



김동겸 연구위원, 정인영 연구원

요약

- 최근 10년 동안 고령층의 보험가입은 크게 늘어난 반면, 중년층(30·40대)의 신규 유입은 감소함
 - 중년층의 보험상품 가입 감소는 보험회사의 계약 구성에 변화를 가져오고 있음
 - 보험가입자 평균연령은 개인형 생명보험의 경우 '10년 38.3세에서 '19년 46.0세로, 장기손해보험의 경우 38.0세에서 43.7세로 증가함
- 세대별 보험가입률은 보험상품별로 차이를 보이고 있는데, 건강보장 수요는 확대되었으나 사망이나 노후소득 보장상품에 대한 수요는 줄어들음
- 이러한 변화는 인구구조와 사회환경 변화와 더불어 보험회사의 가입연령 확대, 신상품 출시, 상품경쟁력 제고 측면에서 그 원인을 찾아볼 수 있음
 - 30대의 보험가입 감소와 고령층의 보험가입 증가는 일차적으로는 대상 인구 증감에서 비롯함
 - 사망률 감소, 비혼, 저출생 등은 30·40대의 사망보장 수요 감소로 이어지고 있으며, 건강한 노후생활에 대한 관심 증가와 가구구조 변화로 건강보험과 간병보험에 대한 수요는 증가하고 있음
 - 보험회사는 건강보장에 대한 소비자 수요에 대응하여 가입연령을 확대하거나 새로운 상품을 공급함
 - 저금리 장기화로 저축성보험의 상품경쟁력이 약화되고 있는 가운데, 최근에는 가계금융자산이 수익률 측면에서 유리한 주식으로 이동하는 자산균형재조정이 발생하고 있음
- 초고령사회에서 보험산업이 지속가능한 성장을 달성하기 위해서는 고령층의 보험수요를 흡수함과 동시에, 청년층의 보험가입에 대한 관심을 지속적으로 유도할 필요가 있음
 - 간병보험, 건강보험에 대한 수요는 지속될 것으로 전망됨에 따라 보다 체계적인 상품 개발 및 공급이 이루어질 필요가 있으며, 자산축적 수요에 대응하기 위해서는 타 금융업권과의 경쟁을 고려해 수익률 개선방안이나 차별화된 서비스전략 마련이 요구됨
 - 고객접점 확보 측면에서 볼 때, 현재와 같은 설계사 채널을 통한 대면영업은 청년층과의 접점 마련에 한계가 있기 때문에 이들 계층을 흡수할 수 있는 채널·상품 전략 마련이 요구됨
 - 또한 기존의 전통적 가족구조나 사회규범을 중심으로 한 보험마케팅 방식에서 벗어나 개인의 활동영역이나 중요한 생애사건을 기반으로 보험상품을 공급할 필요가 있음
 - 아울러 지속적인 고객관리를 통해 고객이탈을 최소화하는 전략도 병행될 필요가 있음



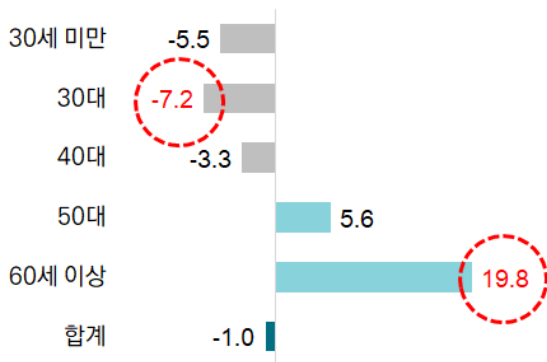
1. 연령대별 보험가입 변화

○ 최근 고령층의 보험가입은 크게 늘어난 반면, 중년층(30·40대)의 신규 유입은 낮은 상황임¹⁾

- 10년 동안('10~'19년) 개인형 생명보험상품의 연령대별 연평균 신계약건수 증가율은 60세 이상(19.8%), 50대(5.6%), 40대(-3.3%), 30세 미만(-5.5%), 30대(-7.2%) 순임
 - 주력 보험소비층인 중년층(30·40대)의 신규가입이 줄어들면서, 산업 전체적으로 역성장을 기록함
- 동 기간 장기손해보험상품의 연령대별 연평균 신계약건수 증가율은 60세 이상(20.9%), 50대(9.9%), 30세 미만(2.6%), 40대(2.5%), 30대(0.5%) 순임

〈그림 1〉 개인형 생명보험 연령대별 신계약 증가율

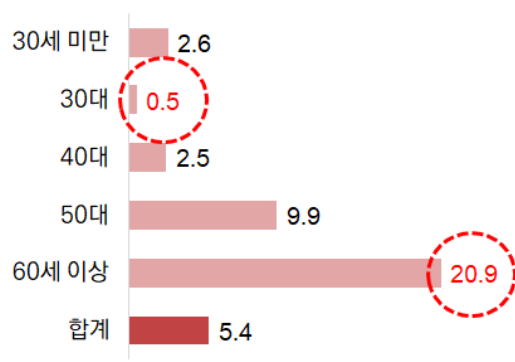
(단위: %)



주: '10~'19년 동안 신계약건수의 연평균 증가율임
자료: 보험개발원, 『생명보험통계자료집』 각 연호

〈그림 2〉 장기손해보험 연령대별 신계약 증가율

(단위: %)



주: '10~'19년 동안 신계약건수의 연평균 증가율임
자료: 보험개발원, 『장기손해보험통계자료집』 각 연호

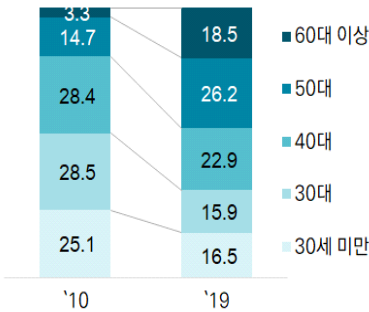
○ 고령층의 보험가입 증가와 중년층(30·40대)의 보험가입 감소로 보험회사의 신계약 연령분포가 변화함

- 개인형 생명보험 신계약 중 30대가 차지하는 비중은 '19년 기준 15.9%로 '10년 대비 12.6%p 감소한 반면, 60대 이상 고령층 비중은 18.5%로 '10년 대비 15.2%p 증가함(〈그림 3〉 참조)
 - '19년 개인형 생명보험 보유계약 기준 연령별 비중은 50대(31.0%), 40대(27.6%), 60세 이상(23.1%), 30대(16.8%), 30세 미만(1.6%)임
- 장기손해보험 계약 중 30대가 차지하는 비중은 '19년 기준 15.4%로 '10년 대비 8.1%p 감소한 반면, 60대 이상 고령층 비중은 17.1%로 '10년 대비 12.2%p 증가함(〈그림 4〉 참조)
- 보험가입자 평균연령은 개인형 생명보험의 경우 '10년 38.3세에서 '19년 46.0세로, 장기손해보험의 경우 38.0세에서 43.7세로 증가함(〈그림 5〉 참조)

1) 본고에서는 개인형 보험상품의 변화 추이 및 특성을 분석함. 개인형 생명보험상품에는 연금, 중신보험, 정기보험, 상해보험, 질병보험, 암보험, 변액보험이 포함되며, 장기손해보험에는 상해보험, 운전자보험, 어린이보험 건강보험, 재물보험, 연금, 장기간병보험 등이 포함됨

〈그림 3〉 생명보험 신계약 연령분포

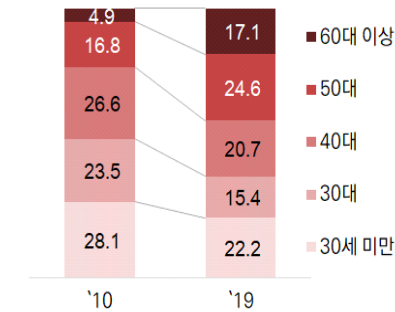
(단위: %)



주: 개인형 생명보험 신계약건수 기준임
자료: 보험개발원, 『생명보험통계자료집』

〈그림 4〉 장기손해보험 신계약 연령분포

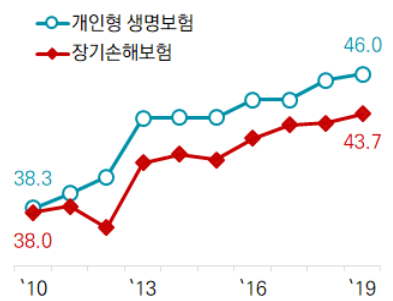
(단위: %)



주: 장기손해보험 신계약건수 기준임
자료: 보험개발원, 『장기손해보험통계자료집』

〈그림 5〉 보험가입자 평균연령

(단위: 세)



주: 신계약 중위연령을 기준으로 산출함
자료: 보험개발원, 『통계자료집』

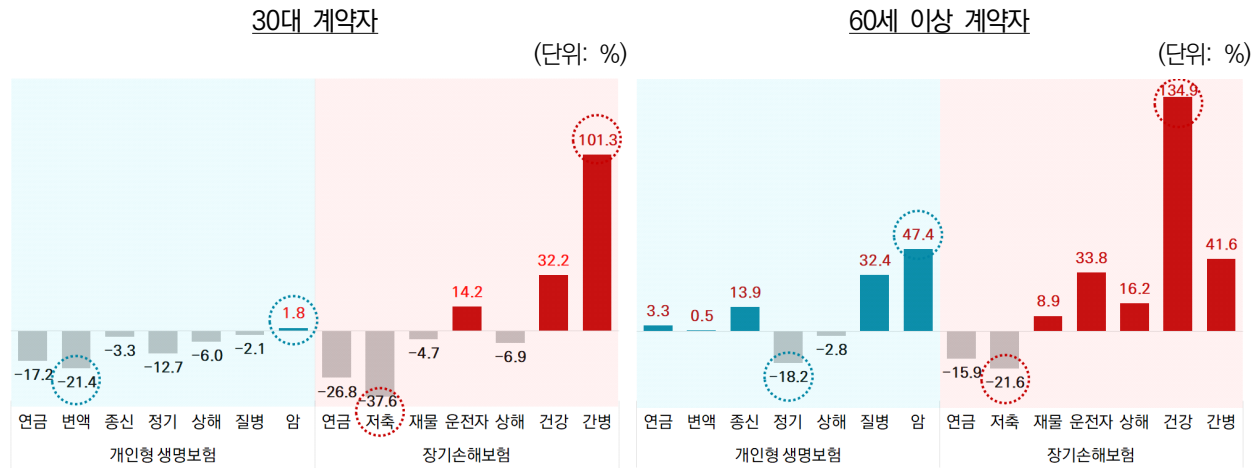
2. 보험상품 가입 특성

- 지난 10년 동안 세대별 보험가입은 보험상품 및 업권별로 차이를 보임
- 개인형 생명보험과 장기손해보험시장에서 소득이나 사망을 보장하는 상품 가입이 줄어들고 있음(〈그림 6〉 참조)
 - 30대의 연금보험, 변액보험, 저축성보험, 종신보험, 정기보험 가입은 과거에 비해 크게 줄어들음
 - 특히, 개인형 생명보험상품 중 연금보험, 변액보험, 정기보험상품에 대한 30대들의 저조한 신규유입이 개인형 생명보험시장의 마이너스 성장을 초래한 것으로 나타남
 - 장기손해보험시장에서 30대의 소득보장상품 가입은 과거 10년 전에 비해 현저히 줄어든 것으로 나타남
 - 60대의 경우 생명보험회사의 정기보험, 손해보험회사의 연금 및 저축성보험에서 마이너스 성장을 기록함
 - 생명보험과 손해보험업권 모두 소득보장상품의 성장률이 낮지만, 고연령층으로 한정할 경우 생명보험회사가 손해보험회사에 비해 경쟁력이 다소 높다고 할 수 있음
- 한편, 생명보험회사와 손해보험회사가 경합하고 있는 건강보장상품의 경우 산업 전체적으로는 성장세를 이어가고 있으나 업권별 성장률은 차이를 보임²⁾
 - 연령대에 관계없이 상해보험보다는 질병 및 건강보험상품에 대한 수요가 높게 나타남
 - 30·40대에서는 간병보험상품 성장률이 높고, 50·60대에서는 질병 및 건강보험상품 성장률이 더 높음
 - 상해·질병·간병보험시장에서는 생명보험보다는 손해보험회사 상품의 성장률이 상대적으로 높음

2) '03년 8월 보험업법 개정이후 제3보험(상해보험, 질병보험, 간병보험)상품은 생명보험회사와 손해보험회사의 겸영이 가능함

- 건강보험시장에 있어 생명보험회사는 손해보험회사에 비해 고령계약자 중심으로 성장을 기록 중임
 - 손해보험회사의 건강보장상품의 경우 30대 신규가입이 일정부분 유지되고 있으나, 생명보험회사의 건강보장상품의 경우 30대 신규가입은 정체 또는 하락하고 있음

〈그림 6〉 주요 보험상품의 연령대별 연평균 신계약건수 증가율



주: '10~'19년 동안 신계약건수의 연평균 증가율임
 자료: 보험개발원, 『생명보험통계자료집』 각 연호

주: '10~'19년 동안 신계약건수의 연평균 증가율임
 자료: 보험개발원, 『장기손해보험통계자료집』 각 연호

3. 보험상품 가입 변화 원인

가. 수요 측면 요인: 인구구조·사회환경 변화

○ 30대의 보험가입 감소와 고령층의 보험가입 증가는 기본적으로 보험가입 대상인구 변화에 기인함

- '20년 기준 30대 인구는 717만 명으로 '10년 대비 연평균 -1.4% 감소함
- 반면, 60세 이상 인구는 '20년 기준 1,197만 명으로 '10년 대비 연평균 4.7% 증가함

〈표 1〉 연령계층별 인구증가율

(단위: %, 천 명)

구분	19세 이하	20대	30대	40대	50대	60세 이상	총인구 수
'10년('00년 대비)	-1.9	-1.6	-0.3	2.1	4.4	3.8	49,554
'20년('10년 대비)	-2.5	0.1	-1.4	-0.4	2.4	4.7	51,836

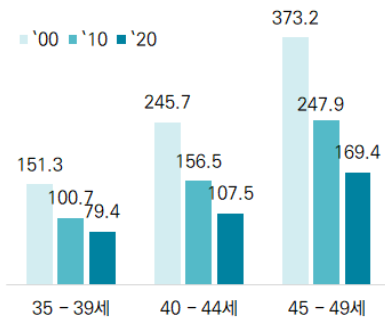
자료: 통계청 보도자료(2021. 12. 9), “장래인구추계: 2020~2070년”

○ 사망률 감소, 비혼, 저출생 등은 30·40대의 사망보장 수요 감소로 이어지고 있음

- 전 연령대에서 사망률이 낮아지면서 사망보장에 대한 필요성이 과거에 비해 줄어들음
 - 40~44세 인구 10만 명당 사망자 수는 '10년 156.5명에서 '20년 107.5명으로 31.3% 감소하였으며, 45~49세 인구 10만 명당 사망자 수는 '20년 기준 169.4명으로 '10년 대비 31.7% 감소함
- 비혼과 저출생 현상은 본인 사망으로 인한 유가족의 안정적 생활보장을 주목적으로 하는 종신보험과 정기보험 등 사망보험에 대한 수요를 감소시키고 있음
 - 30대 미혼자 비중은 '20년 기준 42.5%(30~34세 56.4%, 35~39세 30.7%)로, '10년 대비 13.3%p 증가함
 - 혼인 감소, 만혼 등의 영향으로 합계 출산율은 '20년 기준 0.84명으로 '18년 이후 1명 미만을 기록하고 있음
 - 특히, 경제적 요인, 돌봄 인프라 부족, 출산에 대한 가치관 변화 등으로 출산을 기피하는 경우가 늘어나면서,³⁾ 자녀가 없는 30~39세 기혼여성은 '10년 15.7%에서 '20년 비해 35.3%로 증가함

〈그림 7〉 연령대별 사망률

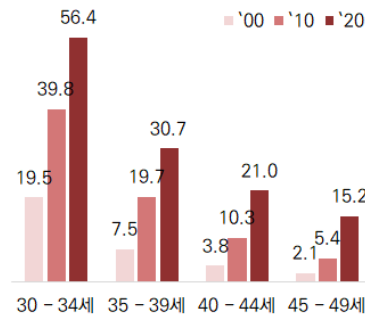
(단위: 10만 명당)



주: 해당연령 10만 명당 사망자 수임
자료: 통계청(2021), 『사망원인통계』

〈그림 8〉 연령대별 미혼자 비중

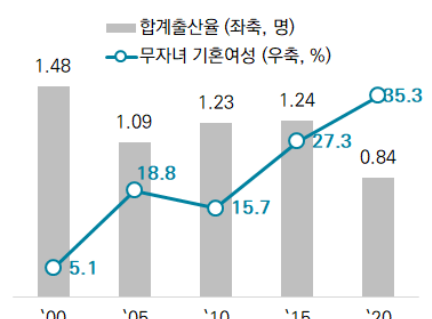
(단위: %)



주: 연령대별 인구 수임
자료: 통계청(2021), 『인구주택총조사 표본』

〈그림 9〉 합계출산율과 무자녀 비중

(단위: 명, %)



주: 무자녀 비중은 30~39세 기혼여성 기준임
자료: 통계청, 『출생사망통계』; 『인구주택총조사』

○ 반면, 건강한 노후생활에 대한 관심 증가와 가구구조 변화로 질병보험과 간병보험에 대한 수요가 증가함

- 고령인구 증가와 함께 생활 및 식습관 변화, 환경오염 증가 등으로 만성질환이 늘어나면서 사전예방을 위한 건강관리에 대한 관심이 증가함
 - 비만 유병률은 '10년 30.9%에서 '20년 38.3%로 증가하였고, 고혈압 유병률은 21.3%에서 22.9%로 증가함⁴⁾
- 여성의 사회진출 확대, 핵가족화, 출산율 저하 등으로 그동안 가족관계 속에서 행해졌던 노인돌봄방식의 유지가 어려워지면서 간병보험에 대한 수요가 늘어남
 - 65세 이상 노인 중 자녀와 동거하고 있는 경우는 '11년 27.3%에서 '21년 19.8%로 감소함⁵⁾
 - 노인 1인가구는 가구 내 돌봄제공 인력 부재가 발생할 수 있으며, 노인 부부가구의 경우 배우자가 돌봄을 제공하나 배우자 또한 신체노화로 인해 돌봄에 어려움이 존재할 수 있음

3) 김경수(2021), 「2020년 합계출산율 현황과 정책적 시사점」, 국회예산정책처

4) 질병관리청(2021), 『국민건강영양조사』

5) 보건복지부(2021), 『노인실태조사』

나. 공급 측면: 가입연령, 신상품, 상품경쟁력

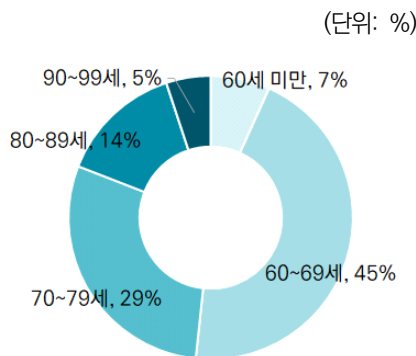
○ 보험회사는 건강보장에 대한 소비자 수요에 대응하여 가입연령을 확대하거나 신상품을 공급하고 있음

- 보험회사는 고령층의 건강보장 수요에 대응을 위해 가입연령 확대하거나 보장기간을 늘림
 - 2000년대 후반에 판매된 실버보험상품의 가입가능 연령은 최대 80세로 한정되어 있었으나,⁶⁾ 현재 판매되고 있는 생명보험 질병보험상품 중 80세 이상이 가입할 수 있는 상품은 전체 상품의 19.1%에 달함
 - 보장성 보험상품의 경우 연(年)만기 상품과 세(歲)만기 상품으로 구분이 되는데, 최근 110세 만기 상품도 등장함
- 간편심사보험('07년), 노후실손의료보험('14년), 유병자실손보험('18년) 등 신상품 개발을 통해 고령층의 위험보장 범위를 확대함
 - 유병력자 실손의료보험 보유계약건수는 생명보험회사와 손해보험회사 각각 '20년 기준 9만 6천 건, 42만 4천 건으로, '18년 대비 각각 2.7배, 2.1배 증가함

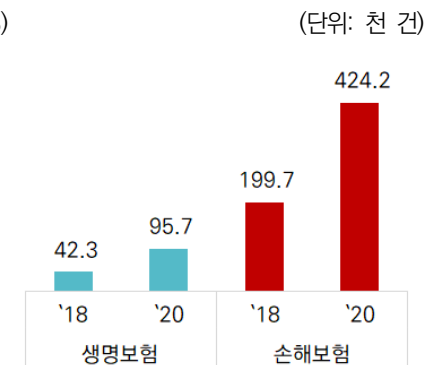
○ 저금리 장기화로 저축성보험의 상품경쟁력이 약화되고 있는 가운데, 최근에는 가계금융자산이 수익률 측면에서 유리한 주식시장으로 이동하는 자산균형재조정(Rebalancing)이 발생함

- 주식시장 호조로 인해 가계 투자자금이 은행예금, 저축성보험, 연금에서 주식으로 쏠리고 있음
 - '20년 금융자산 투자액 중 주식 비중은 38.2%로 '16~'19년 평균(9.8%) 대비 큰 폭으로 증가한 반면, 예금과 펀드·보험·연금 등의 비중은 각각 11.3%p, 17.1%p 하락함⁷⁾
- 저축성보험에 대한 비과세 혜택 축소('17년), 판매수수료제도 개선('13년) 등은 저축성보험 매출 감소로 이어짐⁸⁾

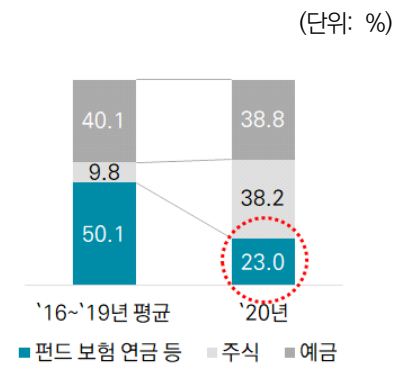
〈그림 10〉 질병보험 가입가능연령 분포 〈그림 11〉 유병력자 실손보험 계약추이 〈그림 12〉 가계금융자산 내 투자비중



주: 생명보험 최초계약 가입가능 연령임
자료: 생명보험협회 공시자료(2021. 12)



주: 보유계약건수 기준임
자료: 보험회사, 「업무보고서」



주: 주식은 증권사 CMA, 예탁금을 포함함
자료: 한국은행(2021)

6) 금융감독원 보도자료(2008. 8. 5), “실버보험 계약자 유의사항”

7) 한국은행 보도자료(2021. 3. 25), “금융안정 상황”

8) 금융위원회 보도자료(2019. 8. 2), “불합리한 보험 사업비와 모집수수료를 개편하여 소비자의 해약환급금을 높이고 보험료 인하를 유도하겠습니다”



4. 대응전략

- 보험산업이 지속가능한 성장을 달성하기 위해서는 확대되는 고령층의 보험수요를 흡수함과 동시에, 30·40대 및 그 이하 연령층의 니즈를 파악하고 보험가입에 대한 필요성 인식을 유도할 필요가 있음
 - 출산율이 낮아지면서 초고령사회로 접어드는 상황에서 고령층의 보장수요 충족을 통한 성장전략은 필수적임
 - 청년층의 보험가입 유도를 위해 획일화된 상품공급에서 벗어나, 이들이 원하는 바를 파악할 필요가 있음
 - 새로운 세대는 이전 세대들보다 정보 접근성이 높기 때문에 보험상품 구매결정 과정에서 각 보험회사들이 제공하는 상품들의 차별화된 특성이나 본인이 얻을 수 있는 혜택 및 서비스 등에 이전보다 민감하게 반응할 수 있음
- 보험회사는 사회·경제 환경변화 속에서 위험보장 공백을 채우기 위한 보다 적극적인 노력이 필요함
 - 인구 및 가구구조 변화를 감안해 볼 때 고령층 확대에 따른 간병보험, 건강보험에 대한 수요는 지속될 것으로 전망됨에 따라 보다 체계적인 상품 개발 및 공급이 이루어질 필요가 있음
 - 65세 이상 고령자 가구 비중은 계속 증가하여 2047년에는 전체가구의 절반(49.6%)에 이를 것으로 전망됨
 - 노후소득보장 시장에서 타 금융업권과의 경쟁을 고려할 때, 수익률 개선이나 차별화된 서비스전략 마련이 요구됨
- 전통적 가족구조나 사회규범을 중심으로 한 보험마케팅 방식에서 벗어나 개인의 활동영역이나 중요한 생애사건을 기반으로 보험상품을 공급할 필요가 있음
 - 사회규범 마케팅은 소비자에게 사회적으로 바람직하다고 인식되는 것이 무엇인지를 전달함으로써 행동을 변화하게 하는 것이나,⁹⁾ 사회환경 및 가치관 변화로 이 같은 방식은 보험상품 판매과정에서 주효하지 않을 수 있음
 - 보험회사는 개인의 활동영역이나 생애 주요 사건들에 집중하여 상품공급의 우선순위를 정할 필요가 있음¹⁰⁾
 - 이를 위해 고객행동과 관련한 데이터 수집·분석을 바탕으로 고객을 이해하고 이들이 원하는 경험을 제공해야 함
- 현재와 같은 설계사 채널 중심의 대면영업은 청년층과의 점점 마련에 한계가 존재해 이들 계층을 흡수할 수 있는 새로운 채널·상품 전략을 마련할 필요가 있음
 - 디지털 채널을 통한 단순하고 차별화된 상품 제공으로 청년층의 보험 접근성을 제고할 필요가 있으며, 이에 대한 성공을 기반으로 회사 전체의 사업모형 전환 기회를 모색해야 함
- 한편, 향후 인구감소에 따라 신계약 창출을 통한 회사의 성장이나 수익성 확보에 어려움이 뒤따를 것으로 예상됨에 따라 지속적인 고객관리를 통해 고객이탈을 최소화하는 전략도 병행될 필요가 있음

9) Paluck and Ball(2010), "Social Norms Marketing to Reduce Gender Based Violence," IRC Policy Briefcase

10) 보험가입에 영향을 미치는 생애주기 주요 사건으로는 출생, 교육, 취업, 결혼, 은퇴, 사망 등이 있음. Deloitte(2015)의 연구 결과, 자녀출산(43%), 주택 구입(35%), 재정상황 변동(33%), 결혼(28%), 지인사망(26%) 등이 개인의 보험상품 구매에 영향을 미친 것으로 조사됨