



# 공유경제가 손해보험업에 미치는 영향

이선주 연구원

## 요약

■ 물건을 소유하는 개념이 아닌 서로 빌려 쓰는 경제활동인 공유경제는 운송, 주거 및 사무, 온디맨드 서비스 등의 분야에서 확산되고 있음. 사회적 인식 변화와 디지털 기술 발달로 급부상한 공유경제는 가계성 보험과 기업성 보험의 경계를 모호하게 만들었으며, 상품개발, 언더라이팅, 판매채널, 보험금 청구 등 손해보험 산업 비즈니스 프로세스상의 변화를 유도하고 있음. 이에 따라 손해보험산업은 공유경제의 특성 및 이와 관련한 규제 변화 등을 보험상품에 반영할 필요가 있음.

■ 우버(Uber)와 에어비앤비(Airbnb)와 같은 협력소비 형태의 공유경제(Sharing Economy) 시장이 보험산업에 미치는 영향에 관한 보고서가 최근 발간됨.<sup>1)</sup>

- 공유경제는 이용하지 않거나 남는 자원들을 활용하기 위해 대여해 주거나 차용하는 것으로, 운송, 주거 및 사무, 온디맨드 인력(on-demand workforce) 등의 분야에서 활용되고 있음.
  - Uber<sup>2)</sup>가 주도하고 있는 운송 분야에서는 차량 대여, 사람 운송, 주차공간 대여 등의 공유가 이루어지고 있으며, 시간 단축, 편리함, 저렴한 가격 등의 장점으로 인해 대중화되고 있음.
  - 주거 및 사무 공간 공유는 빈 방이나 주택 또는 사무 공간 등을 원하는 기간 동안 필요로 하는 소비자에게 제공하는 것으로, Airbnb, HomeAway, LiquidSpace 등의 업체가 활동하고 있음.
  - 온디맨드 인력은 웹사이트 구축, 가구 조립, 청소 등의 분야에 숙련된 기술을 보유한 개인<sup>3)</sup>이나 회사가 온라인 플랫폼을 통해 그들의 기술과 전문성을 잠재 고객에게 제공하는 것임.
- 공유경제가 부상한 원인으로는 소유에서 협력소비로 이동한 사회적 인식의 변화와 상품·서비스의 판매 및 소비환경을 변화시킨 디지털기술의 발달을 들 수 있음.
  - 전 세계 온라인 소비자의 68%가 공유거래의향이 있다고 응답하였으며<sup>4)</sup>, 모바일·협력툴<sup>5)</sup>을

1) Cognizant(2015. 4), “The Sharing Economy: Implications for Property & Casualty Insurers”.  
 2) Uber의 경우 68개국에서 8백만 명의 이용자를 기반으로 매년 110억 달러의 거래액을 기록하고 있음.  
 3) Fastcompany에 따르면 2014년 기준 미국의 자영업자는 전체 노동자 중 약 34%인 5천 3백만 명으로 2020년에는 6천만 명에 도달할 것으로 예상됨.

통한 정보접근 용이 및 디지털 결제수단의 발전으로 인해 공유경제 성장이 가속화됨.

■ 전통적 경제와 달리 공유경제 시장에서는 생산자와 소비자가 분리되지 않아 가계성 보험과 기업성 보험의 경계선이 모호해짐.

- 개인차량을 운송네트워크회사(TNCs)에 등록하여 라이드셰어링(ridesharing) 앱을 통해 승객을 태우고 운전하는 경우에는 개인용 보험에서 보장이 안되므로 별도의 상업용 보험에 가입해야 함.
- 이에 따라 GEICO, MetLife Auto and Home, Farmers는 라이드셰어링 운전자를 위한 보험상품을 판매하고 있음.
  - GEICO의 보험상품은 개인용 보험과 라이드셰어링 보험이 결합된 하이브리드 상품으로, 운송네트워크회사에 등록된 개인용 차량을 앱에 접속하여 종료하기 전까지 필요한 시간만큼 보장함.
  - 동 보험은 라이드셰어링을 하는 동안 대인·대물배상책임, 자기신체사고, 자기차량손해, 무보험차량에 의한 상해 등을 일반적인 개인용 자동차보험과 동일하게 보장함.

■ 공유경제는 상품개발, 판매채널, 언더라이팅, 가격산출, 보험금 청구 등 손해보험업의 비즈니스 프로세스에 영향을 미침.

- 상품개발 단계에서는 공유경제 특성에 부합하는 약관조항을 신설하고, 운전자 범위 확대 및 위험률 차이에 따른 보장갯을 보완한 상품을 고려할 필요가 있음.
- 채널부문에서는 네트워크 회사를 통한 공유거래에 대한 보험을 포괄담보 형태로 제공함으로써 편익성 증대 및 채널 확대에 기여할 수 있음.
  - MetroMile은 Uber 전용상품을, CBIZ는 HomeAway 전용상품을 출시함.
- 언더라이팅 및 가격산출 측면에서는 일시적이고 단편적인 거래에 대한 리스크를 실시간으로 평가해야 하며, 소셜미디어 데이터 등을 이용한 소비자 성향을 변수로 반영할 필요가 있음.
- 보험금 청구 부문에서는 공유거래 시 발생한 손해에 대한 정확한 증거를 확보하여 다수 계약 가입자의 경우 보험금 지급 주체를 명확히 해야 함.

■ 보험회사는 공유경제의 특징을 고려한 운영모델을 통해 새로운 수익창출 방안을 마련할 필요가 있음. **kiri**

4) Nielsen Media Research(2014, 5), "Global consumers embrace the share economy".

5) 협력툴(Collaboration Tool)은 여러 명의 사용자가 시간과 장소에 구애받지 않고 파일 공유 및 편집, 메시지 교환 등을 할 수 있도록 만든 사무용 프로그램임.