



보험회사 사업비율 변화와 시사점

김동겸 수석연구원

- 2018년 기준 생명보험과 손해보험의 사업비율은 각각 13.6%, 24.9%로, 2016년 이후 상승하고 있으나 그 원인은 상이함
 - 생명보험은 매출액(수입보험료)과 사업비가 모두 감소하고 있는 가운데 수입보험료 감소율이 사업비 감소율보다 더 커 사업비율이 상승하고 있음
 - 반면, 손해보험의 경우 매출액(원수보험료)과 사업비가 모두 상승하고 있는 가운데 사업비 증가율이 보험료 증가율을 상회하면서 사업비율이 상승하고 있음
- 장기손해보험을 중심으로 한 사업비율 증가 현상은 판매채널 변화와 관련이 높음
 - 최근 3년 사이 대리점 채널을 통해 지출한 장기손해보험의 신계약비 증가율은 18.8%에 달함
 - 신계약비 항목 중 비례수당 증가율은 대리점 채널(12.7%)이 비대리점 채널(6.3%)보다 2.0배 높고, 판매촉진비 증가율은 대리점 채널(38.4%)이 비대리점 채널(15.1%)보다 2.5배 높음
- 최근 장기손해보험시장에서의 사업비율 증가는 시장점유율 경쟁 과정에서 나타나는 현상으로, 향후 일정 수준에서 사업비율이 조정될 것으로 예상됨
 - 보험회사는 시장점유율 확대, 우량고객 유치, 양질의 계약관리서비스 제공 등 마케팅 수단으로 사업비를 활용하고 있음
 - 사업비는 지급보험금과 더불어 보험회사의 주요 비용 중 하나로, 사업비율의 증가는 단기적으로 보험영업이익률에 부정적인 영향을 미칠 수 있음
 - 각 보험회사는 자사의 손익분기점을 고려하여 적정 사업비 지출 수준을 결정하므로 향후 사업비율은 일정 수준에서 조정될 것으로 보임
- 한편, 보험시장 경쟁 심화에 따른 사업비율 증가로 인해 보험회사 수익성 악화, 소비자의 보험료 부담 확대 등에 대한 우려가 제기되고 있어, 이에 대한 지속적인 모니터링이 필요함
 - 저금리 장기화로 투자영업이익 확보가 어려운 상황이므로 보험회사는 보험영업이익 확보에 주력할 필요가 있으며, 이에 지급보험금과는 달리 보험회사의 직접적 통제가 가능한 사업비 관리가 중요함
 - 일부 보험회사가 법인보험대리점에 과다한 시책을 지급하고 다른 보험회사도 이에 편승하는 경우 보험료 인상 및 소비자 부담이 증가할 수 있음
 - 판매촉진비의 급격한 증가에 따른 불완전판매 가능성에 대해서는 지속적인 점검이 필요함

1. 검토 배경



- 2018년 기준 생명보험과 손해보험의 실제사업비율(이하, '사업비율')¹⁾은 각각 13.6%, 24.9%로 2016년 이후 상승함

- 생명보험과 손해보험은 2010년 이후 점포통폐합, 인력구조조정, 온라인자동차보험 등의 영향으로 사업비율은 하락하였으나, 2016년 이후 사업비율이 상승하고 있음

- 사업비는 보험회사가 신규고객 유치, 기존계약 관리 등 보험영업 활동을 하는 데 지출하는 비용으로²⁾, 시장경쟁 수단으로 사업비를 활용하고 있음

- 사업비는 신계약 유치를 위해 지출하는 신계약비와 보유계약 관리에 사용되는 유지비로 구분됨
 - 보험업감독업무시행세칙에서는 판매유형별·보험상품별 사업비 책정기준 및 배분원칙을 제시하고 있음³⁾
- 한편, 현행 감독규정하에서는 보험료 수익과 사업비 비용 간 기간 불일치에 따른 당기손익 왜곡 현상을 완화하기 위해 평균보험료 수익에 대응하여 신계약비를 최대 7년 이내에서 이연 처리하는 것이 가능함⁴⁾

- 보험산업 저성장이 지속되고 있는 상황에서 사업비율 증가는 보험회사 수익성에 부정적인 영향을 미칠 수 있음

- 사업비는 지급보험금과 더불어 보험회사의 주요 비용 중 하나로, 사업비율의 증가는 보험영업이익률에 부정적 영향을 미침
 - 저금리 장기화로 투자수익 확보가 어려운 상황에서 보험회사는 보험영업이익에 초점을 맞출 수밖에 없어, 지급보험금과는 달리 보험회사의 직접적 통제가 가능한 사업비 관리는 중요함

- 이에 본고에서는 최근 보험회사 사업비율의 변화 원인과 시사점에 대해 논의하고자 함

- 최근 사업비율 변화 원인을 ① 매출 및 사업비 증감, ② 상품 및 판매채널 등을 통해 파악하고자 함
 - 사업비율은 매출(보험료수입) 대비 사업비(= 신계약비 + 유지비) 비율로 정의됨에 따라 보험료 증가율과 사업비 증가율의 크기에 따라 사업비율 변화 방향이 결정됨
 - 또한, 신계약비의 대부분을 차지하는 비례수당의 경우 상품 및 모집채널에 따라 차이를 보임

1) 본고에서 사업비율은 실제사업비율을 지칭함. 실제사업비율은 보험회사가 실제로 지출한 비용 즉, 신계약비 이연 전 사업비를 보험료(생명보험: 수입보험료, 손해보험: 원수보험료)로 나눈 비율을 의미함. 이에 따라 본고에서 제시하고 있는 실제사업비율과 보험회사가 이연신계약비를 반영하여 공시하고 있는 사업비율(생명보험), 순사업비율(손해보험)과는 차이가 있음
 2) 투자영업활동을 하는 데 소요되는 비용은 재산관리비로 계상되며 본 분석에서는 제외하고 있음
 3) 보험업감독업무 시행세칙 제5-15조(사업비의 배분 등)
 4) 보험업감독규정 제6-3조(신계약비의 이연 및 상각)

2. 보험회사 사업비율 변화 추이



가. 변화추이

■ 2018년 기준 생명보험과 손해보험⁵⁾의 사업비율은 각각 13.6%, 24.9%로, 2016년 이후 상승하고 있음

- 생명보험은 2010년 이후 인력 구조조정, 점포통합 등의 과정을 거치며 사업비 절감이 이루어져 옴
 - 2012년의 경우 2013년 2월 15일 소득세법 시행령 제25조 개정으로 세제혜택 축소가 예정됨에 따라 제도 개정 전 방카슈랑스 채널을 중심으로 한 저축성보험 매출이 급증하면서 사업비가 증가함
 - 2013년의 경우 전년도 보험료 성장에 따른 기저효과로 매출증가율이 둔화되어 사업비율이 상승함
- 손해보험의 경우 자동차보험 온라인채널 등장 이후 사업비율이 하락 추세를 보여 왔으나 2016년 이후 장기보험을 중심으로 사업비율이 상승하고 있음
 - 2012년 실손의료보험 종합개선 대책 발표 후 질병 및 상해보험 신계약이 늘면서 사업비가 증가함⁶⁾

〈그림 1〉 보험회사 사업비 및 사업비율 변화 추이

(단위: 조 원, %)



주: 1) 사업비율 = 실제사업비 / 매출액(수입보험료 또는 원수보험료)
 2) 2013년의 경우 회계연도 변경으로 8개월(4~12월) 간의 실적임
 3) 손해보험의 경우 국내 일반손해보험 10개사를 대상으로 사업비율을 산출함
 자료: 보험개발원 보험통계연감 각 연호; 각 사 업무보고서

5) 손해보험의 경우 메리츠, 한화, 롯데, MG, 흥국, 삼성, 현대, KB, DB, 농협 등 국내 일반손해보험 10개사가 분석대상임
 6) “실손의료보험 종합개선 대책(금융위원회 보도자료 2012. 8. 30)” 발표 이후 질병 및 상해보험 초회보험료가 늘어남

나. 사업비율 변화원인: 매출 vs. 사업비

■ 사업비율은 매출액(보험료수입) 대비 사업비(= 신계약비 + 유지비) 비율로 정의됨에 따라 보험료 증감률과 사업비 증감률 크기에 따라 사업비율 변화 방향이 결정됨(그림 2) 참조)

- 보험료 증감률과 사업비 증감률이 동일한 방향으로 변화할 때는 두 변수의 증감률 차이에 따라 사업비율 변화 방향이 결정됨
 - 사업비와 보험료가 모두 감소하는 경우 보험료 감소폭이 사업비 감소폭보다 클 때 사업비율은 상승함
 - 사업비와 보험료가 모두 증가하는 경우 사업비 증가폭이 보험료 증가폭보다 클 때 사업비율은 상승함
- 한편, 보험료가 증가(감소)하고 사업비가 감소(증가)하는 경우 사업비율은 기준 연도 대비 하락(상승)함

〈그림 2〉 매출액 변화와 사업비 증감률에 따른 사업비율의 변화 방향



■ 최근 생명보험과 손해보험의 사업비율 증가 현상은 양 측 모두 동일하지만, 생명보험의 경우 매출(수입보험료) 감소에 손해보험은 장기손해보험 매출 증가에 그 원인이 있음

- 생명보험은 신계약 감소로 사업비 규모는 2016년 이후 감소하고 있으나, 수입보험료 감소폭이 사업비 감소폭보다 더 크게 나타나면서 사업비율은 상승하고 있음(〈표 1〉 참조)
- 반면, 손해보험은 사업비 증가율이 보험료 증가율을 상회하면서 사업비율이 증가하고 있음
 - 손해보험 종목 중 장기손해보험의 신계약 증가로 신계약비가 늘어남

〈표 1〉 수입보험료 및 사업비 증감률과 사업비율의 변화

(단위: %)

구분 (전년 대비 변화)	생명보험				손해보험 ¹⁾			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
사업비 증감률	0.58	-0.61	-1.12	-1.62	6.22	3.62	7.80	9.04
보험료 증감률	6.00	2.22	-4.87	-2.75	5.01	5.85	4.43	2.87
사업비율 변화	하락	하락	상승	상승	상승	하락	상승	상승

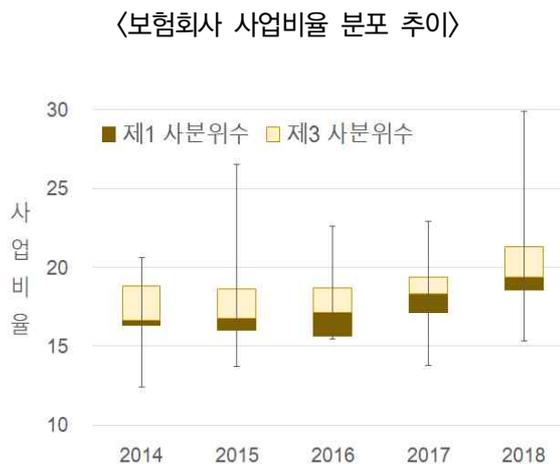
주: 1) 손해보험의 경우 국내 일반손해보험 10개사를 대상으로 함

특히, 손해보험 종목 중 상대적으로 높은 성장률을 기록 중인 장기손해보험의 사업비율은 2016년 16.9%에서 2018년 20.2%로 3.3%p 증가하였음(그림 3) 참조

- 최근 3년 동안 장기보험(퇴직연금제외)의 원수보험료와 사업비 연평균 증가율은 각각 2.0%, 10.4%로, 사업비 증가율이 원수보험료 성장률을 큰 폭으로 상회하고 있음
- 사업비율이 상승한 최근 2년 동안 회사 간 사업비율 편차 또한 늘어나고 있음

〈그림 3〉 장기손해보험 사업비 및 사업비율 변화 추이

(단위: 조 원, %)



주: 1) 일반손해보험 10개사를 대상으로 산출하였으며 퇴직연금 실적은 제외함
 2) 2013년의 경우 회계연도 변경으로 8개월(4~12월) 실적임
 자료: 보험개발원 보험통계연감 각 연호; 각 사 업무보고서

3. 사업비 주요 항목의 변화



- (사업비 항목) 사업비는 보험회사의 영업활동에 지출되는 비용으로 신계약 유치를 위해 지출되는 비용인 신계약비와 기존 보유계약에 관리에 지출되는 유지비로 구분됨⁷⁾
 - 신계약비에는 비례수당, 점포운영비, 판매촉진비, 진단비, 인쇄비, 광고선전비, 교육훈련비 등이 포함됨⁸⁾
 - 유지비는 인건비(급여, 상여금, 퇴직급여, 복리후생비)와 일반관리비(여비교통비, 통신비, 수금비, 회의비, 지급임차료, 수수료 등)로 구성됨

- (생명보험) 저축성보험을 중심으로 신계약이 줄어들면서 신계약비는 감소하였으나, 기존 계약에 대한 유지비, 인건비 등은 고정적으로 발생하여 유지비는 소폭 증가하였음(표 2) 참조
 - 최근 3년 동안(2016~2018년) 사업비는 연평균 1.4% 감소하였으며, 사업비 항목 중 신계약비는 3.5% 감소한 반면 유지비는 1.7% 증가함
 - 신계약비 항목 중에서는 계약실적에 따라 모집인에게 지급하는 비례수당이 6.4% 감소하였으며, 유지비 중에서는 일반관리비 내 세금과공과(6.9%) 등이 상대적으로 크게 증가하였음
 - 전체사업비 중 신계약비가 차지하는 비중은 2012년 64.9%에서 2018년 57.5%로 감소함

- (손해보험) 손해보험의 경우 상해 및 질병보험 등 보장성보험 성장으로 생명보험과 대조적으로 신계약비가 증가함
 - 최근 3년 동안 손해보험 사업비는 연평균 8.4% 증가하였으며, 이 중 신계약비와 유지비는 각각 11.2%, 6.5% 증가함
 - 신계약비 중 비례수당과 판매촉진비는 각각 연평균 7.3%, 28.5% 증가함
 - 유지비 중 인건비는 1.7% 감소하였으나, 비례수당(5.4%), 광고선전비(13.5%) 등이 증가하였음
 - 전체사업비 중 신계약비가 차지하는 비중은 2016년 40.4%에서 2018년 42.5%로 증가함
 - 장기손해보험의 전체사업비 대비 신계약비 비중은 2016년 63.7%에서 2018년 68.3%로 4.6%p 증가하였음

7) 현행 보험업 회계처리 규정상 생명보험은 사업비 항목을 신계약비, 유지비로 구분하며, 손해보험의 경우 인건비, 일반관리비, 일반신계약비, 장기신계약비, 기타경비, 일반대리점수수료, 장기대리점수수료 등으로 구분하고 있음

8) 비례수당은 모집실적에 따라 모집인에게 지급한 수당을, 판매촉진비는 모집실적에 따라 지급한 업무추진비를 의미함

〈표 2〉 생명보험과 손해보험의 사업비 세부항목별 금액 추이

(단위: 조 원)

구분	생명보험				손해보험 ¹⁾			
	2012	2014	2016	2018	2012	2014	2016	2018
신계약비	10.4	9.3	9.3	8.7	7.8	7.0	7.4	9.2
비례수당	5.4	4.5	4.3	3.7	6.3	5.5	5.8	6.7
점포운영비	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5
판매촉진비	0.6	0.6	0.6	0.6	1.0	0.9	1.1	1.8
기타	4.0	3.8	4.0	4.0	0.2	0.1	0.1	0.2
유지비	5.7	6.3	6.2	6.4	9.4	9.7	11.0	12.4
인건비	2.6	2.9	2.6	2.6	1.9	1.9	2.2	2.1
급여 등	2.3	2.3	2.3	2.4	1.6	1.7	2.0	2.0
퇴직급여	0.3	0.6	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
일반관리비	3.1	3.4	3.6	3.8	7.5	7.8	8.8	10.3
사업비	16.1	15.5	15.5	15.1	17.2	16.7	18.4	21.6

주: 1) 손해보험의 경우 국내 일반손해보험 10개사를 대상으로 함
 자료: 보험개발원 보험통계연감 각 연호; 각 사 업무보고서

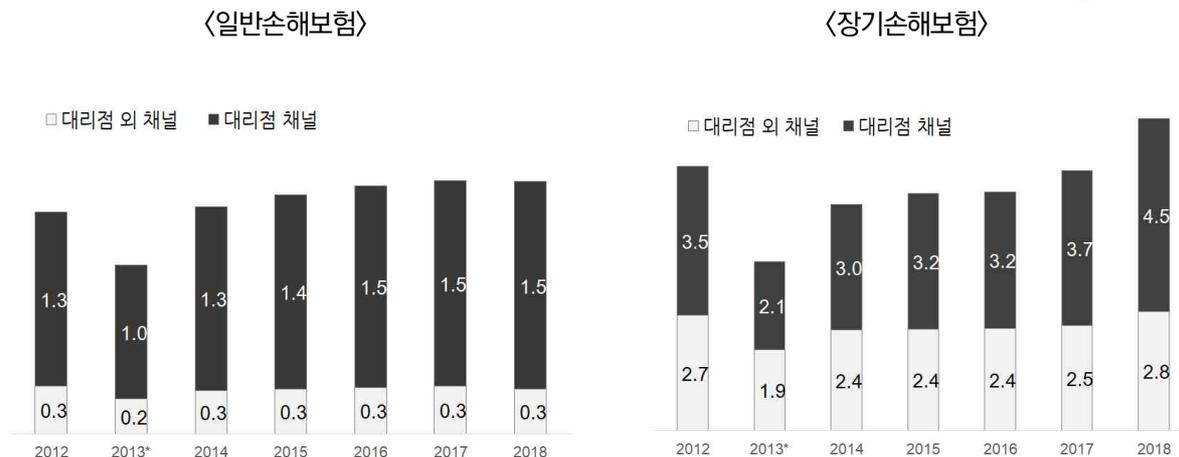
■ (상품 및 채널) 손해보험 사업비 증가의 주 항목인 신계약비를 상품과 판매채널별로 구분해보면, ① 상품 측면에서는 장기보험의 신계약비 증가, ② 판매채널 측면에서는 대리점 채널의 수수료 증가 현상이 뚜렷이 나타나고 있음

- (보험상품) 손해보험 신계약비를 일반보험과 장기보험으로 구분하면, 2018년 기준 장기보험의 신계약비는 7조 3천억 원으로 손해보험 전체 신계약비의 80.1%를 차지하고 있음(〈그림 4〉 참조)
 - 이는 최근 장기보험이 타 손해보험종목 대비 높은 성장률을 기록하면서 나타난 현상임)
 - 손해보험 전체 신계약비 중 장기손해보험의 신계약비가 차지하는 비중은 2016년 75.9%에서 2018년 80.1%로 4.2p 증가하였음
- (판매채널) 일반손해보험과 장기손해보험의 신계약비를 대리점 채널과 대리점 외 채널로 구분해보면, 장기보험의 대리점 채널 신계약비는 2016년 3조 2천억 원에서 2018년 4조 5천억 원으로 연평균 18.8% 증가하였음(〈그림 4〉 참조)
 - 동 기간 중 일반손해보험의 대리점 채널 신계약비 연평균 증가율은 1.6%임
 - 일반손해보험과 장기손해보험의 대리점 외 채널의 신계약비 연평균 증가율은 각각 -2.1%, 8.0%임

9) 최근 3년(2016~2018년) 동안 장기손해보험의 신계약비와 유지비 증가율은 각각 14.3%, 3.1%임. 상품별로는 상해, 질병보험 등 보장성보험의 신계약 성장이 신계약비 증가를 견인하고 있음

〈그림 4〉 손해보험 종목별·판매채널별 신계약비 금액 변화

(단위: 조 원)



주: 2013년의 경우 회계연도 변경으로 8개월(4~12월) 실적임
 자료: 보험개발원 보험통계연감 각 연호; 각 사 업무보고서

■ (장기보험 신계약비) 특히, 최근 3년간 장기손해보험의 대리점 채널 신계약비 항목 중 비례수당과 판매촉진비 증가율은 비대리점 채널보다 두 배 이상 높음(〈그림 5〉 참조)

- 대리점 채널을 통한 장기손해보험 판매 과정에서 모집실적에 따라 모집인에게 지급한 비례수당은 2016년 2조 3,238억 원에서 2018년 2조 9,495억 원으로 연평균 12.7% 증가하였음
 - 대리점 외 채널을 통해 모집된 장기손해보험상품에 대해 지급한 비례수당은 2016년 1조 8,840억 원에서 2018년 2조 1,289억 원으로 연평균 6.3% 증가함
- 특히, 시책비 등 모집실적에 따라 모집인에게 지급한 판매촉진비 증가율은 대리점 채널(38.4%)이 비대리점 채널(15.1%)보다 2.5배 더 높음
 - 대리점 채널에 대해 지급한 판매촉진비는 2016년 6,437억 원에서 2018년 1조 2,336억 원으로 연평균 38.4% 증가하였음
 - 비대리점 채널에 대해 지급한 판매촉진비는 2016년 2,767억 원에서 2018년 3,667억 원으로 연평균 15.1% 증가함

〈그림 5〉 장기손해보험 모집채널별 신계약비 구성 금액 변화

(단위: 조 원)



주: 1) 비례수당: 모집실적에 따라 모집인에게 지급한 수당
 2) 판매촉진비: 모집실적에 따라 지급한 업무추진비
 3) 기타 항목에는 진단비(계약자 건강조사 비용), 인쇄비, 광고선전비, 교육훈련비 등이 포함됨
 자료: 각 사 업무보고서

4. 시사점 및 결론



- 최근 장기보험을 중심으로 한 사업비율 증가 현상은 보험회사의 판매채널 활용 변화에 따라 나타난 현상임
 - 장기손해보험의 경우 대리점을 통해 거수된 보험료 비중은 2010년 47.8%에서 2018년 52.5%로 증가함
 - 1990년대 후반 소비자 선택권 확대를 위해 특정 보험회사에 소속되지 않고 다양한 상품을 취급하는 독립법인대리점(GA) 채널이 등장한 이후 GA 채널의 대형화, 영향력 확대가 이어져오고 있음¹⁰⁾
- 최근 손해보험시장에서의 사업비율 상승은 시장점유율 경쟁 과정에서 나타나는 현상으로, 향후 일정 수준에서 사업비율이 조정될 것으로 예상됨
 - 보험회사는 시장점유율 확대, 우량고객 유치, 보유계약 관리를 위한 양질의 서비스 제공 등과 같은 마케팅 수단으로 사업비를 활용하고 있음
 - 사업비는 지급보험금과 더불어 보험회사의 주요 비용 중 하나로, 사업비율의 증가는 단기적으로 보험영

10) 2018년 기준 GA 소속 설계사 수와 보험사 소속 설계사 수는 각각 22만 5,238명, 17만 8,358명으로, 2015년 GA 소속 설계사 수가 전속설계사 수를 넘어선 후 GA 성장이 계속 이어져오고 있음(금융위원회 보도자료(2018. 10. 5), “보험설계사·GA 관련 정보, 이제 투명하게 보여드립니다”; 금융감독원 보도자료(2019. 4. 26), “18년 중·대형 법인보험대리점(GA) 경영실적”)

업이익률에 부정적 영향을 미칠 수 있음

- 각 보험회사는 자사의 손익분기점을 고려하여 적정 사업비 지출 수준을 결정하고 이에 따라 사업비율은 일정 수준에서 조정될 것으로 보임

■ 한편, 보험시장 경쟁 심화에 따른 사업비율 증가로 인해 보험회사 수익성 악화, 소비자의 보험료 부담 확대 등에 대한 우려가 제기되고 있어, 이에 대한 지속적인 모니터링이 필요함

- 저금리 장기화로 투자영업이익 확보가 어려운 상황이므로 보험회사는 보험영업이익에 확보에 주력할 필요가 있으며, 이에 지급보험금과는 달리 보험회사의 직접적 통제가 가능한 사업비 관리가 중요함
- 금융위원회(2019)¹¹⁾는 일부 보험회사가 법인보험대리점에 과도한 시책을 지급하고 다른 보험회사도 이에 편승하는 경우 보험료 인상 및 소비자 부담이 증가할 수 있음을 지적하였음
- 보험모집 과정에서 보험회사 모집인에게 지급하는 판매촉진비의 급격한 증가에 따른 보험모집인의 불완전판매 가능성에 대해서는 지속적인 점검이 필요함 [kiri](#)

11) 금융감독원 보도자료(2019. 8. 2), “불합리한 보험 사업비와 모집수수료를 개편하여 소비자의 해약환급금을 높이고 보험료 인하를 유도하겠습니다”