

---

---

# 테 마 진 단

---

---

## ◆ 최근 방카슈랑스 실적 분석과 시사점

김진익 선임연구원

### 1. 머리말

2단계 방카슈랑스 시행을 계기로 방카슈랑스채널의 일반적인 실적과 특성을 논의하고 특히 금융기관보험대리점간 및 보험회사간의 시장집중도 변화 추이를 분석하여 그 개선여부를 알아보고자 함.

- 보험소비자들의 편의성 제고를 목적으로 방카슈랑스제도의 도입이 단행되었으나 보험설계사들에 대한 충격과 중소형보험사들의 소외문제를 완화하고자 도입일정이 수정되어 실시됨.
- 방카슈랑스 도입 초기 금융기관보험대리점간 실적에 대한 과열양상을 보이면서 기존채널에 대한 충격문제가 제기되고, 또한 협상력이 우수한 대형사 위주로 시장이 재편되는 편중화(Polarization)문제가 발생함에 따라 방카슈랑스제도가 수정됨.
- 개정된 2차 방카슈랑스 일정의 골자는 2단계 허용대상을 순수보장성 제3보험으로 축소하는 동시에 금융기관보험대리점에서 판매하는 1개 보험회사의 신규모집총액을 49%에서 25%로 축소하는 것이었음.
- 이 보고서에서는 방카슈랑스 채널에서 판매되는 보험상품의 실적과 특성을 살펴보고 방카슈랑스 판매 후 금융기관보험대리점간 및 보험회사간의 시장집중도가 개선되었는지를 분석해보고자 함.

## 2. 방카슈랑스채널 판매동향

### 가. 생명보험 방카슈랑스 판매실적

생명보험의 방카슈랑스채널을 통한 판매실적은 초기 과열양상에서 벗어나면서 일정한 수익패턴을 보이거나, 보험상품 추가개방에도 불구하고 저축성 보험위주의 일사납시장으로 형성되어가고 있음.

- 생명보험 1단계 방카슈랑스는 연금보험, 교육보험 등의 생존보험과 생사혼합보험 및 신용생명보험을 중심으로 시행되었음.
- 이들 상품군은 상품특성상 금융기관보험대리점에서의 판매가 용이할 것으로 예상되었던 상품들이며 판매 초기부터 전체 생명보험 초회보험료(분기)의 1/3이상을 점유하는 등 돌풍을 일으킴<sup>1)</sup>.
- 특히 2003년 4/4분기(48.2%)와 2004년 3/4분기(46.7%)에는 금융기관보험대리점의 경쟁적인 판매로 방카슈랑스의 비중이 절반에 육박하는 등 중요한 신계약 모집채널로 부상했음.

**<표 1> 생명보험 방카슈랑스 비중 추이(초회보험료 기준)**

(단위 : %)

구 분	2003			2004				2005		
	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4
기존채널	100.0	67.3	51.8	70.0	63.8	53.3	64.0	67.3	67.8	66.9
방카슈랑스	-	32.7	48.2	30.0	36.3	46.7	36.0	32.6	32.2	33.2
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

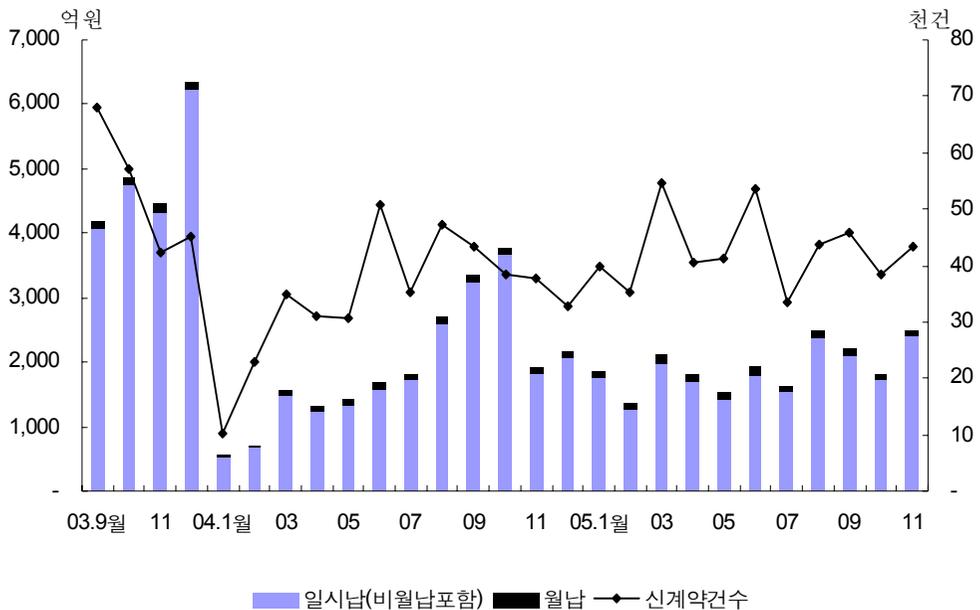
주: 각 분기별 비중임.  
 자료: 각사, 『월말보고서』, 각 월호.

- 방카슈랑스 판매실적은 2003년 9~12월 동안 1조 9,882억원(초회보험료 기준)이 판매되어 놀라운 실적을 보였으며, 2004년에는 2조 2,996억원, 2005년에는 11월말 기준으로 2조 1,336억원이 판매되고 있어 2005년 실적은 지난해 실적을 상회할 것으로 예상됨.

1) 회계연도의 언급이 없는 한 CY를 기준으로 하였음.

- 방카슈랑스 판매실적은 2003년 12월말까지 월평균 5천억원(초회보험료 기준) 가까이 판매되었으나, 2004년에는 월평균 1,916억원, 2005년에는 11월까지 월평균 1,940억원씩 판매되는 실적을 보이고 있음.
- 2단계 방카슈랑스가 시작되면서 순수보장성 제3보험 상품의 판매가 허용되어 판매종목 수가 늘었으나 판매실적은 저조함.
- 제3보험 상품(순수보장성)의 실적은 2005년 2분기 5천만원(초회보험료기준), 3분기 4억 1천만원, 10월~11월 2억 3천만원에 불과, 저조한 실적을 보임.
- 전체 초회보험료 실적은 2005년 4~11월 실적이 작년 동기간보다 11.0% 감소해 4월부터 판매하기 시작한 2차 방카슈랑스상품의 판매가 시장성장에는 영향을 주지 못한 것으로 보임.

<그림 1> 생명보험 방카슈랑스 월별실적(초회보험료 기준)



주: 각사 취합자료로 공식 보고되는 자료와는 차이가 있을 수 있음. 이하 같음.

- 전체 방카슈랑스의 납입방법별 실적을 보면 2003년에는 일시납보험료의 비중이 97.4%이었으나, 2004년 95.5%로 다시 2005년 11월까지 94.2%로 완만한 감소세를 보이고 있음.
- 이러한 현상은 판매상품이 대부분 저축성이라는 점과 금융기관보험대리점의 특성상 일시납상품을 선호하는 데 기인하는 것으로 보임.
- 납입방법별 구성은 순수보장성 제3보험이 개방된 2005년 4월 이후에도 큰 차이를 보이지 않으며, 이는 2단계 방카슈랑스 허용상품의 실적이 저조한 데 기인함.
  - 순수보장성 제3보험의 초회보험료구성은 60% 전후로 나타나 1차 허용대상 상품보다 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

**<표 2> 2단계 방카슈랑스 허용상품 초회보험료 구성**

(단위 : %)

	2005. 2/4분기	2005. 3/4분기	2005. 10~11
월납초회	94.9	34.6	44.4
일시납(비월납 포함)	5.1	66.3	55.6
전체	100.0	100.0	100.0

**나. 손해보험 방카슈랑스 판매실적**

손해보험 방카슈랑스의 경우 전반적으로 판매 실적이 저조하나 지속적인 상승추세를 보이고 있음.

- 손해보험 방카슈랑스 1단계는 장기저축성 보험과 함께 주택화재, 개인상해, 종합보험, 신용손해보험 등에 한하여 시행되었음.
- 생명보험의 경우와는 달리 손해보험 1차 방카슈랑스 허용상품들의 초기 성과는 은행에서 판매가 용이한 장기저축성 상품이 포함되었음에도 불구하고 저조했음.
- 손해보험 원수보험료에서 방카슈랑스의 비중은 FY2003 2/4분기 0.1%에 불과했으나, FY2004말에는 2.0%대에 진입하고 FY2005에는 3%대로 증가하는 등 서서히 상승하고 있음.

<표 3> 손해보험 방카슈랑스 채널 원수보험료 비중 추이

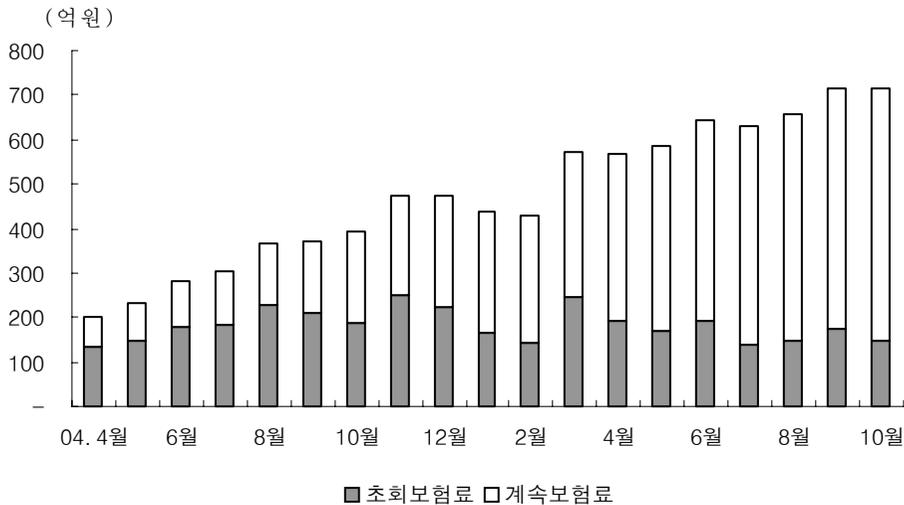
(단위 : %)

구 분	2003			2004				2005		
	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4
기존채널	100.0	99.9	99.8	99.8	98.7	98.4	98.3	97.9	96.9	96.9
방카슈랑스	-	0.1	0.3	0.4	1.3	1.6	1.8	2.0	3.0	3.1
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 누적 실적 기준임.

- 손해보험 방카슈랑스 초회보험료의 납입방법별 구성은 장기보험 일시납보험료의 비중이 낮음에 따라 원수보험료에서 계속보험료의 비중이 꾸준히 증가하고 있음.
- 손해보험 방카슈랑스 원수보험료 중 계속보험료가 차지하는 비중은 FY2004 1/4분기 35.7%이었으나, 3/4분기 50.7%로 50%대를 넘어서면서 FY2005 2/4분기는 77%대로 크게 증가하고 있음.

<그림 2> 손해보험 방카슈랑스 월별실적(원수보험료 기준)



### 3. 방카슈랑스 시장집중도 추이

#### 가. 생명보험 판매집중도 추이

생명보험의 경우 2단계 방카슈랑스 도입 이후 은행간 그리고 보험회사간 시장집중도가 모두 낮아지고 있는 것으로 나타남.

- 금융기관보험대리점의 시행은 거대유통조직의 출현으로 인한 채널통제력의 약화라는 측면을 가지고 있으며, 또한 중소형보험사들의 소외문제도 야기할 수 있음.
  - 2단계 방카슈랑스는 중소형사들의 소외문제를 완화하고자 금융기관보험대리점의 단일 보험사 판매비중을 신규모집총액 기준 49%에서 25%로 수정한 바 있음.
- 생명보험 금융기관보험대리점에 의한 판매는 대부분 은행에 의해 이루어지고 있으며, 은행의 시장집중도와 생명보험사들의 시장집중도는 점차 완화되고 있는 것으로 나타남.
  - 방카슈랑스 초회보험료 비중은 은행이 2003년 95%, 2004년 99%, 2005년 11월까지 97%를 차지하는 것으로 나타나 대부분의 실적이 은행에 의해 이루어지고 있으며, 은행 중에서도 7개 시중은행이 85%에 달하는 편중현상을 보임.
    - 또한 생명보험사들 사이에도 대형사들과 방카슈랑스에 처음부터 적극적으로 참여했던 일부 외국사들에 의한 시장집중도가 높음.
  - 이러한 은행의 시장집중도와 생명보험사 시장집중도는 2004년 들어서 오히려 심화되다가 2005년 들어서 완화되는 특징이 있으며, 특히 2003년과 비교해도 낮은 수준으로 하락하였음.

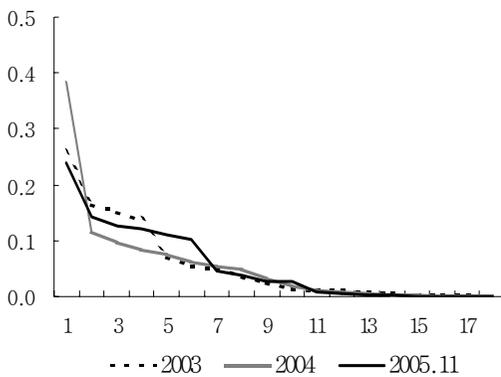
<표 4> 생명보험 시장집중도 추이

구 분	2003(a)	2004	2005. 1~11(b)	증감(b-a)
은행집중도	0.1479	0.1922	0.1345	-0.0134
생보사집중도	0.1153	0.1303	0.0881	-0.0271

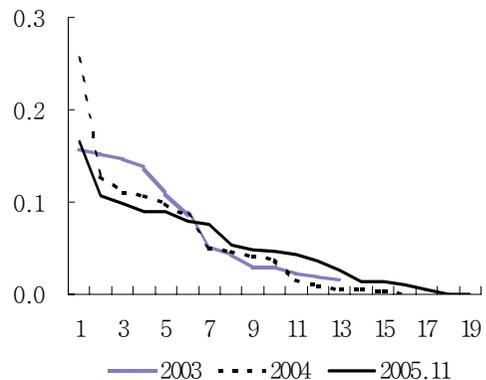
주: 각 은행 및 생명보험회사의 점유율(초회보험료기준)에 대한 자승의 합으로 구해지는 허핀달지수임.

- 이러한 시장집중도 완화는 초기 선점했던 은행과 보험사들의 점유율(초회보험료 기준)이 크게 하락하고 2005년 들어서는 중위권 은행과 보험사들의 점유율 상승에 기인하고 있음.
- 특히 시중은행 중 매년 2위에서 6위까지 은행들의 방카슈랑스 점유율은 2003년 매우 낮은 비중을 차지하였으나 2004년 2~4위 은행들의 점유율은 상승하였으며, 2005년 들어서는 2~6위사들의 점유율이 2003년보다 모두 상승했음.
- 또한 생보사들의 방카슈랑스 점유율도 2005년 들어서 7위권 밖 회사들의 시장점유율이 2003년과 2004년보다 증가하는 양상을 보임.

<그림 3> 은행별 시장점유율 추이



<그림 4> 생보사별 시장점유율 추이



주: X축의 숫자는 조사시점의 시장점유율 1위사부터 하위사로 배열된 것으로서 해마다 해당 기관명이 달라질 수 있음.

- 또한 시중은행의 제휴보험사는 초기 4.1개사에 불과하였으나 최근 8.3개로 늘어나 보험사들의 판매경로도 확대되고 있음.

<표 5> 시중은행의 평균 제휴보험사 추이

(단위 : 개)

구 분	2003	2004	2005. 1~11
회사수	4.1	5.7	8.3

주: 보고된 판매실적을 기준으로 한 것임.

나. 손해보험 판매집중도 추이

손해보험의 경우도 2단계 방카슈랑스 도입 이후 은행간 및 보험회사간 시장집중도가 모두 낮아지고 있는 것으로 나타남.

- 손해보험 방카슈랑스의 경우도 대부분 은행에 의해 이루어지고 생명보험의 경우와는 달리 시중은행보다는 특성상 기업금융대상 은행에 집중되는 경향을 보임.
  - 금융대리점별 초회보험료실적(신규실적, 일시납제외기준)은 생명보험의 경우와 같이 은행이 2003년 98.7%, 2004년 99.0%, 2005년 10월말 98.9%를 차지해 은행으로 편중됨.
- 은행의 시장점유율은 소수 은행으로 집중현상을 보이고 손해보험사의 점유율도 소수 회사에 의해 분할되는 현상을 보임.
  - 은행 중에도 주로 기업을 대상으로 하는 손해보험의 특성상 기업은행과 산업은행을 통한 보험료수입 비중이 절반을 차지하는 높은 수준을 보임.
  - 또한 손해보험사들의 판매도 상위 5개사에 집중돼 99%이상을 차지하나, 이들 보험사들이 차지하는 비중은 비교적 분산되어 있음.

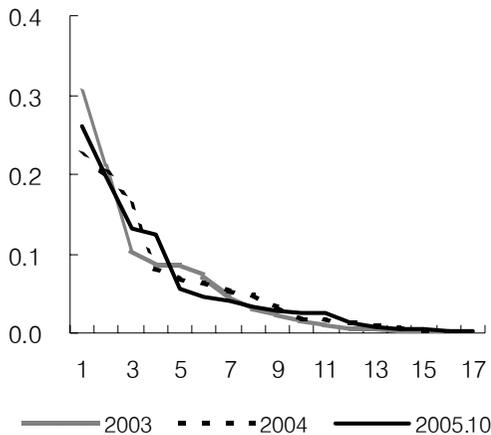
<표 6> 손해보험 시장집중도 추이

구 분	2003(a)	2004	2005. 10(b)	증감(b-a)
은행집중도	0.1709	0.1400	0.1504	-0.0205
손보사집중도	0.2222	0.2226	0.2096	-0.0126

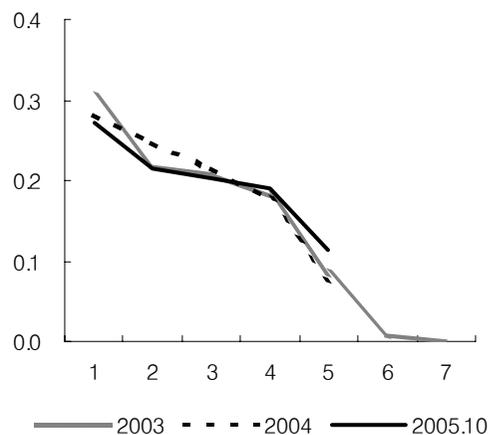
주: 각 은행 및 손해보험회사의 점유율(초회보험료기준)에 대한 자승의 합으로 구해지는 허핀달지수임.

- 그러나 은행 및 손해보험사의 시장집중도는 생명보험의 경우와 마찬가지로 집중도가 완화되고 있는 것으로 나타났으며, 특히 은행집중도가 더 큰 폭으로 하락하였음.

<그림 5> 은행별 점유율 추이



<그림 6> 손보사별 점유율 추이



### 3. 시사점

2차 방카슈랑스 시행 이후 금융대리점간 및 보험회사간 시장집중도가 완화되어감에 따라 보험회사들은 보다 적극적인 채널다각화전략을 구사할 필요가 있음. 또한 2차 방카슈랑스 이후에도 일시납 저축성 보험에 치우침에 따라 금리리스크관리와 함께 비일시납으로의 유도가 필요함.

#### 가. 금융기관과 보험회사 편중화 완화

- 은행간, 보험사간 판매편중현상은 2차 방카슈랑스 이후 완화되는 추세를 보이는 등 시장경쟁을 촉진하는 효과가 나타나고 있음.
- o 방카슈랑스 판매는 일부 은행과 보험회사들에 편중된 현상이 있으나 25%룰과 같은 제도적 조치가 적용된 2차 방카슈랑스가 시작된 2005년 들어서 시장집중도가 2003년보다도 개선되는 현상이 나타남.
- o 따라서 보험회사들은 방카슈랑스 채널을 활용할 수 있는 보다 우호적인 여건이 조성된 만큼 자사의 보험상품판매 전략과 채널전략을 고려하여 보다 적극적인 채널다각화 전략을 구사할 필요가 있음.

#### 나. 일시납 지속에 따른 리스크관리 강화와 비일시납 유도

- 생명보험 방카슈랑스의 상품편중현상은 지속되고 있어 보험회사의 자산운용에 부담을 주고 있음.
- o 2단계 개방상품의 실적은 매우 낮으며, 생보방카슈랑스는 지속적으로 저축성 상품, 일시납 중심으로 거수되고 있음.
- o 따라서 금리리스크 헤지와 함께 완전판매강화와 사후유지율을 제고시키고 안정적인 수입보험료 확보를 위해 비일시납 비중을 늘리는 방안이 강구되어야 함.
- 손해보험의 경우 2단계 시행 이후에도 보험료수의 증가에는 큰 기여를 하지는 않았지만 전체 원수보험료가 꾸준히 증가하고 있고 계속보험료의 비중도 증가하고 있어 방카슈랑스상품의 장기적 관리능력의 배양이 요구됨.