

IV. 市場에 미치는 影響

M/S의 변화

- 현재 가격인하경쟁 양상은 소형사에서 M/S 확대를 위해 촉발/ 대형사 인하경쟁 참여로 실질적 가격인하만 초래
 - o 초기 양태는 가격의 하향 평준화로 M/S 변화 미비
 - o 장기적으로 경영자원이 풍부한 회사로 M/S 이전 예상

가격 변화

- 가격자유화는 가격인하가 불가피한 측면이 있으나
 - o 인하폭 과다로 보험료 규모의 급격한 감소 예상
 - o 독일 사례에 비추어 볼 때 보험회사가 견디기 어려운 시점(손해율 시현 시점 : 약 2~3년정도 예상)까지 보험료 인하경쟁 지속 우려
- 가격자유화시 가격인하를 제어할 상품개발이나 서비스의 질적 개선 등의 선택적 대안 요구 외면

경영전략의 변화

- 가격자유화 초기 → 가격할인경쟁 → 다양한 경영전략의 출현
 - o 가격(price)측면 : 고가, 저가, 증가의 다양한 가격계층 존재
 - o 상품(product)측면 : 복합형/ 배상책임형 등 다양한 상품 출현
 - o 촉진(promotion)측면 : 보험회사에 대한 loyalty의 증대
 - 광고/ IR/ 모집조직의 서비스 질 향상/ 적정하고 안정적인 가격유지 등

○ 유통(place)측면 : 대리점 및 모집인 위주의 영업방식 → 타금융권 공동 판매방안 모색/ 브로커 기능의 활성화/ 전속대리점의 연합 독립대리점화

* 경영전략은 M/S 확대전략, 수익 극대화전략, 차별화전략, 유통시장 전략적 제휴 등의 복합적 시현

□ 보험소비자의 행동변화

- 보험소비자는 자신의 니드에 부합된 상품의 적극적인 탐색

○ 특히, 현재와 같이 보험회사 서비스의 유사한 현상은 보험료 수준과 부합한 서비스로 전환 예상

⇒ 보험소비자의 보험상품 탐색활동은 더욱 활발

- 과거 인간관계, 보험회사에 대한 이미지하의 보험가입 관행

⇒ 상품·가격의 탐색결과에 의한 합리적 행동으로 전환

□ 손익구조 변화

- 가격인하 전의 자동차보험 영업수지는 약 3천 5백억원 적자 시현

○ FY'01 들어 사고율의 점진적 하락에도 불구하고 영업수지 적자보전 기회 상실/ 가격자유화로 가격인하경쟁이 지속될 경우 대폭적인 영업적자 시현 불가피/ 장기화시 전사 공멸위기 초래

○ 특히, 가격인하의 출혈경쟁 지속시 경영자원이 부족한 보험회사의 경우 보험료 감소/손해율·사업비 증가로 경영상 어려움 가중

- 출혈경쟁시 예상 손익구조

o 순수 가격인하 손해율 변화추이 예측(2001. 8월 이후)

평균 인하폭	가격인하가 1년에 그칠 경우(%)			가격인하가 2년간 지속될 경우(%)		
	FY'01	FY'02	FY'03	FY'02	FY'03	FY'04
3%	73.2	74.7	74.9	74.9	77.0	77.2
5%	73.5	76.2	76.4	76.4	80.2	80.5
7%	73.9	77.8	78.1	78.1	83.6	84.0
10%	74.4	80.2	80.7	80.6	89.1	89.7
15%	75.2	84.6	85.4	85.3	99.5	100.5

- o 2001년 예정손해율(72.7%) 약간 상회
- o 2002년 인하가 계속될 경우 손해율 80% 초과
- o 보상손해(사업비제외)만 수천억 손실로 시장 공멸
- o 보험의 특성상 정상수준 회복 수년 소요