



2014년 보험산업 회고(Ⅳ): 상품

김세중 연구위원

요약

■ 2014년 생명보험은 저금리 환경에도 수익의 안정성을 꾀할 수 있는 전통적인 보장성보험 상품 판매를 강화하는 한편, 고령층에 특화된 건강보험, 간편심사보험(SI, Simplified Issue Insurance) 등의 상품을 개발함. 또한 노후소득보장에 대한 니즈 확대에 따라 다양한 연금상품을 개발하였으며, 저금리 환경에서 경쟁력을 확보할 수 있는 변액연금 상품 개발도 이루어짐. 한편 온라인 채널 확대에 따라 생존보험을 중심으로 온라인 전용보험 출시가 이루어지고 있음. 손해보험은 장기보험 부문에서 고령화에 대응한 건강보험상품 개발을 확대하고, 노후 질병 위험에 대응한 장기간병보험, 어린이 보험상품도 적극적으로 판매함. 또한 소비자의 생활패턴에 따라 차별화된 보장을 제공하는 자동차보험 상품이 출시되고, 자동차보험과 연계하여 판매할 수 있는 운전자보험 신상품도 다양하게 개발되고 있음. 최근 보험회사의 상품 전략은 고령화 및 저금리에 대응하는 방향으로 전개되고 있으나 보험회사는 한발 더 나아가 저성장·저금리 기조 고착화에 대응할 수 있는 장기적인 상품포트폴리오 조정 및 상품개발 능력을 강화할 필요가 있음.

■ 2014년 생명보험과 손해보험은 모두 고령화와 저금리에 대응하기 위하여 보장성보험 상품 판매를 확대하였음.

- 생명보험은 종신보험 등 전통적인 보장성보험 상품과 함께 고령층 대상 건강보험 상품 개발을 확대하는 한편, 노후소득에 대한 관심 확대에 대응한 연금보험, 온라인 채널 전용보험 상품 개발에도 관심을 기울임.
- 손해보험 또한 생명보험과 마찬가지로 노후의료 수요에 대비한 건강보험상품과 장기간병보험, 어린이보험 상품을 강화하였으며, 기존의 상품과 차별화된 자동차보험 및 운전자보험 상품을 개발함.
- 본고에서는 2014년 한해 동안 생명보험과 손해보험 상품 측면에서의 성과를 정리하고 시사점을 도출하도록 함.

■ 생명보험은 저금리 환경에도 수익의 안정성을 꾀할 수 있는 전통적인 보장성보험 상품 판매를 강화하는 한편, 고령층에 특화된 건강보험, 간편심사보험(SI, Simplified Issue Insurance) 등의 상품을 개발함.

- 생명보험 업계는 저금리에 대응하기 위하여 종신보험, CI보험 등 전통적인 보장성보험 상품 판매를 강화하였으며, 종신보험의 경우 사망보장과 노후 저축 기능을 혼합한 연금전환 종신보험상품이 주류를 이룸.
- 건강보험의 경우 노인전용 암보험, 계속보장 암보험 등 고령층에 특화된 신상품 출시가 활발한 가운데, 고령층과 유병자도 가입할 수 있는 간편심사보험 상품 개발이 두드러짐.
- 간편심사보험 상품은 전통적인 가입심사(Underwriting)과정을 거치지 않고 피보험자의 건강상태에 대한 몇 가지 간단한 질문만으로 가입심사를 대체하는 보험을 말함.

■ 또한 생명보험은 노후소득보장에 대한 니즈 확대에 따라 다양한 연금상품을 개발하였으며, 저금리 환경에서 경쟁력을 확보할 수 있는 변액연금 상품 개발도 이루어짐.

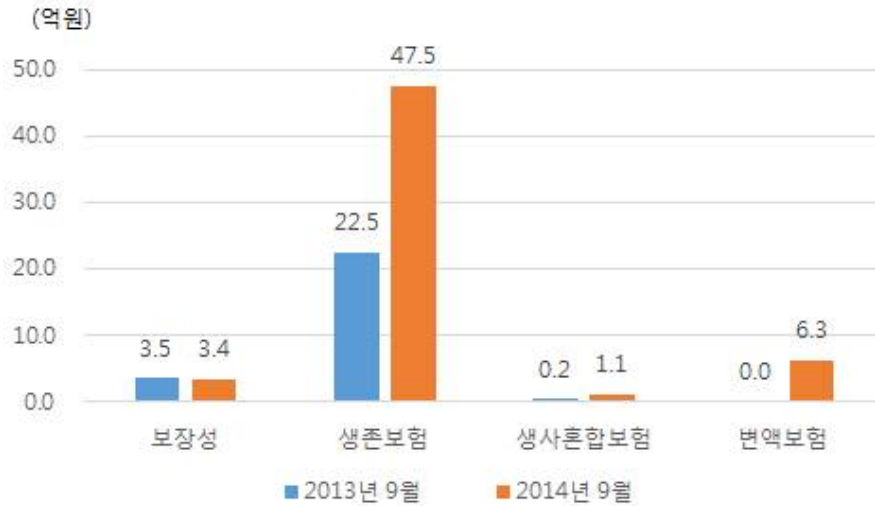
- 연금보험의 경우 노후소득보장에 대한 니즈가 증가하면서 신상품 개발이 활발히 이루어지고 있으며, 2014년에는 보험료 납입방식을 유연화하고 해지 환급률을 높이는 등 다양한 신상품이 개발됨.
 - 금융감독원이 주관하는 2014년 우수 금융 신상품 시상식에서 '연내 자유납' 기능을 부가한 연금 상품이 최우수상을 수상하는 등 생명보험회사의 연금상품 두 건이 우수 신상품으로 선정됨.
- 저금리 지속에 따른 공시이율 하락으로 실적배당형 상품에 대한 관심이 확대될 것으로 예상되는 가운데, 변액연금의 경우에도 장기 유지 시 혜택을 주거나 젊은 층에 특화된 신상품 개발이 이루어짐.

■ 한편 온라인 채널 확대에 따라 연금보험과 같은 생존보험을 중심으로 온라인 전용보험 출시가 이루어지고 있음.

- 온라인 전용 생명보험회사인 교보라이프플래닛이 본격적인 영업을 시작하는 등 생명보험회사의 온라인 판매채널 확대가 이루어지고 있고, 이에 따라 연금보험 및 변액보험 등에서 온라인 전용보험 상품이 출시됨.
- 최근에는 태블릿 등 모바일 기기를 이용해 보험 계약 업무를 진행하는 시스템이 개발되면서 모바일 채널에 대한 관심이 나타나고 있으며, 온라인과 모바일 채널의 확대는 소비자가 쉽게 이해할 수 있는 단순한 보험상품 개발을 촉진할 것으로 예상됨.

- 그러나 온라인 채널이 전체 초회보험료에서 차지하는 비중은 아직까지 미미한 수준으로, 주요 판매채널로 부상하기에는 시간이 필요할 것으로 보임.

〈그림 1〉 생명보험 온라인 채널(C/M) 초회보험료 추이



주: 대리점 C/M채널을 포함함.
 자료: 보험개발원, 보험현황통계.

- 손해보험은 장기보험 부문에서 고령화에 대응한 건강보험상품 개발을 확대하고, 노후 질병 위험에 대응한 장기간병보험, 어린이 보험상품도 적극적으로 판매함.
 - 장기보험 중 질병·상해보험은 수명연장에 대응하여 보장기간을 100세에서 110세까지 연장한 상품들이 출시되고 있으며, 고령자에 특화된 실버암보험 상품과 고령자 및 유병자의 가입이 가능한 간편심사 건강보험 출시도 이루어지고 있음.
 - 기대수명 연장으로 노후 질병에 대한 리스크가 확대되면서 치매 등으로 인한 간병자금을 보장하는 장기간병보험 상품 개발도 증가하고 있으며, 한자녀 가정 증가의 영향으로 어린이보험 상품도 적극적으로 판매함.
- 또한 소비자의 생활패턴에 따라 차별화된 보장을 제공하는 자동차보험 상품이 출시되고, 자동차보험과 연계하여 판매할 수 있는 운전자보험 신상품도 다양하게 개발되고 있음.
 - 자동차보험의 경우 지정된 요일에 따라 보장수준이 달라지도록 설계가 가능하고 부부운전자에 특

회한 특약이 제공되는 등 소비자의 생활패턴에 따라 보장내용을 차등화하는 맞춤형 상품 개발로 기존 상품과의 차별화 시도가 나타나고 있음.

- 운전자보험은 최근 빠르게 성장하면서 적극적인 신상품 개발이 이루어지고 있으며, 고령자나 유병자도 가입이 가능한 간편심사 운전자보험이 출시되고 기존 상품에 비해 보장범위를 확대한 상품들도 등장함.
- 2014년 9월 기준 운전자보험의 누적 손해율은 60%대로, 80% 수준의 손해율을 기록하고 있는 질병·상해보험에 비해 양호한 성과를 보이고 있기 때문에 앞으로 운전자보험 시장의 상품경쟁은 지속될 것으로 예상됨.

■ 최근 보험회사의 상품 전략은 고령화 및 저금리에 대응하는 방향으로 전개되고 있으나 보험회사는 한 발 더 나아가 저성장·저금리 기조 고착화에 대응할 수 있는 장기적인 상품포트폴리오 조정 및 상품 개발 능력을 강화할 필요가 있음.

- 보험회사는 고령화라는 인구구조 변화에 대응하여 건강보험과 같은 보장성보험을 중심으로 고연령 특화 보험, 간편심사 보험 등의 상품을 개발해 왔으며, 이러한 보장성 보험 강화는 안정적인 수익으로 저금리 기조에 대응하는 측면이 있음.
- 그러나 고령화와 함께 저성장·저금리 기조가 고착화되는 뉴노멀 시대에 대응하기 위해서는 일시적인 상품전략 보다는 장기적인 안목에서의 상품 포트폴리오 조정이 필요할 것이며, 새로운 리스크를 발굴하고 신상품을 개발하는 핵심역량의 강화가 요구됨.
- 한편 빠르게 진행되고 있는 모바일화 및 대용량 데이터의 집적과 활용 등의 환경변화를 어떻게 상품개발과 판매채널 전략에 내재화할 수 있는지에 대한 고민도 필요할 것임. [kiri](#)