
VII. 결론 및 시사점

- 날씨리스크는 날씨변화로 발생하는 모든 손해 및 손실을 통칭하며, 광범위한 산업이 날씨리스크에 노출되어 있음.
 - 날씨리스크는 태풍, 기습폭설, 홍수 등의 자연재해와 이상한파, 이상고온, 가뭄 등의 이상기후로 구분이 가능함.
 - 그간 농업, 에너지, 리조트 산업뿐만 아니라 빙과 및 음료업, 유통업, 제조업, 건설업 등도 날씨리스크에 노출되어 있음.

- 우리나라의 경우 1990년대 후반과 2006년에 각각 전통적 날씨보험과 지수형 날씨보험이 도입되었으나 여러 가지 이유로 인해 활성화되지 못함.
 - 그 이유로 수요측면에서는 날씨리스크 관리에 대한 개인 및 기업을 포함하는 경제주체들의 인식부족을 들 수 있음.
 - 정부 역시 대재해리스크를 관리하는데 초점을 맞출 뿐 경제주체들이 직면한 날씨리스크에 대한 인식이 부족했다고 할 수 있음.
 - 공급측면에서는 전통적 날씨보험은 실손보상을 원칙으로 하는데 날씨변화에 따른 손해액 추정이 쉽지 않고 손해 정도에 대해 보험회사와 계약자간 분쟁의 소지도 있음.
 - 또한, 지수형 날씨보험은 지수개발이 아직 미비하고 상품개발에 필요한 인력 및 인프라도 부족한 점 등으로 인해 활성화 되지 못함.

- 여러 형태의 날씨보험 중 지수형 날씨보험의 경우 여러 단점에도 불구하고 우리나라에서 날씨리스크 관련 부보능력 확대가 가능한 상품으로 보임.

- 지수형 날씨보험은 사전에 정한 날씨지수와 실제 관측결과 간 차이에 따라 보험금을 지급하므로 역선택 및 도덕적 해이 가능성이 없고 손해사정이 불필요하며 적정 수준의 요율산정이 상대적으로 용이함.
 - 적정한 지수만 구성할 수 있다면 상품설계가 가능하므로 다양한 상품이 나올 수 있으며 고객의 니즈를 반영하는데 있어 어려움이 상대적으로 적다고 할 수 있음.
 - 또한, 우리나라 기상청이 기상 관측 데이터를 충분히 확보하고 있어 기초 인프라는 이미 확보한 상태임.
- 지수형 날씨보험시장이 활성화되려면 상품개발 및 판매에 있어 노력이 필요함과 동시에 정부를 비롯한 공공부문도 힘을 보태야 할 필요가 있음.
- 적정 요율 산정 및 리스크 관리를 위해 경험데이터 축적과 신뢰성과 다양성을 모두 갖춘 날씨지수 개발이 선행되어야 함.
 - 잠재적 소비자가 쉽게 이해할 수 있도록 상품을 홍보하여 접근성을 제고하고 고객의 니즈를 반영하는 상품개발이 이루어질 필요가 있음.
 - 정부는 지수형 날씨보험시장 활성화를 위해 법령 및 규제를 정비하고, 판매된 상품에 대해서는 지속적인 감독과 모니터링을 해야 함.
- 보험회사가 날씨파생상품을 업무의 일환으로 취급함으로써 날씨리스크를 인수하는 방안도 고려할 필요가 있으며, 이것이 현실화되려면 제도적인 보완이 필요함.
- 보험회사가 리스크 측정 및 관리에 대한 노하우를 이미 축적하고 있는 만큼 날씨파생상품시장의 육성을 위해 보험산업이 긍정적인 기여를 할 수 있을 것이라 판단됨.
 - 현행 보험업법상 보험회사는 단순 헤지 목적 외에 부채개념에 해당하는 파생상품 취급이 겸영 또는 부수업무로 허용되어 있지 않은데, 날씨파생상품에 대해서는 허용하는 것을 고려할 필요가 있음.