Ⅳ 보험산업 유지율 실태와 특징

국내 보험산업의 25회차 보험계약 유지율은 60%대로 보험상품가입자 10명 중 3~4명은 보험계약 체결 후 2년을 넘기지 못하고 보험계약을 해지하고 있는 상황이다. 특히, 보험상품 가입 1년과 2년 사이에 해지를 하는 사례가 빈번하다. 또한, 계약 2년차(25회차)와 계약 1년차(13회차) 유지율 차이는 2021년 들어 크게 개선되었으나, 그 격차는 여전히 높은 수준이다.

앞서 Ⅲ장에서 살펴본 바와 같이 경제적 환경 변화, 보험제도, 수수료 체계, 판매자와 보험소비자와의 관계 등 다양한 요인이 보험계약 유지율에 영향을 미치게 된다. 본 장에서는 시장에 공표되어 있는 자료[46]들을 활용하여 개인생명보험과 장기손해보험[47]을 중심으로 국내 보험산업 및 개별 보험회사 차원에서의 유지율 실태 및 변화추이를 살펴보고, 유지율에 영향을 미치고 있는 요인들과 주요 변화 특징에 대해 논하고자 한다.

〈표 Ⅳ-1〉 보험계약 유지율 분석을 위한 자료

구분	개인생명보험	장기손해보험
추세 및 분포	장기추세(13, 25, 37, 61회차), 보험회사별 유지율 격차	장기추세(13, 25, 37, 61회차), 보험회사별 유지율 격차
보험상품 유형	어린이보험, 종신보험, 변액보험, 보장성보험, 저축성보험	상해, 질병, 운전자, 재물, 연금, 보장성보험, 저축성보험
판매채널 분류	전속설계사, 법인보험대리점, 방카슈랑스, CM, TM	전속설계사, 법인보험대리점, 방카슈랑스, CM, TM

주: 보험회사, 「업무보고서」 기준 분류체계임

46) 본 장에서 사용된 자료는 보험회사 업무보고서 자료와 보험개발원의 생명보험통계자료집으로, 보험회사 업무보고서의 경우 계약금액 기준으로, 보험개발원 자료의 경우 계약 건수를 기준으로 유지율을 산출하고 있음

47) 장기손해보험은 '일반손해보험'을 제외한 손해보험을 의미함(보험업감독규정). 여기에서 '일반손해보험'이란 보험료 산출 시 할인율을 적용하지 않고 순보험료가 위험보험료만으로 구성된 손해보험을 의미함

1. 개인생명보험

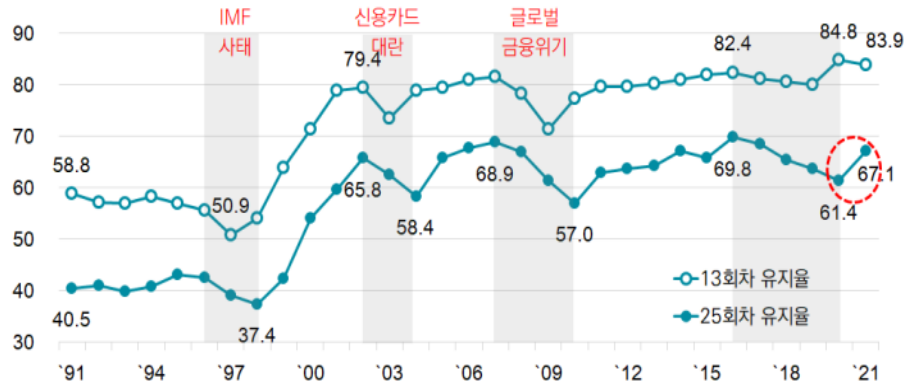
가. 추세: 구조적 변화

2021년 기준, 개인생명보험의 13회차, 25회차 보험계약 유지율은 계약금액 기준으로 각각 83.9%, 67.1%이다. 즉 가입자 10명 중 1~2명은 보험계약 체결 후 1년을 넘기지 못하고, 3~4명은 2년을 넘기지 못하고 보험계약을 해지하고 있다.

장기시계열 관점에서 현재 국내 생명보험산업의 보험계약 유지율은 1990년대 초에 비해 크게 개선된 상황이다.[48] 특히 〈그림 Ⅳ-1〉에 제시된 바와 1990년대 말에서 2000년대 초 사이 큰 폭으로 개선되었다. 회차별로 살펴보면, 13회차 보험계약 유지율은 1997년 50.9%에서 2002년 79.4%로, 25회차 보험계약 유지율은 1998년 37.4%에서 2002년 65.8%로 개선되었다.

〈그림 Ⅳ-1〉 개인생명보험 유지율 추이

(단위: %)



주: 유지율=산출월 기준 현재 유지계약액/산출월 기준 전년 동월 대상 신계약액
자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템; 금융감독원 보도자료 등을 참고해서 작성함

48) 저조한 보험계약 유지율은 1980년대에도 보험산업의 주요 문제로 대두됨. 보험회사 간 과당경쟁 지양을 위해 재무부에서는 1981년 11월 '생명보험계약 실효·해약 방지대책' 중 하나로 지도유지율 기준을 설정함. 해당 기준에 미달할 경우 점포 신설을 금지하고 신규모집인 등록을 금지하는 등 회사별 모집인 총 인원 규제를 시행함. 1986년 5월에는 모집인 정착률과 연계해 신규등록인원 제한제도를 시행함(박현문 2011)

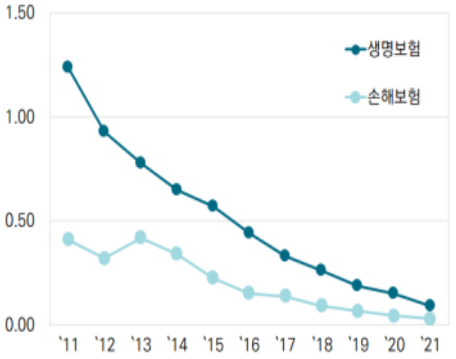
이같이 2000년대 초반에 보험계약 유지율이 크게 개선된 데에는 ① IMF 이후 비활동설계사 인력 및 모집조직 정리, ② 계약 유지수당 확대,[49] ③ 모집전문성을 확보한 외국계 보험회사의 보험산업 내 영향력 확대 등이 영향을 미쳤다. 아울러 1990년대 후반까지 이어져오던 등록말소 보험모집인의 수가 갈수록 줄어들며 대량도입·대량탈락의 악순환이 일부 개선된 것도 유지율에 긍정적으로 작용했다.[50]

그러나 2000년 이후 국내 보험계약 유지율은 시기별로 등락을 반복하며 횡보하고 있는 모습을 보이고 있다. 특히, 25회차 보험계약 유지율은 2016년 69.8%에서 2020년 61.4%까지 하락하였으며, 13회차 보험계약 유지율은 2016년(82.4%) 이후 2019년(80.1%)까지 하락 추세를 보이다 2020년 84.8%로 개선되었으나 2021년 재하락하였다.

한편, 2021년 25회차 유지율(67.1%)은 2020년(61.4%) 대비 큰 폭(5.7%p)으로 상승하였는데, 이는 다양한 요인이 복합적으로 영향을 미쳤을 가능성이 존재한다. 최근의 유지율 변화에 영향을 미쳤을 가능성이 있는 보험모집제도로는 모집시장 질서유지와 소비자보호 강화를 위한 수수료 체계 개편(2021년 1월)과 금융소비자보호에 관한 법률(2021년 3월) 시행을 들 수 있다.

〈그림 Ⅳ-2〉 보험산업 불완전판매 비율 추이

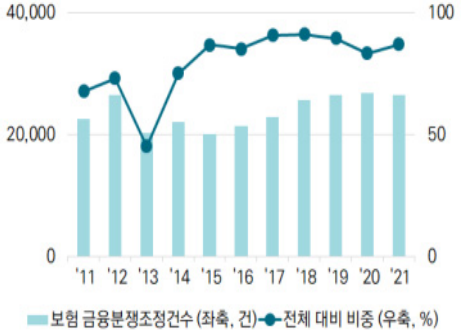
(단위: %)



자료: 생명보험협회 공시자료; 손해보험협회 공시자료

〈그림 Ⅳ-3〉 보험산업 분쟁발생 건수 추이

(단위: 건, %)



자료: 금융감독원, 금융분쟁통계

49) 금융감독원 보도자료(2001. 7. 31), "FY00 보험모집 경영효율분석 결과"; 금융감독원 보도자료(2002. 1. 17), "보험업계 리베이트 근절방안 추진실적 및 계획"

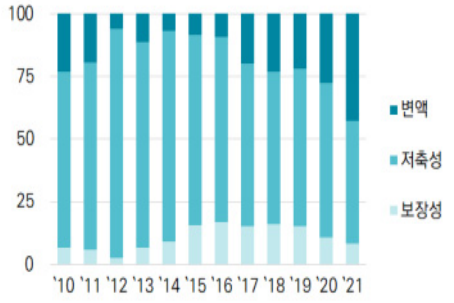
50) 등록말소율=등록말소 인원/(연초등록 인원+신규등록 인원); 업무폐지, 비가동 등의 사유로 등록이 취소된 생명보험모집인의 비율임('97년: 49.2%, '98년: 50.6%, '99년: 42.5%)

보험계약 체결 후 모집인에게 지급하는 계약 1차년도 수수료가 월납입보험료의 12배를 초과하지 않도록 하는 1,200% 룰과 수수료 분급 확대를 유도하기 위한 정책 시행은 상품 판매자의 수수료 편향 문제를 줄여 보험계약 유지율을 개선시키는 데 긍정적으로 작용할 수 있다. 예를 들어, 모집인에게 수수료를 분급하여 지급할 경우 ① 연간수수료는 표준해약공제액의 60% 이하로 설정하고, ② 분급수수료 총액이 선지급방식 수수료 총액보다 5% 이상 높게 책정되도록 설계하였는데, 이는 보험상품 판매자가 소비자들이 계약을 오랫동안 유지하도록 관리하는 유인구조를 형성한다. 결국 소비자보호 강화를 위한 모집수수료 체계 개편과 금융소비자보호에 관한 법률 시행은 보험상품 불완전판매를 감소시키는 요인으로 작용하여 유지율 개선 효과를 가져 올 수 있다. 그러나 두 제도의 시행시점과 25회차 유지율 측정기준이 되는 상품판매시점 사이의 기간이 차이가 난다는 점을 감안한다면 다른 요인에 의해 유지율 개선 현상이 발생했을 여지도 있다.

특히, 13회차 유지율이 하락하였다는 점을 감안할 때 25회차 유지율 변화의 원인을 다른 측면에서도 바라볼 필요가 있다. 후술하겠으나 국내 보험산업에서는 보험상품별로 유지율의 격차가 크게 나타나고 있다. 지난 수년 동안 개인형 생명보험 시장에서는 변액보험과 저축성보험 판매가 증가했다. 통상적으로 변액보험의 경우 종신보험과 함께 타 보험상품 대비 현저히 낮은 유지율을 기록하고 있다. 결국, ① 2021년 13회차 유지율 하락, ② 최근 보험회사가 판매한 상품구성, ③ 2013년 2월 소득세 개편 이전 판매한 일시납 저축성보험상품의 만기 도래 등을 감안할 때, 2021년 사례와 같은 25회차 유지율의 큰 폭 개선 현상이 지속되기는 어려워 보인다.

〈그림 Ⅳ-4〉 개인생명보험 매출 비중(초회보험료)

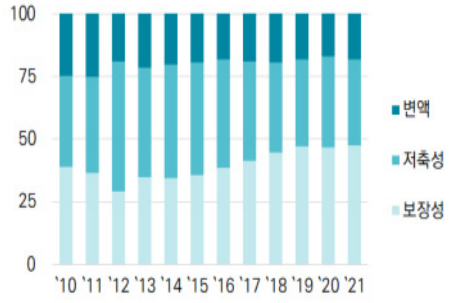
(단위: %)



주: 보장성, 저축성, 변액보험 초회보험료 기준임
자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

〈그림 Ⅳ-5〉 개인생명보험 매출 비중(수입보험료)

(단위: %)



주: 보장성, 저축성, 변액보험 수입보험료 기준임
자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

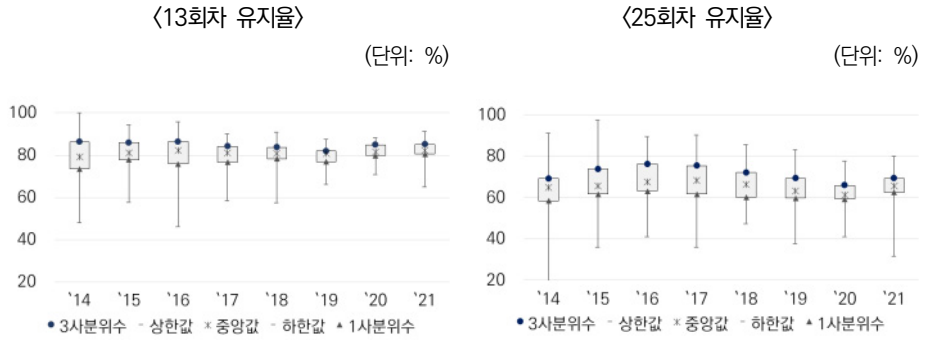
나. 회사별 유지율 분포

개인생명보험의 13회차 보험계약 유지율의 표준편차는 2014년 12.4%에서 2020년 3.8%로 감소하며 회사 간 단기유지율 격차는 축소되다가, 2021년 다시 확대되는 양상을 보이고 있다. 한편, 13회차 보험계약 유지율은 2016년(82.4%)과 2020년(84.8%) 사이에 개선되었는데, 이는 대다수 생명보험회사의 유지율이 하락하는 가운데 일부 회사에서 큰 폭으로 유지율이 개선됨에 따라 산업 전체 실적 개선을 견인한 결과이다.

25회차 보험계약 유지율의 경우 회사별 편차는 줄어드는 추세이나, 13회차 유지율의 회사별 편차와 비교해 볼 때 여전히 큰 상황으로 회사별로 보유계약 유지 관리 능력에 큰 차이가 있다고 볼 수 있다. 25회차 보험계약 유지율의 표준편차는 2014년 17.8%에서 2020년 8.3%로 감소하다가 13회차 유지율과 마찬가지로 2021년 다시 확대되었다(〈표 Ⅳ-3〉 참조). 한편 2016년에서 2020년 기간 중 생명보험산업의 25회차 유지율은 하락추세를 나타냈는데, 일부 회사를 제외하고는 대다수 회사가 유지율 하락을 경험하였다.

결국, 보험계약 체결 1년 이내에는 보험회사 또는 모집계약 특성이 각사의 유지율에 미치는 영향이 크지 않으나, 보험계약이 체결된 지 2년이 경과하는 시점에서는 제도적 요인이나 각사가 보유한 계약의 특성에 따라 유지율에 차이가 발생하고 있는 것으로 추론이 가능하다. 예를 들어, 판매상품 유형, 판매경로, 납입방식, 모집수수료 체계, 계약자 특성 등이 회사별 유지율에 영향을 미칠 수 있다.

〈그림 Ⅳ-6〉 생명보험 회사별 유지율 분포



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

2. 장기손해보험

가. 추세: 구조적 변화

2021년 기준, 장기손해보험의 13회차, 25회차 보험계약 유지율은 각각 86.3%, 68.3%로 장기손해보험상품 가입자 10명 중 3~4명은 계약 체결 후 2년을 넘기지 못하고 해당 보험계약을 해지하고 있다.

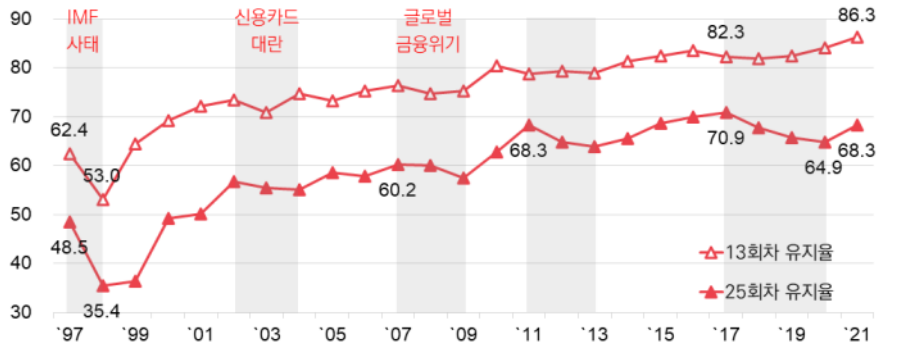
장기손해보험의 경우 개인형 생명보험의 계약 유지율 지표에서와 같이 1990년대 말 이후 크게 개선되었다. 〈그림 Ⅳ-7〉에 제시된 바와 같이, 장기손해보험의 13회차, 25회차 유지율은 IMF사태 직후인 1998년 각각 53.0%, 35.4%를 기록하였으나 이후 크게 개선되어 2021년 각각 86.3%, 68.3%까지 상승하였다.

장기손해보험의 보험계약 유지율은 개인형 생명보험 대비 다소 높은 수준이나, 개인형 생명보험 사례에서와 같이 IMF 사태, 신용카드 대란, 글로벌 금융위기 등 경제불황기에 유지율 지표가 하락하는 현상이 나타나고 있다.

최근 장기손해보험의 유지율 지표 특징 중 하나는 13회차 보험계약 유지율이 2016년 이후 개선추세에 있는 반면, 25회차 유지율은 2017년(70.9%)에서 2020년(64.9%) 사이로 하락 추세를 보였다는 점이다. 다만, 25회차 유지율은 2021년 큰 폭으로 개선되었다.

〈그림 Ⅳ-7〉 장기손해보험 유지율 추이

(단위: %)



주: 유지율=산출월 기준 현재 유지계약액/산출월 기준 전년 동월 대상 신계약액
자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템; 금융감독원 보도자료 등을 참고하여 작성함

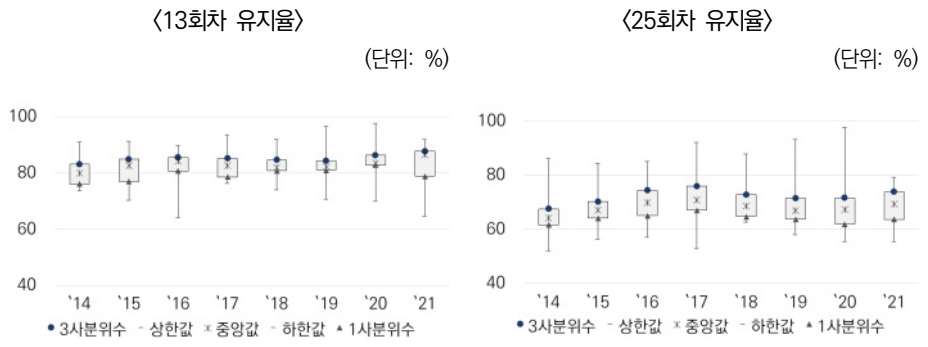
나. 회사별 유지율 분포

장기손해보험의 13회차 보험계약 유지율의 표준편차는 2014년 5.3%에서 2018년 4.5%로 감소하는 등 회사 간 단기유지율 격차가 축소되다가, 2019년 이후 확대되는 양상을 보이고 있다. 장기손해보험의 13회차 유지율은 최근 5년 사이 4.5%p('17년: 82.3%, '21년: 86.8%) 개선되었으나(〈그림 Ⅳ-7〉 참조), 해당 기간 중 장기손해보험상품을 취급하는 소형 손해보험회사의 경우는 유지율 하락을 경험하면서 회사별 편차가 확대되었다.

한편, 장기손해보험의 25회차 유지율의 회사별 편차는 13회차 유지율보다 크게 나타났는데(〈표 Ⅳ-2〉 참조), 회사별로 보유계약 유지관리에 차이가 존재한다고 볼 수 있다. 장기손해보험상품을 취급하는 15개 손해보험회사들의 25회차 유지율의 표준편차는 2015년 7.9%에서 2020년 10.5%로 확대되었으나, 2021년 들어 회사 간 격차가 축소되었다.

장기손해보험의 보험회사 간 유지율 분포는 개인생명보험의 사례에서와 같이 13회차 계약 유지율 지표보다 25회차 계약 유지율 지표에서 회사 간 격차가 크다. 또한, 개인생명보험보다 장기손해보험의 회사 간 유지율 격차가 큰 특징을 보이고 있다. 각 회사에서 취급하는 상품의 다양성, 판매채널 운영 전략, 각 회사의 보유계약 관리 정책 차이 등이 이 같은 성과차이를 유발했을 가능성이 있다.

〈그림 Ⅳ-8〉 장기손해보험 회사별 유지율 분포



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

〈표 Ⅳ-2〉 장기손해보험의 유지율 분포 지표 추이

(단위: %)

구분		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
13회차	산업집계 수준	81.3	82.5	83.6	82.3	81.9	82.5	84.1	86.3
	평균값	80.5	81.7	81.9	82.5	82.1	82.7	83.5	82.9
	중앙값	80.0	82.6	84.3	82.5	81.9	82.2	83.5	86.5
	표준편차	5.3	6.0	6.5	4.8	4.5	6.2	6.8	8.1
	변동계수(CV)	0.07	0.07	0.08	0.06	0.05	0.07	0.08	0.10
25회차	산업집계 수준	65.6	68.7	69.9	70.9	67.8	65.7	64.9	68.3
	평균값	65.5	68.0	70.6	71.5	69.9	69.1	68.6	68.4
	중앙값	64.1	67.2	69.9	70.8	68.6	66.9	67.2	69.4
	표준편차	9.4	7.9	7.4	8.9	6.9	9.1	10.5	7.6
	변동계수(CV)	0.14	0.12	0.11	0.12	0.10	0.13	0.15	0.11

주: 1) 평균값은 각 보험회사의 13회차, 25회차 보험계약 유지율의 평균값으로 산업집계 수준과는 구분됨
2) 변동계수(CV)=표준편차/평균

자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

〈표 Ⅳ-3〉 개인생명보험의 유지율 분포 지표 추이

(단위: %)

구분		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
13회차	산업집계 수준	81.1	81.9	82.4	81.2	80.7	80.1	84.8	83.9
	평균값	78.1	80.0	80.4	80.2	79.8	79.0	81.7	82.1
	중앙값	79.2	81.0	82.4	81.1	80.9	80.8	81.5	82.3
	표준편차	12.4	9.5	9.8	6.4	6.9	5.3	3.8	5.7
	변동계수(CV)	0.16	0.12	0.12	0.08	0.09	0.07	0.05	0.07
25회차	산업집계 수준	67.1	65.9	69.8	68.6	65.5	63.8	61.4	67.1
	평균값	62.4	66.1	67.5	67.8	65.8	64.6	62.1	64.8
	중앙값	65.0	65.6	67.6	68.3	66.5	63.4	61.2	65.8
	표준편차	17.8	14.5	12.7	11.6	9.4	10.0	8.3	11.3
	변동계수(CV)	0.28	0.22	0.19	0.17	0.14	0.15	0.13	0.17

주: 1) 평균값은 각 보험회사의 13회차, 25회차 보험계약 유지율의 평균값으로 산업집계 수준과는 구분됨
2) 변동계수(CV)=표준편차/평균

자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

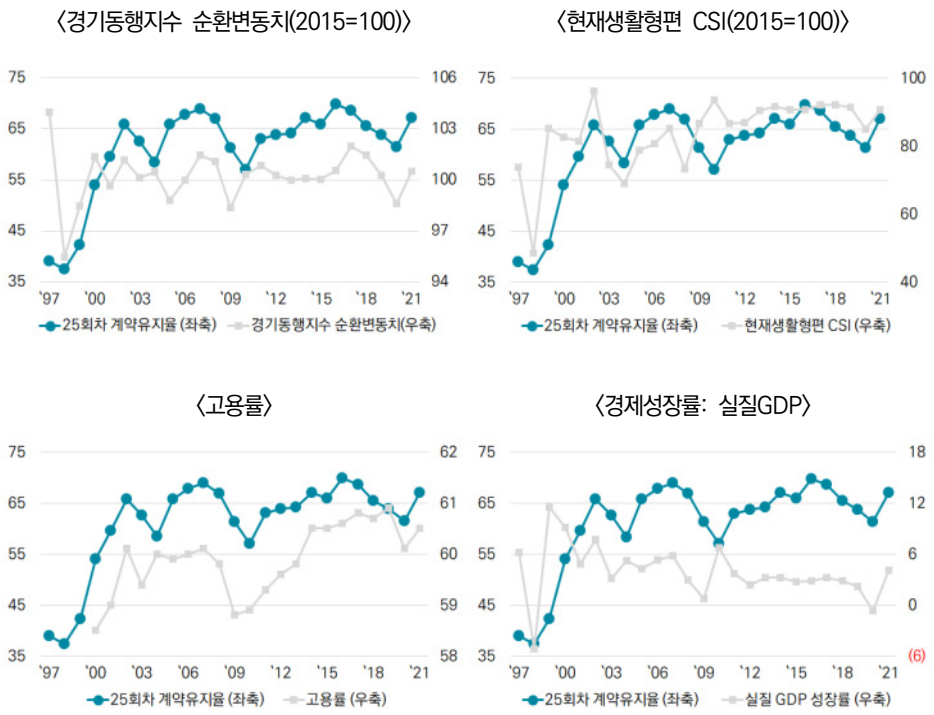
3. 유지율 변화의 주요 특징

가. 경제상황 변화와의 관련성

앞서 살펴본 바와 같이 지난 30년 동안 개인생명보험 유지율이 하락한 시기는 총 4번인데, 이들 시기 중 일부기간은 중대한 경제적 사건('97년 외환위기, '03년 신용카드 대란, '08년 글로벌 금융위기 등)이 발생한 시점과 중첩된다. 이는 경제적 상황이 어려운 경우 소비자들의 보험료 납입 여력이 줄어듦에 따라 보험상품을 유지하는 것이 어려워져 해지 가능성이 높아지기 때문이다. 즉, 소비자는 경제 여건에 따라 실질소득이 감소할 경우 현재 납부하고 있는 보험료를 한계비용으로 인식할 가능성이 있다.

〈그림 Ⅳ-9〉 개인형 생명보험 계약 유지율과 거시경제 변수 추이

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」; 한국은행

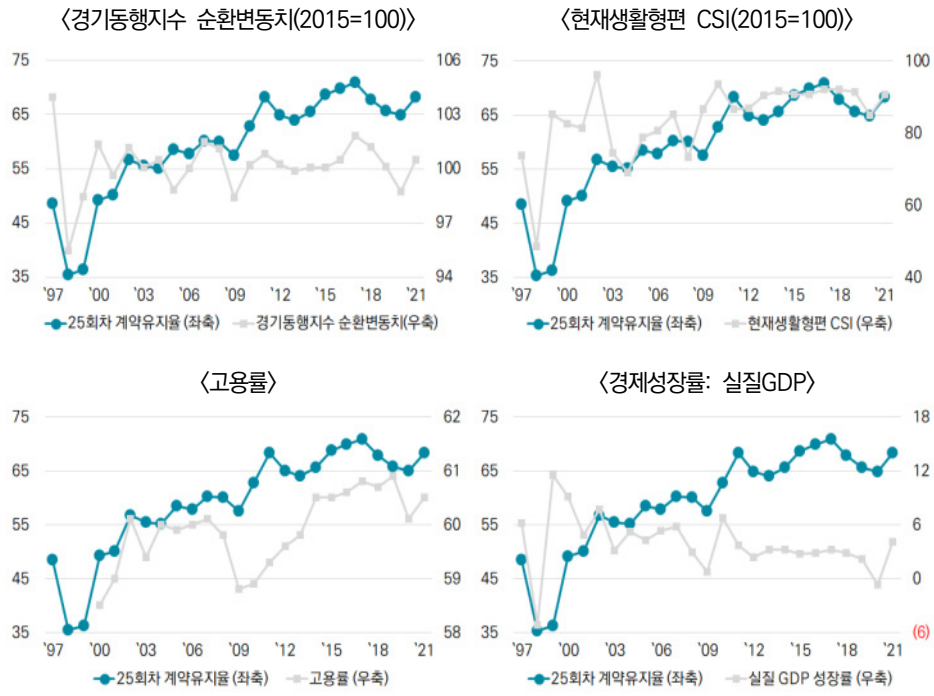
생명보험 계약 유지율과 거시경제 지표 간 추세 변화를 살펴보면, 경기변화와 25회차 유지율 간 상관관계가 높게 나타나고 있다. 경기가 호황일 경우 고용이 증가하여 실업률이 낮아지면서 소득증가 효과가 발생하고, 경기가 둔화되면 실업률이 상승함에 따라 소득감소 효과가 발생하는 등 경기는 보험료 납입능력에 영향을 준다. 경기동향은 통상 GDP와 실업률(고용률)로 평가하는데, GDP 성장률의 하락(상승)과 고용률의 하락(상승)은 보험계약 유지율의 하락(상승)으로 이어질 수 있다.

장기손해보험의 25회차 보험계약 유지율 추세와 거시경제 지표의 방향성 역시 개인형 생명보험 사례와 유사하다.

〈그림 Ⅳ-9〉, 〈그림 Ⅳ-10〉에 제시된 바와 같이 GDP 성장률, 실업률, 고용률 등 주요 경기지표는 보험계약 유지율과 밀접한 관련을 맺고 있는 것으로 나타난다.

〈그림 Ⅳ-10〉 장기손해보험 계약 유지율과 거시경제 변수 추이

(단위: %)

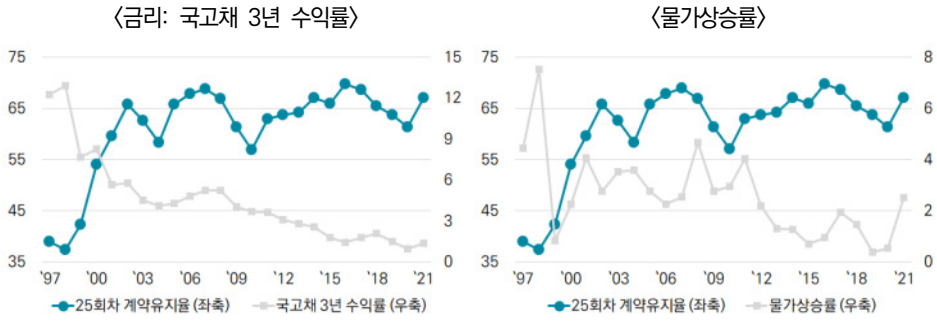


주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

한편, 시장금리와 인플레이션 변화 등도 개인의 보험계약 유지 의사결정에 영향을 미친다. 일반적으로 보험계약자 입장에서 유지하고 있는 보험계약(급부 또는 보험금)의 가치는 시장금리나 인플레이션에 많은 영향을 받게 된다. 예를 들어, 시장이자율이 예정이율보다 큰 경우 보험계약의 수익성은 상대적으로 하락하고 물가가 상승하는 경우 보험금의 실질가치는 하락하여 해지 가능성이 상대적으로 높아지게 된다. 그러나 2000년대 저금리 국면으로 진입한 이후 2021년까지 저금리 환경이 장기간 지속됨에 따라 보험계약 유지율과 금리(수준) 사이의 변화 방향성 관계를 포착하기는 다소 어려운 상황이다.

〈그림 Ⅳ-11〉 생명보험 유지율과 금융시장지표 추이

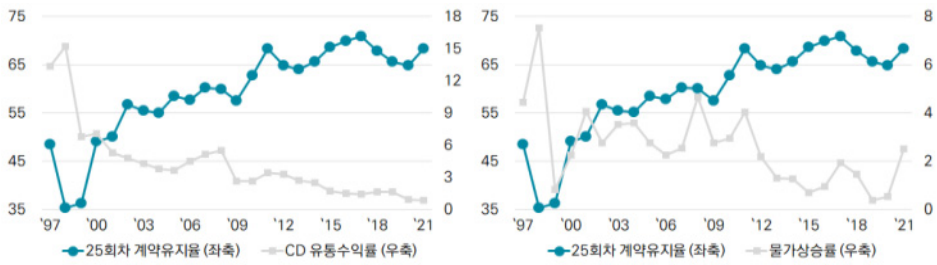
(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

〈그림 Ⅳ-12〉 장기손해보험 유지율과 금융시장지표 추이

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

다만, 거시경제변수와 유지율 간 상관관계는 ① 평가대상 기간, ② 유지율 기준(장기 vs. 단기), ③ 상품 및 가입채널에 따라 영향도가 다르기 때문에, 이를 해석하는 데 있어서 유의할 필요가 있다. 예를 들어, 개인생명보험과 장기손해보험의 25회차 유지율과 금리(국고채 3년) 또는 실질 GDP 성장률 지표 간 상관관계를 보면, 전체 평가기간(1997~2021년) 중에는 음(-)의 상관관계를 보인다. 그러나 평가기간을 최근 5년(2017~2021년)으로 한정할 경우 두 변수 사이에는 양(+)의 상관관계가 나타난다. 즉, 일부 거시경제 지표는 그 시기에 따라 유지율에 미치는 강도 및 방향성이 다르게 나타난다.

〈표 Ⅳ-4〉 생명보험산업 13회차 유지율과 거시경제 변수 간 상관관계

구분	'97~'21년	'17~'21년
금리	-0.9033	-0.7896
GDP 성장률	0.0008	-0.4149
인플레이션	-0.5716	0.1466
실업률	-0.2134	0.4418
고용률	0.7561	-0.9316
현재생활형편	0.6325	-0.8083
경기동행지수	0.1435	-0.6841

〈표 Ⅳ-5〉 생명보험산업 25회차 유지율과 거시경제 변수 간 상관관계

구분	전체기간	'17~'21년
금리	-0.8346	0.6095
GDP 성장률	-0.0530	0.8829
인플레이션	-0.4783	0.8503
실업률	-0.5488	-0.9364
고용률	0.7435	0.5623
현재생활형편	0.6012	0.7680
경기동행지수	0.2573	0.8769

〈표 Ⅳ-6〉 장기손해보험 13회차 유지율과 거시경제 변수 간 상관관계

구분	전체기간	'17~'21년
금리	-0.9562	-0.6346
GDP 성장률	-0.0450	0.0990
인플레이션	-0.6881	0.4256
실업률	-0.0666	-0.0450
고용률	0.6629	-0.5577
현재생활형편	0.7733	-0.3951
경기동행지수	0.2943	-0.4051

〈표 Ⅳ-7〉 장기손해보험 25회차 유지율과 거시경제 변수 간 상관관계

구분	전체기간	'17~'21년
금리	-0.8741	0.6028
GDP 성장률	-0.1835	0.7320
인플레이션	-0.5261	0.7971
실업률	-0.2647	-0.8129
고용률	0.6780	0.4655
현재생활형편	0.6775	0.6633
경기동행지수	0.3870	0.9010

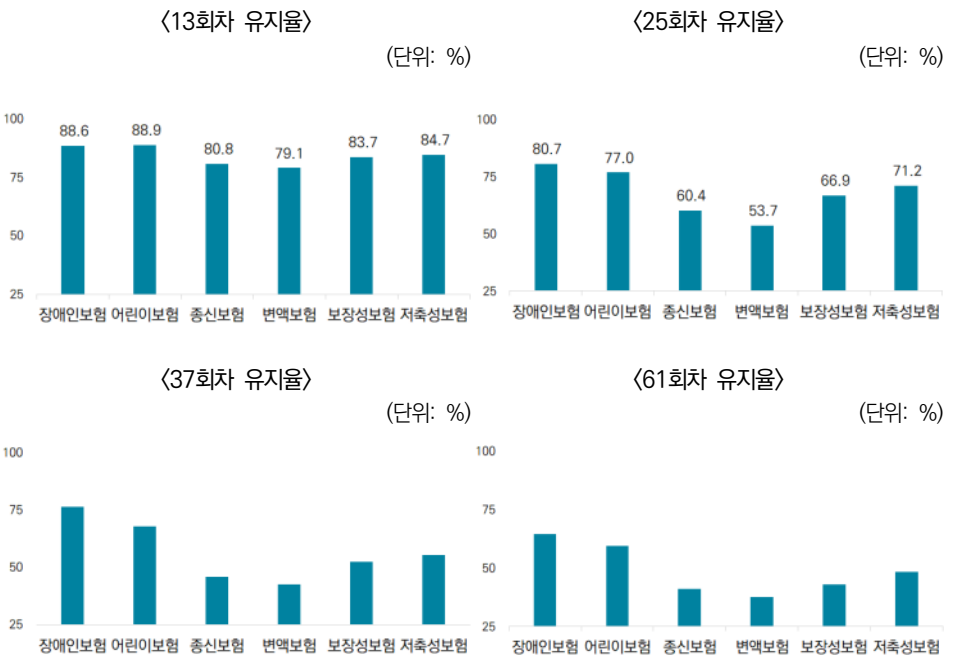
나. 상품별 유지율의 차이

1) 개인생명보험

개인생명보험의 상품별 유지율 특징을 살펴보면, 단기유지율은 상품별로 유지율 격차가 크지가 않지만, 소비자들의 보험상품 보유기간이 길어질수록 보험상품 종류에 따라 유지율 격차가 커지는 경향을 보인다.

일반적으로 장애인보험, 어린이보험과 같이 대체 금융상품이 제한적이거나 자녀를 위한 상품은 종신보험이나 변액보험에 비해 유지율이 높다. 장애인보험과 어린이보험의 13회차 유지율은 2021년 기준 각각 88.6%와 88.9%로, 종신보험(80.8%)이나 변액보험(79.1%)과 일정 격차가 있다. 한편, 25회차 유지율의 경우 이들 상품 간 격차가 더욱 확대되며, 종신보험(60.4%)과 변액보험(53.7%)의 유지율이 타 상품에 비해 현저히 낮다.

〈그림 Ⅳ-13〉 생명보험 상품별 유지율 현황



주: 2021년 기준 유지율임
자료: 보험회사, 「업무보고서」

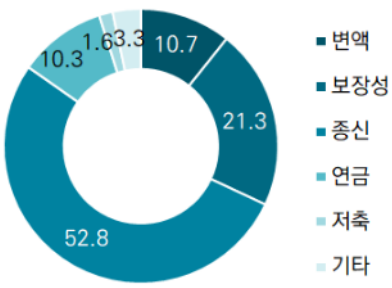
결국, 종신보험과 변액보험의 낮은 유지율이 개인생명보험의 장기유지율을 낮추는 주된 원인으로 작용하고 있다. 종신보험과 변액보험 유지율이 낮은 데에는 여러 원인이 있을 수 있으나, 불완전판매,[51] 낮은 수익률과 대체상품의 존재 여부 등이 일정 부분 영향을 미쳤을 것으로 보인다.

예를 들어, 2020년 생명보험회사 민원 중 불완전판매 관련 민원이 전년 대비 23.0% 증가하였는데, 이 중 종신보험을 저축성보험으로 설명하여 판매한 사례와 관련한 민원이 46.6%를 차지한다. 또한 변액보험과 같은 투자형상품의 경우 주식시장 호황기에는 개인들이 직접 투자 또는 수익실현을 위해 자금을 이동함으로써 해지 가능성이 높아진다.

한편, 생명보험상품을 저축성보험과 보장성보험으로 구분해 볼 때, 2021년 기준 13회차 유지율은 보장성보험(83.7%)과 저축성보험(84.7%)이 유사하나, 25회차 유지율의 경우 저축성보험(71.2%)이 보장성보험(66.9%)보다 높게 나타나고 있다. 저축성보험과 보장성보험의 장단기 유지율 차이(13회차-25회차)를 비교해 보면, 보장성보험의 장단기 유지율 격차가 상대적으로 크고, 두 상품 모두 보험가입 3년 이후에는 가입자의 절반 이상이 해지하는 것으로 나타나고 있다. 다만, 기간별 또는 특정 시점에 따라 보험상품별로 유지율 수준이 다르게 나타나기도 한다.

〈그림 Ⅳ-14〉 생명보험상품별 민원 비중

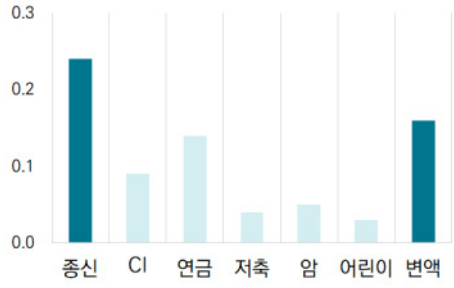
(단위: %)



주: 2021년 기준임
자료: 생명보험협회 공시자료

〈그림 Ⅳ-15〉 생명보험 주요상품 불완전판매 비율

(단위: %)



주: 2021년 기준임
자료: 생명보험협회 공시자료

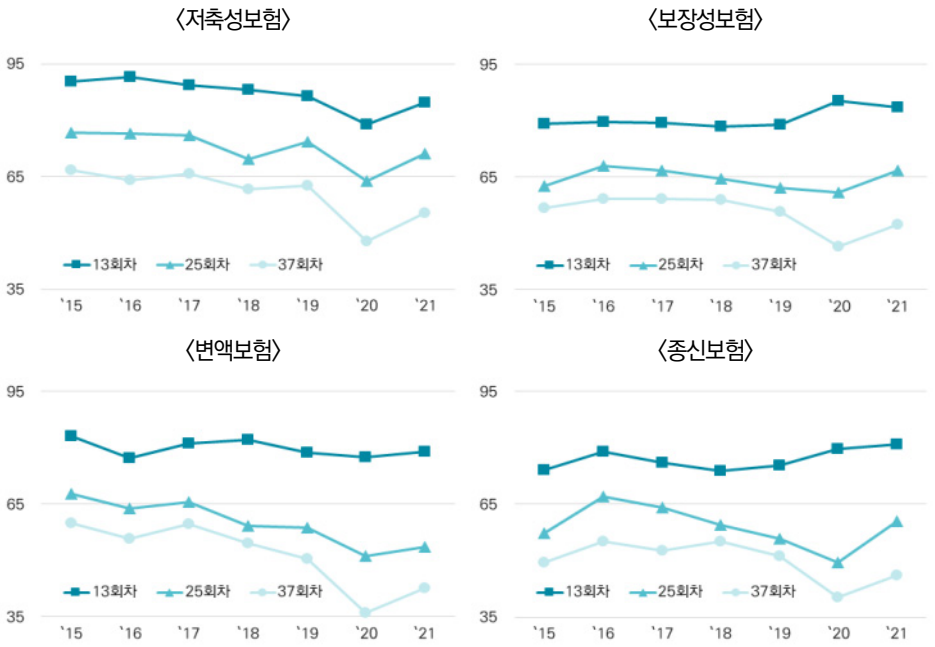
51) 금융감독원 보도자료(2021. 4. 7), "2020년도 금융민원 및 금융상담 동향"; 금융감독원 보도자료(2021. 4. 22), "종신보험 갈아타기(종신보험 리모델링) 소비자경보 '주의' 발령"; 금융감독원 보도자료(2021. 6. 9), "종신보험은 사회초년생의 목돈 마련에 적합하지 않습니다!-소비자경보 '주의' 발령"

보장성보험과 저축성보험의 유지율 추세변화 특징은 단기유지율(13회차 유지율)보다는 장기유지율(25회차 유지율 이상)에서 두드러지게 나타나고 있다. 예를 들어, 보장성보험의 25회차 유지율은 2015년 62.6%에서 2020년 61.0%로 변동 폭이 미미하나, 저축성보험의 25회차 유지율은 동 기간 중 76.7%에서 63.9%로 하락하였다. 즉 과거에는 저축성보험의 25회차 유지율이 보장성보험보다 높은 수준을 유지하고 있었으나, 저축성보험의 유지율이 크게 변동하면서 2020년에는 두 상품 간 유지율이 유사한 수준으로 수렴하는 현상이 나타나게 되었다. 해당 기간 중 저축성보험의 유지율 하락 원인으로 지목할 수 있는 중요한 요인으로 저금리에 따른 수익률 하락이다.

변액보험의 경우 주가변동에 따라 해당 상품의 유지율이 크게 변동하고 있다. 한편, 종신보험의 유지율은 최근 개선되었으나 타 보험상품에 비해 유지율이 낮아 개인생명보험 평균 유지율을 끌어내리는 요인으로 작용하고 있다.

〈그림 Ⅳ-16〉 생명보험 주요 상품별 유지율 추이

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

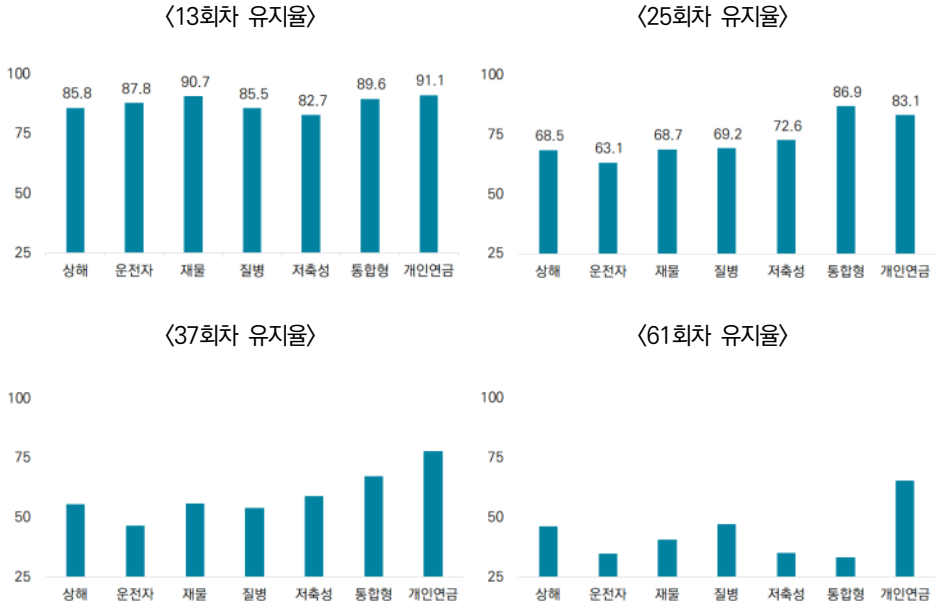
2) 장기손해보험

앞서 살펴본 개인생명보험의 사례에서와 같이 장기손해보험의 경우도 단기유지율은 상품별로 차이가 크지 않으나 장기유지율은 상품에 따라 그 격차가 크다. 예를 들어 장기손해보험의 13회차 보험계약 유지율이 가장 높은 상품(개인연금 91.1%)과 가장 낮은 상품(저축성보험 82.7%)의 격차는 약 10%p 수준이다(〈그림 Ⅳ-17〉 참조). 그러나 25회차 유지율의 경우 상품별 유지율 격차는 더욱 커져 최대 20%p(운전자보험 63.1%, 통합형보험 86.9%)까지 벌어지며, 경과기간이 길어질수록 격차가 더 커지고 있다.

한편 개인연금과 같이 일정기간 동안 해당 상품을 유지해야 그 혜택을 얻을 수 있는 상품은 경과기간별 유지율 변동 폭이 크지 않다. 반면, 도로교통법 개정에 따라 보장담보·수준을 확대·변경해 온 운전자보험의 장기유지율이 낮고, 상해보험과 질병보험 등 보장성보험의 장기유지율도 개인연금에 비해 상대적으로 낮게 나타나고 있다.

〈그림 Ⅳ-17〉 장기손해보험 주요 상품별 유지율 현황(2021년 기준)

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

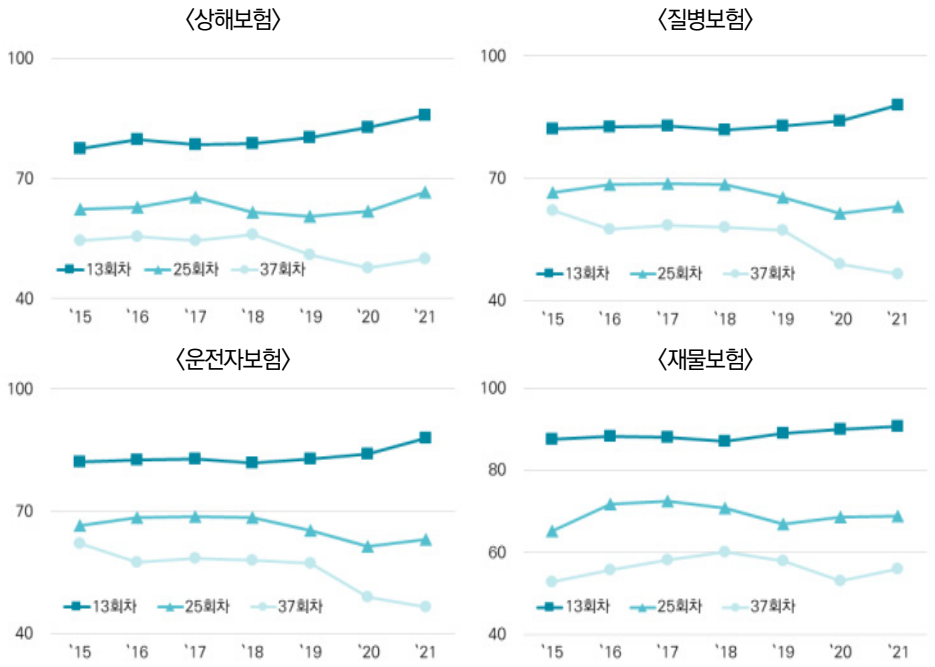
장기손해보험상품의 계약 유지율 추세 평가에 있어서 유지율 추세 변화와 보험계약자 이탈이 빈번히 발생하고 있는 상품 및 해당 시점에 주목할 필요가 있다.

우선, 장기손해보험의 단기유지율(13회차)은 개선 추세에 있고 안정적이다. 즉, 보험계약 체결 1년 이내에 이탈하는 고객 비율은 과거에 비해 상당부분 개선되었다고 볼 수 있다. 그러나 계약 체결 후 3년(37회차) 시점에 평가한 유지율은 하락 추세를 보이고 있으며, 이러한 현상은 질병보험과 운전자보험에서 두드러지게 나타나고 있다.

또한, 대부분의 보험상품에서 가입 후 1년이 경과하면 보험계약 유지율이 크게 악화되는 양상을 보이고 있다. 이는 각 보험상품의 가입 1년차(13회차) 유지율과 2년차(25회차) 또는 3년차(37회차) 유지율 차이를 보면 드러나는데, 특히 보장성보험과 운전자보험에서 이 같은 현상이 심화되고 있다. 예를 들어 질병보험의 25회차 유지율과 13회차 유지율 격차는 2017년 9.3%p에서 2021년 16.3%p로 확대되었다.

〈그림 Ⅳ-18〉 장기손해보험 주요 상품별 유지율 추이

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

다. 가입경로별 유지율 차이

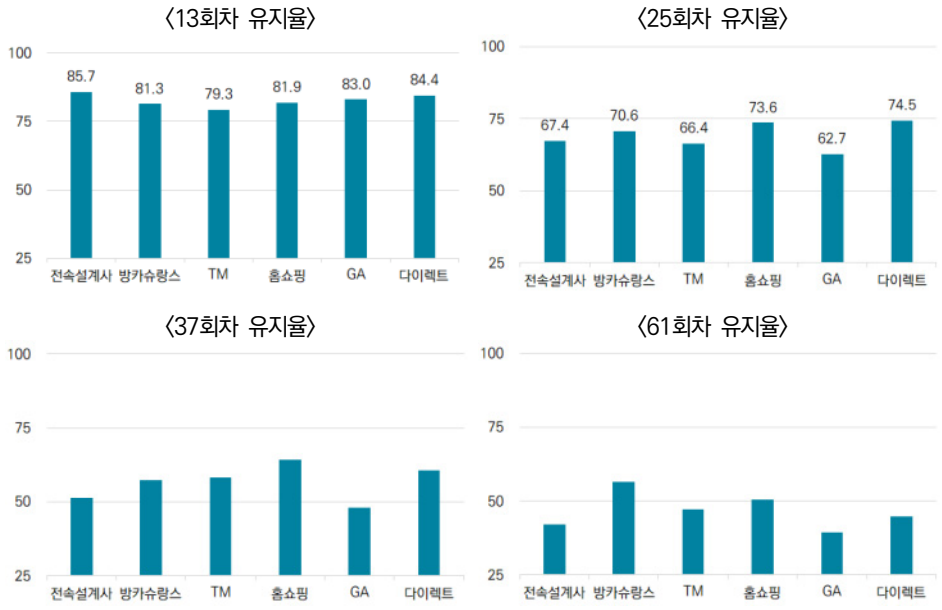
1) 개인 생명보험

개인생명보험 유지율을 판매채널별로 살펴보면, 13회차 유지율의 경우 전속설계사, 다이렉트, GA, 홈쇼핑, 방카슈랑스, TM 등의 순이다. 상품별 유지율에서와 마찬가지로 13회차 유지율은 가입경로별로 차이가 크지 않다.

한편, 전속설계사와 GA채널의 경우 25회차 유지율과 13회차 유지율 간 차이가 크다. 전속설계사나 GA의 13회차 유지율의 경우 타 채널과 유사한 수준이지만, 그 이후에는 큰 폭으로 하락하는 모습이 나타나고 있다. 전속설계사와 GA의 13회차와 25회차 유지율 격차는 각각 18.3%p, 20.3%p이다. 전속설계사와 GA를 통해 보험계약을 체결한 후 1~2년 사이에 이탈하는 고객이 다른 가입경로보다 많은 것은 설계사나 GA의 수당체계와 관련이 있을 수 있다.

〈그림 Ⅳ-19〉 개인생명보험 가입경로별 유지율 현황(2021년 기준)

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

소비자들이 본인의 필요성에 의해 자발적으로 보험에 가입할 경우 보험계약을 장기적으로 유지할 가능성이 높은데, 인바운드(Inbound) 영업에 해당하는 다이렉트(69.2%) 또는 홈쇼핑채널(71.1%)의 25회차 유지율이 아웃바운드(Outbound) 채널의 25회차 유지율보다 높게 나타나고 있다.

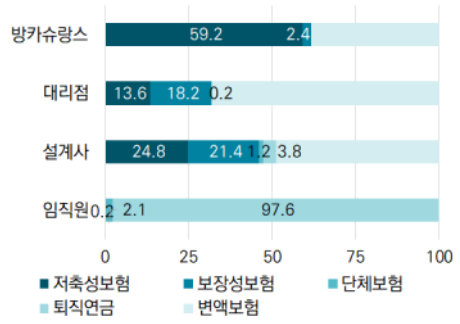
한편, 기간별로 차이가 존재하긴 하나, 25회차 유지율의 경우 대체로 전속채널(전속설계사, 임직원, 다이렉트)의 유지율이 비전속채널(GA, 방카슈랑스)의 유지율보다 높다. 가입경로별로 유지율 차이가 존재하는 것은 상품·채널 간 적합도에서 그 원인을 찾을 수 있다. 각 판매채널별로 판매되는 보험상품 비중을 살펴보면, 특정 판매채널을 통해 빈번하게 판매되는 상품이 정해져 있는 것으로 나타나고 있다.

〈그림 Ⅳ-20〉에 나타난 바와 같이 생명보험의 경우 임직원채널을 통해서는 퇴직연금 상품이, 방카슈랑스채널을 통해서는 저축성보험이, 설계사채널을 통해서는 저축성보험과 보장성보험 상품이 주로 판매되고 있는 것으로 나타나고 있다. 각 판매채널별로 판매되고 있는 상품을 좀 더 세분화해 보면, 설계사와 GA채널을 통해서는 종신보험과 CI보험 등 주로 고가의 보험상품이 판매되며, 다이렉트채널에서는 암보험 판매비중이 높은 것으로 나타나고 있다(〈그림 Ⅳ-21〉 참조).

결국, 특정 판매채널에서 주로 판매되고 있는 보험상품의 특성, 복잡성, 가격(보험료 수준) 등이 소비자들의 보험상품 유지성향에 영향을 미치게 되어, 채널 간 보험계약 유지율 차이로 이어졌을 가능성이 존재한다.

〈그림 Ⅳ-20〉 채널별 생명보험 판매상품 비중

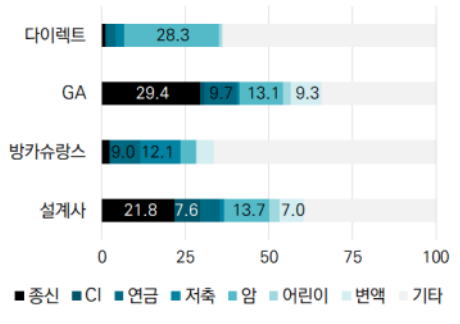
(단위: %)



주: 2020년 초회보험료 기준임
자료: 보험회사, 「업무보고서」

〈그림 Ⅳ-21〉 채널별 개인생명보험 판매상품 비중

(단위: %)



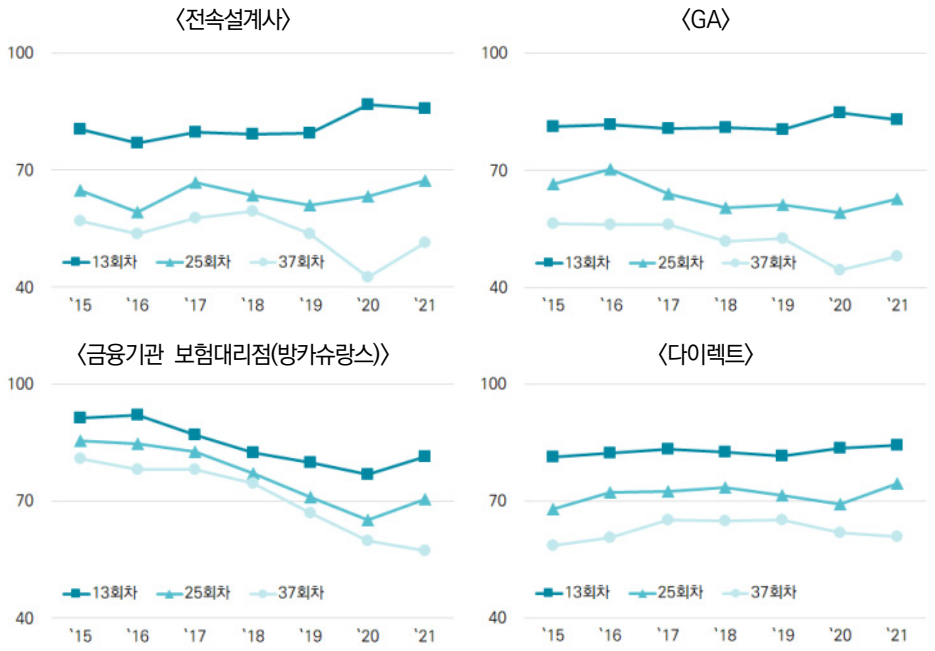
주: 2021년 계약 건수 기준임
자료: 손해보험협회 공시자료

유지율 추세에 있어 주목해야 할 점 중의 하나는 보험회사 전속설계사나 GA소속 설계사를 통해 보험상품에 가입한 고객의 절반 이상은 3년을 넘기지 못하고 해지하는 현상이 나타나고 있으며, 이는 최근 들어 더욱 심화되고 있다는 점이다.

한편, 지난 수년 동안 채널별 유지율 추세 변화에 있어서 눈에 띄는 현상은 방카슈랑스채널 유지율의 급격한 하락과 설계사채널의 장기유지율 하락을 들 수 있다. 방카슈랑스채널의 25회차 유지율과 37회차 유지율은 과거 80%대였으나 2020년에는 60% 초반까지 하락하였다. 최근 방카슈랑스채널의 유지율 급락 현상은 판매상품, 수수료 체계[52] 등이 영향을 미쳤을 가능성이 있다. 방카슈랑스채널의 주력 판매상품은 저축성보험과 변액보험인데, 저금리로 수익률이 하락하면서 타 금융업권 상품과의 경쟁력이 약화되어 이탈한 고객이 증가하였을 가능성이 있다.

〈그림 Ⅳ-22〉 개인생명보험 주요 판매채널 유지율 추이

(단위: %)



주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

52) 고객이 12개월간 납부해야 할 보험료를 일시에 납부하는 경우, 이에 해당하는 1년치 수수료를 분급 없이 은행에 제공하는 선납수수료제도가 시행되었는데, 동 수수료 체계가 불완전판매 가능성을 높이는 요인으로 작용했을 수 있음

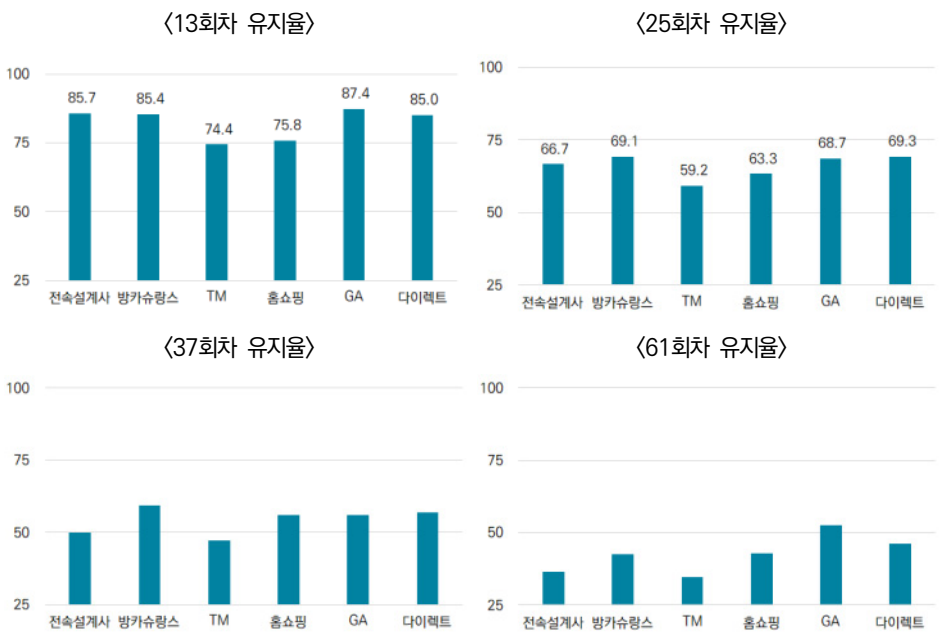
2) 장기손해보험

장기손해보험상품의 가입경로별 13회차 유지율을 비교해 보면, 전속설계사(85.7%), GA(87.4%), 방카슈랑스채널(85.4%) 등 대면모집 방식 간에 비슷한 수준을 보이고 있다. 그러나 비대면 모집방식 간의 유지율 수준은 차이가 존재한다. 〈그림 Ⅳ-23〉에 나타난 바와 같이 다이렉트채널(85.0%)과 TM채널(74.4%)이나 홈쇼핑채널(75.8%)과 같은 비대면 채널 간의 13회차 유지율은 상당한 차이를 보이고 있다.

장기손해보험의 경우도 개인생명보험 사례에서와 같이 보험계약을 체결한지 2년이 경과된 시점에서 이탈하는 고객이 크게 증가하는 현상이 나타나고 있다. 특히, 전속설계사채널과 GA채널의 경우 25회차 유지율과 13회차 유지율 간 차이가 크게 나타났다. 2021년 기준 판매채널별 13회차 유지율과 25회차 유지율 격차는 전속설계사채널(19.0%p), GA채널(18.7%p), 방카슈랑스채널(16.3%p) 등의 순이다.

〈그림 Ⅳ-23〉 장기손해보험 가입경로별 유지율 현황(2021년 기준)

(단위: %)



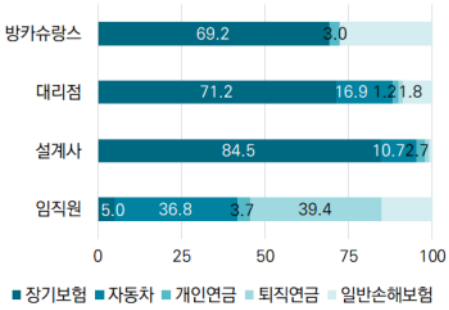
주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

판매채널별 유지율 차이의 발생 원인은 각 판매채널에서 주로 판매되고 있는 상품 유형의 차이, 각 판매채널에서의 보험상품 판매방식, 판매채널별 수당체계의 차이 등에서 비롯되었을 가능성이 있다.

앞선 생명보험산업에서와 마찬가지로 손해보험산업 또한 보험상품과 판매채널 간 적합도가 존재한다. 〈그림 Ⅳ-24〉에 나타난 바와 같이 생명보험산업의 경우 임직원채널을 통해서는 자동차보험과 퇴직연금 상품, 설계사채널과 GA채널에서는 장기보험과 자동차보험, 방카슈랑스채널을 통해서는 장기보험이 주로 판매되고 있다. 각 판매채널별로 판매되고 있는 장기손해보험상품을 좀 더 세분화해 보면, 설계사와 GA채널을 통해서는 상해보험, 질병보험, 운전자보험이 주로 판매되고 있으며, 방카슈랑스채널의 경우 타 채널 대비 재물보험 판매비중이 높다(〈그림 Ⅳ-25〉 참조).

〈그림 Ⅳ-24〉 채널별 손해보험 판매상품 비중

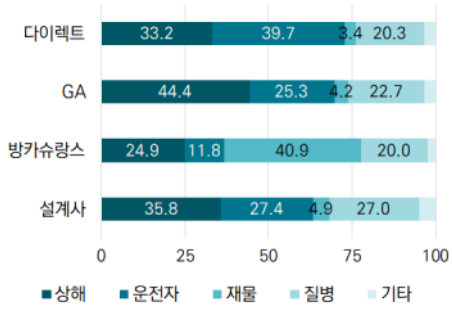
(단위: %)



주: 2021년 원수보험료 기준임
자료: 보험회사, 「업무보고서」

〈그림 Ⅳ-25〉 채널별 장기손해보험 판매상품 비중

(단위: %)



주: 2021년 신계약 건수 기준임
자료: 손해보험협회 공시자료

개인생명보험의 사례에서와 같이 장기손해보험상품의 경우도 상품 간 불완전판매나 민원발생빈도에 차이를 보이는데, 이는 상품구조의 복잡성 또는 상품제공 방식 차이 등에서 비롯된다. 특히, 특정 채널을 통해 다빈도로 판매되는 상품이 정해져 있는 상황에서 개별 판매채널에서의 효과적인 상품정보 전달과 소비자들의 상품이해도에 대한 차이는 〈표 Ⅳ-8〉에서 제시된 바와 같이 판매채널 간 불완전판매 또는 민원 차이로 이어지게 된다. 결국 불완전판매 가능성이 높은 상품의 경우 고객들이 해당 상품을 유지할 가능성이 상대적으로 낮으며, 이는 판매채널 간 유지율 차이로 이어질 수 있다.

〈표 Ⅳ-8〉 장기손해보험 판매채널별 불완전판매 비율 비교

(단위: %)

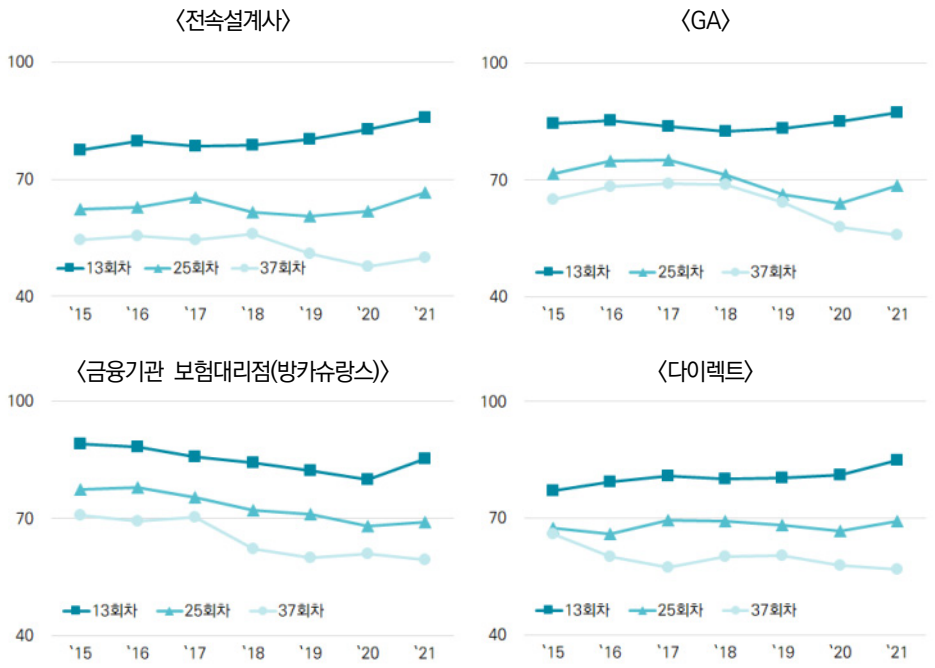
구분	전속설계사	방카슈랑스	TM	GA(대면)	다이렉트	합계
2011	0.19	0.36	0.89	0.52	0.57	0.41
2021	0.02	0.01	0.11	0.03	0.02	0.03

주: 불완전판매 비율=(품질보증해지 건수+민원해지 건수+무효 건수)/신계약 건수
자료: 손해보험협회 공시자료

장기손해보험의 판매채널별 유지율 추이 특징으로 금융기관보험대리점(방카슈랑스)채널의 유지율 하락 현상을 들 수 있으며, 이 같은 현상은 장기유지율에서 눈에 띄게 나타나고 있다. 그 밖에도 전속설계사와 GA채널의 경우 장단기 유지율 격차(13회차 유지율과 25회차 또는 37회차 유지율 차이)가 확대되는 특징이 나타나고 있다.

〈그림 Ⅳ-26〉 장기손해보험 주요 판매채널 유지율 추이

(단위: %)



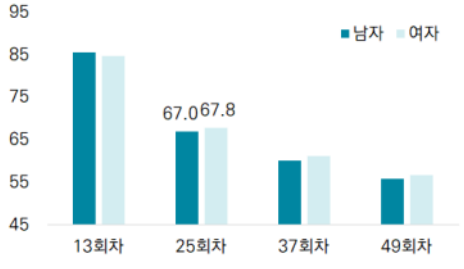
주: 유지율=대상 유지계약액/신계약액
자료: 보험회사, 「업무보고서」

라. 계약자 특성[53]

성별에 따른 보험계약 유지율 차이는 경과기간에 관계없이 유사한 수준을 보이고 있다. 2019년 기준, 남성과 여성의 25회차 유지율은 각각 67.0%, 67.8%이다. 다만, 상해보험의 경우 성별에 따른 유지율이 다른 상품들과는 달리 차이를 보이고 있는데, 이는 남녀 간 상해사고 위험보장에 대한 수요 차이로 해석할 수도 있다.

〈그림 Ⅳ-27〉 생명보험 성별 유지율 차이

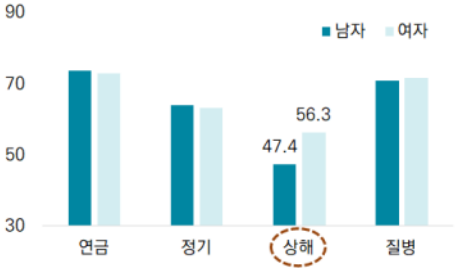
(단위: %)



주: 계약 건수 기준임
자료: 보험개발원(2020)

〈그림 Ⅳ-28〉 생명보험 성별·상품별 유지율

(단위: %)



주: 25회차 유지율임
자료: 보험개발원(2020)

상해보험에서의 남성과 여성의 유지율 차이는 25회차(남 47.4% vs. 여 56.3%), 37회차(남 41.5% vs. 여 50.4%), 49회차(남 38.3% vs. 여 46.0%) 등 장기유지율에 있어서도 공통적으로 나타나고 있다.

〈표 Ⅳ-9〉 상해보험상품의 성별 유지율

(단위: %)

구분	13회차	25회차	37회차	49회차	61회차
남성	97.7	47.4	41.5	38.3	31.6
여성	95.7	56.3	50.4	46.0	40.3

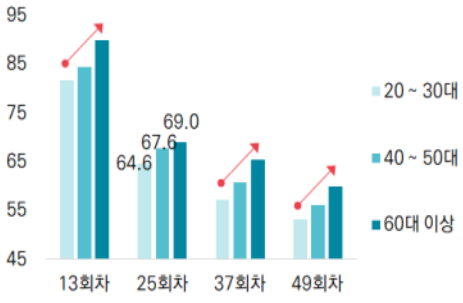
자료: 보험개발원(2020)

53) 2019년 생명보험계약자료를 활용하여 작성한 보험개발원의 유지율 자료를 참조함. 사망, 만기, 부활계약 등은 제외하고 있으며, 계약 건수를 기준으로 유지율을 산출함(보험개발원, 『생명보험통계자료집』)

한편, 20~30대, 40~50대, 60대의 25회차 유지율은 각각 64.6%, 67.6%, 69.0%로 연령이 증가할수록 계약 유지율이 높아지는 패턴을 보이고 있다. 다만, 상해보험의 60대 이상 25회차 유지율은 42.8%로, 20~30대(52.9%), 40~50대(56.7%)보다 낮다.

〈그림 Ⅳ-29〉 생명보험 연령별 유지율 차이

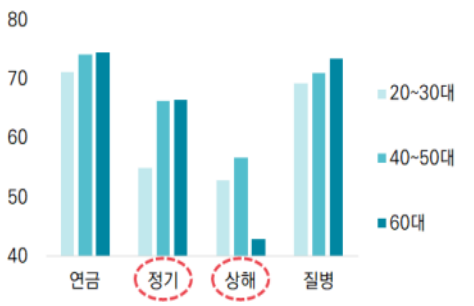
(단위: %)



주: 계약 건수 기준임
자료: 보험개발원(2020)

〈그림 Ⅳ-30〉 생명보험 연령별·상품별 유지율

(단위: %)

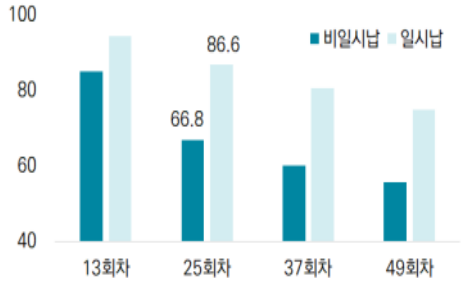


주: 25회차 유지율임
자료: 보험개발원(2020)

보험료 납입방법을 기준으로 볼 때, 일시납 보험상품은 비일시납 상품보다 유지율이 양호하다. 보험료 납입방식이 일시납인 경우의 25회차 유지율은 86.6%로 비일시납 상품(66.8%)보다 19.8%p 높으며, 이 같은 패턴은 상품에 관계없이 공통적으로 나타난다.

〈그림 Ⅳ-31〉 생명보험 납입방식별 유지율 차이

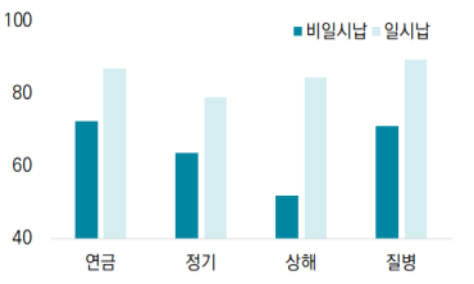
(단위: %)



주: 계약 건수 기준임
자료: 보험개발원(2020)

〈그림 Ⅳ-32〉 생명보험 납입방식·상품별 유지율

(단위: %)

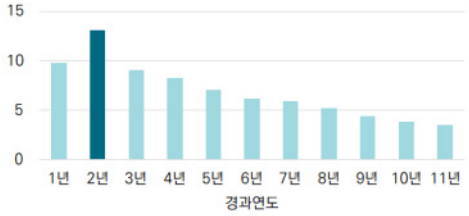


주: 25회차 유지율임
자료: 보험개발원(2020)

경과연도별 고객이탈률을 살펴보면, 방카슈랑스채널은 계약 체결 후 11년이 지난 시점에서, 방카슈랑스를 제외한 일반채널은 보험계약 체결 2년 시점에서 해지율이 높다.[54]

〈그림 Ⅳ-33〉 생명보험 경과연도별 해지율: 일반

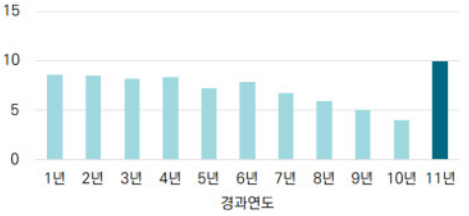
(단위: %)



자료: 보험개발원(2020)

〈그림 Ⅳ-34〉 생명보험 경과연도별 해지율: 방카슈랑스

(단위: %)



자료: 보험개발원(2020)

방카슈랑스채널에서의 11차년도 해지율 급증은 세제혜택 효과와 관련이 있다. 방카슈랑스채널의 경우 분급방식의 수수료 체계를 따르면서 계약 경과기간에 따른 비정상적인 고객이탈 현상이 발생하고 있지 않다. 다만, 방카슈랑스채널에서 주로 판매되고 있는 상품이 저축성보험이며, 월적립식 저축성보험의 경우 5년 이상 납입하고 10년 이상 유지되어야 '보험차익 비과세' 혜택을 적용받기 때문에, 해당 요건이 충족되는 시점 직후에 고객이탈이 두드러진다. 한편, 일반채널에서의 2차년도 해지율 급증현상은 판매수당 환수시점 경과에 따른 해지유인의 증가 결과로 볼 수 있다.

[소득세법 시행령 제25조] (저축성보험의 보험차익)

① 법 제16조 제1항 제9호 각 목 외의 부분 본문에서 "대통령령으로 정하는 저축성보험의 보험차익"이란 보험계약에 따라 만기 또는 보험의 계약기간 중에 받는 보험금·공제금 또는 계약기간 중도에 해당 보험계약이 해지됨에 따라 받는 환급금(피보험자의 사망·질병·부상 그 밖의 신체상의 상해로 인하여 받거나 자산의 멸실 또는 손괴로 인하여 받는 것이 아닌 것으로 한정하며, 이하 이 조에서 "보험금"이라 한다)에서 납입보험료 또는 납입공제료(이하 이 조에서 "보험료"라 한다)를 뺀 금액을 말한다.

③ 법 제16조 제1항 제9호 가목에서 "대통령령으로 정하는 요건을 갖춘 보험"이란 보험계약 체결시점부터 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 보험을 말한다.

1. 계약자 1명당 납입할 보험료 합계액[계약자가 가입한 모든 저축성보험계약(제2호에 따른 저축성보험 및 제4항에 따른 종신형 연금보험은 제외한다)의 보험료 합계액을 말한다]이 다음 각 목의 구분에 따른 금액 이하인 저축성보험. 다만, 최초로 보험료를 납입한 날(이하 이 조에서 "최초납입일"이라 한다)부터 만기일 또는 중도해지일까지의 기간은 10년 이상이지만 납입한 보험료를 최초납입일부터 10년이 경과하기 전에 확정된 기간 동안 연금형태로 분할하여 지급받는 경우는 제외한다.

가. 2017년 3월 31일까지 체결하는 보험계약의 경우: 2억 원

나. 2017년 4월 1일부터 체결하는 보험계약의 경우: 1억 원

---

54) 2014년에서 2018년 사이의 생명보험계약자료를 활용하여 산출한 보험개발원의 경과해지율 자료를 참조함(보험개발원 2019b)

4. 소결

지금까지 개인생명보험과 장기손해보험의 유지율 변화를 살펴본 결과, 국내 보험산업의 유지율 변화 특징은 다음과 같다.

첫째, 최근 보험계약 유지율은 개선 추세를 보이고 있으나, 산업 차원의 장단기 유지율 격차가 크다. 즉, 소비자들이 보험상품 가입 후 1년이 경과한 이후 보험계약을 해지하는 사례가 빈번히 발생하고 있다. 개별 보험회사 간 유지율 격차 또한 크게 나타나고 있는데, 이는 각 보험회사의 상품 및 판매채널 운영전략이나 유지관리서비스 등의 차이로 발생한다고 볼 수 있다.

둘째, 유지율 하락 시기와 경제불황 시기가 중첩되어 나타남을 볼 때 직관적으로도 경제적 변수와 보험계약 유지율 간 관련성이 높은 것을 알 수 있다. 이는 소비자들의 실질적인 소득감소가 보험료 납입여력 저하로 이어지기 때문이다.

셋째, 상품별로 살펴보면, 개인형 생명보험상품의 경우 변액보험과 종신보험 등 상대적으로 고액의 보험료를 지불하는 보험상품의 유지율이 낮다. 장기손해보험의 경우 운전자보험의 장기유지율이 제도변경에 따른 효과로 타 보험상품 대비 다소 낮다.

넷째, 가입경로 측면에서 보험상품의 필요성에 대한 인식부터 보험상품 탐색 가입경로 결정까지 소비자 스스로 결정하는 부분이 큰 직판채널의 계약 유지율이 대면채널에 비해 상대적으로 높게 나타나고 있다.

그 밖에 세제혜택 부여기간 내, 보험료 납입 부담이 없는 일시납 방식, 고연령층에서 상대적으로 보험계약 유지율이 높은 현상을 확인할 수 있었다.

〈표 Ⅳ-10〉 국내 보험산업 유지율 변화의 특징

구분	개요	상품	판매채널	기타
개인 생명보험	• '16~20년 하락 추세 – '21년 반등 • 장단기 유지율 격차 큼	• 유지율 변동 큰 상품 : 복잡, 고액 (예) 종신, 변액보험	• 대면채널 : 낮은 장기 유지율	• 일시납 상품 • 세제혜택 효과 • 연령 효과
장기 손해보험	• '16~20년 하락 추세 – '21년 반등 • 장단기 유지율 격차 큼	• 유지율 변동 큰 상품 : 운전자, 저축성보험	• 대면채널 : 낮은 장기 유지율	• 개인연금 : 낮은 해지율 변동성