

보험산업 미래

2017. 2

김석영 · 윤성훈 · 이선주

머 리 말

우리사회는 인구 및 가구구조 변화, 경제성장률 하락과 저금리 시대 진입이라는 환경 변화에 직면하고 있다. 이러한 변화는 보험산업에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 여기에 더해 작년에 보험산업 경쟁력 강화 로드맵이 발표되고, 앞으로 IFRS17이 도입될 것으로 예상되어 보험산업 관련 제도에도 큰 변화가 일어나고 있다. 그리고 4차 산업 혁명으로 지칭되는 신기술 개발은 보험산업에 적지 않은 영향을 줄 것으로 예상된다.

보험산업은 전통적으로 다수의 계약자를 대상으로 상품을 개발하여 계약자의 위험을 인수하여 왔으나 이제는 계약자의 연령대가 고령화되고 있고 상품개발도 개별 계약자 중심으로 변화되고 있는 실정이다. 특히 인공지능과 사물인터넷과 같은 신기술은 보험전문인력을 대체하고 위험인수에서 위험의 사전관리로 보험의 역할을 변경시킬 것으로 예측된다. 최근 자율주행자동차 개발 관련 자동차보험에 대한 논의는 이러한 변화의 영향을 보여주는 사례이다.

금융당국자, 보험회사, 그리고 보험소비자는 보험산업이 지속적으로 성장할 수 있도록 보험산업이 직면하고 있는 최근의 환경 변화에 효율적으로 대응하여야 할 것이다. 이 보고서가 이러한 노력과 관련하여 디딤돌 같은 중요한 역할을 할 수 있기를 기대한다.

마지막으로 이 보고서 내용은 연구자 개인의 의견이며 우리 원의 공식적인 의견이 아님을 밝혀 둔다.

2017년 2월
보 험 연 구 원
원장 한 기 정

■ 목차

요약 / 1

I. 서론 / 27

1. 연구배경 및 목적 / 27
2. 선행연구 / 30
3. 보고서 구성 / 31

II. 미래예측 방법론 / 32

1. 미래예측 / 32
2. 방법론 / 33

III. 보험 특성 / 37

1. 구성 및 기능 / 37
2. Push 산업 / 39
3. 대수의 법칙 / 41

IV. 보험산업의 과거와 현재 / 43

1. 보험산업 연혁 / 43
2. 보험산업 현재 / 51
3. 주요 변수 / 56

V. 환경 변화 / 58

1. 인구 및 가구구조 변화 / 59
2. 경제 변화 / 68
3. 보험제도 변화 / 73
4. 기술 변화 / 76

VI. 보험산업 미래 / 98

1. 보험회사 변화 / 99
2. 보험회사 변화의 영향 / 139

| 참고문헌 | / 147

■ 표 차례

- 〈표 IV-1〉 신보험상품 도입 추이 / 50
- 〈표 IV-2〉 보험산업 판매채널 관련 변화 / 51
- 〈표 IV-3〉 주요변수와 영향 / 57
- 〈표 V-1〉 가구원 수 비중의 변화(1990~2035년) / 61
- 〈표 V-2〉 일본 고령자 가입가능 질병보험 현황 / 64
- 〈표 V-3〉 자율주행자동차 단계별 정의 / 80
- 〈표 V-4〉 글로벌 금융회사의 IBM Watson 적용사례 / 95
- 〈표 VI-1〉 모집방법별(초회) 비중 / 108
- 〈표 VI-2〉 채널별 특징 비교 / 109
- 〈표 VI-3〉 Independent Financial Professionals의 연령대별 비중 / 112
- 〈표 VI-4〉 채널별 장단점 비교 / 118

■ 그림 차례

- 〈그림 Ⅱ-1〉 모델 예시 / 34
- 〈그림 Ⅲ-1〉 보험 주요 업무구성 및 기능 / 38
- 〈그림 Ⅳ-1〉 보험산업 연혁 / 48
- 〈그림 Ⅳ-2〉 수입보험료/원수보험료 추이 / 52
- 〈그림 Ⅳ-3〉 보험회사 총자산 추이 / 52
- 〈그림 Ⅳ-4〉 당기순이익/영업이익률 추이 / 53
- 〈그림 Ⅳ-5〉 보험침투도 추이 / 54
- 〈그림 Ⅳ-6〉 가구당 보험가입률 / 54
- 〈그림 Ⅳ-7〉 등록설계사 수 / 55
- 〈그림 Ⅳ-8〉 RBC 비율 / 55
- 〈그림 Ⅴ-1〉 기대여명 추이 / 60
- 〈그림 Ⅴ-2〉 인구추계 / 61
- 〈그림 Ⅴ-3〉 가구주의 노령화(1990~2035년) / 62
- 〈그림 Ⅴ-4〉 연령별 신계약 분포 및 연평균 증가율(2007~2013년) / 63
- 〈그림 Ⅴ-5〉 보험가입 가구의 유형별 분포 변화(2001~2012년) / 65
- 〈그림 Ⅴ-6〉 개인 및 부부합산소득의 변동성 / 66
- 〈그림 Ⅴ-7〉 인구 및 가구 구조변화가 보험산업에 미치는 영향 / 67
- 〈그림 Ⅴ-8〉 우리나라 부채수준(GDP 대비 %) / 69
- 〈그림 Ⅴ-9〉 우리나라 잠재경제성장률 전망 / 70
- 〈그림 Ⅴ-10〉 미국의 주요 변수 추이 / 70
- 〈그림 Ⅴ-11〉 우리나라 주요 변수 추이 / 71
- 〈그림 Ⅴ-12〉 경제 변화가 보험산업에 미치는 영향 / 72
- 〈그림 Ⅴ-13〉 보험제도 변화가 보험산업에 미치는 영향 / 75
- 〈그림 Ⅴ-14〉 암종류별 발생률 추이 / 79
- 〈그림 Ⅴ-15〉 AV 보급 시나리오 / 82
- 〈그림 Ⅴ-16〉 자동차보험시장 규모 추정 / 84
- 〈그림 Ⅴ-17〉 헬스케어 패러다임의 변화 / 88
- 〈그림 Ⅴ-18〉 헬스케어서비스가 보험산업에 미치는 영향 / 91

■ 그림 차례

- 〈그림 V-19〉 스마트홈의 진화 역사 / 92
- 〈그림 V-20〉 IoT가 보험회사에 미치는 영향 / 93
- 〈그림 V-21〉 AI 기술 발전사 / 94
- 〈그림 V-22〉 기술 변화가 보험산업에 미치는 영향 / 97
- 〈그림 VI-1〉 보험산업의 미래 / 100
- 〈그림 VI-2〉 보험계리업자 수 / 104
- 〈그림 VI-3〉 보험산업의 업무 위탁 시장규모
(BPO: Business Process Outsourcing) / 106
- 〈그림 VI-4〉 향후 업무 위탁 전망 / 107
- 〈그림 VI-5〉 생명보험 판매채널 비중 추이 / 108
- 〈그림 VI-6〉 연령구간별 생명보험 설계사 수 비중 추이 / 111
- 〈그림 VI-7〉 연도별 설계사 수 / 111
- 〈그림 VI-8〉 연도별 전속설계사(막대그래프)와 대형사 전속설계사 비중
(꺾은선 그래프) / 113
- 〈그림 VI-9〉 은행에서 활동하고 있는 Pepper / 116
- 〈그림 VI-10〉 판매채널 전망 / 119
- 〈그림 VI-11〉 보험료 산출방식의 변화 / 127
- 〈그림 VI-12〉 보험회사 상품개발 및 제공서비스의 미래 / 128
- 〈그림 VI-13〉 생명보험산업 미래 / 131
- 〈그림 VI-14〉 손해보험산업 미래 / 133
- 〈그림 VI-15〉 보험산업 구조 변화 / 135
- 〈그림 VI-16〉 보험회사 진화 방향 / 138
- 〈그림 VI-17〉 미래 보험소비자 / 141

A Prospects of Insurance Industry

The insurance industry is faced with changes in the environments that have had the greatest impact on the development of the insurance industry. The environmental changes that are the population and household structure changes, decline in the economic growth, changes in insurance-related systems, and new technology development are expected to reorganize the insurance industry.

Because of such changes many functions of the insurance company will be commissioned and professional insurance companies will perform such functions. Professional insurance companies and existing insurance companies will create various partnerships. Artificial intelligence will emerge as a new sales channel and it will change the strategies of insurer's product and sales channel. Insurance products will be developed by individual contractors and healthcare-linked products will be introduced. IoT will change the general insurance market and cyber risk will become a new market. Insurance companies will be specialized in health care companies, asset management companies, or daily life management companies.

In the future, consumers will purchase mainly only three insurance products to prepare for health, financial, and everyday risks. Changes in the insurance industry will require a change in the supervisory system, which will necessitate the transition from the business functional unit regulation centered on insurance companies to the company-centered supervisory system by function. It will be necessary to review how to regulate and supervise the entry of IT companies or hospitals in the insurance business. The three axes that make up the insurance industry - suppliers, consumers, and supervisors - will change to multiple axes due to the changes in the environment that are happening now, accordingly, it is necessary to regulate financial soundness, consumer protection, and behavior regulation.

The first thing insurance companies need to do to prepare for change is to decide what insurance is and what the insurance company should do. engaged in the insurance industry will have to prepare for change. Individuals should specialize in their specialties.

요약

I. 서론

- 우리 사회는 거대한 변화의 물결에 직면하고 있으며 이는 사회 전체에 매우 큰 영향을 줄 것으로 예상된다.
 - 출산율이 사상 최저로 떨어지고 있고 이에 반해 기대수명은 연장됨으로 인해 사회는 빠르게 고령화되고 인구가 줄어들 것으로 전망됨.
 - 경제도 과거의 고성장 시기가 끝나고 저성장 기조로 진입함.

- 보험산업에 크고 작은 영향을 주는 여러 변화들이 현재 또는 가까운 미래에 동시다발적으로 발생하고 있거나 발생할 예정으로 보험산업은 과거 어느 때에도 겪어 보지 못한 큰 변화에 직면해 있음.
 - 시장이 포화되고, IT 기술, 무인자동차 등과 같은 새로운 기술이 발전되고 있음.
 - 금융당국의 보험산업 경쟁력 강화 로드맵 발표와 더불어 IFRS17이 시행 예정임.

- 본 보고서는 보험산업을 둘러싼 환경 변화가 향후에 보험산업에 어떻게 영향을 미칠 것이며 보험산업이 어떤 모습이 될지를 그려보려고 함.
 - 금융당국, 보험회사, 그리고 소비자들의 미래 모습을 예측하여 금융당국에는 금융정책 방향성을 위한, 보험회사에는 중장기 경영전략을 위한 기초자료를 마련하고자 함.
 - 본 보고서의 최종 목적은 보고서에서 제시하는 보험산업의 미래에 대해 독자들의 의견을 묻는 것이 될 것임.

II. 미래예측 방법론

- 미래를 언급하는 방법에는 예언과 예측이 있음.
 - 예언은 앞으로 다가올 일을 미리 알거나 짐작하여 말하는 것으로 실제 발생 여부는 상관없이 말하는 것을 의미함.
 - 예측은 미리 헤아려 짐작하는 것으로 예언과 달리 원인을 살펴보고 이를 바탕으로 미래에 발생 가능한 일을 말하는 것임.

- 미래를 예측한다는 것은 세상 질서를 이해하고 어떤 연결고리들을 가지고 있는지를 파악한 후 세상 질서와 연결고리들이 시간 흐름에 따라 어떻게 변화되는지를 살펴보는 것임.
 - 세상 질서와 연결고리를 이해하기 위해 과거 변화를 살펴봄으로써 변화의 주된 요인이 무엇인지 그리고 그 요인들이 어떻게 연결되어 있는지를 파악할 수 있음.
 - 변화의 원인들과 결과들을 연결시킨 모델을 만듦으로써 미래를 예측할 수 있음.

- 미래를 예측하는 것은 정말 중요하고 발생 가능성이 높은 몇 가지 미래만을 도출하는 것임.
 - 발생 가능한 미래란 크게 기본 미래(Baseline Future), 희망하는 미래(Preferred Future), 최악의 미래(Worst Future), 그리고 예상 외의 미래(Unexpected Future)가 있음.

- 본 보고서에서는 물리적·시간적 제약으로 인해 이러한 다양한 종류의 미래에 대해서 살펴보는 대신 가장 가능성이 높은 기본 미래만을 살펴봄.
 - 본 보고서에서 논하는 기본 미래는 국내외 문헌조사와 함께 많은 전문가들과의 인터뷰를 바탕으로 작성됨.

Ⅲ. 보험의 특성

- 보험산업의 과거를 살펴보고 미래를 예측하기 위해서는 먼저 보험의 특성을 이해하여야 함.
 - 보험만이 가지는 특성이 무엇인지를 먼저 살펴보아야 이를 바탕으로 보험산업의 과거 변화 모습을 잘 이해할 수 있고, 변화에 영향을 미치는 요인을 보다 잘 파악할 수 있을 것이기 때문임.

- 보험이 산업으로써 정상적으로 성장하기 위해서는 먼저 같은 위험에 놓여있는 사람들을 찾아서 이들에게 적합한 상품을 만들고, 사고 발생 시 약속된 보험금을 지급하여야 함.
 - 상품기획, 요율산출, 상품개발, 판매, 언더라이팅, 자산운용, 지급심사, 보험금 지급 등의 업무를 수행하여야 함.

- 보험상품은 일반적으로 다른 상품들과 달리 소비자가 사는 상품이 아니라 보험회사가 파는 상품이라고 하며 이를 지칭하여 보험산업을 Push 산업이라고도 부름.
 - 보험상품이 소비자가 이해하기에는 너무 복잡하기 때문임.
 - 소비자들이 상품에서 보장하는 위험에 대해서 필요성을 크게 인식하지 못하기 때문임.
 - 보험상품은 무형의 서비스이고 보험사고가 발생하기 전까지는 보험서비스를 체험할 수가 없기 때문에 소비자들은 이 서비스를 실제로 받을 수 있는지에 대하여 신뢰하기가 어렵기 때문임.

- 보험산업이 Push 산업이라는 것은 그만큼 보험상품 판매가 중요하다는 것을 의미하며 이를 위하여 만들어진 것이 판매조직임.
 - 판매조직을 통해서 소비자들에게 보험상품의 필요성을 이해시키고, 복잡한 내용을 알기 쉽게 설명하고, 어떠한 혜택을 받을 수 있는지를 알려줌.

- 보험회사는 현재 대면채널인 설계사채널, 방카슈랑스와 비대면채널인 홈쇼핑 채널, 온라인채널 등 다양한 채널을 판매조직으로 활용함.
 - 설계사채널은 가장 많이 사용되어 온 채널로, 설계사들이 고객을 직접 만나서 보험상품의 필요성을 설명하고 궁금한 점에 답변함으로써 고객이 상품을 구매하도록 도와주는 Push형 판매의 전형적인 채널임.
 - 최근 새롭게 등장한 온라인채널은 고객들이 광고에 노출됨으로써 스스로 보험상품의 필요성을 깨닫고 상품을 구매하도록 하는 판매채널이나 상품에 대한 고객의 궁금증을 완벽하게 해소하지 못하고 있음.
- 보험은 대수의 법칙(Law of Large Numbers)에 따라 발생확률이 발생률에 가까워질 수 있도록 다수의 경제주체가 보험주체로 참가하지 않는다면 보험은 성립하지 않으므로 다수의 소비자에게 상품을 판매하려고 함.
- 보험회사는 보험의 속성상 위험관리와 요율산출을 위해 대량판매를 목표로 하여, 개인의 개별위험 중심이 아닌 회사가 결정한 위험 중심으로 일정한 형태의 보험상품을 다수의 소비자에게 판매함.

IV. 보험산업의 과거와 현재

- 1921년 우리나라에 근대적 의미의 최초 보험회사가 설립된 이후 보험산업은 제도 변화, 경제 변화, 사회변화 등에 영향을 받으면서 발전을 해왔음.
- 1962년 우리나라 보험업법이 처음 제정된 이후, 1975년 공동상품 개발제도 도입, 1981년 공동상품 개발제도 폐지, 1992년 자유화방안 발표, 1994년 지급여력제도 시행, 1999년 EU식 지급여력제도 도입, 2003년 방카슈랑스제도 도입, 2009년 지급여력제도를 RBC제도로 전환, 2015년 보험산업 경쟁력 강화로드맵 발표 등의 주요 제도 변화가 있었음.
 - 1962년 국민저축운동으로 단체보험 급성장, 70년대 경제성장으로 생명보험 성

장 기반 확보, 1992년 보험시장 개방, 1998년 IMF 금융위기로 수입보험료 급감, 2008년 글로벌 금융위기로 당기순이익 급감 등 경제 변화로 인해 보험산업은 큰 영향을 받았음.

- 70년대 교육열로 교육보험 성장, 1990년대 후반 안전의식 고양으로 재해상품 성장, 2000년대 웰빙에 대한 관심으로 보장성보험 성장, 2010년대 고령화로 고령층 대상 상품 출시 등 사회변화에 따라 보험상품이 변화하였음.

■ 국내 보험산업은 2015년 생명보험 수입보험료와 손해보험 원수보험료가 각각 117조 원, 74조 원을 기록하는 등 세계보험시장에서 생명보험은 7위, 손해보험은 9위 시장으로 성장함.

- 보험회사 당기순이익은 2010년 이후 감소세를 보이다가 2013년 이후 증가세로 전환됨.
- 2014년 우리나라 보험산업 전체 보험침투도는 12.6이고 생명보험 7.4, 손해보험 5.2를 기록하여 OECD 평균 전체 8.7, 생명보험 4.9, 손해보험 4.3보다 높음.
- 보험산업에서 중요한 역할을 수행하는 설계사 수는 점진적으로 감소 추세임.
- 보험회사의 재무건전성 비율은 최근 하락 추세를 보이고 있으나 금융감독당국이 요구하는 150%보다는 높은 수준을 유지함.

■ 우리나라 보험산업이 발전하는 과정에서 영향을 미친 많은 요인들 중에서 가장 큰 영향을 미친 요인은 경제 발전, 인구구조 변화, 그리고 제도 변화임.

- 보험산업은 경제 성장과 같은 궤를 가지면서 성장하여 왔으며, 인구 증가와 고령화는 보험상품 개발에 큰 영향을 미쳤음.
- 보험산업 발전에 가장 크게 영향을 미친 요인은 제도 변화로 보험회사의 영업 및 수익에 큰 영향을 주었음.
- 한편, 기술 변화가 보험산업에 미치는 영향이 점점 증가하고 있음.

- 보험회사들은 경제 변화, 인구구조 변화에 따른 소비자의 니즈 변화, 금융당국의 제도 변화, 그리고 새로운 기술로 인한 보험의 영향 등을 고려하면서 지금까지 경영전략을 수립하여 왔으며 앞으로도 지속될 것임.

V. 환경 변화

1. 인구 및 가구구조 변화

- 우리나라 총인구는 기대여명 증가와 합계출산율 하락으로 1960년대 이후 계속 증가하다가 2030년에 5천 2백만 명으로 정점에 이른 후 감소할 것이며 고령자 비율이 증가할 것으로 전망됨.
 - 경제성장과 함께 보건·의료시설 개선 등으로 인해 기대여명이 2010년 80.79년으로 늘어났으며 계속 늘어날 것으로 전망됨.
 - 합계출산율은 2010~2014년에 1.23명으로 세계에서 4번째로 낮은 수준으로 떨어짐.
 - 65세 이상 비중은 2015년 13.1%에서 2030년 24.3%로 높아질 것으로 전망됨.
- 기대수명 연장과 저출산에 따른 인구 고령화, 가족에 대한 전통적 가치관의 약화로 인해 가구구조가 변화함.
 - 1990년 4인 이상 가구 비중이 58.1%였으나 2012년 28.1%로 떨어짐.
 - 2035년이 되면 1인 및 2인 가구 비중이 각각 34.3%, 34.0%를 기록하여 3가구 중 2가구가 1인 또는 2인 가구가 될 것으로 전망됨.
- 인구 감소는 보험산업에 부정적인 경영환경을 제공함.
 - 인구 감소는 경제성장률에 부정적인 영향을 주어 금리가 낮아지게 할 수 있으며 이는 보험회사의 투자수익률, 보험상품 판매에 부정적 영향을 미침.

- 인구 고령화와 주요 연령대별 인구 감소, 그리고 가구구조 변화는 보험상품별로 차별화된 영향을 미침.
 - 인구 고령화에 대한 대책으로 연금보험, 실손보험, 간편심사보험, 간병보험의 수요가 증가함.
 - 65세 이상 고령인구의 경우 보험가입이 증가하면서 새로운 고객층으로 부상함.
 - 1인가구의 종신보험에 대한 관심은 줄어드는 반면 건강보험에 대한 관심은 증가함.
 - 1인가구는 개인소득 변동성이 낮아 보험 가입여력이 향상되어 보험수요를 증가시킬 가능성이 존재함.

2. 경제 변화

- 우리나라 경제는 장기적인 저성장 국면으로 진입한 것으로 판단됨.
 - 가계 및 기업부채가 위험수위(국제적 기준 GDP 대비 80%)를 넘어섬에 따라 투자와 소비 등 내수가 부진해지고 있음.
 - 투자 부진은 인구 감소와 함께 잠재성장률을 낮출 것임.
 - 세계경제도 글로벌 금융위기 이후 이전 성장세로 돌아가지 못하고 저성장이 지속되고 있으며, 100년간 계속되는 경제 부진을 의미하는 센터니얼 슬럼프도 언급되는 상황임.
 - 우리나라 잠재성장률에 대해 OECD(2010)는 2025년 2%, 조세연구원(2009)은 2050년 0.5%로, 국회예산처(2016)는 2060년 1.0%를 예상하고 있음.
 - 저성장 국면 진입으로 실질금리와 물가상승률도 낮은 수준을 유지할 것으로 보임.

3. 보험제도 변화

- 보험산업과 관련한 보험제도의 큰 변화는 2015년에 발표된 보험산업 경쟁력 강화 로드맵과 IFRS17 및 신지급여력제도 도입 등임.

- 보험산업 경쟁력 강화 로드맵은 보험산업의 질적 재도약을 위한 근본적인 개혁안을 제시함.
 - 주요 내용은 ① 상품개발 자율성 제고, ② 다양한 가격의 상품공급 확대 및 비교공시 강화, ③ 자산운용규제 패러다임 전환, ④ 판매채널 전면 혁신, ⑤ 새로운 보험환경 변화에 적극 대응임.
 - 사전규제에서 사후감독으로 전환됨에 따라 감독정책의 일대 변화가 예상되며 보험시장은 가격과 서비스를 통한 치열한 경쟁시대 진입이 예상됨.
- 2021년 도입이 예정되어 있는 IFRS17은 보험회계의 특수성을 지양하고 국제적인 회계기준을 수용하는 것임.
 - 손익 인식에 있어서 현금주의에서 발생주의로 전환되어 보험료 수취시점이 아니라 서비스(위험보장) 제공시점에 수익을 인식하고 부채평가도 원가평가에서 시가평가로 변경됨.
 - 손익관리, 자산운용, 영업방식, 리스크관리 등 보험산업 전반에 영향을 미칠 것으로 전망됨.
- 금융감독당국은 보험시장의 안정성 및 대외신뢰도 강화를 위해 보험회사 재무건전성 감독을 국제적 정합성을 제고하는 방향으로 강화할 예정임.
 - 국제자본기준(ICS)을 바탕으로 새로운 지급여력제도 도입을 위한 마스터플랜을 수립하여 자산·부채 시가평가에 따른 가용자본 및 요구자본 산출 기준을 마련하고 현행 RBC제도를 지속적으로 정교화 할 예정임.
 - 내부모형 승인요건을 질적요건 및 양적요건 등을 구분하여 큰 틀에서 제시하고 보험회사가 자체적인 내부자본적정성 평가시스템(ORSA)을 구축할 수 있도록 지원할 계획임.

4. 기술 변화

- 4차 산업혁명으로 대변되는 기술 변화는 세상을 새로운 모습으로 변화시키고 있어 단순히 산업계만이 아니라 사회전체의 근본적인 변화를 가져올 것임.

- 기술 발달은 보험산업에도 영향을 미칠 것으로 예상되며 미래의 보험산업에 영향을 미칠 주요 기술로는 무인차 개발, BIO기술, 헬스케어서비스, IoT(Internet of Things), 그리고 인공지능 등이 있음.

가. 무인차 개발

- 무인차는 운전자 개입 없이 스스로 주행이 가능한 차, 즉 자율주행차(Self Driving Vehicle or Driverless Vehicle, Autonomous Vehicle, 이하 "AV"라 함)를 말하는 것으로 자동화 수준에 따라 몇 단계로 구분되며 미국의 도로교통안전국에서는 5단계로 구분함.
 - 현재 대부분의 자동차 업체는 레벨 1의 자동차를 제공하고 있으나 일부 제조 업체는 주차보조, 차선 이탈방지 시스템, ADAS를 장착한 레벨 2의 자동차를 제공하고 있으며, 레벨 3과 레벨 4는 시험단계에 있음.
- Exane BNP Paribas는 2015년부터 부분 자율주행 기능(Semi automated car)을 갖춘 자동차가 나타나기 시작하여 2020년 이후에 들어 높은 수준의 자율주행차가 시판되며, 완전AV는 2025년 이후에 시판될 것으로 전망함.
 - 그러나 AV에 대해서 소비자들이 완전한 신뢰감을 갖기까지는 시간이 걸릴 것으로 예상됨.
 - 최근에 발생한 테슬라 자동차 사망사고는 이러한 심리적인 문제에 영향을 줄 것으로 예상됨.
- AV가 상용화된다면 파급효과가 매우 클 것으로 예상됨.
 - 교통흐름의 효율성이 크게 증가할 것으로 예상됨.
 - AV 등장은 차량 소유개념에서 공유개념으로 전환되는 계기가 될 것이며 자동차 판매량이 감소할 것으로 예상됨.
 - AV 상용화 시 운전자 부주의 및 과실로 인한 자동차 사고가 크게 감소할 것으

로 예상됨.

- 완전자율자동차가 완전 상용화될 경우에는 자동차 운전자와 보험회사 간의 보험계약이 아니라 보험회사와 자동차 제조사 간의 보험계약으로 전환될 것으로 전망됨.

나. Bio기술

- 2003년 인간은 인류 역사상 최초로 인간의 휴먼게놈을 해독하는데 성공한 이후 Bio기술과 IT기술의 혁신적인 발전에 따라 인간의 유전정보 분석에 필요한 시간과 비용이 비약적으로 줄어들음.
 - 비용이 저렴해짐에 따라 사람들은 자신의 게놈지도에서 특정 암을 일으키는 유전자를 찾을 수 있게 되고 대비할 수 있게 됨.
- 유전정보에 대한 기술, 당뇨병과 같은 질병에 대한 진단 및 치료를 위한 신기술이 빠르게 소개됨에 따라 소비자들은 보다 정확히 자신의 건강상태를 파악하고 이에 대비해서 조치를 취할 수 있게 될 것임.
 - 살아가는 과정에 예상치 못한 질병에 걸려서 육체적 고통과 함께 경제적 손실을 입게 되는 리스크를 줄여줌.
 - 리스크의 발생 가능성이 낮아서 또는 리스크로 인한 피해를 개인적으로 감당할 수 있다고 판단할 경우 보험상품을 구매하지 않게 되어 보험에 대한 수요 감소가 예상됨.
 - 헬스케어서비스와 연계되어 보험산업에 또 다른 영향을 미칠 것으로 예상됨.

다. 헬스케어서비스

- IT와 Bio기술의 발달은 질병치료뿐만 아니라 예방을 보편화시키고 있어 헬스케어서비스 시장이 빠른 속도로 성장하고 있음.

- 헬스케어 패러다임은 과거 질병치료 중심에서 사전 예방적인 건강관리 강화로 전환됨.
 - 유전정보의 상용화 시대에 돌입하게 되어 개인 맞춤형 헬스케어가 가능함.
- 헬스케어 산업과 ICT의 융합이 활발해지면서 헬스케어 시장의 공급자와 수요자의 외연이 확대됨.
 - 기존 전통의 공급자이던 의료기관 중심에서 새로운 공급자로 보험사, 제조사, 통신업체 등이 산업에 뛰어들고 공급자 간 협업하는 새로운 헬스케어 생태계를 구축하고 있음.
 - 정보통신기술 및 ICT기술 발달에 기인한 헬스케어서비스 성장은 의료기관, 환자 등 전통적인 의료영역에 제조기업, 보험회사, 통신회사 등이 참여하는 유인을 제공함.
 - 특히, 보험회사는 보험계약자의 건강상태가 회사의 손익에 직접적으로 연계될 수 있기 때문에 다른 회사들보다 적극적으로 참여하려 함.
- 보험회사의 헬스케어서비스 활성화는 앞으로 더 가속화될 것이며 이는 의료계와 충돌을 가져올 수 있음.
 - IoT(Internet of Things)기술이 계속 발전하고 웨어러블 기기가 보편화되면 보험회사가 단순 의료기관 소개 알선이나 건강관리서비스 추가 등 1차적 서비스 제공을 넘어 직접 고객의 건강을 주도적으로 관리함.
 - 이는 의료계의 영역을 침범할 수 있어 반발을 불러올 수 있음.
 - 대형병원들을 중심으로 병원들은 새로운 수익원으로 건강검진서비스를 활성화하고 있음.
 - 병원이 건강관리서비스에 더해 건강상에 문제가 발생할 경우 무상 또는 낮은 가격에 치료서비스도 제공할 수 있을 것임.
 - 이것은 보험산업 영역 침해의 소지가 있어 보험업계의 반발을 불러올 수 있음.

라. IoT(Internet of Things, 사물인터넷)

■ IoT란 스마트폰, PC를 넘어 자동차, 냉장고, 세탁기, 시계 등 모든 사물이 인터넷에 연결되는 것임.

○ IoT로 연결되는 세상은 크게 개인(The connected Self), 자동차(The connected Car), 집(The connected Home) 3가지로 구분됨.

- 스마트폰 또는 시계와 같은 웨어러블 기기를 통하여 개인의 일상생활과 건강상태 모든 것이 실시간으로 기록되고 관리됨.
- 무인차는 자동차가 스스로 운전하고 주차하며 이러한 움직임은 실시간으로 기록됨.
- 스마트홈이라고도 불리는 The connected Home은 가정 내 기기들의 연결뿐만 아니라 이를 기반으로 지능화(Intelligence) 서비스를 제공하는 포괄적인 개념임.

■ IoT의 확산은 보험산업에 큰 영향을 주어서 기존의 전통적인 보험모델을 파괴하고 새로운 성장 모델을 제시할 것으로 예상됨.

○ IoT에 기반한 방대한 양의 정보는 소비자들이 보험회사와 교류하는 방법을 바꿀 것임.

- 보험회사는 IoT를 통한 정보를 바탕으로 계약의 특성과 행동에 기초해서 계약의 위험을 결정할 것이고 계약자들의 행동을 실시간으로 관찰이 가능함.
- 기존 보험상품은 사고 발생 시 보험금을 지불하였다면 이제는 보험회사가 문제 발생 전에 조치를 취하거나 사고 발생 시 즉각적으로 대처함으로써 사고의 피해를 최소화할 수 있을 것임.

■ IoT 확산에 따라 사이버 범죄·IT 시스템 고장·산업 스파이 활동 등에 의한 사이버상의 손해가 새로운 위협으로 부상하고 있음.

마. 인공지능(Artificial Intelligence)

- 인공지능이란 인간의 지능으로 할 수 있는 사고, 학습, 자기개발 등 인간의 지능적인 행동을 모방할 수 있도록 하는 것임.
 - 1997년 IBM의 인공지능 딥블루(Deep Blue)가 세계 체스 챔피언과 체스 대결에서 승리함으로써 인간의 능력을 넘어설 수 있음을 보여줌.
 - 2011년 IBM의 왓슨(Watson)이 퀴즈쇼 “제퍼디(Jeopardy)”에 출연하여 우승함으로써 인간의 언어도 이해하고 판단할 수 있음을 보여줌.
 - 2016년 구글(Google)의 알파고(AlphaGo)는 세계 최고의 프로바둑기사 이세돌과의 대결에서 승리하여 세상에 큰 충격을 줌.

- 인공지능의 능력이 급속히 발전함에 따라 여러 분야에서 활용될 것으로 기대됨.
 - IBM 왓슨의 경우 병원의 암진단 업무에 활용되고 있으며, 언론 기사 작성, 은행업무 등 다른 많은 분야에서도 인공지능의 활용이 늘어나는 추세임.
 - 금융업무에서는 이미 인공지능 기술을 접목, 활용할 수 있는 영역이 확대되고 있음.
 - 대표적인 것으로는 증권가에서 이미 활용되고 있는 로보어드바이저(Robo-advisor)가 있음.

- 인공지능의 활용으로 인해서 인간의 일자리가 점점 줄어들 것으로 예상됨.
 - 보험과 관련된 직업으로 계리사(Mathematical Technicians), 보험회사 언더라이터(Insurance Underwriters), 보험회사 지급 및 계약유지업무(Insurance Claims and Policy Processing Clerks), 보험회사 심사업무(Insurance Appraisers)는 사라질 가능성이 매우 높은 것으로 나타남.

VI. 보험산업 미래

1. 보험회사 변화

■ 최근 보험산업은 국내 경제성장률이 하락함에 따라 어려움을 겪고 있으며 보험회사 영업이익률은 보험산업에 영향을 미치는 주요 환경들의 변화로 인해 앞으로 당분간 개선되기 어려울 것으로 보임.

- 재무건전성 강화, IFRS17 도입 등 규제 강화에 따라 보험회사의 부담이 증가함.
- 경제성장률이 하락함에 따라 소비자들의 보험구매 여력이 감소하고 보험시장이 이미 포화상태에 이르러 큰 폭의 성장 달성이 어려움.
- 저금리로 인해 보험료가 상승하고 이차역마진 리스크가 확대되어 보험회사의 부담이 가중됨.

■ 이러한 환경하에서 보험회사는 수익성 개선을 위해 다양한 방안을 강구할 것이며 이는 판매채널, 상품개발 등에 영향을 줄 것임.

- 보험회사는 구조변화로 효율성을 추구하여 생산성 향상, 조직 슬림화, 선택과 집중 등을 통한 전문보험회사로의 전환을 추구할 것임.

가. 업무 위탁

■ 일부 보험회사들이 먼저 단순·반복적인 업무와 외부업체가 전문성이 뛰어나다고 판단되는 업무들을 외부로 위탁함으로써 회사의 효율성을 높이고 있음.

- 회사의 효율성을 높이기 위해 자회사를 설립하여 업무를 위탁하기도 함.

■ 업무 위탁의 특징은 보험회사의 본질적인 업무보다는 단순·반복적인 업무를 중심으로 위탁함.

- 단순·반복적인 업무를 위한 인력에게 다른 본사 직원들과 같은 수준의 급여

와 여러 가지 복지를 제공하는 것이 비효율적이라고 판단됨.

- 업무 위탁은 자산운용, 상품개발, 계리 관련 업무 등으로 확대되고 있음.
 - 자산운용의 경우 은행지주 또는 그룹에서 운영하는 자산운용 전문회사에 업무의 일부를 위탁함.
 - 신상품개발 아이디어를 재보험사에게서 구하고 있음.
 - 재보험회사의 새로운 영업 전략으로 상품 아이디어를 제공하고 있음.
 - 중·소형사를 중심으로 상품 기초서류 작성, 준비금 시스템 검증, 변액 특별계정적립금 검증 등을 외부계리법인에 위탁하고 있음.

- 최근 보험회사를 떠난 50대 전후의 전문 상품·계리 인력들이 계리법인 또는 계리컨설팅회사를 설립하고 활동하기 시작하여 상품·계리 업무 위탁이 보다 활성화될 조짐이 나타나고 있음.
 - 지금 은퇴하는 세대는 과거 영업 위주로 회사가 성장할 때 실무자와 관리자로 성장한 세대와 다르게 보험 계리, 상품개발, 리스크 관리 실무 경험이 풍부한 전문가임.
 - 경제상황 악화와 기대수명 연장으로 노후준비에 대한 대책으로 보험산업을 완전히 떠나지 않고 새롭게 활동을 시작할 수 있음.
 - 새로운 계리법인들이 많이 등장함에 따라 계리법인들 간의 가격경쟁으로 인하여 이러한 위탁이 점점 활성화될 것으로 예측됨.

- 보험의 업무 위탁이 보험의 모든 기능으로 확대되는데 있어 「금융기관의 업무위탁 등에 관한 규정」에 따라 본질적 업무의 위탁이 금지되고 있음.
 - 보험모집 및 계약체결, 보험회사 공시, 보험계약 인수 여부에 대한 심사·결정, 보험계약 유지 및 관리, 재보험 출·수재, 보험금 지급여부 심사·결정을 보험의 본질적 업무로 규정됨.
 - 상품·계리 관련 업무 위탁들은 본질적 업무에 해당되지 않는 업무임.

- 최근에는 핀테크와 인공지능이 발달하면서 자동언더라이팅이 가능해지고 있고 지급심사 업무도 인공지능이 할 날이 곧 도래할 것으로 예상됨.
 - 인공지능을 보유한 전문 제3자 수탁자가 언더라이팅과 지급심사업무를 수행하면서 규모의 경제를 이룬다면 효율성을 극대화할 수 있을 것임.
 - 시장의 효율성이 변화함에 따라 금융당국도 규제의 방향을 변화시킬 것으로 예상됨.

나. 판매채널 변화

- 현재 우리나라 보험회사 판매채널에는 설계사채널, 대리점, 방카슈랑스, T/M, C/M, 그리고 홈쇼핑 등이 있으며 방카슈랑스, 홈쇼핑, 온라인채널 등 설계사채널과 다른 판매채널이 계속 등장하여 성장하고 있음.
 - 방카슈랑스채널은 2003년 도입된 이후 빠르게 성장하여 이제는 저축성보험 시장의 주요 채널로 자리 잡음.
 - 홈쇼핑채널도 보험판매를 위한 새로운 채널로 등장하였으며 최근에는 휴대폰과 태블릿, PC 등 모바일 기기로 보험에 가입하는 모바일슈랑스(모바일+인슈어런스)가 새로운 판매채널로 등장함.
 - 대면채널이 절대적인 비중을 차지하고 비대면채널(T/M, C/M, 홈쇼핑)은 미미한 수준에 그치고 있음.
- 판매채널의 성공 여부는 보험의 특징인 Push Marketing 성공 여부에 달려 있는데, 고객의 니즈를 환기하여 복잡한 보험상품을 설명할 수 있느냐가 성공의 관건이며 이를 위해서는 고객과의 양방향 소통이 매우 중요함.
 - 신규채널 중에서 비대면채널, 특히 온라인채널은 보험산업의 특징인 Push Marketing의 한계를 극복하지 못하고 있는 실정임.
- 전속설계사채널은 보험회사가 설계사 인력을 확보하고 양성하는데 어려움이 있

으나 나머지 채널들은 보험회사가 필요 시 언제든지 확보가 가능함.

- 중·소형사들이 전속설계사 조직을 양성하여 운영하는데 어려움이 많음.
- 중·소형 보험회사들은 비전속채널에 보다 의존하게 되었으며 이러한 비전속채널 등장은 보험시장의 점유율에 영향을 줌.

■ 설계사채널은 인구 고령화와 설계사라는 직업에 대한 낮은 인식으로 인하여 고령화되고 있으며 젊은 연령대의 설계사 조직 확보에 어려움을 겪고 있음.

- 생명보험 설계사 중 20대와 30대 비중은 각각 2007년 8.7%, 38.5%에서 2015년 5.6%, 20.3%로 줄어들었으나, 50대 설계사 비중은 2007년 12.0%에서 2015년 29.0%로 증가함.
- 이러한 현상은 전체 설계사 수 감소로 나타나고 있음.

■ 최근의 설계사 수 감소로 전속설계사 수도 줄어들었으나 독립대리점(GA) 설계사 수는 2010년 3월 말 기준 12만 1천 명에서 2015년 6월 말 기준 19만 2천 명으로 급격히 성장함.

- 독립대리점 설계사 수도 전속설계사로부터의 유입 감소로 장기적으로는 감소 예상됨.
- 전속설계사 수 감소와 독립대리점 그리고 비대면채널 성장은 보험회사 시장 점유율에 영향을 줄 것으로 전망됨.

■ 방카슈랑스채널, 온라인채널, 홈쇼핑채널은 크게 성장하지 못할 것으로 전망되거나 TM채널은 지속적으로 틈새시장을 차지할 것으로 전망됨.

- 방카슈랑스채널은 저금리로 성장이 어려울 것으로 전망됨.
- 온라인채널은 보험상품 복잡성의 장벽을 넘어서지 못해 성장이 미미할 것으로 전망됨.
- 홈쇼핑채널은 보험상품에 대한 설명의 어려움 등으로 성장이 어려우나 광고 효과 등으로 명맥을 유지할 것으로 전망됨.

- TM채널은 저가상품을 판매하는 채널로 성장할 것으로 전망됨.
- 신기술 발달로 인공지능을 활용한 채널이 새로운 판매채널로 등장하여 타 채널을 대체할 것임.
 - IBM의 왓슨은 인간의 언어를 이해하고 답변하는 수준에 도달하였으며 증권 업계에는 인공지능을 기반으로 하는 로보어드바이저가 등장하여 투자자를 대상으로 금융상품을 매매하고 관리함.
 - 일본 Mizuho Bank는 점포 내 IBM의 왓슨을 탑재한 인간형 로봇 Pepper를 설치하여 고객 응대에 활용함.
 - 인공지능 채널은 24시간 고객에게 항상 상냥하게 응대할 것이며 IT 금융환경에 익숙한 현재 20~30대에게는 매우 친숙한 채널이 되어 거부감 없이 받아들일 것임.
- 보험산업에 존재하는 판매채널들은 소비자 니즈 발굴, 상품 복잡성 설명, 유지비용, 고객소통 문제, 그리고 채널 구축 문제 등에서 서로 다른 장단점을 가지고 있음.
 - 전속설계사채널은 고객과의 양방향 소통으로 소비자 니즈 발굴과 상품 복잡성 설명에서는 뛰어나지만 설계사 수당으로 인한 고비용과 구축에 어려움이 있음.
 - GA채널은 전속설계사채널과 동일하지만 채널 구축에서는 전속설계사보다 용이한 편임.
 - 방카슈랑스는 GA채널과 동일하지만 소비자 니즈 발굴에 있어서는 은행에 찾아오는 손님에 한정됨.
 - 온라인채널과 홈쇼핑채널은 고객과의 단방향 소통이라는 단점이 있으며 TM채널은 고가의 상품을 판매하는데 어려움이 있음.
 - 인공지능 채널은 소비자와 양방향으로 대화하면서 보험에 대해서 설명하기 때문에 소비자 니즈 발굴, 상품 복잡성 설명에서 우수하고 비용도 저렴하며 채널 구축도 상대적으로 쉬움.

- 판매채널들 중에서 양방향 소통이 되는 채널 간 경쟁에서 인공지능 판매채널이 우위를 차지하면서 설계사채널이 경쟁에서 도태될 것임.
 - 설계사 중심의 판매채널이 인공지능 채널로 대체되어 가는 것은 설계사 부족으로 인한 대면채널 감소 문제를 해결하는 방안임.
 - 설계사채널은 재무설계, 건강관리 같은 차별화된 서비스를 제공하는 판매조직으로 전환이 예상됨.
 - GA채널은 설계사 수가 감소함에 따라 축소될 것이나 인공지능 판매조직을 도입하게 되면 독자적인 인공지능 채널 조직을 가지지 못하는 회사를 지원하면서 계속 성장이 예상됨.
 - 방카슈랑스채널은 저금리로 인한 저축성보험 경쟁력 상실로 축소될 전망이나 은행에 AI 진입 시 새롭게 성장할 수 있을 것으로 예상됨.

다. 상품전략 변화

- 경제 환경 변화와 인구 및 가구구조 변화는 보험회사에게 새로운 상품전략을 요구하고 IoT 기술 연계 상품이 증가할 것으로 예상됨.
- 저축성보험 상품은 사업비에 대한 전면적인 변화가 없을 경우 저금리로 경쟁력을 상실할 것으로 예상됨.
 - 보험회사는 저축성보험 상품의 대안으로 연금보험을 선택할 것임.
 - 연금보험은 감독당국의 장수리스크에 대한 재무건전성 강화로 판매에 어려움 예상됨.
 - 종신연금을 기피하고 확정연금을 선호함으로써 일반 금융회사들이 제공하는 펀드상품과 큰 차이가 없게 되어 보험회사는 자산운용에 중점을 둔 연금보험 판매회사로 변신이 예상됨.
- 사망보장 상품은 수명 연장과 가구구조 변화로 시장 축소가 전망됨.

- 수명 연장과 의료기술 발달로 젊은 나이에 사망하는 경우가 줄어들어 따라 중신보험 또는 정기보험 수요가 감소함.
- 건강보험 상품은 향후 IoT 도입으로 인해 새로운 형태로 전환될 것으로 예상됨.
 - 현재 일부 보험회사에서 초보적인 헬스케어 연계 상품을 소개함.
 - IoT 기술 가속화로 실시간으로 계약자에게 건강관리 서비스를 제공하고 특정 질병 발생 시 보험금을 지급하는 상품이 개발될 것임.
 - 병원의 성격이 최근에 치료기관에서 건강관리기관으로 전환되고 있어 보험회사와 병원의 경쟁이 발생할 수 있음.
- IoT 기술은 일반 손해보험회사에도 변화를 가져올 것임.
 - 계약자가 사고 처리 후 보험금을 청구하는 기존의 방식에서 사고 발생 시 계약자가 연락하기 전에 보험회사가 먼저 인식하고 처리하는 방식으로 전환될 것임.
 - 계약자에게 보다 더 나은 서비스를 제공하려는 회사들 간의 경쟁으로 인해 계약자의 개인 집사 역할을 수행하는 형태로 전환됨.
- IoT 보편화는 사이버리스크라는 새로운 위험을 창출해서 일반 손해보험회사에게는 블루오션으로 등장할 것임.
 - 자동차, 가정, 공장 등에 설치된 IoT 고장으로 인한 오작동으로 발생하는 사고 또는 해커 공격으로 인한 사고를 보상함.
 - 무인차로 인해서 예상되는 자동차보험 시장 축소를 일부 상쇄할 것으로 예상됨.
- 보험회사는 계약자별 요율을 산출하게 될 것이며 특히 계약자별 위험에 기초하게 되기 때문에 현재의 출생나이 기준에서 건강나이 기준으로 측정기준이 변경될 것임.
 - 웨어러블 기기를 통해 실시간으로 계약자의 건강상태를 관리함에 따라 개별 계약자의 건강위험에 대한 정보 축적이 가능할 것임.

○ Big Data 분석을 통해 계약자의 위험을 정확히 측정할 수 있게 될 것임.

라. 보험회사 변화

■ 보험회사는 앞으로 계약자의 종합적인 건강관리를 목적으로 하는 상품을 개발하거나 계약자의 위험선호에 맞춘 상품을 개발할 것으로 전망됨.

○ 미래에는 사고 예방에 초점을 맞추어서 도움을 주고, 그럼에도 불구하고 사고가 발생할 경우에는 금전적 보상을 제공하는 회사로 전환될 것임.

○ 건강나이를 기반으로 계약자가 원하는 위험을 보장하는 상품, 즉 계약자주문 (Order Made) 상품을 판매할 것임.

■ 생명보험회사는 환경 변화에 따라 전문화 과정을 거치면서 새로운 회사로 진화할 것임.

○ 일부 보험회사는 기존의 사업형태를 유지하면서 다양한 상품을 개발하여 판매가 예상됨.

○ 일부 보험회사는 저축성보험상품을 중시하여 연금상품 또는 변액상품 판매에 집중하면서 자산운용회사화가 예상됨.

○ 일부 보험회사는 IoT를 기반으로 건강관리서비스 전문회사화가 예상됨.

■ 손해보험회사는 제3보험을 판매하는 부문이 건강관리서비스로 전환될 것이고 일반 손해보험은 서비스가 강화될 것이며 자동차보험은 B to B 영업으로 변환될 것으로 예상됨.

○ 일반사고가 발생하면 계약자가 신고하기 전에 보험회사가 IoT를 통해 사고 발생을 인식하고 처리하는 서비스를 제공할 것임.

○ 무인자동차가 점차적으로 도입됨으로 인해 사고가 감소하고, 사고의 책임소재가 변화됨으로써 보험도 변화할 것으로 예상되고, 완전 무인차로 전환될 경우 제조사와 보험사 간의 영업으로 변환될 것으로 예상됨.

마. 보험산업 구조 변화

- 미래에는 보험회사의 다양한 기능들이 위탁으로 분화된 후 독립적인 전문보험회사로 성장할 것으로 예상되며 기존의 보험회사와 완전히 새로운 관계를 형성할 것임.
 - 보험회사로부터 독립된 전문보험회사들은 대형 독립대리점처럼 규모의 경제를 통한 효율성 증대를 위해 규모를 키울 것으로 예상됨.
 - 독자적인 경쟁력과 협상력을 갖춘 회사가 보험 관련업을 시작하는 새로운 형태의 전문보험회사가 등장할 것임.
 - 전문보험회사와 기존의 보험회사는 다양한 협력관계를 만들어갈 것임.

- 보험의 주요 기능들이 분화하여 전문보험회사가 되면서 보험회사가 무엇인지 새롭게 정의될 것임.
 - 보험회사의 정의에 의해 보험회사의 기능과 책임이 정해지고 이는 업무 분화에도 영향을 줄 수 있을 것임.
 - 보험전문회사는 보험만이 아니라 다른 영업을 하면서 보험에 관련된 기능을 수행할 수 있을 것임.
 - 병원에서 건강관리서비스를 제공하면서 보험서비스를 제공할 수도 있을 것임.

- 소비자들의 입장에서는 보험이라는 금융서비스를 제공받지만 보험회사가 아닌 다른 회사들로부터 받게 될 것임.
 - 사회 전체적으로 보험은 존재하고 보험상품을 판매하는 지금과 같은 전통적인 보험회사는 존재하지만, 소비자들은 보험회사가 사라졌다고 느낄 수도 있음.

바. 보험회사 진화의 방향

- 앞으로 다가올 미래에 실현될 것으로 예상되는 것은 전문보험회사의 출현, 판매 채널 변화, 보험회사의 상품전략 변화, 보험회사의 변화 그리고 보험산업 구조 변화로 점차 진화해 갈 것으로 예상된다.
 - 먼저 업무 위탁이 활성화되어 보험회사들의 많은 기능이 외부에서 수행될 것으로 예상된다.
 - 인공지능 판매채널의 등장으로 보험시장의 경쟁이 새로운 차원으로 진입할 것으로 예상된다.
 - 일부 보험회사는 상품포트폴리오를 전문화할 것이며 이는 회사 기능의 전문화와 별도로 진행될 것임.

- 10년 이내의 가까운 미래에 보험회사 주요 기능들의 외부 위탁이 활성화되면서 전문기능 보험회사들이 출현할 것으로 예상된다.
 - 일부 보험회사들은 전략적으로 회사의 역량을 한 곳으로 모으면서 건강관리, 자산 운용, 생활관리 등의 전문서비스를 제공하는 보험회사로 전환할 것으로 예상된다.
 - 일부 보험회사는 여전히 모든 기능을 보험회사 내에서 수행하고 다양한 상품을 공급하는 상품포트폴리오를 유지하는 현재의 전통적 보험회사의 모습을 유지할 것으로 예상된다.

- 10년 이후의 먼 미래에는 판매 전문, 또는 언더라이팅 전문 등 전문기능 보험회사가 활성화되어 보험기능의 분업화가 이루어지고, 보험회사들도 현재와 같은 전통적인 보험회사로 유지하거나 또는 전문서비스를 제공하는 회사로 전환하여 보험서비스 전문화가 이루어질 것으로 예상된다.

2. 보험회사 변화의 영향

가. 소비자 측면

- 보험소비자는 보험회사가 공급하는 상품 중에서 본인에게 적합한 상품을 구매하여 왔음.
 - 보험회사는 불특정 다수를 대상으로 상품을 판매하기 위해서 다수가 공통적으로 가지는 위험을 보장하는 상품을 설계함.
 - 보험소비자에게 제공되는 상품은 소비자가 원하는 위험보다 더 많은 위험을 보장하는 경우가 많고 그래서 상품이 일반적으로 매우 복잡하여 소비자들이 이해하는데 어려움이 상존함.

- 최근에는 소비자 개별 특성을 반영하여 위험을 세분화한 상품개발이 본격화됨.
 - 건강상태에 따라 상품을 세분화하여 보험가입이 불가능한 사람들도 가입할 수 있는 간편심사 보험상품이 개발되어 판매됨.
 - IoT 또는 Big Data를 통해 보험계약자의 특성이 반영된 상품 개발로 연결됨.

- 소비자들은 본인에게 맞는 보험상품과 서비스의 합리적인 선택이 가능해질 것임.
 - 소비자의 특성인 건강나이, 생활습관, 위험선호도가 반영된 개인별 상품이 개발되어 공급될 것으로 예상됨.
 - 인공지능 기반 판매채널을 통하여 정확한 상품정보가 제공되어 불완전판매가 사라질 것이며 소비자는 여러 보험회사 상품을 비교하여 합리적으로 선택할 수 있을 것임.

- 소비자들은 크게 3개의 보험상품을 구매하여 건강리스크, 재무리스크, 그리고 일상리스크 모두를 대비하게 될 것임.
 - 자신의 건강을 실시간으로 관리하는 회사를 선택할 것이며 필요 시 이와 별도

로 정액보험을 따로 구매할 것임.

- 종합적인 재무관리 서비스를 제공하는 회사를 선택할 수 있음.
- 자신의 차, 집에 대한 종합적인 관리서비스를 제공하는 회사를 선택할 수 있음.

나. 감독자 측면

- 보험산업의 변화는 감독체계 변화를 요구하게 되어 보험회사 중심의 업무기능단위 규제에서 업무기능별 회사 중심 감독체계로의 전환이 필요함.
 - 현재까지 보험감독은 크게 보험회사에 대한 재무건전성 규제, 판매에 대한 영업행위 규제, 그리고 소비자 보호로 이루어짐.
 - 앞으로 상품 기획, 판매 및 보험금 지급 등 모든 업무를 한 회사에서 수행하던 구조에서 여러 회사들이 나누어서 처리하게 됨에 따라 이에 맞는 감독체계 수립이 필요함.
- 보험산업에 IT기업 또는 병원이 진출 시 이에 대한 규제 및 감독에 대한 검토가 이루어져야 할 것임.
 - 병원의 보험서비스 제공 시 보험업법 개정에 대한 검토에서부터 병원의 재무건전성 평가방법 및 소비자보호에 대한 감독 등의 논의가 필요함.
 - 보험회사가 아닌 회사에 보험업법 적용가능성과 함께 보험서비스뿐만 아니라 다른 서비스도 제공하는 회사에 대한 재무건전성 및 영업행위 규제 등의 적용방법 논의가 필요함.
- 보험회사들이 계약자별 보험상품 개발을 위해서는 업계와 요율산출 방법에 대한 검토가 논의되어야 함.
 - 건강나이 산출과 운영, 그리고 그 과정에서 발생할 수 있는 소비자 보호 문제 등이 논의되어야 함.

- 보험산업을 구성하던 세 개의 축, 즉 공급자, 소비자, 감독자는 환경 변화로 인해서 다수의 축으로 변경될 것이며 이에 대응하여 재무건전성 규제, 소비자 보호, 행위 규제를 하여야 함.
 - 공급자인 보험회사가 하나의 회사에서 다양한 보험전문회사들로 분화됨.
 - 소비자는 대량판매 대상이던 다수의 계약자에서 개별상품을 구매하는 계약자로 변화됨.

다. 미래 준비

- 보험회사가 다가올 변화에 대비하여 선순위로 할 일은 보험이 무엇인지, 보험회사는 무엇을 해야 하는가를 결정하는 것임.
 - 현재와 동일하게 다양한 보험상품 판매 전략을 계속 추구할 것인지 아니면 특정 분야에 집중하여 전문보험회사로 탈바꿈할 것인지를 정해야 할 것임.
 - 스스로 조직을 구축을 할 것인지 아니면 외부의 도움을 받을 것인지를 결정해야 할 것임.
- 보험회사와 마찬가지로 보험산업에 종사하는 사람들도 변화에 대비해야 할 것임.
 - 개인들은 자신들의 전문분야를 특화해야 할 것임.

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

우리나라는 지난 수십 년 동안 다른 어느 나라보다도 빠르게 성장하여 왔다. 1960년대 시작된 경제개발을 시초로 경제가 급속히 발전하였으며 그 과정에서 국민들의 생활수준이 개선되었고 이는 국민들의 의식수준 향상으로 이어졌다. 국민들의 의식수준 향상은 정치·사회·경제 전반에 긍정적 변화를 주었으며 이는 사회가 또 다시 발전하는데 밑거름이 되어 경제 효율성에 영향을 주었다. 사회발전과 경제발전은 사회제도를 변화시켜 국민건강보험제도, 국민연금제도와 같은 공적 사회보장제도 도입을 이끌었다. 이러한 제도 변화는 다시 경제에 다양한 영향을 주었다. 우리나라는 경제규모가 지속적으로 성장하여 선진국 수준의 경제규모에 도달함에 따라 OECD와 같은 국제적인 경제협력 기구에 가입하였으며 이러한 조치는 다시 국내 기업들이 보다 적극적으로 해외로 진출하는 계기가 되었다. 이는 다시 국민들의 사회활동에 영향을 미쳤으며 특히 '90년대 말 금융위기는 단순한 경제위기를 넘어서 사회 전체 위기가 되었고 국민들은 경제적·사회적으로 큰 어려움을 겪었다.

한 나라가 발전하는데 정치·사회·경제가 복잡하게 얽혀있는 것처럼 경제 그 자체도 많은 요인들에 영향을 받아 왔다. 경제활동 참가자들의 의식 변화, 웰빙(Well-Being) 추구와 같은 사회현상 변화, 스마트폰의 확산과 같은 기술 변화 등은 유기적으로 영향을 주고받음에 따라 경제 전체로는 긍정적 또는 부정적 결과를 낳고 있다.

경제생태계의 한 부분을 차지하고 있는 보험산업도 그 자체 내에서 많은 것들이 복잡하게 얽혀 있다. 보험산업을 구성하는 보험회사, 보험상품을 판매하는 판매자, 보험상품을 구매하는 소비자, 그리고 이들을 감독하는 감독자들이 여러 가지 경로를 통해

서로에게 영향을 주고 있으며, 보험산업을 둘러싼 경제 환경과 사회 환경 역시 보험산업에 직접적으로 영향을 주고 있다. 정부가 경제성장률 제고를 위해 금리를 인하할 경우 보험산업은 오히려 부정적인 영향을 받을 수 있고,¹⁾ 과거 대형 안전사고가 빈번하게 발생하자 상해보험 수요가 늘어나기도 하였다.²⁾

이렇게 국가 전체, 경제, 보험산업 등이 발전하고 변화하는 모습은 프랙털(Fractal)³⁾과 같은 구조를 띠고 있어 하부 구조로 내려가더라도 그 안에 많은 요인들이 복잡하게 연관되어 있는 것이 비슷하다. 보험산업에만 영향을 미치는 요인이 있는가 하면 국가 전체에 영향을 미치는 것도 있다. 국가 전체적으로 긍정적인 영향을 미치는 변화가 보험산업에는 부정적인 영향을 미치기도 한다. 이러한 모습은 거대한 거미줄을 연상시킨다. 거미줄 한쪽 편에 잡힌 먹잇감의 움직임으로 인한 진동이 거미줄 다른 쪽으로 파동이 전달되어 그곳에 있는 거미 또는 다른 먹잇감에 좋거나 나쁜 영향을 주는 것과 흡사하기 때문이다.

지금 우리 사회는 거대한 변화의 물결에 직면하고 있다. 먼저 출산율이 사상 최초로 떨어지고 있고 이에 반해 기대수명은 연장됨으로 인해 사회는 빠르게 고령화되고 인구가 줄어들 것으로 전망되고 있다. 우리가 단 한 번도 경험하지 못한 새로운 변화가 우리 사회를 엄습해오고 있는 상황이다. 또한 경제도 과거의 고성장 시기가 끝나고 저성장 기조로 진입하고 있다. 비단 우리나라만이 아니라 전 세계적으로 경제성장률이 하락하고 있으나 우리나라는 과거 어려운 세계 경제 환경하에서도 고성장을 이루었기 때문에 저성장 시대로의 진입이 사회전체에 미치는 영향은 매우 클 것으로 예상된다.

이러한 변화는 거미줄 전체를 흔드는 것이기 때문에 거미줄의 어떠한 부분도 흔들리지 않을 수 없다. 따라서 보험산업도 이러한 변화를 피할 수가 없다. 보험산업은 그동안 새로운 상품을 지속적으로 소개하면서 성장을 이루어 왔으나, 이제 주요한 상품 모두

1) 금리가 하락할 경우 보험료가 상승하여 소비자의 구매력을 떨어지게 함.

2) 1990년대 중반 성수대교 붕괴, 삼풍백화점 붕괴와 같은 대형 재난사고 발생으로 많은 상해보험이 판매되었음.

3) 프랙털은 일부 작은 조각이 전체와 비슷한 기하학적 형태를 말함(위키백과).

가 시장에 소개되어 더 이상 새로운 상품으로 시장 성장을 이끄는 것이 어렵게 되면서 시장이 포화되어 가고 있다. 이러한 내부적인 변화와 함께 외부적으로도 IT기술, 무인자동차 등과 같은 새로운 기술 발전이 보험산업에 영향을 주고 있다. 특히 4차 산업혁명을 주도하는 새로운 기술 발전은 과거 보험산업에 영향을 미친 어떤 기술 발전보다 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다.

한편으로 금융당국은 2015년 10월 보험산업 경쟁력 강화 로드맵을 발표하면서 지난 수 십년간 유지해오던 보험산업 규제 방향을 수정하여 전면적인 자율화를 허용하기로 하였다. 보험회사들은 이제 규제하에서의 성장이 아닌 시장 경쟁을 통한 성장을 이루어야 한다. 또한 새로운 국제회계 기준인 IFRS17 도입이 2021년 예정되어 있으며, 금융당국이 재무건전성을 강화하기로 발표하여 보험회사는 지급여력비율을 유지하는데 어려움을 겪을 것으로 예상된다.

이렇게 보험산업에 크고 작은 영향을 주는 여러 변화들이 현재 또는 가까운 미래에 동시다발적으로 발생하고 있거나 발생할 예정으로 보험산업은 과거 어느 때에도 겪어 보지 못한 큰 변화에 직면해 있다. 각각의 변화 그 자체만으로도 보험산업에 큰 영향을 미치는데 이러한 변화들이 거의 동시에 발생함으로써 보험산업이 효율적으로 대처하지 못한다면 그 구성원인 보험회사는 생존의 기로에 서게 될 것이다. 각각의 변화에 대한 대처 방안이 서로 다를 수 있기 때문에 종합적인 대처가 필요하며 이는 보험소비자들에게도 영향을 미칠 것이다. 그러므로 이러한 변화를 살펴보고 미래에 보험산업의 지형도가 어떻게 바뀔 것인지를 살펴보는 것은 매우 중요하다고 할 수 있겠다.

본 보고서는 보험산업을 둘러싼 환경 변화가 향후에 보험산업에 어떻게 영향을 줄 것이며 보험산업이 어떤 모습이 될지를 그려보려고 한다. 이를 바탕으로 금융당국, 보험회사, 그리고 소비자들의 미래 모습을 예측하여 금융당국에게는 금융정책 방향성을 위한, 보험회사에는 중장기 경영전략을 위한 기초자료를 마련하고자 한다.

미래학자 앨빈 토플러는 한 인터뷰에서 미래학자가 하는 것은 가능한 미래를 제시하고 사람들에게 어떻게 생각하는지 물어보는 것이라고 하였다. 이런 관점에서 본 보고서의 최종적인 목적은 보고서에서 제시하는 보험산업의 미래에 대해 의견을 묻는 것이 될 것이다.

2. 선행연구

보험산업의 미래에 대한 선행연구로는 먼저 보험연구원에서 매년 발간하는 보험산업 전망과 과제를 들 수 있다. 매년 말에 발표하는 이 보고서에서는 그 해의 보험산업 성과를 살펴보고 차년도 보험산업 수입보험료 규모, 성장률 등을 전망한다. 그리고 이러한 전망과 함께 차년도에 보험산업이 중요하게 다루어야 할 이슈들을 예측하고 이에 대한 보험산업 대응 방향을 제시하고 있다.

이태열 외(2005)는 2015년까지 보험환경 및 산업의 주요지표를 전망하고 시장 흐름을 진단함으로써 보험회사 중장기 경영전략 수립을 위한 기초자료를 제공하였다. 특히 1993~2003년까지 10년 동안 우리나라 보험환경 변화를 OECD 주요 회원국과 비교하였다. 이태열 외는 당시 기준으로 향후 10년 동안 우리나라는 경제성장 둔화에도 불구하고 부양비가 하락하고 베이비붐 세대가 50대에 본격적으로 진입하는 등 은퇴에 대비한 다양한 금융수요가 팽창할 것으로 예상하였다.

오승연 외(2015)는 인구 및 가구구조 변화가 향후 보험수요에 미치는 영향을 분석하였다. 인구 고령화와 가구구조 변화는 보험소비자의 주관적 위험보장 수요를 변화시켜 보험산업에 근본적인 변화를 초래할 것이라고 주장하였다.

임준환 외(2016)는 뉴 노멀(New normal)로 대표되는 경제환경 변화와 산업성숙기 진입 등 산업구조 변화 등으로 인해 국내 보험산업 수익성이 악화되고 있는 것이 일시적인 현상이 아니라 구조적인 현상이라고 진단하였다. 이러한 구조적인 변화 속에서 보험회사들이 취할 수 있는 경영전략을 제시하였다.

최근 PWC, Deloitte, IBM, EY 등 보험 관련 컨설팅 회사들은 미래 보험산업에 대한 보고서를 통해 여러 가지 전망을 내놓고 있다. 이들의 전망은 대부분 몇 가지 주요한 변화, 예를 들어 인구 고령화 또는 IoT(Internet of Thing) 확산 등에 초점을 맞추어서 보험산업이 어떻게 변화될 것인지를 전망하고 있다. IoT의 한 특수한 예로써 무인차 등장으로 인해 자동차 산업이 향후에 어떻게 변화될 것이며 이에 따라 자동차보험이 어떻게 영향을 받을 지를 예측하는 형식이다.

기존 선행연구의 특징은 인구구조 변화, 경제환경 변화, 기술환경 변화 등 한 가지

에 초점을 맞추어서 미래를 예측하는 것이었다. 그러므로 이러한 최근의 변화들을 종합적으로 고찰하여 미래를 예측하는 본 연구는 기존의 선행연구와 차별화된다고 말할 수 있다.

3. 보고서 구성

본 보고서는 I 장~VI 장으로 구성된다. II 장에서는 먼저 미래예측 방법론을 이론적 측면에서 살펴볼 것이다. III 장에서는 보험의 고유한 특성을 살펴볼 것이다. 보험을 둘러싼 환경 변화에도 변하지 않는 보험의 특성을 파악할 것이다. 환경 변화에 따라 보험산업 특성이 어떻게 대응하는지를 살펴봄으로써 보험산업 미래를 예측할 수 있을 것이다. IV 장에서는 보험산업의 과거와 현재를 살펴볼 것이다. 지난 수 십년간 보험산업이 어떻게 변화해 왔고 그 과정에서 무엇이 변화의 주요 요인인지를 찾아볼 예정이다. 그리고 현재 보험산업 현황을 수치 중심으로 간단히 소개할 것이다. V 장에서는 보험산업에 영향을 미치는 주요 요인들의 변화를 살펴볼 것이며 VI 장에서는 이러한 요인들의 변화로 인해 발생할 수 있는 보험산업 미래를 제시할 것이다.

II. 미래예측 방법론

1. 미래예측

미래를 언급하는 방법에는 두 종류가 있다. 하나는 예언이고 하나는 예측이다. 예언은 앞으로 다가올 일을 미리 알거나 짐작하여 말하는 것이다.⁴⁾ 그러나 앞으로 발생할 일을 미리 안다는 것은 스스로 그 일을 계획하지 않으면 신이 아닌 이상 불가능한 것이고 짐작하여 말한다는 것은 실제 발생 여부와는 상관없이 말하는 것을 의미한다. 예를 들어 푸른 하늘을 보면서 한 시간 뒤에 하늘에서 운석이 떨어질 것이라고 말한 다던가 아니면 몇 년도에 세상이 망할 것이라고 말하는 것은 예언에 해당하는 것이다. 예언의 특징은 실제로 그 일이 발생하지 않을 수 있다는 것이다. 특정연도가 되면 세상이 망할 것이라는 종말론 예언이 많이 회자되었지만 실제로 그 일은 일어나지 않았다. 이와 같이 예언은 발생 여부를 모르는 미래의 일을 말하는 것을 말한다. 반면에 예측은 미리 헤아려 짐작하는 것이다.⁵⁾ 즉 예언과 달리 원인을 살펴보고 이를 바탕으로 미래에 발생 가능한 일을 말하는 것이다. 예언이 발생할 확률이 매우 낮은 것과 다르게 예측은 그 원인을 살펴보고 말하는 것이기 때문에 발생할 확률이 매우 높은 편이다. 다만 시간적으로 정확히 언제 발생하는지를 말하지는 않지만 발생이 거의 확실한 일을 말하는 것이다. 예를 들어 경험을 바탕으로 여름 장마철이 되어 비가 많이 오면 수해 피해가 발생할 것을 예측하게 된다. 즉, 예측은 예언과 달리 발생할 사건의 원인이 될 수 있는 요인들을 살펴보고 이들의 관계를 파악하여 미래에 발생할 사건을 말한다는 측면에서 아무런 인과관계 파악 없이 미래를 말하는 예언과는 다른 것이다.

4) Naver 어학사전.

5) Naver 어학사전.

그러나 미래를 예측하는 방법은 정해진 답이 존재하지 않는다. 기본적으로 무엇이 미래를 예측하느냐 또는 얼마나 먼 미래를 예측하느냐에 따라 그 방법은 달라질 수 있다. 그러나 미래를 예측하는데 있어서 기본적인 원칙은 찾을 수 있으며 이 원칙을 바탕으로 방법론을 수립하여 미래를 예측하는 것이 필요하다.

2. 방법론

미래를 예측하는 미래학에서는 세상은 질서가 있으며 서로 연결되어 있다는 것을 공리(Axiom)로 삼고 있다.⁶⁾ 즉 세상은 어떤 요인들이 서로 영향을 미치면서 변화해 간다는 것이다. 그러므로 미래를 예측한다는 것은 세상 질서를 이해하고 어떤 연결고리들을 가지고 있는지를 파악한 후, 세상 질서와 연결고리들이 시간 흐름에 따라 어떻게 변화되는지를 살펴보는 것이다.

먼저 세상 질서와 연결고리를 이해하기 위해서는 과거를 살펴볼 필요가 있다. 지난 과거는 세상 질서와 연결이 시간이 흐르면서 만들어낸 기록이기 때문에 과거 변화를 살펴본다면 변화의 주된 요인이 무엇인지 그리고 그 요인들이 어떻게 연결되어 있는지를 파악할 수 있을 것이다.

여기서 어떤 것이 변화한다는 것은 그것의 현재와 미래가 다르다는 것이며 변화하게 된 원인이 존재하여 그 원인과 연결되어 있다는 것이다. 그러므로 그러한 원인들과 결과들을 연결시킨 모델을 만듦으로써 미래를 예측할 수 있는 하나의 시스템을 완성할 수 있다. 이러한 모델에서는 원인이 영향을 미치는 방향과 세기를 변경함으로써 다른 미래를 만들 수 있기 때문에 다양한 시나리오 테스트를 할 수 있다.

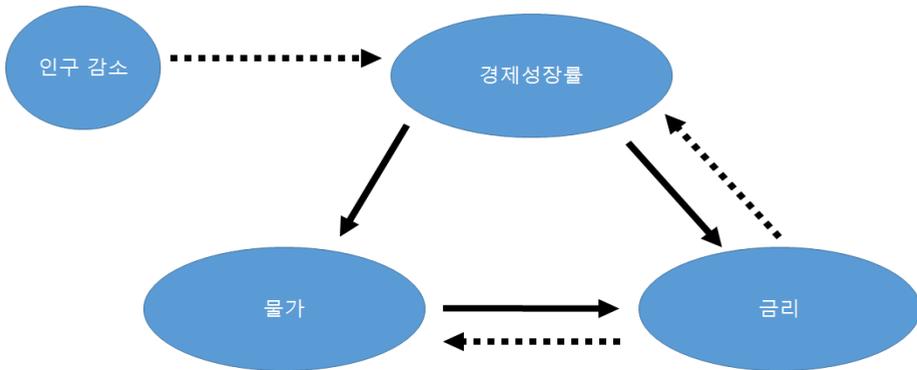
예를 들면 경제성장률, 물가, 금리 간의 관계를 생각해보면, 경우에 따라서는 달라질 수 있지만 일반적으로는 <그림 II-1>과 같이 설명된다. 경제성장률, 물가, 금리의 연관관계는 화살표로 표시되었는데 실선 화살표는 양의 관계를 가진다는 것이고 점선 화살표는 음의 관계를 가진다는 것을 의미한다.⁷⁾ 즉 교과서적으로 경제성장률이

6) 최윤식(2013), 『2030 대담한 미래』, 지식노마드, pp. 241~242.

높아지면 물가상승 압력이 높아지고, 이에 따라 명목금리도 올라갈 가능성이 커지게 된다는 것이다. 충격이 없을 경우 경제성장률, 물가, 금리는 적절한 값에서 균형 상태를 유지하게 된다. 가령 인구 감소와 같은 외부 변화가 생기면 노동공급 감소로 경제성장률이 하락할 개연성이 커지게 되고, 만일 경제성장률이 하락하면 물가상승률도 낮아질 수 있으며, 이는 금리 하락을 유도하게 된다. 금리 하락이 수요를 자극한다면 경제성장률을 높아지게 되어 새로운 균형점을 찾아가게 되는 것이다.

여기서 주목할 것은 사회, 기술, 경제, 환경, 법, 정치, 제도 등의 영역에서 작동하는 힘이 미래를 만드는 것이 아니라 미래 변화의 가능성을 만든다는 것이다. 따라서 이러한 모델에 영향을 주는 힘의 방향과 강도에 따라서 다른 미래의 모습이 만들어지기 때문에 발생 가능한 미래를 여러 가지 만들 수 있게 된다.

〈그림 II-1〉 모델 예시



그러나 미래를 예측하는 것이 단순히 막연한 미래를 전망하는 것은 아니다. 발생 가능한 수십, 수백 개 미래 모습 중에서 정말 중요하고 발생 가능성이 높은 몇 가지 미래만을 도출하는 것이다. 여기서 중요한 것은 현재와 비교했을 때 크게 모습이 변화하는 것을 말하는 것이고 발생 가능성이 높다는 것은 그런 큰 변화의 모습 중에 발생

7) 양의 관계, 음의 관계는 한쪽이 +로 변화할 때 양의 관계이면 반대편도 +로 변화하고 음의 관계이면 -로 변화한다는 뜻임.

할 가능성이 높다는 것이다.

발생 가능한 미래란 크게 기본 미래(Baseline Future), 희망하는 미래(Preferred Future), 최악의 미래(Worst Future), 그리고 예상 외의 미래(Unexpected Future)가 있다. 기본미래란 일어날 개연성이 높은 미래이다. 일어날 개연성이 높다는 것은 과거, 현재, 미래의 징후들을 논리적, 체계적, 생태학적으로 분석해 가장 논리적으로 타당하고 이치에 맞아 수궁할 만한 그럴듯한 미래이다.⁸⁾ 그에 반해 희망하는 미래는 현 상황을 좀 더 긍정적으로 진보시키고, 미래에 발생할 수 있는 위기와 위협들로 인한 리스크를 최소화한 미래이다. 사람들은 희망하는 미래 모습을 그려보고 이를 달성하기 위해 노력하기 때문에 기본 미래와 함께 충분히 발생 가능한 미래이다. 대표적인 것이 각 사들이 가지고 있는 회사의 비전들이 여기에 해당된다고 할 수 있다. 이에 반해 최악의 미래는 미래에 발생할 수 있는 위기와 위협들로 인한 리스크가 최대화되는 미래이다. 그리고 마지막으로 예상 외의 미래는 뜻밖의 사건 발생으로 인해 발생할 수 있는 미래이다. 예를 들어 내년엔 남북한이 통일이 되는 사건이 발생함으로써 생겨나는 미래이다. 이러한 미래는 개연성이 없다고 무시할 수 있는 미래가 아니다. 실제 동서독 통일은 통일이 되기 불과 1년 전만 하여도 누구도 예상하지 못한 사건이었으나 실제로 발생하였고 이 사건으로 인해서 사람들이 생각한 미래와는 전혀 다른 미래가 그려졌다.

이러한 미래들은 미래에 단순하게 전망되는 미래가 아니라 우리에게 영향을 미치는 중요한 미래들이기 때문에 우리는 이 미래들을 모두 살펴보고 대비하여야 한다. 먼저 기본 미래를 살펴본 후 다른 발생 가능한 미래들에 대한 시나리오를 만들어 살펴봄으로써 우리는 앞으로 다가올 미래에 대해서 대비할 수 있게 된다.

본 보고서에서는 물리적·시간적 제약으로 인해 이러한 다양한 종류의 미래 중 가장 가능성이 높은 기본 미래만을 살펴볼 것이다. 기본 미래를 만들기 위해 앞에서 언급한 것처럼 먼저 보험산업의 과거를 조사할 것이다. 과거 보험산업의 변화를 주도한 요인들이 무엇인지를 파악하고 그들의 연관관계, 그리고 그 요인들이 현재 어떻게 변화하고 있는지 분석할 것이다. 그 변화들이 보험산업에 어떤 영향을 줄 수 있는지를

8) 최윤식(2013), p. 242.

요인별로 각각 검토할 것이다. 그리고 마지막으로 보험산업 변화의 영향을 소비자 측면과 감독자 측면에서 제시하고자 한다.

본 보고서에서 논하는 기본 미래는 국내외 문헌조사와 함께 많은 전문가들과의 인터뷰를 바탕으로 작성되었다. 금융당국, 그리고 업계에 종사하고 있는 임원에서부터 실무직원들과의 인터뷰를 통하여 그들이 생각하는 미래의 모습⁹⁾을 참고하였다.

본 보고서에서는 보험산업에 미치는 영향들에 대한 자세한 조사와 세밀한 인과관계 분석을 충분히 수행하지 못하고 많은 부분에서 직관을 통한 예측이 들어갔음을 미리 밝혀둔다. 그럼에도 불구하고 본고는 가장 발생 가능성이 높은 미래에 대해 개괄적인 그림을 제시하고자 한다.

9) 인터뷰한 전문가들이 그리는 미래의 모습은 기본적인 미래와 희망하는 미래가 혼재되어 있으며 이것이 가장 발생 가능성이 높은 미래가 될 수도 있을 것임.

Ⅲ. 보험 특성

보험산업의 과거를 살펴보고 미래를 예측하기 위해서는 먼저 보험 특성을 이해하여야 한다. 보험만이 가지는 특성이 무엇인지를 먼저 살펴보아야 이를 바탕으로 보험 산업 과거 변화 모습을 보다 더 잘 이해할 수 있고 변화에 영향을 미치는 요인을 보다 잘 파악할 수 있을 것이기 때문이다. 그러므로 이 절에서는 먼저 보험의 기본적인 구성과 기능을 살펴본 후 보험산업만이 가지는 몇 가지 특성들을 살펴볼 것이다.

1. 구성 및 기능¹⁰⁾

보험은 같은 위험에 놓여 있는 사람들이 하나의 위험단체를 구성하고 통계적 기초에 의하여 산출된 보험료를 각출하여 기금을 마련하며, 우연한 사고를 당한 사람에게 재산적 급여를 제공함으로써 경제생활의 불안을 경감하는 제도¹¹⁾라고 정의할 수 있다. 즉 개인 또는 단체가 가지는 개별적인 위험을 보험회사에게 전가하기 위해 만들어진 것이다. 여기서 위험이란 우연한 사고로 인해 발생하여 손실이나 손상을 입을 수 있는 것을 말한다. 이러한 위험을 보험회사에 전가함으로써 개인 또는 단체는 사회생활을 하는데 있어서 경제적 안정을 가지게 된다. 그러므로 보험은 개인의 경제적 안정화에 기여하게 되며 이러한 개인들이 모여서 사회 전체적으로도 안정화시키는 효과를 가지게 된다. 그래서 사회적으로 필요하다고 판단될 경우에는 국가가 공적보험을 운영하기도 하여 보험이 사회 안전판의 역할을 하도록 하고 있다.

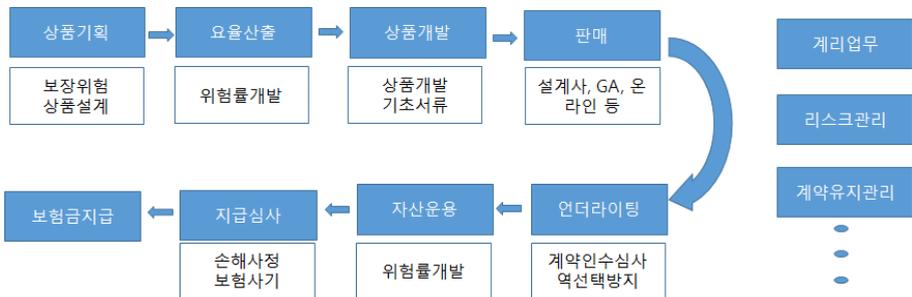
10) 생명보험 중심으로 설명하였음. 일반 손해보험에서는 약간 다를 수 있음.

11) 양승규(2004), 『보험법』, 삼지원, p. 22.

보험이 산업으로서 정상적으로 성장하기 위해서는 먼저 동질의 위험에 놓여 있는 사람들을 찾아야 한다. 그리고 이들에게 적합한 상품을 만들어야 하고, 사고가 발생하였을 때 약속된 보험금을 지급하여야 한다. 이를 보다 세부적으로 살펴보면 보험회사는 먼저 ① (상품기획) 사람들이 미래에 발생할 것을 염려하는 위험을 찾아야 하고, ② (요율산출) 위험이 발생할 확률을 계산하고, ③ (상품개발) 보험료를 산출하고, ④ (판매) 개발된 상품판매를 위한 계약자를 모집을 하고, ⑤ (언더라이팅) 모집된 계약자에 대해서 가입심사를 하고, ⑥ (자산운용) 보험금 지급을 위해 납입된 보험료를 투자하고, ⑦ (지급심사) 사고가 발생하였을 때 보험사고가 맞는지 확인하고, 그리고 ⑧ (보험금 지급) 약정된 보험금을 지급한다.

이 외에도 보험회사는 보험료와 보험금의 현금흐름이 예상과 일치하는지 확인하는 계리 업무를 하여야 하고, 장래에 발생할 수 있는 예상치 못한 손실에 대해서도 대비하는 리스크 관리도 하여야 한다. 이렇게 보험은 8가지 기본적인 업무와 다른 업무들로 구성되어 있다. 보험을 이루는 이러한 구성요인들은 하나의 업무로서 보험회사에서는 한 개 또는 두 개 이상의 부서에서 전담해서 추진하고 있다. 판매와 같은 경우 전속채널, 방카슈랑스, 독립대리점, 홈쇼핑, 온라인채널 등 다양한 판매채널을 운영하고 있어 각각의 채널을 전담하는 부서가 운영되기도 한다.

〈그림 Ⅲ-1〉 보험 주요 업무구성 및 기능



각각의 구성을 살펴보면, 상품기획은 먼저 상품개발 계획을 수립하고 보험회사가 앞으로 판매할 상품의 아이디어를 개발하는 것이다. 소비자들이 어떤 위험들에 노출

되어 있고 그런 위험들 중에서 어떤 것이 보험화가 가능한지 검토하는 것이다.¹²⁾ 요율산출과 상품개발은 기획에서 결정된 상품 아이디어를 상품화하는 것이다. 상품에서 결정된 위험에 대한 발생 확률을 산출하여 이를 바탕으로 위험보험료, 영업보험료를 계산하고, 관련 기초서류들을 작성하여 필요 시 인·허가 업무를 하는 것이다. 요율산출과 상품개발은 동시에 주로 추진된다.

판매는 개발된 상품을 고객에게 판매하는 것이다. 소비자들에게 상품을 설명하고 보장위험에 대한 관심을 환기시켜 판매하는 행위이다. 이를 위하여 설계사들이 직접 소비자들을 찾아다녀서 설명하기도 하고 또는 은행창구에서 설명하기도 한다. 최근에는 홈쇼핑, 온라인 등을 통해 불특정 다수에게 상품을 설명하고 있다.

언더라이팅은 보험상품을 구매하고자 하는 계약자가 보험상품에 적합한 사람인지를 확인하는 것으로 계약자의 위험을 측정하는 것이다. 우연성에 기인하여 모든 것이 이루어졌는데 자신의 건강상태를 속이고 가입하여 보험금을 수령하려고 하는 경우, 다수 선의의 계약자에게 피해를 줄 수 있기 때문에 보험은 언더라이팅이 필요하다.

자산운용은 향후에 약속된 보험금을 지급할 수 있도록 보험계약자로부터 받은 보험료를 관리하는 것이다. 특히 보험의 보장기간은 장기이며 보험료 산출에 금리가 반영되기 때문에 약속된 금리를 보장하기 위해서는 자산운용이 매우 중요하다. 지급심사는 보험사고가 발생하였을 때 보험계약에서 보험금 지급을 약속한 사고가 맞는지를 확인하는 것이다.

2. Push 산업

일반적으로 보험상품은 다른 상품들과 달리 소비자가 사는 상품이 아니라 보험회사가 파는 상품이라고 한다. 이를 지칭하여 보험산업을 Push 산업이라고도 부른다. 보험상품이 사는 상품이 아니라 파는 상품인 이유는 몇 가지로 요약될 수 있다.

첫째, 소비자가 보험상품을 이해하기에는 너무 복잡하다는 것이다. 자동차보험과

12) 보험회사에 따라서 이러한 업무 구분이 다를 수 있음.

같은 경우 상품이 정형화되어 있어 소비자가 이해하는데 어렵지 않지만, 보장성보험과 같이 건강을 담보로 하는 상품은 소비자가 충분히 이해하는데 한계가 있다. 그래서 소비자들은 쉽게 상품을 스스로 구매하지 못하게 된다.

둘째, 소비자들이 상품에서 보장하는 위험에 대해서 필요성을 크게 인식하지 못한다는 것이다. 본인에게 보험사고가 발생할지에 대한 의구심이 존재하기 때문에 보험 상품을 구매하는데 적극적이지 못하다. 특히 그런 위험이 가까운 시일이 아닌 먼 미래에 발생할 수 있다고 생각하기 때문에 보험상품을 구매할 필요성을 더욱 더 느끼지 못한다.

셋째, 보험상품은 무형의 서비스이고 보험사고가 발생하기 전까지는 보험서비스를 체험할 수 없기 때문에 소비자들은 서비스를 실제로 받을 수 있는지에 대하여 신뢰를 하기가 어렵다. 따라서 일반적으로 소비자들은 자발적으로 보험회사를 찾아가서 보험상품을 구매하지는 않는다.

보험산업이 Push 산업이라는 것은 그만큼 보험상품 판매가 중요하다는 것을 의미하며 이를 위하여 만들어진 것이 판매조직이다. 판매조직을 통해서 소비자들에게 보험상품이 왜 필요한지를 이해시키고, 복잡한 내용을 알기 쉽게 설명하고, 그리고 어떠한 혜택을 받을 수 있는지를 알려준다. 즉 보험산업의 판매조직은 소비자와의 양방향 소통을 통해서 소비자의 보험상품에 대한 니즈를 환기시키고 이를 구매로 연결시킨다.

보험회사는 현재 대면채널인 설계사채널, 방카슈랑스, 비대면채널인 홈쇼핑채널, 온라인채널 등 다양한 채널을 판매조직으로 활용하고 있다. Push형 판매의 전형적인 채널인 설계사채널은 가장 많이 사용되어온 채널로서, 설계사들이 고객을 직접 만나서 보험상품이 필요한 이유를 설명하고, 고객이 궁금해 하는 것에 대해서 답변함으로써 상품을 구매하도록 도와준다. 최근 새롭게 등장한 온라인채널은 고객들이 광고에 노출됨으로써 스스로 보험상품의 필요성을 깨닫고 상품을 구매하도록 하는 판매채널이다. 그러나 온라인을 통해서 상품에 대해 자세히 설명을 하고, 고객들이 궁금해 하는 것을 Q/A사이트를 운영하여 답변하고 있음에도 불구하고 완벽하게 모든 질문에 대해서 답변하지는 못하고 있다. 이에 일부 고객들은 온라인 판매채널을 통해서

정보를 획득하고 설계사에게 궁금한 것을 질문한 후 설계사에게 상품을 구매하기도 한다.

3. 대수의 법칙

개별 경제주체는 보험사고가 언제 발생할지 알 수가 없으나 경제주체가 다수 모이게 되면 통계적으로 얼마나 많은 개별 경제주체에게 사고가 발생할지는 예측할 수 있다. 보험은 이런 사실을 바탕으로 개개인의 위험을 회사에게 전가함으로써 이루어지는 계약이기 때문에 보험 성립을 위해서는 다수의 참여자가 존재해야 한다. 대수의 법칙(Law of Large Numbers)에 따라 발생확률이 발생률에 가까워질 수 있도록 다수의 경제주체가 보험주체로 참가하지 않으면 보험은 성립하지 않는다. 보험가입자 수가 적다는 것은 사고 발생률이 발생확률과 다를 가능성이 높다는 것을 의미하며, 이는 보험회사가 보험계약자로부터 받은 보험료보다 더 많은 보험금을 지급할 수 있다는 것이다. 이는 보험회사의 손실로 이어지고 더 나아가서는 보험회사가 부실해질 수도 있게 된다.

그러므로 보험회사는 상품을 판매할 때 다수의 소비자에게 상품을 판매하기 위해 노력하고, 그 결과 모인 다수의 계약자들로부터 경험통계를 집적하여 보험요율을 재산출하는 등 보험금 지급에 문제가 없도록 계속적으로 보험료를 조정하고 있다. 이를 위해서는 보다 정확한 보험요율 개발이 필요하고 대수의 법칙에 따라 많은 보험계약자가 필요하다. 그래서 보험회사는 다수의 계약자에게 보험을 판매하고 보험회사의 손실가능성을 줄여주는 효과를 가져온다.

보험회사가 손실을 입을 확률을 줄이는 것은 여러 상품을 판매하여 위험을 분산시켜서도 달성이 가능하지만, 기본적으로 보험회사는 개별 상품의 손실 발생을 예방하기 위해 대량판매를 목표로 하고 있다. 대량판매를 위해서는 몇 가지 형태의 정해진 상품만을 가지고 다수의 소비자에게 판매를 하여야 한다. 개별 계약자별로 상품을 개발하여 판매하여서는 상품개발 비용의 상승과 계약관리 업무 과다로 보험회사가 대

량 판매의 목표를 달성할 수가 없다. 따라서 보험회사들은 정해진 형태의 주보험과 함께 보험계약자들이 자신의 필요에 따라 선택할 수 있는 특약을 판매하고 있다. 이렇게 개별 계약자의 특성을 반영하고 있음에도 불구하고 계약자들의 필요를 완전히 반영하는데 한계가 있다.

정리하면 보험회사는 보험의 속성상 위험관리와 요율산출을 위해 대량판매를 목표로 개인의 개별위험 중심이 아닌 회사가 결정한 위험 중심으로 일정한 형태의 보험 상품을 다수의 소비자에게 판매하고 있다. 그러나 앞으로 보험회사 주변에서 일어날 환경 변화로 인해 이러한 보험의 특성이 변화하게 될 것으로 예상된다. 이에 따라 보험과 보험산업의 모습도 변화하게 될 것이며 이에 대해서는 뒤에서 자세히 살펴볼 예정이다.

IV. 보험산업의 과거와 현재

본 장에서는 보험산업이 과거부터 지금까지 발전해 온 과정을 살펴볼 것이다. 우리나라에 최초로 보험산업이 등장한 이후 변화하는 과정에서 변화를 주도한 것이 무엇인지를 살펴볼 것이다. 이를 위하여 먼저 보험산업이 발전하고 변화하는데 영향을 준 사건들, 예를 들면 제도 변화 또는 사회·경제환경 변화 등을 시간 순으로 정리를 할 것이다. 이를 다시 보험회사 측면에서 살펴보기 위해 시대별로 판매된 상품을 중심으로 재정리하고 판매채널 관련 규제 변화도 함께 정리하였다.

1. 보험산업 연혁¹³⁾

가. 주요 사건

우리나라에는 오랜 옛날부터 두레 또는 계의 형태로 보험의 성격을 지닌 전통이 존재하여 왔다. 그러나 근대적인 의미의 보험이 도입된 것은 1876년 강화도조약 체결로 문호가 개방되고 서양 열강이 진출하면서 보험의 필요성에 따라 상사(商社)들이 보험대리점을 겸하면서부터이다. 우리나라 최초의 보험회사는 1921년에 설립된 조선생명주식회사이고, 처음으로 설립된 손해보험회사는 1922년에 설립된 조선화재해상보험주식회사¹⁴⁾이다. 그러나 우리자본에 의한 최초의 생명보험회사는 대한생명으로 1946년에 설립되었다.

13) 생명보험협회(2010), 『생명보험협회 60년사』와 손해보험협회(2006), 『손해보험협회 60년사』의 내용을 발췌하여 재정리하였음.

14) 오늘날의 메리츠화재해상보험주식회사임.

1957년에 전국 자동차 운수업자들의 발기로 한국자동차보험주식회사가 설립되었다. 설립 직후 자동차 사고뿐만 아니라 열차, 항공기에 의한 사고까지 포함한 포괄적인 보험사고를 담보 대상으로 하기 위하여 그 명칭을 한국교통보험주식회사로 바꾸었다.

1962년에 우리나라 보험업법이 처음으로 제정되었다.¹⁵⁾ 보험업법은 1935년 8월 2일 제정된 일본 보험업법을 1947년 4월 8일부터 미군정청의 지시 통첩에 의거하여 그대로 사용하여 오다가 1962년 1월 15일 새롭게 제정되었다. 이에 따라 보험산업의 법률적 기반이 마련되었고 표준약관 제정, 청약서 통일, 간이생명표를 보정한 국민생명표 도입 등 보험산업 육성을 위한 제도가 정비되기 시작하였다.

1962년에는 국민저축운동에서 보험산업이 저축기관으로 선정되어 단체보험이 획기적으로 성장하는 계기가 되었다. 당시 보험상품의 경우 단체보험계약이 전체 생명보험 보유계약에서 70% 이상을 차지하였고, 1인당 생명보험 보유계약액은 1,200원 수준이었다.

1963년에는 대한손해재보험공사가 설립되어 재무부의 화재보험 재보험방법 지시에 의해 재보험 영업을 시작하였다. 1969년에 보장기능과 저축기능을 겸비한 최초의 장기손해보험 상품이 개발되었다.

1970년대 경제성장에 따라 생명보험도 그 성장의 기반을 다질 수 있었다. 특히, 강한 교육열과 장래의 경제 불안에 대한 대비책으로 생명보험을 저축수단으로 선택함으로써 고도성장을 이룰 수 있었다. 한편, 정부는 생명보험회사에 대해 자산운용 시 기본적으로 기간산업에 대한 투자 확대, 비생산적 부문에 대한 투자금지, 공개기업에 대한 투자 및 대출 우선 등 경제발전에 초점을 맞춘 정책을 시행하였다.

1973년에 화재로 인한 재해보상과 보험가입에 관한 법률이 공포되어 전국 주요도시 고층건물(특수건물)의 화재보험 가입이 의무화되었다.

1975년에 정부는 공동상품개발제도를 도입하였다. 정부는 일반 국민이 보험내용

15) 우리나라는 1961년 경제개발계획 시행과 함께 내지동원체제 구축을 위해 금융산업을 육성하기 시작하였고 관련 법령을 정비하였음. 구체적으로는 일반은행을 국유화하였고, 특수은행 및 지방은행을 설립하여 자본시장을 육성하기 시작하였음. 국민저축을 증진시키기 위해 보험산업 개편을 추진하였음.

을 이해하는데 혼란을 초래함으로써 보험가입자가 부당하게 피해를 보는 사례가 있다는 판단하에, 그동안 적극적으로 추진한 신종상품 개발 장려정책을 폐기하고 유사한 생명보험 상품을 정비하는 조치를 1975년 2월 25일자로 시행하였다. 이어서 1976년에 발표된 신종상품개발기준에 의해서 생명보험 상품의 획일화가 이루어졌다.¹⁶⁾ 그러나 1981년에 공동상품개발제도는 폐지되었다.

1976년에는 생명보험을 정책적으로 뒷받침하기 위해서 생명보험료 소득공제제도를 도입하였다.

1978년 보험업법 개정에 따라 대한재보험공사가 민영화 되었다.

경제 규모가 커짐에 따라 정부의 금융 개입 및 규제는 금리구조와 자금흐름의 왜곡을 가져오고 금융정책의 효율성을 저하시켰으며, 이에 따라 정부 주도의 경제성장이 한계에 직면하게 되었다. 특히 금융산업이 정부 규제, 보호 및 지원에 안주함에 따라 금융회사가 부실해지는 등 금융구조가 취약해지고 제조업에 비해 상대적으로 낙후되었다. 민간 주도의 경제성장을 위해 금융 자유화가 필요해졌다.

보험의 경우 상대적으로 은행, 자본시장에 비해 금융 자유화가 초기에 시작되었다. 1980년대 중반 이후 보험시장이 개방되어¹⁷⁾ 미국 생명보험사가 지점형태로 우리나라에 진출하고, 캐나다, 네덜란드, 프랑스 등 다양한 해외 생명보험회사가 합작 또는 현지법인 형태로 우리나라 생명보험시장에 진출하게 되었다. 보험시장의 대외개방에 따라 대내개방도 대폭 허용되어 전국 규모의 내국 생명보험사 및 지방 생명보험사가 다수 설립되었다.

1983년에 자동차보험 독점체제가 폐지되어 손해보험영업에 있어 자동차보험 부분을 포함한 손해보험사들 간의 새롭고도 전면적인 경쟁이 시작되었다.

1984년 1인당 생명보험 보유계약액은 137만 8천 원으로 보험산업이 본격적으로 성장하기 시작한 1962년과 비교할 때 1,150배가 증가하였다.

16) 표면적으로 국민의 보험에 대한 이해를 높인다는 것을 목적으로 하였음.

17) 1980년대 중반부터 시장개방에 대한 미국(레이건 행정부)의 압력이 거세졌고, 우리나라와 미국 양국 간에 1986년 7월 보험시장 개방, 저작권 보호, 소프트웨어 보호, 담배시장 개방 등 한·미 간 통상협상을 일괄 타결하였음. 당시 미국은 의료보험과 산재보험의 개방도 요구하였으나 이들 보험의 공공성과 특수성을 감안하여 개방하지 않기로 합의하였음.

1985년에 금융당국은 보험회사의 경영 전반에 대한 종합적인 평가로 내실경영을 유도하기 위하여 종합경영평가제도를 도입·시행하게 되었다.

1991년에 금융당국은 부실화 가능성에 대비하고자 회사의 경영상태를 조기에 파악·분석하여 적절한 대응조치를 강구할 수 있는 방안으로 조기경보제도를 시행하였다.

1991년에는 지급여력제도가 1994년 본격 시행되기에 앞서 생명보험사로 하여금 매 사업연도 결산실적에 따라 연도별로 일정 수준 이상의 담보력을 확보하도록 요구하였다.

1992년에 금융당국은 보험시장 개방 현안에 대한 자유화 방안을 발표하여 보험시장의 대내·외 개방과 더불어 건전한 경쟁기반을 조성할 수 있도록 각종 규제를 풀기 시작하였다. 내·외국사들이 보다 용이하게 보험판매망을 구축할 수 있도록 여러 보험회사의 상품을 같이 판매할 수 있는 독립대리점과 Broker제도의 도입을 허용하였다. 또한 보험시장의 대외 개방과 함께 규제 완화가 추진되면서 상품개발 측면에서도 보험소비자의 수요에 부응하는 다양한 상품개발을 촉진하기 위해 상품인가 기준이 완화되었다.

그러나 보험시장 개방에 따른 외국보험회사의 국내 진출은 신규 보험시장 개척보다는 기존시장 분할 및 침투로 이어져, 국내보험회사의 성장기반을 약화시키고 국내 보험회사의 영세성을 가중시켰다는 평가를 받았다. 과당경쟁이 불가피해지고 외형 성장에 치중하다보니 불완전판매 등 모집질서가 문란해졌으며, 선진영업기법의 전수 측면에서도 기대에 미치지 못하였다.

1994년에 일반 손해보험의 가격자유화가 시작되어 범위요율 및 자유요율제도가 도입되었다.

1998년에 IMF금융위기가 발생하여 수입보험료가 전년대비 5.2% 감소하는 등 보험산업은 1960년 이후 처음으로 마이너스 성장을 하였다.

1999년에 IMF 금융위기의 영향으로 EU식 지급여력제도가 처음으로 도입되었다.

2000년에는 1994년부터 단계적으로 진행되어 온 일반 손해보험의 가격자유화에 대한 보완책으로 부가보험료에 대한 자유화가 시행되었다.

2001년에는 보험업 감독규정 개정으로 변액보험 판매가 허용되어 무배당 변액종

신보험이 판매되면서 투자형 보험상품이 본격적으로 도입되었다. 그리고 조세특례제한법 개정에 따라 연금저축보험이 도입되었으며 장애인 전용 보험상품도 이때 처음 출시되었다.

2002년에 다양한 특약보험상품 및 무배당 변액연금보험, 치명적 질병을 보장하는 CI보험이 판매되기 시작하였다.

2003년에는 다양한 형태의 자산연계형 보험상품이 개발되었으며 생명보험의 실손판매가 허용되어 실손의료보험상품이 등장하였다.

2003년에 은행이 보험을 판매하는 것을 허용하는 방카슈랑스제도가 도입되어 판매채널에 큰 변화를 가져왔다.

2005년에는 근로자퇴직급여보장법이 제정되어 퇴직연금제도가 도입되었다.

2007년에 생명보험, 손해보험 설계사들의 교차판매가 허용되어 생명보험 설계사가 자동차보험을, 손해보험 설계사가 종신보험을 판매할 수 있게 되었다.

2008년에 글로벌 금융위기가 발생하여 생명보험 수입보험료는 2001년 이후 처음으로 감소세를 보였으며 당기순이익도 2007년 2조 1,504억 원에서 2008년 5,703억 원으로 급감하였다.

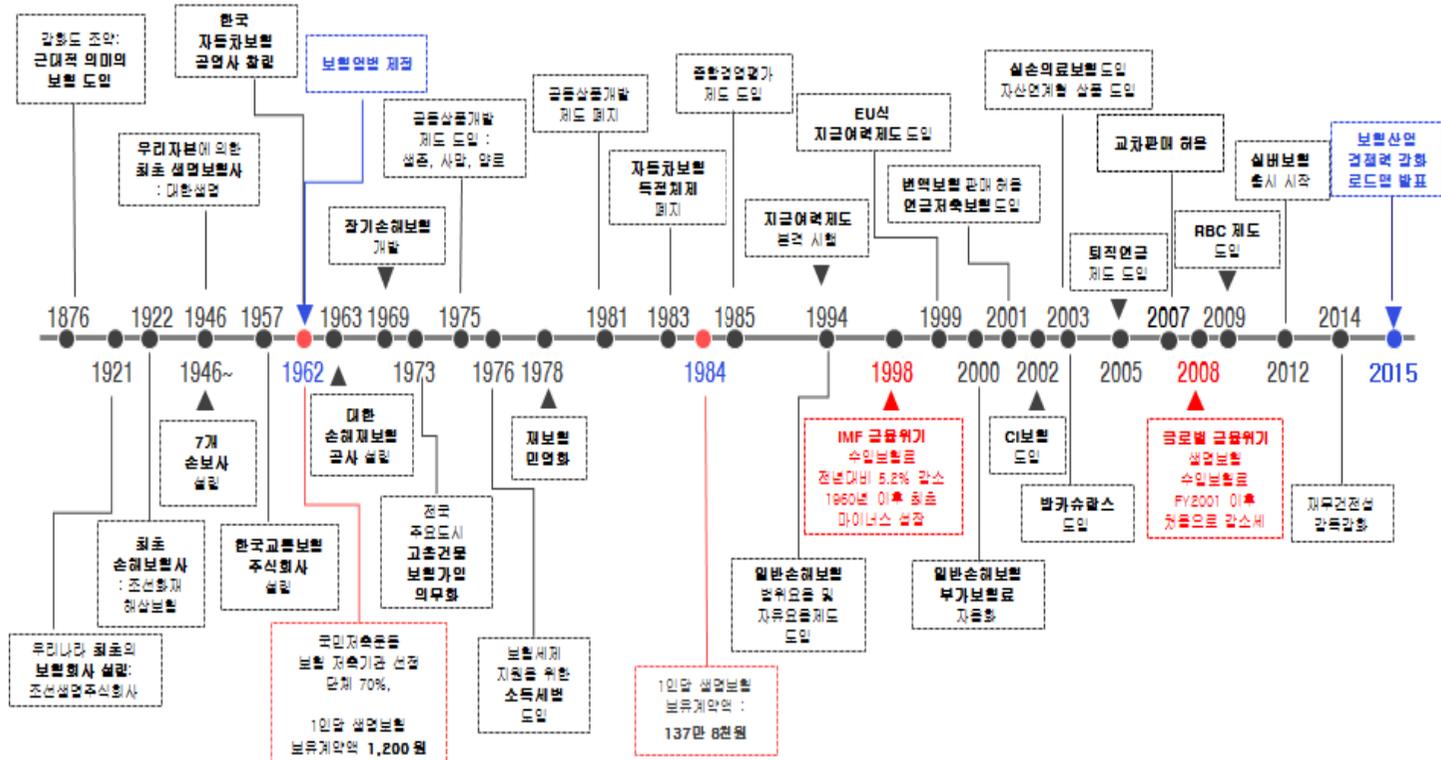
2009년에는 기존의 EU식 지급여력제도를 RBC제도로 전환하여 재무건전성 감독을 강화하였다.

2012년에 사회가 고령화되어 감에 따라 60세 이상 소비자가 가입할 수 있는 실버보험이 출시되었다.

2014년에 금융당국은 국제적 기준에 맞추어서 재무건전성 감독을 강화하기로 발표하였다.

2015년 금융당국은 보험산업 경쟁력 강화 로드맵을 발표하여 보험산업에 자율성을 강화하고 시장경쟁이 활성화되도록 규제를 정비하였다.

〈그림 IV-1〉 보험산업 연혁



다. 상품개발 연혁

1980년대 이전에는 단기저축성보험, 교육보험, 단체보험이 주요 상품이었다. 당시 경제사회 환경은 만성적인 초과 자금수요로 인해 고금리, 고물가 시기였으며 정부는 이에 대한 해결책으로 저축 장려운동을 펼쳤다. 이때 보험산업도 저축기관으로 인정되면서 저축성보험이 급성장하는 계기가 되었다. 특히, 높은 교육열로 인해서 교육보험이 저축성보험의 한 형태로 큰 인기를 끌었다. 한편 대가족이 일반적인 가족 형태로 가족 구성원에게 발생하는 사고의 경우 가족 내에서 해결하는 것이 일반적이었기 때문에 보장성 상품에 대한 수요가 적었다. 그래서 보장성보험은 대체로 특약 형태로 판매되었다. 그러므로 이 당시에는 보험상품은 곧 저축을 의미하는 것으로 통용되었다.

1975년에 시행되어 1981년에 폐지될 때까지 공동상품개발제도가 운영되어 모든 회사들은 동일한 상품을 판매하였다.

1980년대에는 민간주도형 시장경제로의 전환이 모색되던 시기였다. 저유가, 저금리, 저환율의 3저 현상이 나타났으며, 국민연금이 1988년 도입되고 전 국민 의료보험 제도가 1989년에 시작되었다. 보험회사도 상품개발 자율성이 확대되어 각사가 보장성보험을 단독 개발할 수 있게 되었다. 1979년 종신연금 상품 개발을 시작으로 다양한 신종 상품이 출현하였고, 여성 건강보험, 간 치료보험, 비흡연자 할인 특약 등이 판매되기 시작하였다. 암보험이 등장한 것도 1980년대 초반이었다. 그러나 새로운 보장성보험의 출현에도 불구하고 여전히 저축성보험이 주를 이루었다.

1990년대에는 개방화·국제화가 진행되던 시기였다. 우리나라는 1996년 OECD에 가입하였으나 1997년 말 IMF 외환위기를 맞았다. 건강 및 노후생활 준비에 대한 관심이 증대되기 시작하였으며, 백화점 붕괴, 비행기·열차·선박사고 등이 발생하여 안전의식이 고양되는 시기였다. 이러한 시대상황을 반영하여 당시 주력상품은 개인연금과 재해중점 보장상품, 암보험이었다. 그리고 종신보험이 외국사를 중심으로 본격적으로 판매되기 시작하였다.

2000년대 들어 IMF 경제위기를 극복하는 과정에서 생명보험회사 수는 33개에서 25개사로 줄어들었다. 보험회사들도 위험관리와 내실경영을 중시하기 시작하였다.

이 시기에 무배당보험이 활성화되고 상품이 다양화되었다. 당시 주력상품은 종신보험, 변액보험, CI보험 및 실손의료보험, 퇴직연금이었다. 특히 종신보험과 CI보험은 IMF 경제위기를 거치는 과정에서 경험한 위험관리 실패를 바탕으로 안정적인 사차익을 실현하기 위한 노력이 반영된 상품이었다. 그리고 위험관리에 대한 노하우를 바탕으로 치아보험도 판매되기 시작하였다.

2010년대에는 저성장, 저금리, 고령화로 표현되는 뉴 노멀 시대가 되었다. 보험시장도 포화되어 성장이 정체되기 시작하였다. 이 시기에 보험회사들은 새로운 고객층으로 등장한 고령층에 대한 상품을 내놓기 시작하여 실버보험, 유병자보험 등이 새롭게 판매되기 시작하였다.

〈표 IV-1〉 신보험상품 도입 추이

보험상품	시기
무배당보험	1992년
제3분야 생·손보 겸영	1997년
변액보험	2001년
CI보험	2002년
자산연계형 상품	2003년
생명보험/실손보험	2003년
치아보험	2008년
실버보험	2012년

라. 판매채널 규제 변화¹⁸⁾

금융당국은 보험상품 인가제도를 점진적으로 자유화시켜왔다. 1988년 이전에는 사전인가제도를 운영하였으나 점진적으로 간소화하여 2000년대 들어서면서 보고불요상품을 확대함으로써 상품개발의 자유화가 빠르게 진전되게 하였다. 보험시장이 자유화됨에 따라 보험상품 다양성이 확대되었고 이로 인해 판매채널의 다변화도 추진되었다.

18) 규제 변화는 최원·김세중(2014)의 『보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경 변화』를 참조 및 인용하였음을 밝혀둠.

2000년대 이전까지는 모집인 또는 대리점이 주요 판매채널이었으나 2003년에 비용 효율성을 달성하기 위해 방카슈랑스가 도입되었고, 2007년에는 교차모집제도가 도입되어 설계사가 생·손보 상품을 모두 판매할 수 있게 되었다. IT기술과 관련 매체의 비약적인 발전이 이루어짐에 따라 판매채널이 다변화되면서 공급자 중심에서 소비자 중심으로 변화되었다.

〈표 IV-2〉 보험산업 판매채널 관련 변화

연도	주요 내용
1960년대 이전	• 직급 위주의 판매제도
1960년대	• 생명보험 모집인 제도 도입, 직급제도 대리점, 보험계약법, 보험모집 단속법
1970년대	• 직급제도, 손해보험 모집인 제도, 보험모집인 등록시험
1980년대	• 겸영대리점, 대리점 허가제
1990년대	• 복수대리점, 독립대리점, 중개사제도 도입
2003년	• 방카슈랑스 도입 및 영업규제 신설
2007년	• 교차모집제도, 마트슈랑스 등 신채널 확대

주: 연도의 경우 해당 연도 보험업법 개정 시 보완 또는 추가되었다는 의미임.
 자료: 안철경·이경희(2011. 11), 『소비자보호를 위한 보험유통채널 개선방안』, 보험연구원 정책보고서, p. 36 표를 인용함.

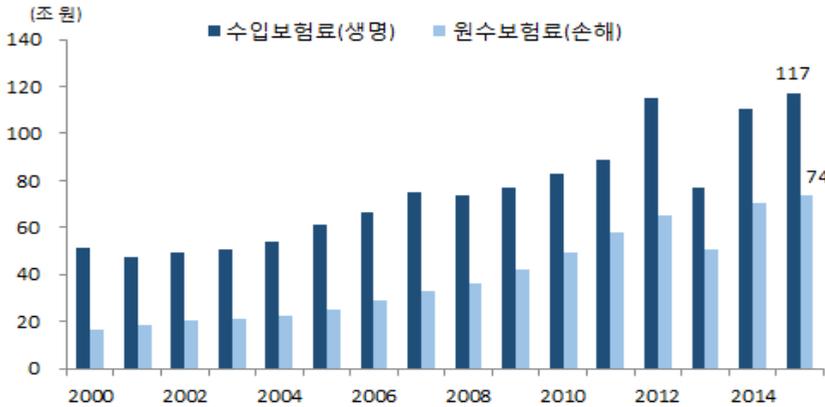
2. 보험산업 현재

보험산업은 지속적으로 성장하여 2015년 생명보험 수입보험료와 손해보험 원수보험료는 각각 117조 원, 74조 원을 기록하는 등¹⁹⁾ 세계 보험시장에서 생명보험은 7위, 손해보험은 9위 시장으로 성장하였다.²⁰⁾ 2012년 8월에 발표된 세계개편안으로 유발된 저축성보험 절판마케팅으로 인하여 2012년 보험료 규모가 급성장하기도 하였다.

19) 금융통계정보시스템.

20) Swiss Re(2016), “World Insurance 2015: steady growth amid regional disparities”, *Sigma* No3/2016.

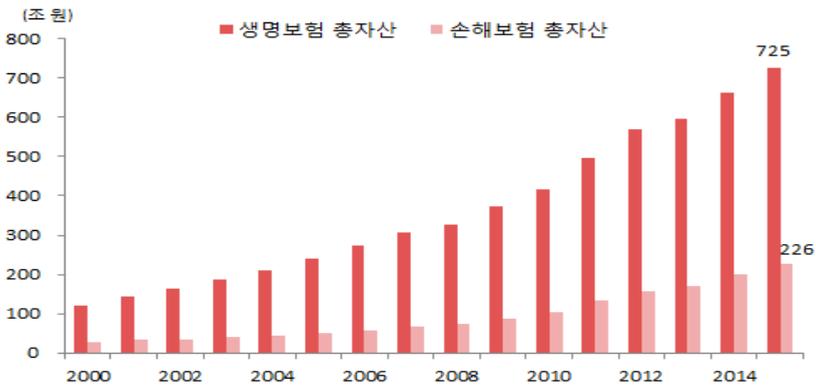
〈그림 IV-2〉 수입보험료/원수보험료 추이



자료: 금융통계정보시스템.

보험회사 총자산도 꾸준히 증가하여 2015년 생명보험 725조 원, 손해보험 226조 원을 기록하였다.

〈그림 IV-3〉 보험회사 총자산 추이

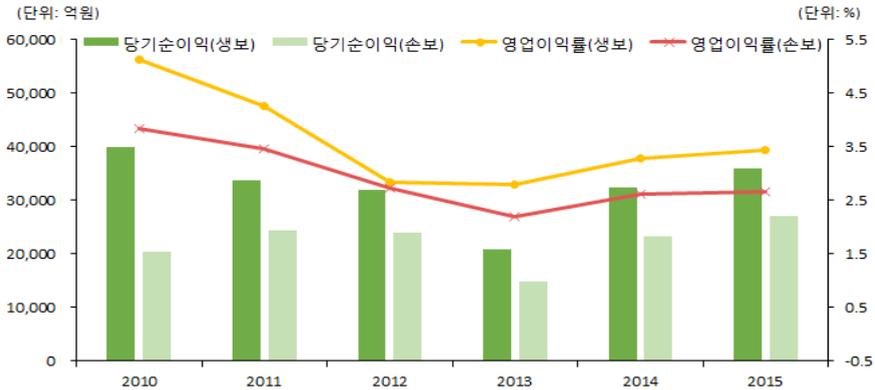


자료: 금융통계정보시스템.

보험회사 당기순이익은 2010년 이후 감소세를 보이다가 2013년 이후 증가세로 돌아섰다. 2015년 당기순이익은 생명보험이 약 3조 5,900억 원이고, 손해보험이 약 2조 7,000억 원을 기록하였다. 영업이익률(=당기순이익/영업(원수)보험료)도 2013년에는

생명보험 2.79%, 손해보험 2.19%까지 떨어졌다가 2015년에 생명보험 3.44%, 손해보험 2.67%로 상승하였다. 그러나 2010년 영업이익률인 생명보험 5.14%, 손해보험 3.84%에 비하면 2015년 수치는 낮은 수준으로 영업환경이 과거에 비해 좋지 않음을 알 수 있다.

〈그림 IV-4〉 당기순이익/영업이익률 추이



자료: 금융통계정보시스템.

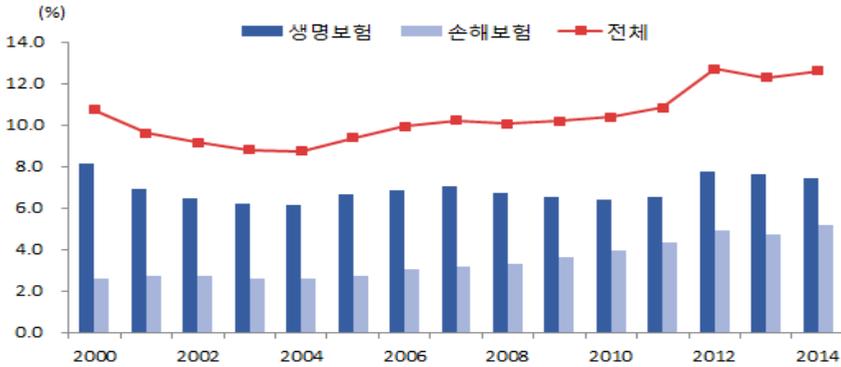
영업환경 악화는 보험침투도²¹⁾에서도 확인할 수 있다. 2014년 우리나라 보험산업 전체 보험침투도는 12.6이고, 생명보험은 7.4, 손해보험은 5.2를 기록하는데, 이는 OECD 평균 수치인 전체 보험침투도 8.7, 생명보험 4.9, 손해보험 4.3²²⁾보다 높은 수준이다.²³⁾ 보험시장이 포화되어 있음을 보여주는 반증이라고 할 수 있다.

21) 보험침투도는 명목GDP 대비 보험료의 비율을 가리키는데, 이는 한 국가의 보험산업이 동 국가 경제에서 차지하는 위치를 가늠하게 하는 수치임.

22) OECD.

23) 주요선진국 중에서 보험산업 전체 침투도에서 우리나라보다 높은 나라는 타이완, 홍콩, 핀란드뿐임(Swiss Re, Sigma World Insurance 2015).

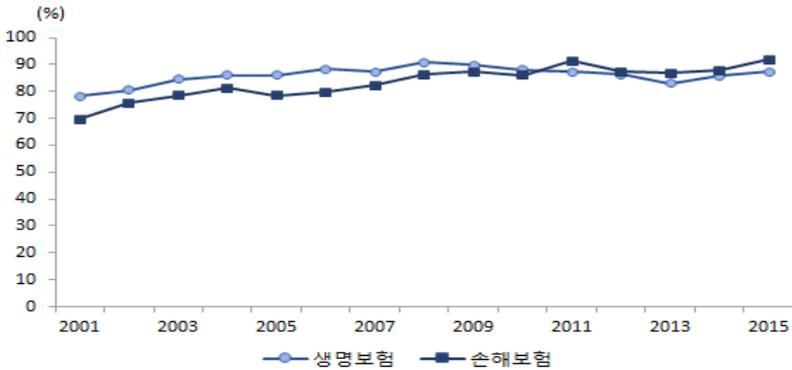
〈그림 IV-5〉 보험침투도 추이



자료: OECD.

가구당 보험가입률도 2015년 생명보험 87.2%, 손해보험 91.8%를 기록하였으며 2011년 이후 거의 정체된 모습으로 시장이 포화되었음을 보여주고 있다.

〈그림 IV-6〉 가구당 보험가입률

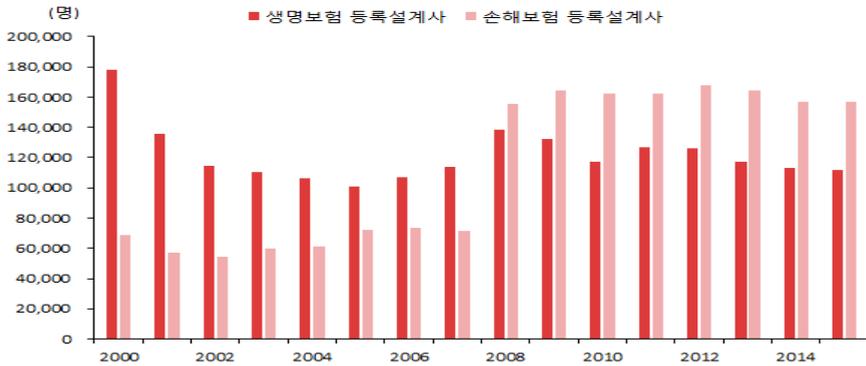


자료: 보험동향.

보험산업에서 중요한 역할을 수행하는 설계사 수도 점진적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 설계사 수를 살펴보면 2007년 생명보험 113,700명, 손해보험 71,423명에서 2012년 생명보험 126,180명, 손해보험 168,023명으로 증가하는 것으로 나타났다. 그러나 그 이후 서서히 감소하기 시작하여 2015년 현재 생명보험 설계사 수는

112,038명, 손해보험 설계사 수는 156,596명을 기록하고 있다. 2008년에 생·손보 설계사 수가 급증한 것은 교차판매가 허용됨에 따라 설계사가 교차해서 등록하였기 때문이다. 실제로 전속설계사 수는 2015년 생명보험 102,148명, 손해보험 81,148명으로 생명보험 전속설계사 수가 손해보험 전속설계사 수보다 많다.²⁴⁾

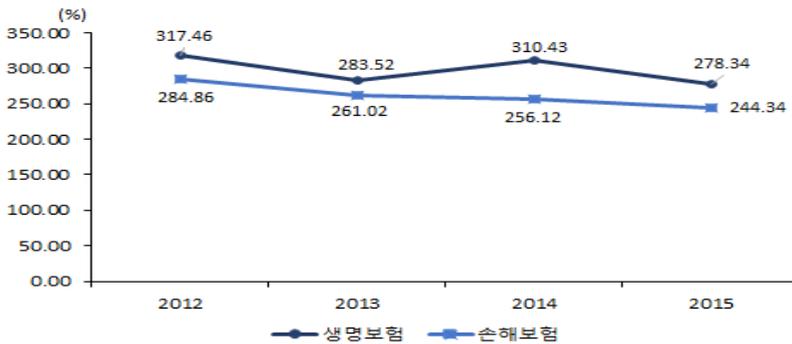
〈그림 IV-7〉 등록설계사 수



자료: 금융통계정보시스템.

보험회사의 재무건전성 비율은 최근 하락 추세를 보이고 있으나 금융감독국이 요구하는 150%보다는 높은 수준을 유지하고 있다.

〈그림 IV-8〉 RBC 비율



자료: 금융통계정보시스템.

24) 금융통계정보시스템.

3. 주요 변수

우리나라 보험산업이 발전하는 과정에서 영향을 미친 많은 요인들 중에서도 가장 크게 영향을 미친 것은 경제발전, 인구구조 변화, 그리고 제도 변화였다.

먼저 보험산업은 경제성장과 같은 궤를 가지면서 성장하여 왔다. 1960년대 경제개발이 시작되면서 보험산업도 함께 발전하기 시작하였고, 소득수준이 향상되면서 보험산업의 주요 상품도 저축성 상품에서 보장성 상품 중심으로 변화되었다. 그리고 최근 경제성장률이 둔화되자 보험산업의 성장률도 둔화되는 모습을 보이고 있다.

인구증가와 고령화는 보험상품 개발에 큰 영향을 미쳤고, 60년대 이후 베이비부머들이 태어나고 성장하는 시점에는 교육에 힘입어 교육보험이 크게 성공을 할 수 있었다. 이와 함께 가구주에게 발생가능한 우연한 사고로 인한 경제적 피해에 대한 대책이 요구되었고, 이에 대한 해결책으로 보험이 제시됨에 따라 보험은 지속적으로 성장할 수 있었다. 최근 베이비부머들이 은퇴를 시작하고, 기대여명의 연장으로 인해 은퇴 이후 기간이 길어짐에 따라 노령층의 보험 수요가 증가하게 되었다. 이에 맞추어 보험산업은 실버암과 같은 60대 이상의 소비자를 위한 상품을 판매하기 시작하였는데, 이는 그 이전에 없었던 새로운 현상이다.

보험산업 발전에 가장 크게 영향을 미친 요인은 제도 변화였다. 금융당국이 직접적으로 상품형태 또는 가격을 규제한다던가, 판매채널에 대해서 새로운 정책을 시행하기도 하였다. 재무건전성 규제를 기존의 EU식 방식에서 RBC 방식으로 변경함으로써 보험회사의 리스크 관리체계에 큰 변화를 주기도 하였다. 이러한 제도 변화들은 보험회사의 영업 및 수익에 큰 영향을 미쳤다. 예정위험률을 직·간접적 규제함으로써 위험률차익에 영향을 미쳤고, 예정사업비에 대해 관여함으로써 비차익에도 영향을 미쳤었다.

한편, 보험산업 발전 과정에서 기술 변화가 보험산업에 미치는 영향이 점점 증가하고 있음을 파악할 수 있다. 1980년대 컴퓨터를 비롯한 전산장비가 도입됨으로써 처리 및 상품개발 효율성이 증대되었다. 컴퓨터가 도입되기 이전에는 보험회사는 상품개발 시 보험료 계산을 위하여, 그리고 연말 결산 시에도 수십 명의 주산전문가들을

모집해서 작업을 하곤 했었다. 그러나 컴퓨터가 도입됨에 따라 이러한 풍경은 사라지고, 보험의 다른 부문에도 영향을 미쳤다. 언더라이팅에 자동화시스템을 도입하여 운영하기 시작하였으며 지급심사에도 자동화가 이루어지기 시작하고 있다. 기술 발전은 보험회사 본사 내부 인프라에 변화를 가져왔으며, 최근 들어 가속화되는 경향을 보이고 있다. 새로운 과학기술 발전은 판매채널에도 영향을 미쳤다. 텔레비전이 보편화되면서 이를 통하여 보험을 판매하는 홈쇼핑이 등장하였고, 인터넷으로 보험을 판매하는 온라인채널은 과거에는 생각할 수 없었던 것이었다.

보험회사들은 경제 변화, 인구구조 변화에 따른 소비자의 니즈 변화, 금융당국의 제도 변화, 그리고 새로운 기술로 인한 보험의 영향 등을 고려하면서 지금까지 경영 전략을 수립하여 왔으며 이것은 앞으로도 지속될 것이다.

〈표 IV-3〉 주요변수와 영향

주요변수	영향
경제발전	보험상품 구매력 창출 저축성 → 보장성
인구증가 및 구조변화	보험소비자 증가 교육보험 → 실버보험
제도 변화	재무건전성 규제, 상품 규제 등
기술 변화	전산화, 자동화

V. 환경 변화

보험산업에 영향을 미치는 환경은 항상 변화해 왔으며 앞으로도 계속적으로 변화해 갈 것이다. 인구구조는 시간이 흘러감에 따라 계속적으로 태어나는 사람과 사망하는 사람 그리고 외부에서 유입되는 사람으로 인해서 지속적으로 변화해갈 것이다. 경제 또한 인구 구성원의 구성비와 함께 그들의 노력에 따라 성장할 수도 있고 정체될 수도 있을 것이다. 그리고 인구 구성원 노력의 결과물로서 새로운 기술이 앞으로도 계속적으로 등장할 것이며 이는 다시 경제성장에 영향을 미칠 것이다.

보험산업 환경이 변화할 때마다 이에 대응하여 보험산업도 발전하였다. 금리가 하락하면 보험산업은 금리를 낮춘 상품을 공급하였고, 보험료 인상으로 소비자가 보험 상품을 구매하지 못하는 일이 발생하지 않도록 보장범위나 보장기간 등 다른 조건들을 조정하였다. 사회적으로 재난사고가 많이 발생했을 때에는 상해 관련 상품을 개발하여 공급함으로써 소비자 니즈 변화에 대응하였고, 소비자가 고령화되자 고령층 니즈에 맞는 상품을 공급함으로써 환경 변화에 대처하였다.

환경이 변화하더라도 기본적으로 보험회사가 보험상품을 개발하여 설계사를 중심으로 한 판매채널을 통하여 상품을 판매하는 것은 변하지 않았다. 보험회사는 보험금 지급을 위해서 계약자로부터 받은 보험료를 안전한 자산 위주로 투자하여 투자수익을 확보하였고, 보험수익을 창출하기 위해 언더라이팅을 실시하고 보험금 지급심사를 하여 왔다. 보험산업 전체적으로는 주요 판매채널인 전속설계사 수가 많은 대형사가 시장점유율을 높게 유지하여 왔으며 대형사가 신상품 개발을 주도하여 시장을 선도하여 왔다. 이러한 보험회사와 보험산업의 모습은 지금까지 큰 변화 없이 지속되어 왔다.

그러나 최근 보험산업에 영향을 주는 여러 환경 요인들이 과거와는 다른 변화 형

태를 보이거나 보험산업에 과거와는 다른 차원의 영향을 줄 것으로 예상된다. 계속 증가하던 인구는 감소할 것으로 예상되며 지난 수십 년 동안 고성장을 이루어오던 경제도 저성장·저금리가 유지될 것으로 전망되고 있다. 그리고 새로운 기술 발전은 보험산업뿐만 아니라 경제 전반, 더 나아가서 우리 생활 전체에 큰 변화를 가져올 것으로 전문가들은 예상하고 있다.

보험산업은 이러한 환경 변화에 따라 새로운 모습으로 진화되어 갈 것이다. 과거와는 달리 보험산업 전체가 전혀 새롭게 변모될 것으로 예측된다. 본 장에서는 주요 환경들의 변화 모습과 보험산업에 미치는 영향을 살펴보겠다.

1. 인구 및 가구구조 변화

가. 인구 변화

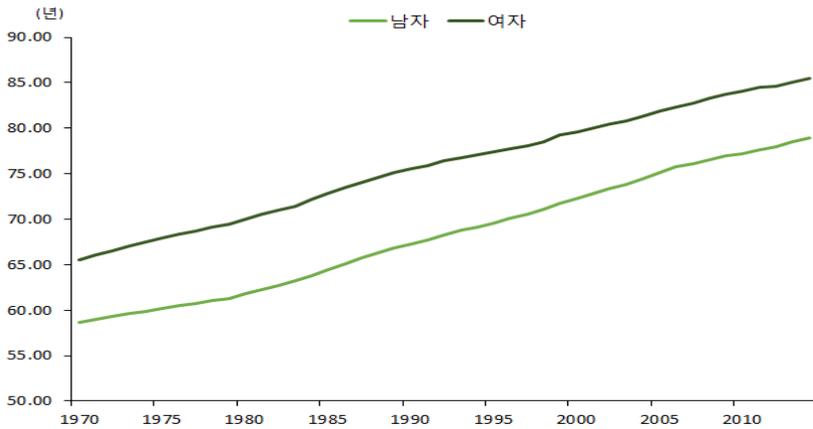
1960년 우리나라 총인구는 24,989,241명으로 남자 12,543,968명, 여자 12,445,273명이었다.²⁵⁾ 이후 우리나라 인구는 계속 증가하여 2010년 총인구 47,990,761명으로 남자 23,840,896명, 여자 24,149,865명으로 늘어났다. 50년 동안 약 1.9배로 증가하였다. 이 기간 동안 30~49세 연령층은 1960년 5,194,302명에서 2010년 15,999,276명으로 약 3배로 확대되었다.

경제성장과 함께 보건·의료시설 개선 등으로 인해 기대여명도 높아졌다. 1970년 기대여명은 61.93년이었으나 2010년 80.79년으로 늘어났다. 기대여명은 앞으로도 계속 늘어날 것으로 전망되고 있다.²⁶⁾

25) 통계청, 국가통계포털.

26) OECD 통계자료에 따르면 우리나라 기대여명은 2050년에 88.4년으로 일본과 같아질 것으로 예측하고 있음.

〈그림 V-1〉 기대여명 추이

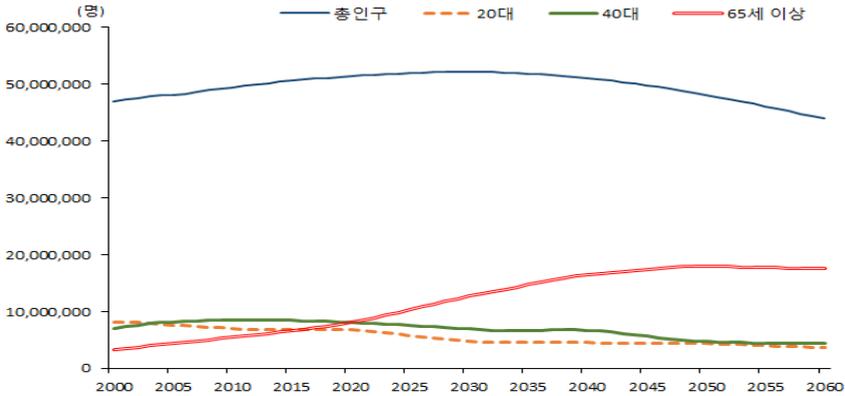


자료: 통계청.

우리나라 합계출산율은 1970~1974년 4.21명으로 세계에서 73번째로 낮은 수준이었으나, 2010~2014년에는 1.23명으로 세계에서 4번째로 낮은 수준으로 떨어졌다. 이로 인하여 우리나라 총인구는 2030년에 5,200만 명으로 정점에 이른 후에 감소할 것으로 전망되고 있다.²⁷⁾ 연령대별로 살펴보면 20대는 2000년 약 820만 명을 기록한 이후 2030년 약 480만 명으로 감소할 것이고, 30대는 2000년 약 850만 명에서 2003년 860만 명까지 증가하였다가 2030년에 680만 명으로 감소할 것으로 예측된다. 다른 연령대도 비슷하게 인구 수가 증가하다가 감소할 것이다. 다만 65세 이상 인구 수만 계속적으로 증가하여 2030년에는 1,270만 명에 이를 것으로 예상되고 있다. 전체 우리나라 인구 중 65세 이상 비중은 2015년 13.1%에서 2030년 24.3%로 높아질 것으로 보인다.

27) 통계청 보도자료(2015. 7. 8), “세계와 한국의 인구현황 및 전망”.

〈그림 V-2〉 인구추계



자료: 통계청.

나. 가구구조 변화

기대수명 연장과 저출산에 따른 인구 고령화 그리고 이와 함께 가족에 대한 전통적 가치관의 약화로 가구구조가 변화되고 있다. 1990년 4인 이상 가구 비중이 58.1%였으나 2012년 28.1%로 떨어졌다. 특히 4인 가구 비중이 1990년 29.5%로 전체 가구 유형 중 가장 높은 비중이었으나 2012년 20.9%로 떨어진 반면 1990년 9.0%였던 1인 가구 비중이 2012년 25.3%로 상승하여 가장 높은 비중을 차지하였다. 2035년이 되면 1인 및 2인 가구 비중이 각각 34.3%, 34.0%를 기록하여 3가구 중 2가구가 1인 또는 2인 가구가 될 것으로 전망되고 있다.

〈표 V-1〉 가구원 수 비중의 변화(1990~2035년)

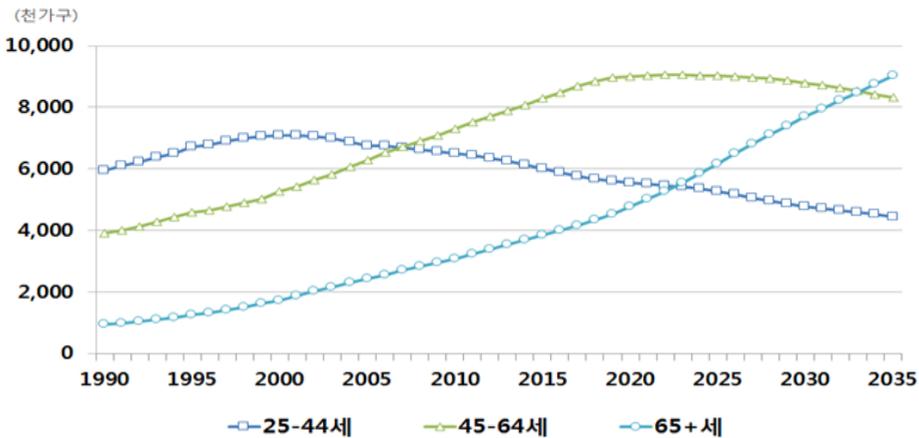
(단위: %)

구분	1990	2000	2010	2012	2035
1인	9.0	15.5	23.9	25.3	34.3
2인	13.8	19.1	24.2	25.2	34.0
3인	19.1	20.9	21.3	21.3	19.4
4인	29.5	31.1	22.5	20.9	9.8
5인	18.9	10.1	6.2	5.6	1.9
6인	5.9	2.4	1.4	1.2	0.4
7인 이상	3.8	0.9	0.5	0.4	0.1

자료: 통계청.

인구 고령화는 생애주기에서 노년기를 연장시켜 전체 가구 가운데 노인부부와 노인 단독 가구의 비중을 높이고 있다. <그림 V-3>에서 보듯이 65세 이상 노령 가구 비중은 향후 지속적으로 증가할 예정인 반면에 가구주 연령이 25~44세인 가구 비중은 2000년 이후 지속적으로 감소하여 2023년 이후 가장 낮은 비중을 차지할 것으로 예측된다.²⁸⁾

<그림 V-3> 가구주의 노령화(1990~2035년)



자료: 오승연 외(2015), 『인구 및 가구구조 변화가 보험수요에 미치는 영향』, p. 19.

다. 보험상품의 변화

인구 감소는 보험산업에 부정적인 경영환경을 제공하게 된다. 경제적인 측면에서 바라볼 때 인구 감소는 경제성장률에 부정적인 영향을 미친다. GDP는 절대 인구가 감소할 경우 1인당 생산성 향상이 없다면 감소할 수밖에 없기 때문이다. 경제성장률이 떨어지면 국가는 경제 활성화를 위해서 일반적으로 금리를 낮춘다. 금리 하락으로 금융산업 전체적으로 투자수익률이 떨어지게 되고, 보험회사의 예정이율이 하락하게 되면 보험료가 인상되어 보험상품 판매에 부정적인 영향을 미치게 된다. 인구 감소의

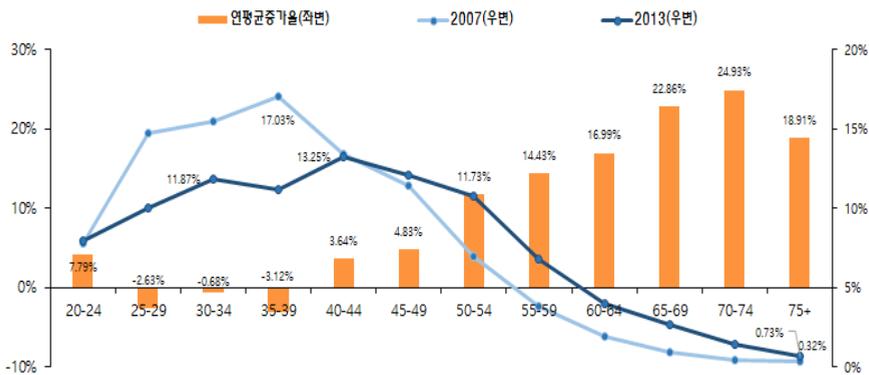
28) 오승연 외(2015).

더 근본적인 문제는 절대 소비자 수가 감소한다는 것이며 이것은 모든 보험상품의 수요 감소를 의미하게 된다.

인구 고령화와 주요 연령대별 인구 감소, 그리고 가구구조 변화는 보험상품별로 차별화된 영향을 미치고 있다. 먼저 인구 고령화로 인해서 사회적으로 노후 생활자금에 대한 논의가 본격화되고 있는데, 다양한 방법 중에서 가장 확실한 방법으로 보험이 제시되고 있다. 장수시대 안전판 구축²⁹⁾을 위해 연금보험, 실손보험 그리고 간병보험 등이 제시되고 있다.³⁰⁾ 연금보험을 통하여 노후 먹거리를 대비하고, 70세를 넘기면서 급증하는 의료비에 대한 대책으로는 실손보험을, 노년에 발생할 수 있는 치매 및 장기요양에 대비해서 간병보험이 제시되고 있다. 또한 길어진 노후에 발생할 수 있는 질병에 대비하여 실버보험 수요가 증가하고 있다.

이러한 현상은 보험상품 판매에 그대로 반영되어 65세 이상 고령인구의 보험가입이 증가하면서 새로운 고객층으로 부상하고 있다. 보험의 주요 고객층도 20~30대에서 40~50대로 전환되고 있다.

〈그림 V-4〉 연령별 신계약 분포 및 연평균 증가율(2007~2013년)



자료 : 보험개발원, 『생명보험 통계자료집』.

29) 김동호(2016. 8. 2), “김동호의 반퇴의 정석, 보험으로 장수시대 안전판을 구축하라” 중앙일보.

30) 연금보험이 활성화되는 것은 보험회사에 긍정적인 측면이지만 수명연장으로 인한 장수리스크의 확대는 보험회사에게 부정적인 측면으로 작용함.

우리보다 앞서 고령화된 일본을 살펴보면 고연령층을 주요 고객층으로 파악하고 고령자가 가입할 수 있는 다양한 제3보험상품을 개발하였다. 일본 생명보험회사들은 고령자에 대한 가입문호를 넓히고 고령자 리스크를 보장하기 위하여 가입연령, 보험기간 등 조건을 다양화하여 질병보험을 판매하고 있다.³¹⁾ 또한, 고령자 대상으로 가입조건을 완화한 간편심사보험(SI: Simplified Insurance)도 여러 생명보험회사에서 다양한 형태로 판매되고 있어 우리나라 보험회사들이 벤치마킹하고 있는 것으로 알려져 있다.

〈표 V-2〉 일본 고령자 가입가능 질병보험 현황

주요상품	주요담보	최고가입연령	보험기간
메이지야스다	입원, 수술, 통원, 재해	70세	종신
메트라이프 알리코	질병입원, 재해입원, 수술, 사망	80세	종신
지브롤터	입원, 수술, 고도장해	75세	10, 15년

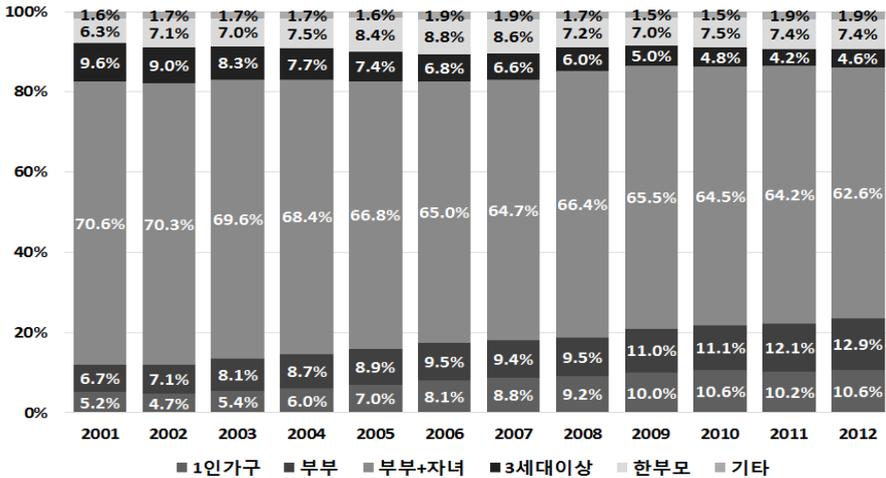
자료: 신일본보험신문사(2014), “제3보험상품 스페셜”.

가구구조 변화도 보험소비자의 주·객관적 위험보장 수요에 영향을 미쳐 보험상품 구매에 변화를 초래할 것으로 예상된다. 보험에 가입하고 있는 가구의 유형별 분포를 살펴보면, 현재는 부부+자녀가구 비중이 압도적으로 높다. 그러나 가구구조 변화의 영향으로 1인가구, 부부가구, 한부모가구 비중은 증가하는 반면, 부부+자녀가구와 3세대 이상 가구 비중은 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 부부+자녀가구 비중은 해당 기간 동안 71%에서 63%로 8%p나 감소하였으나 1인가구 비중은 5%에서 11%로 2배 이상 증가하였다.³²⁾

31) 이상국(2016), 「일본 생명보험사 고령화 대응전략 및 시사점」, 생명보험협회.

32) 오승연 외(2015), p. 31.

〈그림 V-5〉 보험가입 가구의 유형별 분포 변화(2001~2012년)



자료: 노동패널, 각 연도.

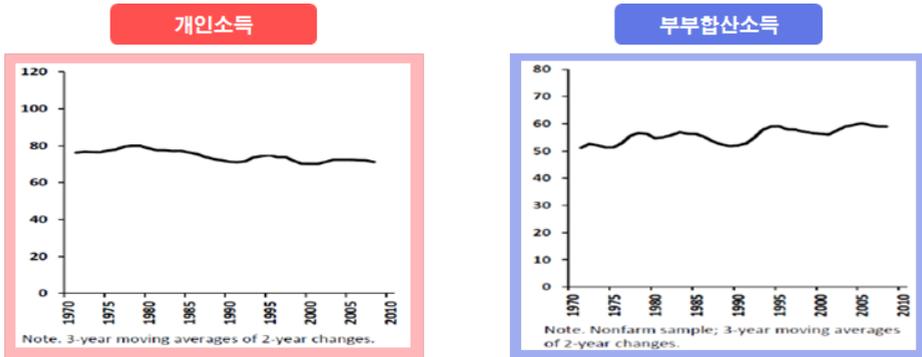
1인가구는 자녀 또는 배우자에 대한 경제적 책임이 없기 때문에 종신보험 상품을 구매할 의사가 적을 것이다. 그러나 1인가구는 고령화되었을 때 건강에 대한 관심이 높아지고 이에 대한 대비책으로써 건강보험을 선택할 가능성이 높을 것으로 예상된다. 2인 부부가구도 보험상품 구매에 있어서 비슷한 행태를 보일 것으로 전망된다.

한편으로 1인가구 증가가 보험수요를 증가시킬 가능성도 존재한다. 소득변동성이 큰 1인가구가 다인 가구에 비해 향후의 소득 감소 위험에 대비하여 보다 높은 저축 및 보험 가입동기를 가질 수 있기 때문이다.³³⁾ 아래 〈그림 V-6〉에서 확인할 수 있듯이 개인 소득 변동성보다 부부합산소득 변동성이 낮다. 그리고 1인가구의 보험가입 여력도 향상되면서 1인가구는 새로운 보험 소비 계층으로 등장할 것이다.³⁴⁾

33) 임태준·김세중(2016), 「1인가구 증가가 보험수요 감소를 초래하는가?」.

34) 오승연 외(2015), p. 8.

〈그림 V-6〉 개인 및 부부합산소득의 변동성



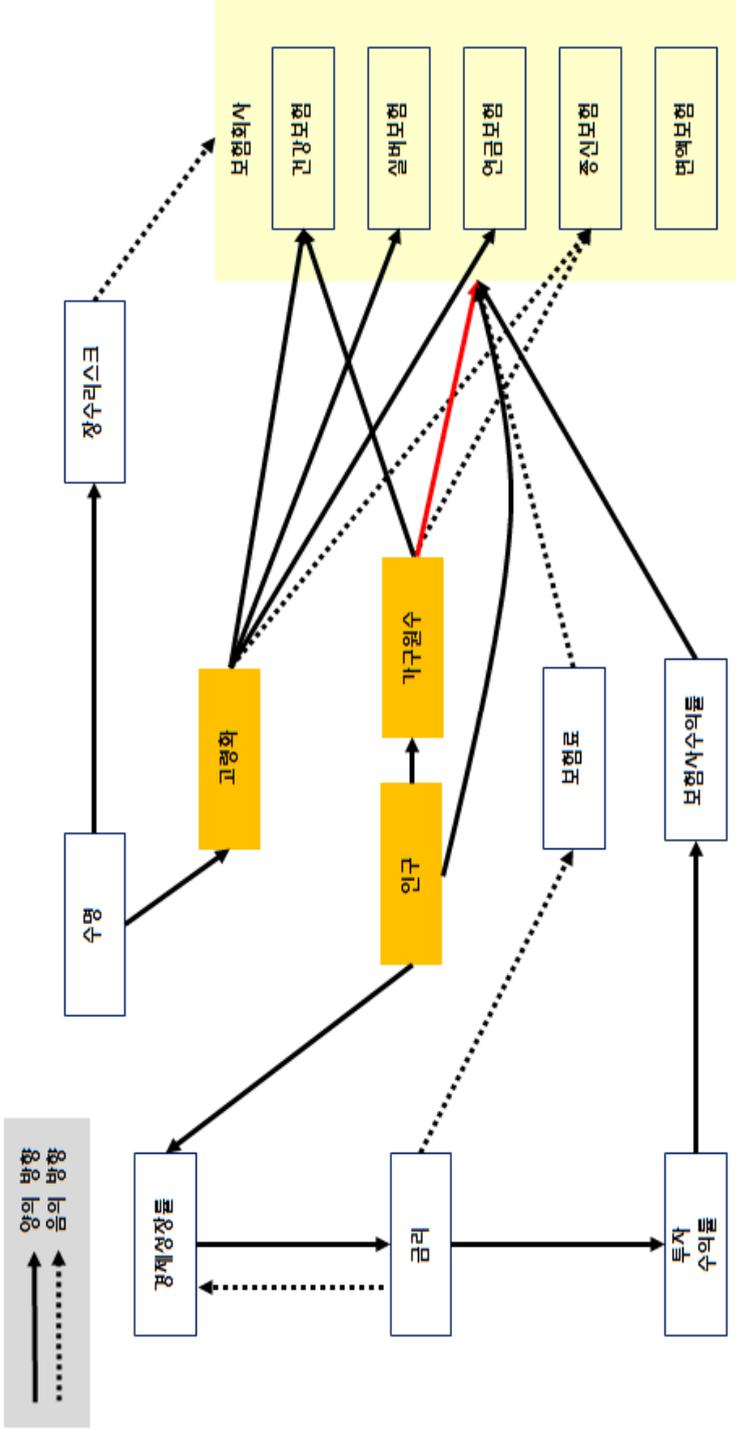
주: 가로축은 연도, 세로축은 소득변동성(연간소득변화율의 횡단면(Cross-sectional) 표준편차로 측정)을 나타냄.

자료: Dynan et al.(2012), "The Evolution of Household Income Volatility", working paper.

인구 감소 및 가구구조 변화가 보험산업에 미치는 영향을 전체적인 그림으로 아래와 같이 나타낼 수 있다. 여기서 실선 화살표의 의미는 요인이 증가 또는 강화하면 결과도 증가 또는 강화한다는 것이다. 점선 화살표의 의미는 반대로 요인이 증가 또는 가속화하면 결과는 감소 또는 약화된다는 것이다. 예를 들어 인구 감소가 강화되면 경제성장률은 증가되지 않고 약화될 것이기 때문에 점선 화살표로 표시할 수 있다.³⁵⁾

35) 경제발전, 인구구조 변화, 제도 변화, 기술 변화 등이 보험수요에 미친 기존 연구를 살펴 보면 다음과 같음. 경제 발전과 보험산업(생명보험 및 손해보험)은 서로 간에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났음(Outreville 1990; Brown 2000; Park and Lemaire 2012). 소득 증가는 생명보험 수요를 늘린다는 것이 일반적이거나(Hammomd et al. 1967, Andersen and Nevin 1975; Truett and Truett 1990; Beck and Webb 2003; Hwang and Greenford 2005; Li et al. 2007) Berekson(1972)의 경우 소득이 생명보험 수요에 유의한 영향을 미치지 않는다는 다소 놀라운 결과를 얻었음. Beck and Webb(2003)과 Li et al.(2007) 등에 따르면 부양비용 및 부양자 수가 생명보험 수요에 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났음. 인구 크기가 손해보험에 미치는 영향은 상반된 결과가 보고되었음. Feyen et al.(2011)의 경우 인구 크기가 부정적인 영향을 Nakata and Sawada(2007)의 경우 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났음. 한편, 은행 발전이나 금융산업 성숙, 금융규제 완화가 생명보험 및 손해보험 수요에 양(+)의 영향을 미친다는 연구가 다수 존재함(Beck and Webb 2003; Li et al. 2007; Elango and Jones 2011). 한편, 도시화가 손해보험에 유의한 영향을 주었는지에 대해서는 결과가 나누어짐. Brown et al.(2000), Park and Lemaire(2011)는 도시화가 유의한 영향을 미쳤다고 보기 어렵다고 주장하였는데 반해 Esho et al.(2004)은 긍정적인 영향을 발견하였음.

〈그림 V-7〉 인구 및 가구 구조변화가 보험산업에 미치는 영향



2. 경제 변화

우리나라 경제는 외환위기를 계기로 구조조정을 겪었음에도 불구하고 2000년대 들어 경제성장률이 지속적으로 둔화되고 있다. 특히 지난 10년간 우리나라 경제성장률이 세계 경제성장률보다 높은 해는 2010년뿐이었다. 이러한 성장률 둔화의 원인은 투자와 소비 등 내수 부진에 있다. 최근 들어 세계경제 회복 지연에 따라 교역량이 정체되면서 수출마저도 어려워지고 있다.

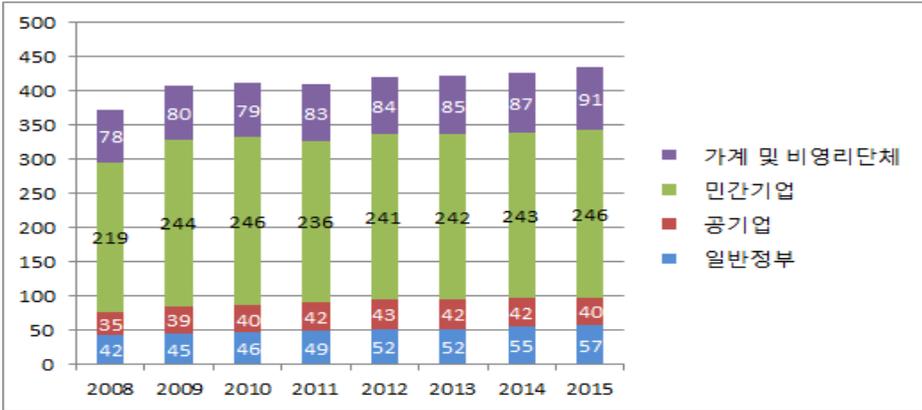
세계경제는 글로벌 금융위기 이후 이전 성장세로 돌아가지 못하고 저성장이 지속됨에 따라 구조적 장기침체(Secular stagnation)³⁶⁾ 가능성이 제기되고 있으며, 100년 간 계속되는 경제 부진을 의미하는 센터니얼 슬럼프(Centennial slump)도 언급되고 있는 상황이다.³⁷⁾ 따라서 세계 경제성장에 힘입은 우리나라 경제성장률 회복 역시 기대하기 어렵다. 더욱이 앞에서 살펴보았듯이 우리나라 경제는 세계에서 가장 빠른 인구 고령화, 출산율 저하에 따른 생산가능인구 감소 등 인구구조 변화의 충격에도 직면해 있다. 이미 베이비 붐 세대의 은퇴가 시작되면서 충격이 가시화되기 시작하였다.

이처럼 세계경제 회복 지연과 인구 고령화 및 생산가능인구 감소 등 외생적인 환경이 우호적이지 않은 가운데, 소비와 투자 등 내생적인 환경 역시 전망이 암울하다. 그 이유는 위험수위에 달한 가계와 기업부채 때문이다. Cecchetti et al.(2011)은 금융 위기를 유발할 수 있는 가계와 기업, 그리고 정부의 부채수준을 GDP 대비 80% 정도로 추정하였는데, 우리나라의 경우 가계와 기업의 GDP 대비 부채 수준이 이미 동 수준을 넘어섰다.

36) 구조적 장기침체란 금리가 0%에 가깝게 하락하였음에도 불구하고 지속적인 수요 부진이 극복되지 않는 상태, 즉 수요와 공급을 일치시키는 금리가 마이너스인 상태를 의미함.

37) 현재 4차 산업혁명이 태동하고 있는데, 경제성장률에 미칠 영향에 대해서는 아직까지 합의된 결론이 도출되지는 않았음. 회의론자들은 기술 혁신이 할 수 있는 기여는 이미 이루어졌고 생산성에 대한 긍정적인 영향도 거의 다했다고 보고 있는 반면, 낙관론자들은 기술 발전과 혁신이 현재 번곡점에 머물러 있는 것뿐이고 생산성 급증과 높은 경제성장을 촉발할 것으로 주장하고 있음(Schwab 2016).

〈그림 V-8〉 우리나라 부채수준(GDP 대비 %)

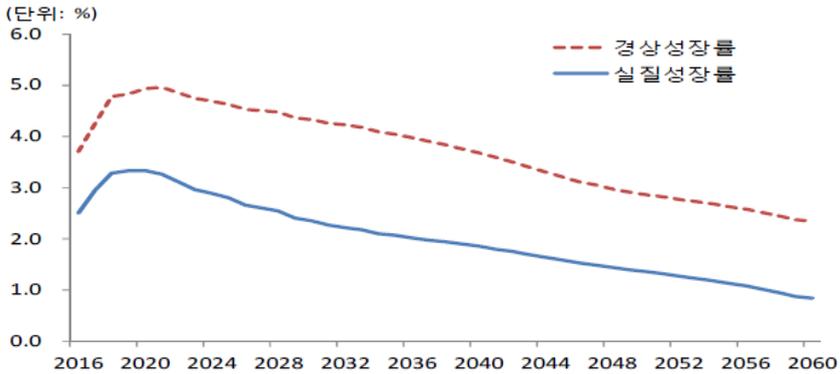


자료: 한국은행.

위험수위에 달한 부채 수준은 향후 소비와 투자를 제약할 수밖에 없다. 잃어버린 20년의 일본 경험과 비슷하게 우리나라에서도 부채 감축을 위해 가계 및 기업이 저축을 늘려가고 있으며, 이에 따라 투자와 소비가 둔화되고 있다. 그럼에도 불구하고 기업에 비해 가계는 부채조정이 본격적으로 시작되지 않은 상태라 소비 회복을 기대하기가 매우 어렵다. 물론 대외비중이 높은 우리나라의 경우 수출 확대를 통해 경제성장률 하락을 어느 정도 억제할 수 있을 것으로 생각할 수 있으나 내수 부족으로 수입은 늘어나지 않은 가운데 수출만 늘어나게 되면 경상수지 확대로 원화 가치가 높아져서 물가상승률이 낮아질 수 있으며, 저물가가 장기화될 경우 소비를 지연시키는 등 경제에 부담을 가져올 수도 있다. 이는 일본의 경험(전용식·윤성훈 2014)에서도 잘 알 수 있다.

우리나라 경제는 장기적인 저성장 국면으로 진입하였다고 보는 것이 타당할 것이다. OECD(2010)에 따르면 우리나라 잠재성장률이 2010년 4.0%에서 2025년 2% 내외로 하락할 것으로 보였고 조세연구원(2009)은 잠재성장률이 2050년 0.5%까지 낮아질 것으로 추정하였다. 최근의 연구인 국회예산처(2016)에 따르면 2016~2020년 3.1% 수준의 경제성장률이 2056~2060년 1.0%로 낮아지는 것으로 예상하였다.

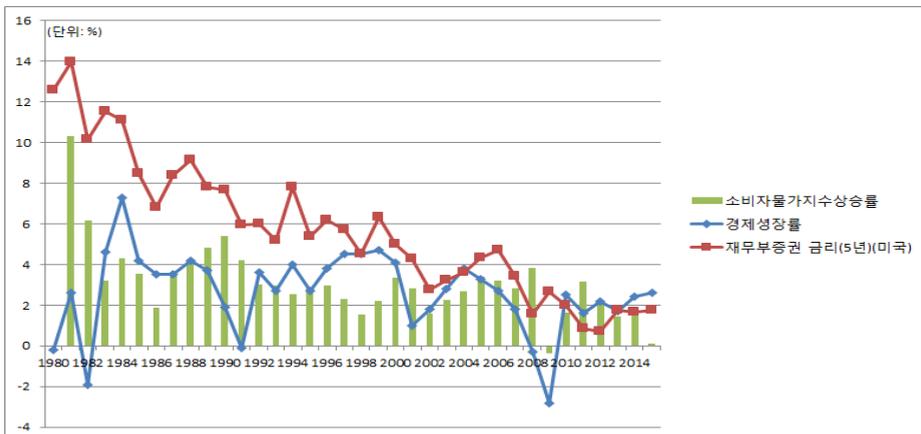
〈그림 V-9〉 우리나라 잠재경제성장률 전망



자료: 국회예산정책처(2016).

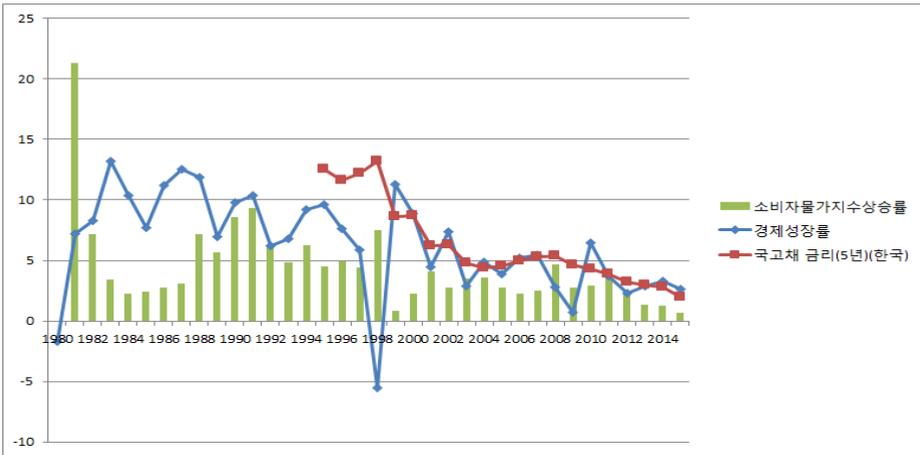
경제가 장기 저성장애 진입하고, 그 원인이 특히 내수 부진에 기인한다면 금리와 소비자물가 역시 장기적으로 낮은 수준을 유지할 가능성이 높아질 것이다. 아래 그림에서도 알 수 있듯이, 경제성장률, 금리, 물가는 장기적으로 같은 방향으로 움직이는 추세를 보여 왔다.

〈그림 V-10〉 미국의 주요 변수 추이



자료: 한국은행.

〈그림 V-11〉 우리나라 주요 변수 추이

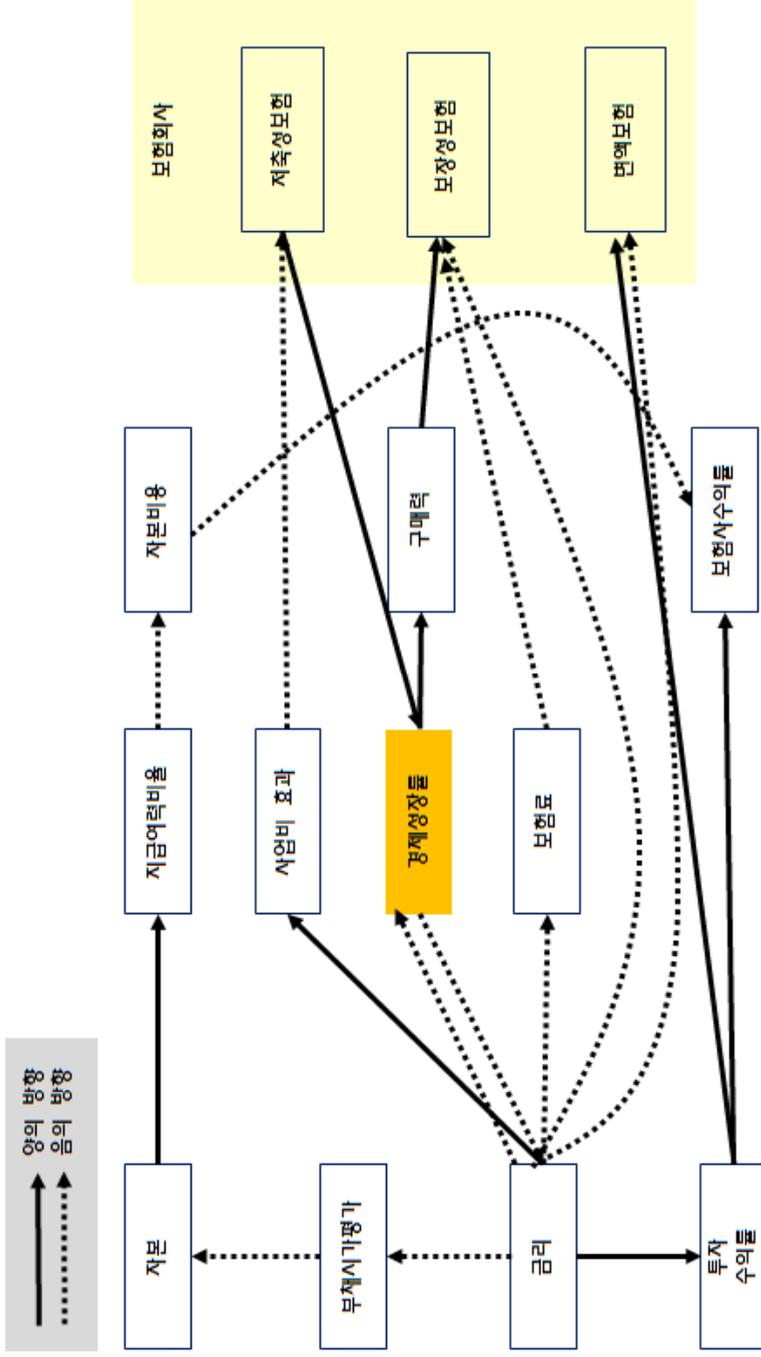


자료: 한국은행.

국회 예산정책처(2016)에 따르면 소비자물가, 금리 등도 경제성장률 둔화로 인해 장기적으로 낮은 수준을 유지할 것으로 전망하였다. 소비자물가 상승률의 경우 향후 40년간 1~2%, 회사채금리(AA-)는 3% 대를 전망하였다.

이러한 경제 변화가 보험산업에 미칠 영향은 아래의 그림과 같이 나타낼 수 있다. 먼저 경제성장률 하락은 보험수요 전반에 걸쳐 부정적인 영향을 미칠 것이다. 저금리는 보험료 상승을 유발하여 저축성보험 및 보장성보험 수요에 부정적인 영향을 미칠 것이나, 변액보험 수요는 늘리는 효과를 가져올 것이다. 한편, 저금리가 지속되는 가운데 부채시가평가제도가 시행될 경우 지급여력비율이 하락하여 보험회사의 자본 부담이 가중될 것이다.

〈그림 V-12〉 경제 변화가 보험산업에 미치는 영향



3. 보험제도 변화

현재 보험산업과 관련한 보험제도의 큰 변화는 작년에 발표된 보험산업 경쟁력 강화 로드맵의 세부적인 추진과 IFRS17 및 신지급여력제도 도입 등이다.

먼저 보험산업 경쟁력 강화 로드맵을 살펴보면, 금융당국은 2015년 10월 보험산업 경쟁력 강화 방안³⁸⁾을 발표하여 보험산업의 질적 재도약을 위한 근본적인 개혁안을 제시하였다. 주요 내용은 ① 상품개발 자율성 제고, ② 다양한 가격의 상품공급 확대 및 비교공시 강화, ③ 자산운용규제 패러다임 전환, ④ 판매채널 전면 혁신, ⑤ 새로운 보험환경 변화에 적극 대응이다.

이 개혁안은 보험산업에 미치는 영향이 매우 클 것으로 예상되고 있다. 먼저 정책당국 입장에서는 사전규제에서 사후감독으로 전환됨에 감독정책의 일대 변화가 예상된다. 보험회사 입장에서는 지난 수십 년 동안 지속되어 온 규제가 해소됨에 따라 보험시장이 가격과 서비스를 통한 치열한 경쟁시대에 진입할 것으로 예상된다. 장기적으로 보험회사 간 경쟁으로 보험료 상승이 억제되고³⁹⁾ 고객서비스가 개선될 것으로 전망되며 보험회사는 자사의 특성을 반영한 상품개발 및 판매 전략을 수립하여야 할 것이다. 이 과정에서 중·소형사는 대형사와의 경쟁을 위해 전문화가 요구될 것이다.⁴⁰⁾

2021년 도입이 예정되어 있는 IFRS17은 보험회계의 특수성을 지양하고 국제적인 회계기준을 수용하는 것이다. 제도 도입 시 손익 인식에 있어서 현금주의에서 발생주의로 전환되어 보험료 수취시점이 아니라 서비스(위험보장) 제공시점에 수익이 인식된다. 부채평가도 원가평가에서 시가평가로 변경되어 부채평가 시 미래현금흐름과 시간가치뿐만 아니라 위험조정, 계약서비스 마진 등이 고려되어야 한다.

그러므로 IFRS17 도입은 손익관리, 자산운용, 영업방식, 리스크관리 등 보험산업

38) 금융위원회 보도자료.

39) 가격자유화 조치로 인해 실손보험 자동차보험은 2016년 상반기에 오히려 인상되었는데 이것은 가격통제로 그동안 적정가격 이하로 판매되었던 보험상품이 적정가격으로 돌아가는 과정임(자료: 김석영·김세중(2016), 「금융개혁의 영향과 의미」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원).

40) 김석영(2015), 「보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향」, 『CEO Report』, p. 18.

전반에 영향을 미칠 것으로 전망되고 있다.⁴¹⁾ 손익관리 측면에서는 경험조정, 위험조정, 서비스마진 분석 방식으로 손익관리 체계가 전환됨에 따라 보험회사들은 이와 관련된 전문인력 확보 등 준비기간이 요구된다. 자산 운용 측면에서는 부채 현금흐름에 기반한 자산운용 전략 수립이 요구되고, 전사 재무 변동성 관리를 위한 투자계획을 수립하여야 하며 정교한 ALM 전략이 필요하다. 영업방식 측면에서는 그동안 지속되어온 매출 중심에서 이익 중심으로 전환되어야 한다. 리스크관리 측면에서는 손익 및 자본 변동성을 즉시 파악하여야 하며 할인을 및 보험요율 가정 등에 대한 통합관리시스템이 필요하다.

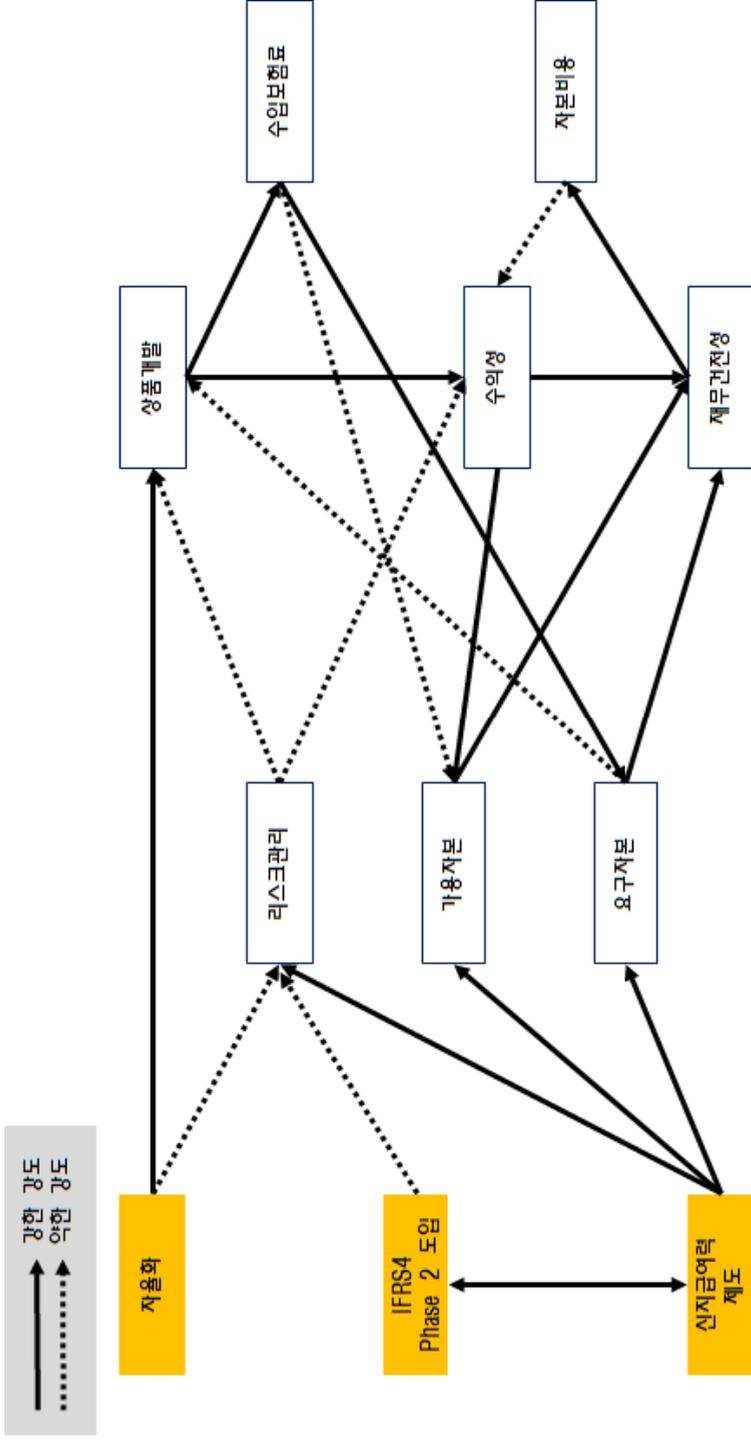
한편 금융감독당국은 보험시장의 안정성 및 대외 신뢰도 강화를 위해 보험회사 재무건전성 감독을 국제적 정합성을 제고하는 방향으로 강화할 예정이다. 먼저 국제자본기준(ICS)을 바탕으로 새로운 지급여력제도 도입을 위한 마스터플랜을 수립하여 자산 부채 시가평가에 따른 가용자본 및 요구자본 산출 기준을 마련하고 현행 RBC제도를 지속적으로 정교화해 갈 것이다. 또한 내부모형 승인 요건을 질적 요건 및 양적 요건 등을 구분하여 큰 틀에서 제시하고 보험회사가 자체적인 내부 자본적정성 평가 시스템(ORSA)을 구축할 수 있도록 지원할 계획이다.⁴²⁾

이러한 제도 변화들은 상품의 자율성을 강화시켜 상품개발을 촉진할 것이다. 신지급여력제도 및 IFRS17의 영향으로 리스크관리 또한 중요시 될 것이다. 신지급여력제도는 보험회사 가용자본 및 요구자본에 영향을 미칠 것이며 이는 재무건전성에 변화를 가져올 것이다. 이러한 변화는 보험회사가 상품개발 시 수익성을 고려하게 할 것이고 이는 가용자본의 확충에 도움을 줄 것이며 따라서 재무건전성 향상에 기여할 것이다. 보험제도 변화가 보험산업에 미치는 영향을 전체적인 그림으로 아래와 같이 나타낼 수 있다.

41) 정도진, 「국제보험회계기준의 이해와 대응방안」, 2016 보험 최고경영자 아카데미.

42) 김동성(2016), 「보험감독방향」, 보험계리사회 심포지엄 및 임시총회 발표자료, p. 23 재정리함.

〈그림 V-13〉 보험제도 변화가 보험산업에 미치는 영향



4. 기술 변화

과학기술의 발달로 인한 기술 발전은 사회 및 개인에게 큰 영향을 미쳐왔다. 사회는 보다 효율화되고 산업 생산력은 증대되어 왔다. 개인들의 생활도 보다 편리해졌으며 이러한 혜택은 다시 기술 개발을 유인하였다. 그러나 기술 발전은 단순히 개인의 생활을 윤택하게 하는데 그치지 않고 경제·사회 체제를 변화시키기도 하였다. 증기기관으로 대표되는 산업혁명이 경제뿐만이 아니라 사회, 더 나아가서 세계사에 미친 영향은 모두가 주지하는 사실이다.

최근 과학기술은 새로운 시대로의 진입을 예고하고 있다. 4차 산업혁명으로 대변되는 기술 변화는 세상을 새로운 모습으로 변화시키려 하고 있다. 영화 속에서 보던 일이 실생활에서 가능하게 되어 로봇이 인간을 대신해서 일을 하고 컴퓨터가 모든 것을 알아서 처리하는 일이 현실화되고 있다.

로봇과 인공지능이 인간을 대체하고 개인과 사물의 정보가 실시간으로 모니터링되는 4차 산업혁명은 단순히 산업계만이 아니라 사회 전체의 근본적인 변화를 가져올 것이다.

보험산업도 이러한 기술 발달의 영향에서 예외적일 수 없었다. 때로는 기술 발달이 보험산업에 좋지 않은 결과를 낳기도 하였다. 의학기술의 발달로 인해 수명이 증가함에 따라 연금보험의 장수리스크가 우려되고 있는 것이 좋은 예이다. 또 다른 좋은 예로서는 갑상선암 진단의 급증이다. 의학기술의 발달로 갑상선암 진단이 간단해짐에 따라 과거에는 알지 못하고 지나갔을 초기 갑상선암을 발견할 수 있게 되어 우리나라 갑상선암 발생률은 연 20% 이상 급증하기 시작하였다. 이것은 보험회사의 보험금 지급으로 연결되어 보험회사들은 암보험 진단급부금의 급격한 증가를 경험하였다. 기술의 발달로 갑상선암 발생률이 증가하고 이것이 보험회사에 영향을 미칠 것이라고는 아무도 예상하지 못한 것이었다.

4차 산업혁명

- 4차 산업혁명은 기업들이 제조업과 정보통신기술(ICT, Information & Communication Technology)을 융합해 작업 경쟁력을 제고하는 차세대 산업 혁명으로 인더스트리 4.0이라고도 표현함.
 - 4차 산업혁명은 단순히 효율적인 대량생산을 위한 무인자동화 시스템 도입이 아니라 시장 변화와 소비자의 개별 요구에 대응하여 소규모 생산도 가능한 생산체계임.
 - 1차 산업혁명은 18세기 증기기관 발명, 기계식 생산방식이 도입되면서 시작
 - 농업과 수공업 경제에서 기계를 사용하는 제조업 경제로 전환
 - 2차 산업혁명은 19세기 컨베이어 벨트가 도입되고 분업과 자동화 생산이 확산되면서 시작
 - 자동차 등 제조업 제품들이 공급자 중심으로 대량생산이 시작됨.
 - 3차 산업혁명은 70년대부터 IT와 로봇, 컴퓨터를 통한 자동화 대량생산체계가 도입되면서 시작되어 현재까지 이어짐.
 - 제조업의 디지털화와 자동화가 시작됨.
- 4차 산업혁명에서는 소비자의 기호에 맞춘 상품 공급을 가능하게 함으로써 소비자 중심의 제품 생산체계로 전환됨.
 - 기존의 산업화는 공급자 중심으로 정형화된 상품을 대량으로 생산하여 소비자에게 판매하는 것임.
 - 비용 상승으로 개별소비자 기호에 맞춘 제품 생산이 어려움.
- 4차 산업혁명은 기계와 사람, 인터넷 서비스가 상호 연결되어 가볍고 유연한 생산체계를 구현하여 대량맞춤생산이 가능한 생산 패러다임으로의 진화임.

- 4차 산업혁명은 제조업에 사이버 물리 시스템(CPS: Cyber Physical Systems)기술, IoT, 그리고 클라우드 컴퓨팅을 적용하여 지능형 공장을 구축하는 것임.
 - 모듈단위 생산체계로 인해 제품의 변경이나 고객 주문에 따라 생산라인 변경이 가능
- 3차 산업혁명 생산라인에서는 작업명령이 프로그램화되어 가공설비에 사전에 입력되고, 설비는 입력된 명령에 따라 단순반복 업무를 수행
 - 표준화된 제품들을 최단기간에 대량생산할 경우 최적화된 시스템으로 고객이 어떤 제품을 원하든지 제품 제작의 주도권은 제조업자가 보유
- 4차 산업혁명에서는 거의 모든 과정이 자동화되어 대량맞춤생산(Mass Customization)이 가능해졌음.

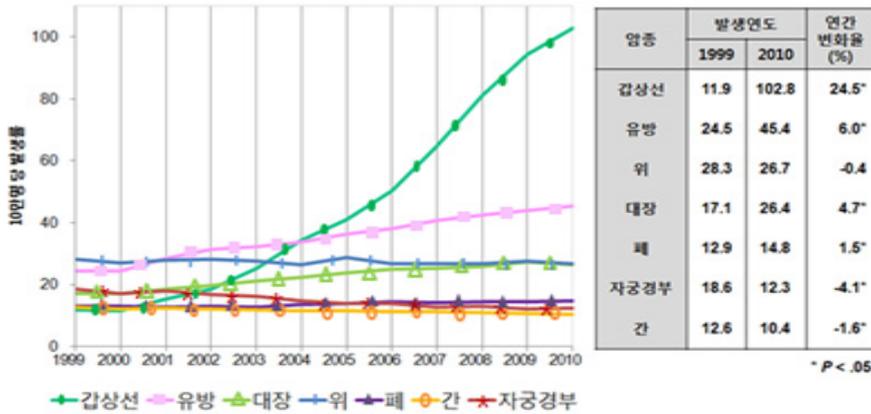
3차 산업혁명과 4차 산업혁명



자료: 포스코 경영연구소.

〈그림 V-14〉 암종류별 발생률 추이

(단위: %)



자료: 국립암센터.

이와 같이 기술의 발달은 전혀 예상하지 못한 결과를 초래해서 보험회사에 영향을 미칠 수 있기 때문에 현재 보험산업 주변에서 일어나고 있는 기술 변화를 주의 깊게 살펴볼 필요가 있다. 특히 이런 변화들이 보험산업에 어떻게 연관될 수 있는지를 관찰하는 것은 미래 보험산업을 예측하는데 있어서 매우 중요하다.

본 장에서는 보험산업에 영향을 미칠 수 있는 주요 기술 변화를 살펴볼 예정이다. 미래의 보험산업에 영향을 미칠 기술로는 무인차 개발, BIO 기술, 헬스케어서비스, IoT(Internet of Things), 그리고 인공지능 등이 있다.

가. 무인차 개발⁴³⁾

1) 무인차의 정의 및 현황

최근에 사람이 운전하지 않고 자동차가 스스로 알아서 운전해서 가는 무인차가 몇몇 회사들에 의해서 소개되면서 무인차에 대한 관심이 크게 증가하고 있다. 그러나

43) 이기형·김혜란(2016), 『자율주행자동차 보험제도 조사 연구』 참조 및 인용.

무인차의 역사는 1925년⁴⁴⁾까지 거슬러 올라갈 정도로 오랜 역사를 가지고 있다. 이 차는 무선으로 운전되었으므로 지금 현재 논의되고 있는 무인차와는 차이가 있다. 현재 논의되고 있는 무인차는 운전자의 개입 없이 스스로 주행이 가능한 차, 즉 자율주행차(Self Driving Vehicle or Driverless Vehicle, Autonomous Vehicle, 이하 “AV”라 함)를 말하는 것이다. 현재 우리나라를 비롯한 미국, 독일, 영국, 일본의 주요 자동차 제조사들은 AV 산업을 차세대 성장산업으로 인식하고 정부와 제조사가 상용화를 위해 서로 경쟁하고 있는 상황이다.

AV는 자동화 수준에 따라 몇 단계로 구분된다. 미국은 2013년 5월 도로교통안전국(National Highway Traffic Safety Administration)에서 운전자의 조작 개입정도에 따라 5 단계의 자동화 레벨을 아래 표와 같이 구분하였다.

〈표 V-3〉 자율주행자동차 단계별 정의

수준	정의	주요내용	가능장치
레벨 0	비자동 (No Automation)	운전자가 자동차 완전 통제, 자율주행장치 부착 가능	Cruise Control, Electronic Stability Control, Anti Blocking System, FCW, LDW
레벨 1	특정기능의 제한적 자동화 (Function specific Automation)	운전대, 가속장치는 자동화되나 다른 기능은 운전자가 통제 필요	ACC, LKA, PA (운전자가 제동장치, 운전대 통제)
레벨 2	조합기능의 자동화 (Combined Function Automation)	운전자가 운전대/가속장치 작동 불필요하나 항상 주의 관찰이 필요하고 필요 시 수동으로 전환	ACC와 LDS, Traffic Jam Assistance
레벨 3	부분 자율주행 (Limited Self-Driving Automation)	여행 등 일정부분에 자율 주행 가능, 비상 시 운전자 통제	-
레벨 4	완전 자율주행 (Full Self-Driving Automation)	운전자의 개입이 전혀 없이 자율주행	-

자료: 김현경·조용혁(2014), 「미국의 자율주행자동차 임시운행 허가에 관한 규제분석」, 한국법제연구원; 정보통신산업진흥원(2014), 「자율주행차 최근 동향 및 도입 이슈」 정리.

44) https://en.wikipedia.org/wiki/Houdina_Radio_Control

현재 대부분의 자동차 업체는 레벨 1의 자동차를 제공하고 있으며, 일부 제조업체는 주차보조, 차선 이탈방지 시스템, ADAS⁴⁵⁾를 장착한 레벨 2의 자동차를 제공하고 있으며, 레벨 3과 레벨 4는 시험단계에 있다.

2) 무인차 보급전망

미국에서 실시된 설문조사⁴⁶⁾에 의하면 미국인들은 AV에 대한 구입의향이 높은 것으로 나타났다. 향후 5년 이내에 자동차 구매를 가정한다고 했을 때 부분 자율주행차를 구매하겠다는 응답자는 55%였으며, 향후 10년 이내에 자동차 구매를 가정한다고 했을 때 완전 AV를 구매하겠다는 응답자는 전체에서 44%를 차지했다.

Exane BNP Paribas는 2015년부터 부분 자율주행 기능(Semi automated car)을 갖춘 자동차가 나타나기 시작하여 2020년 이후는 높은 수준의 자율주행차가 시판되며, 완전 AV는 2025년 이후에 시판될 것으로 전망했다. 사실 많은 회사들이 자동주행에 성공하고 있어 조만간 무인차가 생각보다 빨리 보급될 수도 있을 것이다. 기술적 관점에서서는 완전 자율주행차가 3년 뒤 정도에는 가능할 것으로 예상하기도 한다.⁴⁷⁾

그러나 AV에 대해서 소비자들이 완전한 신뢰감을 갖기까지는 시간이 걸릴 것으로 예상되고 있다. 비록 기술적으로는 완전하다고 할지라도 사람들이 이를 신뢰하고 운전을 전적으로 차에 맡기는 것은 심리적인 문제와 관련이 있다. 현재 일부 차에 자율주행기능이 있지만 주차 시 이에 완전히 의존해서 주차하는 것은 아직 보편적이지 않

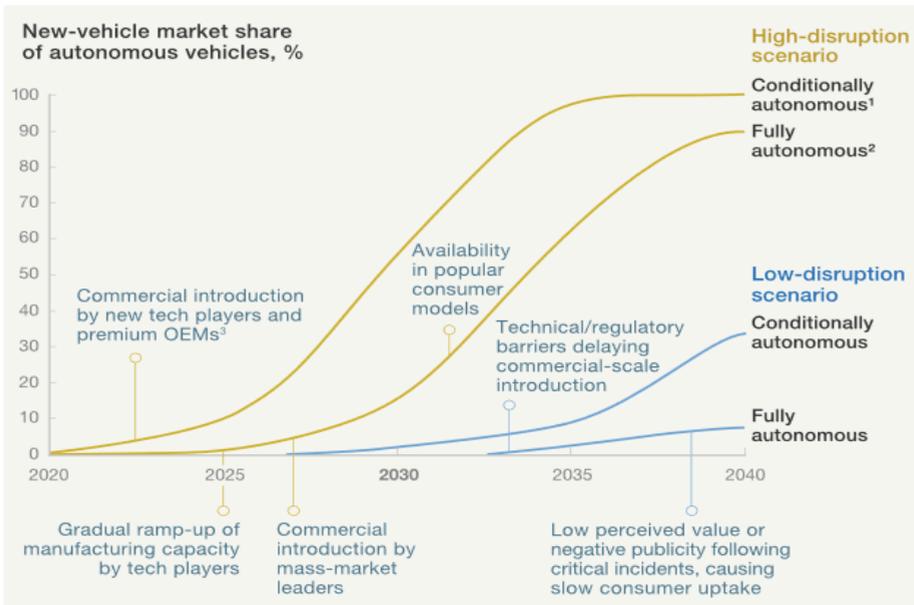
45) ADAS(Advanced Driver Assistance System)는 자동차에 장착된 첨단 안전장치가 적절히 개입해 운전자를 도와주어 사고를 사전에 방지해주는 적극적인 개념의 안전장치를 말함. 일반 차보다 더 똑똑하다는 의미에서 스마트카라고 부르기도 함. 긴급자동브레이크(AEB) 시스템이 대표적인 ADAS임. AEB는 카메라와 레이더로 전방 차량과의 거리 및 상대 속도를 측정해 충돌 위험이 있다고 판단되면 자동으로 브레이크를 잡아주는 장치임. 이밖에 차선이탈경보시스템(LDWS), 차선유지지원시스템(LKAS), 사각지대감지시스템(BSD) 등이 대표적 ADAS 기술임.

46) The Boston Consulting Group는 2014년에 미국인 1,510명을 대상으로 AV에 대한 장래에 측 설문조사를 실시하였음(BCG(2015. 4), "自動運転車市場の将来予測, Revolution in the Driver's Seat: The Road to Autonomous Vehicles").

47) International business times(<http://www.ibtimes.co.uk/elon-musk-fully-autonomous-cars-1000km-electric-range-are-coming-2017-1521478>)

다. 특히 옆에 고가차가 있을 경우에는 자율주차 기능을 더 신뢰해서 차가 스스로 주차하도록 하기가 쉽지 않다. 이러한 심리적인 문제로 인해서 기술적으로는 몇 년 안에 완전 자율주행자동차가 나오더라도 보편화에는 상당한 시간이 걸릴 것으로 예상하기도 한다. 2040년이 되어도 약 10% 정도만이 AV를 구입할 것이라는 전망도 있다. 특히 최근에 발생한 테슬라 자동차 사망사고⁴⁸⁾는 이러한 심리적인 문제에 영향을 줄 것으로 예상된다.

〈그림 V-15〉 AV 보급 시나리오



AV가 아직까지는 비나 눈, 빙판길, 안개, 강한 바람 등 돌발 상황 발생 시 이에 효과적으로 대처하지 못하고 있는 실정이고 시장의 기대를 충족시키기에는 아직 부족하지만 자율주행차 제조업체들은 많은 문제를 상당히 빠르게 해결해 왔다는 점에서 소비자들의 신뢰를 획득하는 것도 예상보다 빠르게 실현될 수 있을 것이다.

48) 매일경제(2016. 7. 1), “자율주행 첫 사망사고..무인차 안전 빨간불”.

<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=473454&year=2016>

3) 파급효과

AV가 상용화된다면 파급효과가 매우 클 것으로 예상된다. 먼저 교통흐름의 효율성이 크게 증가할 것으로 예상된다. AV가 도입되어 모든 차가 자율주행을 한다고 가정할 경우 단위면적당 자동차의 운행대수 즉 활용밀도(Occupancy density of road)가 증가할 수 있다.⁴⁹⁾ 그리고 AV는 자동주행운전시스템(ACC)을 탑재하여 운행되기 때문에 효율적으로 연료소비를 할 수 있다. AV 보급이 확산되면 인적 요인에 의하여 발생하는 교통사고의 상당한 부분이 감소하기 때문에 교통사고의 경제적 비용과 사회적 비용도 크게 줄어들 것이다.

AV 등장은 차량 소유개념에서 차량 공유개념으로 전환되는 계기가 될 것이다. 이는 AV가 상용화되면 자동차 판매가 감소할 것이라는 전망에서부터 나온 개념이다. 한 보고서⁵⁰⁾는 AV로 2040년 가구당 차량 보유대수는 2.1대에서 1.2대로 줄어들 것으로 보고 있다. 예를 들어 부모 중 한명이 차를 타고 출근하더라도 자동차가 자율주행을 할 수 있다면 자녀를 학교에 데려다 주기 위해 별도의 차량이 필요 없게 된다. 최근 미국 대도시에서는 많은 가정들이 세컨드차를 사지 않고 차량공유서비스인 우버나 리프트를 이용하는 비율이 높으며, GM도 2015년 10월부터 미국 뉴욕 맨해튼에서 차량공유서비스인 ‘드라이브 NYC’를 시작하였다.

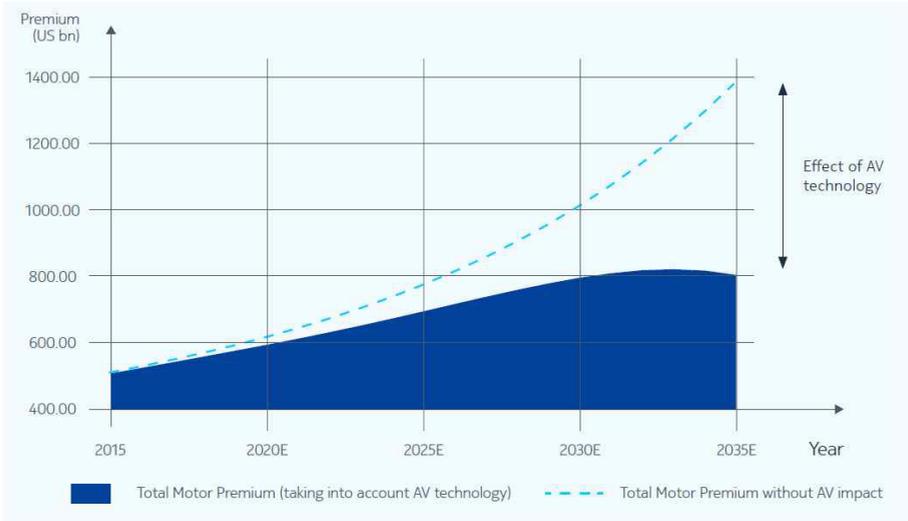
스위스 리⁵¹⁾가 자율자동차의 보급비율에 따라 한국을 비롯한 14개 자동차보험 시장을 대상으로 인플레이션을 반영하지 않고 자동차 보험료를 추정한 바에 따르면 2015년 5,100억 달러인 보험료는 자율자동차 기술이 없을 것으로 가정한 경우 2020년에 6,160억 달러이나 자율차 기술 보급이 되었다면 5,940억 달러일 것으로 추정하고 있다. 자율차 기술 보급이 더 확산된 2025년에는 보험료가 200억 달러 감소하고 그 이후에는 점점 더 보험료가 감소할 것으로 분석하고 있다.

49) Eugensson Anders et al.(2012), “ENVIRONMENTAL, SAFETY, LEGAL AND SOCIETAL IMPLICATIONS OFAUTONOMOUS DRIVING SYSTEMS”, p. 11.

50) 영국 바클레이(Barclay)(2015. 7).

51) Swiss Re(2015), “The future of motor insurance: How car connectivity and ADAS are impacting the market”, A joint white paper by HERE and Swiss Re.

〈그림 V-16〉 자동차보험시장 규모 추정



자료: Swiss Re(2015), "The future of motor insurance: How car connectivity and ADAS are impacting the market", A joint white paper by HERE and Swiss Re, p. 8.

AV 상용화 시 운전자 부주의 및 과실로 인한 자동차 사고가 크게 감소할 것으로 예상되고 있다. 2014년 우리나라 자동차 사망사고의 90% 이상이 인적 요인으로 발생하였는데 완전 AV단계에 이르면 국내 자동차의 사망사고 건수는 최대 84.8%까지 감소할 것으로 추정되고 있다.⁵²⁾

AV 기술이 발달하여 자율주행 수준이 높은 단계로 올라가게 되면 운전자와 제조자의 책임이 변하게 될 것이다. 운전자를 보조하는 낮은 수준의 자율주행단계에서의 사고는 현재와 같이 대부분 운전자 요인에 의해 발생하고 운전자가 책임을 부담하게 된다. 그러나 높은 수준의 자율주행단계에서 사고가 발생할 경우 운전자의 책임보다는 제조자의 책임이 크게 될 것이다.⁵³⁾ 그러므로 완전 자율자동차가 완전 상용화될 경우에는 자동차 운전자와 보험회사 간의 보험계약이 아니라 보험회사와 자동차 제조

52) 이기형·김혜란(2016), 『자율주행자동차 보험제도 조사 연구』, p. 41.

53) 볼보 CEO는 2015년 10월에 자율주행모드에서 자율차 문제로 사고가 발생한 경우 모든 책임을 부담하겠다고 선언한 바 있음.

Fortune(2015.10.8), <http://fortune.com/2015/10/07/volvo-liability-self-driving-cars>

사간의 보험계약으로 전환될 것으로 전망된다.

나. Bio 기술

2003년 인간은 인류 역사상 최초로 인간의 휴먼게놈을 해독하는데 성공하였다. 1989년 시작된 인간 게놈에 관한 연구는 27억 달러라는 막대한 비용을 투자한 끝에 인간 전체 유전자 지도를 완성하였다.⁵⁴⁾ 인간의 게놈을 해석하게 되면 의학, 약학, 생물학에 큰 도움이 될 것이라 기대되고 있다. 특히 암이나 알츠하이머병 같은 유전자 연관 질환의 치료에 큰 도움이 될 것이다. 많은 질병의 원인이 되는 유전자의 염색체 상에서의 위치를 알 수 있게 되었기 때문이다. 이렇게 알아낸 유전 정보는 질병 진단, 난치병 예방, 신약 개발, 개인별 맞춤형 치료 등에 이용될 수 있다는 점에서 큰 의의가 있다.

그러나 개인이 본인의 유전적 정보를 얻기 위해서 수십억 달러의 비용을 지불하고 수십 년을 기다릴 수는 없다. 그러므로 개인에게는 실질적으로 큰 도움이 안 될 수도 있다.

한편 Bio 기술과 IT 기술의 혁신적인 발전에 따라 인간의 유전정보 분석에 필요한 시간과 비용이 비약적으로 줄어들었다. 2014년 미국의 한 회사는 1,000달러 이하의 비용으로 인간의 유전체를 분석할 수 있다고 발표하였다.⁵⁵⁾ 한화로 100만 원이 조금 넘는 비용을 지불하면 자신의 모든 유전정보를 얻을 수 있게 된다. 그렇게 되면 본인의 취약한 질병을 알 수 있고 이에 대비할 수가 있다.

23andME라는 미국회사는 2013년 말 기준으로 단돈 99달러만 내면 개인고객에게 120여 개의 주요 질병에 대한 발병 확률, 50여 개 유전질병에 대한 유전인자의 보유 현황, 20여 개 약물에 대한 민감도, 그리고 60여 개의 유전적 특징들에 대하여 분석해 준다.⁵⁶⁾⁵⁷⁾

54) Daum 백과(<http://100.daum.net/encyclopedia/view/b18a0917a>)

55) 최윤섭(2014), 『헬스케어 이노베이션-이미 시작된 미래』, p. 29.

56) 최윤섭(2014), p. 48.

57) 23andMe의 서비스는 FDA로부터 서비스 판매 금지 명령을 받아 일부 서비스는 제공되지 않는 것으로 알려짐.

이렇게 비용이 저렴해짐에 따라 사람들은 자신의 게놈지도에서 특정 암을 일으키는 유전자를 찾을 수 있게 되고 대비할 수 있게 되었다. 할리우드 스타 안젤리나 졸리가 자신이 유방암과 난소암을 일으키는 유전자(BRCA1 돌연변이)를 갖고 있는 것을 발견하고 가슴과 난소를 제거하는 예방적 절제술을 받았다. 이런 사례가 더 이상 유명 인사들만이 할 수 있는 일이 아닌 것이 되었다.

Bio 기술은 유전정보 분석뿐만 아니라 다른 분야에서도 빠르게 발전하고 있다. 예를 들어 당뇨병과 관련해서 살펴보면, 지난 2014년 1월 구글은 공식 블로그를 통해 ‘스마트 콘택트렌즈’를 개발하는 새로운 프로젝트를 세상에 소개했다.⁵⁸⁾ 스마트 콘택트렌즈 속에 장착한 극소형 장치를 통해서 눈물로부터 당뇨병 환자들의 혈당 수치를 정확하게 측정할 수 있게 하겠다는 것이 프로젝트 목표이다. 이 프로젝트가 발표된 시점에서 스마트 콘택트렌즈를 개발하기 위해 여러 가지 기술적인 문제를 해결하여야 했다. 스마트렌즈의 기능을 구현하기 위한 각종 컨트롤러, 통신회로, 안테나 등이 극소형화 되어서 크기가 작으면서도 말랑말랑하고 투명한 콘택트렌즈 속에 들어가야 한다는 것이다.

그러나 2016년 7월 한국과학기술연구원(KIST, 원장 이병권) 광전소재연구단 송용원 박사 연구팀은 눈물을 이용한 당뇨병 진단이 가능하도록 콘택트렌즈형의 진단기기를 개발했으며, 전체 기기를 이루는 각 요소기술에 대한 시제품 제작에 성공했다고 밝혔다.⁵⁹⁾

스마트 콘택트렌즈에 대한 연구계획이 발표된 지 약 2년 만에 기술이 거의 완성되었으며 향후에는 스마트 콘택트렌즈의 착용만으로 당뇨병 진단뿐만 아니라 자동으로 인슐린 투약까지 되는 기술이 나올 것으로 전망된다.

유전정보에 관한 기술이나 당뇨병과 같은 질병에 관련된 기술들이 특정 질병의 발생 가능성을 완전히 배제하는 것은 아니다. 발생 가능성을 낮출 수 있을 뿐이며 후천적인 이유로 인해서 질병이 발생할 수 있다. 스마트 콘택트렌즈도 당뇨병을 예방할 수 있겠지만 발병 그 자체를 완전히 막을 수는 없다.

58) <http://googleblog.blogspot.kr/2014/01/introducing-our-smart-contact-lens.html>

59) https://www.kist.re.kr/kist_web/?sub_num=1467&state=view&idx=1445&ord=0

그러나 이렇게 유전정보에 대한 기술, 당뇨병과 같은 질병에 대한 진단 및 치료에 대한 새로운 기술들이 빠르게 소개됨에 따라 소비자들은 보다 정확히 자신의 건강상태를 파악하고 이에 대비해서 조치를 취할 수 있게 될 것이다. 유전정보에 의해서 정확하게 미래의 질병 발생을 예측할 수 있는 것은 아니지만 확률적 발생 가능성이 높은 것과 낮은 것을 인식하고 이에 맞추어서 준비를 할 수 있을 것이다.

이것은 살아가는 과정에 예상치 못한 질병에 걸려서 육체적 고통과 함께 경제적 손실을 입게 되는 리스크를 줄여주게 된다. 리스크가 완전히 사라지는 것은 아니지만 줄어들게 됨에 따라 사람들의 보험에 대한 자세도 변화하게 될 것이다. 리스크 발생 가능성이 낮거나 리스크로 인한 피해를 개인적으로 감당할 수 있다고 판단할 경우 보험상품을 구매하지 않게 되어 보험에 대한 수요가 감소할 수 있을 것이다.

한편 이러한 기술들은 헬스케어서비스와 연계될 가능성이 매우 높다. 헬스케어서비스와의 연계는 보험산업에 또 다른 영향을 미칠 것으로 예상되며 이에 대한 내용은 다음 장에서 다루겠다.

다. 헬스케어서비스⁶⁰⁾

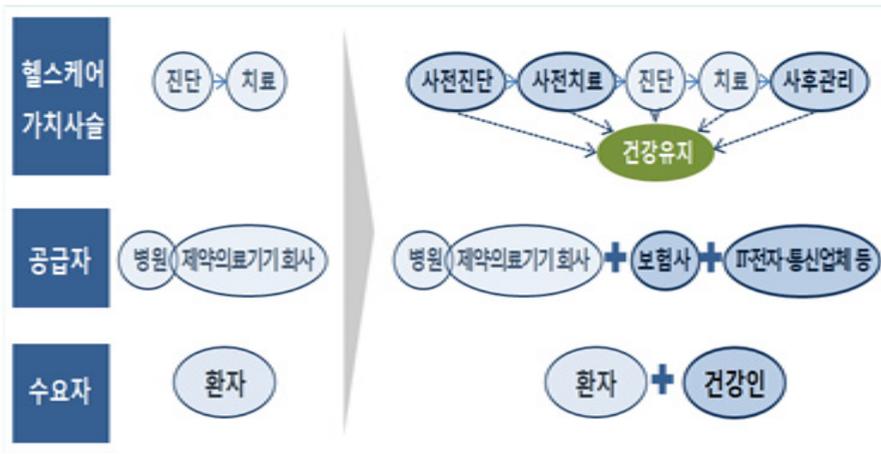
최근 의료기술 발달로 인해서 질병 치료뿐만 아니라 예방이 보편화되고 있다. IT와 Bio 기술의 발달은 이러한 움직임을 가속화시키고 있어 헬스케어서비스⁶¹⁾ 시장이 빠른 속도로 성장하고 있다. 특히, 선진국으로 갈수록 사람들의 생활수준은 향상되어 가는데 반해 고령화되고 있어 의료비에 대한 부담이 증가하고 있고, 이러한 부담에 대한 해결책의 하나로 헬스케어서비스가 부각되고 있는 것이다. 현재 헬스케어 패러다임은 과거의 질병치료 중심에서 사전 예방적인 건강관리 강화로 전환되고 있다. 또한, 개인 유전정보를 저렴한 가격에 파악할 수 있게 됨에 따라 유전정보의 상용화 시대에 돌입하게 되어 개인 맞춤형 헬스케어가 가능하게 되었다.

60) 정성희 외, 『헬스케어서비스 시장 활성화 방안』 인용 및 참조.

61) 개인의 건강을 직접 유지, 관리, 치료하는 제반 서비스를 통칭(Wellness, Preventive and Clinical care).

이러한 환경 변화와 함께 헬스케어 산업과 ICT의 융합이 활발해지면서 헬스케어 시장의 공급자와 수요자의 외연이 확대되고 있다. 기존 전통의 공급자였던 의료기관 중심에서 새로운 공급자로 보험사, 제조자, 통신업체 등이 산업에 뛰어들고 공급자 간 협업하는 새로운 헬스케어 생태계를 구축하고 있는 모습이다. 수요자 또한 의료기관의 치료서비스에 국한되었던 환자에서 건강주의군과 건강인까지 확대되는 모습이다.⁶²⁾

〈그림 V-17〉 헬스케어 패러다임의 변화



최근 정보통신기술이 헬스케어 산업에 접목됨으로써 병원에서만 이루어지던 의료서비스가 공간적 한계를 극복할 수 있게 되었고, ICT 기술이 추가되어 서비스 제공과정이 단순화되었다. 디지털·모바일기기를 사용하여 비용이 절감되고 시간과 공간에 영향을 받지 않고 건강을 관리할 수 있게 된 것이다. 헬스케어서비스 공급자는 대용량의 정보처리 기술을 활용하여 시간과 장소에 구애받지 않고 개인 건강상태를 모니터링 및 관리할 수 있고, 건강정보와 질병정보를 분석하여 실시간으로 개인맞춤형의 헬스케어서비스를 제공할 수 있는 단계에 진입하고 있다. 더 나아가서 헬스케어서비스는 의료서비스를 넘어, 스포츠, 일상 활동, 식생활 등으로 까지 서비스 범위가 확대되고 있어 앞으로도 지속적으로 성장할 것으로 보인다.

62) 정성희 외, 『헬스케어서비스 시장 활성화 방안』, p. 9.

정보통신기술 및 ICT 기술의 발달에 기인한 헬스케어서비스 성장은 의료기관, 환자 등 전통적인 의료영역에 제조기업, 보험회사, 통신회사 등이 참여하는 유인을 제공하고 있다. 특히 보험회사는 보험계약자의 건강상태가 회사의 손익에 직접적으로 연계될 수 있기 때문에 다른 회사들보다 적극적으로 참여하려는 경향이 있다. 보험회사의 입장에서는 헬스케어서비스를 통해서 계약자의 건강을 관리함으로써 손해율을 안정적으로 운영할 수 있기 때문이다.

헬스케어서비스를 활용하려는 움직임은 최근 일부 보험회사들에게서 확인할 수 있다. 헬스케어서비스의 초기 형태로 웨어러블 기기를 제공하고 이를 활용하여 건강 관련 조건을 만족하면 보험료를 할인해주는 형태의 보험상품이 출시되기 시작한 것이다. 메트라이프생명의 경우 일정 수준 이상 도보 시 선물을 지급하는 상품을 판매하기 시작하였으며, 라이나생명은 일정 수준 이상의 건강 유지 시⁶³⁾ 보험료를 최대 10% 할인해주는 상품을 판매하기 시작하였다. 대형병원 진료예약 및 명의 안내, 전담헬스플래너(간호사) 방문상담, 전문의료진 건강상담과 같은 서비스를 제공하는 회사들도 등장하고 있다.

한국 라이나생명의 본사인 시그나 그룹(Cigna Group)은 이제 더 이상 보험을 전문으로 하는 회사가 아니다. 시그나 그룹은 헬스케어서비스를 제공하는 회사라고 표방하고 있다.⁶⁴⁾ 다양한 헬스케어서비스를 제공하는 과정에서 보험상품을 하나의 수단으로 사용하는 것이지 보험상품의 판매가 더 이상 회사의 목적이 아닌 것이다.

보험회사에서의 헬스케어서비스 활성화는 앞으로 더 가속화될 것이다. IoT(Internet of Things) 기술이 계속 발전하고 웨어러블 기기가 보편화되면 보험회사가 단순 의료기관 소개 알선이나 건강관리서비스 추가 등 1차적 서비스 제공을 넘어 직접 고객의 건강을 주도적으로 관리하게 될 가능성이 높다. 이것은 의료계의 영역을 침범할 수 있어 의

63) 정상체중과 정상 혈압을 유지하는 조건임. “라이나생명 무배당 THE건강해지는 변액종신보험 사업방법서” 참조.

64) The subsidiaries of Cigna Corporation form a global health service company, offering an integrated suite of health insurance and related products and services to customers and clients around the world, including: Medical, Dental, Supplemental, Behavioral health, Pharmacy, Vision care, Benefits, Health coaching, Condition management, Group life, accident and disability insurance(자료: Cigna Group 홈페이지).

료계의 반발이 예상된다.⁶⁵⁾

한편으로는 병원들은 대형병원들을 중심으로 새로운 수익원인 건강검진 서비스를 활성화하고 있다.⁶⁶⁾ 장례식장 운영으로 인한 수익사업에 이어서 건강검진을 통하여 많은 수익을 올리고 있다. 또한 병원들은 환자중심 가치(Patient Focus Value) 실현을 통해 새로운 수익원을 확보하려고 노력하고 있다. 새로운 수익원으로 제시되고 있는 것 중에는 고객맞춤형 통합건강관리서비스(PHS: Partners Healthcare System), 맞춤형 건강관리서비스(Specialized Health Check-up Service), 평생 건강관리서비스(Lifetime Health Management Service) 등이 있다.⁶⁷⁾ 이러한 서비스는 건강검진을 넘어선 헬스케어서비스 영역에 포함되며 IoT 기술이 결합된다면 그 효과는 극대화될 수 있을 것으로 예상된다.

병원들이 헬스케어서비스를 제공하고 병원들 간에 경쟁이 본격화되면 병원들은 타 병원과 차별화된 서비스를 제공하려 할 것이다. 병원이 건강관리서비스에 더해 건강상에 문제가 발생할 경우 무상 또는 낮은 가격에 치료해주는 서비스도 제공할 수 있을 것이다. 이것은 기존의 의료서비스에 보증을 부기한 것이다. 부가되는 보험서비스를 보험회사가 대신 수행할 경우 병원과 보험회사가 협력관계를 유지할 수 있지만, 병원이 스스로 부담할 경우 보험산업 영역 침해의 소지⁶⁸⁾가 있을 수 있으며 보험업계의 반발을 불러올 수도 있을 것이다.

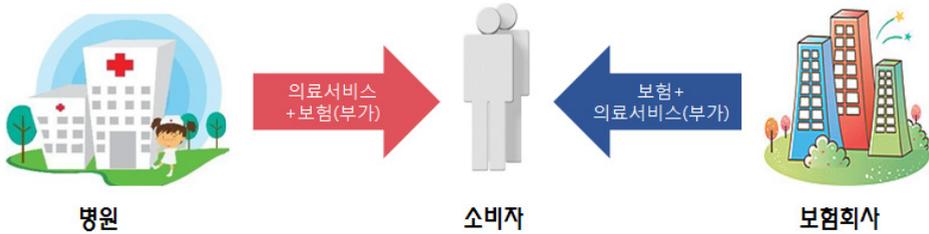
65) http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2016071302100558785002

66) <http://www.hani.co.kr/arti/society/health/167631.html>

67) 황진수·유병남(2006), 「병원에 있어 환자 중심의 가치 실현을 위한 전략 경영의 탐색」, 『경영교육연구』, 44권, pp. 331~348.

68) 자동차회사가 몇 년 동안 고장수리를 무상으로 보장하는 것에 대해서 보험업법 위반 여부 부가 논의되었으나 최종적으로 보험업법 위반이 아니라는 결론이 난 적이 있음.

〈그림 V-18〉 헬스케어서비스가 보험산업에 미치는 영향



라. IoT(Internet of Things, 사물인터넷)

IoT란 스마트폰, PC를 넘어 자동차, 냉장고, 세탁기, 시계 등 모든 사물이 인터넷에 연결되는 것을 말한다. 이 기술을 이용하면 각종 기기에 통신, 센서 기능을 장착해 스스로 데이터를 주고 받고 이를 처리해 자동으로 구동하는 것이 가능해진다. 교통 상황, 주변 상황을 실시간으로 확인해 무인 주행이 가능한 자동차나 집 밖에서 스마트폰으로 조정할 수 있는 가전제품이 대표적이다.⁶⁹⁾

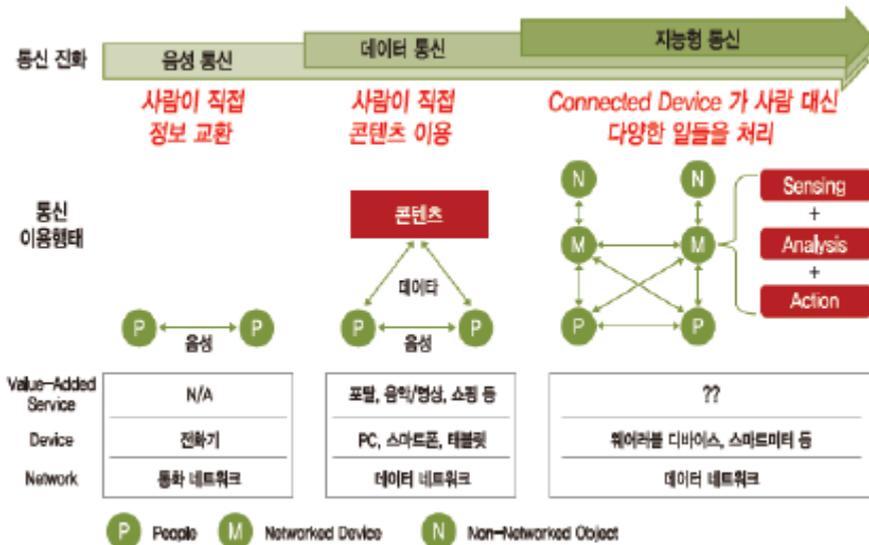
이미 세계적인 대기업들은 사물인터넷 서비스 개발 및 상용화에 나서고 있다. 전자회사들은 사물인터넷 기능이 들어간 생활가전 제품을 개발하여 시장에 선보이고 있으며, 웨어러블 기기가 판매되기 시작하여 개인의 건강정보가 실시간으로 헬스케어 서비스회사에 전달되고 있다. 또한 기존의 자동차회사뿐만 아니라 구글과 같은 회사도 무인차 개발에 나서고 있다.

IoT로 연결되는 세상은 크게 개인(The connected Self), 자동차(The connected Car), 집(The connected Home) 3가지로 구분될 수 있다. 개인은 스마트폰 또는 시계와 같은 웨어러블 기기를 통하여 개인의 일상생활과 건강상태 모든 것을 실시간으로 기록되고 관리될 수 있게 되었다. 무인차는 자동차가 스스로 운전하고 주차하며 이러한 움직임은 실시간으로 기록된다. 스마트홈이라고도 불리는 The connected Home은 글자 그대로 가정 내 기기들의 연결뿐만 아니라 이를 기반으로 지능화(Intelligence) 서비스를 제공하는 포괄적인 개념이다. 스마트홈은 냉난방 제어, 전체 전자기기의 허브 기

69) Daum 백과.

능을 비롯해서 사용자 상태 파악 및 맞춤제어, 조명 및 전력제어, 가전제어 및 모니터링 등을 수행한다.⁷⁰⁾

〈그림 V-19〉 스마트홈의 진화 역사



자료: KT 경제경영연구소; KB금융지주 경영연구소 재인용.

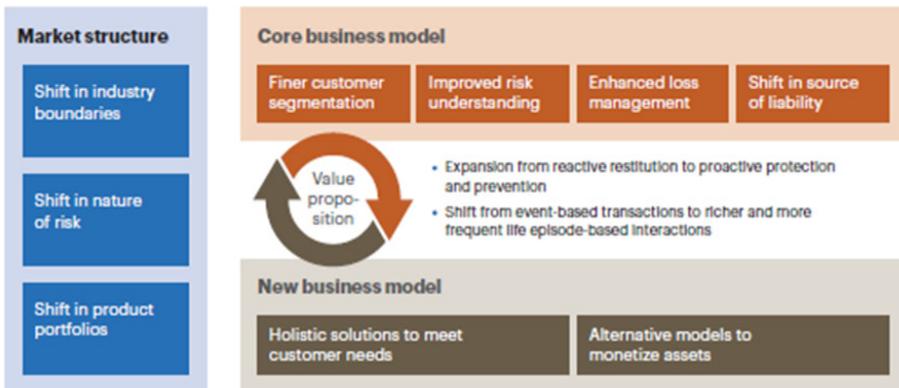
IoT의 확산은 보험산업에 큰 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다. 기존의 전통적인 보험 모델을 파괴하고 새로운 성장 모델을 제시할 것이다. 앞으로는 자동차, 건물, 웨어러블 디바이스에 내장된 센스로부터 방대한 양의 정보가 쏟아져 나오는 IoT 세상에 살게 될 것이며 이로 인해 소비자들은 근본적으로 보험회사와 교류하는 방법을 바꿀 것이기 때문이다.

보험회사는 IoT를 통한 정보를 바탕으로 계약의 특성과 행동에 기초해서 계약의 위험을 결정할 것이고 계약자들의 행동은 실시간으로 관찰될 것이다. 계약자들은 리스크 종류별로 정교하게 세분화될 것이며 이를 바탕으로 보험회사의 위험관리 능력은 향상될 것이다.

70) KB금융지주 경영연구소(2016), 「스마트홈 시장의 성장과 보험사의 연계 사례」, 『KB 지식비타민』, 16-32호.

기존의 보험상품이 사고가 발생하면 보험금을 지불하였다면 이제는 보험회사가 계약자 혹은 건물 등을 실시간으로 모니터링할 수 있게 되어 문제 발생 이전에 조치를 취하거나 사고 발생 시 즉각적으로 대처함으로써 사고의 피해를 최소화할 수 있을 것이다. 이러한 변화는 특히 전통적인 손해보험회사에 영향을 줄 것이고 손해배상에서 예방으로 변화하는 패러다임 변화 속에서 새로운 기회가 창출될 것이다.⁷¹⁾

〈그림 V-20〉 IoT가 보험회사에 미치는 영향¹⁾



한편으로는 IoT 확산에 따라 새로운 위험이 등장하고 있다. 사이버 범죄 · IT 시스템 고장 · 산업 스파이 활동 등에 의한 사이버상의 손해는 기존에 존재하지 않던 위험이었으나 IoT 확산으로 새롭게 부상하고 있다. 특히 IoT가 일반 가정으로까지 확산될 경우 IoT 오작동 또는 작동 중단으로 피해가 발생할 수 있다. 이러한 위험에 대비한 사이버 보험이 활성화될 것으로 예상된다.

마. 인공지능(Artificial Intelligence)

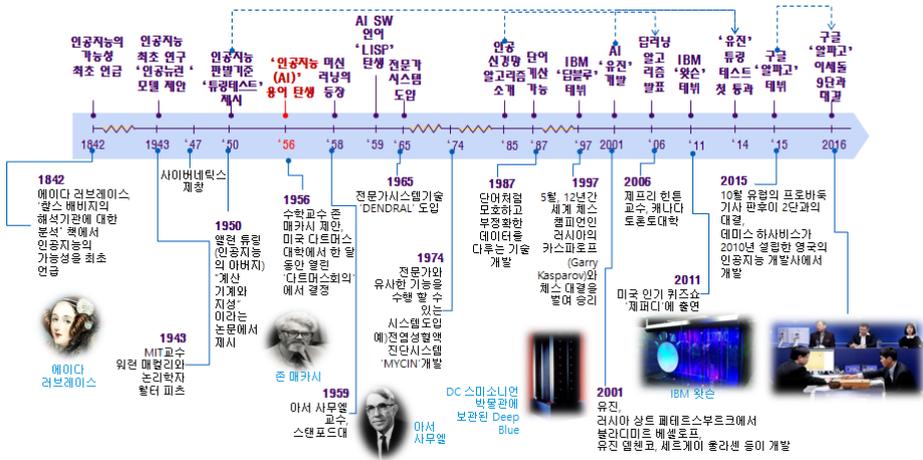
인공지능이란 인간의 지능으로 할 수 있는 사고, 학습, 자기개발 등을 컴퓨터가 할 수 있도록 하는 방법을 연구하는 컴퓨터 공학 및 정보기술의 한 분야로서, 컴퓨터가 인간

71) A. T. Kearney(2014), "The internet of Things: Opportunity for Insurers".

의 지능적인 행동을 모방할 수 있도록 하는 것을 말하고 있다.⁷²⁾

인공지능은 최근 주목을 받고 있지만 그 역사는 19세기까지 거슬러 올라간다. 1842년 에이다 러브레이스가 ‘찰스 배비지의 해석기관에 대한 분석’이라는 책에서 인공지능의 가능성을 최초로 언급하였으며, 1956년 수학교수 존 매카시가 AI라는 용어를 처음으로 사용하였다. 1997년 IBM의 인공지능 딥블루(Deep Blue)가 세계 체스 챔피언 피어와 체스 대결에서 승리함으로써 인간의 능력을 넘어설 수 있음을 보여주었다. 그리고 2011년 IBM의 왓슨(Watson)이 퀴즈쇼 “제퍼디(Jeopardy)”에 출연하여 우승함으로써 인간의 언어도 이해하고 판단할 수 있음을 보여주었다. 그리고 2016년 구글(Google)의 알파고(AlphaGo)는 세계 최고의 프로바둑기사 이세돌과의 대결에서 승리하여 세상에 큰 충격을 주었다.

〈그림 V-21〉 AI 기술 발전사



자료: 김광성, 「인공지능의 파급영향」, 삼정KPMG 경제연구원.

인공지능의 능력이 급속히 발전함에 따라 여러 분야에서 활용될 것으로 기대되고 있다. IBM 왓슨의 경우 병원에서 암진단 업무에서 활용되고 있으며, 언론의 기사 작성, 은행업무 등 다른 많은 분야에서도 인공지능의 활용이 늘어나는 추세이다.

72) 두산백과.

현재 정보기술의 여러 분야에서 인공지능적 요소를 도입하여 그 분야의 문제 풀이에 활용하려는 시도가 매우 활발하게 이루어지고 있다. 그 한 예로써 자연언어처리(Natural language processing) 분야에서는 이미 자동번역과 같은 시스템을 실용화하고 있으며, 특히 사람이 컴퓨터와 대화하며 정보를 교환할 수 있게 되면 컴퓨터 사용에 혁신적인 변화가 오게 될 것이다.⁷³⁾

금융업무에서는 이미 인공지능 기술을 접목, 활용할 수 있는 영역이 확대되고 있다. 대표적인 것으로는 증권가에서 이미 활용되고 있는 로보어드바이저(Robo-advisor)가 있다. 로보어드바이저는 투자자를 대상으로 금융상품을 매매하고 관리해주는 자산관리서비스를 하는 인공지능으로 기존의 자산관리서비스 대비 저렴한 수수료로 경쟁하고 있다. 앞서 언급된 IBM의 왓슨은 이미 세계 여러 곳의 금융회사에서 활동하고 있다.

〈표 V-4〉 글로벌 금융회사의 IBM Watson 적용사례

금융사	주요 내용
호주 ANZ 싱가포르 DBS	WM 투자자문 서비스에 Watson 활용
미국 Citi 남아공 Nedbank	고객 거래내역, SNS이용 데이터를 취합하여 고객파일을 작성, 이를 기반으로 고객에게 제공할 금융서비스 종류를 결정
일본 MUFG	고객의 스마트폰 앱을 통해 가상 여자행원 Mai가 가상창구에서 고객을 응대
일본 Mizuho Bank	점포 내 인간형 로봇 Pepper를 설치하여 고객 응대에 활용

자료: 언론자료 종합.

이러한 인공지능의 활용으로 인해서 인간의 일자리가 점점 줄어들 것으로 예상되고 있다. 단순한 계산 업무에서부터 창의성을 요구하는 예술관련 업무까지도 인공지능이 대체할 수 있을 것이라는 의견이 나오고 있다. 영국 옥스퍼드 대학교의 칼 프레이와 마이크 오스본 교수의 논문⁷⁴⁾에 따르면 20년 내에 없어질 가능성이 높은 직업

73) [네이버 지식백과 인공지능(두산백과)].

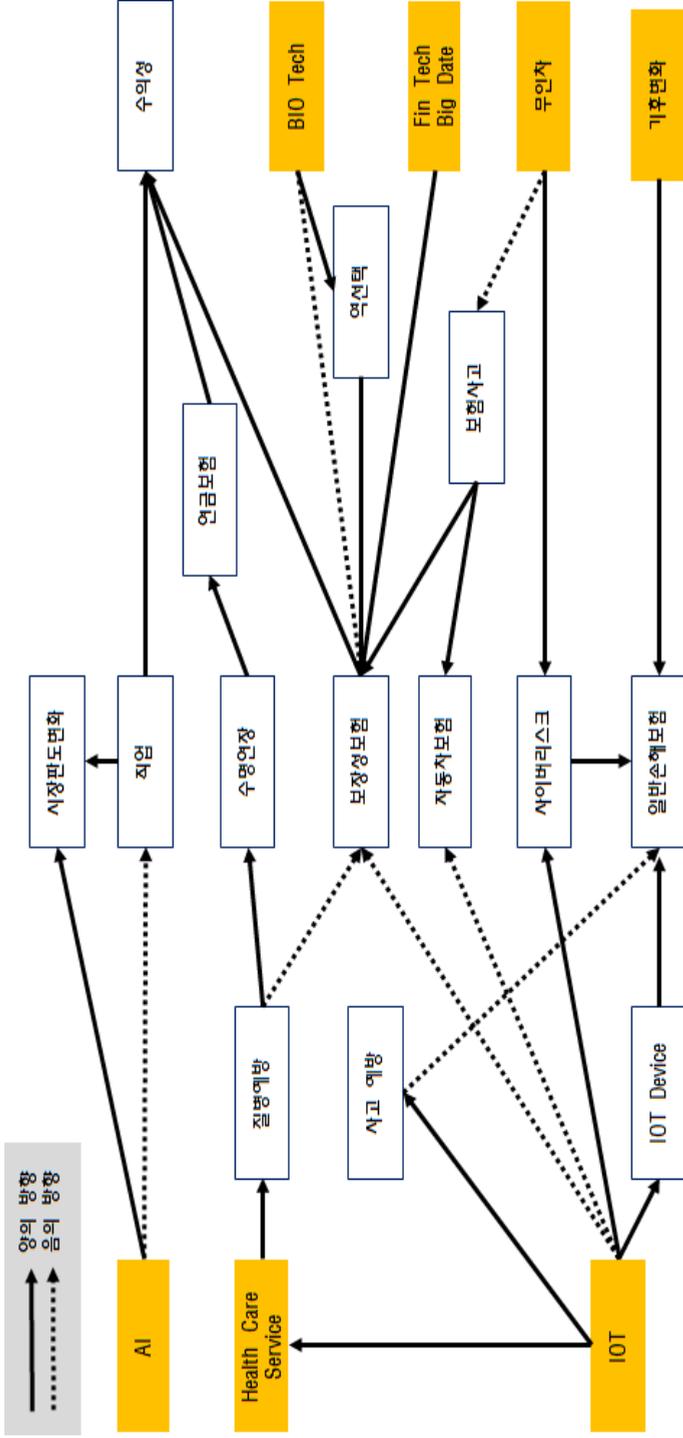
74) Carl Benedikt Frey, Michael A. Osborne, "The Future of Employment: How susceptible

으로 텔레마케터(0.9975), 시계수선공(0.99), 도서관 사서(0.99), 화물 에이전트(0.99) 등을 언급하였다. 특히 보험과 관련된 직업으로 계리사(Mathematical Technicians)(0.99), 보험회사 언더라이터(Insurance Underwriters)(0.99), 보험회사 지급 및 계약유지 업무(Insurance Claims and Policy Processing Clerks)(0.98), 보험회사 심사업무(Insurance Appraisers)(0.98)도 사라질 가능성이 매우 높은 것으로 나타났다.

are Jobs to computerisation?".

75) 인공지능에 의해서 대체될 확률.

〈그림 V-22〉 기술 변화가 보험산업에 미치는 영향



VI. 보험산업 미래

인류가 만든 발명품 중 가장 위대한 것 중 하나는 보험이라는 말이 있다.⁷⁶⁾ 보험으로 인해 우리는 다양한 일상생활을 유지할 수 있다. 자동차 사고 발생 가능성에도 불구하고 우리는 자동차를 운전하고 다닐 수 있고, 대형선박들이 향해 도중 침몰할 수 있음에도 불구하고 대양을 누비고 다닐 수 있는 것은 모두 보험이 있기 때문에 가능한 것이다. 보험은 일찍이 여러 나라에서 발전해 왔다.

우리나라에서도 보험산업은 지난 수십 년 동안 금융산업의 한 축으로서 발전을 거듭하여 왔다. 계약자들은 저축성보험 상품을 통해 미래를 대비하여 목돈을 준비할 수 있었고, 보장성보험 상품을 통해 향후 발생할 수 있는 우연한 사고 또는 사건으로 인한 경제적 피해를 최소화할 수 있었다. 그리고 최근에는 다양한 투자연계형 보험상품이 개발되어 계약자들에게 단순한 위험보장을 넘어 자산운용 수단으로 활용되고 있다. 보험회사는 기대수명이 늘어남에 따라 여러 종류의 연금상품들도 판매하고 있어 고령화시대에 중요한 역할을 수행하고 있다.

최근 보험산업을 둘러싼 환경이 급변하고 있다. 특히 보험산업 성장에 큰 영향을 주는 환경요인들이 변화하고 있음을 앞장에서 살펴보았다. 인구 및 가구구조 변화, 경제환경 변화, 보험제도 변화, 그리고 기술 변화는 보험산업 미래 모습을 지금까지와는 전혀 다른 모습으로 바꿀 것이다. 각각의 변화 그 자체만으로도 보험산업에 큰 영향을 줄 것인데 이 변화들이 앞으로 짧게는 5년, 길게는 10~20년에 걸쳐서 동시다발적으로 영향을 줄 것으로 예상되고 있어 인류 최고의 발명품인 보험이 어떠한 모습으로 변화할지 쉽게 예단하기 어렵다. 분명한 사실은 보험은 지금과는 다른 모습으로 변화할 것이므로, 이에 따라 보험회사의 구성과 기능들도 변화할 것이다.

76) 퍼터 L. 번스타인, 『신을 거역한 사람들』.

본 장에서는 이러한 의문들에 대한 답을 찾고자 한다. 주요 환경들의 변화에 따른 보험산업 변화 과정과 이에 대응하는 보험의 역할을 살펴보고자 한다. 먼저 환경 변화에 가장 직접적으로 영향을 받는 보험 공급자인 보험회사가 어떻게 진화하는지 자세히 설명할 것이다. 그리고 환경 변화와 보험회사의 진화에 따라 소비자인 계약자들이 어떻게 보험을 구매할 것인지를 간단히 살펴볼 것이다. 마지막으로 환경 변화로 새로운 모습으로 등장하는 보험회사와 소비자들의 새로운 상품 구매행태 속에서 보험산업이 합리적이고 효율적으로 발전할 수 있도록 감독자는 어떻게 변화해야 하는지를 언급하고자 한다.

1. 보험회사 변화

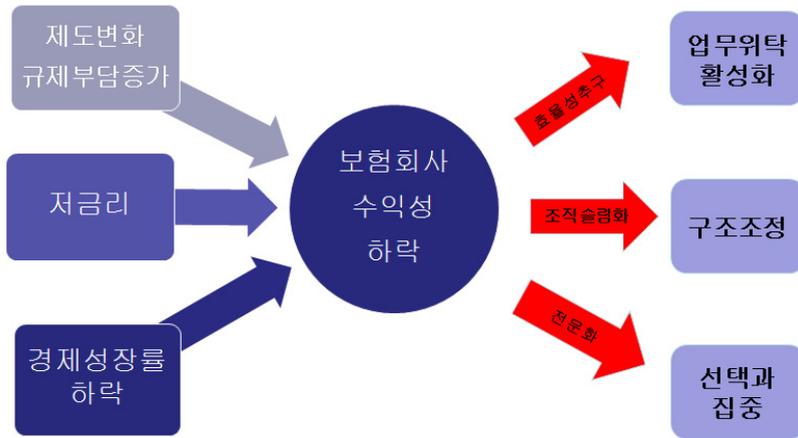
최근 보험산업은 우리나라 경제성장률이 하락함에 따라 어려움을 겪고 있다. 2014년 영업이익률은 직전연도보다 개선되어 3.28%를 기록하였으나 그 이전에 비해서는 낮은 수치를 나타내고 있다. 보험회사 영업이익률은 보험산업에 영향을 미치는 주요 환경들의 변화로 인해서 당분간 개선되기 어려울 것으로 보인다. 그 이유는 먼저 재무건전성 강화, IFRS17 도입 등 규제가 강화됨에 따라 보험회사의 규제부담이 증가하고 있기 때문이다. 둘째, 경제성장률이 하락함에 따라 소비자들의 보험구매 여력이 떨어지고 시장은 이미 포화상태에 이르러 보험시장이 큰 폭으로 성장하기 어렵기 때문이다. 셋째, 저금리로 인해 보험료가 상승하고 이차역마진 리스크가 확대되어 보험회사의 부담이 가중되고 있기 때문이다.

이러한 환경 속에서 보험회사는 수익성 개선을 위해 다양한 방안을 강구해야 한다. 그 중에서도 보험회사는 먼저 구조 변화를 통해 효율성을 추구하고 생산성을 높여야 한다. 그리고 이를 위한 작업으로 조직을 슬림화할 필요가 있다. 실제로 생명보험회사들은 최근 몇 년 동안 직원 수를 지속적으로 줄여나가고 있다. 2013년 말 생명보험업계 전체 직원 수는 29,700여 명이었으나 2015년 말에는 26,600여 명으로 2013년 대비 10% 이상 감소하였다.⁷⁷⁾ 전속설계사도 비슷한 상황이다. 그리고 마지막으로

보험회사는 선택과 집중을 통한 전문보험회사로 나아가야 한다. 특히 2015년 발표된 보험산업 경쟁력 강화 로드맵으로 인해 회사 간 경쟁이 본격화됨에 따라 백화점식 상품 판매로서는 더 이상 생존하기 어렵다는 판단하에 회사들은 나름대로의 특색을 가지려고 노력할 것이다.

환경 변화에 대한 보험회사들의 다양한 대응은 보험회사의 구조를 변화시킬 것이며, 보험회사에서 가장 중요한 판매채널, 상품개발 등에도 영향을 미칠 것이다. 이러한 변화들은 결국 보험산업의 변화로 이어질 것으로 예상되며 이에 대해서 자세히 살펴해보도록 하겠다.

〈그림 VI-1〉 보험산업의 미래



가. 업무 위탁

보험회사는 변화하는 환경에 대응하기 위해서 보험회사의 구조 변화를 통해 보험회사의 효율성을 높이려 하고 있다. 최근 관찰되는 현상은 일부 보험회사들이 먼저 단순·반복적인 업무와 외부업체가 전문성이 뛰어나다고 판단되는 업무들을 외부로 위탁함으로써 회사의 효율성을 높이고 있다. 그리고 매년 인력구조조정⁷⁸⁾을 실시하

77) 금융감독원, 금융통계정보시스템.

여 전체 인력을 감축하고 슬림한 조직으로 전환하고 있다.

먼저 몇몇 보험회사는 회사의 효율성 제고를 위해 자회사를 설립하여 업무를 위탁하는 모습을 보이고 있다. 예를 들어 A생명보험회사는 보험심사, 고객지원 등의 업무를 전담하는 자회사를 설립하여 운영 중이다. 동 자회사에서는 보험회사의 신계약 인수업무 중 현장 인터뷰를 주 업무로 하는 계약심사 업무, 보험금 청구 시 적정성을 검토하는 지급심사 업무, 보험 가입단계에서부터 보험금 지급, 만기에 이르는 모든 과정에서 고객이 필요로 하는 정보와 서비스를 제공하는 업무를 수행하고 있다.

이러한 업무 위탁의 특징은 보험회사의 본질적인 업무보다는 단순·반복적인 업무를 중심으로 위탁을 하는 것이다. 회사의 입장에서는 단순·반복적인 업무를 위한 인력에게 다른 본사 직원들과 같은 수준의 급여와 여러 가지 복지를 제공하는 것이 비효율적이라고 판단하고 자회사로 업무를 위탁하는 것이다.

자산운용 측면에서도 대다수의 보험회사들이 자산운용 전문회사에 업무를 위탁하고 있다. 국내 보험회사들의 경우 대부분이 은행계열 또는 국내 그룹 계열사이므로 은행지주 또는 그룹에서 운영하는 자산운용 전문회사에 업무의 일부를 위탁하고 있다. 은행지주 또는 그룹의 입장에서는 경제흐름을 분석하고 자산운용 전략 수립 등 자산운용 관련 유사한 업무를 각각의 회사에서 따로 수행하는 것은 비효율적이라고 판단한 것 같다.

일부 보험회사들은 상품개발과 관련된 업무들도 외부에 위탁하고 있다. 그 배경을 살펴보면, 2000년대 초반까지는 생명보험 재보험사는 재보험 고유의 업무인 리스크 인수만을 취급하였다. 그러나 2002년 삼성생명이 CI 상품을 개발할 때 RGA가 상품개발을 지원하면서 재보험사의 상품개발 지원이 본격적으로 시작되었다.⁷⁹⁾ RGA는 이것을 계기로 한국에 지점을 설치하여 본격적으로 한국에서의 영업을 시작하였으며 이는 한국생명보험 재보험시장의 경쟁을 가속화시키는 계기가 되었다.

마침 2000년대 중반이 지나면서 보험회사들의 위험률차익이 감소하고 보험회사

78) 인력구조조정은 모든 회사에서 일어나고 있는 것은 아니지만 '명예퇴직'이라는 이름하에 많은 회사에서 일어나고 있는 현상을 지칭하는 것임.

79) 이것이 재보험사가 상품개발을 지원한 최초의 사례는 아니라고 판단되지만, 이것을 계기로 재보험사의 상품개발 지원이 본격화되었음.

전체적으로 수익성이 악화되자 생명보험회사들은 재보험 출재를 줄이기 시작하였다. 따라서 재보험사는 기존의 재보험방식으로는 더 이상 성장하기 어렵다고 판단하게 되었고 이에 대한 해결책으로 보유계약 위험을 인수하던 기존의 전통적인 방식에서 벗어나 새로운 상품을 공동개발한 후 이에 대한 보상의 형식으로 재보험을 인수하는 전략을 수립하고 경쟁하기 시작하였다.

이러한 재보험회사들의 경쟁은 자연스럽게 보험회사들이 재보험회사에게 상품개발 아이디어를 제공받는 결과를 가져오게 되었다. 생명보험회사들이 먼저 상품 아이디어를 요구하여 재보험회사들이 제공하기도 하지만 재보험회사들이 먼저 새로운 상품 아이디어를 생명보험회사에 제안하고 상품 공동개발을 추진하기도 하였다.

RGA가 CI 상품을 공동 개발한 이후 실버암보험, 이차암보험, 치아보험, 당뇨보험 등 다양한 보험상품들이 여러 재보험사와의 협력을 통해 개발되면서 신상품 개발에 있어서 재보험사의 협력은 상품개발 인력이 부족한 중·소형사 뿐만 아니라 대형사도 선호하는 하나의 추세가 되었다. 이러한 추세는 앞으로도 계속 확대되거나 유지될 것이다. 그 이유는 재보험사가 기존의 전통적인 재보험으로 기대만큼의 수익을 창출하지 않는 한 계속적으로 상품 공동개발 전략을 구사할 것이고 보험회사들도 손쉽게 신상품 아이디어를 구할 수 있기 때문이다. 서로에게 윈윈(Win-Win)인 공동 상품개발은 지속될 것으로 예상된다.

일부 보험회사 상품팀은 기초서류(약관, 사업방법서, 산출 방법서) 및 엑셀 checklist(보험료/준비금 산출파일) 작성 등도 외부에 위탁하고 있다. 그리고 상품판매 준비를 위한 가입설계서, 상품설명서에 대한 UAT(User Acceptance Test) 등도 위탁하고 있으며 그 외에도 제지급금 시스템 검증, 준비금 시스템 검증, 변액 특별계정 적립금 검증 등을 외부 계리법인에 위탁하고 있다. 이러한 외부 위탁은 주로 중·소형사⁸⁰⁾를 중심으로 이루어지고 있으며 씨미트, 우리, 프라임, 피앤씨, 서울계리법인 등에서 이러한 위탁업무를 수행하는 것으로 알려져 있다.

이러한 상품·계리 업무 위탁이 보다 활성화될 조짐이 나타나고 있는데 그 이유를

80) 2016년 현재 알리안츠생명, 미래에셋생명, 라이나생명 등에서 외부 위탁을 하는 것으로 파악되었음.

살펴보면 다음과 같다. 최근 50대 전후의 보험회사 인력들이 인력구조조정 또는 정년으로 인해 몇 년 전부터 회사를 떠나고 있다. 이들 중 일부는 과거 2000년대 초반 이전에 회사를 떠났던 사람들과는 다른 특성을 가지고 있다. 이들은 경력이 보통 20년 이상으로 90년대 중반 이전에 회사에 입사하여 젊은 직원 시절에 IMF 금융위기를 겪었고, 그 이후 보험산업이 본격적으로 성장할 때 함께 성장한 사람들이다. 특히 보험회사들이 영업판매 위주에서 계리 업무, 리스크관리 업무, 상품개발 업무 등이 중요시될 때 그 업무들을 직접 수행한 사람들이다. 보험회사들이 독자적인 상품개발을 본격적으로 시행할 때 사원 또는 대리로 상품개발 업무를 수행하였고 계리사 자격증을 가지고 준비금 산출 등 계리 업무를 수행하였으며, 특히 계리소프트웨어가 소개되었을 때 가장 먼저 익히고 업무에 활용한 사람들이다. 또한 단순히 이익 중심의 수익성 분석이 아니라 리스크를 고려한 가치 중심의 EV(내재가치)를 처음으로 산출해서 회사 경영에 반영한 사람들이기도 하다.

그러므로 과거 영업 위주로 회사가 성장할 때 실무자와 관리자로 성장한 세대와 다르게 지금 은퇴하는 세대는 보험계리, 상품개발, 리스크관리 실무 경험이 풍부한 전문가로서 은퇴하는 것이다.

그런데 최근 경제상황이 악화되고 기대수명 연장으로 노후준비에 대한 관심이 높아지면서 전문가들이 보험산업을 완전히 떠나지 않고 새롭게 활동을 시작하는 모습을 보이고 있다. 과거에는 은퇴 후 설계사나 대리점과 같은 보험상품 판매 관련 업종에서 다시 일을 시작하였다면 요즘에는 계리법인 또는 컨설팅회사에서 일하는 경향이 두드러지고 있다. 1인 또는 소수 몇 명의 계리법인 또는 계리컨설팅회사를 세워서 활동하기도 하고 그렇지 않으면 프리랜서 형태로 활동하는 사람들⁸¹⁾이 생기고 있다.

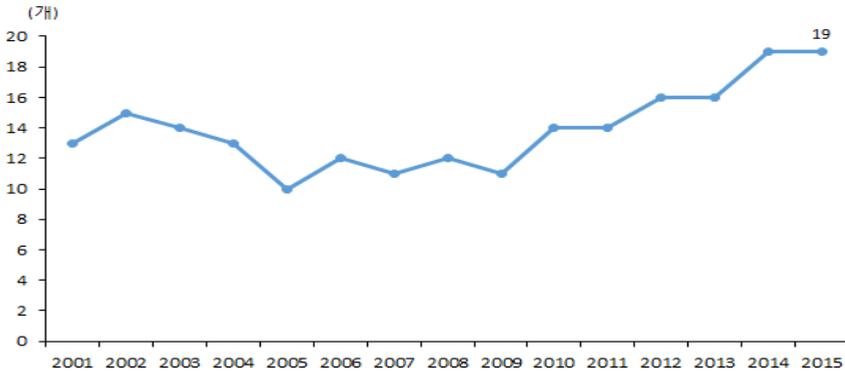
회사를 떠난 전문가들이 보험산업에서 새롭게 활동하는 것은 최근 회사들이 인력

81) 한 사례를 살펴보면 생명보험회사에서 임원으로 있다가 물러난 A는 특정 계리소프트웨어에 대해 업계에서 손꼽히는 전문가로 알려져 있음. A는 소프트웨어를 사용하는 몇몇 보험회사에 계리소프트웨어 관련한 일에 대해서 조언해주면서 프리랜서로 활동하였으며 현재는 모 계리컨설팅회사에서 활동 중인 것으로 알려져 있음.

또 다른 사례를 살펴보면 생명보험회사에서 전문가로 있다가 나온 B는 새로운 기회로 부각되고 있는 IFRS4 Phase II 단계 consulting을 위한 회사를 직접 창업하여 소프트웨어 업체와 제휴하여 회사가 필요한 IT system을 구현하는 컨설팅을 제공하고 있음.

을 줄여나가면서 발생할 수 있는 업무 공백을 외부에 위탁하는 것과 이해관계가 맞아 떨어지면서 보다 활성화되고 있다. 이러한 변화는 금감원 연차보고서에서도 나타나고 있다. 매년 발행되는 연차보고서에 나오는 보험계리업자 수를 살펴보면 이 업체 숫자가 꾸준히 증가함을 알 수 있다.

〈그림 VI-2〉 보험계리업자 수



주: 금감원 검사대상기관으로써의 보험계리업자임.
자료: 금감원 연차보고서.

생명보험회사의 입장에서 살펴보면 상품팀에서 신상품 기획 및 개발 업무, 기존 상품 갱신 업무 등을 하기 위해서는 일정 수의 직원들을 가지고 있어야 한다. 가령 이러한 업무를 수행하기 위해서 상품팀에 모두 10명의 직원이 있다고 가정하고 10명의 평균연봉이 5천만 원이라고 가정하자.⁸²⁾ 이 상품팀을 운영하기 위해서 다른 사무적인 비용을 제외하고 임금만 계산하면 5억 원이 된다. 보험회사가 5억 원을 벌기 위해서는 영업보험료가 약 145억 원이 필요하다.⁸³⁾ 영업보험료 145억 원을 벌기 위해서는

82) 회사별로 상품팀 운영에 있어서 일부회사는 기획팀과 개발팀으로 구분하기도 하고 또는 저축성, 보장성 상품팀으로 구분하기도 하지만 에이스생명과 같은 작은 회사를 제외하고는 대체적으로 전체 10명 이상으로 구성되어 있음. 금감원 전자공시시스템에 따르면 2015년 기준 국내 주요 생보·손보사 직원 1년 평균 연봉이 7,630만 원으로 나와 있어 5천만 원은 보수적인 가정임.

83) 생명보험회사들의 2015년 영업이익률은 3.44%이며 이를 단순히 영업보험료에 반영해서 계산하였음. 영업이익률은 당기순이익을 총수익에서 투자영업비용을 차감한 금액으로 나눈 것이며 총수익의 대부분은 보험료입(금융감독원, 금융통계 정보시스템).

초회보험료⁸⁴⁾ 10만 원인 상품을 1년 동안 14만 5천 건을 팔아야 한다. 회사별로 차이가 있을 수 있겠지만 판매조직이 큰 회사는 1년 동안 이 정도의 계약건수를 달성할 수 있을 것이다. 그러나 판매조직이 작은 회사는 이만큼의 계약건수를 달성하는데 어려움이 있을 수 있다. 이는 곧 상품팀이 비용 대비 성과를 달성하지 못한다는 것을 의미한다. 그러므로 일정 규모 이상의 상품을 판매하는데 어려움이 있는 회사는 상품팀 업무의 일부를 외부에 위탁하는 것이 바람직하고 때마침 새로운 계리법인들이 많이 등장함에 따라 계리법인들 간의 가격경쟁으로 인하여 이러한 위탁이 점점 활성화될 것으로 예측된다.

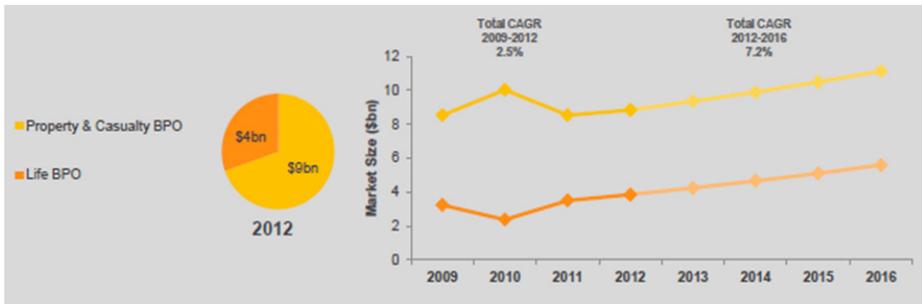
그렇지만 보험의 업무 위탁을 보험의 모든 기능으로 확대하는데 있어 규정상 문제점이 존재하고 있다. 「금융기관의 업무 위탁 등에 관한 규정」에 따라 보험회사는 본질적 업무의 위탁이 금지되고 있다. 동 규정에서는 보험모집 및 계약체결, 보험회사 공시, 보험계약 인수 여부에 대한 심사·결정, 보험계약의 유지 및 관리, 재보험 출·수재, 보험금 지급 여부 심사 및 결정을 보험의 본질적 업무로 규정하고 있다. 앞서 살펴본 상품계리 관련 업무 위탁들은 본질적 업무에 해당되지 않는 업무들이다. 금융당국이 본질적 업무에 대해 제3자에게 업무 위탁을 금지하는 이유는 금융업은 진입 시 규제 당국의 인·허가가 필요한 업종인데 제3자에게 위탁을 허용하는 것은 금융업의 인·허가 취지가 훼손되어 인·허가 행정행위가 무의미해질 수 있기 때문이다.

외부 위탁은 해외에서는 이미 활발하게 이루어지고 있다. 미국, 영국, 일본 등은 업무 위탁을 제한하지 않고 원칙적으로 허용하기 때문이다. 미국은 업무 위탁에 제한을 두지 않고, 업무 위탁에 따른 운영리스크 관리에 초점을 두고 있다. 영국은 세부절차 규정보다는 금융회사에 재량과 자율을 부여하고 있어 계약인수, 보험금 지급관리, 소비자 민원처리 등을 위탁하고 있다. 일본은 업무를 제3자에게 위탁하는 경우 해당업무의 정확한 수행 등 건전하고 적절한 운영을 확보하기 위한 조치를 강구하도록 하고 있다.

84) 상품팀의 업무는 기본적으로 상품을 만드는 것이므로 완전히 새로운 상품이든 아니면 개정 상품이든 이러한 상품이 판매됨으로써 들어오는 최초 보험료가 상품팀의 업적이고 2회 이상 납입보험료는 유지보수팀 등 다른 부서의 노력으로 이루어진 것으로 가정함.

전 세계 보험산업 업무 위탁 시장 규모는 130억 달러 수준(2012년 기준)에 이르고 있으며 계속 증가할 것으로 예측되고 있다. 업무 위탁 시장규모는 생명보험보다는 손해보험이 큰 것으로 나타나고 있다. 보험회사의 업무 위탁 사례는 생명보험계약 서비스, 보험업무 프로세스, 고객관리, 보험금 지급, IT 지원 등 다양하다. 대표적인 사례로 미국의 보험업무 관리대행사(TPA: Third Party Administrator)를 들 수 있다. TPA는 생명보험, 연금, 건강보험 등과 관련하여 보험사를 대신하여 언더라이팅, 보험료 징수, 보험금 지급관리 등의 업무를 수행한다.

〈그림 VI-3〉 보험산업의 업무 위탁 시장규모(BPO: Business Process Outsourcing)



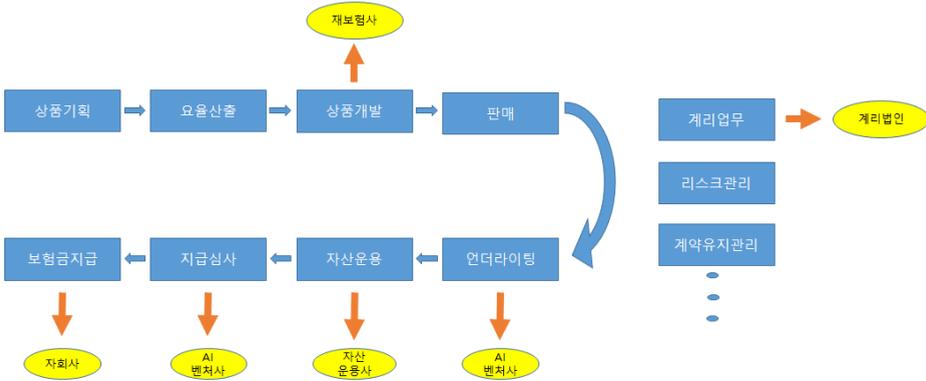
자료: Elix-IRR(2013).

최근에는 핀테크와 인공지능 발달로 인해 자동언더라이팅이 가능해지고 지급심사 업무도 인공지능이 할 날이 곧 도래할 것으로 예상되고 있다. 이럴 경우 인공지능을 보유한 전문 제3자 수탁자가 언더라이팅과 지급심사업무를 수행하면서 규모의 경제를 이룬다면 효율성을 극대화할 수 있을 것이다. 시장이 변화함에 따라 금융당국도 규제 방향을 변화시킬 것으로 예상된다. 자산운용을 외부에 위탁하는 것처럼 본질적 업무조차도 외부 위탁이 허용될 것으로 예상된다.⁸⁵⁾

효율성 향상을 위한 보험회사의 슬림화 전략, 보험전문가들의 퇴직과 재취업, 인공지능과 핀테크 등 신기술의 보험산업 도입으로 기존의 상품개발, 계리 업무뿐만 아니라 언더라이팅, 지급심사 업무 등도 미래에는 외부 위탁이 이루어질 것으로 예상된다.

85) 김석영·이승준(2016), 「핀테크 활성화에 따른 본질적 업무 위탁 필요성」, 『Kiri 리포트』, 보험연구원.

<그림 VI-4> 향후 업무 위탁 전망



나. 판매채널 변화⁸⁶⁾

1) 판매채널 현황

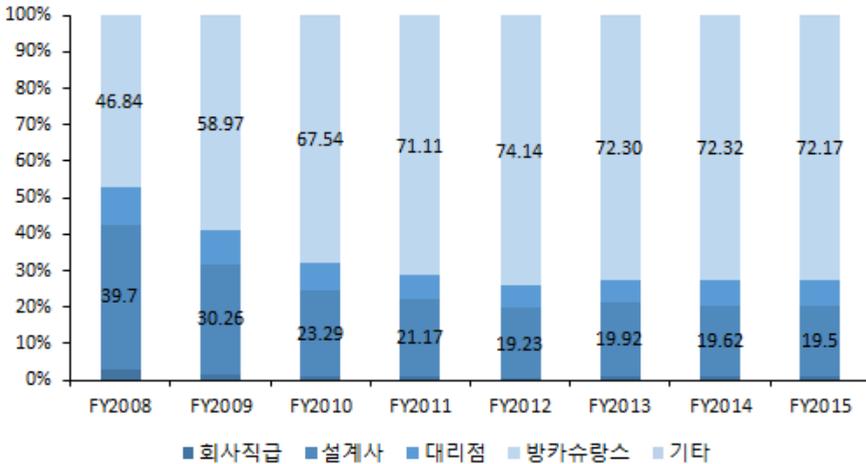
우리나라 보험산업이 세계 10위권 내로 성장하는데 있어 최고의 일등공신은 설계사채널이라고 말할 수 있다. 설계사 수가 많을 때에는 수십만 명에 달했으며 이들이 소비자들을 찾아다니면서 보험상품을 설명하고 니즈를 환기하여 상품을 판매하여 왔다. 그러나 최근 우리나라 전체 인구 감소와 인구구조 변화, 그리고 새로운 판매채널의 성장으로 인하여 설계사채널 특히 전속설계사채널에 변화가 생기고 있다. 현재 판매채널에서 일어나고 있는 변화를 살펴보면 다음과 같다.

현재 우리나라 보험회사 판매채널에는 설계사채널, 대리점, 방카슈랑스, T/M, C/M, 그리고 홈쇼핑 등이 있다. 과거 주력채널이었던 설계사채널과 다른 방카슈랑스, 홈쇼핑, 온라인채널 등의 판매채널이 계속 등장하여 성장하고 있다. 방카슈랑스 채널은 2003년 도입된 이후 빠르게 성장하여 이제는 저축성보험 시장의 주요 채널로 자리 잡았다. 그리고 홈쇼핑채널도 보험판매를 위한 새로운 채널로 등장하였으며 최근에는 휴대폰과 태블릿PC 등 모바일 기기로 보험에 가입하는 모바일슈랑스(모바일

86) 김석영 외(2016), 「전속설계사채널의 향후 전망과 시사점」, 참조 및 인용.

+인슈어런스)가 새로운 판매채널로 등장하고 있다. 그러나 대면채널이 절대적인 비중을 차지하고 비대면채널(T/M, C/M, 홈쇼핑)은 미미한 수준에 그치고 있다.

〈그림 VI-5〉 생명보험 판매채널 비중 추이



자료: 생명보험협회.

〈표 VI-1〉 모집방법별(초회) 비중

(단위: %)

구분	대면모집	T/M	비중	
			홈쇼핑	C/M
FY2008	96.42	3.52	0.63	0.06
FY2009	97.34	2.61	0.45	0.05
FY2010	98.01	1.94	0.20	0.05
FY2011	98.19	1.79	0.16	0.02
FY2012	99.26	0.73	0.05	0.01
FY2013	98.34	1.65	0.16	0.01
FY2014	98.92	1.04	0.14	0.04
FY2015	98.89	1.05	0.13	0.06

자료: 생명보험협회.

판매채널의 성공 여부는 보험의 특징인 Push Marketing의 성공 여부에 달려 있다. 고객의 니즈를 환기하여 복잡한 보험상품을 설명할 수 있는지가 성공의 관건이며 이

를 위해서는 고객과의 양방향 소통이 매우 중요하다.

그러나 신규채널 중에서 비대면채널, 특히 온라인채널은 보험산업의 특징인 Push Marketing의 한계를 극복하지 못하고 있는 실정이다. 온라인채널이 처음 등장하였을 때 저렴한 판매비용으로 인해 보험산업의 주요 판매채널로 성장할 것이 기대되었으나 실질적으로는 기대만큼 성장하지 못하였다. 보험상품의 특징은 복잡성과 고객이 자발적으로 구매하지 않는다는 것이다. 온라인채널은 고객들이 쉽게 보험상품을 인터넷으로 접하면서 끊임없이 광고에 노출되어 보험상품에 대한 니즈 환기에는 일정 부분 성공하였으나 복잡성 부분을 극복하지 못하였다. 설계사채널의 장점은 니즈 발굴뿐만이 아니라 고객이 궁금해 하는 것에 대해서 답변을 줄 수 있다는 것이다. 그러나 온라인채널은 그것이 제대로 이루어지지 못했다. 즉 설계사채널은 양방향으로 정보가 전달되는 반면 온라인채널은 한 방향으로만 정보가 전달되는 것이었다. 실제로 조사에 따르면 고객들은 온라인채널에서 주요한 정보를 획득한 후 설계사채널을 찾아가서 궁금한 점을 질문하고 최종적으로 설계사채널에서 상품을 구매하는 것으로 나타났다.⁸⁷⁾⁸⁸⁾

〈표 VI-2〉 채널별 특징 비교

구분	니즈 환기	복잡성 설명	채널비용	상품가격
설계사채널	우수	우수	높음	높음
비대면채널	보통	낮음	보통 ¹⁾	낮음 ²⁾

주: 1) 비대면채널의 비용도 지속적인 인터넷 광고, 홈쇼핑 광고 등으로 인해 비용이 높을 수도 있으나 일반적으로 설계사채널에 비해 상대적으로 낮음.

2) 비대면채널은 상대적으로 저렴한 사업비로 인해서 상품가격이 낮을 수 있음을 말하는 것이며 실제로 현재 우리나라에서 판매되고 있는 비대면채널 상품의 가격이 낮음을 의미하는 것은 아님.

그리고 전속설계사채널과 다른 채널들 사이에는 근본적인 차이점이 하나 존재한다. 전속설계사채널은 보험회사가 설계사 인력을 확보하여 양성해야 하고, 계속 유지 관리하여야 한다. 따라서 일정 수준의 전속설계사 규모를 확보하고 운영하는 것이 쉽

87) Mary M. Art(2015), "Purchasing Insurance in the U.S", LIMRA.

88) 일부 고객들은 설계사채널에서 궁금증을 해소한 후 다시 온라인채널에서 상품을 구매하기도 하는 것으로 알려짐.

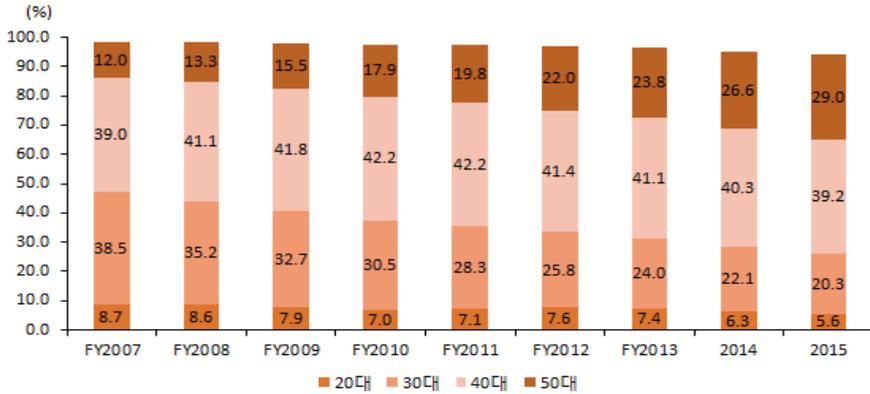
지가 않다. 특히 중·소형사의 경우 회사의 인지도가 낮아 설계사들이 상품을 판매하는데 어려움이 있어 설계사들은 동일한 노력으로 보다 쉽게 상품을 판매할 수 있는 대형사를 선호한다. 따라서 중·소형사들이 전속설계사 조직을 양성하여 운영하는데 많은 어려움이 따른다. 그러나 나머지 채널들은 보험회사가 필요 시 언제든지 확보가 가능하다는 것이다. 방카슈랑스채널, 홈쇼핑채널, 온라인채널, 독립대리점(GA) 등은 은행과의 제휴, 투자 또는 계약 등을 통해서 언제든지 확보가 가능하다. 비용적인 측면에서 전속설계사채널보다 우위에 있다고 장담할 수 없지만 쉽게 확보하여 운영할 수 있다는 측면에서는 전속설계사 조직보다 우수하다. 이러한 이유로 인해서 보험회사들 특히 중·소형 보험회사들은 비전속채널에 보다 의존하게 되었으며 이러한 비전속채널 등장은 보험시장의 점유율에 영향을 미치게 되었다.

실제로 방카슈랑스채널이 등장함으로써 보험시장점유율에 영향을 주었다. 생명보험 대형3사 시장점유율은 2015년 기준 38.6%이지만, 방카슈랑스채널 기준으로는 31.2%로 이보다 낮다. 상대적으로 전속설계사 조직이 취약한 중·소형사 방카슈랑스채널 기준 시장점유율은 높은 것으로 나타난다. 예를 들어, 현대라이프생명 시장점유율은 2015년 기준 4.35%이지만, 방카슈랑스채널 기준으로는 5.02%이다.

한편 설계사채널은 인구 고령화로 인해 설계사가 고령화되고 있고, 설계사 직업에 대한 낮은 인식 때문에 젊은 연령대의 설계사 조직을 확보하는 데 어려움을 겪고 있다. 생명보험 설계사 중 20대와 30대 비중은 각각 2007년 8.7%, 38.5%에서 2015년 5.6%, 20.3%로 줄어들었다.⁸⁹⁾ 반면, 50대 설계사 비중은 2007년 12.0%에서 2015년 29.0%로 증가하였다.

89) 생명보험협회, 『통계연보』.

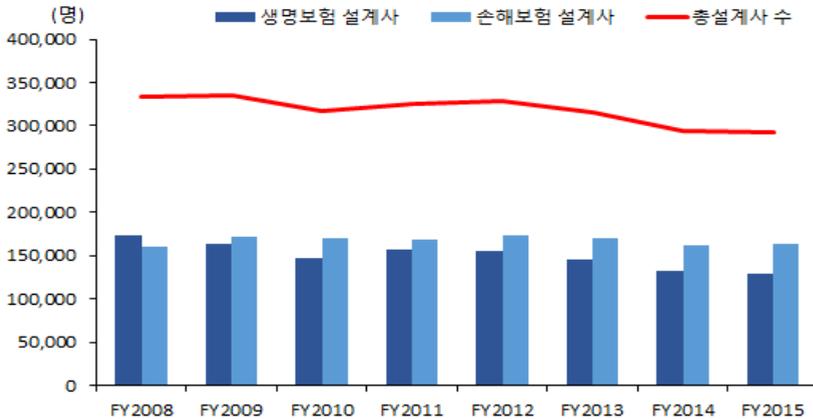
〈그림 VI-6〉 연령구간별 생명보험 설계사 수 비중 추이



자료: 생명보험협회, 월간생명보험통계.

이러한 현상은 전체 설계사 수 감소로 나타나고 있다. 설계사 수는 생명보험의 경우 2000년 3월 말 기준 223,094명이었으나 2015년 12월 말 기준 112,038명으로 감소하였으며, 손해보험의 경우에도 2012년 이후 감소하기 시작하여 2015년 12월 말 기준으로 156,596명을 기록하고 있다.⁹⁰⁾

〈그림 VI-7〉 연도별 설계사 수



자료: 생명보험협회; 손해보험협회.

90) 전체 설계사 수에는 교차모집 설계사 수가 포함되어 있어 실제 설계사 수는 이보다 더 적음.

우리보다 앞서 인구 고령화가 진행된 외국의 경우에도 인구 고령화와 젊은 연령층의 설계사 기피로 인하여 설계사 조직을 유지하는 데 어려움을 겪고 있다. 일본의 경우 베이비붐 세대 은퇴가 시작된 이후, 인구구조 변화로 젊은층 인력이 부족한 상황이 되면서 설계사보다 나은 직업으로 취업이 이루어짐에 따라 설계사 신규채용에 어려움을 겪고 있는 것으로 알려져 있다. 미국의 경우에도 일본과 마찬가지로 인구 고령화와 설계사 직업 기피현상에 따라 설계사들이 고령화되어 평균 연령이 50세를 넘어가고 있는 실정이다.

〈표 VI-3〉 Independent Financial Professionals의 연령대별 비중

연령대	49세 이하	50~54세	55~59세	60~69세	70세 이상
비중	25%	14%	19%	29%	12%

자료: LIMRA(2016), "KIRI/LIMRA&LORA International Executive Forum Korea".

2) 전속설계사 및 독립대리점의 미래 전망

설계사는 타 직종 대비 안정적인 수입이 보장되지 않기 때문에 인구 감소로 인한 노동력 부족 문제가 발생할 경우 신규 설계사 확보에 어려움을 겪을 것으로 예상되며, 설계사채널 축소가 가속화될 것으로 전망된다. 2012년 기준 설계사 평균 연봉은 약 3,100만 원 수준으로 크게 나쁜 편은 아니나 여기서 눈여겨 볼 것은 설계사 간 소득격차가 매우 크다는 것이다. 최저임금(월 109만 원) 이하 설계사가 약 19%(B생보사 2013년 기준)에 달해 설계사들 간 소득격차가 큰 것을 짐작할 수 있다.⁹¹⁾ 따라서 향후 노동력이 부족해지면 신규 취업자들은 우선적으로 경제적 안정성이 떨어지는 설계사를 직업으로 선택하지 않을 것으로 예상된다.

최근의 설계사 수 감소로 전속설계사 수도 감소하였다. 2015년 말 현재 전속설계사 수는 생명보험 10만 2,148명, 손해보험 8만 1,148명으로 2012년 말 기준 생명보험

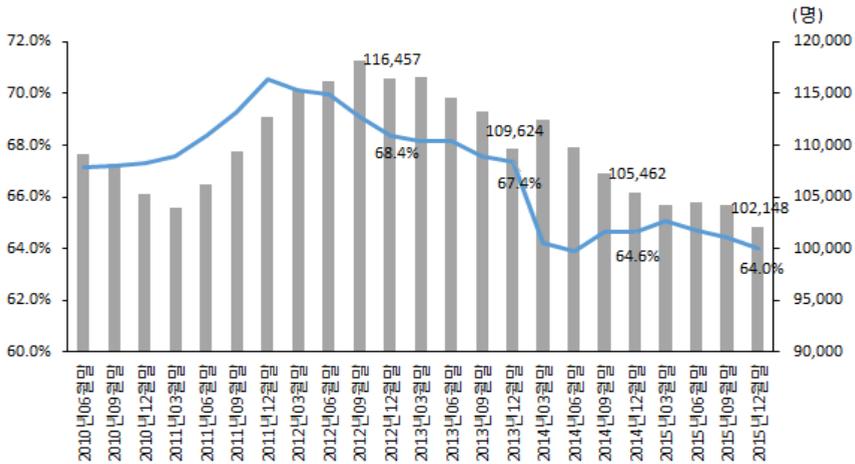
91) 생명보험협회(2014), 「보험업감독규정 개정안(수수료 분급 확대 관련 등)에 대한 의견」, 『생명보험협회보』, 통권39호.

11만 6,457명, 손해보험 9만 5,017명보다 각각 12.3%, 14.6% 줄어들었다.⁹²⁾ 특히 대형사의 전속설계사 수가 빠르게 줄어들고 있다. 생명보험 대형3사 비중은 2011년 말 70.6%를 차지한 이후 계속 하락하여 2015년 말에는 64.0%를 기록하였다. 손해보험 대형4사 전속설계사 비중도 2011년 6월 말 73.6%를 기록한 후 하락하여 2015년 말에는 67.2%를 기록하였다.

그러나 독립대리점(GA) 설계사 수는 2010년 3월 말 기준 12만 1천 명에서 2015년 6월 말 기준 19만 2천 명으로 급격히 성장하였다. 보험회사에 소속된 전속설계사들이 독립대리점으로 이동하였기 때문이다. 그러나 독립대리점 설계사 수도 전속설계사로부터의 설계사 유입 감소로 장기적으로는 감소가 예상된다.

전속설계사 수 감소와 독립대리점 그리고 비대면채널 성장은 보험회사 시장점유율에 영향을 줄 것으로 전망된다. 특히 전속설계사에 기반을 둔 대형사 시장점유율에는 변화가 예상된다.

〈그림 VI-8〉 연도별 전속설계사(막대그래프)와 대형사 전속설계사 비중(꺾은선 그래프)



자료: 금융통계정보시스템.

92) 금융감독원, 금융통계정보시스템.

3) 기타 채널의 미래 전망

방카슈랑스채널은 저금리로 성장이 어려울 것으로 전망된다. 저금리로 인해 이차역마진이 우려됨에 따라 저축성보험의 판매를 축소하려고 하기 때문이다. 실제로 보험회사의 2016년 상반기 저축성보험 신계약 건수를 살펴보면 전년 동기 대비 약 20% 가량 감소한 것으로 나타나고 있다. 방카슈랑스채널에 대한 보장성보험 판매가 허용되지 않는 한 저금리로 인한 저축성보험 자체의 경쟁력 상실로 방카슈랑스채널의 비중은 점진적으로 축소될 것으로 전망된다.

온라인채널은 보험상품 복잡성의 장벽을 넘어서지 못해 성장이 미미할 것으로 전망된다. 양방향 소통인 설계사채널에 비해 단방향의 한계로 복잡한 상품을 설명하는데 한계가 있다. 그래서 정기보험과 같은 단순한 상품 위주로 성장할 것으로 예상된다. 그러나 보험회사들은 한 회사에서 동일 상품을 두 채널에서 다른 가격으로 판매함으로써 판매채널 간 갈등이 발생하는 것을 피하려고 한다. 이로 인해 온라인채널 판매에 소극적인 모습을 보이고 있어 단순한 상품조차도 온라인을 통한 판매에 어려움이 있을 것으로 예상된다.

홈쇼핑채널은 보험상품 설명의 어려움 등으로 성장이 쉽지 않을 것으로 보이나 광고효과 등으로 명맥을 유지할 것으로 전망된다. 공산품과 다르게 복잡한 보험상품을 자세히 설명하는데 한계가 있으며 상품설명 과정에서 부적절한 설명 등으로 인해 불완전판매의 문제가 많이 발생하고 있는 실정이다. 홈쇼핑채널은 판매 비중도 2008년 0.63%에서 2015년 0.13%로 하락하였다(표 VI-1 참조). 홈쇼핑채널은 이차마케팅을 위해 활용되고 있다. 홈쇼핑채널을 활용하는 고객들 중에서 보험마케팅에 동의한 고객의 Data Base를 확보하여 이를 TM 마케팅 등에 사용하고 있다.

TM채널에서 가장 중요한 것은 고객DB 확보이다. 최근에는 고객신용정보 문제가 이슈화되면서 고객DB 확보에 어려움이 있는 것으로 알려져 있다. 그러나 TM채널은 설계사채널이 적극적으로 판매하지 않는 3~5만 원대의 저가 상품에 특화되어 있다. 설계사 입장에서는 동일한 시간을 투자해서 저가상품을 판매하려고 하지 않는다. 이왕이면 종신보험, CI보험과 같은 고가 상품을 판매하기를 원한다. 따라서 저가상품시

장에 대하여 생긴 판매채널 공백에 TM채널이 들어가서 활동하고 있는 것이다. 특히 TM채널은 유선상이긴 하지만 고객과 직접 대화하는 채널이기 때문에 복잡한 상품도 설명할 수 있는 장점이 있다. 일부 회사들은 치아보험과 같은 복잡한 건강보험도 TM채널을 통해 성공적으로 판매하고 있으며 앞으로도 지속적으로 이 틈새시장을 차지할 것으로 전망된다.

4) 인공지능(AI) 채널

보험산업에서 비중이 감소했음에도 불구하고 여전히 가장 큰 영향력을 가진 설계사 조직이 향후 축소될 것으로 예상되는 상황에서 기타 채널이 설계사채널을 대체하지 못하는 상황에 직면할 수 있다. 고객의 니즈를 환기하고 복잡한 상품을 설명할 수 있는 설계사채널을 다른 채널이 대체하는데 한계가 있으며 이는 보험시장에 위협이 될 수 있다.

그러나 신기술 발달로 전혀 새로운 채널이 등장할 것으로 예상된다. 바로 인공지능을 활용한 채널이다. 인공지능을 탑재한 로봇 또는 인공지능에 연결된 앱을 개발함으로써 보험을 판매하는 채널이 되는 것이다.

2013년 제작된 영화 Her⁹³⁾에서 주인공은 컴퓨터 인공지능 운영체제인 사만다와 사랑에 빠진다. 인간이 생명체가 아닌 컴퓨터 프로그램과 사랑에 빠진다는 허무맹랑한 이야기 같지만 이제는 이것이 더 이상 영화 같은 이야기만은 아니게 되었다. 2014년 러시아의 인공지능 프로그램인 유진 구스트만(Eugene Goostman)이 비록 논란의 여지는 있지만 튜링 테스트(Turing Test)⁹⁴⁾를 처음으로 통과하였다. 즉 인공지능하고 사랑에 빠지는 것이 영화 속 이야기가 아니라는 것이다. IBM의 왓슨은 인간의 언어를 이해하고 답변함으로써 세상을 놀라게 하였다. 왓슨은 다양한 분야의 문제들에 대해 답변을 하였다. 그렇다면 왓슨이 보험에 관한 질문에 답변하지 못할 이유가 없는

93) 스파이크 존즈 감독의 2013년 미국 영화임.

94) 기계(컴퓨터)가 인공지능을 갖추었는지 판별하는 실험으로 1950년 영국의 앨런 튜링이 제안한 것임(두산백과).

것이다.

왓슨은 수많은 정보를 바탕으로 답변하는 것으로 알려져 있다. 그러나 보험에 한 정한다면 왓슨이 사용하는 정보 중 극히 일부분에 불과한 양의 정보만을 이용해서 보험에 관한 질문에 답변을 할 수 있을 것이다. 실제로 종신보험 상품에 관해서 생각할 때 고객이 할 수 있는 질문 수는 많아도 수백 개(혹은 수천 개)에 지나지 않을 것이다. 이 수백 개의 질문에 대한 답변을 준비하는 것은 인공지능의 관점에서 본다면 아주 쉬운 일일 것으로 생각된다. 그렇다면 컴퓨터 앱으로 개발하는 것도 가능할 것이며 이 앱을 소비자들의 핸드폰에 설치한다면 짧은 시간 내에 수백만 명의 설계사가 활동하는 것과 같은 효과를 가질 수 있을 것이다.

실제로 일부 금융산업에서는 인공지능을 벌써 활용하고 있다. 증권업계에는 인공지능을 기반으로 하는 로보어드바이저(Roboadvisor)가 등장하여 투자자를 대상으로 금융상품을 매매하고 관리하고 있다. 일본 Mizuho Bank는 점포 내 IBM의 왓슨을 탑재한 인간형 로봇 Pepper를 설치하여 고객 응대에 활용하고 있다. Pepper는 고객이 묻는 여러 가지 은행 업무 관련 질문을 이해하고 영어 또는 일본어로 답변하고 있다.

〈그림 VI-9〉 은행에서 활동하고 있는 Pepper



자료: 유튜브 화면 캡처, https://www.youtube.com/watch?v=jN30u_dLy8I

그러므로 인공지능을 탑재한 보험상품 판매채널도 조만간에 등장할 수 있을 것으로 예상되며 복잡한 상품을 설명할 수 있는 채널로서 설계사채널을 대체해 나갈 것이다. 그 이유는 타 채널의 경우 결국 설계사 혹은 텔레마케터 등 사람을 상대하는데 반

해 인공지능 채널은 최초 구축비용은 크지만 프로그램을 관리하기만 하면 되기 때문에 채널 관리가 훨씬 용이하여 보험회사의 입장에서는 인공지능 채널을 선호할 유인이 매우 높기 때문이다. 그리고 인공지능 채널은 24시간 고객에게 항상 상냥하게 응대할 것이며 보험에서 가장 골칫거리 중 하나인 불완전판매가 없을 것이다. 고객에게 전달할 내용을 반드시 설명하도록 프로그래밍함으로써 불완전판매가 사라질 수 있기 때문이다. IT 금융환경에 익숙한 현재 20~30대에게는 매우 친숙한 채널이 되어 거부감 없이 받아들일 것이므로 인공지능 채널은 장기적으로 타 채널을 대체하게 될 것이다.

5) 판매채널 미래전망

현재 보험산업에 존재하는 판매채널들은 소비자 니즈 발굴, 상품 복잡성 설명, 유지비용, 고객 소통 문제, 그리고 채널 구축 문제 등에서 서로 다른 장단점을 가지고 있다.

전속설계사채널은 고객과의 양방향 소통으로 소비자 니즈 발굴과 상품복잡성 설명에서는 뛰어나지만 설계사 수당으로 인한 고비용과 구축에 어려움이 있다. 이에 반해 GA채널은 전속설계사채널과 동일하지만 채널 구축에서는 전속설계사보다 용이한 편이다. 방카슈랑스는 GA채널과 동일하지만 소비자 니즈 발굴에 있어서는 은행에 찾아오는 손님에 한정되기 때문에 GA나 전속설계사보다 뒤처지는 측면이 있다. 온라인채널과 홈쇼핑채널은 고객과의 단방향 소통이라는 단점이 있으며 TM채널은 고가의 상품을 판매하는데 어려움이 있다.

그러나 인공지능 채널은 소비자들의 스마트폰에 앱으로 설치되어 소비자와 설계사처럼 양방향으로 대화하면서 보험상품을 설명하기 때문에 소비자 니즈 발굴, 상품 복잡성 설명에서 우수하고 비용도 저렴하며 채널 구축도 상대적으로 쉽다.

〈표 VI-4〉 채널별 장단점 비교

채널	소비자 니즈 발굴	상품 복잡성 설명	비용	소통	잠재고객 발굴방식	채널 구축
전속설계사	우수	우수	고비용	양방향 소통	outbound	어려움
GA	우수	우수	고비용	양방향 소통	outbound	쉬움
방카슈랑스	보통	우수	저비용	양방향 소통	inbound	쉬움
온라인/TM	보통	보통	저비용	단/양방향 소통	inbound/ outbound	쉬움
홈쇼핑	보통	보통	저비용	단방향 소통	inbound	쉬움
AI	우수	우수	저비용	양방향 소통	outbound	쉬움

이러한 이유로 인하여 우선 판매채널들 중에서 양방향 소통이 되는 채널 간 경쟁에서 인공지능 판매채널이 우위를 차지하면서 설계사채널이 경쟁에서 도태될 것이다.

설계사 중심의 판매채널이 인공지능을 기반으로 한 앱 또는 로봇으로 대체되어 가는 것은 설계사 부족으로 인한 대면채널 감소 문제를 해결하는 방안도 될 것이다. 보험회사의 입장에서는 설계사 수당으로 인한 고비용 문제를 해결하고 불완전판매 해소를 기대할 수 있다는 측면에서 인공지능 판매채널을 보다 적극적으로 도입할 수도 있을 것으로 예상된다.

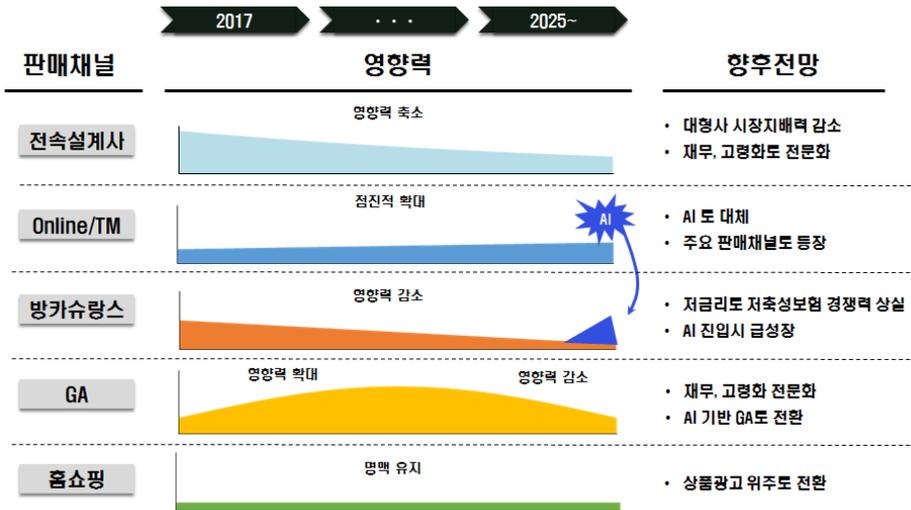
인공지능 판매채널이 설계사채널을 대체할 경우 설계사채널은 재무설계, 건강관리 같은 차별화된 서비스를 제공하는 판매조직으로의 전환될 것이다. 인공지능의 편리함에도 불구하고 인간적인 따뜻함을 추구하는 고객은 여전히 존재할 것이기 때문에 그러한 고객에게는 보다 차별적이고 인간적인 서비스를 제공하게 될 것이다. 예를 들어 고액자산가들을 대상으로 재무설계 서비스를 제공하거나 고령층을 대상으로 건강관리서비스를 제공하는 조직으로 변화될 것으로 예상된다. 일부 생명보험회사에서는 이미 고령인구 증가에 대응하여 고령층에 맞는 서비스 제공 조직을 구성하여 운영하고 있다. 고령층의 눈높이에 맞춰 상담원의 대화 속도를 늦추고 안내장도 이해하기 쉽도록 수정하고 있다. 이러한 고령층에 대한 서비스는 인공지능 판매채널이 쉽

게 대체하기 어려울 것으로 예상된다.

GA채널은 설계사 수가 감소함에 따라 축소될 것이다. 지금까지 전속설계사가 이 동함으로써 성장하였지만 스스로 신규설계사를 양성하는 것은 한계가 있기 때문에 GA채널은 어느 정도 성장을 하다가 축소하는 추세로 전환될 것이다. 그러나 GA도 인공지능 판매조직을 도입하게 되면 독자적인 인공지능 채널 조직을 보유하지 못한 회사를 지원하면서 계속 성장할 수 있을 것이다.

방카슈랑스채널은 저금리로 인한 저축성보험 경쟁력 상실로 축소될 전망이나 은행에 인공지능 도입 시 새롭게 성장할 수 있을 것으로 예상된다. 온라인채널과 TM채널은 인공지능 채널에 흡수될 것이다. 홈쇼핑채널은 인공지능 채널의 성장으로 인해 겨우 명맥만 유지하게 될 것이다. 판매채널보다는 상품 광고 목적과 고객DB 확보 목적으로 명맥만 유지할 것으로 전망된다.

〈그림 VI-10〉 판매채널 전망



따라서 향후 판매채널은 인공지능 채널 중심으로 재편될 것으로 예상되며 빠르면 5년 늦어도 10년 내에 등장할 것으로 전망된다. 이미 SK텔레콤에서 인공지능 서비스 “누구”를 출시하여 활동을 시작하였고 IBM 왓슨의 한국어 습득이 내년에 완성되는 것으로

알려져 있기 때문이다. 그리고 해외에서 Pepper와 같은 인공지능이 유사서비스를 이미 시행 중이기 때문에 국내의 인공지능 판매채널 등장은 시간 문제일 뿐이다.

그러나 인공지능 채널은 단계적으로 도입될 것이다. 초기에는 보험상품의 판매를 간단히 보조하는 역할을 수행하는 것으로 등장할 것이다. 인공지능이 인간을 완벽하게 대체하지 못하는 상황에서 상품을 간단히 설명하는 역할 등을 먼저 수행할 것이다.⁹⁵⁾ 그리고 어느 정도 인공지능의 수준이 향상되면 간단한 보조의 단계에서 설계사와 함께 보험상품을 판매하기 시작할 것으로 예상된다. 설계사와 인공지능이 하나의 팀으로 역할을 분담하면서 활동할 것이다. 스마트폰의 앱 또는 인터넷 등을 통해 인공지능이 상품을 설명하고 판매하지만 필요 시 설계사를 연결해서 최종적으로 판매가 이루어지도록 역할을 분담할 것이다. 그리고 인공지능이 고도로 발달하면 설계사채널을 완전히 대체하게 될 것이다.

다가오는 미래에는 전속설계사 규모에 의한 시장점유율 경쟁이 사라지고 상품 및 서비스 경쟁이 가속화될 것이다. 대형사들이 대규모 전속설계사 조직을 보유함으로써 가졌던 장점이 사라지고 대형사와 중·소형사의 시장경쟁이 새로운 차원에서 이루어질 것이다. 앞으로 보험회사들은 상품을 통한 경쟁을 강화하여야 할 것이다. 과거 방카슈랑스가 도입될 때 대형사들이 이에 효율적으로 대처하지 못함으로써 시장 점유율 하락을 경험한 바 있는데 이러한 현상이 다시 발생할 수 있으므로 대형사와 중·소형사는 각각 이에 대한 대비가 필요할 것이다.

95) 라이나생명은 AI로부터 보험상담을 받을 수 있는 챗봇(채팅로봇) 서비스를 2016년 11월부터 시작함.

〈휴대폰의 미래〉

2008년 6월 22일 한 커뮤니티⁹⁶⁾에 휴대폰의 미래에 대한 글이 올라왔다. 많은 사람들의 반응은 아주 비판적이었으며, 일부는 욕을 하면서 조롱하였다. 그 글에서 말한 휴대폰의 미래에는 다음과 같은 내용들이 포함되었기 때문이다.

- 휴대폰으로 동영상, 영화, 애니도 볼 수 있게 해야 함.
- 전자사전 기능 추가
- 구글어스+세계지도 기능
(구글어스와 세계지도 기능이 휴대폰에 탑재되면 길거리에도 전 세계의 상세한 지도를 볼 수 있음)
- 철도노선, 비행기노선 기능 추가
- 지상파, 공중파, DMB 전체널 방송 무료
- 네비게이션 기능 탑재
(이 기능이 있으면 이제 휴대폰을 자동차 핸들 옆에 설치하면 네비게이션 기능을 선택 하면 전 세계의 자동차 도로를 3D 입체화면 등을 4인치 와이드 LCD 액정으로 볼 수 있다.)
- 무선인터넷 기능 강화
(일반 컴퓨터의 인터넷처럼 네이버, 구글, 야후 등등 전 세계 인터넷 홈페이지들을 볼 수 있다.)

이러한 휴대폰의 미래 모습에 대해 대부분의 사람들 반응은 다음과 같았다.

“컴퓨터도 아니고 디카도 아니고”

“이거하려면 몇 십년은 기다려야 하는 듯”

“엄청난 상상력에 추천”

그러나 이러한 기능을 가지고 있는 휴대폰 즉 스마트폰은 이미 출시되었다. 애플의 아이폰이 세상에 처음 소개된 것이 2007년 1월이었다. 그리고 한국에는 이 글이 나온지 1년도 안된 2009년 하반기에 판매가 시작되었다. 많은 사람들이 수십 년 후의 미래의 일이라고 생각한 휴대폰의 미래는 사실 이미 과거였던 것이다.

사람들이 인식하는 것 이상으로 세상은 빠르게 변화하고 있으며 어찌면 어디에선가는 인공지능 판매채널도 이미 실현되어 열심히 활동하고 있을 지도 모른다.

96) [http://m.ygosu.com/board/?bid=yeobgi2011&idx=102330&searcht=&search=&frombest=Y
&page=1&m3=&time_date=2014-09-26&week_page](http://m.ygosu.com/board/?bid=yeobgi2011&idx=102330&searcht=&search=&frombest=Y&page=1&m3=&time_date=2014-09-26&week_page)

다. 상품전략 변화

보험회사는 경제환경 변화와 인구 및 가구구조 변화로 인해 새로운 상품전략을 수립해야 할 것이다. 먼저 경제성장률 하락으로 소비자들의 구매력이 감소하였고 저금리로 인해 저축성보험은 경쟁력이 떨어짐에 따라 투자형 상품인 변액보험의 선호도가 증가하고 있다. 고령화와 가구구조 변화로 보험에서 보장하는 위험의 선호도도 변화되어 종신보험에 대한 니즈가 감소하고 연금보험, 실버보험에 대한 니즈가 증가하고 있다. 그리고 IoT 기술 연계 상품이 증가할 것으로 예상된다. 웨어러블 기기와 연계된 헬스케어 건강상품이 개발되고 IoT 와 연계된 일반 손해보험 상품도 개발될 것이다. 자동차보험에도 큰 변화가 나타날 것으로 예상된다. 이에 대해서 상품별로 자세히 살펴보면 다음과 같다.

1) 저축성보험 상품 변화

저축성보험 상품은 사업비에 대한 전면적인 변화가 없을 경우 저금리로 경쟁력을 상실할 것으로 예상된다. 고금리에는 사업비를 차감한 금액을 복리로 부리 시 차감액을 쉽게 회복할 수 있으나 저금리에는 단시간 내에 쉽게 회복하기 어렵다. 실제로 사업비로 인해 발생하는 적은 해약환급금은 소비자 민원의 대상이 되어 왔다. 따라서 설계사 수당체계를 비롯한 사업비 체계의 전면 개선이 필요하다. 그렇지 않을 경우 저축성보험은 유지되기 어려울 것이다. 그러나 인공지능 판매채널 도입으로 사업비를 절감할 경우에는 저축성보험이 경쟁력을 유지할 수 있을 것이다.

보험회사는 저축성보험 상품의 대안으로 연금보험을 선택할 것이다. 보험의 고유 영역인 사망에 기초한 상품이므로 타 금융업권에서 판매하지 못하는 보험회사 고유의 영역이기 때문이다. 특히 저금리로 인한 저축성보험의 한계와 고령화로 인한 종신보험 수요 부진에 대한 대안으로 사망에서 생존으로 보장개념의 전환을 통해 판매할 것이다. 그러나 연금보험은 수명연장으로 인한 장수리스크 부상으로 연금의 종신보장에 어려움이 있다. 감독당국도 장수리스크에 대하여 재무건전성을 강화할 예정이

다. 저금리로 인하여 투자수익률이 저조한 상황에서 장수리스크에 대한 위험자본 비용을 부담하는데 어려움이 있다. 따라서 보험회사 입장에서는 연금을 종신토록 보장하기 보다는 연금수급기간을 일정하게 할 가능성이 높다. 그렇게 될 경우 이것은 일반 금융회사들이 제공하는 펀드상품과 큰 차이가 없게 되며 보험회사는 자산운용에 중점을 둔 연금보험 판매회사로 변신이 예상된다.

사망보장 상품은 수명연장과 가구구조 변화로 시장이 축소될 전망이다. 과거 가장의 갑작스런 죽음에 대비해서 종신보험 또는 정기보험을 구매하였으나 수명이 연장되고 의료기술의 발달로 인해 젊은 나이에 사망하는 경우가 감소함에 따라 종신보험 또는 정기보험 수요는 감소하였다. 대신 종신보험은 상속 목적으로 변화되었으나 수명 연장으로 100세 시대에 진입하게 됨에 따라 사망 시 자식의 나이도 이미 70대에 들어가게 됨에 따라 상속 목적이 무의미해지게 되었다. 오히려 계약자들은 살아있는 동안 돈을 받을 수 있는 연금에 보다 많은 관심을 가지게 됨으로써 사망보장 상품 시장은 앞으로 축소될 것으로 전망된다.

2) 건강보험 상품 변화

건강보험 상품은 앞으로 IoT 도입으로 인해 새로운 형태로 전환될 것으로 예상된다. 현재 일부 보험회사에서 초보적인 헬스케어 연계 상품을 소개하고 있다. 하루에 몇 보 이상 걸을 경우 보험료를 할인해 준다던가 아니면 정기 건강검진에서 일정 수준의 건강상태를 계속 유지하면 보험료를 할인해주는 상품이 소개되고 있다. 그리고 상품과 별도로 헬스케어서비스를 제공하는 회사들이 등장하고 있다. 보험계약자 중에서 서비스를 신청한 계약자에게 전문의료진 건강상담 서비스, 대형병원 진료예약 및 명의안내, 건강검진 우대예약, 전담 헬스플래너(간호사) 방문 상담, 차량에스코트 서비스, 환자이송 서비스, 2차 견해 및 치료 플래닝 서비스 등을 제공하고 있다.⁹⁷⁾

이러한 상품 변화는 IoT 기술 발달과 인구 고령화로 인해 건강에 대한 관심이 증대함에 따라 더욱 가속화 될 것이다. 보험회사 단독으로 또는 병원과 연계된 헬스케어

97) <http://metlife.aimmed.com/green.do>

상품을 개발할 것이다. 웨어러블 기기를 통하여 실시간으로 건강체크가 가능해짐에 따라 정기적인 건강검진을 통한 헬스케어서비스가 아니라 실시간으로 건강을 관리해주는 서비스가 보편화되고 이를 활용한 헬스케어 상품이 개발될 것이다. 즉 웨어러블 기기를 통하여 실시간으로 계약자의 건강을 관리해주는 서비스를 제공하고 그럼에도 불구하고 특정 질병이 발생하면 보험금을 지급하는 상품이 개발될 것이다. 계약자가 일상생활 중에 음주를 많이 하고 있으면 웨어러블 기기가 경고메시지를 보내어서 음주를 절제할 것으로 권고하고, 혈압이 올라갈 때에도 경고메시지를 보내어서 적절한 조치를 받도록 할 것이다. 이러한 실시간 건강관리에도 불구하고 만약 고혈압으로 뇌출혈이 생기면 보험회사에서 치료비를 지급하는 보험상품이 개발될 것이다.

이 과정에서 건강관리를 보험회사가 직접할 것이냐 아니면 병원과 연계하느냐는 중요한 문제가 될 것으로 예상된다.

병원의 성격이 최근 치료기관에서 건강관리 기관으로 전환되고 있기 때문이다.⁹⁸⁾ 병원이 Cure에서 Care로 목적을 전환하게 되면 자연스럽게 보험회사와 업무영역이 중첩되게 된다. 이 과정에서 병원의 건강관리를 받음에도 불구하고 특정 질병에 걸릴 경우 일정 금액한도 내에서 치료를 해주는 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 그럴 경우 병원의 보험업법 위반이 문제 시 될 수 있을 것이다. 그러나 시장의 흐름이 이런 방향으로 흘러간다면 제도가 변경될 수 있고 그렇게 되면 보험회사는 병원과 경쟁을 해야 하는 상황에 놓일 수 있을 것이다.

98) 병원은 기본적인 치료업무를 수행하면서 건강관리까지 업무영역을 확대하는 것으로 말함.

3) 일반보험 상품 변화

IoT 기술은 일반 손해보험회사에도 변화를 가져올 것이다. 자동차 사고 또는 집안에 사고가 발생할 경우 IoT가 인식하고 보험회사에 바로 사고를 통보할 것이다. 현재는 사고 발생 시 계약자가 직접 자동차 보험회사 또는 일반 손해보험회사에 연락을 하지만 앞으로는 IoT가 바로 연락해서 보험회사가 계약자에게 먼저 연락하는 상황이 벌어질 것이다. 그리고 보험회사는 IoT 정보를 바탕으로 사고를 처리할 것이고 보험계약자는 사고처리 과정에 대해 확인만 하면 될 것이다.⁹⁹⁾ 계약자는 사고 처리에 대해서 자유로워지는 즉 “Hands Free”가 될 것이다.

여기서 주목할 것은 보험회사가 우연한 사고에 대해 보상하는 기본 개념에는 변화가 없으나 보상방법에 변화가 생기는 것이다. 계약자가 사고를 처리한 후 보험금을 청구하는 기존의 방식에서 앞으로는 보험회사가 계약자가 연락하기 전에 사고를 먼저 인식하고 처리하는 것으로 전환될 것이다.

이러한 변화는 보험회사의 형태를 변화시킬 것으로 예상된다. 위험을 인수해서 사고가 발생하면 보험금을 지급하는 전통적인 비즈니스 모델에서 계약자에게 보다 나은 서비스를 제공하려는 회사들 간의 경쟁으로 인해 계약자의 개인 집사 역할을 수행하는 형태로 전환될 것이다. 집사가 알아서 다 처리해주는 것처럼 보험회사가 사고가 발생하면 알아서 처리해 줄 것이며 더 나아가서 IoT를 통해서 실시간으로 관리함으로써 사고 발생을 줄여줄 것이다. 자동차의 어느 부분이 문제가 있다든지 아니면 집안의 배수관에 문제가 있어 사고가 발생할 수 있다는 것을 인식하고 미리 조치를 취하게 될 것이다.

한편 IoT 보편화는 사이버리스크라는 새로운 위험을 창출해서 일반 손해보험회사에게는 블루오션으로 등장할 것이다. 자동차, 가정, 공장 등에 설치된 IoT 고장으로 인한 오작동으로 발생하는 사고 또는 해커 공격에 의한 사고를 보상하는 새로운 손해보험시장이 등장할 것으로 예상된다. 이것은 무인차로 인해서 예상되는 자동차보험 시장 축소를 일부 상쇄할 것으로 예상된다.

99) https://www.youtube.com/watch?v=_YVvxajnafl

4) 상품형태 변화

일반적으로 보험회사는 지금까지 불특정 다수를 대상으로 대수의 법칙을 통해 요율을 산출한 상품을 판매하여 왔다. 공통의 위험들을 가진 다수를 대상으로 상품을 만들고 그 중에서 건강상태가 우량한 사람에게는 보험료 할인을, 건강상태가 일정 수준 이하인 사람에게는 판매 거절 또는 보험료 할증을 하였다. 그러나 IoT가 도입됨에 따라 이러한 방식에 변화가 생길 것으로 보인다. 헬스케어와 Big Data 기술의 접목으로 계약자의 개별 요율 산출이 가능해질 것이다. 보험회사는 웨어러블 기기 도움으로 실시간으로 계약자의 건강상태를 관리함에 따라 개별 계약자의 건강위험에 대한 정보를 축적할 수 있게 되고 다른 건강 관련 정보와 함께 Big Data 분석을 통해 계약자의 위험을 정확히 측정할 수 있게 될 것이다.

따라서 보험회사는 자동차보험의 운전자별 요율산출처럼 계약자별 요율을 산출하게 될 것이다. 특히 계약자별 위험에 기초하게 되기 때문에 현재의 출생나이 기준에서 건강나이 기준으로 측정기준이 변경될 것으로 보인다. 이러한 변화는 특히 회사들이 우량체/비우량체 등 계약자들의 건강상태를 세분화해서 차별화된 보험료를 산출하려는 노력과 간편심사보험 판매 노력이 맞물려서 이루어질 것으로 보인다. 우량체와 간편심사보험은 실질적으로 출생나이 기준으로 위험을 평가함으로써 동일 연령 인데도 불구하고 건강에 대한 위험이 큰 차이를 보여서 이에 대한 대안으로 나온 상품이다. 그러므로 우량체가 세분화되고 간편심사상품이 보다 보편화되면 결국 건강나이가 보험료의 기준이 될 수밖에 없다. 마침 IoT 기술 발달로 웨어러블 기기 등을 통하여 실시간 건강을 체크할 수 있게 됨에 따라 건강나이를 측정하는 것이 기술적으로 어렵지 않을 것이다. 미국 AIAvitality사는 이미 건강나이를 측정하여 보험료를 산출하고 있다.

〈간편심사보험의 성장과 전환〉

다수의 고령층이 고혈압, 당뇨 등 건강상 문제가 있어 정상적인 언더라이팅을 통과하기 어려워 이들은 정상적인 보험상품에 가입할 수 없다. 그래서 이러한 질병들에 대해서 언더라이팅을 하지 않는 상품을 개발한 것이 간편심사보험이다.

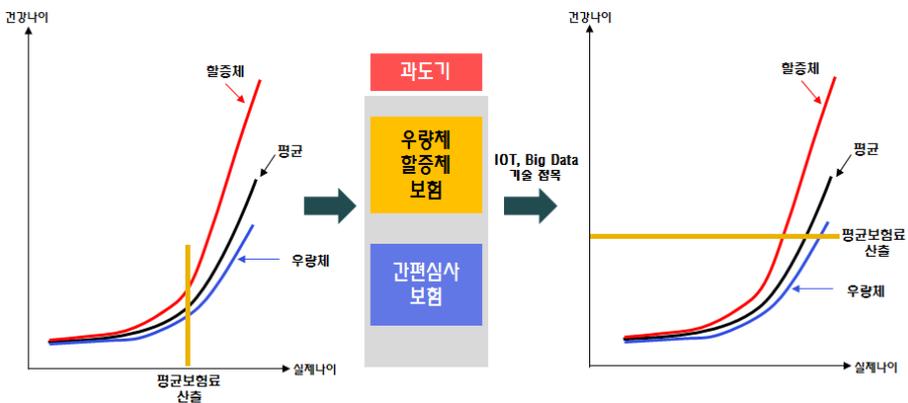
건강한 사람과 유병자가 함께 있으므로 동일연령에서 건강상태 편차가 매우 크게 나타나는 문제점이 있어 건강한 사람은 실제 리스크보다 높은 보험료를 내고 유병자들은 실제 리스크보다 낮은 보험료를 내는 문제점이 있다.

따라서 상품이 갱신될 때 건강한 사람은 빠져나가고 유병자만 남는 해약리스크가 발생할 수 있다.

이러한 문제점을 해결하는 것은 계약자의 건강수준에 맞는 보험료를 산출하는 것이며 이것은 건강나이를 도입함으로써 해결될 수 있다.

지금까지 불특정 다수에 대한 판매를 위해 대수의 법칙을 통해서 요율을 산출했다면 앞으로는 특정한 위험을 가진 소수의 집단에 대한 요율 산출 또는 개별 계약자에 대한 요율을 산출하고 이러한 계약들이 다수가 모임에 따라 회사의 이익이 안정화되는 형태가 될 것이다. 즉 회사의 이익이 대수의 법칙에 의해서 안정화될 것이다.

〈그림 VI-11〉 보험료 산출방식의 변화



라. 보험회사 변화

보험회사는 앞으로 계약자의 종합적인 건강관리를 목적으로 하는 상품을 개발하거나 계약자의 위험선호에 맞춘 상품을 개발할 것으로 전망된다. 보험회사는 헬스케어서비스와 연계한 보험상품을 개발하여 실시간으로 건강관리서비스를 계약자에게 제공할 것이다. 그리고 보험사고가 발생하면 실비 또는 정액 보험금을 지급할 것이다. 한편으로는 기존의 상품이 불특정 다수를 대상으로 상품을 만들었다면 미래에는 건강나이를 기반으로 계약자가 원하는 위험을 보장하는 상품 즉 계약자주문(Order Made) 상품이 판매될 것이다.

〈그림 VI-12〉 보험회사 상품개발 및 제공서비스의 미래



보험회사의 실시간 계약자 건강관리는 보험회사의 기본적인 비즈니스 모델을 변형시킬 것으로 보인다. 과거 우연한 사고에 대해 금전적 보상을 제공하는 보험회사에서 미래에는 사고 예방에 초점을 맞추어서 도움을 주고 그럼에도 불구하고 사고가 발생할 경우에는 금전적 보상을 제공하는 회사로 전환할 것으로 보인다. 즉 건강관리서비스 및 보험서비스를 동시에 제공하는 회사의 형태가 될 것으로 보이는데 미국의 Cigna Group은 이미 더 이상 스스로를 보험회사라고 칭하지 않는다. Cigna Group은 헬스케어 전문회사이며 고객에게 제공하는 서비스 중 하나로 보험이 있을 뿐이다.¹⁰⁰⁾ 이러한 변화는 여러 곳에서 감지되고 있으며 최근 RGA 회장 Greig Woodring

100) CIGNA(2016. 7. 29), "CIGNA CORPORATION INVESTOR PRESENTATION".

은 직원을 상대로 한 연설에서 10년 뒤에 회사가 무엇을 하고 있을지 알 수가 없다고 말하기도 하였다. 이것은 더 이상 전통적인 보험 영업이 미래에는 보험회사의 주 영업이 되지 못할 수도 있다는 것을 말하는 것이다.¹⁰¹⁾

따라서 보험회사는 환경 변화에 따라 전문화 과정을 거치면서 새로운 회사로 진화할 것이다. 일부 보험회사는 여전히 기존의 사업형태를 유지하면서 다양한 상품을 개발하여 판매하겠지만 또 다른 일부 생명보험회사들은 특정 영역에 전문화되어 가면서 크게 두 가지 분류로 나누어질 것으로 예상된다. 첫째, 저축성보험상품을 중시하는 회사들은 저금리로 인해서 연금상품 또는 변액상품 판매에 집중할 수 있을 것이다. 그러나 금융당국의 재무건전성 강화로 인해 연금기간을 종신토록 하기 어렵기 때문에 한정된 기간의 연금상품으로 변경되어 결국 펀드상품화될 것으로 예상된다. 따라서 보험회사는 자산운용회사화할 것으로 보인다. 외국에서는 이미 이러한 전략을 취하는 회사가 등장하고 있다. Prudential Financial Inc의 경우 보험회사이지만 연금을 주력으로 하는 전문금융회사로 활동하고 있다.

건강보험상품을 중시하는 회사들은 웨어러블 디바이스를 통한 실시간 건강관리서비스를 하게 될 것이다. 실시간으로 건강을 관리하고 사전에 사고가 발생할 것을 예방하게 되면 소비자 입장에서 보험에 대한 니즈가 감소할 가능성이 높다. 이것은 IoT가 출현함에 따라 나타날 일반적인 현상으로 IoT를 통해서 사고가 예방되면 건강뿐만 아니라 일반 사고에 대해서도 보험 수요는 감소할 수 있다.¹⁰²⁾ 따라서 보험회사는 보험료 감소를 경험하게 되고 이에 대한 대안으로써 건강관리서비스를 강화할 것으로 예상된다. 결국 보험회사는 보험이 중심이 아니라 건강관리가 중심이 되어서 보험을 서비스로 제공하는 회사로 전환될 것이다.

이미 국내 일부 보험회사들은 이러한 움직임을 보이고 있다. 라이나생명과 메트라이프는 건강관리 여부에 따라서 혜택을 주는 상품을 판매하기 시작하였다. 메트라이

101) 1999년 서울에서 개최된 동아시아 계리인 총회(EAAC: East Actuary Asian Conference) 연설에서 미국 SOA 회장은 “우리의 경쟁자는 회계사나 금융전문가가 될 것이다”라고 말함으로써 보험시장이 금융시장과 융합될 것이라고 예상하였으며 십여 년이 흐른 지금은 보험산업의 영역이 다른 산업과 융합되는 단계에 들어가고 있음.

102) A. T. Kearney(2014).

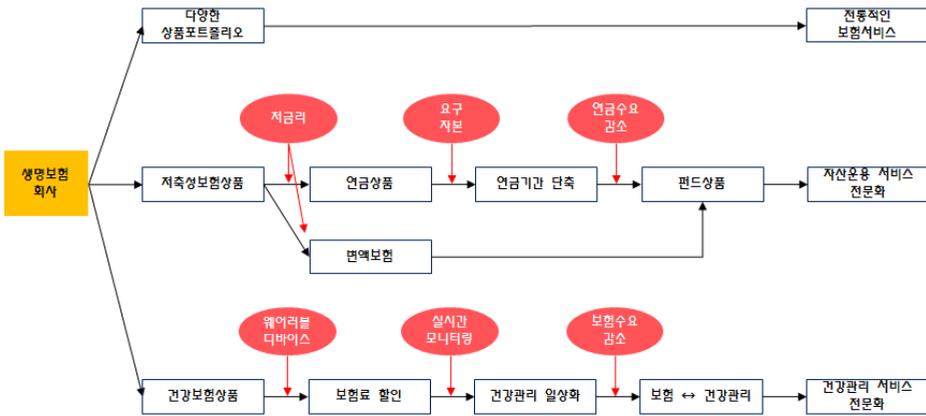
프생명은 일정 수준 이상 도보 시 선물을 지급하는 상품을 소개하였고, 라이나생명은 일정 수준 이상의 건강 유지 시 보험료를 최대 10% 할인해주는 상품을 판매하기 시작하였다. 동부화재도 유사한 상품을 판매하고 있다. 그리고 AIA 생명은 SK주식회사 C&C와 함께 디지털 건강관리 플랫폼 개발 협력을 위한 MOU를 체결하였다. 이 MOU를 통해 SK 주식회사 C&C의 왓슨을 활용한 인공지능 서비스 ‘에이브릴’과 AIA생명의 건강관리 프로그램인 ‘AIA 바이탈리티’를 결합해 고객 맞춤형 건강관리서비스를 구축하려고 한다. 삼성화재, KB손보 등 다른 회사들도 유사한 헬스케어서비스를 개발하려고 노력 중인 것으로 알려져 있다.

외국에서도 건강과 관련된 생활습관과 건강상태에 대한 정보를 언더라이팅 및 보험료 산정에 이용하고, 고객 맞춤형 건강관리 프로그램을 제공하는 회사가 등장하고 있다. 조본업(Jawbone Up), 핏비트 플렉스(Fitbit Flex)에서부터 애플워치(Apple Watch)까지 다양한 웨어러블 기기(Wearable device)가 보급되고 있으며 이러한 웨어러블 기기를 통해 고객의 건강과 관련된 생활습관과 건강상태를 실시간으로 수집, 분석이 가능해졌다. 그래서 미국 건강보험회사인 United Health Group, Humana, Cigna, Highmark, Oscar 등은 웨어러블 기기를 활용하여 가입자의 운동량을 측정하여 보상을 제공하고 있다. 스타트업 보험회사 Oscar는 하루에 목표로 한 보행 수를 달성하면 하루 1달러, 1년에 최대 240달러를 돌려주는 상품을 출시하고, 향후 자전거 및 수영으로 운동 범위를 확대할 예정인 것으로 알려져 있다.

다가오는 미래에는 일부 보험회사들은 현재와 같이 다양한 상품 포트폴리오를 갖추고 고객의 기호에 맞추어서 보장성 상품 또는 저축성 상품을 공급할 것이다. 그러나 어떤 회사들은 보험상품에 기반한 자산운용서비스 전문 보험회사로 탈바꿈하여 자산관리서비스가 주가 된 보험회사로 탈바꿈할 것이다. 또 다른 회사들은 보험상품에 기반한 건강관리서비스가 주가 된 건강관리 전문보험회사로 탈바꿈할 것이다. 이러한 변화들은 앞서 언급한 최근의 변화들을 고려할 때 빠르면 5~10년 이내에 나타날 것으로 예상된다.

미래에 등장할 전통적인 또는 전문보험회사들이 다양한 상품과 서비스를 제공할 때 지금까지와는 다른 방식으로 이를 수행할 것이다. 이에 대해서는 본 보고서 뒤에서 자세히 다루도록 하겠다.

〈그림 VI-13〉 생명보험산업 미래



손해보험회사는 생명보험과는 다른 변화를 겪을 것으로 예상된다. 현재 제3보험을 판매하는 부분은 생명보험과 같이 건강관리서비스로 전환될 것이지만 일반 손해보험 영역은 그대로 남을 것이다. 화재사고와 같은 사고가 발생하면 보험금을 지급하는 기본적인 모습은 그대로 유지되지만 IoT가 도입됨에 따라 보험회사는 계약자의 집 또는 공장 등의 위험을 실시간으로 체크할 수 있게 될 것이다. 그래서 위험이 발생하기 전에 사전적으로 사고를 예방하는 조치를 취하거나 일반사고 발생 시 계약자가 신고하기 전에 보험회사가 IoT를 통해 사고 발생을 인식하고 사고를 처리하는 서비스를 제공하게 될 것이다.

해외에서는 이미 이것과 유사한 서비스를 제공하는 회사가 등장하여 활동을 하고 있다. Mapfre라는 일반 손해보험회사로 보험상품을 판매하는 것과 함께 생활서비스를 제공하고 있다. 중앙난방장치 고장, 수도관 파손, 폭풍 피해 등에 대한 소비자의 요구에 맞추어 수리 서비스를 제공하고 있다. 그리고 여행, 의료 관련 서비스도 함께 제공하고 있다.¹⁰³⁾

한편 IoT 보편화는 사이버리스크를 증가시켜서 새로운 시장을 형성할 것이다. 세계적으로 매년 수천만 건에서 수억 건의 정보 유출이 이루어지고 있으며 IoT의 확대

103) <http://www.mapfreassistance.co.uk/home3>

는 정보유출 건수와 유출된 정보를 큰 폭으로 증가시킬 것이다. 정보유출에 의한 전세계 연간 최대 손해액은 자연재해에 의한 손해액의 5배 규모이며 전산시스템과 휴대용 전자기기 보급 확대로 손해액은 매년 빠르게 증가하고 있다.¹⁰⁴⁾ 위험이 있는 곳에 보험은 항상 존재하여 왔던 것처럼 사이버리스크에 대한 보험회사들의 역할이 크게 기대되고 있다.

자동차보험은 무인자동차가 보급되기 전에 먼저 IoT 설치로 고객에게 hands free 서비스를 제공하게 될 것이다. 지금까지 고객은 자동차 사고 발생 시 직접 보험회사에 연락하고 본인이 수리한 후 보험회사에게 비용을 청구하였다. 그러나 IoT가 보급됨으로써 자동차는 보험회사와 연결된 Connected Car가 될 것이다. 자동차 사고가 발생하면 보험회사가 바로 사고를 인식하여 운전자에게 먼저 연락하고 필요 조치를 취하게 될 것이다. 운전자는 과거와 같이 보험회사에 스스로 연락하고 수리하는 일을 하지 않게 되어 운전자의 손이 자유로워질 것이다.¹⁰⁵⁾

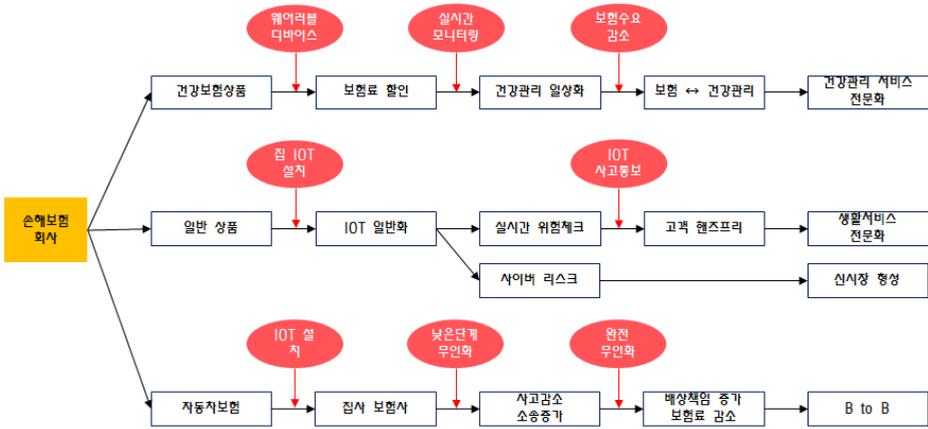
그러나 무인자동차가 단계적으로 도입됨으로써 사고가 감소하고 사고의 책임소재가 변화됨으로써 보험도 변화할 것으로 예상된다. 완전한 무인차 보편화 이전까지는 사고 당사자 관계, 사고 유형 등에 변화가 예상된다. 운전자 요인, 도로 인프라 또는 시스템 오류나 결합 등에 따라서 다양한 사고가 발생할 수 있고 각각의 경우에 따라 사고 책임 소재가 달라질 것이다. 따라서 무인차 사고에 대한 운행 기록과 영상기록 장치 부착 의무화 및 과실 여부를 판단할 수 있는 공정한 기관이 설립될 것으로 예상된다. 자동차보험 판매채널도 제조자 중심으로 변화할 것이다. 제조자가 자동차 판매 시 패키지 형태로 보험상품을 연계할 가능성이 높다. 이때 보험료 구성이 구매자보다 제조자 비중이 증가할 것이다. 그러나 완전 무인차로 전환될 경우 제조사와 보험사 간의 B to B 영업으로 변환될 것으로 예상된다.¹⁰⁶⁾

104) 최창희·김혜란(2014), 「해외사이버 배상책임보험시장 성장의 시사점」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원.

105) 본 보고서에서는 이러한 서비스를 Hands Free 서비스라고 정의함.

106) 이기형·김혜란(2016), 『자율주행자동차 보험제도 조사 연구』, 조사보고서, 보험연구원.

〈그림 VI-14〉 손해보험산업 미래



마. 보험산업 구조 변화

미래에는 보험회사의 다양한 기능들이 외부 위탁으로 분화된 후 독립적인 전문보험회사로 성장할 것으로 예상된다. 그렇게 되면 기존의 보험회사와 완전히 새로운 관계가 형성될 것이다.

현재 대형 독립대리점은 소속 설계사 수가 3,000명 이상으로 일부 보험회사보다 더 많은 설계사 조직을 보유하고 있다. 독립대리점이 이렇게 대형화됨에 따라 대형 독립대리점들은 과거와 다르게 보험회사와 대등한 관계에서 협상을 하게 되었으며 어떤 경우에는 오히려 대형 독립대리점이 협상의 주도권을 쥐고 있다. 보험회사가 대리점에게 상품 판매를 요구하기 전에 대형 독립대리점이 먼저 본인들이 판매하기 수월한 상품을 보험회사에게 개발하도록 요구하기도 한다.

보험회사로부터 독립된 전문보험회사들은 대형 독립대리점처럼 규모의 경제를 통한 효율성 증대를 위해 규모를 키울 것으로 예상된다. 초기에는 다수의 소형전문회사들이 난립할 수 있지만 어느 정도 시간이 지나면 합병 등을 통하여 몇 개의 큰 회사들로 정리될 것이다.

다른 한편으로는 독자적인 경쟁력과 협상력을 갖춘 또 다른 형태의 전문보험회사

가 등장할 것이다. 예를 들어 SK텔레콤의 “누구”¹⁰⁷⁾가 진화하여 보험상품 언더라이팅, 판매, 또는 심사 업무를 할 경우 보험회사는 SK텔레콤 또는 자회사와 협상하여야 할 것이다.

이렇게 보험회사의 기능이 분화되어 만들어진 전문보험회사가 기존의 보험회사와 대등한 관계의 회사로 성장하게 되면 보험회사는 이들과 전혀 다른 관계를 형성하여야 할 것이다. 대형 독립대리점이 상품개발 전문회사와 협력하여 상품을 개발하여 보험회사에게 보험회사 이름으로 판매할 의향이 있는지 물어보는 일이 생길 수도 있을 것이다. 이런 경우 보험회사는 단지 자신의 이름을 빌려주는 역할과 재무건전성 관리만을 하게 될 것이다. 또는 컨설팅회사가 병원과 협력하여 헬스케어 관련 상품 아이디어를 개발한 후 요율을 개발하여 이를 판매하고 싶은 보험회사들을 오히려 거꾸로 모집할 수도 있을 것이다. 보험회사가 판매전문보험회사와 손잡고 모집에 응모하는 일이 일어날 수도 있을 것이다.

이렇게 주요 기능들이 분화하여 전문보험회사가 되면 보험회사의 정체성에 대한 질문이 부각될 것이다. 경우에 따라서는 병원이 보험업을 영위할 수도 있게 되기 때문에 보험회사의 정의는 신중히 다루어져야 할 것이다. 보험회사의 정의가 정해지고 나면 이에 따라 보험회사의 기능과 책임이 정해질 것이고 보험회사의 업무 분화에도 영향을 줄 수 있을 것이다.

107) SK텔레콤의 누구(NUGU)는 인공지능 음성인식 디바이스로 사람의 음성을 인식하고 알람 기능, 타이머 설정, 날씨 확인 등 개인의 일정 등을 관리할 수 있으며 그 기능을 계속 확장해 나가고 있음.

〈그림 VI-15〉 보험산업 구조 변화



한편 전문보험회사는 보험만을 하지 않고 다른 영업을 하면서 보험에 관련된 기능을 수행할 수도 있을 것이다. 감독기관에서 보험판매자에 대한 규제를 할 수도 있겠지만 인공지능을 기반으로 하는 판매채널은 보험만이 아니라 다양한 금융상품, 더 나아가서 공산품을 판매할 수 있을 것이다. 현재 홈쇼핑이 다른 공산품도 판매하면서 보험을 판매하는 것처럼 인공지능 기반 회사는 보험만이 아니라 다른 상품들도 판매하게 될 것이다. 그럴 경우 일반계약자들의 입장에서는 보험회사 또는 보험전문회사라는 이미지보다는 일반회사인데 보험을 판다는 느낌이 강할 것이다.

또한 보험회사가 스스로 헬스케어 전문회사, 자산운용 전문회사로 변신을 하거나 생활서비스 제공 회사의 이미지를 강하게 선전할 경우 계약자들은 이 회사들에 대해서 보험회사가 아니라 선전하는 모습으로 생각하게 될 것이다.

더 나아가서 타 산업에서 보험서비스를 시작할 수도 있을 것이다. 병원에서 건강관리서비스와 함께 질병치료와 관련하여 저렴하게 치료해주면서 보험서비스를 제공하게 될 것이다. 소비자들은 보험회사로부터 보험상품을 구매하는 대신 병원에서 제공하는 서비스를 구매할 수도 있게 될 것이다.¹⁰⁸⁾

108) 최근 제조업체들이 판매하는 상품에 대해서 제품 보증 등을 통해서 보험과 유사한 기능을 수행하는 일이 빈번하게 발생하고 있으며 이것이 보험인지 아닌지에 대한 논쟁이 생기고 있음. 최근 금융위의 해석은 상품을 생산하는 본체가 제공하는 보증은 보험이 아

이러한 변화들은 결국 소비자의 입장에서는 보험이라는 금융서비스를 제공받지만 보험회사가 아닌 다른 회사들로부터 받게 된다는 것이다. 그러므로 결국 사회 전체적으로 보험은 존재하고 보험상품을 판매하는 지금과 같은 전통적인 보험회사도 존재하지만 소비자들은 보험회사가 사라졌다고 느낄 수도 있을 것이다.

바. 보험회사 진화의 방향

앞으로 다가올 미래에 실현될 것으로 예상되는 것은 업무 위탁의 활성화를 통한 전문보험회사의 출현, 인공지능 판매채널 등장에 따른 판매채널의 변화, 보험회사의 상품전략 변화, 보험회사의 변화 그리고 보험산업 구조의 변화였다. 이러한 변화들은 기본적으로 인구 및 가구구조 변화, 경제 변화, 보험제도 변화 그리고 기술 변화의 속도에 따라서 가까운 미래에 일어날 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다. 인구 및 가구구조 변화가 생각한 것보다 느리게 진행되든가, 경제가 새로운 활력을 가지고 성장하기 시작한다면 보험산업에 미칠 영향도 이에 따라 앞에서 예측한 것과 다른 미래의 모습을 그릴 수도 있고 그렇지 않으면 시간적으로 더 가까운 미래 또는 더 장기적인 미래에 예측한 보험산업의 모습이 나타날 수도 있다.

그러나 현재 일어나고 있는 여러 가지 환경 변화의 방향과 이의 진행속도를 감안하였을 때 미래 보험회사들은 다음과 같은 모습으로 점차적으로 진화해 갈 것으로 예상된다.

먼저 현재 가장 먼저 나타나고 있는 위탁 업무가 활성화되어 보험회사들의 많은 기능이 외부에서 수행될 것으로 예상된다. 일부 보험회사들은 지속적으로 보험회사 본체 내에서 대부분의 업무를 스스로 수행할 것이지만 다른 보험회사들은 점진적으로 회사의 기능을 외부에 위탁하여 효율성을 향상시킬 것이다. 이러한 과정 속에서 외부 수탁업체들이 난립하는 현상이 나타날 수도 있을 것이다. 현재 소규모 계리법인

하지만 그 외에 제품유통업체와 같은 타 업체가 그 제품에 대해서 보증하는 것은 보험이라고 판단하고 있음. 이러한 논리에서 병원이 건강관리 서비스를 제공하고 부가적으로 병이 발생 시 치료도 해주게 되면 이것이 보험이 아니라고 해석될 가능성도 존재함.

들이 많이 생기고 있는 것처럼 다른 업무영역들에서도 이러한 현상이 나타날 수 있을 것이다. 그러나 일정 기간이 지나면 몇 개 업체로 통폐합되면서 전문적인 수탁회사가 등장할 것으로 예상된다. 현재 독립대리점(GA)이 대형화되고 있는 현상이 이러한 현상이다. 보험회사들은 가장 먼저 보험의 일부 기능만을 전문으로 하는 전문보험회사들과 함께 협력하는 모습이 가장 먼저 나타날 것으로 예상된다.

특히 인공지능 판매채널의 등장으로 인하여 보험시장의 경쟁이 새로운 차원으로 진입하게 될 것이다. 보험회사의 상품 판매량은 더 이상 전속 설계사 조직의 크기에 의해서 결정되지 않을 것이다. 따라서 전속 설계사 조직규모에 의한 시장 지배가 사라지게 되어 보험회사들은 상품과 서비스로 경쟁하게 될 것이다. 이것은 보험회사의 상품전략에 영향을 줄 것이며 보험회사의 전문화를 가속화시킬 것이다.

전문보험회사의 출현과 보험회사와의 협력이 이루어지는 과정 속에서 보험회사는 현재와 같은 상품포트폴리오를 구축하고 계속 영업하는 회사도 있겠지만 일부 보험회사는 앞에서 살펴본 것처럼 상품포트폴리오를 전문화할 것이다. 어떤 회사는 건강관리서비스 전문보험회사로 전환하기 위해 상품 포트폴리오를 백화점식 포트폴리오에서 건강 관련 상품 중심으로 변경할 것이다. 어떤 회사는 자산운용서비스 전문보험회사로 전환하기 위해 역시 상품 포트폴리오를 변경할 것이다.

이러한 회사 전문화는 회사 기능의 전문화와 별도로 진행될 것이다. 보험회사가 전문화의 방향으로 전략을 구사하지 않더라도 기능별 전문보험회사와의 협력은 회사의 효율성 측면에서 검토될 수 있을 것이다. 또는 건강관리서비스 전문보험회사 또는 자산운용서비스 전문보험회사로 회사의 방향을 정하더라도 상품개발, 판매, 유지 등 각각의 기능을 외부의 전문업체와 협력해서 수행할 수 있을 것이다.

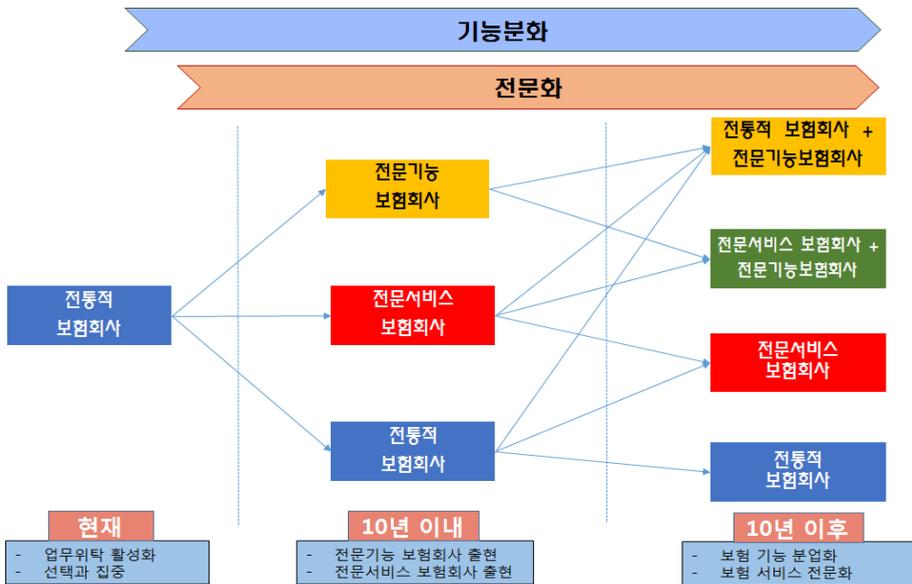
그러므로 보험회사는 기능의 전문화와 보험회사의 전문화가 거의 동시에 이루어지게 될 것이다. 이것은 현재 판매채널에 있어 독립대리점이 대형화되어 전문보험회사화 되어가고 있고 일부 보험회사가 건강관리서비스 전문보험회사 또는 자산운용서비스 전문보험회사로 전환되어 가고 있는 것을 통해서 확인할 수 있다.

요약하면 10년 이내의 가까운 미래에 보험회사의 주요 기능들의 외부 위탁이 활성화되면서 전문기능 보험회사들이 출현할 것으로 예상된다. 그리고 일부 보험회사들

은 전략적으로 회사의 역량을 한 곳으로 모으면서 건강관리, 자산운용, 생활관리 등의 전문서비스를 제공하는 보험회사로 전환할 것으로 예상된다. 그러나 일부 보험회사는 여전히 모든 기능을 보험회사 내에서 수행하고 다양한 상품을 공급하는 상품포트폴리오를 유지하는 현재의 전통적 보험회사의 모습을 유지할 것이다.

10년 이후의 먼 미래에는 판매 전문, 또는 언더라이팅 전문 등 전문기능 보험회사가 활성화되어 보험기능의 분업화가 이루어지고, 보험회사들도 현재와 같은 전통적인 보험회사로 유지하거나 전문서비스를 제공하는 회사로 전환하여 보험서비스 전문화가 이루어질 것으로 예상된다. 특히 전문기능 보험회사를 다양한 방법으로 활용할 것으로 예상되어 시장에는 다양한 형태의 보험회사가 존재할 것으로 예상된다.

〈그림 VI-16〉 보험회사 진화 방향



2. 보험회사 변화의 영향

가. 소비자 측면

보험소비자는 보험회사가 공급하는 상품 중에서 본인에게 적합한 상품을 구매하여 왔다. 소비자들은 TV, 온라인 광고 등을 통하여 보험의 필요성을 느끼고 보험 구매를 결정하기도 하지만 일반적으로 보험회사 판매조직의 니즈 환기에 의해 보험 구매를 결정한 후 판매조직이 제공하는 상품에서 필요한 상품을 선택하였다.

보험회사는 불특정 다수를 대상으로 상품을 판매하기 위해서 다수가 공통적으로 가지는 위험을 보장하는 상품을 설계하여 왔으며 특정한 위험에 대한 추가적인 보장을 요구하는 계약자들을 위해서 특약을 선택하도록 하고 있다. 비록 특약이 있지만 고객은 자신이 보장받기를 원하는 위험을 정확히 보장하는 상품을 구매하지 못하고 유사한 상품을 지금까지 구매하여 왔다.

보험소비자에게 제공되는 상품은 소비자가 원하는 위험보다 더 많은 위험을 보장하는 경우가 많고 그래서 상품이 일반적으로 매우 복잡하여 소비자들이 이해하는데 어려움이 있었다. 어떤 상품들은 특약이 100개나 되며 소비자 입장에서는 불필요한 위험 보장으로 보험료 부담이 가중된 것이 사실이다. 소비자는 본인이 보장받고 싶은 위험만을 보장하는 상품이 없는 상황에서 많은 위험을 보장하는 복잡한 상품을 이해하고 비교한 후 합리적으로 구매하는데 어려움이 있었다.

또한 보험료는 보험가입자들의 평균 위험을 반영하여 산출되기 때문에 보험계약자 간에 보험료 불평등이 존재하고 있다. 이것은 평균보다 높은 위험을 가진 계약자들의 보험가입을 유인하는 효과를 가져 왔다. 반대로 낮은 위험을 가진 계약자들은 보험 가입을 회피할 유인을 제공하였다. 이것은 결국 보험회사들이 상품 기획 시 예상한 계약자 집단과 다른 집단이 보험을 가입하는 결과를 초래하여 상품 운영을 곤란하게 할 수도 있다.

그러나 최근에는 소비자 개별 특성을 반영하여 위험을 세분화한 상품개발이 본격화되고 있다. 건강상태에 따라 상품을 세분화하여 보험가입이 불가능한 사람들도 가

입할 수 있는 간편심사 보험상품이 개발되어 판매되고 있다.

이러한 움직임은 IoT 또는 Big Data를 통해 보험계약자의 특성이 반영된 상품개발로 연결되고 있다. 운전습관연계보험(UBI: Usage-Based Insurance)이 한 예이다. 스마트폰 내비게이션을 활용하여 운전자 안전점수에 따라 보험료가 할인되는 등 보험계약자 운전습관이 보험료에 영향을 미치는 것이다. 또한 Big Data 분석을 통해 어린이를 탑승한 계약자들이 사고율이 낮다는 것을 찾아내고 이를 보험료에 반영하는 자동차보험 상품도 개발되어 판매되고 있다. 더 나아가서 건강한 생활습관을 유지하면 보험료를 할인해주어 이러한 생활습관을 가진 계약자들에게 유리한 상품이 출시되고 있다.

이러한 추세는 앞으로 계속 이어질 것이며 따라서 소비자들은 미래에는 본인에게 맞는 보험상품과 서비스를 합리적으로 선택하는 것이 가능해질 것이다. 소비자의 특성인 건강나이, 생활습관, 위험선호도가 반영된 개인별 상품이 개발되어 공급될 것으로 예상된다.

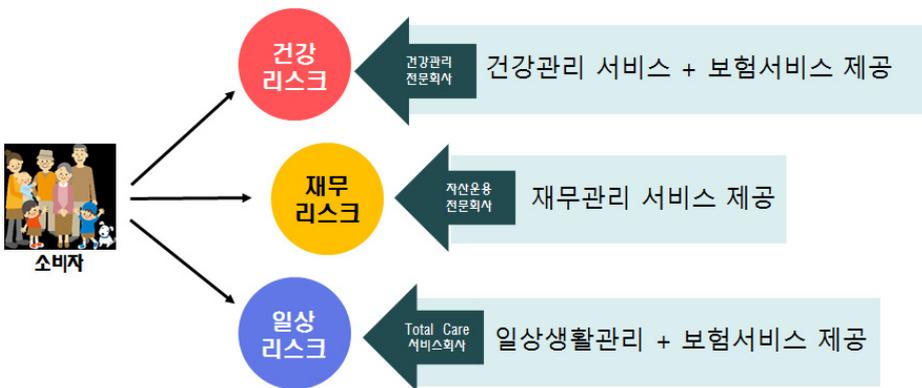
특히 인공지능 기반 판매채널을 통하여 정확한 상품 정보가 제공되어 불완전판매가 사라질 것이며 소비자는 여러 보험회사 상품을 비교하여 합리적으로 선택할 수 있을 것이다.

소비자들은 보험상품을 선택하는데 있어서 먼저 자신의 건강을 실시간으로 관리하는 회사를 선택할 것이며 필요 시 이와 별도로 정액보험을 따로 구매하기도 할 것이다. 그러나 현재 미국에서 하나의 실손보험을 구매하는 것처럼 하나의 건강관리 전문보험회사를 선택하는 것으로 보장성보험의 구매를 완료할 것이다. 그리고 저축성보험을 구매하고자 하는 소비자는 단순히 연금보험 또는 변액보험에만 가입할 수도 있겠지만 더 나아가서 펀드, 주식 등에 투자하는 소비자들도 있을 것이며 이들은 종합적인 재무관리 서비스를 제공하는 회사를 선택할 것이다. 그리고 마지막으로 소비자들은 자신의 자동차, 집에 대한 종합적인 관리서비스를 제공하는 회사를 선택할 것이다. IoT를 통해서 일상적으로 집을 관리해주면서 화재보험과 같은 일반 손해보험 서비스도 제공하고 더 나아가서 자동차보험도 제공하는 회사를 선택할 것이다. 물론 자동차보험을 따로 구매할 수도 있을 것이다.

한편으로 재물리스크 및 배상책임보험에 대한 관심이 높아질 것으로 예상된다. 사회가 점점 발달함에 따라 생활 속에서 접하는 것들이 첨단 제품이거나 첨단 부품을 포함하고 있는 경우가 많을 것이며 이에 대한 파손 또는 손실은 개인에게 또는 기업에게 많은 피해를 주게 된다. 따라서 이러한 재물리스크에 대한 배상책임보험이 보다 활성화될 것으로 예상된다. 최근 스마트폰의 파손과 관련해서 보험을 가입하는 것이 좋은 사례가 될 수 있을 것이다. 과거에는 집에서 사용하는 전화기에 대해서 보험을 가입한다는 것 자체를 상상할 수 없었으며 스마트폰 이전의 핸드폰 시절에도 보험 가입을 쉽게 생각하지 못하였는데 이는 전화기 또는 핸드폰이 소비자에게 경제적으로 타격을 줄 정도로 고가가 아니었기 때문이었다. 그러나 최근의 스마트폰은 수십만 원의 고가 제품들이기 때문에 소비자들은 파손이나 손실에 대해 보험을 가입하기 시작하고 있다. 이러한 추세는 앞으로 더욱 가속화될 것이고 이것은 비단 개인 고객뿐만 아니라 기업고객도 마찬가지가 될 것이다.

요약하면 미래에는 소비자들은 크게 3개의 보험상품을 구매하여 건강리스크, 재무리스크, 그리고 일상리스크 모두를 대비하게 될 것이다. 그리고 배상책임보험에 대한 관심이 높아질 것이다.

〈그림 VI-17〉 미래 보험소비자



나. 감독자 측면

앞에서 보험산업이 전통적인 모습에서 새로운 모습으로 변화되어 가는 것을 살펴 보았다. 보험회사 구조가 변화되고 상품도 형태와 서비스가 변화하고 신기술을 활용한 새로운 형태의 보험영업 행위가 등장할 것임을 살펴보았다.

이러한 변화는 보험산업에 대한 감독체계에도 변화를 요구하게 될 것이다. 현재까지 보험감독은 크게 보험회사에 대한 재무건전성 규제, 판매에 대한 영업행위 규제, 그리고 소비자 보호로 이루어져 왔다. 보험회사가 미래의 보험사고에 대해서 보험금을 지급할 수 있도록 충분한 자본을 보유하도록 규제하여 왔고, 보험상품의 개발 및 판매가 시장의 경쟁을 촉진하면서 효율적으로 이루어질 수 있도록 영업행위를 규제하여 왔으며 이 과정에서 소비자에게 불공정한 계약이 이루어지지 않도록 소비자를 보호하였다.

그러나 앞으로 상품 기획, 판매 및 보험금 지급 등 모든 업무를 한 회사에서 수행하던 구조에서 여러 회사들이 나누어서 처리하게 됨에 따라 이에 맞는 감독체계 수립이 필요할 것이다. 현재의 규제체계는 보험회사 중심의 업무기능 단위로 규제하고 있다. 그러나 업무기능별 분사가 활발해질 경우 업무기능별 회사 중심 감독체계로의 전환이 필요할 것이다.

예를 들어 현재는 본질적 업무에 대해서 위탁을 하지 못하도록 규제하고 있는데 본질적 업무가 위탁이 가능해질 경우 금융업에 대한 인·허가 정책에 대한 근본적인 검토가 요구될 것이다. 금융업에 대한 인·허가 정책을 하고 있는 이유는 궁극적으로 소비자를 보호하기 위해서이다. 그런데 기술 발달로 인해서 업무 위탁이 소비자 편익을 크게 증가시킬 때에는 본질적 업무 분화가 필요할 것이며 그럴 경우 소비자 보호를 위해서 분화된 회사에 대한 인·허가와 감독을 어떻게 할 것인가에 대한 고민이 있어야 할 것이다.

또한 회사들 사이의 관계에 대한 규제도 검토가 되어야 할 것이다. 현재에도 일부 대형 GA의 우월적 지위 남용이 문제 시 되고 있는 상황에서 GA에 대한 감독을 어떻게 할 것인지 금융당국은 고민하고 있다. 그런데 미래에는 다양한 전문보험회사들과

보험회사가 이해관계로 복잡하게 얽혀 있을 것이다. 이 경우 어떤 전문회사들은 시장 지배력이 높아서 보험회사뿐만 아니라 다른 종류의 전문보험회사들에게도 영향력을 행사할 수도 있을 것이다. 예를 들어 대형GA가 상품판매에 대한 지배력을 바탕으로 상품개발회사에 소비자에게 불공정한 상품을 개발할 것으로 요구하고 다른 계리법인에게는 이에 대한 승인을 요구하여 최종적으로 판매할 수도 있을 것이다. 이러한 경우가 발생하지 않도록 하기 위해서 개별 전문회사들에 대한 규제와 감독이 있어야 할 것이다. 각 업무기능별 전문회사들에 대한 개별 규제와 함께 업무기능들 사이에 대한 규제도 함께 검토되어야 할 것이다.

한편으로 보험산업에 IT기업 또는 병원이 진출하였을 때 이를 어떻게 규제하고 감독할 것인지에 대한 검토가 이루어져야 할 것이다. 병원의 보험서비스 제공에 대한 보험업법 개정에 대한 검토에서부터 병원의 재무건전성 평가방법, 소비자보호에 대한 감독방향 등이 논의되어야 할 것이다. 병원 업무가 보험이 전부가 아니기 때문에 이들의 재무건전성을 합리적으로 평가하는 것은 쉬운 일이 아닐 것으로 예상된다. 만약 병원이 단지 보험서비스를 보험회사와 연계해서 제공한다면 보험판매자의 지위를 어떻게 획득할 수 있는지에 대한 검토가 이루어져야 할 것이다. 비영리기관인 병원이 영리목적의 보험판매행위가 가능한지도 검토가 되어야 할 사항이다.

마찬가지로 대기업 소유의 인공지능 기반 회사들이 보험 판매, 언더라이팅, 심사 업무 등에 진출할 경우 이에 대한 감독도 새롭게 조명되어야 할 것이다.

보험회사가 스스로 헬스케어서비스 전문보험회사 또는 자산운용서비스 전문보험사로 전환할 경우 보험업법의 적용이 새롭게 검토되어야 할 것이다. 더 이상 보험회사가 아닌 회사에 보험업법 적용가능성과 함께 보험서비스뿐만 아니라 다른 서비스도 함께 제공하는 회사에 재무건전성 및 영업행위 규제 등을 어떻게 적용할 수 있는지가 논의되어야 할 것이다.

한편으로 보험회사들이 계약자별 보험상품을 개발하기 위해서는 요율산출 방법에 대한 검토가 업계와 함께 논의되어야 할 것이다. 계약자별 보험상품은 앞에서 살펴본 바와 같이 건강나이를 기준으로 만들어져야 한다. 따라서 건강나이를 어떻게 산출하고 어떻게 운영하여야 하는지 그리고 그 과정에서 소비자 보호가 어떻게 이루어져야

하는지 등이 논의가 되어야 한다.

감독당국이 지금까지 관리·감독한 보험상품은 다수에게 판매되는 상품이었다면 미래에는 개별 계약자에게 판매되는 상품에 대해서 관리·감독을 하여야 한다. 그러나 이것은 현실적으로 불가능한 것이다. 무수히 많은 상품의 형태와 보장을 관리·감독할 수 없기 때문에 개별소비자 보호를 위해서 새로운 관리·감독체계를 만들어야만 할 것이다.

보험산업을 구성하던 세 개의 축, 즉 공급자, 소비자, 감독자는 현재 벌어지고 있는 환경 변화로 인해서 다수의 축으로 변경될 것이다. 먼저 공급자인 보험회사가 하나의 회사에서 다양한 보험전문회사들로 나누어지고, 소비자는 대량판매 대상이던 다수의 계약자에서 개별상품을 구매하는 계약자들로 변화될 것이다. 따라서 감독자도 이에 맞추어서 재무건전성 규제, 소비자 보호, 행위 규제를 하여야 할 것이다.

다. 미래 준비

보험산업은 지금까지 수많은 변화를 겪으면서 발전을 거듭하여 왔다. 경제성장을 발판으로 보험산업이 급속히 성장하기도 하였으며 제도의 변화에 따라 보험회사들의 성장 전략이 변화하기도 하였다.

이제 보험산업은 인구 및 가구구조 변화, 경제 변화, 보험제도 변화, 그리고 기술 변화라는 변화의 물결을 맞이하고 있다. 이러한 변화의 물결이 앞으로 보험산업을 어떻게 변화시킬 것인지를 앞에서 살펴보았다. 그리고 이러한 변화들은 보험회사들로 하여금 여러 결정을 하도록 요구하고 있다.

먼저, 보험회사들은 현재와 같이 다양한 보험상품을 판매하는 전략을 계속 추구할 것인지 아니면 특정한 분야에 집중해서 전문보험회사로 탈바꿈할 것인지를 정하여야 할 것이다. 그리고 그 과정에서 많은 업무를 외부로 위탁을 함으로써 효율성을 추구할 것인지를 결정하여야 할 것이다.

인공지능 채널의 등장은 설계사 숫자가 좌우하는 시장점유율 경쟁을 사라지게 할 것이고 상품서비스가 시장점유율을 결정하게 될 것이므로 이에 대하여 보험회사들

은 상품개발 능력을 향상시켜야 할 것이다.

보험상품이 제공하는 서비스는 기존의 단순한 보험금 지급에서 다양하게 변화할 것이다. 특히 IoT를 기반으로 한 헬스케어서비스는 보험회사들을 완전히 새로운 시장으로 진입하게 할 것이다. 이 과정에서 병원과의 연계 또는 충돌이 예상되고 있다.

손해보험회사들에게는 IoT의 확산에 따라 사이버리스크가 새로운 시장으로 급부상할 것이다. 그리고 헨즈프리를 달성하기 위해서 새로운 서비스를 제공하려면 통신 회사 또는 수리서비스 회사 등과 손을 잡고 일을 해야 할 것이다.

보험산업에 다가오고 있는 변화의 물결은 빠르게 다가오고 있지만 하루 아침에 모든 것을 변화시키는 것은 아니다. 짧게는 4~5년 길게는 10년 이상에 걸쳐서 이러한 변화가 다가올 것으로 예상되고 있다. 그러므로 보험회사의 입장에서는 변화에 대비하기 위한 준비기간을 확보할 수 있다.

보험회사가 변화에 대비해서 제일 먼저 해야 할 일은 보험이 무엇이고 보험회사는 무엇을 해야 하는가를 결정하는 것이다. 지금까지 우리나라 보험회사들은 우연한 사고를 보상하는 것이 보험이라는 기본적인 생각에 입각해서 다양한 위험을 인수하여 왔다. 그러나 이제는 회사별로 보다 구체적으로 보험이 무엇이며 회사가 잘할 수 있는 것이 무엇인지를 고민해야 할 것이다. 그리고 이를 바탕으로 조직 구성과 외부회사와의 관계를 설정하여야 할 것이다. 생명보험회사는 과거처럼 저축성보험, 보장성보험, 변액보험 등 모든 상품을 팔기보다는 자신들이 잘할 수 있는 상품을 팔아야 할 것이다. 손해보험회사는 화재보험, 해상보험, 특종보험, 자동차보험 등 일반 손해보험과 장기손해보험을 모두 팔기보다는 자신들이 잘할 수 있는 상품을 팔아야 할 것이다.

회사의 기본 방향이 설정이 되고 나면 이 방향으로 나아가기 위한 조직을 스스로 구축을 할 것인지 아니면 외부의 도움을 받을 것인지를 결정해야 할 것이다. 앞으로는 다양한 전문보험회사들이 출현하여 보험회사의 일부 기능들을 효율적으로 수행할 것이기 때문에 이들과의 협업은 매우 필수불가결한 요소가 될 것이기 때문이다.

보험회사들이 앞으로 다가올 변화에 대비하는 것처럼 보험산업에 종사하는 사람들도 변화에 대비를 하여야 할 것이다. 앞으로 보험의 기능은 존재하지만 보험산업의 경계는 허물어질 것이기 때문에 이에 맞추어서 보험산업 종사자들도 준비를 해야 할

것이다. 계리사들이 보험회사의 계리부서에서만 일하지 않고 예를 들어 병원이나, 다른 전문보험회사에서 일하는 것이 일반화될 것이다. 그러므로 개인들은 자신들의 전문분야를 특화하여야 할 것이다. 이제는 일정 나이에 도달하면 진급을 하고 그래서 관리자가 되는 것이 보편적이지 않는 일이 될 것이고 자신의 전문분야에서 전문가로서 계속 일을 하는 것이 일반적인 모습이 될 것이다. 그리고 그 일을 하는 곳이 보험회사뿐만이 아니라 보험의 기능을 수행하는 다양한 회사들이 될 것이다. 따라서 계리 전문가, 상품 전문가, 언더라이팅 전문가, 지급심사 전문가, 상품판매 전문가 등 다양한 전문가 중 하나가 되어서 이러한 기능을 필요로 하는 곳에서 능력을 발휘하여야 할 것이다. 단순·반복적인 일은 인공지능에 의해서 대체될 수 있으며 혹은 외부 위탁이 될 가능성이 매우 높기 때문이다. 전문 업무도 외부 위탁이 될 수 있으나 이것은 지금의 외부 위탁과 다른 형태로 회사 대 회사의 대등한 관계의 협업이 될 것이다. 오히려 전문 업무를 수행하는 전문가의 위상을 높이는 것이 될 전망이다. 그러므로 보험산업에 종사하는 사람들은 스스로의 전문성을 강화하여야 보험회사들이 전문화되어 가는 과정에서 생존할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 국회예산정책처(2016), 「2016~2060년 NABO 장기 재정전망」.
- 금융위원회 보도자료(2015. 10. 19), “보험산업 경쟁력 강화 로드맵”.
- 김광석, 「인공지능의 파급영향」, 삼정KPMG 경제연구원.
- 김동성(2016), 「보험감독방향」, 보험계리사회 심포지엄 및 임시총회 발표자료.
- 김동호(2016. 8. 2), “김동호의 반퇴의 정석, 보험으로 장수시대 안전판을 구축하라”,
중앙일보.
- 김석영(2015), 「보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향」, 『CEO Report』, 보험연
구원.
- 김석영 · 이선주(2016), 「전속설계사채널의 향후 전망과 시사점」, 『KiRi 리포트』 제
393호, 보험연구원.
- 김석영 · 이승준(2016), 「핀테크 활성화에 따른 본질적 업무 위탁 필요성」, 『KiRi
Weekly』 제399호, 보험연구원.
- 김현경 · 조용혁(2014), 「미국의 자율주행자동차 임시운행 허가에 관한 규제분석」,
『IssuePaper』, 14-21-9, 한국법제연구원.
- 박형수 · 전병목(2009), 「사회복지 재정분석을 위한 중장기 재정추계모형 개발에 관
한 연구」, 한국조세연구원.
- 보험개발원, 매년 『생명보험 통계자료집』.
- 보험연구원(2016), 『2016 보험산업 전망과 과제』.
- 생명보험협회(2010), 『생명보험협회 60년사』.
- _____ (2014), 「보험업감독규정 개정안(수수료 분급 확대 관련 등)에 대한 의견」,
『생명보험협회보』, 통권39호.
- 손해보험협회(2006), 『손해보험협회 60년사』.
- 신일본보험신문사(2014), “제3보험상품 스페셜”.
- 안철경 · 이경희(2011), 『소비자보호를 위한 보험유통채널 개선방안』, 정책보고서,
보험연구원.

- 양승규(2004), 『보험법』, 삼지원.
- 오승연·김유미(2015), 『인구 및 가구구조 변화가 보험수요에 미치는 영향』, 조사보고서, 보험연구원.
- 이기형·김혜란(2016), 『자율주행자동차 보험제도 조사 연구』, 조사보고서, 보험연구원.
- 이상국(2016), 「일본 생명보험사 고령화 대응전략 및 시사점」, 『월간생명보험』, 2016년 6월호, 생명보험협회.
- 이태열·최명목·조혜원·김진익·최원(2005), 『보험산업 주요 지표의 중장기 전망』, 연구보고서, 보험연구원.
- 임준환·정봉은·황인창·이혜은·김혜란·정승연(2016), 『뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략』, 경영보고서, 보험연구원.
- 임태준·김세중(2016), 「1인가구 증가가 보험수요 감소를 초래하는가?」, 『KiRi 리포트』, 제376호, 보험연구원.
- 전용식·윤성훈·채원영(2014), 『국내경제의 일본식 장기부진 가능성 검토』, 보험연구원.
- 정도진, 「국제보험회계기준의 이해와 대응방안」, 2016 보험 최고경영자 아카데미.
- 정보통신산업진흥원(2014), 「자율주행차 최근 동향 및 도입 이슈」, 『주간기술동향』.
- 정성희 외(2016), 『헬스케어서비스 시장 활성화 방안』, Working Paper, 보험연구원.
- 최원·김세중(2014), 『보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경 변화』, 조사자료집, 보험연구원.
- 최윤섭(2014), 『헬스케어 이노베이션-이미 시작된 미래』, 클라우드나인.
- 최윤식(2013), 『2030 대담한 미래』, 지식노마드.
- KB금융지주 경영연구소(2016), 「스마트홈 시장의 성장과 보험사의 연계 사례」, 『KB 지식 비타민』, 16-32호.
- 통계청 보도자료(2015. 7. 8), “세계와 한국의 인구현황 및 전망”.
- 피터 L. 번스타인(1997), 『신을 거역한 사람들』, 한국경제신문사.
- 한국노동연구원, 노동패널, 각 연도.

- 한국법제연구소(2014), 『미국의 자율주행자동차 임시운행 허가에 관한 분석』.
- 황진수·유병남(2006), 「병원에 있어 환자중심의 가치 실현을 위한 전략 경영의 탐색」, 『경영교육연구』, 44권, pp. 331~348.
- Andersen, D.R. and J.R. Nevin(1975), “Determinants of Young Married’s Life Insurance Purchasing Behavior: An Empirical Investigation”, *Journal of Risk and Insurance*, Vol.42 No.3, pp. 375~387.
- BCG(2015.4), “自動運転車市場の将来予M測, Revolution in the Driver’ Seat: The Road to Autonomous Vehicles”.
- Beck, T., Webb, I. (2003), “Economic, demographic, and institutional determinants of life insurance consumption across countries”, *World Bank Economic Review*, Vol. 17 No. 1, pp. 51~88.
- Berekson L.L. (1972), “Birth Order, Anxiety, Affiliation and the Purchase of Life Insurance”, *Journal of Risk and Insurance*, Vol.39 No.1, pp. 93-108.
- Browne, M. J., J. Chung, and E.W. Frees(2000), “International Property-Liability Insurance Consumption”, *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 67 No. 1, pp. 73~90.
- Cecchetti, S. G., Mohanty, M. S., and Zampolli, F.(2011), *The Real Effects of Debt*, BIS Working Papers No.352, Bank for International Settlements.
- CIGNA(2016. 7. 29), “CIGNA CORPORATION INVESTOR PRESENTATION”.
- Deloitte(2015), *The future of health care insurance*.
- Denis Kessler(2014. 3), “The reinsurance industry in 2020”, Scor Re.
- Dynan, K. D., Elmendorf, and D. Sichel(2012), *The Evolution of Household Income Volatility*, working paper.
- Elango, B and Jones, J(2011), “Drivers of Insurance Demand in Emerging Markets”, *Journal of Service Science Research*, Vol. 3 No. 2, pp. 185~204.
- Elix-IRR(2013), *Trends in Outsourcing in the Financial Services Industry*

2009-2013: What is next for the financial services support model?

Ernst & Young(2015), *The future of Distribution*.

Esho, N., Kirievsky, A., Ward, D., Zurbruegg, R.(2004), "Law and the determinants of Property-Casualty insurance", *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 71 No. 2, pp. 265~283.

Eugensson Anders et al.(2012), "ENVIRONMENTAL, SAFETY, LEGAL AND SOCIETAL IMPLICATIONS OF AUTONOMOUS DRIVING SYSTEMS".

Feyen, E., R. Lester and R. Rocha(2011), *What Drives the Development of the Insurance Sector*, Policy Research Working Paper No. 5572, World Bank, Washington.

Frey, C. B. and Osborne, M. A.(2013), *The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?*, OMS Working paper.

Fortune(2015. 10. 8), "Volvo CEO: We will accept all liability when our cars are in autonomous mode".

Hammond, J. D., D. B. Houston, and E. R. Melander(1967), "Determinants of Household Life Insurance Premium Expenditure: An Empirical Investigation", *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 34 No. 3, pp. 397~408.

Hwang, T. and B. Greenford(2005), "A Cross-Section Analysis of the Determinants of Life Insurance Consumption in Mainland China, Hong-Kong and Taiwan", *Risk Management and Insurance Review*, Vol. 8 No. 1, pp. 103~125.

IBM(2006), *Insurance 2020*.

Kearney(2014), *The internet of Things: Opportunity for Insurers*.

Li, D., F. Moshirian, P. Nguyen and T. Wee(2007), "The Demand for Life Insurance in OECD Countries", *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 74 No. 3, pp. 637~652.

LIMRA(2016), "KIRI/LIMRA&LORA International Executive Forum Korea".

- Mary M. Art(2015), *Purchasing Insurance in the U.S.*, LIMRA.
- Nakata, H. and Y. Sawada(2007), *Demand for Non-life Insurance: A Cross-Country Analysis*, CIRJE Working Paper F-461.
- OECD(2010), “Economic Outlook”.
- OECD Statistics.
- Outreville, J.F.(1990), “The Economic Significance of Insurance Markets in Developing Countries”, *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 18 No. 3, pp. 487~498.
- Park, S.C. and J. Lemaire(2011), “The Impact of Culture on the Demand for Non-Life Insurance”, *Insurance and Risk Management*, Working paper, The Wharton School and University of Pennsylvania.
- PWC(2012), *Life insurance 2020: Competing for a future*.
- _____(2012), *Insurance 2020 : Turning change into opportunity*.
- _____(2014), *Insurance 2020: The digital prize-Taking customer connection to a new level*.
- _____(2015), *Insurance 2020 & beyond: Necessity is the mother of reinvention*.
- Schwab, K. (2016), *The Fourth Industrial Revolution*, World Economic Forum.
- Swiss Re(2015), *The future of motor insurance : How car connectivity and ADAS are impacting the market*, A joint white paper by HERE and Swiss Re.
- _____(2016), “World Insurance 2015: steady growth amid regional disparities”, *Sigma* No3/2016.
- Trevor Rorbye(2013), “Future trends in insurance”, Ernst & Young.
- Truett, D. B., and L. J. Truett (1990), “The Demand for Life Insurance in Mexico and the United States: A Comparative Study”, *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 57 No. 2, pp. 321~328.

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

■ 연구보고서(구)

- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목 · 장동식 · 김동겸 2008.1
- 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.6
- 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 2009.2
- 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원 · 이해은 2009.3
- 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식 · 이창우 · 김동겸 2009.3
- 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출 방법 연구 / 기승도 · 김대환 2009.8
- 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도 · 김대환 · 김혜란 2010.1
- 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원 · 이해은 2010.4
- 2010-2 생명보험 상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태 · 이경희 2010.5
- 2010-3 보험회사 자산관리서비스 사업모형 검토 / 진 익 · 김동겸 2010.7

■ 정책보고서(구)

- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
- 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호 · 최 원 2008.3
- 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면 · 이태열 · 신중협 · 황진태 · 유진아 · 김세환 · 이정환 · 박정희 · 김세중 · 최이섭 2008.11
- 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진 익 · 이민환 · 유경원 · 최영목 · 최형선 · 최 원 · 이경아 · 이해은 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

- 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면 · 황진태 · 변혜원 · 이경희 · 이정환 · 박정희 · 김세중 · 최이섭 2009.12
- 2009-5 금융상품판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경 · 변혜원 · 권오경 2010.1
- 2010-1 보험사기 영향요인과 방지방안 / 송윤아 2010.3
- 2010-2 2011년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면 · 김대환 · 이경희 · 이정환 · 최 원 · 김세중 · 최이섭 2010.12
- 2011-1 금융소비자 보호 체계 개선방안 / 오영수 · 안철경 · 변혜원 · 최영목 · 최형선 · 김경환 · 이상우 · 박정희 · 김미화 2010.4
- 2011-2 일반공제사업 규제의 합리화 방안 / 오영수 · 김경환 · 박정희 2011.7
- 2011-3 퇴직연금 적립금의 연금전환 유도방안 / 이경희 2011.5
- 2011-4 저출산 · 고령화와 금융의 역할 / 윤성훈 · 류건식 · 오영수 · 조용운 · 진 익 · 유진아 · 변혜원 2011.7
- 2011-5 소비자 보호를 위한 보험유통채널 개선방안 / 안철경 · 이경희 2011.11
- 2011-6 2012년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈 · 황진태 · 이정환 · 최 원 · 김세중 · 오병국 2011.12
- 2012-1 인적사고 보험금의 지급방식 다양화 방안 / 조재린 · 이기형 · 정인영 2012.8
- 2012-2 보험산업 진입 및 퇴출에 관한 연구 / 이기형 · 변혜원 · 정인영 2012.10
- 2012-3 금융위기 이후 보험규제 변화 및 시사점 / 임준환 · 유진아 · 이경아 2012.11
- 2012-4 소비자중심의 변액연금보험 개선방안 연구: 공시 및 상품설계 개선을 중심으로 / 이기형 · 임준환 · 김해식 · 이경희 · 조영현 · 정인영 2012.12
- 2013-1 생명보험의 자살면책기간이 자살에 미치는 영향 / 이창우 · 윤상호 2013.1
- 2013-2 퇴직연금 지배구조체계 개선방안 / 류건식 · 김대환 · 이상우 2013.1
- 2013-3 2013년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈 · 전용식 · 이정환 · 최 원 · 김세중 · 채원영 2013.2
- 2013-4 사회안전망 체제 개편과 보험산업 역할 / 진 익 · 오병국 · 이성은 2013.3
- 2013-5 보험지주회사 감독체계 개선방안 연구 / 이승준 · 김해식 · 조재린 2013.5
- 2013-6 2014년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈 · 전용식 · 최 원 · 김세중 · 채원영 2013.12
- 2014-1 보험시장 경쟁정책 투명성 제고방안 / 이승준 · 강민규 · 이해량 2014.3

- 2014-2 국내 보험회사 지급여력규제 평가 및 개선방안 / 조재린 · 김해식 · 김석영 2014.3
- 2014-3 공 · 사 사회안전망의 효율적인 역할 제고 방안 / 이태열 · 강성호 · 김유미 2014.4
- 2014-4 2015년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈 · 김석영 · 김진억 · 최 원 · 채원영 · 이아름 · 이해랑 2014.11
- 2014-5 의료보장체계 합리화를 위한 공 · 사 건강보험 협력방안 / 조용운 · 김경환 · 김미화 2014.12
- 2015-1 보험회사 재무건전성 규제-IFRS와 RBC 연계방안 / 김해식 · 조재린 · 이경아 2015.2
- 2015-2 2016년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈 · 김석영 · 김진억 · 최 원 · 채원영 · 이아름 · 이해랑 2015.11
- 2016-1 정년연장의 노후소득 개선 효과와 개인연금의 정책방향 / 강성호 · 정봉은 · 김유미 2016.2
- 2016-2 국민건강보험 보장률 인상 정책 평가: DSGE 접근법 / 임태준 · 이정택 · 김혜란 2016.11
- 2016-3 2017년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2016.12

■ 경영보고서(구)

- 2009-1 기업휴직보험 활성화 방안 연구 / 이기형 · 한상용 2009.3
- 2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진 익 2009.3
- 2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진 익 · 유시용 · 이경아 2009.3
- 2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목 · 최 원 2009.6
- 2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경 · 권오경 2010.2
- 2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수 · 김경환 2010.2
- 2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식 · 이창우 · 이상우 2010.3
- 2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실 · 정책연구실 · 동향분석실 2010.6
- 2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실 · 재무연구실 2010.6
- 2010-5 변액보험 보증리스크관리연구 / 권용재 · 장동식 · 서성민 2010.4
- 2010-6 RBC 내부부형 도입 방안 / 김해식 · 최영목 · 김소연 · 장동식 · 서성민 2010.10

- 2010-7 금융보증보험 가격결정모형 / 최영수 2010.7
- 2011-1 보험회사의 비대면채널 활용방안 / 안철경 · 변혜원 · 서성민 2011.1
- 2011-2 보증보험의 특성과 리스크 평가 / 최영목 · 김소연 · 김동겸 2011.2
- 2011-3 충성도를 고려한 자동차보험 마케팅전략 연구 / 기승도 · 황진태 2011.3
- 2011-4 보험회사의 상조서비스 기여방안 / 황진태 · 기승도 · 권오경 2011.5
- 2011-5 사기성클레임에 대한 최적조사방안 / 송윤아 · 정인영 2011.6
- 2011-6 민영의료보험의 보험리스크관리방안 / 조용운 · 황진태 · 김미화 2011.8
- 2011-7 보험회사의 개인형 퇴직연금 운영방안 / 류건식 · 김대환 · 이상우 2011.9
- 2011-8 퇴직연금시장의 환경변화에 따른 확정기여형 퇴직연금 운영방안 / 김대환 · 류건식 · 이상우 2011.10
- 2012-1 국내 생명보험회사의 기업공개 평가와 시사점 / 조영현 · 전용식 · 이해은 2012.7
- 2012-2 보험산업 비전 2020 : ㉠ sure 4.0 / 진 익 · 김동겸 · 김혜란 2012.7
- 2012-3 현금흐름방식 보험료 산출의 시행과 과제 / 김해식 · 김석영 · 김세영 · 이해은 2012.9
- 2012-4 보험회사의 장수리스크 발생원인과 관리방안 / 김대환 · 류건식 · 김동겸 2012.9
- 2012-5 은퇴가구의 경제형태 분석 / 유경원 2012.9
- 2012-6 보험회사의 날씨리스크 인수 활성화 방안: 지수형 날씨보험을 중심으로 / 조재린 · 황진태 · 권용재 · 채원영 2012.10
- 2013-1 자동차보험시장의 가격경쟁이 손해율에 미치는 영향과 시사점 / 전용식 · 채원영 2013.3
- 2013-2 중국 자동차보험 시장점유율 확대방안 연구 / 기승도 · 조용운 · 이소양 2013.5
- 2016-1 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 / 임준환 · 정봉은 · 황인창 · 이해은 · 김혜란 · 정승연 2016.4
- 2016-2 금융보증보험 잠재 시장 연구: 지방자치단체 자금조달 시장을 중심으로 / 최창희 · 황인창 · 이경아 2016.5
- 2016-3 퇴직연금시장 환경변화와 보험회사 대응방안 / 류건식 · 강성호 · 김동겸 2016.5

■ 조사보고서(구)

- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문 · 김진익 · 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 리스크 평가모형 및 측정 방법 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
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신중협 · 최형선 · 최원 2010.3
- 2010-2 금융산업의 영업행위 규제 개선방안 / 서대교 · 김미화 2010.3
- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우 · 이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원 · 박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송윤아 2010.5
- 2010-6 보험산업 내 고정거래규제 조화방안 / 이승준 · 이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진료수가 차등적용 개선방안 / 조용운 · 서대교 · 김미화 2010.4
- 2010-8 보험회사의 금리위험 대응전략 / 진익 · 김해식 · 유진아 · 김동겸 2011.1
- 2010-9 퇴직연금 규제체계 및 정책방향 / 류건식 · 이창우 · 이상우 2010.7

- 2011-1 생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석 / 안철경 · 황진태 · 서성민 2011.6
- 2011-2 2011년 보험소비자 설문조사 / 김대환 · 최 원 2011.5
- 2011-3 보험회사 녹색금융 참여방안 / 진 익 · 김해식 · 김혜란 2011.7
- 2011-4 의료시장 변화에 따른 민영실손의료보험의 대응 / 이창우 · 이기형 2011.8
- 2011-5 아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구 / 조용운 · 변혜원 · 이승준 · 김경환 · 오병국 2011.11
- 2012-1 2012년 보험소비자 설문조사 / 황진태 · 전용식 · 윤상호 · 기승도 · 이상우 · 최 원 2012.6
- 2012-2 일본의 퇴직연금제도 운영체계 특징과 시사점 / 이상우 · 오병국 2012.12
- 2012-3 솔벤시 II 의 보고 및 공시 체계와 시사점 / 장동식 · 김경환 2012.12
- 2013-1 2013년 보험소비자 설문조사 / 전용식 · 황진태 · 변혜원 · 정원석 · 박선영 · 이상우 · 최 원 2013.8
- 2013-2 건강보험 진료비 전망 및 활용방안 / 조용운 · 황진태 · 조재린 2013.9
- 2013-3 소비자 신뢰 제고와 보험상품 정보공시 개선방안 / 김해식 · 변혜원 · 황진태 2013.12
- 2013-4 보험회사의 사회적 책임 이행에 관한 연구 / 변혜원 · 조영현 2013.12
- 2014-1 주택연금 연계 간병보험제도 도입 방안 / 박선영 · 권오경 2014.3
- 2014-2 소득수준을 고려한 개인연금 세제 효율화방안: 보험료 납입단계의 세제방식 중심으로 / 정원석 · 강성호 · 이상우 2014.4
- 2014-3 보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위 규제 등을 중심으로 / 한기정 · 최준규 2014.4
- 2014-4 보험산업 환경변화와 판매채널 전략 연구 / 황진태 · 박선영 · 권오경 2014.4
- 2014-5 거시경제 환경변화의 보험산업 파급효과 분석 / 전성주 · 전용식 2014.5
- 2014-6 국내경제의 일본식 장기부진 가능성 검토 / 전용식 · 윤성훈 · 채원영 2014.5
- 2014-7 건강생활관리서비스 사업모형 연구 / 조용운 · 오승연 · 김미화 2014.7
- 2014-8 보험개인정보 보호법제 개선방안 / 김경환 · 강민규 · 이해량 2014.8
- 2014-9 2014년 보험소비자 설문조사 / 전용식 · 변혜원 · 정원석 · 박선영 · 오승연 · 이상우 · 최 원 2014.8
- 2014-10 보험회사 수익구조 진단 및 개선방안 / 김석영 · 김세중 · 김혜란 2014.11
- 2014-11 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언 / 전용식 · 조영현 · 채원영 2014.12

- 2015-1 보험민원 해결 프로세스 선진화 방안 / 박선영 · 권오경 2015.1
- 2015-2 재무건전성 규제 강화와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현 · 조재린 · 김혜란 2015.2
- 2015-3 국내 배상책임보험 시장 성장 저해 요인 분석 -대인사고 손해배상액 산정 기준을 중심으로 - / 최창희 · 정인영 2015.3
- 2015-4 보험산업 신뢰도 제고 방안 / 이태열 · 황진태 · 이선주 2015.3
- 2015-5 2015년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2015.8
- 2015-6 인구 및 가구구조 변화가 보험 수요에 미치는 영향 / 오승연 · 김유미 2015.8
- 2016-1 경영환경 변화와 주요 해외 보험회사의 대응 전략 / 전용식 · 조영현 2016.2
- 2016-2 시스템리스크를 고려한 복합금융그룹 감독방안 / 이승준 · 민세진 2016.3
- 2016-3 저성장 시대 보험회사의 비용관리 / 김해식 · 김세중 · 김현경 2016.4
- 2016-4 자동차보험 해외사업 경영성과 분석과 시사점 / 전용식 · 송윤아 · 채원영 2016.4
- 2016-5 금융 · 보험세계연구: 집합투자기구, 보험 그리고 연금세제를 중심으로 / 정원석 · 임 준 · 김유미 2016.5
- 2016-6 가용자본 산출 방식에 따른국내 보험회사 지급여력 비교 / 조재린 · 황인창 · 이경아 2016.5
- 2016-7 해외 사례를 통해 본 중 · 소형 보험회사의 생존전략 / 이태열 · 김해식 · 김현경 2016.5
- 2016-8 생명보험회사의 연금상품 다양화 방안: 종신소득 보장기능을 중심으로 / 김세중 · 김혜란 2016.6
- 2016-9 2016년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2016.8
- 2016-10 자율주행자동차 보험제도 연구 / 이기형 · 김혜란 2016.9

■ 조사자료집

- 2014-1 보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화 / 최 원 · 김세중 2014.6
- 2014-2 주요국 내부자본적정성 평가 및 관리 제도 연구 -Own Risk and Solvency Assessment - / 장동식 · 이정환 2014.8
- 2015-1 고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례 / 강성호 · 정원석 · 김동걸 2015.1

- 2015-2 경증치매자 보호를 위한 보험사의 치매실태 도입방안 / 정봉은 · 이선주 2015.2
- 2015-3 소비자 금융이해력 강화 방안: 보험 및 연금 / 변혜원 · 이해량 2015.4
- 2015-4 글로벌 금융위기 이후 세계경제의 구조적 변화 / 박대근 · 박춘원 · 이항용 2015.5
- 2015-5 노후소득보장을 위한 주택연금 활성화 방안 / 전성주 · 박선영 · 김유미 2015.5
- 2015-6 고령화에 대응한 생애자산관리 서비스 활성화 방안 / 정원석 · 김미화 2015.5
- 2015-7 일반 손해보험 요율제도 개선방안 연구 / 김석영 · 김혜란 2015.12

■ 연차보고서

- 제 1 호 2008년 연차보고서 / 보험연구원 2009.4
- 제 2 호 2009년 연차보고서 / 보험연구원 2010.3
- 제 3 호 2010년 연차보고서 / 보험연구원 2011.3
- 제 4 호 2011년 연차보고서 / 보험연구원 2012.3
- 제 5 호 2012년 연차보고서 / 보험연구원 2013.3
- 제 6 호 2013년 연차보고서 / 보험연구원 2013.12
- 제 7 호 2014년 연차보고서 / 보험연구원 2014.12
- 제 8 호 2015년 연차보고서 / 보험연구원 2015.12
- 제 9 호 2016년 연차보고서 / 보험연구원 2017.1

■ 영문발간물

- 제 7 호 Korean Insurance Industry 2008 / KIRI, 2008.9
- 제 8 호 Korean Insurance Industry 2009 / KIRI, 2009.9
- 제 9 호 Korean Insurance Industry 2010 / KIRI, 2010.8
- 제10호 Korean Insurance Industry 2011 / KIRI, 2011.10
- 제11호 Korean Insurance Industry 2012 / KIRI, 2012.11
- 제12호 Korean Insurance Industry 2013 / KIRI, 2013.12
- 제13호 Korean Insurance Industry 2014 / KIRI, 2014.7
- 제14호 Korean Insurance Industry 2015 / KIRI, 2015.7
- 제15호 Korean Insurance Industry 2016 / KIRI, 2016.7

제 6 호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2013 / KIRI, 2014.2
제 7 호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2013 / KIRI, 2014.5
제 8 호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2014 / KIRI, 2014.8
제 9 호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2014 / KIRI, 2014.10
제10호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2014 / KIRI, 2015.2
제11호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2014 / KIRI, 2015.4
제12호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2015 / KIRI, 2015.8

■ CEO Report

2008-1	자동차보험 물적담보 손해를 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
2010-1	복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환 · 이상우 · 김혜란 2010.4
2010-2	FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6
2010-3	보험소비자 보호의 경영전략적 접근 / 오영수 2010.7
2010-4	장기손해보험 보험사기 방지를 위한 보험금 지급심사제도 개선 / 김대환 · 이기형 2010.9
2010-5	퇴직금 중간정산의 문제점과 개선과제 / 류건식 · 이상우 2010.9
2010-6	우리나라 신용카드시장의 특징 및 개선논의 / 최형선 2010.11
2011-1	G20 정상회의의 금융규제 논의 내용 및 보험산업에 대한 시사점 / 김동겸 2011.2
2011-2	영국의 공동계정 운영체계 / 최형선 · 김동겸 2011.3
2011-3	FY2011 수입보험료 전망 / 동향분석실 2011.7
2011-4	근퇴법 개정에 따른 퇴직연금 운영방안과 과제 / 김대환 · 류건식 2011.8
2012-1	FY2012 수입보험료 전망 / 동향분석실 2012.8

- 2012-2 건강생활서비스법 제정(안)에 대한 검토 / 조용운 · 이상우 2012.11
- 2012-3 보험연구원 명사초청 보험발전 간담회 토론 내용 / 윤성훈 · 전용식 · 전성주 · 채원영 2012.12
- 2012-4 새정부의 보험산업 정책(Ⅰ): 정책공약집을 중심으로 / 이기형 · 정인영 2012.12
- 2013-1 새정부의 보험산업 정책(Ⅱ): 국민건강보험 본인부담경감제 정책에 대한 평가 / 김대환 · 이상우 2013.1
- 2013-2 새정부의 보험산업 정책(Ⅲ): 제18대 대통령직인수위원회 제안 국정과제를 중심으로 / 이승준 2013.3
- 2013-3 FY2013 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2013.7
- 2013-4 유럽 복합금융그룹의 보험사업 매각 원인과 시사점 / 전용식 · 윤성훈 2013.7
- 2014-1 2014년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2014.6
- 2014-2 인구구조 변화가 보험계약규모에 미치는 영향 분석 / 김석영 · 김세중 2014.6
- 2014-3 『보험 혁신 및 건전화 방안』의 주요 내용과 시사점 / 이태열 · 조재린 · 황진태 · 송윤아 2014.7
- 2014-4 아베노믹스 평가와 시사점 / 임준환 · 황인창 · 이해은 2014.10
- 2015-1 연말정산 논란을 통해 본 소득세제 개선 방향 / 강성호 · 류건식 · 정원석 2015.2
- 2015-2 2015년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2015.6
- 2015-3 보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향 / 김석영 2015.10
- 2016-1 금융규제 운영규정 제정 의미와 시사점 / 김석영 2016.1
- 2016-3 2016년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2016.7
- 2016-4 EU Solvency II 경과조치의 의미와 시사점 / 황인창 · 조재린 2016.7
- 2016-5 비급여 진료비 관련 최근 논의 동향과 시사점 / 정성희 · 이태열 2016.9

■ Insurance Business Report

- 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 / 진 익 2008.7
 33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희 · 서성민 2008.9

■ 간행물

- 보험동향 / 연 4회
- 보험금융연구 / 연 4회

※ 2008년 이전 발간물은 보험연구원 홈페이지(<http://www.kiri.or.kr>)에서 확인하시기 바랍니다.

『도서회원 가입안내』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 - 보험동향 - 보험금융연구 	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 - 보험동향 - 보험금융연구 	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 - 보험동향 - 보험금융연구
	<ul style="list-style-type: none"> - 본원 주최 각종 세미나 및 공청회 자료(PDF) - 영문보고서 	-	-

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

가입문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02) 3775-9113, 9080 팩스 : (02) 3775-9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401-01-125198)

예금주 : 보험연구원

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

저자약력

김석영

Arizona University 수학 박사
보험연구원 연구위원
(E-mail : skim@kiri.or.kr)

윤성훈

University of Michigan 경제학 박사
보험연구원 선임연구위원
(E-mail : shyun@kiri.or.kr)

이선주

성균관대학교 보험계리학 석사
보험연구원 연구원
(E-mail : sjlee87@kiri.or.kr)

연구보고서 2017-1

보험산업 미래

발행일 2017년 2월

발행인 한 기 정

발행처 보험연구원
서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38
화재보험협회빌딩
대표전화: (02) 3775-9000

조판및
인쇄 고려씨엔피

ISBN 979-11-85691-51-0 94320
979-11-85691-50-3 (세트)

정가 10,000원