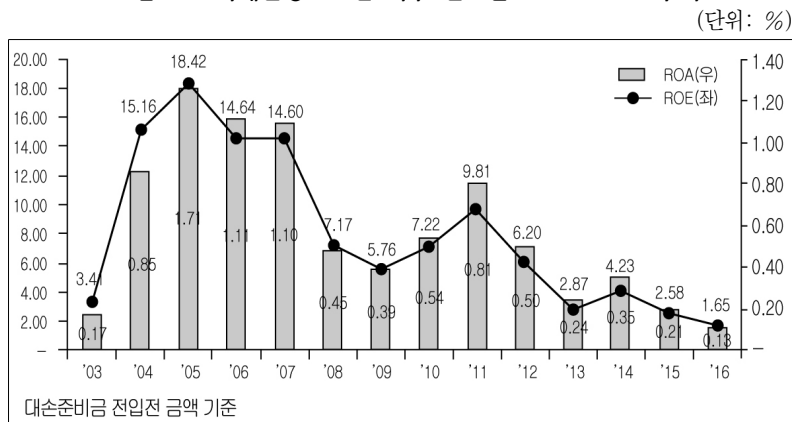
출처: IONBC(2017. 4. 10), "US Postal Service expanding 'Informed Delivery' program".

### 3. 지난 해 국내은행 영업실적 2000년 이후 최악

☒ 지난해 국내은행의 순익 감소, ROA와 ROE는 2000년 이후 최저 수준(금감원)

- (영업실적) 조선업 경기부진 등에 따른 산업은행 등의 대손충당금이 2조 2천억 원 증가하면서 국내은행의 순익은 3조 원으로 전년대비 1조 4천억 원 감소
  - 일반 시중은행은 6조 5천억 원 당기순이익을 기록하였으나 산업은행 등 특수은행이 3조 5천억 원의 당기순손실을 보임
  - 총자산순이익률(ROA)은 0.13%로 전년 동기대비 0.08%p 하락
    - \* ROA가 0.13%라는 건 은행이 자산 1,000원을 굴려 연간 1.3원을 벌었다는 의미
  - 자기자본이익률(ROE)도 1.65%를 기록, 2015년보다 0.93%p 하락
  - 특수은행을 제외한 일반은행의 ROA는 0.45%, ROE는 5.88%로 전년대비 각각 0.08%p, 0.99%p 상승하였지만 글로벌 은행과 비교하면 매우 낮은 수치 (미국(1.5%), 호주(1.2%), 캐나다(1.1%) 등의 ROA가 3배 가량 더 높음)
- (낮은 ROA의 원인) 국내은행들이 해외은행보다 ROA가 낮은 것은 수익의 대부분을 예금과 대출 금리 차이에서 발생하는 순이자마진(NIM)으로 벌기 때문
  - 국내은행의 이자이익은 34조 4천억 원(전년대비 9천억 원 증가), 수수료 등 비이자이익은 4조 9천억 원(전년대비 1조 1천억 원 감소)으로 이자이익이 88%, 비이자 이익이 12% 점유(미국의 웰스파고는 총이익의 48%가 비이자이익)

[그림 3] 국내은행 '03년 이후 연도별 ROA·ROE 추이



출처: 중앙일보(2017. 3. 6), “은행들 1,000원 굴려 1.3원 버는 헛장사했다”

#### 4. 금융권 시니어 마케팅 고조

☑ 은행들이 시니어층 공략을 위해 특화된 서비스를 제공

- (목적) 액티브 시니어\*대상으로 특화서비스 제공으로 충성 고객군 이탈 방지

\* 자산·소득이 높아 은퇴 후에도 소비생활을 즐기며 사회활동에 적극적으로 참여하는 50~60대 세대를 지칭

- (서비스) 시니어층에 대한 맞춤형 서비스를 기반으로 금융과 비금융 솔루션을 동시에 제공함으로써 은퇴금융시장 적극 공략
  - 은퇴금융 서비스: 은퇴자산 관리서비스 제공, 'NH All 100 플랜' (NH농협은행), 'KB골드라이프 연금우대 적금·예금'(KB국민은행), '신한미래설계'(신한은행) 등
  - 생활금융 서비스: 쇼핑이나 여행 등 금융 이외의 서비스까지 포함한 서비스 앱 제공, 'FAN'(신한금융), '하나멤버스'(하나금융), '리브메이트'(KB금융) 등
  - 핀테크 서비스: 시니어 고객에 특화된 모바일 플랫폼(KB국민은행, 신한은행, NH농협은행), 음성인식 기능(우리은행), 큰 글씨 모드(IBK기업은행) 등

〈표 1〉 시니어 고객을 위한 핀테크 기술 도입 사례

은행	내 용
KB국민은행	시니어 고객에 특화된 모바일 플랫폼 '골드라이프 बैं킹' 출시
신한은행	시니어 고객에 특화된 모바일 플랫폼 '미래설계포유' 출시
NH농협은행	종합자산관리 플랫폼 All100플랜 시스템 이용하여 고객의 특성과 생애주기별 필요자금 등 맞춤형 상담 가능
우리은행	음성 명령만으로 금융거래가 가능한 음성인식 인공지능(AI) बैं킹인 '소리(SORi)' 출시

출처: FNTimes.com(2017. 4. 24), “우리 ‘Ai뱅크’·농협 ‘큰글송금’ … 시니어 마케팅 고조”.

현대경제신문(2017. 3. 16), “액티브 시니어를 잡아라’ 은행, 실버 마케팅 활발”.

## 5. 신기술을 도입하는 국내 시중은행들

- ☑ 금융산업 미래를 이끌 디지털 기술을 선점해 시장 우위를 선점하기 위해 국내 은행들은 다양한 영역에서 신기술을 접목한 서비스를 속속 출시
- (우리은행, 소리(SORi)) 스마트뱅킹, 위비뱅크, 위비톡 등의 뱅킹채널에서 음성을 통해 이체, 조회, 환전, 공과금납부 등의 업무를 실행할 수 있는 서비스 출시 ('17. 4월)
    - 음성과 AI 기술을 이용해 사용자의 음성으로 금융 거래를 실행하며, 최초 이체 정보를 등록하면 보안카드나 인증서, 통장 비밀번호 입력 없이도 한 번의 바이오인증으로 금융 거래가 완료
  - (우리은행, 더 간편뱅킹 서비스) 공인인증서 및 보안매체 사용을 생략하고 예금 신규, 본인계좌이체, 지정계좌(타행/타인)이체, 공과금 납부 및 외화 환전이 가능 ('17. 5월)
    - 서비스는 1일 각 300만원 내에서 한도를 설정해 이용할 수 있으며, 최초 서비스 신청 시에만 공인인증서, 보안매체 및 추가인증을 거치면 됨
  - (KB국민은행, KB든든간편인증 서비스) 2016년 11월 출시한 보안매체 없이 핀(PIN) 번호만으로 뱅킹서비스를 이용할 수 있는 서비스로 KT, LGU+까지 확대 시행 ('17. 2월)

[그림 4] 최근 출시되고 있는 신기술을 접목한 금융서비스



출처: 연합뉴스(2017. 4. 27), “우리은행, 목소리로 송금하는 ‘위비톡소리’ 출시”.  
 국제신문(2017. 5. 11), “우리은행, ‘더(The) 간편뱅킹 서비스’ 실시”.  
 머니투데이(2017. 2. 16), “국민은행, KB든든간편인증 서비스 확대 시행”.

## 6. 국내 인슈테크(InsurTech) 현황

- ☒ 인슈테크는 보험(Insurance)과 기술(Technology)을 결합한 서비스를 의미하는데, 해외에 비해 국내에서의 도입 속도는 더디지만 국내 보험사들은 인슈테크를 새로운 성장동력으로 인식하고 관심을 기울이고 있음
- (NH농협생명-KT, 인슈테크서비스 공동개발 MOU) NH농협생명은 KT가 보유한 빅데이터와 헬스케어 서비스, 사물인터넷 기술을 보험상품 개발에 접목해나갈 계획
    - 예를 들면 KT가 판매하는 웨어러블 기기를 착용해서 일정 운동량을 넘기는 가입자는 보험료 할인을 받도록 하거나 보험계약자가 위험한 생체신호를 보낼 경우 앞서 대처하는 식으로 헬스케어 기술을 이용해 보험금 지급 가능성을 낮출 수 있음
  - (ING생명, 고객 영업 활동 모델인 아이탐(iTOM)을 개발, 시행) ‘한 주에 40회 방문 약속을 잡고, 10회 고객상담을 해라’는 가이드 라인으로 FC들은 iTOM플래너를 활용해 계획을 미리 세우고 활동 내용을 입력
    - 이에 따라 ING생명의 모든 고객은 1년에 적어도 한 번 이상은 FC의 방문을 받고 보유 계약에 대해 컨설팅 서비스를 받을 수 있음
  - (동부화재, 보험비 차등 자동차보험 출시) 동부화재는 지난해 4월 국내 최초로 운전자의 운전습관에 따라 보험비가 차등화 하는 UBI(Usage Based Insurance) 자동차보험을 출시

[그림 5] 국내 인슈테크 도입 현황



출처: 서울경제(2017. 3. 8), “인슈테크 영역 개척하자’ KT-NH농협생명 맞손”.  
조선일보(2017. 3. 3), “보험·모바일·인공지능 결합한 ‘인슈테크’ 도입”.

**7. 생보업계, 설계사영업지원 시스템 디지털화**

- ☑ **최근 생명보험사들은 빠르게 변화하는 디지털 금융환경에 대응하기 위해 설계사 영업지원 시스템을 디지털화하는 추세**
  - **(배경)** 경기불황으로 영업환경이 위축됨에 따라 빠르게 변화하는 디지털 환경에 발맞춰 설계사들의 근무의욕을 고취시키고자 함
  - **(생보업계 시스템운영 현황)** 미래에셋, AIA, 메트라이프 생명 등이 영업현장에서 고객 상담부터 가입, 보험금 청구 및 고객 관리가 가능한 설계사영업지원 자체시스템을 운영
  - **(전망)** 온라인채널 활성화로 설계사의 입지가 좁아지고 있는 상황에서 생보사들이 체계적이고 전문화된 시스템을 도입하여 영업을 지원하는 것은 설계사들의 역량 강화 뿐 아니라 고객 만족으로도 이어질 수 있을 것

〈표 2〉 생보업계의 설계사영업지원 시스템 운영 현황

회사명	시스템명	특징
미래에셋생명	스마트 러브에이지 플랜	- 보험 청약시 가입 설계 페이지 2단계로 대폭 축소 - 대시보드 기능으로 고객의 주요 정보 한눈에 파악 - 메시징 프로그램으로 개별 고객에게 맞춤 자료 전달
AIA 생명	아이맵 (iMAP, Interactive Mobile AIA Platform)	- 고객이 서류 작성 없이 보험금 청구 가능 - 고객 본인인증만으로 당일 지급 가능한 보험금 한도를 타사 대비 수십 배 증액
메트라이프생명	GMAP (GA Mobile Application)	- 상품의 계약현황, 간편 가입설계, 상품자료실, 온라인 교육, 전담 상담사 연결 기능 간편하게 이용 - 변액 자료실 메뉴 통해 다양한 수익률, 월별 분기별 가이드 등 확인 - 온라인교육 메뉴에서는 영업관련 교육 동영상 시간, 장소 구애 없이 시청 가능

출처: 브릿지경제(2017. 3. 20), “생보업계, 보험영업 디지털화...설계사 지원 총력”.