Ⅳ. 자회사형 GA의 경영성과

■ 본 절에서는 금융감독원의 「e 클린보험서비스」의 공시대상인 500인 이상 대형 GA 중 8개 "자회사형 GA"의 경영성과 추이 분석과 함께 이들 회사 간 비교를 통해 성과 차이를 유발하는 요인을 분석함[34)]

○ 2018년 말 기준 소속 설계사가 500인 이상인 55개 대형 GA 중 자회사형 GA는 9개 社이나, 메리츠금융서비스[35)]의 경우 2019년 1월 매각된 상태이므로 8개 社를 주 분석대상으로 함

- 모회사가 생명보험회사인 GA: 삼성생명금융서비스보험대리점, 라이나금융서비스, 한화라이프에셋, 메트라이프금융서비스
- 모회사가 손해보험회사인 GA: 삼성화재금융서비스보험대리점, AIG 어드바이저, DB MnS, DB 금융서비스

○ 한편, 500인 이상 대형 GA를 유형별로 구분한 후 자회사형 GA와 타 유형 GA와의 성과 비교도 병행하여 수행함

1. 시장지위

가. 설계사 인력 및 지점 수

■ [설계사 인력] 2019년 6월 말 기준, 설계사를 500인 이상 보유하고 있는 자회사형 GA는 총 8개 社임

34) e 클린보험서비스에서는 500인 이상 대형 법인보험대리점의 2016년 이후 재무자료를 반기별로 공시하고 있음

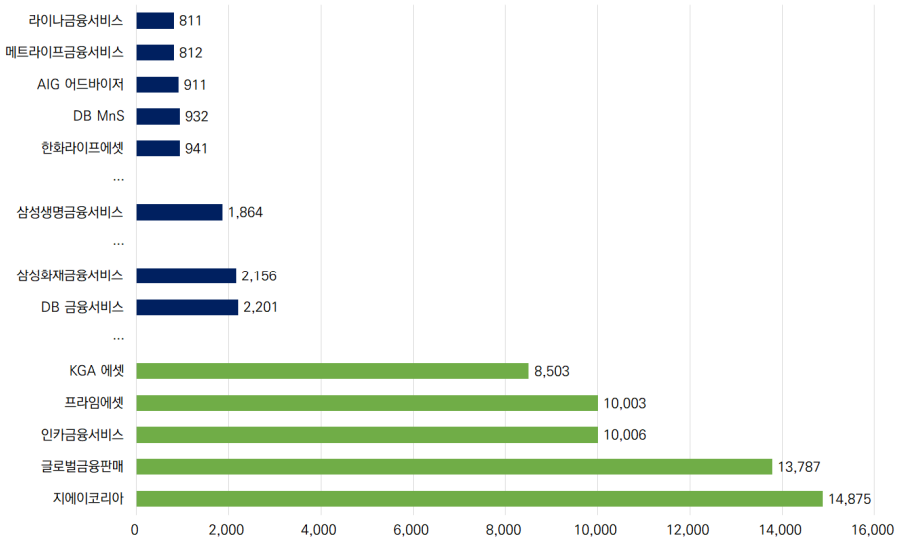
35) "메리츠금융서비스(주)"는 2019년 1월 매각된 후 "인포유금융서비스"로 사명을 변경함

○ 2019년 6월 말 기준 500인 이상 대형 GA(57개 社) 중 설계사 인력을 가장 많이 보유한 자회사형 GA는 DB 금융서비스(17위), 삼성화재금융서비스(18위), 삼성생명금융서비스(22위), 한화라이프에셋(38위) 등의 순임

- DB 금융서비스가 보유한 설계사 인력은 2018년 말 739명에서 2019년 6월 말 2,201명으로 2.98배 증가함

〈그림 Ⅳ-1〉 법인보험대리점(GA) 설계사 인력 비교(2019년 6월 말 기준)

(단위: 명)



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

■ [자회사형 GA vs. 모회사 설계사 인력규모] 자회사형 GA 소속 설계사 인력규모는 모회사의 규모에 따라 차이를 보임

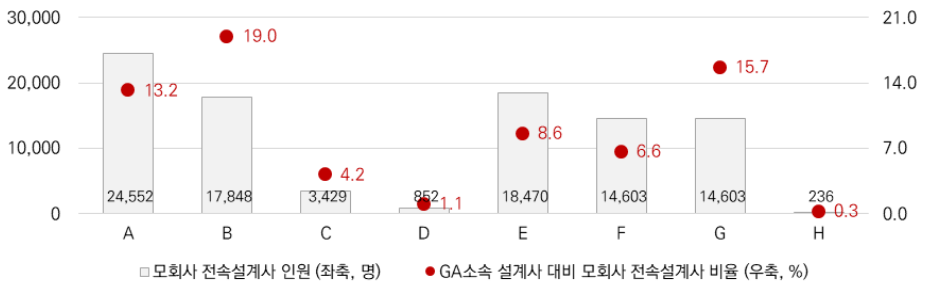
○ (중·소형사) 모회사에 판매조직이 갖추어지지 못한 중·소형사는 모회사와 자회사의 설계사 인력규모가 비슷하거나 자회사에 모회사의 설계사 인력보다 더 많은 판매인력을 보유하고 있음

○ (대형사) 대규모 전속 판매조직을 이미 보유하고 있는 자회사형 GA 소속 설계사는 모회사 전속설계사 인력의 1/10 이하임

- 대형사와 중·소형사의 경우 자회사와 모회사의 모집인력에 차이가 나는 것으로 보아 회사규모에 따라 자회사형 GA 설립 목적이 서로 상이할 가능성이 존재함
- 예를 들어, 대형사는 인력관리에 초점을 맞추는 반면 모집조직이 취약한 중·소형사는 판매채널 외연확대 또는 판매조직 분리를 위해 GA 설립이 시도되었을 가능성이 존재함

〈그림 Ⅳ-2〉 자회사형 GA소속 설계사와 모회사 전속설계사 간 인력 비교(2018년)

(단위: %, 명)



자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템; e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/)

■ [지점 수] 모회사가 생명보험회사와 손해보험회사인 자회사형 GA가 보유하고 있는 평균 지점 수는 각각 34.3개, 26.3개임

○ 규모 확대를 위해 별개의 보험대리점이 연합한 지사형 GA가 보유하고 있는 지점 수는 212.4개로, GA 유형 중 가장 많은 지점을 보유하고 있음

〈표 Ⅳ-1〉 법인보험대리점(GA) 유형별 평균 설계사 수와 지점 수

(단위: %)

회사	지사형	독립형	홈쇼핑	자회사(생보)	자회사(손보)
설계사 수	4,088	2,017	1,200	1,107	1,550
지점 수	212.4	69.8	11.4	34.3	26.3

주: 2019년 6월 말 기준임
자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

나. 매출액: 신계약 건수

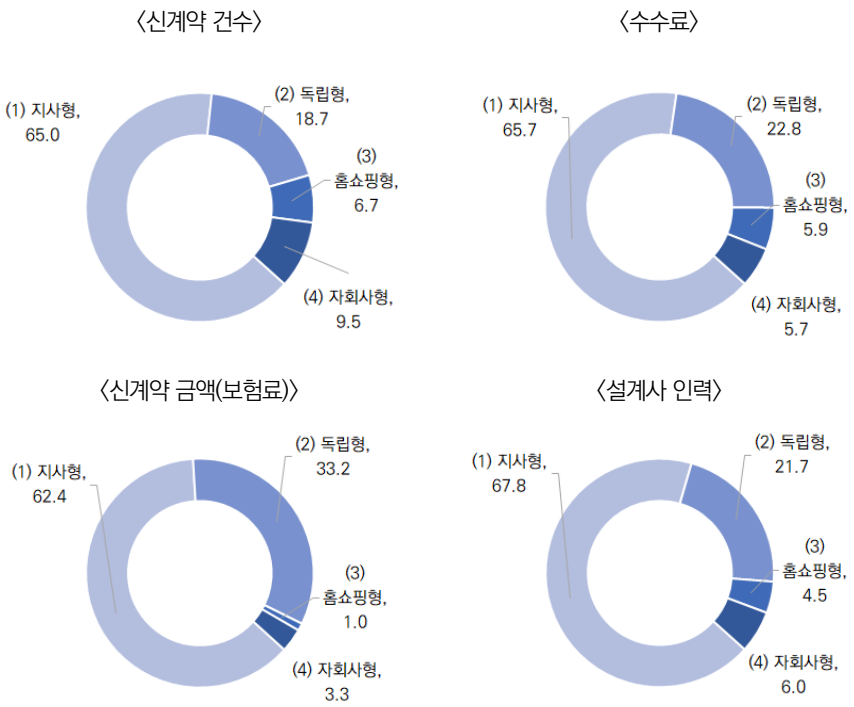
■ [시장개황] 500인 이상 GA를 유형화해 보면 시장규모 측면에서 볼 때 지사형이 전체 시장을 주도해 나가고 있는 것으로 보임

○ 500인 이상 GA 시장에서 지사형의 신계약 건수와 수수료 점유율은 2018년 기준 각각 65.9%, 65.0%임

○ 자회사형 GA의 경우 설계사 인력점유율은 6.0%를, 수수료 점유율은 9.5%임

〈그림 Ⅳ-3〉 법인보험대리점(GA) 유형별 시장 개황(2018년 기준)

(단위: %)



주: 1) 수수료: 보험계약과 직접 관련이 있는 모든 수수료 또는 수당(모집수수료 초회분 및 유지분, 성과수수료, 판매촉진비 등)으로서 품질보증해지 등에 의한 환수금액 및 정산비용 등을 가감한 후의 금액
2) 신계약 금액: 생명보험상품·장기손해보험 상품은 신규로 모집한 계약의 초기보험료, 그 밖의 손해보험 상품은 신규로 모집한 계약의 원수보험료

자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

2. 성장성

■ [신계약 건수 증가율] GA 유형별 연평균('16~'18년) 신계약 건수 증가율은 독립형(14.4%)과 지사형(12.7%)이 유사한 수준이나, 홈쇼핑형은 마이너스 증가율을 보임

○ 홈쇼핑형 GA의 신계약이 감소를 보인 것은 홈쇼핑 채널의 불완전판매 및 부당광고에 대한 근절을 위해 감독당국에서 추진하고 있는 규제 강화에서 비롯함[36)]

- 2016년 하반기 금융감독당국에서는 홈쇼핑 광고 자율 심의기능 강화, 허위·과장광고에 대한 소비자 피해 신속 구제, 홈쇼핑사 자체 내부통제 강화, 불완전판매 관련 위규행위에 대한 제재 등의 조치를 취함

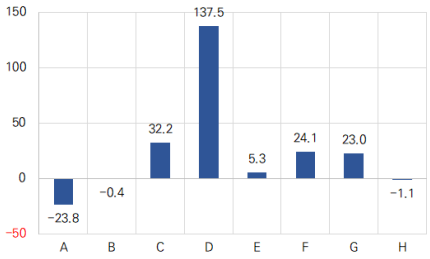
〈그림 Ⅳ-4〉 법인보험대리점(GA) 유형별 매출 증가율

(단위: %)

〈연평균 신계약 건수 증가율('16~'18)〉

구분	연평균 증가율
지사형	12.7
독립형	14.4
홈쇼핑	-5.7
자회사	6.0
대형GA 합계	10.8

〈자회사형 GA 회사별 신계약 건수 증가율〉



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

■ [수수료* 증가율] 상품 판매에 대한 대가로 GA가 보험회사로부터 수취하는 연평균('16~'18년) 수수료 증가율은 자회사형(18.6%), 독립형(14.1%), 지사형(13.0%) 순임

* 수수료는 상품유형 외에도 GA에서 판매한 계약 건수에 따라 차등적으로 적용되므로 수수료를 비교하거나 해석하는 데 유의할 필요가 있음[37)]

36) 금융감독원 보도자료(2016. 8. 17), "홈쇼핑사 보험상품 불완전판매 근절방안 마련-추진"; 금융감독원 보도자료(2017. 1. 12), "「전화-인터넷-홈쇼핑 등을 통한 금융상품 판매관행 개선」 추진실적 및 향후계획"

37) 한편, 보험대리점협회에서 법인보험대리점 모집수수료에는 점포운영비, 인쇄비, 전산구축비, 인건비 등 회사운영 제경비가 포함되어 있어 보험회사에 소속된 전속설계사의 수수료와 직접

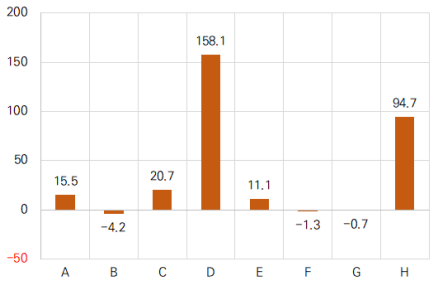
〈그림 Ⅳ-5〉 법인보험대리점(GA) 유형별 수수료 수입 증가율

(단위: %)

〈 연평균 수수료 수입 증가율('16~'18) 〉

구분	합계
지사형	13.0
독립형	14.1
홈쇼핑	0.1
자회사형	18.6
대형GA 합계	12.6

〈 자회사형 GA 회사별 수수료 수입 증가율 〉



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

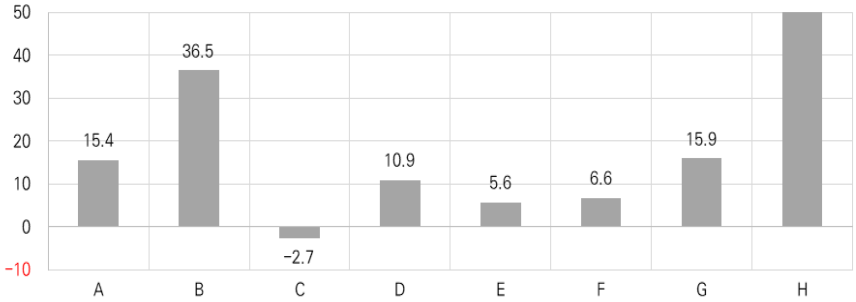
■ [설계사 증가율] 일부 자회사형 GA를 중심으로 설계사 인력이 크게 증가하고 있음

○ 자회사형 GA들의 설계사 인력은 매년 증가 추세를 보이고 있으나, 라이나금융서비스의 경우 2016년과 2018년 사이 설계사 인력이 연평균 2.7% 감소하였음

- 라이나금융서비스는 효율성 저하를 이유로 2019년 말 "하이브리드조직(라이나생명 가입고객 DB를 통한 영업)"과 "옴니조직"[38]을 모두 폐쇄하기로 발표함[39]

〈그림 Ⅳ-6〉 자회사형 GA 회사별 설계사 인력 연평균 증가율 비교(2016~2018년)

(단위: %)



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

적인 비교가 어렵다는 주장을 함(한국보험대리점협회(2019. 8. 14), 불합리한 모집수수료 개정 관련 반대서명 설명자료)

38) 옴니지점은 2018년 7월 신설된 조직으로 라이나생명이 자체 설계사조직을 키워 본격적으로 대면영업을 확대하기 위한 전략이었음

39) 비즈니스와치(2019. 10. 16), "라이나생명, 설계사조직 확대하겠다던 도전 '실패'"

3. 수익성

■ [영업이익률: 매출액 대비 영업이익] GA 유형별 영업이익률은 2018년 기준 홈쇼핑형(10.9%), 독립형(2.8%), 지사형(1.2%), 자회사형(-3.6%) 등의 순으로 나타남

○ 자회사형 GA의 경우 성과가 대부분 저조한 것으로 나타나나 일부 회사의 경우 양호한 영업이익률을 기록하고 있음

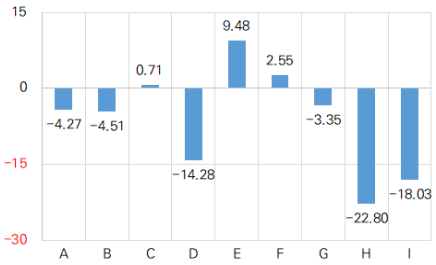
〈그림 Ⅳ-7〉 법인보험대리점(GA) 유형별 영업이익률 비교

(단위: %)

〈유형별 영업이익률〉

구분	'17	'18
지사형	1.3	1.2
독립형	1.8	2.8
홈쇼핑	13.0	10.9
자회사형	-2.5	-3.6
대형GA 합계	6.9	5.9

〈자회사형 GA 영업이익률 분포(2018)〉



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회; KISLINE

■ [매출순이익률: 매출액 대비 당기순이익] 영업외이익까지 반영된 매출순이익률은 2018년 기준 홈쇼핑(9.4%), 독립형(1.7%), 지사형(0.7%), 자회사형(-3.7%)의 순임

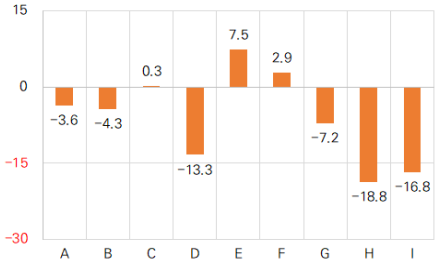
〈그림 Ⅳ-8〉 법인보험대리점(GA) 유형별 매출순이익률 비교

(단위: %)

〈유형별 매출순이익률〉

구분	'17	'18
지사형	1.2	0.7
독립형	1.1	1.7
홈쇼핑	10.7	9.4
자회사형	-2.3	-3.7
대형GA 합계	5.7	4.9

〈자회사형 GA 회사별 매출순이익률(2018)〉



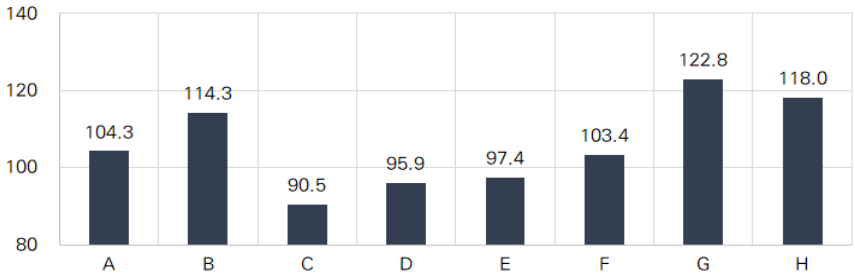
자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회; KISLINE

■ [비용집행률: 매출액 대비 판매비 및 관리비] 자회사형 GA의 수익률이 타 유형의 GA보다 낮은 것은 타 유형의 GA보다 비용집행률이 상대적으로 높기 때문임

○ 비용집행률이 상대적으로 높은 회사일수록 양호한 경영성과를 달성하는 데 한계를 보이는 것으로 나타남

〈그림 Ⅳ-9〉 자회사형 GA의 매출액 대비 판매비 및 관리비 비중(2018년 기준)

(단위: %)



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회; KISLINE

■ [신계약 건당 수수료] 건당 수수료는 독립형, 지사형, 홈쇼핑형, 자회사형 순임[40]

○ 자회사형 GA의 계약 건당 수수료는 증가추세를 보이나 여전히 타 유형의 GA보다는 현저히 낮음

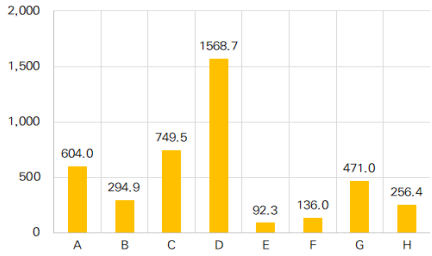
〈그림 Ⅳ-10〉 법인보험대리점(GA) 유형별 건당 수수료 비교

(단위: 천 원)

〈유형별 계약 건당 수수료〉

구분	'17	'18
지사형	498.8	480.0
독립형	600.6	576.9
홈쇼핑	404.2	417.5
자회사형	281.0	282.3
대형GA 합계	486.7	475.2

〈자회사형 GA 회사별 건당 수수료(2018)〉



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

40) 수수료는 상품유형 외에도 판매계약 건수에 따라 등급을 달리하여 부과하기도 하므로 건당수수료를 비교하거나 해석하는 데 유의할 필요가 있음; 일부 회사의 경우 자회사형 GA와 타 GA 간에 수수료에 차등을 두는 사례도 일부 존재함

4. 건전성

■ [부채비율: 자기자본 대비 부채] 재무구조의 안정성 측면에서 볼 때 자회사형의 부채비율은 타 유형의 GA보다 높음

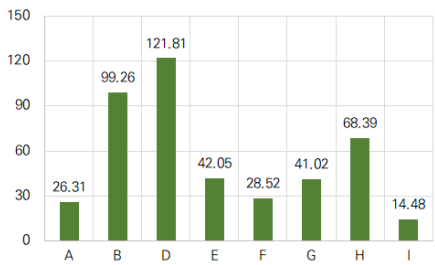
〈그림 Ⅳ-11〉 법인보험대리점(GA) 유형별 매출순이익률

(단위: %)

〈GA 유형별 부채비율 추이〉

구분	'17	'18
지사형	177.1	168.1
독립형	149.8	163.9
홈쇼핑	408.5	277.7
자회사형	385.3	288.6
대형GA 합계	334.3	260.8

〈자회사형 GA 회사별 부채비율(2018)〉



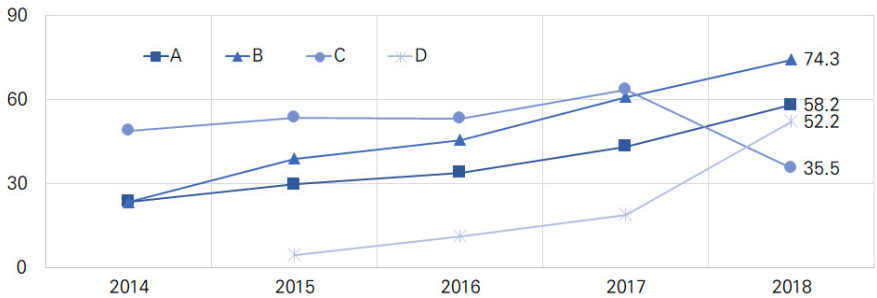
자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

■ [자본잠식률: (자본금 - 총자본) / 자본금] 일부 자회사형 GA는 적자가 지속되면서 잉여금 소진, 자본금 감소로 이어지면서 자본 잠식상태에 놓임

○ 자회사형 GA들의 자본잠식이 진행되면서 모회사가 자회사에 대해 자본금을 증액하거나 사업부문을 매각하는 사례 등도 발생하였음

〈그림 Ⅳ-12〉 주요 자회사형 GA의 자본잠식률 추이

(단위: %)



자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

5. 유지율 및 설계사 정착률

가. GA 유형별 및 자회사형 GA 간 비교

■ [GA 유형별 유지율[41)]] 13회차 유지율은 GA 유형에 따라 큰 차이를 보이지 않으나, 25회차 이상 유지율에 있어서는 GA 유형별로 차이를 보임

○ 25회차 이상 유지율의 경우 지사형에서 가장 낮게 나타나고 있으며, 장기유지율은 독립형이 상대적으로 양호하다고 볼 수 있음

- 지사형은 보험사에 대한 수수료 협상력 강화를 목적으로 기형적인 조직구조를 형성한 형태로,[42)] 내부통제기능이 약해 이 같은 현상이 발생하는 것으로 보임

○ 자회사형의 경우 4년차 유지율이 타 유형에 비해 급격히 하락하는 모습을 보이고 있어, 그 원인에 대한 심층 분석이 필요할 것으로 보임

〈표 Ⅳ-2〉 법인보험대리점(GA) 유형별 계약유지율 비교(2018년 기준)

(단위: %)

구분	13회차	25회차	37회차	49회차	61회차
지사형	80.4	61.0	53.4	49.0	44.4
독립형	81.1	69.1	63.2	60.0	51.0
홈쇼핑	83.3	74.2	66.5	62.7	39.7
자회사형	79.4	70.0	61.0	49.7	45.4
대형GA 합계	81.0	65.7	58.8	55.5	44.9

주: 73회차와 85회차 계약유지율도 공시하고 있으나, 데이터의 일관성이 결여되어 제외함
자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

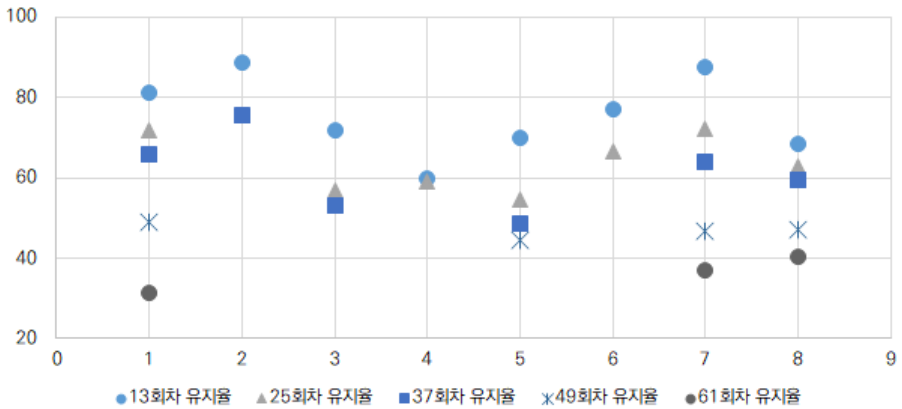
41) 13회차 유지율 = 산출월 현재 유지계약액 / 산출월 기준 전년 동월 대상 신계약액
① 대상신계약액 = 신계약액 - 보험금 지급계약액(만기, 사망, 퇴직) 및 보험계약의 취소·철회 계약액
* 종퇴보험 등 1년만기 자동갱신계약은 산정대상에서 제외함
② 유지계약액 = 대상 신계약액 - 해지계약액 + 부활계약액
* 해지계약액은 보험료납입유예기간이 경과하여 보험사로부터 해지된 계약 및 보험계약자가 해지환급금을 지급받지 않은 계약액과 보험계약자가 임의해지하거나 보험료납입유예기간을 경과하여 보험사로부터 해지된 후 해지환급금을 지급받은 계약액을 의미함

42) 금융감독원 보도자료(2020. 1. 23), "2019년 법인보험대리점(GA) 영업전반에 대한 검사 결과 주요 확인내용 및 시사점"

■ [자회사형 GA 간 유지율] 자회사형 GA 회사별 유지율을 비교해 보면 저성과를 보인 회사의 2년차 유지율이 크게 하락함[43]

〈그림 Ⅳ-13〉 자회사형 GA 간 보험상품 유지율(2018년 기준)

(단위: %)



주: 자회사형 GA에서 취급하는 생명보험 및 손해보험 전체 상품을 대상으로 산출함
자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회

나. 모회사와 자회사 간 유지율 비교

■ [모회사 전체 vs. 자회사 GA(모회사 동종업권)] 모회사와 자회사 간 13회차 유지율을 비교해 보면, 평균적으로는 모회사의 유지율이 자회사보다 높게 나타나나, 회사에 따라 자회사형 GA의 유지율이 높은 경우도 존재함[44]

○ 평가대상인 8개 자회사형 GA 중 3개 사의 13회차 유지율이 모회사의 유지율보다 높게 나타나고 있음

○ 특히, 25회차 유지율의 경우 분석대상 8개 자회사형 GA 중 4개 사의 유지율이

43) 생명보험상품과 손해보험 상품별 유지율은 〈부록〉을 참조 바람

44) 자회사형 GA의 경우 모회사의 업종에 속하지 않은 타 상품까지 판매하므로 자회사형 GA 전체 유지율과 모회사의 유지율 비교·평가는 일정 부분 한계가 존재하므로 해석에 유의가 필요함. 전속설계사와 자회사형 GA 소속 설계사의 능력 또는 생산성에 관한 보다 직접적인 비교를 위해서는 모회사의 전속설계사와 자회사형 GA에 속한 소속 설계사가 동일한 보험회사의 동일 상품 판매에 대한 유지율 비교가 필요할 것으로 보임

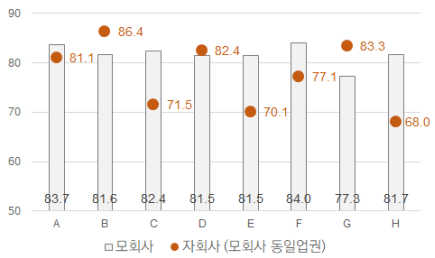
모회사의 유지율보다 높으며, 모회사가 기록한 25회차 유지율과의 격차는 13회차 유지율보다 더 큼

- 이 같은 현상은 자회사와 모회사에서 판매하는 상품의 범위 차이, 판매자의 능력(전문성) 등 다양한 요인이 영향을 미치기 때문으로 생각됨

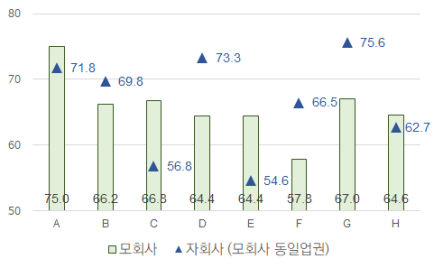
〈그림 Ⅳ-14〉 자회사형 GA와 모회사의 유지율 비교

(단위: %)

〈13회차 유지율〉



〈25회차 유지율〉



주: 모회사의 업종과 동일한 업종에 대한 자회사형 GA의 유지율임
자료: e 클린보험서비스(http://e-cleanins.or.kr/), 법인보험대리점 통합공시조회