

경영보고서 2010-4(1)

보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안

2010. 6

산업연구실 · 정책연구실 · 동향연구실

보 험 연 구 원

보고서 집필진

연구책임	이 기 형 산업연구실 실장
참 여 연구진	오 영 수 정책연구실 실장
	이 진 면 동향연구실 실장
	류 건 식 산업연구실 선임연구위원
	안 철 경 산업연구실 연구위원
	서 대 교 정책연구실 부연구위원
	김 대 환 산업연구실 부연구위원
	이 창 우 산업연구실 부연구위원
	기 승 도 산업연구실 전문연구위원
	김 경 환 정책연구실 수석연구원
	이 상 우 산업연구실 선임연구원

머 리 말

보험산업은 경제주체들의 리스크를 전가 받아 효과적으로 관리하는 산업으로 리스크의 변화에 매우 민감하다. 이를 가장 유효적절하게 표현한 것이 “리스크가 없으면 보험도 없다(no risk, no insurance)”라 할 수 있겠다. 국내 보험산업은 90년대 중반까지만 해도 리스크의 변화에 따라 규제된 환경 하에서 적절한 성장을 하는 것이 가능하였다. 그러나 시장개방과 규제완화, 경쟁촉진 정책으로 보험회사는 잠재된 리스크 수요와 경쟁여건까지도 반영하여 성장을 고려해야 하는 상황으로 변화하였다. 최근에는 미국 발 금융위기에서 파악된 바와 같이 지구촌 경제의 글로벌화로 자산운용의 불확실성이 크게 증가하여 보험영업측면과 금융투자영업측면도 함께 고려하여 성장전략을 구사해야 하는 상황이다. 이와 같은 환경 하에서 국내 보험산업은 세계 10위권으로 성장을 하였지만 최근 전통적인 보험시장에서는 성장이 정체되거나 축소되고 있어 신성장영역의 발굴과 새로운 경영전략을 접목하는 것이 필요한 시점이다.

본 연구는 국내 보험산업이 변화하고 있는 경제금융 및 보험환경을 분석하여 중장기 전망을 하고 이에 걸 맞는 보험산업의 비전을 제시하였으며, 보험산업이 향후 성장할 영역을 미국, 영국, 일본 등 산업과 비교하여 세부 보험영역과 해외진출로 구분하여 제시했다. 아울러 보험산업이 장래 지속가능한 금융산업으로서 성장하기 위해 무엇보다 산업의 신뢰도제고가 필요하고 경영혁신이 필요하다는 점을 제기했다. 마지막으로 본 연구결과가 국내 보험산업이 급변하는 보험환경 속에서도 사회적 신뢰기반을 확충하고 종합적 리스크관리자 역할을 국내에서 뿐만 아니라 해외에서도 발휘하여 경제발전과 사회 안정에 기여하는 산업으로 성장하는데 기여하기 바란다. 아울러 본 보고서에 수록된 내용은 연구자 개인의 의견이며 연구원의 공식 견해가 아님을 밝혀둔다.

2010년 6월

보 험 연 구 원

원장 김 대 식

목 차

요 약	1
I. 서 론	20
II. 보험산업 성장 비전	23
1. 보험산업 환경변화	23
2. 보험산업 중장기 전망	51
3. 보험산업 발전비전	67
III. 보험영업 부문 성장 영역	80
1. 생명보험 영역	80
2. 손해보험 영역	125
3. 연금보험 영역	153
4. 건강보험 영역	186
5. 간병보험 영역	218
6. 글로벌화를 통한 성장 영역	234
IV. 보험산업 지속성장 기반구축	250
1. 보험산업 신뢰구축	250
2. 보험산업 경영혁신	304
V. 결 론	325
참고문헌	328

표 차례

<표 I-1> 보험산업의 성장률 추이	20
<표 II-1> 주요국별 취업자 1인당 연간 노동시간	26
<표 II-2> 주요국별 총투자율 추이	27
<표 II-3> 주요 기관들의 잠재 성장률 전망	28
<표 II-4> 녹색성장과 관련한 OECD의 논의체계	37
<표 II-5> 평균수명의 국제 비교	40
<표 II-6> 고령화 및 부양비의 국제비교	41
<표 II-7> 가족형태별 가구수 및 비중 변화 추이	45
<표 II-8> 국제결혼의 변화 추이	45
<표 II-9> 전망의 기초 가정	60
<표 II-10> 보험산업 중장기 전망	61
<표 II-11> 생명보험 종목별 중장기 전망	62
<표 II-12> 손해보험 종목별 중장기 전망	63
<표 II-13> 보험산업 SWOT분석	73
<표 III-1> 생명보험 영역별 수입보험료	81
<표 III-2> 생명보험 영역별 수입보험료 비중	82
<표 III-3> 생명보험 상품별 연평균 성장률	83
<표 III-4> 개인생명보험 상품별 수입보험료 비중	84
<표 III-5> 개인생명보험 상품별 신계약액 비중	84
<표 III-6> 개인생명보험 상품의 성장 기여도	85
<표 III-7> 국내 생명보험산업 성장 관련 제도 내역	87
<표 III-8> 생명보험 연령별 가입률(2007)	89
<표 III-9> 생명보험 상품별 가입률(2007)	90
<표 III-10> 미국의 생명보험시장 영역별 수입보험료	91
<표 III-11> 미국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중	92
<표 III-12> 미국의 생명보험시장 성장률	93
<표 III-13> 미국의 개인생명보험 상품별 보험료 비중	94

<표 III-14> 미국의 개인생명보험 상품 변천	96
<표 III-15> 미국의 가구별 생명보험 가입률	97
<표 III-16> 미국의 가구당 평균 보장금액(coverage)	97
<표 III-17> 미국의 생명보험 개인가입률	98
<표 III-18> 미국의 성인 및 어린이 생명보험 개인가입률	98
<표 III-19> 미국의 생명보험 성인 남녀 평균 보장금액(coverage)	98
<표 III-20> 영국의 생명보험시장 보험료	99
<표 III-21> 영국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중	100
<표 III-22> 영국의 IFA에 의한 생명보험 영역별 신계약 비중	101
<표 III-23> 영국의 IFA에 의한 생명보험 상품별 비중	102
<표 III-24> 독일의 생명보험시장 수입보험료	103
<표 III-25> 독일의 보험시장 영역별 성장률	104
<표 III-26> 독일의 생명보험 상품별 보험료 비중	104
<표 III-27> 독일의 생명보험 상품별 신계약 건수 추이	106
<표 III-28> 일본의 생명보험 영역별 수입보험료	108
<표 III-29> 일본의 생명보험 영역별 성장률	109
<표 III-30> 일본의 개인생명보험 영역별 신계약 및 성장률	110
<표 III-31> 일본의 세대별 생명보험 가입률	111
<표 III-32> 주요국의 생명보험 영역별 수입보험료 성장률	112
<표 III-33> 주요국의 생명보험 상품별 비중 추이	113
<표 III-34> 미국의 보장성보험 상품 비중 추이	113
<표 III-35> 변액보험 수입보험료 규모	115
<표 III-36> 영국의 정기보험 종류	119
<표 III-37> 미국의 채널별 보험상품 비중	120
<표 III-38> 생명보험 성별 가입률	124
<표 III-39> 손해보험산업 성장추이	125
<표 III-40> 손해보험산업 성장추이	127
<표 III-41> 연도별 자동차등록대수 성장추이	129
<표 III-42> 전 세계 손해보험시장 성장추이	131

<표 III-43> 미국의 연도별 손해보험시장 규모 추이	132
<표 III-44> 미국 손해보험 종목별 수입보험료 추이	133
<표 III-45> 캐나다 손해보험 수입보험료 실적	134
<표 III-46> 영국의 손해보험(개인+기업성) 종목별 현황	135
<표 III-47> 영국의 개인손해보험 종목별 현황	136
<표 III-48> 자동차 등록대수(자가용 승용차), 교체비율 및 차량가액 추이	137
<표 III-49> 대여자동차의 자기차량손해담보	139
<표 III-50> 현대자동차의 차종별 보증기간	141
<표 III-51> MBI에서 보장해주는 기계장치	143
<표 III-52> 자동차 기계적 결함 보장보험 시장규모 추정	144
<표 III-53> 연도별 법률사건 현황(전체사건수)	150
<표 III-54> 연도별 변호사수 추이(대한변호사협회)	150
<표 III-55> 연령대별 변호사수(대한변호사협회)	150
<표 III-56> 사적연금시장 추이	154
<표 III-57> 사적연금시장의 규모(GDP 대비)	154
<표 III-58> 민영연금시장 추이(보험료 기준)	156
<표 III-59> 전체연금·일반연금의 일시납연금 비중	156
<표 III-60> 미국 은퇴자산 규모 추이	161
<표 III-61> 미국 민영연금 시장 추이(수입보험료 기준)	162
<표 III-62> GDP 대비 퇴직연금자산 규모	165
<표 III-63> 고령화 진전과 노년부양비 전망	170
<표 III-64> 고령화 단계와 공적연금의 재정 부담	171
<표 III-65> 사적 연금시장의 규모 비교 (사적연금자산/GDP)	174
<표 III-66> 연도별 퇴직연금시장 예상규모	174
<표 III-67> 민영 연금시장 규모 (생명보험사기준)	175
<표 III-68> 퇴직연금 사업자별 적립금(2009년 9월말 기준)	176
<표 III-69> 퇴직연금사업자별 적립금 운용실태	176
<표 III-70> 미국 IRA 유형별 가입자 추이	184
<표 III-71> 민영 건강보험의 실적 추이(생손보 전체)	188

<표 III-72> 건강보험 경과순손해율 추이	189
<표 III-73> 실손형 건강보험 가입건수	189
<표 III-74> 실손형 건강보험의 자기부담금 제도 변화	190
<표 III-75> 미국의 민영건강보험시장의 규모 추이	194
<표 III-76> 미국 민영건강보험시장의 시장점유율 순위별 보험회사	194
<표 III-77> 일본 건강보험시장 규모	199
<표 III-78> 65세 이상 고령자의 진료비 증가율 추이	201
<표 III-79> 의료비추이와 국민건강보험의 보장 축소	202
<표 III-80> 60세 이상 인구 증가 추이	205
<표 III-81> 노인장기요양보험 신청 및 인정현황	219
<표 III-82> 노인장기요양보험 급여계약현황	219
<표 III-83> 노인장기요양보험의 등급판정	219
<표 III-84> 법적 근거에 따른 장기요양기관의 종류	221
<표 III-85> 연도별 노인 복지시설 현황	221
<표 III-86> 2007년 연령에 따른 평균 장기간병보험료	223
<표 III-87> 67세 개인의 일반형 상품 가입을 위한 보험료 예	225
<표 III-88> 일본 민영장기간병보험 시장 규모	227
<표 III-89> 예비고령자 수	228
<표 III-90> 생명보험 해외 현지법인 자산 현황	235
<표 III-91> 생명보험 해외 현지법인 손익 현황 요약	235
<표 III-92> 해외진출 손해보험사 자산 및 부채·자본 현황 요약	236
<표 III-93> 해외진출 손해보험회사 손익현황 요약	236
<표 III-94> 해외사업 비중	237
<표 III-95> 글로벌 보험사의 지역별 수입	238
<표 III-96> 세계 상위 5개 보험사 및 국내 상위 3사 규모(2007년)	239
<표 III-97> 상위 10개 개발도상국 및 OECD국가 생명보험시장 규모(2008년)	242
<표 III-98> 상위 10개 개발도상국 및 OECD국가 손해보험시장 규모(2008년)	243
<표 III-99> 해외재보험 현황	246
<표 III-100> 2007년 세계 재보험시장 시장점유율	247

<표 IV-1> 금융권별 민원발생 비교	251
<표 IV-2> 민원 유형별 발생 현황	252
<표 IV-3> 보험회사의 사회공헌활동 지출금액 실적	254
<표 IV-4> 은행과 비교한 보험업의 상대적 신뢰도 점수	256
<표 IV-5> 영국보험협회(ABI)의 품질인증제도상 8개 특정기준	259
<표 IV-6> 국제적 SRI펀드 규모	261
<표 IV-7> 사회적 투자 가이드라인(안)	263
<표 IV-8> 보험관련 일반민원의 발생 유형별 현황	265
<표 IV-9> 일반 보장성보험과 실버보험의 비교	273
<표 IV-10> 실버보험의 수입보험료 및 계약건수 추이	273
<표 IV-11> 일본의 일반 건강보험과 간이심사 건강보험의 보험료 비교	276
<표 IV-12> 장애인전용보험 판매 실적 추이	279
<표 IV-13> 생명 및 손해보험회사의 장애인전용보험 보장내용	279
<표 IV-14> 장애인전용보험과 일반 생명보험의 보험료 비교(예시)	280
<표 IV-15> 정부의 친환경차 보급시행계획	283
<표 IV-16> 2006 우리나라 부문별 온실가스 배출량 및 구성비	285
<표 IV-17> 파이어맨즈펀드보험회사의 보험상품	287
<표 IV-18> Progressive 사의 MyRate 제도	289
<표 IV-19> MyRate 적용 주별 할인 및 할증	290
<표 IV-20> GMAC의 주행거리 상품 제공 州	291
<표 IV-21> GMAC의 주행거리별 보험료 할인을	291
<표 IV-22> 외국의 주행거리 자동차보험 적용 사례 I	293
<표 IV-23> 외국의 주행거리 자동차보험 적용 사례 II	294
<표 IV-24> 금융교육 실적 추이	299
<표 IV-25> 청소년교육 프로그램	299
<표 IV-26> pfeg에 의한 학교 지원	301
<표 IV-27> 프로그레시브보험회사 변화경영의 성과	306
<표 IV-28> 인터넷 이용률 추이	310
<표 IV-29> 인터넷 이용 목적	310

<표 IV-30> 보험회사 텔레마케팅 이용 현황	311
<표 IV-31> 인터넷마케팅 서비스 내용	311
<표 IV-32> 보험회사 인터넷 마케팅 이용현황	312
<표 IV-33> 올스테이트보험회사의 경영 및 IT능력에 대한 인식 추이	314

그림 차례

<그림 I-1> 연구의 체계도	21
<그림 II-1> 경제성장률의 장기변화 추이	23
<그림 II-2> 노동투입 관련 지표의 변화 추이	24
<그림 II-3> 투자율의 장기변화 추이	25
<그림 II-4> 우리나라 녹색성장의 비전과 전략 및 정책방향	38
<그림 II-5> 출산율의 장기 변화 추이	39
<그림 II-6> 총인구 규모 및 증가율 전망	39
<그림 II-7> 고령인구 비중과 부양비 장기 변화 추이	41
<그림 II-8> 베이비붐세대의 인구비중	42
<그림 II-9> 가족구조·총가구수 및 가구당 인원수 변화 추이	44
<그림 II-10> OECD 회원국 평균 및 우리나라 노인부양비 추이	52
<그림 II-11> OECD 주요 회원국 및 우리나라 기대수명 추이	53
<그림 II-12> OECD 회원국 평균 및 우리나라 1인당 GDP 및 성장률	54
<그림 II-13> OECD 회원국 보험침투도(2007년)	55
<그림 II-14> 1인당 GDP와 보험침투도	56
<그림 II-15> 1인당 GDP와 생명보험침투도	56
<그림 II-16> 1인당 GDP와 손해보험침투도	57
<그림 II-17> OECD 회원국과 우리나라의 보험산업 구조 변화	58
<그림 II-18> 생명보험, 손해보험 수입보험료 및 손해보험비중	62
<그림 II-19> 보험침투도와 1인당 보험료 추이	66
<그림 II-20> 우리나라 보험산업의 발전비전	75
<그림 II-21> 보험산업 발전경로	77
<그림 III-1> 생명보험 수입보험료 성장 추이	81
<그림 III-2> 생명보험 주력상품의 변천 과정	86
<그림 III-3> 생명보험의 신상품 출현 추이	87
<그림 III-4> 미국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중 추이	92
<그림 III-5> 미국의 개인생명보험 상품별 보험료 비중 추이	94

<그림 III-6> 영국의 생명보험시장 보험료 성장 추이	100
<그림 III-7> 독일의 생명보험시장 수입보험료 성장 추이	103
<그림 III-8> 독일의 생명보험 상품별 보험료 비중 추이	105
<그림 III-9> 독일의 생명보험 상품별 신계약 건수 비중	107
<그림 III-10> 일본의 생명보험 수입보험료 성장 추이	108
<그림 III-11> 일본의 개인생명보험 상품별 신계약액 비중 추이	111
<그림 III-12> 계좌형 통합보험 운영사례	117
<그림 III-13> 손해보험 종목별 성장추이(구성비)	126
<그림 III-14> 자동차 등록대수 성장률 추이	130
<그림 III-15> 퇴직연금 적립금 점유율 추이	155
<그림 III-16> GDP 대비 연기금 자산비율	157
<그림 III-17> OECD 주요국의 사적연금 가입률	158
<그림 III-18> 공적연금 축소와 사적연금에 의한 노후소득 보전	159
<그림 III-19> 제도유형별 시장점유율 추이	161
<그림 III-20> 미국의 연금상품 비중 추이(수입보험료 기준)	163
<그림 III-21> 연금보험 시장규모(수입보험료) 추이	165
<그림 III-22> 변액·정액연금 시장규모(신계약 건수기준)	166
<그림 III-23> DC형 상해보험 상품구조	167
<그림 III-24> 은퇴후 연금상품 추이(일시납 연금)	168
<그림 III-25> 표준채·표준하체 연금	169
<그림 III-26> 고령화에 따른 고령화리스크 발생구조	171
<그림 III-27> 연금제도에 의한 노후소득보장 효과(표준근로자)	173
<그림 III-28> 미국 가계의 IRA 가입 현황	183
<그림 III-29> 국민건강보험 의료서비스 분류체계	187
<그림 III-30> 주요국의 GDP대비 의료비 지출 비율(2007년)	191
<그림 III-31> 주요국의 GDP대비 의료비 지출 비율의 증가율 (1997-2007) ·	192
<그림 III-32> 미국의 의료비 부담형태별 비율(2007년)	193
<그림 III-33> 소비자주도형 건강보험상품(HDHP*)의 가입 비중	195
<그림 III-34> 미국 장기간병보험 누적 판매건수	224

<그림 III-35> 장기간병보험을 판매하는 회사의 시장 생존율	224
<그림 III-36> 인구학적 요인이 장기간병비용에 미치는 영향	229
<그림 III-37> 1인 가구 추계	230
<그림 III-38> 미국 연도별 장기간병보험가입자의 소득 상태	232
<그림 III-39> 글로벌 보험사의 지역별 수입비중	238
<그림 III-40> 대륙별 해외재보험 현황	246
<그림 IV-1> 금융권역별 민원 발생 추이	264
<그림 IV-2> 장애인 등록자수 추이	278
<그림 IV-3> 연령별 주요종목의 신계약건수	322

Growth Schemes of Insurance Business Under Changing Insurance Environments

The volume of Korea insurance premium has been rapidly enlarged and become one of the top 10 countries. It is, however, losing its engines for further growth. Furthermore, the extensive and rapid changes such as demographic shifts and regulatory reform in financial industry taking place in Korea deepens the dwindling growth.

Population growth in Korea is stagnant, and the population is aging rapidly. Thus, Korea, like most developed countries, will be challenged by ever-rising health care costs and funding for supporting aged population. Mounting health care costs and rapidly aging population are already on the track and this trend shows no sign of slowing down.

Circumstances surrounding Korea financial markets has also been rapidly altered. The regulatory barrier to the combination of insurance, investment, and banking industries is largely being removed, and a number of financial conglomerates will be emerged. This will place keen competition not only among insurance companies, but also different types of financial institutions.

As our demographic shifts and financial markets change, it becomes clear that insurance arrangements must be modified and expanded to meet these trends. Moreover, in order to sustain insurance market growth and pioneer new markets, the insurance arrangements must be also redesigned to meet new needs of the society in which they live.

This study combines the research experience, ideas and wisdom of a wide range of participants in Korea Insurance Research Institute in order to suggest long-term strategies for insurance companies facing threats, preparing for sustainable market growth, and pioneering new markets. We trust the insights gained through this publication will offer insurance companies new perspectives on collaborative approaches. We sincerely hope this research can play a great role in moving Korea insurance industry forward.

I. 서론

- 국내 보험산업은 본연의 리스크관리자 역할인 보험영업 측면과 금융영업 측면에서 변화된 환경에 맞추어 사업영역을 재설정하고 새로운 사업 모형을 구축하는 것이 필요함.
- 본 연구에서는 21세기에 있어서 국내 보험산업의 경영환경이 어떻게 변화하는지를 모색하여 보험료의 증장기 전망과 발전비전을 제시하고 보험 영업 부문과 금융영업 부문의 성장영역을 검토
- 아울러 보험산업 성장을 지속하기 위한 기반으로 보험 및 금융소비자로부터 신뢰기반을 구축하기 위한 방안과 21세기의 보험영업 환경에 부합하는 경영혁신 방안을 제시하였음.

II. 보험산업 발전비전

1. 보험산업 환경변화

- 향후 경제·금융 환경은 경제의 잠재성장력 둔화, 디지털화와 네트워크화 가속, 경제활동의 글로벌화 급진전, 금융겸업화 확산, 친환경 녹색성장으로의 경제체제 전환 등을 중심으로 변화될 것으로 예상
- 생산인구 감소와 노동시간 단축에 따른 노동투입 감소, 저축률 하락으로 인한 자본투입 둔화 및 기술개발의 난이성과 경쟁 심화에 의한

2 경영보고서 2010-4(1)

기술진보의 감속 등으로 국내경제의 잠재성장력 둔화가 지속될 전망

- IT의 발달로 경제의 디지털화 및 네트워크화가 급진전되면서 새로운 경제적 기회와 경영방식, 노동구조가 경제 전반으로 확산
 - 무역과 투자의 자유화가 급진전되면서 기업의 경영환경은 경쟁우위 확보를 위한 차별화 전략과 협력이 동시에 요구되고, 금융자산의 포트폴리오 다양화 및 수익성 제고를 위한 신흥시장 진출을 확대
 - 규모의 경제를 실현하기 위한 금융기관의 대형화와 범위의 경제를 추구하는 겸업화가 빠르게 확산되면서 금융그룹간 및 금융권간 경쟁 심화로 대형금융회사의 부실이나 동일 그룹내 금융회사의 동반 부실 등으로 인한 시스템리스크가 확대
 - 지속가능발전을 향한 실천전략으로 급부상한 녹색성장이 경제체제의 새로운 패러다임으로 자리매김하면서 경제전반의 다양한 변화와 더불어 새로운 도약과 성장의 기회를 제공할 전망
- 사회적으로는 인구의 고령화, 핵가족화 및 가족의 다양화와 부양기능 약화, 소비자 주권 강화 등의 변화가 초래될 것으로 예상
- 저출산과 평균수명 연장에 따른 고령화의 가속으로 소비구조 변화와 더불어 장수, 건강, 자산 리스크에 대비할 필요성이 증대되면서 복지 및 노동시장과 금융시장 관련 제도가 고령화 중심으로 개편될 전망
 - 개인의 가치관 변화로 핵가족화, 가족의 다양화가 심화되고, 가족의 부양기능이 약화되면서 사회적 보장기능의 확대와 다양한 대체수단이 등장할 것으로 보임.
 - 소비자의식 신장과 정보화, 세계화 등으로 소비자주권이 강화되면서 소비자와 생산자 관계에 대한 인식 전환이 요구되고, 특히 금융상품의 복잡화로 인한 금융거래 불공정성이 높아지면서 금융소비자주권

문제가 중요한 이슈로 부각

- 한편, 보험산업을 둘러싼 감독체제는 영업관련 규제는 완화되고 있으나, 재무건전성 및 소비자 보호 규제는 강화되는 추세
 - 보험회사간 경쟁 촉진을 통해 합리적인 가격으로 보험을 공급하기 위한 시장진입, 가격·상품개발, 자산운용의 규제완화와 보험판매채널이 다양화될 전망
 - 반면, RBC제도 본격 시행 등 재무건전성 및 리스크관리 제도 등의 사후적 감독은 강화되는 추세
 - 상품설명 의무 강화, 적합성 원칙 및 고객과약의무 등 보험소비자 보호를 위한 보험판매행위 관련 규제도 강화

2. 보험산업 중장기 전망

- 향후 경제·금융 및 사회적 환경 변화와 감독체제 등 제도적 변화를 고려할 때 우리 보험산업은 수입보험료 기준으로 2009~2020년 동안 연평균 5.5%의 성장세를 보일 전망
 - 생명보험은 고령화 진전에 따라 연금부문의 성장이 예상되나 사망·생사혼합보험 등에서의 성장 동력 부재로 전체 성장은 연평균 4.9%에 그칠 전망
 - 손해보험은 장수, 건강에 대한 관심 증대로 장기보험의 성장 지속, 사회구조의 복잡화에 따른 특종보험의 수요 증가 등으로 연평균 6.6%의 성장률을 나타낼 것으로 예상

<표 요약-1> 보험산업 중장기 전망

(단위 : 억 원, %)

구 분		1995	2000	2008	2015	2020
생명보험	보험료	352,880	516,537	735,614	1,035,044	1,308,354
	성장률	17.1	7.9	4.5	5.0	4.8
	비중	76.4	75.4	66.2	63.1	61.9
손해보험	보험료	109,244	168,618	374,955	606,541	803,977
	성장률	24.9	9.1	10.5	7.1	5.8
	비중	23.6	24.6	33.8	36.9	38.1
전체	보험료	462,124	685,155	1,110,568	1,641,585	2,112,331
	성장률	18.7	8.2	6.2	5.7	5.2
	비중	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 1995년 성장률은 1991~1995년까지의 5년간 연평균 성장률임.

- 보험산업 전체 보험침투도(수입보험료/경상GDP)는 2015년 10.6%, 2020년 10.1%로 하락하며, 보험산업 1인당 보험료는 2015년 386만 원, 2020년 489만 원에 달할 전망
 - 생명보험의 침투도는 2015년 6.7%에서 2020년 6.2%로, 손해보험은 2015년 3.9%, 2020년 3.8%로 각각 낮아질 것으로 예상
 - 생명보험의 1인당 보험료는 2015년에 243만 원, 2020년에 303만 원으로, 손해보험은 143만 원과 186만 원으로 각각 높아질 전망

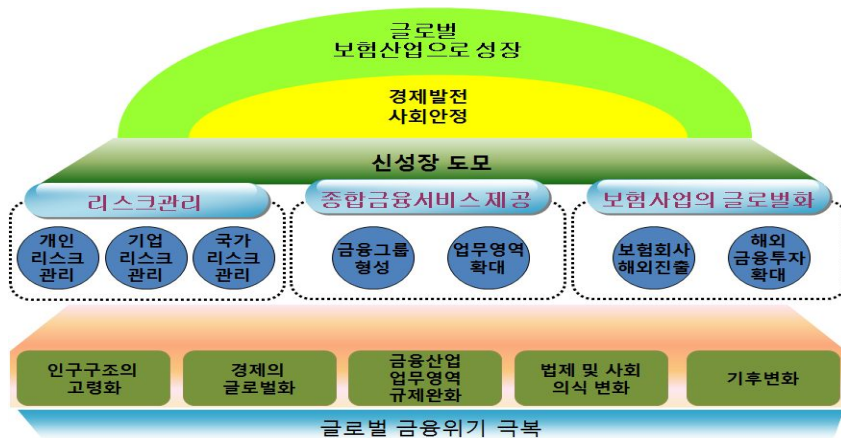
3. 보험산업 발전비전

- 금융겸업화의 점진적 확대, 국제적 보험거래의 확대, 해외 보험시장의 진입장벽 완화, 사회보장제도 개혁에 따른 민영보험의 역할 확대 등을 전제로 보험산업의 비전을 설정함.
- 보험산업은 적극적 마케팅, 장기상품 및 자산운용 경험 등에서 강점을 가지고 있으며, 소비자 신뢰도가 높지 않으며 고비용의 판매채널 유지

등과 같은 약점을 가지고 있음.

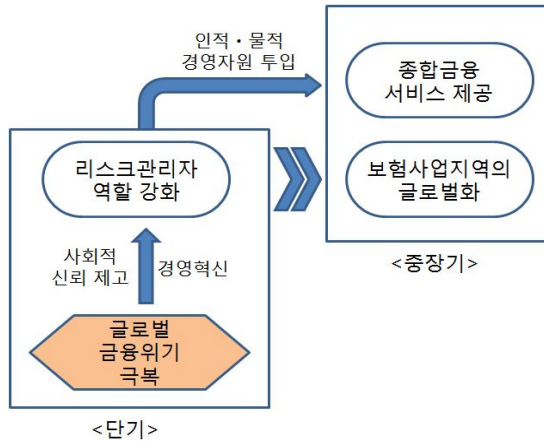
- 향후 사회·자연적 환경변화에 따른 보험수요의 확대, 타금융서비스 영역으로의 진출 가능성, 신흥보험시장 진출 등에서 사업기회를 찾을 수 있을 것으로 예상됨.
 - 반면에 보험시장의 경쟁 강도 강화, 보험회사의 다양한 리스크 노출, 보험상품에 대한 세제혜택 축소 등과 같은 위협요인도 예상됨.
- 보험산업의 발전비전은 “사회적 신뢰 기반 위에서 리스크관리자의 역할을 글로벌하게 확대함으로써 경제발전 및 사회안정에 기여하는 산업으로 성장”으로 설정하는 것이 적절할 것임.
- 이러한 발전비전을 달성하기 위한 전략을 추진함에 있어 단기적으로는 글로벌 금융위기를 극복하고 사회적 신뢰를 제고함과 아울러 경영혁신을 추구할 필요가 있음.
 - 중장기적으로는 단기적으로 준비된 역량과 신뢰도를 기초로 금융겸업화 영역과 해외시장 영역 등에서 새로운 서비스를 제공할 수 있도록 해야 할 것임.

<그림 요약-1> 우리나라 보험산업의 발전비전



- 보험산업 발전을 위해서는 전통적 리스크관리 영역, 금융겸업화 영역, 해외시장 영역 등에서 새로운 성장 동력을 발굴하고, 신뢰도를 높이기 위해 불완전 판매 축소, 취약계층 보험가입 지원과 같은 과제를 해결해야 함.

<그림 요약-2> 보험산업 발전경로



III. 보험영업 부문 성장영역

1. 생명보험 영역

- 국내 생명보험시장은 2000년 이후 소비자의 니즈 변화와 보험시장의 규모 확대에 따른 성장률 정체 또는 저성장 기조가 확산되면서 점차 선진국형 보험시장 구조로 전환되어 가는 중임.
 - 1970~1980년대는 각각 연평균 40% 내외의 매우 높은 성장세를 보였으나 1990년대 12.4%, 그리고 2000년 이후 4.5%를 기록함.
 - 최근 국내 개인생명보험시장은 종신보험과 같은 전통형 보험상품이

부진한 반면 변액보험, 연금과 같은 금융형 상품이 주력으로 등장하는 추세를 보임.

- 해외 주요 국가의 생명보험시장 분석 결과 성장이 점차적으로 정체 또는 저성장 단계에 진입함.
 - 개인생명보험 상품 포트폴리오는 양로·종신·정기보험의 비중이 감소 추세인 반면 연금·변액·유니버설 등 금융형상품이 성장
- 향후 생명보험이 성장하기 위해서는 다음과 같은 사항들을 검토할 필요가 있음.
 - 상품측면에서는 다양한 유형의 단순·저가격 정기보험 상품을 개발하여 인터넷, TM, DM, 홈쇼핑 등의 직판채널을 적극 활용하며, 은행의 방카슈랑스와 연계하여 담보에 대한 물적 또는 인적보증 대신 신용생명정기보험의 활용도 검토
 - 또한 리스크 통합형 또는 컨설팅 상품의 개발 및 활성화를 통한 서비스의 선진화가 필요함.
 - 개인 및 성별 보험가입률 제고를 통해 인적 리스크 관리자로서의 사회적 기능을 원활히 수행하기 위한 성별 노출 위험에 상응하는 상품 단순화 및 차별화한 상품과 특화상품을 개발하는 방안 고려

2. 손해보험 영역

- 2000년대 이후부터 손해보험산업은 연평균 12.6%씩 성장하였는데, 이는 주력 보험종목인 자동차보험은 6.4% 성장에 그친 반면 장기보험이 연평균 18.3%의 높은 성장세를 보였기 때문으로 판단됨.
 - 이들 두 보험종목이외에 개인보험이 17.3%의 높은 성장률을 보이고 있으나, 이 종목의 규모가 아직은 크지 않은 수준임.

8 경영보고서 2010-4(1)

- 전통적인 손해보험 종목인 화재 및 해상보험의 성장률 수준도 높지 않은 수준임.
- 따라서 손해보험시장이 더욱 성장하기 위해서는 현재 주력 보험상품인 장기보험의 성장률을 유지하고, 기타 다른 주력상품인 자동차보험 및 특종보험의 성장동력을 확보하는 것이 필요함.
- 손해보험 성장방안으로 다음과 같은 분야에서 상품개발 및 법률제도의 뒷받침이 필요하다고 판단됨.
- 성장방안으로 개인용자동차보험에 렌터카 차량보장보험(특약)을 신설할 경우, 손해보험회사는 최대 476억 원의 시장 창출효과가 있는 것으로 추정됨.
- ‘자동차 기계적 고장보장 보험(MBI : Mechanical Breakdown Insurance) 도입’ 등 새로운 위험을 보장해주는 상품을 개발할 경우, 시장규모는 전체자동차 중 약 28.2%인 약 342만 대인 것으로 추정됨.
- 환경보험 활성화를 위해서 환경책임법의 제정이 필요하며, 최근 경제주체의 법률적 책임이 강화되는 형태로 사회가 재편되고 있어 법률비용보험의 수요가 증가하므로 종합보험담보로 제공하는 것이 필요함.
- 헌법재판소 판결의 영향으로 새로운 보험시장이 창출되는 경향이 있으므로, 판결결과 등 사회적 변화를 면밀히 살펴 관련 상품개발 등을 준비할 필요가 있음.

3. 연금보험 영역

- 고령화에 따른 정부의 재정리스크와 개인의 장수리스크의 증대 등으로 고령화리스크에 대한 대비가 그 어느 때보다 절실히 요구됨.
- 공적연금의 수급자 급증으로 인한 정부의 재정부담은 가중되는 반면,

기대수명 증대 등으로 인한 장수리스크는 증대되기 때문임.

- 그럼에도 사적연금시장의 활성화 미흡으로 인해 퇴직연금 등 사적연금 적립금이 GDP에서 차지하는 비중은 5.52% 수준에 불과하며, 민영연금 시장 규모도 2007년 이후 점차 감소추이를 시현하고 있음.
- 이에 따라 보험회사는 고객의 니즈변화를 고려한 연금상품 개발 등을 통해 고령화리스크 인수자로서의 역할이 절실히 요구됨.

<표 요약-2> 사적 연금시장의 적립금규모 비교 (사적연금자산/GDP)

미국	영국	일본	우리나라
98.9%	70.1%	23.4%	5.52%

주 : 1) 사적연금 자산 : 개인연금(민영연금제외) 및 퇴직연금자산의 합
 2) 주요국은 2007년 기준, 우리나라는 2008기준

- 즉 퇴직연금서비스의 차별화, DC형 상해보험 도입, IRA형 연금보험 개발 등을 통해 사적연금시장에서의 보험회사 경쟁력 제고가 바람직함.
- 또한 민영연금시장에서의 역할제고차원에서 강화형 연금개발 활성화, 자산연계형 연금 개발, 즉시연금에의 가입유도, 연금지급방식의 다양화 노력이 필요함.

4. 건강보험 영역

- 최근 건강보험시장은 국민건강보험이 보장하지 않는 본인부담금을 보장하는 실손형 건강보험에 특정위험을 정액형으로 보장하는 통합형태로 성장해왔으며 이러한 성장추세는 향후에도 지속될 것으로 예상됨.
- 평균수명과 소득이 증가함에 따라 건강에 대한 관심이 증대되어 건강보험시장이 성장해 왔으며, 장기의 노후기간을 건강하게 향유하고 싶은

사회분위기의 확산으로 인해 당분간 건강보험시장은 지속 성장할 것임.

- 인구구조의 변화와 가족구조 및 기능의 변화는 민영건강보험에의 의존도를 높일 것으로 판단되기 때문에 이를 반영하는 전략적인 상품 및 서비스 개발이 필요함.
 - 은퇴준비자의 상당수는 소득수준이 높고 건강도 양호하여 보험시장의 잠재고객으로 성장할 가능성 높기 때문에 보다 적극적으로 보험을 인수하는 대신 리스크를 헤지할 수 있는 상품개발 필요
 - 건강보험의 급부를 요양시설 입주권 등으로 현물지급하여 보험소비자를 의료소비자로 직결시킬 수 있음.
 - 영유아 및 어린이 건강보험에 부가서비스 기능(출산 축하금 지급, 유괴·납치·인질 위로금 지급 등)을 확대 적용할 필요가 있으며, 정부 및 지자체의 출산장려정책을 어린이 및 태아보험에 적극 활용할 수 있음.
 - 통합보험의 성장과 함께 다양성을 구현할 수 있는 보완상품을 개발하거나 개인건강보험과 함께 단체건강보험을 적극 공략할 상품 및 마케팅전략 개발 필요
 - 건강보험은 보험리스크가 매우 큰 분야로 성장 이전에 리스크관리를 위한 인프라 구축이 선행되어야 하며, 필요에 따라 정책당국과 공조하여 리스크를 관리할 필요가 있음.
- 보험사고 시 보험금을 지급하는 사후적인 리스크관리자로서의 역할과 함께 사전적인 리스크관리자로서의 역할이 강조될 것이므로 보험회사는 고객의 건강관리 프로그램을 건강보험상품에 접목시켜 헬스케어(Healthcare) 서비스를 제공할 필요가 있음.

5. 간병보험 영역

- 인구의 고령화가 진행되기 시작하면서 민영장기간병보험의 수요가 있게 되자 다양한 형태의 간병보험상품이 판매되었으나 시장은 크게 활성화 되어 있지 못한 상태임.
 - 이는 간병담보가 분산시키기 어려운 기간간 리스크 등이 존재하여 공급자 측면에서 보험수요를 감소시킬 수 있는 요인이 다수 존재하기 때문임.
 - 정부는 공적 장기간병보험인 노인장기요양보험제도를 2008년 7월에 도입하여 현재 약 15만 명이 급여혜택을 받고 있으며 요양시설도 확충되어 가고 있음.
- 보험회사 혹은 공적 건강보험의 요양기관에 대한 보상정책이 요양기관의 환자선택과 요양기관이 제공하는 서비스의 질에 영향을 줄 수 있다는 점에서 보험회사의 역할이 중요한 시장임.
- 우리나라의 경우 고령화가 장기간병비용에 미치는 영향이 다른 OECD 국가와 비교하여 GDP대비 가장 높은 것으로 예상되는 만큼 민영장기간병보험의 시장이 충분히 성장할 수 있을 것으로 예상됨.
 - 개인의 건강상태보다는 소득과 자산을 기초로 다양한 급부를 제공하여 수요자의 니드에 부응할 수 있는 상품을 먼저 경험한 외국의 사례를 참고하여 개발할 필요.
 - 영국의 경우 간병필요시 일시금 또는 기타 자산으로 보험료를 지급하고 여생동안 연금방식으로 지급받는 상품을 판매하고 있음.
- 장기간병 수요 증가로 인해 보험수요 증가와 더불어 요양시설 수요도 증가하기 때문에 보험회사는 요양시설의 운영도 고려하여 종합적인 리

스크관리 서비스 제공 기반을 마련할 필요가 있음.

- 실손형 장기간병보험사업자의 경우 비용을 정확히 예상할 수 있다는 점에서 실손형 장기간병보험의 개발과 동시에 요양시설을 운영하는 전략이 필요할 수 있음.

6. 글로벌화를 통한 성장 영역

가. 원보험사업

- 국내 보험회사들의 해외진출을 통한 수익원 확충은 주요 글로벌 보험회사에 비해 미약한 수준임.
 - 생명보험회사의 경우 2009년 3월말 현재 해외진출 25개 점포 중 해외영업중인 점포는 현지법인 3개에 불과하며, 나머지는 주재 사무소, 투자영업, 부동산 임대업을 하고 있음.
 - 손해보험회사는 2009년 3월말 현재 7개사가 미국 등 8개국에 진출하여 41개 점포(현지법인 9, 지점 7, 사무소 25)를 운영 중에 있음.
- 국내 보험회사들이 해외진출에 성공하기 위한 방안으로 다음과 같은 사항을 검토할 수 있음.
 - 진출대상국 현지의 기업문화 및 제도, 현지실정에 맞는 영업조직과 관리조직의 구축 등을 통하여 현지화 전략을 도입하는 것이 필요
 - 보험시장의 잠재성장이 높은 개발도상국 또는 신흥시장국가로의 영업을 목표로 하여 진출 고려
 - 진출형태는 현지법인 형태로의 진출을 고려하되, 진입장벽이 높을 경우 주재사무소 형태로 진입하여 차후에 법인형태로 전환하는 것이 바람직하나, 빠른 속도로 시장점유율을 높이고 기존 네트워크를 한꺼

번에 흡수하기 위해서는 M&A 전략도 고려

- 선진 보험기법을 습득하는 분야 외에 국제경제, 법률, 회계 등 다양한 자질을 겸비한 금융글로벌 전문인력 양성도 병행할 필요가 있음.

나. 재보험사업

- 보험회사의 수익원은 국내 원수보험업과 해외 재보험사업을 통한 확보가 가능하나 국내 보험회사들은 대부분 국내사업과 해외출재만 한정된 나머지 재보험수지의 만성적인 적자가 지속되고 있음.
- 따라서 국내 보험시장의 규모에 걸맞게 해외 시장의 양호한 리스크에 대해 적극적으로 수재하여 포화된 국내시장의 수익원을 대체하는 방안을 검토할 필요가 있음.
 - 수재 대상 리스크는 선진국에 비해 덜 발달되어 있으나 지속적인 경제성장과 보험의 필요성에 대한 인식 변화로 보험 시장 발전 가능성이 큰 남미나 동남아시아, 동유럽의 양호한 리스크를 검토
 - 국내 보험회사들은 교환재보험을 이용하여 해외수재보험을 확대하고 출재에 따른 비용지출을 최소화하는 전략의 하나로 활용 가능
 - 또한 부보리스크의 리스크평가능력과 담보력 확충을 통한 위험보유 능력을 확대하여 국제적인 경쟁력을 갖추는 것이 필요함.

IV. 보험산업 지속성장 기반구축

1. 보험산업 지속성장 기반 구축

가. 윤리경영 및 공익활동 강화

- 보험회사들은 윤리경영 및 공익활동 강화를 위해 운영체계를 개선함과 아울러 공익활동을 강화할 필요가 있음.
 - 최고경영진이 더욱 강력하게 윤리경영을 추진할 의지를 대내외적으로 표명함과 더불어 윤리경영을 효과적으로 추진하기 위한 로드맵을 마련하여 단계적으로 실행할 필요가 있음.
 - 보험산업은 사회적 책임투자를 확대하여 보험회사의 자산운용이 사회발전에 기여함과 더불어 수익성 향상도 도모할 수 있도록 해야 함.

나. 불완전판매 감소를 위한 노력

- 불완전판매 해소를 위해서는 무엇보다 보험소비자와 보험회사 간 정보의 불균형 해소에 초점을 맞추어 보험소비자가 보다 합리적인 의사결정을 할 수 있도록 상세하고 친절한 설명을 강화하는 것이 필요함.
 - 이를 위해서는 판매채널에 대한 교육을 재무설계, 투자컨설팅 등 전문가 육성을 위한 교육을 강화하고, 「보험모집인 정보교환시스템」을 구축·운영하여 모집질서 문란자를 규제할 필요가 있음.
- 보험소비자의 보험에 대한 낮은 이해도는 보험분쟁을 증가시키는 요인이 되고 있으므로, 보험상품 및 보험약관에 대한 지속적인 개선은 물론 홍보활동과 보험소비자 교육 강화에도 노력하여야 할 것임.

다. 취약계층에 대한 보험가입 지원

- 건강한 노후생활을 위해 질병치료보장에 대한 수요가 확대되고 있으나 과거 병력 등으로 가입에 제약이 많으므로 선진국형 고령자 또는 고위험자 대상 전용보험의 개발 필요
 - 향후 간이심사보험을 도입할 경우 소액급부 위주로 설계하고, 보험·급부금 총액을 제한하며, 가입초기 보험사고시 감액하여 차등 지급하는 등의 리스크 관리도 병행될 필요가 있음.
- 등록 장애인 수가 지속적으로 증가하여 등록 장애인 수가 약 224만 명(2008. 12)에 이르는 등 장애인의 체계적인 의료보장서비스 지원이 필요한 시점임.
 - 향후 장애인의 보험가입 확대를 통한 보험회사의 사회적 책임을 강화하기 위하여 단기적으로는 현행 장애인 전용보험에 대한 적극적인 홍보 및 모집조직에 대한 지도 등을 강화 필요

라. 녹색성장 관련 보험상품 제공

- 일정기준 이상의 친환경 건축물의 경우 보험료를 할인해주는 별도의 녹색주택소유자종합보험 상품을 개발하는 방안을 고려하는 등 향후 예상되는 녹색산업에 부합한 다양한 상품개발이 필요
 - 풍력발전, 수력발전, 원자력 발전, 핵융합 에너지 생산 등과 관련하여 설치되는 시설물을 담보할 수 있는 상품과 이들 시설물의 사고로 인한 손해발생을 담보하는 상품 개발이 필요
 - 이와 함께 녹색산업의 성장을 뒷받침하는 다양한 보험상품 개발을 추진할 필요가 있음.
- 보험회사들은 주행거리에 연동한 자동차보험 상품을 개발·판매하는 방

안을 마케팅 전략적 측면에서 접근할 필요가 있음.

- 동 상품의 개발과 관련하여 주행거리 연동 시스템 구축비용, 주행거리 정보 확인·교환장치 비용과 보험료 할인액의 상대적 가치 등의 장애요인 경감 노력도 필요함.

마. 보험소비자 교육 강화

- 보험소비자 교육을 강화하기 위해 중고등학생은 물론 일반소비자까지 포함한 보험교육 로드맵을 마련하는 것에 맞추어 보험회사 스스로가 보험교육의 필요성을 인식하는 것이 필요함.
- 또한 보험회사들은 보험산업 차원에서 보험소비자교육기금(가칭)을 마련하는데 적극 참여하고, 강의능력이 뛰어난 직원을 선발하여 강사로 파견하는 등의 방안도 검토할 필요가 있음.

2. 보험산업 경영혁신

가. 경영패러다임의 변화 : 변화경영 도입

- 보험회사 내에 변화경영을 도입하기 위해 먼저 새로운 사고틀에 입각하여 경영에 임하고 분위기를 개방적으로 유지하고 지원하면서 CEO의 혁신리더십을 확립해야 함.
- 또한 CEO나 경영진 차원의 혁신에 대한 의지가 전체 조직에 확산될 수 있도록 하기 위해 교육을 강화하고 기업문화를 혁신하며, 참여 등급, 표창 제도 등을 운영할 필요가 있음.

나. 새로운 사업 모형 구축

- 보험회사가 사업모형을 혁신하기 위해서는 무엇보다도 조직을 수요자

중심으로 개편하고 고객과 소통할 수 있는 채널을 만드는 것이 필요함.

- 조직의 개방적 운영, 다양한 요소의 인정과 조화, 구성원간 상호작용 활성화 등이 이루어질 수 있도록 조직과 의사결정구조를 혁신하고, 조직구조를 직무 중심으로 전환하는 것이 필요함.
- 전통 사업 부문의 사업모형 혁신을 위해 업무의 분사 또는 아웃소싱을 활용하고 사업운영을 모듈화함으로써 사업내 고정비용을 줄이고, 가변 비용을 높임으로써 자본운용의 비율을 높여 효율성을 기해야 할 것임.
- 신성장 사업 부문 중 보험사업 부문의 경우에는 기존의 사업영역과 신규 사업영역간 시너지 효과를 높이는 사업모형을 만드는 데 초점을 맞출 필요가 있음.
 - 금융사업 부문의 경우에는 보험 사업영역을 근간으로 신규로 허용된 타금융업무를 부수업무로 수행할 수 있도록 하는 사업모형을 만드는 데 초점을 맞출 필요가 있음.
- 보험사업의 글로벌화, 금융겸업화의 확대, 금융지주회사제도 개선 등과 같은 환경변화에 대응하기 위해서 보험회사의 대형화를 도모하는 한편으로 그룹화도 도모할 필요가 있음.
 - 보험회사의 대형화는 규모의 경제에 기초하여 비용효율성을 도모하기 위해서 필요하며, 고객에게 통합되고 일괄된 보험서비스를 제공함은 물론 글로벌사업에 진출하기 위해서도 필요함.
 - 보험회사의 그룹화는 고객의 종합금융서비스 니드에 맞추어 보험사업 이외에 다른 금융사업을 포괄할 뿐만 아니라 리스크를 적절히 관리하기 위해서 필요함.

다. 상품서비스 제공의 혁신

- 향후 상품 및 서비스 혁신의 기본방향은 역선택 문제와 특정 위험에 대한 포괄적 표적계층의 설정으로 인해 축소된 시장을 회복하고 공급자 중심에서 벗어나 수요측면의 변화에 탄력적으로 대응하는 것임.
- 구체적으로 담보위험크기 및 수요를 세분화하는 고객계층 세분화, 패키지화, 그리고 고객자산의 유동화 등을 보험상품 및 서비스에 구현하는 방안을 모색할 필요가 있음.
 - 계약자간 사전적 담보위험크기의 편차를 최소화하기 위해 담보위험 크기를 세분화 할 필요가 있는데, 이는 연금상품 개발 시 계약자의 건강상태별 연금지급방식의 다양화로 구현될 수 있음.
 - 인구의 고령화로 금융자산을 보유한 실버세대가 새로운 소비계층의 하나로 부각되고 있다는 점을 감안하여 표적계층을 다양화할 필요가 있음.
 - 통합상품의 적극적인 개발을 통해 상반되는 보험리스크를 상쇄하고 수수료와 운용비용 등 사업비 절감으로 인한 보험료를 인하하며 역선택으로 인한 과소시장현상을 줄일 필요가 있음.
 - 마지막으로, 급속한 고령화와 독신인구의 증가는 개인의 현금수요 증가와 상속동기 약화를 초래하기 때문에 부동산과 같은 자산을 유동화하는 보험상품의 개발이 필요함.

V. 결 론

- 국내 보험산업은 산업내외간 경쟁이 심화되고 해외 보험회사와의 경쟁도 치열해지는 환경에서 취약한 성장기반에 노출되어 있는 반면 새로운

리크스에 대한 수요는 증가하고 있음.

- 본 연구는 현재까지의 국내 보험산업의 성장과정을 분석하고 21세기의 새로운 환경하의 비전과 성장영역, 지속성장을 위한 기반구축방안을 제시하였음.
 - 보험산업의 비전으로 사회적 신뢰기반 위에서 리스크관리자의 역할을 글로벌하게 확대함으로써 경제발전 및 사회 안정에 기여하는 성장을 제시
 - 보험산업의 성장영역은 생명보험, 손해보험, 연금보험, 건강 및 간병보험 영역으로 구분하여 제시하였으며 국내 보험회사의 전통적 리스크의 수요가 포화됨에 따라 해외보험 시장에 진출하여 성장 동력을 보충하는 전략을 제시
 - 보험산업의 비전달성과 성장영역의 발굴 및 지속가능한 성장기반을 선진화하기 위해 보험회사는 아래와 같은 노력이 필요함.
 - 보험회사는 윤리경영과 공익활동 강화, 불완전 판매의 감소노력, 취약계층과 녹색성장 관련 상품 제공으로 사회적 신뢰를 구축하고 보험소비자 교육을 지속하여야 함.
 - 또한 IT 발달과 인구고령화 등 환경변화에 대응한 경영패러다임과 신사업 모형을 구축함과 동시에 다양한 소비자 니드에 부응하는 상품서비스의 혁신이 필요함.

I. 서 론

보험산업은 경제주체들의 리스크를 전가받아 형성된 기금을 통해 약정한 사고시 보험금을 지급하는 리스크관리자 역할과 형성된 기금으로 대출, 주식투자 등 금융영업을 하는 금융기관으로서 역할을 동시에 수행하고 있다. 이 두 가지 역할이 균형을 이루지 못할 때 산업의 성장은 어려운 환경에 처하게 된다. 국내 보험산업의 리스크관리자 역할 측면에서 보면, 1998년 외환위기 이전까지는 경제성장에 힘입어 연평균 두 자리 수 이상의 고성장을 하여 왔다. 이러한 높은 성장은 보험회사의 경영전략에 의한 것이라기보다는 경제성장에 따른 다양한 리스크의 출현과 경제주체들의 가처분소득의 증가에 따른 자연발생적인 수요에 기인한 면이 크다고 보여진다. 이러한 성장은 1998년 구제금융으로 더 이상 지속되지 못하고 보험회사의 상품개발노력과 판매전략에 의한 성장동력을 확보하는 계기가 되었다.

<표 1-1> 보험산업의 성장률 추이

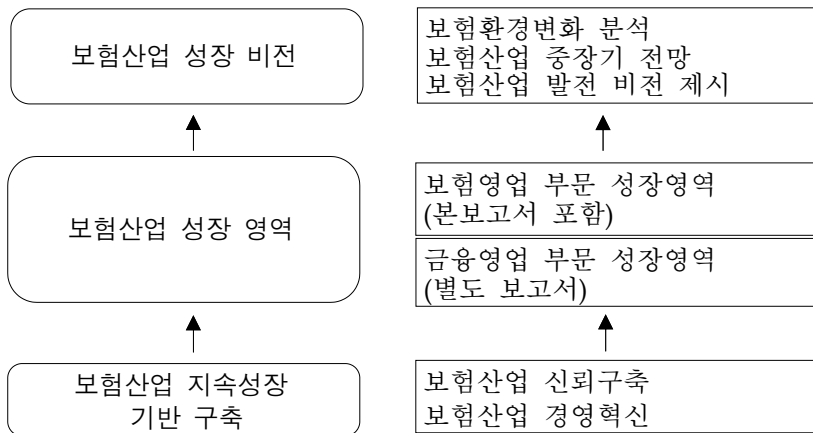
(단위 : 억 원, %)

연도	생명보험		손해보험		보험 계	
	수입보험료	성장률	원수보험료	성장률	보험료	성장률
1980	6,040	55.2	3,880	39.3	9,920	47.7
1985	69,120	62.8	10,170	21.3	79,290	51.5
1990	160,440	18.3	35,900	28.7	196,340	19.9
1995	352,880	17.1	109,243	24.9	462,123	18.7
2000	466,705	5.8	164,784	8.6	631,489	6.4
2005	614,722	5.7	257,241	9.3	871,963	6.7
2006	664,549	8.1	295,861	15.0	960,410	10.1
2007	750,956	13.0	339,818	14.9	1,090,774	13.6
2008	735,613	-2.0	374,954	10.3	1,110,567	1.8

주 : 1980~2000년까지의 성장률은 연평균성장률이며, 2006~2008년의 성장률은 연간성장률임.
 자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도

최근의 국내 보험산업은 생명보험의 경우 안정적인 성장의 한계가 노정되어 있으며, 손해보험은 장기손해보험과 자동차보험의 지속적인 수요하락과 새로운 리스크에 대한 수요로 한정적인 성장이 유지되고 있다. 또한 국내 보험산업은 그동안 추진되어 온 시장개방과 금융겸업화로 대내외 무한 경쟁환경에 처하여 있을 뿐 만 아니라 타업종간/다른권역간의 경쟁에도 노출되어 있어 8, 90년대와 같은 어려운 실정이다. 아울러 보험산업은 보험료수입의 성장과 더불어 자산운용 등의 금융영업부분의 성장도 매우 중요하다. 이러한 경향은 금융겸업화 환경속에서 다양한 복합금융상품의 출현으로 더욱 심화되고 있다. 그동안 보험산업의 금융영업서비스 기능은 지속적인 자산운용규제의 완화와 더불어 겸업화 촉진 정책에 힘입어 크게 확대되었다. 반면에 보험회사의 재무적인 리스크의 노출은 크게 확대되었고 손실규모도 증가하였다. 최근 미국발 금융위기로 보험회사의 성장은 보험영업측면과 금융영업측면 모두에서 실패가 없는 경우에 가능하다는 사실을 알게 되었다.

<그림 1-1> 연구의 체계도



주 : 별도보고서는 『종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안』 임.

이에 따라 국내 보험산업은 본연의 리스크관리자 역할인 보험영업측면과 금융영업측면에서 변화된 환경에 맞추어 사업영역을 재설정하고 새로운 사업모형을 구축하는 것이 필요하다. 본 연구에서는 국내 보험산업의 21세기에 있어서 보험산업의 경영환경이 어떻게 변화하여 가고 있는지를 모색하여 보험료의 중장기 전망과 발전 비전을 제시했다. 설정된 비전을 달성하기 위하여 보험산업의 성장영역을 보험영업 부문과 금융영업 부문으로 구분하였으며 아울러 보험산업의 성장이 지속되기 위한 기반으로 보험 및 금융소비자로부터 신뢰를 구축하기 위한 방안과 21세기의 영업환경에 부합하는 경영혁신 방안을 제시했다.

II. 보험산업 성장 비전

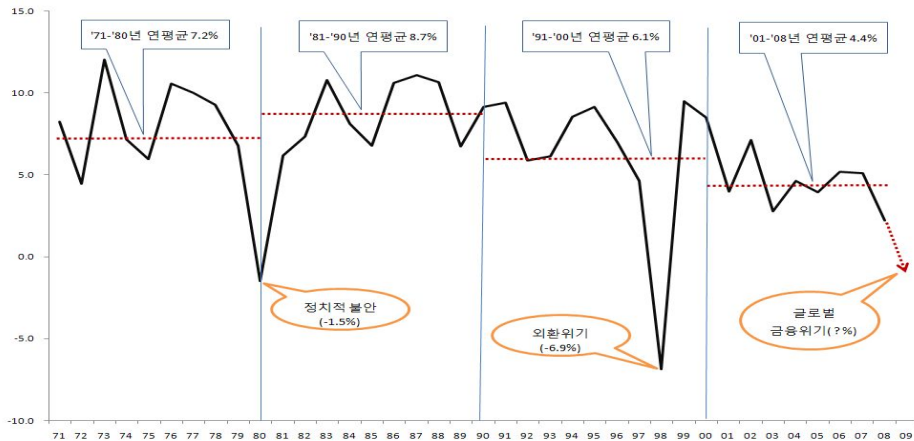
1. 보험산업 환경변화¹⁾

가. 경제·금융환경 변화

1) 잠재 성장력의 둔화

1980년대까지 7~8%의 고성장을 달성해 온 우리 경제는 구제금융 직후인 1990년대부터 4% 중반으로 하락하며 성장 둔화세가 이어지고 있다. 과거 38년 동안 1980년 정치적 불안, 1998년 외환위기 등 두 번의 마이너스 성장을 기록하였으며, 최근 2009년에는 글로벌 금융위기로 인해 성장 정체를 보인 것으로 나타났다.

<그림 II-1> 경제성장률의 장기변화 추이

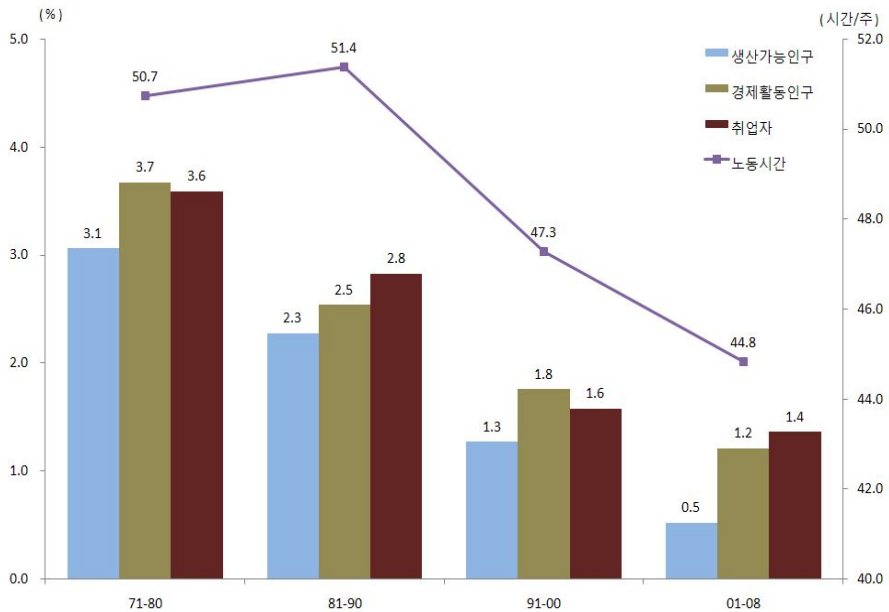


자료 : 한국은행, 국민계정, 각 호.

1) 이진면 동향분석실장이 주관하여 작성하였다.

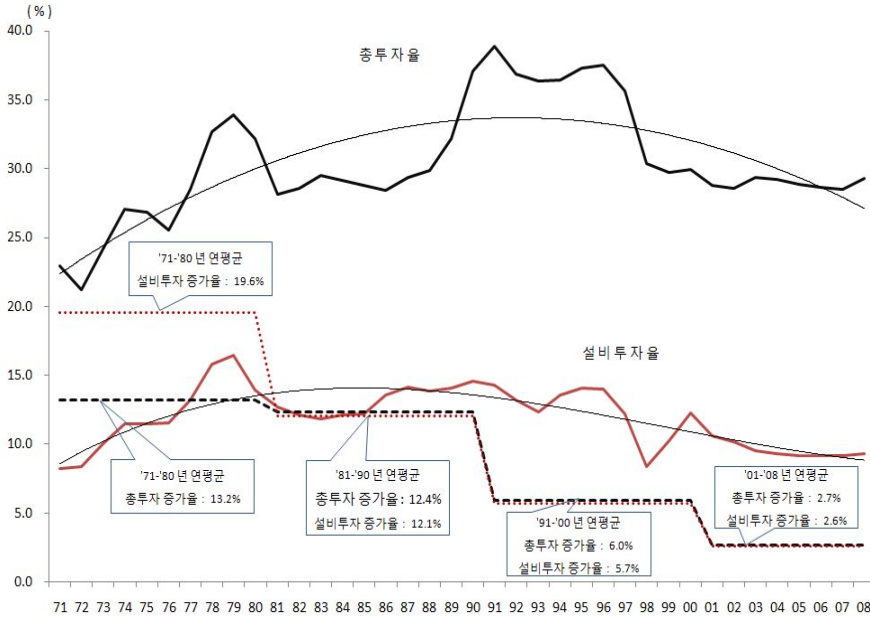
이러한 경제성장률 둔화세는 국내·외에서 발생한 일시적 충격이 어느 정도 영향을 미쳤으나, 기본적으로는 노동, 자본 등 생산요소의 투입 증가율이 점진적으로 둔화된 데 기인하고 있다. 특히, 저출산·고령화가 심화되면서 생산인구 및 경제활동인구의 증가율 둔화, 소득 증가에 따른 여가 활동 선호 현상, 주 5일제에 따른 노동시간 감소 등이 노동 투입의 증가세를 약화시키는 주요 요인으로 지적되고 있다. 또한 외환위기 이후 투자율 급락과 수입 자본재에 대한 의존을 및 해외투자 증가세 등의 영향으로 자본투입 여건도 점차 악화되면서 자본투입도 전반적으로 둔화되는 추세를 보이고 있다.

<그림 11-2> 노동투입 관련 지표의 변화 추이



자료 : 통계청, 노동부

<그림 II-3> 투자율의 장기변화 추이



자료 : 한국은행, 국민계정, 각 호.

향후에도 노동, 자본 등 생산요소의 공급 여건은 과거에 비해 더욱 악화될 가능성이 높으며, 기술혁신에 의한 생산성 향상도 쉽지 않을 것으로 예상된다. 중장기적으로 노동 투입은 인구증가율 정체와 출생률 저하에 의한 생산가능인구의 감소와 급격한 인구의 노령화가 진행되고 있어 경제성장의 제약 요인으로 작용한다. 잉여 노동력이 존재하는 경제발전의 초기 단계에서의 경제성장은 저축율과 투자율이 같아지는 수준에서 기본적으로 결정되지만, 자본축적이 어느 정도 이루어진 성숙 단계에서는 노동력이 경제성장의 제약요인으로 작용하는 속성을 지니고 있기 때문이다.

우리경제의 노동력 감소에는 인구 증가율 둔화보다 노동시간 단축이 더욱 크게 작용할 것으로 예상된다. 우리나라의 연간 1인당 노동시간은 2008년 현재 2,220시간으로 미국, 독일, 일본 등의 선진국에 비해 400~800시간을 크게 웃도는 수준이다. 이러한 선진국과의 차이는 향후 소득증대와 더불어 여가시간에 대한 선호가 높아짐에 따라 상당히 좁혀질 것으로 예상된다.

<표 II-1> 주요국별 취업자 1인당 연간 노동시간

(단위 : 시간)

	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
한국	2,876	2,894	2,688	2,658	2,520	2,364	2,220
이탈리아	1,859	1,862	1,867	1,859	1,861	1,819	1,802
미국	1,813	1,835	1,831	1,845	1,836	1,800	1,792
일본	2,121	2,093	2,031	1,884	1,821	1,775	1,772
영국	1,773	1,766	1,771	1,743	1,712	1,676	1,653
프랑스	1,860	1,707	1,705	1,651	1,591	1,559	1,542
독일	1,751	1,671	1,578	1,504	1,451	1,419	1,421
OECD평균	1,891	1,872	1,859	1,838	1,812	1,776	1,766

자료 : Online OECD Employment database

국내 자본 투입의 양적 증대는 인구 고령화에 따른 부양률 상승, 소득증가로 인한 소비지출 증가 등의 영향으로 저축률 하락이 예상되면서 어느 정도 한계에 도달할 것으로 보인다.

현재 우리나라의 투자율은 주요 선진국들에 비해 비교적 높은 수준이기 때문에 향후 과거의 수준으로 회귀하기는 어려울 것으로 예상된다. 소득수준의 향상으로 사회간접자본에 대한 투자 증가가 예상되지만, 설비투자는 지식 집약화를 위한 설비 고도화와 노후설비의 대체에 집중될 것으로 예상된다. 또한 해외 생산 확대로 설비 증설이 둔화되고 신규사업에 진입하기 위한 신규 투자 규모도 둔화될 것으로 예상됨에 따라 국내 총투자율은 현재의 수준보다는 낮아질 것으로 전망된다.

<표 II-2> 주요국별 총투자율 추이

(단위 : %)

	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
한국	32.2	28.8	37.1	37.3	30.0	28.9	29.3
일본	31.7	27.7	32.1	27.9	25.2	23.3	23.1
프랑스	22.9	19.2	21.5	18.1	19.5	20.0	21.9
이탈리아	25.6	22.3	22.1	19.1	20.3	20.7	20.9
독일	21.5	18.5	19.9	21.9	21.5	17.4	19.0
미국	21.0	20.7	18.3	18.1	20.3	19.9	18.5
영국	18.7	18.0	20.5	16.6	17.1	16.7	16.9

자료 : OECD, Stat Extracts, National Accounts

총요소생산성 역시 기술개발이나 자원배분을 통한 효율성 증대의 여지가 존재하지만, 기술개발의 경쟁심화 및 난이성 증대 등으로 과거의 향상 속도를 유지하기는 어려울 전망이다. 기술진보는 더 이상 비약적 발전이 불가능해 졌으며, 기술혁신의 심도와 범위에 있어서 누적적 학습 과정을 통하여 단계적으로 향상되고 있다. 과거의 기술혁신은 설비투자의 확대 과정에서 자본 재수입 등을 통한 상업화 기술의 체득 위주로 이루어졌으나, 앞으로는 위험도가 높은 응용기술에 대한 연구개발 위주로 전환될 것이기 때문에 과거의 증가 속도를 유지하는 것도 쉽지는 않을 것으로 예상된다.

이러한 요인들로 인해 향후 우리 경제의 성장 잠재력은 4%대 초반 또는 그 이하로 하락할 가능성을 배제하기 어려운 상황이다. 3~5년 전 국내 주요 전망기관들은 우리 경제의 잠재 성장률이 1990년대 6%대에서 2000년대 4% 후반, 2010년대는 4% 초반으로 점차 둔화될 것으로 전망한 바 있다. 그러나 최근 글로벌 금융위기로 인한 경기침체 영향을 고려할 경우 4%대 미만으로 하락할 가능성이 존재한다. 금융위기는 금융 중개기능을 약화시켜 자본비용의 상승, 실업률 증가로 노동투입의 감소를 초래하는 등 자본, 노동 등 기본적 생산요소의 투입 감소, 생산성 변화 등의 경로를 통해 잠재 성장률을 하락시킬 가능성이 높다. 또한 금융위기로 R&D 투자가 위축될 경우 중장기적으로 생산성에 부정적인 영향을 미칠 가능성도 높으나, 위기 과정에서 구조조정이 촉진될 경우 생

산성을 제고시킬 가능성도 상존하고 있다.

<표 II-3> 주요 기관들의 잠재 성장률 전망

(단위 : %)

		1991~2000	2001~2010		2011~2020
한국개발연구원 ¹⁾ (2004)	고성장	6.8	5.2		4.9
	저성장		4.7		4.3
한국은행 ²⁾ (2005)		6.1	4.8 (‘01-‘04)	4.6 (‘05-‘14)	-
산업연구원 ³⁾ (2006)		6.1 (‘91-‘04)		4.9 (‘05-‘10)	4.0
삼성경제연구소 ⁴⁾ (2009)		7.0 (‘91-‘97)	4.5 (‘98-‘07)	3.8 (‘08-‘09)	-

자료 : 한국개발연구원(2004); 한국은행(2005); 산업연구원(2006); 삼성경제연구소(2009).

2) 경제의 디지털화 및 네트워크화

컴퓨터를 통한 정보처리능력 및 네트워크 저장과 전송 기술의 발달로 디지털 및 네트워크 기술의 융합화·지능화·서비스화가 진행되면서 경제의 디지털화 및 네트워크화 현상이 빠르게 진전되고 있다.

경제의 디지털화(Digitization)는 재화와 서비스의 생산, 분배, 소비 등의 주요 경제 활동이 통신기술, 컴퓨터, 소프트웨어, 기타 IT 등의 디지털 기술을 기반으로 하는 것을 일컫는다. IT 및 인터넷 활용이 보편화되면서 재화 및 서비스의 판매, 인재 교류 등의 글로벌화, 신산업 창출 및 생산성의 증가 등 경제활동의 성과 증대를 유발하고 있다. 특히, 인터넷 기술은 경제뿐만 아니라 시장구조, 기업조직 및 경영방식 전반에 근본적인 변화를 초래하고 있다.

경제의 네트워크화(Networking)란 디지털화된 주요 경제 활동이 IT를 통해 상호 밀접하게 연결된 것을 의미하며, 공간화 및 다양화, 광속화의 핵심적 특성을 지닌다. 과거 경제활동 흐름이 일방적·단선적·평면적이었던 것에 비해, 네트워크화된 경제는 공간 이동이라는 개념 확장을 이용해 다양성을 확보하고 있

다. 또한 경제활동 주체들은 광범위하게 퍼진 연결고리를 통해서 정보와 영향력을 신속하게 주고받음으로써 급속한 경제 변화를 견인하고 있으며, 연결의 경제성으로 네트워크의 밀도가 높아짐에 따라 생산성의 증가가 경제 전반으로 파급되고 있다.

경제의 디지털화 및 네트워크화로 이전과 전혀 다른 새로운 경제적 기회와 경영방식, 노동구조가 경제 전반으로 확산됨에 따라 세계경제의 글로벌화가 빠른 속도로 진행되고 있다. 산업사회의 단순노동이 새로운 지식노동으로 대체되는 등 노동구조 전환이 활발히 진전되고 있으며, 정보기술의 효율적 활용으로 근무시간의 유연화, 원격근무 보편화 등을 통해 근무형태의 다양화가 가속화되고 있다. 또한 디지털 기술의 응용 핵심 분야인 전자상거래가 보편화되면서 구매 및 유통비용이 감소하는 한편, 소비자의 선택의 기회 확대, 기업 내부의 의사결정, 생산, 판매 등의 전 과정에서 소비자 만족을 축으로 하는 지식경영이 확산되는 추세이다.

인터넷 발달, 전자상거래의 보편화 등으로 시간과 공간을 초월하는 경제활동이 활발해지면서 경제활동의 글로벌화가 촉진되고 있다. 향후에도 기업간거래(B2B), 제품과 서비스의 디지털 유통, 인터넷 쇼핑 등의 분야에서 인터넷 기반 전자상거래 활성화가 지속될 것이며, 이는 경제 글로벌화가 진전되는데 중요한 역할을 할 것으로 전망된다.

지식 서비스업의 대표적인 금융산업 역시 결제 수단, 전자화, 인터넷 뱅킹, 온라인 판매채널·고객 지원, 금융기관 내부업무의 전자 시스템화 등을 통해 디지털화 및 네트워크화가 빠르게 진행 중이다. 금융산업에 있어서 디지털화 및 네트워크화는 곧 전자 금융화를 의미하는데, 금융기관은 금융업무에 IT 등을 적용해 업무자동화와 전자화를 실현하고, 고객은 전자화된 매체를 통해 지급결제 기능을 포함한 금융 서비스가 제공된다. 은행업에서는 인터넷 뱅킹을 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 계좌조회, 자금이체, 대출 등 다양한 은행서비스의 이용이 가능하며, 은행 내부업무도 인터넷뱅킹과 IT기반 기술을 활용해 온라인화, 계좌통합관리, 자산관리서비스 등 새로운 서비스를 도입하고 있다. 보험업의 경우 표면적으로는 온라인 활동이 다른 금융 부문에 비해 다소 부진한 편이지만, 보험회사 내부적으로 IT 도입을 통한 업무 프로세스의 효율화, 판

매채널과 고객에 대한 지원시스템의 디지털 및 인터넷 기반기술의 활용, 영업 및 보상직원을 위한 이동사무실 지원, 대리점 온라인화 등 다양한 형태의 디지털화가 진전되고 있다. 증권업은 정보통신기술의 영향을 가장 크게 받고 있는 분야로 디지털화 및 네트워크화를 통해 대형화, 종합금융화가 급진전되고 있다.

금융산업이 디지털화 및 네트워크화 되면서 고객중심의 금융 서비스화, 금융기관의 종합 금융화와 겸업화, 금융인력의 소수 정예화 등 새로운 변화들이 초래되고 있다. 또한 결제방식, 자금중개 등의 디지털화, 사이버 금융기관의 등장 등으로 전통적인 금융업 패턴이 퇴조되고, 고객 정보력이 크게 신장됨에 따라 금융시장이 진정한 의미의 고객중심 서비스로 변모하고 있다. 아울러 금융기관의 효율성과 다양해진 고객니즈를 충족시키기 위해 겸업화 현상이 확산 중이며, 금융 서비스 제공이 네트워크화 됨에 따라 정보통신업체와 유통업체가 제휴하는 등 금융업과 이종업종간의 전략적 제휴가 확대되는 양상이다. 이러한 변화를 통해 금융기관의 핵심 경쟁력은 영업인력 확보에서 상품 개발력으로 급속히 이동 중이며, 이에 따라 해당분야에 정통한 소수 정예화된 금융인력 확보가 금융기관의 경쟁력 요소로 자리 잡고 있다.

한편, 금융산업의 디지털화 및 네트워크화는 다양한 기회요인과 위협요인이 상존하고 있다. 기회요인으로는 고객과 금융기관간의 점점 확대, 소비자 니즈를 충족할 수 있는 복합적인 금융 서비스의 제공, 금융거래 비용 감소 등을 들 수 있다. 반면에 막대한 금액의 초기투자 비용과 대형화 및 가격경쟁 격화로 인한 수익 축소 가능성, 불공정거래에 대한 감독·감시의 난이성 증가, 고객정보 유출 가능성 증대 등에 의한 범죄 피해 확산, 진입장벽 완화에 따른 새로운 경쟁자 출현 등의 위협요인도 존재한다.

3) 경제의 글로벌화

경제활동의 세계화가 급속히 진전되면서 세계경제는 다자주의가 상대적으로 후퇴하고 지역주의가 심화되는 추세를 보이고 있다. 현재 WTO 중심으로 진행되고 있는 DDA협상이 참가국들의 이해관계의 다양화로 인하여 협상이 장기화

되면서 대규모 국제통상협상의 합의가 매우 어려운 상황에 직면하고 있다. 반면, 상대적으로 합의도출이 용이한 국가간 혹은 지역간 자유무역협정(FTA)이 동시다발적으로 활발히 진행되는 등 지역주의가 급진전되고 있는 상황이다. 일부 국가들의 경우 자국의 통상정책을 추진하는 데 있어서 지역무역협정과 다자 무역협정에 동일한 무게를 두고 있으나, 지역무역협정에 우선순위를 두는 국가들이 점차 증가하고 있는 상황이다.

FTA체결 위주의 지역적 경제 통합화가 가속되면서 세계경제는 북미권, 유럽권, 동북아권 등 3대 경제권을 중심으로 블록화 현상이 심화되고 있다. 북미는 미주지역자유무역지대(FTAA)를 중심으로 블록화를 형성하고 있고, 유럽은 EU 내의 경제적 통합을 넘어서 정치적 통합 및 CIS국가들을 포함하는 거대 경제권을 지향하고 있다. 동북아지역은 역내 경제적 교류가 폭발적으로 증가하면서 ASEAN, 중국 등을 중심으로 FTA체결을 위한 움직임이 활발해지고 있다.

개방화의 큰 흐름 속에 무역과 투자의 자유화가 급진전되면서 다국적기업의 경영환경은 경쟁우위 확보를 위한 차별화 전략과 협력이 동시에 요구되는 상황이다. 다국적기업들이 선진국 시장점유율의 유지 확대와 신흥시장의 선점에 적극 나서면서 경쟁우위의 확보를 위해 핵심역량의 강화, 기술혁신의 가속과 더불어 가치사슬상 보완적인 기능을 보유한 기업과의 협력 확대가 요구되고 있다. 특히, 다국적기업은 협력적 가치사슬을 구축하기 위해 원천기술과 전문인력의 확보에 노력을 기울일 것이며, 효율적인 조직구조와 글로벌 네트워크의 구축을 가속화할 것으로 예상된다. 또한 기술, 공정, 시장, 서비스 등 다양한 분야에서 혁신으로 인해 다국적기업이 세계경제에 미치는 영향력은 더욱 증대되어 얼마나 많은 다국적기업을 보유하고 있느냐가 국가경쟁력을 좌우할 것으로 예상된다.

한편, 세계적으로 금융시장의 자유화가 빠르게 확산되면서 자금이동이 자유로워짐에 따라 금융자산에 있어서 주요 선진국들은 포트폴리오의 다양화 및 수익성 제고 등을 목적으로 금융시장 확대 및 자유화를 추진하고 있는 신흥 개도국시장으로의 진출을 확대하고 있다. 대형 투자은행 등이 글로벌 금융시스템의 통합을 주도하면서 효율성 제고 효과가 나타나는 반면, 선진국 주요 은행들의 전체이익 중 해외사업이익의 비중이 크게 증가하고 있는 등 반대로 개도국시장

의 금융부문은 선진국들의 영향권에 편입되는 경향을 보이고 있다.

금융의 글로벌화로 국경간(cross-border) 금융서비스거래가 활발해지면서 금융서비스 제공국(home country)과 이용국(host country)간의 감독주권에 대한 문제가 대두되고 있다. 투자전략의 공조 등으로 국제금융시장에서 동조화가 심화되면서 금융회사 영업전략, 경제주체의 금융시장에 대한 기대 등에서 전염효과(contagion effect)나 쏠림(one-way expectation) 현상이 심화되는 추세이다. 금융쏠림 현상은 금융·경제 환경의 급속한 변화 및 변화내용의 복잡성 등으로 경제주체가 전문가의 의견을 추종하는 과정에서 발생하는 세계적 현상이나, 감독규제의 비탄력성²⁾, 네트워크 효과(economies of network) 등도 발생요인으로 작용하고 있다. 이러한 금융쏠림 현상으로 인해 협소한 시장³⁾, 전문가 부족⁴⁾, 단기 업적주의⁵⁾ 등으로 더욱 심각해질 수 있다는 우려가 대두되고 있다. 또한 국가간 규제차익(regulation arbitrage)을 이용한 조세 및 규제 회피 가능성도 상존하고 있다.

4) 금융겸업화

1980년대부터 논의가 시작된 금융권간 장벽철폐가 1990년대 이후 급진전하면서 안정적 수익확보, 리스크 분산 등 규모의 경제를 실현하기 위한 금융기관의 대형화와 범위의 경제를 추구하는 겸업화가 빠르게 확산되고 있다. 유럽에서는 1980년대부터 1990년대에 걸쳐 은행업과 증권업을 겸업하는 유니버설뱅크(Universal Bank), 보험업 등 다양한 금융업무를 취급하는 방카슈랑스(Bancassurance)가 발전하고 있다. 더욱이 EU는 2004년에 금융상품투자지침

-
- 2) 감독규제의 비탄력성은 감독규제가 경기호황기에는 완화되고, 경기침체기에는 강화되는 경향이 있으며, 이는 금융회사의 경기순응적 여신행태를 조장한다.
 - 3) 국내 금융회사의 거래 상대방이 협소한 국내시장에 국한되어 다양한 신상품 개발에 어려워 특정 금융상품으로 편중되는 현상이 발생한다.
 - 4) 자산 내재가치에 대한 깊이 있는 조사·연구 능력의 부족으로 투자분석가간에 상호 합의된 결론을 도출하는 경향이 있다.
 - 5) 외환위기 이후 단기실적이 중시되면서 투자자간 군집행도(herd behavior)가 심화되고 있다. 단기 업적주의는 고수익-고위험 자산의 거래확대를 유발하며, 이러한 자산은 펀더멘털 보다는 시장분위기(market sentiment)에 좌우된다.

(Market in Financial Instrument Directive, MiFID)⁶⁾의 채택을 계기로 금융서비스의 타업종간 통합이 급진전하여 은행, 증권 및 보험업무 등 폭넓은 서비스를 제공하는 금융복합기업(financial conglomerate)이 증가 추세이다. 미국, 일본 역시 상업은행과 투자은행이 결합하는 금융기업을 중심으로 겸업화가 진전되고 있다.

세계적으로 금융겸업화가 빠르게 진행되면서 개별 금융회사간 경쟁보다 금융그룹간 및 금융권간 경쟁이 더욱 부각되는 양상이다. 금융기관의 경쟁력이 금융지주회사 방식의 금융그룹 형성을 바탕으로 개별 금융회사간 시너지 극대화를 통해 금융서비스의 통합과 효율적 전달 능력에 의해 좌우되고 있는 것이다. 즉, 경제적 기능이 유사한 상품이 금융권별로 경쟁적으로 개발함으로써 금융상품의 혁신에 의해 금융권간 경쟁이 심화되고 있고, 기존에 경쟁이 거의 없었던 다른 금융권의 회사간 경쟁이 유발되고 있다. 경쟁 상품 혹은 유사 기능의 상품개발은 금융공학의 발달을 배경으로 새로운 금융파생상품 개발이 활성화되면서 생겨나고 있는데, 신용파생상품과 신용보험이 대표적이다. 또한 증권사의 ELS(Equity Linked Securities), 은행의 ELD(Equity Linked Deposit), 자산운용사의 ELF(Equity Linked Fund) 등의 주가연동형 금융상품과같이 상품의 운용구조는 유사하나 금융권별로 개발·운영함으로써 경쟁이 심화되기도 한다.

이러한 금융겸업화의 추세를 반영하여 규제 of 차익을 제거하고 금융혁신을 촉진하기 위해 금융법제가 통합되면서 기능별 규제로 전환되고 있는 추세이다. 영국과 호주에서 2000년과 2002년에 각각 FSMA(Financial Services and Markets Act), FSRA(Financial Services Reform Act)가 시행되면서 제도적 측면에서 금융규제 체계가 통합되고 있다. 미국에서도 1999년 FSMA(Financial Services Modernization Act)가 발효되면서 분업주의에서 겸업주의로 전환되고 있다. 일본 또한 1996년 일본판 금융빅뱅 이후 2006년에 금융상품거래법을 제정하는 등 금융겸업화에 대응한 법제 정비에 돌입한 상황이다.

우리나라도 세계적인 금융겸업화의 흐름에 발맞추어 자본시장법 제정, 보험업법 개정 등을 통해 금융투자업간의 겸영 허용, 금융상품에 대한 규제개혁, 투

6) 이 지침은 논의가 시작된 2000년에는 밀레니엄버그를 대비한 시스템의 안정성 및 보완강화가 핵심이었으나, 논의가 지속되면서 EU 역내금융시장의 통합 촉진 및 효율성 제고로 전환되었고, 2004년 4월 EU 공식안으로 채택이후, 2007년 11월에 발효되었다.

자자 보호 확대 등을 도모하고 있다. 은행 중심의 간접금융체제에서 자본시장 중심의 직접금융체제로 전환하는 금융규제체제 전반을 개혁하는 자본시장통합법이 2009년 1월부터 본격 시행됨에 따라 금융투자업간 겸영이 허용된다. 또한 보험회사의 상품개발 자율성 제고, 판매제도의 선진화 도모, 겸영업무의 확대, 소비자 보호 장치 강화 등을 주요 골자로 기존 보험업법이 개정될 예정이다.

이에 보험회사들은 겸업화를 통해 종합금융서비스 기능을 확보하여 타업권과 공정경쟁을 할 수 있는 여건을 마련하고, 이와 더불어 지주회사 방식 등을 활용한 대형화를 통해 국제 경쟁력의 확보가 필요한 시점이다. 보험회사의 전반적인 수익성 저하, 시장의 포화상태 도달로 새로운 수익원의 확보필요성, 개인소득의 전반적인 증가 추세에 따른 고령화 및 베이비붐 세대의 은퇴 등은 종합금융서비스에 대한 수요를 증대시키고 있는 것이다.

더욱이 금융겸업화의 추세에 대응할 수 있도록 보험지주회사 설립이 허용됨에 따라 금융의 대형화, 그룹화 여건이 조성되고 있는 상황이다. 이에 따라 보험회사는 자회사 형태로 소유가 가능하나, 생손보간 자회사 및 증손회사 관계 등 손자회사 형태의 지배는 금지되며, 보험지주회사의 자회사는 보험업법의 자산운용 및 건전성 규제만을 적용 받고, 별도 규정은 배제되었다.

그러나 금융의 대형화 및 겸업화는 잠재적 리스크 요인을 내포하고 있다. 대마불사(大馬不死)에 따른 금융회사의 도덕적 해이 및 감독당국의 규제관용(regulation forbearance) 발생 가능성이 상존하고 있으며, 아울러 금융산업의 집중도 상승에 따른 경쟁 제한으로 금리 및 수수료 결정 등에 있어서 금융회사의 우월적 지위 행사 등으로 인한 소비자 후생 감소도 우려되고 있다.

5) 친환경 녹색성장

지구온난화, 자원 및 에너지 고갈 등의 문제를 극복하기 위한 전지구적 차원의 논의와 실천방안은 그 동안 '지속가능발전'을 중심으로 추진되고 있다. '지속가능한 발전(Sustainable Development)'은 1987년 UN에서 주창하여 1992년 UN 환경개발회의(UNCED)에서 '환경적으로 건전하고 지속가능한 개발(ESSD)'

이라는 환경과 경제의 통합개념으로 발전하였고, 2002년 지속가능세계정상회의(WSSD)에서는 환경과 경제와 사회의 통합과 균형을 지향하는 ‘지속가능발전’이 21세기 인류의 보편적인 발전전략을 함축하는 핵심개념으로 정착했다. 이러한 지속가능발전의 개념은 UN과 더불어 OECD, EU의 3대 국제기구를 중심으로 정책적 추진 원칙, 구체화를 위한 정책 수단 개발 및 일상생활에서의 실천운동 확산 등에 대한 노력을 경주해 왔다. 그러나 지속가능발전이 경제개발의 비용으로 작용한다는 일부 국가나 기업들의 부정적인 인식으로 공동행동을 위한 합의와 실천을 도출하는데 많은 시간이 소요되고 있다.

1990년대 중반이후 지구온난화 방지를 위한 온실가스를 줄이는 노력과 실행 계획에 세계 각국의 합의가 도출되면서 ‘지속가능발전’의 추진이 탄력을 받기 시작했다. 지구온난화로 인한 위험에 대응하기 위한 범지구적인 노력으로 1992년에 UN환경개발회(UNCED)에서 기후변화협약(UNFCCC)이 체결되었고, 1994년에는 기후변화협약을 50개국이 비준·발효하였다. 또한 기후협약에 따라 세계 각국의 온실가스 감축 이행에 대한 구체적인 실행지침으로 1997년 12월 ‘선진국의 온실가스 감축의무’를 합의한 교토의정서가 채택되고, 2005년 2월부터 공식적으로 발효되었다. 이후 교토의정서의 대상기간(2008-2012) 이후의 온실가스 감축체제에 관한 논의, 즉 포스트교토(post-Kyoto) 협정이 지속되고 있다.

최근에는 지속가능발전을 향한 구체적인 실천 전략으로 ‘녹색성장(Green Growth)’에 대한 논의와 정책적 구체화가 급부상하고 있다. 지속가능발전은 경제와 사회 및 환경이 조화와 균형을 이루어나가는 바람직한 국가발전 모습으로, 인류사회가 지향해야할 이상적인 비전의 의미를 내포한다. 반면, 녹색성장은 지속가능발전 상태로 나아가기 위한 전략적 목표(strategic objective)와 방법으로서, 경제적 발전과 환경파괴 및 자원고갈이 비동기화(decoupling)되도록 경제체제를 발전시켜 나가는 전략이라고 볼 수 있다. 즉, 녹색성장의 의미는 경제성장을 하면서 환경의 질과 자원사용의 효율을 높여 인류의 삶과 환경의 상생 및 상보 관계를 구축하는 것이다.

특히, 유럽의 주요 선진국들은 녹색성장을 정책적으로 구체화하는 다양한 프로그램을 수립하면서 EU, UN, G8 정상회의, 세계은행 등 국제기구를 통해 세계의 녹색성장을 주도하는 추세이다. 프랑스는 5개월간의 환경대토론회를 거쳐

기후변화의 대응과 생태적 발전 전략에 대한 국민적 합의를 도출하고 실천 방안을 통과시켰다. 독일과 영국도 기후변화의 대응, 신재생에너지 등을 중심으로 녹색성장 전략을 구체화하고 있다.

세계는 이처럼 기후변화와 녹색성장이라는 새로운 패러다임으로 경제체제가 빠르게 전환되고 있다. 유엔과 G8 및 G20 정상회의 등 외교무대의 협상이 기후변화와 녹색성장을 중심으로 재편되고 있고, OECD, 유럽연합 등 국제기구의 활동에서도 이들 과제가 중요한 축을 형성하고 있다.

최근 OECD는 온실가스 감축을 통해 기후변화에 대응하는 측면에 초점을 두고 녹색성장 및 추진 과제에 대해 활발한 논의를 진행하고 있다. 기후변화에 대한 대응이 세계와 지역별 경제성장에 미치는 영향과 비용, 기후변화에 대한 비용효과적인 대응방향, “carbon leakage” 문제, 개도국의 동참을 위한 인센티브 문제 등을 논의하고 있다. 또한 녹색성장에 필요한 분야별 정책과제에 대한 논의로 국제적인 정책메커니즘(international policy mechanism)과 개별 국가차원의 정책메커니즘(national policy mechanism)의 논의로 구분할 수 있다. 국제적인 정책메커니즘에 대한 논의는 기후변화에 대한 비용효과적인 대응과 녹색성장을 위해 범세계적으로 실행할 필요가 있는 배출권 총량설정 및 거래제도(cap-and-trade), 산업부문별 접근방법(sectoral approach) 등을 중심으로 진행되고 있다. 국가차원의 정책메커니즘에 관한 논의는 개별 국가내의 주요 부문별로 화석연료 사용의존도를 줄여나가는 데 필요한 정책방향을 중심으로 진행되고 있다.

<표 II-4> 녹색성장과 관련한 OECD의 논의체계

논의 주제		주요 내용
기후변화 대응의 경제적 영향		· 기후변화 대응비용(세계, 주요지역) · 개도국 참여유도 방안
녹색성장을 위한 정책메커니즘		
국제적 정책메커니즘 (International Policy Mechanism)	가격메커니즘 (Price Mechanism)	· 배출권 거래제도(cap-and-trade) · 탄소세(carbon tax)
	비가격메커니즘 (Non-price Mechanism)	· 부문별 접근방법 (sectoral approach)
국가별 정책메커니즘 (National Policy Mechanism)	發電정책 (Power Generation Policy)	· 재생에너지(renewables) · 원자력(nuclear)
	산업정책 (Industrial Policy)	· 청정기술혁신(eco-innovation) · Green ICT
	공통정책 (Trans-sectoral Policy)	· 에너지효율 개선 · 환경친화적 세계개편 · Green Job

자료 : 주OECD 한국대표부(2009. 2)

우리나라도 현 정부 들어 ‘녹색성장’에 대한 개념과 3대 전략 및 10대 정책 방향을 명확히 제시하면서 경제체제의 패러다임 전환에 박차를 가하고 있다. ‘저탄소 녹색성장’은 온실가스와 환경오염을 줄이는 지속가능한 성장이며, 녹색 기술과 청정 에너지로 신성장동력과 일자리를 창출하는 신국가발전 패러다임으로 개념을 명확히 제시하고 있다. 또한 대통령직속으로 녹색성장위원회를 발족시켜 녹색성장의 정책방향 및 구체적인 실천전략을 수립하고, 정책 조율과 함께 다양한 의견수렴을 위해 수행토록 하고 있다.

<그림 II-4> 우리나라 녹색성장의 비전과 전략 및 정책방향



자료 : 녹색성장위원회 홈페이지

이러한 녹색성장으로의 패러다임 전환은 경제·사회 각 분야에서 새롭고 다양한 변화를 초래할 것이며, 경제주체들은 새로운 변화에 대한 적응과 더불어 도약 및 성장의 발판으로 활용할 수 있는 기회를 제공한다. 세계 각국의 정책방향이 녹색성장 위주로 전환되고, 생활습관과 소비행태도 친환경, 자원 및 에너지 절약적으로 변화됨에 따라 새로운 산업이나 사업이 창출될 것으로 보인다.

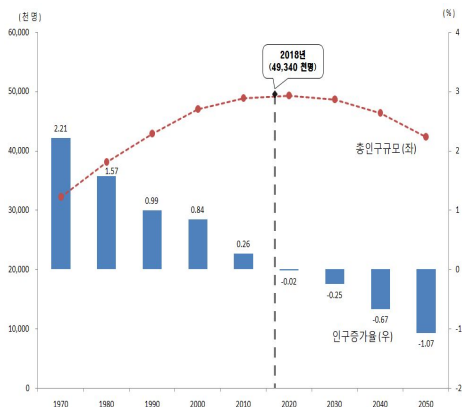
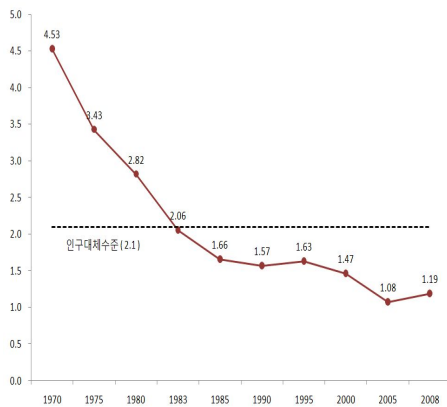
금융 및 보험 분야에서도 녹색성장과 관련된 다양한 사업기회가 제공될 것이므로 이를 새로운 성장 동력으로 적극 활용하는 방안 마련이 요구된다. 해외 금융선진국에서는 소비자의 인식 변화, 환경에 대한 규제 강화 등에 따라 환경친화적 금융상품이 활용되기 시작되었다. 보험분야에서는 녹색산업과 관련된 위험을 보장하거나 환경친화적 내용이 포함된 보험상품을 중심으로 수요가 증대될 것으로 기대된다.

나. 사회환경 변화

1) 인구구조의 변화와 고령화

우리나라의 총인구는 출산율의 지속적인 하락에 따른 증가세 둔화로 향후 2018년을 기점으로 감소할 것으로 예상된다. 1970년 4.53명이던 출산율이 1983년을 기점으로 인구대체수준(2.1명)이하로 떨어졌고, 이후 계속 낮아져 2008년 현재 1.19명 수준에 이르는 것으로 나타났다. 이러한 출산율 하락에 따라 인구 증가율도 1970년에 2.21%에서 2005년에 0.21%까지 둔화되었고, 2018년 0.02%를 기점으로 감소세로 전환되면서 총인구규모가 감소할 전망이다. 출산율 저하의 원인은 기본적으로 만혼, 미혼 등의 급격한 증가를 들 수 있지만, 최근에는 결혼·출산·육아를 둘러싼 '기회비용'의 상승이나 자녀교육에 대한 부담이 출산율 저하의 중요한 요인으로 작용하고 있다.

<그림 II-5> 출산율의 장기 변화 추이 <그림 II-6> 총인구 규모 및 증가율 전망



주 : 출산율은 여자 1명이 평생 동안 낳을 것으로 예상되는 평균 출생아수를 나타낸 합계출산율로 연령별 출산율의 총합임.

자료 : 통계청(2009), 2008년 출생통계 결과.

자료 : 통계청(2006), 장래인구추계 결과.

낮은 출산율의 지속, 평균수명 연장 등으로 인구 구조가 빠른 속도로 고령화되고 있는 추세이다. 우리나라의 평균수명은 1970년에 61.9세로 선진국(70.4세)에 비해 약 8세정도 낮았으나, 이후 빠른 속도로 연장되면서 2005년에 78.6세로 거의 선진국 수준에 도달하였고, 향후 2020년에는 81.5세로 높아질 전망이다.

<표 II-5> 평균수명의 국제 비교

(단위 : 세)

	1970	1980	1990	2000	2005	2010	2020
한국	61.9	65.7	71.3	76.0	78.6	79.6	81.5
선진국	70.4	73.0	75.5	77.9	79.3	80.2	-
유럽	71.0	72.9	74.8	76.5	77.7	78.6	-
북미	67.5	70.8	73.7	76.3	77.4	78.4	-
세계	56.10	60.20	63.30	65.20	66.00	67.20	-

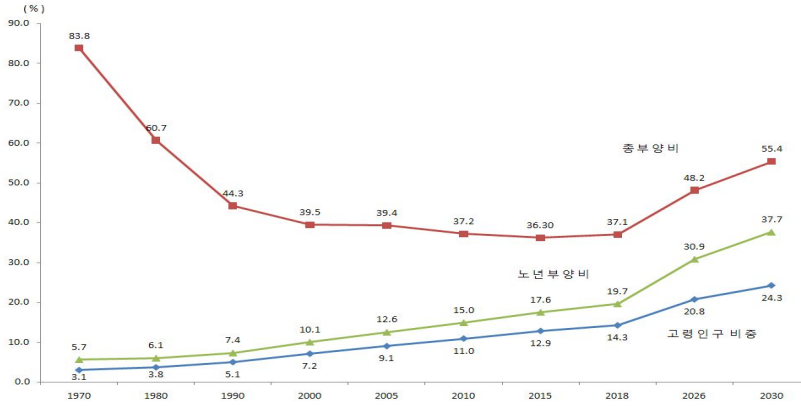
주 : 선진국은 유럽, 북미, 일본, 호주, 뉴질랜드의 평균임.

자료 : 통계청(2006), 장래인구추계결과; UN(2009), World Population Prospects, The 2008 Revision.

저출산 및 평균 수명의 연장으로 1970년에 3.1%에 불과하던 우리나라의 고령인구(65세이상 인구) 비중은 2000년에 7.2%로 고령화사회에 도달하였고, 2018년에 고령사회에 이르며, 2026년에 초고령사회로 진입할 것으로 예상된다.⁷⁾

7) UN이 제시한 기준에 의하면 한 국가의 총인구 중 65세 이상 인구가 차지하는 비중이 7% 이상이면 고령화사회(ageing society), 14% 이상이면 고령사회(aged society), 20% 이상이면 초고령사회(super-aged society)로 분류된다.

<그림 II-7> 고령인구 비중과 부양비 장기 변화 추이



자료 : 통계청(2006), 장래인구추계 결과.

우리나라의 고령인구 비중은 2010년까지도 11.0%로 선진국의 15.9%에 비해 낮을 것으로 예상되지만, 유소년인구 대비 고령인구의 비율인 노령화지수는 2005년에 선진국(90)의 절반수준인 47에서 2020년에는 126으로 상승하여 선진국(117)보다 높아질 전망이다. 또한 인구규모의 감소와 저출산 및 고령화의 급진전으로 사회적 생산능력이 감소하면서 부양비는 크게 높아질 것으로 예상된다.

<표 II-6> 고령화 및 부양비의 국제비교

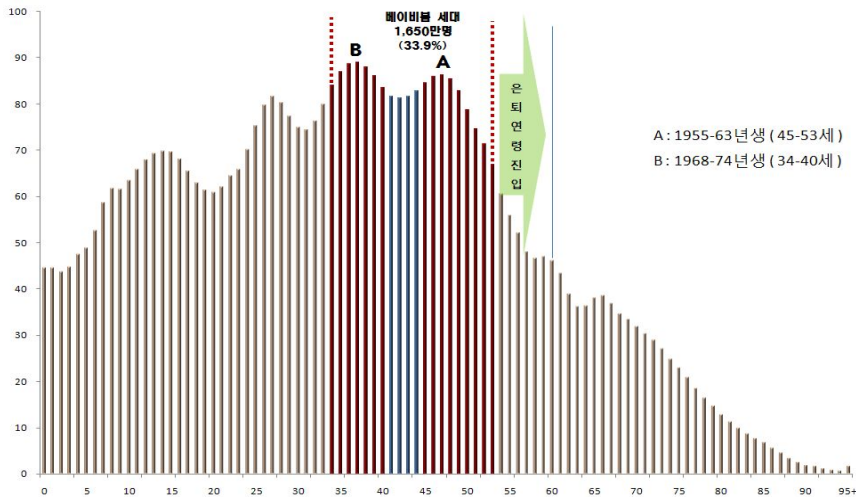
(단위 : %)

	고령인구 비중		노년부양비			노령화지수 ¹⁾		
	2005	2010	2005	2010	2020	2005	2010	2020
한국	9.1	11.0	13	15	22	47	68	126
선진국	14.2	15.9	23	24	29	90	97	117
유럽	15.4	16.3	23	24	29	100	106	122
북미	10.4	13.1	19	19	25	61	66	86
세계	8.5	7.6	11	12	14	26	28	37

주 : 1) 유소년인구에 대한 고령인구의 비율(65세이상인구÷14세이하인구×100)
 자료 : 통계청(2006), 장래인구추계결과; UN(2009), World Population Prospects, The 2008 Revision.

인구 고령화의 가속에는 한국전쟁 이후에 태어나 산업화를 경험한 소위 ‘베이비붐세대’의 은퇴가 크게 작용할 전망이다. 베이비붐 세대(1955~63년생(45~53세) 1968~74년생(34~40세))는 2008년을 기준으로 1,650만명 규모로 총인구에 33.9%를 차지하며, 향후 5~10년 내로 은퇴를 시작함으로써 고령화의 가속에 주요인이 될 것이다. 이들은 그동안 교육, 주택, 노동 등에서 수요를 증폭시켰던 소비의 적극적인 주체자로서 단일세대로는 최대의 규모이다.

<그림 II-8> 베이비붐세대의 인구비중



인구 고령화는 소비구조나 관련 제도의 변화를 통해 경제 사회적으로 다양한 변화를 초래할 전망이다. 저축률 저하, 노동력 감소 등 경제성장에 부정적인 요인으로 작용할 것이지만, 보건, 의료, 여행 등을 중심으로 한 고령친화 서비스산업이 확대될 전망이다. 인구구조와 연관성이 높은 연금 및 복지제도, 노동시장 및 금융시장 관련 제도 등 각종 제도들을 고령화에 적합하도록 개편될 전망이다.

특히, 국민연금 측면에서는 노인 인구비율의 증가에 따른 공적연금수급자 급증으로 심각한 재정위기의 가능성이 사회적 문제로 대두되고 있다. 현재 상태의 인구 고령화를 감안할 경우 국민연금 적립기금은 2044년에 적자가 발생하

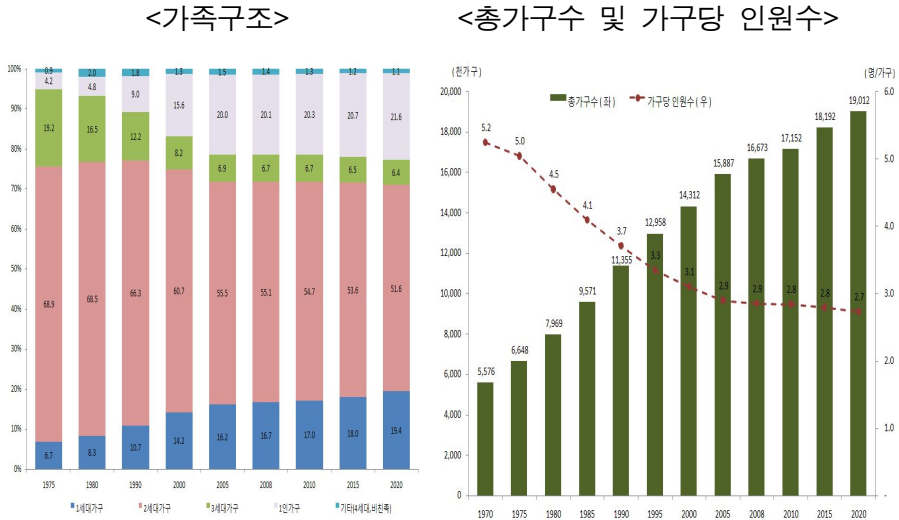
며, 이후 16년 뒤인 2060년에 완전히 소진될 것으로 전망하고 있다. 이러한 국민연금의 재정상황은 향후 경제의 저성장 지속과 고령화의 가속화 등을 감안할 때 더욱 악화될 가능성이 높다.

개인, 기업, 정부 등 경제주체는 다양한 측면에서 노출될 수 있는 리스크에 대비할 필요성이 증대되고 있다. 개인들은 고령화에 따라 장수, 건강, 자산 리스크, 기업은 퇴직연금과 같은 노후보장 프로그램과 관련한 재무 리스크, 정부는 개인과 기업의 고령화 리스크에 대한 최종 대부자(last resort) 역할을 포함하여 재정지출의 급증이라는 재정 리스크에 직면할 가능성이 높다. 이에 정부는 공적연금의 수급자 급증으로 인한 재정부담의 가중 등 재정리스크 증대, 개인은 기대수명 증대로 인한 장수리스크 증대 등 고령화가 초래하는 리스크에 대한 철저한 대비가 요구된다.

2) 가족 구조 및 기능의 변화

우리나라의 가족구조는 전통적인 다세대 가족이 감소하고, 1인, 1세대 가족이 급증하는 등 핵가족화·단독세대화가 심화되고 있다. 전통적인 세대구성인 2-3세대가구의 비중은 1975년 88.1%에서 2008년 현재 61.8%로 축소된 반면, 1인 및 1세대 가구의 비중이 같은 기간 중 각각 4.2%와 6.7%에서 20.1%와 16.7%로 확대되었으며, 향후 2020년에 21.6%와 19.4%까지 확대될 전망이다. 이러한 핵가족화의 심화에 따라 1970년에 558만 가구에 불과하던 총가구수는 2008년 현재 1,667만가구로 지난 38년간 3배(연평균 2.9%)가 증가하였고, 2020년에는 1,901만 가구로 늘어날 전망이다. 가구당 평균 인원수도 1970년 5.2명에서 2008년에 2.9명으로 낮아졌고, 향후 2020년에는 2.7명으로 더욱 줄어들 것으로 예상된다.

<그림 II-9> 가족구조 · 총가구수 및 가구당 인원수 변화 추이



자료 : 통계청, 인구총조사, 각호; 통계청(2007), 장래가구추계.

또한 부부, 자녀 및 양친으로 구성된 전통적인 가족형태가 줄어들고 부부가족, 편부모가족, 노인가족, 다문화가족 등 비정형적인 형태의 가족이 급속하게 증가하고 있다. 1995년 73만 정도였던 노인가구 수는 2008년에 188만으로 연평균 7.5%가 증가하여 전체가구에서 차지하는 비중이 5.6%에서 11.3%로 2배 이상 증가했다. 조부모손자녀가구, 편부모가구, 부부가족 등도 같은 기간 중 각각 연평균 4.8%, 3.2%, 3.1%가 증가하여 전체가구 2.0%를 상회하면서 비중이 확대되고 있는 추세이다. 또한 중국 및 동남아 외국인 노동자의 국내입국 증가, '농촌총각 장기보내기'의 운동 등으로 국제결혼도 2000~2008년 동안 연평균 15% 이상 증가하면서 다문화가족도 크게 증가하고 있다.

<표 II-7> 가족형태별 가구수 및 비중 변화 추이

(단위 : 천 가구, %)

	1995	2000	2008	1996~2008 연평균 증가율(%)
부부가구 (노인가족제외)	1,017.8 (7.9)	1,191.8 (8.3)	1,511.8 (9.1)	3.1
편부모가구	960.0 (7.4)	1,123.9 (7.9)	1,447.2 (8.7)	3.2
노인가구 (부부, 단독)	729.8 (5.6)	1,116.3 (7.8)	1,878.7 (11.3)	7.5
조부모손자녀가 구	35.2 (0.3)	45.2 (0.3)	64.5 (0.4)	4.8
기타가구	10,215.5 (78.8)	10,834.6 (75.7)	11,770.9 (71.9)	1.1
총가구	1,2958.2 (100.0)	14,311.8 (100.0)	15,887.1 (100.0)	2.0

주 : 노인가족은 가구주가 65세 이상인 부부가구 혹은 1인가구를 포함함.
 자료 : 통계청, 인구총조사, 각호; 통계청(2007), 장래가구추계.

<표 II-8> 국제결혼의 변화 추이

(단위 : 명)

	2000	2003	2005	2008	2001-08 연평균 증가율(%)
총계	11,605	24,776	42,356	36,204	15.3
초혼	8,135	14,201	21,853	22,906	13.8
재혼	3,405	10,300	19,920	13,267	18.5

핵가족화, 가족의 다양화 등 가족구조의 급격한 변화에는 산업화의 급진전에 따른 가치관의 변화가 주요인으로 작용한다. 경제발전 과정에서 산업화와 도시화 및 서양화가 가속되면서 집단주의적 또는 가족주의적 가치관이 퇴색하고, 개인주의적 가치관이 확산됨에 따라 가족의 유대관계 약화되고 있다. 만혼, 미혼, 재혼의 보편화, 경제활동, 자녀양육, 가사분담, 의사결정에 있어서 부부간 평등주의적 사고, 양육비 부담 증가에 따른 자녀선호도 감소, 부모 부양의 형제자매간 공동 책임화 등 혼인, 자녀, 부부, 부모부양

등에 대한 가치관이 변화하고 있다. 특히, 여성의 자아욕구가 증가하면서 여성의 사회 및 경제활동에 대한 참여 증가, 자녀 출산 및 양육, 노령층 부양, 부부간의 역할 등 가족생활 전반에 큰 변화를 초래하고 있다.

가족구조가 급변화하면서 가족기능의 전반적인 약화, 특히 자녀, 노인 등에 대한 부양력의 약화가 초래되면서 일상생활에서 불확실성이 증가하고 있다. 자녀의 성장 및 인격형성과 관련된 가족의 자녀양육 및 사회화 기능이 학교, 유치원, 보육시설, 학원 등 전문기관으로 이관되면서 과도한 교육열, 성적 지상주의, 자녀 부담감 급증 등 여러 가지 부작용을 초래하고 있다. 특히 유교문화권에 중시 여겨왔던 자녀, 노인부모 등에 대한 부양기능이 가족구조와 가치관의 변화로 심각한 약화되고 있고, 더욱이 노령화의 급진전으로 인한 노인부양 문제는 국가적 및 사회적 해결을 요구하고 있는 실정이다.

아울러 가족의 부양기능 약화에 따른 불확실성 증가로 이를 해소할 수 있는 사회적 보장의 확대와 다양한 대체 수단의 공급이 요구되고 있다. 국가적 차원에서 전반이 산업화·전문화되어 감에 따라 가족의 기능을 국가, 교육기관, 종교단체, 산업기관 등이 부분적으로 그 기능을 담당해오고 있으나, 다양한 니즈를 충족하기는 상당히 미흡한 수준이다. 편부모, 노인 가족 등 사회적 약자계층에 대한 보장은 기본적으로 공공부문의 공급확대가 요구되나, 민간부문의 역할 분담도 요구되고 있다. 특히, 가족형태별로 부양이나 미래 대비 등에 있어서 차별적인 니즈를 충족하기 위해서는 보장적 기능을 핵심적으로 수행하는 민간 보험서비스의 역할이 더욱 중요해질 것이다.

3) 소비자 주권의 강화

현대 사회는 소비자의식 신장과 정보화, 세계화 등으로 경제활동의 중심이 생산자에서 소비자로 이동하면서 소비자의 선택에 따라 기업의 성패가 좌우되는 소비자 주권시대로 불리고 있다. 과거에는 소비자문제에 대한 자각 부족, 합리적 구매선택 능력 결여 등으로 소비자가 우월적 지위를 가진

생산자에 의해 피해를 입으면서 소비자는 보호의 대상으로 인식되었으나 소비자의 교육수준과 의식수준이 향상되면서 소비자가 경제활동의 한 주체로서 다양한 요구와 권리들을 적극적으로 주장하게 되었고 소비자는 더 이상 보호의 대상이 아닌 시장의 주도자로 기능하게 된 것이다. 또한 정보통신의 발달은 소비자들의 신속한 정보교환 및 의사소통을 촉진시키고 생산자와 소비자의 양방향 의사소통을 활성화하면서 소비자주권 운동에 크게 기여하는 계기가 되었다.

소비자가 보호의 대상으로 인식되던 과거에는 소비자에 대한 정부의 후견적 역할이 강조되었으며 소비자를 보호하기 위해 소비자 권리를 명문화하고 사후 소비자피해구제에 중점을 두었다. 1975년 경제협력개발기구(OECD)는 소비자보호와 정보에 관한 기본 계획에서 소비자의 5대 권리를 선언하였고, 1980년에는 국제소비자연맹(IOCU)도 소비자의 7대 권리를 선언하였고, 우리나라도 소비자기본법을 통해 소비자의 8대 권리를 명문화함으로써 소비자의 권리 침해가 있을 경우에는 소송 등을 통해 적극적인 권리로서 주장할 수 있는 기반을 마련하고 있다. 소비자의 8대 권리는 안전할 권리, 알 권리, 선택할 권리, 의견을 반영할 권리, 피해를 보상받을 권리, 교육을 받을 권리, 단체를 조직·활동할 권리, 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리 등이다.

소비자의 교육수준과 의식수준이 향상되면서 소비자문제의 발생 원인이 소비자의 열등한 지위보다는 생산자와 소비자 간의 정보비대칭성으로 변화하게 되었고 따라서 시장정보가 충분히 제공된다면 소비자 문제의 자주적 해결이 가능하다는 인식이 확산되고 있다. 소비자주권시대의 소비자는 더 이상 약자로서 보호의 대상이 아니며 경제적 주권을 행사함으로써 소비자의 역할과 권리를 확보해야 한다는 입장인 것이다. 또한 정보통신의 발달로 상품에 대한 정보나 의견의 공유가 용이해 지면서 소비자 주권운동은 크게 확대되었다. 기존에는 소비자 주권에 대한 교육, 홍보가 인쇄물과 같은 제한적 수단으로 이루어 졌으나 이제는 인터넷 홈페이지를 통한 개방적 소통이 가능해졌으며 제품 정보공유, 불매운동 등 소비자의 결집된 힘을 과시할 수 있게 되었다. 인터넷의 발달은 소비자의 접근이 어려웠던 정보의 공유,

사용자 모임을 통한 제품 평가, 항의·불만의 표출과 전달 등 다양한 형태의 소비자 운동을 가능케 하였고, 실제로 자신의 직업 또는 경험을 바탕으로 일반 소비자들이 접하기 힘든 정보를 제공하거나 동호회 등을 통해 제품의 긍정적, 부정적인 경험 정보를 제공함으로써 소비자의 정보비대칭성으로 야기되는 문제를 상당부분 해소할 수 있게 되었다. 또한 특정 기업이나 제품에 대한 항의나 불만을 표출하거나 제품불매 운동을 벌여 해당 생산자의 적극적 대응을 유도할 수 있도록 하고 있다.

소비자주권 시대의 도래는 기업의 역할 재정립과 소비자·생산자 관계에 대한 인식 전환 등을 요구하고 있다. 생산자는 소비자의 니즈에 부응하는 고객중심의 기업윤리 및 경영시스템을 정착시킬 필요가 있고, 단기적인 기업이익보다는 장기적인 관점의 고객관리를 중시해야하며, 또한 정확하고 충분한 상품정보 제공을 통한 신뢰관계를 구축하고 소비자 불만에 대해 선제적이고 자율적인 구제를 확대할 필요성이 있다.

정책적으로는 상충관계가 발생할 수 있는 경쟁정책과 소비자 정책의 연계를 통한 선순환체계 구축이 필요하다. 경쟁정책은 사업자들간 공정하고 자유로운 경쟁을 보장하기 위한 정책이며 소비자 정책은 소비자의 합리적인 선택을 보장하기 위한 정책이다. 따라서 소비자 정책에서 사업자에게 과도한 준수기준을 요구할 경우 시장경쟁을 저해할 수 있고 경쟁법의 과잉규제는 중국적으로 소비자의 선택권을 침해할 수 있다. 그러나 소비자의 합리성이 높아질수록 사업자간 경쟁압력은 제고되고 사업자간 경쟁이 촉진될수록 소비자의 구매선택의 폭은 확대되므로 두 정책의 연계를 통해 소비자주권 강화와 생산자들 간의 공정경쟁이 동시에 가능할 수도 있다.

향후 소비자 주권운동은 정보통신 발달로 참여 대상이 확대되고 정보의 남발로 인한 객관성과 공정성 결여 문제 등을 해결해 나가면서 더욱 성숙될 것으로 전망된다. 정보통신의 발달은 또한 양방향 의사소통이 가능하고 수신자의 반응을 즉시 확인할 수 있다는 장점 등으로 소비자 문제에 소극적이었던 계층의 참여동기를 유발함으로써 소비자주권 참여 대상을 다양화하고 있다. 그러나 인터넷을 통한 소비자 운동은 지속적인 결집과 활동으로 연결되기에는 허약한 면이 있으며, 객관성과 공정성을 상실한 정보의 남발

로 부작용이 발생할 수 있다. 앞으로는 소비자 스스로의 자정과 의식고양을 통해 보다 성숙되고 지속가능한 소비자주권 운동이 나타날 것으로 보이며 소비자주권운동의 범위도 확대될 것으로 보인다.

최근 금융상품이 복잡하고 다양해짐에 따라 금융기관과 금융소비자 간의 정보 비대칭성이 심화되고 불공정거래발생의 가능성이 높아지면서 금융소비자주권문제도 중요한 이슈가 되고 있다. 금융상품은 매우 복잡하고 다양하기 때문에 일반적인 소비자가 그 내용을 이해하기 쉽지 않고 소비자의 니즈 및 수익률 등 상품의 소비자 적합성을 파악하기도 용의하지 않으며, 상품선택의 용이성도 다른 상품에 비해 떨어진다. 또한 금융기술 혁신 속도와 소비자가 그 상품을 이해하고 대응할 수 있는 시간상의 간격은 계속해서 벌어지고 있다. 이를 해결하기 위해서는 상품다양화를 통한 소비자 선택권 확대, 맞춤형 상품 개발을 통한 소비자 니즈 충족, 불공정 거래 감소를 위한 노력 강화, 소비자 모니터링 강화 등이 필요하다. 공정거래실현을 위한 구체적인 방안으로는 공시수준 개선, 거래약관제도 개선, 끼워 팔기 및 불완전판매 방지대책 마련, 개인정보보호제도 개선 등이 있을 수 있다.

특히 미국에서 시작된 금융위기로 인해 우리나라 금융시장이 큰 영향을 받으면서 많은 금융소비자들이 손실을 경험했고 이로 인해 금융소비자주권에 대한 요구가 더욱 거세질 것으로 보인다. 이를 위해서는 금융기관과 소비자의 분쟁을 중재하는 자율적인 민간금융분쟁조정기구 설립 등 제도적인 대응방안 마련이 필요하다 하겠다.

다. 보험감독체제의 변화

보험산업을 둘러싼 감독체제의 변화는 크게 영업 관련 규제, 재무건전성 규제, 소비자 보호 규제 등으로 나누어진다.

감독당국은 보험회사간 경쟁을 통해 산업을 효율화함으로써 소비자에게 합리적인 가격으로 보험을 공급하기 위해 영업 관련 규제를 지속적으로 완화해오고 있다. 외국 보험회사의 국내 진입장벽을 낮추기 위해 경제성심사

제도를 없애으로써 규제의 투명성을 확보하는 등 진입규제를 완화하여 보험회사의 형태를 다양화하고 필요 최소 자본금 규모의 수준을 낮추어 보험회사간 경쟁을 유도하고 있다. 이와 아울러 국내 보험회사의 해외진출과 관련한 규제도 지속적으로 완화하여 보험회사가 글로벌화를 지향하는 데에 대한 제도적 제약요소를 많이 제거해왔다.

1990년대 초반부터 가격자유화를 단계적으로 시행하여 2000년대 초에 가격자유화를 완성하였고 상품개발의 자유화를 위해 기초서류확인 제도를 개선하여 신고상품의 비중을 지속적으로 줄이면서 가격 및 상품개발에 대한 규제를 완화하여 보험회사가 소비자의 니드에 부합하는 상품을 자유롭게 개발할 수 있도록 함으로써 창의성에 기초한 보험회사의 경쟁력을 확보함은 물론 고객만족도를 높이고자 노력해 왔다. 또한 2003년 보험업법 개정시 자산운용 규제를 네거티브 시스템으로 전환함으로써 최소한의 규제만 남기고 규제를 완화하는 등 자산운용 규제를 지속적으로 완화하여 보험회사가 자산운용을 통한 투자수익을 도모할 수 있게 함과 아울러 자본시장에서 기관투자자로서 성장할 수 있도록 하였고 이로 인해 보험회사는 자산운용상의 제약은 많이 제거되었으나 자산운용에 따른 리스크에 더 많이 노출되게 되었다. 보험판매와 관련해서는 금융기관 대리점 허용, 보험설계사의 교차판매 및 펀드 권유 허용 등을 통해 보험회사가 고객과의 접점을 넓힐 수 있도록 지원하였고, 또한 전화 및 인터넷 판매, 홈쇼핑 판매 등이 활성화될 수 있도록 함으로써 새로운 보험사업모델을 개발함과 아울러 제판분리 경향에 대응할 수 있는 수단을 제공하였다.

보험회사의 영업에 대한 규제완화 추세가 유지되는 가운데 재무건전성 감독 또한 강화되고 있다. 1997년 말에 발생한 외환위기를 겪으면서 지급여력제도를 EU방식으로 전환한 이후 2009년 4월부터 시범운영 중인 RBC제도를 2010년부터 본격 시행할 예정이며, 또한 보험회사의 리스크 중심 경영을 유도하기 위해 리스크평가제도(RAAS)를 2008년 4월부터 시행중에 있다. 이렇게 됨으로써 우리나라 보험회사에 대한 재무건전성 감독제도는 유럽에서 시행중인 솔벤시Ⅱ(SolvencyⅡ) 기준으로 볼 때 제 1주(first pillar)와 제 2주(second pillar)를 시행하게 되는 것이며 향후 재무건전성 공시제도를 시

행하게 되면 제 3주(third pillar)까지 시행하는 것이 되어 솔벤시Ⅱ 체제가 완성되는 것이다. 2008년 미국발 금융위기가 확산되는 과정에서 얻을 수 있는 교훈은 보험회사도 거시리스크에서 자유로울 수 없다는 것이며, 이에 대응할 수 있는 체제를 마련하는 것이 중요한 과제로 부각되고 있다.

마지막으로 정부는 보험소비자 보호를 위해 업무행위 규제를 강화하고 있다. 민원지수를 개발하여 보험민원이 많이 발생한 보험회사가 경영평가시 불이익을 받도록 하였고 보험업법 개정안에 자본시장법에 준하는 업무행위 규제방안을 마련하여 우선 투자형 보험상품에 적용할 예정이다. 또한 상품 설명의무를 강화함은 물론 적합성 원칙 및 고객과약의무 등을 신설하여 소비자보호를 강화할 예정이며, 이렇게 됨으로써 보험상품 판매에 대해서도 동일기능 동일규제의 원칙이 적용됨으로써 규제의 형평성을 제고하고 있다.

2. 보험산업 중장기 전망⁸⁾

가. OECD 회원국 보험환경

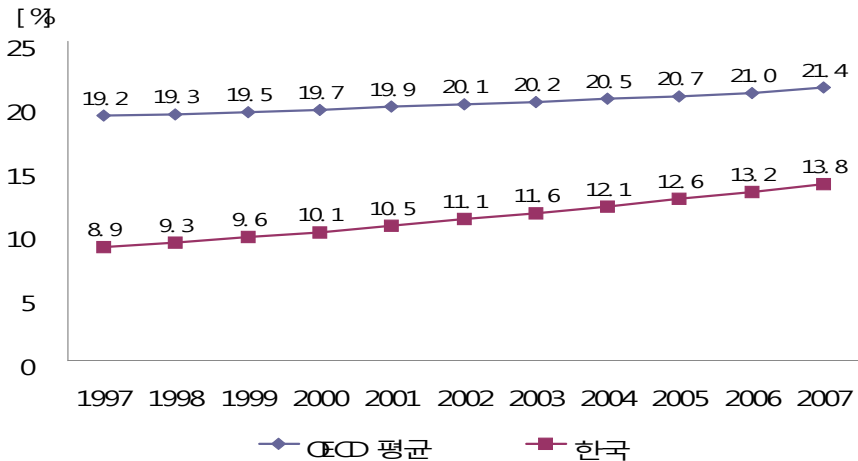
여기에서는 우리나라 보험산업의 중장기 전망을 위한 사전 분석으로 보험 선진국들이 포함된 OECD 회원국의 보험산업 성장과 관련 주요 변수들에 대한 특징을 비교 분석해본다. 국내외의 경제·금융 및 사회 환경 변화와 더불어 보험 선진국의 과거 경험에 대한 특징을 파악하는 것은 우리나라 보험산업의 중장기 전망에 중요한 시사점을 제공할 것이며, 이에 OECD 회원국에 있어서 지난 10여년간 인구구조, 경제성장, 보험침투도, 보험산업 구조 등을 중심으로 그 변화과정에 대한 특징을 비교 분석하도록 한다.

8) 이진면 동향분석실장이 주관하여 작성하였다.

1) 인구구조 변화

우리나라의 기대수명은 OECD 회원국의 평균 기대수명 78.9세(2006년 기준) 보다는 높은 수준인 79.1세로 29개 조사대상국 중 20위를 기록하였다. 우리나라의 기대수명은 회원국 중 가장 기대수명이 긴 일본(82.4세)보다는 3.3세가 낮고 미국(78.1세)과 비교해서는 1.0세가 높으며, 최근 10년간(1996~2006년) OECD 회원국의 기대수명이 평균 2.6세 증가한 것에 비해 우리나라는 약 2배인 5.1세가 증가했고 2006년에 처음으로 회원국 평균 기대수명보다 높아졌다.

<그림 II-10> OECD 회원국 평균 및 우리나라 노인부양비 추이

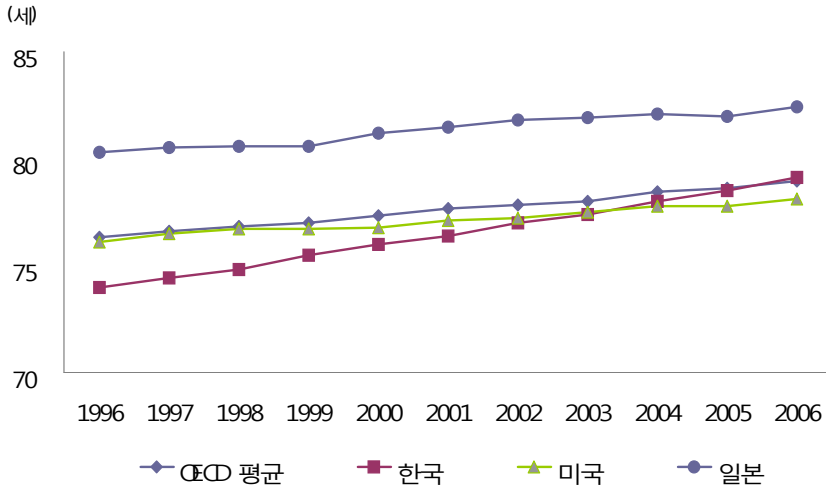


자료 : OECD, OECD Health Data 2009, 2009.

우리나라의 노인부양비(15~64세 인구수에 대한 65세 이상 인구 비중, 2007년 기준)는 13.8%로 OECD 회원국 평균을 하회하고 있으나 매년 가파르게 상승하는 추세이다. 우리나라의 노인부양비 수준은 OECD 회원국 평균인 21.4%보다는 낮은 수준이나, 최근 10년간 OECD 회원국 평균 성장률의 두 배에 가까운 4.9%의 연평균 성장률을 기록하는 등 빠르게 상승하고 있다. 이와 같은 기대수명과 노인부양비의 빠른 증가세는 노후소득에 대한 관심 증대로 이어져 연금 등 저축성 보험상품의 수요를 촉진할 것으로 기

대된다.

<그림 II-11> OECD 주요 회원국 및 우리나라 기대수명 추이

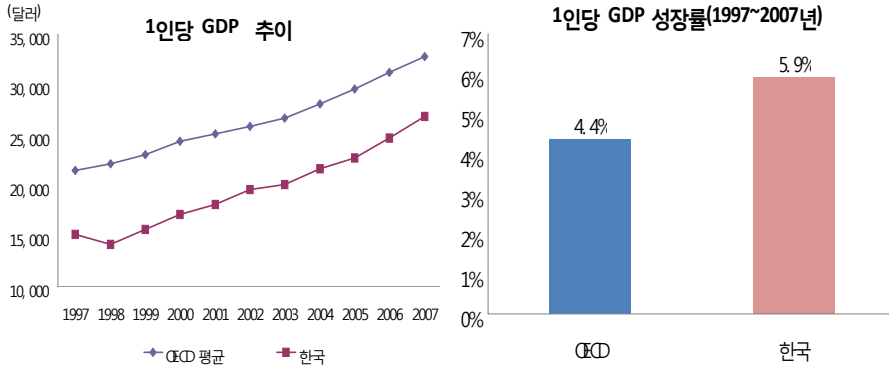


자료 : OECD, OECD Health Data 2009, 2009.

2) 1인당 GDP

우리나라의 1인당 GDP 규모는 OECD 회원국 평균과 비교해 낮은 수준이나, 최근 10년간 평균 성장률은 OECD 회원국 평균보다 웃도는 수준이다. OECD 회원국의 1인당 GDP 규모(2007년 기준)는 평균 32,752달러이며, 우리나라는 전체 조사대상국 중 23위인 26,833달러를 기록하였다. 그러나 1인당 GDP 규모 성장률은 최근 10년간 OECD 회원국의 평균 성장률인 4.4%를 상회하는 5.9%로 빠른 성장세를 이어가고 있다.

<그림 II-12> OECD 회원국 평균 및 우리나라 1인당 GDP 및 성장률

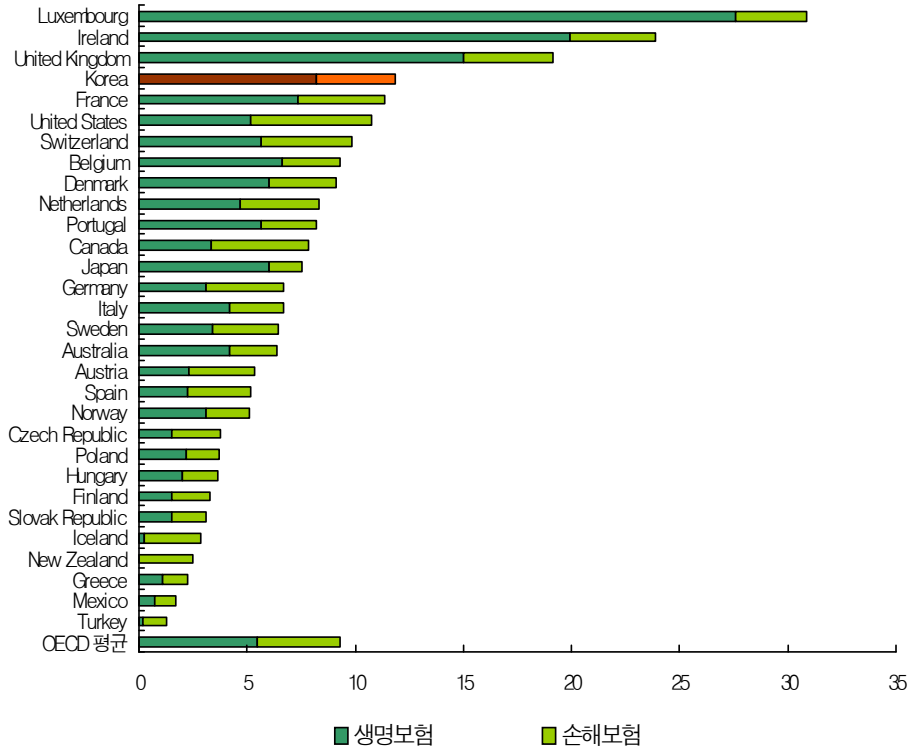


자료 : OECD, National Accounts of OECD, 각 연도.

3) 보험침투도

우리나라의 보험침투도는 OECD 회원국 평균인 9.31%보다 높은 11.84%를 나타냈으며, 생명보험 침투도가 8.19%로 손해보험 침투도 3.66%에 비해 높게 나타나고 있다. 우리나라의 보험침투도는 29개 조사대상국 중 룩셈부르크(30.88%), 아일랜드(23.86%), 영국(19.16%)에 이어 4위를 기록하였고, 보험선진국인 미국(6위), 일본(13위) 등에 비해서 높은 수준인 것으로 나타났으며, 지난 10여 년간 생명보험의 보험침투도는 다소 하락 추세를 나타내고 있는 반면(1995년 8.46%, 2007년 8.19%), 손해보험의 보험침투도는 1995년 2.58%에서 2007년 3.66%로 꾸준하게 상승하였다.

<그림 II-13> OECD 회원국 보험침투도(2007년)

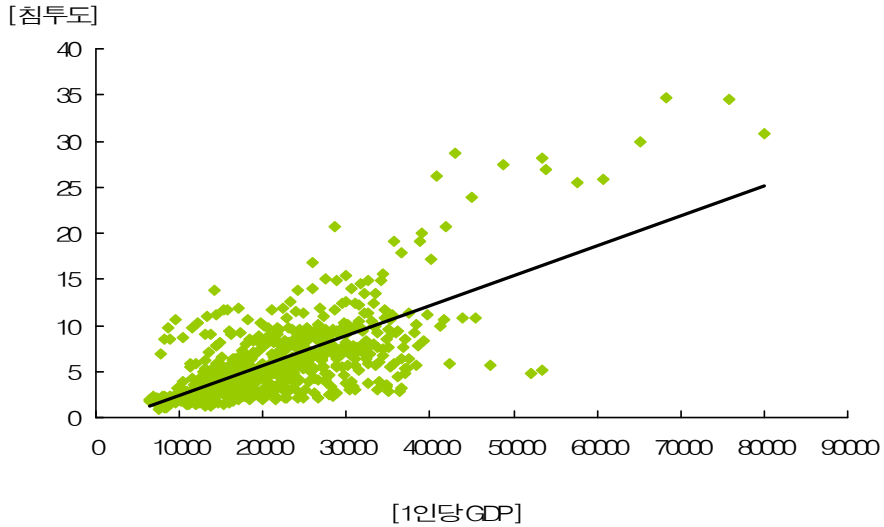


자료 : OECD, *Insurance Statistics Yearbook*, 각 연도.

4) 1인당 GDP와 보험침투도의 관계

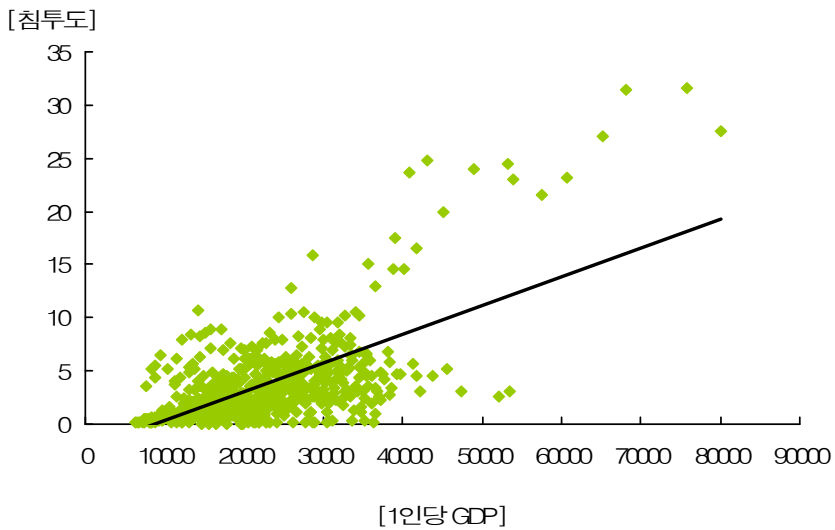
OECD 회원국의 25년간 데이터를 바탕으로 1인당 GDP와 보험침투도의 분산도를 그려본 결과 1인당 GDP와 보험침투도 간에는 정의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 1인당 GDP와 보험침투도간의 상관관계는 손해보험에 비해 생명보험에서 보다 강한 것으로 나타났으며, 1인당 국민소득이 2만 달러에서 3만 달러 사이인 구간에서 생명보험 침투도 상한은 10%를 넘어서는 것으로 나타났으며 손해보험의 경우 6%선인 것으로 나타나, 우리나라의 1인당 GDP가 증가할 경우 보험시장의 확대 가능성은 충분할 것으로 판단된다.

<그림 II-14> 1인당 GDP와 보험침투도



자료 : OECD, *Insurance Statistics Yearbook*, 각 연도.

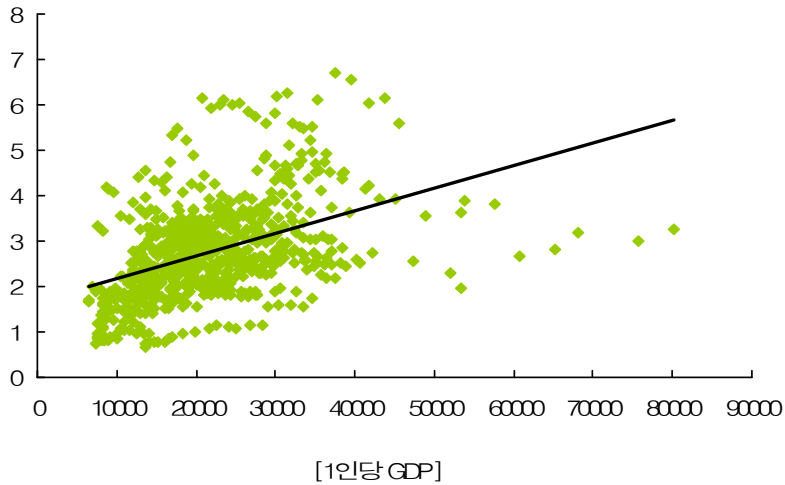
<그림 II-15> 1인당 GDP와 생명보험침투도



자료 : OECD, *Insurance Statistics Yearbook*, 각 연도.

<그림 II-16> 1인당 GDP와 손해보험침투도

[침투도]



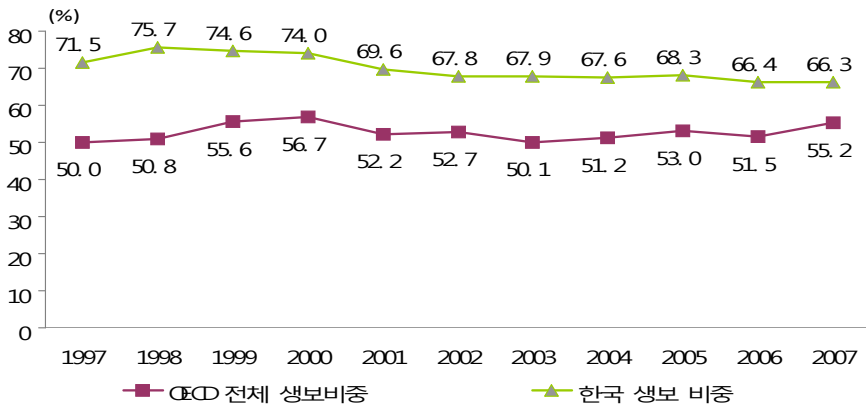
자료 : OECD, *Insurance Statistics Yearbook*, 각 연도.

5) 보험산업 구조

2007년 우리나라의 생명보험, 손해보험 비중은 각각 66.3%, 33.7%로 OECD 회원국 평균(각각 55.2%, 44.8%)에 비해 생명보험 비중이 매우 높은 편이며, 점차 생명보험의 비중은 축소되고 손해보험 비중은 확대되고 있는 모습이다. 1997년 OECD 회원국들의 생명보험, 손해보험 비중은 모두 50.0%였으나 2007년에는 생명보험이 55.2%, 손해보험이 44.8%를 기록하며 생명보험 비중이 다소 확대되고 있다. 반면, 우리나라는 1997년 71.5%의 비중을 나타냈던 생명보험이 2007년에는 66.3%로 5.2%p의 감소를 보인 반면, 손해보험이 28.5%에서 33.7%로 비중이 크게 확대되는 등 OECD 회원국들과는 상이한 흐름을 보인다. 우리나라 손해보험산업의 경우 생명보험의 성격이 강한 장기보험의 고성장을 통해 침투도를 확대해가고 있기 때문에 OECD 회원국 평균과 단순 비교하는 데는 한계가 있어 보이며, 장기보험을

제외한 전통적 손해보험과 생명보험+장기보험 비중을 살펴보면 1997년 각각 13.9%, 86.1%에서 2007년 14.2%, 85.8%로 전통적 손해보험 비중 증가는 크지 않은 것으로 나타났다.

<그림 II-17> OECD 회원국과 우리나라의 보험산업 구조 변화



자료 : OECD, *Insurance Statistics Yearbook*, 각 연도.

나. 보험산업 중장기 전망

1) 전망 방법

보험산업 전체 수입보험료 중장기 전망은 포괄적 생명보험(생명보험+장기보험), 자동차보험, 일반손해보험 등 세 부문으로 나누어 전망하였으며, 각 부문 내의 비중 변화를 고려하여 세부 종목으로 분리하였다. 대부분 상해, 질병보험으로 구성되어 있는 장기보험은 생명보험과 유사한 특성을 가지며, 최근 들어 생명보험 수요를 대체하는 모습이 나타나고 있기 때문이다. FY2008 생명보험 수입보험료는 2.0% 감소한 반면 손해보험의 장기보험은 15.5% 성장하였고, 이는 가격경쟁력에서 우위를 점하고 있는 장기보험이

생명보험 수요를 일부 대체했기 때문인 것으로 보이며, 생명보험과 손해보험을 같이 취급하는 교차판매의 허용도 장기보험과 생명보험간의 경쟁에 영향을 미쳤을 것으로 판단된다. 따라서 본 전망에서는 생명보험과 장기보험의 대체관계 등을 고려하여 두 보험을 합하여 전망한 후, 각 보험의 성장성을 고려하여 각각을 다시 분리하였다. 또한 일반 손해보험의 경우도 전체적인 수입보험료 전망을 수행한 뒤 각 부문의 성장성을 고려하여 세부 종목으로 분리하였다.

전망에 이용한 계량모형은 세 그룹별 보험수요에 핵심적 영향을 미치는 변수만을 설명변수로 고려한 단순회귀방정식으로 설정하였으며, 구체적인 방정식은 아래와 같다.

$$\ln(\text{생명, 장기}) = \alpha + \beta * \ln(GDP) + \epsilon \dots\dots\dots (1)$$

$$\ln(\text{자동차보험}) = \alpha + \beta * \ln(\text{자동차등록대수}) + \epsilon \dots\dots\dots (2)$$

$$\ln(\text{일반보험}) = \alpha + \beta * \ln(GDP) + \epsilon \dots\dots\dots (3)$$

(1)의 경우 인구구조 변수를 고려하기 위해 노령화지수 등을 설명변수로 추가해보았으나 설명력이 낮은 것으로 나타났으며, (3)의 경우에는 산업구조 변화를 고려하였다.

포괄적 생명보험(생명보험+장기보험) 전망치에서 생명보험과 장기보험을 분리하는 작업은 두 종목간의 비중추세를 고려하였으며, 장기보험의 비중 확대 추세는 꾸준히 이어질 것으로 전망하였다. 꾸준히 증가하고 있는 장기보험 비중은 지난 3년간 더욱 가파르게 증가하는 모습을 보이고 있으나, 손해보험상품의 보장비율이 축소되었고 장기적으로는 생명보험도 유사한 상품으로 경쟁할 것으로 예상되기 때문에 비중 증가속도는 둔화될 것으로 예상된다. 자동차보험의 경우에는 책임보험의 성격이 강하기 때문에 자동차등록대수가 가장 중요한 설명변수이나, 지난 10여 년간 2%대의 연평균 증가율을 보인 가구수 증가율이 인구증가율 둔화 등으로 향후 2020년까지 1% 수준으로 떨어질 것으로 예상되기 때문에 자동차등록대수 증가율 또한 점차 둔화될 것으로 전망된다. 일반보험의 성장은 경제규모와 산업구조 변화의

영향을 받을 것으로 예상되며, 각 종목별 수입보험료 전망치는 각각의 비중 추세를 감안하여 계산하였다.

<표 II-9> 전망의 기초 가정

	1995	2000	2008	2015	2020
명목GDP(십억 원)	415,773	603,236	1,023,938	1,543,293	2,100,896
연평균성장률	16.4%	7.7%	6.8%	6.0%	6.4%
총인구(명)	45,092,991	47,008,111	48,606,787	49,277,094	49,325,689
연평균성장률	1.0%	0.8%	0.4%	0.2%	0.0%
자동차등록대수(천대)	8,469	12,059	16,794	19,949	22,025
연평균성장률	20.1%	7.3%	4.2%	2.5%	2.0%

자료 : 한국은행, 통계청

2) 총괄 전망

향후 12년간 보험산업 총 수입보험료는 연평균 5.5% 증가할 것으로 전망되며 2015년까지 7년간의 연평균 성장률은 5.7%, 2016~2020까지의 5년간 성장률은 5.2%로 후반기로 갈수록 성장률이 둔화될 것으로 전망된다.

생명보험은 고령화 진전에 따라 연금부문을 중심으로 성장할 것으로 전망되나 사망보험, 생사혼합 보험 등에서는 뚜렷한 성장동력을 찾기 어려워 총 수입보험료 성장률보다 낮은 61.9은 4.9%의 평균 성장률을 나타낼 것으로 전망되며, 손해보험은 장기보험의 인기가 지속될 것으로 보이며, 사회구조가 복잡해지면서 책임보험 등에 대한 관심이 높아져 일반보험 중 특종보험 성장률이 높아질 것으로 보여 연평균 6.6%의 성장률을 나타낼 것으로 전망된다.

2015년 생명보험 수입보험료는 103조 원, 손해보험 수입보험료는 61조 원으로 전망되며 생명보험과 손해보험 비중은 63.1% : 36.9%가 될 것으로 보이며, 2020년에는 생명보험 131조 원, 손해보험 80조 원의 수입보험료가 예

상되며, 생명보험과 손해보험 비% : 38.1%가 되어 생명보험 비중이 점차 하락하는 것으로 나타나기 때문에 보험산업 총 수입보험료 규모는 2015년 164조 원, 2020년 211조 원에 달할 것으로 전망된다.

<표 II-10> 보험산업 중장기 전망

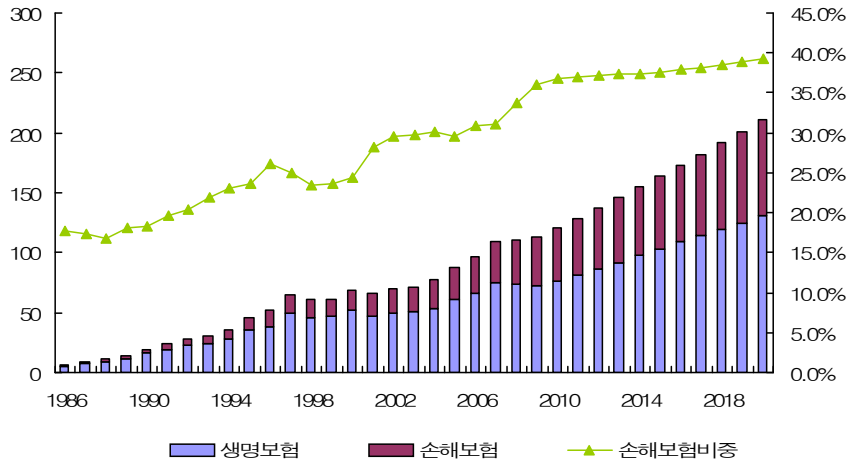
(단위 : 억 원, %)

		1995	2000	2008	2015	2020
생명보험	보험료	352,880	516,537	735,614	1,035,044	1,308,354
	성장률	17.1	7.9	4.5	5.0	4.8
	비중	76.4	75.4	66.2	63.1	61.9
손해보험	보험료	109,244	168,618	374,955	606,541	803,977
	성장률	24.9	9.1	10.5	7.1	5.8
	비중	23.6	24.6	33.8	36.9	38.1
전체	보험료	462,124	685,155	1,110,568	1,641,585	2,112,331
	성장률	18.7	8.2	6.2	5.7	5.2
	비중	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 1995년 성장률은 1991~1995년까지의 5년간 연평균 성장률임.

<그림 II-18> 생명보험, 손해보험 수입보험료 및 손해보험비중

(조 원)



3) 생명보험

생명보험 수입보험료를 종목별로 살펴보면 생존보험의 성장세가 가장 두드러질 것으로 예상되며, 퇴직연금과 일반단체보험시장 확대로 단체보험 또한 전체보다 높은 성장률을 나타낼 것으로 전망된다.

<표 II-11> 생명보험 종목별 증장기 전망

(단위 : 억 원, %)

		1995	2000	2008	2015	2020
개인	보험료	274,937	398,720	677,526	947,102	1,193,266
	성장률	18.0	7.7	6.9	4.9	4.7
	비중	77.9	77.2	92.1	91.5	91.2
- 사망	보험료	32,426	125,393	304,888	380,345	429,752
	성장률	73.8	31.1	11.7	3.2	2.5
	비중	9.2	24.3	41.4	36.7	32.8
- 생사	보험료	49,200	164,667	152,491	184,546	208,418
	성장률	2.6	27.3	-1.0	2.8	2.5
	비중	13.9	31.9	20.7	17.8	15.9
- 생존	보험료	193,310	108,660	220,147	382,211	555,096
	성장률	20.8	-10.9	9.2	8.2	7.7
	비중	54.8	21.0	29.9	36.9	42.4
단체	보험료	77,944	117,817	58,087	87,942	115,088
	성장률	14.2	8.6	-8.5	6.1	5.5
	비중	22.1	22.8	7.9	8.5	8.8
전체	보험료	352,880	516,537	735,614	1,035,044	1,308,354
	성장률	17.1	7.9	4.5	5.0	4.8
	비중	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 1995년 성장률은 1991~1995년까지의 5년간 연평균 성장률임.

기대여명 증가와 고령화의 진전은 은퇴 후 소득에 대한 관심을 고조시키고 있기 때문에 연금시장의 지속적 확대가 예상되며, 향후 12년간 평균 8.0%의 증가율을 나타낼 것으로 전망된다. 연금상품에 대한 이해가 진전되면서 장기계약이라는 연금의 특성을 반영하여 변액연금 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상되나 개인연금은 연금시장 확대와 동시에 타 금융권과의 경쟁이 심화될 것으로 보여 성장성이 제한적일 것으로 보인다. 단체보험의 경우 퇴직연금시장의 지속적인 성장이 예상되고 경제규모 확대와 함께 근로자 복지를 위한 일반단체보험시장도 성장할 것으로 보여 향후 12년간 5.9%의 성장률을 나타낼 것으로 전망되나 퇴직연금 역시 개인연금과 마찬가지로 타 금융권과 경쟁을 해야 하는 부문이므로 시장 점유율의 변화가 변수가 될 수 있다. 종신보험과 질병보험 등으로 이루어진 사망보험은 실손

형 건강보험 시장확대 등의 요인으로 연평균 2.9%의 성장률을 나타낼 것으로 전망되며, 생사혼합보험은 타 금융기관 등의 저축성 상품이 보다 정교화, 다양화 되는 추세이므로 상대적인 경쟁력이 약화될 것으로 보이며, 향후 연 2.6%의 성장률을 나타낼 것으로 전망된다.

4) 손해보험

손해보험 수입보험료를 종목별로 살펴보면 계속해서 큰 폭의 성장을 보이고 있는 장기보험과 일반보험의 성장세가 지속될 것으로 예상되며, 자동차보험의 성장은 제한될 것으로 전망된다. 지속적으로 큰 폭의 성장세를 나타내고 있는 장기보험은 실손보장형으로 가격이 저렴하기 때문에 인기를 끌고 있으나 2009년 10월 상품표준화를 통해 생명보험 업계와의 경쟁이 시작되어 2020년까지 연 7.9%의 성장률을 나타낼 것으로 보이며, 장기보험 중 일부를 차지하고 있는 개인연금도 꾸준히 비중을 확대할 것으로 전망되며, 교차판매, 법인대리점 등 판매채널이 다양화되면서 생명보험과 유사한 상품의 판매가 보다 용이해 질 수 있다.

<표 II-12> 손해보험 종목별 증장기 전망

(단위 : 억 원, %)

		1995	2000	2008	2015	2020
장기	보험료	37,754	79,372	211,812	384,783	530,151
	성장률	35.9	16.0	13.1	8.9	6.6
	비중	34.6	47.1	56.5	63.3	65.9
자동차	보험료	50,103	64,983	109,372	132,266	151,916
	성장률	23.1	5.3	6.7	2.8	2.8
	비중	45.9	38.5	29.2	21.9	18.9
일반	보험료	21,386	24,263	53,772	89,492	121,909
	성장률	16.3	2.6	10.5	7.5	6.4
	비중	19.6	14.4	14.3	14.8	15.2
- 화재	보험료	3,782	2,755	2,835	2,875	2,904
	성장률	11.3	-6.1	0.4	0.2	0.2
	비중	3.5	1.6	0.8	0.5	0.4
- 해상	보험료	4,532	4,344	8,507	10,275	11,488
	성장률	9.7	-0.8	8.8	2.7	2.3
	비중	4.1	2.6	2.3	1.7	1.4
- 보증	보험료	7,002	6,021	11,529	18,682	22,654
	성장률	19.7	-3.0	8.5	7.1	3.9
	비중	6.4	3.6	3.1	3.1	2.8
- 특종	보험료	6,071	11,143	30,901	57,661	84,864
	성장률	23.6	12.9	13.6	9.3	8.0
	비중	5.6	6.6	8.2	9.5	10.6
전체	보험료	109,244	168,618	374,955	606,541	803,977
	성장률	24.9	9.1	10.5	7.1	5.8
	비중	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 1995년 성장률은 1991~1995년까지의 5년간 연평균 성장률임.

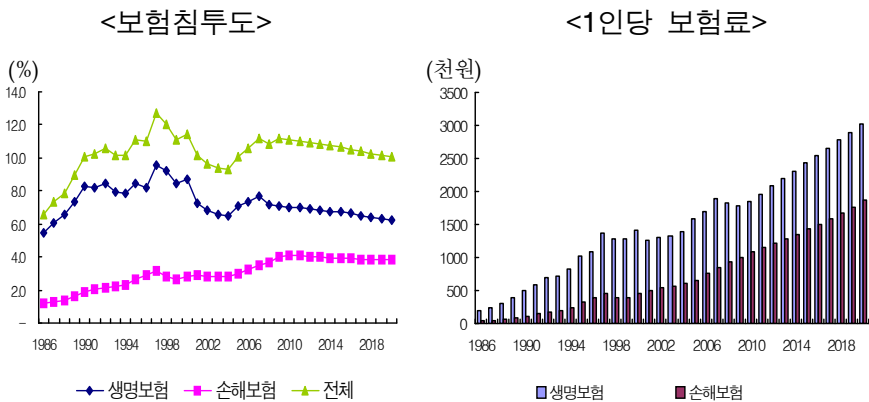
일반보험의 경우 세부종목별로 다른 양상을 보일 것으로 예상되나 하나의 상품으로 여러 위험을 담보하는 종합보험의 인기가 지속될 것으로 보이

고, 사회가 성숙해 감에 따라 분쟁조정에 대비하기 위한 책임보험 시장이 크게 성장할 것으로 예상되기 때문에 연평균 7.1%의 높은 성장률을 나타낼 것으로 전망된다. 화재보험의 경우는 종합보험 선호추세에 따라 0.2%의 저성장을 유지할 것으로 보이며, 해상보험 또한 특별한 성장요인이 발견되지 않기 때문에 2.5%의 성장률이 예상되고 보증보험은 5.8%의 성장률을 나타낼 것으로 보인다. 자동차보험은 자동차등록대수 증가율이 둔화될 것으로 보이고 라인 보험사 비중 증가에 따른 가격경쟁 확대 등의 부정적 요인으로 인해 2.8%의 저성장을 이어갈 것으로 전망된다.

5) 보험침투도 및 1인당 보험료

보험산업 전체 보험침투도(수입보험료/경상GDP)는 2015년 10.6%, 2020년 10.1%로 하락할 것으로 예상되며, 생명보험은 2015년 6.7%에서 2020년 6.2%로, 손해보험은 2015년 3.9%, 2020년 3.8%로 각각 침투도가 하락할 것으로 전망된다. 또한 보험산업 1인당 보험료는 2015년 386만 원, 2020년 489만 원에 달할 것으로 전망되며, 2015년에 생명보험은 243만 원, 손해보험은 143만 원, 2020년에는 생명보험 303만 원, 손해보험 186만 원에 이를 것으로 예상된다.

<그림 II-19> 보험침투도와 1인당 보험료 추이



3. 보험산업 발전비전⁹⁾

이하에서는 제1절과 제2절에서 이루어진 보험산업 환경변화와 중장기 전망을 기초로 보험산업이 나아가야 할 방향을 안내할 발전비전과 발전경로 및 전략적 과제를 제시하고자 한다.

보험산업은 2009년에는 다른 금융산업과 마찬가지로 전후에 경험해보지 못했던 금융위기를 극복하면서 새로운 기술 및 경제적 환경에 적응해야 하는 과제를 안고 있다. 글로벌 금융위기는 기존의 감독체제를 재점검하고 규제의 공백을 보완하는 등 새로운 감독체제로의 이행을 촉구하는 계기로 작용하고 있다. 그리고 인터넷의 확산 등 경제의 디지털화, 새로운 보험수요, 새로운 경쟁자 등이 나타나고 있는 환경변화는 보험거래 방식의 혁신을 촉진하고 있다.

이러한 점에서 보험산업은 새로운 발전비전과 그를 실현하기 위한 전략적 대안 마련이 필요한 상황이라고 할 수 있다. 새로운 보험산업 발전비전이 중장기적으로 보험산업이 나아갈 방향을 제시하면 그에 맞추어 보험회사들이 적합한 경영전략을 수립할 수 있을 것으로 예상된다. 또한 비전 달성을 위해 시장에 참여하는 보험회사들이 공동으로 해결해야 할 과제를 제시함으로써 보험회사들의 관심을 촉구함과 아울러 과제 해결 여건을 개선하고자 한다.

가. 비전설정 배경

보험산업은 글로벌 금융위기로 인해 부각된 보험수요 및 수익 포트폴리오 개선과 자산운용상의 리스크관리 강화 등의 과제를 해결하는 한편 새로운 성장동력을 찾는 것이 절실한 상황에 처해 있다. 글로벌 금융위기를 통해 편중된 보험수요 및 수익구조, 리스크 측면이 고려되지 않은 수익률 중심의 자산운용 등으로 인한 문제점이 부각되었기 때문이다. 생명보험의 경우는 보험수요가 변액보험에 편중되어 있었고 손해보험의 경우 장기손해보험에 편중되어

9) 오영수 정책연구실장이 주관하여 작성하였다.

있었다. 이렇게 보험수요가 편중되어 있는 상황에서 기존 보험시장의 성장이 둔화되고 있어 환경변화에 따른 새로운 시장을 개척하는 것이 산업발전의 중요한 과제로 대두되고 있다고 할 수 있다. 또한 보험영업 및 투자영업 이외의 분야에서 얻는 수익의 비중이 지나치게 낮은 것도 경영 안정성 차원에서 문제점으로 부각된다.

이에 따라 보험산업은 글로벌화의 진전, 거시경제적 변화, 사회문화환경 변화, 기술 변화 등과 같은 환경변화에 적극적으로 대응하여 새로운 발전방향을 찾아야 할 것이다. 이는 다양한 환경변화 요인 속에서 새로운 사업기회를 발굴하여 기존의 정체된 수요를 활성화시키는 노력을 기울이는 것이 필요하기 때문이다.

나. 비전설정의 전제

글로벌 금융위기를 계기로 금융겸업화 추진 속도 조정의 필요성이 제기되었지만 향후 금융겸업화가 다소 확대될 것을 전제로 보험산업의 비전을 설정하는 것이 필요할 것이다. 즉, 자회사 방식과 지주회사 방식의 겸업화는 물론 일정 범위 내에서 겸영 방식의 겸업화도 확대될 것이라는 전제 하에 사업모형 혁신을 통한 발전비전을 모색할 필요가 있다. 또한 자본시장법 제정을 계기로 보험업과 금융투자업간 융합 가능성이 높아질 수 있다는 차원에서 상호간 협력을 전제로 한 발전비전을 모색해야 할 것이다. 아울러 금융겸업화로 인해 동일한 고객군을 대상으로 금융권간 권역을 뛰어넘는 경쟁이 펼쳐질 가능성도 염두에 두고 발전비전을 모색해야 할 것이다.

이와 더불어 경제 및 금융의 글로벌화로 인해 국제적 보험거래가 확대될 것이고, 해외에서도 보험산업에 대한 진입장벽을 완화해갈 것이라는 전제하에 보험산업의 비전을 설정한다. 신흥보험시장의 성장 가능성 등의 요인에 의해 보험회사의 해외사업 기회가 더 확대될 필요가 있기 때문이다. 이러한 필요는 보험제도의 국제적 동조화가 빠르게 진행됨에 따라 우리나라 보험회사의 해외진출시 우려되는 차별적 대우로 인한 진입장애는 크게 완화될 것이라는 전망에 근거한 것이다.

인구의 고령화로 인해 기존 사회보험제도의 보장수준이 낮아지고 국가재정에 지대한 영향을 미침으로써 민영보험의 활용가능성이 커질 것이라는 점도 보험산업의 비전을 설정하는 데 고려될 것이다. 국민연금, 국민건강보험 등이 보험료 인상에 어려움이 있어 급여를 삭감하는 방식으로 재정안정화를 기함으로 인해 민영보험으로 보충할 가능성이 높아질 것이기 때문이다. 또한 경제의 글로벌화가 확대되어감에 따라 중장기적으로는 국가 차원의 획일적 보장보다는 기업이나 개인 중심의 자조노력에 기초한 보장체제로 전환될 것이기 때문이다.

다. 보험산업 SWOT 분석

1) 강점

보험산업의 강점은 우선은 오랜 기간 동안 ‘찾아가는 서비스’를 통해 적극적인 마케팅의 경험을 축적해 왔다는 데 있다고 할 수 있다. 보험산업 내에는 보험설계사와 보험대리점을 중심으로 아웃바운드 영업에 대한 노하우가 많이 축적되어 있다. 따라서 향후 금융산업 전체적으로 상품 유통채널이 통합될 경우 보험회사는 ‘찾아가는 서비스’로 고객 중심의 영업에서 경쟁우위를 확보할 수 있게 될 것이다.

또한 장기상품에 대한 풍부한 운용 경험을 바탕으로 한 장기자산 운용 능력도 확보되어 있는 점도 강점이라 할 수 있을 것이다. 보험회사는 생명보험과 손해보험 모두 장기상품을 운용하고 있어 장기자산운용 능력에서 경험과 노하우가 축적되어 있기 때문이다.

마지막으로 생활 및 기업활동과 관련한 리스크 관리 능력이 타업권에 비해 우월한 점도 강점이라 할 수 있다. 금융겸업화에도 불구하고 보험회사는 생활 및 기업활동과 관련한 리스크 관리 분야에서 고유업무 영역을 갖고 있을 뿐만 아니라 리스크 관리 능력도 우월하기 때문이다.

2) 약점

보험회사에 대한 신뢰도가 개선되지 못하여 새로운 사업영역에 진출하는 과정에서 여론이 우호적이지 않은 경우가 많은 점은 약점이라 할 수 있다. 최근 까지 보험분쟁이 여전히 높은 수준에서 유지되고 있어 보험회사에 호의적이지 않은 요소로 작용하고 있어 보험회사에 대한 신뢰도가 개선되지 못하고 있기 때문이다.

보험설계사의 효율성이 개선되고 있음에도 여전히 정착률이 40% 전후에 머무르고 있어 고비용을 유발하고 있는 것도 약점이라 할 수 있다. 또한 GA와 같은 독립대리점의 경우도 높은 수수료율 등으로 인해 고비용 판매채널 구조 극복에 한계를 보이고 있어 모집 관련 분야의 비효율성이 약점이라 할 수 있다.

금융겸업화의 확대에 대해 국제적으로 부정적 여론이 커지고 있지만, 그럼에도 불구하고 국제적으로 비교할 때 겸업화 추진정도가 높지 않은 우리나라 상황에서는 다소간 확대된다고 할 때 새로운 금융서비스 수행을 위한 자본력 및 인력 등에서 은행 등 타금융권에 비해 열위에 있는 점도 약점이라 할 수 있을 것이다. 새로운 금융사업 영역에 진출하기 위해서는 인수·합병 방식을 채택하는 것이 효율적이나 은행 등 타금융권에 비해 자본력이 열세이기 때문이다. 또한 인력 측면에서도 보험사업의 전문가가 다른 금융서비스 제공 분야로 전환하는 것이 용이하지 않으므로 전문성 측면에서 한계를 가질 수 있다.

3) 기회요인

향후 글로벌 금융위기 극복과 함께 출구전략 차원에서 금리가 높아질 것이다. 그러나 경제의 잠재성장률이 중장기적으로 하향 추세를 보이고 있어 경제가 높은 수준의 성장을 유지하기 어려울 것이므로 중장기적으로는 저금리가 지속될 가능성이 높아 단순저축상품보다는 투자형 금융상품에 대한 수요가 커짐에 따라 변액보험과 변액연금의 성장가능성이 커지는 것이 기회로 작용할 것이다.

또한 고령화로 인해 장수리스크, 건강리스크, 자산관리리스크 등이 확대되고 있으나, 사회보험의 한계, 경제 및 금융환경의 변화 등으로 인하여 이를 체계적으로 관리할 보험상품 및 서비스에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되어 새로운 기회가 생길 것이다. 국민연금의 경우 급여수준 삭감, 수급자격 연령 상향 조정 등으로 실질적으로 보장성을 약화시켰음에도 불구하고 2060년에는 기금이 고갈될 것으로 예상되고 있기 때문이다. 국민건강보험의 경우 정부재정 지원이 폐지됨에 따라 급격한 보험료율 인상이 필요하나 국민들의 저항으로 인해 재정수지 악화가 예상되어 보장수준의 정체 내지는 저하가 예상된다. 또한 경제 및 금융시장의 변동성 심화, 인플레이션, 노년기 자산관리 능력 저하 등으로 인해 개인의 자산관리상 리스크도 확대될 가능성이 크기 때문이다.

한편 건물의 대형화, 기후 변화 등으로 인해 재난 및 자연적 리스크의 증가에 대비하기 위한 보험 수요 증가가 예상되는 점도 기회라 할 수 있다. 화재, 폭발, 붕괴 등과 같은 사고로 인한 인적 및 물적 피해가 대형화 경향을 보임에 따라 이를 체계적으로 보장하기 위한 보험수요가 증가할 것이기 때문이다. 최근 지구온난화 등에 따른 기후급변, 지진, 해일 등으로 인한 리스크가 증가하고 있어 보험을 통한 리스크관리 필요성이 증대되고 있다.

소득수준의 향상에 따라 사회의식, 법 및 제도 등이 변화하면서 이에 따른 보험 수요도 증가된다는 것은 기회요인이라 할 수 있다. 사고발생에 따른 피해에 대해서 배상을 청구하는 의식 전환이 이루어지고 법률적으로도 피해자 구제를 우선하는 쪽으로 변화하면서 배상책임보험이 활성화될 것이기 때문이다. 또한 배상책임 분쟁에 따른 법률비용 등 예상치 못한 비용의 조달을 위해 보험을 활용하게 되면서 비용보험의 수요도 증가할 전망이다.

그리고 금융겸업화가 확산됨에 따라 보험회사의 업무영역에 대한 규제완화로 타금융서비스 영역 진출 가능성이 커질 것이라는 점도 기회이다. 금융겸업화에 따라 개별 금융권역의 고유업무를 제외한 영역의 진출이 허용됨에 따라 새로운 금융서비스 제공을 통한 종합금융서비스 제공 및 수익원다원화를 꾀할 수 있기 때문이다.

마지막으로 중국, 인도는 물론 개발도상국을 중심으로 신흥보험시장이 빠르게 성장하고 있어 이들 국가에서 보험 및 금융사업을 할 기회가 확대되고

있다고 할 수 있다. 과거와 달리 보험회사의 해외진출에 대한 규제가 크게 완화되어 있을 뿐만 아니라 정부가 적극적인 지원의지를 가지고 있기 때문에 이를 잘 활용하면 보험회사는 해외진출을 통해 새로운 성장기회를 맞이할 수 있을 것이다.

4) 위협요인

보험산업에 대한 위협요인으로는 우선 금융규제 완화에 따른 신규진입자 증가, 보험대체상품 확산 등으로 인해 새로운 경쟁관계가 형성되고 시장의 경쟁강도가 높아질 것임을 꼽을 수 있다. 1990년대 초부터 시작된 규제완화로 인해 진입규제가 완화되고 새로운 사업모델의 개발로 인해 새로운 경쟁자의 진입이 용이해졌으며, 산업간 융합(convergence) 현상으로 통신사업자, 유통사업자 등이 기존 보험회사의 경쟁자로 등장하고 있어 경쟁양상이 복잡해지고 있기 때문이다.

두 번째 위협요인으로는 보험상품 개발 및 인수와 판매간 분리현상이 강해지면서 독립적 판매사업자가 협상력을 갖추에 따라 유통비용이 증가하여 보험회사의 이익이 압박을 받을 수 있음을 꼽을 수 있다. 이들 독립적 판매사업자는 높은 수수료율을 요구함은 물론 전산설비 설치 지원 등을 무리하게 요구하여 사업비를 증가시키는 요인으로 작용하고 있다.

세 번째 위협요인으로는 보험회사와 소비자간 정보격차 완화, 소비자보호 입법 강화 등에 힘입어 보험소비자의 협상력이 증대됨으로써 가격인하, 보험품질 및 서비스 개선, 경영투명성 등에 대한 요구가 강해질 것임을 꼽을 수 있다.

그러나 이러한 요인들은 단기적으로 비용을 증가시켜 보험사업을 위협하는 요인으로 나타나나, 중장기적으로는 보험경영의 체질을 개선하고 경쟁력을 제고시키는 요인으로 역할 할 가능성이 크다.

네 번째 위협요인으로는 자본시장 및 투자상품에 대한 규제완화로 각종 파생상품이 활성화되면서 경제적 기능면에서 보험상품을 대체해갈 분야가 확대됨에 따라 보험영역이 잠식될 가능성이 높아짐을 꼽을 수 있다. 대표적으로 은행대출, 신용카드 상환금을 소비자가 사망 등의 사유가 발생했을 경우 채무면제를

하는 서비스(DCCS)¹⁰⁾가 신용생명보험과 직접 결합할 가능성이 있다. 또한 1997년 외환위기 이후 공제 등 유사보험이 규제 차이를 활용하여 시장을 잠식하고 있어 향후 규제체계의 개선이 없을 경우 큰 위협요인이 될 것이다.

다섯 번째 위협요인으로는 가격자유화, 시장성장 정체 등으로 인해 기존 보험회사간에 가격경쟁 및 비가격경쟁이 심화될 것임을 꼽을 수 있다. 지난 1990년대 초 이후 지속되어 온 가격규제 완화는 시장성장이 정체된 상황에서 과열 경쟁의 요소로 작용하며, 궁극적으로는 비가격 경쟁으로까지 이어지고 있다.

<표 II-14> 보험산업 SWOT분석

<ul style="list-style-type: none"> - '찾아가는 서비스'를 통해 적극적 마케팅의 경험을 축적 - 장기상품 운용 경험 및 장기자산 운용 능력도 확보 - 생활 및 기업활동과 관련한 리스크 관리 능력이 타금융권에 비해 우월 	<ul style="list-style-type: none"> - 신뢰도가 개선되지 못해 신규사업 진출에 여론이 비우호적 - 고비용의 보험판매채널 - 자본력 및 인력 등에서 은행 등 타금융권에 비해 열위
<ul style="list-style-type: none"> - 투자형 보험상품의 성장 가능성 - 사회적 리스크의 증가 - 재난 및 자연적 리스크의 증가에 따른 보험 수요 증가 - 사회의식 및 법제 변화에 따른 보험 수요 증가 - 업무영역에 대한 규제완화로 타금융서비스 영역 진출 가능 - 신흥보험시장 사업기회 확대 	<ul style="list-style-type: none"> - 신규진입 증가, 새로운 경쟁관계 형성, 시장의 경쟁 강도 강화 - 다양한 리스크 노출 - 세계혜택 축소 가능성

여섯 번째 위협요인으로는 거시경제와 자본시장의 변동성 증대, 금융겸업화에 따른 경영리스크 증대, 거대리스크의 취급 등으로 인하여 보험회사는 다양한 리스크에 대한 노출이 확대될 것임을 꼽을 수 있다. 이는 우선 거시경제와

10) 이의 상품적 속성과 규제방안은 여기에서는 논하지 않기로 한다.

자본시장의 변동성이 증대됨에 따라 자산운용상의 리스크가 확대되어 나타날 것이기 때문이다. 또한 금융겸업화에 따라 이중금융업을 경영하는 데 따른 리스크가 확대되어 나타날 수도 있기 때문이기도 하다. 그리고 보험산업에서 신 성장을 기대할 수 있는 영역에는 자연재해, 장수리스크 등 거대재해가 잠복하고 있어 적당한 대체전가수단이 없을 경우 이는 보험산업에 위협요인으로 작용할 것이기 때문이다.

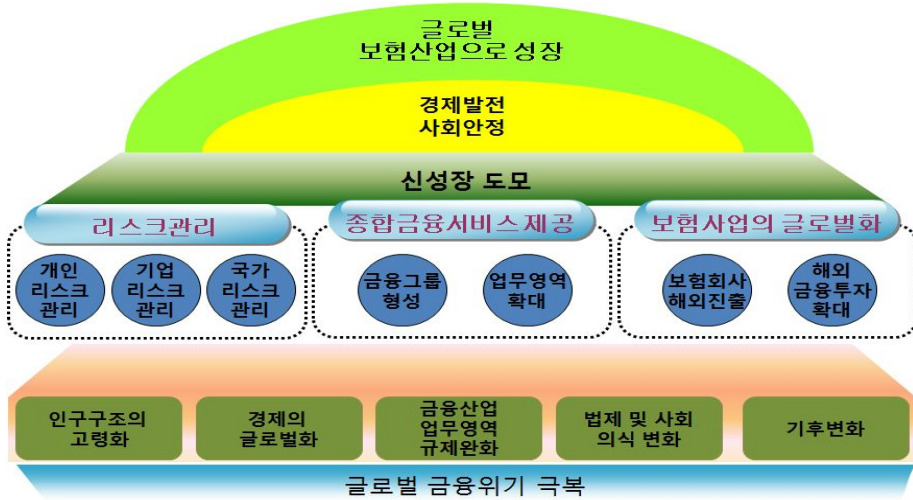
마지막으로 금융권간 경쟁 심화, 규제 수준의 동등화 등을 배경으로 보험상품에 주어지는 세제혜택이 축소될 가능성도 보험산업에 위협요인으로 작용할 것이다. 재정적자 확대에 따라 감세 및 비과세를 축소하는 조세정책이 채택될 경우 보험상품에 대한 세제혜택이 축소되어 장기저축성 보험의 가입 유인이 크게 약화될 것이기 때문이다.

라. 발전 비전 및 발전경로

향후 보험산업 발전에 영향을 미칠 다양한 요소를 살펴보면서 보험산업의 발전비전은 “사회적 신뢰 기반 위에서 리스크관리자의 역할을 글로벌하게 확대함으로써 경제발전 및 사회안정에 기여하는 산업으로 성장”으로 설정하는 것이 적절할 것이다.

이러한 비전하에 보험산업은 기존에 개인, 기업, 정부 등을 대상으로 리스크 관리를 하여 경제발전 및 사회안정화에 기여해온 전통적 역할을 강화할 필요가 있다. 그리고 이러한 역할을 국내보험시장에 국한하지 않고 글로벌 보험회사들과의 경쟁 경험을 기초로 새롭게 성장하는 신흥보험시장을 적극적으로 공략하여 부가가치를 창출하는 신성장산업으로 자리매김하도록 할 필요도 있다. 또한 금융권간 고유업무를 제외하고 업무영역 규제가 자유화되는 금융겸업화 환경의 도래에 대응하여 고객의 종합금융서비스 니즈를 충족할 수 있는 체제를 갖추고 보험회사의 특성을 살려 경쟁력을 높이는 것도 요청된다.

<그림 11-20> 우리나라 보험산업의 발전비전



보험산업의 발전비전 달성과 관련하여 리스크 관리자로서의 역할 강화는 각종 환경변화에 의해 개인 또는 기업이 직면하는 리스크가 다양해지면서 커지고 있으므로 이에 대응하기 위해 필요하다. 또한 보험산업이 발전하기 위해서는 산업에 요구되는 핵심적 과제에 대해 적절히 역할을 수행함으로써 존립의 의의를 부각시킬 필요가 있다. 이러한 역할은 국내시장에 한정되는 것이 아니라 경제의 글로벌화 추세에 맞추어 사업지역을 해외로까지 확대하여 보험회사의 글로벌화를 추구하는 것도 필요하다. 그러나 보험사업의 해외진출은 국내시장에 비해 많은 비용을 요구하고 더 큰 리스크를 감당해야 한다는 점에서 주의가 필요하지만 국내시장의 성장정체를 극복하기 위해서는 일정 수준에서 글로벌화 전략이 필요할 것이다.

한편 보험회사는 금융겸업화 환경 하에서 고객의 복합금융수요에 대응하여 종합금융서비스를 제공할 수 있는 능력을 갖출 필요가 있다. 이미 많은 고객이 장기간에 걸친 라이프사이클에 맞추어 자산을 형성·관리할 수 있도록 서비스를 받고자 하고 있기 때문이다. 이를 단순히 자문으로만 그칠 것인지 아니면 자문을 기초로 다양한 금융서비스를 직접 제공할 것인지는 개별 보험회사의 능력에

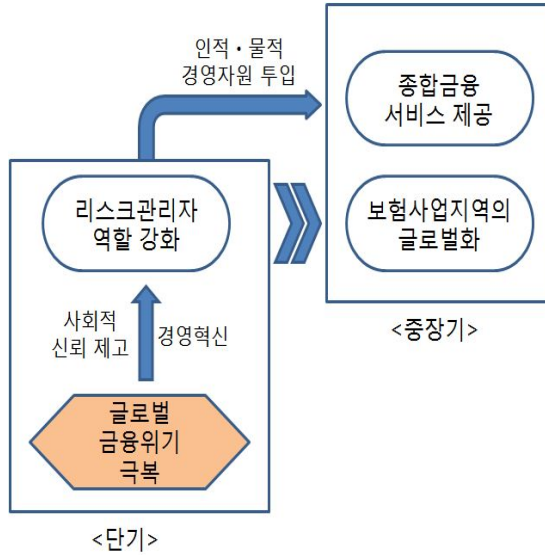
맞게 추진되어야 할 것이다. 그러나 금융겸업화 환경 하에서라고 하여 모든 보험회사가 종합금융화 전략을 택해야 하는 것은 아니므로 전략적 판단에 의해 필요시 전문화 전략도 추구해야 할 것이다.

이러한 전략을 추진함에 있어서는 단계적 접근이 필요할 것이다. 이는 현재 우리나라 경제가 글로벌 금융위기의 영향에서 완전히 벗어나 있지 못하고, 보험회사도 자본확충, 인력양성 등에 시간이 소요되기 때문이다. 이러한 점들을 고려할 때 보험산업은 단기적으로는 금융위기에서 벗어나 새로운 도약을 준비하고, 중장기적으로 대형화를 기초로 종합금융화와 글로벌화를 추진하는 것이 필요하다. 최근 국내경기가 회복세로 돌아서고 있으나 높은 성장추세로 반전되기는 어려울 것이므로 단기적으로는 새로운 사업을 벌이기보다는 내부정비를 통한 미래도약을 준비하는 것이 바람직하기 때문이다. 또한 과거 1997년 외환위기 시와 같은 대대적 구조조정보다는 경영혁신을 통해 환경변화에 맞지 않는 사업을 축소 내지는 폐기하고 새로운 사업영역에 진출할 역량을 준비하는 것이 필요할 것이다.

한편 이러한 경영혁신과 더불어 보험회사는 준법노력 및 윤리경영을 확대하여 보험민원을 원천적으로 줄이려는 노력을 강화하고 취약계층의 보험가입을 지원하는 한편 사회적 책임을 강화하여 보험산업에 대한 신뢰도를 제고할 필요가 있다. 앞서 SWOT분석에서 지적되었듯이 보험산업이 향후 새로운 사업을 벌이기에는 소비자의 낮은 신뢰에 제약되는 바가 크기 때문이다.

이렇게 단기적으로 준비된 역량과 신뢰도를 기초로 보험회사는 금융겸업화를 위한 제도 개선이 제공하는 기회를 활용하여 종합금융서비스를 제공할 수 있도록 역량을 확보해야 할 것이다. 최근 글로벌 금융위기를 계기로 겸업화에 대해 신중한 접근이 요구되고 있으나 소비자를 기준으로 시장이 통합되는 상황을 고려할 때 소매금융 분야에서 보험회사가 경쟁력을 확보하기 위해서는 자산관리 서비스를 중심으로 종합금융서비스를 제공할 능력을 갖추는 것이 필요할 것이기 때문이다. 물론 보험회사가 종합금융서비스를 제공하기 위해서는 필요한 자본과 인력의 투입은 물론 기존의 보험사업과 시너지를 낼 수 있도록 사업모형을 혁신하는 것이 필요할 것이다.

<그림 II-21> 보험산업 발전경로



아울러 향후 경제의 글로벌화가 꾸준히 진행될 것이고 국내보험시장의 경쟁 심화에서 벗어나 새로운 수익원을 창출하는 것도 필요할 것이므로 보험사업의 글로벌화도 도모해야 할 것이다.

마. 보험산업 발전을 위한 과제

1) 신성장동력 발굴

기존 보험시장은 거시경제의 침체, 새로운 보험사업영역 발굴 곤란, 리스크관리를 위한 보험기법의 미발달 등으로 인해 성장이 둔화되고 있는 상태에서 진입에 대한 규제완화, 새로운 사업모형 발굴 등으로 새로운 경쟁자가 등장함으로써 수익성이 좋지 않은 상황에 있다. 이에 따라 기존 보험시장의 지나친 경쟁에서 벗어나 성장하기 위해서는 새로운 사업영역 또는 사업지역을 발굴하는

것이 필요하다. 그러나 보험산업은 새로운 사업영역 또는 사업지역에 진출하기에 앞서 리스크관리 분야에서 경쟁력을 확보하기 위하여 선진 보험기법의 적용, 사업구조조정을 통한 경영효율화 등을 행할 필요가 있을 것이다.

이렇게 하여 새로운 사업영역에 진출할 여건이 갖추어지면 보험산업은 인구의 고령화 및 가족기능의 변화, 법제 변화에 따른 사회의식 변화, 자연환경 변화 등에서 비롯되는 리스크를 체계적으로 보장하는 데서 새로운 사업기회를 찾을 수 있을 것이다. 인구의 고령화 및 가족기능의 변화는 충분한 노후소득의 확보, 건강 약화에 따른 손실 대비 등을 위한 연금, 건강보험, 장기간병보험 등의 보험에 대한 수요를 증가시킬 것이기 때문에 이들 영역에서 새로운 성장동력을 찾아야 할 것이다. 또한 배상책임 관련 법률 등 법제가 변화됨에 따라 사회의식도 변화하여 그로 인해 야기되는 위험을 보험으로 처리하려는 수요가 확대되면서 배상책임보험과 비용보험 등의 보험이 활성화될 것이므로 이들 영역에서도 새로운 성장동력을 찾아야 할 것이다. 그리고 향후에는 지구온난화 등 자연환경 변화에 따라 자연재해보험 등이 활성화될 것이며, 재난의 거대화에 따른 재난보험의 활성화도 예상된다.

한편 보험회사는 보험사업 이외의 분야에서도 고객의 서비스 제공 요구가 있을 것이므로 적극 대응할 필요가 있다. 이와 관련해서는 고객의 라이프사이클에 기초한 자산관리사업, 건강관리사업, 요양사업, 종업원복지서비스사업 등이 보험사업과 시너지효과를 높이면서 경쟁력을 유지할 수 있는 사업부문으로 부각될 것이다.

이상이 국내 금융 및 보험 시장에서 보험회사가 성장동력을 찾는 것이라면 향후에는 경제의 글로벌화 등을 고려하여 국내시장의 한계를 벗어나 국내시장에서 글로벌 보험회사와의 경쟁을 통해 축적된 노하우와 경쟁력을 기반으로 해외시장으로 사업범위를 확대할 필요가 있을 것이다.

2) 사회적 신뢰 제고

보험산업은 장기간에 걸쳐 사업이 운영될 뿐만 아니라 보험계약의 불확정성

등으로 인해 다른 금융업종에 비해 소비자신뢰 확보가 보다 중요하다. 그러나 최근 들어 민원이 급증하는 등 소비자신뢰가 높지 않아 새로운 사업영역에 진출하여 성장을 모색하는 데는 반대여론이 높아 제약요인으로 작용하고 있다. 예를 들어 건강보험 영역의 경우 특성상 보편적 서비스가 요구되나 보험회사가 기존에 사업하던 방식으로 할 경우 고위험군 또는 저소득층의 경우 서비스대상에서 제외될 뿐만 아니라 것이라는 우려에서 민영건강보험의 활성화에 대한 반대의 목소리도 높은 실정이다. 이러한 점들을 고려할 때 보험산업은 새로운 성장을 모색하기에 앞서 사회적 차원의 신뢰도 제고가 필요할 것으로 생각한다.

사회적 신뢰도 제고를 위해서는 먼저 보험모집과 관련하여 신뢰의 위기가 야기되는 측면이 크므로 이제부터는 보험소비자를 단순한 보험상품의 구매자가 아닌 보험시장을 형성하는 파트너로 인식하고, 보험소비자가 거래의 주체로서 자립할 수 있도록 지원함으로써 보험산업의 발전을 모색하는 전략이 필요하다. 또한 저소득층 또는 고위험군에 대한 보호를 소홀히 한다는 여론을 극복하기 위해서 이들 취약계층을 대상으로 보험가입을 원활하게 함으로써 보험소비자의 위험관리능력을 지원하는 노력도 필요할 것이다.

나아가서는 사회적으로 가치 있는 사업의 발전을 지원함으로써 사회발전에 기여하고 이를 통해 중장기적으로 보험수요 기반을 확충하는 노력도 필요할 것이다. 최근 들어서는 환경, 인권, 윤리 등이 사회적 차원에 국한되지 않고 경제적 차원으로까지 승화되어 중요한 가치로 대두되고 있으므로 이에 대한 대응 노력도 필요할 것이다. 먼저 환경과 관련해서는 녹색성장을 지원할 수 있는 보험상품을 개발하여 판매함으로써 친환경산업의 이미지 제고와 함께 새로운 성장영역을 확충할 필요가 있다. 그리고 사회적 책임투자를 통해 윤리적이고 사회적인 기업의 활동은 장려하고 비윤리적이고 반사회적인 기업의 활동은 억제함으로써 사회발전에 기여함과 더불어 자산운용 수익의 개선을 도모하는 것도 필요할 것이다.

III. 보험영업 부문 성장 영역

1. 생명보험 영역¹¹⁾

가. 성장 추이

1) 수입보험료 및 성장률

생명보험, 건강보험, 연금을 포함하는 인보험은 기본적으로 개인, 가정, 기업에 대하여 재무적 보장을 제공하는 중요한 역할을 수행한다. 특히 국내 금융시장에서 생명보험은 기본적 기능인 보장기능(protection function)과 아울러 저축기능(saving function)을 통해 가계 및 기업의 리스크 관리자로서의 역할을 충실히 수행해 왔다.

생명보험계약은 순수보장성 계약인 정기생명보험(term life insurance)을 제외하고 계약 구조상 저축기능이 자동적으로 포함되어 있다. 보험계약의 종류에 따라 저축성의 크고 작음에는 차이가 있으나 자산을 축적하도록 설계되어 있다. 따라서 생명보험은 보험계약자의 보장 및 저축 목적을 위해 이용되지만 그 과정에서 국민경제 발전에 크게 기여하는 측면이 있다.

국내 생명보험시장의 규모는 그동안 괄목할 만한 성장을 해 왔다. 생명보험시장의 주요한 매출액 지표인 수입보험료는 2008년 73조 5,610억 원을 기록하였다. 이는 전년 대비 마이너스 성장으로 그동안 지속적인 성장을 유지해 왔으나 2008년 하반기 글로벌 금융위기의 영향을 받아 보험료 성장이 급감하는 양상을 보여주었기 때문으로 보인다.¹²⁾

11) 안철경 산업연구실 연구위원이 작성하였다.

12) FY2001에도 수입보험료가 감소하였으나, 이는 보험비차익 과세 기간이 확대(7년→10년)되고 금융소득 종합과세 시행 등 제도변화에 기인한 바가 크다. 보험회사 내부적으로도 중신보험 중심으로 상품 포트폴리오를 재편하는 과정에서 일시적으로 수입보험료 규모가 감소한 현상으로 볼 수 있다.

국내 생명보험의 수입보험료 규모 및 성장추이를 보면 <표 III-1> 및 <그림 III-1>과 같다.

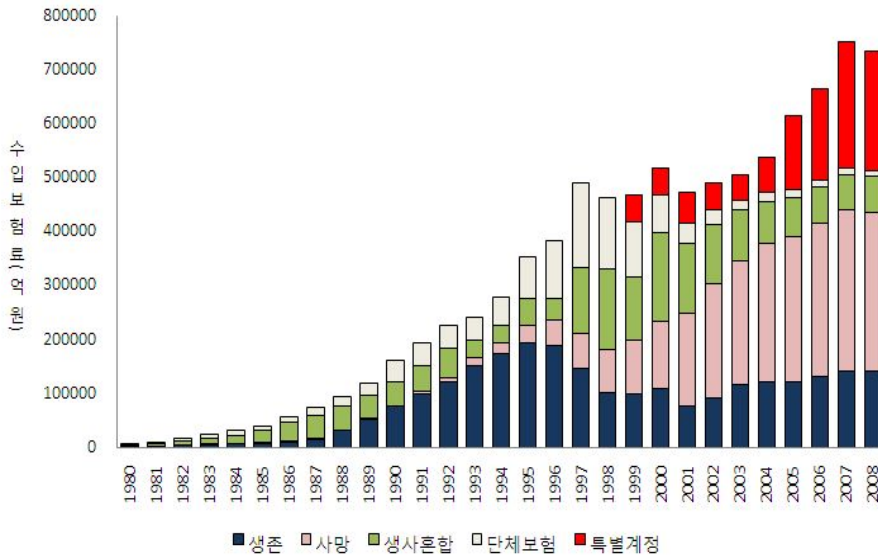
<표 III-1> 생명보험 영역별 수입보험료

(단위 : 억 원, %)

	일반계정		특별계정	생보전체
	개인보험	단체보험		
1980	3,617	2,420	-	6,036
1990	120,333	40,103	-	160,436
2000	398,721	67,985	49,832	516,538
2005	463,699	14,108	136,915	614,722
2008	501,611	10,713	223,290	735,614

자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도

<그림 III-1> 생명보험 수입보험료 성장 추이



자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도.

국내 생명보험 영역은 계약자에 개인보험과 단체보험, 계정에 따라 일반계정과 특별계정으로 구분할 수 있다. 일반계정은 개인보험과 단체보험으로 구분되며, 다시 개인보험은 생존보험, 사망보험 및 생사혼합보험으로 세분된다.

우리나라 생명보험시장의 일반계정 수입보험료 비중을 보면 단체보험 보다는 개인보험을 주력으로 하여 성장해 왔음을 알 수 있다. 일반계정내 단체보험시장의 성장이 지속적으로 감소한 반면 2000년 이후 부터는 변액보험 활성화 및 퇴직연금의 도입 등으로 특별계정이 크게 성장하는 모습을 보이고 있다.

국내 생명보험 영역별 수입보험료 비중을 보면 <표 III-2>와 같다.

<표 III-2> 생명보험 영역별 수입보험료 비중

(단위 : %)

구분	개인보험	단체보험	일반계정	특별계정
FY1970	43.0	57.0	100.0	-
FY1980	59.9	40.1	100.0	-
FY1990	75.0	25.0	100.0	-
FY2000	77.2	13.2	90.4	9.6
FY2008	68.2	1.5	69.6	30.4

자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도.

다음으로 국내 생명보험시장의 성장률 추이를 보면, 2000년 이전까지만 해도 평균 두 자릿수의 성장률을 기록하던 국내 생명보험시장은 최근 들어 성장률이 크게 낮아지고 있다. 각 연대별로 살펴보면 1970년대 및 1980년대는 경제성장과 더불어 국내 생명보험시장이 형성되는 시기로 각각 연평균 45.1%, 38.8%의 매우 높은 성장세를 보였다. 1990년대 들어 성장률이 급격히 감소하기 시작하였지만 여전히 연평균 12.4%의 높은 성장세를 나타내었다. 그러나 2000년 이후부터 지속적으로 생명보험시장의 성장률이 감소한 결과 2000~2008년 기간 중 연평균 성장률은 1990년대의 절반 수준인 4.5%를 기록하였다.

개인생명보험 상품별 성장률을 보면 생사혼합보험(양로보험)의 성장률이 지속적으로 감소하여 2000년 이후부터는 마이너스 성장률을 나타내었다. 사망보

험은 1990년대 이후 큰 폭의 성장률을 보여 생명보험시장의 성장을 주도하였으며, 2000년 이후에도 생명보험 평균 성장률보다 높은 추세를 보이고 있다. 생존보험은 1990년 까지는 매우 높은 성장률을 보였으나, 1990년 이후 성장률이 크게 위축된 실적을 보이고 있다. 개인생명보험 전체적으로는 과거와 같은 고성장이 멈춘 상황이고 2000년 이후 4~5%의 저성장 추세를 보이고 있다.

단체보험은 2000년 이전까지는 꾸준한 성장세를 유지했으나 2000년 이후 퇴직보험시장의 변화 등으로 큰 폭의 마이너스 성장률을 기록하고 있다.

국내 생명보험 상품별 연평균 성장률 추이를 보면 <표 III-3>과 같다.

<표 III-3> 생명보험 상품별 연평균 성장률

(단위 : %)

	개인보험				단체보험	계
	생존	사망	생사혼합	소계		
1970~1980	38.8	86.5	65.8	0.0	40.1	45.1
1980~1990	50.2	28.4	34.9	42.0	32.4	38.8
1990~2000	3.8	50.9	14.3	12.7	5.4	12.4
2000~2008	3.3	11.3	-10.7	2.9	-20.6	4.5

주 : 특별계정은 1999년부터 통계 집계되고 있음. 2001~2008년 중 성장률 20.6%.

2) 개인생명보험 상품 현황

국내 개인생명보험 상품별 수입보험료 및 신계약 보험료의 비중을 통해 생명보험시장의 상품의 변화 추세를 살펴보고자 한다.

개인생명보험 상품별 수입보험료 비중은 2000년 이후 저금리 환경 하에서 생사혼합보험(양로보험)이 크게 감소하는 반면, 종신보험을 중심으로 한 사망보험과 연금 등 생존보험의 비중이 증가하는 추세를 보이고 있다.

국내 개인생명보험 상품별 수입보험료 비중을 보면 <표 III-4>와 같다.

<표 III-4> 개인생명보험 상품별 수입보험료 비중

(단위 : %)

	생존	사망	생사혼합
1970	77.4	0.5	22.1
1980	35.4	4.7	59.9
1990	62.4	1.7	35.9
2000	27.3	31.4	41.3
2008	28.1	58.7	13.2

자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도.

시기별로 개인생명보험시장 주력 상품은 신계약액 비중의 변화를 통해 살펴볼 수 있다. 생명보험 신계약액은 1970년대 중반까지 생존보험, 1980년대 생사혼합보험(양로보험), 1980년대 중반~1990년대 중반까지 생존보험, 1990년대 중반 이후 사망보험이 가장 큰 비중을 차지하면서 개인생명보험시장을 주도하고 있는 것으로 나타났다.

개인생명보험 상품별 신계약액 비중을 보면 <표 III-5>와 같다.

<표 III-5> 개인생명보험 상품별 신계약액 비중

(단위 : %)

	생존	사망	생사혼합
1970	65.1	3.5	31.4
1980	19.8	32.3	47.9
1990	82.7	4.8	12.5
2000	13.9	65.8	20.3
2008	12.7	78.2	9.1

주 : 신계약액은 주계약 보험가입금액 기준임.
 자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도.

최근 들어 국내 개인생명보험시장은 종신보험과 같은 전통형 보험상품의 지속적인 부진으로 생명보험의 성장에 있어서 전통형 보험상품의 공헌도는 점점 약해지고 있다. 아울러 변액보험, 연금과 같은 금융형 상품이 주력으로 등장하는 추세를 보인다.

최근 년도 들어서도 전통형 보험이 여전히 생명보험산업에서 70% 이상의 비중을 차지하지만, <표 III-6>에서 보는 바와 같이 전통형 보험의 성장률이 변액보험의 성장률에 미치지 못하고 있는 실정이다. 즉 전통형 보험에 대한 대체상품으로 변액보험이 도입되었지만, 변액보험의 성장성은 최근 금융위기로 인한 자본시장의 변동성 심화로 인하여 부진한 실적을 보이고 있어 생명보험의 성장동력으로의 한계를 보이고 있는 실정이다.

<표 III-6> 개인생명보험 상품의 성장 기여도

(단위 : %)

	FY2003	FY2004	FY2005	FY2006	FY2007	FY2008
변액보험	1.3	3.6	12.4	5.7	9.8	0.3
전통형 생명보험	6.3	3.7	1.5	3.6	3.6	-0.5
계	7.6	7.4	14.0	9.4	13.4	-0.2

주 : 1) 전통형 보험은 개인보험에서 변액보험을 제외한 것으로 정의함.

2) 개인소계 성장률=변액비중*변액성장률+전통형비중*전통형성장률

자료 : 보험개발원, 『보험통계월보』, 각 월호 및 생·손보사 『업무보고서』 각 월호

3) 생명보험 상품의 변천

국내 생명보험시장은 1990년 중반까지는 자녀교육 및 목돈 마련을 위한 교육보험, 노후설계보험, 새가정 복지보험 등 고금리 저축성보험이 생명보험시장의 성장을 주도하였다.

이후 1996년 OECD 가입을 계기로 선진보험회사의 국내시장 진입이 이루어지면서 종신보험이 국내보험시장에 도입되었다. 종신보험은 초기에는 일부 외자계 생명보험회사에서 판매하다가 2000년 이후부터는 국내 전 생명보험회

사의 주도적 상품으로 등장하게 되었다. 이에 따라 종신보험, CI보험 등 가족 및 유족을 위한 사망보장보험이 2000년 이후 생명보험시장의 성장을 견인하게 되었다.

2002년에 국내보험시장에 변액보험이 도입되었다. 변액보험은 저금리 하에서 보험의 기능과 투자의 기능을 결합한 금융투자형 상품으로 활용되었다. 아울러 고령화에 대비하기 위한 연금, 유니버설보험 등 은퇴 관련 금융형 상품이 생명보험시장의 성장을 주도하게 되었다.

그러나 2008년 이후 국내외 자본시장의 변동성이 확대되면서 생명보험시장을 주도한 금융형 보험의 성장성이 크게 둔화되었고, 이에 따라 생명보험시장은 주력상품이 부재한 상황에 놓이게 되었다.

최근에는 노후건강 및 장수리스크 확대에 따른 건강보험, 퇴직연금과 다양한 리스크를 통합하는 통합계좌형 보험이 생명보험의 신시장으로 등장할 가능성이 있어 보인다.

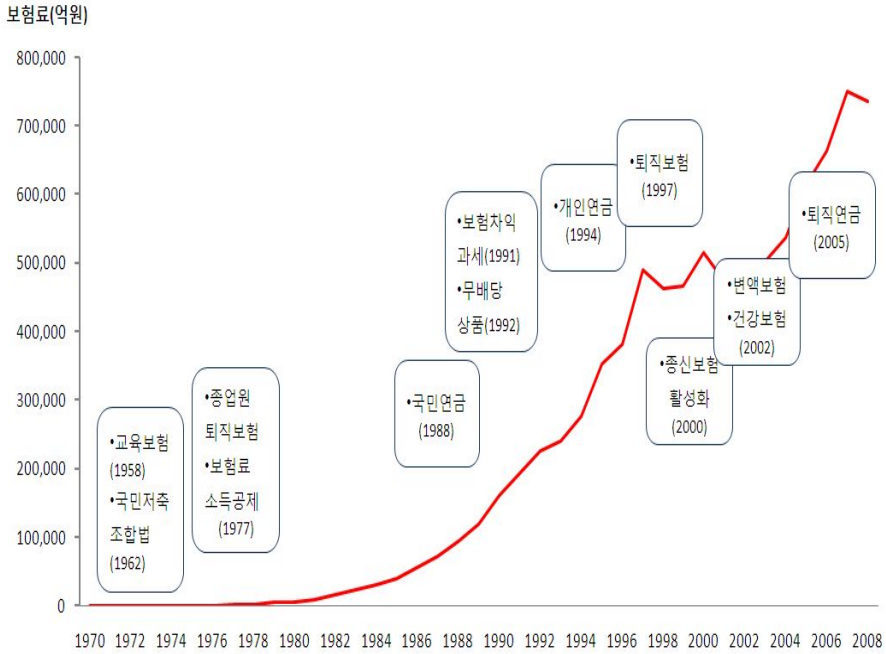
생명보험 주력상품의 변천과정을 보면 <그림 III-2>와 같다.

<그림 III-2> 생명보험 주력상품의 변천 과정



또한 생명보험시장의 연도별 신상품 출현 추이 및 국내 생명보험산업의 성장에 영향을 미친 주요 제도 내역을 보면 <그림 III-3> 및 <표 III-7>과 같다.

<그림 III-3> 생명보험의 신상품 출현 추이



<표 III-7> 국내 생명보험산업 성장 관련 제도 내역

구분	내용	근거
'62. 2. 9 (국민저축조합 법 제정)	내자동원을 통한 국가경제 여건 근로소득자의 경우 급여의 2%를 금융기관에 강제가입 → 단 체보험 활성화에 기여	법률 제1020호
'63.12.16 (의료보험법 제정)	국민의 사회보장증진, 보건향상 목적 500인 이상 사업장('77. 1. 1), 5인 이상 사업장('88. 7.22) → 보장성보험 인식제고 및 판매활성화	법률 제1623호
'77. 1. 1 (보험료 소득공제제도 도입)	연간보험료의 일정액 소득공제 '78.1 : 12만 원 / '79.1 : 15만 원/ '80.1 : 24만 원 '82.1 : 24만 원(보장성보험만으로 대상보험 축소 및 전 근 로소득자로 대상 확대) '93.1 : 50만 원 / '99.1 : 70만 원→ 보장성보험 · 특약개발 · 판매활성화	소득세법 개정 ('76.12.22)
'77. 1. 1	종업원의 퇴직금 사외적립을 통한 퇴직금 보장 유도	법인세법

<p>(퇴직적립보험의 세계혜택)</p>	<p>사외 적립시 필요경비 인정, 종업원 퇴직적립보험 판매 → 퇴직금의 생보사 유치로 퇴직금시장에서의 독점적 위치 확보</p>	<p>시행령 개정 ('76.12.31)</p>
<p>'83. 1. 1 (단체정기, 재해보장보험료 손비인정)</p>	<p>종업원 복리후생제도 지원 종업원=피보험자=수익자, 순수보장성보험료 18만 원 이하→ 단체정기 및 재해보장상품의 개발과 판매 활성화</p>	<p>소득세법 시행령 개정 ('82.12.31)</p>
<p>'88. 1. 1 (국민연금제도)</p>	<p>종업원 노후생활보장을 위한 공적보장 개시 3자 공동부담(국가, 기업주, 종업원). 노후보장의 필요성 확산 →개인연금 보험상품 개발추진</p>	<p>국민연금법 제정 ('86.12.31)</p>
<p>'91. 1. 1 (보험차의 과세)</p>	<p>저축성보험 대량판매에 따른 타금융권 견제에 따라 비과세 혜택 기간 축소 '91.1 : 3년 미만 / '96.1 : 5년 미만 '96.5 : 7년 미만 / '98.4 : 5년 미만 저축성상품의 장기화 유도</p>	<p>소득세법 및 동시행령개정 ('90.12.31)</p>
<p>'92. 7.23 (무배당보험 허용)</p>	<p>신설생보사의 배당경쟁력 열세 보완 →저율의 다양한 보장성보험 개발·판매 활성화</p>	<p>생보사잉여금 및 재평가 적립금리 지침 개정 시달(재무부, 생보22330-66)</p>
<p>'94. 3.24 (개인연금제도 도입)</p>	<p>취약한 공적보장의 보완 금융실명제 시행에 따른 금융제도권 자금이탈 방지 →개인연금시장 확대로 개인연금 보험개발·판매활성화 및 금융권간 상품경쟁 가열</p>	<p>조세감면규제법 개정</p>
<p>'96. 8.13 (보험가입한도 철폐)</p>	<p>소비자 경제수준의 향상에 따른 보장수준 확대 Needs 대응 →다양한 보장급부와 대형보장상품 출현</p>	<p>상품관리규정 개정(재경원, 보험45241-242)</p>
<p>'96.10. 2 (비과세 저축 제도 도입)</p>	<p>중산층 이하의 소액저축 활성화를 통한 저축률 증대→비과세 가계저축보험을 통한 저축시장 참여</p>	<p>조세감면 규제법 개정</p>
<p>'97. 7.21 (생손보 겸영확대)</p>	<p>질병·상해보험의 생·손보 공동진출 허용 →다양한 저보험료의 질병 및 순수상해보장보험 개발</p>	<p>상품관리규정 개정(재경원, 보험41264-267)</p>
<p>'97.12.24</p>	<p>사외적립을 통한 근로자의 퇴직금 지급 보장</p>	<p>근로기준법</p>

(퇴직보험 도입)	퇴직일시금의 연금화를 통한 안정적 노후생활 보장 →퇴직보험판매('99.4) 및 종퇴보험 신계약 금지(2000.10)	개정(제34조)
2002 (변액보험 도입)	변액연금, 변액종신 등 투자형보험 판매개시 →생보사의 투자형보험시장 진입	보험업법 및 보험업감독 규정 개정
2005 (퇴직연금 도입)	퇴직금의 사외적립을 통한 근로자의 노후소득보장 강화 확정급여형, 확정기여형, 개인형퇴직연금제도 도입 →생보사의 단체보험시장 활성화 예상	근로자퇴직급여 보장법 개정

4) 생명보험 가입률

우리나라 생명보험의 실제가입률¹³⁾을 보면 2007년 말 기준 61.9%(남자 60.3%, 여자 63.6%)이다. 반면 가입금액 규모의 경우 그동안 물가상승, 위험의 다기화 등을 감안하면 가입액 또는 보상수준이 적절하지 않거나 다양한 리스크 보장이 이루어지지 않았을 가능성이 높다. 연령별로는 2007년 기준 20세미만의 저연령층과 60세 이상의 고연령층의 실제 생명보험 가입률은 낮은 수준이다. 생명보험 연령 및 성별 실제 가입률을 보면 <표 III-8>과 같다.

<표 III-8> 생명보험 연령별 가입률(2007)

(단위 : %)

	연령별						평균
	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~	
남자	55.0	60.2	73.6	72.3	62.7	27.1	60.3
여자	52.6	65.7	82.2	79.8	71.0	29.8	63.6

자료 : 보험개발원, 보도자료(2008.11.26)

13) 통상 보험가입률은 설문조사에 의해 추정되지만, 동 자료는 2007년 말 기준 보험개발원의 보험계약 기초통계자료를 이용하여 산출한 실제 가입률이다. 보험개발원, 『FY'08 생명보험 통계자료집』, 2009.3.

생명보험 상품별 가입률은 상품 유형에 따라 현저한 차이가 있는 것으로 나타났다. 상해보험과 건강보험은 40%대 이상이나, 종신보험과 CI 보험은 10%대이며 정기보험은 6.5%에 불과하며, 특히 30~40대의 경우에도 정기보험 가입률은 다른 보험에 비해 훨씬 낮은 것으로 나타났다.

생명보험 상품별 가입률 현황을 보면 <표 III-9>과 같다.

<표 III-9> 생명보험 상품별 가입률(2007)

연령대	종신	정기	CI	변액	유니버설	상해	건강
20대이하	24.1	7.8	14.3	11.0	11.5	35.4	48.5
30대	36.7	13.3	16.8	16.8	16.5	55.9	72.1
40대	30.1	10.1	15.0	13.0	12.6	55.8	73.4
50대	19.0	7.9	9.0	7.1	6.5	49.3	65.7
60대	6.7	3.7	2.5	1.7	1.3	32.6	40.0
70대이상	1.5	0.8	0.0	0.0	0.0	10.3	8.0
전 인구	18.5	6.5	10.7	8.0	9.0	40.0	55.1

자료 : 보험개발원, 『FY'08 생명보험 통계자료집』, 2009.3.

나. 해외 시장 추이

1) 미국

가) 수입보험료 및 성장률

미국의 개인생명보험시장은 크게 생명보험, 연금 및 건강보험 영역으로 구분된다. 1975년까지 미국의 개인생명보험시장은 전통적인 개인생명보험 영역(양로, 종신, 정기, 변액 등)이 약 50% 이상의 점유율을 보이는 가운데 건강보험과 연금이 성장하는 추세였다. 이후 80년대에 접어들면서 연금시장이 큰 폭의 증가하여 생명보험시장을 주도하게 되었다. 상대적으로 건강보험과 생명보험 영

역의 비중은 감소하게 되었다.

2008년 기준 생명보험 총보험료는 6천 4백억 달러 수준이며, 이중 전통적인 생명보험은 1천 472억 달러, 연금 3천 281억 달러, 건강보험 1천 650억 달러를 기록하였다.

미국의 생명보험시장 영역별 수입보험료를 보면 <표 III-10>과 같다.

<표 III-10> 미국의 생명보험시장 영역별 수입보험료

(단위 : 백만 달러)

	생명보험	연금	건강보험	합계
1970	21,679	3,721	11,367	36,767
1980	40,829	22,429	29,366	92,624
1990	76,692	129,064	58,254	264,016
2000	130,616	306,693	105,619	542,930
2005	142,261	277,117	118,267	537,645
2008	147,182	328,135	165,034	640,351

자료 : American Council of Life Insurers, *Life Insurance Fact Book*, 2009.

연도별로 미국의 개인생명보험시장 영역별 보험료 구성비를 보면 1970년 약 60%를 차지하던 생명보험은 2008년에는 23.0%로 크게 감소하였다. 반면 연금 시장은 1970년대 이후 지속적으로 성장하여 2008년 기준 50%가 넘는 점유율을 기록하면서 미국 생명보험시장의 가장 큰 영역으로 자리매김을 하였다. 건강보험시장은 큰 변동이 없이 20~30%의 비중을 차지하면서 전통생명보험 및 연금과 더불어 3대 생명보험시장 영역을 구축하고 있다.

미국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중 추이를 보면 <표 III-11> 및 <그림 III-4>와 같다.

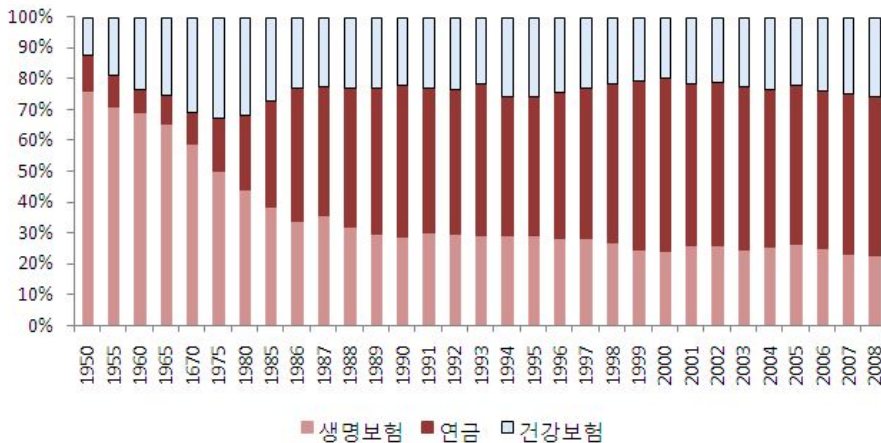
<표 III-11> 미국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중

(단위 : %)

연도별	생명보험	연금	건강보험	합계
1970	59.0	10.1	30.9	100.0
1980	44.1	24.2	31.7	100.0
1990	29.0	48.9	22.1	100.0
2000	24.1	56.5	19.5	100.0
2008	23.0	51.2	25.8	100.0

자료 : American Council of Life Insurers, *Life Insurance Fact Book*, 2009.

<그림 III-4> 미국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중 추이



자료 : American Council of Life Insurers, *Life Insurance Fact Book*, 2009.

다음으로 미국의 생명보험시장 성장률을 살펴보면 1970년대부터 1990년대까지는 10% 대의 높은 성장률을 보여 주었다. 그러나 1990년 이후 성장률이 소폭 하락하여 5~10%대를 기록하다가 2000년 이후 급격하여 2008년까지 2.1%의 연평균 성장률을 나타내었다.

영역별로 성장률 추이를 살펴보면 전통생명보험 영역은 1970년대부터 2000년까지는 꾸준하게 5~7%의 성장을 보이다가 2000년 이후 급격하게 하락하여 평

균 1.5%의 낮은 성장률을 보이고 있다. 생명보험에 비하면 건강보험 영역의 성장률은 비교적 높게 나타나고 있으며, 연금 영역은 2000년까지 고성장을 지속해왔으나 이후에는 이에 따른 쇠퇴에 따른 정체 현상을 성장률을 보이고 있다.¹⁴⁾ 미국의 생명보험시장 영역별 수입보험료 성장률을 보면 <표 III-12>와 같다.

<표 III-12> 미국의 생명보험시장 성장률

(단위 : 백만 달러)

	생명보험	연금	건강보험	합계
1970-1980	6.5%	19.7%	10.0%	9.7%
1980-1990	6.5%	19.1%	7.1%	11.0%
1990-2000	5.5%	9.0%	6.1%	7.5%
2000-2008	1.5%	0.8%	5.7%	2.1%

주 : 수입보험료 기준임.
 자료 : American Council of Life Insurers, *Life Insurance Fact Book*, 2009.

나) 개인생명보험 상품 현황

미국의 개인생명보험시장을 주도하는 상품은 1980년대 초까지만 해도 종신보험이나 정기보험과 같은 전통적 보장성 상품이었다. 이후 1980년대 초부터 유니버설 및 변액보험 등 금융형 상품이 등장하였고 2000년 이후에는 보장성 상품을 추월하여 주도적 상품으로 자리를 잡게 되었다. 이에 따라 전통적인 보장성 생명보험 상품은 그 비중이 점점 줄어들고, 금융형 상품 중 유니버설보험과 변액유니버설보험이 고령화의 진전, 저금리 기조 및 자본시장의 활황과 여하에 따라 차례로 생명보험시장의 성장을 주도하고 있다.

14) 연금의 경우 2000년 실적이 과도하게 높아 평균 성장률이 매우 낮게 나타난다. 최근 10년간(1998-2008) 연평균 성장률은 생명보험 2.1%, 연금 3.6%, 건강보험 5.7%이다.

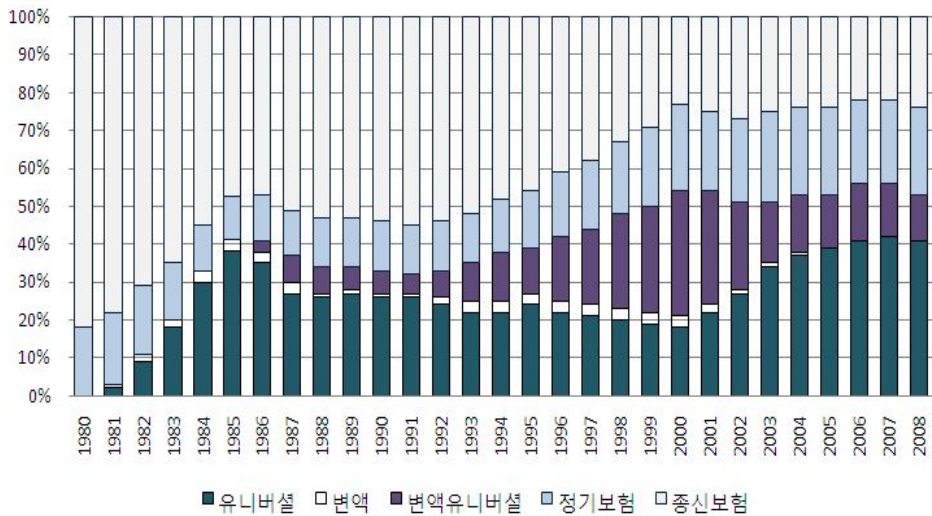
<표 III-13> 미국의 개인생명보험 상품별 보험료 비중

(단위 : %)

	금융형 상품				보장형 상품		
	유니버설	변액	변액 유니버설	소계	정기보험	종신보험	소계
1980	0	0	0	0	18	82	100
1985	38	3	0	41	11	47	58
1990	26	1	6	33	13	54	67
1995	24	3	12	39	15	46	61
2000	18	3	33	54	23	23	46
2005	39	0	14	53	23	24	47
2008	41	0	12	53	23	24	47

자료 : LIMRA, U.S. Individual Life Insurance Sales Trend, 1975-2008, 2009.

<그림 III-5> 미국의 개인생명보험 상품별 보험료 비중 추이



자료 : LIMRA, U.S. Individual Life Insurance Sales Trend, 1975-2008, 2009.

전통적인 생명보험상품은 2000년 이전에 비해 다소 비중이 줄어들긴 하였지만 꾸준히 생명보험시장에서의 중요한 역할을 담당하고 있다. 특히 1990년대 중반까지 약 50%를 점유율을 보인 종신보험은 신상품의 등장과 시장수요 감소로 인해 점차 감소하여 20% 중반까지 감소하였다. 반면, 정기보험은 10% 대에서 지속적으로 증가하여 2008년 기준 23%의 비중을 차지하고 있다. 즉, 전통적 상품 중 정기보험이 비교적 안정적 상태를 보이고 있으나, 보험료가 비교적 소액이고 보험 계약기간이 짧아 보험시장을 견인하는 성장 동력의 역할을 수행하지는 못하고 있다.

미국의 개인생명보험 상품별 비중과 연도별 추이를 보면 <표 III-13> 및 <그림 III-5>와 같다.

다) 생명보험상품의 변천

미국의 개인생명보험 상품은 70년대 중반 이전까지는 종신, 정기보험 등 전통형 상품 중심이었다. 이 시기의 주된 경쟁전략은 상품의 질이나 가격이 아닌 판매수단과 서비스 경쟁이었다.

미국에서 1970년대 후반부터 1980년대 중반에 이르는 시기는 생명보험에서 흔히 상품혁신의 시대로 불린다. 생명보험의 상품혁신을 가져오게 된 직접적 원인은 고금리·고인플레이, 금융자유화의 추세였으며, 결과적으로 당시 주력상품이던 종신보험을 분리(Unbundling)시켰던 보험의 분리현상을 가져오게 되었다. 즉 전통형 상품을 분해한 후 저축성보험료(적립금액)를 활용한 금리민감형상품 영역(유니버설보험 등)이 주류를 이루게 되었다.

예를 들면 보장기능부분/저축기능부분/사업비부분으로 구조를 나누고 저축보험료 부분은 금리에 민감한 부분이므로 생명보험회사의 계약자가 추가자금을 투입하거나 또는 인출할 수 있도록 탄력성을 부여한 이른바 유니버설보험을 개발하였다. 여기에서 더 나아가 분리된 저축보험료 펀드부분을 일반계정에서 운용하지 않고 분리계정으로 운용하여 실세금리를 반영하겠다는 사고로 발전하게 되었는데 이러한 상품이 변액유니버설생명(VUL) 상품이었다.

그러나 이러한 상품혁신은 완전판매, 고객의 충분한 이해가 전제되어야 하나 부정승환(Churning)이나 예시판매(Illustration sales) 등으로 인하여 민원과 집단소송을 야기하게 되었다. 1980년대 중반 이후 금리의 하락으로 유니버설상품에서 높은 최저보증이율을 설정하고 있었던 소형회사의 경우 대규모의 부실채권을 보유하게 됨에 따라 저축형상품의 폐해와 더불어 전통형 보장성 상품으로 회귀하는 추세를 보이기도 하였다.

1990년대 후반부터 2000년 전반 저금리와 주가의 급등이라는 시대적 상황에 의해 금융형상품의 마진이 낮아진 상황에서 자본시장을 활용한 고도의 투자형 상품이 생보시장 성장을 견인하였다. 즉, 저금리와 주가의 급등은 금융자산이 은행예금 등에서 변액연금, 투신편드 등으로 대거 이동하는 계기가 되었던 것이다. 또한 베이비부머(Babyboomer)세대의 노후생활자금 준비에 기인한 바도 작용하였다. 미국 생명보험 상품별 변화 추이를 보면 <표 III-14>와 같다.

<표 III-14> 미국의 개인생명보험 상품 변천

구 분	전통상품 중심 (75년 이전)	상품혁신 중심 (75~80년 중반)	상품혁신 지속 (80년 중반~90년)	상품관리기법 고도화(00년대)
상 품	종신, 정기보험	UL, VUL, GIC	금융형상품	VL, VA 등 (DMDB, DMIB)
이익마진	고	저	이익 우선시	저
부작용	없음	민원, 집단소송, 이차역마진 초래(GIC)	완전판매 최우선	추가책임준비금 부담, 헷징
주변환경	특이사항 없음	자금유출, 겸업화 등 업종간 장벽 허물기	금융자유화/ 통합화(GLB법) 시행	재산증식육구 원금보장의식

자료 : 한국리스크관리학회, 『저금리시대 생명보험산업 발전방안』, 2005.

라) 생명보험 가입률

미국의 가구별 생명보험 가입률은 1970년대 이후 크게 변화하지 않은 상태에서 80% 수준을 보이고 있다. 반면 가구당 평균 보장금액(coverage)은 크게 증가하는 추세이다. 가구별 기준으로 2004년에 1998년 대비 약 45% 증가하였다.

미국의 가구별 생명보험 가입률 및 가구당 평균 보장금액을 보면 <표 III-15> 및 <표 III-16>과 같다.

<표 III-15> 미국의 가구별 생명보험 가입률

(단위 : %)

	1976	1984	1992	1998	2004
생명보험 전체	83	81	78	76	78
개인생명보험	-	62	55	50	50
단체생명보험	46	54	53	53	52

자료 : LIMRA, *Trends in Life Insurance Ownership Among U.S. Individual*, 2004.

<표 III-16> 미국의 가구당 평균 보장금액(coverage)

(단위 : 달러)

	1992	1998	2004
생명보험 전체	141,500	187,400	269,700
개인생명보험	116,200	150,000	255,100
단체생명보험	75,400	104,400	153,900

자료 : LIMRA, *Trends in Life Insurance Ownership Among U.S. Individual*, 2004.

미국의 생명보험 개인가입률을 보면 가구가입률과 마찬가지로 1970년대 이후 크게 변화하지 않은 상태에서 약 60%대를 기록하고 있다. 성별로는 성인 남성이 70%대, 성인 여성이 60% 중반으로 남성의 가입률이 높은 것으로 나타났다. 또한 어린이의 가입률은 40%를 상회하는 것으로 나타났다.

성인 남녀별 평균 가입금액도 지속적으로 증가하는 추세이며, 여성에 비해 남성의 가입금액이 1.6~2.0배 수준 높게 나타났다.

미국의 생명보험 개인가입률 및 평균담보금액을 보면 <표 III-17> ~ <표 III-19>와 같다.

<표 III-17> 미국의 생명보험 개인가입률

(단위 : %)

	1976	1984	1992	1998	2004
생명보험 전체	67	63	60	53	62
개인생명보험	-	48	38	36	37
단체생명보험	25	30	33	34	37

주 : 가입률에는 성인 남녀 및 어린이 가입률을 포함한 것임.
 자료 : LIMRA, *Trends in Life Insurance Ownership Among U.S. Individual*, 2004.

<표 III-18> 미국의 성인 및 어린이 생명보험 개인가입률

(단위 : %)

	1998			2004		
	남	여	어린이	남	여	어린이
생명보험 전체	64	59	34	72	66	43
개인생명보험	44	39	23	43	40	24
단체생명보험	45	36	18	45	36	26

자료 : LIMRA, *Trends in Life Insurance Ownership Among U.S. Individual*, 2004.

<표 III-19> 미국의 생명보험 성인 남녀 평균 보장금액(coverage)

(단위 : 달러)

	1998		2004	
	남	여	남	여
생명보험 전체	166,000	88,200	206,600	129,400
개인생명보험	138,200	74,500	190,000	118,600
단체생명보험	99,600	63,300	120,000	88,800

주 : 성인 남녀를 대상으로 함. 어린이는 제외하였음.
 자료 : LIMRA, *Trends in Life Insurance Ownership Among U.S. Individual*, 2004.

2) 영국

가) 수입보험료 및 성장률

영국에는 2008년 기준 총 972개의 보험사가 FSA에 의해 인가를 받아 활동하고 있다. 이중 735개는 손해보험(general insurance)회사이며, 193개 회사는 생명-연금보험(long-term)보험만을 취급한다. 기타 44개사는 손해보험과 생명-연금을 겸영한다. 보험회사들의 약 90%는 영국에서 사업을 운영하며, 대부분의 보험회사들은 금융서비스그룹 또는 대형보험그룹에 속해있다.

2008년 영국의 생명보험료(생명 및 연금)는 1천 884억 유로로 전년 대비 크게 하락하였다. 2000년 이후부터 글로벌 금융위기 이전인 2007년 까지 생명보험시장 전체의 연평균 성장률은 5.9%로 전체 보험시장 성장률을 약간 상회하는 수준이다. 생명보험과 손해보험간 비중은 1995년에는 생명보험이 60%를 차지했으나 최근 들어 75% 내외를 기록하였다. 손해보험에 비해 생명보험의 성장률이 높게 나타났다.

영국의 생명보험시장 보험료 및 성장추이를 보면 <표 III-20> 및 <그림 III-6>과 같다.

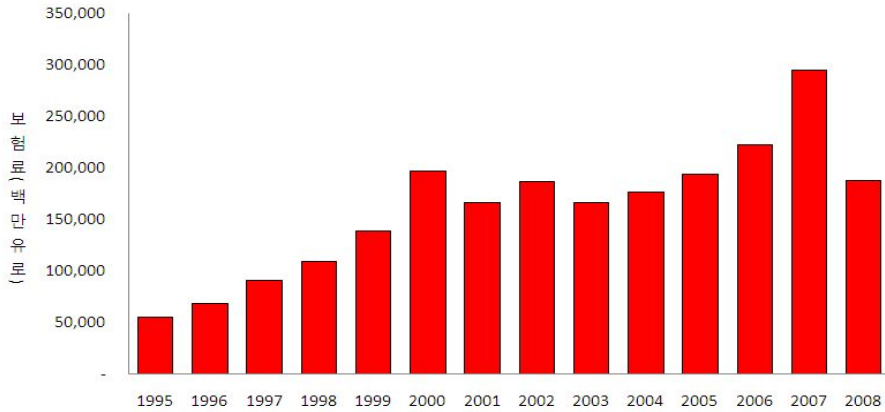
<표 III-20> 영국의 생명보험시장 보험료

(단위 : 백만 유로, %)

	보험시장	생명보험(life-pension)	
		보험료	비중
1995	93,112	55,666	59.8
2000	252,689	197,289	78.1
2005	266,587	193,979	72.8
2006	294,269	222,918	75.8
2007	366,572	295,249	80.5
2008	249,233	188,422	75.6
Cagr 2000-2008	-0.2	-0.6	-
Cagr 2000-2007	5.5	5.9	-

자료 : CEA, *European Insurance in Figures*, 2009.

<그림 III-6> 영국의 생명보험시장 보험료 성장 추이



자료 : CEA, *European Insurance in Figures*, 2009.

영국의 생명보험시장은 크게 생명보험(life) 영역과 연금(pension) 영역으로 구분한다. 영역별 보험료 비중은 전통적 생명보험 영역은 2004년 37.5%에서 2008년 27.7%로 감소하였다. 반면 연금(개인 및 퇴직연금)은 2004년 60.2%에서 2008년 71.2%로 증가하였다.

영국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중을 보면 <표 III-21>과 같다.

<표 III-21> 영국의 생명보험시장 영역별 보험료 비중

(단위 : %)

	생명보험 ¹⁾	연금 ²⁾	소득보상
2004	37.5	60.2	2.3
2005	30.4	67.9	1.6
2006	29.0	69.7	1.3
2007	26.9	72.3	0.8
2008	27.7	71.2	1.1

주 : 1) Life & Annuity 2) Individual pension + Occupational pension

2) 순수입보험료(net premium income) 기준임.

자료 : ABI 홈페이지

나) 개인생명보험 상품 현황

영국의 생명보험시장에서 대표적 판매채널인 IFA 실적을 통해 생명보험시장의 현황을 살펴보기로 한다.¹⁵⁾ 우선 신계약 보험료 기준으로 보면 전통적 생명보험은 감소하고 연금은 증가하는 추세를 보이고 있다.

납입방식에 따른 상품 구분을 보면 전통적 생명보험(연금 제외) 영역은 정기납 보다는 일시납의 비중이 더 높은 반면 연금 영역은 오히려 정기납 연금상품 비중이 더 높게 나타났다.

영국의 IFA에 의한 생명보험시장 영역별 신계약의 보험료 납입방식별 실적을 보면 <표 III-22>와 같다.

<표 III-22> 영국의 IFA에 의한 생명보험 영역별 신계약 비중

(단위 : %)

영역별	납입방법	2003	2004	2005	2006	2007	2008
생명보험	정기납	15.7	12.4	8.9	7.5	7.3	6.8
	일시납	25.6	31.4	32.2	30.0	29.9	23.5
	소계	41.4	43.7	41.1	37.5	37.2	30.3
연금	정기납	38.3	36.6	38.2	38.3	37.1	40.9
	일시납	20.3	19.6	20.7	24.1	25.7	28.8
	소계	58.6	56.3	58.9	62.5	62.8	69.7
합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : Datamonitor, UK life and pensions distribution overview 2008, 2008.

생명보험 영역 중 상품별 신계약 정기납 보험료 비중 추이를 살펴보면, 양로보험은 2008년 기준 5% 미만이며 최근 지속적으로 하락하는 추세이다. 반면, 일반정기보험은 모기지 관련 정기보험을 포함할 경우 전체생명보험 정기납의 70%를 상회하는 대표적인 생명보험 상품인 것으로 나타났다. 종신보험도 20% 내외의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

IFA에 의한 생명보험 상품별 신계약 정기납 보험료 비중을 보면 <표 III-23>과 같다.

15) IFA채널은 영국 생명·연금시장 신계약(APE 기준)의 50%를 차지하며, 수입보험료 기준으로는 70% 이상을 차지한다.

<표 III-23> 영국의 IFA에 의한 생명보험 상품별 비중

(단위 : %)

상품별	2003	2004	2005	2006	2007	2008 ¹⁾
양로보험(저축형)	7.3	4.6	2.9	3.2	2.5	2.3
양로보험(모기지)	3.3	1.9	1.4	0.8	0.2	0.2
정기보험(보장형)	35.5	40.0	42.1	38.3	38.6	43.5
정기보험(모기지)	29.5	29.0	35.2	37.1	32.2	27.2
종신보험	19.0	19.3	12.9	15.4	22.2	21.6
소득보상보험	5.1	5.2	5.7	5.3	4.5	5.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 1) 2008년은 추정치임.

2) 신계약 정기납 보험료 기준임.

자료 : Datamonitor, UK life and pensions distribution overview 2008, 2008.

3) 독일

가) 수입보험료 및 성장률

독일의 원수보험시장 영역은 생명보험, 건강보험, 손해보험으로 구분되며, 전통적으로 타 국가에 비해 손해보험시장이 강세를 보여 왔다. 그러나 최근 들어 생명보험시장의 성장이 손해보험에 비해 높게 나타나고 있다. 특히 1990년대 이후 생명보험시장의 성장률은 전체보험시장 성장률에 비해 높게 나타나고 있다. 이에 따라 전체보험시장에서 생명보험이 차지하는 보험료 비중도 1980년 36.7%에서 2008년 48.4%로 크게 높아졌다.

독일의 연도별 생명보험 보험료 및 비중 추이를 보면 <표 III-24> 및 <그림 III-7>과 같다.

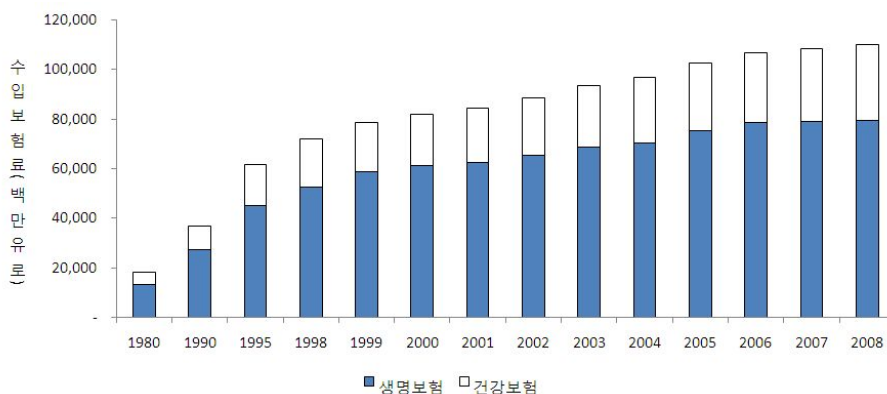
<표 III-24> 독일의 생명보험시장 수입보험료

(단위 : 백만 유로, %)

	생명보험	전체보험시장	생보비중
1980	13,215	36,000	36.7
1990	27,403	69,888	39.2
1995	45,201	111,459	40.6
2000	61,225	131,335	46.6
2005	75,244	157,984	47.6
2008	79,576	164,492	48.4

주 : 2008년 실적은 잠정치, 2008년 전체보험실적에는 재보험 실적 미포함.
 자료 : GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance 2009*, 2009.

<그림 III-7> 독일의 생명보험시장 수입보험료 성장 추이



자료 : GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance 2009*, 2009.

독일 보험시장의 영역별 성장성에서 생명보험 영역을 보면 1980년대 이전까지는 두 자릿수의 고성장세를 시현하였고 1980년대 7.6%, 90년대 8.4%의 비교적 높은 성장을 나타냈으나, 2000년 이후 평균 3.3%의 낮은 성장세를 보이고 있다. 그러나 이러한 수준의 성장성은 대부분의 선진국에서 나타나는 일반적인 저성장 기조와 흐름을 같이하는 것으로, 독일내 전체보험시장 전체 성장률에 비해서는 평균 이상의 성장률을 보이고 있다.

<표 III-25> 독일의 보험시장 영역별 성장률

(단위 %)

	생명보험	건강보험	손해보험	보험시장전체
1970-1980	10.1	8.9	10.6	10.2
1980-1990	7.6	7.1	6.3	6.9
1990-2000	8.4	8.1	4.1	6.5
2000-2008	3.3	4.9	1.3	2.9

주 : 1) 수입보험료 기준임.

자료 : GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance 2009, 2009.*

나) 생명보험 상품 현황

독일 생명보험시장의 상품은 양로보험, 변액보험, 퇴직연금, 보충형보험 및 단체보험으로 구분된다. 2000년 이전까지 70~80%를 차지하던 양로보험은 2000년 이후 변액보험과 퇴직연금의 급성장으로 그 비중이 30%대로 하락하였다. 변액보험과 퇴직연금은 1990년대 중반 이후 본격적으로 성장하기 시작하여 2008년 기준 각각 15%, 28%의 비중을 차지하면서 생명보험시장을 주도하고 있다.

독일의 생명보험 상품별 수입보험료 비중 및 추이를 보면 <표 III-26> 및 <그림 III-8>과 같다.

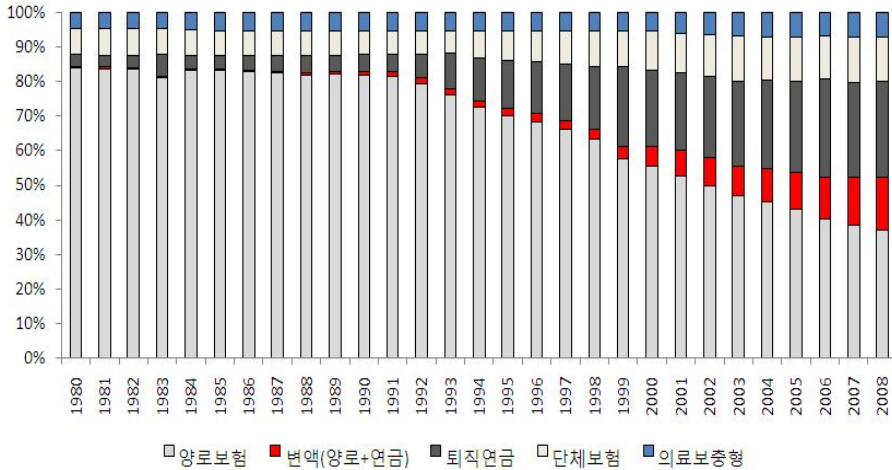
<표 III-26> 독일의 생명보험 상품별 보험료 비중

(단위 : %)

년도	양로보험	변액 (양로+연금)	퇴직연금	단체보험	의료보충형
1980	83.9	0.4	3.7	7.5	4.5
1985	83.3	0.3	4.0	7.1	5.3
1990	82.0	1.0	4.8	6.8	5.4
1995	70.0	2.2	14.0	8.6	5.2
2000	55.6	5.7	22.1	11.1	5.5
2005	43.1	10.8	26.2	12.8	7.1
2008	37.2	15.0	27.7	12.8	7.3

자료 : GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance 2009, 2009.*

<그림 III-8> 독일의 생명보험 상품별 보험료 비중 추이



자료 : GDV, Statistical Yearbook of German Insurance 2009, 2009.

1990년대 이후 개인 및 단체보험 상품별 신계약 건수 추이를 보면 주력 보험 상품의 추이를 확인할 수 있다. 우선 전통적 생명보험인 양로보험의 경우 1995년 48%의 점유를 보였으나 2008년 11.9%로 36.1%p 감소하여 더 이상 생명보험 시장의 주력 판매상품이 아님을 알 수 있다. 전통적 생명보험 상품이면서 보장성인 정기보험은 최근 들어 그 비중이 다소 줄어들기는 했지만 여전히 15% 정도를 유지하고 있어 생명보험을 통한 보장기능이 지속적으로 일정한 수요를 확보하고 있음을 알 수 있다. 양로보험이 급격하게 줄어든 반면 변액양로보험 또는 변액연금과 같은 변액상품은 1995년 3.3%에서 2008년 27.1%로 23.8%p 증가하였다. 건수기준으로만 볼 때 변액보험상품이 생명보험시장을 주도하고 있는 상품군으로 보인다.

독일의 생명보험 상품별 신계약 건수 및 건수비중 추이를 보면 <표 III-27> 및 <그림 III-9>와 같다.

<표 III-27> 독일의 생명보험 상품별 신계약 건수 추이

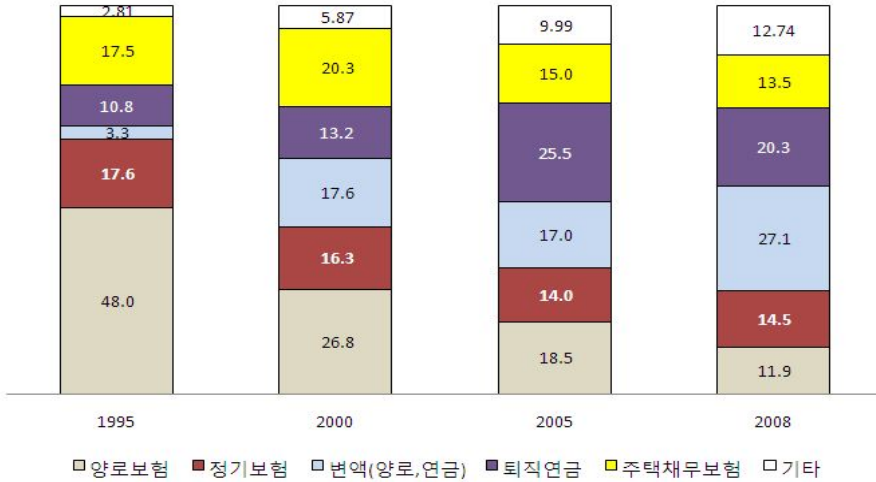
(단위 : 천 건)

		1995	2000	2005	2008
개인	양로보험	2,768.5	1,486.5	962.4	563.3
	변액양로보험	220.1	1,281.7	391.8	229.0
	변액연금	-	-	857.0	1,584.5
	정기보험	603.9	649.4	738.7	668.3
	퇴직연금	727.7	961.8	1,868.7	1,355.7
	직업장애보험	38.8	184.4	323.6	324.0
	장기간병보험	4.2	0.1	5.3	10.7
	기타개인보험	6.8	6.1	73.0	71.0
단체	양로보험	473.9	468.3	391.8	231.3
	대출연계정기보험	585.9	544.3	290.2	302.5
	주택채무보험	1,183.7	1,481.2	1,103.5	900.3
	기타단체보험	140.2	238.0	331.0	446.4
합계		6,753.7	7,301.8	7,337.0	6,687.0

자료 : GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance* 2009, 2009.

<그림 III-9> 독일의 생명보험 상품별 신계약 건수 비중

(단위 : %)



자료 : GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance 2009, 2009.*

4) 일본

가) 수입보험료 및 성장률

일본의 생명보험시장은 영역별로 개인보험, 개인연금, 단체보험, 단체연금보험, 재보험으로 구분되며, 전통적으로 사망보험 중심의 개인보험 영역이 생명보험시장을 주도해 왔다. 개인보험 영역의 상품은 사망보험, 생사혼합보험 및 생존보험으로 구분되며, 2008년 신계약 건수 기준으로 각각 83%, 11.3%, 5.8%를 차지하고 있다. 개인연금 영역은 정액연금(63%)과 변액연금(37%)보험으로 구성되어 있다. 단체보험은 대부분 종합복지단체정기보험, 단체신용생명보험, 단체정기보험 등의 종목으로 구성되며, 단체연금보험은 다양한 유형의 기업연금이 포함된다.

2008년 기준 생명보험 수입보험료 비중을 개인과 단체로 비교하면 개인생명보험이 전체의 80%(개인보험 57.1%, 개인연금 23.3%)를 차지하고 있다. 또한

2000년도 이후 연금(개인연금, 단체연금)의 성장이 두드러져 전체 생명보험 수입보험료의 약 40%를 차지하고 있다.

일본의 연도별 생명보험 수입보험료 현황을 보면 <표 III-28> 및 <그림 III-10>과 같다.

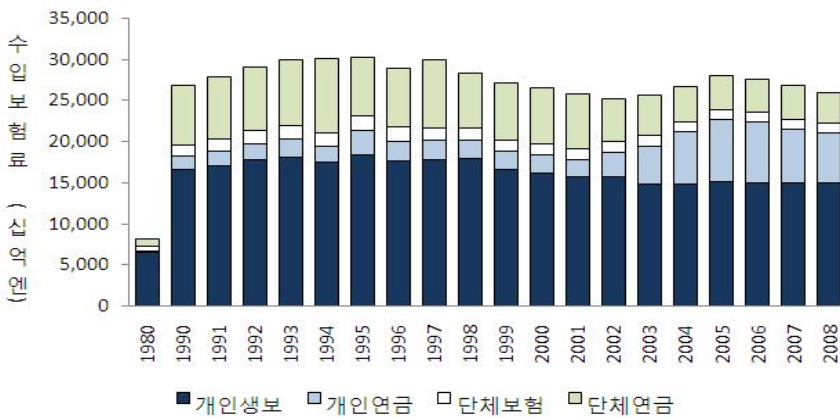
<표 III-28> 일본의 생명보험 영역별 수입보험료

(단위 : 십억 엔)

연도	개인보험	개인연금	단체보험	단체연금	재보험	계
1980	6,596	66	694	814	6	8,226
1990	16,648	1,601	1,368	7,177	150	27,321
2000	16,164	2,172	1,372	6,839	41	26,940
2005	15,072	7,584	1,264	4,151	14	28,332
2008	14,957	6,096	1,129	3,737	48	26,183

자료 : 生命保險協會, 『生命保險ファクトブック』, 각 연도

<그림 III-10> 일본의 생명보험 수입보험료 성장 추이



자료 : 生命保險協會, 『生命保險ファクトブック』, 각 연도

일본의 생명보험시장의 성장률을 보면 1990년 까지만 해도 두 자릿수의 높은 보험료 성장세를 보여 주었다. 그러나 1990년 이후 보험료의 성장이 정체 내지

는 마이너스로 전환한 이래 현재까지도 성장세를 회복하지 못하고 있다.

1990년 이후 생명보험 영역별 성장률을 보면 개인연금(정액연금, 변액연금) 영역에서만 성장세를 나타내었을 뿐 전통적 생명보험시장인 개인생명과 단체보험은 마이너스의 성장을 보이고 있다.

일본의 생명보험시장 영역별 수입보험료의 연대별 성장률을 보면 <표 III-29>와 같다.

<표 III-29> 일본의 생명보험 영역별 성장률

(단위 : %)

연도	개인생보	개인연금	단체보험	단체연금	재보험	전체
1970-1980	15.3	9.8	23.5	23.6	-	16.4
1980-1990	9.7	37.6	7.0	24.3	38.0	12.8
1990-2000	-0.3	3.1	0.0	-0.5	-12.2	-0.1
2000-2008	-1.0	13.8	-2.4	-7.3	2.0	-0.4

주 : 수입보험료 기준임.

자료 : 生命保險協會, 『生命保險ファクトブック』, 각 연도

나) 개인생명보험 상품 현황

2000년 이후 일본의 개인생명보험 영역인 개인보험과 개인연금의 신계약 금액 및 건수 추이를 보면 생명보험시장의 성장 정체현상을 볼 수 있다. 먼저 개인보험 영역은 2000년 이후 신계약액 기준으로 연평균 10%씩 마이너스 성장을 하고 있으며 최근 년도로 될수록 마이너스 성장 폭이 커지고 있는 추세이다. 반면 개인연금 영역은 1990년대에는 마이너스 성장을 하였으나 2000년 이후 높은 성장세를 보이고 있다.

일본의 개인생명보험 영역별 신계약(금액, 건수) 및 성장률 추이를 보면 <표 III-30>와 같다.

<표 III-30> 일본의 개인생명보험 영역별 신계약 및 성장률

(단위 : 십억 엔, 천 건, %)

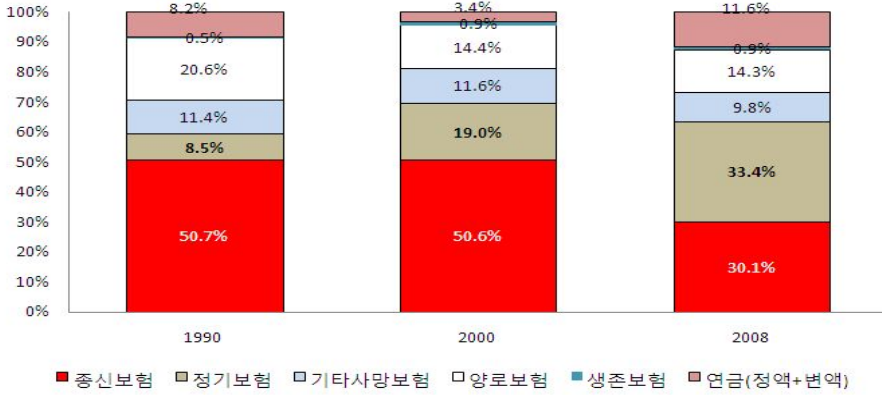
회계연도	금액		건수	
	개인보험	개인연금	개인보험	개인연금
1980	80,020	-	12,135	168
1990	207,535	13,076	16,686	2,167
2000	133,559	3,605	10,190	880
2005	80,753	8,621	12,208	1,547
2008	56,669	7,415	11,022	1,582
Cagr 1980-1990	10.0	-	3.2	29.1
Cagr 1990-2000	-4.3	-12.1	-4.8	-8.6
Cagr 2000-2008	-10.2	9.4	1.0	7.6

자료 : 生命保險協會, 『生命保險ファクトブック』, 각 연도

일본 개인생명보험 시장의 상품별 신계약 구성비를 보면 생명보험시장의 주력 상품군의 흐름을 파악할 수 있다. 개인생명보험 전체적으로 신계약 금액은 정체 상태인 가운데 개인영역 중 종신보험과 양로보험 비중이 하락하고, 반면에 정기보험과 연금 비중이 증가하는 추세를 보이고 있다.

일본의 개인생명보험 상품별 신계약 금액비중을 보면 <그림 III-11>과 같다.

<그림 III-11> 일본의 개인생명보험 상품별 신계약액 비중 추이



자료 : 生命保險文化センター, 『일본 생명보험 Fact Book』, 각 연도

다) 생명보험 가입률

일본 생명보험시장의 보험가입률을 보면 전통적 생명보험 시장이 포화상태에 진입하고 있음을 보여준다. 세대별 생명보험 가입률을 보면 이미 1980년대 진입하면서 90%를 넘어서 성장에 한계를 보여 주었다.

일본의 세대별 생명보험 가입률을 보면 <표 III- 31>과 같다.

<표 III-31> 일본의 세대별 생명보험 가입률

(단위 : %)

	민영생보	간이보험	JA	전체
1979	75.4	48.2	17.8	90.5
1985	78.2	48.2	18.7	91.3
1994	82.5	52.3	19.4	95.0
2000	79.0	52.0	15.7	91.8
2006	76.4	43.3	12.7	87.5
2009	76.2	30.9	11.8	90.3 ¹⁾

주 : 1) 종래 기준으로 하면 86.0% 임.

2) 동 자료는 일본 생명보험문화센터가 3년마다 실시하는 설문조사 결과임.

자료 : 生命保險文化センター, 『生命保險に関する全國實態調査』, 2009.

5) 시사점

해외 주요 국가의 생명보험시장을 분석한 결과 다음과 같은 특징이 나타난다. 첫째, 전체적으로 생명보험 시장의 성장이 점차적으로 정체 또는 저성장에 진입했거나 진입하는 단계에 있는 양상이다. 특히 양로보험, 종신보험, 정기보험과 같은 전통적 생명보험시장 영역에서의 하락이 연금 또는 건강보험에 비해 두드러지게 나타나고 있다. 일본과 같은 경우는 이미 1990년 이후 생명보험 시장의 성장이 정체 내지는 마이너스 성장을 보이고 있다. 주요 국가의 과거 10년 성장률과 15년 성장률을 비교하면 전통생명보험 영역은 최근 년도에 다가올 수록 성장률이 하락하고 있으며, 성장률 수치도 생명보험 전체 성장률에 비해 낮은 수준을 보이고 있다.

주요국의 생명보험 영역별 성장률을 보면 <표 III-32>와 같다.

<표 III-32> 주요국의 생명보험 영역별 수입보험료 성장률

(단위 : %)

구 분		미국	영국	독일	일본	한국
연금	최근10년	3.6	17.0		10.4	13.6
	최근15년	5.1	11.8		7.0	6.1
건강	최근10년	5.7	-	4.6		-
	최근15년	6.0	-			-
전통생보	최근10년	2.1	1.7	4.2	-1.8	4.7
	최근15년	3.0	3.0		-1.3	14.3
합계	최근10년	3.7	8.8	4.3	-1.0	4.7
	최근15년	4.7	7.3		-1.0	7.7

주 : 1) 한국 전통생보는 개인사망과 생사혼합(양로)을 합한 실적이며, 연금은 개인생존과 특별계정을 합한 실적임.

2) 일본 전통생보는 개인보험 영역, 연금은 개인연금보험 영역을 합한 실적임.

3) 미국, 독일, 한국은 98~08(10년), 93~08(15년) 기준이며, 영국은 97~07(10년), 92~07(15년) 기준임.

자료 : American Council of Life Insurance, *Life Insurance Fact Book*, 2009; Tillinghast, *Insurance Pocket Book*, 각 연도; GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance* 2009, 2009 ; 生命保險協會, 『生命保險ファクトブック』, 2008.

둘째, 전체 생명보험 시장에서 전통적 생명보험 영역은 연금시장의 확대에 따라 점차 줄어들고 있다. 미국의 경우 생명보험 영역의 비중은 1980년 44.1%에서 2007년 23.5%로 줄어들었다. 반면 연금(퇴직연금 포함)은 동 기간 중 24.2%에서 51.7%로 크게 증가하였다.

셋째, 개인생명보험 영역 내 상품 포트폴리오는 전통형 생명보험상품인 양로보험, 종신보험, 정기보험의 비중이 감소추세에 있다. 반면 연금, 변액보험, 유니버설보험 등 금융형상품이 성장하는 추세이다.

<표 III-33> 주요국의 생명보험 상품별 비중 추이

(단위 : %)

	전통형 상품			금융형 상품		
	1980	1990	2008	1980	1990	2008
미국	100	67	47	0	33	53
독일	84	82	37	4	6	43

주 : 미국은 <표 III-13> 참조. 독일은 <표 III-26>을 참조하여 작성함.

넷째, 국가별로 차이가 있지만 정기생명보험은 지속적으로 일정수준의 보험료를 유지하고 있다. 미국의 경우 종신보험과 정기보험의 구성비가 2000년 전까지만 해도 8:2의 비중이었으나, 2000년 이후 정기보험의 증가 및 종신보험의 감소로 인해 5:5의 비중을 보이고 있다. 독일 생명보험시장도 정기보험상품이 약 15~20%의 시장점유율을 차지하고 있고 영국의 생명보험시장도 정기보험의 상품유형이 매우 다양하며, 생명보험 중 정기보험이 가장 높은 판매비중을 보이고 있다.

<표 III-34> 미국의 보장성보험 상품 비중 추이

(단위 : %)

	1980	1990	2000	2008
정기보험	18.0	19.4	50.0	48.9
종신보험	82.0	80.6	50.0	51.1

자료 : LIMRA, U.S. Individual Life Insurance Sales Trend, 1975-2008, 2009.

다. 성장 가능영역

국내 생명보험시장은 2000년 이후 소비자의 니즈 변화와 생명보험시장의 규모 확대에 따른 성장률 정체 또는 저성장 기조가 확산되면서 점차 선진국형 보험시장 구조로 전환되고 있다.

이러한 소비자 및 보험시장 환경변화에 따라 국내 생명보험시장은 전통적 리스크 관리자로서의 역할을 수행하는 보장형 생명보험은 위축되는 반면 연금, 변액보험, 유니버설보험, 변액유니버설보험 등 금융투자형 생명보험시장이 활성화되는 추세를 보인다. 그러나 금융투자형 생명보험은 자본시장의 움직임과 연계되는 상품특성을 갖고 있어 과거의 전통적 생명보험이 주도하는 것과 같은 안정적인 시장구조를 기대하기 힘들게 되었다.

특히, 2008년 글로벌 금융위기 이후 자본시장의 변동성 심화로 생명보험시장은 주력상품이었던 금융투자형 상품의 성장이 둔화되는 불안정한 모습을 보이면서 생명보험시장 전체의 성장률에 악영향을 미치고 있다. 예를 들면, 국내 생명보험시장의 2008년 초회보험료 규모는 전년 대비 37.3%(10.7조 원→6.7조 원) 감소하였으며, 글로벌 금융위기가 본격화된 2008년 하반기에는 전년 동기 대비 48.1%(5.8조 원→3.0조 원) 감소하였다. 이러한 현상은 2009년 들어서도 지속되어 1분기 초회보험료 규모가 전년 동기 2조 원에서 1조 3천억 원으로 35%나 감소하였다. 이와 같이 생명보험 전체의 초회보험료 규모의 급감은 주가 수준 및 변동성에 민감하게 반응하는 변액보험의 수요가 크게 위축되어 회복되지 못한 데 기인한다. 금융위기 이전 생명보험산업의 신계약 성장을 주도한 변액보험의 초회보험료 규모는 2008년 62.8%(5조 원→1.8조 원) 감소하였으며, 2009년 1분기에도 75.6%(9,560억 원→2,331억 원) 축소된 것으로 나타났다.

<표 III-35> 변액보험 수입보험료 규모

(단위 : 억 원, %)

	FY2007	FY2008	FY2008. 1/4	FY2009. 1/4
수입보험료(A+B)	173,912 (50.9)	175,916 (1.2)	47,399 (27.8)	40,885 (-13.7)
초회보험료(A)	49,617 (93.3)	18,452(-62.8)	9,560 (-6.7)	2,331 (-75.6)
계속보험료(B)	124,295 (38.7)	157,464 (26.7)	37,839 (40.9)	38,554 (1.9)

주 : 괄호 안은 전년 동기 대비 증감률

자료 : 금감원, 금융통계정보시스템

따라서 국내생명보험은 이러한 금융투자형 상품의 변동성 심화로 인한 성장 안정성 확보를 위해 다양한 신성장 동력 영역의 발굴이 필요한 실정이다. 생명보험시장의 신성장 영역 발굴은 상품분야, 서비스 분야, 그리고 보험수요 분야에서 모색할 수 있다.

첫째, 상품측면에서는 정기생명보험과 같은 분야에서의 신상품개발 및 활성화를 검토할 수 있다.¹⁶⁾ 우리나라의 사망보험은 정기생명보험, 종신보험 및 CI 보험으로 대별되는데, 종신보험 및 CI 보험은 그동안 국내 생명보험회사의 핵심적인 사업영역으로 가입률이 포화상태에 도달해 있다고 평가된다. 2007년 기준 종신보험의 가입률은 18.5%이며, 주가입연령층(30~40대)의 경우 30%를 넘는 것으로 나타났다. 종신보험과 유사한 고액형 보장보험인 CI보험의 경우도 30~40대의 가입률은 15%를 상회하고 있어 추가가입 여력은 크지 않은 상황이다. 반면 미국, 영국, 독일 등 보험선진국에서 꾸준히 주력 보장성보험으로 판매되는 정기생명보험의 국내 가입률은 6.5% 수준에 불과하며, 30~40대의 경우도 15% 내외에 불과한 실정이다. 생명보험의 전통적 리스크라 할 수 있는 사망보장을 주축으로 하는 보장성상품은 지속적으로 안정적 성장을 보이고 있다.¹⁷⁾ 그러나 그동안의 인플레이션 등을 감안하면 충분한 보장금액은 대체로 미흡한 수준일 것으로 생각된다. 따라서 국내에서 정기생명보험을 이용하여 현재의 부족한 사망보장을 보완할 수 있을 것이다. 예를 들면 30~40대 종신보험(사망보

16) 그밖에도 복합금융상품과 같은 분야가 생명보험시장의 신상품 영역으로 볼 수 있으나 이는 주로 금융투자형 또는 타 금융권과 연계한 파생형 상품이다.

17) 사망보험 최근 10년(FY1998~FY2008) 연평균성장률은 14.0% 이다.

험)의 가입률은 비교적 높지만 가입금액(사망보장금액)이 인플레이션 등을 고려할 때 비교적 높지 않아 낮은 사망보장금액을 보완하는 수단으로 정기생명보험을 활용하는 것이 가능할 것이다. 따라서 현재의 개인의 보장리스크에 대한 측정과 가입보험 수준에 대한 평가를 통해 새로운 사망보장보험의 설계가 필요하며 성장여력도 충분할 것으로 예상된다.¹⁸⁾

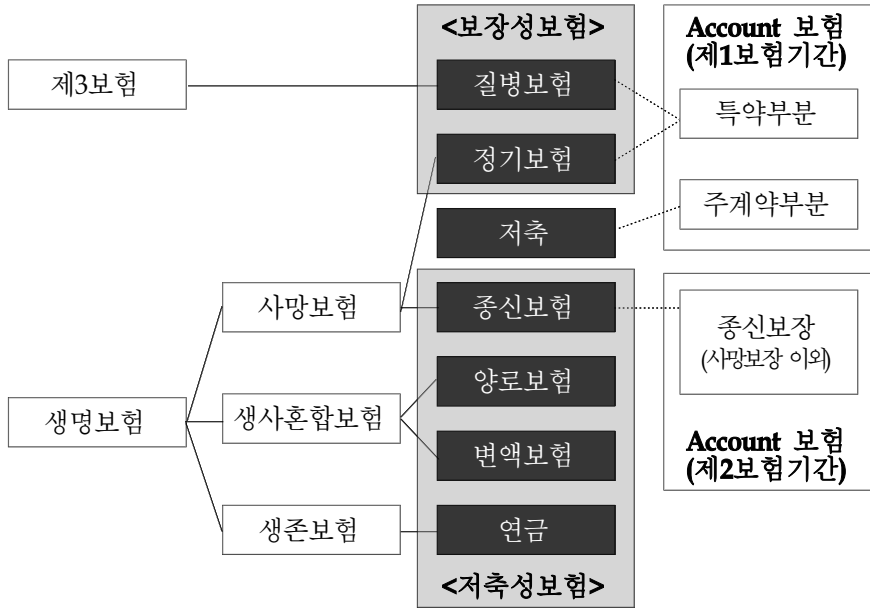
둘째, 서비스 분야는 기존 상품에 대해 리스크 통합형 또는 컨설팅 상품의 개발 및 활성화를 통한 서비스의 선진화가 필요할 것으로 보인다. 기존 보험회사와 체결된 계약의 보장수준이 매우 미흡하고, 다양한 위험을 추가 또는 변경할 필요성 등 위험담보 재구축이 현실적으로 필요한 것으로 평가된다. 따라서 전통적인 사망보장상품의 담보 영역 및 수준에 새로운 유형의 리스크, 예를 들면 고령화 리스크인 연금·의료·간병 니즈 등을 부과한 통합 또는 컨설팅형 상품을 개발을 통한 고급화된 서비스 영역의 발굴이 필요하다. 이미 일본의 어카운트형보험, 국내의 통합형보험 등의 형태로 새로운 컨설팅형 보험 신시장이 창출되고 있다. 현재 국내의 통합형보험은 단순하게 담보의 추가 또는 특약의 활용 수준이 높지 않은 실정이다.¹⁹⁾ 보험상품의 컨설팅화란 고객 니즈에 부합하는 다양한 저축, 투자 및 위험보장의 기능을 활용하여 보험상품을 고품격으로 설계하는 것을 말한다. 국내외 유사한 보험시장 환경을 가지고 있는 일본의 경우 개인의 보장에 대한 리모델링화 작업이 약 40%에 달하고 있는 것으로 나타났다.²⁰⁾ 통합계좌형보험은 가입 후에도 매년 고객의 니즈 변화에 따라 보장변경 신청을 관리하고 설계해 줌으로써 고객의 생애를 관리하는 서비스형 상품의 특성을 갖는다. 따라서 국내 생명보험회사는 이러한 추세를 최대한 활용하고 자원을 효율적으로 배분함으로써 리스크 담보의 최적화를 통한 생명보험시장의 선진화를 선도할 필요가 있다.

18) 국내 생명보험 상품별 및 연령별 가입률은 <표 III-9> 참조한다.

19) 국내의 통합형 보험은 주로 종신 및 CI보험에 실손을 추가하는 담보통합형, 주계약자(남편)에 배우자·자녀 등을 포함시키는 가족특약을 첨부하는 계약 등으로 활용된다.

20) Kenichi Suzuki, 『생명보험업계의 위기 극복을 위한 판매채널 전략』, 2009.8.27.

<그림 III-12> 계좌형 통합보험 운영사례



셋째, 보험가입수요의 발굴 및 적극적인 대응을 통해 생명보험회사가 인적 리스크 관리자로서의 사회적 기능을 원활히 수행하는 것이 필요하다. 한국의 경우 보험가입률은 남성 60.3%, 여성 63.6%(2007년 기준)로 여성이 남성보다 3.3%p 높다. 반면 미국의 경우 남성 72%, 여성 66%로 오히려 남성의 가입률이 6%p 높게 나타난다. 가입금액은 한국의 남녀 가입금액 통계는 없으나 미국의 평균가입금액을 보면 남자가 여성에 비해 1.6~2.0배 (1992년~2004년) 높은 것으로 나타나고 있다. 따라서 제 외국의 성별 생명보험 가입률 및 가입금액을 평가해 보고 보험가입률 제고를 위한 다양한 전략을 활용하는 것이 필요할 것으로 보인다.

라. 성장방안

1) 정기생명보험의 활성화

가) 성장가능성

유족보장 대상은 베이비붐세대에서 베이비붐세대의 자녀세대로 이전되었으나 핵가족화, 사회적 보장제도의 발전 등에 따라 니즈는 감소한 것으로 보인다. 예를 들면 미국의 생명보험시장에서도 생명보험의 주력 상품이 종신보험의 비중이 1990년 54%에서 2008년 24%로 줄고 있는 현상을 보면 알 수 있다. 반면 정기생명보험의 성장은 종신보험의 수요를 대체하면서 증가하고 있다.

생명보험을 통한 유족보장 수요의 감소에도 불구하고 종신보험의 사망보장금액을 보완하는 형태의 정기보험 수요가 있을 것으로 판단된다. 즉 현재 종신보험의 가입금액(보장금액)이 비교적 낮은 상태여서 종신보험 도입 초창기 가입자를 대상으로 사망보장금액의 증액을 정기보험을 통해 보완하는 수요가 있을 것으로 보인다. 또한 향후 은행 대출시 인적 또는 물적담보 대신 신용생명 정기보험을 활용하게 되는 추세가 나타날 것으로 예상됨에 따라 정기보험시장의 활성화가 기대된다. 그러나 정기보험은 보험료가 비교적 소액이고, 보장급부가 단순하여 생명보험시장을 견인하는 주요 성장 동력으로는 한계가 있다.

나) 성장전략

첫째, 다양한 유형의 정기보험 상품개발이 필요하다. 국내에서는 저축성 선호 계약자들의 니즈를 반영하여 소멸성 상품보다는 환급형 중심으로 상품개발하는 방안도 고려할 수 있다. 생명보험 중 정기보험이 가장 높은 판매를 차지하는 영국의 경우 정기보험의 상품유형은 매우 다양하다. 영국의 정기보험 종류를 보면 <표 III-36>과 같다. 또한 수월하게 판매가 가능하기 위해서는 복잡한 설계가 필요하지 않으며, 단순·저가격의 상품 개발이 요구된다.

<표 III-36> 영국의 정기보험 종류

종류	설명
일반정기보험 (Level term assurance)	- 일정 보험기간 동안에 사망 시에만 보험금이 지급되는 보험
전환형 정기보험 (Convertible term assurance)	- 종신보험 또는 양로보험증권의 형태로 전환이 가능한 정기보험
갱신형 정기보험 (Renewable term assurance)	- 일반적으로 최초 고정기간은 5년 또는 10년이며 동 기간 동안 보상범위와 보험료는 동등한 수준을 유지 - 최초 기간이 종료되면, 규정된 최대 연령까지 일정 기간 또는 연속적인 기간 보상범위를 연장할 수 있는 옵션이 있음.
체감식 정기보험 (Decreasing term assurance)	- 사망보험금이 보험계약기간이 지나면서 감소 - 보험료는 보험기간 동안 동일
가족소득보장 (Family income benefit)	- 본질적으로 보상범위 축소형 정기보험의 다른 형태 - 사망시 보험금액은 보험기간의 나머지 기간 동안 분할불입을 통해 지급
체증식 정기보험 (Increasing term assurance)	- 사망보험금이 보험계약기간이 지나면서 증가 - 보험료는 동일하거나 증가하는 형태가 가능

자료 : 한국리스크관리학회, 『저금리시대 생명보험산업 발전방안』, 2005.

둘째, 주요한 채널전략으로는 인터넷, TM, DM, 홈쇼핑 등의 직판채널을 적극 활용하는 것이 필요하다. 미국의 경우 과거(2003)에는 독립대리점이 정기보험을 주로 판매했으나 최근(2008)에는 독립대리점은 유니버설 상품과 같은 금융형상품 위주로 판매하는 것으로 나타났다. 그 결과 2008년에 독립대리점의 판매상품 구성비는 유니버설 생명보험이 58%, 정기보험이 21%, 변액유니버설 생명이 18%인데 종신보험은 3%인 것으로 나타났다. 반면 정기보험은 직판채널에서 판매되는 비중이 매우 높게 나타났다. 2008년 기준으로 직판채널의 판매상품구성비는 정기보험이 41%, 종신보험은 55%로 정기보험과 종신보험을 합하면 총 96%였다. 직판채널의 특성상 저축성보험 상품 구성비가 낮은 이유는 저축성보험 상품이 복잡하고, 대면접촉방식으로 상담이 필요한 상품이라는 특징이 있기 때문이다. 반면 정기보험은 비교적 정형화가 가능하며 단순하게 설계되어 있어 직판채널을 통한 판매가 적합한 것으로 보인다.

<표 III-37> 미국의 채널별 보험상품 비중

(단위 : %)

채널	상품	2003	2005	2008	2008
전속	정기보험	22	22	22	24
	종신보험	23	20	35	38
	유니버설	35	38	25	24
	변액유니버설	20	20	18	14
독립	정기보험	44	40	20	21
	종신보험	28	30	3	3
	유니버설	22	23	59	58
	변액유니버설	6	7	18	18
직판	정기보험	19	21	35	41
	종신보험	76	74	60	55
	유니버설	5	5	3	3
	변액유니버설	0	0	2	1

주 : 초회보험료 기준임.

자료 : LIMRA, 2009 Trends in the United States, MarketTrends : LIMRA's FactBook, 2009.

따라서 현재 활성화되지 않은 인터넷, TM, DM, 홈쇼핑 등 비대면채널을 통한 판매를 위해서는 비대면채널의 활성화가 필요하다. 현재 비대면채널은 일부 중소형 생보사 또는 외국계 생보사에서 적극적으로 활용하고 있으나 정기보험의 활성화를 위해서는 대형사 등에서도 비대면채널을 적극적으로 활용하는 방안이 검토되어야 할 것이다.

셋째, 은행의 방카슈랑스와 연계하여 담보에 대한 물적 또는 인적보증 대신 신용생명정기보험을 활용하는 방안을 적극 강구해야 할 필요가 있다. 우리나라의 경우 정기신용생명보험 시장이 미발달되어 있으나 이미 정기보험이 발달한 미국이나 영국은 방카슈랑스를 통한 신용생명정기보험이 활성화되어 있다. 정기신용생명보험은 은행의 직접적인 업무와도 연계성이 높기 때문에 방카슈랑스 채널을 활용한 신용생명정기보험시장의 활성화가 필요할 것으로 생각된다.

넷째, 마케팅 전략으로 시장 및 고객 분석을 통해 정기보험의 가입률이 저조

한 층을 집중적으로 공략하는 목표시장(Target Market) 전략이 필요하다. 정기 생명보험은 전 연령대에서 가입률이 낮은 수준이기 때문에 우선 보험 주력 가입연령층인 30~40대, 그 후 타 연령층을 공략하는 전략이 바람직할 것이다. 또한 판매수수료²¹⁾가 낮아 설계사의 적극적 판매권유가 되지 않고 있다는 점을 고려하여 교차판매를 활용하는 등 다양한 판매 유인책이 필요하다.

정기보험의 활성화시 낮은 보험료로 사망보장금액을 보완하여 줌으로써 전통적 리스크 관리자로서의 보험의 기능을 높여줄 것으로 기대된다.

2) 컨설팅형 보험상품 개발 및 서비스제공

가) 성장가능성

컨설팅형 보험상품은 개별 고객의 니즈에 맞춰 보험을 설계해 주는 보험으로 특히 고령화에 따른 소비 패턴의 변화에 부응할 수 있는 장점이 부각된다.

동 보험계약의 특징은 보장부분과 저축부분을 분리하여, 저축부분을 계좌로 독립시키고 그 내역을 계약자 자신이 정하는, 이른바 「계좌형 통합보험」이다. 매회 보험료는 일단 계좌에 입금되고, 거기에서 필요한 보장을 위한 특약보험료가 충당된 후, 잔여분에 대해 이자가 가산되어 적립된다. 보험기간 중 자유롭게 보장내용을 변경하는 것이 가능하여 일시투입보험료나 일부해약(계좌에서 인출)에 의해 보장액을 증감시킬 수 있는 유니버설보험 형태이다. 컨설팅형 보험의 가장 큰 특징은 가입 후에도 매년 고객의 니즈변화에 따른 보장변경 신청을 관리하고 설계하는 고객의 평생관리 및 서비스형 상품이라는 데 있다. 보험료의 불입이 종료(≒퇴직시)하면 계좌에 축적된 적립금을 종신사망보장, 종신의료보장, 종신개호보장, 연금 또는 일시금으로 사용 가능하여 철저하게 고객의 리스크를 기반으로 설계된다.

기존의 다양한 보험상품을 하나의 보험상품으로 관리하게 됨으로써 개인의 리스크 및 재정상황에 맞도록 최적의 보험담보를 운영할 수 있다. 국내 금융상

21) 종신보험에 비해 사업비가 낮게 책정되어 판매수수료가 낮다.

품 및 개인의 위험니즈가 점점 복잡해지는 상황에서 전통적인 개별담보형 보험 상품에서 미래의 생명보험시장은 보험전문가를 통해 자신의 재무적 리스크를 관리해주는 컨설팅형 상품 및 서비스가 수반되는 보험시장으로 전환되어 갈 가능성이 높아 보인다.

동 보험은 전통적 리스크와 새로운 고령화 리스크를 결합하여 개인의 리스크 변동성에 따라 그 수요가 증가할 것으로 예상된다. 가입 후 지속적인 고객 관리를 통해 만족도를 유지할 수 있어 상품 유지효율 개선 효과 및 고객민원 방지 등을 기대할 수 있다. 또한 라이프사이클에 따른 리스크의 변화에 유연하게 대처할 수 있어 고객의 리스크관리자로서의 보험의 역할이 증대될 것으로 기대된다.

나) 성장전략

가장 중요한 전략으로는 소비자의 니즈에 따른 맞춤형상품의 개발이다. 보험 계약은 고객의 라이프 사이클에 따라 가입부터 보험기간 동안 적합한 보장으로 신규가입, 증액, 감액 또는 소멸할 수 있도록 설계해야 할 것이다. 즉, 20대~30대는 취직, 결혼, 자녀양육, 40~50대는 직업, 직종의 변경, 자녀교육, 주택마련, 60대 이후는 배우자사망, 의료비 증가, 은퇴 후 생활 등 생애 단계의 변화에 맞춘 보험설계가 필요하다. 또한 생명보험의 개별 위험단위 상품과는 차별화가 가능하고 다양한 위험 니즈를 충족시킬 수 있도록 상품설계가 필요하다. 상품 설계시 패키지할인제도의 활용이 가능하도록 할 필요가 있으며, 개개인의 니즈에 따라 상품형태를 보장성, 저축성, 연금보험 등 다양한 형태로 유지 및 운영할 수 있도록 유연한 상품개발이 필요하다.

둘째, 상품개발과 함께 최종적으로 고객에게 동 상품 및 서비스를 전달하게 되는 판매자의 역할과 관리능력이 매우 중요하다. 따라서 전통적 리스크의 리모델링 및 신규 고령화 리스크 등을 통합하여 재무 설계하기 위해서는 판매인력의 전문성 확보와 통합상품관리 인프라 구축이 필요하다. 국내 생명보험회사의 경우 대부분 '통합보험'으로 동 상품을 개발하여 판매하고는 있으나 판매자의 재무설계 능력, 홍보부족 및 복합보장상품 관리능력 부재 등으로 활성화되

고 있지 못한 실정이다.

셋째, 구체적인 채널활용방안으로는 TM 또는 방카슈랑스보다는 고능률 대면 채널을 활용하는 것이 효과적이며, 현재 국내 설계사의 재무설계 능력을 확보하기 위해서는 금융상품에 대한 전문성뿐만 아니라 고객지향성, 윤리성 등을 자격을 갖추는 것이 필요하다. 여러 리스크를 하나의 상품에서 자유롭게 운영되어야 하기 때문에 통합 상품관리체계를 갖추는 것이 필요하다.

3) 보험미가입자의 가입률 제고

가) 성장가능성

그동안 우리나라의 생명보험 가입률 설문조사 결과를 보면 남성에 비해 여성의 가입률 및 총가입건수가 높은 것으로 조사되었다.²²⁾ 종신보험과 같은 사망보험에서는 남성의 가입률이 높게 나타났지만 질병보장보험, 저축성보험 등에 있어서는 여성의 가입률이 높게 나타났다. 즉, 남성의 경우 종신보험을 통해 사망위험을 일부 담보하고는 있지만 그동안 국내 생명보험의 주력담보상품인 질병보장보험은 여성에 비해 상대적으로 가입이 저조하였다.

앞의 미국사례에서도 살펴본 바와 같이, 미국의 경우 여성보다도 남성의 생명보험 가입률이 높고, 또한 가입금액에서도 남자가 여성에 비해 1.6~2.0배 (1992년~2004년) 높은 것으로 나타나고 있다. 국내의 경우 판매권유자인 보험설계사가 대부분 여성이었다는 점과 여성의 질병에 대한 인식이 높았다는 점 등에 기인하여 여성의 가입률이 비교적 높게 나타나는 것으로 보여진다. 그러나 향후 보험미가입 남성의 리스크 관리가 중요한 사회적 문제로 제기될 가능성이 높다. 따라서 제 외국의 성별 생명보험 가입률 및 가입금액을 평가해 보고 남성의 보험가입률 제고를 위한 다양한 전략을 활용하게 되는 경우 보험가입률 및 보장금액 증액을 통한 생명보험시장의 성장을 기대할 수 있을 것이다.

우리나라의 보험상품별 및 성별 보험가입률을 보면 <표 III-38>과 같다.

22) 안철경·이상우·권오경, 『2009 보험소비자 설문조사』, 보험연구원, (2009)를 참조하였다.

<표 III-38> 생명보험 성별 가입률

(단위 : %)

	미가입률	상품별 가입률				
		질병보장	종신보험	변액보험	저축성보험	기타
남성	22.6	63.0	31.1	7.1	17.7	14.6
여성	14.1	76.3	27.8	6.5	18.8	20.1
전체	18.3	69.8	29.4	6.8	18.3	17.4

자료 : 안철경 · 이상우 · 권오경, 『2009 보험소비자 설문조사』, 2009, p.5.

나) 성장전략

보험가입률을 제고하기 위한 전략은 크게 두 가지로 나눌 수 있다.

첫째, 성별로 노출 위험에 상응하는 상품 단순화 및 차별화를 통해 된 세분화된 상품을 개발하고, 해당 리스크에 특화된 시장을 개발하는 방안을 고려할 수 있다.

둘째, 남성의 경우 주된 활동 영역이 직장(근무지)이기 때문에 개인보험시장과 단체보험시장을 연계시키는 채널 전략(Worksite marketing)을 모색할 필요가 있다. 예를 들면 퇴직연금 가입기업을 대상으로 남성 위험 중심의 보장성 상품을 개발하여 판매하는 것을 들 수 있다.

셋째, 당뇨, 고혈압 등 성인병 환자에 대한 리스크 분석과 언더라이팅 기업의 선진화를 통해 고위험자 시장을 개척하는 방안을 검토할 수 있다.

보험산업은 보험가입률 제고, 보장금액 추가 및 재설계 등을 통해 새로운 성장동력을 발굴할 수 있을 뿐만 아니라 생명보험이 인적 리스크 관리자로서의 역할을 원활히 수행하는데 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 손해보험 영역²³⁾

가. 성장 추이

손해보험은 90년대까지는 고도 경제성장에 힘입어 20%이상 높은 성장을 시현했으나 90년대 이후 시장개방 및 경쟁체제로 전환된 이후에는 성장동력이 저하되었다. 연도별 보험료 성장추이를 보면, 2000년 이전에는 두 자릿수의 성장추세였으나 2000년 이후는 한자리수 성장추세로 전환되었다. 세계적 금융위기의 영향으로 2008년에는 전년대비 0.9% 성장이 그쳤다. 전 세계는 2008년 하반기 들이닥친 금융위기에 대처하기 위하여, 금리인하 및 재정투입과 같은 유동성 공급정책을 실시하였고 그 결과 2009년 이후 세계 금융시장이 안정화되고 있다. 이러한 정책적 영향으로 우리나라 손해보험 시장도 안정화 추세를 찾아갈 것으로 예상된다. 그러나 90년대 이후 실시된 시장개방, 가격자유화 등 경쟁체제 개방의 영향 및 시장 포화상태의 영향으로 손해보험 시장의 성장추이는 점점 줄어들 것으로 예상된다.

<표 III-39> 손해보험산업 성장추이

(단위 : 억 원, %)

구분	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2007	2008
보험료	153	743	3,877	10,166	35,896	109,244	164,784	249,580	329,427	332,325
연평균 증가율	-	37.2	39.2	21.3	28.7	24.9	8.6	8.7	14.9	0.90

주 : 연도별 보험료에는 퇴직보험이 제외된 것임.

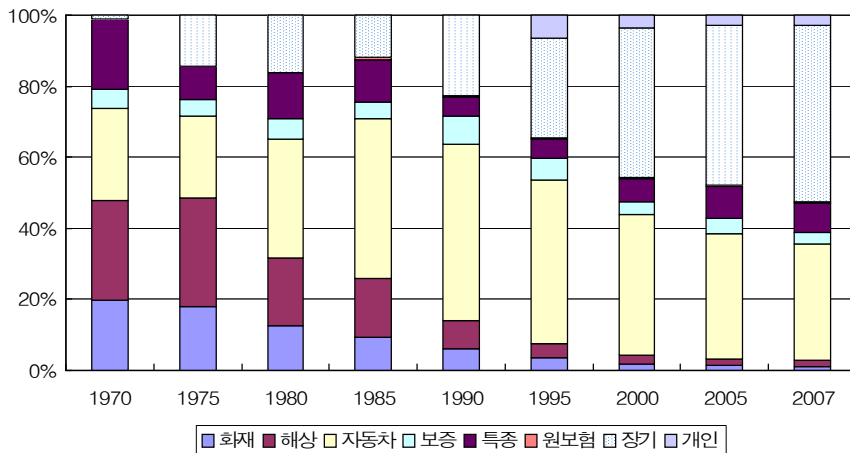
자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도

손해보험은 장기보험, 자동차보험, 해상보험 및 화재보험 등 여러 보험종목으로 구성되어 있다. 세부 손해보험 시장별 시장 성장률 변화 추세를 파악함으로써 손해보험시장에서 성장여력이 있는 부분과 성장동력을 확보할 부분을 명확히 할 수 있다. 1970년대 이후부터 현재까지 이들 보험 종목별 구성비 변화를

23) 기승도 산업연구실 전문연구위원이 작성

살펴보면 다음의 그림과 같다. 그림에서 보면, 경제개발 초기인 70년대는 화재 보험과 해상보험이 성장 주력 보험상품이었으나, 80년대에는 자동차보험, 90년에 들어 장기보험과 개인연금과 건강관련 리스크를 담보하는 장기성보험으로 성장주력 상품이 변화되었다. 장기보험상품이 없는 미국 등의 보험종목 구성비를 보면, 자동차보험(개인용 자동차보험 및 영업용자동차보험)이 손해보험시장의 대부분을 차지하고, 이후 홈오너스보험(homeowners insurance) 및 worker's compensation 등이 주요 보험종목이다. 이러한 손해보험산업의 해외 사례를 볼 때 장기보험을 제외한 자동차보험 시장이 손해보험 시장의 주요 보험종목으로서 위치를 계속 유지할 것으로 보인다. 그리고 우리나라 손해보험시장에서 특징적인 보험종목인 장기손해보험은 보험성격이 손해보험과 생명보험의 성격을 가지고 있다. 이러한 장기보험의 성격으로 인하여 장기보험이 손해보험 시장에서 차지하는 비중이 매년 증가하였으며, 최근에는 장기보험의 시장 규모가 손해보험 시장의 50%에 육박하는 수준에 도달하고 있다. 이러한 보험종목 변화 추세를 볼 때 현재 손해보험 시장의 주력 보험종목은 장기보험과 자동차보험이라고 할 수 있다.

<그림 III-13> 손해보험 종목별 성장추이(구성비)



주 : 퇴직보험은 제외한 것임.

자료 : 보험개발원

2000년대 이후부터 최근 5개년(2004-2008)간 손해보험산업의 성장추세를 보면, 산업전체는 연평균 12.6%씩 상대적으로 양호한 성장추이를 보이고 있다. 포화상태에 접근하고 있는 보험시장 상황에도 불구하고 평균 12.6%의 성장률을 시현한 것은 장기보험 시장이 연평균 18.3%씩 성장하였기 때문이다. 이에 반하여 손해보험 시장의 주력 보험종목인 자동차보험은 연평균 6.4% 성장에 그쳤다. 이들 두 보험종목이외에 개인보험이 17.3%의 높은 성장률을 보이고 있으나, 이 종목의 규모가 아직은 크지 않은 수준이며, 전통적인 손해보험 종목인 화재 및 해상보험의 성장률 수준도 높지 않은 수준이다. 전통적인 손해보험종목인 화재보험의 경우에는 성장률이 -0.9%로 음(-)의 성장률을 기록하였다.

<표 III-40> 손해보험산업 성장추이

(단위 : 억 원, %)

	FY2004	FY2005	FY2006	FY2007	FY2008	성장률 (CAGR)
화재	2,937	3,242	3,132	3,075	2,835	-0.9%
해상	5,071	5,276	6,324	6,518	6,518	6.5%
자동차	85,208	87,890	96,492	108,094	109,371	6.4%
보증	9,018	10,066	11,427	9,939	11,529	6.3%
특종	20,347	22,913	25,019	27,245	29,119	9.4%
장기	96,353	112,562	136,802	163,435	188,829	18.3%
개인	6,799	6,977	7,975	9,994	12,853	17.3%
전체	226,607	249,580	287,393	329,427	364,825	12.6%

주 : 퇴직보험이 제외된 것임.

자료 : 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도

이러한 보험종목별로 성장률 차이가 발생한 것은 시대 변화의 영향에 따른 결과로 판단된다. 예를 들면, 자동차보험의 경우에는 80년대 자동차대수의 급격한 성장추세의 영향으로 자동차보험산업도 급속도로 성장하였으나, 현재에는 자동차 등록대수가 약 1600만대를 상회하여 1가구당 1대의 자동차를 소유하고 있는 등 자동차잠재성장률이 포화수준으로 접근하고 있는 상태이다. 따라서 자

동차보험 시장의 잠재성장률이 획기적으로 개선되지 않는 한 과거와 같은 급격한 성장이 이루어지지 어렵다. 마찬가지로 화재보험, 기술보험 등과 같은 재물보험리스크의 경우도 우리나라 경제성장률과 연동되어 성장된다. 그런데 우리나라 경제도 잠재성장률이 5%를 밑도는 것으로 알려져 있고, 실제로 최근 경제성장률도 5%를 하회하고 있다. 이러한 상황변화에 따라 화재보험 및 기술보험 등 전통적인 손해보험 시장의 경우도 저성장 기조를 유지하고 있다. 반면에 고령화에 따른 건강리스크 부각과 가계리스크의 증가에 힘입어 이를 유연하게 상품화할 수 있는 가계성 장기손해보험이 손해보험 시장의 주력 보험상품이 되고 있는 것으로 보인다.

손해보험시장이 더욱 성장하기 위해서는 현재 주력 보험상품인 장기보험의 성장률을 유지하고, 기타 다른 주력상품인 자동차보험 및 특종보험의 성장동력을 확보하는 것이 필요하다. 장기보험은 상품 특성이 생명보험상품과 유사하며 동일한 가입자에게 여러 개의 상품을 판매할 수 있는 상품특성이 있으므로, 저축성 상품을 이용한 새로운 시장 창출이 가능하다. 따라서 장기보험의 경우에는 현재의 상품개발 기조 및 판매방식을 유지하면 현재의 성장기조가 유지될 것으로 판단된다.

손해보험시장의 3대 축 중 하나인 특종보험 분야에서는 다양하게 나타나고 있는 새로운 위험에 보험회사가 능동적으로 대처함으로써 새로운 시장 동력을 확보할 수 있을 것으로 판단된다. 즉, 특종보험은 다양한 위험이 출현하고, 이러한 위험을 담보하는 보험상품을 개발할 수 있다는 특성이 있으므로, 최근에 교통사고처리특례법에서 중상해사고에 대한 위헌판결, 실화책임에 대한 배상필요성, 의료과실 문제, 환경오염 방지 필요성과 같이 다양한 위험관련 사회현상이 발생할 경우 새로운 만들어지는 위험을 담보로 하는 상품개발 등을 통해 성장동력을 확보할 수 있을 것이다.

자동차보험의 경우는 자동차 대수가 증가가 뒷받침 되지 않으면 성장이 어려운 특징이 있다. 자동차보험 잠재성장률인 성장률 추이를 보면, 손해보험산업 중에서 FY2008년 기준 약 30%를 차지하는 자동차보험의 경우, 자동차보험 잠재성장률인 자동차등록대수 성장률 추이가 둔화되고 있는 것으로 나타났다. 전체 자동차 등록대수는 2003년 이전까지는 연간 약 80만대 이상, 성장률은 약

7%의 높은 성장률을 보였으나, 이후 약 30~50만대, 연평균 3%대로 성장이 둔화되었다. 2008년에는 금융위기의 영향으로 자동차대수 성장률이 약2.2%수준으로 급락하였다. 2008년 기준 승용차 등록대수는 약 1,248만대이며, 이는 1가구당(4인 가구 기준) 1대 수준이다.

따라서 자동차보험 시장의 경우 자동차대수 성장에 의존하기 보다는 자동차 관련 부가산업 및 틈새시장을 창출하여 성장 동력을 확보하는 것이 적절한 것으로 판단된다.

<표 III-41> 연도별 자동차등록대수 성장추이

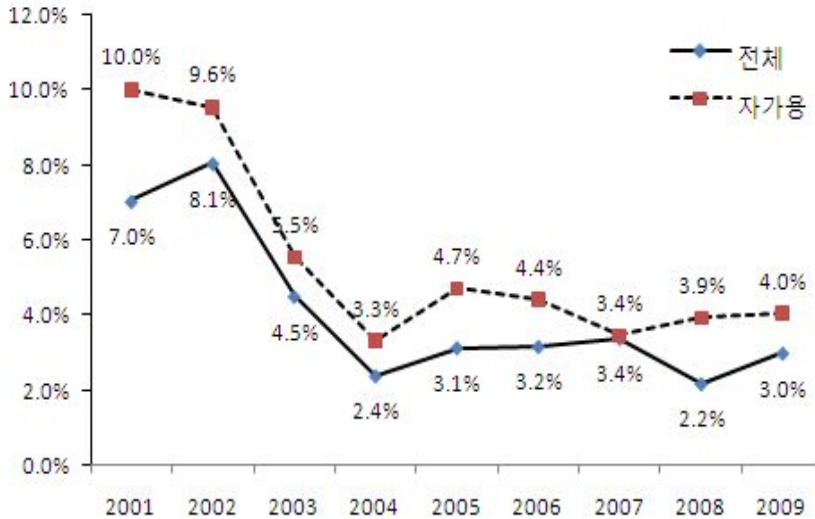
(단위 : 만 대, %)

연도	등록대수		성장수준			
			대수		성장률	
	전체	승용	전체	승용	전체	승용
2000	1,206	808				
2001	1,291	889	85	81	7.0	10.0
2002	1,395	974	104	85	8.1	9.6
2003	1,458	1,028	63	54	4.5	5.5
2004	1,493	1,062	35	34	2.4	3.3
2005	1,540	1,112	47	50	3.1	4.7
2006	1,589	1,161	49	49	3.2	4.4
2007	1,643	1,201	54	40	3.4	3.4
2008	1,679	1,248	36	47	2.2	3.9
2009	1,729	1,298	50	50	3.0	4.0

주 : 연도별 12월말 기준이며, 2009는 2009년 10월말 기준 자료를 12월말기준으로 환산하여 추정된 값임.

자료 : 국토해양부(<http://www.mltm.go.kr>)

<그림 III-14> 자동차 등록대수 성장률 추이



나. 주요국 추이

1) 전 세계 손해보험 시장 성장추이

전 세계 손해보험 시장의 수입보험료 규모는 2004년에 약 1조 3천억 달러였으며, 2006년에는 약 1조 5천억 원 달러로 연평균 4.1%씩 성장하였다. 2006년 기준으로 우리나라의 손해보험 총 수입보험료는 288억 달러로 우리나라의 손해보험 시장규모는 전 세계 손해보험시장의 9위에 달하는 수준이다. 2000년 초부터 2006년까지 우리나라 손해보험 시장의 성장률은 연평균 8%수준을 유지하여, 성장률 수준은 해외 보험시장 보다 높은 추세에 놓여있었다. 앞장의 우리나라 손해보험 종목별 성장추세를 보면, 보험종목 중에서 외국에 없는 장기보험을 제외한 성장추세를 보더라도 연평균 약 6% 수준으로 세계 손해보험 시장의 성장추세보다는 아직 높은 것으로 나타났다. 그러나 세계 시장뿐 아니라 우리나라 손해보험 시장의 경우도 손해보험 전체시장의 연평균 성장률이 한자리 수로

안정화되는 경향이 나타나고 있다. 세계의 손해보험 시장 성장률을 보면 2004년부터 2008년까지 전체적으로 연평균 6.2%의 성장률을 달성하였고, 대륙별로 손해보험 시장의 성장률 수준을 보면, 아메리카가 연평균 5.5%수준이고, 유럽이 6.6% 수준인 것으로 나타났다. 전체 대륙 중에서 우리나라가 속해있는 아시아와 아프리카의 성장률은 각각 7.8%, 10.3%로 전 세계 평균성장률보다 웃도는 것으로 나타났다.

우리나라의 경우 장기보험을 제외한 일반손해보험이 6%대의 성장률은 세계의 평균수준에 해당되므로 낮은 수준이라고 보기 어려운 것으로 판단된다. 특히 우리나라의 경우 장기보험을 포함한 손해보험 시장의 성장률은 앞 장의 “2. 손해보험영역, 가. 성장추이의 ‘손해보험산업 성장추이’ 표”에 나타난 바와 같이 12.6%를 시현하고 있다. 연평균 12.6%의 성장률은 경제성장률 수준, 세계 손해보험시장 성장추세를 볼 때 매우 높은 수준인 것으로 판단된다.

<표 III-42> 전 세계 손해보험시장 성장추이

(단위 : 백만 U.S 달러)

	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	연평균 성장률
America	632,320	690,520	727,945	767,711	783,795	5.5%
Europe	503,621	522,830	544,295	702,386	649,538	6.6%
Asia	179,715	186,644	198,553	219,402	242,407	7.8%
Oceania	28,144	29,222	29,102	33,074	33,881	4.7%
Africa	11,368	13,042	14,200	16,038	16,847	10.3%
전 세계	1,397,522	1,442,258	1,514,094	1,685,762	1,779,316	6.2%

자료 : Swiss Re, “World Insurance”, *Sigma*, 각 연호

2) 미국 손해보험 시장

미국 손해보험 시장규모는 수입보험료 기준으로 1997년에 2,830억 달러였으며, 연평균 5.2%씩 성장하여 2006년에는 4,489억 달러에 달하였다.

<표 III-43> 미국의 연도별 손해보험시장 규모 추이

(단위 : 백만 US 달러)

연도	손해보험	성장률
1997	283,979	
1998	286,995	1.1%
1999	293109	2.1%
2000	305070	4.1%
2001	327822	
2002	375010	14.4%
2003	409256	9.1%
2004	427396	4.4%
2005	429203	0.4%
2006	448940	4.6%
평균		5.2%

자료 : iii, *Insurance Fact Book*, 2008, p.9

미국 손해보험 시장은 2002년에 전년대비 14.4%의 성장률을 보인 이후 매년 한자리 수의 저성장 추세를 보이고 있으며, 미국 손해보험 시장성장률을 2003년을 기준으로 최근 2006년까지 연평균 성장률을 보면, 약 2.4%성장하는데 그친 것으로 나타났다. 즉, 미국 손해보험 시장의 경우는 2002년의 특수상황을 제외하고 저성장 국면에 있는 것으로 보인다.

보험종목별 성장추세를 보면, 대부분의 보험종목이 저성장 추세인 가운데 Homeowner's multiperil과 근재보험(Worker's compensation), 기타 배상책임보험의 성장이 두드러졌다. 즉 2003년부터 2006년까지 연평균 성장률이 Homeowner's multiperil 5.5%, 근재보험(Worker's compensation) 5.5%로 전체 평균 성장률 보다 높은 것으로 나타났다. 반면에 주력 손해보험상품인 자동차보험 등은 성장률이 1%수준에 그친 저성장 기조인 것으로 나타났다. 기타 배상책임보험은 연평균 성장률이 3.4%였으며, Accident 및 Health보험은 연평균 12.2%씩 감소한 것으로 나타났다.

<표 III-44> 미국 손해보험 종목별 수입보험료 추이

(단위 : U.S 백만 달러)

구 분	2003	2005	2006	2007	연평균 성장률
개인용(private passenger auto)					
배상책임담보	89,284	94,653	95,325	94,997	1.6%
충돌 포괄담보	62,016	64,933	65,122	64,675	1.1%
소계	151,300	159,586	160,447	159,672	1.4%
영업용(commercial auto)					
배상책임담보	18,445	19,847	19,703	18,996	0.7%
충돌 포괄담보	7,019	6,951	6,949	6,657	-1.3%
소계	25,464	26,798	26,652	25,653	0.2%
Homeowners multiple peril	46,036	53,016	55,821	57,068	5.5%
Commercial multiple peril	27,430	29,696	31,849	31,329	3.4%
Accident and health	11,947	9,574	6,666	7,096	-12.2%
workers compensation	32,919	39,724	41,826	40,859	5.5%
기타 배상책임	36,150	39,363	42,220	41,377	3.4%
재보험	15,498	6,590	12,863	11,570	-7.0%
기타	60,771	63,279	69,470	73,286	4.8%
합계	407,516	427,625	447,814	447,911	2.4%

자료 : 1) iii, *Insurance Fact book 2008*, pp.46-47
 2) iii, *The Financial Services Fact Book 2009*, pp.81-82

3) 캐나다 손해보험 시장

캐나다 손해보험시장은 연평균 2.63%씩 저성장을 지속하고 있다. 손해보험시장의 주력보험 종목인 자동차보험은 연평균 0.03%의 성장률을 보여 성장률이

거의 멈춘 것으로 나타났다. 반면에 재물(Property)보험시장은 6.76%씩 고성장을 지속하고 있다.

<표 III-45> 캐나다 손해보험 수입보험료 실적

(단위 : 백만 달러)

	2002	2003	2004	2005	2006	연평균 성장률
재물 (Property)	8,183	9,140	10,005	10,174	10,630	6.76%
자동차 (Auto)	17,111	19,813	20,978	20,770	17,131	0.03%
기타	6,302	6,444	6,740	6,970	7,296	3.73%
합계	31,596	35,397	37,723	37,914	35,057	2.63%

주 : 기타에는 재보험 및 기타 손해보험 상품의 실적이 포함됨.

자료 : Canada's Insurance Business Magazine, *Canadian Insurance : 2007 Annual Statistical Issue*, p.14.

4) 영국 손해보험 시장

영국에는 2008년 기준 총 972개의 보험사가 FSA에서 인가를 받아 활동하고 있다. 이중 735개는 손해보험(general insurance)회사로서 자동차보험, 주택, 건강 및 기업성보험을 취급하며, 193개 회사는 생명-연금보험(long-term)보험만을 취급한다. 기타 44개사는 손해보험과 생명-연금을 겸영한다.

2008년 영국의 손해보험 총보험료(Growth Written Premium)는 419억 파운드이다. 종목별로는 자동차보험 127억(30.7%), 재물보험 126억 파운드(30.1%), 배상책임보험 63억 파운드(15.1%), 상해 및 건강보험 54억 파운드(12.9%), 금전손실보험 47억 파운드(11.2%) 순이다.

영국손해보험 시장의 성장률은 2000년대 초반에는 두 자릿수의 성장률을 시현하였으나, 중반이후 부터는 성장이 급격히 둔화되어 한 자릿수 성장률을 보이거나 역성장한 것으로 나타났다. 2000년부터 2008년까지 종목별 연평균 성장

률을 살펴보면, '자동차보험', '건강상해', '금전손실' 보험의 성장률은 매우 낮은 약 2%수준이었으나 '재물보험'이나 '배상책임보험'은 5%내지 10%의 매우 높은 수준인 것으로 나타났다.

<표 III-46> 영국의 손해보험(개인+기업성) 종목별 현황

(단위 : £m, %)

	자동차	재물	배상책임	상해건강	금전손실	합계	성장률
2000	10,927	8,138	2,796	4,756	3,760	30,377	11.7
2001	12,291	9,155	3,555	5,098	4,008	34,107	12.3
2002	12,604	10,447	4,837	5,369	4,355	37,612	10.3
2003	13,260	12,087	6,051	5,576	5,109	42,083	11.9
2004	12,803	12,431	6,057	5,745	4,919	41,955	-0.3
2005	13,221	12,840	6,240	5,688	5,611	43,600	3.9
2006	12,694	12,425	5,829	5,860	5,363	42,171	-3.3
2007	12,969	12,207	5,681	5,826	5,483	42,166	0.0
2008	12,840 (30.7)	12,610 (30.1)	6,329 (15.1)	5,411 (12.9)	4,689 (11.2)	41,878 (100.0)	-0.7
연평균 성장률	2.0%	5.6%	10.8%	1.6%	2.8%	4.1%	-

자료 : Datamonitor, UK Personal General Insurance 2009. 2009

기업보험을 제외한 개인손해보험 보험료 실적을 보면 자동차보험(Personal Motor) 92억 파운드(37.3%), 주택보험(Household) 66억 파운드(26.7%), 상해건강보험(Accident & Health) 54억 파운드(21.9%), 금전손실보험(Personal pecuniary loss) 39억 파운드(15.7%)이다. 2005년에서 2008년까지 연평균 성장률은 정체되어 있으나, Datamonitor 추정에 따르면 향후 2013년까지는 개인자동차 6.2%를 비롯하여 개인손해보험 시장은 4.4% 증가할 것으로 예상하고 있다.

<표 III-47> 영국의 개인손해보험 종목별 현황

(단위 : £m, %)

	개인자동차	주택보험	금전손실	상해건강	합계
2000	6,760	4,397	-	4,756	15,913
2001	7,726	4,888	-	5,098	17,712
2002	8,083	5,292	-	5,369	18,744
2003	8,362	5,750	-	5,576	19,688
2004	8,384	5,839	-	5,745	19,968
2005	8,498	6,117	4,439	5,688	24,742
2006	8,468	6,392	3,993	5,860	24,713
2007	8,824	6,534	4,013	5,826	25,197
2008	9,203 (37.3)	6,590 (26.7)	3,867 (15.7)	5,411 (21.9)	24,704 (100.0)
CAGR05-08	1.3	2.5	-4.5	-1.7	-0.1
CAGR96-08	5.7	3.4	-	3.3	5.8
CAGR09-13	6.2	3.0	4.3	3.1	4.4

주 : 상해건강에는 개인 및 단체 포함, ()은 구성비.

자료 : Datamonitor, UK Personal General Insurance 2009. 2009

다. 성장 가능영역

손해보험의 성장은 70~80년대에는 화재와 해상보험, 기술보험과 같은 전통적인 보험 중심으로 성장하였으나, 최근에는 서비스산업의 성장과 개인들의 다양한 리스크 노출에 따른 보험상품으로 성장분야가 변하고 있는 것으로 보인다. 따라서 거대재해리스크나 사회환경 변화에 따른 배상책임리스크 증가에 따른 관련 보험수요가 예상되며, 자영업 등의 서비스업종에 대한 리스크를 보장할 수 있는 시장 개발이 필요하다.

손해보험은 복합금융서비스 수요와 통합담보 수요를 충족시킬 수 있는 장기 보험의 성장추세를 유지하면서, 성장 동력이 약화된 영역인 특종, 화재 분야 및

자동차보험 분야에서 향후 리스크증가에 따른 수요를 감안한 다양한 신상품개발이 필요하다.

성장동력이 정체된 것으로 보이는 자동차보험의 경우, 기존 자동차를 대체하는 고가자동차의 구성비 증가가 지속될 것으로 추정됨에 따라 조금씩이나마 성장은 지속될 것으로 예상되나 성장률이 높지 않을 것이기 때문에 새로운 영역에서 자동차보험 성장동력을 찾아야 할 것으로 판단된다. 신규 등록되는 자동차의 구성비를 보면 2007년까지 약 50%수준으로 매년 증가되는 추세였으나, 2008년 하반기 금융위기의 영향으로 교체비율이 2008년에 36.7%, 2009년에 19.2%로 급격히 낮아지고 있다. 향후 경기가 회복되면 기존 자동차를 고가의 신차로 교체하려는 수요 증가가 예상되어 자동차보험 시장의 성장은 미약하나마 지속될 것으로 판단된다.

<표 III-48> 자동차 등록대수(자가용 승용차), 교체비율 및 차량가액 추이

(단위 : 천 대, 천 원)

연도	등록대수추이		교체비율추이			평균 차량가액추이	
	등록 대수	연평균 성장률	증가 대수 (A)	자동차 대수 (B)	교체비율 (C)	평균 차량가액	지수 (%)
2000	7,798	-	-	-	-	-	-
2001	8,588	10.1%	789	1,065	25.9%		
2002	9,414	9.6%	827	1,225	32.5%	7,311	100
2003	9,942	5.6%	528	1,002	47.3%	7,954	109
2004	10,274	3.3%	332	858	61.3%	7,982	109
2005	10,759	4.7%	486	914	46.8%	8,095	111
2006	11,219	4.3%	438	936	53.2%	8,629	118
2007	11,674	4.1%	455	986	46.1%		
2008	12,026	3.0%	352	958	36.7%		

주 : 1) $C=(B-A)÷B$

2) 평균차량가액은 개인용(플러스포함)자동차보험의 차량담보, 자기부담금이 5만 원인 경우와 자기부담금이 없는 경우를 포함한 경과기준임.

자료 : 이승도(2008), pp.7-9.

자동차대수 증가 및 자동차보험 원가증가(차량가액 증가 등)로 인한 성장에는 한계가 있으므로, 자동차관련 새로운 서비스 영역을 자동차보험에 포함시키는 등 다각적인 성장동력 확충 노력이 필요하다. 즉, 보장영역을 확대하는 방법으로 '기계적고장을 자동차보험 상품으로 판매'하거나, '자동차보험 대물배상 의무 가입한도확대(차량 고액화로 운전자 사고시 경제적 부담을 질 수 밖에 없는 상황이 존재)', '자기신체사고담보에 장기보험에서와 같은 정액상품 특약을 부과하여 상품을 다양화 및 고급화' 및 '자기차량손해담보의 가입률 제고' 등을 생각할 수 있을 것이다.

라. 성장방안²⁴⁾

1) 개인용자동차보험에 렌터카 차량보장보험(특약) 신설

가) 현황

영업용 자동차보험의 대여자동차의 경우에도 다른 자동차보험 및 영업용 다른 자동차와 동일하게 대인배상Ⅰ, 대인배상Ⅱ, 대물배상, 자기신체사고, 자기차량손해담보가 개발되어 판매되고 있다. 그러나 현실에서는 대여자동차의 경우, 대인배상Ⅰ, 대인배상Ⅱ, 대물배상 및 자기신체사고담보만 대여자동차회사에 판매되고 있으며, 자기차량손해담보는 자동차를 대여하는 개인이 가입하고 있다. 개인이 가입하는 자기차량손해담보는 손해보험회사가 제공하는 상품이 아니며, 대여자동차회사들의 조합을 통해서 제공되는 상품이다.

대여자동차의 자기차량손해담보는 손해보험회사 및 중소대여자동차의 입장 때문에 보험으로 판매가 되지 않고 있다. 대여자동차회사의 경우는 대여자동차를 불특정 다수(다수의 대여자)가 운전을 하므로 영업용자동차보험의 자기차량손해담보의 사고 발생률이 높는데, 자기자동차손해담보의 사고발생률로 할증률

24) 향후 새로운 리스크 및 서비스개발이 예상되는 화재 및 특종보험, 자동차보험을 중심으로 방안을 검토하였다.

이 높아지면 특히 중소대여자동차회사는 사업을 영위하기가 곤란해진다. 손해 보험회사의 경우는 대여자동차의 자기차량손해담보의 손해율이 높으므로 인수를 기피하고 있다.

이에 따라, 대여자동차의 자기차량손해담보를 개인적으로 가입해야하는 개인의 입장에서는 높은 보험료를 납입해야하는 등의 문제점이 있다.

나) 성장 가능성

개인용자동차보험에 렌터카 차량보장보험(특약)을 신설할 경우에 자동차보험으로 자기차량손해담보를 처리하고자 하는 중소형 렌터카회사 및 자동차를 렌트할 때 납입하는 자기차량손해담보의 보험료가 높다고 생각하는 개인의 불만 해소할 수 있을 것이다.

<표 III-49> 대여자동차의 자기차량손해담보

(단위 : 대, 백만 원)

구분	평대		대여자기차량손해		보험료 성장 추정		성장률
	대인 (A)	대여 자동차 (B)	수입 보험료 (C)	대당 보험료 (천원) (D=C/B)	추정보험료 (E=A×D)	최대성장액 (F=(E-C)×60%)	
승합차	9,385	524	328	626	5,871	3,337	1018.0%
승용차	133,157	14,519	7,943	547	72,844	39,070	491.9%
다인승용	14,930	873	619	710	10,595	6,005	969.3%
합계	157,472	15,916	8,890	559	87,957	47,597	535.4%

주 : 1) 추정액은 손해보험회사들이 대여자동차에 대하여 모두 자기차량손해담보를 가입시킬 수 있을 경우를 가정한 것임.

2) 현재 개인용자동차보험의 자기차량손해담보의 가입률이 약 60%수준인 점을 감안하면 가입률이 줄어들 수 있을 것으로 판단할 수 있으나, 대여자동차는 운전자가 남의 차를 빌리는 것으로 가입률은 개인용자동차보험보다 매우 높아 거의 가입할 것으로 추정하였음.

3) FY2007년 업계전체실적을 기준임.

자료 : 보험개발원

그리고 현재 자동차보험 가입대수 및 대여자동차 자기차량손해 실적을 감안하여 시장창출 효과를 추정하여 보면, 대여자동차의 자기차량손해담보를 현재보다 확대할 경우 손해보험회사는 최대 476억 원의 시장 창출효과가 있는 것으로 추정된다. 특히, 대여자동차 중에서 승용차가 대여자동차 자차담보 보험료 성장의 주요 차종이 될 것이며, 그 금액은 약 390억 원 수준으로 추정된다.

다) 도입방안

개인용자동차보험에 가칭 렌터카 차량담보 특약을 개발하는 것을 검토할 수 있을 것으로 판단된다. 보험종목은 개인용자동차보험으로 하고, 개인용자동차보험의 자기차량손해담보에 부가하는 특약상품으로 개발하는 방안을 검토할 수 있을 것이다. 동 상품의 가입시점은 자동차보험 가입자의 편의를 위해 자동차보험에 가입시점(혹은 갱신 시점)으로 하거나 자동차를 렌트하기 전에 하는 등 렌트하기 이전에 가입할 수 있도록 함으로써 고객의 편의를 높이는 방향이 적당한 것으로 보인다. 적용대상차종(렌터카 차량담보특약에 가입대상)은 소유·사용하고 있는 자동차가 개인용인 경우, 개인소유자동차 업무용자동차인 경우, 개인택시인 경우로 한정하여 동 특약 상품을 개발하는 것이 적합한 것으로 판단된다. 적용대상 차종이 너무 넓다면 개인용자동차보험(또는 플러스개인용자동차보험)에 가입하고 있는 경우로 한정하는 것도 가능할 것이다. 이 상품의 할인할증은 개인용자동차보험의 할인할증 평가대상에 포함시킴으로써 개인용 자동차 운전자의 실제 위험도에 부합한 요율적용이 가능하도록 하고, 적용차종은 현재 자신이 소유·사용하고 있는 자동차와 동일한 차종으로 한정할지, 모든 차종을 다 사용할 수 있도록 할지 여부는 보험료 수준과 연계하여 추후 검토할 필요가 있다.

2) 자동차 기계적 고장보험 개발

손해보험 중에서 성장동력이 약화된 자동차보험의 경우, 보장내용 확대를 통한 성장동력확보를 위하여 '자동차 기계적 고장보장 보험(MBI : Mechanical

Breakdown Insurance) 도입'을 생각할 수 있다.

가) 현황

소비자가 자동차를 구입하면 두가지 위험에 직면한다. 즉 사고위험과 고장위험이다. 이중 사고위험은 현재 자동차보험 상품으로 해소하고 있으나 고장위험은 해소방법이 제한적이다. 고장위험 측면에서 보면, 신차의 경우 자동차 제작회사에서 차종별, 부품종류별로 고장위험을 보장해주고 있다. 현재 우리나라에서 생산·판매되는 자동차는 차종별로 차이가 있으나 약 3년 이하의 기간 동안에 자동차의 기계적 결함을 보장해준다. 현대자동차의 경우 차체 및 일반부품의 경우에는 차종별로 약 2년에서 5년 정도 고장위험을 보장해주고 엔진 및 동력전달 주요 부품은 약 5년 정도 보장을 해주고 있다. 그런데 이러한 고장위험 보장기간은 자동차 성능향상으로 자동차의 내구연수가 증가하면서, 제작회사에서 기계적 결함을 보장해주는 기간(또는 km)이 충분하지 않다. 따라서 오래된 자동차의 경우 자동차 운행으로 발생하는 고장위험을 소비자가 직접 부담하고 있는 실정이다.

<표 III-50> 현대자동차의 차종별 보증기간

구분	보증기간		적용시점	
	차체 및 일반부품	엔진 및 동력전달 주요부품		
일반 차량 (아래 보증연장 차량 제외)	2년/4만km	3년/6만km	최초 출고	
보증연장 차량	에쿠스(VI)	5년/12만km	최초 출고	
	에쿠스(LZ)	3년/6만km	2003.11.13 출고	
	제네시스		최초 출고	
	제네시스 쿠페		최초 출고	
	그랜저(TG)		최초 출고	
	쏘나타(NF, EF)		2002.4.8 출고	
	i30		최초 출고	
	i30cw		최초 출고	
	아반떼(HEV,HD,XD)		5년/10만km (하이브리드 전용부품 : 6년/12만km)	최초출고
	베라크루즈		최초 출고	
	라비타		최초 출고	
	싼타페(CM)	2년/4만km	2003.5.16 출고 2009. 7. 1. 출고	

자료 : 현대자동차(<http://www.hyundai.com/kr>)

나) 성장 가능성

자동차의 수명이 늘어날수록 고장위험에 대한 보장 소비자의 니즈는 증가될 것으로 예상된다. 기술발달로 자동차 성능이 지속적으로 향상되고 있어 자동차를 오래 타는 운전자가 늘어날 것으로 예상된다. 자동차를 오래 탈수록 자동차 고장위험은 증가될 것이므로, 자동차 고장위험을 보장해주는 금융상품에 대한 니즈가 증가할 것으로 예상된다.

따라서 자동차보험관련 성장동력 확보를 위해서 자동차보험에서 또는 일반손해보험 상품에서 자동차 고장위험을 보장해주는 상품개발을 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다. 자동차보험의 경우를 보면, 자동차보험 보장 대상을 자동차 사고로 인한 경제적 손실로 한정하고 있다. 그러다가 2000년 대 중반에 자동차보험 상품경쟁의 일환으로 긴급출동서비스가 자동차보험 상품으로 포함되었다. 긴급출동서비스의 범위는 배터리 방전, 운행 중 연료 소진 등을 보장해주는 것으로, 긴급출동서비스 상품은 기존 자동차보험 보장대상인 자동차 사고(충돌 사고)의 보장 범위를 넘어서는 것이다. 즉, 충돌사고 이외의 자동차 고장사고의 경우에도 자동차보험 상품으로 운용되고 있다. 따라서 긴급출동 서비스의 연장으로 '자동차의 기계적 결함'을 보장해주는 보험을 보험권의 영역으로 흡수할 수 있을 경우, 보험시장의 성장가능성이 클 것으로 판단²⁵⁾된다. 특히 2009년 2월말 현재 승용차 대수가 약 1,590만대이므로, 이들 중 출시된 지 2~3년 이하의 자동차는 많지 않으며 대부분 3년 초과자동차인 것으로 추정되고, 3년 초과자동차의 구성비는 점점 늘어날 것으로 예상된다. 따라서 출시된 지 3년이 초과된 자동차의 '기계적 결함'을 보장해주는 보험상품의 시장은 점점 커질 것으로 추정된다.

현재까지 미국의 GEICO(미국의 4위 자동차보험 회사)를 제외하고, 대부분 자동차 수리서비스를 제공하는 회사, 금융서비스제공 회사 등에서 동 보험을 제공하고 있다. 유럽의 경우에는 CAR BREAKDOWN INSURANCE(영국), RAC Warranty(영국), Mechanical Breakdown Insurance(프랑스)등이 있다. 미

25) 자동차의 기계적 결함을 보장해주는 것은 자동차의 warranty를 연장하는 것과 동일하므로, 자동차제작회사 및 자동차수리 공장(또는 회사)에서 동 서비스를 제공할 개연성이 크다.

국에서는 GEICO가 GEICO's MBI라는 이름으로 자동차의 기능 결함을 보장해주는 보험을 판매하고 있으며, Credit Union 등에서 동 보험을 판매하고 있다.

외국의 MBI에서는 자동차의 소모품(브레이크 자체, 클러치, 배터리 등)이 아닌 다음의 기계적 결함을 보장해주는 것으로, MBI를 판매하는 회사마다 보장 범위에 차이가 있다.

<표 III-51> MBI에서 보장해주는 기계장치

엔진(실린더블록, cylinder head gasket, pushrods, camshaft, piston ring 등),
 동력전달장치(crown wheel, pinion gear), 클러치-베어링, pressure plate, centre plate,
 propshaft, Carburettor, 연료관련기계(연료펌프, 연료분사장치, metering unit, air flow
 meter), turbocharger, 실린더블록의 외피, 브레이크관련 기계장치(master cylinder,
 servo), 시동모터(starter motor), 교류발전기(alternator), water pump

주 : CAR BREAK DOWN INSURANCE에서 보장해주는 부품 종류이며, 동 서비스를 제공해주는 회사마다 보장부품 범위에 차이가 있음.

따라서 미국의 GEICO의 사례에서와 같이 자동차 기계적결함보험을 자동차 보험 또는 손해보험에서 보장하도록 허용여부를 단기적으로 조사·검토·연구가 필요하다. 즉, 기계적결함보험(MBI)을 자동차보험 상품 또는 일반손해보험의 보험종목으로 인정하는데 법적 제약이 없는 지 검토할 필요가 있으며, 보험상품으로 인정할 지 여부 등을 해외사례 및 법률검토를 통해 조사연구가 필요하다. 이후 가칭 '자동차 기계적 결함보장 보험'의 자동차보험(또는 특종보험)상품의 개발방안을 마련하여야 할 것이다.

만일 동 MBI가 자동차보험 상품으로 개발된다면, 다음의 개발방향이 검토될 수 있을 것이다. 즉, 자동차보험의 부가서비스 특약으로 판매하는 것을 우선 고려하되, 여의치 않을 경우 일반손해보험 상품으로 개발하고, 보험기간은 자동차보험과 동일하게 보험기간은 1년으로 하되, 차량 연식에 따라 MBI보험료를 달리 적용하며, 적용대상 차종은 자가용 승용차로 한정(영업용은 운행거리가 매우 길어서, 자동차 기계적 결함보장 보험의 적용대상이 되기는 어려울 것임.)할 필요가 있다. 또한 자동차보험의 한 종목으로 개발될 경우 할인할증제도 적용

측면은 동 위험이 자동차 충돌사고가 아니므로 긴급출동서비스에서와 같이 할 인할증 적용을 배제하는 것을 검토할 수 있을 것이다.

MBI 상품이 활성화될 경우 손해보험시장(또는 자동차보험 시장)의 규모가 크게 성장할 가능성이 있다. 자동차 기계적 결함 보장보험(Mechanical Breakdown Insurance)의 시장규모는 전체자동차 중 약 28.2%인 약342만대인 것으로 추정된다. 신차는 약 3년간 제작회사에서 품질을 보장해주므로 2009년 2월말 기준으로 약 90만대는 동 보험의 적용대상이 되지 않으며, 과거 9년을 초과하는 중고차의 경우도 기계적 결함가능성이 너무 높아 적용대상이 되지 않는 것으로 가정할 수 있다.

<표 III-52> 자동차 기계적 결함 보장보험 시장규모 추정

(단위 : 천대, %)

연도	자가용(승용) 등록대수	연도별 성장대수	시장 유형	시장규모	
				대수	구성비
2000	7,798	-			
2001	8,588	790	MBI대상시장	3,421	28.2
2002	9,414	826			
2003	9,942	528			
2004	10,274	332			
2005	10,759	485			
2006	11,219	460			
2007	11,674	455	Warranty대상 시장	906	7.5
2008	12,026	352			
2009	12,125	99			

주 : 1) 시장규모는 연도별 성장 대수를 합산한 것으로 자동차가 운행 중 전손사고가 난 경우 등이 감안되지 않은 근사 추정값임.

2) 자동차 기계적 결함 보장보험(Mechanical Breakdown Insurance) 대상시장 시장을 추정하는데 연식 기준 9년부터 4년까지는 연구자가 임의로 결정한 것으로, 실제 MBI상품을 개발할 때 에는 연식기준을 어떻게 정하느냐에 따라 시장규모가 커질 수도, 줄어들 수도 있음.

동 보험은 소비자의 입장에서든 혜택이 있는 보험상품으로 판단된다. 즉, 손해보험 회사가 자동차사고시 발생하는 경제적 손해뿐만 아니라 자동차 운전 중 발생할 수 있는 '자동차의 기계적 결함'을 모두 보장해 주므로, 자동차보험 가입 운전자는 자동차를 소유하고 운행함으로써 가지게 되는 대부분의 위험을 보장받을 수 있게 될 것으로 판단된다.

다) 성장방안

미국의 GEICO의 사례에서와 같이 자동차 기계적결함보험을 자동차보험 또는 손해보험에서 보장하는 상품을 개발할 필요가 있다. 이를 위해서는 정책적으로 기계적결함보험(MBI)을 자동차보험 상품 또는 일반손해보험의 보험종목으로 인정하는 것이 필요하다. 즉 정책적 차원에서는 자동차 기계적 결함 보장보험의 보험 성격, 보험종류(자동차보험 또는 일반손해보험)등에 대한 타당성 검토하고, 자동차 기계적 결함 보장보험의 보험 상품 개발 허용하는 것을 검토할 필요가 있다.

보험회사 입장에서는 가칭 '자동차 기계적 결함보장 보험'이라는 상품명으로 자동차 기계적 결함 보험을 개발할 수 있을 것이다. 동 상품은 자동차보험의 부가서비스 특약으로 판매하는 것을 우선 고려하되, 여의치 않을 경우 일반손해보험 상품으로 개발할 수 있을 것으로 판단된다. 동 상품의 세부내용을 검토하여 보면, 보험기간은 자동차보험과 동일하게 보험기간은 1년으로 하되, 차량 연식에 따라 MBI보험료를 달리 적용하며, 적용대상 차종은 자가용 승용차로 한정하고(영업용은 운행거리가 매우 길어서, 자동차 기계적 결함보장 보험의 적용대상이 되기는 어려울 것으로 판단), 자동차보험의 한 종목으로 개발될 경우 할인할증제도는 긴급출동서비스와 같이 할인할증 적용을 배제하는 것이 필요한 것으로 판단된다.

3) 환경오염보험제도 활성화²⁶⁾

가) 현황

환경리스크는 '기업 등 경제주체들이 경제활동을 하면서 환경에 나쁜 영향(adverse impact)을 줄 수 있는 가능성'으로 정의할 수 있다. 즉, 환경오염리스크는 기업의 상업적 활동 등으로 환경에 나쁜 영향을 주어 사람의 건강에 문제가 생기거나, 재물의 손상, 자연자원 오염으로 생태다양성이 훼손될 가능성이 있다.

경제가 발전하면서 환경오염 방지는 선진국에서 중요한 이슈가 되고 있다. 이에 따라 우리나라 뿐 아니라 외국에서는 환경오염 방지를 위한 엄격한 규제를 두고 있다. 규제의 범위는 환경오염피해의 법 적용대상을 수질, 토양오염에 한정하여 운영하던 것을 자연생태계 파괴 등으로 까지 확대하여 오염유발자의 책임을 대폭적으로 확대하는 경향이다.

이러한 추세에 반하여 증가되는 환경오염오염 관련 리스크를 담보하는 보험 시장은 규모가 매우 작다. 국내에서는 환경오염 리스크를 담보하는 상품으로 영업배상책임보험(국문약관, 영문약관), 패키지보험의 담보가 있다. 이들의 담보 방식은 영업배상책임보험의 경우는 환경오염을 보통약관에서 절대면책조항으로 규정하고 특약을 첨부하는 형태이다. 그런데 이런 국내 보험상품에 가입되는 계약건수는 연간 10건 내외로 추정되고 있다.

해외사례에서 환경오염리스크를 보장하는 보험상품 운영현황을 살펴보면, 환경오염보험 발전은 환경오염 책임법의 강화정도와 밀접한 것으로 보인다. 미국의 환경관련 책임법은 자원보존복구법(RCRA 1976), 종합환경대응보상책임법(CERCLA, 슈퍼펀드법 1980)이 있다. 자원보존복구법에서는 위험폐기물을 취급, 저장, 처리하는 업체의 소유주 및 운영자에게 장래에 발생할지 모르는 오염사고로 인한 제3자배상책임과 매립지 사후관리에 대비하여 일정 금액이상의 재무 담보요건을 확보하도록 하고 있다. 종합환경대응보상책임법에서는 잠재책임자를 규정하고 이들에게 엄격책임과 연대책임, 소급책임을 부담하여 오염지 정화

26) 본 자료는 "이기형(2008), 『환경오염리스크 관리를 위한 보험제도 활용방안』, 보험연구원"의 내용을 발췌하였다.

책임을 위한 재무적 요건을 의무화하고 있다. 환경오염 책임법에 따라 미국 보험회사는 영업배상책임보험의 담보로 1977년부터 독립된 환경오염배상책임보험 상품을 판매하고 있다.

EU 및 독일의 경우를 보면, EU 환경배상책임지침에 따라 영국, 오스트리아, 네덜란드, 프랑스 등 각국은 환경책임 지침 초안을 작성하거나 국회 심의단계에 있고, 헝가리, 리투아니아, 루마니아, 폴란드 등은 동 지침을 의무화하고 있다. EU의 환경배상책임지침 일부 내용은 다양한 산업활동으로 일어나는 환경파괴에 대하여 오염자부담원칙에 따라 환경파괴를 일으킨 기업 등에게 환경파괴 예방과 회복의 경제적 책임을 부담하도록 하고 있다.

나) 성장가능성

2006년 현재 우리나라에서 대기오염, 수질오염, 소음 및 진동, 토양오염을 유발할 수 있는 잠재기업체는 14만 217개이며, 이중 환경법령에서 정한 기준에 부적합한 것으로 판정받은 기업은 5,859개이다. 이처럼 환경오염으로 인한 배상책임에 노출된 기업이 많은 상황이므로 향후 환경오염 방지를 위한 법률이 강화되는 등 사회·제도적 환경이 변하면 환경오염 배상책임 보험 시장도 커질 것으로 예상된다.

미국 등 외국의 경우를 보면, 환경오염으로 인한 경제적 리스크를 해소하는 방안으로 보험제도를 활용하는 경향이 증가되고 있다. 미국에서는 30년 이상의 시행착오를 거쳐 환경오염제도가 정착되어 가고 있다. 유럽연합도 환경배상책임 지침을 마련하고 보험제도를 통해 환경오염 리스크를 관리하도록 하고 있다. 독일의 경우에는 보험제도가 환경책임법의 입법목적을 달성한 것으로 분석한 실증연구(Onno Fiffmeister · Reimund Schwarez, 2007)도 있다.

환경오염 리스크에 노출된 기업체수가 많은 점, 외국에서 보험제도를 활용하여 환경오염리스크를 관리하는 경향을 볼 때 환경오염방지와 환경오염시 경제적 피해를 보상하는 것을 강화하는 추세에 따라 환경오염 관련 보험시장은 더욱 커질 것으로 예상된다.

다) 도입방안

환경오염을 방지하는 것, 그리고 환경오염을 복구하는 것이 점점 중요해지는 상황에서 환경책임법의 제정이 필요하다고 판단된다. 기업 입장에서는 환경오염 방지는 비용이므로 환경오염방지에 소극적일 수밖에 없다. 따라서 환경오염 방지와 복구가 중요하다면, 정책적으로 환경책임법 도입을 검토할 필요가 있다. 환경책임법 도입시에는 외국에서와 같이 기업이 직면하는 환경오염 리스크로 인한 경제적 부담을 해소할 수 있도록 환경배상보험을 의무 가입하도록 하는 것이 필요하다. 외국의 예를 보면, 독일의 환경배상책임법 등 유럽환경에서는 오염유발자에 대한 엄격한 책임부과를 명시하고 있고, 독일·핀란드·스웨덴에서는 구체적 의무가입 대상시설을 선정하여 보험에 의무 가입하도록 하고 있다. 미국에서는 환경재난발생에 따른 손해배상책임 및 오염 정화비용 등 재정 부담능력이 있음을 사전에 증명하도록 규정하고 있어 준의무보험 형태의 환경보험제도를 운영하고 있다.

보험회사는 외국에서와 같이 기존의 영업배상책임보험과 별도로 약관과 요율을 분리하여 독립적인 상품으로 운영할 필요가 있다. 상품 내용은 제3자에 대한 배상책임 담보(인적손해, 물적손해, 정화비용)와 계약자의 손해를 담보하기 위한 담보로 하는 것이 적합한 것으로 판단된다. 이외에도 계약상의 책임이나 기업휴지손실도 보상하고, 미국과 같이 보험기간을 1년 이상 10년까지 가능하도록 하여 계약자의 안정적인 리스크 관리를 도모할 수 있도록 할 필요가 있다.

4) 법률비용보험 도입

가) 현황

개인이나 기업 등 경제주체의 리스크가 화재사고 등과 같은 순수리스크에서 행동이나 의사결정에 따른 리스크가 복잡다기한 형태로 진화됨에 따라 유럽 등 보험시장에서는 이러한 리스크를 보장하기 위한 비용보험(expense insurance)이 발전하고 있다.

현재 우리나라에서 판매되는 법률비용 보험은 법률비용을 부가적으로 담보하는 상품과 특정분야의 법률비용만을 담보하는 상품이 있다. 법률비용을 부가적으로 담보하는 상품으로는 자동차보험 및 영업배상책임보험 등 배상책임보험에서 피보험자의 보험사고로 손해배상청구소송이 제기된 경우 피보험자가 회사의 동의를 얻어 지출한 소송비용·변호사보수·대위권 보존비용 등 법률비용을 보상²⁷⁾하는 것이다. 특정분야의 법률비용만을 담보하는 보험상품으로는 지적재산권 소송비용보험, 주택임대차 법률비용보험 등이 있다. 지적재산권 소송비용보험은 1995년에 개발된 것으로 피보험자의 지적재산권이 제3자에 의해 침해되었거나, 피보험자가 제3자의 지적재산권을 침해하였다는 이유로 배상청구소송이 제기된 경우에 필요한 법률비용을 지급하는 상품이다. 주택임대차 법률비용보험은 주택임차인인 임대인으로부터 임대차보증금을 반환받지 못하여 소송을 제기할 경우에 발생하는 소송비용을 보장하는 상품이다.

이와 같이 보험권에서 법률비용관련 상품을 개발·판매하고 있지만, 보험회사의 신중한 태도, 판매채널의 적극 노력 부재, 보험가입 필요성에 대한 낮은 인식 등으로 법률비용 보험상품 판매가 부진한 상태이다.

나) 성장 가능성

최근 경제주체의 법률적 책임이 강화되는 형태로 사회가 재편되고 있어 법률비용보험의 수요가 증가하므로 종합보험담보로 제공하는 것이 필요하다. 예를 들면, 2009년에 교통사고처리 특례법에서 자동차보험 대인배상Ⅱ에 가입한 운전자라 하더라도 중상해 피해자 사고를 낸 경우 교통사고처리특례법상 특례를 인정하지 않는 법원 결정이 내려졌다. 이와 같이 사회 환경은 가해자에게 주어진 법적 보호장치를 철회하는 방향으로, 그리고 분쟁이 발생할 경우 법을 통해 권리를 인정받으려는 방향으로 변하고 있다. 법을 통한 분쟁해결 비율이 늘어날수록 소송시 소요되는 법률비용 등을 보장해주는 보험상품의 필요성이 증가할 것으로 예상된다.

27) 장재욱(2002), p.115

<표 III-53> 연도별 법률사건 현황(전체사건수)

(단위 : 천 건)

1995	2000	2005	2007	2008
13,433	14,341	18,079	18,200	18,519

자료 : 1) 대법원, 『사법연감』, 2006.
 2) 대법원(<http://www.scourt.go.kr>)

대법원의 통계자료에 따르면 법원에서 처리한 전체사고건수가 1995년에 약 1,300만 건이었는데 매년 증가하여 2008년에는 1,800만 건에 이르는 것으로 나타났다. 이중 약 30%정도가 소송사건 수이므로 약 5백만 건 정도가 소송으로 이어진 사건으로 추정된다. 이러한 소송건수를 볼 때, 그리고 사고건수의 증가추이를 볼 때 법률비용 보험시장이 손해보험의 새로운 시장이 될 가능성이 있는 것으로 판단된다.

그리고 대한변호사협회에 따르면 2008년 현재 우리나라 변호사는 8,174명이며, 변호사 수가 꾸준히 늘어나는 추세에 있다. 변호사 수의 증가, 법률소송의 증가로 법률비용 관련 보험의 니즈는 계속 증가할 것으로 예상된다.

<표 III-54> 연도별 변호사수 추이(대한변호사협회)

(단위 : 명)

구 분	1990년	2000년	2005년	2006년	2007년
변호사수	1,803	4,228	6,997	7,603	8,174

<표 III-55> 연령대별 변호사수(대한변호사협회)

(단위 : 명)

구 분	20대	30대	40대	50대	60대 이상
변호사수	67	2,645	2,823	1,314	1,190

다) 도입방안

수요가 있는 곳에 부합한 보험상품을 개발하여 제공하는 것이 필요하다. 즉, 지수현(2001)²⁸⁾이 제안한 바와 같이 소송사건을 분석하여 보면 교통사고·산재사고·의료사고·제조물사고·환경오염사고·부동산소유권 등과 관련된 민사사건, 사기·횡령·배임·명예훼손 등 형사사건, 조세·인허가 등 행정사건 등 다양한 형태로 나타나고 있으므로, 다양한 형태의 법률비용에 대한 수요자의 담보요구를 충족할 수 있는 포괄담보약관의 개발이 필요하다.

2009년에는 교통사고처리 특례법의 예외조항 적용 제외 판결과 같이 사회적 파장이 큰 법률 판결로 법률소송 가능성 등이 커지고 있으므로, 이에 부합한 상품을 능동적으로 개발할 필요가 있다. 즉 특정 보험산업에서 법률적용 변화 등에 능동적으로 대처하여 새로운 보험수요를 창출하는 노력이 지속될 필요가 있다. 자동차보험 사고로 제기되는 법률비용 보험의 상품의 경우 법률비용만 보상하는 상품만으로 한정하기보다는 소송과정에 보험가입자에게 제공되는 서비스를 결합한 상품, 보험가입자의 모럴해저드(또는 보험사기유발)를 방지하면서 보험가입자의 심리적 부담을 보상해주는 상품 개발 등 기존 법률비용보험의 상품내용에 서비스를 부과하는 다양한 상품개발을 검토할 필요가 있다.

2009년 5월에 개정된 “실화책임에 관한 법률(법률 제9648호)”와 같이 자동차보험 이외에 일반손해보험에서 헌법재판소의 위헌판례의 영향으로 손해보험시장이 확대될 여지가 있는 경우도 있다. 동 법률은 2007년 8월 30일 헌법재판소가 가벼운 실화자의 손해배상책임을 면제시켜준 기존의 “실화책임에 관한 법률”의 헌법불합치를 선언한데 따라 개정된 것이다. 개정된 법률 내용을 보면, 실화가 중대한 과실로 인한 것이 아닌 경우에 실화자가 법원에 손해배상액을 경감시켜주도록 청구할 수 있도록 하고 있다. 즉, 과거에는 중대한 과실로 인한 경우가 아닌 실화의 경우 동 법률로 손해배상책임이 면책되었던 사항이 헌법재판소의 헌법불합치 결정으로 실화자에게 우선 손해배상책임을 지우고 이후 손해배상액을 경감시켜주도록 하는 방향으로 법률이 개정되었다. 동 법률에 따라 향후에는 중대한 과실이 아닌 실화의 경우에도 실화자가 피해자에게 손해배상

28) 지수현(2001), p.22.

을 하여야 하므로, 보험회사 입장에서는 이들이 손해배상액을 보험으로 부담할 수 있도록 하는 상품개발을 하는 등의 시장확대 노력을 할 수 있을 것으로 보인다. 이 처럼 시대의 변화에 따라 과거의 기준으로는 배상책임대상이 아니었던 것이 배상책임대상이 되는 등의 변화가 빈번하게 일어난다. 그러므로 보험회사 입장에서는 이러한 보험의 사회적 기능강화에 능동적으로 대처하여야 할 것이다.

이외에도 새로운 사회적 변화 관점에서 새로운 보험시장으로는 의료사고와 관련된 법률소송 시장을 들 수 있다. 즉 의료시장이 커지고 있는 추세에 비례하여 의료사고가 증가하고 있고, 변호사배출이 증가됨에 따라 의료사고를 전담하는 변호사도 증가하는 추세가 나타날 것으로 예상된다. 의료사고 증가 및 의료사고 담당변호사의 증가는 의료소송의 증가로 이어지고, 의료소송증가에 따른 법률비용이 증가할 가능성이 점점 커지고 있는 추세이다. 따라서 의료소송 비용을 담보하는 실효성 있는 법률비용 보험상품의 개발을 연구할 필요가 있을 것으로 판단된다. 현재에도 개인병원의 경우 의료소송 또는 의료사고시 피해자를 보장해주는 보험상품에 대한 니즈가 있을 것으로 판단된다. 그럼에도 불구하고 개인병원이 의료사고 또는 의료사고로 발생하는 법률비용을 보장해주는 보험에 많이 가입하고 있지 않다. 따라서 개인병원의 수요조사 및 시장조사를 통해 개인병원에 부합한 의료사고보험 또는 의료사고 소송비용 담보 상품을 개발하는 것도 검토해볼 만한 것으로 판단된다.

인터넷을 활용하는 추세가 점점 증가하고 있다. 금융회사의 경우 인터넷을 통한 계좌이체, 금융거래 등이 활성화되고 있고, 인터넷을 활용한 전자상거래의 증가와 더불어 인터넷을 통한 결제 등이 활성화되어 있다. 인터넷을 통한 거래가 활성화 될수록 인터넷 활용 리스크도 증가한다. 즉, 해킹을 통한 금융계좌도난 가능성, 해킹을 통한 사이버 전자상거래 시 카드 도용 문제 등의 인터넷 활용 관련 리스크가 점점 증가하고 있다. 따라서 보험입장에서는 이들 리스크가 현실화될 경우에 발생하는 손해를 담보로 하는 상품을 개발하는 것을 고려할 필요가 있다.

5) 기타 배상보험책임보험의 활성화

불법행위에 의한 가해자의 배상책임부담은 영업배상책임보험으로 담보하고 있으나 아직까지 보험수요가 확대되지 못한 측면이 있고 보험가입 배상액이 적어 실질적인 보험기능이 미흡한 실정이다. 또한 특수한 불법행위(의료과실, 환경오염, 임원배상 등)의 경우 집단소송제도 도입 등으로 국민들의 법의식이 강화됨에 따라 관련 보험수요는 향후 크게 증가할 것으로 예상되므로 배상책임보험을 개발하여 제공할 필요가 있다.

3. 연금보험 영역²⁹⁾

가. 국내 추이

노후소득보장제도의 일환으로 세계적격 개인연금이 1994년에 도입되고 2005년에 퇴직연금이 전격 도입되어 사적연금의 전체 규모는 증대하고 있다. 그러나 개인연금의 경우 제도도입초기인 1995년에 142%, 1996년에 74%의 높은 자산성장률을 시현하였지만 세계혜택의 미흡, 다양한 개인연금제도의 부재 등으로 인해 2003년 이후부터 지속적인 감소추세를 보이고 있다(<표 III-56> 참조).

또한 2005년 12월에 도입된 퇴직연금의 경우, 2009년 9월 현재 9조 1,047억 원에 이르고 있어 시장규모면에서 양적 성장을 이루고 있다. 그럼에도 퇴직연금 가입률은 10%대의 낮은 수준에 그치고 있으며 GDP 대비 퇴직연금 자산비율 역시 2008년 기준으로 0.6% 수준에 불과하고 있다. 이러한 사적연금시장의 활성화미흡으로 인해 개인연금 및 퇴직연금 등이 GDP에서 차지하는 비중은 5.52% 수준에 그치고 있다(<표 III-57> 참조).

29) 류건식 산업연구실 선임연구위원이 작성하였다.

<표 III-56> 사적연금시장 추이

(단위 : 억 원)

	세계적격 개인연금				합계		퇴직연금	
	생보	손보	은행	투신	금액	증가율	금액	증가율
1994	6,336	2,503	10,967	5,675	25,481	-	-	
1995	17,863	6,991	21,433	15,446	61,733	142%	-	
1996	39,518	13,086	33,764	20,764	107,132	74%	-	
1997	56,111	17,511	45,490	14,614	133,726	25%	-	
1998	67,095	20,447	50,240	12,031	149,813	12%	-	
1999	69,895	21,520	54,580	13,386	159,381	6%	-	
2000	92,660	27,785	65,282	10,198	195,925	23%	-	
2001	109,921	32,719	75,398	10,814	228,852	17%	-	
2002	127,627	37,629	84,064	10,943	260,262	14%	-	
2003	140,501	42,387	92,382	10,706	285,977	10%	-	
2004	153,041	46,157	99,952	10,903	310,053	8%	-	
2005	169,428	50,907	106,044	11,817	338,196	9%	163	
2006	187,856	55,961	100,779	13,135	357,731	6%	7,568	3643%
2007	212,525	62,966	109,770	18,433	403,695	13%	27,550	264%
2008	233,103	70,050	110,240	24,799	438,191	9%	66,122	140%

주 : 1) 보험은 책임준비금, 은행은 수탁잔액, 투신은 설정잔액 기준임
 2) 다음연도 3월말 기준(단, 2008년은 2008년 12월말 기준)으로 작성
 자료 : 금감원 통계정보시스템(<http://fisis.fss.or.kr>), 보험회사 업무보고서

<표 III-57> 사적연금시장의 규모(GDP 대비)

(단위 : 천억 원, %)

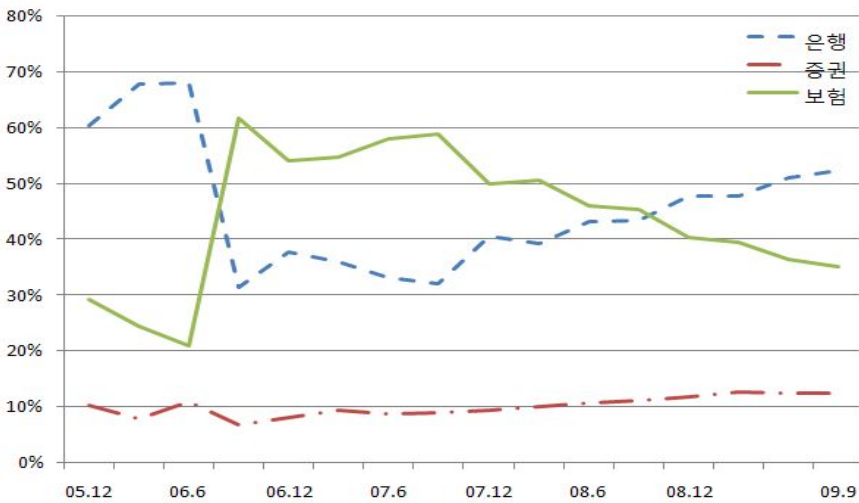
	명목 GDP	개인연금자산/GDP	퇴직연금자산/GDP
2001	6,514	3.51	-
2002	7,205	3.61	-
2003	7,671	3.72	-
2004	8,269	3.75	-
2005	8,652	3.91	-
2006	9,087	4.02	0.1
2007	9,750	4.42	0.3
2008	10,239	4.92	0.6

주 : 규모는 개인 및 퇴직연금 적립금 자산규모임.

문제는 보험회사가 이러한 사적연금시장에 차지하는 비중이 점차 감소추세를 보이고 있다는데 있다. 이는 보험회사의 개인연금 적립금 비율이 둔화되는 추세를 보이는 가운데, 전체 퇴직연금 적립금 규모에서 차지하는 보험회사 비중이 2008년 10월 이후 급격히 감소추세를 보이고 있는데 기인하고 있다.

즉 보험회사의 퇴직연금 적립금 점유율은 <그림 III-15>에서 보는 바와 같이 2006년 9월 61.7%를 기록한 후 점차 감소추세를 보인 반면, 은행은 2006년 9월 이후 꾸준히 증가추세를 보이다가 2008년 10월 이후 보험권의 적립금 점유율을 추월하고 있으며 증권사 또한 적립금 점유율이 점차 증대하여 2009년 9월 현재 12.5%의 적립금 점유율에 이르고 있다.

<그림 III-15> 퇴직연금 적립금 점유율 추이



다음으로 민영연금시장의 규모를 볼 때 수입보험료기준으로 FY2002에 6조 3천억 원이었으나 FY2008에는 18조 원으로 증가하여 2.8배 이상 증가하고 있다 (<표 III-58> 참조). 상품유형별 수입보험료는 일반연금(비적격 연금보험) 10조 7천억 원, 변액연금 7조 9천억 원에 이르고 있는 것으로 나타나고 있지만 FY 2007 이후 민영연금시장의 규모는 점차 감소추세를 보이고 있다.

<표 III-58> 민영연금시장 추이(보험료 기준)

(단위 : 억 원)

	민영연금(개인연금보험)		합계	
	일반(비적격연금)	변액연금	금액	증가율
FY 2002	63,823	-	63,823	-
FY 2003	89,469	4,699	94,168	47.6
FY 2004	96,082	10,001	106,083	12.6
FY 2005	93,389	39,418	132,807	25.2
FY 2006	100,266	50,421	150,687	13.5
FY 2007	108,839	82,497	191,336	26.9
FY 2008	107,048	79,433	186,481	-25.1

자료 : 금감원 통계정보시스템(<http://fisis.fss.or.kr>), 보험회사 업무보고서

즉 <표 III-58>에서 보면 일반연금의 수입보험료는 2007년 10조 8,839억 원에서 2008년 10조 7,048억 원으로, 변액연금의 수입보험료는 2007년 8조 2,497억 원에서 2008년 7,9433억 원으로 감소하는 등 전반적으로 민영연금시장의 규모가 감소하고 있다.

<표 III-59> 전체연금 · 일반연금의 일시납연금 비중

(단위 : %)

년도	2006	2007	2008
일반연금 대비	25.7	22.5	16.8
전체연금 대비	(20.6)	(17.9)	(13.1)

주 : 전체연금은 일반연금과 개인연금의 합을 의미

또한 고령화 진전에 따라 선진국의 경우 일시납연금(즉시연금포함)이 증가하고 있는 추세와 달리 <표 III-59>에서 보는 것처럼 우리나라는 일시납 연금의 비중이 점차 감소추세를 보이고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉 일반연금에서 일시납연금이 차지하는 비중은 2006년 25.7%에서 2008년 16.8%로, 전체연금에서 일시납연금이 차지하는 비중은 2006년 20.6%에서 2008년 13.1%로 급격한 감소추세를 보이고 있다.

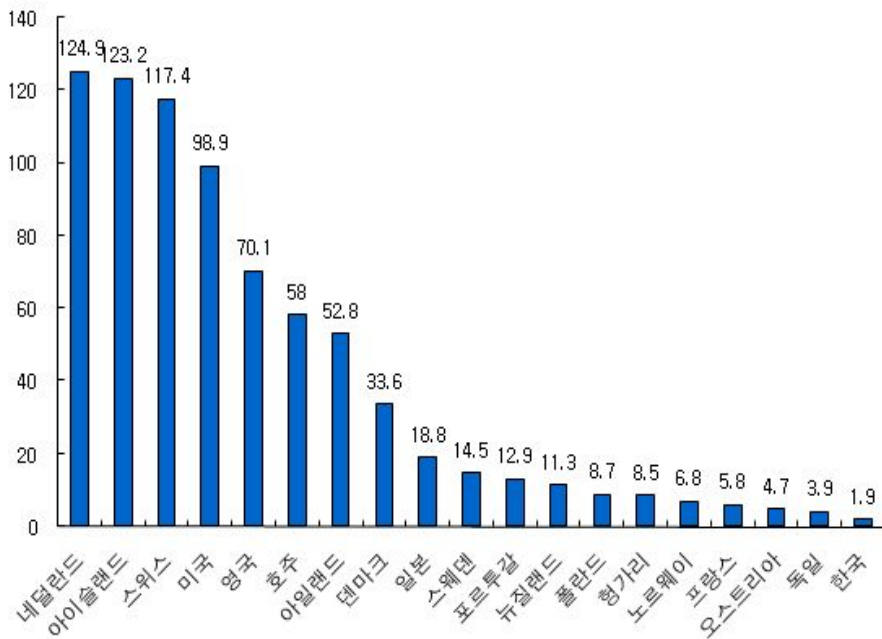
나. 주요국의 추이

1) 개관

네덜란드, 아이슬란드, 스위스는 사적 연기금 적립금이 GDP를 훨씬 상회하고 있는 것으로 나타나고 있으며 미국, 호주, 아일랜드 등도 사적 연기금 적립금이 GDP의 50%이상을 차지하는 것으로 나타나고 있다(<그림 III-16> 참조).

<그림 III-16> GDP 대비 연기금 자산비율

(단위 : %)

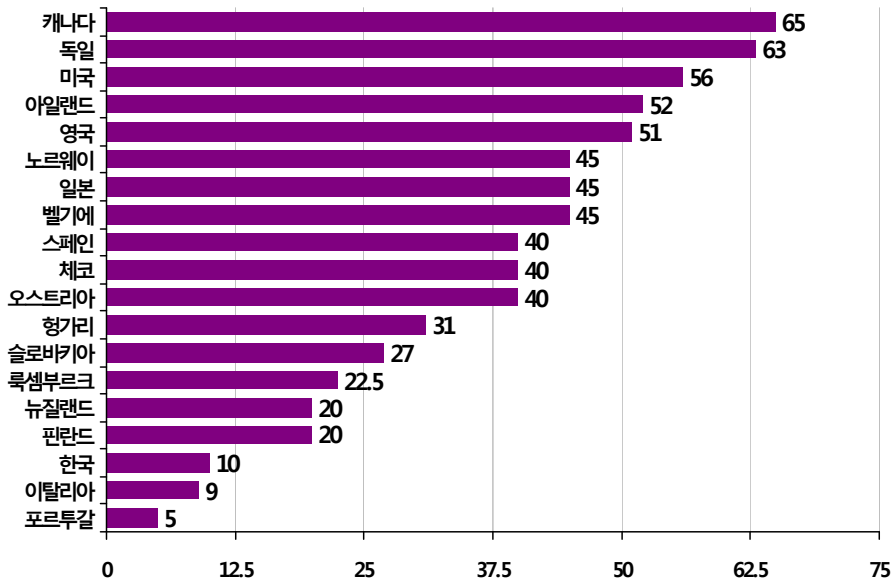


자료 : OECD, *Pension at a Glance*, 2007.

또한 미국, 독일 등은 <그림 III-17>에서 보는 것처럼 60% 수준의 퇴직연금 가입률을, 영국 및 미국 등은 40~50% 내외의 퇴직연금 가입률을 보이고 있어

높은 가입률 수준을 보이고 있다. 이처럼 사적연금제도의 도입시기 등을 고려하지 않고 단지 사적연기금의 적립금 규모 및 가입률만을 기준으로 할 때 OECD 주요국의 경우 사적연금의 국민경제적 역할은 상대적으로 높게 나타나고 있다.

<그림 III-17> OECD 주요국의 사적연금 가입률



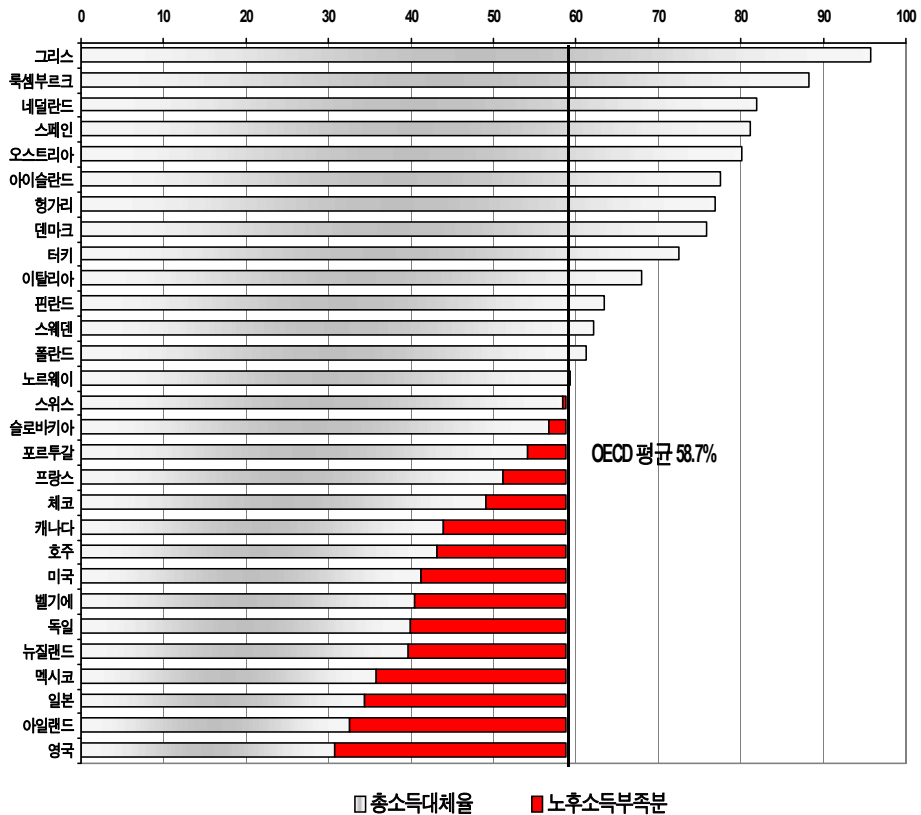
주 : 가입률은 개인 및 퇴직연금의 가입률(단, 한국은 퇴직연금 가입률)
 자료 : OECD, *Pensions at a Glance*, 2007

즉 OECD 국가간의 경제·문화적 차이 여부에 의해 노후소득보장의 정책 또한 상이할 수 있지만 대체로 영국 등처럼 고령화에 따른 공적연금의 재정부담을 감소하기 위해 국가의 역할을 축소하는 반면, 기업과 개인의 기능을 더욱 증대시키는 방향으로 노후소득보장체계를 재구축하고 있는 경향을 보이고 있다. 즉 공적연금 축소에 따른 노후소득보장부족분은 개인 또는 퇴직연금 등 사적연금에 의해 노후소득부족분을 보전하고 있는 추세라 할 수 있다.

특히 영국의 경우 공적연금에 대한 총소득대체율이 30.8%로 나타나, OECD

평균소득 대체율(58.7%)에 도달하기 위해 퇴직연금을 통해 28% 수준의 소득대체율을 보전이 이루어지고 있다(<그림 III-18> 참조). 영국의 공적연금 소득대체율은 OECD국가 평균 소득대체율의 절반수준에 불과하며 고소득층의 공적연금 소득대체율은 저소득층의 1/3수준 이하인 것으로 나타나고 있다. 특히 OECD 주요 11개국은 공적연금제도하에서 평균소득자의 총소득대체율이 40.6%로 나타나 퇴직연금 등을 통해 OECD 평균 소득대체율에 대한 부족분을 보전하고 있다.

<그림 III-18> 공적연금 축소와 사적연금에 의한 노후소득 보전



출처 : OECD, Pensions at a Glance: Public Policies Across OECD Countries, 2007

이와 같은 노후소득보장체계의 변화는 생명보험 자산의 규모보다 연금자산의 규모증대로 작용하고 있다. 즉 공적연금의 축소에 따른 노후소득부족분 보전을 위해 사적연금의 역할을 증대한 결과, 연금자산의 규모가 순수한 생명보험 자산의 규모를 초과하는 것으로 나타나고 있다. 이처럼 사적연금 자산의 규모가 생명보험 자산규모보다 비중이 큰 대표적인 국가로는 미국, 아일랜드, 핀란드, 캐나다 등을 들 수 있다. 이는 고령화에 따라 보험회사의 역할이 점진적으로 장수리스크관리를 위한 관리자로서의 역할, 즉 연금관리자로서의 역할로 점점 바뀌어 가고 있음을 보여주고 있다.

2) 추이

가) 미국

미국의 은퇴자산 규모는 2008년말 기준으로 약 14조 달러규모로, 이중 정부 및 지방정부 공무원, 공공기관 근로자를 대상으로 하는 특수직역연금의 규모가 약 3조 7천억 달러로 가장 높은 비중을 차지하고, 다음으로 IRA(개인퇴직계좌)가 약 3조 6천억 달러, DC형 퇴직연금이 약 3조 5천억 달러, DB형 퇴직연금이 약 2조 달러의 순으로 나타나고 있다(<표 III-60> 참조).

특히 미국의 퇴직연금시장은 <그림 III-19>에서 보는 것처럼 DB형 제도가 지속적으로 하락하여 21.7%의 점유하고 있는 반면, DC 및 IRA제도는 꾸준한 성장세를 보여 각각 38.7%, 39.6%의 시장점유율을 보이고 있으며 IRA제도는 20여년 만에 두 배 정도 성장세를 보이고 있다.

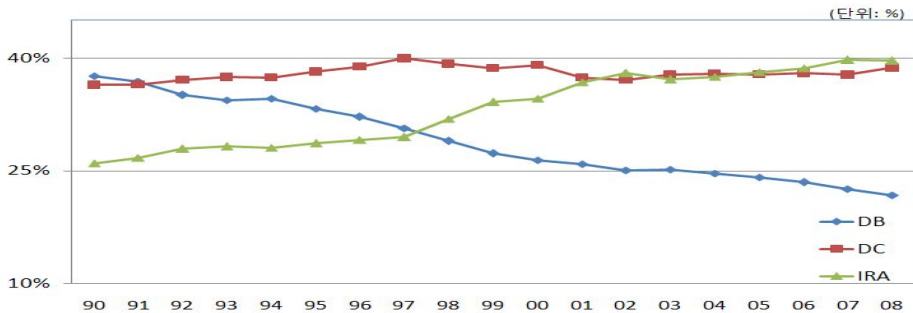
<표 III-60> 미국 은퇴자산 규모 추이

(단위 : 10억 달러)

	DB형	특수직역	DC형	IRA	연금상품	합계
1990	922	1,079	892	637	391	3,921
1991	1,073	1,244	1,060	776	423	4,576
1992	1,098	1,374	1,161	874	473	4,980
1993	1,212	1,522	1,319	993	522	5,568
1994	1,303	1,619	1,406	1,056	526	5,910
1995	1,496	1,885	1,717	1,288	582	6,968
1996	1,623	2,135	1,961	1,467	626	7,812
1997	1,798	2,478	2,343	1,728	658	9,005
1998	1,948	2,778	2,640	2,150	818	10,334
1999	2,117	3,135	3,001	2,651	928	11,832
2000	2,009	3,132	2,969	2,629	951	11,690
2001	1,845	3,114	2,663	2,619	1,041	11,282
2002	1,670	2,874	2,472	2,533	1,001	10,550
2003	2,025	3,357	3,043	2,993	1,125	12,543
2004	2,162	3,649	3,335	3,299	1,332	13,777
2005	2,310	3,837	3,620	3,652	1,443	14,862
2006	2,557	4,316	4,146	4,220	1,521	16,760
2007	2,691	4,512	4,502	4,736	1,892	18,333
2008	1,957	3,656	3,489	3,572	1,387	14,061

자료 : investment company institute

<그림 III-19> 제도유형별 시장점유율 추이



자료: ICI
 주: IRA는 2003년 이후부터 가집계치임

이와 같은 은퇴자산의 규모 증대로 인해 <표 III-61>에서 보는 것처럼 1986년 이후부터는 연금보험의 수입보험료가 생명보험의 수입보험료를 추월하는 추세를 보이고 있다.

<표 III-61> 미국 민영연금 시장 추이(수입보험료 기준)

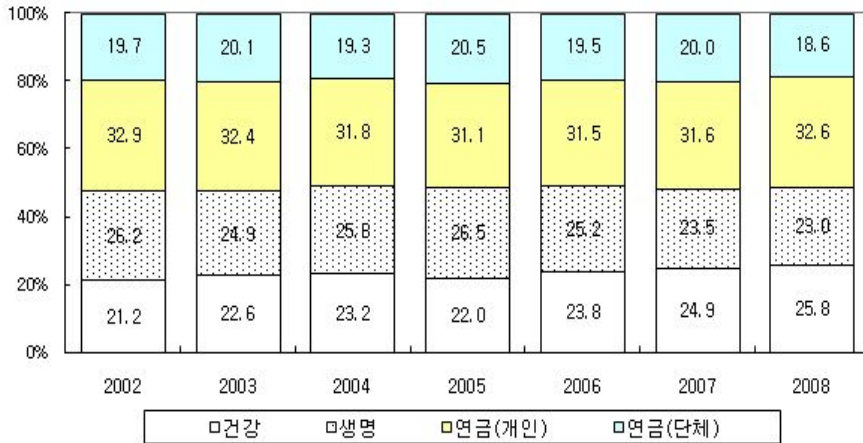
(단위 : 억 달러)

	생명보험	연금보험			건강보험	전체
		연금(개인)	연금(단체)	소계		
1975	293	-	-	102	191	586
1985	601	-	-	509	418	1,559
2002	1,345	1,684	1,009	2,693	1,087	5,125
2003	1,273	1,659	1,026	2,686	1,158	5,088
2004	1,397	1,721	1,045	2,767	1,258	5,394
2005	1,423	1,670	1,101	2,771	1,183	5,359
2006	1,492	1,871	1,156	3,027	1,412	5,914
2007	1,427	1,925	1,217	3,142	1,515	6,083
2008	1,472	2,090	1,192	3,282	1,650	6,404

주 : 1975년과 1985년은 연금 수입보험료를 개인과 단체로 구분할 수 없음. (삼입)
 자료 : 미국생명보험협회

즉 1975년 기준으로 연금보험의 수입보험료 비중(생명보험의 수입보험료 비중 50%)이 단지 17.4%에 불과하였으나, 10년 후인 1985년의 연금보험 수입보험료 비중은 33.3%, 2000년 이후에는 50%를 상회하여 생명보험 수입보험료 비중은 25% 수준으로 대폭 낮아지고 있다(<그림 III-20> 참조).

<그림 III-20> 미국의 연금상품 비중 추이(수입보험료 기준)



자료 : 미국생명보험협회(<http://www.acli.com>)

이처럼 미국은 25년만에 생명보험의 수입보험료 비중이 50%에서 25%로 낮아진 반면, 연금보험의 수입보험료 비중은 17%에서 50% 수준으로 대폭 높아지는 추세를 보이고 있다. 특히, 퇴직자산 중 매년 약 3천억 달러가 개인퇴직계좌(IRAs) 및 연금 구입으로 전환되기 때문에 연금 시장의 성장세가 두드러지고 있다.

이러한 연금시장의 성장속에서 고연령 거치 연금 등과 같이 지급방식을 다양화한 연금상품개발이 활발히 이루어지고 있다. 즉 2004년 평균 기대수명 이상의 고연령에서 소득 흐름을 창출하기 위해 개발된 고연령 거치 연금(ALDA: Advanced Life Deferred Annuity)은 퇴직 시점(예 : 65세)에서 퇴직자산의 일부를 활용하여 고연령(예 : 80세, 85세)부터 연금을 지급하도록 하고 있다. 즉 가입 후 20년 이상 거치한 후 고연령 도달시 연금이 개시되므로 연금 개시 전에 사망하는 사람이 위험 단체 내에 생존자를 보조하는 메커니즘이다. 현재 Genworth, New York Life, The Hartford, Symmetra Financial, Metlife 등에서 ALDA 상품을 판매하고 있다. ALDA는 통상 은퇴시(예 : 65세) 또는 그 직전에 가입하여 연금수급자가 고령(85세)까지 거치시킬 경우 연금이 지급되기 시작하는 상품으로 보험료가 평균 기대수명 이상 생존할 경우에만 연금을 지급하므로

보험료가 저렴하다는 특징이 있다.

ALDA상품은 65세 은퇴 후 20년간의 생존하여 85세 이상 생존하는 평균수명 이상의 고령의 생존자에 대한 은퇴 자산수단으로 효과적인 상품이다. 예컨대 미국에서는 65세의 연금수급자가 85세로 연금수급을 연장할 경우 일시납 즉시 연금 보험료의 9~12% 수준으로 가입할 수 있다.³⁰⁾ 다만, 보험계약자 측면에서 볼 때 동 상품은 인플레이션으로 인한 실질 가치하락, 조기 사망 등에 대한 우려도 있으며, 이를 극복하기 위해 ALDA상품 가입과 동시에 투자형 상품을 가입할 필요성이 제기되고 있다.

나) 일본

후생연금과 적격퇴직연금으로 양분된 퇴직연금시장이 퇴직연금 개혁으로 신 DB형과 신 DC형 퇴직연금제도가 도입된 이후 기존의 퇴직연금의 자산규모가 감소하고 있는 반면, 신 퇴직연금제도의 시장점유율은 지속적으로 증가하고 있다(<표 III-8>참조).

그 결과 2003년 시장점유율이 1%에 불과하던 신 퇴직연금제도가 2008년에는 시장점유율이 48%로 급성장하는 추이를 보이고 있다. GDP 대비 퇴직연금자산 규모는 1990년 7.6%에서 2008년 17.0%로 증가하여 퇴직연금제도가 국민경제에 미치는 영향이 증대하고 있다.

또한 일본의 경우 1980년대까지 단체연금의 시장점유율이 대부분을 차지하고, 개인연금의 시장점유율이 7.5%에 불과하였지만 지속적으로 개인연금의 시장규모가 확대되어 2008년에는 단체연금(13.1%)을 상회하여 21.3%의 개인연금 시장점유율을 보이고 있다.

30) Swiss Re(2008.4Q), p.19

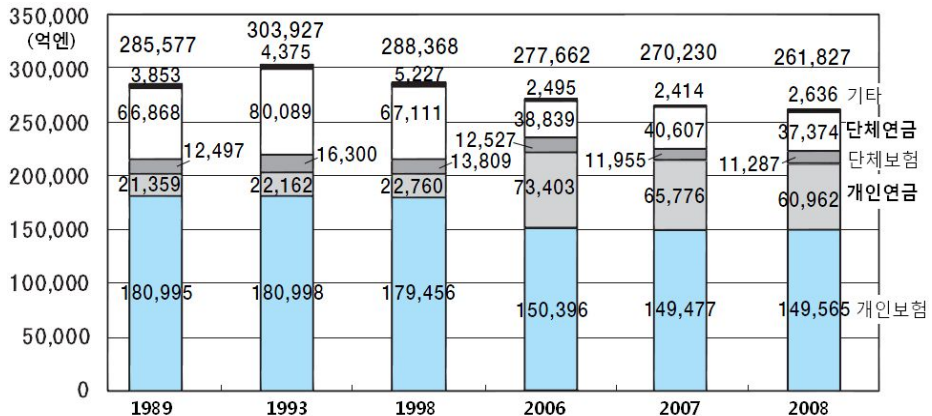
<표 III-62> GDP 대비 퇴직연금자산 규모

(단위 : 10억 엔)

FY	DB형					DC형		합계	GDP (FY)	퇴직연금 자산 /GDP(%)
	적격연금	후생연금	신DB	소계	%	신DC	%			
1990	11,862	22,488	-	34,350	100.0	-	0.0	34,350	451,683	7.6
1991	13,027	25,580	-	38,607	100.0	-	0.0	38,607	473,608	8.2
1992	14,106	28,820	-	42,926	100.0	-	0.0	42,926	483,256	8.9
1993	15,035	32,184	-	47,219	100.0	-	0.0	47,219	482,608	9.8
1994	16,072	35,416	-	51,488	100.0	-	0.0	51,488	489,379	10.5
1995	16,961	38,426	-	55,387	100.0	-	0.0	55,387	497,740	11.1
1996	17,801	41,775	-	59,576	100.0	-	0.0	59,576	509,096	11.7
1997	18,466	44,959	-	63,425	100.0	-	0.0	63,425	513,613	12.3
1998	19,154	48,695	-	67,850	100.0	-	0.0	67,850	503,324	13.5
1999	20,008	51,284	-	71,292	100.0	-	0.0	71,292	499,544	14.3
2000	21,227	55,486	-	76,713	100.0	-	0.0	76,713	504,119	15.2
2001	22,401	58,017	-	80,417	100.0	-	0.0	80,417	493,645	16.3
2002	22,659	58,297	-	80,957	100.0	18	0.0	80,974	489,875	16.5
2003	21,447	57,200	358	79,005	99.8	154	0.2	79,159	493,748	16.0
2004	20,719	48,149	7,787	76,654	99.3	548	0.7	77,201	498,491	15.5
2005	17,183	38,456	21,723	77,361	98.3	1,374	1.7	78,736	503,187	15.6
2006	17,272	37,538	33,036	87,846	97.4	2,302	2.6	90,148	510,925	17.6
2007	15,625	38,861	36,888	91,374	96.7	3,112	3.3	94,486	515,858	18.3
2008	11,743	32,694	36,650	81,088	95.7	3,650	4.3	84,738	497,679	17.0

자료 : 일본 후생노동성 및 내각부

<그림 III-21> 연금보험 시장규모(수입보험료) 추이

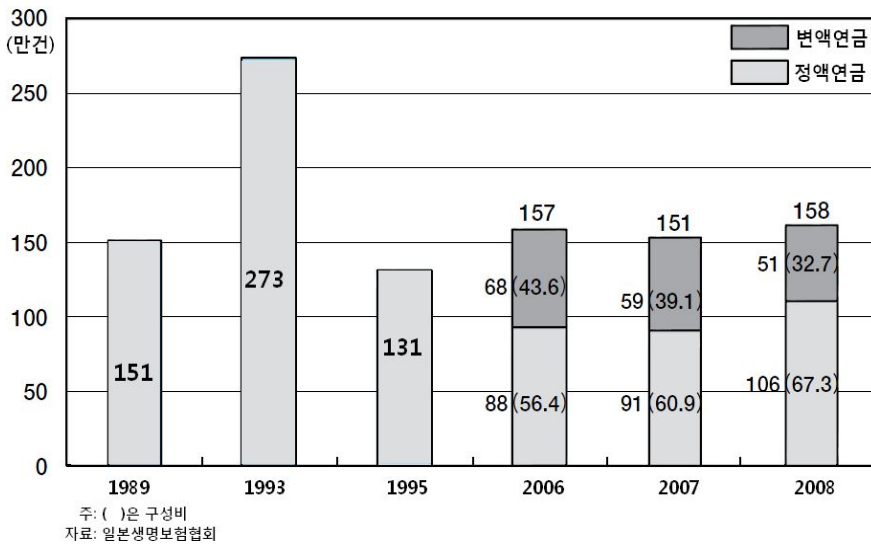


주: 단체연금은 퇴직연금이 포함된 수치임.
 자료: 일본생명보험협회

개인연금에서는 정액연금 비중이 압도적으로 높지만, 2002년 10월 방카슈랑스 허용을 계기로 은행에서 연금상품 판매가 가능해짐에 따라 변액연금이 크게 성장하고 있는 추세를 보이고 있다. 2008년도 기준으로 변액연금의 적립금 규모는 15조 엔을 시현하여 정액연금 적립금의 약 20%에 달하고 있다.

이처럼 변액연금의 판매가 급증한 것은 베이비붐 세대가 50대가 되면서 유연한 변액연금 상품을 통해 퇴직자산을 관리하려는 니즈가 증가하고 1990년대 중반 이후 지속된 1% 이하의 저금리 현상이 상호 작용된 결과라 할 수 있다.

<그림 III-22> 변액·정액연금 시장규모(신계약 건수기준)

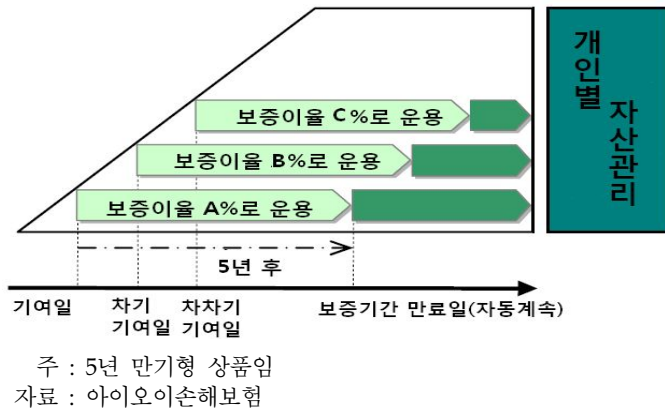


이런 가운데 일본 손해보험사는 퇴직연금시장에서의 역할 강화를 위해 DC형 상해보험을 개발·판매하고 있다. 즉 일본은 우리나라와 유사하게 퇴직연금의 원금보장형 운용상품으로 국공채 및 예적금으로 운영할 수 있으나, 손해보험사가 DC형 상해보험을 DC형 퇴직연금의 운용상품으로 제공하고 있다. 현재, 도쿄해상니치도화재, 손보재팬, 아이오이손해보험 등 대형 손해보험회사들이 동 상품을 제공하고 있으며, 도쿄해상의 경우 2009년 10월 기준으로 DC형제도 도입 기업중 4,000개 이상 기업이 동 상품에 자산운용하고 있다.³¹⁾ 동 상품은 예컨대

손보재팬이 자산관리기관과 상품제공회사로서 퇴직연금사업을 하면서 DC형 상해보험을 자체적으로 조달할 수 있으며, 손보재팬이 다른 자산관리기관(금융회사)에 동 상품을 운용상품으로 제공할 수도 있다.

또한 DC형 상해보험은 퇴직연금 적립금의 운용상품으로 적립형상해보험에 투자한 DC형 퇴직연금 가입 근로자가 상해를 원인으로 사망할 경우 사망보험금을 지급하는 등 근로자가 자산증식과 보장성보험을 동시에 활용할 수 있는 특징이 있다. 동 상품은 보험기간 5년의 상품의 경우 각출시 적용된 이율을 보증기간만료일 5년까지 보증하며, 한번 설정된 보증이율은 5년 보증기간 중에 변경되지 않는다.

<그림 III-23> DC형 상해보험 상품구조



또한, 상해에 의한 사망시 10% 할증된 보험금을 지급하며, 중도퇴직 또는 다른 운용상품으로의 이전을 이유로 보험기간 중에 해약할지라도 원금은 보증되는 원금보증형 상품이다. 매월 각출시 적용되는 예정이율은 각출시의 금리추이 등을 결정되는 금리민감도가 높은 상품이며, 적용되는 가입자이율은 보험기간 중 보증되고 보험기간만료시의 만기환급금은 각출시에 적용되는 가입자이율에 근거하여 계산되는 이율보증형 형태로 설계되어 있다.³²⁾

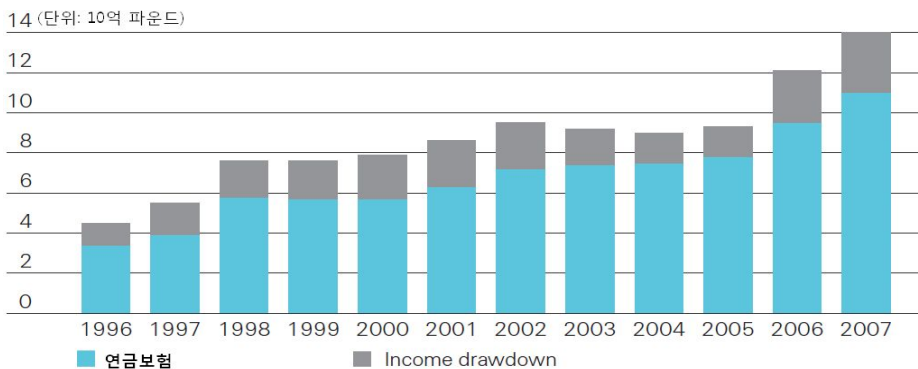
31) 新日本保險新聞(2009.10.8) 기사
 32) 株式會社損害保險ジャパン(2009.10), pp.1~4.

다) 영국

영국의 은퇴후 연금시장은 연금보험과 퇴직자산에서 일정금액씩 인출할 수 있는 소득인출(income drawdown)상품으로 구성되어 있다. 영국의 은퇴후 연금 시장은 1996년 이후 3배 이상 성장하여 2007년에는 140억 파운드 규모이며, 이러한 성장 추세가 지속되고 있다. 이러한 연금시장의 성장은 인구의 고령화와 확정급부형제도에서 확정기여형제도로의 수요 이동과 공적연금에 대한 정부의 지원 축소 등이 주요요인으로 작용하고 있다. 이와 관련 Watson Wyatt의 연금 컨설팅 사업부는 영국의 은퇴시장이 향후 5년 이내에 두 배 이상 증가할 것으로 보고 있다.

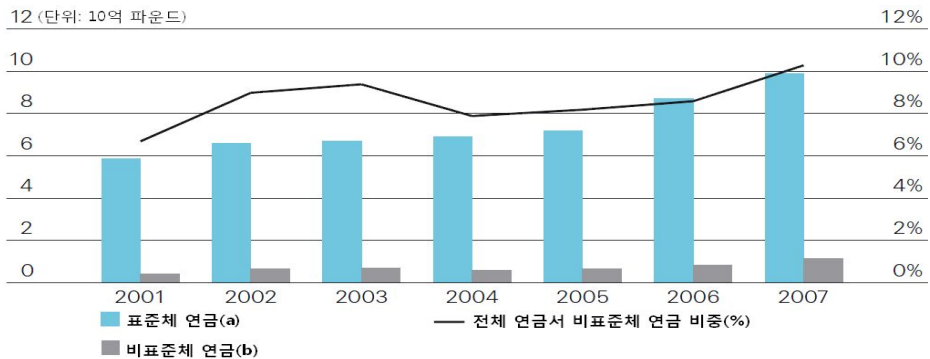
이처럼 연금보험은 영국의 은퇴시장에서 대부분을 차지하고 있다. 2007년 신규 보험료가 110억 파운드에 달하여 전세계 즉시연금(immediate annuities) 시장에서 40%의 비중을 차지하는 등 세계 최대의 시장을 형성하고 있다. 소득인출(income drawdown)상품은 2007년 30억 파운드의 수입보험료 실적을 거두고 있으며, 퇴직자는 다양한 금융자산에 투자한 연금저축을 그대로 일시납 연금에 가입하여 최고 75세까지 연금수급을 연장할 수 있다. 일반적인 연금상품보다 리스크가 크기 때문에 소득인출상품은 투자리스크에 대한 부담을 질 수 있는 계층은 제한적이다.

<그림 III-24> 은퇴후 연금상품 추이(일시납 연금)



특히 영국 보험회사들은 평균적인 가입자보다 기대여명이 낮을 것으로 예상되는 사람들(주로 장애인, 심장 질환자, 흡연 관련 질환자 등)에게 유리한 연금 급여를 지급하는 방식인 표준하체 연금(enhanced and impaired annuities), 즉 강화형 연금을 2004년부터 취급하고 있다. 표준하체 연금은 건강상태에 따른 위험도를 달리 적용하므로 종신연금의 경우 평균수명 이하의 가입자에 연금보험료가 상대적으로 저렴한 장점이 있다.

<그림 III-25> 표준체 · 표준하체 연금



자료: Association of British Insurers; Watson Wyatt

2004~2007년 동안 표준하체 연금의 수입보험료는 거의 2배 성장하여 2007년에는 11억 파운드를 기록하여 전체 연금 시장(pension annuity)에서 동 상품이 차지하는 비중이 종전의 8%에서 10%로 높아졌으며 향후에도 높아질 것으로 예상하고 있다. 미국의 경우도 LIMRA 조사에 의하면 2004년 기준으로 표준하체 연금의 수입보험료는 5억 8천만 달러에 달하며 2000년 이후 6배의 성장세를 보이고 있다.

다. 성장 가능영역

우리나라는 이미 2000년에 고령화 사회로 진입했으며, 2018년에는 고령사회,

2026년에는 초고령사회로 진입할 것으로 보여 사회·경제적으로 많은 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다.

<표 III-63> 고령화 진전과 노년부양비 전망

(단위 : %)

	2000	2010	2020	2030	2040	2050
덴마크	25.5	29.6	35.7	42.0	47.0	43.7
독일	28.0	34.1	38.6	50.3	57.0	56.1
스페인	28.7	30.7	35.2	44.7	59.8	68.7
프랑스	28.5	29.5	38.1	46.4	52.1	53.2
이탈리아	30.7	35.5	42.1	52.9	67.8	69.7
네덜란드	23.1	26.2	34.7	44.2	50.1	46.9
오스트리아	26.3	30.1	34.5	47.0	57.0	57.7
포르투갈	26.7	28.5	32.2	37.2	46.3	50.9
스웨덴	30.9	33.8	39.8	45.4	48.9	48.5
영국	27.8	28.5	33.9	43.1	49.1	55.9
한국	11.4	14.7	23.1	38.5	55.7	67.5

주 : 노년부양비 = (65세 이상 인구 / 15-64세 인구) × 100

자료 : 류건식, 「고령화리스크와 노후소득대책」, 보험연구원국제세미나, 2008.6.

65세 이상 고령인구의 비율은 2000년 7.2%에서 2018년 및 2026년에는 각각 14.3%, 20.8%로 추계되고 있다. 또한 노년부양비는 2000년 11.4% (생산가능인구 8.7명이 노인 1명 부양)에서 2050년에 스페인, 이탈리아 다음으로 높은 67.5%(생산가능인구 1.48명이 노인 1명 부양) 수준으로 급증할 것으로 보인다. 이와 같은 고령화에 따른 노인인구비율 증가 및 공적연금수급자 급증 등으로 인해 심각한 연금재정위기 상황에 내몰릴 위험요인이 존재하고 있다. 우리나라도 인구구조상 고령화 단계가 2단계로 근접하고 있으나 고령화의 속도가 빨라 공적연금의 재정위기는 사회적 문제로 대두될 것으로 보인다. 즉 공적연금의 보험료가 24.6%에 이르는 고령화 3단계에 이르면 연금재정은 이미 상당규모(약 20%)의 적자로 돌아서 제도 자체가 지속가능하지 않게 될 것이다.

<표 III-64> 고령화 단계와 공적연금의 재정 부담

(단위 : %)

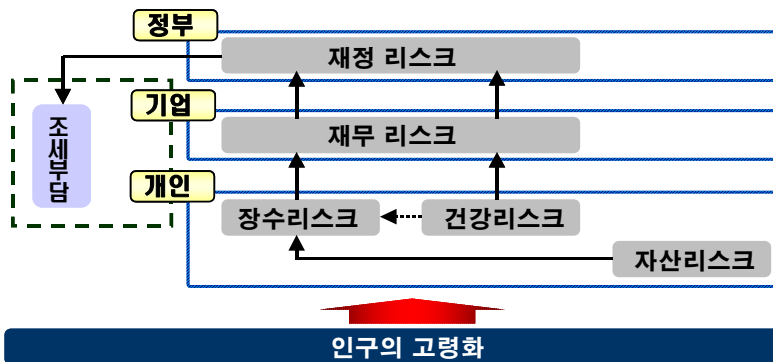
고령화 단계	부양비/노령인구	공적연금 보험요율	가입비율	연금재정	연금부채
1단계	5.7	8.0	15.7	47.1	5
2단계	8.5	13.7	45.4	34.9	40
3단계	18.9	24.6	89.4	-19.6	150
한국	11.4	9.0	39.0	43.9	25

- 주 : 1) 연금재정은 연금기여액에서 연금지출액을 차감한 금액 비율
 2) 현재각국이 채택하고 있는 연금제도로부터 보장되는 급여의 현재가치 비율
 3) 전 세계 90개국 이상의 국가들을 인구고령화의 정도에 따라서 3단계로 분류하고 그에 따른 공적연금 보험료와 연금재정 및 연금부채
 4) 단계기준은 노령인구 대비 부양비 기준임.

자료 : World Bank Report, "Averting the Old Age Crisis: Policies to Protect the Old and Promote Growth", Oxford University Press, 2000.

이와 같은 고령화 영향을 개인과 기업, 정부 등 개별 시장주체들이 노출되어 있는 리스크 관점에서 보면, 먼저 개인은 고령화에 따라 장수, 건강, 자산 리스크에 노출되어 있다.

<그림 III-26> 고령화에 따른 고령화리스크 발생구조



기업은 근로자에 대한 퇴직연금과 같은 노후보장프로그램으로 인해 재무 리스크에 직면하며, 정부는 개인과 기업의 고령화 리스크에 대한 최종 대부자(last resort) 역할을 포함하여 재정지출의 급증이라는 재정 리스크에 직면하게 된다.

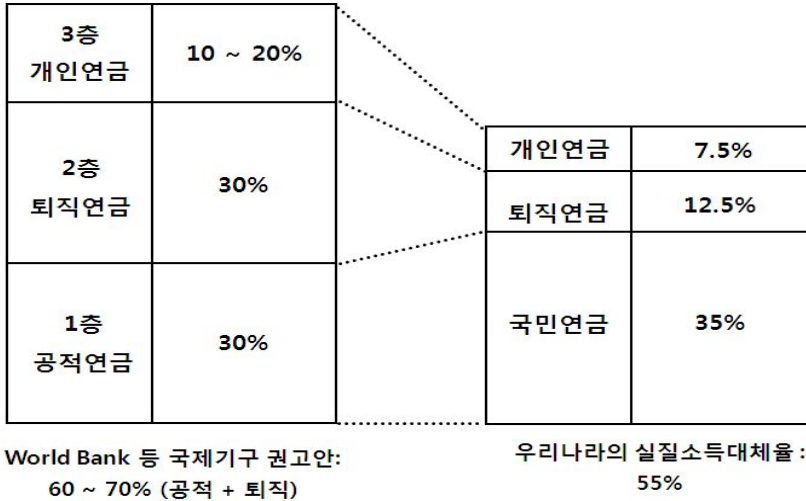
즉 고령화에 따른 정부의 재정리스크 증대, 개인의 장수리스크 증대 등으로 고령화리스크에 대한 대비가 절실히 요구되고 있다. 그 이유는 공적연금의 수급자 급증으로 인한 정부의 재정부담은 가중되는 반면, 기대수명 증대 등으로 인한 개인의 장수리스크는 증대될 것이 때문이다.

이에 따라 정부는 OECD 주요국처럼 공적연금의 노후소득보장기능을 축소하는 대신 사적연금의 노후소득보장기능을 제고하는 방향으로 노후소득보장체계를 개선하여 재정리스크를 감소하고자 할 것으로 보인다. 즉 정부의 재정리스크 최소화에 따른 공적연금의 노후소득 보장기능 감소분은 민영보험사의 연금보험을 비롯한 사적연금으로 대체될 것으로 보여 사적연금의 수요증대가 예상되고 있다.

따라서 보험회사는 개인의 장수리스크를 대비하기 위해 퇴직연금 및 사적연금 등의 노후소득보장제도의 개선과 다양한 연금상품의 개발을 이루어야 할 것이다. 실제 표준근로자를 대상으로 사적연금에 의한 노후소득보장수준을 분석하면 사적연금의 예상 소득대체율은 약 20% 수준인 것으로 나타나 OECD가 권고하는 사적연금 소득대체율 40%대와 차이가 존재하고 있다.

실제 근로기간 35년 가입시의 퇴직연금과 개인연금의 예상소득대체율은 각각 12.5%, 7.5%인 것으로 분석되어 우선적으로 사적연금제도(퇴직+개인연금)의 활성화를 통한 사회보장적 기능 제고가 요구되고 있다. 또한 표준근로자의 예상소득대체율과 OECD 등 국제기구에서 권고하는 소득대체율의 차이, 즉 갭(Gap)을 보전하기 위해 보험회사는 새로운 연금상품 개발이 적극적으로 이루어져야 할 것으로 보인다.

<그림 III-27> 연금제도에 의한 노후소득보장 효과(표준근로자)



자료 : 류건식, 『사적연금의 노후소득보장기능 제고방안』, 보험연구원, 2009.3.

그럼에도 보험회사는 개인의 장수리스크 관리를 위한 연금상품의 활용과 퇴직연금 등 사적연금제도에서 보험회사의 역할이 미흡한 실정이다. 이에 따라 보험회사는 고객의 니드변화를 고려한 연금상품 개발 등을 통해 고령화 리스크를 관리한다고 하는 고령화리스크 인수자로서의 역할이 필요한 시점이다. 즉 보험회사는 개인연금 및 퇴직연금 등 노후소득보장제도에서 은행 등 타금융권과 차별화된 서비스 및 상품 제시와 고령화 환경을 고려한 새로운 연금상품 개발이 이루어져야 할 것이다.

이러한 측면에서 볼 때 우선 보험회사는 개인연금 및 퇴직연금 등 사적연금 시장에서의 성장기반 마련이 요구된다. 즉 퇴직연금서비스의 차별화, DC형 상해보험 도입, IRA형 연금보험 개발 등을 통해 사적연금시장에서의 보험회사 경쟁력을 보다 제고할 필요성이 있다.

<표 III-65> 사적 연금시장의 규모 비교 (사적연금자산/GDP)

미국	영국	일본	우리나라
98.9	70.1	23.4	5.52

주 : 1) 사적연금 자산 : 개인연금(민영연금제외) 및 퇴직연금자산의 합
 2) 주요국은 2007년 기준, 우리나라는 2008기준

그 이유는 고령화에 따른 사적연금시장의 규모증대 예상에도 불구하고(<표 III-65> 참조), 고령화리스크관리자로서의 보험회사 역할이 제대로 작동하고 있지 않았기 때문이다. 특히 퇴직연금 적립금 규모는 2015년에 약 88조 8천억 원에 이를 것으로 추정(<표 III-66>참조)됨에 따라 보험회사는 운용능력을 보다 차별화하여 신성장 동력시장으로 적극 활용할 필요가 있다.

<표 III-66> 연도별 퇴직연금시장 예상규모

(단위 : 명, 백만 원)

연도	가입자수	적립금액	연도	가입자수	적립금액
2010	3,199,444	23,287,791	2013	4,233,661	56,813,244
2011	3,541,629	32,789,137	2014	4,583,240	71,782,472
2012	3,886,351	43,904,275	2015	4,934,785	88,815,710

자료 : 미래에셋 퇴직연금연구소, 『퇴직연금시장 중장기 전망』, 2007.11.

또한 보험회사는 민영연금시장에서의 역할제고차원에서 강화형 연금개발 활성화, 자산연계형 연금 개발(변액연금 차별화), 즉시연금에의 가입유도, 연금지급 방식의 다양화 노력이 필요하다. 그 이유는 <표 III-67>에서 보는 바와 같이 미국 등 선진국에 비해 상대적으로 민영 연금시장의 활성화가 미흡하기 때문이다.

<표 III-67> 민영 연금시장 규모 (생명보험사기준)

(단위 : %)

미국	영국	일본	우리나라
31.6	28.9	26.1	25.3

주 : 1) 민영연금은 생명보험사에서 판매하고 있는 연금기준
 2) 미국·일본은 2007년(영국 2006년)기준, 우리나라는 2008년 기준

라. 성장방안

1) 퇴직연금 운용능력 차별화

가) 현황

2009년 9월말 현재 퇴직연금 적립액은 9조 1,047억 원이며, 전체 5인 이상 사업장의 12.0%인 518,716개소가 퇴직연금에 가입한 것으로 나타나 시장규모면에서는 양적 확대를 이루고 있다. 제도별 적립은 확정급여형(이하 DB형) 퇴직연금이 전체 적립금에서 64.4%의 비중을 차지하여 적립금 비중이 가장 높고, 다음으로 확정기여형(이하 DC형) 퇴직연금이 26.7%, 개인퇴직계좌(IRA)³³⁾가 8.9%의 순으로 높게 나타나고 있다. 금융권역별 적립은 은행이 전체 적립금에서 52.5%의 비중을 차지하여 적립금 비중이 가장 높고, 다음으로 보험사가 35.0%, 증권사가 12.5%의 순으로 높게 나타나고 있다(<표 III-68> 참조).

다음으로 퇴직연금사업자별 적립금 운용실태를 보면 원리금보장형은 은행, 보험, 증권 순으로, 실적배당형은 은행, 증권, 보험 순으로 운용비중이 높은 것으로 나타내고 있다. 특히 실적배당형 상품의 적립금 운용 비중은 보험권 <은행권 <증권사 순으로 높게 나타나, 상대적으로 증권사는 실적배당형 상품중심의 운용에 초점을 맞추고 있다(<표 III-69> 참조).

33) IRA기업형 및 IRA개인형은 근로자 퇴직급여보장법 개정으로 개인형 퇴직연금 제도로 일원화될 예정이다.

<표 III-68> 퇴직연금 사업자별 적립금(2009년 9월말 기준)

(단위 : 억 원, %)

권역	DB형		DC형		IRA기업형		IRA개인형		전체		
	금액	비중 ¹⁾	금액	비중 ¹⁾	금액	비중 ¹⁾	금액	비중 ¹⁾	금액	비중 ²⁾	
적립금	58,653	64.4	24,268	26.7	3,073	3.4	5,053	5.5	91,047	100.0	
금융권역	은행	27,576	57.7	13,818	28.9	2,998	6.3	3,378	7.1	47,770	52.5
	생보	21,701	81.6	3,585	13.5	58	0.2	1,242	4.7	26,586	29.2
	손보	4,018	75.7	1,121	21.1	8	0.1	164	3.1	5,311	5.8
	증권	5,358	47.1	5,744	50.5	9	0.1	269	2.3	11,380	12.5

주 : 비중1)은 권역 내에서의 비중, 비중2)는 권역간 비중
 자료 : 금융감독원

<표 III-69> 퇴직연금사업자별 적립금 운용실태

(단위 : 십억 원)

구분		2005.12	2006.12	2007.12	2008.12	2009.9
원리금 보장형	보험	5	355	1,102	2,491	3,003
	은행	2	198	767	2,618	4,147
	증권	0.1	12	59	313	598
소계		7 (44.2%)	564 (74.6%)	1,928 (70.0%)	5,422 (82.0%)	7,747 (85.1%)
실적 배당형	보험	0.1	6	116	117	173
	은행	0.4	34	196	359	523
	증권	1	39	144	283	444
소계		1 (6.4%)	79 (10.4%)	457 (16.6%)	759 (11.5%)	1,141 (12.5%)
기타	보험	-	48	158	60	14
	은행	7	55	154	186	107
	증권	1	10	59	184	96
기타 합계		8 (49.4%)	113 (15.0%)	370 (13.4%)	431 (6.5%)	217 (2.4%)
합계		16	757	2,755	6,612	9,105

자료 : 금융감독원(각 월호)

실적배당형 상품은 안전성 확보측면에서 채권형 펀드중심으로 운용되고 있는

며, 은행 및 증권의 경우 예적금 중심의 원리금보장상품, 생손보사의 경우 금리 확정형 중심의 원리금보장상품을 운용하고 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 퇴직연금시장에서의 보험회사 경쟁력이 약화되고 있어 차별화된 서비스 전략 및 운용전략의 모색 등을 통해 신성장동력으로서 보험회사의 입지를 보다 강화할 필요성이 존재하고 있다. 현재 퇴직연금 기금 규모 비율이 3.8%에 불과한 제도초기이며 대기업의 퇴직연금 전환이 적극적으로 이루어지고 있지 않다는 점을 감안 할 때 보험회사의 퇴직연금 선점 가능성은 매우 크다고 할 수 있다.

나) 성장 가능성

고령화에 따른 정부의 재정부담 감소예상으로 퇴직연금제도의 성장 가능성은 매우 크며, 상대적으로 다른 금융회사에 비해 연금제도설계 및 컨설팅 능력면에서 우위에 있는 보험회사의 성장 가능성이 존재한다고 할 수 있다. 그 이유는 금융기관의 경쟁패턴이 단기적인 운용성과(수익률)중심에서 운용체계의 질과 서비스중심으로 전환되는 경우 장기성 상품 운용능력이 있는 보험회사의 경쟁력은 제고될 것으로 보인다.

특히 근로자 퇴직급여보장법의 전면개정으로 인해 정량적 평가보다 정성적 평가에 의해 퇴직연금사업자 선정이 이루어지게 되어 장기적으로 새로운 성장동력으로 퇴직연금시장은 자리매김할 가능성이 크다. 또한 개인형 퇴직연금제도 도입 등으로 퇴직연금활성화가 적극적으로 이루어질 것으로 예상되며 확정급여형 퇴직연금에 대한 선호도가 높은 대기업의 퇴직연금가입시, 보험회사의 우위가 예상된다.

2011년부터 퇴직보험의 퇴직연금전환이 시행됨에 따라 대기업, 확정급여형 중심으로의 퇴직연금시장이 개편되고 이는 퇴직연금시장에서의 보험회사 지배력 강화로 이어질 가능성이 있다. 또한 기업 및 근로자의 퇴직연금 서비스에 대한 니즈 증가, 안정적인 자산운용에 대한 필요성 인식 등은 퇴직연금사업자로서 보험회사의 신뢰도를 제고하는 계기로 작용할 것으로 보인다. 미국 등에서는 퇴직연금 서비스의 제공능력에 기초하여 우선적으로 퇴직연금사업자를 선정하는 추세이다. 이와 같은 근로자 및 기업의 인식변화는 퇴직연금시장에서의

보험회사 경쟁력 우위로 이어질 가능성이 있다.

다) 성장전략

퇴직연금시장에서 보험사가 보다 경쟁력을 강화하기 위해서는 무엇보다도 퇴직연금 운용관련 서비스 및 질의 차별화가 요구된다. 즉 운용관리업무 및 자산관리업무 등과 관련된 서비스, 즉 투자교육서비스, 제도설계서비스, 컨설팅 제공서비스 등을 다른 금융회사와 보다 차별화할 필요성이 있다. 즉 확정기여형 퇴직연금, 확정급여형 퇴직연금 등 퇴직연금 유형별에 따른 서비스를 기업별, 근로자별 등 고객계층별로 체계적으로 제공할 필요가 있다.

둘째, 라이프사이클에 따른 맞춤형 퇴직연금 운용상품이 적절히 제시될 수 있도록 상품설계능력의 제고가 필요하다. 즉 다른 금융회사와의 전략적 제휴 등을 통해 타사 상품을 보험회사들이 제공하는 상품메뉴에 포함시키고 다양한 종류의 운용상품을 근로자에게 제공하는 상품라인업 확대전략이 절실히 요구된다. 또한 자산운용사 등 관련 자회사를 통해 각종 투자상품을 판매하고 전략적 제휴에 의해 타 금융기관의 뮤추얼 펀드 등을 옵션으로 제공하는 전략 또한 필요하다.

셋째, 개인형 퇴직연금제도 도입 등을 감안하여 중소기업 및 자영업자 등을 대상으로 한 일괄서비스체계 구축이 요구된다. 이를 위해서는 보험설계사 등이 보유하고 있는 가망고객을 대상으로 가입권유를 유도하기 위한 보험설계사중심의 전국 퇴직연금 판매망 구축이 체계적으로 이루어질 필요가 있다.

넷째, 퇴직연금 설계를 위한 퇴직연금 시스템의 체계적 정비가 있어야 할 것이다. 그 이유는 사용자 및 근로자의 상품선택폭이 점점 넓어짐에 따라, 이에 부응한 연금제도 설계와 다양한 시스템체계(확정급여형 및 확정기여형을 결합한 복수퇴직연금 시스템 등) 정비가 요구되기 때문이다. 특히 연합형 확정기여제도 도입 등 퇴직연금 지배구조의 변화에 따른 퇴직연금 가입형태 변화와 연계된 시스템도입 및 개발도 적극 이루어져야 할 것이다.

이와 더불어 운용능력 제고를 위한 전문인력의 양성 및 확충이 요구된다. 즉 확정급여형 적립금의 적정성을 검증할 수 있는 연금수리 및 회계전문가 양성을

통해 확정급여형 퇴직연금시장에서의 차별성을 강화시켜 나가야 할 것이다.

2) DC형 상해보험 개발

가) 현황

현재 확정기여형 퇴직연금에 가입하는 근로자는 원리금보장상품, 이율보증상품, 실적배당상품 등을 자율적으로 선택할 수 있어 투자운용에 따른 투자리스크에 노출되어 있다.

또한 퇴직연금제도는 원칙적으로 은퇴이후의 노후대비를 목적으로 하고 있는 노후소득 보장제도이므로 제공되는 퇴직연금 운용상품에 건강 및 상해 관련 부문이 포함되지 않아 근로자의 건강 및 보장리스크가 적절히 관리되기 어려운 실정이다. 즉 확정기여형 퇴직연금에 보장성 부문이 존재하지 않아 상해시 보험금이 지급되지 않는 형태로 되어 있다. 이외는 달리 일본 등 선진국은 보험회사가 DC형 상해보험을 개발하여 근로자에 제공함으로써 퇴직연금을 가입한 근로자에게도 상해를 담보로 보험금을 지급하고 있다. 즉 손해보험사 특성을 고려한 퇴직연금상품을 적절히 개발하여 퇴직연금시장에서 손해보험사의 경쟁력을 제고하고 있다.

나) 성장 가능성

우리나라의 퇴직연금제도에서는 DC형 상해보험 상품 형태로 상품이 개발되고 있지 않아 보장성을 가미한 DC형 퇴직연금제도가 도입·판매되는 경우 손해보험사의 경쟁력은 한층 제고될 것으로 보인다. 즉 다른 금융회사와 차별화된 퇴직연금 상품을 근로자에게 제공함으로써 퇴직연금시장에서 상품경쟁력은 강화될 것이다. 그 이유는 근로자가 급격하고 우연한 외래사고에 의해 신체에 상해를 입고, 그 직접적인 결과로 사망시, 보험금을 지급하는 DC형 상해보험을 원리금보장 운용상품으로 제공하는 경우 근로자의 니즈는 증대될 것이기 때문이다. 또한 근로자는 퇴직연금가입을 통해 장수 및 건강리스크 등과 같은 개인

의 고령화리스크를 통합관리할 수 있어 DC형 상해보험시장의 성장은 활발히 이루어질 것으로 보인다.

다) 성장전략

확정기여형 퇴직연금의 원리금 보장 운용상품에 상해에 의해 사망하는 경우 보험금지급을 이루어질 수 있는 보험기능 가미형 원리금 보장상품 개발이 요구된다. 예를 들면 일본의 DC형 상해보험처럼 이율이 5년마다 보증되고 만기 및 중도해약시 원금이 확보될 수 있도록 설계하되, 상해에 의한 사망시 10% 할증한 보험금을 지급하는 방안 등을 검토할 필요가 있다. 즉 은행 등 다른 금융회사와의 상품경쟁력 제고차원에서 근로자의 상해리스크를 담보할 수 있는 DC형 상해보험을 개발·제공되어야 할 것이다.

이를 위해 ① 해약시 원리금이 확보되도록 안전성이 높은 상품으로 설계(저축기능)하되, 보험기능을 어느 정도 가미하는 것이 필요하며 ② 중도퇴직 또는 다른 운용상품으로의 이전을 이유로 보험기간중에 해약할지라도 원금은 보증되는 『원금보증형』 상품으로 설계하고 ③ 매월 각출시 적용되는 예정이율은 각출시의 금리추이 등을 결정되는 『금리민감도가 높은 상품』으로 설계할 필요가 있다. 즉 적용되는 가입자이율은 보험기간 중 보증되고 보험기간만료시의 만기환급금은 각출시에 적용되는 가입자이율에 근거하여 계산되는 『이율보증형』 상품형태로 설계될 필요가 있다. 예를 들어 부상 등에 의한 사망의 경우 사고시점의 잔고에 어느 정도(예:10%) 증가한 금액을 보험금(사망일시금)으로 지급하는 『상해보험』 형태가 바람직하다. 이 경우 초기에는 퇴직연금시장에 진출하고 있는 손해보험사 공동의 컨소시엄형태로 상품을 개발하는 방안을 고려할 필요가 있다.

3) 강화형 연금 활성화

가) 현황

영국의 Britannic Retirement Solution사는 강화형 연금보험을 개발하고 Stalwart Assurance사는 흡연자에게 더 많은 연금을 지급하는 상품을 개발하였는데, 1995년 이후 강화형 연금시장이 크게 발전하고 있는 추세를 보이고 있다. 이는 강화형 연금에 가입할 수 있는 자격이 있는 건강상태가 범주가 암, 당뇨, 천식, 심장병, 폐기종, 과체중, 파킨슨병, 고콜레스테롤, 흡연 등으로 보다 확대되었기 때문이다. 이처럼 특정영역에 대해 특화된 연금상품을 공급함으로써 개인의 니즈에 맞추어진 서비스를 제공할 수 있다는 데에 의의가 있다. 실제 영국의 경우 전체인구의 20%가 과체중이며, 27%는 흡연자이고 5%는 당뇨상태로 현재 3%가 강화형 연금보험을 구매하고 있으나 잠재적으로는 인구의 40% 정도가 가입할 자격이 존재할 것으로 예상되고 있어 성장가능성을 매우 높게 보고 있다. 이와는 달리 우리나라의 경우 현재 나쁜 생활습관으로 인해 건강상태가 양호하지 못한 사람들을 대상으로 연금급부를 증가시킨 강화형 연금 (enhanced annuity³⁴, impaired annuity³⁵)은 적극적으로 개발되지 않고 있는 상황이라 할 수 있다.

나) 성장 가능성

건강에 대한 국민의 관심이 점점 높아지고 고령화로 인해 개인의 건강리스크가 점점 증대하기 마련이어서 장래에 많은 사람들이 이런 유형의 연금에 가입할 가능성은 크다할 수 있다. 그 이유는 연금보험의 사각지대라 할 수 있는 고객층까지 연금보험의 가입대상에 포함시킴으로써 기존 연금보험과 차별성을 도모하기 때문이다. 다만 많은 사람들이 강화형 연금 구매시, 전통형 연금을 공

34) enhanced annuity는 심각한 정도는 아니지만 평균수명을 단축할 수 있는 1개 이상의 건강상태나 생활습관을 갖고 있는 사람을 대상으로 하며, 특별한 건강진단이 불필요하다.

35) impaired annuity는 심장병, 암, 뇌졸중 등 5년 정도의 평균수명을 단축시킬 수 있는 건강상태나 생활습관을 가지고 있는 사람을 대상으로 하며, 사전에 충분한 건강진단이 필요하다.

급한 보험회사의 경우 사차의 감소로 이어질 가능성은 존재할 수 있다.

그럼에도 특정한 영역에 대한 특화된 상품을 제공하고 서비스를 추가하는 경우 연금보험의 가입률 증대로 이어질 것으로 보인다. 그 이유는 산업사회의 분화 등으로 업무의 특성(직업적인 특성) 및 생활 습관에 기초한 강화형 연금보험의 수요는 증대될 것이기 때문이다. 또한 위험도가 높은 사람들을 대상으로 연금보험이 개발되는 경우 사회 안정망 역할을 보험회사가 담당하는 기능을 하게 됨으로써 이들 시장의 성장은 꾸준히 이어질 가능성이 있다.

다) 성장전략

우선 국민의 건강상태 및 고객의 니즈조사에 기초한 상품개발 방향이 체계적으로 모색될 필요가 있다. 즉 현재 국민의 건강상태를 종합적으로 평가하여 시장의 성장가능성을 사전적으로 검토할 필요성이 있으며, 고객의 니즈 변화 등을 통해 보험가입 대상에 포함시킬 것인가 여부를 판단하는 것이 요구된다.

또한 건강상태가 양호하지 못한 사람들에 대한 언더라이팅 능력을 보다 강화하여야 할 것이다. 즉 건강상태별 리스크세분화를 통해 적절한 가격산정이 이루어지도록 언더라이팅 능력을 강화하고 건강체를 대상으로 한 기존 연금보험 시장에 미칠 수 있는 영향분석이 사전에 적절히 수행되어야 할 것이다.

이와 더불어 건강상태별, 직업 및 직종별 등으로 연금시장의 세분화가 추진되어야 할 것이다. 즉 고객의 건강상태, 직업 등을 고려하여 시장을 보다 세분화하고 이를 토대로 상품개발 및 마케팅 방안 모색이 요구된다.

4) IRA형 연금상품 도입

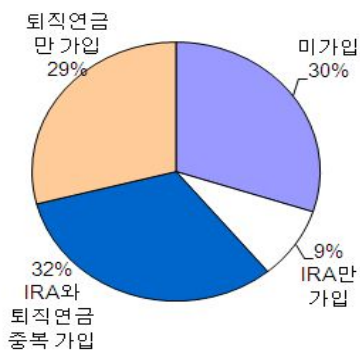
가) 현황

미국 등은 기존 전통형 개인연금상품 외에 Traditional IRA, Roth IRA³⁶⁾,

36) Roth IRA는 미국 상원의원이었던 William V. Roth, Jr.의 이름에서 유래된 제도로 일정

SEP(Simplified Employee Pension)³⁷⁾ IRA, SIMPLE(Savings Incentive Match Plan for Employees) IRA³⁸⁾ 등 다양한 종류의 개인연금을 상품화·제도화하고 있다. 즉 IRA제도 도입 이후 다양한 형태의 IRA가 개발 및 도입되는 등 지속적인 제도 개선을 통해 활성화되고 있다.

<그림 III-28> 미국 가계의 IRA 가입 현황



자료 : ICI, *The Role of IRAs in U.S. Households' Saving for Retirement*, 2008, 2009.1

특히 퇴직연금 가입 대상이 아닌 근로자에게 노후자금 마련의 기회를 제공하고, 직장 이동시 퇴직연금의 세제혜택을 유지하면서 적립금을 전환할 수 있는 제도적 장치 마련을 위해 IRA제도를 도입하고 있다. 즉 기업이 근로자에게 IRA를 제공하는 SEP을 1978년 도입하고, 1996년에는 SIMPLE IRA, 1997년에는 Roth IRA제도 등의 IRA제도를 도입·운용하고 있다. 미국의 IRA 적립금 규모는 4조 5천억 달러로 전체 은퇴 자산시장의 약 25%를 차지하며, 은퇴자금의 주

액 이상의 고소득자가 전통형 IRA에서 소득공제혜택을 받지 못할 경우에 활용하며, 보험료 소득공제혜택이 없으나, 운용시 및 수령시 비과세 혜택 부여(단, 5년 경과시 비과세)하는 것을 말한다.

37) SEP(Simplified Pension)는 기업이 IRA의 보험료를 각출하는 방식으로 각출 수준을 매년 조정 가능하다.

38) SIMPLE(Savings Incentive Match Plan for Employee) IRA는 100명 이하의 영세기업의 노·사 쌍방이 보험료를 분담하여 각출할 수 있는 방식이다.

요한 수단으로 활용되고 있다. 미국 전체 가계의 70% 정도가 퇴직연금에 가입하고 있을 뿐만 아니라 전체 가계의 41%가 1개 이상의 IRA제도에 가입하고 있다. 다양한 IRA제도가 존재하고 가입요건에 대한 제약이 적기 때문에 퇴직연금과 IRA제도에 중복하여 가입이 가능하며, 그 비율이 전체 가계에서 30%에 이르고 있다. 현재 4,730만 가계가 1개 이상의 IRA에 가입하고 있으며, 제도 유형별로는 전통형 IRA의 가입 비중이 높고, Roth IRA, 사용자 보조 IRA의 순으로 가입비중이 높게 나타나고 있다.

<표 III-70> 미국 IRA 유형별 가입자 추이

(단위 : 백만 가구, %)

	IRA 전체1	전통형 IRA	Roth IRA	기업형 IRA
2000	38.0[35.7]	30.5(28.7)	9.8(9.2)	7.2(6.8)
2002	38.0[34.8]	30.8(28.2)	11.8(10.8)	8.4(7.7)
2004	40.9[36.5]	33.2(29.6)	13.0(11.6)	9.0(8.0)
2006	43.8[38.3]	36.3(31.7)	15.3(13.4)	8.8(7.7)
2007	46.2[39.8]	37.7(32.5)	17.3(14.9)	9.2(7.9)
2008	47.3[40.5]	37.5(32.1)	18.6(15.9)	10.0(8.6)

주 : 1) 1개 이상의 IRA에 가입한 미국 가계수

2) [] 복수응답을 포함한 비중, () 안은 비중

자료 : Investment Company Institute

나) 성장 가능성

우리나라에 다양한 IRA형 연금보험의 개발이 이루어지는 경우 자영자 및 저소득계층은 노후대비를 위해 IRA형 연금보험에 적극 가입할 가능성이 클 것으로 보인다. 그 이유는 자영업자 및 저소득층 계층을 위한 IRA형 연금보험이 제대로 갖추어지고 있지 않아 이들을 기반으로 한 연금보험시장의 활성화가 제대로 이루어지고 있지 않기 때문이다. 이에 따라 다양한 IRA형 연금보험이 도입되는 경우 개인의 고령화리스크인 장수리스크 관리차원에서 이들 연금보험

수요 증대가 예상된다. 특히 IRA형 연금보험 개발을 위해 정부의 정책지원이 적극적으로 이루어지는 경우 이는 사적연금시장의 확대로 이어지고 보험회사의 신성장동력으로 자리매김할 것으로 보인다. 이러한 IRA형 연금보험 개발은 어느 정도 정부의 정책적 지원이 전제되어야 가능하기 때문에 장기적으로는 정부의 재정리스크 감소차원에서 사적연금의 활성화 대책이 모색될 필요가 있다. 이 경우 퇴직연금제도의 사각지대에 있는 사람들의 가입이 가능하여 IRA형 연금보험 시장의 성장이 예상된다.

다) 성장전략

미국 사례와 같이 다양한 형태의 IRA제도 개발 및 도입을 통해 가입자의 세분화된 니즈에 의한 노후소득 보장 기능을 제공할 필요가 있다. 우리나라의 경우 개인형과 10인 미만 사업장을 대상으로 한 IRA제도만이 존재하므로 향후 미국의 사례와 같이 중상층 및 고소득층, 사업장의 규모별 등 가입자 및 사용자의 특성을 고려한 다양한 형태의 IRA제도의 도입을 통해 안정된 노후소득 보장을 지원할 필요가 있다.

따라서 IRA제도의 가입대상을 특수형태근로종사자를 포함한 자영업자, 배우자, 특수직 공무원 등으로 점진적으로 확대하여 전체 납세자로 확대할 필요가 있다, 현재 자영업자의 비중이 OECD국가의 평균인 16%의 두 배 수준인 32.8%에 이르지만 특수직형태근로종사자 등에 대한 노후소득 보장 장치가 부족한 실정이라는 점이 감안되어야 할 것이다. 따라서 단기적으로 일본처럼 자영업자 및 사립 교원 등으로 확대할 필요성이 있으며, 장기적으로 미국의 사례와 같이 배우자, 공무원 등으로 확대하여 이들 계층에 대한 노후소득 보장 장치를 다양화 하는 방향으로 검토할 필요성이 존재한다.

또한 불입액 추가 납입 허용에 대한 법률 개정에 대비하여 근로자 및 자영업자 등이 개인의 현금흐름에 따라 추가 납입하여 각출을 조정할 수 있도록 하는 대책이 요구된다. 근퇴법 개정안에는 추가 납입을 근로자(DB·DC형의 가입자로서 자기의 부담으로 IRA제도를 추가로 설정하려는 사람)로 제한하고 있어 형평성 차원에서 자영업자 등을 대상에 포함할 필요가 있다.

이와 더불어 퇴직연금 납입액에 대한 소득공제제도를 개인연금과 분리 운영하여 불입액 추가 납입 허용에 대한 법률 개정에 대비할 필요가 있다. 단기적으로는 연금 납입액 소득공제제도를 퇴직연금과 개인연금으로 분리하거나 일본처럼 근로자와 자영업자로 분리하는 것이 바람직하며, 장기적으로는 미국처럼 부부, 배우자, 연령별 등 가입자 특성에 따른 소득공제체계를 도입하는 등 과세체계의 재검토가 요구된다.

4. 건강보험 영역³⁹⁾

가. 성장 추이

건강보험은 질병 및 상해로 인한 의료비를 보장하는 질병보험과 상해보험, 간병비와 간병시설 이용료 등을 보장하는 장기간병보험, 그리고 질병 및 상해로 인한 소득상실을 보장하는 소득보상보험을 포괄한다. 우리나라 건강보험은 1970년대 부인병보험과 성인병보험을 시작으로 1980년대 말 암보험이 도입되면서 질병보험 중심의 시장이 형성되었으며, 1997년 7월에 생보사 및 손보사에 대해 보험업법상 제3분야(질병 및 상해보험)의 겸영 허용으로 상품개발이 촉진되었다. 그동안 손해보험회사의 영역으로만 간주되어 왔던 실손형 건강보험이 2003년 9월부터는 생명보험회사에게도 단체상해보험과 질병보험이 허용되었으며 2005년 9월부터는 개인보험도 허용되었다.

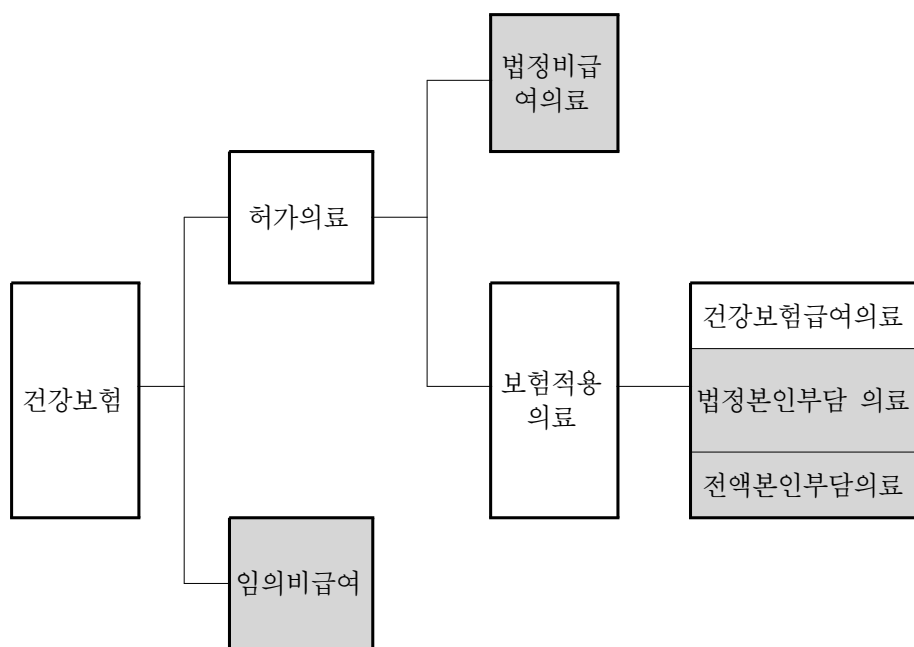
국민건강보험의 본인부담금은 민영건강보험의 보장성과 연계되어 있어 국민건강보험의 보장성 변화는 민영건강보험의 시장확대 또는 축소를 야기한다. 즉, 민영건강보험은 국민건강보험을 보충하는 성격으로 국민건강보험의 보장성이 강화되면 의료소비자의 본인부담금이 감소하여 민영건강보험에 가입하려는 성향 또한 감소하게 되는 것이다.

국민건강보험의 의료서비스는 안전성과 유효성이 확보되었는지 여부에 따라

39) 김대환 산업연구실 부연구위원이 작성하였다.

크게 허가의료와 임의비급여로 구분된다. 허가의료는 다시 건강보험 급여원리에 부합되는 의료인 보험적용의료가 있고 부합되지 않는 의료인 법정비급여의료가 있다. 보험적용의료는 다시 건강보험급여의료, 법정본인부담의료, 전액본인부담의료로 분류된다. 이 중 비급여본인부담의료는 보험적용의료의 전액본인부담의료, 그리고 법정비급여의료와 임의비급여로 구성된다.

<그림 III-29> 국민건강보험 의료서비스 분류체계



주 : 그림에서 회색으로 표시한 부분은 의료소비 시 소비자가 자비로 부담해야 부분이며 실손형 건강보험이 보장하는 부분임.

실손형 건강보험(또는 실손형 개인의료보험)은 국민건강보험이 보장하지 않는 법정본인부담금과 전액본인부담의료, 법정비급여의료, 그리고 임의비급여 의료를 보장한다. 최근 건강보험시장은 국민건강보험이 보장하지 않는 의료비를 보장하는 실손형 건강보험⁴⁰⁾을 중심으로 성장해 왔으며, 이러한 원리로 인해

40) 생보사의 실손형 건강보험은 2008년 5월부터 판매되었다.

국민건강보험의 보장성이 약화되면 민영건강보험시장이 성장하게 된다.

또한 평균수명과 소득이 증가함에 따라 건강에 대한 관심이 증대되어 건강보험시장이 성장하고 있으며, 노후기간이 장기화되어 감에 따라 노후를 건강하게 향유하고 싶은 트렌드가 젊은 층에게까지 확산되면서 당분간 건강보험시장은 지속적으로 확대될 것으로 예상된다.

FY2007 정액형과 실손형을 합한 건강보험시장의 전체 규모는 6조 5천억 원으로 전년 대비 13.5% 증가하였다. FY2007 정액형 보험의 위험보험료 실적은 5조 6천억 원으로 전년대비 10.5% 증가하였고, 실손형 보험의 위험보험료 실적은 9천 2백억 원으로 전년대비 무려 35.8%나 증가했다(<표 III-71> 참조).

<표 III-71> 민영 건강보험의 실적 추이(생손보 전체)

(단위 : 억 원, %)

년도	정액형		실손형		계	
	위험 보험료	증가율	위험 보험료	증가율	위험 보험료	증가율
FY2003	26,694	-	3,596	-	30,290	-
FY2004	31,062	16.36	3,833	6.59	34,895	15.20
FY2005	45,209	45.54	5,232	36.50	50,441	44.55
FY2006	50,768	12.30	6,799	29.95	57,567	14.13
FY2007	56,096	10.49	9,232	35.78	65,328	13.48

자료 : 보험개발원

하지만 건강보험시장의 절대적인 성장에도 불구하고 지급보험금이 위험보험료를 초과하는 문제로 인해 성장이 오히려 위협으로 작용하고 있는 실정이다. 이러한 높은 손해율은 의료비의 절대적인 증가 이외에도 도덕적 해이 및 의료공급자의 유인수요(Induced Demand), 고령화 진전에 따른 의료수요 증가, 고액환자 및 만성질환자의 증가 등에 기인하는 것으로 추정된다. 무엇보다 실손형 건강보험이 주로 1년 만기로 판매되는 주요국과는 달리 80세 또는 100세를 만기로 판매되고 있어 장기적으로 손해율이 악화될 가능성이 높다. 이러한 문제점을 극복하기 위해 위험을 자동갱신특약을 적용하여 수지균형을 맞추고 있

지만, 3년 또는 5년마다 갱신되기 때문에 손해율 정상화에는 한계가 있다.

<표 III-72> 건강보험 경과손해율 추이

(단위 : %)

구분		2003	2004	2005	2006	2007
손보사	실손형	132.0	129.6	115.9	109.8	109.9
	정액형	101.4	97.8	99.6	93.8	94.3
생보사	정액형	94.0	101.4	104.1	106.7	103.7

주 : 1) 생보사의 실손형 건강보험은 2008년 5월부터 판매되어 실손형에 대한 자료는 없음.
 2) 손보사의 경우 건강보험에서 일반보험비중은 4.3%에 불과(위험보험료 기준)하여 장기보험을 기준으로 산출함.

자료 : 보험개발원

현재(2009년 9월 30일) 실손형 건강보험에 가입된 소비자 수를 기준으로 손해보험이 86.3%로 절대적인 우위를 차지하고 있다. 특히, 2008년 5월부터 실손형 건강보험을 판매하기 시작한 생명보험회사의 시장점유율은 5.9%에 불과하여 공제 7.8%보다도 낮은 수준이다.

<표 III-73> 실손형 건강보험 가입건수

(단위 : 만 건)

손해보험	생명보험	공제
2,328(86.3%)	160(5.9%)	210(7.8%)

자료 : 금융위원회

최근에는 의료비 지출의 억제를 위해 실손형 건강보험의 보장성을 정책적으로 축소하고, 보장한도 확대 경쟁에 따른 보험회사의 피해를 예방하고 소비자의 이해도를 제고하기 위해 상품표준화가 시행되었다. 즉, 2009년 10월 1일 이후부터 실손형 건강보험의 담보에 대해 10% 자기부담금이 적용됨과 더불어 손생보 약관이 표준화되었다.

<표 III-74> 실손형 건강보험의 자기부담금 제도 변화

구 분	2009년 10월 이전	현 행
입원	전액 보장	90% 보장 (10% 자기부담)
자기부담한도	없 음	연간 200만 원 (초과시 전액 보장)
보장 제외	항문질환, 치과 등	항문질환, 치매 보장
외 래 (1회당/1일당)	5천원 ~ 1만 원 공제 (보험회사 자율)	· 의원 : 1만 원, 병원 : 1.5만 원, 종합전문병원 : 2만 원 공제
약 제 비 (1건당)		· 8천원 공제

자료 : 금융감독원, “실손 의료보험 표준화 방안”, 2009.9.

나. 주요국 추이

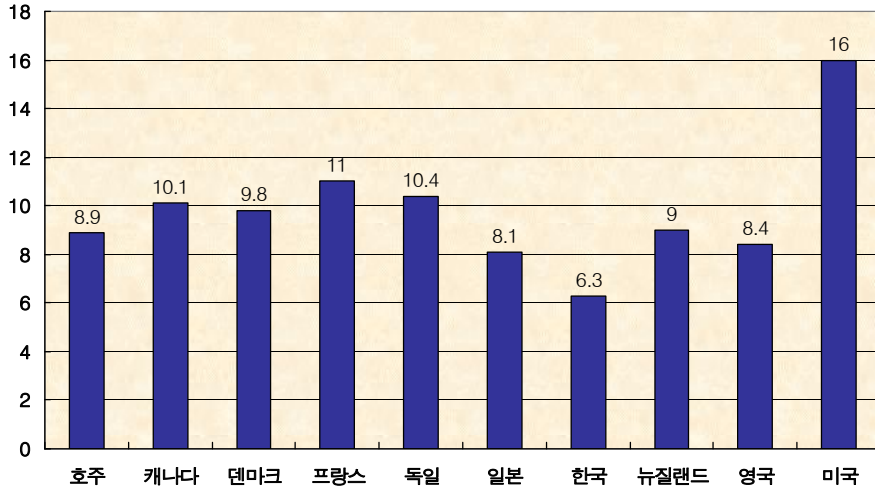
1) 주요국의 의료비 지출 추이

최근 주요국의 건강보험회사들의 주요 관심은 고령화로 인해 증가하는 의료비이며, 이에 따라 증가하는 손해를 관리를 위한 전략적 방법도 여러 가지 형태를 보인다. 주요국의 GDP대비 의료비 지출 비율은 매년 증가추세로 미국이 현재 (2007년) 16%로 가장 높은 수준이며 기타 국가들은 10%내외이나, 한국은 GDP대비 의료비의 지출 비율이 6.3%로 가장 낮은 수준이다(<그림 III-30> 참조).

하지만 의료비의 증가추이 기준으로는 한국이 가장 높은 수치를 보인다. 1997~2007년 동안 OECD국가들의 평균 의료비지출 증가율이 4.2%에 불과한 반면 한국의 경우 8.7%로 가장 높은 수준이다. 그러므로 한국의 경우 GDP대비 의료비 지출 수준이 여전히 낮은 수준이지만 앞으로 의료비의 지속적인 증가가 예상된다. 무엇보다, 의료비 지출의 증가는 고령인구의 증가와 무관하지 않으며, 한국의 고령화가 세계에서 가장 빠른 속도라는 것을 감안할 때 한국의 의료비 지출은 과거보다 더 빠른 속도로 증가할 가능성이 높다(<그림 III-31> 참조).

<그림 III-30> 주요국의 GDP대비 의료비 지출 비율(2007년)

(단위 : %)

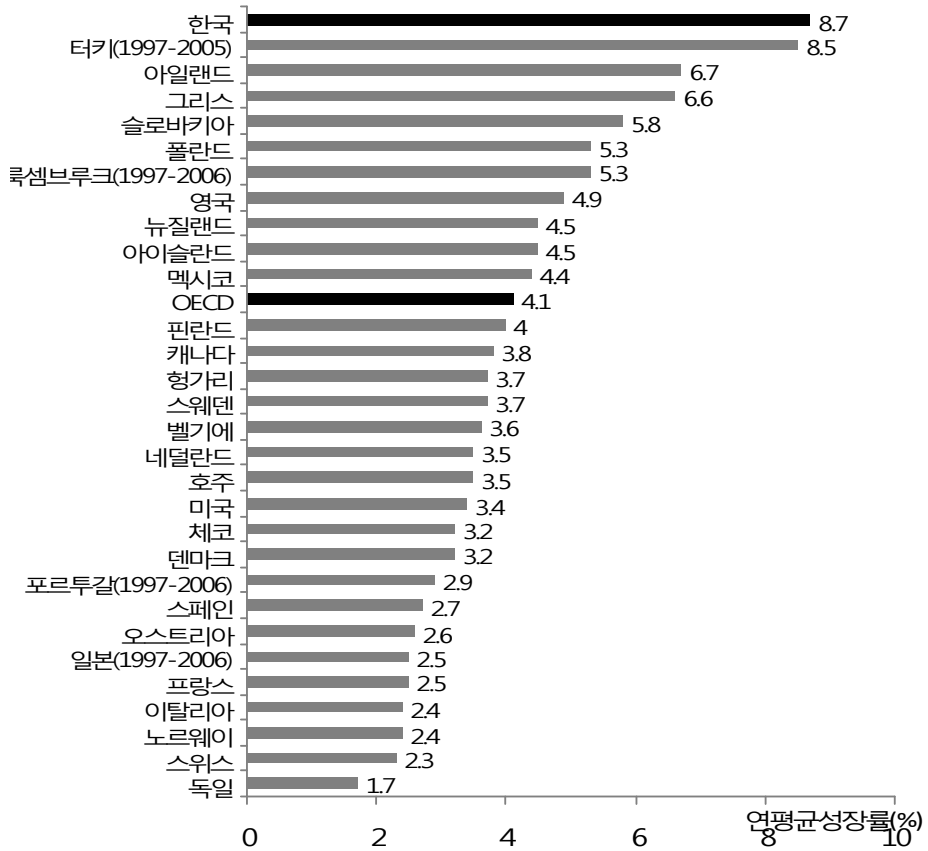


주 : 일본은 2006년 자료 이용함.
 자료 : OECD Health Data, 2009를 이용해 작성함.

우리나라의 보험회사들의 경우 지속적인 성장을 유지하기 위해서는 이렇게 증가하는 의료비지출을 체계적으로 관리하는 능력을 제고시켜야 한다. 해외 주요국들도 현재 우리나라가 경험하고 있는 의료비지출의 급증을 경험했거나 경험하고 있다. 그러한 주요국들의 보험회사들이 의료비가 증가하는 상황에서 어떻게 손해를 관리했는지 살펴보는 것은 우리나라 보험회사에게도 시사하는 바가 크다 하겠다. 인구구조의 변화 및 의료비 물가의 증가로 인한 전체 의료비지출을 관리하려는 보험회사들의 전략들이 각 나라마다 상이하게 나타나고 있다. 많은 나라들의 보험회사들이 건강보험상품을 판매하고 있지만 본 연구에서는 민영건강보험 시장에서 가장 잘 활성화된 미국과 우리나라 건강보험시스템과 가장 유사한 시스템을 가지고 있는 일본을 중심으로 건강보험 상품 트렌드(trend)와 건강보험회사들의 손해율 관리방법 등을 살펴본다.

<그림 III-31> 주요국의 GDP대비 의료비 지출 비율의 증가율(1997-2007)

(단위 : %)



자료 : OECD Health Data 2009(<http://www.oecd.org/health/healthdata>)

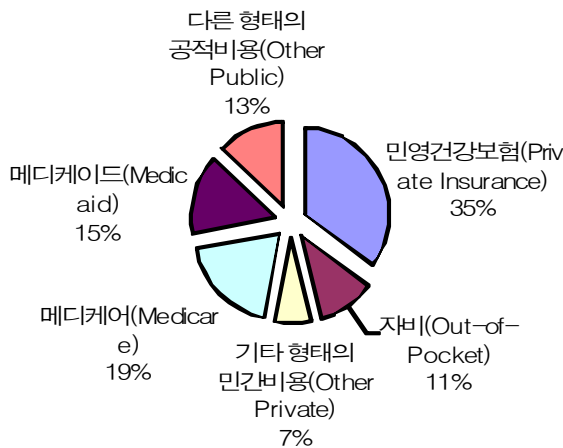
2) 미국

먼저 미국의 건강보험체계는 민영건강보험이 주도를 해왔으며 공적 건강보험이 오히려 민영건강보험시장을 보완하는 형태로 건강보험시장이 형성되어져 왔

다. 미국 인구의 67%가 민영건강보험에 가입하고 있는 상황이며 저소득층과 노인은 공적건강보험이 담당하고 있다. 민영건강보험은 고용주 보조형태의 단체가입이 대부분이며 공적 건강보험은 메디케어(medicare)와 메디케이드(medicaid)로 구성되는데 메디케어는 65세 이상의 노인을 위한 공적보험이며 메디케이드는 저소득층을 위한 공적보험으로 의료비 지출을 기준으로는 공적 건강보험이 53%로 민영시장보다 높다.

<그림 III-32> 미국의 의료비 부담형태별 비율(2007년)

(단위 : %)



미국의 민영건강보험도 우리나라처럼 상해와 질병으로 인한 의료비, 장애 및 장기간병 리스크를 관리한다. 건강보험시장의 규모는 손해보험(Property/Casualty), 생명보험(Life/Health) 그리고 건강보험 자체를 판매하는 회사의 수입보험료를 중 의료비, 장애 및 장기간병 리스크를 담보하는 보험료를 합산하여 계산되는데 2007년을 기준으로 그 규모가 4,930억 달러에 달한다. 손해보험 및 생명보험에서 건강보험상품의 성격을 공유하는 시장을 제외한 순수 건강보험 시장의 성장은 과거 4년 동안 지속적으로 증가해왔다. 2005년에는 수입보험료의 성장이 16%에

달했으나 최근에는 점차 감소하였다. 하지만 최근에도 성장률이 9%(2006~2007년)에 이를 정도로 민영건강보험시장이 지속적으로 성장하고 있다.

<표 III-75> 미국의 민영건강보험시장의 규모 추이

(단위 : 10억 달러, %)

구분	2004	2005	2006	2007
수입보험료	233,513,567	270,715,453	302,754,900	330,922,822
성장률	-	16.0	12.0	9.0

자료 : iii, *The Insurance Fact Book*, 2009, p.23.

<표 III-76> 미국 민영건강보험시장의 시장점유율 순위별 보험회사

(단위 : 10억 달러, %)

순위	회사명	수입보험료	시장점유율
1	UnitedHealth Group	66,768.80	11.70
2	WellPoint Inc. Group	55,662.30	9.75
3	Kaiser Foundation Group	43,714.20	7.66
4	Humana Group	21,742.10	3.81
5	Aetna Group	21,722.30	3.81
6	HCSC Group	14,857.90	2.60
7	American Family Corp. Group	11,646.50	2.04
8	Highmark Group	11,448.80	2.01
9	Independence Blue Cross Group	9,832.30	1.72
10	CIGNA Health Group	9,640.80	1.69

자료 : iii, *The Insurance Fact Book*, 2009, p.24.

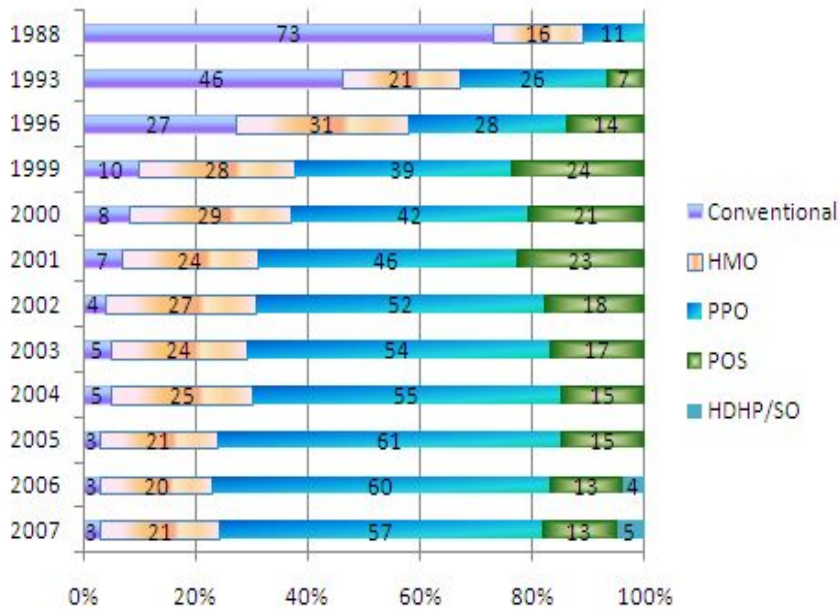
미국 민영건강보험회사의 시장점유율은 상위 3사가 전체 시장의 30%정도를 점유하고 있을 뿐 시장의 경쟁도가 심한편이다. 수많은 건강보험회사 중 상위 10위에 있는 CIGNA Health Group사의 경우에도 시장 점유율이 1.69%에 불과하다.

미국의 민영 건강보험시장의 또 하나의 특징은 민영건강보험의 모든 시스템

과 상품들이 보험가입자의 과잉 의료소비를 억제하는 목적에 근거하여 진화해 왔다는 것이다. 특히, 미국의 민영건강보험시장은 의료공급자의 선정과 의료공급자에게 병원비 및 진료비를 지불하는 보상체계 및 의료비 심사체계가 묶여져 있는 관리형 형태로 이용 가능한 의료공급자와 의료이용에 대한 통제가 강화된 형태로 진화되어 왔다. 하지만 최근에는 외부적인 심사 및 관리를 통해 의료소비를 억제시키는 관리형 형태에서 소비자가 주도하여 의료소비를 억지시키려는 소비자주도형(Consumer Driven Health Care) 건강보험시장이 성장하고 있다.

<그림 III-33> 소비자주도형 건강보험상품(HDHP¹⁾)의 가입 비중

(단위 : %)



주 : 1) High Deductible Health Plan의 약자로 보험소비자의 자기 부담금이 높은 것이 특징이다.

자료 : 미국 NCHS Data Brief, 2009

소비자주도형 건강보험상품은 일반적으로 소비자의 자기부담 수준을 높게 유

지하여 소비자가 스스로 의료비 지출을 억제하도록 유도하는 건강보험상품이다. 이러한 소비자주도형 건강보험상품은 자기부담이 높은 대신 보험료가 저렴하여 최근 시장이 빠르게 성장하고 있다.⁴¹⁾

미국의 경우에는 실손형 건강보험상품을 위주로 건강보험시장이 형성되어 있지만 시장의 지속적인 성장과 위험률관리를 위해 철저하게 시장원리에 기반하고 있다. 언더라이팅을 철저히 하여 잠재적인 보험가입자의 역선택을 미연에 방지하는 반면 리스크 세분화(Risk Classification)를 통해 피보험자의 위험도에 부합하는 건강보험 요율을 부과하고 있다. 또한 건강보험에 가입한 이후에도 피보험자의 건강변화에 따라 요율을 재조정하는 기능이 매우 강화되어 있다. 특히 최근에는 국민들의 건강에 대한 관심이 증대되면서 건강관리에 대한 수요가 증가하게 되고 건강보험회사들은 이러한 수요변화 및 트렌드를 건강보험상품 및 부가서비스에 적극 활용하고 있는 상황이다.

특히 미국의 경우, 전술하였듯이 보험회사들은 손해율 관리를 위해 관리형 형태의 건강보험을 판매하고 의료공급자의 선정과 의료비 보상체계 및 심사체계를 관리하여 의료소비와 공급을 직접 통제하는 전략을 사용하고 있다. 이러한 관리형 형태와 함께 자기분담금 등을 활용하여 소비자가 스스로 의료소비를 억제할 수 있도록 하는 소비자주도형 건강보험 상품을 개발·판매하고 있는 상황이다.

건강보험회사들은 건강보험상품 판매 및 손해율관리에 주력하면서도 건강에 대한 전 세계인의 관심이 증대되고 있는 가운데 이러한 사회적 트렌드를 건강보험상품에 접목하여 시장을 성장시키고 있다. 1990년대 중반 미국의 건강보험회사들은 만성질환으로 인한 의료보험비용이 증가함에 따른 손해율 악화를 해결하기 위해서 만성질환 예방 및 관리라는 건강관리서비스를 건강관리서비스회사와의 제휴를 통해 제공하였다. 하지만 이제는 건강관리서비스회사와 연계하는 것 뿐 아니라 보험회사 내에 건강관리서비스팀을 두어 자체적으로 건강관리서비스를 제공하고 있는데, 이는 예방적인 조치와 질병관리 방식을 통해서 계약자와 리스크를 공유하고 보험금 청구를 감소시켜 손해율을 관리하고자 하는

41) <그림 III-33>에서 Conventional은 전통형 건강보험을 뜻하며, HMO, PPO, 및 POS는 관리형의 다양한 형태이다. HDHP/SO는 소비자 주도형 건강보험을 뜻한다.

방안이다.

현재는 미국 건강보험회사의 95%가 건강관리서비스를 건강보험에 접목시키고 있다. 뿐만 아니라 건강관리서비스의 범위가 만성질환자 관리에서 시작하여 이제는 건강한 사람을 대상으로 한 웰니스와 피트니스 프로그램 등으로 확대되고 있는 추세이다. 최근에는 건강보험에 RFID⁴²⁾를 응용한 U-헬스케어⁴³⁾를 연계하여 보험 가입고객들의 심박, 칼로리 소모량, 운동량, 맥박, 혈당, 혈압 등을 모니터링하여 이상수치를 발견하고, 화상으로 의사와 진료 상담하는 등 서비스 영역을 확대하고 있으며, 피트니스, 금연, 스트레스 관리 등으로 구성된 다양한 건강관리프로그램 서비스를 제공하고 있다.

건강관리서비스를 건강보험에 접목시키는 전략은 미국을 비롯한 다양한 나라에의 건강보험회사들이 이용하고 있으며 그 중 영국의 보험회사들이 주로 이용하고 있는 전략이다. 미국과는 달리 정부에 의한 공적건강보험이 기초로 운영되고 있는 영국의 경우에는 보험회사에 의해 지불되는 의료비의 비용비율이 5% 미만으로 보험회사들의 역할이 상대적으로 미미한 수준이다. 그럼에도 불구하고 보험회사들은 보험계약자의 건강관리를 위해서 할인된 가격에 피트니스센터를 이용할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 스스로 건강관리를 잘할 경우에는 보험료를 할인해주는 혜택도 제공하고 등 건강보험상품 및 서비스는 매우 발전된 수준이다. 영국의 건강보험회사인 PruHealth 社는 헬스클럽을 이용하거나 체중을 감소시키고 독감예방접종을 맞는 등 자신의 건강을 돌보는 보험계약자에게는 보험료를 할인해 주는 Vitality Program을 운영하고 있다. 제휴업체인 Vitality Partners와 연계되어 헬스클럽, 금연처방, 스파리조트, 건강검진센터 등을 이용하면서 건강 모니터링을 받을 수 있다. 식이요법이나 운동을 모니터링 하도록 허용하는 고객은 보험료 할인의 대상이 되고, 그렇지 않은 고객은 보험료가 할증된다.

42) RFID(Radio-Frequency IDentification) 기술이란 전파를 이용해 먼 거리에서 정보를 인식하는 기술을 말한다.

43) U-헬스케어란 유비쿼터스 헬스케어(Ubiquitous Healthcare)의 약자로서 정보통신과 보건 의료 및 건강관리를 연결하여 언제 어디서나 환자를 유무선기기로 관찰하여 질병예방, 진단, 치료 및 건강관리에 대한 서비스를 제공하는 것을 뜻한다.

3) 일본

일본은 1992년 건강보험법을 도입하였으며 1961년 전 국민이 의무적으로 가입해야 하는 '국민 계 보험제도'를 도입하였다. 국민 계 보험제도로 인해 의료보험의 적용범위와 의료서비스의 가격은 법에 의해 규정되어 있어 의료서비스를 이용하는 자들은 누구나 동일가격에서 동일한 의료서비스를 제공받는다. 공적 건강보험의 기본원칙은 피고용자의 급여에 따라 매년 고정된 비율이 보험료로 적용되며 보험료는 노사가 절반씩 부담하게 된다.

보험급여의 재원은 보험료와 국가 예산, 피보험자의 본인 부담금 등으로 구성되며 국가 전체의 의료비용 중 보험료를 통해 조달하는 비용이 52.5% 정도이다. 보험료 중 사업자가 납부하는 비중이 22.5%, 피보험자가 납부하는 비중이 30%를 차지하고 있으며 이외에 국가의 부담이 32.9%, 환자부담이 14%를 차지하고 있다. 2006년도 4대 공적건강보험의 총 수입은 약 21조 엔이며, 이 중 보험료 수입이 14조 7천억 엔, 국고부담금이 3조 8천억 엔, 기타 수입이 2조 5천억 엔에 달한다. 국고부담금은 국민건강보험 및 정부관장건강보험에 집중되고, 건강보험조합 및 공제조합에 대해서는 국고부담이 거의 투입되지 않고 있다. 특히, 기초자치단체가 보험자인 국민건강보험은 적자 상태에 놓여 있다(2006년 기준).

일본의 민영건강보험은 우리나라처럼 공적 건강보험의 법정 본인부담금과 비급여 항목을 담보해 주는 보충형 보험으로 공적보험의 보완적 역할을 수행해 왔다. 즉, 민영건강보험의 가장 중요한 기능은 비용보상기능으로 공적건강보험의 급여대상인 진료 및 치료비 중 환자본인부담(정률부담부분)과 공적건강보험의 급여 대상에서 제외되는 의료 간접서비스 등과 같은 비급여 서비스의 비용을 보상하는 것이다. 2008년 일본의 환자본인 부담지출 규모는 약 6조 4천억 엔로 추정되며, 이러한 자기부담 비용으로 인해 민영건강보험의 잠재시장이 확대되고 있는 추세이다.

우리나라의 민영건강보험처럼 일본의 민영건강보험도 공적 건강보험의 보완적 역할 이외에 입원 및 요양 중의 취업불능 상태로 인한 수입의 감소에 대비할 수 있는 소득보장의 기능을 수행하고 있다. 입원, 수술, 또는 질병이 발생할 경

우 하루당 정액급여금이나 일시금을 보험급여로 지급하여 가장의 일시적 소득 상실로 인한 리스크를 담보하여 가계의 경제적 안정에 큰 역할을 하고 있다. 이러한 기본적인 상품 및 보상체계는 우리나라의 민영건강보험과 비슷하지만, 과도하게 높은 위험은 인수하지 않거나 보험료 납입 능력이 부족한 저소득 계층에게는 보험판매를 제한하는 등 손해율관리에 보다 철저하다는 것이 특징이다.

현재 일본은 2006년부터 보험종목별 상세한 수입보험료가 공개되지 않아 정확한 건강보험시장의 규모를 알 수는 없으나, 생보사의 보유계약 비중을 감안할 경우 2008년도의 건강보험료는 생명보험과 손해보험을 합하여 6조 1천억 엔 이상일 것으로 추정된다.

<표 III-77> 일본 건강보험시장 규모

(단위 : 조 엔, %)

구분	생명보험				손해보험	
	FY2004	FY2005	FY2007	FY2008	FY2004	FY2005
전체시장	17.7	18.4	21.0	21.5	8.7	6.6
건강보험시장	4.1(23.9)	4.4(23.9)	4.9(23.3)	5.1(23.7)	1.4(16.9)	1.3(17.0)

주 : 전체시장은 개인보험시장이며, ()안은 비중임.
 자료 : 이창우·이상우, 『주요국의 민영건강보험 역할과 사례』, 보험연구원, 2009

한국의 고령화 및 의료비 지출과 매우 비슷한 경험을 한 국가가 일본이다. 일본의 경우 그동안 감독당국은 건강보험의 장래위험률 예측이 어렵고 변동가능성이 크다는 점을 감안해 보험회사들이 높은 할증률을 부가하는 것을 용인해 주었다. 이에 따라 일본 보험회사들은 1987년 기초율 개정 시 적용한 안전할증률 30%를 아직까지 그대로 사용하고 있다. 더욱이 그 동안 위험발생률이 하락하면서 실제 부가되는 안전할증률은 50%수준의 효과를 나타내고 있다는 점이 높은 사차의 발생의 주요인으로 작용하고 있다. 특히, 감독당국이 위험률 산정에 있어서 유연한 자세를 유지하고 있는데, 이는 보험회사의 이차역마진 사태를 경험한 이래 보험회사들이 사차에서 이차손을 보전할 수 있도록 정책적으로 배려해준 데 따른 것이기도 하다.

일본의 경우, 정책적인 배려 이외에도 장래위험률의 예측이 매우 어려운 건

강보험의 특성을 건강보험 상품에 적극 적용하고 있다. 즉, 고령화, 의료비의 증가 등과 같은 건강보험회사가 통제할 수 없는 환경 하에서 지급여력을 일정 수준으로 유지하기 위해 실손형 건강보험이 아닌 정액형 위주의 건강보험시장을 형성하고 있다. 정액형 건강보험상품이 새로운 의료기술의 발달에 따른 의료비 증가에 대응하기가 쉽고, 고객들 또한 상품내용이 간단하여 이해하기 쉬운 정액형 건강보험상품을 선호하는 데 따른 것이다. 특히 일본 보험회사들은 실손형 건강보험상품을 취급할 경우 의료기술 발전과 고령화 진행 등에 따른 의료비 급등 위험에 그대로 노출되어 대처하기가 곤란하다는 점을 매우 우려하고 있다. 결국 실손형 건강보험상품을 판매하기 위해서는 의료관리를 위한 네트워크 구축 등이 필요하나, 공적 건강보험과의 관계, 의사단체의 반대 등 현실적 어려움이 있어 실손형 건강보험상품의 판매를 꺼려하고 있는 상황이다.⁴⁴⁾

현재 일본 보험회사들은 주력상품인 사망담보상품에 특약을 결합한 형태의 건강보험상품을 주로 판매하고 있는데, 의료특약의 보장범위를 최소화하고, 급여조건을 단순화시키고 있다는 점에서 우리나라와 다른 형태로 건강보험 시장이 발전하고 있다.

건강관리서비스의 경우에도 일본은 다른 주요국과는 매우 상이한 시스템을 가지고 있다. 미국의 경우 보험회사가 건강관리서비스회사와 연계하여 IT를 기반으로 한 서비스 제공에 힘쓰고 있는 반면 일본의 경우는 정부차원에서 국민의 건강관리를 위해 대면지도에 힘쓰고 있다. 실제로 2008년 4월에 전국민을 대상으로 의무적인 만성질환 예방 프로그램을 시행하였고, 이를 위해 각 보험자는 만성질환 예방프로그램 실시를 위한 계획을 작성해야 하고, 5년마다 보고해야 한다. 이러한 프로그램을 실시함으로써 일본 정부는 2015년까지 생활습관병 환자 및 고위험자수를 2008년 대비 25% 줄이는 것이 목표이다.

44) 1985년 손보사에 실손형상품이 인가되었으나 현재 판매량은 극히 미미한 수준으로, 2004년 동경해상이 8억 엔 정도 판매한 정도에 그치고 있다.

다. 성장 가능영역

인구의 고령화는 국민의료비를 지속적으로 증가시켜 국민건강보험의 지급여력에 위협요인으로 작용할 가능성이 높아 민영건강보험의 역할이 더욱 부각될 것으로 예상된다. 65세 이상 고령자들의 진료비는 2005년 6조 731억 원에서 2008년에 10조 7,371억 원으로 급격히 증가했으며, 1인당 진료비도 155만 원에서 233만 원으로 급격히 증가하였다. 반면에 65세미만인 사람들의 진료비는 2005년 19조에서 2008년 24조 원으로 비교적 완만하게 증가하였다.

<표 III-78> 65세 이상 고령자의 진료비 증가율 추이

연령	구 분	2005	2006	2007	2008
65세 미만	진료비 총액(억 원)	187,884	210,599	232,702	241,319
	비율(%)	75.6	74.1	71.8	69.2
	1인당 연간 진료비(원)	432,190	485,962	535,778	553,989
65세 이상	진료비 총액(억 원)	60,731	73,504	91,189	107,371
	비율(%)	24.4	25.9	28.2	30.8
	1인당 연간 진료비(원)	1,549,492	1,804,604	2,078,599	2,334,373
전인구	진료비 총액(억 원)	248,615	284,103	323,892	348,690
	비율(%)	100.0	100.0	100.0	100.0
	1인당연간 진료비(원)	524,593	599,251	677,319	724,027

자료 : 한나라당 신상진 의원, 2009 건강보험공단 국정감사 자료, 2009.10.12

우리나라 노인인구 비율의 급속한 증가와 생산가능 인구의 급속한 감소로 인해 연금 및 다른 사회적 급여뿐만 아니라 국민건강보험의 수요와 재원조달의 문제가 발생할 것으로 판단된다. 실제로 2008년 국민건강보험료는 6.4% 상승했음에도 불구하고 의료비 및 의료소비의 지속적인 증가로 인해 국민건강보험 보장률은 64.6%에서 62.2%로 낮아져 개인이 지출해야 하는 의료비 부담이 증가하고 있는 것이 현실이다.

<표 III-79> 의료비추이와 국민건강보험의 보장 축소

(단위 : %)

구분	2004	2005	2006	2007	2008
국민건강보험 보장률	61.3	61.8	64.3	64.6	62.2
건강보험료 상승률	6.75	2.38	3.9	6.5	6.4
GDP대비 의료비추이	5.7	6.1	6.5	6.8	-

자료 : 물가상승률(통계청), 건강보험보장률과 건강보험료 상승률(2004~2007: 국민건강보험공단, 2008: 보건복지부 국정감사 자료)

전술하였듯이 실손형 건강보험은 국민건강보험의 보장성이 약화될 경우 시장이 확대될 개연성이 높아, 고령화 및 저출산에 따른 인구구조의 변화는 국민의 의료비 부담 및 건강유지에 대한 민영건강보험의 역할을 강조시킬 것이다. 일본과 미국 등 주요국의 경우를 보더라도, 고령화 진전으로 인구구조가 변화함에 따라 공적 건강보험의 보장수준을 확대시키기보다는 오히려 국가의 역할을 감소시키고 국민 개개인의 자기책임과 자조노력을 강조하고 있다. 그러므로 저출산 및 고령화에 따른 인구구조의 변화는 민영건강보험시장으로써는 새로운 수요창출의 기회가 될 수 있다.

현재 고령자들은 소득수준이 높지 않은 반면, 은퇴를 준비하는 베이비붐 세대들 중 상당수는 소득수준이 높고 건강에 대한 관심이 높아 보험시장의 잠재고객으로 성장할 가능성 높은 것이 사실이다. 고령화와 저출산의 영향으로 3인 이상 가구의 비중은 줄어드는 반면, 2인 이하 가구의 비중이 급격히 증가하고, 사별, 이혼, 독신 등을 이유로 1인 가구의 비중도 급격히 증가할 전망이다. 더욱이 핵가족화에 이어 여성의 경제활동 참가율 증가 등으로 가족기능이 변함에 따라 민영보험에의 의존도가 더욱 높아질 것으로 예상된다.

이렇게 인구구조 및 가족기능의 변화로 건강에 대한 관심이 증대됨에 따라, 보험사고 시 보험금을 지급하는 보험회사의 수동적인 역할 이외에도 건강보험의 부수적인 기능에 대한 가치가 증대되어 보험회사들의 역할범위가 대폭 확대될 것으로 판단된다. 최근 선진국의 건강보험회사들은 건강보험 상품 이외에도 건강과 관련된 부수서비스를 건강보험에 연계하여 소비자의 다양한 니즈를 충족시키고 있다. 또한 건강체에 대해 인센티브를 부여하여 건강한 사람들도 보

험에 가입하도록 유인하고 있는 실정이다.

고령화뿐만 아니라 저출산의 심각성에 대해서도 정부뿐만 아니라 보험회사 차원의 전략적인 접근이 필요한 상황이다. 현재 출생 전의 태아 때부터 15~30세가 될 때까지 각종 질병 및 상해 위험으로부터 보호할 수 있는 어린이보험이 판매되고 있으나, 저출산의 개선과 직결되는 상품은 없는 상황이다. 여성의 사회진출과 소가족화로 인해 개인 가처분소득은 꾸준히 증가하고 있으며 이와 함께 자녀의 위험을 담보하는 어린이 또는 태아보험에 대한 지출여력이 증가할 것으로 예상되기 때문에 보험회사의 적극적인 전략이 필요한 상황이다.

하지만 성장에 앞서 리스크관리에 대한 보험회사의 인식변화가 선행되어야 한다. 그동안 건강보험을 판매해 온 보험회사들은 리스크 및 비용 관리 시스템을 충분히 구축하지 않은 상태에서 시장확대에만 집중해왔으며 제3보험의 생·손보 겸영 및 생보사의 실손형 건강보험 판매허용 등과 함께 이러한 경향은 더욱 심화될 것이다. 특히 건강보험의 경우 장래위험률 예측이 어렵고 변동가능성이 크다는 점을 감안해야 한다. 정책적으로 충분한 안전할증을 인정해주는 일본과 달리 우리나라의 경우 그러한 환경조성이 미흡한 상황이다. 그러므로 성장 이전에 리스크를 관리 할 수 있는 환경을 충분히 구축해야만 한다. 리스크 자체를 관리하는 것 이외에도 리스크 및 비용관리를 통한 지출감소는 보험료 인하로 이어져 결국 건강보험의 수요증가로 귀결되어 건강보험시장이 지속적으로 성장할 수 있는 발판을 마련할 수 있게 될 것이다.

라. 성장방안

1) 고령인구 대상 특화보험 개발

가) 현황

도시화와 핵가족화로 인해 부모로부터 분가하는 가족들이 늘어나고 이에 따라 부모의 노년생활 보장에 대한 필요성을 충족시키기 위해 보험회사들은 실버

보험상품을 개발하였으며, 최근 노령인구의 증가가 사회적 이슈로 떠오르고 있는 가운데 가입이 크게 늘고 있다. 부모의 노후생활 보장을 위해 자녀들이 대신 가입하는 경우가 많기 때문에 효도보험이라고도 하며 입원비와 치료비는 물론 부모의 거동이 불편할 때 간병자금이나 치매에 따른 진단금까지 보장을 받을 수 있어 부모의 건강이 악화될 경우 자녀들의 부담을 경감시킬 수 있다. 실버보험의 가입연령은 대개 만 50세 이상에서 만 70세까지이며, 주로 생명보험 상품에서 판매되고 있다. 실버보험은 일반적인 질병이나 재해를 보장하지만 골절이나 치매, 암, 뇌졸중, 급성 심근경색 등 중대질병에 대비하기 위한 것이 주목적이다.

현재 국내 대부분 보험회사(11개 생보사, 9개 손보사)들은 청장년층을 대상으로 실손형 건강보험을 판매중이다. 하지만 정액형 위주의 실버보험 이외에는 고령인구의 건강보험 인수에 대해 매우 보수적이다. 가입연한은 회사별·담보별로 차이는 있지만 대체로 60세 또는 65세이며, 가입연령 이내라도 진단 없이 가입할 수 있는 연령을 회사마다 따로 정하고 있다. 특히 앞으로 부각될 노부모 부양문제에 대해서도 매우 소극적으로 접근하고 있는 상황이다.

나) 성장 가능성

고령인구 중 일부는 비교적 건강하면서 경제적으로 안정된 생활을 영위하고 있음에도 불구하고 현재 고령층에 대해서는 대부분의 보험회사가 실손형 건강보험의 인수는 꺼려하고 있는 상황이다. 하지만, 우리나라 건강보험 수요자는 정액형 보다는 실손형 건강보험에 대한 선호도가 매우 높은 편이다. 또한 보험회사가 인수를 꺼려하는 60세 이상 인구의 비율은 2010년 15%에 불과하지만 고령인구의 비율이 점차 급증하여 2050년에는 40%를 차지할 전망으로 인구비율상으로는 가장 큰 시장을 형성할 소비자층이기도 하다.

고령화와 함께 노후의 건강에 대한 관심이 증폭될 것이며, 여성의 노동시장 참여의 증가와 핵가족화는 부모를 부양하는 사회적인 문제를 더욱 부각시킬 것이다. 고령인구의 건강보험 및 부양의 문제에 관한 리스크가 함께 통합되어 보험상품에 적용할 경우 소비의 시너지 효과를 유발시키기에 충분할 것이다.

<표 III-80> 60세 이상 인구 증가 추이

(단위 : 명, %)

구분	연령	인구	연령별 비율
2010년	계	48,874,539	1.00
	0-14세	7,906,908	0.16
	15-59세	33,424,069	0.68
	60세 이상	7,543,562	0.15
2020년	계	49,325,689	1.00
	0-14세	6,118,161	0.12
	15-59세	31,794,925	0.64
	60세 이상	11,412,603	0.23
2030년	계	49,107,949	1.00
	0-14세	5,777,665	0.12
	15-59세	29,609,398	0.60
	60세 이상	13,720,886	0.28
2040년	계	48,634,571	1.00
	0-14세	5,525,336	0.11
	15-59세	27,373,272	0.56
	60세 이상	15,735,963	0.32
2050년	계	46,343,017	1.00
	0-14세	4,777,229	0.10
	15-59세	22,948,054	0.50
	60세 이상	18,617,734	0.40

자료 : 통계청 자료를 이용하여 재 작성함.

다) 성장전략

현재 고령층에 대해서는 대부분의 보험회사가 실손형 건강보험의 인수를 꺼려하고 있는 상황이다. 하지만 생존율이 증가하면서 비교적 건강하고 경제적으로도 안정된 고령인구에 대해서는 적극적인 인수를 고려해 볼 필요가 있다.

즉, 현재 고령인구는 이미 전체 인구의 상당한 부분을 차지하고 있으며 지속적으로 증가할 것이므로 보험인수를 거절하기 보다는 적극적으로 공략하는 대신 리스크를 헤지할 수 있는 상품개발이 필요하다. 현재 비교적 건강이 양호하더라도 높은 잠재 위험도를 고려하여 보험료와 급부를 제한적으로 운영하고 보험기간을 비교적 단기로 유지하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 또는 실손형 건강보험을 인수하되 실손형 특약 이외의 주계약 보험료를 충분히 부과하는 전략을 적용할 수도 있을 것이다. 우리나라 기대수명은 OECD 평균치에 도달했으나, 건강기대수명은 남성의 경우 64.8세로 OECD 평균보다 4년 정도 낮으며 여성의 경우 70.8세로 OECD 평균치보다 2년 정도 낮아 보험기간을 장기로 유지할 경우 손해율악화가 지속될 것이다. 경제적으로 안정되고 건강한 고령층을 대상으로 실손형 건강보험을 인수하는 대신 역선택의 가능성 및 고객분쟁을 방지할 수 있도록 적절한 요율적용 및 엄격한 언더라이팅 시스템의 구축이 필요하다. 언더라이팅 및 심사기능이 충분히 발전할 경우 고령인구에 대해서도 담보범위를 세분화하여 특정 위험을 담보에서 제한하는 방식으로 실손형 건강보험을 인수할 수 있을 것이라 판단된다.

보험회사는 요양시설을 직접 소유하는 방법으로 노부모 부양과 관련한 사회적인 사안 및 수요에 대해 적극적으로 대처할 필요가 있다. 건강보험의 급부를 요양시설 입주권 등으로 현물지급하여 보험소비자를 요양 및 의료소비자로 직결시켜 안정적인 운영과 새로운 성장동력을 확보할 수 있다. 이는 건강보험 가입자에게 건강, 요양 및 거주와 관련된 패키지 또는 One-stop서비스 혜택을 부여함으로써 소비자의 편의성을 증대시키는 효과도 있다.

보험회사가 요양시설을 직접 소유하여 요양서비스를 건강보험과 연계시킬 경우, 건강보험 소비자를 요양서비스의 소비자로 직결시킬 수 있어 타 요양서비스 사업자와 비교하여 경쟁력을 확보할 수 있다. 특히 리스크의 특성이 보완적인 상품과 결합되어 개발됨으로써 리스크를 상쇄함은 물론 계약자의 만족도를 높일 수 있을 것이다.

고령인구의 건강 및 부양뿐만 아니라, 장례시장까지 통합된 서비스를 제공함으로써 인구의 고령화에 따른 사회적 수요변화에 적극 대처할 필요가 있다. 고령인구에 대한 One-stop서비스 혜택이 포함된 보험상품의 경우 실손형 건

강보험에 대한 높은 선호도를 가진 국내 소비자의 욕구를 충족시켜주면서 실손형 건강보험에서 발생할 수 있는 잠재손해율을 상쇄할 수 있는 전략으로 활용될 수 있다.

2) 맞춤형 및 단체상품 개발

가) 현황

그동안 민영건강보험은 보험가입자가 실제로 의료비로 지불한 비용을 보험금으로 지급해주는 실손형과 특정 질병이 발생했을 때 보험가입자의 의료비 부담을 정액형 보험금으로 보장하는 즉, 다양한 위험을 통합한 통합보험을 중심으로 성장해 왔으며 당분간은 이러한 소비 트렌드가 지속될 것으로 예상된다. 심지어 최근에는 여러 가지 질병 및 상해 이외의 운전 중 비용손해, 배상책임손해, 주택화재손해, 자동차사고담보 등을 한꺼번에 통합함으로써 여러 보험상품으로 나누어 가입하던 것을 하나의 증권으로 가입할 수도 있고, 피보험자 본인 뿐만 아니라 가족(배우자, 자녀, 부모)까지도 함께 가입할 수 있는 통합보험이 판매되고 있다.

가입자 형태의 기준에서 볼 때 보험회사들은 단체보다는 개인 소비자를 타겟으로 하는 건강보험상품 개발·판매에 주력하고 있는 상황이다. 사업장 또는 기업별로 건강관련 리스크와 선호·니즈가 다름에도 불구하고 우리나라 보험회사들은 단체를 대상으로 하는 건강보험상품 개발에 소극적으로 대처하고 있는 상황이다.

나) 성장 가능성

다양한 위험을 하나의 상품에서 담보하고 세대간의 보험상품을 하나로 해결할 수 있다는 편리함으로 인해 당분간 통합보험에 대한 성장은 지속될 것이다. 하지만 통합보험이 가진 태생적인 한계로 인해 지속성장에는 한계를 보일 수도 있다. 즉, 생명보험과 손해보험의 장점이 각각 존재하기 때문에 많은 위험이 통합된 보험상품의 수요에 거부감이 존재할 수 있다. 또한 다양한 보장을 위해

하나의 상품에 가입하는 경우 관리상의 이점은 있을 수 있으나, 보장이나 보험료 측면에서는 개별상품의 최적 조합보다 유리하다고 볼 수 없다. 통합보험은 여러 보험을 함께 가입해야 되는데다가 보험료가 소멸형으로 가입할 수 있는 보험 종목도 적립형으로 가입되기 때문에 보험료가 비쌀 수 있다. 또 보험 종목별로 보험료가 상대적으로 저렴한 보험이 존재하는데, 통합보험은 한 보험사의 상품만을 조합하기 때문에 통합 종목이 많을수록 불리해 질수도 있다. 뿐만 아니라 보험료가 자유화 된 이후 보험회사들은 새 특약과 신상품을 계속 개발하고 있지만 통합보험 가입자는 보험료 자유화의 혜택을 누리기가 쉽지 않다. 즉, 통합보험은 특정 수요계층의 소비트렌드를 적극적으로 반영하지 못하는 단점이 존재하며, 다양성을 구현하기가 어렵다.

건강보험의 소비자는 개인뿐만 아니라 기업도 포함된다. 우리나라 보험회사는 회사별로 상이한 선호 및 니즈를 충족시키기 위한 특화된 건강보험 상품의 개발에 소극적으로 대처해 왔다. 하지만 건강보험 가입자의 형태에서도 개인이 아닌 기업으로써의 소비자 역할이 건강보험시장에서 강조될 것이다. 경쟁이 심화되는 기업환경에서 우수인재를 리크루트하려는 사용자의 경쟁도 심화될 것이며, 이에 따라 종업원의 복지제도를 리쿠르트에 활용하려는 전략을 이용할 가능성이 높다. 미국의 경우에는 기업이 우수인재를 리크루트하기 위한 수단으로 종업원의 건강보험과 같은 복지제도를 적극 활용하고 있는 상황이다. 근로자의 업무상의 재해와 건강리스크를 보장해 건강산업재해보상보험과 국민건강보험이 존재하지만 그 역할이 한계가 있어 기업 근로자의 리스크를 관리하기 위한 근재보험과 단체 건강보험을 적극 활용할 필요가 있다. 기업단체보험뿐만 아니라 학교 등과 같은 단체의 니즈에 맞게 건강보험상품을 개발할 필요가 있다.

다) 성장전략

현재는 통합보험 형태의 건강보험에 대한 수요가 증가하고 있지만 통합보험은 특정 수요계층의 다양한 선호를 직접적으로 반영하기에는 한계가 존재해 통합보험의 개발과 함께 다양성을 구현할 수 있는 보완상품의 개발도 필요하다. 특히, 통합보험은 보험회사로서는 손해율이 낮은 장점이 있기 때문에 통합보험형태로 다양성을 구현할 수 있는 상품을 적극적으로 개발해야 하며, 통합보

험이 미치지 못하는 부분을 위해 보완상품을 개발해야 한다.

고령인구(연령별 타깃팅), 여성의 노동시장 참여증대로 인한 미혼여성의 증가(성별 타깃팅), 핵가족화로 인한 가족기능의 변화(가족기능별 타깃팅), 소득·소비의 양극화(소득별 타깃팅) 등이 심화됨에 따라 특정 계층을 타깃팅하는 건강보험상품의 개발이 필요하다. 일본의 경우, 여성의 사회진출 확대와 함께 혼인을 저하, 만혼화 및 이혼율의 증가 등 여성 독신세대가 증가함에 따라 보험회사들은 여성의 생활 및 건강보장 니즈 변화에 적극 대응하기 위해 여성특화형 건강보험 개발에 주력하고 있다. 특히 20~30대 독신여성이 증가하면서 이들의 건강보험 수요와 생활보장 니즈가 증가하고 있는 사회현상을 반영해 여성특유의 질병에 관한 보장과 함께 특약으로 소득보장을 해주는 신상품을 개발·판매하여 수입보험료를 증대시키고 있다. 우리나라도 여자의 기대수명이 남자보다 긴 것을 고려해 여자가 홀로 지내는 기간을 감안한 특화된 건강보험상품을 개발하는 등 통합보험과 함께 차별화된 보험상품을 개발해야 한다.

다양성의 구현은 개인보험과 단체보험을 통해서도 가능하다. 즉, 그동안 국내 보험회사들은 개인 건강보험의 성장에만 주력해 왔는데 개인 건강보험과 함께 단체 건강보험을 개발하여 적극적인 마케팅을 통한 성장방안 모색이 필요하다. 건강보험은 개별적으로 가입하기보다는 단체로 가입할 경우 언더라이팅 비용과 관련비용의 절감을 통해 낮은 보험료를 제공할 수 있으며, 건강보험과 관련한 부수 서비스 기능을 연계시키기 용이하기 때문에 성장 가능성이 매우 높다. 무엇보다 경제가 발전할수록 우수인재 유치를 위한 인센티브 부여 및 종업원복지의 제고를 도모할 회사는 지속적으로 증가할 것으로 판단된다.

3) 출산장려보험 및 자녀보험 개발

가) 현황

자녀의 출산 및 양육과 관련된 리스크를 보장하는 보험으로 태아보험과 어린이보험이 판매중이다. 어린이 보험은 보통 15세 미만의 어린이가 가입하는 보험상품을 말한다. 기본적으로 질병과 재해(상해)에 따른 치료비 보장을 목적으

로 하며, 생명보험회사와 손해보험회사에서 모두 판매한다. 어린이보험의 일종으로 태아일 때도 가입이 가능한데 태아 때 어린이보험에 가입할 경우 통상 태아보험이라고 한다. 어린이보험은 15세 이전에는 사망을 보장하지 않는데 이는 기본적으로 만15세 미만의 어린이의 사망을 담보로 하는 보험계약은 무효이기 때문이다. 현재 상법 제732조에는 “15세 미만자, 심신상실자 또는 심신박약자의 사망을 보험사고로 한 보험계약은 무효로 한다”고 명시되어있다. 보험가입 의지가 본인에게 있다고 보기 어려운 이들 대상자들의 사망보험 가입이 가능할 경우 보험범죄의 대상이 될 수 있기 때문에 이를 예방하기 위해 사망보장을 제한한 것이다.

생명보험상품은 정액의 수술비와 입원비를 위주로 치료비를 보장하며, 손해보험상품은 실손보상 방식으로 질병과 상해에 대한 치료비를 보장하고 자녀배상책임담보도 추가할 수 있다. 생명보험상품과 손해보험상품은 보상방식이 서로 다르고 각기 보장도 다르기 때문에 어느 한 쪽이 더 좋다고 할 수 없어 생손보간에 가격경쟁이 심하다고 할 수 없다. 다만, 생명보험회사와 손해보험회사 간에는 상품구조가 비슷하여 가격경쟁도가 높은 편이다. 일례로, 태아보험 중 쌍둥이태아보험을 대부분의 보험회사들이 고객유치를 위해 단태아와 같은 조건으로 보험을 인수했다가 높은 손해율로 인해 대부분 판매를 중지한 상황이다. 현재는 생명보험회사 1개사와 손해보험회사 1개사만이 쌍둥이태아보험을 판매하고 있으나 선태아(先胎兒)만 선별적으로 인수하고 있는 상황이다. 뿐만 아니라 보험회사들은 자녀에 대한 부모들의 소비트렌드를 보험상품에 적극 적용하지 못하고 가격경쟁을 통한 시장확대에만 주력하고 있는 상황이다.

나) 성장 가능성

우리나라는 OECD국가 중 출산율이 가장 낮다. 저출산에 따른 소가족화 및 핵가족화와 더불어 여성의 노동시장 참여는 지속적으로 증가할 것이므로 가족구성원에 대한 지출여력도 함께 증가할 가능성이 높다. 이는 자녀에 대한 부모들의 관심과 걱정을 증대시킬 것이고 결국 건강보험에 대한 소비여력도 증대시킬 것으로 판단된다. 저출산으로 인해 어린이보험의 판매건수를 증가시키는 것 보다는 고가의 상품개발을 통해 수입보험료를 증가시키는 전략이 필요한 상황

이다.

현재 출산을 장려하기 위해 신생아 장애 예방검사, 미숙아·선천성 의료비 지원, 건강검진 의료비 지원, 출산 축하금 지원 등 정부 및 지자체의 정책적 다양한 정책적 지원을 제공하고 있다. 이러한 출산장려를 위해 정부의 지원은 지속적으로 증가할 가능성이 높으며 이와 함께 시험관 아기 등 자연임신형태 이외의 임신이 증가할 가능성이 높다. 지자체 또한 정부의 출산장려정책과 별도로 해당 지역에 거주하는 주민의 건강, 특히 출산장려와 출생아 건강보장 지원 사업을 위한 정책적인 지원을 지속적으로 증가시킬 것이다. 특히, 일부 지자체의 경우 출생아에 대해 건강보험을 가입시키고 보험료를 납부해주고 있고 이러한 정책적인 지원을 제공하는 지자체의 수가 점차 증가하고 있는 추세이다. 또한 정부 및 지자체의 미숙아·선천성 이상아의 의료비 지원이 지속적으로 확대되고 있는 추세여서 어린이 및 태아보험의 리스크관리에 긍정적 영향을 끼칠 것이다.

다) 성장전략

보험회사는 출산 시 보험금을 정액형으로 지급하여 저출산이라는 사회문제에 적극적인 역할을 할 수 있다. 저출산이라는 사회적 이슈에 적극적으로 대응함으로써 보험회사의 이미지 제고 또한 가능하다. 일시금 지급으로 인한 손해를 줄일 수 있도록 일시금 지급기능을 가족전체 또는 자녀의 건강보험상품에 통합화가 필요하다. 특히, 출산장려와 출생아 건강보장보험에 대한 지자체의 지원사업을 보험상품과 연계시킬 필요성이 있다. 지자체의 정책적인 지원을 보험상품과 연계시킬 경우 가입률 증가, 해지율 감소 및 보험회사의 이미지 제고 등으로 귀결될 것이다. 영유아의 건강관리와 보험서비스를 보험회사가 제공하고 관련 비용은 또는 비용의 일부를 지자체가 지원해주는 방식으로 사업영역을 확대시킬 수 있을 것이다.⁴⁵⁾

저출산과 가계의 가치분소득 증대로 인해 자녀의 건강보험에 대한 지출여력은 증가할 것이므로, 영유아 및 어린이건강보험의 주계약에 유과·납치·인질

45) 현재 강남구 및 일부 지자체에서 시행하고 있으며 강남구의 경우에는 셋째 자녀부터 해당된다.

위로금 등 부가기능 및 서비스가 접목된 고가의 상품개발을 통해 시장의 창출 및 확대가 필요하다.

태아보험의 경우, 증가하는 다태아출산을 위해 다태아에 대한 위험도분석이 필요하다. 일방적으로 다태아의 인수를 거절하여 시장성장을 제한시키거나 보험회사에 대한 부정적인 이미지를 만들기 보다는 다태아의 상대위험도를 정확히 분석하여 적극적으로 인수하되 요율을 위험도에 부합하도록 하여야 한다. 이러한 언더라이팅과 요율체계간의 조합을 이용한 시장성장은 비단 다태아보험시장에만 국한되는 것이 아니라 국내 보험회사가 건강보험시장을 운영하는데 필요한 기본적인 개선 사안이다.

4) 리스크 및 손해를 관리

가) 현황

국내 보험회사의 경우 건강보험 리스크에 대한 관리시스템이 충분하지 않은 상태에서 시장확대에 경쟁적으로 나섬에 따라 잠재리스크의 확대가 더욱 우려된다. 건강보험 계약의 언더라이팅 체계가 미흡하고, 건강보험 전문계리사나 의료인력 등 전문인력 확보도 부족하며, 안전할증률 부가 및 중도 위험률 반영제도 적용이 제한적이어서 건강보험의 헤지수단이 미흡하다. 더욱이 국내 보험회사는 질병발생률, 의료비 통계 등의 경험데이터 부족으로 적정요율 산출이 어려워 상품개발단계부터 보험리스크에 직면하고 있으므로 건강보험 리스크에 대한 관리시스템의 구축이 시급한 상황이다.

나) 성장 가능성

건강보험은 보험리스크가 매우 큰 분야로, 다른 보험보다 상대적으로 훨씬 높은 수준의 리스크관리가 필요하므로 성장 이전에 리스크관리를 위한 인프라 구축이 선행되어야 한다.

건강보험시장은 경기변화에 대한 민감도가 크지 않은 장점 때문에, 경기변동

에 큰 영향을 받지 않고 지속적으로 성장할 가능성이 높다. 하지만 성장이 점차 정체국면에 접어들수록 보험회사의 손해율관리능력은 더욱 강조될 것이다. 손해율관리를 통한 수익극대화가 시장성장을 통한 수익극대화보다 더 중요한 시장이 건강보험시장으로 보험회사의 리스크관리에 대한 중요성은 갈수록 부각될 것이다.

다) 성장전략

건강보험의 손해율은 가입고객의 의료소비정도뿐만 아니라 국가의 보건의료 시스템에 의해서도 영향을 받기 때문에 정책당국과 긴밀한 협조체제를 구축하고 전략적으로 접근할 필요가 있다. 우리나라의 GDP대비 국민의료비 비율은 6.8%(2007년⁴⁶⁾)로 9.07%인 OECD 평균 보다 낮으며, 이것은 다른 국가들에 비해 의료수가와 노인인구비율 및 출산율이 낮기 때문으로 판단된다. 하지만, 기타 OECD 국가들에 비해 의료장비의 이용이 급증하고 있고 의료수가가도 점차 상승할 여지가 높으며, 노인인구비율이 빠르게 증가함에 따라 손해율이 지속적으로 악화될 개연성이 상당히 높다. 특히, 국민건강보험이 보장하지 않는 비급여 부분의 진료수가에 대해 보험회사와 관련 정부기관과의 공조를 통해 마련할 필요성이 있다.

국민의료비 대비 의약품 지출 비율은 OECD 평균이 17%인 반면 우리나라는 25%에 달한다. 세계 최고 수준의 의약품 지출 비율은 제약업계의 고질적인 영업리베이트와 고평가된 약재비 등이 원인으로 지적되고 있어 이에 대해 보험업계 차원의 홍보뿐만 아니라 정부의 적극적인 개입이 필요하다. 제약업체가 의료기관 및 약국에 제공하는 리베이트는 전체 매출액의 20%에 이르고 있으며 최근에는 의약품 불공정거래가 제약회사 영업사원들의 연이은 자살을 초래하는 등 사회적 부작용을 심화시키고 있다.⁴⁷⁾ 고평가된 복제약의 가격이 의약품 리베이트의 주요 원인으로 지적되고 있는데, 고평가된 복제약의 가격은 리베이트

46) 2009년 OECD가 발표한 자료를 인용하였다.

http://www.oecd.org/document/16/0,3343,en_2649_34631_2085200_1_1_1_1,00.html

47) 김대환, “의약품 리베이트로 인한 문제점과 개선방향”, 『Weekly Issue』, 보험연구원, 2010. 3.

를 조장시켜 국민건강보험의 재정뿐 아니라 민영건강보험의 손해율도 악화시켜 민영보험회사와 민영건강보험 가입자의 부담이 가중되고 있다.

또한 급증하는 의사방문 횟수는 의료의 과잉수요 및 유인수요의 영향일 수 있어 건강보험과 관련한 보험사기 방지를 위해 감독기관과의 긴밀한 공조체제 구축도 필요하다. 자동차보험과 산재보험의 경우 의료수가가 높아 유인수요의 개연성이 높음에도 불구하고 의료비심사 및 진료의 적정성 평가를 위한 심사제도가 미미하여 보험회사의 적극적인 홍보 등이 필요한 상황이다.

현행 건강보험요율제도는 고객의 의료수요정도와 위험도변화를 반영하지 못하고 있어 시장원리에 기반하여 역선택과 도덕적 해이를 완화시킬 수 있는 요율변동제도의 중요성이 부각될 것으로 예상된다. 건강보험의 경우 역선택 및 도덕적 해이가 심한 상품임에도 불구하고 정보의 비대칭성으로 인해 이들을 완화시키기 어렵다는 특징이 있다. 이러한 정보의 비대칭성을 완화시킬 수 있는 방안이 건강보험요율의 할인할증시스템의 도입이다. 건강보험 요율제도에 할인할증시스템을 도입할 경우, 과잉 의료수요를 억제하고 우량체의 건강보험가입을 유도할 수 있기 때문이다. 뿐만 아니라, 할인할증제도는 건강보험 가입고객 스스로 평상시에 건강을 관리·유지하려는 유인을 제공해 전국민 건강증진을 위한 보험회사의 역할을 부각시킬 것이다. 해외 주요 건강보험회사들은 건강보험 가입고객들의 건강이 개선될수록 보험요율을 할인해 주는 요율제도를 통해 시장원리에 기반한 손해율개선을 달성하고 있다. 영국과 미국의 경우⁴⁸⁾ 보험료 할인할증을 건강보험 마케팅과 건강보험 부가서비스에 적극 활용하고 있다. 의료기술의 발달과 함께 장기화되어가는 노후를 건강하게 향유하고픈 사회분위기가 확산되면서 건강검진율이 증가하고 증가하는 건강검진율로 인해 만성질환자가 증가하기 때문에, 주요국의 건강보험회사는 장기화되어가는 인구의 고령화와 함께 증가하는 손해율을 관리하기 위해 언더라이팅 및 요율시스템을 지속적으로 보완하고 상품구조를 개선해 나가야한다.

48) 영국의 경우 PruHealth사가 미국의 경우에는 대부분의 보험회사가 포함되어 있다.

5) 건강관리 서비스

가) 현황

전통적인 건강관리시장은 질병이 발생했을 때 병원 등 전문 의료기관에 의존하여 의료서비스를 받는 발병 후의 치료 중심이었으나 현재는 질병의 발생을 감소시키기 위해 사전적으로 건강을 관리·유지하는 분위기로 변화하고 있다. 이러한 건강관리에 대한 관심과 소비욕구는 기대수명이 증가하면서 더욱 증대되고 있다. 그러나 개인 스스로가 어떠한 건강관리 방법이 적절한지 알기 힘들고, 만성질환자의 경우에는 집에서 전문적인 지식이 없는 개인이 식이요법과 운동습관을 관리하기란 쉽지 않다. 더군다나 핵가족화와 여성의 사회진출로 인해 건강관리서비스에 대한 수요는 점차 증가하고 있으며 전문화되어가고 있다. 건강관리서비스란 생활습관을 개선하고 만성질환을 예방/관리하여 소비자들의 건강상태를 개선하도록 돕는 것으로 개인의 상시적 건강관리에 대한 욕구도 충족시켜주고, 동시에 급증하는 의료비용을 줄이기 위한 정부 및 건강보험회사의 욕구도 충족시켜 줄 수 있다. 그러나 국내의 건강관리서비스 시장은 운동 및 영양관리 등을 포함하는 건강관리서비스 개념 및 범위가 확실하게 법령으로 명시되어있지 않고, 의료법 등의 제약으로 아직 크게 발전하지는 않았다. 그리고 국내에서 여러 업체가 건강관리서비스 사업을 시행하고 있으나 실질적으로 전문성 있고 체계화된 프로그램을 보유한 서비스 업체가 부족하고, 대부분 보험회사는 건강관리서비스업체와 연계하여 보험가입자나 임직원의 건강관리, 가정방문 간호 서비스, 건강 상담 및 입원 안내 서비스를 제공하는 것에 그치고 있는 실정이다.

보험회사는 직접적으로 건강관리서비스를 제공할 수 없기 때문에 임직원 및 고객을 위해 건강관리회사와 연계하여 서비스를 제공한다. 임직원을 위해서는 건강관리회사가 제공하는 기업전용 웹사이트를 통해 임직원이 직접 병원 및 개인스케줄에 맞춰 검진 예약을 할 수 있으며, 인터넷을 통해 검진결과가 누적되어 편리하게 건강관리를 할 수 있다. 그리고 검진 완료 후 이상 소견자들에 대한 사후관리 서비스 및 365일 전문의 전화상담 서비스를 이용할 수 있도록 하고 있다. 보험 가입고객에게는 개인별 맞춤 건강정보를 제공하고 간호사를 동

반하여 방문, 환자 이송 서비스, 퇴원 후 정기 전화상담 및 병원 안내 및 진료 예약 대행 서비스를 제공하고 있다.

나) 성장 가능성

만성질환자에게 건강관리서비스를 가장 먼저 제공한 미국의 경우 1998년 1억 2천만 달러였던 건강관리서비스 시장규모는 2008년 22억 달러로 연평균 성장률이 34%에 달하며, 2008년 기준으로 당뇨, 심부전, 심혈관계 질환, 천식, 만성폐쇄성 폐질환 관리가 전체 매출의 80%를, 웰니스/피트니스 서비스도 11%를 차지하였다.

보험회사는 건강관리회사와 제휴를 통해 공급하던 건강관리 및 유지 서비스를 2006년 이후부터는 자체적으로 제공하고, 건강관리서비스가 생긴지 10여년 정도 지난 지금은 건강보험회사의 95%가 건강관리서비스를 제공하고 있다.⁴⁹⁾

우리나라의 건강관리서비스 시장의 규모는 2008년 현재 약 1조 2천억~1조 4천억 원 규모로 추산되며, 건강관리서비스 이용자는 전체인구의 9.91%이고 연령대별 분포는 20대에서 60대까지 각각 12~14%로 비교적 고른 분포를 보이고 있다. 2015년도에 전국민의 15%가 건강관리서비스를 이용한다고 볼 경우 (삭제)건강관리서비스 시장의 규모는 최소 2조 6천억 원 규모로 추산되며 고용창출효과도 최소 33,000명 정도로 예상된다. 만약 전국민의 20%이상이 건강관리서비스를 이용한다고 할 때는 시장규모는 최소 3조 5천억 원으로 성장할 것이며⁵⁰⁾ 이는 2008년에 비해 최소 2배 정도 증가한 수치이다. 앞으로 건강관리서비스 시장은 치료보다는 예방을 중시하는 방향으로 점차 진화할 것이며 보험회사는 이러한 의료패러다임에 적절히 준비하고 대응할 경우 건강·의료서비스의 신시장 개척이 가능해지고 전통적인 건강보험시장과 시너지 효과가 커 보험회사의 지속성장의 발판이 될 수 있을 것으로 기대된다.

또한 정부차원에서 건강관리서비스 시장을 활성화시키고, 금연·비만클리닉 등 건강관리서비스 분야에 민간기업의 참여할 수 있는 시장이 조성되도록 관련

49) Disease management industry and high-tech adoption, Parks associates, 2009

50) 이윤태, 박시연, 박수범(2009), 『건강관리서비스 및 U-Healthcare 시장 규모 추계』, 한국보건산업진흥원.

제도를 마련하고 규제를 완화하는 방안을 추진할 방침인 만큼 보험회사도 시장 선점을 위해 미연에 준비할 필요가 있다.⁵¹⁾

다) 성장전략

국내 보험회사는 보험업법상 부수사업이 제한적이며 의료법상에서도 원격진료에 대한 허용범위와 책임소재에 관한 제도정비가 미흡한 상황으로 현재 보험회사가 진출할 수 있는 분야는 고객의 건강을 관리하고 관련하는 프로그램을 건강보험에 접목하는 것이 가장 적합하다고 할 수 있다. 중단기적으로 건강관리회사와의 제휴를 통해 건강관리서비스를 제공하고, 장기적으로는 미국의 보험회사가 IT와 접목된 서비스를 제공하는 것과 같이 우리나라의 보험회사도 제3보험 분야와 관련된 건강관리서비스를 제공하는 것이 적합하다. 그러나 보험회사가 IT와 접목된 서비스를 제공하기 위해서는 그 전에 사업수행이 가능토록 부수업무 범위의 확대를 위한 제도 개선이 필요하다.

보험회사는 건강관리회사와 제휴하여 보험가입고객들의 심박, 칼로리소모량, 운동량, 맥박, 혈압 등을 모니터링하여 리스크를 감소시킴과 동시에 고객의 다양한 니즈에 부합한 서비스 제공이 가능할 것이다. 예를 들면 식이요법 및 운동으로 생활습관을 관리하면서 이상수치가 감지되었을 경우엔 진료예약 등의 의료관련 서비스를 제공할 수도 있으며, 다양한 동작감지센서를 이용하여 운동량을 측정하고, 온라인과 모바일을 이용해 이용자의 건강상태에 맞춘 트레이닝 프로그램도 제시하는 것이 가능하다.

보험회사는 고객의 건강관리 프로그램을 건강보험상품에 접목하여 건강보험에 대한 소비자의 접근을 용이하게 할 수 있다. 현재 보험회사에서 표준미달체의 인수를 꺼려하는데, 리스크세분화를 통해 적절한 요율을 부과하여 인수한 후 건강보험관리 서비스에 참여케 하여 위험도가 감소하는 만큼 보험요율을 할인해 주는 혜택을 부여할 수 있다. 영국의 PruHealth사는 건강할수록 보험료

51) 정부는 U-Healthcare 서비스의 안전성, 유효성 및 경제성 등에 대한 시험·검증을 통해 법·제도 정비를 위한 기반 마련을 위해 U-Healthcare 시범사업을 2008년부터 추진하였으며 최근(2010년 1월) 지식경제부는 U-Health와 건강관리를 통합적으로 제공하는 스마트케어서비스 시범사업을 추진한다고 밝혔다.

할인을 제공하여 과잉의료수요를 줄이면서 보험금청구에 대한 빈도를 낮추고 있으며, 건강체도 보험에 가입할 수 있는 유인을 제공하여 보험가입 시 문제가 되는 역선택문제를 경감시키고 있다. 무엇보다 보험가입 후 위험도에 따른 유동적인 요율변동은 도덕적 해이를 완화할 수 있는 가장 적절한 방법이 될 것이며, 고객의 진료기록 및 처방전에 대한 정보를 수집 및 업데이트함으로써 데이터 구축을 통하여 질병패턴 및 의료이용 패턴을 분석하여 보험회사의 손해를 관리에 활용될 수 있을 것이다.

5. 간병보험 영역⁵²⁾

가. 성장 추이

현재 우리나라의 간병보험은 공적 간병보험인 노인장기요양보험과 민영건강보험회사가 판매하고 있는 민영간병보험으로 구분할 수 있다.

공적 장기간병보험인 노인장기요양보험제도는 2008년 7월 도입되어 전 국민이 간병보험에 의무적으로 가입하여야 한다. 노인장기요양보험의 가입자는 국민건강보험 가입자와 동일하며 보험료는 국민건강보험료에 포함되어 징수되고 있다. 장기요양보험료액은 국민건강보험료액에 장기요양보험료율을 곱하여 산정하는데, 장기요양보험료율은 장기요양위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정한다.⁵³⁾ 급여는 장기요양인정을 받은 자(<표 III-81> 참조)에 한하며 1-3등급으로 나누어져 있어 차등 적용되며 장기요양기관으로 지정된 장기요양시설과 자율적으로 계약하여 급여를 이용할 수 있다. <표 III-82>는 현재 급여계약을 맺고 급여를 이용하고 있는 계약자 수 현황을 나타내는 것으로 약 15만 명이 노인장기요양보험의 급여혜택을 받고 있다.

52) 이창우 산업연구실 부연구위원이 작성하였다.

53) 장기요양보험료율 2009년 4.78%에서 2010년 6.55%로 인상되었다.

<표 III-81> 노인장기요양보험 신청 및 인정현황

구분	신청자 수	등급판정자 수	인정자 수			
			계	1등급	2등급	3등급
2008	376,030	265,371	214,480	57,396	58,387	98,697

자료 : 보건복지부, 『보건복지가족통계』, 2009년

<표 III-82> 노인장기요양보험 급여계약현황

(단위 : 명)

구분	급여 계약자 수	시설급여	재가급여
2008	147,801	56,370	91,431

자료 : 보건복지부, 『보건복지가족통계』, 2009년

<표 III-83> 노인장기요양보험의 등급판정

등급	심신의 기능상태	장기요양 인정점수
1등급	일상생활에서 전적으로 다른 사람의 도움이 필요한 상태	95점 이상
2등급	일상생활에서 상당 부분 다른 사람의 도움이 필요한 상태	75점 이상 95점 미만
3등급	일상생활에서 부분적으로 다른 사람의 도움이 필요한 상태	55점 이상 75점 미만

급여는 크게 방문요양, 방문목욕, 방문간호, 주야간보호 등을 포함하는 재가급여, 노인의료복지시설을 이용하는 시설급여와 장기요양기관외의 시설이용에 특별현금급여로 나눌 수 있으며 복지요구에 대한 급여도 포함되어 있다.

이에 반해 민영 장기간병보험은 공적 장기간병보험 도입 이전부터 민영 장기간병보험이 판매되어 왔으나 시장은 크게 활성화 되지 않고 있다. 현재의 민영 장기간병보험은 피보험자가 상해, 질병 등의 사고로 활동불능 또는 인식불명(식물인간, 치매)에 도달하여 타인의 간병을 요하는 상태와 일상생활 장애상태에 이르렀을 때 간병비용을 보장하고 있다. 일상생활 장애상태는 재해 또는 질병

으로 인해 보조기구를 사용해도 생명유지에 필요한 일상생활 기본동작들을 스스로 할 수 없는 상태를 말하며 이동(보행)하기를 스스로 할 수 없으면서 식사하기, 화장실 사용하기, 목욕하기, 옷갈아 입기 중 한 가지라도 할 수 없는 경우 판정된다. 일상생활 장애상태의 진단만 받으면 보험금을 지급받을 수 있으므로 생각보다 보장 범위가 넓으며 보험기간이 종신인 경우가 많다. 위험률 변동에 따른 갱신형 상품보다는 보장형 상품이 주를 이루고 있으며 보험금을 80%만 지급하기로 약정한 상품이 많다. 민영장기간병보험 출시 초기에는 장기간병 전용상품이 많았으나 대부분이 폐지되었으며 보장급여가 나빠졌다. 민영장기간병보험은 주 계약 형태와 특약형태로 판매되고 있다.

민영장기간병보험의 시장이 활성화 되지 않는 현실적 이유는 장기간병보험의 공급자 측면에서 장기간병보험에 대한 수요를 감소시킬 수 있는 많은 요인들이 존재하기 때문이다. 가장 큰 저해요인으로 장기간병보험 자체에 분산시키기 어려운 기간간 리스크(intertemporal risk)를 지적하고 있다.(Cutler, 1996) 단기 간병을 요하는 발병 리스크는 1년 동안 각 개인이 발병할 확률, 즉 개인의 이질성에 의존하기 때문에 리스크의 분산이 용이하지만 장기간병의 리스크는 부분적으로 시간이 흐름에 따른 평균 비용의 변화에 의존하는 경우가 많다. 예를 들어 장기간병의 평균비용이 매년 전년기와 상호관계하여 증가한다면 미래의 비용은 상관관계가 증가함에 따라 증가하는 추세를 보일 가능성이 높다. 이러한 리스크는 같은 연령대의 모든 사람에게 공통되기 때문에 리스크의 분산이 어렵다는 문제점이 존재한다. 따라서 보험회사는 실손형보다는 정액형(indemnity)을 제공할 가능성이 크며 상품이 단기간에 사라질 가능성이 크다. 예를 들어 하루에 10만 원을 보장하는 상품이 있다면 현재 가격에서는 합리적일 수 있으나 미래에는 부적절한 보장상품이 될 가능성이 많기 때문이다.

간병보험과 관련된 서비스 사업부분에서는 공적 장기간병보험의 도입으로 요양시설이 크게 늘어나고 있는 추세이다. 공적 장기간병보험인 노인요양장기보험은 이용할 수 있는 일정요건을 갖춘 요양시설인 장기요양기관을 지정하고 있으며 그 설립요건이 일반 의료기관의 설립요건보다 상대적으로 까다롭지 않아서 시장진입이 상대적으로 수월하다는 점이 요양시설의 공급이 확대되고 있는 원인으로 파악되고 있다.

<표 III-84> 법적 근거에 따른 장기요양기관의 종류

구분	설치기준	제공급여	명칭	광의의 명칭
노인의료복지시설이 장기요양기관으로 지정받는 경우	노인복지법상 시설, 인력기준	시설급여	장기 요양기관	장기 요양기관
재가노인복지시설이 장기요양기관으로 지정받는 경우	노인복지법상 시설, 인력기준 (사회복지사 1인필수)	재가급여	장기 요양기관	
재가장기요양기관으로 설치신고 하는 경우	노인장기요양보험법상 시설, 인력기준	재가급여	재가 장기 요양기관	

<표 III-85> 연도별 노인 복지시설 현황

(단위 : 개 소, 명)

종 류	시 설	2008		2007		2006	
		시설수	입소정원	시설수	입소정원	시설수	입소정원
합계		63,919	112,064	60,788	150,548	59,117	119,498
노인주거 복지시설	소계	347	17,342	398	16,579	366	16,074
	양로시설	306	11,520	384	13,014	351	12,509
	노인공동생활가정	21	177				
	노인복지주택	20	5,645	14	3,565	15	3,565
노인의료 복지시설	소계	1,832	81,262	1,186	61,406	898	52,628
	노인요양시설	1,332	66,715	1,114	51,310	815	40,589
	노인요양 공동생활가정	422	3,500				
	노인전문병원	78	11,047	72	10,096	83	12,039
노인여가 복지시설	소계	59,422		57,777		56,789	
	노인복지관	228		211		183	
	경로당	57,930		56,480		55,504	
	노인교실	1,260		1,082		1,099	
재가노인 복지시설	소계	2,298	13,460	1,408	72,563	1,045	50,796
	방문요양서비스	1,111		767	62,736	523	42,832
	주야간보호서비스	621	10,627	504	8,109	409	6,557
	단기보호서비스	217	2,833	137	1,718	113	1,407
노인보호 전문기관	소계	349					
	노인보호전문기관	20		19		19	

자료 : 보건복지부, 노인복지시설현황, 2009년

요양시설의 시장은 진입장벽이 높지 않으며 자본비용이 상대적으로 병원보다 적고 기술이 덜 필요한 간병 인력을 쉽게 고용할 있다는 점에서 경쟁 시장적 요소가 많다. 또한 규모의 경제가 거의 존재하지 않기에 적은 규모로도 쉽게 진입할 수 있다는 특징이 있다. 이에 반해 사업영역확대의 저해요소가 존재하기도 한다. 주요 저해요소로는 요양시설 이용을 위한 대기명단이 길어질 수 있다는 점, 장기간의 간병을 요하므로 이미 요양시설을 이용하는 사람이 나오지 않는 이상 들어가기 어려울 수 있다는 점, 요양시설을 이용하고자 하는 고령자는 도움을 받을 수 있는 친척이나 친구가 없을 가능성이 많으므로 탐색에 어려움이 있을 수 있다는 점 등이다.

요양시설 시장의 가장 큰 특징으로는 보험회사 혹은 공적 건강보험의 요양기관에 대한 보상정책이 요양기관의 환자선택과 요양기관이 제공하는 서비스의 질에 영향을 줄 수 있다는 점에서 보험회사의 역할이 중요한 시장이라고 볼 수 있다.

나. 주요국 추이

1) 미국

미국의 장기간병보험은 일반적인 건강보험이나 메디케어에서 보장하지 아니하는 장기간병에 대한 비용을 보장해주는 보험을 말한다. 장기간병보험의 급여는 보통 급여가 지급되는 총 기간이거나 급여총액으로 최대치를 제한하고 있다. 장기간병보험의 보험금은 보장해주는 서비스와 종류, 보험 가입시의 연령, 특약선택여부에 따라 달라지게 설계되어 있으며 장기간병을 이미 받고 있는 개인이거나 건강이 좋지 않은 개인은 가입할 수 없거나 극히 한정된 담보로 보험을 가입할 수 있다.

<표 III-86> 2007년 연령에 따른 평균 장기간병보험료

(단위 : US 달러)

연령	전 연령	40 미만	40-49	50-59	60-64	65-69	70 이상
보험료	2,207	881	1,781	1,982	2,249	2,539	3,026

자료 : www.longtermcare.gov 재인용

보장기간은 2년, 3년, 4년, 5년, 평생, 무한 보장 등으로 나누어지며 대부분의 상품은 보장기간을 금액으로 환산하고 있다. 따라서 급여는 간병에 대한 보상을 지불해야하는 기간으로 정해지는 것이 아니라 지급해야하는 총액을 제한하여 정하고 있다. 다음은 미국 장기간병보험상품의 특징을 나열한 것이다⁵⁴⁾.

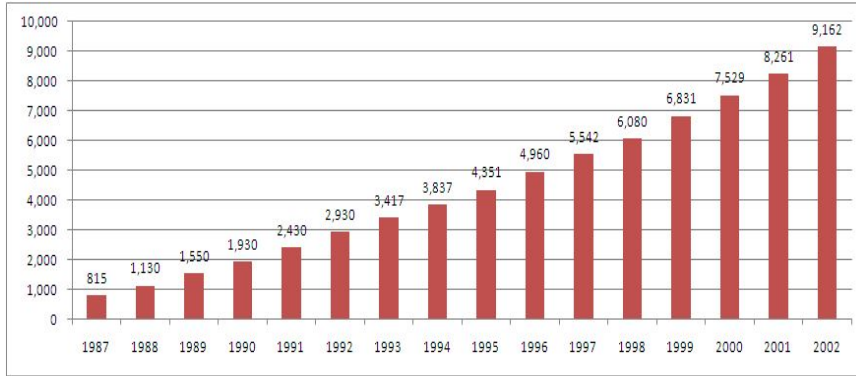
- 소비자는 일당 급여액을 선택할 수 있음. 대부분 상품이 \$50/일-\$500/일 급여 제공하고 있음. 월당 급여를 정하여 간병의 필요강도에 따라 유연하게 일당 급여액을 자신이 조정할 수 있는 상품이 크게 성장하고 있음.
- 급여보장기간을 선택할 수 있음. 보장기간에 따른 급여보장액으로 상품을 제공함. 예를 들어 일당 \$100을 제공하는 3년 보장상품을 선택하였다면 간병에 대하여 총 \$109,500을 보장함. 몇몇 보험회사는 평생 무제한 간병보험을 판매하고 있음.
- 포괄보장과 시설보장으로 나누어져 있음. 포괄보장의 경우 가정을 포함한 다양한 간병시설 이용과 이에 필요한 모든 서비스를 보장하고 있음.
- 많은 상품이 특약형태의 선택보장을 제공하고 있는데 대표적인 특약이 '비용상승 보호(Inflation Protection)' 특약임. 시간에 따라 상승하는 간병비용으로부터 소비자를 보호하기 위한 특약임.

<그림 III-34>는 미국 장기간병보험의 누적 판매건수를 나타낸 것으로 미국 장기간병보험의 판매는 연평균 18% 성장하고 있다. 2002년 한해에만 9백만 건 이상이 증가하였음을 알 수 있다.

54) www.longtermcare.gov에서 인용하였다.

<그림 III-34> 미국 장기간병보험 누적 판매건수

(단위 : 천 건)

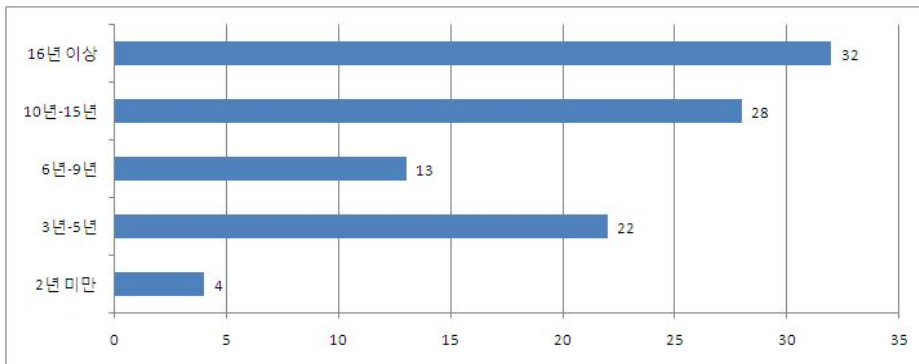


자료 : AHIP, Long-Term Care Insurance in 2002, June 2004

<그림 III-35>는 2002년 현재 장기간병보험회사 중 60%이상이 최소 10년 넘게 시장에서 장기간병보험을 판매하고 있음을 보여준다.

<그림 III-35> 장기간병보험을 판매하는 회사의 시장 생존율

(단위 : %)



자료 : AHIP, Long-Term Care Insurance in 2002, June 2004

2) 영국

1989년부터 민영장기간병보험상품이 판매되기 시작하였으나 공적장기간병보험제도도 인하여 판매가 부진하며 주로 고가의 상품위주로 구성되고 있다는 점이 특징이다. 2004년의 경우 대부분의 보험회사가 민영장기간병보험상품을 시장에서 철수 시켰다.

상품유형은 크게 4가지로 요약할 수 있다. 첫 번째 유형은 일반적 형태의 보험상품이다. 미래의 간병필요 상황을 대비하여 보험에 가입하는 보장형 상품인 사전적립형 상품이다. 보험료는 일시납 혹은 정기납으로 하며 계약시 정한 나이에 도달하였을 때 보험료를 갱신한다. 보험료 갱신시 보험료의 급격한 상승으로 인하여 고정소득자의 경우 보험료를 납부할 수 없는 경우가 많아 몇 명 보험회사는 상승률 고정을 보장하지만 이는 소비자가 75세의 나이에 이른 개인에 한하고 있다. 2004년 기준으로 일반적 형태의 보험은 보험회사 한 곳에서만 판매하고 있다.

<표 III-87> 67세 개인의 일반형 상품 가입을 위한 보험료 예

(단위 : 영국 파운드)

	남자		여자	
	일시납	월납	일시납	월납
소비자물가지수 연동 급여	14,726.33	89.41	19,335.30	111.19
확정급여	7,618.70	62.53	10,178.00	76.30

주 : 년당 £10,000 급여와 급여발생시 첫 13주 유예 상품 기준, 2003년 기준
 자료 : Johnston, Private funding mechanism for long-term care, p.4, 2005

두 번째 유형은 투자형 보험상품이다. 투자형 보험상품은 부담할 수 없는 높은 보험료로의 갱신 등 일반적 형태의 보험상품에 대한 비판을 해결할 수 있다는 점에서 그리고 소비자가 사망시 보험금을 반환하지 않아도 된다는 점에서 한 때 큰 인기를 끌었다. 하지만 예상한 투자성과를 얻지 못하여 보험계약자가 예상한 급여를 받기 위하여 보험료를 더 납부하거나 예상에 미치지 못하는 급여를 받아들여야 하는 문제가 발생하였다. 2004년 기준으로 투자형 상품은 전

혀 판매되지 않고 있으며 보험회사 또한 상품을 시장에서 철수하였다.

세 번째 유형은 전환형 상품이다. 종신보험이나 치명적 질병보험을 장기간병 보험으로 전환할 수 있도록 설계된 상품이다. 전환형 상품을 제공하는 보험회사는 거의 없었으며 2004년 기준으로 이용가능한 상품은 존재하지 않는다.

네 번째 유형은 간병필요시 일시금 또는 기타 자산으로 보험료를 지급하고 여생동안 장기간병보험금을 연금 방식으로 지급 받는 일시납 보험상품(immediate-needs annuities plan)이다. 이 상품은 미래에 대한 간병을 대비하는 개인을 대상으로 하고 있지 않다는 점에서 위에서 언급한 3가지 유형의 상품과 다르다. 즉 현재 간병이 필요한 개인을 대상으로 하고 있다. 영국의 간병보험상품중 판매성장률이 가장 높다.

2003년 기준으로 영국보험회사협회(Association of British Insurers)의 보고에 따르면 장기간병보험가입건수는 약 46,000건이며 29,500건이 사전적립식, 12,800건이 투자형 상품, 3,600건이 간병필요시 일시납 상품이다. 전환형 상품에 대한 자료는 존재하지 않는다.

3) 일본

일본은 1980년대에 민영장기간병보험을 도입하였으며 1995년에 이미 65세 이상 노인인구 비중이 14%에 도달할 정도로 고령화된 국가이다. 2000년에 공적장기간병보험이 시행되었으며 40세 이상의 국민은 의무적으로 가입해야한다. 민영건강보험시장은 공적장기간병보험 도입 전에 이미 활성화 되었으며 생명보험의 경우 정액형 중심으로 손해보험의 경우 실손형 상품 중심을 판매하고 있다.

<표 III-88> 일본 민영장기간병보험 시장 규모

(단위 : 백만 엔)

		FY2001	FY2002	FY2003	FY2004	FY2005
생명 보험	개호급여금	10,933,537	15,264,053	16,470,408	15,307,059	14,763,702
	개호연금원자	17,778,482	18,208,528	17,735,920	16,014,749	14,385,995
	합계	28,712,019	33,472,581	34,206,328	31,321,808	29,149,697
손해 보험	개호비용보험	464,790	476,066	485,368	495,079	503,625
	적립개호보험	281,332	275,451	272,199	269,821	263,486
	합계	746,122	751,517	757,567	764,900	767,111

주 : 1) 생명보험은 보험금 기준임.
2) 손해보험은 책임준비금 기준임.

자료 : 오영수(2008), 『노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안』, 보험연구원 p.72

다. 성장 가능영역

장기간병보험의 수요를 저해 시킬 수 있는 많은 현실적 요인이 있음에도 불구하고 고령화 사회로의 진입은 장기간병보험의 수요의 전체규모를 증가시킬 것으로 예상된다. 인구학적 추세의 변화는 장기간병보험에 대한 인식과 수요를 증가시킬 것으로 예상되며 인구학적 추세의 변화는 누가 고령자를 돌 볼 것인가에 대한 인식을 증대시키고 있다. 베이비붐 세대의 은퇴와 사망률과 출산율의 감소로 고령화가 진전되고 있으며 60세에서 80세 사이의 인구비중이 현재에서부터 2050년 사이 급속히 증가할 것으로 예상된다.

<표 III-89> 예비고령자 수

구분	2000	2006	2007	2010	2020	2030
예비노인	6189	7357	7669	8899	11877	11718
구성비	13.2	15.2	15.8	18.2	24.1	24.1
성비	101.4	101	101	100.8	100.1	99
<남자>	3027	3638	3803	4428	5896	5859
구성비	6.4	7.5	7.8	9.1	12	12
<여자>	3161	3718	3866	4470	5980	5858
구성비	6.7	7.7	8	9.1	12.1	12

주 : 예비노인이라 함은 50-65세를 의미함(.)

자료 : 통계청(<http://www.kosis.kr/>), 연령별(시도)추계인구분석

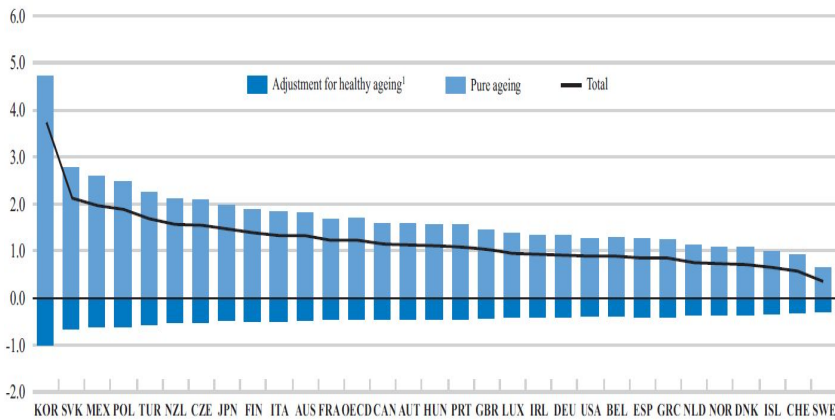
인구의 고령화가 장기간병을 요하는 전체 인구를 확대시키는 면도 있지만 장기간병수요는 전 생애 중 간병이 필요로 하는 시기에 의존하므로 노인의 건강상태가 평균적으로 더 좋아진다면 예상보다 장기간병보험의 수요가 적을 수도 있다. 장수 그 자체가 의료비용을 증가시킬 가능성은 희박하다. 왜냐하면 단기 간병의 의료비용은 나이가 많을수록 높아질 가능성이 많으므로 주로 나이에 의존하지만 장기간병은 의료비용이 사망 전에 높은 의료비용이 들기 때문에 사망할 때까지 장기간병이 필요한 시간에 의존하므로 장수는 단지 그 비용을 미래로 연기시키는 효과가 있기 때문이다. 따라서 의료비용이 사망이 가까워질수록 높아진다는 연구 결과는 의료비용이 장수정도에 얼마나 의존하는지에 대하여 어떠한 설명도 제공하지 못하고 있다. 장기간병의 비용은 사망까지의 시간보다는 전 생애 중 간병이 필요로 하는 시기에 의존하므로 장수하는 고령자의 간병 필요 시기가 크게 변화가 없다면 생각만큼 미래비용이 크지 않을 수도 있다.

그럼에도 불구하고 한국의 경우 2003년부터 민영장기간병보험이 판매되어 비교적 초기단계에 있으며 전례를 찾아볼 수 없을 정도로 빠르게 진행되는 고령화로 인해 노후대비를 위한 많은 방안들이 사회적으로 이슈화 되고 있다는 점은 간병보험의 성장가능성을 제고시킬 것으로 예상된다.

<그림 III-36>에서 보는 것처럼 한국의 경우 실선으로 나타난 고령화가 장기간병비용에 미치는 영향이 다른 OECD 국가와 비교하여 GDP대비 가장 높을

것으로 예상되는 만큼 민영장기간병보험의 시장이 충분히 성장할 수 있을 것으로 보인다. 또한 고령화 사회를 대비한 퇴직연금제도의 도입, 공적 장기간병보험의 도입등으로 노후대비에 대한 중요성이 날로 부각되고 있는 점도 장기간병에 대한 인식을 제고할 것으로 보인다.

<그림 III-36> 인구학적 요인이 장기간병비용에 미치는 영향
(단위 : GDP 대비 증가할 것으로 예상되는 % 포인트(2005-2050))

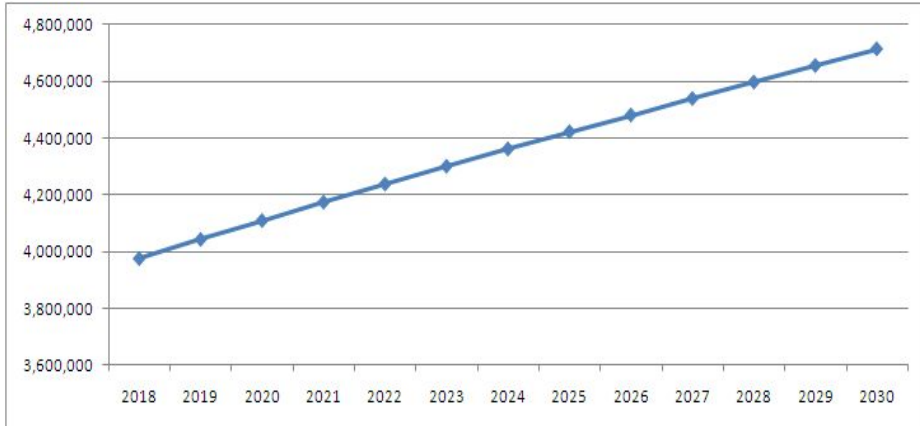


자료 : OECD, Future budget pressures arising from spending on health and long-term care, p.150, 2007

이러한 장기간병에 대한 수요 증가 가능성과 장기간병보험에 대한 수요 증가 가능성은 필연적으로 요양시설의 수요에 대한 증가 가능성으로 이어진다. 앞서 설명하였듯이 요양기관은 작은 규모와 비용으로도 진입이 가능한 경쟁적 요소가 많고 장기요양보험제도의 도입은 간병시설 증가의 촉매제 역할을 하고 있다는 점도 요양기관 수요의 증가를 예상할 수 있는 요인으로 작용하고 있다. 그 외 요양시설 수요를 증가 시킬 수 있는 요인으로 일인가구 혹은 소규모가구의 비율 증가와 요양시설을 대신할 수 있는 대체제가 가족을 통한 간병밖에 없다는 점이다. 즉 일인가구비율의 증가는 대체제가 감소하고 있음을 보여주는 것이므로 요양기관에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 예상된다.

<그림 III-37> 1인 가구 추계

(단위 : 명)



자료 : 통계청(<http://www.kosis.kr/>), 장래가구추계, 2007

라. 성장방안

1) 개인의 소득과 자산 상태를 고려한 상품 개발

가) 현황⁵⁵⁾

우리나라 민영장기간병보험은 앞서 성장추이와 관련된 절에서 언급하였듯이 대부분은 정액형 상품으로 이루어져 있다. 장기간병의 비용은 같은 연령대에서 시간이 지남에 따라 계속 높아질 수밖에 없으며 위험분산이 불가하므로 손실의 위험이 크다는 점에서 정액형 상품으로 보험회사가 손실을 줄일 수 있는 여지가 많다. 하지만 이런 정액형 상품은 일정액만을 보장해주기 때문에 보험 수요자에게 매력적이지 않다는 문제점이 존재한다.

55) 가. 절의 성장추이에서 민영건강보험상품의 현황을 더 자세히 기술하였다.

나) 성장 가능성

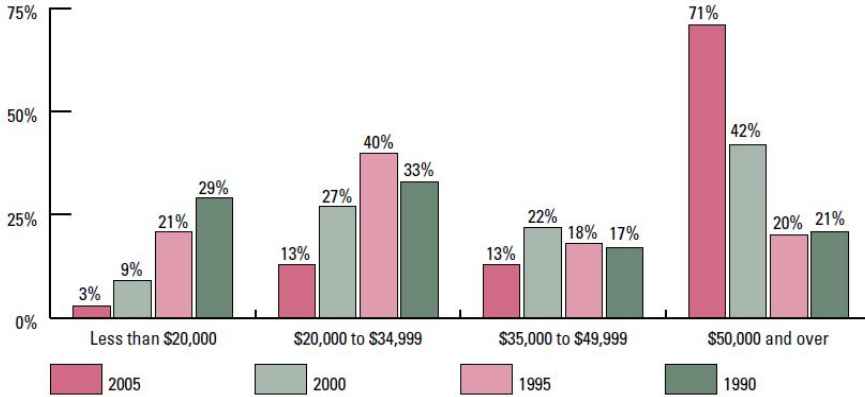
소비자의 니즈를 반영한다는 점에서 실손형 상품이 향후 장기간병을 대비하는 수요자들에게 더 매력적이기 때문에 장기간병보험의 수요확대의 견인차 역할을 할 수 있을 것이다. 하지만 비용이 많이 들며 지속성이 있는 장기간병에 대한 실손보장은 보험회사에게 그다지 매력적이지 않을 수도 있다. 따라서 개인의 자산과 소득 상태를 정확히 반영할 수 있는 상품의 개발이 이루어진다면 향후 장기간병수요시장이 커지는 만큼 상품판매도 성장할 수 있을 것으로 예상된다.

다) 성장전략

장기간병보험의 확대를 위해서는 갱신행 상품의 확대가 이루어져야 하며 이를 위해서는 건강상태보다는 소득과 자산을 중심으로 한 언더라이팅이 필요하다. 앞서 언급한 대로 장기간병의 비용은 기간간 위험분산이 불가하여 손실의 위험이 크므로 실손형 상품은 단기계약의 형태로 보험료 갱신을 통하여 손실을 보전할 수 있는 갱신행 상품을 개발해야 한다.

또한 노인층이 소득이 존재하지 않을 가능성이 많으므로 갱신행 상품은 건강상태보다는 소득과 자산을 중심으로 한 언더라이팅이 필요한데 이는 미국의 경우를 살펴보면 알 수 있다. 미국의 장기간병보험자의 소득별 분포에서도 나타나듯이 개인의 소득 상태가 장기간병보험의 가입의 가장 중요한 요소가 된다는 점을 인식한다면 소득과 자산을 중심으로 한 언더라이팅이 실손형 장기간병보험의 확대에 큰 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

<그림 III-38> 미국 연도별 장기간병보험가입자의 소득 상태



자료 : LifePlans, Inc., analysis of 2005,2000, 1995, and 1990 Buyer Surveys

다른 방안으로 영국의 상품 중 간병필요시 일시금 또는 기타 자산으로 보험료를 지급하고 여생동안 장기간병보험금을 연금 방식으로 지급 받는 일시납 보험상품을 참고할 만하다. 이 상품은 향후 간병에 대한 예측보다는 현재 자신이 가지고 있는 자산이나 소득에 근거하여 향후 연금 방식으로 자산과 소득을 재분배하는 방식이므로 가장 정확하게 개인의 소득과 자산을 보험상품에 반영할 수 있다는 장점이 있다. 또한 보험계약자의 사망시 간병비용을 담보로 한 개인 자산이 보험회사에게 수익이 된다는 점에서 장점이 존재한다.

2) 요양시설 산업으로의 진입

공적 장기간병보험의 도입으로 요양시설의 확충이 이루어지고 있지만 _아직 성장 초기단계여서 숙련된 인력이 부족과 서비스의 질 저하 등 문제점이 노출되고 있다. 요양시설 현황은 <표 III-85>를 참고하기 바란다.

가) 성장 가능성

앞 절에서 언급하였듯이 장기간병에 대한 수요 확대는 부수적으로 요양시설에 대한 수요로 이어질 수밖에 없다는 점에서 성장 가능성이 있을 것으로 판단된다. 또한 간병의 공급과 간병보험을 직접 연계한다는 점에서 민영 장기간병보험의 확충에 크게 기여할 것을 예상된다.

나) 성장전략

실손형 장기간병보험의 개발과 동시에 요양시설 운영하는 전략이 있을 수 있는데 이는 실손형 장기간병보험사업자의 경우 비용을 정확히 예상할 수 있다는 점에서 요양시설 운영은 비용을 감소시킬 수 있다는 이점이 있기 때문이다.

또한 요양시설의 운영을 위해서는 장기간병을 위한 인력확보가 필요한 만큼 인력확보를 위한 노력도 함께 해야 할 것으로 보인다. 장기간병은 단기치료처럼 전문적 기술을 가진 의사와 같은 고급인력을 요하지 않는 상대적으로 노동집약적 형태의 산업임을 감안한다면 노동력의 확보가 사업의 성공을 좌우할 수 있기 때문이다. 따라서 인력관리와 요양시설을 연계하여 운영한다면 보다 비용효율적일 수 있다.

현행 보험업법상 자회사를 통한 사업 진입이 현실적으로 불가능하므로 민영 장기간병보험사업자가 요양관련사업자와 제휴⁵⁶⁾를 통해서 요양사업자와 협력한다면 민영건강보험사업자가 의료공급자와 연계해서 사업하는 행위와 비슷한 효과를 가져 올 수 있을 것으로 예상되며 간병에 대한 공급경로를 확보함으로써 민영 장기간병보험의 확충에 크게 기여할 것을 예상된다.

56) 삼성의 경우 삼성재단 중 생명공익재단을 통해 현재 경기도 용인에 '노블카운티'라는 요양시설을 운영하고 있다. 생명공익재단은 병원건립과 운영을 하고 있다는 점에서 의료공급자의 역할을 하고 있다. 그룹차원에서는 보험회사와 의료공급자, 요양시설이 동시에 존재한다고 할 수 있다.

6. 글로벌화를 통한 성장 영역⁵⁷⁾

가. 원보험 영역

1) 현황

우리나라는 2009년 6월말 현재 5개의 생명보험회사가 미국 등 8개국에 진출하여 25개 점포(현지법인 8, 사무소 17)를 운영 중에 있다. 해외시장 진출지역을 살펴보면 미국(8), 중국(4), 일본(3), 영국(3), 베트남(3), 인도(1), 태국(1), 홍콩(1) 등에 진출해 있으며, 25개 점포중 생명보험 영업활동을 하는 점포는 현지법인 3개이다.

우리나라 생명보험회사의 해외진출은 대부분 사무소 형태로 진출하고 있으며, 근래에 들어서야 보험 영업을 위한 해외진출을 시도하고 있다. 보험영업을 하고 있는 회사들로 삼성생명 태국법인, 북경법인 및 대한생명 베트남법인⁵⁸⁾ 등이 있다. 나머지는 투자업 4개와 부동산 임대업 1개 그리고 사무소이다.

손해보험산업을 살펴보면 2009년 3월말 현재 7개 손해보험회사가 미국 등 8개국에 진출하여 41개 점포(현지법인 9, 지점 7, 사무소 25)를 운영 중에 있다. 미국(10), 중국(12), 일본(4), 영국(4), 베트남(5), 인도네시아(3), 싱가포르(2), 두바이(1) 등에 진출해 있으며, 이중 영업활동을 하는 점포는 16개(현지법인 9개, 지점 7개)이다. 코리안리 홍콩법인(보험중개업)과 현대해상 뉴저지법인(투자업)을 제외한 나머지 법인들은 모두 손해보험업(14개)을 영위하고 있다.

2009년 6월말 현재 생명보험회사 해외 현지법인의 총자산은 299.2백만 달러로 2008년 6월 220.4백만 달러 대비 35.7% 증가하였으며, 해외법인 중 생명보험 영업은 70.6%, 부동산 투자업은 1.2% 증가하였으며 유가증권 투자업은 7.6% 감소하였다. 생명보험 영업자산의 증가는 2009년 4월 대한생명 베트남 현지법인의 영업 시작에 기인한다.

57) 서대교 정책연구실 부연구위원이 작성하였음.

58) 대한생명 베트남 현지법인(생명보험업)은 2009년 4월부터 영업을 시작

<표 III-90> 생명보험 해외 현지법인 자산 현황¹⁾

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	'08년 6월	'09년 6월	증감	증감률
생명보험영업	117.0	199.6	82.6	70.6
유가증권 투자업	57.9	53.5	-4.4	-7.6
부동산 임대업	45.5	46.1	0.6	1.2
계	220.4	299.2	78.8	35.7

자료 : 금융감독원

<표 III-91> 생명보험회사 해외 현지법인 손익 현황 요약

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	'08년 6월	'09년 6월	증감	증감률	
매출	생명보험 영업수익	19.3	31.3	12.0	62.2
	투자업 영업수익	5.6	3.7	-1.8	-32.6
	임대업 영업수익	1.9	2.2	0.3	18.0
	계	26.7	37.2	10.5	39.4
당기 순손익	생명보험영업	-1.9	-5.2	-3.3	-170.8
	유가증권 투자업	1.2	0.7	-0.4	-35.8
	부동산 임대업	1.1	1.0	-0.1	-6.8
	계	0.3	-3.5	-3.8	-1,293.5

자료 : 금융감독원

2009년 6월말 현재 생명보험회사 해외 현지법인의 매출액은 37.2백만 달러로 2008년 6월말 26.7백만 달러 대비 39.4% 증가하였는데, 생명보험영업수익과 부동산 임대업 영업수익은 각각 62.2%와 18% 증가하였으나, 유가증권 투자업 영업수익 32.6% 감소하였다(<표 III-91> 참조). 해외 현지법인의 당기순손익을 살펴보면 -3.8백만 달러로 2008년 6월말 0.3백만 달러 대비 1,293.5% 감소하였다. 2009년 6월말 현재 생명보험영업의 당기순손익은 전년동기 -1.9백만 달러 대비 -170.8% 감소한 -5.2백만 달러이며 이는 대한생명 베트남 현지법인의 영업 개시

에 기인하였으나, 현재 베트남 현지법인에서 영업수익이 창출되고 있으므로 상황은 호전될 것으로 판단된다.

FY2008년 기준 손해보험사의 해외점포 총자산은 473.1백만 달러로 전기말(FY'07) 416.4백만 달러 대비 13.6% 증가하였으며 부채규모도 218.4백만 달러로 전기말 192.4백만 달러 대비 13.5% 증가하였다.

<표 III-92> 해외진출 손해보험사 자산 및 부채·자본 현황 요약

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	FY'07	FY'08	증 감	증감률
자산	416.4	473.1	56.7	13.6
부채	192.4	218.4	26.0	13.5
자본	224.0	254.7	30.7	13.7

자료 : 금융감독원

<표 III-93> 해외진출 손해보험회사 손익현황 요약

(단위 : 백만 달러, %, %P)

구 분	FY'07	FY'08	증 감	증감률
총수익1)	106.0	119.6	13.6	12.8
수입보험료	104.7	118.8	14.1	13.4
발생손해액	42.4	51.2	8.8	20.7
손해율	40.5	43.1	2.6	-
순사업비	41.5	48.6	7.1	17.1
사업비율	39.7	40.9	1.2	-
보험영업이익	19.4	17.7	-1.7	-8.9
투자영업이익	9.5	11.6	2.1	21.5
당기순이익	22.1	21.7	-0.4	-1.6

주 : 총수익과 당기순이익에는 현대 투자법인의 실적도 포함.

자료 : 금융감독원

FY2008년 기준 손해보험회사의 수입보험료는 현지영업 강화 등에 힘입어 전년동기 대비 13.4% 증가한 118.8백만 달러를 기록한 반면에 보험영업이익은 17.7백만 달러로 전년동기(19.4백만 달러) 대비 8.9% 감소하였다(<표 III-9 3> 참조). 또한 투자영업이익이 환율 상승 등의 영향으로 21.5% 증가한 11.6백만 달러를 시현한 결과 당기순이익은 21.7백만 달러로 전년동기 대비 1.6% 감소하였다.

자산 및 매출에 있어서도 생명보험회사의 해외사업 비중은 국내 보험산업 대비 0.1%이며 손해보험회사의 해외사업 비중은 국내 보험산업 대비 각각 1%, 0.5%로 해외사업에 대한 의존도는 높지 않은 편이다.

<표 III-94> 해외사업 비중¹⁾

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	국 내 ²⁾	해 외	해외사업 비중	
생명보험회사	자 산	198,445	226	0.1
	매 출	52,698	54	0.1
손해보험회사	자 산	49,429	473	1.0
	수입보험료	23,337	119	0.5

주 : 1) 생명보험회사는 '08년 12월말, 손해보험회사는 '09년 3월말 기준임.

2) 생명보험회사는 '08년 12월 평균환율 1373.84, 손해보험회사는 '09년 3월 평균환율 1461.98로 환산한 금액임.

자료 : 금융감독원.

글로벌 보험회사의 해외사업 비중을 살펴보면 우리나라와 현격한 차이를 보이고 있으며, ING의 경우 해외 사업비중은 79%이며 AXA는 75.7%로 해외 진출에 적극적인 모습을 보이고 있다.

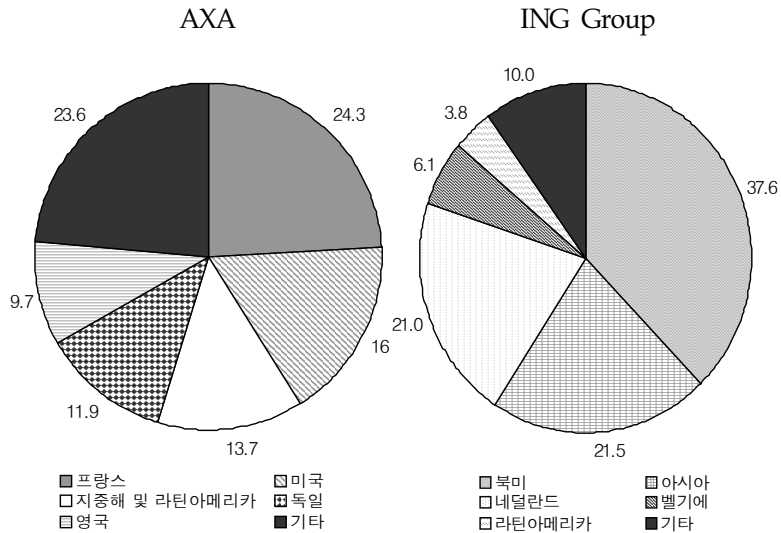
<표 III-95> 글로벌 보험사의 지역별 수입

(단위 : 백만 달러, %)

회사명	국내	해외	해외사업 비중
ING Group	19,577.9	60,955.9	79
AXA	29,229.6	64,220.8	75.7

주 : ING 는 네덜란드, AXA는 프랑스임
 자료 : Datamonitor, 2009

<그림 III-39> 글로벌 보험사의 지역별 수입비중



보험료 및 자산규모면에서 국내 보험사는 글로벌 보험사에 비해 미약한 수준이다. 2007년 기준으로 세계 1위인 ING 그룹의 자산이 1조 9천억 달러인데 반해, 삼성생명은 1천 2백억 달러로 6.1% 수준에 지나지 않는다. 손해보험 부문도 생명보험 부문과 유사하여 2007년 기준 세계 1위인 Allianz의 자산이 1조 5천억 달러인데 반해, 삼성화재는 2백억 달러로 1.4% 수준에 지나지 않고 있다.

<표 III-96> 세계 상위 5개 보험사 및 국내 상위 3사 규모(2007년)

(단위 : 백만 달러, 명)

구분	회사명	수입보험료	자산	임직원	
생명보험	글로벌 보험회사	ING Group	201,516	1,918,970	120,282
		AXA	162,762	1,056,963	103,534
		Assicurazioni Generali	113,813	559,302	67,306
		Aviva	81,317	636,431	57,011
		Prudential (UK)	66,358	437,420	49,616
	국내 보험회사	삼성생명	30,905	117,513	6,337
		대한생명	12,565	53,266	4,872
		교보생명	13,362	49,684	4,351
손해보험	글로벌 보험회사	Allianz	140,618	1,551,465	181,207
		Berkshire Hathaway	118,245	273,160	232,781
		AIG	110,064	1,060,505	116,000
		Munich Re Group	64,774	313,251	38,634
		Zurich Financial Service	55,163	389,344	58,220
	국내 보험회사	삼성화재	10,523	22,321	5,440
		현대해상화재	5,325	9,139	2,870
		동부화재해상	5,323	8,724	3,739

자료 : Fortune Global 500, 금융감독원 금융통계정보시스템

2) 해외사례

ING, AXA, Allianz 등은 2000년 이전부터 신성장동력 발굴을 위한 노력을 강화하여 글로벌화를 통한 시장확대에 적극적인 관심을 기울이기 시작하였다. 동 회사들은 세계에서 자산 및 수입보험료 규모기준 상위에 있는 글로벌 보험 회사들이다.

ING는 주로 인수·합병과 자체적인 성장을 통해 국제적 명성을 가진 금융그룹으로 발전해왔다. ING가 글로벌화를 위해 취한 핵심 경영전략은 은행, 보험, 자산관리 등 각 사업부문 간 유기적인 협력체계를 구축하는 것이다. 사업부문은 ING 유럽, ING 미국, ING 아시아, ING 도매금융, 소매금융 및 ING 디렉트로 나누어져 있다. ING 그룹의 경영구조는 국가 및 지역간의 협조체제를 구축함으로써 시너지효과를 극대화하는 것이며, 부문별 경영을 책임지는 이사회로 구성되어 있다. 또한, 시장을 선진국과 신흥국가로 구분하여 지역에 따라 성장의 핵심이 되는 사업부문을 구분하여 발전시켜 왔다. 유럽지역의 ING 보험회사들은 진출지역에서 사업단위 수익 중심의 성장을 비롯한 효율적인 자본증대에 집중하였다. 또한 고령화로 인한 노년층의 인구증가로 이들의 요구에 부합하는 상품개발에 노력을 기울이고 있으며, 효율성 증대와 리스크 관리 지속도 유럽시장에서 영업활동을 하는 ING 보험회사들의 경영전략이다. 북중미 시장에서는 다양한 형태의 보험상품을 비롯한 퇴직연금, 뮤추얼펀드, 브로커딜러서비스, 공공기관 상품, 그룹재보험, 주요 보장성상품 등 매우 광범위한 상품을 취급하고 있다. 아시아·태평양지역은 생명보험과 관련된 다양한 상품들과 변액보험, 종신보험, 단체보험, 상해보험 등의 상품을 판매하고 있다.

AXA는 생명보험, 손해보험, 국제보험, 자산관리, 기타 금융서비스 등 5개 부문에서 사업을 영위하고 있다. AXA의 글로벌화 과정을 살펴보면 자국에서의 입지확보, 미국진출을 통한 글로벌화 기반확보를 거쳐 본격적인 글로벌화를 추진하게 되었다. AXA는 프랑스 지방의 영세한 상호보험회사로 영업을 시작하여 프랑스 자국내에서 사업기반을 확보하는데 상당한 기간을 소요하였다. 자국내에서의 입지가 확보된 이후 글로벌화를 위한 기반을 다지기 위해 미국시장에 진출하였으며, 이후 인수·합병 등을 통해 외형적 성장을 지속하여 글로벌 보

험회사가 되었다. AXA 글로벌화의 특징을 살펴보면 강력한 리더십에 의한 글로벌화 추진을 들 수 있다. 그리고 단일 브랜드사용으로 인지도 제고를 통해 해외시장의 진출을 용이하게 하였다. 또한, 글로벌 보험회사들이 가지고 있는 공통점인 인수·합병을 통한 해외시장 진출도 AXA 글로벌화의 특징이라 할 수 있는데, 안정화된 회사를 인수하여 미국시장과 아시아시장 진출에 성공하였다. 전 세계에 퍼져있는 수많은 자회사를 효율적으로 관리하기 위해 지주회사들을 설립하였으며, 자산운용업에 진출해 생명보험뿐만 아니라 자산관리업무를 수행하는 등 종합금융서비스를 제공하여 글로벌 보험회사로서의 성공적인 위치에 도달할 수 있었다.

19세기 말 독일에서 설립된 알리안츠는 주로 1980년대 중반 이후부터 2000년대 초반까지 독일, 유럽, 미국, 아시아에서의 인수·합병 등을 통해 사업기반을 강화하였으며, 자산운용업무, 신용보험회사의 설립 등으로 금융겸업화에 박차를 가해 거대 금융그룹으로 성장하였다. 알리안츠의 해외진출 전략을 살펴보면 기존 사업영역 범위를 확장시켜 보다 광범위한 보험 및 금융상품을 고객에게 제공함으로써 장기적으로 고객을 만족시킬 수 있도록 하는 것이었다. 알리안츠 그룹은 손해보험, 생명 및 건강보험, 은행, 자산운영 등 4개의 사업영역으로 구분하여 관리 및 운영하고 있다. 또한 현지 시장에 맞는 기업가로서의 의사결정과 효율적인 글로벌 인프라를 구축하기 위해 노력하는 것도 알리안츠 그룹의 해외진출 기본 전략 중의 하나이다. 이러한 해외진출 전략을 통해 알리안츠는 자본기반의 확충 및 보호, 영업이익의 증대를 시현하였고 글로벌 보험회사로 성장하게 되었다.

3) 성장가능성

생명 및 손해보험 시장의 수입보험료 기준 상위 10개 개발도상국의 경제성장률⁵⁹⁾은 OECD 평균보다 높은 수준이며 보험밀도 및 침투도는 OECD 평균에 비해 낮은 수준이다. OECD 평균 경제성장률은 0.8%이나 신흥경제성장 국가인

59) 기존 연구에서 보험 소비 수준을 설명하는 가장 중요한 요인들 중 하나로 일관되게 GDP가 언급되어 왔으며, 따라서 경제성장률은 보험수요측면에서 대리변수로 사용될 수 있다.

BRICs(브라질·러시아·인도·중국) 시장은 5%이상의 고성장을 하고 있다. 중국시장의 경우 수입보험료 규모가 OECD 평균보다 높은 수준이나 보험밀도는 현저히 낮다. BRICs(브라질·러시아·인도·중국) 시장의 수입보험료 규모를 살펴보면 OECD 평균보다 상대적으로 낮은 수준이나 보험밀도는 매우 낮은 수준이다.

<표 III-97> 상위 10개¹⁾ 개발도상국 및 OECD국가 생명보험시장 규모(2008년)

(단위 : 백만 달러, 달러, %)

구 분	수입보험료	보험밀도	보험침투도	경제성장률
OECD	71,574	1,770	4.0	0.8
중국	95,831	72	2.2	9.1
인도	48,860	41	4.0	7.4
남아프리카공화국	34,525	707	12.5	3.1
브라질	22,419	115	1.4	5.1
폴란드	14,469	381	2.7	4.8
말레이시아	6,105	226	2.8	4.7
태국	4,966	77	1.8	2.7
인도네시아	4,704	20	0.9	6.1
칠레	3,457	206	2.4	3.8
헝가리	2,669	266	1.7	0.5

주 : 1) 수입보험료 기준 상위 10개 국가
 자료 : World insurance in 2008, Swiss Re

수입보험료 기준 상위 10개 개발도상국가는 보험시장의 잠재적 발전 가능성이 높다. 특히 중국은 생명 및 손해보험시장에서 1위를 차지하고 있으며 이는 급격한 경제성장과 향후 보험시장 발전가능성 등에 기인하고 있다. 신흥경제 성장국가인 BRICs(브라질·러시아·인도·중국) 및 동남아시아 시장도 고성장을 지속하고 있으며, 경제성장률·수입보험료 규모·보험밀도와 보험침투도를 종합적으로 고려해 볼 경우 BRICs(브라질·러시아·인도·중국) 및 동남아시아 국가의 보험시장 발전 가능성이 크다고 판단된다.

<표 III-98> 상위 10개¹⁾ 개발도상국 및 OECD국가 손해보험시장 규모(2008년)

(단위 : 백만 달러, 달러, %)

구 분	수입보험료	보험밀도	보험침투도	경제성장률
OECD	51,629	1,230	2.8	0.8
중국	44,987	34	1.0	9.1
러시아	38,013	268	2.3	5.6
브라질	25,074	129	1.6	5.1
베네수엘라	9,785	348	3.1	4.9
남아프리카공화국	7,990	164	2.9	3.1
인도	7,329	6	0.6	7.4
아르헨티나	6,476	162	2.0	7.0
태국	4,173	65	1.5	2.7
우크라이나	4,112	90	2.4	4.5
아랍에미리트	4,079	906	1.6	7.0

주 : 1) 수입보험료 기준 상위 10개 국가
 자료 : World insurance in 2008, Swiss Re

4) 진출방안

국내 보험회사들이 해외진출을 성공하기 위해서는 해당 진출지역에 대한 현지화 전략이 필요하다. 현지의 기업문화 및 제도, 현지실정에 맞는 영업조직과 관리조직의 구축 등을 통하여 기업을 운영하여야 하며, 이를 위하여 철저한 현지 시장조사와 더불어 현지의 틈새시장을 공략할 수 있는 영업전략을 수립하고 경영 기반을 구축하여야 할 것이다. 또한, 현지 사회의 전반적인 현황과 정보 및 사회 전반에 걸친 문화 등을 습득하여 문화충돌로 발생할 수 있는 분쟁을 사전에 방지하는 것도 고려하여야 한다.

보험시장의 잠재성장이 높은 개발도상국 또는 신흥시장국가로의 영업을 목표로 하여 진출하도록 노력하여야 한다. 현지 영업을 목표로 하여 현지법인 형

태로의 진출을 고려하되, 진입장벽이 높을 경우 주재사무소 형태로 진입하여 차후에 법인형태로 전환하는 것이 효과적일 수 있다. 현지 시장에서 연락처를 하기 위해서 전통적인 상품의 경쟁보다는 특화상품 개발에 주력하고 안정기에 접어든 후 전통상품 시장 경쟁에 진입하도록 하고, 중화권 또는 동남아시아 시장의 경우 문화적 동질성을 경쟁 우위로 하여 기존 글로벌 경쟁사와 차별 전략을 수립하는 것이 도움이 된다. 또한, 빠른 속도로 시장점유율을 높이고 기존 네트워크를 한꺼번에 흡수하기 위하여 시장 상황에 따라 M&A 전략도 고려할 수 있다.

국제경쟁력을 갖춘 금융글로벌 전문인력 양성도 해외시장 진출에 필수적인 요소이다. 해외시장을 효과적으로 개척하기 위한 전문인력의 수요가 꾸준히 증가하고 있으나 매우 부족한 상황이므로, 선진 보험기법을 습득하는 분야 외에 국제경제, 법률, 회계 등 다양한 자질을 겸비한 전문인력 양성에 투자 확충을 강화해야 된다.

국내 대형생명보험회사는 보험영업을 위한 해외시장 진출을 계획하여 현지영업을 통한 수익 창출을 위해 성장률이 높고 잠재시장이 거대한 신흥시장으로의 진출이 바람직하다. 영업을 위한 진출은 현지법인(또는 지점)이 적합하고, 현지 시장에서 차별화가 가능한 상품개발에 중점을 두고 틈새시장 공략에 집중화를 추구하도록 한다.

중소형 생명보험회사는 투자수익 증대를 위한 진출을 생각해 볼 수 있다. 중소기업사는 경제적 기반이 부족하며 국내시장에서의 위치도 불안정하므로 분산투자자와 수익률 제고를 위한 포트폴리오의 재구성이 적합하며, 국가별 위탁투자 형태가 상대적으로 효과가 클 것으로 예상된다.

국내 손해보험회사는 고객을 따라 해외로 진출을 하는 것은 전략적 실패를 초래할 가능성이 있으므로 지역적 차별화 전략을 수립하고 진출의 목적을 명확히 해야 한다. 선진국 시장은 인수/손해사정 선진기법 습득 및 정보 입수 기능을 수행하고 국내 다국적기업이 진출한 지역에는 서비스 거점 확보를 우선적으로 수행하도록 한다. 개발도상국 또는 신흥시장은 수익창출을 목표로 진출해야 한다.

보험산업의 글로벌화는 세계적인 추세이며 국내 보험사의 적극적인 해외진출

은 정부가 추진하는 금융의 글로벌화정책에 부합하며 국제경쟁력을 갖춘 글로벌 보험회사로 성장이 가능하다. 국내시장의 보험수요는 정체상태에 있으므로 해외진출과 해외보험사업의 확대를 통하여 보험시장을 다변화함으로써 보험산업의 지속적인 성장을 기대할 수 있으며, 자산운용면에 있어서 선진투자기법을 습득하여 투자의 다각화를 통한 위험분산 등 경영효율을 제고할 수 있다.

나. 재보험 영역

1) 현황

우리나라 해외재보험 거래 현황을 살펴보면 2008년 현재 수지차손이 출재차액으로부터 발생하고 있다. 해외재보험거래 수지차손은 감소 추세를 보였으나 2008년에는 수지차손이 소폭 증가하여 전년대비 4.3% 증가한 3천6백억의 수지차손을 실현하고 있어 국내보험영업이익의 상당부분이 해외로 이전되고 있다. 수재보험은 2008년 현재 2천5백억의 수익을 올리고 있다. 해외수재 수입보험료의 증가는 글로벌 금융위기에 따른 해외 재보험사의 담보력 약화우려 및 해외출재에 대한 불안감으로 지급여력이 있는 국내시장에 수재한 금액의 증가에 기인하고 있다.

대륙별 해외재보험 현황을 살펴보면 중국을 중심으로 한 아시아 지역에서의 수재차익의 증가 추세가 지속되고 있는 반면, 유럽지역은 출재차손실에 의한 수지차손의 발생이 지속되고 있다.

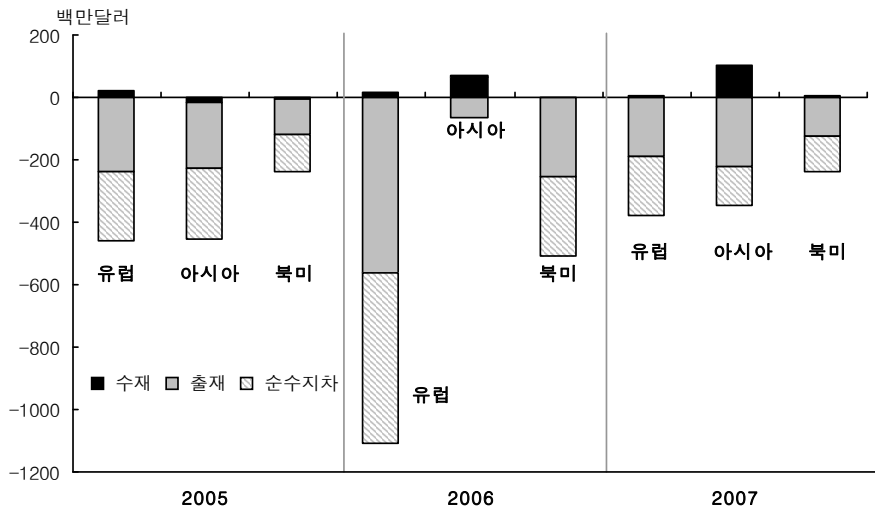
<표 III-99> 해외재보험 현황

(단위 : 백만 원)

구 분		2005	2006	2007	2008
수재	재보험료수익	431,814	573,489	832,763	1,132,790
	재보험금비용	239,418	283,748	388,468	585,225
	재보험수수료비용	109,152	150,984	235,874	295,814
	수재차액(A)	83,244	138,755	208,421	251,752
출재	재보험료비용	1,603,225	1,584,701	1,668,488	2,066,421
	재보험금수익	723,501	663,503	794,124	1,059,882
	재보험수수료수익	312,059	322,196	318,485	392,229
	출재차액(B)	-567,667	-599,001	-555,879	-614,310
순수지차액(A+B)		-484,423	-460,244	-347,459	-362,556

자료 : 손해보험협회.

<그림 III-40> 대륙별 해외재보험 현황



자료 : 보험개발원, 『보험통계연보』, 각 연호.

2007년 세계 재보험시장 규모는 보유보험료 기준 1,596억불로 전년대비 5% 감소하였는데, 이중 세계 상위5개사(Munich Re, Swiss Re, Berkshire Hathaway Re, Hannover Re, Llyod's)의 시장점유율이 59%를 차지하고 있다.

<표 III-100> 2007년 세계 재보험시장 시장점유율

(단위 : 억 불, %)

구 분	2005		2006		2007	
	보유보험료	성장률	보유보험료	성장률	보유보험료	성장률
세계 상위 5개사	697	-16.5	786	12.8	944	20.1
세계 상위 10개사	928	-15.1	991	6.8	1,188	19.9
코리안리	19	11.8	23	21.0	28	19.0
기타	584	-13.2	666	14.0	546	-18.0
합 계	1,531	-5.8	1,680	9.7	1,596	-5.0

자료 : 코리안리, 『해외재보험시장』, 2009년 3월호

2) 해외사례

1863년 설립된 Swiss Re는 세계 최대 재보험회사 중의 하나로서 세계 재보험업계에서 선도적인 역할을 담당하고 있다. Swiss Re는 1906년 샌프란시스코 대지진으로 발생한 클레임에 효율적으로 해결하여 세계적인 명성을 얻기 시작하였다. Swiss Re의 글로벌화는 주로 인수·합병 등에 의해 추진되어 왔다. 1990년대 중반 재보험 부문의 역량 강화를 위해 다이렉트 분야를 처분하고 재보험회사의 인수를 계속하였으며, 2000년대 중반까지 지속적으로 재보험회사들에 대한 인수를 통하여 해외진출을 추진하였다. 2006년 GE Insurance Solutions의 인수는 Swiss Re가 글로벌 보험회사로 성장하는데 매우 중요한 역할을 하였다. Swiss Re가 실행한 글로벌화의 성공전략을 살펴보면 먼저 인수·합병 등을 통해 외형적인 성장을 이루었다. 그리고 통합된 브랜드 이미지를 구축하기 위해 노력하여 현재 전 세계적으로 고부가가치의

브랜드 이미지를 가지게 되었다.(삽입) 지역에 따라 다양한 상품을 판매하여 고객의 욕구에 대응하였고, 2000년대 중반 이후 재보험뿐만 아니라 생명 및 건강보험 분야에까지도 사업영역을 확대하여 수익다변화를 추구한 것 등이 Swiss Re가 성공적으로 해외시장에 진출한 요인이라 할 수 있다.

3) 성장가능성

재보험시장은 글로벌 금융위기의 영향과 자연재해의 증가, 원보험사의 자본 변화 및 재보험사의 자본변화 등으로 시장에서의 효율인하 추세를 끝날 것으로 전망하고 있다. 글로벌 금융위기로 원보험사의 투자수익, 재무건전성 등이 악화되면서 자본잠식현상이 심화되어 재보험 담보력에 대한 의존도가 높아질 것으로 예상되며, 자본에 대한 접근이 제한되어 재보험에 대한 수요가 증가할 것으로 보인다. 재보험사의 자본 역시 감소할 것으로 전망되나 원보험사에 비해 상대적으로 작은 수치이며, 단순레버리지 비율을 살펴보았을 때 자산운용자체가 상당히 안정적일 것으로 판단된다. 따라서 재보험 공급측면에서 안정적인 담보력을 지속적으로 제공할 것으로 보인다.

남미 보험시장은 선진국에 비해 덜 발달되어 있으나 지속적인 경제성장과 보험의 필요성에 대한 인식 변화로 보험 시장 발전 가능성이 매우 크다. 2007년 전세계 보험료 중 남미지역에서 차지하는 비중은 2%로 영국의 1/5에 불과한데, 남미지역의 경제성장에 따라 기진출한 해외기업들이 남미시장에서 영업을 확장하고 있으며, 새롭게 진출하는 기업들의 경우에 기존 사업이나 투자한 현지 사업에 대한 보험수요가 창출될 것으로 예상된다. 사업의 확장에 따라 그 사업과 부가되는 사업에 대한 보험수요도 증가할 것으로 보이며, 국가적인 경제발전에 따라 국민들의 보험상품에 대한 의식수준이 높아져 개인들은 생명, 건강, 자동차 등의 가계성 보험상품 수요가 증가 될 것으로 전망된다. 2008년 브라질 재보험시장이 개방됨에 따라 재보험 수요의 급격한 증가도 예상된다.

동유럽 재보험 시장도 큰 성장 잠재력을 가진 시장으로 폴란드의 경우 연간 6%대의 경제성장률을 기록하고 있으며, 풍부한 천연자원을 보유한 러시아도 7.5%의

높은 경제성장률을 보이고 있다. 동유럽 재보험 시장은 상당히 발달한 시장과 미개 발달된 시장으로 양분되어 있는데 체코, 폴란드, 슬로베니아 등은 어느 정도 선진화된 시장이며, 우크라이나와 러시아 등은 초기 단계의 미성숙 시장이라 평가하고 있다.

4) 진출방안

해외수지차를 살펴보면 수재보험은 이익이 발생되고 있으므로 포화상태에 가까운 국내시장을 벗어나 적정수익을 확보하기 위한 수익 다변화차원의 보험포트폴리오믹스 전략을 활용할 필요가 있다. 또한, 재보험거래의 특성상 해외출재시 대형사고가 발생하지 않을 경우 해외재보험 수지적자현상은 불가피한 측면이 있으나, 해외수지적자 개선을 위해서 우리나라 재보험사는 담보력 확충 등을 통한 위험보유 능력의 확대가 필요하다. 즉, 재보험의 중개기능에서 벗어나 위험보유 능력을 확대하여 국제적인 경쟁력을 갖추고 수재시장의 다변화를 추구하여야 한다.

해외진출을 위해서는 현지화 전략이 필수 조건이다. 재보험의 경우 해외영업 경험이 풍부하지 못하기 때문에 해당 진출 시장에 대한 연구, 시장조사, 현지의 제도 및 문화에 대한 철저한 이해가 필요하다. 국내 보험사들은 교환재보험을 이용하여 해외수재보험을 확대하고 출재에 따른 비용지출을 최소화하는 전략을 구사할 수 있다. 서로 자사가 인수한 위험을 출재로 분산함과 동시에 상대방으로부터 수재로 보유를 보충함으로써 포트폴리오 분산효과와 함께 자사 보유계약의 영업성적을 안정시킬 수 있다.

우리나라의 재보험거래가 출재는 유럽으로 수재는 아시아로부터 오는 불균형이 존재하기 때문에 출재물건과 유사한 위험의 수재물건을 상호 교환하면 해외재보험 출재에 따른 비용도 최소화하고 해당 해외시장에 대한 접근 기지로 활용이 가능하다. 이는 포트폴리오분산 효과와 함께, 거래선 다변화 효과로 재보험자와의 거래에서 가격협상력을 높일 수 있다. 다만, 인적 네트워크 구축과 통계의 축적과정 등이 필요하므로 단기적인 성과보다는 장기적인 안목에서 사업을 지속하는 것이 바람직하다.

IV. 보험산업 지속성장 기반구축

1. 보험산업 신뢰구축

가. 윤리경영 및 공익활동 강화⁶⁰⁾

1) 현황

가) 윤리경영

우리나라 보험회사들은 2000년 보험업법 및 동법 시행령 개정에 맞추어 지배구조 개선의 일환으로 윤리경영을 도입 또는 확대하였다. 여기서 윤리경영이란 기업들이 법규의 준수 차원을 넘어서 자신이 속한 사회에 대한 윤리적 책임을 다함으로써 기업활동과 관련된 이해관계자의 이익을 보호하고 나아가서는 사회 발전에 기여하는 경영패러다임이다. 이러한 윤리경영은 기업의 사회적 책임⁶¹⁾이라는 개념의 하위 개념이며, 사회적 윤리와 조응하여 기준이 마련된다는 점에서 개별 기업의 판단 하에 자율적으로 수행되는 사회적 책임투자나 사회공헌 활동과 구별된다. 윤리경영의 도입·확대 당시 금융감독당국은 보험회사가 윤리경영을 실시하여 보험소비자 관점에서 업무를 수행함으로써 적극적인 소비자 보호를 통한 신뢰회복을 도모하려는 목적이 있었다.

이후 보험회사들은 윤리헌장 또는 윤리지침을 제정하고 윤리교육을 실시하는 등 윤리경영 운영체계를 갖추는 데 노력해왔다. 윤리경영 운영체계는 윤리헌장 및 윤리지침의 제정, 윤리교육의 실시, 기업윤리 담당부서 운영, 기업윤리 감사 및 평가 등으로 구성되며, 삼성화재는 2002년 1월, 알리안츠생명은 2002년 3월

60) 김경환 정책연구실 수석연구원이 작성하였다.

61) 캐럴(Archie B. Carroll(1979))은 기업의 사회적 책임을 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 그리고 재량적(자선적) 책임으로 분류하였다.

에 윤리경영 선포식을 하는 등 대부분의 보험회사들이 윤리경영 실행에 참여하여 왔다. 또한 2006년 9월에는 금융감독원이 중심이 되어 금융협회(62)들과 함께 전체 금융권 차원에 적용되는 『소비자보호 모범규준』을 제정하였다. 동 규준은 용어 정의 등의 개요, 소비자보호 정책, 소비자보호 인적자원 및 조직관리, 상품 및 마케팅 관련 소비자보호 체계, 효율적인 민원관리 시스템, 소비자 정보제공 및 교육시스템 등으로 구성되어 있다.

보험회사들의 이러한 노력에도 불구하고 실제 보험사업을 영위하는 과정에서 소비자가 이를 체감하고 인정해야 하나 그렇지 못하고 있는 실정이다. 보험산업의 경우 최근 들어 오히려 민원이 증가하여 전체 금융권 중에서 가장 높은 비중을 차지하고 있기 때문이다. 특히, 윤리경영의 효과가 가장 크게 나타날 수 있는 보험모집 분야에서 민원이 가장 많은 것으로 나타나, 영업현장에게까지 윤리경영이 확산되지 못한 것으로 추정된다.

<표 IV-1> 금융권별 민원발생 비교

(단위 : 건, %)

구 분	2008년	2009년						
		연간	전년 대비 증감률	1분기	2분기	3분기	4분기	전분기 대비 증감률
합계	65,757 (100.0)	76,826 (100.0)	16.8	20,623 (100.0)	19,170 (100.0)	19,090 (100.0)	17,943 (100.0)	△6.0
은행·비은행	30,021 (45.7)	31,236 (40.7)	4.0	9,293 (45.1)	7,784 (40.6)	7,256 (38.0)	6,903 (38.5)	△4.9
보험	31,544 (48.0)	40,936 (53.3)	29.8	10,113 (49.0)	10,324 (53.9)	10,637 (55.7)	9,862 (55.0)	△7.3
증권·자산운용	4,192 (6.4)	4,654 (6.1)	11.0	1,217 (5.9)	1,062 (5.5)	1,197 (6.3)	1,178 (6.6)	△1.6

주 : 1) 단순질의를 제외한 일반민원 기준임.

2) ()안은 구성비임.

자료 : 금융감독원, 「2009년 금융상담 및 민원동향」, 보도자료, 2010. 2. 4.

62) 전국은행연합회, 생명보험협회, 손해보험협회, 증권업협회, 여신금융협회가 참여하였다.

<표 IV-2> 민원 유형별 발생 현황

(단위 : 건, %)

민원 유형		2008년		2009년		증감	
		건수	구성비	건수	구성비	건수	증감률
일반 민원	보험모집	7,975	25.3	12,579	30.7	4,604	57.7
	보험금 등 산정	3,307	10.5	4,930	12.0	1,623	49.1
	면부채 결정	2,493	7.9	3,879	9.5	1,386	55.6
	보험금 등 지급	3,518	11.2	2,355	5.8	△1,163	△33.1
	계약의 성립 및 실효	2,006	6.4	2,506	6.1	500	24.9
	고지 및 통지의무위반	1,241	3.9	1,908	4.7	667	53.7
	장해 및 상해등급적용	1,310	4.2	1,238	3.0	△72	△5.5
	기 타 ¹⁾	6,519	20.7	10,494	25.6	3,975	61.0
	소계	28,369	89.9	39,889	97.4	11,520	40.6
단순질의(Q&A)		3,175	10.1	1,047	2.6	△2,128	△67.0
보 험 계		31,544	48.0	40,936	53.3	9,392	29.8

주 : 1) 재산운용, 회계, 방카슈랑스 등의 민원 및 상담성 및 제도 관련 민원(처리중인 민원 포함)

자료 : 금융감독원, 「2009년 금융상담 및 민원동향」, 보도자료, 2010. 2. 4.

나) 공익활동

기업의 공익활동이란 경제적·법률적·윤리적 책임의 차원에서가 아니라 자율적 판단에 의해서 사회발전에 바람직한 가치기준을 확산시키고 사회공헌활동을 수행하는 것으로 정의할 수 있으며, 기업의 공익활동은 사회적 책임투자⁶³⁾와 사회공헌활동으로 구분되기도 한다. 우리나라 보험회사들은 윤리경영과 함께 기업의 공익활동에 대해서도 관심을 확대시켜가고 있다.

63) 사회적 책임투자의 원리는 윤리투자의 개념보다 더욱 확대된 행동에 근거한 투자의사결정으로, 주주가 참여하는 투자가 단순히 돈을 버는 목적이 아니라 돈으로 사회를 바꾸려는 가치투자자와 주주행동주의, 공동체를 위한 대안투자 등이다. 김형철(2007), "SRI접근방법과 전략에 관한 고찰", 『투신』, 제63호, 2007.6, p.2.

사회적 책임투자(SRI)는 기업이 투자를 결정할 때 재무적 측면만이 아니라 환경적 측면, 사회적 측면, 지배구조 측면 등을 고려하는 것을 말하는데, 우리나라 보험회사는 아직 적극적으로 참여하고 있지 않다. SRI의 주요 평가지수인 다우존스지속가능성지수(DJSI)⁶⁴⁾는 일반 글로벌기업 지수인 MSCI(Morgan Stanley Capital International Index)보다 꾸준히 높은 수익률을 보이고 있는 등 사회적 책임투자는 일반적 투자에 비해서 높은 수익률을 보이는 것으로 평가되고 있다. 우리나라 보험회사가 사회적 책임투자에 활발히 참여하지 않는 것은 우리나라의 경우 미국 등 외국⁶⁵⁾과 달리 2000년대 들어서 비로소 자산운용에서 사회적 책임투자 개념이 도입된 데 기인하는 측면도 있다.⁶⁶⁾ 사회적 책임투자 펀드는 2007년 기준으로 약 2,700억 원 수준인데, 그 중에서 보험회사의 투자규모가 얼마나 되는지는 파악되지 않고 있다.

보험회사의 사회공헌활동은 공익기금출연, 교통사고예방활동, 임직원 봉사활동 등 다양한 형태로 나타나고 있으나, 전반적으로 크게 활성화되었다고 보기는 어렵다. 최근 3개년 사회공헌활동 실적⁶⁷⁾은 금액기준으로 FY'08에는 전년대비 1.8% 감소한 회사당 평균 55억 6천만 원을 지출한 것으로 집계되었다. 이는 미국 발 금융위기가 보험경영에 크게 영향을 미쳐 재무적 여건이 악화되었기 때문인 것으로 판단된다. 이를 보험종목별로 살펴보면 손해보험회사는 회사 평균 34.8억 원인 반면 생명보험회사는 회사 평균 66.8억 원으로 생명보험회사가 사회공헌활동에 보다 적극적인 것으로 나타났다. 회사 규모별로는

-
- 64) 다우존스(Dow Jones)와 샘그룹(SAM Group)이 지속가능경영 수준 상위 10%수준의 종목만을 선별하여 발표하고 있는 지속가능성 지수를 말한다.
 - 65) 미국에서 사회적 책임투자는 1920년대까지 거슬러 올라갈 수 있는데, 1970년대 이후 국제적인 사회문제가 크게 대두되면서 투자결정시 이를 적극적으로 고려하기 시작하며 활성화되었으며, 그 후 1990년대에 기업의 사회적 책임에 대해 크게 강조하는 분위기 속에서 더욱 급성장하게 되었다. 그리하여 오늘날 사회적 책임투자의 규모는 미국투자시장규모 25조 달러 중에서 2조 7천억 달러에 달하고 있다. 한편 유럽은 사회적 책임투자의 규모가 2007년 말 기준으로 2조 7천억 유로에 달하고 있다.
 - 66) 우리나라에서 사회적 책임투자는 2003년 12월에 기업책임을 위한 시민연대와 CJ제일투자증권이 발매한 사회적 책임투자 머니마켓펀드(SRI-MMF)가 최초 사례이다. 그 후 기업지배구조펀드, 에코펀드, 사회적 책임경영을 하는 기업의 펀드 등이 발매되었다.
 - 67) 동 실적은 현황조사에서 사회공헌활동 실적이 있는 것으로 통보해 준 회사들만을 기준(FY'06: 21개사, FY'07: 22개사, FY'08: 23개사)으로 산정하였으며, 1990년 이후 생명보험업계가 공동으로 실시해 온 “공익사업실적”은 제외하였다.

대형사(5개 사)가 회사 평균 244.8억 원, 중소기업사(9개 사)가 2.1억 원, 외국사(9개 사)가 4.1억 원으로 나타나, 사회공헌활동이 대형사 위주로 진행되고 있는 것으로 나타났다.

<표 IV-3> 보험회사의 사회공헌활동 지출금액 실적

(단위 : 백만 원)

구 분	회사	대형사	중소형사	외국사	전체	증감률	
손해 보험	FY'06	7	14,489	475	22	4,285	-
	FY'07	8	15,662	386	38	4,075	-4.9%
	FY'08	8	13,199	450	34	3,481	-14.6%
생명 보험	FY'06	14	27,551	16	452	6,103	-
	FY'07	14	28,886	77	838	6,577	7.8%
	FY'08	15	31,998	95	592	6,675	1.5%
전체	FY'06	21	22,326	147	309	5,497	-
	FY'07	22	23,597	193	572	5,667	3.1%
	FY'08	23	24,478	214	406	5,564	-1.8%

주 : 1) 상기 금액은 회사당 평균 금액임.

2) 이 수치는 보험회사에 대한 설문조사를 통해 얻은 것으로 실제치와 차이가 있을 것으로 판단되며, 사회봉사활동 등의 가치가 평가되어 포함되지 않은 수치임.

자료 : 오영수·김경환(2010), p.69.

또한 사회공헌활동은 보험회사 내에 체계적으로 정착되어 있지 못하고 아직 홍보활동의 영역에 머물러 있는 것으로 판단된다. 보험회사 내에서 사회공헌활동 전담부서를 설치하여 운영하는 경우는 6개사에 머물렀고, 나머지 회사들은 경영기획부서, 홍보부서, 인사부서, 준법감시부서 등에서 수행하고 있다. 구체적으로 살펴보면, 사회공헌활동 전담부서를 운영하고 있는 회사는 손해보험회사 보다는 생명보험회사가, 중소기업사나 외국사보다는 대형사가 더 많으며, 사회공헌활동 담당부서가 없다고 응답한 회사도 3개사(손해보험 중소기업사, 외국사, 생명보험 외국사 각 1개사)가 있는 것으로 조사되었다. 사회공헌활동을 담당하는

회사당 평균 인력의 수는 2.36명인 것으로 나타났으며, 대형사(3.0명), 외국사(2.46명), 중소형사(2.06명)의 순으로 사회공헌활동에 더 많은 인력을 투자하고 있었다. 회사의 특성을 살린 사회공헌활동 프로그램을 수행하는 보험회사는 33개사(80.5%)로, 대형사(100%), 중소형사(80.0%), 외국사(71.4%)의 순으로 나타났다. 또한 사회공헌활동에 대해 중장기적 로드맵을 수립하여 시행하고 있는 회사는 27개사(65.9%)에 이르고 있다.⁶⁸⁾

2) 필요성

가) 윤리경영

보험상품은 다른 제조품이나 금융서비스와 달리 이해하기 어렵고 복잡하므로 상품판매 과정에서 고객의 이익을 먼저 고려하기 위해 윤리경영을 활성화하는 것이 필요하다. 보험회사는 고객으로부터 보험료를 받아서 이를 운용하여 보험금을 지급하게 되므로 고객의 자산은 자신의 자산처럼 신중하게 운영할 의무가 있으며, 이를 위해서는 윤리경영이 활성화될 필요가 있는 것이다. 더불어 점차적으로 시장에서 소비자권익을 강조하는 트렌드가 형성되고 소비자단체의 조직적 대응력이 강해지는 상황에서 준법경영은 물론 윤리경영이 확립되지 못할 경우 보험산업에 대한 신뢰도는 크게 낮아질 것이다.

정홍주·오태형(2005)의 연구에 따르면 보험회사는 은행에 비해 회사의 정직성, 상품의 공신력, 배려, 정직성, 판매채널의 정직성 면에서 신뢰가 낮은 것으로 나타났다. 이렇게 신뢰도가 낮은 것은 이순재·정중영(2007)의 연구⁶⁹⁾에 따르면 보험모집조직의 전문성 부족에 기인하는 바가 가장 크고, 보험금 관련 분쟁, 보험상품·약관의 복잡성, 부정적 언론보도 등이 그 이유라 할 수 있다.

68) 오영수·김경환(2010), pp. 62-65.

69) 이순재·정중영(2007), 「보험산업 신뢰도 제고 방안에 관한 연구」, 『보험개발연구』, 제18권 제3호, 보험연구원, p.15.

<표 IV-4> 은행과 비교한 보험업의 상대적 신뢰도 점수

회사			상품			판매채널		
공신력	배려	정직성	공신력	배려	정직성	공신력	배려	정직성
104.61	101.05	83.94	94.51	96.49	71.57	103.10	103.31	81.08

주 : 은행 = 100
 자료 : 정홍주·오탈형(2005), 「보험업 신뢰도 및 결정요인에 관한 실증연구 - 은행과의 비교를 중심으로」, 『보험학회지』 제 71집, 한국보험학회, p.65.

나) 공익활동

보험회사는 자산운용수익률 제고와 보험산업의 신뢰도 제고라는 두 목표를 달성하기 위해서 사회적 책임투자를 확대할 필요가 있다. 유엔 글로벌 콤팩트에 따르면 기업들이 리더십을 지속하기 위해서는 환경, 사회, 기업지배구조 이슈에서 리더십을 보여주어야 하며, 소외계층의 생계를 개선할 수 있는 더 많고 좋은 기회를 제공해야 한다. 특히 보험회사의 자산은 주주의 자산이라기보다는 수많은 고객의 자산이기 때문에 공공성을 고려하여 운용될 필요가 있고, 이러한 점에서 사회적 책임투자를 통해 수익성과 공공성을 동시에 도모해야 할 것이다. 사회공헌활동은 보험회사가 지역사회 봉사, 취약계층 지원, 자선공여 등과 같은 활동을 하는 것을 말하는데, 이는 보험회사의 이미지를 긍정적으로 개선시켜 보험회사의 장기적 경영성과를 제고시키고 아울러 보험회사 전체가 번성할 수 있는 사회적 정서를 개선시키는 두 가지 측면에서 보험회사에 긍정적 효과를 줄 수 있을 것이므로 적극 활용할 필요가 있다고 하겠다.

3) 해외사례

가) 미국

미국에서는 생명보험회사의 윤리기준을 설정하고 발전시키기 위해 IMSA (Insurance Marketplace Standards Association)를 1996년 11월에 설립하여 대응

해오고 있다. IMSA의 설립에 직접적 배경이 된 것은 1990년대 초반 불완전판매로 실추된 생명보험산업의 이미지를 개선하기 위해서는 보험시장에서 높은 윤리기준을 유지할 수 있어야 한다는 판단이었다. IMSA의 윤리기준인 「윤리적 영업활동에 관한 원칙(The Principle of Ethical Market Conduct)」의 제정은 학자들은 물론 공공부문과 민간부문의 전문가들이 2년에 걸친 작업을 통해 이루어졌다.

IMSA의 영업행위 윤리기준(Principles of Ethical Market Conduct)은 한 보험회사가 144개 범주 중 최소한을 만족시키기 위해 필요한 6개 원칙을 포함하고 있다. 이 원칙들은 i) 높은 수준의 정직성과 공정성에 맞추어 보험사업을 수행하며, 동일한 환경에서 자신에게 적용되거나 요구되는 서비스를 고객에게 제공할 것, ii) 고객니즈를 충족시킬 수 있으며(competent) 소비자 중심적인 판매와 서비스를 제공할 것, iii) 능동적이고 공정하게 경쟁에 참여할 것, iv) 목적이 명확하고 내용이 정직하며 공정한 광고 및 판촉물을 제공할 것, v) 고객 불만 및 분쟁을 공정하고 신속하게 처리할 것, vi) 보험회사가 IMSA의 영업행위 윤리기준과 규약(Code)을 실행하고 준수하는 것이 증명되도록 합리적으로 설계된 감독 및 검사체계를 유지할 것의 6가지로 구성되어 있다.

IMSA의 회원이 되기 위해서는 보험회사는 「윤리적 영업활동에 관한 원칙」과 강령을 채택하고 두 단계의 평가과정을 거쳐야 한다. 보험회사들은 먼저 IMSA의 평가질문서와 핸드북을 사용하여 자체 평가를 실시하고, 다음으로 모든 평가 문항에 대해 긍정적인 답변이 나오는 경우 IMSA가 승인하는 독립적인 평가인에게 자체 평가 보고서를 검사받고 독립적인 평가를 받게 된다. 독립적인 평가를 통과할 경우 IMSA의 회원이 되어 IMSA의 로고를 사용할 수 있으며, 회원의 효력은 3년간 유지된다.⁷⁰⁾

IMSA 회원 보험회사는 개인생명보험상품, 연금보험상품, 장기간병보험상품에 대한 광고와 판매, 서비스에 있어서 IMSA 모범규준을 준수해야 한다. IMSA 모범규준은 보험감독당국의 규제가 요구하는 것보다 더욱 엄격하여 IMSA 회원 보험회사인 것 자체가 대내외적 신뢰를 확보할 수 있게 하는 요소가 되고 있다.

70) 3년이 만료되면 갱신하기 위해 가입절차를 다시 거쳐야 한다.

나) 영국

① 품질기준향상인증제도

2000년 10월에 영국보험자협회(ABI)는 고객신뢰 확보의 일환으로 공적 규제 체계에 조화되는 품질기준향상인증제도(Raising Standards Quality Mark Scheme, 이하 '품질인증제도'라고 한다)를 시행하였다. 품질인증제도는 소비자가 생명보험과 연금 상품을 선택할 때 품질을 보증하는 역할을 하는데, 업무행위를 향상시키고 소비자 신뢰를 구축할 목적으로 i) 평이한 언어로 작성되고 일관된 형식을 갖춘 명확한 정보의 제공, ii) 민원 처리를 포함한 높은 수준의 고객 서비스의 제공, iii) 공정한 고객 대우를 목표로 하고 있다. 품질인증을 받은 브랜드는 고객에 대해 세 가지 약속을 하는데, 그것은 고객에게 중요한 핵심 성과영역과 관련된 것이다. 이 약속은 첫째로 상품의 편익과 비용을 명확하게 설명하고, 고객에게 상품에 관한 정보를 규칙적으로 제공하며, 평이한 언어로 전달한다는 것이다. 그 다음으로는 상품을 구매한 후 30일 이내에 어떠한 이유에서든 해지를 결정하면 구매대금을 환급해 준다는 것이다. 마지막은 고객과 관계를 유지하는 동안 고객을 지원한다는 것이다.

또한 브랜드는 소비자가 경험할 수 있는 방법상의 변화가 생기도록 의도된 8개의 특정 기준을 모두 충족시켜야 하는데, 그렇지 못할 경우에는 공인될 수 없다. 여기서 8개의 특정 기준이라 함은 <표 IV-5>에서 보듯이 명확성과 비교가능성(comparability), 비용설명, 연차보고서, 청약철회기간(cooling-off period), 초년부담비율(first year ratio), 고객만족, 현장 지원(here to help) 및 고객불만 관리를 말한다. 더불어 2005년에 기존의 품질인증제도를 전면적으로 재검토하여 변화된 환경에 맞추어 고객서비스를 강화하도록 하였다. 먼저 연초와 연말에 고객서비스 개선 상황을 공개적으로 설명하도록 하고, 이를 독립적으로 측정되도록 하였다. 또한 이전에 비해 보다 많은 보험회사들이 참여하도록 하며, 지속적인 개선이 지배구조에 내재되도록 하였다.

<표 IV-5> 영국보험협회(ABI)의 품질인증제도상 8개 특정기준

특정기준	내 용
<p>명확성과 비교가능성</p>	<p>이하의 항목들은 표준순서하에 표준질문에 응답함으로써 각각의 상품의 특징, 편익 및 비용을 기술해야 함.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 주요 특징 문서(key features document) • 예시(illustration) • 수익 요약설명(with-profits summary) • 연차 보고서(yearly statement)
<p>비용설명</p>	<p>모든 비용은 다음과 같이 설명되어야 함.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 명확한 영어로 설명될 것 • 모든 비용은 빠짐없이 기술될 것 • 통합된 형식으로 설명될 것
<p>연차보고서</p>	<p>공인된 후 판매된 투자상품을 가진 고객들은 표준적인 방식으로 표현된 지정 정보가 담긴 연차 보고서를 최소 1년에 1번은 수령해야 함.</p>
<p>청약 철회기간</p>	<p>규제에 의해 금지되지 않는다면 30일간의 연장된 청약철회기간이 적용될 것임.</p>
<p>초년 부담비율</p>	<p>이 척도는 첫 해 동안 투자를 중지하는 고객들이 부담하는 평균비용으로, 첫 해의 새로운 사업으로 지급을 받은 총액에 대한 비율로 표시됨. 초년비율은 다음과 같은 특정 기준(thresholds)을 넘지 않아야 함.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 정규지불연금계약 : 4.0% • 정규지불생명보험계약 : 4.0% • 기타 정규지불계약 : 4.0% • 단일지불계약 : 0.4%
<p>고객만족</p>	<p>일정비율 이상의 고객이 자신이 받은 서비스에 만족해야 함.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최근 구매자 : 최소 94% • 기존 고객 : 최소 90%
<p>현장지원</p>	<p>주요 특징 문서와 연차보고서는 고객의 문제를 처리하는 장소에 비치되어야 함.</p>
<p>불만관리</p>	<p>불만이 처리되는 방식에 대한 고객만족이 측정되어야 함.</p>

② ABI의 연차보고서 정보공시 가이드라인

ABI의 연차보고서는 2001년에 처음으로 제정된 후 2007년 1월에 수정된 가이드라인이 제출되어 운용되고 있다. 이사회와 관련하여 연차보고서에는 다음과 같은 네 가지 사항이 언급되어야 한다. 그 네 가지는 i) 규칙적인 리스크평가 절차의 일부로서 환경, 사회, 지배구조 문제가 보험회사의 사업에 미치는 중요성을 고려하고 있는지 여부, ii) 적절한 대응으로 생길 수 있는 가치 제고 기회뿐만 아니라 보험회사의 단기 및 장기적 가치에 대한 환경, 사회, 지배구조 리스크의 중요성을 평가하고 확인하고 있는지 여부, iii) 평가를 하기 위해 적절한 정보를 제공받고 있는지, 그리고 이사의 연수 중에 사회, 환경, 지배구조 문제가 고려되고 있는지 여부, 그리고 iv) 보험회사가 내부성과관리시스템과 적절한 보상 인센티브를 관련시키며, 중요한 리스크를 관리하고 진정시키는 효과적인 시스템을 적소에 두고 있는지 여부이다.

또한 방침, 절차, 검증과 관련하여 연차보고서에는 다음의 다섯 가지 사항이 언급되어야 하며, 그 다섯 가지 사항은 i) 보험회사의 단기 및 장기 가치에 중대한 영향을 미치는 환경, 사회, 지배구조와 관련한 리스크 및 기회에 대한 정보를 포함하고 있는지, 그리고 그것들이 사업의 미래에 어떻게 영향을 미칠지에 대한 정보를 포함하고 있는지 여부, ii) 상기의 리스크를 보험회사가 관리하는 방침과 절차, 그리고 상기의 문제들이 단기 및 장기가치에 미칠 수 있는 영향에 대한 묘사가 포함되어 있는지 여부, iii) 핵심성과지표를 적절히 사용할 경우 보험회사가 환경, 사회, 지배구조 문제로부터 생겨나는 중대한 리스크를 관리하기 위한 정책 및 절차를 준수하는 정도에 관한 정보를 포함하고 있는지 여부, iv) 성과가 목표에 미달할 경우 이사회가 이에 대한 대응방안을 묘사하고 있는지 여부, 그리고 v) 환경, 사회, 지배구조 공시의 입증절차를 묘사하고 있는지 여부가 그것이다.

더불어 이사회와 관련하여 보상보고서에는 다음의 두 가지 사항이 언급되어야 하는데, 그것은 i) 집행이사의 보상을 정할 경우 보상위원회가 환경, 사회, 지배구조 문제에 대한 기업성과를 고려할 수 있는지 여부, ii) 보상위원회가 선임경영진에 대한 인센티브 구조가 무책임한 행태를 부주의하게 동기부여하여

환경, 사회, 지배구조 리스크를 야기하지 않음을 확신하는지 여부이다.

다) 사회적 책임투자

해외의 사회적 책임투자 펀드는 미국과 유럽을 중심으로 발전해왔는데, 규모가 약 3천 조 원에 육박하고 있다. 즉, 2005년 기준으로 미국은 2조 3천억 달러, 영국은 7,810억 파운드, 일본은 1,400억 엔의 규모를 보이고 있다. 이렇게 막대한 규모로 급성장한 것은 1990년대 이후 연기금의 사회적 책임투자가 활발해진 데 기인하고 있다.

<표 IV-6> 국제적 SRI펀드 규모

구분	2005년 이전	2005년	비고
미국	- 400억 달러(1984년) - 6,390억 달러(1995년)	- 2조 2,900억 달러 - 221개 - 전체 펀드의 9.4%	- 최근 10년간 약 2.9배 성장 - 전체 투자규모는 1995년 7조 달러에서 2005년 24조 4천억 달러로 약 2.48배 성장
EU	- 3,360억 유로(2003년)	- Core SRI : 1,050억 유로 - Broad SRI : 1조 330억 유로 - 전체펀드의 10 ~ 15%	- 1990년말 영국과 스웨덴 등의 연기금 사회책임투자법 통과 이후 본격 성장 - 94%가 기관투자자자임 - 최근 3년간 Core SRI는 연 36% 성장
영국	- 227억 파운드(1997년) - 2,245억 파운드(2001년)	- 7,810억 파운드 - 유럽 전체 시장의 76% 차지 - 영국 전체 펀드중 20% 차지	- 2001년 기준 보험회사가 1,030억 파운드(45.9%), 연기금 800억 파운드(35.6%)
일본	- 1999년 최초 설정	- 1,400억 엔 - 11개 - 전체 펀드의 0.02%	- 주로 환경 관련 펀드가 대부분임

자료 : 노회진(2007), 「SRI의 국제동향과 국내 발전방향」

4) 방안

가) 윤리경영 활성화

우리나라 보험회사들은 윤리경영의 중요성을 인식하고 경영이념에 반영하고 있음에도 불구하고 구체적 실천을 위한 행동플랜이나 결과에 대한 피드백에는 소홀하므로 활성화를 위해서는 다음과 같은 보완책이 필요하다. 즉, 최고경영진이 더욱 강력하게 윤리경영을 추진할 의지를 대내외적으로 표명함과 더불어, 윤리경영을 효과적으로 추진하기 위한 로드맵을 마련하여 단계적으로 실행하여야 한다. 또한 임직원 및 관계 회사에 대해서 꾸준하고 반복적인 교육을 실시하고 이와 더불어 이수자격제도를 도입함으로써 연속적 교육과 자발적 참여가 일어날 수 있도록 하여야 할 것이다.

보험회사는 이러한 운영체계의 개선과 함께 사회적 신뢰를 확보하기 위해서 다음과 같은 조치를 강화할 필요가 있다. 먼저, 고객과의 계약의무를 수행할 수 있는 능력을 보이기 위해 재무건전성을 적정한 수준 이상으로 유지하고 이를 공시하여야 한다. 둘째, 보험상품 판매 시 필요한 모든 공시를 제공하며 고객에 적합한 상품을 제공하도록 하여야 한다. 셋째, 고객이 요청하는 서비스에 대해 신속하고 정확하게 대응하며, 분쟁 발생시 고객의 입장에서 해결하려고 노력하여야 한다. 그리고 마지막으로 보험상품을 판매하는 과정에서 불가피하게 노출되는 고객의 정보 및 개인 사생활을 보호하는 조치를 강구하여야 할 것이다.

나) 공익활동 강화

보험산업은 사회적 책임투자를 확대하여 보험회사의 자산운용이 사회발전에 기여함과 더불어 수익성 향상도 도모할 수 있도록 하여야 한다. 이를 위해서는 투자 금지 대상과 적극적 투자 대상을 명확하게 제시하는 가이드라인을 보험산업 공동으로 설정하여 자산운용 시 이를 기준으로 투자하도록 하는 것이 바람직하다. 적극적 투자대상이라 할지라도 리스크가 지나치게 클 경우 투자의 적절성을 재고해야 하며, 투자금지 대상은 철저히 준수하려는 노력이 필요할 것이다. 특히, 보험자산을 녹색금융에 투자할 경우 리스크가 높기 때문에 오래전

부터 녹색금융이 활성화되어 온 미국이나 네덜란드에서도 보수적으로 운영하고 있는 사례⁷¹⁾를 참조할 필요가 있다.

<표 IV-7> 사회적 투자 가이드라인(안)

투자금지 대상	적극적 투자 대상
주류 생산 또는 판매, 동물실험, 무기, 환경 파괴, 도박, 원자력, 억압적 체제, 포르노 제작, 담배 생산 또는 판매	지역참여, 종업원 복지, 친환경경영, 친환경 정책, 친환경상품, 포장재 감소, 유지 가능한 산림

보험회사는 사회적 약자를 지원하는 사회공헌활동을 강화함으로써, 영리를 추구하는 기업임에도 공공의 이익 확대에도 기여한다는 이미지를 창출하여 기존의 부정적 이미지를 개선할 필요가 있다. 그 대표적인 예로는 교통안전을 위한 인프라 투자, 교통사고 조사·예방 강화, 교통사고 피해자 지원 증대 등과 같은 활동의 확대 및 체계화를 통해 교통사고에 따른 사회적 피해 감소에 중추적 역할 수행할 수 있을 것이다. 그 이외에도 장애인 사회활동 지원 프로그램, 미숙아/선천성질병 등에 대한 의료지원 및 연구활동, 고령노인 및 사회적 약자를 위한 복지활동의 확대 등이 있다.

나. 불안전판매 감소를 위한 노력⁷²⁾

1) 현황

최근 들어서 금융시장의 글로벌화와 더불어 금융회사의 겸업화·대형화 등 금융환경이 급격히 변화함에 따라 보험상품도 복잡해지고, 이로 인하여 보험민원과 분쟁도 급증하는 추세에 있다. 보험상품은 보험소비자와 보험회사 간 정

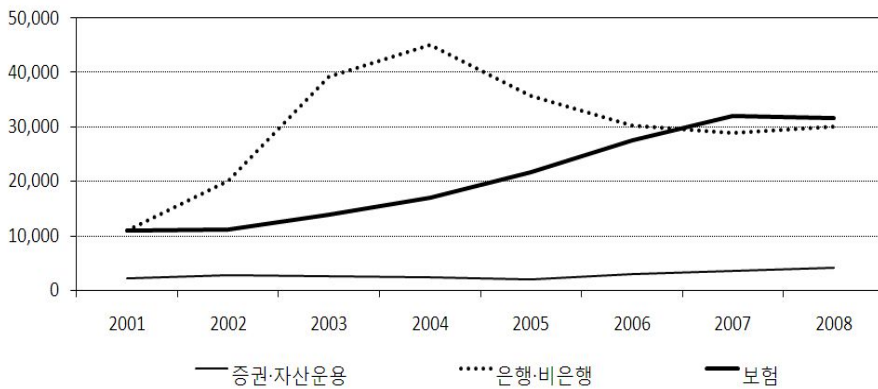
71) 자세한 내용은 유진아, “미국 및 네덜란드 연기금의 녹색금융 참여 사례와 시사점”, 『KiRi Weekly』, 보험연구원, 2009. 10. 12.를 참조한다.

72) 김경환 정책연구실 수석연구원이 작성

보의 비대칭성이 높고 푸쉬(push)형 영업이 많다는 점에서 불완전판매에 대한 소비자의 불만이 가장 많이 발생하는 특성을 가지고 있기 때문이다. 더불어 보험금 지급과 관련하여서도 보험의 특성상 보험회사가 장래에 지급하여야 할 보험금이 사전에 확정되지 않은 상품이 많은 데다, 보험금 지급 시에도 그 지급 여부에 대해 다툼이 발생하는 경우가 많다.

금융권역별 민원발생 추이를 살펴보더라도, 2008년의 금융위기로 인하여 증권이나 은행권역의 투자상품 관련 민원이 증가하였음에도 불구하고 보험권역의 민원이 가장 많은 것으로 나타났다. 은행권의 경우 2002년의 신용카드 사태로 민원이 급증하였으나 2005년 이후 감소추세를 나타내는 데 반해, 보험권은 2001년 이후 지속적인 증가세를 나타내고 있는 데에 기인한다.

<그림 IV-1> 금융권역별 민원 발생 추이



자료 : 금융감독원, 인터넷 홈페이지

보험업계의 민원유형을 살펴보면, 불완전 판매 등에 기인한 '보험모집' 관련 사항이나 '보험금 지급' 관련 사항이 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 2001년에는 분쟁의 대부분을 차지하고 있던 보험금 지급 관련 분쟁은 그 비율이 상대적으로 감소하고 있는 반면, 보험모집 관련 분쟁 건수는 2001년 대비 6.7배나 증가하였다.

<표 IV-8> 보험관련 일반민원의 발생 유형별 현황

(단위 : 건, %)

구 분	2001		2009		증 감	
	건수	구성비	건수	구성비	건수	증감률
보험 모집	1,013	9.4	7,763	27.4	6,750	666.3
계약의 성립 및 실효	838	7.8	1,961	6.9	1,123	134.0
고지 및 통지의무 위반	704	6.5	1,203	4.2	499	70.9
면부책 및 보험금 지급지연	2,277	21.1	5,889	20.8	3,612	158.6
보험금 등의 산정 부적정	2,613	24.2	3,238	11.4	625	23.9
장해 및 상해 등급 적용	1,277	11.8	1,274	4.5	-3	-0.2
기 타	2,085	19.3	7,038	24.8	4,953	237.6
계	10,807	100	28,366	100	17,559	162.5

주 : '기타'는 자산운용, 회계, 방카슈랑스 등의 민원 및 상담성 민원임(처리 중인 민원 포함).
 자료 : 금융감독원, 인터넷 홈페이지

2) 필요성

보험계약에 관한 보험소비자와 보험회사 간의 분쟁은 그것의 옳고 그름을 불문하고 일반 국민의 보험사업에 대한 부정적 인식을 가중시키고 보험의 사회적 신뢰를 저해하는 요소로 작용하고 있다. 보험산업이 괄목할만한 성장을 하고 보험산업이 국가경제에서 차지하는 비중이 점차 커짐에 따라 그 공공적·사회적 역할 또한 한층 더 요구되고 있다. 그러나 이러한 보험산업의 성장과 그에 따른 사회적 요구에도 불구하고 보험의 무형성·기술성·사행성·사후확정성 등 그 특성에 기인하여 보험과 관련된 분쟁은 지속적으로 증가하고 있는 실정이다. 이러한 분쟁의 증가는 결국 보험의 이미지와 신뢰를 훼손시켜 대다수의 보험소비자에게 부정적 인식을 심어주고 또 다른 분쟁의 불씨로 작용하는 악순환을 불러오고 있는 것이다.

보험소비자의 보험회사에 대한 가장 큰 불신의 발단은 보험사고가 발생하였

음에도 기대한 보상을 받지 못한다는 인식에서 비롯된 것이라고 할 수 있으므로, 보험회사는 이러한 불신을 해소시키기 위하여 적극적으로 노력함으로써 보험산업의 신뢰성을 제고시킬 필요가 있다. 보험분쟁은 기본적으로 보험계약과 보험금 지급에 대한 보험소비자와 보험회사 간의 의견대립에서 비롯된 것이므로, 이러한 보험분쟁은 분쟁당사자만의 불만으로 끝나는 것이 아니라 보험산업 전부문에 걸쳐 사회적 비난을 가중시킬 수 있다. 따라서 보험회사는 보험소비자 보호를 최우선으로 하여 사전에 보험분쟁이 발생하지 않도록 제도적인 예방대책을 수립함으로써 보험산업의 신뢰성을 향상시키는 데 주력하여야 할 것이다.

보험분쟁의 발생원인은 구체적으로는 불완전판매, 부적절한 보험금 지급 관행, 소비자의 인식부족 등에 기인하는데, 보험회사가 불완전판매를 축소하려는 노력을 기울이는 한편으로, 이하에서 지적되는 분야에 대한 제도개선이 요구된다고 하겠다. 먼저, 최근의 보험민원 급증은 전통채널과 신판매채널을 막론하고 주로 약관교부·설명제도에 대한 이해관계자의 오해와 인식부족 등에 의한 설명부족에 기인하는 바가 크다.⁷³⁾ 둘째, 현재의 모집조직에 대한 교육은 등록요건을 갖추기 위한 기본적인 내용으로만 구성되어 있어 보험소비자의 니즈에 적합한 보험상품을 권유하거나 판매하는 데는 부족하다. 셋째, 보험상품의 모집과 관련한 제 규정의 정비에도 불구하고 모집종사자의 책임의식이 부족하여 불완전판매가 줄어들지 않고 있다. 넷째, 보험가입 시 소비자의 보험계약에 대한 이해 부족은 보험상품에 대한 신뢰 저하와 민원발생으로 이어질 개연성이 크다.⁷⁴⁾ 그리고 마지막으로 보험업계와 감독당국에서는 보험금 지급제도의 개선을 위하여 노력해 왔으나⁷⁵⁾, 실무에서는 여전히 담당자의 자의적인 기준에 따라 보험금이 결정되는 등 보험금 지급이 객관적으로 이루어지지 못하고 있다.

73) 이에 금융정책당국은 보험업법 개정을 통하여 상품판매시 주요사항에 대한 설명의무 강화 및 보험계약 단계별 안내제도의 도입을 추진 중에 있으며, 감독규정개정을 통하여는, 복잡하고 다양한 보험상품내용을 소비자에게 신속·효과적으로 전달하기 위해 보험상품 설명제도를 개선하여 2007년 4월부터 시행하였으나, 불완전 판매는 줄어들지 않는 실정이다.

74) 이에 감독당국에서는 소비자가 보험약관 및 상품설명서의 내용을 자세히 이해하고 가입할 수 있도록 “보험약관 이해도 제고방안”을 마련하고 2009.4월부터 단계적으로 시행하고 있다.

75) 감독당국에서는 2008년에 ‘가지급 보험금 제도’를 개선하고 ‘보험금 지급 설명제도’를 도입하는 등 불합리한 관행 및 제도를 개선하는 데 초점을 맞추어 왔다.

3) 해외사례

가) 미국

미국은 1980년대 초고금리의 영향으로 유니버셜보험을 통한 예시판매 등 불완전판매가 성행하였으나 많은 보험회사들이 이러한 문제에 대해 적극적인 해결책을 강구하지 못함에 따라 1990년대 들어 불완전판매가 사회문제화 되기 시작하였다. 미국의 보험회사는 1980년대 초고금리 하에서의 자금이탈(Disintermediation)현상에 따른 유동성 위기 극복을 위해 유니버셜보험 등을 개발하는 등 보험상품의 혁신적 변화를 시도하였다. 이러한 고금리 상황에 따라 1990년대 미국에서는 유니버셜보험 및 금리부중신보험(Current Assumption Whole Life)과 같은 금리연동형 보험을 중심으로 예시판매(Illustration Sales)가 성행하였으며, 기존 계약의 승환계약(churning)과 생명보험상품을 퇴직상품으로 판매하는 행위 등이 만연하였다.⁷⁶⁾ 그 결과 Prudential Life, Met life, New York Life, John Hancock 등 대형사들은 보험상품의 불공정 거래행위와 관련하여 집단소송에 휘말리게 되었다.

이에 미국에서는 불완전판매의 부정적 이미지를 극복하기 위해 감독당국과 보험업계는 기본적으로 다음과 같은 세 가지 방향에서 대응하였다. 첫째, 불완전판매가 발생하는 가장 근본적 원인인 부적절한 정보제공 문제를 해결하기 위해 정보공시를 강화하였다. NAIC는 계약자보호를 충실히 하기 위하여 1995년에 '생명보험 설명서에 관한 모델규칙(Life Insurance Illustration Model Regulation)'을 제정하였으며, 이 규칙은 일정한 전제하에 상품내용을 도식함으로써 소비자들이 알기 쉽도록 상품정보를 제공하도록 되어 있다. 또한 동 모델규칙에 따라 1995년 이후 미국의 많은 주에서는 공시계리사(Illustration Actuary) 제도를 두고 있으며, 보험사업자는 1명 이상의 공시계리사를 임명하여 각종 공시자료를 검증토록 하고 있다. 둘째, 거래질서의 확립을 통해 고객과의 신뢰구축을 위한 준법기능을 강화하였다. 이를 위해 협회차원의 자율규제의 강화, 개별 보험사 차원의 컴플라이언스 부서의 강화, 감독당국에서의 판매를

76) 오창수·정홍주, 『저금리시대의 생명보험업 발전방안』, 한국리스크관리학회, 2005. 8, p. 551

위반에 대한 징계강화 등의 방법이 사용되었다. 셋째, 고객과의 접점인 모집인의 업무혁신 등 개별 생보사 차원의 판매과정의 리엔지니어링을 들 수 있다. 이를 위해 모집수당제도의 개선, Prudential Life의 계약인수과정 관리제도(CAP: Client Acquisition Process)를 도입하는 등 실적보다는 준법과 윤리경영을 강조하는 경영시스템을 갖추는데 초점을 맞추기 시작하였다.

나) 일본

일본의 대표적인 불완전판매 사례로는 1990년대 초반 버블경제의 붕괴로 인하여 자산운용환경이 악화되면서 대량으로 판매된 변액보험의 부실판매와 단체신용보험의 불완전판매를 들 수 있다. 변액보험은 버블경제시기에는 원리금 합계액의 상승보다 담보가치의 상승이 커져서 대출금을 상환하는 데는 문제가 없었으나, 1990년 이후 주식시장 침체가 계속되면서 투자손실을 입는 경우가 빈발하였다. 또한, 부동산 버블이 붕괴되면서 담보 부동산의 가치가 하락하자 은행에서는 대출금 상환을 요구하게 되고 계약자는 변액보험을 해약해도 대출금 상환이 불가능해지자 담보부동산을 매각하기에 이르는 등 피해가 확산되면서 생명보험회사 및 은행을 상대로 한 손해배상 청구 소송이 급증하게 되었다.⁷⁷⁾ 단체신용보험의 경우에는 소비자금융업체들이 돈을 빌려주면서 생명보험에 가입토록 강요한 뒤 대출금을 대출로 막는 이른바 돌려막기 식으로 채무액이 눈덩이처럼 불어나 변제할 길이 없는 다중 채무자들이 자살하면서 보험금을 지급받는 사례가 급증함에 따라 단체신용생명보험이 사회적으로 큰 물의를 일으키게 되었다.

변액보험 사태 이후 불완전판매 방지와 계약자 보호를 위한 사전적 예방을 강화하기 위해 보험업계는 자율규제의 강화 상품내용의 변경 등 다각적인 노력을 기울이고 있다.⁷⁸⁾ 첫째, 변액연금은 상품으로서의 매력을 높이기 위해 종전

77) 변액보험 가입자들은 보험회사와 은행이 변액보험이라는 금융상품에 대하여 충분히 설명하여 주지 않음으로써 투자에 나서게 되었으므로 그 손실을 보험회사나 은행이 보상하여야 한다는 요지로 소송을 제기하였다.

78) 또한 정책당국도 1996년 신보험업법 제정, 2001년 소비자계약법, 금융상품판매법 등의 입법적 조치를 추진하였다. 이들 입법적 조치는 변액보험을 포함한 투자형상품 및 복합 금융상품의 판매, 방카슈랑스 등 판매채널의 다양화 등으로 인한 소비자의익 침해의 문

의 변액보험의 실적배당형의 장점과 함께 추가적으로 사망시 또는 연금개시 시에 납입보험료 상당액의 최저보증을 부과하고 있다. 둘째, 보험계약자와의 분쟁을 피하는 데 초점을 맞춘 원금보장형 변액연금과 Step Up형 변액연금 등을 개발하여 판매하고 있다.⁷⁹⁾ 셋째, 대형 생명보험회사의 경우 변액연금은 방카슈랑스에서 판매하고, 정액형 연금은 설계사 채널로 판매형태로 운영하는 등 방카슈랑스 보험상품의 대부분이 회사의 주력 판매채널과 중복되지 않도록 하는 판매방법의 차별화 전략을 추진하였다. 특히, 최근에는 책임준비금 등의 규정이 강화되자 보험회사는 금리연동형, 외화표시 상품 등의 변액연금 판매와 파생상품과 재보험을 이용한 리스크 헤지 등의 방법을 강구하고 있다.⁸⁰⁾

단체신용생명보험의 개선책으로 일본 정부는 이자상한을 낮추고 보험가입시 설명의무를 강화 하는 등의 개선안을 마련하였으며 보험업계는 가이드라인을 제정하여 소비자보호를 강화하였다. 생명보험협회는 금융청의 요청에 따라 '소비자신용단체생명보험의 실무운영에 관한 가이드라인'을 작성하여 자율적으로 실시하고 있다. 동 가이드라인에는 보험회사가 '계약개요' 및 '주의환기정보'를 마련하고, 소비자가 대부업체에서 대출신청 시 이를 반드시 읽고 내용을 확인한 후 보험가입에 동의하도록 설명과 동의 절차를 강조하고 있다. 또한 대출신청서와 '계약개요' 및 '주의환기정보'를 분리 및 독립하도록 하고 불가피하게 대출신청서와 보험가입 동의서가 일체가 되는 경우에도 양자를 명확히 구분하도록 하고 있다.

다) 영국

영국에서는 1988년부터 판매하기 시작한 적용제외 개인연금제도가 큰 인기를 끌자 타 금융권과의 판매경쟁이 심화되었고, 기업연금가입자에 대한 승환계약 유도 시 설명이 불충분한 불완전판매가 사회문제로 대두되었다. 개인연금제도는 정부의 세제지원 및 적용제외 등과 같은 제도적 장점으로 영국 국민들에게

제점 해결 및 사전적 예방 기능을 강화하는 데 중요한 역할을 하고 있다.

79) 이와 같은 상품은 보험료를 높이는 반면 변액보험소송이 거의 보험금의 원금(기납입보험료)손해가 원인인 만큼 소송억지효과가 있는 것으로 생명보험업계는 분석하고 있다.

80) OLICD, 「日本の 방카슈랑스」, SEOUL-OLIS 세미나, 2003.2. p. 40

큰 인기를 얻었다. 영국 정부는 제도 도입당시 잠재시장이 2,100만 명에 이를 것으로 예측하였으며, 이후 생명보험회사를 포함한 금융기관들의 적극적 판매 전략으로 1993년까지 약 500만 명이 가입할 만큼 성장하였다. 그러나 금융권간 판매경쟁이 심화되면서 기업연금가입자에 대한 승환 판매시 부적절한 행위가 만연하였다. 개인연금 전환의 경우 연금급부액이 보증되지 않아 투자리스크를 부담하거나 임의 각출부분에 대해 고용주의 기여분을 보장되지 않는 단점을 충분히 설명하지 않았으며, 전문지식이 없는 소비자에게 개인연금으로 이행하는 것이 유리한지 아닌지 확인하지 않고 왜곡하여 설명하였다. 또한 금융회사들이 불충분한 정보를 주면서 이율이 높은 것처럼 소비자를 유인해 국민연금에서 민간연금으로 연금가입을 전환토록 하였다.

개인연금의 불완전판매 사건 이후 생명보험회사에 대한 여론의 부정적 이미지가 확산되었으며, 감독당국은 개인연금의 불완전판매에 대한 근본적인 원인을 개선하기 위하여 보험정보공시 등의 보험판매 관련 규제를 강화하는 한편 금융소비자에 대한 금융교육 확대를 추진하였다. 보험판매 관련 규제 강화는 생명보험회사의 비용의 증가로 이어졌으며, 이에 더하여 부정판매로 인한 배상금 지급이 경영압박의 요인이 되어 합병 등 보험업계 재편 촉진과 영업직원수 감축을 초래하여 신판매 채널을 강화하는 계기를 만들어 주었다. 영국의 감독당국은 개인연금의 부정판매 문제는 연금을 판매한 민간 금융기관들의 과열경쟁과 정보비대칭으로 인한 부적절한 설명 및 권유 등에 책임이 있다고 판단하여 자율적 기능을 축소하는 한편 보험정보 공시에 대한 규제 및 감독을 강화하였다. PIA는 연금 등 저축성보험에 대해 1995년부터 브로커에 한정하여 실시하던 영업수수료 공시의무를 모든 채널에 확대 적용하고, 고객에게 상세한 상품 내용 정보를 서면으로 제공할 것을 의무화 하는 중요사항 설명서를 도입하는 등 정보공시를 강화하였다. 또한 유배당보험(with-profits) 등 투자형 상품에 대한 투자결정에 필요한 정보를 제공하기 위해 1995년부터 배당부지침서를 도입하였다. 한편, 영국 정부는 금융상품구조에 무지한 소비자에게도 문제가 있다고 보고 금융소비자에 대한 교육을 정부 주도로 강화하였다. 1999년 금융감독청(FSA)이 출자하여 설립된 개인금융교육그룹(PFEG : Personal Financial Education Group)은 개인금융교육프로그램이 정상적으로 가동될 수 있도록 교

사들에게 교과과정별 교육내용과 교수방법, 관련정보를 제공하고 있다.

영국은 개인연금의 불완전판매 사건 이후 수차례에 걸친 대형 금융사고의 문제점을 개선하기 위하여 금융감독을 금융감독청(FSA)으로 일원화하고, 2000년 「금융서비스시장법(FSMA)」을 제정하여 금융상품 판매에 따른 행위의 규제를 강화하였다. 즉, FSMA(2000)에서는 과거 금융서비스법에 추가적으로 보험매개자의 광고규제, 전화·방문규제, 부적절한 모집을 방지하기 위한 규제, 정보공시규제 등을 포함시켰다.

4) 개선 방안

가) 영업정책 개선

불완전 판매 해소를 위해서는 무엇보다 보험소비자와 보험회사 간 정보의 불균형 해소에 초점을 맞추어 보험소비자가 보다 합리적인 의사결정을 할 수 있도록 상세하고 친절할 설명을 강화하는 것이 필요하다. 따라서 보험회사는 보험제도상 설명의무 강화에 앞서 판매과정을 스스로 선진화 하는 노력이 필요하다. 이를 위해서는 보험모집 종사자로 하여금 소비·공급의 변화에 적절히 대응하도록 하기 위해서는 판매채널에 대한 교육을 재무설계, 투자컨설팅 등 전문가 육성을 위한 교육으로 전환하는 것이 필요하다. 더불어 급변하는 금융환경변화에 적용하는 데 필요한 금융지식을 적시에 습득할 수 있도록 정기적으로 보수교육을 실시해야 할 것이다. 이러한 교육은 전속모집조직에 대해서는 시행하기가 용이하나, 독립모집조직에 대해서도 시행할 수 있는 방안의 강구가 필요하다.

또한 보험산업 차원에서는 모집질서 문란자 규제, 모집조직 이동에 따른 피해방지를 위해 모집조직 정보를 집적·활용하는 「보험모집인 정보교환시스템」을 구축·운영할 필요가 있다. 보험회사 간 상호협정을 통해 모집조직 정보를 집적하여 활용하도록 하되, 설계사에게 부당한 불이익이 발생되지 않도록 집적정보를 최소화하는 등 합리적 운영방안을 마련하여야 할 것이다.

나) 보험소비자의 이해도 증진 및 소비자교육 강화

보험소비자의 보험에 대한 낮은 이해도 등은 보험분쟁을 증가시키는 요인이 되고 있으므로, 보험상품 및 보험약관에 대한 지속적인 개선은 물론 홍보활동과 보험소비자 교육 강화에도 노력하여야 할 것이다. 특히, 이해력이 부족한 고령자, 저학력, 농어촌지역 등 상대적 소외지역이나 소외계층에 대해서는 별도의 보험모집 가이드를 작성하여 보험계약 내용의 설명을 보다 강화할 필요가 있다. 또한 보험상품의 복잡화·다양화에 대응하여 보험소비자에게 체계적인 교육 기회를 제공함으로써, 공시자료나 보험상품정보를 보험소비자가 스스로 이해하고 보험가입을 할 수 있도록 지원할 필요가 있다. 개별 보험회사의 경우에도 회사 내에 보험소비자 교육을 위한 조직을 두고 각종 사회단체, 농어촌지역의 자치단체, 특정학교 등과 연계하여 보험상품의 기초적 지식을 보급할 필요가 있다.

다. 취약계층에 대한 보험가입 지원⁸¹⁾

1) 고령자 및 고위험자를 위한 간이심사보험

가) 현황

최근 건강한 노후생활에 대한 국민들의 관심이 확대되고 있는 가운데 고령자들이 가입할 수 있는 질병보험에 대한 관심과 수요가 지속되고 있다. 특히, 최근에는 식생활 습관 및 운동부족 등으로 저 연령의 성인병 환자가 크게 증가하는 등 성인병 발병 연령이 크게 낮아지고 이에 따라 성인병 환자도 크게 증가하고 있다. 그러나 보험상품의 다양성 부족 등으로 이들 성인병 질환자 및 고령자가 가입할 수 있는 질병보험 등은 크게 부족하거나 질병보험에 가입할 경우 과거에 앓았던 병력 등으로 인하여 보험가입이 불가능한 경우가 많은 실정이다.

81) 이상우 산업연구실 선임연구원이 작성하였다.

현재 국내 생명보험회사에서 실버보험이란 상품으로 취급하고 있는 고령자 전용보험은 주보험에서 일반사망 및 재해사망 등의 사망보험금을 보장하는데 그치고 있다. 보험회사에 따라서는 진단 또는 무진단방식으로 실버보험을 판매하고 선택특약에 의해 치료비, 치매간병비 등을 보장하며, 일부 보험회사의 경우 의사 진단 등 엄격한 가입심사를 통하여 질병특약을 보장하기도 한다. 현재 우리나라에서는 무심사 사망보험만 판매되고 있으며, 2006년 7월 금호생명과 라이나생명이 판매한 이래 현재까지 6개 생명보험사가 판매중인 상태이다. 그러나 이러한 보험상품들은 고령자 및 성인병 질환자의 경우 과거 병력 등을 기재하는 청약서의 고지사항을 근거로 보험회사의 가입이 거절되는 실정이다.

<표 IV-9> 일반 보장성보험과 실버보험의 비교

구 분	실버보험 ¹⁾	일반 보장성보험
주요 가입 대상	50 ~ 70세	20 ~ 55세
보험가입 가능연령	40 ~ 80세	15 ~ 60세
주요 보장내역	노인성 상해·질병, 치매간병, 장례서비스 등	상해, 질병, 간병 등

주 : 1) 각 항목에 대한 세부사항은 회사별, 상품별로 상이할 수 있음.

<표 IV-10> 실버보험의 수입보험료 및 계약건수 추이

(단위 : 억 원, 천 건)

구 분	FY2005	FY2006	FY2007
수입보험료(억 원)	4,700	5,769	6,989
유지계약 건수(천 건)	663	1,085	1,262

자료 : 금융감독원 정례브리핑 자료(2008.8.11)

나) 필요성

실버보험 및 건강에 자신이 없는 표준미달체 가입자에 대한 수요가 확대되고 있는 추세에 있으나 상품개발의 다양성 부족으로 이들 계층의 보장성보험 수요

에 대해 민영생명보험회사가 적절한 서비스를 제공하지 못하고 있는 실정이다. 우리나라에서는 아직 간이심사 건강보험은 도입되지 않았으며, 무심사 사망보험만 판매되고 있다. 이에 반해 선진국에서는 가입연령과 보장내용에 있어서 고령자 및 표준미달체 계층에 초점을 맞춘 질병 및 건강보장 중심의 무심사 및 간이심사보험에 대한 상품개발이 활발히 추진되고 있다.

고령자의 보장성 수요에 대해 민영보험회사가 적절한 서비스를 제공하지 못하고 있는 실정이나 건강한 장수생활과 성인병 발병 확산으로 향후 실버보험 또는 고위험군 대상의 보장수요가 확대될 가능성이 높다. 고령자 및 성인병 질환자를 대상으로 한 간이심사형 질병 및 건강보험 등의 상품개발은 향후 건강한 노후생활 대비한 보장수요의 틈새시장으로서 일반적인 보장성보험의 보완적 기능을 할 가능성이 높다.

이러한 점들을 고려할 때 보험회사가 고령자 및 고위험군 등을 대상으로 하는 전용 보험상품을 개발하여 판매하는 것은 틈새시장의 개발은 물론 다양한 니즈에 적극 대응함으로써 보험소비자의 만족을 제고할 수 있을 것이므로 적극적인 노력이 필요할 것이다.

다) 해외사례

미국 및 일본 등에서는 가입연령과 보장내용에 있어서 고령층 및 성인병 질환자에 초점을 맞춘 질병 및 건강보장 중심으로 한 간이심사 및 무심사보험의 상품개발이 활발히 추진되고 있다.

미국에서는 건강상태가 취약하여 일반적인 보험상품에 가입하지 못하는 개인들을 대상으로 가입심사를 대폭 생략하는 “Simplified Issue Life Insurance(SI)”의 상품을 다수 판매하고 있다. 이 보험은 당뇨병 및 고혈압 등의 위험인자를 보유한 고위험집단을 대상으로 하고 있어 주로 성인병 질환자, 고령자, 빈곤계층, 저학력 등 사회적 약자와 소수자들이 주로 활용하고⁸²⁾ 있다. 관련 상품에는 Debit Ordinary, Home Service, 간이보험(Industrial), 정기보험, 종신보험, 장례보험 등의 종류로 개발되고 있으며, 주로 소액보험(small face amount) 위주

82) 텍사스 주의 750개 보험회사를 대상으로 한 설문조사 결과이다.

로 취급되고 있다. 일반적으로 소액보험의 가입금액은 \$15,000 이하 소액으로 한정되고 있는데, 미국의 장래보험은 가입금액이 \$2,000~\$7,000 수준으로 극히 소액이다. 보험금 지급방식은 가입 후 일정기간 이내 일반사망에 대해서는 보험금의 일부만 지급하는 감액지급이 일반적이다. 일반적으로 초년도와 2차년도 까지 감액 지급하는데, 2년 이내 일반사망 할 경우에는 기납입보험료(+이자상당액)를 지급하며, 2년 이후에야 보험금액의 100%를 지급한다. 상대적으로 역선택의 위험이 낮은 재해사망에 대해서는 가입 후 2년 이내에 사망하더라도 보험금액의 100%를 지급한다.

일본에서는 건강보험계약의 청약자 100명중 평균적으로 10명이 가입 거절체에 해당하므로 이들 10명을 대상으로 간이심사보험(SI) 또는 무진단보험(GI)을 권유하면 10명 중 5명 정도가 가입할 정도로 수요가 확산되고 있으며, 보험회사들도 대체 또는 틈새시장전략으로 영업에 활용하고 있다. 구체적 사례로는 Alico Japan이 간이심사 건강보험을 판매하기 시작한 이후 현재 10개 이상의 보험회사로 확대되는 등 활성화되고 있는 것을 들 수 있다. 간이심사보험은 보험가입시 피보험자의 건강상태 등에 관한 최소한의 의적고지를 받고 가입이 가능한 생명보험 상품으로 사망담보 외에 입원비 등을 보장하는 건강보험형태(Simplified Issue Health Insurance)로 개발 및 취급되고 있다. 현재 메이저야스다생명, 스미토모생명, 타이요생명, 소니생명, 교아생명, AFLAC, AXA 등 10개 보험회사로 판매가 확대되고 있으며, 사망담보 외에 입원비 등을 보장하는 건강보험형태로도 판매하고 있다(Simplified Issue Health Insurance). 이들 회사에서는 “인수기준완화형보험(引受基準緩和型保險)”, “한정고지형보험(限定告知型保險)”, “가입한정형보험(加入限定型保險)”의 명칭으로 상품이 개발 및 판매되고 있다.

동 상품은 암 등의 치명적 질병이 완치 후 2년이 경과되거나 고혈압, 당뇨, 심장병 등의 성인병 질환자들도 가입이 가능하며, 보험가입금액은 일반적인 건강보험과 입원일당 및 수술지급금 규모면에서 큰 차이는 없으나 최고한도를 설정하여 운영하고 있다. 보험기간은 정기 또는 종신으로 다양하게 운영하며, 담보구성은 기존 병력의 재발이나 악화에 의한 입원, 수술을 보장한다. 또한, 입원급여금(질병 및 재해), 수술급여금, 통원급여금 등을 보장하며 통상적으로 가

입 후 1년이내의 경우는 가입금액의 50% 감액 지급한다. 1회 입원에 최대 60일 까지, 보험기간 통산 1,095일 한도 내에서 보장하는 등(AFLAC사 등)의 보험금 지급총액에 최대한도 설정한다.

일본 AFLAC가 취급중인 동 상품의 보험료는 일반 건강보험과 동일한 담보 내용으로서 가입연령에 따라 1.5 ~ 2배의 보험료 수준을 보이고 있으나, 무심사 보험에 비해 보험료 수준이 다소 낮은 편이다.

<표 IV-11> 일본의 일반 건강보험과 간이심사 건강보험의 보험료 비교

가입연령	남자 / 여자	
	일반건강보험	간이심사 건강보험 일반보험 대비
50세	100	195 195%
60세	142	255 180%
70세	202	336 166%

주 : AFLAC사 상품 기준이며, 가입조건은 중신, 전기납, 가입금액 입원 1일당 1만 엔, 수술 1회 10만 엔, 성별 보험료의 차이가 없이 동일한 보험료임.

라) 상품개발 방안

상품개발 및 운영 측면에서는 소액급부 위주로 설계하고 지급총액을 제한하며, 가입 초기 보험사고에 대한 차등 지급하는 등의 보험상품 운영에 대한 리스크 관리 전략이 요구된다. 간이심사보험은 높은 위험집단을 대상으로 하는 보험으로서 역선택 효과 경감과 리스크관리 차원에서 가입금액은 일반보험에 비해 작게 설정할 필요가 있으며, 간이심사 건강보험과 같이 반복지급이 가능한 담보(입원, 수술 등)의 상품의 경우에는 지급총액의 한도를 설정한 리스크 관리가 필요하다. 가입연령은 50세 이상의 장년층 이상을 대상으로 하며, 보험 가입 금액은 건강보험의 경우 입원일당과 수술지급금 규모면에서 큰 차이는 없으나 보험금 지급총액에 최대한도를 설정하는 것이 요구된다. 또한, 가입 2년 이내 질병 사망시 기납입보험료만 지급, 가입 1년 이내 입원·수술시 가입금액의 50%만 지급 등 가입초기의 역선택에 대한 대안장치 마련도 필요하다.

마케팅 전략 측면에서 무심사보험이나 간이심사보험을 별도로 시장판매하는 것보다는 일반적인 인수형태의 판매상품을 보완하는 형태로 운영할 필요가 있다. 일본의 경우 대면채널과 T/M등 비대면채널을 병행하여 판매하고 있으며, 회사의 특성에 따라 T/M이나 인터넷 등 비대면채널로만 모집하는 경우도 있다. 일반상품 청약자 중 가입이 거절되는 대상에게 간이심사보험을 제안하여, 고객이탈을 막고, 고령자가 된 만기계약자의 계약고를 재유치하기 위한 방안으로도 활용할 필요가 있다. 가입은 통상적인 보험보다 간단한, 몇 가지 확인사항에 대해 기입하고 청약하며, 청약서를 바탕으로 심사 후 승낙여부를 최종결정하는 방식으로 청약절차를 간소화하는 것이 필요하다.

동 보험에 대한 보험회사별로 고지사항은 각각 다르나 대체로 다음과 같은 과거 병력사항을 질문을 통해 계약심사를 하며, 여기에 해당할 경우 동 보험의 가입대상에서 제외한다. 현재 질병을 앓고 있는지 여부, 과거 2년 이내에 질병으로 입원, 수술 등을 한 적이 있는지 여부, 과거 5년 이내에 중대한 질병(암, 간경화 등)으로 입원, 수술 등을 한 적이 있는지 여부 등이다. 또한, 주로 고령자 등이 가입하는 간이심사보험은 보험금 지급 한도 등 보험계약내용이 복잡하므로 고령자의 눈높이에 맞는 상품설명제도를 도입하여 불완전판매 개연성을 사전에 차단할 필요가 있다.

2) 장애인 보험가입 지원

가) 현황

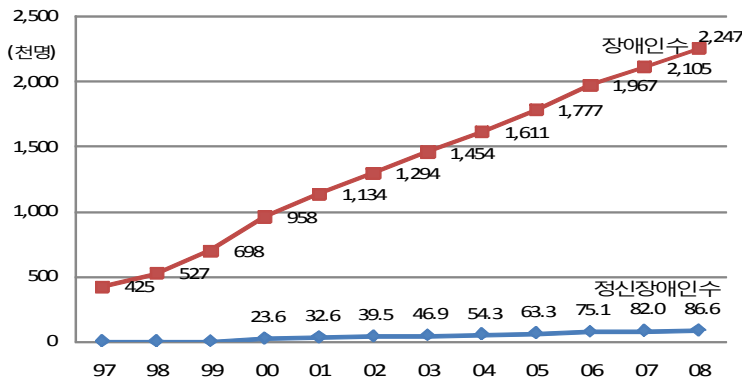
우리나라는 장애인⁸³⁾ 수가 2008년말 기준으로 약 224만 명⁸⁴⁾에 이르러 100가구 중 약 13가구가 장애인 가족을 부양하고 2000년 이후 연평균 10% 이상 증가하는 등 장애인 인구가 증가하는 추세에 처해 있다. 최근에는 사고나 질환

83) 장애인 복지법(§2)상 장애인이란 신체적·정신적 장애로 오랫동안 일상생활이나 사회생활에서 상당한 제약을 받는 자를 말하는 것으로 신체적 장애와 정신적 장애로 구분되며, 정신적 장애는 정신지체(지능지수 70이하), 정신장애(정신분열병 등), 발달장애(자폐증 등) 등이 있다.

84) 보건복지부 등록 장애인 등록자 수 기준(2008. 12)이다.

에 의한 장애의 발생이 전체 장애발생에서 90%를 차지하는 등 후천적인 장애가 대부분을 차지하고 있으며, 정신장애인 수도 연평균 17.7% 증가하는 등 급증하는 추세에 있다. 그러나 이러한 장애인의 증가 추세에도 불구하고 장애인에 대한 체계적인 의료보장서비스의 확립이 미흡하며, 사회보장 및 민영보험을 통한 의료보장서비스 제공이 크게 부족한 실정이다.

<그림 IV-2> 장애인 등록자수 추이



자료 : 보건복지부

국내 보험업계는 2001년 2월 장애인의 보험가입 차별을 위해 장애인 전용보험의 도입한 이후 장애인 보험계약인수 모범규준(2005)을 마련하고 장애인 보험가입 차별방지 신고센터 신고센터를 설치하는 등 그 동안 지속적인 장애인 보험가입 차별에 대한 제도개선을 실시해 왔다. 그러나 이러한 보험업계의 노력에도 불구하고 장애인 전용보험의 가입 실적은 미진한 실정이다. 보험회사 장애인 전용보험의 인수 실적은 2008년 3월말 현재 4,546건의 보유계약과 약 25억 원의 수입보험료를 거두었으나 장애인의 전용보험 가입률은 0.2%로 생명보험의 개인별 가입률(61.9%, 2007년)에 크게 미치지 못하는 실정에 있다.

<표 IV-12> 장애인전용보험 판매 실적 추이

(단위 : 건, 백만 원)

구 분	FY2002		FY2003		FY2004		FY2005		FY2006		FY2008	
	건수	수보	건수	수보	건수	수보	건수	수보	건수	수보	건수	수보
생보사	2,778	1,344	2,731	1,395	2,829	1,498	2,755	1,701	3,515	1,810	-	-
손보사	870	576	1,713	493	814	487	609	308	455	-	-	-
전체	3,648	1,920	4,444	1,888	3,643	1,985	3,364	2,009	3,970	-	4,546	2,507

자료 : 국정감사자료(2007) 및 금감원 보도자료(2009)

현재 보험업계가 장애인의 사회복지를 증진하기 위한 목적에서 도입한 장애인 전용보험은 장애인전용 개인보험('01.2월~), 자동차보험('02.7월~), 단체상해보험('05.10월~)등의 유형으로 개발 및 판매하고 있다.

<표 IV-13> 생명 및 손해보험회사의 장애인전용보험 보장내용

	생명보험주 ¹⁾		손해보험	
	개 인	단 체	개 인	단 체
보장내용	사망보장형, 암보장형, 소득보장형, 선택특약주 ²⁾	재해사망, 선택특약주 ²⁾	자동차보험, 선택특약주 ³⁾	장애인시설 종합보험

주 : 1) 보험기간은 일반적으로 70세까지 보장

2) 질병사망, 재해수술, 암 진단 등을 보장

3) 신체보조장구 구입비용 지원금 등을 보장

자료 : 금감원 보도자료(2009).

생명보험회사가 취급하는 장애인 전용보험은 등록 장애인을 대상으로 소득보장형이외에 암보장형과 정기보험형으로 취급되고 있으며, 사업비율과 이자율을 우대 적용하여 보장내역이 유사한 일반보험에 비하여 보험료가 상대적으로 저렴한 편이다.

<표 IV-14> 장애인전용보험과 일반 생명보험의 보험료 비교(예시)

(단위 : 원)

구 분	장애인전용보험		일반 생명보험	
	남자	여자	남자	여자
보험료 수준 (월납)	21,100	16,500	29,850(↑1.4배)	22,700(↑1.4배)

주 : 1) 피보험자 40세, 20년납, 월납, 보험가입금액 500만 원 기준이나, 보험료는 판매회사 별·상품별로 차이가 있을 수 있음.
 2) 장애인전용 자동차보험의 경우, 비장애인을 대상으로 하는 자동차보험과 보험료가 동일하나 신체보조장구 구입비용 지원금 등을 보장하는 특약 등에 가입이 가능함.

또한, 장애인전용보험은 보장성보험료에 대한 소득공제 외에 별도로 연간 100만 원 한도 내에서 추가 공제(소득세법 §52) 혜택이 있으며, 장애인을 보험 수익자로 하는 보험계약의 보험금은 연간 4천만 원 한도 내에서 증여세를 초과할 수 있다(상속 및 증여세법 §46).

나) 필요성

고령화 및 산업재해 및 자동차 사고의 증가, 장애 범위의 확대 등으로 각종 질병 및 재해발생이 증가하는 추세에 따라 향후 장애인의 보험가입 확대를 통한 보험회사의 사회적 책임을 강화할 필요가 있다. 국내 보험업계는 장애인 전용보험을 도입하여 2001년 2월부터 취급하고 있으나, 장애인의 낮은 소득수준, 적극적인 홍보 미흡 및 보험수요에 비해 미흡한 담보내용 등으로 인해 판매실적이 저조한 실정이다. 향후 취약계층에 대한 민영보험 서비스 확대 등 보험회사의 적극적인 사회적 책임 수행을 통하여 보험회사의 이미지 개선과 보험산업의 지속가능한 성장을 위한 기반 마련할 필요가 있다. 이를 위해 민영보험의 사회보장의 보완적 역할을 확대하는 차원에서 일반인뿐만 아니라 보험소외계층에 대한 민영보험 서비스 제공을 가능한 계층 또는 보험종목부터 단계적으로 확대하여야 할 필요가 있다. 최근 장애인 차별금지법이 제정되어 보험회사가 장애인이라는 이유만으로 보험가입을 거절하는 등 차별할 수 없도록 하는 법률(§17)이 시행(2008.4.11)되면서 장애인에 대한 민영보험 가입 확대 필요성이 더욱 커졌다.

다) 해외 사례

미국, 영국 등 주요 선진국에서는 장애인에 대한 보험가입 차별을 금지하고 위반시 제재하는 것으로 명시하고 있다. 미국은 1990년 미국장애인법(Americans With Disabilities Act of 1990, ADA)을 제정해 보험가입에서 장애인들이 비합리적으로 차별당하는 것을 방지하고 있다. ADA 제3장은 민간이 운영하는 공공 편의시설, 교육과정, 교통수단과 상업시설 등에서 장애인들이 배제, 격리 및 불평등한 대우를 당하는 것을 금지하고 있다. 상업시설에는 보험회사도 포함되기 때문에 장애인도 보험가입부터 일반인과 동등한 위치에서 할 수 있고 보험혜택도 동등하게 받을 수 있다. 장애인이 ADA 제3장에서 금지하고 있는 차별행위로 피해를 본 경우에는 연방법원에 제소해 각종 시정명령, 금지명령 등을 받아낼 수 있다. 법원은 사건 심리 후 시설개선, 보조장비 또는 보조서비스 제공, 정책 수정, 대체 방법 제공 등 더 광범위한 시정명령을 내릴 수 있다. 장애인은 보험사가 차별적인 보험상품을 판매할 경우 법원에 이의 공급중단을 요구하는 가처분 신청을 할 수 있고 미래의 금전적 손실, 정신적 피해 등에 대해 피해보상을 받을 수 있다.

영국은 1995년 장애차별금지법(Disability Discrimination Act of 1995, DDA)을 제정하였다. 이 법은 장애인이 은행, 보험, 양도, 용자, 신용, 재무(띄어쓰기)와 관련된 시설을 이용할 때 차별을 당해서는 안 된다고 명시하고 있다.

프랑스는 12세 미만자와 중증 장애인에게만 가입을 금지하고 있고, 독일은 정신장애인 스스로 가입하는 경우 허용(대리인에 의한 가입만 금지)하고 있다.

라) 개선방안

장애인의 보험가입 확대를 위해서 단기적으로는 현행 장애인 전용보험을 활성화 시킬 수 있도록 개선할 필요가 있다. 이를 위해 우선 장애인 전용보험에 대한 적극적인 대국민 홍보 및 보험판매조직에 대한 교육 및 지도 등을 강화하는 것이 중요하다. 설문조사에 의하면 장애인전용보험에 관하여 들어본 장애인이 38% 정도에 불과한 것으로 나타나 대국민 홍보에 대한 필요성을 뒷받침 해 준다. 또한, 장애인의 보장니즈에 부합한 보장내용의 현실화 및 다양한 상품개

발이 필요하며, 취급 및 판매하는 회사의 수를 확대하는 것이 필요하다.⁸⁵⁾

보험원리를 적용하여 건강한 보험계약자의 권익을 보호할 수 있도록 장애인에 대한 각종 통계(입원, 질병발생률 등) DB 축적을 통해 장애인에 대한 위험률을 산출할 수 있는 방안을 마련하는 것도 필요하다.

라. 녹색성장 관련 보험상품 제공⁸⁶⁾

1) 현황

1997년 12월 일본 교토에서 '선진국 온실가스 감축의무'를 합의한 교토의정서 채택 이후 유엔 차원에서 지구온난화 방지를 위한 노력이 계속되고 있다. 온실가스 감축노력은 1896년 스웨덴 화학자 Sante Arrhenius가 처음 온실가스로 인한 지구 온난화를 경고하면서 시작되었다. 이후 유엔 차원의 노력은 1992년 기후변화협약(UNFCCC)체결 및 1997년 12월 교토의정서 채택으로 본격화되었다. 온실가스 의무감축 대상국은 1차 의무감축기간(2008~2012년)내에 선진국 전체의 1990년 온실가스 배출 총량 수준보다 평균 5.2%를 감축해야 하며, 우리나라는 2013년부터 의무감축 대상국이 될 것이 확실시 되고 있다. 일련의 온난화 방지를 위한 범지구적 노력은 향후에도 지속될 것으로 전망된다.

이에 따라 우리나라에서도 정부 및 산업 차원의 각 분야별에서 온실가스 감축을 위한 여러 시도가 이루어지고 있다. 즉, 정부는 온실가스 감축목표를 제시하여 온실가스 발생을 각 분야에서 줄이도록 유도하고, 친환경 산업의 발전을 유도하는 두 가지 방향에서 온실가스 감축 정책을 실시하고 있는 것으로 보인다

85) 보험회사의 자체적 노력과 함께 중장기적으로는 장애인의 일반 보험상품 가입시 차별을 개선하는 방향으로 상법 등의 개정 검토를 통한 장애인 보험가입 차별을 근본적인 문제를 개선하는 것이 필요하다. 현행 보험회사가 가벼운 정신질환까지 심신상실과 심신미약으로 간주하여 이를 정신장애로 확대 해석할 개연성이 높으므로 상법상 심신상실과 심신미약에 대한 명확한 정의를 명시할 필요가 있다. 특히, 현행 장애인 복지법상의 장애인(신체적 장애, 정신적 장애)과 상법상의 장애인(심신상실, 심신미약)에 대한 기준이 상이하므로 상법 개정시 이를 반영할 필요가 있다.

86) 기승도 산업연구실 전문연구위원이 작성하였다.

다. 예를 들면, 현재 우리나라는 2020년 국가 온실가스 감축 목표를 ‘배출전망치(BAU)대비 30%감축’으로 확정하고 업종별 배출 감축량 배분을 할 예정에 있다. 이외에도 탄소배출권거래제도⁸⁷⁾를 실시하여 온실가스 감축 노력이 시장에서 자연스럽게 이루어지도록 유도하고 있다. 수송분야에서는 온실가스 감축을 위해 ‘친환경자동차 보급시행계획’을 마련하여 하이브리드 자동차 등 친환경 자동차의 상용화를 지원하거나, 자동차 배출가스 등급을 발표하는 등의 제도들이 시행되고 있다. 이외에도 미래의 친환경 자동차로 연료전지차 및 전기자동차 개발 지원을 추진하고 있으며, 친환경 에너지 확보를 위해 풍력발전, 태양광발전, 원자력발전 등에 대한 투자 활성화를 유도하고 있다.

<표 IV-15> 정부의 친환경차 보급시행계획

구 분	1단계<시범 운행>	2단계<소량 생산>	3단계<본격 생산>
해당연도	2004~2006년	2007~2008년	2009~2015년
지원규모	730대, 204억 원	2,780대, 360억 원	‘08년까지 실적 평가 후 ‘09년부터 계획 재수립
지원내역	대당 28백만 원 보조	대당 14백만 원 보조	
보급대상	행정·공공기관	행정·공공기관	일반소비자까지 확대
보급지역	수도권 및 수도권외 광역시(2006년)	수도권 및 수도권외 광역시	전국

자료 : 환경부, 환경부고시 제 2007-190호, 2007.12⁸⁸⁾

온난화 방지를 위한 범세계적 노력, 이에 부응한 우리나라의 녹색성장 지원 정책에 따라 각 분야에서는 녹색 관련 산업이 발달하고 있으며, 보험분야에서

- 87) 중기(2002년) 국가 온실가스 감축 목표(BAU 대비 30%절감) 이행을 위해 탄소 배출권 거래제 시범사업을 위한 협약(MOU)을 환경부·14개 광역자치단체·29개 사업장·3개 유통업체가 체결하였다(환경부 보도자료, “탄소 배출권거래제 시범사업 본격 출범”, 2009.12.29(조간)).
- 88) 「환경친화적자동차의 개발 및 보급촉진에 관한 법률」 제5조 및 동법 시행령 13조의 규정에 의거한다.

도 이러한 환경변화에 맞춘 보험상품 및 보험제도가 개발·시행되고 있다. 예를 들면, 2009년에 개발·판매되고 있는 '자전거 보험' 및 2010년 4월부터 실시될 것으로 예상되는 '요일제 자동차보험' 등이다.

그런데 우리나라 보험산업은 외국에 비하여 녹색 성장을 지원하는 또는 녹색 성장 환경에 부응한 상품개발이 상대적으로 더딘 것도 사실이다. 녹색성장과 관련한 외국 보험상품의 예를 보면, 주택보험에서 친환경 주택을 지을 경우 보험료를 할인해주는 상품이 개발·판매되고 있으며, 미국의 Traveler's 보험회사는 하이브리드 자동차에 대하여 보험료를 할인해주는 상품을 출시하였고, 우리나라를 제외한 약 14개 국가에서는 주행거리 연동 자동차보험 상품을 개발·판매하고 있다.

우리나라가 외국에 비하여 녹색성장 환경에 부응한 보험상품 또는 보험제도 도입이 늦어지는 이유는 우리나라만의 환경·문화적 특수성도 있지만 동 보험제도가 실시될 수 있는 제도적 기반이 부족하거나 보험회사의 노력이 부족한 측면도 있다. 즉, 우리나라의 경우 주택보험은 친환경주택을 우대하는 제도적 장치가 갖추어지지 않았으며, 우리나라 친환경 주택보험이 우리나라 현실여건에 부합하지 않다는 판단으로 보험회사들은 동 상품 개발에 소극적인 태도를 가지고 있었던 것으로 판단된다. 녹색성장을 위해서 향후 친환경 주택 건설을 활성화시키기 위한 정부차원의 노력이 지속될 가능성이 있으므로, 이러한 상황에 부응한 보험제도 정비 및 보험상품 개발을 통해 이러한 상황에 대비하여야 할 필요성도 있다고 판단된다.

<표 IV-16> 2006 우리나라 부문별 온실가스 배출량 및 구성비

(단위 : 천 tCO₂eq.)

구분		순배출량	구성비
에너지 부문	에너지산업	179,647	31.6%
	제조업 및 건설업	149,940	26.4%
	수송	99,841	17.6%
	기타에너지	76,005	13.4%
	소계	505,433	88.9%
산업공정 부문		63,659	11.2%
농업 부문		15,091	2.7%
토지이용 부문		-31,165	-5.5%
폐기물 부문		15,358	2.7%
합계		568,376	100%

자료 : 에너지경제연구원(<http://www.keei.re.kr>)

또한 우리나라에서는 도입여건의 미성숙 등의 이유로 주행거리 감소를 유도하는 주행거리 연동 자동차보험 요율제도가 아직 도입되지 않고 있다. 지구온난화에 대한 우려가 커지면서 대기 중 이산화탄소(CO₂) 배출량을 줄이려는 노력의 일환으로 전 지구적으로 자동차 운행을 줄일 수 있는 방안이 필요하다고 느끼는 상황이다. 우리나라의 경우도 우리나라 전체 이산화탄소 배출 추이를 보면 매년 일정수준 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 총배출량 중에서 수송 부문이 차지하는 비중은 2006년 현재 약 17.6% 수준을 유지하고 있는 것으로 조사되었다. 따라서 전체 배출되는 이산화탄소 중에서 자동차 등 운송수단이 차지하는 비중이 낮지 않은 수준이므로 자동차보험제도를 통해 운송수단의 운행감소를 유도하여 온난화 물질을 줄이도록 하려는 외부환경의 압력이 증가할 것으로 예상된다.

2) 필요성

우리나라 보험권에서도 국내외적으로 전개되는 녹색성장정책 강화 추세에 부응하여, 탄소배출(또는 온난화 물질) 감소를 유도할 수 있는 보험제도를 도입하는 방안을 검토할 필요가 있다고 판단된다. 현재까지 외국에서 실효성 있게 도입되고 있으며 점진적으로 확대되고 있는 녹색관련 보험제도 또는 보험상품은 크게 '녹색주택소유자 종합보험상품 등 녹색보험상품' 개발, '주행거리 연동 자동차보험 제도'가 있는 것으로 조사되었다. 따라서 이러한 보험 분야를 우리나라의 현실여건에 부합하게 도입할지 여부를 판단할 필요가 있다고 본다.

2006년 우리나라 부문별 온실가스 배출량 구성비를 보면, 제조업 및 건설분야가 26.4%인 것으로 나타났다. 따라서 건설분야에서 온실가스 또는 탄소배출 감소를 유도하기 위한 보험상품(제도)으로써 녹색주택소유자 종합보험 상품개발은 녹색 성장 지원에 큰 기여를 할 수 있을 것으로 판단된다. 녹색주택소유자 종합보험상품은 소정의 환경기준에 부합할 경우 보험료를 할인해 주는 상품으로 주택건설시 친환경자재 사용을 촉진·지원하기 위해 필요하다. 녹색산업의 지속적인 성장 추세 및 우리나라 정부의 녹색산업 성장 추진의 세계적 추세에 따라 친환경 자재를 사용한 친환경주택이 개발·보급이 지속될 것으로 예상된다. 따라서 주택소유자 종합보험 시장에서도 녹색보험시장이 생길 것으로 예상되며, 이 시장도 지속적으로 성장할 가능성이 있는 것으로 예상된다.

주행거리 연동 자동차보험 제도는 운송수단인 자동차가 이산화탄소 및 각종 대기오염물질을 많이 배출하고 있으므로 자동차의 운행거리를 줄여 이들 환경오염물질을 줄이도록 유도하는 데 필요하다고 판단된다. IT산업이 발전함에 따라 주행거리에 연동한 자동차보험제도 도입에 걸림돌이 되는 기술적 장벽이 낮아질 것으로 예상된다. 주행거리 연동 자동차보험 제도는 '탄소배출량을 감소시켜 지구온난화 문제를 해결하자'는 전 세계적 메가트렌드(Mega Trend)에 부합되는 제도이다.

또한 세계적으로 온난화방지를 위한 노력이 강화됨에 따라 탄소시장의 성장이 빨라질 것이므로 보험권에서도 이에 대비한 녹색관련 상품을 개발할 필요성이 대두되고 있다. 세계 탄소시장은 2005년부터 빠르게 성장하기 시작해 2007

년 거래규모가 640억 달러로 2006년 312억 달러에 비해 2배로 증가하였다. 향후에는 은행·보험·금융투자상품의 특성이 복합된 다양한 녹색금융상품이 개발될 것으로 예상된다.

3) 해외사례

가) 녹색주택종합보험

미국에서는 자신이 소유한 주택이 이미 환경(Green)기준에 부합하게 지어졌으면 보험료를 절감해주는 녹색주택종합보험상품(Green Homeowner's Insurance Policy)이 판매되고 있다. 파이어맨즈펀드(Fireman's Fund) 보험회사는 미국에서 녹색주택종합보험상품을 개발·판매하고 있다. 이 회사의 상품은 주택이 LEED(Leadership in Environmental and Energy Design)로 지어졌다면 주택소유자종합보험(Homeowner's Insurance Policy)의 보험료를 5% 할인해주는 상품을 개발하였다.

<표 IV-17> 파이어맨즈펀드보험회사의 보험상품

상품(특약)	내용
녹색주택종합보험상품	- 가정종합보험의 확장특약 운영 - 보험료 : 70달러/ 1백만 달러당 - 진손발생시, 친환경자재로 건축하거나 친환경 주방제품으로 설치하는 비용지급 등

나) 주행거리연동 자동차보험⁸⁹⁾

미국에서 주행거리에 연동한 자동차보험제도를 도입한 대표적인 회사는 프로

89) 주행거리 연동 자동차보험 제도 사례는 “기승도·김대환·김혜란(2009), 『주행거리 연동 자동차보험 제도 연구』, 보험연구원”의 내용을 인용하였다.

그레시브(Progressive)사, GMAC 및 마일미터(MileMeter)사가 있다.

우선 프로그레시브(Progressive) 사는 2008년 6월 마이레이트(MyRate)라는 보험 프로그램을 출시하였다. 이 보험상품은 차를 적게 운행하고, 위험이 적은 방법, 덜 위험한 시간대에 운행했다면 낮은 보험요율을 적용하는 것이다(Progressive 2008). 프로그레시브사에 따르면 보험료는 40%할인에서 9%의 범위 안에서 결정되었다. 그리고 MyRate 프로그램은 초기에 미시간(Michigan), 미네소타(Minnesota), 오리건 주(Oregon)에서 시행되었다.

프로그레시브사가 제공하는 자료를 수집하는 장치는 프로그레시브사의 트립센서(TripSensor)를 변형한 것이다. 이 프로그램에 참여한 운전자는 데이비스 카칩(Davis CarChip)기술에 기초한 트립센서 장치를 받는다. 트립센서는 자동차의 ECU로부터 총 주행거리, 속도, 시간 등의 정보를 읽는 장치이다. 이 장치는 자동차의 차량진단단자(OBD)에 장착하는 것이다. 운전자는 차량진단단자(OBD)를 통해 내부컴퓨터장치(ECU)에 기록된 주행거리 정보를 트립센서를 통해 읽은 운행거리 관련 정보를 인터넷을 통해 직접 프로그레시브사에 제공한다. 프로그레시브 사는 고객으로부터 제공받은 주행거리 정보를 수집하여 보험료를 산정하고, 주행거리 수준 등을 분석한 주행거리 및 보험료 정보를 인터넷에 올린다. 고객은 인터넷으로 주행거리 및 보험료 정보를 직접, 수시로 확인할 수 있다.

이렇게 트립센서를 이용하여 수집된 정보와 고객이 프로그레시브에 제공한 정보를 활용하여 프로그레시브는 보험료를 산정하고, 고객은 보험을 갱신할 때 5~20%의 할인을 받을 수 있다(이 프로그램은 월간단위, 또는 일정주기로 주행거리 정보에 따라 보험료를 부과하는 체계가 아니므로 정확한 의미의 주행거리에 연동한 보험이라고 볼 수 없다). 고객은 주행거리 정보를 공유하기 전에 수집된 자료와 잠재적 할인 보험료 수준에 대한 정보를 프로그레시브로 사로부터 전달 받는다. 고객은 프로그레시브사와 자료를 공유해서 할인을 받을지 아니면 보통의 보험료를 납부할지 결정한다.

<표 IV-18> Progressive 사의 MyRate 제도

I. MyRate는 무엇인가?

MyRate 프로그램은 안전운전자에게 보험료 절감혜택을 주기 위해서 Progressive사가 제공하는 Pay As You Drive 보험 조건이다. 즉, 운전자가 안전운전을 하면 보험료를 할인해준다. 가입자는 MyRate에 가입하고, MyRate장치를 자동차에 부착하면 된다.

II. 참가대상

보험가입자의 누구나 MyRate 프로그램에 참가할 수 있다.

III. MyRate 프로그램과 비용의 관련성

보험가입자가 속한 주에 따라 보험가입자가 부담해야할 비용에 차이가 있다. 즉 앨라배마에서는 보험증권당 30불의 기술료를 보험가입자가 지불하여야 한다. 이 비용에는 MyRate장치 설치비 및 운행정보 전송비가 모두 포함되어 있다. 보험료 절감효과는 주마다, 그리고 가입자의 운전행태에 따라 차이가 난다.

IV. MyRate 취소

언제든지 가능하다.

V. MyRate 프로그램 작동단계

첫째, 가입자가 등록을 하면, Progressive에서 MyRate장치를 등록 후 7내지 10일안에 발송하고, 가입자는 해당 장치를 자동차의 진단 port에 끼워 넣으면 된다.

둘째, 보험료 할인정도는 MyRate Option중 보험가입자가 선택하는 것에 따라 결정된다.

- 운행거리 옵션
- 운행시간 옵션
- 운전방식 옵션(얼마나 난폭운전을 하는가?)

셋째, MyRate참가자는 자동차보험 약관에 log-in해서, MyRate와 관련한 정보를 확인할 수 있다.

- MyRate할인이 어느 정도 될 것인지
- 보험가입자의 최근 운행기록
- 매일 또는 주별로 운전습관
- 자신의 운전행태와 다른 참가자와 비교
- 자신의 운전기록과 관련한 이해하기 쉬운 그래프 자료

넷째, 6개월마다 가입자의 효율이 운전자의 운전습관에 따라 수정된다. 따라서 갱신시 보험가입자는 최대 40%까지 보험료를 절감할 수 있다.

프로그레시브의 마이레이트상품이 판매된 주는 앨라배마, 미네소타, 미시간, 오리건의 4개주였다. 이후 마이레이트상품은 13개 주로 확대되었다. 마이레이트가 적용되는 미국의 주와 관련내용은 <표 IV-19>와 같다. 앨라배마, 커네티컷, 조지아, 일리노이, 켄터키, 루이지애나, 메릴랜드, 미주리, 뉴저지, 텍사스에서는 주행거리 연동 자동차보험제도에 가입하면 10%의 자동차보험료를 할인받고, 이후 다음 보험계약 갱신시에 조건에 따라 추가로 25%정도 할인받을 수 있다. 미시간, 미네소타, 오리건 주에서는 가입시에 5%의 자동차보험료를 할인받고, 주행거리 정도에 따라 다음 계약 갱신시에 추가로 25%를 할인받을 수 있다. 가입시점에 할인받는 비율에 주 그룹별로 차이가 있는 것은 각 그룹별 주행거리 연동한 자동차사고 위험도 차이 때문으로 판단된다.

<표 IV-19> MyRate 적용 주별 할인 및 할증

No.	State	적용내용
1	앨라배마(Alabama)	가입하면 10%할인, 적어도 30일 동안 주행거리 기록 후 다음 보험갱신 때 25%까지 할인 받을 수 있음
2	코네티컷(Connecticut)	
3	조지아(Georgia)	
4	일리노이(Illinois)	
5	켄터키(Kentucky)	
6	루이지애나(Louisiana)	
7	메릴랜드(Maryland)	
8	미주리(Missouri)	
9	뉴저지(New Jersey)	
10	텍사스(Texas)	
11	미시간(Michigan)	가입하면 5%할인, 적어도 30일 동안 주행거리 기록 후 다음 보험갱신 때 25%까지 할인 받을 수 있음
12	미네소타(Minnesota)	
13	오리건(Oregon)	

자료 : 프로그레시브(Progressive)사 홈페이지

GMAC(General Motors Acceptance Corporation)는 특정 주에 거주하는 온스타(OnStar: 자동차 정비 서비스)서비스를 구매한 고객에게 주행거리 기초한

자동차보험료 할인을 제공한다. 현재 34개 주에서 가능하다.

<표 IV-20> GMAC의 주행거리 상품 제공 州

앨라배마, 애리조나, 콜로라도, 플로리다, 아이다호, 일리노이, 인디애나, 켄터키, 루이지애나, 메릴랜드, 미시간, 미네소타, 미시시피, 미주리, 몬태나, 네브래스카, 네바다, 뉴햄프셔, 뉴멕시코, 뉴욕, 오키오, 오클랜드, 오리건, 펜실베이니아, 로드아일랜드, 사우스캘리포니아, 사우스다코타, 테네시, 텍사스, 유타, 버지니아, 워싱턴, 웨스트버지니아, 위스콘신

자료 : GMAC 홈페이지

온스타(OnStar)는 텔레매틱스(Telematics) — 특히, 카텔레매틱스(Car Telematics) 이동통신기술과 위치추적기술을 자동차에 접목하여 운전자와 탑승자에게 차량사고나 도난감지, 운전경로 안내, 응급상황에 대한 대처 등 운전지원 서비스)방식-서비스를 제공하는 회사이다.

GMAC는 현재 25,000명의 온스타 서비스 가입자를 보유하고 있으며, 이들 중 어느 정도가 주행거리에 따른 할인에 동의했다. 서비스는 새로운 GM차 고객에게는 무료이며, 1년 후부터는 월별로 \$18.95의 비용이 발생한다.

주행거리기록은 GM차량에 장착된 GM 온스타 GPS 장치(global positioning satellite system)를 이용하여 이루어진다. 주행거리 기록계 설치비용은 운전자가 부담하며, 주행거리전송수단은 휴대전화 통신망이다.

<표 IV-21> GMAC의 주행거리별 보험료 할인율

Annual Mileage	Average Total Savings
0-2,500	54%
2,501-5,000	39%
5,001-7,500	34%
7,501-10,000	26%
10,001-12,500	18%
12,501-15,000	13%

자료 : GMAC 홈페이지

보험기간의 처음과 끝에 이 시스템에서 주행거리기록계의 기록을 제공한다. 이 정보에 근거하여 고객은 15,000 마일 이하라고 하면 등급에 의해서 할인을 받게 된다. 주행거리 연동 자동차보험 제도의 보험료 형태가 할인형태인지, 아니면 할증형태인지, 또는 할인과 할증이 모두 포함된 형태인 지는 효율적용의 형평성 측면에서 동일하다. 어떤 효율형태를 취하는 것이 주행거리 감소를 유도하는데 더 유용한지 또는 회사의 영업전략에 더 도움이 되는지에 따라 보험료 적용형태가 결정된다.

GMAC의 경우에는 주행거리 연동 자동차보험제도의 보험료 형태를 할인형태로 하고 있다. 즉, 보험료 수준은 운전자가 2,500마일 이하로 운전하면 54%의 할인을 받으며, 2,501~5,000마일을 운전하는 경우에는 39%, 5,001~7,500마일을 운전하는 경우에는 34%, 7,501~10,000마일을 운전하는 경우에는 26%, 10,001~12,500마일을 운전하는 경우에는 18%, 12,501~15,000마일을 운전하는 경우에는 13% 할인을 받는다.

마일미터보험회사(MileMeter Insurance Company)⁹⁰⁾는 주행거리에 따라 보험료를 차등 적용하는 마일당 자동차보험(per(by)-mile car insurance)을 판매하고 있다. 동사는 2008년 11월에 판매를 개시하였다. 동 상품의 보험가입은 텍사스주에서만 가능하며, 사고보상은 미국 전 지역에서 이루어진다. 동사는 온라인 주행거리전문 보험사로 설립되었다. 보상은 사고 시 주행기록계(odometer)에 기록된 주행거리 정보를 이용하여 확인하고, 주행거리정보를 추가로 확인하기 위하여 주행거리 관련 데이터베이스 회사로부터 주행거리 정보를 구매하며, GPS를 이용하지는 않는다. 보험료는 나이, 차종, 장소 등을 기준으로 옵션에 따라 최종 보험료가 적용되며, 주행거리에 따른 보험요율은 mile당 cents(\$0.05/mile)로 계산되어 6개월 단위로 1,000~6,000mile을 구매할 수 있다. 실제 운전한 거리가 구입한 주행거리를 초과할 시에는 보험이 종료되고, 필요할 경우 언제든지 추가로 주행거리를 구입할 수 있다. 구입한 주행거리는 6개월이 지나면 자동 소멸되며 구매비용은 일시불로 카드로 계산한다. 보험료 수준은 연간 12,000마일(mile) 보다 적게 운전하는 차량은 보험료를 할인받을 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이 Milemeter사는 주행거리 정보를 제공하는 회사로부터 구입하거나 운전

90) <http://milemeter.com>

자의 차량에 부착된 주행기록계(odometer)를 통해서 확인한다. 따라서 만일 운전자가 구입한 주행거리를 초과하여 운전하였는지 여부는 사고시 주행거리계를 통해서 확인할 수 있다. 즉, 주행거리계에 기록된 운행거리가 운전자가 구입한 주행거리를 초과한 것으로 나타나면 동 운전자는 보상을 받지 못한다.

현재 미국을 제외하고 주행거리에 연동한 자동차보험 제도가 시행되거나, 주행거리 연동 자동차보험 상품이 팔리고 있는 나라는 총 12개인 것으로 조사되었다. 주행거리 연동 자동차보험 제도를 실시하고 있는 나라 총 13국(미국 포함)의 주행거리 연동 자동차보험 제도 내용을 아래 <표 IV-22>, <표 IV-23>과 같이 정리하여 보았다.

그리고 이하에서는 이들 13개 나라 중 앞서 설명한 미국을 제외한 12개 나라 중에서 호주, 남아프리카공화국, 영국, 일본, 네덜란드, 이스라엘까지 총 6개국의 주행거리에 연동한 자동차보험 제도의 세부적인 내용을 살펴보았다.

<표 IV-22> 외국의 주행거리 자동차보험 적용 사례 1

No	시행국가	내 용
1	미 국	○ MyRate (Progressive) -고객들은 차에 소형무선장치를 설치해야 함. 이 장치는 급제동과 급정거 등 모든 시간대의 속도를 측정하며, 언제 얼마나 주행했는지 제공함.
2	일 본	○ PAYD (Aioi) - 2005년 이후로 운영되는 Aioi식의 PAYD로 도요타 G-Books단말기를 사용하는 도요타와의 파트너십으로 발전됨. G-Book 단말기는 GPS이상의 것으로 하나의 장치로 인터넷과 전화통신이 됨.
3	영 국	○ Coverbox (Wunelli Limited) - 2009년 1월에 출시된 영국의 PAYD는 언제 어디에서 어떻게 주행했는지 주행 자료를 수집하기 위해서 GPS장치를 사용하며, 보험료는 이 자료로 계산
4	호 주	○ Pay As You Drive (Real Insurance) - 호주의 Pay As You Drive는 다른 나라들과 약간 차이가 있음. 이 상품은 GPS장치가 아닌 소비자가 주행기록계의 주행거리 정보를 보고해주는 것에 의존하며, 고객들이 사전에 주행거리를 구매함.

<표 IV-23> 외국의 주행거리 자동차보험 적용 사례 II

No	시행국가	내 용
5	남아프리카 공화국	○ Pay As You Drive (Hollard Insurance) - Hollard의 첫 PAYD 상품은 남아공에서 시작되었으며, 보험료는 개인의 리스크 프로파일을 기초로 월 고정비용과 주행거리(km)에 기초하여 월 변동비용으로 구성됨. 주행거리는 GPS장치에 의해 추적되며, 차가 도난당했을 때도 GPS장치가 사용됨.
6	네덜란드 (벨기에)	○ (Polis Direct) - 자동차 법정 차량검사(연1회)시 기록된 주행거리 자료를 이용함. 사용자는 미리 보험료의 90%를 지불하고 검사 후에 주행을 덜 했을 때 환불을 받거나, 약관에 허락된 최대 주행거리(km)를 초과하면 추가부담을 해야 함. 벨기에와 같은 모형임.
7	이스라엘	○ Aryeh - 주행거리(mileage)자료는 월별로 차에 설치된 소형무선장치로 수집되며, 주유소에 방문할 때마다 주유소에 설치된 수신기로 자료를 수집함.
8	오스트리아	○ SafeLine (Uniqua) - 표준 GPS 장치에 충돌탐지기기술이 부합된 장치를 사용함. 이 장치는 사고를 탐지하자마자 원조가 빨리 이루어지도록 Austrian motoring organisation OAMTC에 경보를 발함.
9	독 일	○ (WGV) - 독일 보험사는 보험차량의 위치와 속도를 수집하기 위해 GPS 장치를 이용하며, 제한 속도를 초과하면 말기 보험료에 영향을 미치는 부정적인 사건을 수집함.
10	이탈리아	○ SaraFreeKm (SARA) - 이탈리아의 PAYD는 정확하게 주행거리(km)를 계산하기 위해 위성에 의존하는 GPS장치를 이용함.
11	스페인	○ Pago Por Uso (MAPFRE) - 스페인의 "Pay Per Use"보험은 젊은 운전자에게 적합하며, 보험료는 스페인 안에서 주행거리(km), 주행도로형태, 여행 평균 길이, 시간대, 장소에 따라 결정됨.
12	프랑스	○ (Aviva) - 영국에서 PAYD를 운영한 회사와 같은 회사로 2008년 말 프랑스에서도 비슷한 프로그램을 출시함. 프랑스 PAYD는 차에 설치된 GPS를 통해 개별 운전자의 움직임을 추적한다는 것에서 거의 영국과 비슷함.
13	캐나다	○ iPAID (Aviva)- 정확하게 주행거리(km)에 따라 보험료를 지불하는 것은 아니지만, 주행거리와 보험료의 상관관계가 존재하므로 PAYD로 분류됨. 차에 여행시작과 끝, 주행거리와 여행기간, 급제동과 급정거 수를 측정하는 장치가 장착되어, 보험회사와 할인을 위해 이 자료를 공유할 수 있음.

자료 : <http://www.payasyoudrive.com.au/howitworks/paydworld.aspx>

4) 방안

가) 녹색보험(일반손해보험)

녹색산업은 현 정부에서 정책적으로 추진하는 분야이므로 향후에도 각 분야에서 동 산업의 성장이 기대된다. 세계적인 추세도 이산화탄소 감소를 위한 국제적 공조를 강화하는 추세에 있으므로, 이러한 세계적 추세에 편승한 녹색산업의 발달은 향후 우리나라 산업의 메가트렌드가 될 것으로 예상된다. 따라서 녹색산업의 발달에 맞추어 보험산업 분야도 정책적 지원과 더불어 보험회사 자체적인 노력으로 녹색(금융)보험의 활성화에 대비하여야 할 것으로 판단된다.

보험회사 입장에서는 정책적 지원에 관계없이 향후 예상되는 녹색산업에 부합한 다양한 상품개발이 필요하다고 판단된다. 예를 들면, 일정기준 이상의 친환경 건축물의 경우 보험료를 할인해주는 별도의 녹색주택소유자종합보험 상품을 개발하는 방안을 고려할 수 있을 것이다. 국토해양부 및 환경부 공동의 그린(Green)빌딩 인증기준을 받은 건축물의 경우 보험료를 기존 건축물과 달리하는 방안이다. 재물담보 손해발생시 환경 친화 자재를 기준으로 주택이나 업무용 건물 등의 재물복구비용을 지급하는 특약을 개발할 필요가 있다. 즉, 친환경 건축물(그린빌딩) 인증기준을 충족하도록 해당 설치비용을 추가로 지급하는 것을 내용으로 하는 상품 개발이 필요하다.

이외에도 향후에는 그린에너지 분야의 산업이 활성화될 것으로 예상된다. 그린에너지의 대표적인 것이 풍력발전, 수력발전, 원자력 발전, 핵융합 에너지 생산 등이다. 이들 발전 산업에는 다양한 시설이 설치되므로, 이들 시설물을 담보할 수 있는 상품개발이 필요하고, 이들 시설물의 사고로 인한 손해발생을 담보하는 상품개발 등에 대한 연구도 필요한 것으로 보인다. 특히, 최근에 원자력 발전시설을 해외에 수출하는 플랜트 산업이 활발히 이루어지고 있다. 원자력뿐 아니라 특히 중동을 대상으로 원유정제공장 등 다양한 분야에서 플랜트 수출이 이루어지고 있다. 현재 우리나라 보험시장은 포화상태로 진입해가고 있는 과정에 있어 새로운 성장동력이 필요한 상황이다. 새로운 성장동력을 국내에서 발굴하기 보다는 해외에서 발굴하는 것도 필요한 상황이다. 발전설비 및 플랜트 산업에 강점이 있는 우리나라의 산업경쟁력을 이용한 보험산업의 해외진출도

생각해 볼 필요가 있다고 판단된다.

이와 함께 보험회사 입장에서는 녹색산업 성장을 뒷받침하는 다양한 보험상품 개발을 추진할 필요가 있다고 판단된다. 즉, 현재 녹색보험상품으로 나와 있는 ‘친환경농산물비용 손해 특약’, ‘개인용 자전거전용 보험’, ‘환경오염배상책임 보험’ 등의 가입을 유도하는 정부차원의 지원과 더불어 이들 상품내용에 녹색 지원을 강화하거나, 향후 예상되는 탄소배출권시장과 연계한 보험상품 개발 등도 검토해볼 수 있을 것이다.

나) 주행거리연동 자동차보험

정책당국은 주행거리에 연동한 자동차보험 제도의 기반을 조성하고, 손해보험회사들은 자율적으로 주행거리에 연동한 자동차보험 상품을 개발·판매하는 방안을 마케팅 전략적 측면에서 접근할 필요가 있다. 자동차보험 제도는 일반 손해보험이지만 자동차소유자에게 자동차손해배상보장법에 따라 대인배상Ⅰ, 대물배상(보상한도 1,000만 원)을 의무 가입하도록 하고 있고, 교통사고처리 특례법에 따라 대인배상Ⅱ 담보 등에 가입시 일부 교통사고에 대하여 공소를 제기하지 않는 등의 법적 지원(또는 다른 시각에서는 피해자 보호를 위한 정책)으로 소비자는 자동차보험을 사회보험의 일종으로 생각하고 있다. 모든 자동차 소유자가 의무적으로 자동차보험에 가입해야 하므로, 자동차보험료를 인상 또는 인하할 경우 모든 자동차보험 소유자에게 그 영향이 직접 미치므로 자동차보험료 인상 또는 인하는 소비자 물가상승에 영향을 주게 된다. 이러한 이유로 자동차보험 시장의 손해율이 올라가는 상황에서도 손해보험회사들이 보험료를 올리는 것에 대한 비호의적 여론이 형성되곤 한다.

손해율 관리에는 여러 가지 요인이 영향을 미친다. 경영효율성을 높여 사업비를 절감하고, 사고시 보상되는 보험금이 과다 지급되었는지 여부를 엄격하게 관리하며, 자동차 운전자들이 자동차사고를 줄이도록 유도하는 보험제도 도입 및 손해율 변동에 따라 적기에 보험료 인상 또는 인하, 언더라이팅 강화를 통한 적정 보험료 부과 등 다차원적으로 노력이 필요하다. 손해율 관리의 여러 방법 중에서 운전자가 자발적으로 사고를 줄이도록 유도하는 방법 중의 하나가 요일제자동차보험 제도 또는 주행거리 연동자동차보험 제도이다. 요일제 자동

차보험 제도와 주행거리 연동자동차보험 제도는 모두 운전자가 스스로 운전량을 줄이도록 유도할 수 있는 제도이므로, 주행거리 감소에 따른 사고감소를 기대할 수 있는 자동차보험 제도이다.

두 제도 중에서 주행거리 연동자동차보험 제도는 운전자가 자발적으로 주행거리를 줄이도록 하는데 요일제자동차보험 제도보다 더 효과적인 제도로 판단된다. 요일제 자동차보험 제도는 기존에 운전하지 않았던 요일에 자동차운행을 하지 않겠다고 고지하고, 해당 요일에 운전을 하지 않을 경우 보험료를 할인받는 제도이므로, 해당 요일에 특별한 일(운전할 수밖에 없는 일)이 운전자에게 일어나지 않는다면 운행감소를 유도하지 않은 제도가 된다. 이에 반하여 주행거리 연동자동차보험 제도는 운전자가 운전하는 동안에 주행거리가 많아지면 보험료가 올라간다는 생각을 가지도록 하기 때문에 전체적인 주행거리 감소를 유도할 수 있다.

환경에 대한 관심이 전세계적으로 증가하고 있으므로, 요일제 자동차보험 제도가 정착된 이후에 이 제도를 대체하는 제도로 주행거리 연동 자동차보험 제도 도입 필요성이 점점 증가될 것으로 예상된다. 기승도·김대환·김혜란(2010)의 연구결과를 보면 주행거리에 연동한 자동차보험 제도가 도입되면 우리나라 자동차의 평균주행거리가 12.7%줄어들고 교통사고감소효과, 오염물질 감소효과 등 사회적 비용 감소효과는 전체 GDP의 0.33%(연간 약 3조 3천억 원의 사회적 비용)에 달하는 것으로 추정되었다. 이처럼 경제적 효과가 있는 제도라면 지속적으로 동제도 도입의 필요성이 증가할 것이다.

따라서 보험회사는 주행거리에 연동한 자동차보험제도의 도입에 대한 사전 준비가 필요한 것으로 판단된다. 동제도의 도입방법(보험료변동제, 주행거리 선구입제, 보험료 고정제), 주행거리 적용대상 보험종목·담보 등 모든 것이 정해지지 않은 상태이다. 따라서 보험회사 입장에서는 어떠한 방식으로 동제도의 도입이 필요한지에 대한 연구 및 의사결정이 필요한 것으로 판단된다. 즉, 주행거리에 연동한 자동차보험제도의 도입이 필요한지 여부, 도입이 필요하다면 어떤 방식으로 할지 여부, 그리고 자동차보험 시장세분화(소비자 니즈조사 등) 분석을 통해 주행거리 연동 자동차보험 제도가 도입될 때 가장 효과가 있는 계층은 무엇인지 여부, 동 제도를 회사별 특화상품으로 한다면 세분시장에 어떠한 상품을 가지고 어떠한 방식으로 접근할지 여부에 대한 종합적인 연구가 회사차

원에서 이루어질 필요가 있다.

기승도·김대환·김혜란(2009)의 연구결과를 보면, 주행거리 연동 자동차보험 제도의 도입시 장애요인은 비용인 것으로 분석되었다. 보험회사의 주행거리 연동 시스템 구축비용, 주행거리 정보 확인·교환장치 비용과 보험료 할인액의 상대적 가치 등이 동 제도 도입의 주요 장벽인 것으로 나타났다. 따라서 보험회사는 이러한 장애요인이 경감되도록 다양한 지원 혜택이 주어질 수 있도록 정책당국과 긴밀히 협의할 필요가 있을 것이다.

마. 보험소비자 교육 강화⁹¹⁾

1) 현황

우리나라를 비롯한 세계 각국에서 금융이해력(Financial Literacy) 향상을 위한 금융교육의 중요성이 부각되어 정부·공공기관·소비자단체 중심의 개별적 금융교육⁹²⁾이 활성화 되고 있다. 특히 우리나라에서는 최근 국민들의 금융에 대한 이해부족이 카드사태, 금융채무불이행자 양산, 보이스피싱 사기 피해 및 금융민원 빈발의 주요 요인으로 작용하고 있어 금융교육의 중요성이 강조되고 있기 때문이다. 금융이해력 향상은 합리적인 금융행위를 통한 개인의 경제적 풍요는 물론 금융산업 발전 및 경쟁력 강화를 위한 인프라로 작동할 수 있다는 점에서 적극적인 노력이 필요하다.

현재 우리나라에서는 금융교육을 금융감독 차원에서 선도하고 있는데, 이와 관련하여 금융감독원 소비자서비스국 내에 소비자교육기획팀과 소비자교육운영팀을 두고 있다. 또한 금융교육 사이트(<http://edu.fss.or.kr>)를 개설하여 교육신청 접수는 물론 온라인교육 및 교육자료 제공 등의 업무를 처리하고 있다. 그리고 금융교육의 체계화 및 통합화 필요성에 대한 공감대 확산으로 분야별로 교육과정·교과서발전협의회(교과부), 경제교육협의회(기획재정부)와 같은 금융

91) 오영수 정책연구실장이 작성하였다.

92) 금융감독원, 청소년금융교육협의회, 전국투자자교육협의회, 한국투자자교육재단, 한국은행, 소비자원, YMCA, 신용회복위원회, 각 금융회사 등이 참여하고 있다.

교육 네트워크가 구축되어 운영되고 있다.

<표 IV-24 > 금융교육 실적 추이

(단위 : 회, 명)			
	2007	2008	2009 상반기
횟수	103	122	319
연인원	16,983	17,048	35,306

자료 : 금융감독원, 「'09.상반기중 금융교육 추진현황」, 2009.7.8.

이렇듯 금융교육에 대한 관심이 높아짐에 따라 보험교육 활성화의 필요성에 대한 인식도 개선되고 있으나, 현장에서의 보험교육은 체계적으로 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 비록 금융감독원 등에서 금융교육을 실시하고 있다고 하나 대부분은 신용교육 위주로 실시되고 있어 보험교육은 개괄적으로만 이루어지고 있기 때문이다. 또한 금융감독원 또는 청소년금융교육협의회와 공조하여 보험협회 또는 보험회사의 임직원이 초·중·고등학교에서 특강형식의 방문교육을 실시하고 있으나 일회성에 그치고 체계화되어 있지 못하다.

<표 IV-25> 청소년교육 프로그램

구 분	회차	주 제	시간
초등학생 (4~6학년)	1회차	어린이를 위한 금융경제기초	1~1.5
		올바른 용돈관리	"
	2회차	신용과 합리적 소비생활	"
		금융회사와 금융상품 따라잡기	"
		금융뮤지컬	2
중·고생	1회차	청소년을 위한 금융경제기초	1~2
		신용과 합리적인 소비생활	"
	2회차	금융회사 및 금융상품 알기	"
		라이프 사이클과 재무설계	"
3회차	금융투자의 이해	"	
		위험과 보험	"
현장체험교육 (초·중·고생)		금감원, 한국거래소, 금융회사 견학	4

자료 : 금융감독원, “금융권 공동으로 청소년 금융교육에 적극 나서기로”, 보도자료, 2009. 10. 23.

2) 필요성

소비자보호가 보험규제의 중심 이슈가 되고 있고 보험상품 및 서비스가 복잡해지고 있는 상황을 고려할 때 보험소비자 교육이 소비자보호 차원에서 강화될 필요가 있다. 금융겸업화, 금융상품 규제 완화, 금융기법의 발달 등에 힘입어 보험소비자들도 다양하고 복잡한 리스크를 가진 상품 및 서비스에 접할 기회가 많아져 이에 대한 체계적 교육이 필요하기 때문이다.

보험 관련 제도를 소비자보호에 중점을 두고 개선하고 있음에도 불구하고 민원이 줄어들지 않고 있기 때문에 보험소비자 교육을 통해 소비자 스스로가 자신을 보호할 수 있는 능력을 갖추도록 하는 것도 필요하다. 이는 분쟁이 발생한 후에 분쟁을 해결하기 위해서 노력하기보다는 사전에 이를 예방할 수 있는 능력을 키우는 것이 훨씬 효율적이기 때문이다.

2000년대 들어 금융감독당국 등의 노력에 힘입어 학교교육은 어느 정도 확대되고 있으나 성인을 대상으로 한 교육체계는 크게 미흡한 실정이므로 개별 수요자군의 특성에 맞는 교육방안이 마련될 필요가 있다. 학교교육은 일회성에 그치는 것이 아니라 전체적으로 체계화될 수 있게 할 필요가 있다. 성인을 대상으로 한 교육은 거의 이루어지지 못하고 있고 인터넷 등에 비체계적인 정보가 유통되고 있으므로 성인교육 및 정보제공을 체계화할 필요가 있다.

3) 해외사례

주요 보험선진국에서는 보험소비자의 역량을 제고하기 위해 정부 및 감독기관이 중심이 되어 보험소비자 교육을 강화하는 추세이다. 아울러 다양한 영리·비영리의 민간기관이 보험소비자 교육에 적극 참여하고 있다.

가) 영국

국가와 공적기관이 주도적 역할을 수행하며, 특히 학교 및 성인을 대상으로 한 모든 금융교육을 금융감독청(FSA)이 주도적으로 종합·기획하고 있다. 이는

그동안 FSA 등 공적기관이 국가의 중요한 정책의 하나로 금융 및 보험 소비자 교육을 추진해온 데서 연유한다. 특히 종합금융규제법이라 할 수 있는 FSMA2000에서 FSA의 목적의 하나로 “금융시스템에 관한 공중의 이해를 촉진하는 것”을 규정함으로써 FSA가 금융교육에 관여하게 되었다. 그리하여 FSA는 「7개 중점 프로그램」으로 학교교육, 청년성인층의 교육, 직장교육, 소비자와의 소통, 온라인 수단의 활용, 새롭게 부모가 되는 계층 교육, 금융자문을 꼽고 있다. 또한 FSA, 교육부, 금융회사, 소비자단체 등은 공동으로 비영리 금융교육 전담기구(pfeg)를 설립하여 운영하고 있다. 이 기구는 학생 및 학교를 졸업한 청년층의 금융기법 향상을 목적으로 설립되었는데, 주로 교사의 수업지원 활동을 하고 있다.

학교교육 차원에서의 금융 및 보험 소비자 교육은 pfeg의 지원 하에 이루어지고 있다.

<표 IV-26> pfeg에 의한 학교 지원

단계	지원 활동
제1단계	학내 집중 지원 pfeg의 컨설턴트가 담임·관리직을 3일까지 지원
제2단계	반일 학내 지원 pfeg의 컨설턴트가 담임·관리직을 반일간 지원
제3단계	원격 지원 pfeg의 컨설턴트가 교사를 전화 또는 이메일로 지원
제4단계	출장 훈련 몇 개 학교의 교사를 대상으로 1일 또는 단시간의 단기트레이닝을 제공. 지방자치체를 통해 개최되기도 함.
제5단계	연속적 전문능력 개발(CDP; Continuing Professional Development) pfeg의 컨설턴트가 CPD(교원자기연찬연수의 일종) 날에 출석하거나 또는 직원회의에 출석하여 개인금융교육을 수행

보험업계는 보험협회와 보험회사 차원에서 보험소비자 교육 등 금융교육에 참여하고 있다. 영국보험자협회(ABI)는 소비자에 대한 보험 관련 정보 제공과 각종 활동을 하며, 학교교육에 대한 홍보활동 및 사회협력도 행하고 있다. ABI 내에 독립된 교육부문이 설치되어 있지는 않으나 pfeg에 대해 연간 1만 파운드를 기부하고, 평의원 멤버로 참여하고 있다. 보험회사도 보험교육과 관련하여

pfeg에 기부하거나, 시민상담소나 전문학교 및 학원재단(SSAT)과 제휴하여 금융 및 보험교육을 제공하는 활동을 하고 있다.

FSA, ABI, 보험회사 및 소비자관련단체 등은 보험교육 이외에도 일반소비자에게 보험에 관한 정보제공 활동을 해오고 있다. FSA는 소비자가 보험을 구입할 때 유의해야 할 점 등을 모아서 웹사이트를 통해 알려주고 있다. ABI는 보험상품에 대한 일반적인 설명과 보험금 청구 절차 등을 웹사이트에서 제공하고 있다. 보험회사는 자사의 상품에 대한 설명만이 아니라 보험상품을 포함한 금융관계 전반에 걸친 정보제공을 하기도 한다.

나) 미국

비영리조직⁹³⁾ 중심으로 금융교육이 이루어져 왔는데, 2006년 이후로 정부의 역할이 확대되고 있다. 2006년에 금융이해력교육위원회(FLEC)가 '금융이해력발전전략'을 마련하고, 대통령직속 '금융문맹퇴치위원회'를 설립하여 금융교육을 강화('08.1)하고 있다.

학교를 대상으로 한 보험교육에 대해서는 보험업계가 설립한 보험교육연구소(IEI; Insurance Education Institute) 및 전미독립대리점중개사협회(IIABA; National Independent Insurance agents and Brokers Association) 등이 고등학생 및 교사를 대상으로 보험교육 및 보험직업교육활동을 하고 있다. IEI는 웹사이트를 통해 고등학교 교사가 수업시간에 학생에게 보험에 대해서 가르칠 때 이용할 수 있는 모범교안인 'Insurance Curriculum in a Box'를 제공한다. IEI는 고등학생이 고등학교를 졸업할 때까지 보험 및 위험관리의 기본을 이해하고 그러한 선상에서 책임있는 판단을 할 수 있도록 하는 것을 목표로 학습기준을 책정한다.

그 이외에도 주 단위로 설립된 교육재단과 보험회사가 보험교육을 제공하고 있다. 대표적으로 미주리보험교육재단(MIEF)은 미주리주에서 영업하는 보험회사 등의 지원에 의해 설립되어 중등교육 수준부터의 프로그램을 통해서 조기의 지속적인 보험에 관한 기초교육을 제공하고 있다.

93) 정부, 대학 및 소비자단체 등이 참여하는 전국경제교육협의회(NCEE), 전국금융교육기금(NEFE), 점프스타트(JumpStart) 등이 대표적이다.

보험정보 제공과 관련해서는 주 보험청이 큰 역할을 맡고 있으며, 소비자의 적절한 보험선택을 지원한다는 관점에서 각종 보험상품 정보 이외에 보험회사별 보험료와 민원 등의 비교정보 등을 제공한다. 주 보험청 이외에 보험정보협회(Insurance Information Institute)가 일반소비자, 기업, 언론, 행정부 등을 대상으로 보험상품 및 제도뿐만 아니라 보험업계의 여러 문제에 관한 정보를 제공하고 있다. 또한 IIHS와 IBHS가 교통사고방지·안전방재에 관한 연구 등을 행하고 있다.

4) 방안

가) 보험소비자교육에 대한 인식 제고

신용교육 중심의 금융교육에서 벗어나 중고등학생 및 일반소비자를 대상으로 보험교육을 강화하기 위한 로드맵을 마련하는 것에 맞추어 보험회사 스스로가 보험교육의 필요성을 인식하는 것이 필요하다. 이는 보험교육을 통해 똑똑한 소비자를 육성하는 것이 강하고 경쟁력 있는 보험회사가 생겨나도록 하는 중요한 요인이기 때문이다. 이와 함께 보험회사는 소비자교육 강화를 위해 직접 해야 할 일과 감독당국 및 유관기관 등이 해야 할 일을 구분하여 참여방식을 달리해야 할 것이다.

나) 보험소비자교육에 대한 지원 확대

보험소비자교육은 개별 보험회사가 직접 추진하기보다는 보험협회 등 유관기관을 통해 추진하는 것이 훨씬 효율적일 것이다. 그러므로 보험회사들은 소비자교육에 대한 공감대를 확대시키면서 보험산업 차원에서 보험소비자교육기금(가칭)을 마련하는 데 적극 참여할 필요가 있다.

그와 함께 생생한 실무경험을 바탕으로 강의능력이 뛰어난 직원을 선발하여 강사로 파견하는 등의 방안도 검토할 필요가 있다.

2. 보험산업 경영혁신

보험산업이 새로운 성장동력을 찾아 도약을 하기 위해서는 단기적으로 경영 혁신을 통해 성장기반을 다질 필요가 있다. 이러한 것은 새로운 성장을 위한 발전이 단순히 자본확충과 같은 하드웨어적 측면만 충족된다고 저절로 이루어 질 수 있는 것은 아니기 때문이다. 새로운 성장영역은 많은 경우 기존의 경영 관행에서 벗어나서 새로운 경영관행을 세우는 패러다임 이동이 필요할 것이며, 조직의 혁신과 함께 그에 속하는 인력의 재훈련도 필요할 것이기 때문이다. 이러한 목표 하에 이 절에서는 변화경영 도입을 통한 경영 패러다임의 변화를 모색하고, 이어 사업영역 확장 등에 대응한 새로운 사업모형 적용방안을 살펴보고, 마지막으로 상품 및 서비스 혁신방안에 대해서 살펴본다.

가. 경영패러다임의 변화 : 변화경영 도입⁹⁴⁾

1) 개요

변화경영이란 환경변화에 대응하여 기업이 끊임없는 혁신을 통해 적응하기 위한 경영전략이라 정의할 수 있다. 보험회사는 법인격이 부여된 조직으로서 변화하는 환경에 대응하여 유기체처럼 변화하고 적응하지 못하면 도태될 수밖에 없기 때문에 변화경영은 필수적이라 할 수 있다. 따라서 경영혁신이 일회적으로 끝나는 것이 아니라 지속되기 위해서는 변화경영이 필요하다.

그런데 변화경영은 경영혁신의 과정이 내재화되어 일상적으로 일어날 수 있도록 할 수 있는 시스템적 지원이 필요하다. 이를 위해서는 먼저 CEO가 변화를 주도해야 하며, 이를 체계적으로 수행할 수 있기 위해 조직적 접근이 필요하다.

94) 오영수 정책연구실장이 작성하였다.

2) 필요성

향후 보험환경은 다양한 측면에서 메가트렌드가 현실화되면서 급격하게 변화할 것이므로 보험회사가 이에 적절히 대응하기 위해서는 혁신을 통한 변화가 필요하다. 인구의 고령화, 금융검업화, 경제의 글로벌화와 같은 장기적 메가트렌드가 형성되는 가운데 기술변화가 새로운 경영수단을 제공하고 있으므로 이를 적절히 활용할 수 있는 경영전략이 마련될 필요가 있는 것이다. 사실 이러한 이슈에 대해 앞서가는 경영자들은 이미 잘 인식하고 있다. IBM이 2008년에 글로벌 보험회사의 CEO를 대상으로 한 조사에 따르면 응답자의 89%가 폭넓은 외부 환경변화에 대응하기 위해서는 향후 몇 년간에 걸쳐 실질적인 조직의 변화가 필요하다고 인식한 것으로 나타났다⁹⁵⁾. 더구나 이들은 변화가 단지 기술적 변화와 같이 사물을 변화시키는 것에 그치는 것이 아니라 문화적 및 정치적 장벽을 타파하는 것으로 인식하고 있어 경영혁신이 근본적으로 진행될 필요가 있음을 알 수 있다.

3) 해외사례 : 프로그레시브보험회사

프로그레시브보험회사는 주로 개인자동차보험을 인수하는 미국손해보험회사로서, 고객에게 직접 보험을 판매하나 3만 개의 독립대리점을 통해서도 보험을 판매한다. 프로그레시브보험회사는 대형보험회사의 가격경쟁전략에 맞서 보험금 보상과정을 다시 고안하여 비용을 낮추는 노력에 성공한 사례⁹⁶⁾로 꼽힐 수 있다. 동 사는 '즉시응답'(Immediate Response)이라는 보상처리 제도를 도입하여 청구인은 24시간 내내 보험대리점(representative)과 연결되도록 하고, 보험대리점은 손해사정사가 자동차를 검사할 시간을 정한다. 손해사정사는 사무실 밖에서 9시부터 17시까지 일하지 않으며 이동보상차량(mobile claims vans) 밖

95) 이들 응답자 중 65%만이 조직의 변혁에 성공하고 있다고 답하여, 나머지 24%는 변화의 필요를 느낌에도 불구하고 실제 변화로까지 이끌고 있지 못함을 보여주었다.

96) 이하의 내용은 Michael Hammer(2004), "Deep Change : How operational Innovation Can Transform Your Company", *Harvard Business Review*, p. 86.을 기초로 정리한 것이다.

에서 일을 한다. 그리하여 손해사정사가 자동차를 검사하는 데 7 ~ 10일 걸리는 대신에 9시간을 목표로 하였다. 또한 손해사정사는 자동차를 검사할 뿐만 아니라 손해액을 현장에서 추정할 수 있도록 준비하며, 가능하면 즉석에서 수표를 끊어주기도 하였다.

이러한 노력을 통해 프로그레시브사는 보험료를 낮출 수 있었을 뿐만 아니라 보험사기 적발능력을 높이고 고객만족도와 갱신율이 높아지는 효과를 거둘 수 있었다. 이는 보상청구에서 지급까지의 사이클이 짧아지면서 렌트비용, 인건비 등을 낮출 수 있어 비용이 극적으로 낮아져서 가격을 인하할 수 있었던 것이다. 또한 타이어자국이 지워지거나 목격자가 사라지기 전에 사고 조사를 수행하기가 훨씬 쉬워져서 보험사기를 적발할 능력이 높아졌다. 그리고 보상청구인들은 큰 다툼 없이 더 빠른 서비스를 받을 수 있어서 청구상의 불만족으로 인해 갱신을 포기하는 경우가 줄어들었다.

<표 IV-27> 프로그레시브보험회사 변화경영의 성과

구분	성과
전략적 혜택	<ul style="list-style-type: none"> - 고객 갱신을 제고 - 시장점유율 제고 - 전략 수행 능력 - 신시장 진입 능력
시장 혜택	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 인하 - 고객만족도 제고 - 차별화된 제안(offering) - 고객관계 강화 - 민첩성(agility) 제고
운영상 혜택	<ul style="list-style-type: none"> - 직접비용 절감 - 자산의 더 나은 이용 - 업무공정 단축 - 정확성 제고 - 고객맞춤성 또는 정밀도 증강 - 부가가치 증대 - 프로세스 단순화

한편 프로그레시브보험회사는 800번 서비스와 함께 웹사이트를 개설하여 정보를 제공함으로써 고객이 경쟁사들과 가격비교를 할 수 있게 하였다. 또한 청약자가 정확한 요율을 계산할 수 있도록 리스크 프로필을 평가할 수 있는 방법을 고안하여 제공하였다. 이렇게 하여 프로그레시브보험회사는 전화를 이용하는 기존의 직판채널 전략에서 인터넷을 이용하는 비중을 늘려서 긍정적 경영성과 창출하였다⁹⁷⁾. 프로그레시브사는 인터넷을 이용하는 비중을 높임으로써 2005년부터는 독립대리점을 이용하는 것에 비해 높았던 사업비율을 낮출 수 있었고, 결과적으로 영업이익마진도 높일 수 있었다. 한편 수입보험료 측면에서도 2003년 이래로 직판채널을 통해서는 연간 7.5%의 성장률을 보여 독립대리점 채널의 연간 1.05%의 성장률에 비해 높은 성과를 시현했다.

4) 도입방안

보험회사 내에 변화경영을 도입하기 위해서는 먼저 CEO의 혁신리더십 확립이 필요하다. 이는 조직이 변화하려면 먼저 경영진과 이사회가 변화해야 하며 어떠한 방향성에 서 있는지를 명확하게 보여주어야 하기 때문이다. 다시 말하자면 CEO의 혁신리더십은 향후의 환경변화가 많은 경우 기존에 경험하지 못했던 단층적인 것이기 때문에 먼저 경영진과 이사회가 변화의 방향과 영향에 대해 확보한 판단을 기초로 조직을 리드할 필요가 있다.

이를 위한 방법으로 비상에 상황에 맞춘 다양한 전략회의를 개최하여 기존의 사고틀에서 벗어나 새로운 사고틀로 접근할 수 있게 해야 한다. 아울러 새로운 사고틀을 내는 데 주저함이 없도록 분위기를 개방적으로 유지하고 지원할 필요가 있을 것이다.

또한 CEO나 경영진 차원의 혁신에 대한 의지가 전체 조직에 확산될 수 있도록 하기 위해 조직적 차원에서 체계적 대응이 필요하다. 이를 위해서는 교육을 강화하고 기업문화를 혁신하는 노력이 선행될 필요가 있다. 또한 혁신을 구

97) 이하에서는 Datamonitor(2008), "Catching Up : Online Direct Sales in US Personal Lines Insurance", Strategic Focus Report에 기초하여 내용이 정리되었다.

상하고 점검하기 위한 전담부서를 설치함은 물론 전체 직원이 동참할 수 있도록 참여 등급, 표창 제도 등을 운영할 필요가 있을 것이다.

나. 새로운 사업 모형 구축⁹⁸⁾

1) 개요

사업모형은 가치사슬을 기초로 형성되는데, 사업의 부가가치를 형성하는 틀이라 할 수 있다. 이러한 사업모형은 일반적으로 제품 및 서비스를 생산하고 관리하며 판매하는 업무과정 전반을 포함하여 구성된다. 그렇기 때문에 사업모형의 혁신은 새로운 환경변화에 대응하여 사업하는 방법을 개선함으로써 경영 효율성을 높이는 방법으로 운영 혁신(operational innovation), 조직 혁신, 기업 문화 혁신 등을 포함한다고 할 수 있다.

먼저 운영 혁신은 업무 프로세스를 혁신함으로써 경영의 효율성을 높이는 방법으로 비용 절감, 대응 시간 단축, 전문화 등과 같은 효과를 낼 수 있다. 그런데 운영 혁신은 기존의 운영방법을 통해서 높은 성과를 얻는 운영 개선(operational improvement) 또는 운영 우수(operational excellence)와는 개념상 구별된다⁹⁹⁾고 한다.

운영을 혁신하는 방법으로는 고객 대응력 향상, 핵심프로세스에 새로운 기술의 적용, 프로세스의 자동화 및 최적화, 기능별 업무프로세스의 통합 등을 들 수 있다. 또한 집중적 프로세스 개선, 지속적 프로세스 개선, 비즈니스 프로세스 혁신, 집중적 구조조정을 필요시 수행하는 것도 요구된다.

조직 혁신은 업무를 수행하고 의사결정을 하는 인적 조직의 구성, 권한 및 책임 등을 효율화하여 업무처리의 신속성, 책임성 등과 같은 효과를 도모하기 위한 것이다. 조직 혁신 방법으로는 조직구성 수평화, 의사결정의 단순화 및

98) 오영수 정책연구실장이 작성하였다.

99) Michael Hammer(2004), "Deep Change : How operational Innovation Can Transform Your Company", *Harvard Business Review*, p. 86.

신속화, 기업문화 개선 등을 들 수 있다. 조직구성의 수평화는 업무의 전문성을 확보하기 위해 직급 중심의 조직에서 직무 중심의 조직으로 전환하는 것이다. 의사결정의 단순화 및 신속화는 변화하는 상황에 빠르게 대응하기 위해 업무담당자의 판단과 책임을 중시하고 권한의 위임 및 결재라인의 단축을 도모하는 것이다.

한편 기업문화 혁신은 조직구성원에게 보험회사가 지향하는 바를 제시하고 이를 달성할 수 있도록 방법을 찾아내서 실행하도록 하며, 그에 따른 성과를 적절히 보상하여 업무를 수행하는 태도를 혁신하는 것이다. 이는 운영혁신과 조직혁신이 눈에 보이는 내용을 혁신하는 데 반해 눈에 보이지 않는 내용을 혁신하여 임직원의 자발성을 끌어낸다는 점에서 차이가 있고 중장기적으로 성과를 거둘 수 있다.

2) 혁신의 필요성

정보기술의 혁신, 새로운 분석 기법의 등장 등과 같은 환경변화는 보험사업의 운영에 있어 IT에 기반한 업무처리의 중요성을 높이고 있다. 인터넷 이용률은 2003년 65.5%였으나 채 10년이 지나지 않아 2009년에는 77.2%가 되었다. 이와 함께 무선인터넷 이용률도 빠르게 증가하고 있는데, 2005년 42.8%였던 것이 2009년에는 54.9%로 크기 증가하였다(<표 IV-28> 참조).

이와 같은 인터넷 이용률 증가는 인터넷 금융을 목적으로 인터넷을 이용하는 비율도 높이고 있다. 이에 따라 인터넷금융을 목적으로 하는 인터넷 이용 비율은 2009년 현재 36.9%에 이르고 있는 실정이다(<표 IV-29> 참조).

<표 IV-28> 인터넷 이용률 추이

(단위 : %)

연도	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
인터넷 이용률	65.5	70.2	71.9	74.1	75.5	76.5	77.2
- 무선인터넷	-	-	42.8	45.1	47.7	52.5	54.9

주 : 1) 2004년까지는 만 6세 이상 인구의 인터넷 이용률이며, 2005년 이후는 만 3세 이상의 인터넷 이용률임.

2) 무선인터넷 이용률은 만 12 ~ 59세 인구 중 최근 1년 이내에 이동전화 무선인터넷이나 무선랜, 초고속무선인터넷 중 적어도 하나 이상의 무선인터넷 서비스를 이용한 것으로 나타남.

자료 : 한국인터넷진흥원, 『2009년 무선인터넷이용실태조사』, 2009. 12.

한국인터넷진흥원, 『2009년 인터넷이용실태조사』, 2009. 11.

<표 IV-29> 인터넷 이용 목적

(단위 : %)

구분	이용률	구분	이용률
자료 및 정보 획득	89.4	홈페이지 운영	44.8
여가활동	88.4	커뮤니티	43.8
커뮤니케이션	87.0	인터넷금융	36.9
인터넷 구매 및 판매	56.4	파일공유서비스	19.8
교육·학습	52.5	전자정부서비스	13.1

주 : 만 3세 이상 인터넷 이용자. 복수응답.

자료 : 한국인터넷진흥원, 『2009년 인터넷이용실태조사』, 2009. 11, p. 33.

<표 IV-30> 보험회사 텔레마케팅 이용 현황

(단위 : 천 건, %)

연도	합계	조회			체결			상품 안내	기타
		소계	보험 계약	대출	소계	보험 계약	대출		
2003	85,567 (3.7)	56,177 (69.4)	48,577	7,600	4,409 (62.8)	1,678	2,731	14,529 (190.0)	10,452 (1.3)
2004	66,248 (△22.6)	24,903 (△55.7)	19,511	5,392	3,344 (△24.2)	2,063	1,281	18,825 (29.6)	19,176 (83.5)
2005	93,969 (41.8)	62,523 (151.0)	49,448	13,075	5,886 (76.0)	4,718	1,168	16,357 (△13.1)	9,203 (△52.0)
2006	133,471 (42.0)	85,503 (36.8)	62,127	23,376	8,682 (47.5)	6,379	2,303	18,758 (14.7)	20,528 (123.1)
2007	143,617 (7.6)	76,407 (△10.6)	64,723	11,684	25,231 (190.6)	23,327	1,904	28,334 (51.1)	13,645 (△33.5)

주 : 1) 기타는 일반 안내서비스, 마감후 거래 등

2) ()내는 전년대비 증감률

자료 : 한국은행 금융결제국, 『전자금융총람』, 2009. 5.

또한 보험산업은 사업을 영위하는 과정에서 정보의 사용이 양적 및 질적 측면에서 과거에 비해 크게 증대되고 있기 때문에 이를 고려하여 사업모형을 구상할 필요가 있다. 여기에는 정보의 사용은 정보의 입수 - 관리 - 이용에 이르는 프로세스 상의 문제뿐만 아니라 앞서 지적했듯이 업무를 IT에 기반하여 운영해야 한다는 점도 작용할 것이다.

<표 IV-31> 인터넷마케팅 서비스 내용

구분	내용
보험가입	직접 가입, 가입 신청
조회	약관, 보험료 납입현황·납입방법·납입기간, 특약, 약관대출내역 등
약관대출	약관대출 신청 및 상환
입출금	보험료 납입, 배당금 수령, 만기보험금 수령, 사고보험금 청구 등
기타	계약 변경, 제 증명서 발급 등

자료 : 한국은행 금융결제국, 『전자금융총람』, 2009. 5.

<표 IV-32> 보험회사 인터넷 마케팅 이용현황

(단위 : 개, 명, 천 건, %)

연도	실시 기관	등록 고객 수	실이용 고객 수	이용 건수	각종	자금	보험	대출	기타
					조회	이체	체결	체결	
2002	27	7,252,620	2,886,991	37,037 (100.0)	34,980 (94.4)	267 (0.7)	571 (1.5)	567 (1.5)	652 (1.8)
2003	28	13,535,532	3,534,481	67,963 (100.0)	64,570 (95.0)	503 (0.7)	1,165 (1.7)	804 (1.2)	921 (1.4)
2004	26	10,528,381	5,694,242	69,709 (100.0)	66,303 (95.1)	479 (0.7)	762 (1.1)	968 (1.4)	1,197 (1.7)
2005	29	14,396,453	6,085,505	89,903 (100.0)	86,340 (96.0)	281 (0.3)	396 (0.4)	1,059 (1.2)	1,827 (2.0)
2006	34	20,729,079	6,461,505	100,156 (100.0)	95,709 (95.6)	832 (0.8)	1,584 (1.6)	703 (0.7)	1,328 (1.3)
2007	37	21,648,195	9,027,940	159,175 (100.0)	148,871 (94.4)	1,432 (0.9)	3,114 (2.0)	3,178 (2.0)	2,580 (1.6)

주 : () 내는 이용건수에 대한 비중을 나타냄.
 자료 : 한국은행 금융결제국, 『전자금융총람』, 2009. 5.

이렇듯 빠르게 변화하는 기술체계에 대응할 수 있기 위해서 운영체계의 혁신이 필요하다. 과거 오프라인 위주의 사업모형에서 벗어나 온라인화된 사업모형을 구축함으로써 업무의 효율성을 향상시킬 수 있어야 할 것이다.

나아가서는 금융산업에 대한 규제완화에 따라 다른 금융업무를 부수업무로 취급할 수 있는 범위가 넓어지고 있으나, 이를 기존의 보험사업과 연계하여 수행할 수 있게 할 사업모형의 혁신방안 마련은 더디게 진행되고 있으므로 이를 서두를 필요가 있다. 규제 측면에서 이미 보험회사가 투자자문업 및 투자일임업을 겸영하는 것이 허용되었고, 소액자금이체 업무가 허용될 예정이나 이를 보험사업내에서 어떻게 수행하는 것이 바람직할 것인가에 대한 방안이 마련되어 있지 못한 것이 현실이다. 따라서 타금융업무를 보험사업에 결합시킬 수 있는 사업모형을 개발할 필요성이 점점 더 커지고 있다 할 것이다.

그리고 기존에 규모 지상주의적 경쟁에서 벗어나 틈새시장과 신상품 판매에서 성공하는 경영전략이 가능해짐에 따라 이에 적합한 사업모형을 개발하는 것도 필요하다. 이는 전통적인 사업방법을 탈피하여 새로운 사업방법을 적용함으

로써 산업의 효율성을 높여 수익성을 개선하는 데 초점이 맞추어질 필요가 있다. 과거 지나친 외형 중시의 영업으로 인하여 효율성과 수익성이 소홀히 되어 과도한 경쟁과 수익성 악화가 발생하고 있으므로 이를 타개할 필요가 있기 때문이다.

이와 함께 보험회사는 사업을 운영하는 과정에서 부딪칠 수밖에 없는 환경변화의 변동성이 크고 근본적이기 때문에 사업의 안전성 차원에서 이에 대비할 수 있는 리스크관리 체제를 사업모형에서 명확하게 위치지울 필요가 있다. 금융감독 당국이 이미 감독의 중심을 리스크관리 및 재무건전성 제고에 두고 있기 때문에 사업모형을 혁신함에 있어 리스크관리를 고려하는 것의 중요성은 클 수밖에 없을 것이다. 그리고 향후 리스크관리는 단지 재무적 차원에서만 제기 되는 것이 아니므로 경영판단, 법규준수, 기업윤리, 기업평판 등 비재무적 차원의 리스크도 체계적으로 관리해야 할 것이다.

이렇듯 운영과 관련한 요소 이외에도 조직운영 및 기업문화 측면에서도 사업모형의 혁신이 필요하다. 이는 기존의 공급자 중심에서 벗어나 고객중심으로 사업모형을 운영하기 위해서는 기존의 조직체계와 함께 기업문화를 혁신해야 하기 때문이다.

3) 해외사례 : 올스테이트보험회사의 사례

올스테이트는 미국에서 두 번째로 큰 개인영업을 하는 손해보험회사로, 상호보험회사의 형태를 취하고 있다. 올스테이트는 2002년 후반에 폴(Chuck Paul)이 주도하여 의사결정조직(DMB: Decision Making Body)을 결성하여 보상부문에 대해 IT를 접목시킨 혁신을 추진하여 좋은 성과를 거두었다.¹⁰⁰⁾

폴은 보상조직인 P-CCSO(Property-Casualty Claim Service Organization)와 IT부서인 CTS(Claim Tech Services)간 공동책임 및 협력을 통해 2003년부터 변화경영을 추진하였다. 우선 프로젝트관리소(PMO: Project Management Office)를 P-CCSO 내에 설치하여 프로젝트 전반을 관장함은 물론 IT비용과 프

100) 이하의 내용은 Gibson, Cyrus F.(2006), "Allstate Insurance Company : Building the Capability for IT-enabled Change", Center for Information Systems Research, Sloan School of Management, MIT을 기초로 정리하였다..

로젝트 과정의 투명성을 제고하는 역할을 부여하였다. 그리하여 2004년에는 Next Gen이라는 기술, 업무프로세스, 인력에 영향을 미치는 프로그램이 등장하여 승인되었다.

이러한 혁신을 통해 올스테이트보험회사는 <표 IV-33>과 같은 긍정적 결과를 얻었는데, 이러한 혁신과정에서는 다음과 같은 교훈을 찾을 수 있을 것이다. 첫째, 적절한 인력을 선발하고 교육받도록 장려하며 관계를 발전시키면서 책임감을 부여하는 프로젝트를 이끌 수 있는 강력한 리더십이 필요하다. 둘째, 회사 전체의 경영과 기업문화를 바꿀 정도로 영향을 미칠 수 있었던 업무의 전문성이 있는 부서간의 효과적 협력이 필요하다.

<표 IV-33> 올스테이트보험회사의 경영 및 IT능력에 대한 인식 추이

특성	2003년	2006년
1. 최고경영진과 IT	-1.0	4.2
2. IT와 사업기획	-0.2	5.2
3. 조직경영 / 혼란	-0.2	3.6
4. IT에 대한 이용자 만족도	-0.6	2.1
5. 업무상 IT실행	-1.8	3.4

주 : 점수는 최저 -8점에서 최고 8점 사이에서 평가함.

4) 도입방안

보험회사가 사업모형을 혁신하려 할 때 우선적으로 고려해야 할 것은 시장의 중심이 공급자에서 수요자로 이전된 것에 맞추어 어떻게 수요자 중심의 사업모형을 구축할 수 있을 것인가 하는 것이다. 수요자 중심의 사업모형을 구축하기 위해서는 무엇보다도 조직을 수요자 중심으로 개편하여 고객의 충성심을 유지하는 것이 필요하다. 또한 고객과 소통할 수 있는 채널을 만들어 제안 및 불만 접수, 보험정보 제공, 보험소비자 교육 등에 활용할 수 있는 방안을 갖추는 것도 필요하다.

가) 조직구조 및 운영방식의 변화

조직구조의 변화는 조직 내에 자기조정 메커니즘이 확립되어 환경변화에 스스로 적응하면서 바람직한 경영목표를 실현해갈 수 있도록 하는 데 초점이 맞추어져야 할 것이다. 이를 위해서는 조직의 개방적 운영, 다양한 요소의 인정과 조화, 구성원간 상호작용 활성화 등이 필요하다.

먼저 조직의 개방적 운영은 조직을 둘러싼 다양한 이해집단과 소통을 하는 과정에서 혁신에 필요한 정보나 인력을 보완할 수 있게 할 것이다.

다음으로 확일성에서 벗어나 다양한 요소를 인정하게 되면 미래의 변화를 품고 있는 요소가 자생적으로 내부에서 성장할 기회를 제공하고 다른 요소의 변화를 견인해낼 수 있게 될 것이다.

마지막으로 일방적 지시 체계에서 벗어나 쌍방향 또는 다원적 소통체계를 구축하게 되면 일부에서 확인된 미래를 향한 혁신이 조직 전반으로 빠르고 원활하게 확산될 수 있게 될 것이다.

사업모형 혁신은 사업의 운영프로세스를 혁신하는 것이지만 실제로 이를 운영하는 데 참여하는 인력이 업무를 하기 위한 조직과 의사결정구조를 혁신할 필요성도 크다. 우리나라 보험회사들은 많은 경우 많은 단계의 직급구조를 가지고 상명하달식 조직운영에 익숙하다. 이러한 조직운영 체계는 일사분란하게 운영될 수 있는 장점이 있지만, 다양한 환경변화 요인을 경영에 반영하기에는 부적절한 측면이 있다.

많은 단계로 이루어진 직급 체계를 혁신하기 위해서는 먼저 직급 중심의 위계의식을 타파하고 직무 중심으로 전환하는 인식이 필요하다. 이것은 단지 직급 수만 줄이는 것으로 되는 것이 아니라 그와 함께 연공서열주의를 없애는 것이 필요하다. 구체적으로는 직급과 급여간 연계를 낮추고 호봉제 대신에 성과급제 또는 연봉제를 확대하는 것이 필요하다.

물론 이러한 혁신이 모든 임직원에게 일시에 적용될 수는 없을 것이다. 그렇기 때문에 이의 실행을 위해서는 업무의 특성 및 내용에 따라 직군을 나누고 직군의 특성에 맞는 보상체계를 갖추는 것이 필요하다. 그런데 직군을 너무 세분화하면 직군간에 형평성을 맞추기가 어려울 수 있고, 관리상의 어려움이 생

길 수 있으므로 유의할 필요가 있다.

한편 많은 단계의 직급구조는 의사결정을 신속하게 하는 데 장애요인으로 작용하며, 수행하는 업무에 대해 적절한 책임을 지지 못하는 문제를 야기할 수 있다. 그렇기 때문에 직급구조를 단순화 하되 업무와 직접적 관련 및 책임이 없는 임직원을 의사결정단계에 포함시키지 않도록 하는 것이 중요할 것이다. 그리고 최종적인 의사결정권을 CEO에게 집중시키기보다는 분야별로 최종책임자를 두어 분산시키고 책임경영이 이루어질 수 있도록 하는 것이 중요할 것이다.

나) 전통 사업 부문의 사업모형 혁신

전통 사업 부문의 사업모형을 혁신하는 것은 기존의 가치사슬에서 벗어나 다양한 전문사업자들을 활용하여 사업의 효율성을 기하는 것에 초점을 맞추는 것이 될 것이다. 손해사정, 후선업무 등을 분사하거나 아웃소싱함으로써 효율성을 기하는 방법을 고려할 수 있을 것이다. 또한 업무단위별로 사업운영을 모듈화함으로써 사업내 고정비용을 줄이고, 가변비용을 높임으로써 자본운용의 비율을 높여 효율성을 기하는 방안을 고려할 수 있을 것이다.

다) 신성장 사업 부문의 사업모형 개발

신성장 사업 부문의 경우에는 보험사업 부문과 금융 사업 부문으로 나누어서 고려할 수 있다.

먼저 보험사업 부문의 경우에는 기존의 사업영역과 신규 사업영역간 시너지 효과를 높이는 사업모형을 만드는 데 초점이 맞추어질 필요가 있다.

금융사업 부문의 경우에는 보험 사업영역을 근간으로 신규로 허용된 타금융 업무를 부수업무로 수행할 수 있도록 하는 사업모형을 만드는 데 초점이 맞추어질 필요가 있다.

라) 보험회사의 대형화 및 그룹화

보험사업의 글로벌화, 금융겸업화의 확대, 금융지주회사제도 개선 등과 같은

환경변화에 대응하기 위해서는 보험회사도 대형화를 도모하는 한편으로 그룹화도 도모할 필요가 있다. 보험회사의 대형화는 규모의 경제에 기초하여 비용효율성을 도모하기 위해서 필요하며, 고객에게 통합되고 일관된 보험서비스를 제공함은 물론 글로벌사업에 진출하기 위해서도 필요하다. 그리고 보험회사의 그룹화는 고객의 종합금융서비스 니즈에 맞추어 보험사업 이외에 다른 금융사업을 포괄할 뿐만 아니라 리스크를 적절히 관리하기 위해서 필요하다.

우리나라 보험회사들은 대형화와 그룹화의 관점에서 볼 때 크게 산업자본계 보험회사, 은행계 보험회사, 전문 중소형사, 외국계 보험회사로 나눌 수 있다. 이 중에서 은행계 보험회사는 이미 금융지주회사의 자회사로 편제되어 있기 때문에 그룹화가 이루어져 있고, 다만 규모가 아직 중소형사 수준에 머무르고 있는 것이다. 그리고 전문 중소형사 또는 외국계 보험회사는 대형화와 그룹화를 직접적으로 지향하기보다는 단기적으로는 전문보험회사로서의 전략을 지향하면서 경쟁력 확보와 더불어 대형보험회사로 성장하는 노력이 필요할 것이다.

그렇다면 현재의 관점에서 대형화와 그룹화를 추진해야 할 보험회사들은 산업자본계 보험회사라 할 수 있다. 이들의 경우 대형 보험회사인 경우가 많으며, 생명보험회사와 손해보험회사가 느슨한 연계 내지는 모자회사 관계 속에 있는 경우도 많고, 경우에 따라서는 비보험 금융회사가 자회사 등의 형태로 존재하기 때문이다. 따라서 이들 보험회사는 보험지주회사 등을 활용하여 보험그룹을 형성하는 것이 업무의 시너지효과를 높여 금융겸업화 환경에서 경쟁력을 유지하는 방법이 될 것이다.

다. 상품서비스 제공의 혁신¹⁰¹⁾

1) 현황

2009년도 국내 생보업계의 상품 및 서비스 관련 핵심어는 연금, 실손형의료보험, 통합보험이며 손보업계의 핵심어는 실손형의료보험과 통합보험이다. 급속

101) 송윤아 산업연구실 부연구위원이 작성하였다.

한 고령화진전과 은퇴설계에 대한 관심이 고조되자 생명보험사는 변액연금을 비롯하여 다양한 연금상품을 출시하고 실손형의료보험을 특약형태로 판매하고 있다. 또한 생명보험회사는 2008년부터 보장면에서 종신·중대질병·장기간 병·의료실손을 통합하고, 기능과 서비스면에서 자유로운 입출금·연금·건강 관리서비스 등을 통합한 상품을 개발·판매중이다. 손해보험회사의 경우 실손형의료보험 상품의 만기를 80세에서 100세로 확대하고 통합형보험을 적극적으로 출시·판매하여 2005년에서 2007년 사이에 연평균 81.8%로 급성장하였다.

2) 필요성

여전히 공급자 위주의 상품이 주를 이루고 상품개발시 특정 위험에 대한 표적계층의 다양화를 구현하지 못함으로써 궁극적으로 보험시장을 확대시키지 못하는 한계를 보이고 있다. 보험회사들은 고객의 니즈에 부합하는 차별화된 상품의 개발보다는 설계사 확보나 대리점 구축 등을 통한 영업력 강화에 역량을 집중하는 경향이 있다. 그러나 고령화, 노부모봉양의무 및 상속동기 약화, 독신주의, 개인소비의 양극화 등 사회·경제적 변화와 함께 다변화 양상을 띠는 수요를 충족시키기 위해서는 상품 및 서비스가 제공될 필요가 있다. 특히 연금상품설계에 있어서 고객계층의 세분화 노력이 필요하다. 건강상태에 따라 위험집단(risk pool)을 달리하거나 연금연액을 건강상태에 근거하여 산출하는 등 담보 위험크기별 표적계층의 세분화가 필요하며, 연금지급방식에 있어서 고객의 선택폭을 넓혀 고객의 다양한 수요를 충족시킬 필요가 있다.

3) 해외 사례

가) 영국 : 연금

전통적인 연금상품은 언더라이팅을 하지 않았기 때문에 연금수급자는 자신의 건강상태와 상관없이 연금급여를 수령하였으나, 이럴 경우 건강상태가 양호하지 못한 개인은 연금 가입유인이 저하되어 건강상태가 평균보다 좋은 개인만

연금상품을 구입하는 결과를 초래한다. 이러한 역선택으로 인한 과소시장문제를 해결하기 위해, 영국 푸르덴셜은 연금상품을 보유한 계약자들의 기대여명에 따라서 연금개시 후 연금연액이 매년 상향 또는 하향 조정되는 상품(income choice annuity)을 판매하고 있다. 또한, 동 사는 일부 연금상품의 계약자가 자신의 여명에 영향을 미치는 중병을 앓고 있다는 것을 증빙할 경우 질병의 심각성에 따라서 연금연액을 1~29% 상향조정하는 표준하체연금(enhanced annuity)을 판매중이다. 암, 신장병, 심장병, 당뇨병, 뇌졸중, 알츠하이머병, 폐질환, 간관련 질병, 파킨슨병 등 중대질병을 앓고 있다는 것을 입증한 계약자에게 표준하체연금옵션을 이용할 자격이 주어진다.

나) 미국 : 통합보험

미국은 최근 퇴직연금보호법(Pension Protection Act of 2006)의 발효를 계기로 55세 이상 50만 달러 이상 금융자산을 보유한 개인을 표적시장으로 하는 생명보험과 장기간병보험 통합보험을 판매중이다. 생명보험은 부양가족의 재무건전성을 위해 필요하며 장기간병보험은 피보험자의 노후 생활보장을 위해 필요한 상품이다. 또한 생명보험에 장기간병급여를 통합한 상품은 장기간병 발생시 사망보험금액의 일부를 선지급하는 유형으로 판매되고 있다.

다) 일본 : 손해보험

최근 일본 손해보험업계는 화재보험을 중심으로 보험가격은 동일하게 적용하면서 관련된 모든 리스크를 보장하는 형태의 통합형 상품을 다수 개발하고 있다. 자동차보험의 경우 담보내용을 계약자 선택에 따라 확장 또는 축소하여 상해담보 등과 연계시킴으로써 보장을 확대하고 다양한 할인제도를 통해 보험료를 인하하고 있다. 또한 여성전용 상품, 중소기업 대상 상품 및 특정 자동차회사 전용상품 등 고객별 니즈에 부합하는 틈새시장을 공략하기 위한 상품을 개발하고 있다.

4) 개선방안

향후 상품 및 서비스 혁신의 기본방향은 역선택 문제와 특정 위험에 대한 포괄적 표적계층의 설정으로 인해 축소된 시장을 회복하고 공급자 중심에서 벗어나 수용측면의 변화에 탄력적으로 대응하는 것이다. 구체적으로 담보위험 및 수요를 세분화하는 고객계층 세분화, 패키지화, 그리고 고객자산의 유동화 등을 보험 상품 및 서비스에 구현하는 방안을 모색할 필요가 있다.

가) 고객계층 세분화

상품설계시 특정 위험에 대해 단일 또는 포괄적 표적계층 설정으로 인한 시장축소를 피하기 위해 표적계층을 세분류할 필요가 있다. 상품설계시 고객계층의 세분화 방법은 다음의 두 가지로 나눌 수 있다. 역선택으로 인한 시장실패 및 축소를 피하기 위해 담보하는 위험(perils covered)의 크기별로 고객을 분류하는 담보위험크기 세분화와 다양한 개인의 수요를 충족시키기 위해 사회·경제적 특성별로 고객을 세분류하여 특정위험에 대해 표적계층을 다양화하는 수요세분화를 들 수 있다.

① 담보위험크기의 세분화

담보위험크기의 세분화는 담보되는 손실원인의 발생가능성별로 잠재고객을 분류함으로써 계약자간 사전적 담보위험크기의 편차를 최소화한다. 공정한 보험계약은 위험집단(risk pool) 내에 있는 계약자간 사전적 담보위험크기의 편차를 최소화하는 것이다. 위험집단 내에 있는 계약자간 사전적 담보위험크기의 편차를 이용하여 상이한 수준의 위험을 가진 계약자간 상호보조를 유도하는 것은 사회보험의 속성이다. 비대칭정보하 계약자의 역선택행위는 시장실패 또는 과소시장 현상을 초래하는데, 이러한 현상은 담보위험크기별로 표적고객층을 차등 설정함으로써 극복가능하다.

예를 들어 전통적인 연금상품은 언더라이팅을 하지 않기 때문에, 연금수급자는 자신의 건강상태와 상관없이 가입연령, 성별, 연금지급방식, 보험료에 따라 연금급여를 수령하게 되는데, 이러한 경우 건강상태가 양호하지 못한 사람들의

연금가입 유인이 저하된다. 따라서 기대여명이 해당 위험집단의 평균집단보다 긴 개인들만 연금시장에 유입될 가능성이 높다. 건강상태가 양호하지 못한 개인을 연금시장으로 유인하기 위해서는 담보위험 크기 세분형 연금상품을 제공하는 것이 바람직하다. 즉 연금연액 산출시 가입연령, 성별에 계약자의 건강상태도 일정부분 고려할 경우 역선택으로 인한 시장과소현상을 최소화할 수 있다. 연금계약 시점에서는 계약자의 건강상태에 대한 정확한 관찰이 불가능하기 때문에 담보위험 크기의 세분화는 사후적으로 연금연액 산출시 적용될 수 있다. 구체적으로 연금개시후 동 연금상품을 보유한 계약자들의 기대여명에 따라서 연금연액이 매년 상향 또는 하향 조정되는 상품, 또는 연금상품의 계약자가 자신의 여명에 영향을 미치는 증병을 앓고 있다는 것을 증빙할 경우 질병의 심각성에 따라서 연금연액을 상향조정하는 표준하체연금옵션을 개발할 필요가 있다. 중대질병으로 기대여명이 길지 않고 상속동기도 없는 계약자는 표준하체연금옵션을 선택함으로써 남아 있는 생존기간 동안 더 많은 연금연액을 수령할 수 있어서 좋고, 보험회사 입장에서는 기대여명 분포 측면에서 다양한 개인들을 연금시장으로 유인하여 연금시장 자체를 확대할 수 있다는 장점이 있다.

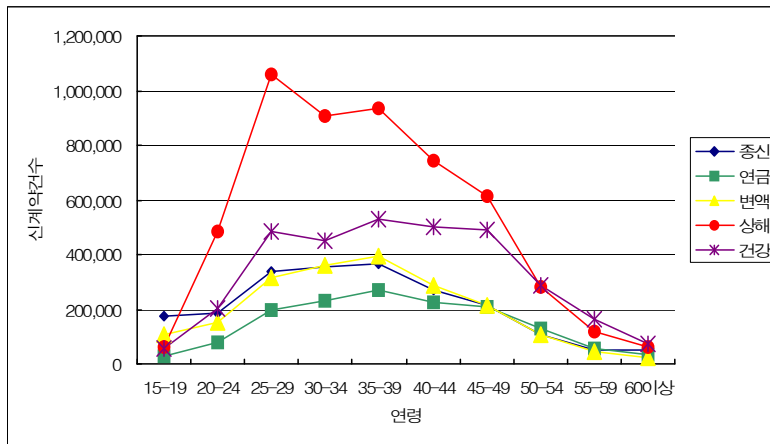
② 수요의 세분화

연령, 소득, 직업 등 개인의 사회·경제적 위치에 따라서 특정 위험에 대한 보험수요의 구체적인 내용이 상이하다. 그러나 현행 보험상품은 대부분 30~40대의 도시근로자 중산층을 표적계층으로 개발되어 있다. 특정 위험에 대해서 단일 또는 표적계층을 포괄적으로 설정하는 것은 동 위험에 대한 시장축소를 의미한다. 더불어 기존 상품이 표적계층으로 설정하였던 30~40대 도시근로자의 소비측면에서의 영향력이 금융위기 이후 약화되고 있다.

반면 인구의 고령화로 금융자산을 보유한 실버세대가 새로운 소비계층의 하나로 부각되고 있다. 우리나라는 50세 이상의 계층이 전체 상장주식의 37.5%를 보유하고 있으며 은행 예금 1억 원 이상 고액 예치자의 다수를 차지한다. 1990년 이후 55세 이상의 노인가구소득은 매년 10%씩 증가하고 있으며 2010년에는 국민연금 등 연금수급권자가 400만 명에 달하는 등 경제력을 갖춘 고령인구가 점차 늘어날 전망이다.

2007년 기준 연금보험 전체 신계약건수 대비 60세 이상 고령자들의 신계약건수가 차지하는 비중은 2.65%로, 고령자들의 연금보험 가입현황이 저조한 것으로 보건대, 기존의 연금보험상품들이 60세 이상 고령자들의 수요를 제대로 충족시키지 못한 것으로 판단된다. 특히 국내 변액연금시장에서는 10년 이상의 거치기간을 요하는 최저사망보증옵션(GMDB)와 GMAB의 혼합형상품이 주로 공급되고 있는데, 이는 30~40대의 목돈마련을 원하는 고객층에 적합한 상품으로 연금의 필요성을 체감하고 있는 고령자에게는 적합한 상품이 되지 못한다. 그러나 고령자일수록 미래가 아닌 현재의 소득보장 수요가 높기 때문에 연금개시 전 장기의 거치기간을 요하는 GMAB옵션부 변액연금보다는 거치기간이 짧고 현금유동성이 높은 일시납 인출보증옵션부(GMWB/GLWB) 변액연금이 고령자에게는 보다 적합하다. 미국의 경우 인출보증옵션을 선택하는 계약자들은 주로 60대 초반으로, 타 최저보증옵션을 선택한 계약자에 비해서 계약자 평균연령이 높은 경향이 있는데, 이는 인출보증옵션의 짧은 거치기간과 높은 현금유동성에 기인한다.

<그림 IV-3> 연령별 주요종목의 신계약건수



주 : 2007회계연도 기준임.
 자료 : 보험개발원, 『보험통계월보』

나) 패키지화

통합상품의 개발을 통해 보험회사는 상반되는 보험리스크를 상쇄하고, 수수료와 운용비용 등 사업비 절감으로 인한 보험료의 인하가 가능할 뿐 아니라, 역선택으로 인한 과소시장 현상을 줄이는 효과 등을 기대할 수 있다.

구체적으로 연금과 장기간병을 결합시킴으로써 기대여명이 높아 장수리스크가 큰 계약자만 연금보험에 가입하려고 하는 연금보험의 역선택문제를 감소시킬 수 있는 반면, 표준하체만 장기간병보험에 가입하려고 하는 장기간병보험의 역선택문제를 해소될 수 있다. 연금보험과 장기간병보험을 통합할 경우 보험료가 각각을 따로 구입할 경우보다 낮아질 수 있을 것으로 기대되며 그 외 수수료 및 운영비용과 같은 사업비 절감 등으로 보험료가 인하될 것이다. 연금보험과 장기간병보험간 통합상품은 50~85세 계층을 대상으로 하지만 실제로는 70~85세 계층이 주력대상이다. 거치연금과 장기간병보험이 통합될 경우 연금보험 가입을 통해 장기간병 관련 비용을 마련할 수 있는데, 이런 유형의 통합상품에서는 장기간병 발생 시 해약수수료 없이 거치연금자산에서 장기간병서비스에 충당할 수 있는 현금인출이 가능하다. 일시납 거치연금과 장기간병보험이 통합된 상품에서는 만약 장기간병 비용지출로 인해 적립금이 모두 소진될 경우 추가적인 급여가 제공된다. 일시납 즉시연금에서는 장기간병서비스가 필요할 경우 지급액을 높이거나 선지급한다. 아울러 기존에 보유한 연금보험이 연금보험과 장기간병보험간 통합보험으로 대체되는 상품의 개발을 고려할 수 있다.

다) 고객자산의 유동화

급속한 인구고령화와 독신인구의 증가는 개인의 현금수요 증가와 상속동기 약화를 초래하기 때문에 부동산과 같은 자산을 유동화하는 상품의 개발이 필요하다.

구체적으로 공적주택연금 대상자에 해당하지 않는 무주택의 전세주택거주 초고령자들을 대상으로 전세자금담보연금과 사망 후 장제비지급서비스를 제공하는 상품개발을 고려할 수 있다. 현행 공적주택연금은 65세 이상의 고령자가 보유한 주택을 담보로 노후생활자금을 연금형식으로 지급하는 제도로서, 대출이나 전세자금을 깬 주택도 담보로 인정된다. 주택연금은 부동산을 상속 수단으로 간주하

는 인식의 보편화와 주택연금 취급위험에 대한 불확실성 상존으로 인한 금융기관의 취급기피로 활성화되지 못하였다. 그러나 무주택 초고령자들의 경우 노후 소비를 위한 추가현금수요가 큰 계층이며 전세자금의 경우 부동산만큼 상속에 구속되지 않는 자산이므로, 전세자금담보연금의 경우 시장형성이 가능할 것이다.

또한 기존 종신연금 가입자중 해약의 유인이 있는 표준상체를 대상으로 해약 환급금초과 약관대출상품의 제공을 고려할 수 있다. 종신연금 가입자의 현금수요를 일부 충족시키기 위해 연금전환특약이 있으나 연금전환시점의 경험생명표에 근거하여 연금을 지급받는 등 계약자에게 불리한 면이 많아 그다지 매력적인 조건이 아니어서 동 특약의 실사용자가 많지 않은 실정이다.

V. 결 론

국내 보험산업은 90년대까지는 규제된 환경 하에서 두 자리 수 이상으로 고도로 성장한 시기였다면, 2000년대에는 상품개발 및 가격결정, 판매채널 다양화, 금융겸업화로 산업내외간 경쟁이 심화되고, 산업외의 다른 금융회사와의 경쟁을 해야 할 뿐만 아니라 해외 경쟁력 있는 보험회사와의 경쟁을 해야 하는 지구촌 경쟁시기였다. 이러한 과정에서 국내 보험산업은 최근에 들어 외부의 충격에 크게 영향을 받는 취약한 성장기반에 노출되어 있다. 특히 보험영업 부분의 성장은 경제의 성장과 더불어 국민들의 리스크관리 인식이 크게 확산되어 가계성 보험 부분의 전통적인 담보리스크에 대해 성장이 정체되거나 지속적으로 하락하고 있다. 반면에 인구고령화나 정보통신기술의 발전에 따른 새로운 리스크에 대한 수요는 증가하고 있다.

본 연구는 현재까지의 국내 보험산업의 성장과정을 분석하고 21세기의 새로운 환경하의 비전과 성장영역, 지속성장을 위한 기반구축방안을 제시했다. 먼저 보험산업의 비전으로 “사회적 신뢰기반 위에서 리스크관리자의 역할을 글로벌하게 확대함으로써 경제발전 및 사회 안정에 기여하는 산업으로 성장”을 제시했다. 그동안 보험산업은 개인을 비롯한 경제주체들의 전통적인 리스크에 대한 관리자역할을 더욱 충실히 하고 나아가 국내 보험시장에서의 보험영업 경험을 바탕으로 신흥국 등에 진출하여 새로운 성장 기반을 마련하는 것이 필요하다. 이러한 보험산업의 역할 재정립을 통해 국내 보험산업은 국가 전체의 리스크관리를 견인하여 안정적인 경제발전에 기여함과 더불어 사회 안정에 기여하는 사회적 기업으로 성장이 필요하다는 점을 제시했다.

보험산업의 성장영역은 크게 생명보험, 손해보험, 연금보험, 건강 및 간병보험 영역으로 구분하여 제시했다. 생명보험의 경우 2000년 이후 성장을 견인하여 왔던 보장성보험은 위축되고 변액보험 등 금융 투자형상품의 활성화되고 있다. 최근에 인구고령화로 인해 건강리스크에 대한 관심이 증가되고 있기 때문에 미국, 영국 등 선진국에서 보편화되어 있는 전통적인 정기생명보험을 활성화하며, 상품측면에서는 당뇨나 고혈압 등 성인병을 담보하는 고위험자 상품과

개별 리스크를 통합하거나 종합적 리스크관리 컨설팅형태의 상품을 개발할 필요성이 있다. 아울러 개인보험시장과 퇴직연금 등 단체보험을 연계하여 수요를 개발하는 방법도 필요하다. 손해보험은 개인보험 중심인 장기손해보험과 자동차보험의 안정적인 수요를 기반으로 하여 새로운 리스크에 대한 성장을 모색하는 것이 필요하다. 새로운 리스크로는 환경오염이나 지적소송 등의 배상책임리스크와 법률비용리스크에 대한 성장영역을 발굴하며, 자동차보험의 경우에는 렌트카 차량담보보험을 제공하거나 자동차기계적고장손해담보보험을 개발하여 자동차관련 종합리스크관리 서비스를 제공하는 것이 필요하다. 그러나 새로운 리스크의 경우 국내 보험회사들이 언더라이팅 경험이 미약하고 경험통계자료도 없기 때문에 성장기반으로 바로 연결되는 데에는 한계점이 있으므로 점진적으로 리스크 인식을 개선하는 노력도 병행될 필요성이 있다.

인구고령화로 성장가능성이 매우 큰 연금보험의 경우에는 공적연금의 재정부담이 날로 증가하기 때문에 공적연금의 보완적 기능을 수행하기 위한 방안을 모색해야 한다. 2010년부터 본격화되는 퇴직연금시장에서 경쟁력을 확보를 위해 라이프사이클에 따른 맞춤형 연금 상품을 제공할 수 있는 설계능력 등의 연금운용관련 서비스와 품질의 차별화가 필요하다. 또한 퇴직연금과 연계한 DC형 상해보험, 건강상태가 양호하지 못한 계약자를 위한 강화형연금, IRA형 연금 등을 다양하게 제공하여 노후소득 보장역할을 강화해야 한다. 아울러 손·생명보험회사가 겸영이 가능한 건강 및 간병 리스크관리 영역에서는 인구구조 및 가족기능의 변화로 건강보험의 본질적 수요는 계속적으로 존재하기 때문에 수요에 부합한 건강보험과 간병보험의 상품 개발과 건강관련 종합서비스를 제공하기 위하여 U-Healthcare와 같은 건강관리 부수서비스 제공도 검토할 필요성이 있다. 또한 국내 보험회사는 대부분의 전통적인 리스크영역의 경우 수요가 포화된 상태에 있어 성장의 한계에 있기 때문에 프랑스 AXA처럼 성장가능성이 큰 해외 보험시장에 진출하여 성장 동력을 보충하는 전략도 필요하다.

이와 같은 보험산업의 비전의 달성과 성장영역의 발굴과 더불어 성장이 지속될 수 있는 기반을 선진화해야 한다. 이를 위해 보험회사는 윤리경영과 공익활동을 강화함과 동시에 불완전판매의 감소노력을 병행하고 취약계층과 녹색성장

관련 상품을 제공하여 사회적 신뢰를 구축해야 한다. 나아가 소비자의 보험지식확대를 위해 보험소비자교육도 지속되어야 한다. 또한 보험회사는 정보통신기술의 발전과 인구고령화 등 환경변화에 대응한 경영패러다임과 새로운 사업모형을 구축함과동시에 다양화된 소비자 니드를 부응하기 위해 상품서비스의 혁신이 필요하다.

참고문헌

- 국민건강보험공단, 보건복지부 국정감사 자료, 2008.
- 금융감독원, 실손 의료보험 표준화 방안, 2009.9.
- 기승도, “자동차보험 물적담보 손해를 관리방안”, 『Weekly Issue』, 보험연구원, 2008.
- 기승도·김대환·김혜란, 『주행거리 연동 자동차보험 제도 연구』, 보험연구원, 2009.
- 김대환·김혜란, “건강보험 시장의 트렌드 변화와 U-헬스케어의 활용방안”, 『Weekly Issue』, 보험연구원, 2009.9.
- _____, “의약품 리베이트로 인한 문제점과 개선방향”, 보험연구원 Weekly Issue, 2010. 3.
- 김동훈, “국내 손해보험회사의 해외진출방안”, 『월간손해보험』, 손해보험협회, 1996.
- 김승권, 『다양한 가족의 출현과 사회적 지원체계 구축방안』, 한국보건사회연구원, 2004.
- 김형철, "SRI접근방법과 전략에 관한 고찰", 『투신』, 제63호, 2007.6.
- 노희진, 『SRI의 국제동향과 국내 발전방향』, 2007.
- 류건식, 「고령화리스크와 노후소득대책」, 『보험연구원 국제세미나 자료』, 2008.6
- 류건식·이창우·김동겸, 『사적연금의 노후소득보장기능제고방안』, 보험연구원, 2009.3.
- 미래에셋 퇴직연금 연구소, 「퇴직연금시장 중장기 전망」, 2007.11.
- 박양수·문소상, “우리 경제의 성장잠재력 약화 원인과 향후 전망”, 『조사월보』 9월호, 한국은행 2005.
- 보건복지부, 「노인복지시설현황」, 2009.
- _____, 「보건복지가족통계」, 2009.
- 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도.
- _____, 『보험통계월보』, 각 월호.

- _____, 『FY'08 생명보험 통계자료집』, 2009.3.
- 산업연구원, 「한국산업의 발전비전 2020」, 2006.
- 서대교·오영수·김영진, 『보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안』, 보험연구원, 2009.
- 송순영·황은애, 『소비자주권 실현을 위한 사업자역할제고 방안 연구』, 한국소비자원, 2007.
- 신상진, “2009 건강보험공단 국정감사 자료”, 2009.10.12.
- 안철경·이상우·권오경, 『2009 보험소비자 설문조사』, 보험연구원, 2009.
- 오영수, 『21세기 보험산업 환경변화와 보험회사의 전략적 대응방안』, 보험연구원, 2000.
- _____, 『노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안』, 보험연구원, 2008.
- 오영수·김경환, 『보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안』, 보험연구원, 2010.
- 오창수·정홍주, 『저금리시대의 생명보험업 발전방안(제2권)』, 『리스크관리학회지』, 한국리스크관리학회, 2005.
- 유진아, “미국 및 네덜란드 연기금의 녹색금융 참여 사례와 시사점”, 『KiRi Weekly』, 보험연구원, 2009.10.12.
- 이순재, 「동북아 보험시장의 변화와 국내보험회사의 해외진출 전략」, 『보험학회지』 제72집, 한국보험학회, 2005.
- 이순재·정중영, 「보험산업 신뢰도 제고 방안에 관한 연구」, 『보험개발연구』, 제18권 제3호, 보험연구원, 2007.
- 이윤태·박시연·박수범, 『건강관리서비스 및 U-Healthcare 시장 규모 추계』, 한국보건산업진흥원, 2009.3.
- 이창우·이상우, 『주요국의 민영건강보험 역할과 사례』, 보험연구원, 2009.
- 장재욱, 「우리나라에서의 법률서비스보험 도입 및 개발방향」, 『법학논문집』 제 26집 제1호, 중앙대학교, 2002.
- 정홍주·오태형, 「보험업 신뢰도 및 결정요인에 관한 실증연구 - 은행과의 비교를 중심으로」, 『보험학회지』, 제 71집, 한국보험학회, 2005.
- 지수현, “법률비용보험의 개황과 활성화 방안”, 「월간손해보험」, 손해보험협회, 2001.11.

- 코리안리재보험, 『해외보험시장』, 2008.
- 통계청, 『향후 10년간 사회변화 요인분석 및 시사점』, 2009.
- 한국개발연구원, 『인구구조 고령화의 경제·사회적 파급효과와 대응과제』, 2004.
- 한국리스크관리학회, 『저금리시대 생명보험산업 발전방안』, 2005.
- 한국은행, 『전자금융총람』, 2009.5.
- 황인성, “잠재성장률 추이와 부진의 원인”, 『SERI 경제포커스』 제254호, 삼성경제연구소, 2009.
- 『新日本保険新聞』 2009.10.8.
- IOI損害保険, 『IOI損害保険の現状 2009』, IOI損害保険, 2009.7.
- 損害保険ジャパン, 『損害保険ジャパンの現状 2009』, 株式会社損害保険ジャパン, 2009.7.
- 生命保険協會, 『生命保険ファクトブック』, 각 연도
- 生命保険文化センター, 『生命保険に関する全国實態調査』, 2009.
- OLICD, 「日本の 방카슈랑스」, SEOUL-OLIS 세미나, 2003.2.
- Suzuki, Kenichi, 『생명보험업계의 위기 극복을 위한 판매채널 전략』, 2009.8.27.
- American Council of Life Insurers, *Life Insurance Fact Book*, 2009.
- AHIP, *Long-Term Care Insurance in 2002*, 2004.
- Canada's Insurance Business Magazine, *Canadian Insurance : 2007 Annual Statistical Issue*, 2007.
- CEA, *European Insurance in Figures*, 2009.
- Cutler, David, “Why don't market insure long term risk”, *Mimeo*, 1996.
- Datamonitor, “Catching Up : Online Direct Sales in US Personal Lines Insurance”, *Strategic Focus Report*, 2008.
- _____, *UK life and pensions distribution overview 2008*, 2008.
- _____, *UK Personal General Insurance 2009*, 2009.
- GDV, *Statistical Yearbook of German Insurance 2009*, 2009.
- Gibson, Cyrus F., “Allstate Insurance Company : Building the Capability for

- IT-enabled Change”, *Center for Information Systems Research, Sloan School of Management, MIT*, 2006.
- Hammer, Michael, “Deep Change : How operational Innovation Can Transform Your Company”, *Harvard Business Review*, 2004.
- ICI, *The Role of IRAs in U.S. Households’ Saving for Retirement*, 2009.1.
- iii, *Insurance Fact Book*, 2008.
- ___, *Insurance Fact Book*, 2009.
- ___, *The Financial Services Fact Book 2009*.
- LifePlans, Inc., *Analysis of 2005, 2000, 1995, and 1990 Buyer Surveys*, 각 연도.
- LIMRA, *Trends in Life Insurance Ownership Among U.S. Individual*, 2004.
- ___, *2009 Trends in the United States, MarketTrends : LIMRA’s FactBook*, 2009.
- ___, *U.S. Individual Life Insurance Sales Trend, 1975-2008*, 2009.
- NCHS Data Brief 2009(<http://publib.polknc.org/links/redirect.php?link=http://www.cdc.gov/nchs/>)
- OECD, *Insurance Statistics Yearbook*, 각 연도.
- ___, *Future budget pressures arising from spending on health and long-term care*, 2007.
- ___, *Pensions at a Glance: Public Policies Across OECD Countries*, 2007.
- Parks Associates, “Disease management industry and high-tech adoption”, 2009.
- Sandy Johnston, “Private funding mechanism for long-term care”, *Joseph Rowntree Foundation*, 2005.
- Swiss Re, “World Insurance”, *Sigma*, 각 연호.
- ___, “Innovative ways of financing retirement ”, No.4/2008, 2008.
- ___, “Annuities: a private solution to longevity risk”, No.3/2007, 2008.
- Tillinghast, *Insurance Pocket Book*, 각 연도.
- UN, *World Population Prospects- The 2008 Revision*, 2009.
- World Bank Report, “Averting the Old Age Crisis: Policies to Protect the Old and Promote Growth”, *Oxford University Press*, 2000.

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

■ 연구보고서

- 2006-1 보험회사의 은행업 진출 방안 / 류근욱 2006.1
- 2006-2 보험시장의 퇴출 분석과 규제개선방향 / 김현수 2006.3
- 2006-3 보험지주회사제도 도입 및 활용방안 / 안철경, 이상우 2006.8
- 2006-4 보험회사의 리스크공시체계에 관한 연구 / 류건식, 이경희 2006.12
- 2007-1 국제보험회계기준도입에 따른 영향 및 대응방안 / 이장희, 김동겸 2007.1
- 2007-2 민영건강보험료율 결정요인 분석 / 조용운, 기승도 2007.3
- 2007-3 퇴직연금 손·익 위험 관리전략에 관한 연구 / 성주호 2007.3
- 2007-4 확률적 프런티어 방법론을 이용한 손해보험사의 기술효율성 측정 / 지홍민 2007.3
- 2007-5 금융겸업화에 대응한 보험회사의 채널전략 / 안철경, 기승도 2008.1
- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목, 장동식, 김동겸 2008.1
- 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.3
- 2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식, 이경희, 김동겸 2008.3
- 2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안/ 안철경, 권오경 2009.1
- 2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.1
- 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원, 이혜은 2009.3
- 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식, 이창우, 김동겸 2009.3

- 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출방법 연구 / 기승도, 김대환 2009.8
- 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도, 김대환, 김혜란 2010.1
- 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원, 이해은 2010.1
- 2010-2 생명보험 상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태, 이경희 2010.5

■ 정책보고서

- 2006-1 2007년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2006.12
- 2006-2 의료리스크 관리의 선진화를 위한 의료배상보험에 대한 연구 / 차일권, 오승철 2006.12
- 2007-1 퇴직연금 수탁자리스크 감독방안 / 류건식, 이경희 2007.2
- 2007-2 보험상품의 불완전판매 개선방안 / 차일권, 이상우 2007.3
- 2007-3 퇴직연금 지급보증제도의 효율체계에 관한 연구:미국과 영국을 중심으로 / 이봉주 2007.3
- 2007-4 보험고객정보의 이용과 프라이버시 보호의 상충문제 해소방안 / 김성태 2007.3
- 2007-5 방키슈랑스가 보험산업에 미치는 영향 분석 / 안철경, 기승도, 이경희 2007.4
- 2007-6 2008년도 보험산업 전망과 과제 / 양성문, 김진익, 지재원, 박정희, 김세중 2007.12
- 2008-1 민영건강보험 운영체계 개선방안 연구 / 조용운, 김세환 2008.3
- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
- 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호, 최원 2008.3
- 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면, 이태열, 신종협, 황진태, 유진아, 김세환, 이정환, 박정희, 김세중, 최이섭 2008.11
- 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진익, 이민환, 유경원, 최영목, 최형선, 최원, 이경아, 이해은 2009.2
- 2009-2 퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
- 2009-3 보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수, 김경환, 이종욱 2009.3
- 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면, 황진태, 변혜원, 이경희, 이정환, 박정희, 김세중, 최이섭 / 2009.12
- 2009-5 금융상품판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경, 변혜원, 권오경 2010.1
- 2010-1 보험사기 영향요인과 방지방안 / 송윤아 2010.3

■ 경영보고서

2009-1 기업휴지보험 활성화 방안 연구 / 이기형, 한상용 2009.3

2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진익 2009.3

2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진익, 유시용, 이경아 2009.3

2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목, 최원 2009.6

2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경, 권오경 2010.2

2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수, 김경환 2010.2

2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식, 이창우, 이상우 2010.3

2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실 정책연구실 동향분석실 2010.4

2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실, 재무연구실 2010.4

2010-5 변액보험 보증리스크 관리 연구 / 권용재, 장동식, 서성민 2010.6

■ 조사보고서

- 2006-1 2006년도 보험소비자 설문조사 / 김세환, 조재현, 박정희 2006.3
- 2006-2 주요국 방키슈랑스의 운용사례 및 시사점 / 류건식, 김석영, 이상우, 박정희, 김동겸 2006.7
- 2007-1 보험회사 경영성과 분석모형에 관한 비교연구 / 류건식, 장이규, 이경희, 김동겸 2007.3
- 2007-2 보험회사 브랜드 전략의 필요성 및 시사점 / 최영목, 박정희 2007.3
- 2007-3 2007년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 기승도, 오승철 2007.3
- 2007-4 주요국의 퇴직연금개혁 특징과 시사점 / 류건식, 이상우 2007.4
- 2007-5 지적재산권 리스크 관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2007.10
- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문, 김진억, 지재원, 박정희, 김세중 2008.2
- 2008-2 노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
- 2008-3 2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 기승도, 이상우 2008.4
- 2008-4 주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
- 2009-1 2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 이상우, 권오경 2009.3
- 2009-2 Solvency II의 리스크평가모형 및 측정방법 연구 / 장동식 2009.3
- 2009-3 이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면, 이정환, 최이섭, 정중영, 최태영 2009.3
- 2009-4 미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
- 2009-5 헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진익, 김상수, 김종훈, 변귀영, 유시용 2009.3
- 2009-6 복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환, 전선애, 최원 2009.4
- 2009-7 보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교, 오영수, 김영진 2009.4

- 2009-8 구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환, 이민환, 윤건용, 최원 2009.7
- 2009-9 보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운, 김세환, 김세중 2009.7
- 2009-10 생명보험계약의 효력상실·해약분석 / 류건식, 장동식 2009.8
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신종협, 최형선, 최원 2010.3
- 2010-2 금융산업의 영업행위규제 개선방안 / 서대교, 김미화 2010.3
- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우, 이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원, 박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송윤아
- 2010-6 보험산업 내 공정거래규제 조화방안 / 이승준, 이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진류수가 차등적용 개선방안 / 조용운, 서대교, 김미화 2010.4

■ 영문발간물

- Environment Changes in the Korean Insurance Industry in Recent Years :
- 1호 Institutional Improvement, Deregulation and Liberalization / Hokyung Kim, Sango Park, 1995.5
- 2호 Korean Insurance Industry 2000 / Insurance Research Center, 2001.4
- 3호 Korean Insurance Industry 2001 / Insurance Research Center, 2002.2
- 4호 Korean Insurance Industry 2002 / Insurance Research Center, 2003.2
- 5호 Korean Insurance Industry 2003 / Insurance Research Center, 2004.2
- 6호 Korean Insurance Industry 2004 / Insurance Research Center, 2005.2
- 7호 Korean Insurance Industry 2005 / Insurance Research Center, 2005.8
- 8호 Korean Insurance Industry 2006 / Insurance Research Center, 2006.10
- 9호 Korean Insurance Industry 2007 / Insurance Research Center, 2007.9
- 10호 Korean Insurance Industry 2008 / Korea Insurance Research Institute, 2008.9
- 11호 Korean Insurance Industry 2009 / Korea Insurance Research Institute, 2009.9

■ 연구논문집

- 1호 보험산업의 규제와 감독제도의 미래 / Harold D. Skipper, Robert W. Klein, Martin F. Grace 1997.6
- 2호 세계보험시장의 변화와 대응방안 / D. Farny, 전천관, J. E. Johnson, 조해균 1998.3
- 3호 제1회 전국대학생 보험현상논문집 1998.11
- 4호 제2회 전국대학생 보험현상논문집 1999.12

■ CEO Report

- 2006-1 생보사 개인연금보험 생존리스크 분석 및 시사점 / 생명보험본부 2006. 1
- 2006-2 보험회사의 퇴직연금 운용전략 / 보험연구소 2006.1
- 2006-3 생보사 FY2006 손익 전망 및 분석 / 생명보험본부 2006.2
- 2006-4 의무보험제도의 현황과 과제 / 손해보험본부 2006.2
- 2006-5 자동차보험 지급준비금 분석 및 과제 / 자동차보험본부 2006.3
- 2006-6 보험사기 관리실태와 대응전략 / 정보통계본부 2006.3
- 2006-7 자동차보험 의료비 지급 적정화 방안 / 자동차보험본부 2006.3
- 2006-8 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부 2006.4
- 2006-9 날씨위험에 대한 손해보험회사의 역할 강화 방안 / 손해보험본부 2006.4
- 2006-10 장기손해보험 상품운용전략 -손익관리를 중심으로- / 손해보험본부 2006.5
- 2006-11 자동차 중고부품 활성화 방안 / 자동차기술연구소 2006.5
- 2006-12 장기간병보험시장의 활성화를 위한 상품개발 방향 / 보험연구소 2006.6
- 2006-13 보험산업 소액지급결제시스템 참여방안 / 보험연구소 2006.7
- 2006-14 생명보험 가입형태별 위험수준 분석 / 리스크·통계관리실 2006.8
- 2006-15 「민영의료보험법」 제정(안)에 대한 검토 / 보험연구소 2006.9
- 2006-16 모기지보험의 시장규모 및 운영방안 / 손해보험본부 2006.9
- 2006-17 생명보험 상품별 가입 현황 분석 / 생명보험본부 2006.10
- 2006-18 자동차보험 온라인시장의 성장 및 시사점 / 자동차보험본부 2006.10

- 2007-1 퇴직연금제 시행 1년 평가 및 보험회사 대응과제 / 보험연구소 2007.4
- 2007-2 외국의 협력정비공장제도 운영현황과 전략적 시사점 / 자동차기술연구소 2007.4
- 2007-3 예금보험제 개선안의 문제점 및 과제 / 보험연구소 2007.6
- 2007-4 자본시장통합법 이후 보험산업의 진로 / 보험연구소 2007.7
- 2007-5 방카슈랑스 확대 시행과 관련한 주요 이슈 검토 / 보험연구소 2007.11
- 2007-6 자동차보험 시장변화와 전략적 시사점 / 자동차보험본부 2007.11
- 2008-1 자동차보험 물적담보 손해를 관리 방안 / 기승도 2008.6
- 2008-2 보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
- 2008-3 FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
- 2008-4 퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식, 서성민 2008.12
- 2009-1 FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
- 2009-2 퇴직연금 예금보험요금 적용의 타당성 검토 / 류건식, 김동겸 2009.3
- 2009-3 퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식, 이상우 2009.6
- 2009-4 퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식, 이상우 2009.10
- 2010-1 복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환, 이상우, 김혜란 2010.4
- 2010-2 FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6

■ Insurance Business Report

- 20호 선진 보험사 재무공시 특징 및 트렌드(유럽 및 캐나다를 중심으로) / 장이규 2006.11
- 21호 지급여력 평가모형 트렌드 및 국제비교 / 류건식, 장이규 2006.11
- 22호 선진보험그룹 글로벌화 추세와 시사점 / 안철경, 오승철 2006.12
- 23호 미국과 영국의 손해보험 직판시장 동향분석 및 시사점 / 안철경, 기승도 2007.7
- 24호 보험회사의 자본비용 추정과 활용: 손해보험회사를 중심으로 / 이경희 2007.7
- 25호 영국손해보험의 행위규제 적용과 영향 / 이기형, 박정희 2007.9
- 26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식, 김동겸 2008.2
- 27호 보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
- 28호 일본 금융상품판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
- 29호 보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6
- 30호 교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경, 권오경 2008.7
- 31호 퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식, 김동겸 2008.7
- 32호 보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진익 2008.7
- 33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희, 서성민 2008.9

정기간행물

■ 간행물

- 보험동향 / 계간
- 보험금융연구 / 년4회
- 보험회사 재무분석 / 계간

『 도서회원 가입안내 』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원	연속간행물 구독회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원	₩ 50,000원
제공자료	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 -연속간행물 ·보험금융연구 ·보험동향 ·보험회사재무분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 -연속간행물 ·보험금융연구 ·보험동향 ·보험회사재무분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서 -연속간행물 ·보험금융연구 ·보험동향 ·보험회사재무분석 	-보험통계월보 (월간)
	<ul style="list-style-type: none"> -본원 주최 각종 세미나 및 공청회 자료(PDF) -영문보고서 -보험통계월보 -손해보험통계연보 	-보험통계월보	-	

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당
전화 : (02)3775-9115, 9080 팩스 : (02)3775-9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401-01-125198)
 예금주 : 보험연구원
- 지로번호 : 6360647

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험연구원 보험자료실, 교보문고, 영풍문고, 반디앤루니스
부산 : 영광도서

경영보고서 2010-4(1)

보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안

발행일 2010년 6월 일

발행인 김 대 식

발행처 보 험 연 구 원

서울특별시 영등포구 여의도동 35-4

대표전화 (02) 3775-9000

ISBN 978-89-5710-111-7

정가 10,000원