

내년 실손 15%·車보험 5%안팎 오른다

보험업계 “치솟는 손해율에 인상 불가피”

‘문케어’ 등 영향 자기부담금·비급여 지급↑

국민 3400명이 가입해 제2의 국민건강보험으로 여겨지는 실손의료보험과 의무보험인 자동차보험의 보험료가 내년 1월 인상돼 보험가입자의 부담이 커질 것으로 전망된다.

15일 보험업계에 따르면 대다수 보험사는 내년 1월 2일 실손보험료 인상을 위해 보험개발원에 요율검증을 마치고 15~20% 수준의 보험료 인상을 추진 중이다. 건강보험 보장성 강화정책, 이른바 ‘문케어’의 영향 등으로 건강보험 자기부담금과 비급여 보험금 지급이 늘며 손해율이 치솟아 보험료 인상이 불가피하기 때문이다.

올해 상반기 실손보험 손해율은 129.1%로 전년 동기 대비 약

20%p(포인트) 증가했다. 이는 수익성이 심각하게 악화됐던 2016년(131.3%) 수준이다.

손해율은 가입자가 내는 보험료 중 보험금 비중이다. 가입자에게 100만원을 받았다면 129만1000원이 보험금으로 지급됐다는 의미다. 올해 상반기 손해율은 5조1200억원에 달한다.

현재 보험사들은 금융당국의 눈치를 보면서 보험료 인상을 위한 제한 작업에 돌입했다.

보험사들은 보험료 인상의 마지막 단계인 금융당국의 승인을 비공식적으로 기다리고 있다.

보험사가 보험료를 자율 결정하는 게 원칙이지만 국민 생활에 미치는 영향이 큰 보험상품에 대해서는

금융당국이 보험료에 직간접적으로 개입한다.

보험업계 관계자는 “1월 초 실손보험 갱신 가입자에게 보험료 인상을 안내해 놓은 상태”라며 “관련 규정상 보험료 인상은 보름 전 알려야 한다”고 말했다.

의무보험인 자동차보험 보험료도 내년 1월 5% 가량 인상될 것으로 보인다. 현재 보험사들은 적정한 수준의 보험료 인상을 위해 보험개발원에 요율검증을 신청한 상태다. 아직 요율검증 결과를 회신 받은 회사는 없다.

손보업계가 보험료 인상에 나선 것은 자동차보험 손해율이 적정 수준을 한참 넘어섰기 때문이다. 올해 1~9월 누적 평균 손해율은 96.4%다. 적정 손해율이 77~78%인 것과 비교하면 높은 수준이다. 지난 11월(가마감 기준)에는 손보사 9곳 중 7곳의 손해율이 100%를 넘어섰다. 손보업계는 올해 자동차보험 적자 규모가 1조5000억원에

달할 것으로 추정한다.

손보업계는 노동자 고용연한 65세로 상향, 자동차 정비수가 인상 등 원가 상승 요인이 보험료에 충분히 반영되지 않았다는 입장이다. 앞서 손보사들은 올해 1월 보험료를 3~3.5%, 6월 1~1.6% 인상한 바 있다.

보험료 인상은 여기에서 멈추지 않는다. 생보사들은 보험상품 예정이율 인하를 염두에 두고 있다. 우리나라 기준금리가 사상 최저치로 떨어지며 시장금리도 함께 내려갔다. 보험사는 저금리 환경에서 높은 운용수익을 기대하기 어려워 예정이율도 함께 떨어뜨린다. 예정이율은 보험상품을 통해 얻을 수 있는 예상수익률을 뜻한다.

예정이율이 낮아지면 소비자로 부터 받아야 할 보험료는 커진다. 예정이율이 0.25%p 내려가면 통상 보험료는 5~6% 오른다. 현재 주요 보험사의 예정이율은 2.5~2.7%대로 최저 수준이다.

설 선물 사전예약, 롯데는 없애고 신세계·현대는 그대로



15일 오전 현대백화점 안구정점 식품관에서 직원이 16일부터 진행될 설 선물 세트 예약 판매를 소개하고 있다.

유통 업체가 설날 선물세트 사전예약 판매를 두고 서로 다른 온도차를 보이고 있다.

15일 유통업계에 따르면 롯데백화점은 내년 설날을 앞두고 선물세트 사전 예약을 하지 않기로 했다.

선물세트 판매량이 급증하는 명절은 최대 성수기로 꼽힌다. 고객을 선점하기 위해 약 50일 전부터 할인 사전예약 판매를 한다. 높은 할인율을 제시하며 판매량을 극대화하는 전략이다.

하지만 롯데백화점 관계자는 “선물 세트를 찾는 고객이 사전 예약보다

다만 내년 명절을 앞두고 분위기가 사뭇 다르다. 올해 롯데백화점은 사전예약을 없애고 본 판매에 집중하기로 했다. 예년보다 이른 설날로 크리스마스·연말과 마케팅이 겹치는 것이 우선적인 이유다.

롯데백화점 관계자는 “선물 세트를 찾는 고객이 사전 예약보다

본 판매에 몰린다”며 “연말을 앞두고 ‘선택과 집중’으로 설날 마케팅을 진행할 계획”이라고 설명했다.

롯데와 달리 신세계·현대 백화

본 판매 매출 비율 높아 ‘선택과 집중’

공정위 지침 앞두고 몸사리기 시작도

점은 예약 판매에 나선다. 다음 주부터 본격적인 명절 특수를 대비한 마케팅에 시동을 건다. 일부 품목은 50% 이상 할인을 제시하며

고객 확보에 나설 계획이다. 여전히 명절을 앞두고 팔리는 본 매출이 절대적인 비율을 차지하지만, 사전 판매 역시 무시할 수 없기 때문이다.

일부에선 공정거래위원회의 지침이 롯데백화점 판단에 영향을 준 것 아니냐는 견해를 내놓는다. 공정위는 백화점이 행사를 주도하

면 할인 비용의 절반 이상을 부담하도록 하는 ‘대규모 유통업 분야 특약매입거래 부당성 심사지침’을 내놨다.

제 889회차 당첨결과 (2019년 12월 14일 추첨)

| 3 | 13 | 29 | 38 | 39 | 42 | + | 26 |
|----|-----------|----------------|-------------------------|----|----|---|----|
| 순위 | 당첨계입수 | 1인당 당첨금액 | 당첨기준 | | | | |
| 1등 | 10 | 2,108,986,950원 | 당첨번호 6개 숫자 일치 | | | | |
| 2등 | 60 | 58,582,971원 | 당첨번호 5개 숫자 일치+보너스 숫자 일치 | | | | |
| 3등 | 2,338 | 1,503,413원 | 당첨번호 5개 숫자 일치 | | | | |
| 4등 | 114,198 | 50,000원 | 당첨번호 4개 숫자 일치 | | | | |
| 5등 | 1,907,477 | 5,000원 | 당첨번호 3개 숫자 일치 | | | | |

당첨금 지급기한: 지급개시일로부터 1년(휴일인 경우 약정일일)



국내 1,2위 배달 앱 배달의민족·요기요 합병 소식에 “독일이 5조 투자, 어디서 회수하겠나” 자영업자 ‘배달앱 독과점’ 한목소리

국내 1,2위 배달 애플리케이션(앱) 배달의민족·요기요의 합병 소식이 자영업자들은 한목소리로 독과점 가능성을 우려했다.

앞서 지난 13일 국내 배달 서비스 앱 ‘배달의민족’(배민)을 운영하는 ‘우아한형제들’은 국내 배달 서비스 앱 2위인 ‘요기요’와 3위인 ‘배달통’을 운영하는 독립 기업 ‘딜리버리히어로’(DH)에 회사를 4조7500억 원에 매각하는 인수합병 계약을 체결했다고 밝혔다.

양사는 합병 이후에도 배민과 요기요, 배달통을 독자 운영한다는 방침이다.

몇 년 전만해도 배달앱 서비스는 생소했다. 하지만 1위 배민을 필두로 배달앱 시장이 급성장하면서 자영업자들은 기존에 없던 ‘수수료’와 ‘광고비’ 부담을 떠안게 됐다. 그 사이 소비자들은 편리한 배달앱에 익숙해져 배달앱을 통하지 않고는 영업이 어렵게 됐다.

그나마 지금까지는 김봉진 창업주가 세운 1위 배민이 시장 경쟁을 선도하는 구도였고 1,2위 업체간 경쟁 심화로 △중계수수료인하 △배달기사 배차 확대 등 점유율을 높이기 위해 가맹점주를 위한 대안을 지속적으로 마련해왔다.

들도 독과점 구조가 수수료 상승으로 이어지는 상황을 가장 걱정했다.

서울 종로구에서 백반집을 운영하는 조모씨(45)는 “이쪽 동네는 홀 손님은 계속 줄고 있어 배달 주문이 필수라 배민을 통해 배달을 시작한지 4~5년쯤 됐다”며 “전에 타 업체에서는 배민을 쓰면서 불편한 점 개선해준다고 영업을 하기도 했는데, 독점되면 이런 행사나 수수료 할인도 없어질 것”이라고 우려를 표했다.

지난 10월부터 초밥 배달도 시작한 일본식 술집을 운영하는 심모씨(32)도 “독일 회사가 5조원 가까이 투자한 거 어디서 회수하겠나, 배달 수수료는 무조건 오를 것”이라며 “경쟁 상황이면 다른 업체 눈치라도 보지, 독점하면 그런 것도 없어지리라 본다”고 목소리를 높였다.

양사 합병 이전에도 국내 배달앱 시장은 배민과 요기요가 과점해왔다. 업계에 따르면 배민과 요기요의 시장점유율은 각각 56%와 34% 수준으로 추정된다. 이미 딜리버리히어로가 인수한 배달통의 점유율 10%까지 합하면 사실상 한계 기업이 국내 배달앱 시장을 독점 운영하는 셈이다.

그나마 지금까지는 김봉진 창업주가 세운 1위 배민이 시장 경쟁을 선도하는 구도였고 1,2위 업체간 경쟁 심화로 △중계수수료인하 △배달기사 배차 확대 등 점유율을 높이기 위해 가맹점주를 위한 대안을 지속적으로 마련해왔다.

광주, 대한민국의 미래로

살기 좋고, 기업하기 좋은 광주에 투자하십시오

GWANGJU

- 친환경 자동차·에너지·문화산업 육성
- 에어가전 및 공기산업 클러스터 구축
- AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성
- 풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원