

위험률 너머, 계리사의 새로운 역할

유 명 신

금융감독원 보험감독국 보험총괄팀 팀장
한국보험계리사, 미국회계사



보험계리사는 불확실성을 숫자로 바꾸는 사람이다. 사망·질병·사고와 같이 발생 여부와 시점을 알기 어려운 위험을 확률과 현재가치로 환산해 보험료와 보장내용을 설계하고, 장래의 보험금 지급에 필요한 책임준비금을 산출한다. 그런데 보험상품의 또 다른 중요한 구성요소인 사업비에 대해서는 계리사가 상대적으로 거리를 두어 온 측면이 있다. 위험률과 책임준비금은 계리의 영역이지만 사업비의 책정과 집행은 경영관리 부서만의 영역이라는 인식이 적지 않았다. 그러나 과연 이러한 구분이 지속되어야만 하는지는 돌아볼 필요가 있다.

최근 보험 판매수수료 제도는 큰 변화를 맞고 있다. 올해 3월부터 판매수수료 비교공시와 보험회사 상품위원회의 기능 강화 등이 시행되었고, 7월부터는 보험대리점(GA) 소속 설계사에게도 이른바 ‘1,200% 룰’이 확대 적용되었으며, 대형 GA의 상품 비교·설명 과정에서는 추천 상품의 판매수수료 등급과 순위도 설명하도록 했다. 내년부터는 판매수수료를 계약 유지기간에 걸쳐 나누어 지급하는 분급체계도 단계적으로 도입될 예정이다.

이러한 제도 개편은 단순히 “설계사 수당을 얼마나 지급할 것인가”의 문제가 아니다. 상품을 개발할 때 예정한 사업비가 적정한지, 실제 사업비가 계획된 범위에서 집행되는지, 판매수수료 구조가 계약 유지와 소비자 편익에 어떤 영향을 미치는지, 그 결과가 보험회사의 장기 수익성과 건전성에 어떠한 부담을 주는지를 함께 살펴보는 작업이다.

사업비는 계약체결비용, 해약환급금, 표준해약공제액, 해약환급금준비금 등과도 긴밀하게 연결되어 있다. 과도한 신계약비와 판매수수료는 보험회사의 비용 증가에 그치지 않고 초기 해약환급금과 계약 유지율, 상품의 장기 손익, 보험회사의 건전성은 물론 소비자가 체감하는 보험상품의 가치에도 영향을 줄 수 있다. 어느 한 부분만 떼어 판단하기 어려운 문제인 이유이다.

위험보다 예측 가능한 사업비를 외면해서야

계리사는 발생 여부가 알기 어려운 보험사고를 예측하고, 수십 년 뒤의 현금흐름을 현재가치로 평가한다. 그렇다면 위험률에 비해 상대적으로 관찰하고 관리하기 쉬운 사업비에 대해 “내 업무가 아니다”라고 선을 긋는 것은 자연스럽지 않다. 물론 사업비 역시 완전히 확정된 비용은 아니다. 판매채널과 상품구조, 인건비, 영업정책, 계약 유지율, 시장 경쟁 상황 등에 따라 실제 집행액이 달라질 수 있다. 그러나 이러한 변동성은 오히려 예정사업비 가정의 적정성을 검증하고 예상과 실제의 차이를 분석해야 할 필요성을 높인다.

사업비는 미래 현금흐름과 상품 수익성에 직접 영향을 미친다. 위험률을 정교하게 산출하더라도 그 상품을 판매하고 유지하는 데 드는 비용이 합리적으로 설정되지 않는다면 보험료의 적정성과 상품의 지속 가능성을 담보하기 어렵기 때문이다. 더욱이 현행 법령상 보험계리사의 업무는 위험률 산출에 국한되지 않는다. 기초서류의 작성, 책임준비금 등 준비금의 적립, 지급여력비율 계산 중 보험료와 책임준비금에 관한 사항, 기초서류 관련 상품 공시자료 등은 계리 업무의 범위에 포함된다. 사업비 가정 역시 보험료 산출과 상품 수익성 분석에 반영되고 기초서류의 적정성과 맞닿아 있다는 점에서, 사업비를 계리 업무와 무관한 영역으로 보기는 어렵다.

사업비를 보험료의 본질적 구성요소로 볼 것인지, 보험계약의 부가 비용으로 볼 것인지에 대해서는 국내외 보험학계에서 오랜 논의가 이어져 왔다. 하지만 사업비의 본질에 대한 논쟁은 오히려 계리사의 역할을 부각시킬 수 있다고 생각한다. 이해관계와 판단이 복잡하게 얽힌 문제일수록 객관적인 데이터와 장기적 관점에 기초한 계리적 분석과 검증이 필요하기 때문이다. 사업비 수준을 결정하는 것은 경영의 영역일 수 있지만, 특정 사업비 수준이 보험료와 해약환급금, 유지율, 장기 손익 등에 어떠한 결과를 가져오는지를 분석하고 설명하는 것은 계리사가 가장 잘할 수 있는 업무 중 하나가 아닐까.

사업비와 관련한 계리사의 역할

우선 상품과 판매채널별 실제 비용 자료를 바탕으로 예정사업비 가정을 합리적으로 설정하고, 그 산출 근거와 한계를 명확하게 제시해야 한다. 단순히 과거의 평균 비용률을 적용하는 데 그치지 않고, 판매채널의 변화와 인건비 상승, 계약 유지율과 해지율의 변동, 판매수수료 지급방식의 변화가 장래 현금흐름에 미치는 영향 분석할 필요가 있다.

아울러 상품 판매 이후의 역할도 중요하다. 예정사업비와 실제 사업비의 차이, 판매수수료 집행 수준, 유지율과 해지율, 판매채널별 수익성 등을 지속적으로 비교해 이상 징후를 조기에 파악해야 한다. 예컨대 특정 상품의 판매수수료가 예상보다 크게 집행되거나, 높은 수수료가 낮은 계약 유지율과 결합되는 경우의 영향을 수치로 보여줄 수 있다면 의사결정에 많은 도움이 될 것이다. 예정한 범위를 넘어선 사업비 집행이 다른 계약이나 장래 계약자에게 부담으로 전가될 가능성에 대해서도 살펴보는 것이 바람직하다.

보험회사 상품위원회 등 내부 의사결정 과정에서도 계리사의 의견이 보다 적극적으로 제시되고 반영될 필요가 있다. 사업비가 단기적인 상품 수익성 기준을 충족하는지만 확인하는 데 그치지 않고, 수수료 구조가 계약의 장기 유지, 소비자 편익, 해약환급금 및 재무 건전성에 미치는 영향을 종합적으로 검토해야 한다. 무엇보다 장기 현금흐름과 위험의 관점에서 독립적인 의견을 제시할 수 있어야 할 것인데, 계리사의 역할은 영업 판단을 대신하는 것이 아니라 그 판단이 가져올 장기적 결과를 객관적으로 측정하고 알리는 데 있기 때문이다.

사업비를 바라볼 때 계리의 영역도 넓어진다

이러한 역할 확대는 계리사에게 부담만을 더하는 일이 아니다. 계리 전문성이 상품개발과 책임준비금 산출을 넘어 사업비 관리, 판매채널 전략, 소비자보호 및 경영 의사결정으로 확장되는 기회이기도 하다. 계리사가 예정사업비의 설정부터 실제 집행과 사후평가까지 적극적으로 참여한다면, 보험료와 보험금 뿐 아니라 보험상품 운영 전반의 합리성을 설명하는 핵심 전문가로 자리매김할 수 있다. 데이터 분석과 모델링이라는 계리사의 강점 역시 사업비 분석과 판매수수료 관리 분야에서 더욱 폭넓게 활용될 수 있을 것이다.

우리 보험산업은 과도한 설계사 수수료와 부당승환, 낮은 계약 유지율, 불투명한 사업비 구조 등으로 소비자의 비판을 받아 왔다. 이러한 불신은 감독 및 규제만으로 완전히 해소되기 어렵다. 상품을 설계하고 평가하는 전문가가 그 상품에 부가된 비용의 적정성과 실제 집행 결과까지 책임 있게 들여다보는 문화가 함께 정착되어야 할 것이다.

계리사회 회원들이 보다 적극적이고 진취적인 자세로 역할을 확대한다면, 보험산업에 대한 신뢰를 높이는 데 기여하는 것은 물론 계리사의 위상도 한 단계 더 상승할 것이다. 이제 사업비를 계리 업무의 주변부가 아니라, 전문성이 발휘되어야 할 중요한 영역으로 바라볼 때다.