CEO Brief

2023.09. 제2023-20호

CEO Brief는 보험산업 관련 이슈를 분석하여 보험회사 CEO와 유관기관의 기관장분들께만 제공되는 리포트입니다.

2023년 보험회사 CEO 설문조사

요 약

새로운 보험회계 시행 이후 보험산업의 이익은 증가했으나, 이익 확보를 위한 영업경쟁이 더욱 치열해졌음. 설문조사 결과, 이러한 영업환경에서 보험회사 CEO들은 상품개발과 판매 전략에 우선순위를 두고 있지만, 한편으로는 보험산업이 소비자 신뢰를 제고하며 조화롭게 성장해야 할 필요성에 대해서도 깊게 인식하고 있는 것으로 보임

○ 높은 불확실성이 지속되고 있는 경제·금융 환경에서 보험회사 CEO들을 대상으로 경제환경 전망, 경영지표 전망, 보험산업 평가, 경영전략 계획 등에 대한 견해를 청취하고자 설문조사를 실시하였음

- 긴축 통화정책 지속으로 인플레이션율은 낮아지는 추세이지만 유가 상승, 제조업 부진, 가계부채 부담 등 위험 요인이 많은 환경임
- 4회차를 맞이한 이번 설문조사에는 총 42명의 보험회사 CEO 중 38명(생명보험 22명, 손해보험 16명)이 응답함(응답률 90%)

○ 보험회사 CEO들은 2024년 한국의 경기가 2023년과 유사하거나 소폭 변동할 것으로 전망하였으며, 다수(65.8%)의 CEO는 2024년 평균 장기(국채 10년) 금리가 최근보다 하락한 3.0~3.4% 수준이 될 것으로 예상함

- 2024년 한국의 경기가 2023년과 유사할 것으로 보는 견해와 소폭 개선될 것이라는 견해의 비중이 모두 36.8%로 동일하였으며, 소폭 악화될 것이라고 예상한 CEO의 비중은 26.4%임
- 2024년 장기 금리가 최근 수준(3.5~3.9%)을 유지할 것이라고 응답한 CEO는 31.6%였으며, 한 명의 CEO만 소폭 상승(4.0~4.4%)할 것으로 전망함

○ 대부분의 CEO는 2024년에도 자사의 이익이 증가할 것으로 전망하였으며, 11% 이상의 이익 증가를 예상한 CEO도 34.2%에 이름

- 회계제도 전환으로 인한 영향이 없는 2024년에도 대부분(94.7%)의 CEO가 수익성 개선을 전망하고 있으며, 이러한 전망의 기저에는 충분한 신계약 보험계약마진 확보에 대한 기대가 있는 것으로 보임
- 실제로 2023년과 2024년 모두 자사의 보험계약마진이 증가할 것이라는 응답이 대부분이며, 2023년과 2024년에 11% 이상의 보험계약마진 성장률을 전망한 CEO 비중도 각각 31.6%, 26.3%임

○ 대다수(97.4%) CEO는 현재 보험시장의 영업 경쟁 수준이 강하거나 매우 강하다고 평가했음

- 영업 경쟁에 영향을 주는 요소로는 GA의 높은 시장 지배력이라는 응답이 28.9%로 가장 많았으며, 다음으로 변화된 회계제도라는 응답이 25.4%였음

○ CEO들은 보험산업 전반에 가장 관심을 갖고 해결해야 할 문제로 소비자 신뢰도 제고를 꼽았음(26.1%)

- 다음으로 보험모집 질서 확립(15.8%)과 신사업 확대(13.5%)에 관심이 많았는데, 포화된 보험시장에서 보험산업이 조화롭게 성장하기 위한 방안의 필요성을 크게 인식하는 것으로 보임

○ 자산운용의 경우 2024년에 금리리스크, 신용리스크, 해외자산 비중은 축소하고 유동성 자산 비중은 확대하는 등 리스크를 축소하기 위한 전략에 중점을 둔다는 의견이 주류임

- 금리리스크 축소에 중점을 둔다는 응답이 34.1%로 가장 많았으며, 다음으로 신용리스크 축소에 중점을 둔다는 응답이 28.1%를 차지함
- 대다수 회사가 불확실성이 높은 경제·금융 환경에서 자산운용 리스크를 줄이는 전략을 계획하고 있음

○ 향후 1~2년간의 주력 상품으로 생명보험회사 CEO는 종신보험과 건강보험을 우선적으로 꼽았으며, 손해보험회사 CEO는 장기인보험과 자동차보험 순으로 선택함

- 보험계약마진 확보를 위한 보장성보험 강화 기조가 확고해지면서 생명보험회사의 경우 종신보험(38.0%)과 건강보험(35.7%)을 선택한 비중이 과거에 비해 확대됨
- 손해보험회사의 경우 장기인보험(44.9%)을 가장 많이 선택했으며, 자동차보험을 선택한 비중은 16.9%로 최근 3년 중 가장 높았는데, 이는 자동차보험의 수익성이 개선된 영향으로 보임

○ CEO들은 우선순위를 두고 있는 전략에 대한 질문에 판매채널 경쟁력 확보(32.9%)와 신상품개발(21.1%)을 가장 많이 선택함

- 이러한 결과는 회계제도 전환 이후 보험계약마진을 확보하기 위한 경쟁이 더욱 치열해진 상황과 관련이 높은 것으로 보임
- 과거에 비해 신회계제도 대응(14.5%), 신사업 추진(4.8%), 내부통제 시스템 구축(3.1%)에 대한 우선순위는 다소 떨어진 것으로 나타남

○ 신사업 영역으로는 건강관리서비스, 간병 및 요양서비스 등 건강과 관련된 사업에 관심이 많았으며, 해외사업 확대를 고려하는 보험회사는 54.1%로 주로 동남아시아 지역에 관심이 높은 것으로 나타남

- 건강관리서비스와 간병·요양서비스가 중점 분야라고 응답한 회사는 각각 31.0%와 23.9%로 2022년과 비슷했으며, 소액단기보험(13.2%)과 종합금융서비스(15.2%)에 대한 관심은 2022년과 유사했지만, 마이데이터 사업(8.6%)에 대한 관심은 점차 감소하고 있는 것으로 나타남
- 해외사업 확대를 고려하는 국가는 베트남(40.4%), 인도네시아(27.7%), 인도(10.6%) 순이며, 일부 보험회사는 시장 규모가 큰 미국, 중국으로 해외사업을 확대할 계획도 갖고 있음

○ 새로운 회계제도가 시행된 이후 보험산업의 이익이 증가했으나 이익 확보를 위한 영업경쟁은 더욱 치열해졌고, 이에 CEO들은 상품개발과 판매전략에 우선순위를 두고 있지만, 한편으로는 보험산업이 소비자 신뢰를 제고하며 조화롭게 성장해야 할 필요성에 대해서도 깊이 인식하고 있는 것으로 보임

- 보유계약의 가치가 드러나고 그것이 곧 기업가치로 연결되는 환경에서 장래이익 확보를 위한 경쟁은 불가피하나, 소비자 신뢰를 저해할 수 있는 영업행위는 지양해야 함
- 포화된 국내 보험시장에서 보험회사와 금융당국은 모집질서를 확립하고 소비자 신뢰를 제고하기 위한 방안을 더욱 고민할 시기로 보이며, 아울러 보험회사는 새로운 보장서비스 및 사업 발굴, 해외사업 진출 및 확대를 적극적으로 추진할 필요가 있음

조영현 연구위원
youngcho@kiri.or.kr

CEO Brief

2023.10. No.2023-20

CEO Brief is a report highlighting key current issues the insurance industry faces.

2023 KIRI CEO Survey

ABSTRACT

The implementation of the new accounting standard has increased profitability for insurers while the competitive landscape in sales has intensified. According to the 2023 KIRI CEO survey findings, CEOs have identified product development and sales strategies as their top business priorities. Nevertheless, they also recognize the importance of fostering consumer trust while harmoniously striving for growth.

Korea Insurance Research Institute conducted a CEO Survey to ask C-level executives about the economic and business environmental outlook, insurance industry trends, and future management strategies. Despite the decrease in the inflation rate due to the maintenance of a restrictive monetary policy, several risk factors remain, including the surge in oil prices, a downturn in the manufacturing sector, and the burden of household debt. 38 out of 42 CEOs responded to the 4th KIRI annual CEO Survey, comprising 22 life insurers and 16 non-life insurers.

36.8% of CEOs predict that the domestic economy in 2024 will maintain a status quo relative to 2023, with a similar proportion anticipating modest economic growth compared to 2023. Conversely, 26.4% of CEOs believe that the Korean economy in 2024 will decline compared to 2023. Regarding the long-term interest rate (the 10-year treasury rate), 65.8% of CEOs expect a decline from the current level to 3.0-3.4%. Another 31.6% of CEOs believe the long-term interest rate will remain steady within the 3.5-3.9% range, while only a single respondent predicts a marginal increase to 4.0-4.4%.

Most respondents predict an increase in insurance profits for 2024, even without

benefits stemming from the altered accounting standard. Among them, 32.4% expect their profits to increase by at least 11% compared to 2023. This optimistic outlook indicates their aspiration for insurers to generate substantial insurance contract margins through new business. Indeed, in 2023 and 2024, most CEOs anticipate their companies' insurance contract profit margins will grow. Specifically, 34.6% of CEOs expect an insurance contract profit margin exceeding 11% in 2023, and 26.3% hold similar expectations for 2024.

Most CEOs (97.4%) rate the current sales competition level as high or very high. Respondents cite market dominance of GA channels (28.9%) and changed accounting standard (25.4%) as contributing factors that affect sales competition.

CEOs consider enhancing consumer trust (26.1%) the first-order insurance industry's challenge, followed by establishing an insurance sales channel system (15.8%) and expanding non-insurance businesses (13.5%). Such results suggest that CEOs profoundly recognize the importance of harmoniously striving for growth.

Most answers of CEOs on asset management strategies are related to reducing risk by decreasing the ratio of interest risk, credit risks, and overseas assets and increasing liquid assets. Most insurers plan their strategies on reducing asset management risks responding to high uncertainties in the economic and financial environment.

As for the product strategies for the next one to two years, life insurers choose whole life insurance and health insurance, and non-life insurers choose long-term health insurance as the first and auto insurance as the second. The share of those picking whole-life insurance (38.0%) and health insurance (35.7%) has increased compared to 2022. Sales trends focusing on protection-type products have amplified among life insurers to secure sufficient insurance contract margins. On the other hand, non-life insurers choose long-term health insurance the most (44.9%). The percentage of picking auto insurance (16.9%) is the highest in 2023 compared to the past three years, affected by the profit improvement in auto insurance.

CEO Brief

When asked in which areas the insurers' strategic priority, the top two are sales channel competitiveness (32.9%) and new product development (21.1%). Such response rates reflect the competitive environment to secure insurance contract margins since the accounting standard has changed. On the other hand, CEOs focus less on responding to IFRS and K-ICS (14.5%), driving new business (4.8%), and establishing internal control systems (3.1%) compared to the previous year.

Regarding the non-insurance business, many respondents show much interest in health-related areas such as healthcare management and long-term/elderly care services. The percentage of CEOs selecting healthcare management services and long-term/elderly care services as their core business is 31.0% and 23.9%, respectively, similar to the 2022 results. 54.1% of respondents take into account expanding overseas businesses, primarily in Southeast Asia - Vietnam (40.4%), Indonesia (27.7%), and India (10.6%). Some insurers are considering entering large insurance markets like the U.S. and China. CEOs remain interested in comprehensive financial services (15.2%) and short-term insurance (13.2%), while the executives are less concerned about Mydata business (8.6%) than they were a year earlier.

Implementing the new accounting standard has increased profitability for insurers while the competitive landscape in sales has intensified. According to the 2023 KIRI CEO survey findings, CEOs have identified product development and sales strategies as their top business priorities. Nevertheless, they also recognize the importance of fostering consumer trust while harmoniously striving for growth.

Younghyun Cho, Research Fellow
youngcho@kiri.or.kr