새로운 보험 생태계
INSUREUM
WHITEPAPER VERSION 2.0

1.0. 들어가며 4
1.1. 배경 6

2.0. 인슈어리움 프로토콜 요약 11
2.1. 보험계약자 13
2.2. 보험회사 14
2.3. 개발자 14
2.3.1. 더챌린지 14
2.4. 써드파티 16

3.0. 인슈어리움 프로토콜로 인한 벨류체인의 변화 17
3.1. Phase 1: 상품 개발 19
3.1.1. 데이터 구매 22
3.1.2. 상품 개발 22
3.1.3. 가치 분배 22
3.2. Phase 2: 판매 및 마케팅 23
3.3. Phase 3: 보험금 지급 관리 25
3.4. 이용 사례 26
3.4.1. 소액 보험 (단기, 특정 담보) 27
3.4.2. 사용 기반 보험 (UBI) 27
3.4.3. 리스크 방지 27
3.4.4. 개인 맞춤형 보험 / P2P 보험 28

4.0. 인슈어리움 토큰 Dynamics 29
4.1. 인슈어테크 29
4.2. 데이터 가치 dynamics 30
4.3. 인슈어리움 토큰 31
4.4. 초기 도입 전략 31
4.5. 인슈어리움 재단의 지속가능성 32

5.0. 타임라인 34

6.0. ISR 토큰 35
6.1. 약관 요약 35
6.2. 인슈어리움 (ISR) 토큰 판매 정보 36
6.3. 수익금 활용 37
6.4. 거버넌스 38
6.5. 이더리움 기반 토큰 39
6.6. KYC 인증의 정의와 필요성 40

7.0. Team 42

8.0. Advisors 46

9.0. Partners and supporters 50

10.0. References 52

직토는 한국의 스타트업 회사로 2017년 포브스로부터 '한국 10대 스타트업 회사'로 선정되었다. 2014년 웨어러블 디바이스 브랜드로 시작된 직토는 2017년 사업영역을 확장하여 멀티플 IoT 디바이스 통합 플랫폼인 '더 챌린지 (The Challenge)'를 개발하였다. 현재 직토는 KB금융그룹, 교보라이프 플래닛, SK 플래닛 등 한국의 보험 및 금융사들과 파트너십을 맺고 블록체인 기술을 이용해 보험 산업을 변혁할 프로토콜을 개발 중이다.

인슈어리움 (Insureum) 은 보험 (Insurance) 과 이더리움 (Ethereum) 의 합성어로서 개발 중인 인슈어리움 프로토콜에 사용될 암호화폐이다. 직토는 본 백서에서 서술된 대로 인슈어리움 토큰 세일을 진행할 예정이다. 직토와 인슈어리움에 대한 추가적인 정보는 아래에서 확인할 수 있다.

1.0. 들어가며

지난 30년간 보험산업은 뚜렷한 성과를 보였으나 기술적인 선도자는 아니었습니다. 하지만 드디어 보험 벨류체인은 인슈어리움 프로토콜을 이용하여 비용 효율화와 프로세스 단순화를 달성하고, 여러 이해관계자들 간의 거래를 가능케하여 더 큰 가치를 산업 내에서 창조해낼 수 있게 되었습니다. 보험회사, 보험 계약자 및 써드파티들은 각자의 능력에 따라 거래를 할 수 있고, 여기에서 발생하는 추가적인 가치는 각자의 기여도에 따라 분배됩니다.

2015년 직토는 생활 데이터의 수집과 처리에 관하여 보험회사 및 금융기관들과 협의를 시작하였습니다. 이렇게 시작된 새로운 관계들로 인해 우리는 새로운 분야에 초점을 맞추게 되었습니다.

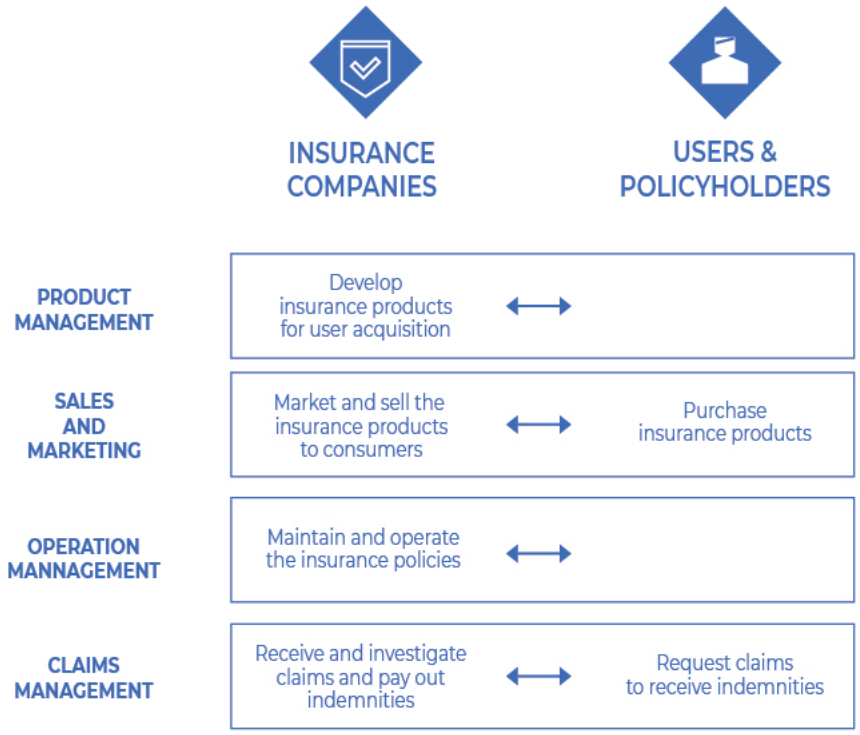
직토의 팀은 전통적인 금융 기반 섹터의 회사들이 기존 그리고 잠재 고객을 이해하고자 하는 매우 강력한 의지가 있다는 것을 인지하게 되었습니다.그리고 타겟 고객을 이해하는 데에 데이터를 수집해 주는 중개자가 큰 도움이 될 수 있습니다. 신뢰할 만한 데이터가 있다면 회사들은 고객의 요구에 맞춘 디지털화되고 비용 효율적인 더 훌륭한 상품을 개발할 수 있게 됩니다.

그러나 금융 산업이 직접 데이터를 수집하는 것은 어렵고 비용이 큽니다. 데이터 수집을 위한 시스템을 개발 및 통합하고 개발한 시스템을 대중에게 홍보하고 데이터 수집 프로세스를 관리하여 수집된 데이터를 분석하기 위해서는 상당한 시간과 비용의 투자가 요구되기 때문입니다. 바로 이러한 어려움을 직토의 데이터 통합 플랫폼인 더챌린지가 다양한 스마트 디바이스에서 수집된 데이터 및 분석을 제공함으로써 해결해줄 수 있습니다. 직토는 가성비가 훌륭한 더챌린지를 제안하여 이미 다수의 판매 계약을 체결하였고, 여러 글로벌 보험회사들과 협의를 진행중입니다. 수백만 앱 개발사 중 하나였던 직토가 데이터 처리와 통합에 집중하는 윈윈 수익화 전략을 채택하기로 최종 결정한 것입니다.

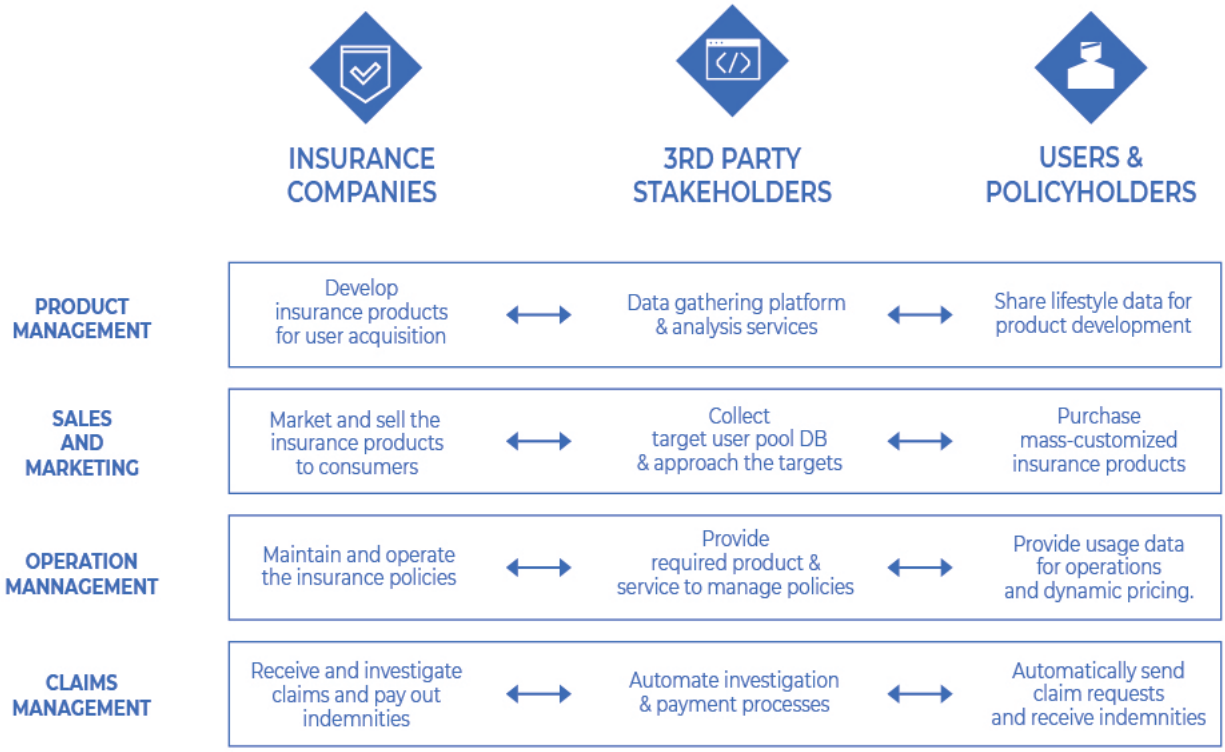
이제 직토는 데이터 공유의 개념을 한 단계 높은 차원으로 확대하고 있습니다. 바로 다양한 이해관계자들 간의 거래를 촉진하는 프로토콜을

그림 1. 인슈어리움이 가져올 보험 산업 지형의 변화

AS-IS



TO-BE



개발하는 것입니다. 이를 통해 전통적인 보험 산업의 다양한 당사자들의 참여를 촉진하여 모두에게 혜택을 가져다 줄 것입니다. 보험회사들은 데이터를 더욱 쉽게 수집할 수 있고, 이용자 및 보험 계약자들은 더 나은 보험 상품에 대한 접근권을 갖게 됩니다. 또한 앱 개발자와 판매 대리점 등의 써드파티들은 이들의 상품과 서비스를 위한 최적화된 수익모델을 가지게 될 것입니다.

인슈어리움 프로토콜은 보험회사와 고객들 그리고 개발자들을 연결하고자 하는 새로운 블록체인 기반의 보험 생태계로, 보험회사들이 고객 별로 차별화된 유인을 제공할 수 있도록 개개인의 라이프스타일에 맞춘 보험 상품 개발을 지원합니다. 그리고 직토의 비전은 인슈어리움 프로토콜이 40세 이하의 고객들에게 소구할 수 있는 다양하고 새로운 보험 상품이 개발될 수 있는 환경을 창조하는 것입니다.

1.1. 배경

전통적이고 변화 속도가 더딘 보험회사들이 어떻게 새롭고 비용 효율적인 프로세스를 개발하고 끊임없이 변화하는 시장 수요에 발 맞출 수 있을까요? 블록체인을 이용한 탈중앙화는 보험회사들이 데이터 수집 및 분석과 같은 고비용의 매뉴얼 작업을 아웃소싱하여 변화에 뒤쳐지지 않을 기회를 제공할 것입니다.

보험회사들은 시장 상황 및 핵심 구조의 급격한 변화에 직면하였습니다. 다른 산업들은 전세계적인 디지털화 트렌드를 활용하고 변화에 적응하고 있지만 보수적인 보험 산업은 설 자리를 잃고 있습니다. 빠르게 진행되고 있는 고령화와 젊은 세대들의 변화하는 라이프스타일로 인해 보험 산업과 보험 시장의 성장은 동시에 둔화되었습니다. 신뢰도 높은 데이터와 심도 있는 데이터 분석 없이 새로운 상품에 대한 젊은 층의 요구를 만족시키는 것은 어려운 과제입니다. 전세계적으로 상당 수의 보험회사들이 이미 보험 계약자들에게 데이터 및 디지털 기반의 헬스케어 서비스를 제공하여 보험금 지불로 인한 비용을 낮추고 있습니다. 예를 들어 캐나다 국립 연구원이 후원하는 International Medolution programme은 디지털화를 통해 비용을 낮추고 환자의 삶의 질은 높이는 아이디어를

근거로 시작되었습니다. 캐나다 정부의 '스마트 헬스' 프로그램 역시 디지털화를 통해 비용을 낮추고자 하는 아이디어에서 탄생하였습니다.

이러한 새로운 시장에도 불구하고 전세계 보험 산업의 성장은 둔화되고 있습니다. 성장 둔화의 주요 원인은 미국을 비롯한 독일, 영국, 호주 등 선진국 시장의 침체로, 2018년 이들 시장의 성장률은 1.5% 미만일 것으로 예상됩니다. 생명보험보다 손해보험 시장의 성장률이 더 낮을 것으로 예상되나 두 시장의 성장률 트렌드는 사실상 거의 동일합니다.

데이터 부족과 그나마 보유한 데이터에 대한 심도 있는 분석의 어려움으로 인하여 보험회사들은 고객 개개인의 니즈에 100% 부합하는 보험 상품을 제공하지 못하고 있습니다. 이로 인해 고객들은 제한적인 선택지만을 가진 것이 현실입니다.

약 30여년 전 보험 산업은 혁신의 시대를 경험하였습니다. 새로운 투자연계형 보험 상품이 광범위한 고객층의 인기를 끈 것입니다. 그러나 그 이후 보험 산업에서 생겨난 가장 큰 혁신은 온라인에서 보험 상품을 비교하고 가입 할 수 있게 된 것뿐입니다. 보험 상품들은 대체로 개인의 라이프스타일에 따라 차별화되지 못한 표준적이고 고착화된 채로 유지되었습니다. 이로 인해 보험회사들은 20-30대 고객들을 확보하는데 어려움을 겪고 있습니다. 젊은 층은 보험회사가 제시하는 상품이 매력적이라고 느끼지 않기 때문입니다. 심지어 보험 가입을 고려하더라도 이들은 시장에 존재하는 보험 상품들이 자신의 라이프스타일에는 적합하지 않음을 깨닫게 됩니다. 따라서 보험 가입을 거절하거나 은퇴 준비를 10년 후에나 시작하도록 미뤄버리게 됩니다. 밀레니얼 (Millennial) 세대는 그들이 원하는 조건의 보험 상품에 가입하기는 어렵다고 느낍니다. 하루에 약 8km정도를 운전하여 출근하는 사람의 예를 들어 봅시다. 이 운전자는 하루에 약 160km를 운전하는 사람들이 가입해야 하는 큰 범위의 보험을 가입하고 싶지 않을 것입니다. 전통적인 보험 상품은 본질적으로 서로 다른 개인의 요구를 보장하도록 설계되지 않았습니다.

예를 들어, 생명보험사들은 지금까지 실제 의학 데이터를 활용해 상품을 위한 계리 통계표를 만들어왔습니다. 문제는 의사 및 병원이 당연히

그림 2. 2014 - 2018년 국가별 손해보험 시장 예상 성장률 [20]

*선진 시장에는 북아메리카, 서유럽, 이스라엘, 오세아니아, 일본, 한국, 홍콩, 싱가포르 및 대만이 포함됨.

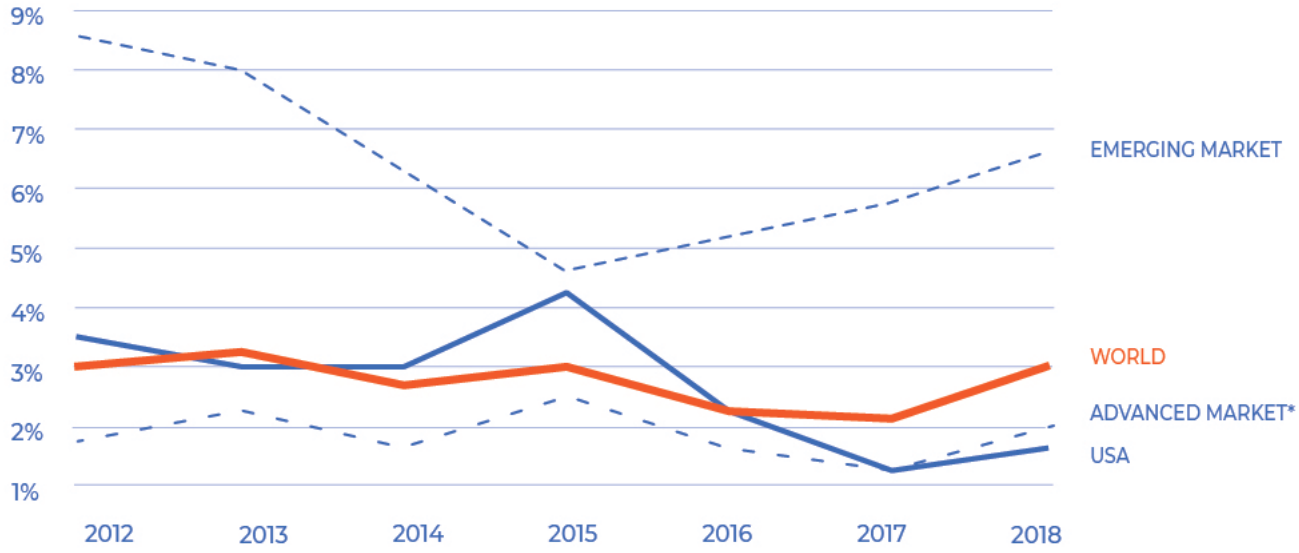


그림 3 . 2014 - 2018년 시장 별 생명보험 시장 예상 성장률 [21]

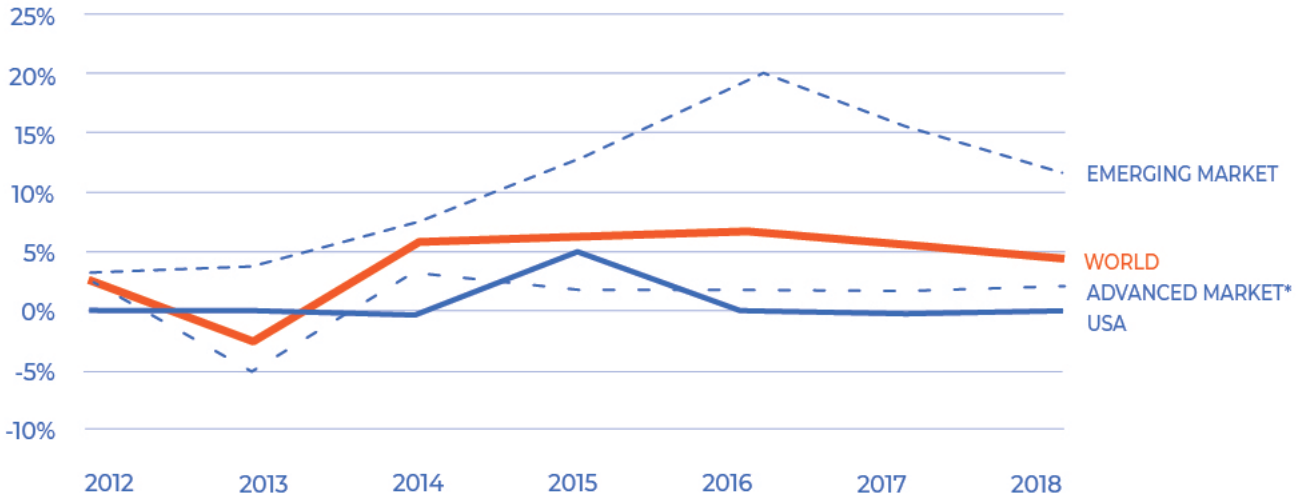
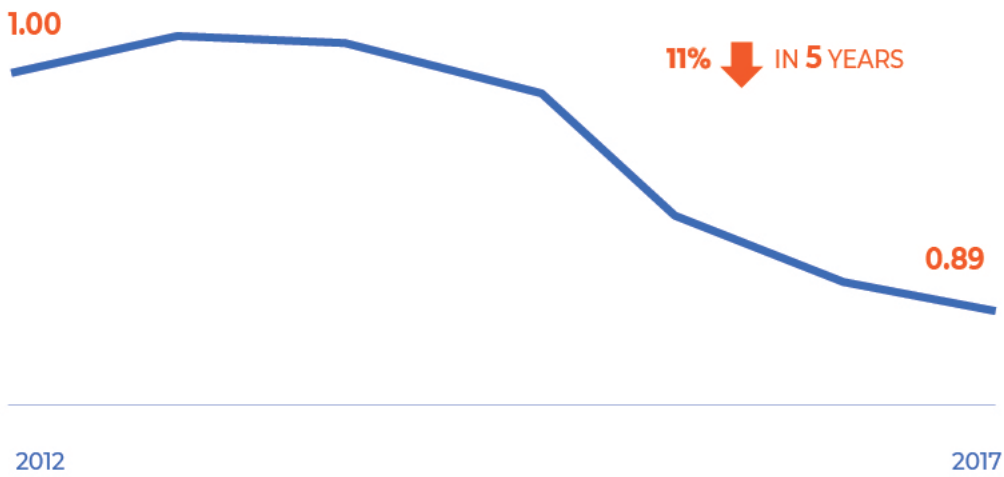


그림 4. 2012 - 2017년 분기별 국제 보험 시장 지수(Q1 2012 as baseline (1.0) [23]



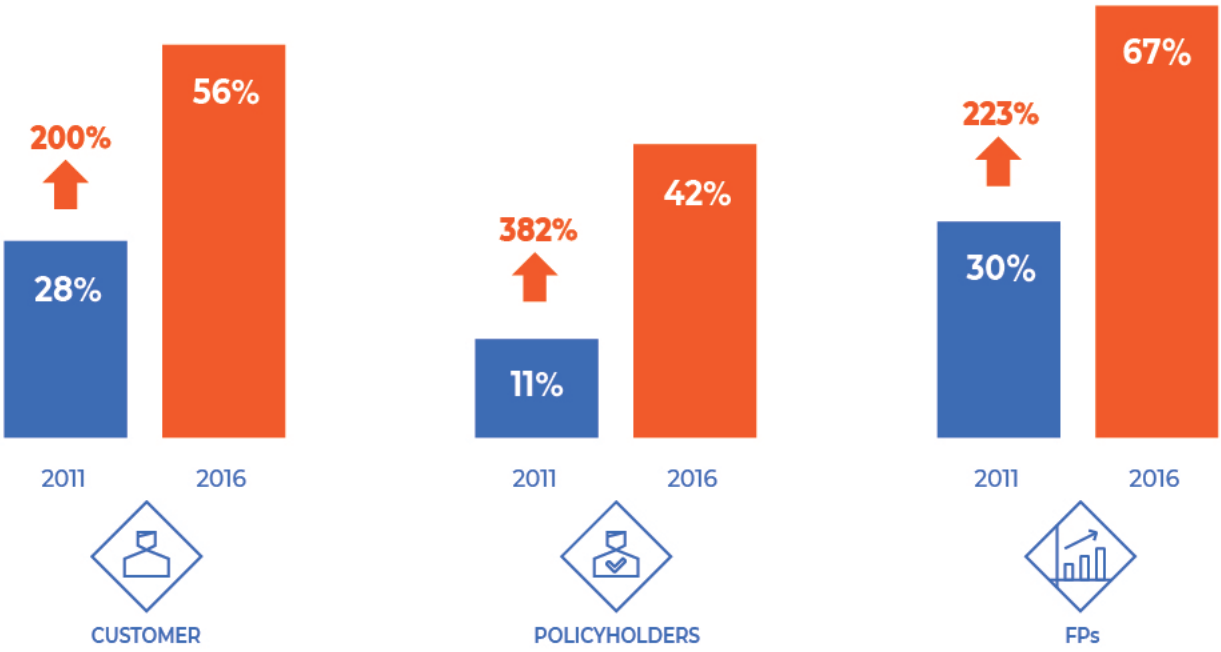
민감한 환자 기록을 제공하길 원치 않기 때문에 의학 데이터를 손에 넣기가 매우 어렵다는 것입니다. 보장성 상품을 개발하고 싶지만 관련 데이터가 없는 소형 보험사들에게 정보 부족 문제는 더욱 심각합니다.

자동차 및 기타 손해보험의 경우 온라인에 가용 유저 데이터가 거의 무한하게 존재하는 것 같지만, 신세대 고객을 위한 상품 개발에 유용한 인사이트를 제공하는 데이터는 거의 전무합니다.

보험회사가 보험 상품을 개발 및 판매 한 후에는 계약의 효력이 발생하기 전에 꽤 긴 인수 절차를 거쳐 청약한 고객에게 상품을 판매할지 여부를 결정하게 됩니다. 또한 인수 절차와 보험금 지급 절차 사이에는 보험사, 손해사정사 및 계약자가 보험금 청구요청이 유효하며 보험 사기가 없음을 증명하기 위해 시간과 돈을 낭비하게 됩니다.

하지만 보험회사가 민첩하게 상품 개발과 인수 속도를 높이기 위해 필요한 데이터를 수집해주는 플랫폼을 구축하는 것은 매우 어렵고 비용이 많이 듭니다. 특히 거의 동일한 용도의 플랫폼(모바일 어플 및 웹사이트 등)이 다수 존재한다는 것을 생각해보면, 이들 플랫폼 상에서 고객을 유치하고

그림 5. 2011 - 2016년 보험 산업 내 다양한 이해관계자들에 의한 모바일 이니셔티브의 증가 [22]

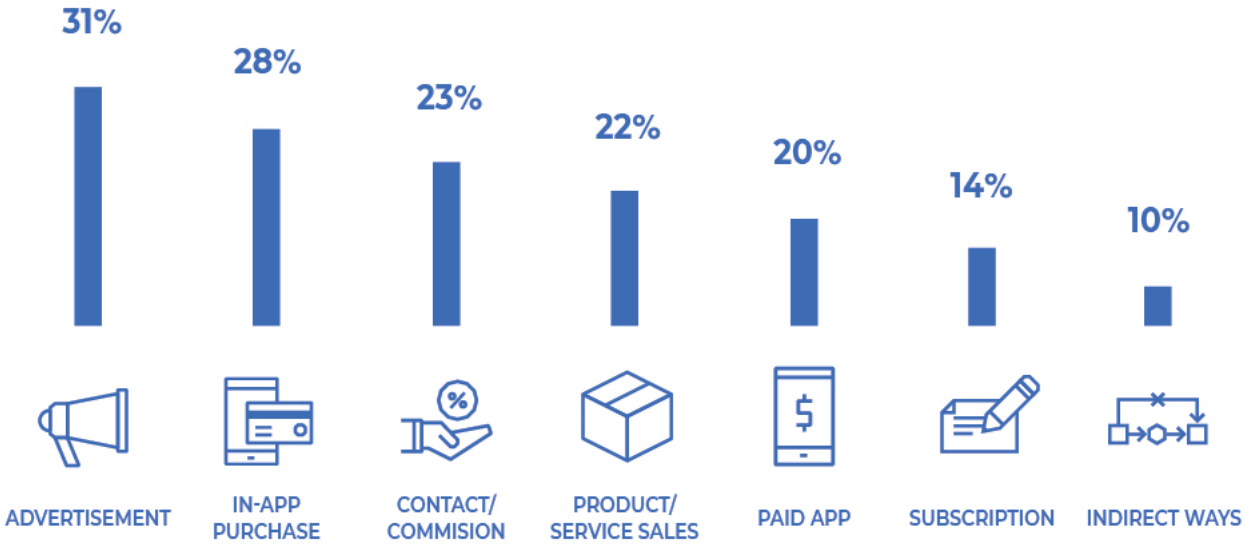


유지하는 것은 생각보다 어렵습니다. 게다가 보험계약자들은 아무런 대가 없이 개인 정보를 제공하려 하지 않습니다.

이와 같은 어려움으로 인해 현재 대부분의 보험회사들은 벨류체인을 수작업으로 처리하고 있습니다. 이렇게 비효율적으로 관리되고 있는 벨류체인은 고객들이 납부하는 보험료를 높게 만드는 원인 중 하나이기도 합니다. 맥킨지&컴퍼니 조사에 따르면 이러한 절차를 자동화 및 디지털화 할 경우 비용을 약 30% 줄일 수 있다고 합니다.

한편으로는 유저 데이터를 수집하지만 이를 효과적인 수익원으로 연결하지는 못하는 서비스도 많습니다. Combo App [26] 의 조사에 따르면 다수의 개인 앱 개발자들은 광고를 수익원으로 삼는 경우가 많지만, 광고로 인한 수익은 효율성이 가장 낮다고 알려져 있습니다. 이들 개발자들이 수집한 데이터를 이용해 상호 호혜적인 방식으로 수익을 낼 수 있다면 시장의 판도는 바뀔 것입니다.

그림 6. 가장 많이 활용되는 앱 수익화 전략



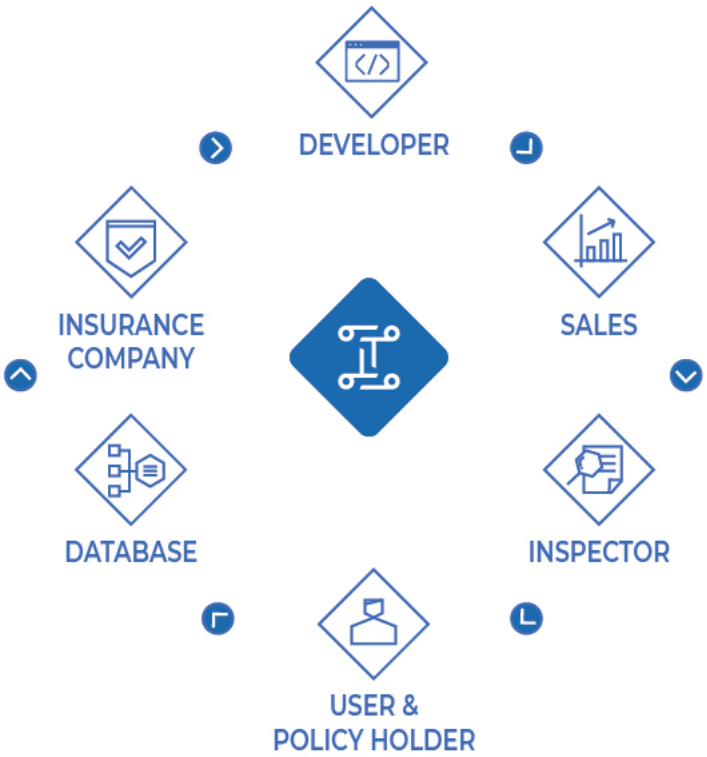
2.0. 인슈어리움 프로토콜 요약

인슈어리움 프로토콜은 보험 산업, 써드파티 개발자(어플리케이션 & 사물인터넷) 그리고 보험 계약자들 간의 기술적 격차를 줄여줍니다.

수작업으로 관리되는 벨류체인과는 달리 인슈어리움 프로토콜은 블록체인 기술을 이용해 보험회사, 보험 계약자 및 써드파티 개발자들을 연결하는 탈중앙화 생태계를 창조하고, 개인적으로는 익명이나 인구통계학적으로는 식별이 가능한 다양한 데이터를 공급하고자 합니다. 납입된 보험료는 보험 산업이 창출하는 총 가치를 늘리고 창출되는 가치는 각 이해관계자들의 기여도에 따라 분배될 것입니다.

예를 들어, GPS나 텔레매틱스 추적 시스템은 보험회사에게는 특정인의 운전 속도 정보를 제공하고 정기적인 장거리 운전자에게는 휴식 시간을 더 가질 것을 제안해 줄 수 있습니다. 다른 기술을 이용하면 사람들이 얼마나 자주 등산 혹은 싸이클링을 가는지 기록할 수 있습니다. 또한 보험회사들은 하나의 건강 지표로써 평상시 하루 평균 걸음 수를 알아낼 수도 있습니다.

그림 7. 인슈어리움 프로토콜 내의 주요 이해관계자



최근 유사 산업(금융 및 헬스케어 산업)에서도 고객 데이터에 접근할 새로운 방법이 모색되고 있습니다. 보험 산업의 경우, 사물인터넷, 웨어러블 및 기타 스마트 기술이 보험 회사에 고객과 관련이 높은 정보를 제공할 수 있습니다. 보험 회사들은 이들 정보를 이용해 잠재 고객에게 소구할 수 있는 맞춤형 담보 및 보험 상품을 개발할 수 있을 것입니다.

인슈어리움 프로토콜 생태계 속에서 보험회사, 보험 계약자 및 써드파티 개발자들은 블록체인 기반의 토큰, 즉 인슈어리움을 교환하여 익명화 된 데이터를 사고 팔 수 있습니다. 보험회사는 원하는 데이터를 제공받아 완전히 새롭거나 개선된 보험 상품, 특히 사용 기반 보험(UBI)을 개발할 수 있게 됩니다. 개발자들은 인슈어리움을 제공받기 때문에 개발한 앱을 인슈어리움 프로토콜에 연결할 유인이 생기고, 보험 계약자도 자신의 익명 데이터를 제공하여 보상을 받게 됩니다.

인슈어리움 프로토콜의 가치는 아래 자세히 설명되어 있습니다.
향후 인슈어리움 프로토콜의 개발 방향과 기타 요인으로 인해 특정 이해관계자들에게 주어지는 가치가 달라질 수 있습니다. 그러나 직토는 우선 첫 단계로 인슈어리움이라는 인센티브가 주어지는 데이터 공유의 핵심이 다음의 방식으로 실현되도록 계획하고 있습니다.

그림 8. 2020년 중국의 인슈어테크 세그먼트, 주요 플레이어 및 시장 규모 예측치 [24]

2.1. 보험계약자

인슈어리움 프로토콜은 보험 회사에 다양한 데이터를 제공함으로써 보험 계약자들에게 그들의 라이프스타일에 완벽하게 맞는 보험 상품을 선택할 권한을 부여할 것입니다. 적어도 초반에는 이렇게 개발된 보험 상품이 직토를 통해 구입 가능하거나 인슈어리움 프로토콜을 통해 홍보되지는 않을 것입니다. 그러나 향후 규제 상 요구되는 적절한 라이선스를 취득한 후 보험 상품을 위한 자유 시장으로서 역할을 하고자 합니다. 보험 계약자들이 자신의 데이터를 공유하고자 하면 암호화폐(인슈어리움)의 거래 및 획득이라는 보상을 받게 됩니다. 이는 향후 보험 계약자들의 보험금 청구 시 시간과 수고의 절감으로 이어질 수 있습니다. 블록체인 상의 스마트 컨트랙트를 이용해 대부분의 보험금 신청 프로세스가 자동화되기 때문입니다.

천편일률적인 보험 상품으로는 개별 보험 계약자들의 다양한 니즈를 충족시킬 수 없습니다. 인슈어리움 프로토콜을 통해 보험 계약자들은 (예를 들면) 애견 보험, 장거리 운전용 자동차 보험, 휴가 기간 동안만 적용되는 부동산 보험, 사이버 보안 보험 등 맞춤형 보험 상품에 합리적인 가격으로 가입할 수 있게 됩니다. 두번째로, 보험 계약자들이 현재는 무료로 제공하는 데이터의 가치가 높아질 것입니다. 데이터 유저들(보험회사 및 기타 써드파티)은 보험계약자들(과 앱 유저와 같은 데이터 제공자들)에게 데이터를 제공하는 대가로 인슈어리움이라는 보상을 제공받게 됩니다. 현재는 데이터 제공에 보상이 거의 이루어지지 않는다는 것을 고려하면, 이러한 보상은 데이터 가치에 대한 관점을 크게 변화시킬 것입니다.

당신이 하루 목표인 10,000보를 걸으면 보상을 제공하는 보험 상품을 상상해보세요. 혹은 당신이 안전하게 운전하고 급정거를 하지 않으면 할인을 제공하는 보험은 어떨까요?

2.2. 보험회사

보험회사들은 인슈어리움 프로토콜을 통해 (잠재적) 보험 계약자들의 실제 데이터를 정확하게 수집 및 분석하는 자체 혹은 써드파티가 개발한 앱이 설치된 미니 생태계를 창조할 수 있게 됩니다. 미니 생태계 내에서 개발자와 보험 회사 간에 암호 화폐가 교환되고, 맞춤형 상품 오퍼를 개발하고 관리하기 위한 익명 데이터가 거래될 수 있습니다.

블록체인 상의 거래를 대조 검토하여 보험 사기를 식별할 수 있으므로 인수 심사 및 보험금 지급 프로세스에 소요되는 시간과 비용도 절감될 수 있습니다.

2.3. 개발자

현재 사물인터넷 디바이스를 통해 유저 데이터를 수집하는 앱의 상당수가 수집한 데이터를 쉽고 빠르게 수익화하는 적절한 비즈니스 모델을 확보하지 못하고 있습니다. 인슈어리움과 인슈어리움 프로토콜을 이용하면 어플리케이션과 API 개발자들은 유저의 요구사항에 기반한 다양한 새로운 프로그램을 개발하고 관리할 수 있을 것입니다. 보험회사들과 개발자들은 인슈어리움 프로토콜을 이용하여 어플리케이션과 데이터를 턴키 생태계에서 교환할 수 있고, 모든 거래가 인슈어리움과 블록체인 상에서 이루어짐에 따라 거래 및 신뢰 문제로 인한 문제나 비용이 최소화될 것입니다.

2.3.1. 더챌린지

2015년 직토는 웨어러블 기기인 '직토워크(Zikto Walk)'를 런칭하였고 이는 사람들의 실제 생활 습관 데이터를 수집하고자 하는 보험회사들 사이에서 엄청난 인기를 끌었습니다. 제품 발매를 통해 얻은 경험을 활용해 직토팀은 다양한 헬스 앱에서 집적된 데이터를 보험 및 금융 회사에 제공하는 쪽으로 관심을 옮겼습니다. 데이터는 현재 직토가 개발한 어플리케이션인 '더챌린지'를 통해 활용됩니다. '더챌린지'는 API를 통해 다양한 웨어러블 디바이스와 어플리케이션으로부터 활동을 추적하는 모바일 마라톤 플랫폼으로써 보험 및 금융 회사를 위한 금융 상품을 개발하고자 합니다.

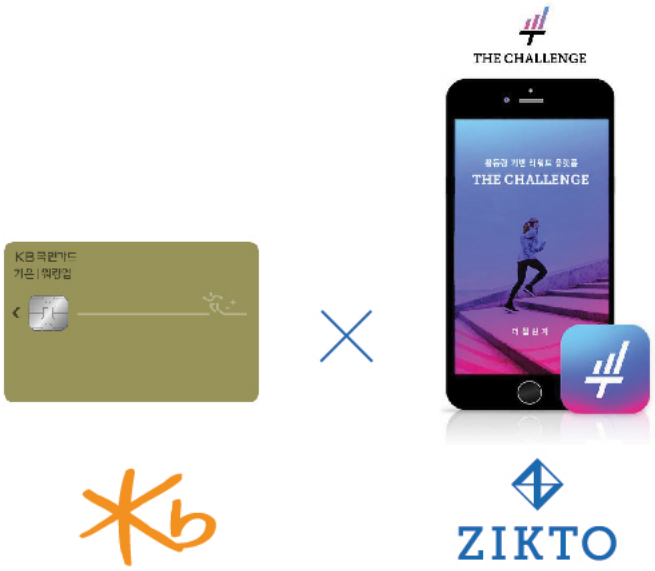
2017년 한국 최대 금융 대기업 중 하나인 KB카드는 자사의 신용카드에

더챌린지를 도입하였습니다. 세계 최초로 신용카드에 활동 기반 보상 플랫폼이 도입된 것입니다. KB국민카드 이용자들은 하루 목표인 10,000보를 걸으면 보상을 받게 됩니다. 이 카드는 이용자들에게 크게 인기를 얻으며 2018년 3월까지 23,000명의 가입자를 확보하였습니다.

인슈어리움 프로토콜의 성공적인 킥오프와 관리를 위해 직토는 더챌린지 플랫폼을 활용할 것입니다.

보험 산업 전문가에 따르면, 현재 다양한 제조사(즉, 나이키, 애플 혹은 핏빗)의 웨어러블 디바이스 데이터를 연결하기 위한 API와 플랫폼을 설치하려면 약 2백만에서 3백만달러가 필요합니다(로컬 보험 회사의 대략적인 추정치 기준). 그러나 '더챌린지' 플랫폼을 활용한다면 보험 회사는 고객 당 평균 월 700원 가량만 지불하면 됩니다. '더챌린지'는 독자 플랫폼을 보유하지 않고 활동 수준에 기반한 보험을 개발하고 특정한 개인 건강 기록(PHR)을 수집하고 활용하고자 하는 보험회사들에게 특히 효율적인 옵션이 될 것입니다.

그림 9. KB 국민카드와 출시한 더챌린지 카드



2.4. 써드파티

보험 벨류체인에 연결된 모든 이해 관계자들은 인슈어리움 프로토콜에 참여하여 가치를 공유할 수 있습니다. 프로토콜이 상품 관리에서 보험금 지급 처리 관리까지 모든 벨류체인을 포괄하기 때문입니다.

써드파티 이해 관계자란 보험 회사의 요청에 따라 이용자들의 데이터를 수집하기 위한 앱/서비스를 개발하는 앱 개발자, 이용자들의 생활 주기 데이터를 저장하는 데이터베이스 제공자, 보험 회사를 위한 외부 판매 에이전시로 작용하는 보험 대리점(GA), 보험금 지급을 위한 보상 관리 프로세스의 조사관 그리고 프리랜서 인수심사자 등 입니다.

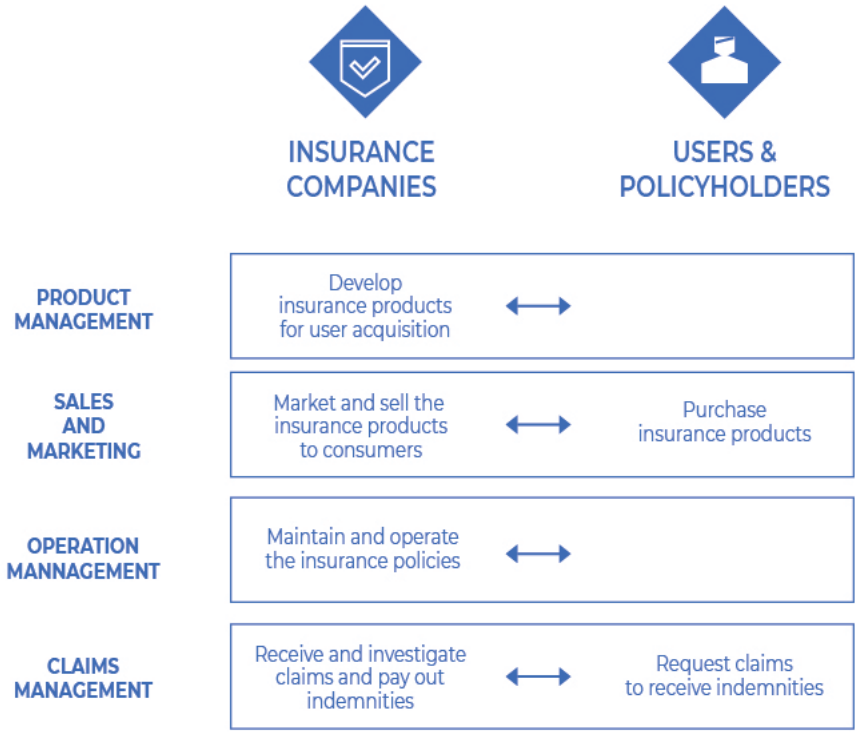
이해관계자들간에 이루어지는 거래는 대부분 대량의 데이터를 주고 받기 때문에 데이터베이스 제공자들은 분산형 데이터베이스 제공자로서도 참여할 수 있습니다. 판매 및 마케팅 분야에서는 보험 회사가 상품 판매를 외부 판매 에이전시(GA: 보험 대리점)에 '아웃소싱'하여 내부 판매 인력과 협업하도록 합니다. 보험금 지급 관리를 위하여는 외부의 조사관들이 보험 계약자의 보험금 신청에 대한 조사 서비스를 제공할 수 있습니다. 더 나아가서는 인수 심사 및 리스크 관리 역시 외부 인수 심사인 및 리스크 평가자에게 부분적으로라도 아웃소싱 될 것이라고 예상됩니다.

모든 거래는 블록체인 기술의 토대 위에서 이루어지고, 이로 인해 거래 비용은 감소(혹은 완전한 소멸)하고 가치는 더욱 효율적으로 분배되게 됩니다.

3.0. 인슈어리움 프로토콜로 인한 벨류체인의 변화

전통적인 보험회사들은 사용 기반 보험(UBI)이나 디지털 보험 상품과 같은 디지털 기반의 보험상품을 개발할 역량을 충분히 보유하지 못한 것으로 보입니다. 이들 상품의 개발을 위해서는 보험 계약자들로부터 좀 더 다양한 데이터를 수집해야 하기 때문입니다. 위의 도표에서 보여주듯, 보험회사들은 그들의 고객들과 특히 벨류체인 상의 상품 관리 프로세스에서의 의사소통이 부족합니다. 보험회사들의 상품 개발 모델이 시대에 뒤떨어졌기 때문입니다. 따라서 보험 상품은 특히 젊은 층 고객들의 변화하는 요구에 발 맞추지 못하고 있습니다.

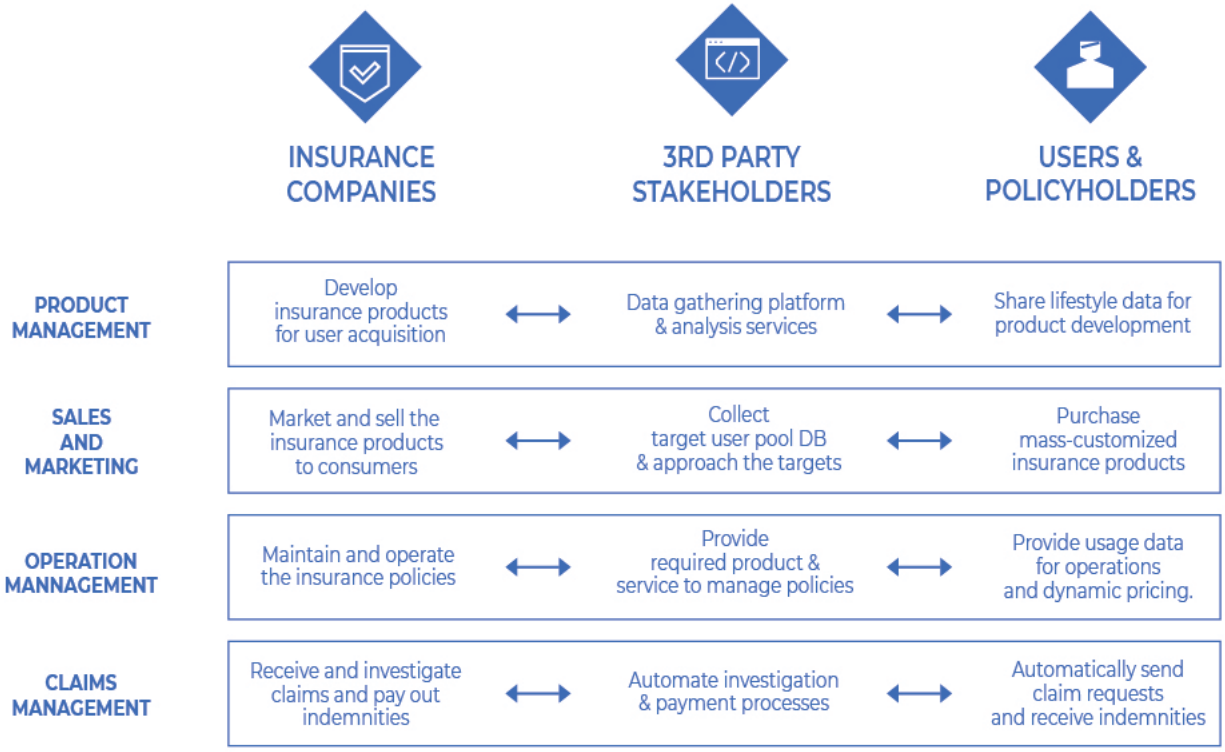
그림 10. 전통적인 보험 회사의 이용자/보험 계약자와의 벨류체인 및 거래



현재의 벨류체인으로는 보험 회사들이 상품의 가격을 낮추기가 어렵습니다. 대부분의 프로세스가 인간이 개입하는 수작업으로 이루어져서 영업 비용이 올라가기 때문입니다. 보험회사들은 프로세스 자동화 및 데이터 처리를 통해 비용을 절감하고자 하지만, 디지털화 및 자동화는 시간과 돈이라는 집중 투자를 요합니다. 게다가 보험 회사가 자사 플랫폼(모바일 앱과 웹사이트)을 직접 개발하더라도 플랫폼에 고객을 유치하고 유지하는 것은 매우 어렵습니다. 이용자들이 다수의 회사 즉, 보험회사뿐만 아니라 기타 앱 개발자들이 개발한 각종 플랫폼을 모두 이용하는 것을 꺼리기 때문입니다. 또한 리포트[13]에 따르면, 구시대적인 인수 심사 프로세스는 추가 비용과 시간을 들게 하고, 이는 보험 상품 판매를 방해하는 또 다른 요인입니다.

게다가 전통적인 벨류체인은 써드파티 플레이어가 참여할 여지를 주지 않습니다. 대부분 기존 프로세스들이 중앙화되어 보험회사 만이 수행할 수 있기 때문입니다. 현재 보험회사들은 이미 사용 가능한 외부 앱과 플랫폼이 있는데도 자사의 데이터 수집 어플리케이션을 개발하고 있습니다. 이러한 비효율성이 발생하는 이유 중 하나는 내부 시스템이 보험회사에 의한 중앙 집중적 방식으로 설계되었기 때문입니다.

그림 11. 인슈어리움 프로토콜 내의 이용자 및 써드파티와의 벨류체인 및 거래



이 모든 어려움은 보험 계약자들에게 직접적으로 영향을 끼칩니다. 디지털 보험 상품을 개발할 역량이 부족하기 때문에 거의 모든 보험 상품이 여전히 1980년대 방식으로 개발되고 있습니다. 틈새 시장을 타겟으로 하는 소형사 (예를 들면 P2P 보험사)들이 그나마 맞춤형 상품을 만들어내기는 하지만 일반 대중에게 잘 홍보되지 못합니다. 또한 전반적으로 보험료가 오르는 상황이라 고객 불만족은 늘어가고 있습니다. [27]

인슈어리움 프로토콜은 전술된 문제들을 해결하도록 고안된 생태계입니다. 보험회사의 벨류체인 프로세스를 탈중앙화 함으로써 판매 증대와 비용 절감 등 더 많은 가치가 창출될 수 있습니다. 그리고 보험회사, 써드파티 그리고 이용자들은 각각의 기여도에 따라 창출된 가치를 공유 받습니다.

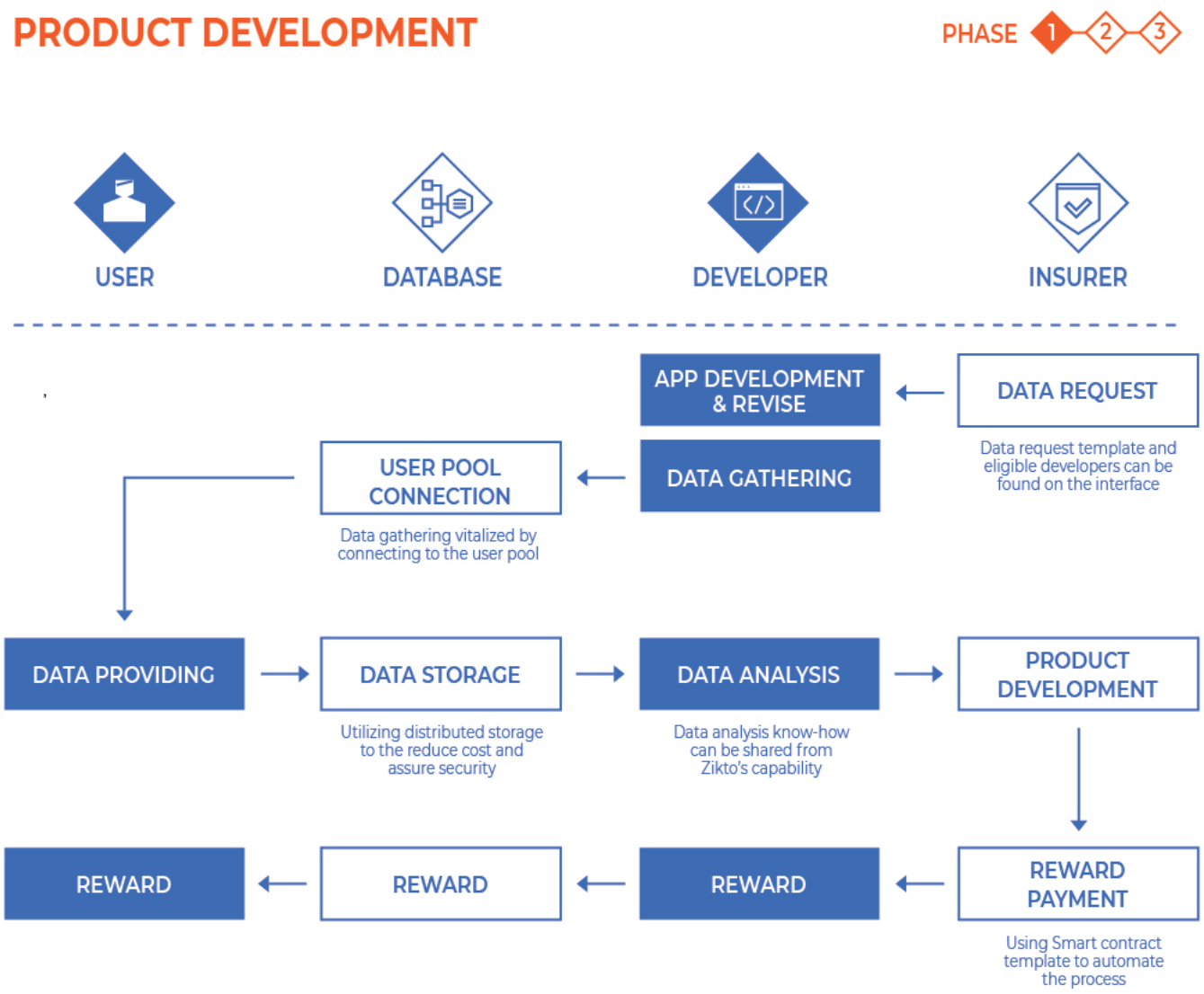
전체 프로세스는 인슈어리움 프로토콜 상에서 3단계에 걸쳐 시행되며, 순서대로 각 단계의 벨류체인 프로세스에 초점을 맞춰 진행됩니다.

3.1. Phase 1: 상품 개발

보험회사들은 인슈어리움 프로토콜을 이용해 이용자 데이터를 사고 개발자들은 이용자들의 요청에 기반해 데이터를 수집 및 분석하며 이용자들은 자신의 데이터를 팔 수 있게 됩니다. 즉, 보험회사들은 더욱 맞춤화 된 사용 기반 보험(UBI) 상품을 개발하기 위해 이용자들의 생애 주기 데이터를 수집할 수 있고 개발자들은 자신들이 미리 개발한 혹은 요구 사항에 기반하여 (on-demand) 개발한 솔루션을 활용해 요청 받은 데이터를 수집하고 분석할 수 있습니다. 또한 이용자들은 개발자들의 솔루션을 이용해 자신들의 생애 주기 데이터를 손쉽게 판매하고 인슈어리움으로 보상받을 수 있습니다.

보험회사는 인슈어리움 프로토콜을 이용하여 타겟 이용자 및 개발자에게 각각 원하는 데이터 및 분석을 요청할 수 있습니다. 이렇게 수집한 이용자 데이터와 개발자들의 분석(즉, 수면 주기, 하루 보행 거리, 생리 주기 등)을 이용해 더욱 맞춤형의 디지털화된 보험 상품을 개발할 수 있게 될 것입니다. 이는 특히 자동차 보험과 같이 갱신형 보험 상품에 있어 유용합니다. 현재는

그림 12. 상품 개발 프로세스 상에서 보험회사, 이용자 및 써드파티 간의 거래



사고 데이터를 이용해 다음 회차의 보험료를 조정하는데 3달이 걸립니다. 다양한 당사자로부터 데이터를 수집하고 분석 프로세스를 거쳐야 하기 때문입니다. 그러나 블록체인에 기반한 실시간 데이터 동기화를 이용하면 데이터 부정합과 비효율성 문제가 크게 줄어들 것입니다.

보험회사들은 데이터 소유자들의 동의를 얻어 원하는 데이터를 획득하고 활용할 수 있게 됩니다. 2018년 5월 시행되는 EU 개인정보보호법 에 따르면 EU에서 활동하는 기관이 수집하고 이용하는 모든 개인 데이터는

데이터 소유자로부터 적법하게 구입되어야 하고 그렇지 않으면 삭제되어야 합니다. 인슈어리움 프로토콜은 유럽에서 데이터가 적법하고 윤리적으로 수집되었음을 보장하는 확실한 조력자가 될 것입니다.

스마트폰 어플리케이션이나 웹 서비스의 개발자들은 자신이 개발한 상품이나 서비스를 활용 혹은 변경하여 요청된 데이터를 수집할 수 있습니다. 대부분의 경우 보험회사들은 '활동적인 20-30대' 혹은 '웨어러블 디바이스 이용자'와 같이 자신이 원하는 타겟 이용자층이나 데이터 유형을 가진 상품/서비스를 보유한 특정 개발자에게 직접 접촉하게 됩니다. 그러면 개발자는 자신이 개발해 놓은 상품/서비스를 이용해 요청된 데이터를 수집 혹은 선별합니다. 한 보험회사가 새로운 프로젝트 개발을 위해 20-30대 여성의 수면 주기 데이터를 필요로 한다고 가정해 보겠습니다. 그러면 수면 주기 추적 어플리케이션(Sleep Cycle, Lark, Apple Health등)을 개발한 개발자는 20-30대 여성 데이터를 선별하여 이를 이용자 동의와 함께 보험회사에게 제공할 것입니다.

이용자들은 개발자 및 보험회사에 더욱 투명하고 합법적인 방법으로 자신의 생활 주기 데이터를 판매할 수 있습니다. 자신의 개인 데이터가 어떻게 활용되는지에 관한 인식이 전반적으로 향상됨에 따라 이용자들은 어떻게 그들의 데이터가 이용되는지, 누가 이용하는지를 알고자 하고 이에 따라 보상받고자 할 것입니다.

이 과정에서 이용되는 계약은 데이터의 생성 및 DApp을 이용한 전송이 성공적으로 이루어졌음을 보증하고 데이터 무결성을 유지시켜 줍니다. 이용자들과 이들의 (익명) 데이터를 요청하는 상대방들은 안전하고 탈중앙화된 생태계 내에서 인슈어리움을 대가로 데이터를 교환할 수 있습니다. 개발자들은 자신들이 개발한 DApp을 플랫폼에 제공하여 네트워크에 가치를 더한 대가로 인슈어리움을 지급받게 될 것입니다.

생성 일자, 기간, 작성자 및 데이터 해시값 (hash value) 과 같은 중요 정보는 이더리움 체인에 저장될 예정입니다. 그러나 실제 데이터는 계약이 종료될 때까지 플랫폼 제공자에 의해 분산형 스토리지에 보관될 수 있습니다. 이를 통해 가스를 절약하고 효율적인 네트워크를 창조하며 공개

(public) 체인 이용의 장점을 누릴 수 있게 됩니다.

데이터의 요청자는 언제든 이더리움 체인에서 데이터 해시값을 확인하여 데이터 무결성을 검증할 수 있습니다. 원본 데이터는 변경 불가하기 때문에 데이터 소유자가 여러 번 바뀌더라도 데이터의 신뢰도는 손상되지 않습니다.

아래 도표는 상품 개발 벨류체인 내에서 일어나는 거래의 기저 프로세스를 보여줍니다.

3.1.1. 데이터 구매

데이터 플랫폼 혹은 보험 회사는 새로운 보험 상품을 개발하는 데 필요한 데이터를 수집하기 위해 인슈어리움 토큰을 이용하여 최종 이용자에게 보상을 지급하게 됩니다. 이용자들은 인슈어리움이 지원하는 데이터 플랫폼 내에서 인슈어리움 토큰을 사용하거나, 보험회사에 서비스 이용료 혹은 보험료로 토큰을 지불할 수도 있습니다.

3.1.2. 상품 개발

보험 및 데이터 플랫폼 회사들은 인슈어리움 프로토콜 상에서 협업하여 블록체인 기술을 이용한 새로운 종류의 보험 상품을 창조할 수 있습니다. 또한 기타 벨류체인의 인슈어테크 회사들도 자신들의 보험 상품을 개발하고 판매할 수 있습니다.

3.1.3. 가치 분배

모든 보험료와 보상은 인슈어리움 토큰으로 지불될 수 있으며 블록체인 원장(레저)의 장점을 누리기 위해 인슈어리움을 계속 사용하는 것이 권장됩니다(물론 법정화폐를 이용해 보험료를 낼 수도 있습니다). 또한 보험 대리점, 설계사 및 고객들까지도 프로토콜에서 친구 추천으로 보상을 받을 수 있습니다.

3.2. Phase 2: 판매 및 마케팅

보험회사들은 외부 판매 에이전시(GA, 보험 판매 에이전시)를 이용해 타겟 고객들을 겨냥할 수 있습니다. 또한 인슈어리움 프로토콜 내에서 보험 대리점과 협력하여 블록체인을 이용한 최적화된 수수료 구조를 이용할 수 있습니다. 스마트 컨트랙트를 이용하면 판매한 계약 건수 및 보험이 유지된 기간에 따라 보험 대리점에게 수수료가 자동으로 지급될 수 있습니다. 이용자들은 자신의 생애주기 및 보험 데이터를 판매하여 보상으로 ISR을 지급받고, ISR(혹은 법정 화폐)을 이용해 맞춤형의 사용 기반 디지털 보험 상품을 구입할 수 있습니다.

또한 2단계부터는 이용자들이 자신이 보유한 보험 계약의 종류 및 유효 계약 기간 등의 보험 데이터를 공유할 수 있습니다. 보험회사와 보험 대리점은 이러한 데이터를 이용해 인구통계학 혹은 기타 요소별로 타겟 이용자들을 효과적으로 이해할 수 있습니다. 이는 세그멘트화와 고객 타겟팅에서부터 실제 판매 및 실적 평가에 이르기까지 판매 프로세스의 최적화로 이어질 것입니다. 인슈어리움 프로토콜은 요청 데이터 분석을 제공하여 보험회사 및 보험대리점들이 데이터의 잠재력이 십분 활용할 수 있도록 할 것입니다.

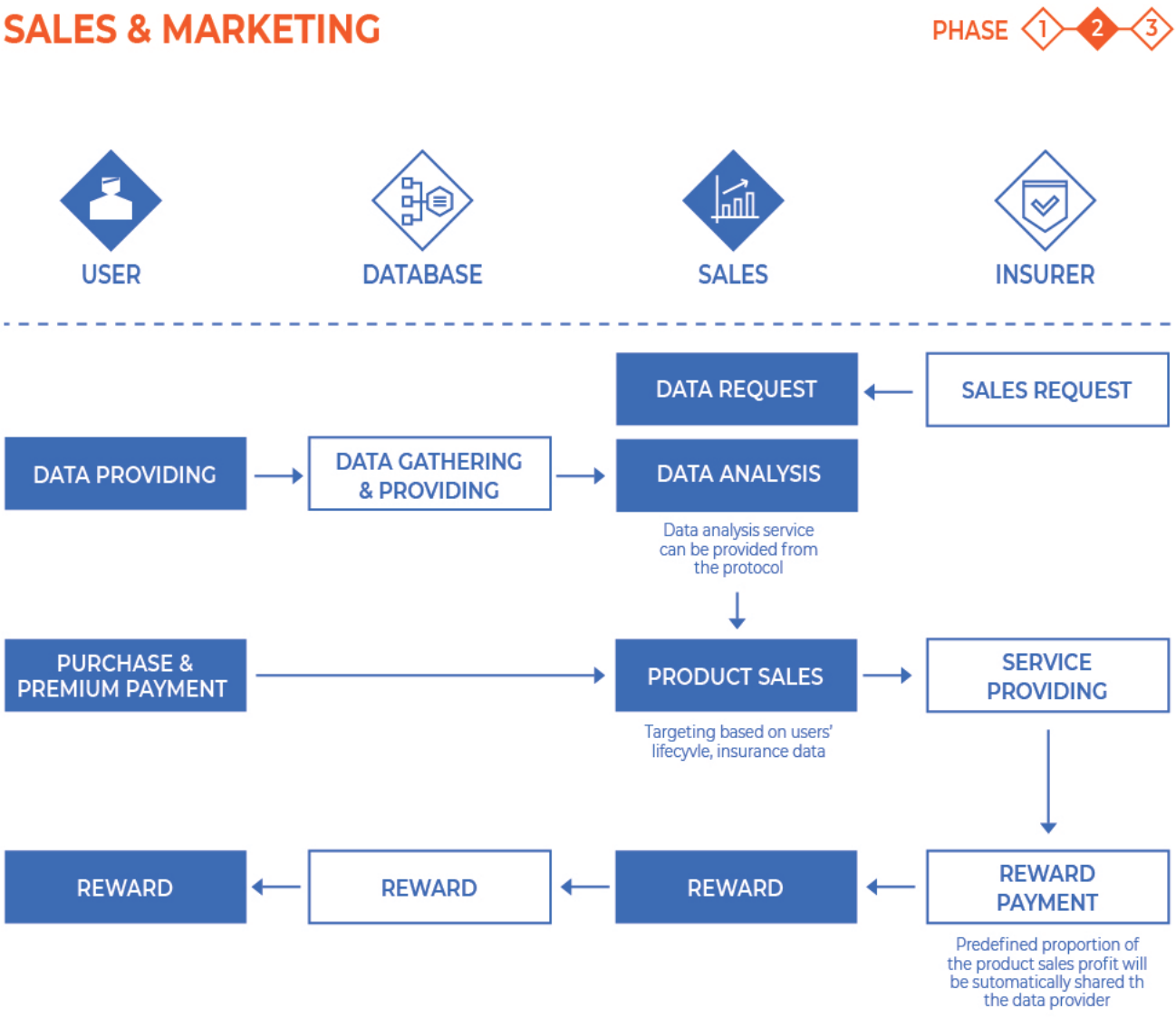
보험회사들은 내부 영업 인력과 보험 대리점이라는 쉽게 접근 가능한 두 가지 영업 채널을 보유하여 내부 영업 인력 활용을 최적화할 수 있습니다. 내부 영업 인력은 인슈어리움 프로토콜의 이용자 풀을 이용해 회사가 목표하는 최적의 타겟 시장에 접근하고 영업 실적을 분석하여 전반적인 영업 효율성을 개선할 수 있습니다. 또한 보험 대리점과의 협업을 통하여 타겟 시장을 효율적으로 확대할 수 있습니다.

이러한 프로세스는 최종 이용자와의 계약을 성공적으로 달성한 보험 대리점에 보상을 제공합니다. 판매채널은 보험 상품을 성공적으로 출시하기 위한 중요한 요소 중 하나이며, 인슈어리움은 현실 세계와 같은 방식으로 보험 대리점에게 보상을 제공합니다. 2단계에서는 이용자들이 보험료를 지불하고 특정 조건이 달성되면 미리 설정한 수준의 수수료가 보험 대리점에 송금되게 됩니다.

스마트 컨트랙트는 거의 영구히 거래 데이터를 저장할 수 있기 때문에 인슈어리움 프로토콜 내에서 수수료 구조가 더 합리적으로 운영될 수 있습니다. 보험 대리점은 보험 계약이 유효한 기간 내내 수수료를 받을 수 있게 됩니다. 이 점은 보험 대리점과 보험회사 양쪽에 이익을 가져다 줍니다. 보험 대리점이 최대 수수료를 받기 위한 기간 동안 보험 계약이 유효하게 유지되도록 노력할 유인이 생기기 때문입니다. 현재의 수수료 구조 하에서는 보험 대리점이 보험 계약 유지로 인한 최대 수수료를 받기 위해서는 오직 2년 간만 계약이 유지되면 됩니다.

대부분의 데이터는 이더리움 네트워크에 저장될 예정입니다. 상세 정보는

그림 13. 판매 및 마케팅 프로세스에서 보험회사, 이용자 및 써드파티 간의 거래

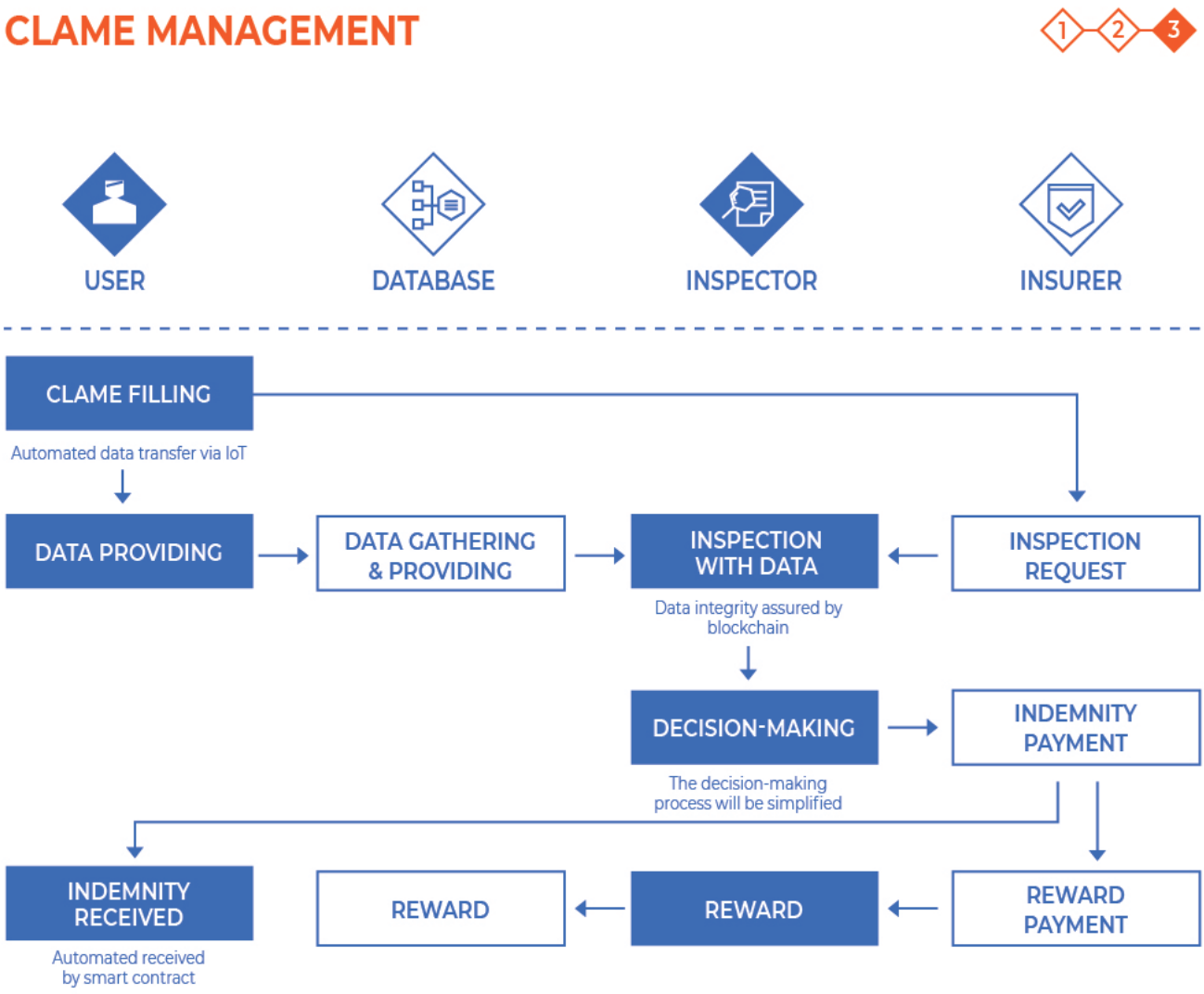


데이터 소유자의 개인 키(private key)를 이용해 암호화되고, 보험회사는 디폴트로 해당 계약의 읽기 권한을 부여 받게 됩니다.

3.3. Phase 3: 보험금 지급 관리

보험회사들과 손해사정사들은 보험금 지급 관리 프로세스를 자동화할 수 있습니다. 이용자들은 자동화된 서비스를 이용해 손쉽게 데이터를 제공하고 보험금을 받을 수 있습니다. 보험회사들은 사물인터넷 및 디지털 디바이스를 이용해 손해사정사가 수집한 검증된 데이터를 받고, 이용자의 보험금 지급 요청이 있을 경우 이 데이터를 이용할 수 있습니다. 검증이

그림 14. 보험금 지급 관리 프로세스에서의 보험회사, 이용자 및 써드파티의 거래



끝나면 스마트 컨트랙트는 ISR을 이용해 보험 계약자에게 보험금을 자동으로 지급합니다. 블록체인과 스마트 컨트랙트 덕분에 보험 사기 리스크, 거래 및 계약 비용이 최소화되는 것입니다.

보험계약자가 보험금을 청구하면 스마트 컨트랙트는 보험금 청구를 위한 조건이 충족되는지를 확인하기 위한 절차를 자동으로 개시합니다. 확인이 되면 이용자들은 즉시 보험금을 지급받고, 데이터 및 인슈어리움의 교환에 기여한 플랫폼 제공자 역시 보상을 받게 됩니다. 그러나 전문 손해사정사의 개입이 필요한 경우가 있을 수 있습니다. 동료 평가 혹은 전문 손해사정사가 네트워크에 가치를 더할 수 있으며, 이 경우 이들 역시 보상을 받게 됩니다.

위와 같이 실제 손해사정사를 필요로 하는 경우에도, 데이터를 블록체인 상에서 깔끔하고 체계적으로 유지하여 복잡한 인수 조사 프로세스가 정리될 수 있습니다. 의사 결정 프로세스는 더욱 시간/비용 효율적으로 개선되어 보험회사에게는 큰 폭의 비용 절감, 보험 계약자에는 빠른 보험금 청구를 가능케 할 것입니다. 모두에게 윈윈입니다.

보험금 청구를 할 때, 보험 계약자들과 손해사정사들은 보험금 청구 심사목적의 데이터를 교환하기 위한 제 3의 데이터 센터를 이용할 필요가 없어집니다. 정확하고 안전한 정보에 대한 직접적인 접근권은 양 쪽 모두의 시간과 비용을 절약해줄 수 있습니다.

P2P 보험 구조에 연동된 스마트 컨트랙트는 보험 사기의 위험으로부터 보호됩니다. 모든 데이터와 거래는 블록체인에 기록되기 때문에 손해사정사가 실수할 여지가 줄어들고 소유 계약에 대해 빠르게 보험금을 지급할 수 있습니다.

3.4. 이용 사례

블록체인이 최근 도입된 기술이니만큼 향후 블록체인을 활용한 다양하고 새로운 보험 상품이 등장할 것입니다. 이번 섹션에는 블록체인에 가장 적합하고 3년 내로 개발될 것으로 예상되는 4가지 보험 상품을 소개합니다.

3.4.1. 소액 보험 (단기, 특정 담보)

소액 보험 계약은 블록체인 상에서 즉각적으로 구매되고 기록될 수 있습니다. 이러한 즉시성은 여행을 하거나 암벽등반이나 행글라이딩 같은 위험한 활동을 계획하고 있는 젊은 층 고객에게 특히 유용할 것입니다. 고객들은 전술한 활동을 위해 개발된 활동 기반 단기 보험에 가입할 수 있습니다. 이러한 유형의 소액 보험은 기존에는 보험 가입을 원치 않던 젊은 세대 고객들도 보험 가입의 가능성을 다시 한번 고려하도록 만들 것입니다.

3.4.2. 사용 기반 보험 (UBI)

사용 기반 보험(UBI)은 보험료가 보험 상품의 가치와 정확하게 일치해야 한다는 생각에서 비롯되었습니다. 이러한 아이디어 자체는 이미 잘 알려져 있습니다. 당신이 운전을 자주하지는 않지만 자동차 보험을 보유하고 있다고 생각해 봅시다. 사용 기반 보험(UBI)은 고객들이 차를 사용하는 만큼에 대하여만 보험료를 요청하고, 안전운전을 할 경우 보험료의 일부를 돌려 줍니다. 차량에 장착된 '3세대 UBI 텔레매틱스'가 운전자의 운전 습관(급정거, 급격한 방향 전환)을 체크하고 안전운전을 할 경우 보상을 제공하는 것입니다. '위험'하다고 여겨지는 고령 운전자들도 자신의 안전한 운전 습관을 증명할 수 있으면 낮은 보험료를 적용 받을 수 있습니다.

3.4.3. 리스크 방지

거래 및 웨어러블 디바이스에서 수집되는 데이터는 보안상 안전하고 완전히 분산됩니다. 따라서 데이터 대부분에 대한 감시의 책임이 한 당사자에게 집중되지 않습니다. 보험금 지급 산업은 위험에 노출되어 있고, 보험 사기 적발을 위해 매년 2조 원 (20억 달러) 이상이 지출됩니다. 이 부분에서 블록체인의 높은 보안성이 킬러 앱이 될 수 있습니다. 블록체인 상에서는 누구도 거짓말을 할 수 없고 모든 사람이 같은 정보를 볼 수 있습니다. 그러나 누구나 데이터 자체에 접근 가능하다는 것은 아닙니다. 즉, 거래가 기록되고 모든 이에게 보여지나 모든 데이터는 해시 기능과 함께 암호화 되어 보호됩니다.

3.4.4. 개인 맞춤형 보험 / P2P 보험

P2P(peer-to-peer) 보험은 서로 관련이 있거나 동일한 위험 보장을 원하는 개인 혹은 단체가 보험료를 적립한 후 위험에 대비하는 리스크 공유 네트워크입니다. 전통적인 보험 회사는 보험금으로 지불되지 않는 경우의 보험료를 돌려주지 않기 때문에 보험 계약자와 갈등이 발생할 수 있는 여지가 상존하나, P2P 보험은 이러한 분쟁을 줄여줍니다. 그리고 이러한 특징은 블록체인을 통해 더욱 강화될 수 있습니다. 모든 거래가 공개되고 데이터 공유와 처리가 자동화되기 때문입니다.

이는 또한 시간과 비용이 많이 드는 인수 심사 프로세스의 비효율성을 줄여 줍니다. 전통적으로 보험 회사는 시간과 비용 소모가 큰 인수 심사 프로세스를 거쳐야만 합니다. 그러나 블록체인은 이러한 프로세스를 거의 완전히 없애 줍니다. 이제 보험 상품은 안전하게 개발 및 심사되어 고객에게 제공됩니다. 가격책정, 인수심사 및 보험 손해사정사를 기다릴 필요가 없게 된 것입니다.

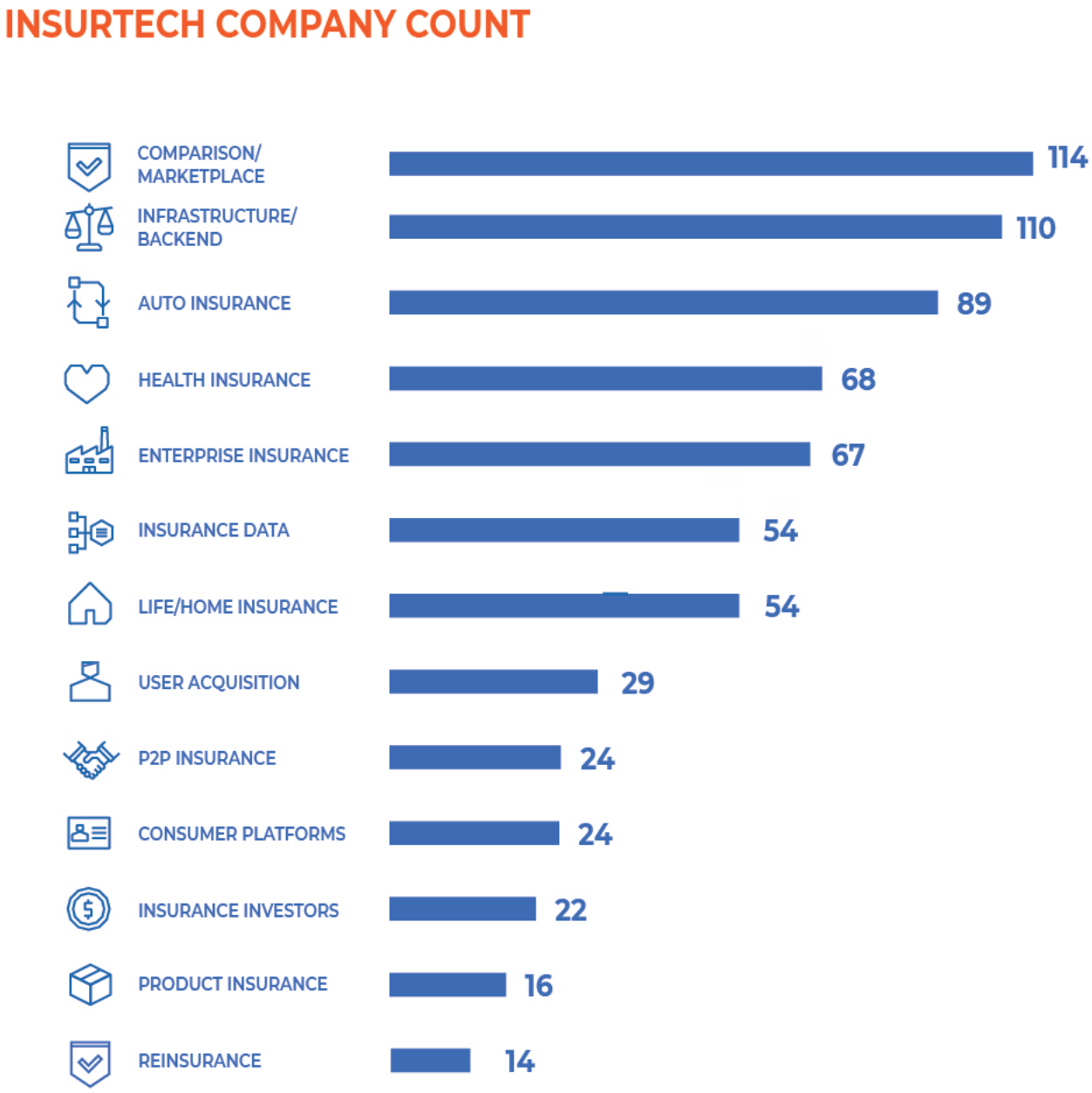
4.0. 인슈어리움 토큰 Dynamics

블록체인 상의 스마트 컨트랙트 덕분에 특정 변수의 조건이 충족되면 보험금이 즉시 지급될 수 있습니다. 긴 인수 심사 프로세스를 거치지 않고는 불가능했던 기능입니다.

4.1. 인슈어테크

인슈어테크는 보험 산업에서 가장 큰 관심을 받고 있는 분야로써 보험 산업을 디지털화할 수 있는 실현 가능한 솔루션입니다. 보험 산업의

그림 15. The InsureTech universe [25]



거대한 시장 규모와 아직 느리게 진행되고 있는 디지털화를 고려할 때 보험 산업에는 변혁을 일으킬 막대한 유인과 여지가 존재합니다. 이에 따라 많은 인슈어테크 기술이 파괴적 혁신을 이루기 위해 진화하고 있습니다.

인슈어테크의 대부분은 보험 산업을 변혁하는 것이 아닌 그저 벨류체인의 이용을 증가시키고 촉진하는 데에만 초점을 맞추고 있습니다. 맥킨지의 리포트 “인슈어테크 – 새로운 아이디어를 주는 위협(InsureTech - the threat that inspires)”에 따르면, 인슈어테크 기업의 9%만이 기존 벨류체인을 파괴적으로 변혁 (disruptive innovation) 하고 있다고 합니다.

보험 산업의 열광과 흥미에도 불구하고, 누구도 핵심적인 질문은 하고 있지 않습니다. 무엇이 부족하고 다음 단계는 무엇이며 누가 시장에 남게 될까요? 직토팀은 벨류체인 문제와 프로세스의 상당 부분이 퍼블릭 블록체인 기술로 해결될 수 있다고 진정으로 믿습니다. 인슈어리움 프로토콜은 느리게 진행되고 있는 디지털화 문제를 효과적으로 해결하고 보험 산업이 블록체인 기술을 채택할 기회를 제공할 것입니다.

4.2. 데이터 가치 dynamics

인슈어리움 토큰의 핵심 전제는 모든 데이터가 가치가 있고 보험회사가 신뢰할 수 있는 데이터를 필요로 한다는 것입니다.

1. 데이터는 항상 보험 상품의 개발에 사용되어 왔습니다. 그러나 실시간의 다각화된 데이터는 보험회사가 새로운 유형의 상품을 개발하고 다수의 IoT 디바이스를 통해 고객에게 더 많은 혜택을 줄 수 있는 기회를 제공합니다.

2. 데이터가 더욱 성공적으로 이용될수록 보험회사의 손해율은 낮아질 것입니다. 보험 계약자가 검증될 수록 이들 데이터의 가치는 더욱 높아질 것입니다.

3. 데이터 소스 각각이 계층화되고 교차 검증된 데이터를 더 많이 보유할수록 전체 데이터 세트의 총 가치가 늘어나게 됩니다. 이렇게 되면 사물인터넷 상품을 이용해 모든 보험 패키지에 대한 다이나믹 프라이싱을 도입할 수 있게 됩니다.

4.3. 인슈어리움 토큰

인슈어리움 토큰은 벨류체인에 접근하고 변혁적인 보험 상품을 창조하기 위해 노드 혹은 참여자가 이용하는 도구입니다. 소비자들은 모든 보험회사에 가상화폐로 보험료를 낼 수 있습니다.

인슈어리움은 디지털 토큰을 이용해 보험 산업 벨류체인 전반의 모든 노드에 대한 인센티브 및 지급금을 관리할 것입니다. 디지털 토큰은 인슈어리움 프로토콜 상의 상품 개발을 위한 데이터 공유, 검증, 보상 및 지급에 관한 경제의 중요한 부분을 구성할 것입니다. 노드와 참여자는 각각의 데이터가 분석 목적으로 사용되거나 관련 보험 회사가 보험 상품을 판매하여 수익이 날 때마다 보상을 받게 됩니다.

4.4. 초기 도입 전략

많은 유틸리티 토큰을 둘러싼 가장 큰 문제는 초기 도입 단계를 어떻게 이해하고 토큰이 사용 가능하도록 하며 보험 산업 내에서 효용을 갖도록 할 것인가 입니다.

직토 역시 광범위하게 채택된 블록체인 기술의 조기 단계에 있는 회사이니만큼, 보험회사와 써드파티 플랫폼이 토큰화 경제 진출에 주저할 수 있다는 것을 알고 있습니다. 그리고 바로 이런 이유로 직토는 시장에서 인슈어리움 토큰의 가치를 성공적으로 정착시키기 위한 인센티브 전략을 개발하였습니다.

1. 써드파티를 위한 인센티브 전략: 직토는 섹션 3.2.에 묘사된 대로 보험 대리점과 설계사를 위한 최적화된 수수료 구조를 만들어 이들이 인슈어리움 프로토콜 용으로 개발된 상품을 팔도록 장려할 것입니다.

2. 보험회사를 위한 인센티브 전략: 직토는 인슈어리움 프로토콜 합류를 장려하기 위해 ISR 토큰의 15%를 홍보용으로 분배할 것입니다. 그러나 ISR은 1년의 의무보호기간(해당 기간 동안 거래소에서 ISR을 매도하는 것이 금지됨)을 가지며, 이용자에게 보상을 제공하고 써드파티로부터 데이터를 구매하기 위한 용도로만 사용될 수 있습니다.

3. 이용자를 위한 인센티브 전략: 소비자들은 보험회사로부터 받은 ISR 토큰으로 보험료를 납부할 수 있습니다.

이들 전략은 인슈어리움 프로토콜 생태계에 조기에 도입될 수 있는 시스템을 창조하고, 거래소에서 토큰의 가치를 강화할 것입니다.

4.5. 인슈어리움 재단의 지속가능성

탈중앙화된 생태계의 핵심 가치는 생태계 내의 거래를 통제하거나 영향력을 행사하는 중앙 기관이 없다는 것입니다. 이러한 구조로 인해 생태계는 프로토콜의 지속가능성을 관리 및 유지하기 위해 지속적인 현금 흐름 구조를 필요로 합니다. 유입된 현금은 임팩트가 큰 인플레이션이나 디플레이션, 이해관계자들의 애매하거나 해로운 행동 혹은 극단적인 경우 불법 용도의 사용과 같은 문제를 관리하는데 사용됩니다. 직토는 이와 같은 잠재적인 리스크를 효과적으로 관리하기 위하여 펀드 전체의 15%를 기술 비용으로 분배하였습니다.

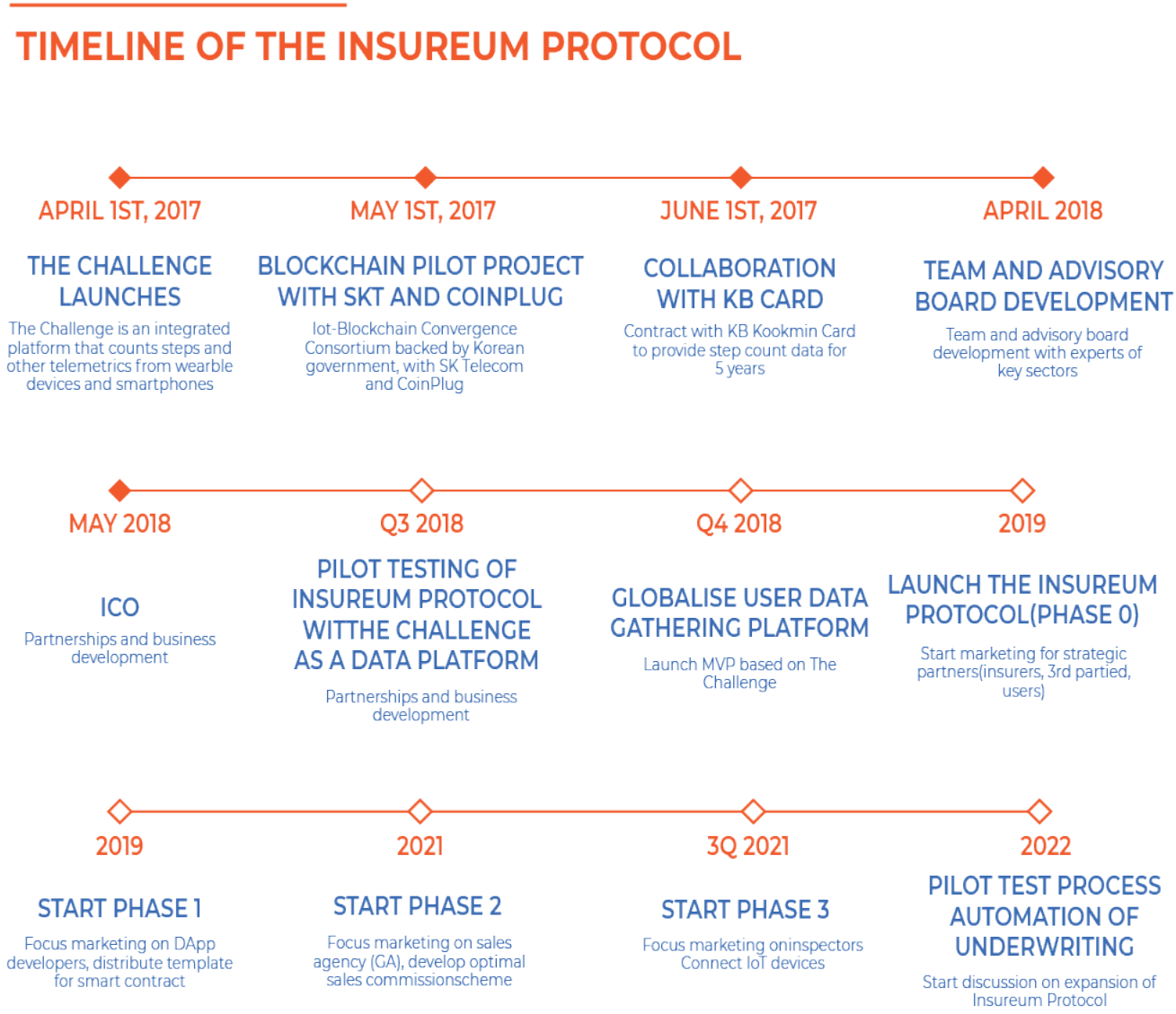
인슈어리움 프로토콜은 다이나믹 수수료 구조를 도입할 것이며, 이는 1) 전송된 ISR 및 데이터 양 그리고 2)상품 만기에 따라 프로토콜에 통합될 것입니다. 다이나믹 수수료 구조의 핵심은 프로토콜 상의 거래의 비용이 너무 커지거나 복잡해지는 것을 방지하는 것입니다. 큰 규모의 데이터 및 가치의 거래에만 수수료를 부과함으로서, 프로토콜은 더욱 다양한 이해관계자를 유인할 수 있게 됩니다. 즉 영향력이 상대적으로 작은 이해관계자(소규모 자본, 데이터 등을 보유한)도 프로토콜 상에서 거래를 하도록 유도하는 것입니다. 대기업에게도 전통적인 거래 방식에 비해 총 거래 및 계약 비용은 저렴할 것입니다. 게다가 충분한 이익을 낼 만큼 오랜 기간 유지되는 '실적 좋은' 상품/서비스에 수수료가 부과되기 때문에 실제로 수수료를 내는 이해 관계자가 프로토콜/생태계의 혜택을 가장 크게 보게 될 것입니다. 또한 만기가 연 단위로 계산되기 때문에 이해관계자들은 첫 몇 년간은 수수료를 지불할 필요가 없습니다.

또 다른 수익화 도구는 스마트 컨트랙트 양식이 제공하는 맞춤화 기능입니다. 기본적인 기능은 무상으로 제공되지만 복잡한 요건을 필요로 하는 계약의 경우 좀 더 특별한 맞춤형 스마트 컨트랙트를 이용해야 합니다.

이 경우 직접 계약을 수정하거나(내부적으로 블록체인에 대한 충분한 전문성을 보유한 경우) 계약의 업데이트 혹은 업그레이드를 요청(대부분의 경우 매우 낮은 비용이 부과되므로 비용 효율적임)할 수 있습니다.

상기 수수료에 대한 세부사항은 인슈어리움 프로토콜의 개발과 함께 조정될 예정입니다.

그림 16. 인슈어리움 프로토콜 타임라인



5.0. 타임라인

직토 팀은 2017년 10월부터 인슈어리움 프로토콜 ICO 프로젝트에 전력을 집중하고 있습니다. 이미 시드 펀딩과 시리즈 A 펀딩에서 55.5억원 이상 (520만 달러)을 모금하였고 한국에서 가장 큰 신용카드 회사 중 하나인 국민카드와 5년 계약을 성사시켰습니다. 또한 직토는 포브스가 선정한 `2017년 주목할 만한 한국 스타트업 10대 기업`입니다.

2017. 4. 1	'더챌린지'(웨어러블 디바이스 및 스마트폰 연동 걸음 수 측정 플랫폼) 론칭
2017. 5. 1	SK텔레콤, 코인플러그 및 데일리인텔리전스(ICON)와 함께 블록체인 관련 파일럿 프로젝트 운영
2017. 6. 1	KB국민카드와 걸음 수 데이터 제공을 위한 5년 계약 체결
2017. 10. 16	백서 초안 완성
2018. 5	퍼블릭 토큰 세일 (진행하지 않음)
2018. 3Q	보험사와 파트너십 체결 및 상품 개발 논의 시작
2018. 4Q	인슈어리움 MVP DApp 출시, 데이터 수집 범위 다각화
2019. 2Q	인슈어리움 프로토콜 론칭(0단계) 및 주요 참여자 (보험회사, 이용자, 써드파티) 유치를 위한 전략 실행
2019. 4Q	인슈어리움 프로토콜 1단계 실행, DApp 개발자 대상 집중 마케팅, 스마트 컨트랙트 양식 배포
2020	인슈어리움 프로토콜 2단계 실행, 보험 대리점(GA) 대상 집중 마케팅, 최적화된 영업 수수료 구조 개발
2020. 3Q	인슈어리움 프로토콜 3단계 시행, 보험 손해사정사 대상 집중 마케팅, IoT 디바이스 연동
2021	인수절차 자동화 파일럿 테스트, 인슈어리움 프로토콜 확장 논의 시작

6.0. ISR 토큰

인슈어리움(ISR)은 토큰 생성 기간 동안 한정 수량으로 발행되며, 더 이상 추가 발행되지 않습니다. 잠재 투자자들은 이더리움(ETH)을 이용해 토큰 세일에 참여할 수 있으며 “ISR 토큰 세일 약관”을 준수하여 토큰에 투자할 수 있습니다.

6.1. 약관 요약

토큰 이름: 인슈어리움(ISR)

토큰 총 발행량: 297,000,000 ISR

토큰 세일 판매량: 193,050,000 ISR

지불 가능 화폐: 이더리움

고정 가격: 1달러 = 10 ISR

판매 기간:

프리 세일: 2018년 5월 30일 00:00(협정세계시 기준)

퍼블릭 세일: 2018년 6월(협정세계시 기준, 상세 날짜 추후 발표)

특별 조건: 목표 판매량에 도달하면 토큰 세일이 조기 종료될 수 있음.

세부 사항:

◊ 인슈어리움 토큰	◊ 인슈어리움(ISR)은 스마트 컨트랙트 디지털 프로토콜로써 인슈어리움 프로토콜 내에서 동의를 얻은 당사자 간의 보험 생태계 지불 요건을 충족시켜줍니다.
◊ 발행인	◊ Zikto PTE. LTD., 싱가폴에 설립된 유한회사 ◊ 대주주: Zikto Inc.(한국) & Zikto Corp (미국)의 공동 창립자 Ted Kim 및 David Suh
◊ 권리	◊ 직토 법인 어느 곳에 대하여도 투표권 혹은 회원권 없음 ◊ 직토 법인 어느 곳에 대하여도 수익 분배, 배당금, 지분 및 기타 없음 ◊ 인슈어리움 프로토콜 혹은 기타 관련 프로젝트에 관한 거버넌스 권리 없음
◊ 환불	◊ 없음
◊ 상장	◊ 파트너 거래소 (목표: 2018년 3분기 중)

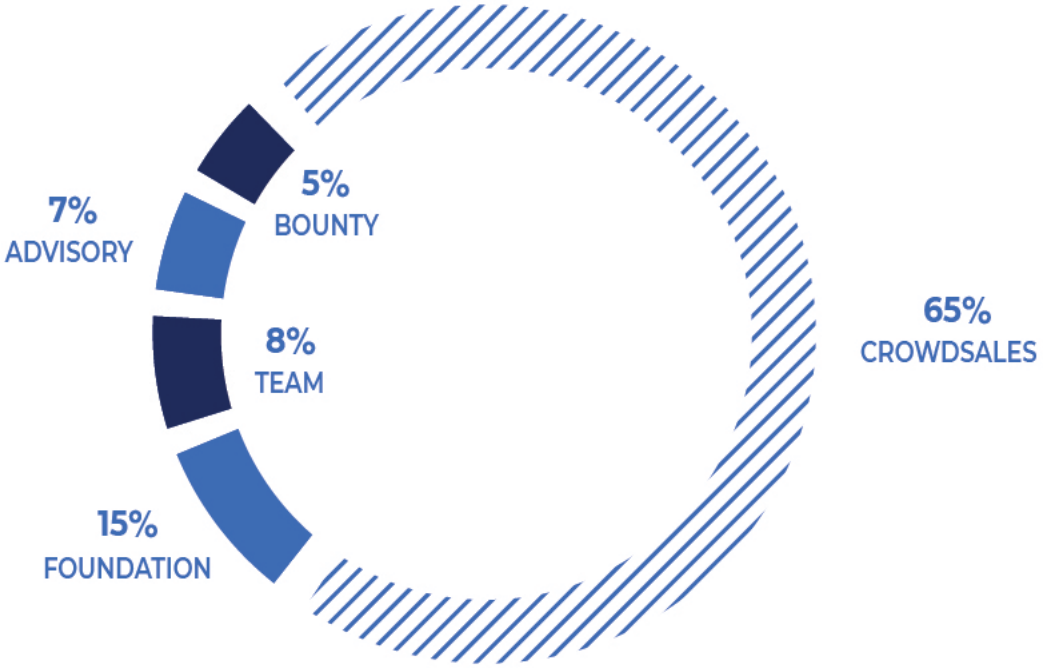
6.2. 인슈어리움 (ISR) 토큰 판매 정보

발행된 토큰의 65%는 일반 투자자들이 구입할 수 있습니다. 토큰의 15%는 ISR 팀원 및 자문단에게 지급되며 15%는 회사 보유분으로 할당될 예정입니다. 남은 5%는 토큰 세일 이벤트의 임팩트를 극대화하기 위해 인슈어리움 파운데이션 및 전략적 파트너에게 분배됩니다.

상기 기재된 분배 비율은 토큰 세일 이벤트의 판매량에 따라 변경될 수 있으며, 최종 분배 비율은 다음의 채널을 통해 안내될 예정입니다.

1. Website: http://insureum.co
2. Facebook: https://www.facebook.com/insureum/
3. Medium.com: https://medium.com/@insureum_Zikto
4. Twitter: @insureum_Zikto

그림 17. 그룹별 ISR 분배 비율



6.3. 수익금 활용

토큰세일을 통해 모금된 금액은 인슈어리움 프로토콜의 완성을 가속화하기 위해 사용될 것입니다. 선별된 주요 수익은 전략 파트너, 마케팅, 기술 비용, 유보금 1, 유보금 2, 운영(법률자문 등) 그리고 비즈니스 개발의 7가지 핵심 세그먼트로 분배됩니다.

- 전략 파트너: 20%

인슈어리움 프로토콜 확장에 관련하여 잠재적인 글로벌 비즈니스 파트너에게 제공되는 비용 일체

- 마케팅: 15%

15%는 잠재 전략 파트너 및 B2C 고객에게 인슈어리움 프로토콜을 홍보하기 위한 비용으로 사용될 것입니다. 마케팅 활동을 통해 노드와 상품이 다각화되는 네트워크 프로토콜의 확장이 이루어질 것입니다. 여기에는 섹션 4.4.에 묘사된 얼리어답터를 위한 인센티브가 포함됩니다.

- 기술 비용: 15%

본 백서에 설명된 대로15%는 인슈어리움 프로토콜의 개발 완료에 사용됩니다. 여기에는 인슈어리움 엔진, DAPP들, 스마트 컨트랙트 시스템, 보안 등이 포함됩니다.

- 유보금 1: 15%

유보금으로 책정된 토큰은 플랫폼의 성장에 비례하여 증가할 수 있습니다.

- 유보금 2: 15%

15%는 회사가 향후 특정 목적으로 사용될 수 있도록 유보될 예정입니다.

- 운영: 10%

10%는 매월 정기적으로 사용되는 법률 자문, 회계, 준법 감시, 인프라, 아웃소싱, 인력 및 관리 비용 등으로 사용됩니다.

- 사업 개발: 10%

10%는 사옥 및 비즈니스 개발 관련 비용을 포함하여 향후 인슈어리움 프로토콜의 글로벌 확장을 위한 비용으로 사용됩니다.

6.4. 거버넌스

인슈어리움 프로토콜의 초기 거버넌스는 싱가폴의 유한회사인 Zikto PTE Ltd하에 있습니다. 그러나 직토는 점차적으로 관련 법률 규정 및 요건의 승인을 받아 인슈어리움 프로토콜의 거버넌스를 분산된 자율조직(DAO)으로 변경하고자 합니다. 그러나 승인 및 변경 가능 여부는 불확실하며 직토가 변경을 시행할 의무를 지는 것은 아닙니다. 인슈어리움 토큰 보유자는 어떠한 경우에도 인슈어리움 프로토콜 거버넌스에 참여할 권리나 능력을 갖지 않습니다.

6.5. 이더리움 기반 토큰

인슈어리움은 ERC20 기반의 토큰입니다. 블록체인을 만들기 위한 새로운 개별 노드를 생성하는 대신 인슈어리움은 이더리움 노드를 활용하며 기존의 이더리움 블록체인에 기반합니다. 이로 인해 인슈어리움 프로토콜은 효율적으로 처리 능력(노드)을 공급하고 이더리움의 네트워킹 능력 및 기능을 활용할 수 있습니다.

인슈어리움은 적은 양의 가스를 이용하여 이더리움 체인을 활용하고 중요한 정보를 저장할 수 있습니다. 블록체인 노드를 자체적으로 만들어내는 것은 막대한 시간 및 자금 투자를 요하기 때문에 유틸리티 코인 측면에서 비효율적입니다. 따라서 이더리움 네트워크의 처리 능력을 이용함으로써 인슈어리움은 유리한 출발점에 서게 되며 뛰어나고 안전한 저장 능력을 가지게 됩니다.

이더리움의 두 가지 차별점은 스마트 컨트랙트와 탈중앙화된 자율 조직(DAOs)입니다. 스마트 컨트랙트는 거래를 자동화하고 컨트랙트에 정해진 규칙을 따르도록 합니다. 이 점이 암호화폐와 블록체인의 사용으로 인해 누릴 수 있는 가장 중요한 기능 중 하나입니다. 이로 인해 보험 산업도 가입 및 계약 실행 관련 비용이 줄어들어 크게 수혜를 입을 것으로 기대됩니다.

개발자들은 스마트 컨트랙트를 이용해 신뢰받는 네트워크를 생성하고 알려지지 않은 개인/기관과 함께 탈중앙화된 생태계를 형성할 수 있게 됩니다. 이러한 토대 위에 추가적인 노드가 생태계에 추가될 수 있습니다.

보험 산업의 벨류체인 전체를 탈중앙화하기 위하여 인슈어리움은 3가지 종류의 스마트 컨트랙트를 제안합니다. 첫 번째는 이더리움에 기반해 어떠한 거래에도 부가될 수 있는 스마트 컨트랙트입니다. 거래에 부가되면 스마트 컨트랙트는 미리 정의된 액션이 이행되기까지 일정 수준의 암호화폐를 보유하게 됩니다. 따라서 거래 프로세스 전반에 중개인(거래를 감시하고 보증하는 신뢰할 만한 써드파티)이 필요하지 않습니다.

이러한 기능은 새로 등장한 당사자들이 보험 상품을 개발할 때 매우 유용합니다. 스마트 컨트랙트가 모든 거래의 계약 준수를 보장하기 때문에

생겨나는 신뢰로 인해 관련 문제나 비용이 자연스럽게 감소하게 되기 때문입니다.

또한 스마트 컨트랙트는 가상 코디네이터(virtual coordinator)로써 각각의 유저가 상품 개발 및 판매 프로세스에 기여한 가치만큼 보상을 분배할 수 있습니다. 이 기능을 적절히 활용하기 위해서는 프로토콜이 가스 비용을 고려해 이더리움의 퍼블릭 체인에 저장할 데이터를 신중하게 결정하여야 합니다. 가스 비용은 거래와 관련된 데이터의 양에 따라 지불되기 때문에, 과도한 양의 데이터가 저장된다면 스마트 컨트랙트를 이용한 절감액보다 총 가스 비용이 더 높아질 수 있기 때문입니다.

6.6. KYC 인증의 정의와 필요성

직토는 토큰 세일에 참여하고자 하는 유저들이 KYC(고객 신원 검증) 등록 및 인증을 거치도록 하고 있습니다. 토큰 세일 등록을 위한 KYC 인증은 돈세탁과 사기 등을 방지하기 위한 목적이 있습니다.

직토팀이 미래의 토큰 보유자를 파악하고 이에 따라 리스크를 관리하는 것은 중요합니다. 따라서 직토는 보안을 매우 중요하게 생각하고 블록체인 기술의 광범위한 도입은 안전하고 보안이 확실한 토대 위에서만 가능하다고 믿습니다. KYC 인증은 은행 및 국제 금융 기관이 주로 채택하는 표준을 기준으로 하고 있습니다.

다음을 준비하여 쉽게 KYC정보를 등록하세요.

- 여권 복사본 혹은 스캔본 한 부
- 여권의 앞면이 보이게 여권을 들고 찍은 본인 사진(셀카) 한 부
- 이메일 주소
- 핸드폰 번호
- 이더리움 지갑 주소

저희 웹사이트에 오셔서 화이트리스트에 등록하세요. 요구되는 정보를 입력하고 이미지 파일 2개를 업로드 하시면 완료됩니다. 등록이 성공적으로 완료되면, 저희가 검증을 위해 연락 드리겠습니다.

투자자들은 프리 세일 시작 전에 KYC 인증 정보를 등록하여 화이트리스트에 등록할 수 있습니다. KYC 등록 프로세스는 프리 세일 및 퍼블릭 세일 기간 내내 이용가능합니다. 문제가 있을 경우 프리 세일이 끝나기 전에 KYC 등록 양식을 다시 제출해야 토큰 구입이 유효합니다.

7.0. Team

Ted Kim (김경태) – Co-founder, CTO and co-CEO

Ted Kim은 인슈어리움 프로토콜의 개발 및 엔지니어링을 맡고 있습니다. 직토를 설립하기 전에는 LG전자의 차세대Device연구소에서 머신러닝과 딥러닝을 연구하였습니다. Ted Kim은 Purdue University에서 전기공학 학사 및 컴퓨터 공학 석사를 받았습니다.

David Suh (서한석) - Co-founder, CFO and co-CEO

David Suh는 직토의 재무 관리, 펀드레이징 및 비즈니스 개발을 맡고 있습니다. Ted Kim 대표와 함께 직토를 설립하기 전에는 신한금융투자에서 자기자본 트레이더, 시어스 홀딩스에서 애널리스트로 경험을 쌓았습니다. David Suh는 Purdue University에서 경영학과를 졸업하였다.

Ziggy Bak (박영진) - Chief Strategy Officer

Ziggy Bak은 전략과 마케팅을 담당하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 글로벌 경영 컨설팅 회사인 Reddal 및 벤처 투자 및 육성 공동체인 Crevisse & Partners에서 비즈니스 개발을 담당하였습니다. Ziggy Bak은 패션 광고 스타트업인 Style Plugged를 설립하였고, 글로벌 컨설팅 회사인 BCG와 Bain에서 인턴으로 근무하였습니다. Ziggy Bak은 고려대학교에서 경영을 전공하였습니다.

Eric Kim (김용연) - Principal Blockchain Engineer

Eric Kim은 인슈어리움 프로토콜의 개발 및 엔지니어링을 담당하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 Teleca, Adobe에서 개발을 이끌었고 IoT 스타트업인 Node Link Technology를 설립 및 운영하였습니다. Eric Kim은 고려대학교에서 물리학 학사 및 석사를 받았습니다.

Thomas Choi (최민호) - Data scientist

Thomas Choi는 직토의 전체 데이터 흐름을 관리하고 있습니다. 2017년에는 SK텔레콤 및 코인플러그와의 협력 하에 진행된 정부의 블록체인 개발 프로젝트를 관리하였습니다. 직토에 합류하기 전에는 MWN를 거쳐 스타트업인 Sentence를 설립 및 운영하였습니다. Thomas Choi는 Virginia Tech에서 전기 공학 학사 및 석사를 받았습니다.

Andrew Kim (김상영) - Front End Developer

Andrew Kim은 인슈어리움 프로토콜의 프론트엔드를 리드하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 KTH, Coupang 등을 거쳐 NIPA지원 오픈소스를 개발하였고 3년동안 의료 정보 관련 프로젝트를 진행했습니다.

Michael Ahn (안재성) - Marketing manager

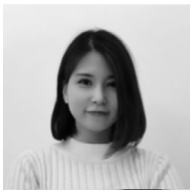
Michael Ahn은 직토의 전반적인 마케팅 전략을 담당하고 있습니다. 한국에서 가장 큰 암호화폐 거래소 중 하나인 Streami (GoPax)와 미국의 T3 Trading Group을 거쳐 직토에 합류하였습니다. Michael Ahn은 Brandeis University에서 경제학과 동아시아학을 복수전공 하였습니다.

Eugene Cha (차유진) - Business Analyst

Eugene Cha는 직토의 마케팅 및 금융 분석, 전략기획, 그리고 전반적인 통계적 데이터 분석을 맡고 있습니다. Eugene Cha는 Cornell University에서 학사 학위를, 금오공대학교에서 석사를 받았습니다.

Katherine Bang (방윤주) – Marketing Manager

Katherine Bang은 전반적인 마케팅 기획 및 운영을 맡고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 SMS Group에서 이벤트 마케팅 기획을 담당하였으며, LG전자와 Avon에서 채널 마케팅 및 글로벌 소싱 업무를 했습니다. Katherine Bang은 New York University에서 커뮤니케이션학을 전공하였습니다.



Kay Lee (이경은) – Contents Marketer

Kay Lee는 직토의 마케팅 컨텐츠 제작을 담당하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 존슨앤드존슨 메디컬에서 Sales로 근무하였습니다. Kay Lee는 서강대학교에서 경영학 학사학위를 받았습니다.

Kelly Kim (김가현) - UI/UX Designer

Kelly Kim은 직토의 UI/UX Design을 담당하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 Wanderlust에서 Creative Director로 기획 및 UI/UX디자이너로 경험을 쌓았습니다. Kelly Kim은 서울대학교에서 시각디자인을 전공하였습니다.

Jay Jung (정기환) - Graphic designer

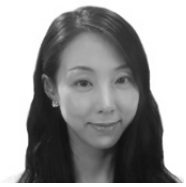
Jay Jung은 직토의 Graphic Design을 담당하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 아이듀오에서 Designer로 브랜딩 및 편집디자이너로 경험을 쌓았습니다. Central Saint Martins에서 Graphic Design을 전공하였습니다.

Hailey Son (손효선) - Graphic Designer

Hailey Son은 직토의 Graphic Design을 담당하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 플레시먼힐러드코리아에서 Designer로 편집 및 그래픽디자이너로 경험을 쌓았습니다. 이화여자대학교에서 시각디자인을 전공하였습니다.

Fred Kim (김준영) – Web Publisher

Fred Kim은 인슈어리움에서 웹 페이지 서비스의 퍼블리싱을 담당하고 있습니다. Fred Kim은 계원예술디자인대학에서 건축&인테리어 디자인을 전공하였습니다.



Jenny Kang (강은진) - Operation Manager

Jenny Kang은 직토의 재무와 인사 업무를 담당하고 있습니다. Oracle Korea와 L'Oreal Korea를 거쳐 InMobi Korea에서 재무와 인사를 담당하였습니다. Jenny Kang은 Monash University에서 경영학을 전공하였습니다.

Newt Choi (최효영) - Customer service manager

Newt Choi는 고객 서비스와 주문을 관리하고 있습니다. 직토에 합류하기 전에는 대한항공의 CS팀과 인제대학교 일산백병원 약제부에서 일했습니다. Newt Choi는 한경대학교에서 동물생명과학을 전공하였습니다.

8.0. Advisors

Will O'Brien - Technical and strategic advisor

암호화폐 및 블록체인 산업의 베테랑인 Will O'Brien은 2013년 - 2015년 사이 BitGo를 창립하고 대표이사로 일했습니다. 2013년부터는 Blockchain Capital의 유한책임 파트너이자 자문역이었으며, Civic, Orchid, Photon, Nodle 그리고 Telegram을 포함한 선도적인 프로젝트에 투자하고 자문을 제공하였습니다. Will O'Brien의 엔젤 투자 및 포트폴리오 자문은 광범위한 섹터를 아우르며 다수의 주요 언론에 보도되었습니다. Will O'Brien 은 Harvard University에서 컴퓨터공학 학사를 MIT Sloan School of Management에서 MBA를 취득했습니다.

Chanwoo Lee (이찬우) - Investment advisor

현직 국민대학교 경영대학 교수이며, 국민연금(전 세계 3대 연기금, 운용자규모는 5,200달러 수준)에서 기금운용본부장을, 사학연금에서 자금운용관리단장을 역임했습니다. 또한 신협중앙회와 교보생명 등에서도 CIO를 역임하였습니다. 이찬우 교수는 고려대학교에서 경제학 학사, 연세대학교에서 MBA, 광운대에서 경영학 박사학위를 받았습니다.

Ran Neuner - Strategic Advisor

Ran Neuner는 암호화폐 투자회사 '온체인 캐피탈' 창립자이자 미국 경제방송 CNBC 크립토 트레이더 쇼 진행을 맡고 있는 인물입니다. 또한 영국 금융전문 온라인 매체 '리치토피아'가 뽑은 세계 암호화폐 시장에서 가장 영향력 있는 100인 중 9위에 올랐습니다. Ran Neuner는 University of Witwatersrand에서 금융학을 전공하였습니다.

Ismail Malik - Blockchain and media advisor

Ismail Malik은 ICO Crowd의 편집장이며 세계 암호화폐 시장에서 가장 영향력 있는 100인에 선정되었습니다. BlockchainLab의 창립자이자

대표이사인 Ismail Malik은 Birkbeck, University of London을 졸업했습니다.

Santhosh Kumaraswamy - Engineering advisor

Santhosh Kumaraswamy는 EOSNodeOne의 공동창립자 겸 CTO이자 Innovation Biosciences의 창립자입니다. 또한 Blueprint Health (뉴욕)의 기업들에게 자문을 제공하며 Merck가 인수한 Skyscape의 디렉터를 역임하였습니다. Santhosh는 Indian Institute of Technology (IIT Madras)에서 학사 학위를, Harvard University 및 Boston University에서 경영학 석사 학위를 받았습니다.

Kingsley Edwards – Blockchain advisor

Kingsley Edwards는 Block16.io의 대표이사이며 Rogue Sports의 공동 소유자, Las Vegas Bitcoin Meetup의 창립자입니다. 또한 Unikrn의 비즈니스 개발 VP 및 Leet의 대표이사를 역임하였습니다.

Chanki Lee (이찬기) - Investment advisor

이찬기 대표는 Nextmatch의 CPO 및 공동 창립자이자 DAYLI Marketplace의 전 대표이사, 그리고 DAYLI Financial Group의 상임이사입니다. 포항공대에서 컴퓨터공학 학사 학위를 받았습니다.

Yohan John Kim - Investment advisor

Yohan은 블록체인 스타트업 자문 및 투자 회사인 NE Partners의 창업자이자 매니징 파트너이자 Pantera의 ICO Fund의 유한책임 파트너입니다. Yohan은 StreamToken, Origin Protocol, FunFair 및 DMarket 등 여러 블록체인 회사 및 블록 체인 산업 투자를 위한 자문을 제공하였습니다. eDaijia의 International Senior VP, Kabam KR의 Senior Director of Operations & Head 그리고 GREE Korea의 Director로서 다양한 업무 경험을 쌓았습니다. 벤처 투자가 및 투자은행가

(Kennet Partners, TeleSoft Partners, Citigroup Global)로서 10억 달러 이상의 금융 거래를 집행하였습니다.

Yoonsup Choi (최윤섭) - Healthcare advisor

최윤섭 디지털 헬스케어 연구소의 설립자 및 소장을 맡고 있으며, 디지털 헬스케어 파트너스의 매니징 디렉터입니다. 최윤섭 소장은 성균관대학교의 디지털 헬스학과의 초빙교수이기도 합니다. 포항공대에서 컴퓨터공학과 생명과학을 복수전공했고 동대학원에서 전산생물학으로 박사학위를 받았습니다.

Sungjae Hwang (황성재) - Investment advisor

황성재 대표는 FoundationX의 공동창업자이자 대표이사입니다. 또한 FuturePlay의 공동창업자 및 파트너, Pium의 공동창업자 및 CSO 이며 Fluenty(삼성 전자가 인수)의 전 공동창업자이자 CPO입니다. 성균관대학교에서 컴퓨터공학 학사를 받았고, 카이스트에서 컴퓨터공학 석사, 동 대학교 문화기술대학원에서 박사학위를 받았습니다.

Chiweon Kim (김치원) - Healthcare advisor

김치원 원장은 디지털헬스케어파트너스의 파트너이자 서울와이즈 재활요양병원 원장입니다. 의사가 되기 전에는 맥킨지&컴퍼니의 컨설턴트였습니다. 서울대학교에서 내과 박사 학위를 받았고 연세대학교 보건대학원에서 석사를 받았습니다.

Sungki Lim (임성기) - Insurance advisor

임성기 팀장은 한국 보험 계리사회 이사이자 교보라이프플래닛 상품/ 계리팀 및 IFRS TFT의 팀장입니다. 서울대학교에서 수학(학사 및 석사)을 전공했습니다.

Kwang-nam Kim (김광남) – Investment advisor

김광남 대표는 KNK 파트너스의 대표 변리사 및 특허법인 지명의 파트너 변리사입니다. 그는 지난 20년간 투자 및 지적재산권 부문에서 경험을 축적하였고, 아이디어브릿지 자산운용에서 다양한 사모펀드를 관리하였습니다. 서울대학교에서 전기공학 학사 및 박사를 취득하였습니다.

Gana Oh (오가나) - Medical advisor

오가나 원장은 오가나피부과의원의 원장이며 고려대에서 의학을 전공하였습니다.

9.0. Partners and supporters

Partners

Supporters

면책 조항:

본 백서는 공지 없이 수정될 수 있습니다. 본 백서는 일반적인 정보를 제공하기 위해 제작되었으며, 최종적이고 포괄적이거나 권위를 지니는 것은 아닙니다. 직토는 백서에 관하여 어떠한 법적 책임 및 신뢰 보장도 제공하지 않으며, 백서의 정확성이나 완결성에 대한 보장을 제공하지 않습니다.

인슈어리움 토큰은 인슈어리움 토큰 세일 판매 약관(Terms of Sale)에 따라서만 구매될 수 있습니다.

상기 기재된 위험 혹은 예상하지 못한 기타 추가적인 위험이 발생할 경우, 이는 인슈어리움 프로젝트 및 인슈어리움 프로토콜의 상업적 시행가능성에 중대하고 부정적으로 영향을 끼칠 수 있습니다. 이 경우 인슈어리움 토큰 판매 실패, 인슈어리움 토큰의 파괴, 인슈어리움 프로젝트와 인슈어리움 프로토콜 개발 혹은 운영의 중단으로 이어질 수 있습니다.

10.0. References

1. The future of underwriting. A transformation driven by talent and technology.

2. Steven Bertoni, Oscar Health Using Misfit Wearables to Reward Fit Customers. Forbes (Dec. 8, 2014). Retrieved from https://www.forbes.com

3. Stephen O'Hearn, Jamie Yoder, Manoj Kashyap, Javier Baixas, Jonathan Howe, Steve Davies, Ronald Sloukgi, Salvador Nacenta, John Shipman, Xiaorong Huang, Abhijit A Mukhopadhyay, Mathijs Kortenhorst, Anuraag Sunder. Opportunities await: How InsureTech is reshaping insurance. June 2016. PWC.

4. Sierra Wireless, White Paper, 2015. Capturing the Usage-Based Insurance Opportunity.

5. Fitbit Benefit Guide, Jan, 2017.

6. Tanguy Catlin, and Johannes-Tobias Lorenz. (2017). Digital disruption in insurance: Cutting through the noise. Digital McKinsey. March, 2017.

7. Eric Ankelsaria. (2017). Digital disruption in the insurance industry, KPMG, May, 2017.

8. Jacques Mulder, Bill Fera, Shaun Crawford, Gautam Jaggi, Jim Costanzo, Christin Delany, Alex Jung. (2015). The future of health insurance: A road map through change, Ernst & Young LLP, 2015.

9. Gail McGiffin. (2015). The future of underwriting: A transformation driven by talent and technology, Ernst & Young LLP, 2015.

10. Walter Poetscher. (2015). Usage Based Insurance: The New Normal, July, 2015.

11. Tanguy Catlin, Rob Hartman, Ido Segev, Ruxandra Tentis. (2015). The Making of a Digital Insurer: The Path to Enhanced Profitability, Lower Costs and Stronger Customer Loyalty. McKinsey, March, 2015.

12. Blockchain Technology in the Insurance Sector. McKinsey & Company. January, 2017.

13. 2018 Insurance Outlook, Deloitte Center for Financial Services. 2017.

14. Facing digital reality, McKinsey & Company, March, 2017.

15. InsureTech Caught on the Radar, Oliver Wyman and Policendirekt, 2017.

16. LIMRA researches on US life insurance market (2017-2021)

17. Global insurance review 2016 and outlook 2017/18; Global insurance review 2017 and outlook 2018/19, Swiss Re, 2017-2018

18. International collaboration opens doors to Canadian smart health innovations, National Research Council Canada, Jan 2018.

19. Insurance Companies Jumping on Bio Health Market, Hankyung Health, 2018 (http://health.hankyung.com/article/2018022072761; in Korean language)

20. Figure 2: Swiss Re report (reference 17. Global insurance review 2016 and outlook 2017/18; Global insurance review 2017 and outlook 2018/19, Swiss Re, 2017-2018)

21. Figure 3: Global insurance review 2016 and outlook 2017/18; Global insurance review 2017 and outlook 2018/19, Swiss Re, 2017-2018

22. Figure 4: LIMRA US Life Insurance Sales Survey (2017), Market Forecast (2018), Research on Mobile Initiative (2017)

23. Figure 5: Marsh: Global Insurance Market Index, Second Quarter 2017, "Global Insurance Rates Decline for 17th Consecutive Quarter", https://www.marsh.com/us/insights/research/global-insurance-market-index-q2-2017.html

24. Figure 8: Oliver Wyman Report, Seg 2 & 3 (Insureum Protocol will cover both seg): http://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/global/en/2016/oct/OliverWyman_ChinaInsuretech.pdf

25. Figure 15: Based on a graphic by Venture Scanner.

26. Survey by Combo App: https://comboapp.com/blog/2014/05/12/mobile-game-monetization-report/

27. P2P Insurance: https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-insurance.asp