Ⅰ 검토 배경

○ 금융권 전반에 걸쳐 제판분리 현상이 보편화되고 있는 가운데, 보험업권에서도 2010년대 중반 이후 보험회사의 판매자회사 설립이 확산되고 있음

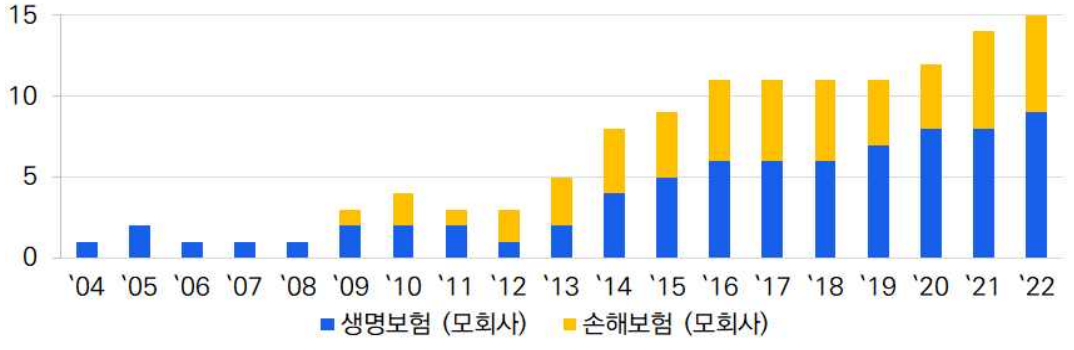
- 금융기관들이 경쟁 심화와 수익성 저하 문제에 봉착하면서 핵심 사업영역의 전문성 제고를 통한 경쟁력을 확보하고 조직운영의 효율화 도모 차원에서 금융상품의 제조·판매 기능의 분화가 진행됨
- 자회사형 보험대리점(이하, '자회사형 GA(General Agency)')[1]은 2004년 최초로 설립된 이후 2023년 7월 기준 총 16개 사가 영업 중임

○ 보험회사의 자회사형 GA의 설립은 시장환경 변화에 대응한 개별 보험회사의 경영전략 차원에서 추진되고 있으며, 모집시장에서 촉발된 변화는 보험시장의 구조 변화로 이어지고 있음

○ 본고에서는 보험회사의 자회사형 GA 설립 배경 및 특징, 이로 인한 시장의 변화 및 영향도를 평가해 보고 경영전략 및 금융감독 차원의 과제에 대해 논하고자 함

〈그림 Ⅰ-1〉 국내 보험산업 자회사형 GA 설립 추이

(단위: 개 소)



자료: 각 보험회사, 『연차보고서』 자료를 기초로 작성함

1) GA(General Agency)는 보험회사를 위해 보험계약의 체결을 대리하는 법인보험대리점을 의미함. 국내 보험산업의 경우 1993년 이전에는 한 개의 보험회사에 대해서만 대리가 가능한 '전속대리점' 체제를 유지했으나, 1992년 6월 정부가 「보험시장 개방 현안에 대한 자유화 방안」을 발표하면서, 여러 보험회사의 다양한 상품을 비교하여 제공할 수 있는 '복수대리점' 제도(생명보험 1993년, 손해보험 1994년)와 '독립대리점' 제도(손해보험 1996년, 생명보험 1997년)가 도입됨