



CEO Brief

2021.02. 제2021-4호

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

보험업 경쟁도 평가

요약

생명보험은 전체를 하나의 시장으로 확정하여 경쟁도를 평가한 결과 경쟁시장으로 평가되었음. 손해보험은 보험종목별로 구분하여 평가하였는데, 일반손해보험은 집중시장, 자동차보험과 장기손해보험은 경쟁시장으로 평가되었음. 국내 보험시장의 경우 경쟁도 측면에서 심각한 문제가 있다고 보기는 어려우나 시장구조적 측면에서 개선의 여지는 있음. 특히, 보험회사 규모나 조직형태 등의 측면에서 다양성을 제고하기 위한 정책적 노력이 필요함. 최근 금융당국은 보험회사 규모 측면에서의 다양성 제고를 위해 소액단기보험업 제도를 도입하였고, 조직형태 측면에서의 다양성 제고를 위해 인가정책(1사(社) 1라이선스) 유연화를 검토하고 있음

1. 금융산업 경쟁도평가위원회

- 문재인 정부 출범 당시 국정과제의 하나인 ‘금융권의 자유로운 진입환경 조성’의 일환으로 금융산업별 경쟁도 평가가 추진되었음
 - 금융위원회는 2018년 5월 금융산업의 역동성 제고를 위해 진입규제 개편방안을 발표하였는데, 그 가운데 하나가 민간 전문가로 구성된 ‘금융산업 경쟁도평가위원회’를 신설하고 금융산업별 경쟁도 평가를 실시하는 것임
 - 2018년 7월 ‘금융산업 경쟁도평가위원회’는 제1차 회의를 개최했으며, 같은 해 9월 보험업 및 부동산신탁업 경쟁도 평가결과를 발표하였음
- 금융산업별 경쟁도 평가는 2년 주기로 이루어지며, 제2기 경쟁도평가위원회가 2020년 11월 구성되어 보험업을 시작으로 신용평가업(2021년 상반기), 은행·신용카드(2021년 하반기) 순으로 진행될 예정임
 - 2018년 시작한 제1기 경쟁도평가위원회에서는 주로 자유로운 진입환경 조성을 위한 진입정책에 대해 논의했으나, 이번 제2기의 경우에는 논의 대상을 확대하여 미래 전망 및 영업행위 규제 개선 등도 포함시켰음



CEO Brief

2. 보험업 경쟁도 평가결과

- 보험업 경쟁도 평가는 크게 2단계로 구성되어 있는데, 시장집중도 지표를 토대로 1차 평가를 한 후, 수익성 등 기타 지표를 종합적으로 감안하여 최종평가를 진행함
 - 시장집중도 지표인 HHI(Herfindahl-Hirschman Index)가 1,200 이하이면 경쟁시장, 1,200~2,500 사이이면 집중시장, 2,500 이상이면 고(高)집중시장으로 분류함
- 생명보험시장은 보험종목별로 구분해서 평가하지 않고, 전체를 하나의 시장으로 보고 경쟁도를 평가한 결과 경쟁시장으로 평가되었음
 - 생명보험시장의 HHI 지수는 1,037로 1,200 이하이고, 수익성 지표인 자본이익률(Return on Equity)도 2019년 기준 3.9%로 주요국에 비해 낮은 편임
- 손해보험시장은 일반손해보험, 자동차보험, 장기손해보험으로 구분해서 평가하였는데, 일반손해보험은 집중시장으로, 그리고 자동차보험과 장기손해보험은 경쟁시장으로 평가되었음
 - 일반손해보험은 HHI 지수가 1,200을 초과하고 합산비율도 100%를 하회하여 집중시장으로, 자동차보험은 HHI 지수가 1,200을 초과하지만 합산비율이 100%를 상회하여 경쟁시장으로, 장기손해보험은 생명보험시장과의 경쟁관계를 고려하여 경쟁시장으로 평가되었음
- 국내보험시장의 경우 경쟁도 측면에서 심각한 문제가 있다고 보기는 어려우나 시장구조적 측면에서 개선의 여지는 있음
 - 보험회사별로 차별화된 전략을 구사하고는 있으나 보험회사 규모나 조직형태 등에 있어서 좀 더 다양성(Diversity)을 제고하기 위한 정책적 노력이 필요함
 - 혁신의 상징인 실리콘밸리의 2가지 특징은 ❶ 조직의 다양성과 ❷ 활발한 진입·퇴출인데, 조직생태학의 설명에 의하면, 다양한 조직이 생겨나고 사라지는 과정에서 퇴출기업에 종사했던 근로자들이 새로운 조직으로 이동하면서 그들의 아이디어가 새로운 방식으로 결합된 결과 혁신이 이루어지게 됨
 - 최근 금융당국은 보험회사 규모 측면에서 다양성을 제고하기 위해 소액단기보험업 제도를 도입하였고, 조직형태 측면에서의 다양성 제고를 위해 인가정책(1사(社) 1라이센스)의 유연화를 검토하고 있음
 - 2021년 상반기 중에 용역과제 발주를 통해 인가정책 유연화의 세부기준을 마련할 계획임

임준 연구위원
limjoon@kiri.or.kr

I. 평가방법

- 보험업권의 경쟁도 평가는 크게 생명보험과 손해보험으로 구분하여 실시하는데, 경쟁도 평가를 한다는 것은 시장지배력(Market Power)의 존재 여부를 판단하는 것임
 - 시장지배력이 존재한다는 것은 한계비용 이상의 가격수준을 유지할 수 있는 능력이 존재함을 의미
 - 극단적으로 완전경쟁(Perfect Competition)을 가정하게 되면, 한계비용 수준에서 가격이 결정됨
- 대부분의 시장은 어느 정도의 시장지배력이 존재하는데, 문제가 되는 경우는 중대한 시장지배력(Significant Market Power, 이하, 'SMP'로 표기함)이 존재하는 경우임
 - SMP가 존재하는 대표적인 예가 통신산업으로 자연독점(Natural Monopoly)적 성격으로 인해 1위 사업자가 50% 이상의 시장점유율을 차지하는 것이 일반적임
 - 하나의 사업자가 SMP가 되는 경우도 있지만, 때로는 3~4개의 과점기업이 암묵적 담합 등에 의해 SMP가 될 수도 있는데, 이 경우에는 결합지배력(Joint Market Power)이 문제임
- 경쟁도 평가는 크게 ① 시장획정과 ② 시장지배력 평가의 2개 파트로 구성됨

1. 시장획정

- 시장획정이란 시장지배력을 평가할 때, 관련시장의 범위를 어디까지로 볼 것인가를 결정하는 것임
 - 예를 들어, 소주를 생산하는 A기업의 시장점유율을 계산할 때 소주와 맥주를 관련 시장으로 확정하게 되면 소주시장만 관련 시장으로 볼 경우에 비해 시장점유율이 낮아짐
 - 시장획정에는 크게 2가지가 있는데, 하나는 상품 시장획정이고, 다른 하나는 지리적 시장획정임
- 시장획정 시의 고려사항에는 수요대체성, 공급대체성, 상품의 특성이나 기능의 유사성 등이 포함됨
 - 예를 들어, A라는 상품의 가격을 인상했을 때 많은 소비자들이 B라는 상품으로 수요를 전환하게 되면 A와 B는 동일시장으로 확정함
- 시장획정을 위해서는 여러 실증자료들이 있어야 하는데, 현실에서는 그러한 실증자료들이 존재하지 않는 경우가 많아 엄밀한 시장획정이 어려움

- 사후규제의 경우에는 특정 공정경쟁 사건에 한해 시장확정을 하기 때문에 고려 대상 시장의 범위가 제한적임
 - 반면, 사전규제의 경우에는 모든 시장에 대해 경쟁상황 평가가 이루어지기 때문에 시장확정 분석의 경우의 수가 엄청나게 많아질 수 있음
- 따라서 사전규제기관의 경쟁도 평가를 위한 시장확정은 법에 규정된 상품구분이나 통계분류에 의한 상품구분을 사용하는 것이 현실적인 대안이 될 수 있음

2. 시장평가

- 시장지배력 평가의 일반적인 방법 가운데 하나는 시장구조(Structure)-시장행위(Conduct)-시장성과(Performance)(이하, 'S-C-P'로 표기함) 분석틀을 사용하는 것임
- 기본 아이디어는 현재의 시장이 시장구조, 시장행위, 시장성과의 측면에서 완전경쟁시장과 얼마나 차이를 보이는지 평가하는 것임
- 시장구조 지표에는 기업 수, 시장점유율, 시장집중도, 진입 및 퇴출 추이 등이 포함됨
- 만약 현재의 시장이 완전경쟁시장에 가깝다면, 기업 수도 많고, 시장집중도는 낮으며, 진입과 퇴출이 활발해야 함
- 시장행위 지표는 공급자 행위와 수요자 대응능력의 2가지로 크게 구성됨
- 공급자 행위는 다시 가격경쟁과 비가격경쟁으로 구분되는데, 주로 정성적인 분석이 이루어짐
 - 비가격경쟁에는 광고나 판매채널을 통한 경쟁 등이 해당됨
 - 수요자 대응능력의 경우에는 소비자의 가격 비교 능력이나 상품선택 능력 등이 해당되며, 주로 설문조사 등에 의해 자료를 수집함
 - 완전경쟁시장에 가깝다면 소비자가 가격 비교를 통해 최적의 상품을 선택할 수 있어야 함
- 시장성과 지표에는 자본수익률, 자산수익률 등의 다양한 수익성 지표가 포함됨
- 회계상의 문제로 인해 시장지배력을 정확히 반영하는 수익성 지표를 찾아내는 것이 현실적으로는 쉽지 않음

가. 보험업 경쟁도 평가 지표체계

○ 보험업 경쟁도 평가에 사용되는 시장구조, 시장행위, 시장성과 지표 체계는 다음 표와 같음

〈표 1〉 경쟁도 평가 지표체계

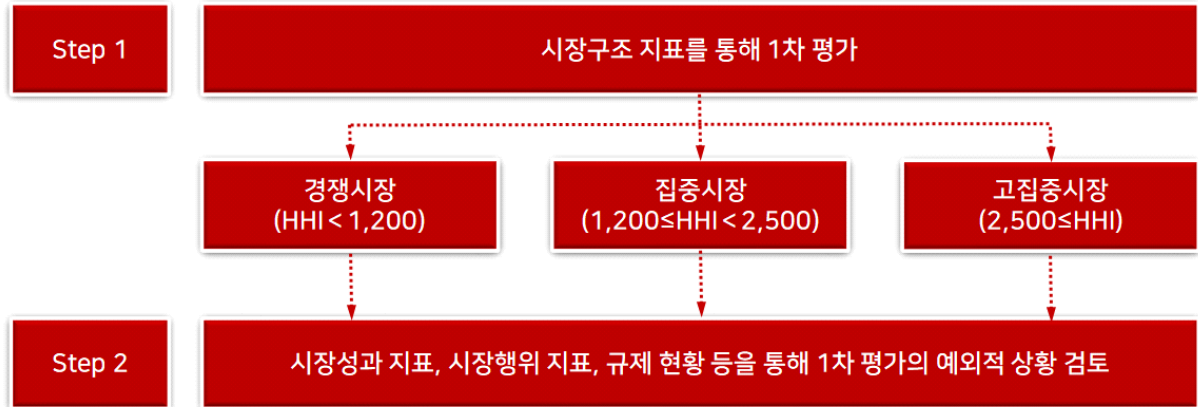
분류		평가지표	구분
시장구조	시장점유율	HHI	정량
		CR3 또는 CR4	정량
		순위변동	정량
	진입장벽	진입퇴출 추이	정량
시장행위	사업자 행위	판매채널 경쟁	정성
	소비자 행위	가격비교 경험 및 용이성	정성
		전환 경험 및 용이성	정성
시장성과	수익성	ROE, 합산비율	정량
	소비자 만족도	상품 및 채널 만족도	정성

나. 보험업 경쟁도 평가방법

○ 경쟁도 평가는 크게 두 단계로 나누어지는데, 1단계에서는 시장구조 지표, 특히 HHI 지표를 통해 1차 평가함

- 지난 50년 동안 시장구조 지표를 주(主) 지표로 사용하는 것의 한계에 대한 지적이 제기되었으나 마땅한 대안이 존재하지 않아 여전히 주요 지표로 사용함
- 2단계에서는 시장성과 지표, 시장행위 지표, 규제 현황 등을 통해 1차 평가의 결과를 수정할 만한 예외적 상황이 존재하는지를 검토함

〈그림 1〉 경쟁도 평가 흐름도



○ 주요 지표인 HHI 지수의 경우 국내 공정거래위원회의 기업결합 심사기준을 참고하여 다음과 같이 구분함¹⁾

- 경쟁시장: HHI < 1,200
- 집중시장: 1,200 ≤ HHI < 2,500
- 고(高)집중시장: 2,500 ≤ HHI

○ 1,200과 2,500이 어떻게 결정되었는지에 대한 명확한 자료가 있는 것은 아니나 다음과 같은 해석이 가능함

- 시장점유율이 50%인 사업자가 1개 존재하면 HHI가 2,500을 초과하게 됨
 - 고(高)집중시장은 독점적 시장으로 해석 가능함
- 시장점유율이 20%인 사업자가 3개 존재하면 HHI가 1,200을 초과하게 됨
 - 집중시장은 과점적 시장으로 해석 가능함

1) 미국의 경우에는 경쟁도 구분 HHI 기준이 1,500과 2,500이고, 유럽은 1,000과 2,000임

II. 생명보험

1. 시장확정

- 생명보험시장에서 공급되는 상품은 크게 개인보험의 생존, 사망, 생사혼합, 변액보험과 단체보험으로 세부종목이 구분됨
 - 생존보험 상품은 건강보험, 상해보험 등임
 - 사망보험 상품은 종신보험, 정기보험임
 - 생사혼합보험 상품은 저축보험 상품임
- 수요대체성 측면에서 건강·상해, 사망, 저축은 서로 다른 종류의 위험으로 대체가 불가능하므로 수요대체성이 거의 없어 세부종목별로 시장확정이 가능함
- 공급대체성 측면에서 생명보험회사는 추가 비용의 수반 없이 판매상품을 생존, 사망, 생사혼합, 그리고 변액보험 상품 중 하나에서 다른 것으로 변경할 수 있어 세부종목별 시장확정이 어려움
- 보험은 자발적 수요에 의해 거래가 이루어지기보다는 판매자에 의해서 수요가 만들어지므로 공급대체성이 중요함에 따라 생명보험시장 전체를 하나의 시장으로 확정함
 - 수요대체성을 고려할 경우 위험담보별로 구분될 수 있으나, 보험시장은 공급대체성을 고려하여 확정하는 것이 합리적임
 - 단, 보험회사 주력상품 변화에 따른 경쟁도 변화는 세부종목별 경쟁도 분석을 통해서 분석함

2. 시장평가

- 생명보험시장의 수입보험료 기준 시장집중도(HHI)는 2019년 1,037임
 - 종목별로 보면, 개인보험의 경우 사망(1,015)과 생사혼합(878)은 경쟁시장이나, 생존(1,264), 변액(1,303)은 집중시장에 해당됨
 - 단체(3,361)는 고(高)집중시장에 해당됨
 - 상위 3사의 시장점유율은 2001년 81.1%에서 2017년 45.4%로 감소한 이후 2019년은 46.6%로 소폭 상승함

- 생명보험시장의 초회보험료 기준 시장집중도(HHI)는 2019년 779임
 - 종목별로 보면, 사망(1,086)을 제외한 생사혼합(1,633), 생존(2,239), 변액(1,643)은 집중시장에 해당됨
 - 전체 시장의 허핀달지수(HHI)에 비해 종목별 허핀달지수가 높게 나타나는 것은 종목별로 집중하는 회사가 다르기 때문임
- 판매채널 다양화로 전속설계사의 숫자가 시장지배력을 결정하지 못함
 - 중소형사는 전속설계사 채널 대신 독립채널인 방카슈랑스, 독립대리점 등을 활용하여 시장점유율을 높임
- 회사별 판매채널 전략의 차이로 판매채널별 경쟁은 전체 시장경쟁과 다른 양상임
 - 각 채널별 1위사, 상위 3사, 상위 5사가 일치하지 않음
 - 각 채널별 신계약보험 기준 시장집중도는 설계사 채널은 1,266으로 집중시장이나 대리점과 방카슈랑스는 각각 1,195, 1,041로 경쟁시장으로 분류됨
- 생명보험회사 영업이익률은 2019년 2.70%로 2017년 3.60%를 제외하고 매년 3.0% 이하에서 형성되고 있음
 - 대형사는 2016년 4.87% 이후 감소하여 2019년 3.41%인 반면 중소형사는 동기간 1.17% 상승하여 2019년 2.38%를 기록함
- 생명보험 신계약률은 2001년 30.0%로 점진적으로 하락하여 2019년 12.0%를 기록하여 전체에서 차지하는 신계약 비중이 감소함
 - 대형사 신계약률은 2001년 28.0%에서 2019년 9.6%로 하락하고, 중소형사 신계약률은 2001년 68.3%에서 2019년 16.8%로 하락함
 - 중소형사의 빠른 보유계약 비중 증가는 대형사의 시장 독점이 완화됨을 보여줌
- 생명보험 전체 평균 사업비율은 2000년 초반 이후 감소하여 10%대 초반을 유지하다가 2016년 이후 증가하기 시작하여 2019년 18.4%를 기록하여 경쟁이 가열됨을 보여줌
 - 대형사의 평균사업비율은 10% 이하를 유지하다가 2013년 이후 10%대 초반으로 소폭 상승함
 - 중소형사의 평균사업비율은 2016년 상승하여 2019년 19.1%를 기록함
- 사업비율 분포의 표준편차가 상승하면 평균사업비율도 상승하는 모습을 보여 시장경쟁으로 사업비를 높게 책정하는 회사가 출현하면 다른 회사들도 추격하는 것으로 판단됨
 - 사망보험은 사업비율의 표준편차가 하락하자 평균사업비율도 하락함
 - 생존보험은 사업비율의 표준편차가 상승하자 평균사업비율도 상승함

○ 생명보험시장은 최종적으로 경쟁시장으로 평가할 수 있음

- 시장분석 및 평가, 채널경쟁 등을 고려했을 때, 경쟁이 지속되는 것으로 판단됨
- 종목별, 채널별 시장경쟁은 일부 종목과 채널에서 고집중시장이나 생명보험회사들의 종목 및 채널 특화 전략으로 전체시장의 경쟁은 오히려 가속화되고 있음
- 수요 측면에서 보험상품이 복잡하여 설명이 어려울 경우 경쟁압력이 낮을 수 있는데, 계약자가 특정 보험회사에 고착되어 있을 가능성도 배제할 수는 없는 상황임

Ⅲ. 손해보험

1. 시장획정

- 시장점유율을 계산하기 위해서는 일단 통계가 이용 가능해야 하기 때문에 보험업감독업무 시행세칙의 손해보험 구분을 출발점으로 하는 것이 적절하다고 여겨짐
 - 원수보험료 집계 자료의 경우 가장 세분화된 분류는 보험업감독업무 시행세칙의 중분류임
- 수요대체성 측면에서 보면, 중분류 단계에서도 대체성은 없다고 판단됨
 - 따라서 수요대체성 측면에서 시장을 획정하면 중분류의 보험종류가 모두 각각 하나의 시장으로 획정될 수 있음
- 공급대체성의 경우에는 대체성의 명확한 기준을 찾기가 쉽지 않으나 부서 구분을 하나의 대리지표로 사용할 수 있음
 - 공급대체성 측면에서는 보험업감독업무 시행세칙의 대분류가 시장획정의 기준이 될 수 있음
- 수요대체성, 부서구분, 그리고 허가단위를 종합적으로 고려할 경우 손해보험시장을 다음의 5개 시장으로 획정하고자 함
 - ① 화재보험, ② 해상보험, ③ 특종보험, ④ 자동차보험, ⑤ 장기손해보험(개인연금과 퇴직보험 포함)
 - 화재보험, 해상보험, 특종보험은 더 큰 범주의 분류에서는 일반손해보험에 해당됨

2. 시장평가

가. 일반손해보험

- 시장구조 지표를 토대로 한 1차 평가는 집중시장임
 - 화재보험의 경우 HHI 지수가 2001년부터 2019년 사이 1,200에서 1,500 사이에 위치, 해상보험의 경우에는 1,500에서 2,000 사이에 위치함
 - 특종보험은 2015년부터 2017년까지 HHI가 1,200 밑으로 내려갔으나 2018년 이후 다시 1,200을 초과함

- 세 종목 모두 상위 4사의 시장점유율인 CR4가 2001년 이후 최근까지 60~80% 범위에서 지속적으로 유지되어 왔음

○ 시장성과 지표 등을 고려할 때 1차 평가를 반복할 요인이 존재하지 않아 최종적으로 집중시장으로 평가하였음

- 시장성과 지표의 하나인 합산비율의 경우 2001년부터 2019년까지의 평균은 화재보험이 98.2%였고, 해상보험은 97.5%, 특종보험은 85.1%를 기록함

나. 자동차보험

○ 시장구조 지표를 토대로 한 1차 평가는 집중시장임

- 2001년부터 2019년까지 HHI 지수의 추이를 살펴보면 1,400에서 1,900 사이의 구간에 위치함
- 상위 4사의 시장점유율인 CR4가 2001년 이후 지속적으로 65% 이상을 유지했으며, 2019년에는 82.1%를 기록하여, 상위 4사 체제가 더욱 굳어지고 있음

○ 시장구조 지표 측면에서는 집중시장에 해당되나, 시장성과 지표, 시장행위 지표 등을 함께 고려할 때 최종적인 평가는 경쟁시장임

- 시장성과 지표의 하나인 합산비율의 경우 2001년부터 2019년까지의 평균이 약 104.9%였고, 이 기간 동안 대부분 100%를 상회함
- 자동차보험의 경우 상품비교 경험 및 용이성 등에 있어서 다른 보험종목에 비해 상대적으로 수요 측면의 경쟁압력이 높다고 판단됨

다. 장기손해보험

○ 장기손해보험시장의 1차 평가는 경쟁시장으로 판단하였음

- 통계의 부재로 인해 장기손해보험을 생명보험과 분리하여 시장집중도를 계산했으나 일부 생명보험종목(종신보험, 일반사망보험, 변액보험 등)을 제외하고는 장기손해보험과 생명보험은 경쟁관계에 있음
 - 생명보험과 장기손해보험의 경쟁관계를 고려하지 않고 집중도를 계산하면 2019년 기준 HHI 지수는 1,394임

○ 시장성과 지표 등을 고려한 2차 평가의 경우 1차 평가를 반복할 만한 요인이 존재하지 않아 최종적으로 경쟁시장으로 평가하였음

- 시장성과 지표의 하나인 합산비율의 경우 2001년부터 2019년까지의 평균이 약 102.6%였고, 이 기간 동안 대부분 100%를 상회함

IV. 정책 시사점

1. 생명보험

- 첫째, 인구고령화 및 저금리·저성장으로 인해 보험산업은 건강관리와 더불어 자산운영 전문회사로 진화할 것으로 예상되며, 이에 따라 먼저 변액보험 시장 활성화를 위한 제도 개선이 요구됨
 - 고령화에 따른 노후 자산에 대한 관심이 고조됨에 따라 노후 소득 증대를 위해 변액연금 시장 활성화가 필요함
 - 2017년 기준 우리나라 고령층 중 월 140만 원 소득에 미치지 못하는 가구가 43.8%로 나타남
 - 변액연금의 경우 특성상 판매가 어려운 데 반해 저축성으로 분류되어 설계사 수수료가 상대적으로 적어 설계사의 판매 의욕이 낮음
 - 변액종신의 경우 최저사망보험금보증(GMDB)이 의무화되어 금리리스크 부담이 생겨 보험회사들이 판매에 소극적임
- 둘째, 보험산업의 경쟁 강화가 보험산업의 경쟁력 확보로 이어질 수 있도록 제도적 보완이 필요함
 - 경쟁을 통해서 경쟁력을 강화하고 이를 기반으로 해외진출을 추진하는 것이 필요할 수 있고, 상품개발 능력 및 언더라이팅 능력이 향상될 수 있도록 제도적 지원 및 규제완화가 요구됨
- 셋째, 글로벌 경쟁력 확보를 위해 보험산업의 외연을 확장하는 정책이 요구됨
 - 해외 주요국의 보험회사들은 정부의 지원 아래 헬스케어 서비스를 새로운 성장동력으로 활용함
 - 우리나라 보험회사들이 헬스케어 서비스 업무를 원활히 수행할 수 있도록 제도 보완이 필요함

2. 손해보험

- 시장구조 지표와 시장성과 지표 등을 고려할 때, 일반손해보험시장은 집중시장에 해당되어 신규 진입이 필요함
 - 진입정책 관련 국내 보험시장의 구조적 특징 가운데 하나는 보험회사 수가 상대적으로 적다는 것인데, 그 이유 가운데 하나는 소규모 보험회사가 없기 때문임
 - 예를 들어, 일본의 경우 2016년 기준 보험회사 총 수는 189개인데, 이 가운데 소액단기보험회사 수

는 전체의 약 50%에 해당되는 89개임

- 호주의 경우에는 2017년 기준 손해보험시장의 CR4가 우리나라와 비슷하게 77.23%지만 보험회사 수는 104개임

○ 현재의 손해보험시장 상황을 고려할 때, 소규모 보험회사가 진입 가능한 보험 종목 가운데 하나는 생활밀착형 일반손해보험이나, 여러 진입장벽이 존재하여 이를 완화하기 위한 정책적 노력이 필요함

- 그러한 정책의 일환으로 최근 소액단기보험업을 도입하고 최저자본금 요건이 완화되었는데, 추가적인 정책 개발도 고민할 필요가 있음
 - 새로운 진입규제 완화가 의도된 정책효과를 거둘 수 있도록 판매채널·상품개발·영업행위 등에 대한 종합적인 규제완화 검토할 필요가 있음

○ 일반손해보험은 향후 성장 가능성이 높은 시장 가운데 하나로 경쟁도 측면뿐만 아니라 새로운 시장 창출이나 보험산업 경쟁력 강화 측면에서도 접근할 필요가 있음

- 일반손해보험의 성장 가능성이 높은 이유는 이 분야에서 새로운 위험이 계속 등장하고 있기 때문임
 - 그러나 기존 보험회사의 경우 위험관리 측면에서 신규위험의 적극적 인수를 꺼리는 경향이 있음
- 국내 보험산업이 발전하기 위해서는 신규위험 등 새로운 분야로의 진입이 활성화될 필요가 있음
 - 이를 위해 신규위험시장으로 진출할 경우 위험관리 측면에서 별도의 법인을 설립할 수 있도록 현행 1사(社) 1라이선스 정책을 완화하는 방안을 검토할 필요가 있음

임준 연구위원

limjoon@kiri.or.kr