

금리인상에 보험사 수익률 ‘청신호’... 건전성 관리 ‘과제’

운용자산 수익 증가 등 기대감
고금리상품 많은 생보사엔 好好
기존 보유채권 가치 상대적 하락
RBC비율 관리 부담 높아질 듯

기준금리가 오르면 데 이어 추가 금리 인상까지 예상되자 보험사의 기대감이 높아지고 있다. 자산운용률이 상승할 가능성이 커지면서다. 다만 보험사의 재무건전성 악화가 우려된다는 지적도 나온다.

5일 금융업계에 따르면 한국은행은 최근 금융통화위원회(금통위) 정례회의를 열고 기준금리를 현행 연 0.50%에서 0.75%로 0.25%포인트(p) 인상했다.

금리인상 배경에는 ▲금융불균형 위험 누적 ▲물가상승 압력의 높은 수준 유지 가능성 ▲견실한 경기회복 흐름 지

〈보험회사 RBC비율 변동내역〉

구분	2020년 12월 말(A)			2021년 3월 말(B)			변동폭(B-A)		
	가용 자본	요구 자본	RBC 비율	가용 자본	요구 자본	RBC 비율	가용 자본	요구 자본	RBC 비율
생보사	122.2	41.1	297.3	112.4	41.1	273.2	▲9.8	0.1	▲24.1
손보사	52.3	22.3	234.0	51.0	22.7	224.8	▲1.3	0.3	▲9.2
합계	174.5	63.4	275.0	163.4	63.8	256.0	▲11.1	0.4	▲19.0

/금융감독원

속 전망 등이 꼽힌다. 가계부채가 사상 최대치를 경신한 만큼 가계부채 급증에 대응하기 위한 전략이란 분석이다.

여기에 올해 남은 두 차례의 기준금리 결정에서 추가로 기준금리를 인상할 수 있다는 의견도 나온다.

보험사들은 향후 추가 금리인상에 대해 촉각을 곤두세우고 있는 모습이다.

기준금리가 인상될 경우 보험사의 순

이익이 늘어날 것으로 예상되면서다. 통상적으로 기준금리가 오르면 보험사가 보유한 운용자산의 수익 증가와 투자 손익이 개선된다. 기존 보유 채권보다 신규 채권 투자에 비교적 높은 이율이 적용되기 때문이다.

특히 손해보험사보다 고금리상품 비중이 큰 생명보험사에는 역마진을 벗어날 기회라는 시각도 나온다. 생보사의

경우 손보사와 비교해 보유하고 있는 고금리 상품이 많다. 여기에 손보사보다 자산 규모도 커 금리인상에 따른 긍정적인 영향이 클 것으로 관측된다.

다만 추가 금리인상이 보험사에 자칫하면 양날의 검이 될 가능성도 크다. 금리인상에 따라 보험사가 이전에 보유하던 채권들의 가치는 상대적으로 떨어져서다. 기존 보유 채권의 가치가 하락하면 자산평가에서 마이너스 요인으로 작용한다.

이는 곧 보험사의 지급여력(RBC)비율 감소로 이어지게 된다. RBC비율이란 가용자본을 요구자본으로 나눈 값이다. 때문에 RBC비율이 높을수록 보험사의 재무 건전성이 양호하다고 해석할 수 있다.

금융감독원에 따르면 지난 3월 말 보험사의 RBC비율은 256.0%로 지난 12월

말 275.0%와 비교하면 19.0%p 줄어 들었다. 생보사의 경우 297.3%에서 273.2%로 24.1%p 하락했다. 손보사도 234.0%에서 224.8%로 9.2%p 감소했다.

RBC비율이 감소세를 보인 시점에서 기준금리까지 오르며 RBC비율 관리에 대한 보험사들의 부담도 높아질 것으로 예상된다.

보험업계 관계자는 “금리인상은 보통 금융사에는 플러스 요인으로 작용한다. 은행은 예대금리가 높아지고, 보험사는 보험료를 가지고 채권 투자를 하는데 채권금리가 올라가면서 자산운용률에 영향을 줄 것”이라며 “한편에서는 기존 보유 채권들의 가치가 상대적으로 떨어지기 때문에 주의가 필요하다. RBC비율 관리 등을 더 챙겨야 할 시점”이라고 강조했다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

KB국민은행, 2기 소비자권익강화 자문위원회 출범

외부전문위원 4명, 내부 1명 운영
소비자보호제도 개선 의견 등 제시

KB국민은행은 외부전문가로 구성된 제2기 ‘소비자권익강화 자문위원회’를 출범했다.

소비자권익강화 자문위원회는 금융 소비자의 권익 강화를 위한 은행 내 기구다. 소비자보호 제도 및 프로세스에 대한 개선의견 제시, 신규상품 및 서비스에 대한 소비자 지향성 검토 등 금융 소비자의 권익 강화를 위한 자문역할을 하며 외부전문위원 4명과 내부위원 1명으로 운영된다.

전 한국소비자학회 회장을 역임한 권대우 한양대학교 교수가 위원장을 맡고, 한국소비문화학회 회장인 유현정 충북대학교 교수와 금융법 전문가인 전경근 아주대학교 교수, 그리고 노동법



지난 3일 KB국민은행 여의도 본점에서 열린 제2기 ‘소비자권익강화 자문위원회’ 출범식에서 (오른쪽부터)허인 KB국민은행장, 권대우 한양대학교 교수, 유현정 충북대학교 교수, 이승욱 이화여자대학교 교수, 전경근 아주대학교 교수가 기념촬영을 하고 있다. /KB국민은행

전문가인 이승욱 이화여자대학교 교수가 위촉됐다. 내부위원은 KB국민은행 금융소비자 보호 총괄책임자인 명현식 상무가 담당한다.

KB국민은행 관계자는 5일 “금융소비자의 권익신장뿐만 아니라 KB국민

은행에 대한 고객의 신뢰 제고 차원에서 선제적으로 설치한 위원회를 지속적으로 운영해 나가겠다”며 “앞으로도 소비자권익보호를 위해 최선을 다하겠다”고 밝혔다.

/이영석 기자 ysl@

삼성카드
추석맞이 할인·쿠폰 등 혜택

삼성카드가 민족의 명절 추석맞이해 선물세트 할인, 상품권 및 모바일 쿠폰 증정 등 다양한 혜택을 제공한다.

삼성카드는 오는 21일까지 전국 이마트, 이마트 트레이더스에서 삼성카드 추석 선물세트를 구매하면 결제금액에 따라 최대 50만원까지 할인 혹은 신세계상품권 지급 혜택을 제공한다.

이마트에서는 오는 7일부터 21일까지 추석 행사 선물세트를 삼성카드 구매하면 최대 40% 현장할인을 제공하고, 이마트 트레이더스에서는 오는 22일까지 정관장 행사상품 구매 시 1만 5000원 현장할인을 제공한다.

삼성카드는 오는 19일까지 홈페이지에서 이벤트에 응모하고 행사 기간 동안 삼성카드로 편의점, 음식점, 커피전문점, 제과, 약국에서 합산 5만원 이상 이용하고 고객에게 스타벅스 카페 아메리카노 모바일 쿠폰도 1매씩 제공한다.

/권소연 기자 think@

KB금융, ESG·친환경 소비 보고서 발간

소비자의 친환경 소비 인식 등 담았다

KB금융그룹은 ESG(환경·사회·지배구조)와 친환경 소비에 대한 소비자들의 시각과 실천 현황 등을 분석한 ‘KB 트렌드보고서: 소비자가 본 ESG와 친환경 소비행동’을 발간했다고 5일 밝혔다.

이번에 발간한 KB트렌드 보고서는 코로나 시대의 사회·경제적 변화를 적시에 파악해 급변하는 환경에 적응하는데 도움이 될 수 있는 유용한 정보를 고객 및 사회와 나누고자 기획됐다. 향후 MZ세대, 시니어세대 그리고 메타버스 등 다양한 주제로 트렌드 보고서를 발간할 예정이다.

특히 이번 보고서에는 ▲소비자의 ESG 가치 ▲소비자의 친환경 행동 ▲소비자의 친환경 소비 인식 ▲소비자의 친환경 소비 트렌드 ▲소비자의 친환경 산업과 정책 인식 등 ESG와 친환경 소

비에 대한 시각을 담았다.

주요 내용으로는 ‘소비자의 ESG 가치’ 파트에서 정부의 2050 탄소중립 추진 전략과 기업들의 ESG 확산 노력을 통한 소비자의 ESG 공감에 대해 설명하고 있다.

또 소비자의 친환경 행동 파트 설문 결과를 보면 응답자의 76%가 ‘대기오염’과 ‘기후변화 및 지구온난화’를 가장 심각한 환경 문제로 생각하는 것으로 집계됐다. 일상에서 자주 실천하는 친환경 행동으로 Z세대는 개인컵 활용하기 그 외 세대는 장바구니 이용하기를 꼽았다.

특히 실천하기 어려운 친환경 행동으로는 ‘배달음식 주문 시 일회용품 안 받기’를 꼽았는데, Z세대의 경우 생활 속에서 친환경 행동을 실천하려는 의지는 높지만 1인가구가 많아 배달음식으로 인한 실천의 어려움이 높은 것으로 풀이된다.

/이영석 기자

보험료 늘고 환급금 줄고 ‘소비자 주의보’

금감원 Q&A

체증형 종신보험

Q. 지인이 소개해준 보험 설계사가 매년 사망보험금이 올라가는 보험인 ‘체증형 종신보험’이 출시됐다고 하면서 기존 보험을 해지하고 승환하라는 권유를 받았습니다. 믿고 진행해도 되는 것인지 궁금합니다.

A. 최근 생명보험사에서 일정기간 후 사망보험금이 증가하는 체증형 종신보험이 연이어 출시되고 있습니다. 여기서 체증형 종신보험이란 사망보험금 지급액이 전 기간 동일하게 유지되는 평균형과는 다르게 가입 후 특정 연령이 경과하는 경우 보험금이 증가하는 종신보험을 의미합니다. 이러한 체증형 종신보험은 물가상승으로 보장자산과 실질가치가 하락하는 것을 방지하기 위한 목적에서 고안됐습니다.

하지만 사망보험금 증가분이 보험료에 반영되기 때문에 평균형 종신보험에 비해 보험료가 높아지게 됩니다. 일부 보험사의 안내 자료에는 보험료 상승에 대한 언급 없이 사망보험금이 체증(증가)한다는 사실만 안내하고 있으니 이

를 유의하셔야 합니다.

또 최근 보험 리모델링이 확산하면서 체증형 종신보험에 대한 승환계약 등 기존의 보험계약을 소멸하고 새로운 보험계약을 체결하는 경우가 증가하고 있습니다. 기존 계약 해지로 인한 소실 가능성, 해지 및 신규계약에 대한 비교 등 충분한 설명이 이뤄지지 않을 경우 금전적인 손실이 발생할 수 있습니다.

특히 기존 보험계약을 해지하는 과정에서 사업비 중복 부담 등으로 손실이 발생하는 사례가 확인되고 있습니다. 이 경우 월 보험료 납입을 중단하고 보험 가입금액을 감액해 보험기간과 보험금 지급조건의 변경 없이 보험계약을 유지할 수 있는 감액완납제도를 활용해 사망보험금 가입금액 조정이 가능하니 이를 염두하시길 바랍니다.

더불어 장기유지율이 낮은 체증형 종신보험은 통상 무·저해지 환급형과 결합해 많이 판매되고 있습니다. 하지만 무·저해지 환급형은 납입기간 중 조기에 보험계약을 해지하는 경우 해약환급금이 없거나 매우 적을 수 있습니다. 따라서 꼼꼼하게 확인한 뒤 신중하게 결정하시길 바랍니다.

/이영석 기자

“청약하고 핑크퐁이랑 저축습관 놀이해요”

우리은행 청약 가입고객 경품 추천

우리은행은 영유아 고객을 위한 ‘청약하고 핑크퐁이랑 놀자’ 이벤트를 다음달 29일까지 실시한다고 5일 밝혔다.

이번 이벤트 대상은 다음달 29일까지 우리아이행복 주택청약종합저축을 가입하고 자동이체를 등록한 고객이다. 추천을 통해 어린이가 돈을 관리하고 저축하는 습관을 학습할 수 있는 노래하는 ATM 은행놀이 세트 경품을 500명에게 제공한다. 핑크퐁과 아기상어 캐릭터와 동요가 들어있는 경품을 활용한 즐거운 놀이를 통해 경제 지식을 익

힐 수 있다. 자세한 이벤트 내용은 우리은행 홈페이지 또는 우리WON뱅킹 이벤트 페이지를 통해 확인할 수 있다.

우리은행 관계자는 “코로나19로 집 밖으로 나가기 어려운 상황에서 자녀와 함께 집에서 은행놀이를 할 수 있는 경품제공 이벤트를 마련했다”고 말했다.

한편, 우리은행은 스마트스튜디오 영유아 마케팅을 위한 업무협약을 체결하고 핑크퐁 통장 3종 출시 및 영유아 저축장려 금융교육 콘텐츠 저축송, 용돈송을 우리은행 유튜브에 게시해 어린이와 부모로부터 좋은 반응을 얻은 바 있다.

/이영석 기자