



일본생명, 주계약 통합상품 개발 혁신(안) 발표

이상우 선임연구원

- 일본생명은 개인보험의 특약상품 판매를 종료하고 4월 2일부터 고객이 필요한 여러 가지 주계약 보험상품을 조합하여 판매하는 방식으로 상품전략을 전환하는 혁신(안)을 발표함.
 - 동 혁신(안) 추진은 보험소비자의 보험료 부담을 줄이고 주 고객을 포함한 다양한 계층의 고객을 확보함으로써 외국계 보험회사에 대한 경쟁력 확보를 목적으로 함.
 - 불필요한 특약상품을 조합하여 고액 보장상품을 권유하는 방식의 전통적 상품개발 전략에서 탈피한 동 혁신(안)은 향후 일본 생명보험업계에 큰 영향을 줄 것으로 예상됨.

- 동 혁신(안)의 대표적인 특징은 고객이 필요로 하는 주계약만을 판매하는 보험상품의 단순화로 기존에 특약으로만 가입할 수밖에 없었던 3대 질병(암, 심근 경색, 뇌졸중)의 보장성보험 및 개호보험을 비롯해 11종에 달하는 주요 보험상품을 주계약으로 취급하는 것임.
 - 일본생명은 향후 보험상품 간소화를 통해 보험소비자의 보험료 경감뿐 아니라 과거에 있었던 보험금 부당 미지급 사고를 억제하는 데 효과가 있을 것으로 기대하고 있음.
 - 현재 일본 생명보험회사들이 취급하는 대부분의 보험상품은 주계약 상품에 여러 가지 특약을 부대시킴에 따라 보험료가 높아지는 경향이 있음.
 - 이러한 보험상품 개발 패턴에 대해 일본 생명보험업계는 “미래의 위험에 적절하게 대비하기 위한” 측면이라고 설명하지만, “영업직원의 인건비를 충당하기”위한 측면도 부정하기 어려움(익명의 생보사 간부).
 - 이 때문에 일본에서는 영업직원이 불필요하게 많은 특약을 부가한 보험상품을 권유한다는 비판도 있음.

- 일본생명 사장은 언론사 간담회에서 “주계약과 특약을 세트로 한 현재의 상품구성은 경직적이므로 보험상품의 단순화를 통하여 시장점유율 1위를 되찾을 계획”이라고 공언함.

- 현재 일본의 건강보험시장은 AFLAC사가 2004년 일본생명을 제치고 보유계약 건수 기준으로 시장점유율 1위를 차지한 이후 대형 생명보험회사들의 고전이 지속되고 있음.

(마이니치, 요미우리신문 3/24 등 종합)