

정책연구자료 2007-5

방카슈랑스가 보험산업에 미치는 영향 분석

: 보장성보험과 자동차보험을 중심으로

2007. 4.

안철경·기승도·이경희

보험개발원
보험연구소

머 리 말

우리나라의 방카슈랑스는 보험소비자, 은행 등 금융기관대리점과 보험회사가 상호 이익을 얻을 수 있다는 취지 하에 2003년 8월부터 시행되었다. 방카슈랑스의 성공적 정착을 위하여 저축성 보험을 시작으로 점진적으로 확대되었으며, 2005년 추진일정 재검토를 통하여 2008년 4월부터 보장성보험 및 자동차보험을 포함한 전 보험종목으로 확대 시행될 예정이다.

방카슈랑스의 시행초기에는 많은 시행착오가 있어 불완전판매, 금융기관과 보험회사의 계약체결 편중 등과 같은 문제점이 발생하였다. 이에 금융감독당국은 방카슈랑스의 성공적인 정착을 위하여 여러 감독정책을 시행함으로써 초기에 노출되었던 문제점들이 다소 진정된 상태로 방카슈랑스가 진전되고 있다.

2008년 4월부터는 생명보험 보장성보험과 자동차보험이 허용될 예정이다. 이들 보험종목은 이전 방카슈랑스의 대상 종목인 저축성보험에 비해 상품 특성 및 판매과정 등에서 많은 차이점을 갖고 있기 때문에, 이에 대한 전반적인 검토가 필요하다고 생각된다.

이에 따라, 이 보고서에서는 보장성보험과 자동차보험에 대한 시장상황을 분석하고, 향후 예상되는 방카슈랑스 시장상황을 시나리오별로 예측하여, 방카슈랑스로 인하여 발생할 수 있는 효과를 분석하였다. 이를 통해 방카슈랑스 제도 운용을 위한 시사점을 찾고자 하였다. 아무쪼록 이 보고서가 금융산업의 건전한 균형발전을 위해 도움이 되기를 기대한다. 마지막으로 이 보고서 내용은 연구자 개인의 의견이며, 우리원의 공식적인 견해가 아님을 밝혀둔다.

2007년 4월

보 험 개 발 원

원장 김 창 수

<제 목 차 례>

요약	7
I. 서론	23
II. 방카슈랑스 추진경과 및 실적	25
1. 도입배경 및 추진일정	25
2. 추진실적 분석	29
3. 저축성보험의 방카슈랑스 성장 요인	38
III. 방카슈랑스 대상 보험시장의 특성	44
1. 보장성보험 시장의 특징	44
2. 자동차보험 시장의 특징	47
IV. 보장성보험 방카슈랑스 영향분석 및 시사점	61
1. 제반 가정	61
2. 보장성보험 방카슈랑스 영향 분석	71
3. 영향분석 결과 비교	74
V. 자동차보험 방카슈랑스 영향 분석 및 시사점	75
1. 소비자 특성분석을 통한 방카슈랑스 계약 추정	75
2. 방카슈랑스 영향 분석	90
3. 시사점	97
VI. 보험산업 대응방안 및 제안	100
1. 보장성보험 방카슈랑스	100
2. 자동차보험 방카슈랑스	119
참고문헌	129

<표 차례>

<표 II-1> 방카슈랑스 단계별 일정(2003년 1월 발표)	26
<표 II-2> 방카슈랑스 관련 규제 및 관련 규정	26
<표 II-3> 방카슈랑스 추진일정 변경	27
<표 II-4> 단계별 방카슈랑스 허용 비중(FY2005 기준)	28
<표 II-5> 자동차보험 방카슈랑스 비중	29
<표 II-6> 생명보험 모집형태별 신규판매 현황	30
<표 II-7> 방카슈랑스 수입보험료 실적	31
<표 II-8> 회사별 방카슈랑스 실적	32
<표 II-9> 그룹별 저축성보험 시장 점유 실적 추정	33
<표 II-10> 일본 생보사의 그룹별 시장점유율 추이	34
<표 II-11> 회사그룹별 · 상품별 판매채널 의존도	35
<표 II-12> 손해보험 모집형태별 신규판매 현황	36
<표 II-13> 방카슈랑스 도입 후 채널별 보험료 구성비 추이(손해보험) 36	36
<표 II-14> 회사그룹별 방카슈랑스/설계사 판매비중 변화추이	37
<표 II-15> 보험설계사 수 및 월모집액 변화추이	38
<표 II-16> 주요 생명보험사의 채널 구성	41
<표 II-17> 일본의 외자계 생보사 방카슈랑스 추이	42
<표 II-18> 국가별 판매채널 비중(생명보험)	43
<표 III-1> 보장성보험 규모 추정(FY2006)	45
<표 III-2> 월평균 월납초회보험료(2006)	46
<표 III-3> 자동차보험 수입보험료 추이	48
<표 III-4 > 승용차(개인용자동차보험 포함) 증가대수 추이에측	49
<표 III-5> 자동차보험 수입보험료 장기전망	50
<표 III-6> 세계 각국의 승용차 보유율의 포화수준 추정	51
<표 III-7> 손해보험회사	53
<표 III-8> 손해보험회사의 자동차보험 MS 및 HHI(허쉬만-허핀달 지수) · 54	54
<표 III-9> 자동차보험 직관상품 MS변화 추이	55

<표 III-10> 자동차보험 영업수지 추이	56
<표 III-11> 자동차보험 손해율 추이	58
<표 III-12> 자동차보험 시장 평가	60
<표 IV-1> 취업인구 대비 생명보험상품 가입률(2005 추정)	62
<표 IV-2> 방카슈랑스 비중 추정	66
<표 IV-3> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 I	71
<표 IV-4> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 II	72
<표 IV-5> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 III	73
<표 IV-6> 보장성보험 영향 분석: 종합	74
<표 V-1> 변수별 구분표	76
<표 V-2> 성별 변경확률	77
<표 V-3> 연령별 변경확률	78
<표 V-4> 지역별 변경확률	79
<표 V-5> 할인할증별 변경확률	80
<표 V-6> 가입경력 변경확률	81
<표 V-7> 모형의 적합성	82
<표 V-8> Logit 회귀분석결과	83
<표 V-9> 방카슈랑스를 통한 질병·재해 상품의 평균 선호도	86
<표 V-10> 첫해년도 Transition Matrix	86
<표 V-11> t차년도 유지비율	87
<표 V-12> t차년도 방카슈랑스로 이동비율	87
<표 V-13> 연령변수를 이용한 방카슈랑스를 이용하지 않을 비율 산출	88
<표 V-14> 연령제외 비율이 감안된 방카슈랑스 계약비율	88
<표 V-15> 선계약 구성비	89
<표 V-16> 선계약 비율이 반영된 방카슈랑스 계약비율	89
<표 V-17> 유지계약과 변경계약의 보험료차이 반영 방카 슈랑스 계약비율	90
<표 V-18> 방카슈랑스로 인한 추가 영업수지 효과	92
<표 V-19> 방카슈랑스로 인한 사업비율 효과	92
<표 V-20> 방카슈랑스로 인한 합산비율 효과	93
<표 V-21> 방카슈랑스로 인한 보험료 조정 효과	93

<표 V-22> 방카슈랑스로 인한 추가 영업수지 효과	94
<표 V-23> 방카슈랑스로 인한 사업비율 효과	94
<표 V-24> 방카슈랑스로 인한 합산비율 효과	95
<표 V-25> 방카슈랑스로 인한 보험료 인상 효과	95
<표 V-26> 방카슈랑스로 인한 추가 영업수지 효과	96
<표 V-27> 방카슈랑스로 인한 사업비율 효과	96
<표 V-28> 방카슈랑스로 인한 합산비율 효과	97
<표 V-29> 방카슈랑스로 인한 보험료 인상 효과	97
<표 V-30> 모집조직 탈락비율(또는 구조조정 비율) 추정	99
<표 VI-1> 일본 생보노련의 은행의 보험 판매 문제 사례 조사	101
<표 VI-2> 생명보험산업과 은행산업 비교	103
<표 VI-3> 영국의 상위 방카슈랑스 은행	106
<표 VI-4> 방카슈랑스의 종신보험 가격 인하 여력	108
<표 VI-5> 채널별 불완전판매율 비교(A생명)	112
<표 VI-6> 상품별·채널별 불완전판매율 비교(A생명)	112
<표 VI-7> 영국 생명보험상품의 방카슈랑스 실적(납입방법별)	115
<표 VI-8> 영국 방카슈랑스 상품의 종목별 실적(비일시납)	116
<표 VI-9> 미국의 방카슈랑스 현황(종목별)	117
<표 VI-10> 미국의 생명보험 방카슈랑스 현황	117
<표 VI-11> 방카도입시 사업비 절감을 추정	124

<그림 차례>

<그림 II-1> 정기예금 말잔과 방카슈랑스 일시납 추이	40
<그림 III-1> 승용차(개인용자동차보험 포함) 증가대수 추이예측	50
<그림 V-1> 가입기간(할인할증률)에 따른 변경확률	81

요 약

I. 시장평가

1. 보장성보험

- 보장성보험이 생명보험 총수입보험료에서 차지하는 비중은 31%(FY2006 기준) 수준이지만, **보험회사 및 설계사에 대한 이익기여도가 매우 높음**
 - 종신보험은 사망률 개선, 저축성보험보다 높은 사업비 부과 등으로 인해 타 보험종목보다 이익기여도가 높음
 - 보장성보험에 대한 설계사의 판매비중은 80.1%(대형사: 88.8%, 중소형사: 68.4%, 외국사: 60.4%)에 달하고, 설계사 소득의 65~70%를 차지해 **설계사의 주력상품임**

- FY2006 보장성보험 수입보험료 규모는 21조 2천억원 정도로 추정되는 데, 설계사채널 의존도가 높은 대형사의 비중이 가장 높고, 외국사 비중은 낮은 편임

	총 수보(A) (억원)	보장성수보 (B)(억원)	보장성 비중(B/A)	그룹별 MS(%)	초회보험료 비중(%)
대형사	430,572	147,507	34.3	69.5	44.2
중소형사	106,380	34,189	32.1	16.1	28.3
외국사	133,882	30,234	22.6	14.2	22.1
은행계자회사	9,760	389	4.0	0.2	0.0
전체	680,595	212,318	31.2	100.0	33.8

- 보장성보험의 니즈는 보장수요로 한정되고, 가입률 역시 취업자대비 50% 수준을 상회하여 저축성보험과 같이 방카슈랑스로 인한 추가적인 시장 확대를 기대하기 어려움
- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 은행은 프라이빗 बैं킹 업무를 중심으로 자산관리와 연계하여 동 상품을 판매할 가능성이 높기 때문에 **시장구도에 미치는 영향은 클 것으로 예상**
 - 또한, 사업비 비중이 전체 보험료 중 20% 이상을 차지하므로 방카슈랑스 주력 보험사의 **가격인하 가능성도 배제할 수 없음**

2. 자동차보험

- 자동차보험 시장은 **Red Ocean**시장으로 평가할 수 있으므로, 향후 은행 등 금융기관의 방카슈랑스 진출 모델은 자동차보험만 한정할 때 **순수판매 채널(대리점) 형태일 가능성이 높음**
 - 자동차보험 시장은 연 3%수준(수입보험료 기준 3%수준, 자연성장률 3% 이하의 포화상태)성장할 것으로 예상
 - 자동차보험 시장의 경쟁강도는 매우 높음 (HHI지수 0.145)
 - 영업수지는 FY'06(예상)에 약 1조원의 적자가 시현되고, 향후에도 높은 영업수지 적자가 지속될 것으로 예측됨
 - 자동차보험은 의무보험으로서 새로운 시장창출이 곤란한 보험종목임

평가항목	평가	시장
성장성	낮음	Red Ocean
경쟁강도	높음 (신시장 창출이 어려움)	
영업수지	적자가능성	
상품의 차별화	어려움	
신시장 창출	어려움	

- 새로운 판매채널이 도입될 경우 보험회사간 가격인하 경쟁이 촉발될 개연성이 높음
 - 자동차보험 시장은 새로운 시장이 창출되지 않는 경쟁강도가 높은 시장임
 - 새로운 판매채널이 도입될 경우, 생존을 위한 MS확보 경쟁 때문에 직판 채널이 도입된 상황과 동일하게 가격인하경쟁 또는 가격억제경쟁의 원인으로 작용할 개연성이 높음

- 2008년 4월 방카슈랑스로 허용되는 자동차보험은 **손보시장의 21.1%**에 해당

II. 영향분석

가. 보장성보험

□ 시나리오 설정

- 보장성보험은 월납 위주의 계약이 대부분이므로 월납초회보험료 기준으로 분석
- 방카슈랑스 주력 보험사와 기타 보험사간 가격차이가 없을 경우(시나리오 I, II)와 가격차이가 존재할 경우(시나리오 III)로 구분

□ 시나리오별 시장점유율 영향 분석 결과

시나리오 I : 저축성보험 실적의 50% 수준으로 시장구도 재편

- 월납초회보험료 기준 대형사의 시장점유율은 51% 수준으로 하락하며, 중소형사 및 외국사는 각각 27%, 21% 수준으로 상승 추정
- 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중은 전체 보장성 월납초회보험

료의 11.1%를 차지할 것으로 예상

- 방카슈랑스의 시장잠식으로 인해 설계사 및 대리점과 같은 대면채널의 탈락규모는 1만 2천여명에 달할 것으로 추정(전체 대면채널 16만 6천명의 7.2% 해당)

시나리오 II : 저축성보험 실적과 동일한 수준으로 시장구도 재편

- 대형사와 외국사의 시장점유율은 각각 48%, 19% 수준까지 하락하는 반면, 중소형사는 30% 수준으로 높아질 것으로 예상되며, 은행계자회사도 2.6% 수준으로 추정
- 대형사, 외국사의 시장점유율이 크게 감소하는 이유는 보장성보험의 주력채널인 대면판매조직이 방카슈랑스로 대체되기 때문임
- 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중은 전체 보장성 월납초회보험료의 22.2%를 차지할 것으로 예상
- 월납초회보험료의 22.2%가 방카슈랑스 채널로 대체됨으로써 전체 대면채널의 14.4%에 해당하는 2만 4천명이 탈락할 것으로 추정

시나리오 III : 방카슈랑스 주력 보험사가 종신보험의 가격을 10~15% 인하함으로써 방카슈랑스채널 점유율이 70%로 높아지고, 대면채널 점유율이 30%로 낮아질 경우

- 현행 종신보험은 부가보험료 비중이 20%를 초과하므로 방카슈랑스 주력 보험사는 충분한 가격인하 여력이 있다고 판단됨
- 종신보험 가격탄력성에 대한 객관적인 연구자료가 존재하지 않기 때문에 본 연구에서는 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하여 설문조사 결과를 활용하였음 *

* 설문조사 결과는 실현된 값이 아니기 때문에 정확성이 떨어지지만, 현실적인 한계로 인한 차선의 선택임

- 설문조사 결과 종신보험에 대해 10~15% 가격인하시 설계사를 통하지 않고 은행을 통해 동 상품을 구입하겠다는 응답자가 70%에 달하는 것으로 나타남
- 10~15% 가격인하시 동일(유사)상품에 대해 가격차이가 크게 발생함으로써 소비자들의 혼란과 설계사에 대한 불신이 높아져 가격인하를 하지 못하는 대면채널의 경쟁력이 급속하게 상실될 것으로 예상
- 신규가입 및 추가가입이 가격인하를 단행한 방카슈랑스 주력 보험사로 집중됨으로써 가격인하를 하지 못하는 설계사 위주의 보험사 시장점유율은 크게 감소
- 이럴 경우 초회보험료 기준 대형사의 시장점유율은 22% 수준까지 하락하는 반면, 중소형사 및 은행계자회사의 시장점유율은 각각 25%, 30% 수준까지 상승하는 것으로 추정됨
- 방카슈랑스채널의 시장점유율이 급증함으로써 전체 대면채널의 46%에 해당하는 7만 5천명의 설계사가 탈락할 것으로 추정

□ 생명보험 대면채널 탈락 규모 추정

- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용 전 대면채널의 납입초회보험료 4조 7천억원(2006년 실적) 중 보장성보험으로 인해 창출된 부분을 65% 정도로 가정
- 납입초회보험료 대비 대면채널 수수료 비중 산출
- 대면채널 1인당 수수료 규모 산출(월 189만원)
- 방카슈랑스 허용시 방카슈랑스 시장점유율에 비례하여 대면채널의 수수료가 감소한다고 가정하고, 월 189만원 소득 수준을 유지할 수 있는 대면채널 규모 산출(a)
- 대면채널 탈락 규모 = 16만 6천여명(2006년 설계사+대리점+법인사용인 기준) - (a)

나. 자동차보험

□ 보험회사 그룹별 방카슈랑스 영향분석 결과

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
대 형 사	2.6%	7.1%	10.5%	13.1%	15.0%
중 · 소형사	4.5%	11.8%	16.5%	19.5%	21.6%

* 비대면채널(온라인)은 영향을 받지 않는 것으로 가정

- 방카슈랑스의 시장점유율은 자동차보험 시장 전체적으로 시행 5차년도 (2012년)에 약 15.7% 수준에 이를 것으로 예측

□ 시나리오별 손익분석 결과

시나리오 I : 대형보험회사와 은행이 주로 방카슈랑스 계약을 체결함

- 주로 중소형사의 수지가 악화되어 전체적으로 영업수지가 약 331억원 정도 악화되는 것으로 추정

(단위 : 억원)

회사집단	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
대형사	1	-3	-14	-27	-41
중 · 소형사	-59	-158	-222	-263	-291
합계	-59	-161	-236	-291	-331

시나리오 II : 중소형보험사와 은행이 주로 방카슈랑스 계약을 체결함

- 주로 대형사의 수지가 악화되어 전체적으로 약 383억원 정도 영업수

지가 악화되는 것으로 추정

(단위 : 억원)

회사집단	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
대형사	-112	-309	-459	-574	-661
중·소형사	46	126	189	239	277
합 계	-66	-183	-270	-335	-383

시나리오 III :

방카슈랑스 효과가 모든 보험회사에 동일하게 영향을 미침

- 현행 영업제한 조치가 유지되는 경우로서 전체적으로 약 341억원 정도 영업수지 악화가 예상

(단위 : 억원)

회사집단	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
대형사	-43	-118	-175	-218	-251
중·소형사	-19	-49	-69	-82	-90
합계	-61	-167	-244	-300	-341

□ 손해보험 설계사(대리점 포함) 탈락 비율 분석

- 신규시장 창출이 어려운 상품특성으로 인하여 기존 손해보험 모집조직 중 사자 중 13,100명이 탈락할 것으로 예상

* 전체설계사(11만 5천명)의 11.4%수준

- 손해보험 설계사는 장기보험도 판매하고 있으므로, 방카슈랑스가 장기보험에 미치는 영향을 감안하면 19,000명 수준(16.5%)이 탈락할 것으로 예상

구분	모집인 탈락비율			탈락자	
	방카전(A)	방카후(B)	차이(C=B-A)		
표준편차	74.9만원	27.9%	39.3%	11.4%	13,143

Ⅲ. 예상효과

1. 보장성보험

- 방카슈랑스 도입 후 3년 이상 경과되었음에도 불구하고 **불완전판매 문제는 크게 개선되지 않았으며, 보장성보험 판매를 계기로 더 확대 우려**
 - 상품내용이 단순한 저축성보험의 경우에도 방카슈랑스 불완전판매 비율이 설계사 채널보다 훨씬 높은 것으로 알려짐
 - 보장성보험은 저축성보험에 비해 상품내용이 복잡하고, 언더라이팅이 요구되는 등 전반적으로 은행 판매가 용이하지 않기 때문에 불완전판매 개연성이 높고 이로 인해 **소비자 편익이 감소될 수 있음**
 - 일본의 경우에도 압력판매, 모집지침 위반 등과 같은 폐해가 보고되고 있어 “폐해방지 룰”을 모니터링하고 있음
- 설계사 주력 상품 잠식으로 **설계사 소득 감소 및 이탈 예상**
 - 설계사 주력 상품인 보장성보험을 방카슈랑스 채널이 잠식함으로써 설계사들의 소득이 급감하고, 이로 인해 탈락하는 설계사 규모가 **1만 2천 여명~7만 5천명** 수준에 달할 것으로 예상
- 국내 보험시장의 경쟁력이 취약한 상황에서 방카슈랑스제도의 활성화는 **보험회사의 은행 종속을 심화시키고, 방카슈랑스로 인한 혜택이 소비자와 보험회사보다는 은행에 편중될 우려가 높음**
 - 기존 생보사는 은행보다 협상열위에서 **방카슈랑스 제도 참여**(생보사의 자산은 은행의 18.7%, 당기순익은 15.7%, 임직원은 29.4%에 불과)
 - 은행의 방카수수료 수입은 5천억원을 넘어섰으며 이는 생보 설계사 소

득의 12%에 해당하는 막대한 수치임

- 4개 은행그룹의 방카슈랑스 점유율이 80%*(2006년)에 달하는 독과점시장에서 보험회사가 은행과 대등한 협상력을 갖기 어려움

* KB: 30%, 신한금융지주: 23%, 우리금융지주: 15%, 하나금융지주: 12%

- 국내 대형 은행 주식의 상당부분은 외국자본 소유**이기 때문에 방카슈랑스로 인한 이익이 **국외로 유출될 수 있음**

** KB: 83.2%, 하나금융지주: 80.3%, 신한: 59.1%, 우리금융: 9.2%

- 보장성보험은 생보사 이익 기여도가 높은 상품이기 때문에 동 상품에 대한 통제력을 상실할 경우 생보사의 **손익기반이 흔들릴 수 있음**

- 주력상품에 대한 유통망이 협상우위에 있는 은행에 종속될 경우 잠재적인 운영리스크가 높아질 우려
- 방카슈랑스 의존도가 50% 이상인 보험회사가 5개사(초회보험료 기준)에 달하는 상황에서 은행이 제휴를 파기할 경우 경영에 미치는 충격이 클 것으로 우려됨

- 방카슈랑스에 대한 의존도가 높은 보험사에서 보험료를 10~15% 정도 인하할 경우 가격경쟁력을 상실한 타 보험사의 수요가 급속히 감소함으로써 **급격한 시장구조 재편 가능성 존재**

- 가입금액 1억원인 종신보험의 경우 보험료 10% 인하시 납입하는 총 명목보험료 규모는 5백만원 이상 낮아지므로 대면채널 중심의 보험회사는 **가격 측면에서 경쟁력을 상실할 개연성이 높음**
- 동일한 상품에 대해 가격차이가 크게 발생할 경우 소비자들의 **대면채널에 대한 불신이 높아져 대면채널 중심 보험회사의 급속한 위축 및 시장 전반에 혼란이 초래될 것으로 우려됨**
- 특히 설계사 의존도가 높고, 숫자도 많은 대형3사(전체 설계사의 58.4%

차지)의 타격이 가장 클 것으로 예상

초회보험료기준	삼성	대한	교보	금호	동부	푸르덴셜	ING	AIG
설계사 비중(%)	82.7	65.9	72.7	27.3	5.8	100.0	16.4	3.8
방카 비중(%)	17.3	34.1	27.3	72.7	94.2	0.0	83.6	96.2
설계사수(천명)	31.3	23.5	17.3	5.0	0.6	1.9	7.2	1.4

- 은행의 생보사 전문인력 스카웃 과열로 **보험사의 인력 유출 우려 및 사업비 증가 초래**
 - 은행이 생산성 높은 보험사의 FP, 관련 내근직원을 스카웃할 경우 보험회사는 고급인력 유출로 인한 타격이 우려됨

2. 자동차보험

- 방카슈랑스가 도입될 경우 보험료 인하요인이 발생하지 않는 대신, 은행 등 금융기관이 실질적으로 독립대리점 수준의 대리점 수수료를 요구할 가능성이 높고, 이는 사업비 증가로 이어져 **영업수지 악화의 원인으로 작용**
 - 보험산업 전체적으로 **350억 수준의 영업수지 추가 악화**가 예상
 - 적자규모 추정값은 자동차보험 영업수지 적자규모 약 5천억원(향후 추정 값)의 약 7% 수준에 해당되는 규모
- 실적사업비율 및 영업수지 악화로 인해 **요율인상 요인이 발생**하게 되는 경우 방카슈랑스 제도의 시행으로 그 혜택(수수료 수입)은 은행에게 돌아가는 대신 **보험소비자가 요율인상을 부담**하는 결과를 초래

* 은행의 수수료수입 : 약 1,214억원 추정

$$5\text{조 } 1,561\text{억원(시장규모)} \times 15.7\%(MS) \times 15\%(\text{대리점 수수료율}) \\ = 1,214\text{억원}$$

	현행 사업비율	사업비율 추정		
		1차년도	3차년도	5차년도
전 체	28.8%	29.0%	29.3%	29.5%
대 형 사	28.4%	28.5%~28.6%	28.9%~29.4%	29.1%~29.9%
중소형사	29.9%	29.9%~30.2%	29.7%~30.9%	29.6%~31.3%

- 시장점유율의 변동으로 인해 시장구조 재편을 가져올 수 있으며, 특히 중소기업이 대형사에 비해 방카슈랑스의 활용이 높게 나타남
 - 또한 방카슈랑스로 가격인하, 초과수수료 경쟁, 리베이트 등 **국내 시장의 경쟁강도가 증대되어 시장질서 문란 예상**

- 신규시장 창출이 어려운 상품특성으로 인하여 기존 손해보험 모집조직 종사자의 11.4%(약 1만 3,143명)의 탈락이 예상됨에 따라 설계사의 고용불안 예상
 - 장기보험 보장성보험(손해보험 전체의 19.1%)의 방카슈랑스 영향을 고려한다면 손해보험 모집 종사자의 탈락자 수는 크게 증가할 전망

- 은행 등 금융기관은 은행 업무를 주로하고 보험판매를 부수적으로 함에 따라 불완전판매 가능성이 아주 높음
 - 자동차보험 상품을 판매하기 위해서는 복잡한 자동차보험 제도에 대한 교육이 충분히 이루어진 전문적인 모집인이 필요
 - 할인할증제도, 가입경력제도, 교통법규위반제도, 각종 특약의 특성 및 특별할증 등 다양한 제도를 숙지한 후 판매하여야 불완전판매가 줄어들

- 방카슈랑스의 도입으로 인해 은행 등 금융기관과 독립대리점이 판매경쟁을 할 경우 독립대리점에서 보험가입자에게 리베이트를 제공하는 등 **불법적인 방법으로 영업을 할 개연성이 높음**

- 자동차보험 On-Line상품이 처음 도입되던 시점에 On-Line상품과 경쟁하기 위한 대리점의 리베이트 제공 문제가 발생하였음

IV. 대응방안

1. 보장성보험

가. 정책 측면

- 대형은행 위주로 금융시장이 재편되어 감에 따라 보험회사의 은행 종속성 심화, 방카슈랑스 중심 보험사와 대면채널 중심 보험사간 불균형 발전의 우려가 있기 때문에 **전체적인 금융산업의 균형과 건전한 발전 측면**에서 방카슈랑스에 대한 접근이 요구됨
 - 외국에서의 방카슈랑스는 연금·신용생명·모기지 등 **은행업무와 연계성이 높은 투자·저축형 상품** 중심으로 이루어지고 있음
 - 보장성보험이 생보사 이익 및 설계사 소득에서 차지하는 비중, 역할 등을 감안하여 전체적인 방카슈랑스 제도 운용 필요
- 보장성상품은 저축성상품보다 불완전판매 가능성이 더 높기 때문에 소비자보호를 위한 **엄격한 판매규율의 확립** 필요
 - 유럽에서는 판매절차를 법규로 강제하는 각종 규제가 시행되고 있거나 시행 예정이므로 이에 대한 벤치마킹 필요
 - 영국의 판매행위규제인 ICOB(Insurance: Conduct of Business)에서는 고객의 수요와 니즈, 추천 상품이 적합한 이유, 잠재적 불이익 등에 대한 설명을 의무화하고, 문서로 작성하여 보관하도록 함
 - 우리의 경우에도 이를 참조하여 **전반적인 판매행위에 대한 규제를 채널별로 정비할** 필요가 있음

- 방카슈랑스라는 제도를 종국적으로 소비자의 편익을 증대시키는 방향으로 제도를 운용할 수 있기 위해서는 충분한 보완 및 안전장치의 마련이 선행되어야 할 것임

나. 보험회사 측면

- 보험회사는 방카슈랑스 채널을 단기적인 외형 성장보다는 중장기적인 관점에서 활용해야 할 필요성이 있으며, 철저한 **리스크관리 전략을 병행**해야 함
 - 장기적인 경영전략과 판매채널 구도를 염두에 두고 방카슈랑스 채널을 활용해야 하며, **은행과의 제휴에 따른 종속화를 경계**해야 함
 - 판매확대를 위한 과도한 수수료 지급, 언더라이팅 완화 등은 **장기적으로 보험회사의 성장여력을 훼손**시킬 수 있으므로 재무건전성을 고려한 적절한 가격책정과 은행과 대등한 입장에서의 판매제휴를 체결하는 것이 바람직함
 - 방카슈랑스 채널에 대한 과도한 의존은 은행의 자회사 설립, 제도 변경 등 외부 요인으로 인한 **제휴 파기시 유동성 위기**를 초래할 수 있으므로 이러한 잠재적 리스크를 염두에 두어야 함
- 보장성보험에 대한 경쟁력 강화 방안 마련
 - 보장성상품은 보험회사 이익기여도 및 타 금융산업과의 경쟁 측면에서 고유한 경쟁력을 갖추어야 할 분야이므로 이에 대한 경쟁력 확보 및 유지 방안 필요
 - 설계사채널을 지속적으로 유지하고자 하는 보험사는 판매상품, 목표고객 측면에서 설계사채널의 경쟁력 강화를 도모해야 할 것임

□ 불완전판매 감소를 위한 방안 마련

- 보장성상품을 은행에서 판매할 경우 불완전판매 문제가 확대될 것으로 예상되기 때문에 불완전판매로 인한 보험사와 보험산업에 대한 불신을 감소시킬 수 있는 체계적인 방안 마련 필요

2. 자동차보험

가. 정책 측면

- 방카슈랑스는 단순한 규제개혁이 아닌 은행, 보험회사 및 보험소비자 등 이해관계인의 공동 이익이 달성되는 방향으로 추진되어야 함
 - 현행 제도는 은행 측에 유리하고 보험회사 및 소비자에게 그 혜택이 제대로 돌아가기 어려운 실정
- 자동차보험 분석결과 은행 등 금융기관을 제외한 여타 관계자의 이익은 발생하지 않는 것으로 판단되므로, 자동차보험 방카슈랑스 시행을 위해서는 그에 따른 폐해를 해소할 수 있는 충분한 검토가 선행되어야 함
- 현행 25% Rule 등 판매방식에 대한 제한 조건을 상당기간 유지할 필요
- 금융기관과 보험회사의 방카슈랑스 계약체결시 보험회사에 불리한 계약체결 금지 및 계약의 일방적 해지에 제한을 두는 정책 필요
 - 『방카슈랑스 모범기준』을 제정하여 은행과 보험사간 계약체결에 관한 자율적 규제 근거 마련
- 객관적인 사업비 분석을 통한 방카슈랑스 상품의 보험료 수준 결정

과 보험업감독규정에서 방카슈랑스 보험료를 저렴하게 하는 규정의 정비 필요

- 현행 보험업감독규정상 방카슈랑스 보험료 결정 규정은 일반대리점에 대하여 높은 보험료를 적용하도록 하는 차별적 조항에 해당되어 일반 대리점의 반발 및 보험회사의 가격인하 경쟁의 단초가 될 수 있음
- 장기적으로 대리점 수수료율은 보험회사와 금융기관의 협상력 (Bargaining Power)에 의해 결정되므로, 협상력이 높은 금융기관이 높은 대리점 수수료를 요청할 경우 이익수수료 추가지급, 간접지원(계약사항 변경에 대한 배서업무 및 사고처리 지원 업무 등)할 개연성이 높음
- 이 경우 방카상품의 보험료는 기존보다 저렴하지만 사용되는 사업비는 기존보다 높아 보험회사 손해를 및 영업수지 악화의 원인이 될 수 있음

□ 금융기관은 보험업법상 지위가 대리점이므로, 방카슈랑스가 도입되더라도 대리점의 역할을 수행하여야 할 것임

- 현재 대리점의 경우 보험사고 발생시 보험계약자의 보상처리를 지원해 주고, 배서업무를 하는 등 부가서비스를 제공하고 있음

□ 객관적 사업비 분석을 통한 방카슈랑스 상품의 보험료 수준 결정과 보험업감독규정에서 **방카슈랑스 보험료를 저렴하게 하는 규정 정비 필요**

- 현행 보험업감독규정은 은행 등 금융기관 대리점과 동일한 지위를 가진 일반대리점에 대하여 차별조항에 해당하고, 방카슈랑스 보험료를 저렴하게 할 경우 보험회사간 가격인하 경쟁, 영업수지 악화, 대리점 등 모집인의 시장 탈락 등이 예상됨

□ 리베이트 발생 가능성을 차단할 수 있는 정책 마련

- 은행과 판매경쟁을 하는 독립대리점을 중심으로 리베이트에 대한 유혹이 더욱 증대할 개연성이 높으므로 이를 방지할 수 있는 정책대안 필요

나. 보험회사 측면

□ 회사별 입장에 부합된 방카슈랑스 계약체결이 필요

- 현재 자동차보험 시장은 레드오션의 상태이므로, 장기적으로 영업수지 적자가 예상되는 보험종목임
- 따라서 보험회사 입장에서는 시장점유율 확대에 따른 유동성 문제와 영업수지 적자 보험종목의 확대에 따른 수지악화 문제 등을 고려하여 방카슈랑스 정책 추진 필요

□ 은행 등 금융기관에 지나치게 의존하는 방카슈랑스 영업 지양

- 보험회사가 지나치게 방카슈랑스에 의존하게 될 경우, 은행 등의 영업정책 변화로 인해 보험회사와 은행간 계약 파기시 단기적으로 유동성 문제 등 보험회사의 경영위기 발생가능성이 높음

□ 방카슈랑스를 통한 은행 종속화에 대한 대응 필요

- 각 보험회사는 방카슈랑스에 대응할 수 있는 자사의 경쟁력 있는 판매 방식을 활성화할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음

□ 보험료 인상요인이 적기에 반영될 수 있는 요율산출·인가 체계 구축 필요

- 방카슈랑스가 도입되면, 대리점 수수료율이 장기적으로 인상되어 영업수지 악화로 연결될 수 있으므로, 이를 보험료에 적기에 반영할 수 있는 요율산출 체계를 만들 필요가 있음

I. 서론

- 우리나라의 방카슈랑스제도는 은행과 외국계 보험회사의 요구에 따라 2003년 8월 도입되었으며, 저축성보험(연금 포함), 주택화재 등을 시작으로 단계적으로 허용되고 있음
 - 2003년 8월 저축성보험, 개인연금, 주택화재 등에 대해 최초로 방카슈랑스가 허용된 이후 2005년 4월에는 순수보장성 제3보험으로 확대되었으며, 2006년 10월부터는 만기환급형 제3보험에 대한 판매도 허용됨
 - 특히 방카슈랑스의 주류를 이루고 있는 생명보험시장의 경우 이미 전체 수입보험료의 51.5%가 허용되었으며, 2008년 4월부터 보장성보험이 허용될 경우 단체보험을 제외한 전체 생보시장의 82.4%에 대해 방카슈랑스 제도가 적용될 예정임
 - 손해보험의 경우 현재 36.1%가 허용되었으며 2008년 4월부터 자동차보험 및 장기보험 보장성보험이 허용될 경우 전체 손보시장의 76.3%가 방카슈랑스로 허용되는 결과를 초래함
- 2008년 4월 허용 예정인 4단계 방카슈랑스 대상종목 중 보장성보험과 자동차보험은 국내 보험회사의 대표적인 보험종목으로서 차지하는 비중과 역할을 고려할 때 그 파급효과가 보험산업 전반에 걸쳐 매우 클 것으로 예상됨
 - 4단계 방카슈랑스로 허용되는 종목의 비중(FY2005 기준)은 보장성보험이 생보시장의 30.9% / 손보시장의 19.1%, 자동차보험이 손보시장의 21.1%에 해당되지만, 손익기여도 및 가치사슬의 연계성 등을 고려할 때 실질적인 점유 비중은 이보다 훨씬 높음

- 이러한 방카슈랑스 제도의 완전 시행은 보험회사 판매채널의 빅뱅을 가져올 것이 예상되며 이에 따라 보험산업의 지형에도 커다란 변화가 불가피할 전망이다
 - 방카슈랑스 시장이 활성화될 경우 기존의 전통채널(설계사 및 대리점) 중심의 판매조직이 신채널(직판) 및 은행 중심 채널로 급속히 전환될 것으로 예상됨
 - 이러한 판매채널의 변화가 촉매로 작용하여 기존의 보험모집조직 대량 실업사태가 우려되며,
 - 시장구조는 기존의 국내 대형보험회사 위주의 보험시장에서 중장기적으로 국내대형사·중소형사·외국사·은행계자회사, 혹은 대면채널 중심 보험사와 방카슈랑스 중심 보험사로 빠르게 재편될 가능성이 높음

- 이에 본 연구에서는 보장성보험(생보)과 자동차보험(손보)을 중심으로 이들 종목의 방카슈랑스 허용이 보험회사 및 보험산업에 미치는 영향을 분석하고, 이를 통해 예상되는 문제점을 도출·대응방안을 제시하고자 함
 - 이를 위해 제Ⅱ장에서는 우리나라의 방카슈랑스 추진 경과 및 실적, 성공요인 등을 분석하고, 이어 제Ⅲ장에서는 2008년 4월 허용 예정인 보험상품의 특성에 대해 살펴봄
 - 제Ⅳ장에서는 생명보험 보장성보험에 대해서 방카슈랑스가 허용될 경우 가능한 시나리오와 이에 따른 영향을 살펴보고, 제Ⅴ장에서는 자동차보험에 대해서도 시나리오별 분석을 실시하고 이에 따른 영향을 평가함
 - 이러한 분석을 기초로 VI장에서는 보험회사의 전략 및 정책적 대응방안을 제시하고자 함

II. 방카슈랑스 추진경과 및 실적

1. 도입배경 및 추진일정

가. 도입배경

- 2001년 1월 14일에 금융회사간 업무제휴가 활성화될 수 있도록 『금융기관 업무 위탁에 관한 규정』이 제정됨
 - 이에 따라 금융회사는 인가 받은 업무의 수행방법 및 절차상 본질적인 업무를 제외한 여타 업무를 타 금융기관에 위탁하는 것이 가능하게 됨
 - 이와 더불어 정부의 정책이 금융영역별 핵심 업무를 최소화하고 부수업무를 포괄주의 방식으로 전환하였으며, 이러한 환경 하에서 방카슈랑스가 등장하게 됨
- 정부에서는 보험구입의 편리성과 보험모집의 효율성 제고를 통하여 보험소비자의 편익 향상을 목적으로 방카슈랑스 도입을 추진함
 - 2002년 11월 공청회, 2002년 12월 금융발전심의회 개최 등을 통하여 의견을 수렴한 후 2003년 1월 방카슈랑스 도입을 발표함
- 도입시 기본 방향은 금융이용자 편익 증대 및 국내 금융산업의 경쟁력 제고를 위해 도입하되, 부작용을 최소화하고 보험시장에 연착륙을 위해 허용상품의 단계적 확대 및 비교적 엄격한 규제를 가함

<표 II-1> 방카슈랑스 단계별 일정(2003년 1월 발표)

구분	제1단계 (‘03.8월 이후)	제2단계 (‘05.4월 이후)	제3단계 (‘07.4월 이후)
생명 보험	연금, 교육, 생사혼 합 등 개인저축성 보험, 신용생명보험	제3분야 보험 등 보장성보험	완전허용 (퇴직보험 등 단체 보험)
손해 보험	개인연금, 주택화 재, 특종보험(단체 상해 제외), 장기 저축성 보험	자동차보험(개인 용), 제3분야보험 등 장기 보장성보 험	완전허용(기타 자동 차보험, 기타 화재보 험, 해상보험, 퇴직 보험 등 단체보험)

자료 : 재정경제부 및 금융감독위원회 보도자료, 2003.1.17

<표 II-2> 방카슈랑스 관련 규제 및 관련 규정

항목	내용	관련규정
방카슈랑스 허 용 금융기관	은행, 증권, 상호저축은행, 특수은행(기 업은행, 산업은행) 및 신용카드사(법 제 91조제1항, 시행령 제40조제1항)	보험업법 제91조제 1항, 시행령 제40 조제1항
판매가능 보험 상품	모집할 수 있는 보험상품의 범위를 3 단계에 걸쳐 약 4년의 유예기간을 두 고 단계적으로 확대(‘07.4월 완전허용)	법 제91조제2항, 시행령 제40조제2 항
모집방법	보험판매는 금융기관 점포 내(In-bound) 에서만 가능	법 제91조제3항, 시행령 제40조제3항
모집종사자 수 제한	모집에 종사할 수 있는 자를 점포당 2 인 이내로 함	법 제91조제3항, 시행령 제40조제4항
상품모집액의 제한	자산총액 2조원 이상 대형 금융기관은 1개보험사 상품을 45% 초과하여 판매 할 없음 => ‘05년 12월 25%로 변경됨	법 제91조제3항, 시행령 제40조제5 항
불공정 요구행 위 금지	보험계약자 보호 등을 위해 금융기관 보험대리점 등의 우월적 지위를 이용 한 불공정 거래행위를 금지	법 제91조제3항, 시행령 제40조제5항

나. 허용일정

- 제1단계 방카슈랑스는 일정대로 추진되었으나 보장성보험을 대상으로 하는 2단계 방카슈랑스부터는 보험업계의 강력한 이의제기로 추진일정을 변경함
- 제1단계 방카슈랑스의 경우 은행상품과 유사한 저축성 및 신용보험 판매를 대상으로 함
 - 저축성보험은 보험가입자가 추가로 저축을 한다고 볼 수 있으므로 보험시장의 추가적 수요 유발이 가능할 수 있음
- 보장성보험을 대상으로 하는 제2단계 방카슈랑스는 소비자보호, 경쟁경쟁, 보험설계사 실업 등의 문제점을 개선하기 위하여 2005년 2월에 2단계 종목을 2008년 4월까지 3차례 나누어 실시하기로 함
 - 제2단계 방카슈랑스 대상인 보장성보험은 추가적으로 시장을 확대하기가 상대적으로 곤란하면서, 판매채널만 기존 대리점(또는 모집인)에서 은행으로 이전되는 효과가 클 것으로 우려하여 대리점 및 모집인 조직의 반발이 심하게 나타남

<표 II-3> 방카슈랑스 추진일정 변경

구분	제1단계 (‘03.8월 이후)	제2단계 (‘05.4월 이후)	제3단계 (‘06.10월 이후)	‘08.4월 이후
내용	저축성 및 신용보험	제3보험 중 순수보장성(소멸형)상품(특약부 제외)	제3보험 중 순수보장성(환급형)상품(특약부 제외)	일반개인보장성 일반장기보장성과 개인용자동차

자료: 류건식 외4, 『주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점』, 2006.7, 보험개발원, p.21.

- 생명보험의 경우 제1단계 허용종목이었던 저축성보험(전체 시장점유율 38.0%)의 도입효과가 매우 컸으며, 상대적으로 보험료 규모 및 수수료 규모가 작은 순수보장성보험의 실적은 매우 미미함
- 만기환급형 제3보험의 경우 보험료 규모가 작고, 담보내용이 질병, 건강 등으로 복잡하여 은행에서 적극적으로 판매할 유인이 떨어짐
- 전체 생명보험 시장의 30.9%를 차지하는 보장성보험은 2008년 4월 허용 예정이며, 17.6%에 해당하는 단체보험에 대해서는 불허할 예정임

<표 II-4> 단계별 방카슈랑스 허용 비중(FY2005 기준)

(단위: %)

허용단계별	판매 상품	생명보험		손해보험	
		MS	누적MS	MS	누적MS
1단계(2003년 8월)	저축성, 신용생명	38.0	38.0	15.4	15.4
2단계(2005년 4월)	순수보장성 제3보험	0.6	38.6	2.2	17.6
3단계(2006년 10월)	만기환급형 제3보험	12.9	51.5	18.5	36.1
4단계(2008년 4월 예정)	보장성, 자동차보험	30.9	82.4	40.2	76.3
미허용	단체보험, 기타	17.6	100.0	23.7	100.0

자료: 금감원 보도자료, 2006. 9. 19.

- 2008년 4월 이후 시행예정인 자동차보험 방카슈랑스는 업무용과 영업용을 제외한 개인용 자동차보험으로서 전체 손해보험(25조 1,503억원) 시장에서 차지하는 비중은 21.1%임
- 개인용자동차보험이 자동차보험(8조 3,424억원)에서 차지하는 비중은 FY2005 기준으로 63.6%에 달하며, 수입보험료 규모는 5조 3천억원 수준에 달함

<표 II-5> 자동차보험 방카슈랑스 비중

(단위: 억원, %)

구 분		수입보험료	구성비		방카슈랑스 대상
손해보험		251,503	100.0	-	
자동차 보험	소 계	83,424	33.2	100.0	
	개인용	53,185	21.1	63.6	○
	업무용	22,853	9.1	27.4	×
	영업용	5,074	2.0	6.0	×

주: 자동차보험 소계에는 취급업자, 모터바이크 및 운전면허교습생보험 실적이 포함됨

자료: 보험개발원, 『자동차보험 개황 및 분석(2005사업년도)』 및 『FY'05 업계 실적자료』, 2006, 보험개발원

2. 추진실적 분석

가. 생명보험

1) 초회보험료

□ 초회보험료 기준 방카슈랑스 규모 및 비중은 다음과 같음

- 시행 첫 해인 FY'03의 초회보험료 규모는 2조 2천억원에 달했으며, FY'05에도 소폭 상승한 2조 4천억원 수준을 기록함
- 전체 초회보험료 중 방카슈랑스가 차지하는 비중은 FY'03에 34.9% 수준을 기록하여 예상을 상회하였으며, FY'04에는 37.8%로 높아졌으나, FY'05에는 26.5% 수준으로 감소하였음
- 초회보험료 기준으로 볼 때 방카슈랑스의 비중이 높은 이유는 주로 가입금액이 큰 일시납 연금보험이 방카슈랑스채널을 통해 판매되기 때문임

<표 II-6> 생명보험 모집형태별 신규판매 현황

(단위 : 억원)

구 분	FY'03		FY'04		FY'05	
	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비
임직원	8,866	13.8%	9,077	13.6%	16,038	17.5%
설계사	27,748	43.2%	27,650	41.4%	45,123	49.2%
대리점	5,206	8.1%	4,815	7.2%	6,267	6.8%
중개사	-	0.0%	20	0.0%	1	0.0%
방카슈랑스	22,434	34.9%	25,289	37.8%	24,340	26.5%
기타	1	0.0%	3	0.0%	1	0.0%
전체	64,255	100.0%	66,854	100.0%	91,770	100.0%

자료 : 금융감독원 2006년 8월 21일 보도 자료

2) 수입보험료

- 방카슈랑스 수입보험료(초회보험료+계속보험료) 실적을 살펴보면, 다음과 같음
 - FY'03 2조 4천억원에서 FY'04에는 3조 7천억원으로 증가하였으며, 다시 FY'05에는 4조 8천억원으로 증가하였고, FY'06에는 5조 8천억 원에 달할 것으로 예상됨
 - FY'05까지는 초회보험료 비중이 더 높았으나, FY'06 들어서는 계속보험료 비중이 더 높아지면서 안정적인 모습을 보임
 - 연평균 성장률도 FY'04 52.4%, FY'05 30.1%를 기록하였으며, FY'06에는 19.3% 성장할 것으로 예상되어 여전히 높은 성장세를 지속하고 있음
- 생명보험 전체 수입보험료 중 방카슈랑스가 차지하는 비중도 매년

높아지고 있음

- 방카슈랑스 비중이 시행 첫해인 FY'03에는 4.9%(전체 수입보험료 50조 4천억원 중 방카슈랑스 수입보험료 2조 5천억원)이었으나, 매년 상승하여 FY'06는 8.9%(전체 수입보험료 65조 7천억원 중 방카슈랑스 수입보험료 5조 8천억원)로 높아짐

<표 II-7> 방카슈랑스 수입보험료 실적

(단위: 억원, %)

		FY2003	FY2004	FY2005	FY2006(E)
방카슈랑스	초회보험료(A)	22,434	25,289	25,340	24,306
	계속보험료(B)	2,079	12,075	23,263	33,673
	전체보험료(C=A+B)	24,514	37,364	48,603	57,979
생보 전체 수입보험료(D)		503,925	537,506	614,603	657,336
전체 수보 대비 비중(C/D)		4.9	7.0	7.9	8.9

주: FY2006 자료는 추정치임

3) 회사 그룹별 시장점유율

- 방카슈랑스 제도 시행 이후 회사 그룹별 시장점유율이 크게 변화되었음
 - FY2005 기준 방카슈랑스 수입보험료에 대한 회사 그룹별 시장점유율을 살펴보면, 대형사 비중이 29.1%, 중소형사 28.0%, 외국사 24.2%, 은행계자회사 18.7%로 나타남
 - 전체 생명보험 시장의 점유율*을 감안할 경우 방카슈랑스 부문에서 중소형사, 외국사 및 은행계자회사의 비중이 두드러짐
- * FY2005 기준 시장점유율: 대형사 65.9%, 중소형사 15.3%, 외국사 17.3%, 은행계자회사 1.6%

- 대형사는 방카슈랑스 채널 활용에 소극적인 반면, 중소형사, 외국사 및 은행계자회사는 적극 활용함으로써 결과적으로 판매채널이 시장구도 변화의 주요 요인으로 작용한 것으로 볼 수 있음

<표 II-8> 회사별 방카슈랑스 실적

(단위: 억원, %)

보험사		FY2005			FY2006 1/4분기		
		초회 보험료	수입보험료	점유율	초회 보험료	수입보험료	점유율
대형사	대한	1,033	4,164	8.6	494	1,489	11.1
	삼성	2,303	4,356	9.0	405	1,115	8.3
	교보	1,514	5,634	11.6	248	1,409	10.5
	소계	4,850	14,153	29.1	1,147	4,011	29.9
중소형사	홍국	447	3,378	7.0	175	1,085	8.1
	금호	304	2,149	4.4	138	831	6.2
	신한	908	2,792	5.7	247	806	6.0
	동부	784	1,157	2.4	438	626	4.7
	동양	295	1,997	4.1	54	602	4.5
	미래에셋	1,987	2,115	4.4	73	288	2.1
	녹십자	4	10	0.0	1	10	0.1
	소계	4,730	13,598	28.0	1,127	4,248	31.6
외국사	PCA	187	444	0.9	158	232	1.7
	라이나	8	14	0.0	17	28	0.2
	알리안츠	1,620	1,678	3.5	505	531	3.9
	메트라이프	1,513	1,785	3.7	164	292	2.2
	ING	1,854	2,187	4.5	782	888	6.6
	AIG	5,558	5,671	11.7	900	940	7.0
	소계	10,740	11,779	24.2	2,526	2,909	21.6
은행계 자회사	하나	671	1,450	3.0	134	435	3.2
	KB	1,301	2,779	5.7	203	787	5.9
	SH&C	3,048	4,845	10.0	597	1,042	7.8
	소계	5,020	9,074	18.7	934	2,264	16.9
생보사계		25,340	48,603	100.0	5,735	13,432	100.0

자료: 금감원 보도자료, 2006년 9월 19일자 수정

- 방카슈랑스 효과 분석을 위해 허용대상인 저축성보험에 대한 시장점유율 변화를 살펴보면 다음과 같음
- 대형사의 저축성보험 시장점유율은 방카슈랑스 허용 전인 FY2002에는 81.0%에 달했으나, 방카슈랑스 허용 1차년도인 FY2003에는 70.7%로 낮아지고, 3차년도인 FY2005에는 63.1%로 낮아짐
 - 중소기업사의 저축성보험 시장점유율은 방카슈랑스 허용 전인 FY2002에는 13.7%였으나, 방카슈랑스 허용 1차년도인 FY2003에는 14.9%로 높아지고, 3차년도인 FY2005에는 15.4%로 높아짐
 - 외국사의 저축성보험 시장점유율은 방카슈랑스 허용 전인 FY2002에는 4.7%에 불과하였으나, 방카슈랑스 허용 1차년도인 FY2003에는 13.1%로 급증하였고, 3차년도인 FY2005에는 18.6%로 높아짐
 - 은행계자회사 역시 FY2002에는 0.6%에 불과하였으나, FY2005에는 2.8%로 높아짐

<표 II-9> 그룹별 저축성보험 시장 점유 실적 추정

(단위: 억원, %)

구 분	방카슈랑스 허용전	방카슈랑스 허용 1차년도	방카슈랑스 허용 2차년도	방카슈랑스 허용 3차년도
	FY2002	FY2003	FY2004	FY2005
대형사	152,527	152,226	142,729	159,685
	81.0	70.7	65.8	63.1
중소형 사	25,880	32,162	33,210	39,008
	13.7	14.9	15.3	15.4
외국사	8,830	28,128	35,929	47,140
	4.7	13.1	16.6	18.6
은행계 자회사	1,108	2,728	4,903	7,124
	0.6	1.3	2.3	2.8
전체	188,344	215,245	216,770	252,958
	100.0	100.0	100.0	100.0

- 방카슈랑스 허용을 계기로 외국사의 시장점유율이 급증한 것은 우리와 유사한 판매채널을 갖고 있는 일본에서도 나타난 현상임
- 일본에서 외자계 생보사의 시장점유율은 방카슈랑스가 허용되기 전인 FY1997에는 3.8%에 불과하였으나, 방카슈랑스 허용 이후인 FY2005에는 29.5%로 급증하였음

<표 II-10> 일본 생보사의 그룹별 시장점유율 추이

(단위: %)

	1998.3	2004.3	2005.3	2006.3
국내사	95.6	73.7	67.4	65.3
손보계	0.6	3.8	3.9	5.2
외자계	3.8	22.5	28.7	29.5

주: 1) 수입보험료 기준임

2) 손보계는 1996년 신보험업법 개정으로 손보사의 생보자회사 설립 해금됨

자료: 생명보험협회

4) 판매채널 변화

- 방카슈랑스 허용 이후 회사별·판매상품별로 특정 채널에 전문화하는 상품과 채널간 대응 현상이 뚜렷하게 나타나고 있음
- FY2006.4~9월 초회보험료 기준 주요 상품의 설계사 판매 비중을 살펴보면, 사망보험 80.1%, 변액보험 70.9%, 생존보험 35.2%로 나타나 방카슈랑스 도입 이후 사망 및 변액보험은 설계사 채널, 저축보험은 방카슈랑스 채널로 양분되었음
- 변액보험과 같은 투자형상품의 경우 대형사 및 외국사는 전통채널인 설계사 위주로 판매하는 반면, 중소형사는 방카슈랑스 채널 중심으로 판매하고 있음

- 사망보험과 같은 보장성보험의 경우 설계사의 비중이 높지만, 중소기업 및 외국사의 경우 홈쇼핑을 포함한 대리점의 비중이 31~35%를 차지함
- 생존보험과 같은 저축성보험의 경우 대형사는 설계사의 비중이 방카슈랑스보다 더 높은 반면, 중소기업 및 외국사의 경우 방카슈랑스 비중이 78~88%에 달해 방카슈랑스에 대한 의존도가 절대적임

<표 II-11> 회사그룹별 · 상품별 판매채널 의존도

(단위: %)

구 분	변액보험		사망보험		생존보험	
	설계사	방카슈랑스	설계사	대리점	설계사	방카슈랑스
대형사	85.2	8.3	88.8	11.0	58.4	31.1
중소형사	21.5	74.5	68.4	31.0	15.7	78.5
외국사	67.6	20.6	60.7	35.6	11.4	88.0
전사	70.9	21.8	80.1	19.1	35.2	58.7

주: FY'06.4~9월 초회보험료 기준임

자료: 각사 업무보고서

나. 손해보험

- 생명보험과는 달리 일시납 비중이 크지 않은 손해보험의 경우는 초회보험료 기준으로 미미한 수준을 보이고 있으나 점진적으로 시장 규모가 확대되는 추세를 나타냄
- 규모 면에서는 미미한 수준이나, FY'03의 0.4%에서 FY'05에 3.3%로 증가하여 높은 성장세를 보이고 있음(<표 II-12> 참조)
- 손해보험의 방카슈랑스 성장추이를 대형사 및 중소기업으로 나누어 살펴보면, 생명보험과 유사하게 대형사 및 중소기업 모두 대리점 등의 점유율은 하락하고 방카슈랑스 및 비대면채널의 비중이 증가되는 추이를 보임

<표 II-12> 손해보험 모집형태별 신규판매 현황

(단위 : 억원)

구 분	FY'03		FY'04		FY'05	
	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비
임직원	25,165	11.8%	27,766	12.0%	33,086	12.9%
설계사	75,406	35.3%	80,797	34.8%	90,038	35.0%
대리점	108,796	50.9%	115,475	49.7%	121,537	47.3%
중개사	1,875	0.9%	2,145	0.9%	2,870	1.1%
방카슈랑스	813	0.4%	4,538	2.0%	8,370	3.3%
기타	1,727	0.8%	1,468	0.6%	1,319	0.5%
전체	213,782	100.0%	232,189	100.0%	257,220	100.0%

자료: 금융감독원 2006년 8월 21일 보도 자료

- 특히 중소형사의 경우 대리점 점유율이 대폭 감소한 대신, 방카슈랑스 점유율은 큰 폭으로 성장하여 중소형사 대리점이 방카슈랑스의 영향을 가장 크게 받은 것으로 나타남

<표 II-13> 방카슈랑스 도입 후 채널별 보험료 구성비 추이(손해보험)

(단위 : %)

구 분	대형사			중소형사			10개사		
	FY'04	FY'05	FY'06.9	FY'04	FY'05	FY'06.9	FY'04	FY'05	FY'06.9
임직원	7.7	8.1	8.9	4.6	9.1	10.1	7.0	8.4	9.2
설계사	38.4	39.0	38.8	37.1	37.3	35.7	38.1	38.6	38.1
대리점	49.9	47.5	46.8	51.9	48.3	45.4	50.4	47.7	46.4
방카	2.3	3.6	4.3	1.6	3.6	7.2	2.1	3.6	4.9
기타	1.7	1.7	1.2	4.9	1.7	1.6	2.4	1.7	1.3
대면	97.6	96.1	96.3	95.1	94.3	93.6	97.0	95.7	95.7
비대면	2.4	3.9	3.7	4.9	5.7	6.4	3.0	4.3	4.3

자료: 『보험사 장래 손익전망 세미나』, 2007. 2. 7, 보험개발원

- 보험상품을 판매할 수 있는 금융회사 중 은행을 통한 판매실적이 대부분을 차지하는 것으로 나타남

- 손해보험 방카슈랑스 계약의 은행 판매 비중은 '04년 99.0%, '05년 10월 98.9%임
- 이는 은행의 판매조직이 전국적으로 광범위하게 분포되어 있고, 대고객 접촉이 타 금융기관보다 용이한 결과로 판단됨

다. 보험설계사의 변화

- 방카슈랑스 허용으로 인해 설계사의 판매 비중이 줄어들었으나, 설계사의 규모는 방카슈랑스 이전과 크게 다르지 않고 설계사의 월평균모집액 및 소득은 증가된 것으로 나타남
- 그러나 방카슈랑스 도입 논의가 2001년부터 시작되었고, 설계사의 숫자가 점진적으로 감소하다가 FY'05에 소폭 증가된 모습을 볼때 설계사 조직이 방카슈랑스 도입의 영향을 다소 받은 것으로 판단됨

<표 II-14> 회사그룹별 방카슈랑스/설계사 판매비중 변화추이

(단위 : %)

구분	FY'03	FY'04	FY'05
대형3사	2.7(74.9)	3.3(71.1)	3.5(70.8)
국내중소형사	12.5(68.5)	16.1(60.8)	21.9(50.8)
외국사	8.4(85.0)	13.7(78.3)	11.1(77.8)
계	4.9(75.2)	7.0(70.6)	7.9(68.6)

주: 괄호 안은 보험설계사의 판매비중임
 자료: 2006년 7월 31일 금융감독원 보도자료

- 보험설계사 수의 감소 추이가 크지 않고, 월모집액의 변화가 없는 것은 제1단계 및 제2단계 방카슈랑스 보험상품의 특징 때문임
- 즉, 연금 등 저축성보험은 시장 확대가 가능한 상품이므로 금융기관을 통한 보험시장 확대 효과가 나타난 것으로 볼 수 있음
- 제2단계까지 방카슈랑스가 진행되었음에도 은행 등 금융회사의 주

력 판매상품은 건당 규모가 큰 저축성보험인 것으로 나타남

- 최근 들어 설계사 수가 증가추세인 것인 변액보험 등의 판매에 주력하기 위해 설계사 수를 늘린 결과임

<표 II-15> 보험설계사 수 및 월모집액 변화추이

(단위 : 만명, 만원)

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06.9
인원	22.7	20.3	20.2	19.8	19.6	20.2
월모집액	1,800	1,842	1,944	1,984	2,161	2,371

주: 생보 및 손보 설계사 평균임

자료: 2006년 7월 31일 금융감독원 보도자료

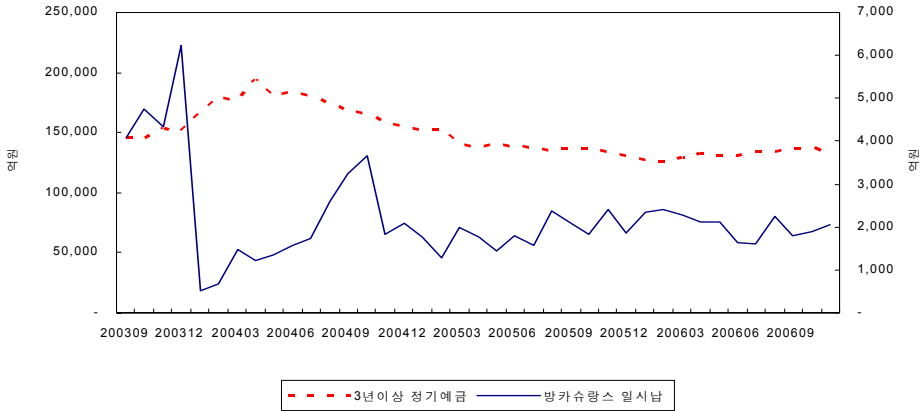
3. 저축성보험의 방카슈랑스 성장 요인

- 우리나라의 방카슈랑스는 허용 전 예상보다 훨씬 빠른 속도로 시장점유율이 높아지는 등 외연적인 성장 측면에서는 성공한 것으로 볼 수 있음
- 방카슈랑스의 성공 요인은 방카슈랑스를 둘러싼 전반적인 환경과 방카슈랑스 영업전략으로 볼 수 있음
- 방카슈랑스 환경은 외부요인으로서 규제와 관련된 부분인데, 우리나라의 경우 25%룰, 2인 규제, 아웃바운드(out-bound) 영업 제한 등과 같은 규제를 두고 있음에도 불구하고, 높은 시장점유율을 기록함
- 각종 규제에도 불구하고 방카슈랑스가 성공적인 이유는 우리나라 금융산업 내에서 은행이 차지하는 역할과 영업력, 금융관행 등 우리나라의 특수한 요인에 기인한 것으로 판단됨
- 내부 성공 요인으로는 은행의 상품전략과 보험사의 채널전략이 상호 결합된 데서 찾을 수 있음

가. 은행의 상품전략

- 은행의 저축성보험 판매 허용은 리스크는 인수하지 않고, 보험판매에 따른 수수료 수익을 획득할 수 있는 기회를 제공함으로써 동일한 수익에 대해 위험기준자본(risk-based capital)을 감소시킬 수 있는 기회를 제공하였음
- 저축성보험에 대한 방카슈랑스 허용 이후 은행의 단기예금을 보완하는 일시납 연금 및 장기저축성보험 판매가 활발하였음
 - 이는 은행의 장기예금을 보험사의 연금상품이 대체한 것으로, 보험사 측면에서도 새로운 시장을 창출한 것으로 볼 수 있음
 - 저축성보험의 경우 보험상품의 예정이율(4.6~4.8%)이 은행 정기예금의 이율(4.4%)보다 0.2~0.4%p 정도 높아 금리 측면에서 경쟁력이 존재하였음
 - 이 때문에 은행은 만기예금 소유자 및 자금여력이 풍부한 은행고객에게 이율이 높은 연금보험상품을 권유하고 높은 수수료 수입을 획득할 수 있었음
 - 이러한 경향은 해외사례에서도 다수 발견되는데, 저축성보험에 대해 세제혜택을 부여한 프랑스의 경우 동 상품이 은행상품을 대체함으로써 방카슈랑스 비중이 단기간 내에 60%를 상회하였음
- 2003년 9월~2006년 11월 기간 동안 은행의 3년만기 정기예금 말잔과 방카슈랑스 일시납보험료간의 상관관계는 -0.13으로 나타나 상관정도는 약하지만 음(-)의 관계가 존재하는 것으로 분석됨
 - 따라서 방카슈랑스 일시납보험이 은행 예금상품을 일정 부분 대체한 것으로 볼 수 있음

<그림 II-1> 정기에금 말잔과 방카슈랑스 일시납 추이



나. 보험회사의 채널전략

- 보험회사 측면에서 본다면, 전통채널을 대체하여 외부로부터 판매조직을 아웃소싱하려는 중소형사 및 외국사 니즈와도 부합하였음
 - 전통채널인 설계사 조직은 구축하는 데 많은 시간과 비용이 소요되기 때문에 설계사 채널의 기반이 약한 보험사의 경우 방카슈랑스 채널이 설계사 채널을 대체하는 효과가 발생함
 - 판매조직이 부족한 외국계 보험사들이나 중소형사들에게 방카슈랑스는 설계사나 대리점 네트워크 기반이 없이도 시장을 확대할 수 있는 기회를 제공하였음
 - 반면, 대형사는 기존 설계사 채널 유지의 어려움, 은행 위주의 제도 운영 등으로 인해 활용도가 높지 않음
 - 2006년 4~12월 초회보험료 기준 주요 생명보험사의 판매채널 구성을 살펴보면, 대형사는 설계사의 비중이 65~83% 수준으로 높지만, 일부 중소형사나 외국사는 방카슈랑스 비중이 70% 이상으로 나타나 뚜렷한 회사별 채널전략 차이를 발견할 수 있음

<표 II-16> 주요 생명보험사의 채널 구성

(단위: %, 천명)

구 분	삼성	대한	교보	금호	동부	푸르덴셜	ING	AIG
설계사	82.7	65.9	72.7	27.3	5.8	100.0	16.4	3.8
방카슈랑스	17.3	34.1	27.3	72.7	94.2	0.0	83.6	96.2
설계사 수	31.3	23.5	17.3	5.0	0.6	1.9	7.2	1.4

주: 1) 의존도는 2006년 4~12월 초회보험료 기준이며 설계사와 방카슈랑스 수입보험료 합계를 100%로 환산한 수치임

2) 설계사 수는 2006년 9월 기준임

- 외국사들은 유럽과 미국에서 방카슈랑스의 성공경험과 검증된 상품을 기반으로 시장을 공략하였으며, 상품과 경험뿐만 아니라 다국적 보험회사들의 강력한 재무력과 높은 대외인지도를 강점으로 활용함
- 일본의 경우에도 우리나라와 유사한 현상이 나타나고 있는데, 방카슈랑스 허용 전 일본의 생명보험 시장은 국내사들 중심이었으나, 방카슈랑스 시행을 계기로 외국사의 점유율이 빠른 속도로 증대되고 있음
- 일본 내 외국사들은 상품경쟁력, 판매지원체제, 수수료 부문 측면에서 경쟁우위를 갖고 있음
 - Alico, Hartford생명, Met-Life 등 외자계 3사가 방카슈랑스 부문에서 차지하는 비중은 30%를 초과함
 - Hartford는 2004년 연금 판매가 전년 대비 112% 증가한 25억달러를 기록하였으며, 관리하는 자산규모도 전년 대비 2배 이상 증가하여 2005년 9월 기준 방카슈랑스 비중이 23.4%에 달함

<표 II-17> 일본의 외자계 생보사 방카슈랑스 추이

(단위: 억엔, %)

	2003.3	2004.3	2006.3	2006.9
Alico	640 (7.3)	7,250 (23.7)	6,325 (12.9)	3,100 (13.4)
Hartford	1,280 (14.6)	4,066 (13.3)	10,891 (22.4)	1,998 (8.6)
Met-Life	344 (3.9)	4,238 (13.9)	4,742 (9.7)	2,482 (10.7)

주: 괄호 안은 방카슈랑스 시장점유율
 자료: 보험매일신문

다. 금융관행 및 경쟁 판매채널 특성

- 방카슈랑스의 영향력은 국가에 따라 명확한 차이를 보이고 있는데, 이는 금융관행 및 경쟁 판매채널 양상 등과 같은 요소에 기인한 것임
- 영국과 미국은 독립적인 판매채널의 발달로 인해 방카슈랑스의 성장이 제약을 받아 상대적으로 방카슈랑스 의존도가 낮음
- 미국에서의 독립적인 판매채널은 브로커를 의미하며, 영국의 경우는 IFA를 말하는데, 이들은 방카슈랑스의 핵심 고객들에 대해 이미 거래관계를 형성하고 고객에 대해 소유권을 갖고 있음
- 프랑스, 이탈리아 등은 브로커 시장이 발달하지 못하고 방카슈랑스 비중이 높는데, 프랑스의 경우 방카슈랑스 규제완화 이전 대다수 생보사의 상품판매는 전속조직에 의존하였음
- 프랑스에서는 이런 판매조직이 독립채널로 전환할만한 이점이 없었고, 고객과의 관계 및 소유권이 발달하지 못하였기 때문에 방카슈랑스의 시장잠식이 용이했음
- 우리나라에서도 미국, 영국에서와 같은 시장지배적인 독립 판매채널이

존재하지 않는 상태에서, 유럽 일부 국가 및 호주에서 발생한 것과 마찬가지로 강력한 지점망을 갖춘 은행 채널이 생명보험 시장의 상당 부분을 차지할 수 있다는 개연성이 현실화된 것으로 볼 수 있음

- 전속채널에 대한 의존도가 높았던 프랑스의 경우, 방카슈랑스 허용을 계기로 은행그룹에 속하지 않은 전통보험사는 시장점유율을 상실하고 성장이 정체된 반면, 은행 관련 보험사는 시장점유율이 급증하였음¹⁾
- 호주의 경우에도 은행 소유 보험사가 전체 보험사 자산에서 차지하는 비중이 1980년 0%였으나, 방카슈랑스 허용 이후 2000년에는 44%로 높아졌음²⁾

<표 II-18> 국가별 판매채널 비중(생명보험)

(단위: %)

	중개채널	금융기관	기타	전체
오스트리아	42.0	54.4	3.7	100.0
벨기에	33.5	49.9	16.6	100.0
스페인	30.3	68.0	1.7	100.0
프랑스	21.0	69.0	10.0	100.0
영국	76.0	17.4	6.5	100.0
이탈리아	16.6	83.4	0.0	100.0
포르투갈	14.1	83.7	2.2	100.0
미국	독립대리점 53, 전속대리점 36, 기타 11			100.0
호주	전속대리점 15, 브로커 51, 은행 21, 기타 12			100.0
한국	임직원 2.2, 설계사 42.7, 금융기관 46.6, 대리점 8.5			100.0

주: 1) 유럽의 경우 2004년 신계약 기준

2) 미국은 2004년 Limra International 추정치

3) 한국은 2006년 4~12월 초회보험료 기준

자료: 각 사 업무보고서

Datamonitor, UK Bancassurance 2006.

NMG, *Creating Value in Bancassurance*, 2005.

1) LIMRA, *Bancassurance in Europe*, 2002. 11.

2) Monica Keneley, "Adaptation and chance in the Australian life insurance industry: an historical perspective", *Accounting Business & Financial History*, March 2004, pp 91~109.

Ⅲ. 방카슈랑스 대상 보험시장의 특성

1. 보장성보험 시장의 특징

<요 점>

- 보장성보험은 보험회사 및 설계사에 대한 이익기여도가 높은 보험종목임
 - 보장성보험은 보장내용 및 가입절차가 복잡하여 불완전판매 가능성이 높은 상품임
 - 보장성보험은 보장수요의 한정된 특성과 가입률이 취업자 대비 50% 수준을 상회한다는 점을 감안하면 추가로 시장확대가 어려운 보험종목임
-

- 보장성보험이 생명보험에서 차지하는 비중은 31%(FY2006 추정) 수준이지만, 보험회사 및 설계사에 대한 이익기여도는 이보다 높음
 - 종신보험은 사망률 개선, 저축성보험보다 높은 사업비 부과 등으로 인해 타 보험종목보다 이익기여도가 높음
 - 보장성보험에 대한 설계사의 판매비중은 80.1%(대형사: 88.8%, 중소형사: 68.4%, 외국사: 60.4%)에 달하고, 설계사 소득의 65% 정도를 차지해 설계사의 주력상품으로 볼 수 있음
 - 방카슈랑스 점유율이 60%를 상회하는 프랑스의 경우에도 방카슈랑스 주력 보험사는 저축성상품에 특화하고 있으며, 전통 보험사는 보장성 영역에 강점을 갖고 있음¹⁾
- FY2006 기준 보장성보험 수입보험료 규모는 21조 2천억원 정도로

1) LIMRA, *Bancassurance in Europe*, 2002. 11.

추정됨

- 이중 대형사가 14조 8천억원으로 전체 수입보험료 대비 34.3%를 차지하여 포트폴리오가 가장 높음

<표 III-1> 보장성보험 규모 추정(FY2006)

(단위: 억원, %)

구 분	총 수보(A)	보장성 수보(B)	보장성 비중(B/A)	그룹별 MS
대형사	430,572	147,507	34.3	69.5
중소형사	106,380	34,189	32.1	16.1
외국사	133,882	30,234	22.6	14.2
은행계자회사	9,760	389	4.0	0.2
전체	680,595	212,318	32.5	100.0

- 2006년 월평균 월납초회보험료 기준으로 살펴보면, 상품포트폴리오 (저축성 대 보장성)는 다음과 같음
 - 대형사의 보장성보험 비중은 52.0% 수준으로 추정되는 반면, 중소기업사 및 외국사의 비중은 각각 40.8%, 42.0%로 대형사에 비해 10%p 이상 낮은 수준임
 - 대형사의 보장성보험 비중은 3사가 거의 비슷한 수준인 반면, 외국사의 경우 회사별 차이가 크게 발생함
 - 예를 들면, 외국사 중 보장성 비중이 가장 높은 회사는 80% 수준을 훨씬 상회하는 반면, 가장 낮은 회사는 20%대 수준에 불과함
 - 이러한 현상은 방카슈랑스를 적극 활용하고 있는 일부 중소기업사 및 외국사의 상품포트폴리오가 저축성 위주로 재편된 반면, 대형사는 설계사채널을 중심으로 보장성보험 판매에 주력하고 있기 때문으로 판단됨

<표 III-2> 월평균 월납초회보험료(2006)

(단위: 억원, %)

	보장성보험		저축성보험		전체	
	초회보험료	비중	초회보험료	비중	초회보험료	비중
대형사	284	52.0	262	48.0	546	100.0
중소형사	128	40.8	186	59.2	315	100.0
외국사	119	42.0	165	58.0	284	100.0
은행자회사	-	0.0	17	100.0	17	100.0
합계	532	45.8	630	54.2	1,162	100.0

자료: 생명보험협회

- 보장성보험은 보장내역이 복잡하고, 언더라이팅이 요구되는 등 가입 절차가 복잡하기 때문에 상세한 설명과 자문이 요구되는 상품임
 - 일반적으로 주계약뿐만 아니라 질병, 상해 등 각종 특약이 부가되어 판매되기 때문에 상품에 대한 전문지식이 선행되어야 함
 - 따라서, 상품에 대한 이해력이 낮을 경우 불완전판매 가능성이 우려되는 특성이 있음

- 보장성상품에 대한 니즈는 일반사망, 재해사망, 치명적 질병 발생시 사망보험금 선지급 등과 같은 보장수요로 한정되기 때문에 저축성보험과 같이 방카슈랑스로 인한 추가적인 시장 확대를 기대하기 어려움
 - 따라서, 방카슈랑스 허용시 판매망 확충으로 인한 시장 확대보다는 기존 설계사 채널이 은행 등 금융기관으로 대체되는 판매채널 대체효과가 더 클 것으로 예상됨

- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 은행은 프라이빗 बैं킹 업무를 중심으로 자산관리와 연계하여 동 상품을 판매할 가능성이 높기 때문에 시장구도에 미치는 영향이 클 것임

- 또한, 사업비 비중이 전체 보험료 중 20% 이상을 차지하므로 은행계자회사 및 방카슈랑스 의존도가 높은 일부 중소기업 및 외국사의 가격인하 가능성도 배제할 수 없음

2. 자동차보험 시장의 특징

<요 점>

- 자동차보험 시장은 연 3%수준(수입보험료 기준 3% 수준, 자연성장률 3%이하 수준)으로 저성장할 것으로 예상
 - 자동차보험 시장의 경쟁강도는 아주 높은 것으로 평가(HHI지수²⁾ : 0.145)
 - 영업수지는 향후 5년간 연간 5천억원 수준의 적자를 시현할 것으로 추정
 - 상품 모방이 용이하여 방카슈랑스 도입시 가격인하 경쟁의 촉매로 작용할 가능성이 높음
-

가. 낮은 성장성

- 자동차보험 시장은 수입보험료 기준으로 연평균 4.2%(2008.4월 방카슈랑스 대상 보험종목이 포함된 자가용은 3.9%)성장하여 FY'05 자동차보험 수입보험료는 8조 3천억원에 달함
- 현재의 연평균 성장추이는 자연성장률(자동차대수 증가율)수준을 유지하고 있는 것으로 나타남

2) 허핀달(Herfindahl) 지수란 시장집중도(measure of market concentration) 지수로 독과점 정도를 파악하는 데 활용. 허핀달 지수가 1에 가까우면 집중도가 높고 0에 가까우면 집중도가 낮은 것으로 판단.

<표 III-3> 자동차보험 수입보험료 추이

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	연평균증가율
자가용	65,434	68,406	69,014	74,024	76,145	3.9%
영업용	4,607	4,898	4,784	4,904	5,086	2.5%
합계	70,769	74,929	75,848	81,038	83,423	4.2%

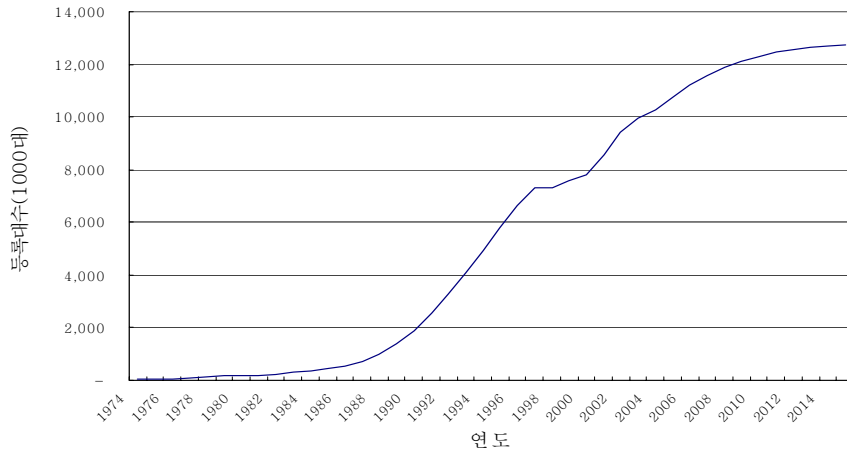
주: 계에는 취급업자, 모터바이크 및 운전면허교습생 자동차보험 실적 포함
 자료: 자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도), 보험개발원

- 자동차보험 시장의 성장은 자동차라는 객체의 성장과 연동되는데, 2000년대 중반부터 자동차 자연성장률도 정체하고 있음
 - 2003년 이전에는 5% 이상의 높은 성장추이를 보였으나, 경제성장을 둔화, 인구증가 둔화 및 자동차대수 포화상태로의 진입 등으로 성장률이 점진적으로 감소하는 추이를 나타냄
 - Logistic 모형³⁾을 이용하여 승용차(개인용자동차보험 포함)의 자연성장률을 추정하여 보면, 향후에도 자동차 대수 증가율의 점진적 감소추이가 계속될 것으로 예측됨
 - 최근 손해를 악화로 인한 보험료 인상추세, 차량가액이 비싼 중대형차 및 외제차의 판매대수 증가 등의 영향으로 인해 자동차보험 시장규모는 자연성장률보다 약간 높은 수준에 머물 것으로 예측됨

3) Logistic 모형은 S-Curve를 그리면서 점진적으로 포화상태에 이르는 모형으로, 본 예측에서는 포화상태 수준을 1가구당 약 1.3대의 자동차를 소유하는 것으로 가정하여 Logistic곡선을 추정함

<표 III-4 > 승용차(개인용자동차보험 포함) 증가대수 추이에측
(단위 : 천대)

연도	등록대수(추정)	연평균성장률	
실적	1991	2,539	33.5%
	1992	3,257	28.3%
	1993	4,061	24.7%
	1994	4,930	21.4%
	1995	5,778	17.2%
	1996	6,653	15.2%
	1997	7,335	10.3%
	1998	7,324	-0.2%
	1999	7,567	3.3%
	2000	7,798	3.1%
	2001	8,588	10.1%
	2002	9,414	9.6%
	2003	9,942	5.6%
	2004	10,274	3.3%
	2005	10,759	4.7%
추정	2006	11,204	4.1%
	2007	11,578	3.3%
	2008	11,882	2.6%
	2009	12,125	2.0%
	2010	12,314	1.6%
	2011	12,458	1.2%
	2012	12,564	0.9%
	2013	12,642	0.6%
	2014	12,698	0.4%
	2015	12,737	0.3%

<그림 III-1> 승용차(개인용자동차보험 포함) 증가대수 추이에측

- 자동차대수 증가율(자연성장률) 및 사고발생률, 1사고당 손해액(보험 원가)의 증가추이를 모두 고려한 시장 성장률도 매년 3% 수준의 성장추이를 보일 것으로 예측됨
- 이상으로 볼 때, 자동차보험 시장 성장성은 낮은 수준으로 평가할 수 있음

<표 III-5> 자동차보험 수입보험료 장기전망

(단위 : 조원)

구분	FY'06(E)	FY'07(F)	FY'08(F)	FY'09(F)	FY'10(F)
수입보험료	8.788	9.490	9.791	10.196	10.519
성장률		8.0%	3.2%	4.1%	3.2%

자료: 보험개발원, 「보험사 장래 손익전망 세미나」, 2007.2.7

※ 장기성장률 예측 모형(logistic 모형을 이용한 성장률 예측)

○ 기초통계

- 1인당 GNI : 통계청의 연도별 통계
- 자동차등록대수 : 건교부의 연도별 자동차등록대수(승용차) 통계
- 포화수준(K) : 0.32(일본 수준)
 - ① J.C.Tarner의 국가별 인당 포화대수 추정값 중 우리나라와 인구 규모, 경제규모 성장추이 등이 유사한 국가들의 수준으로 결정
 - ② 일본(0.32), 영국(0.35), 이탈리아(0.39)가 문화수준, 경제규모 및 땅의 크기 등을 볼 때 우리나라와 유사한 것으로 판단되어 포화수준 값은 우리나라와 지리적으로 가깝고 사회문화 행태가 유사한 일본 수준 0.32를 K값으로 설정하였음

<표 III-6> 세계 각국의 승용차 보유율의 포화수준 추정

국 명	포화수준(대/인)	국 명	포화수준(대/인)
오스트리아	0.22	스 페 인	0.23
벨 기 에	0.42	스 웨 덴	0.32
덴 마 크	0.31	스 위 스	0.37
에 이 레	0.34	영 국	0.35
핀 란 드	0.28	호주	0.49
프 랑 스	0.31	캐 나 다	0.60
서 독	0.32	뉴 질 랜드	0.50
이 탈 리 아	0.39	프레토리코	1.04
네 델 란 드	0.46	미 국	1.51
노 르 웨 이	0.34	일 본	0.32

자료: J. C. Tarner, "Car Owership Trends and Forecast", TPRL 199, Transport and Road Research Laboratory, 1977.

○ 설명변수 결정 : 1인당 GNI

- 승용차 수요증가를 설명할 수 있는 변수로는 국민소득 수준, 자동차의 가격 수준, 도로(포장, 비포장 등)을, 운행유지비 등 여러 가지 변수가 있을 수 있으나,
- 다양한 변수를 사용할 경우 다중공선성(Multicollinearity)이 발생할 수 있으므로, 여러 변수 중 승용차보유에 가장 큰 영향을 미칠 수 있는 1인당 GNI를 주요 설명변수로 사용하였음

○ 모형 : Logistic 함수를 이용한 회귀분석

- 자동차대수 및 국민소득이 무한히 성장한다는 가정보다는 어느 수준(포화상태)으로 수렴하는 모습이 현실적인 가정으로 판단
- 포화상태로 수렴할 경우 수렴모형은 일반적으로 Logistic 모형을 따르는 것으로 알려져 있으므로, 동 모형을 이용하여 회귀분석을 행하였음

- Logistic 모형식 :
$$Y = \frac{K}{1 + \exp(T)}$$

Y : 1,000명당 승용차 보유대수

K : 승용차 최대보유대수(1000명당), 320명

T : $\beta_1 + \beta_2 \times X$

X : 1인당 GNI(경제성장률은 우리나라 잠재성장률 수준인 5%로 가정함)

T값 추정결과 : $\ln(K/Y-1) = 4.3066 - 0.0037 \times X$

R-square : 99.8%

나. 높은 경쟁강도

- 현재 자동차보험 시장에는 총 14개의 손해보험회사들이 영업을 하고 있음
 - 이중 교보자동차보험, 다음다이렉트 및 현대 하이카는 자동차보험을 주로 판매(자동차보험 전업 온라인회사, 이중 교보자동차는 일반 상해보험도 판매)하고 있음
 - 오프라인 보험사 중에서는 삼성·현대·LIG⁴⁾를 제외한 전 손해보험회사가 직판상품을 판매하고 있음

<표 III-7> 손해보험회사

회사명	보험종목	직판상품여부
메리츠화재	모든 손해보험 종목	있음
신동아화재	모든 손해보험 종목	있음
대한화재	모든 손해보험 종목	있음
그린화재	모든 손해보험 종목	있음
홍국쌍용화재	모든 손해보험 종목	있음
제일화재	모든 손해보험 종목	있음
삼성화재	모든 손해보험 종목	없음
현대해상	모든 손해보험 종목	없음
LIG손해	모든 손해보험 종목	없음
동부화재	모든 손해보험 종목	있음
교보자동차	자동차보험, 상해보험	직판회사
교원나라자동차	자동차보험	직판회사
다음다이렉트	자동차보험	직판회사
현대 하이카	자동차보험	직판회사

4) 현대는 현대 하이카 다이렉트를 자회사로 두고 있으며, LIG는 다음다이렉트에 지분을 투자하고 있어 삼성을 제외한 대부분의 회사가 직판상품을 판매하고 있다고 평가할 수 있음

- FY'05 수입보험료 기준(약 8조 3천억원)으로 자동차보험 시장은 삼성, 동부, 현대, LIG의 대형회사가 전체의 70% 이상을 차지하는 구조이나 회사간 시장점유율 경쟁이 치열한 상태임
- FY'05 기준으로 자동차보험 시장의 HHI(허쉬만-허핀달 지수)가 0.145로 나타나, 자동차보험 시장의 경쟁 강도가 아주 높은 것으로 평가할 수 있음
- * FY'05기준 손해보험(전체) HHI : 0.1557, 생명보험 HHI : 0.1739

<표 III-8> 손해보험회사의 자동차보험 MS 및 HHI(허쉬만-허핀달 지수)

구 분	평대	수입보험료	MS	HHI
메리츠	1,062	439	7.4%	0.005
한 화	556	172	2.9%	0.001
대 한	453	177	3.0%	0.001
그 린	323	125	2.1%	0.000
흥국쌍용	697	237	4.0%	0.002
제 일	700	257	4.3%	0.002
삼 성	3,865	1,666	28.0%	0.079
현 대	2,057	839	14.1%	0.020
LIG	1,825	733	12.3%	0.015
동 부	2,071	801	13.5%	0.018
A.H.A	4	4	0.1%	0.000
교 보	714	235	3.9%	0.002
교 원	283	86	1.4%	0.000
다 음	292	117	2.0%	0.000
하이카	37	55	0.9%	0.000
합계	14,938	5,942	100.0%	0.145

주: 회사별 수입보험료 MS로 HHI 산출
 자료: 보험회사 실적통계('06.4월 ~ '06.11월)

- 직관자동차보험회사 및 직관상품의 시장점유율 증가가 지속됨에 따라 직관자동차보험회사(또는 직관상품)가 자동차보험 시장 경쟁강도 증가의 원인으로 작용하고 있음
- 직관회사가 등장한 '01년 이후 매년 직관상품의 MS가 성장하여 2006년 12월 기준에는 전체 자동차보험 시장의 12.5% 수준에 이르고 있음

<표 III-9> 자동차보험 직관상품 MS변화 추이

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	'06.12
직관상품MS	0.4%	2.2%	4.5%	6.7%	10.0%	12.5%

자료 : 각사 월말보고서

- HHII지수에 의한 경쟁강도, 온라인보험회사의 진입으로 인한 시장점유율 경쟁 등으로 볼 때, 자동차보험 시장 경쟁강도는 높은 수준으로 평가할 수 있음

다. 만성적 영업적자

- 자동차보험 시장의 영업수지는 가격 인하 경쟁⁵⁾으로 인하여 만성적인 적자상태임
- 투자수익을 감안하지 않은 순수한 보험영업실적을 나타내는 영업수지는 매년 적자가 증가되는 추세를 보이고 있음
- 손해율 악화에 따라 보험료를 조정하였음에도 불구하고, 장기적 관

5) 보험회사간 시장점유율 경쟁으로 직관보험회사의 보험료 수준과 차이를 줄이는 방향으로 요율을 조정하거나, 손해율이 악화되어도 보험료를 인상하지 않는 보험료 경쟁

점에서 자동차보험 시장 영업수지는 매년 5천억원 수준에 이를 것으로 예측됨

<표 III-10> 자동차보험 영업수지 추이

(단위: 억원)

구분	FY'96	FY'97	FY'98	FY'99	FY'00
영업수지	△3,054	2,636	3,027	△4,292	△4,351
구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05
영업수지	△701	△577	△2,965	△1,895	△2,384
구분	FY'06(E)	FY'07(F)	FY'08(F)	FY'09(F)	FY'10(F)
영업수지	△9,625	△6,414	△5,446	△5,559	△5,642

주: E 는 예측, F는 추정을 의미함

자료: 1) 자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도 및 1998사업년도), 보험개발원

2) 자동차보험 장해 손익전망 세미나, 2007.2.7, 보험개발원

- '07년 들어 영업수지 적자확대, 손해율 악화의 영향으로 보험회사의 가격인하 경쟁이 다소 진정된 상태이나, 현재의 경쟁구조 하에서는 영업수지가 흑자로 돌아서기는 쉽지 않은 상태임

라. 차별화가 어렵고 모방이 용이

- 자동차보험 상품의 보장내용은 보험회사간 큰 차이가 없으며, 단지 보험료 차이만 있음
 - 보험회사들이 판매하고 있는 모든 자동차보험 상품은 개인용자동차보험, 업무용 자동차보험 및 영업용자동차보험의 범주에 속하고, 각 자동차사고에 대한 보장내용인 담보(대인배상, 대물배상, 자기신체사고, 자기차량손해 및 무보험차상해)의 약관내용이 모두 동일함
 - 이처럼 보장내용의 차이가 없는 이유는 자동차사고로 발생할 수

있는 모든 사고유형을 보장할 수 있도록 이미 자동차보험 상품이 개발되었기 때문임

- 또한 자동차보험은 자동차보험 가격자유화 이후 다양한 상품이 개발되어 새로운 상품을 개발할 여지가 없고, 시장 경쟁이 치열하여 특화된 상품을 쉽게 모방할 수 있는 시장구조를 가지고 있음
- 현재 보험회사들이 자동차보험 시장에서 취할 수 있는 상품전략은 가격차등화 전략만이 유효한 수단임
 - 이러한 특징을 가장 잘 보여 주는 상품이 온라인상품이며, 온라인 상품은 기존 오프라인상품보다 평균 15% 저렴한 가격(대리점 수수료를 지불하지 않은 수준)임
 - 온라인상품의 등장⁶⁾으로 보험회사들의 가격전략은 보험료 인하 방향으로 이루어짐
 - 이러한 자동차보험 가격결정 구조로 자동차보험 손해율은 FY'03 이후에는 예정손해율(약 71% 수준)을 상회하여 매년 악화되는 추이를 보이고 있음
- 따라서, 방카슈랑스 시행으로 방카슈랑스 전용상품이 시장에 도입될 경우, 자동차보험 요율은 높은 손해율에도 불구하고 보험료인상이 억제되는 시장상황이 지속되어 자동차보험 산업 전체적인 영업수지

6) On-Line상품 현황(진출시기)

형태별	보험사 및 진출시기	비고
전업사(3)	교보차(01.10), 교원(03.12), 다음(04.1), 현대하이카(06.4)	주로 자동차
겸영사(8)	제일(02.5), 대한(02.11), 동부(04.8), 현대(04.8), 신동아(04.10), 동양, 그린(05.5), 쌍용(05.6)	자동차, 해상, 화재, 특종 등

악화가 지속될 개연성이 높음

<표 III-11> 자동차보험 손해율 추이

구분	FY'96	FY'97	FY'98	FY'99	FY'00
손해율	74.2%	64.1%	61.7%	73.0%	74.6%

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	'06.4~
손해율	68.3%	69.3%	76.2%	72.1%	76.3%	79.6%

주: 2001년 10월 교보자동차보험이 최초 직판회사(On-Line)로써 자동차보험 시장진입
 자료: 자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도 및 1998사업년도), 보험개발원

마. 시장창출의 어려움

- 자동차보험은 의무보험으로서 사회보험적 성격을 가지고 있는 것으로 인식되고 있음
 - 이처럼 자동차보험이 사회보험으로 인식된 이유는 자동차손해배상 보장법에 따라 자동차보험 담보 중 대인배상 I 과 대물배상을 의무 가입 하여야 하기 때문임
- 자동차보험 시장의 규모를 확대하기 위해서는 피보험자의 보장성을 강화 또는 가입금액을 확대하는 방법이 있으나, 이러한 방법에는 한계가 있음
 - 이미 자동차보험 약관상 보장내용은 대부분의 자동차사고에 대한 보장내용을 포함하고 있어 추가로 보장성을 강화하는 담보를 개발하는 데 한계가 있음
 - 또한 가입금액 증가에 비례한 대물배상 및 자기차량손해담보 보험료

증가율이 현저히 낮고, 자기차량손해 담보는 차량가액 한도 내에서 가입금액이 결정되므로 가입금액을 높여 시장을 확대하기도 어려움

- 자동차보험은 가입대상이 자동차이므로, 다른 보험종목(특히 저축성보험 등)과 달리 새로운 시장창출이 어려운 특성을 가짐
 - 자동차보험 가입은 자동차라는 객체를 대상으로 하므로 자동차 대수증가에 영향을 미치는 인구증가 또는 소득증가와 관련이 있음
 - 그러나, 인구증가나 소득증가는 통제가 어려운 외생변수이므로 실제적으로 자동차보험 시장의 신규 창출은 어려움
- 따라서, 은행 등 금융기관 보험대리점과 같은 새로운 판매채널이 도입될 경우, 자동차보험은 계약의 채널별 이전효과만 발생함
 - 이 경우 자동차보험 판매가 감소한 채널의 경우 수입감소로 연결되고, 이는 해당 채널 구조조정의 단초를 제공함

바. 시사점

<요 점>

- 성장성, 경쟁강도, 영업수지, 상품특징으로 자동차보험 시장을 평가해 보면, 자동차보험 시장은 경성시장(Hard Market)으로 평가할 수 있음
- 따라서, 금융기관(은행)은 자동차보험만을 대상으로 보험회사 설립 등은 하지 않고, 대리점 형태의 영업을 할 가능성이 높음
- 방카슈랑스가 도입될 경우 가격인하 경쟁이 발생할 개연성이 높음

-
- 자동차보험 시장은 레드오션(Red Ocean)시장으로 평가할 수 있으며

로 자동차보험 시장 측면만 볼때, 금융기관의 방카슈랑스 추진 형태는 대리점 방식이 될 개연성이 높음

- 자동차보험 시장만 보면 경성시장(Hard market)이므로 은행 등 금융기관이 자동차보험 단일종목만을 대상으로 하는 자회사 형태의 보험시장 진출은 하지 않을 것으로 예상됨

<표 III-12> 자동차보험 시장 평가

평가항목	평가	시장
성장성	낮음	레드오션 (Red Ocean)
경쟁강도	높음 (신시장 창출이 어려움)	
영업수지	적자가능성	
상품의 차별화	어려움	
새로운 시장창출	어려움	

- 대리점 수수료를 인하하는 방카슈랑스 전용상품이 개발될 경우, 상품모방의 용이성 때문에 보험회사간 가격인하 경쟁 또는 가격인상 억제경쟁이 발생할 개연성 및 리베이트 가능성이 높음
- 쉽게 모방할 수 있는 상품특징과 경쟁강도가 높은 자동차보험 시장의 특징으로 자동차보험 손해율이 악화되더라도 보험료를 인상할 수 없는 상황이 발생할 수 있어, 자동차보험시장 영업수지 악화의 원인으로 작용할 것임
- 또한 기존 독립대리점과 은행 등 방카슈랑스 채널과의 경쟁으로 독립대리점 등이 리베이트 유혹에 노출될 수 있음

7) 보험업감독규정 별표 14-2(보험업감독규정 제7-50조의 2 관련) 『금융기관 보험대리점 등을 통하여 모집하는 보험상품 기초서류 신고기준』에 따르면, 자동차보험 방카슈랑스 상품의 경우 예정신계약비(자동차보험의 경우 예정 대리점 수수료를 해당)의 100분의 85범위 내에서 대리점 수수료를 정하도록 하고 있음

IV. 보장성보험 방카슈랑스 영향분석 및 시사점

1. 제반 가정

가. 보장성보험의 성장 여력

- 종신·정기·CI 등 보장성보험은 사망 사고, 치명적 질병 사고 발생 시 사전에 약속한 급부액을 지급하는 상품으로서 시장규모는 위험에 대한 보장 수요에 의존함
 - 따라서, 보장성보험은 저축성보험과 달리 판매채널 확충을 통해 신규 수요를 창출하기 어려운 특성이 있음
- 우리나라 인구 중 930만명 정도(남자 5백만명, 여자 430만명)가 종신보험에 가입하였으며 취업자대비 가입률은 40.6%에 달함
 - CI보험 가입자도 290만명(남자 120만명, 여자 170만명)에 달하며 취업인구대비 가입률이 12.6%에 달함
 - CI보험이 종신보험을 대체하였고, 정기보험과 종신보험은 보장기간만 다르다는 점을 감안하면, 종신보험·CI보험·정기보험의 중복가입 여지는 많지 않을 것으로 추측됨
 - 이 세 가지 보험에 1건이라도 가입한 비중은 취업인구대비 54.4%로 나타나 연금보험(20.6%)이나 변액보험(9.9%)과 같은 저축성보험 가입율을 훨씬 상회함
- 다만, 보장성보험의 경우 실질적인 보장수준 측면에서 과소보장(underinsured)이 일반적인 현상이므로 동 부문에서의 성장여력은 다소 존재한다고 볼 수도 있음

- 삼성생명이 자사 보험가입자를 대상으로 분석한 결과, 일반사망에 대한 보장규모가 3천만원 이하인 가입자가 전체의 69.2%에 달하는 것으로 나타났으며, 일반사망이 있는 보장성보험에 가입한 고객의 평균 보장금액은 3,700만원 수준으로 분석됨
- 이러한 분석자료에 근거하여 대형사를 중심으로 보장성보험 가입 금액의 파악·진단을 통해 동 부문의 판매 확대에 주력하고 있음

<표 IV-1> 취업인구 대비 생명보험상품 가입률(2005 추정)

(단위: %)

보종	성별	연령그룹					평균
		15-29	30-39	40-49	50-59	60이상	
종신	남자	59.7	48.1	37.9	17.0	3.1	37.5
	여자	52.0	64.5	41.7	29.6	9.5	45.0
	계	55.6	54.1	39.5	21.9	5.7	40.6
정기	남자	1.9	1.7	1.1	0.5	0.1	1.2
	여자	1.6	1.8	1.1	0.9	0.3	1.2
	계	1.7	1.7	1.1	0.7	0.2	1.2
LTC	남자	0.0	0.0	0.3	0.7	0.8	0.6
	여자	0.0	0.0	1.1	1.9	1.8	1.5
	계	0.0	0.0	0.6	1.2	1.2	1.0
CI	남자	27.4	10.8	9.2	2.8	0.0	9.1
	여자	31.4	26.7	20.1	11.1	0.8	17.5
	계	29.5	16.6	13.7	6.1	0.3	12.6
연금	남자	21.9	20.5	21.7	14.7	3.1	19.0
	여자	17.2	30.6	25.2	20.9	5.5	22.7
	계	19.4	24.2	23.1	17.1	4.1	20.6
변액	남자	11.0	10.4	7.3	2.8	0.2	8.1
	여자	8.8	18.9	11.3	5.3	0.6	12.3
	계	9.8	13.5	9.0	3.8	0.4	9.9
종신+정기+LTC+CI		86.9	72.4	54.9	29.8	7.4	55.4
연금+변액		29.2	37.7	32.1	20.9	4.5	30.4

자료: 보험개발원

나. 은행의 보장성보험 판매 니즈

- 은행, 증권, 보험 등 금융회사에서는 소수의 고액자산가의 이익 기여도가 높은 데 착안하여 부유층 고객을 대상으로 한 마케팅에 집중하고 있음
 - 특히 은행들은 금융자산이 일정 금액(예: 10억원, 5억원 등)이상인 부유층 고객들을 대상으로 종합자산관리서비스는 물론 법률, 세무 상담과 부동산 자문서비스, 각종 문화 행사 초청 등 다양한 혜택을 실시하는 프라이빗 बैं킹 업무를 경쟁적으로 수행하고 있음
- 은행은 판매상품의 범위를 보장성보험까지 확대할 경우 고객과의 관계를 심화시키고, 지속적으로 유지하는 데 유리하기 때문에 적극적으로 동 상품을 판매할 것으로 예상됨
 - 보장성보험은 보장 기능(protection)과 장기적(long-term) 특성으로 인해 자산관리(wealth management) 포트폴리오 측면에서 필수불가결한 상품으로 인식되고 있음
 - 은행 PB들은 자신들의 고객을 대상으로 적극적으로 수익모델과 연계하고자 노력할 것이며, up-sell과 cross-sell의 기회로 활용할 것으로 예상됨
 - 종신보험은 세제 및 장기성 측면에서 부유층고객의 자산설계에 필수적인 상품이므로 상당 부분이 은행의 프라이빗뱅크를 통해 PB 전담 고객을 대상으로 판매될 것임
- PB고객들의 자산규모가 크고⁸⁾, 재정설계에 필요한 종신보험의 보험

8) 국민은행 등 10개 시중은행과 농협중앙회 중소기업은행의 프라이빗 बैं킹(PB) 가입자는 2005년 7월 말 현재 국내 인구의 1.4%에 해당하는 70만 7,327명으로 나타났다지만, 이들의 예치금은 약 114조 원으로 전체 예치금 총액(약 580조 원)의

료를 부담할 수 있는 충분한 여력이 존재하므로 PB를 두고 있는 부유층은 중신보험을 해당 PB를 통해 가입할 확률이 매우 높음

- 최근 은행에서는 잠재적 부유층을 미리 포섭하기 위한 PB 대중화 전략, 예치금액별로 PB고객 세분화 전략⁹⁾ 등 PB영업에 치중하는 전략을 펴고 있어 유동성이 강한 우리나라 고객의 특성상 가입채널의 이전현상이 발생할 것으로 예상됨
- 소비자 측면에서도 은행에 대한 선호도 및 인지도가 높기 때문에 보장성보험 판매의 긍정적 측면으로 작용할 것임
 - 한겨레신문사의 “금융회사 이용자 설문조사” 결과에 의하면, ‘주로 이용하는 금융회사가 어디냐’는 질문에 대해 ‘은행’이라고 답한 사람이 전체 응답자의 94.3%를 차지한 반면, ‘증권사’라고 답한 사람은 3.1%이며, ‘보험사’란 응답은 겨우 0.3%에 불과함
 - 은행, 증권, 보험이 각기 고유영역을 가지고 금융서비스를 공급하고 있음에도 불구하고, 우리 국민의 인식 속에는 금융회사는 무조건 은행이라는 은행 위주의 관념이 깊게 자리하고 있음
 - 주거재 금융회사의 이용 이유에 대해서는 ‘예전부터 이용해서’라고 답한 사람이 전체의 56.2%를 차지하여 가장 높고, ‘가까이 있어서’라고 답한 경우도 28.6%를 차지하여 소비자의 합리적 선택보다는 관성적으로 이용하는 경향이 더 강함
 - 보험개발원·코리아리서치가 실시한 『방카슈랑스 관련 설문조사』(2007년 4월 18일)에서도 소비자들의 은행 선호 현상이 강하게 나타났음

19.6%인 16조 7,707억 원에 이르는 것으로 나타났음(한나라당 엄호성 의원 발표 “프라이빗뱅크” 현황 자료, 2005년 10월 10일)

9) lower mass, mass, upper mass, affluent, upper affluent, high-net worth 등

- 고객특성별로 살펴보면, 고연령·고학력·고소득층일수록 은행을 선호하는 경향이 높은 것으로 조사됨

- 방카슈랑스 비중이 높은 국가의 경우 높은 은행 인지도, 방대한 네트워크, 은행원과의 신뢰구축 등을 통해 판매기회를 확대시킨 것이 성공의 중요한 요인으로 작용함
- 이런 측면을 감안할 경우, 우리나라는 보장성보험에 대한 방카슈랑스 역시 높은 성장이 가능할 것으로 판단됨
- 신규시장이 창출되지 않는 상태에서 방카슈랑스 비중 확대는 보장성보험의 주력 채널인 설계사 시장의 잠식 및 수입 감소로 연결될 것으로 예상됨

다. 영향 분석 방법

1) 데이터

- 2008년 4월 기준 허용 예정인 보장성보험 종목에 해당하는 회사별 월납초회보험료 규모를 추정하여 사용함
- 각 사별로 보장성보험 상품에 대한 구분이 상이하기 때문에 이에 대한 일관성 있는 데이터를 취합할 수 없어 생명보험협회에서 취합하는 자료를 활용함
- 보장성보험의 경우 저축성상품과 달리 일시납 비중이 극히 미미하기 때문에 일시납 보험료가 포함되는 납입초회보험료 기준은 적합하지 않음
- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 영향을 파악하기 위해서는 월납초회보험료 기준이 더 적절할 것으로 판단되어 동 자료를 활용하였음

- 2006년 1~12월 기준 보장성보험 월평균 월납초회보험료 규모는 532억원 수준으로 추정됨
- 다른 모든 조건이 동일하다면, 보장성보험에 대한 방카슈랑스 실적이 저축성보험의 과거 실적과 유사하게 진행될 수 있기 때문에 저축성보험 월납초회보험료 대비 방카슈랑스 실적을 활용함(<표 IV-2> 참조)
 - 저축성보험의 경우 일시납 방카슈랑스 비중이 높았지만, 보장성보험은 보험금 지급이 장래 불확실한 보험사고의 발생시점에 의존하는 상품의 특성상 월납 위주의 계약이 대부분임
 - 2006년 기준 저축성보험의 월납초회보험료 대비 방카슈랑스 비중은 22.2% 수준으로 추정됨
 - 대형사의 경우 16.6%로 추정되며, 방카슈랑스 의존도가 높은 중소기업사는 38.2%로 추정되는 반면, 외국사의 비중은 5.0%로 추정됨
 - 방카슈랑스 의존도가 높은 외국사의 비중이 낮게 나타난 이유는 외국사의 주력상품인 일시납상품이 고려되지 않았기 때문임
 - 즉, 월납 기준의 초회보험료이기 때문에 일시납 의존도가 높은 외국사의 방카슈랑스 비중이 낮게 나타난 것임

<표 IV-2> 저축성보험 방카슈랑스 비중 추정

(단위: 억원, %)

	월납 초회보험료 기준			납입 초회기준
	보험료	방카보험료	방카비중	방카비중
대형사	262	44	16.6	16.0
중소형사	186	71	38.2	73.8
외국사	165	8	5.0	61.2
은행자회사	17	17	100.0	100.0
전체	630	139	22.2	40.6

주: 1) 2006년 기준 저축성보험 상품만을 대상으로 한 추정치임

2) 은행계자회사의 경우 모든 저축성보험상품이 방카슈랑스채널을 통해 판매되었다고 가정함

- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용이 대면채널에 미치는 영향은 다음과 같은 자료와 방식을 사용하여 파악함
 - 보장성보험 방카슈랑스 허용 전 대면채널의 납입초회보험료 4조 7천억원(2006년 실적) 중 보장성보험으로 인한 부분을 65% 정도로 가정
 - 납입초회보험료 중 대면채널 수수료로 지급한 비중 산출
 - 대면채널 규모는 2006년 기준 16만 6천여명 사용(설계사+대리점+법인사용인 기준)
 - 여성 설계사 10만 5천여명, 남성 설계사 2만 5천여명
 - 개인 대리점 7천여명, 대리점 사용인 2만 8천여명(법인 대리점당 10명 산정)
 - 대면채널 1인당 월평균 수수료 규모 산출(대면채널 수수료 / 대면채널 규모 = 189만원)
 - 방카슈랑스 허용시 방카슈랑스 점유율만큼 대면채널 수수료가 비례하여 감소한다고 가정
 - 1인당 월 189만원 소득을 유지할 수 있는 대면채널 규모 산출(a)
 - 대면채널 탈락 규모 = 16만 6천여명 - (a)

2) 시나리오 설정

- 보장성보험의 경우 저축성보험과 달리 부가보험료 비중이 전체 영업보험료의 20% 이상을 차지하고 있기 때문에, 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사의 가격인하 가능성을 배제할 수 없음

- 따라서, 가격차이가 존재하지 않는 경우와 가격차이가 존재하는 경우로 구분하여 시나리오를 설정함
- 시나리오 I 과 II는 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사와 대면채널 중심인 보험사간 가격차이가 존재하지 않는 경우를 가정한 것임
- 시나리오 III은 부가보험료 측면에서 인하여력이 있는 방카슈랑스 채널이 10~15%의 가격을 인하한다고 가정한 것임

□ 가격차이가 존재하지 않는 경우

- 보장성보험의 시장점유율도 2003년부터 허용된 저축성보험(생존보험+생사혼합보험+변액보험 중 저축성)과 유사한 방향으로 움직인다고 가정함
- 저축성보험의 경우 방카슈랑스 실적은 규제방식에 따라 많은 영향을 받았음(예: 49% 룰 ⇒ 25% 룰)
- 기본적으로 보장성보험에 대해서도 저축성보험과 동일한 수준의 규제가 존속한다고 가정함

□ 가격차이가 존재하는 경우

- 방카슈랑스에 주력하는 회사를 초회보험료 기준 방카슈랑스 비중이 50% 이상인 회사로 설정하며, 이들 보험사는 가격인하를 단행한다고 가정함
- 대면채널에 주력하는 회사를 초회보험료 기준 설계사 비중이 50% 이상인 회사로 설정하며, 이들 보험사는 가격인하를 할 수 없는 것으로 가정함
- 가격인하를 단행한 회사는 방카슈랑스 채널만을 통해서 보장성보험을 판매하며, 그렇지 못한 보험사는 설계사채널을 통해서만 판매한다고 가정함

□ 구체적인 시나리오는 다음과 같음

- 시나리오 I: 저축성보험 실적의 50% 수준으로 시장구도 재편
 - 이는 저축성보험과 달리 보장성보험은 은행 판매가 용이하지 않은 해외의 사례(미국, 영국, 유럽 등)를 감안한 것임
- 시나리오 II: 저축성보험 실적과 동일한 수준으로 시장구도 재편
 - 이는 우리나라의 경우 은행과 보험사간 시장 내 경쟁구도 및 은행 중심의 전반적인 금융문화, 관습 등을 감안할 경우 보장성보험에 대해서도 저축성보험과 유사한 수준의 실적이 가능할 것이라는 측면을 고려한 것임
- 시나리오 III: 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사가 가격을 10~15% 인하한다고 가정하며, 이에 따라 방카슈랑스 점유율이 70% 수준으로 높아진다고 가정
 - 동 시나리오 분석을 위해서는 보장성보험에 대해 일부 보험사가 가격인하 전략을 택할 경우 가격효과로 인해 신규 가입자가 어느 정도 가격을 인하한 보험사를 택할 것인가에 관한 객관적인 자료가 존재해야 함
 - 즉, 보장성보험의 가격변동에 따른 수요탄력성에 대한 가정이 필요한데, 이에 대한 실증자료를 찾기 어려움¹⁰⁾
 - 종신보험에 대한 가격차별시 예상되는 효과는 다음과 같은 두 가지 추론이 가능함

10) 연구결과로서 David F. Babbel이 1953~1979년 미국 생명보험산업의 데이터를 활용하여 종신보험 수요의 가격탄력성을 실증분석하였는데 약관대출이 허용되는 무배당종신보험의 가격탄력성은 -0.92로 산출되었음, 그러나, 동 분석은 산업 전체의 가격탄력성을 산출한 것으로서 개별보험사의 가입자 행동을 분석한 것이 아니기 때문에 개별 보험사의 가격인하·인상에 따른 수요탄력성과는 다른 개념임

- 종신보험은 평생 동안 구입횟수가 1~2회에 불과한 고관여상품의 특성을 갖고 있어 소비자들이 가격 이외의 브랜드, 부가서비스 등에 대해서도 고려하기 때문에 가격민감도가 높지 않을 것임
- 이와는 반대로, 종신보험은 고가상품이어서 가격인하 폭이 크기 때문에(10% 인하시 명목기준 500만원 이상) 구입 시점의 체감 민감도가 매우 높을 것임
- 이러한 상반된 추론을 지지(support)할만한 실증적 근거가 없기 때문에 본 연구에서는 설문조사 자료를 활용하기로 함(보험개발원·코리아리서치 『방카슈랑스 관련 설문조사』 2007.4.18)
- 설문조사 결과, 우리나라 소비자들은 가격차이가 존재하지 않을 경우에도 20.1% 정도가 은행창구를 통해 종신보험을 가입할 의향이 있는 것으로 나타났음
- 은행을 선호하는 주요 요인은 “가입이 더 편리해서”(20.7%), “은행의 다른 서비스 이용을 위해”(17.3%)와 “재무컨설팅 등 전문성 때문에”(16.6%) 등으로 조사됨
- 이러한 은행에 대한 전반적인 선호 현상을 반영하여, 은행에서 구입하는 종신보험 상품의 가격이 10~15% 저렴할 경우 보험설계사를 통하지 않고 은행창구를 통해 동 상품에 가입하겠다는 응답자가 70% 수준으로 조사됨
- 이는 가격민감도가 매우 높을 것이란 추론과 합치되는 결과임
- 다만, 일반적으로 설문조사에서의 응답은 조사목적과 방법간 적합성 여부, 실현된 값(realized value)이 아니라는 점 등 한계점을 갖고 있으며,
- 보험상품의 특성상 상품내용과 가격의 단순비교가 용이하지 않고, 실질적인 보험구매는 가격 외에도 다른 여러 변수(기존 거래관행, 전문성, 부가서비스, 편리성 등)에 의해서도 영향을 받는다는 점이 고려되어야 할 것임

2. 보장성보험 방카슈랑스 영향 분석

가. 영향분석

- 1) 시나리오 I : 저축성보험 실적의 50% 수준으로 시장구도 재편
- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 저축성보험의 50% 수준으로 시장구도가 변동된다고 가정할 경우 예상되는 그룹별 월납초회보험료에 대한 시장점유율은 다음과 같음
 - 월납초회보험료 기준 대형사의 시장점유율은 51% 수준으로 하락하며, 중소형사 및 외국사는 각각 27%, 21% 수준으로 추정됨
 - 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중은 전체 보장성 월납초회보험료의 11.1%를 차지할 것으로 예상됨
 - 방카슈랑스의 시장잠식으로 인해 설계사 및 대리점과 같은 대면채널의 탈락규모는 1만 2천여명에 달할 것으로 추정(전체 대면채널 16만 6천명의 7.2% 해당)

<표 IV-3> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 I

(단위: %)

	채널별 점유율			시장점유율		
	방카	설계사	전체	방카	설계사	전체
대형사	6.8	93.2	100.0	31.2	53.4	51.0
중소형사	20.9	79.1	100.0	51.1	24.1	27.1
외국사	3.2	96.8	100.0	5.9	22.4	20.6
은행계자회사	100.0	0.0	100.0	11.8	0.0	1.3
전체	11.1	88.9	100.0	100.0	100.0	100.0

2) 시나리오 II: 저축성보험 실적과 동일한 수준으로 시장구도 재편

- 보장성보험에 대해서도 저축성보험과 동일하게 시장구도가 재편된다고 가정할 경우 그룹별 시장점유율은 다음과 같이 예상됨
 - 월납 계약에 대한 방카슈랑스 의존도가 낮은 대형사와 외국사의 시장점유율은 각각 49%, 19% 수준까지 하락하는 반면, 중소형사는 30% 수준으로 높아질 것으로 예상되며, 은행계자회사도 2.6% 수준으로 추정됨
 - 대형사, 외국사의 시장점유율이 크게 감소하는 이유는 월납 보장성보험의 주력채널인 대면판매조직이 방카슈랑스로 대체되기 때문임
- 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중은 전체 보장성 월납초회보험료의 22.2%를 차지할 것으로 예상됨
 - 대면채널 수수료 수입과 직접적으로 관련되는 월납초회보험료의 22.2%가 방카슈랑스 채널로 대체됨으로써 전체 대면채널의 14.4%에 해당하는 2만 4천명이 탈락할 것으로 추정됨

<표 IV-4> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 II

(단위: %)

	채널별 점유율			시장점유율		
	방카	설계사	전체	방카	설계사	전체
대형사	14.3	85.7	100.0	31.2	53.4	48.5
중소형사	37.6	62.4	100.0	51.1	24.1	30.1
외국사	6.9	93.1	100.0	5.9	22.4	18.8
은행계자회사	100.0	0.0	100.0	11.8	0.0	2.6
전체	22.2	77.8	100.0	100.0	100.0	100.0

- 3) 시나리오 3: 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사들이 10~15% 가격을 인하함으로써 방카슈랑스 비중이 70% 수준으로 높아짐
- 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사들이 10~15% 정도 저렴한 보장성 보험을 판매할 경우 설계사 중심의 판매채널이 방카슈랑스 중심으로 급격하게 이전되는 시장구조 재편 현상이 나타날 것으로 추정됨*
 - * 이 경우 현행 25%률은 적용되지 않는다고 가정
 - 가격인하를 단행한 방카슈랑스 중심 보험사로 보험가입이 이전됨으로써 대면채널 의존도가 높은 대형사 및 일부 외국사의 시장점유율이 크게 감소할 것으로 예상됨
 - 대형사와 외국사의 시장점유율은 각각 21.7%, 22.0% 수준까지 하락하는 반면, 중소형사 및 은행계자회사의 시장점유율은 각각 25.0%, 30.5% 수준까지 상승하는 것으로 추정됨
 - 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중이 전체 보장성 월납초회보험료의 70% 수준을 차지할 경우, 전체 대면채널의 45.5%에 해당하는 7만 5천명 정도의 설계사가 탈락할 것으로 추정됨

<표 IV-5> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 III

(단위: %)

	채널별 점유율			시장점유율		
	방카	설계사	전체	방카	설계사	전체
대형사	0.0	100.0	100.0	0.0	72.5	21.7
중소형사	81.1	19.0	100.0	29.0	15.8	25.0
외국사	84.6	15.4	100.0	27.5	11.7	22.8
은행계자회사	100.0	0.0	100.0	43.5	0.0	30.5
전체	70.0	30.0	100.0	100.0	100.0	100.0

3. 영향분석 결과 비교

- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 영향분석은 시나리오에 따라 매우 다양한 결과로 나타남
- 가격차별 없이 저축성보험과 동일한 양상으로 시장구조가 재편된다고 가정할 경우 방카슈랑스 비중은 월납초회보험료의 22.2% 수준으로 예상할 수 있음
 - 방카슈랑스 중심의 보험사가 10~15% 정도 가격수준을 낮추고, 대면채널 중심의 보험사들은 가격인하가 어렵다고 가정할 경우에는 방카슈랑스 중심으로 보장성보험 시장이 재편될 것으로 전망됨
 - 은행계자회사의 시장점유는 30.5% 수준으로 높아지는 반면, 대형사의 시장점유율은 21.7% 수준으로 낮아짐
 - 이럴 경우 방카슈랑스 점유율은 70% 수준으로 예상되며, 대면채널 탈락 규모는 7만 5천명으로 추정됨

<표 IV-6> 보장성보험 영향 분석: 종합

(단위: %)

	방카전 MS	시나리오 I		시나리오 II		시나리오 III	
		MS	방카비중	MS	방카비중	MS	방카비중
대형사	53.4	51.0	6.8	48.5	14.3	21.7	0.0
중소형사	24.1	27.1	20.9	30.1	37.6	25.0	81.0
외국사	22.4	20.6	3.2	18.8	6.9	22.8	84.6
은행계자회사	0.0	1.3	100.0	2.6	100.0	30.5	100
전체	100.0	100.0	11.1	100.0	22.2	100.0	70.0
탈락 대면채널	16만 6천명	1만 2천명 (▼7.2%)		2만 4천명 (▼14.4%)		7만 5천명 (▼45.5%)	

V. 자동차보험 방카슈랑스 영향 분석 및 시사점

<통계자료>

- 본 분석의 통계자료는 보험개발원에 집계된 '06.4월~11월의 손해상황자료 및 FY'05년 체결된 계약(개인용 자동차보험 및 플러스 개인용자동차보험) 중 전계약이 1년 이상인 계약 통계를 사용함
- '06.4월~11월 손해상황 자료는 방카슈랑스 대상물건이 주로 일반물건으로 이루어질 가능성이 크므로 일반물건 자료를 대상으로 사용하였음
- FY'05년 체결된 계약자료는 피보험자의 연령, 성, 지역, 할인할증, 가입경력, 차량가액, ... 등등 변수별로 추출한 자료이며, 이중 분석에 가장 큰 영향을 주는 것으로 판단된 연령, 성, 지역, 할인할증, 가입경력을 변수로 사용하였음

1. 소비자 특성분석을 통한 방카슈랑스 계약 추정

<요 점>

- 보험계약자 이동 특성을 보면 보험료 수준과 밀접한 관계를 가진 것으로 나타남. 즉 고연령층 및 할인할증률이 낮은 계층, 가입경력이 높은 계층의 보험계약 이동가능성이 낮음
 - 방카슈랑스가 도입될 경우 은행 등 금융기관을 통하여 계약이 체결될 비율은 도입 이후 5차년도에 전체의 15.7% 수준에 달할 것으로 예상됨
 - 도입 5년차에서 대형사는 15.0% 수준, 중소형사는 21.6% 수준이 방카슈랑스의 영향을 받고, 비대면사는 영향을 받지 않을 것으로 예상됨
-
- 현재 자동차보험 시장은 가격할인 상품과 비할인 상품이 공존함
 - 따라서 가격이 할인된 방카슈랑스 상품이 도입되더라도 계약을 변경할 가능성이 있는 소비자특성 범위 내에서 방카슈랑스 계약

구성비가 결정될 것으로 판단되어 본 분석을 시행함

가. 보험계약 이동자의 특성 분석

□ Logit 회귀분석을 통한 변경계약의 특성분석

○ 모형 :
$$\text{Log} \frac{P(Y)}{1-P(Y)} = \alpha + \beta \cdot X$$

여기서, X : 성별, 연령, 지역, 할인할증, 가입경력임

$P(Y)$: 보험회사를 변경할 확률

- 변수구분 : 연령은 5세 군단으로 구분하였으며, 지역은 우편번호를 이용한 행정구역상 광역시도로 구분하였음(세부항목은 아래 표의 변수별 구분 표를 참조)

○ 분석방법

- Logit 회귀분석 방법을 이용하여 단변량별로 통계의 유의성을 파악하여, 통계자료와 비교분석을 수행
- 통계적으로 유의성이 있는 변수들을 모두 사용한 다변량 분석으로 변경계약의 특성을 분석

<표 V-1> 변수별 구분표

구분	성	연령	지역	할인할증	가입경력
중분류	남자, 여자	20세 미만	서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울란, 경기, 강원도, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주도	40,45,50,60, 70,80,90,100,110, 120,130,140,150, 160,170,180, 190,200	1년차
		20세~24세			2년차
		25세~29세			3년차
		30세~34세			4년차
		35세~39세			5년차
		40세~44세			6년차
		45세~49세			7년차
		50세~54세			8년차
		55세~59세			9년차
		60세~64세			
		65세~69세			
70세이상					

□ 단변량 분석 결과

- 성별 변경확률은 실제자료와 분석자료간 큰 차이가 없으며, 성별 자료도 변경확률 추정의 유효한 변수인 것으로 분석됨
- 남·여간 변경확률에 차이가 없는 것으로 나타남. 은행을 주로 이용하는 계층이 여성이면서 30대 및 40대인 점을 감안할 때 여성의 경우 방카슈랑스의 영향을 받을 것으로 예상됨

<표 V-2> 성별 변경확률

구 분	실제자료	분석자료		
		추정값	추정 변경확률	p-value
남자	0.2314	-0.0854	0.2315	<.0001
여자	0.2469	0	0.2470	.

자료 : FY'05 보험회사 실적자료

- 연령별 변경확률은 실제값과 추정값에 큰 차이가 없는 것으로 분석되었으나, 19세 이하 연령층의 경우에는 변경확률 계산에 통계적 의미가 없는 것으로 분석됨
- 저연령과 은행을 주로 이용하는 계층(30대 및 40대)의 변경확률이 높은 것으로 분석됨
- 저연령층의 경우 보험료 수준이 높으므로 낮은 보험료를 찾아 회사를 변경하는 경향이 있으며, 30대 및 40대의 경우는 사회적 활동이 활발하므로 주위의 권유 등 변경유인 요인에 노출될 가능성이 큰 것에 기인함

<표 V-3> 연령별 변경확률

연령그룹	실제자료	분석자료		
		추정값	추정변경확률	p-value
~19세 이하	0.1937	0.1947	0.1942	0.1188
20~24세	0.3565	1.0274	0.3565	<.0001
25~29세	0.3474	0.9885	0.3477	<.0001
30~34세	0.2939	0.7423	0.2941	<.0001
35~39세	0.2498	0.5178	0.2497	<.0001
40~44세	0.2235	0.3719	0.2234	<.0001
45~49세	0.2074	0.2760	0.2072	<.0001
50~54세	0.1988	0.2228	0.1986	<.0001
55~59세	0.1946	0.1968	0.1945	<.0001
60~64세	0.1881	0.1532	0.1878	<.0001
65~69세	0.1775	0.0828	0.1773	<.0001
70세 이상~	0.1656	0	0.1655	

자료 : FY'05 보험회사 실적자료

- 지역별 변경확률은 대전, 경기를 제외한 모든 지역 변수들이 변경확률을 추정하는 변수로 유용한 것으로 나타남
 - 서울, 경기, 인천, 광주, 대전 등의 경우 타 지역보다 변경확률이 높은 것은 이들 지역이 다른 지역보다 저 연령층 및 경제활동 인구 구성비가 높기 때문으로 판단됨
 - 지방지역의 경우도 변경확률은 보험료 수준과 밀접한 관계를 보이는 것으로 나타남. 즉 사고발생률이 상대적으로 높은 전남북, 대전지역의 경우 변경확률이 높은 것으로 나타남
 - 방카슈랑스가 도입될 경우 판매조직이 적은 회사, 특히 소형사들의 경우 지방지역에서 시장점유율 제고 효과를 볼 수 있을 것으로 보임(은행 판매조직의 판매력이 큰 역할을 할 것으로 보임)
 - 그러나, 지방의 경우 고연령계층의 비율이 높으므로 앞서 연령별

분석결과에서와 같이 변경가능성이 낮아 도시지역보다 방카슈랑스의 영향이 상대적으로 낮을 수도 있음

<표 V-4> 지역별 변경확률

지역	실제자료	분석자료		
		추정값	추정변경확률	p-value
서울	0.2522	0.0358	0.2523	<.0001
부산	0.2373	-0.0450	0.2373	<.0001
대구	0.2268	-0.1040	0.2268	<.0001
인천	0.2678	0.1179	0.2681	<.0001
광주	0.2551	0.0511	0.2552	<.0001
대전	0.2442	-0.0078	0.2441	0.4015
울산	0.2079	-0.2160	0.2078	<.0001
경기	0.2466	0.0058	0.2466	0.4858
강원	0.1904	-0.3264	0.1902	<.0001
충북	0.2172	-0.1600	0.2171	<.0001
충남	0.1940	-0.3009	0.1941	<.0001
전북	0.2060	-0.2279	0.2058	<.0001
전남	0.2204	-0.1416	0.2203	<.0001
경북	0.1997	-0.2661	0.1996	<.0001
경남	0.2142	-0.1775	0.2142	<.0001
제주도	0.2455	0	0.2456	.

자료 : FY'05 보험회사 실적자료

- 할인할증별 변경확률은 고할증계층(할인할증률 120%이상)의 경우 변경확률을 설명하는데 통계적 유의성이 떨어지는 것으로 나타남
 - 보험가입기간이 오래될수록 변경확률이 낮아지는 것으로 나타남
 - 이는 보험가입기간이 오래될수록 보험료 수준이 낮아지고, 가입대상 연령대가 고연령계층이므로 변경 유인요소에 크게 좌우되지 않기 때문임

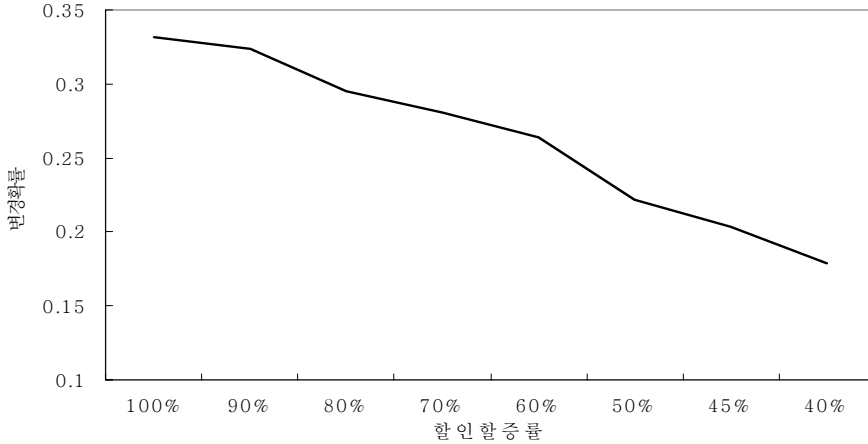
<표 V-5> 할인할증별 변경확률

할인할증	실제자료	분석자료		
		추정값	추정변경확률	p-value
40	0.1722	-1.0654	0.1722	<.0001
45	0.1969	-0.9009	0.1969	<.0001
50	0.2166	-0.7807	0.2166	<.0001
60	0.2502	-0.5927	0.2502	<.0001
70	0.2724	-0.4779	0.2724	<.0001
80	0.2887	-0.3969	0.2887	<.0001
90	0.3291	-0.2076	0.3291	0.0012
100	0.3231	-0.2351	0.3230	0.0003
110	0.3372	-0.1711	0.3372	0.0078
120	0.3499	-0.1147	0.3499	0.0752
130	0.3591	-0.0747	0.3591	0.2483
140	0.3564	-0.0868	0.3563	0.1848
150	0.3671	-0.0398	0.3671	0.5495
160	0.3707	-0.0247	0.3707	0.7192
170	0.3630	-0.0578	0.3630	0.4321
180	0.3829	0.0275	0.3829	0.7367
190	0.4072	0.129	0.4072	0.1755
200	0.3764	0	0.3764	.

자료 : FY'05 보험회사 실적자료

- 이상 단변량 분석 결과를 보면, 보험회사 이동과 보험료 수준과는 밀접한 관계가 있는 것으로 추정되었으며, 특히 보험회사 변경률과 보험가입기간과는 높은 역의 상관관계(-98.7%)를 보임

<그림 V-1> 가입기간(할인할증률)에 따른 변경확률



- 가입경력별 변수는 변경확률을 설명하는 데 통계적으로 유의한 것으로 분석됨
 - 가입경력이 오래될수록 변경확률이 낮아지는데, 이는 가입경력이 높을수록 보험료 할인이 많이 되고, 고연령층의 비중이 높기 때문임

<표 V-6> 가입경력 변경확률

가입경력	실제자료	분석자료		
		추정값	추정변경확률	p-value
2년	0.3609	0.5259	0.3609	<.0001
3년	0.3101	0.2978	0.3101	<.0001
4년	0.2781	0.1453	0.2785	<.0001
5년	0.2165	-0.1846	0.2172	<.0001
6년	0.2612	0.0588	0.2614	<.0001
7년	0.2461	-0.0217	0.2462	<.0001
8년	0.2049	-0.2605	0.2046	<.0001
9년	0.2508	0	0.2502	.

주: 동 자료는 FY'05중 체결된 계약 중 과거 1년간 보험계약을 체결한 경험이 있는 경우를 대상으로 하였으므로 최초가입경력은 없음
 자료: FY'05 보험회사 실적자료

□ 다변량 분석 결과

- 단변량 분석과 유사하게 모든 변수들(성, 연령, 지역, 가입경력 및 할인할증)이 보험계약 변경을 설명하는 데 유의한 변수로 나타남
- 분석결과
 - Log Likelihood값이 높은 수준을 보이고 있으므로, 동 Logit 회귀분석 모형의 적합성은 높은 것으로 분석됨
 - 성은 남녀 구분 없이 변경가능성을 측정하는 도구로 적정한 것으로 분석되었으며, 연령의 경우도 19세를 제외한 전 연령대가 변경가능성을 측정하는 변수로 통계적 유의성을 가지는 것으로 나타남
 - 지역은 서울과 광주를 제외한 전 지역 변수가 변경확률을 계산하는 변수로 통계적 유의성을 보이는 것으로 나타남
 - 할인할증요소는 고할인계층 가입경력은 전 가입경력계층이 변경확률을 설명하는 변수로 의미가 있는 것으로 나타남
 - 보험회사 변경률 추이는 앞서 검토한 단변량 분석과 동일한 모습을 보이는 것으로 분석됨

<표 V-7> 모형의 적합성

Criteria For Assessing Goodness Of Fit			
Criterion	DF	Value	Value/DF
Deviance	15E5	7759936.9404	5.1532
Scaled Deviance	15E5	7759936.9404	5.1532
Pearson Chi-Square	15E5	7313401.2504	4.8567
Scaled Pearson X2	15E5	7313401.2504	4.8567
Log Likelihood		-3879968.470	

<표 V-8> Logit 회귀분석결과

Analysis Of Parameter Estimates							
Parameter	DF	Estimate	Standard Error	Wald 95% Confidence Limits		Chi-Square	Pr > ChiSq
Intercept	1	-0.4691	0.0657	-0.5978	-0.3403	50.98	<.0001
sex	1	0.0186	0.0022	0.0142	0.0230	68.73	<.0001
sex	2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	.	.
age1	19	0.0244	0.1260	-0.2226	0.2714	0.04	0.8464
age1	20	0.7154	0.0147	0.6865	0.7443	2352.93	<.0001
age1	25	0.7498	0.0094	0.7313	0.7683	6301.47	<.0001
age1	30	0.6142	0.0090	0.5966	0.6318	4673.55	<.0001
age1	35	0.4730	0.0089	0.4556	0.4905	2824.18	<.0001
age1	40	0.3561	0.0089	0.3386	0.3736	1596.26	<.0001
age1	45	0.2561	0.0090	0.2386	0.2737	818.26	<.0001
age1	50	0.1966	0.0091	0.1787	0.2144	466.55	<.0001
age1	55	0.1658	0.0093	0.1475	0.1840	317.47	<.0001
age1	60	0.1308	0.0097	0.1118	0.1499	181.69	<.0001
age1	65	0.0844	0.0106	0.0636	0.1051	63.36	<.0001
age1	70	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	.	.
ter1	01seoul	0.0024	0.0085	-0.0142	0.0191	0.08	0.7738
ter1	02pusan	-0.0702	0.0090	-0.0878	-0.0526	61.42	<.0001
ter1	03daegu	-0.0999	0.0090	-0.1176	-0.0821	121.92	<.0001
ter1	04inche	0.0384	0.0090	0.0207	0.0561	18.01	<.0001
ter1	05kyung	0.0081	0.0096	-0.0107	0.0269	0.72	0.3975
ter1	06daeju	-0.0712	0.0095	-0.0897	-0.0526	56.55	<.0001
ter1	07ulsan	-0.2144	0.0099	-0.2338	-0.1949	466.53	<.0001
ter1	08kyung	-0.0573	0.0085	-0.0739	-0.0408	45.99	<.0001
ter1	09kangw	-0.3401	0.0098	-0.3594	-0.3209	1200.08	<.0001
ter1	10chbk	-0.2077	0.0097	-0.2268	-0.1886	453.89	<.0001
ter1	11chnm	-0.3720	0.0096	-0.3908	-0.3531	1502.10	<.0001
ter1	12junbk	-0.2750	0.0097	-0.2939	-0.2561	811.04	<.0001
ter1	13jnam	-0.1674	0.0098	-0.1866	-0.1482	292.55	<.0001
ter1	14kyngb	-0.2835	0.0092	-0.3014	-0.2655	954.86	<.0001
ter1	15kyung	-0.2238	0.0090	-0.2414	-0.2062	621.63	<.0001
ter1	16jeju	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	.	.
bms1	40	-1.0553	0.0646	-1.1819	-0.9287	266.99	<.0001
bms1	45	-0.8963	0.0646	-1.0229	-0.7696	192.36	<.0001
bms1	50	-0.7858	0.0646	-0.9124	-0.6591	147.83	<.0001
bms1	60	-0.5572	0.0646	-0.6838	-0.4305	74.35	<.0001
bms1	70	-0.4714	0.0646	-0.5981	-0.3448	53.22	<.0001
bms1	80	-0.4021	0.0646	-0.5287	-0.2754	38.70	<.0001
bms1	90	-0.2690	0.0646	-0.3957	-0.1423	17.32	<.0001
bms1	100	-0.2305	0.0647	-0.3573	-0.1037	12.69	0.0004
bms1	110	-0.1731	0.0648	-0.3001	-0.0462	7.14	0.0075
bms1	120	-0.1213	0.0649	-0.2485	0.0059	3.49	0.0616
bms1	130	-0.0890	0.0651	-0.2166	0.0387	1.86	0.1721
bms1	140	-0.0819	0.0659	-0.2110	0.0472	1.54	0.2139
bms1	150	-0.0366	0.0670	-0.1679	0.0948	0.30	0.5850
bms1	160	-0.0215	0.0692	-0.1572	0.1141	0.10	0.7556
bms1	170	-0.0529	0.0741	-0.1981	0.0922	0.51	0.4748
bms1	180	0.0346	0.0824	-0.1268	0.1961	0.18	0.6741
bms1	190	0.1445	0.0959	-0.0435	0.3325	2.27	0.1320
bms1	200	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	.	.
gib	1	0.5320	0.1295	0.2781	0.7859	16.87	<.0001
gib	2	-0.3111	0.0057	-0.3224	-0.2998	2934.94	<.0001
gib	3	-0.4473	0.0051	-0.4573	-0.4372	7674.11	<.0001
gib	4	-0.4609	0.0044	-0.4696	-0.4522	10816.6	<.0001
gib	5	-0.6332	0.0041	-0.6413	-0.6250	23414.0	<.0001
gib	6	-0.4058	0.0044	-0.4145	-0.3972	8502.75	<.0001
gib	7	-0.3831	0.0044	-0.3917	-0.3745	7680.90	<.0001
gib	8	-0.3129	0.0027	-0.3182	-0.3075	13026.0	<.0001
gib	9	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	.	.
Scale	0	1.0000	0.0000	1.0000	1.0000	.	.

□ 통계분석의 시사점

- 이상의 Logit 회귀분석을 통하여 확인한 바와 같이 보험가입기간과 보험계약 변경률은 반비례관계가 있는 것으로 나타남
 - － 따라서 Transition Matrix를 이용한 변경확률 계산에서 연도별 변경확률에 방카슈랑스로 변경될 가능성을 곱하여 방카슈랑스로 이동할 확률을 추정하는 방법은 보험계약기간별 특성이 반영되도록 추정하는 적절한 방법으로 판단됨
- 또한, 분석한 모든 변수들이 보험회사를 변경하는 확률 계산에 유의한 변수로 사용될 수 있으므로, 각 변수별 특성을 감안하여 방카슈랑스가 도입될 경우 변경가능성 계산에 활용할 수 있음
- FY'05로 산출된 변경확률은 보험료 수준 및 보험가입자의 특성이 반영된 결과물인 것을 알 수 있으므로, Transition Matrix로 산출된 연도별 변경가능성을 이용하여 전체적인 변경확률을 계산할 수 있음

나. Transition Matrix를 사용한 방카슈랑스 계약 비율 추정

- 현 계약의 변경확률을 산출하기 위하여 회사별 유지확률(또는 갱신율)을 사용한 Transition Matrix로 현행 계약의 이동 확률(또는 변경비율)을 산출
 - 금융기관(은행 등)을 경유하여 체결되는 계약 가능성(방카슈랑스의 영향 비율)은 보험회사를 변경할 가능성에 따라 결정되는 것으로 가정
 - 계약의 이동확률은 직전계약의 특성에 영향을 받는 Markov Chain Process를 따르는 것으로 가정

- 연차별/회사별 유지비율 및 변경비율은 Transition Matrix를 곱하여 산출하였음
 - 현재 계약이 매년 유지될 확률과 다른 보험회사에서 옮겨온 계약이 유지될 확률을 감안한 회사별 Transition Matrix를 곱하여 년 중앙 기준 계약유지비율 및 계약변경비율을 산출

- 방카슈랑스로 계약이 이동할 비율은 앞서 산출된 변경비율에 방카슈랑스를 통하여 보험에 가입할 정도에 대한 추정값을 곱하여 산출

- 방카슈랑스를 이용하여 보험에 가입할 정도는 방카슈랑스 상품 선호도 32.6%를 사용함
 - 현재 방카슈랑스를 통하여 가입할 가능성에 대한 공식적인 자료가 2005년도 보험개발원 소비자설문조사와 생명보험협회 성향조사 결과만 있으므로, 이를 준용함
 - 이 중 방카슈랑스 상품 선호도는 보험개발원 2005년 보험소비자 설문조사에서 조사한 자료를 사용함
 - 이는 혼보험신문¹¹⁾에서 보도된 방카슈랑스 영향 추정값과 비교해 볼 때, 산출결과가 유사하였고 통계의 신뢰도가 높았기 때문임

11) 혼보험신문 2004년 6월 2일자에 보도된 방카슈랑스 도입 후 금융기관을 통하여 체결된 계약 수준이 초기에 전체의 30%수준이 될 것으로 예측
 <계산식> 은행직원 1인당 연 5건 판매할 경우(35만건) + 점포당 중소거래처 100개소 당 5건 할당시(255만건) = 290만건
 · 은행직원 1인당 연 5건 판매 : 7만명(은행직원 수) × 5건 = 연간 35만건
 · 점포당 중소거래처 100개소 당 5건 할당시 :
 5100개소(점포수) × 100개 거래처 × 5건 = 255만건

<표 V-9> 방카슈랑스를 통한 질병·재해 상품의 평균 선호도

구분	선호도
방카슈랑스상품 ¹⁾	32.6%
질병·재해상품 ²⁾	53.0%

주 : 1) 방카슈랑스 선호도는 방카슈랑스를 통한 보험상품 구입의향

2) 질병·재해 상품은 제3보험 중 순수보장성보험(소멸형 및 환급형) 의미

자료 : 보험개발원, 『2005년 보험소비자 설문조사』, 2006.

□ 앞서 기술한 가정과 계산논리를 계산식으로 나타내보면 다음과 같음

○ t년차에 방카슈랑스로 변경될 비율 = $(1 - T_{ii}^{(t)}) \times$ 방카슈랑스 선호율
(32.6%) × 제외비율(연령, 선계약)

– T_{ij} : j회사에 가입한 가입자가 i사로 이동할 확률 Transition Matrix

– T_{ii} (유지율) : 계약 변경 전후의 회사가 동일한 비율로 Transition Matrix에서 $i = j$ 인 경우

– $T_{ij}^{(t)}$: t번째 기간에서 j회사의 가입자가 i사로부터 이동할 확률 Matrix

$$T_{ij}^{(t)} = T_{ij}^{(1)} \times \dots \times T_{ij}^{(1)}, \quad T_{ij}^{(1)} \text{ matrix를 } t\text{개 곱하여 산출}$$

□ Transition Matrix를 이용한 방카슈랑스 계약 비율 산출

○ $T_{ij}^{(1)}$

<표 V-10> 첫째년도 Transition Matrix

구분	From(i)			
	대형사	중소형사	비대면사	
To (j)	대형사	79.4%	16.6%	7.3%
	중소형사	5.7%	67.5%	11.2%
	직판사	14.9%	15.9%	81.5%
	합계	100.0%	100.0%	100.0%

- $T_{ii}^{(t)}$: Transition Matrix $T_{ij}^{(1)}$ 는 계약시점의 갱신율이므로 연중으로 환산하여 이동대상 비율 추정(A)

<표 V-11> t차년도 유지비율

구분	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	89.7%	71.6%	57.9%	47.5%	39.6%
중소형사	83.9%	56.9%	39.2%	27.5%	19.8%
직판사	90.7%	74.3%	61.9%	52.3%	44.9%

- t년차에 방카슈랑스로 이동될 연도별 계약비율(B=(1-A)×32.6%)

<표 V-12> t차년도 방카슈랑스로 이동비율

구분	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	3.4%	9.2%	13.7%	17.1%	19.6%
중소형사	5.3%	14.1%	19.8%	23.6%	26.1%
직판사	3.0%	8.3%	12.4%	15.5%	17.9%

- Logit 회귀분석으로 나타난 설명력이 있는 변수를 사용하여 방카슈랑스를 이용하지 않을 계약자 성향을 제외한 방카슈랑스 계약자 비율 산출

- 산출방법 :

- 적용변수 중 은행 이용 여부를 설명할 수 있는 변수로 연령을 사용(연령 이외 변수는 은행 이용 여부와 관련하여 차이를 둘 자료가 없으므로 사용 제외)

- $Rate(\text{제외비율}) = \frac{\text{수정 } P(Y)}{\text{전체 } P(Y)} = \frac{0.2070}{0.2345} = 88.43\%$,

- 제외 대상은 보험회사를 변경할 가능성이 높은 변수인 연령변수

중에서 은행 등 금융기관을 이용하기에 적합하지 않은 계층인 저연령계층(20대 연령층)과 고연령계층(60대)으로 함¹²⁾

- 제외비율은 보험회사 대형사, 중소형사, 직판회사별로 산출함

<표 V-13> 연령변수를 이용한 방카슈랑스를 이용하지 않을 비율 산출

연령그룹	구성비	변경확률 (A)	수정 변경확률(B)	비율 (C=B/A)
20~24세	0.40%	0.3565		
25~29세	5.50%	0.3477		
30~34세	14.40%	0.2941	0.2941	
35~39세	18.00%	0.2497	0.2497	
40~44세	18.00%	0.2234	0.2234	
45~49세	16.30%	0.2072	0.2072	
50~54세	11.20%	0.1986	0.1986	
55~59세	7.70%	0.1945	0.1945	
60~64세	4.70%	0.1878	0.1878	
65~69세	2.50%	0.1773		
70세 이상	1.30%	0.1655		
합계	100.0%	0.2345	0.2073	88.43%

○ 산출결과(C = B × 88.43%)

<표 V-14> 연령제외 비율이 감안된 방카슈랑스 계약비율

구 분	1년	2년	3년	4년	5년
대형사	3.0%	8.2%	12.1%	15.1%	17.3%
중소형사	4.7%	12.5%	17.5%	20.9%	23.1%
직판사	2.7%	7.4%	11.0%	13.7%	15.8%

12) 은행 면접조사 결과 은행을 주로 이용하는 계층이 30대 및 40대 여자들이 주로 이용하는 것으로 조사되었음. 본 분석에서는 보험가입에 대한 의사결정이 주로 남자에게 있는 반면 은행을 주로 이용하는 계층이 여자인 점이 서로 상충되므로 성변수를 제외한 연령 변수만으로 제외비율 산출에 이용함

□ 선계약 비율을 감안한 방카슈랑스로 이동비율 산출

- 선계약은 방카슈랑스의 영향을 받지 않을 것으로 예상되므로, 선계약 비율 만큼 방카슈랑스 대상에서 제외하기로 함

<표 V - 15>선계약 구성비

(단위: 건)

구 분	체결건수	선계약건수 (15일이상)	선계약비율
대형사	7,774,208	1,045,229	13.4%
중소형사	2,236,448	237,785	10.6%
비대면사	1,202,091	374,788	31.2%
소계	11,212,747	1,657,802	14.8%

자료 : FY'05 보험회사 실적자료

- 선계약 구성비를 감안한 방카슈랑스로 이동비율(D)
 - 방카슈랑스 평균 이동비율(직판사 제외)은 15.4%임

<표 V -16> 선계약 비율이 반영된 방카슈랑스 계약비율

구 분	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	2.6%	7.1%	10.5%	13.1%	15.0%
중소형사	4.2%	11.2%	15.7%	18.7%	20.7%
비대면사	1.8%	5.0%	7.5%	9.3%	10.8%

주: $D = C \times (1 - \text{선계약 비율})$

□ 추정된 방카슈랑스 계약비율을 보험료 수준으로 환산(E)

- 앞서 추정한 방카슈랑스 계약비율은 건수기준 비율이므로 보험료 기준 방카슈랑스 비율을 추정하면 약 15.7% 수준임

<표 V-17> 유지계약과 변경계약의 보험료차이 반영 방카슈랑스 계약비율

구 분	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	2.6%	7.1%	10.5%	13.1%	15.0%
중소형사	4.5%	11.8%	16.5%	19.5%	21.6%
비대면사	2.2%	6.2%	9.2%	11.5%	13.3%

주 : $E = D \times \text{변경계약평균보험료} \div \text{유지계약평균보험료}$

2. 방카슈랑스 영향 분석

<요 점>

- 대형보험사가 주로 방카슈랑스 계약을 체결하는 경우(시나리오 I)는 중소기업사의 수지가 악화되어 전체적으로 영업수지가 약 331억원 악화되는 것으로 추정되었으며, 중소기업사의 영업수지 적자규모가 대형사보다 더 커지는 것으로 추정됨
- 중소기업보험사가 주로 방카슈랑스 계약을 체결하는 경우(시나리오 II)는 대형사의 수지가 악화되어 전체적으로 약 383억원 영업수지가 악화되는 것으로 추정되었으며, 대형사의 영업수지 적자규모가 더 커지는 것으로 추정됨
- 방카슈랑스 효과가 모든 보험회사에 동일하게 영향을 주는 경우(시나리오 III, 현행 영업제한 조치가 유지되는 경우)에는 전체적으로 약 341억원 정도 영업수지 악화가 예상되며, 대형사와 중소기업사의 영업수지 적자규모가 시장점유율 수준으로 균형을 이루는 것으로 추정됨

가. 가정

- ① 자동차보험 대리점 수수료율은 대리점과 손해보험회사의 힘의 역학관계에 따라 결정되므로, 방카슈랑스의 경우 금융회사의 협상력이 높아 보험회사에게 높은 대리점 수수료율(독립대리점 수준)을 요구할 것으로 가정 : 금융회사와 보험회사간의 힘의 역학관계 측면에서 장기적으로 발생할 수 있는 현실적 현상을 가정하여 분석
- ② 방카슈랑스 효과가 독립대리점과 기타 채널조직 구성비만큼 동일하게 영향을 미치는 것으로 가정
- ③ 회사별 사업비 중 고정비 대 변동비 구성비는 현행을 유지하는 것으로 가정
- ④ 방카슈랑스 계약체결로 판매채널 점유율 증가효과를 약 20%수준으로 가정(최근 생명보험에서 소행사들의 저축성보험 내 MS가 방카슈랑스 계약체결 증가에 따라 약 20% 증가된 점을 감안)
- ⑤ 방카슈랑스 대상 보험종목은 개인용자동차보험(플러스 개인용 자동차보험 포함)의 일반물건으로 한정
- ⑥ 전업사(온라인판매)는 방카슈랑스의 영향을 받지 않는 것으로 가정
- ⑦ 현행 개인용 자동차보험 실적사업비율 및 손해율 수준이 지속적으로 유지된다는 가정
- ⑧ 방카슈랑스로 인한 효과만을 명확히 하기 위하여 자동차보험 성장률은 감안하지 않음

나. 시나리오 1 :

영업제한 조건이 없는 상태에서 방카슈랑스 계약체결이 금융기관(은행 등)과 대형 보험회사가 주로 계약이 체결된다고 가정

- 방카슈랑스를 도입할 경우 5차 년도에는 약 331억원 정도 영업수지가 추가 악화될 것으로 예상되며, 특히 방카슈랑스에서 소외되는 중소기업의 영업수지 악화가 더 커진 것으로 나타남
- 주요 요인은 방카슈랑스로 인한 대리점수수료율의 증가에 주로 기인하며, 소형사의 경우가 영업수지 적자규모가 더 크게 나오는 것은 고정사업비를 만회할 수 있는 MS확보가 더욱 어려워질 가능성 때문임

<표 V -18> 방카슈랑스로 인한 추가 영업수지 효과

(단위: 억원)

회사집단	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
대형사	1	-3	-14	-27	-41
중·소형사	-59	-158	-222	-263	-291
전업사	-	-	-	-	-
합계	-59	-161	-236	-291	-331

- 방카슈랑스를 도입할 경우 사업비율도 5차 년도에는 약 29.5%수준으로 현행보다 0.7%(p) 늘어나는 것으로 추정됨
- 고정사업비의 문제로 중·소형사의 경우 사업비율 악화 현상이 대형사보다 큰 것으로 나타남(대형사 : 0.5%(p), 중소기업사 : 1.4%(p))

<표 V -19> 방카슈랑스로 인한 사업비율 효과

회사집단	현행	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	28.4%	28.5%	28.6%	28.8%	28.9%	28.9%
중·소형사	29.9%	30.2%	30.7%	30.9%	31.1%	31.3%
전업사	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%
합계	28.85%	28.97%	29.18%	29.33%	29.44%	29.52%

- 사업비율 증가현상이 반영되어 합산비율도 현재보다 늘어나고, 이로 인한 보험료 인상으로 보험계약자가 부담해야 할 몫이 방카슈랑스 시행 이후 5차년도에 약 350억원 수준이 될 것으로 예상됨

<표 V-20> 방카슈랑스로 인한 합산비율 효과

회사집단	현행	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	102.5%	102.6%	102.7%	102.8%	102.9%	103.0%
중·소형사	107.3%	107.5%	108.0%	108.3%	108.5%	108.6%
전업사	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%
합계	103.82%	103.94%	104.15%	104.30%	104.41%	104.49%

<표 V-21> 방카슈랑스로 인한 보험료 증가 효과

(단위: 억원)

회사집단	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
대형사	28	80	122	156	183
중·소형사	34	90	127	151	167
전업사	-	-	-	-	-
합계	62	171	250	307	350

다. 시나리오 II :

영업제한 조건이 없는 상태에서 방카슈랑스 계약체결이 금융기관 (은행 등)과 소형 보험회사들 사이에 주로 이루어지는 것으로 가정

- 시나리오 I 에서와 동일하게 방카슈랑스를 도입할 경우, 영업수지가 추가로 악화될 가능성이 높은 것으로 나타났으며, 5차 년도에는 약 383억원 영업수지 악화가 추가로 발생될 것으로 예상됨

- 주요 요인은 방카슈랑스로 인한 대리점수수료율의 증가 등에 기인하며, 대형사는 고정사업비와 시장점유율이 커서 시장점유율 감소 효과가 크게 나타나 영업수지 적자가 큰 것으로 분석됨
- 시나리오Ⅱ에 따르면, 방카슈랑스가 중·소형사 위주로 체결 운영될 경우 중소기업사는 방카슈랑스의 혜택을 볼 수 있는 것으로 나타남

<표 V-22> 방카슈랑스로 인한 추가 영업수지 효과

(단위: 억원)

회사집단	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
대형사	-112	-309	-459	-574	-661
중·소형사	46	126	189	239	277
전업사	-	-	-	-	-
합계	-66	-183	-270	-335	-383

- 시나리오 I 과 동일하게 방카슈랑스를 도입할 경우 사업비율도 5차 년도에는 약 29.5%수준으로 현행보다 0.7%(p) 늘어나는 것으로 추정됨
- 대형사의 사업비율이 악화되나, 중·소형사는 사업비율이 개선되는 것으로 나타남
- 이는 중소기업사의 경우 고정사업비 구성비가 크므로, 방카슈랑스 도입으로 인한 시장점유율 확대 효과가 크기 때문임

<표 V-23> 방카슈랑스로 인한 사업비율 효과

회사집단	현행	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	28.4%	28.6%	28.9%	29.2%	29.4%	29.5%
중·소형사	29.9%	29.9%	29.8%	29.7%	29.7%	29.6%
전업사	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%
합계	28.85%	28.96%	29.17%	29.32%	29.44%	29.52%

- 사업비율 증가현상 등이 반영될 경우 합산비율도 현재보다 늘어나고, 이로 인한 보험료 인상으로 보험계약자가 부담해야 할 몫은 방카슈랑스 도입 후 5년차에 총 348억원 수준인 것으로 분석됨

<표 V-24> 방카슈랑스로 인한 합산비율 효과

회사집단	현행	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	102.5%	102.7%	103.0%	103.3%	103.5%	103.6%
중·소형사	107.3%	107.2%	107.1%	107.1%	107.0%	106.9%
전업사	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%
합계	103.8%	103.93%	104.14%	104.29%	104.41%	104.49%

<표 V-25> 방카슈랑스로 인한 보험료 인상 효과

(단위 : 억원)

회사집단	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
대형사	66	182	270	337	389
중·소형사	-5	-15	-24	-33	-40
전업사	-	-	-	-	-
합계	60	167	246	304	348

라. 시나리오 III:

현재 보험업법에서 제한하고 있는 방카슈랑스 영업제한 조치(25%를 등) 하에서 방카슈랑스 계약체결이 골고루 분포된다고 가정

- 시나리오 III에서는 영업수지 적자가 5차 년도에는 약 341억원 추가될 것으로 예상됨

<표 V-26> 방카슈랑스로 인한 추가 영업수지 효과

(단위: 억원)

회사집단	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
대형사	-43	-118	-175	-218	-251
중·소형사	-19	-49	-69	-82	-90
전업사	-	-	-	-	-
합계	-61	-167	-244	-300	-341

- 사업비율은 중·소형사 및 대형사 구분 없이 현행보다 추가로 높아질 것으로 예상되며, 전체적으로 5차 년도에는 약 29.5% 수준으로 현행보다 0.7%(p) 늘어나는 것으로 추정됨

<표 V-27> 방카슈랑스로 인한 사업비율 효과

회사집단	현행	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	28.4%	28.5%	28.7%	28.9%	29.0%	29.1%
중·소형사	29.9%	30.1%	30.3%	30.5%	30.6%	30.7%
전업사	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%	29.2%
합계	28.85%	28.96%	29.17%	29.32%	29.43%	29.51%

- 합산비율도 중·소형사 및 대형사 구분 없이 현행보다 추가로 높아질 것으로 예상되며, 전체적으로 5차 년도에는 약 104.5%수준으로 현행보다 0.7%(p) 늘어나는 것으로 추정됨

<표 V-28> 방카슈랑스로 인한 합산비율 효과

회사집단	현행	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
대형사	102.5%	102.6%	102.8%	103.0%	103.1%	103.2%
중·소형사	107.3%	107.4%	107.7%	107.8%	107.9%	108.0%
전업사	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%	104.5%
합계	103.82%	103.93%	104.14%	104.29%	104.40%	104.48%

- 방카슈랑스로 인한 보험료 변경 효과는 전체적으로 방카슈랑스가 도입된 5년차에 약 341억원 인상효과가 있는 것으로 나타남
- 보험료 인상효과는 대형사가 높은 수준을 보이는 것은 대형사의 MS가 크기 때문임

<표 V-29> 방카슈랑스로 인한 보험료 인상 효과

(단위: 억원)

회사집단	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
대형사	43	118	175	218	251
중·소형사	19	49	69	82	90
전업사	-	-	-	-	-
합계	61	167	244	300	341

3. 시사점

<요 점>

- 방카슈랑스가 도입될 경우 은행 등 금융기관이 독립대리점의 지위를 확보하게 되고, 이에 따라 보험업계 전체적으로 영업수지 추가 악화가 예상됨
- 영업수지 악화가 요율인상으로 연결될 경우 결국 보험소비자가 요율인상을 부담하여야 하는 결과 발생
- 자동차보험 상품은 신시장이 창출되지 않는 특성이 있으므로, 방카

슈랑스로 계약이 은행 등 금융기관을 통해 체결될 경우 모집조직 구조조정의 단초로 작용할 개연성이 큼

-
- 방카슈랑스가 도입될 경우, MS 변화에 따른 고정사업비 비중 증가 문제 및 은행 등 금융기관의 지위가 독립대리점 수준의 지위를 확보함에 따른 추가 사업비율 증가로 영업수지 악화 등이 심화될 것으로 예상됨
 - 보험료 증가효과 만큼의 보험료 인상이 적기에 이루어질 경우, 영업수지 악화는 발생하지 않지만 방카슈랑스로 인해 보험소비자는 오히려 피해를 볼 것으로 예상됨
 - 그러나 자동차보험 시장 경쟁이 치열한 경성시장(Hard Market)의 구조를 보이고 있으므로, 영업수지 악화는 보험회사들이 부담해야 할 부분이 될 것으로 예상됨

 - 방카슈랑스가 도입될 경우, 중소형사는 다소 영업수지 개선 및 시장 점유율확대 효과를 얻을 수 있을 것으로 예상되나, 시장 전체적으로는 여전히 영업수지가 개선되지 않음
 - 중·소형사는 방카슈랑스로 인한 시장점유율 제고 효과가 크게 나타나고, 이로 인한 이익을 가장 크게 향유할 것으로 예상됨

 - 전업사(On-Line사)는 방카슈랑스의 영향이 없을 것으로 예상됨
 - 그 이유는 방카슈랑스 상품보다 저렴한 보험료의 이점이 있으므로 영향을 받지 않을 것으로 예상되며, 이미 방카슈랑스를 시행하고 있는 유럽의 경우에도 방카슈랑스의 직판회사에 대한 영향은 미미한 것으로 나타남

 - 자동차보험은 새로운 판매채널로 인한 시장창출을 기대하기 어려우므로, 방카슈랑스가 도입될 경우 금융기관을 통한 계약비율만큼 기존

대리점 및 설계사의 시장점유율이 줄어들 것임

- 자동차보험은 자동차를 소유한 경우에 보험에 가입할 수 있으므로, 판매방식의 변화로 새로운 시장이 창출되지 않는 특성을 가지고 있음
 - 즉, 자동차보험은 새로운 상품개발 또는 새로운 판매채널의 도입으로 시장규모가 영향을 받지 않으므로 방카슈랑스가 도입될 경우, 은행 등 금융기관을 통한 가입비율 만큼 대리점 MS가 줄어들
- 기존 대리점이 장기상품의 판매를 늘려 수익을 보존하지 않는 한, 채널점유율이 줄어드는 만큼의 대리점 구조조정이 일어날 것으로 예상됨
- 방카슈랑스로 인한 대리점 수입 감소를 이용하여 모집인 탈락비율을 산출하여 보면, 자동차보험 방카슈랑스로 인한 모집인 추가 탈락자 수는 5년 뒤에 약 1만 3천명 수준인 것으로 추정됨
 - 자동차보험 및 장기보험 방카슈랑스 효과를 모두 감안할 경우 약 19,064명¹³⁾이 탈락할 것으로 예상

<표 V-30> 모집조직 탈락비율(또는 구조조정 비율) 추정

(단위 : 명)

구분	모집인 탈락비율			탈락자	
	방카전(A)	방카후(B)	차이(C=B-A)		
표준편차	74.9만원	27.9%	39.3%	11.4%	13,143

- 주 : 1. 모집수수료 분포는 Normal분포를 따르는 것으로 가정하여 추정
 2. 보험모집을 하지 않을 BEP(Break Even Point)로 130만원(기회비용 100만원+활동 비용 30만원)을 가정
 3. 모집인 월수입액 표준편차는 생명보험 모집인 월수입액 분포를 준용(손보 월수입액이 생보보다 낮은 면을 감안하여 생보 분산의 50% 수준으로 가정)
 4. 탈락자는 '06.5월 기준 손해보험 모집인 및 개인대리점 수를 합산한 기준으로 산출

자료 : 1) 금융감독원, 금융통계월보 2006.7월
 2) 기타 업계자료

13)[21.2%(자동차보험 방카슈랑스 비중)+19.1%(장기보험 방카슈랑스 비중)]/21.2%-1의 50%만큼 추가로 이탈을 증가, 50%로 가정한 이유는 자동차보험과 장기보험 판매가 중복되는 것을 감안함

Ⅵ. 보험산업 대응방안 및 제안

1. 보장성보험 방카슈랑스

가. 예상영향

<요 점>

- 불완전판매로 인한 소비자 피해가 우려되고, 불공정경쟁 및 제휴과기로 인해 보험회사의 경영리스크가 높아질 우려 있음
 - 가격차별시 방카슈랑스 채널 중심으로 급격한 시장재편 우려 높음
-

1) 불완전판매로 인한 소비자 피해

- 2003년 방카슈랑스가 도입된 이후 은행을 통해 보험을 가입하는 소비자는 증가하고 있으나, 은행의 불완전판매 문제는 크게 개선되지 않고 있으며, 보장성보험 판매를 계기로 더 확대될 우려가 있음
- 한겨레신문에서 2006년 11월 실시한 설문조사 결과에 의하면, 전체 대상자의 29.3%가 은행을 통해 보험에 가입한 것으로 나타났으나, 은행이 모집채널로서 지켜야 할 각종 지침 준수에는 소홀한 것으로 나타남
 - － 은행에서 보험에 가입한 소비자 중 21%(567명 중 120명)만이 계약서 사본을 수령하였음
 - － 은행에서 가입한 보험상품이 해당 은행의 상품이라고 잘못 알고 있는 소비자도 33%에 달해 충분한 정보를 숙지하지 못한 채 보험에 가입한 것으로 나타남
- 또한, 대출과 연계하여 보험상품을 판매하는 등 소비자의 니즈나 편의 증진보다는 은행의 수수료 수익 확대를 위한 방편으로 방카슈랑스가 활용되고 있음
- 보험사가 내부적으로 집계하고 있는 불완전판매 자료에 의하면,

설계사채널보다 방카슈랑채널의 불완전판매 비중이 훨씬 높은 것으로 파악되고 있음

- 보장성보험의 경우 조기해약시 해약환급금이 작기 때문에, 불완전 판매로 인한 해약시 소비자피해 및 불만 증폭 우려는 물론, 이로 인해 보험산업의 신뢰도가 저하될 우려도 있음
- 일본의 경우 2007년 12월에 보장성보험을 포함한 전 종목에 대해 방카슈랑스를 허용할 예정으로 있으나, “폐해방지 룰”에 대한 모니터링 결과 문제가 없어야 한다는 단서조항이 있음
 - “폐해방지 룰” 이행여부와 실효성 검증은 금융청 검사 결과 및 고객상담실에 접수된 민원, 은행 및 생보사 의견 청취 등을 참고하여 이루어질 것으로 알려짐
- 일본의 경우에도 기 시행중인 방카슈랑스 상품(주로 생명보험 상품)에 대한 불완전판매 문제점이 개선되지 않고 있는 것으로 조사됨

<표 VI-1> 일본 생보노련의 은행의 보험 판매 문제 사례 조사

(단위: 건, %)

사례 유형	구체적 문제	건 수	비중
압력판매	대출시 보험상품 끼워팔기를 시사, 대출 담당자 동행	217	37
고객데이터 유용	예금·결제 정보 등 비공개 금융정보 유용	164	28
모집지침 위반 등 부적절한 모집활동	보험상품이라는 것에 대한 설명 부족, 부적절한 대응 등	139	24
은행 자회사에 의한 우회판매	은행이 은행 자회사에 고객 동의 없이 비공개금융정보를 제공하거나, 은행원과의 동행 판매	50	9
기타	상기 분류되지 않는 보고 사례	11	2
		581	100

자료: 전국생명보험노동조합연합회, “은행 등에 의한 보험판매에 관한 문제 사례 수집활동 결과”, 2006. 6.

- 가입고객의 대부분이 고령자로 원금손실 등 상품에 대한 설명 부족이나 무리한 권유 등으로 불만 건이 증가되고 있음
- 일본의 생보노련에서는 『은행 등에 의한 보험판매와 관련된 문제 사례 수집 활동 결과』를 발표하였음
 - 이는 생보노련의 30만명 조합원이 직접 고객으로부터 상황을 확인한 후 문제 사례를 수집하여 581건에 대한 조사결과를 정리한 것임
 - 주요 조사 내용은 압력판매, 고객데이터 유용, 모집지침 위반, 은행계 보험대리점에 의한 우회판매 등임
- 보장성보험은 보험회사가 언더라이팅 기능을 담당하고, 계약 체결 시까지 소요되는 시간이 길고, 복잡한 절차 등으로 인해 보험회사와 은행간 이해상충이 발생할 가능성이 상존함
 - 종신보험·CI보험 등은 계약전 알릴 의무, 담보하는 사고와 담보하지 않는 사고 등에 대한 설명 등 연금상품 및 저축성보험과 달리 판매하는데 많은 시간과 비용이 소요됨
 - 상품 약관이나 면책조항에 대한 설명의무, CI보험에서 보장하지 않는 사고에 대한 자세한 설명 등이 수반되지 않는다면 보험사는 소비자와 분쟁에 처할 가능성이 높음
 - 보장성보험에 대한 전문지식이 없는 은행직원이 판매할 경우 불완전판매 우려가 매우 높고 이로 인해 소비자 편익이 감소될 수 있음
- 영국의 경우 불완전판매에 대한 규제가 강하기 때문에 방카슈랑스가 활성화되지 못하는 요인으로 작용하고 있음¹⁴⁾
 - 완전판매를 유도하기 위해 복잡한 판매절차를 두고 있기 때문에 판매에 소요되는 시간이 길어져 사업성이 저하되고 은행은 보장

14) LIMRA, *Bancassurance in Europe*, 2006. 11.

성보험 판매를 기피하게 됨

- 그 결과 영국에서 CI보험의 경우 주력채널은 IFA(48.1%)과 Direct Sales Forces/Appointed Representatives(48.5%)임

2) 불공정경쟁으로 인한 보험회사 경영 악화

- 현재 우리나라의 생명보험 산업은 은행 산업에 비해 규모 및 수익률 측면에서 절대적인 경쟁열위에 있음
 - 생보사의 총자산(239조원)은 은행(1,277조원)의 18.7%에 불과하며, 당기순익 규모도 14.7%(생보 2조원, 은행 13.6조원)에 불과함
 - 임직원 규모 역시 은행의 29.4%에 불과함(생보사 2만 6천명, 은행 8만 9천명)
 - 생보사의 ROA(0.93%)는 은행(1.20%)보다 0.27%p 낮으며, ROE도 7.4%p 낮아(생보사 12.9%, 은행 20.3%) 수익률 측면에서도 양호하지 못함

<표 VI-2> 생명보험산업과 은행산업 비교

	생명보험(2006.3)	은행(2005.12)	차이(비중)
총자산	239조원	1,277조원	18.7%
당기순익	2조원	13.6조원	14.7%
임직원	2만 6천명	8만 9천명	29.4%
ROA	0.93%	1.20%	-0.27%p
ROE	12.9%	20.3%	-7.4%p

자료: 금감원

- 우리나라의 경우 금융산업 구조가 소수의 대형은행에 집중되어 있는 특성을 갖고 있음
 - 은행 중심의 4개 금융그룹이 방카슈랑스에서 차지하는 비중이 80%(2006

년)¹⁵⁾에 이를 정도로 집중되어 있는 상태에서 생명보험회사가 은행과 대등한 협상력을 갖기는 어려운 실정임

- 은행의 독과점 현상이 심각한 상태에서 22개에 달하는 생명보험회사들은 대형은행과 제휴하기 위해 과당경쟁의 유혹에 쉽게 노출될 수 있으며, 제휴은행을 찾지 못할 경우 유통망을 상실함으로써 유통성위기를 초래할 가능성이 있음
- 국내 보험시장의 경쟁력이 취약한 상황에서 방카슈랑스제도의 활성화는 보험회사의 은행 종속을 심화시키고, 방카슈랑스로 인한 혜택이 은행에 편중될 우려가 높음
 - 2005년도 기준 은행의 방카슈랑스 수수료 수입은 5천억원을 넘어섰으며 이는 생보 설계사 소득의 12%에 해당하는 규모임
 - 국내 대형 은행 주식의 상당부분은 외국자본 소유이기 때문에 방카슈랑스로 인한 이익이 국외로 유출될 수 있음
- 종신보험 등 보장성보험은 보험회사의 손익기여도가 매우 높은 상품으로서 동 상품에 대한 통제력을 잃을 경우 보험회사의 안정적인 손익기반이 흔들릴 수 있음
 - 보장성보험은 상대적으로 사업비 부과가 높고, 사망률의 개선 등으로 인해 보험회사의 손익기여도가 높은 것으로 알려짐
- 현행 보험회사와 은행의 역학관계상 수수료 인상 경쟁이 심할 것으로 예상되는데, 은행의 판매수수료 인상 압력시 보험회사는 예정사업비 중 상당 부분을 신계약 수수료로 은행에 지급해야 할 것임
 - 이런 현상이 지속될 경우 장기적으로 보험회사의 손익기반이 악화

15) KB: 30%, 신한금융지주: 23%, 우리금융지주: 15%, 하나금융지주: 12%

될 우려가 있음

- 가격책정, 언더라이팅 등 핵심 영역에서 은행이 보험회사를 실질적으로 지배함으로써 은행의 통제력 하에 보험회사가 존재하게 되어 보험회사의 경영리스크가 높아질 우려도 배제할 수 없음
- 유럽의 사례를 살펴보더라도 방카슈랑스 초기에는 은행이 생명보험회사와 대리점 관계를 유지하여 제휴 보험회사의 상품을 판매하다가 이후 제휴관계를 파기하고 자회사를 설립하는 사례가 다수 발견됨
 - 영국의 Abbey National 은행은 Friends Provident 보험회사와의 전속관계를 청산하고, 자회사인 Abbey National Life를 설립하였으며, Scottish Mutual을 신규 인수해서 보험업을 영위하고 있음
 - Lloyd's TSB 은행도 2000년에 대해보험회사인 Scottish Widows를 70억 파운드에 인수하고 보험업을 대폭 확대시킴
 - 이런 결과, 영국에서 2006년 상위 7개 은행이 전체 방카슈랑스 실적의 40%를 차지하며, 이중 3개사가 생보 자회사를 소유한 은행(1위 HBOS, 2위 Lloyds TSB, 7위 Nationwide)이어서 자회사를 소유한 은행의 실적이 두드러지게 나타남(<표 VI-3> 참조)
 - 은행 지점 수 기준으로 볼 때 HBOS는 5위, Lloyds TSB는 2위, Nationwide는 6위로 나타나 생보 자회사 소유 여부가 방카슈랑스 실적과 관련성이 높음
 - 상위 17개 은행 중 6개사가 생보 자회사를 보유하고 있음
 - 영국에서 은행의 생보 자회사는 투자형상품에 대해 낮은 수수료 (no initial or exit charges)를 부가하고 단순한 상품을 제공한 것이 경쟁력으로 작용함

<표 VI-3> 영국의 상위 방카슈랑스 은행

은행	지점 수	생명보험회사	판매형태
Barclays	2,014	Multi-tie(다자제휴)	Multi-tie
Lloyds TSB	1,800	Scottish Widows	자회사
National Westminster	1,640	Natwest Life	조인트벤처
HSBC Bank	1,528	Multi-tie	Multi-tie
HOBS	1,320	HOBS Financial Services	자회사
Nationwide	850	Nationwide Life	자회사
Abbey	741	Phonex Life	Single-tie
Royal Bank of Scotland	650	Royal Scottish Assurance	조인트벤처
Alliance & Leicester	254	Legal & General	Single-tie
Britannia	250	AXA Sun Life	Single-tie
Yorkshire Bank	222	Multi-tie	Multi-tie
Clydesdale Bank	203	Multi-tie	Multi-tie
Bradford & Bingley	203	Legal & General	Single-tie
Cheltenham & Gloucester	741	Scottish Widows	자회사
Lloyds TSB Scotland	187	Scottish Widows	자회사
The Co-operative Bank	84	CIS	자회사
Northern Rock	71	Legal & General	Single-tie

자료: Datamonitor, *UK Bancassurance 2006*, 2006. 10.

- 우리나라의 경우에도 은행들이 적극적으로 종합금융그룹을 추구하여 생보 자회사를 설립하고 있기 때문에 유럽과 유사한 사례가 발생할 수도 있음
- 방카슈랑스가 허용된 저축성보험의 경우 은행 의존도가 50% 이상인 보험회사도 존재하므로, 이런 보험회사의 경우 은행의 제휴 파기로 인한 충격이 클 것으로 우려됨
- 방카슈랑스 의존도가 너무 높은 보험회사의 경우 단기적으로는 매출 증대 및 경영실적이 호전된 것으로 나타나지만, 적정가격을 책정하지 못했을 경우 중장기적으로는 손익 악화가 우려됨

3) 가격차별시 방카슈랑스 채널 중심으로 급격한 시장 재편

- 설문조사 결과 우리나라 보험소비자들은 은행을 통해 종신보험 상품을 가입하는 데 충분한 잠재 니즈가 존재하고, 은행의 타 서비스와 연계하고자 하는 니즈도 존재하여 은행에 대한 선호도가 높은 것으로 나타남
 - 가격차이가 존재하지 않는 상태에서도 은행을 통해 종신보험에 가입하겠다는 응답자 비중이 21.0%에 달함
 - 가격차이가 존재할 경우를 가정하면 소비자들의 은행 선택 쏠림 현상이 발생할 수 있을 것임
- 일반적으로 현재 보험회사에서 판매되고 있는 종신보험과 같은 보장성보험의 부가보험료는 전체 영업보험료 중 20% 이상을 차지함
 - 부가보험료 20%를 가정할 경우 이를 세부 항목별로 분해하면, 신계약비 10%, 유지비 8%, 유지비 2% 수준으로 구성된다고 볼 수 있음
 - 대면채널을 포기하고 방카슈랑스 채널에 주력할 경우 부가보험료 수준을 인하할 수 있는 충분한 여력이 존재함
 - 고정비 측면에서 우위에 있는 방카슈랑스 주력 보험회사가 신계약비, 수급비, 유지비 항목에 대해 대면 채널 보험회사가 부과하는 수준의 1/2만 부과한다고 가정할 경우 10% 이상 저렴한 보험료 산출이 가능함
 - 10% 정도 가격이 인하될 경우 가입기간 동안 납입하는 전체 보험료 규모는 명목금액 기준으로 5백만원 이상 차이가 발생함(40세 남자 1억원 보험료 가입 기준, <표 VI-3> 참조)
- 방카슈랑스 중심 보험회사가 마케팅전략의 일환으로 가격차별화 전략을 구사할 경우 사업비가 높은 종신보험은 부가보험료 조정이 바로 가격에 영향을 줄 수 있기 때문에 그렇지 못한 보험회사는 가격

경쟁력을 상실하여 급격히 위축될 수도 있음

<표 VI-4> 방카슈랑스의 종신보험 가격 인하 여력

구 분	부가보험료	영업보험료	감소 폭	납입기간 총 보험료차이
기본	516천원	2,436천원	-	-
신계약비 50% 부과	389천원	2,308천원	▽5.3%	▽2,558천원
신계약비+유지비 50% 부과	289천원	2,208천원	▽9.4%	▽4,555천원
신계약비+유지비+수급비 50% 부과	258천원	2,178천원	▽10.6%	▽5,164천원

주 : 1) D생보사의 40세 남자, 보험기간 종신, 보험료 납입기간 20년, 가입금액 1억원인 종신보험상품을 가정한 것임(연간 기준)

2) 현재가치를 감안하지 않은 명목금액 기준임

- 설계사 조직에 대한 의존도가 낮은 일부 중소형사 및 외국사가 설계사 조직을 포기하고, 은행계자회사의 가격인하 전략을 따를 경우 설계사 조직 중심의 보험회사는 더욱 급속히 위축될 것임
- 이미 일부 중소형사 및 외국사의 설계사 의존도는 10% 미만으로 낮아졌으며, 설계사 규모가 1천명 미만인 회사도 존재하기 때문에 이런 가능성도 배제할 수 없음
- IV장 시나리오분석 결과에서 나타나듯이 방카슈랑스 중심 보험회사가 10~15% 가격을 인하할 경우 은행채널을 통해 가입을 원하는 계약자 비중이 70% 수준에 달해 신계약이 방카슈랑스 채널로 집중되는 쏠림현상이 발생할 수도 있음
 - 동일가격에 대해 보험료 납입총액이 400만원~500만원 정도 차이가 발생할 경우 대면채널을 기피할 가능성도 있음
 - 이럴 경우 대면채널 의존도가 높은 보험회사들이 채널전략을 변경하지 못할 경우 예상치 못한 재무적 곤경에 처할 수도 있음
- 유럽의 경우에도 사업비 측면에서 가격경쟁력이 있는 은행자회사들이 가격인하 전략으로 시장점유율을 크게 증대시킨 것으로 알려졌다

으며, 우리의 경우에도 종신보험 부가보험료의 특성상 유사한 결과가 나타날 수 있음

4) 보험회사의 전문인력 스카웃 과열

- 은행에서는 예금, 투자뿐 아니라 보험상품까지 아우른 재정설계사를 단 시간 내에 배출하기 어렵기 때문에 이미 보험회사에서 성과가 인정된 고능률 설계사 및 관련 전문인력을 스카웃하려는 유인이 강하게 작용할 것이며 이로 인해 보험회사의 인력유출 우려가 높아질 것임
- 은행이 생산성 높은 보험회사의 FP, 관련 내근직원을 스카웃할 경우 보험회사는 고급인력 유출로 인한 타격이 우려됨
- 미국의 경험을 통해 볼 때 은행에서 보험상품을 판매하는 다양한 채널 중 생산성 측면에서 압도적인 우위에 있는 것은 현재 보험회사의 우수한 재정설계사에 해당하는 Advanced Life Agents임
- 이들은 상속계획, 사업이전, PB 등 생애의 종합적인 재정설계를 해 줄 수 있는 능력을 갖춘 채널로서 두 번째 생산성이 높은 채널보다 2.4배 높은 실적을 보이고 있어¹⁶⁾ 보장성상품 판매시 은행에서 이들에 대한 확보경쟁이 치열해질 전망이다

5) 설계사 소득 감소 및 실직

- 은행의 보장성보험 판매가 허용될 경우 설계사 주력 상품 잠식으로 설계사 소득 감소 및 이탈이 우려되며, 이로 인해 소외계층에 대한 민영보험의 리스크관리 기능을 급격히 위축시킬 수 있음
- 설계사 전체 소득 중 보장성보험 판매로 인해 창출되는 부분이 65% 수준에 달하는 것으로 추정됨

16) LIMRA, *Bank life insurance sales study*, 2006.

- 만약 방카슈랑스 채널이 가격인하 전략을 택할 경우 방카슈랑스 시장점유율이 최대 70% 수준까지도 달할 수 있으며, 이럴 경우 방카슈랑스 채널이 설계사 채널을 급속히 대체함으로써 설계사의 소득감소와 이로 인한 이탈(7만 5천명)이 불가피할 것임
- 설계사 조직의 대량실업 및 붕괴는 보험소외계층에 대한 역할 부재로 이어져 다양한 계층에 대한 위험보장 기능이 저하될 우려가 있으므로 이러한 측면에 대한 종합적인 검토 필요

나. 보험회사 대응 방안

<요 점>

- 보험회사는 중장기적 관점에서 방카슈랑스 제도를 활용하고, 적정한 가격책정, 제휴파기에 따른 위기 등 리스크관리 전략을 병행해야 함
 - 보장성보험에 대한 경쟁력강화 및 불완전판매 감소 방안이 요구됨
-
- 보험회사는 방카슈랑스 채널을 단기적인 외형 성장보다는 중장기적인 관점에서 활용해야 할 필요성이 있으며, 철저한 리스크관리 전략을 병행해야 함
 - 장기적인 경영전략과 판매채널 구도를 염두에 두고 방카슈랑스 채널을 활용해야 하며, 은행과의 제휴에 따른 종속화를 경계해야 함
 - 판매확대를 위한 과도한 수수료 지급, 언더라이팅 완화 등은 장기적으로 보험회사의 성장여력을 훼손시킬 수 있으므로 은행과 대등한 입장에서 판매제휴를 체결하도록 함
 - 방카슈랑스 채널에 대한 과도한 의존은 은행의 자회사 설립, 제도 변경 등 외부 요인으로 인한 제휴 파기시 유동성 위기를 초래할 수 있으므로 이러한 잠재적 리스크를 염두에 두어야 함

- 보험회사의 중장기적 성장여력을 감안하여 재무건전성을 고려한 적절한 가격책정이 필요함

□ 보장성보험에 대한 경쟁력 강화 방안 마련

- 보장성상품은 보험회사 이익기여도 및 타 금융산업과의 경쟁 측면에서 고유한 경쟁력을 갖추어야 할 분야이므로 이에 대한 경쟁력 확보 및 유지 방안을 마련할 필요가 있음
- 설계사채널을 지속적으로 유지하고자 하는 보험회사는 동 채널의 경쟁력 강화를 통해 판매상품 및 목표고객 측면에서 보장성보험에 대한 비교 우위를 확보해야 할 것임

□ 불완전판매 감소를 위한 방안 마련

- 보장성상품을 은행에서 판매할 경우 불완전판매 문제가 확대될 것으로 예상되기 때문에 불완전판매로 인한 보험회사 및 보험산업에 대한 불신을 감소시킬 수 있는 체계적인 방안 마련 필요
- 보장성보험에 대해 단기적 이익만을 추구하는 은행의 근시안적인 접근을 가장 경계해야 할 것임
- 보험회사의 방카슈랑스 성공전략은 적합한 상품제공과 신계약 획득에 소요되는 비용을 줄이는 데 있기 때문에 채널에 적합한 상품개발에 주력하고, 공격적인 판매전략과 불완전판매는 보험산업에 큰 부담으로 작용한다는 점을 명심해야 할 것임

다. 감독당국 측면

<요 점>

- 보장성보험은 불완전판매 개연성이 높고, 이로 인한 피해도 크기 때문에 소비자보호를 위한 엄격한 감독이 필요함

- 금융산업의 균형발전 측면과 시장순응성 등을 고려해서 방카슈랑스 제도를 운용하는 것이 바람직함

1) 소비자 보호를 위한 엄격한 판매 감독

- 방카슈랑스 채널의 불완전판매에 대한 감독을 강화하고 있음에도 불구하고, 여전히 방카슈랑스의 불완전판매 비율이 높음¹⁷⁾
- 보험회사의 자체 모니터링 결과 방카슈랑스채널의 불완전판매율이 설계사채널에 비해 높은 것으로 조사됨

<표 VI-5> 채널별 불완전판매율 비교(A생명)

(단위: %)

구 분	전체	방카슈랑스 제외 채널	설계사 채널	방카슈랑스 채널
2005	1.50	1.24	1.08	12.27
2006	1.49	0.97	0.80	12.63

- 연금상품이 보장성보험보다 상품내용이 단순하기 때문에 불완전판매비율이 낮은 것이 일반적이지만, 방카슈랑스 채널을 통해 판매할 경우 보장성보험보다 불완전판매율이 더 높은 것으로 나타남

<표 VI-6> 상품별 · 채널별 불완전판매율 비교(A생명)

(단위: %)

구분	연금상품 (방카슈랑스 실시)		보장성상품 (방카슈랑스 미실시)		
	전 채널	방카 제외	종신보험	CI보험	기타보장성
2005	3.20	0.83	1.16	1.02	0.81
2006	2.07	0.96	1.26	1.37	1.29

17) 방카슈랑스에 기인한 민원 처리 실적이 공식적으로 발표되지 않기 때문에 부득이 개별 회사에서 집계한 자료를 사용하였음

- 보장성보험 상품의 가입은 재가입률이 낮아 가입 빈도가 매우 낮기 때문에 소비자의 지식 및 경험이 일천하고 이에 따라 소비자와 판매채널(회사)간 구조적인 정보의 비대칭성이 존재함
 - 보험상품의 장기성으로 인해 소비자가 부적절한 구입을 인식하는데는 시차가 존재하며 사후 조정 비용은 막대한 수준으로 높아지기 때문에 판매단계에서의 감독이 더 효율적이며 바람직함
- 보험회사의 상품을 선택하여 판매하는 판매채널 측면에서도 주인(principal)/대리인(agent) 문제가 발생함
 - 대리인에 해당하는 판매채널은 판매수수료가 높은 상품 위주로 판매하려는 경향이 높으며, 이런 리스크가 구체화된 사례가 영국의 불완전판매 사례임¹⁸⁾
 - 커미션 중심의 판매는 커미션이 높은 상품 중심으로 판매하는 불완전판매 위험을 높일 것이므로 이에 대한 감독이 중요함
 - 은행이 채권자로서의 우월적 지위를 이용하여 보험상품을 판매하지 못하도록 하여 은행의 보험소비자를 보호해야 할 것임
- 유럽에서는 판매절차를 법규로 강제하는 각종 규제가 시행되고 있거나 시행예정이므로 이에 대한 벤치마킹이 필요함
 - 영국의 FSA에서는 보험상품 및 투자상품 판매시 판매채널이 준수해야 할 행위를 ICOB(Insurance: Conduct of Business)와 COB(Conduct of Business)를 통해 규제하고 있음

18) 높은 수수료를 추구하는 판매채널이 직역연금에서 개인연금으로 전환 판매를 권유하였으며, 그 결과 가입자들은 큰 손실을 입었음. 이로 인해 보험회사들은 1.7백만명의 소비자에게 15억 파운드를 지급하였음. 투자형양로보험에 대해서도 판매채널이 투자의 불확실성, 가입자의 리스크 성향 등을 고려하지 않고 판매함으로써 많은 보험회사들이 어려움을 겪었음.

- 보험판매 행위는 소개, 자문, 계약체결 행위를 모두 포함하는 것으로서 특히 자문에 대한 규제가 초점임
- 개인고객에게 보험상품 판매시 다음과 같은 내용을 포함한 적합성 보고서(suitability report)를 제공하도록 요구함
 - 고객의 수요와 니즈
 - 추천하는 상품이 고객에게 적합한 이유에 대한 설명
 - 잠재적인 불이익에 대한 설명
- 구두로 말한 내용을 서면으로 작성하는 적합성보고서와 같은 양식이 존재하지 않는다면, 소비자들은 부적합한 권유·상품에 대해서도 추천에 대한 근거자료를 가지고 있지 않기 때문에 이를 시정하기 어려움
 - 적합성보고서는 거래와 동시에 생성되며, 분쟁시 양 측 모두가 소지하고 있기 때문에 증거문서로서 특별한 가치를 가짐
 - 만약 이러한 보고서가 없다면 소비자들은 훨씬 더 높은 비용을 치루게 될 것임
- IDD(Initial Disclosure Documentation)에서는 고객들이 판매채널이 제공하는 서비스를 이해하기 위해 상품을 제공하는 보험회사와 판매하는 금융기관대리점간 관계를 이해할 수 있도록 공시함
- 우리의 경우에도 이를 참조하여 전반적인 판매행위에 대한 규제를 채널별로 정비할 필요가 있음

2) 금융산업간 균형 발전 도모

- 대형은행 위주로 금융시장이 재편되어 감에 따라 보험회사의 은행 종속성 심화, 은행계자회사와 타 생보사간 불균형 발전의 우려가 있기 때문에 전체적인 금융산업의 균형과 건전한 발전 측면에서 방카슈랑스에 대한 접근이 요구됨

- 우리나라 은행산업이 소수 4개 금융그룹 중심으로 형성되어 있기 때문에 독과점적인 산업구조의 폐해가 방카슈랑스에서도 노출되고 있음
 - 이는 영국의 7개 은행이 방카슈랑스의 40%를 점유하는 것보다 훨씬 더 상위 3사에 집중된 시장구조임
 - 현재 대형은행 지분의 60% 이상을 외국인이 보유¹⁹⁾하고 있기 때문에 중국적으로는 설계사 소득이 해외자본가에게 이전되는 양상을 초래할 것임
- 외국에서의 방카슈랑스는 연금·신용생명·모기지 등 은행 업무와 연계성이 높은 투자·저축형 상품 중심으로 이루어지고 있음²⁰⁾
- 영국의 경우를 살펴보면, 방카슈랑스 주력상품은 저축성 일시납 상품으로서, 방카슈랑스로 판매된 생명보험상품 중 일시납이 차지하는 비중이 70% 이상을 차지하고, 비일시납 비중은 26.9%에 불과함

<표 VI-7> 영국 생명보험상품의 방카슈랑스 실적(납입방법별)

(단위: m£)

	2001	2002	2003	2004	2005	증감률
일시납	487	503	350	476	710	9.8%
비일시납	62	69	77	153	261	43.1%
전체	549	573	426	629	970	15.3%
일시납	88.7%	87.9%	82.0%	75.7%	73.1%	-15.6%
비일시납	11.3%	12.1%	18.0%	24.3%	26.9%	15.6%
전체	100%	100%	100%	100%	100%	

자료: Datamonitor, UK Bancassurance 2006, 2006. 10.

19) 국내은행 외국인 지분: KB 83.2%, 하나금융지주 80.3%, 신한 59.1%, 우리금융 9.2%

20) 각국의 사회보장제도, 민영보험의 역할 등에 따라 생명보험회사의 상품포트폴리오가 달리 나타나고 있는데, 유럽국가의 경우 보장성보험 비중이 매우 낮음

- 30% 미만인 비일시납 중 모기지 관련 보험이 52.1%로 가장 높고, 저축성보험이 31.3%를 차지하며, 보장성보험 비중은 16.7%에 불과함

<표 VI-8> 영국 방카슈랑스 상품의 종목별 실적(비일시납)

(단위: m £)

	2004		2005		증감률
		비중		비중	
저축성	18.4	12.0%	76.9	31.3%	318.3%
모기지 관련	93.6	61.2%	128.1	52.1%	36.8%
보장성	41.0	26.8%	41.0	16.7%	0.0%
전체	153.0	100%	245.9	100%	60.7%

자료: Datamonitor, UK Bancassurance 2006, 2006. 10.

- 방카슈랑스로 판매된 보장성상품은 정기보험, 소득보상보험 (Income Protection), 치명적질병보험(CI) 중심이며, 종신보험은 극히 미미하여 정기보험의 2.4% 수준에 불과함
- 정기보험의 50% 정도는 모기지대출과 연계된 상품으로서 편의보험(commoditized product) 성격이 강하고, CI보험은 주계약보다는 정기보험, 양로보험, 종신보험의 특약으로 판매됨
 - 영국은 자가 소유 비율이 높기 때문에 모기지대출 관련 보험 및 모기지 상환을 위한 투자형상품의 활용도가 높음
 - 따라서 일반적인 보장성보험 상품 구입 동기는 모기지로 주택 구입 → 사망시 대출자금 상환을 위한 정기보험 가입 → 치명적질병 발생에 대비하기 위해 정기보험 특약으로 CI보험 가입 등으로 연계됨
- 유럽 국가에 비해 상대적으로 보장성보험 비중이 높은 미국의 경우에도 방카슈랑스를 통해 판매되는 상품은 50% 이상이 연금이며, 생명보험 및 건강보험 비중은 5.1%에 불과함

<표 VI-9> 미국의 방카슈랑스 현황(종목별)

(단위: 10억 달러, %)

	2000	2001	2002	2003	2005	'00-'05 증감	비중
연금	31.0	37.1	47.7	51.6	41.9	35.2	52.3
기업성단체손해	5.4	8.9	11.5	14.2	24.3	350	30.3
개인손해	3.7	4.1	5.0	6.3	7.7	108.1	9.6
신용보험	2.7	2.8	2.5	2.4	2.1	-22.2	2.6
생명보험/건강	2.1	2.3	2.8	3.6	4.1	95.2	5.1
전체	44.9	55.2	69.5	78.1	80.1	78.4	100.0
연평균성장률	23.4	22.9	25.9	12.4	2.6		

자료: Insurance Information Institute, *Financial Services Fact Book*, 2006.

- 미국에서 생명보험 부문의 방카슈랑스 실적은 2001년 1.6억 달러에서 2005년에는 2.7억 달러로 소폭 증가하는 데 그쳤음
- 전체 수입보험료 대비 방카슈랑스 비중도 2001년 1.4%에서 2005년에는 2.0%로 증가하였음

<표 VI-10> 미국의 생명보험 방카슈랑스 현황

(단위: m\$, %)

	2001	2002	2003	2004	2005
수입보험료	155	207	242	288	273
방카슈랑스 비중	1.4	1.8	2.1	2.1	2.0

주: 납입방법별 수입보험료를 가중평균한 수치임

자료: Insurance Information Institute, *Financial Services Fact Book*, 2006.

- 이상에서 살펴본 바와 같이 국가의 사회보장 기능이 강한 유럽의 경우 생명보험상품의 대부분이 노후소득보장을 위한 저축성·투자형 상품 중심이며, 보장성보험은 모기지 관련 신용생명보험 중심임
- 그러나, 우리나라의 경우는 선진외국과 달리 위험보장 책임이 개

인에게 귀속되고 이를 보장성보험상품 구입을 통해 보험회사에 전가시키고 있기 때문에 외국과 달리 보장성보험의 비중도 높고, 사회적 역할도 큰 특징이 있음

- 따라서 보장성보험이 생보사 이익 및 설계사 소득에서 차지하는 비중, 사회적 역할 등을 종합적으로 감안하여 전체적인 방카슈랑스 제도를 운용할 필요가 있음

3) 시장순응성 고려

- 2003년 8월 최초 방카슈랑스 허용 후 1년 7개월만에 2단계 종목을 허용하였으며, 그로부터 1년 6개월만에 3단계 종목을 허용하였고, 1년 6개월 후에는 대상 종목 전체에 대해 허용할 예정으로 있음
 - 이러한 일정은 시장에서 방카슈랑스의 영향에 대한 정밀한 분석을 통해 금융산업의 선진화와 안정화에 기여하도록 한다는 취지에서 비롯된 것임
 - 그러나, 현실적으로 소비자 및 보험회사가 방카슈랑스라는 변화된 환경에 순응하고, 시장에서의 부작용을 발견·치유하기 위해서는 더욱 정교한 모니터링 과정이 필요함
 - 특히 보장성보험이 보험회사에서 차지하는 중요성 등을 감안하여 일본과 마찬가지로 일시납 종신보험에 대해서만 허용하고, 비일시납에 대해서는 전면 재검토 하는 방안도 고려할 수도 있을 것임
- 방카슈랑스라는 제도를 중국적으로 소비자의 편익을 증대시키는 방향으로 제도를 운용할 수 있기 위해서는 충분한 보완 및 안전장치의 마련이 선행되어야 할 것임

2. 자동차보험 방카슈랑스

가. 예상영향

<요 점>

- 방카슈랑스 시행으로 자동차보험 실적 사업비율이 악화되어 보험료 인상의 원인이 될 수 있음
 - 사업비 증가로 자동차보험 시장 영업수지 악화의 원인으로 작용할 수 있음
 - 자동차보험의 복잡성으로 불완전 판매가 늘어날 가능성이 높음
 - 가격경쟁으로 리베이트 문제가 추가 발생할 수 있음
-

- 방카슈랑스가 도입될 경우, 자동차보험 손해율 악화의 원인으로 작용하고, 이는 보험료 인상의 원인이 되어 금융기관 대리점을 이용하지 않은 고객에게 보험료 부담을 전가
 - 금융기관이 자동차보험을 판매할 경우, 고객과의 좋은 관계유지를 위해서 위험인수나 보상처리에 대한 기준을 완화하도록 요구할 가능성이 높고, 이로 인하여 손해율이 악화될 수 있음
- 실적사업비율 증가 때문에 영업수지 악화 및 보험가입자의 보험료 인상의 원인으로 작용할 수 있음
 - 시장점유율을 높이려는 보험회사 입장에서 많은 물건을 보유하는 은행 측의 요구에 따라 실질적으로 높은 수수료를 제공할(사업비율 증가) 개연성이 높으므로 장기적으로 보험회사 영업수지 악화 및 보험료 인상의 원인으로 작용

- 불완전판매가 늘어날 가능성이 높음
 - 자동차보험은 모든 국민이 잘 알고 있다고 생각하지만, 세부적인 내용에서 계약체결 및 보상 시스템이 일반보험(생명보험 및 기타 일반보험)과 비교하여 상당히 복잡한 측면을 가지고 있음
 - 따라서, 자동차보험에 대한 전문적 지식이 없는 은행직원이 자동차 보험 상품을 판매할 경우 불완전 판매의 개연성이 타 보험종목에 비하여 훨씬 높을 것으로 예상됨
- 방카슈랑스 계약체결에 실패한 중소기업사의 경우 경영악화의 원인으로 작용할 수 있음
 - 특히 소형사의 경우 시장점유율이 줄어들어 현금 유동성 문제가 발생할 수 있음
- 방카슈랑스는 금융기관(은행), 보험 및 소비자의 상호이익을 전제로 시행되어야 하나, 금융기관(은행)만 방카슈랑스로 이익(수수료)을 향유할 수 있음
 - 특히 자동차보험은 새로운 시장이 창출되지 않는 특성이 있으므로, 보험회사 입장에서는 우월적 지위를 가진 대리점이 늘어나므로 장기적으로 높은 사업비 부담만 안게 될 개연성이 높음
- 금융기관은 보험업법상 지위가 대리점임에도, 방카슈랑스가 도입되더라도 금융기관의 요구로 금융기관이 대리점의 역할을 수행하지 않을 가능성이 큼
 - 현재 대리점의 경우 보험사고 발생시 보험계약자의 보상처리를 지원해 주고, 배서업무를 하는 등 부가서비스를 제공하고 있으나,
 - 금융기관의 협상력(Bargaining Power)이 클 것으로 예상되는 상

황에서 금융기관은 상품 중계업무만을 보험회사에게 요구할 개연성이 큼

- 방카슈랑스가 도입되면, 금융기관과 독립대리점간 MS 경쟁이 고조되어 리베이트 문제가 발생할 개연성이 높아짐
 - MS 경쟁에서 독립대리점이 가입자를 빼앗기지 않기 위해 대리점 수수료 중 일부를 보험가입자에게 되돌려 주는 등의 리베이트 문제가 발생할 수 있음
 - 방카슈랑스로 수입이 감소된 모집인이 기존 대리점에서 독립대리점으로 이동할 경우,
 - 매집대리점의 영향이 커지면서 리베이트 문제가 악화되거나,
 - 독립대리점의 규모가 커짐에 따라 높은 대리점 수수료율로 인한 높은 사업비 지출로 보험료 인상(또는 자동차보험 영업수지 악화)의 원인으로 작용할 수 있음

- 은행 등 금융기관에서 판매하는 상품의 판매비(대리점 수수료율)를 기존 대리점 판매상품과 달리 설정한 상품이 개발될 경우 보험소비자 혼란 및 기존 대리점의 경쟁력 악화로 대리점 조직의 구조조정이 예상됨
 - 판매수수료를 금융기관 대리점과 달리 설정할 수 있도록 허용하는 경우는 채널별 사업비율 자유화를 의미하며, 소비자들은 자동차보험을 의무보험 또는 사회보험으로 인식하고 있음에도 높은 보험료로 판매하는 대리점에 대한 불만을 제기할 것으로 예상(동일 보험회사 상품인데 판매채널이 다른 경우)
 - 대리점 수수료율을 낮출 수 없는 대리점은 가격경쟁력 악화로 자동차보험 판매시장에서 퇴출되고, 시장에는 금융기관 판매대리점이 증가하여 기존 대리점 및 보험설계사의 실직사태가 예상됨

나. 보험회사 대응방안

<요 점>

- 보험회사별 입장에 부합된 경영전략 추진 필요
 - 은행에 종속되는 방카슈랑스 지양
 - 금융기관에 종속되지 않는 경쟁력 있는 판매방식(예, On-Line 상품)의 육성 필요
 - 방카슈랑스 도입의 이해 관계자들이 모두 Win-Win할 수 있는 방안 마련 필요
 - 보험료 인상요인이 적기에 반영될 수 있는 효율산출·인가 시스템 구축 필요
-

1) 회사별 입장에 부합된 방카슈랑스 계약체결 필요

- 규모가 큰 대형보험회사의 경우에는 현재의 시장점유율을 유지하는 수준으로 은행과 제휴관계를 체결할 필요가 있음
 - 현재 자동차보험 시장은 레드오션의 상태로 파악되며, 장기적으로도 영업수지 적자가 예상되는 보험종목임
 - 따라서, 자동차보험의 시장점유율이 늘어날 경우 영업수지 적자규모가 늘어나는 것을 의미하므로 내실을 기하지 않은 채 무리하게 시장점유율을 높이는 영업전략은 바람직하지 않은 것으로 보임
 - 그러나, 자동차보험 영업으로부터 파생되는 보험회사에 대한 이미지, 수익성이 나는 보험종목에 대한 판매효과 등을 고려하여 현행 시장점유율을 유지하는 수준의 방카슈랑스 전략을 취하는 것이 적정한 것으로 판단됨

- 중·소형사는 현재 MS가 줄어들 경우 유동성의 문제가 발생할 수 있으므로, 방카슈랑스를 이용한 MS확대전략을 수행하되, 자동차보험 MS확대에 따른 방카슈랑스 이점과 적자물건(자동차보험 시장 전체적으로 영업수지 적자상태) 증가에 따른 손익 악화가능성을 종합적으로 분석한 후 방카슈랑스 전략을 수립할 필요가 있음
- 이미 방카슈랑스를 시행하고 있는 생명보험을 보면, 중소기업 및 외국사가 은행과 제휴관계를 확대하여 MS를 늘렸으며, 일반손해보험 시장에서도 방카슈랑스의 시장점유율 증가 및 중소기업사의 MS 증가 현상이 나타남
- 외국의 예를 보더라도, 은행조식을 이용한 영업을 적극적으로 할수록 MS가 확대되는 모습을 발견할 수 있음
- 이처럼 방카슈랑스로 인한 MS확대 가능성에도 불구하고, 자동차보험 시장 전체적으로 영업수지가 적자상태이므로 MS확대에 따른 수지악화 문제를 동시에 고려할 필요가 있음
 - 즉 방카슈랑스로 인해 MS가 확대될 경우 단기적으로는 유동성 문제를 해결할 수 있으나 장기적으로는 영업수지 악화문제가 발생할 수 있음

2) 은행 종속화에 대한 대응

- 대리점 수수료율 인하 등을 통한 방카슈랑스 상품의 가격이 인하될 경우, 대리점 조직의 영업력 약화로 귀결되어 보험시장에 대한 보험회사의 통제력이 상실될 우려가 있음
- 현행 자동차보험 업계에서도 독립대리점의 영향력이 커짐에 따라 소형사의 경우 독립대리점에 대한 통제력을 상실하여 장기적으로 대리점 수수료율 증가로 귀결되는 현상이 발생하였음

- 외국의 예를 보아도 방카슈랑스가 도입될 경우 대리점의 영향력이 점점 상실되는 모습을 보이고 있음
- 또한 보험회사와 제휴했던 은행이 시장기반을 확보한 뒤 보험회사와 결별하여 보험회사가 파산위기에 처할 수 있는 개연성이 높음
- 이는 보험회사의 경영노력과 관계없이 금융기관의 정책에 따라 보험회사의 경영위기가 발생할 수 있는 현상임
- 각 보험회사는 방카슈랑스에 대응할 수 있는 자사의 경쟁력 있는 판매방식을 활성화할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음
- 유럽의 경우는 방카슈랑스가 활성화되지 않고 있는데, 그 이유는 가격경쟁력이 높은 온라인상품이 활성화(예, 영국)되었거나, 대리점과 보험소비자 사이의 긴밀한 인적관계(예, 독일)에 의존한 영업 때문으로 나타남²¹⁾

3) 보험료 인상요인이 적기에 반영될 수 있는 요율산출인가 체계 구축 필요

- 사업비율 감소방안을 마련하거나, 적기에 요율조정을 통하여 실적사업비를 반영하는 요율정책을 취해야 할 것임
- 방카슈랑스가 도입되면, 대리점 수수료율이 장기적으로 증가되어 사업비율 악화의 원인이 될 개연성이 높은 것으로 분석됨
- 따라서 적기에 실적사업비율이 반영되지 않으면, 보험회사 영업수지 악화로 연결됨

21) 방카슈랑스 시장점유율을 보면, 유럽 전체적으로 5%(2005년) 수준 이내, 영국은 5%(2004년) 이내, 프랑스는 6.5%(2003년)임.

다. 감독당국 측면

<요 점>

- 단순 규제개혁이 아닌 금융기관, 보험소비자 및 보험회사 모두 이익이 달성되는 정책 시행 필요
- 방카슈랑스 도입시 보험회사에 불리한 계약체결 및 방카슈랑스 계약 해지 억제 방안을 마련할 필요
- 리베이트 발생가능성을 차단할 수 있는 정책 필요

□ 단순한 규제개혁이 아닌 금융기관 및 보험소비자 등 이해관계인의 공동이익이 달성되는 방향으로 방카슈랑스가 추진되어야 할 것임

- 특히, 자동차보험의 경우 방카슈랑스로 보험회사와 보험소비자의 실익은 없을 것으로 예상되고, 은행 등 금융기관의 이익은 분명한 상황이므로 자동차보험 방카슈랑스의 시행 여부에 대한 충분한 검토 필요

※ 시장주체 간 이점

- 1) 보험소비자 : 저렴한 보험료
- 2) 보험회사 : 새로운 시장창출
- 3) 금융기관 : 새로운 수익원 창출

□ 현행 25% 룰 등 판매방식에 대한 제한 조건을 상당기간 유지할 필요가 있음

- 금융회사의 입장에서는 보험리스크를 회피하기 위하여 시장에서 인지도가 높은 보험회사와 제휴관계를 맺는 것을 선호할 수 있고, 이는 제휴관계를 맺지 못한 인지도가 낮은 보험회사의 경영위험의 발생가능성이 높음

- 금융기관과 보험회사의 방카슈랑스 계약체결시 보험회사에 불리한 계약체결 금지 및 방카슈랑스 계약의 일방적 해지에 제한을 두는 정책이 필요
 - 금융기관과 판매제휴를 체결한 보험회사는 영업이 통제 불가능한 외부기관에 좌우됨에 따른 경영불안이 발생할 수 있음

- 객관적인 사업비 분석을 통한 방카슈랑스 상품의 보험료 수준을 결정하도록 하고, 보험업감독규정의 방카슈랑스 보험료 결정기준 규정의 파급 효과를 검토할 필요가 있음²²⁾
 - 이 경우 방카슈랑스 보험상품 보험료 수준과 관련된 현행 보험업 감독규정²³⁾은 은행 등 금융기관 대리점과 동일한 지위를 가진 일반 대리점에 대하여 높은 보험료를 적용하도록 하는 차별적 조항으로 해석될 수 있으므로, 방카슈랑스가 도입되어 경쟁이 시작될 경우 기존 대리점 조직들의 반발이 예상됨
 - 이로 인하여 대리점 수수료율을 자유화 할 경우 보험회사 간 가격 인하 경쟁이 발생하고 이는 영업수지 악화, 대리점 등 모집인의 시장 탈락률이 증가하는 원인이 될 수 있음
 - 장기적으로 대리점 수수료율은 보험회사와 금융기관의 협상력 (Bargaining Power)에 의해 결정되므로, 협상력이 높은 금융기관이 높은 대리점 수수료를 요청할 경우 이익수수료 추가지급, 간접지원 (계약사항 변경에 대한 배서업무 및 사고처리 지원 업무 등)을 통해 금융기관의 요구를 들어줄 개연성이 높음

22) 미국의 경우 방카슈랑스 상품이 활성화되어 있지 않으며, 방카슈랑스 상품보다 가격이 저렴한 것으로 알려진 On-line상품의 가격도 Off-line상품 가격과 유사한 것으로 조사됨.

23) 방카상품 예정사업비율은 전체평균 사업비율의 100분의 85범위내에서 적용하도록 하고 있음(보험업감독규정 제7-50조의 2(별표 14-2))

- 이 경우 방카상품의 보험료는 기존보다 저렴하지만 사용되는 사업비는 기존보다 높아 보험회사 손해율 및 영업수지 악화의 원인이 될 수 있음
 - 이럴 경우 낮은 보험료의 방카슈랑스 상품임에도 실질적으로 사업비용이 증가되어 보험회사의 손해율악화, 영업수지 적자의 원인이 될 수 있음
- 금융기관은 보험업법상 지위가 대리점이므로, 방카슈랑스가 도입되더라도 대리점의 역할을 수행하여야 할 것임
- 은행은 단순 보험상품 중개 업무만을 수행하고, 대리점이 하고 있는 보험사고 발생시 보험계약자의 보상처리를 지원, 배서업무 등 부가업무를 하지 않을 개연성이 높음
- 리베이트 발생 가능성을 차단할 수 있는 정책이 마련되어야 할 것임
 - 은행과 판매경쟁을 하는 독립대리점을 중심으로 리베이트에 대한 유혹이 더욱 증대할 개연성이 높으므로 이를 막을 수 있는 정책대안이 필요함

참고문헌

- 금융감독원 보도자료, 2006.7.31
- 금융감독원 보도자료, 2006.8.21
- 금융감독원 보도자료, 2006년 9월 19일자 수정
- 류건식 외4, 『주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점』, 보험개발원, 2006.7
- 보험개발원, 『자동차보험 개황 및 분석(1998 사업년도)』, 1999
- 보험개발원, 『자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도)』, 2006
- 보험개발원, 『보험회사 장래 손익전망 세미나』, 2007.2.7
- 보험개발원, 『보험소비자조사 2005』, 2005
- 생명보험회사 업무보고서
- 이성우 외3, 로짓·프라빗모형 응용, 박영사, 2005
- 정광모 · 최용석, 범주형 자료분석 개론, 자유아카데미, 2003
- 재정경제부 및 금융감독위원회, 보도자료, 2003.1.17
- 한나라당 엄호성 의원 발표 “프라이빗뱅킹” 현황 자료, 2005년 10월 10일
- Datamonitor, *UK Bancassurance 2006*, 2006. 10.
- David F. Babbel, "The Price Elasticity of Demand for Whole Life Insurance", *The Journal of Finance*, Vol. XL, No.1, March 1985
- Insurance Information Institute, *Financial Services Fact Book*, 2006.
- J.C. Tarner, "Car Ownership Trends and Forecast", TPRL 199, Transport and Road Research Laboratory, 1977
- Kenely Monica, "Adaptation and change in the Australian life insurance industry: an historical perspective", *Accounting Business & Financial History*, March 2004.
- LIMRA, *Bancassurance in Europe*, 2002.11

LIMRA, *Bank life insurance sales study*, 2006.

NMG, *Creating Value in Bancassurance*, 2005.

W.N.Venables, B.D.Ripley, *Modern Applied Statistics with S-PLUS*,
Springer, 1999

보험개발원(KIDI) 발간물 안내

■ 연구보고서

- 96-1 손해보험 가격자유화 이후의 보험시장 전망과 대응방안 / 최용석, 1996.4
- 96-2 보험회사 종합금융기관화 전략 / 오영수, 1997.2
- 96-3 자동차사고 피해자의 사회적 보호제도에 관한 연구 : 자동차보험 무보험 운전자 문제를 중심으로 / 서영길, 박중영, 1997.3
- 96-4 자동차보험 요율체계의 적정성 분석에 관한 연구 / 서영길, 박중영, 장동식, 1997.3
- 96-5 보험회계제도에 관한 연구 / 김규승, 양성문, 장강봉, 1997.3
- 96-6 분리계정제도의 도입타당성과 세부도입방안 / 이근영, 박태준, 장강봉, 1997.3
- 96-7 사회환경변화와 민영보험의 역할 (I) : 총론 / 오영수, 이경희, 김란, 1997.3
- 96-8 생명보험 가격자유화 방안 : 예정이율 및 계약자배당을 중심으로 / 정봉은, 노병윤, 목진영, 1997.3
- 96-9 생명보험 모집조직의 효율화 방안 / 김규승, 박홍민, 장재일, 1997.3.
- 97-1 보증보험의 발전방안 연구 / 이희춘, 신동호, 이기형, 이준섭, 1997.5.
- 97-2 남북 경험 증대 및 통일에 대비한 보험산업 대응방안 연구 : 독일 모델을 중심으로 / 신동호, 안철경, 조혜원, 1997.11
- 98-1 보험산업의 M&A에 관한 연구 : 주요국의 M&A 추세 및 유인을 중심으로 / 김호경, 박태준, 1998.1
- 98-2 생명보험회사의 적정성장에 관한 연구 / 이원돈, 이승철, 장재일, 1998.2
- 98-3 생명보험 예정사업비의 합리적 결정에 관한 연구 / 이원돈, 노병윤, 장강봉, 1998.2
- 98-4 사회환경변화와 민영보험의 역할(II) : 연금개혁과 보험회사의 역할 / 오영수, 이경희, 1998.3
- 98-5 주요국의 새로운 보험판매채널 활용사례분석 및 국내사의 운용전략 / 정재욱, 정영철, 한성진, 1998.3
- 98-6 보험기업 경영진단시스템 : 생명보험회사를 중심으로 / 김호경, 김혜성, 1998.3
- 98-7 퇴직연금 계리 및 재정 / 성주호, 김진억, 1998.6

98-8	생명보험 예정이율의 안전성 분석 및 운용방안 / 이원돈, 이승철, 장강봉, 1998.10
99-1	사회환경변화와 민영보험의 역할(III) : 의료보험개혁과 보험회사의 역할 / 오영수, 이경희, 1999.2
99-2	자동차보험 자기부담금제도에 관한 연구 / 이득주, 서영길, 장동식, 1999.3
99-3	국민연금 민영화방안에 관한 연구 : 국민연금의 효율성 제고를 위한 접근방안 / 성주호, 김진억, 1999.3
99-4	손해보험 상품개발시스템 및 전략에 대한 연구 / 신동호, 이희춘, 차일권, 조혜원, 1999.3
99-5	생존분석기법(Survival Analysis)을 이용한 생명보험 실효·해약 분석 / 강중철, 장강봉, 1999.3
99-6	보험사기 성향 및 규모추정 : 손해보험을 중심으로 / 박일용, 안철경, 1999.7
99-7	사업비차배당제도의 도입 및 대응방안 / 노병윤, 장강봉, 1999.12
99-8	보험사기 적발 및 방지방안 / 안철경, 박일용, 1999.12
2000-1	손해보험의 부가보험요율 산출 및 운영방안 연구 / 이희춘, 조혜원, 2000.3
2000-2	ART를 활용한 손보사의 위험관리 방안 연구 / 신동호, 2000.3
2000-3	생명보험회사 투자포트폴리오 결정요인과 투자행동 / 목진영, 2000.3
2000-4	생명보험상품의 손익기여도 분석 / 노병윤, 장강봉. 2000.3
2000-5	보험산업의 전자상거래 구축 및 효율적 운영방안 / 안철경, 박일용, 오승철, 2000.3
2000-6	금융겸업화에 대비한 보험회사의 경영전략 / 김현수, 2000.6
2000-7	보험회사 지식자산의 가치추정모형 연구 / 이도수, 김해식. 2000.8
2000-8	환경변화에 대응한 생보사의 상품개발전략 / 류건식, 이경희. 2000.9

- 2003-1 민영건강보험의 언더라이팅 선진화 방안 / 오영수, 이경희, 2003. 3
- 2003-2 보험회사의 실버산업 진출방안 / 박홍민, 권순일, 이한덕, 2003. 3
- 2003-3 보험회사 사이버마케팅의 활용전망 / 신문식, 장동식, 2003. 3
- 2003-4 생명보험사 RAS체제에 관한 연구 / 류건식, 김해식, 정석영, 2003. 7
- 2003-5 보험소비자를 위한 보험교육방안 / 이기형, 조재현, 2003. 11
- 2003-6 보험설계사 조직의 개편방안 / 신문식, 이경희, 이정환, 2003. 12
- 2004-1 부유층 시장에 대한 보험회사의 자산관리사업 운영방안 / 신문식, 이경희, 2004. 3
- 2004-2 퇴직연금 규제감독체계에 관한 연구 / 류건식, 이태열 2004.7
- 2004-3 보험회사의 퇴직연금 리스크 관리전략 / 류건식, 김세환 2004.7
- 2004-4 퇴직연금 활성화를 위한 세제체계 연구 / 임병인, 김세환 2004.9
- 2004-5 신용리스크 전가시장과 보험회사 참여에 대한 연구 / 주민정, 조재현 2004.10
- 2004-6 보험회사의 퇴직연금 마케팅 전략 / 류건식, 신문식, 정석영 2004.12
- 2004-7 예금보험제도의 개선방안 / 이순재 2005.1
- 2005-1 보험산업의 비전과 대응전략 / 신문식, 임병인, 조재현 2005.
- 2005-2 전환기의 손해보험회사 발전방안 / 정중영 2005.
- 2005-3 손해보험사 RBC제도에 관한 연구 / 이기형, 나우승, 김해식 2005.5
- 2005-4 저금리 추이에 따른 이차역마진 현상과 대응방안 / 김석영, 나우승 2005.9
- 2005-5 예금보험제도의 국제적 정합성 평가와 개선방안 / 류건식, 김해식 2005.10
- 2005-6 모집조직 다변화에 따른 보험모집제도 개선방안 / 신문식, 조재현, 박정희 2005.11

- 2005-7 퇴직연금제도 재정평가체계에 관한 연구 / 류건식, 이상우 2005.11
- 2005-8 민영건강보험의 의료비 지급·심사제도 개선방안 / 조용운,
김세환 2005.11
- 2005-9 보험산업 주요지표의 증장기 전망 / 동향분석팀 2005.12
- 2006-1 보험회사의 은행업 진출 방안 / 류근옥 2006.1
- 2006-2 보험시장 퇴출에 관한 연구 / 김현수 2006.3
- 2006-3 보험지주회사제도 도입 및 활용방안 / 안철경, 이상우 2006.8
- 2006-4 보험회사의 리스크공시체계에 관한 연구 / 류건식, 이경희 2006.12
- 2007-1 국제보험회계기준 도입에 따른 영향 및 대응방안 / 이장희,
김동겸 2007.1

■ 연구조사자료

- 96-1 주요국의 보험브로커제도 및 관련법규 현황 / 김기홍, 김평원, 정봉은, 유지호, 1996.2
- 96-2 독일 보험감독법, 1996.2
- 96-3 주요국의 생산물 배상책임보험제도 운영현황 / 이기형, 김란, 조혜원, 1996.10
- 96-4 캡티브 보험사 설립에 관한 연구 / 김평원, 오평석, 안철경, 조혜원, 1996.12
- 96-5 미국 보험회사의 파산과 지불능력규제 / 이재복, 1997.3
- 97-1 국제보험세미나 (IIS) 발표 논문집 (제 33차), 1997.7
- 97-2 태평양보험회의 (PIC) 발표 논문집 (제 18차), 1997.9
- 98-1 전문직 위험과 배상책임보험 (I) / 김영욱, 차일권, 1998.2
- 98-2 손해보험 가격평가방법에 관한 연구 / 서영길, 박중영, 장동식, 1998.3
- 98-3 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 자동차보험본부, 1998.3
- 98-4 보험회사의 적대적 M&A와 대응수단에 관한 연구 / 김호경, 박상호, 장재일, 1998.8
- 98-5 MAI협상의 진전과 국내보험산업에의 시사점 / 정영철, 한성진, 1998.8
- 98-6 보험회사의 리스크 증대와 대응 / 이기형, 박중영, 장기중, 1998.10
- 98-7 전문직 위험과 배상책임보험(II) : 의료사고위험을 중심으로 / 신동호, 차일권, 1998.11
- 99-1 전문직 위험과 배상책임보험(III) : 임원배상책임보험 / 엄창희, 1999.1
- 99-2 최근 우리나라 보험산업의 현황 및 제도 변화 / 김호경, 박상호, 1999.3
- 99-3 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 자동차보험본부, 1999.3
- 99-4 미국의 퇴직연금 회계제도 연구 / 김해식, 1999.6
- 99-5 우리나라 보험산업의 구조조정 : 외국사례 및 생명보험산업을 중심으로 / 정봉은, 이승철, 1999.7
- 99-6 주요국의 보험법제 비교 / 이원돈, 정봉은, 신동호, 안철경, 1999.7
- 99-7 지진재해와 지진보험 : 일본의 지진보험을 중심으로 / 이상우, 1999.7

99-8 주요국의 보험계리인제도 / 최용석, 노병윤, 1999.8

99-9 생명보험 계약심사제도 / 장강봉, 1999.11

99-10 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 자동차보험본부, 2000.2

2000-1 세계 재보험시장의 발전과 규제환경 / 엄창희, 2000.3

2000-2 보험사의 지식경영 도입방안 / 김해식, 2000.3

2001-1 보험회사 겸업화 추세와 국내 보험회사의 대응전략 / 이경희, 2001.1

2001-2 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 보험2본부, 2001.1

2001-3 지방재보험 제도 도입방안 / 안철경, 엄창희, 2001.3

2001-4 금융·보험 니드에 관한 소비자 설문 조사 / 동향분석팀, 2001.3

2001-5 종업원복지 재구축을 위한 보험회사의 역할 / 오영수, 박홍민, 이한덕, 2001.6

2001-6 보험환경 변화와 보험제도 변화(I) / 보험1본부, 2001.11

2001-7 보험환경 변화와 보험제도 변화(II) / 보험연구소, 2001.11

2002-1 보험니드에 관한 소비자 설문조사 / 보험연구소, 2002.3

2002-2 국내 유사보험 감독 및 사업현황/ 김진선, 안철경, 권순일, 2002.9

2003-1 2003년 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀, 2003.3

2003-2 보험회사의 경영리스크 관리방안/ 천일영, 주민정, 신동현, 2003.3

2004-1 2004년도 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀 2004.3

2004-2 보험회계의 국가별 비교 / 김해식 2004.

2005-1 금리 시나리오 생명모델 연구 / 김석영 2005.3

2005-2 2005년도 보험소비자 설문조사 / 신문식, 김세환, 조재현 2005.3

2006-1 2006년도 보험소비자 설문조사 / 김세환, 조재현, 박정희 2006.3

2006-2 주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점 / 류건식, 김석영, 이상우, 박정희, 김동겸 2006.7

■ 정책연구자료

- 97-1 금리변동에 따른 보험회사의 금리리스크 분석 / 이원돈, 노병윤, 장강봉, 1997.10
- 97-2 '98년도 보험산업 전망과 과제, 1997.11
- 98-1 '99년도 보험산업 전망과 과제, 1998.11
- 99-1 2000년도 보험산업 전망과 과제, 1999.11
- 99-2 예금보험제도 개선방안에 관한 연구 : 보험산업 중심으로- / 이승철, 1999.12
- 2000-1 2001년도 보험산업 전망과 과제, 2000.10
- 2001-1 신용보험의 활성화 방안 연구 / 신동호, 김경환, 2001.1
- 2001-2 2002년도 보험산업 전망과 과제, 2001.11
- 2001-3 세계금융서비스 산업의 겸업화와 감독기구의 통합 및 시사점 / 정세창, 권순일, 2001.12
- 2002-1 2003년도 보험산업 전망과 과제, 2002.11
- 2003-1 주요국의 방카슈랑스 규제 / 안철경, 신문식, 이상우, 조혜원, 2003.7
- 2003-2 2004년도 보험산업 전망과 과제, 2003.12
- 2004-1 2005년도 보험산업 전망과 과제/동향분석팀, 2004.11
- 2005-1 영국 통합금융업법상 보험업의 일반성과 특수성 /한기정, 2005.2
- 2005-2 2006년도 보험산업 전망과 과제/동향분석팀 2005.12
- 2006-1 2007년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2006.12
- 2006-2 의료리스크 관리의 선진화를 위한 의료배상보험에 대한 연구 / 차일권, 오승철, 2006.12
- 2007-1 퇴직연금 수탁자리스크 감독방안 / 류건식, 이경희, 2007.1

■ 연구논문집

- 1호 보험산업의 규제와 감독제도의 미래 / Harold D. Skipper,
Robert W. Klein, Martin F. Grace, 1997.6
- 2호 세계보험시장의 변화와 대응방안 / D. Farny, 전천관, J. E.
Johnson, 조해균, 1998.3
- 3호 제1회 전국대학생 보험현상논문집, 1998.11
- 4호 제2회 전국대학생 보험현상논문집, 1999.12

■ 영문발간물

- Environment Changes in the Korean Insurance Industry in Recent Years
1호 : Institutional Improvement, Deregulation and Liberalization / Hokyung
Kim, Sango Park, 1995.5
- 2호 Korean Insurance Industry 2000 / Insurance Research Center, 2001.4
- 3호 Korean Insurance Industry 2001 / Insurance Research Center, 2002.2
- 4호 Korean Insurance Industry 2002 / Insurance Research Center, 2003.2
- 5호 Korean Insurance Industry 2003 / Insurance Research Center, 2004.2
- 6호 Korean Insurance Industry 2004 / Insurance Research Center, 2005.2
- 7호 Korean Insurance Industry 2005 / Insurance Research Center, 2005.8
- 8호 Korean Insurance Industry 2006 / Insurance Research Center, 2006.10

■ Insurance Business Report

- 1호 일산생명 파산과 시사점 / 이기형, 1997.5
- 2호 OECD 회원국의 기업연금제도 / 정재욱, 정영철, 1997.10
- 3호 손해보험의 금융재보험 동향 / 이기형, 김평원, 1997.11
- 4호 금융위기에 대한 대책과 보험산업 / 김호경, 1997.12
- 5호 멕시코 보험산업의 IMF 대응사례와 시사점 / 정재욱, 1998.3
- 6호 주요국 기업연금보험 개요 및 세계 / 양성문, 1998.3
- 7호 일본의 보험개혁과 보험회사의 대응 / 이기형, 장기중, 1998.5
- 8호 구조조정에 따른 보험산업의 대응전략 : 상품, 마케팅, 자산운용,
재무건정성을 중심으로 / 노병윤, 안철경, 이승철, 1999.2
- 9호 보험산업에서의 정보기술(IT)의 활용 : 손해보험 중심으로 / 최용석,
1999.3
- 10호 자동차보험 가격자유화의 영향과 대책 / 박중영, 1999.3
- 11호 IMF체제 이후 보험산업의 환경변화와 전망 / 양성문, 김해식, 1999.3
- 12호 최근의 환경변화와 생명보험회사의 대응 / 강중철, 목진영, 1999.10
- 13호 21세기 보험산업 환경변화와 보험회사의 전략적 대응방안 / 오영
수, 최용석, 이승철, 1999.12
- 14호 중국의 WTO 가입과 보험시장 개방 / 정희남, 2002.4
- 15호 주 5일 근무제 도입에 따른 보험산업의 영향과 대응 / 동향분석팀, 2002. 9
- 16호 2010년 보험산업 트렌드 분석 및 시사점 / 조혜원, 2003.5
- 17호 유럽보험회사 파산사례의 리스크 분석 및 감독방안 / 신동현, 2003.5
- 18호 미국 배상책임보험의 최근 현황과 시사점 / 이기형, 조재현, 2003.8
- 19호 공정가치회계가 보험사 경영에 미치는 영향 -보험사 CEO 대상 설문조사
결과 / 이기형, 김해식 2004.10
- 20호 선진 보험사 재무공시 특징 및 트렌드(유럽 및 캐나다를 중심으로) / 장
이규 2006.11

■ Insurance Business Report

21호 지급여력 평가모형 트렌드 및 국제비교 / 류건식, 장이규 2006.11

22호 선진보험그룹 글로벌화 추세와 시사점 / 안철경, 오승철 2006.12

■ CEO Report

- 2000-1 일본 제일화재의 파산에 따른 국내 손보산업에의 시사점 / 양성문, 김혜성, 2000. 5
- 2000-2 일본 제백생명의 파산에 따른 국내 생보산업에의 시사점 / 보험연구소, 2000. 6
- 2000-3 최근 금융시장 불안과 보험회사 자산운용 개선방안/김재현, 2000. 10
- 2000-4 보험회사의 보험사기 적발 및 방지활동과 기대효과 / 안철경, 2000. 11
- 2001-1 부동산권리보험 도입현황과 시사점 / 신문식, 권순일, 2001. 8
- 2001-2 자동차보험 가격경쟁 동향과 향후과제 / 서영길, 가승도, 2001. 8
- 2001-3 일반 손해보험 가격자유화 추진 경과와 향후 과제 / 이희춘, 문성연, 2001. 10
- 2002-1 금융재보험의 도입과 향후과제 / 보험연구소, 2002. 4
- 2002-2 PL법 시행에 따른 PL보험 시장전망과 선진사례 시사점 / 손해보험본부, 2002. 6
- 2002-3 종신보험상품의 예상 리스크 및 시사점 / 생명보험본부, 2002. 6
- 2002-4 주 5일 근무제와 자동차보험 / 자동차보험본부, 2002. 9
- 2002-5 CI(Critical Illness)보험의 개발과 향후 운영방안 / 생명보험본부, 2002. 10
- 2002-6 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부, 2002. 10
- 2003-1 장기손해보험 상품운용전략 / 장기손해보험팀, 2003. 2
- 2003-2 2003년 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀, 2003. 3
- 2003-3 인구의 노령화와 민영보험의 대응 / 오영수, 2003. 6
- 2003-4 국가재해관리시스템 개편에 따른 보험제도 운영방향 / 손해보험본부, 2003. 7
- 2003-5 생명보험산업에서의 경험통계 활용방안 / 생명보험본부, 2003. 7
- 2003-6 OECD의 기업연금 재정안정화 논의와 시사점 / 동향분석팀, 2003. 8
- 2003-7 퇴직연금시장 전망과 보험회사의 대응과제 / 류건식, 남효성, 박홍민, 2003. 12
- 2004-1 자동차보험 예정기초율 연구 및 전략적 시사점 / 자동차보험본부, 2004. 2
- 2004-2 보험회사의 방기슈랑스 제휴 성공전략 / 연구조정실, 2004. 2
- 2004-3 보험부채의 공정가치 평가와 향후과제 / 생명보험본부, 2004. 2

- 2004-4 자동차보험 손해를 악화원인 분석 및 전략적 시사점 / 자동차보험본부, 2004. 2
- 2004-5 생명보험가입자의 사망원인 분석 및 시사점 / 생명보험본부, 2004. 3
- 2004-6 역모기지 (Reverse Mortgage) 시장전망 및 대응방안 /생명보험본부, 2004. 3
- 2004-7 자동차 보험 관련 법령 개정 동향 및 시사점 /자동차보험본부, 2004. 4
- 2004-8 EU 지급여력제도 개선추세 및 시사점 / 생명보험본부, 2004. 6
- 2004-9 퇴직연금시대 도래와 보험회사의 진입전략 / 보험연구소,2004. 7
- 2004-10 자동차보험 관련 법령 개정 동향 및 시사점 / 자동차보험본부 2004. 4
- 2004-11 손보사의 자연재해보험시장의 참여전략 /손해보험본부, 2004. 9
- 2004-12 국제보험회계기준에 대한 해외보험사 CEO들의 인식과 시사점 / 보험연구소 2004. 10
- 2004-13 자동차보험시장 동향 및 전망 /자동차보험본부, 2004. 11
- 2004-14 적재물배상책임보험 도입과 향후과제 /손해보험본부, 2004. 12
- 2005-1 생명보험 계약자 속성분석 및 시사점 / 생명보험본부, 2005. 3
- 2005-2 민영건강보험의 리스크관리 방안 / 보험연구소, 2005. 4
- 2005-3 차명모델별 자동차보험료 차등화 도입방안 / 자동차보험본부, 2005. 3
- 2005-4 FY2005 수입보험료 전망 / 보험연구소, 2005. 6
- 2005-5 최근 환경변화에 대응한 합리적인 차량수리비 관리방안 / 자동차기술연구소, 2005. 7
- 2005-6 자연재해 리스크 관리와 CAT 모델 / 손해보험본부, 2005. 7
- 2005-7 교통사고 발생추이 및 감소방안 / 자동차보험본부, 2005. 7
- 2005-8 국가 암조기검진 사업 및 국민건강보험 확대에 따른 암보험 대응방안 / 보험연구소, 2005. 10
- 2006-1 생보사 개인연금보험 생존리스크 분석 및 시사점 / 생명보험본부, 2006. 1
- 2006-2 보험회사의 퇴직연금 운용전략 / 보험연구소, 2006.1
- 2006-3 생보사 FY2006 손익 전망 및 분석 / 생명보험본부, 2006.2
- 2006-4 의무보험제도의 현황과 과제 / 손해보험본부, 2006.2
- 2006-5 자동차보험 지급준비금 분석 및 과제 / 자동차보험본부, 2006.3

- 2006-6 보험사기 관리실태와 대응전략 / 정보통계본부, 2006.3
- 2006-7 자동차보험 의료비 지급 적정화 방안 / 자동차보험본부, 2006.3
- 2006-8 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부, 2006.4
- 2006-9 날씨위험에 대한 손해보험회사의 역할 강화 방안 / 손해보험본부, 2006.4
- 2006-10 장기손해보험 상품운용전략 -손익관리를 중심으로- / 손해보험본부, 2006.5
- 2006-11 자동차 중고부품 활성화 방안 / 자동차기술연구소, 2006.5
- 2006-12 장기간병보험시장의 활성화를 위한 상품개발 방향 / 보험연구소, 2006.6
- 2006-13 보험산업 소액지급결제시스템 참여방안 / 보험연구소, 2006.7
- 2006-14 생명보험 가입형태별 위험수준 분석 / 리스크·통계관리실, 2006.8
- 2006-15 「민영의료보험법」 제정(안)에 대한 검토 / 보험연구소, 2006.9
- 2006-16 모기지보험의 시장규모 및 운영방안 / 손해보험본부, 2006.9
- 2006-17 생명보험 상품별 가입 현황 분석 / 생명보험본부, 2006.10
- 2006-18 자동차보험 온라인시장의 성장 및 시사점 / 자동차보험본부, 2006.10

정기간행물

■ 월간 _____

○ 보험통계월보

■ 계간 _____

○ 보험동향

○ 보험개발연구

■ 연간 _____

○ 보험통계연감

도서회원 가입안내

회원 및 제공자료

구분 내용	법인회원	특별회원	개인회원	연속간행물 구독회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원	간행물별로 다름
제공자료	-연구조사보고서 · 연구보고서(10~15회/년) · 조사연구자료(5~10회/년) · 정책연구자료(3~5회/년) · 기타 보고서 -연속간행물 · 보험개발연구(3-4회) · 보험동향(계간)	-연구조사보고서 · 연구보고서(10~15회/년) · 조사연구자료(5~10회/년) · 정책연구자료(3~5회/년) · 기타 보고서 -연속간행물 · 보험개발연구(3-4회) · 보험동향(계간)	-	-간행물별 연간 구독료는 다음과 같음 · 보험개발연구 (연간3회~4회 ₩ 30,000) · 보험통계월보 (월간 ₩ 50,000) · 보험동향 (계간 ₩ 20,000)
	-본원 주최 각종 세미나 및 공청회 자료 -보험통계월보 -영문발간자료		-	

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험개발원 도서회원 담당
 전화 : 368-4230,4407 팩스 : 368-4099

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (067-25-0014-382) / 한미은행 (110-55016-257)
 예금주 : 보험개발원
- 지로번호 : 6937009

가입절차

보험개발원 홈페이지(www.kidi.or.kr)의 Knowledge Center에서 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험개발원 보험자료실, 교보문고, 종로서적, 영풍문고, 을지서적, 서울문고,
 세종문고, 부산 : 영광서적

저자약력

안 철 경

연세대학교 경영학 석사

숭실대학교 경영학 박사

현 보험개발원 보험연구소 연구위원

(E-mail : ckahn@kidi.or.kr)

기 승 도

고려대학교 경영학 석사

한국의국어대학교 통계학 박사 수료

현 보험개발원 보험연구소 선임연구원

(kaebi@kidi.or.kr)

이 경 희

서강대학교 경제학 석사, 보험계리사

경희대학교 경영학 박사과정

현 보험개발원 보험연구소 선임연구원

(E-mail : khlee@kidi.or.kr)

정책연구자료 2007-5

**방카슈랑스가 보험산업에 미치는 영향분석
: 보장성보험과 자동차보험을 중심으로**

발행일 2007년 4월 일

발행인 김 창 수

편집인 유 형 균

발행처 보 험 개 발 원

서울특별시 영등포구 여의도동 35-4

대표전화 (02) 368-4000

ISBN 978-89-5710-053-0

정가 10,000원