보 도 자 료

책임자	손재희 실장(소비자·디지털연구실, 3775-9023)	보도	2023. 8. 10(목) 조간부터 (온라인 2023. 8. 9(수) 12:00부터)
작성자	손재희 연구위원(3775-9023)	배포	2023. 8. 8(화)
홍보담당	변철성 수석역(3775-9115)	매수	총 5매

보험연구원, 『새로운 성장을 위한 도전과 과제 (Ⅰ) : 보장격차로 살펴본 국내보험 신시장』 CEO Report 발간

"환경변화에 따른 보장격차 변동을 신성장 동력으로 만들기 위해 데이터 확보와 산업의 경계를 넘는 파트너십 구축이 필요"

□ **보험연구원 손재희 연구위원(소비자·디지털연구실)**은 환경변화에 따른 다양한 **위험변화 및 보장격차를 기반으로 보험산업 내 신사업으로 성장 가능성**을 살펴보고 **보험회사 및 금융당국의 대응과제를 제시**하고자 **새로운 성장을 위한 도전과 과제(I): 보장격차로 살펴본 국내보험 신시장』** 보고서를 발표함

□ **(논의 배경) 고령화, 가구구조변화, MZ세대의 부상, 기후변화, 디지털화 가속 및 새로운 비즈니스의 등장** 등 제반 환경변화로 **새로운 위험이 등장하고 기존 위험에 대한 인식이 변화**하고 있음

○ 고령화, 가구구조변화, MZ세대의 부상 등 인구변화는 은퇴 및 건강 위험의 민감도를 높이고 일상생활위험에 대한 보장 수요를 증가시킴

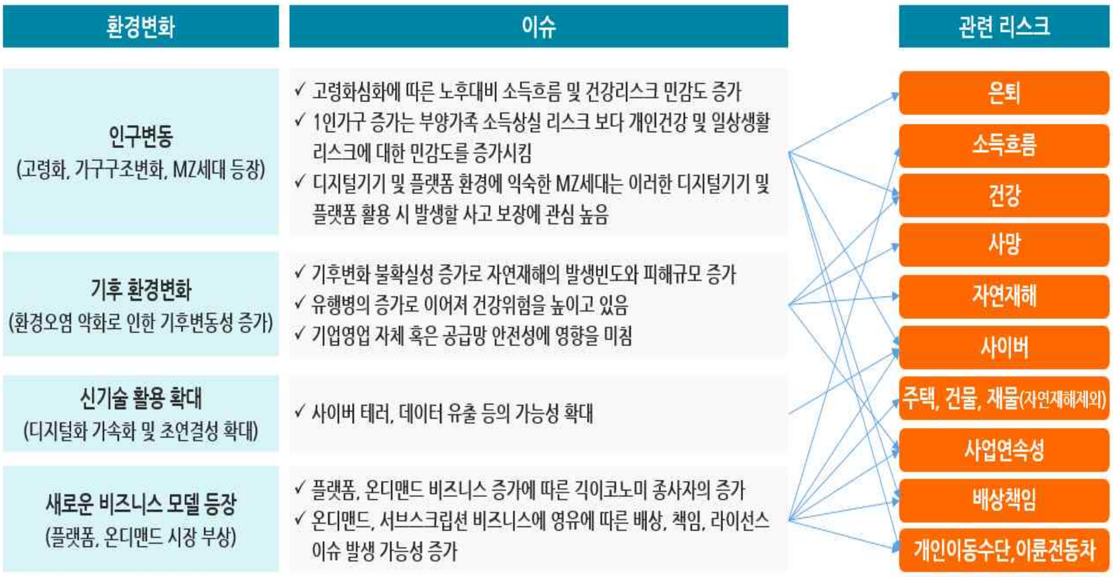
○ 기후변화로 인한 불확실성 증가로 자연재해위험이 증가하고 있으며, 이는 유행병 증가의 원인으로도 작용해 건강위험을 높임

○ 산업의 디지털화가 가속화 되고 소셜미디어, 웨어러블 및 모니터링 기술의 진화로 사이버의존성이 높아짐에 따라 사이버위험이 증가함

○ 플랫폼 비즈니스의 확대, 온디맨드, 서브스크립션 비즈니스 등 기존에

없었던 새로운 비즈니스 모델 등장 및 확대로, 이와 관련된 사업종사자, 사업유지, 소프트웨어 및 라이센스 관련된 배상책임위험이 부상함

〈그림 1〉 환경변화에 따른 위험변동



□ **(신시장 발굴의 필요성)** 기존 시장의 포화로 인해 **시장 성장성 및 확장성에 한계**를 나타내고 있는 현재 보험산업은 **새롭게 등장하는 위험**과 관련되어 있거나 **기존 위험에서 보장 및 관리가 충분히 이루어지지 않은 영역**을 중심으로 **새로운 시장을 발굴할 필요**가 있음

○ 본 보고서는 국내 환경변화에 따른 다양한 위험의 보장격차 발생 정도를 진단하고 이를 기반으로 국내 신시장으로 성장할 수 있는 상품·서비스를 제안하고자 함

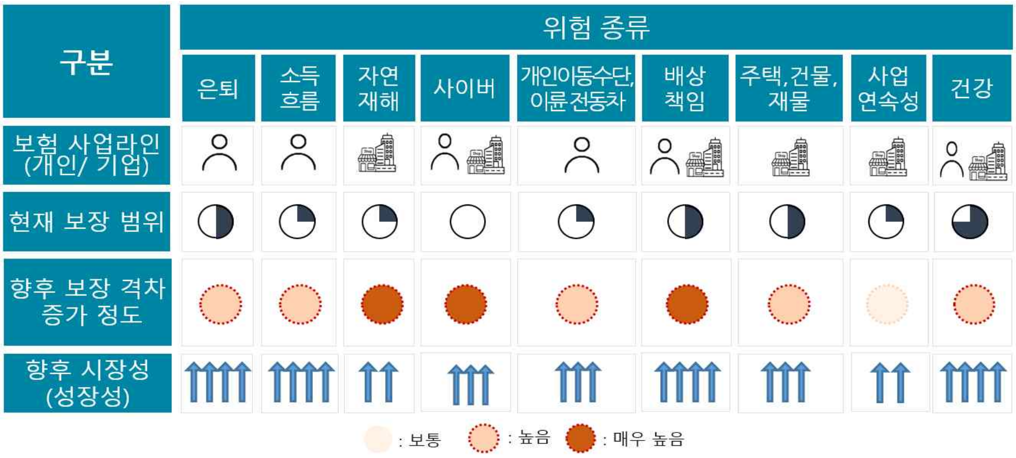
□ **(주목해야 할 신시장 영역)** 환경변화에 따른 보험 보장격차가 증가하는 원인을 수요와 공급 측면에서 살펴본 결과, **국내 신시장에서 주목해야 할 위험은 은퇴, 건강, 배상책임, 그리고 소득흐름 관련 위험**으로 나타남

○ 고령화 심화, 소비자의 저축 여력 부족 및 낮은 은퇴위험 인식은 은퇴와 건강의 보장격차를 높이고 있으며, 플랫폼 비즈니스의 성장은 다양한 배상책임 위험과 관련 종사자 소득 흐름의 불안정성을 야기함

□ **(차순위 신시장 영역) 자연재해와 사이버위험은** 기존의 보장격차도 크고 향후 환경변화의 영향에 따른 보장격차 증가 정도가 가장 크게 나타났으나, 위험별 경제적 영향도와 위험별 경제적 영향도와 위험을 낮추기 위한 기술 개발의 어려움, 비용 등을 고려할 때 **차순위 신시장 영역**이 될 것으로 판단됨

  ○ 기후변화의 변동성 심화는 재해위험의 보장공백을 더욱 높일 것으로 보이며, 디지털 전환 가속화로 인한 초연결사회의 실현은 사이버 사고 및 사이버공격의 빈도와 피해 규모를 증가시킬 것으로 예상됨

〈그림 2〉 위험 종류별 시장 전망

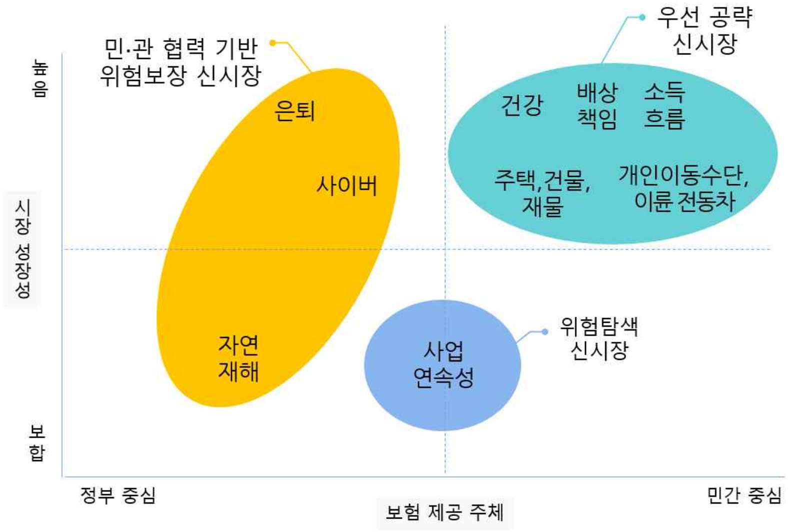


□ **(신시장 포지셔닝)** 시장별 성장성과 주된 보험제공 주체별로 구분해 본 결과, <그림 3>과 같이 신시장을 나누어 볼 수 있음

  ○ 우선 **배상책임, 소득흐름, 주택・건물・재물, 개인이동수단 및 이륜전동차위험**은 민간 주도의 보장이 가능한 영역으로 보험회사가 신성장 동력으로 **우선 공략해야 할 시장**으로 판단됨

  ○ **은퇴, 사이버, 자연재해위험**은 민간이 주도적으로 보장하기 어려운 영역으로 **정부와 협력(Public Private Partnership; PPP)이 필수적인 신시장**으로 판단됨

〈그림 3〉 신시장 포지셔닝



□ **(신시장 전략)** 위험별 특성에 따라 신시장으로 성장하기 위한 구체적 전략의 차이는 있지만 공통적으로 적용되는 **핵심전략은 우선, 데이터의 확보와 상품·서비스 다양화를 위한 파트너십의 강화**임

○ 온라인 플랫폼 거래와 관련 생태계 확대로 인해, 향후 증가할 것으로 예상되는 위험의 보장격차를 해소하기 위해서는 소득흐름관리 서비스, 임베디드보험, SME(중소기업)보험 등의 활용 확대가 필요함

○ 은퇴위험의 경우 소비자 니즈를 반영한 개인연금 상품 개발과 주택연금 가입요건 완화 및 상품 다양화를 통한 가입유인 제고가 요구됨

○ 무엇보다 새로운 상품·서비스의 안정적 시장 정착과 성장을 위해서는 미경험위험을 얼마나 안정적으로 상품화할 것인가가 중요하며, 이를 위한 핵심 경쟁력은 데이터 확보와 타 산업과의 파트너십 강화임

□ **(민·관 협력)** 더불어 **정부와 협력을 통한 위험인식 제고와 혁신적 보험 상품 제공을 위한 제도 및 규제 개선도 추진**되어야 함

○ 특히 향후 보장격차의 심화가 예상되나 기업이 단독으로 감당하기 어려운 사이버, 자연재해위험 등을 안정적으로 관리하기 위해서는 정부와의 긴밀한 협력이 필수적임

〈그림 4〉 신시장 활성화를 위한 전략 제안

	위험	상품	타깃고객	신시장 활성화를 위한 전략
우선 공략 신시장	소득흐름	소득흐름 관리 서비스	• 개인 긱워커 • MZ세대 직장인	• **(소득흐름)** :생태계 확대 및 정밀한 위험 분석을 위한 데이터 확보
	개인이동수단, 이륜전동차	임베디드보험	• 개인 긱워커 • 소상공인 • 중소기업	• **(개인이동수단, 배상책임)** :상품서비스 연결과 임베디드보험 활용을 위한 타산업 및 인슈어테크와 파트너십 확대
	배상책임			
	주택,건물,재물			• **(주택,건물, 사업연속성)** : 위험인식 수준제고를 위한 민·관 협력 교육 프로그램 제공(PPP)
위험탐색 신시장	사업연속성	SME보험		
민·관 협력 위험 관리 신시장	은퇴	개인연금, 주택연금	• 고령층, 예비은퇴자 • 개인 및 기업 • 농어업종사자	• **(은퇴)** - 소비자 니즈 반영한 상품 매력도 향상 (수익률 제고, 하이브리드 상품 제공 등) - 은퇴준비 교육 및 주택연금 상담프로그램 운영
	사이버	사이버보험		• **(사이버)** – 보장범위 확대(상품개발), 인슈어테크·보안업체 협업 - 민·관 협업을 통한 위험조사 및 위험 공동부담(PPP)
	자연재해	재해보험		• **(자연재해)** 위험예방을 유인하는 상품개발 및 위험 공동부담(PPP)

□ 이번 호는 **한국 보험산업의 신성장 기회를 도출**하고 활성화를 위한 **경영 및 정책과제**를 **제시**하는 “새로운 성장을 위한 도전과 과제” **첫 번째 이슈**이며, 이번 이슈를 포함 3**차례**에 걸쳐 **시리즈**로 **연속해서** 보고서를 **발간**할 예정임

첨부: CEO Report 『새로운 성장을 위한 도전과 과제 (I)
: 보장격차로 살펴본 국내보험 신시장』

• 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처(http://www.kiri.or.kr)를 표기하여 주시기 바랍니다