

## II. 보험산업의 환경변화와 향후 전망

### 1. 인구의 고령화

우리나라는 세계에서 고령화가 가장 빠르게 진전되고 있는 국가이다. 2000년에 전체 인구 중 65세 이상 인구 비중이 7.1%를 차지하면서 고령화 사회(aging society)에 진입하였다. 이러한 추세가 계속되면 2026년에는 전체 인구 중 65세 이상 인구 비중이 20%에 달하는 초고령사회(super-aged society)에 진입할 것으로 전망되고 있다(<표 II-1> 참조).

<표 II-1> 연령계층별 구성비 추이

(단위 : %)

연령	1970	1980	1990	2000	2005	2010	2020	2030	2050
0~14세	42.5	34.0	25.6	21.1	19.1	16.3	12.6	11.2	9.0
15~64세	54.4	62.2	69.3	71.7	71.8	72.8	71.7	64.7	53.7
65세+	3.1	3.8	5.1	7.2	9.1	10.9	15.7	24.1	37.3

자료 : 통계청, 『장래인구추계』, 2005. 1.

인구의 고령화는 당연히 고령자에 대한 부양비용 및 의료비 부담을 증가시키게 될 것이며, 우리나라와 같이 급속하게 고령화사회로 진행되는 경우 그 비용이 더 많이 소요될 것으로 예상된다. 생산가능인구의 노인 부양부담은 2005년 약 8명당 노인 1명에서 2050년 14명당 1명으로 증가될 전망이고, 15~64세 생산가능인구가 부양해야 할 유년부양비와 노인부양비의 합인 총부양비는 2005년 현재 39.3%에서 2016년 36.6%로 최저점에 도달한 후 2030년 54.7%, 2050년 86.1%로 계속 높아질 것으로 예측된다(<표 II-2> 참조).

<표 II-2> 부양비 및 노령화 지수 추이

(인구 백명당)

구분	1970	1980	1990	2000	2005	2010	2020	2030	2050
총 부양비	83.8	60.7	44.3	39.5	39.3	37.3	39.4	54.7	86.1
유년 부양비	78.2	54.6	36.9	29.4	26.7	22.3	17.6	17.4	16.7
노년 부양비	5.7	6.1	7.4	10.1	12.6	14.9	21.8	37.3	69.4
노령화지수	7.2	11.2	20.0	34.3	47.4	66.8	124.2	214.8	415.7

주 : 1) 유년부양비 = (0~14세인구)/(15~64세인구) ×100  
 2) 노년부양비 = (65세이상인구)/(15~64세인구)×100  
 3) 노령화지수 = (65세이상인구)/(0~14세인구) ×100  
 자료 : 통계청, 『장래인구추계』, 2005.1

더구나 우리나라는 선진국과 달리 1인당 국민소득이 2만 달러에 미치지 못한 단계에서 고령화 사회를 맞이함으로써 고령자들을 위한 노후 소득보장체계가 미흡한 실정이다. 따라서 소자녀화와 핵가족화, 여성들의 경제활동 참여 증가 등과 같은 가족 구조 및 기능의 변화로 노인 스스로가 자신의 부양을 책임져야 하는 상황에 이르렀다. 결국 고령화를 이용하여 보험산업이 지속적으로 확대·성장하기 위해서는 금융시장에서 차지하는 고령인구의 중요성을 인식하고 이들 계층을 보험시장으로 유도하기 위한 다양한 상품개발 및 노후대비 금융자산의 운용능력 향상 등에 주력해야 할 것이다.

## 2. 경제 및 금융의 글로벌화

개방화 시대의 특징 중 하나로 상품 및 기업의 국적이 불분명해지면 서 세계를 시장으로 지향하는 투자가 일반화되는 경제의 글로벌화 현상

이 급속히 진전되었다.

글로벌화는 세계 경제의 특정한 영역에서만 진행되고 있는 것이 아니라 자본의 재생산 과정 전체에 걸쳐서 진행되고 있으며, 동시에 생산, 유통, 판매, 소비에 걸친 전체 자본 순환 과정을 국제적으로 통제하고 조정하기 위한 다양한 기능들을 요구한다. 전 세계적으로 금융산업에 대한 규제완화, 신속한 자본이동, 시장의 글로벌화가 형성되면서 정보통신기술의 발달 등으로 국경을 초월하는 네트워크가 형성되고 금융업은 규모의 경제가 존재하는 산업으로 변화되었다. 선진국의 대형 금융기관은 국경을 초월한 M&A와 신규진입을 통해 글로벌 금융기업으로 발전하고 있으나, 이는 어느 한 특정국가의 금융위기가 다른 국가 및 지역시장으로 전파되는 위험을 증대 시키는 부정적인 영향을 끼칠 수도 있을 것이다.

우리나라의 경우 점진적으로 추진해오던 금융시장 개방이 1997년 금융위기 이후 급속도로 추진되었다. 그러나 금융시장 관련 규제완화는 외국 투자자에 대한 국내 시장개방을 중심으로 비교적 빠르게 추진된 반면, 국내기업 또는 국내 투자자의 해외 금융시장 이용 관련 규제는 상대적으로 느리게 추진되고 있다는 지적을 받고 있다.

<표 II-3> 금융권별 외국 금융기관

구분	1997	1999	2000	2003	2004.10
은행	4.2%	8.8%	10.2%	15.5%	21.8%
생외국사 보합작사	0.3%	0.9%	5.2%	10.8%	11.6%
	4.5%	4.3%	1.4%	6.9%	8.3%
손보	0.3%	0.4%	0.4%	0.9%	1.1%

주 : 금융업종별 시장점유율 기준임.

자료 : 금융감독원, 『금융통계월보』, 각 월호

그 결과 글로벌 금융기관의 국내시장에 대한 영향력이 이전과 비교할

수 없을 정도로 커지고 있다. 특히, 은행산업에서 외국계 은행이 차지하는 비중은 경제위기 발생이전인 1997년의 4.2%에 불과했으나, 1999년 3월 현재 8.8%, 2000년 3월 현재 10.2%로 확대되었으며, 2004년 10월 현재로는 21.8%로 나타나서 지속적으로 증가하고 있다. 보험산업도 예외가 아니어서 1990년대 이후 본격적으로 진출한 외국보험회사의 시장점유율이 1999년 3월 5.6%에서 2000년 3월에는 7.0%로 확대되었으며, 2004년 10월 현재로는 21.0%에 이르렀다.

향후에는 글로벌 금융시장에서의 경쟁력을 높이기 위하여 선도적인 보험회사를 중심으로 대형화 추세가 강화될 것이다. 성장이 정체된 성숙시장을 극복하기 위해서는 선도 보험회사를 중심으로 일정 규모 이상의 대형화를 추진하여 해외 영업망을 구축하고 글로벌 경쟁력을 강화하는 것이 시급하다.

한편, 매수·합병 등에 의한 대형화는 풍부한 고객 DB 확보, 확충된 고객 DB를 이용한 다양한 상품 개발, 전산비용의 감소 등 규모의 경제 효과를 높일 수 있어 구체화될 가능성이 높다고 할 수 있다. 다만, 단기적으로 선도적인 보험회사라도 국내시장에서는 금융서비스 전반에 걸친 종합적인 보험그룹으로 위상정립이 가능할 것이지만, 글로벌시장에서는 특정부문이나 업무에 전문성을 갖춘 보험회사로서의 역할에 머무를 수밖에 없을 것으로 판단된다.

중소형 보험회사의 경우 보험산업 내의 경쟁력 심화에 따라 경쟁력 제고 및 생존을 위한 전문성 확보가 요구되고, 이에 따라 특정시장 또는 업무에 전문화 및 특화 보험회사로 전환하려고 할 것이다. 금융구조 조정, 감독규제 패러다임의 전환 등에 대비하려면 재무건전성 확보를 위한 수익성 위주의 경영이 요구되며, 수익성 제고 차원에서 고객별, 상품별, 지역별 등의 니즈 세분화를 통하여 특정리스크에 대한 경쟁력 확보가 중요하기 때문이다. 다만, 종합적인 금융서비스 수요가 증가함에 따라 대형 보험그룹에 의한 시장집중도 및 시장의 양극화 현상이 심화될 가능성이 높아 전문보험회사의 시장점유율은 축소될 가능성이 높다.

이에 따라 중소형 보험회사간의 인수·합병을 통한 대형 전문보험회사로의 전환도 예상된다.

### 3. 금융의 겸업화

최근 규제완화 및 금융상품의 다양화로 금융그룹화 또는 전략적 제휴를 통한 겸업화가 급속히 확대되고, 은행·증권·보험업무를 통합 운영하는 새로운 형태의 금융서비스가 제공되고 있다.

이미 2000년 10월에는 금융지주회사 설립을 통해 은행·증권·보험 등 이업종의 겸업이 가능하도록 하였으며, 2001년 1월 금융기관의 업무위탁 등에 관한 규정을 제정하여 금융업종간 제휴의 폭을 확대하였다. 이러한 제도적 뒷받침 하에 금융수요의 복잡화, 금융기법의 발달, 상품개발에 대한 규제완화 등을 배경으로 복합금융상품의 개발이 더욱 활발해지고 있다. 예를 들어, 은행에서 현재 판매되고 있는 주가지수연동예금(ELD)의 경우, 고객의 투자자금을 정기예금으로 적립하고 그 이자를 옵션 등 파생상품으로 운용하여 추가 수익을 내는 상품으로 투자대상인 파생상품도 주가지수에서부터 외환까지 다양하게 활용되고 있다. 보험회사에서도 기존의 보장기능과 타 금융기관 상품의 성격을 복합시킨 상품으로 변액보험과 유니버설보험을 개발, 판매하고 있다. 변액보험은 다수의 보험계약자가 납입하는 보험료 중 저축보험료를 따로 분리하여 주식이나 국채, 공채, 사채 등에 투자하여 그 투자수익을 보험계약자의 환급금 및 지급보험금에 반영하는 상품이며, 유니버설보험은 금리변동형보험으로 보험의 기능에 은행의 자유로운 입·출금기능을 접목시킨 상품이다.

또한 정부는 금융겸업화를 촉진하는 차원에서 각종 금융상품의 판매에 관한 업무영역 규제를 점진적으로 완화해가고 있다. 수익증권은 은행은 물론 보험회사에도 판매를 일부 허용하였고, 보험상품 역시 다른

금융기관을 통해서 판매가 가능한 방카슈랑스를 도입하여 단계적으로 실시하고 있다.

한편 소비자 니즈가 다양해지면서 금융기관들은 그에 대응하여야 하고 윈스톱 금융거래를 통해서 편의성도 높여야 한다. 이에 따라 금융의 겸업화에 따른 다각화된 판매채널과 종합금융서비스를 제공할 수 있는 금융기관의 효율성이 부각되고 있다.

이렇듯 금융권 간의 경쟁격화는 금융기관들로 하여금 고객과의 접점을 다양화하기 위하여 콜센터와 ATM, 인터넷 거래 등 다양한 판매채널 및 서비스 확대를 통해 기존의 기능과 역할을 변화시키도록 하고 있다. 이는 지급결제 이외에 모기지, 투자, 보험 등의 다양한 금융상품의 판매가 가시화되면서 기존의 인력구조 및 판매채널 이외에 전문적인 상담원을 통한 상품판매 혹은 교차판매 등의 새로운 판매방식을 도입하는 것으로 나타나고 있다. 아울러 통신혁명으로 인해 TM, 인터넷 등 직판채널(direct marketing)이 새로운 판매방식으로 정착되고 있으며, 직판채널을 전문적으로 활용하고 있는 직판보험회사와 증권회사 수가 증가하고 있다. 직판 채널(TM, 인터넷 등)이 확대되면서 보험판매 방식과 판매조직에 변화를 일으키고 보험영업 분야에서 저비용의 경쟁우위를 갖춘 채널 구축이 경쟁력의 원천이 되어가고 있다.

다양해진 판매채널과 더불어 저축과 보험상품 사이의 경계가 이미 여러 가지 복합상품의 출현으로 점차 희미해지고 있는 가운데 고객들은 금융기관을 서비스와 브랜드를 통해 결정하고 있어 이미지 확보 경쟁 또한 더욱 격화될 전망이다.

그런데 우리나라의 경우 은행 · 증권 · 보험의 고유업무까지 단일 금융기관에서 수행하는 것이 아니라 부수적 업무 중 시너지효과가 높은 일부 업무를 통합하여 이루어지고 있는 현실을 고려할 때, 향후 보험산업의 금융통합서비스 제공을 위한 통합 · 겸업화는 다음과 같은 단계적인 성장을 할 것으로 예상된다.

제1단계로는 규제완화에 따른 경영효율성 제고 차원의 이업종 금융

기관과의 전략적 제휴를 들 수 있다. 방카슈랑스를 계기로 어느 정도 진전되고 있지만, 2006년 8월말로 예정된 교차판매 허용이 전략적 제휴를 더욱 촉진시킬 것으로 보인다. 제2단계는 대형화를 바탕으로 핵심역량 구축 및 업무영역 확대를 위한 자회사 방식 또는 지주회사 방식을 통해 이업종 금융서비스에 대한 겸업화 추진이다. 보험산업의 은행업 진출에 대한 규제 및 신용카드업 진출에 대한 실질적인 규제 등을 고려할 때 단기적으로 실현을 기대하기는 어렵다. 그러나 금융시장 내 공정한 경쟁기회의 확대, 증가하고 있는 보험산업의 기업 및 사회적인 역할 증대 등을 고려할 때, 규제완화가 활발히 이루어지면 급속하게 전개될 것으로 판단된다. 마지막 제3단계에서는 선진외국보험회사와 마찬가지로 글로벌 경쟁력 확보를 위한 글로벌화가 추진될 것으로 보인다.

#### 4. 수요자 중심의 금융시장 형성 및 금융산업 재편

금융시장은 다양한 경제 및 사회적 변화에 따라 소비자의 니즈가 다양화 · 개별화 · 복합화되면서 과거와 달리 공급자 중심에서 수요자 중심으로 바뀌고 있다. 다양한 소비자 니즈를 창출하는 요인으로 고령화, 소자녀화, 여성의 사회 진출 활성화 및 새로운 위험의 등장, 거대 자연재해 등의 사회적 · 경제적 변화를 고려할 수 있다.

인구의 고령화는 저금리 기조와 맞물려 예금 · 저축에 대한 수요를 줄이고, 투자, 보험 및 연금에 대한 수요를 확대시키고 있다. 그러나, 투자자의 경우 안전자산에 대한 선호심리가 강해서 경제위기 이후 일시적으로 수요가 위축되는 듯하였으나, 경제의 활성화와 맞물려 크게 확대될 가능성이 크다.

<표 II-4> 개인 금융자산 구성 비중 추이

(단위: %)

구분	96	97	98	99	00	01	02	03	04.9
현금/예금	57.4	57.0	55.1	57.0	61.1	61.9	60.6	60.3	58.8
생보/연금	18.4	18.4	18.6	17.4	17.4	18.1	19.4	19.9	20.3
채권	12.7	12.4	15.6	12.9	9.3	9.3	9.6	8.8	9.7
주식	8.9	8.8	8.8	9.2	8.6	8.4	7.8	7.5	7.4
기타	2.6	3.2	3.1	3.6	2.9	2.0	2.5	3.5	3.8

주 : 주식에는 출자지분 포함

자료 : 한국은행, 『자금순환』, 각 호

따라서, 개인금융자산의 경우 현재 현금, 예금 등 안전자산의 비중이 높아지고 있으며, 생존리스크에 대한 수요증대에 따라 점차 선진국형으로 변화할 것으로 예상되어 보험회사의 자산운용능력과 제고가 요구되고 있다(<표 II-4, II-5> 참조). 이는 높은 투자수익을 실현하여 운용자산수익률을 제고시키려는 보험회사 입장에서는 자산운용능력의 제고가 시급한 과제임을 인식시키고 있다.

<표 II-5> 한·미·일 개인 금융자산 구성 비교

(단위: %)

구분	미국		일본		한국	
	1990	2003	1990	2003	1990	2003
현금/예금	22.0	15.2	47.1	56.4	48.1	60.3
채권투자신탁	14.2	7.9	11.0	5.1	14.6	6.5
주식출자금	36.5	45.7	15.0	6.2	17.7	5.8
보험연기금	25.4	28.6	21.1	28.8	14.1	19.9
기타	1.9	2.6	5.8	3.5	5.5	5.2

자료 : VIP Report, 『국내 개인금융자산 성장의 특징』, 현대경제연구원, 2005.1.25, p.3



고령화와 더불어 소자녀화 및 여성의 사회활동 참가율의 증가는 경제력과 생활패턴의 변화를 동반하여 새로운 상품과 서비스에 대한 수요를 확대시키고 있다. 여성의 경제력이 증가하면서 독자적으로 금융상품을 구입하고, 또한 가정 내 구매의사의 결정권을 갖게 되어 금융시장에서 여성의 영향력이 증대되고 새로운 소비주체로 떠오르게 되었다. 또한, 남성보다 육아에 대한 관심이 더 높은 여성들이 경제력을 가지게 되면서 자녀를 위한 금융상품에 대한 관심 및 수요 역시 증대될 것으로 예상된다.

또한 경제가 성숙단계에 들어서면서 새로운 위험이 등장하고 소비자의 권리의식 역시 제고됨에 따라 각종 배상책임보험 및 엘리노, 라니나 등 이상기후의 빈번한 발생 등의 자연재해와 관련된 보험수요를 증대시킬 것으로 예상된다. 이 같은 변화는 금융기관들로 하여금 신상품 개발을 위한 노력을 요구한다. 이전에는 공급자 중심에서 시장의 양적 팽창에 치중하는 성장을 추구하였으나, 앞으로는 수요자의 니즈에 맞춘 상품 공급을 통해 수익을 중시하고 리스크를 관리 할 수 있는 특화된 금융상품을 제공함으로써 수익을 창출할 수 있어야 할 것이다.

소비자들의 다양한 니즈는 보험상품의 개발을 촉진시킬 것으로 예상된다. 예를 들어, 지속되는 저금리 기조로 고수익이 기대되는 투자형 상품에 대한 니즈 증가에 대응한 보장성과 수익성을 동시에 만족시키는 복합상품이 지속적으로 개발될 것으로 전망된다.

이러한 핵심 업무영역을 제외한 금융기관간 업무영역의 확대는 금융상품 판매에 대한 소비자보호의 중요성을 더욱 부각시키게 될 것이다. 왜냐하면 이는 무엇보다도 업무영역 확대에 따라 위험도가 상이한 다양한 상품의 개발과 보급으로 소비자보호 문제가 부각될 경우 정보공시 등의 법적 · 제도적인 안전장치의 마련이 요구되기 때문이다.

## 5. 금융기술의 발전 및 금융혁신

IT기술의 발전에 따라 정보처리비용의 감소, 데이터 활용의 역량 증대, 인터넷 상용화 등으로 금융상품 및 금융서비스의 개발과 전달이 급속한 발전을 이루고 있다. 특히, IT기술은 금융회사의 업무를 효율화하는 기반 인프라로서 금융회사의 사업성공을 가능하게 하는 경쟁수단으로 자리잡아가고 있다. 또한 IT시스템은 보험회사의 전통적인 업무구조인 효율산출 · 상품개발 · 마케팅 · 경영관리 · 자산관리 및 보험금 지급 처리 등 연속적인 개별 처리과정에 큰 영향을 주어 생산성을 배가시키는 역할을 하고 있다.

IT기술력을 바탕으로 한 네트워크 형성은 마케팅과 금융거래분야에서 혁명적인 변화를 가져오고 있다. 그 결과 비용절감, 빠른거래 속도, 사이버 기업과 대리점, 데이터베이스의 발전과 접근성 개선, 대면판매(face-to-face)의 비대면화, 24시간 7일 무휴 서비스, 물리적 이동 없는 제휴와 합병, 글로벌화 등을 만들어 냈다.

또한 인터넷을 통해 정보력 있는 지식소비자가 등장하여 정보의 원천 및 서비스의 강력한 매개체로서의 역할을 하고 있다. 더 나아가 그들은 인터넷을 재무설계와 상품구매의 편의성 및 유연성에 대한 니즈를 충족시켜주는 수단으로 간주하고 있다. 따라서 상품을 구매하거나 설령 구매하지 않더라도 정보수집과 상품비교와 같은 의사결정을 위하여 인터넷을 유용하게 활용하고 있다.