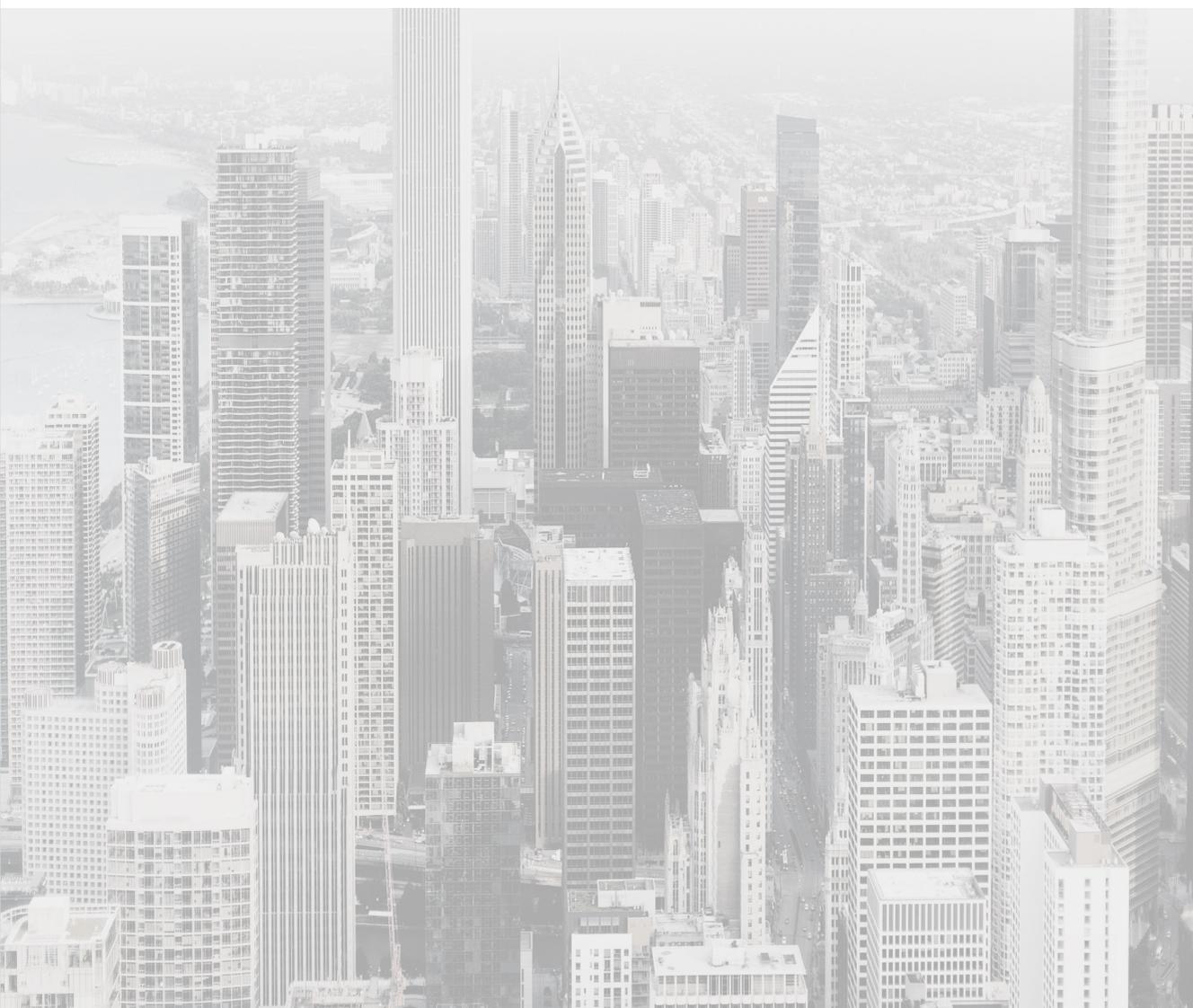


CEO Report

변액보험시장 현황과 과제

박희우·장철·노건엽·김석영·박은빈



CEO Report

CEO Report는 보험산업과 관련된 현안과제를 집중 분석하여 보험회사 최고경영자의 의사결정에 도움을 드리고자 작성되었습니다.

최근 변액보험시장에서는 전통적 생명보험시장과 달리 일부 중소형사의 높은 성장세가 나타나고 있으며 채널과 상품에서도 차이를 보이는 등 특징적인 모습이 나타나고 있음. 이에 본고에서는 전통적 생명보험시장과 대비되는 변액보험시장의 특징을 살펴보고, 그 이유를 분석해 저금리 상황에서 소비자의 대안이 될 수 있는 변액보험시장 확대방안에 대해 살펴보고자 함

변액보험시장에서는 개인생명보험시장과는 달리 대형사의 점유율이 하락하고 중소형사가 판매를 주도하고 있음. 상품별로도 전통적 보험시장과는 다르게 보장성 변액보험 판매는 지속적으로 축소되고 있으며, 저축성 변액보험의 성장세가 두드러짐. 판매채널은 방카슈랑스가 가장 높은 비중을 차지하고 있지만, 전통적 보험시장에 비해 설계사, GA 채널에서도 상대적으로 고르게 분포하고 있음

변액보험시장에서 나타나는 특징의 원인을 살펴보기 위해 변액보험 점유율 상위 5개사를 수요 측면과 공급 측면으로 나누어서 살펴봄. 수요 측면에서 상위 5개사는 펀드 수익률 제고, 차별화된 투자상품 제공, 종신연금 보증 강화 등을 통해 소비자 수요에 대응하였음. 공급 측면에서 상위 5개사는 보증준비금의 추가적인 부담이 적은 저축성 변액보험 판매에 주력하였으며, 중소형사는 방카슈랑스 채널에 주력, 외국사는 설계사 및 GA 채널에 집중하여 다양한 판매채널을 활용하였음. 또한, 대부분의 보험회사는 사업비·해지공제비용 등을 낮춰 소비자의 손실 부담을 완화하였음

향후 잠재성장률 둔화에 따라 저금리가 지속될 것으로 전망되므로, 생명보험 산업은 저금리 환경에서 소비자에게 적합한 변액보험시장 활성화 방안을 모색할 필요가 있음. 현재 변액보험 시장을 주도하고 있는 회사들의 사례를 고려할 때 변액보험시장 활성화를 위해서는 수익률을 제고하고, 소비자 니즈를 반영할 수 있는 다양한 투자구조 및 상품을 제공하여야 함. 보험회사는 변액보험 판매에 적합한 채널 전략과 유인구조를 고민할 필요가 있으며, 감독당국 또한 소비자 보호가 유지되는 한도 내에서 변액보험 판매에 제약이 될 수 있는 요인들을 점검할 필요가 있음

I

서론

- 변액보험은 저금리 및 주식시장 상승 시 전통적 보험을 대체하는 기능을 가지고 있는 투자형 상품으로 2019년 말 생명보험시장 수입보험료의 15%를 차지함¹⁾
 - 변액보험은 보험계약자가 납입한 보험료 중 사업비·위험보험료를 제외한 적립보험료를 별도의 펀드(특별계정)에 적립·운용하여 실적에 따라 보험금과 해지환급금이 변동하는 실적배당형 상품임
 - 인플레이션 헤지 및 저금리 환경에서 투자 수익률 제고를 위해 국내에서는 2001년 7월부터 판매되었으며, 보장성인 변액종신·변액유니버설(보장성)과 저축성인 변액연금·변액유니버설(저축성)으로 분류됨
 - 전체 생명보험 수입보험료 중 변액보험이 차지하는 비중은 2011년 24%를 기록한 이후 하락하여 2019년에는 약 15%를 차지함

〈표 I-1〉 변액보험의 종류

종류		목적
보장성	변액종신보험	• 사망보장을 주목적으로 하며, 펀드의 운용실적에 따라 보험금이 변동되는 상품
	변액유니버설보험 (보장성)	• 사망보장을 주목적으로 하며, 수시입출금 기능이 있고 펀드의 운용실적에 따라 보험금이 변동되는 상품
저축성	변액연금보험	• 노후생활자금 확보를 주목적으로 하며, 펀드의 운용실적에 따라 적립된 금액을 연금으로 지급하는 상품
	변액유니버설보험 (저축성)	• 장기투자를 주목적으로 하며, 투자기능과 수시입출금 기능을 결합한 상품
기타	변액적립보험, 변액CI보험, 변액교육보험 등	• 변액보험에 저축성 및 보장성 기능이 추가되거나 강화된 상품

- 변액보험은 최근 수입보험료·신계약 건수 등이 감소하며 성장 정체를 보이고 있으나, 전통적 생명보험 시장과 달리 일부 중소형사와 외국사의 높은 성장세가 나타나고 있으며 채널과 상품에서도 차이를 보이는 등 특징적인 모습이 나타남
 - 변액보험 초회보험료는 2014년 1.0조 원을 기록한 이후 증가하여 2019년 1.8조 원을 기록하였으나 수입보험료는 2011년 최고치(21.3조 원)를 기록한 후 감소하여 2019년 17.7조 원을 기록함

1) 본고에서는 변액보험 일반계정 실적은 제외하고 특별계정 실적으로 모든 분석을 진행함

- 연납화초회보험료 또한 2011년 이후 감소하는 추세이며, 신계약 건수도 2011년 199만 건을 기록한 후 감소하여 2019년에는 31만 건을 기록함
- 한편 최근 변액보험시장에서는 전통적 생명보험시장과 달리 일부 중소기업사와 외국사가 차별화된 상품과 판매채널 전략을 통해 시장점유율을 높이고 있음

〈표 1-2〉 연도별 변액보험 주요 통계량

(단위: 조 원, 만 건)

구분	FY2011	FY2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
초회보험료	2.4	1.9	1.0	1.0	1.3	1.3	2.0	1.8	1.8	2.1
연납화초회보험료	6.1	4.2	3.4	3.1	2.6	3.1	3.9	2.1	1.6	1.4
수입보험료	21.3	21.2	15.5	20.7	20.6	19.4	19.6	18.8	17.7	12.8
비중	24%	18%	20%	19%	18%	16%	17%	17%	15%	16%
신계약 건수	199	175	98	114	88	76	81	57	31	19
계약자적립금	63.3	72.8	80.4	85.5	91.5	95.3	103.6	97.9	104.5	105.3

주: 1) 보험료, 신계약 건수는 2013년 4~12월 실적, 2020년 1~9월 실적이며, 계약자적립금은 매년 12월 말 및 2020년 9월 말임
2) 비중은 전체 생명보험 수입보험료 중 변액보험이 차지하는 비중이며, 변액보험 일반계정 실적은 제외함

자료: 보험회사 업무보고서

- 변액보험시장이 경쟁도, 상품, 판매채널 등에서 전통적 생명보험시장과 다른 특징들이 나타나는 이유는 수요와 공급 측면의 다양한 요인에 따른 것임
 - 변액보험은 투자형 상품이기 때문에 소비자들은 수익률을 중시하는 경향을 보이는 것으로 예상할 수 있으며, 리스크 선호 변화에 부합하는 구조의 상품, 안정적인 보증을 제공하는 상품 등에 대한 선호가 높을 것임
 - 공급 측면에서는 변액보험을 판매하는 생명보험회사의 상품 전략 및 판매채널 전략이 변액보험 판매 확대에 적합한지 여부에 따라 변액보험 판매에 적극적이거나 소극적일 수 있음
 - 한편 과거 판매한 보장성 변액보험 상품의 경우 보증준비금 적립에 따른 손익 변동 부담이 크기 때문에 보증준비금 부담 정도 또한 변액보험시장 진입에 영향을 미칠 수 있음
- 본고에서는 전통적 생명보험시장과 대비되는 변액보험시장의 특징을 살펴보고, 그 이유를 분석해 봄으로써 저금리 상황에서 소비자의 대안이 될 수 있는 변액보험시장 확대방안에 대해 살펴보고자 함
 - 전통적 생명보험시장과 대비되는 변액보험시장의 특징을 시장경쟁, 상품, 판매채널 측면에서 살펴보고, 이러한 특징이 나타나는 이유를 수요와 공급 측면에서 살펴봄
 - 변액보험시장은 저금리 상황에서 전통형 보험의 대안이 될 수 있기 때문에 전통형 보험과 변액보험의 균형 있는 성장이 중요함
 - 본고에서는 현재의 변액보험시장 분석을 토대로 변액보험시장 확대를 위한 과제를 간략히 살펴보도록 함

II

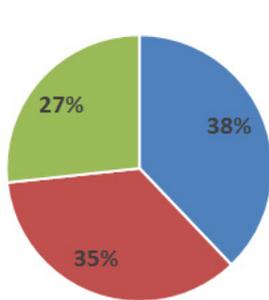
변액보험시장의 특징

1. 보험회사 유형별 점유율

○ 개인생명보험시장의 초회보험료 점유율은 대형3사의 우위가 유지되고 있으나, 변액보험시장에서는 대형사의 점유율이 하락하고 중소형사가 판매를 주도하고 있음²⁾

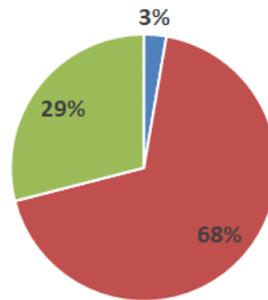
- 변액보험을 포함하는 개인생명보험시장의 보험회사 유형별 초회보험료 점유율은 2020년 1~9월 기준 대형사, 중소형사, 외국사가 각각 38%, 35%, 27%를 차지하고 있으며, 지난 10년간 대형사는 30~50% 수준의 점유율을 유지하여 지속적인 우위를 보임
- 변액보험시장에서는 2011년까지 대형사의 초회보험료 점유율이 50% 이상을 차지하였지만, 이후 중소형사의 판매가 늘어나고 대형사의 판매가 감소하며 2020년 1~9월에는 대형사, 중소형사, 외국사 점유율이 각각 3%, 68%, 29%를 기록함³⁾
- 신계약 건수 기준으로도 2020년 1~9월 중소형사와 외국사가 각각 44%, 38%의 점유율을 기록하며 판매를 주도하였고 대형사의 점유율은 처음으로 20% 미만을 기록함

〈그림 II-1〉 개인생명보험 보험회사 유형별 초회보험료 점유율 〈그림 II-2〉 변액보험 보험회사 유형별 초회보험료 점유율



■ 대형사 ■ 중소형사 ■ 외국사

주: 초회보험료는 2020년 1~9월 기준임
자료: 보험회사 업무보고서



■ 대형사 ■ 중소형사 ■ 외국사

주: 초회보험료는 2020년 1~9월 기준임
자료: 보험회사 업무보고서

2) 본고에서는 2020년 1~9월 실적을 살펴보았지만, 2019년 실적으로도 비슷한 양상이 나타남

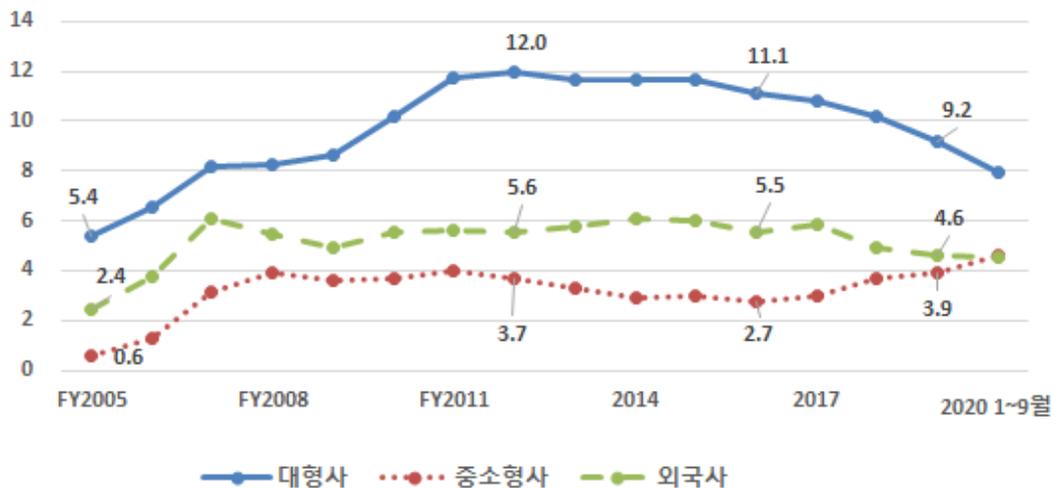
3) 대형사는 3개 생명보험회사이며, 외국사는 9개사, 중소형사는 그 외 12개사임

○ 2011년 이후 변액보험 수입보험료는 대형사에서 감소폭이 크며, 외국사는 소폭 감소, 중소형사는 증가하고 있음

- 대형사의 변액보험 수입보험료는 2012년 12.0조 원으로 최고치를 기록한 후 감소하여 2019년 9.2조 원을 기록함
- 중소형사 수입보험료는 2016년 2.7조 원을 기록한 이후 증가하여 2019년 3.9조 원을 기록하였으며, 외국사는 변화폭이 크지 않지만 최근 소폭 감소하여 2019년 4.6조 원을 기록함
- 중소형사의 초회보험료 증가세는 가파르지만, 변액보험 해지율이 대형사, 외국사에 비해 높아 수입보험료 증가폭은 완만함

〈그림 II-3〉 보험회사 유형별 변액보험 수입보험료 추이

(단위: 조 원)



주: 2013년 및 2020년 1~9월은 연율화함
 자료: 보험회사 업무보고서

2. 상품별(보장성 vs 저축성) 성장세

○ 전통적 보험시장의 경우 IFRS17의 시행 등 제도변화와 함께 수익성 측면에서도 강점이 있는 보장성 보험의 성장세가 나타나고 있으며, 연금보험을 포함한 저축성보험은 지속적으로 축소됨

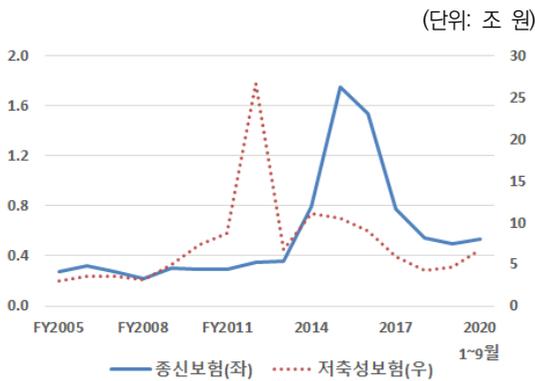
- 일반계정의 대표적 보장성 상품인 종신보험 초회보험료는 2013년 이후 크게 증가하였으며, 이는 보험회사가 IFRS17의 시행을 앞두고 연금전환특약 종신보험, 저해지종신보험, 달러종신보험 등의 신상품 출시로 보장성보험 포트폴리오를 강화하였기 때문임

- 반면, 일반계정 저축성보험⁴⁾의 경우 세제개편 등 제도적 요인과 IFRS17 도입의 영향 등으로 2013년 이후 판매가 감소하였음
 - 한편, 2020년 1~9월에는 시중금리 하락의 영향으로 상대적인 주목을 받으면서 이례적으로 판매가 증가함
- 특히 연금보험은 저축성보험 위축과 함께 장수리스크가 부각되면서 2014년 이후 판매가 큰 폭으로 감소하고 있으며, 최근에도 부진을 이어감

○ 그러나 변액보험의 경우 전통적 보험시장과 반대로 보장성 변액보험은 지속적으로 축소되고 있으며, 저축성 변액보험, 특히 변액유니버설 저축성의 성장세가 두드러짐

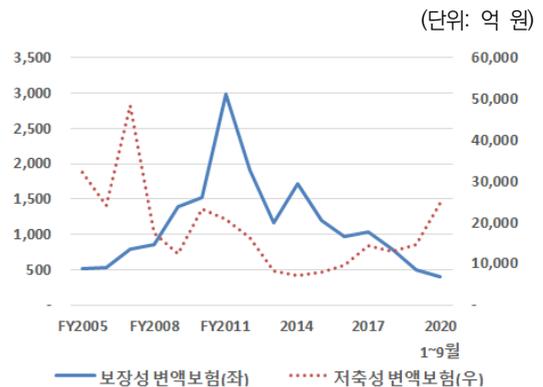
- 보장성 변액보험은 판매상 제약사항 등의 영향으로 일반계정 종신보험에 비해 판매가 부진해 초회보험료는 2011년 이후 감소하고 있음
 - 변액보험 판매를 위해서 판매자는 변액보험 판매관리사 자격이 필요하고 소비자는 적합성 테스트를 거쳐야 하는 제약사항이 있으며, 확정된 환급률을 제시할 수 없기 때문에 소비자에게 설명하기 어려움
- 반면, 저축성 변액보험의 초회보험료는 2014년 이후 증가세를 보이고 있으며, 특히 변액유니버설 저축성의 판매 증가가 두드러지는 것으로 나타남

〈그림 II-4〉 일반계정 상품 유형별 초회보험료 추이



주: 2013년 및 2020년 1~9월은 연율화함
자료: 보험회사 업무보고서

〈그림 II-5〉 변액보험 상품 유형별 초회보험료 추이



주: 2013년 및 2020년 1~9월은 연율화함
자료: 보험회사 업무보고서

4) 일반계정 저축성보험은 특별계정을 제외한 일반계정 생존보험과 생사혼합보험을 의미함

3. 판매채널 비중

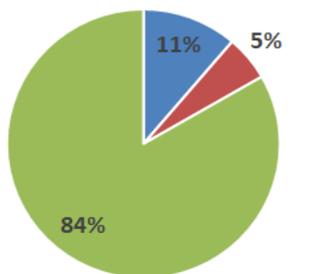
○ 전통적 보험시장의 판매채널은 방카슈랑스가 가장 높은 비중을 차지하는데, 이는 저축성보험의 대부분이 방카슈랑스 채널을 통해 판매되기 때문임

- 전통적 보험인 일반계정 개인보험의 판매채널 비중은 2020년 1~9월 기준으로 방카슈랑스, 설계사, GA 채널에서 각각 84%, 11%, 5%를 기록함
 - 2019년 1~12월 기준으로도 방카슈랑스 비중은 76%를 차지하여 최근과 비슷한 양상을 보였음
- 방카슈랑스 채널 비중이 높은 이유는 저축성 상품의 대부분이 방카슈랑스 채널에서 일시납으로 판매되기 때문이며, 보장성보험 중 건강보험의 경우에도 방카슈랑스 판매 비중이 상당한 것으로 나타남
 - 저축성보험은 일반계정 개인보험 초회보험료 중 87%를 차지하여 비중이 높으며, 보장성보험인 사망보험 초회보험료의 25%가 방카슈랑스 채널에서 판매됨

○ 변액보험시장의 판매채널 비중은 변액보험 판매가 대부분 저축성 변액보험임에도 불구하고 방카슈랑스, 설계사, GA에서 상대적으로 고르게 분포하는 것으로 나타남

- 변액보험의 판매채널 비중은 2020년 1~9월 기준으로 방카슈랑스, 설계사, GA 채널이 각각 57%, 27%, 16%를 차지함
 - 2019년 1~12월 기준으로는 방카슈랑스, 설계사, GA 채널 비중이 각각 61%, 22%, 17%를 기록함
- 변액보험 초회보험료의 89%가 저축성 변액보험일 정도로 저축성 변액보험의 판매 비중이 높으나, 전통적 보험과 달리 저축성 변액보험은 방카슈랑스 채널 의존도가 상대적으로 높지 않은 특징을 보임
 - 설계사와 GA 채널이 약 40%를 차지하여 저축성 변액보험 중 상당 부분은 설계사와 GA 채널에서 판매되고 있음

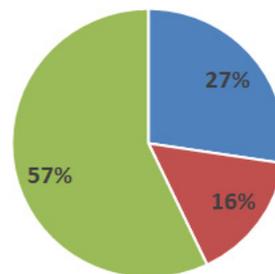
〈그림 II-6〉 일반계정 개인보험 판매채널별 초회보험료 비중



■ 설계사 ■ GA ■ 방카슈랑스

주: 초회보험료는 2020년 1~9월 기준임
자료: 보험회사 업무보고서

〈그림 II-7〉 변액보험 판매채널별 초회보험료 비중



■ 설계사 ■ GA ■ 방카슈랑스

주: 초회보험료는 2020년 1~9월 기준임
자료: 보험회사 업무보고서

III

요인 분석

- 본 장에서는 변액보험시장에서 나타나는 특징적인 모습의 원인을 살펴보기 위해 변액보험시장 점유율 상위 5개사를 대상으로 전체 보험회사와의 차별성을 살펴보고자 함
 - 2020년 1~9월 실적을 바탕으로 변액보험 초회보험료 기준 상위 5개사를 선정하였고, 이 중 3개사는 중소형사이며, 2개사는 외국사로 대형사는 속하지 않음
 - 수요 측면에서는 기간별 변액보험 펀드 수익률과 주력 변액보험 상품의 특징을 살펴보고, 공급 측면에서는 판매채널 전략과 보증준비금 부담 정도를 살펴봄

1. 수요 측면

가. 수익률

- 변액보험 초회보험료 상위 5개(2020년 1~9월 기준) 보험회사들 중 2개 보험회사는 전체 보험회사 대비 높은 기간별 수익률을 제공하는 것으로 나타남
 - A보험회사와 C보험회사는 5년 누적 수익률이 각각 21%, 24.7%로 보험회사 전체의 평균 수익률인 15.7%를 상회하였으며, 1년과 3년 단기성과도 우수한 것으로 나타남

〈표 III-1〉 보험회사별 변액보험 펀드 수익률 및 펀드 유형별 비중

구분	보험회사	펀드 수익률			펀드 유형별 비중		
		5년 수익률	3년 수익률	1년 수익률	주식펀드 비중	채권펀드 비중	기타펀드 비중
초회보험료 상위 5개사	A	21.0%	17.3%	14.5%	65%	33%	2%
	B	14.0%	8.6%	5.8%	72%	28%	0%
	C	24.7%	15.8%	11.7%	67%	29%	4%
	D	11.1%	6.9%	6.8%	55%	12%	33%
	E	9.4%	13.5%	15.1%	25%	9%	66%
보험회사 전체		15.7%	11.4%	8.2%	48%	44%	8%
KOSPI		14.7%	8.4%	7.7%	-	-	-

주: 1) 펀드 수익률과 펀드 유형별 비중은 2019년 말 기준이며, 순자산가치를 가중평균하여 계산함

2) 주식펀드는 주식형·주식혼합형, 채권펀드는 채권형·채권혼합형, 기타펀드는 ELS, ETF, 파생상품형 등의 펀드를 의미함

자료: 생명보험협회

- A와 C 보험회사는 변액보험 펀드 중 주식펀드⁵⁾의 비중을 65% 이상으로 설정하여 주식시장 상승 시 수익률을 높일 수 있었으며, 리스크 대비 수익률을 높이기 위해 변액보험 가입자에 대한 펀드관리 서비스를 강화한 것으로 나타남
- 변액보험 펀드의 우수한 성과는 해당 보험회사들이 소비자의 수요를 흡수하며 점유율을 확대하는 데 주요 요인으로 작용했을 것으로 판단됨

나. 상품구조

- 변액보험 초회보험료 상위 5개사 중 3개 보험회사는 펀드 수익률이 상대적으로 높지 않은 것으로 나타
나지만, 차별화된 투자상품을 제공하거나 노후소득 니즈에 적합한 연금수령 방식을 제공함으로써 소비자
수요에 대응한 것으로 나타남
 - D 보험회사는 소비자의 안정적인 수익 추구 수요에 대응하기 위해 ELS에 투자할 수 있는 저축성 변액
보험을 출시하였고, E 보험회사는 2017년 ETF 펀드를 포함한 변액보험을 출시해 높은 1, 3년 수익률을
기록하며 판매를 확대함
 - B 보험회사는 소비자들의 노후소득 니즈에 대응하여 변액연금의 연금수령 시 적립금의 최대 3.6%를
수령액으로 종신 보장하는 최저종신중도인출금보증(GLWB)⁶⁾을 제공함
- 한편, 대부분의 보험회사들은 사업비 등의 비용을 낮춰 계약 경과기간이 짧은 경우에도 환급률을 높였는데,
해지로 인한 소비자의 손실 부담을 완화함
 - 최근 보험회사들은 일시납 저축성 변액보험의 해지공제·사업비 등의 비용을 낮춤으로써, 연 2.25%의
수익률에도 1~2년 안에 해지 시 100% 이상의 환급이 가능하도록 상품을 설계함

〈표 III-2〉 저축성 변액보험의 환급률 예시

(단위: %)

구분	A 변액보험	B 변액보험	C 변액보험
6개월	99.3	99.6	100.0
1년	99.7	99.9	100.0
2년	101.2	101.4	101.4
5년	106.3	107.3	107.3
10년	116.9	118.9	118.1

주: 1) 환급률은 납입보험료 대비 해지환급금임

2) 저축성 변액보험의 환급률 예시이며 일시납, 55세 남자, 2.25% 수익률 기준임

자료: 보험회사의 상품별 기초서류, 2021년 초에 판매 중인 상품 기준임

5) 주식펀드는 주식형·주식혼합형 펀드를 의미하며, 비중은 순자산가치를 가중평균하여 계산함

6) GLWB(Guaranteed Lifetime Withdrawal Benefit, 최저종신중도인출금보증)는 변액연금보험에서 제공하며, 연금개시 후에도 특
별계정의 적립금을 계속 운용하여 투자성과와 관계없이 연금재원의 일정 수준을 종신동안 인출할 수 있도록 보증함

2. 공급 측면

가. 판매채널

- 상위 5개사의 판매채널을 살펴보면 3개 중소형사는 방카슈랑스 비중이 매우 높게 나타나며, 2개 외국사는 설계사 및 GA의 비중이 100%로 나타나는 등 보험회사별 판매채널은 다양한 것으로 나타남

〈표 III-3〉 보험회사별 변액보험 초회보험료의 채널별 비중

(단위: 억 원, %)

구분	보험회사	초회보험료	채널별 비중		
			방카슈랑스	GA	설계사
초회보험료 상위 5개사	A(중소형사)	11,030	71	3	26
	B(외국사)	1,925	0	77	23
	C(외국사)	1,647	0	34	66
	D(중소형사)	1,101	100	0	0
	E(중소형사)	1,018	85	15	0
보험회사 전체		20,939	57	16	27

주: 2020년 1~9월 초회보험료 기준임

자료: 보험회사 업무보고서

- 방카슈랑스와 GA 채널 등 비전속채널은 소비자들이 보험회사별 변액보험 성과 및 상품 구조의 비교가 가능하다는 장점이 있기 때문에 변액보험에 경쟁력이 있는 보험회사가 유리할 수 있음
 - 2020년 1~9월 변액보험 초회보험료 상위 5개 보험회사 중 중소형사는 방카슈랑스 채널, 외국사는 GA 채널을 중심으로 변액보험을 판매하였음
 - 비전속채널에서 가입한 소비자들은 보험회사별 변액보험 상품을 추천받아 비교할 수 있기 때문에 펀드 수익률이 높거나 안정적인 수익률·노후소득을 보장해주는 보험회사의 상품에 가입할 가능성이 높음
- 그러나 변액보험시장에서 전속채널의 판매 비중도 높게 나타나고 있는데, 이는 변액보험시장 점유율이 높은 보험회사의 경우 전속채널에서도 변액보험 위주의 상품 전략을 구사하기 때문임
 - 보험회사가 전통형 보험과 변액보험 등 다양한 상품을 판매한다면 설계사 입장에서는 판매가 복잡한 변액보험 상품보다는 판매가 용이하고 수수료가 높은 일반계정 보장성보험 상품 판매 유인이 클 수 있음
 - 보장성 변액보험의 경우 일반계정 종신보험과 달리 판매자는 변액보험 판매관리사 자격시험을, 소비자는 적합성 진단을 거쳐야 하는 등 절차가 복잡함
 - 변액보험 판매채널 중 설계사 채널 비중이 높은 A, B, C 회사의 경우 초회보험료 중 변액보험 비중이 84~96%로 변액보험 판매에 주력하는 것으로 나타남

나. 보증준비금 부담

- 변액보험에는 다양한 보증옵션이 부가되며, 보증에 대해 보험회사가 적립해야 하는 보증준비금은 손익 변동성에 영향을 주기 때문에 보증준비금 부담이 큰 보험회사는 변액보험 판매에 제약을 받을 수 있음
 - 변액보험에는 최저사망보험금보증(GMDB), 최저연금적립금보증(GMAB) 등 가입자의 손실을 제한하는 보증옵션이 부가되어 있으며, 보험회사는 계약자로부터 수수료를 수취하고 보증에 대한 준비금을 적립해야 함
 - 보험회사 손익변동성에 영향이 큰 보증준비금은 GMDB⁷⁾이며, 과거 보장성 변액보험 판매에 집중했던 대형사와 외국사는 보증준비금 중 GMDB 비중이 91~99%로 보증준비금 부담이 상대적으로 높음
 - 중소형사의 경우 GMDB 비중이 낮아 보증준비금 부담이 적기 때문에 변액보험 판매 및 상품개발에 있어 상대적으로 자유로울 수 있으며, 특화된 펀드 운용 전략을 채택할 수 있음
- 그러나 보증준비금의 추가적인 부담은 주로 보장성 변액보험 판매 증가 시 발생하기 때문에 보증준비금 부담이 큰 외국사는 최근 변액연금 위주의 저축성 변액보험 판매에 주력하고 있음
 - 외국사 B, C의 적립금 대비 보증준비금 비중은 각각 21.7%, 13.8%로 보험회사 전체 비중인 8.1%보다 높은 수준이기 때문에 추가적인 보증준비금 부담이 적은 저축성 변액보험 판매에 집중하고 있는 것으로 판단됨
 - 한편, 대형 3사의 적립금 대비 보증준비금 비중은 보험회사 전체 평균과 유사한 수준이나 외국사와 달리 저축성 변액보험 판매를 확대하지 않고 있음

〈표 III-4〉 보험회사별 변액보험 보증준비금 및 계약자적립금

(단위: 억 원)

구분	보험회사	변액보험 보증준비금 (A)	보증준비금 중 GMDB 비중	계약자적립금 (B)	적립금 대비 준비금 비율 (A/B)
초회보험료 상위 5개사	A(중소형사)	1,338	82%	111,002	1.2%
	B(외국사)	8,036	97%	37,081	21.7%
	C(외국사)	14,296	99%	103,692	13.8%
	D(중소형사)	47	40%	9,137	0.5%
	E(중소형사)	19	84%	11,529	0.2%
보험회사 전체		85,669	95%	1,053,042	8.1%

주: 계약자적립금 및 변액보험 보증준비금은 2020년 9월 말 기준임
 자료: 보험회사 업무보고서

7) GMDB(Guaranteed Minimum Death Benefit, 최저사망보험금보증)는 투자실적이 악화되어 사망보험금이 하락하여도 기본 사망 보험금을 보장함

IV

요약 및 시사점

- 변액보험 초회보험료 상위 5개사의 특징을 살펴본 결과 보험상품 포트폴리오 전략, 적극적인 수익률 제고 노력, 차별화된 상품구조 등에서 전체 보험회사와 차이점이 있는 것으로 나타남
 - 상위 5개사는 전체 개인보험 중 변액보험 초회보험료 비중이 79~97%, 수입보험료 비중이 39~89%로 변액보험 판매에 집중하고 있는 것으로 나타남
 - 따라서 다양한 상품 포트폴리오를 운영하는 보험회사에 비해 주식형 펀드 비중을 높이고 가입자의 적극적인 펀드 변경을 유도하는 등 수익률 제고를 위한 노력을 강화하는 것으로 나타남
 - 한편 변액보험 상품의 차별성을 높이기 위해 소비자의 투자성향 변화에 부응하는 중위험·중수익 투자 자산을 제공하고 노후소득 니즈에 대응하는 보증옵션을 제공하는 등 상품구조에 있어서도 특화 전략을 활용함
- 또한 상위 5개사는 대형사가 아니기 때문에 틈새시장 전략을 구사하기에 용이한 것으로 보이며, 다양한 판매채널을 활용하고 보증준비금 부담을 피해 갈 수 있는 저축성 변액보험 중심의 판매 전략을 구사함
 - 대형 보험사의 경우 다양한 상품 포트폴리오를 단순화하기에는 무리가 있을 것이며, 보험상품의 수익성, 판매채널의 선호도 등을 고려한다면 변액보험 확대에 주력하기 어려운 상황으로 판단됨
 - 전통형 보험상품의 경우 판매 수수료가 낮은 저축성 상품은 대부분 방카슈랑스 채널을 통해 판매되는 반면 변액보험 판매 상위 5개사는 방카슈랑스, GA, 설계사 등 다양한 채널 전략을 구사하고 있음
 - 변액보험 판매 상위 5개사는 보장성 변액보험의 보증준비금 부담을 고려하여 보장성 변액보험보다는 저축성 변액보험 판매에 주력하는 것으로 보임
 - 전통적 보험과 변액보험을 고르게 판매하는 보험회사는 종신보험 등 전통형 보장성보험을 보장성 변액보험의 대안으로 활용할 수 있음
- 코로나19 이후 급격한 초저금리 상황은 진정 기미를 보이고 있으나 잠재성장률 둔화에 따라 저금리는 지속될 것으로 전망되므로, 생명보험 산업은 저금리 환경에서 소비자에게 적합한 변액보험시장 활성화 방안을 모색할 필요가 있음
 - 저출산에 따른 생산가능인구 감소는 우리나라 경제의 잠재성장률을 둔화시킬 것으로 전망되며, 이에 따라 저금리 환경은 지속적으로 심화될 것으로 예상됨
 - 공시이율 하락은 보장성보험의 보험료 인상과 저축성보험의 수익성 악화를 야기하기 때문에 전통적 보험의 경쟁력은 악화될 수밖에 없음

- 변액보험은 저금리 상황에 적합한 투자형 보험상품으로, 저금리 장기화가 예상되는 현시점에서 생명보험 회사는 변액보험시장을 활성화 할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임
- 현재 변액보험시장을 주도하고 있는 회사들의 사례를 고려할 때 변액보험시장 활성화를 위해서는 우선적으로 수익률을 제고하고 소비자 니즈를 반영할 수 있는 다양한 투자구조 및 상품을 제공해야 함
- 변액보험 수익률 제고를 위해서는 보험회사의 자산운용 능력 향상이 요구되며, 소비자가 적극적으로 수익률 관리에 관심을 갖도록 펀드관리·자문 서비스를 강화할 필요가 있음
 - F 보험회사의 경우 한 번이라도 펀드를 변경한 경험이 있는 가입자 비율은 2018년 5.5%, 2019년 8.0%, 2020년 9.5%로 대부분의 변액보험 가입자들은 펀드 변경을 지시하지 않고 있음
 - 소비자들이 중위험·중수익을 추구하는 경향이 높아지는 점을 감안하여 ELS, ETF 등 변액보험의 투자 대상을 확대하고 글로벌 시장의 다양한 산업군에 투자할 수 있도록 해야 하며, 수익률 상한과 하한 구조를 다양화한 새로운 형태의 상품구조도 고민할 필요가 있음
 - 고령화로 인해 노후소득에 대한 관심이 높아지고 있으므로 연금 수령기에도 변액보험 펀드에 적립금을 유지하여 정기적인 노후소득 인출이 가능한 서비스를 확대하고 종신노후소득 보장이 가능한 최저종신 중도인출금보증(GLWB)을 강화할 필요가 있음
- 한편 보험회사는 변액보험 판매에 적합한 채널 전략과 유인구조를 고민할 필요가 있으며, 감독당국 또한 소비자 보호가 유지되는 한도 내에서 변액보험 판매에 제약이 될 수 있는 요인들을 점검할 필요가 있음
- 수익률 경쟁력이 있는 보험회사의 경우 타사 상품과 경쟁이 가능한 비전속채널이 유리할 수 있으며, 특화된 상품 및 투자 전략이 있는 경우 자세한 설명이 가능한 전속채널이 적합할 수 있음
 - 또한, 변액보험의 경우 판매 자격을 갖추어야 하고 설명이 어려운 점을 감안하여 판매채널에 대한 인센티브 구조를 강화할 필요가 있음
 - 감독당국은 투자형 상품의 불완전판매로부터 소비자를 보호하면서도 변액보험 발전에 제약이 될 수 있는 부분은 규제를 완화할 필요가 있음
 - 변액보험 수익률 예시를 다양화 할 수 있을 것이며, 소비자의 펀드 매매 수요 증가에 대응하기 위해 변액연금을 세제적격 연금상품에 포함하는 등의 방안을 고민해 볼 수 있을 것임

저자약력

- 박희우** KAIST 경영공학 박사 / 연구위원(총괄)
E-mail : hwpark@kiri.or.kr
- 장철** City, University of London 보험계리학 박사 / 연구위원
E-mail : chul.jang@kiri.or.kr
- 노건엽** KAIST 통계학 박사 / 연구위원
E-mail : gynoh@kiri.or.kr
- 김석영** University of Arizona 수학 박사 / 선임연구위원
E-mail : skim@kiri.or.kr
- 박은빈** 고려대학교 법학 석사 / 연구원
E-mail : eunbin1214@kiri.or.kr

CEO Report 2021-03호

변액보험시장 현황과 과제

- 발행일** 2021년 4월
- 발행인** 안철경
- 발행처** 보험연구원
- 주소** 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩
- 인쇄소** 경성문화사 (786-2999)

