

# “팔수록 손해”... ‘4세대 실손보험’ 판매 망설이는 생보사

내달 1일 ‘4세대 실손보험’ 도입 신한라이프 등 실손보험 판매 안해 실손보험, 2016년 이후 5년간 적자



다음달 1일 4세대 실손의료보험(실손보험) 도입을 앞두고 생명보험사의 행보가 갈리고 있다. /유투이미지

다음달 1일 4세대 실손의료보험(실손보험) 도입을 앞두고 생명보험사의 행보가 갈리고 있다. 특히 ▲삼성생명 ▲한화생명 ▲NH농협생명 ▲흥국생명 이외의 생보사는 4세대 실손보험 판매를 두고 소극적인 모습이다. 지속해서 높아지는 실손보험 손해율을 두고 다수의 생보사가 ‘팔수록 손해’라는 결정을 내린 것으로 해석된다.

## ◆ ‘팔수록 손해’ 생보사 판매 고심

24일 보험업계에 따르면 4세대 실손보험 도입이 내달 1일로 다가왔다.

때문에 삼성생명, 한화생명, NH농협생명, 흥국생명은 4세대 실손보험 상품 출시를 계획하고 있다. 반면 신한라이프, 미래에셋생명, KB생명, 푸르덴셜생명, KDB생명, 라이나생명 등은 4세대 실손보험 상품 판매를 하지 않을 것으로 전망된다.

보험사들은 지난 2011년 라이나생명

을 시작으로 실손보험 판매를 중단해 왔다. 생보사 중에서는 ▲미래에셋생명 ▲푸본현대생명 ▲AIA생명 ▲DB생명 ▲KDB생명 등이 실손보험을 판매하지 않고 있다.

같은 기간 실손보험을 판매하는 생보사도 가입 기준을 강화해 문턱을 높이기도 했다.

삼성생명은 60세에서 40세로 가입제한 연령을 낮췄다. 한화생명과 동양생명도 각각 65세에서 49세, 60세에서 50

세로 가입 제한 나이를 조정했다.

그럼에도 불구하고 주요 생보사가 4세대 실손보험을 판매하는 데는 사회환원 차원인 것으로 풀이된다.

생보업계 관계자는 “실손보험의 경우 제2의 건강보험으로 불릴 정도로 가입자가 많다. 하지만 많은 가입자를 통해 이익을 보겠다는 목적보다는 기업의 이미지 제고와 사회환원 차원에서 4세대 실손보험을 선보이게 된 것”이라고 설명했다.

## ◆ 5년 연속 적자에 팔아도 걱정

다수의 생보사가 4세대 실손보험을 판매하지 않는 데는 크게 두 가지 이유를 꼽을 수 있다. 먼저 실손보험의 경우 생보사의 주력상품이 아니라는 점이다. 실손보험이란 보험 가입자가 쓴 의료비 중 건강보험에서 보장하지 않는 부분을 실비로 보장해주는 보험이다. 전체 국민의 75%인 3900만명 이상이 가입하면서 ‘제2의 건강보험’으로 불리고 있다. 판매 시기 및 보장구조 등에 따라 1세대(구 실손), 2세대(표준화), 3세대(신 실손), 노후·유병력자 실손 등으로 구분한다. 따라서 실손보험의 경우 생보사가 아닌 손보사의 주력 상품으로 자리매김하고 있다.

또 실손보험이 2016년 이후 5년 연속 적자를 기록하며 지난해 발생한 적자가 2조5000억원에 달한다는 것도 생보사들의 고민을 깊게 만드는 요인이다. 즉, 자신들의 주력 상품이 아닌 실손보험을 예정된 적자를 감수하면서까지 출시할 필요가 없다는 판단인 셈이다.

최근 금융감독원에 따르면 작년 손보사의 실손보험 손실은 2조3694억원으

로 전년 대비 손실 규모는 149억원 늘어났다. 같은 기간 생보사의 손실액도 1314억원을 기록했다. 상품 종류별로는 일반실손 1, 2, 3세대에서 모두 손실이 발생했다.

업계에서는 치료비가 비싼 일부 비급여 항목에 대한 과도한 보험금 청구를 가장 큰 원인으로 꼽았다.

문제는 4세대 실손보험을 출시하는 생보사가 한정적이게 되면 소비자들의 선택지가 좁아진다는 것. 업계에서는 하루빨리 비급여 치료에 대한 명확한 가이드라인을 통해 손해율 개선이 필요하다는 입장이다.

보험업계 관계자는 “비급여 치료비와 보험료에 대한 기준이 명확하지 않아 손해율이 나날이 오르고 있다”며 “명확한 가이드라인이 나오기 전까지는 이런 추세가 계속해서 이어질 수밖에 없다. 이런 문제점이 이어지면서 내부적으로도 사업성이 점점 더 떨어진다 고 생각하면서 실손보험 판매 중지 보험사가 늘어날 가능성도 있다”고 우려했다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

# ‘경쟁력 강화’ 지방금융지주, 디지털 전환 속도 IBK기업銀, 국내 최초 듀얼카드 출시

DGB금융, 메타버스 활용 회의 진행 BNK부산銀, 비대면으로 대출 실시

지방금융지주들이 금융업 경쟁력 강화를 위해 디지털 전환에 공을 들이고 있다. 메타버스를 업무에 활용하거나 비대면 대출상품 출시, 마이데이터 사업 준비 등 디지털 강화 전략을 이어가고 있다.

23일 금융권에 따르면 DGB금융지주는 디지털 체질개선의 일환으로 ‘메타버스’에 주목하고 있다. DGB금융은 지난 21일 메타버스 플랫폼 제페토를 활용해 그룹 계열사 최고경영자(CEO) 6명이 참석한 그룹경영현안회의를 진행했다. 앞서 지난 5월 DGB금융 경영진회의를 메타버스에서 진행한 데 이어 그룹 계열사 대표까지 가상공간 체험을 확대했다.

DGB금융 관계자는 “디지털 금융 시대에 뉴 트렌드 경험을 제공하고 가상환경 활용에 앞장서기 위해 계열사 CEO에 그치지 않고 전 직원들이 참여할 수 있도록 회의, 시무식, 시상식 등 다양한 콘텐츠를 구성할 계획”이라고 밝



(왼쪽부터) BNK금융지주, DGB금융지주, JB금융지주 사옥 전경 /각사

혔다.

지방금융지주 계열 은행들은 영업점을 방문하지 않아도 앱 하나로 신청이 가능한 금융상품 라인업 강화도 이어가고 있다.

BNK부산은행은 최근 영업점 방문 없이 모바일뱅킹 앱에서 신청 가능한 주택담보대출 ‘ONE아파트론’을 신규 출시했다. 모바일뱅킹 앱을 통해 대출 신청부터 실행까지 모두 비대면으로 실시한다. 우선적으로 서울, 부산, 울산, 경남지역을 대상으로 우선 실시하고 향후 전국으로 확대한다는 방침이다.

DGB대구은행도 지난 17일 무방문 주택담보대출(생활안전자금)을 전면 비대면으로 진행하고 있다. 뿐만 아니

라 대구은행은 핫플적금, 세븐적금 등의 비대면 적금 상품을 운영하고 있는데, 비대면 전략이 효과적으로 작용하면서 판매율도 크게 증가한 것으로 나타났다.

대구은행에 따르면 비대면 금융상품의 판매율은 올 1분기 기준 전년 대비 사용자는 116%, 판매율은 40% 가량 크게 증가한 것으로 나타났다.

JB금융지주 계열사인 광주은행은 지난 1월 신설한 디지털 금융센터 자산이 1조원을 돌파했다. 영업점을 방문하지 않고도 대면채널과 동일하게 제공하는 종합상담서비스가 비대면 고객의 마음을 사로잡았다는 설명이다.

/이영석 기자 ysl@

## NH농협금융, 인도에 코로나 구호물품 지원

산소발생기 67대 배포

NH농협금융은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 어려움을 겪고 있는 인도를 돕고자 산소발생기 67대를 지원했다고 24일 밝혔다.

이번 구호물품 지원은 농협금융 ESG 경영 실천 차원에서 추진됐다. 뉴델리사무소를 운영 중인 NH농협은행과

합작 여신전문금융사 IFFCO-키산과 이낸스(Kisan Finance)를 운영 중인 NH농협캐피탈을 통해 진행됐다.

NH농협은행은 이달 산소발생기 50대를 인도 의료기관 및 현지 교민사회에 지원했다. 인도 적십자사를 통해 산소발생기 35대를 현지 의료기관에 배포했고, 주인도 한국대사관을 통해 뉴델리, 첸나이 및 뭄바이 현지 교민사회에

/안상미 기자 smahn1@

개인-기업카드 접목

IBK기업은행이 국내 최초로 개인카드와 기업카드를 하나로 합친 듀얼(Dual)카드 ‘CEO카드’를 출시한다고 24일 밝혔다.

한 장의 카드 안에 상단에는 개인카드, 하단에는 기업카드를 배치해 고객이 여러 장의 카드를 소지해야 하는 불편함을 없애고 CEO 대상 설문조사를 통해 고객 니즈를 반영하여 서비스 완성도를 높인 점이 특징이다.

윤종원 행장은 “기업 CEO들에게 특화된 전용카드가 있으면 좋겠다”는 아이디어를 내고 상품 서비스부터 카드명, 디자인까지 개발과정을 직접 챙겼다.

/나유리 기자 yul115@



CEO카드 /IBK기업은행

‘CEO카드’는 포인트 적립 등 CEO의 선호도가 높은 다양한 혜택을 담았다. 포인트는 개인카드와 기업카드 이용금액에 따라 개인(법인카드 지정자)에게 무제한 적립된다. 전 세계 항공권 구매, 국내 골프장 그린피 결제에 사용할 수 있고 카드대금 납부, 페이스북 쇼핑, 캐시백으로도 이용 가능하다.

## 여신전문금융사, 기존 고객도 최고금리 인하

내달 7일부터 연 20% 적용

신용카드사, 캐피탈사 등 여신전문금융회사들이 다음달 7일부터 기존 거래고객에게도 인하던 법정 최고금리인 연 20% 적용에 나선다.

여신금융협회는 여신전문금융회사들이 대부업법 시행령 개정에 따라 법정 최고금리 인하에 맞춰 다음달 7일부터 기존 고객에 대해서도 인하던 금리를 적용키로 결정했다고 24일 밝혔다.

기존 거래고객에 대한 적용은 제도적 의무사항이 아니며, 원칙적으로는 갹신 및 연장하는 계약부터 적용하게 된다. 그러나 여신업권에서 법정 최고금리가 연 20%로 낮아짐에 따라 자발적으로 조치에 나선 것이다.

여신협회 측은 “여전업권은 코로나 19 등으로 경제적 어려움을 겪고 있는 서민들과 고통을 분담하고, 금융기관으로서의 사회적 책임을 다하기 위해 기존 고객에 대해서도 자발적 금리 인하 조치에 나서기로 했다”고 설명했다.

이번 조치를 통해 여신전문금융회사를 이용하고 있는 카드사와 캐피탈사 차주 약 264만명이 금리 인하 효과를 볼 것으로 추산된다.

업권별로는 카드업권 내 246만7000명 약 816억원, 캐피탈업권 내 17만5000명 약 350억원 가량의 금리인하 효과를 볼 전망이다. 각사는 해당 내용을 홈페이지를 통해 안내하면서 기존 고객이 별도 신청절차 없이도 인하던 금리를 적용한다는 방침이다.

/이영석 기자