

CEO Brief/Report 안내: 「새로운 성장을 위한 도전과 과제」

요약

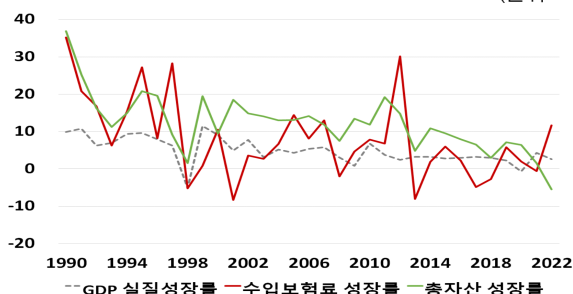
한국 보험산업의 성장성은 경제성장률 하락, 인구구조 변화 등과 맞물리며 저하되고 있음. 전 대미문의 속도로 진행되는 인구 고령화를 고려할 때, 한국 보험회사는 전통적인 인보험 공급에만 머물러서는 영속하기 어려우며, 미래 성장성과 수익성 확보를 위해 적극적으로 다양한 도전을 해야 할 시기임. 이에 보험연구원은 한국 보험산업의 새로운 성장 동력을 모색하고자 '새로운 성장을 위한 도전과 과제'를 주제로 CEO Brief 및 CEO Report 시리즈를 계획함

1. 보험산업 성장성 진단

○ 한국 보험산업의 성장성은 경제성장률 하락, 인구구조 변화 등과 맞물리며 저하되고 있음

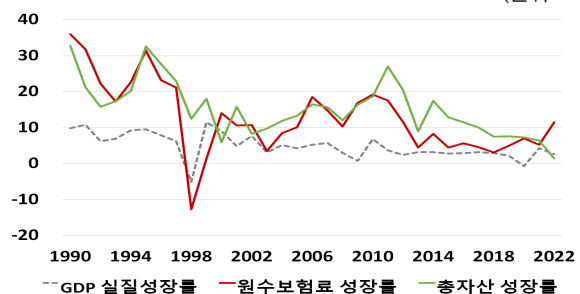
- 2010년대부터 3% 미만의 낮은 경제성장률과 15% 이상의 노인(65세 이상) 비중을 경험함
- 생명보험과 손해보험 모두 수입보험료 성장률이 1990년대에는 경제성장률을 크게 상회하였으나 2015년 이후에는 경제성장률과 유사하거나 소폭 상회하는 수준으로 둔화됨
 - 생명보험과 손해보험의 연평균(CAGR) 수입보험료 성장률은 1990년대에 각각 12.6%, 16.7%였으나 2010년대에 각각 3.9%, 6.9%로 하락함
 - 한편, 생명보험과 손해보험의 연평균(CAGR) 총자산 성장률도 1990년대 각각 15.1%, 20.8%에서 2010년대 각각 9.2%, 13.6%로 낮아지는 추세임

〈그림 1〉 경제성장률과 생명보험 산업 성장성 비교
(단위: %)



자료: 한국은행, 금융감독원, 보험개발원

〈그림 2〉 경제성장률과 손해보험 산업 성장성 비교
(단위: %)



자료: 한국은행, 금융감독원, 보험개발원

CEO Brief

- 한국에 앞서 경제성장률 하락과 인구고령화를 경험한 일본의 경우, 보험산업은 이미 1990년대부터 수입보험료 성장률이 연평균 2%대에 진입하여 저성장을 경험함
 - 일본은 이미 1990년대부터 3% 미만의 저조한 경제성장률과 급격한 노인 비중 증가(12.1%('90)→16.7%('99))를 경험하였음
 - 1990년대 일본 보험산업의 연평균(CAGR) 수입보험료 성장률은 생명보험 2.7%, 손해보험 2.9%였음
 - 일본 보험산업은 성장이 정체된 상태로 최근의 수입보험료 규모가 1990년대 중반과 유사한 수준임
- 일본의 주요 보험회사들은 지주회사로 전환하여 사업 다각화, 해외시장 진출 등 새로운 성장 전략을 추진함으로써 국내 보험산업 정체에도 불구하고 그룹 전체의 자산과 이익을 성장시킬 수 있었음
 - 일본 보험회사들은 보험과 결합이 가능한 사업에 진출하여 전통사업과의 시너지를 극대화함
 - 특히, 대형 보험회사들은 적극적인 해외사업 확대로 그룹의 자산과 이익을 성장시키고 있으며, 다이이치, 스미토모, 소포 등은 해외사업의 이익 비중이 이미 20%를 상회하고 있음
- 일본보다 빠르게 진행되는 한국의 인구고령화를 고려할 때, 한국 보험회사는 미래의 자산 및 이익 성장을 위해 더욱 적극적으로 다양한 도전을 해야 할 시기임
 - 2022년 한국의 노인 인구 비중은 21.7%로 일본의 2007년(21.5%)과 유사하며, 전대미문의 속도로 고령화가 진행되고 있음
 - 수요 감소가 예상되는 전통적인 인보험의 공급만으로는 보험회사의 영속을 위한 성장성과 수익성을 확보하기 어려움
- 이에 보험연구원은 한국 보험산업의 새로운 성장 동력을 모색하고자 '새로운 성장을 위한 도전과 과제'를 주제로 CEO Brief 및 CEO Report 시리즈를 계획함

CEO Brief

2. 성장을 위한 과제

○ 먼저 보험 보장격차를 점검함으로써 보험회사가 발굴할 수 있는 국내 신시장에 대해 검토함¹⁾

- 인구고령화, 가구구조 변화, 기후 변화, 디지털화 가속화 및 MZ세대 부상 등 환경 변화는 새로운 리스크를 야기하고 기존 리스크에 대한 인식을 변화시킴
- 제반 환경 변화로 인해 새롭게 등장하는 리스크나 기존 리스크 중 보장 및 관리가 충분히 이루어지지 않은 영역을 살펴봄

○ 다음으로 신노년층 등장에 따라 보험회사가 진출할 수 있는 비보험 업무영역을 검토함²⁾

- 신노년층은 베이비붐 세대로 이전 노년층에 비해 소득 및 건강 수준이 높으며, 은퇴와 함께 주요 소비층으로 부각되고 있음
- 정부의 금융회사 부수 업무 및 자회사 출자범위 확대 움직임에 따라 보험회사의 신시장 참여로 신노년층의 수요에 맞추어 사회후생이 증가할 수 있는 비보험 업무 영역을 살펴봄

○ 마지막으로 보험산업의 또 다른 성장 기회인 동남아 보험시장의 국내 보험회사 진출을 점검함³⁾

- 세계 보험시장은 북미, 유럽, 아시아가 3분하고 있는 가운데, 성장성이 두드러진 아시아 신흥시장, 특히 태국, 말레이시아, 인도네시아, 베트남, 필리핀의 아세안 5개국을 살펴보고자 함
- 개발도상국 시기의 한국과 현재 아세안의 유사점과 차이점 등 아세안 보험시장 진출 시 고려해야 할 사항과 관련된 주요 지표별 우선순위를 평가해 보고자 함

조영현 연구위원

youngcho@kiri.or.kr

1) 「새로운 성장을 위한 도전과 과제(I): 보장 격차로 살펴본 국내 보험 신시장」

2) 「새로운 성장을 위한 도전과 과제(II): 신노년층 등장과 보험산업 대응」

3) 「새로운 성장을 위한 도전과 과제(III): 동남아시아 보험시장 평가와 시사점」

Challenges and Opportunities for New Growth

ABSTRACT

The Korean insurance industry faces a slowdown in growth due to declining economic growth and changing demographics. Facing an unprecedented pace of population aging, Korean insurers cannot survive if they only focus on providing traditional life and health insurance. It is time to actively take on various challenges to secure future growth and profitability. To address this issue, the Korea Insurance Research Institute is presenting the CEO Brief and CEO Report series with the theme, “Challenges and Opportunities for New Growth” to explore new growth engines for the Korean insurance industry.

1. Diagnosing the Growth Potentials of the Insurance Industry

Korea has experienced a low economic growth rate of less than 3% since the 2010s and its elderly population (aged 65 or older) accounts for more than 15% of the total population. The Korean insurance industry faces a slowdown in growth due to declining economic growth and changing demographics. The compound annual growth rates (CAGR) for premiums of the life and non-life insurance industries were 12.6% and 16.7% respectively in the 1990s, but dropped to 3.9% and 6.9% respectively in the 2010s.

Prior to Korea, Japan has experienced a low economic growth rate of less than 3% since the 1990s and a rapid increase in the proportion of elderly population (12.1% ('90) → 16.7% ('99)). The Japanese insurance industry has already experienced low

CEO Brief

growth since the 1990s, with premium income growth averaging around 2% per year. The Japanese insurance industry's growth has stagnated with recent volume of premiums similar to that in the mid-1990s. After transforming into holding companies, by pursuing new strategies, such as diversifying business models and expanding into global markets, major Japanese insurers were able to grow group-wide assets and profits despite the domestic insurance industry's stagnation. They have maximized synergies with their existing traditional businesses by entering business areas that could be combined with insurance. Particularly, large insurance groups aggressively expand their global presence to grow assets and profits at the group levels. Insurers like Dai-ichi, Sumitomo, and Sampo already account for more than 20% of their profits from global operations.

Facing an even faster pace of population aging than Japan, it is time for the Korean insurance industry to actively take on various efforts to secure future growth and profitability. Korea is aging at an unprecedented rate as in 2022, the proportion of elderly population in Korea was 21.7%, similar to the level in Japan in 2007 (21.5%). Hence, it is difficult to secure growth and profitability for the insurance industry through the supply of traditional life and health insurance, which is expected to decline in demand.

To address this issue, the Korea Insurance Research Institute is presenting the CEO Brief and CEO Report series with the theme, "Challenges and Opportunities for New Growth" to explore new growth engines for the Korean insurance industry.

2. Challenges for Growth

First, we analyze the protection gaps to identify new domestic markets for insurers to explore.¹⁾ Changes in business surroundings such as population aging, smaller households, climate change, accelerating digitalization and the rise of the Gen Z

1) Challenges and Opportunities for New Growth (I): Protection Gaps in Korea and New Insurance Business

CEO Brief

create new risks and change the perception of existing risks. We examine new risks that emerge due to these changes, or areas where existing risks are not sufficiently covered and managed.

Next, we look into the non-insurance business lines that insurers may enter as the new older generation emerges.²⁾ The new older generation, or the baby boomers, has higher incomes and greater health awareness compared to the previous older generation and is expected to become major consumers as they retire. As the government moves to expand the scope of financial companies' incidental businesses and subsidiaries, we look at non-insurance business areas where insurers can increase social benefits to meet the needs of the new older generation.

Lastly, we examine one more growth opportunity for the insurance industry: the entry of domestic insurers into the Southeast Asian insurance markets.³⁾ While the global insurance market is dominated by North America, Europe, and Asia, we will focus on the emerging markets in Asia, particularly the five ASEAN countries of Thailand, Malaysia, Indonesia, Vietnam, and the Philippines. We compare similarities and differences between Korea during the developing stages and ASEAN today, and assess the priority of key indicators related to what Korean insurance companies should consider when entering the ASEAN insurance markets.

Younghyun Cho, Research Fellow
youngcho@kiri.or.kr

2) Challenges and Opportunities for New Growth (II): Changes in Population Structure and the New Old Generation

3) Challenges and Opportunities for New Growth (III): Assessment of the Southeast Asian Insurance Markets and its Implications