조사보고서 2009-11

자동차보험 가격자유화의 영향과 향후 정책 방향

이 순 재

보험연구원

머 리 말

자동차보험의 가격자유화는 1994년 4월부터 할인할증과 범위요율을 단계적으로 시행하면서 1998년 8월까지 확대되다가, 2000년 8월 범위요율 폐지와 부가보험료 자유화 그리고 2001년 8월 순보험료 자유화로 가격자유화가 완성된 것으로 볼 수 있다. 이러한 제도적인 발전에도 불구하고 자동차보험료는 보험회사의 자율적인 판단 하에 요율조정이 이루어지기 보다는 보험시장의 외적인 요인들에 의하여 수시로 조정되어 왔다.

가격자유화가 시행된 지 8년이 경과한 시점에서 이에 대한 객관적 분석을 통해 가격자유화로 인하여 기대했던 시장변화가 이루어졌는지를 확인하고, 이에 대한 공정한 평가를 통하여 향후 자동차보험 자유화의 개선과제를 보험업계와 정책당국에 제시하는 연구를 수행하는 것은 의미가 있다. 한편으로 국내 자동차보험의 요율규제 완화로 인한 시장변화를 통하여 보험규제의 의의와 목적에 대한 상반된 가설이 어떻게 평가될 것인지를 도출해 보는 것도 의의가 있다고 본다. 본 연구는 이러한 취지에서 국내 자동차보험 가격자유화의 영향을 분석하고, 분석된 결과를 통하여 가격자유화의 개선을 위한 정책적인 방향을 제시하고 있으며, 세종대학교의 이순재 교수가 2008년 9월부터 1년간의 연구년 기간 동안 수행하였다.

출판에 앞서 유익한 보고서를 작성해 주신 이순재 교수에게 감사를 드리며, 보고서의 작성에 아낌없는 자문과 조언을 해준 기승도 전문연구위원과 내외부 전문가에 대해서도 진심으로 감사를 표한다.

마지막으로 본 보고서에 수록된 내용은 연구자 개인의 견해이며, 우리 연구원의 공식 의견이 아님을 밝혀둔다.

2009년 12월

보 험 연 구 원

원장직무대행 **이 태 열**

목 차

요 약 ····· 1

Ⅰ. 서 론 ····· 12
1. 연구의 배경 및 목적 ····· 12
2. 선행 연구 ····· 13
3. 연구의 범위 및 방법 ····· 14

Ⅱ. 규제의 이론적 기반과 제도 ····· 17
1. 규제의 이론 ····· 17
2. 보험산업 요율규제 ····· 19
3. 요율규제 완화 ····· 24

Ⅲ. 시장의 구조-행위-성과 분석 ····· 27
1. 자동차보험시장 현황 ····· 27
2. 시장구조 분석 ····· 37
3. 시장행위 분석 ····· 42
4. 성과 분석 ····· 46

Ⅳ. 해외 사례 ····· 55
1. 일본 ····· 55
2. 독일 ····· 58
3. 영국 ····· 61
4. 시사점 ····· 63

Ⅴ. 결 론 ····· 65
1. 가격자유화의 효과 ····· 65
2. 자동차보험 가격자유화의 정책 방향 ····· 68
3. 연구의 한계점 ····· 72

참 고 문 헌 ····· 74

표 차례

<표 Ⅰ-1> 자동차보험 요율자유화 일정 ·····12
<표 Ⅱ-1> 손해보험 요율규제의 주요 유형 ·····22
<표 Ⅱ-2> 자동차보험 규제완화 세부일정 ·····23
<표 Ⅲ-1> 자동차등록대수의 증가추이 ·····28
<표 Ⅲ-2> 수입보험료 성장추이 ·····29
<표 Ⅲ-3> 연도별 보험영업수지 추이 ·····29
<표 Ⅲ-4> 자동차보험의 순보험료 자유화 추진 일정 ·····31
<표 Ⅲ-5> 보험업법의 진입규제 완화 경과 ·····32
<표 Ⅲ-6> 온라인 판매방식의 지역별 점유율 ·····34
<표 Ⅲ-7> 온라인 판매방식의 연령별 점유율 ·····34
<표 Ⅲ-8> 온라인 판매방식의 자동차보험 수입보험료 및 시장점유율 추이 ·35
<표 Ⅲ-9> FY'07 온라인 겸업사와 전업사의 손해율 및 합산비율 …36
<표 Ⅲ-10> 온라인 상품 판매회사의 손해율 및 합산비율(2007년) ·····37
<표 Ⅲ-11> 시장점유율의 변화, 1997-2007 ·····39
<표 Ⅲ-12> 시장집중률(CR4)과 시장집중도(HHI): 1997-2007 ·····40
<표 Ⅲ-13> 자동차보험시장의 진입 및 퇴출 보험사 현황: 1997-2007 ·····41
<표 Ⅲ-14> 자동차보험 상품 세분화: 상위 4개사 2003년 현황 ·····44
<표 Ⅲ-15> 연평균 자동차보험료와 물가지수: 1997-2007 ·····48
<표 Ⅲ-16> 자동차보험 손해율과 자본수익률(ROE): 1997-2007 ·····50
<표 Ⅲ-17> 개인용 자동차보험의 사고율 및 피해액 ·····52
<표 Ⅲ-18> 개인용자동차보험 잔여시장 추이: 1997-2007 ·····54
<표 Ⅳ-1> 일본의 자동차보험 가격자유화 및 경쟁 양상 ·····57
<표 Ⅳ-2> 독일의 자동차보험 가격자유화 및 경쟁 양상 ·····59
<표 Ⅴ-1> 소비자의 보험료측면 혜택규모 추정 ·····67
<표 Ⅴ-2> 개인용 자동차보험 요율 요소 ·····68
<표 Ⅴ-3> 외국사와의 가격적용 단위 비교 ·····69
<표 Ⅴ-4> 주요 국가의 지역별 보험료율 차등화 내용 ·····70

그림 차례

<그림 Ⅲ-1> 자동차등록대수 추이 ·····27
<그림 Ⅲ-2> 수입보험료 성장추이 ·····28
<그림 Ⅲ-3> 보험수지 증감추이 ·····30
<그림 Ⅲ-4> 온라인 판매방식 자동차보험 시장점유율 추이 ·····35
<그림 Ⅲ-5> 연도별 연평균 자동차보험료 추이: 1997-2007 ·····49
<그림 Ⅲ-6> 자동차보험 손해율과 ROE 추이: 1997-2007 ·····51
<그림 Ⅳ-1> 가격자유화 이후의 일본의 자동차보험 실적 변화 ·····58
<그림 Ⅳ-2> 가격자유화 이후의 독일의 자동차보험 실적 변화 ·····60
<그림 Ⅳ-3> 가격자유화 이후의 영국의 자동차보험 실적 변화 ·····63

요 약

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

□ 우리나라의 자동차보험 가격자유화는 2001년 8월 1일 정부가 보험개발원의 참조요율 사용에서 보험회사의 자체요율 사용으로 대체를 허용하면서 완전자유화가 시작되었음.

□ 자동차보험 가격자유화의 예상효과에 대한 국내의 연구는 존재하지만 자유화 이후의 결과에 대한 체계적인 연구는 전무한 상태임.

□ 본 연구는 가격자유화가 보험소비자와 보험산업의 관점에서 바람직한 방향으로 전개되었는지를 평가·진단하여 앞으로의 가격자유화의 정책적 방향을 제시하고자 함.

2. 선행 연구

□ 국내의 연구로는 정중영(2002)과 오승찬(2003)이 가격자유화가 먼저 시행된 주요 국가들의 사례를 분석하여 국내 자동차보험 가격자유화의 영향을 예측하였고 평가하였음.

□ 해외 연구로는 Grace, et al. (2001)이 사우스캐롤라이나 주의 자동차보험 개혁에 대한 연구를 통하여 자동차보험 요율자유화의 초기성과를 긍정적으로 평가하였음.

○ Barkume and Ruser (2001)는 산재보험을 대상으로 요율산정회

(rating bureau) 요율과 사전인가(prior approval) 요율을 없앰으로써 보험료와 사고율을 감소시켰음을 발견하였음.

3. 연구의 범위 및 방법

□ 분석의 기본적인 틀은 Reid (1987)의 시장구조-시장행위-성과(Structure Conduct-Performance) 분석을 따르기로 함.

□ 시장구조의 변화를 보기 위하여 가격자유화 시행 이전과 이후의 자동차보험의 시장집중도와 보험회사의 시장진입 및 퇴출을 허핀달지수(HHI)와 시장집중률(CR)을 사용하여 비교분석함.

□ 소비자 관점의 편익은 자동차 보험료의 인하가 직접적인 편익이라 할 수 있으며, 계약자간 보험료 부담의 형평성이 제고되는 것도 전체계약자 측면에서 편익이라고 볼 수 있음.

○ 자동차 보험료의 변동을 측정하기 위해서는 가격자유화 전후 10년 동안 물가상승률을 고려한 운전자들의 연평균보험료를 비교할 것임.

○ 보험료의 형평성 제고는 보다 리스크별 세분화된 보험료율을 언더라이팅에 적용함으로써 가능할 것임.

○ 보험가용성의 증대는 잔여시장이 차지하는 점유율이 축소되고 잔여시장 이용 운전자들이 자발적 시장으로 흡수됨으로써 가능해질 것임.

□ 상품이나 유통채널의 다양화로 인한 구매경로 선택의 확대와 자동차보험 가입에 따른 서비스의 확대도 부수적 편익이라고 봄.

□ 성과 측면에서는 수익성 지표를 사용하여 자동차보험을 영위하는 회사들의 손해율(loss ratio)과 자기자본수익률(ROE)을 가격자유화 시행 전후하여 비교 분석하는 것임.

□ 분석에 사용되는 데이터는 11년간(1997년~2007년) 자동차보험 종목에 대한 시장집중도 시장점유율 시장진입 및 퇴출 회사 손해율 합산비율 · 자기자본수익률 등을 보험개발원의 “보험통계연감”, 금융감독원의 “금융통계월보”, 생 손보협회 등으로부터 입수하여 산출함.

Ⅱ. 규제의 이론적 기반과 제도

1. 규제의 이론

가. 경제적 규제 이론

□ 경제적 규제에 대하여 두 가지의 상반된 견해가 지배적인데, 하나는 ‘소비자보호’ 이론이고, 다른 하나는 ‘생산자보호’ 이론임.

○ ‘소비자보호’ 이론은 1970년대 이전의 많은 경제학자들과 규제자들에 지배적인 견해로서 규제가 일차적으로 공공(公共)을 보호하고 공공의 이익을 위해 만들어진다는 견해임.

○ ‘생산자보호’ 이론은 Stigler (1971)가 최초로 제기하였고 Posner (1974)와 Peltzman (1976) 등이 이 견해에 동조하였는데, 규제는 회원들의 수익을 극대화하기 위하여 서로 투쟁하는 이익집단들의 요구에 의하여 공급된다는 견해임.

나. 보험 규제 이론

□ Kimball (1962)은 보험이 인간의 기본적 욕구인 경제적 · 심리적 안전을 충족시켜주는 것이라면 재무건전성이 모든 보험 규제와 법의 가장 중요한 목표라고 주장함.

□ Williams and Heins (1989)는 보험규제의 목적을 보험자의 재무건전성을 보존하고, 과도하거나 불충분하거나 불공정하게 차별적인 요율을 규제하며, 시장 내에서 공정한 경쟁과 판매가 촉진되도록 거래관행을 통제함으로써 보험소비자로 하여금 지급한 돈에 대비하여 최대한의 편익을 얻도록 도와주는 것이라고 함.

□ 이 외에도 Krogh (1972), Munch and Smallwood (1980), Harrington (2000) 등 최근에 이르기까지 보험규제에 대한 연구는 '소비자보호'의 목적으로 시행되고 있다는 것을 전제로 수행되어왔음.

2. 보험산업 요율규제

가. 미 국

□ 1945년에 제정된 맥커런-퍼거슨 법(McCarran-Ferguson Act)은 보험산업으로 하여금 주 차원에서 규제를 받을 경우에는 연방반독점금지법의 적용을 받지 않도록 규정하였음.

□ 요율규제의 유형을 세분화하면 다양하고 상이한 법이 자발적 시장 요율에 적용되며, 같은 주 내에서도 보험종목에 따라 종종 다르게 적용됨.

나. 우리나라

□ 우리나라의 보험산업에 대한 규제·감독은 상법, 보험업법과 시행령 및 시행규칙에 법적 근거를 두고 있음.

○ 일선 감독기관인 금융위원회와 금융감독원은 구체적인 보험감독을 위하여 보험업감독규정과 보험업감독업무시행세칙을 제정하고 있음.

□ 주요 규제의 영역은 시장진입, 영업활동, 재무건전성, 공시제도, 자산운용, 상품인가 등을 포함함.

3. 요율규제 완화

□ 미국에 1999년 금융현대화법의 통과로 금융서비스회사들이 다양한 상품과 서비스를 제공할 수 있도록 제한을 완화했음.

□ 유럽의 경우 제3세대 EU지침이 1994년에 제정되어 가격규제를 포함한 보험시장의 대부분의 규제를 철폐하였고, 유럽 보험회사들이 국경을 넘어 운영하는 것에 대한 제한을 제거하였음.

□ 일본도 궁극적으로 보험가격에 대한 규제완화를 포함한 규제개혁을 시작하였음.

□ 우리나라의 자동차보험 가격자유화는 <표 II-2>에 요약되어 있듯이 단계적으로 이루어져 왔음.

○ 범위요율을 수년간 단계적으로 확대해 오다가 2000년 8월 부가보험료 자유화로 시작하여 2001년 8월 개인용 자동차보험의 순보험료 자유화를 통하여 외형적으로는 가격자유화가 완성된 것이라 볼 수 있음.

Ⅲ. 시장의 구조-행위-성과 분석

1. 자동차보험시장 현황

가. 시장규모

□ 자동차 등록대수 성장추이는 2003년까지는 7~8%수준으로 증가하였으나, 이후에는 성장률이 둔화되어 2000년 중반 이후 3% 수준으로 감소

하였고, 2008년 3월 현재 전년대비 3.3% 증가에 그치고 있음.

□ 자동차보험 수입보험료의 성장률은 FY'03, FY'05를 제외하면 5%이상이었던 것으로 나타남.

○ 성장원인은 보험료 인상, 자동차보험 원가 증가, 고가 차량 증가 등의 영향으로 보임.

나. 영업수지

□ 가격자유화 및 온라인 판매방식이 자동차보험 시장에 본격적으로 도입된 2000년 이후부터 영업수지의 적자가 지속됨.

○ 이는 보험료가 손해율 수준에 부합되게 조정되지 않았고, 시장에서는 가격경쟁으로 보험료 인하가 진행되었기 때문으로 보임.

2. 시장구조 분석

가/나. 시장점유율 및 시장집중도의 변화

□ 1997년 상위4개사의 점유율(CR4)은 68.6%이고 HHI는 1,482이었는데, 자유화가 시행된 2001년까지는 지속적으로 증가하여 72.3%와 1,697, 2007년에는 67.8%와 1,477로 각각 하락하였음.

○ 기존 자동차보험회사의 점유율 감소는 온라인 자동차보험회사의 시장진입에 의한 결과로 설명됨.

○ 상위 4개 보험회사에 집중되었던 시장지배력이 가격자유화 이후에 약화되었음을 보여주고 있음.

다. 시장 진입 및 퇴출

□ 가격자유화가 시작된 2001년 이후 6년 동안 4개의 온라인 자동차보험 회사가 시장에 진입하였고 1개사가 퇴출되었음.

□ 가격자유화는 신규 보험회사의 진입을 촉진하여 가격 및 서비스 등의 경쟁을 촉진시켰다고 봄.

2. 시장행위 분석

가. 경쟁 촉진

□ 새로운 시장진입자인 온라인 보험사들은 낮은 사업비를 무기로 표준형 시장에서 기존 오프라인 보험사의 보험료보다 20~30% 낮은 보험료로 가격경쟁을 부추겨 실질적인 보험료 인하를 주도하였음.

나. 상품 차별화

□ 가격자유화의 시행은 자동차보험상품의 자유화를 의미하여 국내 자동차보험회사들은 경쟁적으로 고보장상품을 개발하였음.

○ 네 등급의 상품으로 세분화가 이루어지고 차별화된 보장내용과 함께 브랜드마케팅 개념이 도입됨.

다. 서비스 차별화

□ 가격자유화 이후의 자동차보험 서비스의 중요한 특징은 자동차 운행시 발생할 수 있는 불편 해소에 초점을 맞춘 '긴급출동서비스'의 도입 및 확대임.

○ 사고발생시 보상이 주목적이었던 정비공장을 보험회사의 자체정비망으로 구축하면서, 고장 시 긴급출동에서 평상시의 차량 정비 및 점검까지 서비스의 범위를 확대시켰음.

라. 판매채널의 변화

□ 신규사업자의 시장진입은 가격경쟁 하에서 사업비용을 최소화하려는 기존 보험사들의 판매채널 구조개편에 심각한 영향을 주었음.

○ 대면채널 뿐 아니라 온라인으로도 보험판매가 이루어지도록 대체채널을 구축하는 다중채널 전략을 추구하게 됨.

3. 성과 분석

가. 가격 및 수익성

□ 연평균 자동차보험료는 1997년에 55만7천원이었는데 10년 후인 2007년에는 61만5천원으로 연평균 인상폭이 1.2%에 해당되어 연평균물가상승률 3.3%에 비해서는 인상폭이 작음.

□ 가격자유화는 실질적인 보험료 인하를 초래하였고, 수입보험료 증가분보다 사고액 증가가 큰 결과 손해율은 증가하게 되어 수익성의 악화를 가져왔음.

□ 손해율의 점진적인 증가추세에 상응하여 ROE는 가격자유화 시행 이후 하향세를 보여주는데, 이는 가격자유화가 가격경쟁을 유발하여 보험회사 수익률에 부정적 영향을 주었음을 보여주는 것임.

나. 사고율 및 규모

□ 가격자유화 이후에 자동차 사고율은 증가하였으나 자동차 사고로 인한 평균피해액은 감소하였음.

○ 평균피해액의 감소추세는 자동차 안전장치의 개선으로 인하여 나타난 것으로 보이나, 리스크세분형 보험료로 인한 운전자들의 사고감소 노력이 다른 증가 요인으로 사고율 감소효과를 가져오지 못한 것으로 분석됨.

다. 가용성: 잔여시장

□ 잔여시장의 규모와 시장점유율은 가격자유화 시행 이후 점진적으로 줄었음.

○ 가격자유화 이전의 잔여시장의 평균점유율인 2.08%로서 0.86%가 감소하여 이후의 점유율은 1.22%임.

○ 리스크가 높은 운전자들은 리스크세분형 보험료에 따라 자발적 시장에 상당 부분 흡수되면서 자동차보험 잔여시장의 점유율이 줄어든 것으로 판단됨.

Ⅳ. 해외 사례

□ 가격자유화가 비교적 최근에 이루어진 국가 중에서 우리나라의 보험시장에 영향력이 있는 일본과 유럽의 대표적 국가인 영국과 독일을 대상으로 가격자유화 전후의 시장변화를 조사하였음.

□ 가격자유화 이후에는 공통적으로 가격하락, 직판채널의 점유율 상승,

손해율 상승, 신상품 개발 등의 변화가 발생하였음.

○ 그 속도나 강도는 국가별 고객의 구매행위, 가격민감도, 보험회사에 대한 충성도와 기존채널의 수익성 및 생산성 등에 의해 결정되고 있음.

□ 일본에서는 1997년 9월 리스크세분화에 따른 가격결정이 승인되면서 통신판매 및 리스크세분형 자동차보험 상품을 통하여 외국계 보험사들의 시장점유율이 증가하였음.

○ 일본 국내 손보사들도 독자적인 상품을 개발·판매함으로써 보험사간 가격 및 상품 경쟁이 가속화되기 시작하였음.

□ 독일처럼 가격민감도가 낮고 기존채널에 대한 만족도가 높아 직판채널이 빠르게 성장하지 못하는 시장에서도 가격자유화 이후 가격이 5~20%까지 하락하는 현상이 발생하였음.

□ 영국과 같이 직판채널과 기존 회사 간의 경쟁이 심화되는 경우에는 2~3년 동안 매년 8%의 보험료 하락을 경험하였음.

Ⅴ. 결론 및 연구의 한계

□ 보험산업 측면에서 가격자유화의 영향을 분석한 결과 수익성 악화와 같은 부정적 측면이 있었던 반면에, 언더라이팅 기술의 발전과 상품개발능력의 향상 등 긍정적인 영향도 있었음.

□ 보험소비자 측면에서는 가격자유화와 함께 진입규제 완화로 인하여 가격경쟁을 촉발하여 실질적인 가격인하를 가져왔으며, 다양한 상품 및 서비스 제공과 공정한 요율적용 등으로 소비자의 편익이 증가하였음을 보여줌.

○ 전통적인 보험규제의 목적이 공공이익(public interest)을 위한 것이라

는 주장에 반하여 실제로는 보험규제의 완화가 공공의 이익을 증가시킨 것이라 봄.

○ 진정한 자유화는 부가보험료와 순보험료의 회사자체요율 사용에만 국한하는 것이 아니라 언더라이팅의 자유화가 허용되어야 함.

○ 즉, 대상운전자를 리스크에 따라 선택하고 리스크의 정도에 따라 세분하여 요율을 적용할 수 있어야 함.

□ 자동차보험의 지역별 요율차등화는 보험회사의 인수거절로 인한 피해자 발생의 문제점을 해소하고, 지방자치단체의 교통환경 개선 노력을 적극 유도하게 되며, 요율산정의 원칙인 공평성·적정성·손실예방 장려 차원에서도 조속히 시행되어야 할 과제임.

□ 개인신용정보의 언더라이팅 활용은 자동차보험의 손해율 안정을 위한 효과적인 수단이 될 수 있다는 점에서 활용의 필요성이 있다고 봄.

□ 자동차보험 가격자유화가 일시에 시행된 우리나라의 경우 그 효과를 측정하는 데에는 동시발생의 다른 요인들을 배제하기 어려운 문제점이 존재함.

○ 규제완화의 순수효과를 보다 정확히 측정할 수 있는 정교한 통계적 분석은 추후 과제로 남김.

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

우리나라의 자동차보험 가격은 2001년 8월 1일 정부가 보험개발원의 참조요율 사용에서 보험회사의 자체요율 사용으로 대체를 허용하면서 완전자유화가 시작되었다(<표 I-1> 참조). 자동차 보험료는 우리나라의 경우 소비자물가지수에 포함될 정도로 소비자물가에 미치는 파급효과가 크기 때문에 오랜 기간 정부의 규제체제 속에서 보험료의 조정을 시행해 왔다. 이러한 순보험료의 자유화로 인하여 자동차보험 가격자유화가 본격적으로 시행되면서 보험료 인하와 보험시장의 지각변동이 예측되어 왔다. 즉, 가격자유화는 운전자의 연령, 자동차 모델, 보험계약 유지기간 등에 따라 보험회사 간에 차별화된 결과 보험료는 운전자의 다양한 위험요인을 반영하게 되며, 각 회사의 자체요율산정은 보험회사 간의 가격경쟁을 유발하여 궁극적으로 평균보험료를 인하할 것으로 예상하였다.

<표 I-1> 자동차보험 요율자유화 일정

보험료	시행일자	자동차 종류	비율(%)[1]
부가보험료	2000. 8	모든 차종	-
순보험료	2001. 1	10인 이하 승합차	10.3
	2001. 4	영업용(택시)	6.3
	2001. 8	개인용, 업무용 및 이륜차	83.4

주 : 1) 2000년 12월 현재 거수보험료 기준

자동차보험의 가격자유화가 우리나라보다 훨씬 앞선 미국의 경우 각 주(州)마다 자동차보험요율에 관한 규제의 내용과 자율성의 정도 등이 서로 다르기 때문에 모든 주를 대상으로 요율규제완화의 효과를 측정하고 평가한 연구는 없으나, 일부 주를 대상으로 한 연구가 2000년대 초부터 등장하고 있다. 본 연구

는 미국 등 선진국의 자동차보험 규제완화에 대한 연구와 국내의 관련 문헌을 검토하여 가격자유화 이후의 국내 보험시장의 변화를 분석□평가해 보고자 한다. 즉, 자동차보험 요율자유화에 따른 효과를 소비자와 보험회사 관점에서 어떠한 편익과 비용이 발생하였는지를 보험료, 언더라이팅, 판매채널, 시장집중도, 상품 및 서비스 등의 변화를 측정하여 보험가격 규제가 공공의 이익(public interest)을 보호하기 위한 것이었는지 연구를 통해 확인하고자 한다.

국내의 경우 자동차보험 가격자유화의 예상효과에 대한 연구는 존재하지만 자유화 이후의 결과에 대한 체계적인 연구는 전무한 상태로서, 본 연구를 통해 가격자유화가 보험소비자와 보험산업의 관점에서 바람직한 방향으로 전개되었는지를 평가·진단하여 앞으로의 가격자유화의 정책적 방향을 제시하고자 한다.

2. 선행 연구

가. 국내 연구

기존에 국내에서 이루어진 연구는 몇 안 되는데 해외사례 분석과 가격자유화의 영향에 대한 성과를 예측 또는 제한적으로 평가하는 연구가 있을 뿐이다. 정중영(2002)은 가격자유화가 먼저 시행된 4개 선진국의 사례를 분석하여 가격자유화가 가격경쟁을 초래하여 자동차보험료가 인하될 것으로 보았고, 이러한 가격경쟁에 대응하여 기존 판매채널의 대안채널이 급성장할 것으로 예측하였다. 또한 가격자유화로 인한 자동차보험시장의 경쟁상황은 주요 보험회사들로 하여금 정교한 언더라이팅 시스템을 구축하게 만들 것으로 내다보았다.

오승찬(2003)은 국내 자동차보험의 요율자유화의 영향과 성과를 평가하였다. 즉, 가격자유화 이후 손해보험산업은 리스크 세분화에 기반을 둔 보험요율제도를 고안하였으며, 상품개발능력을 개선하였다고 평가하였다. 또한 가격자유화는 보험회사로 하여금 세분화된 리스크에 따라 적정보험료를 부과함으로써 수익성을 관리할 수 있도록 영향을 주었다고 보았다.

나. 해외 연구

외국의 보험가격자유화에 대한 연구는 2000년 이전에는 찾아보기 힘든데, 학자들은 이러한 규제완화의 영향이 소비자와 보험산업의 관점에서 긍정적인지 부정적인지 그 방향에 대하여 의문을 가졌다.

Grace, et al. (2001)은 사우스캐롤라이나 주의 자동차보험 개혁에 대한 연구를 하였는데, 자동차보험 요율자유화의 초기성과를 긍정적으로 평가하였다. 즉, 전반적인 보험료 수준은 떨어졌고, 보험회사들이 자발적 시장(voluntary market)에서 리스크세분화 요율을 사용함으로써 잔여시장(residual market)은 거의 사라지게 된 것이다.

Barkume and Ruser (2001)는 산재보험 요율자유화의 영향을 분석하였다. 그들은 요율산정회(rating bureau)요율과 사전인가(prior approval)요율을 없앰으로써 장기적인 보험료를 13.7% 감소시켰고, 상해율을 8.2%까지 감소시켰음을 발견하였다. 이 발견은 서로 다른 보험종목을 분석하였지만 앞의 Grace, et al. (2001)의 결과와 상통한 것이다.

3. 연구의 범위 및 방법

분석의 기본적인 틀은 Reid (1987)의 시장구조-시장행위-성과(Structure-Conduct-Performance) 분석을 따르기로 한다. 어떤 산업이 경쟁으로 인한 편익을 달성하게 될지에 대한 경제학자들의 평가는 시장구조의 진입 용이성을 통상적으로 분석한다. 경쟁행위의 본질은 회사들 간의 공조행위가 결여되어야 하는 것이다. 소수의 회사들이 대부분의 시장점유율을 차지하고 있다면 신규진입 억제를 전제로 가격을 인상하기 위하여 회사들 간에 암묵적이거나 적극적인 협력을 할 가능성을 높이는 것이다. 시장구조와 진입의 용이성이 자동차보험시장의 경쟁에 전도성(傳導性)이 높다는 것에 대해 학자들은 일반적으로 동의하고 있다(예를 들면, Klein [1995]; Grace and Barth [1993]).

시장구조의 변화를 보기 위하여 가격자유화 시행 이전과 이후의 자동차보험

의 시장집중도와 보험회사의 시장진입 및 퇴출을 비교분석하고자 한다. Grace, et al. (2001)에서 사용된 것처럼 자동차보험시장의 집중도를 측정하기 위하여 Herfindahl-Hirschman index (HHI)[1]와 시장집중률(CR)을 사용할 것이며, 보험회사들의 시장점유율 변동도 측정할 것이다. 가격자유화 전후 10년 동안의 자동차보험 영업을 하는 보험회사의 진입과 퇴출로 인한 시장참여자 수의 변화를 분석할 것이다.

소비자(보험계약자) 차원에서의 가격자유화의 편익은 일반적으로 자동차보험료의 인하가 직접적인 편익이라 할 수 있으며[2], 계약자간 보험료 부담의 형평성이 제고되는 것도 우량한 운전자들로 하여금 불량운전자에 대한 암묵적인 보조금지급(subsidization)을 해소시킴으로써 전체계약자 측면에서 편익이라고 볼 수 있을 것이다. 상품이나 유통채널의 다양화로 인한 구매경로 선택의 확대와 자동차보험 가입에 따른 서비스의 확대 등도 부수적인 편익이라 할 수 있다. 불량운전자(sub-standard drivers)를 수용하는 잔여시장의 기능이 감소되었는가도 일부 소비자들의 가용성(availability)을 증대시키는 기능으로, 역시 편익으로 볼 수 있다.

자동차보험료를 측정하기 위해서는 가격자유화 전후 10년 동안 운전자들의 연평균보험료를 비교할 것이다. 연평균보험료는 물가상승률을 고려하여 조정된 수치를 사용한다. 계약자간 보험료의 형평성 제고는 보다 리스크별 세분화된 보험료율을 언더라이팅에 적용함으로써 가능할 것이다. 보험가용성의 증대는 자동차보험시장에서 잔여시장이 차지하는 점유율이 축소되고 잔여시장 이용 운전자들이 자발적 시장으로 흡수됨으로써 가능해진다.

성과 측면에서 수익성 지표를 분석한다. 즉, 자동차보험을 영위하는 회사들의 손해율(loss ratio)과 자기자본수익률(ROE)을 가격자유화 시행 전후하여 비교하여 수익성의 변화를 분석한다.

분석에 사용되는 데이터는 11년간(1997년~2007년) 자동차보험 종목에 대한 시장집중도 시장점유율 시장진입 및 퇴출 회사 손해율 합산비율 자기자본수익률 등은 보험개발원의 "보험통계연감", 금융감독원의 "금융통계월보", 생 손보협회

---

1) $HHI = \Sigma_1^n (\text{시장점유율}_i)^2$

2) 보험료가 인하되면 일반적으로 구매능력(affordability)이 개선된다고 볼 수 있음.

로부터 입수하여 산출하며, 인구 및 소득 등 기타 통계는 통계청과 시 도 지방자치단체를 통해 입수하도록 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 규제의 이론적 기반과 제도에 대하여 기술하고 제3장에서는 국내 자동차보험시장의 시장구조-시장행위-성과 분석을 수행하며, 제4장에서는 주요 보험 선진국의 가격자유화 시행과 성과에 대한 사례와 정책적 시사점에 대한 분석을 한다. 제 5장에서는 앞 장의 국내외 자동차보험 가격자유화의 사례와 분석결과를 바탕으로 가격자유화의 정책적 방향을 제시한다.

Ⅱ. 규제의 이론적 기반과 제도

1. 규제의 이론

가. 경제적 규제 이론

시장에서 정부가 개입하는 형태를 '경제적 규제'라고 부르며, 이 용어는 가격, 진입 및 다른 측면의 경제활동에 대한 명시적인 입법적 행정적 통제뿐 아니라 모든 종류의 세금과 보조금을 지칭한다(Posner, 1974). 경제적 규제에 대하여 두 가지의 상반된 견해가 지배적이다. 하나는 '소비자보호' 이론이고, 다른 하나는 '생산자보호' 이론이다. 세 번째 견해는 '무효과 가설(no-effect hypothesis)'로서 Jordan (1972)에 의해 소개되었다.

'소비자보호' 이론은 1970년대 이전의 많은 경제학자들과 규제자들에 지배적인 견해로서 규제가 일차적으로 공공(公共)을 보호하고 공공의 이익을 위해 만들어진다는 견해이다. 다른 말로 표현하면, 규제는 공공의 요구에 의하여 비효율적이고 불공평한 시장관행을 시정하기 위하여 공급된다는 것이다. 이 이론에 내재된 두 가지 가정은 경제시장이 너무 깨지기 쉬어서 매우 비효율적(또는 불공평하게)으로 운영되기 쉽다는 것과, 정부의 규제는 거의 비용이 발생하지 않거나 적어도 비용이 그리 높지 않다는 데에 있다. 이러한 가정 하에서라면 다양한 형태의 규제는 자유시장의 운영에서 발생하는 비효율과 불공평을 교정하기 위한 공공의 요구에 대한 반응이라고 쉽게 주장할 수 있다. 각 규제의 이면에는 시장의 불완전성이 존재하다는 인식과 그로 인한 규제의 정당성을 합리화하며, 효과적으로 비용발생 없이 운영된다고 가정한다.

'생산자보호' 이론은 Stigler (1971)가 최초로 제기하였고 Posner (1974)와 Peltzman (1976) 등이 이 견해에 동조하였는데, 규제는 회원들의 수익을 극대화하기 위하여 서로 투쟁하는 이익집단들의 요구에 의하여 공급된다는 견해이다. 말하자면, 규제는 해당산업에 의하여 획득되며 1차적으로 그들의 편익을 위하여 고안되고 시행된다는 견해이다. 이 이론은 두 가지의 단순하고 중요한 통찰

에 근거한다. 하나는 정부의 강제력이 특정한 개인들이나 집단들에게 가치 있는 편익을 주는데 사용될 수 있기 때문에 경제적 규제는 그 분배가 수요공급의 법칙에 의하여 좌우되는 상품으로 볼 수 있다는 것이고, 다른 하나는 담합(cartel) 이론이 우리로 하여금 수요공급 곡선을 정하도록 도와준다는 것이다.

'소비자보호' 가설은 규제가 가격을 한계비용과 같아질 때까지 낮춰주고, 차별적 가격을 방지하고, (기존 가격에) 서비스 질을 높여주고, 더 효율적이거나 더 좋은 조건의 가격과 제품의 결합을 제공하는 회사의 진입을 촉진시키고, 산업의 이익을 시장수익률로 낮춰줌으로써 소비자이익을 보호해줄 것임을 암시한다.

'생산자보호' 가설이 암시하는 것은 '소비자보호' 가설과 상반된다. 즉, 규제는 가격을 상승시키고, 가격차별을 촉진시키며, 경쟁회사의 진입을 줄이거나 방지하고, 산업의 이익을 증가시킨다는 것이다.

'무효과(無效果)' 가설은 이름이 가리키는 것처럼 규제는 절차의 실행에 있어서 비용을 부과하는 것 외에 규제받는 산업에 대해서 어떠한 효과도 주지 않는다는 것을 암시한다. 이 상황은 이미 강력한 산업이 규제당국을 제어할 수 있는 경우에 초래될 수 있다. 규제가 산업의 시장구조와 성과에 아무 효과를 주지 않을 때, 즉 규제 이전의 시장구조가 경쟁적(또는 독점적)이고 규제의 실제 효과가 경쟁적(또는 독점적) 성과를 거두기 위한 것일 때 초래할 수도 있다.

나. 보험 규제 이론

일찍이 Kimball (1961)은 보험규제의 주요 목적은 보험회사 자신의 성공적인 운영을 용이하게 하기 위한 것이라 하였다. 그러나 사회에 지배하는 사고방식을 반영하는 다른 공공정책들이 보험규제의 형태에 영향을 준다고 하였다. 그 결과 규제는 상대적으로 약한 계약상대방을 보호하기 위해서 존재한다고 하였다. 그런고로 해상 및 운송 보험이나 재보험이 다른 보험 종목에 비하여 일반적으로 규제를 적게 받아왔다는 것은 놀라울 것이 없다. 왜냐하면 이 종목의 보험구매자는 시장 내의 보험판매자에 비해 규모도 되고, 전문성도 갖춘 기업이기 때문이다. 보험규제의 목적(purpose)을 실행하기 위한 목표(goal)에 대하여 Kimball (1962)은 보험이 인간의 기본적 욕구인 경제적·심리적 안전을 충

족시켜주는 것이라면 재무건전성이 모든 보험 규제와 법의 가장 중요한 목표라고 주장하였다.

Williams and Heins (1989)[3]는 보험규제의 목적을 보험자의 재무건전성을 보존하고, 과도하거나 불충분하거나 불공정하게 차별적인 요율을 규제하며, 시장 내에서 공정한 경쟁과 판매가 촉진되도록 거래관행을 통제함으로써 보험소비자로 하여금 지급한 돈에 대비하여 최대한의 편익을 얻도록 도와주는 것이라고 기술하였다.

이렇듯 보험규제에 대한 대부분의 학자들의 견해는 '소비자보호' 이론에 동조하는 것으로 보인다. 이 외에도 Krogh (1972), Munch and Smallwood (1980), Harrington (2000) 등 최근에 이르기까지 보험규제에 대한 연구는 '소비자보호'의 목적으로 시행되고 있음을 전제로 수행되어왔다.[4]

2. 보험산업 요율규제

가. 미 국

보험산업의 규제를 미국을 중심으로 살펴보면 일부 주(州)에서 보고제도(filing requirement)가 시행되었던 19세기 초반으로 거슬러 올라간다. 1850년대에는 주 차원에서 보험규제의 본체(body)가 형성되던 시기였다. 1851년 뉴햄프셔 주는 보험회사들의 검사를 주 임무로 하는 보험위원회를 설립하였고, 1861년 매사추세츠 주에서는 보험회사들이 부채로서 준비금을 적립하도록 요구하는 법안이 통과되었다. 1945년에 제정된 맥커런-퍼거슨 법(McCarran-Ferguson Act)은 보험산업으로 하여금 주 차원에서 규제를 받을 경우에는 연방반독점금

3) 1989년에 발간된 이 책은 제6판에 해당되며, 초판이 발간된 1964년부터 저자들은 보험규제의 목적에 대하여 이러한 기조를 유지하여 왔음.

4) Lee, et al. (1997)은 재무건전성 규제 중 비교적 최근에 시행된 보증기금(guaranty fund)의 영향을 분석한 결과 손해보험회사들이 자산운용에 있어서 위험감수행위가 증가되었음을 발견하였음. 이는 규제가 '소비자보호'보다는 보험회사의 이익극대화를 위하여 왜곡된 유인을 제공하고 있음을 암시함.

지법의 적용을 받지 않도록 규정하였다. 이후로 모든 주에서는 요율 규제에서 재무상태 규제에 이르기까지 많은 규제가 법제화 되었다.[5)]

Kimball (1962)은 보험규제의 가장 중요한 목표는 보험자의 재무건전성이라 규정하고, 규제의 수단과 목적과의 관계에 있어서 요율규제의 주요 목표 중 하나인 '요율의 충분성'은 목적 자체이기보다는 재무건전성을 담보해주는 수단일 뿐이고 주장한다.

19세기 미국의 손해보험자들은 보험요율과 대리점의 판매수수료를 집단적으로 정하려고 노력하였다. 즉, 집단적 협정요금을 파괴적인 요율경쟁과 만연한 지급불능 사태를 방지하기 위한 필요한 조치라고 합리화 하였다. 그리하여 19세기말 경까지 보험회사들은 회사들 간 요율 통일을 촉진시키는 소위 계약시스템(compact system)을 개발하였으나, 가격경쟁 압력으로부터 보험자들이 이탈하면서 제한된 성공을 거두는데 그쳤다.

20세기 전반에 보험자들은 ISO (Insurance Services Office)와 같은 현대적 요율자문기구의 초기형태인 요율산정회(rating bureau)의 도움 하에 요율을 고정시키는 더욱 효과적인 수단을 개발하였다. 지역적인 요율산정회들은 원칙적으로 충분한 보험료를 확보하여 지급불능 리스크를 줄이고자 대부분의 보험회사들이 부과하도록 재산보험 요율을 산정했다. 많은 주에서는 안정성을 제고하고 불공정한 보험가격 차이를 줄이고자 요율산정회의 설립을 허용하거나 장려하였다. 일부 주에서는 요율산정회의 활동을 규제하기 시작하였으며, 소수의 주들은 규제당국에서 모든 보험사들이 사용하도록 요율을 산정하기도 했다.

앞에 언급된 맥커런-퍼거슨 법 제정의 결과로 대부분의 주들은 요율산정회에 대한 확대 감독을 하기 위하여 규제제도를 개정하였으며, 가장 일반적인 접근수단으로 요율산정회가 개발한 손해보험요율에 대하여 사전인가를 받도록 한 것이었다.

1950년대 후반부터 많은 주에서는 보험자로 하여금 산정회 요율 대신에 다른 보험요율을 부과하는 것이 용이하도록 만들었다. Allstate나 State Farm 같은 대형 직영판매보험사(direct writer)들은 낮은 사업비에 맞추어 요율을 낮게 부

5) 주요 재무건전성 규제의 형태를 보면 최소자본금, 투자제한, 연간사업보고 및 정기검사, 요율규제, 보증기금 등이 있음.

과할 수 있도록 허용하는 승인을 획득했다. 1960년대 중반까지 상당수의 주들은 사전인가규제를 폐지하였는바, 사전승인법을 경쟁요율법으로 대체한 것이었다. 그러나 1970년대 보험사고비용의 급성장으로 다른 다수의 주에서는 요율규제 완화를 피하고, 대신에 요율규제의 강도와 범위를 확대시켰다. 1980년대도 급격히 증가하는 손실비용으로 말미암아 산재보험요율을 낮추려는 규제적 압력이 확산되었던 시기였다. 이렇게 1970년대와 1980년대는 두 개의 다른 경향을 보여주었다. 일부 주에서는 민영산재보험 보장이 독점적이 아닌 주를 제외하고는 대체적으로 손해보험요율에 대한 규제를 완화하였다. 다른 대다수의 주에서는 전통적인 사전인가 요율규제의 강조점을 지급능력 확보를 위한 요율의 충분성 촉진에서 더 제한적이고 포괄적인 통제로 전환하여 요율증가를 억제하는 것을 목표로 삼았다. 요율규제의 방법과 운영의 변화는 후자에 동반되었다.

1990년대의 태풍과 지진으로 인한 재난적 손실발생은 주택소유자보험(homeowners insurance)의 요율산정과 언더라이팅에 주(州)의 개입을 확대시켰다. 반면에 다른 보험종목에서는 규제완화의 경향이 존재하였다. 자동차보험의 손실추세는 1990년대 초부터 확실히 개선되기 시작하였고, 많은 주에서 요율인상보다는 요율인하가 우세하였다. 1998년과 1999년 사이 약 4분의 1에 해당하는 주들이 기업성보험의 요율과 약관 규제를 완화하였으며, 다른 주들도 이러한 변화를 심사숙고하였다. 이러한 경향은 요율과 약관 규제가 별 유용한 목적도 없고 비생산적이라는 일반적인 인식을 반영한 것이었다. 보다 폭넓은 보험요율 규제완화에 대한 시기가 무르익었는지 모른다.

요율규제의 유형을 세분화하면 복잡하다. 다양하고 상이한 법이 자발적 시장요율에 적용되며, 같은 주 내에서도 보험종목에 따라 종종 다르게 적용된다. 게다가 요율규제의 운영도 동일한 유형의 법을 가진 주 사이에 다르게 나타난다. 개별법은 주(州)제작요율(한 예로서 매사추세츠 주의 자동차보험)에서부터 무(無)요율규제와 무(無)요율보고에 이르기까지 주와 보험종목에 따라 다르다. 요율규제법을 유형별로 크게 세 집단으로 나누면 <표 Ⅱ-1>과 같이 요약할 수 있다.

<표 II-1> 손해보험 요율규제의 주요 유형

규제법의 유형	주(州)의 수			
	개인용 자동차보험	주택소유자 보험	산재보험	일반 손해보험
사전인가 (주 제작요율, 사전인가)	**17**	15	28	10
조건부 사전인가 (유연요율, 비경쟁시장의 사전인가	**2**	2	-	1
무(無)사전인가(보고후 사용, 사용후보고, 보고, 무보고)	**32**	33	23	40

자료 : NAIC (2006)

나. 우리나라

보험시장을 포함한 금융시장에 대한 규제는 일반화되어 있다. 우리나라의 보험산업에 대한 규제·감독은 상법, 보험업법과 시행령 및 시행규칙에 법적 근거를 두고 있으며, 일선 감독기관인 금융위원회와 금융감독원은 구체적인 보험감독을 위하여 보험업감독규정과 보험업감독업무시행세칙을 제정하고 있다.

<표 II-2> 자동차보험 규제완화 세부일정

일 정	요 율	셀 세분화	상 품
1994년 4월	할인 할증 폭 - 개인용: ±10% - 단체: ±20% - 사고기록에 따른 특별할증: 0~50%(96년 4월 폐지)	규제	사전승인, 실질적인 업계전체 공동의 상품/마케팅
1995년 8월	피보험자의 특성요율 폭 - 보험가입기간에 따라 ±10%(98년 8월 폐지)		
1996년 8월	기본보험료 범위요율 폭 확대(1단계) - 개인용: ±3% - 업무용: ±5% - 영업용: ±10%	Sub-cell 세분화를 위해 positive list 허용	
1998년 8월	기본보험료 범위요율 폭 확대(2단계) - 개인용: ±6% - 업무용: ±10% - 영업용: ±20%		
2000년 8월	- 범위요율 폐지 - 부가보험료 자유화	목록 확대	상품자유화
2001년 8월	순보험료 자유화 - 2001.1: 10인 이하 승합차 - 2001.4: 영업용(택시) - 2001.8: 개인용, 업무용		

자료 : 정중영(2002)

주요 규제의 영역은 시장진입, 영업활동, 재무건전성, 공시제도, 자산운용, 상품인가 등을 포함한다. 그 중에서도 재무건전성 규제는 지급여력, 보험요율, 책임준비금 등에 초점을 맞추고 있다. 자동차보험의 요율규제완화는 <표 II-2>와 같이 단계적으로 이루어져왔다.

3. 요율규제 완화

앞에서 살펴 본대로 미국은 1980년대와 1990년대에 걸쳐 대부분의 규제산업(예를 들면, 항공, 트럭, 철도, 통신, 은행)에 가격 및 진입 퇴출에 대한 규제완화가 성공적으로 이루어졌다. 이러한 변화에 몇 안 되는 예외적인 산업 중 대표적인 것이 손해보험 산업이다. 지급능력, 가격산정, 진입 퇴출 등 아직도 주(州) 차원에서 규제가 시행되는 산업으로서 국가 차원에서 한 번의 결정에 의해서가 아니고 규제가 시행되는 모든 관할지역에서 함께 완화가 이루어져야 하기 때문이다.

1999년에는 미국에서 금융현대화법(Gramm-Leach-Bliley Act)의 통과로 은행업과 보험업의 통합이 허용되었다. 이러한 변화는 유럽연합(EU)이 1994년 시행한 보험가격 및 시장진입의 규제완화와 함께 미국손해보험시장에서 요율과 약관형식에 지속적인 규제를 할 것인가에 대한 이론적 실증적 검토를 하게 되는 기반을 마련해 주었다.

보험가격산정은 중요한 경제적 이슈이다. 왜냐하면, 보험은 소비자와 기업에게 리스크를 분산시켜줌으로써 경제적 복리를 증진시켜주는 중대한 역할을 하기 때문이다. 보험료가 소비자의 지출에서 차지하는 비중이 높기 때문에 보험시장 효율성이 조금만 개선되어도 경제적 복리를 상당히 개선시킬 잠재력을 갖고 있다. 다른 나라들의 경우 규제완화는 일반적으로 소비자 복리에 긍정적인 영향을 가져다주었다. 보험의 비용과 가격의 감소, 소비자에게 질 좋은 다양한 서비스 제공의 개선, 기업에게는 새로운 기술을 채택하고 생산성을 향상시키는 유인을 제공해주는 것 등이 이에 속한다. 반면에 규제는 소비자 집단 간의 교차보조금 발생 등의 비효율성을 초래하였고, 이러한 것들이 규제완화로 감소되

거나 제거된다.

다른 산업과 마찬가지로 보험가격규제[6]에 대한 초기 주장은 시장실패를 교정하기 위하여 규제가 필요하다는 견해에 근거하였다. 이러한 '공공이익'에 근거한 보험가격규제는 두 가지의 시장실패에 초점을 맞추었다. 하나는 가격경쟁에 뛰어드는 보험회사의 경향으로 대규모의 지급불능사태로 이어질 수 있고, 다른 하나는 보험회사 간의 담합으로 과도한 가격과 이익을 초래할 수 있다는 것이다.

종합해 보면 가격규제는 평균적으로 자동차보험에 대한 소비자의 장기적 비용을 현저하게 줄여주지 않는다. 반면에 가격규제는 보험의 가용성(availability)을 줄이고 가격의 변동성을 증가시킨다. 제도적으로 고비용 운전자를 보조하여 주의운전에 대한 유인을 줄여주고 사고비용을 증가시킨다. 규제는 또한 현금흐름의 변동성을 증가시켜 산업의 자본비용을 증가시킨다. 규제는 보험회사들이 해당 주의 보험시장에서 퇴출하도록 만들어 선택을 제한하고, 보험회사의 파산확률을 증가시켜 소비자복리를 줄여준다.

다른 산업의 규제완화 연구에서 보면 규제완화가 예상치 않은 역동적인 생산성 편익을 종종 가져왔다. 예를 들면, 항공산업의 경우 항공요금의 규제완화가 되면서 'hub-and-spoke' 시스템의 개발로 산업의 운영비용을 현저하게 경감시켰고, 그러한 편익은 항공요금 인하라는 편익을 소비자에게 대부분 전가되었던 것이다. 규제완화는 보험산업에도 유사한 효과를 가져와서 마케팅, 언더라이팅, 계약자서비스 및 보험금지급 등의 과정에 혁신을 통하여 가격을 낮추고 상품의 질을 높일 수 있을 것이다.

이러한 규제완화의 흐름은 전 세계 금융서비스부문에 확산되어왔다. 미국에 1999년 금융현대화법의 통과로 금융서비스회사들이 다양한 상품과 서비스를 제공할 수 있도록 제한을 완화했듯이, 유럽의 경우 제3세대 EU지침이 1994년에 제정되어 가격규제를 포함한 보험시장의 대부분의 규제를 철폐하였고 유럽 보험회사들이 국경을 넘어 운영하는 것에 대한 제한을 제거하였다. 일본도 궁극적으로 보험가격에 대한 규제완화를 포함한 규제개혁을 시작하였다.

우리나라의 자동차보험 가격자유화는 앞의 <표 Ⅱ-2>에 요약되어 있듯이 단

6) 보험가격(규제)과 보험요율(규제)은 같은 의미이며 혼용되어 사용되고 있음.

계적으로 이루어져 왔다. 즉, 범위요율을 수년간 단계적으로 확대해 오다가 2000년 8월 부가보험료 자유화로 시작하여 2001년 8월 개인용 자동차보험의 순보험료 자유화에 이르러 외형적으로는 자동차보험의 가격자유화 또는 요율규제 완화가 완성된 것이라 볼 수 있다. 이러한 가격자유화가 8년 경과한 시점에서 우리나라의 자동차보험 가격자유화를 전후한 시장의 변화를 관찰하여 미국이나 다른 나라의 사례와 비교 분석함으로써 자동차보험 종목뿐 아니라 향후 보험산업의 규제완화의 방향을 조망해보는 작업이 필요하다고 하겠다.

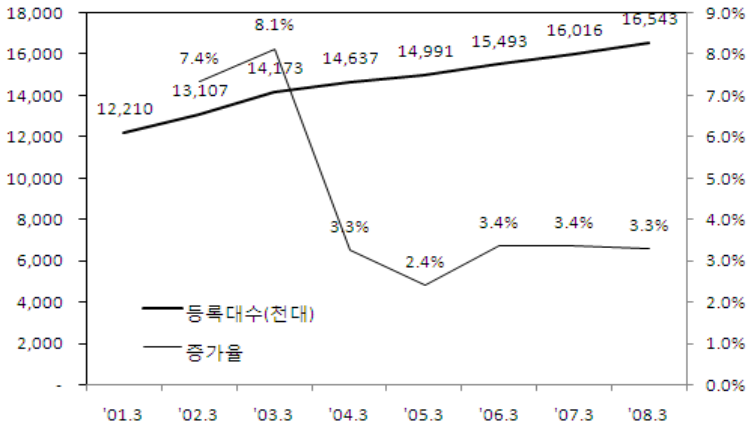
Ⅲ. 시장의 구조-행위-성과 분석

1. 자동차보험시장 현황

가. 시장규모

자동차보험 자연성장률에 해당하는 자동차 등록대수 성장추이는 2003년 까지는 7~8%수준으로 증가하였으나, 이후에는 성장률이 둔화되어 2000년 중반 이후 3% 수준으로 감소하였다. 2008년 3월 현재 전년대비 3.3% 증가에 그치고 있다.

<그림 III-1> 자동차등록대수 추이



<표 III-1> 자동차등록대수의 증가추이

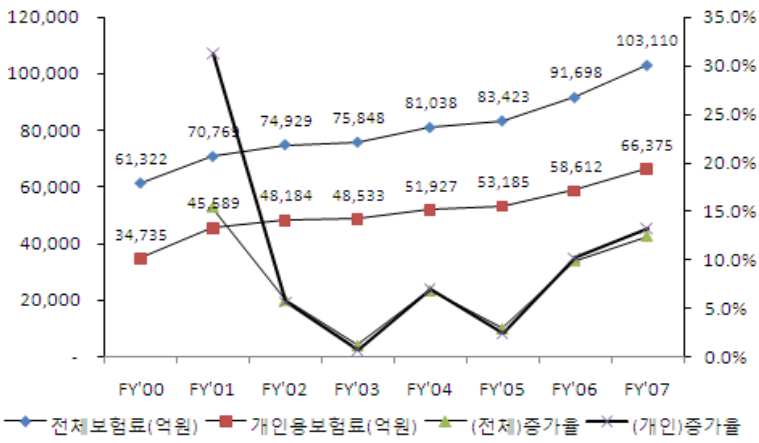
(단위: 천대)

구 분	'01.3	'02.3	'03.3	'04.3	'05.3	'06.3	'07.3	'08.3
등록대수	12,210	13,107	14,173	14,637	14,991	15,493	16,016	16,543
증가율	-	7.4%	8.1%	3.3%	2.4%	3.4%	3.4%	3.3%

자료 : 국토해양부, 각 년도.

자동차보험 수입보험료의 성장률은 FY'03, FY'05를 제외하고 5%이상이었던 것으로 나타났다. 특히 FY'01, FY'06, FY'07에 자동차보험 시장이 큰 폭으로 성장한 것으로 나타났으나, FY'03, FY'05의 경우에는 5% 미만 성장을 시현하였다. 앞의 <표 III-1>에서 등록대수 성장률이 3% 수준인 점을 감안하면, 이 기간 중 성장원인은 보험료 인상, 자동차보험원가 증가, 고가차량 증가 등의 영향 등으로 보인다.

<그림 III-2> 수입보험료 성장추이



<표 III-2> 수입보험료 성장추이

(단위 : 억원)

구 분		FY'00	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07
수□보	전체	61,322	70,769	74,929	75,848	81,038	83,423	91,698	103,110
	개인	34,735	45,589	48,184	48,533	51,927	53,185	58,612	66,375
증가율	전체		15.4%	5.9%	1.2%	6.8%	2.9%	9.9%	12.4%
	개인		31.2%	5.7%	0.7%	7.0%	2.4%	10.2%	13.2%

자료 : 보험개발원, 『손해보험통계연보』, 각 년도.

나. 영업수지

가격자유화 및 온라인 판매방식이 자동차보험 시장에 본격적으로 도입된 2000년 이후부터 영업수지의 적자가 지속되었다. 영업수지 악화규모가 큰 해의 다음 연도에 큰 폭으로 수입보험료 성장이 있었지만 영업수지 개선에는 큰 도움이 되지 못하고 있는데, 이는 보험료가 손해율 수준에 부합되게 조정되지 않았고 시장에서는 가격경쟁으로 보험료 인하가 진행되었기 때문으로 보인다.

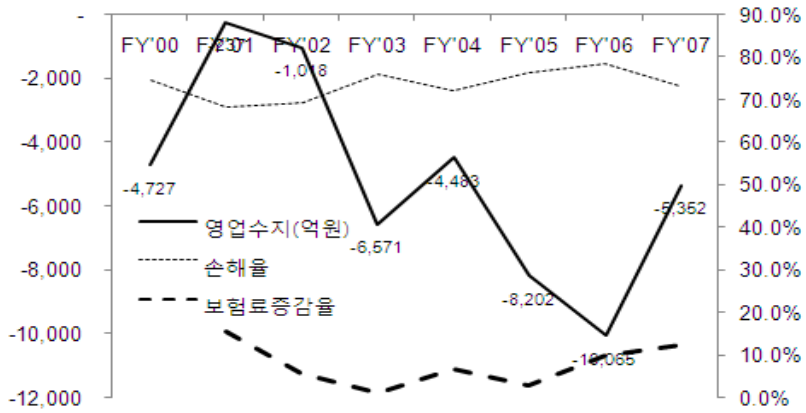
<표 III-3> 연도별 보험영업수지 추이

(단위: 억원)

구 분	FY'00	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07
손해율	74.6%	68.3%	69.3%	76.2%	72.1%	76.3%	78.6%	73.2%
영업수지	-4,717	-237	-1,018	-6,571	-4,483	-8,202	-10,065	-5,352
보험료 증감률	-	15.4%	5.9%	1.2%	6.8%	2.9%	9.9%	12.4%

자료 : 보험개발원, 『2007년도 보험통계연감』

<그림 III-3> 보험수지 증감추이



다. 온라인(on-line) 자동차보험시장

2000년부터 자동차보험 시장은 '자동차보험 요율자유화'와 '시장진입규제완화'라는 두 가지 큰 변화의 소용돌이에 놓여 있었다. '자동차보험 가격자유화'는 '94년 8월부터 범위요율 형태로 시작되어 2000년 4월 부가보험료 자유화, 2001년 1월 순보험료 자유화가 되었다(표 Ⅱ-2 참조). 2001년 1월 순보험료 자유화 이전까지는 범위요율 및 부가보험료 자유화가 실시되었기 때문에 보험회사 사이의 보험료 차이가 크지 않아 동 제도가 자동차보험 시장에 미치는 영향이 크지 않았다. 그러나 2001년 1월 1일부터 단계적으로 시행된 자동차보험 순보험료 자유화는 향후 자동차보험 시장에서 본격적인 가격경쟁의 단초가 되었다.

<표 III-4> 자동차보험의 순보험료 자유화 추진 일정

시행시기	보험종목
2001.1.1 (1단계)	10인승 이하 승합차
2001.4.1 (2단계)	영업용자동차보험, 운전자보험, 농기계보험, 외화표시자동차보험, 운전면허교습생자동차보험
2001.8.1 (3단계)	개인용자동차보험, 업무용자동차보험, 이륜자동차보험

자료 : 보험개발원(2001).

'가격자유화의 흐름'은 보험회사의 '상품개발 자유화'에도 영향을 주었고, 이는 기존에 대면접촉방식(대리점 및 설계사 채널을 활용한 판매방식)이 주력이던 보험회사가 온라인 판매방식의 상품을 개발할 수 있는 원인이 되었다.

1) 시장진입

'시장진입규제완화'는 2000년 1월 보험사업 최저자본금 기준이 완화되면서 시작되어, 2003년 5월 보험종목별 허가제도와 통신판매전문회사의 최저 자본금이 완화되었다.

<표 III-5> 보험업법의 진입규제 완화 경과

개정 일자	개정 전	개정 후
2000.1.21 법률 제6175호 (법 제6조제1항)	300억원 이상의 자본금 또는 기금을 보유하여야만 보험사업 영위 가능	보험사업 중 일부만 영위하는 보험사업자의 경우에는 100억원 이상의 범위에서 자본금 또는 기금을 차등
2003.5.29 법률 제6891호 (법 제9조 제2항)	대면, 비대면회사 동일	통신판매 전문 보험회사의 최저자본금을 일반 보험회사의 3분의 2로 완화

자료 : 이성남□김건식(2003).

2000년 1월 시장진입규제 완화는 2001년 10월 당시 교보자동차보험이 온라인 판매방식으로 시장에 진입하는 단초가 되었고, 2003년 5월 보험시장 진입규제를 완화한 보험업법 개정은 교보자동차보험이후 당시 교원나라 자동차보험(현재는 '더케이 손해보험'임), 다음다이렉트(현재는 '에르고 다음 다이렉트'임) 및 현대 하이카 다이렉트가 설립된 기초가 되었다.

보험업의 진입규제 완화시점에 맞추어 당시 교보자동차보험은 2001년 10월에 온라인 판매방식이라는 새로운 사업모델로 자동차보험 시장에 진입하였다. 교보자동차보험이 자동차보험시장에 뛰어들려고 준비하던 2000년에는 본격적인 자동차보험 가격자유화가 처음으로 시작되던 시점이었다. 즉, 가격자유화가 이루어지기 이전에는 모든 보험회사가 유사(또는 동일)한 보험료로 영업을 하여야 했으나, 이 시기부터는 보험회사마다 서로 다른 보험료로 영업을 할 수 있도록 허용되기 시작하였다.

교보자동차보험이 자동차보험 시장에 진입하던 시기에는 가격자유화 이전의 등급요율체계가 유지되고 있어서 리스크세분화가 진전되지 못한 시기였다. 즉, 일부 계층(서울 등 대도시 지역, 저할인계층, 긴 가입경력계층)에는 실제위험도보다 높은 보험료가 적용되던 시기이고, 2000년 1월부터 순보험료 자유화가 이루어졌음에도 보험회사들은 관성적으로 기존 요율수준을 유지하던 시기였다. 이러한 보험료 특성이 있는 자동차보험 시장의 세부시장을 목표시장으로 하여 교보자동차보험은 '평균 15%저렴한 자동차보험가격'이라는 모토로 시장에 진입하였다.

교보자동차보험이 자동차보험 시장에 진입한 것은 자동차보험 시장에 큰 영향을 준 사건이었다. 동 사가 저가격 전략으로 자동차보험 시장에 뛰어들자 기존 보험회사들은 시장을 방어하기 위하여 온라인 판매방식의 상품을 개발하였다. 교보자동차보험이 자동차보험 시장에 안착된 이후 동일한 사업모델로 자동차보험 시장에 뛰어든 회사들이 나타나기 시작하였다.

2) 판매전략

온라인 방식 회사의 주요 판매전략은 저렴한 가격이었다. 겸업사와 온라인

전업사 모두 영업전략은 '저렴한 가격'에 초점을 맞추고 있었으며, 시장차별화 전략을 수행하고 있지 않았다. 물론 교원을 목표시장으로 설정한 교원나라의 경우는 예외적일 수 있지만 다른 온라인 전업사의 자동차보험 판매전략은 대동소이하였다.

가격측면에서 온라인 자동차보험회사를 평가해보면 전체 평균보험료를 대면채널 상품보다 낮은 수준으로 하고, 목표시장에 대하여 경쟁업체보다 낮은 가격을 설정하는 전략을 사용하였다. 온라인 판매의 선두보험사인 교보자동차보험은 처음에는 자사보험료가 기존 자동차보험보다 평균 15% 저렴하다고 광고하였으며, 이후 온라인시장에 진입하는 모든 회사도 유사한 전략을 사용하였다.

상품측면에서 평가해보면 상품내용은 온라인판매 겸업사 및 전업사 모두 동일하였다. 즉, 모든 보험회사는 동일한 담보, 특약에서 연령한정특약 등 일부 특약을 제외하고는 유사한 요율구조였다. 온라인 전업사들 중에서 교원나라만 '자랑스러운 선생님 Package Ⅰ 및 Ⅱ'라는 상품을 판매하는 등의 특색이 있었으나, 나머지 회사는 상품내용에 큰 차이가 없었다.

광고측면에서 평가를 하면 모든 보험회사가 '저렴한 가격'을 내세우는 유사한 광고전략을 취하여 '경쟁회사보다 낮은 가격'이라는 내용으로 광고를 하고 있고, 고객의 니즈나 효용 측면에서 시장차별화를 하고 있지 있다.

온라인 판매방식 보험회사들의 목표시장은 보험료 단가는 높고 손해율이 양호한 계층, 즉 기존 보험회사들의 주(主)수익원에 해당하는 시장이다. 온라인 판매방식의 시장점유율을 지역별로 보면(표 Ⅲ-6 참조) 대도시 지역이 기타 시도 지역보다 높은데, 그 이유는 손해율이 낮고 온라인 인프라가 잘 갖추어진 도시 지역을 중심으로 영업이 집중되었기 때문이다.

<표 III-6> 온라인 판매방식의 지역별 점유율

(단위: %)

지역구분	온라인비중	손해율	지역구분	온라인비중	손해율
서울	17.8	69.4	강원	5.9	76.0
부산	13.3	65.9	충북	9.8	76.6
대구	11.6	68.7	충남	7.4	85.3
인천	15.4	82.9	전북	6.6	86.5
광주	13.3	73.7	전남	7.1	85.1
대전	13.0	75.3	경북	6.5	81.3
울산	11.6	64.8	경남	10.3	76.5
경기	15.2	77.2	제주	8.4	71.0

자료 : 보험개발원(2006).

특히 서울은 17.8%, 경기도는 15.2%의 점유율을 보이고 있어, 자동차 등록대수가 가장 많고 온라인 인프라가 잘 갖추어진 서울 및 경기도가 온라인 보험회사의 주요 목표시장이었음을 알 수 있다. 2009년 현재 지역별 요율차등화 제도가 시행되지 않고 있으므로 향후에도 대도시에서 온라인 방식의 시장점유율이 가장 높을 것이다.

연령별 온라인 판매방식의 시장점유율을 보면, 주력 우량계층인 30대 및 40대가 주요 목표시장이었음을 알 수 있다(표 III-7 참조). 2009년 1월 현재 보험회사들의 연령그룹별 요율조정 전략은 일부 주력 계층에 집중하던 온라인 판매회사의 전략에 부정적 영향을 준다.

<표 III-7> 온라인 판매방식의 연령별 점유율

(단위 : %)

연령구분	온라인비중	손해율	연령구분	온라인비중	손해율
21~25세	8.1	66.8	51~60세	10.0	73.5
26~30세	17.5	72.7	61~70세	10.6	74.0
31~40세	17.0	76.1	71세 ~	9.1	87.9
41~50세	11.0	76.5	전체	13.1	75.0

자료 : 보험개발원(2006).

3) 높은 성장률

온라인시장의 보험료는 2001년 도입 이후부터 2007년까지 연평균 102.9%(시장점유율기준: 연평균 87.4%)씩 성장하였다. 2001년 0.4%이던 시장점유율은 매년 성장을 거듭하여 2007년에 17.3%에 이르렀고, 수입보험료도 2001년 약 256억원에서 2007년에 약 1조 7,838억원으로 크게 늘어났다(표 Ⅲ-8과 그림 Ⅲ-4 참조).

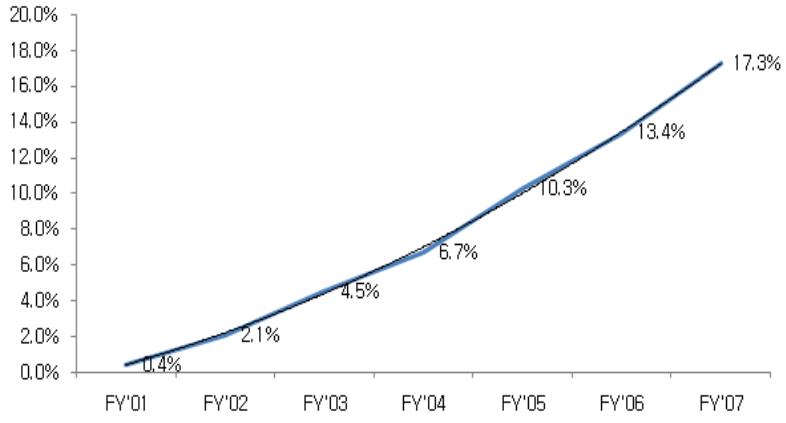
<표 Ⅲ-8> 온라인 판매방식의 자동차보험 수입보험료 및 시장점유율 추이

(단위: 억원)

구 분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07
수입 보험료	256	1,671	3,411	5,446	8,593	12,288	17,838
점유율	0.4%	2.1%	4.5%	6.7%	10.3%	13.4%	17.3%

자료 : 보험개발원(2006).
보험개발원, 『2007년도 보험통계연감』.

<그림 Ⅲ-4> 온라인 판매방식 자동차보험 시장점유율 추이



온라인 자동차보험사의 시장점유율 성장이 지속된 이유는 다음과 같이 판단된다. 첫째, 자동차상품은 보장내용(약관) 및 요율체계가 규격화되어 있고, 계약체결방식이 전산화, 자동화되어 쉽게 보험계약 상담 및 계약체결이 가능하다. 둘째, 온라인 판매방식의 보험료 수준이 대면방식보다 낮다. 자동차보험 가입자가 가장 중요시하는 요소 중 하나가 '보험료'인데, 직판상품이 기존 대면판매방식 상품보다 저렴한 가격을 표방하고 있고, 실제로도 평균적으로 보험료 수준이 낮다. 셋째, 소비자가 사고시 보상서비스 질에 대한 차이가 온라인 판매방식 상품과 대면판매 상품 사이에 차이가 없다고 느낄수록 온라인 판매방식의 판매경쟁력이 올라간다. 현재 온라인 판매방식을 도입한 회사들은 저렴한 가격에 동일한 보상서비스를 표방하고 있고, 이를 소비자가 직판회사들이 주장하는 내용을 수긍하는 비율이 증가할수록 직판의 경쟁력이 강화될 것이다.

4) 수익성

온라인상품 판매회사들의 수익성은 낮은 것으로 나타났다. 온라인 보험회사의 2007년 기준 합산비율은 겸업사는 97.6%이나 전업사는 100%를 초과한 것으로 나타났다(표 Ⅲ-9 참조). 2006년 6월에 영업을 시작한 하이카 다이렉트를 제외하고 영업기간이 3년 이상 된 온라인 자동차보험회사들의 합산비율도 거의 모두 100%를 넘은 것으로 나타났다.

<표 III-9> FY'07 온라인 겸업사와 전업사의 손해율 및 합산비율

구 분	손해율	순사업비율	합산비율
겸업사	75.5%	22.1%	97.6%
전업사	79.7%	20.7%	100.4%

주 : 손해율은 발생손해액을 경과보험료로 나눈 값이며, 순사업비율은 순사업비를 보유보험료로 나눈 값임.
자료 : 금융감독원(2008).

롯데손보를 제외한 온라인 상품을 판매하는 대부분의 보험회사들의 합산비율

이 높은 이유는 사업비율이 예상보다 크기 때문으로 분석된다. 교보AXA(83.7%)를 제외한 대부분 회사의 손해율이 80% 이하인 반면, 롯데, 쌍용, 더케이를 제외한 대부분 회사의 사업비율은 20%를 초과하고 있다(표 III-10 참조).

<표 III-10> 온라인 상품 판매회사의 손해율 및 합산비율(2007년)

구 분		손해율	순사업비율	합산비율
겸업사	메리츠	76.2%	31.52%	107.7%
	한화	74.2%	31.73%	105.9%
	롯데	75.6%	11.71%	87.3%
	그린	79.4%	37.22%	116.6%
	쌍용	78.4%	16.99%	95.4%
	제일	75.3%	24.45%	99.8%
	동부	73.7%	21.82%	95.5%
전업사	교보	83.7%	21.83%	105.5%
	더케이	77.1%	18.73%	95.8%
	다음	79.8%	20.51%	100.3%

자료 : 금융감독원(2007).

2. 시장구조 분석

어떤 산업이 경쟁의 편익을 누리고 있는지 여부를 판단할 때 경제학자들은 통상적으로 시장구조와 시장진입의 용이성을 검토한다. 경쟁행위의 핵심은 기업들의 공조행위 결여에 있다. 극소수의 기업이 막대한 시장점유를 하고 있고 시장 내에 새로운 진입으로부터 보호받고 있다면 가격을 원가 이상으로 높이려는 기업 간의 공조가 발생할 가능성이 높아진다. 경제학자들은 시장구조와 진입의 용이성이 자동차보험의 경쟁 상태에 매우 관련이 있다는 데에 대체로 동

의한다. 본 보고서에서 사용되는 시장집중률(CR)과 허핀달지수(Herfindahl index)는 시장집중도를 측정하는 보편적인 두 척도이며, 진입의 용이성은 신규 진입자의 출현을 통해 분석한다.

가. 시장점유율의 변화

자동차보험회사들의 시장집중도 변화와 함께 시장의 구조변화를 파악할 수 있는 관심 있는 분야가 시장점유율의 변동이다. <표 Ⅲ-11>은 15개 자동차보험회사의 보험료 규모와 시장점유율을 1997년, 2001년, 2007년으로 구분하여 10년 동안의 변동을 보여주고 있다. 상위 4개사 그룹(삼성, 현대, 동부, LIG)의 시장점유율은 1997년에 68.6%에서 2001년 72.3%로 가격자유화 이전에는 시장점유율이 증가 하였으나, 가격자유화가 진행된 6년 후인 2007년에는 67.8%로 감소하였다.

상위그룹의 시장점유율 감소폭은 4.5%이지만 다른 6개 국내자동차보험회사의 시장점유율은 가격자유화 이후인 2001-2007년에 6.3%나 감소하였다. 이러한 기존 자동차보험회사의 점유율 감소는 교보자동차, 더케이, 다음, 하이카(Hicar)와 같은 온라인 자동차보험사의 시장진입에 의한 결과로 설명된다. 온라인 보험사의 급성장은 괄목할 만하다. 특히 교보자동차의 시장점유율은 2001년에 0.4%로 보험료 규모 11위에 불과하였으나, 6년 후인 2007년에는 4.5%로 업계 6위로 부상하였다.

<표 III-11> 시장점유율의 변화, 1997-2007

(단위: 백만원, %)

보험사	1997			2001			2007		
	원수보험료	MS	순위	원수보험료	MS	순위	원수보험료	MS	순위
삼성	1,483,713	27.1	1	2,128,851	31.5	1	2,985,076	29.0	1
현대	802,926	14.7	2	982,680	14.5	2	1,548,423	15.0	2
동부	790,952	14.0	3	961,311	14.2	3	1,391,487	13.6	3
LIG	700,321	12.8	4	818,715	12.1	4	1,066,240	10.3	4
메리츠	429,368	7.9	5	556,320	8.2	5	655,741	6.4	5
제일	298,572	5.4	6	303,690	4.5	7	421,146	4.1	7
흥국	292,770	5.3	7	355,865	5.3	6	289,185	2.8	9
롯데	249,396	4.6	9	198,514	2.9	9	332,585	3.2	8
한화	273,151	4.9	8	291,887	4.3	8	238,221	2.3	12
그린	148,340	2.7	10	128,885	1.9	10	220,244	2.1	14
AHA	7,839	0.14	11	14,699	0.2	12	6,454	0.1	15
교보	-	-	-	26,045	0.4	11	468,981	4.5	6
더케이	-	-	-	-	-	-	196,385	1.9	14
다음	-	-	-	-	-	-	245,335	2.4	11
하이카	-	-	-	-	-	-	245,510	2.4	10

자료 : 보험통계연감, 1997-2007, 보험개발원.

나. 시장집중도의 변화

가격자유화 이전과 이후의 시장구조 변화를 비교하기 위하여 자동차보험회사들의 시장집중도를 Grace, et al. (2001)이 사용한 Herfindahl-Hirschman index (HHI)와 상위 4개사의 시장집중률(CR4)로 측정하였다.

<표 III-12>에 의하면 가격자유화가 시행되기 전 5년 동안을 살펴보면 1997년

에는 CR4는 68.6퍼센트이고 HHI로 측정한 시장집중도가 1,482이었는데, 자유화가 시행된 2001년까지는 지속적으로 증가하여 CR4는 72.3 퍼센트, 시장집중도는 1,697로 나타났다. 시장집중도는 2001년에 최고로 높았다가 가격자유화가 진행되면서 하향화하여 6년이 지난 2007년에는 1,477로 하락하였다. 가격자유화 이전 5년간의 평균 시장집중도는 1,583인 반면, 이후 6년 평균은 1,523로서 60이 감소하였다. 이는 상위 4개 보험회사에 집중되었던 시장지배력이 가격자유화 이후에 약화되었음을 단적으로 보여주는 것이다.

<표 III-12> 시장집중률(CR4)과 시장집중도(HHI): 1997-2007

(단위: %)

연도	자동차보험 회사 수	상위 4개사의 시장점유율(CR4)	HHI
1997	11	68.6	1,482
1998	11	68.7	1,533
1999	11	70.6	1,569
2000	12	71.9	1,636
2001	12	72.3	1,697
2002	12	70.2	1,624
2003	14	68.6	1,553
2004	14	68.4	1,531
2005	14	68.2	1,465
2006	15	68.7	1,489
2007	15	67.8	1,477

자료 : 보험통계연감, 1997-2007, 보험개발원.

이러한 시장변화의 이면에는 시장에 새로 진입한 보험회사가 존재하고 있다. 즉, 자동차보험사업을 영위하는 보험회사의 수가 2001년에는 12개였는데 가격자유화 이후에 3개가 증가하여(진입 4개사, 퇴출 1개사) 2007년에는 15개로 되었으며, 이로 인하여 상위 4개사의 시장점유율이 2001년 72.3%로 최고점에 이르렀다가 점차 감소하여 6년 후인 2007년에는 67.8%로 4.5%나 줄어들게 된 것이다.

다. 시장 진입 및 퇴출

적당한 흐름의 보험회사 시장 진입과 퇴출은 경쟁을 유발시키고 자동차보험의 충분한 공급을 확보해주며, 소비자의 니즈에 효율적인 대응이나 수익창출에 실패하는 보험회사는 시장에서 퇴출이 예상된다. 신규로 시장에 진입하는 보험회사들은 확대되는 보험수요에 대응하도록 도와주고, 혁신을 촉진시키며, 가격을 인하시켜주며, 기존 보험회사들로 하여금 개선하도록 압력을 준다.

우리나라의 경우 가격자유화가 시작된 2001년 이후 6년 동안 4개의 신규 보험회사가 시장에 진입하였다(표 Ⅲ-13 참조). 상대적으로 적은 숫자의 보험회사들이 국내 손해보험시장에 참여하고 있는 것을 감안할 때, 4개의 신규 참여자는 의미 있는 숫자라고 볼 수 있다.[7] 가격자유화는 신규 보험회사의 진입을 촉진하여 가격 및 서비스 등의 경쟁을 촉진시켰다고 본다.

<표 III-13> 자동차보험시장의 진입 및 퇴출 보험사 현황: 1997-2007

(단위: 개)

연 도	연초 보험사 수	진입	퇴출	변동
1997	11	0	0	0
1998	11	0	0	0
1999	11	0	0	0
2000	11	0	0	0
2001	12	1	1	0
2002	12	0	0	0
2003	14	2	0	+2
2004	14	0	0	0
2005	14	0	0	0
2006	15	1	0	+1
2007	15	0	0	0

자료 : 보험통계연감, 1997-2007, 보험개발원.

7) 총 15개의 보험사에서 4개의 신규진입사가 차지하는 비중은 27%에 해당함.

3. 시장행위 분석

가격과 리스크분류에 규제적 제한이 없는 현대의 보험시장은 경쟁행위가 확산되어 있다는 증거를 보여준다. 가격, 언더라이팅, 서비스 측면에서 보험사들 간에 현격한 변화가 존재한다. 경쟁은 보험회사들로 하여금 비용 예측을 정확하게 하고, 정교한 가격과 언더라이팅을 통해 역선택을 피하도록 강한 유인을 유발시킨다. 그 결과, 경쟁은 고도의 정제된 요율분류체계를 갖도록 인도한다. 보험가격은 요율분류체계와 언더라이팅 기준에 따라 보험회사간에 매우 다르게 나타난다.

가. 경쟁 촉진

자동차보험 가격자유화로 가격인하 경쟁이 보험회사간에 본격적으로 시작이 되었는데, 이러한 가격인하 경쟁의 중심에는 새로이 자동차보험시장에 진입한 온라인 보험사들이 있다. 앞의 <표 Ⅲ-13>을 보면 2001년에 자동차보험 온라인 전업사인 교보다이렉트가 신규로 진입하였고, 2003년에 교원나라와 다음다이렉트 2개사가 진입하였으며, 2006년에는 기존 손해보험회사인 현대해상에서 자회사 형태로 온라인 보험사인 하이카(Hicar)를 발족시켰다. 새로운 시장진입자인 온라인 보험사들은 낮은 사업비를 무기로 표준형시장에서 기존 오프라인 보험사의 보험료보다 20~30% 낮은 보험료로 가격경쟁을 부추겨 실질적인 보험료 인하를 주도하였다.

가격경쟁을 통한 온라인 보험사의 지속적인 시장 확대는 대형 4사의 시장집중도를 축소시켜 시장 내의 경쟁을 촉진시켰다(표 Ⅲ-11, Ⅲ-12 참조). 이러한 국내 자동차보험시장의 경쟁은 비단 가격경쟁에만 국한하지 않고 상품과 서비스 경쟁으로 확대되어 가격자유화가 먼저 시행된 유럽 국가들에 비해 경쟁 측면에서는 진일보했다고 평가할 수 있다.

나. 상품 차별화

가격자유화의 시행은 자동차보험상품의 자유화를 의미하여 국내 자동차보험 회사들은 경쟁적으로 고보장상품을 개발하였다.[8] 즉, 기존에 판매되고 있던 자동차보험보다 보장내용이 확대되고 보험료는 비싼 고급형 자동차보험상품을 앞다투어 판매하게 되었다. 그 결과 <표 Ⅲ-14>에 요약된 상위 4개사들의 현황에서 보듯이 네 등급의 상품으로 세분화가 이루어졌다. 즉, 자동차보험상품에도 브랜드 마케팅 개념이 도입되어 보험회사들은 차별화된 보장내용과 서비스에 초점을 맞추어 시장을 공략하고자 노력했다.

8) 한편 자동차보험의 상품 및 서비스 경쟁의 또 다른 이유는 고객의 니즈 다양화에 대한 수용과 판매채널 다양화에 따른 보험사의 오프라인(off-line) 채널 경쟁력 강화 차원에서 이루어졌다고도 볼 수 있음. 즉, 주 5일제 근무에 따른 여가활동 확대 등으로 휴일 또는 주말보장 강화형 상품이 등장하는가 하면, 여러 가지 보험을 하나로 관리 하고 싶은 니즈에 따라 상해 질병 등과 자동차보험을 통합한 통합보험, 자동차보험과 가정종합보험(화재, 도난, 일상생활배상책임 등)을 패키지화한 것이 좋은 사례라 하겠음. 온라인 판매채널에 대한 오프라인 판매조직의 경쟁력 강화 차원에서 업계는 자동차보험에 컨설팅 기능을 추가한 신상품을 개발하여 판매조직이 직접 고객과 대면한 상태에서 고객에게 가장 적합한 가격과 보장내용을 설계해 줄 수 있도록 하고 있다.

<표 III-14> 자동차보험 상품 세분화: 상위 4개사 2003년 현황

보험회사	상 품	주요 특징
삼 성	애니카 일반	표준형 보장
	애니카	- 주말보상 확대 - 법률비용 보상
	애니카 플러스	- 상해보상 확대 - 차량보상 확대
	애니카 VIP	- 간병 지원금 - 차량보상 확대
현 대	하이카 개인용	표준형 보장
	하이카 New Auto	- 비행기, 기차, 전철 사고 보상 - 뺑소니사고 보상 확대
	하이카 Plus	- 상해보상 확대 - 차량보상 확대
	하이카 For You	- 보행중 사고 보상 - 가족보상 확대 - 차량보상 확대
동 부	프로미	표준형 보장
	프로미 내차사랑	- 차량사고에 대한 각종 비용 등 차량손해 보상 확대
	프로미 가족사랑	- 주말보상 확대 - 가족사고 비용 보상
	프로미 엑셀런트A	- 대인 대물 사고지원금 - 차량보상 확대
LIG[1)]	개인용	표준형 보장
	플러스	- 상해보상 확대 - 차량보상 확대
	매직카(레저)	- 사고처리 지원금 - 레저용품 보상 - 주말보상 확대
	First Class	- 간병 지원금 - 적재물 보상 - 차량보상 확대

주 : 1) 이전 회사명은 LG화재였음.
자료 : 오승찬 (2003).

다. 서비스 차별화

보험상품은 제조상품과는 달리 무형적이고 소멸되는 특징이 있기 때문에, 이러한 특징으로 서비스가 보험상품의 품질을 높이기 위한 중요한 요소가 될 수 있다. 계약관리의 개선이나 보험료 납부의 편의성 제고 등 일상적 업무의 개선도 보험서비스의 한 방편이라 할 수 있지만, 가격자유화 이후의 자동차보험 서비스의 중요한 특징은 자동차 운행시 발생할 수 있는 불편 해소에 초점을 맞춘 '긴급출동서비스'의 도입 및 확대라 하겠다.

특히 가격자유화 이후에는 긴급출동서비스의 범위도 차량의 고장시 제공하는 서비스 차원이 아닌 안전운전을 도모할 수 있도록 진단기능을 부가한 'total care 서비스'의 도입으로 한 단계 향상되었다. 사고발생시 보상이 주목적이었던 정비공장을 보험회사의 자체정비망으로 구축하면서[9] 고장 시 긴급출동에서 평상시의 차량 정비 및 점검까지 서비스의 범위를 확대시켰다.

라. 판매채널의 변화

가격자유화가 전면적으로 시행된 2001년 무렵 보험회사의 대면 판매조직인 설계사와 대리점은 수입과 직업만족도 측면에서 비효율적이고 취약한 채널로 간주되었다. 그들 중 연간 소득이 1천5백만원 미만이 70~80%에 해당되었다. 고능률 설계사들조차도 저능률 설계사들과의 판매수당, 지원금, 급여의 비차등화에 대하여 불만을 표출했다. 그리하여 전통채널의 구조개편은 대부분의 보험회사에 공공연한 현안이었다.

가격자유화는 자동차보험시장에 새로운 진입자에게 동기를 부여하였다. 신규진입자의 진입전략은 텔레마케팅이나 인터넷 마케팅과 같은 저렴한 판매채널을 구축하여 기존 자동차보험회사들에 대하여 가격경쟁력을 유지하고 리스크가 낮은 운전자를 목표로 삼았다. 그들의 시장진입은 가격경쟁 하에서 사업비용을 최소화하려는 기존 보험사들의 판매채널 구조개편에 심각한 영향을 주었다.[10]

---

9) 삼성화재의 '애니카 랜드', 현대해상의 '하이카 플라자', 동부화재의 '프로미 월드'가 그 예이다.

이에 대응하여 기존의 보험회사들은 대면채널 뿐 아니라 온라인으로도 보험판매가 이루어지도록 대체채널을 구축하는 다중채널 전략을 추구하였다.

4. 성과 분석

보험회사의 수익성을 측정하는 데에는 여러 문제점이 있지만[11] 수년간에 걸친 평균수익률을 대체적인 지표로 사용하는데 큰 무리는 없다. 본 보고서에서도 수익성의 지표로 손해율과 ROE를 10년 동안 가격자유화 전후로 나누어 분석하였고, 아울러 평균 자동차보험료의 추이도 10년 동안 비교해 보았다. 또한 보험가용성(availability)의 개선 여부도 잔여시장의 규모 변동을 통하여 가격자유화 전후하여 비교하였다.[12] 효율적인 보험시장은 우리 사회의 전체 리스크 비용[13]을 최소화하는 데에도 도움을 준다.

가. 가격 및 수익성

국내 자동차보험에 있어서 일반적인 가격활동의 지표로서 평균보험료가 있다. <표 III-15>에 의하면 1997년에 연평균 자동차보험료가 55만7천원이었는데

10) Harrington (2000)은 경쟁시장에 있어서 기업은 비용을 최소화하려는 강한 유인이 있으며, 비용절감의 혁신적 수단을 갖추는 기업은 거대한 이익을 볼 수 있다고 주장한다.

11) 보험회사의 자산과 부채의 시장가치에 대한 정보 결여, 손실의 변동성과 손실준비금의 오류가 특정년도의 회계이익에 미치는 영향, 특정종목의 자본수익률을 계산할 때 종목별 배분기준의 부재 등으로 인한 문제점들이 존재한다.

12) 미국 사우스캐롤라이나 주의 경우 놀라운 예가 있음. 25년간 언더라이팅에 금지사항, 리스크분류의 제한, 사전인가 요율규제를 시행하던 시기에는 잔여시장의 규모가 미국 내에서 가장 컸으나, 1999년 자동차보험 요율과 언더라이팅에 대한 규제가 완화된 이후로 보험회사의 진입이 증가하였고 잔여시장의 규모는 급속히 감소하였다(Grace, et al. [2001]).

13) 리스크 비용에는 손실비용, 손실통제비용(손실의 빈도와 심도를 줄이는데 사용되는 수단에 대한 비용), 그리고 리스크 경감과 전가 비용을 포함한다 (Harrington, 2000).

11년 후인 2007년에는 61만5천원으로 연평균 보험료 인상폭이 1.2%에 해당되어 연평균물가상승률 3.3%에 비해서는 인상폭이 작다. 가격자유화 이후 6년 동안의 연평균 증가율은 1.8%로 이전 4년 동안의 연평균 증가율 0.5%보다 높게 나타나고 있으나, 같은 기간 동안 2.9%의 소비자물가상승률[14]을 감안할 때 실질적으로 인상되었다고 말하기는 어렵다.[15]

게다가 가격자유화 이전인 1998-1999년은 1997년말 외환위기 이후의 자동차 운행 감소 및 이에 따른 사고율 감소 등으로 보험료 수준이 떨어졌고, 외환위기 극복 이후의 보험료 상승 추세에도 불구하고 실질적인 자동차보험료 증가율이 2002-2003년 2년 연속 마이너스(-)로 나타난 것은 자동차보험의 가격자유화의 영향이 컸다고 볼 수 있다.

14) 보험상품은 서비스상품임을 고려하여 소비자물가지수를 전체물가와 서비스상품으로 나누어서 증가율을 자동차보험료 증가율과 비교하였다.

15) 가격자유화가 시행된 2001년을 기준으로 소비자물가지수의 연간증가율을 적용하여 평균보험료를 계산하면 2002년은 57만2천원, 2003년 59만2천원, ..., 2007년은 66만원으로 각 연도의 평균보험료 수준보다 높게 나타나 물가변동률을 반영한 보험료 수준보다 실제 보험료 수준이 낮았다고 볼 수 있다.

<표 III-15> 연평균 자동차보험료와 물가지수: 1997-2007

(단위: 천원, %)

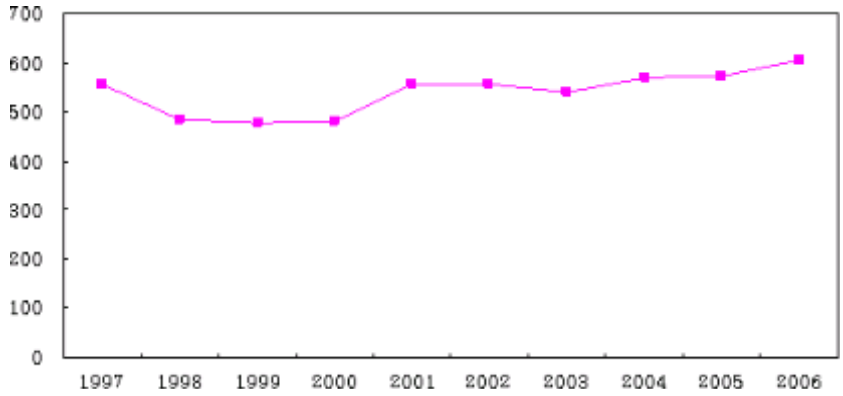
연도	대당 평균보험료[1)]	변동률	소비자물가지수 증가율	
			전체	서비스상품
1997	557	-	4.4	4.7
1998	483	-13.3	7.5	5.2
1999	477	-1.5	0.8	-0.8
2000	481	0.8	2.3	2.9
2001	556	15.8	4.1	4.5
2002	555	-0.2	2.8	2.8
2003	539	-2.9	3.5	3.7
2004	569	5.6	3.6	3.1
2005	571	0.4	2.8	2.4
2006	605	6.0	2.2	2.7
2007	615	1.7	2.5	2.9
평균:				
1997-2007	546	1.2	3.3	3.1
1997-2001	511	0.5	3.8	3.3
2002-2007	576	1.8	2.9	2.9

주 : 1) 개인용자동차경과보험료 ÷ 평균유효대수

자료 : 보험통계연감, 1997-2007, 보험개발원.
소비자물가지수, 1997-2007, 통계청.

<그림 III-5> 연도별 연평균 자동차보험료 추이: 1997-2007

(단위 : 천원)



수익성 지표인 손해율과 자본수익률(ROE)의 10년간 변동을 <표 III-16>을 통해 보면 가격자유화 이전에는 외환위기의 영향으로 자동차 사고율이 급락하여 손해율이 낮게 나타난 반면, 가격자유화 이후에는 높게 나타났다. 즉, 이전 4년 동안의 평균손해율은 63.7%이고, 이후 6년은 73.6%로 9.9% 증가하였다. 가격자유화는 실질적인 보험료 인하를 초래하였고, 수입보험료 증가분보다 사고액 증가가 큰 결과 손해율은 증가하게 되어 수익성의 악화를 가져왔다고 볼 수 있다.

반면에 기업의 대표적 수익성 지표인 ROE를 보면 10년 동안 변동이 심한 것을 알 수 있다. 가격자유화 이전 5년간의 평균 ROE는 23.8%인 반면, 이후 5년간은 -3.1%로 나타났다. 이 지표의 변동 폭이 큰 것은 국내 자동차보험회사의 자본이 상대적으로 작아서 수익의 작은 변동에도 ROE의 변동이 확대되어 나타나는 것이다.

<표 III-16> 자동차보험 손해율과 자본수익률(ROE): 1997-2007

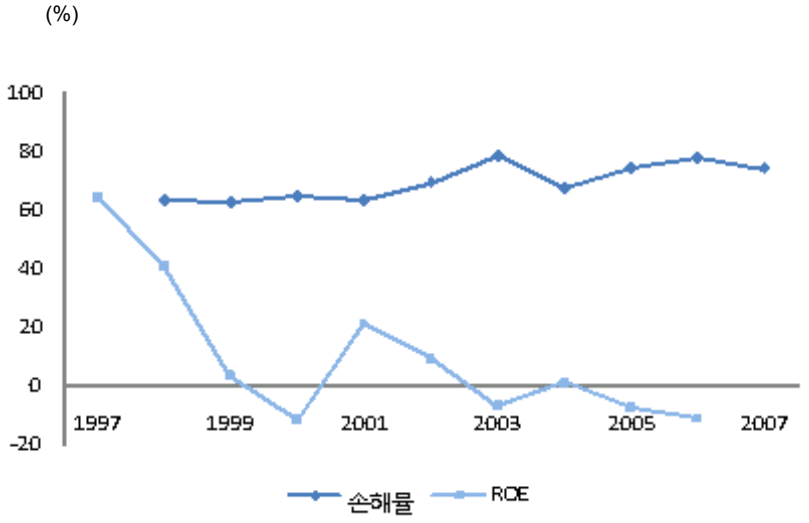
(단위: %)

연 도	손해율[1)]	ROE[2)]
1997	-	64.9
1998	63.6	41.3
1999	63.0	3.5
2000	64.7	-11.8
2001	63.5	21.3
2002	69.3	9.3
2003	78.4	-7.0
2004	67.7	1.0
2005	74.3	-7.6
2006	77.8	-11.4
2007	74.0	-
평균: 1997-2007	69.6	10.4
1997-2001	63.7	23.8
2002-2007	73.6	-3.1

주 : 1) 개인용자동차보험의 손해율 통계는 1998년부터 분류하여 집적되었음.
2) 자동차보험종목의 자본수익률임.
자료 : 보험통계연감, 1997-2007, 보험개발원, 이원돈(2008)

<그림 III-6>를 보면 ROE의 변동 폭은 손해율의 변동 폭보다 훨씬 큰 것을 알 수 있다. 하지만 손해율의 점진적인 증가추세에 상응하여 ROE는 2001년 가격자유화 시행 이후 하향세를 보여주는데, 이는 가격자유화가 가격경쟁을 유발하여 보험회사의 수익률에 부정적으로 영향을 주었음을 보여주는 하나의 증거라 볼 수 있다.

<그림 III-6> 자동차보험 손해율과 ROE 추이: 1997-2007



나. 사고율 및 규모

자동차 사고율과 사고로 인한 피해액의 규모를 개인용자동차보험을 통하여 파악한 결과 1998년부터 2007년까지의 통계가 <표 III-17>에 기술되었다.

전체적으로 볼 때 가격자유화 이후에 자동차 사고율은 증가하였으나 자동차 사고로 인한 평균피해액은 감소하는 추세를 보여준다. 가격자유화 이전 4년간 평균피해액은 156만5천원이었던 반면, 이후 6년간은 123만2천원으로서 32만9천원 감소하였다. 사고율은 자유화 이전 4년간은 평균 13.68%였고, 이후 6년간은 평균 20.63%로 증가하였다.

<표 III-17> 개인용 자동차보험의 사고율 및 피해액

(단위: 천원, %)

연도[1]	평균피해액 규모[2]	사고율[3]	손해율
1998	2,176	9.38	63.6
1999	1,428	13.17	63.0
2000	1,322	15.54	64.7
2001	1,332	16.65	63.5
2002	1,207	20.03	69.3
2003	1,214	22.27	78.4
2004	1,309	17.66	67.7
2005	1,185	20.36	74.3
2006	1,239	21.47	77.8
2007	1,263	21.99	74.0
평균: 1998-2007	1,368	17.85	69.6
1998-2001	1,565	13.68	63.7
2002-2007	1,236	20.63	73.6

주 : 1) 1998년도부터 통계 산출 시작됨.
2) 발생손해액 ÷ 사고건수
3) 사고건수 ÷ 계약건수
자료 : 보험통계연감, 1998-2007, 보험개발원.

자동차사고 평균피해액의 감소추세는 에어백(air bag)이나 antilock brake와 같은 자동차 안전장치의 개선으로 인하여 나타난 것으로 보이나, 사고율의 증가추세는 가격세분화 등 리스크의 보험료 반영으로 인한 운전자들의 사고감소 노력이 2004년부터 실시된 주 5일제 근무 등[16]으로 인한 자동차사고 증가 요인에 압도되어 효과를 보지 못한 것으로 분석된다. 즉, 자동차보험 가격자유화는 자동차사고 피해액의 심도나 빈도에 긍정적인 영향을 준 것으로 보이지 않는

16) 그 외에도 교통법규 위반차량 신고보상금제도의 2002년말 중단과 2002년 7월 실시한 교통법규위반자의 특별사면(481만명) 등이 자동차사고율의 증가에 기여했다고 업계에서는 추정한다.

다. Harrington (2000)은 경쟁이 보험회사로 하여금 사고액과 사고처리비용의 합을 최소화하려는 강한 유인을 제공한다고 주장하였는바, 국내시장에서도 이러한 유인이 작용했다고 유추할 수 있다. 그럼에도 불구하고 손해율이 가격자유화 이후 상승한 것은 손해액의 증가 추세가 경과보험료의 증가 추세보다 컸음을 보여준다.

다. 가용성: 잔여시장

자동차보험의 가용성(availability)은 자동차보험의 가격만큼 중요하다. 잔여시장 기능이 존재하기에 문제는 운전자들이 보험을 가입할 수 있는가보다는 그들에게 어떤 선택권이 주어지고(available) 구매가능한지(affordable)라고 하겠다. 잔여시장이 크면 보험회사와 보험계약자에게 문제가 된다. 왜냐하면 잔여시장의 적자운영과 적자를 보전하기 위한 보조금은 자발적 시장에 부담을 주고 자발적 시장의 성장을 악화시키기 때문이다.

<표 Ⅲ-18>를 보면 자동차보험 잔여시장의 규모와 시장점유율은 1997년에 가장 컸는데, 원수보험료가 2천477억원이고 점유율은 4.52%에 달하였다. 1998년과 1999년 잔여시장의 급격한 축소는 IMF로부터 구제금융을 지원받으며 국민들이 위기감을 느끼면서 자동차 운행을 자제하면서 촉발된 것이라고 부분적으로 설명할 수 있다.

<표 III-18> 개인용자동차보험 잔여시장 추이: 1997-2007

(단위: 천원, %)

연도	원수보험료	사고발생액	원수손해율	시장점유율
1997	247,712,763	234,759,886	94.8	4.52
1998	33,146,339	31,666,922	95.5	0.69
1999	21,804,832	31,139,775	142.8	0.43
2000	120,822,084	64,119,451	53.1	2.06
2001	183,511,393	120,129,666	65.5	2.71
2002	150,624,218	98,977,959	65.7	2.05
2003	126,717,118	98,631,876	77.8	1.70
2004	82,275,265	79,351,777	96.5	1.03
2005	67,525,742	45,559,960	67.5	0.82
2006	82,711,335	44,514,554	53.8	0.91
2007	32,837,928	22,468,353	68.4	0.82
평균:				
1997-2007	104,517,184	79,210,926	80.1	1.61
1997-2001	121,399,482	96,363,140	90.3	2.08
2002-2007	90,448,601	64,917,413	71.6	1.22

자료 : 보험통계연감, 1997-2007, 보험개발원.

잔여시장의 규모와 시장점유율은 가격자유화가 시행된 2001년 이후 점진적으로 줄었다. 가격자유화 이전의 평균시장점유율인 2.08%와 비교해볼 때 이후의 점유율은 1.22%로 0.86%가 줄어든 것이다. 잔여시장의 손해율은 90.3%에서 71.6%로 18.7%가 감소하여 같은 기간 전체개인용자동차시장의 손해율인 73.6%보다도 낮은 양호한 실적을 보이고 있다(<표 III-16> 참조).

리스크에 기반을 둔 보험료산정으로 인하여 자동차보험시장은 표준형시장과 고급형시장으로 세분화된 것으로 보인다. 그리하여 리스크가 높은 운전자들은 리스크세분형 보험료에 따라 자발적 시장에 상당 부분 흡수되면서 자동차보험 잔여시장의 점유율은 줄어든 것으로 판단된다.

Ⅳ. 해외 사례

규제완화와 가격자유화가 우리나라보다 앞서 실시된 주요국의 사례를 살펴봄으로써 국내 자동차보험의 가격자유화로 인한 시장변화의 흐름과 비교하여 공통점과 차이점을 통해 향후 보험시장 규제완화의 방향에 시사점을 찾아볼 수도 있을 것이다. 미국의 요율규제는 50개 주에서 각 주의 실정에 따라 서로 다른 시기에 다양한 형태의 규제완화가 이루어졌기에 종합적으로 시사점을 도출하기에 적합하지 않다. 그리하여 요율규제완화가 국가 차원에서 비교적 최근에 이루어진 국가 중에서 우리나라의 보험시장에 영향력이 있는 일본과 유럽의 대표적 국가인 영국과 독일을 대상으로 조사하였다.[17] 일본·영국·독일의 규제완화를 둘러싼 시장구조와 가격자유화의 진행에 따른 시장경쟁 양상 및 성과로 나누어 살펴본다.

1. 일 본

가. 시장 구조

일본의 자동차보험 소비자는 가격민감도가 낮아서 낮은 가격을 찾아 쇼핑하는 성향이 낮으며, 보험회사에 대한 충성도가 상대적으로 높아서 고객의 보험회사 간 이동이 적은 편이다. 그리고 낮은 가격보다는 고품질의 서비스를 원하는 고객이 상당수 존재하고 있다. 그러므로 자동차보험의 주요 판매채널인 대리점의 경우 실적이나 수익성이 매우 안정적이라 할 수 있다.

17) 일본은 전통적으로 우리나라 보험제도의 변천과 밀접한 관계를 유지해왔으며, 유럽국가 중에서 영국과 독일은 판매채널과 가격민감도 등에서 대조적인 국가들이다.

나. 시장 변화

일본의 자동차보험시장에 있어서의 규제완화는 1996년에 손해보험사와 생명보험사간의 업무영역 제한 철폐와 1998년의 가격자유화로 본격적인 변화의 기반이 마련되었다(표 IV-1 참조). 외국계 손보사인 AHA가 진입하여 직판채널을 통하여 저(低)리스크 고객에 대한 '리스크세분형' 자동차보험 판매를 시작하였고, 뒤를 이어 스위스의 Zurich, 프랑스의 AXA등이 저렴한 가격을 무기로 일본 자동차보험시장에 진입하였다.

자동차보험의 직접판매는 '96년 9월 자동차보험 통신판매의 허용 및 '97년 9월 리스크세분형 자동차보험 판매 허용이 그 배경으로 American Home Direct, Zurich, Direct Line 등 외국계 직판 보험회사 및 SONY손보 등 이(異)업종의 시장진출이 뒤따랐다. 일본의 경우 기존 손보사의 직판회사에 대하여 미온적인 대응을 보였는데, 이는 일본 자동차보험시장의 경우 가격보다는 고품질의 보상서비스를 원하는 고객의 비율이 높아 직판채널이 크게 활성화되지 못하는 측면과 다수의 직판회사 진출에 따라 직판 보험회사 간 경쟁격화도 그 원인으로 볼 수 있다.

선도보험사인 동경해상(東京海上)은 요율산출법상 보장되었던 2년간의 경과조치를 포기하고 '98년 10월에 TAP (Tokyo Automobile Policy)를 발매함으로써 독자요율을 선택함에 따라 나머지 회사들은 급속한 자유화의 길을 선택하지 않을 수 없게 되었다. 이후 상품개발의 경쟁이 심화되어 약 300여개에 달하는 상품이 개발□판매되었다. 개발된 자동차보험상품의 특징은 1) 신상품 개발 및 상품의 다양화, 2) 새로운 할인율 적용방법 개발, 3) 보험료 납입방법의 다양화, 4) 리스크세분형 및 통신판매 상품의 개발, 5) 패키지상품(암 담보, 일상생활 배상책임, 골프보험 등) 개발 등으로 설명될 수 있다.

<표 Ⅳ-1> 일본의 자동차보험 가격자유화 및 경쟁 양상

일 자	가격자유화 진행	일 자	경쟁 양상(보험업계 대응)
'96. 12	미□일 보험 합의 -'97. 9월부터 리스크세분형 요율 인가 -'98. 7월부터 산정회요율 사용의무 폐지	'96. 10	AHA, 자동차보험 통신판매 개시
'97. 6	리스크세분 가이드라인 제시	'97. 9	AHA, 리스크세분상품 통신판매 -보험료 30% 인하, 대대적인 광고
'97. 9	리스크세분형 상품 인가	'97. 10	東京海上, 단체계약 대상범위 확대
'98. 5	요율제도□요율수준 개정 -30세미만 부담보 신설 -평균 2% 보험료 인하	'98. 1	Zurich, 리스크세분 직판상품 발표
		'98. 10	安全火災, 분납할증보험료 5% 인하
'98. 7	손해보험요율산출단체에관한 법률 개정 -산정회요율 사용의무 폐지 -경과조치(2년간 기존요율 □상품 사용가능)		東京海上, 독자신상품 'TAP'판매 安全火災, 'Car Owner's 보험' 판매 大東京火災, 'Super SAP'판매
		'99. 2	東京海上, 'TAP' 상품개정
		'99. 6	住友海上, 환급형 '모도리치' 판매

자료 : 오승찬(2003)

일본 국내 상위사가 참여한 리스크세분화에 따른 가격경쟁은 '99년 10월 안전화재(安全火災)가 35세 이상 레저용에 대하여 기존보다 보험료가 10% 인하된 `Car Owner's 보험 ONE'의 발매로부터 촉발되었다. 이후 동경해상도 30세 이상의 운전자에게 보험료를 일률적으로 10% 인하하여 업계는 일시에 보험료 인하경쟁에 접어들었다.

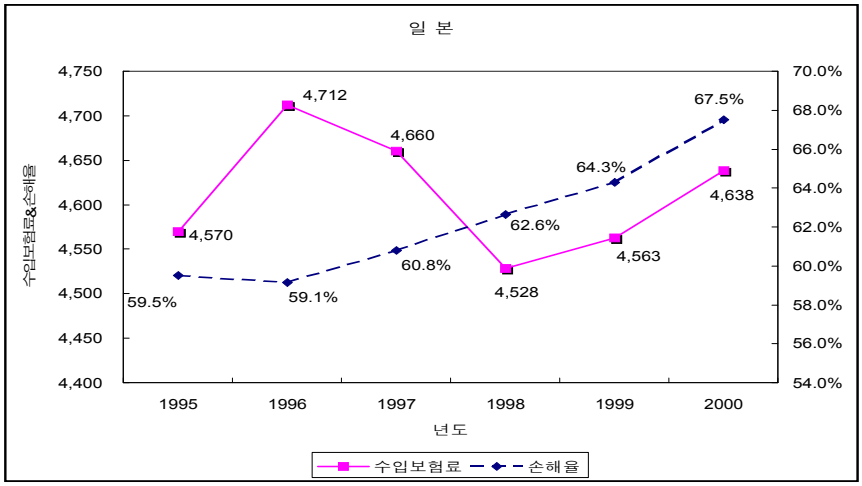
다. 성 과

경쟁의 격화는 실적 악화로 나타났다. 1996년 가격자유화 시행 이후 '97년에

마이너스(-) 성장을 기록하는 등 수입보험료는 축소되었고 손해율은 증가되었다.

'98년에는 마이너스 성장이 증폭되었고 '99년이 되어서야 플러스(+) 성장으로 전환되었다. 반면에 손해율은 보험료 감소와 사고 증가로 증가세를 보여주었다. 1995년 59.5%이던 자동차보험 손해율이 지속적으로 상승하여 1998년에는 62.6%, 2000년에는 67.5%로 증가하여 수익성이 악화되었음을 보여준다(그림 Ⅳ-1 참조).

<그림 Ⅳ-1> 가격자유화 이후의 일본의 자동차보험 실적 변화



자료 : 서영길□기승도(2001)

2. 독 일

가. 시장 구조

독일의 자동차보험시장은 가격민감도가 낮은 편이어서 10%의 가격 차이에 대하여 5% 정도의 고객만이 보험사를 이동할 의사가 있다고 할 정도이다(정중영, 2002). 대리점 위주의 기존 채널에 대해서도 비교적 높은 만족도를 갖고 있으며, 고객 유지율이 90%로 충성도 또한 높은 편이다. 또한 자동계약갱신제도로 인하여 고객들은 계약의 유지에 무관심한 편이다.

나. 시장 변화

독일의 손해보험시장은 1994년 EU의 제3차 손해보험지침 국내법화를 계기로 규제시장에서 자유경쟁시장으로 변화하였다(표 IV-2 참조). 요율의 사전인가 의무가 폐지되고 약관의 사전인가 의무도 사전제출 의무로 변경되었다. 즉, 본격적인 보험가격 자유화가 시작된 것이다. 시장의 선도보험사인 Allianz가 시장점유율을 사수하기 위한 가격경쟁을 선언하였으며, 그 후 3년 사이에 자동차보험 가격이 5~20% 하락하였다.

가격경쟁은 1995년 8월 Allianz의 신요율시스템 도입으로 촉발되었다. 차종, 연식, 차고지유무, 주행거리, 성별, 운전자연령, 계약자연령 등을 기준으로 한 신요율시스템은 당시로서는 획기적인 것이었다. 한편 2위사인 HUK-Coburg는 공무원 채널에 특화하여 매우 낮은 수수료로 자동차보험을 판매하여 시장점유율을 크게 확대하였다. 동 사는 전국 39개 지점에 주(州)정부 공무원(약 250만 명)을 목표로 파트타임 대리점을 통하여 이들의 동료 등을 계약자로 확보하였다. 즉, 특정 우량계층에 낮은 수수료가 적용되는 대리점을 통해 대량판매를 한 것이 자유화 이후 판매전략의 한 특징이라고 할 수 있다.

<표 Ⅳ-2> 독일의 자동차보험 가격자유화 및 경쟁 양상

일 자	가격자유화 진행	일 자	경쟁 양상(보험업계 대응)
'94. 7	EU 제3차 지침에 따른 국내법 시행	'95. 1 '95. 4 '95. 8	중소 손보사, 새로운 언더라이팅시스템 도입 Gothaer, 신요율시스템 개시 Allianz, 신요율시스템 도입 HUK-Coburg, HDI, R&V 등 신요율시스템으로 Allianz에 대항
'95~'96	「할인의 범람」 시대		
'96. 9	손해보험협회, 지역별 참조요율 발표	'98. 4 '98. 8	VHV, 새로운 보험상품 발표 Allianz, 직업분류를 세분화한 보험료체계 발표

자료 : 오승찬(2003)

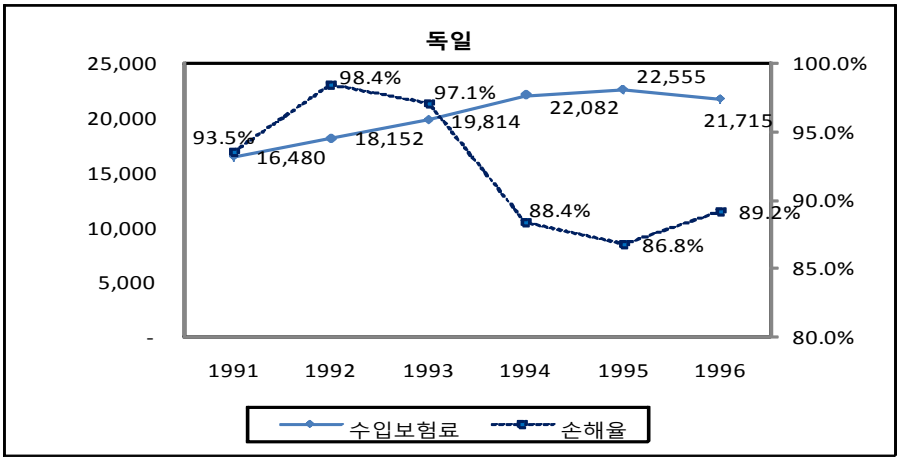
가격자유화 이전 독일에서는 영국과 달리 직접판매는 침투되지 않았다. 직접판매가 활성화되지 못한 이유는 독일 국민의 보수성으로 전속대리점에 대한 신뢰가 높다는 것과, 직접판매방식이 익숙하지 않음에 있었다. 독일의 경우 자동차보험 사업비율이 15% 정도로 직접판매가 대면판매에 비해 가격경쟁력을 유지하기 힘든 점도 있었다. 1994년 규제완화 이후 스위스의 Zurich, 프랑스의 AXA, 영국의 Sub Direct 등이 앞다투어 독일시장에 진출했으나 성공을 거두지는 못하였다.

다. 성 과

가격자유화 초기인 1994년부터 수입보험료 증가율이 축소되었고, '96년에는 마이너스(-) 성장을 시작하였다(그림 Ⅳ-2 참조). 이후 약 3년간은 마이너스 성장을 하였고 '99년 이후 낮은 회복세를 보여주었다. 수익률 측면에서는 가격자유화 이후 손해율이 꾸준히 증가하여 '99년 이후에는 100%를 상회한 것으로 보고되었다(서영길 키승도[2001] 참조).

<그림 Ⅳ-2> 가격자유화 이후의 독일의 자동차보험 실적 변화

(단위: 백만유로)



자료 : GDV (2007)

3. 영 국

가. 시장 구조

영국의 소비자는 보험상품의 가격민감도가 높아서 10%의 가격 차이에 35% 정도의 고객이 이동의사를 표시할 정도이다(정중영, 2002). 시장 내에 큰 비중을 차지하는 브로커(보험중개인)들이 고객의 구매행위를 교육시키고 조장한다. 고객의 이동성이 높은 이유 등으로 고객유지율이 63%로 낮은 편이다. 자동갱신 제도가 없는 것도 낮은 유지율의 한 이유가 될 것이다.

나. 시장 변화

EU 단일시장 실현을 목표로 보험시장 자유화가 1970년대부터 시작되어 1994년 제3차 손해보험지침에 대한 회원국들의 국내법화를 통해 단일 패스포트(passport)제로 상징되는 자유화의 틀이 완성되었는데, 그 중에서도 영국은 세계 최고의 자유경쟁시장이라고 할 수 있다.

영국 보험시장은 1996년 이후 약 3년 동안 대형사를 포함하여 대규모의 업계 재편이 일어났다. 1996년 7월에 Royal사와 Sun Alliance사가 합병하여 Royal & Sun Alliance가 되었고, 1998년 5월에는 British American Financial Services와 Zurich사가 합병하여 Zurich Financial Services가 되었으며, 1998년 10월에는 General Accident사와 Commercial Union사가 합쳐 CGU(Commercial General Union)사가 탄생하였다. 또 1998년 11월에는 Norwich Union사가 ITT London & Edinburgh사를 매수하였고, 1999년 2월에는 프랑스의 AXA사가 Guardian Royal Exchange사를 매수하였다. 이러한 재편에 따라 영국 손해보험사업의 집중도는 크게 높아질 수 있었다.

Direct Line사로 대표되는 직판회사는 계약체결의 효율성·편리성과 우량계약자 선별에 의한 저가격 보험상품의 제공 및 사고처리의 신속성 등을 통해 고객서비스 개념에 혁명을 불러일으키며 시장에서 가격 리더로서의 명성을 확보하였다. 그리하여 1996년에는 자동차보험시장의 32%를 점유하기에 이르렀고,

급속도의 성장세에 힘입어 2001년까지는 전체 자동차시장의 50%를 점유할 것으로 예상하였다.

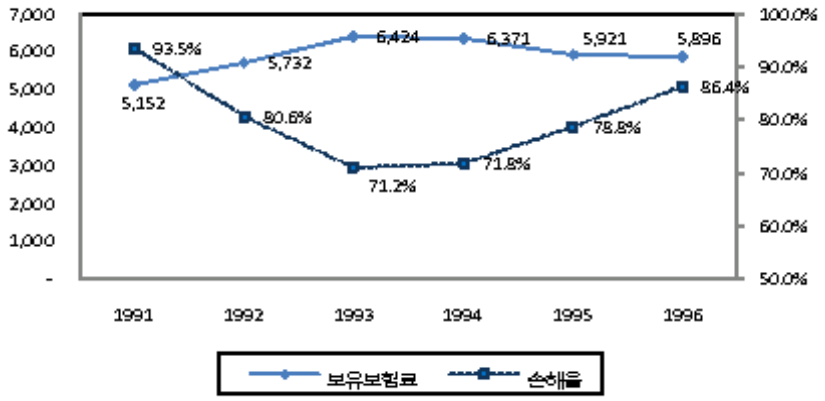
보험업무와는 무관한 기업이 브랜드파워를 앞세워 보험시장에 진입한 사례도 있었다. 예를 들면, Ford사 등의 자동차제조회사는 자사 자동차 구입고객의 로열티가 높은 것에 착안하여 소비자에게 종합적인 금융서비스 제공의 일환으로 직판 형태의 자동차보험 판매를 개시하였고, 자동차용품을 판매하는 KwikFit사는 1995년에 KwikFit Financial사를 설립하여 Guardian Royal Exchange와 제휴를 통해 자동차보험을 판매하였다. 이는 영국의 보험시장에 보험상품 단순화가 진전되고 보험회사에 대한 고객 로열티가 타 산업에 비해 상대적으로 낮은 것이 배경이라고 볼 수 있다.

다. 성 과

1994년 가격자유화가 시작된 이후 자동차보험시장은 수입보험료가 1년 후인 1995년에는 8% 대폭 감소하였으며 1996년에는 2% 축소되었다. 이는 시장의 축소라기보다는 과거보다 더욱 치열해진 경쟁 환경과 지급보험금 감소에 따른 보험료 인하가 주원인이라 볼 수 있다. <그림 Ⅳ-3>에서 보듯이 자동차보험의 손해율이 1994년 71.8%에서 1996년 86.4%로 가격자유화 이후 수익성이 악화되었다. 자동차보험의 가격은 1994년부터 2001년까지 매년 약 8%씩의 가격하락을 가져왔다. 선도보험사인 Royal & Sun Alliance는 합병을 통하여 15%의 점유율을 확보했고, 직판보험사인 Direct Line은 급속도로 시장점유율을 확대해 나갔다(서영길 키승도[2001] 참조).

<그림 Ⅳ-3> 가격자유화 이후의 영국의 자동차보험 실적 변화

(단위: 백만파운드)



자료 : ABI (1999)

4. 시사점

주요국의 사례를 보면 가격자유화 과정에서 신규 경쟁자의 진입, 수익성 저하, 시장세분화, 통폐합 등이 불가피하게 일어나고 있으나, 그 정도와 기간은 국가별로 차이가 있는 것으로 분석된다. 가격자유화 이후에는 공통적으로 가격하락, 직판채널의 점유율 상승, 손해율 상승, 신상품 개발 등의 변화가 발생하였다. 그 속도나 강도는 국가별 고객의 구매행위, 가격민감도, 보험회사에 대한 충성도와 기존채널의 수익성 및 생산성 등에 의해 결정되고 있다.

국가별로 보면 일본에서는 1997년 9월 리스크세분화에 따른 가격결정이 승인되면서 통신판매 및 리스크세분형 자동차보험 상품을 통하여 외국계 보험사들의 시장점유율이 증가하였다. 이에 따라 일본 손보사들도 독자적인 상품을 개발 판매함으로써 보험사간 가격 및 상품 경쟁이 가속화되기 시작하였다. 독일처럼 가격민감도가 낮고 기존채널에 대한 만족도가 높아 직판채널이 빠르게 성장하지 못하는 시장에서도 가격자유화 이후 가격이 5~20%까지 하락하는 현상

이 발생하였다. 영국과 같이 직판채널과 기존 회사 간의 경쟁이 심화되는 경우에는 2~3년 동안 매년 8%의 가격하락을 경험하였다. 독일을 제외한 다른 두 국가에서는 가격자유화에 편승하여 직판 보험회사들의 시장진입으로 가격경쟁을 주도하였으며, 그 결과 손해율 증가 등 수익성의 악화가 뒤따랐다.

Ⅴ. 결 론

1. 가격자유화의 효과

보험산업 측면에서 가격자유화의 영향을 분석한 결과 수익성 악화와 같은 부정적 측면이 있었던 반면에, 언더라이팅 기술의 발전과 상품개발능력의 향상 등 긍정적인 영향도 있었다. 보험소비자 측면에서는 가격자유화와 함께 진입규제 완화로 인하여 가격경쟁을 촉발하여 실질적인 가격인하를 가져왔으며, 다양한 상품 및 서비스 제공과 공정한 요율적용 등으로 소비자의 편익이 증가하였음을 보여주었다. 이는 전통적인 보험규제의 목적이 공공의 이익(public interest)을 위한 것이라고 주장하지만, 실제로는 보험규제의 완화가 차라리 공공의 이익을 증가시킨 것으로 할 수 있다.

가. 보험산업

자동차보험시장의 집중도는 가격자유화 이후 지속적으로 감소하였고 상위 4개 보험사의 시장점유율도 전반적으로 축소되었다. 이러한 변화는 가격자유화에 앞서 2000년 1월 시행한 시장진입규제 완화의 영향으로 12개사였던 자동차보험시장에 4개의 신규보험사가 들어오면서 가격경쟁 등을 통하여 기존 보험사의 시장을 점유했기 때문이다. 즉, 진입규제의 완화와 더불어 보험가격의 자유화는 자동차보험시장에 경쟁을 촉진시켜 주었다고 할 수 있다.

가격자유화는 보험산업의 수익성에 부정적인 영향을 가져왔다. 경과보험료 대비 지급보험금 비율인 손해율의 경우 가격자유화 이후에 증가세를 보이고 있으며, 자본수익률(ROE)의 경우도 변동성이 심하고 대체적으로 가격자유화 이후에는 하향 추세를 보이고 있다. 이러한 수익성의 악화는 가격자유화가 보험회사 간 가격경쟁을 유발한 것이 주원인으로 보인다. 특히 소형사와 온라인 전업사의 가격인하 경쟁이 자동차보험 시장의 전체 손해율 악화의 원인 중 하나였으며, 일부 소형사들은 우량하지 않은 물건을 낮은 가격으로 인수하여 손해율

이 더 악화된 것으로 보인다.

보험회사의 자유로운 리스크 선택과 세분화된 자동차보험요율 사용은 운전자로 하여금 사고를 방지하거나 피해액을 줄이고자 하는 유인에 영향을 줄 것이나, 미완(未完)[18]의 요율규제 완화로 이러한 순기능이 억제되어 사고율과 피해액 규모 감소에 기여를 못한 것으로 추정된다.

나. 보험소비자

소비자 측면에서 가격자유화의 직접적인 편익은 가격인하, 즉 자동차보험료의 인하가 될 것이다. 가격자유화 시행년도인 2001년에 연평균 자동차보험료가 55만6천원이었던 것이 2007년 61만5천원으로 증가하였다. 이를 2001년을 기준년도로 하여 소비자물가지수 증가율을 반영하여 환산하면 66만4천원 수준이 되므로, 자동차보험료는 차라리 인하했다고 보는 것이 타당할 것이다. 이와 같은 맥락에서 소비자의 보험구매능력(affordability)은 개선되었다고 볼 수 있다.

다른 관점에서 보면 2000년 이후 온라인 판매와 가격자유화 이후 자동차보험 시장은 인수경쟁이 격화되어 매년 영업수지 적자가 발생하였다. 각 년도의 수입보험료에서 영업수지적자가 차지하는 비중만큼이 보험료 측면에서 소비자에게 돌아가는 혜택이었다고 보면, 온라인 판매방식의 효과가 본격적으로 나타난 2003년 이후부터 소비자는 약 4~10% 수준의 보험료 인하 혜택[19]을 본 것으로 나타났다.

---

18) 완전한 자유화는 부가보험료와 순보험료의 자유화 뿐 아니라 언더라이팅의 자유화(제한완화)를 포함해야 하는데, 실제로는 감독기관의 창구지도와 언더라이팅에 제한을 둠으로써 미완(未完)에 그치고 있다는 의미이다.

19) 영업수지 적자는 여러 가지 요인으로 발생함. 즉 보험회사간 가격경쟁, 보험료 조정시 향후 사고발생률 등 예측오류, 자동차보험의 사회보험적 성격으로 인한 가격인상 억제 심리 등 여러 가지 요인의 영향을 받아 영업수지 규모가 결정됨. 따라서 본 연구에서 추정한 소비자혜택 효과가 모두 온라인 판매방식이 자동차보험 시장에 도입되었기 때문이라고 단정하기 어렵고, 추정된 부분의 일정부분이 온라인판매방식 도입 효과라고 해석하는 것이 타당하다.

<표 V-1> 소비자의 보험료측면 혜택규모 추정

(단위 : 억원)

	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07
보험료	70,769	74,929	75,848	81,038	83,423	91,698	103,110
영업수지	-5	-149	-5,923	-3,568	-6,748	-8,968	-3,843
소비자혜택	0.0%	-0.2%	-7.8%	-4.4%	-8.1%	-9.8%	-3.7%

자료 : 기승도(2009)

보험가입의 편의성 측면에서 보면 온라인 판매방식의 가입방법은 전화통화로 보험계약이 체결되는 것이므로 보험가입자가 설계사 또는 대리점과 만날 필요 없이 텔레마케터와 전화로 간단하게 보험계약을 체결할 수 있는 방식이라 가입이 편리하게 된 것이다. 이에 따라 계약자의 보험계약체결 시간이 1시간 이내로 단축되어 신속한 서비스가 가능해졌으며 현재 자동차보험 계약은 다른 어느 보험종목보다도 보험가입이 용이해졌다.

다른 한편으로는 보험가용성(availability)의 개선인데, 불량운전자를 수용하는 잔여시장의 규모(시장점유율)가 가격자유화 시점에서는 2.71%였으나 5년이 지난 2007년에는 0.82%로 대폭 축소되었다. 잔여시장의 축소는 가용성의 증대뿐만 아니라 과거에 우량운전자가 불량운전자들에게 암시적으로 지급하던 보조금을 해소시켜줌으로써 계약자간 보험료의 형평성이 제고되었다는 측면에서 소비자 측면의 편익으로 볼 수 있다.

요율세분화 측면에서 보면, 온라인 판매방식 전문회사는 대도시의 저위험 운전자 계층을 목표시장으로 하여 저렴한 가격으로 공략하였고, 이러한 시장전략에 대항하기 위하여 기존 보험회사들은 연령세분화를 통한 위험도에 부합한 요율산출, 여러 특별요율 도입을 통하여 요율불균형을 해소하는 전략을 사용하였다. 그리하여 소비자는 위험도에 부합된 요율을 적용받을 수 있는, 즉 요율적용의 형평성이 제고된 측면이 있는 것이다.

상품의 다양화와 유통채널의 다각화로 인한 소비자의 선택권 확대 도 부수적인 편익이라 할 수 있다. 표준상품이었던 자동차보험에 보장내용과 서비스의 차별화가 이루어졌으며,[20] 온라인을 통하여 자동차보험 판매를 하는 신규보험

사가 진입하면서 소비자는 다양한 채널을 이용하여 구매가 가능해졌다. 이렇듯 소비자 측면에서는 가격자유화의 성과가 가시적인 편익으로 나타났다.

2. 자동차보험 가격자유화의 정책 방향

가. 언더라이팅의 자유화

진정한 요율자유화는 부가보험료와 순보험료의 회사자체요율 사용에만 국한하는 것이 아니다. 대상운전자를 리스크에 따라 선택하고 리스크의 정도에 따라 세분하여 요율을 적용할 수 있는 언더라이팅의 자유화가 수반되어야 진정한 요율자유화라 할 수 있다. 즉, 요율산정에 사용되는 요율요소가 얼마나 자유롭고 폭넓게 만들어지고 적용되는가가 중요한 것이다. 현재 개인용 자동차보험에서 사용되는 요율요소는 <표 Ⅴ-2>에서 볼 수 있듯이 17개의 요소로 구분된다.

<표 V-2> 개인용 자동차보험 요율 요소

구 분	적용 요소
운전자 기준 (6개)	연령, 성별, 할인할증, 특별할증 교통법규 위반사항, 보험가입경력
이용 형태 (4개)	용도, 연령한정, 운전자한정, 유상운송 여부
차량 기준 (5개)	차종, 연식, 모델, 안전장치(자동변속, ABS, 에어백), 도난방지장치
증권 기준 (2개)	보험가입금액, 자기부담금

자료 : 한국보험학회(2008)

20) 대표적으로 외국의 사례에서 볼 수 없는 '긴급출동서비스'와 같은 상품/서비스가 개발되어 일반화되었다.

그러나 17개의 요율적용 요소는 선진 자동차보험사의 경우와 비교하면 세분화가 아직 미흡한 상태로 볼 수밖에 없다. <표 V-3>에서 보듯이 미국의 대표적인 자동차보험사인 Allstate와 Progressive에 비하면 초기단계에 머무르고 있다 하겠다. 즉, 아직도 요율세분화가 더 진전되어야 할 필요성이 있는 것이다.

<표 V-3> 외국사와의 가격적용 단위 비교

구 분	한 국	Allstate (미 국)	Progressive (미 국)
가격결정 요소	17개 (연령, 성, 차량모델 등)	42개 (지역, 신용등급, 연령 등)	30개 (지역, 신용등급, 실효기간 등)
가격적용 단위(cell)	660개	4,541개	2,827개

자료 : 한국보험학회(2008)

나. 지역별 요율 차등화

오래전부터 자동차보험 지역별 요율차등화에 대한 연구가 있었으며(예를 들면, 이경룡[1992], 정요섭[1996], 서영길[1997], 보험개발원[2003], 정중영[2007]), 정책당국은 2003년 12월 도입을 검토하였으나 일부 지방자치단체들의 반대 등을 이유로 아직 시행되지 못하고 있는 실정이다.

지역별 요율차등화는 대부분의 OECD 국가에서 시행하고 있는 추세이지만(표 Ⅴ-4 참조), 우리나라의 경우는 정치적인 이슈로 비약될 수 있다는 우려 때문에 2003년 12월 이후 수년째 공개적인 논의조차 피하고 있는 실정임을 감안하면 아직도 가격자유화의 갈 길이 멀다는 것을 실감하게 된다.

<표 V-4> 주요 국가의 지역별 보험료율 차등화 내용

국 가	주요 내용
일 본	- 책임보험은 손해보험 요율산정회에서 4개 지역으로 구분하여 보험료를 자유화하고 전사 공통적용하며, 임의보험은 외국계 통신판매회사를 중심으로 시행 - 현을 기준으로 7개 지역으로 구분하며, 요율격차는 1.5배 이내로 제한
미 국	- 요율산출기관에서 손해율을 기준으로 우편번호를 grouping하여 유사 위험지역 군을 분류 산출 제시하고, 회사별로 이를 세분화 또는 통합하여 사용 - 지역의 grouping은 5~10년 주기로 조정하며, 각 그룹별 요율수준은 매년 산출
영 국	- 객관적 확인을 위해 차량의 차고지에 따른 우편번호를 기준으로 손해율에 따라 유사위험 그룹별로 구분하고 있으며, 일반적으로 8~20개 지역으로 구분 - 자동차보험 통계집적기관에서 구분한 지역구분 기준에 회사별 손해율 실적을 반영하여 보험회사별로 상이하게 적용
독 일	- 보험자협회가 피보험자의 우편번호별 손해율에 따라 구분 제시한 지역구분 기준을 공통 적용하되, 요율수준은 회사별로 자유화 - 배상책임의 경우 12등급, 차량보험의 전부보험은 13등급, 부분보험은 16등급으로 구분 적용

자료 : 정중영(2007)에서 일부 발췌.

지역별로 사고위험도의 차이가 있음에도 불구하고 지역변수를 자동차보험 요율차등화 요소로 사용하지 못함으로 인하여 사고위험이 높은 지역의 보험계약 인수를 거절함으로써 보험가용성의 문제가 발생하고, 이 여파로 많은 공동인수계약(인수거절계약)이 양산되어 보험가입자 입장에서 보험회사 선택권이 제한됨에 따른 민원이 빈발하고 있는 실정이다.

최근의 연구(예를 들면, 기승도[2009])에 의하면 지역별 요율차등화는 사고위험도가 높은 지역에 거주하는 사람들의 안전운전을 촉진시키고, 해당지역 지방

자치단체는 자기 지역의 도로여건을 개선하기 위한 노력을 유발시켜 자동차사고로 인한 사회적 비용절감을 유도할 수 있는 유효한 자동차보험제도가 될 것이라고 주장한다.

자동차보험의 지역별 요율차등화는 보험회사의 인수거절로 인한 피해자 발생의 문제점을 해소하고, 지방자치단체의 교통환경 개선 노력을 적극 유도하게 되며, 요율산정의 원칙인 공평성·적정성·손실예방 장려 차원에서도 조속히 시행되어야 할 과제이다.

다. 개인신용정보의 활용

언더라이팅 자유화는 피보험자나 보험목적물에 관련된 모든 합법적으로 취득한 정보의 언더라이팅 활용을 의미한다고 보며, 피보험자의 개인신용정보를 포함한다. 개인신용정보란 개인의 신용거래 이행 가능성을 판단할 수 있는 정보를 의미한다. 일반적으로 금융회사는 금융소비자의 신용도를 정확하게 판단할 수 있는 충분한 정보를 가지고 있지 않은데, 이러한 정보의 비대칭성은 역선택과 도덕적 해이를 초래한다. 따라서 정보의 비대칭성은 선량한 금융소비자에게 피해를 입히고, 금융산업의 건전성을 저해하는 주요 원인이 되고 있다. 이같은 문제를 극복하기 위하여 금융회사는 신용정보를 이용하여 개인의 신용도를 파악하고 이에 따라 금융거래(예를 들면, 대출 여부와 적용이자율)를 결정하게 된다.

개인신용정보의 손해보험 언더라이팅 활용은 이미 다른 국가들의 경우 자동차보험에서부터 시작되었고,[21] 자동차보험의 손해율 안정을 위한 효과적인 수단이 될 수 있다는 점에서 활용의 필요성이 있다고 하겠다. 개인신용정보가 언더라이팅 요소로서 중요한 이유는 개인의 신용도와 손해율 사이에 높은 상관관계가 있기 때문이다(Brockett and Golden [2007]). 개인신용정보를 언더라이팅에 활용하는 방법에 있어서 신용도에 전적으로 의존하는 언더라이팅은 금지되어야 하며, 기존의 다른 요소들을 보조하면서 손해율의 예측력을 제고하는 수단으로서 신용정보가 사용되어야 한다고 김재현(2008)은 제시한다.

---

21) <표 V-3>을 보면 미국의 대표적 자동차보험사인 Allstate와 Progressive는 자동차보험 가격결정 요소로 운전자의 신용등급을 사용하고 있음을 보여준다.

3. 연구의 한계점

새로운 규제의 시행이나 기존 규제의 완화가 해당 산업에 어떠한 효과를 가져왔는지를 규명하는 것은 어려운 작업이다. 특히 그 시행이 대상 국가에 동시에 발생할 경우에는 더욱 그렇다. 왜냐하면 같은 시기에 산업에 영향을 줄 수 있는 다른 요인들이 존재하기 때문이다. 본 연구에 있어서도 그와 같은 잠재적인 문제점의 배제가 불가능하기에 가격자유화 전후의 시장변화를 평가하는데 주의를 기하였다.

예를 들자면, 2001년 시행된 자동차보험 가격자유화 전후의 시장점유율과 시장집중도의 변화에 있어서 가격자유화 이후에 상위 4개사의 점유율과 허핀달지수(HHI)가 감소추세를 보였는데, 이에 대한 주요인이 진입규제의 완화인지 아니면 가격자유화인지에 대한 논란의 가능성이 있다. 가격자유화는 가격경쟁력이 높은 온라인보험사의 진입을 촉진시켰고 그로 인한 시장경쟁의 결과 신규보험사들이 자동차보험시장의 일부를 점유하면서 상위사들의 점유율이 줄어들게 되었고 시장집중도도 완화되었다는 것이 본 연구자의 평가인 것이다.[22]

자동차보험의 상품 세분화와 서비스 차별화의 경우도 가격자유화의 영향 뿐 아니라 2000년대 초반의 온라인 보험사의 등장으로 진행된 판매채널 다양화와 함께 주 5일제 근무 시행과 같은 사회적 변화에 따른 고객의 니즈 다양화도 내재적인 요인으로 작용했다는 것을 간과할 수 없는 것이다.

자동차보험료나 사고율의 변동은 앞에 기술한 예보다도 더욱 복잡한 요인들이 함께 작용했을 것으로 보인다. 우리나라의 경우 자동차보험료가 소비자물가에 반영되는 만큼 보험사들의 자유로운 경쟁에 의하여 매년 보험료가 결정된다기보다는 그 이면에 금융감독 당국이 행정지도 등의 명목으로 자동차보험료 책정에 개입해왔다는 것은 대부분이 인정하는 사실이기에 가격자유화의 효과를 직접적으로 증명하기는 더욱 어렵다. 또한 가격자유화의 순기능에 반한 자동차 사고율의 증가 이면에는 2002년 7월에 시행된 교통법규위반자에 대한 특별사면과 교통법규 위반차량에 대한 신고보상금제도의 중단(2002년 말), 그리고 2004

22) 이러한 현상은 진입규제 여부에 상관없이 새로운 온라인 보험사가 출현하여 가격경쟁을 주도했던 일본과 영국의 사례에서도 볼 수 있다.

년부터 단계적으로 시행된 주 5일제의 영향 등이 역기능을 가져왔다고 볼 수 있다.

이러한 측면에도 불구하고 가격자유화의 순수 효과를 정확히 측정하는 데에 보다 정교한 통계기법을 적용하지 못했다는 것은 본 보고서의 한계임을 밝히고자 한다.

참 고 문 헌

금융감독원, 업무보고서, 2007

기승도, 「자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안」, 연구보고서 2009-2, 보험연구원, 2009

김재현, 「개인신용정보의 자동차보험 언더라이팅 활용을 위한 전략 방향」 손해보험, (2008. 7): 14-26, 2008

보험개발원, 각 년도. 보험통계연감.

_____, 손해보험통계연보, 1997~2007

_____, 보험동향 봄호, 보험연구소, 2001

_____,「자동차보험 온라인시장의 성장과 시사점」, CEO Report 2006-18, 자동차보험본부, 2006

서영길 키승도, 「자동차보험 가격경쟁 동향과 향후 과제」, CEO Report 2001-02, 보험개발원, 2001

오승찬, 「자동차보험 자유화의 성과와 문제점」, 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 2003

이성남 김건식, 보험업법. 행림미디어, 2003

이원돈,「국내 자동차보험은 적자산업인가?」, 보험학회지 79, 221-245, 2008

정중영,「자동차보험시장의 가격자유화에 따른 판매채널 및 상품경쟁력 강화 방안」, 보험개발연구 13(1), 73-98, 2002

_____,「자동차보험료 지역별 요율 차등화에 관한 연구-대인배상을 중심으로」, 보험학회지 76, 1-30, 2007

한국보험학회, 「2008년 하계학술대회 세미나 자료집」, 2008

한창희, 「유전자정보와 보험」, 보험학회지 82, 33-60, 2009

ABI, Insurance Statistics Yearbook 1988-1998, Association of British Insurers, 1999

Barkume, Anthony J. and John W. Ruser, "Deregulating Property-Casualty Insurance Pricing: The Case of Workers' Compensation." Journal of Law and Economics 44, 37-63, 2001

Brockett, Patrick L. and Linda L. Golden, "Biological and Psychobehavioral Correlates of Credit Scores and Automobile Insurance Losses: Toward an Explication of Why Credit Scoring Works." Journal of Risk and Insurance 74(1), 23-63, 2007

Cummins, J. David, "Property-Liability Insurance Price Deregulation: The Last Bastion?" J. D. Cummins, ed. in Deregulating Property-Liability Insurance: Restoring Competition and Increasing Market Efficiency, AEI-Brooking Joint Center for Regulatory Studies, 2002

Dionne, George, "Insurance Regulation in Other Industrial Countries." J. D. Cummins, ed. in Deregulating Property-Liability Insurance: Restoring Competition and Increasing Market Efficiency, AEI-Brooking Joint Center for Regulatory Studies, 2002

GDV, "Statistical Yearbook of German Insurance 2007", 2007

Grace, Martin F., and Michael M. Barth, "The Regulation and Structure of Nonlife Insurance in the United States." Working paper. Financial Sector Development Division, World Bank, 1993

_____ , Robert W. Klein, and Richard W. Phillips, "Auto Insurance Reform: The South Carolina Story." Georgia State University, Center for RMI Research, 2001

Harrington, S. E, "The Impact of Rate Regulation on Prices and Underwriting Results in the P/L Insurance Industry." Journal of Risk and Insurance 41, 577-623, 1984

Ippolito, R, "The Effects of Price Regulation in the Automobile Insurance Industry." Journal of Law and Economics 22, 55-89, 1979

Jordan, W. A, "Producer Protection, Prior Market Structure and the Effects of Government Regulation." Journal of Law and Economics 15, 151-176, . 1972

Joskow, P, "Cartels, Competition and Regulation in the Property-Liability Insurance Industry." Bell Journal of Economics and Management Science 4, 375-427, 1973

Joskow, P, and R. G. Noll, "Deregulation and Regulatory Reform During the 1980s." in American Economic Policy in the 1980s, edited by Martin Feldstein, 367-440, University of Chicago Press, 1994

Kimball, S. L, "The Purpose of Insurance Regulation: A Preliminary Inquiry in the Theory of Insurance Law." Minnesota Law Review 45, 471-524, 1961

_____, 1962. "The Goals of Insurance Law: Means versus Ends." Journal of Insurance 29, 19-29, 1961

Klein, Robert, "Market Structure and Performance in Personal Auto and Homeowners Insurance." NAIC Research Quarterly 1, 13-29, 1995

Kobayashi, Kenichi, Surveys and Monitoring of Market Concentration in Japan and Possible Technical Assistance (APEC Training Program). Japan Fair Trade Commission, 2003

Krogh, H. C, "Insurer Post-Insolvency Guaranty Funds." Journal of Risk and Insurance 39, 431-450, 1972

Lee, Soon-Jae, David Mayers, and Clifford W. Smith, Jr, "Guaranty Funds and Risk-Taking: Evidence from the Insurance Industry." Journal of Financial Economics 44, 3-24, 1997

Lilly, Claude C, "A History of Insurance Regulation in the United States." CPCU Annals 29, 99-113, 1976

Litan, Robert E, "Testimony on Deregulating Auto Insurance" House

Committee on Financial Services, Subcommittee on Oversight and Investigations, 2001

Munch P. and D. E. Smallwood, "Solvency Regulation in the Property-Liability Insurance Industry: Empirical Evidence." Bell Journal of Economics 11, 261-279, 1980

NAIC, "Rate Filing Methods for Property/Casualty Insurance, Worker' Compensation, Title" in NAIC's Compendium of State Laws on Insurance Topics, 2006

Pauly, M., P. Kleindorfer, and H. Kunreuther, "Regulation and Quality Competition in the U.S. Insurance Industry." J. Finsinger and M. Pauly, ed. in The Economics of Insurance Regulation (Macmillan: London), 1986

Peltzman, S, "Toward a More General Theory of Regulation." Journal of Law and Economics 18, 211-240, 1976

Posner, R, "Theories of Economic Regulation." Bell Journal of Economics 5, 335-352, 1974

Reid, Gavin C, "Theories of Industrial Organization, Oxford, UK, Basil Blackwell Ltd" 1987

Stigler, G, "The Theory of Economic Regulation." Bell Journal of Economics and Management Science 2, 3-21, 1970

Williams, C. A. Jr. and R. M. Heins, "Risk Management and Insurance, 6th ed" (New York: McGraw-Hill Publishing Co.), 1989

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

■연구보고서

2006-1 보험회사의 은행업 진출 방안 / 류근옥 2006.1

2006-2 보험시장의 퇴출 분석과 규제개선방향 / 김헌수 2006.3

2006-3 보험지주회사제도 도입 및 활용방안 / 안철경, 이상우 2006.8

2006-4 보험회사의 리스크공시체계에 관한 연구 / 류건식, 이경희 2006.12

2007-1 국제보험회계기준도입에 따른 영향 및 대응방안 / 이장희, 김동겸 2007.1

2007-2 민영건강보험료율 결정요인 분석 / 조용운, 기승도 2007.3

2007-3 퇴직연금 손·익 위험 관리전략에 관한 연구 / 성주호 2007.3

2007-4 확률적 프런티어 방법론을 이용한 손해보험사의 기술효율성 측정 / 지홍민 2007.3

2007-5 금융겸업화에 대응한 보험회사의 채널전략 / 안철경, 기승도 2008.1

2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목, 장동식, 김동겸 2008.1

2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.3

2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식, 이경희, 김동겸 2008.3

2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안/ 안철경, 권오경 2009.1

2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.1

2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원, 이혜은 2009.3

2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식, 이창우, 김동겸 2009.3

2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출방법 연구 / 기승도, 김대환 2009.8

■ 조사보고서

2006-1	2006년도 보험소비자 설문조사 / 김세환, 조재현, 박정희 2006.3
2006-2	주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점 / 류건식, 김석영, 이상우, 박정희, 김동겸 2006.7
2007-1	보험회사 경영성과 분석모형에 관한 비교연구 / 류건식, 장이규, 이경희, 김동겸 2007.3
2007-2	보험회사 브랜드 전략의 필요성 및 시사점 / 최영목, 박정희 2007.3
2007-3	2007년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 기승도, 오승철 2007.3
2007-4	주요국의 퇴직연금개혁 특징과 시사점 / 류건식, 이상우 2007.4
2007-5	지적재산권 리스크 관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2007.10
2008-1	보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문, 김진억, 지재원, 박정희, 김세중 2008.2
2008-2	노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
2008-3	2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 기승도, 이상우 2008.4
2008-4	주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
2009-1	2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 이상우, 권오경 2009.3
2009-2	Solvency II의 리스크평가모형 및 측정방법 연구 / 장동식 2009.3
2009-3	이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면, 이정환, 최이섭, 정중영, 최태영 2009.3
2009-4	미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
2009-5	헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진익, 김상수, 김종훈, 변귀영, 유시용 2009.3
2009-6	복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환, 전선애, 최원 2009.4
2009-7	보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교, 오영수, 김영진 2009.4
2009-8	구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환, 이민환, 윤건용, 최원 2009.7
2009-9	보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운, 김세환, 김세중 2009.7
2009-10	생명보험계약의 효력상실□해약분석 / 류건식, 장동식 2009.8

■ 정책보고서

2006-1	2007년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2006.12
2006-2	의료리스크 관리의 선진화를 위한 의료배상보험에 대한 연구 / 차일권, 오승철 2006.12
2007-1	퇴직연금 수탁자리스크 감독방안 / 류건식, 이경희 2007.2
2007-2	보험상품의 불완전판매 개선방안 / 차일권, 이상우 2007.3
2007-3	퇴직연금 지급보증제도의 요율체계에 관한 연구:미국과 영국을 중심으로/ 이봉주 2007.3
2007-4	보험고객정보의 이용과 프라이버시 보호의 상충문제 해소방안 / 김성태 2007.3
2007-5	방카슈랑스가 보험산업에 미치는 영향 분석 / 안철경, 기승도, 이경희 2007.4
2007-6	2008년도 보험산업 전망과 과제 / 양성문, 김진억, 지재원, 박정희, 김세중 2007.12
2008-1	민영건강보험 운영체계 개선방안 연구 / 조용운, 김세환 2008.3
2008-2	환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
2008-3	금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호, 최원 2008.3
2008-4	2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면, 이태열, 신종협, 황진태, 유진아, 김세환, 이정환, 박정희, 김세중, 최이섭 2008.11
2009-1	현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진익, 이민환, 유경원, 최영목, 최형선, 최원, 이경아, 이혜은 2009.2
2009-2	퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
2009-3	보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수, 김경환, 이종욱 2009.3

■ 경영보고서

2009-1 기업휴지보험 활성화 방안 연구 / 이기형, 한상용 2009.3

2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진익 2009.3

2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진익, 유시용, 이경아 2009.3

2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목, 최원 2009.6

■ 연구논문집

1호 보험산업의 규제와 감독제도의 미래 / Harold D. Skipper, Robert W. Klein, Martin F. Grace 1997.6

2호 세계보험시장의 변화와 대응방안 / D. Farny, 전천관, J. E. Johnson, 조해균 1998.3

3호 제1회 전국대학생 보험현상논문집 1998.11

4호 제2회 전국대학생 보험현상논문집 1999.12

■ 영문발간물

1호	Environment Changes in the Korean Insurance Industry in Recent Years : Institutional Improvement, Deregulation and Liberalization / Hokyung Kim, Sango Park, 1995.5
2호	Korean Insurance Industry 2000 / Insurance Research Center, 2001.4
3호	Korean Insurance Industry 2001 / Insurance Research Center, 2002.2
4호	Korean Insurance Industry 2002 / Insurance Research Center, 2003.2
5호	Korean Insurance Industry 2003 / Insurance Research Center, 2004.2
6호	Korean Insurance Industry 2004 / Insurance Research Center, 2005.2
7호	Korean Insurance Industry 2005 / Insurance Research Center, 2005.8
8호	Korean Insurance Industry 2006 / Insurance Research Center, 2006.10
9호	Korean Insurance Industry 2007 / Insurance Research Center, 2007.9
10호	Korean Insurance Industry 2008 / Korea Insurance Research Institute, 2008.9
11호	Korean Insurance Industry 2009 /Korea Insurance Research Institute, 2009.9

■ Insurance Business Report

20호	선진 보험사 재무공시 특징 및 트렌드(유럽 및 캐나다를 중심으로) / 장이규 2006.11
21호	지급여력 평가모형 트렌드 및 국제비교 / 류건식, 장이규 2006.11
22호	선진보험그룹 글로벌화 추세와 시사점 / 안철경, 오승철 2006.12
23호	미국과 영국의 손해보험 직판시장 동향분석 및 시사점 / 안철경, 기승도 2007.7
24호	보험회사의 자본비용 추정과 활용: 손해보험회사를 중심으로 / 이경희 2007.7
25호	영국손해보험의 행위규제 적용과 영향 / 이기형, 박정희 2007.9
26호	퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식, 김동겸 2008.2
27호	보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
28호	일본 금융상품판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
29호	보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6
30호	교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경, 권오경 2008.7
31호	퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식, 김동겸 2008.7
32호	보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진익 2008.7
33호	연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희, 서성민 2008.9

■ CEO Report

2006-1 생보사 개인연금보험 생존리스크 분석 및 시사점 / 생명보험본부 2006. 1

2006-2 보험회사의 퇴직연금 운용전략 / 보험연구소 2006.1

2006-3 생보사 FY2006 손익 전망 및 분석 / 생명보험본부 2006.2

2006-4 의무보험제도의 현황과 과제 / 손해보험본부 2006.2

2006-5 자동차보험 지급준비금 분석 및 과제 / 자동차보험본부 2006.3

2006-6 보험사기 관리실태와 대응전략 / 정보통계본부 2006.3

2006-7 자동차보험 의료비 지급 적정화 방안 / 자동차보험본부 2006.3

2006-8 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부 2006.4

2006-9 날씨위험에 대한 손해보험회사의 역할 강화 방안 / 손해보험본부 2006.4

2006-10 장기손해보험 상품운용전략 -손익관리를 중심으로- / 손해보험본부 2006.5

2006-11 자동차 중고부품 활성화 방안 / 자동차기술연구소 2006.5

2006-12 장기간병보험시장의 활성화를 위한 상품개발 방향 / 보험연구소 2006.6

2006-13 보험산업 소액지급결제시스템 참여방안 / 보험연구소 2006.7

2006-14 생명보험 가입형태별 위험수준 분석 / 리스크 통계관리실 2006.8

2006-15「민영의료보험법」제정(안)에 대한 검토 / 보험연구소 2006.9

2006-16 모기지보험의 시장규모 및 운영방안 / 손해보험본부 2006.9

2006-17 생명보험 상품별 가입 현황 분석 / 생명보험본부 2006.10

2006-18 자동차보험 온라인시장의 성장 및 시사점 / 자동차보험본부 2006.10

2007-1	퇴직연금제 시행 1년 평가 및 보험회사 대응과제 / 보험연구소 2007.4
2007-2	외국의 협력정비공장제도 운영현황과 전략적 시사점 / 자동차기술연구소 2007.4
2007-3	예금보험제 개선안의 문제점 및 과제 / 보험연구소 2007.6
2007-4	자본시장통합법 이후 보험산업의 진로 / 보험연구소 2007.7
2007-5	방카슈랑스 확대 시행과 관련한 주요 이슈 검토 / 보험연구소 2007.11
2007-6	자동차보험 시장변화와 전략적 시사점 / 자동차보험본부 2007.11
2008-1	자동차보험 물적담보 손해율 관리 방안 / 기승도 2008.6
2008-2	보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
2008-3	FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
2008-4	퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식, 서성민 2008.12
2009-1	FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
2009-2	퇴직연금 예금보험요율 적용의 타당성 검토 / 류건식, 김동겸 2009.3
2009-3	퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식, 이상우 2009.6
2009-4	퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식, 이상우 2009.10

정기간행물

■ 계간

○ 보험동향
○ 보험금융연구
○ 보험회사 재무분석

『도서회원 가입안내』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	- 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 -연속간행물 □보험금융연구 □보험동향 □보험회사재무분석	- 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 -연속간행물 □보험금융연구 □보험동향 □보험회사재무분석	- 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 -연속간행물 □보험금융연구 □보험동향 □보험회사재무분석
	-본원 주최 각종 세미나 및 공청회 자료 -영문보고서 -보험통계월보 -손해보험통계연보	-보험통계월보 -손해보험통계연보	-

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당
전화 : (02)3775-9115, 9080 팩스 : (02)3775-9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401-01-125198)
  예금주 : 보험연구원
- 지로번호 : 6360647

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성 등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험연구원 보험자료실, 교보문고, 영풍문고, 반디앤루니스
부산 : 영광도서

저 자 약 력

이 순 재

Ohio State University, 경제학 박사
세종대학교 경영학과 교수
(E-mail : sjlee@sejong.ac.kr)

조사보고서 2009-11

자동차보험 가격자유화의 영향과 향후 정책 방향

발 행 일 2009년 12월 일
발 행 인 이 태 열
발 행 처 보 험 연 구 원
서울특별시 영등포구 여의도동 35-4
대표전화 (02) 3775-9000

ISBN 978-89-5710-094-3 정가 10,000