

황인창 연구위원

요약

2022년은 인구구조 변화, 디지털경제 확산에 따라 보험상품 및 서비스에 대한 소비자 기대 변화가 가속화될 뿐만 아니라, 산업경쟁력 강화를 위한 디지털 전환이 주요 이슈로 부상할 것으로 예상됨. 소비자 측면에서 ① 질병·간병위험에 대한 보장 수요 증가와 함께 충분한 노후소득 확보를 위한 위험추구 성향이 지속될 것으로 예상되나, ② 실제 보험소비행태의 세대 간 차이는 더욱 심화될 것으로 예상됨. 한편, 보험산업의 디지털 전환 관련 주요 이슈로 ① 노동생산성 저하에 따른 업무프로세스 자동화, ② 빅테크의 보험시장 진출에 따른 경쟁구도 변화, ③ 재판분리 가속화에 따른 회사별 경쟁전략 차별화가 예상됨

- 2022년은 인구구조 변화, 디지털경제 확산에 따라 보험상품 및 서비스에 대한 소비자 기대 변화가 가속화될 뿐만 아니라, 산업경쟁력 강화를 위한 디지털 전환이 주요 이슈로 부상할 것으로 예상함
 - 디지털 네이티브인 MZ세대 부상 등 소비자의 전반적인 디지털정보화 수준이 향상되고, 코로나19로 인한 디지털경제가 활성화됨에 따라 보험상품 및 서비스에서의 맞춤형·편의성·신속성에 대한 소비자 기대가 높아지고 있음
 - 인구고령화에 따른 시장포화 및 노동생산성 저하로 보험산업의 성장성이 둔화되고 수익구조 취약성이 고조되는 와중에 빅테크·인슈어테크 등 신규 사업자의 시장진입으로 경쟁구도가 변하고 있음
- 소비자 측면에서 질병·간병위험에 대한 보장 수요 증가와 함께 충분한 노후소득 확보를 위한 위험추구 성향이 지속될 것으로 예상되나, 실제 보험소비행태의 세대 간 차이는 더욱 심화될 것으로 예상됨
 - 기대여명 증가, 비혼 및 저출산 등은 보장 수요를 사망위험에서 질병·간병위험으로 변화시키고, 저금리에 따른 저축 수익률 하락은 소비자의 위험추구 성향을 높여 저축에서 투자로 수요를 변화시키고 있음
 - 고연령층은 인구비중이 높으나 보험가입률이 높고 새로운 디지털환경에 익숙하지 않지만, 저연령층은 인구비중은 낮지만 보험가입률이 낮고 새로운 디지털환경에 익숙함
- 베이비부머 등 고연령 소비자는 질병·간병위험과 관련하여 위험보장을 넘어선 위험관리에 대한 관심이 높고, 디지털정보화 수준 격차, 신체 및 인지기능 저하 등에 따른 금융소외 및 소비자피해를 우려함
 - 고연령 소비자는 기대여명 증가와 함께 만성질환·치매 등이 증가함에 따라 단순히 질병 치료에 대한 비용 보상뿐만 아니라 건강수명 증가를 위한 건강관리 서비스, 간병·요양 서비스 등 예방적 서비스에 대한 니즈가 높음
 - 디지털정보에 접근·활용하는 수준이 낮아 대면서비스 축소 시 금융접근성이 훼손될 수 있고, 신체 및 인지기능 저하로 불완전판매 등 소비자피해에 취약해질 수 있음

- 반면, MZ세대 등 저연령 소비자는 보장보다 투자에 대한 관심이 높고, 보험소비행태에 있어 차별화된 고객경험을 중요시함
 - 저연령 소비자는 종합 자산관리서비스에 대한 니즈가 높을 뿐만 아니라 결제·송금·대출·투자 등 다양한 금융서비스를 통합적으로 이용하고자 함
 - 보험소비에 있어 정보습득과 구매활동 과정에서의 높은 디지털 활용도 등 자기주도적 결정 및 합리적 선택을 중요시하고, 차별화된 맞춤형 서비스에 대한 기대가 높아 이를 위해 개인정보를 공유하려는 성향도 높음
- 한편, 보험회사는 고령화·비대면 업무시행 확대 등에 따른 노동생산성 저하에 대응하기 위해 업무프로세스 자동화를 통한 효율성 개선을 더욱 추진할 것으로 예상됨
 - 설계사 등 인력고령화와 함께 재택근무 등 비대면 업무시행 확대는 노동생산성 저하로 이어질 수 있기 때문에, 업무프로세스 개선을 기반으로 한 자동화와 함께 인적자원 재배치 및 고도화가 필요함
- 또한 올해 빅테크의 보험시장 간접 진출뿐만 아니라 직접 진출도 예상되어, 향후 경쟁구도 변화 가능성을 주시할 필요가 있음
 - 온라인 플랫폼의 보험업 진출 관련 제도 마련이 예정되어 있기 때문에, 빅테크·인슈어테크 등 신규 사업자의 보험상품 판매·중개가 본격화될 가능성이 높음
 - 빅테크를 모회사로 한 디지털 손해보험회사의 본인가 획득도 예상되어 기존 보험회사와의 직접 경쟁도 불가피할 것으로 예상됨
- 마지막으로 빅테크·인슈어테크 등 신규 사업자의 시장진입으로 인한 제판분리 가속화가 예상됨에 따라, 새로운 산업구조에서의 경쟁력 확보가 보험회사의 주요 경영과제가 될 것으로 보임
 - 보험상품 제조는 대규모 자본과 규제 대응력이 요구되기 때문에 기존 사업자(보험회사)의 보험상품 제조는 지속될 것으로 예상되지만, 보험상품 판매는 방대한 고객 접점을 가진 신규 사업자를 중심으로 빠르게 영역을 확장해 나갈 가능성이 있음
 - 올해부터 시행되는 마이데이터 사업(본인신용정보관리업)은 해당 사업자가 소비자의 금융정보를 통합하여 최적 금융솔루션을 제공하는 것을 목표로 하기 때문에 금융플랫폼으로의 소비자 이동을 더욱 촉진할 것으로 전망됨
 - 보험상품 제조 측면에서는 예방적 위험관리 등 차별화된 보험상품 및 서비스를 제공할 수 있는 역량을 강화하는 전략이 필요함
 - 예를 들어, 건강관리 서비스의 경우 고객의 위험에 대한 인식을 높이고 행동 변화를 추천해야 할 뿐만 아니라 실제 행동 변화로 이어지도록 적절한 인센티브를 설계할 수 있어야 함
 - 보험상품 판매 측면에서는 고객접점 강화를 통해 새롭게 재편되는 시장 내에서의 포지셔닝을 강화할 수 있는 차별화된 전략이 필요함
 - 보험산업 더 나아가 금융산업에서 플랫폼으로서 주도적인 역할을 할 수 있는 역량을 강화하거나 온라인 플랫폼과의 연계를 강화하여 적극적으로 활용하는 등 회사별로 내부역량에 따라 다른 양상을 보일 것으로 예상됨