Ⅵ. 날씨리스크 인수 활성화 방안

■ 지수형 날씨보험은 각 경제주체의 날씨리스크를 부보할 수 있는 전통적 날씨보험의 대안으로서 중요한 의미를 가짐.

○ 대재해 또는 전통적 날씨보험은 손해사정이 어려운 특성으로 인해 해당 상품거래가 부진하면서 지수형 날씨보험이 이들 상품이 대안이 될 것으로 기대되고 있음.

○ 최근 들어 세계 각지에서 농작물 보험을 중심으로 지수형 날씨보험이 보급되거나 시범 실시되고 있음.

■ 멕시코 사례에서 재해 발생 시 주정부가 지급한 보상금보다 지수형 날씨보험을 활용한 방법이 비용 면에서 더 저렴했다는 점에서 지수형 날씨보험의 유용성을 알 수 있음.

○ 예를 들어, 재해보험에 해당하는 농작물보험 역시 손해사정이 어려워 실제 피해보다 보상금이 과도하게 지급되는 경우가 많이 발생할 수 있음.

○ 반면, 지수형 날씨보험은 지수에 따라 보상이 결정됨에 따라 역선택과 도덕적 해이 문제를 상당 부분 해결할 수 있음.

■ 이에 본 장에서는 지수형 날씨보험이 활성화되기 위해서 요구되는 선결조건들이 무엇인지를 제시한 후 지수형 날씨보험으로 인한 날씨리스크 전가방법을 논할 것임.

○ 나아가 각 경제주체가 노출되어 있는 날씨리스크를 적극적으로 인수하는 차원에서 보험회사의 날씨파생상품 취급 필요성에 대해서도 논의하고자 함.

1. 지수형 날씨보험 활성화 방안

가. 지수형 날씨보험 판매 활성화

1) 상품개발

■ 상품개발에 앞서 먼저 잠재적 소비자들이 노출되는 날씨리스크가 무엇인지를 명확히 규명할 필요가 있으며, 다양한 상품개발을 위해 적합하며 신뢰성 있고 다양한 날씨 관련 지수개발이 선행되어야 함.

○ 전술한 바와 같이 전통적 날씨보험 형태만으로는 손해사정이 어려워 시장성 확보가 용이하지 않음.

○ 직접적 손해사정이 없는 지수형 날씨보험의 경우 전통적 날씨보험과 날씨파생상품을 이어주는 가교 역할을 할 수 있는 상품임.

– 지수형 날씨보험은 상품의 표준화와 고객의 다양한 니즈가 동시에 충족될 수 있는 절충형 상품이 될 것임.

○ 지수형 날씨보험이 활성화되기 위해서는 무엇보다 경험데이터 축적과 신뢰성과 다양성을 갖춘 날씨지수 개발이 중요하며, 이를 통해 합리적인 보험가격 제시가 가능할 것임.

– 편의(bias)가 없는 날씨데이터 구축을 통해 베이시스 리스크(basis risk)를 최소화할 필요가 있으며, 이를 위해 기상관측소 등 충분한 인프라 확보가 중요함.

– 신뢰성이 높으면서도 다양한 날씨 관련 지수개발을 위해 전문성과 공신력이 있는 기관과 적극적 협력 모형을 구축해야 함.

– 실제 기상청을 비롯한 여러 기상산업과의 협력모형 구축을 통해 각 경제주체가 노출된 날씨리스크 부보에 적합한 지수개발에 노력해야 함.

○ 이에 보험회사들도 날씨 관련 지수형 상품 개발을 위해 관련 전문인력 및 분석시스템 확보 등 인프라 구축을 적극 검토해야 함.

■ 지수형 날씨보험은 파생상품의 성격을 가지고는 있으나, 근본적으로 보험상품에 해당하므로 보험의 성격을 잘 살려 행여 발생 가능한 규제리스크(regulatory risk)를 피할 필요가 있음.

○ 상품설계 시 날씨로 인해 초래되는 실손보상 원칙에 충실하도록 하여 투기목적으로 활용되지 않도록 상품을 설계할 필요가 있음.

– 이러한 경우 신뢰성 높고 목적 적합한 날씨지수 개발이 선행된다면 베이시스 리스크가 최소화되어 실손보상 원칙에 충실할 수 있을 것임.

– 실제 삼성화재의 경우 판매하고 있던 지수형 날씨보험상품에 대해 피보험이익이 전제되도록 보험약관을 개정 중임.

○ 아울러, 지수형 날씨보험의 투기상품 변질 가능성에 대비해 멕시코 사례에서처럼 손실보상 원칙에 입각한 보험금 지급 옵션을 고려할 필요가 있음.

– 즉, 상품개발 시 보험계약자가 입은 피해 규모가 소액일 경우 부분적 보험금을 지급하는 옵션을 약관에 포함시키는 방안을 고려할 필요가 있음.

■ 객관적이고 투명하며 입증 및 이해 가능한 보험료 및 보험금 산출이 필요함.

○ 한편, 농작물에 대한 지수형 날씨보험의 경우 국가재보험 형태 등 정부 지원도 고려될 필요가 있음.

■ 한편, 보험회사는 날씨와 관련하여 체계적인 모니터링 및 평가시스템을 구축할 필요가 있음.

○ 이를 통해 기후변화, 기술발달, 데이터 및 정보 수준 향상에 따라 나타날 수 있는 새로운 리스크에 빠르게 적응하고 관련 신상품을 출시할 수 있도록 함.

2) 상품판매

■ 우선 날씨리스크에 노출되는 경제주체의 날씨리스크 헤징에 대한 인식 확보가 중요함.

○ 다양한 사업 분야(에너지, 유통, 관광, 스포츠, 식품)에 대한 마케팅 강화를 통해 날씨리스크 헤징 필요성에 대해 인식시킬 필요가 있음.

○ 실제 다수의 우리나라 기업들은 날씨리스크에 의해 발생할 수 있는 재무적 손실을 자체적으로 해결하려는 경향이 있음.

○ 이러한 경우 날씨리스크에 전문성을 가진 보험회사에 관련 리스크를 전가시키는 방안이 비용 면에서 더 효율적일 수 있음.

■ 지수형 날씨보험상품에 대해 인식이 부족한 잠재적 소비자에게 충분히 설명 및 홍보, 그리고 적극적 금융교육을 할 필요가 있음.

○ 충분한 금융교육이나 홍보활동을 통해 언제, 어떠한 방식으로, 얼마나 보험금이 지급되는지를 명확히 설명할 필요가 있음.

– 지수형 보험상품은 일반 보험상품보다 이해하기 더 어려울 수 있음.

○ 소비자에 대해 지수형 날씨보험에 대한 교육 및 홍보는 지수형 날씨보험에 필수적 요건임.

○ 지수형 날씨보험 관련 소비자를 위한 금융교육은 건전한 리스크관리를 위한 각 경제주체가 관심과 관련된 결정을 하고, 잠재적 수요도 개발된다는 측면에서 의의가 있음(GlobalAgRisk 2011).

– 동 금융교육 방법으로 강의 및 워크숍을 이용하거나, 라디오, TV 등 대중매체를 활용한 방법 등이 사용될 수 있으며, 브로슈어, 게임, 만화 등을 활용한 방법도 있음.

– 교육방법으로는 학습자 중심의 능동적 교육프로그램 참가를 유도하는 방법이 중요함.

– 궁극적으로 동 교육의 목적은 해당 상품에 대해 적절한 정보 습득이어

야 할 것임.

○ 아울러 관련 규제 및 소비자보호 조항, 소비자 민원에 대한 권리, 그리고 소비자 민원방법에 대한 교육도 함께 이루어질 필요가 있음(Dias and McKee 2011).[27)]

– 지속가능한 성장을 위해서는 소비자의 신뢰가 필수임.

– 소비자를 위한 금융교육은 공공재 성격을 가지므로 지수형 날씨보험 판매를 염두에 둔 보험회사들이 정부 및 민간봉사단체와 공동으로 수행하는 방법이 좋을 것임(GlobalAgRisk 2011).

■ 지수형 날씨보험 단독 판매보다 타 보험상품과 연계하여 판매하는 것이 더 유리할 수 있음.

○ 멕시코 사례에서처럼 농민과 각종 기업체를 대상으로 지수형 날씨보험을 단체보험 형태로 판매하는 방안이 있음.

○ 또한, 다른 보험상품과의 통합판매를 통한 사업비 절감방안 등도 고려할 필요가 있음.

3) 정부의 역할

■ 정부를 비롯한 공공부문은 보험회사가 지수형 날씨보험상품 취급을 원활히 할 수 있도록 조력자로서의 역할을 다할 필요가 있음.

○ 이상기후가 점차 증가하면서 날씨리스크도 증가하게 되므로 이를 인수하고자 하는 보험회사의 지수형 날씨보험에 대해 규제를 완화함으로써 날씨리스크 부보 확대를 유도할 필요가 있음.

○ 다만, 지수형 날씨보험의 경우 소비자들이 상품구조를 이해하기 어려워

27) Dias, D. and K. Mckee(2011), "Protecting Branchless Banking Consumers: Policy Objectives and Regulatory Options", Focus Note 64, Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), Washington D.C..

불완전판매를 야기할 수 있으므로 이에 대한 감독과 모니터링이 중요할 것임.

■ 날씨보험시장 활성화를 위해 기상청과 긴밀한 협조체제 구축도 중요함.

○ 신뢰 가능한 날씨지수 개발을 위해 기상청 및 기상산업진흥원 등과의 긴밀한 협조가 필요함.

○ 현재 기상청 산하 국립기상연구소와 보험연구원은 날씨보험시장 활성화를 위한 공동연구 및 공동세미나 개최 등을 진행하고 있음.

나. 재보험과 자본시장을 이용한 날씨리스크 인수능력 확대

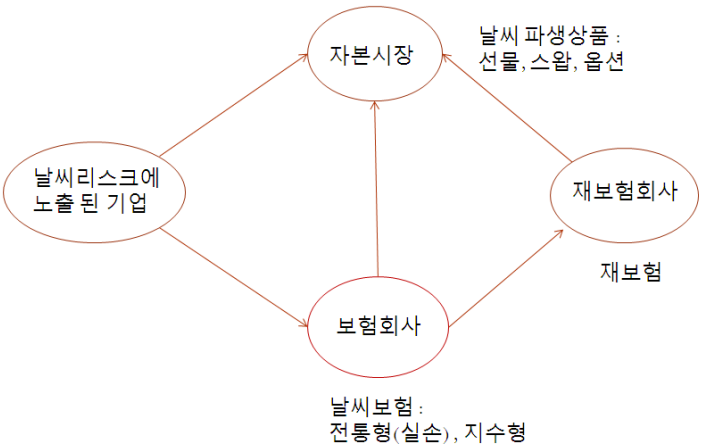
■ 상당한 규모의 지수형 날씨보험시장을 형성하기 위해서는 원수보험회사의 재보험이나 자본시장을 활용한 리스크 인수능력을 확대가 필요함.

○ 지수형 날씨보험 판매에 따라 날씨리스크를 인수한 보험회사는 재보험회사 또는 자본시장을 이용해 해당 리스크를 헤지할 수 있음.

○ 재보험회사 또한 리스크를 전가 및 분산효과를 위해 자본시장을 적극적으로 활용하고 있음.

– AXA Re, Mitsui Sumitomo Insurance Co., Ltd., Swiss Re, Tokio Marine and Fire Insurance 등이 시카고상업거래소(CME)의 날씨지수 거래에 참여하고 있음.

〈그림 Ⅵ-1〉 날씨리스크 전가 방법



○ 지수형 날씨보험상품은 리스크 풀링이 어려워 지수형 날씨보험상품 판매를 통해 보험회사가 보유하게 되는 리스크 관리를 위해서는 상당한 양의 자본이 필요함.

○ 한편, 원수보험회사는 재보험회사 또는 자본시장에 리스크를 전가함으로써 자본 대비 인수능력을 확대할 수 있음.

– IFAD and WFP(2010) 보고서에 의하면 조사된 36개의 지수형 날씨보험 프로그램 중 18개 프로그램이 재보험을 활용함.

– 누적 계약건수 기준으로는 250만 계약이 재보험에 가입하였으며, 9,500 계약만이 재보험을 활용하지 않음.

■ 현재 보험업법과 관련 감독규정에서 단순 위험 헤지 목적의 파생상품 거래는 가능한 것으로 규정함.

○ 한편, 보험업법 제106조제1항 제10호에 따라 헤지 목적이 아닌 경우 파생상품에 총자산(특별계정의 경우 특별계정 자산)의 6%를 한도로 투자할 수는 있음.

– 장외파생상품인 경우 3%를 한도로 함.

○ 문제는 현재 우리나라 자본시장에서 날씨파생상품의 거래를 위한 상대거래자가 있을지 의문임.

– 이 경우 해외 자본시장을 활용하는 방안도 고려할 수 있을 것임.

※ 보험업법 제106조

① 보험회사는 일반계정(제108조제1항 제1호 및 제4호의 특별계정을 포함한다. 이하 이 조에서 같다)에 속하는 자산과 제108조제1항 제2호에 따른 특별계정(이하 이 조에서 특별계정이라 한다)에 속하는 자산을 운용할 때 다음 각 호의 비율을 초과할 수 없다.

10. 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」에 따른 파생상품거래(금융위원회가 정하는 바에 따른 위험회피 수단 요건에 해당하는 경우는 제외한다)를 위한 대통령령으로 정하는 바에 따른 위탁증거금(장외파생상품거래의 경우에는 약정금액)의 합계액

가. 일반계정: 총자산의 100분의 6(장외파생상품거래에 관하여는 총자산의 100분의 3 미만)

나. 특별계정: 각 특별계정 자산의 100분의 6(장외파생상품거래에 관하여는 각 특별계정 자산의 100분의 3 미만)

■ 궁극적으로 재보험을 통한 단순한 리스크 전가보다는 경험데이터의 축적과 합리적 날씨지수 개발을 통해 보험회사들이 스스로 위험보유 한도를 확대하고 자본시장을 적절히 활용하는 방안을 찾기 위해 노력해야 할 것임.

○ 사실 지수형 날씨보험 관련 리스크 전가를 위해서는 날씨지수 거래가 이루어지는 파생상품시장 활성화가 지수형 날씨보험 활성화의 선결조건이라 할 수 있음.

○ 그러나 현재 해당 자본시장이 활성화되어 있지 않은 상황에서 오히려 보험회사의 선제적 참여가 중요할 것으로 보임.

– 보험회사나 재보험회사의 경우 전술한 바와 같이 날씨리스크 전가를 위해 우선 해외자본시장 참여를 고려할 필요가 있음.

– 그리고 이러한 경험을 바탕으로 보험회사들의 국내 자본시장에 대한

선제적 진입도 고려될 필요가 있으며, 이를 위해 보험회사의 자본시장 진입 관련 규제도 완화될 필요가 있음.

– 따라서 보험회사의 경우 날씨 관련 파생상품시장의 활성화에 주된 역할을 할 가능성이 큼.

2. 파생상품을 활용을 통한 적극적 날씨리스크 인수 방안

■ 지수형 날씨보험 판매 외에 보험회사가 날씨파생상품을 업무의 일환으로 취급함으로써 날씨리스크를 적극적으로 인수하는 방안도 고려해 볼 수 있을 것임.

○ 각 경제주체의 날씨 관련 리스크 인수 방법으로 보험회사의 날씨파생상품 취급을 고려할 필요가 있음.[28)]

○ 이를 위해 미국과 일본에서 판매되고 있는 날씨파생상품 제도 및 시장현황을 살펴본 후 관련 시사점을 얻고자 함.

가. 주요국의 날씨파생상품시장 현황

1) 미국

■ 미국의 날씨파생상품은 실물거래로 인정되어 상품거래법(CEA: Commodity Exchange Act)의 적용을 받음.

○ 동 법은 모든 상품 및 선물거래를 규제하는 연방법으로 상품거래소에서 거래되며, 1974년 설립된 미 선물거래위원회(CFTC: Commodity Futures Trading Commission)가 동 법에 근거하여 거래를 규제함.

---

28) 현재 거래상대방이 없는 표준화된 장내파생상품시장에의 직접적인 진입보다는, 일본의 사례처럼 단계적으로 장외파생상품을 통한 거래를 시작으로 하여 장외시장을 먼저 활성화한 후 장내파생상품시장으로 확대해 나가는 것이 현실적인 모델일 것임.

– 동 상품거래법에서 규정하는 선물은 장래 인도를 위한 상품 매매계약으로 정의됨.

○ 2000년 상품선물현대화법(Commodity Futures Modernization Act)의 제정으로 새로운 상품의 경우 증권, 선물, 장외파생상품으로만 구분하게 됨.

– 이 경우 상품으로 분류되면 상품거래법의 적용을 받게 되며, 장외파생상품의 경우 계약자유의 원칙에 입각하여 특별한 규제가 존재하지 않았음(류혁선 2011).

○ 그러나 글로벌 금융위기 이후 장외파생상품거래에 대한 규제공백이 위기를 초래한 원인 중 하나로 진단됨과 함께 이를 규제하는 도드-프랭크법(Dodd-Frank Act)이 2010년 7월부터 발효된 상태임.[29)]

■ 날씨파생상품 거래금액 및 건수가 전반적으로 증가하는 추이를 보임.

○ 현재 중대형 기업 및 금융회사를 중심으로 날씨파생상품 거래가 활발히 이루어지고 있음(류성경 외 3인 2004).

○ 2007~2008년 장외시장과 시카고 상업거래소(CME: Chicago Mercantile Exchange)의 거래금액은 320억 달러, 거래량은 98만 5,000건임.

– 동 자료는 여름의 CDD, 겨울의 HDD 합계치임.

29) 남길남(2010. 12), 『미국의 장외파생상품 규제: 도드-프랭크법을 중심으로』, 자본시장연구원.

〈표 Ⅵ-1〉 미국의 날씨파생상품 거래현황

연도	계약금액(백만 달러)			계약건수		
	장외시장	CME	합계	장외시장	CME	합계
1998~1999	1,836	-	1,836	695	-	695
1999~2000	2,959	-	2,959	1,285	-	1,285
2000~2001	2,517	-	2,517	2,759	-	2,759
2001~2002	4,306	33	4,339	3,937	-	3,937
2002~2003	3,501	686	4,188	4,517	36,195	40,712
2003~2004	2,753	1,868	4,621	3,162	106,675	109,837
2004~2005	4,169	5,527	9,696	4,057	223,139	227,196
2005~2006	2,347	42,897	45,244	2,180	1,041,439	1,043,619
2006~2007	-	-	약19,000	-	-	730,087
2007~2008	-	-	약 32,000	-	-	985,000
2008~2009	-	-	약 15,000	-	-	601,000
2009~2010	-	-	-	-	-	-
2010~2011	약2,400	-	약 11,800	-	-	-

자료: WRMA(Weather Risk Management Association).

○ 2005~2006년에 거래량이 급격히 늘어난 것은 2005년 8월 말에 발생했던 대형 허리케인 카트리나의 영향으로 발생한 것임.

– 카트리나의 영향으로 재보험 출재가 어려워지면서 날씨리스크 전가를 자본시장으로 돌린 것이 그 원인으로 추정됨.

2) 일본

■ 일본의 경우 1998년 12월 시행된『금융시스템개혁을 위한 관계 법률의 정비 등에 관한 법률』에 따라 은행, 보험회사, 증권회사 모두 감독당국의 인가 없이도 부수업무로서 장내외 파생상품사업 영위가 가능해짐.

○ 동 법 이전 장내 파생상품 거래의 경우 증권거래법의 적용으로 가능하였으나, 주로 장외상품인 날씨파생상품의 경우 해당 규정이 없어 거래가 가능하지 않았음.

○ 증권거래법이 개정된 금융상품거래법(2006)에서는 "다양한 파생상품 거래"에 날씨파생상품도 포함되어 규제대상이 됨(금융상품거래법 제2조25항2호).

※ 은행법 제10조제2항14호,15호
제10조 은행은 다음에 해당하는 업무를 영위할 수 있다.
제2항 은행은 다음에 열거하는 업무를 은행업에 부수하는 업무로 영위할 수 있다.
- 제14호: 금리, 통화의 가격, 상품의 가격, 기타 지표 수치를 활용하여 사전에 당사자 간에 약정된 수치와 장래의 일정한 시기에 있어서의 현실적 지표와의 차이를 근거로 산출되는 금전의 授受를 약정하는 거래 또는 이와 유사한 거래로 內閣府令에서 정하는 거래(이하「금융파생상품거래」라고 함)
- 제15호: 금융파생상품거래의 媒介, 중개 또는 대리

※ 보험업법 제98조제1항8호,9호
제98조 보험회사는 다음에 열거하는 업무를 보험업에 부수하는 업무로 영위할 수 있다.
- 8호, 9호는 은행법 제10조 제2항 14호, 15호의 규정과 동일

※ 금융상품거래법 제2조제25항2호
제2조 "유가증권"이라 함은 다음에 해당하는 것을 말한다.
제25항 "금융 지표"는 다음에 해당하는 것을 말한다.
- 제1호: 금융 상품의 가격이나 금융 상품(전항 제3호에 규정된 것을 제외한다)의 금리 등
- 제2호: 일본 기상청 또는 다른 사람이 알리는 기상 관측의 성과에 관한 수치
- 제3호: 그 변화에 영향을 미칠 수 없는 혹은 현저하게 곤란 또는 사업자의 사업

활동에 중대한 영향을 미치는 지표(전호에 규정된 것을 제외한다) 또는 사회 경제 상황에 대한 통계 수치로서 이러한 지표 또는 숫자와 관련된 파생 상품 거래 (파생 상품 거래와 유사한 거래를 포함한다)에 대한 투자자 보호를 확보하는 것이 필요하다고 인정되는 것으로서 대통령령이 정하는 것(상품 거래소 법 제2조 제5항에 규정하는 상품 지수를 제외한다)
- 제4호: 이전 3호에 규정된 것에 따라 산출된 수치

■ 글로벌 금융위기 이후 일본도 2010년 5월 금융상품거래법을 개정하여 장외파생상품 거래에 대한 규제를 강화함.

○ 장외파생상품 규제의 주요 내용으로 거래량/자본시장 영향 등을 감안하여 일본 내 혹은 인가된 해외 청산기관을 통해 청산을 의무화함.

○ 아울러, 청산기관 및 거래정보기관 등은 관련 정보를 감독기관에 보고함과 동시에 공시를 의무화하도록 함(온종훈).

■ 1999~2000년 일부 손해보험회사를 중심으로 날씨파생상품 거래가 장외시장에서 맞춤형 상품 위주로 이루어졌으며, 2000년 이후 상품이 점차 정형화되면서 은행, 증권회사 등도 시장에 참여함.

○ 1999년 동경해상화재보험(현 도교해상일동화재보험)이 최초로 상품을 출시하였으며, 2001년부터 상품판매가 본격화됨.

○ 처음에는 별도의 계약에 의한 맞춤형 상품이 주류였으나, 점차 조건 및 계약비용의 정형화와 소액화가 이루어짐.

– 정형화된 상품의 가격은 일반적으로 30~50만 엔 정도임.

〈표 Ⅵ-2〉 일본의 날씨파생상품 거래 현황

연도	1999	2000	2001	2002	2005	2007
시장규모(백만 달러)	8	75	155	285	545	594
연간 성장률(%)	-	837.5	106.7	83.9	30.4	4.5

주: 2005, 2007년 성장률은 각각 2002~2005, 2005~2007년 간 연평균 성장률임.
자료: 동경해상 내부자료, WRMA(Weather Risk Management Association) 재인용.

○ 2000년 7,500만 달러에 그쳤던 날씨파생상품 시장규모는 이후 2005년 5억 4,500만 달러, 2007년 5억 9,400만 달러를 기록한 것으로 추산됨.

나. 우리나라의 날씨파생상품시장 관련 법규

■ 우리나라의 경우 2009년 2월 자본시장법이 시행되면서 날씨파생상품 취급에 대한 법적 근거가 마련됨.

○ 자본시장법에 파생상품계약을 위한 기초자산에 날씨지수가 포함됨.[30)]

○ 그 결과 날씨파생상품 업무의 경우 자본시장법의 적용을 받은 금융투자업자들이 가능하게 됨.

○ 은행의 경우에도 은행법 시행령 제18조의2제2항 제1호에 따라 파생상품의 매매 및 중개업무, 동 조항 제2호에 따라 파생결합증권 매매업무가 겸영 가능함.

■ 그러나 보험회사의 경우 지수형 날씨보험상품과는 달리 날씨파생상품을 취급하지는 못함.

○ 전술한 바와 같이 현행법상 보험회사의 경우 단순 헤지 목적 외에 날씨파생상품 취급업무가 겸영 또는 부수업무로 허용되어 있지 않음.

■ 한편, 날씨파생상품의 경우 그 특성상 파생상품거래에 해당되는 가운데 외화베이스로 거래 시 외국환거래법의 적용대상이 될 수 있음.

○ 자연, 환경, 경제현상을 기초로 한 외환파생상품의 경우 증권회사는 한국은행에 신고만으로 취급이 가능해짐.[31)]

---

30) 실제 동 법 제4조제10항제5호에는 파생상품계약을 위한 기초자산에 "그 밖에 자연적·환경적·경제적 현상 등에 속하는 위험으로서 합리적이고 적정한 방법에 의하여 가격·이자율·지표·단위의 산출이나 평가가 가능한 것"이라고 규정함.

31) 기획재정부가 외국환거래규정 개정안을 2012년 4월 15일 고시하고, 2012년 4월 30일부터 시행함.

○ 보험산업과 관련한 외국환거래규정은 제2-20조에 취급 업무를 규정하고 있음.

○ 또한, 제7-45조는 외국통화표시 보험 또는 재보험계약 체결 시 거주자와 비거주자 간 자본거래에 대해 허가 또는 신고를 할 필요가 없음을 규정함.

※ 외국환거래규정

제2-20조(보험사업자) 영 제14조제4호에 따라 금융위원회의 설치 등에 관한 법률 제38조제4호에 의한 보험사업자의 외국환업무 취급범위는 다음 각 호의 1과 같다.
1. 거주자와의 외화표시 보험 · 재보험 및 비거주자와의 보험 · 재보험
2. 외화대출
3. 제2호에 해당하는 외화대출채권의 매매
4. 제2-4조에 따른 대외지급수단의 매매 및 선물환거래(외환스왑 포함)
5. 외화표시 신용파생결합증권의 매매 및 신용연계예금거래

제7-45조(신고의 예외거래) ①거주자와 비거주자간의 다음 각 호의 1에 해당하는 거래 또는 행위를 하고자 하는 자는 허가 및 신고를 요하지 아니한다.
9. 보험에 관한 법령의 규정에 의하여 인정된 바에 따라 국내의 거주자가 비거주자와 외국통화표시 보험계약을 체결하거나 외국에 있는 보험사업자와 재보험계약을 체결하는 경우

다. 날씨파생상품시장 활성화를 위한 보험회사의 시장참여 필요성

■ 보험산업의 경우 본연적으로 리스크 관리자로서의 역할을 수행하는 산업이므로 타 금융업권에 비해 날씨 관련 리스크 인수에 적극적이라고 할 수 있음.

○ 현재 은행 및 증권 등의 경우 날씨리스크 인수에 대해 소극적인 자세를 취하고 있음.

○ 반면, 보험산업의 경우 현재 지수형 날씨보험을 취급하고 있는 가운데, 이를 확장해 날씨파생상품을 설계 및 판매하는데 용이한 편임.

– 특히, 장기간 손해사정 경험과 노하우를 가진 손해보험회사들이 날씨

파생상품시장 참여할 경우 합리적인 상품가격 제시가 가능할 것으로 판단됨(조재린 · 황진태 2011).

■ 아울러 보험산업의 경우 날씨파생상품 시장의 주된 참여자가 될 수 있으므로 날씨파생상품시장 활성화를 위해서는 보험산업의 역할도 크다고 할 수 있음.

○ 날씨파생상품시장 활성화를 위해서는 보험회사의 날씨파생상품 거래를 보험업법상 부수업무 또는 겸영으로 하여 허용할 필요가 있음.

○ 일본의 경우 손해보험회사들에 의해 날씨파생상품시장이 활성화되었다는 것을 주지할 필요가 있음.

– 전술한 바와 같이 일본의 초기 날씨파생상품시장은 장외시장을 중심으로 손해보험회사들이 주로 취급함.

– 이후 상품이 점차 표준화되어 장내시장으로 확대되면서 은행, 증권회사, 상품선물회사들도 적극 참여하기 시작함.

○ 우리나라의 경우에도 보험산업에 대해 날씨파생상품 취급업무가 허용된다면 일본과 같이 초기에 장외시장 중심으로 손해보험회사들의 상품거래가 주로 예상되며, 추후 동 시장의 확대와 함께 상품 표준화가 이루어질 경우 은행이나 증권 등의 장내시장 참여자도 늘어날 것으로 보임.

■ 날씨파생상품 시장이 활성화되기 위해서는 지수형 날씨보험의 경우와 마찬가지로 날씨 관련 지수개발과 관련 인프라 구축이 중요함.

○ 미국 · 유럽 · 일본 등 주요국에서도 EarthSat, Metnext, Natsource Japan 등을 통해 날씨파생상품을 위한 경험데이터 축적과 관련 날씨지수 개발을 꾸준히 하고 있음.

○ 보험상품 운용경험, 금융공학적 지식, 기상통계분석이 가능한 전문인력과 날씨변동이 기업의 재무적 손실에 어떠한 영향을 주는지에 대한 분석을 담당할 수 있는 인력이 필요함(조재린 · 황진태 2011).