



보험회사 상품구성, 선택과 집중이 필요한 시기

김해식 연구위원

새 회계기준(IFRS)과 신지급여력제도(K-ICS) 등 규제환경의 변화가 가시화되면서 보험회사가 보장성보험의 판매 비중을 높여 수익성을 개선해야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있음. 그러나 모든 보험회사가 이런 전략을 선택한다는 것은 현실적으로 가능하지도 않을 뿐더러 다양한 수요 충족이라는 관점에서도 바람직하지도 않음. 그럼에도 이런 해법이 제시된 데에는 그동안 보험산업 내에 누적된 성장 위주의 '시장흐름 따라하기' 방식의 상품 전략이 지속되기 때문임. 지금은 보험회사마다 자사의 경쟁우위에 따른 주력 상품구성을 선택하고 미래를 준비해야 할 시기임

■ 새 보험회계기준과 신지급여력제도의 내용이 구체화되면서 지금보다 보장성보험 판매 비중을 높이는 것이 향후 보험회사가 선택해야 할 유력한 대안으로 제기되고 있음

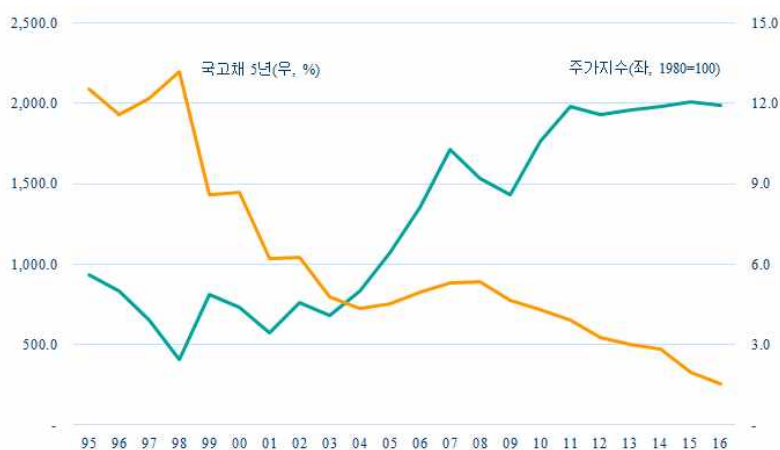
- IFRS 17은 당기순이익 정보를 보험마진과 이자마진으로 세분하고 보유계약의 장래이익 정보까지 공개할 것을 요구하기 때문에 앞으로 보험회사에 대한 수익성 개선 압박이 더 커질 것으로 예상되며, 이에 상대적으로 수익성이 좋은 보장성보험 판매가 주목을 받고 있음
- 또한 신지급여력제도는 보험회사의 노출 위험에 대한 요구자본량을 크게 높이고 있으므로 자산과 부채의 만기불일치에 따른 금리위험 노출 규모가 큰 국내 보험회사는 자산구성에서 장기자산의 비중을 지속적으로 늘려나갈 수밖에 없을 것임

■ 그러나 수익성이 좋은 보장성보험 시장은 경쟁이 치열해지고 있어 보험회사는 보장성보험 비중 확대라는 시장흐름을 따라가기에 앞서서 자사의 시장경쟁력을 재점검할 때임

- 저금리 환경에서 지급여력제도 강화에 대응한 국채 위주의 장기자산 비중 확대는 낮은 투자수익률을 가져올 수밖에 없으므로 이자마진의 개선을 기대하기는 어렵고 보험마진 등 다른 수익원을 모색해야 하는 상황임(〈그림 1〉 참조)

- 기존 저축성보험은 만성적인 이차역마진(마이너스 이자마진)을 경험하고 있거나 최저금리에 따른 이차역마진에 추가로 노출될 가능성이 있어 보험마진 강화가 필요한 상황임은 분명함
- 그러나 성장성이 좋은 질병보장(건강)보험은 아직 보험마진 전망이 불투명하고, 보험마진이 검증된 종신보험은 성장성이 정체되면서 시장경쟁은 점점 더 치열해질 것임
 - 2014년 기준 종신보험 보유계약건수는 1,380만 건으로¹⁾ 국내 가구의 70%가 1건씩 가입한 셈이어서 구매동기가 낮은 1인 가구와 저소득층을 제외하면 성장 정체가 예상됨²⁾

〈그림 1〉 시장금리(국고채 5년)와 주가지수(KOSPI) 추이



자료: 한국은행 ECOS

■ 지난 10년의 소비자 지출 구성의 변화를 볼 때, 보험회사에 따라서는 연금 및 변액보험 비중 확대가 보장성보험의 대안이 될 수 있을 것임

- 저금리가 계속되는 가운데 주가지수 상승과 함께 등장한 변액보험은 글로벌 금융위기 이후 불완전 판매에 따른 평판 악화로 최근까지 보험료의 연평균성장률(2009~2016년)이 1.7%에 그쳐 같은 기간 생명보험 전체의 연평균성장률 6.5%와 대조를 이룸
- 그런데 지난 10년 동안(2006~2016년) 가계는 소비 대신 저축과 투자를 늘리고 있으며³⁾ 생산가능인구 감소와 가파른 인구고령화로 저축과 투자 비중의 증가 추세가 지속될 것으로 보이므로 연금 및 투자형상품인 변액보험이 여전히 보험시장의 주된 성장동력이 될 것임

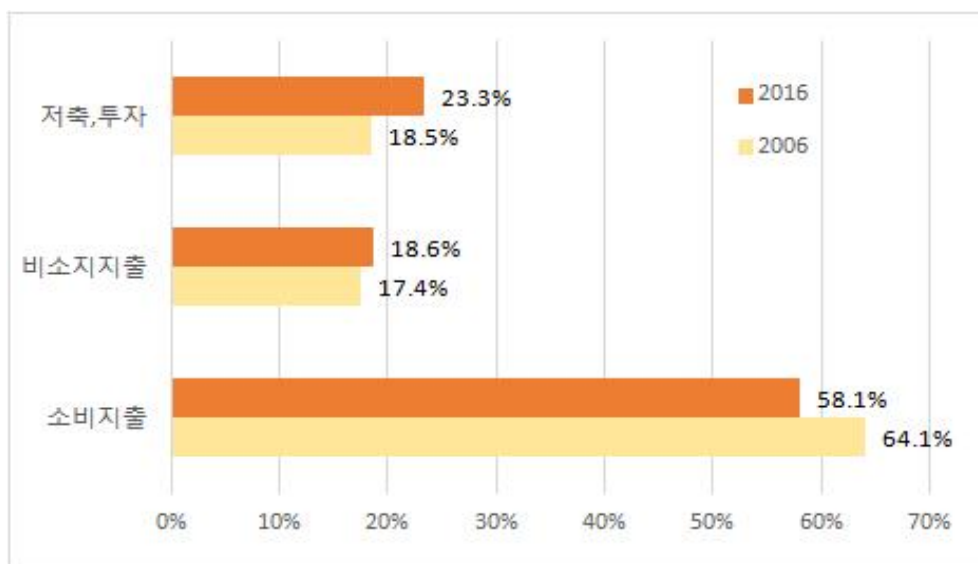
1) 보험개발원(2015), 『CY2015 생명보험 통계자료집』

2) 2015년 인구주택총조사에의 국내 총 가구 수는 1960만 가구이고 그 가운데 1인 가구는 520만 가구임. 종신보험 보유계약건수에 1인 가구 수까지 합하면 1900만 가구로 총 가구 수에 근접함

3) 이태열 · 최장훈(2017), 「복지비용 및 노후준비의 관점에서 본 가계 지출 구성 변화」, 『KIRI 고령화리뷰』, 14호

- 가계 지출 구성에서 저축·투자는 4.8%p 증가했으나 소비지출은 6.0%p 감소함(〈그림 2〉 참조)

〈그림 2〉 가계 지출 구성 변화(2006 vs. 2016)



자료: 이태열·최장훈(2017), 「복지비용 및 노후준비의 관점에서 본 가계 지출 구성 변화」, 『KIRI 고령화리뷰』, 14호

- 저성장의 경제환경과 수익성과 위험관리를 우선하는 규제환경에 대응하여 이제는 보험회사가 시장흐름을 그대로 따르기보다 자사의 경쟁우위에 따라 주력할 상품구성을 선택하고 준비해야 할 시기임
 - 고도 성장기에는 시장흐름을 따르는 유사한 선택으로도 모든 회사가 성장을 공유하는 것이 가능했으나 저성장 환경에서는 유사한 상품구성으로는 더 이상 성장이 어렵고, 지급여력규제 강화와 저금리로 인하여 보험회사가 이자마진에 의존하여 성장을 지속하기도 쉽지 않음
 - 건강보험, 종신보험 등 특정 상품구성에 주력해 온 보험회사들이 환경 변화에 크게 영향을 받지 않는 현재의 모습은 주력 상품구성의 선택과 집중, 그리고 철저히 준비된 위험감내 능력과 이를 뒷받침하는 안정적인 수익 창출에 있음
 - 어떤 상품구성을 선택하든 보험회사는 종신보험의 성장 정체, 건강보험의 불충분한 보험료와 손실 지속 가능성, 연금의 장수위험, 변액보험의 낮은 평판 등 다양한 어려움에 직면하게 될 것이므로 이를 감내할 수 있는 철저한 준비가 필요함 **kiri**