

## V. 결론

본 연구는 2008년 금융위원회, 국가경쟁력강화위원회에 의해 제기된 금융상품판매전문업의 도입과 관련하여, 먼저 금판전문업 도입의 주요한 근거 중 하나인 제판분리화의 효율성 제고 효과를 점검하기 위하여, 국내 보험시장의 제판분리화 과정을 정리하고 회사별 자료를 사용하여 전속채널과 독립채널 간의 비용 효율성을 비교하였다.

국내 보험시장에서의 제판분리화는 2000년 이후 방카슈랑스, 교차모집제도, 그리고 최근 활성화된 대형법인대리점(GA) 등을 통해서 점진적으로 진행되고 있는데, 제판분리가 진행됨에 따라 보험료의 성장속도에 비해 사업비의 성장속도가 크게 증가하고 있는 것으로 드러나 제판분리화와 더불어 고사업비 상품 및 채널 구조로 전환되어 가고 있는 양상을 보여주었다.

또한 보험판매의 제판분리화 비용 효율성 분석을 위하여 국내 생명보험회사를 대상으로 한 전속채널과 독립채널 간의 비용 차이를 신계약비 측면에서 분석한 결과는 국내 생명보험의 경우 적어도 비용 측면에서는 제판분리가 산업의 효율성을 제고할 수 있다는 확신을 가지기에는 무리가 있음을 시사하였다.

금판전문회사의 도입 시 예상되는 영향을 채널의 이동과 금판전문회사의 판매량, 회사별 시장점유율의 변동, 보험회사 손익, 보험회사 신계약의 내재가치 등을 중심으로 추정하였으며, 주요 결과 및 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 금판전문회사의 도입 시 현행 전속채널의 이탈이 급속하게 이루어져 전속판매채널의 약화 또는 붕괴가 우려된다. 본 시나리오 분석에 따르면 금판전문회사를 GA 또는 유통·통신기업이 주도하여 설립할 경우 약 20%, 은행 및 보험 등 금융기관이 주도하여 설립할 경우 50%에 가까운 설계사가 새로운 조직으로 전환할 의향이 있는 것으로 조사되었다. 이와 같은 급격한 채널 구조의 개편으로 현행 판매채널 체제가 붕괴될 경우 새로운 조직은 모집시장에서 고비용 구조를 유발하게 되고 고능률 설계사의 스카우트 과열 경쟁으로 인해 보험시장의 규범체제가 혼란에 빠질 가능성이 높다.<sup>78)</sup> 특히 전속채널 중

심으로 운영해 온 대형 보험회사는 시장점유율의 감소와 더불어 수익성이 높은 상품을 판매하는 채널을 상실하게 되어 급격한 손익 감소로 이어지고 이는 보험시장의 선도회사가 부실하게 되는 결과를 초래할 수 있다는 점에서 보험산업 전체에도 부정적 영향을 미치게 될 것으로 보인다.<sup>79)</sup>

만일 보험회사가 현재 수준의 전속채널을 유지하고자 하는 경우에는 채널 확보 및 유지를 위해 더 많은 추가적 비용을 투입하여야 할 것이고 이러한 비용의 증가는 결국 보험료의 인상으로 이어져 소비자의 효용이 감소할 가능성이 높다고 볼 수 있다.

또한 고능률 설계사의 이탈로 전통적인 전속채널의 운영이 난관에 부딪힐 것이 우려된다. 현재의 전속조직은 고능률 설계사와 신규영업 설계사가 동일 점포 내에서 충원은 물론 교육 및 훈련을 통해 설계사의 양성과정에 같이 참여하면서 보험산업의 판매인력을 지속적으로 공급하는 일을 담당하고 있다. 만약 고능률 설계사의 이탈로 저능률 설계사만 잔존하게 된다면 이들이 고능률 설계사로 양성되지 못한 상태가 되어 타 채널과의 경쟁력을 잃게 되고 결국 전속채널의 붕괴로 이어질 수도 있다. 보험회사 차원에서는 자체 전속채널 양성을 위한 투자에 소극적이 될 가능성이 커진다. 이 경우 보험산업의 판매 경쟁력은 물론 양질의 서비스를 공급받아야 하는 소비자의 편익이 감소하는 결과를 초래할 수 있을 것이다.

둘째, 보험회사의 손익 측면에서 악화가 예상된다. 본 영향분석에서 금융기관이 자회사로서 금관전문회사를 설립할 경우 보험회사의 신계약 판매액 증감과 신계약비의 증감을 분석한 결과, 신계약 판매액은 4.4% 감소하는데 반해 신계약 판매액에 소요되는 신계약비는 기준년도에 비해 4~7% 증가하는 것으로 나타났다. 보험회사가 현재 수준의 당기순이익을 확보하기 위해서는 다른 조건이 동일하다고 가정할 경우 수입부문(신계약 판매액)의 증감비율과 지출(신계약비)부문의 증감비율이 거의 유사한 수준으로 움직이는 것이 적절

78) 설계사 과열 스카우트 경쟁, 시장 행위규범체제 혼란 등으로 보험회사 경영부실 및 보험의 소비자에 대한 인식저하의 문제는 2000년 신설생보사, 2005년 이후 GA 시장에서도 경험한 바 있다.

79) 미국 등 주요국의 대형 보험회사는 전속채널의 경우 고수익 상품을 위주로 판매하고, 비전속채널은 시장점유율을 확보하는데 역점을 두는 채널전략을 운영하고 있다. 안철경·기승도(2008), pp.137~138.

할 것이다. 그러나 금관전문회사 도입 시 영향분석 결과를 보면 보험산업 전체적으로 수입은 감소하고 비용은 오히려 증가함으로써 보험회사 손익의 악화를 초래할 가능성이 매우 크다.

손익의 악화의 원인을 계약 측면에서 살펴보면, 금관전문회사 도입으로 인해 보험판매물량이 감소할 뿐만 아니라 예상 판매상품의 종류가 다를 것으로 예상되기 때문이다. 이는 새로운 보험판매채널의 도입에도 불구하고 채널의 기능과 속성이 기존의 전속채널과 다르게 운영되기 때문으로 보인다.<sup>80)</sup> 판매물량이 줄어들 경우 수입보험료 및 손익의 감소를 수반하게 될 것이다. 특히 생보사의 경우 손익과 관련해서는 고수익 상품인 보장성 보험을 판매하는 전속채널 대신 연금 및 저축성 상품을 중심으로 판매할 것으로 예상되는 금관전문회사의 경우에는 신계약 물량의 변화가 다소 적게 줄어들다 하여도 손익에 미치는 영향을 크게 나타낼 개연성이 높다.<sup>81)</sup>

손익의 악화의 또 다른 원인은 비용측면에서 살펴볼 수 있다. 대형화, 기업화 된 채널의 도입 시 비용의 증가가 수반된다는 점은 명확하다.<sup>82)</sup> 본 영향분석에서도 금융회사 주도형으로 금관전문회사 도입 시 신계약비용으로 5,453억 원~9,067억원이 추가 소요될 것으로 추정되었다. 또한 신계약 추가비용과 보험판매액 감소분을 합한 기회비용은 1조 2천억원에서 1조 7천억원에 달할 것으로 추정되었다. 금관전문회사의 경우 그 성격상 GA와 유사한 형태로 운영될 것이 예상된다. 그런데 최근 GA 시장의 급격한 성장이 이루어지는 과정을 보면 보험회사들 간의 GA를 확보하기 위한 과열경쟁이 이루어지는 한편 대형 GA는 우월적 지위를 이용하여 과대한 선지급 및 고수수료율을 요구하는 사례가 주요한 이슈로 대두되고 있으며, 이로 인해 보험회사의 손익 감소 및 건전성에 악영향을 미치는 것으로 보인다.<sup>83)</sup>

80) 물량이 줄어드는 원인에 대하여는 제4장 참조

81) 현재 GA의 상품별 판매비중은 보장성 20% 연금저축성 80% 수준이며, 금관회사도 이와 유사할 것으로 예상된다.

82) 방카슈랑스의 경우는 모집인의 이동이 이루어지지 않고 또한 감독당국이 신계약비 비중을 일반 상품의 70%로 낮추었기 때문에 대형채널임에도 불구하고 비용 증가가 이루어지지 않은 것으로 보인다.

83) GA시장의 점유율이 높은 P보험회사의 경우 FY08 사업비율이 29.4%로 업계평균인 9.93%에 비해 3배 가량 높으며(금융감독원, 금융통계정보시스템), 이러한 과잉 사업비 지출로 인해 지속적인 적자경영을 보이고 있다.

금관전문회사는 대형화에 기반을 둔 구매교섭력 증대를 통해 보험회사의 가격지배력을 약화시켜 보험료를 인하할 수 있을 것으로 볼 수 있다. 가격이나 상품구성 면에서 고객니즈를 충분히 반영하여 개발된 상품을 구매할 수 있으므로 소비자의 복리후생이 보다 증진될 것으로 예상된다. 그러나 이러한 기대는 현실의 보험시장에서는 다르게 나타나고 있다. 국내에서는 대형화된 채널의 도입 시 가격이 인하되어 소비자의 편익으로 돌아간 사례를 찾아보기가 어렵다. 대형화된 신독립채널의 국내에 도입되어 운영되는 사례로는 방카슈랑스와 GA가 있다. 방카슈랑스 사례를 볼 때, 보험회사의 수가 은행보다 더 많은 상황에서 은행 보험상품의 가격인하 효과보다 보험회사의 중속이 더욱 심화된 바 있다.<sup>84)</sup> 최근 들어 GA의 급성장에 따라 수수료율의 증가로 인해 보험회사의 사업비에 여러 문제가 발생하고 있다는 것은 주지의 사실이다.<sup>85)</sup> 특히 채널의 대형화 및 독립채널화는 이미 성숙단계에 접어든 미국에서조차도 대형화된 독립채널이 고객 중심의 상품 판매보다는 판매수수료가 높은 상품을 권유하여 사회적으로 크게 문제시된 사건(Eliot Spitzer Case, 2004)<sup>86)</sup>이 있었다. 이러한 경우만을 보더라도 독립형 채널의 고객지향성에 대한 한계점을 인식하는 것이 필요하다고 하겠다.

84) 2006년 금융감독원은 방카슈랑스 도입 후 5% 내외의 보험료가 인하된 것으로 발표하였으나, 이는 시장의 효율성보다는 정책의 변경(방카슈랑스 보험상품의 신계약비를 표준예정신계약비의 70%이내에서 사용하도록 심사기준이 강화)에 기인한 것으로 실제로 제도도입으로 인한 가격인하효과는 크지 않은 것으로 평가된다.

85) 안철경·권오경(2008b)

86) 2004년 뉴욕주 법무장관인 Eliot Spitzer가 제기한 판매자의 불공정 거래행위에 대한 사건으로, Spitzer의 조사에 따르면, 미국 최대 보험브로커회사인 Marsh가 고객에 보다 낮은 보험료를 제공하기 위하여 보험회사를 선택하기 보다는 자신들에게 더 높은 추가수수료를 제공하는 보험회사를 고객에 소개하는 불공정행위를 하였다. 이러한 행위는 시장 내의 공정한 경쟁을 막고 고객을 속인 것으로, 실제로 한 Marsh 임원은 보험회사에게 추가 수수료(Bonus)를 지급하지 않을 경우 거래를 중단하겠다고 하는 협박까지 하였다고 한다. 이로 인해 판매자(중개회사)와 제조자(보험회사) 모두가 시장에서 신뢰를 상실하게 되었다. 이 사건을 계기로 Marsh의 주식은 40%, Aon은 32% 정도 가격이 하락했고 채권 가격 또한 Junk Bond 수준으로 낮아졌으며, 조사의 태풍권 내에 있는 AIG, ACE 등의 주식가격도 모두 부정적 영향을 받게 되었다. Financial Times(2004.10.29자)

요약하면 금판전문회사와 같은 대형화된 독립채널의 등장은 소비자에 대한 서비스 증대와 더불어 비용의 상승을 가져온다는 것이며, 이러한 비용 상승은 보험회사의 사업비를 증대시키며 결과적으로 보험가입자의 보험료에 전가될 것이므로 소비자에게 부정적인 영향을 미칠 가능성이 존재한다고 할 수 있다.

현재 국내 보험판매시장에서 금판전문회사를 뒷받침할 만한 규제 또는 정책이 보험시장에 충분히 조성되었는가를 고려할 때, 금판전문회사제도의 도입 이전에 신중한 검토가 필요할 것이다.

본 연구는 유사한 선행연구의 불충분, 데이터의 부족 그리고 연구방법과 가정설정 상의 견해 차이로 시나리오 분석상의 이견이 있었음을 밝힌다. 본 분석의 가정과 결과는 보험실무 및 전문가들의 의견을 기초로 이루어졌으며, 향후 발생 가능한 다양한 대안을 설정하여 추가적인 연구가 이루어진다면 보다 더 정밀하고 다양한 결과가 도출될 것으로 기대된다.