

새로운 성장을 위한 도전과 과제(II): 신노년층 등장과 보험산업 대응

보험연구원은 한국 보험산업의 새로운 성장 동력을 모색하고자 “새로운 성장을 위한 도전과 과제”를 주제로 CEO Brief 및 CEO Report 시리즈를 마련하였습니다.

요 약

베이비부머의 노년기 진입으로 노인인구 비중이 빠르게 증가하고, 노인세대의 특성도 다양하게 변화하고 있음. 신노년층이 주요 소비집단으로 등장함에 따라 주택 유동화, 요양·돌봄서비스, 신탁서비스 등의 수요가 확대됨. 또한, 고령층 중심으로 핵가족화가 빠르게 진행되어 반려동물을 새로운 가족으로 받아들이는 펫 문화가 확산됨에 따라 펫 관련 다양한 서비스에 대한 수요도 확대되는 추세임. 보험회사는 인구구조 변화에 따른 수요변화에 대응하여 신규 사업을 장기적 전략하에 확장해 나가야 함

1. 인구고령화와 노인세대의 변화

- 베이비부머(1955~1963년 출생자, 신노년층)의 노년기 진입으로 노인인구 비중이 빠르게 증가함
 - 특히, 2020년은 1955년생 베이비부머가 노인인구로 진입한 첫해로, 2025년은 베이비부머가 전체 노인인구의 41.6%를 차지할 것으로 전망됨
- 보건복지부의 노인실태조사(2020년)에 따르면 최근 노인세대의 경제상태, 건강상태 등이 변화·향상됨
 - 노인의 소득수준·경제적 자립성·경제활동 참여율이 증가하고 있으며, 노인개인소득 중 근로·사업소득, 사적연금소득 등이 크게 증가하고 사적이전소득은 꾸준히 감소함
 - 가구 형태를 살펴보면 노인단독가구(노인독거+노인부부가구)가 증가하고 자녀동거가구는 감소함
 - 자신의 건강상태가 건강하다고 응답한 노인은 2008년 24.4%에서 2020년 49.3%로 증가함

CEO Brief

2. 신노년층의 수요 변화

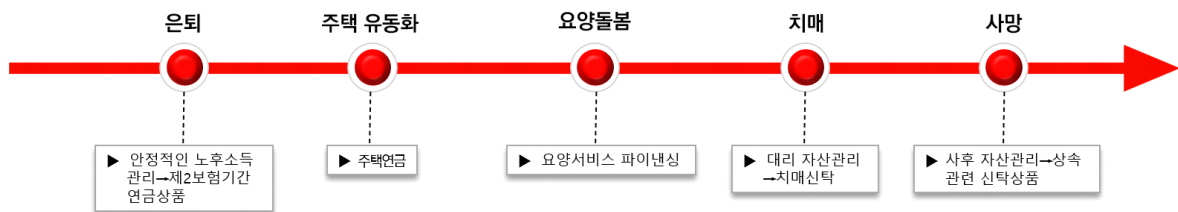
○ 베이비붐세대(1955~1963년생)의 은퇴가 본격화됨에 따라 신노년층이 주요 소비집단으로 등장함

- 통계청(2022년)에 따르면 만 60세 이상 가구주의 재무상황은 2021년 기준 순자산 4억 8,327만 원, 처분가능소득 3,908만 원으로, 2016년에 비해 현저히 개선됨

○ 신노년층 중심으로 주택 유동화, 요양·돌봄서비스, 신탁서비스 등에 대한 수요가 확대됨

- 특히, 은퇴 이후 안정적인 소득 보장에서부터 시작적으로 발생하는 주요 이벤트에 대한 중산층 고령자의 서비스 수요가 존재함

〈그림 1〉 은퇴 이후 주요 이벤트



○ 고령층 중심으로 핵가족화가 빠르게 진행되어 반려동물을 새로운 가족으로 받아들이는 펫 문화가 확산됨에 따라 펫 관련 다양한 서비스에 대한 수요도 확대되는 추세임

- 농림축산부(2022)에 따르면 반려동물 1마리당 월 평균 양육 비용(병원비 포함)은 약 15만 원이며 지속적으로 증가할 것으로 예상됨
- 반려동물과 펫 보험 확산으로 반려동물 헬스케어, 반려동물 운송, 반려동물 장묘 등 반려동물 관련 종합 서비스에 대한 수요가 증가함

3. 신사업 확대를 위한 과제

○ 보험회사는 인구구조 변화에 따른 수요변화에 대응하여 장기적 전략하에 신규 사업을 확장해 나가야 함

- 특히 신노년층 중심의 고객 정보·자금·접점 확대를 위해 부수업무 및 자회사를 통한 신규 사업 추진과 경쟁력 강화에 힘써야 할 것임

CEO Brief

○ 신노년층의 도시 거주 및 단독공간 선호 욕구에 대응한 요양서비스 공급 확대를 추진함

- 일본의 경우 자립이 가능한 상태에서 요양시설에 입소하여, 요양 등급판정을 받게 되면 생활하던 요양시설에서 요양서비스를 받는 개호제공형·주택형 유료노인홈이 보험산업의 비즈니스로 정착됨

○ 고령자의 상속·증여와 같은 부의 이전, 후견 기능, 생활자금 소득화 등으로 고령사회가 가진 장수위험을 원스톱으로 관리하는 종합 재산신탁 사업을 검토함

- 재산권 이전과 관련한 상속서비스, 다양한 자산들에 대한 종합관리서비스, 노후 대비 연금수요서비스를 신탁으로 제공함

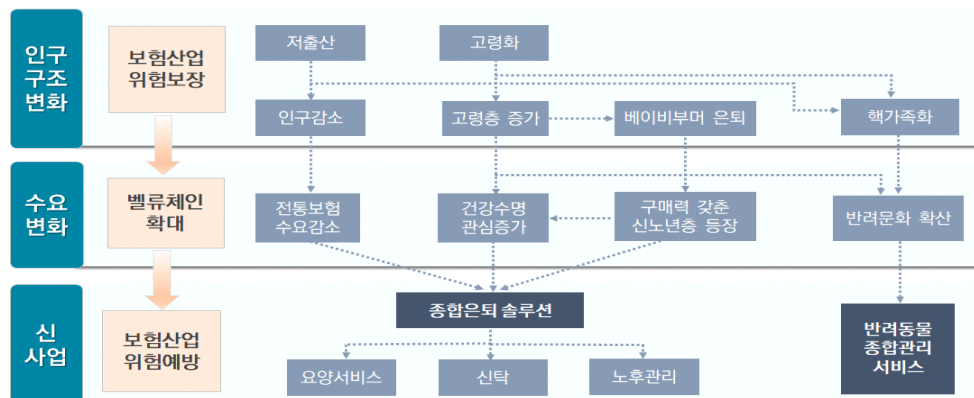
○ 노후 안정적인 소득 보장과 함께 주요 이벤트에 대응하기 위해 종합 은퇴솔루션 사업을 추진함

- 중산층 고령자를 자산관리시장의 주요 고객으로 하는 금융상품 전문회사 설립을 통해, 연금·주택연금 등을 통한 주택 유동화, 일상생활 관련 부가서비스, 치매 신탁, 사후 자산관리 등을 제공함

○ 마지막으로 반려동물 관련 서비스는 펫 보험과 연계 시너지가 높으므로, 보험회사의 부수업무 또는 자회사를 통한 반려동물 종합관리서비스 제공을 검토함

- 일본의 펫 전문 보험회사는 펫 헬스케어, 푸드, 부동산, 의료, 브리딩, ESG 등 다양한 분야에서 시너지를 창출할 수 있도록 사업을 전개·확대함
- 펫 푸드, 펫 헬스케어(병원 예약, 질병 진단키트 제공 등), 펫 모빌리티, 펫 로스(펫 전용 화장·봉안시설 등), 펫 에듀케이션(행동교정, 재활 등), 펫 돌봄(산책, 놀아주기, 여행 중 돌봄 등) 서비스를 제공함

〈그림 2〉 보험산업 신사업 전략



김석영 선임연구위원
skim@kiri.or.kr

Challenges and Opportunities for New Growth (II): Changes in Population Structure and the New Old Generation

The Korea Insurance Research Institute presents the CEO Brief and CEO Report series, “Challenges and Opportunities for New Growth”, to explore new growth engines for the Korean insurance industry.

ABSTRACT

According to the National Survey of Older Koreans, the older generation’s economic status, education level, and health condition are changing. As baby boomers retire, demands for healthcare, long-term care, and trust funds continue to increase. In addition, the trend regarding pets as life companions promotes the need for diverse pet-related services. With the population aging and the changing demand of the older generation, insurers should expand their business into new areas through non-insurance services and subsidiaries.

1. Population Aging and Changes in the Older Generation

The share of older people is rapidly increasing as baby boomers reach the age of over 65. The first baby boomers born in 1955 turned 65 years old in 2020, and baby boomers will account for 41.6% of the elderly population in 2025. According to the 2020 National Survey of Older Koreans conducted by the Ministry of Health and Welfare, older people’s economic status and health conditions have improved. Seniors’ income, financial independence, and economic activity have increased. Specifically, earned income as employees or proprietors and individual annuity income of seniors significantly increased, while transfer income decreased. As for the household structure of older people, the number of households living alone or

CEO Brief

with a spouse is growing, while those living with their children are declining. The percentage of older people who think they are healthy increased from 24.4% in 2008 to 49.3% in 2020.

2. Changes in Demands of the New Older Generation

The new older generation is emerging as prime consumers as baby boomers retire. According to 2022 statistics, the financial status of households with householders aged 60 and over has notably improved compared to 2016, recording net assets of 483 million KRW and dispensable income of 39 million KRW in 2021.

Demands of the new older generation for estate liquidation, long-term care service, and trust funds continue to grow. In particular, middle-class seniors need stable income guarantees for retirement and assistance to cope with life events.

As the nuclear family trend accelerates, the new senior culture to regard pets as life companions is proliferating. With such a culture, demand for pet-related services is surging. According to the Ministry for Agriculture, Food, and Rural Affairs, the average monthly nurturing costs per pet are around 150,000 KRW, which will mount gradually. Also, an increasing number of pets has fostered the need for comprehensive pet-related services, including pet healthcare, pet transportation services, and pet funerals.

3. Tasks to Expand Business into New Areas

To keep up with changing demands caused by demographic change, insurers should expand businesses into new areas in line with their long-term strategies. In particular, insurers can drive new businesses and improve competitiveness through non-insurance services and subsidiaries to secure the new older generation's data,

CEO Brief

funds, and touchpoints.

First, insurers can consider expanding senior care services based on the new older generation's preference to value spatial independence and city life. In Japan, assisted living type and residential-type paid nursing homes, which admit healthy seniors and provide care services when the seniors are qualified as nursing care levels, have become a business in the insurance industry.

Furthermore, insurers should look at property trust business that manages longevity risks emerging in an aging society, including wealth transfer (inheritance and give), guardianship, and living income. Insurers can offer inheritance services for property rights transfer, comprehensive asset management services for various types of assets, and trust funds to serve annuity demand for retirement.

In addition, the insurance industry can provide comprehensive retirement solutions to meet seniors' needs for stable income and peace of mind for life events. By establishing financial companies focusing on asset management for the middle-class older generation, insurers could provide estate liquidation services, incidental services for everyday lives, dementia trust, and post-death asset management services.

Lastly, as pet-related services would have greater synergy with pet insurance, insurers should consider providing pet-related services through insurers' incidental businesses or subsidiaries – pet foods, pet healthcare (medical center reservation and disease diagnostic kit), pet transportation services, pet funeral services, pet training, pet caring. For example, a Japanese insurer specializing in pets has deployed and expanded its businesses into diverse fields such as healthcare, food, real estate, medical, breeding, and ESG to generate synergies with its existing insurance businesses.

SeogYoung Kim, Senior Research Fellow
skim@kiri.or.kr