

## IV. 영국 보험시장의 독립채널 성장과 대응

### 1. 보험판매시장의 변천

영국의 생명보험시장은 전통적 생명보험과 연금(life and pension)으로 구분되며 투자상품의 범주에 포함되어 규제된다. 1986년 금융서비스법(Financial Service Act) 도입 전까지 생명보험 판매자에 대한 명확한 구분이 없었으며, 주로 전속대리인<sup>70)</sup>과 직접 판매채널(direct sales force)이 주력채널인 가운데 독립적인 신분의 중개사, 부업대리인<sup>71)</sup>등의 채널을 활용하였다.

1988년 금융상품시장에서 소비자보호 규정이 강화된 양극화 규정(Polarization rule, 1988)이 도입되면서 생명보험 판매채널은 독립금융설계사(Independent Financial Advisors: 이하 IFA)<sup>72)</sup>와 보험회사 전속채널로 양분되었다. 불완전판매로부터 소비자를 보호하기 위해 전속관계가 없는 IFA들은 고객의 대리인으로 금융시장의 전체 상품(whole of market)을 취급해야 한다. 반면, 보험회사의 영업사원이나 전속대리인(tied agent)은 다른 회사 상품을 판매하는 것이 금지하고 그 기관의 상품만을 취급하도록 하였다. 양극화 규정은 생보상품, 개인연금, 펀드분야 등 투자상품에 한정하여 실시되었는데 계열사 상품만으로는 소비자의 다양하고 복잡한 요구를 충족시키기 어려워지면서 전속대리인의 이탈이 급속하게 이루어졌다. 이에 따라 IFA가 생명보험의 주도적 채널로 성장하게 되었다.

양극화 규정의 도입으로 IFA가 크게 성장하였으나 소비자보호 및 경쟁제한 측면에서 문제점을 드러내자 2004년 12월 동 규정을 폐지하게 되었다. 이에 따라 IFA와 전속대리인(single-tied agent) 외에도 복수의 보험회사와 거래할 수 있는 다자제휴대리인(multi-tied agent)이 출현하게 되었다.

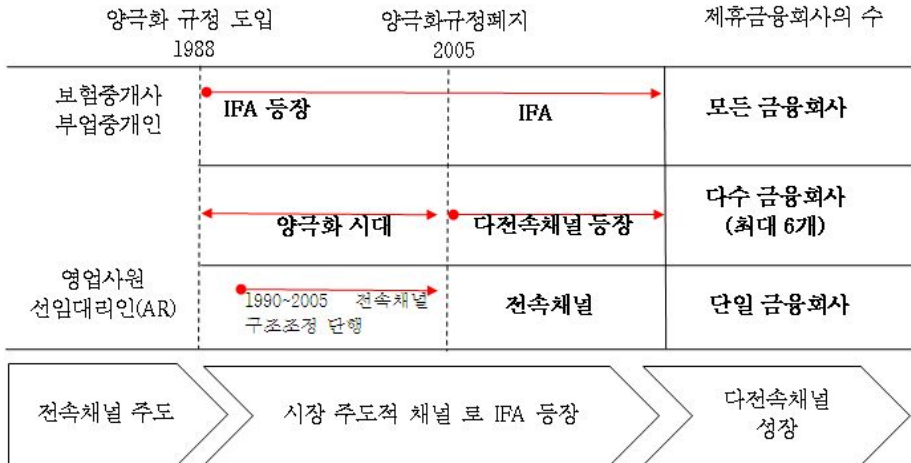
---

70) 흡서비스대리인, 풀타임전속대리인 등이 해당된다.

71) 부업대리인은 보험회사의 고용인은 아니지만 보험회사를 위해 모집을 하는데 주요 사업은 보험과 연관이 없지만 보험을 판매할 수 있었던 주택금융조합, 은행, 여행사, 회계사, 그리고 변호사 등이다.

72) IFA에 대한 자세한 내용은 제IV장 3절을 참고한다.

<그림 IV-1> 영국의 생명보험 판매채널 변화



주 : 노무라연구소(2005)를 참조하여 작성

영국의 생명보험시장의 채널별 실적을 보면 양극화 규정(1988) 이후 영국에서 전속채널이 점차 축소되면서 2000년을 전후하여 독립채널인 IFA가 생명보험의 대표적인 채널로 자리잡게 되었다. 2006년 기준으로 독립채널인 IFA는 개인생명보험시장에서 약 70%에 가까운 시장점유율을 보이고 있다.

<표 IV-1> 영국의 개인생명보험(생명+연금) 채널별 비중

(단위 : %)

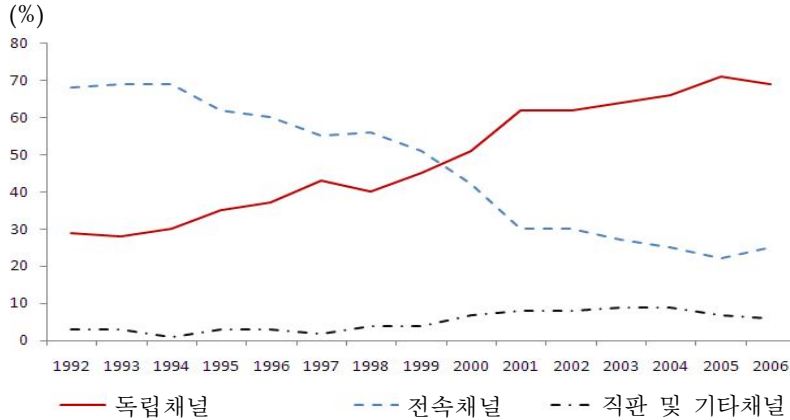
연 도	1992	1995	2000	2003	2005	2006
독립채널	29	35	51	64	71	69
전속채널	68	62	42	27	22	25
직판/기타	3	3	7	9	7	6

주 : 1) 정기납(regular premium)기준임.

2) 독립채널은 independent intermediaries, 전속채널은 company agents와 tied agents를 합한 것임.

자료 : Tillinghast, The Insurance Pocket Book, 각 년도

<그림 IV-2> 영국의 개인생명보험 판매채널비중 추이



자료 : Tillinghast, The Insurance Pocket Book, 각 년도

## 2. 독립채널의 성장과 특징

### 가. 전통채널의 쇠퇴<sup>73)</sup>

영국에서 전속채널이 하락하게 된 주된 이유를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 영국 생명보험회사의 채널 운영상 전속채널에 비해 독립채널을 활용하는 것이 비용 측면에서 더 효율적으로 작용했다. 판매수수료(commission)는 독립채널이 전속채널에 비해 높으나 교육훈련비 및 관리비 등 간접비용을 포함할 경우 독립채널(중개사)이 낮은 것으로 나타났다. 전속채널의 건당 생산성도 독립채널에 비해 낮았다. 당시 독립채널은 고소득층 등을 중심으로 고액 금융형 상품을 주로 판매하였으나, 전속채널은 방문판매를 통해 상대적으로 저가인 사망보장 중심의 상품을 판매한 것에 기인하였다. 특히 금융서비스법(1986) 시행 이후 전속채널로 인한 준법감시 비용 등이 부담으로 작용하면서 보험회사 스스로 전속채널의 유지비용을 줄이기 위한 노력을 기울이게 되었다. 또한 전속채

73) 영국의 전통채널의 하락 추세 및 이유는 대부분의 유럽국가에서도 유사하게 진행되었다.

널의 높은 이직률도 교육 및 훈련비용을 증가시키는 요인으로 작용하였다. 이러한 상황에서 제조와 판매가 분리되는 경향이 나타나자 비용절감과 매출증대를 도모하려는 보험회사들이 전속채널보다는 독립형 채널인 IFA에 의존하는 정도가 높아지게 되었다.

둘째, 불완전판매(mis-selling)에 대한 배상책임이 영국의 생명보험회사에서 주요한 이슈로 등장하였다. 독립채널은 판매자 책임을 직접 부담하였기 때문에 보험회사에게 유리하게 되었다. 이러한 배경에는 연금의 불완전판매 사건이 큰 요인으로 작용하였다. 1980년대 후반부터 1990년대 초반까지 이어진 연금시장의 탈규제화 진행시 소비자에게 적합하지 않은 연금의 판매로 전속채널에 대한 신뢰가 급감하게 되었다. 이 당시 전속채널은 자신의 수익증대를 위해 소비자들에게 기존의 공적연금을 해약하고 개인연금을 가입하도록 유도하였다. 당시 전속채널을 운영하던 생명보험회사들은 전속채널의 연금 불완전판매로 천문학적 규모의 배상책임을 지게 되었다. 이러한 전속채널의 부실판매에 따른 책임문제가 불거지면서 비용절감과 규제준수 리스크를 회피하기 위한 방안이 중요한 과제로 대두되었다. IFA는 고객의 입장에서 활동해야 하며, 고객과의 분쟁이 발생할 때 상품공급자(보험회사)에게 문제가 없다면 부적절한 상품판매에 대해 배상책임을 부담한다. 반면 전속채널인 경우 보험회사에 배상책임이 있게 된다. 따라서 IFA가 불완전판매에 대한 책임을 가지므로 보험회사들이 독립채널을 활용하는 것이 비용절감에 유리하게 되었다.

셋째, 전속채널의 약화는 소비자들의 금융소비 패턴의 변화에 의해서도 야기되었다. 2000년 이후 보험판매자의 성격이 상품의 단순판매에서 고객을 위한 전반적인 금융자문가의 위치로 변화되었다. 고객의 금융지식이 높아지고 자산이 증가함에 따라 금융자문에 대한 니즈가 증가하고 아울러 자문을 위한 전문성이 요구되었다. 이러한 상황에서 독립적 위치에서 신뢰할 수 있고 금융자문가의 수요가 증가하게 된 것이다. 당시 영국에서는 IFA가 독립적이고 전문적인 자문서비스를 제공할 수 있는 채널로 인식되었다. 이러한 소비자들의 성향 변화는 다수의 보험회사로부터 제공된 상품들을 추천하고 판매할 수 있는 독립채널로 이동하게 하는 유인이 되었다.

넷째, 판매수수료에 제한을 받게 되는 규격화 상품들이 정부 주도하에 개발

되었고 이러한 정책적인 변화는 전속채널의 소득을 감소시키는 요인이 되었다. 예를 들면 관리연금(Stakeholder Pension)의 경우 중·저 소득층을 목표고객으로 하여 개발한 후 영국의 금융감독청(FSA)이 이들 상품에 대해 사업비를 1%로 제한(1% Rule)<sup>74)</sup>하였다. 따라서 이 계층을 주고객으로 상대해 왔던 전속채널은 수수료가 낮아지는 결과를 가져와 직접적인 타격을 입게 되었다. 이와 같이 사업비 제한 및 축소 등으로 인해 고비용 채널인 전속채널의 유지는 보험회사의 경영상 압박요인으로 작용했다.

이러한 추세에 따라 영국의 대형 생명보험회사들은 1990년대 말에서 2000년대 초반에 걸쳐 전통적인 직접판매조직을 대대적으로 구조조정 하였다. 1991년에서 2000년 사이에 직접판매조직은 19만명에서 3만 7천명 수준으로 감소하게 되었다.<sup>75)</sup>

## 나. 양극화 규정 이후 IFA의 성장

영국에서 IFA가 성장한 주요인은 매우 복잡적이다. Heath(2005)에 따르면 판매상품 포트폴리오 변화에 따른 고비용 전속채널에 대한 부담 가중, 전속채널의 준법감시비용 증가로 보험회사의 전속채널 구조조정, 객관적 대면자문에 대한 소비자들의 높은 신뢰성, 소비자들의 경제적 부의 편중현상 증가로 부유층 고객 확대, 투자형상품 및 연금 등의 재정적 서비스 니즈의 증대 등이 IFA의 활동의 영역을 넓히게 되었다. 특히 그동안 영국에서는 은행과 IFA가 경쟁관계에 놓여있지 않았다는 점이 독립채널이 성장하는 요인으로 작용하였다.

양극화 규정 이후 IFA는 주도적 채널의 입지가 더욱 강화되었으며, IFA 시장도 경쟁적이어서 양극화의 긍정적 측면이 존재하는 것으로 드러났다. 생보시장은 보험회사 간 인수합병을 통하여 집중도가 높아졌으나, 금융투자 자문시장

74) FSA가 정부 중심 운영제도의 상품에 대해 저소득층 소득 증대를 목적으로 사업비를 1% 내로 제한한 제도로 이로 인해 보험회사 전속조직의 유지가 어려워졌다. Sandler's Report로도 불린다.

75) 대표적인 직접판매조직 구조조정 사례를 보면 Prudential은 2000명('01), Norwick Union 700명('04), Standard Life 360명('04), Friends Provident 500명('03), Lincoln 완전정리('03), Royal and SunAlliance 완전정리('99), Pearl 1,000명('02) 정리 등이다 (출처: 국내 보험회사 해외주재사무소).

(Financial Advisory Market)의 상품채널에 참가하기 위한 경쟁이 증가하였고 또한 금융투자 자문시장으로의 진입도 경쟁적이어서 전반적으로 금융투자 자문 시장은 경쟁성을 띠게 되었다. 하지만 투자자문과 관련하여 소비자 간의 기회 불균형이 심화되는 것으로 드러났다. IFA는 신계약보험료 기준으로 지속적으로 점유율을 높여 일시납 상품 시장에서는 시점점유율이 70%에 근접한다. 그러나 계약자 수로 보면 시장 전체의 20%를 점유하는데 지나지 않아 거액의 운용자산을 보유하는 부유층을 중시하고 있는 경향이 뚜렷하다.

<표 IV-2> 영국의 개인생명보험 일시납보험료 채널비중

(단위: %)

연 도	2001	2002	2003	2004	2005	2006
IFA/Whole-of-market	68.2	67.3	69.8	70.2	65.8	72.9
single tie	27.5	25.5	21.9	22.1	24.6	20.7
non-intermediated	4.3	7.2	8.3	7.7	9.6	6.4

자료 : ABI; Tillinghast 재인용

양극화 규정하에서 IFA에서 자문을 받기 것은 투자자문 프로세스가 복잡하여 비용부담이 크기 때문에 운용자산이 적은 경우 채산성이 맞지 않아 중·저소득층에 대해서는 적극적이지 않게 되었다. 이는 결국 전체적으로 노후 준비에 필요한 저축액이 크게 부족하게 되는 현상이 발생하여 연금관련 공적 부담을 경감하려는 영국정부의 관점에서 보면 이러한 기회불균형을 해소하여 중·저소득층의 저축을 증진시킬 방안을 모색하게 되었다.

이와 같이 IFA는 객관적인 자문을 제공하는 전문채널로 자리매김하는 데 성공하였으나, 소규모 운영과 과거 부유층 위주의 소극적 마케팅 방식을 채택함으로써 대중의 인지도나 접근성이 떨어지는 약점이 있다. 영국은 독립적으로 전문적 업무를 수행하는 사람을 신뢰하며, 자본시장의 호황 및 불황 모두를 겪으면서 EU국가들에 비해 전문적인 개별자문서비스를 선호하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 IFA는 광고나 홍보를 전혀 사용하지 않고, 해당지역의 변호사나 회계사로부터 고객을 소개받거나 기존고객을 통해 신규고객을 유치하는

방식을 사용하여 고객의 입장에서 믿을만한 IFA에 접근하기가 쉽지 않았다.

#### 다. 탈양극화 규정 이후 다자제휴대리인(Multi-tied agent) 등장

채널 양극화의 부정적 측면을 최소화하기 위하여 2004년 12월 양극화 규정이 폐지되면서 다자제휴대리인(multi-tied agent)이 도입되었다. 다자제휴대리인은 IFA와 전속대리인의 중간위치에 해당하는 것으로 최대 6개 보험회사까지 제휴를 맺은 회사의 상품을 취급할 수 있는 판매채널이다. 전속대리인이나 IFA도 다자제휴대리인으로 전환이 가능하였고, 주로 은행, IFA사(IFA network) 또는 펀드판매회사 등에서 활동하게 되었다.

보험시장내 다자제휴대리인이 관심을 받게 된 배경은 우선 보험시장내 상품의 단순화 및 규격화에서 비롯되었다. 공식적으로 관리연금(stakeholder pension)과 규격화 개인저축계좌(CAT individual saving account)시장이 형성되었다. 이들 상품은 수수료가 기존의 상품에 비해 낮을 뿐만 아니라 IFA와 같은 별도의 수준 높은 금융자문 없이도 소비자들이 쉽게 이해할 수 있었다.<sup>76)</sup> 또한 2004년 12월 이후 모든 투자관련 상품(생명보험 상품과 연금상품)으로 확장하여 판매할 수 있었다.

현재 영국에서 다자제휴대리인 채널은 예상보다 빠른 속도로 성장할 것으로 예상된다. 2007년 영국의 개인생명보험 보험판매비중은 IFA 62.2%, 전속대리점 및 다자제휴대리인이 21.0%, 직급이 3.4%이다. 투자자별로 판매채널 이용행태를 보면 고소득층은 복잡한 재정이나 상속문제 등 고도의 투자자문 서비스를 제공하는 IFA를 선호하는 경향이 높다. 반면 중산층 및 일부 부유층은 높은 인지도에 비중을 두고 있는 다자제휴대리인의 이용을 선호하는 것으로 보인다. 이러한 상황에서 IFA채널은 인수합병을 통한 대형화 체제를 구축하여 다자제휴대리인의 성장을 견제하고 있는 실정이다.

76) 관리연금은 2001년 저소득층 및 중간계층의 은퇴 후 저축을 형성하기 위하여 설립되었으며, 규격화 개인저축계좌도 저축증대를 위해 세금혜택을 제공하기 위해 형성되었다.

## 라. 소매판매채널의 개혁

영국의 보험산업이 현재와 같은 위상과 경쟁력을 갖게 된 데는 금융상품 및 서비스 설계의 자유화, 고객보호의 강화, 판매채널의 다양화·전문화 등을 지향점으로 하는 광범위한 금융개혁의 추진에 기인한다. 이와 같은 취지하에 영국의 금융개혁의 핵심적 요소의 하나는 소매판매채널(Retail Distribution)의 개혁을 지속적으로 추진하는데 있다.<sup>77)</sup>

영국 FSA의 소매판매채널(Retail Distribution) 개혁의 주요 내용으로는 금융서비스의 자문보수와 상품비용의 분리를 통한 소비자 보호를 강화하겠다는 것이다.

FSA는 금융상품 판매채널의 문제로 다음과 같이 지적한다. 첫째, 보험사와 전속관계를 맺고 있지 않은 IFA의 경우에도 금융자문에 대한 보수를 고객이 지급하는 자문수수료(Fee)가 아닌 보험사로부터 판매수수료(Commission)를 지급받고 있어 소비자보호가 되지 않고 있다. 즉 고객의 상황과 니즈에 맞는 최적의 상품을 권유하기 보다는 수당이 높은 상품 위주로 판매하는 경향이 나타난다는 것이다. 둘째, 금융자문 서비스의 질은 낮은 반면 판매채널의 책임은 제한적이어서 금융시장에 대한 고객의 신뢰도가 감소하고 민원을 발생시킬 소지가 높다. 셋째, 금융자문서비스에 대한 비용상승으로 일반소비자의 금융자문서비스에 대한 접근을 제한하는 결과를 초래한다.

이러한 인식하에 FSA는 「소매판매채널 검토보고서(Retail Distribution Review, 2008.11)」를 통해 다음과 같이 소매금융판매채널의 개혁을 추진할 것을 발표하였다.

첫째, 금융서비스의 형태에 따라 금융자문(advice), 판매(sale) 및 금융가이드(Money Guidance)로 구분하여 규제를 차별화하기로 하였다.

둘째, 모든 금융자문가(FA)는 보험회사로부터 판매수당을 받는 것이 아니라 고객으로부터 자문보수(advising charge)를 받아야 한다. 즉 금융기관이 판매자에게 일괄적으로 지불하는 수수료 지급은 금지되며, 설계사가 이른바 '수수료

77) FSA, Distribution of Retail Investments: Delivering the RDR, 2009.6; FSA, 보도자료(2009.6.25자); Heath, "Retail Distribution Review - After the Feedback", LIMRA International, 2009.



자동 지급 상품'을 추천하는 행위도 금지될 예정이다.

셋째, 보험회사가 자기자본에서 판매채널의 수당을 선지급하는 방식(up-front commission)을 전면 금지하기로 하였다.

이번 개혁안의 주된 목적은 실질적으로 IFA의 상품판매 인센티브가 역할을 한 수수료 지급이 소비자의 선택을 왜곡시킬 수 있다는 점에서 향후 투자·금융 소비자 보호를 위해 마련된 것이다. 아울러 투자산업의 건전한 발전을 위해 투자자문의 수준을 제고하기 위함이다.

이와 같이 FSA는 소매판매채널 보고서(Retail Distribution Review)의 결과를 바탕으로 보험을 비롯한 금융기관의 수수료 지급을 2012년부터 전면 금지하는 등 판매채널의 개혁을 추진할 것으로 예상된다.

### 3. 독립채널회사 사례

#### 가. 운영현황

IFA(Independent Financial Advisors)는 영국 내 생명보험시장(연금 포함)에서 대표적인 판매채널로 금융상품 및 서비스를 공급하는 핵심적인 역할을 담당한다. IFA는 한 명의 금융투자상품 재무설계사이기도 하고, 그들의 연합체(IFA Networks 이하, 「IFA사」라 함)를 일컫는 말이기도 하다. IFA는 상품제공자와 전속관계를 갖지 않는 자문업자로서 집합투자상품의 전 시장(whole of market)의 상품을 공급할 수 있는 자이다.

2007년 IFA는 생보시장 전체에서 60%~70%를 차지하며 과거 5년 동안 타 채널에 비해 가장 큰 성장을 보였다.

<표 IV-3> 개인생명보험 및 연금시장의 채널 현황

(단위: %)

연도	2003	2004	2005	2006	2007
IFA	66.5	69.5	69.7	69.0	62.2
multi-tie FA	0.0	0.0	0.8	2.3	2.2
전속	12.9	12.3	11.8	13.3	18.8
방카슈랑스	13.8	14.3	14.0	11.6	13.3
임직원(직급)	6.8	3.9	3.7	3.7	3.4

자료 : Moe, "UK IFAs 2008", Datamonitor, 2008.

영국에서의 IFA사의 수는 2008년 약1.2만개로 2007년 1.3만개에 비해 7.3% 줄어들었는데, 이러한 추세는 2003년부터 지속된 네트워크 구성원<sup>78)</sup>의 감소에 기인한다. 이러한 감소 원인의 배경은 감독당국의 소규모 IFA사 설립에 대한 직접 규제와 함께 소규모 IFA사가 M&A를 통해 대형사로 합병되고 있기 때문이다.

<표 IV-4> 영국 IFA사의 수

(단위: 개, %)

연도	2006	2007	2008	전년대비 감소분
IFA사	13,458	13,085	12,129	△956(△7.3)

자료 : Matrix-Data; Datamonitor 재인용

영국 내 IFA사는 직원 수 및 매출액 측면에서 영세한 조직이 약 80% 이상을 차지한다. 판매직원 5명 미만인 회사의 비중이 2008년 83.7%이며 판매직원 50명 이상인 대형회사의 비중은 0.5%로 매우 미미한 수준이다.

78) 네트워크 구성원(Network Members)은 Matrix社의 IFA 분류기준이 2008년부터 변경되면서 지정판매점(Appointed representatives)으로 분류되었고 이 지정판매점 일부는 과거 기준의 소형 IFA를 포함한다.

&lt;표 IV-5&gt; 영국 IFA사의 판매직원 수 분포

(단위: %, %p)

직원 수	2007	2008	증 감
50명 초과	0.5	0.5	-
11~50명	3.5	3.8	0.4
5~10명	12.6	12.0	△0.6
1~4명	83.3	83.7	0.4

주 : 비공개 제외 비율임.

자료 : Matrix-Data; Datamonitor 재인용

매출규모 면에서도 전체 IFA사 중에서 £50만 미만의 회사가 2008년 81.1%로 이 중 절반가량은 매출액이 £10만 이상~£50만 미만인 회사이며 이들 회사가 전체 IFA사의 가장 큰 비중을 차지한다. 매출액 £100만 이상의 회사는 10% 미만이지만, 매출액 £500만을 초과하는 초대형 회사는 증가하고 있다. 이것은 지난 몇 년 동안 IFA사 간에 인수합병이 활발해지며 회사당 매출액의 규모가 증가하였기 때문이다. 향후에도 IFA사의 인수합병 추세는 지속될 것으로 전망된다.

&lt;표 IV-6&gt; 영국 IFA사의 매출액 분포

(단위: %, %p)

연간 매출액	2007	2008	증감
£1,000~£50,000	10.9	10.6	△0.3
£50,000~100,000	22.1	22.5	0.4
£100,000~£500,000	48.0	48.0	-
£500,000~£1,000,000	9.9	9.7	△0.2
£1,000,000~£5,000,000	7.2	6.8	△0.4
£5,000,000 초과	1.9	2.5	0.6

주 : 비공개 제외 비율임.

자료 : Matrix-Data; Datamonitor 재인용

IFA사 중 상위 10개사가 전체 IFA 시장의 약 18%를 점유하였다. Sesame은 IFA사 중 매출 1위를 차지하며, 2008년 매출액은 £3억인 것으로 나타났다. 판매인력 7,500명, 지정판매점 3,000개로 영국 전체 IFA사 중 가장 많은 인력을 보유하고 있는 회사라고 볼 수 있다.

<표 IV-7> IFA 상위 10개사 현황(2008년)

(단위: £억, 명, 개)

순 위	회사명	매 출	판매직원	지 점	판매대리점
1	Sesame Ltd.	3.00	7,500	4	3,000
2	Openwork Ltd.	2.95	1,057	0	949
3	The Money Portal	1.85	1,907	15	-
4	Barclays Bank	1.60	900	5	0
5	HSBC Group	1.59	1,234	-	-
6	Hargreaves Lansdown	1.20	119	0	0
7	The Tenet Group	1.20	5,350	2	626
8	Smith&Williamson	1.04	300	12	0
9	Positive Solution	0.98	1,598	987	1
10	AWD Group plc	0.97	376	22	-

자료 : Matrix-Data

## 나. 주요 사업현황

IFA사는 금융상품에 대한 자문뿐만 아니라 투자 및 은퇴, 상속 등의 금융상담에서 생보, 손보, 펀드 등의 금융상품 판매의 기능까지 확대하여 제공한다. IFA사는 수익의 대부분을 연금과 투자형상품에서 창출하고 있다. 2008년 현재 이들 상품의 연간 총 매출액은 약 35억원으로 75% 이상을 차지한다.

&lt;표 IV-8&gt; 영국 IFA사의 상품별 연간 총 매출액(2008년)

(단위: £억, %)

상품	연금	투자형	모기지	보장형	보험
매출액	18.4	17.2	4.2	3.6	3.7
(비중)	(39.1)	(36.5)	(8.9)	(7.6)	(7.9)

자료 : Matrix-Data; Datamonitor 재인용

주요 IFA사의 상품별 판매비중은 투자형상품(생명보험 포함)이 가장 높고 연금, 보장형 및 모기지도 상당수 취급하고 있다. IFA사 중 매출 1위인 Sesame의 경우 투자형, 연금형, 보장형, 모기지 상품을 골고루 취급하고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 IV-9&gt; IFA 상위 10개사의 상품구성(2008년)

(단위: %)

순위	회사명	투자형	연금	보장형	모기지
1	Sesame Ltd.	22	19	20	37
2	Openwork Ltd.	53	27	12	6
3	The Money Portal	50	30	10	10
4	Barclays Bank	-	-	-	-
5	HSBC Group	92	4	4	0
6	Hargreaves Lansdown	100	0	0	0
7	The Tenet Group	51	-	28	16
8	Smith&Williamson	98	-	2	-
9	Positive Solutions	56	-	11	28
10	AWD Group plc	25	30	10	20

자료 : Matrix-Data

## 다. 비즈니스 모델

IFA사는 규모 및 구조적 특징에 따라 5가지 유형으로 구분된다. IFA사의 회원인 지정판매점(appointed representatives)과 개인영업 또는 그에 가까운 「소형 IFA(small firms)」는 전체 IFA의 약 90%에 달할 정도로 대부분을 차지하며 주로 지역밀착형인 경우가 많다. 지정판매점은 다수의 소형 IFA사가 조합을 구성하여 IFA사로부터 공통업무 기능을 지원받아 비용효율화를 도모한다. 개별 IFA는 독립된 주체로 자신의 브랜드를 사용하나, 자문보수의 일정비율(10% 이상)을 IFA사 운영비로 납부하고, IFA사부터 인가취득, 보험회사와의 계약, 규제 준수 의무 대응, IT, 정보조사 등을 지원받는다. 「복합지점 IFA(multi-office IFA)」는 지정판매점 1~10개 정도로 구성되는 지점(branch)을 한 개 이상 보유하고 있는 IFA사로 전체 IFA의 약 10% 수준이다. 「대형 IFA(large IFA)」는 매출 £100만 이상 또는 등록인원 10명 이상이거나 지정판매점 10개 이상 보유하고 있는 IFA사로 전체 IFA의 5% 미만이 이 부류에 속한다. 「전국 IFA(National IFA)」는 전국망으로 운영되며 매출이 £500만 이상 또는 영업점을 10개 이상 보유하고 있는 IFA사로 규모가 크지만 그 숫자는 전체의 1% 미만에 불과하다. 전국 IFA사의 대부분 IFA는 종업원 신분으로 급여를 받으며, 연봉은 일반적으로 전년 업적의 25% 수준에서 결정된다. IFA는 소속 회사의 단일 브랜드를 사용하며, 회사로부터 사무업무, 규제준수 리스크(compliance risk) 대응, IT, 교육뿐만 아니라 일부 마케팅 비용과 전문직배상책임보험의 보험료도 지원받는다.

&lt;표 IV-10&gt; 영국 IFA의 종류

종 류	기 준	구성비
전국 IFA (National IFA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>매출 £500만 이상 또는 지점 10개 이상 보유(초대형 IFA회사)</li> </ul>	0.8%
대형 IFA (Large IFA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>지점은 없으나 매출 £100만 이상 또는</li> <li>등록인원(registered individuals) 10명 이상이거나 지정 판매대리점 10개 이상 보유</li> </ul>	3.9%
복합지점 IFA (Multi-office IFA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>지정판매점 1~10개를 포함하는 지점(branch)을 한 개 이상 보유</li> <li>지역 IFA(Regional IFA) 해당</li> </ul>	9.8%
지정판매점 (Appointed representatives)	<ul style="list-style-type: none"> <li>IFA 20개 이상의 소형 IFA 연합체</li> <li>IFA사(IFA Networks)의 회원임</li> </ul>	52.4%
소형 IFA (Small firms)	<ul style="list-style-type: none"> <li>기타 모든 회사</li> <li>단일 IFA(Single IFA)에 해당</li> </ul>	33.1%

주 : 2008년 기준임(2008년부터 Matrix-Data의 IFA 분류기준 변동)  
 자료 : Matrix-Data; Datamonitor 재인용

영국의 대형 IFA 연합체로서 Lighthouse Group의 비즈니스 모델을 살펴보면 동 사는 개별 IFA의 다양한 니즈를 충족시키기 위해 유형별로 4개 분야를 통해 운영하고 있다.

우선 개별 IFA별로 그 대상에 따라 단일브랜드-독립적 계약형태의 IFA, 단일 브랜드-프랜차이즈 형태의 IFA, 고유브랜드-네트워크 조직의 개별 IFA, 안정성을 추구하는 IFA를 직접 고용하는 형태로 구성된다. Lighthouse group은 이상의 4개 분야로 구분하여 각각의 지원 방식, 지원내용 등을 차별화하여 IFA 회원 또는 회사의 특성과 성향에 맞도록 서비스를 제공한다. 이 중에서 LighthouseXpress가 가장 일반적인 IFA사(IFA Networks)의 형태라고 볼 수 있다.

<표 IV-11> 라이트하우스 그룹의 사업부

사업부	내용
LighthouseTemple	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 독립적인 IFA로 구성된 National IFA</li> <li>• 단일 상표 “Temple” 사용</li> </ul>
LighthouseCarrwood	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IFA를 직접 고용</li> </ul>
LighthouseXpress	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 독립적인 IFA로 구성된 Network IFA</li> <li>• IFA 각각 독자적 상표 이용이 가능</li> </ul>
LighthouseWealth	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고액자산가 고객을 대상</li> <li>• 독립적인 IFA로 구성된 프랜차이즈 형태</li> </ul>

자료 : Lighthouse Group plc 홈페이지

## 4. 생명보험회사 대응사례

### 가. 금융유통업 진출

영국의 생명보험회사들은 독립채널의 성장에 대응하여 대형 IFA사를 직접 설립하거나 설립된 IFA의 지분을 인수함으로써 금융유통업에 진출하는 전략으로 대응하였다. 예를 들면 AXA, Friends Provident, Standard Life, AVIVA, Aegon 등 주요 보험회사들이 대형 IFA사를 인수하거나 지분에 투자한 것이 그 예이다. 영국 생명보험회사의 IFA 지분보유 현황을 보면 <표 IV-12>와 같다.



&lt;표 IV-12&gt; 영국 보험회사의 IFA 지분보유 현황

보험회사	IFA	지분율(%)
AXA	the Thinc Destini Group	100
Standard Life	Threesixty	25
	SimplyBiz	10.7
	Tenet	20
	2Plan(start-up nation IFA)	15
Aegon	Origen	100
	Lighthouse	4.98
Liverpool Victoria	Bishopscourt	100
AMP	Towry Law Network	100
Skandia Life Assurance	BankHall	86
	Lighthouse	3.98
Norwick Union Life & Pensions Ltd.	Lighthouse	3.98
Southern Rock Ins. Co.	Lighthouse	3.3

주 : Friends Provident의 사례는 회사사례에서 상세히 다룸.  
 자료 : Kendal, "UK IFAs 2007", Datamonitor, 2008.

또한 영국 내 주요 대형 IFA사에 대한 보험회사의 지분현황을 보면 Tenet Group의 경우 영국의 4개 생명보험회사<sup>79)</sup>가 전체 지분의 87%(2007년 기준)를 보유하고 있으며, Lighthouse의 경우 5개 보험회사<sup>80)</sup>가 전체 지분의 25.6%를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 영국의 IFA사에 대한 금융회사들의 투자사례를 정리하면 <표 IV-13>과 같다.

79) Friends Provident, AVIVA, AEGON, Standard Life가 속한다.

80) Friends Provident, AEGON, Standard Life, Norwick Union Life and Pension, Southern Rock Insurance 등이 해당된다. Lighthouse Group Annual Report, 2007.

<표 IV-13> 영국의 IFA사에 대한 보험회사의 투자사례

IFA사	투자금융회사
Sesame Network	영국 3대 IT솔루션 회사인 Misys에 의해 설립
Tenet Group	영국 4개 대형 생명보험회사가 87% 지분 보유
Bankhall Network	Skandia 86% 지분 보유
Lighthouse Group	영국 5개 보험회사가 25.6% 지분 보유
Origen	AEGON이 100% 지분 소유(완전자회사)

자료 : Datamonitor 참조 작성

영국의 생명보험회사들이 IFA 등 독립채널에 적극적으로 진출 또는 투자하게 된 배경을 보면 다음과 같다.

첫째, 보험시장에서 점유율을 유지 및 증대하기 위해 독립채널을 안정적으로 확보하는 것이 가장 현실적이고 유효한 전략이었다. 점점 심화되는 영국내 시장경쟁에서 보험회사가 경쟁력을 갖추기 위해서는 독립채널의 확보 및 안정적인 유지관계가 필요하게 되었다. 특별히 보험회사의 입장에서는 은행 및 대형 유통기관과 같이 시스템 기반이 우월한 경쟁자의 지속적 성장에 대응하는 것이 필요하였다. 이에 보험회사는 소규모의 IFA에 대한 경쟁력을 강화하는 전략을 취하게 되었다. 즉 소규모 IFA와의 제휴 및 지분관계로 각종 지원서비스를 제공하는 IFA사가 증가 또는 인수합병에 의한 대형화가 이루어지면서 보험회사는 대형 IFA사를 이용하여 안정적 매출을 확보할 수 있는 기회로 활용하는 것이 가능하였다.

둘째, 영국에서 독립채널의 대형화는 보험회사들이 금융유통산업으로의 진출을 가속화시켰다. 보험회사들은 기존의 상품제조 및 인수의 기능 외에도 금융유통업에 진출함으로써 업무영역을 다각화하고 수익기반을 확충하는 기회로 활용하였다. 특히 일부 보험회사들은 투자이익을 확보하기 위하여 대형 IFA사에 투자하는 전략을 취하였다.

셋째, 양극화 규정의 폐지에 따라 미래 보험판매시장을 주도할 수 있는 유통채널을 선제적으로 확보하고자 대형 IFA사에 적극 투자하게 된 것으로 보인다. 양극화 제도가 시장경쟁을 제한하고, 소매금융서비스 시장의 혁신을 저해한다

는 이유로 폐지됨에 따라 향후 IFA에서 다자제휴대리인으로 이동할 것이 예상되었다. 이에 기존에 판매규제로 인해 IFA에 투자하는 것에 제한이 있었지만 미래 성장동력을 확보한다는 차원에서 경쟁적으로 IFA에 투자하게 되었다.

## 나. 주요 생명보험회사 사례

### 1) Friends Provident

영국의 생명보험회사는 2000년 이후 투자형상품 및 연금상품이 주력상품이 되면서 모기지과 연관된 정기보험상품 등 보장성보험에 주력하던 전속대리인 제도가 급격하게 위축되었다. Friends Provident의 경우도 이러한 시장환경의 변화에 따라 2003년 전속대리인 조직을 없애고 전속채널은 몇 개의 주택금융조합만 운영하고 있는 상태이다.

2006년 기준 Friends Provident의 종목별 수입보험료 구성비를 보면 단체연금 58%, 투자형상품 18%, 연금 6%, 개인연금 8%, 보장성상품 10%이다. 이에 따라 판매채널의 운영도 연금 및 투자형상품을 주로 취급하는 IFA가 60% 이상을 차지할 정도로 주력채널이 되었다.

Friends Provident의 기본적인 채널전략은 IFA의 인수 및 지분참여를 통한 판매력 확보라고 할 수 있다. 탈양극화(depolarization) 정책의 도입으로 'Better than Best'(최고의 상품보다 나은 상품의 제공) 규칙의 제거와 다자제휴대리인 제도가 도입되었다. 이에 따라 생명보험회사들은 직접 IFA사를 소유함으로써 중개시장에 대한 이해를 높일 수 있고, 상품의 개발 및 제공에도 유리한 입장에 처할 수 있을 것으로 판단하였다. 즉, IFA사들이 보유하고 있는 고객 데이터베이스와 개별 IFA에게 축적되어 있는 고객관계를 확보함으로써 더 높은 시장점유율을 지향할 수 있을 것으로 기대되었다. 또한 IFA사들의 성장이 지속된다면 보험회사는 IFA사의 운영을 통해 수익을 올릴 수 있는 기회도 갖게 될 것으로 기대되었다. 무엇보다도 산업 전체적으로 전속채널이 약화되고 있는 상황에서, 채널측면에서 안정된 판매량을 확보하면서도 채널 통제력을 키우는 것이 중요한 목표였다. 이러한 면을 고려하여 Friends Provident는 적극적으로 IFA의 지분을 획득하는 전략을 실행하였다.

<표 IV-14> Friends Provident의 IFA사 지분참여 현황

(단위: %, 개)

M&A IFA사	지분율	시기	IFA 수	주력상품
Sesame	100	2007.5	8,000	투자형/보장성/연금/모기지
Pantheon	100	2007.5	43	투자형
Millfield	12	2002.6	1,600	Inter-Alliance 인수('04)
Tenet	21	2002.4	5,350	투자형
Berkeley Berry Birch	25	2001.12	-	-
Intrinsic	16	-	1,560	보장성
Assureweb	20	-	-	-
Home of Choice	10	-	-	보장성
Lighthouse	10	-	516	투자형/보장성
Cavanagh	10	-	80	연금

자료 : Datamonitor(2008), Matix-data, Friends Provident 발표자료 등을 이용 작성.

채널의 탈양극화 이후 영국 생명보험회사의 과제중의 하나는 타사 소유의 IFA사 및 금융기관의 다자제휴대리인 채널에 편입하는 것이었다. 즉 탈양극화가 되면서 등장한 다자제휴대리인 채널의 상품군에 편입하여 판매량을 늘리는 것이 경쟁에서의 주요한 과제로 등장하였다. Friends Provident는 적극적 제휴를 통해 주요 IFA사들의 상품군에 성공적으로 편입한 것으로 평가된다.

<표 IV-15> Friends Provident의 판매회사의 상품군 참여

M&A IFA회사	형 태	참여상품
St James's Place	IFA사	관리연금
Burns-Anderson's	IFA사	생보상품 및 연금
Thinc	IFA사	정기보험, CI
Bankhall	IFA사	보장성상품
Aon Consulting	IFA사	연 금
Barclays	은 행	생보 상품 및 연금

주 : Thinc는 AXA가 소유하고 있으며, Bankhall은 Skandia가 소유사입.  
 자료 : Friends Provident 발표자료

IFA를 통해 투자 및 금융형상품의 채널로 활용하였다면 전통적 상품인 보장성보험의 판매를 확보하기 위해 주택금융조합과의 전속채널 계약을 체결하였다. <표 IV-16>은 동사가 주택금융조합과의 전속계약 체결현황을 보여준다.

<표 IV-16> Friends Provident의 주택금융조합과의 전속체결 현황

주택금융조합	시 기	판매상품
Derbyshire	2006.3	모기지관련 보장성상품
West Bromwich	2006.3	모기지관련 보장성상품
Countrywide	2002.8	모기지관련 보장성상품
Portman	2005.11	모기지관련 보장성상품

자료 : Friends Provident 발표자료

Friends Provident는 규제완화와 더불어 IFA에 대한 투자가 부담이 없어진 상황에서 적극적으로 IFA 지분을 인수하고, 새로이 등장한 다자제휴대리인 채널에 상품을 편입시키는 등 독립채널을 확보하기 위한 적극적 전략을 추진한 결과 시장점유율 상승에 기여한 것으로 평가된다. 이와 함께 기존에 전속채널이 담당하던 전통적 생명보험은 주택금융조합과의 전속계약 체결을 통해 판매하는 방법으로 대응하였다.

## 2) Aegon 사례

영국의 생명보험회사인 Aegon은 대부분의 타 생명보험회사와 마찬가지로 독립채널의 급성장에 대응하기 위해 독립채널을 인수합병하거나 신규설립을 통해 적극적으로 진출하는 채널전략을 수행하였다. 특히 양극화 제도 폐지 이전 독립채널에 대한 선제적 투자의 일환으로 독립채널의 지분투자 및 판매자회사로의 편입 등을 사용하였다.

구체적인 독립채널 대응전략을 보면 첫째, 보험회사가 주도하여 IFA사인 Origen을 설립하였다. 독립판매채널 시스템을 구축하기 위해 Aegon은 2002년 Wentworth Rose를 인수한 이후 계속해서 Advisory & Brokerage, Aurora Financial Group, Elliott Bayley, Momentum Financial Service 등 5개 지역 IFA를 M&A하였고, 이를 통해 자체의 100% 지분을 소유한 IFA채널을 구축하였다. 즉, 지역 IFA를 단계적으로 인수한 후 통합 IFA 조직인 'Origen'을 출범시켜 대형 독립판매채널을 자회사 형태로 소유하게 되었다. 이러한 사례는 영국내에서 보험회사 중심으로 독립채널 시스템을 구축한 매우 독특한 사업모델로 꼽힌다. 통합 IFA인 Origen은 2004년 5월부터 판매활동을 개시하였으며, 통합 후 첫 해 200명의 자문가(advisor)가 £3,600만(약 660억원)의 매출을 달성하는 성과를 보여주었다.

둘째, Aegon은 대부분의 영국의 생명보험회사와 마찬가지로 대형 IFA사에 대한 지분투자 및 관계강화를 추진하였다. IFA의 판매 및 자문활동 과정에서 고객 및 자산관리와 같은 시스템을 지원하기 위해 2002년 테크니컬 솔루션회사인 「포지티브 솔루션(Positive Solution)」을 인수하였다. 또한 Aviva내 매출비중이 낮은 지역 IFA(Regional IFA)에 대한 인수전략과 병행하여 대형 IFA사에 대해서는 10%이상 투자할 경우 자사 상품을 판매할 수 없는 규제를 고려하여, 자사 보험상품을 판매할 수 있는 수준(9.9%)만큼 투자함으로써 시장점유율을 유지하는 전략을 사용하였다. 양극화 제도 폐지 이전 보험회사들은 독립채널에 대한 선제적 투자의 일환으로 IFA에 대한 지분투자 및 판매자회사로의 편입 등을 사용하였다. 그러나 일부 보험회사는 양극화의 폐지가 지연될 것을 예상치 못하고 IFA사를 인수함으로써 매출이 감소되는 사태가 발생한 경우도 나타났다.<sup>81)</sup>

셋째, Aegon은 자산운용, 상품개발 및 판매채널 등 각 기능을 전문화함으로써 금융서비스 기업으로 성장하게 되었다. Aegon은 제조, 자산관리 및 유통을 수익원천으로 하는 전략을 세우고, Aegon Asset management UK(자산운용), Aegon UK life & pensions(제조), Aegon UK Distribution Holdings(유통)로 분리하여 운영하고 있다. 즉, 제조기능은 주로 Scottish Equitable을 통해 이루어지며, 유통기능은 Origen을 통해 수행되고 있다. Origen은 출범 당시에 Scottish Equitable의 상품을 판매할 수 없었으나 Aegon은 Origen의 매출능력으로도 충분히 수익을 확보할 수 있다는 판단과 규제환경 변화시 미래 중요 판매채널로써 성장할 수 있을 것으로 예상하였다. Aegon은 아예 IT금융솔루션 회사를 인수함으로써 투자비용을 절감하고, 자체적으로 IFA들에게 시스템관련 기술지원을 제공하면서 IFA들의 운영비용도 절감해주는 등 인프라 지원을 통한 만족도 증가에 노력을 기울이고 있다. 이에 따라 Aegon은 2002년까지 매출의 절반 이상을 기업보험시장에서 창출하는 보험회사였으나 IFA 인수를 통해 재무설계 시장으로 사업영역을 확대할 수 있었다.

## 5. 평가 및 향후전망

영국에서 생보판매시장은 양극화 규정의 영향을 받아 독립채널이 주도적 채널로 성장하는 계기가 되었다. 이후 동 규정의 폐지는 다자제휴채널을 등장시키면서 기존 독립채널간의 경쟁을 심화시키게 되었다. 이에 따라 기존 독립채널인 IFA는 경쟁적으로 대형화를 추진하게 되었고, 이는 보험회사들이 금융유

---

81) Skandia의 경우도 양극화 제도 폐지를 예상하면서 미래 성장채널을 선점하기 위해 대형 IFA사 인수를 통해 유통사업을 확장하기 위해 2002년 소프트웨어 개발 및 금융서비스교육회사인 Lynx Group을 인수하면서 자회사인 Bankhall의 지분도 함께 인수함으로써 86%의 지분을 보유하게 되었다. 당시 Bankhall은 2천여 개의 IFA기업을 지원하며 4,500명의 독립설계사를 갖고 있는 대형 IFA사로서 영국 내 금융상품자문시장에서의 입지를 강화할 것이라 예상하였다. 그러나 당시 IFA에 10%이상 투자하는 보험회사는 실질적으로 해당 IFA에서 판매할 수 없었기 때문에 양극화 폐지가 지연되면서 Skandia의 규제비용증가와 마진감소와 함께 Bankhall의 영업권 장부가치마저 하락한 것으로 나타났다.

통시장에 진출하는 기회를 제공하게 되었다. 영국 생명보험회사의 보험유통시장 진출은 독립채널이 보험회사(제조사)와 완전 분리되는 형태에서 점차 보험회사의 통제하에 놓이게 되는 채널로 전환되어 가고 있음을 시사한다.

IFA채널은 다자제휴대리인의 등장에 대응하여 중소형 IFA 간 합병을 통한 대형화를 추구하고 있다. 이에 따라 대형화 경쟁에서 소규모로 운영되는 지역 IFA(Regional IFA)들은 점차 경쟁력을 잃게 될 것으로 보인다.

또한 소규모 IFA들과 제휴를 맺고 이들에게 서비스를 지원하는 IFA네트워크의 필요성이 점차 증대되고 있어 독립채널 지원네트워크는 현재의 수준보다도 규모가 큰 대형기관으로 진화될 것이 예상된다. 이와 같이 IFA의 대형화는 보험회사들이 지분투자 및 인수를 통해 금융유통산업으로 진출하는 계기가 되었다.

또한 영국의 생명보험회사의 독립채널에 대한 지원이 점차 조직적으로 변화되면서 초기 투자비용이 증가하고 있는 추세이다. 초창기에는 독립채널과의 관계유지 및 강화를 위해 주로 대리점 내 인력을 활용하여 IFA를 지원하여 왔으나 점차 비용규모가 큰 시스템 도입 등을 통한 지원으로 확대되고 있다. 이에 따라 독립채널에 대한 지원비용이 증가할 것으로 예상된다.

영국뿐만 아니라 대부분의 IFA제도를 도입하고 있는 국가에서 향후 IFA 채널은 생명보험 및 연금시장 분야에서 주도적인 역할을 할 것으로 예상된다. 영국을 비롯한 대부분의 보험선진국의 경우 전통적인 보장성 생명보험의 성장이 낮고, 연금 등 금융형상품의 성장률이 생명보험 시장을 성장을 주도하는 추세이다. 이에 따라 전통적 생명보험의 영역을 주요 타겟으로 활용하던 전속채널의 역할은 줄어들 것이 예상된다. 반면 금융형상품은 성장 추세가 향후에도 지속될 것으로 예상됨에 따라 주로 금융형상품을 대상으로 활동하는 IFA는 향후에도 그 비중이 크게 축소되지는 않을 것으로 보인다.

또한 다자제휴대리인의 점유율도 IFA의 성장에 따라 증가할 것으로 예상된다. 또한 향후 IFA사에 대한 보험회사의 지분이 확대되면서 생명보험회사의 통제력에 놓이는 IFA사가 늘어날 것이다.

영국은 끊임없이 금융상품 소매판매채널의 개혁을 추진하고 있다. 이러한 판매채널 개혁조치로 인해 향후 영국 생명보험시장은 다음과 같은 변화가 예상된



다.

첫째, IFA는 자격조건의 강화 및 규제강화<sup>82)</sup>로 시장에서 많은 수가 이탈할 것으로 예상된다. 영국의 컨설팅 업체들은 이러한 개혁조치가 실현될 경우 재무설계(FA) 업자의 20~50%가 시장에서 사라질 것으로 전망한다.

둘째, IFA의 자문을 원하는 고객과 원하지 않는 고객으로 양분될 것으로 예상된다. 투자 금액이 큰 고객들은 IFA에 자문을 받을 것이며, 그 외 고객들은 다자체휴(Multi-tied) 판매조직을 이용할 것이 예상된다. IFA의 자문수수료 중심의 새로운 제도 하에서 일부 소액 투자자는 마지못해 높은 자문수수료를 지불하고 서비스를 받는 현상도 발생할 것이다. 2005년부터 IFA는 고객 자문서비스 제공 대가로 판매수수료(commission)와 자문수수료(fee) 두 가지 중 고객이 원하는 방식에 의해 보상을 받아 왔으나, IFA의 수입액 중 90% 이상이 판매수수료인 것으로 나타났다.

셋째, IFA는 더 많은 고객 확보를 위해 보험사 상품 원가의 높은 투명성을 요구할 것이며, 이는 고객들로 하여금 보험사간 상품 및 가격 비교를 가능하게 하여 경쟁이 심화 될 것으로 예상된다. 특히 대형 IFA사 간 소비자의 관심을 끌기 위해 가격 인하 경쟁이 심화될 것이다.

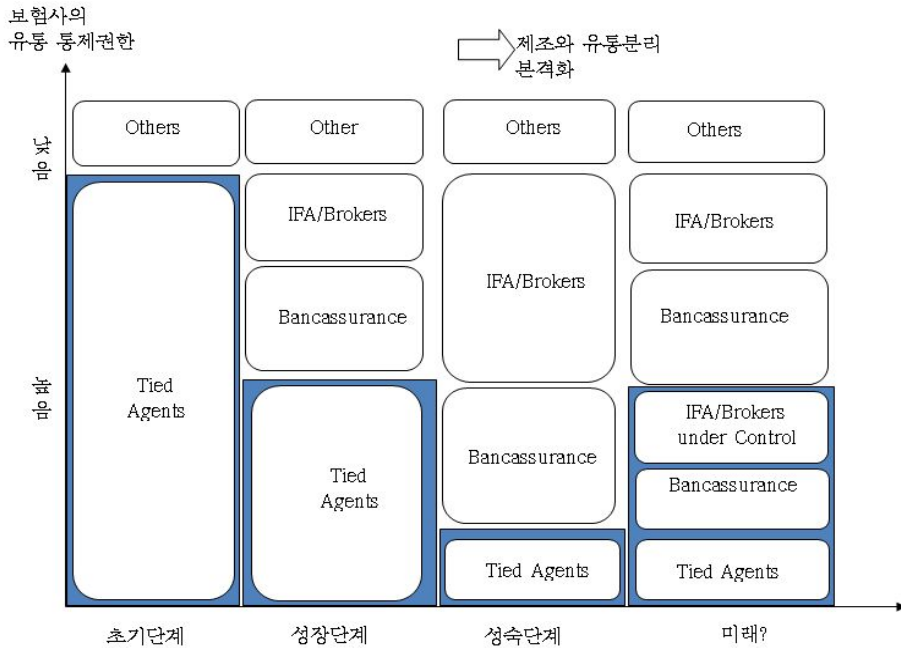
넷째, 보험사의 IFA 채널에 대한 영향력 행사가 어려워질 것으로 예상되는 반면, 직접 판매 루트 확보를 위해 IFA에 대한 인수가 확대될 가능성 높다.

영국의 보험판매채널을 중심으로 판매채널의 발전단계를 살펴보면 <그림 IV-3>과 같다. 우선 보험시장 초기단계에서는 전속채널이 주도적인 채널로 활동하는 시기로 대부분 국가에서 1980년대 이전의 보험시장 채널구조라고 볼 수 있다. 초기단계를 지나면 겸업화와 함께 보험시장에 경쟁이 촉진되고 다양한 유형의 독립채널이 시장에 도입되는 성장단계에 진입하게 되는데, 이 단계에서 보험시장은 대체적으로 큰 폭의 성장을 이루게 된다. 성장단계에도 여전히 전속채널이 보험판매의 주도적인 역할을 수행하지만 방키슈랑스와 독립형채널이

82) 2012년까지 QCF(Qualification Credit Framework) Level 4까지는 자격증을 보유해야 한다. QCF (Qualifications and Credit Framework, 자격학점제)란 영국의 국가자격제도로 자격 Level은 취득 자격증과 테스트 결과에 따라 총 9단계로 이루어지며, 자격교육과정 평가원(QCA)이 평가한다.

보험시장에서 점차적으로 그 영향을 넓혀가게 된다. 성장단계를 지나면 시장성숙단계에 이르게 되는데, 이 단계에서는 전속채널의 역할이 확연히 줄어들고 대신 독립채널과 방카슈랑스 등이 보험판매시장을 주도하게 된다. 독일 등 유럽의 일부국가와 미국이 이 단계에 해당한다. 그리고 대형화된 독립채널에 대해 적극적으로 대응하여 독립채널을 인수하거나 설립하는 것을 통해 보험회사로부터 일정부분 통제하에 놓이게 되는 단계가 도래할 것이다. 영국의 경우 이러한 단계에 접어들고 있는 것으로 볼 수 있으며, 향후 독립채널이 대형화되고 그 비중이 증가할수록 이러한 채널의 성향은 점차 확산될 것으로 예상된다.

<그림 IV-3> 영국 판매채널의 발전단계



주 : 음영부분은 보험회사 통제하에 놓이게 되는 채널을 의미  
 자료 : Mercer Oliver Wyman(2004); 대한생명 경제연구원(2008) 재인용.