

## 【 주간이슈 】

## 자동차보험의 비용감소를 통한 손해율 개선 방안

김대환 부연구위원  
기승도 전문연구위원

- 자동차보험의 손해율 악화 및 개선여부에 따라 자동차보험료의 인상 및 인하에 대한 찬·반 논쟁이 반복되어 왔으며, 자동차보험료를 둘러싼 이러한 논란은 향후에도 지속될 것으로 예상됨.
  - 자동차보험시장의 성장은 제한적인 반면 손해율은 다양한 사회·경제적 영향에 민감하게 반응하기 때문에 손해율 변동에 따른 보험료의 조정에 대한 근본적인 논의가 필요한 상황임.
- 자동차보험 시장은 보험회사들이 적자를 면하기 어려운 구조적인 특수성으로 인해 인위적인 보험료조정은 사회적 효용을 오히려 감소시킬 수 있음.
  - 자동차보험상품은 상품구조가 가장 단순하고 상품 간 동질성이 강하며 소비자의 이해도가 높아 보험회사는 가격경쟁을 통해 수익극대화 전략을 취할 수밖에 없는 구조임.
  - 그러므로 보험회사는 보험료의 인하만 주장하는 소비자와 달리 손해율이 변동함에 따라 보험료를 증가·인하하려는 유인이 모두 발생하며, 손해율이 개선되면 시장원리에 의해 자연스럽게 보험료를 인하할 수밖에 없음.
  - 실제로 우리나라 자동차보험시장은 손해율이 변동함에 따라 적자폭이 감소·증가할 뿐 영업수지는 과거 10년 동안 적자를 면하지 못하고 있음.
- 손해율에 연동된 보험료의 조정보다는 보험원가를 감소시킬 수 있는 근본적인 방법으로 손해율을 경감시키고 보험료를 인하를 유도하는 방법이 사회적 효용을 극대화시킬 수 있는 방안이 될 수 있음.
  - 손해율 감소정책을 통해 자동차보험의 원가를 낮추어 보험료를 인하하는 방안이 소비자, 기업, 정부 모두가 윈윈(Win-Win)할 수 있는 방안임.
  - 도로 및 교통과 관련한 인프라의 구축·개선, 주행거리에 연동한 보험료 차등화 제도의 도입, 의료수가제도의 개선, 보험사기 감소 등을 통해 손해율을 감소시켜 보험료의 인하를 유도할 수 있음.

본고는 연구자 개인의 의견이며, 보험연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

## 1. 검토배경

- 최근 자동차보험의 손해율이 급상승하면서 보험료의 인상여부가 현안으로 대두되고 있음.
  - 2009년 12월과 2010년 1월에는 손해율이 80%를 상회하는 수준까지 급증하였음.
  - 손해율이 증가함에 따라 보험회사는 보험료를 인상하려고 하고, 정책당국 및 소비자는 자동차보험료 인상에 부정적인 입장에 있음.
  - 자동차보험영업의 적자가 급증하는 상황에서 보험회사가 보험료를 인상하려고 하는 것은 당연한 것으로 보이지만,
  - 2008년 하반기부터 시작된 세계적 경제위기 속에서 보험료를 부담해야 하는 소비자 입장도 수긍이 되는 상황임.
- 자동차보험료를 둘러싼 논란은 과거에도 지속되어 왔으며, 향후에도 자동차보험 손해율변동에 따른 보험료 인상·인하 여부에 대한 찬반논쟁은 지속될 것으로 예상됨.
  - 자동차보험시장은 자동차대수 증가 및 자동차보험 원가상승으로 인해 성장이 제한적인 반면 손해율은 매우 유동적이어서 손해율 변동에 따른 보험료 인상·인하에 대한 논의가 지속될 것임.
  - 특히, 자동차보험 중 대인배상 I 과 대물배상(한도 1000만원) 담보는 자동차손해배상보장법에 따라 의무적으로 가입하여야 하므로, 소비자는 자동차보험료를 세금의 일부처럼 생각하는 경향이 있음.
  - 반면에 자동차 보험회사는 자동차보험업을 보험사업으로 인식하고 있어, 적자가 나는 경우 보험료를 인상해야 한다는 입장임.
  - 의무적으로 가입하는 자동차보험의 속성상 두 경제주체 간 보험료를 둘러싼 논란은 해소되기 어렵고 향후에도 지속될 것으로 예상됨.
- 이에 본고에서는 자동차보험료를 손해율과 연동해서 결정해야 하는지에 대한 논리적 타당성을 분석해보고, 자동차보험료를 안정시킬 수 있는 대안을 찾아 제시하고자 함.
  - 자동차보험은 기타 보험과 다른 특수성들이 존재하므로 보험료 인상·인하를 단편적으로 주장하기 보다는 자동차보험에 대한 전반적인 분석을 통해 사회적 후생을 극대화하는 방안을 모색한다는 입장에서 검토함.

## 2. 자동차보험시장 현황

### 가. 자동차보험시장의 성장추이(수입보험료 측면)

□ 우리나라 손해보험시장은 2004년 이후 평균 12.6%의 성장률을 시현하였으나 주력 보험종목 중 하나인 자동차보험은 연평균 6.4% 성장에 그침.

○ 건강에 대한 관심증대와 고령화에 따른 장수리스크 및 건강리스크의 중요성이 부각되면서 장기손해보험이 손해보험시장의 성장을 주도하는 반면 자동차보험 시장은 성장추이가 정체국면에 접어든 것으로 판단됨.

- 손해보험시장에서 장기손해보험이 차지하는 비중은 51.8%를 상회하고 있으며 자동차보험시장의 비중은 지속적으로 감소하여 현재 30.0%에 불과함<sup>1)</sup>.

□ 자동차보험은 자동차 대수의 증가에 연동하여 성장하는 구조이므로, 자동차 대수 증가율이 점점 줄어드는 상황에서 자동차보험 시장의 과거 높은 성장추이가 향후에도 지속되기는 어려울 것으로 판단됨.

○ 승용차 등록대수는 약 1,298만대이며, 이는 1가구당(4인 가구 기준) 1대 수준으로 가구별 '두 번째 자동차(second car) 문화'가 형성되지 않는다면 거의 포화상태에 접근한 상황으로 판단됨<sup>2)</sup>.

○ 자동차등록대수 성장을 추이를 보면, 2003년 이전까지는 연간 약 80만대 이상씩 늘어났으며 성장률은 약 7%의 높은 수준이었으나, 이후 약 30~50만대 인 연 평균 3%대로 성장추세가 둔화되었음.

□ 자동차대수 증가뿐만 아니라 자동차보험 원가상승(차량가액 상승 등)로 인해 성장에도 한계가 존재하기 때문에, 전체적으로 자동차보험시장의 성장 동력은 많이 약화되어 있는 상태로 판단됨.

○ 기존 자동차를 대체하는 고가자동차 및 외국산 자동차의 구성비가 지속적으로 증가할 것으로 추정됨에 따라 차량가액 또는 부품가격 인상으로 인한 보험료 인상(소극적 성장)이 예상됨.

○ 하지만 상대적으로 보험료가 저렴한 온라인판매채널을 통한 보험가입의 증가

1) 보험개발원, 『보험통계연감』 2008년도 자료에 기반함.

2) 국토해양부(<http://www.mltm.go.kr>) 자료에 기반함.

로 인해 자동차보험시장의 성장이 반감될 것으로 예상됨.

- 자동차보험시장의 성장이 둔화된 상태에서 자동차보험시장 환경의 변화가 부정적인 방향으로 영향을 줄 경우, 자동차보험 산업에 큰 부담으로 작용할 수 있을 것임.

**나. 자동차보험시장의 손익(손해율)**

- 과거 10년 동안 자동차보험의 영업수지는 적자 폭이 변동하였을 뿐 적자를 면하지 못하고 있는 상황임.

**<표 1> 자동차보험 영업이익 추이**

(단위 : 천만원)

년도	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
영업이익	-42,921	-47,170	-2,371	-10,182	-65,709	-44,828	-82,022	-100,650	-53,523	-21,954

자료: 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 년도

- 자동차보험 시장에서 영업수지 추이가 적자상태를 유지하고 있는 것은 보험회사 간 경쟁이 심화된 원인과 자동차보험의 사회보험적 특성으로 손해율에 부합한 효율조정이 이루어지지 않았기 때문으로 판단됨.

- 경쟁 심화 측면을 보면, 자동차보험 시장의 경쟁정도를 간접적으로 볼 수 있는 HHI(Herfindahl-Hirschman Index)<sup>3)</sup>가 매년 낮아지고 있는 추이를 보이고 있어 자동차보험 시장의 경쟁이 점차 치열해지는 것으로 나타남.
  - 자동차보험상품 내용이 판매 회사별로 차이가 크지 않아 소비자는 보험상품 선택시 가격을 중요한 선택요소로 간주함.
  - 따라서 보험회사들은 시장점유율을 늘리기 위한 경쟁전략으로 가격경쟁을 하였고 이는 자동차보험 시장 전체의 적자구조를 고착화 시키는데 일조한 것으로 판단됨.

3) 기업을 매출액이나 자산규모 순으로 배열하고 시장점유율을 각각의 %로 계산한 후 이들 점유율의 제곱을 모두 합산한 지수로 시장집중도 측정방법의 하나로 사용되며, HHI의 값이 클수록 산업의 집중도가 높은 것을 의미함.

<표 2> 자동차보험 시장 집중도(HHI) 변화추이

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07	FY'08
HHI	0.1641	0.1620	0.1553	0.1531	0.1465	0.1489	0.1473	0.1458
차이	0.0073	-0.0021	-0.0068	-0.0021	-0.0067	0.0024	-0.0016	-0.0015

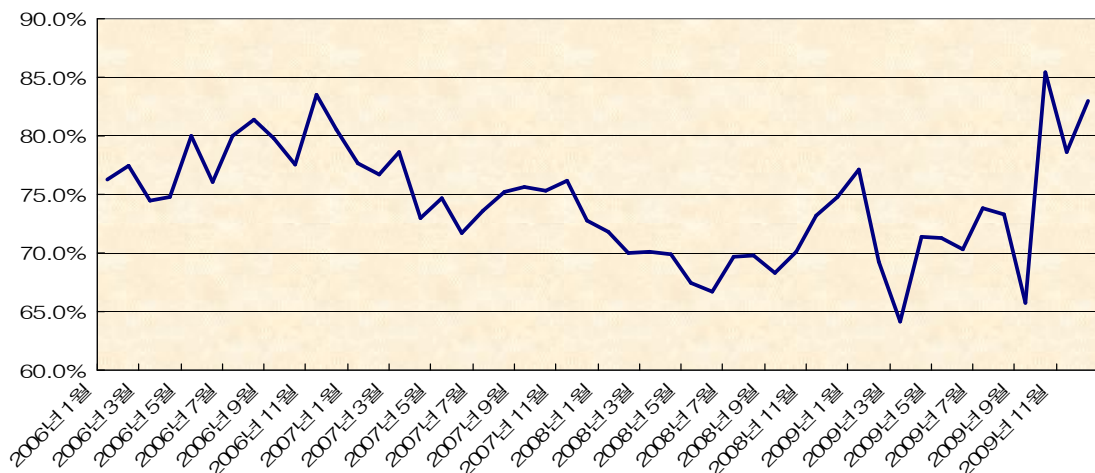
주: 1) 일반물건 기준임.  
2) FY'08은 '08.4월 ~7월 자료임.

- 손해율에 입각한 효율조정 측면을 보면, 전술하였듯이 소비자는 자동차보험의 일부담보에 의무 가입해야 하므로 자동차보험료를 세금의 일부처럼 생각하는 경향이 있어 자동차보험료 조정에 매우 민감한 경향이 있음.
  - 따라서 보험회사는 손해율이 악화되는 상황에서도 보험료 인상을 가급적 자제하는 경향이 있음.

□ 자동차보험 손해율은 계절성, 경제성장, 여가활동 등과 같은 다양한 사회·경제적 영향에 민감하여 변동성이 매우 큰 특징이 있음.

- 2006년 1월부터 2009년 12월까지 최근 4년 동안의 손해율을 살펴보면, 월별 또는 계절별로 변동성이 심한 것을 알 수 있음.
- 일반적으로 주행거리가 가장 많은 여름휴가기간과 눈 및 빙판길 등으로 도로 여건이 취약한 겨울기간동안 손해율이 높음.

<그림 1> 자동차보험의 월별 손해율 추이



자료: 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 월호

□ 계절성으로 인해 여름과 겨울쯤에는 보험료를 인상해야 한다는 주장이 보이다가 손해율 개선에 따른 보험료 인하에 대한 여론(대중매체의 보도)이 형성되는 현상이 반복됨.

- 최근 경우에도, 2009년 겨울에는 폭설과 강추위가 들이닥치면서 교통사고가 급증하여 손해율이 2009년 12월에는 82.6%, 2010년 1월에는 81.2% 수준까지 상승함에 따라 보험료를 인상해야한다는 주장이 있었음.
- 2010년 2월에는 손해율이 예정손해율보다는 높지만 2009년 12월 절정기보다는 소폭 감소되어 77.2%가 시현됨에 따라 자동차보험료 인상을 자제해야 한다는 여론이 나오고 있음.

<표 3> 최근 손해율 변동에 따른 자동차보험료 조정에 대한 여론(대중매체 보도) 추이

구분	2009년 12월	2010년 1월	2010년 2월
손해율	82.6%	81.2%	77.2%
대중매체	손해율 악화로 보험료 인상해야		손해율 개선 예상되어 보험료 인상 불필요

### 3. 손해율과 자동차보험료의 관계

□ 보험회사는 보험료의 인하만 주장하는 소비자와 달리 손해율의 변동에 매우 민감하게 보험료를 인상·인하하려는 유인이 발생하는데, 이러한 현상은 자동차보험이 가지고 있는 특수성에 기인함.

- 자동차보험을 구매하는 소비자의 효용은 동일한 자동차보험상품을 소비할 때 지불하는 비용을 감소시킬수록 극대화되기 때문에 자동차보험료를 인하하려는 욕구가 강함.
- 보험회사는 보험료를 인상시킬수록 영업수지 균형을 도모할 수 있기 때문에 자동차보험료의 인상욕구가 강하게 존재함.
- 하지만, 보험회사는 가격경쟁을 통해 수익을 극대화시킬 수 있어 손해율 개선에 따라 가격을 인하하려는 유인 또한 강함.
  - 자동차보험상품은 구조가 가장 단순하고 소비자의 이해도가 높은 상품임.
  - 소비자의 높은 이해도와 단순한 상품구조는 결국 여러 보험회사가 판매하는 자동차보험상품을 동질화(homogeneity)시켰음.

- 상품의 동질성이 강할수록 판매자의 경쟁도는 증가할 수밖에 없으며 이러한 환경은 자연히 손해율이 변동함에 따라 보험회사로 하여금 보험료를 조정하게 만들.

<표 4> 손해율 변동에 따른 경제주체의 자동차보험료 인상·인하 욕구 변화

구 분		손해율 증가 시	손해율 감소 시
소비자	보험료 인상 욕구	없음	없음
	보험료 인하 욕구	약함	강함
보험회사	보험료 인상 욕구	강함	약함
	보험료 인하 욕구	없음	강함

□ 손해율이 변동함에 따라 보험료를 인상 또는 인하하려는 보험회사의 행동(시장 원리)은 경제학 게임이론인 Bertrand 모델을 자동차보험상품에 적용하여 설명할 수 있음.

- Bertrand모델은 소비자가 상품에 대한 완벽한 정보를 가지고 있다고 가정하며 판매자는 공급량이 아닌 가격을 설정함으로써 시장에서 경쟁한다는 가정을 이용함.
- 이러한 조건이 만족될 경우 Bertrand모델은 소비자는 효용극대화를 위해 가장 낮은 가격을 선호하며<sup>4)</sup> 판매자는 상품가격을 한계비용(marginal cost)과 같도록 설정하게 되어 결국 이익이 0(zero profit)에 가깝게 됨을 증명함.
  - 또한 Bertrand 모델은 시장이 완전경쟁시장이 아닌 경쟁 회사가 2개 이상만 존재하면 이러한 시장원리가 달성됨을 증명함.
- 자동차보험의 경우 보험상품 중 동질성(homogeneity)이 가장 강하며 소비자의 이해도가 매우 높아 상품에 대한 소비자의 이해도가 완벽하다고 가정을 적용하기에 무리가 없으며, 보험상품의 경우 무형(無形)상품으로 보험회사는 시장에서 경쟁을 하기 위해 공급량이 아닌 가격을 결정하게 된다는 이론적인 가정이 적용 가능함.
  - 즉, 자동차보험시장에 A社와 B社만 존재하더라도 손해율이 감소할 경우 시장경쟁원리에 의해 A社와 B社は 자동차보험료를 충분히 인하할 개연성이 높음.

4) 자동차보험의 경우 경제학 이론에서 주장하는 이론적인 수준의 동질성을 가지고 있지는 않기 때문에 특정 보험회사의 브랜드를 선호한다거나 보험상품 변경비용(search costs)등으로 인해 무조건 낮은 가격만을 선호하지는 않지만 낮은 가격을 선호하는 성향이 매우 강한 보험상품임.

- 실제로 주요국의 자동차보험시장에서 보험회사들의 수익은 0 또는 적자를 면하지 못하고 있는 상황이며 자동차보험을 제외한 기타 보험시장에서 수익을 내어 자동차보험시장에서 경쟁하는 구조임<sup>5)</sup>.

#### 4. 시사점

□ 자동차보험료는 시장원리에 맡기는 것이 사회적 효용(Social Utility)을 극대화시키는 방법임.

- 자동차보험의 경우 손해율이 감소하더라도 시장경쟁을 통한 시장점유율을 확보하기 위해 보험료를 감소시킬 개연성이 높음.
- 손해율이 증가할 경우 보험회사는 시장에서 퇴출되지 않기 위해 보험료를 인상할 것이지만 그 인상정도는 최소한의 수익을 보장하는 수준만이 가능할 것임.
- 결국 손해율의 변동에 상관없이 가격(보험료)은 항상 한계비용에 근접한 수준에서 머물러 사회적 효용이 극대화되는 상황으로 귀결됨.
  - Bertrand모델에서의 균형(Bertrand Equilibrium)은 내쉬균형(Nash Equilibrium)<sup>6)</sup>으로 가격이 한계비용 근처에서 지속적으로 머무르게 됨.
- 사회적 효용이 시장원리에 의해 자연스럽게 극대화될 수 있는 상황에서 이해관계자 등에 의한 시장가격의 왜곡은 사회적 효용을 오히려 감소시키는 결과를 초래함.
- 다만, 자동차보험이 사회보험적 성격이 강하므로 보험료 인상요인이 있을 경우 이를 모두 반영할 경우 소비자의 불만이 클 수 있음.
  - 따라서, 효율인상요인이 있을 경우에는 인상요인이 국민에게 주는 충격을 최소화할 수 있도록 효율인상요인을 점차적으로 반영하는 것도 검토할 수 있을 것임.

□ 보험원가를 하락시킬 수 있는 근본적인 방법으로 손해율을 낮추고 보험료 인하를 유도하는 방법이 사회적 효용을 극대화시킬 수 있는 방안이 될 수 있음.

- 손해율이 낮아지면 자동차보험시장의 특수성에 의해 보험료는 자연히 낮아지

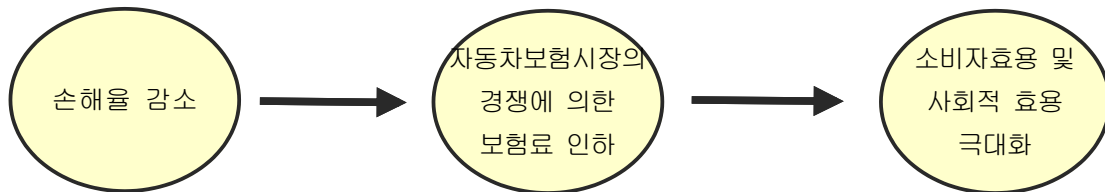
5) 영국, 독일, 프랑스, 일본 등 현지 출장에서 세미나 및 미팅을 통해 수입한 정보 이용

6) 내쉬 균형(Nash equilibrium)은 게임 이론에서 경쟁자 대응에 따라 최선의 선택을 하면 서로가 자신의 선택을 바꾸지 않는 균형상태를 말하는 것으로 Bertrand균형은 게임 참가자들이 가격을 이용하여 경쟁하기 때문에 Nash-in-Price Equilibrium이라고 언급되기도 함.

게 되어 소비자 효용이 증가하게 됨.

- 손해율 감소정책을 통해 자동차보험의 원가를 낮추어 보험료를 감소시키는 방안이 소비자, 기업, 정부 모두가 윈윈(Win-Win)할 수 있는 방안임.

<그림 2> 손해율 감소정책을 통한 사회적 효용 극대화



- 자동차보험의 손해율을 낮출 수 있는 정책적인 방향은 자동차사고를 감소시켜 손해율을 낮추는 방법과 자동차사고 이후 관련비용을 감소시켜 손해율을 낮추는 방법으로 구분될 수 있음.

- 자동차사고발생률을 감소시키는 방법으로는 도로, 교통표지판, 신호등 등 관련 인프라를 구축 및 개선하는 방법과 주행거리에 연동한 보험료 차등화제도 (Pay-As-You-Drive: PAYD)<sup>7)</sup>의 도입과 같이 운전자의 운전행태를 변화시킬 수 있는 제도도입 등을 생각할 수 있음.
- 보험금을 줄이는 방안으로는 의료수가제도의 개선, 보험사기 감소 등이 필요함.

<표 5> 손해율 감소를 위한 정책방향

구 분	정책방향
자동차사고 감소를 통한 손해율 개선	자동차사고 감소를 위한 인프라 구축 및 개선 주행거리 감소를 유도할 수 있는 제도 도입 교통법규위반 단속 및 제재 강화 초보운전자, 저연령자, 고령자 등의 교통사고 경감제도 등
자동차사고 이후 비용 감소를 통한 손해율 개선	의료수가제도의 개선 보험사기 감소 등

- 우리나라 의료수가제도는 동일 의료행위라도 사고원인 및 진료비 지급주체에 따라 진료비가 달라지는 문제점을 안고 있어 건강보험료의 인상뿐만 아

7) 보험연구원 기승도·김대환·김혜란의 “주행거리에 연동한 자동차보험제도”에 따르면 PAYD도입으로 주행거리가 12.7% 감소하고 결과적으로 자동차사고가 7.62% 감소하는 것으로 나타났음.

- 나라 자동차손해율의 악화를 초래하는 요인으로 작용
- 건강보험에 비해 산재·자동차보험 환자의 요양기관 종별 가산율이 높아 일부 요양기관은 수입 증대를 위해 과잉진료, 허위·부당청구 등이 빈발함.
  - 실제로 국민건강보험에 비해 자동차보험은 건당의료비와 입원율이 월등히 높음.

<표 6> 의료기관 종별 의료비 및 입원율 현황(2007)

(단위: 원, %)

구 분	의료기관	국민건강보험	자동차보험
건당의료비	종합전문	270,808	2,356,634
	종합병원	159,479	1,032,652
	병원	132,838	569,183
	의원	21,893	363,638
입원율	종합전문	8.2	27.5
	종합병원	7.1	43.2
	병원	9.2	56.8
	의원	0.4	54.5

주 : 입원율 = 입원건수 ÷ 합계건수(입원건수 + 외래건수)

자료 : 국민건강보험공단, 『건강보험통계연보 2007』

- 보험사기의 적발금액을 기준으로 손해보험이 95.9%를 차지하는데(2008년 기준) 특히 자동차보험의 보험사기 적발금액은 1,779억 원으로 69.8%를 차지하며, 혐의자 기준으로도 자동차 보험은 35,852명으로 87.4%해당할 정도로 보험사기가 만연한 보험종류임<sup>8)</sup>.KiRi

8) 금융감독원 보도자료, “2008년도 보험사기 적발현황”, 2009.3.3