

인도 보험시장 현황 및 진출 전략

2019. 8

이승준·정인영

머 리 말

인도는 신흥시장 중에서도 경제성장 속도가 빠르고 인구구조나 경제 개방 및 개혁의 속도 등 여러 측면에서 잠재력이 풍부한 나라이다. 인도의 보험시장도 급속한 성장세를 보이고 있으며, 낮은 보험침투도를 감안하면 앞으로 성장이 크게 기대된다. 또한 2015년부터 49%로 높아진 외국인의 보험회사 투자지분 상한과 모디 총리가 이끄는 인도 정부의 경제 개혁 및 개방 정책으로 외국 보험회사가 인도에 진출하여 성공하는 데 보다 유리한 여건이 조성되고 있다. 더구나 한국과 인도 양국 정상의 순방외교를 통하여 우리나라와 인도의 외교 관계도 우호적이며, 지난 5월 총선에서 크게 승리한 모디 정부의 경제 및 외교 정책이 향후 안정적으로 이어질 것으로 전망된다.

이렇게 큰 잠재력을 가진 인도의 보험시장에 우리나라 보험회사도 진출을 모색하고 있다. 지난 2월 현대해상은 인도 보험감독청으로부터 인가를 받고 뉴델리 인근에 연락 사무소를 개설하며 인도 진출을 적극적으로 추진하고 있다.

이 보고서는 우리나라 보험회사가 인도 보험시장에 진출하기 위해 필요한 최신 정보와 함께 진출 전략을 담고 있다. 인도의 경제와 사회, 문화와 지정학적 특성 등 다방면에 걸쳐 우리나라 보험회사가 인도 진출에 성공하기 위해 고려해야 할 정보를 제공한다. 또한 인도 보험시장에 대한 최신 자료와 최근 인도 보험규제의 상품별 동향도 함께 제시하고 있다. 인도시장 진출 전략도 진출 형태와 함께 인도의 지역적 특성과 언어 및 문화를 고려하였으며 상품별 채널 전략도 제시하는 등 인도시장으로 진출하고자 하는 보험회사가 참고할 만한 내용을 담고 있다. 모쪼록 이 보고서가 향후 우리나라 보험회사의 인도시장 진출에 큰 도움이 되기를 희망해본다.

마지막으로 본 보고서의 내용은 연구자 개인의 의견이며 우리원의 공식적인 의견이 아님을 밝혀 둔다.

2019년 8월

보 험 연 구 원
원장 안 철 경

■ 목차

요약 / 1

I. 서론 / 2

1. 연구배경 및 목적 / 2
2. 선행연구 / 5
3. 연구범위와 방법 / 7

II. 인도 보험시장 현황 / 8

1. 인도 주요 현황 / 8
2. 인도 보험시장 현황 / 25
3. 주요 상품별 시장 현황 / 40
4. 모집채널 현황 및 전망 / 60

III. 인도 보험시장 진출 사례 / 71

1. 외국 보험회사 현황 / 71
2. 외국 보험회사 사례 - 출라 MS / 77

IV. 인도 보험시장 진출 전략 / 83

1. 진출 형태 / 83
2. 진출지역 선택 / 85
3. 채널 선택 / 92
4. 인도시장 진출 전후 고려사항 / 96

| 참고문헌 | / 102

| 부록 | / 106

■ 표 차례

- 〈표 I-1〉 주요 보험시장별 경제 및 보험료 규모 / 3
- 〈표 I-2〉 EM7의 거시경제적 과제 / 4
- 〈표 II-1〉 인구 관련 통계 비교 / 9
- 〈표 II-2〉 인도의 10대 도시 / 11
- 〈표 II-3〉 2019년 인도 총선 결과 / 14
- 〈표 II-4〉 인도의 주요 경제지표 / 15
- 〈표 II-5〉 인도의 기업환경지수 순위 / 17
- 〈표 II-6〉 인도의 부패인식지수 순위 / 18
- 〈표 II-7〉 인도의 글로벌 경쟁력지수 4.0 / 18
- 〈표 II-8〉 인도 보험시장 규모(2017년 기준) / 27
- 〈표 II-9〉 보험료 증가율(2017년 기준) / 29
- 〈표 II-10〉 인도 보험회사 수 현황 / 30
- 〈표 II-11〉 인도 주요 생명보험회사의 시장점유율 / 32
- 〈표 II-12〉 인도 주요 손해보험회사의 시장점유율 / 33
- 〈표 II-13〉 생명보험시장 수입보험료 및 성장률 / 34
- 〈표 II-14〉 손해보험시장 수입보험료 및 성장률 / 35
- 〈표 II-15〉 인도 보험산업의 수익성 / 36
- 〈표 II-16〉 LIC 생명보험회사 유지율 / 37
- 〈표 II-17〉 손해보험 종목별 손해율 / 37
- 〈표 II-18〉 인도 보험회사의 지급여력비율 현황(2018년 3월 말 기준) / 38
- 〈표 II-19〉 인도 생명보험상품별 비중 / 39
- 〈표 II-20〉 인도 손해보험상품별 비중 / 39
- 〈표 II-21〉 인도 건강보험 회사형태별 수입보험료 추이(상해보험 및 여행자보험 제외) / 40
- 〈표 II-22〉 인도 건강보험상품별 수입보험료 추이(상해보험 및 여행자보험 제외) / 41
- 〈표 II-23〉 인도 건강보험시장 회사별 점유율 / 42
- 〈표 II-24〉 인도 건강보험상품별 손해율 추이(상해보험 및 여행자보험 제외) / 42
- 〈표 II-25〉 거주지역 기반 보험료 산출체계하에서의 지역 구분 예시(Cigna 社 사례) / 43
- 〈표 II-26〉 인도 자동차보험 현황 / 45

■ 표 차례

- 〈표 II-27〉 인도 자동차보험 담보별 원수보험료 / 46
- 〈표 II-28〉 인도 자동차보험시장 회사별 점유율(2017년 기준) / 46
- 〈표 II-29〉 투자형 보험상품에서 제공하는 펀드 유형 / 48
- 〈표 II-30〉 인도 생명보험상품별 수입보험료 및 성장률 / 49
- 〈표 II-31〉 인도 생명보험상품 유형별 회사별 점유율 / 50
- 〈표 II-32〉 인도 생명보험상품 유형별 회사종류별 보험료 / 50
- 〈표 II-33〉 소액보험 가입 현황(FY 2017): 신계약 기준 / 52
- 〈표 II-34〉 소액보험 보험금지급 소요 시간(FY 2017) / 53
- 〈표 II-35〉 소액보험상품 관련 보험금 규정 / 53
- 〈표 II-36〉 지역별 보험상품 판매의무 규정 / 55
- 〈표 II-37〉 농작물보험 가입 현황(FY 2017) / 58
- 〈표 II-38〉 생명보험 판매채널 수입보험료 추이(신계약 보험료 기준) / 60
- 〈표 II-39〉 인도 생명보험회사의 사무소(OFFICE) 개수 / 61
- 〈표 II-40〉 인도 생명보험회사의 사무소 분포(2018년 3월 기준) / 61
- 〈표 II-41〉 손해보험 판매채널 원수보험료 추이 / 62
- 〈표 II-42〉 개인형 생명보험상품 채널별 신계약 보험료 추이 / 63
- 〈표 II-43〉 단체 생명보험상품 채널별 신계약 보험료 추이 / 64
- 〈표 II-44〉 손해보험상품별 판매채널 원수보험료(2017년 기준) - I / 65
- 〈표 II-45〉 손해보험상품별 판매채널 원수보험료(2017년 기준) - II / 66
- 〈표 II-46〉 손해보험상품별 판매채널 원수보험료(2017년 기준) - III / 67
- 〈표 II-47〉 건강보험상품 유형별 판매채널별 비중(2017년 기준) / 68
- 〈표 II-48〉 보험회사와 방카슈랑스 제휴 은행 대표 사례 / 70
- 〈표 III-1〉 인도 보험산업의 발전 단계 / 71
- 〈표 III-2〉 인도 생명보험 회사별 수입보험료 규모 및 비중 / 73
- 〈표 III-3〉 인도 보험산업의 외국인 지분 / 74
- 〈표 III-4〉 국내 금융회사 인도시장 진출 현황(2018년 9월 기준) / 76
- 〈표 III-5〉 출라 MS 회사 개요 / 77
- 〈표 III-6〉 출라 MS 주요 성과 / 78

■ 표 차례

- 〈표 III-7〉 출라 MS 이사회 구성 / 79
- 〈표 III-8〉 출라 MS 주요 재무지표 / 80
- 〈표 III-9〉 출라 MS 상품 구성 / 81
- 〈표 IV-1〉 인도 진출 회사형태별 비교 / 83
- 〈표 IV-2〉 인도 주요 지역별 한국기업 진출 현황 / 86
- 〈표 IV-3〉 인도 수도권 지역 인구와 면적 / 88
- 〈표 IV-4〉 생명보험상품별 채널 전략 / 93
- 〈표 IV-5〉 손해보험상품별 채널 전략 / 94
- 〈표 IV-6〉 출라 MS 손해보험 CSR 지출 / 100

■ 그림 차례

- 〈그림 II-1〉 인도와 주변 지역 / 9
- 〈그림 II-2〉 인도의 연령별 인구구조 전망 / 10
- 〈그림 II-3〉 인도 실질 GDP 증가율 / 16
- 〈그림 II-4〉 인도 인구 규모 및 증가율 / 16
- 〈그림 II-5〉 인도의 보험침투도 추이 및 국제 비교 / 28
- 〈그림 II-6〉 인도의 보험밀도 추이 및 국제 비교 / 28
- 〈그림 II-7〉 보험료 규모 및 증가율 / 29
- 〈그림 II-8〉 인도의 보험회사 점유율(국영 vs. 민영) / 31
- 〈그림 II-9〉 인도의 생명보험시장 성장률 추이 / 34
- 〈그림 II-10〉 인도의 손해보험시장 성장률 추이 / 35
- 〈그림 II-11〉 인도의 쌀과 밀 생산량 추이 / 56
- 〈그림 II-12〉 인도 주요 농작물보험 제도 변화 / 57
- 〈그림 II-13〉 인도 계절별 농작물보험 가입 농가 수 추이 / 59
- 〈그림 III-1〉 인도 보험시장 연혁 / 72

Status of Indian Insurance Market and Entry Strategy

Together with slow growth of domestic economy, Korean insurance market is also slowing down with intense competition. One of the solutions for Korean insurance companies can be cultivating emerging markets to bring the market expansion as well as geographical diversity. With fast economic growth and low insurance penetration combined with young and dynamic population structure, Indian insurance market demonstrates significant growth potential. Recently, the Indian government headed by PM Modi from 2014 is reforming domestic economy and opening markets for foreign direct investment. In 2015, India also raised foreign share limit of insurance companies to 49% ushering more investment from foreign insurers to the Indian insurance market. The recent improvement of diplomatic relationship between Indian and Korean governments also gives Korean insurers entering the Indian insurance market a better chance to succeed. Indian government launched Korea Plus dedicated to Korean direct investment to India inside the Invest India, the FDI promoting agency sponsored by the Indian government.

For the Korean insurance companies that plan to enter the Indian insurance market, it is recommended to set up a liaison office before establishing a joint venture with a local company, and gather sufficient information on the target segment to focus. And the insurance company should choose the right strategy of geographical choice of initial entry as well as the mix of products and channels to the specific insurance segments.

요약

국내 경제의 낮은 성장률과 함께 포화상태에 다다른 우리나라 보험시장도 경쟁이 심화되고 성장은 둔화되고 있다. 이에 대한 타개책 중 하나인 해외 신흥 보험시장 진출은 보험회사에 해외시장 개척을 통한 시장 확대와 함께 수익구조의 지리적 다변화를 가져다 줄 수 있다. 해외 신흥시장 중 인도는 연 7%대의 빠른 경제성장률과 4% 미만의 낮은 보험침투도, 그리고 젊고 역동적인 인구구조를 가지고 있어 보험시장의 성장 잠재력이 높은 나라이다. 또한 2014년부터 집권한 현 모디 정부가 경제 개혁 및 개방을 추진하고 있고, 2015년 보험회사에 대한 외국인 투자비율도 49%로 상향되는 등 외국인 자본의 보험시장 진출에 우호적 환경이 조성되고 있다. 한국과 인도의 외교 관계 또한 정상외교를 통해 상호 우호가 크게 증진되었고, 특히 인도정부는 외국인 투자유치 조직, Invest India 내에 한국 전담 조직인 Korea Plus를 활발히 운영하는 등 한국 기업 유치를 적극적으로 추진하고 있다.

그러나 인도는 광활한 국토를 가진 다인종 다언어 국가로 지역적으로 다른 문화와 역사적 배경을 가지고 있기 때문에, 인도 시장에 우리나라 보험회사가 진출하여 성공하기 위해서는 충분한 시간에 걸쳐 치밀한 준비가 필요하다. 진출 형태 측면에서 우선 연락사무소 형태로 진출하여 현지 시장조사를 통하여 보험회사 고유의 강점을 현지에 접목시킬 전략을 세우고 합작 대상을 찾아야 한다. 진출 지역 측면에서 초기에는 뉴델리, 뭄바이 첸나이 등 한국 기업 진출 지역의 풍부한 기업성 보험수요를 기초로 브랜드 인지도를 높이고 점차 현지인 대상 보험영업으로 넓혀갈 필요가 있다. 채널 측면에서 진출 초기에는 기업성 보험 판매에 강점이 있는 직판 및 중개인 채널과 단기적·구축이 용이한 방카슈랑스 등을 활용하고 점차로 개인용 보험시장 진출을 위한 개인대리점 등을 구축하는 전략을 제시한다.

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

경제성장의 둔화와 함께 이미 포화상태에 다다른 국내 보험시장에서 보험산업은 이에 대한 타개책을 모색하고 있다. 국내 보험시장은 오래전 성숙기에 접어들었으며 포화된 시장에서 경쟁은 심화되고 성장은 둔화되고 있다. 인구고령화와 저출산 등 사회의 구조적 변화를 동반한 저성장과 함께 공적건강보험 강화 등 복지의 확충은 수요 측면에서 보험산업의 성장성을 둔화시키는 요인이다. 또한 98.4%에 달하는 가구당 보험 가입률¹⁾도 이미 국내 보험가입 수요는 포화상태에 이르렀다는 점을 보여준다.

이 같은 국내 보험시장의 성장성 정체에 대응하기 위하여 국내에서는 매출신장보다는 수익성 위주의 경영으로 전환하여 내실을 다지고, 다른 한편으로는 신성장 동력을 찾기 위해 성장성이 큰 해외 시장을 개척하여 외연을 넓히려는 노력이 필요해 보인다. 즉, 포화상태에 이른 국내 보험시장에서는 보험금 누수 억제 등 비용관리를 통한 수익성 제고가 요구되지만, 이와 함께 적극적인 해외시장 개척을 통한 지속적인 성장성 제고도 필요하다.

보험회사의 해외 진출은 단순히 시장을 확대한다는 의미를 넘어 보험회사 수익구조의 다변화와 국제경쟁력 향상이란 의미가 있다. 보다 적극적인 위험인수를 통해 글로벌 시장으로 진출하면 국내시장에만 의존하던 보험료 수익을 지리적으로 다변화할 수 있다. 해외 진출을 통한 시장의 다변화가 이루어지면 보험회사 전체적으로 다양하면서 안정적인 수익구조를 실현할 수 있고, 이를 재투자함으로써 보험회사의 지속적인 양적 성장도 가능하다. 또한 글로벌 보험시장에서 선진 보험회사들과의 보다 치열한

1) 보험연구원(2018. 10), p. 3, <요약 표 1>

경쟁을 통하여 국내 보험회사의 경쟁력이 한 단계 도약할 수 있으며, 이는 우리나라 보험산업의 질적 성장을 유도하는 효과도 가져올 것이다.

〈표 I-1〉 주요 보험시장별 경제 및 보험료 규모

(단위: 십억 달러, %)

시장	연도	생명보험		손해보험		보험시장 전체		경제규모	
		보험료	성장률 ¹⁾	보험료	성장률 ¹⁾	보험료	성장률 ¹⁾	GDP	성장률 ²⁾
인도	2016	62	10.3	20	15.3	82	11.3	2,272	7.1
	2017	73	17.4	25	26.9	98	19.7	2,656	6.6
중국	2016	263	24.6	204	15.8	466	20.6	11,234	6.7
	2017	318	20.9	224	10	541	16.2	11,856	6.9
유럽	2016	851	-2.8	598	0.6	1,449	-1.4	19,768	1.8
	2017	858	0.8	621	3.9	1,479	2.1	21,087	2.6
북미	2016	607	0.7	857	3.6	1,463	2.4	20,032	1.5
	2017	598	-1.3	898	4.8	1,500	2.3	21,059	2.3
일본	2016	334	3.9	117	8.8	451	5.1	4,954	0.9
	2017	3.7	-8.1	115	-2.1	422	-6.5	4,911	1.7
한국	2016	104	2.8	73	4.8	177	3.6	1,414	2.8
	2017	103	-1.4	78	7.9	181	2.4	1,567	3.1

주: 1) 명목성장률

2) 실질성장률

자료: Swiss Re, Sigma, No. 3/2017, 3/2018

해외시장 진출에서 어느 지역으로 우선 진출할지를 결정하는 것은 중요한 문제 중 하나인데, 크게 유럽과 미국 등 선진시장으로 진출하는 전략과 인도, 베트남 등 신흥시장으로 진출하는 전략으로 나눌 수 있다. 보험회사의 성장성 제고를 목표로 해외시장을 개척한다면 경제성장이 정체된 선진시장보다는 국가경제가 빠르게 성장하고 보험시장의 성장잠재력도 높은 신흥시장이 보다 매력적으로 평가된다. 이런 관점에서 해외 진출 목표시장 선정 시 미국, 유럽, 일본 등 선진시장과 동남아, 중국, 인도와 같은 신흥시장의 경제지표 및 보험 성장잠재력의 차이에 보다 주목할 필요가 있다(〈표 I-1〉 참조). 생명보험과 손해보험 모두 신흥시장의 성장률이 선진시장보다 월등히 앞서는 것을 알 수 있다. 이 보고서는 여러 신흥시장 중에서 인도 보험시장 진출을 위한 전략을 다룬다.

〈표 I-2〉 EM7의 거시경제적 과제

과제	특성	중국	브라질	인도	러시아	멕시코	터키	인도 네시아
고령화 (Ageing Demographics)	구조적	X	△	○	X	○	○	○
무역의존도 (Trade Dependence)	경기순환적/ 구조적	△	○	○	○	X	X	△
금융안정성 (Financial Volatility)	경기순환적	○	△	△	△	X	X	△
생산성 (Productivity Growth)	구조적	△	△	△	X	△	○	△
부채 규모 (High Indebtedness)	경기순환적/ 구조적	X	X	○	○	○	X	○

주: 1) X = 현재의 상황이 성장에 장애가 되며, 적극적인 대응이 필요함

2) △ = 현재의 상황이 심각하지 않지만, 선제적인 정책 결정으로 이익을 얻을 수 있음

3) ○ = 현재의 상황이 성장에 걸림돌이 되지 않음

자료: Swiss Re(2019), Sigma, No. 1/2019

인도는 중국, 러시아, 브라질 등 다른 신흥 보험시장과 비교해도 여러 면에서 우리나라 보험회사가 진출하기에 장점이 많은 나라이다. Swiss Re(2019)의 조사²⁾에 의하면 신흥시장에서 우려되는 거시경제적 과제 측면에서 인도는 다른 BRICs 국가나 인도네시아와 터키 등 주요 신흥국들과 비교하여도 우월한 평가를 받고 있다(〈표 I-2〉 참조). BRICs로 불리는 브라질, 러시아, 인도와 중국 그리고 멕시코, 터키, 인도네시아 등 신흥 7개국의 고령화, 무역의존도, 금융안정성, 생산성 및 부채 규모와 같은 거시경제적 지표를 비교한 결과, 인도는 전반적으로 다른 신흥국에 비해 양호한 상태로 평가되었다.

인도는 2018년 말 현재 세계 7위의 경제규모를 자랑하며 전 세계적인 경기둔화에도 불구하고 7%대의 견조한 성장세를 유지하고 있다. 특히 13억이 넘는 인구를 가진 거

2) Swiss Re(2019)

대한 시장잠재력을 가진 나라로, 국내 보험회사의 해외 진출 대상 국가 중에서도 시장 규모 및 성장성 면에서 매력이 큰 나라이다. 특히 모디 총리가 집권한 2014년 이후 꾸준한 개혁 개방 정책을 통해 외국자본이 들어오기 유리한 환경을 조성하면서 인도경제의 활력을 불어넣고 있어 국내 보험회사도 인도시장 진출을 적극적으로 고려해볼 만한 상황이다.

이처럼 경제 및 인구 규모가 크고 시장 잠재력이 충분한 인도 보험시장으로 진출하기 위해서는 인도라는 국가와 사회에 대한 충분한 정보와 함께 인도 시장에 대한 이해가 선행되어야 한다. 특히 보험과 같은 무형의 서비스를 사회 문화적 배경이 다른 인도인들에게 팔기 위해서는 더욱 그 사회와 문화에 대한 이해가 필요하다.

이 보고서의 목적은 우리나라 보험회사가 인도시장에 진출하기 위해 필요한 정보와 전략을 제공하는 것이다. 이 연구를 통하여 인도 보험시장의 현황 등을 조사하고 진출 전략을 분석하여 신흥시장 중 인도 보험시장으로 진출하려는 국내 보험회사의 전략적 판단에 도움을 주고자 한다. 먼저 인도의 일반적 사회경제 현황, 보험시장 현황과 규제, 외국 보험회사 규제와 인도에 진출해 있는 외국 보험회사 사례 등의 정보와 함께 인도는 잠재력이 큰 보험시장으로 진출하려는 국내 보험회사들에게 도움이 되는 자료를 조사하여 진출 여부 판단과 진출 후 지속적 성장을 위한 전략 수립에 도움이 되는 정보를 제공한다.

2. 선행연구

가. 해외 보험시장 진출 관련 보험규제 및 시장 현황 연구

양성문 외 4인(2008)은 중국, 인도, 베트남 등 해외 진출 대상국에 대한 보험시장 및 보험규제 현황과 외국회사 진입 요건 및 진출 현황 등을 조사하고 AIG, Allianz, AXA, Met, ING 등 외국 글로벌 보험회사의 해외시장 진출 성공사례를 조사하였다.

조용운 외 4인(2011)은 인도, 말레이시아, 인도네시아, 태국, 베트남 등 아세안 주요

국과 인도의 보험시장 성장성을 분석 평가하고 외국기업 진입 현황과 보험규제 현황을 조사하였다.

조용운·김동겸(2018)은 베트남 생명보험시장에 대한 국내 보험회사의 진입매력도를 평가하고 베트남의 보험규제와 생명보험 관련 문화를 조사하였다. 또한 외국 보험회사의 진입 및 시장개척 전략을 조사하여 우리나라 보험회사의 베트남 시장 진출 시 투자 상품과 판매 전략을 제시하였다.

나. 보험회사 해외 진출 전략 관련 연구

서대교·신종협(2011)은 한국 보험회사가 인도 보험시장에 진출하기 위한 전략으로 2011년 당시까지 26%였던 외국인 지분소유 제한을 우회하기 위해 초기에는 사무소 형태로 진출하고 제반 여건이 성숙되면 합작 보험회사 형태로 전환할 것을 제안하였다. 또한 광활한 영토에서 다양한 언어가 혼재하는 인도 진출의 필수적 요소로 현지화 경영전략을 들고 양질의 현지 인력을 채용·유지할 수 있는 방안을 강구하고, 인구의 2/3 이상을 차지하는 빈곤층의 니즈(Needs)에 부합하는 특화상품을 개발·판매할 필요성을 제시하였다.

임준환 외 5인(2016)은 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 중 하나로 해외시장 진출을 통한 지역적 다각화를 제시하고, 해외시장 진출을 위한 조건으로 국내시장에서 지속적 수익 창출을 통한 자본축적, 전략적 투자에서 재무적 투자로 전환, 중장기 달러 자금조달 능력 확보 등을 제시하였다. 또한 해외 진출 촉진을 위해 지급여력제도에 지역적 분산효과를 인정하여 RBC 비율 계산 시 요구자본을 경감하는 등의 제도적 개선 필요성도 함께 제시하였다. 해외 진출 전략으로는 Oliver Wyman Analysis에서 제시한 바 있는 시장선정 단계부터 운영모형 구축, 글로벌 현지 시장 전문가 중심 조직 구축, 채널/상품 모형 구축과 운영전략 수립, 브랜드 관리, 글로벌 운영 플랫폼 구축을 제안하였다.

3. 연구범위와 방법

이 연구는 우리나라 보험회사의 인도시장 진출을 돕기 위한 내용에 한정하여 크게 인도 보험시장 정보에 대한 조사와 인도 보험시장 진출 전략을 제공하는 내용으로 나누어 작성되었다.

인도 보험시장 관련 정보는 인도의 경제 사회 정치 관련 기초 조사, 보험시장 제도 및 현황 관련 조사, 인도 진출에 필요한 사례 조사 등을 심층적으로 실시하고 인도 보험시장 진출 전략은 주어진 인도 관련 정보 아래 우리 보험회사들이 인도 보험시장에 진출하여 경쟁력을 갖기 위한 전략을 정성적으로 분석하여 제공하였다. 또한 현지 방문을 통하여 문헌과 사례를 통한 조사와 분석이 현지의 상황과 일치하는지 여부를 직접 확인하여 보다 현지 상황에 맞는 연구 내용을 제공하였다.

II. 인도 보험시장 현황

1. 인도 주요 현황

가. 일반현황

1) 지리적 특성

인도는 서남아시아(South Asia³⁾)에 위치한 한반도 면적의 15배에 달하는 전 세계에 서 7번째로 넓은 국토를 가진 나라로 면적은 329만 km²에 달한다. 대륙(Continent)에 버금간다는 의미로 인도 아대륙(Indian Subcontinent)이란 별칭으로도 불린다. 기후는 열대 몬순 기후가 주를 이루나 지역에 따라 온대기후, 히말라야 산맥을 가진 북부는 고산기후로 분류되는 등 다양한 기후가 존재한다. 남쪽으로 인도양(Indian Ocean), 남서쪽으로 아라비아해(Arabian Sea)가 위치하고 남동쪽엔 벵갈만(Bay of Bengal)이 있다. 국경은 서쪽으로 파키스탄, 북동쪽으로 중국, 네팔, 부탄 등과 접하고 동쪽으로는 방글라데시와 미얀마와 접한다(〈그림 II-1〉 참조). 접경지역에서는 파키스탄이나 중국과 국경분쟁이 자주 일어나며 인도를 비롯한 중국과 파키스탄 모두 핵보유국으로 이에 따른 국가위협도 상존한다.

3) 우리말로 서남아시아로 부르는 인도를 포함한 지역은 영미권에서는 남아시아(South Asia)로 부르며 중동을 포함한 서아시아(West Asia) 지역과 구분됨

〈그림 II-1〉 인도와 주변 지역



자료: Google 지도

〈표 II-1〉 인구 관련 통계 비교

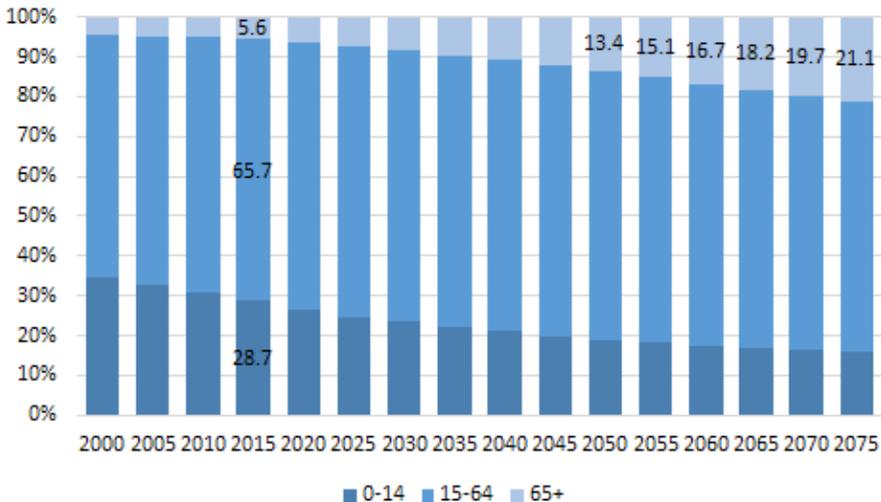
구분	총인구 ¹⁾	인구밀도 ²⁾	성비 ³⁾	출산율 ⁴⁾	인구증가율
인도	1,311.6	441.1	107.9	2.4	1.1
중국	1,389.6	149.0	105.6	1.6	0.6
인도네시아	264.9	146.2	100.2	2.1	0.8
베트남	97.9	315.7	100.6	1.8	1.0
한국	51.6	532.8	100.4	1.3	0.4
미국	331.9	36.3	97.3	1.9	0.7
세계	7,547.7	57.6	101.5	2.4	1.2

주: 1) 백만 명, 2) 명/km² 3) 여성 100명당 남성 수, 4) 여성 1명당 출산율
 자료: 미국 인구통계국(US Census Bureau)

2) 인구 특성과 주요 도시

13억 1,200만 명⁴⁾이 넘는 인도의 인구는 전 세계 인구의 18.4%를 차지하고 중국에 이어 2번째로 많다. 인도는 출산율(Fertility Rate)과 인구증가율도 각각 2.4%와 1.1%로 다른 아시아 신흥국과 비교하여 상대적으로 높아 UN의 전망⁵⁾에 의하면 인구 규모면에서 2024년이면 중국을 앞지를 것으로 예상된다(〈표 II-1〉 참조).

〈그림 II-2〉 인도의 연령별 인구구조 전망



자료: United Nations

인도 인구의 연령구조를 살펴보면 앞으로 경제성장이 더욱 기대되는 인구구조를 가진 것으로 판단된다. 인도의 연령구조는 2015년 기준 14세 이하 유소년 인구 비중이 28.7%이며, 15~64세 생산가능 인구 비중이 65.7%로 풍부한 노동력이 존재하고, 65세 이상 고령인구 비중이 5.6%에 불과하다(〈그림 II-2〉 참조). 인도는 아직 60% 가까운 인구가 인구 4,000명도 안 되는 농촌마을에 살고 있지만 점차 도시화가 진행되고 있다. UN 자료에 의하면 2015년 32.7%인 도시 인구 비율이 2030년에는 39.5%에 이를

4) 미국 인구통계국(US Census Bureau)의 현재(2019. 1) 인구 예측치임

5) Economist(2015. 8. 13)

것으로 추정된다.⁶⁾

인도는 인도아리안 계열 주민이 72%를 차지하며 이 밖에 드라비다 계열 25%, 몽골계와 기타 민족이 3%를 차지하는 다민족 국가로 종교도 힌두교(79.8%)가 다수지만 이 밖에 이슬람교(14.2%), 기독교(2.3%), 시크교(1.7%), 불교(0.8%) 등 다양한 종교가 혼재한다. 언어도 지역별로 다양하게 사용되며 헌법에서 지역별로 사용되는 언어를 포함하여 총 22개 공용어를 인정한다. 가장 많이 사용되는 언어는 힌디어지만 전체 인구의 50% 미만이 사용하며, 교육받은 계층과 정치 및 경제 분야에서는 영어가 주로 쓰인다. 이런 이유에서 연방 차원에서는 힌디어와 영어가 공용어로 지정되어 사용된다.

〈표 II-2〉 인도의 10대 도시

(단위: 명, %)

순위	도시	2011년 인구	2001년 인구	인구증가율 (%)	주(州)
1	Mumbai	12,442,373	11,978,450	3.87	Maharashtra
2	Delhi	11,034,555	9,879,172	11.70	Delhi
3	Bangalore	8,443,675	4,301,326	96.30	Karnataka
4	Hyderabad	6,993,262	3,637,483	92.26	Telangana
5	Ahmedabad	5,577,940	3,520,085	58.46	Gujarat
6	Chennai	4,646,732	4,343,645	6.98	Tamil Nadu
7	Kolkata	4,496,694	4,572,876	-1.67	West Bengal
8	Surat	4,467,797	2,433,835	83.57	Gujarat
9	Pune	3,124,458	2,538,473	23.08	Maharashtra
10	Jaipur	3,046,163	2,322,575	31.15	Rajasthan

자료: 인도 인구통계청(Census of India)

주요 도시는 연방수도로 북부에 위치한 뉴델리(New Delhi)와 함께 최대도시면서 중앙은행과 주식거래소 등이 있는 금융중심지인 중서부의 뭄바이, 현대자동차가 1996년에 해외공장을 건설한 남부의 거점도시 첸나이, 동인도주식회사의 근거지였던 동부의 캘커타 등이 있다. 경제성장과 함께 도시화도 빠르게 이루어지고 있어 인도는 2025년이면 세계에서 세 번째로 큰 소비시장이 될 것으로 전망된다.⁷⁾

6) AXCO(2019a)

7) India Brand Equity Foundation(2018)

2011년⁸⁾ 도시별 인구통계에 의하면 뭄바이(1,244만), 뉴델리(1,103만)는 인구 규모 면에서 거대도시이며, 벵갈루루(844만)와 하이데라바드(699만) 등의 도시는 인도의 IT 산업의 발전과 함께 지난 10년 동안 인구가 각각 96.3%와 92.3% 증가한, 앞으로의 성장이 주목되는 도시이다(〈표 II-2〉 참조).

우리나라 기업도 인도의 주요 도시 위주로 진출해 있다. 2018년 기준으로 뉴델리와 인근 지역에 168개와 첸나이 지역에 178개 한국 기업이 진출해 있다. 뉴델리 동남쪽에 위치한 노이다에는 삼성전자와 LG전자 공장이 있으며, 뉴델리 남쪽에 위치한 구르가온에는 현대해상 연락사무소와 무역보험공사 지사 등 다수의 한국 기업 사무소가 있다. 남부에 위치한 타밀 나두주의 수도 첸나이에는 현대자동차의 제1, 2공장이 자동차를 생산 중에 있고, 기아자동차는 중부 안드라 프라데시주의 아난타푸르에 2019년 말 완공 예정으로 연 30만 대 생산 규모의 공장을 건설 중이다.

이외 마하라슈트라주 뭄바이에는 종합상사 연락사무소 등이 주로 진출해 있으며 같은 주 푸네에는 LG전자와 효성 등 67개 제조 기업이 진출해 있다. 최근 IT 산업의 중심지로 부상한 인도 중부 벵갈루루 지역에도 점차 한국 기업 진출이 늘어나고 있으며 LG CNS, 삼성 소프트웨어 등 30여 개 기업이 진출해 있다.

3) 정부형태 및 정치체제

공식명칭은 인도공화국(Republic of India)이며 정부형태는 내각책임제를 채택하고 있는 인도는 29개의 주(State)와 7개의 연방 직할지(Union Territory)로 이루어진 연방 국가이다. 7개의 연방 직할지 중 델리와 뿌두체리 2개는 주와 동등한 자격을 가진다. 연방행정부는 대통령, 부통령, 총리 및 각료회의로 구성된다. 국가원수(Head of State)로서 군 최고통수권을 갖는 대통령은 5년 임기로 상원, 하원 및 주 의회 의원으로 구성된 선거인단에 의해 간접투표 방식으로 선출되며 상원의장을 겸임한다. 현재 대통령은 2017년 7월 제14대 대통령(President)으로 취임한 람 코빈트(Ram Nath Kovind)이다.

행정수반(Head of Government)으로 5년 임기의 국정을 담당하는 총리(Prime Minister)

8) 인도 인구통계청(Census of India)의 최근 공식 인구통계 집계 연도임

는 총선을 통하여 다수 의석을 차지한 정당 또는 정치연합이 추천권을 가지며 대통령이 임명한다. 현재 인도의 총리는 2014년 5월부터 집권 중인 나렌드라 모디(Narendra Damodardas Modi)이다. 모디 총리는 집권 후 통합간접세(GST) 도입 등 개혁정책, 고액권 화폐개혁 등 반부패 정책, 외국인 투자 완화 등과 같은 개방정책을 통해 제조업을 육성하고 인도 경제를 활성화하기 위한 Make in India 정책으로 경제성장을 이끈 것으로 평가받고 있다. 연방 각료회의(Union Council of Ministers)는 총리를 의장으로 연방각료(Cabinet Ministers)와 국무장관(Ministers of States)으로 구성된다.

의회는 상원과 하원으로 구성되는데, 상원은 연방 직할지 의회에서 선출되는 233명과 대통령이 임명하는 12명 등 245명으로 구성되고 임기는 6년으로 2년마다 1/3씩 새로 선출된다. 하원은 각 주와 연방 직할지 대표 543명과 대통령이 임명하는 Anglo-Indian community 대표 2명 등 545명으로 각 주의 인구분포에 따라 일정비율로 배분되며 임기는 5년이다.

각 주마다 주정부와 주의회가 있는데, 주를 대표하는 주지사(Governor)는 대통령이 임명하며 임기는 5년이다. 실질적인 주의 행정은 주 총리(Chief Minister)가 담당하며 주 의회 다수당 지도자 중에서 주지사가 지명한다. 주의회는 주별로 단원제 또는 양원제 형태를 가지며 의원의 임기는 5년이다(자치권을 가진 잠무 카쉬미르주는 6년마다 선거 실시⁹⁾). 주 상원 의석은 하원 의석 수에 따라 결정되며 하원은 직접선거를 통해 선출한다.

인도는 다당제에 기반한 의회정치가 발달한 것으로 평가된다. 인도는 영국으로부터 1947년 8월 독립하였으며 이후 독립 지도자 마하트마 간디와 초대 총리 자와할랄 네루가 속한 민주적 사회주의를 표방하는 중도좌파 성격의 인도 국민회의(INC¹⁰⁾)가 오랜 기간 집권당이였다. 현 모디 총리가 속한 집권 여당인 인도국민당(BJP¹¹⁾)은 힌두 민족주의 성향의 우파정당으로 분류된다. 이들 전국정당은 단독으로 또는 지역마다 있는 지역정당과 함께 정치연합을 결성하여 연방 하원에서 다수당이 되면 집권하게 된다.

9) 지난 8월 5일 인도 정부는 잠무 카쉬미르주의 특별자치권을 박탈하고 인도 정부의 직접 통치권을 강화함

10) Indian National Congress

11) Bharatiya Janata Party(Indian People's Party)

현재 인도의 양대 정치연합은 우파연합으로는 1998년 결성된 국민민주연합(NDA¹²)이며 인도국민당이 이끌고 있다. 다른 하나는 인도 국민회의 중심의 중도좌파 연합인 통합진보연합(UPA¹³)이다. 중앙정치는 크게 국민회의 및 인도국민당과 이들이 이끄는 정치연합에 따라 좌우되지만 지방의 경우 지역 정당도 지방선거에서 선전하면 지방정부의 집권여당이 될 수 있다.

〈표 II-3〉 2019년 인도 총선 결과

정당	의석
집권 인도국민당(BJP)	303
제1야당 국민회의(INC)	52
Dravida Munnetra Kazhagam	23
All India Trinamool Congress	22
Yuvajana Sramika Rythu Congress Party	22
Shivsena	18
Janata Dal(United)	16
기타	86
계	542

자료: 인도선거위원회(Election Commission of India)

인도에서는 2019년 5월에 5년 임기를 마치는 모디 총리의 재집권이 달린 총선이 2019년 4월 11일부터 6주 동안 인도 전역에서 시행되었다. 인도정치의 투표층은 지역, 종교, 카스트, 종족, 언어, 문화 등 사회 구성원의 집단 정체성을 따라 구분되는데, 유권자 수가 9억 명에 달하는 “세계 최대 민주주의 국가”의 이번 선거 결과에서 모디 총리가 이끄는 집권당인 인도국민당(BJP)은 총 542석의 의석 중 과반인 273석을 훨씬 넘겨 303석을 단독으로 획득하였다(〈표 II-3〉 참조). 모디 총리가 이끄는 집권 인도국민당의 총선 승리로 모디 총리의 경제 정책에 대한 국민적 지지가 확인된 것으로 보이며 앞으로도 인도정부의 경제 개혁 및 개방 정책이 지속될 것으로 예측된다. 그리고 최근 양국 정상외교를 통해 다져진 양국 관계가 지속되면 우리나라 기업의 인도 진출에도 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대되며, 이는 인도 보험시장에 진출하려

12) National Democratic Alliance

13) United Progressive Alliance

는 우리나라 보험회사에도 도움이 될 것으로 전망된다.

〈표 II-4〉 인도의 주요 경제지표

구분	2014	2015	2016	2017	2018
총인구(백만 명)	1,293.86	1,309.05	1,324.17	1,339.18	1,354.05
GDP(백만 USD)	2,039,199	2,132,755	2,259,638	2,596,063	2,971,826
실질 GDP 성장률(%)	7.51	8.01	7.11	6.68	7.4
물가상승률(%)	6.65	4.91	4.94	3.28	5.21
실업률(%)	8.99	8.83	8.81	8.83	8.01
환율(INR/USD)	61.03	64.15	67.20	65.12	67.87

자료: AXCO(2019a)

나. 인도의 경제현황

1) 성장률, 실업률, 물가상승률

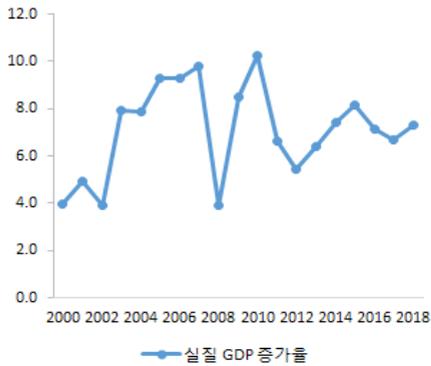
인도의 경제규모는 전 세계에서 7번째로 크며 물가 수준을 감안한 실질구매력 기준으로는 전 세계 3위에 해당한다. 또한 인도경제는 매년 6~8%대의 높은 실질성장률과 3~6%대의 물가상승률을 유지하는 역동적인 경제이다(〈표 II-4〉 참조). 최근 국제통화기금(IMF)은 인도의 경제성장률을 2019년에 7.3%, 2020년에 7.5%로 각각 전망하는 등 인도의 경제성장은 지속될 것으로 보인다. 인구가 지속적으로 증가하고 있음에도 인구당 GDP 또한 2018년 2,135달러에서 2023년에는 3,274달러로 늘어날 것으로 전망된다(〈그림 II-3〉 참조).¹⁴⁾

높은 경제성장률과 꾸준한 인구의 증가는 인도 보험시장의 성장잠재력을 높이는 요인이다(〈그림 II-4〉 참조). 인도국가경제연구원(NCAER)에 의하면 2009 회계연도 기준으로 인도의 중산층은 연소득이 34만~170만 루피(약 7,555~37,777달러)이며, 2025년에는 5억 4,700만 명에 이를 전망이다. 이들의 구매력 신장에 따라 인도 소비시장 규모도 2025년까지 4조 달러에 이를 것으로 보스턴 컨설팅그룹은 전망하고 있다.¹⁵⁾

14) IMF(2018. 4), World Economic Outlook Database: IBEF(India Brand Equity Foundation)에서 재인용함

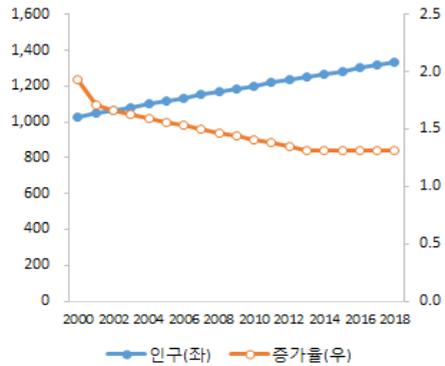
15) KOTRA(2019)

〈그림 II-3〉 인도 실질 GDP 증가율



자료: IMF, World Economic Outlook Database

〈그림 II-4〉 인도 인구 규모 및 증가율



자료: IMF, World Economic Outlook Database

2) 국가신용등급과 신흥시장 위험

무디스는 2017년 11월 16일, 인도의 국가신용등급을 Baa3에서 Baa2로 상향하였다. 무디스는 2015년 4월에 모디 정부의 경제개혁 등 일련의 정책이 경제성장에 긍정적으로 작용할 것으로 예상하며 국가신용등급 전망을 안정적에서 긍정적으로 변경한 바 있다. 이번 신용등급 상향은 2004년 1월 투자부적격등급인 Ba1에서 투자적격등급인 Baa3로 국가신용등급을 상향한 이후 13년 만이며, 모디 총리의 친 시장적 개혁정책 Make in India와 함께 향후 대인도 투자 확대에 긍정적 신호로 작용할 것으로 보인다.

단, 신흥시장의 일반적 문제점인 정치안정성과 경제정책의 일관성 면에서 여전히 국가위험이 높은 수준으로 분류되므로 유의해야 할 필요가 있다.¹⁶⁾ 인도는 내부적으로 이슬람 극단주의 그룹과 마오이스트 그룹에 의한 테러 위협이 상존한다. 특히 최근 들어 줄고 있다고 하지만 공권력과 공공건물 등에 대한 마오이스트 테러는 2016년에 1,000건 이상 보고되는 등 여전히 내부 불안의 주요 원인으로 간주되고 있다. 외부적으로는 파키스탄과 1947년 독립 당시부터 이어져온 갈등은 카श्미르 국경 분쟁으로 세 차례 전쟁까지 경험할 정도로 첨예하게 드러나는 이슈이며, 2019년 의회 선거에서도 힌디 민족주의 진영을 결집시켜 현 모디 정부의 승리를 가져왔다고 평가받을 정도

16) 문진영 외 2인(2013)

로 인도에서는 중요한 정치적 외교적 난제이다. 경제정책의 일관성은 2019년 총선에서 모디 총리의 완승으로 향후 5년 동안은 현 집권 인도국민당의 개혁정책과 제조업 위주 정책이 지속될 것으로 보인다. 그러나 정권교체에 의한 장기적인 경제정책의 전환 가능성은 여느 신흥시장과 마찬가지로 모니터링이 필요하다.

3) 인도의 경제사회 지표

인도는 중국이나 베트남 등 다른 신흥시장과 비교했을 때 아직 산업기반이 잘 갖추어지지 않았으나 빠르게 경쟁국들과의 격차를 줄여 나가고 있으며 향후 발전 가능성도 높아 보인다.

〈표 II-5〉 인도의 기업환경지수 순위

국가	기업환경지수(순위)			
	2015	2016	2017	2018
인도	54.68 (130)	55.27 (130)	60.76 (100)	67.23 (77)
중국	62.93 (84)	64.28 (78)	65.29 (78)	73.64 (46)
베트남	62.10 (90)	63.83 (82)	67.93 (68)	68.36 (69)
인도네시아	58.12 (109)	61.52 (91)	66.47 (72)	67.96 (73)
말레이시아	79.13 (18)	78.11 (23)	78.43 (24)	80.60 (15)
대한민국	83.88 (4)	84.07 (5)	83.92 (4)	84.14 (5)

자료: 세계은행(World Bank), *Doing Business Report*, 각 연호

〈표 II-6〉 인도의 부패인식지수 순위

순위 (2018년)	국가	부패인식지수			
		2015	2016	2017	2018
78	인도	38	40	40	41
87	중국	37	40	41	39
117	베트남	31	33	35	33
89	인도네시아	36	37	37	38
61	말레이시아	50	49	47	47

자료: 국제투명성기구(Transparency International)

〈표 II-7〉 인도의 글로벌 경쟁력지수 4.0

국가	점수	순위(2018)	(2017 대비)
인디아	62.0	58	+5
중국	72.6	28	-
베트남	58.1	77	-3
인도네시아	64.9	45	+2
말레이시아	72.6	25	+1

자료: 세계경제포럼(World Economic Forum)(2018)

인도는 세계은행(World Bank)에서 발표하는 기업환경지수(Ease of Doing Business Index)가 해마다 크게 상승하고 있는 국가이다(〈표 II-5〉 참조). 기업환경지수는 매년 각 나라별로 기업의 시작부터 마지막 단계까지 기업활동에 필요한 제도와 기반을 창업의 용이성, 재산권 등록, 자금 조달, 소액 투자자 보호, 세금 납부, 법적 분쟁 해결, 건축 인허가, 전력 공급, 통관행정, 퇴출 등 10개 요소로 평가하는 지표이다.

2018년에 발표된 인도의 기업환경지수 순위는 190개 국가 중 77위로 2016년 130위, 2017년 100위에서 해마다 큰 폭으로 상승하였다. 인도정부는 이번 2019년 10월에 발표될 순위도 큰 폭의 상승을 예상하고 있으며, 법인 설립 규제 완화 등을 통하여 향후 50위까지 기업환경지수를 끌어올려 외국인 투자에 우호적 환경을 조성할 계획이다.¹⁷⁾

17) Ramesh Abhishek 통상산업부장 등 대표단이 세계은행에 기업환경 개선을 위한 인도정부의 성과를 발표함: IBEF(2019. 5. 9), "India expects improvement in WB's doing biz ranking this year", Indian Economy News

2018년 인도의 부패인식지수(Corruption Perception Index)¹⁸⁾는 180개국 중 78위로 중국이나 베트남 등 신흥 보험시장 중 순위가 높은 편에 속하며 2017년도 81위에서 순위가 상승하였다(〈표 II-6〉 참조).¹⁹⁾ 부패 척결을 공약으로 2014년 집권한 모디 정부는 화폐개혁 등을 통하여 부패와 탈세를 통한 지하경제를 양성화하려는 조치를 취하여 왔으며, 2019년 총선의 승리를 통하여 인도정부의 반부패 정책기조가 지속될 것으로 관측된다.

또한 세계경제포럼에서 2018년 발표한 글로벌 경쟁력 지수(GCI) 4.0²⁰⁾도 전년도에 비해 인도의 순위가 5계단 상승하였다(〈표 II-7〉 참조). GCI 4.0은 경쟁력의 요소를 제도(Institutions), 사회기반(Infrastructure), ICT 채용, 거시적 안정성, 보건(Health), 숙련도(Skills), 상품시장, 노동시장, 금융시스템, 시장규모, 경제역동성, 혁신능력 등의 12개 축(Pillar)으로 나누고 여기에 인적자본, 순발력, 회복탄력성과 혁신 등 4차 산업 혁명에 특히 중요한 요소에 가중을 두어 국가 경쟁력을 평가하였다.

18) 부패인식지수는 1993년에 부패방지를 목적으로 설립된 NGO(본부: 독일 베를린)인 국제투명성기구(TI: Transparency International)가 공공·정치부문에 존재하는 것으로 인식되는 부패 정도를 국가별로 측정하여 1995년부터 매년 발표함

19) 2018년 국가별 부패인식지수는 12개 기관의 13개 지수에 근거하여 작성되었는데, 인도의 부패인식지수는 이 중 베텔스만 재단의 변혁지수(Bertelsmann Foundation Transformation Index), Economist Intelligence Unit 국가순위(Country Ratings), Global Insight Country Risk Ratings, 국가경영개발원의 국가 경쟁력 연보(IMD World Competitiveness Yearbook), 정치경제위험자문공사의 아시아리스크 가이드(PERC Asia Risk Guide), 정치위기관리그룹의 국제 국가리스크 가이드(PRS International Country Risk Guide), 세계경제포럼(World Economic Forum)의 EOS, 세계사법정의프로젝트의 법치지수(World Justice Project Rule of Law Index), 민주다양성프로젝트(Varieties of Democracy Project) 등 9개 지수를 반영하여 산정함

20) Global Competitiveness Index 4.0

다. 주요 경제 개혁정책

1) 제조업 중심 정책

인도는 1990년대 초반 30%에 달하던 농업의 GDP 기여율이 최근 17%대로 감소하였으나 제조업의 확대에 이어지지 않고 주로 서비스업에 흡수되었다. 인도 정부는 현재 16%인 제조업의 GDP 기여율을 2022년까지 25%까지 끌어올린다는 목표로 Make in India 정책을 추진 중에 있다. 이를 위해 자동차와 전기 및 전자 산업 등 25개 중점 산업²¹⁾을 지정하고, 외국인 투자 활성화를 위한 각종 인센티브²²⁾를 주고 투자한도 규제를 완화하는 등 외자 유치와 기업환경 개선을 위한 노력을 기울이고 있다.

인도의 전통적 주력 산업은 자동차, 화학, 전기전자, 섬유 등이며 특히 우리나라 기업이 진출해 있는 자동차와 전기전자 산업은 인도경제의 개방이 이루어지기 시작한 1990년대 초반부터 외자유치에 주력하여 육성한 산업이다. 인도의 자동차 산업은 2017년 기준으로 연간 478만 대를 생산하는 세계 5위의 규모로 세계 총 자동차 생산량 9,890만 대의 4.8%를 차지한다. 또한 같은 기간 인도 내 승용차 판매량은 328만여 대로 전년도 304만 대에서 7.8% 증가하는 등 중산층의 증가와 함께 자동차 내수시장도 점차 커지고 있다. 우리나라 기업의 인도 자동차시장 참여도 오래전부터 활발하여 현대자동차가 1998년 인도 남부 첸나이에 현지공장을 건설하였고, 현재 첸나이에 1, 2 공장을 운영 중에 있다. 또한 기아자동차가 중부의 안드라 프라데시주 아난타푸르에 공장을 2019년 말 완공 예정으로 건설 중이다. 전기전자 시장은 2017년에 전 세계 스마트폰 출하량이 0.5% 감소했음에도 2017년 인도의 스마트폰 출하량은 1억 2,400만 대 규모로 전년 대비 14% 증가하였다. 우리나라는 LG전자와 삼성전자 등이 주로 뉴델리와 인근 지역 중심으로 인도시장에 진출해 있다.

21) 자동차, 자동차부품, 항공, 생명공학, 화학, 건설, 방위산업, 전기기기, 전자시스템, 식품가공, IT&BPM, 가축, 미디어&엔터테인먼트, 광산, 석유 및 가스, 제약, 항만 및 해운, 철도, 재생에너지, 도로, 우주, 섬유 및 의류, 열발전, 관광, 건강증진(Wellness)

22) FDI 인센티브는 주로 지방정부가 부여하며, 주정부마다 제공하는 투자인센티브 정부보조금은 SGST 9% 환급하는 방식으로 이루어짐. 투자유치를 위해 주정부는 지역 투자유치 행사를 개최하고 연방 투자유치 정부기관인 Invest India에 투자유치 대표부스를 상주시킴 (방길호 2019; KOTRA 2019)

2) 외국인 직접투자규제 완화

상대적으로 낮은 임금과 Make in India로 대표되는 인도 정부의 적극적인 해외투자 유인책 등에 힘입어 인도에 대한 외국인 투자는 늘어나고 있다. 모디 정부는 집권 후 다양한 산업의 외국인 투자한도를 높이고 외국인 직접투자 사전심사 대상 한도액을 120억 루피에서 300억 루피로 상향하는 등 외국인 투자규제를 지속적으로 완화하여 왔다. 최근에는 2017년 49%에 묶여 있던 단일 브랜드 소매업의 외국인 투자지분 제한을 없애고 국영항공사인 에어인디아(Air India)의 외국인 투자를 49%까지 허용²³⁾하였다. 아직 월마트와 같은 멀티브랜드 유통과 보험, 연금 등은 49%, 신문업은 26%로 외국인 투자지분이 제한되고, 건설업은 외국인 참여가 금지되는 등 여전히 일부 업종에서 외국인 투자가 제한되고 있으나 인도 시장은 개방이 대세라 할 수 있다.

이와 같은 노력에 힘입어 인도 정부²⁴⁾에 의하면 인도에 대한 해외직접투자는 2017 회계연도에는 약 339억 달러, 2018년 회계연도에는 4월부터 12월 사이에만 총 335억 달러에 달하여 인도정부의 해외투자 촉진 정책의 효과가 나타나고 있는 것으로 평가되고 있다. 동기간 가장 많은 해외직접투자를 유치한 산업 부문은 서비스 부문으로 약 65.9억 달러를 투자 받았으며, 이어 컴퓨터 소프트웨어 및 하드웨어(50.0억 달러), 무역(30.4억 달러), 통신(22.9억 달러) 등이 뒤를 이었다. 국가별로는 싱가포르(13.0억 달러)에서 가장 많은 투자를 받았으며, 뒤를 이어 모리셔스(6.0억 달러), 네덜란드(3.0억 달러), 미국(2.3억 달러), 일본(2.2억 달러) 순이었다.

인도는 외국인 투자유치 활성화를 위해 통상산업부(Ministry of Commerce and Industry) 산하에 Invest India라는 비영리 조직을 2009년부터 운영 중이다. 인도에 투자하고자 하는 외국 기업은 Invest India를 통해 사업 시작 단계부터 인허가 및 관련 규제에 대한 자문과 인도 내 사업 파트너 선정, 사업 확장 등 투자 관련 상담을 받을 수 있으며, 인허가 등을 담당하는 해당 산업 정부 기관과 투자대상 지역의 지방 정부 등도 연결될 수 있다. Invest India에는 보험시장 투자유치를 위한 전문가도 있으므로 인

23) 단, 직/간접 투자가 49%를 초과할 수 없으며 실질적 소유권 및 지배는 인도정부에 귀속됨

24) Department for Promotion of Industry and Internal Trade(DPIIT)

도 보험시장 진출을 희망하는 우리나라 보험회사는 진입 의사결정 단계에서부터 Invest India와 적절한 연결을 통하여 인도시장 진출에 도움을 받을 수 있다.

Invest India 안에는 특별히 한국 기업의 대인도 투자를 돕기 위한 Korea Plus가 운영되고 있다.²⁵⁾ Korea Plus는 인도 연방 및 주 정부와 주인도 한국대사관, 해당 산업의 협회 등과 연계하여 한국 기업이 인도에 진출하는 데 필요한 노력과 시행착오를 줄일 수 있도록 도움을 주고 있다. 인도에 투자할 의사가 있는 기업은 Korea Plus를 통하여 투자 상담 및 해당 산업 진출과 관련된 투자규제를 비롯한 각종 규제와 법령에 대한 자문을 구할 수 있다. 또한 실제 투자 단계에서 Korea Plus를 통하여 단계별로 근접지원을 받을 수 있다. Korea Plus 운영을 통하여 이러한 상담과 지원을 받은 한국 기업은 지난 2년간 100개가 넘는 것으로 집계되고 있으며 향후 한국 기업의 인도 진출 활성화와 함께 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

3) 화폐개혁²⁶⁾

인도 정부는 2016년 11월 8일 자정을 기점으로 500루피와 1,000루피 등 고액권의 사용을 금지시키는 화폐개혁 조치를 시행 4시간 전에 전격적으로 발표하였다. 그리고 인도 정부는 구 화폐를 대체하는 새로운 500루피와 2,000루피 지폐를 델리 지역을 시작으로 11월 10일부터 발행하여 유통시켰다. 이 조치는 500루피 위조지폐의 유통을 근절하고 블랙머니에 의존해온 테러조직의 자금 공급을 끊으려는 의도를 가진다. 또한 고액 화폐를 매개로 인도 경제에 만연한 부패와 탈세를 줄이는 효과도 가져올 것으로 예상된다.

모디 총리의 2014년 집권 공약 중 하나가 블랙머니 차단을 통한 부패 근절이었으며 이번 조치 이전부터 인도 정부는 탈세 자진 신고자에 대해 면책기간을 설정하고 지하자금을 양성화하려는 조치 등을 취하였다. 하지만 탈세 자진신고 기간 동안 이루어진

25) Korea Plus는 한국인 공무원으로 Invest India에 파견된 팀장 아래 현지 채용 한국인 직원 1명과 6명의 인도인 직원으로 구성되어 인도 진출을 희망하는 한국 기업을 지원함

26) 2016년 11월과 12월 인도 재무부 언론 보도자료를 참고함; New York Times(2016. 11. 8), "Narendra Modi Bans India's Largest Currency Bills in Bid to Cut Corruption"

7,000억 루피(100억 달러) 상당의 소득신고에도 불구하고 인도 정부는 충분한 정책 효과가 없다고 판단하여 이번 화폐개혁을 단행한 것으로 보인다.

화폐개혁 조치로 2016년 11월 10일부터 12월 30일까지 500루피와 1,000루피 지폐는 은행 등 금융회사에 예치할 수는 있지만 인출은 하루 10,000루피, 일주일 20,000루피로 제한되었다. 그리고 11월 24일까지 은행 등을 통해 신분증을 제시하고 고액 화폐를 100루피 이하로 교환할 수 있지만 이 또한 4,000루피를 초과할 순 없다.

인도 시중 통화의 약 80%에 달하는 고액권의 사용이 금지되면서 현금 거래 위주의 소상공인과 중소기업은 실제 유통 현금 부족으로 대금 결제에 문제가 생기는 등 단기적으로 피해가 불가피하였다. 이에 따라 단기적인 소비 위축으로 2016년과 2017년 경제성장률이 각각 7.1%와 6.7%까지 낮아지는 등 화폐개혁에 따른 부작용이 우려되었지만 2018년 7.4%로 경제성장률이 반등하면서 화폐개혁은 연착륙에 성공한 것으로 평가되고 있다.

더욱이 부패와 탈세의 온상이던 현금 거래 위주²⁷⁾의 사업 관행에 제동이 걸리고 소득과 자산을 숨겨왔던 고액 자산가들의 재산이 노출되면서 부패가 근절되고 정부의 세수 확보도 용이해져서 세수 증대를 통한 국가 주도의 경제개발에 필요한 사회기반시설의 확충도 기대된다.

4) 통합 부가가치세(GST) 도입²⁸⁾

인도 정부는 2017년 7월 1일부터 통합 부가가치세(Goods and Services Tax, 이하, 'GST')를 도입하여 각 주별로 다르게 부과되던 간접세를 통합하였다. 이는 1947년 인도가 영국으로부터 독립한 이후 단행한 최대의 세제개혁이면서 주별로 상이하던 세제를 합쳐 인도를 하나의 경제권으로 묶는 효과를 기대하게 만드는 획기적인 변화를 의미한다.

29개의 주와 7개의 직할지로 이루어진 인도에서 세제가 다른 주간 거래는 세금보고

27) Google India와 Boston Consulting Group에 의하면 2015년에 인도에서 이루어진 결제의 78%가 현금 결제로 보고됨

28) 주인도대한민국대사관·KOTRA(2017. 10)

와 통관 절차 등 불필요한 거래비용을 발생시켜 거래가 제약되고 경제발전이 저해되는 결과가 초래되었다. 또한 복잡한 세금체계는 경제활동의 불투명성을 높이고 탈세와 부정의 온상으로도 기능하였다. 복잡한 인도의 세금체계는 외국 기업의 인도 진출에도 부정적인 요인 중 하나였다. 이러한 문제의식에 따라 2000년부터 간접세 개혁에 대한 논의가 시작되고 2006년에 이르러 연방 재무장관이 2010년부터 GST 도입을 발표하였다. 2010년에는 연방정부와 주정부의 GST를 근간으로 하는 Dual GST를 재무장관이 소개하였다.

하지만 간접세를 주요 재원으로 지방재정을 영위하여 온 주정부의 이해관계 충돌 등으로 인하여 미루어지고 실행되지는 못하였다. 이후 2014년 모디 총리의 집권과 함께 제도 도입에 가속도가 붙어 2015년과 2016년에 걸쳐 GST 도입을 위한 헌법 개정안이 양대 의회를 통과하고 2017년 4월 시행될 예정이었으나, 2016년 11월 단행된 화폐개혁이 몰고 온 경제적 충격으로 잠시 미루어졌다가 2017년 7월 전격적으로 시행됐다.

간접세 개혁을 통해 중앙 정부의 간접세는 CGST(Central GST)로 주 정부의 간접세는 SGST(State GST)로 통합되었다. 또한 수입이나 주간 거래에는 CGST와 SGST를 합친 IGST(Interstate GST)가 부과된다. 이렇게 부과된 GST는 연방과 주 정부가 같은 비율로 나누게 된다. 예를 들어, 호텔에 숙박하면 18%의 간접세가 붙는데 연방정부(CGST)와 주정부(SGST)가 9%씩 각각 가져간다. IGST도 부과된 세금을 연방정부가 징수하여 각 주정부에 연방정부와 동일한 비율로 나누어 정산 배분한다.

GST 도입으로 인도 전역에 동일한 단일 GST 세법이 적용되고 법인의 경우 주별로 하나의 GST 번호를 등록하면 영업이 가능해진다. 또한 모든 주가 같은 간접세 체계에 통합되어 주간 거래에서도 복잡한 통관 절차나 세금보고 등이 사라져 물류비용이 줄어 들고 속도가 빨라져 거래가 활성화되는 효과도 기대된다. GST 체계에서는 모든 거래가 GST 번호를 통해 일정 규모 이상의 거래는 모두 정부가 파악할 수 있게 되어 거래의 투명성이 높아지고 세수 확보가 쉬워졌다.

2. 인도 보험시장 현황

가. 인도 보험시장의 진화

인디아의 고대 문헌에 따르면 고대 인디아에서도 여러 사람에게서 재산을 모아 기금을 만들어서 화재, 홍수, 질병이나 기아 등 재해가 닥치면 이를 필요한 사람에게 분배해 주는 제도가 있었다. 이러한 전통은 오늘날에도 해운무역업 대출이나 선박 계약 등에 남아 있다고 여겨진다. 인도에서 근대적 보험회사 역사의 시작은 1818년 캘커타에 최초로 설립된 동방생명보험회사(Oriental Life Insurance Company in Calcutta)로 본다.²⁹⁾ 이후 Madras Equitable(1829), Bombay Mutual(1871), Oriental(1874), India Empire of India(1897) 등의 보험회사가 설립되었으며, 인도의 보험제도는 영국으로 대표되는 다른 나라 보험제도의 영향을 받아 가며 진화를 거듭하여 오늘날의 모습을 가지게 되었다.³⁰⁾

인도정부는 1956년 보험침투도를 높이고 소비자 보호를 강화하기 위해서 245개에 달하는 민영 생명보험회사를 모두 통합하여 국영 생명보험회사 Life Insurance Corporation(LIC)을 설립하였다. 이후 1972년에는 손해보험에서도 국영 General Insurance Corporation(GIC)을 설립하였고 1999년까지 인도 보험산업은 모두 국영회사에서 독점하여 민간회사의 진출은 허용되지 않았다.

1993년에 인도중앙은행 총재였던 Malhotra를 위원장으로 위원회를 구성하여 보험산업 개혁 방안을 마련하였다. 위원회는 보험산업의 경쟁을 촉진하기 위해 민영 보험회사 허용을 통한 시장자유화를 권고하고 보험시장의 경쟁촉진과 개발을 위한 인도 보험감독청(IRDA³¹⁾) 설립을 권고하였다.

Maholtra 위원회는 1994년 보고서를 통해 보험산업 구조적 측면에서 국가의 보험회사 지분을 50% 미만으로 낮추고 보험회사의 사업운영에 자율성을 부여해야 할 것을

29) 본 회사는 1834년 파산함

30) IRDA(2007)

31) Insurance Regulation and Development Authority

권고하였고, 경쟁 측면에서 보험산업 진입에 필요한 민영회사의 최소납입자본금 10억 루피 요건 허용, 생명보험과 손해보험의 겸영 불허, 외국사는 국내사와 합작의 형태로 진입 허용 등을 제안하였다. Malhotra 위원회의 권고에 따라 1999년 IRDA가 설립되고 보험 관련 법령을 개정하여 2000년 10월부터 민간회사의 보험시장 진출을 허용하기 시작하였다. 또한 외국 보험회사도 26% 지분 한도³²⁾로 인도 보험시장에 회사를 설립하여 진출이 가능하게 되었다. IRDA는 2014년 12월 26일부터 IRDAI(Insurance Regulatory and Development Authority of India)로 공식 명칭을 변경하였다.

나. 2015 보험업법 개정에 따른 주요 변화

2015년 보험업법 개정을 통해 보험규제에 많은 변화가 있었다. 개정 보험업법은 IRDAI로 지급여력, 자산운용, 사업비, 수수료 등에 관한 규제 제정 권한을 대폭 이양하고 재무부와 협의 없이도 필요한 경우, 개별회사에 대한 감독 개입을 가능하도록 IRDAI의 권한을 크게 강화하였다. 또한 자본적정성 규제와 관련하여 솔벤시 마진 150% 하한을 법제화하여 명시하였다.

보험회사의 소유 및 지배구조 측면에서 우리나라 보험회사의 인도 진출과 관련하여 2015년 법 개정 내용 중 가장 의미 있는 변화는 외국 보험회사가 인도 보험회사의 지분을 49%까지 소유할 수 있도록 외국인 투자지분 규제가 완화된 것이다(기존 26%). 그러나 인도보험회사는 인도인이 소유하고 통제한다는 요건을 통해 보험회사 통제권은 외국인이 가질 수 없도록 하였다. 특히 CEO는 인도인 소유인이 또는 이사회 전체 회의에서 임명하도록 하였다.

판매채널과 관련해서는 개인대리점에 관한 IRDAI 면허를 없애고 대신 보험회사가 임명한 개인대리점이 법규준수를 책임지도록 하며 위법 시 개인대리점 징계 권한을 IRDAI에 주었다. 개인대리점은 생명, 손해, 건강 중 택일할 수 있다.

IRDAI의 징계권한도 강화하여 지침 위반에 대해 십만 루피에서 최대 천만 루피까지 벌금 액수를 대폭 상향하였다. 대신 IRDAI의 커진 징계 권한에 비례하여 보험회사가

32) 현행 보험회사에 대한 외국인 지분 한도는 49%임

항변권을 행사할 수 있는 기회도 폭넓게 보장하였다(보험업법에 증권항소법원 항소권 명시).

다. 인도 보험시장 규모

인도의 2017년 기준 수입보험료 규모³³⁾는 세계 11위(생명보험: 세계 10위, 손해보험: 15위)에 해당하며 총 수입보험료는 980억 달러에 달한다(〈표 II-8〉 참조). 생명보험이 732억 달러로 비중이 전체 수입보험료의 75% 달하는데, 신흥 보험시장은 이처럼 생명보험 비중이 높은 특성을 보인다.

〈표 II-8〉 인도 보험시장 규모(2017년 기준)

(단위: 백만 루피, 백만 달러, %)

구분	생명보험	손해보험	합계
보험료(INR)	4,709,369	1,592,311	6,301,680
보험료(USD)	73,240	24,764	98,003
비중	74.73	25.27	100.0

자료: Swiss Re(2018), Sigma, No. 3/2018

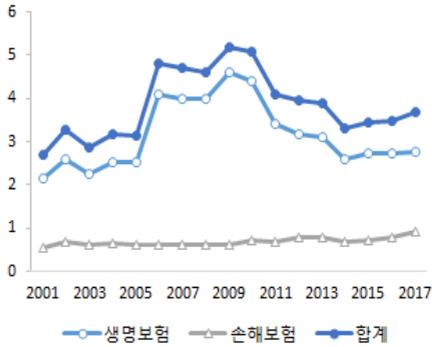
인도 보험시장의 침투도(GDP 대비 수입보험료 비율)는 2017년 말 기준 3.7%(세계 41위에 해당)로 생명보험 2.76%, 손해보험 0.93%를 각각 기록하였다(〈그림 II-5〉 참조). 다른 아시아 국가들의 보험침투도와 비교하면 태국(5.29%), 말레이시아(4.77%), 중국(4.57%) 등보다는 낮지만, 인도네시아(2.36%), 베트남(2.10%) 등보다는 높은 수준이다.

33) Swiss Re(2018)

〈그림 II-5〉 인도의 보험침투도 추이 및 국제 비교

〈인도의 보험침투도 추이〉

(단위: %)



자료: Swiss Re(2018)

〈주요국의 보험침투도(2017년 기준)〉

(단위: %)

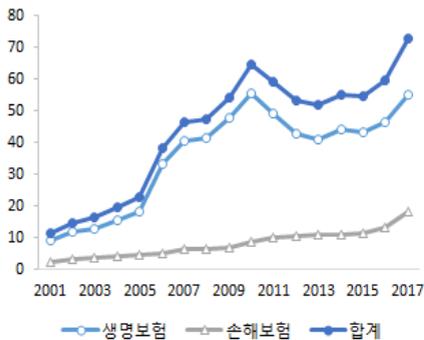
국가	생명보험	손해보험	합계
한국	6.56	5.01	11.57
중국	2.68	1.89	4.57
태국	3.59	1.69	5.29
말레이시아	3.32	1.44	4.77
인도	2.76	0.93	3.69
인도네시아	1.90	0.46	2.36

자료: Swiss Re(2018)

〈그림 II-6〉 인도의 보험밀도 추이 및 국제 비교

〈인도의 보험밀도 추이〉

(단위: USD)



자료: Swiss Re(2018)

〈주요국의 보험밀도(2017년 기준)〉

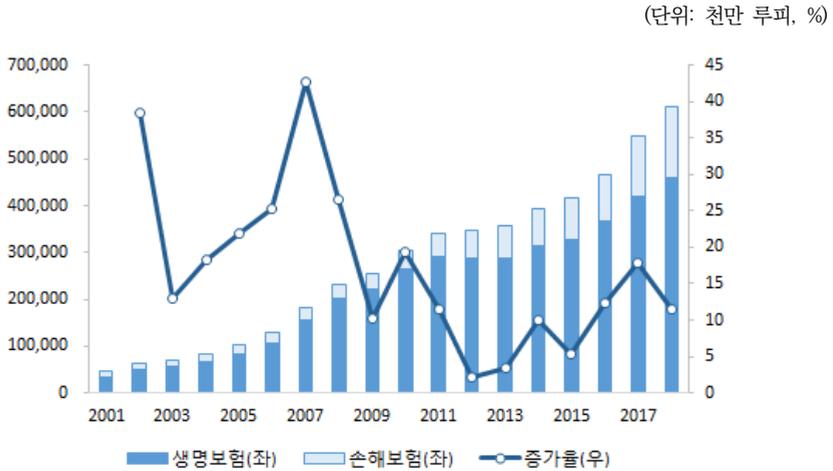
(단위: USD)

국가	생명보험	손해보험	합계
한국	1,999	1,523	3,522
중국	225	159	384
말레이시아	339	147	486
인도	55	18	73
요르단	11	78	89
카자흐스탄	10	50	61

자료: Swiss Re(2018)

한편, 인도 보험시장의 보험밀도(인구 1인당 보험료 지출)는 2017년 말 기준으로 73 달러로 이 중 생명보험이 55달러, 손해보험 18달러를 각각 기록하였다(〈그림 II-6〉 참조). 인도의 보험밀도는 전 세계 국가 중 73위에 해당하며, 아시아 국가에서는 요르단(89달러), 카자흐스탄(61달러) 등과 유사한 수준이다.

〈그림 II-7〉 보험료 규모 및 증가율



자료: Swiss Re(2018)

〈표 II-9〉 보험료 증가율(2017년 기준)

(단위: %)

지역	생보	손보	전체
선진시장	-2.7	1.9	-0.6
신흥시장	14.0	6.1	10.3
아시아	5.6	5.8	5.7
인도	8.0	16.7	10.1
세계	0.5	2.8	1.5

자료: Swiss Re(2018)

보험시장 성장률로 보면 손해보험시장은 생명보험시장보다 2배 이상 빠른 성장 속도를 보이고 있다(〈그림 II-7〉 참조). 인도 보험시장의 지난 10년간 전체 보험료 연평균 성장률(CAGR)은 10.2%였으며, 생명보험은 8.6%, 손해보험은 17.5%를 기록하였다. 2017년도에는 보험시장 성장률은 10.1%였으며, 생명보험과 손해보험은 각각 8.0%, 16.7% 성장하였다(〈표 II-9〉 참조).

라. 인도 보험시장 구조

1) 시장구조: 보험회사 수, 시장점유율, 시장집중도

〈표 II-10〉 인도 보험회사 수 현황

(단위: 개)

구분	2000. 3	2005. 3	2010. 3	2015. 3	2018. 3
생명보험	11 (1)	16 (1)	22 (1)	23 (1)	24 (1)
손해보험	10 (4)	15 (6)	18 (6)	27 (6)	33 (6)
재보험 ¹⁾	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	11 (1)
합계	22 (6)	32 (8)	48 (8)	53 (8)	68 (8)

주: 1) 외국 재보험회사 지점 및 Lloyd's India를 포함함

2) 괄호안의 값은 국영 보험회사의 개수임

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

2018년 3월 말 기준 인도 보험시장에서는 생명보험 24개 회사, 손해보험 27개 회사, 건강보험전업 6개 회사, 재보험 11개 회사 등 총 68개 보험회사가 영업 중에 있다. 68개 보험회사 중 8개 기업은 국영이며 나머지 60개 보험회사는 민영이다(〈표 II-10〉 참조).

8개 국영 보험회사 중에는 재보험 1개사(General Insurance Corporation of India: GIC), 생명보험 1개사(Life Insurance Corporation of India: LIC), 손해보험 6개사가 있다. 6개의 국영 손해보험회사 중에는 수출신용보험을 취급하고 있는 ECGC(Export Credit Guarantee Corporation)와 농업보험을 취급하는 AIC(Agriculture Insurance Company of India) 등 2개의 특수보험회사(Specialized Insurers)가 있다. 한편, National Insurance Co. Ltd., The New India Insurance Co. Ltd., The Oriental Insurance Co. Ltd., United India Insurance Co. Ltd는 일반 손해보험회사에 속한다.³⁴⁾

건강보험전업사(Standalone Health Insurers)는 6개 회사가 영업 중에 있으며, 이들 보험회사에서는 의료보험, 상해보험 및 여행자보험상품을 제공하고 있다.

34) 인도정부는 2021년까지 The Oriental Insurance Co. Ltd., National Insurance Co. Ltd., 그리고 United India Insurance Co. Ltd 등 세 개의 국영 손해보험회사를 합병하고, 합병된 회사를 상장할 계획임

〈표 II-11〉 인도 주요 생명보험회사의 시장점유율

(단위: %)

구분	2000	2005	2010	2015	2017
LIC(국영 생명보험회사)	99.98	85.75	69.77	72.61	69.36
민영 생명보험회사	0.02	14.25	30.23	27.39	30.64
ICICI Prudential	0.02	4.02	6.13	5.22	5.90
SBI Life	-	1.02	4.44	4.31	5.53
HDFC Standard	0.00	1.48	3.09	4.45	5.14
Max Life	0.00	0.74	1.99	2.51	2.72
Bajaj Allianz	-	2.96	3.30	1.61	1.65
Kotak Mahindra	-	0.59	1.02	1.08	1.44
Aditya Birla Sun Life	0.00	1.19	1.95	1.52	1.29

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

인도 생명보험시장의 회사별 점유율을 살펴보면 국영 생명보험회사인 LIC가 생명보험시장의 70%를 차지하며, 나머지 30%의 시장을 23개 민영 보험회사가 나누어 가진다(〈표 II-11〉 참조). 국영 LIC는 오랜 기간 시장에서 독점적 지위를 누려왔으며 암묵적으로 정부가 보장하는 것으로 간주되어 인도 생명보험시장에서 여전히 큰 점유율을 유지하고 있다. 민영 보험회사 중에서 ICICI Prudential과 SBI Life, HDFC Standard 등의 보험회사 시장점유율이 상대적으로 높으며, 이들 회사는 외국계 자본과의 합작 회사이다.

인도 손해보험시장의 회사별 점유율도 6개 국영 손해보험회사가 손해보험시장의 50% 이상을 점유하고 있으며, 남은 50%의 시장점유율을 놓고 27개 민영 손해보험회사가 경쟁하고 있는 상황이다(〈표 II-12〉 참조). 이 중 ICICI Lombard General Insurance, Bajaj Allianz General Insurance와 HDFC ERGO General Insurance 등이 민영 손해보험회사 중 상대적으로 높은 시장점유율을 보인다. 한편, 건강보험 전업사들의 손해보험시장 내 시장점유율은 5% 수준이다.

〈표 II-12〉 인도 주요 손해보험회사의 시장점유율

(단위: %)

구분	2000	2005	2010	2015	2017
국영 일반손해보험회사	99.93	71.09	54.79	50.98	45.99
The New India Assurance	33.27	25.26	17.06	17.88	16.40
United India Insurance	24.04	14.04	13.23	12.33	11.36
National Insurance	21.22	15.74	12.95	12.10	10.59
The Oriental Insurance	21.40	16.06	11.55	8.67	7.65
국영 특수보험회사	0.00	5.04	5.88	4.87	5.95
Agriculture Insurance Co of India	-	2.47	4.04	3.54	5.14
Export Credit Guarantee Corporation of India	-	2.57	1.84	1.33	0.81
건강보험 전업사	0.00	0.00	3.19	4.18	5.42
Star Health and Allied Insurance	-	-	2.55	2.02	2.71
Apollo Munich Health Insurance	-	-	0.59	1.03	1.12
민영 손해보험회사	0.07	23.86	36.14	39.96	42.64
ICICI Lombard General Insurance	-	7.04	8.82	8.15	8.05
Bajaj Allianz General Insurance	-	5.66	5.95	5.87	6.16
HDFC ERGO General Insurance	-	-	0.04	0.48	4.75
IFFCO Tokio General Insurance	0.06	3.97	3.70	3.72	3.67
Tata AIG General Insurance	-	2.55	2.43	2.98	3.54

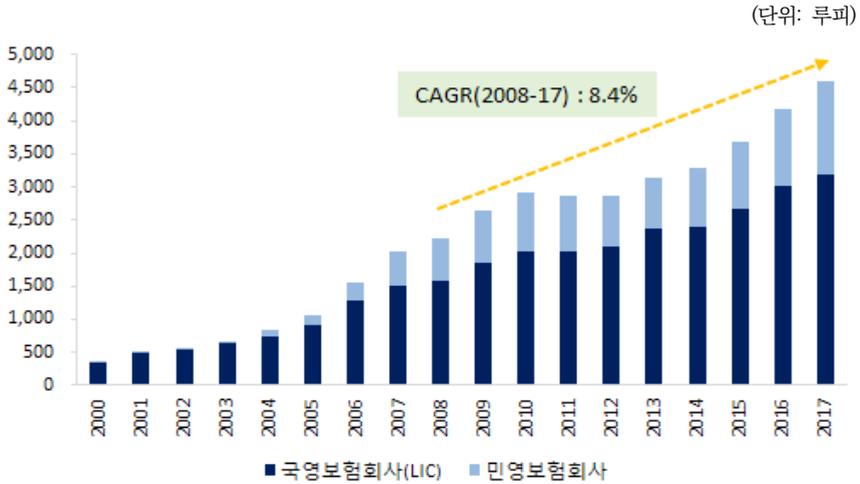
자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

2) 성장성

가) 생명보험

인도 생명보험시장의 수입보험료 규모는 2017년 기준 4조 5,880억 루피(676억 달러) 규모이다(〈표 II-13〉 참조). 인도 생명보험시장은 2000년 8월 민간에 개방된 후 2010년까지 수입보험료는 연평균 23.7%로 급격히 증가하였으나, 2010년 9월부터 변액보험 등 투자형 상품(Unit-Linked Insurance Products)에 대한 규제 시행 등의 여파로 2012년까지는 성장이 둔화되었다. 그러나 2013년 이후 경제여건 개선 등으로 생명보험시장이 반등하는 모습을 보이고 있다(〈그림 II-9〉 참조).

〈그림 II-9〉 인도의 생명보험시장 성장률 추이



자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

〈표 II-13〉 생명보험시장 수입보험료 및 성장률

(단위: 십억 루피, 십억 달러, %)

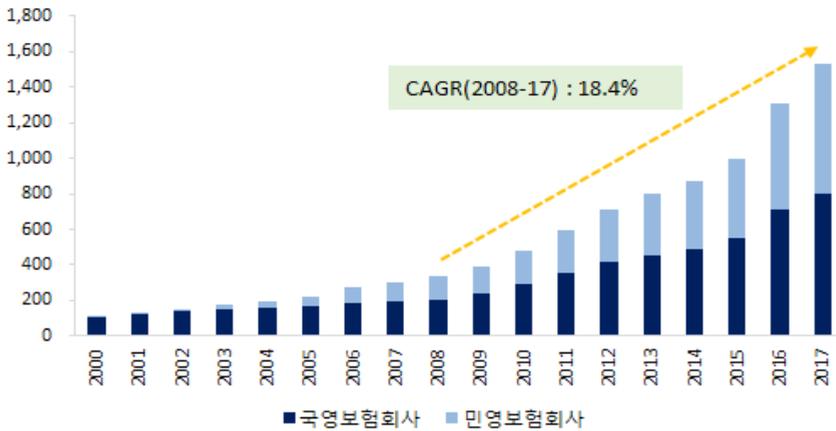
구분	2013	2014	2015	2016	2017
수입보험료(INR)	3,143	3,281	3,669	4,185	4,588
	(9.44)	(4.39)	(11.84)	(14.04)	(9.64)
수입보험료(USD)	51.5	51.1	54.6	64.3	67.6
	(5.08)	(-0.69)	(6.77)	(17.68)	(5.20)
명목 경제성장률	12.97	10.79	9.94	10.98	11.37
인플레이션	10.91	6.65	4.91	4.94	3.28
총자산(INR)	19,575	22,475	25,021	28,542	31,891
	(12.18)	(14.82)	(11.33)	(14.07)	(11.73)
총자산(USD)	321	350	372	438	470
	(7.71)	(9.23)	(6.28)	(17.71)	(7.21)

주: 괄호 안의 값은 전년 대비 증가율임
 자료: AXCO(2019a)

나) 손해보험

2017년 손해보험시장의 원수보험료 규모는 226억 달러로 생명보험에 비해 시장규모는 상대적으로 작지만 연 평균 18.4%의 고성장을 기록하고 있다(그림 II-10) 및 <표 II-14> 참조).

<그림 II-10> 인도의 손해보험시장 성장률 추이



자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

<표 II-14> 손해보험시장 수입보험료 및 성장률

(단위: 십억 루피, 십억 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수입보험료(INR)	799	872	993	1,310	1,534
	(12.26)	(9.03)	(13.98)	(31.85)	(17.15)
수입보험료(USD)	13	14	15	20	23
	(7.79)	(3.72)	(8.82)	(36.05)	(12.41)
명목 경제성장률	12.97	10.79	9.94	10.98	11.37
인플레이션	10.91	6.65	4.91	4.94	3.28
총자산(INR)	1,495	1,721	1,881	2,223	2,689
	(21.58)	(15.12)	(9.28)	(18.19)	(20.95)
총자산(USD)	25	27	28	34	40
	(16.74)	(9.52)	(4.33)	(21.95)	(16.06)

주: 괄호 안의 값은 전년 대비 증가율임
 자료: AXCO(2019b)

3) 수익성 및 건전성

가) 당기순이익

2017년 인도 생명보험산업의 당기순이익은 851억 루피로 전년도(773억 루피) 대비 10.1% 증가하였다. 보험회사별로는 24개 생명보험회사 중 19개사가 흑자를 기록한 것으로 나타났다.³⁷⁾ 한편, 손해보험산업 또한 2016년도 당기순이익은 85억 루피에 불과하였으나, 2017년도에는 공공보험회사의 당기순이익이 적자에서 흑자로 큰 폭으로 개선됨에 따라³⁸⁾ 691억 루피를 기록하였다(〈표 II-15〉 참조). 2017년 기준 21개 민영손해보험회사 가운데 14개 회사가 흑자를 기록하였으며, 4개 공공손해보험회사 중 3개 회사가 흑자를 기록하였다. 한편, 6개 건강보험전업사 중 3개 회사는 적자를 기록한 것으로 나타났다.

〈표 II-15〉 인도 보험산업의 수익성

(단위: 십억 루피, 십억 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
생명보험					
수입보험료(INR)	3,143.02	3,281.02	3,669.43	4,184.77	4,588.09
당기순이익(INR)	75.88	76.11	74.15	77.28	85.12
당기순이익(USD)	1.24	1.19	1.10	1.19	1.25
손해보험¹⁾					
원수보험료(INR)	799.34	871.51	993.33	1,309.71	1,534.38
당기순이익(INR)	46.49	46.39	32.38	8.45	69.09
당기순이익(USD)	0.76	0.72	0.48	0.13	1.02

주: 1) 손해보험회사 당기순이익에는 일반손해보험회사, 건강보험전업사, 특수보험회사 실적이 모두 포함되어 있음

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

37) IRDAI(2019), Annual Report 2017-18

38) 2016년 공공손해보험회사(Public Sector Insurers)는 25억 루피 적자를 기록하였으나, 2017년에는 25억 루피 흑자를 기록함. 한편, 민영손해보험회사의 당기순이익은 2016년 28억 루피에서 2017년 38억 루피로 증가함

나) 사업비율, 해약률, 손해율

생명보험회사의 사업비율은 10%대를 유지하고 있으며 민영 보험회사의 사업비율이 국영 보험회사에 비해 상대적으로 높은 상황이다. 그러나 민영 보험회사의 경우 규모 확대에 따라 사업비율이 낮아질 것으로 기대된다. 한편, 국영 보험회사인 LIC의 2017년 기준 보험계약유지율은 13회차 66%, 25회차 58%이다(〈표 II-16〉 참조).

〈표 II-16〉 LIC 생명보험회사 유지율

(단위: %)

구분	13회차	25회차	37회차	49회차	61회차
2013	59	56	53	49	44
2014	66	51	49	47	44
2015	63	60	48	47	44
2016	64	56	56	45	44
2017	66	58	53	53	43

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

한편, 2017년 손해보험산업의 발생손해율(Incurred Claims Ratio)은 85.3%이며, 이 중 건강보험 손해율이 90% 이상으로 수익성이 높다고 볼 수는 없다. 자동차보험의 손해율은 83.5%로 2010년 실적과 비교해볼 때 크게 낮아진 상황이다(〈표 II-17〉 참조).

〈표 II-17〉 손해보험 종목별 손해율

(단위: %)

구분	화재보험	건강보험	해상보험	자동차보험	기타	합계
2010	86.1	100.1	90.2	102.7	56.1	93.4
2015	74.5	98.4	72.1	81.2	72.9	85.1
2017	82.4	92.2	65.3	83.5	78.9	85.3

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

다) 재무건전성

인도보험업법 64VA조에 따르면 보험회사들은 150% 이상의 지급여력비율(Solvency Margin Ratio)을 유지해야 한다. 이에 따라 인도 보험회사 대부분이 200% 이상을 유지하고 있다(〈표 II-18〉 참조).

〈표 II-18〉 인도 보험회사의 지급여력비율 현황(2018년 3월 말 기준)

구분	150~200%	200~300%	300~400%	400% 초과
생명보험	Bharti AXA, HDFC Standard, LIC	15개사	Canara HSBC, IDBI Federal, Kotak Mahindra	Bajaz Allianz, DHFL Pramerica, Sahara India
손해보험 ¹⁾	Bharti AXA, Cholamandalam, Future Generali, IFFCO Tokio, Kotak Mahindra, Reliance, TATA AIG	11개사	DHFL	Go Digit, Raheja QBE,

주: 1) 손해보험의 경우 일반손해보험회사를 대상으로 함
자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

4) 상품구성

가) 생명보험

인도 보험시장에서 판매되고 있는 생명보험상품은 크게 투자형(Linked) 상품과 전통형(Non-linked) 상품으로 나누어볼 수 있다. 2017년 기준 전체 수입보험료 중 전통형 상품이 차지하는 비중은 87%로 생명보험상품의 대부분을 차지하고 있다(〈표 II-19〉 참조). 글로벌 금융위기 이전에는 주식시장 호황을 배경으로 투자형 상품 판매량이 급성장하였으나, 2010년 감독당국의 규제 강화 이후 판매량이 크게 줄어들었다.

〈표 II-19〉 인도 생명보험상품별 비중

(단위: 천만 루피, %)

구분		2009	2011	2013	2015	2017
투자형 상품 (Linked)	LIC	47,262	14,901	34,816	45,420	63,961
	민영 보험회사	68,259	54,749	2,728	1,469	890
	소계	115,521 (43.5)	69,650 (24.3)	37,544 (11.9)	46,890 (12.8)	64,851 (14.1)
전통형 상품 (Non-Linked)	LIC	138,815	29,434	42,544	55,079	76,625
	민영 보험회사	11,111	187,988	234,214	264,975	317,333
	소계	149,926 (56.5)	217,422 (75.7)	276,758 (88.1)	320,054 (87.2)	393,959 (85.9)
수입보험료 계		265,447	287,072	314,302	366,943	458,809

주: 괄호 안의 값은 상품별 비중임
 자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

나) 손해보험

2017년 기준 인도 손해보험시장의 종목별 점유율은 자동차보험(39.3%), 건강보험(27.9%), 농작물보험(16%) 순이다. 현재 자동차보험이 가장 높은 비중을 차지하고 있으나, 최근 들어 점유율이 감소 추세를 보이고 있다. 그러나 건강보험의 수입보험료 규모는 큰 폭의 성장을 기록해오고 있어 진입매력이 커 보인다(〈표 II-20〉 참조).

〈표 II-20〉 인도 손해보험상품별 비중

(단위: %)

구분	2006	2009	2012	2015	2017
화재보험	11.2	10.3	10.5	9.1	7.2
해상보험	6.3	5.4	4.5	3.1	1.9
자동차보험	43.5	45.9	47.9	43.9	39.3
건강보험	21.1	22.3	22.2	28.5	27.9
기타	18.0	16.1	15.0	15.5	23.7

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

3. 주요 상품별 시장 현황

가. 건강보험

1) 시장 현황: 상품특징, 보험료 규모, 회사별 점유율

인도의 보험회사들이 판매하고 있는 건강보험상품은 입원비나 수술 등의 치료를 받은 경우 치료비 등을 실손보상하거나 정액보상해주는 상품이 모두 존재한다. 생명보험회사에서 판매하는 건강보험상품은 손해보험회사와 건강보험전문사에서 판매되는 상품과는 달리 대부분 정액급부를 보장하는 상품으로, 거의 특약형태로 판매되고 있다. 한편, 해외치료를 보장하는 보험상품은 Apollo Munich Health Insurance, Max Bupa Health Insurance 등 일부 대형사에서만 제한적으로 허용되고 있다.³⁹⁾

〈표 II-21〉 인도 건강보험 회사형태별 수입보험료 추이(상해보험 및 여행자보험 제외)

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
국영손해보험회사	10,841 (62.0)	12,882 (64.1)	15,591 (63.8)	19,227 (63.3)	21,509 (58.1)
민영손해보험회사	4,482 (25.6)	4,386 (21.8)	4,911 (20.1)	5,632 (18.5)	7,689 (20.8)
건강보험전문회사	2,172 (12.4)	2,828 (14.1)	3,946 (16.1)	5,532 (18.2)	7,831 (21.1)
합계(INR)	17,495	20,096	24,448	30,392	37,029
성장률	13.2	14.9	21.7	24.3	21.8
합계(USD)	287	313	364	467	546

주: 괄호 안은 매년도 전체 건강보험에서 차지하는 비중임
자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

39) 한국보건산업진흥원(2017)

건강보험상품은 인도 손해보험시장의 성장을 견인하고 있는 종목 중 하나인데, 이는 국민들이 의료비용의 상승을 충당하기 위한 대체수단으로 건강보험상품을 구입하는 현상에서 기인하고 있다. 즉, 인도는 경제력 향상에 따른 고급 의료 수요의 증가를 공공의료 부문에서 만족시켜주지 못하면서 민영의료보험에 대한 수요가 급증하고 있다. 한편, 보험회사들도 2000년대 후반 정부의 일반손해보험에 대한 보험료 규제 폐지와 함께 건강보험상품 판매에 관심을 가지게 되었으며,⁴⁰⁾ 개인의료보험과 단체건강보험에 대한 보험료의 현실화 등으로 최근 20%대의 높은 성장률을 보이고 있다(〈표 II-21〉 참조).

건강보험상품을 유형별로 살펴보면 RSBY(Rashtriya Swasthya Bima Yojana)를 비롯한 공공보험이 2017년 기준 전체 수입보험료의 10.8%를 차지하고 있다. 한편, 단체보험과 개인보험이 차지하는 비중은 각각 48.0%, 41.3%이다(〈표 II-22〉 참조).

〈표 II-22〉 인도 건강보험상품별 수입보험료 추이(상해보험 및 여행자보험 제외)

(단위: 천만 루피, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
공공보험	2,082 (11.9)	2,425 (12.1)	2,474 (10.1)	3,090 (10.2)	3,981 (10.8)
단체보험	8,057 (46.1)	8,898 (44.3)	11,621 (47.5)	14,718 (48.4)	17,757 (48.0)
개인보험	7,355 (42.0)	8,772 (43.7)	10,353 (42.4)	12,584 (41.4)	15,291 (41.3)
합계	17,495	20,096	24,448	30,392	37,029

주: 괄호 안은 매년도 전체 건강보험에서 차지하는 비중임
 자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

인도의 개인의료보험(Private Medical Insurance: PMI) 시장의 선도 보험회사는 New India Assurance(18.8%), National Insurance(17.0%), United India Insurance(14.9%) 등이 있다. 한편, 개인용 상해 및 여행자보험시장에서의 2017년 기준 회사별 시장점유율은 Oriental Insurance(14.2%), HDFC Ergo(13.1%), SBI General Insurance(11.3%),

40) 서대교·신중협(2011)

New India Assurance(10.7%) 등의 순으로 나타나고 있다(〈표 II-23〉 참조). 순수건강보험 전문회사인 Star Health and Allied Insurance와 Apollo Munich Health는 각각 2006년과 2007년에 사업인가를 받았으며, Max Bupa는 2010년부터 인도 보험시장에서 영업을 하고 있다. 그 밖에도 Religare Health Insurance Company Ltd, Cigna TTK Health Insurance Company 등의 건강보험 전업사가 영업 중에 있다.

〈표 II-23〉 인도 건강보험시장 회사별 점유율

(단위: %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
개인형 건강보험	New India Assurance (18.82)	National Insurance (17.03)	United India Insurance (14.94)	Oriental Insurance (10.67)	ICICI Lombard (8.34)
상해 및 여행자보험	Oriental Insurance (14.17)	HDFC Ergo Insurance (13.11)	SBI General Insurance (11.29)	New India Assurance (10.67)	ICICI Lombard (9.62)

주: 1) 괄호 안의 값은 점유율임

2) 개인형 건강보험(PMI)은 2014년 기준, 상해 및 여행자보험은 2017년 기준임

자료: AXCO(2019b)

〈표 II-24〉 인도 건강보험상품별 손해를 추이(상해보험 및 여행자보험 제외)

(단위: %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
공공보험	93	108	109	122	115
단체보험	110	116	120	125	107
개인보험	83	81	77	76	71
합계	97	101	102	106	94

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

인도의 건강보험 발생손해율은 공공 및 단체 부문보다 개인 부문에서 낮게 나타나고 있으며 단체와 개인보험 부문에서는 점차 개선되는 상황이다(〈표 II-24〉 참조).

2) 주요 규제

인도에서 영업 중인 대다수 보험회사는 건강보험 보급률을 높이기 위해 거주지역을 반영한 보험료 산출체계를 구축하고 있다(〈표 II-25〉 참조). 예를 들어, Cigna, Magma HDI General Insurance, Max Bupa 등은 대도시 거주자에 비해 소득수준이 낮은 소규모 도시 거주자에게 낮은 보험료를 부과하는 거주지역 기반 보험료 산출 방식(Zone-based Pricing)을 적용하고 있다. 한편, 가입지역보다 높은 등급에 속한 지역에서 치료를 받는 경우 청구된 보험금에 대해 본인부담 공제율(Co-Payment)을 차등 적용한다. 예를 들어, Zone II 지역에 속한 가입자가 Zone I 지역에서 치료를 받고 보험금을 청구하는 경우 25%의 공제율을 적용받으며, Zone III 지역에 속한 가입자가 Zone I 지역에서 치료를 받고 보험금을 청구하는 경우 35%의 공제율을 적용받는다.⁴¹⁾

〈표 II-25〉 거주지역 기반 보험료 산출체계하에서의 지역 구분 예시(Cigna 사 사례)

구분	해당 지역
Zone I	Mumbai, Thane / Navi Mumbai, Gujarat, Delhi and NCR
Zone II	Bangalore, Hyderabad, Chennai, Chandigarh, Ludhiana, Kolkata and Pune
Zone III	Zone I, Zone II를 제외한 기타지역

자료: Cigna(<https://www.cignattkinsurance.in/product-faqs/prohealth-insurance>)

한편 IRDAI는 2016년 7월 18일 “건강보험규제 2013(Health Regulations 2013)”을 대체하여 보험 기간, 보장내역, 운영 방식 등에 관한 내용이 담은 “IRDAI (Health Insurance) Regulations 2016”을 도입하였다.⁴²⁾

본 규정에 따르면 생명보험회사는 5년 이상의 기간을 보장하는 장기 개인건강보험 상품을 제공할 수 있으며, 보험료는 최소 3년간 동일하게 유지해야 하고 그 이후에는 필요에 따라 갱신이 가능하다. 생명보험회사는 개인 또는 단체 실손보상 상품을 제공

41) Magma HDI General Insurance의 사례임

42) GlobalData(2019), “Governance, Risk and Compliance – The Indian Insurance Industry”

할 수 없으며, 일시납 건강보험상품은 투자형 보험상품(Unit-Linked Platform)하에서는 판매가 불가능하다.

손해보험회사와 건강보험전업사는 보장기간이 최소 1년이고 최대 보상기간이 3년 인 개인형 건강보험상품, 단독형 상품 형태의 국내외 여행자보험 등을 판매할 수 있고, 여행보험 및 개인상해보험을 제공하는 기타 보험상품은 1년 미만의 기간에 대해서도 판매가 가능하다. 또한, 모든 건강보험은 표준 약관(Standard Terms)을 사용해야 하며, 보험회사는 적어도 1년에 1회 이상, 임명된 보험계리사로부터 건강보험상품을 검토해야 한다. 보험상품의 보장 범위는 해당 보험회사와 연계된 병원 내에서 적용된다.

인도에서는 2008년부터 RSBY(Rashtriya Swasthya Bima Yojana)라는 공적건강보험제도를 운영해 오고 있으나, 가입가구는 전체 대상가구의 54%에 불과할 정도로 의료 사각지대가 많은 문제가 존재하였다.⁴³⁾ 이에 따라 인도정부는 2018년 9월 25일부터 이른바 “모디케어(Modi-Care)”라 불리는 국민건강보험제도(National Health Protection Scheme: Ayushman Bharat)⁴⁴⁾를 시행하고 RSBY제도를 대체하였다.⁴⁵⁾ 동 제도는 세계 최대 규모의 정부지원 건강보험제도로 인도인구의 약 20%에 해당하는 1억 가구의 저소득층을 대상으로 가구당 연간 50만 루피(7,700USD, 920만 원)를 한도⁴⁶⁾로 약제비, 치료비 등을 지원하는 제도이다. 정부 및 민간 합작 보험회사는 정부에 의해 지불된 보험료를 바탕으로 보험을 제공하고 치료는 공공 및 민간 의료서비스 제공자 모두로부터 제공받는다. 제도 운영에 필요한 비용은 대부분의 주에서 중앙정부가 60%, 주정부가 40%를 각각 부담하며, 일부 주(8개 North-East주와 3개 Himalayan주)에서는 중앙정부와 주정부가 각각 90%, 10% 부담하는 경우도 있다.⁴⁷⁾ 그러나 모디케어 시행으로

43) 빈곤선(시골지역은 27루피, 도시지역은 33루피 이하로 하루를 사는 사람들) 이하 가구당 30루피(약 480원)의 보험료를 납부하면 정부가 연간 1인당 약 3만 원 정도의 치료비와 약값을 부담(부부 포함 총 5명 혜택)함. 그러나 의료비 지출 시 보험급여는 전체의 5%에 불과하고 나머지 95%는 개인 부담인 비급여라 가입률은 낮았음(상연진 2018)

44) “AB-NHPM”, “PMJAY(Pradhan Mantri Jan Arogya Yojana)” 등으로 칭하기도 함

45) The Guardian(2018. 9. 24), “‘Modicare’: India’s PM promises free health care for poorest citizens”; Washington Post(2018. 9. 23), “India launches ‘Modicare,’ the world’s biggest government health program”

46) RSBY의 경우 보장한도는 가구당 3만 루피 수준이었음

47) Gautam Chikermane, and Oommen C. Kurian(2018)

보험료 인상이 불가피해 제도의 지속가능성이 의문시 되고 있다.⁴⁸⁾

나. 자동차보험

1) 시장 현황

인도에서 자동차보험은 크게 의무보험제도로 운영⁴⁹⁾되고 있는 제3자 배상책임보험(Liability Only Policy)과 제3자 배상책임에 더하여 자기차량 손해까지 보장하는 종합보험(Package Policy: Comprehensive)의 두 가지 유형으로 분류할 수 있다. 자기차량 손해는 화재, 폭발, 지진, 홍수, 태풍 및 산사태 등의 자연재해 및 절도, 테러행위 등 기타 특수위험으로 인한 보험가입 차량의 분실 또는 손상을 보상하며, 제3자 배상책임보험에서는 신체 상해 및 사망 또는 재물 피해에 대한 제3자 배상책임 위험을 담보한다.

자동차보험은 2018년 3월 말 기준 전체 인도 손해보험시장에서 수입보험료의 39.3%를 차지한다. 2016년에 18.2% 성장한 데 이어 2017년에는 17.3% 성장하였고, 손해율은 2016년과 2017년 각각 82.1%, 77.1%를 기록하였다(〈표 II-26〉 참조).

〈표 II-26〉 인도 자동차보험 현황

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
원수보험료(INR)	33,823	37,379	42,301	50,251	59,246
(증가율)	(14.0)	(10.1)	(14.1)	(18.2)	(17.3)
원수보험료(USD)	554	583	630	772	873
손해율	73.7	73.3	75.4	82.1	77.1
합산비율	77.6	76.4	78.5	84.5	82.9
(비중) ¹⁾	(43.6)	(44.1)	(43.9)	(39.2)	(39.3)

주: 전체 손해보험시장에서 차지하는 비중임
 자료: AXCO(2019b); IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

48) RSBY제도하에서는 가구당 보험료 지출이 30루피에 불과했으나 모디케어하에서는 가구당 1,200루피에 달할 것으로 전망됨

49) 자동차보험법(Motor Vehicles Act 1988) 제146조에 따르면 제3자에 대한 배상책임 위험을 담보하는 보험에 가입하지 않고 차량을 운전할 수 없음

자동차보험 원수보험료를 자기차량손해(Own Damage) 담보와 제3자(Third Party) 배상책임 담보로 구분해 보면, 제3자 배상책임 담보의 경우 매년 늘어나 2010년 전체 원수보험료의 35.8%에서 2017년 54.5%로 크게 늘어나고 있다(〈표 II-27〉 참조).

〈표 II-27〉 인도 자동차보험 담보별 원수보험료

(단위: 천만 루피, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
자기차량	12,408	15,295	18,090	19,572	20,730	22,714	25,140	27,445
(증가율)	(23.9)	(23.3)	(18.3)	(8.2)	(5.9)	(9.6)	(10.7)	(9.2)
배상책임	6,355	9,679	12,460	15,237	17,615	21,036	26,573	32,935
(증가율)	(14.0)	(52.3)	(28.7)	(22.3)	(15.6)	(19.4)	(26.3)	(23.9)

자료: 인도 손해보험협회(General Insurance Council of India)

〈표 II-28〉 인도 자동차보험시장 회사별 점유율(2017년 기준)

(단위: %)

New India Assurance	National Insurance	United India Insurance	ICICI Lombard	Oriental Insurance
17.14	12.25	11.72	8.78	7.60

자료: AXCO(2019b)

자동차보험시장에서의 선도 보험회사로는 New India Assurance(17.1%), National Insurance(12.3%), United India Insurance(11.7%) 등을 들 수 있다(〈표 II-28〉 참조).

2) 주요 규제

인도에서는 높은 무보험차량비율이 문제가 되고 있는데, 2017년 1월 인도손해보험 협회에서 발간한 보고서에 따르면 전체 등록된 1억 9천만 차량 중 8,260만 대만이 보험에 가입하여 전체 차량 중 60% 가량이 보험에 가입하지 않은 것으로 나타났다. 이에 인도 교통부는 2017년 10월 보험회사의 보험가입차량 데이터를 공유하여 모든 주의 교통 경찰부서가 온라인 디지털플랫폼 접속을 통해 보험가입 여부를 확인할 수 있도록 함으로써 무보험차량 통제를 위한 집행력을 높였다.

이를 뒷받침하기 위하여 모든 자동차보험회사는 제3자 배상책임보험을 최소 비율 이상 인수하도록 법으로 규정하였다. 이에 따라 보험회사는 자동차 제3자 배상책임 관련 청약을 거절할 수 없으며, 제3자 배상책임보험 인수액(X) 산정 방식⁵⁰⁾에 따라 의무적으로 해당 보험을 인수해야 한다.⁵¹⁾

여기에서, A 는 모든 보험회사들이 직전 연도에 거수한 모든 종류의 총원수보험료(Gross Direct Premium Income), B 는 모든 보험회사들이 직전 연도에 거수한 자동차보험의 총원수보험료(Gross Direct Premium Income), C 는 특정 보험회사들이 직전 연도에 거수한 모든 종류의 총원수보험료(Gross Direct Premium Income), D 는 특정 보험회사들이 직전 연도에 거수한 자동차보험의 총원수보험료(Gross Direct Premium Income), E 는 모든 보험회사들이 직전 연도에 거수한 제3자 배상책임 담보에 대한 총원수보험료(Gross Direct Premium Income)를 의미한다.

한편, 인도정부는 2018년 1월 보험회사들에게 온라인 판매를 포함하여 자동차 제3자 배상책임보험(Motor Third Party Liability: MTPL)의 접근성을 높이도록 하는 정책을 시행하였다. 모든 주정부가 차량에 대한 무작위 검사를 실시하여 모든 차량에 의무적으로 제3자 배상책임보험을 가입하도록 하였으며, 무보험 차량의 경우 차량 소유주가 필요한 제3자 보험증서를 수령할 때까지 차량을 압수하는 강력한 조치를 취하도록 하였다. 또한, 2017년 7월 인도 대법원의 명령⁵²⁾에 따라 IRDAI는 2018년 9월 1일부터 새로 구입하는 차량에 대하여 자동차는 보험기간이 3년인 제3자 배상책임보험에 가입하고, 이륜차는 보험기간 5년의 제3자 배상책임보험에 가입하도록 의무화하였다.⁵³⁾

$$50) X = \left(\frac{C/A + D/B}{2} \right) \times E \times \frac{90}{100}$$

51) IRDAI(Obligation of Insurer in respect of Motor Third Party Insurance Business) Regulations, 2015(IRDAI/Reg/8/98/2015)

52) "We make it clear that the third party insurance cover for new cars should mandatorily be for a period of three years and for two-wheelers, it should mandatorily be for a period of five years. This may be taken and treated as a separate product.....The decision should be implemented from 1st September, 2018 on the policies sold."

53) Circular IRDAI/NL/CIR/MOT/137/08/2018. IRDAI는 개인상해에 대한 최소 의무가입 한도는 이륜차의 경우 10만 루피, 기타 차종에 대해서는 20만 루피였으나, 2018년부터 모든 차종에 대해 15만 루피로 조정하였음(Circular IRDAI/NL/CIR/MOT/158/09/2018)

이 규제에 따라 보험회사는 다년짜리 제3자 배상책임보험을 반드시 제공해야 하며 종합보험을 원하는 신차 구매자는 3년(자동차) 또는 5년(이륜차)짜리 제3자 배상책임과 자기차량손해 패키지 보장과 3년(자동차) 또는 5년(이륜차)짜리 제3자 배상책임과 1년짜리 자기차량손해 번들 보장 중에 선택할 수 있어야 한다. 자기차량 손해를 구매하기를 원하지 않는 신차 구매자도 적어도 3년(자동차) 또는 5년(이륜차)짜리 제3자 배상책임보험에는 의무적으로 가입해야만 새로 차량을 구매할 수 있다.

다. 투자형 보험상품(Unit-Linked): 변액보험

1) 시장 현황: 상품특징, 보험료 규모, 회사별 점유율

투자형 보험상품(Unit-Linked Life Insurance Policies: ULIP)은 보장과 투자기능이 결합된 상품으로, 위험투자안 선택에 따른 투자수익 실현기회 제공, 자금인출의 유연성 등의 특성을 보유하고 있다.⁵⁴⁾ 변액보험 등과 같은 투자형 상품을 판매하는 대표적인 보험회사는 ICICI Prudential Life, SBI Life와 HDFC Standard Life 등으로, 대부분 외국계 합작 보험회사이다. 보험회사 외에도 은행에서 저축수단으로 판매하고 있으며, 보험료는 분할납 또는 일시납이 가능하다. 대부분의 보험회사들은 개인의 투자성향에 맞추어 다양한 펀드를 제공하고 있다(〈표 II-29〉 참조).

〈표 II-29〉 투자형 보험상품에서 제공하는 펀드 유형

구분	주요 내용	리스크
Equity Funds	자본증식 목적으로 주로 주식에 투자	중, 상
Income, Fixed Interest and Bond Funds	회사채, 국채 등 채권 투자	중
Cash Funds	단기금융상품 (MMF: Money Market Funds)	하
Balanced Funds	혼합형 투자상품 (주식 + 채권)	중

자료: 인도 생명보험협회(Life Insurance Council of India(<https://www.lifeinscouncil.org/faqs/ULIPS>))

54) Life Insurance Council of India(<https://www.lifeinscouncil.org/consumers/BenefitsOfUlips>)

인도 생명보험시장의 경우 2000년대 초반에는 정기보험, 양로보험, 종신보험 등과 같은 전통형 생명보험상품 판매가 주를 이루었다. 예를 들어, 2003년에는 전통형 상품 비중이 91.5%를 차지하였으나,⁵⁵⁾ 주식시장 활황을 계기로 전통형 상품의 비중이 점차 감소(2004년: 67.5%, 2005년: 44.5%)하고, 변액보험 등과 같은 투자형 상품(Unit-Linked Insurance Products: ULIP)의 판매 비중이 높아지게 되었다. 그러나 2010년 IRDA의 변액보험상품에 대한 강화된 규정⁵⁶⁾ 발표 이후 변액보험시장은 크게 위축되었다. 강화된 변액보험 규제 영향으로 2010년부터 2013년 사이 투자형 상품의 성장률은 마이너스를 기록하였고 판매 비중도 지속적으로 감소하였다. 2008년 변액보험의 판매 비중은 40.9%였으나, 지속적으로 감소하여 2017년 13.9%를 기록하였다(〈표 II-30〉 참조).

〈표 II-30〉 인도 생명보험상품별 수입보험료 및 성장률

(단위: 천만 루피, %)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
투자형	보험료	90,647	115,521	109,036	69,650	48,776	37,544	41,617	46,872	52,845	63,961
	성장률	-	27.4	- 5.6	- 36.1	- 30.0	- 23.0	10.8	12.6	12.7	21.0
전통형	보험료	131,138	149,926	182,603	217,422	238,427	276,758	286,484	320,072	365,631	393,959
	성장률	-	14.3	21.8	19.1	9.7	16.1	3.5	11.7	14.2	7.7
합계	보험료	221,785	265,447	291,639	287,072	287,202	314,302	328,101	366,943	418,477	458,809
	성장률	-	19.7	9.9	- 1.6	0.0	9.4	4.4	11.8	14.0	9.6
투자형 상품 구성비	40.9	43.5	37.4	24.3	17.0	11.9	12.7	12.8	12.6	13.9	

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

투자형 생명보험상품(Linked Life Insurance) 시장에서의 선도 보험회사는 ICICI Prudential Life(31.5%), SBI Life(19.0%), HDFC Standard Life(17.2%) 등으로 외국계 보험회사가 강세를 보이고 있다. 반면, 정기보험, 양로보험, 종신보험 등과 같은 전통형 생명보험상품(Non-Linked Life Insurance) 시장에서는 국영 보험회사인 Life Insurance Corporation of India(LIC)가 시장의 81.9%를 점유하고 있다(〈표 II-31〉 참조).

55) 양성문 외 4인(2008)

56) Circular IRDAI/ACT/CIR/ULIP/102/06/2010

〈표 II-31〉 인도 생명보험상품 유형별 회사별 점유율

(단위: %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
투자형 상품 (Unit-Linked)	ICICI Prudential Life (31.5)	SBI Life (19.0)	HDFC Standard Life (17.2)	Birla Sun Life (5.1)	Max Life (5.1)
전통형 상품 (Non-Linked)	Life Insurance Corporation (81.9)	SBI Life (3.0)	HDFC Standard Life (2.8)	Max Life (2.2)	ICICI Prudential Life (1.6)

주: 괄호 안의 값은 2016년 기준 각 회사별 점유율임
 자료: GlobalData(2018)

〈표 II-32〉 인도 생명보험상품 유형별 회사종류별 보험료

(단위: 천만 루피)

구분	투자형(Linked)				전통형(Non-Linked)			
	국영 보험회사(LIC)		민영 보험회사		국영 보험회사(LIC)		민영 보험회사	
	신계약	총보험료	신계약	총보험료	신계약	총보험료	신계약	총보험료
2008	15,122	34,697	29,537	55,949	38,056	122,590	4,614	8,547
2009	28,086	47,262	31,839	68,258	43,435	138,815	6,532	11,114
2010	26,502	39,196	27,040	69,805	60,510	164,276	12,328	18,326
2011	4,107	14,901	13,274	54,748	77,754	187,988	18,805	29,434
2012	191	6,530	10,623	42,245	76,419	202,273	20,126	36,153
2013	43	2,728	8,573	34,815	90,764	234,214	20,942	42,543
2014	2	1,877	13,270	39,740	78,505	237,790	21,551	48,693
2015	30	1,469	17,566	45,420	97,861	264,975	23,307	55,078
2016	22	1,012	21,182	51,833	124,561	299,475	29,437	66,156
2017	61	889	26,078	63,961	225,944	393,958	33,403	76,625

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

투자형 보험상품 시장에서 국영 LIC의 비중은 해마다 크게 줄어들고 있으며 민영 보험회사의 신계약 및 총보험료는 해마다 늘어나고 있다. 반면, 전통적 보험시장에서는 민영 보험회사의 신계약 및 총보험료가 꾸준히 늘고 있지만 국영 LIC의 영향력이 여전히 큰 것을 알 수 있다(〈표 II-32〉 참조).

2) 주요 규제

2008년 글로벌 금융위기로 변액보험의 수익률이 급락하자, 보험감독청(IRDA)은 변액보험의 불완전판매 문제를 해소하고 정보비대칭성 문제를 개선하기 위해 2010년 6월 해약환급금, 최저 사망보험금, 보증관련 조항 등 변액보험상품의 구조 및 수수료 관련하여 소비자 보호를 위한 판매 가이드라인을 발표하였으며, 이에 대한 효력은 2010년 9월 1일부터 발생하게 되었다.

먼저, 변액보험상품의 수수료 한도를 다음과 같이 설정하였다.⁵⁷⁾ 우선, 가입기간이 10년 이하인 경우 총수익과 순수익의 차이가 300bp를 넘지 않도록 하였으며, 펀드 운영수수료는 135bp를 넘지 않도록 하였다. 한편, 10년이 경과한 계약에 대해서는 총수익과 순수익의 차이가 250bp를 초과해서는 안 되며, 펀드 운영수수료 또한 135bp를 넘지 않도록 하였다. 아울러, 변액보험계약이 5년을 경과했을 때는 해약수수료를 부과할 수 없도록 하였다.⁵⁸⁾

이후 2010년 11월 23일에는 유니버설 생명보험상품에 대한 새로운 판매지침, 설계사의 판매자 책임 강화 내용을 담은 보험판매 적정화에 대한 가이드라인 등 다수의 규제가 시행됨에 따라 2013년까지 변액보험 판매가 급감하였고, 특히 변액보험 등 투자형 상품 판매 비중이 높은 민영 보험회사에 부정적인 영향을 미쳤다(〈표 II-30〉 및 〈표 II-32〉 참조).

라. 소액보험(Micro Insurance)

1) 시장 현황: 상품특징, 보험료 규모, 회사별 점유율

소액보험은 저소득층을 대상으로 정부나 사회단체로부터의 보험료 지원을 받아 정기적으로 낮은 소득수준에 맞는 적은 보험료를 납부하고, 사고 발생 시 보험금을 지급

57) 조용운 외 4인(2011)

58) 변액보험상품 판매 가이드라인에 대한 자세한 내용은 Life Insurance Council - New ULIPS Guideline(<https://www.lifeinscouncil.org/faqs/NewULIPGuidelines>)을 참조 바람

받는 보험상품을 의미한다. 즉, 저소득 취약계층이 불의의 사고로 경제적 위험에 처한 경우 신속한 보험금의 지급을 통해 가계파산을 방지하는 역할을 한다. 소액보험의 확산은 또한 취약계층의 보험 접근성과 함께 보험의 기능과 유용성에 대한 이해를 높여 향후 이들의 소득 증가와 함께 추가적 보험상품에 대한 판매를 용이하게 만들고 장기적으로 보험시장의 저변을 넓히는 기능도 얻을 수 있다.

소액보험상품에는 채무보호보험(Loan Protection Insurance),⁵⁹⁾ 건강 및 장애보험(Health and Disability Insurance), 저축보험(Life Savings Insurance), 파손·도난·절도보험(Damages, Piracy and Theft Insurance), 환경리스크 보장보험(Environmental Risk Insurance)⁶⁰⁾ 등이 있다.⁶¹⁾ 타 보험상품과는 달리 저소득층의 불규칙적인 소득흐름을 반영하여 보험료 납부 방법과 납입 주기가 다양하며 보험가입 및 보험금 지급절차도 상대적으로 간소한 특징을 가진다.

〈표 II-33〉 소액보험 가입 현황(FY 2017): 신계약 기준

(단위: 명, 건, 십만 루피, 십만 달러)

구분	개인		단체		
	가입자 수	보험료	가입계약 수	보험료	보장인원
민영	274,470	2,917	968	75,452	21,586,921
국영(LIC)	564,541	1,787	892	63,185	37,316,017
합계(INR)	839,011	4,704	1,860	138,637	58,902,938
합계(USD)	-	69	-	2,043	-

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

IRDAI(2019)에 의하면 FY2017 중 인도의 개인 소액보험 신규가입자는 84만 명에 달하고, 단체 소액보험은 신규 계약이 1,860건에 보장인원은 약 5,900만 명에 이른다(〈표 II-33〉 참조). 또한 간단하고 신속한 보험금 지급 절차로 개인보험은 보험금 청구건의 98.0%, 단체보험은 97.5%가 30일 이내에 보험금이 지급되고 있다(〈표 II-34〉 참조).

59) 채무자가 사망, 장애 등 보험사고가 발생할 경우 대역자가 계약상의 채무 전부 또는 일부를 유예, 면제해 주는 상품임

60) 지진, 홍수, 태풍, 허리케인 등의 위험을 보장함

61) Hira Sadhak(2009)

〈표 II-34〉 소액보험 보험금지급 소요 시간(FY 2017)

(단위: 건, %)

보험회사		30일 이내	31~ 90일	91~ 180일	181일 ~ 1년	1년 이상	총 보험금 지급 건수
개인 보험	민영	2,831	63	15	0	0	2,909
		(97.32)	(2.17)	(0.52)	(0.00)	(0.00)	(100.0)
	LIC	7,104	95	6	9	14	7,228
		(98.28)	(1.31)	(0.08)	(0.12)	(0.19)	(100.0)
합계		9,935	158	21	9	14	10,137
		(98.01)	(1.56)	(0.21)	(0.09)	(0.14)	(100.0)
단체 보험	민영	57,060	4535	83	2	2	61,682
		(92.51)	(7.35)	(0.13)	(0.00)	(0.00)	(100.0)
	LIC	154,805	797	0	0	0	155,602
		(99.49)	(0.51)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.0)
합계		211,865	5332	83	2	2	217,284
		(97.51)	(2.45)	(0.04)	(0.00)	(0.00)	-

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

IRDAI의 2015년 소액보험 규정은 생명/연금/건강을 보장하는 소액보험은 합산한 최대보장액을 20만 루피(2,947달러)로 제한하고 있으며, 농작물보험, 건강보험 개인과 개인상해 보험은 10만 루피(1,473달러) 그리고 가족 및 단체 건강보험은 25만 루피(3,684달러)로 보장을 제한하고 있다(〈표 II-35〉 참조).

〈표 II-35〉 소액보험상품 관련 보험금 규정

(단위: 루피)

농작물보험	건강보험(개인)	건강보험(가족/단체)	개인상해보험
100,000	100,000	250,000	100,000

자료: IRDAI (Micro Insurance) Regulations, 2015

소액보험상품을 판매하는 대표적인 보험회사로는 TATA AIG와 VimoSEWA를 들 수 있다. VimoSEWA는 여성 노동조합에서 시작된 소액보험회사로, 의료보험, 생명보험 등을 포괄한 통합보험을 제공하고 있으며, 가입자가 병원에 입원 시 현금 없이도 이용이 가능하도록 하고 있다. 한편, TATA AIG는 NGO 등 사회단체의 추천을 받은 5명을

한 그룹(Community Rural Insurance Group: CRIG)으로 구성하여, 이들에게 교육 및 판매활동을 지원하여 일종의 보험대행회사로 운영하고 있다. 이 같은 운영 방식을 통하여 정부의 지원이 미치지 못하는 산간벽지까지 보험서비스가 제공될 수 있었고, 인도 전역에 소액보험이 보급되는 데 큰 기여를 한 것으로 평가받고 있다.⁶²⁾

2) 규제 및 성장배경

인도의 소액보험은 인도정부가 2005년 농촌 지역 및 저소득층을 위해 소액보험에 관한 규정⁶³⁾을 제정하면서부터 시작되었다. 동 규정은 Micro Fiance 기관(MFI), NGO, SHG 등이 보험업법에 저촉되는 소액보험 서비스를 제공하자 보험회사들이 불법성을 제기함에 따라 보험회사를 파트너로 하고 MFI, NGO, SHG 등을 판매기관(Agents)으로 하는 것을 허용하도록 한 것이다. 한편, 최근에 개정된 소액보험 관련 규정⁶⁴⁾에서는 소액보험 판매자에 대한 교육 의무 이수, 판매수수료 제한, 보험금, 보험기간(1년) 등의 상품규제와 더불어 사업운영을 위한 자본금 규제 내용이 포함되어 있다.

인도에서 소액보험이 성장하게 된 배경은 저소득층 보험지원 정책 강화를 위해 2002년 도입된 “농촌 및 사회취약 부문에 대한 보험회사 의무규정(IRDA(Obligations of Insurers to Rural Social Sectors) Regulations 2000)” 제도를 들 수 있다.⁶⁵⁾ 동 제도는 보험회사가 농촌지역 거주자(Rural Sector)와 사회취약계층(Social Sector)에게 일정 비율 이상의 보험상품을 의무적으로 판매하도록 한 제도이다. 2000년, 제도 도입 당시 생명보험회사는 농촌지역 거주자 계층에 대해 판매하는 보험상품 비중을 1차 연도에

62) 김영민·이명희(2011)

63) IRDA (Micro Insurance) Regulations, 2005

64) IRDAI (Micro Insurance) Regulations, 2015

65) ① “농촌지역(Rural Sector): 10년 주기의 인구조사를 기초로 농촌지역을 정의함
- 인구 5,000명 미만, 인구밀도 400명/㎡ 미만, 농업종사자가 지역인구의 25%를 상회함
② 사회취약계층(Social Sector): 농촌(Rural)과 도시(Urban)지역의 비조직부문(Unorganised Sector), 비공식부문(Informal Sector), 경제적 취약계층(Economically Vulnerable or Backward Classes) 등을 의미함. 예를 들어 IRDAI Act 1938(Sec.4) 및 1999(Sec.41)에서 정의하는 사회적 소외계층 및 빈곤층, 저소득 자영업자, 장애인, 저소득층, 일용직 근로자 등을 의미함

전체 보험료의 7%에서 출발하여 5차 연도에는 16%까지 의무비율로 달성해야 했다.⁶⁶⁾ 손해보험회사의 경우는 1차 연도에는 전체 보험료의 2%에서 2차 연도에는 3%, 그 이후에는 5%를 유지하도록 하였다. 한편, 사회취약계층에 대해서는 생명 및 손해보험회사 모두 첫 해 5,000명 이상을 가입시켜야 하며, 5년째 되는 해에는 20,000명까지 확대하도록 의무화하였다.⁶⁷⁾

IRDAI에서는 5년 주기로 관련 조항을 개정함에 따라 2015년에 해당 규정이 개정되었다.⁶⁸⁾ 동 규정에 따르면 민영 생명보험회사는 총판매상품 중 농업부문 판매 비중을 운영개시 1차 연도에 7% 이상에서 10차 연도에는 20%까지 확대해야 하며, 민영손해보험회사는 총보험료에서 농업부문이 차지하는 비중을 1차 연도 2%에서 10차 연도에는 7%까지 확대해야 할 의무가 있다. 사회부문의 경우 생명 및 손해보험회사는 모두 1차 연도에 0.5%에서 출발해 10년 차에는 5% 의무판매비율을 준수해야 한다(〈표 II-36〉 참조).

〈표 II-36〉 지역별 보험상품 판매의무 규정

(단위: %)

구분		1년	2년	3년	4년	5년	6년	7년	8년	9년	10년
농업 부문	생보사	7	9	12	14	16	18	18	19	19	20
	손보사	2	3	5	5	5	5	5	6	7	7
사회부문		0.5	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0	3.5	4.0	4.5	5.0

주: 전업건강보험회사의 경우 일반손해보험회사의 50% 수준을 충족함

자료: IRDAI (Obligations of Insurers to Rural and Social Sectors) Regulations, 2015

2015년 5월에 인도정부는 저소득층을 위한 PMSBY와 PMJJBY 2 종류의 소액보험을 새로 출시하였다. PMSBY는 사고사와 장애를 4개 국영손해보험회사가 보장하며 PMJJBY는 20만 루피를 보장하는 1년짜리 갱신 상품으로 국영 LIC와 생명보험회사가 보장한다.

66) K. Arivalagan, and R. Perumal(2015)

67) 의무판매 조항 위반 시 최소 500,000루피의 과징금이 추징됨(조용운 외 4인 2011)

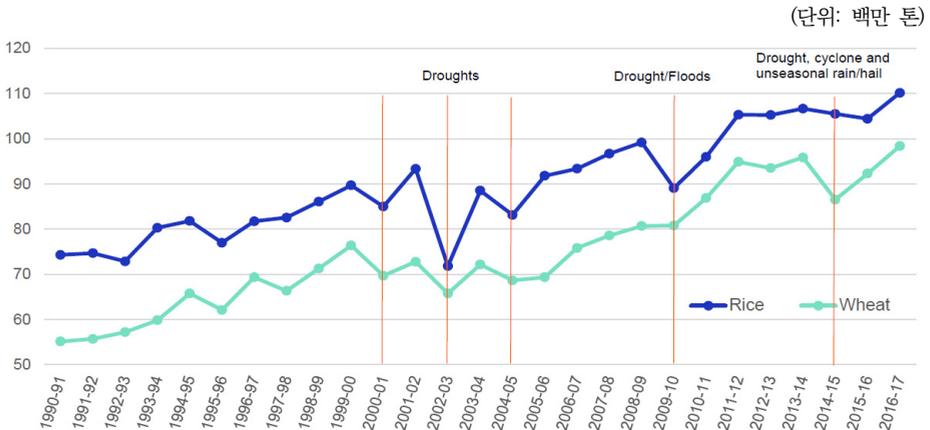
68) IRDAI (Obligations of Insurers to Rural Social Sectors) Regulations, 2015

마. 농작물보험(Crop Insurance)

1) 시장 현황: 상품특징, 보험료 규모, 회사별 점유율

인도는 국토의 약 60%에 해당하는 약 1억 8천만 ha의 농경지를 보유하고 있으며, 이는 전 세계 7위 규모에 해당한다.⁶⁹⁾ 인도의 농업 부문 국내총생산은 2016년 기준 3,920억 달러로 전체 GDP의 17%를 차지하며, 국민의 50% 이상이 농업에 종사하고 있다.⁷⁰⁾ 인도의 연간 농산물 생산은 증가 추세를 보이거나, 가뭄, 홍수, 태풍, 몬순⁷¹⁾과 같은 이상기후의 빈도가 높아짐에 따라 변동 폭이 크게 나타나고 있다(그림 II-11) 참조).

〈그림 II-11〉 인도의 쌀과 밀 생산량 추이



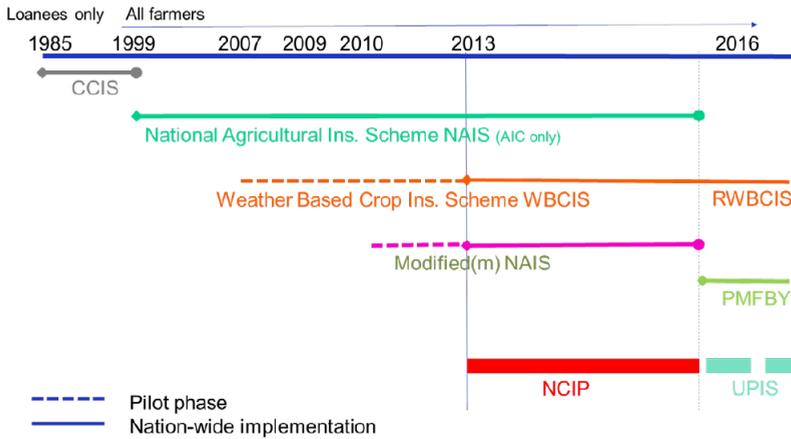
자료: Lloyd's(2018)

69) CIA(2019)

70) 인도는 기간별 농업생산 특징에 따라 농산물 재배시기를 Kharif 시즌과 Rabi 시즌으로 나누어 구분함. Kharif 시즌은 4월부터 9월까지로 대부분의 농작지에서 쌀을 재배하는 시기이며, Rabi 시즌은 10월부터 3월까지에 해당하는 기간으로 주로 밀이나 콩 등의 작물을 재배함. 여름철에 내리는 남서몬순(South-West Monsoon)과 겨울철에 내리는 북동몬순(North-East Monsoon)은 인도 기상조건에 영향이 큼. 특히 남서몬순으로 인하여 연간 강수량의 75%가 6월부터 9월까지의 우기 동안 집중되어 인도의 수자원, 농업생산, 생태계 관리에 영향이 큼

71) 연평균 강수량의 80%가 내리는 기간임(6~9월)

〈그림 II-12〉 인도 주요 농작물보험 제도 변화



자료: Lloyd's(2018)

이에 인도정부는 토지 이용 변화, 물 부족 및 기후 변화의 영향에 대응하기 위해 1985년부터 종합농작물보험제도(Comprehensive Crop Insurance Scheme: CCIS)를 도입하고 농작물보험과 관련한 정부 정책을 지속적으로 추진해오고 있다(〈그림 II-12〉 참조). CCIS 제도는 1999년 NAIS(National Agricultural Insurance Scheme)로 대체하면서 보험 적용범위를 확대⁷²⁾하고 소규모 농가에 대해 보험료의 50%에 해당하는 보조금을 중앙정부와 주정부가 함께 보조해주었다.

NAIS 제도는 2015년까지 시행되었으며, 2007년 Kharif 시즌에 WBCIS(Pilot Weather Based Crop Insurance Scheme), 2009년 Rabi 시즌에 MNAIS(Pilot Modified National Agricultural Insurance Scheme), 2009년 CPIS(Coconut Palm Insurance Scheme) 등이 시범사업으로 시행되었다. 2013년에는 WBCIS, MNAIS, CPIS 사업이 NCIP(National Crop Insurance Program)로 통합 운영되게 되었다.

한편, 2016년 인도정부는 2018년까지 농작물보험 적용 범위를 농민의 50%까지 확대하는 것을 목표로 새로운 농작물보험제도인 PMFBY(Pradhan Mantri Fasal Bima Yojana)를 도입하게 되었다. 이 제도는 몬순이 늦어지거나 악천후로 인해 발생하는 농

72) 대상품목을 곡물, 사탕수수, 면화, 감자, 과일, 야채 등으로 확대함

작물 피해 보장 강화를 목적으로 하고 있으며, 대출농가는 의무 가입해야 한다.

2013년부터 기존의 WBCIS 제도를 수정한 RWBCIS(Restructured Weather Based Crop Insurance Scheme)가 운영되고 있는데, 주로 수확량 관련 과거 데이터 및 추정 절차가 존재하지 않지만, 기후 위험 및 생산 손실에 노출된 작물에 대한 피해 보장을 목적으로 한다. 이는 기상관측소의 기상데이터를 기반으로 해당 지역의 손실을 간주하는 지역 기상 지수 기반 방식(Area Weather Indexed Based Scheme)을 이용하며 PMFBY와 마찬가지로 대출농가는 의무 가입해야 한다.

농작물보험(Crop Insurance) 시장에서의 회사별 시장점유율을 살펴보면 2017년 기준 AIC(31.2%), ICICI Lombard(9.4%), HDFC Ergo(8.7%), Bajaj Allianz(7.3%), New India Assurance(7.1%) 등이 상위 그룹에 속하고 있다(〈표 II-37〉 참조).

〈표 II-37〉 농작물보험 가입 현황(FY 2017)

(단위: 명, 십만 루피, 십만 달러)

회사명	PMFBY		RWBCIS		농작물보험 계 ¹⁾	
	가입자 수	원수보험료	가입자 수	원수보험료	가입자 수	원수보험료
AIC	15,908,307	767,194	200,425	21,826	16,123,906	789,339
Bajaj Allianz	3,195,195	170,481	43,439	13,052	3,238,634	183,535
Bharti Axa	871,576	37,946	0	0	871,576	37,946
Cholamandalam MS	862,960	37,282	58,698	12,434	921,658	49,716
HDFC Ergo	1,992,514	92,877	372,699	127,257	2,364,942	220,131
ICICI Lombard	2,139,078	236,927	2,852	65	2,163,575	237,106
IFFCO Tokio	2,158,269	91,267	198,363	16,462	2,433,267	107,861
New India Assurance	2,907,094	178,449	0	0	2,907,094	178,449
National Insurance	3,613,124	135,416	78,786	8,343	3,691,910	143,760
Oriental Insurance	2,104,052	82,522	0	0	2,104,052	82,522
Reliance	93,428	24,431	24,692	11,520	118,114	47,596
Royal Sundaram	6557	189	0	0	6,557	189
SBI General	705,008	51,209	164,553	18,821	869,561	70,030
Tata AIG	1,380,718	41,569	168	7	1,380,886	41,576
United Insurance	3,005,825	147,040	25,770	0	3,031,595	147,040
United Sampo	2,154,521	112,542	0	0	2,334,563	124,385
합계(INR)	46,009,954	2,273,479	1,192,927	243,278	4,7496,106	2,529,159
합계(USD)	-	33,498	-	3,585	-	37,265

주: 1) PMFBY + RWBCIS + 기타

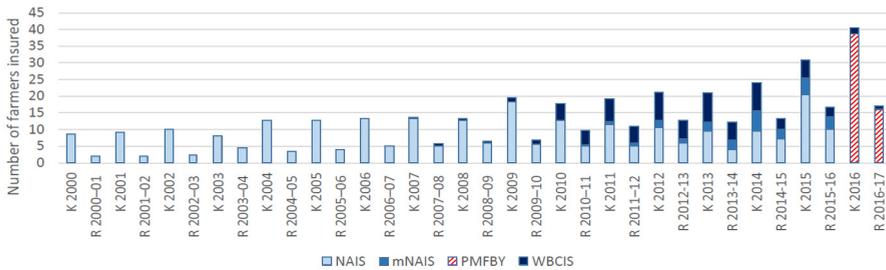
자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

2) 주요 규제

농작물보험시장이 성장한 배경으로는 (1) 농작물보험 가입 과정에서의 보조금 지급, (2) 인도보험감독청(IRDAI)의 “농촌 및 사회취약 부문에 대한 보험회사 의무규정(Insurance Regulatory and Development Authority (Obligations of Insurers to Rural Social Sectors) Regulations)” 시행 등을 들 수 있다. 이러한 정부의 적극적인 농작물보험 육성 정책에 따라 농작물보험 가입 농가 수는 지속적으로 증가하고 있다(그림 II-13) 참조). 앞선 소액보험 사례에서 살펴본 바와 같이 정부는 농촌 및 취약계층을 대상으로 한 보험 회사의 사회적 책임 강화를 위해 상품 판매 가이드라인을 제정하였다. 농업부문(Rural Sector)의 경우, 생명보험회사는 총판매상품 비중을 운영 개시 1차 연도의 7% 이상에서 10차 연도 이후에는 20%까지 확대해야 하며, 손해보험회사는 총보험료 비중을 1차 연도의 0.5%에서 10차 연도 이후에는 5%까지 확대해야 한다(표 II-36) 참조).

〈그림 II-13〉 인도 계절별 농작물보험 가입 농가 수 추이

(단위: 백만 명)



주: K는 Kharif 시즌(4~9월)을, R은 Rabi 시즌(10~3월)을 의미함
 자료: Lloyd's(2018)

4. 모집채널 현황 및 전망

가. 생·손보 판매채널 현황

1) 생명보험: 전 종목 신계약 수입보험료 기준

〈표 II-38〉 생명보험 판매채널 수입보험료 추이(신계약 보험료 기준)

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
개인대리점 (Individual Agents)	48,831 (40.6)	41,247 (36.4)	41,176 (29.7)	54,984 (31.4)	61,706 (31.8)
법인대리점: 은행 (Corporate Agents-Banks)	11,327 (9.4)	12,831 (11.3)	15,254 (11.0)	20,049 (11.5)	25,599 (13.2)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents-Others)	1,252 (1.0)	1,421 (1.3)	1,582 (1.1)	1,336 (0.8)	2,553 (1.3)
중개인 (Brokers)	1,267 (1.1)	1,451 (1.3)	1,442 (1.0)	1,758 (1.0)	2,130 (1.1)
직판채널 (Direct Selling)	57,478 (47.8)	56,218 (49.7)	78,971 (56.9)	96,452 (55.1)	101,249 (52.2)
기타	- -	18 (0.0)	324 (0.2)	500 (0.3)	706 (0.4)
합계(INR)	120,156	113,185	138,748	175,078	193,945
합계(USD)	(1,969)	(1,764)	(2,065)	(2,688)	(2,858)

주: 1) 개인 및 단체보험 합계 실적 기준임

2) 괄호 안의 값은 전체 원수보험료 대비 해당 채널 원수보험료 비중임

3) 기타 판매채널에는 MI Agents, Common Service Centres, Web Aggregators, IMF(Insurance Marketing Firms), Point of Sale 등이 포함되어 있음

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

인도 생명보험시장에서는 개인대리점(설계사 채널)을 통한 판매는 축소되는 반면, 방카슈랑스(은행) 또는 직판채널을 통한 판매가 증가를 보이고 있다. 개인대리점(설계사)을 통한 판매 비중은 2013년 40.6%에서 2017년 31.8%로 최근 5년 사이 8.8%p 감소한 것으로 나타났다. 반면, 방카슈랑스채널과 직판채널의 경우 최근 5년간 각각 3.8%p, 4.4%p 증가하였다(〈표 II-38〉 참조).

회사별로는 국영 보험회사인 LIC의 경우 대부분 개인대리점(설계사)을 통한 판매가 많으며, 민영 생명보험회사에서는 주로 전화 등 직판채널을 통한 상품 판매가 이루어지고 있다. 특히, SBI Life, ICICI Prudential, PNB MetLife 등이 대규모 판매인력을 보유하고 있다.⁷³⁾

〈표 II-39〉 인도 생명보험회사의 사무소(OFFICE) 개수

(단위: 개)

구분	2008	2010	2012	2014	2016	2017
민영 보험회사	6,391	8,768	7,712	6,193	6,179	6,204
LIC	2,522	3,250	3,455	4,839	4,892	4,908
합계	8,913	12,018	11,167	11,032	11,071	11,112

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

〈표 II-40〉 인도 생명보험회사의 사무소 분포(2018년 3월 기준)

(단위: 개)

구분	Tier I	Tier II	Tier III	Tier IV	Tier V	Tier VI	합계
민영 보험회사	4,842	744	468	92	27	31	6,204
LIC	1,824	553	1,345	1,022	115	49	4,908
합계	6,666	1,297	1,813	1,114	142	80	11,112

주: 지역구분: Tier I - 인구 10만 명 이상, Tier II - 인구 50,000~99,999명, Tier III - 인구 20,000~49,999명, Tier IV - 인구 10,000~19,999명, Tier V - 인구 5,000~9,999명, Tier VI - 인구 5,000명 미만

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

생명보험회사 사무소 현황을 보면 민영 보험회사는 사무소를 줄이는 추세이나 국영 LIC는 사무소 수가 점차 늘어나고 있다(〈표 II-39〉 참조). 그리고 국영 LIC는 인구 만 명 이상의 중소 도시에도 사무소를 가지는 반면 민영 보험회사는 주로 십만 명 이상 대도시 위주로 사무소를 운영하고 있는 것으로 나타난다(〈표 II-40〉 참조).

73) AXCO(2019a)

2) 손해보험

〈표 II-41〉 손해보험 판매채널 원수보험료 추이

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
개인대리점 (Individual Agents)	28,523 (36.85)	30,666 (36.21)	33,965 (35.24)	37,640 (29.38)	44,753 (29.70)
법인대리점: 은행 (Corporate Agents-Banks)	5,117 (6.61)	5,623 (6.64)	6,298 (6.53)	7,504 (5.86)	9,018 (5.99)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents-Others)	2,192 (2.83)	3,234 (3.82)	4,281 (4.44)	6,696 (5.23)	8,445 (5.61)
중개인 (Brokers)	17,029 (22.00)	19,202 (22.67)	23,184 (24.06)	30,471 (23.78)	33,442 (22.20)
직판채널 (Direct Selling)	20,728 (26.78)	23,112 (27.29)	24,917 (25.85)	39,987 (31.21)	42,902 (28.48)
소액보험 대리점 (Micro Insurance Agents)	3,800 (4.91)	2,820 (3.33)	3,729 (3.87)	5,789 (4.52)	12,040 (7.99)
기타	14 (0.02)	28 (0.03)	6 (0.01)	40 (0.03)	62 (0.04)
합계(INR)	77,403	84,685	96,379	128,128	150,662
합계(USD)	1,268	1,320	1,434	1,968	2,220

주: 1) 기타 판매채널에는 MI Agents, Common Service Centers, Web Aggregators, IMF On-line, Point of Sale 등이 포함됨

2) 괄호 안의 값은 전체 원수보험료 대비 해당 채널 원수보험료 비중임

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

손해보험의 판매채널별 원수보험료 비중은 2017년 기준 개인대리점(29.7%), 직판채널(28.5%), 중개인(22.2%) 순이다. 가장 비중이 큰 개인대리점(설계사) 채널은 2013년에는 36.9%였으나 2017년 회계연도 말에는 29.7%까지 감소한 것으로 나타난다(〈표 II-41〉 참조).

나. 보험상품별 판매채널 비중 추이

1) 생명보험: 개인보험과 단체보험

〈표 II-42〉 개인형 생명보험상품 채널별 신계약 보험료 추이

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
개인대리점 (Individual Agents)	47,790 (78.40)	39,568 (71.42)	39,816 (68.27)	53,465 (68.79)	60,709 (65.89)
방카슈랑스 (Corporate Agents-Banks)	9,523 (15.62)	11547.45 (20.84)	13891.93 (23.82)	18,250 (23.48)	23,205 (25.19)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents-Others)	812 (1.33)	795.50 (1.44)	809.56 (1.39)	1,011 (1.30)	1,215 (1.32)
중개인 (Brokers)	949 (1.55)	1019.93 (1.84)	934.18 (1.60)	972 (1.25)	1,182 (1.28)
직판채널 (Direct selling)	1,884 (3.09)	2450.70 (4.42)	2543.97 (4.36)	3,529 (4.54)	5,163 (5.60)
기타	- 0.00	17 0.03	324 0.56	497 0.64	661 0.72
합계(INR)	60,957	55,399	58,320	77,726	92,135
합계(USD)	999	864	868	1,194	1,358

주: 괄호 안의 값은 전체 보험료 대비 해당 채널의 보험료 비중임
 자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

인도 개인형 생명보험시장은 개인대리점(설계사) 중심의 시장으로 볼 수 있다. 2017년 신계약 보험료 기준 개인형 생명보험상품의 판매채널별 보험료 비중은 개인대리점(65.89%), 방카슈랑스(25.19%), 직판채널(5.60%) 등의 순이다. 그러나 개인대리점의 경우 2013년 78.4%에서 2017년 65.9%로 감소 추세를 보이고 있는 반면, 방카슈랑스 채널의 경우 2013년 15.6%에서 2017년 25.2%로 큰 폭으로 증가하였으며, 직판채널의 경우도 동 기간 중 3.1%에서 5.6%로 증가하였다(〈표 II-42〉 참조).

한편, 단체 생명보험시장의 채널별 신계약 보험료 비중은 2017년 기준 직판채널(94.4%), 방카슈랑스(2.4%), 기타 법인대리점(1.3%), 개인대리점(1.0%) 순으로 나타나, 직판채널이 단체보험시장에서 압도적인 비중을 차지하고 있다(〈표 II-43〉 참조).

〈표 II-43〉 단체 생명보험상품 채널별 신계약 보험료 추이

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
개인대리점 (Individual Agents)	1,042 (1.76)	1,679 (2.90)	1,359 (1.69)	1,518 (1.56)	997 (0.98)
방카슈랑스 (Corporate Agents-Banks)	1,804 (3.05)	1,283 (2.22)	1,362 (1.69)	1,799 (1.85)	2,395 (2.35)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents: Other)	440 (0.74)	626 (1.08)	772 (0.96)	324 (0.33)	1,339 (1.31)
중개인 (Brokers)	319 (0.54)	431.1 (0.75)	507 (0.63)	786 (0.81)	948 (0.93)
직판채널 (Direct Selling)	55,594 (93.91)	53,768 (93.05)	76,427 (95.03)	92,923 (95.45)	96,086 (94.38)
소액보험 대리점 (Micro Insurance Agents)	- -	0.18 (0.00)	0.01 (0.00)	2.26 (0.00)	34.31 (0.03)
기타	- -	- -	- -	- -	11.21 (0.01)
합계(INR)	59,199	57,786	80,428	97,352	101,810
합계(USD)	970	901	1,197	1,495	1,500

주: 괄호 안의 값은 전체 보험료 대비 해당 채널의 보험료 비중임

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

2) 손해보험: 화재, 해상, 기계, 자동차, 배상책임 등

중개인(Broker) 채널의 경우 과거에 비해 판매 비중이 낮아졌으나, 손해보험시장에서는 여전히 중요한 채널이다. 특히, 해상적하보험, 기계보험 등에서는 다른 채널 대비 경쟁력이 높은 것으로 보인다. 한편 선박보험과 항공보험의 경우 직판채널이 차지하는 비중이 각각 68.5%와 71.0%로 다른 채널 대비 판매 실적 차이가 크게 나타나고 있다(〈표 II-44〉 참조).

〈표 II-44〉 손해보험상품별 판매채널 원수보험료(2017년 기준) - I

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	화재보험	해상보험 (적하)	해상보험 (선박)	항공보험	기계보험
개인대리점 (Individual Agents)	1,901 (17.6)	690 (31.1)	36 (5.4)	12 (3.1)	588 (26.3)
방카슈랑스 (Corporate Agents: Banks)	1,725 (16.0)	13 (0.6)	3 (0.4)	0 (0.0)	29 (1.3)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents: Other)	299 (2.8)	9 (0.4)	1 (0.1)	- (0.0)	19 (0.9)
중개인 (Brokers)	3,199 (29.7)	952 (42.9)	156 (23.2)	96 (23.6)	870 (39.0)
직판채널 (Direct Selling)	3,562 (33.0)	548 (24.7)	463 (68.5)	289 (71.0)	687 (30.8)
소액보험 대리점 (Micro Insurance Agents)	0 (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	0 (0.0)
기타	93 (0.9)	9 (0.4)	16 (2.4)	10 (2.3)	40 (1.8)
합계(INR)	10,780	2,220	675	407	2,234
합계(USD)	177	35	10	6	33

주: 괄호 안의 값은 전체 원수보험료 대비 해당 채널 원수보험료 비중임
 자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

자동차보험의 경우 개인대리점(설계사) 또는 중개인 채널의 역할이 큰 것으로 나타나고 있다. 자동차보험 중 자기차량사고 담보의 경우 중개인(36.7%), 개인대리점(33.0%) 등의 순으로 나타난 반면, 제3자 배상책임담보의 경우 개인대리점(56.1%), 중개인(17.4%) 등의 순으로 나타나고 있다. 한편, 농작물보험(Crop Insurance)과 신용보험(Credit Insurance)의 경우 직판채널을 통한 판매 비중이 각각 68.9%와 86.1%로 대부분을 차지하고 있다(〈표 II-45〉 참조).

〈표 II-45〉 손해보험상품별 판매채널 원수보험료(2017년 기준) - II

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	자동차 (자기차량)	자동차 (배상책임)	책임 보험	농작물 보험	신용 보험
개인대리점 (Individual Agents)	8,678 (33.0)	18,464 (56.1)	550 (27.9)	0 (0.0)	9 (0.6)
방카슈랑스 (Corporate Agents: Banks)	857 (3.3)	1,085 (3.3)	13 (0.6)	27 (0.1)	1 (0.1)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents: Other)	2,978 (11.3)	3,580 (10.9)	7 (0.4)	2 (0.0)	0 (0.0)
중개인 (Brokers)	9,673 (36.7)	5,713 (17.4)	986 (50.0)	264 (1.0)	196 (13.2)
직판채널 (Direct Selling)	2,093 (8.0)	2,595 (7.9)	416 (21.1)	17,437 (68.9)	1,271 (86.1)
소액보험 대리점 (Micro Insurance Agents)	0 (0.0)	0 (0.0)	- (0.0)	50 (0.2)	- (0.0)
기타	2,048 (7.8)	1,482 (4.5)	1 (0.1)	7,542 (29.8)	- (0.0)
합계(INR)	26,327	32,919	1,972	25,322	1,477
합계(USD)	431	513	29	389	22

주: 괄호 안의 값은 전체 원수보험료 대비 해당 채널 원수보험료 비중임
 자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

2017년 기준 채널별 건강 관련 손해보험상품 판매 비중을 보면, 다른 손해보험상품에 비해 개인대리점의 역할이 전반적으로 크게 나타난다. 하지만 상품별로 채널의 판매 비중을 살펴보면 건강보험은 개인대리점(31.9%), 직판채널(29.6%), 중개인(26.1%) 등의 순이지만, 개인상해보험은 방카슈랑스(35.3%), 직판채널(24.6%), 개인대리점(20.5%)의 순으로 방카슈랑스 비중이 크게 나타난다(〈표 II-46〉 참조).

〈표 II-46〉 손해보험상품별 판매채널 원수보험료(2017년 기준) - III

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

구분	개인상해	건강보험	해외 의료보험	기타	합계
개인대리점 (Individual Agents)	898 (20.5)	11,784 (31.9)	139 (20.5)	1,003 (23.5)	44,753 (29.7)
방카슈랑스 (Corporate Agents: Banks)	1,548 (35.3)	2,955 (8.0)	24 (3.6)	739 (17.3)	9,018 (6.0)
법인대리점: 기타 (Corporate Agents: Other)	249 (5.7)	1,025 (2.8)	28 (4.1)	247 (5.8)	8,445 (5.6)
중개인 (Brokers)	537 (12.2)	9,656 (26.1)	138 (20.2)	1,006 (23.6)	33,442 (22.2)
직판채널 (Direct Selling)	1,079 (24.6)	10,962 (29.6)	335 (49.2)	1,165 (27.4)	2,902 (28.5)
소액보험 대리점 (Micro Insurance Agents)	0 (0.0)	6 (0.0)	- (0.0)	1 (0.0)	57 (0.0)
기타	79 (1.8)	610 (1.6)	16 (2.4)	98 (2.3)	12,045 (8.0)
합계(INR)	4,390	36,998	681	4,260	150,662
합계(USD)	72	577	10	65	2,220

주: 괄호 안의 값은 전체 원수보험료 대비 해당 채널 원수보험료 비중임
 자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

3) 건강보험

판매채널별 건강보험상품 판매 비중을 유형별로 살펴보면, 공공보험의 경우 대부분 직판채널을 통한 판매가 이루어지고 있다. 한편, 단체보험과 개인보험의 경우 다른 양상을 보이고 있는데, 우선 개인건강보험의 경우는 개인대리점(설계사)을 통한 판매가 전체 판매액의 2/3 이상을 차지하고 있는 반면, 단체보험은 중개인(49%)이나 직판채널(35%)을 통한 판매 비중이 높게 나타나고 있다(〈표 II-47〉 참조).

〈표 II-47〉 건강보험상품 유형별 판매채널별 비중(2017년 기준)

(단위: %)

구분	계약 건수 기준			수입보험료 기준		
	공공보험	단체보험	개인보험	공공보험	단체보험	개인보험
중개인	0	7	3	0	49	4
방카슈랑스	0	49	16	0	8	11
법인대리점: 기타	0	20	3	0	2	4
직판채널: 온라인	0	2	2	1	1	2
직판채널: 기타	39	4	13	69	35	11
개인대리점	0	18	62	0	5	66
소액보험 대리점	0.00	0.04	0.00	0.00	0.03	0.00
웹 에이그리게이터	0.00	0.03	1.07	0.00	0.03	1.10
Insurance Marketing Firms	0.00	0.00	0.02	0.00	0.01	0.02
Point of Sales	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01
Common Service Centers	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
기타	61	0	0	30	0	0

주: 개인상해 및 여행자보험은 제외한 실적임

자료: IRDAI(2019), Annual Report 2017-18

다. 판매채널 전망 및 특징

인도 보험시장에서 향후 주목해야 할 판매채널 중 하나는 전자상거래 분야이다. 인도는 인터넷 사용자 수가 2016년 7월 기준 4억 6,200만 명으로, 전체 인구 대비 34.8%를 차지하며 주로 도시 지역에 집중되어 있다.⁷⁴⁾ 따라서 아직까지 많은 보험회사들이 인터넷을 통한 잠재가입고객에게 보험상품 가입을 권유하기 위한 접촉(Cold Canvassing)을 주요 판매수단으로 여기지 않고 있으나, 현재 다수의 보험회사들이 인터넷을 통해 단순한 보험상품을 판매하고 상품 갱신기능을 제공하고 있다.

2016년 6월 13일, IRDAI의 Issuance of e-insurance Policies 규제를 발표하였고, 이는 2016년 10월 1일에 발효되었다. 동 규정은 전자형식으로 이루어진 보험계약 관련 기준을 설정하고, 보장금액과 보험료 관련 기준을 포함하고 있다. 보험회사는 전자

74) AXCO(2019b)

제안서를 제공해야 하며, 계약 체결을 위해서는 보험계약자의 전자서명이 필요하다.

감독당국은 2017년 3월에는 전자플랫폼 허용을 위해 보험 전자상거래에 관한 지침을 발표함에 따라 보험회사 또는 보험중개사와 같이 감독당국에 등록된 기관은 이후 웹 포털, 모바일 앱 등 네트워크 플랫폼(ISPN)을 설치할 수 있게 되었다. 동 지침은 ISPN 신청 절차와 시스템 및 통제에 대한 내부 모니터링, 검토 및 평가를 포함하여 주요 조건을 규정하는 것 외에도 보험회사가 ISPN을 통해 판매하는 제품에 대해서 할인된 가격을 제공할 수 있다고 규정하고 있다.

한편, 2017년 4월 13일에는 웹 에그리게이터 규정(Insurance Web Aggregator)이 발표되어 2013년에 제정되었던 규정을 대체하였다. 웹 에그리게이터는 가격 비교 및 제품 정보 제공을 목적으로 보험전망에 관한 인터페이스를 제공하는 웹 사이트를 유지 관리하는 보험 중개기관을 의미하는데, 이 규정에 따라 감독기관은 웹 에그리게이터의 등록을 요구하고 기업지배구조 규정 뿐 아니라 최초 계약 및 갱신에 관한 기준 및 조건을 설정한다.

인도에서는 최근 들어 자동차보험, 주택보험, 개인사고 및 기타 개인보험 등 다양한 분야에서 텔레마케팅(TM)이 활용되고 있다. 보험회사는 특히 갱신시점에 적극적으로 텔레마케팅을 활용하고 있고 우편판매도 산발적으로 이루어지고 있으나, 아직은 소비자들이 대면채널을 선호하는 경향이 강하다.

한편, 손해보험시장에서 10% 미만의 점유율을 보유한 방카슈랑스 채널의 경우 주로 자동차보험이나 모기지 관련 주택보험에 영향을 미치고 있다.⁷⁵⁾ 2016년 1월 발효된 방카슈랑스 규제에 따라 은행은 3개 부문(생명보험, 손해보험, 건강보험)에서 각각 최대 3개 보험회사의 상품을 판매할 수 있다. 방카슈랑스 판매를 위해 많은 은행들은 법 인대리점으로 등록하였는데, 은행은 광범위한 지점 네트워크를 통해 보험상품을 공급할 수 있는 장점이 있다. 은행이 보험회사와 위험을 공유하여 인수(합작형태)할 경우 중앙은행의 승인이 필요하지만, 보험회사와 대리점 계약 또는 위탁계약을 체결하기 위

75) 방카슈랑스 부문이 잠재력을 완전히 발휘하지 못하는 주된 원인은 은행고객 데이터의 품질이 좋지 않고 추가 판매된(Cross-Sold) 상품의 고객 관리가 부재하기 때문이다. 특히, 은행 고객의 90%를 보유하고 있는 국영은행이 방카슈랑스 분야에서 부진함

해서는 특정 승인이 필요하지 않다. 대부분의 보험회사들은 제휴 은행과 방카슈랑스 계약을 맺고 있으며, 방카슈랑스 파트너십에 가입한 보험회사와 은행의 대표적인 사례는 <표 II-48>과 같다.

〈표 II-48〉 보험회사와 방카슈랑스 제휴 은행 대표 사례

보험회사	방카슈랑스 제휴 은행
Bajaj Allianz	Standard Chartered Bank
ICICI Lombard	ICICI Bank, Development Credit Bank
Royal Sundaram	Citibank, Standard Chartered, American Express, ABN/Amro
Tata AIG General	HSBC
HDFC ERGO	HDFC Bank, Axis Bank

자료: AXCO(2019b)

Ⅲ. 인도 보험시장 진출 사례

1. 외국 보험회사 현황

가. 인도 보험시장 자유화와 개방의 역사

인도 보험시장의 역사는 크게 식민지 시기, 국유화 시기, 자유화 시기로 나눌 수 있다(표 III-1 참조). 19세기에 이미 시작된 인도의 근대 보험산업은 일부 영국 보험회사가 대도시에 보험상품을 제공함으로써 시장을 지배하였으며, 인도 독립 후 급속히 변화하였다(그림 III-1 참조). 1956년 생명보험 국유화, 1973년 손해보험 국유화를 거쳐 2000년에 시장을 전면 개방하면서 외국 보험회사에 국내 보험회사 합작형태로 진입을 허용하였다.

〈표 III-1〉 인도 보험산업의 발전 단계

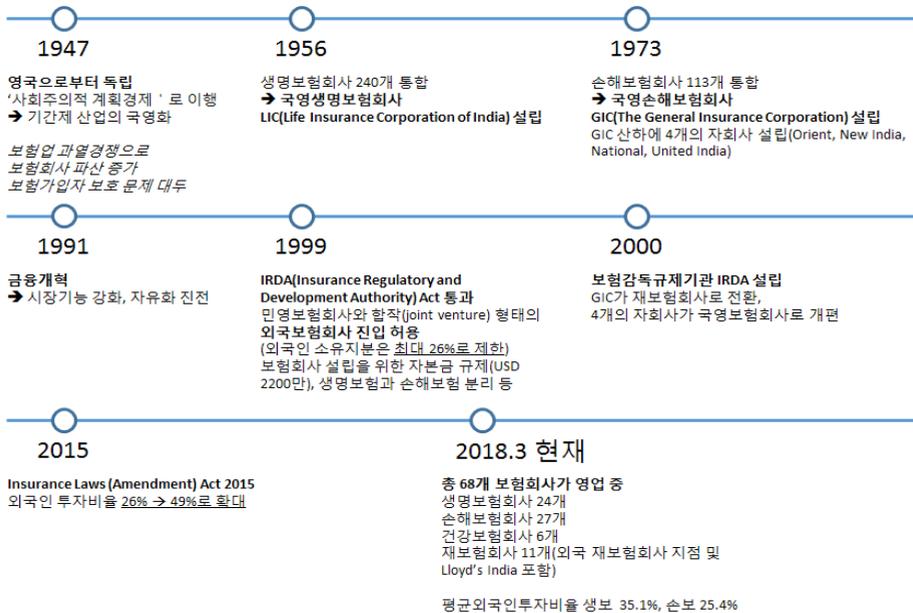
구분 및 시기		시장상태
Phase I : 식민지 시기		
생명보험	1818~1956(138년)	245개 민영 보험회사: 경쟁시장
손해보험	1950~1972(122년)	107개 민영 보험회사: 경쟁시장
Phase II : 국유화 시기		
생명보험	1956~2000(44년)	보험회사 국유화, 정부독점: 1개사 체제
손해보험	1973~2000(28년)	보험회사 국유화, 정부독점, 1개사(4개 자회사 보유)
Phase III : 자유화 시기		
생명보험	2000년 이후	국내 및 외국 민영사에 시장 개방
손해보험	2000년 이후	시장개방, 과점시장

자료: Tapas Kumar Parida, Debashis Acharya(2016)

1956년에 245개의 인도 및 외국 보험회사들이 정부소유로 전환되어 국유화되었으며, LIC Act가 의회를 통과하면서 국영 생명보험회사(LIC)가 설립되고 생명보험시장을 독점하게 되었다. 손해보험회사도 1973년 1월부로 완전히 국유화되어 107개 민영손해보험회사에서 4개의 자회사를 보유한 국영 손해보험회사(GIC)로 통합되었다.

인도 보험산업은 1990년대 이르러 개혁이 진행되었는데, 1993년 인도의 보험산업을 평가하고 미래 방향을 제시하는 Maholtra Committee를 구성하여 효율적이고 경쟁력 있는 금융시스템을 위한 개혁을 추진했다.

〈그림 III-1〉 인도 보험시장 연혁



자료: AXCO; IRDAI

이후 인도 보험시장은 크게 생명보험, 손해보험, 재보험 등 3개 영역으로 나누어지게 되었으며, 보험시장 규제를 위하여 인도정부는 1999년 보험감독원법(IRDA Act⁷⁶⁾)을 제정하여 2000년 IRDA가 설립된다. 이어 30여 년간 국가가 독점해 왔던 보험시장

76) Insurance Regulatory & Development Authority Act, 1999

을 민간과 외국투자자에게 개방하였지만 생명보험의 경우 국영 보험회사인 LIC가 70%에 가까운 점유율로 여전히 시장에서 우위를 차지하고 있다(〈표 III-2〉 참조).

〈표 III-2〉 인도 생명보험 회사별 수입보험료 규모 및 비중

(단위: 천만 루피, 천만 달러, %)

보험회사	2013	2014	2015	2016	2017	비중
Aditya Birla Sunlife	4,833	5,233	5,580	5,724	5,903	1.3
Aegon	453	559	502	451	531	0.1
Aviva	1,878	1,796	1,493	1,337	1,344	0.3
Bajaj Allianz	5,843	6,017	5,897	6,183	7,578	1.7
Bharti AXA	873	1,053	1,208	1,397	1,684	0.4
Canara HSBC	1,823	1,657	2,060	2,295	2,781	0.6
DHFL Pramerica	306	735	920	1,142	1,844	0.4
Edelweiss Tokio	111	193	310	441	638	0.1
Exide Life	1,831	2,027	2,047	2,409	2,532	0.6
Future Generali	634	604	592	740	992	0.2
HDFC Standard	12,063	14,830	16,313	19,445	23,564	5.1
ICICI Prudential	12,429	15,307	19,164	22,354	27,069	5.9
IDBI Federal	826	1,070	1,240	1,565	1,783	0.4
IndiaFirst	2,143	2,034	1,967	2,265	2,309	0.5
Kotak Mahindra	2,701	3,038	3,972	5,140	6,599	1.4
Max Life	7,279	8,172	9,216	10,780	12,501	2.7
PNB Metlife	2,241	2,461	2,828	3,236	3,954	0.9
Reliance Nippon	4,283	4,621	4,398	4,027	4,069	0.9
Sahara	205	167	157	154	112	0.0
SBI Life	10,739	12,867	15,825	21,015	25,354	5.5
Shriram Life	594	735	1,022	1,208	1,497	0.3
Star Union Dai-ichi	949	1,135	1,307	1,511	1,783	0.4
Tata AIA	2324	2,123	2,479	3,171	4,163	0.9
민영 합계(INR)	77,359	88,434	100,499	117,989	140,586	30.6
(성장률)	(-1.33)	(14.32)	(13.64)	(17.40)	(19.15)	-
LIC(INR)	236,942	239,668	266,444	300,487	318,223	69.4
(성장률)	(13.48)	(1.15)	(11.17)	(12.78)	(5.90)	-
총계(INR)	314,302	328,102	366,943	418,477	458,809	100.0
(성장률)	(9.44)	(4.39)	(11.84)	(14.04)	(9.64)	-
민영 합계(USD)	1,268	1,379	1,496	1,812	2,071	30.6
LIC(USD)	3,882	3,736	3,965	4,614	4,689	69.4
총계(USD)	5,150	5,114	5,461	6,426	6,760	100.0

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

나. 개방의 가속화

인도 보험시장은 연간 15~20%의 성장률을 보이며 투자 매력도가 높게 평가되지만 보험회사 설립 최저자본금이 높아 시장 진입장벽으로 회사 간 경쟁을 제한하고 있다는 지적이 있어왔다. 생명보험 및 손해보험 최저자본금은 10억 루피(약 2천만 달러)이며 재보험회사 설립을 위한 최저자본금은 20억 루피(약 4천만 달러)에 달한다.

인도 정부는 2014년 7월 민간보험회사의 투자유치 촉진을 위해 인도 보험회사에 대한 외국인 투자지분 한도를 26%에서 49%까지 상향 조정하는 등의 조치를 발표하였다. 다만, 소유권과 운영권은 인도인이 보유해야 하는 조건이 존재한다.

외국인 투자지분한도 상향 조정은 2014년 11월 의회 승인을 거친 후 2015년 8월부터 적용되었다. 대부분의 민영 보험회사들은 인도와 외국 보험회사의 합작 회사로 해외 파트너들의 지분은 2018년 3월 말 기준 생명보험과 손해보험이 각각 35.09%, 25.42%이다(〈표 III-3〉 참조).

〈표 III-3〉 인도 보험산업의 외국인 지분

(단위: %)

구분	2005	2010	2015	2017
생명보험	23.01	24.19	28.09	35.09
손해보험	18.54	16.26	19.54	25.42

자료: IRDAI, Annual Report, 각 연호

또한 2015년 3월에 개정 보험업법 시행으로 외국 재보험회사는 면허를 얻고 인도에서 지점 개설이 가능해지는 등 외국 재보험회사에 대한 규제도 완화하였다. 다만, 이 경우 최소 500억 루피의 순자산을 보유해야 하며, 계약자 기금에 대한 인도 국외 투자는 불가능하다.

다. 외국 보험회사 진출 현황

1) 주요 국가별 진출 현황

2017년 기준 인도 생명보험시장에서는 24개 보험회사가 영업 중이며, 이 중 20개의 회사가 외국기업과의 합작회사이다. 주요 외국계 합작 생명보험회사는 독일, 미국, 일본 등 다양하게 분포되어 있으며 Aviva Life, Canara HSBC OBC Life, HDFC Standard Life, ICICI Prudential Life, IndiaFirst Life, Kotak Mahindra OM Life 등이다.

인도 손해보험시장에서 총 33개 회사가 영업 중이며, 이 중 19개 회사가 외국기업과의 합작회사이다. 이 중 독일(Allianz, ERGO, HDI-Gerling Industrie Versicherung AG, Munich Health Holding AG)과 미국(Liberty City State Holdings, AIG MEA Investments and Services, Cigna Holdings Overseas), 일본(Mitsui Sumitomo, Tokio Marine Asia, Sompo Japan)의 보험회사가 인도 손해보험시장에 상대적으로 많이 진출한 것으로 나타난다.

한편, 국내 금융회사는 2018년 9월 기준 11개 지점, 5개 사무소, 2개 현지법인이 인도에 진출해 있다. 지점은 모두 은행 지점이며 신한은행 6개, 우리은행 3개와 기업은행, 하나은행에서 각각 1개 지점이 진출해 있다. 보험권역에서는 삼성생명이 지난 2004년에, 삼성화재는 2009년에 인도에 사무소를 개설하며 현지에 진출하였으나, 삼성생명이 2015년 철수하였고 삼성화재도 2019년 5월 현재 철수 중이다. 반면 현대해상은 2018년 6월 25일 이사회에서 해외사무소 신설 건을 의결한 이후 인도시장 진출을 최종 결정하기에 이르렀으며 2019년 2월 사무소 설립 허가를 IRDAI로부터 받아 뉴델리 인근 구르가온에 사무소를 개설하였다(〈표 III-4〉 참조).

〈표 III-4〉 국내 금융회사 인도시장 진출 현황(2018년 9월 기준)

구분	지점	사무소	현지법인
은행	11개 (우리은행 3개, 신한은행 6개, 기업은행, 하나은행)	4개 (국민은행, 농협, 부산은행, 수출입은행)	-
여전	-	-	현대캐피탈 (뉴텔리)
생명보험	-	*삼성생명 (’04년 설립, ’15년 철수)	-
손해보험	-	삼성화재 (2009년, 구르가온, 2019년 5월 현재 철수 중) 현대해상 (2019년, 구르가온)	-
자산운용	-	-	미래에셋자산 운용 (뭄바이)

자료: 금융감독원, 금융중심지 지원센터(2018); 2019년 5월 현지조사

2. 외국 보험회사 사례 - 출라 MS

가. 회사개황

출라만달람 미쓰이 스미토모 손해보험 주식회사(Cholamandalam Mitui Sumitomo General Insurance Company Limited, 이하, '출라 MS')는 인도의 무루가파 그룹⁷⁷⁾ 산하 TI 금융지주회사(TI Financial Holdings)와 미쓰이 스미토모 보험회사의 합작 손해보험회사이다(〈표 III-5〉 참조). 2001년 타밀 Nadu주의 주도인 첸나이에서 설립되었고 2003년 일본 미쓰이 스미토모 손해보험회사와 합작계약이 체결되었다. 출라 MS는 이후 빠른 성장을 거듭하여 원수보험료 기준으로 2010 회계연도에 100억 루피에 도달하더니 성장이 더욱 빨라져 2016년 200억 루피, 2017년 300억 루피, 2018년 400억 루피를 달성하였다(〈표 III-6〉 참조). 또한 각종 수상 사례에서 보듯 조직과 영업 면에서 출라 MS의 사례는 외국의 손해보험회사가 인도의 비보험회사와 합작을 통해 인도에 진출하여 성공한 사례로서 인도에 진출하고자 하는 보험회사가 현지 합작회사를 찾는 데 참고할 만한 사례라 할 수 있다.

〈표 III-5〉 출라 MS 회사 개요

구분	내용
회사 설립일	2001년 11월 2일
회사명	Cholamandalam MS General Insurance Company Limited
회사 종류	주식회사/인도 비정부 회사
상장여부	비상장
주소	Dare House, II Floor, NSC Bose road, Parys, Chennai - 600001

자료: Chola MS, Annual Report, 2017-18

출라 MS의 인도와 외국 회사 지분구조를 살펴보면 2015년 보험업법 개정으로 외국인 투자지분 한도가 49%로 늘어나면서 2015년 미쓰이 스미토모도 외국인 투자지분을

77) 무루가파(Murugappa) 그룹은 1900년부터 첸나이 지역을 중심으로 사업을 해온 인도 기업 집단으로 현재 9개의 상장사와 3개 금융회사를 포함한 28개 회사를 가지고 있음. 주력 업종은 공업용 연마재, 자동차 부품, 제당업과 금융업까지 다양하며 인도와 6개 대륙에 걸쳐 50,000명을 고용하고 있음

26%에서 40%로 늘렸으며, 현재 무루가파 그룹이 60% 지분을 그리고 미쓰이 스미토모 40%의 지분 비율을 유지하고 있다.

〈표 III-6〉 출라 MS 주요 성과

연도	주요 성과
2002	영업 개시
2003	미쓰이 스미토모와 합작 체결
2011	원수보험료 100억 루피 달성
2012	보험청구 최고상 수상
2013	세전이익 1,000만 루피 달성
2014	Golden Peacock 상 수상 - 기업지배구조 부문
2015	400만 고객 달성, 세전이익 2,000만 루피 달성
2016	원수보험료 200억 루피 달성 , 미쓰이 스미토모 지분 40%로 증가
2017	원수보험료 300억 루피 달성
2018	원수보험료 400억 루피 달성

자료: Chola MS, Annual Report, 각 연호

나. 경영지배구조

출라 MS의 이사회 구성은 이사회 의장 포함 8명으로 의장(Chairman), 비경영이사(Non-Executive Director) 2명, 사외이사(Independent Director) 3명, 경영이사(Managing Director) 1명, 상근이사(Whole Time Director) 1명으로 인도인 6명과 일본인 2명으로 구성되어 있다(〈표 III-7〉 참조). 6인의 인도인 이사 중 3명은 무루가파 그룹 소속이며, 특히 의장인 MM Muruggapan은 무루가파 그룹의 4세 경영인으로 2018년부터 그룹을 이끌고 있다. 다른 인도인 3명은 보험분야 전문가로 우리나라의 사외이사에 해당하는 독립이사(Independent Director)이다. 일본인 이사 2명은 모두 일본 미쓰이 스미토모 소속 임직원이다. 연령은 일본인 이사 2명 포함해서 3명이 50대이고 나머지 인도인 이사 5명은 모두 60대이다. 여성 이사는 사외이사 1명이다. 이사회 구성에서 인도인-일본인 비율은 2014년부터 같은 비율로 유지되어 왔는데, 무루가파 그룹 소유 경영인인 이사회 의장과 3인의 사외이사가 인도인으로 지명되고, 각각 2인의 경영이사와 비경

영이사 중 한 명씩을 나누어서 인도와 일본의 자본이 서로 견제와 균형을 이루는 형태로 보인다.

〈표 III-7〉 출라 MS 이사회 구성

직책	성명	국적	추천	비고
의장 (Chairman)	Mr. M.M. Murugappan	인도	무루가파	그룹 경영인
사외이사 (Independent Director)	Ms. S. Panse	인도	독립	은행 전문가
사외이사 (Independent Director)	Mr. N.S.R.C. Prasad	인도	독립	보험 전문가
사외이사 (Independent Director)	Mr. M.R. Prasad	인도	독립	보험 전문가
비경영이사 (Non-executive Director)	Mr. N. Srinivasan	인도	무루가파	-
비경영이사 (Non-executive Director)	Mr. Tamaki Kawate	일본	미쓰이 스미토모	-
경영이사 (Managing Director)	Gopalarathnam	인도	무루가파	-
상근이사 (Wholetime Director)	Takahiko Shibakawa	일본	미쓰이 스미토모	-

자료: Chola MS, Annual Report, 2017-18

출라 MS는 감사(Audit)위원회, 자산운용(Investment)위원회, 리스크관리(Risk Management)위원회, 계약자보호(Policyholder Protection)위원회, 사회적책임(Corporate Social Responsibility)위원회, 임원추천 및 보상(Nomination and Remuneration)위원회, 영업(Business)위원회와 경영(Management)위원회의 8개 위원회(Committee)를 두고 있다. 이들 위원회는 이사회의 권한을 위임 받아 회사의 운영과 관련된 논의를 진행시키고 이사회가 세부적이고 전문적인 최종 의사결정을 할 수 있도록 돕는다.

다. 경영성과

주요 재무지표를 보면 출라 MS는 2002년도 영업을 시작한 이래 15년간 비약적인 발전을 한 것으로 나타난다(〈표 III-8〉 참조). 먼저 총자산은 2002 회계연도에 12.1억

루피에 불과하였으나 2010 회계연도에 116.8억 루피로 성장하였고, 2017 회계연도 말 현재 777.2억 루피를 기록하며 15년 동안 64배로 성장하였다.

같은 기간 원수보험료도 크게 성장하였다. 2002 회계연도 원수보험료는 1.5억 루피에 불과하였으나 2004년에는 16.9억 루피로 2년 만에 10배 이상 성장하였고, 2012 회계연도에 162.1억 루피로 8년간 다시 10배 성장하고, 2017 회계연도에는 410.3억 루피로 15년간 277배가 성장하였다.

자산 및 수입보험료의 외형적 성장과 함께 순익도 크게 늘어 내실있는 성장을 보여 주는데 2006 회계연도에 3천만 루피 대 적자에서 1.3억 루피로 흑자로 돌아섰다. 이후 순익이 매년 수익이 줄어들어 2010년 2.3억 루피의 적자를 다시 기록하였으나 다음해인 2011년 즉시 반등하여 1.9억 루피 흑자를 기록하고 계속 흑자가 빠르게 증가하여 2014년 13.7억 루피 흑자를 기록하였고 2017 회계연도에는 24.3억 루피 흑자를 기록하였다.

〈표 III-8〉 출라 MS 주요 재무지표

(단위: 백만 루피)

회계연도	총자산	자본	원수보험료	순익
2002	1,214	1,019	148	-31
2003	1,971	1,327	971	-62
2004	2,316	1,294	1,693	-33
2005	2,594	1,262	2,202	-31
2006	3,361	1,380	3,007	125
2007	4,700	1,434	5,223	72
2008	5,366	1,475	6,854	70
2009	7,513	2,793	7,849	24
2010	11,679	2,570	9,680	-229
2011	15,097	3,257	13,465	191
2012	24,860	4,359	16,209	602
2013	31,263	5,824	18,551	701
2014	36,089	7,190	18,904	1,371
2015	44,258	8,529	24,520	1,479
2016	58,055	10,751	31,333	2,081
2017	77,715	12,961	41,026	2,426

자료: Chola MS, Annual Report, 각 연도

출라 MS의 빠른 성장은 인도 손해보험시장의 빠른 성장에 주로 기인하지만 손해보험시장에서 점유율도 상승하였다. 출라 MS의 인도 손해보험시장점유율은 2011년 2.53%, 2012년 2.35%, 2013년 2.54%, 2014년 2.4% 등 2014년까지 2% 중반대에 머물다, 2015년 2.8%의 점유율을 기록하고 2017년 3.1%로 시장점유율이 상승 중이다.

〈표 III-9〉 출라 MS 상품 구성

(단위: 백만 루피, 백만 달러, %)

상품	구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
화재	보험수입 (비중)	349 (3.6)	446 (3.3)	517 (3.1)	602 (3.4)	660 (3.3)	686 (2.6)	1,109 (3.3)
	영업이익	64	204	84	84	198	272	506
해상	보험수입 (비중)	157 (1.6)	165 (1.2)	213 (1.3)	220 (1.2)	165 (0.8)	120 (0.4)	169 (0.5)
	영업이익	16	49	109	108	102	96	66
자기차량	보험수입 (비중)	4,757 (49.2)	5,484 (41.0)	6,026 (36.5)	6,011 (33.8)	6,519 (32.3)	8,572 (32.1)	9,571 (28.9)
	영업이익	100	1,377	1,152	1,293	866	1,031	2,202
3자배상	보험수입 (비중)	336 (3.5)	2,605 (19.5)	5,909 (35.8)	7,642 (43.0)	8,966 (44.4)	12,960 (48.6)	16,879 (50.9)
	영업이익	-230	-1449	-1127	-92	-547	-31	-488
자동차 합계	보험수입 (비중)	6,451 (66.7)	9,382 (70.1)	12,332 (74.7)	13,985 (78.7)	15,939 (79.0)	21,514 (80.6)	26,450 (79.8)
	영업이익	-561	-202	-257	1,170	629	818	1,356
개인상해	보험수입 (비중)	235 (2.4)	269 (2.0)	342 (2.1)	528 (3.0)	715 (3.5)	1,039 (3.9)	1,450 (4.4)
	영업이익	-10	30	37	163	211	210	798
건강	보험수입 (비중)	1,780 (18.4)	2,410 (18.0)	2,136 (12.9)	1,561 (8.8)	1,684 (8.3)	1,940 (7.3)	2,337 (7.1)
	영업이익	108	337	394	108	385	494	564
기타	보험수입 (비중)	240 (2.5)	152 (0.1)	271 (1.6)	368 (2.1)	348 (1.7)	538 (2.0)	363 (1.1)
	이익	186	45	59	125	103	358	86
합계	보험수입 (비중)	9,678 (100)	13,379 (100)	16,508 (100)	17,777 (100)	20,174 (100)	26,692 (100)	33,131 (100)
	영업이익	155	890	1,016	2,007	2,131	2,971	3,466
합계 (USD)	보험수입	181	228	270	277	300	410	488
	영업이익	3	15	17	31	32	46	51

자료: Chola MS, Annual Report, 각 연호

라. 상품구성 변화

출라 MS의 상품 구성은 2017년 회계연도 기준으로 자동차보험에 80% 가까이 집중되어 있다(〈표 III-9〉 참조). 특히 제3자 배상책임보험의 비중이 50%를 넘고 있으며 자기차량보험도 30%에 가까운 비중을 보인다. 높은 수입보험료 비중에도 불구하고 제3자 배상책임보험에서의 수익은 해마다 적자를 보이는데, 이는 제3자 책임보험이 의무보험으로 강한 규제를 받기 때문으로 보인다. 2011년 50%에 가깝던 자기차량보험의 비중은 지속적으로 하락하여 28.9%까지 떨어진 반면, 2012년에도 20%에 못 미치던 제3자 배상책임보험의 비중은 2017년에 50.9%까지 높아졌다.

건강보험의 비중도 지속적으로 줄어드는데, 2011년 18.4%에 달하였으나 2017년에는 7.1%까지 떨어진 것으로 나타난다. 하지만 이익은 늘고 있는 것으로 나타난다. 반면 개인상해 보험은 완만한 상승세를 보이며 2011년 2% 중반에서 2017년 4.4%까지 비중이 높아졌다.

출라 MS의 상품 중 이익에 가장 큰 기여를 하는 상품은 자기차량보험으로 2017년에는 총 35억 루피의 영업이익 중 자차보험에서만 22억 루피를 기록하였으며 뒤를 이어 개인상해 약 8억 루피, 건강보험 5억 6천 루피, 화재보험 5억 루피 등으로 출라 MS의 이익에 기여하였다. 개인상해보험의 경우 이익이 해마다 크게 증가하는 추세로 2012년 3,000만 루피의 흑자로 돌아선 뒤 2014년 1억 6천 루피, 2016년에 2억 루피를 돌파하는 등 출라 MS의 이익에 대한 기여가 증가하는 것으로 나타난다.

IV. 인도 보험시장 진출 전략

1. 진출 형태

외국 기업이 인도에 진출하는 형태는 크게 법인, 지사, 연락사무소와 프로젝트사무소 4가지가 있다(〈표 IV-1〉 참조). 법인은 단독법인이나 합작법인 모두 인도 기업으로 간주되어 인도 국내회사와 동일한 회사법상의 규제를 받게 된다. 이외 지사, 연락사무소와 프로젝트사무소는 외국기업으로 간주된다.

〈표 IV-1〉 인도 진출 회사형태별 비교

구분	법인	지사	연락사무소	프로젝트사무소
분류	인도기업	외국기업		
설립 소요기간	2개월	3~5개월	2개월	3개월
사업활동 가능 범위	무제한	제조, 소매업 불가	영업활동(매출 발생) 불가	사전 승인된 활동만 가능
법인세 (기본세율)	30%	40%	세금 없음	40%
부동산	취득 가능	최장 5년 임차(취득은 RBI 사전 승인 필요)		
장점	제조업 가능	초기 자본금 없음	세금 부담 없음	청산 용이
단점	초기 투자비용	RBI 허가 필요	3년마다 허가 갱신	허가받은 프로젝트만 가능
비고	일반적 진출 방식	은행업 IT에 적합	초기 시장조사 활동	건설 금융지원 프로젝트

자료: 김은영 외 3인(2019)

법인의 경우, 사업활동 범위에 제약이 없고 법인세율이 30%로 낮은 편에 속하며 부동산 취득도 가능하여 장점이 많으나 초기 투자비용이 많이 드는 단점이 있다. 지사는

인도에서 활동하는 외국기업으로 간주되며 법인세도 40%로 높은 편이며 설립에 인도 중앙은행의 허가도 추가적으로 필요하다. 부동산 취득도 중앙은행의 사전 승인이 필요하며 임차의 경우 최장 5년까지 가능하다. 연락사무소는 매출이 생기는 영업활동이 불가능하고 3년마다 허가를 갱신해야 한다. 부동산 취득은 지사와 마찬가지로 중앙은행의 사전 승인이 필요하며 임차도 최장 5년까지 가능하다. 주로 매출을 위한 영업 활동이 없는 진출 초기에 시장조사를 위해 유리한 형태이다. 마지막으로 프로젝트사무소는 사전에 승인된 영업활동은 가능하지만 법인세율이 40%로 높은 편이다. 부동산 취득도 중앙은행의 사전 승인이 필요하고 임차는 최장 5년까지 가능하다.

설립 소요기간은 회사 형태에 따라 2~5개월이 걸린다고 하지만 서류미비로 반려되는 경우, 처음부터 절차를 다시 시작해야 할 수도 있으므로 서류작업 등에 미리 치밀한 준비가 필요하다. 현지 조사 결과 근래 우리나라와 인도의 외교관계가 좋아짐에 따라 설립에 필요한 기간도 줄어들고 절차도 전에 비해 쉬워진 것으로 판단된다.

특히 인도 뉴델리에 위치한 외국인 투자유치를 위한 기관인 Invest India에는 Korea Plus라는 인도에 진출하려는 한국 기업을 위한 전담 조직이 운영되고 있으므로 인도에 진출하려는 회사는 미리 상담을 받으면 진출 과정에서 범할 수 있는 시행착오를 줄일 수 있을 것으로 보인다. 또한 Invest India에 소속된 보험 전문인력에게 보험시장 진출과 관련된 자문도 얻을 수 있으므로 이를 활용하면 Korea Plus와의 시너지 효과도 기대된다.

단, 뚜렷한 이유 없이 인가가 나지 않거나 인가 받는 시간이 예상보다 오래 걸리는 등의 일반적인 인가 관련 리스크는 해외로 진출하는 기업이라면 완전히 피할 수는 없다. 더욱이 보험업은 법인 설립에 소요되는 시간 외에도 IRDAI의 보험업 인가가 필요하므로 이를 감안하여 인도 진출 및 사업 계획 수립 시에 시간을 넉넉하게 잡을 필요가 있다.⁷⁸⁾

우리나라 보험회사가 인도에 진출하기로 결정했다면 인도에 우선 사무소 형태로 진출하여 현지 시장조사를 해야 한다. 현지조사 기간 중에는 인도 보험시장의 동향과 현

78) 최근 사례 중 IRDAI에 접수한 후부터 인가까지 6개월이 걸린 예도 있다고 하므로 인도 진출 시 이를 감안할 필요가 있음

지 보험소비자의 니즈를 파악함과 동시에 자기 보험회사 고유의 강점과 현지 보험시장 상황을 접목하여 시너지를 최대한 이끌어낼 수 있는 합작 대상을 찾아야 한다. 합작 대상 회사는 다수의 후보군을 경쟁 시켜 인수비용을 낮추고 장단점을 비교하여 향후 합작기업의 가치도 고려하여 결정한다. 또한 전술한 바와 같이 인도에서 합작법인에 대해 외국기업은 49%까지만 지분 투자가 가능하며 회사에 대한 경영에 대한 통제권은 인도인이 가지도록 명시되어 있으므로 합작 후 우리 지분의 경영권 참여에 대한 고려도 필요하다.

예를 들어, 자동차보험에 강점이 있는 보험회사라면 현지 자동차 산업의 전망, 자동차보험 관련 제도의 동향 등을 보다 면밀하게 파악하고 현지에서 자동차보험 판매에 시너지가 있는 합작 파트너를 선택하면 향후 인도 자동차보험시장 진출이 용이할 것이다. 이렇게 합작 파트너와 합작법인을 설립하면 본격적으로 현지 조직을 활용한 영업을 시작할 수 있으며 우리나라 보험회사의 자동차보험 전문성과 현지 영업조직의 결합을 통해 다른 보험회사와 차별화된 상품과 판매 전략이 가능할 것이다. 또한 인도 경제와 보험시장이 빠르게 성장하고 있으므로 합작회사의 기업가치도 올라갈 것으로 보인다.

2. 진출지역 선택

인도는 한반도 면적의 15배에 달하는 넓은 국토에 헌법상 22개의 공용어가 말해주는 듯 지역별로 언어와 문화 그리고 종교 등 여러 면에서 다른 나라이다. 예를 들면, 인도 북부에 위치하면서 수도인 델리 지역은 힌디어나 영어를 사용하면 의사소통이 대부분 가능하다고 하지만 남부의 첸나이 지역은 역사와 전통이 북부 인디아와 다르고 힌디어로는 의사소통이 안 되고 대신 타밀어와 영어를 사용해야 된다고 알려져 있다. 한편 영어는 교육을 받은 계층과 정치와 상업 용어로 널리 사용되지만 일반 서민층과 취약계층은 사용이 제한적이다.

이처럼 지역에 따라 특색이 있는 인도 보험시장 진출은 모든 영업이 그러하듯 익숙

한 곳에서 시작하여 경험을 쌓은 뒤 미지의 곳으로 뛰어드는 전략을 세워볼 수 있다. 우리나라 기업이 많이 진출해 있는 지역에 우선적으로 진출하여 보험회사로서의 신뢰를 다지고 브랜드 인지도를 높이는 등 기반을 다진 뒤 인도 현지 기업과 소비자를 대상으로 시장을 넓혀 나가는 전략이 필요하다. 특히 인도는 언어적으로 통일이 되어 있지 않을 뿐 아니라 문화와 관습도 지역별로 상이한 경우가 많으므로 진출 대상 지역에 대한 치밀한 사전 준비는 보험회사가 그 지역에서 성공하기 위한 필요조건으로 보인다.

인도는 한국 기업의 시장진출이 뉴델리, 뭄바이, 첸나이 등 대도시 지역을 중심으로 이루어져 있으므로 이들 지역에 진출한 한국 기업의 보험수요를 기반으로 삼아 보험회사로서의 브랜드를 구축하고 시장을 넓혀 나가는 전략을 생각해 볼 수 있다. 한국 기업이 많이 진출한 지역은 우리나라 기업이 지역 경제에 미치는 긍정적 영향으로 한국 브랜드에 대한 친숙도가 높아 브랜드 인지도 구축에도 유리하다(〈표 IV-2〉 참조).

〈표 IV-2〉 인도 주요 지역별 한국기업 진출 현황

(단위: 개)

지역	기업 수	주요 업종	주요 기업
뉴델리와 수도권	168	전기·전자, 건설, 중공업, 자동차·기계, 무역·물류·운송, 화학, 의료 등	LG전자, 삼성전자, 현대자동차, 두산중공업, 쌍용건설, POSCO 등
첸나이 지역	178	자동차 및 부품, 건설, 전기·전자, 무역·물류 등	현대자동차, 삼성전자, 롯데건설, 롯데제과, 만도 등
뭄바이/푸네	100	제조업, 운송·물류, 도소매·유통, 건설·중공업, 건설, 금융 등	현대중공업, 신한은행, 미래에셋, 삼성물산, 현대상선 등
벵갈루루	38	연구개발, 제조업, 건설, 도소매·유통 등	삼성연구소, LG소프트, 현대로템, 두산인프라코어, 한국과학기술연구원 등
계	484	-	-

자료: KOTRA 인도지역 무역관 자료 종합

인도는 전기나 수도와 같은 산업 인프라가 발전하고는 있으나 아직은 열악한 상황이라 공단이 클러스터 형태로 형성되는 경향이 크다. 예를 들어 뭄바이 인근 푸네 지역에는 인도 자동차 기업인 타타와 마힌드라 공장이 있으며 관련 기업들도 클러스터를 이루어 밀집되어 있다. 자동차 관련 다른 클러스터는 우리나라 현대자동차가 진출해

있는 첸나이 지역으로 현대자동차의 1,2,3차 벤더 기업만 100개가 넘는 것으로 파악된다. 이러한 산업 클러스터 형성 지역은 보험회사 진출 초기 기업성 보험수요를 목표로 삼기에 적절한 지역이다.

따라서 인도 보험시장에 진출하고자 하는 국내 보험회사의 한 가지 진출 전략은 우선 한국 기업들이 클러스터를 이룬 첸나이 지역의 기업성 보험수요를 기반으로 브랜드를 구축하고 이후 푸네 지역 회사의 기업성 보험으로 영업기반을 넓힐 수 있을 것이다. 인도에서 보험회사로서 인지도가 높아지면 첸나이나 뭄바이는 물론 뉴델리를 포함한 수도권의 인도 현지인을 대상으로 한 영업도 점차 탄력을 받을 수 있을 것이다.

또는 뉴델리를 포함한 수도권 지역에서 인도 진출 한국 기업들 대상 기업성 보험을 기반으로 시작할 수도 있다. 수도권의 인구가 많은 지역에서 시작하여 인도 보험시장에서 인지도를 쌓은 후 뭄바이 및 푸네 지역과 첸나이 등으로 영업 기반을 넓힐 수도 있을 것이다. 그리고 충분한 현지 경험과 인지도를 바탕으로 이들 대도시에서 현지인 대상 영업을 시작하여 매출을 늘려 나가는 전략을 생각할 수 있다.

손해보험회사뿐 아니라 인도에 진출하고자 하는 생명보험회사도 한국 기업을 대상으로 한 단체보험을 시작으로 영업망을 넓히는 전략을 사용할 수 있다. 인도는 30~50%의 기업이 임직원들을 위해 단체 생명보험에 가입하고 있는 것으로 보고되며 이러한 추세는 중소기업을 중심으로 확산되고 있다. 따라서 우리나라 기업이 많이 진출한 뉴델리, 첸나이, 뭄바이 등 대도시를 중심으로 단체보험을 통해 생명보험회사로서 인지도를 쌓아 다른 지역으로 진출하는 전략을 생각해 볼 수 있다.

가. 뉴델리 포함 수도권(NCR79)

인도의 수도 뉴델리(New Delhi)와 인근 우타르 프라데쉬(Uttar Pradesh)와 하리아나(Haryana) 주 등을 포함하는 수도권 지역은 LG전자와 삼성전자 등 전기 전자 산업과 현대자동차 현지법인 등 168개 한국기업이 진출해 있다. 최근 삼성전자가 뉴델리

79) National Capital Region은 수도 뉴델리와 하리아나, 우타르 프라데쉬와 라자스탄주를 아우르는 지역임

인근 노이다 지역에 공장을 확장하여 준공하고 한국과 인도의 외교관계도 좋아짐에 따라 한국기업의 진출도 늘어날 것으로 기대된다. 또한 도로 등 산업 인프라의 구축도 활발하게 이루어져 사업환경도 빠르게 향상되고 있다. 언어는 영어와 힌디어가 공용어로 사용되지만 중산층 이상 교육받은 계층은 영어 의사소통에 문제가 없는 것으로 조사된다. 특히 이 지역은 2011년 인구통계에서도 4,600만 명이 넘는 인구를 가진 인구 밀집 지역으로 광역 뉴델리 인구만 해도 2015년 당시 2,570만 명으로 추산되었다. 현지 조사에 의하면 뉴델리 인근 계획도시인 구르가온과 노이다 지역은 이 지역에 밀집한 기업의 직원들 중심으로 구매력 있는 중산층이 유입되면서 도시의 현대화가 빠르게 진행되고 있다(〈표 IV-3〉 참조).

〈표 IV-3〉 인도 수도권 지역 인구와 면적

(단위: km², 천 명)

지역	면적	인구	주요도시
뉴델리	1,483	16,788	-
우파르 프라데쉬	14,727	14,576	노이다
하리아나	25,327	11,031	구르가온
라자스탄	13,447	3,674	-
합계	54,984	46,069	-
한국	100,363	51,826	-

주: 인도 인구는 2011년 기준, 인도 인구통계청 자료, 한국 인구는 2018년 기준, 통계청 주민등록인구임
자료: 인도 인구통계청(Census of India); 국가통계포털(KOSIS)

이러한 지역 여건에 따라 수도권 지역을 시작으로 인도 보험시장에 진출하려는 손해보험회사는 먼저 LG전자와 삼성전자 등 국내 기업의 화재보험과 책임보험 등 기업성 손해보험 물건에 대한 인수를 통해 보험회사로서의 입지를 다지고 이를 바탕으로 이 지역의 다른 기업들로 영업반경을 넓히면서 브랜드를 구축한다. 손해보험회사는 브랜드가 알려지면 이 지역 중산층을 대상으로 자동차와 건강보험 등 영업을 통해 점차 시장점유율을 늘리는 전략이 가능할 것으로 판단된다.

생명보험회사도 이 지역에 진출한 우리나라 기업의 단체 물건부터 인수하여 영업의 기초를 다지면서 점차 인지도를 넓히고 현지 기업이나 다른 나라 기업 단체물건 등으

로 영업망을 확장해 나가는 전략이 필요하다. 인도 현지 영업이 궤도에 오르면 현지 인도인 대상 소매 보험시장으로 진출도 필요하다. 특히 수도권 지역은 4,600만 명에 달하는 인구가 우리나라 절반 정도 넓이의 지역에 모여 사는 인구 밀집지역으로 도로망 등 지역 인프라 개발 속도가 빠르고 중산층이 꾸준히 유입되고 있으므로 이들 현지 인도인 대상 보험영업의 성공 여부는 생명보험회사에는 인도 진출의 성패를 좌우할 만큼 중요할 것으로 보인다.

나. 첸나이와 아난타푸르⁸⁰⁾

첸나이는 인도 남부 타밀 나두주의 수도이다. 타밀 나두주는 인도의 주 가운데 GDP가 두 번째로 많은 주⁸¹⁾로 연간 1인당 소득도 2,200달러로 인도 평균 1,750달러에 비해 25% 가량 높다. 타밀 나두주는 인종도 드라비다인이 주류며 공식 언어도 타밀어로 인도 북부 뉴델리나 중서부 뭄바이와 다르고 주 전체 인구는 2011년 센서스 통계 기준으로 7,215만 명에 달한다. 타밀 나두주의 최대 도시인 첸나이의 2015년 인구는 989만 명 정도로 추산된다. 9~13세기에 걸쳐 인도 남부를 지배하던 출라(Chola) 왕국이 있던 곳으로 현지 조사에 의하면 민족주의적 성향이 강한 지역 주민들은 자기 지역에 대한 자부심도 높고 인도 북부 외지인에 대한 배타적 정서도 크다고 한다.

이러한 역사적 문화적 배경을 바탕으로 인도 남부의 맹주 역할을 하며 대내외 투자유치와 지역 내 우수 노동력을 통해 산업화가 빠르게 이루어지고 있다. 현대자동차, BMW, Ford, 미쯔비시, 르노-니싼, 미쉐린 타이어 등 굴지의 자동차 관련 기업들이 진출해 있으며, 모토롤라, 소니-에릭슨 Cisco, Dell 등 세계적 전자회사 공장도 위치하고 있다.

첸나이 지역은 현대자동차의 인도 공장이 1998년에 들어서면서 인도 주요 도시 중 한국 기업들이 가장 많이 진출한 지역이다. 현대자동차와 계열사 및 관련 자동차 부품 업체와 삼성전자 등 전자업체를 비롯해 178개 한국 기업이 첸나이에 밀집해 있다. 이들 한국 기업이 지역에 미치는 경제효과는 우리나라 보험회사가 이 지역에 진출할 때

80) KOTRA(2018)

81) 첫째는 뭄바이/푸네가 있는 마하라슈트라주

브랜드를 인지시키고 성공적으로 안착하는 데 긍정적 요인으로 작용할 것으로 보인다.

이러한 배경에서 인도에 진출하려는 우리나라의 생명보험과 손해보험 회사 모두 첸나이 지역에 진출한 한국 기업을 대상으로 한 보험물건의 인수는 좋은 출발점이 될 것으로 보인다. 이 지역은 오랜 인도 진출 역사를 통하여 지역 경제에 도움을 준 한국 기업에 대한 이미지가 좋은 곳으로 한국 보험회사가 현지에서 브랜드 인지도를 높이는 데 유리할 것으로 판단되며 그만큼 현지 주민들에 대한 보험영업 확장도 상대적으로 쉬울 것으로 판단된다.

아난타푸르는 인도 중부 안드라프라데쉬주 내륙에 위치하며 기아자동차가 연 30만 대 생산 규모의 공장을 2019년 말에 완성 목표로 건립 중이다. 안드라프라데쉬는 각종 인허가와 세금문제 해결을 위한 온라인 창구를 개설하는 등 외국인 투자를 유치하기 위한 주 차원의 노력을 기울이고 있으며, 2016년에는 인도정부와 세계은행 조사에서 인도에서 가장 사업하기 좋은 주로 선정되었다.⁸²⁾ 이런 투자여건을 감안하여 판단하면 기아자동차의 공장 건설과 연관 기업의 진출은 1998년 현대자동차가 첸나이에 진출할 때의 경제적 효과를 가져올 수 있으며 인도 보험시장에 진출하는 우리나라 보험회사는 첸나이 지역에 이은 진출 대상지역으로 아난타푸르도 고려할 필요가 있다.

다. 뭄바이와 푸네 지역

뭄바이와 푸네가 위치한 인도 중서부 마하라슈트라주는 인도 경제와 금융의 중심지라 할 수 있다. 마하라슈트라주의 인구는 1억 2천만 명에 달하며 공식언어는 마라티어지만 뭄바이 등 도심지역에서는 영어도 사용에 문제가 없을 정도로 국제화되어 있다. 뭄바이와 푸네 지역에는 무역, 금융 및 건설 회사 등 한국 기업도 100여 개가 진출해 있다.

수도 뭄바이는 2015년 추산 인구가 2,104만 명에 달하는 인도 최대 도시이면서 인도중앙은행(Reserve Bank of India), 증권거래소(Bombay Stock Exchange, National Stock Exchange of India)와 인도증권거래위원회(Securities and Exchange Board of

82) Business Standard(2016. 5. 16), "Telangana steps up efforts to improve ease of doing business"; Business Standard(2016. 10. 31), "Andhra Pradesh, Telangana set to top the charts for ease of doing business"

India) 등이 있는 경제 및 금융 수도라 할 수 있다. 인도 국영 생명보험회사인 LIC와 뤼헨 리 등 인도에 진출한 많은 외국 보험회사들도 뭄바이에 본부를 두고 활동하고 있으며 인도 생명보험협회(Life Insurance Council)와 손해보험협회(General Insurance Council) 등 유관기관도 뭄바이에 있다. 뭄바이는 발리우드로 대표되는 영화산업으로도 잘 알려져 있다.

푸네는 교육과 문화 그리고 산업이 어우러진 마하라슈트라주 제2의 도시로 알려져 있다. 자동차 산업이 발달하여 바자즈(Bajaj Auto), 타타(Tata Motors)와 마힌드라(Mahindra & Mahindra)와 같은 인도 국내 자동차 회사와 벤츠(Mercedes Benz), 지엠(General Motors), 르노(Renault), 폭스바겐(Volkswagen)과 피아트(Fiat) 등 세계 각 나라의 대표적인 자동차 회사들이 이 지역에 진출해 있다.

뭄바이와 푸네를 중심으로 한 마하라슈트라주는 인도에서 평균소득이 가장 높은 주로 보험상품 구매력도 높을 것으로 판단된다. 따라서 인도에 진출한 보험회사는 일단 뉴델리와 첸나이 등에서 충분한 인도 사업 경험과 인지도가 쌓이면 이 지역 중산층의 풍부한 구매력을 찾아 마하라슈트라주로 진출할 필요가 있다.

라. 중장기 진출 후보 지역

인도에 진출하여 뉴델리, 첸나이와 뭄바이 등 3대 지역에서의 영업 경험을 토대로 인도 시장에 익숙해 지고 자신감과 브랜드 인지도가 충분하게 쌓인 뒤에는 IT 산업 등을 기반으로 빠르게 성장하고 있는 벵갈루루, 하이데라바드와 압다바드 등 새로운 지역으로 추가로 진출하여 영업반경을 넓힐 수 있을 것이다. 우리나라 보험회사가 본격적으로 인도시장에 진출하는 시기에 이들 지역은 더 크게 성장해 있을 수 있으며 한국 기업도 더 많이 진출해 있을 것으로 보인다.

벵갈루루(Bengalore)는 2015년 인구가 1,080만 명으로 추산되며 인도 남부 카르나타카(Karnataka)주의 주도이다. 인도의 실리콘 벨리로 불릴 만큼 인도 IT 붐을 선도하는 도시로 발전 속도가 빠르며 중산층과 젊은 소비계층이 주도하는 인도에서 가장 자유롭고 진보적인 도시로 알려져 있다. 인도의 전자상거래업체로 최근 월마트에 인수된

FlipKart와 미국 전자상거래 대표 격인 아마존의 인디아 법인인 아마존 인디아가 모두 벵갈루루에 본사를 두고 있다. 하이데라바드(Hyderabad)는 인도 중부 텔랑가나(Telangana)주의 주도로 2015년 인구는 894만 명으로 추산된다. 싸이버다드(Cyberdad)라는 별칭을 얻을 만큼 하이테크 산업이 빠르게 발전하고 있다. 암다바드(Ahmedabad)는 인도 북부 구자라트(Gujarat)주 제1의 도시로 섬유공업 등 인도의 전통적인 생산도시로 알려져 있으며 2015년 인구는 734만 명으로 추산된다. 구자라트는 현 모디 총리가 주지사로서 이룬 경제적 치적을 통해 정치적 입지를 다진 곳이기도 하다.

3. 채널 선택

앞에서 제2장 4절 모집채널 현황 및 전망을 통해 인도 보험시장의 보험시장별 판매 채널 현황을 살펴보았다. 본 절에서는 판매채널 현황 조사 내용을 토대로 인도에 진출하는 우리나라 보험회사가 선택할 수 있는 채널 전략을 제안해 보고자 한다.

가. 생명보험

인도 생명보험시장에 진출하면 개인형 생명보험과 단체형 생명보험에 따라 채널 선택을 다르게 가져가야 하며 단기적인 효과가 큰 주채널과 장기적으로 구축이 필요한 보조채널로 나누어 접근할 필요가 있다(〈표 IV-4〉 참조).

단체형 생명보험의 경우, 직접 판매가 압도적인 인도 시장의 특성상 직판채널을 활용하는 방안이 필요하다. 특히 인도 진출 초기에는 인도에 진출한 우리나라 기업 임직원 상대의 기업성 단체보험을 통해 시장을 개척해야 하는데, 이 경우 보험회사에 소속된 직원을 통한 대면 마케팅이 주효할 것으로 판단된다. 기업성 단체보험을 우리나라 기업이 아닌 외국 기업에 판매하고자 하는 경우, 중개인 채널이 주로 이용되고 있으므로 일단 인도에 진출하면 중개인 채널도 단계적으로 구축할 필요가 있다.

〈표 IV-4〉 생명보험상품별 채널 전략

보험상품	주채널	보조채널
개인형	방카슈랑스	개인대리점
단체형	직판	중개인

인도에서 개인형 생명보험은 주로 개인대리점 채널이 주도하고 있으나 인도시장에 처음 진출하는 보험회사가 단기간에 개인대리점 네트워크를 구축하고 유지하기는 어려울 것으로 보인다. 따라서 개인형 생명보험은 최근 크게 점유율이 늘어나고 있는 방카슈랑스 채널을 활용하는 방안이 단기적으로 개인대리점과 비교했을 때 비용 대 효과 면에서 나올 것으로 판단된다. 특히 국영 LIC로부터 민영 보험회사가 전통형 생명보험에 대한 시장점유율을 가져오기 힘든 상황에서 변액보험 등 비전통형 생명보험의 판매는 방카슈랑스를 통해 주로 이루어진다. 따라서 새로 진입하는 우리나라 보험회사에게 가장 현실적인 채널 선택은 적어도 단기적으로는 개인대리점보다는 방카슈랑스로 보인다. 그러나 소액보험과 같은 의무적으로 판매하는 생명보험상품이 주로 개인대리점을 통해 판매되고 있으므로 취약계층을 위한 판매를 위해서는 소액보험에 전문화된 개인대리점 채널도 이용할 필요가 있다.

나. 손해보험

인도 손해보험시장에서는 중개인 채널의 비중이 감소하고 있지만 여전히 중요한 채널이다. 중개인 채널은 자동차보험의 자기차량 손해보험 판매에 있어서 인도 손해보험 시장에서 특히 중요한 채널이다. 또한 화재보험, 해상보험(적하, 선박), 항공보험, 기계보험 등 기업 대상 손해보험은 중개사 채널과 함께 직판채널도 기업 대상 손해보험 판매의 대부분을 담당한다고 볼 수 있으므로 인도 손해보험시장에 진출하는 우리나라 보험회사는 중개인 채널 확보와 직판채널 구축에 특히 유의할 필요가 있다. 또한 손해보험회사의 의무판매 대상인 농작물보험은 직판채널이 주된 판매 채널이므로 의무판매를 위해서는 직판채널도 구축해야 한다.

개인대리점도 인도 손해보험시장에서 중요한 역할을 하고 있다. 특히 자동차보험과 주택보험 그리고 건강보험과 같은 개인보험 성격이 강한 손해보험상품은 개인대리점을 통한 판매도 많이 이루어지고 있으며 점차 방카슈랑스 판매도 건강상해보험과 같은 보험종목에서 늘어나는 추세이다. 자동차보험, 주택보험 등 개인보험은 최근 텔레마케팅(TM)이 늘어나는 추세이며, 다른 채널을 통해 가입한 보험도 갱신 시점에서 텔레마케팅을 통한 갱신이 증가하고 있다.

이처럼 손해보험은 특정 종목에 따라 그리고 가입 시점과 갱신 시점 등 시점에 따라 다양한 채널을 선택할 수 있으므로, 손해보험회사는 자사의 채널 전략과 인도 채널 현황을 잘 접목시켜 상품에 맞추어 채널 전략을 최적화시킬 필요가 있다.

〈표 IV-5〉 손해보험상품별 채널 전략

보험상품	주채널	보조채널
화재보험	직판, 방카슈랑스	중개인, 개인대리점
해상보험(적하)	직판	중개인, 개인대리점
해상보험(선박)	직판	중개인
항공보험	직판	중개인
기계보험	직판	중개인, 개인대리점
자동차(자기차량)	중개인	개인대리점
자동차(배상책임)	중개인	개인대리점
책임보험	직판	중개인, 개인대리점
농작물보험	직판	개인대리점
신용보험	직판	중개인
개인상해	직판, 방카슈랑스	중개인, 개인대리점
건강보험	직판, 방카슈랑스	중개인, 개인대리점
해의의료보험	직판	중개인, 개인대리점

가입 시점의 경우, 손해보험 채널 전략도 단기적인 효과가 큰 주채널과 장기적으로 구축이 필요한 보조채널로 나누어 접근할 필요가 있다. 인도에 처음 진출하는 우리나라 보험회사가 인도 진출 한국 기업을 상대로 한 영업은 직판채널이 가장 주효할 것으로 보인다. 또한 개인형 손해보험상품의 경우, 새로 진입한 우리나라 보험회사에게는

시간과 노력이 많이 드는 개인대리점 구축보다는 방카슈랑스를 활용하는 전략이 보다 효과적일 것이다. 그러나 장기적으로 자동차보험, 건강보험과 같은 인도의 개인형 손해보험시장으로 확장하기 위해서는 개인대리점 채널 구축도 고려할 필요가 있다. 국내 기업을 넘어서 외국기업에 대한 기업성 보험은 직판과 함께 중개사 채널이 효과적인 것으로 보이므로 중개인 채널도 시간을 가지고 구축이 필요하다(〈표 IV-5〉 참조).

다. 향후 채널 전략

인도에 처음 진출하는 우리나라 보험회사는 초기에는 보험 종류에 따라 이미 시장에서 주류를 형성한 채널을 사용할 수밖에 없다. 그러나 인도 보험시장에서 영업기반을 넓히고 브랜드 인지도를 높여 가면서 점차 자사의 강점을 채널 전략에 녹여낼 필요가 있다. 그리고 인도 정책 당국의 채널 관련 정책에도 주목할 필요가 있다.

인도 정부는 보험뿐 아니라 전체적인 경제 시스템에 정책적으로 전자상거래(e-Commerce)를 육성하고 있다. 2006년 National e-Governance Plan을 구축하여 인도 국민들에게 전자적인 서비스를 제공할 수 있도록 하였는데, 특히 컴퓨터나 인터넷 보급률이 낮은 농촌 지역에도 공공서비스센터(Common Service Centers: CSCs)를 만들어 서비스를 제공했다. 2014년 IRDA는 이 공공서비스센터에서 생명보험상품에 가입할 수 있도록 지침을 발표한 바 있다. 현재 인도의 600,000개 농촌 마을에 145만 개의 공공서비스센터가 운영되고 있다. 현지 조사결과에 따르면 아직 전자상거래를 통한 보험판매는 농촌 지역의 구매력이 낮은 상태라 미미한 것으로 나타나고 있다. 하지만 IRDAI 등 정부 기관이 제도를 지속적으로 개선하고 있고 현재도 인도 인구 중 인터넷 사용인구가 많이 있는데, 앞으로 소득수준의 향상에 따라 늘어날 것으로 예상되며 이미 인터넷을 통해 보험의 가입과 갱신 등이 이루어지고 있는 사실을 감안하면 인도에 진출하고자 하는 우리나라 보험회사는 장기적으로 전자상거래 시장에 관심을 가질 필요가 있다.

4. 인도시장 진출 전후 고려사항

가. 생명보험의 추가적 고려사항

보험은 전형적인 무형의 서비스 상품이다. 그 중에서도 생명보험은 개인을 상대로 무형의 보험상품을 팔아야 하므로 보험판매에 있어 보험회사에 대한 신뢰가 특히 중요하다. 보장성 보험은 보험계약자가 낸 보험료에 대한 보상으로 특정 보험사고가 발생했을 때 보험회사가 보험금을 적절한 절차를 거쳐 지급해 줄 것이라는 보험계약자와 보험회사 사이의 신뢰가 중요하다. 저축성 보험도 보험계약자의 보험료가 안전하게 관리되고 운용되어 적절한 수익과 함께 만기 시 또는 필요 시 찾을 수 있다는 믿음이 있어야 보험회사가 성공할 수 있다.

이러한 보험상품의 특성상 우리나라 생명보험회사가 문화와 사회구조가 다른 인도에 진출하여 소비자의 신뢰를 얻고 보험시장에서 다른 보험회사와의 경쟁에서 성공하기 위해서는 사전에 주도면밀한 계획과 철저한 준비가 더욱 필요하다. 특히 인도 전역에 한국 교민 수는 10,000명 정도에 불과하여 인도로 진출하여 성공하려는 생명보험회사는 인도 현지인을 상대로 한 영업을 피할 수 없다.

이는 인도에 이미 진출한 한국 기업을 상대로 한 기업성 보험을 기반으로 삼을 수 있는 손해보험회사에 비해 상대적으로 불리한 여건에서 시작할 수밖에 없음을 의미한다. 생명보험의 경우도, 인도에 진출한 한국 기업의 단체보험 물건을 시작점으로 삼을 수 있지만 결국 인도 진출의 성패는 현지 인도인 대상 영업에 달려 있다고 할 수 있다. 따라서 생명보험회사의 인도 진출은 인도의 역사와 문화 등 인문학적 배경의 이해라는 바탕 위에 한층 더 신중하게 진출 전략을 고민할 필요가 있다.

나. 기업의 사회적 책임(CSR)

1) 사회적 배경

최근의 빠른 경제성장에도 불구하고 인도는 아직 가난한 나라다. 일인당 국민소득은 2,000달러⁸³⁾를 넘는 수준으로, 빈부 격차를 감안하면 인도는 여전히 가난한 이들의 나라이다. 가난한 사람을 돕는 선행을 강조하는 인도의 힌두교 종교관과 간디의 신탁사상⁸⁴⁾에서 보듯 인도는 부자가 자기 재산을 가지고 가난한 이들을 돕는 자선행위와 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, 이하, 'CSR')을 자연스럽게 받아들인다고 할 수 있다.

인도는 독립 초기 사회주의 경제 체제를 선택하고 국가주도의 경제 운영 과정에서 회사의 공공성과 사회적 책임이 강조되었고 노동자와 지역사회의 공공증진을 위한 기업의 의무가 당연시 되었다. 오늘의 인도 경제는 모디 정부의 경제 개혁에서 보다시피 보다 시장 친화적이고 개방적으로 변화하였지만 아직도 신흥국가답게 기업 활동의 여러 부문에서 정부 정책의 영향을 많이 받는 것으로 보인다.

인도가 기업의 사회적 책임(CSR)과 이에 따른 기업의 지출을 회사법 조항으로 법제화하여 강제할 수 있는 데에는 이와 같은 사회적 역사적 배경이 있는 것으로 보인다. 인도 정부는 기업의 사회적 지출을 법으로 정하여 강제함으로써 기업의 이익을 사회로 환원하고 빈부 격차를 완화하는 정책적 목표를 이룰 수 있기를 바라고 있다. 따라서 인도에 진출하여 성공적인 안착을 위해서는 CSR을 통해 지역 경제에 기여하는 모습을 보이는 것이 한국 보험회사의 평판을 높이고 장기적인 이익에 도움이 된다고 할 수 있다. 이를 위해 인도에 진출하는 우리나라 보험회사도 인도 기업법의 CSR 관련 조항을 이해하고 전략적으로 활용하는 것이 중요하다.

83) 2018년 기준 IMF 국가별 통계임

84) 부유한 사람은 자신이 소유한 부의 최소한을 제외한 부분은 가난한 사람들에게 신탁받은 것으로 생각하고 국가와 지역을 위해 사용해야 한다는 사상임

2) 기업의 사회적 책임(CSR) 관련 규정

인도는 2013년 8월, 57년 만에 회사법을 개정하면서 지배구조 개선, 기업규제 완화, 공시 및 회계제도 강화와 투자자 보호 등 일련의 기업지배구조 관련 개혁을 단행하였다. 개정 회사법은 또한 기업의 사회적 책임(CSR)과 관련된 규정을 회사법에 명기하여 일정 규모 이상의 요건을 갖춘 기업은 의무적으로 일정 규모의 CSR 관련 지출을 하고 이를 공시하도록 의무화하였다. 회사법과 하위 시행령은 기업부(Ministry of Corporate Affairs: MCA) 소관으로 기업부는 관련된 행정입법 권한도 가지고 있다.

구체적으로 개정 인도 회사법 135조에 따라 2014년 4월 1일부터 인도 내에서 활동하는 모든 회사에 대하여 매년 순자산 50억 루피(약 819억 원 또는 7,200만 달러), 총 매출액 100억 루피(약 1,638억 원 또는 1억 4,400만 달러), 또는 순이익 5,000만 루피(약 8억 2천만 원 또는 72만 달러) 이상⁸⁵⁾이 되는 경우, 직전 3년 평균 세전 순이익의 2% 이상을 의무적으로 매년 CSR에 지출하여야 한다.

이를 위하여 회사는 이사회 내에 최소한 1명의 사외이사를 포함한 3인 이상의 위원으로 구성된 CSR 위원회를 설치해야 하며 위원회의 구성을 공시해야 한다. CSR 위원회는 이사회에 CSR 활동 계획을 세워 이사회에 권고하고 지출액을 결정하며 회사의 CSR 활동을 수시로 모니터링한다.

CSR 위원회의 CSR 활동에 대한 권고와 지출액 결정에 대하여 이사회는 이를 검토하고 승인한 후 회사의 연차보고서와 홈페이지에 공시해야 한다. 이사회는 반드시 직전 3개년 평균 순이익의 2% 이상이 CSR 활동에 지출되는지 확인해야 하며, 이를 충족하지 못하는 경우에는 그 사유를 공시하여야 한다.

3) 사회적 책임 활동 분야

인도 회사법 부칙 7조(Schedule 7)에서 규정하고 있는 기업의 사회적 활동분야는 총 11가지이다.

85) 2019년 4월 19일 현재, 1달러 = 69.41루피 = 1,137원, 1루피 = 16.38원

1. 기아, 빈곤 및 영양결핍을 뿌리 뽑고 예방적 건강관리와 위생을 증진하며 안전한 식수를 제공
2. 특히 아동, 여성, 노인과 장애인 대상 직업능력을 강화하는 고용과 특수교육을 포함한 교육과 생계를 개선하는 사업을 촉진
3. 양성평등 촉진, 여성권리 신장, 여성과 고아를 위한 주택과 호스텔 건립, 노인 주택, 어린이집과 노인시설과 경제사회적 취약 계층이 당면한 불평등 감경 방안
4. 환경 지속가능성, 생태 균형, 동식물 생태 보호, 동물복지, 농림업, 자연자원 보존과 토양, 대기, 수질의 보존
5. 예술품과 역사적인 건물이나 유적의 복원을 포함한 국가 유산, 미술과 문화를 보호하고, 공공도서관 건립, 전통 예술과 공예품 홍보 및 개발
6. 참전용사와 전쟁미망인 및 유가족들의 복지 증진 방안
7. 지역 스포츠, 국가 인지 스포츠, 올림픽과 장애인 스포츠
8. 총리의 국가 구호 기금이나 다른 사회경제 개발과 지정된 카스트, 부족 또는 다른 취약 계층, 소수자, 여성의 복지와 구호를 위한 중앙 정부 기금에 출연
9. 중앙정부 승인 교육기관 내 기술 창업 기관에 대한 출연
10. 농촌 개발 사업
11. 빈민 지역 개발

인도는 교육열이 높은 나라이므로 특히 취약 계층에 대한 교육 지원을 통한 기업의 사회적 책임 활동은 효과가 좋을 것으로 보인다. 그리고 아직 의료 수준이나 인프라가 충분하지 않은 인도이므로, 특히 취약 계층에 대한 의료 및 보건 지원이나 재난구호기금을 통한 지역사회 기여도 중요한 기업의 사회적 책임 수행이 될 수 있다. 인도에 진출하는 우리나라 보험회사는 빠른 시간에 인지도를 높이는 것도 중요하므로 기업의 사회적 책임 수행 활동을 최대한 지역사회 언론에 노출시켜 긍정적 회사 이미지를 제고할 수 있어야 한다.

4) 출라 MS 손해보험 CSR 사례

앞에 3장에서 외국 보험회사 사례로 든 출라 MS 손해보험도 인도 회사법에 따라 CSR 활동을 하고 있다. 출라 MS 손해보험이 속한 무라가파 그룹은 AMM 재단⁸⁶⁾을 통해 교육과 의료 분야에서 주로 CSR 활동을 해오고 있다. 출라 MS도 이러한 무라가파 그룹 CSR 활동의 연장선에서 AMM 재단을 통한 교육과 의료 활동지원으로 사회적 책임을 수행하고 있다. 이를 위해 출라 MS 손해보험은 2014년부터 인도 회사법에서 규정한 CSR 위원회를 두고 법에 정한 바에 따라 CSR 정책과 프로그램 및 이를 수행하기 위한 지침을 수립하도록 하고 있다. CSR 위원회에서는 이사회 의장과 독립이사 각각 한 명씩, 그리고 경영이사 2명이 참여하여 4명이 CSR 위원으로 활동하고 있다. CSR 정책 및 이에 따른 CSR 활동과 지출에 대한 최종 승인 및 감독 권한은 이사회에 있다. 주요 CSR 프로그램으로는 보건, 교육, 기아와 가난 극복 그리고 환경 및 생태 보존 등이 있다.

〈표 IV-6〉 출라 MS 손해보험 CSR 지출

(단위: 백만 루피, 백만 달러)

연도	2014	2015	2016	2017	2017 (USD)
직전 3년 순익	686.9	1,304.2	1,717.8	2,259.6	33.29
의무지출액	14.0	26.1	34.3	45.2	0.67
실제지출액	9.4	26.14	36.5	46.8	0.69
미지출액	4.6	-	-	-	-

자료: Chola MS, 연차보고서, 각 연호

출라 MS 손해보험은 2017년 회계연도 말 기준으로 지난 3년간 순이익의 평균이 22.5억 루피로 이 금액의 2%인 4,520만 루피를 CSR 활동에 의무적으로 지출하게 인도 회사법에 명시되어 있으며, 출라 MS는 실제 4,680만 루피를 CSR 활동에 지출하였다. CSR 관련 지출과 활동에 대한 공시가 의무화된 2014년부터 매년 출라 MS의 CSR 관련 의무 지출액과 실제 지출액은 〈표 IV-6〉과 같으며, 순이익의 가파른 성장과 함께 CSR

86) 1953년 무라가파 가문에서 첸나이에 설립한 AMM 자선기금에서 발전한 독립 자선재단으로 주요 교육과 의료 분야에서 자선 활동을 수행함

지출액 또한 빠르게 증가하고 있다. 또한 출라 MS는 인도 회사법에 따라 2014년부터 회사의 CSR 관련 지출과 활동 내용을 공시하고 있다.

출라 MS의 2017년 주요 CSR 활동 내용을 보면 첸나이 일대 학교의 건물 및 시설 보수 비용 기부, 취약 계층 학생에 대한 장학금 지원, 타밀 나두 농촌 어린이들을 위한 장난감 및 교육용 교보재 기부 등과 같은 교육지원 활동, 첸나이 지역 교통사고 취약지역의 교통안전 캠페인, 농촌 지역에 대한 의료 캠프 지원, 장애인들에게 휠체어, 보청기 등 필요물품 기부 등과 같은 보건 증진 활동, 타밀 나두 지역 주민의 강과 호수에 대한 환경인식 개선 캠페인, 지역 연못 정화 활동 지원 등 환경 및 지속가능 활동, 고아원, 보육원 아이들에 대한 무료급식 등 취약 계층의 기아와 가난 극복 활동, 전통 예술인의 음악, 무용, 드라마 등 예술활동과 강좌 등을 통한 지원 등이 있다. 이들 활동을 위한 지원은 AMM 재단 등 첸나이 지역 각종 자선 및 사회 재단을 통하여 기부되거나 직접 전달된 것으로 보고되었다.

참고문헌

- 김영민·이명휘(2011), 「인도에서의 마이크로 보험 - TATA AIG와 VimoSEWA의 사례를 중심으로」, 『경영사학』, 제26집, 제4호
- 김은영·이야호·이송희·천연희(2019. 4), 『인도 법인 설립 가이드』, 비티엔
- 문진영·김윤옥·이민영(2013), 『신흥국의 국가리스크 비교분석 및 시사점』, 대외경제정책연구원
- 방길호(2019), 『인도 비즈니스 성공비결』, 피톤치드
- 보험연구원(2018. 10), 『2018 보험소비자 설문조사』
- 상연진(2018), 「인도 의료개혁법안 ‘모디케어’ 저소득층가구 치료비 연간 최대 50만 루피 지원」, 『Chindia plus』, 포스코경영연구원
- 서대교·신중협(2011), 「한국 보험회사의 인도 보험시장 진출 전략」, 『인도연구』, 제16권, 1호
- 양성문·김진역·지재원·박정희·김세중(2008), 『보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사』, 연구조사자료, 보험개발원 보험연구소
- 임준환·정봉은·황인창·이혜은·정승연(2016. 4), 『뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략』, 경영보고서, 보험연구원
- 조용운·김동겸(2018. 10), 『베트남 생명보험산업의 현황 및 시사점』, 연구보고서, 보험연구원
- 조용운·변혜원·이승준·김경환·오병국(2011. 11), 『아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구』, 조사보고서, 보험연구원
- 주인도대한민국대사관·KOTRA(2017. 10), 「인도 통합 부가가치세의 이해」
- 한국보건산업진흥원(2017), “인도 보건의료산업 동향 조사 및 인도환자 유치방안 마련”
- KOTRA(2019), 「2019 국별 진출전략 - 인도」
- _____ (2018), 「인도 첸나이 출장보고서」
- 中村 亮一(2015. 11. 30), インドの生命保険市場(1) - 巨大国インドの生命保険市場ほど

のような状況にあるのか-, シンクタンクならニッセイ基礎研究所

- A.M. Best(2018), “Market Segment Outlook: India Non-Life”
- _____ (2016), “Indian Regulator Abolishes Declined Risk Pool for Third-Party Motor Insurance”
- _____ (2014), “India Non-Life & Life: Market Review. India Insurers' Profitability Still Strained, But Ample Untapped Potential Remains”
- _____ (2012), “India Non-Life & Life – Market Review. Growth Anticipated for Indian Insurers, but Frustrations Remain”
- Amlan Ghosh(2013), “Life Insurance in India - the Relationship between Reforms and Growth in Business”, The Geneva Papers
- AXCO(2019a), *India-Life & Benefits*
- _____ (2019b), *India-Non-Life(P&C)*
- Boston Consulting Group(2013), “India Life Insurance - Negotiating the Troublesome Teens”
- Boston Consulting Group FICCI(2017), “The Changing Face of Indian Insurance - Bigger Better Faster”
- Economist(2015. 8. 13), “The world's biggest country”
- Ernst Young(2015), “Indian Insurance Sector - Building Growth and Building Value”
- Gautam Chikermane, and Oommen C. Kurian(2018), “Can Pmjay Fix India's Healthcare System? Crossing Five Hurdles On The Path To Universal Health Coverage”, ORF Occasional Paper
- GlobalData(2018), “Strategic Market Intelligence Life Insurance in India - Key Trends and Opportunities to 2021”
- Hira Sadhak(2009), *Life Insurance In India - Opportunities, Challenges and Strategic Perspective*
- IMF(2018. 4), “INDIA Technical Note on Insurance Sector Regulation and

- Supervision”, *IMF Country Report*, No. 18/86
- India Brand Equity Foundation(2018), “Evolution Of The Indian Insurance Sector”
- IRDA(2007), “History of insurance in India”
- IRDAI(2019), *Handbook on Indian Insurance Statistics, F. Y. 2017-18*
- K. Arivalagan, and R. Perumal(2015), “MICRO INSURANCE - The Gateway to Serve the Poor and Socially Weaker Section of the Society”, *Journal of Business Management & Social Sciences Research*
- LIMRA, and Society of Actuaries(2018), “Spotlight On Retirement - INDIA”
- Lloyd’s(2018), “Harvesting opportunity - Exploring crop (re)insurance risk in India”
- PWC(2017), “India Insurance Perspective”
- Swiss Re(2019), “Emerging Markets: the Silver Lining amid a Challenging Outlook”, *Sigma*, No. 1/2019
- _____ (2018), “World Insurance in 2017: solid, but mature life markets weigh on growth”, *Sigma*, No. 3/2018
- _____ (2017), “World Insurance in 2016: the China growth engine steams ahead”, *Sigma*, No. 3/2017
- Tapas Kumar Parida, and Debashis Acharya(2016), *The Life Insurance Industry in India - Current State and Efficiency*
- World Economic Forum(2018), “The Global Competitiveness Report 2018”

국가통계포털(KOSIS)

국제투명성기구(Transparency International)

금융감독원 금융중심지 지원센터(<http://www.fnhubkorea.kr>)

미국 인구통계국(US Census Bureau)

인도 생명보험협회(Life Insurance Council of India)

인도 선거위원회(Election Commission of India)

인도 손해보험협회(General Insurance Council of India)

인도 인구통계청(Census of India)

Chola MS, Annual Report, 각 연호

CIA(2019), The World Factbook

Cigna(<https://www.cignattkinsurance.in/product-faqs/prohealth-insurance>)

IMF, World Economic Outlook Database

IRDAI, Annual Report, 각 연호

World Bank, Doing Business Report, 각 연호

부록

〈부록 표-1〉 인도 생명보험회사별 수입보험료 규모 및 비중

(단위: 천만 루피, %)

보험회사	FY 2013	FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	비중
Aditya Birla Sunlife	4,833	5,233	5,580	5,724	5,903	1.3
Aegon	453	559	502	451	531	0.1
Aviva	1,878	1,796	1,493	1,337	1,344	0.3
Bajaj Allianz	5,843	6,017	5,897	6,183	7,578	1.7
Bharti AXA	873	1,053	1,208	1,397	1,684	0.4
Canara HSBC	1,823	1,657	2,060	2,295	2,781	0.6
DHFL Pramerica	306	735	920	1,142	1,844	0.4
Edelweiss Tokio	111	193	310	441	638	0.1
Exide Life	1,831	2,027	2,047	2,409	2,532	0.6
Future Generali	634	604	592	740	992	0.2
HDFC Standard	12,063	14,830	16,313	19,445	23,564	5.1
ICICI Prudential	12,429	15,307	19,164	22,354	27,069	5.9
IDBI Federal	826	1,070	1,240	1,565	1,783	0.4
IndiaFirst	2,143	2,034	1,967	2,265	2,309	0.5
Kotak Mahindra	2,701	3,038	3,972	5,140	6,599	1.4
Max Life	7,279	8,172	9,216	10,780	12,501	2.7
PNB Metlife	2,241	2,461	2,828	3,236	3,954	0.9
Reliance Nippon	4,283	4,621	4,398	4,027	4,069	0.9
Sahara	205	167	157	154	112	0.0
SBI Life	10,739	12,867	15,825	21,015	25,354	5.5
Shriram Life	594	735	1,022	1,208	1,497	0.3
Star Union Dai-ichi	949	1,135	1,307	1,511	1,783	0.4
Tata AIA	2,324	2,123	2,479	3,171	4,163	0.9
민영 부문 소계	77,359	88,434	100,499	117,989	140,586	30.6
	(-1.33)	(14.32)	(13.64)	(17.40)	(19.15)	
LIC(국영)	236,942	239,668	266,444	300,487	318,223	69.4
	(13.48)	(1.15)	(11.17)	(12.78)	(5.90)	
생명보험산업 전체	314,302	328,102	366,943	418,477	458,809	100.0
	(9.44)	(4.39)	(11.84)	(14.04)	(9.64)	

주: 괄호 안은 전년 대비 증가율임

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

〈부록 표-2〉 인도 손해보험회사별 수입보험료 규모 및 비중

(단위: 천만 루피, %)

보험회사	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	(비중)
ACKO	--	--	--	--	1	0.0
BAJAJ ALLIANZ	4,516	5,230	5,832	7,633	9,445	6.2
BHARTI AXA	1,423	1,457	1,274	1,314	1,754	1.1
CHOLAMANDALAM	1,855	1,890	2,452	3,133	4,103	2.7
DHFL	--	--	--	--	141	0.1
EDLEWEISS	--	--	--	--	1	0.0
FUTURE GENERALI	1,263	1,438	1,555	1,815	1,906	1.2
GO DIGIT	--	--	--	--	94	0.1
HDFC ERGO*	2,907	3,182	3,380	3,964	--	
HDFC ERGO General Insurance Co. Ltd. ¹⁾	254	332	473	2,224	7,290	4.8
ICICI LOMBARD	6,856	6,678	8,091	10,725	12,357	8.1
IFFCO TOKIO	2,931	3,330	3,691	5,564	5,632	3.7
KOTAK MAHINDRA	--	--	4	82	185	0.1
LIBERTY VIDEOCON	130	284	409	585	817	0.5
MAGMA HDI	425	474	404	419	527	0.3
RAHEJA QBE	23	22	29	59	83	0.1
RELIANCE	2,389	2,716	2,792	3,935	5,069	3.3
ROYAL SUNDARAM	1,437	1,569	1,694	2,189	2,623	1.7
SBI	1,188	1,577	2,040	2,604	3,544	2.3
SHRIRAM	1,511	1,497	1,712	2,102	2,101	1.4
TATA AIG	2,363	2,714	2,959	4,168	5,436	3.5
UNIVERSAL SOMPO	540	701	904	1,287	2,311	1.5
민영 부문 소계	32,010	35,090	39,694	53,805	65,420	42.6
	(14.5)	(9.6)	(13.1)	(35.6)	(21.6)	
NATIONAL	10,261	11,283	12,019	14,282	16,244	10.6
NEW INDIA	13,728	15,480	17,763	21,598	25,159	16.4
ORIENTAL	7,283	7,562	8,612	11,117	11,737	7.6
UNITED	9,709	10,692	12,250	16,063	17,430	11.4
국영 부문 소계	40,980	45,017	50,644	63,060	70,570	46.0
	(10.5)	(9.9)	(12.5)	(24.5)	(11.9)	
민영 & 국영 소계	72,990	80,107	90,338	116,865	135,990	88.6
	(12.1)	(9.7)	(12.8)	(29.4)	(16.4)	
AIC	3,395	2,740	3,521	6,980	7,893	5.1
ECGC	1,304	1,362	1,321	1,268	1,240	0.8
국영 특수보험회사 소계	4,699	4,102	4,842	8,247	9,134	6.0
	(5.5)	(-12.7)	(18.0)	(70.3)	(10.8)	
ADITYA BIRLA HEALTH INSURANCE Co. Ltd.	--	--	--	54	243	0.2
APOLLO MUNICH	692	803	1,022	1,302	1,718	1.1
CIGNA TTK	0	22	144	222	346	0.2
MAX BUPA	309	373	476	594	754	0.5
RELIGARE HEALTH	152	276	503	726	1,092	0.7
STAR HEALTH	1,091	1,469	2,007	2,960	4,161	2.7
건강보험 전업사 소계	2,245	2,943	4,153	5,858	8,314	5.4
	(30.1)	(31.1)	(41.1)	(41.1)	(41.9)	
총계	79,934	87,151	99,333	130,970	153,438	100.0
	(12.3)	(9.0)	(14.0)	(31.9)	(17.2)	

주: 1) Earlier known as L&T General Ins. Co. Ltd.

2) 괄호 안은 전년 대비 증가율임

자료: IRDAI(2019), Handbook on Indian Insurance Statistics, F.Y. 2017-18

〈부록 표-3〉 인도 생명보험산업의 합작투자 현황(2018년 3월 말 기준)

보험회사	외국 파트너/투자자	영업연도	지분율 (%)
민영 부문			
Aditya Birla Sunlife Insurance Company Ltd.	Sun Life Financial (India) Insurance Investment Inc, Canada	2000-01	49.0
Aegon Life Insurance Company Ltd.	Aegon India Holdings BV, Netherlands	2008-09	49.0
Aviva Life Insurance Company India Ltd.	Aviva International Holdings Ltd. UK	2002-03	49.0
Bajaj Allianz Life Insurance Company Ltd.	Allianz, SE Germany	2001-02	26.0
Bharti AXA Life Insurance Company Ltd.	AXA India Holdings, France	2006-07	49.0
Canara HSBC OBC Life Insurance Company Ltd.	HSBC Insurance (Asia Pacific) Holdings Ltd. UK	2008-09	26.0
DHFL Pramerica Life Insurance Company Ltd.	Prudential International Insurance Holdings Ltd. USA	2008-09	49.0
Edelweiss Tokio Life Insurance Company Ltd.	Tokio Marine & Nichido Fire Insurance Company Ltd. Japan	2011-12	49.0
Exide Life Insurance Company Ltd.	---	2001-02	0.0
Future Generali India Life Insurance Company Ltd.	Participatie Maatschappij Graafschap Holland NV, Netherlands	2007-08	25.5
HDFC Standard Life Insurance Company Ltd.	Standard Life (Mauritius Holdings) 2006, Ltd. UK	2000-01	38.3
ICICI Prudential Life Insurance Company Ltd.	Prudential Corporation Holdings Ltd. UK	2000-01	34.4
IDBIFederal Life Insurance Company Ltd.	Aegis Insurance International NV Netherlands	2007-08	26.0
IndiaFirst Life Insurance Company Ltd.	Legal & General Middle East Ltd.	2009-10	26.0
Kotak Mahindra Life Insurance Ltd.	---	2001-02	0.0
MaxLife Insurance Company Ltd.	Mitsui Sumitomo Insurance Company Ltd. Japan	2000-01	25.3
PNB Metlife India Insurance Company Ltd.	Metlife International Holdings Inc, USA	2001-02	26.0
Reliance Nippon Life Insurance Company Ltd.	Nippon Life Insurance Company Ltd. Japan	2001-02	49.0
Sahara India Life Insurance Company Ltd.	---	2004-05	0.0
SBI Life Insurance Company Ltd.	BNP Paribas Cardif, France	2001-02	35.3
Shriram Life Insurance Company Ltd.	Sanlam Emerging Markets (Mauritius) Limited	2005-06	23.0
Star Union Dai-ichi Life Insurance Company Ltd.	Dai-ichi Life Insurance Company Ltd. Japan	2008-09	45.9
TATA AIA Life Insurance Company Ltd.	American International Assurance Company (Bermuda) Ltd.	2001-02	49.0
민영 부문 평균			35.2
국영 부문			
Life Insurance Corporation of India	---	1956	0.0
전체 평균			35.1

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

〈부록 표-4〉 인도 손해보험산업의 합작투자 현황(2018년 3월 말 기준)

보험회사	외국 파트너/투자자	영업연도	지분율 (%)
민영 부문			
Acko General Insurance Ltd.	---	2017-18	0.0
Bajaj Allianz General Insurance Company Ltd.	Allianz, SE Germany	2001-02	26.0
Bharti AXA General Insurance Company Ltd.	M/s. Societe Beaujon, France	2008-09	49.0
Cholamandalam MS General Insurance Company Ltd.	Mitsui Sumitomo, Japan	2002-03	40.0
DHFL General Insurance Ltd.	---	2017-18	0.0
Edelweiss General Insurance Company Ltd.	---	2017-18	0.0
Future Generali India Insurance Company Ltd.	Participatie Maatschappij Graafsschap Holland NV, Netherlands ("Generali")	2007-08	25.5
Go Digit General Insurance Ltd.	---	2017-18	0.0
ICICI Lombard General Insurance Company Ltd.	FAL Corporation, Canada	2001-02	27.2
IFFCO Tokio General Insurance Company Ltd.	Tokio Marine Asia Pte. Ltd. Japan	2000-01	49.0
Kotak Mahindra General Insurance Company Ltd.	---	2015-16	0.0
HDFC ERGO General Insurance Company Ltd.	ERGO International AG, Germany	2010-11	48.3
Liberty Videocon General Insurance Company Ltd.	Liberty City State Holdings Pte Ltd., USA	2012-13	48.7
Magma HDI General Insurance Company Ltd.	HDI-Gerling Industrie Versicherung AG, Germany	2012-13	25.6
Raheja QBE General Insurance Company Ltd.	QBE Holdings (AAP) Pty.Ltd. Australia	2008-09	49.0
Reliance General Insurance Company Ltd.	---	2000-01	0.0
Royal Sundaram General Insurance Company Ltd.	---	2000-01	0.0
SBI General Insurance Company Ltd.	IAG International Pty Ltd. Australia	2009-10	26.0
Shriram General Insurance Company Ltd.	Sanlam, South Africa	2008-09	23.0
TATA AIG General Insurance Company Ltd.	AIG MEA Investments and Services Inc., USA	2000-01	26.0
Universal Sompo General Insurance Company Ltd.	Sompo, Japan. Insurance Inc.	2007-08	28.4
민영 부문 소계(A)			31.2
국영 부문			
National Insurance Company Ltd.	---	1906-07	0.0
The New India Assurance Company Ltd.	---	1919-20	0.2

〈부록 표-4〉 계속

보험회사	외국 파트너/투자자	영업연도	지분율 (%)
The Oriental Insurance Company Ltd.	---	1947-48	0.0
United India Insurance Company Ltd.	---	1919-20	0.0
국영 부문 소계 (B)			0.1
소계 (민영 + 국영) (A+B)			28.4
국영 특수보험회사			
Agriculture Insurance Company of India Ltd.	---	2003-04	0.0
Export Credit Guarantee Corporation of India Ltd.	---	1957-58	0.0
국영 특수보험회사 소계 (C)			0.0
민영 건강보험 전업사			
Aditya Birla Health Insurance Co. Ltd.	MMI Strategic Investment (Pty) Limited, South Africa	2016-17	49.0
ApolloMunichHealthInsuranceCompany Ltd.	Munich Health Holding AG, Germany	2007-08	48.6
Cigna TTK Health Insurance Company Ltd.	Cigna Holdings Overseas Inc. USA	2013-14	49.0
Max BUPA Health Insurance Company Ltd.	BUPA Singapore Holdings Pte Ltd. UK	2009-10	49.0
ReligareHealthInsuranceCompany Ltd.	---	2012-13	0.0
Star Health & Allied Insurance Company Ltd.	Oman Insurance PSC, UAE, Alpha FDI Holding Pte Ltd & Alpha TC Holdings Pte Ltd. and NRIs	2006-07	36.5
민영 건강보험 전업사 소계 (D)			36.6
재보험회사			
General Insurance Corporation of India - Public Sector Reinsure	---	2001-02	0.3
ITI Reinsurance Limited - Private Sector Reinsurer	---	Yet to Start	0.0
재보험회사 소계(E)			0.2
GRAND TOTAL (F) = (A+B+C+D+E)			25.4

자료: IRDAI(2019), Annual Report, 2017-18

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

※ 2017년부터 기존의 연구보고서, 정책보고서, 경영보고서가 연구보고서로 통합되었습니다.

■ 연구보고서

- 2017-1 보험산업 미래 / 김석영·윤성훈·이선주 2017.2
- 2017-2 자동차보험 과실상계제도 개선방안 / 전용식·채원영 2017.2
- 2017-3 상호협정 관련 입법정책 연구 / 정호열 2017.2
- 2017-4 저소득층 노후소득 보장을 위한 공사연계연금 연구 / 정원석·강성호·
마지혜 2017.3
- 2017-5 자영업자를 위한 사적소득보상체계 개선방안 / 류건식·강성호·김동겸 2017.3
- 2017-6 우리나라 사회안전망 개선을 위한 현안 과제 / 이태열·최장훈·김유미 2017.4
- 2017-7 일본의 보험회사 도산처리제도 및 사례 / 정봉은 2017.5
- 2017-8 보험회사 업무위탁 관련 제도 개선방안 / 이승준·정인영 2017.5
- 2017-9 부채시가평가제도와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·이혜은 2017.8
- 2017-10 효율적 의료비 지출을 통한 국민건강보험의 보장성 강화 방안 / 김대환 2017.8
- 2017-11 인슈어테크 혁명: 현황 점검 및 과제 고찰 / 박소정·박지운 2017.8
- 2017-12 생산물 배상책임보험 역할 제고 방안 / 이기형·이규성 2017.9
- 2017-13 보험금청구권과 소멸시효 / 권영준 2017.9
- 2017-14 2017년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2017.10
- 2017-15 2018년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2017.11
- 2017-16 퇴직연금 환경변화와 연금세제 개편 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2017.12
- 2017-17 자동차보험 한방진료 현황과 개선방안 / 송윤아·이소양 2017.12
- 2017-18 베이비부머 세대의 노후소득 / 최장훈·이태열·김미화 2017.12
- 2017-19 연금세제 효과연구 / 정원석·이선주 2017.12
- 2017-20 주요국의 지진보험 운영 현황 및 시사점 / 최창희·한성원 2017.12
- 2017-21 사적연금의 장기연금수령 유도방안 / 김세중·김유미 2017.12
- 2017-22 누적전망이론을 이용한 생명보험과 연금의 유보가격 측정 연구 / 지홍민
2017.12
- 2018-1 보증연장 서비스 규제 방안 / 백영화·박정희 2018.1
- 2018-2 건강생활서비스 공·사 협력 방안 / 조용운·오승연·김동겸 2018.2
- 2018-3 퇴직연금 가입자교육 개선 방안 / 류건식·강성호·이상우 2018.2
- 2018-4 IFRS 9과 보험회사의 ALM 및 자산배분 / 조영현·이혜은 2018.2
- 2018-5 보험상품 변천과 개발 방향 / 김석영·김세영·이선주 2018.2

- 2018-6 계리적 관점에서 본 실손의료보험 개선 방안 / 조재린·정성희 2018.3
- 2018-7 국내 보험회사의 금융겸업 현황과 시사점 / 전용식·이혜은 2018.3
- 2018-8 장애인의 위험보장 강화 방안 / 오승연·김석영·이선주 2018.4
- 2018-9 주요국 공·사 건강보험 연계 체계 분석 / 정성희·이태열·김유미 2018.4
- 2018-10 정신질환 위험보장 강화 방안 / 이정택·임태준·김동겸 2018.4
- 2018-11 기초서류 준수 의무 위반 시 과징금 부과 기준 개선방안 / 황현아·백영화·권오경 2018.8
- 2018-12 2018년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2018.9
- 2018-13 상속법의 관점에서 본 생명보험 / 최준규 2018.9
- 2018-14 호주 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이경희 2018.9
- 2018-15 빅데이터 기반의 사이버위험 측정 방법 및 사이버사고 예측모형 연구 / 이진무 2018.9
- 2018-16 빅데이터 분석에 의한 요율산정 방법 비교: 실손의료보험 적용 사례 / 이항석 2018.9
- 2018-17 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토 / 백영화·손민숙 2018.10
- 2018-18 보험회사 해외채권투자와 환헤지 / 황인창·임준환·채원영 2018.10
- 2018-19 베트남 생명보험산업의 현황 및 시사점 / 조용운·김동겸 2018.10
- 2018-20 여성 관련 연금정책 평가와 개선 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2018.10
- 2018-21 디지털 경제 활성화를 위한 사이버보험 역할제고 방안 / 임준·이상우·이소양 2018.11
- 2018-22 인구 고령화와 일본 보험산업 변화 / 윤성훈·김석영·한성원·손민숙 2018.11
- 2018-23 퇴직연금 디폴트 옵션 도입 방안 및 부채연계투자전략에 관한 연구 / 성주호 2018.11
- 2018-24 보험 산업의 블록체인 활용: 점검 및 대응 / 김현수·권혁준 2018.11
- 2018-25 생명보험산업의 금리위험 평가: 보험부채 중심으로 / 임준환·최장훈·한성원 2018.11
- 2018-26 보험회사의 장수위험에 관한 연구 / 김세중·김유미 2018.11
- 2018-27 보험산업 전망과 과제: 2019년 및 중장기 / 동향분석실 2018.11
- 2018-28 보험산업 중장기 전망 / 전용식·김유미·최예린 2018.12
- 2018-29 빅데이터 활용 현황과 개선 방안 / 최창희·홍민지 2018.12
- 2018-30 판매채널 변화가 보험산업에 미치는 영향 / 정원석·김석영·박정희 2018.12
- 2018-31 Solvency II 시행 전후 유럽보험시장과 시사점 / 김해식 2018.12
- 2018-32 보험회사 대출채권 운용의 특징과 시사점 / 조영현·황인창·이혜은 2018.12
- 2019-1 보험회사의 시스템리스크에 대한 고찰 / 김범 2019.1

■ 연구보고서(구)

- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목·장동식·김동겸 2008.1
- 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.6
- 2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식·이경희·김동겸 2008.3
- 2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안 / 안철경·권오경 2009.1
- 2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.2
- 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원·이혜은 2009.3
- 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식·이창우·김동겸 2009.3
- 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출 방법 연구 / 기승도·김대환 2009.8
- 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도·김대환·김혜란 2010.1
- 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원·이혜은 2010.4
- 2010-2 생명보험상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태·이경희 2010.5
- 2010-3 보험회사 자산관리서비스 사업모형 검토 / 진 익·김동겸 2010.7

■ 정책보고서(구)

- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
- 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호·최 원 2008.3
- 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·이태열·신중협·황진태·유진아·김세환·이정환·박정희·김세중·최이섭 2008.11
- 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진 익·이민환·유경원·최영목·최형선·최 원·이경아·이혜은 2009.2
- 2009-2 퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
- 2009-3 보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수·김경환·이종욱 2009.3
- 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·황진태·변혜원·이경희·이정환·박정희·김세중·최이섭 2009.12
- 2009-5 금융상품 판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경·변혜원·권오경 2010.1
- 2010-1 보험회사가기 영향요인과 방지방안 / 송윤아 2010.3
- 2010-2 2011년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·김대환·이경희·이정환·최 원·김세중·최이섭 2010.12
- 2011-1 금융소비자 보호 체계 개선방안 / 오영수·안철경·변혜원·최영목·

- 최형선·김경환·이상우·박정희·김미화 2010.4
- 2011-2 일반공제사업 규제의 합리화 방안 / 오영수·김경환·박정희 2011.7
- 2011-3 퇴직연금 적립금의 연금전환 유도방안 / 이경희 2011.5
- 2011-4 저출산·고령화와 금융의 역할 / 윤성훈·류건식·오영수·조용운·진익·유진아·변혜원 2011.7
- 2011-5 소비자 보호를 위한 보험유통채널 개선방안 / 안철경·이경희 2011.11
- 2011-6 2012년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·황진태·이정환·최원·김세중·오병국 2011.12
- 2012-1 인적사고 보험금의 지급방식 다양화 방안 / 조재린·이기형·정인영 2012.8
- 2012-2 보험산업 진입 및 퇴출에 관한 연구 / 이기형·변혜원·정인영 2012.10
- 2012-3 금융위기 이후 보험규제 변화 및 시사점 / 임준환·유진아·이경아 2012.11
- 2012-4 소비자중심의 변액연금보험 개선방안 연구: 공시 및 상품설계 개선을 중심으로 / 이기형·임준환·김해식·이경희·조영현·정인영 2012.12
- 2013-1 생명보험의 자살면책기간이 자살에 미치는 영향 / 이창우·윤상호 2013.1
- 2013-2 퇴직연금 지배구조체계 개선방안 / 류건식·김대환·이상우 2013.1
- 2013-3 2013년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·이정환·최원·김세중·채원영 2013.2
- 2013-4 사회안전망 체제 개편과 보험산업 역할 / 진익·오병국·이성은 2013.3
- 2013-5 보험지주회사 감독체계 개선방안 연구 / 이승준·김해식·조재린 2013.5
- 2013-6 2014년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·최원·김세중·채원영 2013.12
- 2014-1 보험시장 경쟁정책 투명성 제고방안 / 이승준·강민규·이해랑 2014.3
- 2014-2 국내 보험회사 지급여력규제 평가 및 개선방안 / 조재린·김해식·김석영 2014.3
- 2014-3 공·사 사회안전망의 효율적인 역할 제고 방안 / 이태열·강성호·김유미 2014.4
- 2014-4 2015년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진역·최원·채원영·이아름·이해랑 2014.11
- 2014-5 의료보장체계 합리화를 위한 공·사건강보험 협력방안 / 조용운·김경환·김미화 2014.12
- 2015-1 보험회사 재무건전성 규제 - IFRS와 RBC 연계방안 / 김해식·조재린·이경아 2015.2
- 2015-2 2016년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진역·최원·채원영·이아름·이해랑 2015.11
- 2016-1 정년연장의 노후소득 개선 효과와 개인연금의 정책방향 / 강성호·

- 정봉은·김유미 2016.2
 2016-2 국민건강보험 보장률 인상 정책 평가: DSGE 접근법 / 임태준·이정택·김혜란 2016.11
 2016-3 2017년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2016.12

■ 경영보고서(구)

- 2009-1 기업휴지보험 활성화 방안 연구 / 이기형·한상용 2009.3
 2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진 익 2009.3
 2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진 익·유시용·이경아 2009.3
 2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목·최 원 2009.6
 2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경·권오경 2010.2
 2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수·김경환 2010.2
 2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식·이창우·이상우 2010.3
 2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실·정책연구실·동향분석실 2010.6
 2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실·재무연구실 2010.6
 2010-5 변액보험 보증리스크관리연구 / 권용재·장동식·서성민 2010.4
 2010-6 RBC 내부모형 도입 방안 / 김해식·최영목·김소연·장동식·서성민 2010.10
 2010-7 금융보증보험 가격결정모형 / 최영수 2010.7
 2011-1 보험회사의 비대면채널 활용방안 / 안철경·변혜원·서성민 2011.1
 2011-2 보증보험의 특성과 리스크 평가 / 최영목·김소연·김동겸 2011.2
 2011-3 충성도를 고려한 자동차보험 마케팅전략 연구 / 기승도·황진태 2011.3
 2011-4 보험회사의 상조서비스 기여방안 / 황진태·기승도·권오경 2011.5
 2011-5 사기성클레임에 대한 최적조사방안 / 송윤아·정인영 2011.6
 2011-6 민영의료보험의 보험리스크관리방안 / 조용운·황진태·김미화 2011.8
 2011-7 보험회사의 개인형 퇴직연금 운영방안 / 류건식·김대환·이상우 2011.9
 2011-8 퇴직연금시장의 환경변화에 따른 확정기여형 퇴직연금 운영방안 / 김대환·류건식·이상우 2011.10
 2012-1 국내 생명보험회사의 기업공개 평가와 시사점 / 조영현·전용식·이혜은 2012.7
 2012-2 보험산업 비전 2020 : @ sure 4.0 / 진 익·김동겸·김혜란 2012.7
 2012-3 현금흐름방식 보험료 산출의 시행과 과제 / 김해식·김석영·김세영·이혜은 2012.9
 2012-4 보험회사의 장수리스크 발생원인과 관리방안 / 김대환·류건식·

- 김동겸 2012.9
- 2012-5 은퇴가구의 경제형태 분석 / 유경원 2012.9
- 2012-6 보험회사의 날씨리스크 인수 활성화 방안: 지수형 날씨보험을 중심으로 / 조재린·황진태·권용재·채원영 2012.10
- 2013-1 자동차보험시장의 가격경쟁이 손해율에 미치는 영향과 시사점 / 전용식·채원영 2013.3
- 2013-2 중국 자동차보험 시장점유율 확대방안 연구 / 기승도·조용운·이소양 2013.5
- 2016-1 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 / 임준환·정봉은·황인창·이혜은·김혜란·정승연 2016.4
- 2016-2 금융보증보험 잠재 시장 연구: 지방자치단체 자금조달 시장을 중심으로 / 최창희·황인창·이경아 2016.5
- 2016-3 퇴직연금시장 환경변화와 보험회사 대응방안 / 류건식·강성호·김동겸 2016.5

■ 조사보고서

- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문·김진역·지재원·박정희·김세중 2008.2
- 2008-2 노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
- 2008-3 2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경·기승도·이상우 2008.4
- 2008-4 주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
- 2009-1 2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경·이상우·권오경 2009.3
- 2009-2 Solvency II의 리스크 평가모형 및 측정 방법 연구 / 장동식 2009.3
- 2009-3 이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면·이정환·최이섭·정중영·최태영 2009.3
- 2009-4 미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
- 2009-5 헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진 익·김상수·김종훈·변귀영·유시용 2009.3
- 2009-6 복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환·전선애·최 원 2009.4
- 2009-7 보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교·오영수·김영진 2009.4
- 2009-8 구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환·이민환·윤건용·최 원 2009.7
- 2009-9 보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운·김세환·김세중 2009.7
- 2009-10 생명보험계약의 효력상실·해약분석 / 류건식·장동식 2009.8
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신종협·최형선·최 원 2010.3
- 2010-2 금융산업의 영업행위 규제 개선방안 / 서대교·김미화 2010.3

- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우·이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원·박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송운아 2010.5
- 2010-6 보험산업 내 공정거래규제 조화방안 / 이승준·이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진료수가 차등적용 개선방안 / 조용운·서대교·김미화 2010.4
- 2010-8 보험회사의 금리위험 대응전략 / 진 익·김해식·유진아·김동겸 2011.1
- 2010-9 퇴직연금 규제체계 및 정책방향 / 류건식·이창우·이상우 2010.7
- 2011-1 생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석 / 안철경·황진태·서성민 2011.6
- 2011-2 2011년 보험소비자 설문조사 / 김대환·최 원 2011.5
- 2011-3 보험회사 녹색금융 참여방안 / 진 익·김해식·김혜란 2011.7
- 2011-4 의료시장 변화에 따른 민영실손의료보험의 대응 / 이창우·이기형 2011.8
- 2011-5 아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구 / 조용운·변혜원·이승준·김경환·오병국 2011.11
- 2012-1 2012년 보험소비자 설문조사 / 황진태·전용식·윤상호·기승도·이상우·최 원 2012.6
- 2012-2 일본의 퇴직연금제도 운영체제 특징과 시사점 / 이상우·오병국 2012.12
- 2012-3 솔벤시 II의 보고 및 공시 체계와 시사점 / 장동식·김경환 2012.12
- 2013-1 2013년 보험소비자 설문조사 / 전용식·황진태·변혜원·정원석·박선영·이상우·최 원 2013.8
- 2013-2 건강보험 진료비 전망 및 활용방안 / 조용운·황진태·조재린 2013.9
- 2013-3 소비자 신뢰 제고와 보험상품 정보공시 개선방안 / 김해식·변혜원·황진태 2013.12
- 2013-4 보험회사의 사회적 책임 이행에 관한 연구 / 변혜원·조영현 2013.12
- 2014-1 주택연금 연계 간병보험제도 도입 방안 / 박선영·권오경 2014.3
- 2014-2 소득수준을 고려한 개인연금 세제 효율화방안: 보험료 납입단계의 세제방식 중심으로 / 정원석·강성호·이상우 2014.4
- 2014-3 보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위 규제 등을 중심으로 / 한기정·최준규 2014.4
- 2014-4 보험산업 환경변화와 판매채널 전략 연구 / 황진태·박선영·권오경 2014.4
- 2014-5 거시경제 환경변화의 보험산업 파급효과 분석 / 전성주·전용식 2014.5
- 2014-6 국내경제의 일보식 장기부진 가능성 검토 / 전용식·윤성훈·채원영 2014.5
- 2014-7 건강생활관리서비스 사업모형 연구 / 조용운·오승연·김미화 2014.7
- 2014-8 보험개인정보 보호법제 개선방안 / 김경환·강민규·이해랑 2014.8
- 2014-9 2014년 보험소비자 설문조사 / 전용식·변혜원·정원석·박선영·오승연·이상우·최 원 2014.8

- 2014-10 보험회사 수익구조 진단 및 개선방안 / 김석영·김세중·김혜란 2014.11
- 2014-11 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언 / 전용식·조영현·채원영 2014.12
- 2015-1 보험민원 해결 프로세스 선진화 방안 / 박선영·권오경 2015.1
- 2015-2 재무건전성 규제 강화와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·조재린·김혜란 2015.2
- 2015-3 국내 배상책임보험 시장 성장 저해 요인 분석 - 대인사고 손해배상액 산정 기준을 중심으로 - / 최창희·정인영 2015.3
- 2015-4 보험산업 신뢰도 제고 방안 / 이태열·황진태·이선주 2015.3
- 2015-5 2015년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2015.8
- 2015-6 인구 및 가구구조 변화가 보험 수요에 미치는 영향 / 오승연·김유미 2015.8
- 2016-1 경영환경 변화와 주요 해외 보험회사의 대응 전략 / 전용식·조영현 2016.2
- 2016-2 시스템리스크를 고려한 복합금융그룹 감독방안 / 이승준·민세진 2016.3
- 2016-3 저성장 시대 보험회사의 비용관리 / 김해식·김세중·김현경 2016.4
- 2016-4 자동차보험 해외사업 경영성과 분석과 시사점 / 전용식·송윤아·채원영 2016.4
- 2016-5 금융·보험세제연구: 집합투자기구, 보험 그리고 연금세제를 중심으로 / 정원석·임 준·김유미 2016.5
- 2016-6 가용자본 산출 방식에 따른 국내 보험회사 지급여력 비교 / 조재린·황인창·이경아 2016.5
- 2016-7 해외 사례를 통해 본 중·소형 보험회사의 생존전략 / 이태열·김해식·김현경 2016.5
- 2016-8 생명보험회사의 연금상품 다양화 방안: 종신소득 보장기능을 중심으로 / 김세중·김혜란 2016.6
- 2016-9 2016년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2016.8
- 2016-10 자율주행자동차 보험제도 연구 / 이기형·김혜란 2016.9
- 2019-1 자동차보험 잔여시장제도 개선 방향 연구 / 기승도·홍민지 2019.5

■ 조사자료집

- 2014-1 보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화 / 최 원·김세중 2014.6
- 2014-2 주요국 내부자본적정성 평가 및 관리 제도 연구 - Own Risk and Solvency Assessment - / 장동식·이정환 2014.8
- 2015-1 고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례 / 강성호·정원석·김동겸 2015.1
- 2015-2 경증치매자 보호를 위한 보험회사의 치매신탁 도입방안 / 정봉은·이선주 2015.2

- 2015-3 소비자 금융이해력 강화 방안: 보험 및 연금 / 변혜원·이해량 2015.4
 2015-4 글로벌 금융위기 이후 세계경제의 구조적 변화 / 박대근·박춘원·이향용 2015.5
 2015-5 노후소득보장을 위한 주택연금 활성화 방안 / 전성주·박선영·김유미 2015.5
 2015-6 고령화에 대응한 생애자산관리 서비스 활성화 방안 / 정원석·김미화 2015.5
 2015-7 일반 손해보험 요율제도 개선방안 연구 / 김석영·김혜란 2015.12
 2018-1 변액연금 최저보증 및 사업비 부과 현황 조사 / 김세환 2018.2
 2018-2 리콜 리스크관리와 보험의 역할 / 김세환 2018.12
 2018-3 주요국 혼합형 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이상우 2018.12

■ 연차보고서

- 제 1 호 2008년 연차보고서 / 보험연구원 2009.4
 제 2 호 2009년 연차보고서 / 보험연구원 2010.3
 제 3 호 2010년 연차보고서 / 보험연구원 2011.3
 제 4 호 2011년 연차보고서 / 보험연구원 2012.3
 제 5 호 2012년 연차보고서 / 보험연구원 2013.3
 제 6 호 2013년 연차보고서 / 보험연구원 2013.12
 제 7 호 2014년 연차보고서 / 보험연구원 2014.12
 제 8 호 2015년 연차보고서 / 보험연구원 2015.12
 제 9 호 2016년 연차보고서 / 보험연구원 2017.1
 제 10 호 2017년 연차보고서 / 보험연구원 2018.1
 제 11 호 2018년 연차보고서 / 보험연구원 2019.1

■ 영문발간물

- 제 7 호 Korean Insurance Industry 2008 / KIRI, 2008.9
 제 8 호 Korean Insurance Industry 2009 / KIRI, 2009.9
 제 9 호 Korean Insurance Industry 2010 / KIRI, 2010.8
 제10호 Korean Insurance Industry 2011 / KIRI, 2011.10
 제11호 Korean Insurance Industry 2012 / KIRI, 2012.11
 제12호 Korean Insurance Industry 2013 / KIRI, 2013.12
 제13호 Korean Insurance Industry 2014 / KIRI, 2014.8
 제14호 Korean Insurance Industry 2015 / KIRI, 2015.8
 제15호 Korean Insurance Industry 2016 / KIRI, 2016.8

제16호	Korean Insurance Industry 2017 / KIRI, 2017.8
제17호	Korean Insurance Industry 2018 / KIRI, 2018.8
제18호	Korean Insurance Industry 2019 / KIRI, 2019.8
제 7 호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2013 / KIRI, 2014.2
제 8 호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2013 / KIRI, 2014.5
제 9 호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2014 / KIRI, 2014.8
제10호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2014 / KIRI, 2014.10
제11호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2014 / KIRI, 2015.2
제12호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2014 / KIRI, 2015.4
제13호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2015 / KIRI, 2015.8
제14호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2015 / KIRI, 2015.11
제15호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2015 / KIRI, 2016.2
제16호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2015/ KIRI, 2016.6
제17호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2016/ KIRI, 2016.9
제18호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2016/ KIRI, 2016.12
제19호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2016/ KIRI, 2017.2
제20호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2016/ KIRI, 2017.5
제21호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2017/ KIRI, 2017.9
제22호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2017/ KIRI, 2017.11
제23호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2017/ KIRI, 2018.2
제24호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2017/ KIRI, 2018.5
제25호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2018/ KIRI, 2018.8
제26호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2018/ KIRI, 2018.12
제27호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2018/ KIRI, 2019.2
제28호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2018/ KIRI, 2019.4

■ CEO Report

2008-1	자동차보험 물적담보 손해를 관리 방안 / 기승도 2008.6
2008-2	보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
2008-3	FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
2008-4	퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식·서성민 2008.12
2009-1	FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
2009-2	퇴직연금 예금보험요율 적용의 타당성 검토 / 류건식·김동겸 2009.3

- 2009-3 퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식·이상우 2009.6
- 2009-4 퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식·이상우 2009.10
- 2010-1 복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환·이상우·김혜란 2010.4
- 2010-2 FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6
- 2010-3 보험소비자 보호의 경영전략적 접근 / 오영수 2010.7
- 2010-4 장기손해보험 보험회사기 방지를 위한 보험금 지급심사제도 개선 / 김대환·이기형 2010.9
- 2010-5 퇴직금 중간정산의 문제점과 개선과제 / 류건식·이상우 2010.9
- 2010-6 우리나라 신용카드시장의 특징 및 개선논의 / 최형선 2010.11
- 2011-1 G20 정상회의의 금융규제 논의 내용 및 보험산업에 대한 시사점 / 김동겸 2011.2
- 2011-2 영국의 공동계정 운영체계 / 최형선·김동겸 2011.3
- 2011-3 FY2011 수입보험료 전망 / 동향분석실 2011.7
- 2011-4 근퇴법 개정에 따른 퇴직연금 운영방안과 과제 / 김대환·류건식 2011.8
- 2012-1 FY2012 수입보험료 전망 / 동향분석실 2012.8
- 2012-2 건강생활서비스법 제정(안)에 대한 검토 / 조용운·이상우 2012.11
- 2012-3 보험연구원 명사초청 보험발전 간담회 토론 내용 / 윤성훈·전용식·전성주·채원영 2012.12
- 2012-4 새정부의 보험산업 정책(I): 정책공약집을 중심으로 / 이기형·정인영 2012.12
- 2013-1 새정부의 보험산업 정책(II): 국민건강보험 본인부담경감제 정책에 대한 평가 / 김대환·이상우 2013.1
- 2013-2 새정부의 보험산업 정책(III): 제18대 대통령직인수위원회 제안 국정과제를 중심으로 / 이승준 2013.3
- 2013-3 FY2013 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2013.7
- 2013-4 유럽 복합금융그룹의 보험회사업 매각 원인과 시사점 / 전용식·윤성훈 2013.7
- 2014-1 2014년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2014.6
- 2014-2 인구구조 변화가 보험계약규모에 미치는 영향 분석 / 김석영·김세중 2014.6
- 2014-3 『보험 혁신 및 건전화 방안』의 주요 내용과 시사점 / 이태열·조재린·황진태·송운아 2014.7
- 2014-4 아베노믹스 평가와 시사점 / 임준환·황인창·이혜은 2014.10
- 2015-1 연말정산 논란을 통해 본 소득세제 개선 방향 / 강성호·류건식·정원석 2015.2
- 2015-2 2015년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2015.6
- 2015-3 보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향 / 김석영 2015.10

- 2016-1 금융규제 운영규정 제정 의미와 시사점 / 김석영 2016.1
 2016-3 2016년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2016.7
 2016-4 EU Solvency II 경과조치의 의미와 시사점 / 황인창·조재린 2016.7
 2016-5 비급여 진료비 관련 최근 논의 동향과 시사점 / 정성희·이태열 2016.9
 2017-1 보험부채 시가평가와 보험산업의 과제 / 김해식 2017.2
 2017-2 2017년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2017.7
 2017-3 1인 1 퇴직연금시대의 보험회사 IRP 전략 / 류건식·이태열 2017.7
 2018-1 2018년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2018.7
 2018-2 북한 보험산업의 이해와 대응 / 안철경·정인영 2018.7
 2019-1 기후변화 위험과 보험회사의 대응 방안 / 이승준 2019.4
 2019-2 2019년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2019.7
 2019-3 보험생태계 강화를 위한 과제 / 김동겸·정인영 2019.8

■ Insurance Business Report

- 26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식·김동겸 2008.2
 27호 보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
 28호 일본 금융상품 판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
 29호 보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6
 30호 교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경·권오경 2008.7
 31호 퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식·김동겸 2008.7
 32호 보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진익 2008.7
 33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희·서성민 2008.9

■ 간행물

- 보험동향 / 연 4회
- 보험금융연구 / 연 4회

※ 2008년 이전 발간물은 보험연구원 홈페이지(<http://www.kiri.or.kr>)에서 확인하시기 바랍니다.

『 도서회원 가입안내 』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY 	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY 	<ul style="list-style-type: none"> - 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY
	- 영문연차보고서	-	-

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02) 3775 - 9080 팩스 : (02) 3775 - 9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401 - 01 - 125198)

예금주 : 보험연구원

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

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

저 자 약 력

이 승 준

University of California, Davis 경제학 박사
보험연구원 연구위원
(E-mail : sjlee@kiri.or.kr)

정 인 영

연세대학교 경제학 석사
보험연구원 연구위원
(E-mail : essence4u@kiri.or.kr)

연구보고서 2019-2

인도 보험시장 현황 및 진출 전략

발행일 2019년 8월

발행인 안 철 경

발행처 **보 험 연 구 원**

서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38

화재보험협회빌딩

대표전화 : (02) 3775-9000

조판및
인 쇄 고려씨엔피

ISBN 979-11-89741-12-9

979-11-85691-50-3 (세트)

정가 10,000원