

인수합병·실손보험 개편... 보험업계, 위기와 기회 '갈림길'

❗ 출발 2021 보험업계 이슈

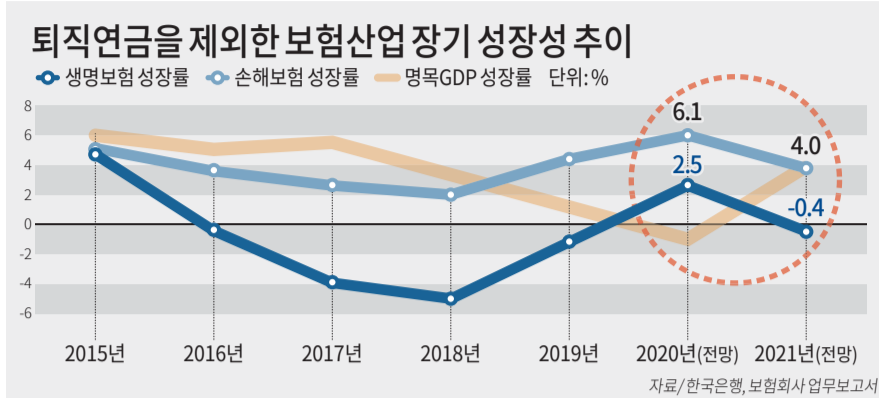
대면영업 위축 등 위기 직면 생존 위한 인수합병 확산

금소법 시행령 앞두고 '난색' 이전보다 과태료 10배 높아 실손보험 개편 찬반 뜨거워

신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19) 장기화와 판매규제로 보험업계는 힘든 해를 보냈다. 새해에도 보험업계의 전망은 밝지 않다. 보험업계가 다양한 생존전략을 모색하는 이유다.

보험연구원은 2021년 퇴직연금 제외 보험산업 수입보험료가 1.7% 성장할 것으로 내다봤다. 작년의 경우 단기 저축성보험 판매 호조와 자동차보험 확대로 4.2% 성장했으나 올해는 이러한 추세가 둔화돼 성장률이 1%대로 떨어질 것이라 설명했다.

보험산업이 어려움에 직면한 데는 코로나19로 인한 소비심리 악화, 대면 채널 영업환경 개선 지연과 더불어 판매 규제 강화도 영향을 끼친 것으로 풀이된다. 업계에선 원활한 사업모형의 전환이 이뤄지지 않으면서 보험산업이 성장 한계에 직면할 것이라고 예상했다. 김해식 보험연구원 연구조정실장은



5일 "개인보험의 주 수요층인 저연령 인구 감소는 전통적 개인보험 수요의 위축을 야기하고 있고, 기업보험 또한 경제의 구조적 저성장 지속으로 수요 위축이 불가피하다"며 "판매 채널 측면에서도 비대면 문화 확산으로 전통적 판매 채널 구조의 재검토가 필요한 시점"이라고 조언했다.

◆보험업계 M&A 활발

실제 보험사에서는 다양한 사업 재조정 방안을 통한 생존전략 모색에 전력을 다하고 있다. 다수의 보험사가 선택한 사업 재조정 방안은 인수·합병(M&A)으로 보인다.

다수의 보험사는 사업재조정 방안으로 인수·합병(M&A)을 꼽았다.

지난해 보험사를 보유하고 있던 기업이 보험사를 인수하며 업계의 화제를 모았다. 2019년 초 신한금융은 오렌지

라이프 인수 계약 2년 만에 잔여 지분 인수를 마무리했다. 이후 통합 사명은 '신한라이프'로 확정하며 본격적인 몸집 키우기에 나서고 있다. 지난해 5월 하나금융지주는 더케이손해보험을 공식 자회사로 편입한다고 공시했다. 작년 8월에는 금융위원회가 정례회의에서 KB금융의 푸르덴셜생명 자회사 편입을 승인했다.

다만 인수·합병 이후 보험사들의 구조조정에 대한 걱정이 큰 것으로 나타났다.

보험사들이 생존 전략 모색에 나선 가운데 새해 바뀌는 보험정책에 대한 관심도 모이고 있다.

우선 보험업계는 오는 3월 금융소비자보호에 관한 법률(금소법) 시행령 제정안 시행을 앞두고 있다.

시행령 제정안은 보험판매자의 불안 판권을 근절하기 위해 다양한 내용을

포함했다. 먼저 불안판매 유형에 따라 기존보다 최대 10배 높은 과태료 처분을 내릴 수 있도록 했다.

보험업계에서는 과태료 금액에 대해 과하다는 의견이 나오고 있다.

한국보험대리점협회는 12월 초 금융위에 금소법 시행령 제정안에 대한 의견을 제출하기도 했다. 제출한 의견서에는 과태료 부과기준을 비롯해 5가지 건의사항을 포함했다. 특히 보험업법령과 같이 과태료 기준을 '감경 또는 면제'로 변경하고 업권별 특성을 고려해 보험업권은 보험업법령에서 정하는 수준으로 변경해 달라고 요청했다.

그 밖에도 금소법 시행령 제정안에 따라 보험상품 핵심 설명서 제공도 모든 보험상품으로 확대한다. 이에 업계에서는 상품별 핵심 설명서 제작을 위해 총력을 다하고 있다.

또 보험 상품의 위법 계약에 대한 해지권도 도입된다. 보험계약이 해당 금소법상 판매 규정에 위반되는 경우 금융소비자는 위법 사실을 안 날로부터 1년, 계약일로부터 5년 이내에 위법 계약 해지 요구가 가능해진다.

◆4세대 실손보험 개편안 논란

7월 도입되는 4세대 실손보험 개편안 시행에 대한 찬·반 논란도 여전히 이어지고 있다. 실손의료보험 할인·할증제도는 도수치료·MRI와 같은 비급여 의

료 이용량이 많을수록 보험료가 3~4배 더 높아지는 구조다. 일부 가입자의 의료서비스 과잉 이용이 대다수 가입자의 보험료 부담으로 이어지는 것을 방지하기 위한 정책이다.

손해보험업계 관계자는 "실손보험이 왜곡 운영되고 있어 이 부분을 바로 잡을 수 있을 것으로 기대되고 실손보험의 정상화를 기대하고 있다"고 했다. 하지만 그는 "내년 7월 이후 신규 가입자부터 시행된다는 점에서 한계가 있다"고 지적했다. 그는 "현재 1~3세대 실손보험 가입자를 위한 비급여에 대한 기준 마련과 과잉진료를 막기 위한 구체적인 정책 마련이 필요하다"고 강조했다.

금융위원회는 4세대 실손보험 개편을 통해 고객들의 보험료 절감과 더불어 보험사들의 손해율도 개선할 수 있을 것으로 내다봤지만 보험사들의 손해율 개선에 대해서는 찬·반이 뜨겁다.

이번 실손보험 제도 변화로 손해율을 줄이는 데 큰 효과가 있을지는 미지수라며 지난 '착한 실손' 전환 당시에는 기존 가입자들이 보험료가 절감된다는 측면에서 인기를 끌었지만 이번 개편 이후에는 무조건 보험료를 할인받는 게 아니라 할증이 붙게 될 우려도 있어 고객이 갈아탈 가능성이 없을 것이라는 의견도 나타났기 때문이다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

실적 선방했지만 '불황형 흑자'... 카드사, 새 먹거리로 돌파구 마련

❗ 출발 2021 카드업계 이슈

지난해 3분기 순이익 29% 증가 마케팅비 감소, 비대면 결제 영향 유예 조치 이후 연체 리스크 우려

마이데이터 신사업 경쟁 본격화 현금·동남아 진출 등 저변 확대

(카드사 연체율 추이) 단위: %, %p

구분	'18년말	'19년		증감(b-a)
		6월말(a)	12월말	
총채권	1.48	1.61	1.43	0.23
카드채권	1.66	1.81	1.58	0.18
신용판매	0.76	0.86	0.74	0.11
카드대출	3.31	3.45	3.14	0.31

/금융감독원. 유투 이미지



출 수익이 타격을 입을 전망이다. 이미 수년 전부터 저금리로 인한 마진 축소, 가맹점 수수료를 인하 압박으로 수익성 악화가 또 한 차례 반복할 가능성이 높다.

결국 새해에도 카드사들은 줄어드는 수익을 개선하기 위해 신사업 진출에 적극적으로 나설 것으로 예상된다.

특히 금융사의 차세대 먹거리로 손꼽히는 '마이데이터' 사업 진출에 적극적이다. 이달 말로 예정된 본허가 심사를 통해 마이데이터 서비스를 본격적으로 선보인다. 카드사들은 기존 사업을 영위하며 축적한 방대한 양의 결제데이터를 바탕으로, 경쟁사보다 차별화된 서비스 제공이 가능할 것이라는 게 업계의 중론이다. 또한 지난해부터 유통업 등 비금융회사와의 업무협약, PLCC 출시를 통해 마이데이터 사업 기반을 마련하고 있다.

마이데이터 외에도 지난해부터 이어 온 자동차금융 확대, 동남아 법인 진출 등의 수익 다각화 전략이 지속될 것이라는 전망이 제기된다.

한 카드사 관계자는 "가맹점 수수료가 꾸준히 줄어드는 상황에서, 수년 전부터 내부적으로 신사업 진출에 공을 들여왔다"며 "지난해까지만 하더라도 신사업이라고 불리던 자동차금융이 이제는 사업 포트폴리오에서 주요 수입원으로 자리매김하고 있다"고 말했다. 이어 "올해부터는 마이데이터 등의 새로운 분야 진출 기회가 생기는 만큼 신사업 확장에 공을 들일 예정"이라고 덧붙였다.

/이영성 기자 ysl@

2021년에도 카드업계는 변화와 도전의 시기가 예상된다. 지난해 한 해 동안 신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)이라는 초유의 사태 속에서 카드업계 전반에 걸쳐 많은 변화가 일어났다. 사회적 거리두기로 인해 언택트의 가속화가 이뤄지면서 마케팅, 소비 트렌드 등에서 변화가 생겼다. 어려운 상황 속에서도 업계 전반에 걸쳐 두 자릿수가 넘는 성장을 기록한 점은 고무적이다.

그러나 호실적의 이면에는 허리띠를 졸라맨 '불황형 흑자'라는 점은 리스크로 남아있다. 여기에 오는 7월 예정된 법정 최고금리 4%포인트 인하(연 24%→20%)와 코로나19로 인한 건전성 악화 우려 등 리스크가 산적해 있어 안심하기는 이르다.

◆코로나19 여파에도 견조한 실적...비대면의 시대

먼저 코로나19 장기화로 인해 사회적 거리두기가 지속되자 비대면 결제의 성장으로 이어졌다.

한국은행이 발표한 '코로나19 확산 이후 국내 지급결제 동향'에 따르면 지난해 1~9월 지급카드 일평균 이용규모

는 2조5030억원으로, 전년 동기 대비 1.4%가량 증가했다. 형태별 이용규모별로는 비대면 결제 규모가 8330억원으로 같은 기간 17% 증가한 반면, 대면결제는 3.7% 감소한 것으로 나타났다. 결국 비대면 결제의 급성장으로 대면 결제의 하락분을 상쇄한 셈이다.

비대면 결제의 증가는 자연스레 카드사들의 마케팅 변화로 이어졌다. 예년 같으면 소비 대목인 여름철과 연말을 맞아 카드사에서 항공권, 워터파크, 스키장 등 각종 프로모션을 내세웠겠지만 이마저도 사회적 거리두기로 중단됐다.

이를 대신해 비대면 업종인 배달업, 온라인동영상서비스(OTT), 스트리밍 서비스 등 비대면 특화 상품이 쏟아졌다. 늘어난 배달업 고객을 붙잡기 위해 우리카드와 현대카드는 '배달의 민족'과, 삼성카드와 신한카드는 '요기요'와 손을 잡고 카드를 새롭게 선보이기도 했다.

다만 여행, 항공 등 마케팅비용 지출이 큰 부문을 아끼게 되면서, 카드사의 실적은 크게 개선되는 효과로 이어지기

도 했다. 각 카드사별 공시에 따르면 지난해 8개 카드전업사의 3분기 당기순이익은 약 5664억원으로, 전년 동기 대비(4395억원) 대비 28.9%가량 급증했다.

그러나 업계에서는 버는 돈보다 소모한 비용이 더 감소해 이익이 증가한 것으로 나타나는 불황형 흑자라고 설명한다. 실제 3분기 순이익 증가폭이 가장 컸던 삼성카드의 경우 영업수익이 전년 대비 10.4%가량 감소했지만, 영업비용에서만 19.2%가 감소했다.

한 금융업계 관계자는 "코로나 여파가 상반기까지 이어질 것으로 예측되면서, 지난해와 같은 불황형 흑자가 한동안은 지속할 것으로 예측된다"고 밝혔다.

◆리스크 관리와 돌파구 마련

코로나19 여파로 인해 정부가 유예조치를 시행하면서, 잠재부실 위험이 커진 점도 불안 요소로 남아 있다. 앞서 정부는 중소기업·소상공인에 대해서도 오는 3월까지 대출원금과 이자상환을 유예하기로 결정한 바 있다. 또한 개인 채무자에 대해서도 대출 원금 상환을 6월까지로 연장했다.