



보험업계, 온·오프라인 사회안전망 확장 극단적선택 등 예방 중심 사업운영·지원

생보사 사회적 문제 대응

우리나라의 극단적선택 문제가 여전히 심각한 사회적 과제로 남아 있는 가운데, 생명보험업계가 한강 교량 SOS 생명의전화 운영부터 극단적선택 시도자·유족 지원, 청소년·청년 상담 플랫폼까지 아우르는 극단적선택 예방 사업을 이어가고 있다.

생명보험협회는 25일 보험업계가 최근 5년(2021~2025년) 동안 공동 극단적선택 예방 사업에 연평균 33억4000만 원을 투입하고 온·오프라인 사회안전망 구축을 확대하고 있다고 밝혔다.

극단적선택 예방사업 연평균 33억 투입 한강 20개 교량 SOS 전화기 설치·운영 고령화 등 사회변화에 맞춰 지원 확대

◆ 하루 평균 40명 극단적 선택... 생보협회 “사회적 문제”

지난 2024년 기준 우리나라 극단적선택은 1만4872명으로, 하루 평균 40.6명 수준이다. 10만명당 28.3명으로 경제협력개발기구(OECD) 평균(10.6명)을 크게 웃돌고 있다.

생보협회는 “한국사회에서도 극단적선택은 더 이상 개인의 불행으로만 볼 수 없다”며 “어느 한 사람, 한 단체의 노력만으로 해결될 수 없는 민·관이 함께 노력해야 하는 사회적 문제”라고 밝혔다.

생보업계는 생명보험사회공헌위원회를 중심으로 업계가 장기간 자살예방 사업을 공동 추진해오고 있다. 특히 최근 5년간 연평균 33억4000만원 규모의 예산을 투입해 사업을 운영해 왔고, 앞으로도 인구 고령화, 자살 고위험군, 고립청년(은플이) 등 사회구조 변화에 맞춰 지원을 이어갈 방침이다.

생보업계 공동 극단적선택 예방사업의 핵심은 위기 상황에서 즉시 연결되는 대응체계다. 업계는 한강 20개 교량에 SOS 생명의전

생보사 주요 자살예방 활동



생명존중 자살예방 문화조성 캠페인을 통해 청소년 사망원인 1위 자살의 심각성을 알리고, 올바른 태도와 인식개선을 통해 생명존중 문화조성



대한민국 청소년 자살률의 심각성을 범국민적으로 알리기 위한 캠페인 참가자(러버커) 3,000인과 함께 GOWALK
- 학교 정문에서 퍼포먼스 인증 진행 - 전국 인증기간내 걸음 실천인증(7.1km)



잠재적 위험군 청소년에 대한 심리·정서적 지원을 위해 청소년 리더 '라이키'를 양성하여 마음보호훈련과 생명존중 캠페인을 진행. 학생 개개인의 보호요인 강화 및 교내 생명존중 가치 확산, 온라인 상담채널 '라임' 운영



마음이 건강한 학교 문화 만들기 라이키(LIFE KEY) 프로젝트
- 라이키 스쿨링 운영 - 마음보호훈련 및 생명존중 캠페인 진행
- 전국 시도교육청, 교원단체 교사연수 및 교사대상 공모전 운영



청소년 SNS 상담 '라임' 운영
- 실시간 채팅 및 게시판 상담 운영
- 심리검사, 감정일기 등 부가기능 운영 / 위기관리 및 사후관리



은둔고립 청년들이 온·오프라인 상의 자조활동 및 일상생활 기술훈련
청소년 자살과 학교폭력 예방의 필요성 인식 및 정신건강 증진 지원 기반 마련



은둔고립 청년 일 경험 지원 프로그램
- 일경험이 부족하고 속도가 느리거나 산만한 은둔고립 청년들에게 적합한 분야에서 일 경험 지원
- 경제선지능·ADHD 등으로 직업적응이 느리고, 과업완성도 낮은 은둔고립 청년 대상



청소년 생명존중 지도자 협정교육 파견
- 청소년 생명존중 지도자 보수교육 및 관리
- 청소년 생명존중 신규 지도자 양성 - 또래 청소년 생명존중 지도자 양성

하기 75대를 설치·운영 중이다. 2011년부터 2025년 8월까지 긴급 전화상담 1만42명, 119 출동 및 연계 구조 2265명을 기록했다.

극단적선택 고위험군에 대한 의료·회복 지원도 병행하고 있다. 협약병원 88개소를 통한 응급실 기반 지원으로 2013년부터 2025년 8월까지 극단적선택 시도자 5525명을 지원했다. 지역 정신건강복지센터 연계를 통해 같은 기간 극단적선택 유족 3259명에 대한 지원이 이뤄졌다. 협회는 이를 극단적선택 재시도 예방과 회복 지원을 위한 안전망으로 설명한다.

디지털 상담 채널도 확대됐다. 극단적선택 예방 SNS상담시스템 '마들랜'은 전용

앱, 카카오톡, 문자메시지 등 3개 채널을 통해 전문상담을 제공하고 있다. 2024년 도입 이후 누적 상담건수는 7921건이다. 대면 접근이 어려운 이용자까지 포함해 상담 접점을 넓히는 방식이다.

◆ 청소년·청년 등 예방 초점

생보업계는 청소년·청년 대상 예방사업도 강화하고 있다. 특히 청소년 자살 문제 대응을 위해 SNS·카카오톡·문자메시지 기반 24시간 상담 체계를 운영하고, 단순 상담을 넘어 또래 돌봄 문화 조성을 위한 디지털 캠페인까지 병행하고 있다.

세부 실적을 보면 청소년 상담 종합시스템 '다들어줄게'는 2018년부터 2025년 8월

말까지 고민상담 36만1049건을 기록했다. '힐링톡톡' 멘토링은 2023년부터 2025년 8월 말까지 청소년 25만5970명, 멘토링 4717건을 지원했다. 청소년 정신건강 디지털 캠페인 '감정가게'는 같은 기간 청소년 182만3066명 참여, 감정카드 교류 18만3298건으로 집계됐다.

법·제도 개선 지원도 이어지고 있다. 협회는 2018년부터 정부의 적극적인 참여와 제도개선 등 사회문제 해결 촉구를 위해 현직 국회의원으로 구성된 국회자살예방포럼을 지원하고 있다. 정책·국제세미나 개최를 통해 자살예방 과제 발굴과 제도 개선 방향 논의를 뒷받침한다.

한화생명 극단적선택예방 '함께 고워크' 삼성생명 생명의 전화 '청소년 존중사업' 교보생명 청소년 정신건강 증진 지원

개별 생보사 역시 청소년 생명존중, 상담, 고립청년 지원 활동에 나서고 있다.

한화생명은 극단적선택예방캠페인 '함께 고워크' 사업으로 청소년 사망원인 1위의 심각성을 알리고, 올바른 태도와 인식개선을 통해 생명존중 문화조성하고 있다.

삼성생명은 생명의 전화 '청소년 존중사업'을 통해 잠재적 위험군 청소년에 대한 심리·정서적 지원을 위해 청소년 리더 '라이키'를 양성하고 마음보호훈련과 생명존중 캠페인을 진행한다. 학생 개개인의 보호요인 강화 및 교내 생명존중 가치 확산, 온라인 상담채널 '라임'도 운영한다.

교보생명은 '두더-잡 (Do the Job)', '청소년 생명존중 프로젝트' 지원 사업에 나서고 있다. 은둔고립 청년들이 온·오프라인 상의 자조활동 및 일상생활 기술훈련 및 청소년 자살과 학교폭력 예방의 필요성 인식 및 정신건강 증진 지원 기반을 마련하고 있다. /김주형기자 gh471@metroseoul.co.kr