



CEO Brief

2021.08. 제2021-13호

CEO Brief는 보험산업 관련 이슈를 분석하여 보험회사 CEO와 유관기관의 기관장분들께만 제공되는 리포트입니다.

Next Insurance (II): 인구구조의 질적 변화와 보험산업의 미래

보험연구원은 한국 보험산업의 미래를 전망하고 향후 경영 및 정책과제를 제시하기 위한 목적으로 “Next Insurance” CEO Brief 시리즈를 마련하였습니다.

요 약

새로운 세대의 등장, 세대 간 소득과 부의 불균형 등 인구구조의 질적 변화는 기존 보험산업과 빅테크와의 경쟁 심화, 보험시장 내 소비자 집단 이원화 등을 야기할 것으로 보임. 보험산업은 이에 대응하여 새로운 플레이어들과 시너지를 창출하고 각 연령층에 차별화된 상품 및 판매 전략을 수립해야 함. 한편 보험산업은 미래에도 ‘보험’이 소비자에게 환영받을 수 있도록 ‘보험’의 역할을 재정립할 필요가 있으며, 고령층 중심의 사회구조 전환 과정에서 본연의 역할을 충실히 해야 할 것임

- 고령화 심화라는 인구구조의 양적 변화와 함께 우리나라의 인구구조에는 새로운 세대의 등장, 세대 간 소득과 부의 불균형 등 질적 변화가 나타나고 있으며, 이는 보험산업의 미래에 큰 영향을 미칠 수 있음
 - 최근 주목받고 있는 MZ세대는 이전 세대와 다른 새로운 가치관을 가진 것으로 평가되며, 향후 이들 세대가 주소비계층으로 부상할 경우 보험산업은 이전과 다른 소비방식과 사회적 요구에 대응해야 함
 - 20년 후인 2040년의 인구구조를 보면 MZ세대의 연령은 35~60세로 65세 미만인 저연령층의 대부분을 차지하게 되며, 이로 인해 65세 이상 고연령층과 저연령층 간의 질적 차별성이 분명해질 것으로 보임
 - 또한 고연령층과 저연령층 간 소득과 부의 불균형 심화는 세대 간의 이질성을 더욱 확대하고, 공적 보장시스템의 불안정을 야기하며 ‘보험’의 역할에 대한 새로운 질문을 던질 수 있음
- 새로운 세대의 등장은 기존 보험산업과 빅테크와의 경쟁 심화를 야기할 것으로 보이며, 세대 간 소득 및 부의 불균형은 보험시장 내 소비자 집단의 이원화를 확대할 것으로 보임
 - 디지털 세대의 부상은 빅테크의 보험산업 진출을 가속화시킬 것이며, 빅테크는 일상적인 고객접점을 확보하고 있고 종합금융서비스의 일환으로 보험을 제공하면서 시장 점유율을 확대할 가능성이 높음
 - 보험시장은 인구비중이 높으나 포화되어 있고 새로운 디지털 환경에 익숙하지 않은 고령층 시장과, 인구비중은 낮지만 신시장이며 새로운 디지털 환경에 익숙한 저연령층 시장으로 양분될 가능성이 크며, 세대



CEO Brief

간 소득 및 부의 불균형은 시장 분화를 심화할 것임

- 두 시장은 공통적으로 기존의 사업모형이 작동하기 어려운 상황이기 때문에 보험회사는 새로운 상품 및 판매 전략을 수립할 필요가 있음
- 새로운 플레이어들의 진입에 따른 보험산업의 경쟁은 주로 저연령층 시장에서 격화될 것으로 보이며, 따라서 보험회사는 각자의 강점에 따라 주력시장을 선택할 수 있을 것임

○ 보험산업은 변화하는 경쟁구도에 적응하고 새로운 플레이어들과 시너지를 창출할 수 있는 방안을 강구해야 하며, 고연령과 저연령 시장에서 차별화된 상품 및 판매 전략을 수립할 필요가 있음

- 보험산업은 새로운 플레이어들과의 경쟁을 위해 고객접점을 강화하고 소비자에게 다양한 고객경험과 서비스를 제공할 수 있어야 하며, 핀테크 기업과의 협업 또는 기술의 내재화를 통해 디지털화를 앞당겨야 함
- 보험회사가 새로운 사업모형을 발굴하여 위험의 보장을 넘어선 리스크 컨설팅서비스, 종합금융서비스로 역할을 확대하는 것은 성장성 제고뿐 아니라 새로운 경쟁구도에 적응하기 위한 필수 전략임
- 고연령 시장의 경우 건강관리서비스, 간병·요양서비스와 같은 예방적 서비스 영역을 강화할 필요가 있으며, 판매채널 또한 고령자에 친숙한 대면채널이 유리할 수 있음
 - 한편 고령층에 편중된 부의 불균형은 상속의 형태로 젊은 세대에게 이전될 수 있으며, 이 과정에서 상속 컨설팅과 자산관리서비스에 대한 니즈가 확대될 수 있으므로 관련 사업을 강화할 필요가 있음
- 저연령 시장의 경우 새로운 라이프 스타일과 니즈에 따라 전통적 보험상품을 직관적으로 이해하기 쉽도록 단순화한 상품전략과 디지털 중심의 비대면채널 전략이 유효할 것임

○ 인구구조의 질적 변화는 공적 사회 보장시스템 약화를 야기하여 보험산업의 사회 안전망 역할을 확대할 수 있으며, 보험산업은 미래에도 '보험'이 소비자에게 환영받을 수 있도록 '보험'의 역할을 재정립해야 함

- 세대갈등으로 인해 공적연금의 급부 및 보험료 조정이 지연되고 공적연금의 역할이 더욱 위축될 경우, 공적 보장 영역을 보완할 수 있는 보험산업의 사적 안전망 역할이 부각될 수 있음
- 보험산업은 새로운 금융질서에 대한 호기심이 많고 현재 소비를 선호하는 MZ세대가 '보험'이라는 개념에 거부감을 가지지 않도록 노력해야 함
- 미래 소비자에게 '보험'이 삶에 필수적인 존재로 인식되고 환영받기 위해서는 사고 후 손실보전이라는 한정된 개념에서 벗어나 보다 포괄적이고 소비자 친화적인 개념으로의 역할 재정립이 필요함

○ 마지막으로 보험산업은 갈수록 심화되고 있는 고령화 현상에 우리 사회가 적응해 나가는 과정에서 본연의 역할을 충실히 해야 할 것임

- 통계청 인구추계에 따르면 MZ세대까지 고령층이 되는 2065년에는 우리나라 인구 중 65세 인구비중이



CEO Brief

46.1%로 절반에 다다를 것으로 전망되는 등 우리나라는 고령층 중심의 사회구조로 변화할 것임

- 인구의 대다수가 고령층으로 구성되는 경우 사회 전반의 시스템은 고령층 위주로 전환될 수밖에 없으며, 사회 안전망을 제공하는 주체로서 보험산업도 마찬가지임
- 보험산업은 장기적으로 요양·간병, 치매 등 정신건강 관련 보장 및 서비스 강화를 통해 세대 간 부담을 완화하고 노인 중심의 사회환경을 조성하는 데 주도적인 역할을 해야 할 것임

김세중 연구위원

sikim@kiri.or.kr