

연구보고서

2024

07

# 보험회사의 고령시장 사업전략 연구

임준·정수진



본 보고서에 수록된 내용은 집필자 개인의 의견이며 위원회의 공식 의견이 아님을  
밝혀 둔다.





## 목 차

• 요약	1
I. 서론	2
II. 소비자 분석	4
1. 베이비붐 세대 현황	4
2. 설문조사	7
3. 소결	19
III. 사업자 분석	21
1. 국내현황	21
2. 해외사례	26
3. 소결	33
IV. 결론	34
• 참고문헌	37
• 부록	39

## 표 차례

〈표 II-1〉 연령별 인구수(2024년 기준)	4
〈표 II-2〉 가구주 연령대별 자산 및 소득 현황(평균 금액)	6
〈표 II-3〉 자산 유형별 보유액(평균 금액)	6
〈표 II-4〉 설문조사 응답자 특성	7
〈표 III-1〉 메트라이프생명보험 360Future 제공 서비스	22

## 그림 차례

〈그림 II-1〉 연령별 인구수 변화 추이	5
〈그림 II-2〉 인플레이션 연계 연금 구입 의향	10
〈그림 II-3〉 우선 구입 의향 연금 상품	10
〈그림 II-4〉 자가 주택 활용 현황	11
〈그림 II-5〉 자가 주택 활용 계획	11
〈그림 II-6〉 대리 자산관리 계획	13
〈그림 II-7〉 사후 자산관리 계획	13
〈그림 II-8〉 대리 자산관리 신탁상품 인지도	13
〈그림 II-9〉 사후 자산관리 신탁상품 인지도	13
〈그림 II-10〉 노후 자산관리 자문 기관 비중	14
〈그림 II-11〉 기관별 노후 자산관리 자문 만족 비율	14
〈그림 II-12〉 노후 자산관리 자문 의향	15
〈그림 II-13〉 최적 노후 자산관리 자문 기관	15
〈그림 II-14〉 주거와 돌봄서비스 유형 선택	17
〈그림 II-15〉 부모 돌봄서비스 관련 자문 의향	17
〈그림 II-16〉 개인 맞춤형 여행 프로그램 구입 의향	18
〈그림 II-17〉 엔딩 서비스 구입 의향	18
〈그림 II-18〉 노후 관련 정보 검색 용이성	18
〈그림 II-19〉 노후 관련 전문가 자문 만족도	18





## **A Study on Insurance Companies' Business Strategies for the Elderly Market**

In 2035, the number of people aged 60 or older is expected to reach approximately 20 million. This figure is almost similar to the number of people in their 30s to 50s. Against this background, this report examined insurance companies' business strategies for the increasingly important elderly market.

This report consists of consumer analysis and business analysis. In consumer analysis, we conducted a survey targeting people in their 50s and 60s and analyzed their behavior and needs. In the business analysis, we examined the current state of domestic insurance companies' businesses related to the elderly market and also overseas businesses specializing in the elderly market.

We propose the following three business strategies for insurance companies in the elderly market. First, build a brand specialized for the elderly. Second, develop professionals who can provide customized services to the elderly. Third, establish a corporate venture capital fund for the emerging elderly market.



2035년에는 60세 이상 인구수가 약 1,955만 명에 이르러 30대부터 50대까지의 인구수를 합한 인구수와 거의 비슷해질 것으로 예상된다. 이러한 배경하에 본고에서는 점점 더 중요해지는 고령시장을 공략하기 위한 보험회사의 사업전략에 관해 연구했다.

보고서는 소비자 분석과 사업자 분석으로 구성되어 있는데, 소비자 분석에서는 베이비붐 세대인 50대와 60대를 대상으로 설문조사를 실시하여 그들의 행태와 주요 니즈에 대해 분석했다. 사업자 분석에서는 국내 보험회사의 고령시장 관련 사업 현황과 해외의 고령층 특화 사업자에 대해 살펴보았다.

본 연구에서는 보험회사의 고령시장 사업전략으로 다음 3가지를 제안하고자 한다. 첫째, 고령층 특화 브랜드를 구축한다. 현재는 은퇴자들이 은퇴 이후의 삶과 관련하여 가장 먼저 어느 곳을 접촉해야 할지 잘 떠오르지 않는다. 은퇴 이후 가장 먼저 떠오를 수 있는 브랜드를 구축할 필요가 있다. 이를 위해 본체보다는 별도의 자회사 설립을 통해 고령자 관련 사업을 추진하는 것이 고령층 특화 브랜드 구축에 유리할 수 있다. 단기적으로는 장기요양서비스와 실버타운 관련 자회사를 설립하고, 이후 장기적으로 사업 범위를 확대해서 고령자 특화 사업자로 발전하는 방안을 생각해 볼 수 있다.

둘째, 고령층 특화 전문인력을 양성한다. 고령층 특화 브랜드 구축을 통해 일단 고객이 오도록 만들었다면, 그다음 단계는 양질의 서비스를 제공하는 것이 될 수 있다. 이를 위해 법, 세무, 부동산, 자산관리, 건강, 여행, 교육 등 고령층 관련 이슈에 대해 조언 및 상담을 해줄 수 있는 전문인력을 육성한다.

셋째, 고령층 대상 사업에 특화된 기업벤처캐피털을 설립한다. 현재 시장의 정의나 비즈니스 모델이 명확한 분야도 있으나 아직 시장의 정의나 비즈니스 모델이 명확하지 않은 분야도 있다. 예를 들어, 고령 은퇴자의 교육 및 재취업과 관련된 사업이 향후 성장이 예상되는 시장이지만 아직 비즈니스 모델이 불분명한 분야의 한 예가 될 수 있다. 이런 분야들의 경우에는 벤처캐피털 투자를 통해 새로운 영역을 개척할 필요가 있다.

국내 고령층 시장의 경우 매우 큰 구조적 변화가 진행되고 있다. 우선, 고령 인구수가 향후 급격히 증가할 것으로 예상된다. 베이비붐 1세대(1955년부터 1964년까지 출생자)의 은퇴가 완료되는 2025년에는 60세 이상의 인구수가 약 1,473만 명에 이르고, 베이비붐 2세대(1965년부터 1974년까지 출생자)의 은퇴가 완료되는 2035년에는 60세 이상의 인구수가 약 1,955만 명을 기록할 것으로 예상된다.<sup>1)</sup>

두 번째로 과거에 비해 고령층의 소비 여력이 증가할 것으로 보인다. 우리나라의 경우 1988년에 국민연금제도가 도입되어, 현재의 80대는 60세 퇴직을 가정했을 때 국민연금을 10년 정도 납입할 수 있었고, 70대는 20년 정도 납입할 수 있었으나, 베이비붐 세대에 해당하는 50~60대는 30세부터 60세까지 근무했다면 국민연금을 30년 동안 납입함으로써 베이비붐 이전 세대에 비해 상대적으로 더 큰 소비 여력을 가진 고령자 그룹을 형성할 것으로 전망된다.

이처럼 소비 여력을 가진 고령 인구가 증가하게 되면 기업에 있어서 고령시장의 중요성은 커질 것으로 예상된다. 이러한 배경하에 본고에서는 점점 더 중요해지는 고령시장을 공략하기 위한 보험회사의 사업전략에 관해 연구하고자 한다.

보험회사의 고령시장 사업전략 관련 선행연구의 주제는 ① 보험상품, ② 장기요양, ③ 자산관리로 구분할 수 있다. 먼저, 보험상품 관련 선행연구로는 강성호 외(2015)가 있으며, 고령층 대상 보험시장 활성화를 위해 고령 친화형 보험상품(예, 유병자 건강보험)의 적극적인 개발과 부가서비스(예, 건강관리 서비스) 도입을 제안했다. 두 번째로 장기요양 관련해서는 강성호·김혜란(2019)이 있으며, 장기요양 시장 규모 추정, 수요측면과 공급측면의 제약 요인, 해외사례 등에 관해 연구했다.

1) 우리나라의 베이비붐 세대는 크게 2가지로 정의될 수 있는데, 첫 번째는 광의의 정의로 1955년부터 1974년까지의 20년 동안의 출생자를 의미하고, 두 번째는 협의의 정의로 1955년부터 1964년까지의 10년 동안의 출생자를 의미함. 연구자에 따라 광의의 정의를 사용하기도 하고, 협의의 정의를 사용하기도 하는데, 베이비붐 세대가 사회경제적 변화에 미치는 영향과 관련된 연구에서는 대개 광의의 정의가 사용됨. 본 연구도 베이비붐 세대가 고령시장에 미치는 영향과 관련되어 있기 때문에 광의의 정의를 사용했음

세 번째 자산관리 관련해서는 임준 외(2023)가 있는데, 다음과 같은 고객-상품-채널 전략을 제시했다. 첫째, 향후 고령 인구 증가가 예상되기 때문에 고령시장, 특히 중산층 고령시장을 주요 목표 시장으로 설정한다. 둘째, 고령층 특화 자산관리 상품으로 ① 인플레이션 연계 연금, ② 자본이득 공유 방식 주택유동화 상품, ③ 치매, 상속 등 고령자 신탁 상품을 개발한다. 셋째, 브랜드 효과 측면에서 종합은퇴 솔루션을 제공하는 고령층 특화 금융상품 판매회사를 설립한다.

본 연구는 다음 같은 점에서 선행연구와 차별성을 가진다. 첫째, 임준 외(2023)에서는 해외사례를 통해 아이디어를 제시하는 수준에서 사업전략을 제시했다면, 본 연구에서는 설문조사를 통해서 임준 외(2023)에서 제안한 사업전략에 대한 타당성을 검증한다. 둘째, 선행연구에서는 보험회사의 사업 분야로 보험상품, 장기요양, 자산관리에 대해 검토했다면, 본 연구에서는 이들 3개 분야 이외에 추가로 검토해 볼 만한 사업 분야에 대해 다룬다. 셋째, 기존 선행연구에서는 주로 상품에 초점을 맞추었는데, 본 연구에서는 채널에 대해서도 일부 다루고 있다.

보고서의 구성은 크게 소비자 분석과 사업자 분석의 2개 파트로 구성되어 있다. 소비자 분석을 다루는 제II장에서는 먼저 제1절에서 통계청의 인구 통계와 소득·자산 통계를 중심으로 베이비붐 세대(50~60대) 현황에 대해 살펴보고, 제2절에서는 설문조사를 통해 그들의 행태와 주요 니즈에 대해 분석한다. 사업자 분석을 다루는 제III장에서는 먼저 제1절에서 국내 보험회사의 고령시장 관련 사업 현황에 대해 살펴보고, 제2절에서는 해외의 고령층 특화 사례에 대해 살펴보고자 한다, 제IV장 결론에서는 보험회사의 고령시장 사업전략과 관련하여 몇 가지 제안을 하고 마무리한다.

## Ⅱ 소비자 분석

### 1. 베이비붐 세대 현황

#### 가. 인구수 현황

2024년 기준으로 베이비붐 1세대(1955년부터 1964년까지 출생자)의 나이는 60세부터 69세이고, 베이비붐 2세대(1965년부터 1974년까지 출생자)의 나이는 50세부터 59세이다. 국가통계포털의 추정 인구 통계에 의하면, 2024년 기준 50대 인구수는 8,705,899명이고, 60대는 7,720,341명으로, 50대는 가장 많은 인구수를 보유하고 있고, 60대는 40대보다는 적으나 다른 연령대에 비해서는 많아서 세 번째로 많은 인구수를 보유하고 있다.

〈표 Ⅱ-1〉 연령별 인구수(2024년 기준)

(단위: 명)

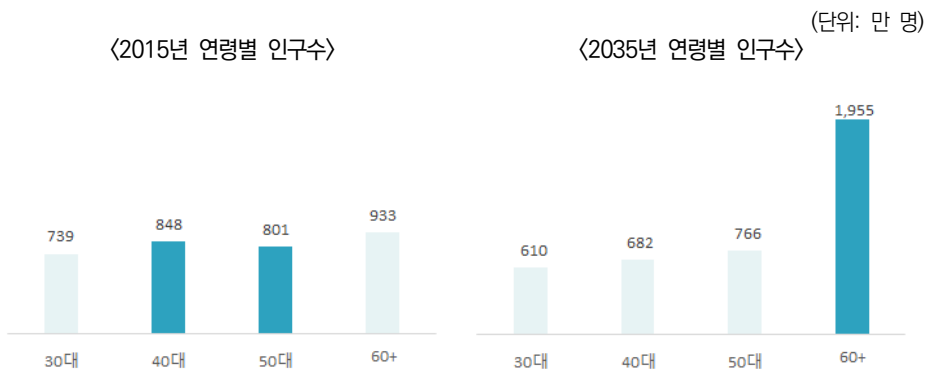
연령	전체	남자	여자
9세 이하	3,211,594	1,645,478	1,566,116
10~19세	4,546,494	2,339,254	2,207,240
20~29세	6,372,432	3,364,971	3,007,461
30~39세	6,913,023	3,669,537	3,243,486
40~49세	7,852,297	4,017,403	3,834,894
50~59세	8,705,899	4,370,044	4,335,855
60~69세	7,720,341	3,783,568	3,936,773
70~79세	4,046,445	1,856,648	2,189,797
80세 이상	2,382,540	829,873	1,552,667
합계	51,751,065	25,876,776	25,874,289

자료: 국가통계포털(KOSIS)

고령층 시장에 있어서 베이비붐 세대가 가지는 함의를 이해하기 위해서는 특정 연도의 세대별 인구수 현황보다는 동태적 변화를 살펴보는 것이 필요하다. 60세 퇴직을 가정했을

때 베이비붐 1차와 2차 세대가 퇴직하기 이전인 2015년과 두 세대의 퇴직이 모두 완료되는 2035년의 연령별 인구수를 비교해 보면, 아래 그림에서 보듯이 퇴직 이전인 2015년에는 60세 이상 인구수가 약 933만 명으로 다른 연령대에 비해 두드러지게 많지 않으나, 퇴직 이후인 2035년에는 60세 이상 인구수가 약 1,955만 명으로 증가하여 30~50대 인구수를 합한 규모와 거의 비슷해진다. 인구수 측면에서 볼 때, 60세 이상의 고령층 시장이 30~50대 시장과 맞먹는 중요성을 가지게 된다.

〈그림 II-1〉 연령별 인구수 변화 추이



주: 1) '60+'는 60세 이상 인구수를 의미함

2) 진한 색의 막대그래프는 1차와 2차 베이비붐 세대를 나타냄

3) 2015년은 '인구총조사' 자료를, 2035년은 '장래인구추계' 자료를 이용함

자료: 국가통계포털(KOSIS)

## 나. 소득·자산 현황

베이비붐 세대의 소득 및 자산 현황은 통계청의 가계금융복지조사를 참고했다. 단, 통계청이 발표하는 자료에는 60대가 별도의 연령대로 구분되지 않고 60세 이상 연령대에 포함되어 있어서 제1차 베이비붐 세대의 소득 및 자산 현황은 파악이 어렵다.<sup>2)</sup> 여기서는 제2차 베이비붐 세대인 50대를 중심으로 베이비붐 세대의 소득 및 자산 현황에 대해 살펴보고자 한다.

2) 통계청으로부터 마이크로 데이터를 입수하게 되면 60대만의 소득 및 자산 현황 파악이 가능할 수 있음

50대의 자산 평균 금액은 약 6억 원이고, 순자산 평균 금액은 약 5억 원이다. 그리고 소득의 평균 금액은 약 8,400만 원 정도 된다. 50대의 자산 및 소득의 평균 금액은 다른 세대에 비해 높은 편이다.

〈표 II-2〉 가구주 연령대별 자산 및 소득 현황(평균 금액)

(단위: 만 원)

연령	자산	순자산	소득
39세 이하	33,615	23,678	6,590
40~49세	56,122	43,590	8,397
50~59세	60,452	49,737	8,404
60세 이상	54,836	48,630	5,013
전체	52,727	43,540	6,762

주: 자산 및 순자산은 2023년 기준, 소득은 2022년 기준임  
 자료: 통계청(2023)

자산 유형별 보유액을 살펴보면, 50대의 경우 금융자산의 평균 금액은 약 1억 4,713만 원 이고, 실물자산의 평균 금액은 약 4억 5,739만 원으로, 실물자산이 전체 자산에서 차지하 는 비중은 약 75.7%이다. 실물자산의 평균 금액은 50대가 가장 컸지만, 금융자산의 평균 금액은 50대보다 40대가 약간 더 컸다. 실물자산의 비중은 연령이 증가할수록 더 커져서, 60세 이상의 경우 약 82.0%로 가장 높은 수치를 기록했다.

〈표 II-3〉 자산 유형별 보유액(평균 금액)

(단위: 만 원, %)

연령	금융자산	실물자산	실물자산 비중
39세 이하	13,347	20,267	60.3
40~49세	14,746	41,376	73.7
50~59세	14,713	45,739	75.7
60세 이상	9,862	44,974	82.0
전체	12,587	40,140	76.1

주: 2023년 기준임  
 자료: 통계청(2023)



## 2. 설문조사

### 가. 개요

본 연구가 고령층 관련 정부 정책보다는 보험회사의 마케팅과 관련되어 있기 때문에 경제적 여력이 충분하지 못한 가구는 조사 대상에서 제외했다.<sup>3)</sup> 이를 위해 가구 연소득이 1억 원 이상이거나 가구 총자산이 10억 원 이상인 가구만을 대상으로 했다.<sup>4)</sup>

〈표 II-4〉 설문조사 응답자 특성

(단위: 명, %)

구분		응답자 수	비중
연령	50대	174	54.7
	60대	144	45.3
성별	남성	157	49.4
	여성	161	50.6
지역	수도권	245	77.0
	비수도권	73	23.0
가구원수	1인	8	2.5
	2인	68	21.4
	3인	100	31.4
	4인	126	39.6
	5인 이상	16	5.0
배우자	있음	286	89.9
	없음	32	10.1
자녀	있음	290	91.2
	없음	28	8.8

주: 수도권은 서울, 경기, 인천 지역을, 비수도권은 부산, 대구, 광주, 대전 지역을 의미함

조사 대상자 총수는 318명이고, 이 가운데 50대는 174명이고, 60대는 144명이다. 지역 별 분포는 서울·경기·인천을 포함하는 수도권 지역이 245명이고, 그 외 지역(부산·대구·

3) 설문조사 관련 자료 출처는 모두 보험연구원·코리아리서치인터내셔널(2024)이어서, 제II장 제2절의 표나 그림에서 자료 출처 표기는 생략했음

4) 통계청(2023)에 의하면, 가구 소득 5분위(상위 20%)의 평균 가구 소득은 약 1억 5,598만 원이고, 자산 보유액 5분위(상위 20%)의 평균 자산 보유액은 약 11억 7,458만 원임. 이들 수치를 참고해서 소득 기준은 1억 원으로, 자산 기준은 10억 원으로 정했음

광주·대전)은 73명이다. 1인 가구 비중은 2.5%, 배우자가 없는 가구 비중은 10.1%, 자녀가 없는 가구 비중은 8.8%이다.<sup>5)</sup>

조사 항목은 크게 ① 노후 자산관리, ② 노후 자금 사용, ③ 노후 관련 정보 제공 및 자문의 3개 파트로 구성되어 있다.

## 나. 노후 자산관리

노후의 자산관리와 관련해서는 3가지 니즈에 초점을 맞추었다. 첫 번째 니즈는 안정적인 자산관리이다. 은퇴 이전까지 자산관리의 주 관심사가 자산을 늘리는 투자전략이었다면 은퇴 이후의 주 관심사는 안정적인 현금흐름을 확보할 수 있는 인출전략일 것이다. 본 조사에서는 노후의 안정적인 자산관리 수단 가운데 연금(특히, 개인연금)에 초점을 맞추었다. 두 번째 니즈는 주택유동화다. 고령층 자산 가운데 부동산이 차지하는 비중이 약 80% 정도 되기 때문에 부족한 노후 자금 보충을 위해서는 주택유동화가 필요하다. 세 번째 니즈는 치매<sup>6)</sup> 등으로 인해 자신이 직접 자산관리를 하기 어려운 경우의 대리 자산관리와 사망 후 자산관리<sup>7)</sup>에 관한 것이다. 본 조사에서는 대리 자산관리와 사후 자산관리 수단의 하나로 신탁에 초점을 맞추었다.

### 1) 연금

노후의 안정적인 자산관리를 위해서는 2가지 위험의 헷지가 필요하다. 하나는 인플레이션 위험(Inflation risk)이고,<sup>8)</sup> 다른 하나는 장수 위험(Longevity risk)이다. 본 조사에서는 두 가지 위험 가운데 전자에 초점을 맞추었다.<sup>9)</sup>

---

5) 7개 지역별 50~69세 주민등록통계를 기반으로 모집단 비율을 산출한 후 비례배분을 통해 표본을 할당했으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서  $\pm 5.5\%$ p임

6) 보건복지부(2012)의 예측에 의하면, 65세 이상 노인 가운데 치매 환자 비율이 2010년 8.74%에서 2050년에는 15.06%로 증가할 것으로 예상됨(정봉은·이선주(2015)에서 재인용함)

7) 상속재산에 대한 법적 분쟁인 유류분 반환 청구 소송의 경우 2013년 663건에서 2022년 1,872건으로 증가하였으며(대한민국 법원 정보공개를 통해 자료 입수), 향후 사망자 수도 계속 증가할 것으로 예상되기 때문에 상속 분쟁의 증가 추세는 지속될 것으로 예상됨

8) 물가 상승률 2%를 가정했을 때 현재 100만 원의 20년 후 실질 가치는 절반으로 감소하게 됨

9) Allianz(2012)가 국내 50대 이상 자산가를 대상으로 실시한 설문조사에 의하면 응답자 150명 가운데 약 58%가 은퇴 이후 가장 우려하는 위험으로 인플레이션 위험을 선택했음(박여영(2013)에서 재인용함)

먼저, 조사대상자에게 인플레이션 위험을 고려하여 노후 자금을 준비하고 있는지 물어보았는데, 약 51.6%의 응답자가 인플레이션 위험을 고려하여 준비했거나 준비하고 있다고 답변했다. 반면 응답자의 절반 정도는 노후 자금 준비에 있어서 인플레이션 위험을 고려하고 있지 못했다.

인플레이션 위험을 고려하여 노후 자금을 준비한 응답자에게 인플레이션 위험 대비 주요 수단이 무엇인지 물어보았는데, 응답자의 31.7%가 부동산이라고 응답하였고, 26.2%는 은행 예·적금, 18.9%는 연금, 18.3%는 주식이라고 답변했다. 이들 답변 가운데 부동산과 주식은 자산 가격 상승률이 물가 상승률을 상회하게 되면 인플레이션 위험 헷지 수단으로 활용될 수 있다. 연금의 경우에는 어떤 연금인지는 구체적으로 물어보지 않았으나 공적연금의 경우 물가 상승률을 감안하여 연금소득이 결정된다는 점에서, 그리고 변액연금의 경우에는 펀드의 성과가 물가 상승률을 초과하게 되면 인플레이션 위험 헷지 수단으로서 타당성을 가질 수 있으나, 은행 예·적금은 과연 적절한 수단이 될 수 있는지 개인적으로는 의문이다.

본 연구에서는 보험회사의 인플레이션 위험 헷지 관련 신상품 개발을 위한 사전 연구 차원에서 인플레이션 연계 연금(Inflation-linked annuity)의 니즈를 조사했다. 두 가지 형태로 물어보았는데, 첫 번째는 인플레이션 연계 연금만 놓고 구입 의향이 있는지 물어보았고, 두 번째는 다른 형태의 연금도 함께 제시하면서 인플레이션 연계 연금의 구입 의향에 관해 물어보았다.

---

(질문) 선생님은 물가에 따라 연금소득이 조정되는 인플레이션 연계 연금상품을 구입할 의향이 얼마나 있으십니까? (예를 들어, 연금소득으로 100만 원을 받고 있다가 물가가 10% 상승하게 되면 110만 원을 받게 됩니다.)

- ① 전혀 구입할 의향이 없다
- ② 구입할 의향이 없는 편이다
- ③ 구입할 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 구입할 의향이 있다

(질문) 만약 향후 여유 자금이 생겨서 연금을 구입하게 된다면 다음 연금 상품 가운데 어떤 상품을 가장 우선적으로 구입할 의향이 있으십니까?

---

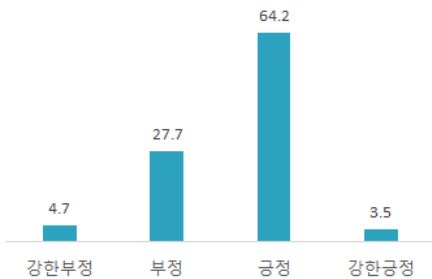
- ① 정액연금(원금이 보장되고, 원금에 정기예금 이자율에 해당하는 이자가 추가되는 연금상품)
- ② 인플레이션 연계 연금(원금이 보장되고, 원금에 물가 상승률만큼의 이자가 추가되는 연금 상품)
- ③ 인덱스 연금(원금의 90%가 보장되고, 원금에 추가되는 이자는 주가지수에 연동되어 결정되는 연금상품)
- ④ 변액연금(원금이 보장되지 않고, 주식이나 펀드의 성과에 의해 연금액이 결정되는 상품)

먼저, 인플레이션 연계 연금 단독으로 구입 의향을 물어보았을 때 조사대상자의 약 67.7%가 긍정적 의사를 보였다. 그러나 매우 강한 구입 의향을 보인 응답자는 3.5%에 지나지 않아서 실제로는 설계사의 마케팅이 인플레이션 연계 연금 판매에 영향을 미칠 것으로 판단된다.

두 번째로 다른 형태의 연금도 함께 제시하면서 인플레이션 연계 연금의 구입 의향을 물어보았을 때는 조사대상자의 약 58.8%가 인플레이션 연계 연금을 우선적으로 구입하겠다고 답변했다. 정액연금은 29.2%, 인덱스 연금은 10.4%, 변액연금은 1.6%를 기록했다. 50~60대는 상품선택에 있어서 성장성보다는 안정성을 중시하는 행태를 보였다.

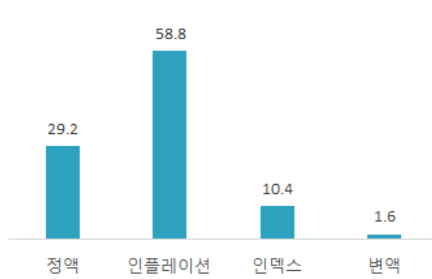
〈그림 II-2〉 인플레이션 연계 연금 구입 의향

(단위: %)



〈그림 II-3〉 우선 구입 의향 연금 상품

(단위: %)



## 2) 주택

조사대상자의 약 90.3%가 주택을 소유하고 있었고, 그 가운데 약 22.0%가 현재 노후 자금 마련을 위해 주택을 활용하고 있었다. 주택유동화 수단의 보기로는 ① 다운사이징, ② 부분임대, ③ 주택연금의 3가지를 제시했다.

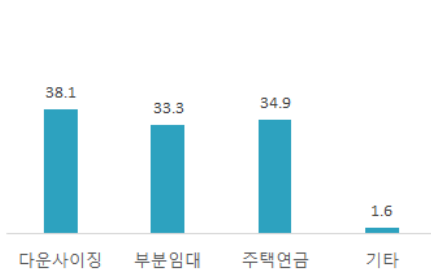
(질문) 선생님이 노후 자금 마련을 위해 자가 주택을 활용하는 방법은 다음 중 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 선택해주시기 바랍니다. (복수응답)

- ① 다운사이징(기존 주택을 매각하고 보다 저렴한 가격의 주택으로 이사한 후 차액을 노후 자금으로 활용하는 방안)
- ② 부분임대(기존 주택의 일부(예, 방 1개)를 다른 사람에게 임대하여 임대료를 노후 자금으로 활용하는 방안)
- ③ 주택연금(주거하고 있는 주택을 담보로 해서 연금 형태로 대출받은 후 사망 시에 집을 매각해서 대출을 갚는 방안)
- ④ 기타(구체적으로 적어주십시오)

조사 결과에 의하면 현재 주택을 활용하고 있는 조사대상자(63명)의 38.1%가 다운사이징을, 33.3%는 부분임대를, 그리고 34.9%는 주택연금을 노후 자금 마련 방안으로 활용했거나 활용하고 있었다.

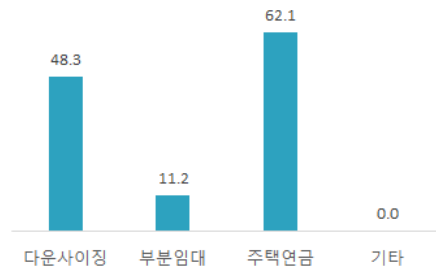
〈그림 II-4〉 자가 주택 활용 현황

(단위: %)



〈그림 II-5〉 자가 주택 활용 계획

(단위: %)



한편, 현재 주택을 노후 자금 마련 수단으로 활용하고 있지 않은 응답자들(224명)에 대해서는 향후 계획 여부를 물어보았는데, 약 51.8%가 활용 계획이 있다고 응답했다. 그 가운데 62.1%가 주택연금을 노후 자금 마련 방안으로 활용하겠다고 응답했다.

주택유동화 신상품 개발 관련해서는 점진적 매각방식 주택유동화 상품의 구입 의향에 관해 물어보았는데, 조사대상자의 약 59.6%가 매우 의향이 있거나 의향이 있는 편 등으로 부정적 의사를 표시하지 않았다.<sup>10)</sup>

---

(질문) 선생님은 점진적 매각방식 주택유동화 상품을 노후 자금 마련을 위한 대안 가운데 하나로 고려할 의향이 얼마나 있으십니까? (점진적 매각방식 주택유동화 상품: 주택의 소유권을 매년 일정 비율씩(예, 10%씩) 매각해서 노후 자금을 마련하는 방안으로 주택 가격이 상승할 경우 현행 대출방식의 주택연금에 비해 더 많은 노후 자금을 확보할 수 있는 장점이 있습니다. 소유권을 매각해도 사망 시까지 거주권은 보장됩니다.)

- ① 전혀 의향이 없다
  - ② 의향이 없는 편이다
  - ③ 의향이 있는 편이다
  - ④ 매우 의향이 있다
- 

### 3) 신탁

치매로 인해 자신이 직접 자산관리를 하기 어려운 경우를 대비한 대리 자산관리와 사망 후 자산관리에 관한 계획이 있는지 물어보았는데, 대리 자산관리의 경우에는 약 30.5%가, 그리고 사후 자산관리의 경우에는 약 48.1%가 계획을 가지고 있다고 답변했다. 대리 자산관리 관련 준비도가 상대적으로 낮은 편이었다.

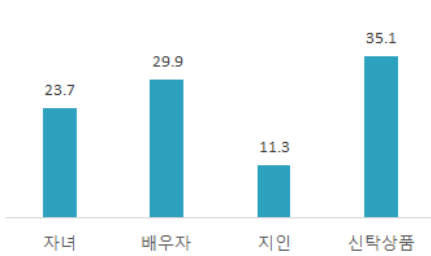
계획을 가지고 있는 응답자를 대상으로 방법에 대해 물어보았는데, 대리 자산관리의 경우에는 신탁상품이 35.1%로 가장 높았고, 그 다음이 배우자, 자녀의 순이었다. 사후 자산관리의 경우에는 배우자가 41.2%로 가장 높았고, 그다음이 자녀, 신탁상품의 순이었다.

---

10) 점진적 매각방식 주택유동화 상품 구입 의향에 관한 설문 의도는 긍정적 의향보다는 부정적 의향의 비중이 얼마나 되는지에 초점을 맞추었음. 이번 조사는 부정적 의향에 초점을 맞춘 1차 조사의 성격을 가지고 있으며, 실제 상품 수요와 관련해서는 다른 상품과의 비교 등을 포함한 후속 설문조사를 통해서 향후 보완할 필요가 있음

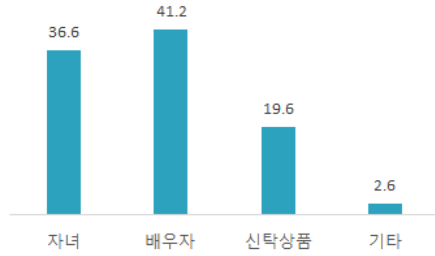
〈그림 II-6〉 대리 자산관리 계획

(단위: %)



〈그림 II-7〉 사후 자산관리 계획

(단위: %)

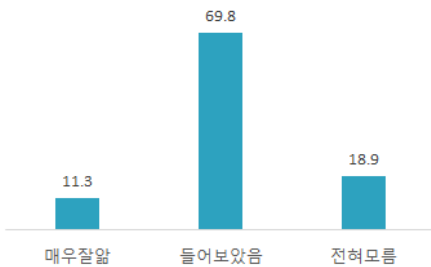


대리 자산관리 수단으로 신탁상품 활용을 계획하고 있는 응답자는 조사대상자 전체 318명 가운데 약 10% 정도 되었고, 사후 자산관리도 약 9% 정도 되었다. 은행 예·적금이나 주식 등과 비교해 보면 상품 활용도가 상대적으로 낮은 편인데, 그 요인 가운데 하나는 신탁상품에 대한 인지도와 관련이 있을 것으로 생각한다.

그래서 신탁상품 인지도에 관해 물어보았는데, 대리 자산관리와 사후 자산관리 관련 신탁상품에 대해 매우 잘 알고 있다고 응답한 비율은 약 10% 초반대였고, 60~70%가 신탁상품에 대해 들어는 보았으나 자세히는 모른다고 응답했다. 전혀 모른다고 응답한 비중도 20~25% 정도 되었다.

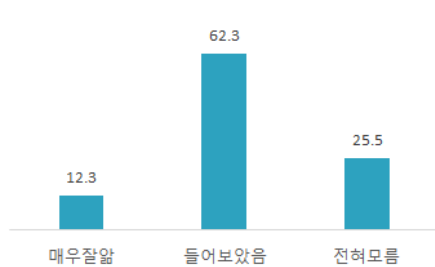
〈그림 II-8〉 대리 자산관리 신탁상품 인지도

(단위: %)



〈그림 II-9〉 사후 자산관리 신탁상품 인지도

(단위: %)

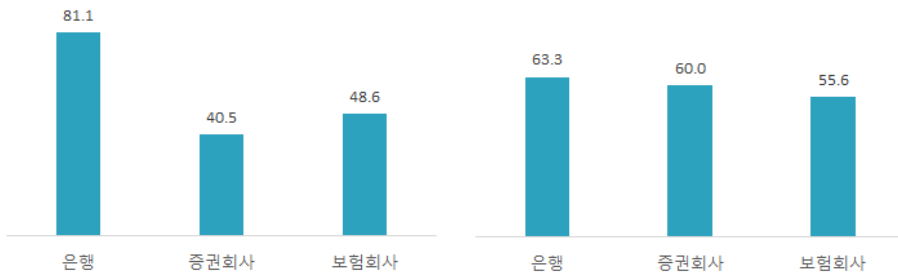


#### 4) 자문

은퇴 후 자산관리 관련 자문을 받은 경험이 있는지 물어보았는데, 조사대상자 가운데 약 11.6%만이 그런 경험이 있다고 응답했다. 아직 국내의 경우에는 노후 자산관리 자문이 보편화되어 있다고 보기 어려웠다. 자문을 받은 경험이 있는 응답자를 대상으로 어느 기관에서 자문을 받았는지 물어보았는데, 약 81.1%가 은행에서 자문을 받은 경험이 있다고 응답했다. 증권회사와 보험회사는 각각 약 40.5%와 48.6%였다. 은행이 다른 금융기관에 비해서는 자산관리 자문에 있어서 앞서 있다고 볼 수 있는데, 이는 대다수 고객에게 있어서 은행이 가장 접촉 빈도가 높은 금융기관이기 때문인 것 같다.

기관별로 자문 만족도에 대해서 물어보았는데, 은행에서 자문을 받은 응답자의 경우 약 63.3%가 만족한다고 답변했다. 증권회사는 60.0%, 보험회사는 55.6%로 금융기관 간에 큰 차이가 나지는 않으나 보험회사의 자문에 대한 만족도가 가장 낮게 나타났다. 보험회사의 자문에 만족하지 못한다고 응답한 이유로는 “개인 현실에 맞게 자문이 이루어지지 않아서”, “전문가 역량이 부족해서”, “개인 맞춤 컨설팅이 특별하지 않아서” 등이 있었다.

〈그림 II-10〉 노후 자산관리 자문 기관 비중    〈그림 II-11〉 기관별 노후 자산관리 자문 만족 비율  
(단위: %)



아직 노후 자산관리 자문을 받아 본 경험이 없다고 대답한 응답자 가운데 향후 자산관리 자문을 받아 볼 의향이 있는지 물어보았는데, 약 65.4%가 긍정적 의사를 표시했다.<sup>11)</sup> 또한 이들에게 가장 적절한 노후 자산관리 자문기관은 어디라고 생각하는지 물어보았는데,

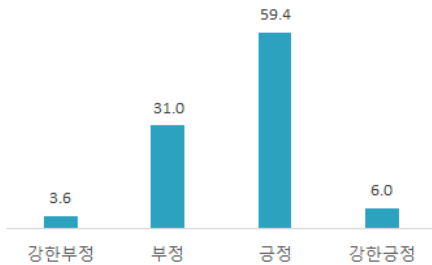
11) 설문조사 시 자문 서비스가 유료인지 무료인지를 명시적으로 밝히지 않았음. 유료로 자문 서비스를 받아 볼 의향이 있다고 물어보았다면 더 적은 수의 응답자가 긍정적 의사를 표시했을 가능성이 존재함



약 52.2%의 응답자가 은행을 선택했다. 증권회사와 보험회사를 선택한 응답자는 각각 약 9.2%와 11.4%로 은행과 큰 격차를 보였다. 약 26.6%는 잘 모르겠다고 답변했다.

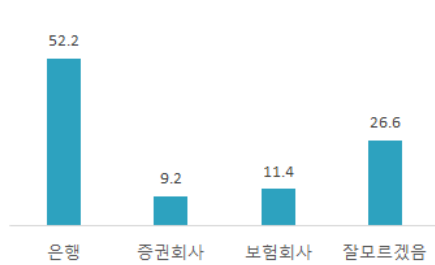
〈그림 II-12〉 노후 자산관리 자문 의향

(단위: %)



〈그림 II-13〉 최적 노후 자산관리 자문 기관

(단위: %)



#### 다. 노후 자금 사용

본 조사에서는 은퇴 후 자금 사용처 가운데 ① 재취업 및 창업 관련 교육, ② 개인 맞춤형 건강 프로그램, ③ 돌봄서비스, ④ 개인 맞춤형 여행 프로그램, ⑤ 사후 유품 정리 등 엔딩(Ending) 서비스에 초점을 맞추었다. 특히, 이들 서비스에 돈을 지불하고 구입할 의향이 있는지에 관해 물어보았다.<sup>12)</sup>

(질문) 선생님은 재취업이나 창업을 위해 돈을 지불하고 새로운 것을 배울 계획이나 의향이 있으십니까?

- ① 예
- ② 아니요, 그동안의 경험을 활용할 계획임

(질문) 선생님은 ① 연령대별로 나에게 맞는 맞춤형 운동 프로그램, ② 나의 체질에 적합한 식사 메뉴 정보를 제공하는 맞춤형 식단 프로그램, ③ 관계의 어려움 등에 대처할 수 있는 맞춤형 스트레스 관리 프로그램으로 구성된 전문가 자문 프로그램을 돈을 지불하고 구입할 의향이 있습니까?

12) 고령시장 관련 선행연구(고려대학교 고령사회연구센터(2021), 교보생명·시니어파트너즈(2014), 마츠모토 스미코(2007), 백찬규(2017), 사카모토 세쓰오(2016), 전영수(2016), 최상태·한주형(2018), Moschis(2022))에서 소개되었던 세부 사업 분야 가운데 제조업 관련 분야를 제외하고 서비스 관련 분야를 중심으로 선정했음

---

① 예

② 아니오, 전문가 대신 책, 인터넷, TV 등을 통해 관련 정보를 획득하겠음

(질문) 선생님은 향후 나이가 들어서 누군가의 돌봄이 어느 정도 필요한 상황이 될 경우 어떻게 할 계 획입니까? 가장 선호하는 방법을 응답해주시기 바랍니다.

① 식당, 병원, 교통 서비스 등을 갖춘 실버타운으로 이사

② 자가 주택 + 외부 서비스 업체 활용(내 집에 계속 머물면서 대신 청소, 식사, 세탁, 장보기 등 가사 관련 일이나 외출 시 교통 서비스 제공 등의 도움이 필요한 경우 전문 서비스 업체 로부터 제공받음)

③ 자가 주택 + 가족 도움(내 집에 계속 머물면서 자녀 또는 기타 지인의 도움을 받음)

④ 기타(구체적으로 적어주십시오)

(질문) 선생님은 선생님 부모님 또는 배우자 부모님의 돌봄(재택 도우미 찾기, 요양시설 입소 등)과 관 련하여 발생할 수 있는 다양한 문제에 대해 자문 및 도움을 제공해주는 서비스를 이용할 의향이 얼마나 있습니까?

① 전혀 의향이 없다

② 의향이 없는 편이다

③ 의향이 있는 편이다

④ 매우 의향이 있다

(질문) 선생님은 좀 더 비용을 지불하더라도 맞춤형 여행 상품(여행객이 가고 싶은 곳, 원하는 일정, 체험하고 싶은 프로그램 등을 말하면 그에 맞추어 여행에 필요한 모든 것을 준비해주는 여행 상품을) 구입할 의향이 얼마나 있습니까?

① 전혀 의향이 없다

② 의향이 없는 편이다

③ 의향이 있는 편이다

④ 매우 의향이 있다

(질문) 선생님이 사망한 이후 유품 정리 등 사후 마무리와 관련된 업무를 전문적인 업체에 맡길 의향이 얼마나 있습니까?

① 전혀 의향이 없다

② 의향이 없는 편이다

③ 의향이 있는 편이다

④ 매우 의향이 있다

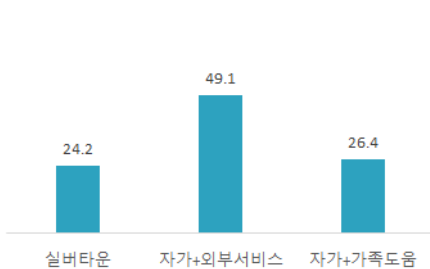
---

전체 조사대상자 가운데 현재 소득이 발생하는 일을 하고 있는 사람들의 비중은 약 73.3%였고, 이들에게 퇴직 후 재취업 및 창업 관련 계획에 관해 물어보았는데, 35.6%는 재취업, 9.4%는 창업, 26.2%는 아직 결정하지 못했으나 재취업과 창업 가운데 하나 선택, 나머지 28.8%는 재취업이나 창업하지 않고 은퇴할 계획이라고 답했다. 현재 일을 하고 있지 않은 사람들의 경우에는 약 30%가 재취업이나 창업 계획을 가지고 있었다. 재취업이나 창업을 계획하고 있는 사람들의 약 70.8%가 재취업이나 창업을 위해 돈을 지불하고 새로운 것을 배울 의향이 있다고 답변했다.

맞춤형 운동, 식단, 스트레스 관리로 구성된 전문가 자문 프로그램의 경우에는 유료 구입 의향을 가진 응답자의 비중이 약 35.2%로 나왔다. 약 64.8%의 응답자는 책, TV, 인터넷 등을 통해 개인적으로 정보를 획득하겠다고 답했다.

그다음 돌봄서비스와 관련해서는 2가지를 물어보았다. 하나는 자신과 관련된 것이고 다른 하나는 부모와 관련된 것이다.

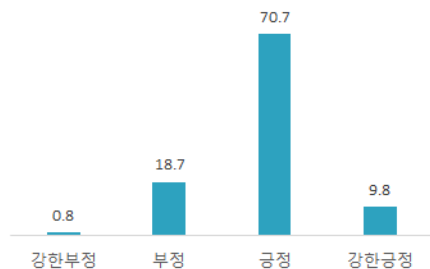
〈그림 II-14〉 주거와 돌봄서비스 유형 선택



〈그림 II-15〉 부모 돌봄서비스 관련 자문 의향

(단위: %)

(단위: %)



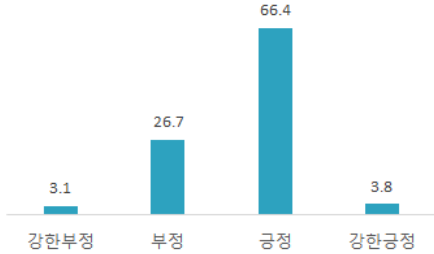
먼저, 자신과 관련해서는 향후 누군가의 돌봄이 필요할 때 어떤 방법을 선택할 것인가인데, 조사대상자의 약 49.1%가 자가 주택에 머물면서 필요한 서비스를 외부 업체로부터 제공받는 것을 선호했으며, 그다음이 자가 주택에 머물면서 가족의 도움을 받는 것으로 약 26.4%였고, 실버타운은 약 24.2%로 3가지 대안 가운데는 선호도가 가장 낮았다. 두 번째로 부모의 돌봄서비스 관련하여 자문 및 도움 서비스를 받는 것에 대해서는 조사대상자의 약 80.5%가 긍정적 의사를 표시했다.

한편, 개인 맞춤형 여행 프로그램과 사후 정리 등 엔딩 서비스의 경우에는 각각 약 70.2%

와 59.7%가 돈을 지불하고 서비스를 구입하는 것에 대해 긍정적인 의사를 표시했다.

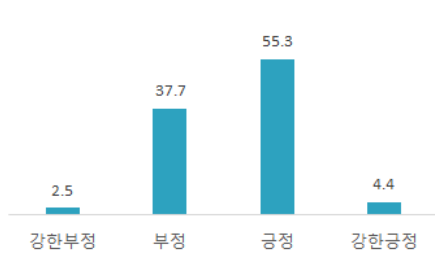
〈그림 II-16〉 개인 맞춤형 여행 프로그램 구입 의향

(단위: %)



〈그림 II-17〉 엔딩 서비스 구입 의향

(단위: %)

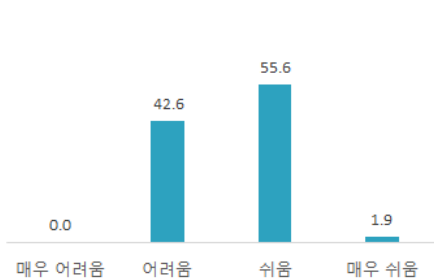


## 라. 노후 관련 정보 제공 및 자문

은퇴 이후의 삶을 계획하기 위한 정보(자산관리, 건강, 여행, 평생교육, 재취업 및 창업, 돌봄 및 요양 등)를 검색해 본 경험에 관해 물어보았는데, 조사대상자의 약 50.9%가 경험이 있다고 응답했다. 정보 검색 경험자를 대상으로 검색 용이도에 관해 물어보았는데, 약 42.6%가 어려웠다고 응답했다. 한편, 조사대상자 모두에게 은퇴 이후의 삶과 관련된 다양한 정보를 한 곳에서 얻을 수 있는 고령층 특화 인터넷 종합 포털의 필요성에 관해 물어보았는데, 약 79.9%가 필요하다고 응답했다.

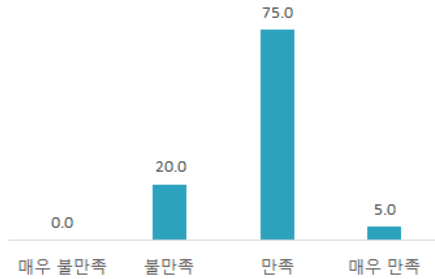
〈그림 II-18〉 노후 관련 정보 검색 용이성

(단위: %)



〈그림 II-19〉 노후 관련 전문가 자문 만족도

(단위: %)



조사대상자 가운데 은퇴 후 삶의 계획을 위해 종합적인 자문을 받아 본 경험이 있는 사람의 비중은 약 12.6%로 매우 낮은 수치를 기록했으나, 유경험자 40명을 대상으로 한 자문 만족도 조사에서는 약 80.0%가 만족한다고 답함으로써 만족도에 있어서는 높은 수치를 기록했다. 한편, 무경험자를 대상으로 향후 비용을 지불하더라도 노후 관련 종합적인 자문을 받아볼 의향이 있는지 아니면 인터넷 검색이나 독서만으로 충분하다고 생각하는지에 대해 물어보았는데, 약 55.4%가 전문가의 자문을 받아볼 의향이 있다고 답했다.

### 3. 소결

베이비붐 세대인 50~60대를 대상으로 ① 노후 자산관리, ② 노후 자금 사용, ③ 노후 정보 제공 및 자문 관련 니즈 및 행태에 대해 설문 조사한 결과의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 임준 외(2023)에서는 해외사례 연구를 통해 새로운 노후 자산관리 상품으로 인플레이션 연계 연금과 점진적 매각방식 주택유동화 상품의 도입 검토를 제안했다. 그러나 수요 측면과 공급 측면에서 충분한 논거를 제시하지 못했기 때문에, 타당성에 대한 반론이 제기되었다. 이러한 문제점을 보완하기 위해 본 연구에서는 설문조사를 통해 수요 측면 논거를 일부 제시하고자 했다. 이들 상품에 대한 베이비붐 세대의 구입 의향을 조사한 결과에 의하면, 긍정적 의향을 보인 응답자가 60% 내외, 강한 구입 의향을 보인 응답자가 5% 미만으로 나왔다. 이러한 결과는 보험회사의 마케팅에 따라 실제 수요가 상당히 달라질 수 있음을 시사한다.

둘째, 노후 자산관리 상품 가운데 신탁의 경우에는 설문조사 결과 상품 인지도가 매우 떨어지는 것으로 나왔다. 상품에 대해 잘 알고 있는 비중이 10% 내외에 그쳐서 상품 인지도가 신탁 활성화의 장애 요인으로 작용하고 있다. 상품 인지도와 상품 접근 용이성을 제고하는 전략이 필요할 것으로 보인다.

셋째, 노후 자금 사용과 관련해서는 ① 재취업 및 창업 관련 교육, ② 개인 맞춤형 건강, ③ 돌봄서비스, ④ 개인 맞춤형 여행, ⑤ 엔딩 서비스에 돈을 지불하고 구입할 의향이 있는지 물어보았는데, 건강을 제외한 나머지 분야는 60~80%가 긍정적 의향을 보인 반면, 개인 맞춤형 건강의 경우에는 긍정적 의향을 보인 비중이 30%대에 머물렀다. 이러한 결과는 무료 부가서비스가 아니라 유료 서비스로 헬스케어 서비스를 제공하기 위해서는 새로운

비즈니스 모델 개발이 필요함을 시사한다.

넷째, 노후 자산관리 관련 자문과 노후 관련 종합적인 자문을 받은 비중은 약 10% 내외로 높지 않았으나, 자문 경험자 가운데 노후 자산관리 관련해서는 약 60%가 자문에 만족한다고 응답했고, 노후 관련 종합적인 자문 관련해서는 약 80%가 자문에 만족한다고 응답했다. 이러한 결과는 노후 관련 자문이 활성화되면 소비자 후생이 증가할 수 있음을 시사한다. 신탁과 마찬가지로 자문의 접근 용이성을 제고하는 전략이 필요하다고 생각한다.

### Ⅲ 사업자 분석

#### 1. 국내현황

국내 보험회사의 고령시장 관련 사업 현황은 3개 회사(신한금융그룹, 메트라이프생명, 미래에셋생명)의 담당자 인터뷰 조사를 통해 수집하고 정리했다. 국내 생명보험회사 전체 사례를 조사하지는 않았으나, 3개 회사 사례만으로도 현재 업계에서 진행되고 있는 고령층 관련 사업에는 어떤 유형이 있는지를 대략적으로 파악하는 데는 큰 문제가 없을 것으로 판단된다.<sup>13)</sup>

##### 가. 신한금융그룹

신한금융그룹의 경우에는 신한은행, 신한라이프, 신한라이프케어의 담당자를 인터뷰했다. 먼저, 신한은행의 경우 1차 베이비붐 세대의 은퇴가 시작되는 2013년 ‘미래설계’라고 하는 은퇴자 대상 은퇴 설계 브랜드를 만들어서 운영하다가 2021년 폐지했다. 2022년 중장기 발전 전략을 수립하면서 시니어 고객을 별도의 고객그룹으로 분리하여 차별화된 전략을 추진하기 시작했다.

그러한 전략의 일환으로 2023년 11월에 경기도 일산과 서울 노원에 ‘신한 연금라운지’를 개설했다. ‘신한 연금라운지’는 연금 전문가가 연금 종합 컨설팅, 주택연금 상담, 건강보험료 및 세무 상담, 노후 자산관리 등 고객 맞춤형 1:1 상담으로 연금 솔루션을 제시하는 특화 채널이다. 또한, 헬스케어·상조·요양서비스, 취미·여가 원데이 클래스, 유언신탁·상속·증여 전문 변호사 상담 등 은퇴 후 삶에 필요한 프로그램을 준비해 폭넓은 라이프 솔

13) 그동안 고령층 관련 사업을 적극적으로 추진했던 회사 가운데 인터뷰 조사 대상에서 빠진 회사에는 KB금융그룹이 있음. 비즈월드(2023. 10. 9) “KB라이프생명, 자회사 편입으로 ‘노인요양사업’ 앞서간다.” 기사 내용을 토대로 KB금융그룹 관련 내용을 간단히 소개하면 다음과 같음. KB손해보험이 2016년 자회사인 KB골드라이프케어를 설립하고 노인요양사업을 시작했다. 2016년에 위계 빌리지, 2021년에 서초 빌리지를 개소했으며, 2025년 은평, 광고, 강동에 노인요양시설을 추가로 개소할 예정임. 2023년에는 KB골드라이프케어가 KB손해보험으로부터 KB라이프의 자회사로 편입되었고, 같은 해 12월에는 실버타운인 평창카운티를 개소했음

루션도 제공하고 있다.

보험회사인 신한라이프의 경우에는 현재 보장성 보험 판매에 집중하고 있으며, 생명보험과 관련된 별도의 시니어 고객전략을 추진하고 있지는 않았다. 다만, 자회사인 '신한라이프케어'를 통해 시니어 관련 사업을 추진하고 있다. 우선 2025년에 경기도 하남 미사에 60~70명을 수용할 수 있는 노인요양시설을 건립할 예정이다. 또한 2027년에는 물리적 주거 환경뿐만 아니라 금융서비스, 문화예술, 레저스포츠, 의료·헬스케어 등 일상에 필요한 생활 지원 서비스까지 아우르는 실버타운을 서울 은평지역에 조성할 계획이다.

## 나. 메트라이프생명

2023년 9월 보험업계 최초로 종합은퇴솔루션 360Future를 출시했다. 건강관리와 자산관리를 포함하여 총 29가지 서비스를 제공하는데, 크게 7개 그룹(① 시니어 질환 예방 케어 서비스, ② 자산관리 서비스, ③ 치매 및 노인성 질병 관련 스페셜 안심케어 서비스, ④ 가족 지원 서비스, ⑤ 여행 및 개인비서 서비스, ⑥ 반려동물 관련 서비스, ⑦ 사회공헌 기회 제공 서비스)으로 묶을 수 있다. 이들 서비스 가운데 일부(12가지)는 프리미엄 고객에게만 제공되는데, 보험가입금액이 1억 원 이상이거나 월납 보험료 액수가 100만 원 이상이면 프리미엄 고객 자격이 주어진다.

〈표 III-1〉 메트라이프생명보험 360Future 제공 서비스

서비스 구분		서비스 내용	프리미엄
시니어 질환 예방 케어 서비스	건강검진 추천서비스	고객에게 필요한 건강검진 항목 안내 및 필요 시 우대가로 검진 받을 수 있도록 예약 대행	○
	만성질환관리 프로그램	고혈압, 당뇨 등 만성질환 고객을 대상으로 자기관리 정보가 수록된 콘텐츠 발송	○
	뇌기능 향상 프로그램	인지능력 및 암기능력 향상에 도움이 되는 뇌 훈련 퀴즈와 힐링 음원 제공	○
	치매 예방 프로그램	치매 발생 위험도를 확인할 수 있는 자가 체크 문진 프로그램 제공	○
자산관리 서비스	노블리치센터 전문 상담 서비스	VIP 전담 자산관리조직인 노블리치센터를 통해 세무, 법률, 회계 관련 전문가 상담 제공	○
	맞춤형 재무상담서비스	전문 재무설계사가 노후 보장분석과 자산관리 서비스 제공	
	변액보험 펀드관리서비스	로보어드바이저와 노블리치 투자 스페셜리스트의 시장분석과 포트폴리오 제공	



〈표 Ⅲ-1〉 계속

서비스 구분		서비스 내용	프리미엄
스페셜 안심케어 서비스	간병인 지원	치매 및 노인성 질병 수술 또는 검사 목적의 대형병원 입원 시 간병인 지원(기본 3일 제공, 보험유지 5년 이상 시 5일 제공)	○
	건강식사 배송	치매 및 노인성 질병 진단 시 2주간(주 6회) 건강식사 제공 (최초 진단일로부터 1년 이내 신청 가능)	○
	방문 재활 PT	치매 및 노인성 질병 진단 시 노인운동지도사가 자택 방문하여 재활운동서비스 1회 제공	○
	간호사 병원 동행	치매 및 노인성 질병 진단 후 대형병원 방문 시 전문간호사 동행(연 2회 제공)	○
	차량 에스코트	치매 및 노인성 질병 수술을 위해 대형병원 입원 또는 퇴원 시 연 1회 차량 서비스 제공	○
가족 지원 서비스	치매 카운슬링	치매 안심 센터 안내 등 치매 치료와 재활 과정에서 필요한 각종 상담 서비스 제공	○
	환자보호자 심리상담	가족의 치매 간병으로 지친 보호자에게 심리상담 제공	○
	요양등급 컨설팅 및 의료 복지용품 제휴 우대혜택	-	
	상조 제휴 우대혜택	상조 전문회사를 통해 장례식장 예약 등 모든 장례절차를 케어받고, 상품 구매 시 혜택 제공	
	병원동행 제휴 우대혜택	보호자가 필요할 때 병원동행, 진료수속 및 수납, 자택 복귀 서비스에 대한 우대혜택 제공	
여행 및 개인비서 서비스	시즌별 여행 정보 제공	시즌별 트렌디한 장소 중에서 시니어에게 최적화된 일정의 여행 정보 제공	
	맞춤형 여행 상담 및 우대혜택	맞춤형 여행 상담을 무료로 제공하고, 상담 내용을 바탕으로 여행 상품 구매 시 혜택 제공	
	시니어를 위한 개인비서 서비스	최저가 검색, 추천, 예약, 구매 대행 등 궁금한 건 무엇이든 상담사가 친절하게 안내	
반려동물 관련 서비스	수의사·영양사·훈련사와의 건강상담	반려동물의 건강상담을 위한 1:1 상담 이용권 제공(연 2회)	
	반려동물 건강리포트	대변, 구토, 음수량, 몸무게, 진료내역 등을 토대로 시가 분석한 건강리포트 제공	
	일상 속 반려생활 꿀팁	반려생활에 필요한 상식 등 매월 새로운 반려생활 콘텐츠 제공	
	반려동물 영양제 구매 우대 할인	-	

〈표 Ⅲ-1〉 계속

서비스 구분	서비스 내용	프리미엄	
사회공헌 기회제공 관련 서비스	사회공헌활동 참여 기회 제공	나눔 자원봉사, 문화예술, 환경 영역의 사회공헌 활동을 통해 우리 사회를 위한 의미 있는 변화에 동참할 기회 제공	
	Walk to Help 캠페인	걸으면서 기부하고 건강도 챙길 수 있는 나눔 걷기 캠페인 참여 기회 제공	
	미니보험 기부 캠페인	보험 가입 1건당 1만 원을 매칭해 기부하는 미니보험 기부 캠페인 참여 기회 제공	
	문화예술 'The Gift'	음악공연을 통한 힐링의 시간 제공	
	교실숲 챌린지	교실을 숲으로 조성하는 챌린지 참여로 교실 환경을 개선하고 아이들에게 환경 교육 제공 기회 부여	

자료: 메트라이프생명보험(2023)

#### 다. 미래에셋생명

보험상품의 경우에는 시니어 고객을 별도의 시장으로 구분해서 마케팅하고 있지는 않으며, 신탁상품을 중심으로 고령시장을 공략하고 있다. 고령자 특화 신탁상품으로 노노(NO老)안심신탁과 종활(終活)신탁(Well-ending trust)이 있다. 노노안심신탁은 위탁자가 고령, 노인성 질환 등으로 의사능력에 문제가 생겨도 신탁계약을 통해 재산을 보호할 수 있는 신탁상품이다. 보이스포싱 등의 피해 예방을 위해 위탁자가 일정 한도 이상의 금액을 지급 청구하거나 중도해지 신청을 하는 경우 미리 지정한 대리인의 동의 여부를 확인 후 지급한다. 한편, 위탁자의 의사능력에 문제가 발생하는 경우에는 미리 지정한 한도 이내의 생활비를 별도의 증빙 없이 본인 계좌로 지급한다. 그리고 병원비, 요양비, 간병비는 미리 지정한 대리인이 제출한 영수증 등 증빙서류를 확인 후 본인 계좌로 지급한다.

종활신탁은 위탁자 사망 후 미리 지정한 상조회사 및 봉안 업체에 장례비용 등을 지급할 수 있는 신탁상품이다. 미래에셋생명과 업무 협약을 체결한 제휴 업체를 통하여 시중 가격보다 할인된 금액으로 장례 서비스를 이용할 수 있으며, 장례비용 등의 지급이 완료된 후 남아 있는 신탁 재산은 법정 상속인(유가족)에게 상속된다.

미래에셋생명은 고령시장 개척을 위해 다양한 업체와 제휴 관계를 맺고 있거나 확대할 예정이다. 우선, 종활신탁과 관련해서는 2023년 3월 대명스테이션(상조 브랜드는 대명아임

레디)과 업무제휴 협약을 체결했으며, 향후 프리드라이프와도 업무제휴 협약을 체결할 예정이다. 봉안의 경우에는 용인공원과 제휴 관계를 맺고 있다.

노노안심신탁과 관련해서는 교육 서비스 사업자인 대교와 업무제휴를 추진할 예정이다. 대교는 2021년 시니어 눈높이에 맞춘 치매 예방 콘텐츠인 '브레인 트레이닝 프로그램'을 출시했다. 브레인 트레이닝 프로그램은 인지기능 수준과 활동 선호 방식에 따라 주 단위 과정과 월 단위로 매일 일정 분량을 활동할 수 있는 워크북과 간단하게 경험할 수 있는 단행본 등으로 프로그램이 구성되어 있다.

상조, 봉안, 치매 예방 교육 이외에 부동산 관리 서비스 제공을 위해 글로벌 부동산 서비스 기업인 ERA와 골든밸류와 업무 협약을 체결했다. 이들 회사는 부동산 임대차, 매입·매각, 투자자문, 컨설팅, 자산관리, 해외 부동산 등에서 전문성을 보유하고 있다. 미래셋생명도 이들 기업과의 제휴를 통해 부동산 자산의 단순 매입·매각을 넘어 상속 등을 포함한 부동산 관련 종합 솔루션을 고객에게 제공할 예정이다.

## 라. 국내현황 평가

3개 회사 사례를 토대로 국내 생명보험업계의 고령층 관련 사업 현황을 평가해보면 다음과 같다.

첫째, 현재는 노인요양, 실버타운, 신탁 등 개별 니즈별로 고령자 관련 사업이 진행되고 있는 상황이며, 시니어 고객을 별도의 세분화된 시장(Segmented market)으로 구분하고 그들의 다양한 니즈를 충족시켜 줄 수 있는 종합적인 접근법의 마케팅 전략이 추진되고 있지는 않다. 메트라이프생명의 360Future가 다양한 서비스를 제공한다는 점에서 종합적인 접근법에 가깝다고 볼 수 있으나 각각의 서비스가 독립적인 사업의 성격을 가지기 보다는 보험서비스의 부가서비스 정도에 해당된다는 점에서 한계를 가진다고 볼 수 있다.

둘째, 정보를 검색할 때 네이버나 구글을 가장 먼저 떠올리는 것처럼, 은퇴를 하게 되면 그 이후의 삶과 관련된 상담이나 니즈를 충족하기 위해 가장 먼저 떠올리게 되는 고령층 특화 사업자를 생각해볼 수 있는데, 아직 국내 생명보험업계에는 그러한 브랜드를 가진 사업자가 존재하지 않는다.

## 2. 해외사례

해외사례는 크게 ① 고령층 특화 사업자와 ② 고령층 특화 전문인력으로 구분하여 소개하고자 한다.

### 가. 고령층 특화 사업자

본고에서는 고령층 특화 사업자 사례로 영국의 Saga와<sup>14)</sup> 미국의 Honor Home Care 사례<sup>15)</sup> 소개하고자 한다. Saga는 고령층과 관련된 다양한 서비스를 제공하는 영국 회사로 시니어 관련 생태계에서 일종의 플랫폼 역할을 하는 사업자 사례가 될 수 있어서 선택했다.<sup>16)</sup> 그리고 Honor Home Care는 미국의 재가 요양 서비스 사업자로 사업방식 측면에서 국내 생명보험회사에게 참고 사례가 될 수 있다는 점에서 선택했다. Honor Home Care는 소비자에게 직접 서비스를 제공하는 것이 아니라 직접 서비스를 제공하는 사업자들을 관리하는 비즈니스 모델을 가지고 있다.

#### 1) Saga

Saga는 50세 이상을 고객층으로 영업하고 있는 영국의 고령자 특화 사업자로 1951년 설립되었다. 2011년 영국의 최대 재가 요양 서비스 제공 사업자인 Allied Healthcare를 인수했다가 2015년 매각했다. 2014년 런던증권거래소에 상장했으며, 같은 해 호화여행 패키지 서비스 제공 사업자인 Destinology를 인수했다. 2020년 에스코트 여행(Escorted touring) 브랜드인 Titan Travel을 새로 내놓는 등 여행 관련 사업은 강화했으나, Patricia White's and Country Cousins와 Saga Care at Home의 매각을 통해 재가 요양 사업에서는 철수했다. 2022년에는 노화 과정에 특화된 연구 기관인 Big Window를 인수했다. 그리고 현재는 50세 이상을 위한 강력한 브랜드(Superbrand for 50+) 창출을 목표로 하고 있다.

---

14) Saga 관련 내용은 Saga(2023)를 참고했음

15) Honor Home Care 사례는 Chess et al.(2022)에서 인용했음

16) Bernard et al.(2021)은 향후 생명보험회사가 단지 생명보험만을 판매하는 회사를 넘어 고령층의 삶에 관한 회사로 진화할 필요가 있다고 주장했다. 이를 위해 시니어 관련 생태계를 조성하고 보험회사가 그러한 생태계의 플랫폼 역할을 할 것을 제안했는데, 그러한 사례의 하나로 Saga를 소개했음

현재 Saga의 사업 분야는 크게 ① 여행, ② 금융, ③ 기타(미디어, 법률 등)의 3개 분야로 구성되어 있다. 우선, 여행의 경우 주요 사업은 유람선 여행(Cruise Tour)으로 바다 유람선 여행(Ocean Cruise Tour)과 강 유람선 여행(River Cruise Tour)으로 구성되어 있다. 바다의 경우에는 아프리카 북서부의 카나리아 제도, 지중해, 노르웨이 피오르 해안, 카리브해 등을 유람하는 프로그램이 있고, 강의 경우에는 독일에서 발원하여 중부유럽을 거쳐 흑해로 흘러가는 다뉴브강, 스페인과 포르투갈의 도루강, 스위스, 독일, 네덜란드를 경유하는 라인강, 프랑스, 룩셈부르크, 독일을 흐르는 모젤강 등을 유람하는 프로그램이 있다.

유람선 여행 이외의 여행 상품으로는 Saga Deluxe와 Tailor-Made Travel by Saga가 있다. Saga Deluxe는 에스코트 서비스를 제공하는 상품으로 고령자의 집과 공항 간 이동, 출국 수속 관련 업무 등을 지원하고 있다. Tailor-Made Travel by Saga는 최근 출시된 맞춤형 상품으로 전용 제트기를 이용한 호화여행 서비스 등을 제공하고 있다.

두 번째로 금융의 경우에는 보험, 주택유동화, 저축, 투자 관련 상품을 판매하고 있다. 이 가운데 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 보험으로 자동차, 주택, 의료, 여행자 보험을 판매하고 있다. 주택유동화의 경우에는 직접 상품을 만들어서 파는 것은 아니고, HUB Financial Solutions Limited의 상품을 판매하고, 자문 수수료로 건당 799파운드를 받고 있다. 또한, Goldman Sachs International Bank와 제휴해서 입출금 계좌나 위험성이 낮은 저축 상품도 제공하고 있다. 한편, Hubwise Securities Limited와 제휴해서 Saga Stocks & Shares ISA와 Saga General Investment Account 등 투자 관련 서비스도 제공하고 있다.

마지막 세 번째로 기타 분야 가운데 법률 서비스의 경우에는 Co-op Legal Services와의 제휴를 통해 고객의 유언서 작성이나 검인<sup>17)</sup> 등 법률 관련 서비스를 제공하고 있다. 미디어의 경우에는 Saga Magazine을 발간하고 있는데, 월간지로서는 영국 내에서 가장 많은 판매 부수를 기록하고 있다. 잡지에는 정원 가꾸기, 건강, 교제, 요리 등이 포함되어 있다. 최근에는 고령층에게 다양한 정보를 제공하는 종합 포털 Saga Exceptional 사이트를 만들어서 고객과의 접점을 넓히려고 노력하고 있다.<sup>18)</sup>

17) 법원이 유언증서 또는 유언의 녹음을 개봉하여 조사·확인하는 절차임

18) Saga Exceptional은 크게 ① 주택(Home), ② 건강(Fitness & Wellbeing), ③ 인생(Life), ④ 퍼즐(Puzzles)의 4개 메뉴로 구성되어 있음. 주택의 경우에는 주택 개량, 실내장식, 청소, 정원 가꾸기, 가전 등과 관련된 정보를 제공하며, 건강과 관련해서는 운동, 영양, 수면, 의료 등과 관련된 정보를 제공하고 있음. 그리고 인생의 경우에는 유명인의 삶과 관련된 이야기 등 읽을거리를 제공하고, 퍼즐의 경우에는 치매 예방을 위해 스도쿠 게임이나 글자 맞추기 게임 등을 제공하고 있음

## 2) Honor Home Care

Honor Home Care는 CEO인 스텐버그(Sternberg)가 자기 어머니를 만나고 돌아오는 길에 문득 떠오른 생각에서부터 출발했다. 만약 어머니가 지금보다 더 많은 도움을 필요한다면 어머니와 멀리 떨어져 사는 것이 어려울 수 있다는 생각이 들었고, 다른 사람들은 이러한 상황에 어떻게 대처하고 있는지가 궁금했다. 이를 계기로 스텐버그는 재가 요양 시장을 조사하기 시작했다.

우선, 새크라멘토와 피닉스에 있는 요양보호사들을 인터뷰했다. 두 지역을 선택한 이유는 두 지역의 재가 요양 서비스 시장 규모가 컸으며, 미국 시장을 대표하는 지역으로 볼 수 있었기 때문이다. 시장 조사 결과 스텐버그는 재가 요양 서비스 시장은 여러 요인으로 인해 상당한 비효율성이 존재하는 시장이라고 결론 내렸다. 우선, 고객과 요양보호사 간에 심각한 정보 비대칭성이 존재해서 효과적인 매칭이 어려웠다. 여기에 더해 낮은 보수와 불규칙한 근무 시간으로 인해 요양보호사의 이직률이 매우 높았다.

스텐버그는 고객과 요양보호사 관련 데이터를 모아서 그들의 성향을 분석할 수 있게 되면 수요자와 공급자 간에 보다 효율적인 매칭이 이루어질 수 있을 것으로 생각했다. 문제는 의미 있는 분석 결과를 얻을 수 있을 만큼의 충분한 데이터를 확보하는 데 필요한 자본의 유체에 있었다. 이를 위해 벤처캐피털과 접촉했고, 2014년 10월 2,000만 달러의 투자를 유치했다.

벤처캐피털 자금을 가지고 가장 먼저 사업을 시작한 곳은 샌프란시스코였다. 초기에는 마케팅에 상당한 어려움이 있었으나 벤처캐피털의 지속적인 자금 지원으로 꾸준히 시장을 넓혀 나갈 수 있었으며, 동시에 데이터도 축적했다. 내부 데이터 분석팀은 고객과 요양보호사 관련 데이터를 토대로 요양보호사의 이직 확률 예측 모형을 개발했고, 이 모형을 적용한 결과 요양보호사의 이직률을 80%대에서 30%대로 낮출 수 있었다. 샌프란시스코에서의 성공을 바탕으로 로스앤젤레스에 두 번째 회사를 설립했다.

2016년에는 로스앤젤레스에 이어 텍사스주 댈러스에 세 번째 회사를 설립했다. 앞의 두 지역에서의 성공적인 마케팅과 달리 이 지역에서는 실패를 맛봤다. 문제는 마케팅 채널에 있었다. Honor Home Care는 앞의 두 지역과 마찬가지로 요양원, 병원, 실버타운 등에 광고 전단지 돌리는 방식의 마케팅 전략을 적용했는데, 이 전략이 댈러스 지역에서는 통하지 않았다. 왜냐하면 이 지역에서는 재가 요양 마케팅이 주로 교회 등 종교 모임을

통해 이루어졌기 때문이었다.

델러스에서의 실패를 통해 Honor Home Care는 재가 요양 서비스 시장의 주요한 특성에 대해 알게 되었다. 지역마다 고유의 소개 네트워크(Referral networks)를 가지고 있다는 점이였다. 예를 들어, 텍사스에서는 종교 모임을 통해 입소문이 돌고, 플로리다에서는 골프 클럽을 통해 입소문이 돌았다. 재가 요양 서비스 시장은 시장이 매우 좁은 범위에서 형성되는 하이퍼 로컬(Hyper-local)의 특성을 가지고 있었기 때문에 새로운 지역에 들어갈 때마다 그 지역에 맞는 새로운 마케팅 전략이 필요했다. 재가 요양 서비스 시장의 이러한 특성으로 인해 전국을 대상으로 영업하는 대규모 사업자가 지역의 소규모 사업자와의 경쟁에서 우위를 확보하기가 어려웠다.

Honor Home Care는 델러스에서의 실패 이후 재가 요양 서비스를 직접 제공하는 비즈니스 모델에서 서비스를 직접 제공하는 사업체에 요양보호사의 채용 및 교육과 고객 매칭 서비스를 제공하는 기술 기반 플랫폼 사업자(Technology-based platform vendor)로 전환했다. 2020년에 Honor Home Care는 미국의 6개 주에 걸쳐서 1,000여 개의 지역에 재가 요양 서비스를 제공하는 40여 개의 재가 요양 서비스 제공 사업자와 제휴를 맺었다.

2020년 10월에는 벤처캐피털로부터 약 1억 4,000만 달러의 자금을 추가로 조달받았다. 스티븐버그는 추가 자본을 어떻게 사용할 것인가와 관련하여 2가지 대안을 놓고 고민했다. 첫 번째는 프랜차이즈 방식의 대규모 업체를 하나 인수하여 단기간에 사업의 규모를 확대하는 것이고, 두 번째는 시간을 두고 천천히 양질의 직접 제공 방식 소규모 업체와의 제휴를 늘려나가는 것이었다. 전자의 경우 단순히 미국 시장에서 선도 사업자가 될 수 있으나, 추가적인 자금 조달로 인해 회사 부채가 증가한다는 점, 서로 다른 인력 조직의 통합 문제, 다른 프랜차이즈 기업과 경쟁 관계에 들어가기 때문에 Honor Home Care의 플랫폼을 판매할 수 없다는 점 등이 문제점으로 지적되었다. 두 가지 대안 가운데 스티븐버그는 빠른 성장을 위해 첫 번째 대안을 선택했고, 미국 프랜차이즈 방식 1위 사업자인 Home Instead를 2021년 인수했다.

---

## [참고] 미국 노인 요양 시장 개관

미국의 노인 요양 시장 초기는 요양원(Nursing home) 중심이었는데, 1980년대 초에 집과 요양원의 개념을 조합한 형태인 생활지원주택(Assisted living facilities)이<sup>19)</sup> 등장하면서 요양 산업이 성장하기 시작했다. 1990년대 중반에는 대규모 자본이 유치되면서 생활지원주택을 공급하는 거대 사업자가 시장에 진출하게 되었다.

2000년대 들어 미국 노인 요양 시장에 구조적 변화가 진행되었는데, 그것은 바로 재가 요양 시장의 성장이었다. 2015년에는 자기 집에 머물면서 지출하는 재가 요양 비용이 요양원이나 생활지원주택에 머물면서 지출하는 요양 비용을 초과했다. 이러한 변화를 가져온 주요 원인은 비용에 있었다. 재가 요양이 기관 요양에 비해 약 42% 정도 비용이 저렴했다. 그 이유는 기관 요양은 모든 서비스가 번들로 제공된 데 비해 재가 요양은 고객이 원하는 서비스만 선별적으로 선택할 수 있었기 때문이다.

2020년 들어 재가 요양 시장은 더욱 성장했는데, 그러한 변화의 동인은 코로나였다. 코로나 기간에 요양원과 생활지원주택에 대한 수요가 감소하면서 재가 요양 수요가 증가했다. 한 연구 기관의 설문조사에 의하면, 코로나 이후 노인 요양 방식에 대한 미국인의 인식 전환이 있었다. 응답자의 약 50% 이상이 과거에는 기관 요양을 생각했으나 이제는 재가 요양을 선택하겠다고 답변했다.

---

## [참고] 미국 재가 요양 사업의 주요 비즈니스 모델

미국 재가 요양 사업의 주요 비즈니스 모델은 크게 3가지로 구분할 수 있다. 첫 번째는 직접 제공(Direct care companies) 방식이다. 이 모델 하의 회사들은 요양보호사를 고용해서 고객에게 서비스를 직접 제공한다. 이 그룹에 속하는 회사들은 대부분 특정 지역에 한정하여 소규모로 영업을 하고 있다. 비교적 규모가 크다고 하더라도 미국 전체 시장의 약 4~6% 정도의 시장점유율을 차지하고 있는 정도이며, 확연히 두드러지는 선두 업체가 존재하지는 않는다. 미국 내에 약 37,000개의 업체가 존재하고 있다.

두 번째는 프랜차이즈(Direct care franchises) 방식이다. 이 그룹에 속하는 회사들은 직접 제공 방식의 회사들에게 브랜드와 운영 관련 지원 서비스를 제공하며, 첫 번째 그룹에 비해서는 규모가 큰 편이다. 미국 내에 약 10,000개의 프랜차이즈 사업체가 존재하며, 1위 사업자는 Home Instead이다.

세 번째는 회사에 소속되지 않은 개인 요양보호사(Independent caregivers) 그룹이다. 회사와 계약을 맺는 것이 아니라 고객과 직접 계약을 맺고 서비스를 제공한다.

---

19) 노인학을 전공한 캐런 브라운 윌슨 박사가 창안했으며, 1983년 오리건주에서 처음 도입되었음



## 나. 고령층 특화 전문 인력

고령층에게 양질의 서비스를 제공하고 신뢰감을 주기 위해서는 고령층에 특화된 전문 인력이 필요할 것으로 생각한다. 본고에서는 국내 생명보험업계가 우리나라 상황에 적합한 고령층 특화 전문 인력을 발굴하는데 참고가 될 만한 해외사례 2개를 소개하고자 한다.

### 1) 고령층 특화 변호사

미국에서는 고령자와 관련된 다양한 법적 이슈를 다루는 변호사를 ‘Elder law attorney’라고 한다.<sup>20)</sup> ‘Elder law’라고 하는 법률이 존재하는 것은 아니기 때문에 ‘Elder law attorney’라고 하는 명칭은 법률적 구분에 의한 명칭이라기보다는 고객 구분에 의한 명칭이라고 볼 수 있다. 여기서는 실질적인 내용에 중점을 두어 ‘고령층 특화 변호사’로 번역하고자 한다.

고령층 특화 변호사는 매우 광범위한 이슈를 다루는데, 크게 ① 자산(Property) 관련 이슈와 ② 건강(Health) 관련 이슈로 구분할 수 있다. 자산과 관련된 대표적인 업무로는 사후에 자산을 어떻게 처리할지에 관한 상속계획(Estate planning)과 살아 있는 동안 판단 능력을 잃어 버릴 경우 누구에게 자산을 관리하도록 할 것인지에 관한 생전계획(Life planning) 등이 있다. 건강과 관련된 대표적인 업무로는 의료비용 마련(Health care financing)과 말기 치료 관련 의사 결정(End-of-life health care decision) 등이 있다. 미국의 경우 정부로부터 의료비 지원을 받기 위해서는 자격 요건을 갖추어야 하는데, 이와 관련하여 변호사가 조언을 해줄 수 있다.

1988년에 고령층 특화 변호사 협회인 National Academy of Elder Law Attorneys가 만들어졌고, 산하에 National Academy of Elder Law Foundation을 두고 고령층 특화 변호사 인증제도를 시행하고 있다. 고령층 특화 변호사 인증을 받기 위해서는 다양한 과목의 시험을 통과해야 하는데, ① 의료 계획(Health and personal care planning), ② 사후 대비 법적 계획(Pre-mortem legal planning), ③ 후견인 제도(Guardianship), ④ 공적연금과 공적 의료보험 제도(Medicaid, Medicare, Social security 등) 관련 조언, ⑤ 장기요양보험 등 민영보험 관련 조언, ⑥ 역모기지(Reverse mortgage) 등 주택 관련 조언, ⑦ 상속·증여

20) Elder law attorney 관련 내용은 Morgan(2007), Mulcahy(2000), Pohl(1995)을 참고했음

세 절세 등 세금 관련 조언 등이 시험 과목에 포함되어 있다.

고령층 특화 변호사는 일반 변호사와 몇 가지 점에서 차이를 보이는데, 우선, 고령층 특화 변호사의 경우 특정 분야의 법에 정통하기 보다는 여러 법에 대한 지식을 가지고 있어야 하며, 소송 관련 업무 이외에도 사회복지제도, 민영보험, 주택, 세금 등과 관련된 자문 능력도 갖추어야 한다. 한편, 고령층의 특성으로 인해 고객 확보에 있어서 공감(Empathy) 능력이 매우 중요하다. 이로 인해 고령층 특화 변호사의 경우 다른 법무 영역에 비해 여성 변호사의 비율이 높은 편이다.

## 2) 고령층 특화 부동산 중개인

고령층의 경우에 주택 및 주거와 관련하여 다양한 이슈가 존재한다. 예를 들어, 역모기지를 통해 주택을 노후 소득 마련의 수단으로 활용할 수도 있고, 정부에 담보물로 제공함으로써 Medicaid로부터 장기요양비용 재원을 대출받는 수단으로도 활용할 수 있다. 미국의 경우 고령층 특화 부동산 중개인이 존재하여<sup>21)</sup> 고령층에게 주택 및 주거와 관련된 다양한 의사 결정에 조언을 제공하고 있다.

미국 부동산 협회(National Association of Realtors)에서는 부동산 자격증 소유자를 대상으로 일정 교육을 이수할 경우 ‘Senior Real Estate Specialist’(이하 ‘SRES’라 함)라고 하는 고령층 특화 부동산 중개인 자격증을 부여하고 있다. 교육 과정을 이수하게 되면 ① 은퇴자 주거 단지(Retirement communities)나 생활지원주택(Assisted living facilities)<sup>22)</sup> 등 주거 유형의 주요 차이, ② 주택연금, ③ 공적연금 및 공적 의료보험과 관련된 주택 이슈,<sup>23)</sup> ④ 부동산 투자에 퇴직연금 적립금을 사용하는 방법 등에 관한 지식을 얻게 된다.

미국 부동산 협회 이외에 교육기관인 Senior Real Estate Institute에서도 고령층 특화 부

21) 미국의 고령층 특화 부동산 중개인 관련 내용은 Jones(2023)를 참고했음

22) Retirement communities와 Assisted living facilities의 주요 차이는 돌봄의 정도에 있음. Retirement communities는 Activities of daily living(식사하기, 화장실 사용하기, 이동, 목욕하기, 옷 입기, 대소변 절제의 6가지) 관련 돌봄을 제공하지 않지만, Assisted living facilities에서는 제공함. 전자가 건강한 고령층(Active senior) 대상 주거 형태라면 후자는 몸이 불편한 고령층 대상 주거 형태임

23) 예를 들어, 미국의 사회보장제도 가운데 짧은 근로기간 등의 이유로 인해 Social Security 급여를 받지 못하는 사람들에게 지급하는 Supplemental Security Income(이하, ‘SSI’라 함)이 있는데, 주택 보유 여부가 SSI 자격 요건에 영향을 미칠 수 있음

동산 중개인 자격증 프로그램을 제공하고 있다. 두 가지가 있는데, 하나는 미국 부동산 협회의 SRES와 비슷한 ‘Certified Senior Housing Professional’ 자격증이고, 다른 하나는 다운사이징에 특화된 ‘Certified Senior Downsizing Coach’ 자격증이다.

고령층 특화 부동산 중개인의 경우 일정 교육 프로그램을 이수하게 되면 자격증을 얻을 수 있기 때문에 자격증 자체보다는 오랜 현업 경험을 통해 구축한 네트워크가 경쟁력의 주요 원천이 될 수 있다. 고령층 특화 부동산 중개인의 주요 네트워크에는 실버타운, 요양원, 병원, 보험회사, 고령자 관련 지역 복지시설 및 교육기관 등이 있다.

### 3. 소결

국내현황과 해외사례 조사를 통한 사업자 분석 파트의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 국내 보험회사의 경우 아직 고령층에 특화된 브랜드가 구축되어 있지 않았다. 현재 제공되고 있는 고령층 관련 여러 서비스의 경우 고객이 서비스의 내용을 인지하고 접근하기 보다는 기존 고객에게 안내장을 발송하거나 설계사 채널을 활용하여 홍보하고 있는 상황이다. 기존 고객 이외의 사람들이 찾아오도록 하기 위해서는 모든 사람이 인지할 수 있는 고령층 특화 브랜드 구축이 필요하며 영국의 Saga 경우가 하나의 참고 사례가 될 수 있다.

둘째, 현재 보험회사가 추진하고 있는 장기요양 사업은 기관 요양과 직접 서비스 제공 방식이 주로 검토되고 있는데, 미국의 Honor Home Care 사례를 참고할 때 재가 요양과 간접 제공 방식에 대한 검토도 함께 이루어질 필요가 있다. 고객 측면에서 볼 때 본인 집에서 돌봄서비스를 받기 원한다는 점과 재가 요양이 기관 요양보다 비용 우위에 있다는 점을 감안하면 장기적으로는 기관 요양보다는 재가 요양 시장이 더 커질 수도 있다. 그리고 만약 재가 요양 시장에 진출하게 된다면 재가 요양 시장이 가진 하이퍼 로컬의 특성으로 인해 직접 서비스를 제공하는 방식보다는 프랜차이즈 방식이 더 적절할 수도 있다. 보험회사의 경우에는 보험회사-설계사 모델을 고려할 때 다른 금융기관에 비해 프랜차이즈 방식에 있어서 경쟁우위를 가질 수도 있을 것이다.

셋째, 미국의 고령층 특화 변호사와 고령층 특화 부동산 중개인 사례를 참고할 때, 특정 교육 프로그램을 이수하면 고령층 특화 설계사 자격증을 부여하는 인증제도 도입을 고령층 고객의 신뢰도 제고 방안의 하나로 검토해볼 수 있다.

## IV

## 결론

본 장에서는 제II장의 소비자 분석과 제III장의 사업자 분석 결과를 토대로 다음과 같은 고령시장 사업전략을 제안하고자 한다.

첫째, 고령층 특화 브랜드를 구축한다. 현재는 은퇴자들이 은퇴 이후의 삶과 관련하여 가장 먼저 어느 곳을 접촉해야 할지 잘 떠오르지 않는다. 은퇴 이후 가장 먼저 떠오를 수 있는 브랜드를 구축할 필요가 있다. 이를 위해 본체보다는 별도의 자회사 설립을 통해 고령자 관련 사업을 추진하는 것이 고령층 특화 브랜드 구축에 유리할 수 있다. 단기적으로는 장기요양서비스와 실버타운 관련 자회사를 설립하고 이후 장기적으로 사업 범위를 확대해서 고령자 특화 사업자로 발전하는 방안을 생각해 볼 수 있다.

고령자 특화 사업자의 사업 범위는 각 회사 상황에 따라 달라질 수 있으나, 보험을 포함한 금융 이외에 제II장의 설문조사에서 다루었던 ① 재취업 및 창업 관련 교육, ② 개인 맞춤형 건강, ③ 돌봄서비스, ④ 개인 맞춤형 여행, ⑤ 엔딩 서비스 등이 후보 사업군이 될 수 있다.<sup>24)</sup> 제III장 해외사례의 영국 Saga의 경우에는 여행, 보험, 주택연금, 미디어 등으로 사업 포트폴리오를 구성했는데 이 또한 하나의 참고 사례가 될 수 있다.

고령층 특화 상품 개발과 관련해서는 제II장의 설문조사 결과를 참고할 때 안정적으로 실질 소득을 유지할 수 있는 인플레이션 연계 연금 상품과 점진적 매각 방식 주택유동화 상품에 대한 긍정적 의향이 적지 않게 존재했기 때문에 이와 관련된 상품 개발에 대해 검토할 필요가 있다.<sup>25)</sup> 한편, 노후 자금 사용과 관련하여 돈을 지불하고 서비스를 구입할 의향에 대해 조사한 결과 대부분의 서비스에 대해서는 유료로 구입할 의향이 50% 이상이었으나 맞춤형 건강관리의 경우에만 30%대에 머물렀다. 헬스케어 서비스를 단순히 무료 부가서비스로 제공하는 것이 아니라 수입원의 하나로 삼기 위해서는 새로운 비즈니스 모

24) Bernard et al.(2021)은 고령층 관련 사업 분야로 다음 4가지를 제안했음. ① Protection(Coverage against disease and injury of seniors), ② Assistance(Professional in-home care services, Daily living services, Senior-living residences), ③ Financing & Investment(Reverse mortgage, Financing to cover long-term care, etc.), ④ Well-being(Social and leisure activities, Travel-related services)

25) 임준 외(2023)에서는 인플레이션 연계 연금 상품 개발과 관련하여 하나의 아이디어를 제안했음

텔에 대한 고민이 필요할 것 같다.

고령자 특화 사업의 추진 방식의 경우에는 ① 직접 제공, ② 프랜차이즈, ③ 제휴 방식 가운데 서비스별 특징과 회사 상황을 감안하여 적절한 방식을 선택할 필요가 있다. 예를 들어, 재가 요양 서비스의 경우에는 하이퍼 로컬의 특성과 기존의 보험회사-설계사 모델의 경험 등을 감안할 때 프랜차이즈 방식을 선택하는 것이 적절할 수 있다. 이와 관련해서는 제Ⅲ장 해외사례의 Honor Home Care가 하나의 참고가 될 수 있다.

이처럼 고령자 특화 자회사를 설립해서 고령자와 관련된 다양한 서비스를 제공하게 되면 몇 가지 마케팅 효과를 얻을 수 있을 것으로 보인다. 우선, 고령자의 경우 젊은 층에 비해 한 곳에서 여러 서비스를 해결하려는 수요가 더 크기 때문에 원스톱 쇼핑(One-stop shopping) 효과를 얻을 수 있다. 그리고 제Ⅱ장의 설문조사 결과에서 보듯이 신탁상품이나 노후 자문의 경우 인지도나 접근성 측면에서 제약이 존재하는데, 한 곳에서 여러 가지 서비스를 제공하는 고령층 특화 브랜드가 존재할 경우 신탁과 자문 관련 접근성을 제고할 수 있을 것으로 예상된다.

사업전략 두 번째는 고령층 특화 전문인력 양성이다. 고령층 특화 브랜드 구축을 통해 일단 고객이 오도록 만들었다면, 그다음 단계는 양질의 서비스를 제공하는 것이 될 수 있다. 이를 위해 법, 세무, 부동산, 자산관리, 건강, 여행, 교육 등 고령층 관련 이슈에 대해 조언 및 상담을 해줄 수 있는 전문인력을 양성할 필요가 있다. 보험산업 내로 논의를 국한해 보면, 고령층과 관련된 교육 과정을 이수하게 되면 고령층 특화 설계사 자격증을 부여하는 인증제도 도입을 검토해 볼 수 있다. 이러한 제도를 통해 고령층 고객의 설계사에 대한 신뢰도 제고 효과를 얻을 수 있을 것이다.

세 번째로 제안하는 사업전략은 고령층 대상 사업에 특화된 기업 벤처캐피탈(Corporate venture capital)의 설립이다. 현재 시장의 정의나 사업성, 비즈니스 모델이 명확한 분야도 있으나 아직 시장의 정의나 비즈니스 모델이 명확하지 않은 분야도 있다. 이런 분야들의 경우에는 벤처캐피탈 투자를 통해 새로운 영역을 개척할 필요가 있다. 예를 들어, Golden(2022)은 고령자의 교육 및 재취업과 관련된 사업이 향후 성장이 예상되는 시장이지만 아직 비즈니스 모델이 불분명한 분야의 하나로 언급하고 있다.

본 연구에서는 연구 기간 등 여러 제약 요인으로 인해 미진한 부분이 많은데, 후속 연구에 의해 본 보고서의 결과가 보완 또는 수정되길 기대하며, 마지막으로 본 연구의 한계점 및 향후 과제 몇 가지를 제시하고 마무리하고자 한다.<sup>26)</sup>

첫째, 제II장의 소비자 분석에서는 소득 및 자산 상위 계층의 50~60대를 대상으로 조사했는데, 소득 및 자산 기준을 완화하여 표본의 범위를 확대하게 되면 이번 연구와 다른 결과를 얻을 가능성도 있다. 그리고 조사대상자 전체를 대상으로만 해서 분석했는데 고객 세분화 관련 연구가 이루어진다면 구체적인 마케팅 전략 수립에 도움이 될 수 있을 것이다.

둘째, 데이터 분석에 있어서는 기술 통계학(Descriptive statistics) 수준의 수요분석만 이루어졌는데, 다양한 변수를 포함시키고 계량경제학의 이산선택모형(Discrete choice model)을 이용해서 추가적인 시사점 도출을 시도해 볼 수 있다.

셋째, 제III장 사업자 분석의 국내 현황의 경우 사업 현황을 소개하는데 그쳤는데, 사업 진출 시 중요하게 고려해야 할 사항이나 사업 활성화의 장애 요인, 그리고 관련 산업의 제반 여건 등에 대한 추가적인 연구가 이루어진다면 구체적인 사업전략 수립에 도움이 될 것으로 생각한다.

넷째, 해외사례의 경우에는 일부 영국 사례가 있기는 하나 미국 사례 위주로 조사가 이루어졌다. 향후 미국 이외의 국가들에 대한 사례 조사를 통해 추가적인 시사점을 도출하는 연구도 의미가 있을 것으로 생각한다.

다섯째, 본 연구에서는 규제에 대해 다루고 있지 않는데, 비즈니스 모델 관련 연구가 축적되어서 방향성이 정해지고 나면 규제 관련 연구도 병행하여 진행할 필요가 있다.

---

26) 원내 최종세미나의 지정토론자와 자문위원의 의견을 반영하여 한계점 및 향후 과제를 작성했음

## 참고문헌

- 강성호·김혜란(2019), 『노인장기요양서비스 현황과 보험회사의 역할 제고 방향』, 연구보고서 2019-11, 보험연구원
- 강성호·정원석·김동겸(2015), 『고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례』, 조사자료집 2015-1, 보험연구원
- 고려대학교 고령사회연구센터(2021), 『2022 대한민국이 열광할 시니어 트렌드』, 비즈니스북스
- 교보생명·시니어파트너즈(2014), 『대한민국 시니어 리포트 2014』, 교보문고
- 마츠모토 스미코(2007), 『시니어 비즈니스 성공 전략』, 해냄
- 메트라이프생명보험(2023), 『메트라이프 360Future: 360도 빈틈없이 오늘부터 든든하게』, 메트라이프생명보험
- 박여영(2013), 『50세 이상 고령 자산가들의 은퇴준비 현황과 과제』, 한국투자증권
- 백찬규(2017), 『젊은 노인의 탄생』, 원앤원북스
- 보건복지부(2012), 『2012년 치매 유병률 조사』, 보건복지부
- 보험연구원·코리아리서치인터내셔널(2024), 『보험회사의 고령시장 사업전략 연구를 위한 설문조사 결과보고서』, 코리아리서치인터내셔널
- 사카모토 세쓰오(2016), 『2020 시니어 트렌드』, 한스미디어
- 임준·이상우·이승주(2023), 『자산관리시장 전망과 보험회사 역할 제고 방안』, 워킹페이퍼, 보험연구원
- 전영수(2016), 『피파세대 소비심리를 읽는 힘: 저성장·장기 불황을 이길 최후의 블루오션, 일본의 시니어 마켓 보고서』, 한스미디어
- 정봉은·이선주(2015), 『경증치매자 보호를 위한 보험사의 치매신탁 도입방안』, 조사자료집 2015-2, 보험연구원
- 최상태·한주형(2018), 『시니어 시프트: 10년 후 미래를 주도할 비즈니스 트렌드』, 한국경제신문
- 통계청(2023), 『2023년 가계금융복지조사 결과』, 통계청

- Allianz(2012), “Retirement Attitudes and Financial Strategies of the Affluent 50+ Generation in Asia”
- Bernard, P., P. Gancia, E. Pizzocaro, and L. Toffoli(2021), “European Insurance and the Future of Senior Protection and Well-being”, McKinsey & Company
- Chess, R., S. Pohlmeier, and G. Bekele(2022), “Honor Home Care: Changing the Dynamics of Senior Care Delivery”, Harvard Business Publishing
- Golden, S. W.(2022), *Stage(Not Age): How to Understand and Serve People over 60 - The Fastest Growing, Most Dynamic Market in the World*, Harvard Business Review Press
- Jones, N.(2023), *Creating Your Senior Real Estate Niche: Quick Start Guide to Attracting Senior Real Estate Clients*, The Turnkey Design Shop
- Morgan, R. C.(2007), “Elder Law in the United States: The Intersection of the Practice and Demographics”, *Journal of International Aging, Law & Policy*, Vol. II, pp. 103~142
- Moschis, G. P.(2022), *Marketing to the Aging Population: Strategies and Tools for Companies in Various Industries*, Springer
- Mulcahy, J. R.(2000), “Elder Law: General Practice with a Niche”, *Marquette Elder’s Advisor*, Vol. 1, No. 3, pp. 34~43
- Pohl, A. E.(1995), “Introduction: What is Elder Law Anyway?”, *Nova Law Review*, Vol. 19, No. 2, pp. 459~464
- Saga(2023), *Annual Report and Accounts 2023*

국가통계포털(<https://kosis.kr>)



## 『보험회사의 고령시장 사업전략 연구』를 위한 설문조사

안녕하십니까?

저희 코리아리서치는 보험연구원의 의뢰로 『보험회사의 고령시장 사업전략 연구』를 위한 설문조사를 수행하고 있습니다.

고령인구의 증가와 함께 향후 고령시장이 주요 시장의 하나로 부상할 것으로 예상되며, 이에 따라 보험회사도 고령시장 관련 장기적인 사업전략 검토가 필요한 시점입니다. 본 조사는 베이비붐 세대인 50~60대의 행태 및 주요 니즈를 조사하여 고령자 대상 종합은퇴솔루션의 아이템을 발굴하고자 하는 목적으로 실시됩니다. 선생님이 응답해 주신 내용은 우리나라 고령자의 은퇴 프로그램 개발에 귀중한 자료로 활용될 것이며, 통계법 제33조에 의거하여 통계 작성의 목적으로만 이용됩니다. 바쁘시더라도 성의껏 응답해주시길 부탁드립니다. 조사에 협조해 주셔서 다시 한 번 감사드립니다.

2024년 3월

## I. 조사대상 선정 질문

\* 먼저 조사대상을 선정하고자 선생님에 대한 기초적인 사항을 몇 가지 여쭙겠습니다.

SQ1) 선생님의 출생 연도는 어떻게 되십니까?(예: 1970년)





년 (자동계산: 2024-출생 연도=만 나이)

조사대상(1974~1955년) ☞ 50~69세 외 조사 종료

SQ1-1) 만 나이 (자동 계산)

- ① 50~54세    ② 55~59세    ③ 60~64세    ④ 65~69세

SQ2) 선생님의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성    ② 여성

SQ3) 선생님이 현재 거주하는 지역은 어디입니까? 시도와 시·군·구 단위로 응답해

주십시오.(시도별 시·군·구 제시)

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 경기  
 ⑧ 기타 ☞ 조사 종료 (①~⑦ 이외 지역은 조사에서 제외)

NO	시도	시·군·구 (해당 시도의 시군구를 제시해 줄 것)
1	서울	① 종로구 ② 중구 ③ 용산구 ④ 성동구 ⑤ 광진구 ⑥ 동대문구 ⑦ 중랑구 ⑧ 성북구 ⑨ 강북구 ⑩ 도봉구 ⑪ 노원구 ⑫ 은평구 ⑬ 서대문구 ⑭ 마포구 ⑮ 양천구 ⑯ 강서구 ⑰ 구로구 ⑱ 금천구 ⑲ 영등포구 ⑳ 동작구 ㉑ 관악구 ㉒ 서초구 ㉓ 강남구 ㉔ 송파구 ㉕ 강동구
2	부산	① 중구 ② 서구 ③ 동구 ④ 영도구 ⑤ 부산진구 ⑥ 동래구 ⑦ 남구 ⑧ 북구 ⑨ 해운대구 ⑩ 사하구 ⑪ 금정구 ⑫ 강서구 ⑬ 연제구 ⑭ 수영구 ⑮ 사상구 ⑯ 기장군
3	대구	① 중구 ② 동구 ③ 서구 ④ 남구 ⑤ 북구 ⑥ 수성구 ⑦ 달서구 ⑧ 달성군 ⑨ 군위군
4	인천	① 중구 ② 동구 ③ 미추홀구 ④ 연수구 ⑤ 남동구 ⑥ 부평구 ⑦ 계양구 ⑧ 서구 ⑨ 강화군 ⑩ 옹진군
5	광주	① 동구 ② 서구 ③ 남구 ④ 북구 ⑤ 광산구
6	대전	① 동구 ② 중구 ③ 서구 ④ 유성구 ⑤ 대덕구
7	경기	① 가평군 ② 고양시 ③ 과천시 ④ 광명시 ⑤ 광주시 ⑥ 구리시 ⑦ 군포시 ⑧ 김포시 ⑨ 남양주시 ⑩ 동두천시 ⑪ 부천시 ⑫ 성남시 ⑬ 수원시 ⑭ 시흥시 ⑮ 안산시 ⑯ 안성시 ⑰ 안양시 ⑱ 양주시 ⑲ 양평군 ⑳ 여주시 ㉑ 연천군 ㉒ 오산시 ㉓ 용인시 ㉔ 의왕시 ㉕ 의정부 ㉖ 이천시 ㉗ 파주시 ㉘ 평택시 ㉙ 포천시 ㉚ 하남시 ㉛ 화성시

SQ4) 선생님 댁의 연간(12개월) 평균 소득(세전 소득)은 어느 정도입니까? (※ 가구원(본인 포함)의 소득(근로, 사업, 재산, 사적이전(자녀용돈 등), 공적이전(연금, 국민기초생활보장 급여 등), 기타소득)을 모두 합해서 세전소득으로 응답해 주시기 바랍니다)

- ① 5,000만 원 미만 ② 5,000만 원 이상~1억 원 미만  
 ③ 1억 원 이상~2억 원 미만 ④ 2억 원 이상~3억 원 미만  
 ⑤ 3억 원 이상~4억 원 미만 ⑥ 4억 원 이상~5억 원 미만 ⑦ 5억 원 이상

SQ5) 선생님 댁의 모든 가구원의 부동산, 금융자산, 기타 자산(승용차, 회원권, 귀금속 등)을 모두 포함한 자산(부채 제외)은 모두 얼마 정도입니까?

- ① 1억 원 미만 ② 1억 원 이상~5억 원 미만 ③ 5억 원 이상~10억 원 미만  
 ④ 10억 원 이상~12억 원 미만 ⑤ 12억 원 이상~14억 원 미만  
 ⑥ 14억 원 이상~16억 원 미만 ⑦ 16억 원 이상~18억 원 미만  
 ⑧ 18억 원 이상~20억 원 미만 ⑨ 20억 원 이상~25억 원 미만  
 ⑩ 25억 원 이상~30억 원 미만 ⑪ 30억 원 이상

※ SQ4(연 평균 가구 소득)≥③ 1억 원 이상 또는 SQ5(자산)≥④ 10억 원 이상이 아니면 → 조사 종료

SQ5-1) [조사 대상 해당자만] 그렇다면 자산의 비중은 각각 어느 정도입니까? (비중의 합은 100%)

부동산자산: 소유 주택, 소유 사업체, 기타 소유 부동산, 임차 주택의 경우 전/월세 보증금을 포함

금융자산: 은행 등 금융기관 예·적금, 개인연금 불입액(보험, 신탁), 저축성보험 불입액, 적립펀드 납부금, 주식투자자금(우리사주 포함), 회사채/국·공채 등 유가증권, 개인적으로 빌려준 돈/아직 타지 않은 깃돈 등 포함. 지금까지 부은 깃돈은 금융자산이 됨(이미 깃돈을 탄 경우 앞으로 부여할 깃돈은 부채에 해당하므로 제외됨)

기타자산: 직접적인 사업목적으로 사용하지 않는 승용차, 트럭, 선박, 버스, 항공기, 농기계, 콘도 및 골프 등 각종 회원권, 귀금속(예물), 그림 등 소장예술품 등

부동산	_____%	금융자산	_____%	기타자산	_____%	합 : 100%
-----	--------	------	--------	------	--------	----------

## II. 경제활동 상태

문1) 선생님은 현재 수입이 있는 일을 하십니까? (※ 근로형태를 가리지 않고 수입을 목적으로 1주 동안 1시간 이상 일한 경우)

- ① 예 ☞ 문1-1)로 이동
- ② 아니오 ☞ 문2)로 이동

문1-1) [ 문1)에서 ① 예 응답자만 ] 선생님의 고용형태는 무엇입니까?

- ① 임금근로자 ☞ 문1-2)로 이동
- ② 비임금근로자 ☞ 문1-3)으로 이동

문1-2) [ 문1-1)에서 ① 임금근로자 응답자만 ] 그럼, 선생님은 현재 무슨 일을 하십니까?

- ① 관리자
- ② 전문가 및 전문직 종사자
- ③ 사무 종사자
- ④ 서비스 종사자
- ⑤ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문1-3) [ 문1-1)에서 ② 비임금근로자 응답자만 ] 그럼, 선생님은 현재 무슨 일을 하십니까?

- ① 고용주(타인을 고용하여 사업을 운영)
- ② 자영업자(타인을 고용하지 않거나 가족과 함께 사업을 운영)
- ③ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문1-4) [ 문1)에서 ① 예 응답자만 ] 선생님은 현재 다니고 있는 직장이나 사업장에서 퇴직하거나 일을 그만두게 되면 재취업이나 창업할 계획이 있습니까?

- ① 재취업이나 창업하지 않고 은퇴할 계획임
- ② 재취업할 계획임

- ③ 창업할 계획임
- ④ 아직 결정하지 못했으나 재취업과 창업 가운데 하나를 선택할 계획임

문2) [ 문1)에서 ② 아니오 응답자만 ] 선생님은 현재 완전히 은퇴한 상태입니까? 아니면 재취업이나 창업할 계획이 있으십니까?

- ① 완전히 은퇴한 상태이며 재취업이나 창업할 계획이 없음
- ② 재취업할 계획임    ③ 창업할 계획임
- ④ 아직 결정하지 못했으나 재취업과 창업 가운데 하나를 선택할 계획임

문3) [ 문1-4)에서 ②, ③, ④, 문2)에서 ②, ③, ④ 응답자만 ] 선생님은 재취업이나 창업을 위해 돈을 지불하고 새로운 것을 배울 계획이나 의향이 있으십니까?

- ① 예            ② 아니오(그 동안의 경험을 활용할 예정)

문4) [ 문1-4)에서 ③, ④, 문2)에서 ③, ④ 응답자만 ] 선생님은 창업 관련 컨설팅을 받아 본 경험이 있으십니까?

- ① 예            ② 아니오

문4-1) [ 문4)에서 ② 아니오 응답자만] 선생님은 향후 창업 관련 컨설팅을 받아볼 계획이나 의향이 있으십니까?

- ① 예            ② 아니오

### Ⅲ. 자산관리: 연금

※ 최소생활비 : 기본적인 의식주 해결을 위한 비용

문1) [ Part 경제활동 문1=① 응답자만 ] 선생님은 퇴직 후 최소생활비를 충당할만한 노후 자금을 충분히 준비해 놓으셨습니까?

- ① 전혀 충분하지 않다    ② 충분하지 않은 편이다
- ③ 충분한 편이다        ④ 매우 충분하다

문2) [ Part 경제활동 문1=① 응답자만 ] 선생님은 퇴직 후 최소생활비 재원은 어떻게 충당할 계획이십니까? 해당하는 것을 모두 응답해 주시기 바랍니다 (복수응답)

- ① 은행 예·적금            ② 주식·채권
- ③ 연금(공적연금, 사적연금)    ④ 문2-1로 이동
- ④ 부동산 임대소득        ⑤ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문2-1) [ Part 경제활동 문1=① AND 문2=③ 응답자만 ] 선생님은 퇴직 후 최소생활비 충당함에 있어서 어떤 연금을 사용할 계획이십니까? 해당하는 것을 모

두 응답해주시기 바랍니다 (복수응답)

- ① 국민연금/공무원연금/사학연금/군인연금 ② 퇴직연금 ③ 주택연금
- ④ 개인연금(국민연금/공무원연금/사학연금/군인연금, 퇴직연금, 주택연금을 제외한 나머지 연금상품을 의미함)

문3) [ Part 경제활동 문1=② 응답자만 ] 선생님은 최소생활비를 남은 여생동안 총당할만한 노후 자금을 준비해 놓으셨습니까?

- ① 전혀 충분하지 않다 ② 충분하지 않은 편이다
- ③ 충분한 편이다 ④ 매우 충분하다

문4) [ Part 경제활동 문1=② 응답자만 ] 선생님은 현재 최소생활비 재원은 어떻게 충당하고 계십니까? 해당하는 것을 모두 응답해 주시기 바랍니다 (복수응답)

- ① 은행 예·적금 ② 주식·채권
- ③ 연금(공적연금, 사적연금) ☞ 문4-1로 이동
- ④ 부동산 임대소득
- ⑤ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문4-1) [ Part 경제활동 문1=② AND 문4=③ 응답자만 ] 선생님은 최소생활비를 충당함에 있어서 어떤 연금을 사용하고 계십니까? (복수응답)

- ① 국민연금/공무원연금/사학연금/군인연금 ② 퇴직연금 ③ 주택연금
- ④ 개인연금(국민연금/공무원연금/사학연금/군인연금, 퇴직연금, 주택연금을 제외한 나머지 연금상품을 의미함)

문5) 물가가 상승하게 되면 화폐가치가 하락하게 됩니다. 즉, 동일한 금액의 돈으로 이전보다 더 적은 상품을 살 수 있게 됩니다. 선생님은 이러한 인플레이션 위험을 고려해서 노후 자금을 준비하셨거나 하고 계십니까? (※ 물가가 상승하게 되면 화폐가치가 감소하게 됩니다. 예를 들어, 매년 2%씩 물가가 상승하게 되면 현재 100만 원의 가치는 20년 후 50만 원으로 감소하게 됩니다.)

- ① 예 ☞ 문6으로 이동 ② 아니오 ☞ 문7로 이동

문6) [ 문5=① 응답자만 ] 다음 보기 중 인플레이션 위험에 대비하기 위한 가장 주된 수단으로 활용하고자 하는 자산은 무엇입니까? (단수응답)

- ① 은행 예·적금
- ② 주식
- ③ 채권
- ④ 부동산
- ⑤ 연금
- ⑥ 기타 (구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문7) 선생님은 물가에 따라 연금소득이 조정되는 인플레이션 연계 연금상품을 구입할 의향이 얼마나 있으십니까? (※ 인플레이션 연계 연금상품은 물가에 따라 연금소득이

조정되는 상품입니다. 예를 들어, 연금소득으로 100만 원을 받고 있다가 물가가 10% 상승하게 되면 110만 원을 받게 됩니다.)

- ① 전혀 구입할 의향이 없다
- ② 구입할 의향이 없는 편이다
- ③ 구입할 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 구입할 의향이 있다

문8) 종신 정액연금은 죽을 때까지 정해진 액수의 연금이 지급되는 생명보험회사의 연금 상품입니다. 선생님은 은퇴 이후 그동안 모아 둔 자금 가운데 몇 %나 종신 정액연금 구입에 사용할 의향이 있으십니까? 사용 의향 비중을 0~100%로 적어주시기 바랍니다.

문9) 만약 향후 여유 자금이 생겨서 연금을 구입하게 된다면 다음 연금상품 가운데 어떤 상품을 가장 우선적으로 구입할 의향이 있으십니까?

- ① 정액연금 (원금이 보장되고, 원금에 정기예금 이자율에 해당되는 이자가 추가되는 연금상품)
- ② 인플레이션 연계 연금 (원금이 보장되고, 원금에 물가상승률만큼의 이자가 추가되는 연금상품)
- ③ 인덱스 연금 (원금의 90%가 보장되고, 원금에 추가되는 이자는 주가지수에 연동되어 결정되는 연금상품)
- ④ 변액연금 (원금이 보장되지 않고, 주식이나 펀드의 성과에 의해 연금액이 결정되는 상품)

### Ⅲ. 자산관리: 주택

- ① 다운사이징 및 이사 (기존 주택을 매각하고 보다 저렴한 가격의 주택으로 이사한 후 차액을 노후 자금으로 활용하는 방안)
- ② 부분 임대 (기존 주택의 일부(예, 방 1개)를 다른 사람에게 임대하여 임대료를 노후 자금으로 활용하는 방안)
- ③ 주택연금 (주거하고 있는 주택을 담보로 해서 연금 형태로 대출받은 후 사망 시에 집을 매각해서 대출을 갚는 방안)

문1) 선생님은 주택을 소유하고 계십니까?

- ① 예 ☞ 문1-1로 이동
- ② 아니오 ☞ Ⅲ. 자산관리 : 신탁으로 이동

문1-1) 선생님 닉의 주택 유형은 어떻게 되십니까?

- ① 아파트    ② 단독주택    ③ 연립주택/다세대주택(빌라 등)  
 ④ 원룸/오피스텔    ⑤ 기타(구체적으로 적어주십시오:\_\_\_\_\_)

문2) 선생님은 노후 자금 마련을 위해 자가 주택을 활용했거나 활용하고 계십니까?

- ① 예 ☞ 문2-1로 이동  
 ② 아니오 ☞ 문3으로 이동

문2-1) [ 문2=① 예 응답자만 ] 그럼, 선생님이 노후 자금 마련을 위해 자가 주택을 활용하는 방법은 다음 중 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 응답해 주시기 바랍니다. (복수응답)

- ① 다운사이징 및 이사  
 ② 부분 임대  
 ③ 주택연금  
 ④ 기타(구체적으로 적어주십시오:\_\_\_\_\_)

문3) [ 문2=② 아니오 응답자만 ] 선생님은 향후 노후 자금 마련을 위해 자가 주택을 활용할 계획이나 의향이 있으십니까?

- ① 예 ☞ 문3-1로 이동  
 ② 아니오 ☞ 문4로 이동

문3-1) [ 문2=② AND 문3=① 응답자만 ] 그럼, 선생님이 노후 자금 마련을 위해 자가 주택을 활용할 경우 생각하시는 방법은 다음 중 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 응답해 주시기 바랍니다.(복수응답)

- ① 다운사이징 및 이사  
 ② 부분 임대  
 ③ 주택연금  
 ④ 기타(구체적으로 적어주십시오:\_\_\_\_\_)

문4) 선생님은 점진적 매각방식 주택유동화 상품을 노후 자금 마련을 위한 대안 가운데 하나로 고려할 의향이 얼마나 있으십니까? (※ 점진적 매각방식 주택유동화 상품 : 주택의 소유권을 매년 일정 비율씩(예: 10%씩) 매각해서 노후 자금을 마련하는 방안으로 주택 가격이 상승할 경우 현행 대출방식의 주택연금에 비해 더 많은 노후 자금을 확보할 수 있는 장점이 있습니다. 소유권을 매각해도 사망시까지 거주권은 보장됩니다.)

- ① 전혀 의향이 없다  
 ② 의향이 없는 편이다  
 ③ 의향이 있는 편이다  
 ④ 매우 의향이 있다

### Ⅲ. 자산관리: 신탁

문1) 선생님은 현재 배우자가 있으십니까?

- ① 예      ② 아니오

문2) 선생님은 현재 자녀가 있으십니까?

- ① 예      ② 아니오

문3) 선생님은 고령에 따른 치매 등으로 인해 직접 자산관리가 어려워지는 상황을 대비하기 위한 계획을 가지고 계십니까?

- ① 예 ☞ 문3-1로 이동  
② 아니오

문3-1) [ 문3=① 예 응답자만 ] 선생님은 고령에 따른 치매 등으로 인해 직접 자산관리가 어려워지는 상황을 대비해서 어떤 계획을 가지고 계십니까?

- ① 자녀에게 맡길 계획  
② 배우자에게 맡길 계획  
③ 자녀와 배우자 이외의 다른 지인에게 맡길 계획  
④ 금융기관 신탁상품을 구입할 계획  
⑤ 기타(구체적으로 적어주십시오:\_\_\_\_\_)

문4) 고령에 따른 치매 등으로 인해 직접 자산관리가 어려워지는 상황을 대비해서 금융기관이 대신 자산관리를 해주는 신탁상품이 있습니다. 선생님은 이런 사실을 알고 계셨습니까?

- ① 매우 잘 알고 있음  
② 들어보았지만 자세히 알지는 못함  
③ 전혀 모름

문5) [ 문3=② OR 문3-1≠④ ] 선생님은 고령으로 인해 직접 자산관리가 어려워지는 상황을 대비해서 신탁상품을 구입할 의향이 얼마나 있습니까?

- ① 전혀 의향이 없다  
② 의향이 없는 편이다  
③ 의향이 있는 편이다  
④ 매우 의향이 있다

문6) 선생님의 사망 이후에 선생님이 가지고 있던 자산의 관리 및 처분을 어떻게 할지 또는 누구에게 맡길지 등에 관한 계획을 가지고 계십니까?

- ① 예 ☞ 문6-1로 이동  
② 아니오 ☞ 문7로 이동



문6-1) [ 문6=① 응답자만 ] 선생님의 사망 이후에 선생님이 가지고 있던 자산의 관리 및 처분과 관련하여 어떤 계획을 가지고 있습니까?

- ① 자녀에게 맡길 계획
- ② 배우자에게 맡길 계획
- ③ 금융기관 신탁상품을 구입 할 계획
- ④ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문7) 신탁상품 가운데 선생님의 사망 이후에 선생님이 가지고 있던 자산의 관리 및 처분을 선생님이 원하는 방식으로 금융기관이 대신해 주는 상품이 있습니다. 선생님은 이런 사실을 알고 계셨습니까?

- ① 매우 잘 알고 있음
- ② 들어보았지만 자세히 알지는 못함
- ③ 전혀 모름

문8) [ 문6=② OR 문6-1≠③ ] 선생님의 사망 이후에 선생님이 가지고 있던 자산의 관리 및 처분에 대비해서 신탁상품을 구입할 의향이 얼마나 있습니까?

- ① 전혀 의향이 없다
- ② 의향이 없는 편이다
- ③ 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 의향이 있다

문9) 선생님 댁에는 현재 거주하고 있는 주택 이외의 다른 부동산(건물이나 토지)을 소유하고 계십니까?

- ① 예 ☞ 문9-1로 이동
- ② 아니오 ☞ IV. 노후 자산관리 자문으로 이동

문9-1) [ 문9=① 응답자만 ] 선생님 댁에는 주택 이외에 다른 부동산(건물이나 토지)중에 임대소득을 얻고 있는 부동산이 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오

문10) [ 문9=① 응답자만 ] 선생님 댁의 주택 이외의 다른 부동산(건물이나 토지)을 누가 관리하고 있습니까? (※ 소유 부동산이 여러 개인 경우 금액이 가장 큰 부동산을 기준으로 답변해 주세요)

- ① 직접 관리
- ② 전문업체를 통해서 관리
- ③ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

## Ⅳ. 노후 자산관리 자문

문1) 선생님은 은퇴 후 안정적인 자산관리를 위해 전문가의 자문이 얼마나 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요 없다
- ② 필요 없는 편이다
- ③ 필요 있는 편이다
- ④ 매우 필요하다

문2) 선생님은 지금까지 은퇴 후 노후 자산관리와 관련된 자문을 받아 본 경험이 있습니까?

- ① 예 ☞ 문2-1로 이동
- ② 아니오 ☞ 문2-4로 이동

문2-1) [ 문2에 ①에 응답자만 ] 그럼, 선생님이 노후 자산관리 관련하여 자문받은 금융기관은 어디입니까? 해당하는 것을 모두 응답해 주십시오.(복수응답)

문2-2) [ 문2-1에 ①있다 응답한 기관만 ] 선생님은 금융기관의 노후 자산관리 관련 자문에 얼마나 만족하십니까?

문2-3) [ 문2-2에 ①,② 불만족한 응답자만 ] 선생님이 금융기관의 노후 자산관리 관련 자문에 불만족한 이유를 구체적으로 응답해 주십시오.

구분	경험 여부	구분					문2-3) 불만족 이유	
		매우 불만족	불만족	만족	매우 만족			
1. 은행	① 있다 ② 없다	①	②	③	④	☞ ①,② 응답자	이유: ( )	
2. 증권회사	① 있다 ② 없다	①	②	③	④	☞ ①,② 응답자	이유: ( )	
3. 보험회사	① 있다 ② 없다	①	②	③	④	☞ ①,② 응답자	이유: ( )	
4. 기타	① 있다 ② 없다	①	②	③	④	☞ ①,② 응답자	이유: ( )	

문2-4) [ 문2=② 아니오 응답자만 ] 선생님은 향후 노후 자산관리 관련하여 자문을 받아 볼 의향이 얼마나 있습니까?

- ① 전혀 의향이 없다
- ② 의향이 없는 편이다
- ③ 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 의향이 있다

문3) [ 문2-4=③, ④ 응답자만 ] 선생님이 생각하시는 가장 적절한 노후 자산관리 자문기관은 어디라고 생각하십니까?

- ① 은행
- ② 증권회사
- ③ 보험회사
- ④ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)
- ⑤ 잘 모르겠음

## V. 노후 자금 사용

문1) 선생님은 아래와 같이 구성된 종합 심신 건강 전문가 자문에 돈을 지불하고 받아 볼 의향이 있습니까?

- 1. 연령대별로 나에게 맞는 맞춤형 운동 프로그램
- 2. 나의 체질에 적합한 식사 메뉴 정보를 제공하는 맞춤형 식단 프로그램
- 3. 관계의 어려움 등에 대처할 수 있는 맞춤형 스트레스 관리 프로그램

- ① 예 (돈을 지불하고 전문가로부터 자문을 받아 볼 의향이 있음)
- ② 아니오 (전문가 자문 대신 책, 인터넷, TV등을 통해 관련 정보를 획득하겠음)

문2) 선생님은 향후 나이가 들어서 누군가의 돌봄이 어느 정도 필요한 상황이 될 경우 어떻게 할 계획이십니까? 가장 선호하는 방법을 응답해 주시기 바랍니다.

- ① 식당, 병원, 교통 서비스 등을 갖춘 실버타운으로 이사
- ② 자가 주택+외부 서비스 업체 활용(내 집에서 계속 머물면서 대신 청소, 식사, 세탁, 장보기 등 가사 관련 일이나 외출 시 교통서비스 제공 등의 도움이 필요한 경우 전문 서비스 업체로부터 제공 받음)
- ③ 자가 주택+가족 도움(내 집에서 계속 머물면서 자녀 또는 기타 지인의 도움을 받음)
- ④ 기타(구체적으로 적어주십시오: \_\_\_\_\_)

문3) 선생님의 부모님 또는 배우자의 부모님 중 사망하신 분이 계십니까?

문3-1) [ 문3=①, ② 응답자만 ] 선생님의 부모님 중 돌봄이 필요하신 분이 계십니까?

구분	문3) 사망하신 분	문3-1) 돌봄이 필요하신 분	
본인	① 아버지 ② 어머니 ③ 두 분 모두 ④ 없음	☞ ①,②,④ 응답자	① 아버지 ② 어머니 ③ 두 분 모두 ④ 없음
배우자	① 아버지 ② 어머니 ③ 두 분 모두 ④ 없음	☞ ①,②,④ 응답자	① 아버지 ② 어머니 ③ 두 분 모두 ④ 없음

문3-2) [ 문3-1=①, ②, ③ 응답자만 ] 선생님은 선생님 부모님의 돌봄(재택 도우미 찾기, 요양시설 입소 등) 또는 배우자의 부모님의 돌봄(재택 도우미 찾기, 요양시설 입소 등)과 관련하여 발생할 수 있는 다양한 문제에 대해 자문 및 도움을 제공해주는 서비스를 이용할 의향이 있으십니까?

- ① 전혀 의향이 없다
- ② 의향이 없는 편이다
- ③ 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 의향이 있다

문4) 선생님은 비용을 지불하고 맞춤형 여행 상품(여행객이 가고 싶은 곳, 원하는 일정, 체험하고 싶은 프로그램 등을 말하면 그에 맞춰 여행에 필요한 모든 것을 준비해주는 여행 상품)을 구입할 의향이 얼마나 있습니까?

- ① 전혀 의향이 없다
- ② 의향이 없는 편이다
- ③ 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 의향이 있다

문5) 선생님이 사망한 이후 유품 정리 등 사후 마무리와 관련된 업무를 전문적인 업체에 맡길 의향이 얼마나 있습니까?

- ① 전혀 의향이 없다
- ② 의향이 없는 편이다
- ③ 의향이 있는 편이다
- ④ 매우 의향이 있다

## VI. 노후 관련 정보 채널

문1) 선생님은 은퇴 이후의 삶을 계획하기 위해 관련 정보(자산관리, 건강, 여행, 평생교육, 재취업/창업, 돌봄/요양 등)를 검색해본 경험이 있으신가요?

- ① 예 ☞ 문1-1로 이동
- ② 아니요

문1-1) [ 문1에 ①에 응답자만 ] 선생님은 은퇴 이후의 삶을 계획하는 것과 관련된 정보 검색이 얼마나 쉬웠다고 생각하십니까?

- ① 매우 어려웠다

- ② 어려운 편이었다
- ③ 쉬운 편이었다
- ④ 매우 쉬웠다

문2) 선생님은 은퇴 이후의 삶과 관련된 다양한 정보(자산관리, 건강, 여행, 평생교육, 재취업/창업, 돌봄/요양 등)를 한 곳에서 얻을 수 있는 고령층 전문 인터넷 종합 포털이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 예
- ② 아니오

문3) 선생님은 은퇴 이후의 삶을 계획하기 위해 전문가의 종합적인 자문을 받아 본 경험이 있습니까?

- ① 예  문3-1로 이동
- ② 아니오  문3-3으로 이동

문3-1) [ 문3=① 응답자만 ] 선생님은 은퇴 이후의 삶을 계획하기 위해 전문가의 종합적인 전문가의 자문에 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족스러웠다
- ② 불만족스러운 편이었다
- ③ 만족한 편이었다
- ④ 매우 만족했다

문3-2) [ 문3-1=①, ② 응답자만 ] 그럼, 선생님이 불만족한 이유를 구체적으로 응답해 주시기 바랍니다.

문3-3) [ 문3=② 응답자만 ] 선생님은 은퇴 이후의 삶을 계획하기 위해 인터넷 검색이나 독서만으로 충분하다고 생각하십니까? 아니면 비용을 지불하더라도 전문가의 종합적인 자문을 받아 볼 필요가 있다고 생각하십니까?

- ① 예
- ② 아니오

## VII. 응답자 특성

DQ1) 선생님의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고등학교 졸업 이하    ② 대학교 졸업
- ③ 대학원 석사 졸업      ④ 대학원 박사 졸업

DQ2) 현재 선생님이 함께 살고 있는 총 가구원수는 몇 명입니까?(본인 포함)

- ① 1명    ② 2명    ③ 3명    ④ 4명    ⑤ 5명 이상



## 도서회원 가입안내

회원	연회비	제공자료	
법인 회원	₩300,000원	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · 해외 보험동향 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	영문 연차보고서 추가 제공
특별 회원	₩150,000원		
개인 회원	₩150,000원		

\* 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관



### 가입 문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02)3775-9113 | 팩스 : (02)3775-9102



### 회비 납입 방법

무통장입금

- 계좌번호 : 국민은행 (400401-01-125198) | 예금주: 보험연구원



### 자료 구입처

서울 : 보험연구원 자료실(02-3775-9113 | lsy@kiri.or.kr)





## | 저자약력

임 준 Michigan State University 경제학 박사 / 연구위원  
E-mail : limjoon@kiri.or.kr

정수진 한양대학교 응용경제학 석사 / 연구원  
E-mail : jungsj@kiri.or.kr

연구보고서 2024-07

### 보험회사의 고령시장 사업전략 연구

발행일 2024년 7월  
발행인 안철경  
발행처 보험연구원  
주소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩  
인쇄소 고려씨엔피

ISBN 979-11-93021-46-0 (정가 10,000원)  
979-11-85691-50-3(세트)