Ⅰ. 序論

그 동안 우리 나라 자동차보험 시장은 自動車文化의 급속한 확산에 힘입어 높은 성장을 보여 손해보험시장의 약 40%를 점유하고 있으며, 자동차보험에 대한 社會的 認知度 또한 크게 증가하였다. 이러한 자동차보험 시장의 내적 성장 및 사회인식의 변화와 더불어 자동차보험 시장은 開放化, 自由化, 國際化라는 새로운 변화를 맞이하게 되었다.

특히, 최근의 金融危機에 따른 국민소득의 감소는 자동차대수 증가율의 감소와 자동차보험 가입율의 감소로 이어져 자동차보험 시장을 크게 위축시키고 있는 실정이다. 또한, 이러한 변화이외에도 순율제도의 도입, 가격자유화의 확대시행, 새로운 판매채널의 등장, 신규회사의 진입 등과 같은 변화 요인의 발생은 경영환경을 더욱 어렵게 하고 있다. 이와 같은 自動車保險 環境變化에 따라 보험회사간의 경쟁은 더욱 심화되고 있으며, 保險會社의 經營은 더욱 압박받고 있는 실정이다. 이러한 상황에서 각 보험회사가 競爭力을 확보하여 시장에서 自社의 위치를 굳건히 하기 위해서는 시장의 다양한 변화의 요인에 적절히 대응하여야 할 것이다.

이에 本考에서는 먼저 自動車保險 價格自由化를 중심으로 한 환경변화 요인들에 대하여 살펴보고, 우리 나라보다 먼저 規制緩和 및 價格自由化를 시행하여 변화의 과정을 거치고 있는 日本과 獨逸 자동차보험 시장의 동향에 대하여도 살펴보고자 한다. 이를 기초로 가격자유화 등의 다양한 환경변화가 자동차보험 시장에 어떠한 영향을 미치며, 이러한 영향에 보험회사는 어떻게 대처하는 것이 保險會社의 競爭力을 제고할 수 있을 것인지에 대하여 간략히 살펴보고자 한다.