

수익사 공제 설립을 통한 애견보험 시장 활성화

(2018.6.30)

목 차

I. 서 론 (연구배경, 목적, 방법)

II. 주요 검토내용

- 현황 및 문제점

- 수익사 공제 설립 및

상품구조 리모델링

- 보험사와의 재공제 특약구조

III. 결론

글로벌보험연금대학원 심현정 정용진

(심현정 : 주제선정, 자료수집, 논문 구성 및 편집방향 결정

정용진 : 편집 및 발표)

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

반려견의 사회적 지위와 시장규모가 하루가 다르게 변하고 있다. 과거에는 식용으로 사육되던 시절도 있었으나 현재는 애완동물의 지위를 거쳐 가족처럼 함께 살아간다는 의미로 반려견이라 불리우고 있다. 반려견의 지위가 상승됨과 더불어 그 숫자도 크게 증가하여 2018년 현재 반려견 수는 약 500만 마리로 추정되며 시장규모는 2~3조원, 사료, 의복, 의료, 장난감 시장까지 포함하면 5조원 규모까지 성장했다. 반려견이 주는 행복에 지갑을 여는 것이 아깝지 않은 사회가 된 것이다.

그러나 반려견을 입양하여 키우다 보면 치료비에 놀라게 된다. 사소한 질병으로 병원에 가도 기본 수만원의 치료비는 우습게 지출되고 골절이나 심장 질환의 경우 수백만원의 치료비가 소요되기도 한다. 그래서 반려견 보험에 대한 관심이 많아지고 있으나 실제 그 가입사례는 미미하기만 한 실정이다. 이에 이 논문에서는 반려견 보험이 활성화 되기 어려운 이유를 밝혀내고 그 개선책으로 수의사 공제회 설립을 통해 보험업계와 동물의료 업계가 공동으로 문제를 해결할 수 있는 방안을 검토하고자 한다.

2. 연구 방법

상기에서 언급하였듯이 반려견보험 활성화를 위한 방안으로 수의사 공제회 설립 유도를 제시하고자 한다. 이를 위해 먼저 반려견보험의 국내외 현황조사를 통해 문제점을 도출하고 수의사 공제회 설립이 해결책이 될 수 있는지와 수의사공제회(가칭)와 보험업계의 상생구조에 대해서도 논하고자 한다. 나아가 수의사공제회(가칭) 설립시 보험업계와 체결해야 할 특약의 최적화 모델을 도출해 보고자 한다.

II. 주요 검토내용

1. 현황 및 문제점

국내 반려견보험은 일반보험의 한 종목으로 구색갖추기식으로 명맥만 유지해 오나 2014년에 반려견 등록제 시행과 함께 전기를 맞게 된다. 반려견 등록제가 시행됨에 따라 반려견보험의 장애요인이었던 도덕적위험이 크게 낮아졌다고 판단한 손보사들은 경쟁적으로 보험상품을 판매하게 되었고 그 현황은 아래와 같다.

구분	A사	B사	C사	D사
담보위험	진료비, 검사비, 입원비, 수술비 등 (슬개골, 고관절, 치과 면책)			
보상한도액	100~150만원/질병당, 500만원 연간			
자기부담금	30%	30%	30%/50%	3만원
보험료	49만원	50만원	36만원	41만원
수입보험료	약 12억원			
손해율	64%~173%			

반려견보험의 담보조건은 사별로 크게 다르지 않다. 기본적으로 병원 치료비 위주의 담보를 40만원 내외의 보험료로 제공하고 있으며 보상한도액은 질병당 150만원 이내이다. 반려견보험이 활성화되어 있는 일본의 조건도 이와 유사하다. ANICOM사의 패밀리 70%플랜이라는 상품은 입원 140만원의 담보를 30~80만원의 보험료(연령별로 상이)로 제공하고 있다.

그러나 가입율은 크게 차이가 난다. 국내에서 보험혜택을 받는 반려견의 수는 수천마리에 불과하며 가입율은 0.1% 이내이나 일본은 가입율 4%, 시장규모는 약 5,000억원, 손해율은 50% 후반으로 사업비 30%를 감안하여도 일본 보험사는 10%대의 수익을 안정적으로 시현하고 있다.

이미 수십년전부터 반려견보험을 운영하고 있어 안정된 시장을 갖고 있는 일본에 비해 국내사는 공격적으로 판매를 확대시키기 어려운 측면은 물론 있다. 동물병원의 의료수가가 표준화 되어 있지 않아 보험에 가입된 반려견은 병원에서 과잉진료될 가능성이 많고 보험가입 자체가 많지 않아 역선택에 취약한 구조를 갖고 있다. 실제로 과거 누적손해율은 100%를 크게 상회하는 수준이고 사업비까지 감안하면 반려견 보험은 팔면 팔수록 손해보는 상품이 되어버렸다.

소비자 입장에서조차 질병당 최대 150만원의 담보를 제공받기 위해 연간 40~50만원의 보험료를 납입하는 것이 부담스러운 것은 사실이다. 그리고 반려견이 가족과 같은 지위를 누리고 있는 문화에서 견주가 가장 두려워하는 것은 소소한 질병으로 인한 검사, 진단, 치료비의 발생이 아니라 중대 질병 또는 심한 부상으로 인해 수백만원 또는 천만원(암 치료비의 경우의 경우)을 초과하는 의료비가 발생하여 가족과 같은 반려견에게 제대로 된 치료를 제공하기 어려운 상황에 처하게 되는 경우인데 이와 같은 담보를 보험에서 제공해주지 않기 때문에 보험니즈가 발생하기 어려운 상황이다.

보험상품의 구조적 문제 이외에 반려견보험의 가장 큰 장애요인은 반려동물의 의료수가 문제일 것이다. 1999년 동물병원의 담합을 막고 자율경쟁을 유도한다는 취지로 폐지된 동물의료수가제는 폐지 이후 진료비는 오히려 급등하였고 2016년 6월 한국소비자연맹 조사에 따르면

같은 질병이라 하더라도 동물병원에 따라 적게는 4 배에서 18 배까지 차이가 나는 상황까지 이르게 되었다.

이에 더하여 2017 년 12 월 소비자 시민모임에서 실시한 반려동물 서비스 소비자 인식조사에 의하면 의료수가 차이에 대한 불만 이외에 동물병원의 과잉진료와 중복검사, 타병원의 진료기록 불인정 등에 대해 문제를 제기하고 있으며 이에 대한 대책으로 동물보험 활성화가 필요하다는 의견이 제기되었다.

2. 수의사 공제 설립 및 상품구조 리모델링

상기에서 알 수 있듯이 보험사의 반려견보험은 1) 상품구조 자체가 소비자의 호응을 얻기 어렵고 2) 역선택에 취약한 측면이 있으며 3) 동물의료수가 자체의 문제점으로 보험사는 이와 같은 상품이 있다는 것에만 의의를 두고 있고 적극적인 판매나 개선은 고려하고 있지 않다.

이와 같은 상황에서 보험사는 스스로의 한계를 인정하여 반려견 보험 자체를 수의사업계에 이관시키고 재공제로 이를 인수하는 발상의 전환이 필요하다.

먼저 수의사 공제회 설립 유도 및 지원이다. 수의사협회가 일종의 단종보험사를 설립하여 반려견 공제사업을 영위하는 하는 형태이다. 공제사를 설립하고 운영하는 일은 많은 시간과 비용이 필요하며 전문적인 지식도 필요하기 때문에 쉽게 검토되기 힘들다. 공제사의 형태를 판매공제*로 하고 손해보험회사가 이러한 판매공제 설립을 위한 인적·물적 지원**을 제공하면 어렵지 않은 일이다. 실제로 건설공제, 엔지니어링 공제조합, 방위산업공제회, 중기중앙회 등에서 보험사의 지원을 받아 일반공제 사업을 런칭하여 운영하는 사례가 있다.

* 판매 상품에 대해 보유를 하지않고 전액 보험사로 출재하는 형태의 공제사, 일종의 보험사 대리점과 같이 수수료 수입을 주 수익원으로 한다

** 상품 및 요율 지원, 인력파견, 교육훈련 지원, 전산개발, 법률 자문 등

수의사 공제회사 반려견보험 사업을 영위하면 보험사의 그것에 비해 아래와 같은 장점이 있다.

첫째, 역선택으로부터 자유로워진다. 동물병원은 반려견 등록을 위한 칩 이식작업을 수행할 수 있어 반려견공제에 가입하는 반려견은 보험가입과 동시에 등록작업이 병행되어 하나의 증권에 피보험견이 여러마리를 하는 보험사기 차단이 가능하고 수의사의 전문적인 언더라이팅을 통해 보험가입당시의 건강상태 체크가 가능하게 되어 역선택을 예방할 수 있다.

두번째는 사업비 절감이 가능하다. 동물병원에서 공제상품을 판매하게 되면 별도의 모집조직이 필요하지 않고 손해사정도 동물병원에서 직접 수행이 가능하기 때문에 추가적인 사업비가 발생하지 않게 되어 보험사에 비해 가격경쟁력이 있으며 절감된 사업비는 공제료에 반영되어 소비자에게 절감효과가 돌아갈 수 있다.

세번째는 의료수가 표준화가 기대된다. 수의사 협회가 공제사업을 영위할 경우 현재 문제가 되고 있는 들쭉날쭉한 의료비 체계, 과잉진료, 중복검사 등은 공제사업의 수익성을 악화시키는 요인이 되기 때문에 의료수가 표준화는 공제사 운영의 기본전제가 될것이다. 의료수가 표준화를 통해 의료비 자체가 낮아짐으로 인해 발생하는 매출액이나 수익 감소는 꽃놀이패 형태인 공제사업을 통해 만회할 수 있으며 표준화된 의료수가로 소비자의 불신이 해소되어 동물의료 시장 자체가 확대되는 순기능도 기대된다.

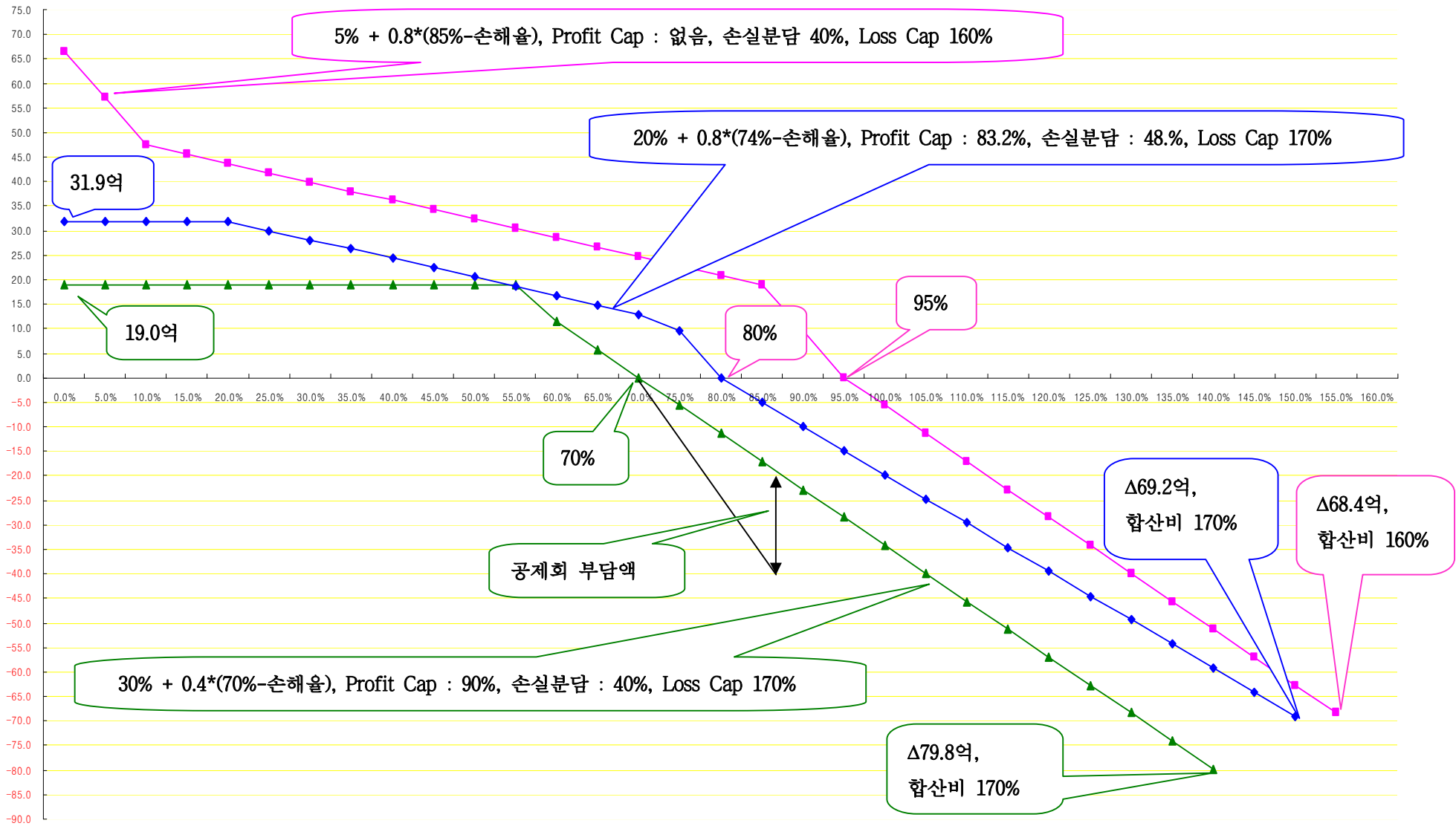
공제상품의 리모델링도 필요하다. 현재와 같은 상품구조는 소비자의 니즈에 부합하고 있지 못하기 때문이다. 현재 통상적 병원비를 담보(Working Cover)하는 반려견보험의 구조를 재난적 치료비를 담보(Cat. Cover)하는 형태로 변경하는 리모델링이 필요하다. 담보범위는 복합골절이나 심장질환, 암의 치료가 가능할 정도로 높이고 보험료는 사람의 실손의료보험 수준으로 낮추는 상품이다. 대신 자기부담금을 수십만원 또는 그 이상으로 높이고 반려견의 품종 및 질환에 따라 보상연령에 상한을 설정하여 손해율을 관리할 수 있을 것이다. 이러한 상품은 기존 상품에 더하여 소비자의 선택의 폭을 높여 반려견 공제시장의 활성화에 도움을 줄 것이며 중대 질병에 걸린 반려견들이 치료비 문제로 길거리에 유기되는 안타까운 상황도 줄일 수 있을 것이다.

3. 보험사와의 재공제 특약구조

수의사 공제를 통해 소비자의 역선택이 줄어들다 하더라도 보험사 입장에서는 수의사 공제의 역선택 문제는 여전히 고민거리일 것이다. 수의사 공제가 보험사와의 재공제 특약을 또 다른 수익사업으로 활용하는 문제를 차단하기 위해서는 반려견 공제상품에서 발생가능한 손실의 일부라고 수의사 공제가 부담하는 제도적 장치가 필요하다.

사업초기 수의사공제의 사업형태는 판매공제의 형태일 수 밖에 없는데 판매공제는 보험사의 영업조직과 같은 형태로 인수계약을 전액 출재하고 출재과정에서 발생하는 수수료 수익을 주 수입원으로 하는 것이 일반적이다. 그러나 이와 같은 구조는 태생적으로 도덕적 해태에 취약한 구조이므로 반려견 재공제 특약은 고정(Flat)이 아닌 변동(Sliding) 수수료 체계로 운영되는 것이 바람직하다. 또한 보험사가 재공제를 통해 영업이익이 발생한다면 이는 수의사 공제의 언더라이팅에 기인하기 때문에 보험사 이익을 일정 수준으로 제한하기 위해 Profit Cap 을 도입하고 이에 대한 상대적 제한장치로 Loss Cap 제도를 도입하여 수의사공제에 실적책임을

부과할 수도 있다. 또한 비례특약에는 생소한 이론이지만 손실분담조항의 도입도 고려되어야만 한다. 이러한 재보험기법이 도입되어야만 반려견공제특약의 계속성이 담보될 수 있기 때문이다. 상기에 전술한 방법을 그래프로 나타내면 아래와 같다.



상기 그래프는 수재공제료 200 억 기준으로 각각의 수수료 정산식에 Profit Cap, Loss Cap, 손실분담률(40% 또는 48%)를 적용하였다. 가로축은 반려건 공제특약의 원수손해율, 세로축은 보험사 기준에서의 손익을 나타낸다. 각 그래프의 직선이 가로축을 통과할 때의 손해율이 보험사의 BP(Break Even Point)이다. 이 BP 는 반대로 수의사 공제회의 특약 BP 이므로 공제회 사업비율을 어느 선까지 인정해 주느냐에 따라 협상 가능한 포인트이다.

또한, 각 그래프의 끝단은 보험사의 이익한도와 손실한도를 나타낸다. 그리고 기울기는 손해율과 수익비를 나타낸다. 가로축 하단에서 그래프의 기울기가 완만해 지는 것은 손실분담률 효과이며 손실분담조항을 적용하지 않았을 경우의 그래프와의 갭이 수의사 공제회의 손실분담액이 되어 수의사 공제회는 판매공제임에도 불구하고도 사실상 언더라이팅에 대해 책임을 갖는 구조를 갖게 된다.

보험사의 최대 손실액은 Loss Cap 을 통해 제한되는데 Loss Cap 을 초과한 손실액은 공제회의 부담이 되게 된다. Profit Cap 과 Loss Cap 의 불균형은 Stop Loss***라는 재보험 기법을 통해 해소시킬 수도 있는데 본 논문에서는 검토하지 않았다. 그러나 공제특약의 규모가 커져 동 차액이 회사의 위험관리 정책에 부담이 될 경우 재보험 환경에 따라 Stop Loss 구입을 검토할 수 있을 것이다.

*** Stop Loss : 초과손해율 재보험, 특정 손해율 구간을 재보험을 통해 위험회피할 수 있다. Loss Cap 이 170%일 경우 140% 초과 30% Stop Loss 구입을 통해 보험사의 책임한도를 140%로 낮출 수 있다.

III. 결 론

이상과 같이 본 논문은 수의사 공제회 설립을 통한 반려견보험(공제) 활성화 가능성에 대해 검토하였다.

현재 유명무실하게 운영되는 반려견보험은 보험상품의 구조적 문제점 및 불균형한 동물보험 의료수가, 소비자의 역선택 등에 기인하며 이로 인해 거의 대부분의 반려견이 보험의 혜택을 보지 못하고 때로는 일부 반려견은 고려장처럼 병에 걸렸다는 이유로 길거리에 유기되기까지 한다.

이에 본 논문에서는 보험사가 반려견 보험사업에서 손을 떼고 보다 전문적인 집단인 수의사 단체가 공제기구를 설립하는 것을 유도하고 지원하였을 경우 보험사가 영위하였을 경우보다 효과적으로 반려견 공제시장 자체가 안정화 될 수 있다는 것을 보여주었다.

또한, 보험사는 재공제를 통해 반려견 보험(공제)시장을 간접적으로 인수할 수 있으며 다양한 재보험 기법을 통해 수의사 공제의 도덕적 해이를 차단할 수 있는 제도적 장치를 제시하였다.

본 논문에서 제시하거나 검토되지 않은 공제기관 설립의 예상 문제점이나 법적 절차는 계속 검토되어야 하며 본 제안에 관심있는 보험사가 검토의 주체가 될 수 있을 것이다. 끝.