



고령층 보험시장의 성장 가능성과 판매채널의 역할

박정희 선임연구원

요약

■ 인구고령화가 빠르게 진행되면서 고령층 보험시장이 확대되고 있음. 최근 3년간 생명보험 계약건수는 지속적인 감소세를 보이고 있지만 60세 이상의 고령층의 계약건수는 증가세를 보임. 그러나 고령층의 낮은 금융이해력으로 금융상품이나 서비스에 대한 불합리한 관행을 경험할 가능성이 높은 것으로 보임. 향후 보험시장이 고령층을 중심으로 성장할 가능성이 높을 것으로 보여 고령층의 보험에 대한 만족도와 신뢰도가 중요할 것으로 판단됨. 일본의 경우 고령층에 차별화된 보험모집 지침을 제정·시행하여 고령층의 보험상품에 대한 만족도와 신뢰도를 제고하고 있음. 고령자의 특성을 반영한 보험회사의 판매채널 전략과 감독당국의 노력이 병행될 필요가 있음.

■ 인구고령화가 빠르게 진행되며 고령층 보험시장이 확대되고 있고 고령층의 보험수요는 지속적으로 증가할 것으로 보이며, 이러한 추세에 따라 고령층을 대상으로 한 보험상품이 개발되고 있음.¹⁾

- 2012년 65세 인구 비중은 11.8%로 589만 명이나 2020년 15.7%인 808만 명, 2030년 24.3%인 1,269만 명으로 늘어날 것으로 전망됨(〈표 1〉 참조).
- 최근 3년간 생명보험 계약건수는 줄어들고 있으나 60세 이상 고령층의 계약건수는 증가하고 있음.
 - 〈표 2〉에서 보여주는 바와 같이 2012년 생명보험 전체 계약건수는 전년대비 1.2% 감소하였으나 60세 이상의 고령층에서는 전년대비 12.3% 성장한 것으로 나타남.
 - 가입연령이 75세로 확대된 보험상품도 출시되는 등 고령층 대상 보험상품도 늘어나고 있음.²⁾

1) 금융위원회가 지난해 12월 발표한 ‘100세 시대를 대비한 금융의 역할 강화방안’ 중 고령층에 특화된 다양한 상품 출시를 위한 후속조치로 현행 실손의료보험보다 가입연령을 늘리고 보험료 부담을 완화한 ‘노후실손의료보험’을 지원하는 개정안을 발표.
 2) 오는 8월 1일부터 시행되는 ‘노후실손의료보험’은 가입연령이 최대 65세에서 75세까지로 확대됨.

〈표 1〉 인구구조 변화 추이

(단위: 천명, %)

구분	1980	1990	2000	2012	2020	2030	2040	2050	2060	
인구 추계 (비중)	0~14	12,951	10,974	9,911	7,559	6,788	6,575	5,718	4,783	4,473
		34.0	25.6	21.1	15.1	13.2	12.6	11.2	9.9	10.2
	15~64	23,717	29,701	33,702	36,556	36,563	32,893	28,873	25,347	21,865
		62.2	69.3	71.7	73.1	71.1	63.1	56.5	52.7	49.7
65세+	1,456	2,195	3,395	5,890	8,084	12,691	16,501	17,991	17,622	
	3.8	5.1	7.2	11.8	15.7	24.3	32.3	37.4	40.1	
인구추계	38,124	42,870	47,008	50,005	51,435	52,159	51,092	48,121	43,960	
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 통계청; e-나라지표; 부문별지표.

〈표 2〉 60세 이상 남녀 가입비중 및 성장률

(단위: 천건, %)

구분	사망	재해 사망	질병 및 재해입원	재해 입원	암입원	암진단	기타	60세+ 소계	생보 합계
2010	2,236	1,302	1,025	1,432	1,077	1,440	2,121	10,633	198,062
2011	2,476	1,416	1,142	1,503	1,233	1,628	2,370	11,768	195,539
2012	2,824	1,555	1,305	1,572	1,395	1,905	2,659	13,214	193,209
성장률	14.1	9.8	14.3	4.6	13.1	17.0	12.2	12.3	-1.2

주: 기타는 암사망, 질병입원, 암수술, 질병 및 재해수술 계약건수임.

자료: 보험개발원(2014. 2), 『FY2013 생명보험 통계자료집』.

■ 고령층의 보험수요가 증가할 것으로 보이거나 금융이해력이 상대적으로 낮아 금융상품이나 서비스를 이용할 때 불합리한 관행을 경험할 가능성이 높은 것으로 추정됨.

- 60대 이상 계층의 63.6%가 본인의 금융이해력 수준이 낮다고 응답하였음.³⁾
- 금융위가 전국 16개 시·도 성인남녀 3,000명을 대상으로 한 ‘금융관행 실태조사’에 따르면, 금융 서비스나 상품을 이용하면서 불합리한 관행을 경험한 적이 있느냐는 질문에 797명(26.6%)이 ‘있다’고 응답함.
 - 불합리한 관행의 유형(중복응답)으로는 상품설명 불충분(40.6%), 약관내용 어려움(34.5%), 각종 수수료 설명 불충분(29.2%), 부담스러운 상품 설명(27.1%), 과장 광고(16.4%) 등이 있음.
 - 불합리한 관행을 경험한 금융상품(중복응답)은 보험상품이 46.4%로 가장 많았으며, 신용카드(32.1%), 자유예금(17.1%), 적금담보대출(6.5%), 펀드(3.9%) 순으로 나타남.

3) 보험연구원 ‘2014 소비자설문조사’ 최종세미나 자료.

〈표 3〉 금융서비스나 상품의 불합리한 관행 비중

(단위: %)

구분	신용 카드	자유 예금	건강 보험	실손 보험	종신 보험	적금 담보대출	자동차 보험	연금 보험	펀드
비중	32.1	17.1	16.9	10.3	8.8	6.5	5.3	5.1	3.9

■ 향후 보험시장이 고령층을 중심으로 성장할 가능성이 높을 것으로 보여 고령층의 보험에 대한 만족도와 신뢰도가 중요할 것으로 판단됨.

- 일본의 경우 고령층의 만족도를 제고하기 위해 ‘고령층⁴⁾의 보험모집 가이드라인(No.14-005)’을 마련함.
 - 최근 일본 손해보험협회가 발표한 자료에 따르면 고령층의 이해나 판단력에 따라 쉬운 말로 보험상품을 반복 설명하거나 고객의향을 정확히 파악 후 확인 등을 통해 계층별 차별화된 보험모집 지침을 실시한다고 밝힘.⁵⁾
- 일본 보험회사는 고령자 특성을 반영해 고령자 본인의 희망과 필요에 따라 다양하고 섬세한 대응 방안을 마련하고 있음.
 - 친족 등의 동석: 고령자 본인의 희망과 필요에 따라 고령자가 아닌 성년자에 한해 친족 등이 동석
 - 복수 보험모집인의 보험 모집: 2명 이상의 보험모집인이 방문 등으로 설명
 - 보험계약 체결 후 상품 내용: 보험모집 채널에 관계없이 계약 체결 후 해당 고령자에게 보험모집인 이외의 담당자가 전화 등으로 본인 의향에 맞는 상품 내용임을 재확인

■ 고령자의 특성을 반영한 보험회사의 판매채널 전략과 감독당국의 노력이 병행될 필요가 있음.

- 현재 우리나라는 고령자 특성을 반영한 별도의 보험모집 지침이 마련되어 있지 않으며, 다양한 채널에 대한 전반적인 제재만을 가하고 있어 불완전 판매비율을 줄이는 데 한계점이 있음.
- 반면, 금융당국은 보험 전문지식을 악용하여 직·간접적으로 불완전판매를 부추기는 모집인에 대해 처벌을 강화하고 모집 관련 법규 전반에 대해 전문적인 교육서비스를 제공할 필요가 있음.
- 보험회사는 고령자의 특성에 맞게 일본과 같은 친족 등의 동석이나 보험 모집 시 다수의 대면 기회 등을 모집지침으로 대면 기회를 보다 늘릴 필요가 있음.
 - 또한 보험 가입 이후에도 소비자의 플랜과 다른 부분은 즉각적인 시정 등이 이루어져야 함. **kiri**

4) 일본의 고령자 정의는 보험소비자 민원 건수 등을 고려하여 70세 이상의 고객을 대상으로 하며, 70세 미만의 고객이라도 필요시 본 가이드라인의 절차를 적용함.

5) 일본 생명보험협회는 2013년 5월 생명보험회사들의 경험을 토대로 고령자 응대 방안을 마련한 바 있으며, 관련 상세 자료는 해외보험금융동향 2013년 여름호에 게재된 장동식, 「생명보험회사의 고령자에 대한 서비스 만족도 제고 방안」을 참조.