

# 선택과 집중 통해 내실성장... 고객중심 마케팅 차별화

## 보험, 飛上 2020 전략

### (9) KB손해보험

양종희 사장 3연임... '가치경영' 영향 가치창출 중심 조직·상품채널 재구성 경영전략회의 나뉜 부문별 책임경영

KB손해보험은 올해 경영계획 수립 방향을 '고객과 가치 중심의 경쟁과 혁신에 집중한 지속가능발전'으로 설정했다. 자동차·실손의료보험 손해율 상승 등으로 손해보험 업황이 어려워진 상황에서 외적인 성장보다는 선택과 집중을 통해 내실을 강화하겠다는 의지로 풀이된다.

양종희 KB손보 사장은 지난달 2일 열린 '2020년 상반기 영업 경영전략회의'에서 "자신감은 자신의 가치를 알고 이를 믿는 데서 나온다"며 "임직원 모두 가치경영의 선도자라는 자신감을 갖고 2020년 고객을 중심으로 더욱 선명한



지난달 2일 KB인재니움 대강당에서 열린 KB손해보험의 '2020년 상반기 영업 경영전략회의'에서 양종희 사장이 '가치 중심 영업 관행 정립'이라는 주제로 CEO특강을 하고 있다.

가치중심 정도 영업을 실행하자"고 말했다.

◆양종희 사장, 3연임 성공...안정 택했다

지난 2016년 취임한 양종희 사장은 세 차례 연임에 성공하며 5년째 KB손보를 이끌게 됐다. 이미 2년의 임기를 끝낸 후 두 차례 연장된 상황에서 이례적으로 3연임에 성공한 것.

통상 KB금융은 계열사 사장단 임기

를 큰 결격사유가 없다면 2년 임기에 1년 연임(2+1)으로 운영한다. 경영성과를 평가해 연임에 성공하면 1년씩 연장하는 방식이다.

사실 지난해 KB손보의 실적은 좋지 않았다. 지난해 3분기 당기순이익은 677억원으로 전분기 대비 25.5% 감소했다. 누적 순이익도 2339억원으로 전년 동기 대비 10.3% 줄었다. 자동차보험 손해율 악화 여파가 고스란히 반영



KB손해보험 사옥 내부. /KB손해보험

을 경영계획으로 설정하고 ▲가치 중심 경영을 통한 '턴 어라운드(Turn-Around)' ▲고객 중심 마케팅 차별화 ▲고객접점 서비스 혁신 등을 추진해 나가기로 했다. 또 성과 중심의 비용 효율화 방안을 추진하고 디지털 혁신을 통한 본업 경쟁력을 강화한다는 계획이다.

'가치 중심 성장'의 경영 계획을 실현하기 위해 가치창출 중심의 조직 및 상품채널을 재구성하고, 가치 중심의 신계약 증대 및 보유계약 관리를 더욱 강화할 예정이다.

'고객중심 경영 및 디지털 혁신'을 추진하기 위해서는 모든 프로세스와 조직 체계를 개편하고, 고객 니즈에 맞는 상품과 디지털 혁신을 통한 차별화된 고객 서비스를 제공할 방침이다.

특히 올해에는 '책임경영'에 힘을 쏟을 계획이다. KB손보는 매년 전사 경영전략회의를 통합해 진행하던 것과 달리 올해에는 영업과 상품 경영전략회의를 나눠 각각 개최해 부문별 책임경영에 나선다. /김희주 기자 hj89@metroseoul.co.kr

## 중소·中企 설비투자에 4.5조

금융위 '설비투자 붐업 프로그램' 기업 신용도 따라 최저 1.5% 금리



정부가 국내 중소·중견기업의 설비투자에 4조5000억원의 특별 정책자금을 지원한다. 중소 중견기업의 신규투자를 활성화해 경기반등의 모멘텀을 마련하겠다는 취지다.

금융위원회는 2일 국내 중소·중견기업의 신규설비투자를 지원하기 위해 '설비투자 붐업(Boom-up) 프로그램'을 출시한다고 밝혔다.

'설비투자 붐업(Boom-up)'은 산업은행·기업은행·수출입은행을 통해 국내 중소·중견기업의 신규 설비투자를 지원하는 프로그램이다. 지원 금액은 총 4조5000억원으로 기업신용도에 따라 최저 1.5%의 금리가 적용된다.

자금용도는 ▲공장부지 등을 구매하거나 분양(예정)받은 기업의 시설투자 ▲해외시설의 국내 이전에 따르는 시설투자 ▲소재·부품·장비사업에 대한 시

설투자 등에 한해서다.

다만 ▲기존시설 유지·보수 ▲공장 등 시설신축계획 없이 토지만 구매 ▲이미 지어진 시설 구매 ▲기존대출을 대환하려는 용도는 지원이 불가하다.

금융위는 특별 우대 금리가 적용되는 만큼 대출심사·시설투자 관리·회수 등 전 단계에서 엄격히 관리할 계획이다. 기업은 대출심사 시 신규 투자에 해당함을 증명할 수 있는 증빙서류와 구체적인 투자계획서를 제출한 경우 대출이 가능하다. 주기적으로 기업이 제출한 투자계획대로 시설투자가 이뤄졌는지도 점검한다. 제출된 사업 계획대비 투자가 현저히 지연되거나 투자 외 다른 용도로 자금이 사용될 경우 즉시 원금을 회수한다. '설비투자 붐업(Boom-up) 프로그램'은 오는 10일부터 시행될 예정이다. /사유리 기자 yul115@

## “성과 부진 비대면, 멀티채널 환경 대비해야”

맥킨지 “사업모형 혁신적이지 못해” 평균이상 수익낸 직판 보험사 단 10%



생명보험사의 비대면 직판채널이 기대와 달리 주력 판매채널로 자리 잡지 못한 것으로 나타났다. 향후 온라인 보험산업 규모가 확대될 것으로 전망되는 만큼 직판채널을 보완해 멀티채널 환경에 대비해야 한다는 지적이다.

보험연구원이 2일 발표한 '생명보험 비대면 직판채널 성과부진과 시사점' 보고서에 따르면 직판채널 판매 비중은 2009년 미국 4%, 유럽 평균 12.2%였으나 2017년에는 미국 6%, 유럽 평균 11.8%로 크게 확대되지 못했다.

직판채널은 중개자 없이 보험사가 직접 고객에게 상품을 판매하는 직접인수

방식이다. 비대면 방식은 전화, 인터넷, 우편, 전자메일 등의 매체를 이용한 판매방식을 의미한다.

비대면 직판채널은 대면판매방식 위주의 생명보험산업에 혁신적인 주력 판매채널이 될 것으로 큰 기대를 모았으나 현재까지 직판채널의 시장점유율은 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 자동차보험 이외의 분야에서는 성과가 미미하다.

컨설팅 업체인 맥킨지앤드컴퍼니(McKinsey&Company)는 직판채널이 확대되지 않은 원인으로 직판채널이보

험소비자에게 주요 판매채널로 인식되지 못하고 직판채널에서 사용하는 사업모형과 판매상품이 혁신적이지 못했기 때문이라고 분석했다.

실제로 수익성 측면에서 지난 10년간 보험시장에서 시장 평균 이상의 수익을 낸 직판 보험회사는 단 10%인 것으로 조사됐다. 이는 보험소비자가 직판채널을 실질적으로 보험상품을 구입하는 채널로 선택하고 있지 않음을 의미한다.

권오경 보험연구원 연구원은 “그동안 직판채널은 성과가 부진했지만 향후 온라인 보험산업 규모 확대가 전망됨에 따라 생명보험회사는 직판채널 보완을 통해 새로운 기회를 창출하고 멀티채널 환경에 대비할 필요가 있다”고 강조했다. /김희주 기자

## 금융상품 한번에 비교... 요약공시 화면 신설

예·적금, 실제 신규취급 금리도 비교

새로 만들었다.

앞으로 예·적금과 주택담보대출, 신용대출, 펀드, 저축성보험 등은 원하는 상품을 쉽게 찾고, 수익률 등 핵심정보도 한번에 비교할 수 있게 된다.

금융감독원은 2일 금융소비자 중심의 새로운 '금융상품 비교공시 시스템'을 오픈한다고 밝혔다.

먼저 각 금융협회 홈페이지 메인화면 및 금융권 금융소비자정보포털 '파인' 사이트에 통일된 바로가기 아이콘을 배치했다. 아이콘을 클릭하면 금융상품 비교공시 화면으로 바로 이동할 수 있다. 요약공시 화면과 조건검색 기능은

금융협회는 ▲예·적금 ▲주택담보대출 ▲신용대출 ▲펀드 ▲저축성보험 등 5개를 주요 금융상품으로 선정하고, 핵심정보를 쉽게 비교하도록 요약공시 화면을 신설했다. 예·적금의 경우 은행연합회는 은행이 직전 월에 신규 취급한 예·적금의 가중평균금리를 공시해 세전·세후금리와 최고 우대금리 뿐만 아니라 실제 신규 취급한 금리를 비교할 수 있게 된다. 중도해지 적용금리와 만기시 예상금액도 비교할 수 있다. 주택담보대출은 원금분할상환, 원리금분할상환 등 대출상환방식에 따라 월평균 상환액을 각각 공시한다. /연상미 기자 smahn1@

## 한은 “신종 코로나 서비스업 등에 부정적”

신종 코로나바이러스 감염증, 일명 '우한 폐렴'이 중국 경제에 부정적 영향을 미칠 것이라 분석이 나왔다. 신종 코로나가 2003년 사스(SARS·중증급성호흡기증후군) 때보다 빠르게 확산되는 데다 중국 경제의 회복력이 약해졌기 때문이다.

한국은행이 2일 발표한 해외경제포커스 '2003년 사스 발병 당시 및 현재 중국경제 여건' 보고서에 따르면 최근 발발한 신종 코로나는 확산 정도, 지속기간에 따라 정도의 차이는 있겠지만 서비스업을 중심으로 부정적 영향을 미칠 것으로 예상된다.

중국 경제 성장률은 사스 발병 당시인 2003년 2분기 9.1%로 전분기(11.1%)보다 2%포인트 하락했다. 교통·운수업이 5.4%포인트, 숙박·음식업이 3.6%포인트 떨어지는 등 여행, 숙

박, 운송, 소매업 등이 주로 위축된 영향이 컸다.

전염 우려로 인한 해외 바이어 방문 연기, 조업 일시중단 등으로 생산, 수출에도 부정적 영향을 미칠 것으로 우려됐다. 하지만 같은 기간 산업생산(15.2%)과 수출(34.2%) 증가율이 양호한 흐름을 유지했다. 이 영향으로 중국 경제 성장률은 2003년 3분기 10.0%로 성장률이 회복됐다.

사스는 2002년 11월부터 2003년 7월까지 중국, 홍콩을 중심으로 확산되며 29개국에서 8096명의 감염자와 774명의 사망자를 발생시켰다.

하지만 이번에는 사스 때와는 경제적 충격이 다를 수 있다는 지적이다. 사스 때에는 투자가 소비의 악화를 상쇄할 수 있었지만 신종 코로나의 빠른 확산 속도, 중국의 약해진 경제 여건 등이 하방



2일 오후 서울 종로구 서울대병원에서 방문객들이 출입하고 있다. /연합뉴스

리스크로 작용할 수 있다는 분석이다. 2003년 중국의 투자 성장기여도는 7.0%포인트로 2002년(3.6%포인트)보다 높아 소비 위축(5.1%포인트→3.6%포인트)을 보완할 수 있었다. 하지만 최근 중국 경제는 디레버리징 정책과 세계 교역 여건 악화로 투자가 소비둔화를 상쇄할 여력이 약한 상황이다. /김희주 기자