IV 보험회사 경영과제

1. 개인연금 급성장에 따른 리스크 관리

■ 개인의 장수리스크 증대 및 올해 7월 새로운 경험생명표 적용[34]을 계기로 개인연금 수입보험료가 급증하고 있어 보험회사의 리스크 관리가 필요함.

○ 보험회사는 시중금리보다 높은 공시이율[35]을 제시하고 있으며, 최저이율(예: 10년 이내 2.5%, 10년 후 2.0%)도 보증하기 때문에 금리리스크에 노출됨.

■ 최근 급증하고 있는 즉시연금보험[36]은 일시납 형태로 보험료가 들어오기 때문에 금리역마진에 대한 우려와 RBC 요구자본 부담이 커서 더욱 정교한 리스크 관리가 필요함.

○ 건당 보험료 규모가 크기 때문에 적립식(월납)에 비해 자산운용과 지급여력에 대한 부담이 큼.

○ 보험회사가 즉시연금에 대해 공시이율산식에 따른 변동금리를 제공하더라도 실제 자산운용수익률에 비해 높은 금리를 제시한다면 금리역마진 부담이 커질 수 있음.

■ 보험회사는 저금리 상황이 지속될 경우에 대비하여 개인연금상품에 대한 중장기적인 자산운용 방향, 공시이율 체계 및 최저

34) 늘어난 기대여명을 반영하여 연금급여를 산출하면 연금액수가 줄어들 수 있으므로 개정 전에 가입하려는 수요가 존재함.
35) 2012년 6월 기준 생명보험회사의 저축성보험 평균 공시이율은 4.91%로 회사채수익률(3년, AA-) 대비 약 1.04%p 높은 수준임(금융감독원 보도자료 2012. 6. 27일자).
36) 즉시연금 보험료는 2008년 3,306억 원에서 2011년에는 2조 3,798억 원으로 단기간 내에 급등하였음(조세일보 2012. 7. 16일자).

보증금리에 대한 전략을 수립할 필요가 있음.

○ 재무건전성, 리스크관리 측면을 고려하여 공시이율이 산출되고 적용될 수 있도록 관련 시스템을 정비하는 것이 바람직함.

2. 사전예방 중심의 보험사기 관리

■ 보험사기 피해를 효율적으로 방지하고 소비자신뢰를 제고하기 위해서는 보험사기 관리의 패러다임을 사후적발 방식에서 사전예방 중심으로 전환할 필요가 있음.

○ 최근 보험제도와 상품을 많이 이해하는 보험설계사 및 병원관계자가 보험가입자와 결탁하면서 보험가입 시점부터 여러 보험회사의 다수 보험계약에 집중 가입하고, 고의(허위) 보험사고로 고액의 보험금을 편취하는 경향이 있음.

○ 보험금이 청구된 사고건에 대한 사후조사는 흉포화·전문화·조직화된 보험사기에 적시 대응하는데 한계를 지님.

○ 특히, 보험사기를 사전적으로 방지하고자 하는 노력 없이 보험금 지급단계에 이르러서야 보험사기에 강경 대처하는 것은 보험회사에 대한 소비자의 불신만 조장함.

■ 따라서 보험회사는 상품개발, 판매, 인수심사의 과정에 내재된 보험사기 유발요인을 집중 관리할 필요가 있음.

○ 첫째, 판매상품의 보험사기 발생 유형·빈도·심도 등을 정기적으로 점검할 필요가 있음.

○ 둘째, 타사의 보험가입 내역을 포함한 담보별 누적 가입한도를 피보험자의 다양한 위험속성을 반영하여 설정하고 단기간 내 특

정 담보 집중가입 여부를 점검할 필요가 있음.

○ 셋째, 판매자의 판매상품, 보험금지급 및 사고발생 등에 대한 정보를 통합, 분석할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있음.

3. 저금리 대응 강화

■ 최근 중앙은행은 0.25%p의 금리인하를 전격적으로 단행하여 기준금리를 3.0%로 결정함.

○ 그동안 시장에서는 인플레이션 우려와 함께 금리정상화가 이슈였으며 중앙은행의 금리 인하 가능성을 낮게 봄.

- 인플레이션 기대심리가 높다는 것도 금리 인하 가능성을 낮게 본 이유 중 하나였음.

■ 금리 인하는 통상 보험회사의 성장성과 수익성에 부정적 영향을 초래함.

○ 일반적으로 금리 인하는 보험회사의 자본을 축소시키는 방향으로 작용하고, 재투자위험과 금리에 민감한 보험수요의 위축을 초래하는 경향이 있음.

○ 다만, 최근 단기금리와 장기금리 간 스프레드가 크게 축소된 상황으로 기준금리 인하가 보험회사에 미치는 영향은 크지 않을 것으로 예상함.

■ 그러나 향후 추가적인 금리 인하 가능성이 예상되고 있어 저금리가 지속될 경우에 대비할 필요가 있음.

○ 보험시장의 성장이 연금 등 저축성보험의 매출에 크게 의존하고

있어 보험회사가 노출될 금리 위험에 대한 면밀한 관찰이 필요함.

- 최근까지 보험회사들은 높은 공시이율을 제시하는 고금리 저축보험판매에 치중함.
- 위험관리에 우위를 점하고 있는 보험산업의 경쟁력을 활용할 수 있도록 보장성 상품 다양화를 지원해야 함.

○ 상품개발 프로세스 및 준비금 적립에 대한 모니터링 강화가 필요함.

■ 다른 한편으로 인플레이션 가능성을 염두에 둘 때, 생명보험과 손해보험의 공통 영역인 실손보험에 대한 모니터링도 강화할 필요가 있음.

○ 의료서비스 원가 등이 예상 외로 크게 오를 경우 실손형 생존보장 상품의 갱신보험료 급등이 재연될 가능성이 있으므로 유연한 상품 개발 허용과 더불어 위험관리 프로세스에 대한 모니터링이 필요함.

4. 소비자 신뢰 제고를 위한 노력

■ 상반기 변액연금의 수익률 논쟁을 계기로 보험산업에 대한 신뢰도가 급락하여 생명보험시장의 주요 성장축인 변액보험의 판매가 크게 감소한 것으로 추정됨.

○ 변액연금의 상품성과 투명성에 문제가 있음이 부각되어 소비자 신뢰가 저하됨.

■ 변액보험 소비자에 대한 정보공시와 관련한 개선방안 제시로 논란은 일단락됨.

○ 상품수익률 등 공시정보를 개선하고 판매자의 설명의무를 강화

하는 방향으로 공시제도 개선안을 제시하고,

○ 향후 협회의 공시시스템 개편과 개선안을 반영할 관련 규정 개정이 예정된 상황임.

■ 그러나 변액연금을 포함한 저축성보험에 대한 소비자들의 불신은 여전히 남아 있는 상황임.

○ 소비자단체 등은 이번 기회에 변액보험에 대해 자본시장법을 전면 적용할 것을 주장함.

■ 공시 개선으로는 보험회사와 소비자의 근본적인 문제 해결에 한계가 있으므로 추가적으로 소비자의 신뢰를 제고하는 노력이 필요함.

○ 보험산업은 보장서비스의 대가와 투자서비스의 대가를 구분하고 있으나, 소비자는 두 서비스를 구분하지 않고 하나의 상품으로 간주하는 경향이 있음.

○ 이번 공시 개선은 불충분한 정보 제공의 틀을 개선하는 데 두고 있으나, 이것만으로 소비자의 신뢰를 제고하는 것은 어려움.

■ 상품의 완전한 판매 및 판매 이후 지속적으로 정확하고 알기 쉬운 정보 제공 등 상품과 관련된 서비스 향상은 물론, 사회적 책임을 적극 이행함으로써 보험회사의 전반적인 이미지 향상을 도모할 필요가 있음.

○ 지속적으로 가입 상품에 대한 정보를 정확하고 소비자가 이해하기 쉽게 제공하는 한편,

○ 보험회사의 전반적인 이미지 제고를 위해 선제적으로 사회적 책임을 이행할 필요가 있음.