

유럽, 낮은 자연재해 보험 가입률과 과제

정수진 연구원

요약

유럽에서는 기후와 관련하여 발생한 손실의 약 4분의 1만이 보험으로 보장되고 있음. EIOPA는 자연재해 보험이 주택담보대출과 연계되어 있고, 구매 절차가 복잡하며, 소비자들이 자연재해가 발생할 확률이 낮아 잠재적 손실 위험에 대응할 가치가 없다고 생각하기 때문에 가입률이 낮다고 분석함. 아울러 자연재해 보험 가입률을 높이기 위해서는 구매 절차를 간소화하고, 소비자의 위험 민감도를 제고하고, 위험 경감 행동에 따른 보험료 인센티브를 제공하는 방안을 마련해야 한다고 주장함

- 유럽 경제 지역(EEA) 회원국의 전체 보험 가입률은 22%이며,¹⁾ 기후와 관련하여 발생한 손실의 약 4분의 1만이 보험으로 보장되고 있음²⁾
 - 대다수의 유럽 보험시장에서는 자연재해 보험이 임의가입 대상으로, 번들로 묶인 재산 보험을 추가로 선택해야 자연재해에 대해 보장받을 수 있음
 - 자연재해 보험이 의무가입 대상이거나(루마니아),³⁾ 보험회사가 제 3보험에 의무적으로 자연재해 보험을 추가해야 하는 국가(벨기에)⁴⁾는 소수에 불과함
 - EIOPA에서 소비자 경험을 조사한 결과, 자연재해 보험이 없다고 응답한 소비자가 벨기에는 3%, 네덜란드는 6%인 반면, 그리스는 36%, 이탈리아는 31%에 달하여 국가별로 상당한 차이가 있는 것을 알 수 있음
 - 중소기업의 경우, 자연재해 발생 시 전액 또는 부분적으로 보험에 가입한 기업은 49%로 절반에 불과하며, 33%의 기업은 전혀 보험에 가입하지 않은 것으로 나타남
- EIOPA는 자연재해 보험이 주택담보대출과 연계되어 있으며, 구매 절차가 복잡하여 가입률이 낮다고 분석함⁵⁾
 - 유럽에서는 주요 자연재해 보험인 주택 보험이 주택담보대출과 연계되어 있으며, 소비자는 자연재해 보험을 주택담보대출을 받기 위해 강제로 가입해야 하는 요건으로 인식하기 때문에 대출 상황이 완료되면 보험을 같이 해지하는 경향이 있음
 - 구매 절차가 간편한 디지털 채널의 이용이 제한적일 경우 보험 가입에 부정적인 영향을 미칠 수 있음

1) EIOPA(2023), "Measures to address demand side aspects of the NatCat protection gap"

2) EIOPA(2023), "Policy options to reduce the climate insurance protection gap"

3) European Union Civil Protection(2023), "Peer Review report Romania 2023"

4) Commercial Risk(2022), "Flood risks grow in Europe"

5) EIOPA(2023), "Measures to address demand side aspects of the NatCat protection gap"

- EIOPA의 연구에 따르면, 보험 가입률이 높은 국가는 온라인을 통한 가입률도 높은 반면, 보험 가입률이 낮은 국가는 온라인을 통한 가입률 또한 낮은 것으로 나타남

○ 소비자들은 자연재해가 발생할 확률이 낮아 잠재적 손실 위험에 대응할 가치가 없다고 생각하는 경향이 있으며, 발생하더라도 정부에서 보상해 줄 것이라고 기대함⁶⁾

- EU의 4개 회원국⁷⁾을 대상으로 조사한 결과, 응답자의 30% 이상이 자연재해가 발생할 가능성이 매우 낮아 보험에 가입하지 않는다고 답했으며, 응답자의 59%는 자연재해 발생으로 인해 손실이 발생했을 때 정부가 책임져야 한다고 답함
- 소비자가 거주하는 지리적인 위치나 자연재해 경험에 따라 위험에 대한 인식이 달라지는 경향이 있음
 - 조사 결과, 자연재해 위험이 더 큰 지역에 거주하는 응답자가 보험에 가입할 의향이 더 높은 것으로 나타났으며, 자연재해를 실제로 경험한 사람들의 보험 가입률은 64%, 그렇지 않은 사람들의 보험 가입률은 36%로 두 배 가까이 차이 남

○ 자연재해 보험 가입률을 높이기 위해서는 구매 절차를 간소화하고, 자연재해에 대한 적절한 정보를 제공하여 소비자의 위험 민감도를 제고하고, 위험경감 행동에 따른 보험료 인센티브를 제공하는 방안을 마련해야 함⁸⁾

- 소비자들이 구매 과정이 어렵고 복잡하다고 인식하는 경우가 많으므로, 구매 과정을 단순화하고, 디지털 채널 등을 활용하여 터치포인트를 줄이는 방법이 도움이 될 수 있음
 - 수요 측면의 진입장벽에 대한 EIOPA의 연구에 따르면 구매 과정을 단순화할수록 자연재해 보험 가입률을 높일 수 있는 것으로 나타남
- 자신의 주택이 노출된 위험을 쉽게 확인할 수 있는 웹사이트나 데이터를 기반으로 주택 유형에 따라 자연재해 발생 확률을 측정하고 그에 따른 보험의 보장에 대한 정보를 제공하여 위험 인식을 높여야 함
 - ‘동기 부여 가설’에 따르면, 사람들은 위험도가 높으면 이를 줄이기 위해 예방 조치를 취하는 경향이 있으므로,⁹⁾ 위험에 대한 인식을 제고하여 소비자들이 위험을 줄이기 위해 노력하도록 유인할 수 있음
 - 소비자 특성에 맞게 상품에 쉽게 접근하고 비교할 수 있도록 쉬운 비교 도구를 제공하는 방법도 자연재해 보험을 구매할 의향을 더 높이는 것으로 나타남
- 소비자가 위험을 완화하기 위한 행동을 취할 경우 보험료를 인하해주는 등 소비자의 위험경감 행동에 따라 보험료 인센티브를 제공하는 방안을 도입하면 소비자의 비용 부담을 줄임과 동시에 보험회사의 위험도 감소시킬 수 있음
 - 위험 정도에 따라 보험료를 차등화하면 소비자는 자신의 위험 노출을 제한하여 더 낮은 보험료를 받도록 행동하려는 유인을 제공함¹⁰⁾

6) EIOPA(2023), “Measures to address demand side aspects of the NatCat protection gap”

7) 벨기에, 루마니아, 스페인, 독일

8) EIOPA(2023), “Measures to address demand side aspects of the NatCat protection gap”

9) Weinstein, N., Rothman, A., and Nicolich, M.(1998), “Use of correlational data to examine the effects of risk perceptions on precautionary behaviour. Psychology and Health”, 13, pp. 479~501

10) Michel-Kerjan, E., and Kunreuther, H.(2011), “Redesigning flood insurance. Science”, 333(6041), pp. 408~409