



CEO Brief

2022.01. 제2022-1호

CEO Brief는 보험산업 관련 이슈를 분석하여 보험회사 CEO와 유관기관의 기관장분들께만 제공되는 리포트입니다.

2022년 보험시장 성장과 과제

요약

2022년 보험시장의 성장 여건은 개선될 것으로 예상됨. 그러나 금리 상승에 따른 부동산시장 조정과 지속적인 물가 상승이 성장을 위협하는 요인으로 작용할 것으로 보이는 가운데, 기업보험시장 등 신성장 영역 개척을 위한 구조적인 전환이 필요한 시점임. 코로나 이후 가속화된 디지털 환경에서 보험회사의 디지털 전환에는 보다 구체적인 목표 설정이 필요해 보이고, 모집시장정책은 플랫폼의 규제 공백을 보완하고 GA 실질에 맞는 영업행위 책임을 부과하는 한편, 장기적으로 유연한 금융규제체계로 전환을 검토함. 마지막으로, 금융민원의 적정한 처리를 통해 소비자 불신을 최소화해야 할 것임

- 2022년 경제·금융시장 전망과 주요 위험요인에 대한 의견을 교환한 금융감독원장과 연구기관장 간담회 (2022. 1. 5) 논의와 관련하여 보험시장 성장 전망과 위험요인을 재점검해 봄

1. 보험시장 성장 전망

- 2022년 보험시장은 경제 정상화에 따라 성장 여건이 개선될 것으로 예상되나, 코로나19 반사효과의 소멸로 성장세는 제한적일 것으로 전망됨
 - 2022년 예상 명목 경제성장률 4.2%(실질 경제성장률은 3.0%), 생명보험 1.7%, 손해보험 4.9%
- 코로나19 이후 건강 민감도 상승, 가계 저축률 상승, 인플레이션 기대 상승이 관찰되고 있음
 - 2022년 보험시장의 성장은 건강보험과 저축성보험이 주도할 것으로 전망됨
 - 그러나 코로나 불확실성과 부동산시장에 영향을 받는 가계 저축률과 글로벌 공급망의 병목현상에 따라 지속되고 있는 물가 상승은 보험시장의 성장을 제약하는 주요 위험요인으로 부상하고 있음
- 인구구조 등의 구조적 요인으로 개인보험의 장기 성장 기반이 약화되고 있으므로 이를 해소하기 위한 사업전략 조정 및 신성장동력 확보가 필요하며, 코로나19 이후 산업구조 변화에 대응하여 기업보험시장의 성장을 유인하는 구조적 전환이 필요함



CEO Brief

- 개인보험의 주 가입층인 30~40대 인구의 감소는 개인보험 성장을 구조적으로 억제하는 요인이며, 저금리 추세로 인한 소비자의 보험료 부담 확대 또한 성장을 제한하는 요인임
- IFRS, K-ICS와 같은 제도 도입으로 보험회사가 상품 및 채널 구성을 조정하려는 가치경영 유인이 강화되고 있으므로 계약이전 활성화와 같은 시장 인프라를 개선할 필요가 있음
- 한편, 간병, 요양, 상속 등의 고령층 수요에 대응하고, MZ세대를 겨냥하여 이해하기 쉽고 소비자 경험을 제공할 상품 및 서비스, 디지털 보험 제공 등 시장 세분화를 지원할 필요가 있음

2. 인플레이션 기대 상승

○ 2022년 보험산업이 주목해야 할 경제 환경 요인은 인플레이션과 금리 변화임

- 금리 변화를 견인하고 있는 인플레이션은 보험회사의 사업비와 보험금 원가 상승 압력으로 이어질 것임
- 보험료 조정에 시차가 존재하는 건강보험과 자동차보험 등의 보험손익에는 부정적으로 작용할 것임

○ 시장금리 상승은 보험시장에 전반적으로 긍정적으로 작용할 것이나, 부동산시장이 조정될 경우 보험시장 성장에도 부정적으로 작용할 수 있음

- 보험회사의 운용자산 중 채권 비중(생명보험 47.9%, 손해보험 36.1%)이 높아 시장금리 상승에 따라 신규 및 만기전환 채권 투자에는 더 높은 이율이 예상되므로 투자 손익이 개선될 것으로 예상됨
- 시장금리 상승은 IFRS17 및 K-ICS 전환에 따른 보험회사의 부담을 완화해 줄 것으로 예상됨
- 그러나 금리 상승으로 부동산시장이 조정될 경우 신규 보험료의 성장이 제약받는 것은 물론 보유계약의 해지를 높일 가능성에 대비하여야 함

3. 디지털 전환

○ 보험산업의 디지털 전환은 소비자 중심으로의 사업모형 혁신뿐만 아니라 보험시장에 팽배한 정보비대칭성을 완화함으로써 산업 경쟁력을 강화한다는 의미도 가짐

- 디지털 전환은 정보비용 및 거래비용 감소를 통해 산업 효율성을 강화하고 소비자 신뢰를 제고함

○ 그러나 디지털 전환에 대한 보다 구체적인 목표 설정이 필요하며, 보험회사의 사업모형이 기존 시장의 성장성 및 수익성 개선과 확장성 있는 사업모형 전환을 유도하는 정책적 노력이 필요한 상황임

- 보험회사는 “소비자 중심 사업모형이 성장성, 수익성에 유리한가?”에 대해 확신하지 못하고 있음
- 정책당국은 소비자에 대한 이해를 높일 수 있도록 보험회사의 데이터 접근성을 강화하고, 보험회사가 제공하는 상품 및 서비스 범위를 확대하여 신시장 개척을 통한 성장 기회를 제공할 필요가 있음



CEO Brief

4. 보험모집시장

- 플랫폼 기업에 대한 금융규제 공백은 공정한 경쟁과 소비자보호에 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로 이를 규율할 수 있는 새로운 제도 마련이 필요함
 - 플랫폼 기업에 대한 규제가 소비자의 선택권을 제한하거나 플랫폼의 시장 참여를 저해하지 않도록 판매 채널 간 규제 형평성 문제를 고려할 필요가 있음
- 재판 분리 확산 환경에서 보험모집시장의 건전한 성장을 유도하려면 영향력이 커진 GA에는 경제적 실질에 부합하는 영업행위 규제 마련이 요구됨
 - 내부통제제도 정비와 함께 유지물에 연동하는 수수료 체계를 도입하는 방안을 검토할 필요가 있음
 - 대형 GA가 1차적인 손해배상책임을 지도록 금융소비자보호법을 개정하는 방안을 검토할 수 있음
- 장기적으로 소비자 편익 제고, 규제차익 해소, 새로운 모집방식 대응을 위해 업권별·채널별 규제는 금융서비스중개업 도입(일본 사례) 등을 포함한 보다 유연한 금융규제체계로 전환할 필요가 있음
- 부당한 계약승환은 소비자 피해, 신뢰 저하, 유지율 저하로 이어지는 전형적인 불완전판매 행태임
 - 타사 승환 비교 안내가 가능하도록 신용정보원을 통한 비교안내시스템, 호주 환수규정 도입 등을 고려해야 함

5. 금융소비자보호

- 소비자보호는 사전적으로는 소비자의 합리적인 선택을 돕고 선택의 폭을 넓히는 데 초점을 두어야 할 것이며, 사후적으로는 금융민원의 적절한 처리를 통해 소비자 불신을 최소화해야 함
 - 상품 및 가격 경쟁을 촉진하고 K-ICS와 같은 건전성 감독을 통해 공정한 경쟁 환경을 조성하여 소비자의 합리적인 선택을 돕고, 다양한 영업행위를 허용하여 선택의 폭을 넓히는 방향으로 전개되어야 함
- 사후적 소비자보호와 관련하여 대다수 민원이 금융감독원에서 처리되고 있으나, 민원 처리의 적정성이 개선되려면 민원 처리 감축·분산 및 처리 역량 제고, 반복·악성 민원 대응 강화가 필요할 것임
 - 예산제약 등을 고려할 때 민원 담당 인력·예산 확충보다 감축·분산 방안이 효과적일 것으로 보임
- 현행 민원제도는 민원 내용의 질적 평가를 강화하는 방향으로 개선할 필요가 있음
 - 금융민원 전치주의 관점에서 민원자율조정제도가 도입되었으나 잘 활용되고 있는지 확인할 수가 없음(자율조정되는 경우 민원 건수에서 삭감하는 등의 유인책이 필요함)