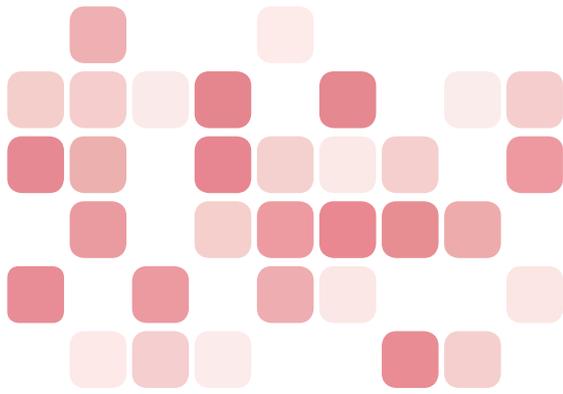


INSURANCE WORLD

NO. 429 | December 2018





해외보험시장

- 발행일 2018년 12월
- 발행인 원종규 / 편집인 이진형
- 발행처 서울시 종로구 종로 5길 68(수송동)
코리안리 빌딩 11층 조사연구팀 조사연구파트
- 대표전화 02)3702-6000
- 팩스 02)3702-8805
- 인터넷 www.koreanre.co.kr

NO. 429 | December 2018

Contents

2018년 세계 보험시장 현황 및 2019년 전망	03
2018년 글로벌 생명보험 10대 기술 트렌드 현황 및 시사점	08
자전거 이용 활성화를 통한 자전거보험 의무화 방안 검토	19



2018년 세계 보험시장 현황 및 2019년 전망

2018년 세계 경제는 미국 및 일부 신흥국을 중심으로 완만한 성장세를 유지하다 하반기에 하향세로 전환하여 전년과 유사한 수준인 3.8% 성장이 예상된다. 선진국의 경우 미국을 필두로 한 주요국의 고용 개선과 소비·투자 증대로 양호한 성장세를 유지할 전망이며, 신흥국의 경우 미 금리인상에 따른 금융시장 불안과 통상 갈등으로 인해 하향 흐름으로 돌아설 전망이다.

2019년 세계 경제는 선진국의 금리인상으로 유동성 효과가 점차 사라지고, 무역 위축 우려에 따라 하향 흐름으로 돌아설 전망이며 올해보다 낮은 3.5%의 성장이 전망된다. 선진국의 경우 유럽의 수출 부진과 일본의 내수 둔화에 이어 미국 경제도 내년 중 정점을 지날 것으로 전망되고 있으며, 신흥국의 경우 신흥국 외환위기 등 금융시장 불확실성 확대와 미·중 관세보복 등 통상환경 악화로 하향 흐름이 전망된다.

손해보험은 신흥시장이 전세계 손보 산업의 성장을 견인하여 3%대의 성장률을 지속하고 있으며, 생명보험은 아시아 신흥국의 성장세가 주춤하면서 1.6% 수준의 성장에 그칠 것으로 예상된다.

본고에서는 2018년 전세계 보험시장을 분석하고 2019년 보험시장을 전망해 보고자 한다.

● 손해보험

2018년 세계 손해보험시장은 전세계적 경제 성장에 힘입어 거의 대부분의 지역에서 보험료 성장을 보였으며, 전년 대비 0.2%p 증가한 3%의 성장률을 기록할 것으로 예상된다. 신흥국이 성장을 주도하고 있으며, 특히 중국 및 인도의 경우 농업보험의 성장이 전체 손해보험 산업의 성장을 견인하였다. 남미와 아프리카의 경우 경제회복세에 따라 보험산업도 성장세를 보이고 있으나, 향후 몇 년간은 그 흐름이 다소 주춤해질 것으로 전망된다. 2018년 선진시장은 특히 북미 시장의 강한 경제 모멘텀에 의해 2%의 성장률을 기록하였다. 2017년 기록적인 자연재해의 영향을 받은 지역의 경우 보험요율이 인상된 반면, 일본의 경우 손해를 개선에 따른 자동차보험의 요율 하락이 두드러지고 있다.

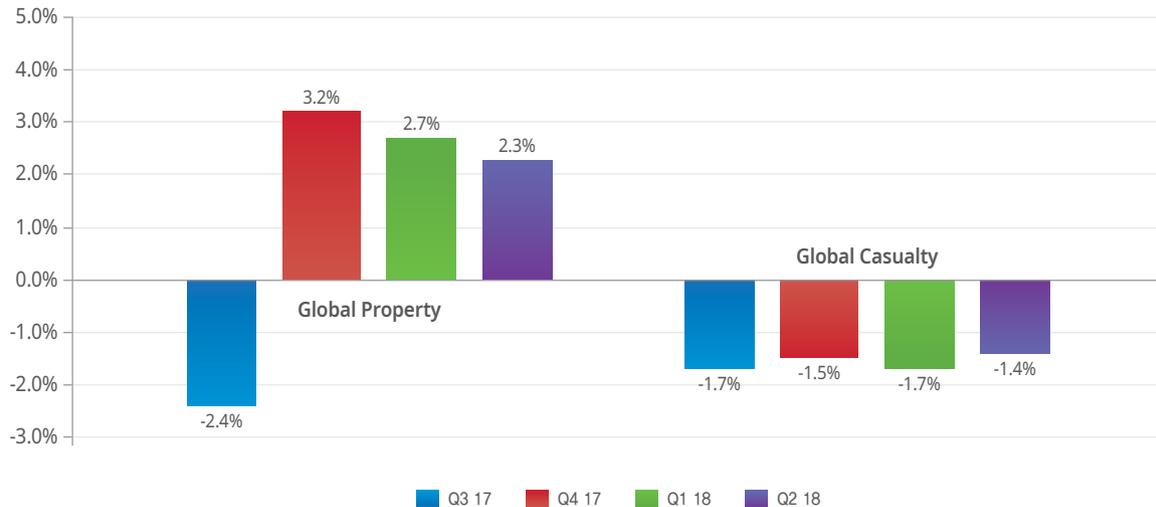
향후 몇 년간 선진시장 및 신흥시장 모두 손해보험의 보험료 성장이 안정적으로 이루어질 것으로 전망되나, 다만 올해 높은 수준의 성장세를 보였던 미국과 중국의 경우에는 경기 하향 가능성 및 자동차보험의 성장 둔화에 따라 성장률 하락이 예상된다.

< 2018년 2분기 지역별 손해보험 요율 변동 추이 >

구 분	전세계	미국	영국	유럽	남미	아시아
재물	2.3↑	3.0↑	-1.4↑	-1.3↗	-0.6↗	-0.4↑
특종	-1.4↗	-2.4↘	-2.2↘	-1.4↗	1.6↑	-0.5↗
FinPro ¹⁾	3.3↑	0.9↗	5.0↑	-2.2↘	3.2↗	-0.5↑
계	1.2↑	0.0↗	0.8↑	-1.5↗	0.3↗	-0.4↑

※ 출처 : Marsh Global Insurance Market Index and Swiss Re Institute

< 2017.3분기~2018.2분기 글로벌 P&C 요율 추이 >



※ 출처 : Marsh Global Insurance Market Index Third Quarter 2018

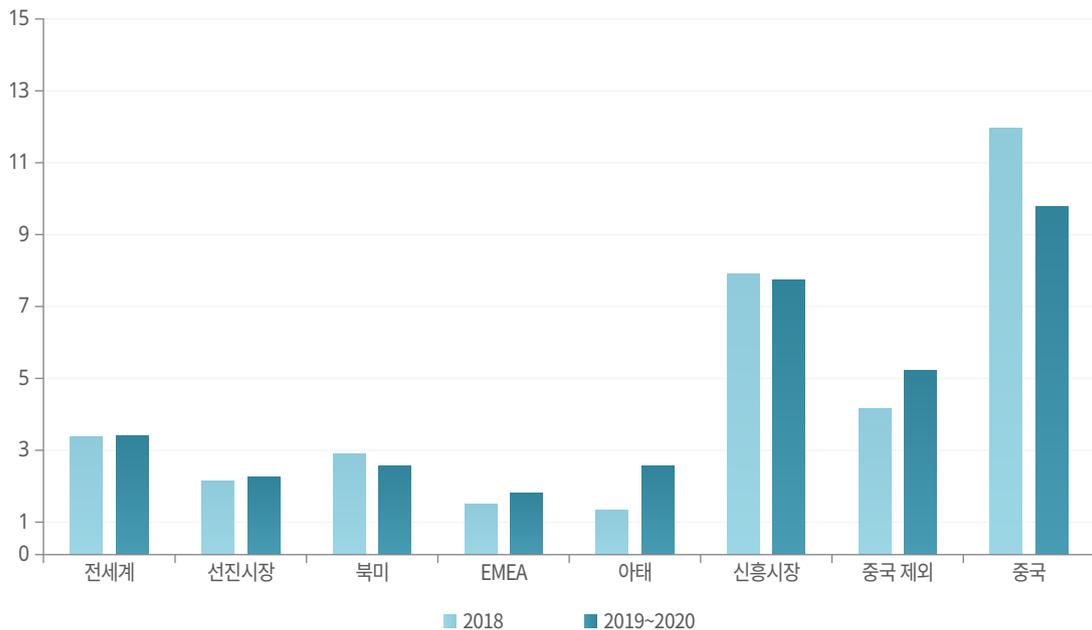
1) Financial Lines and Professional Indemnity, 금융기관/전문인배상책임보험

전세계 손해보험 업계는 전반적인 효율 인상으로 수익성은 개선되었으나, 지역별로 편차가 있다. 지역별로 손해율을 살펴 보면, 미국의 경우 평균 이하의 자연재해 발생 및 지급준비금 환입 효과로 인해 2018년 상반기 합산비가 전년 대비 4%p 개선된 96.7%를 기록하였으며, 실적 개선 및 금리 인상 효과로 ROE도 8.8% 수준이 될 것으로 보인다. 유럽의 경우에도 대형 자연재해 발생이 적어 전체적으로 안정된 손해율을 기록하였으며, 호주는 보험요율 인상 및 자연재해 발생 감소로 인수 실적이 크게 개선되었다. 일본은 태풍 제비, 폭우, 오사카 및 홋카이도의 지진 등 각종 자연재해 발생으로 인한 보험손해액이 최소 130억 달러에 이르러 대부분의 손보사들과 재보험사들에게 손실을 끼쳤다.

2019년 세계 손해보험시장 성장률은 전년 대비 0.3%p 상승한 3.3% 수준을 기록할 것으로 예상되며, 특히 남미와 아프리카 등 신흥시장의 성장세가 확대될 것으로 전망된다. 올해는 미국의 경우 2017년도 대형 자연재해 발생으로 재물보험에서 효율 인상이 이루어졌으나 내년도에는 이 효과도 감소할 것으로 보인다.

< 2018~2020년 손해보험시장 성장률 전망 >

(단위: %)



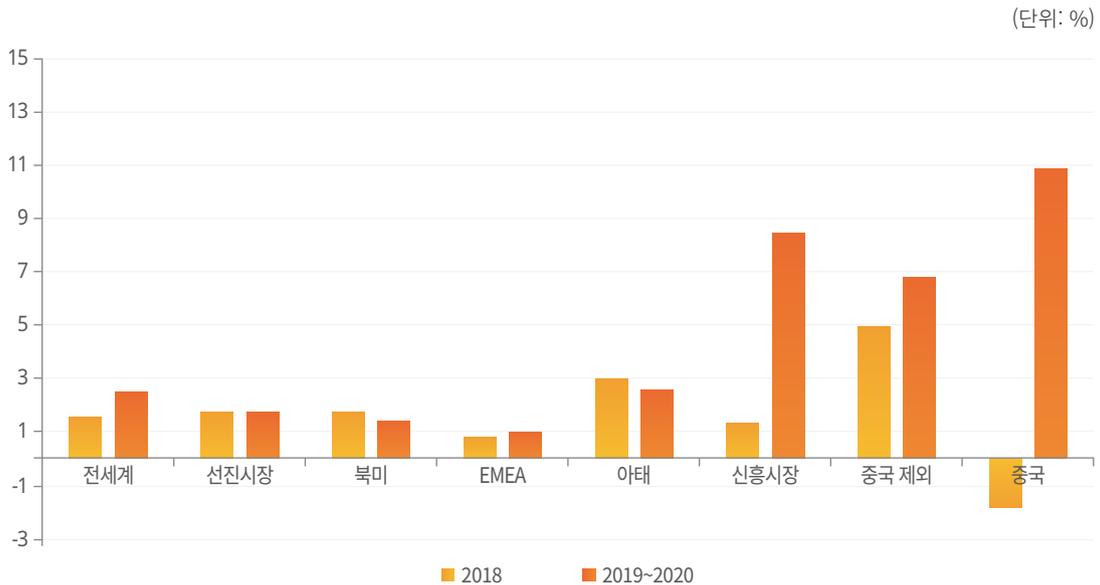
※ 출처 : Swiss Re Institute, * EMEA: 유럽 및 중동 아프리카

● 생명보험

2018년 세계 생명보험시장은 전년 대비 1.6%의 성장률을 기록할 것으로 예상되는데, 이는 지난 5년 평균보다 낮은 수준이다. 선진시장에서는 1.7%의 성장이 예상되는 한편, 신흥시장에서는 지난 5년 평균보다 훨씬 낮은 수준의 성장이 예상된다. 최근 몇 년간 전세계 생명보험시장의 성장은 신흥시장에 의해 견인되어 왔으나, 2018년도 신흥시장의 기여도는 급격히 떨어질 것으로 예상된다. 특히 2018년 중국 생명보험 수입보험료는 자산관리업무(wealth-management-product, WMP)에 대한 규제 강화 및 재무건전성 규제 등으로 1.8% 감소할 것으로 전망된다. 이는 유니버설보험 중 원금보장 고금리 확정형 상품의 판매가 금지되고, 은행, 증권사 등에서 판매한 자산관리상품 투자 축소에 따른 저축성보험의 수익률 하락으로 생명보험 수요가 일시적으로 감소한 것으로 분석된다. 이로 인해 신흥시장 생명보험 수입보험료 성장률은 최근 5개년 평균 대비 1%p 하락한 1.3%에 그칠 것으로 예상된다. 한편, 중국을 제외한 신흥시장의 2018년 성장률은 5%가 될 전망이다.

2019~2020년 신흥시장 수입보험료는 중국의 기저효과로 약 9% 수준의 성장세가 예상되며, 선진시장은 여전히 1~2%대의 낮은 성장세를 유지할 전망이다.

< 2018~2020년 생명보험시장 성장률 전망 >



※ 출처 : Swiss Re Institute, * EMEA: 유럽 및 중동 아프리카

전세계적 금리 인상 분위기 속에서 주요 생명보험사의 ROE는 전년 대비 소폭 개선될 것으로 전망된다. 북미 약 13%, 유럽 약 11%, 아시아의 경우 약 10.5%의 ROE가 예상되나, 여전히 금융위기 이전 평균인 16.5%보다는 낮은 수준일 것으로 보인다.

● 맺음말

전세계 보험시장은 블록체인, AI, 빅데이터 등 인슈어테크의 도입으로 보험산업의 구조와 상품이 변화하고 있으며, 보험사뿐만 아니라 다양한 산업에서의 관심과 자본이 보험업으로 들어옴에 따라 전체 산업구조가 큰 변화를 겪고 있다. 또한 사이버 리스크와 같은 이머징 리스크의 등장은 보험업계에 새로운 위기이자 기회가 될 것이다. 이렇듯 새로운 위험의 등장과 IFRS17 도입 등 규제 변화는 중장기적으로 전세계 보험회사들의 재보험 수요를 지속적으로 증가시킬 것으로 보인다.



2018년 글로벌 생명보험 10대 기술 트렌드 현황 및 시사점¹⁾

● 머릿말

대부분의 보험 분야와 마찬가지로, 생명보험도 새로운 디지털 기술의 물결을 따라가고 있다. 인슈어테크 기술의 급속한 발전으로 인하여 생명보험회사는 그 어느 때보다 빠르게 변화하는 시장에 적응할 것을 요구 받고 있다. 이러한 변화를 주도하는 것은 무엇일까? 경쟁 심화, 수익성 압박, 기술의 발전 그리고 진화하는 고객 선호 등이 될 수 있다. 두말할 것도 없이, 고객 참여에 대한 메트릭스는 고객의 디지털 접근성, 편의성, 민첩성 그리고 개인화를 추구함에 따라서 변화하고 있다. 생명보험 업계에서 찾고 있는 새로운 기술은 Gamification(게임화), Robo advisor(로보 어드바이저), AI(인공지능), Blockchain(블록체인), Analytics(분석기술) 그리고 Cloud(클라우드) 등을 포함하고 있다.

1) 동 보고서는 Capgemini사 "Top 10 Trends in Life Insurance 2018 (2018.12.5일 발간)"를 참고로 작성하였음

< 생명보험 10대 트렌드별 보험산업 영향도 >

Trend	수익성장 기여	비용 최적화	고객참여 확대	리스크 축소	프라이싱 정확성	보험금 누출방지
① Gamification (게임화)	중	저	고	중	저	저
② Wearables (웨어러블)	저	중	고	고	고	중
③ Robo Advisors (로보어드바이저)	중	고	고	저	저	저
④ Automatic Core Process (인공지능 등)	중	고	고	중	고	고
⑤ Blockchain (블록체인)	저	고	저	중	저	고
⑥ Predictive Analytics (예측분석 기술)	고	중	고	고	고	중
⑦ Advanced Analytics (고급분석 기술)	저	고	저	중	저	고
⑧ InsurTech Capabilities (인슈어테크 기술)	고	고	고	중	고	저
⑨ InsurTech Life Insurers (인슈어테크 보험사)	고	고	중	중	중	중
⑩ Leveraging Cloud (클라우드 활용)	중	고	중	저	저	저

※ 출처: Capgemini Financial services Analysis, 2017

● **트렌드 01: Gamification(게임화)**

○ **배경**

게임화는 생명보험사들이 치열한 경쟁상황에서 차별화 되고자 고객들과의 활발한 교감을 유도하기 위한 수단으로 도입 되었으며, 이를 통해 회사 브랜드 인지도 향상 및 신세대 (특히, Y세대/밀레니엄세대) 고객들의 참여를 이끌어 낼 것으로 기대되고 있다.

○ **트렌드 동향(Trend Overview)**

먼저, 게임화는 정보의 유포, 신뢰의 증진, 신규고객 확보/강화 및 보유고객 유지에 있어서 중요한 역할을 하고 있으며, 생명보험사들은 게임화를 활용하여 브랜드 인지도를 높이고 고객의 인기를 얻고 있다.

예를 들면, AXA그룹의 경우 보험상품 및 보험의 중요성에 대한 이해부족으로 인해 보험침투도가 2% 미만인 인도네시아 시장에 “CrazyCash”라는 게임을 만들었고, 이 게임은 20만개 이상의 트윗을 만들어 냈으며, 5주 후에는 AXA 웹사이트에서 3만명의 트위터 사용자, 5만 5천회 이상의 게임 실행, 그리고 22만 5천 페이지 뷰를 달성했다.

○ 시사점

게임화는 고객에게 보험지식의 전달 또는 상품 구매 유도를 목적으로 자세한 보험상품 정보에 대해 게임의 요소를 사용하여 설명함으로써 생명보험의 장점을 고객에게 교육시키는데 도움을 주고 있으며, 소비자에게 위험을 헛지하기 위한 보험상품 구매를 유도하면서, 보험회사의 브랜드 인지도 및 친화력을 창출하는데 도움을 주고 있다.

● 트렌드 02: Wearables(웨어러블)

○ 배경

웨어러블 기기는 고객관련 실시간 데이터를 수집하고 비즈니스 의사결정을 향상시키기 위한 엄청난 기회를 제공함으로써 보험 업계에서 인기를 얻고 있으며, 고객들로부터 교감을 이끌어 내고 실시간 고객 데이터를 활용하여 정확한 언더라이팅 및 사망률 개선을 위해 사용되고 있다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

웨어러블 기기는 생명보험사의 영업사 결정 그리고 지속적인 고객 성향 모니터링에 활용되는 방대한 양의 데이터를 수집하고, 이 데이터를 분석하여 생명보험사들이 기존 고객에 대한 라이프스타일 그리고 생활 단계별 니즈에 대해 정확히 파악하여 궁극적으로는 신규 고객의 니즈에 부합하는 상품을 개발에 도움을 주고 있다.

또한, 수집된 실시간 고객데이터는 새로운 통찰력을 도출하기 위하여 고급 분석 과정과 결합하여 진행되어야 하고, 이 데이터들은 생명보험 가치사슬 전반에 걸쳐서 고객중심의 상품개발, 정확한 리스크 분석 및 프라이싱 그리고 고객의 수명을 연장시킬 수 있는 적합한 건강정보 전달을 위해 활용될 수 있다.

존핸콕(John Hancock)과 스테이트팜(State Farm) 같은 생명보험사는 웨어러블 기기를 사용하여 고객들과 소통하고 있다. 존핸콕의 경우 “John Hancock Vitality” 프로그램을 개발하였으며, 고객들은 피트니스 추적장치 데이터와 기초 의료정보를 보험사에 제공하고 보험료를 할인 받거나, 다른 서비스로 보상을 받을 수 있다. 스테이트팜의 경우 “Connected Care” 프로그램을 개발하였는데, 이 프로그램은 고령자들이 안정적인 지원을 통해 자택에서 독립적인 생활이 가능하도록 하고, 모니터링 시스템을 통해 궁극적으로는 생존 수명을 증가시키고 응급상황을 피할 수 있도록 도움을 준다. 또한 스테이트팜 기기는 어떠한 도움이나 응급상황이 발생할 경우 고객에게 통보 또는 알람을 제공하고 고령자에게 중요한 활동들을 상기시켜 줌으로써 고령자들이 좀더 편안한 일상생활을 할 수 있도록 도움을 주고 있다.

○ 시사점

웨어러블 기기로부터 받은 실시간 데이터에 대한 빅데이터 분석을 활용하여, 생명보험사들은 고객 개개인의 위험에 기초한 상품 디자인을 할 수 있는 세분화된 정보를 확보 할 수 있으며, 고객들과 의사소통 및 급작스러운 건강 악화 상태에 대한 위험률을 통제할 수 있다.

● 트렌드 03: Robo Advisor(로보 어드바이저)

○ 배경

생명보험사들은 보다 편리하고 통찰력 있는 추천 정보를 얻기 위해 로보 어드바이저 도입을 고려하고 있다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

2017년 Capgemini-Efma 세계 보험시장 보고서에 의하면, 로보 어드바이저는 설문 응답자의 75%가 이용하고 있으며, 많은 보험 회사들은 이 기술에 투자하기 위하여 조사를 하거나 투자계획을 세우고 있는 것으로 나타났다.

로보 어드바이저는 고객 니즈를 이해하고 고객들의 이전 구매이력, 구매 이용점수 등과 같은 기존의 가용한 다른 데이터와의 차이를 분석하는 방식을 통하여 고객에게 개인별 맞춤 서비스를 제공할 능력을 가지고 있다. 로보 어드바이저는 보험계약을 즉시 언더라이팅을 할 수 있고 온라인으로 보험금을 수령할 수 있으며, 보험관련 계약서류도 이메일로 받음과 동시에 보험계약을 승락할 수 있다. 예를 들면, 미국의 교직원공제회(Teachers Life Insurance Society)는 디지털보험플랫폼을 구축하여 로보 어드바이저 서비스를 제공하고 있으며, 고객들은 온라인을 통하여 그들의 니즈에 맞는 생명보험 상품을 구입할 수 있다.

또한, 로보 어드바이저가 다양한 출처의 데이터를 분석하고 리스크를 예측할 수 있는 알고리즘을 구현하고 있으며 고객 리스크를 정밀하게 결정하고, 그 결과로 언더라이팅 프로세스의 효율성을 높일 수 있다. 예를 들면, “Fintech Firm Certua”사는 “Robo-Life Insurance Service”를 출시했으며, 이 서비스는 고객 위험도를 측정하고 고객 니즈에 기초하여 보험계약을 심사할 수 있다.

○ 시사점

로보 어드바이저를 이용하여 다양한 출처로부터 데이터를 실시간으로 분석하는 것은 보험계약 서비스에 소요되는 시간을 단축시키며, 보험계약 업무처리에 있어서 자동화된 작업을 진행함으로써 사람의 실수를 최대한 배제시킬 수 있다. 단지, 예외적인 경우에만 직원들이 수동적인 방법으로 처리함으로써 직원들은 더욱 가치 있는 서비스에 집중할 수 있다.



● 트렌드 04: Automatic Core Process(머신러닝, 인공지능)

○ 배경

생명보험사들은 RPA(Robotic Process Automation) 그리고 AI(Artificial Intelligence)시스템과 같은 기술을 도입하여 보험계약 보전 및 서비스와 같은 중심 프로세스를 자동화 하고 있다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

오늘날의 경쟁적 보험환경에서 고객에게 더 좋은 서비스를 제공하고 비용을 최적화 하기 위하여 생명보험사들은 언더라이팅, 보험계약 유지 및 서비스 그리고 보험금 지급과 같은 핵심 비즈니스 프로세스를 자동화할 필요가 있다. RPA와 AI를 통해서 자동화 할 수 있는 중요한 보험계약 프로세스와 시스템은 아래의 표와 같다.

프로세스	주요업무
보험계약 업무처리	<ul style="list-style-type: none">● 보험계약 청약, 문서 집약적 프로세스● 보험계약 승인● 보험계약 갱신 및 해지 업무
언더라이팅	<ul style="list-style-type: none">● 고객 개별 리스크 및 니즈에 부합하는 고객맞춤형 상품에 대해 빠른 시간 내에 언더라이팅 가능
보험금 지급	<ul style="list-style-type: none">● 빠른 클레임 청구 및 해결이 가능하며 고도화된 보험사기 탐지 알고리즘을 활용하여 보험사기를 줄일 수 있음

○ 시사점

자동화 시스템을 활용할 경우 대부분의 고객 거래는 더 빠른 속도와 정확성 그리고 저비용으로 고객 전체 데이터를 실시간으로 업데이트 가능하며, 자동화된 백엔드 시스템은 옴니채널 모델을 보다 효율적으로 처리하고 고객에게 원활한 사용 환경을 제공해 줄 수 있다. 또한, 언더라이팅, 클레임 처리 시스템과 같은 핵심 시스템은 적은 비용으로 확장 가능하다.

● 트렌드 05: Blockchain(블록체인)

○ 배경

블록체인 기술은 네트워크에 참여한 각 사용자들이 원장(Ledger)을 가지고 있고, 개인들은 분산 원장을 통해 독립적으로 거래를 승인함으로써 고도의 투명하고 변동될 수 없는 프로세스를 구성할 수 있다. 생명보험사들은 회사의 가치사슬(Value Chain) 전 부분에 있어서 업무처리의 효율성을 높이거나 투명성을 증가시키기 위하여 블록체인 기술 도입이 필요하다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

많은 생명보험사들이 보안을 강화하고 원활한 데이터 전송이 가능한 블록체인 기술 또는 분산원장 기술에 집중하고 있으며, 블록체인 기술을 통해 다수의 사용자들 간에 데이터 공유가 용이하여 계약 및 업무처리에 대한 투명성을 높이고 있다.

여러 주요 생명보험사들이 블록체인을 기반으로 한 솔루션을 연구하기 위하여 LIMRA(Life Insurance Marketing & Research Association, 미국 생명보험 연구기관)가 주도하여 만들어진 블록체인 자문위원회에 참여하고 있고, 9개 회사(AXA, MassMutual, Penn Mutual, John Hancock, Nationwide, Lincoln Financial Group, Northwestern Mutual, Pacific Life, Principal Financial)가 자문위원회에 참여 중이다.

블록체인으로 만들어진 스마트컨트랙트(Smart Contract)은 클레임이 발생할 경우 다중 사용자 공유 네트워크에서 자동적으로 보험금이 지급되는 보험계약이다. 예를 들어, 병원 또는 의료센터는 보건복지부와 보험회사에 병행하여 사망자에 대한 정보를 제공하고, 각 주체는 목적에 따라서 해당 업무를 처리할 수 있다. 최근 많은 생명보험사들이 생명보험시장에서 블록체인 기반의 어플리케이션을 테스트하고 있으며, 곧이어 블록체인에 대한 활동과 채택이 증가될 것으로 생각된다.

○ 시사점

스마트컨트랙트는 사망 신고서 입력을 통해 자동으로 생명보험금 지급 업무처리가 가능하며, 부양가족 또는 보험수혜자가 직접 보험금을 청구하는 번거로움을 없앨 수 있다.

또한, 재보험 업무처리와 같은 지원업무(Back-Office)는 블록체인 기술을 통하여 자동화 될 수 있으며, 이러한 방법은 보험사들의 업무 효율성을 증가시킬 수 있다.

● 트렌드 06: Predictive Analytics(예측분석 기술)

○ 배경

소프트웨어를 사용하여 고급 의사결정 방법을 구축함에 따라서 예측 분석 기술은 과거 거래내역, 리스크, 트렌드 등을 분석하기 위하여 과거 데이터와 실시간 데이터를 모두 사용해야 하며, 이렇게 함으로써 결과를 예측하고 계획하고 실행하는 프로세스의 수준을 높일 수 있다. 결론적으로 생명보험사들은 비즈니스를 효율적으로 관리하고 급속하게 발전하는 새로운 기회를 활용하여 사전적으로 위험을 완화할 수 있다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

예측 및 행동 분석은 통계 알고리즘뿐만 아니라 기계학습(Machine Learning)을 통합하는 방식을 사용함으로써 보험계약자의 삶이 개별적으로나 집합적으로 발전함에 따라 이해와 행동을 신속하게 식별하고 조정할 수 있다. 그 결과는 오늘날, 미래를 알기 위해 사용할 수 있는 지식으로 언더라이터, 계리사, 보험심사자 그리고 금융전문가를 훈련시킴으로써 빠르고 확실한 ROI(투자수익)를 달성할 수 있다.

예측분석 기술은 생명보험 언더라이터들에게 연령 및 기타 과거 데이터와 같은 요인에 기반한 추정과는 반대로, 좀 더 현실적인 관점에서 위험을 평가하고 보험료를 변경할 수 있는 능력을 제공한다. 의사 결정 프로세스 및 오픈 소스 개발의 진보는 생명보험사들이 기존의 보유계약자 데이터를 신속하게 현재로 가져 와서 새롭게 진화하는 요구와 위험에 대한 지속적인 이해를 유지할 수 있도록 하며, 보험계약자 데이터를 현재와 매우 관련성이 높게 만들고 주기적으로 데이터를 업데이트한다.

예측분석 기술을 사용하면 생명보험사들은 인구 통계, 라이프 스타이지, 요구 및 행동을 기반으로 정확하고 실행 가능한 고객 분류 및 모델을 생성할 수 있다.

○ 시사점

이러한 분석에서 도출된 통찰력은 정확한 의사결정, 위험의 분류 그리고 고객의 니즈에 부합하는 고객맞춤형 상품 설계를 위하여 언더라이터들에게 사용될 수 있다.

예측분석 기술은 M&A 프로세스의 속도를 빠르게 할 뿐만 아니라 신규고객 및 보유 고객에 대한 미래가치를 명확히 측정함으로써 M&A를 수행하는 데 도움을 줄 수 있으며, 그 결과 소요시간이 축소되고 사전 예방적이며 높은 수익성을 기대할 수 있다.

● 트렌드 07: Advanced Analytics(고급분석 기술)

□ 배경

생명보험 업계는 AI시스템이 지원하는 고급 분석 도구를 활용하여 손실을 줄이기 위한 보험사기 방지 및 예방을 강화할 계획이며, “Crowe Clark Whitehill 보고서(2017)”에 따르면 보험사기로 인한 모든 회사의 손실은 최소 3%이고, 최대 6%까지 될 수 있다고 보고되고 있다.

□ 트렌드 동향(Trend Overview)

생명보험사들은 인공지능(AI) 및 머신러닝(ML)과 함께 고급분석 기술을 활용하여 보험사기 탐지 기능을 개선하고 보험사기를 조기에 파악하고자 한다. 인공지능은 보험사들이 고객 행동 데이터로부터 더 나은 통찰력을 얻고, 고객 패턴을 식별이 가능하도록 구조화되지 않은 데이터로부터 통찰력을 이끌어 내는데 도움을 줄 수 있다.

우선 머신러닝은 보험계약의 패턴과 이상징후 탐지능력을 개선하는 데 사용 가능하고, 다음으로 예측모델은 보험계약 인수 및 청구 프로세스에서 잠재적 사기를 실시간으로 탐지 가능하다. 예를 들면, Manulife사는 이상징후 탐지를 위해서 고급분석 기술을 사용하고 클레임의 보험사기를 탐지하기 위해서는 머신러닝을 이용하고 있으며, Reliance Nippon Life사는 보험사기 관리를 위해 성향기반 분석기법을 사용하고 있다.

또한, 디지털 채널의 채택이 증가함에 따라 신용불량 가능성이 증가하기 때문에 고객을 분석하는 것이 보험사기를 억제하는 데 중요하므로 보험사들은 보험사기 탐지 모델을 사용하여 판매채널의 성과를 분석하고, 잘못된 판매, 허위 진술 및 커미션 리베이트와 같은 기타 사기를 점검할 수 있다.

□ 시사점

패턴 식별과 같은 사기분석 기법을 사용하여 대리점의 부정행위를 신속하게 식별한다면 보험사의 판매채널을 획기적으로 개선할 수 있으며, 고급 사기분석 시스템 사용은 보험사가 보험사기를 탐지하고 새로운 사기패턴을 식별하여 손실을 줄이고 보험금 유출을 감소시킬 수 있다.

● 트렌드 08: Insurtech Capabilities(인슈어테크 기술)

○ 배경

생명보험 분야에서 신생 벤처회사들은 최신 기술을 기반으로 하는 인슈어테크 기능을 활용하여 보험상품을 설계하고 보장 급부를 확대하고 있다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

디지털 어플리케이션, 고급분석과 같은 인슈어테크 기술은 생명보험사들이 더 세분화된 정책을 개발하거나 제시 가능하게 해주고, 이 기술을 통하여 저소득층 고객에게 생명보험 상품을 더 저렴하게 제공할 수 있으며, 주문형 서비스에 익숙한 밀레니엄 세대에게 더 호소력 있게 다가갈 수 있다.

생명보험의 혁신적인 제품 중 일부는 인슈어테크 기술을 기반으로 하고 있다. 첫째로, 미세기간 보장이다. 모바일 앱의 도움으로 생명보험 보장내용은 고객의 요구에 맞춰 설계될 수 있고, 단기간, 또는 특별 기간 동안만 보장 받을 수도 있다. 인슈어테크 기술은 높은 일시보험료의 장벽에 좌절되었을 수 있는 고객들로 하여금 생명보험 시장에 접근 가능하게 할 수 있기 때문에 전통적인 장기보험의 보험료를 낮출 수 있으며, 이렇게 개발된 보험상품은 고객이 보장을 원할 때만 보험 구입을 원하는 유연한 상품 설계를 원하는 Y세대에게 호소력을 가진다. 예를 들면, 디지털보험회사 “Sure”의 모바일 앱은 고객이 항공여행기간 동안 생명보험 혜택을 받을 수 있으며, 항공편이 출발하는 시점 직전까지 언제든지 보험상품을 구입할 수 있다. 둘째로, 모바일 기반 마이크로보험(소액 보험)이다. 모바일 기반 소액보험은 고객들이 소액보험료로 소액의 생명보험 보장을 받을 수 있게 해 주며, 모바일의 편리한 지급기능을 활용하여 더 짧은 기간의 보장도 가능하게 해준다. 이런 보험상품은 구매력이 낮은 저소득층 고객에게 생명보험 상품을 접근할 수 있게 함으로써 새로운 시장 공략에 유용하다. 예를 들면, “BIMA”의 모바일 보험 솔루션은 고객들이 소액의 상해 보장 또는 사망보장에 대해 한 달에 60센트의 소액보험료를 내고 매월 단위로 구입할 수 있다. 셋째로, 특정 그룹에 대한 타겟 보험 상품이다. 생명보험 보장 범위를 분리하고 특정분야에 맞게 고객맞춤형 상품으로 설계함으로써 생명보험 보장범위를 보다 유연하게 세분화 할 수 있다. 예를 들면, 인슈어테크 회사인 “Fabric”는 부모들의 특별한 보험 니즈를 반영한 보험상품을 개발 하였으며, 부모들은 자녀들이 쉽게 마주하는 보험위험이 상해사망이라는 점을 고려하여, 고객들이 원하는 특별한 위험(상해 사망)을 보장하는 Fabric 즉시보험을 판매하고 있다. Fabric의 모바일 앱은 고객들이 원할 경우, “Fabric Premium”을 납입하고 정기사망보험을 20년만기 20년납으로 가입할 수 있으며, 건강 및 생활습관에 따라 보험료는 변경 될 수 있다.

○ 시사점

세분화된 생명보험상품을 통해 생명보험사들은 신규 시장에서 입지를 확대함으로써 유기적인 수익 증대를 촉진할 수 있고, 고객들의 요구에 좀더 민첩하게 대응함으로써 고객 만족을 극대화 할 수 있으나, 생명보험사들은 발전된 보험계리 및 언더라이팅 프로세스를 개발하는 것은 물론 짧은 보험기간의 보험상품에도 적용할 수 있는 적절한 기술을 구축하는 것도 중요하다.

● 트렌드 09: Insurtech Life insurers(인슈어테크 생명보험사)

○ 배경

인슈어테크 회사들은 새로운 기술을 활용하여 생명보험 가치사슬 전반에 걸쳐 혁신적인 상품을 출시하고 있으며, 전통적인 생명보험사들은 InsurTech 회사와 파트너십/협업/인수 또는 사내 역량 개발 등의 방법을 통해 InsurTech 기술을 강화하는 데 중점을 두고 있다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

2017년 “Capgemini-Efma 세계 보험시장 보고서”에 의하면, 인슈어테크 회사와 보험회사 모두 상호협력을 자연스럽게 해주는 보완적인 이점으로 상생(Win-Win)의 결론을 도출하고 있다.

전통적 생명보험회사는 인슈어테크 기술을 향상시키기 위하여 다양한 접근 방식을 채택하고 있다. 먼저, 파트너십과 협력이다. 전통적인 생명보험사들은 인슈어테크 회사를 이용하여 성장/육성 프로그램에 참여하고, 인슈어테크 회사에 투자하고, 제품 및 서비스를 제공하기 위하여 인슈어테크 회사와 협력하고, 또는 기술서비스를 제공하기 위하여 인슈어테크 회사를 비즈니스에 끌어들이고 있다. 예를 들어, 일본의 다이이치생명보험은 건강증진서비스를 제공하기 위하여 인슈어테크 회사인 “Modiface”사와 협력을 맺고 있다. 다음으로 전통적인 생명보험사들은 인슈어테크 기술을 습득하기 위하여 인슈어테크 회사를 합병하고 있다. 마지막으로 자체 개발(In-House Development)이다. 전통적인 생명보험사들은 혁신을 창출하기 위하여 사내 연구개발(R&D) 센터를 설립하고 있다. 예를 들면, “MassMutual” 사내에 벤처인 “Have Life”를 가지고 있는데, 동사는 고객들에게 다이렉트 마케팅을 하는 온라인 생명보험회사이다.

○ 시사점

전통적 생명보험사들은 인슈어테크와 협력을 통하여 혁신적인 상품과 부가가치 서비스를 제공할 수 있으며, 이러한 서비스를 제공하는 시간도 단축시킬 수 있고, 인슈어테크 회사는 기존 브랜드와 연계하여 고객 신뢰를 얻고 기존 보험사와 협력하여 보험 사업에 대한 노하우를 습득할 수 있다.

● 트렌드 10: Leveraging Cloud(클라우드 활용)

○ 배경

클라우드는 방대한 규모의 행동 데이터를 처리하는 보험회사들과 고객들에게 실시간 통찰력을 제공하는데도 필수적이다.

○ 트렌드 동향(Trend Overview)

생명보험사들은 새로운 응용프로그램을 개발하기 위하여 클라우드 네이티브 접근방식을 채택하고 있으며, 이 중에서 클라우드 네이티브는 대부분의 보험사들에서 기술전략의 핵심을 차지하고 있다. 이제 새로운 어플리케이션의 약 1/6이 클라우드 기반이라는 것은 민첩성과 안전성이 핵심요소인 클라우드 기능이 보험사들에게 높게 평가된다는 것을 보여 준다.

클라우드 네이티브의 기능을 살펴 보면, API를 사용하여 통신하고 독립적으로 확장할 수 있는 소규모 및 독립적인 모듈식 코드의 집합으로 어플리케이션을 배치할 수 있는 마이크로서비스 아키텍처를 가지고 있으며, 컨테이너를 사용하면 코드를 쉽게 이동할 수 있으며 오류를 방지할 수 있다. 신속한 응용프로그램 개발을 위해 신속한 피드백을 허용하는 민첩한 개발이 가능하며, 지속적 제공 모델인 DevOps는 조직의 장벽을 제거하고 협업을 개선시키는 클라우드 네이티브 어플리케이션의 주요 기능을 가지고 있다. 예를 들면, 메트라이프생명은 고객이 모바일, 테블릿, PC 등 어떤 플랫폼에 관계없이 보험사와의 관계를 완벽하게 파악할 수 있으므로 고객 및 대리점의 경험을 효율화할 수 새로운 UI(User Interface)를 개발하였다. 새로운 UI는 기록에 접근하기 위해 400개가 넘는 보험회사의 데이터 시스템을 활용할 필요가 있으며, 이 경우 레코드 저장소는 다른 언어와 시스템을 사용하여 사일로(Silo)로 실행되었으며, 코드는 1982년으로 거슬러 올라간다. DevOps는 어플리케이션을 빠르게 제작할 수 있고, 컨셉 단계에서 완성까지 5개월이면 충분하다.

또한, 생명보험 분야에서 SaaS 플랫폼은 더 좋은 기관통합 및 정책관리 시스템을 위해 사용한다. 예를 들어, 뉴욕생명보험사는 “Vlocity” 그리고 “Salesforce”와 협력하여 고객 편익을 증진하고 대리점의 효율성을 높이기 위한 클라우드 기반 어플리케이션을 구축할 필요가 있다.

○ 시사점

클라우드를 프로그램 다운로드 속도의 감소 및 적절한 규모의 IT 인프라로 인하여 보험회사의 운영효율을 향상시킬 수 있다. 클라우드 기반 민첩성은 상품의 시장 출시 시간을 줄임으로써 새로운 제품 개발을 촉진시킬 수 있다. DevOps 모델의 민첩성은 지속적인 혁신 환경을 지원하고 비즈니스 속도를 증가시킨다.

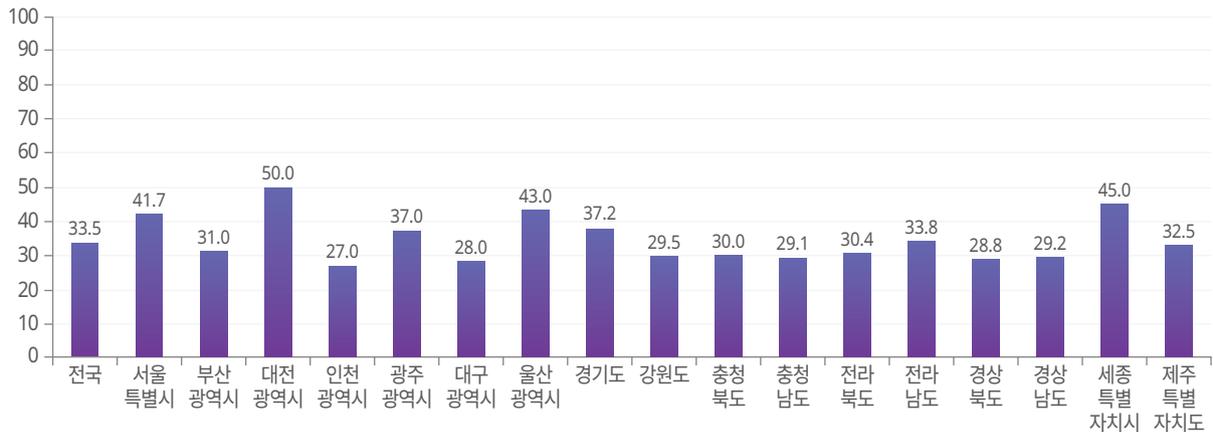


자전거 이용 활성화를 통한 자전거보험 의무화 방안 검토

한국교통연구원의 조사에 따르면 얼마 전 우리나라 자전거 이용 인구가 1,300만명을 넘어섰다고 한다. 여기에서 자전거 이용 인구라 함은 ‘월 1회 이상 자전거를 이용하는 사람’을 말하며, 매일 자전거를 타는 사람도 약 330만명에 이른다. 이는 만 12세 이상, 69세 이하 우리나라 인구의 10%에 해당하는 수치로, 10명 중에 1명 꼴로 매일 자전거를 이용한다고 볼 수 있다.

< 시도별 자전거 이용률 >

(단위: %)



※ 출처 : 한국교통연구원

위의 표에서 보는 바와 같이, 우리나라 자전거 이용률을 전국 평균 33.5%이며, 이용률이 가장 높은 대전광역시의 경우에는 무려 50%에 이른다. 최근 우리나라 자전거 인구는 해마다 증가하고 있는데, 이에 따른 관련 제도나 환경 그리고 법규 등은 아직 부족한 점이 있어 지속적으로 개선하고 발전시킬 필요가 있다. 먼저, 2018년 3분기에 있었던 자전거 헬멧 착용 의무화 논란에서부터 오랜 시간 논의된 자전거 등록제 도입 여부까지 자전거 이용 활성화와 관련된 이슈들을 점검해 보려고 한다. 추가적으로 자전거보험 의무화를 위한 선행조건과 만약 자전거보험을 의무화 한다면 어떠한 방식이 좋을지에 대해서도 자전거 등록제에 관한 해외 사례와 함께 고민해 보고자 한다.

< 우리나라 자전거 이용 빈도 >

이용 빈도	비율
연 1회 이상	35.2%
월 1회 이상	33.5%
주 1회 이상	25.6%
매일 이용	8.3%

※ 출처 : 한국교통연구원

● 자전거 헬멧 착용 의무화 논란

자전거보험 의무화를 논의하기 위해서는 우선 자전거 이용이 지금보다 더욱 활성화 될 필요가 있다. 지난 가을 우리나라에서는 자전거 헬멧 착용 의무화 규정과 관련하여 많은 논란이 있었다. 9월 28일 개정된 도로교통법에 따르면 자전거 이용시 운전자와 동승자 모두 헬멧을 착용해야 한다. 이러한 정부 결정에 대한 논란의 핵심은 안전을 위한 조치이니 의무적인 착용이 필요하다는 의견과 자전거 이용 활성화에 도움이 되지 않는다는 의견이 팽팽하게 맞서 있는 것이다.

먼저, 자전거 문화가 발달되어 있는 해외 몇 나라의 사례를 살펴보면 아래와 같다.

< 국가별 헬멧 착용 의무화 기준 >

국 가	헬멧 착용 의무화	내 용
호주, 뉴질랜드	○	미착용시 벌금 O
핀란드	○	미착용시 벌금 X
스페인	△	도시 밖에서만 의무화 적용
독일	×	-

자전거 헬멧 착용 의무화 논쟁은 최근 우리나라뿐 만 아니라, 이미 자전거 이용이 활발한 유럽 여러 나라에서도 있어 왔다. 전 국민의 80%가 자전거를 소유하고 있는 독일의 경우 1970년대 들어서면서 이 논의가 본격화 되었으니, 독일에서는 40년이 지난 오래된 이슈라고 하겠다. 이와 같이 오랜 시간 논쟁을 벌여 왔지만, 지금까지도 독일은 물론 유럽 상당수의 국가에서는 자전거 헬멧 착용을 의무화 하고 있지 않다.

자전거 이용시 헬멧을 착용하는 것이 착용하지 않는 것보다 안전하다는 것은 누구나 아는 사실임에도 불구하고 자전거 선진국에서 헬멧 착용을 의무화 하지 않는 이유는 무엇일까. 가장 큰 이유는 ‘자전거 이용자의 감소’를 우려하기 때문이다. 실제로 1991년 전세계 최초로 헬멧 의무화를 적용한 호주의 사례를 보면, 그 당시 자전거 이용자가 30% 정도 감소하였다는 보고가 있다. 이와 같이 자전거 이용자가 감소할 경우 상대적으로 자동차 또는 대중교통을 이용하는 사람들이 늘어나게 될 것이고, 그렇게 되면 국민들의 건강 증진이나 환경 문제 등에 부정적인 영향을 미치게 된다는 것을 예상할 수 있다.

우리나라에서도 자전거 헬멧 의무화 도입 이슈는 꾸준히 제기되어 오다가 이번에 자전거 이용자의 안전을 이유로 법안이 만들어지게 되었다. 정부 조사에 따르면 자전거 사고로 인한 부상자 중 머리를 다친 경우가 전체의 38%로 가장 많았다고 한다. 이와 같은 통계들이 누적되며 의무화 조치가 힘을 얻어 법이 통과된 것이다. 헬멧을 착용하는 것이 착용하지 않는 것보다 안전하다는 사실만 본다면 의무화 조치가 바람직하나, 우리는 자전거 이용 활성화 등 다른 이유들도 함께 고려해야 할 필요가 있겠다. 예를 들면, 요즘 서울시의 따릉이 등 각 지방자치단체별로 자전거 공유서비스가 증가하고 있는데, 공유서비스용 헬멧의 분실 이야기는 차치하고라도 여름철 공용 헬멧의 위생관리 또한 큰 문제로 지적되고 있다. 결국 헬멧 의무화를 통한 안전이라는 가치와 자전거 이용 활성화를 통한 긍정적인 효과 사이에 고민이 필요한 시점이다. 참고로 현재 자전거 헬멧 미착용시 범칙금 등의 처벌이나 불이익은 없는 상황이며, 일부 국회의원을 중심으로 헬멧 의무화 관련 새로운 개정안이 발의된 상황이다. 이 개정안의 골자는 자전거 이용시 헬멧 착용이 ‘의무’가 아니며, 이용자는 착용하도록 ‘노력’해야 한다는 내용이다. 자전거 이용 활성화라는 가치에 조금 더 무게를 둔다면 자전거 헬멧 착용은 자율에 맡기는 것이 더 바람직해 보이며, 그럴 경우 자전거보험 의무화를 위한 긍정적인 조치가 될 것이다.

● 자전거 등록제 도입 여부

자전거보험이 의무화 되기 위해서는 기본적으로 전국에 산재해 있는 자전거들의 전반적인 현황을 관리할 수 있도록 자전거 등록제가 선행될 필요가 있다. 자전거 등록제란 아래 사진에서 보는 바와 같이, 자동차처럼 자전거에도 고유의 등록번호를 부여하고 정부 또는 지방자치단체에서 관리하는 제도를 말한다. 자전거 사진 또는 자전거의 특징을 정부나 지자체 전산에 입력한 뒤 자전거에 식별 장치를 부착하여 자전거 도난을 방지하는 것이 주요 목적이다. 또한 최근 방치되는 자전거가 증가함에 따라 이를 해결하기 위한 대안으로도 자전거 등록제가 거론되고 있다.



우리나라의 경우 국가 차원에서 정부가 2016년 전국 단위 자전거 등록제 시스템 구축을 검토하였으나, 2년이 지난 아직까지도 검토 중인 단계라고 한다. 또한 일부 지방자치단체에서 이미 시행한 경우가 있지만 의무가 아닌 '자율등록제'로 진행하여 기대했던 만큼의 큰 성과를 거두지 못한 실정이다. 서울에서는 양천구에서 2008년, 노원구에서 2013년에 시행하였으며, 지난 2014년에 시행한 강동구의 경우에는 아직 1,000대 미만의 자전거만이 등록되어 있다. 경기도 일부지역처럼 경찰청 주도로 진행되는 경우도 있었으나, 결국 의무가 아닌 제도였기에 자전거 등록 비율이 낮은 것은 마찬가지였다. 따라서 자전거 등록제가 가시적인 효과를 발휘하기 위해서는 지자체 보다는 국가 차원에서 '의무화'를 통한 도입이 필요할 것으로 판단된다.

반면, 등록제 시행에 따른 사회적 비용 대비 효용성의 문제, 의무 등록제로 진행할 경우 국가의 지나친 통제라는 비판 등 반대의 입장에서 생각해 볼 문제가 있다. 실제로 자전거 등록제를 시행하더라도 도난 당한 자전거를 찾기는 어렵기 때문에, 이 제도의 주요 목적인 도난 방지 효과도 미미하다는 것이다. 또한 등록제 시행이 자전거 이용 활성화를 방해하여 자전거 시장이 전반적으로 주춤할 것이라는 주장도 있다. 만약 등록제 시행으로 자전거를 타는 사람들이 실제로 줄어든다면, 이는 자전거 보험 의무화 추진 과정에서 부정적인 영향을 미치게 될 것이다. 자전거 등록제 도입에 따른 복합적인 영향들을 종합적으로 고려할 필요가 있으며, 그렇다면 해외의 경우에는 어떠한 방법으로 등록제가 시행되고 있는지 알아보려고 한다.



:자전거 등록제는 방치된 자전거 해결방안이 될 수도 있다

● 일본의 자전거 등록제 소개

외국의 사례를 보면 자전거 등록제를 이미 도입한 국가들이 많다. 네덜란드는 국가 주도로 2008년 시행하여 자전거 분실률을 낮추는 효과를 보였다. 자전거 대국이라고 불리는 일본은 지난 1994년부터 자전거 등록제를 시행하고 있으며, 일본 전역에서 등록제에 참여하고 있는 자전거는 무려 전체의 80%에 이른다. 이로 인하여 도난 당한 자전거의 회수율도 41% 수준으로 높은 편이며, 방치된 자전거 문제의 유용한 해결책이 되었다. 일본에서 자전거 등록증을 잃어버릴 경우 재발급을 받아야 하며, 자전거를 등록하지 않고 타다가 경찰의 검문을 받으면 종종 도둑으로 몰리게 될 수도 있다고 한다. 따라서 이런 곤란한 상황을 겪지 않기 위해서 대부분 자전거를 등록하는 경우가 많으며, 사실상 자전거 등록 ‘의무제’라고 볼 수 있다.

일본에서는 자전거를 새로 구입하는 시점에 등록 후 이용하며, 중고자전거를 양도받을 때에도 기존에 등록이 되어 있는지 확인하여야 한다. 이미 등록된 자전거라면 등록된 사람에게 양도증명서를 받아 방범 등록 변경 신청 또한 필요하다. 일본 자전거 등록제의 주요 목적 중 하나는 도난을 방지하기 위해서다. 자전거 등록제가 일부 영향을 끼쳤기 때문인지 일본에서는 자전거에 잠금 장치를 하지 않더라도 도난 사고가 발생하는 경우는 드물다고 한다.

< 일본 자전거에 부착된 식별장치 >



일본의 경우 대부분의 자전거들이 생활형 자전거이며, 일반적으로 비싸지 않은 중저가의 제품이 주를 이룬다. 생활 자전거들이 주를 이루다 보니 한 번 자전거를 구입하여 오랜 기간 타는 경우가 많고, 따라서 신규 등록이나 등록 수정에 따른 사회적 비용이 비교적 덜한 편이다. 만약 자전거 중고 거래가 활발하고 양도가 많다면 매번 새롭게 등록 해야하는 사회적 비용이 막대할 것이다.

경제학자 피터 드러커는 ‘측정할 수 없으면 관리할 수 없고, 관리할 수 없으면 개선할 수 없다’라는 말을 하였다. 어떠한 정책을 만들고 꾸준히 지속하기 위해서는 정확한 현황 파악이 필수적이다. 자전거보험 의무화를 시행하기 위한 사전 단계로 자전거 의무 등록제를 통하여 자전거 현황을 수월하게 파악할 수 있겠지만, 등록제로 인해 자전거 시장이 위축되는 반대의 영향 또한 면밀하게 고려되어야 할 것이다.

● 우리나라 자전거보험 현황

우리나라에 개인이 별도로 가입할 수 있는 자전거보험 상품이 존재하지만, 상품에 대한 홍보 부족과 자전거보험이 필요하다고 인식하는 사람이 적기 때문에 실제 개인계약으로 판매되는 경우는 드물다. 오히려 최근 자전거 사고가 증가함에 따라 지방자치단체에서 자전거보험에 관심을 가지기 시작하였고, 각 지자체에서 해당 지역 주민에 대해 일괄적으로 자전거보험에 가입하는 경우가 많다. 거주하고 있는 지역의 지자체에서 자전거 보험에 가입한 경우, 해당 지역의 주민은 별도의 보험에 가입하지 않더라도 자동적으로 피보험자가 되기 때문에 사고 발생 시 담보를 받을 수 있다. 또한 거주하는 지자체에 보험이 가입되어 있을 경우, 다른 지역에서 사고가 발생하였더라도 해당 지자체 보험으로 담보 가능한 상품도 있다.

개인을 피보험자로 하는 자전거보험 상품은 아래와 같이 구성되어 있다.

< 자전거 보험 구성 예시 >

(1) 기본 계약사항

상품명	XX자전거보험	증권번호	000-000-000
보험기간	18.1.1.~19.1.1.	보험계약자	홍길동
주피보험자	홍길동	추가 피보험자	없음
계약형태	개인계약	총피보험자수	1
주소	서울특별시 종로구	총보험료	50,000원

(2) 보험가입조건

보장내용	인당 가입금액(원)	비 고
자전거 상해 사망	30,000,000	-
자전거 상해 후유장해	20,000,000	-
자전거 사고 벌금	10,000,000	-
자전거 사고 방어비용	10,000,000	-
자전거교통사고처리지원금	30,000,000	-
자전거 상해 입원 일당	100,000	-
자전거 배상책임	100,000,000	-
교통상해 사망	200,000,000	교통상해급수 △급
교통상해 후유장해	150,000,000	교통상해급수 △급
골절수술위로금	500,000	-

위의 표에서 보는 바와 같이, 현재 판매되고 있는 개인 대상 자전거 보험 상품은 다양한 가입 조건을 설정할 수 있으며, 각 피보험자에게 가장 적합한 한도를 선택할 수 있다. 하지만, 아직 자전거보험에 대한 사회적인 공감대와 필요성 부재로 지방자치단체 계약을 제외하고는 판매가 미미한 실정이다.

● 자전거보험 의무화 방안 검토

지난 10여년 동안 자전거 전용도로의 증가와 함께 자전거 인구 또한 지속적으로 늘어났다. 이에 따라 필연적으로 자전거 사고 또한 증가하였는데, 자전거 사고로 사망한 사람의 수가 전체 교통 사망자 수의 10%에 육박할 정도로 심각한 상황이다. 우리나라는 OECD 국가 중 전체 인구 대비 자전거 사고로 인한 사망자 수가 매년 1위를 기록하고 있다. 사망자 수뿐만 아니라 자전거 사고로 인한 부상자도 꾸준히 증가하고 있으며, 전체 교통사고 발생 건수에서 자전거 교통사고 발생 건수가 차지하는 비율도 해마다 늘고 있다.

최근의 자전거보험 사고는 단순한 접촉사고를 넘어 위험한 사고들이 종종 발생하고 있다. 사고가 발생할 경우 자전거 이용자나 자전거 자체의 손해에 더하여 보행자 등 제3자에게 피해를 주는 경우가 끊임없이 발생하고 있다. 이와 같은 대형 사고가 증가함에 따라 자동차보험과 같이 자전거 보험에도 일정 항목에 대해서 의무화를 하는 것이 필요하다는 주장이 나오고 있다.

먼저 자전거보험 의무화를 추진하기 위해서는 기본적으로 자전거 이용이 꾸준히 활성화 되어야 하며, 자전거 현황 또한 효율적으로 관리되어야 한다. 첫 번째, 자전거 이용 활성화와 관련하여 앞에서 헬멧 착용 의무화와 자전거 등록제에 대해 검토해 보았다. 일반적으로 헬멧 착용이 의무화 될수록 자전거 이용은 감소할 것으로 보이며, 자전거 등록제 또한 자전거 이용 활성화에 부정적인 영향을 미치는 것으로 보인다. 반면, 자전거 현황을 효율적으로 관리하기 위해서는 자전거 의무 등록제가 큰 도움이 될 것이다.

이와 같이 자전거보험 의무화와 관련된 쟁점 사항에 대해서 살펴보고, 자전거보험 의무화를 위한 선제적 과제와 현실적인 추진 방안에 대해서 검토해 보려고 한다. 현재 자전거 보험상품은 출시되어 있으며, 상품 내용 또한 비교적 잘 갖추어져 있다. 중요한 것은 자전거 사고의 심각성에 대한 대중의 공감대 및 관련 보험의 필요성에 대한 사회적 요구가 어느 정도 수준인지 여부이다. 우리나라의 자전거 이용률이 증가하고 있으며, 그에 따라 필연적으로 자전거 사고발생의 빈도와 심도 또한 커지고 있는 것은 사실이다. 그럼에도 불구하고, 자전거 이용이 대중화된 일본이나 유럽 또는 동남아 일부 국가들과는 달리 우리나라에서는 지하철이나 버스 등의 대중교통과 자가용이 주요 교통수단으로 자리잡고 있다. 서울 종로에 자전거 전용도로를 만들고 따릉이 자전거 수 및 대여소를 늘리는 등의 환경정책과 맞물려 자전거 이용을 확대하려는 각 지자체들의 노력은 계속되고 있으나, 자전거 전용도로의 확충 및 주행 안전 보장, 신호체계 보완 등 아직 개선해야 할 부분이 많이 남아 있다.

자전거보험을 의무화 할 경우, 손해보험사들의 새로운 시장이 확대될 수 있고 자전거 사고로 피해를 입은 당사자 및 제3자가 손쉽게 보상받을 수 있는 긍정적인 측면이 많겠지만, 현재 우리나라 환경에서는 몇 가지 조건이 충족되어야 할 것으로 보인다. 자전거보험 의무화를 추진하기 위한 조건들과 현실적인 추진방안을 생각해 보면 아래와 같다.

< 의무화 추진을 위한 조건 >

(1) 자전거 이용률 50% 초과 (현재 33.5%)

- 자전거 전용도로 확대 및 관련 인프라 개선
- 자전거 공유 시스템 전국단위로 확대

(2) 자전거 헬멧 착용 의무화 유보

- 권고사항 (독일 준용) 또는 도시 밖에서만 의무화 적용 (스페인 사례)

(3) 자전거 이용률 40% 초과시 → 선택 등록제 시행

자전거 이용률 70% 초과시 → 의무 등록제 시행

- 자전거 활성화를 방해하지 않으면서, 종합적으로 관리할 수 있는 접점 모색

위와 같은 조건이 먼저 갖추어 졌을 때 자전거보험 의무화에 대한 공감대가 형성될 것이고, 자전거보험 의무화도 가능해 질 것으로 보인다.

자전거보험 의무화를 추진할 경우 현 시점에서 생각해 볼 수 있는 시행 방안은 아래와 같다. 1,000만명 이상의 이용자 각 개인이 가입하는 것보다 현재 각 지방자치단체들이 일괄로 가입하는 방식을 보완하여 발전시키는 것이 현실적이라 판단된다. 자전거는 자동차와 달리 이용자별 사용 빈도의 편차가 매우 크기 때문에 개인계약에 대한 요율 산정 및 차별화에 어려움이 있을 수 있다. 또한 다른 보험상품에 비해서 도덕적 해이 문제가 생길 우려도 큰 편이다. 따라서 기본적으로 지자체를 통한 일괄 가입 방식으로 의무화를 추진하되, 추가적인 확장담보에 대해서는 이용자 개인이 부담하는 방식이 합리적일 것으로 보인다. 모든 개인이 별도로 보험에 가입할 경우 이에 따른 시간적, 물질적 비용이 발생하게 되어 의무보험이 안정적으로 정착하기 어려울 수 있다. 따라서, 자전거 보험 의무화 방안은 지방자치단체별 일괄 계약을 의무화 하고, 담보 범위나 가입금액의 확장이 필요한 이용자는 개인이 선택적으로 부담하는 방식이 현실적일 것이다. 지자체의 의무보험 가입금액과 담보범위에 대해서는 의무화 되는 시점의 사회적 제반 상황을 고려하여 결정하면 될 것으로 보인다.

< 자전거보험 의무화 방안 >

- 시·군·구 단위 지방자치단체별 일괄가입 (의무보험)
 - 현재 다양한 위상의 지자체를 시·군·구 단위로 통일
 - 개인 이용자 선택적 추가 담보 가능
- 해당지역 거주 인구 및 등록된 자전거 수 비례 요율 산정
- 사고발생 피보험자 및 지역에 함께 연동하여 할인·할증 적용

우리나라에서 자전거보험 의무화를 추진하기 위해서는 아직 넘어야할 과제들이 많이 있다. 하지만, 환경정책과 맞물려 사회적인 여건과 공감대가 형성된다면 자전거보험을 손해보험의 새로운 시장으로 확대시킬 수 있을 것이다.

코리안리, 국내 유일를 넘어 세계로

국내 유일 세계 10대 금융회사, 국내자본 유일의 전업 재보험사
런던 로이즈 마켓에서 활동 중인 유일한 보험사
코리안리가 이제 '국내 유일'을 넘어 '세계 유일'을 향합니다.

KOREANRE

- 2011. 2. A.M Best A Stable 획득
- 2012. 9. 세계 10위 재보험사 (A.M. Best)
- 2014.10. S&P A등급 획득
- 2015. 4. 영국 로이즈 현지법인 설립
- 2017. 7. 말레이시아 라부안 지점 설립
- 2018. 1. 두바이 지점 설립

WE SERVE TO PROTECT YOUR FUTURE

www.koreanre.co.kr