

■ 21세기 보험 산업과 지식 경영

- 미래 보험시장은 고령화, 정보화, 저성장 경제화, 무국경화에 따라 새로운 시장 수요가 창출될 것임
- 이에 따라 미래 생명보험 부문에서는 보장성 보험과 금리 연계 상품이 늘어날 전망이다, 손해보험쪽은 제조물 책임 보험 등과 자산유동화와 관련된 모노라인 보험(금융보증보험) 등의 성장성이 높을 전망이다
 - 보험 수요의 변화와 보험 상품의 금리 연계 등에 의한 보험 시장의 流動化 증가는 그 만큼 보험 회사의 위험 부담을 가중시키게 됨
 - 영업에 있어서는 다양한 금융 상품의 지식을 갖추고 금융, 부동산, 세무 일반 등에 관한 컨설팅이 가능한 재무 설계사(Financial Planner)의 육성이 중요해질 것임
- 따라서 21세기 보험회사는 급격한 경영 환경 변화와 영업 전략에 관한 정보와 지식을 원활히 활용할 수 있는 '정보 인프라 구축'과 '지식 경영'의 추구가 필요하게 됨

21세기 보험 산업과 지식 경영

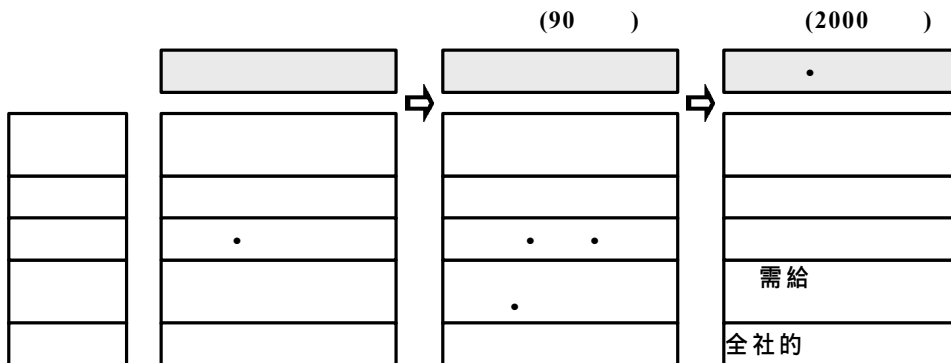
□ 국내 보험 산업의 21세기 환경 전망

- 미래 보험시장은 고령화, 정보화, 저성장 경제화, 無국경화에 따라 새로운 시장 수요가 창출될 것임
 - (고령화) 고령화 사회의 도래와 함께 질병, 연금 보험 등의 수요가 확대되고, 보험-금융의 종합 서비스에 대한 요구가 커질 것임
 - (정보화) 인터넷을 통한 종합 서비스 제공을 위해 전산 인프라 투자와 함께 통합 정보시스템의 구축이 이루어질 것임
 - (저성장 경제화) 시장 경쟁은 양적 확대에서 질적 고도화가 더 중시되고, 매출액 신장의 단순 경쟁에서 수익성을 감안한 고객특화 경쟁이 병행될 것임
 - (無국경화) 한국 경제의 글로벌화에 따라, 보험 산업의 활동 무대도 국경을 초월한 세계 시장으로 확대될 것임

□ 21세기 보험 패러다임의 특징

- 이에 따라 미래 보험산업의 특징은 금융서비스의 유니버설화, 고객 맞춤의 상품화, 사이버 금융화, 보험시장의 세계 통합화로 요약됨

< 보험산업의 패러다임 변화 추이 전망 >



- 보험사의 경영 패러다임 변화

- 보험사는 전문화·복합 서비스를 동시에 추구함으로써 업무 추진의 분권화와 함께 유사 업무의 통합이 이루어지고, 부서별로 독자적 부가가치 창출을 추구

경쟁기 (90년대말)	성숙기 (2000년대)
·자유 요율 체제	·증권화·국제화 추세에 따라 보험 영업의 다국적화 및 국제 경쟁 본격화
·규제완화에 의한 보험환경 자유화와 경쟁 심화	·종합금융회사 추구
·영업 부문 중심의 경쟁력 강화	·경영의 다국적화
·국내 사업의 내실 경영	·세계적인 글로벌 경영의 보편화에 따라
·가격 자유화에 따라 언더라이팅 능력이 중요	·고객 니즈의 범세계화에 부응
·영업·투자의 종합적인 수익성 경쟁	

- 유망 보험 사업 전망

- (생명보험) 저축성 보험의 비중은 감소하고 보장성 보험과 금리 연계 상품의 비중이 지속적으로 늘어날 전망이다
- (손해보험) 보다 다양한 위험의 인수에 따라 제조물책임보험, 전문인 책임 보험, 산업재해보상보험, 자연재해보험 등과 자산유동화와 관련된 부동산권리보험 (title insurance), 모노라인 보험(금융보증보험) 등의 성장성이 높을 전망이다
- 고령화 사회의 도래에 따라 노후 소득 보장을 위한 퇴직연금제도가 도입되어 사내 유보되는 퇴직 일시금 방식 대신에 사외 기금 적립 방식이 활용됨

□ 보험회사의 미래 전략

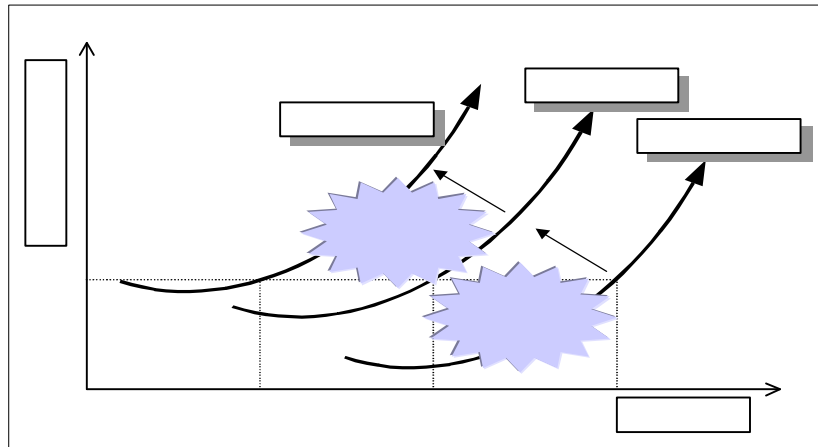
- 21세기 보험회사는 급격한 경영 환경 변화에 유연하게 대처하는 조직의 창출을 위해 '정보 인프라의 구축'과 '지식 경영'이 필요

- 아더 앤더슨 컨설팅社에 따르면 보험사들은 경영 환경 변화의 적기 인식과 대응 마련, 실천까지 時差를 줄이는 경영이 절실한 것으로 진단한 바 있음
- 보험사는 소매업의 POS 시스템과 같이 인적 영업 네트워크와 정보기술 활용으로 영업직원이나 대리점별 고객 만족도, 해약 사유, 고객층별 부가서비스, 만족도 등을 파악하고, 경쟁사 동향, 새로운 금융-보험상품 동향 등도 파악해야 함
- 변화된 환경에 적합하도록 신속하게 변할 수 있는 유연한 조직이 되기 위해서는 전 임직원의 의식개혁이 원활하게 이루어질 수 있는 지식경영의 도입 필요

- 컨설턴트형의 미래 보험 영업

- 미래의 보험 영업 직원은 다양한 보험상품의 지식과 자사 상품의 유용성을 타 상품과 비교할 수 있는 금융상품의 지식이 필요

< 급변하는 환경 변화에 대한 신속한 대응 체제 구축 >



주: 과거 환경 변화를 인식하고 적응하기까지 조직의 경직성으로 인해 적지 않은 시차가 존재하였으나, 정보인프라 구축과 지식 경영을 통해 그 시차를 줄일 수 있음

- 나아가, 생산성 증대를 위해 금융, 부동산, 세무 일반 등에 관한 컨설팅이 가능한 재무 설계사(Financial Planner)의 육성이 중요해질 것임
 - 변액 보험 등 실적 배당 상품의 도입에 따라 금융전문가 영업이 필요하며, 소비자의 라이프사이클에 맞춘 재정 설계를 제공하는 서비스 체제 필요
 - 이러한 영업 활동을 지원하는 고객 니즈에 부응하는 시뮬레이션을 할 수 있는 휴대용 워크스테이션이 필요할 것임
 - 영업본부의 관리자는 영업 실적 뿐만 아니라 컨설팅 능력도 지표화하여 평가
- 다른 업종간 상품 제휴의 적극 추진
- 이미 활발해지고 있는異업종간 상품 제휴가 더욱 확산되면서 시장 경쟁력의 주요 원천으로서 복합 상품화 창출을 위한 제휴 마케팅이 매우 중요해질 전망
- 미래형 상품의 개발
- (고령화에 대응한 상품 신장) 보장(보상) 내용에 첨가하여 부가서비스도 중시
 - (저축성 상품의 신장) 단순 상품보다 패키지 상품 지향
 - (생손보 상품의 동질화 경향) 고객 맞춤 상품 지향
 - (특정 고객 지향) 세분화된 시장별로 특정층을 겨냥한 상품 중시

■ 임진국 연구위원 jklim@hri.co.kr ☎724-4018