



인도 보험시장 현대화에 따른 고려사항

박정희 선임연구원

인도의 보험시장 규모는 FY05 230억 달러에서 FY16 689억 달러로 연평균 10.5% 성장하였음에도 불구하고 보험침투도는 여전히 낮은 상태임. 인도 금융당국은 도시화로 인한 금융환경 변화 추세에 맞춰 보험산업을 성장시키려 하고 있음. 인도산업연맹(CII)은 인도 보험시장의 발전을 위해 보험상품의 단순화, 농촌지역으로 서비스 확대, 소비자 관련 정보 데이터화를 통한 사기관리 프로그램 구축 등 다양한 사항을 준비해야 할 필요가 있다고 밝힘

- 인도 보험시장 규모는 FY05 230억 달러에서 FY16 689억 달러로 연평균 10.49% 성장하였음에도 불구하고 보험침투도는 여전히 낮은 것으로 나타났음¹⁾
 - FY16 생명보험 규모는 545.8억 달러로 전년 대비 11.8% 증가, 손해보험 규모는 143.3억 달러로 전년 대비 13.8% 증가한 것으로 나타났음
 - 특히 시장점유율이 높은 국영 보험회사보다 민간 보험회사의 성장률이 소폭 앞서는 것으로 나타났으며, 이는 세계 평균 성장률(3.8%)보다 크게 앞선 것임
 - 반면 보험밀도와 침투도는 각각 54.7달러와 3.4%에 불과하여 보험업계는 금융환경 개선에 따라 침투도를 5%까지 끌어올리겠다는 입장임
 - 세계에서 두 번째로 인구가 많은 국가임에도 불구하고 인도 보험시장은 세계 보험료의 1.5% 미만을 차지하고 있어 성장잠재력이 큰 시장이라고 할 수 있음
- 인도 금융당국은 스마트폰과 인터넷 접근성이 확대²⁾됨에 따라 보험산업을 디지털 기술과 접목³⁾하여

1) Insurance Regulatory and Development Authority(IRDA); Annual Report & India Brand Equity Foundation(IBEF); Indian Insurance Industry Overview & Market Development Analysis(2017. 7)

2) 2016년 말 인도의 인터넷 사용자 수는 4억 3,200백만 명으로 점차 확대되는 추세이며, 도시지역 인구의 60%, 농촌지역의 17% 정도가 인터넷을 사용, 모바일은 보급률은 39% 수준임

3) 인도 금융당국은 Ref. No: F.NO. IRDAI/Reg/16/128/2016(13-06-2016) Insurance Regulatory and Development Authority of India (Issuance of e-Insurance Policies) Regulations을 통해 복잡한 보험상품을 단순화하여 계약할 수

빠르게 성장시킨다는 입장임

- 보험회사가 직접 또는 대리점을 통한 2차, 3차 구조 판매방식은 비용이 많이 들기 때문에 디지털 기술을 이용한 직접가입이 이러한 비용을 최소화할 수 있을 것이라는 견해임
 - 판매채널별 고객서비스 비용을 살펴보면, 대리점계약의 경우 IT기반 직접가입이 1.78달러인데 반해 IT기반에 판매자가 더해지는 경우 4.04달러로 약 2.3배 비용이 더 소요됨
 - 현재 인도에서 판매되고 있는 보험상품은 어려운 약관용어, 모호한 청구절차 및 불투명한 보험금 지급구조 등 복잡한 금융상품이라는 인식이 존재해 보험상품 구매에 대한 불신이 높음
 - 이에 정부는 디지털 문맹 퇴치, 인터넷 보급 및 UPI(Unified Payment Interface)⁴⁾와 같은 금융규제 혁신을 추진하고 무현금 거래와 같은 간소화된 방식을 채택함으로써 보험산업 발전에 기반을 조성하고자 함
- 인도산업연맹(CII)은 인도의 보험산업이 현대화 추세에 맞춰 성장하기 위해서는 앞으로 보험상품의 단순화, 농촌지역으로 서비스 확대, 소비자 관련 정보 데이터화를 통한 사기관리 프로그램 구축 등 다양한 사항을 준비할 필요가 있다고 밝힘⁵⁾
- 첫째, 보험회사가 디지털화된 방식으로 보험상품을 판매하기 위해서는 보험상품과 판매 프로세스를 간소화할 필요가 있음
 - 보장내용이 다양한 상품보다는 필요한 보장내용만을 담보로 하는 보다 단순한 상품(One Need One Product)이 적합할 것이며, 복잡한 용어보다는 알기 쉬운 용어로 최대한 간편하게 전달되어야 할 것임
 - 둘째, 농촌지역의 은행 및 협동조합에 디지털 기술을 보급하는 등 현대화된 판매채널의 확산이 필요함
 - 은행이 인도의 보험상품 판매에 가장 큰 비중을 차지하는 것을 감안할 때, 은행 현대화가 보험시장 확대에 직접적인 영향이 있을 것으로 예상됨⁶⁾
 - 마지막으로 보험시장의 디지털화로 인해 동반될 있는 새로운 보험사기 유형의 위험을 경계하고 대응책을 마련해야 함
 - 보험산업의 디지털화로 데이터 및 온라인 사용기록 등이 확인 가능함에 따라 빅데이터 분석을 이용한 보험사기 예방장치로도 활용할 수 있을 것임 **kiri**

있는 형태로 관련 제도를 정비함

- 4) UPI는 인도 결제시스템으로 휴대전화번호로 은행 간 송금이 가능한 플랫폼이며, 개인 간 송금뿐만 아니라 상품 구입 결제에도 이용할 수 있음. 인도 중앙은행의 캐시리스(cashless) 선언 후 UPI 거래는 한 주간 35만 8천 건을 기록한 바 있음
- 5) CII(Confederation of Indian Industry); Evolving considerations for the Indian Insurance Industry(2017, 9)
- 6) 인도의 보험상품을 가입하는 주된 판매채널로는 은행(bank branch)이 전체 시장의 35%를 차지하고 있으며, 이어 브로커(high street broker), 인터넷비교사이트(internet search engine), 개인대리점(major retail brands) 등 약 13% 내외로 그 뒤를 이어가고 있음