Ⅱ 설문조사 결과

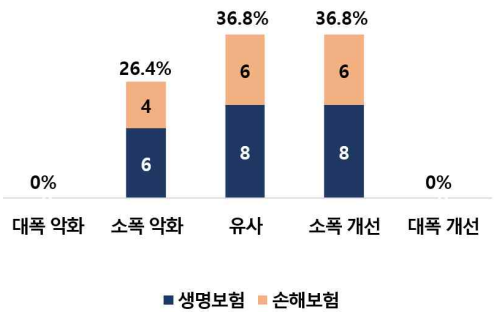
1. 경제환경 전망

○ 보험회사 CEO들은 2024년 한국의 경기가 2023년과 유사하거나 소폭 변동할 것으로 전망하였으며, 2024년 평균 장기(국채 10년) 금리는 다수(65.8%)의 CEO가 최근보다 하락한 3.0~3.4% 수준이 될 것으로 예상함

- 2024년 한국의 경기가 2023년과 유사할 것으로 보는 견해와 소폭 개선될 것이라는 견해의 비중이 모두 36.8%로 동일하였으며, 소폭 악화될 것이라고 예상한 CEO의 비중은 26.4%임
- 2024년 장기 금리가 최근 수준(3.5~3.9%)을 유지할 것이라고 응답한 CEO는 31.6%였으며, 한 명의 CEO만이 소폭 상승(4.0~4.4%)할 것으로 전망함

〈그림 Ⅱ-1〉 2024년 경기에 대한 전망

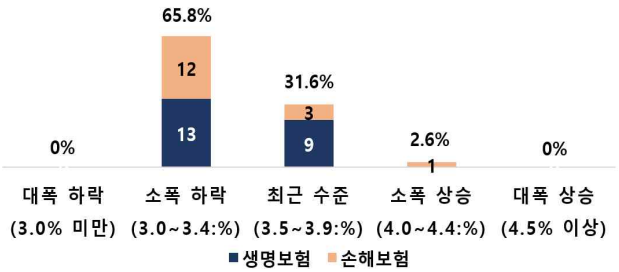
(단위: 명)



주: 막대그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임

〈그림 Ⅱ-2〉 2024년 장기(국채 10년) 금리에 대한 전망

(단위: 명)



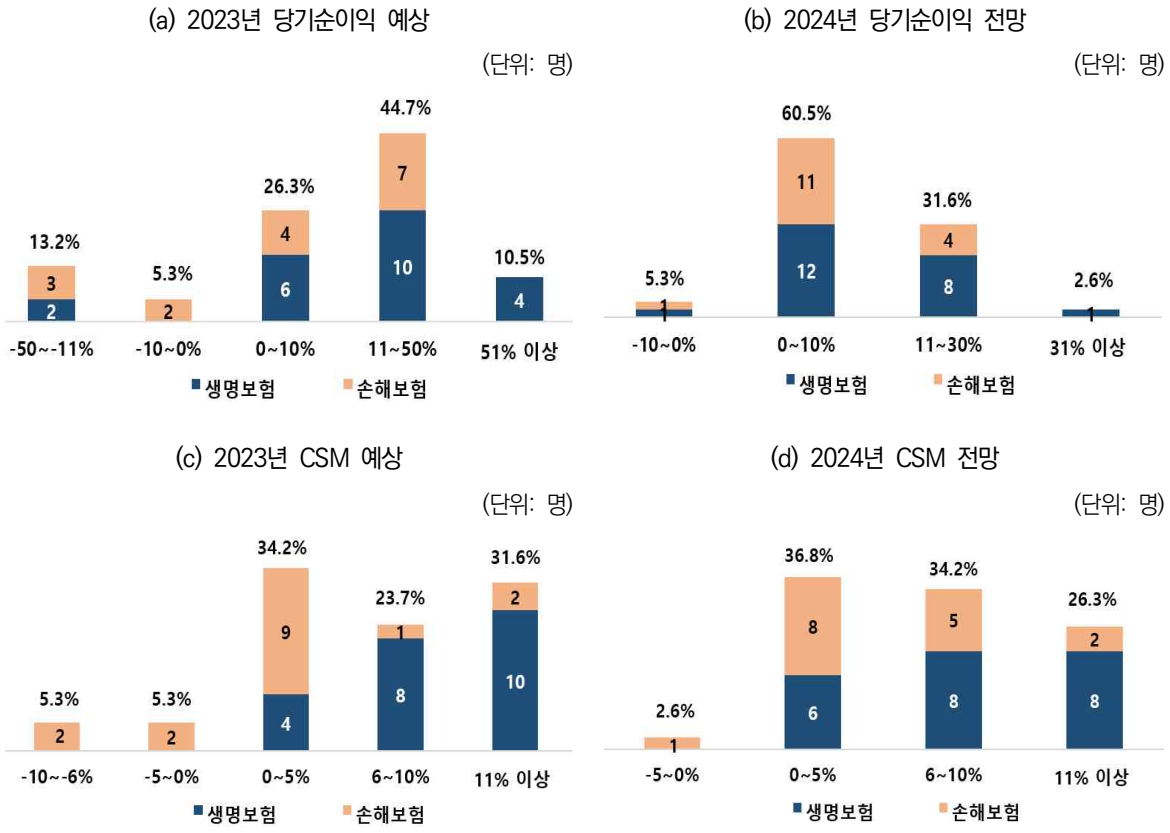
주: 막대그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임

2. 경영지표 전망

○ 대부분의 CEO들은 2024년에도 자사의 이익이 증가할 것으로 전망하였으며, 11% 이상의 이익 증가를 예상한 CEO도 34.2%에 이름

- 81.5%의 CEO가 2023년 자사의 당기순이익이 증가할 것으로 예상하고 있는데, 이러한 이익 증가는 주로 회계제도 전환 효과에 기인한 것으로 보임
- 회계제도 전환으로 인한 영향이 없는 2024년에도 대부분(94.7%)의 CEO가 수익성 개선을 전망하고 있으며, 이러한 전망의 기저에는 충분한 신계약 보험계약마진(CSM) 확보에 대한 기대가 있는 것으로 보임
- 실제로 2023년과 2024년 모두 자사의 CSM이 증가할 것이라는 응답이 대부분이며, 2023년과 2024년에 11% 이상의 CSM 성장률을 전망한 CEO 비중은 각각 31.6%, 26.3%임

〈그림 Ⅱ-3〉 수익성에 대한 기대



주: 막대그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임

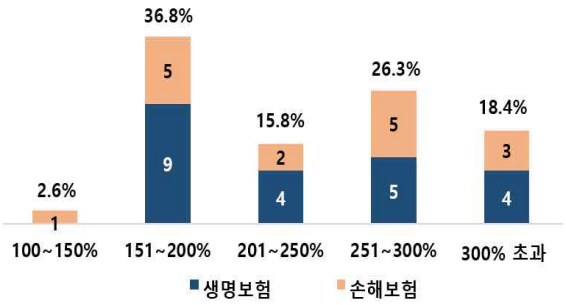
○ 2024년 65.8%의 보험회사는 K-ICS 비율(경과조치 후)을 151~250% 수준으로 관리할 계획이며, 나머지 보험회사는 K-ICS 비율(경과조치 후)을 251% 이상으로 관리할 계획임

- 2023년 K-ICS 비율(경과조치 후)은 한 회사를 제외하고 모두 151% 이상이 될 것으로 예상함
- 2024년에는 응답자 모두 자사의 K-ICS 비율이 150%를 넘어설 것이라고 답변하였는데, 250%를 초과하는 수준으로 K-ICS 비율을 관리할 계획인 회사도 34.2%에 이름
  - K-ICS 비율이 250%를 초과하는 보험회사는 사업 확장 등을 통해 자본을 더욱 효율적으로 활용하는 방안을 모색할 수도 있음

〈그림 Ⅱ-4〉 K-ICS 비율 예상 및 관리 수준

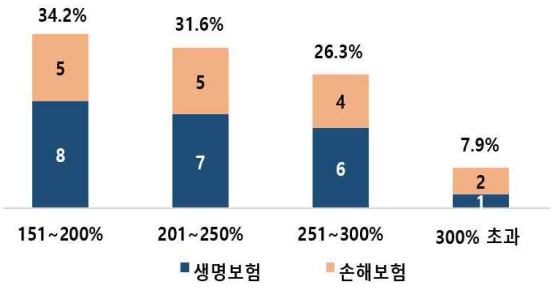
(a) 2023년 K-ICS 비율(경과조치 후) 예상

(단위: 명)



(b) 2024년 K-ICS 비율(경과조치 후) 관리 수준

(단위: 명)



주: 막대그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임

3. 보험산업 평가

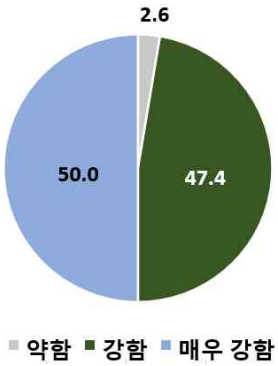
○ 대다수(97.4%)의 CEO는 현재 보험시장의 영업경쟁 수준이 강하다고 평가함

- 영업경쟁에 영향을 주는 요소로는 GA의 높은 시장지배력이라는 응답이 28.9%로 가장 많았으며, 다음으로 변화된 회계제도라는 응답이 25.4%였음
- 많은 CEO들이 GA의 확대, CSM 확보를 위한 보장성 보험 판매 증가 등으로 인한 영업경쟁 확대를 우려하고 있는 것으로 보임

〈그림 Ⅱ-5〉 보험시장 영업경쟁 환경 평가

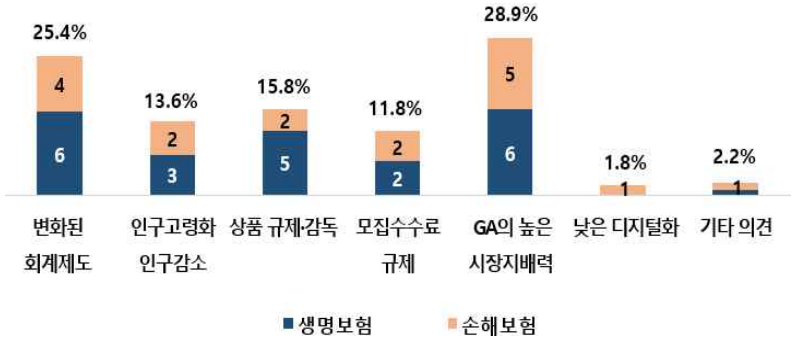
(a) 영업경쟁 수준 평가

(단위: %)



(b) 영업경쟁에 영향을 주는 요소(순위형)

(단위: 명)



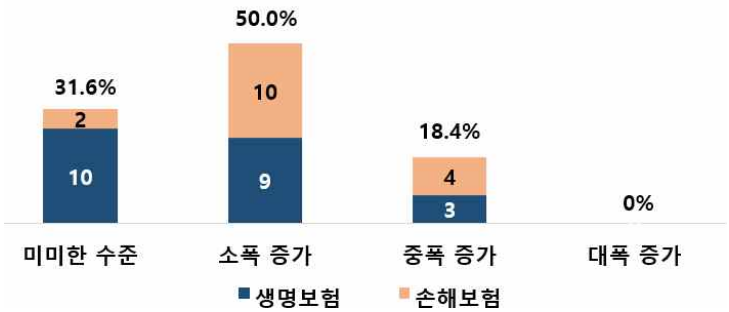
주: 우측의 막대그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임

○ CEO들은 2024년에 도입될 온라인플랫폼의 보험상품 비교·추천 서비스가 보험판매에 대폭적인 영향을 미칠 것으로는 보지 않지만, 다수의 CEO는 일정 수준의 영향이 있을 것으로 예상함

- 온라인플랫폼의 비교·추천 서비스를 통한 보험판매가 소폭 혹은 중폭으로 증가할 것이라는 예상이 68.4%를 차지함
- 판매 확대가 미미한 수준에 그칠 것이라는 답변은 주로 생명보험회사에 집중[2]되었는데, 이는 생명보험회사의 주력 상품은 비교 및 추천 서비스가 어렵기 때문으로[3] 보임

〈그림 Ⅱ-6〉 온라인플랫폼의 비교·추천 서비스를 통한 판매 예상

(단위: 명)



주: 그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임

---

2) 12명 응답자 가운데 10명이 생명보험회사 CEO임

3) 비교 및 추천 서비스는 온라인 상품 중 단기보험(여행자보험, 화재보험 등), 자동차보험, 실손의료보험, 저축성보험(연금 제외), 펫보험, 신용보험으로 제한됨

○ CEO들은 보험산업에서 가장 관심을 갖고 해결해야 할 문제로 소비자 신뢰도 제고를 꼽았음(26.1%)

- 다음으로 보험모집 질서 확립(15.8%)과 신사업 확대(13.5%)에 관심이 많았는데, 보험산업이 균형적으로 성장하기 위한 방안의 필요성을 깊이 인식하는 것으로 보임
- 이 외에도 CEO들은 IFRS17의 비교가능성 제고(9.9%)와 디지털 전환(9.0%)도 산업 전반에 걸쳐 해결해야 할 문제로 인식하고 있음

〈그림 Ⅱ-7〉 보험산업의 해결 과제(순위형)

(단위: %)

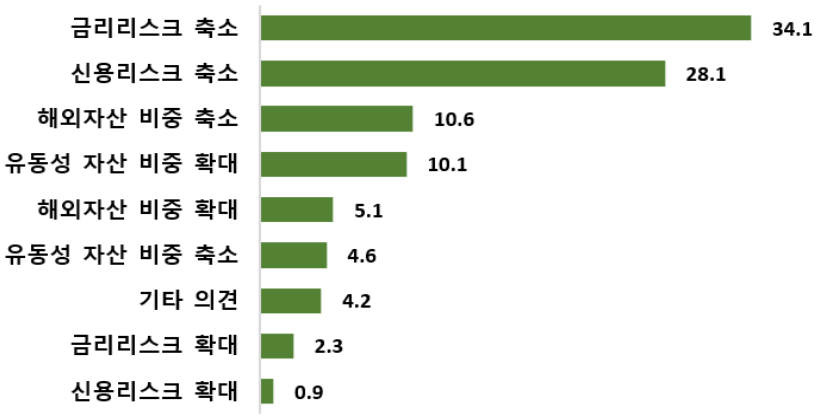
4. 경영전략 계획

○ 자산운용의 경우 2024년에 금리리스크, 신용리스크, 해외자산 비중은 축소하고 유동성 자산 비중은 확대하는 등 리스크를 축소하기 위한 보수적인 전략에 중점을 둘 것이라는 의견이 주류임

- 금리리스크 축소에 중점을 둔다는 응답이 34.1%로 가장 많았으며, 다음으로 신용리스크 축소에 중점을 둔다는 응답이 28.1%를 차지함
- 해외자산의 경우 비중 축소(10.6%)가 비중 확대(5.1%)보다 많았으며, 유동성 자산의 경우 비중 확대(10.1%)가 비중 축소(4.6%)보다 많았음
- 대다수 회사가 불확실성이 높은 경제·금융 환경에서 자산운용 리스크를 줄이는 전략을 계획하고 있는 것을 확인할 수 있음

〈그림 Ⅱ-8〉 2024년 자산운용 중점 전략(순위형)

(단위: %)



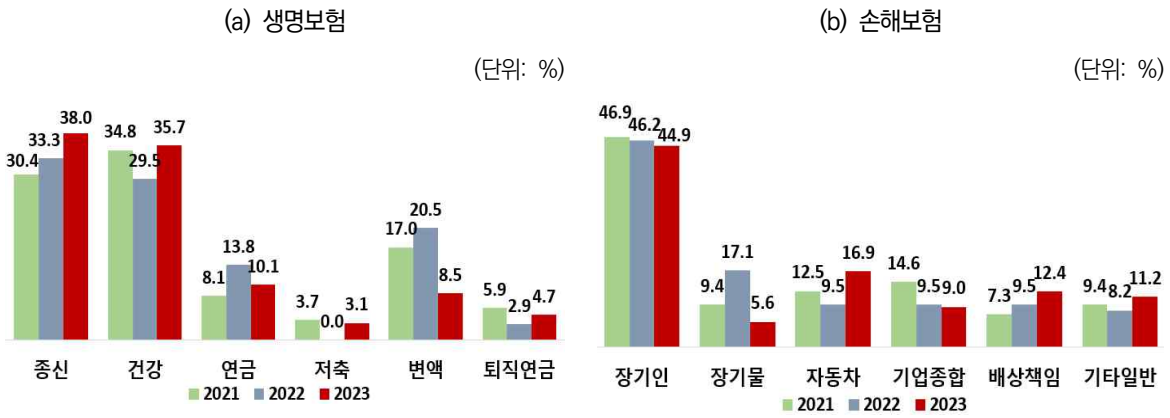
○ 향후 1~2년간 주력 상품전략을 묻는 질문에 생명보험회사 CEO들은 주로 종신보험이나 건강보험과 같은 보장성 보험 판매에 집중할 것이라고 응답함

- CSM 확보를 위한 보장성 보험 강화 기조가 확고해지면서 종신보험(38.0%)과 건강보험(35.7%)을 선택한 비중이 과거에 비해 확대됨
- 고령화와 공적연금 개혁 계획 등으로 사적연금 시장 확대의 필요성이 커지고 있지만, 연금보험(10.1%)과 퇴직연금(4.7%)을 주력 상품으로 선택한 회사의 비중은 과거와 유사한 수준임
- 변액보험(8.5%)은 주력 상품으로의 선호도가 과거에 비해 낮게 나타났는데, 이는 주식시장의 높은 불확실성으로 인한 영향으로 보임

○ 손해보험회사는 주력 상품으로 과거와 같이 장기인보험(44.9%)을 가장 많이 선택했으며, 주목할 점은 자동차보험을 주력 상품으로 하겠다는 응답이 과거에 비해 증가한 것임

- 장기인보험 선택 비중이 44.9%로 가장 높았으며, 장기물보험의 선택 비중은 5.6%로 최근 3년 조사 중 가장 낮은 수치를 나타냄
- 자동차보험을 선택한 비중이 16.9%로 최근 3년 중 가장 높았는데, 이는 자동차보험의 수익성이 개선된 영향으로 보임
- 배상책임보험과 기타 일반보험을 주력으로 하겠다는 응답 비중은 꾸준히 상승하여 각각 12.4%, 11.2%를 나타냄

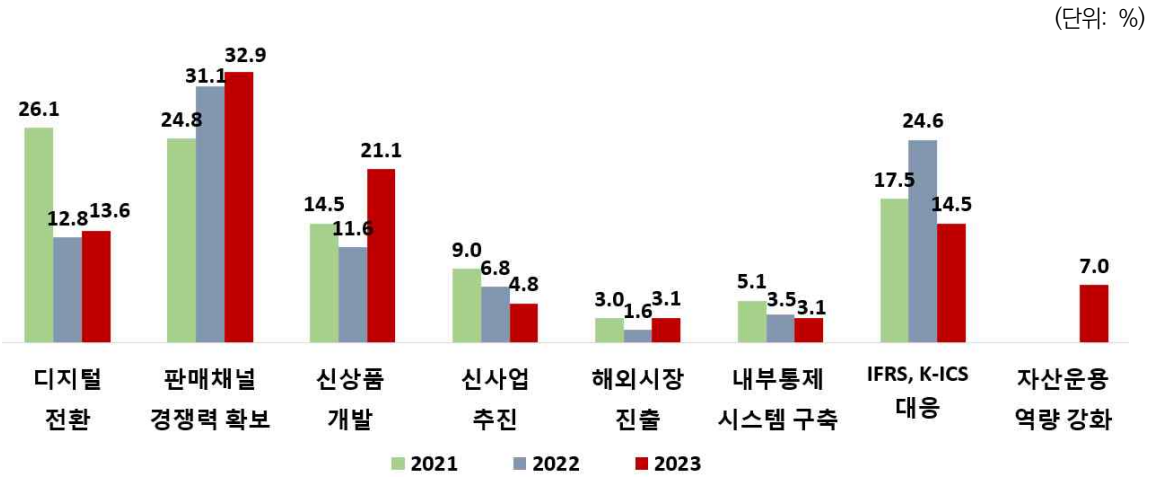
〈그림 Ⅱ-9〉 향후 1~2년간 주력 상품전략(순위형)



○ 우선순위를 두고 있는 전략에 대한 질문에 CEO들은 판매채널 경쟁력 확보(32.9%)와 신상품 개발(21.1%)을 가장 많이 선택함

- 이러한 결과는 회계제도 전환 이후 CSM을 확보하기 위한 경쟁이 더욱 치열해진 상황과 관련이 높은 것으로 보임
- 과거에 비해 신회계제도 대응(14.5%), 신사업 추진(4.8%), 내부통제 시스템 구축(3.1%)에 대한 우선순위는 다소 떨어진 것으로 나타남
- 한편, 자산운용 역량 강화(7.0%)에도 CEO의 관심이 상당한 것을 확인할 수 있는데, 회계제도 변화로 인해 당기순이익 변동에 투자이익이 많은 영향을 미치는 사실과 연관이 있는 것으로 보임

〈그림 Ⅱ-10〉 최근 우선순위 전략(순위형)

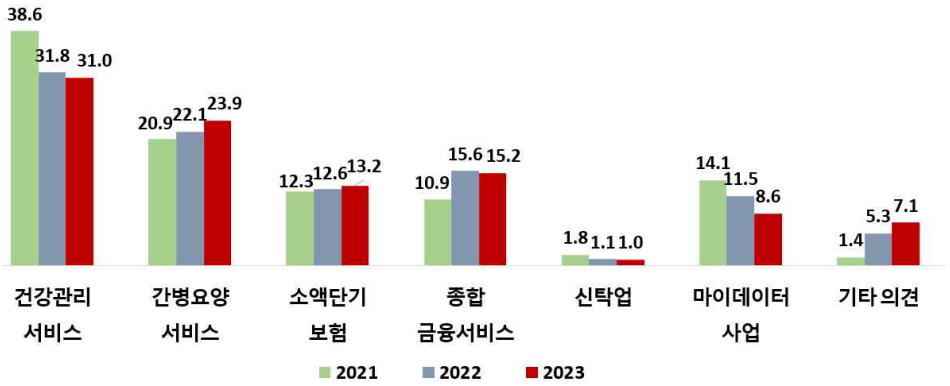


○ 중점을 두고 있는 신사업영역으로는 이전 설문결과와 유사하게 건강관리서비스, 간병 및 요양서비스 등 건강과 관련된 사업영역이 주를 이루고 있음

- 건강관리서비스와 간병·요양 서비스가 중점 분야라고 응답한 보험회사 CEO는 각각 31.0%와 23.9%로 2022년과 비슷했음
- 소액단기보험(13.2%)과 종합금융서비스(15.2%)에 대한 관심은 2022년과 유사했지만, 마이데이터 사업(8.6%)에 대한 관심은 점차 감소하고 있는 것으로 나타남
- 기타 신사업 영역에 대한 관심이 점차 높아지고 있으며, 모빌리티, 펫, 기업보험 차별화 등에 관심이 있는 것으로 조사됨

〈그림 Ⅱ-11〉 중점적으로 고려하고 있는 신사업 영역(순위형)

(단위: %)



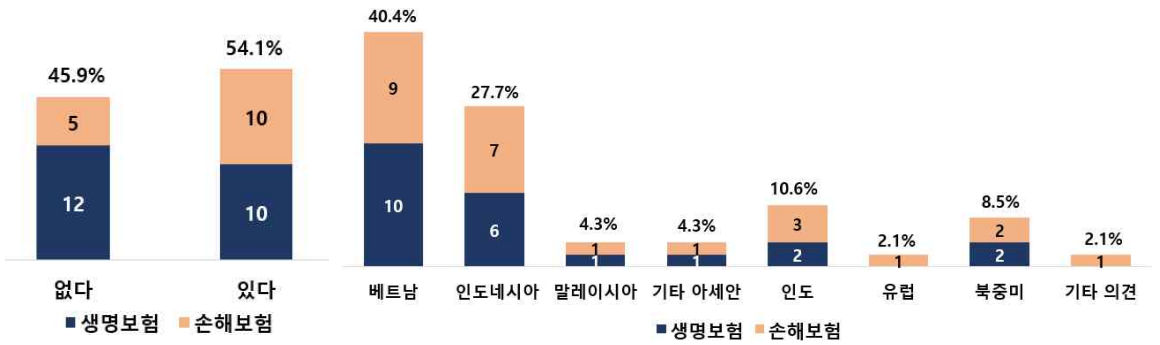
○ 해외사업 확대를 고려하는 회사(54.1%)가 그렇지 않은 회사(45.9%)에 비하여 많았으며, 해외사업 확대를 고려하는 국가로는 베트남(40.4%)이 가장 많이 선택됨

- 베트남 다음으로 고려하는 국가는 인도네시아(27.7%), 인도(10.6%)로 나타났으며, 이는 보험회사들이 성장 가능성이 높게 평가되는 동남아시아 지역 진출을 우선적으로 고려하고 있음을 보여줌
- 일부 보험회사는 시장 규모가 큰 미국, 중국으로 해외사업을 확대할 계획도 갖고 있음

〈그림 Ⅱ-12〉 해외사업 확대 계획(복수응답)

(a) 해외사업 계획 (b) 해외사업 확대 시 고려하는 국가나 지역

(단위: 명) (단위: 명)



주: 그래프 안의 숫자는 해당 응답을 한 CEO의 수임