

## V. 보험산업 주요과제

### 1. 경영의 위기와 기회 요인

- 미국발 금융위기의 전세계적 확산으로 금융시장의 불안이 지속되고, 실물경제의 침체도 불가피한 상황에서 내년도 보험산업의 성장과 관련된 여건은 불리하게 전개될 것으로 예상됨.
  - 금융시장의 불안정 지속으로 자산운용과 변액보험의 여건이 계속 악화되고 있고, 내년에도 실물경제의 침체 등으로 경제적 여건은 크게 개선되기는 어려울 것임.
  - 또한 자본시장통합법의 본격적 시행과 보험업법의 개정 등에 따라 금융산업간 채널 경쟁도 심화될 것으로 예상됨.
- 그러나 고령화의 급진전, 베이비붐 세대의 높은 비중 등 인구구조 변화에 따른 다양한 보장 수요의 증가요인도 상존하고 있음.
  - 인구 고령화는 개인의 장수 리스크를 관리하기 위한 연금, 건강보험, 장기간병보험 등에 대한 보험수요의 증가 요인으로 작용할 것임.
  - 인구의 약 36%를 차지하고 있는 베이비붐 1, 2차세대(1955~75년 출생)의 중장년기 진입은 보험수요의 증가에 긍정적인 요인으로 작용할 전망이다.
- 향후 국내외 경제의 높은 침체 가능성과 보험제도의 변화 환경을 고려할 때 보험회사의 경영환경을 둘러싼 여건은 위기요인이 많을 것이나 기회요인도 상존하고 있음.
  - 앞에서와 같이 판매영역에서는 경기불황, 채널간 경쟁심화, 소비자보

- 호 강화 등은 보험회사의 경영상 부정적인 요인으로 작용할 것이나, 고령화의 진전, 교차판매 등의 긍정적인 요인도 동시에 있음.
- 자산운용 측면에서는 금융시장의 불안정 지속, 건전성 감독 강화 등의 위협요인과 자산운용에 대한 규제완화 등의 기회요인이 상존함.
  - 사업영역에서는 업권간 및 업권내 경쟁심화로 영역이 좁혀질 가능성이 있으나, 업무영역의 확대라는 긍정적인 요인도 존재함.
  - 상품개발에서는 신성장 상품의 부재가 위협요인으로 작용할 것이지만, 확인절차의 간소화, 사업비 후취제도, 현금흐름방식 도입 등의 기회요인도 기대됨.

<그림 V-1> 보험회사 경영영역별 기회와 위기 요인



## 2. 기회요인을 극대화

### 가. 장기보장성 상품 중심의 성장 보안

- 중년층의 노후대비를 위한 보험수요 증대 요인을 최대한 활용하는 영업 전략을 전개할 필요가 있음.
  - 충분한 신규계약 확보가 어려운 만큼 기존 가입자에 대한 해약률 관리를 통한 계속보험료의 유지가 중요함.
  - 초기에 가입부담이 큰 일시납 형태의 보험보다는 월납, 장기보험 중심으로 마케팅을 강화하는 전략이 요구됨.

### 나. 회사 고유의 발전모형 구축

- 보험회사간 경영여건의 차별화도 심화되고 있어 회사의 특성을 고려한 고유의 사업모델을 개발·적용하는 것이 필수적임.
  - 사업영역 확대에도 불구하고 진입장벽이 높아지고, 회사간 상품구성, 채널구성 등의 차이로 차별화가 심화되고 있어 회사 고유의 사업모델을 구축하는 것이 필요하며, 회복기에 대비한 성장모형의 개발도 동시에 요구되고 있음.
- 고유모델의 개발 및 적용시 금융투자관련 업무에서는 적합한 업무의 선정과 다양한 사업 방식에 대한 사전적 검토가 요구됨.
  - 우선 신탁업, 투자일임업, 투자자문업, 자산유동화 업무, 파생상품 등에서 적합한 업무를 선정하는 것이 필요함.

- 또한 각 업무에서 자체적인 자신운동능력, 지점망 또는 전속설계사의 능력 등을 고려하여 자체 수행 또는 제휴 등 다양한 사업방식을 검토해야 할 것임.
- 지급결제관련 업무도 수행 가능한 업무의 종류와 회사의 규모 등 사정에 따라 다양한 참여방식을 검토하여 적합한 방식을 결정하는 것이 바람직할 것임.
- 즉, 개별결제망의 가입 또는 인터넷 뱅크 설립 등 다양한 대안 검토가 필요함.

### 3. 위기요인을 기회요인으로 전환

#### 가. 규제강화를 규제합리화로 활용

- 판매책임에 대한 보험회사와 대형 판매채널간에 존재하는 규제 차이를 제거할 필요가 있음.
  - 비전속채널인 금융기관 대리점, 독립법인대리점(GA) 등 대형 판매자에 대한 판매책임을 강화하도록 규제의 합리화가 요구됨.
- 적합성 원칙 도입은 소비자 보호를 위한 중요한 규제이나 현실성에 대한 고려가 필요한 것으로 판단됨.
  - 고객이 'Know-Your-Customer-Rule'에 필요한 정보의 제공을 거부하는 등의 예외적인 경우를 고려할 필요가 있음.
- 금융위기로 건전성 감독의 필요성은 크게 증대된 상황이나 불가항력적인 경영여건의 변화에 대한 고려를 검토해야함.

- 세계적인 금융위기, 거시경제적 충격에 대한 시장리스크 및 신용리스크를 고려하여 감독 강화를 위한 조치들을 단계적으로 도입하는 등 연착륙을 위한 유연성 있는 도입 방안을 마련할 필요가 있음.
- 보험기능을 하는 유사보험상품과 보험상품간의 규제 차익을 축소해야할 필요가 있음.
  - CDS를 포함하는 신용파생상품, 날씨파생상품, 채무면제·유예 서비스 등 유사보험상품이 보험상품에 비해 규제면에서 상대적으로 유리한 점을 제거할 필요가 있음.

#### 나. 신뢰성 제고와 서비스의 차별화

- 판매채널간 경쟁을 극복할 수 있도록 불완전판매의 축소를 통한 신뢰성 높은 전속채널을 구축할 필요가 있음.
  - 불완전판매를 줄이기 위해서는 판매채널의 교육 강화와 함께 판매자의 윤리강화를 위한 자발적인 모범규준의 마련 등 다각적인 노력이 필요함.
- 소비자에게 필요한 다양한 금융서비스를 종합적으로 제공하는 차별화 전략도 요구됨.
  - 자문 서비스나 자산관리 서비스 등 전속채널의 경우 소속회사의 다양한 종합금융서비스 기능 확보도 중요한 차별화 전략이 될 수 있음.

## 다. 안정성 높은 금융기관으로서의 이미지 제고

- 금융시장의 불안정성이 지속되고 있는 상황에서 보험회사의 안정성, 사회적 책임 준수 등 이미지 제고도 필요함.
  - 금융위기의 충격에도 불구하고 상대적으로 안정성을 유지하고 있는 보험산업의 이미지를 적극적으로 홍보하는 것도 유효한 전략이 될 것임.
  - 경영의 투명성, 녹색성장 등 환경 친화적 활동 및 도덕성을 갖춘 기업에 대한 사회적 책임 투자(SRI: Socially Responsible Investments)의 도입도 보험회사의 안정성 이미지 제고에 도움이 될 것임.