

【 주간이슈 】

변액보험 시장점유율 변화와 판매측면의 시사점

부연구위원 최영목

선임연구원 최 원

- 변액보험은 초회보험료가 2008년 들어 마이너스 성장세를 나타내어 계속보험료에 의해 유지되고 있는 상황이며, 이로 인해 생명보험 전체의 성장률도 크게 하락
- 변액보험의 판매 위축은 경기하강에 따른 가계의 투자여력 감소와 주식 및 채권시장의 하락세에 기인
 - 경기하강 및 실질소득의 감소로 인한 가계의 투자여력 축소는 투자형 상품인 변액보험의 성장둔화를 초래
 - 또한 2008년 들어 주식시장과 채권시장의 지속적인 하락세는 변액보험 펀드 판매 둔화를 초래
- 또한 변액보험 판매 위축은 시장 여건의 악화뿐만 아니라 개별 회사의 내부요인에 기인
 - 불변시장점유율(Constant Market Share)모형을 통해 변액보험 시장점유율 변화를 분석한 결과, 변액보험 수입보험료 증감은 시장 전체의 여건 변화뿐만 아니라 개별 회사의 내부요인이 크게 좌우
- 따라서 경기하강에 따라 변액보험 판매에 불리한 상황이 전개되고 있으므로 시장여건의 변화에 대응한 마케팅 전략의 수립이 필요
 - 특히, 고객의 특성을 파악한 목표고객층 한정, 계약유지율 개선, 불완전판매 예방 등의 노력이 중요
- 또한 변액보험 판매 증가는 개별 보험회사의 내부요인에 기인한 바가 크므로 경쟁우위를 점할 수 있는 부분의 발굴이 요구
 - 단기적으로는 상품개발, 판매채널, 판촉전략 등에서 경쟁력을 배양하고, 장기적으로는 자산운용 전문기관으로서의 기업브랜드 구축이 필요

※ 본 내용은 보험연구원의 공식의견이 아니라 연구자 개인의 의견임을 밝혀둡니다.

1. 변액보험 판매 급감

□ 생명보험시장의 성장을 좌우하는 변액보험의 성장세가 크게 위축되면서 FY2008 생명보험시장 전체의 성장률도 전년도에 비해 크게 하락

- 2008년 4~9월 동안 변액보험을 제외한 생명보험 수입보험료 성장률은 전년동기대비 -0.2%를 기록함.
- 더욱이 최근 생명보험시장의 성장을 좌우하는 변액보험의 성장률은 FY2007의 50.9%에서 2008년 4~9월에는 전년동기간대비 15.8%로 크게 둔화됨.
- 이로 인해 2008년 4~9월 동안 생명보험 전체 수입보험료 성장률은 FY2004 이후 가장 낮은 전년동기간대비 0.6%를 기록함.

<표 1> 생명보험 전체 및 변액보험의 수입보험료 추이

(단위: 백만원, %)

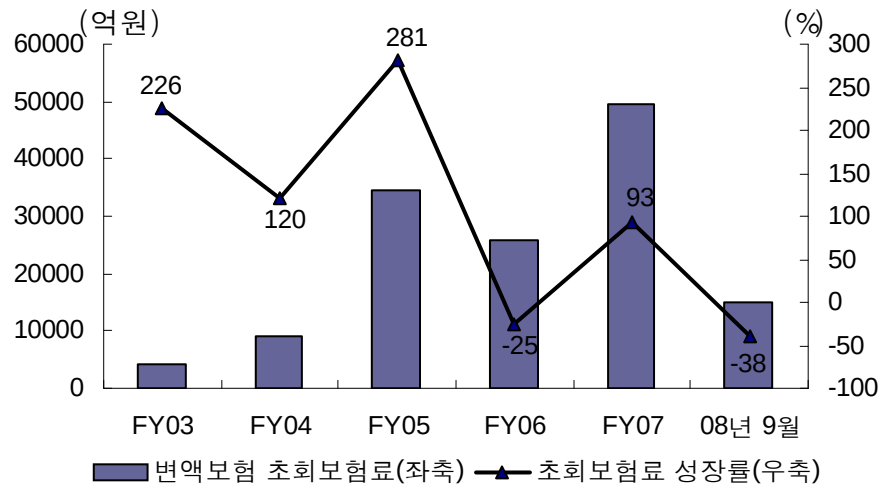
회계연도	생명보험전체		변액보험 제외		변액보험	
	수입보험료	성장률	수입보험료	성장률	수입보험료	성장률
FY01	47,364,321	-	47,357,321	-	7,000	-
FY02	49,066,959	3.6	48,869,377	3.2	197,582	2,722.6
FY03	50,392,468	2.7	49,630,396	1.6	762,072	285.7
FY04	53,750,552	6.7	51,371,661	3.5	2,378,891	212.2
FY05	61,460,316	14.3	53,078,104	3.3	8,382,212	252.4
FY06	66,454,935	8.1	54,927,142	3.5	11,527,793	37.5
FY07	75,095,609	13.0	57,704,409	5.1	17,391,200	50.9
2008년 4~9월	35,282,547	0.6	26,944,873	-0.2	9,337,674	15.8

주: 성장률은 전년동기(간)대비 증가율임.
자료: 생명보험협회, 생명보험통계정보시스템

□ 특히, 변액보험의 초회보험료는 2008년 들어 마이너스 성장세를 나타내어 변액보험의 성장은 계속보험료에 의해 유지되고 있는 상황

- 2008년 4~9월 동안 변액보험 초회보험료 성장률은 전년동기간대비 -38%를 기록하고 있으며, 이는 기저효과(base effect)를 고려하더라도 FY2006의 초회보험료 성장률 -25%에 비해서도 현저히 낮은 수치임.
- 이는 FY2008에 일반계정과 변액보험 성장률 모두 신규판매보다는 기존계약에 의존하고 있는 상황임을 의미함.

<그림 1> 변액보험 초회보험료 성장 추이



주: 초회보험료 성장률은 전년동기대비 성장률임.
자료: 생명보험협회, 생명보험통계정보시스템

2. 변액보험시장의 외부여건 악화

□ 경기하강 및 실질소득 감소로 인한 가계의 투자여력 축소는 투자형상품인 변액보험의 성장세 위축을 초래

- 글로벌 금융위기가 실물경제로 전이되어 경기가 하강하면서 2008년 3분기 실질국민총소득(GNI)은 전년동기대비 3.5%가 감소함.
- 또한 가계의 전년동기대비 실질소득 증가율은 2008년 1분기 1.2%, 2분기 0.3%, 3분기 0.0%로 하락 추세임.
- 이와 같이 가계의 실질소득 감소로 인해 투자형상품인 변액보험의 수요기반은 매우 약화되어가는 상황임.

<표 2> 경제성장률과 소득증가 추이(전년동기대비)

(단위: %)

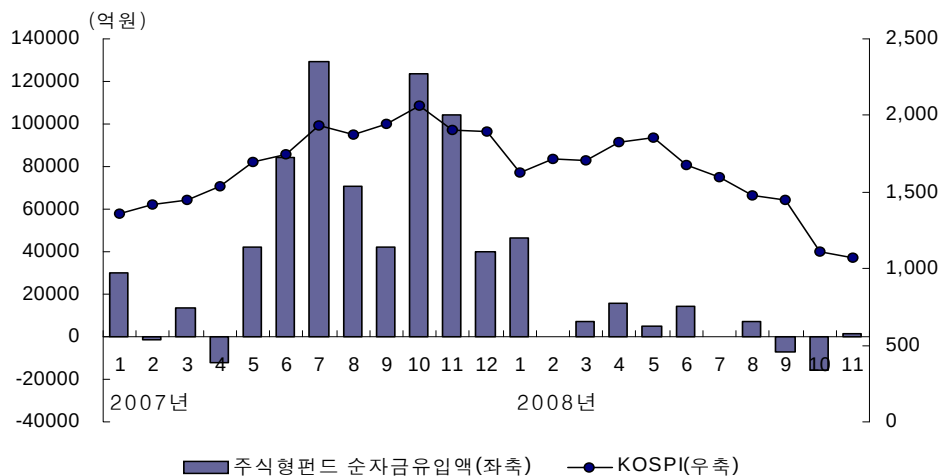
	2007년				2008년		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
국내총생산(GDP)	4.0	4.9	5.1	5.7	5.8	4.8	3.8
실질국민총소득(GNI)	3.6	4.6	5.2	2.6	1.3	1.3	-3.5
가계 실질소득	4.0	1.0	4.9	0.0	1.2	0.3	0.0

주: 가계 실질소득 증가율은 전국가구의 가구당 월평균 실질소득의 증가율임.
자료: 한국은행, 통계청

□ 또한, 2007년에는 주식시장의 상승과 함께 변액보험 펀드 판매가 크게 증가하였으나 2008년 들어 주식 및 채권시장의 하락세로 변액보험 펀드 판매 위축

- 주식시장이 2007년 10월까지 지속적으로 상승하였으나, 이후 하락세로 반전되면서 주식형펀드의 순자금유입액(설정액-해지액)이 크게 감소하고 변액보험 신계약도 감소함.

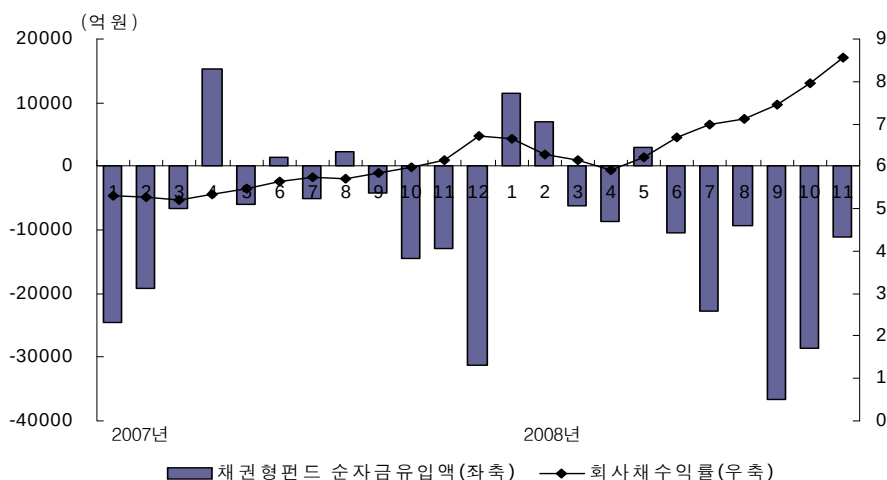
<그림 2> KOSPI 및 주식형펀드 순자금유입액 추이



자료: 자산운용협회, 증권선물거래소

- 회사채수익률(3년만기)은 2007년 12월~2008년 4월에 하락세를 나타내었으나, 이후 급등하면서 채권형펀드의 자금유출이 증가하고 채권형펀드가 상당부분을 차지하는 변액보험의 신계약도 감소함.

<그림 3> 회사채수익률 및 채권형펀드 순자금유입액 추이



자료: 자산운용협회, 한국은행

3. 회사별 변액보험 시장점유율 변화 분석

□ 변액보험 판매 둔화는 시장 여건의 변화 뿐만 아니라 개별 회사의 내부요인에 기인한 부분이 존재할 수 있으므로 불변시장점유율(Constant Market Share)모형을 통해 변액보험 시장점유율을 시장여건 변화에 기인한 부분과 내부요인에 기인한 부분으로 분해하여 분석을 실행

- 각 회사의 변액보험 수입보험료 변화 금액은 회사의 내부요인에 따른 수입보험료 변화분과 시장여건의 변화에 의한 수입보험료 변화분의 합으로 표현 가능함.
- 전기의 회사별 시장점유율이 동일하게 유지된다는 가정 하에서 전체 변액보험 수입보험료 변화에 각 회사의 전기 시장점유율을 곱하여 시장 변화에 따른 부분을 산출함.
- 개별 생명보험회사의 내부요인에 기인한 변액보험 수입보험료 변화금액은 현재의 전체 변액보험 수입보험료와 회사의 시장점유율 증가분을 곱하여 산출함.

$$\begin{aligned}\Delta K &= K_t - K_{t-1} \text{ ----- ①} \\ &= S_t A_t - S_{t-1} A_{t-1} = S_t A_t - S_{t-1} A_t + S_{t-1} A_t - S_{t-1} A_{t-1} \\ &= A_t (S_t - S_{t-1}) \text{ ----- ②} \\ &\quad + S_{t-1} (A_t - A_{t-1}) \text{ ----- ③}\end{aligned}$$

K : 회사별 변액보험 수입보험료

S : 회사의 변액보험 시장점유율

A : 시장전체 변액보험 수입보험료

① t시점과 t-1시점 사이에 보험회사의 변액보험 수입보험료 변화

② 보험회사의 내부요인에 의한 변액보험 수입보험료 변화¹⁾

③ 시장여건 변화에 따른 변액보험 수입보험료 변화

1) 불변시장점유율모형에서는 ② 부분을 개별 회사의 경쟁력 변화에 기인한 부분으로 정의하나, 보험회사의 경쟁력은 다양한 내부요인에 의해서 결정된다는 점과 단기적으로 개별 회사의 경쟁력이 크게 변화하기 힘들다는 점을 고려하여 ② 부분을 내부요인에 의한 변액보험 수입보험료 변화로 정의함.

□ 변액보험 판매여건이 좋은 호황기(FY2007)와 불황기(2008년 4~9월)를 기준으로 하여 변액보험을 판매하고 있는 생명보험회사들의 변액보험 수입보험료를 이용하여 분석을 실행²⁾

○ 즉, FY2007과 2008년 4~9월을 기준으로 하여 전년동기(간)대비 변액보험 수입보험료 증가분을 시장요인의 변화에 의해서 증가된 부분과 개별 회사의 내부요인에 의해 증가된 부분으로 분해함.

□ 분석결과 변액보험 시장여건이 좋아 수입보험료는 증가하더라도 회사 내부요인에 의해 수입보험료가 감소한 회사는 시장점유율이 감소

○ 변액보험시장이 호황을 누리던 FY2007에 분석대상 19개사 중 11개사가 개별 회사의 경쟁력이 아니라 시장변화에 힘입어 수입보험료 증가를 경험함.
○ 그러나 5개 생명보험회사(B, D, F, J, L)는 전년도에 비해 수입보험료는 증가하였으나 내부요인에 기인한 부분이 마이너스를 기록하면서 시장점유율이 하락함.

<표 3> 회사별 변액보험 수입보험료 변화(FY2006 대비 FY2007) 분해

(단위: 백만원)

구분	시장점유율(%)		회사별 내부요인 따른 수입보험료 변화 $A_t(S_t - S_{t-1})$	시장변화에 따른 수입보험료 변화 $S_{t-1}(A_t - A_{t-1})$	변액보험 수입보험료 변화 $\Delta K = K_t - K_{t-1}$
	FY2006	FY2007			
A	0.1	0.3	40,473	3,086	43,559
B	0.8	0.7	-15,347	45,213	29,866
C	0.4	1.3	156,330	23,940	180,270
D	21.9	16.9	-868,929	1,283,176	414,247
E	2.0	2.1	13,152	118,585	131,737
F	4.8	2.6	-375,204	279,263	-95,941
G	1.3	2.3	179,756	76,558	256,314
H	0.2	0.7	86,137	12,057	98,194
I	1.8	2.6	146,699	104,118	250,817
J	15.8	12.7	-540,821	926,442	385,621
K	1.5	3.6	353,450	89,613	443,063
L	19.0	17.3	-303,973	1,115,744	811,771
M	0.2	0.3	7,991	13,377	21,368
N	9.2	9.3	6,891	541,884	548,775
O	4.3	7.9	622,403	251,679	874,082
P	8.2	8.7	81,134	480,448	561,582
Q	1.0	1.2	29,180	61,230	90,410
R	4.2	4.7	100,034	244,658	344,692
S	3.3	4.6	227,308	192,339	419,647

주: 각 회사의 전체수입보험료 대비 변액보험수입보험료 비중을 기준으로 오름차순으로 정렬하였음.

2) 변액보험 판매와 관련하여 호황기와 불황기의 분류는 다양한 기준이 존재할 수 있으나 여기서는 단순히 수입보험료 성장률을 기준으로 하였음.

□ 변액보험 시장여건이 악화될 때에도 시장점유율 증가 및 감소는 시장변화에 기인한 부분보다는 개별 회사의 내부요인에 기인한 부분이 좌우

- 4개 생명보험회사(F, J, P, S)는 전년도에 비해 수입보험료가 감소하였으며, 이는 내부요인에 기인한 부분이 마이너스를 기록하면서 시장점유율이 하락함.
- 호황기에 비해 불황기에 시장변화에 의해 증가된 수입보험료는 감소하였으나 회사별 내부요인에 의해 수입보험료가 증가하여 2년 연속 시장점유율이 증가한 회사는 11개사(A, C, E, G, H, I, K, M, N, O, Q)임.

<표 4> 회사별 변액보험 수입보험료 변화('07. 4~9 대비 '08. 4~9) 분해

(단위: 백만원)

구분	시장점유율(%)		회사별 내부요인에 따른 수입보험료 변화 $A_t(S_t - S_{t-1})$	시장변화에 따른 수입보험료 변화 $S_{t-1}(A_t - A_{t-1})$	변액보험 수입보험료 변화 $\Delta K = K_t - K_{t-1}$
	'07 4~9	'08 4~9			
T	0.0	0.0	2,588	22	2,610
A	0.2	0.5	29,377	2,131	31,508
C	1.0	1.4	40,639	12,431	53,070
B	0.7	0.8	14,764	8,468	23,232
F	2.9	2.1	-73,812	36,444	-37,368
E	2.0	2.5	38,590	26,159	64,749
D	16.8	17.8	87,402	214,978	302,380
H	0.3	0.7	36,581	4,399	40,980
U	0.1	0.9	72,575	1,141	73,716
G	2.0	2.6	55,420	25,415	80,835
K	2.9	3.3	36,233	37,604	73,837
J	13.4	11.3	-202,755	171,657	-31,098
I	2.4	3.1	64,373	30,252	94,625
L	17.6	17.1	-52,734	225,080	172,346
N	9.5	9.7	18,025	121,796	139,821
M	0.2	0.5	22,029	3,055	25,084
O	6.7	10.0	312,315	85,194	397,509
P	9.1	7.7	-133,302	116,447	-16,855
R	4.6	4.2	-39,178	59,260	20,082
Q	1.3	1.5	24,128	15,998	40,126
S	6.2	2.4	-353,258	78,644	-274,614

주: 각 회사의 전체수입보험료 대비 변액보험수입보험료 비중을 기준으로 오름차순으로 정렬하였음.

□ 특히, 전체 수입보험료 중에서 변액보험 수입보험료가 차지하는 비중이 큰 4개사(P, Q, R, S는 60% 이상임) 중 3개사의 경우 호황기에는 시장점유율이 증가하였으나 불황기에는 개별 회사의 내부요인에 따라 시장점유율이 감소

- 이는 변액보험 위주로 판매하는 생명보험회사들의 경우 시장여건에 따라 성장이 결정되고 있어 안정적 성장구조를 구축하기 위해서는 개별 회사의 판매 경쟁력 강화가 요구됨을 시사함.

4. 판매측면의 시사점

□ 경기하강에 따른 가계의 투자여력 감소, 주식 및 채권 시장의 하락세 등 변액보험 판매에 불리한 상황이 전개되고 있으므로 시장 여건의 변화에 대응한 마케팅 전략의 수립이 필요

- 글로벌 금융위기가 진행되고 있고 주식 및 채권 시장 여건 또한 불리하게 전개되어 변액보험시장이 위축될 것으로 예상함.
- 이러한 불황기에는 비용절감의 압박이 수반될 수 있으므로 변액보험 수요층의 특성을 보다 상세히 파악하여 최소한의 비용으로 최대한의 효과를 누릴 수 있는 마케팅 전략이 필요함.
 - 예를 들어, 가계(개인)의 성별, 소득수준, 재산상태, 교육수준, 직업 등과 같은 변수 중 변액보험의 수요와 관계가 높은 변수의 특성을 파악하여 목표고객층을 한정하는 판매전략이 효과적임.
- 또한 불황기에는 신계약의 확대보다는 기존계약의 유지가 효과적일 수 있으므로 계약유지율 향상을 위한 적극적 노력이 필요함.
- 특히, 주식 및 채권 시장이 하락하여 변액보험 펀드의 수익률이 저조할 경우 소비자 민원이 증가하여 회사 이미지가 실추될 수 있으므로 불완전판매 예방을 위한 적극적 노력을 통해 질적 매출향상이 바람직함.

□ 변액보험 판매 증가는 시장 여건에 기인한 부분뿐만 아니라 개별 보험회사의 내부 요인에 기인한 부분이 크므로 경쟁우위를 점할 수 있는 성장동력의 발굴이 필요

- 불황기에는 경쟁력이 높은 회사의 시장점유율이 더욱 확대되고 상대적으로 경쟁열위에 있는 회사의 시장점유율은 더욱 축소되는 것이 일반적인 현상임.
 - 또한 불황기는 마케팅 비용을 높여 공격적인 판촉전략을 실행하는 회사가 등장하여 업계의 판도가 달라질 가능성이 높은 특수한 상황임.
- 특히 변액보험의 운용성과, 사업비 등에 대한 공시가 강화됨에 따라 개별 회사의 경쟁력이 보다 극명하게 드러날 것으로 예상됨.

- 따라서 단기적으로는 변액보험 상품개발, 판매채널 등에 있어 경쟁력을 배양하는 노력이 요구됨.
 - 상품개발 측면: 타 금융상품과 비교한 세제 혜택, 은퇴 이후 노후자금 마련, 유산상속, 자녀 학자금 마련 등과 같은 변액보험 선택과 관련한 가계수요를 보다 정확히 파악하여 이를 반영한 상품이 개발될 필요가 있음.
 - 판매채널 측면: 외부여건의 변화에 따라 매출에 부침이 특히 심한 회사는 이를 보완할 수 있는 판매채널의 확보를 고려할 필요가 있음.
- 중장기적으로는 변액보험은 펀드의 실적이 큰 영향을 미치므로 자산운용 전문기관으로서의 기업 브랜드 구축이 필요함 KiRi.