글로벌 소액보험시장의 현황과 과제[1]

김현경 연구원

■ 저소득층을 대상으로 하는 소액보험시장은 개발도상국을 중심으로 성장해 왔으며 앞으로도 더욱 확대될 것으로 전망됨.

- 2011년 소액보험시장 규모는 보험료 기준 300~500억 달러이며 지역적 비중을 살펴보면 아시아 지역이 80%를 차지하고, 라틴아메리카와 아프리카가 각각 15%, 5%로 뒤를 이음.[2]
- 소액보험으로 보장되는 계약 건수는 2006년 7,800만 건에서 2011년 5억 건으로 증가하였으며 2020년에는 소액보험이 10억 건 이상의 위험을 커버할 것으로 전망됨.

■ 소액보험시장에 대한 정부와 민간의 다양한 투자가 증가하고 있으며 보험회사들도 소액보험 공급을 통한 성장전략을 모색하고 있음.

- 인도의 보험감독당국(IRDA)은 보험회사가 일정비율 이상 농촌지역에서 보험상품을 판매하도록 하는 등 보험회사가 소외계층에게 보험서비스를 공급하도록 장려함.
- Leapfrog[3], International Finance Corporation, Inter-American Development Bank 등 다양한 투자자들이 소액보험사업에 적극적으로 투자를 하고 있음.
- 필리핀의 보험회사인 Malayan는 자회사 Bankers Assurance Corporation을 설립하여 2011년부터 소액보험을 판매하기 시작함.
- 보험회사의 경우 소액보험 공급 확대를 통해 기업의 이미지를 제고함과 더불어 신규 고객 확보 및 언더라이팅 역량 강화를 기대하고 있음.

---

1) Timetric(2015.5), "Microinsurance-Tapping an Unconventional Market"을 발췌 및 요약함.
2) Accenture(2012) 외.
3) Leapfrog는 소액보험사업을 지원하는 가장 큰 규모의 기금으로 JP Morgan, Clinton Global Initiative, KfW Development, Triodos Bank 등이 참여하고 있음.

- 소액보험은 저렴한 보험료와 고비용 구조로 수익성을 추구하기 어렵고, 보험에 대한 인식이 부족한 저소득층을 상대로 영업을 해야 한다는 점이 보험회사에게 부담이 될 수 있음.
  - 소액보험의 보험료는 저렴한 반면 저소득층을 위한 마케팅 비용이 상대적으로 높아 일정수준의 영업 마진을 유지하기 어려움.
    - 저소득층은 농촌 등 넓은 지역에 분포하고 있기 때문에 고객관리 비용이 높은 편임.
  - 저소득층은 보험에 대한 인식과 신뢰가 부족하여 보험 구입의사가 적으며 경제상황이 어려워지면 보험료를 납부할 능력이 부족하기 때문에 보험회사가 고객을 유지하는데 어려움이 있음.
  - 저소득층 고객에 대한 데이터 부족으로 소액보험의 위험관리와 보험료 산정이 어려움.

- 소액보험사업의 비용을 최소화하고 고객관리를 용이하게 하기 위해서는 저소득층 고객의 니즈와 특성을 파악하고 적합한 채널과의 협력을 통해 보험 상품을 제공하는 것이 필수적임.
  - 저소득층 고객 접근성에 이점이 있는 MFI(Micro Finance Institution)와 NGO는 저소득층 금융교육 서비스를 함께 제공할 수 있음.
  - 모바일 네트워크는 운영비용을 절감시켜 소액보험 확대에 중요한 역할을 하고 있음.
    - 모바일 네트워크를 통한 소액보험 판매는 지속적으로 증가하여 2014년 기준 계약건수가 1,700만 건에 달함.

〈표 1〉 소액보험상품의 다양한 채널 활용 사례

채널 유형	활용 사례
금융기관 (MFI, 은행 등)	– 페루의 Protecta는 MFI 기관 MiBanco와 협력하여 고객을 확보함 – 가나의 여성세계은행은 저축계좌와 연동된 생명보험상품을 판매하여 예금실적이 증가함
NGO	– 인도의 Bajaj Allianz는 여성을 타깃고객으로한 저축형 생명보험을 NGO를 통해 판매함
유통 채널 (슈퍼마켓 등)	– 브라질의 Mapfre는 가구 판매업자와 협력해 2013년까지 600만 달러규모의 보험을 판매함
커뮤니티 기관 (협동조합, 협회 등)	– 필리핀의 Pioneer Life는 교회를 통해 저축형 소액 보험을 판매함 – 인도의 Iffco-Tokio는 농협 및 신협과 제휴하여 처리과정 단축 등으로 고객만족을 높임
모바일 네트워크	– 세네갈의 Tigo는 2012년 UASen Vie의 모바일 소액 생명보험 판매를 시작함

자료: Timetric, 수정 인용.

- 소액보험사업은 단기적인 성과를 기대하기 어렵기 때문에 인프라 투자 및 소액보험시장에 대한 전문적인 이해력 제고 등 장기적인 노력이 필요함.

(Timetric 등)