

삼성생명, 2분기 전체민원 감소 ‘3대 대외민원 감축’ 속도 낸다

5월부터 대외민원 감축 캠페인
부실고지 등 가입단계 관리 강화
계약 유지·보험금 지급 과정 관리

삼성생명이 올 2분기 전체 민원과 판매 단계 민원을 줄였지만 금융감독원 등 외부기관을 통해 접수된 대외민원은 5개 분기 연속 증가한 것으로 나타났다. 지난 5월부터 추진한 ‘3대 대외민원 감축 캠페인’이 계약 유지와 보험금 지급 과정의 설명·응대 관련 민원을 얼마나 줄일지가 하반기 과제로 떠올랐다.

◆ 2분기 전체민원 1048건… 전분기 대비 1.5% 감소

8일 생명보험협회 소비자포털에 따르면 삼성생명의 올 2분기 전체민원은 1048건으로 1분기 1064건보다 1.5% 감소했다.

민원 접수 경로별 흐름은 엇갈렸다. 삼성생명에 직접 접수된 자체민원은 485건에서 432건으로 10.9% 감소했지만 금감원 등 외부기관을 거친 대외민원은 579건에서 616건으로 6.4% 증가했다. 전체민원이 16건 줄어든 동안 자체민원은 53건 감소하고 대외민원은 37건 늘어난 셈이다.

이에 따라 전체민원에서 대외민원이 차지하는 비중은 54.4%에서 58.8%로 4.4%포인트(p) 상승했다. 전년 동기인 지난해 2분기와 비교하면 대외민원은 446건에서 616건으로 38.1% 증가했다.

증가세도 단기에 그치지 않았다. 삼성생명의 대외민원은 지난해 1분기 404건에서 2분기 446건, 3분기 479건, 4분기 515건, 올해 1분기 579건, 2분기 616건으

로 5개 분기 연속 늘었다. 같은 기간 전체 민원에서 차지하는 비중도 44.6%에서 58.8%로 높아졌다.

다만 원민원 건수만으로 삼성생명의 소비자보호 수준이 다른 보험사보다 낮다고 단정하기는 어렵다. 계약 규모를 반영한 보유계약 10만건당 대외민원은 3.25건으로 삼성·한화·교보·신한·NH·KB 등 주요 6개 생보사 가운데 교보생명(2.88건)에 이어 두 번째로 낮았다. 생보업계 전체 대외민원도 2분기 3.6% 늘어 업계 공통의 증가세가 나타났지만 삼성생명의 증가폭은 이를 웃돌았다.

삼성생명 관계자는 “공시되는 전체 대외민원은 1~4월 증가세를 보였고 이에 따라 5월부터 캠페인을 시작했다”며 “2분기 중 5~6월에는 감소세가 나타났지만 협회 통계에는 4월 실적이 포함돼 1분기보다 소폭 증가한 것으로 집계됐다”고 설명했다.

◆ 판매단계 지표 개선… 판매 이후 과정 민원 유형별로 보면 판매 단계 지표는 개선됐다. 2분기 판매민원은 320건으로 1분기 355건보다 9.9% 감소했다. 지난해 2분기 350건과 비교해도 8.6% 줄었다.

반면 판매 이후 단계의 민원은 늘었다. 계약 유지 관련 민원은 44건에서 62건으로 40.9%, 보험금 지급민원은 482건에서 494건으로 2.5% 증가했다. 두 유형을 합친 민원은 526건에서 556건으로 5.7% 늘었고 전체민원에서 차지하는 비중도 49.4%에서 53.1%로 높아졌다. 특히 지급민원은 전년 동기보다 32.8% 증가했다.

가입 과정에서 발생한 민원은 줄었지

만 기존 고객의 계약 관리와 보험금 지급 과정은 여전히 과제로 남은 셈이다. 다만 협회가 분류한 유지·지급민원 전체가 삼성생명 캠페인의 관리 대상인 설명 부족·응대 품질 관련 민원과 일치하는 것은 아니다.

홍원학 삼성생명 대표는 올해 신년사에서 상품을 만들고 판매하고 관리하는 모든 과정에서 고객에게 정말 이로운지를 점검해 달라고 주문했다. 삼성생명은 지난 3월 임직원과 보험설계사를 대상으로 상품 권유부터 사후관리까지 소비자 관점에서 점검하는 교육을 실시한 데 이어 5월부터 3대 대외민원 감축 캠페인을 가동했다.

삼성생명이 정한 관리 대상은 개인정보·부실고지 관련 민원과 가입 후 2년 이내 계약의 불완전판매 민원, 계약 유지·보험금 지급 과정의 설명 부족 및 응대 품질 민원이다. 민원 예방 자료와 현장 응대 가이드를 제작하고 소비자보호 담당자가 영업현장을 방문해 교육하는 한편 부서별 감축 과제를 점검하고 있다.

삼성생명은 지난 6월 회사집계상 캠페인 관리 대상 대외민원이 시행 이후 1분기보다 10% 이상 감소했다고 밝혔다. 전년 동기 대비 감축 목표는 3분기 15%, 4분기 20%다.

삼성생명 관계자는 “감축 목표는 공시상 전체 대외민원이 아니라 캠페인이 정한 3대 대외민원 유형을 기준으로 한다”고 말했다.

/김주형 기자

gh471@metroseoul.co.kr



metro



우리은행은 지난 7일 마포구 소재 연화식탁에서 ‘인정가게 현판식’을 개최했다. 정진완 우리은행장(왼쪽 두번째) 및 관계자들이 기념촬영을 하고 있다. /우리은행

우리은행, 연화식탁 ‘인정가게 1호’ 현판식

지역사회 공헌 자영업자 경쟁력 강화

우리은행이 지역사회 공헌 의지가 큰 영세 자영업자의 경쟁력 강화를 지원한다.

우리은행은 지난 7일 서울 마포구 소재 ‘연화식탁’에서 서민금융진흥원 및 사단법인 선한영향력가게와 ‘인정가게 현판식’을 개최했다고 8일 밝혔다.

‘인정가게’는 성장 의지와 가능성을 갖춘 영세자영업자를 발굴해 안정적인 사업 운영과 성장을 지원하는 포용금융 사업이다. 고객에게 인정받는 가게로 성장하고, 사람 간에 따뜻한 정이 오가는 가게를 만든다는 의미를 담았다.

앞서 우리은행과 서금원, 선한영향력가게는 우리미소금융재단 이용자 및 선한영향력가게 회원 가운데 지역사회 공헌 의지가 큰 영세자영업자 18명을 선정

했다. 선정된 인정가게에는 ▲공식 인증 현판 및 스티커 ▲온라인 마케팅 강화를 위한 홍보비 ▲SNS·언론홍보 등 경쟁력 강화를 지원한다.

이번 1호 현판식은 작은 음식점이지만 지역 주민들에게 정성 어린 음식과 서비스를 제공해 온 ‘연화식탁’에서 개최됐다. 현판식에는 정진완 우리은행장, 김은경 서금원장, 김성령 선영가 의장이 참여해 영세자영업자를 위한 지원 방안에 대해 논의했다.

정진완 우리은행장은 “영세자영업자에 대한 실질적인 지원을 통해 자립과 성장을 돕고, 지역경제가 활성화되는 포용금융의 선순환 구조를 만들어 가겠다”며 “앞으로도 소상공인을 위한 다양한 지원 활동을 이어가며 금융의 사회적 책임을 다하겠다”고 말했다. /안승진 기자 asj1231@

지식산업센터, 4년새 매매거래 70% ‘뚝’

부동산플래닛 2분기 거래 2179억

지식산업센터의 공실률이 치솟는 가운데 거래규모가 4년 전과 비교하면 70% 이상 급감한 것으로 나타났다.

8일 부동산플래닛이 발표한 올해 2분기 전국 지식산업센터 매매시장 동향 보고서에 따르면 올해 2분기 기준 전국 지식산업센터 매매거래금액은 2179억원으로 전년 동기(3634억원) 대비 40% 감소했다. 지난해 2분기(8093억원)와 비교하면 4분의 1 수준에 불과하다.

같은 기간 매매거래량은 총 560건으로 집계됐다. 전년 동기(837건) 대비 33.1% 줄어든 규모다.

지식산업센터는 제조업 및 지식·정보통신(IT)산업, 벤처기업 등이 집단 입주할 수 있도록 조성된 아파트형 공장을 의미한다. 2020년대 초 유망 투자처로 떠올

랐지만 공급과잉에 고금리와 경기침체 등이 더해져 공실률이 높아졌다.

이번 분석 대상은 지난 6월 말 기준 주소 및 건축상태가 확인된 전국 1372개 지식산업센터다. 수도권과 비수도권이 각각 1112개, 260개다.

정수민 부동산플래닛 대표는 “2분기 지식산업센터 거래가 전국적으로 크게 위축된 가운데 전체 거래의 90% 이상이 수도권에서 이뤄졌다”며 “시장 침체 속에서도 수요가 수도권 중심으로 더욱 집중되는 모습”이라고 말했다.

지역별로는 서울의 지식산업센터 매매거래량은 125건, 매매거래금액은 743억원으로 전년 동기 대비 각각 45.8%, 37% 감소했다. 매매거래가 가장 많았던 곳은 금천구(39건)였으며, 매매거래금액 기준으로는 영등포구가 159억원으로 가장 많았다. /안상미 기자 smahn1@

보험개발원

유재훈 신임 원장 취임

유재훈 제14대 보험개발원장(사진)이 8일 취임했다.

유재훈 신임 원장은 1968년생으로 성남고와 성균관대학교 경제학과를 졸업하고 행정고시 39회로 공직에 입문했다. 재정경제부와 금융감독위원회를 거쳐 금융위에서 기업구조개선과장, 자본시장조사단장, 기획조정관, 금융소비자국장 등을 지낸 금융정책 관료 출신이다.

유 원장은 별도의 취임식 없이 곧바로 업무에 착수했다. 유 원장은 “기후변화, 자연재해, 국제분쟁과 공급망 불안, AI 기술의 확산 등 급변하는 환경 속에서 보험산업이 새로운 전환점에 직면해 있다”며 “보험개발원이 보험산업의 미래 방향을 주도적으로 모색하고 필요한 데이터·기술·서비스를 선제적으로 제시하는 ‘페이스미터(pacesetter)’가 되어야 한다”고 밝혔다.

한편 보험개발원은 향후 업무 추진을 위해 ▲첨단기술 활용한 시장 개척 및 AI 기반 위험평가 역량 강화 ▲현장 목소리를 듣고 전문성과 데이터에 기반한 중재자 역할 강화 ▲실선24 등 국민생활과 밀접한 보험서비스 고도화 ▲국내 보험산업의 해외시장 진출 적극 지원 등에 나설 예정이다. /김주형 기자



저축은행, 대형사 중심 상반기 총이익 급증

상위 20곳 순이익 5746억4200만원
전년대비 약 3배… 실적 격차 벌어져

상위 20개 저축은행의 올 상반기 총이익이 전년 대비 약 3배 이상 증가했다. 오케이저축은행, 한국투자저축은행 등 일부 대형사 순이익이 대폭 증가하면서다. 다만, 저축은행 순익 양극화는 더 심화됐다. 연체율은 전년 대비 소폭 하락했다.

8일 각 저축은행 공시에 따르면 상반기 상위 20개 저축은행의 순이익은 5746억4200만원 규모다. 전년 동기(1809억7500만원) 대비 약 3배 증가했다.

대형 저축은행의 순이익이 대폭 늘어난 영향이다. OK저축은행은 상반기 당기순이익 2291억1100만원을 기록하며 업계 순위 1위에 올랐다. 한국투자저축은행은 순이익 1530억3400만원을 기록하며 그 뒤를 이었다.

이어 3위는 웰컴저축은행이, 4위는 SBI저축은행이 차지했다. 각 사의 당기순이익은 873억, 375억7000만원이다. 애규온, DB저축은행, 모아저축은행, 우리금융저축은행, 디올저축은행 등도 100억원 이상의 순이익을 내면서 10위 안에 이름을 올렸다.

문제는 소수 대형사 중심의 순위 쏠림 현상이 심화되고 있다는 점이다. 1·2위사의 당기순이익 합산액은 상위 20개 저축은행 전체 순이익의 약 66%를 차지한다.

지난해와 비교해도 상위 대형사의 순익 양극화 현상은 두드러진다. 지난해 상반기 순위 1·2위였던 SBI저축은행과 웰컴저축은행의 합산 순익은 상위 20개사 전체 순이익의 52.5% 수준이었다. 올해 1·2위의 합산 비중과 비교하면 1년 새 약 14%p(포인트) 확대됐다.

유가증권 투자이익이 저축은행 간 실적 격차를 더 크게 벌렸다. 한국투자저축은행의 유가증권 관련 이익은 지난해 상반기 82억6000만원에서 올해 1375억2000만원으로 약 17배(1565.6%) 급증했다. OK저축은행은 전년 동기(약 521억원) 대비 4.6배 늘어난 2419억원을 기록했다.

일각에서는 유가증권 관련 이익은 일시적인 수익이어서 장기적인 수익 구조는 조금 더 지켜봐야 한다는 목소리가 나온다. 업계 관계자는 “투자로 벌어들인 순익은 일시적인 것일 뿐”이라며 “금리가 오르면서 비용이 확대되는 등 현재 저축은행 영업 환경이 우호적인 상황은 아니다”라고 설명했다.

저축은행중앙회 관계자 역시 “대손충당금 적립 부담 완화와 더불어 유가증권 운용수익이 증가하면서 지난해 이후 지속적 당기순이익을 시현하고 있다”며 “유가증권 운용수익 등 비영업 수익의 비중이 높은 점을 감안해 영업 확대를 통한 영업수익 기반 강화를 위한 노력을 하고 있다”고 말했다. /연태진 기자 wtjs4137@