Ⅳ. 2003년 장기손해보험 상품운용전략

1. 장기손해보험 시장전망

□ 2002년의 우리 경제는 대외여건이 불투명한 가운데 수출이 견실히 증가하면서 6%의 고도성장을 시현하였으나, 주식시장의 침체와 세계경제의 침체 가능성으로 2002년 하반기부터 체감경기 악화 및 민간소비 둔화조짐을 보임

□ 가구별 가처분소득 감소추세에 따라 가계성보험을 위주로 판매하는 장기손해보험 시장은 전년도에 비하여 소폭의 성장 내지는 정체가 예상되며, 상품구조면에서는 보장성보험 위주의 판매가 예측됨

□ 보험상품의 비교·공시제도 강화에 따른 보험소비자의 가격 비교와 새로운 판매채널(인터넷, TM 등)에 의한 판매 확대 등에 따라 가격 경쟁이 심화될 수 있으며

□ 국민건강보험을 보완하는 민영건강보험의 활성화, 노령화 사회 진전에 따른 개인연금보험 및 장기간병보험에 대한 관심 증대와 종업원의 노후보장을 위한 기업연금보험의 도입 등 새로운 장기손해보험시장이 형성될 것임

2. 2003년 상품운용전략

□ 2003년의 장기손해보험 환경은 손익관리에 어려움이 예상되므로 이원별 손익분석을 통한 수익성 위주의 상품운용전략 수립과 이러한 경영 불안정기를 경험한 외국 생명보험회사의 대처 사례를 통한 대응전략이 요구됨

□ 경영 불안정기의 미국 및 일본의 주요 대응전략

- 미국
  - o 1980년대 후반의 과도한 정크본드(Junk Bond)투자로 재무상태가 악화되어 파산하는 생명보험회사 속출
  - o 이 시기의 상품개발의 기본개념은 고객 개개인의 니즈를 충족시킬 수 있는 맞춤형 상품개발이였으며, 연금보험, 건강보험 및 상해보험 등 본인의 건강과 질병 리스크를 종합 담보하는 상품개발을 통한 위기 극복

- 일본
  - o 1991년 초부터 최근까지 지속되어 온 역마진 사태에 대응하기 위하여
  - o 신상품의 예정이율을 실세금리 수준으로 인하하고, 개인보험을 중심으로 신상품으로의 전환을 적극 추진하여 역마진 규모 축소
  - o 또한, 이원별 배당에서 총 손익배당으로 전환하여 전체적으로 이익이 발생시 배당을 실시하는 배당금 감소정책과
  - o 역마진 완충역할로 본사조직의 축소, 해외조직 슬림화 및 신규채용 억제 등의 사업비 절감방안 시행

□ 이원별 전망 및 대응전략

- 이자율차 이익은 저금리 지속 및 주식시장 불투명으로 점차 축소되거나 오히려 역마진이 발생할 가능성이 있음

⇒ 금리연동형 또는 실적배당형 상품 판매를 통한 이자율차 리스크의 최소화 및 자산/ 부채 종합관리 시스템(ALM) 구축이 필요함

- 사업비차 이익 부분은 신규 경쟁자의 진입 및 TM 등 새로운 판매채널에 의한 가격경쟁이 심화되어 사업비차 이익 실현이 용이하지 않음

⇒ 사업비 운용체계의 재검토를 통한 합리적인 예정사업비 부과가 필요하며 회사간의 과도한 수익률경쟁에 따라 사업비차 손실 규모가 큰 저축성보험 및 운전자보험의 가격경쟁 지양

- 이자율차 및 사업비차 이익에 비하여 위험률차 이익은 2003년에도 안정적으로 발생할 것으로 예측되나

⇒ 위험률차 이익이 지속적으로 발생하기 위한 가격구조의 안정성 확보와 이를 극대화하는 판매전략 즉, 상해보험, 운전자보험, 질병보험 및 재물보험의 판매확대전략이 요구됨

□ 회사 규모별 전략

- 시장경제가 불투명한 상황에서 보험소비자는 가계소득 대비 보험료 지출 규모를 늘리지 않을 것이며 위험률차 이익이 가장 안정적인 수익기반이라는 점을 감안하면 소비자가 지출하는 보험료 중에서 위험보험료의 비중을 높이는 전략이 필요함

- 그러나 회사규모별로는 각각 상이한 전략적 접근이 모색되어야 할 것임

o 규모가 큰 대형사는 모집인, 대리점 등 대면조직이 경쟁우위에 있으므로 미국의 생명보험회사의 맞춤형 상품전략, 즉, 계약 1건당 보험료 규모를 높힌 종합보장형 상품전략이 바람직하며 신규시장(의료비용보험, 연금보험, 장기간병보험)의 적극 창출이 필요

o 중/ 소형사는 대형사와는 다른 회사별 차별화 전략, 즉, 시장상황, 상품, 판매채널을 동시에 고려하고 자사의 특성에 맞는 상품운용 전략이 필요

< 차별적 전략에 의한 국내 중/ 소형사 성공사례>

1) 시장 특화사례 : AIG 손보사의 무사통과 실버보험(노년층)
2) 상품 특화사례 : 푸르덴셜 생보사의 종신보험
3) 판매채널 특화사례 : 신한생명 및 교보자동차(인터넷, TM)

o 아울러, 다른 회사 상품과의 가격경쟁을 지양하고 적정한 유지비를 부과하여 사업비차 손실이 발생하지 않도록 유의하여 관리

3. 합리적인 가격산정 시스템 구축

□ 경험실적에 대한 원가분석체계 구축

- 장기손해보험은 보험기간의 장기성으로 인하여 예정 기초율[7]의 설정이 회사 손익규모 결정에 가장 중요한 요소이며

- 적정하고 합리적인 예정 기초율 결정을 위해서는 회사 경험실적에 대한 보다 정밀하고 과학적인 원가분석체계 구축이 선행되어야 함

7) 보험상품에 적용하는 예정이율, 예정위험률, 예정사업비율을 말함

□ 미래손익 예측시스템 구축

- 장기손해보험의 특성상 경험손익과 아울러 미래손익 관점에서의 예정 기초율 산정이 필요함

- 즉, 경험 기초율의 향후 변동에 따른 손익규모, 손익분기점 도달기간 및 목표수익률 등을 예측할 수 있는 시스템 구축이 요구되며

- 이를 통한 다양한 시뮬레이션 결과를 감안하여 예정 기초율을 결정하여야 함

※ 미래손익 예측 및 경험 기초율의 변동에 따른 미래손익 규모의 분석 사례는 "Ⅲ. 미래수익 및 민감도 분석" 참조