KiRi Weekly 2014.9.22
글로벌 이슈

미국, 특약형 건강보험시장 성장과 원인

김진억 수석담당역

■ 금융위기와 경기침체로 인해 개인생명보험 시장이 위축된 바 있던 미국 생명보험시장에서 특약 형식의 건강보험상품판매가 매년 고성장을 시현해 그 원인에 대해 주목받고 있음.[1)]

- 특약형 건강보험상품(Life combination products)[2)]은 오래 전에 개발되어 1990년대 이전 소수의 보험회사에 의해 판매되고 있었으나 최근까지 성장은 미미했음.
- 그러나 LIMRA의 2013년 조사결과에 의하면 신계약 보험료가 5년 연속 두 자리의 고성장을 지속한 것으로 나타남.

■ 2008년 경기침체와 금융위기 이후 미국의 개인생명보험 시장에서 구조적인 상품구성 변화가 일어나고 있음.

- 2007년 저금리와 주식시장 안정으로 유니버셜 보험 가격이 낮아지고 미국 경제도 양호함에 따라 생명보험 보험료 수입은 최고점에 달했으며, 단독형 장기간병보험도 판매가 급증했음.
  - 동기간 특약형 건강보험상품판매도 증가되었지만 타 생명보험에 비해 크지 않았음.
- 2008년 금융위기 이후 개인생명보험은 판매가 감소하기 시작하였고, 2009년에는 "닷컴버블" 붕괴 이후인 2000년대 초반 수준으로 축소됨.
  - 단독형 장기간병보험 판매 감소는 이미 금융위기 몇 년 전에 시작된 것으로, 이는 보험회사들이 장기간병보험 보험료를 몇 년간 반복적으로 인상하였기 때문임.
  - 반복된 보험료 인상으로 인해 장기간병보험에 대한 소비자의 불신이 초래되었고 보험료 인상에 대한 우려로 잠재적 장기간병보험 소비자들은 구입에 유보적인 태도를 가지게 됨.

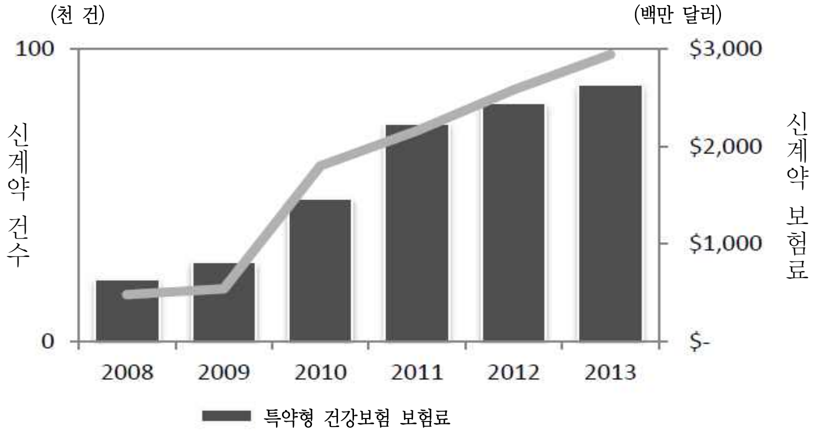
■ 최근의 특약형 건강보험은 세제혜택과 함께 기존 생명보험과 차별화된 편익을 제공하면서 성장함.

---

1) The Geneva Association(2014. 8), NEWSLETTER "INSURANCE AND FINANCE".
2) 여기서는 생명보험 주보험에 일상생활 활동장애 관련 질환(chronic illness)특약이나 장기간병(long-term care)특약을 부가한 생명보험 상품을 말함.

- 특약형 건강보험상품은 5년간 두 자리 수의 성장률을 지속하였고, 동기간 7개 보험회사가 시장에 참여하였으며, 판매 보험회사는 향후에도 늘어날 것으로 기대됨.
  - 2013년 신계약 보험료는 전년대비 12% 성장한 26억 달러에 달하였으며, 9만 8천 건(전년대비 18% 증가)이 판매되었고 이는 개인생명보험 신계약보험료의 13%, 전체 개인생명보험시장에서는 8%를 차지하는 것임.
  - 특약형 건강보험시장 성장의 다른 요인은 2010년 실시된 연금보장법으로, 이는 생명보험 또는 연금상품에 특약으로 장기간병보험을 부가하는 경우 세제혜택을 부여하는 것임.

〈그림 1〉 특약형 건강보험 신계약 보험 건수와 보험료



자료: The Geneva Association, NEWSLETTER "INSURANCE AND FINANCE".

- 특약형 건강보험은 주로 장기간병 발생 시 사망보험금 일부를 선지급하는 상품으로 설계사 판매비율이 높고, 세제혜택과 더불어 보험소비자 편익도 높은 것으로 인식되고 있음.
  - LIMRA의 선행 조사에 의하면 단독형 장기간병보험은 장기간병에 대한 위험인식이 높은 고객이 선호하고, 장기간병 특약부 건강보험은 사망보장을 더 원하는 보험소비자들이 선호하는 것으로 나타남.
  - 최근 미국 보험회사들은 특약형 건강보험 판매를 촉진하기 위해 장기간병에 대한 위험인식이 높은 소비자에게 상품 특화를 하고 있으며, 상품종류도 늘리고 있음.
  - 또한 보험소비자들 사이에 장기간병보험 필요성에 대한 인식이 점차 제고됨에 따라 특약형 건강보험상품은 개인 생명보험시장에서 주력 상품이 될 가능성이 있음.

■ 미국의 특약형 건강보험상품의 성공적 판매 증가는 보험소비자의 니즈에 부합되고 신뢰와 편익을 제공하는 보험상품 개발의 중요성을 보여주고 있음.

(The Geneva Association, LIMRA 등)