연구조사자료 2008-1

# 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사

2008. 2

양성문 • 김진억 • 지재원
박정희 • 김세중

**보험연구원**

# 머 리 말

우리나라 보험산업은 1997년 외환위기 이후 강도 높은 구조조정과 금융산업 전반의 경쟁력 향상을 통해 제2의 도약을 이루게 되었다. 그러나 날로 경쟁이 치열해지는 경영환경에서 각 보험사들은 새로운 성장 동력을 찾기 위한 노력을 강화하고 있다. 또한 보험산업을 둘러싼 금융환경은 예측하기 힘들 정도로 빠르게 변화하고 있으며 진보하고 있다. 특히 최근 세계적인 개방화, 탈규제화의 흐름 속에 금융시장의 글로벌화는 가속화되고 있으며 이러한 흐름은 앞으로도 계속될 전망이다.

보험산업을 둘러싼 이러한 대내외적인 환경변화는 우리나라 보험사들이 글로벌화라는 국제적 조류에 부응하고 국내 보험시장의 포화에 대비하기 위해 적극적인 해외진출 전략을 추진하고 글로벌 경쟁력을 갖출 것을 요구하고 있다. 그러나 국내 보험사들의 해외진출 상황은 아직 미미한 형편이며 진정한 의미의 글로벌화는 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

이에 우리 원에서는 국내 보험사들의 해외진출전략 수립에 앞서 해외진출 가능성을 객관적으로 검토하는 데 도움을 주고자 진출 유망지역에 대한 다양한 정보를 제공하기 위해 본 보고서를 발간하게 되었다. 이 보고서가 보험산업의 글로벌화에 대한 관심을 제고하고 보험사의 해외진출 전략 수립에 유용한 자료로 활용되기를 기대한다.

마지막으로 이 보고서를 완성하기 위해 최선을 다해 준 연구자 여러분들과 세미나를 통해 유익한 조언을 아끼지 않았던 원내외의 많은 분들께 감사를 표한다.

2008년 2월

보 험 연 구 원

원장 나 동 민

# < 목 차 >


**요 약 ····· 1**

**Ⅰ. 서 론 ····· 25**

**Ⅱ. 글로벌화의 개요 ····· 27**

1. 글로벌화의 개념 ····· 27
2. 글로벌화의 필요성 ····· 29
3. 글로벌화의 방법 ····· 36

**Ⅲ. 국내 보험회사의 해외진출 현황 및 타당성 분석 ····· 39**

1. 해외진출 현황 ····· 39
2. 해외진출 타당성 분석 ····· 44

**Ⅳ. 글로벌화 추진을 위한 해외시장 분석 ····· 55**

1. 중국 ····· 55
2. 인도 ····· 105
3. 베트남 ····· 159

**Ⅴ. 요약 및 결론 ····· 203**

**<참고문헌> ····· 210**

**[부록] 보험회사의 글로벌화 사례 조사 ····· 214**

1. AIG ····· 214

2. Allianz ·····226
3. AXA ·····242
4. ING ·····251
5. Metlife ·····268

# <표 차례>

<표 Ⅱ-1> 생명보험가입률/가입건수 추이 ·····30
<표 Ⅱ-2> 생·손보사 수입보험료 추이 ·····31
<표 Ⅱ-3> 금융기관 인수합병(M&A) 추이(1997년~2006년) ·····32
<표 Ⅱ-4> 2004년 세계 생명보험사 순위 ·····34
<표 Ⅲ-1> 국내 보험회사 업종별·진출형태별 해외점포 현황 ·····39
<표 Ⅲ-2> 생명보험회사 해외점포 진출 현황 ·····40
<표 Ⅲ-3> 손해보험회사 해외점포 진출 현황 ·····41
<표 Ⅲ-4> 보험사 해외점포 재무 및 손익현황 ·····42
<표 Ⅲ-5> 2006 세계 상위 5개 글로벌 보험사 및 국내 상위 3사 규모 ·····43
<표 Ⅲ-6> 진출 국가별 해외점포 수 ·····44
<표 Ⅲ-7> 주요 아시아 보험시장 성장률과 보험침투도 ·····46
<표 Ⅳ-1> 중국의 국토 ·····55
<표 Ⅳ-2> 중국의 행정구역과 지도(Ⅰ) ·····56
<표 Ⅳ-3> 중국의 기후 ·····57
<표 Ⅳ-4> 중국의 총인구 추이 ·····58
<표 Ⅳ-5> 중국의 성별, 도·농별 인구 추이 ·····58
<표 Ⅳ-6> 중국의 지역별 인구 수 추이 ·····59
<표 Ⅳ-7> 중국의 연령별 인구 추이 ·····60
<표 Ⅳ-8> 중국의 소수민족 인구 ·····61
<표 Ⅳ-9> 중국의 GDP, 1인당 GDP, 물가상승률 ·····62
<표 Ⅳ-10> 중국의 수출, 수입 규모 ·····63
<표 Ⅳ-11> 중국의 산업별 생산규모 및 비중 ·····64
<표 Ⅳ-12> 중국의 부문별 외국인 직접투자 규모 ·····65
<표 Ⅳ-13> 중국의 증권시장 현황 ·····66
<표 Ⅳ-14> 2007년 중국 금리인상 추이 ·····67
<표 Ⅳ-15> 중국 보험 역사의 주요 사건 ·····70

<표 Ⅳ-16> 주요국의 수입보험료 규모(2006년) ·····71
<표 Ⅳ-17> 중국 수입보험료 규모, 순위, 비중 추이 ·····73
<표 Ⅳ-18> 중국 보험밀도 및 보험침투도 추이 ·····74
<표 Ⅳ-19> 주요 지역별 경제 현황 ·····75
<표 Ⅳ-20> 주요 지역별 보험시장 현황(2005) ·····76
<표 Ⅳ-21> 주요 지역별 보험밀도, 침투도 ·····76
<표 Ⅳ-22> 중국 보험사의 국내운용자산 다각화 과정 ·····82
<표 Ⅳ-23> 중국 보험사의 판매 채널 현황 ·····84
<표 Ⅳ-24> 보험상품 구성비 변화 ·····85
<표 Ⅳ-25> 글로벌 보험회사의 중국 진출 현황 ·····89
<표 Ⅳ-26> 외국계 생명보험사 진출 현황 ·····89
<표 Ⅳ-27> 외국계 손해보험사 진출 현황 ·····91
<표 Ⅳ-28> 외국계 재보험사 진출 현황 ·····92
<표 Ⅳ-29> 외국계 생명보험사 주요 도시 시장점유율 ·····93
<표 Ⅳ-30> 외국계 손해보험사 시장점유율 ·····94
<표 Ⅳ-31> 외국계 손해보험사 영업성과 ·····95
<표 Ⅳ-32> 인도 국가개요 ·····107
<표 Ⅳ-33> 인도 주요도시 현황 ·····108
<표 Ⅳ-34> 인도 주요도시별 기후 ·····108
<표 Ⅳ-35> 인도의 경제성장률 지표 ·····109
<표 Ⅳ-36> 산업부문별 경제성장률 ·····110
<표 Ⅳ-37> 산업별 생산비중 ·····110
<표 Ⅳ-38> 물가 및 재정적자 ·····111
<표 Ⅳ-39> 주요 대외거래 지표 ·····112
<표 Ⅳ-40> 주요 국가별 수출입 현황(2006-07) ·····112
<표 Ⅳ-41> 인도의 외국인직접투자(FDI) 추이 ·····113
<표 Ⅳ-42> 대인도 직접투자 상위 10개 품목 ·····113
<표 Ⅳ-43> 국가별 대인도 FDI 현황 ·····114
<표 Ⅳ-44> 인도 자동차산업 연도별 수출 현황 ·····116

<표 Ⅳ-45> 인도 IT 소프트웨어 및 서비스 산업규모 ·····119
<표 Ⅳ-46> 인도 IT 소프트웨어 및 서비스 산업 고용현황 ·····119
<표 Ⅳ-47> 연도별 한국의 인도 투자 현황 ·····123
<표 Ⅳ-48> 지역별 대인도 진출기업 현황 ·····124
<표 Ⅳ-49> 업종별 인도 투자 현황 ·····126
<표 Ⅳ-50> 제조업 부문별 인도 투자 현황 ·····126
<표 Ⅳ-51> 규모별 인도 투자 현황 ·····127
<표 Ⅳ-52> 우리 주요 투자기업 리스트 ·····127
<표 Ⅳ-53> 인도의 채권 발행부문별 발행액 및 비중 ·····131
<표 Ⅳ-54> 인도의 콜금리 및 예금금리 추이 ·····132
<표 Ⅳ-55> 손해보험 요율 자유화 로드맵 ·····134
<표 Ⅳ-56> 인도의 보험회사 현황 ·····135
<표 Ⅳ-57> 인도의 최근 5년 총보험료 성장추이 ·····136
<표 Ⅳ-58> 인도의 최근 5년 생명보험 및 손해보험 보험료 성장추이 ·····137
<표 Ⅳ-59> 인도의 최근 5년 보험밀도 및 보험침투도 ·····139
<표 Ⅳ-60> 생명보험 수입보험료 및 사별 시장점유율 ·····140
<표 Ⅳ-61> 생명보험 신계약건수 ·····141
<표 Ⅳ-62> 손해보험 수입보험료 규모(인도 내) ·····144
<표 Ⅳ-63> 회사별 손해보험 수입보험료 성장률 및 비중(해외원보험 포함) ··145
<표 Ⅳ-64> 손해보험 부문별 순손해율 ·····147
<표 Ⅳ-65> 보험관련 법규 주요내용 및 진입규제 ·····149
<표 Ⅳ-66> 부문별 보험회사 현황 ·····150
<표 Ⅳ-67> 인도진출 국가별 합작사 수 ·····150
<표 Ⅳ-68> 국영 및 민영보험사의 연도별 보험료 및 시장점유율 추이 ····151
<표 Ⅳ-69> 민영 손해보험회사 연도별 보험료 및 시장점유율 추이 ·····151
<표 Ⅳ-70> 민영 생명보험회사 연도별 보험료 및 시장점유율 추이 ·····152
<표 Ⅳ-71> ITGI사 연도별 원수보험료 및 성장률 ·····154
<표 Ⅳ-72> 베트남 인구 및 국토 ·····159
<표 Ⅳ-73> 도이머이 추진 이후 주요 기간별 경제개혁 추진 내용 ·····161

<표 Ⅳ-74> 주요 경제·사회 지표 ·····163
<표 Ⅳ-75> 베트남 사회경제개발 5개년 계획 목표 ·····164
<표 Ⅳ-76> 산업 부문별 생산액 및 증가율 ·····165
<표 Ⅳ-77> 투자 여건 비교표 ·····169
<표 Ⅳ-78> 대 베트남 10대 투자국 ·····171
<표 Ⅳ-79> 투자지역으로서 남부와 북부의 비교 ·····172
<표 Ⅳ-80> 주요 지역별 외국인투자 동향 ·····173
<표 Ⅳ-81> 산업별 투자 건수 및 자본(누적치 및 2006년) ·····175
<표 Ⅳ-82> 투자승인액 규모별 2006년도 10대 사업 ·····176
<표 Ⅳ-83> 보험시장 규모 비교 ·····182
<표 Ⅳ-84> 베트남의 보험시장 소유 구조(2005) ·····182
<표 Ⅳ-85> 베트남의 시장 점유율 및 규모 순위 ·····183
<표 Ⅳ-86> 2006년도 베트남 생명보험시장 ·····185
<표 Ⅳ-87> 주요 상품별 수입보험료 현황 ·····185
<표 Ⅳ-88> 2006년 베트남 생명보험회사의 자산 현황 ·····186
<표 Ⅳ-89> 베트남의 손해보험회사 설립 형태 ·····187
<표 Ⅳ-90> 베트남의 손해보험 회사별 수입보험료 ·····188
<표 Ⅳ-91> 종목별 수입보험료 및 지급보험금 ·····190
<표 Ⅳ-92> 종목별 손해율 추이 ·····191
<표 Ⅳ-93> 2006년 베트남 손해보험회사의 자산 현황 ·····192
<표 Ⅳ-94> 보험·은행·증권업 서비스 분야 개방 현황 ·····194
<표 Ⅳ-95> 외국기업 관련 구법과 신법 주요 차이점 ·····195
<표 Ⅳ-96> 법인세 우대세율 ·····197
<표 Ⅳ-97> 급여 수준별 개인소득세율 현황 ·····197
<표 Ⅳ-98> 지역별 최저 임금 ·····198
<표 Ⅳ-99> 직종별(생산, 사무) / 업종별(제조, 서비스) 임금 수준 ·····198
<표 Ⅳ-100> 주요 인프라 현황 ·····199

# <그림 차례>

<그림 Ⅲ-1> 주요 아시아 보험시장의 성장률지표 ·····47
<그림 Ⅲ-2 > 중국 보험시장 추세 ·····48
<그림 Ⅲ-3> 인도 보험시장 추세 ·····51
<그림 Ⅲ-4> 베트남 보험산업 추세 ·····53
<그림 Ⅳ-1> 중국의 행정구역 및 지도(Ⅱ) ·····56
<그림 Ⅳ-2> 중국의 금리 추이 ·····67
<그림 Ⅳ-3> 총수입보험료 추이 ·····72
<그림 Ⅳ-4> 생명보험 수입보험료 추이 ·····72
<그림 Ⅳ-5> 손해보험 수입보험료 추이 ·····73
<그림 Ⅳ-6> 생명보험 시장점유율 ·····77
<그림 Ⅳ-7> 손해보험 시장점유율 ·····78
<그림 Ⅳ-8> 손해보험 종목별 비중 ·····79
<그림 Ⅳ-9> 손해보험 지역별 비중 ·····79
<그림 Ⅳ-10> 보험산업 총자산 추이 ·····80
<그림 Ⅳ-11> 자산운용 비중 ·····81
<그림 Ⅳ-12> 자산운용 수익률 추이 ·····82
<그림 Ⅳ-13> BSE Sensitive Index(30 Scrips) 추이 ·····130
<그림 Ⅳ-14> 인도의 최근 5년 총보험료 및 성장률 추이 ·····137
<그림 Ⅳ-15> 인도의 최근 5년 생명·손해보험 보험료 및 성장률 추이 ···138
<그림 Ⅳ-16> 손해보험 종목별 보험료 비중 ·····146
<그림 Ⅳ-17> ITGI사의 종목별 보험료 비중 ·····154
<그림 Ⅳ-18> 외국인 총투자액 ·····170
<그림 Ⅳ-19> 2006년 베트남 지역별 외국인투자 비중 ·····174
<그림 Ⅳ-20> 2006년 베트남 지역별 외국인투자 비중 ·····174
<그림 Ⅳ-21> 베트남 이자율 ·····178
<그림 Ⅳ-22> 베트남의 주가지수 추이 ·····179

<그림 Ⅳ-23> 베트남 동화의 대미 달러 환율 추이 ·····180
<그림 Ⅳ-24> 베트남의 보험침투도 및 보험료 성장 추이 ·····184

## <부록 차례>

<표-1> 알리안츠 그룹의 최근 인수·합병 연혁 ·····226
<표-2> 알리안츠 그룹의 기본 전략과 가치 ·····229
<표-3> 알리안츠 그룹의 복합금융 실적 ·····230
<표-4> 프랑스의 주요 판매전략 ·····234
<표-5> 스위스의 주요 판매전략 ·····234
<표-6> 중앙 및 동유럽의 주요 판매전략 ·····234
<표-7> 미국의 주요 판매전략 ·····235
<표-8> 아시아 태평양 지역의 주요 판매전략 ·····235
<표-9> 프랑스의 주요 판매전략 ·····236
<표-10> 영국의 주요 판매전략 ·····236
<표-11> 스위스의 주요 판매전략 ·····236
<표-12> 중앙 및 동유럽의 주요 판매전략 ·····237
<표-13> 미국의 주요 판매전략 ·····237
<표-14> 아시아 태평양 지역의 주요 판매전략 ·····237
<표-15> 알리안츠 그룹의 5가지 기본 전략 ·····240
<표-16> 총수입 기준 글로벌 생명보험사 순위 ·····243
<표-17> AXA Group와 Winterthur Group의 금융회사 수 ·····248
<표-18> AXA 그룹의 지역별 지주회사 수 ·····250
<표-19> 해외시장별 ROE ·····271
<그림-1> 알리안츠의 사업분야별 실적 ·····231
<그림-2> 지역별 손해보험 실적 및 보험료 성장률 ·····232
<그림-3> 지역별 생명보험 실적 및 보험료 성장률 ·····233

<그림-4> AXA 그룹 부문별 수익비중 ·····244
<그림-5> AXA 그룹 지역별 수익비중 ·····244
<그림-6> ING 금융그룹의 체제 ·····252
<그림-7> ING 사업영역 구분 ·····257
<그림-8> ING 그룹의 당기순이익 현황 ·····257
<그림-9> ING 그룹 수익 현황(2006년) ·····260
<그림-10> MetLife사의 해외 운영수익 ·····270
<그림-11> 중국 GDP 대비 국내총저축 ·····272
<그림-12> 중국 생명보험시장의 회사별 점유율 ·····273
<그림-13> MetLife 한국시장 보험료 및 수수료 ·····275
<그림-14> 일본 연금의 판매채널별 신규실적 ·····276

# 요 약

## Ⅰ. 서론

□ 연구의 목적

국내 보험시장의 포화에 따른 경쟁에 대비하고, 경영위험 분산과 수익원 다변화를 위하여 새로운 성장동력을 발굴할 필요성이 증대 이에 따라 국내 보험사들의 해외진출에 필요한 외국제도를 조사하고, 외국 보험사들의 글로벌화 성공사례를 조사하여 국내 보험사들에게 소개

□ 연구의 범위 및 방법

연구범위는 크게 해외진출 대상국에 관한 조사 및 외국 보험사의 글로벌 성공사례로 구분

- 조사 대상국가 : 중국, 인도, 베트남
- 글로벌 성공사례 조사 : AIG, Allianz, AXA, Met, ING

연구방법

- 기존의 국내외 문헌 및 자료 조사
- 해외출장을 통한 최신 자료 입수 및 면담을 통한 조사내용 확인

## Ⅱ. 글로벌화의 개요

### 1. 글로벌화의 개념

□ 글로벌화(globalization)에 대한 논의는 90년대부터 나타나기 시작했으며, 현재에도 광범위하게 논의되고 있음.

글로벌화가 무엇인가에 대한 정의는 명확히 일치되어 있지 않으며, 학자들마다 다르게 정의하고 있음.

글로벌화에 대한 가장 기본적인 인식은 '세계적 연계성의 심화와 가속'으로 볼 수 있으며, 경제·사회적으로 세계가 하나로 통합되어가는 과정으로 정의할 수 있음.

□ 글로벌화의 논의와는 별도로 은행, 증권, 보험 등 금융산업 분야에서는 금융의 글로벌화(financial globalisation)가 논의되고 있음.

금융의 글로벌화는 정의상 세계 모든 국가의 금융시장이 하나로 통합(integration)되는 것을 의미함.

## 2. 글로벌화의 필요성

### 가. 글로벌화를 통한 시장 확대

□ 전통적인 제조업의 경우 글로벌화는 크게 시장개척요인, 비용절감요인, 기술적 요인 등 세 가지 필요성에 의해 추진된다고 볼 수 있음.

그러나 보험산업과 같은 서비스 산업의 경우 글로벌화를 통한 비용절감이나 기술습득보다는 시장개척 요인이 글로벌화의 주된 요인이라고 볼 수 있음.

우리나라 보험산업은 최근 양호한 수입보험료 성장이 이루어지고 있으나 가구당 보험가입률을 고려할 때 변액보험을 제외한 전통적인 보험수요가 포화상태에 있음에 따라 해외시장으로의 진출 필요성이 증대되고 있음.

### 나. 글로벌화의 국제적 조류

□ 보험산업의 글로벌화는 내적 필요성에 의한 시장확대 요구뿐만 아니라 전 세계적인 금융업의 글로벌화(financial globalization)의 조류

에 동참해야 하는 외적 필요성에 의해 추진되고 있음.

금융기관의 글로벌화를 향한 추세는 금융분야의 구조적인 변화와 밀접한 관계가 있음.

많은 국가들이 외국 금융기관에 대해 시장을 개방하고 있는 것과 더불어 탈규제화(deregulation)는 은행, 증권, 자산관리 그리고 보험을 하나의 조직 내에서 결합하는 복합기업의 출현을 원활하게 만들었음.

인수합병(M&A)활동은 금융 산업의 결합을 주도하였고 지속적인 증권화와 파생상품시장의 확대는 금융기관이 내부적으로 보유했어야 할 리스크를 국내외적으로 이전할 수 있도록 만들었음.

## 3. 글로벌화의 방법

□ 글로벌화의 수준은 수출지향화, 다국적화, 글로벌화의 3가지 단계로 구분하며, 우선 수출지향화는 보험사의 입장에서 볼 때 새로운 보험상품을 외국의 보험사에 수출한다든가 국내의 보험상품을 국경 간 거래를 통해 외국에 판매하는 형태가 될 수 있을 것임.

그러나 서비스 상품의 특성상 이러한 방법은 거래 규모가 크지 않을 뿐만 아니라 규제의 대상이 되기도 하는 등 한계점을 가짐.

다국적화는 외국시장에 회사를 설립하여 상품개발, 판매 등의 기업활동을 영위하는 것을 의미함. 현재 글로벌화를 지향하고 있는 우리나라의 많은 산업들이 이러한 단계에 머물러 있으며 금융산업의 경우는 다국적화 단계조차 미진한 상황임.

우리나라의 보험사가 해외에서 기업활동을 하는 방법은 세 가지 방법이 고려될 수 있는데, 현지회사와 합작사를 설립하여 진출하는 방법, 신설사를 설립하여 진출하는 방법, M&A를 통하여 진출하는 방법 등이 그것임.

# Ⅲ. 국내 보험회사의 해외진출 현황 및 타당성 분석

## 1. 해외진출 현황

□ 국내 보험회사의 해외진출은 대형사를 중심으로 2007년 9월 현재 6개 손해보험회사와 4개 생명보험회사가 각각 8개국에 진출해 있음.

○ 해외점포 수는 2007년 9월 현재 58개로 중국, 베트남 등 성장잠재력이 풍부한 신흥시장과 미국시장을 중심으로 진출

<표 1> 국내 보험회사 해외점포 현황

(단위 : 개, %)

| 구분 | 북미 | 유럽 | 아시아 | | | | | | | | 총계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 미국 | 영국 | 베트남 | 싱가포르 | 인도 | 인도네시아 | 일본 | 중국 | 태국 | 홍콩 | |
| 생명보험회사 | 8 | 2 | 1 | - | 1 | - | 3 | 4 | 1 | 1 | 21 |
| 손해보험회사 | 10 | 4 | 5 | 1 | - | 3 | 4 | 9 | - | 1 | 37 |
| 총합계 | 18 | 6 | 6 | 1 | 1 | 3 | 7 | 13 | 1 | 2 | 58 |
| 비중(%) | 31.0 | 10.3 | 58.6 | | | | | | | | 100.0 |

자료 : 금융감독원, 2007. 9월말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황

## 2. 해외진출 타당성 분석

□ 검토대상국 고려

○ 아시아 신흥보험국(emerging insurance markets)으로 제한

○ 연평균성장률, 침투율 등의 비율분석과 보험시장 관련 최근 추세를 고려함.

□ 비율분석

○ 연평균수입보험료 성장률은 인도가 28.49%로 가장 높았으며, 호주가 9.95%로 가장 낮았음.

○ 침투율은 인도네시아가 1.33%로 가장 낮았으며, 타이완이 14.52%로 가장 높았음.

○ 두 비율을 고려했을 때 중국, 인도, 베트남, 인도네시아 등이 가장 성장가능성이 높은 것으로 나타남.

□ 최근 추세(중국)

○ 높은 경제성장률을 시현하고 있으며, 대외개방도 이루어지고 있음.

○ 인구는 세계 제1이며, 최근 성장률이 감소하고 있음.

□ 최근 추세(인도)

○ 지속적으로 높은 경제성장률을 보이나 열악한 인프라와 인력구조, 부패만연은 진출 장애요인임.

○ 세계 2위의 인구를 자랑하며, 하층민의 높은 비율에도 불구 신흥 중산층도 확대 추세임.

□ 최근 추세(베트남)

○ 고도성장을 지속하고 있으며, WTO 가입으로 대외개방이 급속도로 이루어지고 있고, 젊은 층의 인구비중이 높음.

# Ⅳ. 글로벌화 추진을 위한 해외시장 분석

## 1. 중국

□ 중국 보험시장의 역사는 크게 중국인민보험공사(PICC) 설립, 독점체제의 붕괴, WTO 가입과 외국사 진입확대 등을 기준으로 나누어 볼 수 있음.

- o PICC 설립 이전 중국에는 많은 국내사와 외국사가 영업활동을 하였으나 1949년 중화인민공화국 성립과 함께 국내사들은 PICC로 통합되었고 외국사들은 모두 퇴출됨.
- o PICC의 독점체제는 등소평의 개혁과 개방정책에 의해 무너졌으며 1988년 Ping An 보험이 설립되었고 1992년 외국계 보험사인 AIG가 진출함.
- o 이후 2002년 WTO가입을 전후하여 규제완화를 통해 많은 외국계 보험사가 시장에 진입하였으며 이로 인해 경쟁이 가속화됨.

□ Swiss Re에 따르면 2006년 중국의 총수입보험료는 약 708억 달러이며 수입보험료 기준으로 세계 9위권에 해당함.

- o 생명보험, 손해보험산업의 수입보험료는 각각 451억 달러, 257억 달러로 세계 8위, 11위 수준을 나타내고 있으며 중국 보험시장이 세계 시장에서 차지하는 비중은 1.90%임.
- o 보험밀도는 조사대상 88개국 중 70위권에 머물러 있으며 보험침투도 또한 2006년 생명보험 1.7, 손해보험 1.0으로 세계평균인 4.5, 3.0을 하회함.

□ 중국 보험시장은 생명보험, 손해보험 모두 상위 3개사의 점유율이 높은 편이며 외국사의 점유율은 낮은 상황임.

- o 중국의 생명보험시장은 상위 3개사인 중국인수, 평안, 태평양 등이 전체 수입보험료의 70%를 장악하고 있으며 특히 중국인수는 44%의 점유율을 차지하고 있고 외국사의 점유율은 9%임.
- o 손해보험시장 또한 상위 3사인 중국인보, 평안, 태평양 등의 시장점유율이 78%이며, 중국인보는 손해보험 시장의 절반 이상인 55%의 시장을 점유하고 있으며 외국사의 점유율은 1%에 불과함.

□ 2002년 WTO 가입에 따라 외국사보험사업자에 대한 규제가 큰 폭으로 완화되었으나 외국보험회사를 설립하기 위해서는 많은 요건이 필요함.

- o 보험업무 경력이 30년 이상이어야 하며, 중국 내 대표사무소를 설립한 지 2년 이상이 경과해야 하고 설립신청서 제출 전 1년 말 자산총액이 50억 달러 이상이어야 함.
- o 또한 생명보험의 경우 외자비율 50%의 합자회사만이 허용되는 반면 손해보험은 진출이 허용됨.
- o 2001년 WTO 가입 당시에는 상해, 황주, 심천 등 5개 도시에서만 영업을 허용하였으나 2년 이내에는 북경 등 11개 도시를 추가하였고, 3년 이내인 2004년 말 이후에는 지역제한이 완전히 철폐됨.

□ 2005년 말 현재 중국에는 생명보험 22개사, 손해보험 12개사, 재보험 4개사의 외국계 보험회사가 영업 중임.

- o 생명보험산업의 외국사 시장점유율은 상해, 광동, 심천, 북경 지역에서 각각 19.24%, 11.95%, 14.26%, 51.94%를 기록 중이며 중국전체 점유율 9%를 상회하고 있음.
- o 손해보험의 경우 상해에서의 시장점유율이 11.71%로 상당히 높은 편이며 그 외에 광동, 심천, 대련 등에서 중국전체 시장점유율인 1%를 상회하는 점유율을 보이고 있음.
- o 외국사의 경영성과는 좋지 않은 편으로 2005년 말 현재 AIG계열의 AIA, AIU를 제외한 대부분의 외국계 회사들은 순손실을 기록하고 있음.

□ 우리나라 보험사는 오랜 영업경험을 보유하고 있으며, 중국과 지리적으로 인접하며 많은 문화적, 정서적 동질성을 가지고 있다는 점 등 중국시장 진출 시 강점을 가짐.

o 중국은 많은 인구를 가지고도 아직 미개척인 지역이 다수 존재하며 많은 지역의 보험시장이 아직 성숙되지 않아 우리나라 보험사에 기회를 제공할 것으로 보임.

o 그러나 중국시장의 경쟁이 이미 심화되고 있고 현지화되어 있는 외국사들과 경쟁해야 한다는 것은 부담이 될 수밖에 없음.

o 우리나라 보험사들은 중국시장 진출을 위해 정부기관과의 관계형성, 지역의 선택, 합작 파트너의 선택, 상품의 선택, 판매채널의 선진화 등의 전략을 모색해 볼 필요가 있음.

## 2. 인도

### 가. 보험산업 개요

□ 인도 보험산업의 역사는 크게 식민지 시기, 국유화 시기, 자유화 시기로 나눌 수 있음.

○ 보험시장은 영국의 식민지 시기를 거친 후 1950년대 생명보험, 1970년대 손해보험업에 대하여 단계별로 국유화되었다가 2000년 전면 개방됨.

○ 시기별 주요이슈

| 구분 | 식민지 시기 | 국유화 시기 | 자유화 시기 |
|---|---|---|---|
| 생명보험 | 1818 Oriental Life사 최초설립<br>1912 생명보험회사법 | 1956 국영생보사 LIC 설립 | 1990~ 개혁, 개방진행<br>1994 단계적 요율자유화 진행<br>1999 IRDA법 통과<br>2000 IRDA 설립, 민영사 진출 |
| 손해보험 | 1850 Triton Insurance사 최초설립<br>1907 손보 전종목 영위 | 1968 보험요율산출기구(TAC) 설립<br>1972 국영손보사 GIC 설립 | |

## 나. 보험산업 현황 및 주요 특징

□ 생명보험

○ 국영보험사의 비중(85.8%)이 여전히 높음.

○ 상품비중: 생명보험(양로, 변액, 종신, 정기) 73.6%, 연금 26.4%, 건강 0.02% (2005~06 초년도 보험료 기준)

○ 최근 2년간 소비자 태도변화 및 주식시장 활황에 따라 투자형 상품 비중 확대

– 과거 절세수단으로 인식되던 생명보험이 투자영역으로 진입

○ LIC의 변액상품 강화정책에 따라 판매 증가

○ 노후퇴직연금 사업 중심의 단체보험에서의 성장 증가

○ 생명보험 보험료 증가율 및 시장점유율 (단위 : 억 루피,%)

| 구분 | 2004~05 | | | 2005~06 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 보험료 | 증가율 | 비중 | 보험료 | 증가율 | 비중 |
| LIC | 7,513 | 18.3 | 90.7 | 9,079 | 20.9 | 85.8 |
| 민영사 | 773 | 147.7 | 9.3 | 4,508 | 95.2 | 14.3 |
| 계 | 8,285 | 24.3 | 100.0 | 10,588 | 27.8 | 100.0 |

□ 손해보험

○ 국영사의 비중(74.9%)이 점차 축소되는 추세로, 민영부문 성장속도에 크게 미달

○ 상품비중 : 자동차 42.6%, 화재 18.4%, 건강 11.0%, 해상 6.3%, 기술 4.8%, 항공 2.0%, 배상 2.0%, 상해 2.9%, 기타 10%

○ 손해율 : 국영부문은 악화 추세 지속(89.9%), 민영부문은 양호

(54.5%)

○ 수익성 : 뭄바이 홍수로 보험영업수지가 악화되었으나 투자영업에서의 수익으로 순이익은 양호

○ 손해보험 보험료 증가율 및 시장점유율(단위 : 억 루피,%)

| 구분 | 2004~05 | | | 2005~06 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 보험료 | 증가율 | 비중 | 보험료 | 증가율 | 비중 |
| 국영사 | 1,495 | 4.6 | 81.0 | 1,598 | 6.9 | 74.9 |
| 민영사 | 351 | 55.4 | 19.0 | 536 | 52.9 | 25.1 |
| 계 | 1,846 | 11.6 | 100.0 | 2,134 | 15.6 | 100.0 |

## 다. 보험회사 진입여건 및 외국사 진출현황

□ 보험관련 법규 주요내용 및 진입규제

○ 감독당국

– 인도보험감독청(India Regulatory and Development Authority)

○ 보험회사 설립조건

– 인도인은 100% 투자 또는 FDI와 합작으로 설립가능(대부분의 민영사는 외국자본과 합작사)

– 최초납입자본금 : 10억 루피(재보험은 20억 루피) 초과

○ 보험상품 판매규제

– 농업(rural) 및 사회부문(social)에 대한 판매의무 조항 : 제1차 사업년도부터 총보험계약 건수의 일정 비율을 농업부문에 판매하고, 빈민층에 최소 일정인원을 가입시키고 이를 매년 확대

○ 외국사의 진입규정

– 26%의 외국인 지분율 한도 내에서 합자회사의 형태로만 가능

○ 외국사의 업무규정

– 영업제한 및 지역적 제한 없음

□ 외국사 진출현황

○ 인도 내 대부분의 민영보험회사들은 26%의 지분율을 가지고 Joint Venture 형태로 진출해 있음.

– 생명보험회사는 16개 회사 중 2개사만이 국내사이며 손해보험회사는 국내사가 1개에 불과하여 생명보험 및 손해보험 총 24개 민영보험회사 중 21개가 외국사와 합작형태임.

## 3. 베트남

### 가. 베트남 보험시장 개관

□ 2006년 수입보험료 현황을 살펴보면 생명보험이 518억 달러, 손해보험이 419억 달러를 기록하면서 전년동기대비 전체 수입보험료는 9.1% 성장한 937억 달러를 기록함.

○ 베트남의 보험밀도는 1.5%이며, 보험침투도는 11.0달러인 것으로 나타남.

### 나. 종목별 수입보험료 현황

□ 2007년 상반기 생명보험의 종목별 수입보험료 현황을 살펴보면 개인보험이 전년동기대비 8.4% 성장하였으며, 단체보험도 16.8%의 높은 성장률을 기록하였음.

○ 정기보험과 생존보험은 전년동기대비 마이너스 성장률을 기록한 반면, 종신보험과 연금보험이 각각 86.4%, 99.8%의 높은 성장세를 보임에 따라 개인보험의 성장에 기여하였음.

□ 한편, 베트남의 2007년 상반기 손해보험에서는 비중이 큰 재물보험을 비롯하여 자동차보험, 오일 및 가스, 종합보험, 상해 및 건강 보험 등을 중심으로 전년동기대비 28.1%의 높은 성장세를 시현하였음.

○ 자동차보험의 경우 전년동기대비 약 27.3% 성장한 1조 4,865백만동을 시현하였으며, 오일 및 가스보험이 55.4%, 화재 및 폭발보험이 45.3%, 적하 및 운송 보험이 32.9% 등 다양한 종목에서 성장세가 호조를 이루고 있음.

### 다. 보험회사별 시장점유율

□ 생명보험회사의 시장점유율은 Prudential 40.8%, Manulife 10.5%, AIA 6.1% 등으로 외국사가 62.5%의 높은 비중을 차지하고 있으며, 유일한 국영기업인 Bao Viet이 36.4%의 시장점유율을 기록함.

□ 반면, 손해보험회사의 시장점유율은 국내사인 Bao viet 34.9%, Bao Minh 21.3%, PVIC 18.1%, PJICO 10.6% 등을 중심으로 94.9%라는 높은 비중을 기록, 국내사가 손해보험시장을 거의 독점하는 수준임.

### 라. 베트남의 금융시장 개방 현황 및 관련 제도

□ 베트남이 WTO에 가입하면서 서비스시장 개방 계획을 명기한 'Vietnam's WTO Commitments'를 발표했고, 발표 내용은 WTO 가입 직후부터 보험서비스 공급을 허가 받은 베트남 파트너와의 합작회사 설립이 허용, 외국인 자본 출자비율은 법정 자본금의 50% 이내임을

제시, 가입 1년 후부터는 100% 외국인 투자기업이 허용될 수도 있으며, 투자와 관련해서는 제한은 없으나 예외조항*을 적용하는 형태임.

* 100% 외국인 투자 기업은 자동차 제3자 책임보험, 건설 및 설치에 관한 보험, 석유 및 가스 프로젝트 보험, 공공의 안전 및 환경 훼손 위험이 큰 건설 프로젝트 보험 분야는 영업이 금지.

## Ⅴ. 요약 및 결론

□ 외환위기 이후 고성장세 둔화, 국내 보험시장의 포화로 회사 간 치열한 경쟁을 경험하면서 보험회사 경영을 둘러싼 위험들은 더욱 다양화되고 있어 보험회사들의 해외진출을 적극적으로 고려할 필요가 있음.

○ 보험산업의 글로벌화는 이미 세계적인 추세로 우리 보험사들도 이제는 적극 동참할 필요가 있으며, IT기술의 발달과 변화되어 가는 경쟁 구도 등으로 인해 글로벌화는 앞으로도 더욱 가속화될 것으로 전망

□ 본 보고서의 해외조사 내용과 글로벌 보험회사의 성공사례 시사점을 바탕으로 다음과 같이 해외진출 전략을 제시하고자 함.

○ 첫째, 국내 보험회사들이 해외에 진출하여 성공적인 경영활동을 하기 위해서는 경영 및 영업의 현지화, 인력 및 조직의 현지화, 제도 및 문화의 현지화가 이루어져야 함.

○ 둘째, 국내 보험사가 해외시장에 진출하기 위해서는 상장 등을 통한 자본력 확충이 시급하며, 다양한 금융서비스가 가능하도록 업무영역 확대 및 M&A 활성화 추진이 필요함.

○ 셋째, 해외시장 개척에서 가장 힘든 일은 시장 개척을 효과적으로 지휘할 적임자를 찾는 것, 즉 국제경쟁력을 가진 우수한 인력확보 및 양성이 필요함.

○ 끝으로, 최근 국내금융회사들의 세계무대진출을 위한 논의가 지속적으로 이루어지고 있음에 따라 정책당국 차원의 정부 지원방안이 구체적으로 검토되어야 할 것임.

# [부록] 보험회사의 글로벌화 사례 조사

## 1. AIG

### 가. AIG 그룹의 개요

□ AIG(American International Group, Inc.)는 미국에 기반을 두고 세계적으로 보험과 금융서비스를 제공하는 글로벌 기업이며, 손해보험(미국내 1위), 생명보험(범세계적인 영업망), 금융서비스(소매금융부터 항공기 임대까지), 자산관리(투자관리사업)로 구분됨.

○ 기업과 기관 및 개인 고객을 대상으로 전 세계적 손해보험과 생명보험 네트워크를 통해 보험상품을 제공하는 국제기업으로 퇴직서비스를 비롯한 금융서비스, 자산관리서비스를 제공

### 나. AIG 글로벌화 과정

□ ~1940년대 : AIU사(손보) 라틴아메리카, 일본 진출, 유럽사세확장

○ 1926년 미국 역진출(뉴욕), AIU손보 전쟁을 계기로 라틴아메리카, 일본, 독일 진출

□ 1950년대 : AIU의 글로벌화와 더불어 생보부문도 영업망 확대

○ AIU의 서부유럽 확대와 중동아시아, 아프리카, 호주 진출,

Phliamlife생명의 성공(필리핀1위)

□ 1960년대 : M&A를 통한 미국 내 공격적 사세확장, 조직기틀 마련

○ 자국 내 적극적 M&A를 통해 중개그룹, 손보 네트워크의 완성, 그린버그회장에 의한 성장

□ 1970~80년대 : 자본기반과 중개네트워크를 통한 엄청난 성장기

○ 자본과 강력한 중개능력을 통해 대형사 위험관리서비스 제공, 다수 특종보험사 설립 및 인수

□ 1990년대 ~ : 중국 재진출과 신흥보험국으로 글로벌화 확대

○ 1992년 외국사 최초로 AIA가 인가받아 중국 복귀, 중/동부유럽 진출, 러시아, 인도, 베트남 확장

○ 2007년 외국사 최초로 AIU 보험사가 완전 소유 자회사로 중국 내 AIG General 설립

## 다. AIG 글로벌화 성공요인

□ 강력한 리더십 : CEO 교체가 매우 드물며, Starr와 Greenberg, Sullivan에 의한 강력한 리더십경영

□ 고성장지역에 집중 : 고성장 지역에 고성장 종목을 중심으로 사업 전개

○ 성장잠재력 평가 요소 : GDP 성장, 1인당 GDP, 금융시스템 복잡성, 현지관계 등

□ 현지정부와의 관계 증진에 집중

○ 주요국 주요인물과의 장기간의 관계를 통해 사업기회 도모

□ 현지회사로 경영 : 어떤 국가에 진출하든지 현지사업체 개발을 추구

○ 경영진 현지기업문화 교육, 현지인에게 교육을 통해 책임을 이양함.

## 2. Allianz

### 가. Allianz 금융그룹의 개요

□ 1890년 독일 베를린에서 설립된 알리안츠는 현재 세계 70개국 이상의 나라에서 177,000여 명의 임직원을 두고 있으며, 100년 넘는 역사를 바탕으로 전 세계 보험 및 금융서비스 선두그룹의 리더로 발전하고 있음.

○ 2006년 알리안츠 그룹의 지주회사인 Allianz AG는 이탈리아 2위의 보험업체 RAS사와 M&A를 통해 독일 뮌헨에 Allianz SE(Societas Europeae : 최소 2개 회원국에 설립된 기업이 EU법하에 하나의 법인체)라는 유럽 최고의 금융서비스 회사로 거듭남.

○ 저비용, 고효율로의 경영개선을 바탕으로 제3국 경쟁기업보다 상대적으로 유리한 경쟁력을 확보함.

□ 알리안츠 그룹은 2003년 12월에 도입된 3+One Program이라는 성공적인 비즈니스 모델을 통해 지속적이고 수익성 있는 성장을 달성하고자 하였음.

### 나. Allianz 글로벌화 과정

□ 1890~1989년 : 회사의 형성

○ Allianz 본사 설립, 런던대리점 오픈, 밀라노 RAS 지분 매입 등

□ 1990~95년 : 부다페스트 Hungaria Biztosito 매입, 동유럽 활동 시작

○ Fireman's Mutual Insurance 회사 인수, 시드니 소재 보험회사 (Manufactures) 그룹 지분 매입

□ 1997~2000년 : 아시아 시장 진출 본격화

○ 독일 역사상 최대 규모의 파리 AFG 인수, 한국의 제일생명 인수, 중국과는 합작사로 진출

□ 2001~2006년 : 범유럽기업인 Allianz SE로 탈바꿈

○ Dresdner 은행 기업 인수, Euler Hermes S.A를 설립하는 등 본격적인 금융종합화에 적극 대응

○ 이탈리아의 RAS사와 M&A, 유럽 최고의 금융종합서비스를 제공

### 다. Allianz의 글로벌화 성공요인

□ 다양한 상품을 제공

○ 손해보험, 생명 및 건강보험, 은행, 자산운용 등 4개 영역에 걸친 폭넓은 상품 포트폴리오를 제공

□ 지역특화 채널전략

○ 전속대리점, 브로커, 은행 등 상품 성격 및 지역적 특성에 맞는 다양한 채널로 네트워크 구축

□ 고객중심 경영

○ 경쟁시장에서 보다 우세한 위치 확보를 위해 고객중심의 경영을 주도

□ 현지화 전략

○ 경쟁사와 인수/합병 시에 현지 특성에 따른 현지화 전략

## 3. AXA

### 가. AXA 그룹의 개요

□ AXA그룹은 2006년 현재 19개국에서 영업 중이고 47개국에 진출, 전 세계 5,200만 명의 고객을 확보하였으며 2006년 Fortune Global 500 선정 생명보험산업에서 수입기준 2위에 랭크된 글로벌 보험그룹임.

○ AXA는 생명보험, 손해보험, 재보험, 자산관리, 기타 금융 서비스 등 다섯가지 분야에서 사업을 영위

○ 2006년 말 AXA의 부문별 수익구조를 보면, 생명보험(64.1%), 손해보험(25.1%), 자산관리(5.6%), 국제보험(4.7%) 기타 금융 서비스(0.5%)의 비중을 나타냄.

○ 지역별로는 프랑스(28.4%), 영국(21.9%), 미국(12.8%), 독일(9.1%), 일본(7.2%) 벨기에(5.7%) 기타국가(14.8%)의 비중을 보임.

### 나. AXA의 글로벌화 과정

□ AXA의 발전과정은 자국에서의 입지확보, 미국진출을 통한 글로벌화 기반확보, 본격적인 글로벌화 추진 등 크게 세 가지 단계로 구분

○ 악사(AXA)는 1817년 지방의 영세 상호 보험회사로부터 출발, 이후 다른 영세 상호보험사들을 인수하면서 125년 동안 사업을 확대

○ AXA는 프랑스에서 상위 4번째 보험사로 성장하였으나 이에 머물지 않고 미국 생명보험사 Equitable을 인수하며 미국시장에 진출함.

○ 이후 2004년 미국 MONY(Mutual of New York), 2005년 독일 Konzern Minority Interestsm, 2006년 스위스 Winterthur Group 등을 차례로 인수하며 지속적으로 글로벌화를 추진 중임.

### 다. AXA의 글로벌화 성공요인

□ AXA의 글로벌화는 강력한 리더쉽에 의해 추진되었고 전 세계에서 단일브랜드를 사용하였다는 특징을 가짐.

○ AXA가 글로벌 보험회사를 지향했던 데에는 보험산업도 다른 산업과 같이 세계화될 것이라는 Bebear의 철학이 밑바탕이 됨.

○ 'AXA'라는 이름은 인수합병 회사 간의 문화적 차이를 극복하고 전 세계 자회사에 통일성을 부여

○ 2007년 Business Week 발표 세계 100대 브랜드 순위 49위에 랭크되며 글로벌 브랜드로서의 위상을 확인받고 있음.

□ 또한 종합금융서비스를 제공하고 주로 인수합병을 통해 해외에 진출하며, 지주회사를 통해 많은 자회사를 관리하는 등의 특징도 가짐.

○ AXA는 보험산업 이외에 자산운용, 은행업 등에 진출하여 종합금융서비스를 제공

○ AXA는 2006년 기준 전 세계에 31개의 지주회사를 두고 있으며 그 아래에 수많은 자회사들을 거느리고 있음.

○ 해외 진출시 대부분 기존기업의 인수를 통해 진출하였으며 전략 변경 시 매각을 통해 철수

## 4. ING

### 가. ING 금융그룹의 개요

□ ING 그룹은 50개국 이상에서 은행업을 비롯한 보험업, 자산관리서비스를 제공하는 150년 전통을 지닌 네덜란드 기원의 글로벌 금융서비스 회사임.

- ○ 1991년 네덜란드의 거대 보험그룹인 Nationale-Nederlandern과 은행그룹인 NMB Postbank Group의 합병에 의해 설립되었으며, 이를 통해 은행-보험-자산관리 모든 분야를 아우르는 결합체로 거듭남에 따라 다양한 판매채널을 보유하게 됨.
- ○ 시가총액 기준으로 ING는 세계 20대 대형 금융기관 중 하나이며, 유럽에서는 10위를 차지하고 있음.

### 나. ING 글로벌화 과정

□ ING는 1991년 설립 이후 국제적 명성을 지닌 금융그룹으로 성장하였으며, 이는 합병과 자체 성장을 통해 세계에서 가장 큰 금융기관 중 하나로 거듭나면서 지난 15년간 아주 다양한 국제적 경영을 바탕으로 세계화를 구축한 성과임.

□ 1991~1997년 : ING 금융그룹 형성

- ○ ING 그룹 설립, Parcom 지분 매수, Wellington 인수로 캐나다 손해보험시장을 석권, 베어링스사 매입, 근대적인 생명보험회사의 원조인 Equitable 보험회사를 자회사의 형태로 사업을 개시

□ 1998~2000년 : 캐나다의 Guardian 인수, 벨기에의 대표기업인 브뤼셀 람버트 은행을 자회사로 영입

○ 가계 및 자동차보험의 국영기업이 전문화된 Canadian Group Underwiters를 인수 ING Novex로 상호 변경, 애트나의 금융서비스 및 국제금융사업 분야를 인수, 렐리스타 생명보험회사 인수로 미국시장에서 높은 점유율을 확보

□ 2001~2004년 : 멕시코의 국영보험사인 Seguros 인수로 8000개 이상의 대리점을 확보, 폴란드의 Slaski 은행의 지분 매입으로 NN의 생명보험상품 및 연금상품을 제공

○ 독일의 온라인 은행인 DiBa의 지분 인수로 독일 최대 온라인 은행으로 부상, 캐나다의 알리안츠 인수를 통해 공공사업을 시작하여 최근에는 토론토증권거래소에도 상장

### 다. ING의 글로벌화 성공요인

□ ING 경영전략은 은행, 보험, 자산관리 각 부문에서의 시장우위와 고객 지향의 종합적인 금융서비스 제공, 사업부문 간 긴밀한 협력체제의 구축이 핵심 전략임.

□ ING 그룹의 경영구조는 국가, 지역, 시너지 효과를 극대화할 수 있는 구조로 구성되어 있음.

○ 그룹경영을 총괄하는 감사위원회(Supervisory Board)와 지역별, 부문별 경영을 책임지는 이사회(Executive Board)로 구분

□ ING 금융그룹은 고객 지향 중심의 전략에 입각하여 도매금융과 투자은행, 자산운용 부문은 그룹차원에서 글로벌하게 관리하나 은행과 보험은 지리적 특성에 따라 현지화 전략에 입각한 이원화된 구조의 관리체제를 지님.

○ 60개가 넘는 ING 그룹의 자회사들이 독자적인 브랜드를 사용할

만큼 자회사의 권한과 책임에 의한 경영을 강조

○ 단, ING 베어링사나 ING 은행 등은 ING의 이미지와 평판의 긍정적인 효과를 얻기 위해 공통된 ING의 이름을 사용하기도 함.

□ 2007년 Fortune 글로벌 500대 기업에서 생명보험 분야의 세계 1위라는 전통과 권위 있는 종합금융서비스 기관으로 책임감 있고 신뢰할 수 있는 사업파트너로서 사회적 책임을 강조하고 있음.

○ 고객을 최우선으로 하는 고객중심주의, 건실한 기업가 정신, 철저한 프로 정신, 성실성을 바탕으로 고객과 지속적인 관계를 강조

## 5. MetLife

### 가. 회사 개요

□ MetLife는 생명보험 보유계약고 기준 미국 최대의 생명보험회사로 미국 내 개인생명보험, 단체생명보험, 단체연금보험, 단체장애보험, 치과보험, 장기간병보험, 자동차 및 주택종합보험 부문에서 1위를 기록했으며, Fortune 선정 500대 회사 중 88개 기업에 단체보험을 제공함.

○ 생명보험 보유계약고 : 3조 6천억 달러(2006년 말 기준)

○ 주요 상품 및 서비스 : 생명보험/연금/상해보험/손해보험/퇴직연금 관련 상품 및 서비스, 뮤추얼펀드/투자관리 및 자문관련 상품 및 서비스

□ 2006년 현재 전 세계 15개국에 진출해 있으며, 총 자산은 5,277억 달러, 순익은 63억 달러, 종업원 수는 4만 7천여 명에 달함.

## 나. 글로벌화 과정

□ 1863~1980년대 초반 : 회사의 형성기

○ 1868년 현재의 사명으로 변경, 1915년 상호회사로 재설립하며 영업을 확장

□ 1980년대 후반~1995년 : 성장팽창 및 해외시장 진출 본격화

○ 1991년 북미 최초로 보유계약 1조 달러 달성

○ 한국시장 진출, 멕시코에 합작사 설립, 홍콩에 생보사 설립, 북경에 대표사무소 설치

□ 1996~2000년 : 美 상호보험 역사상 최대 통합

○ New England Mutual Life사 합병, 인도네시아 및 브라질에 생보사 설립, 주식회사로 전환 후 공개

□ 2000년대 : 지속적인 M&A, 은행설립

○ Gen American 보험그룹 인수, 멕시코 최대 국영 생보사 인수, Travelers & Annuity 인수

○ MetLife Bank 설립, Citigroup의 국제보험사업부문 인수 등 본격적인 금융종합화에 적극 대응

## 다. 글로벌화 성공요인

□ 외형 성장보다는 수익률과 성장성을 동시에 고려하는 전략을 수립

○ 진출 국가별로 시장 선도분야를 지정하고 이를 특화하여 집중 투자하는 전략

□ 자사의 핵심역량 강화 외에도 파트너십 등 관계성 강화

○ 합작파트너나 기타 전 세계 유통파트너들과의 제휴관계를 강화하고 이를 유지하기 위해 노력

□ 글로벌 브랜드 홍보를 위한 전사적 광고전략

○ 복리후생 사업을 위한 광고캠페인, 해외 광고 플랫폼 개발 및 친숙한 브랜드 이미지 구축

□ 해외진출 시기 및 전략 포착 극대화

○ 일본 진출사례 : 은행의 연금판매가 허용된 시점에 맞춘 진출시기와 은행채널의 판매전략이 중요

# Ⅰ. 서 론

일반적으로 글로벌화라고 하면 '국내 상품, 서비스와 노동시장이 국경을 넘어 통합되는 과정'으로 정의할 수 있으며, 이를 보험산업에 적용하여 보면 '보험회사가 해외시장에 진출하여 글로벌 네트워크를 형성한 후 사업을 확장해가는 과정'으로 정의할 수 있다. 최근의 보험산업 글로벌화는 선진보험그룹을 중심으로 재편되고 있다. 선진보험그룹은 해외신흥시장의 빠른 성장에 주목하여 해외진출 규제완화를 계기로 풍부한 자금을 바탕으로 적극적으로 글로벌화를 추진하고 있다. 이들은 금융겸업화 및 진입규제 완화로 자국 내 경쟁이 증가함에 따라 자국 보험산업의 포화에 대응한 대체수요를 창출하기 위하여 일찍부터 해외시장에 관심을 가지고 발빠른 행보를 보이고 있는 것이다.

우리나라 보험산업은 1997년 외환위기 이전에는 경제규모 및 국민소득 증가, 보험사의 경쟁적 규모 확대 전략 등으로 연평균 20%가 넘는 고성장세를 유지해 왔다. 그러나 이러한 외형성장에 비해 내적으로는 불합리한 경영방식과 낮은 경영효율로 여러 가지 문제점을 노출하였다. 1997년 IMF 외환위기는 우리 경제 모든 분야에서 많은 영향을 미쳤는데, 특히 보험산업의 경우 재무상태가 부실한 수많은 보험사가 계약이전 및 인수합병 방식으로 퇴출되었다. 이러한 강력한 구조조정으로 국내 보험산업의 대외신인도는 크게 제고되었으며, 이에 따라 외국의 글로벌 보험사들은 국내시장에 직접투자나 합작투자 또는 M&A 방식으로 적극 참여하여 국내시장에서 시장점유율을 높여가고 있다. IMF 외환위기 이후 글로벌 금융기업들은 보험뿐만 아니라 은행, 증권 등 여타 금융산업에도 폭넓게 진출하였다. 그 결과 국내 금융서비스의 질적 향상, 국내 금융회사 지배구조의 개선, 금융산업의 시장원리 정착이라는 긍정적인 영향을 끼쳤으며, 우리 금융회사들도 글로벌 마인드가 높아지고 고객지향의 영업전략을 수립하는 등 다양한 형태로 금융관행이 선진화되고 있다.

그러나 외국 금융회사의 영향력이 확대됨에 따라 국내 금융회사는 상대적으로 위축될 수 밖에 없는 상황이 지속되고 있다. 이러한 상황에서 국내 금융회사가 생존하기 위해서는 글로벌 경쟁력을 키워 국내시장을 지키는 한편 적극적으로 해외시장을 개척해야 할 필요성이 있다.

국내 보험산업은 외환위기 이후 고성장세가 둔화되고 있으며 가구당 보험가입률도 선진국 수준을 웃돌고 있어 보험시장이 거의 포화상태를 보이고 있다. 따라서 우리 보험사들도 이제는 국내에서의 경쟁심화에 대비하고 범세계적인 경영위험 분산과 수익원 다변화를 위하여 새로운 성장동력을 발굴할 필요성이 증대되고 있다.

본 조사보고서는 국내 보험사들의 해외진출에 필요한 외국제도를 조사하고, 외국 보험사들의 글로벌화 성공사례를 조사하여 국내 보험사들에게 소개하는 것을 목적으로 하였다. 해외진출 조사대상 국가는 우리나라와 지리적으로 가깝고 문화적 배경이 유사하며, 보험시장 성장 잠재력이 큰 아시아 3개국(중국, 인도, 베트남)을 대상으로 하였다.

본 보고서는 크게 5장으로 구분된다. 서론에 이어서 제Ⅱ장 글로벌화의 개요 부분에서는 글로벌화의 개념, 글로벌화의 필요성, 글로벌화의 방법 등에 대하여 논의하고자 한다. Ⅲ장에서는 국내 보험사들의 해외진출 현황을 살펴 보고, Ⅳ장에서는 글로벌화 추진을 위한 외국(중국, 인도, 베트남)의 경제금융 환경과 보험시장 현황 및 제도를 소개한다. 마지막으로 제Ⅴ장에서는 요약 및 결론을 제시하며, <부록>에서는 외국 보험사(AIG, Allianz, AXA, ING, Met)의 글로벌화 성공사례를 살펴본다.

# Ⅱ. 글로벌화의 개요

## 1. 글로벌화의 개념

글로벌화(globalization)에 대한 논의는 1990년대부터 나타나기 시작했으며, 현재에도 광범위하게 논의되고 있다. 그러나 글로벌화가 무엇인가에 대한 정의는 명확히 일치되어 있지 않으며, 학자들마다 다르게 정의하고 있는 것이 사실이다.

기업의 글로벌(Global)의 정의는 아직 통일된 개념이 없으며, 연구주체에 따라 다르게 정의되어 쓰이고 있는 실정이다.

'글로벌 공동협력(global coordination)'과는 별도로 '글로벌' 조직은 국제적으로 판매를 하지만 반드시 글로벌하게 공동협력하는 조직은 아니다. 오히려 '글로벌'이라는 용어는 회사가 작지만 상품 또는 서비스를 범세계적으로 제공하는 것이라고 정의하는 곳도 있다(MIT Sloan School of Management). University of North Carolina의 경우는 금융산업에만 국한되지 않는 다양한 글로벌 조직구조와 전략을 설명한다. 즉, 국경거래(transnational) 모델로써 종종 여러 나라에 자회사를 두고 글로벌 그리고 여러 현지국 전략을 구사하는 대규모 다국적 기업으로 설명한다.

여러 금융권별로 그리고 학문적 차원에서도 글로벌은 다국적(multinational) 또는 국경거래(transnational) 조직으로 설명한다.

Swiss Re의 보고서 "Getting together: globals take the lead in life insurance M&A"에 의하면 Swiss Re 기준으로 2004년 한국에서 글로벌 보험회사는 없으며, 다만 삼성생명만이 국내사업규모로 세계순위 27위에 등재되어 있다.

글로벌화에 대한 가장 기본적인 인식은 '세계적 연계성의 심화와 가속'으로 볼 수 있으며, 경제·사회적으로 세계가 하나로 통합되어가는 과정

으로 정의할 수 있을 것이다.

과거 1990년대까지는 한 국가의 경제활동이 자국 시장을 중심으로 주변국들과의 제한적인 교역에 의해 이루어졌던 반면 현재에는 경제적으로 국경이라는 구분이 모호해질 정도로 경제활동 범위가 확장되어가고 있다. 또한 국제화가 시장이 국가단위로 형성된 상황에서 다른 국가로의 진출을 의미하는 반면 글로벌화는 국경에 의한 시장의 경계가 무너지면서 세계가 하나의 시장으로 수렴해감을 의미한다.

이러한 글로벌화를 기업경영활동의 관점에서 본다면 기업이 보유한 경영자원을 해외에 투입하는 정도가 높을수록 글로벌화가 많이 이루어졌다고 볼 수 있을 것이다. 글로벌화된 기업은 개별시장에 대해 각기 다른 전략을 취하기보다는 전 세계 시장을 하나의 시장으로 보고 통합된 전략을 수립해야 한다.

따라서 보험사가 글로벌화되기 위해서는 보험영업에 있어 전 세계를 하나의 시장으로 인식하고 통합된 경영전략을 수립할 필요가 있다. Swiss Re는 글로벌 보험회사를 보험사업의 활동 거점이 단일시장에 국한되지 않고 1개 이상의 해외시장에 진출하여 일정 수준 이상의 영업실적(세계 시장 비중 1%)을 거두는 회사로 정의하고 있다.

글로벌화의 논의와는 별도로 은행, 증권, 보험 등 금융산업분야에서는 금융의 글로벌화(financial globalization)가 논의되고 있다. 금융의 글로벌화는 정의상 세계 모든 국가의 금융시장이 하나로 통합(integration)되는 것을 의미한다. 금융의 글로벌화 정의 또한 다양하게 기술되며, 본고에서 논의되는 보험회사의 글로벌화는 환경적인 측면에서 금융의 글로벌화를 이해할 필요가 있다.

글로벌화를 추진케 하는 요인으로는 전통적으로 규모의 경제, 기술진보, 수요의 동질화, 무역장벽의 감소(개방화, 탈규제화) 등을 꼽을 수 있다. 이 중 교통, 운송수단의 발달 및 정보통신 기술의 진보는 물리적인 장벽을 완화하며 글로벌화에 크게 기여하는 요인으로 작용하였고, WTO체제로 인한 무역장벽의 해제, FTA의 확산 등의 세계적 흐름은

글로벌화를 촉진하는 계기가 되고 있다.

이미 글로벌화되어 있는 보험사들의 경험에 비추어 볼 때 보험사의 글로벌화에는 전통적인 요인 외에 몇 가지 추가적인 요인들을 발견 할 수 있는데 자본화의 진전, 금리 및 투자수익률 하락, 은행-보험 간의 겸업 활성화, 선진 보험그룹 중심의 글로벌 시장재편의 가속화, 규제완화 및 경쟁 압력 등이 그것이다.

1990년대 미국, 영국, 일본 등에서 추진되었던 상호 보험사의 탈상호화는 주식시장을 통한 자금조달을 용이케 하여 M&A를 통한 글로벌화의 밑거름이 되었으며 금리 및 투자 수익률 하락으로 인해 경영환경이 악화된 보험사들이 적극적으로 글로벌화에 나서게 되었다.

또한 방카슈랑스로 은행-보험사 간의 겸업이 활성화되면서 보험사의 글로벌화를 가속화 시켰으며, 글로벌 보험사 중심으로의 보험시장 재편도 글로벌화를 자극하는 계기가 되었다. 마지막으로 보험사의 글로벌화에 우호적으로 규제가 완화된 것도 주요 요인으로 꼽을 수 있을 것이다.

IT기술의 발달과 변화되어 가는 경쟁구도 등으로 인해 글로벌화는 앞으로도 더욱 가속화될 것이며 그 속도는 더 빨라질 전망이다. 이러한 흐름 속에 우리나라의 보험사들도 경쟁력을 유지하고 발전해 나아가기 위해서 국내 시장에만 머무르지 않고 글로벌 보험사로 도약하고자 노력해야 할 것이다.

## 2. 글로벌화의 필요성

보험사가 글로벌화되기 위해서는 글로벌화의 필요성에 대한 인식이 우선되어야 하므로 여기에서는 글로벌화의 필요성에 대해 논의해 보고자 한다.

## 가. 글로벌화를 통한 시장 확대

전통적인 제조업의 경우 글로벌화는 크게 시장개척요인, 비용절감요인, 기술적 요인 등 세 가지 필요성에 의해 추진된다고 볼 수 있다. 그러나 보험산업과 같은 서비스 산업의 경우 글로벌화를 통한 비용절감이나 기술습득 등은 글로벌화를 자극하는 요인이 되기 어렵다고 생각되며, 따라서 시장개척 요인이 글로벌화의 주된 요인이라고 볼 수 있다.

우리나라의 보험 산업은 외환위기에 따른 구조조정을 통해 건전성이 상당히 높아졌으며 경영성과 또한 안정적으로 유지되고 있다. 그러나 보험시장은 이미 새로운 수요를 창출하기 어려운 포화상태에 이르렀으며 따라서 각 보험사는 새로운 성장동력을 찾기 위한 노력을 강화하고 있다.

우리나라 2007년 생명보험 가구당 가입비율은 87.2%로 2006년 88.3% 대비 1.1%p 감소하였고, 평균가입건수는 2006년 3.5건에서 4.1건으로 증가하였다. 가구별 가입률 수준은 이미 선진국 수준에 도달하였으며, 오히려 선진국처럼 노년층의 탈퇴에 따라 가입률이 하락하는 양상마저 보이고 있는 실정이다.

<표 Ⅱ-1> 생명보험가입률/평균가입건수 추이

(단위 : %, 건)

| 구 분 | | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 생보 | 가입률 | 84.6 | 86.1 | 86.0 | 88.3 | 87.2 |
| | 가입건수 | - | 3.1 | 3.3 | 3.5 | 4.1 |
| 손보 | 가입률 | 78.4 | 81.3 | 78.5 | 79.8 | 82.3 |
| | 가입건수 | - | 1.6 | 1.4 | 1.4 | 2.0 |

자료 : 보험개발원, “2007 보험소비자 설문조사”, 2007.

또한 보험산업 수입보험료는 2005년 이후 두 자리 수의 견조한 성장률을 보이면서 실질경제성장률을 상회하는 양상을 보여주고 있으나 이

는 금융시장 내 간접투자시장 활성화에 따라 변액보험의 판매가 크게 증가한데 기인한 것으로 전통적 보험 성장은 실질적으로 성장이 정체된 것으로 보인다. 이러한 상황은 보험가입률 정체와 함께 국내보험시장 수요의 포화 조짐으로 간주되고 있다.

<표 Ⅱ-2> 생・손보사 수입보험료 추이

(단위 : 억 원, %)

| 구 분 | FY2003 | FY2004 | FY2005 | FY2006 | 2007.4~9 |
|---|---|---|---|---|---|
| 생명보험 | 503,925 | 537,506 | 614,722 | 664,549 | 350,598 |
| | 2.7 | 6.7 | 14.4 | 8.1 | 12.1 |
| 손해보험 | 213,782 | 232,173 | 257,235 | 295,829 | 160,959 |
| | 3.7 | 8.6 | 10.8 | 15.0 | 13.7 |
| 합 계 | 717,707 | 769,695 | 871,957 | 960,378 | 511,557 |
| | 3.0 | 7.2 | 13.3 | 10.1 | 12.6 |

주 : 주요지표의 각 하단 수치는 전년동기 대비 증가율임.

## 나. 글로벌화의 국제적 조류[1)]

### 1) 금융산업의 글로벌화

보험산업의 글로벌화는 내적 필요성에 의한 시장확대 요구뿐만 아니라 전 세계적인 금융업의 글로벌화(financial globalization)의 조류에 동참해야 하는 외적 필요성에 의해 추진되고 있다.

금융기관의 글로벌화를 향한 추세는 금융분야의 구조적인 변화와 밀접한 관계가 있다. 많은 국가들이 외국 금융기관에 대해 시장을 개방하고 있는 것과 더불어 탈규제화(deregulation)는 은행, 증권, 자산관리 그리고 보험을 하나의 조직 내에서 결합하는 복합기업의 출현을 원활하게 만들었으며, 인수합병(M&A) 활동은 금융산업의 결합을 주도하였고 지속적인 증권화와 파생상품시장의 확대는 금융기관이 내부적으로 보유했어야 할 리스크를 국내외적으로 이전할 수 있도록 만들었다.

---

1) IMF, "Global Financial Stability Report" 참조.

이러한 개방화, 탈규제화, 증권화 추세로 인해 여러 금융 분야를 운영하고 보다 넓은 국제적 범위에서 활동하는 금융기관이 출현하게 되었고 이러한 금융기관은 국내보다는 국제시장에서 점차 자금을 조달하게 되었다.

비록 모든 측면과 형태를 아우를 수 있는 금융기관의 글로벌화 지표는 없지만 하나의 대안으로 금융 분야에서의 국경 간 M&A 규모를 들 수 있다. 아래 표가 보여주듯이 금융분야에서의 M&A 활동은 2000년 이후 급격히 증가했다. 국경 간 M&A는 1997년 금융분야 M&A 총규모의 0.1%를 차지하던 것이 2006년에는 거의 40%로 증가했다. 개발도상국 금융기관이 매력적인 M&A 대상으로 부각됨에 따라 2006년까지 국경 간 금융분야 M&A의 25%가 선진국 이외의 금융기관과 이루어졌다. 국경 간 결합은 특히 유럽에서 활발하며 이는 금융시장과 비금융시장 모두에서 국경 간 경제활동에 대한 상당한 탈규제화와 유럽연합이 단일통화로 유로(Euro)화를 채택한 데 기인한다.

<표 Ⅱ-3> 금융기관 인수합병(M&A) 추이(1997년~2006년)

| 구 분 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 지역별(단위: 10억 달러) | | | | | | | | | | |
| 선진국 | 238.9 | 477.5 | 362.0 | 459.5 | 306.0 | 215.0 | 302.1 | 442.1 | 513.0 | 778.5 |
| -국경간 | 0.0 | 8.3 | 4.9 | 56.2 | 79.6 | 93.1 | 80.0 | 117.9 | 174.9 | 273.8 |
| 기타국가들 | 4.8 | 23.7 | 16.2 | 42.5 | 70.2 | 44.1 | 28.8 | 57.3 | 85.3 | 124.1 |
| -국경간 | 0.2 | 0.0 | 2.0 | 8.5 | 29.5 | 17.6 | 14.8 | 22.2 | 54.6 | 85.6 |
| 총계 | 243.7 | 501.2 | 378.2 | 502.0 | 376.1 | 259.1 | 330.9 | 499.4 | 598.2 | 902.5 |
| ※국경간 | 0.2 | 8.3 | 6.9 | 64.8 | 109.1 | 110.6 | 94.9 | 140.1 | 229.4 | 359.5 |
| 국경 간 M&A(단위: %) | | | | | | | | | | |
| -선진국 | 0.0 | 1.7 | 1.3 | 11.2 | 21.2 | 35.9 | 24.2 | 23.6 | 29.2 | 30.3 |
| -기타국가들 | 0.1 | 0.0 | 0.5 | 1.7 | 7.8 | 6.8 | 4.5 | 4.5 | 9.1 | 9.5 |
| 총계 | 0.1 | 1.7 | 1.8 | 12.9 | 29.0 | 42.7 | 28.7 | 28.1 | 38.4 | 39.8 |

자료 : IMF, “Global Financial Stability Report”, 2007.

### 2) 보험산업의 글로벌화

#### 가) 생명보험

생명보험그룹의 글로벌화 유형은 복잡하며, 소수의 대형사들만이 다수의 보험시장에서 경영을 하고 외국시장에서 기존기업의 인수를 통해 시장점유율을 증가시키고 있는 실정이다. 1998년에서 2004년까지 12개 글로벌 생명보험그룹의 세계보험료 점유율은 20%에서 28%로 증가했으나 이러한 증가는 대부분 국내외 기업에 대한 인수에 기인한다.

생명보험시장에서 외국사의 침투추세는 지역에 따라 다른 양상을 보이고 있다. 1994년에서 2003년까지 외국생명보험회사의 시장점유율은 일본, 영국 그리고 미국에서는 빠르게 증가했으나, 독일과 네덜란드에서는 상대적으로 정체했고 캐나다와 스페인에서는 상당히 감소했다. 또한 체코, 한국, 멕시코, 폴란드, 그리고 터키에서는 주로 기존기업의 인수를 통해서 글로벌 외국생명보험사들의 시장점유율이 상당히 증가했다. 유럽에서의 국경 간 보험결합은 각국 감독당국 간의 보험사의 상호인정과 국내시장이 협소한 데 일부 기인한다. 이러한 경향은 리스크의 지리적 다각화에 혜택을 주고 경제적 자본관리를 장려하는 위험자본체제를 도입하는 Solvency Ⅱ가 시행될 것으로 예정됨에 따라 가속화될 것이다.

일본에서는 몇몇 생명보험회사의 탈상호화(demutualization)가 미국과 유럽기업들에 의한 생명보험회사 인수를 원활하게 만들었고 이에 따라 산업집중도가 감소했다.

보험사 신설보다는 인수가 외국기업이 미국시장에 진입하는 데 선호되는 수단이며, 이는 미국의 주별 규제로 인해 주간(instate) 영업을 원하는 신규 진입회사에게 있어 신설기업의 비용이 증가하는 데 기인한다. 2004년 미국의 대형 연금회사 10개사 중 5개사가 시장점유율 20%를 상회하는 외국사들이었다.

Swiss Re의 2006년도 보고서 “Getting together: globals take the lead

in life insurance M&A"에 의하면 Swiss Re 기준으로 2004년 한국에는 글로벌 생명보험회사가 없으며, 다만 삼성생명만이 국내사업규모로 세계순위 27위에 등재되어 있다.

2004년 현재 세계 40대 생명보험그룹 중에 글로벌회사는 수적인 면에서 적지(11개 그룹)만 대부분 상위에 랭크되어 있어 글로벌회사들이 세계보험시장을 주도하고 있음을 알 수 있다.

<표 Ⅱ-4> 2004년 세계 생명보험사 순위

| 순위 | Group | Home market | Premium in USD m, 2004 | Global market share in 2004 | Global market share in 1998 |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | **AIG** | **USA** | **66,837** | **3.6%** | **1.8%** |
| **2** | **Metropolitan Life** | **USA** | **58,732** | **3.2%** | **2.4%** |
| **3** | **AXA** | **France** | **58,422** | **3.2%** | **3.3%** |
| **4** | **Allianz** | **Germany** | **56,178** | **3.0%** | **1.8%** |
| **5** | **ING** | **Netherlands** | **45,978** | **2.5%** | **1.5%** |
| **6** | **Generali** | **Italy** | **45,936** | **2.5%** | **1.7%** |
| 7 | Nippon Life | Japan | 45,515 | 2.5% | 3.8% |
| **8** | **Aegon** | **Benelux** | **42,080** | **2.3%** | **1.7%** |
| **9** | **Aviva** | **UK** | **37,612** | **2.0%** | **0.9%** |
| 10 | Great Western Life | Canada | 34,090 | 1.8% | 1.5% |
| **11** | **Manulife** | **Canada** | **31,807** | **1.7%** | **0.8%** |
| 12 | Dai-Ichi | Japan | 30,272 | 1.6% | 2.6% |
| **13** | **Prudential(UK)** | **UK** | **29,959** | **1.6%** | **1.4%** |
| 14 | Meiji | Japan | 29,152 | 1.6% | 1.7% |
| 15 | Prudential(US) | USA | 27,751 | 1.5% | 1.3% |
| 16 | Hartford | USA | 26,848 | 1.5% | 1.2% |
| 17 | Sumitomo | Japan | 23831 | 1.3% | 2.2% |
| 18 | CNP | France | 23,828 | 1.3% | 1.3% |
| 19 | New York Life | USA | 22,798 | 1.2% | 0.9% |
| 20 | Credit Agricole | France | 19,390 | 1.0% | 0.5% |
| **21** | **Zurich** | **USA** | **19,272** | **1.0%** | **1.2%** |
| 22 | Principal Life | USA | 18,840 | 1.0% | 1.1% |
| 23 | Standard Life | UK | 18,719 | 1.0% | 0.6% |
| 24 | T&D, Taiyo Life and Daido Life | Japan | 16,587 | 0.9% | 1.6% |
| 25 | Swiss Life | Switzserland | 16,366 | 0.9% | 0.8% |
| 26 | China Life | China | 16,266 | 0.9% | 0.4% |

| 순위 | Group | Home market | Premium in USD m, 2004 | Global market share in 2004 | Global market share in 1998 |
|---|---|---|---|---|---|
| 27 | Samsung | South Korea | 15,412 | 0.8% | 1.2% |
| 28 | Sun Life | Canada | 15,406 | 0.8% | 0.6% |
| 29 | Ergo | Germany | 14,058 | 0.8% | 0.7% |
| 30 | LIC | India | 13,746 | 0.7% | 0.4% |
| 31 | BNP | France | 13,489 | 0.7% | 0.3% |
| 32 | Winterthur | Switzserland | 13,021 | 0.7% | 0.8% |
| 33 | HBOS | UK | 12,995 | 0.7% | 0.4% |
| 34 | Nationwide Corp. | USA | 12,360 | 0.7% | 1.2% |
| 35 | Fortis | Benelux | 11,303 | 0.6% | 0.6% |
| 36 | Legal General | UK | 11,070 | 0.6% | 0.4% |
| 37 | Loyds TSB | UK | 10,212 | 0.6% | 0.3% |
| 38 | Skandia | Sweden | 9,362 | 0.5% | 0.7% |
| 39 | Sociate Generale | France | 9,262 | 0.5% | 0.3% |
| 40 | Mitsui | Japan | 8,140 | 0.4% | 1.0% |
| Total Top 40 | | | 1,032,905 | 55.9% | 48.9% |
| of which Globals | | | 520,565 | 28.2% | 19.8% |
| of which non-Globals | | | 512,339 | 27.7% | 29.1% |
| Total global life premium volume | | | | | 1,849,086 |

주 : 회색 셀은 글로벌 보험회사임.
자료 : Swiss Re, "Getting Together : Globals Take the Lead in Life Insurance M&A", 2006.

나) 손해보험

넓은 의미에서 손해보험분야는 생명분야보다 더욱 글로벌화되어 있다고 볼 수 있는데, 특히 책임보험의 가격설정과 리스크를 세계적으로 분산하는 능력에서 글로벌화되어 있다. 그러나 보험회사 자체로 봐서는 국제적인 경험이 다른 보험 분야보다 더디게 진행되었으며, 이는 이용가능한 국가 간 자료가 부족한 데 기인한다.

손해보험회사의 국제화는 국제재물보험을 포함한 광범위한 보험서비스를 기업고객에게 제공할 수 있는 소수의 대형회사들에 의해 이루어지고 있다. 국제회계기준과 보험사 지급여력요건의 일치에 대한 지속적인 노력과 진전에도 불구하고 보험계약법은 아직 국내관할권에 머물고

있으며, 이는 해외로의 확장에 비용을 증가시키는 요인이 된다.

또한 손해보험사가 해외로 확장하는 데 유인을 감소시키는 다른 요인은 리스크가 재보험을 통해 분산될 수 있다는 점과 국가가 운영하는 다양한 안전망 등이다. 게다가 규모의 경제와 리스크 다각화는 종종 상대적으로 작은 국내 손해보험시장에서도 달성될 수 있다는 점이 손해보험사의 글로벌화의 제약요인이 된다.

다) 재보험

보험리스크의 다각화라는 관점에서 재보험은 거의 필수적으로 글로벌화된 사업이다. 재보험은 독립적인 리스크를 국가와 종목을 뛰어 넘어 분산시키고 보험사업자가 자본을 절약할 수 있게 만든다.

재보험을 통해 원보험사들은 재난 또는 예상치 못한 보험손실의 결과로 지급불능리스크에 노출되는 위험을 줄일 수 있다. 반면에 재보험사업자는 수재를 통해 리스크를 다각화할 수 있고 단일의 재난리스크에 노출될 필요도 없다.

2005년 재보험사업자에 출재된 보험료는 전 세계 손해보험료의 6.2%, 생명보험료의 1.1%에 달했다. 유럽에 근거지를 둔 재보험회사들이 가장 크게 순리스크를 부담하고 있으며, 주로 일본과 미국에서 리스크를 인수하고 있다. 글로벌 재보험시장은 2006년 기준으로 약 60%의 점유율을 보이는 10개의 기업들에 의해 상당히 집중화되어 있다.

기업합병은 비록 재보험사이클상 연성시장이었던 1990년 후반에 다수 기업들이 사업을 중단했지만 원칙적으로 M&A 활동을 통해 이루어지고 있다. 비록 이러한 과정이 규모의 경제와 국가 간 그리고 종목 간 리스크다각화에 의해 유도되었지만 이는 원보험사들이 집중화된 재보험산업에 점차 의지한다는 것을 의미한다.

## 3. 글로벌화의 방법

글로벌화의 수준은 수출지향화, 다국적화, 글로벌화의 세 가지 단계로

구분할 수 있다. 우리가 지향하는 것은 궁극적인 글로벌화이나 이를 이루기 위해서는 이전 단계들을 거쳐야 하기 때문에 이들도 글로벌화를 지향하는 보험사의 경영전략이 될 수 있다.

우선 수출지향화는 보험사의 입장에서 볼 때 새로운 보험상품을 외국의 보험사에 수출한다든가 국내의 보험상품을 국경 간 거래를 통해 외국에 판매하는 형태가 될 수 있을 것이다. 그러나 서비스 상품의 특성상 이러한 방법은 거래 규모가 크지 않을 뿐만 아니라 규제의 대상이 되기도 하는 등 한계점을 가진다.

다음으로 생각할 수 있는 방법은 다국적화이다. 다국적화는 외국시장에 회사를 설립하여 상품개발, 판매 등의 기업활동을 영위하는 것을 의미한다. 현재 글로벌화를 지향하고 있는 우리나라의 많은 산업들이 이 단계에 머물러 있으며 금융산업의 경우는 다국적화 단계조차 미진한 상황이다.

한편, 우리나라의 보험사가 해외에서 기업활동을 하는 방법은 세가지 방법이 고려될 수 있다. 현지회사와 합작사를 설립하여 진출하는 방법, 신설사를 설립하여 진출하는 방법, M&A를 통하여 진출하는 방법 등이 그것이다. 아래에서는 이들 각각의 방법에 대해 장단점을 살펴보도록 한다.

우선 합작사를 통해 진출하는 방법은 현지상황에 대한 정보 취득이 용이하고 현지에서의 네트워크 형성에 유리하다는 장점을 가지며 현지 파트너를 가짐으로써 지역사회에 기여한다는 평가를 받을 수도 있고 정치적 위험 또한 줄일 수 있는 장점이 있다. 또한 몇몇 국가의 경우 자국 진출 시 합작 투자만을 허용하고 있기도 하다.

그러나 합작사를 통한 진출의 경우 합작파트너와 경영상의 마찰이 생길 수 있으며 이를 해소하기가 상당히 까다로울 수 있다. 또한 합작파트너에게 경영상의 기술이 이전되는 위험도 감수해야 한다.

두 번째로 신설사를 통한 직접 진출의 경우는 합작사 진출에 따르는 단점을 극복할 수 있다. 경영권이 보장되기 때문에 자유로운 경영이 가

능하게 되며 기술이 누출될 위험성을 줄일 수 있다. 또한 기존의 기업을 인수할 경우와 달리 기업의 규모나 형태를 유연하게 할 수 있다는 장점을 가진다.

반면 합작사를 통한 진출에서 기대할 수 있는 현지정보 취득과 네트워크 형성에 있어서는 보다 많은 시간이 필요할 것이며 인수합병을 통한 경우보다도 현지화에 많은 노력을 기울여야 한다는 단점을 가진다.

마지막으로 인수합병의 경우에는 브랜드, 유통망 등을 한꺼번에 인수하므로 시장에 빠르게 진입할 수 있기 때문에 신속한 현지화를 가능케 한다. 그러나 상당한 인수 프리미엄을 지급해야 하며 인수 대상기업의 평가가 적절치 못해 부실한 회사를 인수하는 경우 추가 비용이 발생할 위험성이 있다.

지금까지 살펴본 세 가지 해외진출 방법들은 모두 보험사의 글로벌화 전략이 될 수 있다. 그러나 보험사가 해외에 진출하기 위해서는 보험산업만의 특수성도 고려하여야 할 것이다. 보험산업은 기본적으로 규제중심의 산업이며 개발도상국 같은 경우에는 특히 규제가 심한 편이다. 따라서 어떤 방법으로 진출할 것이냐를 결정하는 데 있어 각 나라의 제도를 우선적으로 고려하여야 하며 이것은 진출 방법에 상당한 제약을 가져올 수 있다.

또한 최근 금융 겸업화의 진전으로 금융산업 간의 시너지가 중요시되고 있는 상황을 고려하여 은행, 증권사와의 해외시장 동반진출 전략이나 종합금융서비스 제공을 목적으로 하는 진출전략 등도 고려해 볼 필요가 있다고 생각된다.

# Ⅲ. 국내 보험회사의 해외진출 현황 및 타당성 분석

## 1. 해외진출 현황

국내 보험회사의 해외진출은 최근 글로벌화 추세에 따른 기업의 해외진출 및 교역량 증대, 중국 등 아시아 신흥시장의 성장 등에 힘입어 작년부터 증가 추세를 보이고 있다. 국내 보험사의 해외점포 진출 추이를 살펴보면, 2003년도 47개 점포에서 2004~2005년에는 52개 점포로 정체되다가 2006년 56개로 다시 늘어났으며 2007년 9월 현재 58개의 점포로 증가하였다.

지역적으로는 중국, 베트남 등 성장잠재력이 풍부한 신흥시장과 미국시장을 중심으로 진출한 상태이며, 그 중에서도 아시아 집중현상(58.6%)이 뚜렷이 나타나고 있다.

<표 Ⅲ-1> 국내 보험회사 업종별·진출형태별 해외점포 현황

(단위 : 개, %)

| 진출형태 | | 북미 | 유럽 | 아시아 | | | | | | | | 총계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 미국 | 영국 | 베트남 | 싱가포르 | 인도 | 인도네시아 | 일본 | 중국 | 태국 | 홍콩 | |
| 생보 | 사무소 | 5 | 1 | 1 | - | 1 | - | 3 | 3 | - | - | 14 |
| | 현지법인 | 3 | 1 | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 7 |
| | 계 | 8 | 2 | 1 | - | 1 | - | 3 | 4 | 1 | 1 | 21 |
| 손보 | 사무소 | 4 | 3 | 4 | - | - | - | 3 | 7 | - | - | 21 |
| | 지점 | 5 | - | - | 1 | - | - | 1 | - | - | - | 7 |
| | 현지법인 | 1 | 1 | 1 | - | - | 3 | - | 2 | - | 1 | 9 |
| | 계 | 10 | 4 | 5 | 1 | - | 3 | 4 | 9 | - | 1 | 37 |
| 총합계 | | 18 | 6 | 6 | 1 | 1 | 3 | 7 | 13 | 1 | 2 | 58 |
| 비중(%) | | 31.0 | 10.3 | 58.6 | | | | | | | | 100.0 |

자료 : 금융감독원, 2007년 9월 말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황.

업종별로 살펴보면 생명보험회사의 경우 2007년 9월 말 현재 국내 4개사가 8개국에, 손해보험회사의 경우 6개사가 8개국에 사무소, 지점, 현지법인의 형태로 진출해 있다.

<표 Ⅲ-2> 생명보험회사 해외점포 진출 현황

| 회사명 | 국가명 | 도시명 | 점 포 | 진출형태 | 개설일자 |
|---|---|---|---|---|---|
| 교보생명 | 일본 | 동경 | 동경 | 사무소 | 1987.06.04 |
| | 미국 | 뉴욕 | 뉴욕 | 사무소 | 1987.06.04 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 2004.03.17 |
| | 미국 | 뉴욕 | 교보생명자산운용㈜ | 현지법인 | 1997.11.01 |
| 대한생명 | 베트남 | 하노이 | 하노이 | 사무소 | 2005.12.19 |
| | 일본 | 동경 | 동경 | 사무소 | 2005.03.14 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 2003.11.10 |
| | 미국 | 뉴욕 | 대한생명 뉴욕투자법인 | 현지법인 | 2005.08.29 |
| | 미국 | 뉴욕 | 뉴욕 | 사무소 | 2007.08.01 |
| 동양생명 | 미국 | 뉴욕 | 뉴욕 | 사무소 | 2006.02.01 |
| 삼성생명 | 인도 | 뭄바이 | 뭄바이 | 사무소 | 2004.10.01 |
| | 영국 | 런던 | 런던주재 | 사무소 | 2002.12.02 |
| | 일본 | 동경 | 동경 | 사무소 | 1986.09.18 |
| | 미국 | 뉴욕 | 미주주재 | 사무소 | 2003.05.01 |
| | 미국 | 뉴욕 | 뉴욕 | 사무소 | 1986.09.04 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 1995.04.20 |
| | 영국 | 런던 | 삼성생명 런던투자법인 | 현지법인 | 1991.04.19 |
| | 태국 | 방콕 | 싸이얌삼성 생명보험㈜ | 현지법인 | 1997.11.04 |
| | 홍콩 | 홍콩 | 삼성자산운용아주유한공사 | 현지법인 | 2002.05.29 |
| | 미국 | 뉴욕 | 삼성생명 뉴욕투자법인 | 현지법인 | 1994.02.17 |
| | 중국 | 북경 | 중항삼성생명보험㈜ | 현지법인 | 2005.07.06 |

자료 : 금융감독원, 2007. 9월 말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황.

<표 Ⅲ-3> 손해보험회사 해외점포 진출 현황

| 회사명 | 국가명 | 도시명 | 점 포 | 진출형태 | 개설일자 |
|---|---|---|---|---|---|
| 동부화재 | 미국 | 괌 | 괌 | 지점 | 1984.10.01 |
| | 미국 | 하와이 | 하와이 | 지점 | 2006.01.03 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 2006.07.07 |
| 메리츠화재 | 인니 | 자카르타 | 한진코린도보험 | 현지법인 | 1998.11.18 |
| 삼성화재 | 영국 | 런던 | 런던 | 사무소 | 2005.07.22 |
| | 일본 | 동경 | 동경 | 사무소 | 1994.01.10 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 1995.04.20 |
| | 중국 | 청도 | 청도 | 사무소 | 2003.05.26 |
| | 미국 | 뉴욕 | 뉴욕 | 사무소 | 2003.09.11 |
| | 미국 | LA | LA | 사무소 | 2003.07.01 |
| | 미국 | 뉴욕 | 미국 | 지점 | 1990.04.01 |
| | 인니 | 자카르타 | 삼성화재 인도네이사 법인 | 현지법인 | 1996.11.07 |
| | 베트남 | 호치민 | 삼성비나보험 | 현지법인 | 2002.11.14 |
| | 중국 | 상해 | 삼성화재(중국)법인 | 현지법인 | 2001.04.26 |
| 서울보증 | 베트남 | 하노이 | 하노이 | 사무소 | 2007.06.11 |
| LIG화재 | 베트남 | 호치민 | 호치민 | 사무소 | 2002.11.01 |
| | 베트남 | 하노이 | 하노이 | 사무소 | 1995.06.24 |
| | 일본 | 동경 | 동경 | 사무소 | 1988.10.31 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 1996.04.23 |
| | 미국 | LA | 로스엔젤레스 | 사무소 | 1993.02.12 |
| | 중국 | 상해 | 상해 | 사무소 | 2003.02.25 |
| | 미국 | 뉴욕 | 미국 | 지점 | 1990.03.14 |
| | 인니 | 자카르타 | LIG화재 인도네시아 현지법인 | 현지법인 | 1997.09.30 |
| 코리안리 | 일본 | 동경 | 동경 | 사무소 | 1976.08.10 |
| | 영국 | 런던 | 런던 | 사무소 | 1972.12.18 |
| | 미국 | 뉴욕 | 뉴욕 | 사무소 | 1979.04.02 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 1997.10.01 |
| | 싱가포르 | 싱가포르 | 싱가포르 | 지점 | 1978.11.24 |
| | 홍콩 | 홍콩 | 홍콩중개현법 | 현지법인 | 1996.04.01 |
| 현대해상 | 베트남 | 호치민 | 호치민 | 사무소 | 1997.03.01 |
| | 영국 | 런던 | 런던 | 사무소 | 1979.07.01 |
| | 중국 | 북경 | 북경 | 사무소 | 1997.09.12 |
| | 중국 | 북경 | 현대재산보험유한공사 | 현지법인 | 2007.03.02 |
| | 일본 | 동경 | 동경 | 지점 | 1976.10.01 |
| | 미국 | 뉴저지 | 미국 | 지점 | 1994.02.01 |
| | 미국 | 뉴저지 | 현대해상미국투자법인 | 현지법인 | 2006.09.20 |
| | 영국 | 런던 | 런던현지법인(HUKUL) | 현지법인 | 1997.12.23 |

자료 : 금융감독원, 2007. 9월 말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황.

2006년 상반기 보험사의 해외점포 총자산은 2005년 대비 소폭의 증가세를 보였으며 당기순이익은 진출 초기상황으로 수익구조가 아직 불안정한 모습으로 나타났는데 최근 당기순이익 감소는 설립초기 점포의 적자폭 확대에 주로 기인하는 것으로서, 설립초기 적자가 불가피한 보험업의 특징을 반영하고 있다.

<표 Ⅲ-4> 보험사 해외점포 재무 및 손익현황

(단위 : 백만 달러)

| 구분 | '05.상반기(A) | | | '06.상반기(B) | | | 증감(B-A) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 생보 | 손보 | 합계 | 생보 | 손보 | 합계 | 생보 | 손보 | 합계 |
| 자 산 | 150.8 | 288.7 | 439.5 | 150.8 | 306.5 | 457.3 | 0 | 17.8 | 17.8 |
| 당기손익 | 1.1 | 9.2 | 10.3 | 0.4 | 6.7 | 7.1 | △0.7 | △2.5 | △3.2 |

자료 : 재정경제부, 국내 금융기관의 해외진출 지원방안, 2007.4.25.

우리나라의 보험회사는 세계적 보험그룹과 비교하여 전문성과 브랜드 이미지 등에서 아직 경쟁력이 열세한 수준으로 판단된다. 먼저 규모 측면에서 살펴볼 때 선진국 글로벌 보험회사는 상위사의 경우 자산이 무려 1조 달러 내외이며, 임직원 수도 10만 명 수준에 달하는 큰 규모를 내세우고 있다. 이에 비해 국내 보험사는 상위사의 경우에도 1천억 달러의 자산에 달하는 보험회사가 삼성생명 1개사뿐이며, 임직원 수도 1만 명에도 근접하지 못하는 규모로 아직 글로벌 보험사들에 비해서는 규모면에서 큰 차이가 있다.

규모 측면 외에도 계리나 리스크평가, 언더라이팅 및 컨설팅 등 보험기법 측면이나 리스크관리 능력에서도 아직 선진 보험사들에 열세인 상황에 놓여있어 경쟁력이 제고되어야 하는데, 미국, 영국, 일본 등에서는 체계적인 제도적 뒷받침하에 보험계리사, 손해사정사, CPCU 등 다양한 보험전문인이 육성되어 보험시장에 공급되고 있으며, 양적으로도 전문인 자격취득자가 국내에 비해 훨씬 큰 비중을 차지하고 있다. 또한 보험전문인의 전문성을 엄격하게 관리하는 제도를 운영하는 등 보험전

문인 육성체계하에 양질의 보험전문인 확보가 가능하여 선진보험사들은 경쟁력 및 대외공신력 제고 등의 탄탄한 시장입지를 구축하고 있다.

또한, 국내 보험회사들은 대형 글로벌보험사와 비교할 때 인수합병(M&A) 등의 전문성 측면이나 해외진출 경험이 아직까지 크게 부족하여 규모 측면과 더불어 글로벌 보험사에 비해 상대적으로 브랜드 이미지가 취약한 상태이다. 향후 브랜드 가치제고를 위한 보험사들의 노력이 절실히 요구된다고 사료된다.

<표 Ⅲ-5> 2006 세계 상위 5개 글로벌 보험사 및 국내 상위 3사 규모

(단위 : 백만 달러, 명)

| 구분 | | 회사명 | 자산 | 임직원 |
|---|---|---|---|---|
| 생명보험사 | 글로벌사 | ING Group | 1,617,070 | 119,952 |
| | | AXA | 959,390 | 96,009 |
| | | Assicurazioni Generali | 497,976 | 66,003 |
| | | Aviva | 572,901 | 58,019 |
| | | Prudential(uk) | 423,762 | 34,789 |
| | 국내사 | 삼성 | 117,010 | 6,641 |
| | | 대한 | 48,919 | 4,898 |
| | | 교보 | 46,275 | 4,471 |
| 손해보험사 | 글로벌사 | Allianz | 1,388,837 | 166,505 |
| | | AIG | 979,414 | 106,000 |
| | | Berkshire Hathaway | 248,437 | 217,550 |
| | | Zurich Financial Service | 373,855 | 52,286 |
| | | Munich Re Group | 284,662 | 37,210 |
| | 국내사 | 삼성 | 19,905 | 5,407 |
| | | 현대 | 7,709 | 2,784 |
| | | 동부 | 7,226 | 3,375 |

주 : 국내사의 경우 2006 회계년도 기준임.
자료 : Fortune Global 500, 금융통계월보.

## 2. 해외진출 타당성 분석

### 가. 검토대상국 고려

우리나라 보험회사들은 다양한 이유로 해외에 진출을 해왔으나, 대부분 선진국을 중심으로 한 사무소 형태의 진출에 불과하며, 최근 신흥보험국으로의 진출은 몇몇 대형보험사들을 중심으로 이루어지고 있다.

<표 Ⅲ-6> 진출 국가별 해외점포 수

(단위 : 개, %)

| 구분 | 북미 | 유럽 | 아시아 | | | | | | | | 총계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 미국 | 영국 | 베트남 | 싱가포르 | 인도 | 인도네시아 | 일본 | 중국 | 태국 | 홍콩 | |
| 점포 수 | 18 | 6 | 6 | 1 | 1 | 3 | 7 | 13 | 1 | 2 | 58 |
| 비중 | 31.0 | 10.3 | 1.7 | 10.3 | 1.7 | 5.2 | 12.1 | 22.4 | 1.7 | 3.4 | 100.0 |

자료 : 금융감독원, 2007. 9월 말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황.

우리나라 보험회사들이 가장 많이 진출해 있는 지역은 미국으로 점포가 18개에 달하나, 대부분 연락사무소 기능에 치우치고 있으며, 그 다음은 중국이 13개소로 교역증가에 따라 다른 아시아지역에 비해 비교적 많이 진출하였으나 이 역시 아직은 사무소 수준의 진출이 대부분이다.

금융산업, 특히 보험산업의 해외진출은 우리나라 제조업의 해외진출역사와 비교할 때, 상당히 늦은 감이 있으나 최근 국내시장의 성숙, 해외시장의 자유화, 개방화 등과 함께 적극적인 FTA 추진, 정부의 지원의지로 인해 해외진출의 여건이 성숙되었다고 불 수 있다.

1차적인 해외진출 검토대상국 선정은 상대국의 여건과 우리나라 보험산업의 여건 모두를 감안해야 하고 전체적인 글로벌전략의 차원에서 이루어져야 한다.

세계보험시장을 고려함에 있어, 소위 신흥보험국(emerging insurance

markets)은 아시아의 중국, 인도 등과 중앙유럽 및 동유럽을 아우르고 있으나, 여기서는 한국과의 접근성, 문화적 동질성 등으로 아시아의 신흥보험국을 주로 분석하고자 한다.

대부분의 한국보험회사들은 글로벌전략을 추진할 만큼 해외진출경험이 많지 않으며, 따라서 글로벌전략 추진에 앞서 국가별 진출을 먼저 고려하여야 한다. 진출대상국을 선정함에 있어, 각국별로 전국적인 자료를 이용하지만 이러한 진출국을 선정함에 있어 각국의 지역별 분석도 중요하게 고려되어야 할 것이다. 대부분의 신흥보험국은 전체적인 경제 또한 급속한 팽창을 하고 있고 이러한 팽창은 지역적으로 불균형적으로 이루어지고 있는 경우가 다반사이기 때문에 보험시장 확대도 지역마다 다른 경우(예를 들어 최근 중국 서부지역의 보험시장 확대, 인도 농촌지역의 보험시장 확대가 이슈화되고 있음)가 많아 전국적인 지표만으로 진출을 결정하는 것은 리스크가 따른다. 본 절에서는 자료의 한계상 전국적인 데이터를 이용한 분석을 통해 일차적인 진출고려 대상국을 선정하고자 한다.

본장에서의 분석방법은 각국 보험시장의 최근 5년간의 연평균성장률(CAGR)과 침투도 등의 비율분석을 기초적으로 시행하고 역사적 추세분석을 시행한다.

### 나. 비율분석

아래 표는 아시아 주요국 보험시장의 성장성에 관한 비율분석을 보여주고 있다. 지난 5년간 수입보험료의 연평균성장률(2001년~2006년)이 가장 높았던 국가는 인도로서 연평균 28.5%의 엄청난 성장을 이루었다. 그 다음으로는 베트남이 24.4%였고, 인도네시아 24.2%, 중국 22.7%의 순으로 나타났으며 모두 20%를 상회하는 높은 성장률을 보여주고 있다. 각국의 GDP에 대비한 보험료규모, 즉 보험침투도(Insurance penetration)는 인도네시아가 1.33%로 가장 낮았다. 그 다음으로는 필리핀 1.50%, 베트남 1.54%, 중국 2.69%, 태국 3.45%, 인도 4.57%의 순으로

나타났다. 보험료성장률과 보험침투도를 동시에 고려할 경우, 대체적으로 수입보험료 연평균성장률은 20% 이상, 보험침투도는 8% 이하인 집단으로 중국, 인도, 인도네시아, 베트남, 싱가포르 등이 군집되며, 이들 국가들이 아시아 신흥보험국들 중에서도 가장 성장성이 유망한 것으로 판단된다.

<표 Ⅲ-7> 주요 아시아 보험시장 성장률과 보험침투도

(단위: 백만 달러)

| 백만 달러 | 2001년 | 2006년 | 연평균성장률 | 보험침투도 (2006년) |
|---|---|---|---|---|
| 한국 | 50,537 | 100,613 | 14.76% | 11.02% |
| 중국 | 25,485 | 70,737 | 22.65% | 2.69% |
| 인도 | 11,877 | 41,598 | 28.49% | 4.57% |
| 홍콩 | 10,392 | 19,842 | 13.81% | 10.47% |
| 말레이시아 | 4,718 | 7,615 | 10.05% | 4.94% |
| 필리핀 | 906 | 1,751 | 14.09% | 1.50% |
| 타이완 | 24,253 | 51,571 | 16.29% | 14.52% |
| 싱가포르 | 4,005 | 10,775 | 21.89% | 6.49% |
| 태국 | 3,366 | 7,127 | 16.19% | 3.45% |
| 호주 | 32,705 | 52,562 | 9.95% | 6.98% |
| 베트남 | 315 | 937 | 24.36% | 1.54% |
| 인도네시아 | 1,641 | 4,850 | 24.20% | 1.33% |

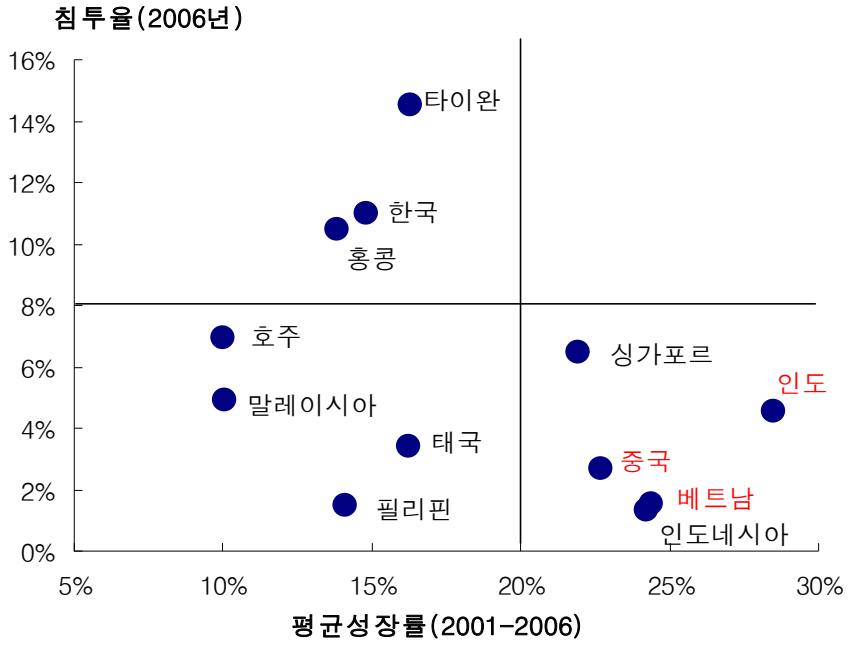
자료 : Swiss Re, "World Insurance", 각년호.

분석대상이 되는 아시아 신흥보험국들은 호주를 제외할 경우 모두 10%를 상회하는 높은 성장을 하고 있으며, 최고 성장률을 보인 인도의 28.65%와 가장 낮은 호주의 9.95%는 18.70%p나 차이가 나고 있다. 높은 수입보험료 성장률을 보인 국가들의 특징을 보면 싱가포르를 제외하고 모두 급속한 경제개발이 이루어지고 있는 국가들이며, 인구 또한 중국 13억 1천 6백만 명(세계 1위), 인도 11억 2천 2백만 명(세계 2위), 인도네시아 2억 3천 1백만 명(세계 4위), 베트남 8천 4백만 명(12위)으로 최상위를 구성하고 있다.

이들 국가들은 침투도 면에서는 필리핀, 태국, 말레이시아, 호주 등과

유사한 수준을 보이고 있으나 성장률뿐만 아니라 인구 면에서도 분명한 차이를 보이면서 유망한 성장시장으로 매력을 가지고 있다.

<그림 Ⅲ-1> 주요 아시아 보험시장의 성장률지표




자료 : Swiss Re, "World Insurance", 각년호.

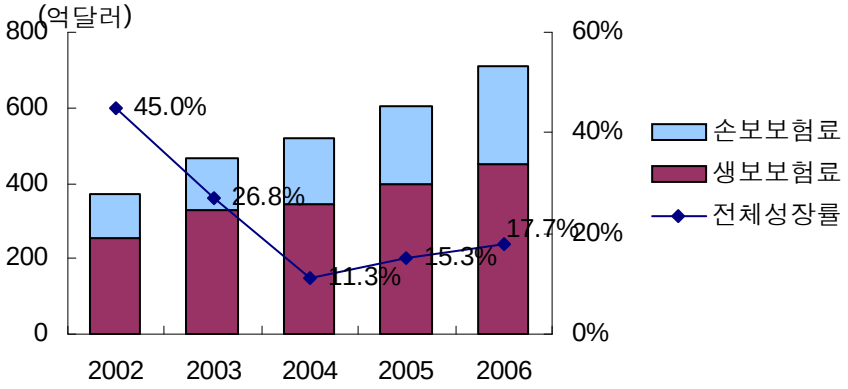
## 다. 최근 추세

성장성이 유망한 보험시장은 인도, 중국, 베트남, 인도네시아 4개국인 것으로 나타났다. 이중 인도네시아는 높은 수입보험료 성장률과 낮은 침투도에도 불구하고 공식적 실업률은 10%대이나 실질실업률은 44%로 알려져 있고 인구의 5%에 불과한 화교가 인도네시아 경제를 주도한다는 점, 그리고 무엇보다도 인도네시아는 1만 8천 개의 섬으로 이루어진 도서국가로 보험영업의 특성상 판매채널의 애로가 있는 국가로 여겨지고 있다는 점 등으로 본고에서는 고려하지 않기로 한다.

1) 중국

중국은 보험시장의 개방정책을 추진한 1992년 이후 2003년까지 보험시장 규모가 약 10배 이상 성장하였으며, 최근에도 연평균 22.3%의 고성장을 하는 국가로 2002년 WTO 가입에 따라 외국보험사업자에 대한 규제가 큰 폭으로 완화되면서 개방도가 진척되었다. 또한 2004년 말 이후에는 진출제한규제도 철폐되는 등 보험규제의 혁신도 꾸준히 이루어지고 있다.

<그림 Ⅲ-2 > 중국 보험시장 추세




자료 : Swiss Re, "World Insurance", 각년호.

중국보험시장은 생명보험이 73.4%로 생명보험시장의 비중이 크며, 지속적인 경제발전에 따라 중산층이 꾸준히 증가함에 따라 생명보험산업과 손해보험 모두 장래성이 밝다.

중국 경제의 10% 이상 성장률이 4년 연속 지속되고 있으며 향후에도 고도성장이 계속될 것으로 보인다. 2007년 1~9월 GDP 총액은 16조 6,043억 위안으로 전년동기 대비 11.5% 증가했다. 중국의 외환보유고는 이미 일본을 추월하여 세계 1위이며, GDP, 무역, FDI 등의 지표에 있어서도 세계 순위가 지속 상승하고 있어 향후 성장가능성을 밝게 해주

고 있다.

또한, 중국이 점차 WTO 가입 시의 약속을 단계적으로 이행하면서 서비스시장에 따른 대외투자를 점차 개방하고 있다. 이외 중국은 홍콩, 마카오와 경제관계를 더욱 긴밀히 하는 조치(CEPA)를 취하였고, 중-ASEAN FTA, 중-칠레 FTA, 중-호주 FTA, 중-뉴질랜드 FTA와의 서비스무역과 투자협정에 관한 협상을 하고 시행할 것으로 전망되는데 이는 중국 서비스시장의 개방을 가속화할 것이다.

중국에서 서비스사업을 전개하는 데는 안정적인 정치국면, 양호한 투자환경, 안정된 기초시설, 풍부하고 저렴한 노동력자원 등의 장점이 있다. 2005년 3월 미국 CIO Insight 에서 2005년 "전 세계 외주보고서(The Global Outsourcing Report 2005)"를 발표하였는데, 외주 제공국의 원가와 위험요소를 종합적으로 고려한 후, 2005년 전 세계 외주지수(The Global Outsourcing Index)가 가장 높은 나라로는 인도이고, 두 번째가 중국이었다. 미래 외주지수(2015년)는 중국이 1위를 점할 것이고, 중국은 세계에서 가장 흡인력이 있는 외주 제공국으로 부상할 것이라고 한다. 또한 M&A가 점차 외국투자자들의 주요한 진입 방식이 되면서, 중국 상무부 등 6개 부서에서는 2006년 8월 9일에 "외국투자자 성내기업 인수합병에 관한 규정"을 반포하였고, 처음으로 외국그룹이 주식을 사용하여 중국회사를 인수 합병할 수 있게 허락하였다.

외국 투자자들의 중국에 대한 장기 경제발전 전망과 투자환경에 대한 신뢰도 증가, 중국이 점차 중화학공업화 단계로 진입하면서 하류산업이 중화학공업에 비교적 큰 수요를 나타내고, 중국의 인수합병 등 법률 환경의 진일보로 중화학공업 등 자본과 기술밀집 정도가 높은 산업에 점차 많은 외국자본이 진입하고 있다.

인구발전상 구중국은 출생률과 사망률이 모두 높고 성장률은 낮았으나 중화인민공화국 수립 이후 전반기 20여 년은 출생률은 높고 사망률은 낮으며 성장률은 높았다. 그러나 1980년대 이후 중국 정부가 산아제한 정책을 시행한 결과 출생률과 사망률, 성장률 모두 낮아지는 추세로

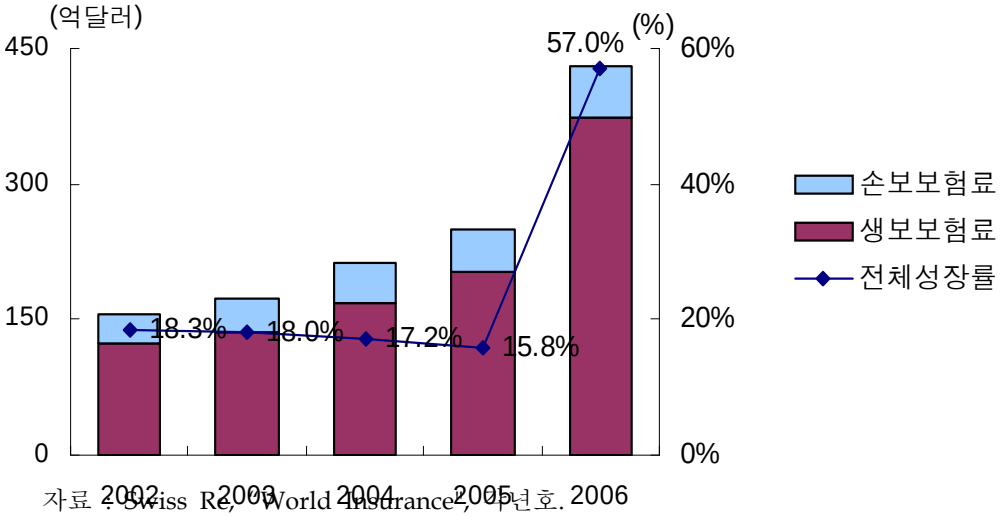
변화하고 있다. 중국은 국민생활수준 향상, 의료위생 및 보건사업 개선, 그리고 출산률 감소 등으로 2050년까지 60세 이상 인구가 30%를 초과할 것으로 전망될 정도로 급속한 노령화가 진행되고 있는 반면 사회안전망과 사회보험이 취약하다고 평가되고 있어 향후 중국 보험시장은 개인 및 사회 전체적인 수요 증대에 따라 민간보험시장이 성장을 지속할 전망이다.

2) 인도

중국에 이어 인도는 전 세계적으로도 금융회사들의 새로운 해외시장으로 부각되고 있다. 특히 최근 인도는 IT, 금융을 중심으로 해외투자 유치에 적극적으로 나서고 있어 금융회사들에게는 매력적이다. 최근 들어 IT를 중심으로 제조, 금융, 서비스업까지 경제 규모가 빠르게 성장하고 있으며 연평균 경제성장률은 7%, 국내총생산(GDP)은 7,365억 달러, 1인당 GDP는 680달러다.

2006년 보험산업은 생명보험의 비중이 86.5%를 차지하고 있는데서 알 수 있듯이 거대한 인구를 바탕으로 생명보험산업 위주로 구성되어 있다. 빠른 경제성장에도 불구하고 보험침투도는 2006년 4.8%로 4%를 상회하는 성장을 보여, 보험산업의 성장도 빠르게 이루어지고 있다. 특히 최근 경제가 안정되고 고도성장이 몇 년째 계속되면서 세계적으로 큰 주목을 받고 있다. IT, BT 등 지식산업 분야의 아웃소싱 기지로 부상하였고 4년 연속 7%~9%의 성장을 거듭해 오면서 제조업과 서비스업의 고도성장이 이어지고 있다. 인도시장을 겨냥한 세계적인 기업들의 투자가 이어지고 있으며, 하층민의 높은 비율에도 불구하고 구매력을 갖춘 젊은 신흥 중산층도 급속히 늘어나는 추세이다.

<그림 Ⅲ-3> 인도 보험시장 추세




자료 : Swiss Re, World Insurance, 각년호.

인도의 실질 GDP 성장률은 2003-04 회계년도 8.5%, 2004-05 회계년도 7.5%, 2005-06 회계년도 9.0%에 이어 2006-07 회계년도에도 9.4%의 고도성장을 지속하였으며 이러한 높은 경제성장은 상당기간 지속될 것으로 예상된다. 인도국가응용경제연구소에서는 2007~08 회계년도 경제성장률을 8.5%로 전망하고 있다. 제조업 분야의 증가율이 10% 전후까지 상승하여 경기 활황세를 지속하고 있으며, 기계류 등을 중심으로 민간의 설비 투자가 지속 확대되고 있다.

인도의 열악한 인프라 수준은 장기적인 투자는 물론 안정적인 성장에 악영향을 미치며 인도 투자 진출의 최대 걸림돌이 되고 있다. 모건스탠리의 "인프라 중심의 인도경제" 보고서에 따르면, 인도는 중국보다 7배나 적은 인프라 투자를 하고 있는 것으로 나타난다. 또한 반부패감시투명국제기구가 발표한 자료에 따르면 2005년도 인도는 세계 159개국 중 2004년 90위에서 두 단계 상승한 88번째로 매우 높은 부패 만연국가로 지정되었다.

인도정부의 사업 및 프로젝트 등이 계획대로 제때 수행되지 않고 있

어 많은 외국인들로부터 투자의 명확성을 보장해 주지 못하는 요인 중에 하나이다. 인도 계획프로그램 수행부의 2005년 11월 12일 발표에 따르면, 646개의 정부 프로젝트 중 258개만이 정해진 기간내에 수행되고 있으며, 나머지 프로젝트들은 최소 1개월에서 21년까지도 지연되고 있다고 한다. 이러한 기한 초과 수행으로 인해 계획된 예산보다도 40% 이상의 비용이 더 많이 지출되고 있는 것으로 나타나고 있다. 이러한 요소들 외에 노동시장의 경직성 등은 보험사들의 인도진출에 대한 장애요인으로 작용하고 있다.

1947년 독립 이후 자급자족적 폐쇄주의 경제정책의 영향으로 외국 자본에 대한 인도 정책당국 및 일반의 시선은 1991년 이전까지 우호적이지 못한 것이 사실이었다. 그러나 91년 이후 전 세계적으로 확산되고 있는 세계화(Globalization) 추세에 동참하기 위해 개방, 개혁 정책을 취한 이후 현재 거의 전 산업(각 산업별 외국인 지분 참여에 상한이 일부 존재)에 대한 외국인 투자 문호가 개방되어 있다.

특히 중점 투자유치 부문에 대해서는 경영권 행사가 가능한 51% 또는 100%까지 투자가 가능하며 수출지향기업, 소프트웨어 등 자국 경제에의 파급효과가 큰 분야에 대해서는 특히 완전히 개방하여 100%의 단독투자가 가능하다. 재정수지 개선과 생산성 제고를 위한 국영기업의 민영화 과정에서 외국인 투자가의 참여도 적극 장려되고 있는 등 1991년 이후 꾸준히 투자환경이 개선되는 추세에 있다.

인도의 인구는 약 11억으로 중국 다음으로 가장 많은 인구를 보유하고 있어 특히 보험사들에게는 매력적인 시장이다. 더구나 인도가 당초 예상보다 5년쯤 빠른 2030년 이전에 중국을 제치고 세계 최대 인구 대국으로 부상할 전망이다. UN은 "2004년판 세계 인구 전망"에서 인도 인구는 계속 증가하는 반면, 중국 인구는 2025년까지 증가하다가 감소세로 돌아서 인구수가 역전될 것이라고 예측한 바 있다.

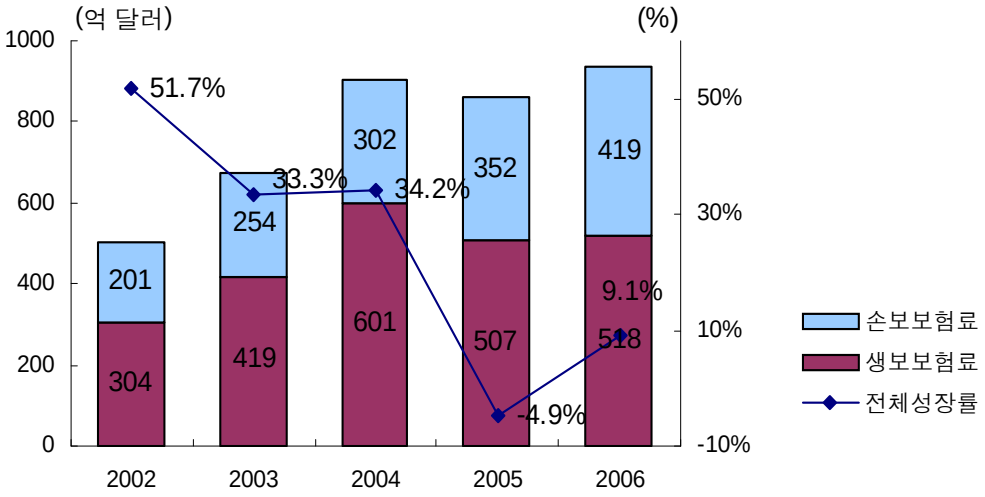
인도 상공회의소연합(ASSOCHAM)은 보고서를 통해 엄청난 수의 농촌 인구가 아직 보험 혜택을 못 보고 있기 때문에 향후 4년 내에 농촌

과 도농복합형 지역의 보험시장만 350억 달러로 커질 것이라고 예상하고 있다. 보고서에 따르면 이 가운데 200억 달러는 생명보험, 나머지 150억달러는 자동차 재산 카축 곡물 농기계 등의 손해보험이 차지할 것으로 분석하는 등 인도보험시장의 미래를 밝게 보고 있다.

3) 베트남

베트남 또한 높은 보험시장의 성장과 함께 낮은 침투율로 인해 매력적인 시장으로 다가온다. 2006년 생명보험시장의 비중은 55.3%로 비교적 고르게 발달되었으나 전체보험시장 규모는 한국의 0.9%에 불과한 실정이다. 특히 보험침투도는 2006년 1.50%로 2004년 이후 계속 하락하고 있다. 이러한 원인은 다양하게 존재하겠지만 일차적으로는 은행상품에 대한 경쟁력 저하로 분석되고 있다.

<그림 Ⅲ-4> 베트남 보험산업 추세




베트남은 1987년 도이머이 정책을 채택하여 시장개방을 추진한 이후 매년 7% 이상의 경제성장을 보이고 있다. 2000년대 들어서는 연평균

7.5%의 고도성장을 지속하여 2005년에는 8.4%의 최고 경제성장률을 기록하였다. 2006년에도 8.17%의 성장률을 기록하여 8%대의 고성장을 시현하였다. 2007년 외국인투자의 대폭 신장으로 경제성장률이 8.5~9.0% 이상 추정되고 있으며, 산업생산 증가율도 17%를 상회하고 있어 2000년 이후 15% 이상의 산업성장률을 지속하고 있다.

외국인투자 또한 베트남의 투자관련 법령 정비, WTO 가입 등에 따른 불확실성 제거로 인해 2006년에는 전년에 비해 거의 배가 증가하여 78억 달러를 기록하였으며, 2007년에는 전년대비 100% 증가한 160억 달러를 달성할 전망이다. 한국은 베트남 제1의 투자국으로 부상하였으며, 2007년에는 기존 대만, 싱가포르, 일본의 투자확대는 물론 미국의 투자확대 조짐으로 2008년도에도 외국인투자는 지속적으로 확대될 추세이다.

베트남 투자의 장점은 정치·사회적 안정성, 상대적으로 낮은 생산비용, 노동관리 용이 및 환율의 낮은 변동성 등이다. 하지만 노동관리 부문의 장점은 최근 파업에 의해 다소 나빠졌다는 평가이며, 연구 및 기술자, 사회간접자본, 기반 산업 부문에서 여타 아시아 국가들에 비해 취약한 것으로 평가되고 있다. 또한 통관절차와 지적재산권 보호부문에서도 열세인 것으로 나타난다.

특히 2007년 한국이 제1의 투자국으로 부상함에 따라 베트남 정부는 한국기업에 대해 우호적인 모습을 보이고 있으며, 한국전담 정부기구를 상설하는 등 정부의 우호적 지원이 따르고 있어 보험사들의 진출을 용이하게 하고 있다.

베트남의 인구는 8천 4백만으로 세계 12위를 차지하고 있으며, 특히 28세 이하 인구비중이 60%에 이르는 등 약진하는 경제성장과 함께 구매력이 급속히 확대되고 있어 매력적인 시장임에 틀림없다.

# Ⅳ. 글로벌화 추진을 위한 해외시장 분석

## 1. 중국

### 가. 일반사항

#### 1) 국토

중국의 국토면적은 960만$km^2$이며 5400여 개의 섬을 가지고 있다. 중국의 해안선은 총 18,000㎞에 이른다.

<표 Ⅳ-1> 중국의 국토

| 국 토 | | |
|---|---|---|
| 육상 총면적 | (만$km^2$) | 960 |
| 해상 총면적 | (만$km^2$) | 473 |
| 해상 평균수심 | (m) | 961 |
| 해상 최고 수심 | (m) | 5,377 |
| 해안선 총길이 | (km) | 32,000 |
| 본토 해안 | | 18,000 |
| 도서 해안 | | 14,000 |
| 섬 갯수 | | 5,400 |
| 섬 총면적 | (만$km^2$) | 3.87 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

현재 중국의 행정구역은 대만성[2]을 포함한 23개의 성과 5개의 자치구, 4개의 직할시, 2개의 특별행정구로 나뉜다.

2) 중국은 대만을 23번째 성으로 간주함.

<표 Ⅳ-2> 중국의 행정구역 및 지도(Ⅰ)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4개의 직할시 | | | | | | | |
| 북경시(北京市) | | 상해시(上海市) | | 천진시(天津市) | | 중경시(重慶市) | |
| 23개의 성 | | | | | | | |
| 흑룡강<br>(黑龍江) | 길 림<br>(吉 林) | 요 녕<br>(遼 寧) | 하 남<br>(河 南) | 하 북<br>(河 北) | 산 서<br>(山 西) | 사 천<br>(四 川) | 귀 주<br>(貴 州) |
| 섬 서<br>(陝 西) | 감 숙<br>(甘 肅) | 청 해<br>(青 海) | 산 동<br>(山 東) | 안 휘<br>(安 徽) | 강 소<br>(江 蘇) | 운 남<br>(雲 南) | 해남도<br>(海南島) |
| 절 강<br>(浙 江) | 강 서<br>(江 西) | 복 건<br>(福 建) | 호 남<br>(湖 南) | 호 북<br>(湖 北) | 광 동<br>(廣 東) | 대 만<br>(臺 灣) | |
| 5개의 자치구 | | | | | | | |
| 티벳자치구<br>(西藏自治區) | | | 신강위구르자치구<br>(新疆維吾爾族自治區) | | | 내몽고자치구<br>(內蒙古自治區) | |
| 영하회족자치구<br>(寧夏回族自治區) | | | 광서장족자치구<br>(廣西壯族自治區) | | | | |
| 2개의 특별행정구 | | | | | | | |
| 홍 콩<br>(香 港) | 마카오<br>(澳門) | | | | | | |

<그림 Ⅳ-1> 중국의 행정구역 및 지도(Ⅱ)

2) 기후

대부분의 영토가 사계절이 뚜렷한 온대와 아열대 기후대에 속하며 일부지역은 열대와 적도대에 놓여 있다.

<표 Ⅳ-3> 중국의 기후

| 기 후 | |
|---|---|
| 기온 분포 (단위 : 연중 누적 기온≥0℃) | |
| 흑룡강 북부, 티벳 고원 | 2,000-2,500 |
| 북동부 평야 | 3,000-4,000 |
| 북부 평야 | 4,000-5,000 |
| 양쯔강 유역과 남부지역 | 5,800-6,000 |
| 난링산 남부지역 | 7,000-8,000 |
| 강수량 (mm) | |
| Mid-Taiwan Mountain 지역 | ≥4,000 |
| 남부해안 지역 | 1,600-2,000 |
| 양쯔강 골짜기 | 1,000-1,500 |
| 남부, 남동부 지역 | 400-800 |
| 북서부 내륙지역 | 100-200 |
| 타림, 투루판, 차이담 분지 | ≤25 |
| 기후지대별 비중 | |
| 습지대 (건조지수<1.0) | 32 |
| 반습지대 (건조지수 1.0-1.5) | 15 |
| 반건조지대 (건조지수 1.5-2.0) | 22 |
| 건조지대 (건조지수>2.0) | 31 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

3) 인구

중국의 인구는 세계에서 가장 많으며 2005년 말 추정인구는 13억 756만 명으로 이는 세계인구의 1/5에 해당한다. 중국의 인구는 연간 0.6% 정도의 성장률을 보이고 있고 성장률은 줄어드는 추세이다. 또한 인구

밀도는 $1km^2$당 135명으로 이는 미국의 4배에 가까운 수치이다.

<표 Ⅳ-4> 중국의 총인구 추이

(단위 : 백만 명)

| 연도 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 인구 | 1,267.43 | 1,276.27 | 1,284.53 | 1,292.27 | 1,299.88 | 1,307.56 |
| 증가율 | 0.76% | 0.70% | 0.65% | 0.60% | 0.59% | 0.59% |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

<표 Ⅳ-5> 중국의 성별, 도·농별 인구 추이

(단위 : 만 명)

| | | 성 별 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 남성 | | 여성 | |
| 연도 | 총인구 | 인구 | 비율 | 인구 | 비율 |
| 1990 | 114,333 | 58,904 | 51.52 | 55,429 | 48.48 |
| 1995 | 121,121 | 61,808 | 51.03 | 59,313 | 48.97 |
| 2000 | 126,743 | 65,437 | 51.63 | 61,306 | 48.37 |
| 2005 | 130,756 | 67,375 | 51.53 | 63,381 | 48.47 |

| | | 도·농별 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 도시 | | 농촌 | |
| 연도 | 총인구 | 인구 | 비율 | 인구 | 비율 |
| 1990 | 114,333 | 30,195 | 26.41 | 84,138 | 73.59 |
| 1995 | 121,121 | 35,174 | 29.04 | 85,947 | 70.96 |
| 2000 | 126,743 | 45,906 | 36.22 | 80,837 | 63.78 |
| 2005 | 130,756 | 56,212 | 42.99 | 74,544 | 57.01 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

<표 Ⅳ-6> 중국의 지역별 인구수 추이

(단위 : 만 명, %)

| 지역 | 총인구 | 출생률 | 사망률 | 자연성장률 |
|---|---|---|---|---|
| National Total | 130,756 | 12.4 | 6.51 | 5.89 |
| Beijing | 1,538 | 6.29 | 5.2 | 1.09 |
| Tianjin | 1,043 | 7.44 | 6.01 | 1.43 |
| Hebei | 6,851 | 12.84 | 6.75 | 6.09 |
| Shanxi | 3,355 | 12.02 | 6 | 6.02 |
| Inner Mongolia | 2,386 | 10.08 | 5.46 | 4.62 |
| Liaoning | 4,221 | 7.01 | 6.04 | 0.97 |
| Jilin | 2,716 | 7.89 | 5.32 | 2.57 |
| Heilongjiang | 3,820 | 7.87 | 5.2 | 2.67 |
| Shanghai | 1,778 | 7.04 | 6.08 | 0.96 |
| Jiangsu | 7,475 | 9.24 | 7.03 | 2.21 |
| Zhejiang | 4,898 | 11.1 | 6.08 | 5.02 |
| Anhui | 6,120 | 12.43 | 6.23 | 6.2 |
| Fujian | 3,535 | 11.6 | 5.62 | 5.98 |
| Jiangxi | 4,311 | 13.79 | 5.96 | 7.83 |
| Shandong | 9,248 | 12.14 | 6.31 | 5.83 |
| Henan | 9,380 | 11.55 | 6.3 | 5.25 |
| Hubei | 5,710 | 8.74 | 5.69 | 3.05 |
| Hunan | 6,326 | 11.9 | 6.75 | 5.15 |
| Guangdong | 9,194 | 11.7 | 4.68 | 7.02 |
| Guangxi | 4,660 | 14.26 | 6.09 | 8.16 |
| Hainan | 828 | 14.65 | 5.72 | 8.93 |
| Chongqing | 2,798 | 9.4 | 6.4 | 3 |
| Sichuan | 8,212 | 9.7 | 6.8 | 2.9 |
| Guizhou | 3,730 | 14.59 | 7.21 | 7.38 |
| Yunnan | 4,450 | 14.72 | 6.75 | 7.97 |
| Tibet | 277 | 17.94 | 7.15 | 10.79 |
| Shaanxi | 3,720 | 10.02 | 6.01 | 4.01 |
| Gansu | 2,594 | 12.59 | 6.57 | 6.02 |
| Qinghai | 543 | 15.7 | 6.21 | 9.49 |
| Ningxia | 596 | 15.93 | 4.95 | 10.98 |
| Xinjiang | 2010 | 16.42 | 5.04 | 11.38 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

<표 Ⅳ-7> 중국의 연령별 인구 추이

(단위 : 백 명, %)

| 인 구 | | | | 비 중 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 나이 | 인구 | 남성 | 여성 | 비중 | 남성 비중 | 여성 비중 | 성비 (여성=100) |
| Total | 16,985,766 | 8,584,882 | 8,400,884 | 100.0 | 50.54 | 49.46 | 102.19 |
| 0-4 | 907,102 | 499,709 | 407,393 | 5.34 | 2.94 | 2.40 | 122.66 |
| 5-9 | 1,060,664 | 577,004 | 483,660 | 6.24 | 3.40 | 2.85 | 119.30 |
| 10-14 | 1,353,263 | 721,493 | 631,770 | 7.97 | 4.25 | 3.72 | 114.20 |
| 15-19 | 1,443,484 | 749,084 | 694,399 | 8.50 | 4.41 | 4.09 | 107.88 |
| 20-24 | 1,036,723 | 499,927 | 536,796 | 6.10 | 2.94 | 3.16 | 93.13 |
| 25-29 | 1,110,290 | 539,235 | 571,055 | 6.54 | 3.17 | 3.36 | 94.43 |
| 30-34 | 1,445,908 | 711,021 | 734,887 | 8.51 | 4.19 | 4.33 | 96.75 |
| 35-39 | 1,651,487 | 813,134 | 838,354 | 9.72 | 4.79 | 4.94 | 96.99 |
| 40-44 | 1,475,539 | 732,641 | 742,898 | 8.69 | 4.31 | 4.37 | 98.62 |
| 45-49 | 1,147,578 | 575,858 | 571,720 | 6.76 | 3.39 | 3.37 | 100.72 |
| 50-54 | 1,236,929 | 622,759 | 614,170 | 7.28 | 3.67 | 3.62 | 101.40 |
| 55-59 | 907,435 | 462,421 | 445,014 | 5.34 | 2.72 | 2.62 | 103.91 |
| 60-64 | 668,310 | 342,519 | 325,791 | 3.93 | 2.02 | 1.92 | 105.13 |
| 65-69 | 564,095 | 286,166 | 277,929 | 3.32 | 1.68 | 1.64 | 102.96 |
| 70-74 | 454,955 | 224,027 | 230,928 | 2.68 | 1.32 | 1.36 | 97.01 |
| 75-79 | 290,171 | 135,684 | 154,487 | 1.71 | 0.80 | 0.91 | 87.83 |
| 80-84 | 156,110 | 66,132 | 89,978 | 0.92 | 0.39 | 0.53 | 73.50 |
| 85-89 | 56,582 | 20,475 | 36,107 | 0.33 | 0.12 | 0.21 | 56.71 |
| 90-94 | 15,825 | 4,785 | 11,040 | 0.09 | 0.03 | 0.06 | 43.35 |
| 95+ | 3,319 | 810 | 2,509 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 32.28 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

4) 민족, 언어

중국은 91.6%를 차지하는 한족과 55개의 소수민족들로 이루어져 있으며 55개 소수민족 인구는 1953년 3,352만 명, 1982년에는 6,724만 명이었으며, 1990년 제4차 인구조사 때에는 9,120만 명으로 늘었고 각 소수민족 간의 인구수는 매우 차이가 크다. 중국의 55개 소수민족은 거의 모두 자신들의 언어를 가지고 있으며, 그 중 21개 민족은 자신들의 문자를 가지고 있다. 중국의 소수민족은 일반적으로 모두 종교를 가지고 있으며, 세계 3대 종교인 이슬람교, 불교, 기독교는 중국의 소수민족들에게 매우 많은 영향을 미쳤다.

<표 Ⅳ-8> 중국의 소수민족 인구

(단위 : 명)

| 민족 | 인구 | 민족 | 인구 | 민족 | 인구 |
|---|---|---|---|---|---|
| Mongolian | 5,813,947 | She | 709,592 | Gelao | 579,357 |
| Hui | 9,816,805 | Dai | 1,158,989 | Xibe | 188,824 |
| Tibetan | 5,416,021 | Li | 1,247,814 | Achang | 33,936 |
| Uygur | 8,399,393 | Lisu | 634,912 | Pumi | 33,600 |
| Miao | 8,940,116 | Va | 396,610 | Tajik | 41,028 |
| Yi | 7,762,272 | She | 709,592 | Nu | 28,759 |
| Zhuang | 16,178,811 | Gaoshan | 4,461 | Ozbek | 12,370 |
| Bouyei | 2,971,460 | Lahu | 453,705 | Russian | 15,609 |
| Korean | 1,923,842 | Shui | 406,902 | Ewenki | 30,505 |
| Manchu | 10,682,262 | Dongxiang | 513,805 | De'ang | 17,935 |
| Dong | 2,960,293 | Naxi | 308,839 | Bonan | 16,505 |
| Yao | 2,637,421 | Jingpo | 132,143 | Yugur | 13,719 |
| Bai | 1,858,063 | Kirgiz | 160,823 | Jing | 22,517 |
| Tujia | 8,028,133 | Tu | 241,198 | Tatar | 4,890 |
| Hani | 1,439,673 | Daur | 132,394 | Drung | 7,426 |
| Kazak | 1,250,458 | Mulam | 207,,352 | Oroqen | 8,196 |
| Dai | 1,158,989 | Qiang | 306,072 | Hezhen | 4,640 |
| Li | 1,247,814 | Blang | 91,882 | Moinba | 8,923 |
| Lisu | 634,912 | Salar | 104,503 | Lhoba | 2,965 |
| Va | 396,610 | Maonan | 107,166 | Jino | 20,899 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

## 나. 경제 및 산업 동향

### 1) GDP, 1인당 GDP, 물가상승률

중국의 GDP 규모는 2006년 현재 2조 6,446억 달러로 세계 4위에 해당하며 1인당 GDP는 2,012달러를 기록하고 있다. 중국은 2000년 이후 꾸준히 10%대의 경제성장률을 보이고 있으며 특히 2004년에는 17.7%라는 놀라운 성장률을 기록하였다. 중국의 이러한 고성장 추세는 앞으로도 계속 이어지리라 전망된다. 중국의 물가상승률은 2004년을 제외하고 1%대 이하의 안정된 모습을 보이고 있으나 최근에는 물가상승 압력이 커지고 있는 상황이다.

<표 Ⅳ-9> 중국의 GDP, 1인당 GDP, 물가상승률

(단위 : 10억 달러, 달러, %)

| 연도 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| GDP | 1,324.81 | 1,453.84 | 1,640.97 | 1,931.64 | 2,243.69 | 2,644.64 |
| 1인당 GDP | 1,038.03 | 1,131.81 | 1,269.83 | 1,486.02 | 1,715.94 | 2,012.52 |
| 물가상승률 | 0.7 | -0.8 | 1.2 | 3.9 | 1.8 | 1.5 |

자료 : IMF.

2) 수출, 수입

중국의 무역규모 또한 최근 급격히 상승하고 있으며 무역수지 흑자폭도 커지고 있는 상황이다.

<표 Ⅳ-10> 중국의 수출, 수입 규모

(단위 : 억 달러)

| 연도 | 총수출입액 | 수출액 | 수입액 | 수지 |
|---|---|---|---|---|
| 1990 | 1,154.4 | 620.9 | 533.5 | 87.4 |
| 1991 | 1,357.0 | 719.1 | 637.9 | 81.2 |
| 1992 | 1,655.3 | 849.4 | 805.9 | 43.5 |
| 1993 | 1,957.0 | 917.4 | 1,039.6 | -122.2 |
| 1994 | 2,366.2 | 1,210.1 | 1,156.1 | 54.0 |
| 1995 | 2,808.6 | 1,487.8 | 1,320.8 | 167.0 |
| 1996 | 2,898.8 | 1,510.5 | 1,388.3 | 122.2 |
| 1997 | 3,251.6 | 1,827.9 | 1,423.7 | 404.2 |
| 1998 | 3,239.5 | 1,837.1 | 1,402.4 | 434.7 |
| 1999 | 3,606.3 | 1,949.3 | 1,657.0 | 292.3 |
| 2000 | 4,742.9 | 2,492.0 | 2,250.9 | 241.1 |
| 2001 | 5,096.5 | 2,661.0 | 2,435.5 | 225.5 |
| 2002 | 6,207.7 | 3,256.0 | 2,951.7 | 304.3 |
| 2003 | 8,509.9 | 4,382.3 | 4,127.6 | 254.7 |
| 2004 | 11,545.5 | 5,933.2 | 5,612.3 | 320.9 |
| 2005 | 14,219.1 | 7,619.5 | 6,599.5 | 1,020.0 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

### 3) 중국의 산업별 생산규모

<표 Ⅳ-11> 중국의 산업별 생산규모 및 비중

(단위 : 억 달러, %)

| 산업부문 | 부가가치 | 비중 |
|---|---|---|
| **전체** | **159,878.34** | **100.00** |
| **1차산업** | **21,412.73** | **13.39** |
| 농업, 임업, 축산업, 어업 | 21,412.73 | 13.39 |
| **2차산업** | **73,904.31** | **46.23** |
| 공업 | 65,210.03 | 40.79 |
| 광업 | 7,628.26 | 4.77 |
| 제조업 | 51,748.50 | 32.37 |
| 전기, 가스, 수도 생산 및 공급 | 5,833.26 | 3.65 |
| 건설업 | 8,694.28 | 5.44 |
| **3차산업** | **64,561.29** | **40.38** |
| 운수, 창고, 체신업 | 9,304.39 | 5.82 |
| 정보전송, 컴퓨터 서비스, 수프트웨어 | 4,236.32 | 2.65 |
| 도소매 무역 | 12,453.77 | 7.79 |
| 숙박, 요식업 | 3,664.83 | 2.29 |
| 금융 중개업 | 5,392.97 | 3.37 |
| 부동산 | 7,174.13 | 4.49 |
| 리스 및 사업 서비스 | 2,627.48 | 1.64 |
| 학문연구, 기술 서비스, 지질탐광 | 1,759.46 | 1.10 |
| 수질, 환경 보호시설 및 공공시설 운영 | 768.57 | 0.48 |
| 주택 서비스 및 기타 서비스 | 2,481.50 | 1.55 |
| 교육 | 4,892.56 | 3.06 |
| 보건, 사회보장, 복지 | 2,620.71 | 1.64 |
| 문화, 체육, 오락 | 1,043.22 | 0.65 |
| 공공관리 및 사회조직 | 6,141.38 | 3.84 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

### 4) 중국의 외국인 직접투자 규모

중국의 외국인 직접투자 규모를 살펴보면 제조업의 비중이 70.4%로 압도적인 것으로 나타났고 금융중개업의 경우 0.4%로 그리 크지 않은 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-12> 중국의 부문별 외국인 직접투자 규모

(단위 : 개, 만 달러, %)

| 부 문 | 사업 수 | 계약금액 | 조달금액 | 비중 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | 44,001 | 18,906,454 | 6,032,469 | |
| 농업, 임업, 축산업, 어업 | 1,058 | 383,729 | 71,826 | 1.2 |
| 광업 | 252 | 101,632 | 35,495 | 0.6 |
| 제조업 | 28,928 | 12,735,725 | 4,245,291 | 70.4 |
| 전기, 가스, 수도 생산 및 공급 | 390 | 350,216 | 139,437 | 2.3 |
| 건설업 | 457 | 256,677 | 49,020 | 0.8 |
| 운수, 창고, 체신업 | 734 | 522,404 | 181,230 | 3.0 |
| 정보전송, 컴퓨터 서비스, 소프트웨어 | 1,493 | 451,206 | 101,454 | 1.7 |
| 도소매 무역 | 2,602 | 434,404 | 103,854 | 1.7 |
| 숙박, 요식업 | 1,207 | 273,670 | 56,017 | 0.9 |
| 금융 중개업 | 40 | 55,144 | 21,969 | 0.4 |
| 부동산 | 2,120 | 1,940,029 | 541,807 | 9.0 |
| 리스 및 사업 서비스 | 2,981 | 858,005 | 374,507 | 6.2 |
| 학문연구, 기술 서비스, 지질탐광 | 926 | 175,503 | 34,041 | 0.6 |
| 수질, 환경 보호시설 및 공공시설 운영 | 139 | 92,130 | 13,906 | 0.2 |
| 주택 서비스 및 기타 서비스 | 329 | 136,616 | 26,001 | 0.4 |
| 교육 | 51 | 15,974 | 1,775 | 0.0 |
| 보건, 사회보장, 복지 | 22 | 16,459 | 3,926 | 0.1 |
| 문화, 체육, 오락 | 272 | 106,931 | 30,543 | 0.5 |
| 공공관리 및 사회조직 | 0 | 0 | 0 | 0.0 |

자료 : 중국통계청 http://www.stats.gov.cn

## 다. 금융시장

### 1) 주식시장 및 채권시장 현황

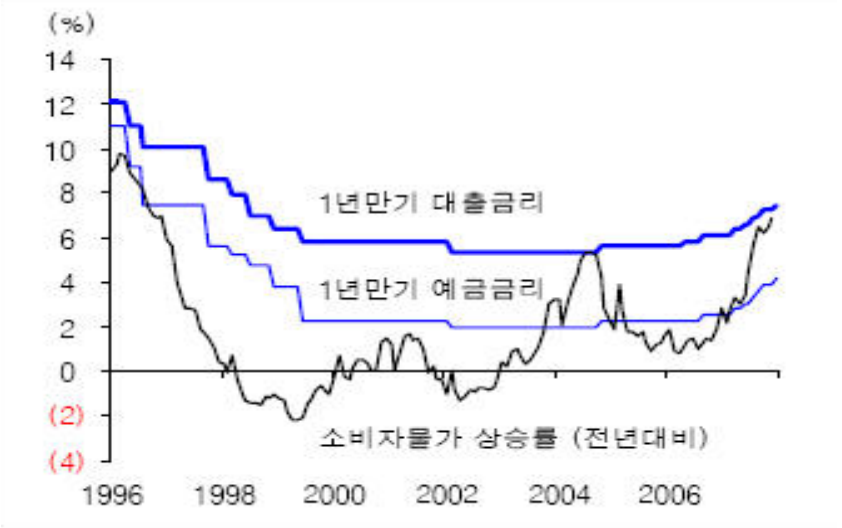
<표 Ⅳ-13> 중국의 증권시장 현황

| 항 목 | 2003 |
|---|---|
| 본토 상장회사 수 (A, B 시장) | 1287 |
| 본토 외국계 펀드소유 상장회사 수 (B 시장) | 110 |
| 해외 상장회사 수 (H 시장) | 93 |
| 총발행 주식 수 (억 주) | 6,428.46 |
| 유통 주식 수 (억 주) | 2,269.92 |
| 시가총액 (억 위안) | 42,457.72 |
| 유통자본 시가총액 (억 주) | 13,178.52 |
| 주식 거래량 (백만 주) | 41,6308.4 |
| 주식 거래액 (억 위안) | 32,115.27 |
| 상하이종합지수 | 1,497.04 |
| 선전종합지수 | 378.62 |
| 총투자자 (만 계좌) | 7,344.41 |
| 평균 PER | |
| 상하이 | 36.54 |
| 선전 | 36.19 |
| 평균거래율 (%) | |
| 상하이 | 250.75 |
| 선전 | 214.18 |
| 국채 발행 규모 (억 위안) | 6280.1 |
| 회사채 발행 규모 (억 위안) | 358 |
| 채권 거래량 (만 단위) | 620,194.41 |
| 채권 거래액 (억 위안) | 62,136.36 |
| 국채 발행시장(Spots) 거래액 (억 위안) | 5,756.11 |
| 국채 유통시장(Repurchase) 거래액 (억 위안) | 52,999.85 |
| 증권투자펀드(Securities Investment Funds) 수 (개) | 95 |
| 증권투자펀드 자본 (억 위안) | 1,614.67 |
| 증권투자펀드 거래액 (억 위안) | 682.65 |
| 선물 거래량 (만 단위) | 27,992.43 |
| 선물 거래액 (억 위안) | 108,396.59 |

### 2) 금리 추이

중국의 금리는 2004년까지 꾸준히 하락하는 추세였으나 지난 2004년 9월 소비자 물가가 5.2%나 급등하자 다음 달 즉각 금리인상에 나섰으며 이후에도 계속해서 금리를 인상하고 있다.

<그림 Ⅳ-2> 중국의 금리 추이




<표 Ⅳ-14> 2007년 중국 금리인상 추이

(단위 : %)

| 인상적용일 | 예금금리 | 대출금리 |
|---|---|---|
| 2007 3/18 | 2.79 | 6.93 |
| 2007 5/19 | 3.06 | 6.57 |
| 2007 7/21 | 3.33 | 6.84 |
| 2007 8/22 | 3.60 | 7.02 |
| 2007 9/15 | 3.87 | 7.29 |

## 라. 보험시장

### 1) 보험시장의 역사

중국 보험시장은 1800년대부터 형성되기 시작하였으며 중국 최초의 보험사는 영국인과 인도인에 의해 1805년에 설립된 Canton Insurance Society이다. 이후 1865년 최초의 중국계 보험사인 Yi He Insurance Company가 상하이에 설립되었으나 얼마 지나지 않아 문을 닫게 되었고 1875년 해상보험을 주로 영위하는 Commercial Bureau of Insurance가 상하이에 문을 열면서 진정한 중국 최초의 보험사로 이름을 알리게 된다.

1865년에서 1912년 사이 중국에는 35개의 중국계 보험사(생명보험 8개, 손해보험 27개)가 설립되었으나 1914년까지 이 중 26개가 파산하였다. 이 시기 외국계 보험사는 148개로 지점이나 중국 대리인을 통해 중국 보험시장에서 활동하고 있었으며 외국보험사의 점유율은 80%에 달하였다.

그러나 제1차 세계 대전의 발발과 함께 외국사들의 영업확장은 어려워지게 되었고 1912년에서 1925년까지 상하이지역에 39개의 중국계 보험사가 설립되게 된다. 제2차 세계 대전 중 보험산업은 소규모 투자자들의 투기적 자금을 많이 끌어들이며 번창해갔고 이로 인해 1940년에서 1943년 사이 상하이에는 97개의 새로운 중국계 보험사들이 추가로 설립되었다.

1948년 중국에는 무려 178개의 중국계 보험사와 63개의 외국계 보험사 등 총 241개의 보험사가 영업 중이었으며, 인구가 많고 개발이 잘 되었던 상하이는 보험사들의 설립과 경쟁의 장이 되었다.

그러던 중 1949년 중국정부는 중화인민공화국의 성립과 함께 중국계 보험사들을 하나로 통합하여 중국인민보험공사(People's Insurance

Company of China, 이하 PICC)를 설립하였고 중국 보험시장에 독점권을 부여하게 된다. 또한 모든 외국계 보험사들은 이후 7년간 모두 중국 시장에서 퇴출되었다.

새로운 사회주의 체제는 모든 사람에게 사회보장을 제공하는 것을 목표로 하므로 보험은 필요 없는 산업으로 인식되기 시작했으며 따라서 국제 화물과 비행관련 보험을 제외하고 1958년 모든 보험제도는 폐지되고 만다. 또한 PICC는 명목상 모든 보험을 관할하는 독립기관이었으나 실제로는 중국 중앙은행인 중국인민은행(People's Bank of China, 이하 PBOC)의 하위 부서 정도로 인식되었으며 남아있던 나머지 보험들은 독립기관이 아닌 국가기관의 부서에서 담당하였다.

이러한 상황은 등소평이 경제성장을 위한 '개방과 개혁' 정책을 시행한 1979년까지 21년간 지속되었다. PICC는 1982년 PBOC로부터 독립하였고 PBOC의 감독을 받는 독립된 보험사로 거듭나게 된다. 그러나 다른 금융분야와 마찬가지로 PICC는 정부와 관계하는 관리기관을 두었으며 마치 정부기관과 같은 구조를 가지게 된다. 이러한 구조는 시장의 수요와 무관한 정부의 필요에 의한 구조였으며 비용의 비효율성 및 내부통제문제를 야기하였다. 그러나 이는 WTO 가입 이후 외국사들의 진출에 대응할 수 있는 광범위한 판매채널 확보에 도움이 되기도 하였다.

중국 보험시장의 독점구조는 등소평에 의해 최초의 특별경제구역으로 지정된 선전에 1988년 Ping An Insurance Company가 주식회사로 설립되면서 깨지게 되었으며 이후 1992년 외국보험사로는 최초로 AIG가 영업을 시작하게 된다. 1988년에서 1996년 사이 18개의 보험사들이 시장에 진입했으며 그 중 9개는 자국사, 나머지 9개는 4개의 AIG 지점을 포함한 외국사로 구성되었다. AIG의 중국진출은 무려 43년 만에 처음으로 외국보험사에 중국 보험시장이 개방되었다는 면에서 의미가 있다.

1996년 PICC는 지주회사와 생명보험, 손해보험, 재보험사 등 세 개의 자회사로 분리되게 되었으며 이는 1995년 10월 발효된 중국보험법에 따라 생명보험과 손해보험의 겸업이 금지되기 때문이었다. 그러나 경직

적인 중앙통제하에 있던 PICC는 자회사들의 복잡한 재정관계(financial relation)를 분리해 내는 데 오랜 진통을 야기했고 이는 다른 국내사들에게 기회를 제공하게 된다.

또한 WTO의 압력으로 중국보험감독국(China Insurance Regulatory Commission, 이하 CIRC)이 1998년 11월 설립되면서 외국보험사에 대한 영업허가는 가속화되었다. 이후 2002년까지 11개국 22개사(생명보험 15개사, 손해보험 7개사)에 대해 영업이 허가되었다.

<표 Ⅳ-15> 중국 보험 역사의 주요 사건

| 연도 | 주요 사건 |
|---|---|
| 1949 | 중화인민공화국 성립, 중국인민보험공사(PICC) 설립 |
| 1952 | 외국계 보험사 퇴출 |
| 1958 | 자국보험시장 폐쇄 |
| 1982 | 중국인민보험공사(PICC) 개혁 |
| 1988 | 평안보험 설립 |
| 1991 | 태평양보험 설립 |
| 1992 | AIA 영업 인가 |
| 1995 | 중국인민보험공사(PICC) 3개사로 분리 |
| 1997 | 외국계 보험사 진출 |
| 1999 | 중국보험감독 위원회 설립 |
| 2001 | WTO 가입 |
| 2003 | 중국인민보험공사(PICC)와 중국 생명 IPO |

### 2) 보험시장 현황

Swiss Re에서 발간한 “World Insurance Review”에 따르면 2006년 중국의 총수입보험료는 약 708억 달러로 수입보험료 기준 세계 9위에 해

당하며, 생명보험, 손해보험산업의 수입보험료는 각각 451억 달러, 257억 달러로 세계 8위, 11위 수준을 나타내고 있다. 또한 중국보험시장이 세계 시장에서 차지하는 비중은 1.90%로 우리나라 2.71%에 비해 낮은 편이며 생명보험, 손해보험 산업은 각각 2.04%, 1.70%의 비중을 차지하고 있다. 중국의 GDP 규모가 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위인 점을 감안하면 경제규모에 비해 보험시장이 아직 미성숙 상태임을 알 수 있다.

<표 Ⅳ-16> 주요국의 수입보험료 규모(2006년)

(단위 : 백만 달러)

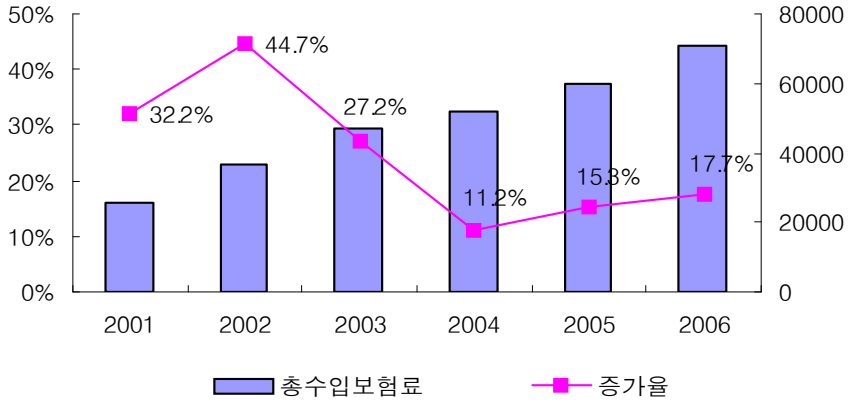
| | 전체 | | | 생명보험 | | | 손해보험 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 국가 | 수입보험료 | 비중 | 순위 | 수입보험료 | 비중 | 순위 | 수입보험료 | 비중 | 순위 |
| 미국 | 1,170,101 | 31.43 | 1 | 533,649 | 24.15 | 1 | 636,452 | 42.04 | 1 |
| 일본 | 460,261 | 12.36 | 2 | 362,766 | 16.42 | 2 | 97,495 | 6.44 | 4 |
| 영국 | 418,366 | 11.24 | 3 | 311,691 | 14.11 | 3 | 106,676 | 7.05 | 3 |
| 프랑스 | 251,164 | 6.75 | 4 | 177,902 | 8.05 | 4 | 73,262 | 4.84 | 5 |
| 독일 | 204,544 | 5.49 | 5 | 94,911 | 4.30 | 5 | 109,633 | 7.24 | 2 |
| 이탈리아 | 138,679 | 3.72 | 6 | 89,576 | 4.05 | 6 | 49,103 | 3.24 | 6 |
| 한국 | 101,179 | 2.72 | 7 | 72,298 | 3.27 | 7 | 28,881 | 1.91 | 9 |
| 중국 | 70,805 | 1.90 | 9 | 45,092 | 2.04 | 8 | 25,713 | 1.70 | 11 |
| 인도 | 43,032 | 1.16 | 15 | 37,220 | 1.68 | 12 | 5,812 | 0.38 | 26 |

자료 : SIGMA.

중국의 수입보험료 규모는 1990년대 경제성장과 함께 빠르게 성장하여 1991년 약 200억 위안이던 수입보험료 규모는 2000년 약 1,600억 위안으로 8배 가량 증가하였으며, 2000년 이후에도 지속적인 성장세를 구가하여 2005년 말 총수입보험료는 4,928억 위안으로 지난 5년간 약 3배 가량 증가하였다. 생명보험의 경우 2000년 1,003억 위안이었던 수입보험료가 2005년 3,645억 위안으로 증가하며 손해보험에 비해 두드러진 성장세를 보였으며, 특히 WTO 가입을 전후한 2001, 2002년에는 각각 29.1%, 61.1%로 큰 폭의 성장세를 보였다.

<그림 Ⅳ-3> 총수입보험료 추이

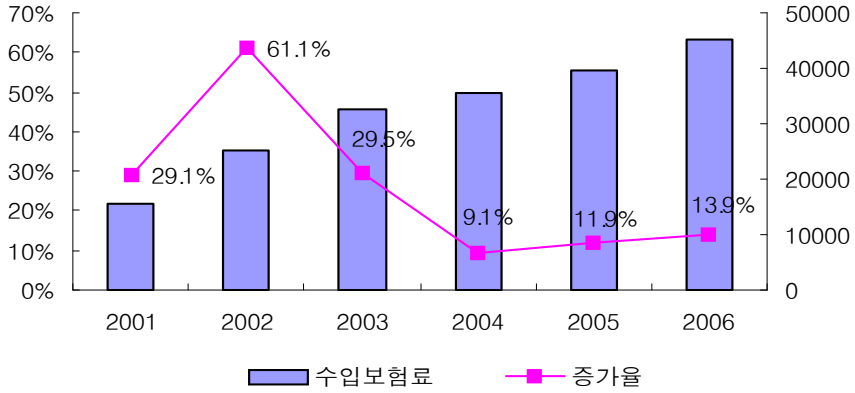
(단위 : 백만 달러)




자료 : SIGMA.

<그림 Ⅳ-4> 생명보험 수입보험료 추이

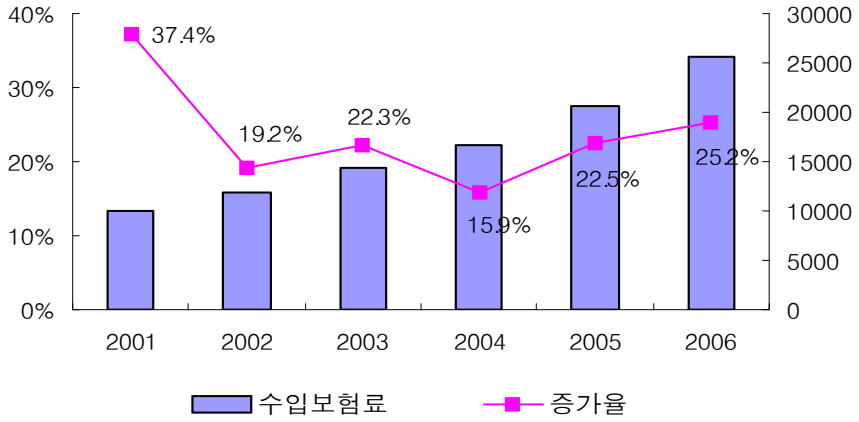
(단위 : 백만 달러)




자료 : SIGMA.

<그림 Ⅳ-5> 손해보험 수입보험료 추이

(단위 : 백만 달러)




자료 : SIGMA

이러한 중국 보험시장의 빠른 성장세로 인해 세계보험시장에서 중국 보험시장이 차지하는 비중은 점차 커지고 있으며 생명보험의 경우 2001년 수입보험료 기준 15위였던 순위가 2002년 8위로 뛰어오르면서 우리나라 다음의 시장규모를 나타내고 있다.

<표 Ⅳ-17> 중국 수입보험료 규모, 순위, 비중 추이

(단위 : 백만 달러, %)

| | 전체 | | | 생명보험 | | | 손해보험 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 연도 | 수입보험료 | 순위 | 비중 | 수입보험료 | 순위 | 비중 | 수입보험료 | 순위 | 비중 |
| 2001 | 25,485 | 13 | 1.06 | 15,556 | 15 | 1.08 | 9,928 | 13 | 1.02 |
| 2002 | 36,888 | 11 | 1.40 | 25,054 | 8 | 1.63 | 11,834 | 13 | 1.08 |
| 2003 | 46,911 | 11 | 1.60 | 32,442 | 8 | 1.94 | 14,468 | 13 | 1.14 |
| 2004 | 52,171 | 11 | 1.61 | 35,407 | 8 | 1.92 | 16,765 | 13 | 1.20 |
| 2005 | 60,144 | 11 | 1.76 | 39,604 | 8 | 2.01 | 20,539 | 12 | 1.41 |
| 2006 | 70,805 | 9 | 1.90 | 45,092 | 8 | 2.04 | 25,713 | 11 | 1.70 |

자료 : SIGMA.

그러나 일인당 평균 수입보험료를 나타내는 보험밀도는 조사대상 88개국 중 70위권에 머물러 있어 보험시장의 발전 정도가 상당히 낙후되어 있음을 알 수 있고, 수입보험료가 GDP에서 차지하는 비중인 보험침투도 또한 2006년 생명보험 1.7%, 손해보험 1.0%로 세계평균인 4.5%, 3.0%에 비해 낮은 수준을 보이고 있다.

<표 Ⅳ-18> 중국 보험밀도 및 보험침투도 추이

(단위 : 달러, %)

| | 보험밀도 | | | | 보험침투도 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 연도 | 전체 | 생명보험 | 손해보험 | 순위 | 전체 | 생명보험 | 손해보험 | 순위 |
| 2000 | 15.2 | 9.5 | 5.7 | 73 | 1.8 | 1.1 | 0.7 | 61 |
| 2001 | 20.0 | 12.2 | 7.8 | 73 | 2.2 | 1.3 | 0.9 | 56 |
| 2002 | 28.7 | 19.5 | 9.2 | 71 | 3.0 | 2.0 | 1.0 | 48 |
| 2003 | 22.3 | 1.7 | 20.5 | 71 | 3.3 | 2.3 | 1.0 | 44 |
| 2004 | 40.2 | 27.3 | 12.9 | 72 | 3.3 | 2.2 | 1.1 | 42 |
| 2005 | 46.3 | 30.5 | 15.8 | 72 | 2.7 | 1.8 | 0.9 | 50 |
| 2006 | 53.5 | 34.1 | 19.4 | 70 | 2.7 | 1.7 | 1.0 | 47 |

자료 : SIGMA.

### 3) 지역별 보험시장

중국은 세계 1위의 인구규모와 거대한 영토를 가진 국가이기 때문에 중국의 보험시장을 접근할 때에도 지역별 시장을 중심으로 접근할 필요가 있다. 중국은 4개의 직할시를 포함한 31개의 성, 시로 구분되어 있으며 각 지역별 보험시장의 발전정도 또한 상이하다. 아래에서는 각 성, 시 중 중요도가 큰 4개의 직할시와 3개의 성을 중심으로 보험시장 현황을 살펴보고자 한다.

각 지역별 총생산 및 상주인구, 1인당 가처분 소득을 살펴보면 아래 <표 Ⅳ-19>와 같다. 금융산업이 이미 어느 정도 발달되어 있는 상해와 북경의 1인당 가처분 소득이 높음을 알 수 있으며, 상해의 경우 약 1억 7천만 명의 상주인구가 있어 생명보험사들의 경쟁이 치열함을 알 수 있다.

<표 Ⅳ-19> 주요 지역별 경제 현황

| 성, 시 | 총생산(억 위안) | 상주인구(만 명) | 1인당 가처분소득(위안) |
|---|---|---|---|
| 북경 | 6,814.50 | 1,535.50 | 17,653.00 |
| 천진 | 3,663.86 | 4,722.38 | 12,639.00 |
| 상해 | 9,143.95 | 16,798.12 | 18,645.00 |
| 중경 | 3,069.10 | 3,779.28 | 10,244.00 |
| 광동성 | 21,701.28 | 20,745.27 | 14,770.00 |
| 산동성 | 18,468.30 | 13,874.00 | 10,744.80 |
| 사천성 | 7,385.10 | 6,743.00 | 8,386.00 |

자료 : 중국보험연감, 2006.

각 지역별 보험시장 현황을 살펴보면, 이미 보험시장이 발달되어 있는 상해의 수입보험료 증가율은 8.76%로 중국전체 수입보험료 증가율 13.99%에 비해 낮고, 경제적으로 낙후되어 있는 사천성과 천진의 수입보험료 증가율이 각각 18.53%, 16.97%로 상당히 높음을 알 수 있다. 사천성과 천진은 타 지역에 비해 외국사의 진출이 아직 활발하지 않은 곳이기 때문에 앞으로 진출의 잠재력이 크다고 할 수 있다. 특기할 만한 점은 북경의 수입보험료 증가율이 75.03%로 상당히 크다는 것인데 이는 생명보험 수입보험료의 92.22% 증가에 기인한다. 아래 <표 Ⅳ-20>에서도 살펴보겠지만 2005년 외자합작사인 Generali China Life Insurance Co.가 합작 파트너인 China National Petroleum Corporaition 직원들의 연금보험 사업권을 따내면서 북경 전체의 생명보험 수입보험료를 끌어올렸다.

<표 Ⅳ-20> 주요 지역별 보험시장 현황(2005)

(단위 : 백만 위안, %)

| | 전체 | | 생명보험 | | | 손해보험 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성, 시 | 수입보험료 | 증감율 | 수입보험료 | 증감율 | 비중 | 수입보험료 | 증감율 | 비중 |
| 북경 | 49,691.23 | 75.03 | 42,995.12 | 97.22 | 86.52 | 6,696.11 | 1.61 | 13.48 |
| 천진 | 9,064.29 | 16.97 | 6,882.30 | 10.38 | 75.93 | 2,181.99 | 17.73 | 24.07 |
| 상해 | 33,404.17 | 8.76 | 24,556.54 | 5.70 | 73.51 | 8,847.63 | 18.26 | 26.49 |
| 중경 | 7,309.92 | 9.89 | 5,219.32 | 6.37 | 71.40 | 2,090.60 | 19.83 | 28.60 |
| 광동성 | 39,152.78 | 13.89 | 27,339.61 | 14.28 | 69.83 | 11,813.17 | 13.02 | 30.17 |
| 산동성 | 29,123.49 | 7.50 | 21,920.34 | 4.24 | 75.27 | 7,203.15 | 18.80 | 24.73 |
| 사천성 | 18,935.09 | 18.53 | 14,046.22 | 22.83 | 74.18 | 4,888.87 | 7.71 | 25.82 |

자료 : 중국보험연감, 2006.

지역별 보험밀도를 살펴보면 상해, 북경과 같은 경제적으로 발달된 도시에서 높은 것으로 나타났으며, 보험침투도의 경우에도 북경과 상해만이 각각 3.65, 7.29로 중국 평균치인 2.7을 웃도는 것으로 나타났다. 그러나 북경, 상해의 경우도 세계 평균치인 7.52에는 미치지 못하여 보험산업 발전 정도가 세계 수준에 미달함을 알 수 있다.

<표 Ⅳ-21> 주요 지역별 보험밀도, 침투도

(단위 : 위안, %)

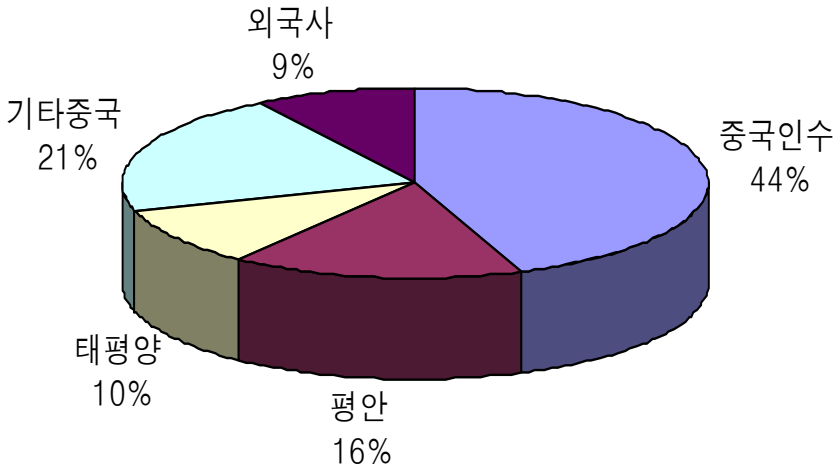
| | 보험밀도 | | | | 보험침투도 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성, 시 | 전체 | 생명보험 | 손해보험 | 성, 시 | 전체 | 생명보험 | 손해보험 |
| 북경 | 3,230.90 | 2,795.52 | 425.38 | 북경 | 7.29 | 6.31 | 0.98 |
| 천진 | 869.06 | 654.54 | 209.20 | 천진 | 2.47 | 1.86 | 0.61 |
| 상해 | 2,458.27 | 1,804.95 | 650.32 | 상해 | 3.65 | 2.68 | 0.97 |
| 중경 | 2,333.00 | 166.36 | 66.64 | 중경 | 2.36 | 1.69 | 0.67 |
| 광동성 | 468.00 | 326.78 | 141.22 | 광동성 | 1.80 | 1.26 | 0.54 |
| 산동성 | 368.51 | 273.35 | 65.16 | 산동성 | 1.84 | 1.37 | 0.47 |
| 사천성 | 216.40 | 160.53 | 55.87 | 사천성 | 2.56 | 1.90 | 0.66 |

자료 : 중국보험연감, 2006.

4) 생명보험, 손해보험 시장

중국의 생명보험 상품은 크게 개인보험 상품과 단체보험 상품으로 나누어지며, 세부적으로는 생명보험, 상해보험, 건강보험으로 나누어진다. 단체보험의 경우 개인보험에 비해 규모는 작은 편이나 외국사들이 거의 진출을 하지 못하고 있고 내국사들이 대부분을 점유하고 있다. 개인보험시장에서는 외국사들이 어느 정도 시장을 확보하고 있으나 그리 크지 않으며, 총수입보험료 중 외국사가 차지하는 비중은 9%에 불과한 상황이다. 그러나 2000년 1.99%에 불과했던 것에 비하면 상당한 발전을 이루었음을 알 수 있다. 중국의 생명보험시장은 상위 3개사인 중국인수, 평안, 태평양 등이 전체 수입보험료의 70%를 차지하고 있으며 특히 중국인수는 44%의 점유율을 차지하고 있다.

<그림 Ⅳ-6> 생명보험 시장점유율




자료 : 중국보험연감, 2006.

중국의 손해보험 상품은 크게 기업보험, 자동차보험, 화물운송보험, 책임보험, 신용보증보험, 농업보험, 단기건강보험, 상해보험, 기타보험으로 나뉜다. 이 중 자동차 보험은 전체 손해보험의 69%를 차지할 정도로

규모가 크나 외국사들의 자동차보험 시장점유율은 0에 가깝다. 이는 외국사에 대해 강제보험인 제3자 책임보험의 진출이 허용되고 있지 않기 때문이다. 외국사들은 주로 기업보험, 화물운송보험, 책임보험에서 보험료를 거수하고 있으며, 이는 중국 내 외국계 손해보험사들이 보험료 수입의 대부분을 중국에 진출한 자국 기업의 무역관련 보험에서 얻고 있기 때문으로 보인다.

외국사 전체의 시장점유율 또한 1%로 미미한 수준이며 2000년 0.85%에 비해 소폭 상승했을 뿐이다. 생명보험 시장과 마찬가지로 손해보험 시장 또한 상위 3사인 중국인보, 평안, 태평양 등의 시장점유율이 78%를 차지하는 과점적 형태를 보이고 있으며, 중국인보는 손해보험 시장의 절반 이상인 55%의 시장을 점유하고 있는 상황이다.

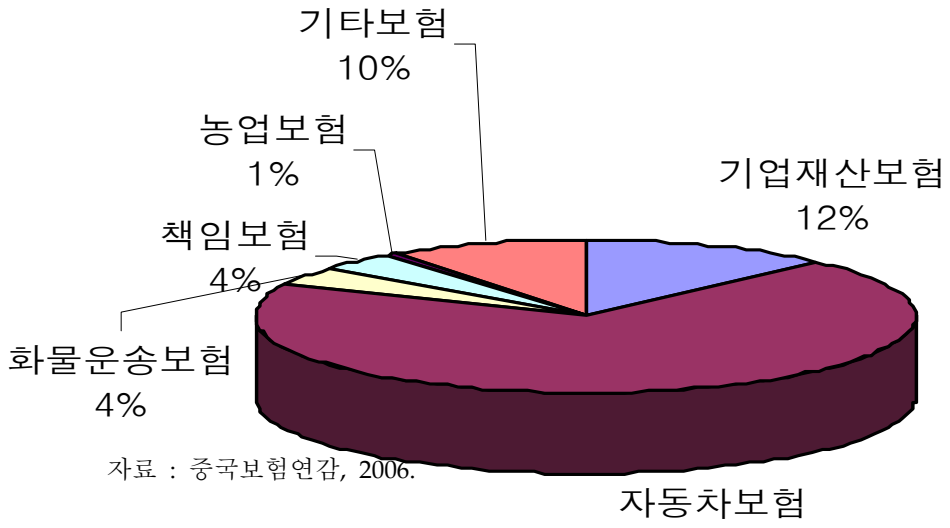
<그림 Ⅳ-7> 손해보험 시장점유율

자료 : 중국보험연감, 2006.

중국 손해보험 시장의 종목별 비중을 살펴보면, 자동차 보험의 비중이 69%로 가장 크며, 기업재산보험, 화물운송보험, 책임보험 등이 그 뒤를 따르고 있다. 우리나라의 경우 자동차 보험 시장의 점유율이 30% 대임을 감안할 때 중국의 손해보험 시장에서 자동차보험의 의존도는 상당히 크다고 볼 수 있으며 따라서 자동차보험 시장에 적극적으로 진출하

는 전략 또한 유효할 수 있으리라고 생각된다.

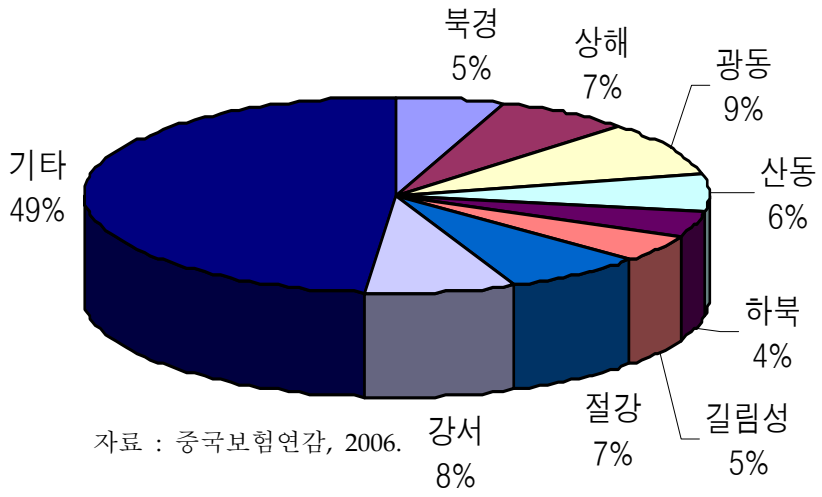
<그림 Ⅳ-8> 손해보험 종목별 비중




자료 : 중국보험연감, 2006.

중국 손해보험 시장의 지역별 비중을 살펴보면 북경, 상해, 관동, 산동 지역이 각각 5%, 7%, 9%, 6%를 차지하며 지역별로 비교적 고른 비중을 나타내고 있다.

<그림 Ⅴ-9> 손해보험 지역별 비중




자료 : 중국보험연감, 2006.

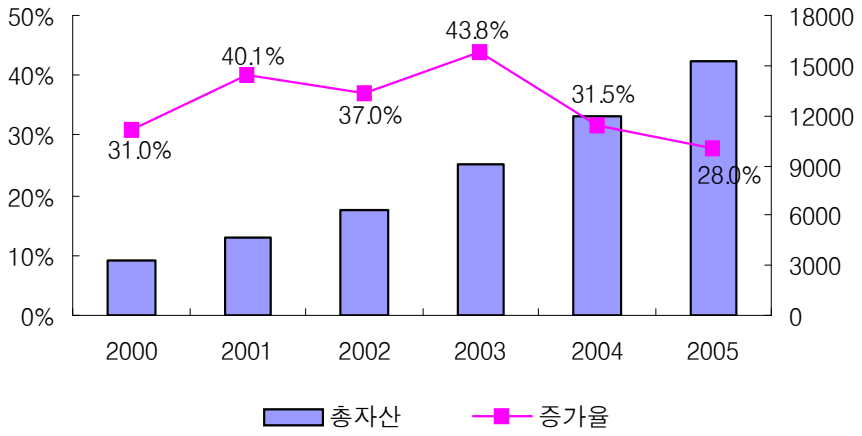
### 5) 자산운용

중국 보험산업의 총자산은 2000년 3,296억 위안에서 2005년 15,926억 위안으로 5배 가까이 증가하였으며 연평균 30%가 넘는 빠른 성장세를 보이고 있다. 그러나 자산관리에 있어서는 그리 효율적이지 못한 것이 사실이다. 1980년 상업보험시장이 회복된 후 1987년까지 보험사들은 자산운용을 경시하여 대부분을 은행예금으로 관리하였으며 이후 1995년까지는 부동산, 유가증권, 신탁, 대출 등에 대한 무분별한 투자가 성행하여 부실자산이 증가하게 되었다. 이후 1995년 보험법이 공포되면서 보험자산 운용은 규범화되기 시작했고, 차츰 투자의 범위도 늘어났으며 이제는 증시에 대한 직접투자, 사회간접자본에 대한 간접투자까지도 가능하게 되었다.

이러한 제도적 노력을 바탕으로 중국 보험산업의 자산운용 패턴은 수익성을 개선하는 방향으로 변화되고 있다. 은행예금의 비중이 점차 줄어들고 있으며 수익증권과 채권의 비중이 커지고 있는 것이다. 그러나 아직도 중국 보험산업의 자산운용은 은행예금과 채권 위주로 이루어지고 있으며 자산운용수익률이 낮은 것이 사실이다.

<그림 Ⅳ-10> 보험산업 총자산 추이

(단위 : 억 위안)

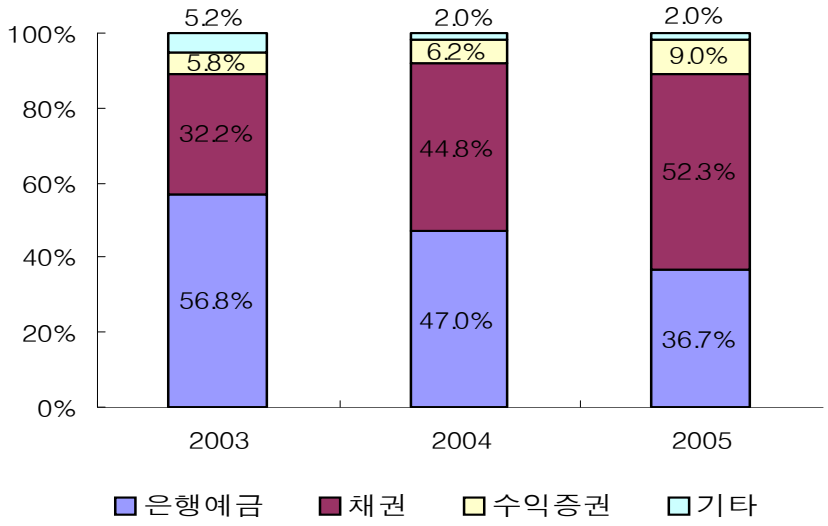



자료 : 중국보험연감, 2006.

이에 2004년 4월 중국보험감독위원회는 '보험자산운용 리스크관리 지도지침'을 공포하고 보험사로 하여금 자산운용 중 리스크 인식, 평가, 관리에 대한 제도적 조치를 취하도록 전면적인 지도에 나섰다.

중국 보험시장의 자산운용비중을 살펴보면 수익성이 낮은 은행예금의 비중은 2003년 56.8%에서 2005년 36.7%로 줄었으며, 증권과 펀드로 이루어진 수익증권의 비중은 5.8%에서 9.0%로 늘어났고, 채권의 비중 또한 32.2%에서 52.3%로 늘어났음을 알 수 있다.

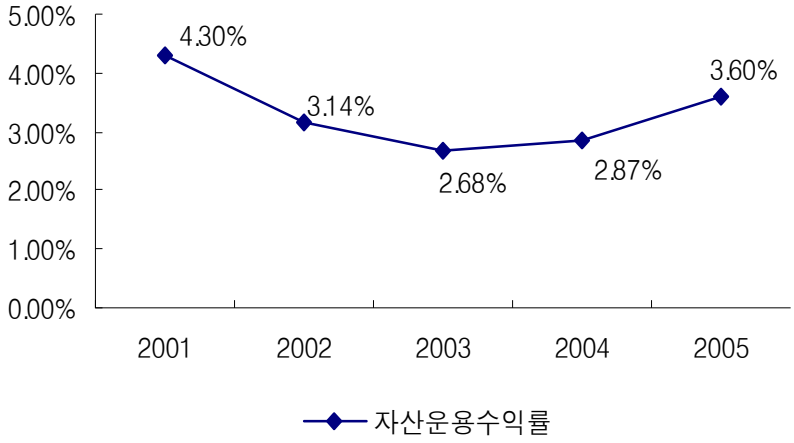
<그림 Ⅳ-11> 자산운용 비중




자료 : 중국보험연감, 2006.

중국 보험시장의 자산운용수익률은 2003, 2004년 2%대를 기록할 정도로 낮은 수준이었는데 이는 수익률이 낮은 예금의 비중이 컸기 때문으로 보인다. 그러나 이후 자산운용상의 변화가 진행되어 2005, 2006년에는 각각 3.6%, 5.8%로 증가하고 있는 추세이다.

<그림 Ⅳ-12> 자산운용 수익률 추이




자료 : 중국보험연감, 2006.

중국보험감독위원회(CIRC)는 2006년 12월 21일 "보험산업의 외화자산 투자관리 제안서"의 초안을 발표하였다. 제안서는 과거의 규정하에서 소유 중인 외환의 80% 한도로 외화자산에 대한 투자가 가능했던 것을 총자산의 15%까지로 투자금액을 확대하였고, 헤지를 목적으로 하는 선물, 옵션, 스왑 등 파생상품의 거래도 허용하는 것을 내용으로 하고 있다.

<표 Ⅳ-22> 중국 보험사의 국내운용자산 다각화 과정

| | 1995 | 1999 | 2000 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 은행예금 | o | o | o | o | o | o | o |
| 국공채 | o | o | o | o | o | o | o |
| 국책은행 채권 | o | o | o | o | o | o | o |
| 회사채 | × | 신용등급 AA+ 이상에 대해 총자산의 10% 이내 | 좌동 | 신용등급 AA+ 이상에 대해 총자산의 15% 이내 | 좌동 | 총자산의 30% 이내 | 좌동 |

| | 1995 | 1999 | 2000 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 증권펀드 | × | 총자산의 5% 이내 | 총자산의 10% 이내 | 총자산의 15% 이내 | 좌동 | 좌동 | 좌동 |
| 국내 주식 | × | × | × | × | △ | (총자산-고정자산)의 5% | 좌동 |
| 인프라스트럭처 투자 | × | × | × | × | × | × | 총자산 5% 이내 (생보) |

주 : ㅇ는 허용, 는 불허용임.
자료 : Nomura Capital Market Review Vol 10 No 1, China's Insurance Companies Step Up Putbound Portfolio Investment, 2007. 04.

### 6) 판매채널[3)]

중국의 보험상품은 미국의 AIA가 시장에 진출하기 전까지 대부분 단체보험이었기 때문에 주요 판매채널은 직접판매일 수밖에 없었다. 그러나 AIA는 우리나라의 보험설계사와 같은 보험대리인 제도를 중국에 처음으로 도입하였고 보험대리인 제도는 급속히 확산되어 갔다. 2005년 말 보험대리인의 수는 약 146만 명으로 10여 년간 급격히 늘어나게 되었다.

중국에 방카슈랑스가 도입된 것은 1999년이다. 일부 신설회사들이 시장진입을 위해 은행과 전략적 협력관계를 맺으면서부터 방카슈랑스는 시작되었다. 중국은 방카슈랑스에 있어서만큼은 다른 나라보다 한발 빠르게 움직인 것이다. 중국의 방카슈랑스는 투자/저축형 상품에 집중되어 있으며 지난 4년간 20배나 성장할 정도로 성장속도가 빠르다.

중국의 보험중개기구는 1999년 보험중개인 자격제도의 도입과 함께 시작되었다. 2005년 말 보감위가 설립인가를 내준 보험중개기구 중 전업중개기구는 1,887개이며 이 중 정상적으로 영업을 하고 있는 회사는

3) 정회남, 『중국 보험산업』, 2006. 6.

1,800여 개이다. 전업중개기구 종사자는 총 5만 명이며 겸업중개기구는 총 120,650개이다. 최근 보험회사가 보험중개기구를 적극적으로 활용하기 시작하면서 보험중개산업의 외부환경은 개선되는 추세이며 보험중개시장 진입/퇴출이 규범화되면서 중개기구의 경영상태도 호전되기 시작하였다. 보험사의 홈페이지와 인터넷 판매사이트를 통해 보험을 판매하고 있으나 그 규모는 미미한 것으로 나타나고 있으며, 홈쇼핑을 통한 판매도 2006년부터 시작되고 있다.

<표 Ⅳ-23> 중국 보험사의 판매 채널 현황

(단위 : 억 위안, %)

| 구분 | 수입보험료 | 점유율 |
|---|---|---|
| 보험대리인 | 2,129 | 43.2 |
| 방카슈랑스 | 1,318 | 26.8 |
| 단체직접판매<br>(보험중개기구) | 1,468 | 29.8 |
| 기타 | 12 | 2.2 |
| 계 | 4,927 | 100.0 |

자료 : 생명보험협회지 재인용.

### 7) 보험상품[4)]

중국 보험시장에서 판매되는 상품은 외국사의 진입 이후 다양해지는 추세에 있으며 최근에는 전통적인 저축성보험의 판매는 줄고 유니버설보험, 변액보험 등의 판매가 늘고 있는 상황이다. 그러나 지역별 편차가 크기 때문에 보험산업이 덜 발달된 지역에서는 전통형 보험의 판매도 늘고 있는 상황이다. 신종보험의 비중은 2001년 30%에서 2005년 66%까지 확대되었으며 전통형 보험의 비중은 꾸준히 하락하는 추세를 보이고 있다. 금리하락에 의한 저축성 상품의 매력도 하락의 주요인인 것으로 보인다.

---

4) 정회남, 『중국 보험산업』, 2006.4.

<표 Ⅳ-24> 보험상품 구성비 변화

(단위 : 억 위안, %)

| | 2001년 | | 2005년 | |
|---|---|---|---|---|
| 구분 | 수입보험료 | 비중 | 수입보험료 | 비중 |
| 건강보험 | 61 | 4 | 312 | 8 |
| 상해보험 | 75 | 5 | 141 | 4 |
| 전통보험 | 868 | 61 | 812 | 22 |
| 신종보험 | 420 | 30 | 2432 | 66 |

자료 : 생명보험협회지 재인용.

신종보험은 투자연동형, 배당형, 만능형으로 나눌 수 있는데 2005년 말 구성비를 살펴보면 투자연동형, 배당형, 만능형이 각각 4%, 84%, 12%를 차지하며 신종상품 중 배당형이 차지하는 비중이 가장 큼을 알 수 있다. 투자연동형 상품은 1999년 평안 보험사가 처음으로 도입하여 히트를 기록하게 되었고 금리인상과 보험사 자산운용 능력 상승 등의 요인으로 지속적인 인기를 끌고 있다. 배당형 상품은 2005년 AIA가 최초로 출시하였으며 소비자들에게 큰 인기를 끌었으나 최근 배당금 지급에 부담을 느낀 일부 보험사들은 비중을 축소하는 추세이다. 마지막으로 만능형 보험은 보험 가입 후 보험료와 보험금을 마음대로 조정할 수 있는 상품으로 2005년 평안 생명이 처음 도입하였고 현재 많은 보험사들이 상품을 출시하고 있다.

기타 중국시장에서 판매되는 독특한 상품들을 살펴보면 농작물보험, 전염병보험, 부자보험 등을 들 수 있다. 중국은 농업대국으로 영토가 큰 만큼 각종 자연재해가 끊임없이 발생하며 연간 피해액 또한 상당하다. 따라서 정부는 민영보험사를 활용하여 농작물보험을 활성화하려는 시도를 지속하고 있다. 최근 농작물보험, 재산보험, 상해보험 등을 종합적으로 보장하는 상품들이 개발되어 농민들의 호응을 얻고 있는 상황이나, 아직 제도나 법규 등 미비한 점이 많은 것도 사실이다. 전염병보험에는 조류인플루엔자 보험, AIDS 보험, SARS 보험 등이 있으며, 많

은 회사에서 판매되고 있다. 중국의 전염병보험은 질병이 이슈화되기 무섭게 개발되어 호응을 얻고 있는 것이 특징이다. 부자보험은 신흥부자들을 대상으로 중국인 특유의 과시욕을 자극하여 많은 성과를 내고 있다. 일례로 태평인수의 경우 보험료 100만 위안(약 1억 2천만 원)미만은 판매하지 않는 보험상품을 출시해 판매 첫날 11명의 고객으로부터 3천만 위안 이상의 수입보험료를 거두어들인 바 있다. 부자보험의 인기는 부자들 자신이 생명과 재산을 보호한다는 이유 외에도 절세의 수단으로 사용되는 측면도 강하다고 볼 수 있다.

### 8) 보험감독 체계 및 외국계 보험사 진입 관련 제도

중국의 보험감독업무는 1998년 국무원 산하에 설치된 보감위가 전문적으로 수행하고 있다. 현재 중국의 금융감독 체계는 국무원 산하에 보험회사를 감독하는 보험감독위원회와 은행, 비은행(투신 포함)을 감독하는 인민은행, 증권회사를 감독하는 증권감독관리위원회가 있다. 보험사업 관련 법체계는 1995년 보험법이 시행되면서 정비되었으며 보감위 설치 후 본격적으로 관련 법, 규정을 재정비하게 된다. 보험법은 2003년과 2005년 각각 한 차례씩 수정되어 지금에 이르고 있고 관련법규는 꾸준히 발표되고 있다.

중국의 보험법은 보험계약 및 보험업감독 관련 내용을 포괄하고 있으며 회사설립 규제, 상품・요율 규제, 보험영업규제, 자산운용규제, 건전성 규제, 퇴출규제, 재보험관련 규제 등으로 나뉜다. 외국 보험회사 관련 규제는 1992년 중국인민은행이 제정한 상해외자 보험회사조례에 근거를 두고 있으며, 2001년 12월 제정된 외자보험회사관리 조례가 2002년부터 시행 중이다. 또한 2002년 WTO 가입에 따라 외국보험사업자에 대한 규제가 큰 폭으로 완화되어 오늘에 이르고 있다.

WTO 가입의정서 주요 내용을 살펴보면 아래와 같다.

가) 보험회사 설립요건

외국회사에 대해 보험경영 허가증이 발급되며 외국보험회사를 설립하기 위해서는 다음과 같은 요건이 필요하다.

- 보험업무 경력이 30년 이상일 것
- 중국 내 대표사무소를 설립한 지 2년 이상이 경과할 것
- 설립신청서 제출 전 1년 말 자산총액이 50억 달러 이상일 것
- 소재국 또는 지역에 완전한 보험감독제도가 있어야 하며, 동 외국보험사가 이미 소재국 또는 지역의 감독당국으로부터 유효한 감독을 받고 있을 것
- 소재국 또는 해당지역의 지급여력기준을 충족할 것
- 소재국 또는 해당지역의 감독당국이 그 신청에 대하여 동의할 것
- 보험관리위원회가 정한 기타 조건을 충족할 것

또한 WTO 가입 직후 생명보험과 손해보험 모두 외자비율 50%의 합자회사만을 허용하였으나 2004년부터 손해보험에 한하여 독자 진출을 허용하였다. 동일 외자보험회사는 생명보험과 손해보험 업무의 겸영이 불가능하다.

나) 지역제한의 완화

2001년 WTO 가입 당시에는 상해, 황주, 심천 등 5개 도시에서만 영업을 허용하였으나 2년 이내에는 북경 등 11개 도시를 추가하였고, 3년 이내인 2004년 말 이후에는 지역제한이 완전히 철폐된 상황이다.

따라서 2005년 중국재보험 공사에 대한 출재의무까지 철폐된 이후 법정보험종목에 대한 참여금지를 제외하고는 외국사도 내국사와 동일한 대우를 받게 되었다.

## 마. 외국사 진출 현황

### 1) 외국계 보험사 진출 현황

1992년 이전 중국의 보험업계는 중국인민보험공사(PICC)를 중심으로 독점적으로 운용되고 있었으나 1992년 국무원은 상하이, 광저우 지역을 시장개방을 대비한 시범도시로 선정하고 AIG보험사가 전액 출자한 AIA의 상하이 지사 설립을 허가하였다. 이후 1994년 일본의 도쿄해상화재가 두 번째로 상하이에 지사를 설립하였고 이후 캐나다의 Manulife, 스위스의 Winterthur, 영국의 Royal & Sun Alliance 등이 잇달아 중국시장에 진출하였다. 이후 2001년 중국의 WTO 가입으로 인해 외국 보험사들의 중국진출은 가속화되었으며 2005년 말 현재 중국에는 생명보험 22개사, 손해보험 12개사, 재보험 4개사의 외국계 보험회사가 영업을 하고 있다.

생명보험사들은 2001년 중국정부가 반드시 합작투자 형식으로 진출해야 한다는 규정을 마련함에 따라 AIA를 제외한 모든 외국계 회사가 합작의 형태로 영업을 하고 있으며 손해보험의 경우 대부분 독자진출을 통해 영업을 하고 있다.

생명보험의 경우 Fortune 500 상위 보험사들이 대부분 진출하여 경쟁하고 있으나 손해보험의 경우에는 일본보험사가 많은 것이 특징이다. 또한 2003년 Swiss Re의 진출을 시작으로 4개의 재보험사가 영업 허가를 획득하여 영업을 하고 있다.

<표 Ⅳ-25> 글로벌 보험회사의 중국 진출 현황

| 생명보험 | | | 손해보험 | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 순위 | 보험사명 | 진출여부 | 순위 | 보험사명 | 진출여부 |
| 1 | ING Group | ○ | 1 | Allianz | ○ |
| 2 | AXA | ○ | 2 | AIG | ○ |
| 3 | Assicurazioni Generali | ○ | 3 | Berkshire Hathaway | × |
| 4 | Aviva | ○ | 4 | Zurich Financial Services | × |
| 5 | Prudential | ○ | 5 | Munich Re Group | ○ |
| 6 | Legal & General Group | × | 6 | Allstate | × |
| 7 | CNP Assurances | ○ | 7 | Millea Holdings | × |
| 8 | MetLife | ○ | 8 | Swiss Reinsurance | ○ |
| 9 | Aegon | ○ | 9 | Hartford Financial Services | × |
| 10 | Prudential Financial | × | 10 | St. Paul Travelers | × |

자료 : Fortune Global 500, 2006.

<표 Ⅳ-26> 외국계 생명보험사 진출 현황

| 회사명 | 국가 | 진출시기 | 영업지역 |
|---|---|---|---|
| AIA Life Insurance Co.<br>(美国友邦保险有限公司分公司) | 미국 | 1992 | 상해, 광동, 심천, 북경, 강서 |
| Manulife-Sinochem Life Insurance Co.<br>(光大永明人寿保险有限公司) | 캐나다 | 1996 | 상해, 광동, 북경, 절강, 영파 |
| Pacific-Antai Life Insurance Co.<br>(太平洋安泰人寿保险有限公司) | 네덜란드 | 1998 | 상해, 광동 |
| Allianz China Insurance Co.<br>(安联大众人寿保险有限公司) | 독일 | 1999 | 상해, 광동 |
| AXA-Minmetals Life Insurance Co.<br>(金盛人寿保险有限公司) | 프랑스 | 1999 | 상해, 광동, 북경 |
| China Life-CMG Insurance Co.<br>(中保康联人寿保险有限公司) | 호주 | 2000 | 상해 |

| 회사명 | 국가 | 진출시기 | 영업지역 |
|---|---|---|---|
| CITIC-Prudential Life Insurance Co.<br>(信诚人寿保险有限公司) | 영국 | 2003 | 상해, 광동, 심천, 북경, 강서, 호북 |
| John Hancock Tianan Life Insurance Co.<br>(恒康天安人寿保险有限公司 ) | 미국 | 2001 | 상해 |
| Generali China Life Insurance Co.<br>(中意人寿保险有限公司) | 이탈리아 | 2002 | 상해, 광동, 북경 |
| ING Capital Life Insurance Co.<br>(首创安泰人寿保险有限公司) | 네덜란드 | 2002 | 북경, 대련, 요녕 |
| Sun Life Everbright Insurance Co.<br>(光大永明人寿保险有限公司) | 캐나다 | 2002 | 북경, 천진, 절강 |
| Haier New York Life Insurance Co.<br>(海尔纽约人寿保险有限公司) | 미국 | 2002 | 상해, 청도, 사천 |
| Aviva-COFCO Life Insurance Co.<br>(中英人寿保险有限公司) | 영국 | 2003 | 광동, 북경, 사천 |
| AEGON-CNOOC Life Insurance Co.<br>(海康人寿保险有限公司) | 네덜란드 | 2003 | 상해, 북경, 강서 |
| CIGNA and CMC Life Insurance Co.<br>(招商信诺人寿保险有限公司) | 미국 | 2002 | 상해, 심천, 북경 |
| Nissay-SVA Life Insurance Co.<br>(广电日生人寿保险有限公司) | 일본 | 2005 | 상해 |
| Heng An Standard Life Insurance Co.<br>(恒安标准人寿保险有限公司) | 영국 | 2003 | 천진, 청도 |
| Skandia BSM Life Insurance Co.<br>(瑞泰人寿保险有限公司) | 스웨덴 | 2004 | 상해, 북경, |
| Sino-US MetLife insurance Co.<br>(中美大都会人寿保险有限公司) | 미국 | 2005 | 북경, 중경 |
| Cathay Life Insurance Co.<br>(国泰人寿保险有限责任公司) | 대만 | 2005 | 상해 |
| Samsung Air China Life Ins. Co.<br>(中航三星人寿保险有限公司 ) | 한국 | 2005 | 북경 |
| CitiInsurance Life Insurance Co.<br>(花旗人寿保险有限公司) | 미국 | 2005 | 상해 |

자료 : 중국보험연감, 2006; 각사 홈페이지 및 기사.

위의 표에서 보는 바와 같이 중국에는 22개의 외국계 생명보험사가 영업 중이며 WTO 이후 영업지역에 대한 규제가 완화됨에 따라 많은 보험사들이 지점을 넓혀가고 있는 실정이다. 또한 AIA를 제외한 모든 보험사가 합자회사의 형태를 띠고 있는데 대부분 비보험사와의 합자회사라는 특징을 보이고 있다(<별첨 1> 참조). 이는 합자를 통해 중국에 진출하는 보험사들에게 몇 가지 유리한 점이 있기 때문인데, 그 이유는 첫째, 비보험사와 합자를 하는 경우 상대기업이 보험영업에 대해 노하우를 가지고 있지 않으므로 독자적인 경영이 가능하며 둘째, 중국 보험사에게 경영 기술 등의 지식정보가 유출될 가능성을 차단할 수 있고 셋째, 상대기업의 다양한 고객을 대상으로 차별화된 영업을 할 수 있다는 것 등이다.

손해보험의 경우 외국계 기업은 11개사가 진출해 있으며 모두 독자진출한 회사들이다. 또한 조기 진출한 AIG의 AIU를 제외하고 나머지 회사들은 한 지역에서만 영업 활동을 하고 있으며 그 중 6개사는 상해에서 영업 중이다. 손해보험의 경우 생명보험에 비해 중국에 진출한 회사의 수도 많지 않고 진출 지역도 다양하지 않으며 시장점유율도 상당히 낮은 편이다.

<표 Ⅳ-27> 외국계 손해보험사 진출 현황

| 회사명 | 국가 | 진출시기 | 영업지역 |
|---|---|---|---|
| AIU Branch<br>(美亚保险公司分公司) | 미국 | 1992 | 상해,<br>광동, 심천 |
| The Tokyo Marine and Fire Insurance Company Limited Shanghai Branch<br>(日本东京海上日动火灾保险公司上海分公司) | 일본 | 1994 | 상해 |
| Winterthur Insurance(Asia) Limited. Shanghai Branch<br>(丰泰保险(亚洲)有限公司上海分公司) | 스위스 | 1997 | 상해 |
| Royal and Sun Alliance Insurance PLC Shanghai Branch<br>(皇家太阳联合保险公司上海分公司) | 영국 | 1998 | 상해 |

| 회사명 | 국가 | 진출시기 | 영업지역 |
|---|---|---|---|
| Federal Insurance Company Shanghai Branch<br>(美国联邦保险股份有限公司上海分公司) | 미국 | 2000 | 상해 |
| Mitsui Sumitomo Insurance Co. Ltd. Shanghai Branch<br>(三井住友海上火灾保险公司上海分公司) | 일본 | 2001 | 상해 |
| Samsung Fire And Marine Insurance Company (China) Ltd.<br>(三星火灾海上保险(中国)有限公司) | 한국 | 2001 | 상해 |
| Allianz Insurance Company Guangzhou Branch<br>(安联保险公司广州分公司) | 독일 | 2002 | 광동 |
| Sompo Japan Insurance(China) Co., Ltd.<br>日本财产保险公司 | 일본 | 2003 | 대련 |
| Liberty Mutual Insurance Company Chongqing Branch<br>利宝互助重庆分公司 | 미국 | 2004 | 중경 |
| Geoupama SA Chengdu Branch<br>安盟保险股份有限公司 | 영국 | 2004 | 청도 |

자료 : 중국보험연감, 2006.

재보험사의 경우 2001년 Munich Re의 진출 이후 Swiss Re, Cologne Re 등이 잇따라 진출하였으며 2005년 영국의 Lloyd's도 영업허가를 취득하였다.

<표 Ⅳ-28> 외국계 재보험사 진출 현황

| 회사명 | 국명 | 진출시기 | 영업지역 |
|---|---|---|---|
| Munich Reinsurance Company Beijing Branch<br>慕尼黑再保险公司北京分公司 | 독일 | 2001 | |
| Swiss Re Beijing Branch<br>瑞士再保险公司北京分公司 | 스위스 | 2003 | 베이징 |
| Cologne Reinsurance Company plc, Shanghai Branch | 독일 | 2004 | 상하이 |
| Lloyd's | 영국 | 2005 | |

자료 : 중국보험연감, 2006.

2005년 외국계 생명보험사들의 시장점유율을 지역별로 살펴보면 다음의 <표 Ⅳ-29>와 같다.

<표 Ⅳ-29> 외국계 생명보험사 주요 도시 시장점유율

(단위 : %)

| 회사명 | 상해 | 광동 | 심천 | 북경 | 천진 | 대련 | 강서 | 사천 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| AIA | 8.76 | 7.04 | 12.29 | 3.39 | | | 0.37 | |
| Manulife-Sinochem | 2.66 | 0.12 | | 0.03 | | | | |
| Pacific-Antai | 2.72 | 0.18 | | | | | | |
| Allianz | 0.91 | 0.25 | | | | | | |
| AXA-Minmetals | 0.85 | 0.05 | | 0.17 | | | | |
| China Life-CMG | 0.90 | | | | | | | |
| CITIC-Prudential | 0.10 | 2.76 | 0.09 | 0.49 | | | 0.15 | |
| JohnHancock Tianan | 0.64 | | | | | | | |
| Generali China | 0.00 | 0.93 | | 46.02 | | | | |
| ING Capital | | | | 0.17 | | 3.82 | | |
| Sun Life Everbright | | | | 0.10 | 2.89 | | | |
| Haier New York | 0.63 | | | | | | | 0.53 |
| Aviva-COFCO | | 0.62 | | 0.96 | | | | 2.27 |
| AEGON-CNOOC | 0.17 | | | 0.21 | | | 0.02 | |
| CIGNA and CMC | 0.00 | | 1.88 | 0.01 | | | | |
| Nissay-SVA | 0.10 | | | | | | | |
| Heng An Standard | | | | | 3.03 | | | |
| Skandia BSM | 0.00 | | | 0.16 | | | | |
| Sino-US MetLife | | | | 0.23 | | | | |
| Cathay | 0.73 | | | | | | | |
| Samsung Air China | | | | 0.00 | | | | |
| CitiInsurance | 0.07 | | | | | | | |
| 합계 | 19.24 | 11.95 | 14.26 | 51.94 | 5.92 | 3.82 | 0.54 | 2.8 |

자료 : 중국보험연감, 2006.

생명보험산업의 외국사 시장점유율은 상해, 광동, 심천, 북경 지역에서 각각 19.24%, 11.95%, 14.26%, 51.94%를 기록하며 중국전체 점유율 9%를 상회하고 있다. 이는 중국정부의 진출지역 제한으로 이들 지역에의 진출이 빨랐고 이에 따라 외국사에 대한 반감이 타 지역에 비해 적으며, 이들 지역이 상대적으로 경제수준이 높기 때문이다. 특히 북경의 경우 외국사의 시장점유율이 50%를 상회하고 있는데 이는 Generali사의 베이징 CNPC 퇴직연금 수주에 따른 것으로 이 계약을 통해 Generali사는 북경지역에서 46.02%의 점유율을 얻게 되었다. CNPC는

Generali사의 중국합자 파트너로 중국진출 시 합자회사의 선택이 중요함을 보여주는 한 예로 볼 수 있다.

손해보험의 경우 상해에서의 시장점유율이 11.71%로 상당히 높은 편이며 그 외에 광동, 심천, 대련 등에서 중국전체 시장점유율인 1%를 상회하는 점유율을 보이고 있다.

특이한 점은 생명보험과 손해보험 모두 조기에 진출한 AIA, AIU, 동경해상 등의 점유율이 높다는 것이다. 이들은 모두 주요지역에서 평균을 상회하는 점유율을 보이고 있다. 따라서 진출이 늦는 후발 주자들의 경우 브랜드 인지도를 높이고 틈새시장을 공략하는 전략이 필요할 것으로 보인다.

<표 Ⅳ-30> 외국계 손해보험사 시장점유율

(단위 : %)

| | 상해 | 광동 | 심천 | 대련 | 중경 | 사천 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| AIU | 3.58 | 1.44 | 1.48 | | | |
| The Tokyo Marine and Fire | 2.62 | | | | | |
| Winterthur | 0.87 | | | | | |
| Royal and Sun Alliance | 0.80 | | | | | |
| Federal | 0.41 | | | | | |
| Mitsui Sumitomo | 2.16 | | | | | |
| Samsung Fire And Marine | 1.27 | | | | | |
| Allianz | | 0.60 | | | | |
| Sompo Japan | | | | 3.53 | | |
| Liberty Mutual | | | | | 0.36 | |
| Geoupama | | | | | | 0.03 |
| 합계 | 11.71 | 2.04 | 1.48 | 3.53 | 0.36 | 0.03 |

자료 : 중국보험연감, 2006.

### 2) 외국계 보험사의 영업성과

2005년 중국에 진출한 대부분의 외국계 회사들은 순손실을 기록하고 있다. 이는 중국시장에 진입한 지 얼마 되지 않아 아직까지 이렇다 할

수익원을 찾고 있지 못했기 때문으로 보인다. 주목할 만한 것은 중국 시장 진입이 가장 빨랐던 AIG계열의 AIA, AIU, 동경해상 등은 순이익을 기록하고 있다는 점이다. 따라서 앞으로 외국계 보험사들이 순이익을 기록하려면 어느 정도의 적응기간이 더 필요할 것으로 보인다.

<표 Ⅳ-31> 외국계 손해보험사 영업성과

| 생명보험사 | |
|---|---|
| 회사명 | 순이익 |
| AIA 상해 | -87.64 |
| **AIA 광주** | 105.31 |
| **AIA 심천** | 34.01 |
| **AIA 북경** | 14.96 |
| AIA 강서 | -6.64 |
| AIA 광동 | -11.84 |
| AIA 강문 | -9.55 |
| Manulife-Sinochem | -64.03 |
| Pacific-Antai | -67.58 |
| Allianz | -83.51 |
| AXA-Minmetals | -86.17 |
| China Life-CMG | -9.29 |
| CITIC-Prudential | -219.23 |
| JohnHancock Tianan | -26.23 |
| Generali China | -103.91 |
| ING Capital | -59.51 |
| Sun Life Everbright | -1.09 |
| Haier New York | -80.36 |
| Aviva-COFCO | -179.56 |
| AEGON-CNOOC | -115.76 |
| CIGNA and CMC | -32.12 |
| Nissay-SVA | -38.09 |
| Heng An Standard | -33.76 |
| Skandia BSM | -37.66 |
| Sino-US MetLife | -120.65 |
| Cathay | -38.47 |
| Samsung Air China | -38.41 |
| CitiInsurance | -98.42 |

| 손해보험사 | |
|---|---|
| 회사명 | 순이익 |
| **The Tokyo Marine & Fire** | 25.72 |
| **Winterthur** | 1.49 |
| Royal and Sun Alliance | -12.06 |
| Federal | -63.51 |
| Mitsui Sumitomo | -5.29 |
| **Samsung Fire And Marine** | 17.34 |
| Allianz | -5.42 |
| **Sompo Japan** | 11.95 |
| Liberty Mutual | -13.44 |
| Geoupama | -44.47 |
| **AIU 상해** | 36.52 |
| **AIU 광주** | 13.21 |
| **AIU 심천** | 5.79 |

| 재보험사 | |
|---|---|
| 회사명 | 순이익 |
| Munich Re | -28.40 |
| Swiss Re | -32.09 |
| Cologne Re | -23.55 |

주 : 순이익 단위는 백만 위안임.
자료 : 중국보험연감, 2006.

### 3) 외국계 보험사 진출 성공사례 및 실패사례

AIG는 영업허가를 취득하기 12년 전인 1980년 외국계 회사 최초로 베이징 사무소를 개설하였다. 이후 AIG는 PICC와 합작을 시도하는 등 현지화에 있어 부단한 노력을 한 것으로 보인다. AIG는 마침내 외국계 회사로는 처음으로 1992년 상하이에서 생명보험과 손해보험에 대한 영업허가를 취득하였고 1995년 광주에도 진출하게 된다. 또한 푸단대학과 합작으로 AIA-Fudan Actuarial Center를 개설하는 등 현지화 작업에도 노력을 게을리하지 않았다. 1997년 생명보험과 손해보험을 겸업하던 AIA에서 손해보험 사업을 분리하여 AIU를 설립하게 된다. 이 후 계속적으로 영업지역을 확대해 나가는 동시에 2004년 Huatai 외 3개사와 합작으로 AIG-Huatai Fund Management Company Ltd.를 설립하며 종합금융서비스 제공의 발판을 마련하였으며 2005년 외국계 일반은행으로는 처음으로 상하이에 사무소 설립을 인가받았다.

중국에서 AIG의 성공 요인은 두 가지로 요약할 수 있다. 첫째는 사무소의 조기진출을 통한 현지화 전략이다. AIG는 중국 보험시장이 독점화 단계에 있었던 1980년 베이징에 사무소를 설립하며 중국진출을 시도하였다. 중국은 무려 22년간 보험산업 자체가 존재하지도 않았던 곳이었기에 이는 매우 과감한 시도였다. 그러나 이 시기에 수집된 정보와 많은 인적 네트워크는 1992년 중국이 외국사로서 유일하게 보험시장에 받아들이는 데 중요한 역할을 하였다. 둘째는 개인 모집인 제도의 과감한 시도였다. 당시 중국의 보험시장은 단체직접 판매가 가장 중요한 판매 채널로 인식되고 있었다. 그러나 AIG는 중국에서 최초로 보험대리인 제도를 도입하여 큰 성공을 거두게 된다. 이후 다른 보험사들도 AIG를 벤치마킹하게 되었고 중국 생명보험시장은 이로 인해 급격히 성장하는 계기가 되었다.

AIG의 중국에서의 성공은 어쩌면 중국시장 진입이 빨랐기 때문에 얻을 수 있었던 특권이었다고 생각할 수도 있다. 그러나 AIG가 중국시장

에서 성공할 수 있었던 두 요인인 충분한 적응기간의 확보를 통한 현지화 전략과 판매채널이나 상품개발에 있어서의 선진기법의 도입 등은 시장진입이 늦는 타 보험사들에게도 시사하는 바가 크다 하겠다.

2002년 미국의 링컨 그룹과 스위스 생명은 중국에서 철수하였다. 이들의 중국시장 철수는 본사의 자금사정 악화, 중국시장에 대한 확신 부족 등의 원인도 있었지만 가장 중요하게 지적됐던 이유는 현지화 전략의 실패였다. 외국보험사가 중국시장에 진출하기 위해서는 적어도 2~3년의 적응기간을 거치며 중국시장에 맞는 보험상품, 판매망 그리고 현지 사정에 익숙한 영업사원을 양성하여야 한다. 그러나 이들 두 회사의 경우 이러한 점을 간과했다는 것이 시장철수의 근본적 원인이라는 것이다. 따라서 앞으로 우리나라의 보험사가 중국시장에 진출할 때에도 이러한 부분을 거울삼아야 할 것이다.

#### 4) 기타 외국사의 진입전략

##### 가) Allianz China Life(독일)

Allianz는 중국진출 초기 Tongji 대학교에 의자를 교체, 설치해주고 2007년 상하이 상경대에 Allianz Bancassurance Academy를 설립하는 등 보험관련 교육에 투자하며 현지에서의 이미지 제고를 위해 노력하였다.

또한 판매채널 측면에서는 2006년에는 Industrial & Commercial Bank of China(ICBC)와 전략적 제휴를 맺고 방카슈랑스 채널을 집중 공략하는 전략을 추진하고 있다.

##### 나) Haier New York Life(미국)

미국 New York 생명과 중국의 Haier 그룹은 2002년 상하이에 합작 생명보험사를 설립하였다. Haier 그룹은 중국의 대표적인 가전회사로서 중국 내에서 존경받는 기업이며 Haier New York Life는 이러한 인지도를 이용한 마케팅에 치중할 계획임을 밝혔다. 중국인들의 Haier 브랜드에 대한 충성도가 높기 때문에 예외적인 방법으로 그들을 끌어들일

수 있을 것으로 기대하고 있다. 하이얼 그룹 또한 그들의 고객들에게 금융서비스를 제공할 수 있어 시너지가 기대된다.

다) CIGNA & CMC(미국)

CIGNA & CMC는 1994년 베이징에 사무소 설치하였고 WTO 이후 처음으로 생명보험시장 진입을 허가 받은 회사이다. CIGNA & CMC는 기존의 중국 내 보험사들과 달리 방카슈랑스와 텔레마케팅 등 다이렉트 채널에 의해서만 보험을 판매하는 최초 보험사로서 가격경쟁력으로 승부하는 전략으로 후발주자로서의 핸디캡을 만회하려 하고 있다. CIGNA의 파트너인 SDZ는 China Merchants Bank의 대주주인 China Merchants Holding Company의 자회사이다. 특히 CMB는 다양한 업무를 한 번에 가능케하는 'all-in-one' 현금카드를 처음으로 선보였으며, 2,500만 명에 달하는 현금카드 고객들은 CIGNA & CMC의 마케팅 표적이다. 2006년 항주에 4번째 지점을 설립한 CIGNA & CMC는 다이렉트 보험사의 리더로서 시장을 개척할 전망이다.

라) Heng An Standard Life(영국)

Standard Life는 1996년 상하이, 1998년 베이징에 사무소를 개설하였고, Tianjin Economic Development Area General Company(TEDA)와 합작(50:50)회사를 설립, 2003년 텐진에서 영업을 시작하였다. Heng An Standard Life는 다른 보험사와 달리 financial planning consultants(FPC)제도를 운용하는 것이 특징이다. FPC는 수수료가 아닌 월급을 받으며 회사에 고용되어 있는 전문 설계사이며, Heng An Standard Life는 2006년 FPC를 300명까지 고용하여 FPC를 이용한 판매전략을 강화할 계획이다.

마) Skandia-BSAM Life Insurance(스웨덴)

Skandia-BSAM Life Insurance는 Skandia 보험과 Baijing State-owned Assets Management Co(BSAM)가 50:50의 비율로 투자하여 설립한 회사이며, 장기저축상품과 변액보험 위주의 상품에 특화한 전략으로 중국

보험시장의 문을 두드리고 있다. 변액보험의 경우 핑안 보험이 판매를 시작한 이후 많은 보험사들이 판매하였으나 2003년부터 주가가 하락하면서 대부분의 회사는 판매를 중단한 바 있다. 또한 배급에 있어서는 일반적인 설계사 위주의 판매방식이 아닌 중개회사나 금융대리점(은행) 등을 통한 배급에 치중할 예정이며, 이에 따라 베이징의 일반은행과 협력을 고려하고 있다.

바) Sino-US Metlife

Sino-US Metlife는 미국의 Metlife와 중국의 China Airport Holding Company와 합작사로 2004년 베이징에서 영업을 시작하였다. Sino-US Metlife의 전략은 설계사 중심의 판매망에 있다. 설계사에 의한 보험판매는 2002년 AIA에 의해 시작되었으며 지난 10여 년간 중국에서 성공하는데 밑거름이 되었다. 이후 타보험사들이 다양한 판매채널확보에 열을 올리는 상황에서 Metlife는 설계사 채널의 뉴웨이브를 기대하고 있는 상황이다. 또한 설계사 외에도 베이징에서는 처음으로 텔레마케팅을 통한 판매도 병행한 바 있다.

사) Citiinsurance Life insurance

Citiinsurance Life Insurance는 Citigroup의 Travelers Life & Annuity 부문과 Shanghai Alliance Investment의 합자회사로 출발하였으나 MetLife가 Citigroup의 Travelers Life & Annuity 부문을 인수하면서 현재는 MetLife와 Shanghai Alliance Investment의 합자회사가 되었다. Citiinsurance Life Insurance는 여행자 보험에만 특화한 보험사로 타 보험사들과 차별성을 가지며, Aetna로부터 지분을 인수한 ING의 Pacific-Antai Life Insurance와 함께 외국사 간 인수 합병을 통한 중국 시장에의 진출가능성을 보여주는 사례라 할 수 있다.

## 바. 국내 보험사의 진출방안

### 1) 정부기관과의 관계 형성

다수는 중국에서의 AIG의 성공이 중국정부의 정책적인 밀어주기에 의한 것이라고 이야기하기도 하지만 AIG의 성공은 20여 년간 지속된 장기적인 관계 형성과 중국에 대한 기여 전략에 따른 것이라 할 수 있다. AIG는 중국 사회간접자본에 수억 달러를 투자하여 중국 중앙정부와 선의의 밀착관계를 형성하는 데 힘써왔다.

중국정부는 아주 복잡하게 구성되어 있으며 사업권을 따내는 데에도 다양한 기관으로부터의 인가를 거쳐야만 한다. 따라서 중국시장에 진입하기 위해서는 중국정부기관의 주요 인물들과의 관계 형성이 무엇보다 중요하다. 이를 위해 중국의 전문가나 중개인들을 고용하거나 상담할 필요가 있다. 중국의 보험시장 진출을 위해 접근해야 할 기관으로는 우선 중국보험감독위원회(CIRC)와 State Developing Planning Commission(SDPC), Ministry of Foreign Trade & Economic Co-operation(MOFTEC), State Administrative Bureau for Industry and Commerce(SABIC), State Administrative of Tax(SAT) 등이 있다.

중국진출을 원하는 보험사가 이러한 정부기관들과 장기적인 친밀관계를 얻어내기 위해서는 전략적 접근이 필요하다. 정보의 교환은 그 중 가장 중요한 방법이라 할 수 있다. CIRC의 결정에 영향을 미치는 것 중의 하나가 외국보험사가 중국의 보험시장의 발전에 기여한 바가 있느냐 하는 것이고 그것은 외국보험사가 중국에서 행한 물질적 기여의 정도와 크기로 측정된다.

구체적인 방안으로는 첫째, 중국에서의 보험교육을 들 수 있다. 중국진출 회사는 중국보험업계 관계자를 대상으로 한 교육적 세미나를 개최하고 상대적으로 보험관련 교육이 부족한 대학에 보험관련 수업을 지원하는 방법이 가능할 것이다. 이러한 방법은 몇몇 기 진출 기업들도

행한 바 있다. 둘째는 중국관료들과 지식정보를 공유하는 것이다. 예를 들어 한국의 보험법과 규제 등을 번역해 주고 설명해 준다면 그 자료들은 CIRC의 관료들에게 중국 보험시장의 법적 수준을 향상시킬 수 있는 좋은 자료로 활용될 수 있다. 셋째로 중국의 사회간접자본에 대한 투자를 들 수 있다. 특히 중국은 정보통신 관련 인프라가 부족한 상황이므로 보험관련 단체의 홈페이지 운용 등 IT인프라 관련 투자를 지원해 주면 효과적일 것이다. 이러한 다양한 활동들은 비단 정부관계자와의 관계뿐 아니라 미래의 잠재고객을 확보하는 수단이 되기도 한다.

또한 중국에서 가장 중요하게 여기는 '꽌시'를 간과해서는 안 된다. 우리말로 관계를 의미하는 꽌시는 중국시장에서 살아남는 수단이며 상호의 이익을 위해 선물과 호의를 주고받으며 형성된다. 중국인들은 어떤 일을 시작하더라도 혈연, 학연, 지연 등 자기가 가지고 있는 꽌시를 모두 동원하여 꽌시를 먼저 잡으려 노력한다. 중국에 진출하는 외국기업에 있어 이러한 꽌시가 거의 전무하다는 것은 가장 큰 약점으로 지적된다. 따라서 외국 기업에 있어 특히 중국시장에 새로이 진출하는 기업에게 있어 꽌시는 상당히 중요하다.

꽌시를 얻기 위해선 우선 서로를 찾아다니며 선물을 주고 저녁을 먹으며 친밀해지는 것이 우선이다. 그러나 전혀 지인이 없는 외국회사의 경우 필요한 네트워크에 접근할 수 있는 중개자를 찾는 방법이 유효할 것이다. 다른 방법으로는 관료의 외국 시찰에 스폰서가 되어 주는 등 호의를 베푸는 방법이 있다.

### 2) 지역의 선택

먼저 시장에 진출할수록 지속적인 관계전략을 통해 후발 경쟁자들보다 우위에 서게 된다. AIG의 예를 비추어볼 때도 먼저 시장에 진입하는 것이 얼마나 중요한가를 알 수 있다. AIG는 중국시장의 조기진입을 통해 정부기관과 좋은 관계를 지속해 왔고 그것은 그들의 설계사 전략과 더불어 중국에서의 성공의 기초가 되었다. 그러나 그렇다고 해서 후

발주자들에게 기회가 없는 것은 아니다 중국은 아직 발전 중에 있으며 광대한 영토를 가지고 있다. 따라서 아직 보험시장이 성숙하지 못한 적절한 지역을 타겟으로 한다면 그 지역에서 만큼은 선발주자로서의 이익을 챙길 수 있다.

최근 중국보험 시장에서 충칭시에 대한 관심이 높아지고 있다는 기사는 참고할 만하다. 2007년 6월 충칭에는 중국인민보험공사, 핑안보험회사, 중국생명의 고위층이 잇달아 충칭을 방문하였다. 충칭시는 많은 인구에 비해 아직 보험시장이 크게 발달하지 못한 지역 중 하나이다. 특히 주변의 쓰촨성과 합하면 인구가 1억이 넘어 잠재력이 큰 곳이라 할 수 있다. 충칭시는 최근 충칭시를 서부지역 금융중심지로 육성한다는 계획하에 보험회사로 하여금 연구/개발 중심지를 설립할 경우 각종 우대혜택을 제공한다는 조건을 내걸고 보험업계 관계자들을 불러들이고 있다.

충칭시의 이러한 예는 중국에 후발 진입한 보험사라도 지역 선정을 잘 한다면 후발주자로서의 단점을 극복할 수 있다는 것을 보여준다. 충칭시의 경우에도 서부지역 경제중심을 청두에 빼앗기지 않으려고 애를 쓰고 있기 때문에 외국사라고 하더라도 호의적으로 기회를 제공해줄 수 있을 것이다.

### 3) 합작 파트너의 선택

현행 규정상 손해보험의 경우는 독자진출이 가능하지만 생명보험의 경우 중국시장 진출을 위해서는 반드시 중국사와의 합작을 통해야 한다. 중국에 합자회사로 진출하는 것은 몇 가지 장점과 단점을 가진다. 장점으로는 지역자본을 이용하기 때문에 투자 리스크를 줄일 수 있고, 중국시장에서의 파트너의 경험을 활용할 수 있으며, 특히 중국 정부 및 시장참여자들과의 관계 형성과 접근에 있어 큰 이득이 될 수 있다는 것이다. 그러나 중국시장에서의 이윤을 공유해야 하며, 회사경영에 있어 독자성을 확보하기 힘들고 파트너와의 문화적 차이가 회사 운용에 있어 문제를 야기할 수 있다는 단점이 있다. 특히 서로 상이한 목적으

로 합작을 하는 경우에는 합작관계가 깨어지기 십상이다.

중국시장에서 적절한 파트너의 선택이 성공여부에 직결될 수 있는 문제이기 때문에 합자진출을 고려하는 보험사라면 파트너 선택에 신중해야 할 것이다. 그러나 중국에서 적합한 파트너를 찾는 것은 쉬운 일이 아니다. 이는 중국에 잠재적 파트너에 대한 정확한 정보를 제공해 줄 수 있는 기관이 없기 때문이다.

합자파트너로 보험사를 선택하는 경우 파트너의 중국에서의 인지도와 판매망을 이용할 수 있는 장점이 있는 반면 독자적인 사업추진이 어렵고 보험사업에서의 노하우를 빼앗길 수 있다는 단점이 있다. 반대로 합자파트너로 비보험사를 선택하는 경우에는 판매채널을 확보하고 막대한 광고비를 지출해야 하는 등 어려움이 있으나 독자적인 사업 추진이 가능하다는 장점이 있다.

합자 파트너를 선택하는 데 있어 필수적인 기준은 그 회사가 재무적으로 건전한가이다. 보험사업을 영위하기 위해서는 큰 투자비용이 필요하며 재무상태가 어려운 기업을 파트너로 맞는다면 재정적 문제가 발생할 수 있다. 둘째로는 같은 사업목적을 가진 파트너를 골라야 한다. 합자회사가 결별하는 많은 이유는 서로 상이한 목적을 가지고 사업에 진출하기 때문이다. 따라서 사업을 시작하기 전 충분한 의사소통을 통해서 서로의 목적을 분명히 하는 것이 중요하다. 마지막으로 파트너는 신뢰가 있어야 한다. 믿을 만한 파트너를 선택하지 못하면 이용만 당하는 허수아비 취급을 받기 십상이다.

#### 4) 상품의 선택

지역의 선택과 마찬가지로 중국인의 구미에 맞는 새로운 상품을 판매하는 전략 또한 후발주자로서의 핸디캡을 줄일 수 있는 좋은 수단이 된다. 중국의 보험시장은 외국보험사들이 진출하면서 새로운 상품들이 많이 개발되었고 최근에는 중국 국내사들도 경쟁적으로 새로운 상품들을 만들어 경쟁을 하고 있는 상황이다. 2005년 배당형 상품을 최초로

판매하여 돌풍을 일으킨 AIA 등이 한 예이며 최근 등장한 부자보험과 같이 중국에서의 특수성을 감안한 상품의 등장 등도 좋은 예라 할 수 있다.

중국은 1979년 이후 한 가정에 한 자녀만을 가질 수 있도록 강제해왔고, 이 시기에 태어난 인구들은 어느덧 성인이 되어 '소황제'로 불리며 소비문화를 주도하고 있다. 이들의 특징은 어릴 때부터 외국상품에 익숙하기 때문에 외국제품에 대한 거부감이 적고 어려서부터 부족함이 없이 커왔기 때문에 소비에 대해 걱정하지 않는다. 이러한 상황은 중국에서 상품을 개발함에 있어 참고할 만하다고 생각된다. 자라나는 소황제들을 대상으로 한 어린이보험, 교육보험 등의 상품시장을 공약하여 미래의 잠재고객을 확보하는 것도 하나의 전략이 될 수 있을 것이다.

5) 판매채널의 선진화

중국 보험시장에서의 큰 변화는 판매채널의 선진화와 함께 이루어졌다고 할 만큼 설계사나 방카슈랑스 등 신 판매채널의 도입이 중국 보험시장에 미친 영향이 크다. 또한 중국에 진출한 외국사들의 경우에도 New York 생명이나 Standard처럼 차별화된 판매채널을 확보하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 노력은 합작사의 선정에도 영향을 주어 충분한 배급력을 확보한 파트너를 판매채널의 돌파구로 삼는 경향도 나타나고 있다.

우리나라의 보험회사도 중국시장에 효과적으로 진출하기 위해서는 판매채널 전략도 차별화할 필요가 있다고 하겠다. 특히 중국은 아직 IT 인프라가 충분히 발달되어 있지 않지만 국내에서 많은 노하우를 확보하고 있는 우리나라 보험사들의 경우 TM, CM 판매채널을 통한 중국시장 진출도 고려해 볼 필요가 있다. 중국의 IT환경은 빠르게 발전하고 있기 때문에 중국시장에서의 노하우를 먼저 쌓아간다면 앞으로 TM, CM 판매채널 확대시점에서 큰 힘을 발휘할 수 있으리라 기대되기 때문이다.

## 2. 인도

### 가. 일반사항

인도의 국토는 서유럽 전체 크기와 비슷하고, 남한면적의 33배에 해당하는 328만㎢이며, 인구는 세계인구의 6분의 1에 가까운 10억 9천만 명에 달하고 있다.

또한 지방에 따라 상이한 기후와 풍토, 다양한 인종구성, 각 주별 공용어만 해도 18종에 이르는 복잡한 언어분포, 힌두교 및 이슬람교 등 다양한 종교, 극심한 빈부격차, 교육수준의 차이, 그 외에 수천 년을 내려온 카스트 제도의 잔존 등 매우 복잡한 사회구성을 보여주고 있다.

그러나 인도인들은 이러한 다양성을 자연스럽게 포용하는 가운데 수천 년에 걸친 전통에 대한 커다란 자부심을 가지고 국가적·사회적 조화와 정체성을 유지해 오고 있다.

정치면에서 보면, 높은 문맹률과 극심한 빈부격차에도 불구하고, 자유민주주의에 대한 의식은 일반화되어 있다. 무엇보다도 인내와 관용의 국민성을 갖추고 있으며, 이러한 국민성도 민주주의 확립에 기여하고 있다고 할 수 있다.

인도는 초강대국의 세력권 확장 배격과 모든 국가와의 평화공존 추구를 외교정책의 기조로 삼아, 좁게는 서남아 지역에서의 지도적 위치를 확고히 하고, 넓게는 비동맹운동의 기수로서 제3세계에서의 지지확보 강화를 대외관계의 주안점으로 삼았던 전통을 지니고 있다.

냉전 종식 후 신국제 질서형성에 따라 다극화를 지향하며 실용주의 외교노선에 따라 세계 모든 국가와 관계발전을 도모하고 있으나, 과거 개도국 세력을 대표하고자 했던 외교행태도 상당부분 유지되고 있다.

경제적으로는 아직 많은 어려움이 있는 바, 국민의 약 19%가 절대 빈곤층에 속하고, 연 2%가 넘는 인구 증가율로 매년 약 1,600만 명에 달

하는 새로운 인구가 증가하고 있으며, 국내 자본의 빈약과 사회간접시설의 낙후는 경제계획 수행에 상당한 장애요소가 되고 있다.

그러나 정치적 안정, 외부에 크게 의존할 필요 없는 풍부한 자원, 광범위한 산업기반, 증가일로에 있는 양질의 기술인력 및 경제개방과 자유화 정책 등에 힘입어 최근 3년 평균 8.1%의 높은 경제성장률을 기록하면서 본격적인 고도성장궤도에 진입하였다는 평가를 받고 있다.

골드만삭스, 미국국가정보위원회(NIC) 등 세계 주요 연구기관들은 인도의 젊고 풍부한 노동력, 시장경제와 민주주의 전통, 과학기술분야 우수성, 영어 사용능력 등 중장기적 경제성장 잠재력을 높이 평가하면서, 인도경제가 21세기에 미국 및 중국과 함께 세계경제를 이끌어 갈 3대 강국으로 도약할 것으로 전망하고 있다.

인도는 일상생활에 있어서는 국민대다수가 아직 오랜 전통사회의 생활양식에서 벗어나지 못하고 있는 바, 종교와 카스트제도는 인도인의 생활을 지배하는 가장 주된 요소로서, 많은 국민들이 여전히 이를 숙명적으로 받아들이는 경향이 있다.

종교 없는 생활을 생각할 수 없을 정도로 종교가 생활에 밀착되어 있으며, 카스트 제도에 의한 차별은 헌법상 금지되어 있고, 카스트 제도의 폐해를 줄이기 위해 정부가 꾸준히 노력하고 있으나 아직도 사회생활 전반에 걸쳐 카스트 제도가 큰 영향을 미치고 있다.

이에 정부는 현재 국립대학의 낙후 카스트 자녀 입학정원 할당 폭을 2007년부터 기존의 22.5%에서 49.5%로 늘리는 방안을 추진 중이다.

인도인들은 또한 미술, 조각, 건축, 음악 등 전통문화에 대한 강한 애착과 긍지를 갖고 있는데, 자기문화에 대한 강렬한 긍지는 때로는 외래문물에 대한 배척과 국수주의의 형태로 나타나기도 하나, 최근 젊은 층을 중심으로 서양문물에 대한 동경과 과감한 수용태도도 확산되는 경향이 나타난다.

정치, 경제, 사회 및 문화 등 모든 분야에서 인도는 많은 난제를 안고 있는 것이 사실이며, 이 거대한 나라에서 복잡다기한 문제들이 하루아

침에 완전히 해소되기를 기대할 수는 없으나, 안정적이고 민주적인 정치체제를 바탕으로 연 8%대의 고도경제 성장을 시현하면서 이러한 문제들을 극복해 나갈 것으로 전망되고 있다.

특히 인도는 고도 경제성장 시현, 국제 원자력협력 추진을 통한 사실상 핵 보유국으로서의 국제적인 위상 확보, 유엔 안보리 상임이사국 진출 추진 등 최근 세계 강대국(World Powers)의 하나로 급속히 부상하고 있으며, 그에 따라 국제사회에서의 영향력도 지속적으로 신장되고 있다.

<표 Ⅳ-32> 인도 국가개요

| | | |
|---|---|---|
| 국명 | | 인도(India) |
| 위치 | | 서남아시아(동경 68.7-97.25도, 북위 8.4-37.6도) |
| 면적 | | 3,287,590㎢(한반도의 15배, 남한면적의 33배) |
| 수도 | | 뉴델리(New Delhi) |
| 인구 | | 10억 9,525만 명(2006년 8월) |
| 민족 | | 인도 아리안족(72%), 드라비다족(25%), 몽골족 및 기타(3%) |
| 언어 | | 힌두어 외 18개 공용어, 영어(상용어) |
| 종교 | | 힌두교(82.4%), 회교(11.7%), 기독교(2.3%), 시크교(2.0%), 불교(0.8%), 자이나교(0.4%): 2007. 6월 현재 |
| 건국(독립)일 | | 1947. 8. 15(영국으로부터 독립) |
| 정부형태 | | 내각책임제<br>연방은 28개 주와 7개 연방 직할지(Union Territory)로 구성 |
| 국가원수 | 대통령 | 프라티바 파틸(Shrimati Pratibha Devisingh Patil)<br>취임일 2007. 7. 25(5년 임기) |
| | 총리 | 만모한 싱(Manmohan Singh) 취임일 2004. 5. 22 (5년 임기)<br>소속정당 : 국민당(Indian National Congress)<br>2004. 4월 14대 총선에서 국민당 승리함에 따라 총리 취임 |
| 기후 | | 열대몬순, 온대기후, 고산기후(북부)등 지역에 따라 다양하나 대체로 열대몬순형 기후 |
| 화폐단위 | | Rupee($1=Rs.40.54, 2007. 4월 기준) |
| 문맹률 | | 약 35% |
| 국경일 | | 1. 26(헌법 발효일 : Republic Day) |

<표 Ⅳ-33> 인도 주요도시 현황

| 도시명 | 면적(㎢) | 인구(만) | 주 |
|---|---|---|---|
| New Delhi | 1,483 | 1,280 | National Capital Territory |
| Mumbai(구 봄베이) | 1,003 | 1,640 | Maharashtra주 수도 |
| KolKata(구 캘커타) | 1,877 | 1,320 | West Bengal주 수도 |
| Chennai(구 마드라스) | 174 | 640 | Tamil Nadu주 수도 |

<표 Ⅳ-34> 인도 주요도시별 기후

(단위 : ℃, cm)

| 구 분 | 델리 | | 뭄바이 | | 첸나이 | | 콜카타 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 기온 | 강수량 | 기온 | 강수량 | 기온 | 강수량 | 기온 | 강수량 |
| 1월 | 21.38 | 2.47 | 28.44 | 0.35 | 29.61 | 3.53 | 26.44 | 0.93 |
| 2월 | 23.72 | 2.07 | 28.38 | 0.20 | 31.27 | 1.03 | 28.72 | 2.92 |
| 3월 | 29.44 | 1.27 | 30.11 | 0.12 | 33.00 | 0.73 | 33.61 | 3.40 |
| 4월 | 35.88 | 0.82 | 31.72 | 0.07 | 35.27 | 1.52 | 36.00 | 4.37 |
| 5월 | 40.22 | 1.30 | 31.72 | 1.62 | 38.50 | 2.57 | 36.00 | 13.73 |
| 6월 | 39.10 | 7.57 | 31.38 | 47.65 | 37.55 | 4.65 | 33.55 | 29.23 |
| 7월 | 35.16 | 16.57 | 29.72 | 60.67 | 35.72 | 9.00 | 31.94 | 32.02 |
| 8월 | 33.88 | 18.07 | 29.44 | 33.47 | 34.88 | 11.45 | 31.66 | 32.30 |
| 9월 | 34.16 | 12.10 | 29.72 | 25.97 | 34.33 | 11.70 | 32.16 | 24.87 |
| 10월 | 33.61 | 1.00 | 31.55 | 6.35 | 32.27 | 30.10 | 31.77 | 11.20 |
| 11월 | 28.44 | 0.25 | 31.88 | 1.33 | 29.66 | 34.90 | 29.00 | 2.03 |
| 12월 | 33.16 | 1.07 | 30.33 | 0.2 | 28.94 | 13.62 | 24.66 | 0.45 |

## 나. 경제 및 산업 동향

### 1) 국내경제

#### 가) 경제성장률

인도경제는 유가 급등을 비롯한 국제경제여건의 불확실성에도 불구하고, 2003년 이후로 고도의 성장세를 지속하고 있으며 중국 다음으로 빠

른 성장세를 보이고 있다.

2006년에는 9.2%의 높은 성장을 기록한 것으로 추정됨에 따라 인도경제가 본격적인 고도성장궤도에 진입하였다는 평가를 받고 있으며 거시경제지표도 전반적인 호조를 보이는 가운데 국내외의 인도경제에 대한 신인도도 매우 양호한 상황이다.

<표 Ⅳ-35> 인도의 경제성장률 지표

(단위 : 십억 달러, %)

| 구분 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| GDP(명목) | 474 | 495 | 577 | 667 | 781 | 887 |
| GDP성장률 | 4.1 | 4.3 | 7.3 | 7.8 | 9.2 | 9.2 |
| 1인당GDP(명목) | 461 | 473 | 543 | 618 | 712 | 797 |

주 : 인도의 회계연도 기준을 역년도 기준으로 환원한 데이터이며, 2005년 이후는 추정치임.
자료 : IMF, World Economic Outlook Database, April 2007.

나) 주요 산업별 경제성장률 및 비중

인도의 산업 부문별 성장률을 살펴보면, 농업부문은 우기의 강우량에 따라 성장률 진폭이 너무 커 인도경제의 안정적 성장에 장애 요인으로 작용한 반면, 광공업과 서비스업은 지속적으로 호조를 보이면서 농업분야의 낮은 생산증가율에도 불구하고, 전체 경제성장률을 높은 수준으로 유지하는 데 기여하고 있다.

광공업은 여타 개도국에 비해 매우 낮은 수준인 총GDP의 27%(제조업 16%)를 점유하고 있으며, 2005년에도 9%대의 높은 성장률을 지속하였다.

1997년 총GDP 중 점유비 50%를 초과해 온 서비스업은 2005년 54.1%를 기록하였으며, 서비스분야 성장률이 전체 경제성장률을 상회하면서 제조업과 함께 높은 경제성장률을 견인해 왔다. 2006년 서비스업 부문 중 무역, 호텔, 수송, 통신 분야는 13%의 높은 성장률을 보인 것으로 추정된다.

<표 Ⅳ-36> 산업부문별 경제성장률

(단위 : %)

| 구 분 | 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ⅰ. 농림수산업 | 6.3 | -7.2 | 10.0 | 0.0 | 6.0 | 2.7 |
| Ⅱ. 광공·제조업 | 2.7 | 7.1 | 7.4 | 9.8 | 9.6 | 10.0 |
| 광업 | 1.8 | 8.8 | 3.1 | 7.5 | 3.6 | 4.5 |
| 제조업 | 2.5 | 6.8 | 6.6 | 8.7 | 9.1 | 11.3 |
| 전력, 가스, 수도 | 1.7 | 4.7 | 4.8 | 7.5 | 5.3 | 7.7 |
| 건설업 | 4.0 | 7.9 | 12.0 | 14.1 | 14.2 | 9.4 |
| Ⅲ. 서비스업 | 7.2 | 7.4 | 8.5 | 9.6 | 9.8 | 11.2 |
| 무역, 호텔, 수송, 통신 | 9.1 | 9.2 | 12.1 | 10.9 | 10.4 | 13.0 |
| 금융, 보험, 부동산 | 7.3 | 8.0 | 5.6 | 8.7 | 10.9 | 11.1 |
| 사회복지 및 기타 | 4.1 | 3.9 | 5.4 | 7.9 | 7.7 | 7.8 |
| 전체 성장률 | 5.8 | 3.8 | 8.5 | 7.5 | 9.0 | 9.2 |

주 : 회계연도 기준 자료이며, 2005년 이후는 추정치임.
자료 : 인도 재무부, Economic survey 2006-2007.

<표 Ⅳ-37> 산업별 생산비중

(단위 : %)

| 구 분 | 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 |
|---|---|---|---|---|---|
| Ⅰ. 농림수산업 | 23.2 | 20.9 | 20.9 | 18.8 | 18.3 |
| Ⅱ. 광공·제조업 | 25.4 | 26.5 | 26.1 | 27.5 | 27.6 |
| 광업 | 2.3 | 2.8 | 2.5 | 3.0 | 2.8 |
| 제조업 | 15.0 | 15.3 | 15.2 | 15.9 | 16.0 |
| 전력, 가스, 수도 | 2.3 | 2.4 | 2.2 | 2.1 | 2.0 |
| 건설업 | 5.8 | 6.0 | 6.2 | 6.5 | 6.8 |
| Ⅲ. 서비스업 | 51.5 | 52.8 | 52.9 | 53.9 | 54.1 |
| 무역, 호텔, 수송, 통신 | 22.7 | 23.3 | 23.9 | 25.1 | 25.4 |
| 금융, 보험, 부동산 | 14.0 | 14.7 | 14.7 | 14.5 | 14.3 |
| 사회복지 및 기타 | 14.8 | 14.8 | 14.3 | 14.3 | 14.4 |

자료 : 인도 중앙통계국(CSO)

다) 정부재정 및 물가

인도는 만성적인 재정 적자로, 이의 해소문제가 정부 경제정책의 주요 과제로 부상하고 있음에 따라, 정부는 2009년까지 재정적자 축소를 위한 특별법을 제정, 재정적자 해소에 노력중이나 기간시설 확충과 빈곤층 지원 등을 위한 정부 지출 증가로 당분간 재정적자 규모는 완만한 축소에 그칠 것으로 보인다.

소비자물가상승률은 최근 소득증대와 함께 금융권 대출 확대, 정부 및 가계지출의 대폭 증가에 의해 2년 만에 최고치를 보이며 과열 조짐을 보이고 있어 중앙은행이 물가 억제 정책을 적극적으로 추진 중이다.

<표 Ⅳ-38> 물가 및 재정적자

(단위 : %)

| 구분 | 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-6 | 2006-07 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 소비자물가상승률 | 3.8 | 4.3 | 3.8 | 3.8 | 4.2 | 6.1 |
| 도매 물가지수 | 161.3 | 166.8 | 175.9 | 187.3 | 195.6 | 206.1 |
| 재정적자(GDP비중) | △5.1 | △5.4 | △4.6 | △4.2 | △4.0 | n.a |

자료 : IMF, 인도 재무부, 인도중앙통계국(CSO).

2) 대외거래

가) 상품수지 및 경상수지

인도의 무역수지는 전체 수입의 30% 이상을 차지하는 석유가격에 의해 크게 좌우되는데, 국제유가 상승과 고도성장에 따른 수입수요 증대로 적자폭이 확대되고 있다.

인도의 주요 수출품목은 다이아몬드를 비롯한 보석류, 철광석, 쌀, 석유 및 화학제품 등이며 주요 수입품목은 원유 및 석유제품, 기계류, 가공하지 않은 보석류 등이다.

경상수지는 상품수지 적자 확대에도 불구하고 인도가 세계적인 경쟁력을 가지고 있는 콜 센터 등의 IT응용서비스 부문 수출 증대 및 NRI

(비거주 인도인) 해외 송금 수입증가에 따른 무역외수지는 큰 폭의 흑자를 기록, 균형을 이루고 있었으나 최근 고유가의 지속과 자본재 수입의 급증으로 적자폭이 확대되고 있다.

환율은 2005년까지 루피화의 강세 기조가 지속되다가 2006년 들어 달러대비 루피화의 약세화가 진행되고 있는 것으로 나타났으며, 외환보유고는 사상최고 수준을 연이어 갱신하고 있다.

<표 Ⅳ-39> 주요 대외거래 지표

(단위 : 억 달러, 루피)

| 구 분 | 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 경상수지 | 34 | 63 | 106 | △24 | △92 | - |
| 무역수지 | △76 | △87 | △143 | △280 | △461 | △567 |
| 수출액 | 438 | 527 | 638 | 835 | 1,031 | 1,245 |
| 수입액 | 514 | 614 | 781 | 1,115 | 1,492 | 1,812 |
| 외환보유고 | 541 | 761 | 1,129 | 1,415 | 1,516 | 1,991 |
| 환율(대달러) | 47.7 | 48.4 | 46 | 44.9 | 44.3 | 45.5 |

자료 : 인도 재무부, 인도 상공부, 인도 중앙통계국(CSO).

<표 Ⅳ-40> 주요 국가별 수출입 현황(2006-07)

(단위 : 억 달러, %)

| 수출 | | | | | 수입 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 순위 | 국가 | 금액 | 증가율 | 비중 | 순위 | 국가 | 금액 | 증가율 | 비중 |
| 1 | 미국 | 154.8 | 9.7 | 15.2 | 1 | 중국 | 141.0 | 59.1 | 9.5 |
| 2 | UAE | 98.7 | 44.1 | 9.7 | 2 | 사우디 | 112.8 | 755.4 | 7.6 |
| 3 | 중국 | 64.3 | 24.3 | 6.3 | 3 | 미국 | 84.1 | 30.4 | 5.7 |
| 4 | 싱가포르 | 47.6 | 8.7 | 4.7 | 4 | 스위스 | 74.6 | 39.5 | 5.0 |
| 5 | 영국 | 45.4 | 9.1 | 4.5 | 5 | UAE | 70.8 | 96.6 | 4.8 |
| 6 | 홍콩 | 36.7 | 2.5 | 3.6 | 6 | 독일 | 60.6 | 25.7 | 4.1 |
| 7 | 독일 | 31.6 | 11.2 | 3.1 | 7 | 나이지리아 | 60.4 | 10190.3 | 4.1 |
| 8 | 이탈리아 | 29.1 | 47.9 | 2.9 | 8 | 이란 | 60.0 | 951.8 | 4.1 |
| 9 | 벨기에 | 28.0 | 22.1 | 2.8 | 9 | 호주 | 57.4 | 40.4 | 3.9 |
| 10 | 일본 | 22.6 | 13.3 | 2.2 | 10 | 이라크 | 46.4 | 314054.8 | 3.1 |
| 12 | 한국 | 20.5 | 49.9 | 2.0 | 13 | 한국 | 39.1 | 6.5 | 2.6 |

주 : 2006-07 기간 중 2006년 4월부터 2007년 1월까지의 10개월간 자료임.
자료 : CMIE(Monthly Review of the Indian Economy, 2007. 6), 코트라(국가별 수출입동향).

최근 국가별 교역현황을 볼 때 미국은 최대의 수출국가이며 수입시장에서는 중국의 시장점유율이 매년 큰 폭으로 커지고 있다.

나) 외국인 투자 추이

인도의 고성장으로 외국인 자본이 지속적으로 활발하게 유입됨에 따라 2006-07년 외국인 직접투자는 157.3억 달러로 전년대비 184% 증가하였다.

이는 경제특구에 대한 인센티브 제공으로 외국인 투자유치 효과가 가시화된 결과라고 볼 수 있는데, 경제특구 활성화법으로 경제특구가 2007년 1월 현재 237개로 늘어났으며, 인프라가 양호한 경제특구로의 해외기업의 투자유치 계획이 급증하고 있다.

<표 Ⅳ-41> 인도의 외국인직접투자(FDI) 추이

(단위 : 억 달러)

| 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 |
|---|---|---|---|---|---|
| 42.2 | 31.3 | 26.3 | 37.6 | 55.5 | 157.3 |

자료 : 인도 상공부, 코트라(인도 투자통계).

<표 Ⅳ-42> 대인도 직접투자 상위 10개 품목

(단위 : 백만 달러, %)

| 순위 | 품목 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 | 비율 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 전기제품 | 532 | 721 | 1,451 | 2,733 | 18.8 |
| 2 | 서비스분야 | 269 | 469 | 581 | 4,749 | 17.8 |
| 3 | 통신 | 116 | 129 | 680 | 521 | 8.7 |
| 4 | 교통 | 308 | 179 | 222 | 466 | 8.0 |
| 5 | 에너지 | 113 | 166 | 94 | 250 | 6.3 |
| 6 | 화학 | 20 | 198 | 447 | 206 | 5.0 |
| 7 | 건설 | 47 | 152 | 151 | 985 | 3.3 |
| 8 | 제약 | 109 | 292 | 172 | 215 | 2.8 |
| 9 | 식품가공산업 | 111 | 38 | 42 | 98 | 2.7 |
| 10 | 시멘트&석고 | 10 | 0 | 452 | 243 | 2.3 |

자료 : 인도 상공부, 코트라(인도 투자통계)

외국인 직접투자는 주로 전기전자산업에 집중되어 있으며, 연도별 추이를 볼 때 투자순위 중 건설분야가 2006-07년 7위로써 크게 상승하였는데 이는 외국인 투자부문의 인프라 관련 투자가 집중되고 있음을 보여주고 있다.

국가별 대인도 FDI는 모리셔스의 비중이 가장 큰 것으로 나타났는데, 모리셔스의 투자는 조세절감을 목적으로 한 미국, 영국계 자본의 투자가 대부분이며, 미국의 투자는 금융서비스와 소프트웨어가 주류를 이루고 있다.

<표 Ⅳ-43> 국가별 대인도 FDI 현황

(단위 : 백만 달러, %)

| 순위 | 국가 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 | 누적 총유입액 | 점유율 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 모리셔스 | 567 | 1,129 | 2,570 | 6,363 | 18,147 | 41.2 |
| 2 | 미국 | 360 | 669 | 502 | 865 | 5,895 | 12.8 |
| 3 | 영국 | 167 | 101 | 266 | 1,878 | 3,857 | 8.7 |
| 4 | 네덜란드 | 489 | 267 | 76 | 644 | 2,638 | 5.9 |
| 5 | 일본 | 78 | 126 | 208 | 85 | 2,209 | 4.9 |
| 6 | 독일 | 81 | 145 | 303 | 120 | 1,702 | 3.7 |
| 7 | 싱가포르 | 37 | 184 | 275 | 578 | 1,628 | 3.7 |
| 8 | 프랑스 | 38 | 117 | 18 | 117 | 895 | 2.0 |
| 9 | 한국 | 24 | 35 | 60 | 71 | 823 | 1.7 |
| 10 | 스위스 | 45 | 77 | 96 | 56 | 692 | 1.5 |

자료 : 인도 상공부, 코트라(인도 투자통계).

### 3) 주요산업 정책 및 동향[5)]

#### 가) 농수산업

인도 정부는 산업구조의 고도화와 농업부문의 축소 정책을 펼치고 있는데, 인도의 농업 부문은 곡물이 70%, 축산업이 30%를 차지하며 그

5) Kotra, 인도무역관의 "주요산업동향"에서 주로 발췌. 요약함

비중과 경제적 중요성이 하락하여 인도 GDP의 21%에 불과하나, 인구의 60% 이상이 농업부문에 종사하며 극빈층을 형성하고 있어 국가 균형 발전에 결정적인 장애요인으로 작용하고 있다.

산업부문별 성장률에서 보듯 인도 농업부문 성장의 불안정성은 경기변동 진폭을 확장시키면서 경제성장을 제약 또는 촉진하는 요인이 되고 있다.

농업부문에 대한 정부의 규제 측면에서 살펴보면, FCI(Food Corporation on India)를 통해 곡물상품에 대한 가격통제 및 수출과 지역간 이동 제한을 두었으나, 설탕, 쌀, 면섬유 등을 대상으로 한 동 조치는 1990년대 들어 폐지되었다. 그러나 정부가 쌀과 설탕 생산량의 25%에서 75%까지 주 별로 다양한 의무 구매비율을 설정함으로써 농업부문 종사자들의 이윤동기 및 생산성이 저하되는 요인으로 작용하고 있다.

또한 인도정부는 국제가격의 변동으로부터 국내시장을 보호하는 한편 국내가격을 낮게 유지하여 곡물수매와 공급에 따른 정부의 재정부담을 줄이기 위하여 농업생산물에 대한 수출통제를 실시하고 있다.

나) 제조업

자동차 산업동향을 살펴볼 때, 2006년 현재 340억 달러 가치인 인도 자동차 산업은 경제발전에 따른 소득증가와 할부금융기법의 도입 및 2006년 4월 정부의 소형차에 대한 소비세 인하 등의 요인으로 지난 4년 동안 년 평균 15%씩 성장하였다.

2005-06년 총 판매대수가 약 9백만 대에 도달했으며, 2006-07년 1분기는 17.1%의 큰 성장을 시현하였는데, 최근의 성장추세가 지속된다면 판매는 매년 20%씩 성장하여 2007년 3월에 약 1천만 대를 기록할 것으로 전망된다. 또한 2006년 추진한 소형차 세금감면 정책으로 인도가 전 세계에서 가장 큰 소형차 제조 허브로서 두각을 나타날 것으로 예상된다.

인도 자동차 제조자협회(SIAM)에 따르면 2006년 12월에 전체 자동차 수출은 1백만 대를 넘어선 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-44> 인도 자동차산업 연도별 수출 현황

(단위 : 대)

| 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 |
|---|---|---|---|---|---|
| 184,680 | 307,308 | 479,919 | 629,544 | 806,222 | 1,011,278 |

자료 : 인도 자동차 제조자 협회, 코트라(인도 주요산업동향).

인도 자동차분야의 투자는 엄청난 속도로 증가하고 있는데, 닛산, 도요타, 현대자동차 등은 공장 설립, 생산능력 증대 등을 위한 투자를 시작하고 있다.

인도 정부는 내수뿐 아니라 수출 상품으로 자동차 산업을 적극 육성한다는 목표를 세우고 민영화 등 경쟁을 도입하여 동 산업 발전을 도모하는 한편 면세 혜택 등 다양한 외국인 투자 유인책을 도입하는 한편 도로와 항구를 연결하는 전용 고속도로 등의 설치를 계획 중이다.

향후 소득수준 향상, 도로망 개선, 대중교통수단 미비, 다양한 지불방식의 도입 등으로 자동차에 대한 수요증가 추세는 지속될 전망이나, 승용차는 도로망 확충이 선결되어야 하고 소득수준이 아직 낮으므로 당분간 이륜차 보급이 앞서 2010년 1,000만 대에 이를 전망이다.

대기오염을 줄이기 위해 배기가스 규제가 시행되고 있어 연비가 뛰어난 4기통 모터사이클의 수요가 급증하는 추세로, 이에 따라 이륜 및 삼륜차의 꾸준한 증가와 함께 최근 인프라 건설 프로젝트 추진에 따라 도로건설용 트럭을 비롯한 중대형 상용차 시장이 빠른 성장세를 보일 전망이다.

한편 철강산업은 풍부한 철광석과 석탄 부존, 저임 노동력을 바탕으로 지속적으로 성장하여 왔으며, 인도는 2006년 약 4천만 톤의 생산으로 세계 제7위의 조강 생산국이다.

탄소강의 국내 소비는 자동차 산업의 성장과 인프라 및 부동산 경기의 활기로 인해 수요가 폭발하고 있으며, 2005-06년 4월-9월 사이에 국내 철강소비는 21.25백만 톤을 기록하였다.

지속적인 경제발전 및 철강수출 확대 등으로 중장기적으로 6% 전후의 안정적 성장을 이룩할 것으로 예상되고 있다. 다만, 비과학적 채굴과 낮은 생산성, 높은 금융비용, 인프라 부족 등의 취약점 극복이 과제이다.

석유화학 부문을 살펴볼 때, 석유화학 제품은 현재 인도의 5대 수출품목이며 1위를 차지한 섬유제품 중 합섬섬유의 원료로써 주력 수출 분야이다.

석유화학 산업은 1991년 개혁을 기점으로 높은 내수 증가와 더불어 생산규모 면에서 본격적인 성장 단계로 진입하였으며 이후 규제 완화와 무역 정책의 변화로 석유화학 제품의 수요 확대와 투자 증가가 가속화되는 한편 외자 합작 사업과 기술 이전도 촉진되고 있다.

과거에는 대부분의 생산량을 국내 소비 또는 재생산에 투입하였으나, 최근에는 초과 공급량을 해외로 수출하려고 노력중이다. 최근의 다국적 기업은 지역별 생산거점의 구축을 목표로 해외전개를 추진하고 있는 추세로, 서구와 일본 대기업들의 적극적인 현지진출도 인도 석유화학산업 성장을 촉진시키는 역할을 담당하고 있다.

자국 내 석유화학제품 소비도 높은 성장률을 유지할 것으로 예상되는데, 급속한 시장 확대에도 불구하고, 인도의 일인당 석유화학제품의 소비량은 아직 미미한 수준(전 세계 소비량의 1/5 수준)이기 때문이다.

인도는 거대 인구와 높은 경제 성장률, 자동차, 전기전자 등 전방위 산업의 발달로 세계 석유화학 제품의 수요 증가율을 주도할 것으로 예상되며, 특히 주요 수출산업인 플라스틱 산업의 원료인 PE, PP, PVC는 연간 10% 이상의 수요 성장을 기록할 전망이다.

인도에서 가장 큰 산업인 섬유산업을 살펴볼 때, 동 산업은 전체 산업 생산 중 20%를 담당하며 고용의 18%, 인도 수출의 20%, 전체 GDP의 4%를 담당하고 있는, 생산과 외화획득, 고용 측면에서 가장 중요한 산업으로 꼽히고 있다.

인도는 900만 헥타르에 달하는 세계 최대 면화생산지를 확보하고 있으며 면화 생산 세계 3위, 실크 생산 1위, 세계 총섬유수출의 3%를 차

지하고 있다.

인도 정부는 'Vision 2010'을 통해 2010년까지 전 세계 섬유산업의 인도 점유율을 현재의 4%에서 8%로 증가시킬 계획이며 시장규모도 현재 370억 달러에서 2010년까지 850억 달러 규모로 증가시킨다는 계획이다.

2004-05년 동안에 섬유생산은 45,378백만 톤에 달하였으며, 2005-06년 1월까지 섬유생산은 작년 동기 대비 9%의 성장을 이루었다. 섬유 수출은 2005년 4월-11월 동안에 9,310백만 달러를 기록했는데 이는 작년 동기 대비 8.2% 높은 수치이다.

인도는 원자재와 부자재의 현지조달이 용이하고 저임의 노동력과 디자인부문에서 강점을 지니고 있어, 미국과 EU를 비롯한 선진국 기업들이 섬유·의복 생산을 위한 대규모 제조업 기반과 풍부한 저임의 숙련 노동력 공급 기반을 갖춘 인도로 생산기지를 이전하는 사례가 증가할 전망이다.

인도정부도 국가 주력산업인 섬유산업의 경쟁력 강화를 위한 재정지원과 각종 세제혜택 부여 등 다각적인 정책지원과 노력을 통해 이 분야를 중점적으로 육성하고 있다.

다) 서비스업

연평균 7%를 넘는 고성장세를 이어가고 있는 인도의 서비스산업은 경제개혁의 대표적인 성과로, 대부분 공적 영역이거나 강력한 정부의 인허가제도에 의하여 자율적인 발전에 한계를 갖고 있었던 제조업과 달리 산업의 태동기부터 민간 중심의 자발적인 사업추진이 허용되었다.

세계적 수준의 IT소프트웨어 및 서비스, 생명공학 등이 서비스업의 대표적 성장산업이며, 무선통신산업과 케이블TV, 건설·인프라, 광물자원 개발 등은 발전 가능성이 높은 유망 성장산업으로 평가되고 있다.

인도의 IT산업은 지난 10여 년간 IT 소프트웨어 및 서비스 분야에서 고성장을 거듭하며 경제발전을 주도하는 차세대 주력 산업으로 부상하였는데, 인도의 IT 소프트웨어 및 서비스산업 규모는 05/06 회계연도에 전년대비 31.4% 성장하여 296억 달러에 이르며, 06/07 회계연도에는

25-28% 성장하여 360-380억 달러에 달할 것으로 전망되고 있다.

부문별로는 소프트웨어 수출이 173억 달러, ITES-BPO(IT Enabled Service-Business Process Outsourcing) 수출이 63억 달러, 내수가 60억 달러를 차지하고 있다.

인도의 IT 소프트웨어 및 서비스산업의 고용 규모는 105만 명이며, 약 3백만 명의 간접고용을 창출하고 있는 것으로 추산되고 있다.

<표 Ⅳ-45> 인도 IT 소프트웨어 및 서비스 산업규모

(단위 : 억 달러)

| 구 분 | 04-05 | 05-06 | 06-07 전망 |
|---|---|---|---|
| 소프트웨어 수출 | 131 | 173 | 210-220 |
| ITES-BPO 수출 | 46 | 63 | 80-85 |
| 내수 | 48 | 60 | 70-73 |
| 계 | 225 | 296 | 360-380 |

자료 : NASSCOM.

<표 Ⅳ-46> 인도 IT 소프트웨어 및 서비스 산업 고용현황

(단위 : 천 명)

| 구 분 | 04-05 | 05-06 | 06-07 전망 |
|---|---|---|---|
| 소프트웨어 | 614 | 741 | 878 |
| ITES-BPO | 253 | 316 | 415 |
| 계 | 867 | 1,057 | 1,293 |

자료 : NASSCOM.

NASSCOM(National Association of Software and Service Companies)의 조사에 따르면, 인도 IT-ITES 산업은 현재 310억 달러의 수출에서 2010년까지 두 배 성장할 것으로 예측하고 있다.

또한 인도는 전 세계 글로벌 IT 기업들의 연구와 개발 허브로서 R&D 센터들에서 새로운 글로벌 투자의 25%를 이끌어 내고 있는데, 오라클, 인텔, 어도비, STM, SAP 등 인도 R&D 센터의 규모는 미국과 유

럽 다음으로 크며 IBM, 텍사스인스트루먼트, 델파이, HP, 마이크로소프트, 구글 등이 최신 기술개발을 위한 인도 인력 확보에 노력 중이다.

인도 정보통신부는 2008년 인도 IT 소프트웨어 및 서비스가 GDP의 7% 및 총수출의 35%로 비중이 크게 높아질 것으로 전망했으며 동 부문의 수출은 570억-650억 달러로 확대되어 전 세계 시장의 6%를 차지할 것으로 예상하고 있다.

시스템 통합(SI), 프로세싱서비스, 소프트웨어 패키지서비스, IT 교육훈련 분야 등이 인도 IT산업을 견인할 주력 분야로 평가됨에 따라 선진국 및 선진기업과의 협력사업도 꾸준히 이루어질 전망이다.

한편, IT산업에 이어 인도의 미래를 선도할 지식산업으로 부상하고 있는 것이 BT(Biotechnology) 산업으로 2007년 현재 280개 이상의 회사들이 존재하며, 이들 중 6개사가 약 22.7백만 달러의 소득을 발생시키고 있다. 2010년까지 50억 달러의 소득을 달성할 것으로 예측되는 동 분야 소득의 원천은 매년 8%의 성장을 기록하고 있는 30억 달러 규모의 인도 제약산업에서 비롯된다.

인도의 BT 산업 발전의 원동력은 영어구사 및 전문지식이 풍부한 저임의 노동인력, 축적된 기초과학지식, 샘플 접근의 용이성(풍부한 생물다양성), 제약 종자 등 관련 산업의 발달, 임상실험 및 조사연구 풍부 그리고 정부의 적극적인 육성정책 등이다.

인도 BT 시장은 2000년에 18억 달러였으나 2005년에 22억 달러, 2010년에 50억 달러로 확대될 전망이며, 내수보다는 해외진출을 겨냥한 전략 산업으로 성장할 것이다.

인도정부는 중소기업개발 은행을 통한 6천만 달러 규모의 벤처자금육성과 함께 R&D 지출비용 100% 환불, 인명구조 장비에 대한 관세 인하(25%→5%), 제약, 바이오테크, 정보기술분야 소득세 양허 등과 같은 조세 우대정책도 실시하고 있다.

통신서비스 부문을 살펴볼 때, 인도의 통신서비스 보급은 매우 낮은 수준이나, 최근 인도정부의 관련법 정비 및 민간 참여를 통한 통신산업

육성계획이 순조롭게 진행되어 무선전화 가입자가 폭발적 증가추세를 보이고 있다.

2006년 12월 말의 전화 가입자 수는 189백만 명이며, 이는 2005년 3월의 98백만 명의 거의 두 배 수준이다. 무선전화 가입자 수는 2006년 12월 말 149.6백만 명으로 2005년 12월 말의 75.9백만 명보다 약 97% 성장한 반면 유선전화의 가입자 수는 2006년 큰 폭의 감소세를 보였다.

인도 통신국에 따르면, 인터넷 가입자 수도 실제 사용자 기준으로 2006년 3월 말 6.9백만 명에서 2006년 12월 말에는 8.6백만 명으로 증가하였으며, 향후 인도는 IT 산업 성장의 발목을 붙잡았던 정보통신사업 분야에서 특히 급속한 발전을 이룩할 것으로 전망된다.

인도 통신망은 규모 면에서 세계 10대국으로 2010년까지 690억 달러로 추산되는 투자 잠재력을 갖고 있는 것으로 평가되며, 최근 인도정부가 발표한 접속료 인하에 따른 신규사업자 시장경쟁 참여 촉진 등 통신관련 정책으로 이동통신 서비스 시장의 범위가 확대될 전망이다.

한편, 인도의 건설 산업은 철강, 시멘트 등 다른 산업의 발전을 위해 투자해온 분야로 인도 경제 총생산의 5%에 불과하나 공공부문 지출계획에서 40%를 차지하고 있고 경제개방 이후 외국인 투자 유입과 정부의 개발정책 추진으로 활발한 성장세에 있다.

인도 건설시장의 규모는 약 7백억 달러로 지난 1, 2분기 동안 두 자릿수의 성장을 지속하고 있으며, 약 32백만 명의 고용효과를 유발하고 있는 등 성장가속도를 밟고 있는데, 이러한 성장세가 3년간 지속될 경우 건설산업은 2010년까지 약 930억 달러 규모로 성장할 것으로 예측되고 있다.

전체 건설투자의 절반을 상회하는 인프라 부문은 민간의 참여가 계속 증가하며 그 비중이 점차 확대되고 있으나, 인프라 투자 증대에도 불구하고 도로, 전력, 통신은 세계 최저 수준으로 도로포장률은 50%에 불과하며, 전력부족률은 최근 오히려 상승한 것으로 나타나고 있고, 주택난도 심각한 상황이다.

인도 정부는 사회간접자본 건설을 최대 경제 현안으로 인식하고 2012

년까지 전력, 통신 등 인프라 구축에 5,020억 달러를 투자할 계획임에 따라 건설 인프라 시장의 규모는 급격히 확대될 가능성이 높다.

향후 전력사업도 건설의 주력분야 중 하나가 될 전망으로, 지속적인 수요 증가로 전력 부족난이 계속됨에 따라 인도정부는 2012년까지 10만 메가와트에 달하는 신규설비 투자를 계획중이다.

마지막으로 광물산업 부문을 살펴볼 때, 인도의 광물산업은 최근 10여년간 매년 6% 정도의 꾸준한 성장세를 유지해 왔으며 2005년도 기준으로 GDP의 2.5%를 차지하는 한편 수출액도 인도 총 수출액의 10% 가량을 차지하고 있다.

특히 석탄(coal)은 인도에서 사용하는 전체 에너지 중 약 50%를 제공하는 핵심 에너지원으로, 지난 10년간 인도의 에너지 소비량이 매년 7.2%씩 증가(세계 증가율은 2.5%)하면서 석탄 소비량도 동반 증가함에 따라 매장량이 풍부한 석탄채광의 중요성이 보다 높아지고 있다.

인도정부는 광물자원 개발에 대한 규제 완화로 외국인 투자를 유인하고 있는데 1993년의 광업정책에서 철광석, 금, 주석 등을 비롯한 13개 핵심광물의 민간개발을 허용하고 고부가가치/희귀광물의 탐사와 개발을 촉진하기 위해 외국기술 및 외국지분투자를 장려하고 있다.

2000년부터는 일부 귀금속을 제외한 모든 비연료 및 비핵 광물자원의 탐사 개발에 관한 FDI를 100% 허용하고 자동 승인되도록 하였으나, 주정부들은 개혁조치에 소극적으로 동참하고 있어 민간업자 및 외국기업이 광물개발 사업에 참여하는 사례는 찾기 어렵다.

따라서 80% 이상을 인도석탄공사(CIL)와 같은 국영기업의 개발에 의존하는 인도 광물생산은 생산성 및 품질수준이 현저히 낮아 부진을 면치 못하고 있으며 철광업계 조차도 외국의 고품질 광물자원의 수입에 의존하고 있어, 외국기업과의 기술협력을 통한 생존력 강화가 필요하다.

#### 4) 우리나라 기업이 진출해 있는 분야[6)]

##### 가) 우리기업 투자현황 및 통계

우리나라의 對인도 투자 기업 수는 약 220개사로, 대기업 관련기업, 대기업 협력업체, 기타(무역업, 개인업, 제조업 등)가 대부분으로 대기업의 진출 업종은 상사, 화학, 전자, 철강, 해운, 항공, 금융 등 다양하다.

한국의 대인도 투자는 2007년 3월 기준 271건에 투자액은 10.9억 달러를 기록하였으나, 국별 투자순위는 13위로 아직은 상대적으로 낮은 수준이다.

<표 Ⅳ-47> 연도별 한국의 인도 투자 현황

(단위: 건, 천 달러)

| 구분 | 신고건수 | 신고금액 | 투자건수 | 투자금액 |
|---|---|---|---|---|
| 2002까지 | 135 | 1,317,564 | 107 | 762,468 |
| 2003 | 10 | 21,208 | 11 | 16,895 |
| 2004 | 29 | 48,946 | 26 | 40,771 |
| 2005 | 30 | 50,252 | 33 | 91,123 |
| 2006 | 74 | 149,607 | 68 | 99,672 |
| 2007 | 24 | 81,405 | 26 | 78,476 |
| 합계 | 302 | 1,668,982 | 271 | 1,089,405 |

자료 : 한국수출입 은행, 2007년 3월 말 기준.

##### 나) 지역별 대인도 진출기업 현황 및 동향

델리지역은 삼성과 LG가 입주했던 노이다 공단을 위주로 전기·전자 관련업체들의 진출이 두드러지고 있는데, 2010년 Commonwealth game의 개최지로 델리가 선정됨에 따라 건설경기의 성장이 예상되며 한국 건설업계 및 중장비 업계의 진출이 두드러진다.

---

6) Kotra, 인도무역관의 "주요산업동향"에서 주로 발췌. 요약함.

<표 Ⅳ-48> 지역별 대인도 진출기업 현황

| 지역 | 기업 수 | 주요업종 | 주요기업 |
|---|---|---|---|
| 델리인근 | 110 | 전자.기계 24<br>건설.중공업 22<br>무역 11<br>컨설팅 6<br>통신 6 | LG전자,<br>삼성전자,<br>두산중공업,<br>현대자동차(판매),<br>쌍용건설,<br>신한은행 |
| 첸나이 | 62 | 자동차 및 부품 27<br>기타 제조 7<br>운송 7<br>건설 3 | 현대자동차,<br>롯데제과 |
| 뭄바이, 뿌네 | 32 | 무역 10<br>운송 5<br>통신 3<br>금융 1 | 현대중공업,<br>신한은행,<br>LG전자 뿌네공장 |
| 뱅갈로르 | 10 | 소프트웨어 3<br>전자.기계 4 | LG 소프트웨어,<br>LG CNS,<br>삼성 소프트웨어 |
| 오릿사 | 1 | 제철 1 | POSCO |
| 안드라프라데쉬<br>(바이작카파트남) | 1 | 화학 1 | LG화학 |
| 안드라프라데쉬<br>(베마기리) | 1 | 전력설비 유지 1 | 한전기공 |
| 라자스탄<br>(치토르가르) | 1 | 전력설비 유지 1 | 한전기공 |
| 계 | 218 | | |

자료 : 인도 통상·투자 진출 안내서(주인도 대한민국대사관).

첸나이 지역은 글로벌 자동차 업체들의 허브지역으로 현대자동차를 비롯한 자동차 관련 협력업체들이 대거 진출해 있으나, 노키아나 삼성전자의 첸나이 공장 착공과 함께 전기·전자 관련 업체의 진출이 예상되며, 두산인프라코어사도 첸나이 진출을 가시화하고 있다.

뭄바이는 인도 금융산업의 중심지로 신한은행이 진출해 있으며, 미래에셋은 현재 법인 설립완료 단계이다. 뿌네는 LG전자 제2공장이 있으

며, GM자동차 스파크(한국명 마티즈)의 뿌네 공장 생산으로 자동차 부품관련, 중소기업의 진출도 두드러진다.

또한 현대중공업의 뿌네 생산공장 설립과 관련하여 2007년 6월 MOU 체결이 이루어졌으며, 관련 부품 중소기업의 진출이 예상된다.

오릿사 지역은 인도 역사상 최대의 FDI 투자를 기록한 포스코가 제철소 건립을 추진 중이다.

### 다) 업종별 대인도 투자 현황

2007년 3월 말 기준 제조업 총투자는 198건에 9억 3천만 달러로 전체의 85.8%로 가장 비중이 크며, 이는 현대자동차, LG전자, 삼성전자 등 대기업 위주의 집중적 투자로 인한 것이다.

제조업 투자는 수송기계 부문이 6.4억 달러로 제조업 전체의 68.2%를 차지하는데 이는 현대자동차 및 40여 개 협력업체들의 동반진출에 따른 것으로, 현대자동차사가 향후 생산능력을 크게 확장할 것으로 발표함에 따라 동 추세는 당분간 지속될 전망이다.

도소매업은 제조업 다음으로 1억 1천백만 달러로 전체의 10.1%를 차지하며, 서비스업은 28백만 달러를 기록하였다. 부동산은 인도정부가 상업용 및 주거용 부동산 건축을 장려하고 있어 향후 투자가 확대될 것으로 예상된다.

또한 포스코가 연간 1500톤 규모의 조강능력으로 150억 달러의 대형 투자를 발표한 바 있어 오릿사 인근의 철강생산 투자가 이행되면 광업부문이 제조업을 제치고 1위로 올라감과 동시에 한국이 인도 최대 투자국으로 부상될 것이다.

<표 Ⅳ-49> 업종별 인도 투자 현황

(단위 : 건, 천 달러)

| 업 종 | 신고건수 | 신고금액 | 투자건수 | 투자금액 |
|---|---|---|---|---|
| 총계 | 302 | 1,668,982 | 271 | 1,089,405 |
| 농림어업 | 2 | 1,044 | 2 | 1,043 |
| 광업 | 1 | 667 | 0 | 0 |
| 제조업 | 211 | 1,447,171 | 198 | 934,747 |
| 건설업 | 14 | 16,793 | 12 | 10,003 |
| 도소매업 | 22 | 132,985 | 18 | 110,400 |
| 운수창고업 | 6 | 8,598 | 5 | 2,038 |
| 통신업 | 2 | 1,205 | 2 | 1,205 |
| 숙박음식점업 | 6 | 818 | 5 | 408 |
| 서비스업 | 36 | 57,171 | 28 | 27,961 |
| 부동산업 | 2 | 2,530 | 1 | 1,600 |

자료 : 한국수출입 은행 2007년 3월 말 기준.

<표 Ⅳ-50> 제조업 부문별 인도 투자 현황

(단위: 건, 천 달러, %)

| 구 분 | 신고건수 | 신고금액 | 투자건수 | 투자금액 |
|---|---|---|---|---|
| 제조업 계 | 211 | 1,447,171 | 198 | 934,747 |
| 음식료품 | 4 | 23,103 | 4 | 20,012 |
| 섬유의복 | 17 | 17,296 | 12 | 12,259 |
| 신발가죽 | 4 | 934 | 4 | 847 |
| 목재가구 | 3 | 153 | 2 | 101 |
| 석유화학 | 24 | 86,424 | 24 | 77,793 |
| 비금속광물 | 9 | 9,973 | 9 | 8,634 |
| 1차금속 | 7 | 45,983 | 9 | 92,121 |
| 조립금속 | 15 | 43,528 | 12 | 17,619 |
| 기계장비 | 25 | 13,256 | 24 | 8,931 |
| 전자통신장비 | 25 | 73,361 | 24 | 50,256 |
| 수송기계 | 64 | 1,123,477 | 63 | 637,816 |
| 기타 | 14 | 9,683 | 11 | 8,358 |

자료 : 한국수출입 은행 2007년 3월 말 기준.

라) 기업규모별 대인도 투자 현황

대기업 투자액 비중이 전체의 85.9%로 인도는 중소기업보다는 대기업이 집중 투자하고 있으며 중국, 베트남에 중소기업 투자가 성행하는 것과 대조된다.

이는 대인도 중소기업 투자가 대부분 대기업 협력업체의 성격이며 합작투자의 어려움, 열악한 인프라, 인도의 상관습, 행정 및 법적 절차의 복잡성으로 중소기업 투자가 쉽지 않은 투자 여건을 반영하는 것이다.

최근에는 우리나라 주요 대기업들은 현지 영업이익을 바탕으로 재투자를 통한 집중투자를 활발하게 추진하고 있는데, LG전자는 2005년 뿌네 지역에 제2공장을 건설하였으며 여기에 투자된 5천만 달러는 전액 현지이익을 재투자한 것이다.

현대자동차의 2004년 생산설비 확장에 투자된 2억 달러 역시 이익을 재투자한 것이며, 삼성전자의 2006년 뉴델리 근방에 15백만 달러를 투자하여 준공한 휴대전화 생산 공장도 현지 이익의 일부가 재투자된 것이다.

<표 Ⅳ-51> 규모별 인도 투자 현황

(단위 : 건, 천 달러, %)

| 기업규모 | 신고건수 | 신고금액 | 투자건수 | 투자금액 |
|---|---|---|---|---|
| 총계 | 302 | 1,668,982 | 271 | 1,089,405 |
| 대기업 | 75 | 1,417,705 | 61 | 936,070 |
| 중소기업 | 170 | 225,226 | 153 | 136,720 |
| 기 타 | 57 | 26,051 | 57 | 16,615 |

자료 : 한국수출입 은행 2007년 3월말 기준.

<표 Ⅳ-52> 우리 주요 투자기업 리스트

| 기업명 | 모기업 | 업종 | 제품명 | 합작비율 | 진출시기 |
|---|---|---|---|---|---|
| LG Electronics India Ltd. | LG전자 | 제조업 | 가전제품 | 법인,단독 | 1997 |
| Samsung India Electronics Ltd. | 삼성전자 | 제조업 | 전자·통신 | 법인,단독 | 1996 |
| Indo Count Choongnam Textiles Ltd. | 충남방적 | 제조업 | 섬유제품 | 법인,합작 | 1994 |

| 기업명 | 모기업 | 업종 | 제품명 | 합작비율 | 진출시기 |
|---|---|---|---|---|---|
| TEI Technology Pvt Ltd. | 이랜텍 | 제조업 | 전자,통신 삼성협업체 | 법인,합작 | 2000 |
| Il Jin Electronics Pvt ltd. | 일진전자 | 제조업 | 전기기계 LG협업체 | 법인,단독 | 2000 |
| Turbo Bell Moulds Pvt ltd. | 터보벨 | 제조업 | 금형제조업 | 법인,합작 | 2000 |
| Starion India Pvt Ltd., | 스타리온 | 제조업 | 가전 LG협업체 | 법인,단독 | 2001 |
| Dongsung NSC Ltd. | 동성화학 | 제조업 | 전동기 LG협업체 | 법인,단독 | 2002 |
| Kortek Electronics | 코르텍 | 제조업 | 전자,통신 LG협업체 | 법인,단독 | 2001 |
| H. S. C Trading | HSC무역 | 도소매 | 일반제품 | 법인,단독 | 1998 |
| Dongkwang Trading Pvt. | 동광무역 | 무역 | 무역,숙박 | 법인,단독 | 2003 |
| Nainko Exim pvt.,Ltd. | 나인코 | 건설업 | 발전,정유 | 법인,단독 | |
| Fine Chemtech India PVT. Ltd. | 화인켐텍 | 제조업 | 신발기계 | 법인,단독 | 2004 |
| Hyundai Corporation | 현대종합상사 | 도소매 | 무역업 | 지사 | 1983 |
| Hansung Metal Pvt. Ltd. | 한성금속 | 제조업 | 전기기계 | 법인,단독 | 2003 |
| Photogenic Softech Pvt. Ltd. | 포토제닉 | 도소매 | 소비재 | 법인,단독 | |
| KORINDO Tours Ovt.Ltd. | 코린도 | 서비스 | 여행 | 법인,단독 | 2001 |
| Shinhan bank | 코리아인도 | 금융 | 은행서비스 | 지점 | 1996 |
| Jaewoo Corporation | 재우월드(주) | 도소매 | 일반무역 | 법인,단독 | |
| Inkotech India Pvt. Ltd. | 인코텍 | 제조업 | 공장기계 삼성협업체 | 법인,단독 | |
| Inko Cargo pvt. Ltd. | 인코 | 운수창고 | 무역,운송 | 법인,단독 | 2004 |
| Ucom Technology Pvt Ltd. | 유콤테크놀러지 | 서비스 | 정보처리 | 법인,단독 | 1998 |
| Eliakim Electronics PVT. Ltd. | 엘리아킴전자 | 제조업 | 전동기, 발전기 | 법인,단독 | |
| Asiana Airlines | 아시아나항공 | 운수창고 | 항공운송 | 지점 | 1996 |
| Samsung Fire and Marine Insurance Co. | 삼성화재 | 금융 보험업 | 보험 | 연락사무소 | 2004 |
| Sansung Electromechanics | 삼성전기 | 도소매 | 전자부품 | 연락사무소 | 1998 |
| Samsung Engineering New Delhi Liasion Office | 삼성엔지니어링 | 건설업 | 건설업 | 지점 | 2000 |

| 기업명 | 모기업 | 업종 | 제품명 | 합작비율 | 진출시기 |
|---|---|---|---|---|---|
| Rotem Co.,Ltd. | 로템(주) | 서비스 | 전동차공급 | 연락사무소 | 2001 |
| Doosan Heavy Industries | 두산중공업 | 건설업 | 발전소 | 법인,단독 | 1986 |
| Donglim Precision Pvt. Ltd. | 동림정밀 | 제조업 | 프레스 | 법인,단독 | 2004 |
| SK Widerthen.com | SK Widerthen.com | 통신업 | 인터넷 | 지사 | 2003 |
| Waysin Telecom | Waysin Telecom | 도소매 | 통신기기 | 법인,단독 | 2003 |
| LG Cable Ltd. | LG전선 | 건설업 | 건설 | 연락사무소 | 2002 |
| LG Chemical India Pvt. Ltd. | LG화학 | 도소매 | 무역업 | 연락사무소 | 2002 |
| LG International Corp | LG상사 | 도소매 | 무역업 | 지사 | 1983 |
| LG Chemical | LG생명과학 | 도소매 | 의약품 | 법인,단독 | 2001 |
| KT NEW DELHI OFFICE | KT | 통신업 | 전기통신 | 연락사무소 | 2004 |
| Ssang Yong Engineering & Construction Co., Ltd. | (주)쌍용건설 | 건설업 | 인프라건설 | 지점 | 1997 |

자료 : 2006년 Kotra 해외진출 한국기업 디렉토리 요약.

## 다. 금융시장

### 1) 주식시장 및 채권시장 동향

해외기관의 투자자금 유입 확대 및 해외교포인 NRI(Non-resident India)의 자금유입의 지속적 증가로 인도 주식시장은 호황국면을 지속하고 있다.

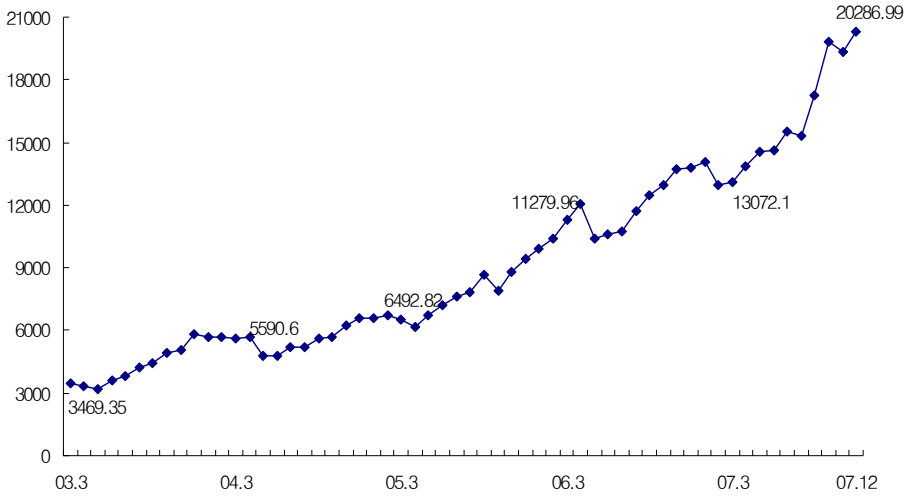
BSE SENSEX[7] 지수는 2004년 3월 말 5,591포인트에서 2005년 3월 말 6,493포인트로 상승하였고, 2005 회계년도에도 경제성장 기대감 지속에 의한 해외기관 투자의 자본유입 확대로, 2006년 2월 10,000포인트 선을 달성하였으며, 2007년에도 하반기로 갈수록 가파른 상승추세가 지속되어 12월 말 20,287포인트를 기록하였다.

경기호조에 기업 실적 개선 등의 효과로 뭄바이 거래소 시가총액도 2007년 5월 28일을 기준으로 1조 달러(9,300조 원)를 돌파하였다.

---

7) 1986년 인도증권시장의 대표적 주식지수로 개발된 BSE-SENSEX 지수는 30개 종목으로 구성된 지수로 1978-1979를 기준지수(100)로 계산함.

<그림 Ⅳ-13> BSE Sensitive Index(30 Scrips) 추이




주 : 매월말 기준임.
자료 : 뭄바이증권거래소(BSE).

최근 M&A와 뮤추얼펀드가 활성화되고 주식 및 주가지수선물을 중심으로 파생상품도 증가하는 추세를 보이고 있으나, 아직 금융환경이나 국내 투자자들의 상품이나 시장에 대한 이해도는 부족한 상태이다.

한편 인도의 채권시장은 오랜 역사를 가지고 있으나, 중앙, 주정부 및 정부기관의 개발비용과 재정적자 보전을 위한 국채에 과중하게 치중되어 있다.

국가에서 발행하는 채권은 2006년 12월 기준으로 약 3,049억 달러로 자국내 전체 발행채권 중 94%를 차지하고 있으며, 인도 자본 시장에서 공적인 채권이 차지하는 비중이 높은 이유는 공공 분야에서의 대출 규모가 매우 크기 때문이다.

반면, 기업이 발행하는 채권의 경우 2006년 12월 기준으로 208억 달러에 불과하나 최근 기업 채권에 대한 규모 증가 및 기업신용도 상승 등으로 기업 채권시장에서의 성장은 기대되고 있으며 향후 몇 년 동안 그 규모가 증대될 것으로 전망되고 있다.

<표 Ⅳ-53> 인도의 채권 발행부문별 발행액 및 비중

(단위 : 십억 달러, %)

| 구분 | 2004.12 | | 2005.12 | | 2006.12 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 금액 | 비중 | 금액 | 비중 | 금액 | 비중 |
| 계 | 249.35 | 100.0 | 279.1 | 100.0 | 325.7 | 100.0 |
| 국채 | 245.3 | 98.4 | 268 | 96.0 | 304.9 | 93.6 |
| 금융기관채 | 1.4 | 0.6 | 7.3 | 2.6 | 15.5 | 4.8 |
| 회사채 | 2.8 | 1.1 | 3.8 | 1.4 | 5.3 | 1.6 |

자료 : BIS Quaterly Review, June 2007, 국제결제은행(Bank for International Settlement).

### 2) 금리추이

최근 인도 금융시장에서 유동성 불안이 증폭되면서 콜금리가 기준금리의 10배 가까이 치솟았으며, 인도중앙은행(RBI)이 통화정책에서 딜레마에 빠지면서 은행 시스템의 유동성이 큰 변동성을 겪고 있다고 지적되었다.

인도중앙은행은 현재 환율과 인플레이션에서 모순된 통화정책을 수행해야 하는 딜레마에 빠지면서, 은행 시스템의 유동성이 한 주는 넘쳐났다가 다음 주에는 급감하는 등 높은 변동성을 나타내고 있다.

중앙은행은 해외 투자금 유입에 따른 지나친 루피 급등을 막고 환율 안정을 위해 달러를 사들여야 하는 반면 달러가 유입되면 인도 은행 시스템에서 유동성이 급증해, 최근 2년 만에 최고치를 기록한 인플레이션을 억제하기 어려워진다는 어려움이 있다.

인플레이션이 6%대를 넘어선 높은 상황에 시중은행들의 신용대출 급신장으로, 은행들은 과잉 유동성을 부채질하고 있으며 이런 딜레마 속에서 인도중앙은행은 환율 안정보다 인플레이션 억제를 선택하였다.

인도중앙은행은 지난 1월 31일에 시중은행들에게 인플레이션을 억제할 동안 긴축 정책을 지속하겠다고 밝혀 루피 강세는 당분간 지속될 것이다.

<표 Ⅳ-54> 인도의 콜금리 및 예금금리 추이

(단위 : %)

| 구분 | | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 |
|---|---|---|---|---|
| 콜금리 | | 0.60-6.25 | 3.00-8.25 | 6.00-80.00 |
| 예금금리 | 30일-1년 | 3.00-5.00 | 2.25-5.50 | 3.00-7.00 |
| | 1년 이상 | 5.25-6.25 | 6.00-7.00 | 7.50-9.00 |

자료 : 인도중앙은행(RBI).

## 라. 보험시장

### 1) 보험산업 개요

인도 보험 산업의 역사는 크게 식민지시기, 국유화시기, 자유화시기로 나눌 수 있는데, 인도의 보험시장은 영국의 식민지시기를 거친 후 1950년대 생명보험, 1970년대 손해보험업에 대하여 단계별로 국유화되었다가 2000년 전면 개방되었다.

19세기에 시작된 인도의 보험산업은 몇몇 영국 보험회사가 거대 도시에 보험을 제공하는 형태로 시장을 지배하였으며, 인도 독립 후 급속히 변화하였다.

생명보험산업의 시초는 1818년 설립된 캘커타의 Oriental Life Insurance Company이며 생명보험사의 주요 이슈를 살펴보면, 1912년 인도생명보험회사법이 발효되었고, 1928년 인도생명보험회사법을 통해 정부가 생명보험과 손해보험 산업과 관련된 통계정보를 수집하게 되었다. 1938년에 이전 법률이 보험법(Insurance Act)으로 개정되었으며, 1956년 245개의 인도 및 외국 보험사들이 중앙정부 소유로 넘어가 국유화되었으며, LIC Act가 의회를 통과, LIC(Life Insurance Corporation of India)가 설립되었다.

손해보험산업의 시초는 1850년 설립된 캘커타의 Triton Insurance

Company Ltd.이며 손해보험사의 주요 이슈를 살펴보면, 1907년 손해보험사업의 모든 종목을 영위하는 The Indian Mercantile Insurance Ltd.가 설립되었고, 1957년 공정행위 및 건전한 사업 영위를 선도하는 인도보험협회의 날개인 General Insurance Council이 설립되었다. 1968년에 투자규제와 최소 지급여력설정 등 보험법이 개정되었으며, 보험요율산출기관인 Tariff Advisory Committee가 설립되었다. 1972년 손해보험사업법에 따라 인도의 손해보험회사는 1973년 1월부로 완전히 국유화되었으며, 107개의 손해보험회사는 4개의 자회사를 가지는 General Insurancce Corporation of India(GIC)로 통합되었다.

인도의 보험산업은 1990년대 이르러 개혁이 진행되었는데, 1993년 인도의 보험산업을 평가하고 미래 방향을 제시하는 Maholtra Committee가 설립되었으며, 동 위원회는 효율적이고 경쟁력 있는 금융시스템을 위한 개혁을 추구하였다.

동 위원회는 1994년 보고서를 통해 구조적 측면에서 국가의 보험회사 지분을 50% 미만으로 낮추고 보험회사의 사업운영에 자율성을 부여해야 할 것과, 경쟁 측면에서 보험산업 진입에 필요한 민영회사의 최소 납입자본금 10억 루피 요건 허용, 생보와 손보 겸영 불허, 외국사는 국내사와 합작의 형태로 진입 허용 등을 제안하였다. 또한 보험규제기관 설립의 필요성과 보험관리기관의 독립성이 필요하다는 측면에서 보험법 개정을 제안하였고, 투자측면에서 LIC 생명기금의 의무투자비율을 75%에서 50%로 낮출 것과 고객서비스 측면에서 LIC는 보험금 지급이 기한 30일에서 지연 시 이자를 지급할 것, 변액연금 플랜 설계 필요성, 보험사업의 운영과 업데이트 전산화 등을 제안하였다.

동 위원회는 고객서비스 개선과 보험산업의 담보력 증가를 위해서 경쟁시장으로 개방하여야 함을 지속적으로 강조하였으며, 결국 최소자본 10억 루피를 요구하는 일정 한도에서 경쟁을 허용하는 것으로 결정됨과 동시에 독립 규제기관 설립이 제의되었다.

2000년 보험규제개발공사(IRDA : Insurance Regulatory & Development

Authority)가 설립되었고, 동시에 30여 년간 국가가 독점해 왔던 보험 부문을 민간과 외국업체에 처음 개방했으나 지금도 국영 보험사가 시장의 대부분을 점유하고 있는 실정이다.

손해보험의 경우 보험요율 자유화는 1994년부터 단계적으로 시행되었고, 2007년 1월 이후 자동차책임보험만이 협정요율제를 시행하고 있는 상황이다.

1994년 항공, 배상책임, 건강, 적하보험 등에 대해 요율 자유화가 실시되었으며, 2005년에는 선박보험, 2007년에는 화재, 기술, 자차보험의 요율이 자유화되었다.

<표 Ⅳ-55> 손해보험 요율 자유화 로드맵

| 구 분 | 1994년 | 2005년 4월 | 2007년 1월 |
|---|---|---|---|
| 자유요율제 | 항공, 책임, 건강, 적하 | 항공, 책임, 건강, 적하, 선박 | 항공, 책임, 건강, 적하, 선박, 화재, 기술, 자동차(자차) |
| 협정요율제 | 선박, 화재, 기술, 자동차(자차) 자동차(책임) | 화재, 기술 자동차(자차) 자동차(책임) | 자동차(책임) |

자료 : The Indian Non-life Market 2007, A Lloyd's View. 2007. 6.

보험회사 현황을 살펴보면 현재 인도에서 생명보험 및 재보험을 포함한 손해보험 부문에 총 32개 보험회사가 있으며, 생명보험 산업 내 정부가 운영하는 보험회사는 1개, 손해보험 부문에서는 6개가 존재한다.

대부분의 민영보험회사들은 인도와 외국보험사의 합작 회사로 해외 파트너들의 지분은 현재 26% 정도이다.

<표 Ⅳ-56> 인도의 보험회사 현황

| 구 분 | | 사 명 |
|---|---|---|
| 생명 보험사 | Public Sector | Life Insurance Corporation of India |
| | Private Players | 1. Bajaj Allianz Life Insurance Co. Ltd.<br>2. Birla Sun Life Insurance Co. Ltd.<br>3. HDFC Standard Life Insurance Co. Ltd.<br>4. ICICI Prudential Life Insurance Co. Ltd.<br>5. ING Vysya Life Insurance Co. Ltd.<br>6. Max New York Life Insurance Co. Ltd.<br>7. MetLife India Insurance Co. Pvt. Ltd.<br>8. Kotak Mahindra Old Mutual Life Insurance Co. Ltd.<br>9. SBI Life Insurance Co. Ltd.<br>10. TATA AIG Life Insurance Co. Ltd.<br>11. Reliance Life Insurance Company Ltd.<br>12. Aviva Life Insurance Co. Pvt. Ltd.<br>13. Sahara India Life Insurance Co. Ltd.<br>14. Shriram Life Insurance Co. Ltd<br>15. Bharti AXA Life Insurance Company Ltd. |
| 손해 보험사 | Public Sector | 1. New India Assurance Co. Ltd.<br>2. National Insurance Co. Ltd.<br>3. The Oriental Insurance Co. Ltd.<br>4. United India Insurance Co. Ltd.<br>5. Export Credit Guarantee Corporation Ltd.<br>6. Agriculture Insurance Company of India Ltd. |
| | Private Players | 1. Bajaj Allianz General Insurance Co. Ltd.<br>2. ICICI Lombard General Insurance Co. Ltd.<br>3. IFFCO Tokio General Insurance Co. Ltd.<br>4. Reliance General Insurance Co. Ltd.<br>5. Royal Sundaram Alliance Insurance Co. Ltd.<br>6. TATA AIG General Insurance Co. Ltd.<br>7. Cholamandalam MS General Insurance Co. Ltd.<br>8. HDFC Chubb General Insurance Co. Ltd.<br>9. Star Health and Allied Insurance Company Limited |
| 재보험사 | | General Insurance Corporation of India |

### 2) 보험시장 현황

#### 가) 총산업 개관

Swiss Re에서 발간한 World Insurance Review에 따르면, 2006년 인도의 총수입보험료는 약 430억 달러를 기록하며, 성장률은 전년동기대비 57% 상승하여 최근 큰 폭의 신장세를 보였다.

보험료 전체 규모는 세계 시장에서 약 1.16%의 비중을 차지하여 세계 시장에서 15번째 규모로 나타났으며, 최근 5년간 비중이 점차 확대되는 추이를 보이고 있다.

세계 시장에서 차지하던 비중이 2002년에는 불과 0.59%였으나, 2002년 이후로 10%대의 양호한 보험료 성장세를 유지하면서 그 비중이 확대되었으며 2006년에는 수입보험료에서 기록적인 성장을 거두며 세계 시장에서의 비중도 증가하였다.

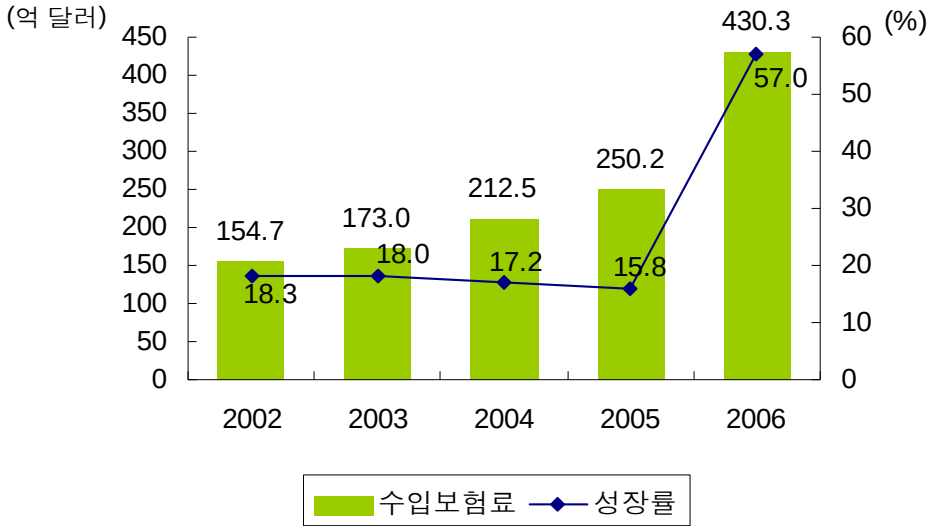
<표 Ⅳ-57> 인도의 최근 5년 총보험료 성장추이

(단위 : 백만 달러, %)

| 구분 | 총 수입보험료 | 명목성장률 | 실질성장률 | 세계시장비중 |
|---|---|---|---|---|
| 2002 | 15,472 | 18.30 | 15.60 | 0.59 |
| 2003 | 17,302 | 18.00 | 8.30 | 0.59 |
| 2004 | 21,249 | 17.20 | 10.40 | 0.66 |
| 2005 | 25,024 | 15.80 | 9.40 | 0.73 |
| 2006 | 43,032 | 56.99 | 52.60 | 1.16 |

자료 : Swiss Re, World Insurance 각년도.

<그림 Ⅳ-14> 인도의 최근 5년 총보험료 및 성장률 추이




자료 : Swiss Re, World Insurance 각년도.

2006년 인도의 총 수입보험료 중 생명보험의 보험료 규모는 372억 달러로 총보험료에서 차지하는 비중이 86.5%이며, 58억에 불과한 손해보험 보험료 규모에 비해 월등히 높은 수준이며, 성장률에서도 생명보험의 성장세가 두드러지게 나타나고 있다.

<표 Ⅳ-58> 인도의 최근 5년 생명보험 및 손해보험 보험료 성장추이

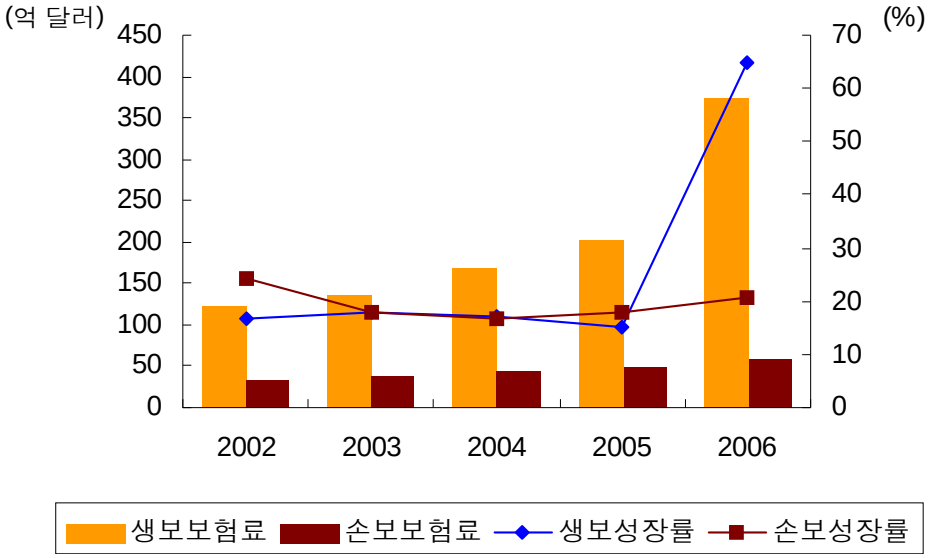
(단위 : 백만 달러, %)

| 구분 | 생명보험 | | | | 손해보험 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 수입 보험료 | 성장률 | 종목 비중 | 세계시장 비중 | 수입 보험료 | 성장률 | 종목 비중 | 세계시장 비중 |
| 2002 | 12,274 | 16.9 | 79.3 | 0.80 | 3,198 | 24.2 | 20.7 | 0.29 |
| 2003 | 13,590 | 18.0 | 78.5 | 0.81 | 3,712 | 17.9 | 21.5 | 0.29 |
| 2004 | 16,919 | 17.3 | 79.6 | 0.92 | 4,330 | 16.8 | 20.4 | 0.31 |
| 2005 | 20,175 | 15.3 | 80.6 | 1.02 | 4,849 | 18.0 | 19.4 | 0.33 |
| 2006 | 37,220 | 64.8 | 86.5 | 1.68 | 5,812 | 20.5 | 13.5 | 0.38 |

자료 : Swiss Re, World Insurance 각년도.

생명보험의 경우 2006 성장률이 64.8%로 매우 큰 폭의 성장세를 시현하였고, 손해보험도 최근 5개년간 꾸준한 성장을 이루고 있으나 2006년 기준으로 20.5% 성장하여 생명보험의 증가추이에는 못 미치고 있다.

<그림 Ⅳ-15> 인도의 최근 5년 생명보험 및 손해보험 보험료 및 성장률 추이




자료 : Swiss Re, World Insurance 각년도.

1인당 보험료를 나타내는 지표인 보험밀도(Insurance Density) 및 GDP에 따른 수입보험료 비중인 보험침투도(Insurance Penetration)는 아래 <표 Ⅳ-59>와 같이 나타나고 있는데, 많은 인구로 인해 보험산업 규모(수입보험료 기준)로는 우리나라의 30% 수준이나, 1인당 보험료는 2006년 기준으로 38.4달러로 나타나 우리나라의 2,071.3달러에 비해 현격히 낮은 수준으로 나타나며 보험침투도도 2006년 기준 4.8%에 불과해 GDP대비 수입보험료 비중도 우리나라의 11.1%에 비해 매우 낮다.

<표 Ⅳ-59> 인도의 최근 5년 보험밀도 및 보험침투도

(단위 : 달러, %)

| 구분 | 보험밀도(US$) | | | 보험침투도 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 총 | 생보 | 손보 | 총 | 생보 | 손보 |
| 2002 | 14.7 | 11.7 | 3 | 3.26% | 2.59% | 0.67% |
| 2003 | 16.4 | 12.9 | 3.5 | 2.88% | 2.26% | 0.62% |
| 2004 | 19.7 | 15.7 | 4.0 | 3.17% | 2.53% | 0.65% |
| 2005 | 22.7 | 18.3 | 4.4 | 3.14% | 2.53% | 0.61% |
| 2006 | 38.4 | 33.2 | 5.2 | 4.80% | 4.10% | 0.60% |

자료 : Swiss Re, World Insurance 각년도.

나) 생명보험시장

생명보험 산업은 2005-06년 보험료 수입이 105,875천만 루피로 전 회계연도의 82,854천만 루피에서 27.8% 성장하였다. 총수입보험료 중 초년도 보험료, 일시납 보험료, 갱신보험료의 비중은 각각 20.1%, 16.5%, 63.4%로 나타난다. 2000-01년 민영보험회사가 영업을 시작하였을 당시의 생명보험 수입보험료는 34,898천만 루피였으며 그 중 초년도 보험료는 6,997천만 루피, 갱신 보험료는 25,191루피, 일시납보험료는 2,740루피였는데 시장개방 후 일시납보험료가 2001-02년 감소한 모습을 보였다가 2004-05 이후로 다시 큰 폭의 신장세를 보이고 있다.

생명보험에서 일시납을 포함한 초년도 보험료 성장률의 경우 2004 회계연도의 32.9%에 비해 2005 회계연도에 47.9%로 증가하였는데 이는 변액보험의 판매에 따른 것이며, 신계약건수도 전년도에는 마이너스 성장을 보였다가 2005-06년 변액부문의 증가에 힘입어 높은 증가율을 보였다. 특히 14개 민영보험 부문에서의 신계약건수가 73.4%라는 큰 증가율을 보였는데 그 중에서도 일시납 계약이 103% 증가하였고, 정기납은 64% 증가한 것으로 나타났다.

생명보험 시장의 규모는 경제 성장과 1인당 소득 증가에 힘입어 증가하였는데, 민영보험사들의 보험료 성장률은 2005-06년 95.2%로 나타나 시장점유율도 전년도 9.3%에서 2005-06년 14.3%로 그 비중이 점차적으로 증가하고 있다.

2005-06 초년도 보험료를 생명보험, 개인연금, 기업연금, 건강보험으로 분류하였을 때 각각의 비중은 73.6%, 4.3%, 22.1%, 0.02%로 나타났는데, 전년도의 77.3%, 6.7%, 15.6%, 0.5%와 비교해 볼 때 기업연금에서의 비중이 확대된 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-60> 생명보험 수입보험료 및 사별 시장점유율

(단위 : 억 루피, %)

| 구 분 | | 2004-05 | | | 2005-06 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 수입보험료 | 증가율 | 비중 | 수입보험료 | 증가율 | 비중 |
| 초년도 보험료 | LIC | 1,166 | -1.3 | 73.4 | 1,373 | 17.8 | 64.5 |
| | 민영사 | 422 | 106.5 | 26.6 | 755 | 78.7 | 35.5 |
| | 계 | 1,588 | 14.7 | 100.0 | 2,128 | 34.0 | 100.0 |
| 일시납 보험료 | LIC | 899 | 62.3 | 87.0 | 1,479 | 64.4 | 84.5 |
| | 민영사 | 134 | 239.5 | 13.0 | 272 | 102.9 | 15.5 |
| | 계 | 1,034 | 74.1 | 100.0 | 1,751 | 69.4 | 100.0 |
| 갱신 보험료 | LIC | 5,447 | 18.0 | 96.2 | 6,228 | 14.3 | 92.8 |
| | 민영사 | 216 | 218.3 | 3.8 | 481 | 122.6 | 7.2 |
| | 계 | 5,664 | 20.9 | 100.0 | 6,709 | 18.5 | 100.0 |
| 총계 | LIC | 7,513 | 18.3 | 90.7 | 9,079 | 20.9 | 85.8 |
| | 민영사 | 773 | 147.7 | 9.3 | 1,508 | 95.2 | 14.3 |
| | 계 | 8,285 | 24.3 | 100.0 | 10,588 | 27.8 | 100.0 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

민영보험사의 신계약건수는 전년도 34.6%에서 2배 이상 성장률이 증가하여 74.4%의 성장을 보였으며, LIC도 지난해의 마이너스 성장에서 벗어나 31.7%의 성장을 기록하였다.

<표 Ⅳ-61> 생명보험 신계약건수

(단위 : 건, %)

| 구 분 | 2004-05 | | 2005-06 | |
|---|---|---|---|---|
| | 건수 | 증가율 | 건수 | 증가율 |
| LIC | 2,233,075 | 34.62 | 3,871,410 | 73.4 |
| 민영사 | 23,978,123 | -11.09 | 31,590,707 | 31.7 |
| 계 | 26,211,198 | -8.4 | 35,462,117 | 35.3 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

생명보험을 투자형 상품과 전통형 상품으로 구분해 살펴볼 때, 투자형 상품의 2005-06 성장률은 95%인 반면, 전통형 상품은 16% 성장한 것으로 나타났으며 비중은 투자형과 전통형이 각각 44.8%와 55.2%로 나타나 전통형 상품이 아직 높은 비중을 차지하고 있으나, 전년도에 32.5%, 67.5%로 나타났던 것에 비해 투자형 상품의 비중이 크게 확대되었다.

이는 2003-04년만 해도 전통형 상품이 91.5%의 비중을 차지하던 것에 비해 큰 변화인데, 이는 주식시장이 지속적인 활황을 맞이했던 데서 비롯된다. 최근 2년간 소비자의 태도가 투자형 상품을 선호하고 있는 것으로 바뀌었으며, LIC도 변액상품의 강화 정책을 펼침으로써 과거 절세수단[8]으로 인식되던 생명보험이 투자영역으로 진입하는 성과를 거둔 것으로 분석된다.

최근 생명보험 산업에서는 상품의 보장급부 형태뿐 아니라 다양한 마케팅 협력으로 나타나는 분배 메커니즘에 있어서도 혁신이 나타났다. 보험회사들은 소비자에게 친근하게 다가가기 위해 노력하고 있으며, 도시외곽과 농촌까지도 보험담보를 통한 생활의 보호라는 메시지를 전하

8) 생명보험 보험료는 소득공제 혜택을 받는데, 전통형 및 변액보험의 경우 10만 루피 한도에서 보험금 최고액의 20%까지에 해당하는 보험료가 해당되며 연금은 최대 10만 루피 한도로 공제혜택을 받음. 또한 보험금에 대해서는 지급보험금이 납입보험료를 초과한 경우에 한하여 세금이 부과되며, 사망보험금은 완전 면세임.

며 진출하는 사례가 늘고 있다.

변액보험플랜(ULIPs: unit-linked insurance plans)의 도입은 생명보험 분야에서 가장 큰 혁신으로 꼽히는데, 동 상품이 설계됨으로써 소비자들이 과거에 유동성, 탄력성, 투명성에 대해 크게 걱정했던 부분을 극복했다. ULIPs의 차별화된 상품구조는 계약자에게 선택권을 부여했으며 ULIPs 가이드라인에 따라 비용 및 관련 위험 등에 대한 투명성이 강화되었으며, 순자산가치(NAVs; Net Asset Values)와 포트폴리오 배분도 정기적으로 공시된다.

경쟁 부문이 크게 강화된 부분은 순수보장성플랜의 요율 인하인데 6년 동안 정기적으로 요율이 인하 개정되어 왔으며, 시장 개방과 함께 생명보험 시장은 계약자 중심으로 변해가며 경쟁적 구조로 변해가고 있다. 동시에 끊임없이 위험 인수와 위험관리 능력에 대한 향상을 이루고 있다. 요율을 인하함에 따라 보장수준을 넓게 가져가는 성향이 나타나고 있는데, 이는 소비자들의 위험 경감 및 안전장치에 대한 요구와 관련한 의식구조가 변화함을 보여주는 증거이다.

생명보험회사들은 또한 구조화된 퇴직플랜에 대한 요구를 인지하고 동 분야의 구축을 위해 장기 펀드 관리 능력을 키워왔다. Pension은 인도에서 가장 요구가 크고 성장 기회를 가진 부문으로, 생명보험회사의 포트폴리오에서 중요한 부분을 차지한다.

2005-06년 인도에서 처음 개시된 상품은 세계적으로 잘 알려진 당뇨병 간호, 중대질병(CI) 상품을 비롯한 암 담보 상품인데, 인도인 8명 중 1명 꼴로 나타나는 당뇨 질환에 대한 담보를 제공하는 점이 특징적이다.

자유화 이후 단체보험 사업의 성장 또한 인상적인 부분인데, 전문적 펀드관리 능력에 힘입어 노후퇴직연금 사업이 계속 성장하고 있다. 이러한 성장동력과 혁신에 따라 지난 2년간 놀라운 보험료 성장을 거두었으며 앞으로도 꾸준히 발전할 것으로 예상된다.

판매채널에 있어서는 방카슈랑스, 직판, 인터넷, 텔레마케팅 채널이 마케팅 비용을 감소시키고 보험회사가 더 넓은 고객기반을 확보하게 하

는 장점이 있음에 따라 많은 회사들이 방카슈랑스 판매채널을 활용하기 시작하였는데, 아직 대부분의 보험회사에서는 대리점 채널을 주요 채널로 활용하고 있는 실정이다.

2005-06년 민영보험회사들의 수입보험료 대비 사업비는 23.7%로 전년도의 28.9%에 비해 낮아졌다. 사업비 중 인건비가 37.5%로 가장 큰 항목을 차지하고 교육훈련비(대리인 교육과 세미나 포함)가 6%, 광고비가 10.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

한편, 생명보험시장의 85% 이상을 점유하는 국영보험회사 LIC의 경우에는 사업비가 수입보험료 대비 6.7%에 불과하지만, 종업원 고용 및 복지부분에 지출하는 비용이 사업비의 59.6%를 차지하고 있다. 따라서 민영보험회사는 LIC와 비교할 때 보다 슬림한 조직구조를 가지고 있음에 따라 경쟁적 임금구조에도 불구하고 인건비 비중이 낮은 것으로 나타났다.

2005-06년 생명보험의 지급보험금은 수입보험료의 33%에 해당하는 35,264천만 루피로 나타났는데, 민영보험회사의 지급보험금은 전년보다 434%나 증가한 1,307천만 루피로 수입보험료의 9%에 해당하는 금액이었으며, LIC의 지급보험금은 수입보험료의 37%에 해당하는 33,957천만 루피로 나타났다.

생명보험회사의 총소득에서 주요한 부분을 형성하는 투자 소득 부분을 살펴볼 때, 2005-06년 보험료의 큰 성장으로 총소득에서 자본이득을 포함한 투자소득의 비중이 전년도의 32.3%에서 30%로 감소하였다. 반면 신규 생명보험회사들의 투자 소득 비중은 지난해의 6.1%에서 15.3%로 증가하였고, LIC의 경우 최근 3년간 총소득에 대한 투자소득 기여율이 30% 내외를 유지하고 있다.

### 다) 손해보험시장

손해보험 산업의 수입보험료는 인도 내 사업 기준으로 2005-06년 20,359천만 루피를 기록하여, 전년 대비 16.5% 성장한 것으로 나타났다. 그 중 4개 국영보험회사의 경우 14,997천만 루피로 보험료 성장률 7.3%를 기록하였으며, 8개 민영보험회사의 보험료 수입은 5,362천만 루피로

52.9%라는 높은 성장을 기록하였다. 지난 5년간 시장점유율을 볼 때 민영보험회사의 경우 2004-05의 경우 20.1%에 달하던 것에서 2005-06년 26.3%로 그 비중이 커졌다.

<표 Ⅳ-62> 손해보험 수입보험료 규모(인도 내)

(단위 : 천만 루피, %)

| 구 분 | 2004-05 | | 2005-06 | |
|---|---|---|---|---|
| 화재부문 | 3,331 | 19.1 | 3,774 | 18.5 |
| 해상부문 | 1,228 | 7.0 | 1,284 | 6.3 |
| 기타부문 | 12,922 | 73.9 | 15,301 | 75.2 |
| 계 | 17,481 | 100.0 | 20,359 | 100.0 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

인도 내 및 해외에서 거두어들인 2005-06 손해보험 총 수입보험료는 21,338천만 루피로 전년 대비 15.6% 성장하였는데, 이는 주로 민영부문의 보험료 수입 증가에 힘입은 것으로 8개 민영보험회사의 성장률이 52.9%로 나타났다. 반면 4개 국영보험회사들의 성장률은 6.9%로 민영부문의 성장 속도에 크게 미달하는 것으로 나타났는데, 그 중에서도 National Insurance Company의 경우에는 마이너스 성장을 거둔 것으로 나타났다.

민영부문에서, ICICI Lombard사가 81.3%의 높은 성장률을 시현하며 시장점유율 7.8%를 기록하였고, Bajaj Allianz사는 50%의 성장률로 6.3%의 점유율을 보였다. 그 외에 IFFCO Tokio사가 성장률 80%를 기록하며 4.4%의 시장비중을 차지하였고, HDFC Chubb과 Reliance사는 각각 1.0%, 0.8%의 비중을 보였다.

민영부문의 시장점유비가 25.1%를 기록하며 그 비중이 지속적으로 증가하고 있는 반면, 국영 손해보험회사의 시장 점유비중은 74.9%로 상대적인 감소세를 보였는데, New India사는 2004-05의 24.1%에서 23.5%로 비중이 낮아졌고, Oriental Insurance사와 National Insurance Company는 17.3%의 동일한 시장점유율을 나타냈는데 Oriental사의 경우 전년도

와 비슷한 비중을 유지하였고, National사와 United India사는 전년도 대비 각각 비중이 4.4%, 1.3%씩 감소한 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-63> 회사별 손해보험 수입보험료 성장률 및 비중(해외원보험 포함)

(단위 : 천만 루피, %)

| 구 분 | | 2000-01 | 2001-02 | 2002-03 | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 국영부문 | National | 2,228 | 2,439 | 2,870 | 3,400 | 3,811 | 3,536 |
| | New India | 3,493 | 4,198 | 4,813 | 4,921 | 5,103 | 5,675 |
| | Oriental | 2,247 | 2,499 | 2,868 | 2,900 | 3,090 | 3,610 |
| | United | 2,524 | 2,781 | 2,969 | 3,063 | 2,944 | 3,155 |
| | 보험료 계 | 10,492 | 11,917 | 13,520 | 14,284 | 14,948 | 15,976 |
| | 성장률(%) | | 13.6 | 13.5 | 5.7 | 4.6 | 6.9 |
| | 비중(%) | 99.9 | 96.2 | 90.9 | 86.3 | 81.0 | 74.9 |
| 민영부문 | Royal Sundaram | 0.2 | 71 | 184 | 258 | 331 | 459 |
| | Reliance | 1.1 | 77 | 186 | 161 | 162 | 162 |
| | IFFCO-Tokio | 5.8 | 71 | 213 | 322 | 497 | 893 |
| | TATA AIG | - | 78 | 234 | 343 | 448 | 573 |
| | ICICI Lombard | - | 28 | 212 | 487 | 874 | 1,583 |
| | BAJAJ Allianz | - | 142 | 296 | 477 | 851 | 1,272 |
| | Cholamandalam | - | - | 15 | 97 | 169 | 220 |
| | HDFC Chubb | - | - | 9 | 113 | 176 | 200 |
| | 보험료 계 | 7.1 | 467 | 1,349 | 2,258 | 3,508 | 5,362 |
| | 성장률(%) | | 6440.6 | 188.9 | 67.4 | 55.4 | 52.9 |
| | 비중(%) | 0.1 | 3.8 | 9.1 | 13.7 | 19.0 | 25.1 |
| **총계** | **보험료** | **10,499** | **12,384** | **14,869** | **16,542** | **18,456** | **21,338** |
| | **성장률(%)** | | **18.0** | **20.1** | **11.3** | **11.6** | **15.6** |
| ECGC | | - | 339 | 375 | 445 | 516 | 577 |
| AIC | | - | - | - | 369 | 550 | 556 |

주 : 1. - 는 사업이 개시되기 전임.
2. ECGC(Export Credit Guarantee Corporation) 및 AIC(Agriculture Insurance Company of India)의 실적은 총계에서 제외됨.

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

국영기업의 경우, 최근 요율자유화에도 불구하고 과거의 협정요율제에 익숙해져 있어 언더라이팅보다 설계사에 의한 판매에만 치중하고 있고, IT시스템의 미비로 아직도 수기에 의한 서류작업에 의지하는 등 시스템이 낙후되어 있다. 또한 보험금 지급 시 많은 시간이 걸리는 등 소비

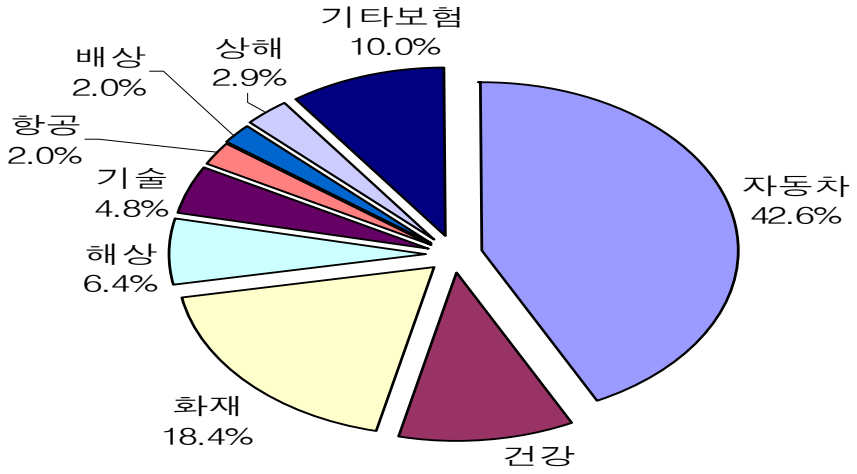
자들의 인식이 좋지 않은 데다가 민영보험회사의 인력 스카우트로 인한 전문인력 부족 등 여러 가지 도전에 직면해 있다.

한편, 민영기업들은 대부분 외국인 전문가의 지원 속에 경험있는 내국인 매니저들에 의해 운용되고 있어 빠른 성장세를 나타내고 있는데 민영기업들은 규모가 작아 시장변화에 유연하게 대처할 수 있는 장점이 있으며, 선진화된 시스템과 양질의 데이터들을 확보하고 있다. 또한 높은 보수로 전문인력도 다수 확보하고 있으며, 언더라이팅에 많은 노력을 기울이며, 보험금 지급에 있어서도 계약자의 신뢰를 얻고 있다.

위의 표를 보면, 2000년 보험시장이 민영부문에 개방된 이후 민영보험회사의 사업 진입시기와 점유 비중의 증가 추이를 알 수 있다.

산업 전체적인 측면에서 볼 때, 보험료 증가를 주도한 종목은 자동차보험과 건강보험으로, 자동차보험의 경우 전년 대비 16.1% 성장하였고, 건강보험은 30.3%의 성장률을 기록하였다.

<그림 Ⅳ-16> 손해보험 종목별 보험료 비중




자료 : Annual Report 2005-06, IRDA

손해보험에서 자동차보험과 건강보험의 보험료 비중은 각각 42.6%와 11.1%를 차지했으며, 화재보험은 18.4%, 해상보험, 기술보험, 항공보험이 각각 6.4%, 4.8%, 2.0%의 비중을 보였고 배상책임은 2.0%, 상해보험

은 2.9%, 그 밖의 기타보험이 10.0%를 차지하였다.

손해보험 전체 손해율은 국영 보험회사의 경우 2005-06년 89.9%(순손해율)로 지난해에 비해 손해율이 상승했는데, 이는 주로 New India와 National사의 손해율 상승(각각 83.6%, 105.5%)에 기인한 것으로, National사의 경우 기타 부문에서 순손해율이 112.2%, 해상부문에서 83%로 부문별로 손해율이 가장 높았다.

반면, 민영보험회사들의 경우 순손해율은 54.5%로 전년동기 대비 다소 상승하였지만 국영보험회사에 비해 상대적으로 낮게 나타나 손해율 관리에 철저한 모습을 보였다.

<표 Ⅳ-64> 손해보험 부문별 순손해율

(단위 : %)

| 구 분 | 국영보험사 | | 민영보험사 | |
|---|---|---|---|---|
| | 2004-05 | 2005-06 | 2004-05 | 2005-06 |
| 화재부문 | 39.7 | 66.1 | 37.9 | 52.7 |
| 해상부문 | 62.8 | 67.7 | 87.8 | 107.7 |
| 기타부문 | 92.3 | 96.1 | 50.8 | 52.4 |
| 계 | 81.6 | 89.9 | 51.2 | 54.5 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

손해보험 전체적인 수익성 측면에서 볼 때, 2005-06년 뭄바이에 전례가 없던 홍수가 발생함에 따라 대재해 손실로 이어지며 보험영업 성과에 적지 않은 영향을 미쳤으나, 투자영업부문에서 수익이 발생하여 전체적인 순이익은 세후기준으로 국영부문의 경우 1,319천만 루피, 민영부문의 경우 154천만 루피를 기록하였다.

### 3) 외국사 진출현황

#### 가) 진출여건

보험회사 설립 조건은 인도인 발기인은 100% 투자 혹은 FDI(외국인

직접투자)와 합작으로 보험사 설립이 가능하지만, 외국사의 경우 단독 법인의 설립이 불가능하고 Joint Venture의 합자형태로만 가능하며, 합자회사 설립 시 외국인 지분율을 26%로 제한하고 있다.

인도 정부는 2004년부터 외국인투자한도를 25%에서 49%까지 확대하는 조치를 발표하였으며, 2005년 초에는 49% 또는 74%까지 상향조정할 것을 검토하는 등 개선 검토를 진행 중이나, 이를 위해서는 보험규제법(Insurance Regulation and Development Act)을 개정해야 하는데 좌파정당의 반대로 추진이 지연되고 있다. 이러한 개선지연은 좌파정당의 지원 없이는 정권을 유지할 수 없는 제약을 안고 있는 현 정부가 기본적으로 국가자산형성과 고용창출을 촉진하는 인프라, 첨단기술산업, 수출 분야 외국인투자만을 찬성하는 좌파정당의 입장을 무시할 수 없는 데 기인하고 있다.

보험회사 설립 시 최초 불입자본금은 생명보험 및 비생명보험은 10억 루피, 재보험은 20억 루피를 초과하여야 하며 현재 거의 대부분의 민영회사는 외국자본과 합작 설립된 회사이다.

외국사 진입 시 영업에 대한 제한이나 지역적인 제한 등은 없다.

보험상품 판매 규제를 살펴보면 민영회사는 상품의 일정부분을 농업(rural) 및 사회부문(social sector; 비정규부문)에 의무적으로 판매해야 한다.

인도 보험감독당국(IRDA)은 보험회사에게 시골 및 도시 빈민층에 대한 사업을 증가시켜 사회적 책임을 충족하도록 요청하고 있는데 지유화조치에도 불구하고 IRDA 가이드라인에 따라 보험회사들은 농업부문의 경우, 생명보험은 영업개시 2년 이내에 총판매상품의 5% 이상 및 5년 이내에 15% 이상을, 비생명보험은 2년 이내에 2% 이상 및 3년째부터는 5% 이상을 의무적으로 농업부문에 판매해야 한다. 사회부문에 대해서는 생명보험 및 비생명보험사 공히 영업개시 첫해에는 최소 5,000명 이상을 가입시켜야 하며, 이를 매년 증가시켜 5년째에는 20,000명 이상을 가입시켜야 한다.

보험상품 판매채널은 은행창구, 독립보험모집인, 법인대리점 및 온라

인 모집채널이 존재하는데 현재 가장 보편적인 방법은 전국적 영업망을 활용하는 은행에서의 판매이다.

<표 Ⅳ-65> 보험관련 법규 주요내용 및 진입규제

| | |
|---|---|
| 감독당국 | - 인도보험감독청(India Regulatory and Development Authority) |
| 보험회사 설립조건 | - 인도인은 100% 투자 또는 FDI와 합작으로 설립가능 (대부분의 민영사는 외국자본과 합작사)<br>- 최초납입자본금 : 10억 루피(재보험은 20억 루피) 초과 |
| 보험상품 판매규제 | - 농업(rural) 및 사회부문(social)에 대한 판매의무 조항<br>: 제1차 사업년도부터 총보험계약 건수의 일정 비율을 농업부문에 판매하고, 빈민층에 최소 일정인원을 가입시키고 이를 매년 확대할 것. |
| 지급여력 | - 종목별로 할당된 차등화된 가중치에 따라 조정된 보험금 기준 |
| 외국사의 진입규정 | - 26%의 외국인 지분율 한도 내에서 합자회사의 형태로만 가능 |
| 외국사의 업무규정 | - 영업제한 및 지역적 제한 없음 |

나) 진출현황

인도 내 대부분의 민영보험회사들은 26%의 지분율을 가지고 Joint Venture 형태로 진출해 있다.

생명보험회사는 16개 회사 중 2개사만이 국내사이며 손해보험회사는 국내사가 1개에 불과하여 생명보험 및 손해보험 총 24개 민영보험회사 중 21개가 외국사와 합작형태이다.

진출국가별로는 미국과 영국의 보험회사들이 각각 5개로 가장 많이 진출해 있는 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-66> 부문별 보험회사 현황

(단위 : 개)

| 보험회사 수 | | 생명보험회사 | 손해보험회사 | 재보험회사 |
|---|---|---|---|---|
| 국영사 | | 1 | 6 | 1 |
| 민영사 | 국내사 | 2 | 1 | |
| | 합작사 | 13 | 8 | |
| 계 | | 16 | 15 | 1 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

<표 Ⅳ-67> 인도진출 국가별 합작사 수

(단위 : 개)

| 구분 | 미국 | 캐나다 | 일본 | 영국 | 독일 | 프랑스 | 네덜란드 | 남아공 | UAE | 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 생보사 | 3 | 1 | - | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | - | 13 |
| 손보사 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | - | - | - | 1 | 8 |
| 계 | 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 21 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

합작사가 대부분인 민영사의 시장점유율은 아직 낮으나 점차 비중이 확산되는 추세로 2000년 보험산업 개방 이후 민영사가 참여한 이래 생명보험회사의 경우 FY2005 민영보험사의 시장점유율이 14.2%로 성장하였고, 손해보험회사의 경우에는 그 비중이 더욱 커져 민영사의 점유율이 25.1%로 증가한 것으로 나타났다.

민영보험사는 상품과 서비스를 보다 폭넓게 제공할 수 있다는 점에서 공격적인 마케팅이 가능하며, 역동적인 마케팅을 통해 보험의 중요성과 수혜에 대한 소비자들의 인지도를 향상시키는 데 노력을 경주하고 있으므로 다양한 상품과 소비자 친화적 전략을 통해 시장점유율 증가 추이는 앞으로도 지속될 것으로 예상된다.

민영생명보험회사의 경우 FY2005 기준 시장점유율은 합작사 중 ICICI Prudential, Bajaj Allianz, HDFC Standard Life사 순의 비중으로 큰 것으로 나타났으며 민영손해보험사의 시장점유율은 ICICI Lombard, Bajaj Allianz, IFFCO-Tokyo 순의 비중으로 높게 나타났다.

<표 Ⅳ-68> 국영 및 민영보험사의 연도별 보험료 및 시장점유율 추이

(단위 : 억 루피, %)

| 구분 | | FY2000 | FY2001 | FY2002 | FY2003 | FY2004 | FY2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 생명보험 | 국영사 | 3,489<br>(99.9) | 4,982<br>(99.5) | 5,463<br>(98.0) | 6,353<br>(95.3) | 7,513<br>(90.7) | 9,079<br>(85.8) |
| | 민영사 | 0.6<br>(0.1) | 27<br>(0.5) | 112<br>(2.0) | 312<br>(4.7) | 773<br>(9.3) | 1,508<br>(14.2) |
| 손해보험 | 국영사 | 1,049<br>(99.9) | 1,192<br>(96.2) | 1,352<br>(90.9) | 1,428<br>(86.3) | 1,495<br>(81.0) | 1,598<br>(74.9) |
| | 민영사 | 0.7<br>(0.1) | 47<br>(3.8) | 135<br>(9.1) | 226<br>(13.7) | 351<br>(19.0) | 536<br>(25.1) |

주 : ( ) 안은 비중임.
자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

<표 Ⅳ-69> 민영 손해보험회사 연도별 보험료 및 시장점유율 추이

(단위 : 천만 루피, %)

| 구분 | FY2000 | FY2001 | FY2002 | FY2003 | FY2004 | FY2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| RoyalSundaram | 0.2 | 71 | 184 | 258 | 331 | 459 |
| | (3.4) | (15.2) | (13.6) | (11.4) | (9.4) | (8.6) |
| Reliance | 1.1 | 77 | 186 | 161 | 162 | 162 |
| | (15.0) | (16.5) | (13.8) | (7.1) | (4.6) | (3.0) |
| IFFCO-Tokio | 5.8 | 71 | 213 | 322 | 497 | 893 |
| | (81.7) | (15.2) | (15.8) | (14.3) | (14.2) | (16.7) |
| TATA AIG | - | 78 | 234 | 343 | 448 | 573 |
| | - | (16.7) | (17.3) | (15.2) | (12.8) | (10.7) |
| ICICI Lombard | - | 28 | 212 | 487 | 874 | 1,583 |
| | - | (6.0) | (15.7) | (21.6) | (24.9) | (29.5) |
| BAJAJ Allianz | - | 142 | 296 | 477 | 851 | 1,272 |
| | - | (30.4) | (21.9) | (21.1) | (24.3) | (23.7) |
| Cholamandalam | - | - | 15 | 97 | 169 | 220 |
| | - | - | (1.1) | (4.3) | (4.8) | (4.1) |
| HDFC Chubb | - | - | 9 | 113 | 176 | 200 |
| | - | - | (0.7) | (5.0) | (5.0) | (3.7) |
| 계 | 7.1 | 467 | 1,349 | 2,258 | 3,508 | 5,362 |
| 성장률 | | 6440.6% | 188.9% | 67.4% | 55.4% | 52.9% |

주 : 하단의 ( ) 안은 비중이며, Reliance사를 제외하고 모두 외국합작사임.
자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

<표 Ⅳ-70> 민영 생명보험회사 연도별 보험료 및 시장점유율 추이

(단위 : 천만 루피, %)

| 구분 | FY2000 | FY2001 | FY2002 | FY2003 | FY2004 | FY2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ING Vysya | - | 4 | 21 | 89 | 339 | 425 |
| | - | (1.5) | (1.9) | (2.8) | (4.4) | (2.8) |
| HDFC STD Life | -02 | 33 | 149 | 298 | 687 | 1,570 |
| | - | (12.3) | (13.3) | (9.5) | (8.9) | (10.4) |
| BSLI | 0.3 | 28 | 144 | 538 | 915 | 1,260 |
| | (5.0) | (10.4) | (12.9) | (17.2) | (11.8) | (8.4) |
| ICICI Pru | 5.97 | 116 | 418 | 989 | 2,364 | 4,261 |
| | (92.5) | (42.7) | (37.3) | (31.7) | (30.6) | (28.3) |
| Kotak Life | - | 8 | 40 | 151 | 466 | 622 |
| | - | (2.8) | (3.6) | (4.8) | (6.0) | (4.1) |
| TATA AIG | - | 21 | 81 | 254 | 497 | 880 |
| | - | (7.8) | (7.3) | (8.1) | (6.4) | (5.8) |
| SBI Life | - | 15 | 72 | 226 | 601 | 1,075 |
| | - | (5.4) | (6.5) | (7.2) | (7.8) | (7.1) |
| Bajaj Allianz | - | 7 | 69 | 221 | 1,002 | 3,134 |
| | - | (2.6) | (6.2) | (7.1) | (13.0) | (20.8) |
| MNYL | 0.2 | 39 | 97 | 215 | 413 | 788 |
| | (2.5) | (14.3) | (8.6) | (6.9) | (5.3) | (5.2) |
| Met Life | - | 0.5 | 8 | 29 | 82 | 206 |
| | - | (0.2) | (0.7) | (0.9) | (1.1) | (1.4) |
| Reliance | - | 0.3 | 6 | 31 | 107 | 224 |
| | - | (0.1) | (0.6) | (1.0) | (1.4) | (1.5) |
| Aviva | - | - | 13 | 82 | 253 | 600 |
| | - | - | (1.2) | (2.6) | (3.3) | (4.0) |
| Sahara | - | - | - | - | 2 | 28 |
| | - | - | - | - | - | (0.2) |
| Shiriram Life | - | - | - | - | - | 10 |
| | - | - | - | - | - | (0.1) |
| 계 | 6.5 | 272 | 1,119 | 3,120 | 7,728 | 15,083 |
| 성장률 | | 4121.3% | 310.9% | 178.8% | 147.7% | 95.2% |

주 : 하단의 ( ) 안은 비중이며, Reliance사, Sahara사를 제외하고 모두 외국 합작사임.

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

다) 성공사례

일본의 보험회사 동경해상일동(Tokio Marine and Nichido Fire Group)이 인도의 농업협동조합인 IFFCO(The Indian Farmers Fertiliser Co-operative)와 합작으로 만든 보험회사인 ITGI(IFFCO-TOKIO General Insurance)의 진출 사례를 살펴보면, 동 사는 인도에서 2000년에 뉴델리 인근 구르가온에서 출범한 이후 이제는 인도 전역에 90개 이상의 오피스를 갖고 400명이 넘는 종업원으로 2005년에 89억 3천만 루피의 보험료를 거둬들이며 시장점유율로는 8개 민영 손해보험회사 중 3위의 위치를 차지하는 성공적인 안착을 하였다.

동경해상일동보험회사는 120년의 역사를 가진 일본에서 가장 규모가 크고 오래된 손해보험회사로, 전 세계적으로 69,000명의 종업원을 두고 있다. 동 사는 일본의 보험지주회사인 Millea Holdings의 자회사인 동경해상화재와 일동화재해상이 2004년 합병된 사업체이며, Millea Holdings는 지주회사로 인해 대형화를 이룬 후 해외진출을 총괄하면서 본격화하기 시작하였다. 우선 아시아지역과 미주, 유럽지역으로 나누어 아시아지역의 경우 Millea Asia를 통해 관리 및 운영을 하고 있으며 현재 중국, 인도, 베트남, 홍콩, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 태국, 싱가포르, 대만에 진출하여 11개의 생명 및 손해보험회사를 소유하고 있다. 현지법인을 설립, 합작보험회사 설립을 통한 경영지배, 현지 보험회사의 지분보유, 현지 보험회사의 인수 등의 방식으로 진출하고 있다.

ITGI(IFFCO-TOKIO General Insurance)사는 Millea Asia가 26%의 지분을 소유한 형태로 설립되었으며, 해마다 성장을 거듭하여 FY2005의 경우 성장률이 79.9%를 시현하며 시장 내 입지를 다지고 있다.

동 사는 인도 전역에 걸쳐 사업을 고르게 영위하려는 노력에 따라, 북인도에서 35%, 남인도에서 12%, 서인도에서 25% 그리고 기타 지역에서 17%의 보험료 수입을 거둬들이고 있다. 또한, 전체 보험료의 7.5%를 인도의 농업(rural) 지역에서 거둬들였다. 이들의 인도 농업부문에 대한 주요 타겟은 주로 날씨보험상품과 'Barish Bima Yojana(강우량 부족 시 농작물에 대한 피해를 보상)'상품이다.

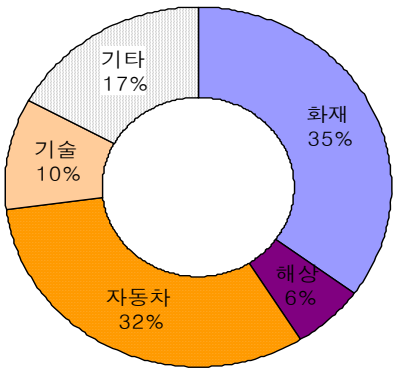
<표 Ⅳ-71> ITGI사 연도별 원수보험료 및 성장률

(단위 : 천만 루피, %)

| 구분 | FY2000 | FY2001 | FY2002 | FY2003 | FY2004 | FY2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 원수보험료 | 5.8 | 71 | 213 | 322 | 497 | 893 |
| 성장률 | - | 1,124.1 | 200.0 | 51.2 | 54.3 | 79.7 |

자료 : Annual Report 2005-06, IRDA.

<그림 Ⅳ-17> ITGI사의 종목별 보험료 비중




자료 : Company Website.

ITGI사는 2006년 2월 Millea Group 계열사 중 그해의 가장 우수한 회사로 선정되었으며 브랜드 인지도 향상을 위한 브랜드 전략개발 프로젝트를 추진하여 가장 우수한 프로젝트를 수행한 것으로 평가되었다. 또한, 성공적인 방카 제휴 성과로 금융기관 채널에서 가장 먼저 입지 구축을 시현한 자회사로 평가받았다.

동 사는 또한 소비자 만족도 조사에서, 인도 내 손해보험 회사들 중 자동차보험 부문에서 1위를 차지하였으며 가계성보험 분야는 2위에 랭크되었다.

동 사는 마케팅 영역을 담당하는 자회사 ITIS(IFFCO-TOKIO Insurance Services Limited)를 2003년 설립하여 인도 내에 55개 지점에 네트워크를

형성하고 있다.

동 사의 인도에서의 성공요인을 분석하면, 첫째 로컬사의 능력 활용 극대화가 첫 번째 요소이다. ITGI사 성공의 가장 중요한 요소가 IFFCO사의 네트워크를 이용할 수 있었던 점인데, IFFCO의 브랜드와 37,500개의 협력 네트워크를 이용하여 고객을 효율적으로 끌어들일 수 있었던 점이 결정적인 성공요소로 분석된다. 두 번째로는 농업(rural) 지역을 공략대상으로 했던 점이다. 동 사는 지방협력은행, 면화 협동조합, 낙농 협동조합, 설탕조합 등 많은 조합들과 협력하여 자사의 상품을 판매하며, 막대한 성공을 거둔 보장플랜 'Barish Bima Yojana'는 5천만 명의 농업인을 가입시켰다. 농작물에 대한 피해를 담보하는 동 상품 외에도 농업인의 상해를 담보하는 상품도 갖추고 있다. 마지막 성공요인은 전례없는 혁신 서비스를 제공하는 데 있어 선구자 역할을 한 것이다. 'The Mahila Suraksha Bima Yojana'는 여성보험플랜으로 2005년 9월 여성 보험의 날에 판매되기 시작했는데 동 플랜은 지방의 농업(rural) 여성에게 사회적이고 경제적인 보호를 제공하는 첫 번째 마이크로인슈런스 프로그램의 한 종류에 해당한다. 또한, 날씨보험 플랜인 'Gehun Mausam Bima Policy'는 밀 재배농가에게 무더위, 서리 등 다양한 기후적 재난까지 담보하는 날씨보험을 판매하였는데 이 또한 동 사가 유일무이하게 펼친 혁신 전략 중 하나로 꼽힌다.

## 마. 국내 보험사의 진출방안

### 1) 회사별/진출단계별 전략 수립

인도는 아직 금융부문의 규제가 커서 보험회사의 경우 100% 독자 진출이 불가능하며 26%의 합자회사 형태로만 진출이 가능하다. 인도는 2000년 보험산업 개방 후부터 민영보험회사의 진출이 가능하였으며, 해마다 미국, 영국 등 유럽 혹은 일본의 진출 공세가 두드러졌다. 최근에도 해외 여러 국가의 보험회사들이 진출을 타진하고 있으며 진출 선도

지역으로 주목을 받고 있는 상황이다.

국내 보험회사의 초기 인도시장 진입은 현지시장 및 경쟁여건의 조사에 초점을 두고 현지시장 내 글로벌 보험회사의 경영전략 및 규제완화 정책, 관련 제도 등의 변화를 파악할 수 있도록 연락사무소 설립 등을 통해 인력을 배치함으로써 인도 시장에 대한 지식과 정보를 습득하는 한편, 현지의 네트워크를 구축하여 선제적으로 인도의 우수 전문인력을 확보하고 순조로운 진출을 위한 인프라를 마련하여야 한다.

이러한 제반 요건들이 일정 부분 갖춰지면 대형보험사의 경우에는 자본력을 강화하여 합자사 형태로 빠른 시장 진입을 목표로 하는 것이 유리할 것이다. 물론 이는 각 보험사들이 자사의 역량을 충분히 검토하고 동 시장에서의 수익가능성 분석을 마쳤음을 전제로 한 경우이다. 인도의 보험산업이 민영에 개방됨과 동시에 외국사들이 합자사 형태를 취하여 빠르게 진입한 것과 마찬가지로 국내 보험회사들도 대형 회사들의 경우에는 빠른 시장 진입을 통해 시장을 파악하고, 강력한 합자사를 우선적으로 취사선택함으로써 브랜드 이미지를 구축하며, 오랜 시장경험을 바탕으로 향후 시장 장악에 유리한 고지를 점할 수 있기 위해서는 적극적이고도 신속한 움직임이 요구되는 것이다. 반면 상대적으로 자본력이 부족한 국내 중소형사의 경우에는 현지인 상주를 통해 해외 시장에 대한 지속적인 조사와 시장의 흐름 파악 및 주기적으로 동향을 분석하고 규제 변화 등에 주시하여 향후 진출 시 자사의 포지셔닝을 미리 설정하고 적절한 시기를 포착할 수 있도록 준비하는 것이 필요하다.

중장기적으로는 인도 보험시장에 대한 수익성 및 성장 가능성을 평가하면서, 독자적인 영업 특화 전략이나 사업구조의 다각화 등을 검토할 수 있을 것이다. 또한 지분제한이 현재의 26%에서 100%까지 단계적으로 허용되는 등 규제변화에 미리 대비하여 사업확대 전략을 수립하고 수익성 등을 고려하여 현지 파트너와 합자운영을 지속할 것인지에 대한 중장기적 시장상황 등을 고려한 경영전략을 세워야 할 것이다.

### 2) 합자파트너의 선택

합자 파트너의 선택에서 가장 중요한 부분은 현지 파트너 활용 가능성인데, 인도의 경우 보험산업 민영화 역사가 짧고 자국 기업의 단독 투자로 설립된 보험회사는 거의 없어 결국 외국합작사의 사례와 같이 현지 금융기업이나 거대 제조기업 등 비보험회사와 합작하는 방법이 현재로써는 최선이 될 것이다. 거대한 인구를 가진 넓은 대륙인 인도에서 가장 좋은 파트너는 네트워크 활용이 용이하고, 소비자에 대한 접근이 쉽고, 현지에서 브랜드 강점을 가진 기업이다.

생명보험과 손해보험 양 시장에서 민영보험회사 중 시장점유율 1위인 ICICI Prudential 생보사와 ICICI Lombard 손보사는 모두 인도의 선두 은행인 ICICI Bank와 합작하여 다수의 방카슈랑스 파트너와 제휴하고 있다. IFFCO-TOKIO 손보사의 경우 농업협동조합인 IFFCO사와 합작하여 브랜드와 협력 네트워크를 이용하여 고객 기반을 넓게 확보할 수 있었던 것으로 나타난다.

생•손보시장에서 공히 2위의 자리를 점하고 있는 Bajaj Allianz는 인도에서 55년 이상 오토바이 산업에 주력한 명실공히 신뢰받는 기업인 Bajaj Auto와 합작하였으며, 중상위의 위치에 있는 TATA AIG의 경우에는 인도의 국민기업으로 불리는 제조업의 대명사 TATA사와 합작한 케이스로 두 경우 모두 제조업을 기반으로 한 거대기업과 합작하여 그들의 인지도와 신뢰도 등을 기반으로 성장을 추진하였다.

우리나라의 보험회사도 합자파트너를 선택할 때 활용 가능성 측면에서의 면밀한 분석을 통해 현지 파트너의 인지도와 협력 네트워크를 십분 활용할 수 있는 탁월한 합자파트너사의 선택으로 양사의 강점을 살려 성장 전략이 추진 가능하도록 충분한 숙고가 필요할 것이다.

### 3) 상품 및 마케팅 전략

인도에 진출하여 영업을 개시한 후에는 현지화된 상품을 개발, 판매하

여 적극적인 마케팅 전략을 추진하는 것이 중요한데, 대부분의 보험회사들은 해외 진출 시 초기에는 본사 경영의 강점을 현지시장에 맞게 조정하여 자사의 주력 상품을 소비자들이 선택하도록 전략을 펼치기도 한다. 그러나 인도의 경우 상류층은 이미 높은 소득을 올리면서 고급 성향을 가진 것으로 알려져 있어 인도 현지시장 소비자들의 니즈를 계층별로 감안한 상품을 개발하여 판매할 필요가 있다. 인도는 소득계층의 양극화가 심하며 최근 서비스산업의 급성장에 따른 소득분배 효과가 빠르게 나타나며 소비패턴도 다양하게 나타나고 있어 경제발전에 대응하는 현지인의 소득 수준과 기호에 부합하는 계층별 상품 및 서비스 특화전략을 수립하여야 할 것이다. 앞서 일본계열 합작사인 IFFCO-TOKIO 손보사의 경우에도 특화된 계층을 타겟으로 한 혁신적인 상품을 개발하여 판매함으로써 성공을 거둔 사례를 보여주고 있다. 따라서, 거대한 소비시장인 인도에서는 정보를 바탕으로 계층별로 특화된 상품을 구상하고 혁신적인 신상품 개발을 통한 차별화된 현지시장 공략이 주효할 것이다.

판매채널의 구축과 관련해서는 인도의 높은 저축률 및 부를 창출하기 위한 자산관리서비스에 대한 관심 증대, 많은 지역에 위치하고 있는 은행들의 지점망, 그리고 IT 소프트웨어 및 서비스 분야에서의 고성장 등 감안할 때 방카슈랑스와 다이렉트 판매가 향후에도 가장 경쟁력 있는 채널이 될 것으로 유력시된다. 인도는 28개 주로 형성되어 있으며 지자체에 따라 제도 및 규제의 차이가 존재한다. 또한 다양한 언어가 산재해 있어 영업망을 기업 자체적으로 확보하거나 신설 구축하여 노하우를 축적하는 것도 매우 어려운 시장이며 인도의 상인 카스트제도에 대한 이해도 필요하다. 따라서 진출 초기에는 인도의 은행 혹은 현지시장 사정에 능통하고 금융분야에 경험이 많은 유통기업과 합작 또는 제휴하는 것이 절대적이며, 장기적으로 자체 네트워크를 형성하되 기존의 판매 제휴사와 지속적인 파트너십을 유지하고 강화하는 것이 중요하다.

# 3. 베트남

## 가. 일반사항

베트남은 1930년 공산당 창설 이래, 호치민의 지도 아래서 중국, 소련 등 사회주의 제국의 지원을 얻어 항불, 항미 전쟁을 치렀으며, 이러한 영향으로 일관된 자주독립 외교 노선을 취하고 있다. 통일 후 베트남의 주된 목표는 긴 전쟁의 상처를 씻고 경제를 회복시켜 사회주의 경제건설의 물질적, 기술적 기반을 확립하고자 외교의 기본 노선을 이데올로기에서 경제로 전환하여 스스로 아시아의 한 국가로서의 위치를 강조하며, 체제를 달리하는 국가에 대해서도 우호와 경제협력 관계를 확대한다는 전방위 외교 방침을 수립하였다.

<표 Ⅳ-72> 베트남 인구 및 국토

| | |
|---|---|
| o 국명 | 베트남 사회주의 공화국(The Socialist Republic of Vietnam) |
| o 정체 | 사회주의공화제(공산당이 유일정당) |
| o 독립일 | 1945. 9. 2 |
| o 위치 | 인도지나반도 동부, 중국・라오스・캄보디아에 인접 |
| o 기후 | 북부지역(아열대성), 남부지역(열대몬순) |
| o 연평균기온 | 24.1℃(한국보다 10℃ 높음)<br>-북부 23.2℃, 중부 24.1℃, 남부 27.1℃ |
| o 습도 | 월평균 83% |
| o 연평균강우량 | 2,151㎜ (한국보다 2.4배 많음) |
| o 인구 | 84.1백만 명(2006년 추정, 베트남 통계청) |
| o 면적 | 329,560㎢(남한면적의 3.3배) |
| o 행정구역 | 5개의 직할시와 59개 성으로 구성 |
| o 수도 | Hanoi(인구 : 300만 명) |
| o 주요도시(직할시, 2006년 기준인구) | -호치민시(561만 명), 하이퐁시(174만 명), 다낭시(72만 명) |
| o 종족 | 베트남족 89%, 타이, 므엉, 크메르 등<br>53개 산악소수민족, 화교(약 100만) |
| o 문자해독율 | 91% |
| o 종교 | 불교 약 60%, 카톨릭 약 20%, 기독교 약 5% 등 |
| o 언어 | 베트남어(공용어) |
| o 도량형 | 미터법 |
| o 시차 | 한국보다 2시간 늦음(G.M.T. + 7) |

이에 따라 베트남은 다른 사회주의 국가들과는 달리, 1970년대 말까지 서방 주요국가들, UN을 포함한 국제기구와의 관계 개선을 시도하였다. 특히 서방측 국제원조기관과의 관계 확대를 적극적으로 도모하였고, 그 결과 UN, 세계은행, 아시아개발은행(ADB), ILO, FAO, UNESCO, IBRD, IMF, ITU, IFC 등 많은 국제기구에 정식으로 가입하였다.

그러나 1980년대 중반 이후부터 국제 정세의 변화는 베트남 외교노선의 전환을 가져오게 되었고, 구소련의 사회주의권 체제개혁이 시작되어 소련의 대공산권 외교적 구심력이 와해됨에 따라 1986년 베트남은 대회개방을 표방한 도이머이(쇄신)개혁 노선을 채택하게 되었다. 도이머이 개혁 노선 채택 이후 베트남은 서방측과의 경제관계를 확대하고, 자본과 기술도입 등을 통한 대회개방정책을 적극 추진해 왔다.

특히 경제개혁이 본격화되면서 시장경제를 적극적으로 도입·추진하였고, 이를 위해 사기업 인정, 외국인투자유치 등을 주요 골자로 하는 경제개혁 조치를 적극 도입하여 서방 국가들과의 교역을 증진시키기 위한 일련의 조치를 발표하는 동시에 경제를 기본으로 하는 외교정책을 수행하였다.

이후 1991년 중국 및 캄보디아와의 관계정상화를 계기로 아시아 주변국들과의 외교협력관계 증진에도 많은 노력을 기울였으며, 그동안 외교적 문제로 가장 크게 대두되었던 미국과의 관계에 있어서도 1990년대 이후 급진전을 보이며, 2001년 12월 미-베 무역협정안(NTR)이 발효되었다. 이후 2006년 4월에는 WTO 가입을 위한 미국과의 무역협상을 타결하였고, 2006년 11월 WTO 정식 회원국으로 가입, 12월에는 미국으로부터 항구적 정상 교역관계(PNTR) 지위를 획득하여 국제경제체제로 완전히 편입하였다.

베트남은 의회의 비준에 따라 2007년 1월 11일 정식으로 WTO 회원국이 되었으며, 이로써 한국의 대베트남(아세안) 수입 관세인하에 따라 한국시장을 겨냥한 우리기업의 대베트남 투자지출이 더욱 증가할 전망이다. 또한 2006년도 한국의 대베트남 투자액은 24.2억 달러에 이르러 연

간 기준 최대 투자국이 되었으며, 1988년 이후 누계 기준 투자액으로도 78억 달러를 기록하면서 일본을 제치고 대만, 싱가포르에 이어 3위인 것으로 조사되었다. 향후에도 국내 유휴 외환 및 유동성 증가, 우리나라의 최대 투자지인 중국에서의 경영환경 악화로 인해 우리기업들의 대베트남 투자는 가속화될 것으로 예상된다. 그러나 위와 같이 대외적으로는 베트남의 수입관세가 인하될 것으로 알려지고 있으나, 베트남 정부가 5년 이내라는 유예기간을 명시하고 있어 WTO 가입에 따라 막연히 수입관세가 인하되고 수출환경이 개선될 것이라고 보기만은 어렵다.

<표 Ⅳ-73> 도이머이 추진 이후 주요 기간별 경제개혁 추진 내용

| 시기구분 | 주요정책 | 성과 및 문제점 |
|---|---|---|
| 다부문 경제체제 수립기 (도이머이 1단계, 1986~1991년) | -식량, 소비재, 수출 육성<br>-대외개방 정책<br>-농업개혁<br>-외국인투자유치촉진<br>-가족단위 농업장려 | |
| 시장경제체제 준비기 (도이머이 2단계, 1992~2005년) | -헌법개정(1992, 2001)<br>-국영기업 민영화<br>-강력한 통화관리<br>-은행 간 외환시장(1994)<br>-공업화, 기간산업육성<br>-민법 제정(1995)<br>-외자, 토지, 노동법정비<br>-호치민 증권거래서(2000.7)<br>-국영기업법 제정<br>-하노이 증권거래소(2005.3)<br>-금융 및 재정 개혁<br>-CEPT 스케줄 완성(2005. 12) | -외국인투자 활기<br>-미국 및 국제금융기관의 엠바고 해제(1994)<br>-미국과 국교 정상화(1995)<br>-WTO 가입 신청(1995~)<br>-안정적인 성장국면 진입<br>-ASEAN 가입(1995)<br>-APEC 가입(1998)<br>-미국과 무역정상화(2001)<br>-2005년 8.4% 성장 |
| 개방경제체제 확립기 (도이머이 3단계, 2006년 이후) | -신투자법, 기업법 제정 등 일련의 법제도 정비<br>-국영기업 개혁 본격화<br>-10차 전당대회 : 개혁의지 확인 및 지도부 세대교체<br>-미국의 PNTR 지위 획득<br>-WTO 양허안 이행(2007.1~)<br>-정부조직 개편(2007.7) | -AFTA 본격 참가<br>-APEC 정상회담 개최<br>-WTO 가입(2007.1.11)<br>-제2 외국인투자 붐<br>-2006년 8.2% 성장 |

자료 : KIEP.

## 나. 경제 및 산업 동향

베트남은 1987년 도이머이 정책을 채택하여 시장개방을 추진한 이후 매년 7% 이상의 경제성장을 보이고 있으며, 2000년대 들어서는 연평균 7.5%의 고도성장을 지속하여 2005년 8.4%의 최고 경제성장률을 기록하였다. 2006년에도 산업 및 서비스 부문의 성장을 중심으로 8.17%의 성장률을 기록하면서 8%대의 고성장을 이어가고 있다. 2006년 물가상승률은 7.5%로 전년대비 상승폭이 다소 둔화되었으나, 2000년대 초반의 2~3%에 불과하던 물가상승률이 최근 2년간 국제 유가 및 원자재 가격 인상으로 인해 2004년 7.7%에 이어 2005년에도 8.3%로 높은 물가상승률을 지속한 바 있다.

2006년 베트남 경제는 GDP가 전년대비 8.17% 성장하여 목표치인 8%를 초과 달성하였으며, 1인당 GDP는 720달러를 기록하여 전년(640달러)대비 12.5% 증가하였다. 총 교역액은 840억 달러(전년대비 21% 증가)를 기록, 이 중 수출은 전년대비 22.1% 증가한 396억 달러이며, 수입은 전년대비 20.1% 증가한 444억 달러를 시현하였다. 무역수지에서는 적자가 48억 달러로 총 수출액의 12.1% 규모(2005년도의 경우 무역수지 적자는 45.4억 달러로 총 수출액의 14% 규모)이며, 외국인 투자유치액은 총 104.6억 달러로 베트남이 외국인 투자법을 제정한 1987년 이래 역대 최대 규모의 투자유치를 기록하였다. 또한 ODA(Official Development Assistance)는 2007년도에 44.5억 달러 공여를 약속받기도 하였다. 소비자 물가는 경제성장률보다 낮은 6.6%를 기록하였으며, 달러의 베트남 동화 대비 환율은 전년대비 0.9% 상승하는 선에서 유지되었다. 명목 GDP는 973조 7,910억 동(약 608억 달러)을 기록하였으며, 실질 GDP 증가율은 전년대비 8.17% 성장(1994년 불변가격 기준)을 기록하였으나, 이는 목표 8%를 초과, 2005년 8.4%에 이어 2년 연속으로 8% 이상의 고도 경제성장을 달성한 것이다.

<표 Ⅳ-74> 주요 경제·사회 지표

| 구 분 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 국내총생산 (GDP) (단위: 억 달러) | 258.2 | 258.2 | 285.7 | 311 | 323 | 350 | 390 | 455 | 530 | 608 |
| GDP성장률(%) | 8.8 | 5.8 | 4.8 | 6.8 | 6.8 | 7.0 | 7.24 | 7.79 | 8.4 | 8.17 |
| - 농업부문 | 2.3 | 0.9 | 1.2 | 1.6 | 1.8 | 2.0 | 0.7 | 0.92 | 0.8 | 0.67 |
| - 산업부문 | 2.8 | 2.7 | 2.6 | 2.5 | 2.3 | 2.9 | 3.9 | 3.93 | 4.2 | 4.16 |
| - 서비스부문 | 3.7 | 2.2 | 1.0 | 2.6 | 2.7 | 2.1 | 2.7 | 2.94 | 3.4 | 3.34 |
| 1인당 GDP(US$) | 326 | 342 | 372 | 400 | 410 | 440 | 483 | 553 | 640 | 710 |
| 연간인플레(%) | | | | | | 3.8 | 3.1 | 7.7 | 8.3 | 7.5 |
| 실업률(%) | 6.0 | 6.8 | 7.4 | 6.44 | 6.28 | 6.01 | 5.8 | 5.6 | 5.3 | 4.4 |
| 병원 수 | 825 | 836 | 1,857 | 1,771 | 1,764 | 1,754 | 1,772 | 1,737 | 1,758 | NA |
| 대학 및 전문대학 | 110 | 123 | 131 | 148 | 201 | 202 | 214 | 230 | 255 | NA |
| 전화(백만 대) | 1.58 | 2.0 | 2.4 | 2.9 | 3.3 | 5.6 | 7.3 | 9.9 | 13.3 | 25.4 |
| 개인전화보유율 (100명당) | 2.13 | 2.65 | 3.14 | 3.7 | 4.8 | 7.1 | 9.1 | 12.1 | 15.9 | NA |
| 평균수명(세) | 67 | 68 | 71 | n/a | n/a | n/a | n/a | 71.2 | 71.3 | NA |
| 문자해독률(%) | 91 | 90 | 90 | 94 | n/a | 96 | n/a | n/a | 91 | NA |

자료 : VET Research / General Statistics Office(GSO).

베트남은 향후 인도차이나반도라는 강국의 위치를 넘어서 태국에 필적하는 경제 규모를 달성하기 위해 사회경제개발 5개년 계획을 수립, 추진하고 있으며, ASEAN 회원국으로서 AFTA의 관세인하 프로그램 추진은 물론, 아세안-중국 FTA, 아세안-한국 FTA, 등을 통해 아시아 지역 내 경제 협력을 강화하고 있다.

<표 Ⅳ-75> 베트남 사회경제개발 5개년 계획 목표

| 구 분 | | 2001~2005 목표 | 2001~2005 성과 | 2006~2010 목표 |
|---|---|---|---|---|
| 경제 지표 | GDP 성장률(%) | 7.5 | 7.5 | 7.5~8.0 |
| | 1인당 GDP(US $) | 410(2001년) | 640 | 1,100(2010년) |
| | GDP 산업구조비율(%) | | | |
| | -농림수산분야 | 20~21 | 20.5 | 16 |
| | -제조건설분야 | 38~39 | 41.0 | 43~44 |
| | -서비스분야 | 41~42 | 38.5 | 41 |
| | GDP대비총투자율(%) | 35.9 | 37.0 | 40.0(65% 국내조달) |
| | 연간수출증가율(%) | 14~16 | 16.2 | 14~16 |
| 사회개발 지표 | 고용창출(백만명) | 7.5 | 7.5 | 8.0(연 160만 명) |
| | 인구증가율(%) | 1.2 | 1.4 | 1.12 |
| | 빈곤인구(%) | 17(2001년) | 17(2005년) | 15~16(2010년) |

자료 : VET Research / General Statistics Office(GSO).

1) 주요 산업별 동향

가) 산업 개황

2006년 베트남의 산업생산은 총 306.8억 달러이며, 부문별로는 외국인 투자부문이 117.2억 달러, 국영부문이 97.6억 달러, 민간부문이 92억 달러 순이며, 증가율은 민간부문이 23.9%, 국영부문이 9.1%이며, 외국인투자부문이 18.8%의 증가를 보이고 있다. 이는 국영부문의 산업생산 증가율이 정체된 반면 민간 및 FDI 부문이 높은 증가율을 기록하고 있기 때문이다. 2006년도 산업생산 증가율은 17.0%를 기록함으로써 지속적인 증가세를 보였으며, 2003년부터 15% 이상의 산업생산 증가율을 유지하게 되었다.

<표 Ⅳ-76> 산업 부문별 생산액 및 증가율

(단위 : %, 억 달러)

| 구분 | 2002년 | | 2003년 | | 2004년 | | 2005년 | | 2006년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 증가율 | 생산액 | 증가율 | 생산액 | 증가율 | 생산액 | 증가율 | 생산액 | 증가율 | 생산액 |
| 총계 | 14.8 | 170.9 | 16.8 | 193.7 | 16 | 224.9 | 17.2 | 263.0 | 17.0 | 306.8 |
| 국영 부문 | 12.57 | 69.0 | 11.9 | 74.7 | 11.8 | 83.6 | 8.7 | 90 | 9.1 | 97.6 |
| 민간 부문 | 18.3 | 41.4 | 23.3 | 49.7 | 22.8 | 61.1 | 24.1 | 75 | 23.9 | 92 |
| FDI 부문 | 15.2 | 60.5 | 18 | 69.3 | 15.7 | 80.2 | 20.9 | 97.7 | 18.8 | 117.2 |

주 : 증가율은 당해 연도 환율 기준이며, 환율(VND/US$)은 '02:15,271 VND, '03:15750, '04:15,740, '05:15,850, '06:16,000임.
자료 : VET Research / General Statistics Office(GSO).

나) 섬유 및 신발 산업

베트남의 최대 제조업, 제2의 수출 품목인 섬유산업은 베트남 전체 GDP의 38%, 고용의 24%, 수출의 15%를 차지하고 있으며, 섬유제품의 총생산량 비중은 베트남기업이 45%(국영기업이 74.2%), 외국인투자기업이 55%로 주요 외국투자국은 한국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 일본 등이다. 2005년도 수출액은 48억 3천만 달러로 베트남 수출 총액의 14.9%를 차지, 연간 성장률은 20~30%에 이르며 수출 대상국은 100여 개국으로 미국이 최대 수출시장으로 전체 섬유의류 수출량의 56.4%를 차지하고 있다. 그러나 원자재의 50% 이상을 외국에서 수입(직물 및 원단 등은 80%이상, 염료는 100%를 수입에 의존)하고 있어 2005년도 베트남의 섬유의료 원부자재 전체 수입액은 27억 달러에 이른다.

한편 신발산업은 연간 30억 달러의 수출을 기록하고 있으며, 연간 50만명을 고용하고 있는 산업으로 스포츠 슈즈와 캔버스 슈즈를 중심으로 최대 수출시장인 유럽에 전체 수출의 65%, 미국에 20%를 판매하고 있다. 신발 생산 총기업 수는 약 390개사로 국영기업이 37개사, 민간기업이 195개사, 외투기업이 145개사, 합작사가 14개사 등이다.

다) 석유화학 및 철강 산업

베트남은 산유국이기는 하나 정유공장 부재로 생산된 원유를 전량 수출하고 정유된 연료 및 석유화학제품을 수입에 의존하고 있다. 2005년 기준으로 연료 및 석유화학제품은 50.2억 달러를 수입했으며, 향후 3년간 수입 수요는 지속될 전망이다. 우리나라는 연간 4.4억 달러 규모를 수출하여 9%의 시장점유율을 차지하고 있으며, 현재 베트남 중부 쭝꾸엇 지역에 25억 달러를 투자하여 정유공장을 건설, 2008년 완공 시에는 연간 650만 톤의 정유능력과 베트남 총수요의 40% 정도를 공급할 수 있을 것으로 예상한다.

철강 산업에 있어서는 연간 약 356만 톤을 생산하나 일관 제철소 부재로 연간 29억 달러 수입 수요가 존재하며, 한국은 연간 2.3억 달러 수출로 8% 시장점유율을 유지하고 있다. 베트남에는 총 40개의 철강공장이 있으며 베트남 철강공사(VSC) 산하에 14개 자회사 및 14개 합작회사(7개는 외국기업과 합작사)가 운영되고 있으며, 가공 공장 운영 중에서 5개만이 큰 규모의 철강공장이다. 연간 450만 톤 규모 일관 제철소 건설 계획이 추진되고 있으나 수년간 지연되고 있는 실정이며 예산 부족, 기술파트너 수배 어려움, 경제성 없는 타퀘 광산 철광석과의 사업 연계 등에 기인하여(철광석, 아연성분이 높아 고로 사용불가) 2006년에 사업타당성 조사를 완료하였다. 한편 우리나라의 포스코는 3개 공장을 운영하고 있으며, 최근 남부 붕따우 지역에 10억 달러에 달하는 1개 공장을 추가로 증설할 계획을 확정 및 추진 중이다.

라) 건설 및 전력 산업

GDP의 약 17%를 차지하고 있는 건설 산업은 인프라 건설로 지속적인 성장이 예상되고 있으며, 1990년대 초반부터 부동산 및 공단 개발 활성화, 도로, 철도, 전력 등 인프라 확충사업 강화로 수요가 확대되었다. 1997년 금융위기 이후 건설경기가 다소 침체되었으나 경기회복과 함께 건설수요가 다시 증대되었다. 건설시장 규모는 60억 달러 규모로

추정, 대형 원조사업과 일본 진출이 활발한 건설 엔지니어링 시장 규모가 6억 달러로 추정되며, 공공 대 민간 발주 비율은 50:50이다.

또한 베트남은 28개의 주요 발전소가 운영되고 있으며 연간 11,540MW의 전력이 생산되고 있다. 2005년 현재 전력생산 비율은 수력 40%, 석탄 13%, 천연가스 38%, 중유 9%이며, 2010년까지 수력 41%, 석탄 24%, 천연가스 29%, 중유 6%로 석탄을 이용한 전력생산을 확대할 계획이다. 주요 발전소는 석탄(8개), 중유(4개), 천연가스(8개), 수력(8개) 발전소가 있으며, 매년 15%씩 전력 수요가 증가할 것으로 예상하여 2010년 25,000MW, 2020년 44,000MW 생산을 계획하고 있다. 이를 위해 2010년까지 석탄화력발전소 18개(전력공사 10개, 석탄공사 7개, 기타 1개), 석유화력발전소 2개(전력공사 2개), 가스화력발전소 5개(전력공사 2개, 석유공사 3개)를 건설할 계획이며, 연간 50억 달러를 투자해 2025년까지 발전소 75개를 건설할 계획이다.

마) 이동통신 산업

가장 성장세가 높은 유망 산업으로 가입자 수가 1,000만 명에 육박하고 있는 이동통신 산업은 최근 베트남 부유층(월 평균수입 500달러 이상)에 의해 휴대폰의 필수품화 현상이 대두되면서 이들의 2/3 이상이 1대 이상의 휴대전화를 소지하게 되었다. 휴대폰 단말기 시장점유율을 살펴보면, Nokia가 47.8%, 삼성 33%, 모토로라 6.8%, 소니에릭슨 4.5% 등으로 조사되었으며, “VietCycle"의 최근 조사에 따르면 설문 응답자 중 거의 절반이 휴대폰을 보유하고 있으며, 14%가 현재 휴대폰을 소지하고 있지 않으나 향후 1년 이내 휴대 전화를 구입할 의사가 있다고 응답하였다. 이에 따라 2007년까지 베트남 15세 이상 도시 인구의 60%가 휴대 전화를 소지하게 될 것으로 예상되며, 지역별로는 하노이 지역이 상대적으로 다른 지역에 비해 이동 전화 사용률이 높은 편이었으며, 여성보다 남성의 이동 전화 사용률이 높고, 연령별로는 대부분 장년층과 청소년층에 의해 사용되고 있다고 조사되었다. WTO 가입에 따라 시장개방이 이루어질 것이나 베트남 기업과의 합작투자 형태로만 시장

을 개방하며 외국투자자 지분도 49%로 제한하고 있어 최소한의 개방만을 허용할 것으로 전망된다.

### 2) 투자 환경 및 지역별 현황

#### 가) 개괄

베트남은 최근 세계적 생산 공장인 중국을 대체할 수 있는 투자적격지로 각광받고 있으며, 특히 각 기업들의 차이나 리스크에 대한 회피 노력의 일환으로 베트남 진출에 대한 관심이 높아지고 있다. 베트남의 투자환경은 중장기적 관점에서 매우 유리한 입장으로 베트남의 투자비용이 중국, 아세안, 인도에 비해서 낮은 편이며, 특히 중국에 비해 더욱 그러하다. 또한 7% 이상의 높은 경제 성장을 지속하고 있어 미래의 유망 시장으로 부상하고 있다. 2006년 JETRO가 아시아지역의 일본계 제조업체들을 대상으로 조사한 결과에 따르면 베트남에서의 생산비용이 가장 저렴한 것으로 나타났으며, 이와 같은 생산비용에서의 경쟁우위가 최근 중국의 일본기업들이 베트남으로 이전하는 주요 원인으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 베트남은 생산시설을 이전할 의향을 가지고 있는 일본계 기업들 대상의 투자 선호도 조사에서 아세안 6개국 중 투자대상국으로 5위를 기록했는데, 이는 저렴한 생산비용이 투자의 주요한 고려 요소이기는 하지만 그 외 베트남 정부기관이나 서비스 기업들의 경영활동 지원 서비스의 질이 낮은 상태이기 때문으로 응답하였다. 투자환경의 개선과 동시에 관련법과 규정의 투명하고 일관된 적용이 절실한 상황이며, 사회간접자본과 각종 부품 등 다른 산업으로의 파급효과가 큰 기반 산업의 낮은 수준이 베트남으로의 투자에 큰 걸림돌로 작용하고 있는 것이다.

베트남의 투자환경 장·단점에 관한 분석에서는 장점으로 정치·사회적 안정성을 비롯한 상대적으로 낮은 생산비용, 노동관리 및 환율의 변동성 등으로 제시할 수 있으나, 연구 및 기술자, 사회간접자본, 기반 산업

부문에 있어서는 비교 대상 7개국에 비해 베트남이 다소 취약한 것으로 나타났다. 특히 기반산업은 중국뿐만 아니라 다른 아세안 국가보다도 열악하며, 통관절차와 지적재산권 보호부문으로 중국에 비해 7포인트 정도 열세한 것으로 나타났다. JETRO 조사결과에 따르면 주요 6개 산업 중 4개 산업(전기전자부품, 전기전자장비, 운송기기, 플라스틱 산업)에서 태국과 베트남이 인기 국가로 선정되었으며, 베트남은 특히 전기전자장비 부문에서 1위, 운송기기 및 플라스틱 산업에서 2위를 차지하였다. 하지만 최근 베트남 노동자의 파업으로 인해 2004년 일반 노동자의 평균 월급은 120달러에서 2005년 135달러로 증가하였으며, 2006년 2월 외국인기업의 최저임금 인상 및 베트남 기업에 대한 최저임금도 10월부터 인상되는 등 향후 노동비용에서의 경쟁력이 낮아질 것이라는 전망이다.

<표 Ⅳ-77> 투자 여건 비교표

| 비교항목 | 아세안/인도 | 베트남 |
|---|---|---|
| 정치사회적 안정성 | +48.0 | +73.8 |
| 노동관리 | +31.3 | +48.3 |
| 환율변동성 | -3.4 | +28.1 |
| 종업원의 의사소통 능력 | +43.6 | +20.3 |
| 조세 제도 | +28.8 | +7.0 |
| 투자규정의 투명성 | +37.6 | +6.9 |
| 지적재산권 보호 | +23.9 | -6.9 |
| 통관 절차 | +29.9 | -7.0 |
| 연구 및 기술인력 수준 | -10.1 | -20.7 |
| 사회간접자본 | +1.8 | -74.6 |
| 기반 산업 | -31.1 | -85.2 |

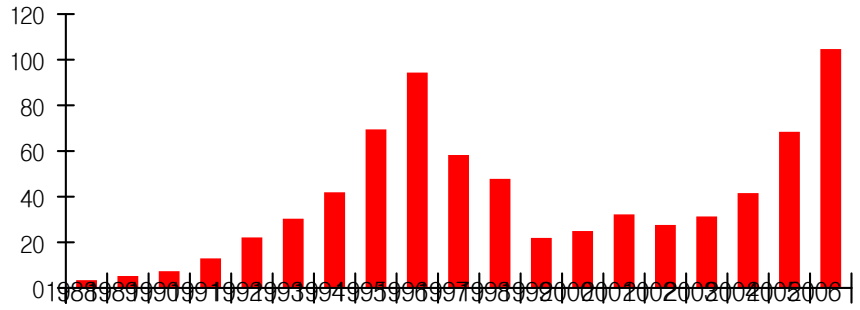
주 : 중국과 비교하여 우위일 경우 +, 열위일 경우 -로 표시.
자료 : JETRO, 아세안 6개국 투자환경보고서, 2006.

외국인 투자유치가 시작된 1988년 이후 2006년 말 현재까지 누적 투자승인 총액은 607.3억 달러(총 6,813건)의 외국인 직접 투자가 이루어

졌으며, 2006년도에는 투자승인액 기준으로 104.6억 달러의 외국인 투자를 유치한 바, 이는 목표액인 65억불을 훨씬 초과하고 전년(68.4억 달러)과 대비해서도 53% 증가한 액수로 베트남이 외국인 투자법을 제정하여 투자를 유치한 이래 역대 최대 규모이다. 104.6억 달러 중 신규투자가 81억 달러(833건)이며, 기존투자 증액이 23.6억 달러(486건)이다.

<그림 Ⅳ-18> 외국인 총투자액

(단위 : 억 달러)




자료 : 베트남 통계청/계획투자부(Ministry of Planning and Investment)

한편, 2006년도에 실제로 집행된 외국인투자액은 41억 달러로 집행액 규모면에서도 역대 최대 규모이며, 2006년 말까지 누적 총집행액은 287.83억 달러, 승인액 대비 47.4%에 달하는 것으로 조사되었다. 투자국별로는 한국이 28.4억 달러로 1위를 차지하였으며, 이어 2위는 홍콩(11.42억 달러), 3위는 일본(9.96억 달러), 4위는 미국(7.69억 달러)이 차지하였다. 누적규모로는 대만(81.12억 달러), 싱가포르(80.76억 달러), 한국(80.59억 달러), 일본(73.98억 달러), 홍콩(52.79억 달러)순이며, 투자 상위 5개국의 프로젝트별 평균 투자금액을 보면 싱가포르가 평균 1,786만 달러가 투자되어 단위 투자액이 가장 높았으며, 다음으로 홍콩(1,407만 달러), 일본(1,006만 달러), 미국(689만 달러), 한국(617만 달러), 대만(523만 달러) 순으로 나타났다. 이처럼 싱가포르와 일본의 프로젝트 단

위별 투자금액이 높은 이유는 싱가포르의 경우 호텔, 공단 개발 등 부동산 개발관련 투자가 많고 일본은 자동차, 전기 전자 등 자본집약적 제조부문 투자가 높은 것에 반해, 한국과 대만의 경우에는 섬유, 신발 등 경공업 위주의 제조업 분야의 투자가 주종을 이루고 있기 때문이다.

<표 Ⅳ-78> 대 베트남 10대 투자국

(단위 : 백만 달러)

| 순 위 | 국 명 | 총 투자액 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 건 수 | 투가허가액 | 실투자액 |
| 1 | 대 만 | 1,550 | 8,112 | 2,972 |
| 2 | 싱가포르 | 452 | 8,076 | 3,681 |
| 3 | 한 국 | 1,263 | 7,799 | 2,606 |
| 4 | 일 본 | 735 | 7,398 | 4,823 |
| 5 | 홍 콩 | 375 | 5,279 | 2,132 |
| 6 | 버진 아일랜드 | 275 | 3,225 | 1,366 |
| 7 | 네덜란드 | 74 | 2,365 | 2,029 |
| 8 | 프랑스 | 178 | 2,197 | 1,128 |
| 9 | 미국 | 306 | 2,111 | 657 |
| 10 | 말레이시아 | 201 | 1,648 | 995 |
| | 기타 | 1,404 | 12,263 | 6,394 |
| | 계 | 6,813 | 60,473 | 28,783 |

자료 : 베트남 계획투자부(Ministry of Planning and Investment).

나) 지역별 투자 현황

투자지역의 올바른 선정은 사업의 성패와 직결될 정도로 아주 중요한 문제이다. 고성장에도 불구하고 아직까지 구매력이 미흡한 내수시장을 겨냥한 투자보다는 노동집약형 분야의 가공수출 방식 투자가 주류를 이루는 베트남 투자에서 사업채산성 유지를 위해 투자비용을 최소화할 수 있고 유리한 투자혜택을 확보할 수 있는 지역의 발굴이 필수적이다. 현지의 일반적인 진출조건을 모르는 상태에서 개별적으로 진출지역을 물색하는 것은 남들보다 불리한 조건으로 투자입지를 선정하는 결과를 초래할 수도 있다. 따라서 투자 유망지역과 임차료 수준에 대한 풍부한

정보를 축적하고 있으며, 지방정부 투자부서와 인적관계가 구축되어야 할 것이다. 한국기업의 투자는 지금까지 북부(약 200개 기업이 투자)보다는 남부(약 350개 기업) 베트남에 더 많은 투자를 하였다. 호치민을 중심으로 한 남부지역은 과거 자본주의 체제하에 있었기 때문에 북부보다 인프라가 잘 정비되었고 경제적 기반도 상대적으로 양호하며 사회 분위기도 개방적이기 때문이다.

<표 Ⅳ-79> 투자지역으로서 남부와 북부의 비교

| | 장점 | 단점 |
|---|---|---|
| 남부<br>(호치민 중심) | -인프라 기반<br>(호치민, 동나이 등)<br>-자본주의적 비지니스 관행<br>-연관산업의 발달<br>(특히 섬유나 신발 등) | -인건비 상승추세<br>(호치민 인근)<br>-노사분규의 빈번한 발생<br>-높은 토지임차료 수준<br>(호치민, 동나이 등)<br>-인력 확보 애로<br>(호치민 인근) |
| 북부<br>(하노이 중심) | -저렴한 토지임차료<br>-노사분규 발생률 미미<br>-근로자세 양호<br>(인내심, 조직 적응력)<br>-인력확보 용이 | -인프라 정비 미흡<br>-내수시장의 규모 제한<br>-연관산업 발달 미비 |

지역별 투자동향을 살펴보면 2005년 말 현재 호치민시가 122억 달러(1,869건)로 가장 많은 투자를 유치하였으며, 하노이 93억 달러(654건), 동나이 85억 달러(700건), 빈증 50억 달러(1,083건) 등의 순으로 조사되었다. 또한 전체 투자의 64.3%가 남부지역에 투자되었는데, 최근에는 북부지방도 향상된 인프라, 저렴한 노동력 덕분으로 투자가 증가하고 있는 추세이다. 2005년 한 해만 볼 때, 남부 55.8%, 북부 43.7%로 두 지역 간의 격차가 줄었다. 2005년 지역별 투자는 12억 8,000만 달러(113건)를 유치한 하노이가 최대 투자지였으며, 원유개발과 관련 바리아붕따우 지역은 7억 2,240억 달러(14건), 동나이 4억 3,070만 달러(91건) 등의 순으로 나와있다. 노동집약적 투자는 최근 빈증이나 동나이와 같은

호치민 근교의 위성 산업도시에 집중되고 있으며, 호치민과 하노이에는 인건비, 토지 값 상승 등으로 기술 집약적 투자 및 서비스투자가 주를 이루고 있다.

<표 Ⅳ-80> 주요 지역별 외국인투자 동향

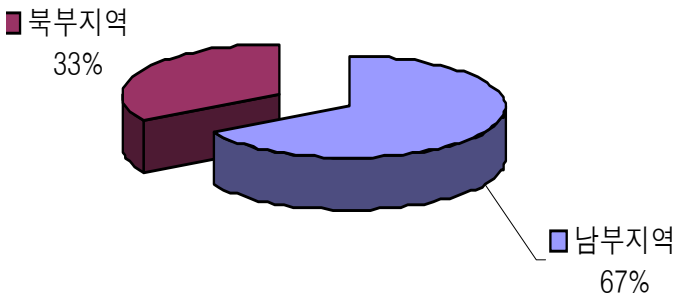
(단위 : 백만 달러)

| 지역 | 누계(1988~2005) | | | 2005 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 건수 | 투자금액 | 실행금액 | 건수 | 투자금액 |
| **북부지역** | | | | | |
| Hanoi | 654 | 9,320 | 3,402 | 113 | 1,280 |
| Hai Phong | 185 | 2,035 | 1,228 | 23 | 203 |
| Vinh Phuc | 95 | 774 | 414 | 26 | 99 |
| Hai Duong | 77 | 720 | 375 | 11 | 86 |
| 기타 | | | | | |
| 소계 | 1,491 | 1,6324 | 7,112 | 246 | 1,867 |
| **남부지역** | | | | | |
| Hochiminh City | 1,869 | 12,240 | 6,056 | 281 | 430 |
| Dong Nai | 700 | 8,495 | 3,842 | 91 | 431 |
| Binh Duong | 1,083 | 5,032 | 1,862 | 168 | 392 |
| Ba Ria-Vung Tau | 120 | 2896 | 1254 | 14 | 722 |
| 소계 | 4,512 | 32,802 | 15,332 | 675 | 2,381 |
| 해안지역 | 27 | 1,891 | 5,542 | 1 | 20 |
| 합계 | 6,030 | 51,018 | 27,986 | 922 | 4,268 |

자료 : 베트남 계획투자부(Ministry of Planning and Investment)

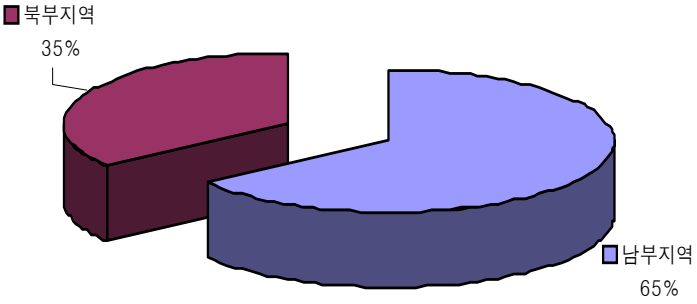
2006년도 대 베트남 외국인 투자는 투자승인 금액기준으로 남부지역이 52.3억 달러로 67%를 차지, 북부지역이 26.1억 달러로 33%를 차지하였다. 이는 2005년도 외국인 투자가 북부지역 위주로 투자된 것과는 대비되며, 투자건수에 있어서도 총 833건 중 65%에 달하는 541건이 남부지역에, 299건(35%)이 북부지역에 투자된 것으로 나타났다.

<그림 Ⅳ-19> 2006년 베트남 지역별 외국인투자비중




주 : 외국인 투자 금액 기준.

<그림 Ⅳ-20> 2006년 베트남 지역별 외국인투자 비중




주 : 외국인 투자 건수 기준.

다) 한국의 대 베트남 투자 현황

한국의 베트남에 대한 산업별 투자 건수를 살펴보면, 경공업이 총 608건, 2006년 실적으로는 47건으로 가장 많은 투자가 이뤄졌으며, 중공업이 22건, 건설 11건, 기타서비스 9건, 식품산업이 6건 등의 순으로 나타났다. 반면, 금융 및 은행산업에 있어서는 현재까지 총 6건의 투자가 이뤄졌으나 2006년에는 투자 실적이 없었던 것으로 나타났다. 투자 자본에 있어서는 지금까지 경공업 및 중공업 중심의 비중이 높았으나, 2006년에는 신도시개발 산업과 관련하여 투자가 가장 많이 이뤄진 것

으로 나타났다.

<표 Ⅳ-81> 산업별 투자 건수 및 자본(누적치 및 2006년)

(단위 : 건, 백만 달러)

| | 분 야 | 건수 | | 투자자본 | | 실행자본 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 경공업 | 608 | 47 | 2,255 | 87 | 706 | 0.4 |
| 2 | 중공업 | 268 | 22 | 1,438 | 29 | 1,014 | 0 |
| 3 | 아파트, 사무실건설 | 11 | 1 | 525 | 10 | 180 | 0 |
| 4 | 신도시 개발 | 1 | 1 | 314 | 314 | 0 | 0 |
| 5 | 교통, 통신 | 33 | 2 | 275 | 3.5 | 101 | 0 |
| 6 | 문화, 보건, 교육 | 32 | 2 | 265 | 5.7 | 24 | 0 |
| 7 | 공단건설 | 2 | 0 | 157 | 0 | 26 | 0 |
| 8 | 건설 | 49 | 11 | 126 | 20 | 41 | 0 |
| 9 | 식품산업 | 28 | 6 | 105 | 4.7 | 25 | 0 |
| 10 | 농림업 | 56 | 3 | 105 | 3.2 | 34 | 0 |
| 11 | 석유가스 | 1 | 0 | 84 | 0 | 178 | 0 |
| 12 | 금융, 은행 | 6 | 0 | 80 | 0 | 63 | 0 |
| 13 | 호텔, 관광 | 14 | 0 | 73 | 0 | 1 | 0 |
| 14 | 기타서비스 | 47 | 9 | 40 | 12 | 3 | 0.5 |
| 15 | 수산업 | 18 | 0 | 25 | 0 | 12 | 0 |
| | 총계 | 1,174 | 104 | 5,867 | 489 | 2,408 | 0.9 |

주 : 점선 뒤의 수치는 2006년도 실적임.
자료 : 베트남 계획투자부(Ministry of Planning and Investment).

한국수출입은행 조사에 따르면, 2006년도 투자승인액 규모별 사업내역을 살펴보면, 한국 Posco 기업의 냉연 강판 사업투자와 관련 투자승인액이 11.26억 달러로 가장 높은 것으로 나타났으며, 미국의 Intel사의 컴퓨터칩 사업이 10억 달러, 대만의 Tycoons사의 강판 사업이 5.56억 달러 등의 순으로 나타났다. 그 외 한국의 T.H.T 개발이 Tay Ho Tay 신도시 사업과 관련하여 3.14억 달러, 두산중공업의 플랜트 산업이 2.6

억 달러, (주)An Khanh 신도시 개발이 북앙카잉 신도시 개발과 관련 2.12억 달러, 부영건설의 모라오 신도시 개발이 1.71억 달러를 기록해 베트남의 10대 투자승인 사업에 포함된 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-82> 투자승인액 규모별 2006년도 10대 사업

(단위 : 억 달러)

| 순위 | 투자회사 | 투자국 | 투자 승인액 | 사업 내용 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Posco | 한국 | 11.26 | 냉연 강판 |
| 2 | Intel | 미국 | 10 | 컴퓨터칩 |
| 3 | Tycoons | 대만 | 5.56 | 강판 |
| 4 | T.H.T 개발 | 한국 | 3.14 | Tay Ho Tay 신도시 |
| 5 | Winvest 투자그룹 | 미국 | 3 | 바리아붕타우 리조트 |
| 6 | Meiko 전자 | 일본 | 3 | 전자제품 |
| 7 | 두산중공업 | 한국 | 2.6 | 플랜트 |
| 8 | (주)사이공 중앙 컨테이너 항구개발 | 영-베 합작 | 2.49 | 컨테이너 항만 |
| 9 | (주)An Khanh 신도시 개발 | 한국 | 2.12 | 북앙카잉 신도시 |
| 10 | 부영 건설 | 한국 | 1.71 | 모라오 신도시 |

자료 : 한국수출입은행.

## 다. 금융 및 보험산업 동향

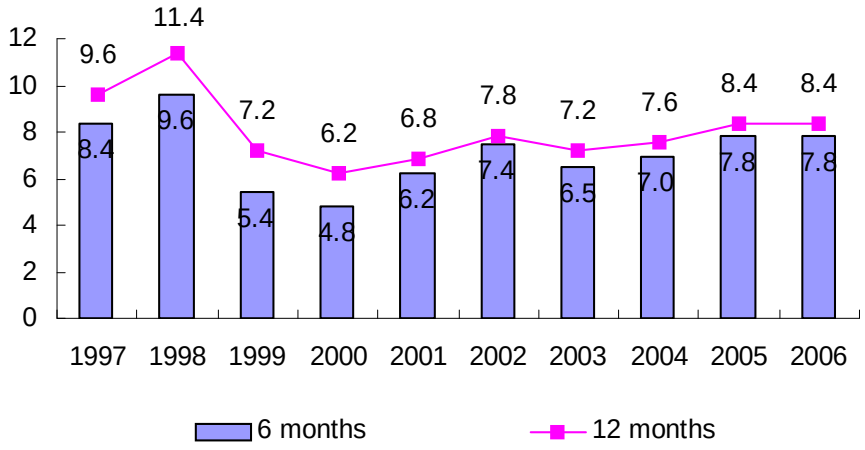
### 1) 금융시장 동향

고도 경제성장 지속과 외국인 직접투자 유입 확대로 세계가 주목하고 있는 베트남 경제는 2006년 GDP성장률이 8.2%를 기록함으로써 최근 10년간 연평균 7%가 넘는 경제성장률을 보였으며, 외국인투자는 100억 달러를 상회, 1인당 GDP도 2006년 720달러에서 2007년 820달러, 2008년에는 1,000달러에 이를 것이라는 낙관적인 시각이 대세이다.

이런 경제발전에 따른 금융환경 변화가 건전한 금융시장으로 이어지기 위해서는 시장경제체제의 발전이 필수적이며, 사회주의체제에서 시장경제체제로 전환하고 있는 베트남의 경우 기업이 필요로 하는 운용자금 및 투자자본의 조달창구로써 금융의 역할이 더욱 중요하게 부각되고 있다. 특히 보험산업에 있어서는 지난 2001년 10월 12일 베트남이 미국과 무역협정에 합의함에 따라 2006년 10월 12일까지 미국계 보험회사들에 대한 베트남 내 경영규제가 철폐되었고, 이로써 미국과 무역협정이 체결된 이후 지난 6년 동안 베트남 보험회사들은 신상품 개발, 우수인력 확보, 보급망 확대 등을 통한 경쟁력 강화에 따라 어느 정도 성과도 이룩했다는 평가이다. 이런 급변하는 베트남의 경제상황에서 금융개혁이 수반되지 않는 경제발전의 지속을 기대하기는 어려운 실정이며, 이에 베트남 금융시장의 주축인 은행, 증권, 보험 등의 부문별 현황과 최근 동향을 살펴보고자 한다.

베트남의 중앙은행은 2005년 12월 기준 예금이자율을 7.8%에서 8.25%로 인상한 이래 이자율 안정을 위해 기준 이자율을 2006년도에는 8.25%에서 동결시킨 바 있다. 그러나 시중은행들은 경쟁적으로 이자율을 인상시켜 2006년도 말 시중은행 예금 이자율은 9%대로 인상되었으며, 대출금리도 함께 인상되어 기업들의 부담이 증가하는 한편, 은행들의 무분별한 기업대출이 문제로 지적되었다. 달러대비 환율에 있어서는 전년대비 0.9% 상승함으로써 안정적인 환율관리가 이루어지고 있다는 분석이다.

<그림 Ⅳ-21> 베트남 이자율




자료 : Asian Development Bank (ADB) - Key Indicators 2007 (www.adb.org/statistics)

베트남의 증권시장은 1990년대 후반부터 정비가 시작되었으며, 1996년에 증권시장에 대한 관리기구로서 국가증권위원회(SSC)가 설립되었고, 2000년 호치민 증권거래소, 2005년 하노이 증권거래소가 각각 설립되었다. 지난 2000년 호치민 증권거래소 설립 당시 상장기업의 거래규모는 일일 약 18,000달러에 불과하였으나, 2006년 말 기준으로 시가총액은 약 138억 달러에 달하는 것으로 나타났다. 베트남의 증권시장은 2000년 초기 단기 과열현상을 보이기도 했으나, 2001년부터 2005년 10월까지 1일 거래량이 5,000달러에 불과해 자본시장으로서의 기능을 상실하기도 했었다. 그러나 2005년 말부터 주식시장 활성화 종합방안이 제시되고 증권 관련 법령이 정비되는 등 정부의 증시부양 노력으로 2006년 상반기 베트남의 주가지수는 수직상승하게 되었다. 이후 베트남의 WTO 가입이 가시화되고 베트남 정부가 우량 국영기업의 민영화 추진이 더해지면서 전체 거래금액 중 외국인 투자비중이 18%의 증가추세를 나타내고 있어 향후 시장전망을 밝게 하고 있다.

<그림 Ⅳ-22> 베트남의 주가지수 추이

자료 : www.vcbs.com.vn / 2000. 7. 28 VN Index = 100

베트남의 채권시장은 아직 초기단계를 벗어나지 못하고 있으며, 이는 시장원리에 따른 금융거래 관행이 아직 정착되지 못한 것이라 할 수 있다. 뿐만 아니라, 국채금리가 여전히 정부 규제를 받고 있어 발행 및 유통 채권에 대한 시가평가제도가 아직 도입되어 있지 않기 때문이다. 이에 베트남 정부는 채권시장 육성을 위해 제도적인 정비를 꾀하고 있으며, 호치민 증권거래센터에서는 채권거래에 대해서 사실상 점두거래를 인정하는 채권거래 활성화를 추진하고 있다.

베트남의 외환시장 현황을 살펴보면 1999년 2월 이후 점진적 변동환율제도(crawling peg system)[9]를 도입, 자국 통화의 급격한 평가절하에 따른 경제 불안정을 최소화함으로써 외국인투자를 유치하는 한편, 점진적인 평가절하를 통한 대외경쟁력 유지 및 수출 증대에 노력해 왔다. 이는 1997~98년 중 베트남 동화의 달러환율이 극심한 불안정을 보인데 따른 정책의 변화라 할 수 있다. 환율구조를 보면 베트남 동화환율은 매일 고시하는 중앙은행의 시장평균환율, 중앙은행 대고객환율[10] 및 거리에서

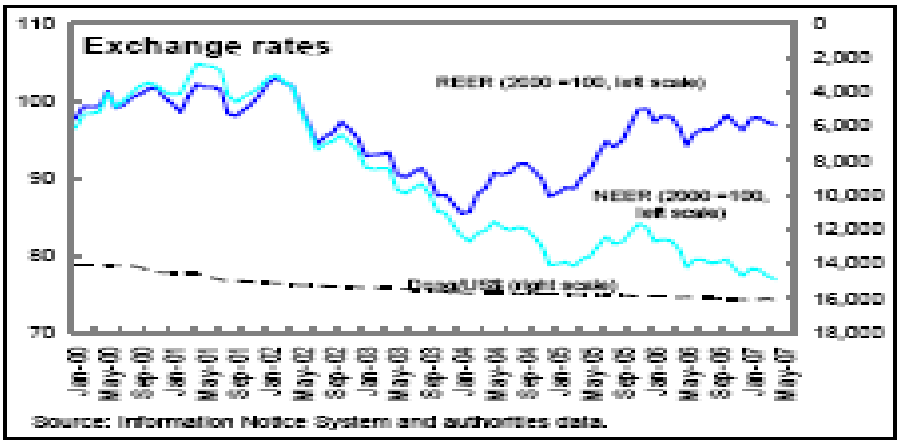
9) 하루 최대 환율 변동폭을 전날 은행 간 거래환율의 일정 범위에서만 인정하는 제도.

10) 대고객환율은 현찰매입률, 전신환매입률, 매도율의 세 가지로 구분.

거래되는 비공식 시장환율 등이 있으며, 베트남 중앙은행은 전일 은행 간 매매율의 평균치를 당일 기준 환율로 고시하고, 개별은행들은 이에 상하 0.25% 이내에서 대고객 및 은행 간 매매율을 정하도록 되어 있다.

<그림 Ⅳ-23> 베트남 동화의 대미 달러 환율 추이

(단위 : Dong/US dollar)




자료 : IMF Country Report No. 07-387, 2007. 12.

2) 보험시장 동향

베트남 보험산업의 역사와 관련해서는 과거 보험업무는 국영기업인 BaoViet사가 독점적으로 운영해 왔으며, 이후 1994년 재보험회사인 VINARE사의 설립, BaoViet사의 지방 지점의 독립으로 인한 업계 재편, 여타 업종의 보험업계 진출 등으로 보험부분이 확대되는 움직임을 나타내었다. 이후 생명보험과 손해보험이 분리되어 보험부문에 대한 외국인 투자기업의 진입이 가능하게 되었으며, 이에 따라 동경해상(49%)과 BaoViet(51%)사가 합작한 베트남 국제보험사(VIA)와 베트남연합보험사(UIC) 등이 설립되었다. 2000년 12월에는 국회에서 생명보험과 손해보험의 업무범위 및 대리점 등의 규정을 포함한 보험업법이 통과되었으며, 국영보험회사의 민영화를 추진하기 위해 베트남 정부는 2005년 9월

Bao Viet사의 주식화 계획을 승인하게 되었다. 최근 베트남의 WTO 가입에 따라 보험시장은 2008년 1월 1일부터 전면 개방됨에 따라 외국계 보험회사들은 베트남의 현지법인들과 동등하게 서비스를 개시할 수 있게 되었으며, 이로써 외국계 보험회사들에 비해 자본 및 경험에 열세에 놓인 국영보험회사들은 외국계 보험회사들과의 경쟁이 불가피한 현실이다. 따라서 Bao Viet, Bao Minh, Vinare, PVI 같은 베트남 국영 보험회사들이 베트남 보험시장 개방에 앞서 경쟁력 강화를 위해 주식회사로의 전환과 외국계 보험회사들과의 전략적 제휴 체결 등에 따라 글로벌 투자가 급증하여 베트남은 신흥시장으로 재 부각되고 있다.

### 3) 베트남의 보험 지표 동향

베트남의 2006년 보험산업은 3차례의 치명적인 자연재해(폭풍)에도 불구하고 전체수익이 2005년 대비 약 10%의 성장한 18,000bill VND을 기록하여 견조한 성장세를 기록하였다. 이 중 손해보험의 수입보험료는 7,000bill VND이며, 생명보험 부문은 8,300bill VND, 투자 활동과 관련 2,700bill VND을 시현하였다. 이는 한국의 보험시장과 비교하면 약 1%의 보험료 수준에 불과한 것이다. 베트남의 인구 8,400만 명 대비 보험가입률은 10%에도 미치지 못하는 700만 명 정도로 추산되며, 특히 인구의 60%가 30세 미만으로 향후 5년간 보험가입자가 2,000만~2,500만 명에 이를 것이라는 전망에 따라 잠재적인 수요가 엄청난 신흥시장으로 인식할 수도 있다. 아직까지는 베트남에서 생명보험이란 단어는 생소한 것으로 인식되고 있지만, 8400만 인구에 8%대의 고속 경제성장을 볼 때 시장잠재력은 매우 크다고 할 수 있다.

<표 Ⅳ-83> 보험시장 규모 비교

| 구분 | 베트남 수입보험료(2006) | 한국 수입보험료(2006) | 한국 대비 베트남 보험시장 규모 |
|---|---|---|---|
| 생보 | $518(백만 달러) -> 4,732.96억 원 | 66조 4,549억 원 | 0.57% |
| 손보 | $419(백만 달러) -> 3,828.40억 원 | 29조 5,829억 원 | 1.6% |
| 전체 | $937(백만 달러) -> 8,561.3 억 원 | 96조 378억 원 | 0.9% |

주 : 환율은 1$ ≒ 16,000동 ≒ 920원.

베트남의 보험시장 소유 구조를 살펴보면, 생명보험의 경우 외국계 투자법인을 중심으로 Prudential Life, Manulife, AIA, Bao Viet 등이 있으며, 손해보험은 외자법인 보다는 국영기업이나 합자(Joint Stock) 및 합작회사(Joint Venture)의 형태로 진출한 것으로 나타났다. 베트남의 대표적인 손해보험회사로는 Bao Viet, Bao Minh, PJICO, PVIC 등이 있다.

<표 Ⅳ-84> 베트남의 보험시장 소유 구조 (2005)

| 구 분 | 국유기업 | 합자기업 (Joint Stock) | 합작기업 (Joint Venture) | 외자기업 (100%) | 합 계 |
|---|---|---|---|---|---|
| 생명보험 | 1 | - | 1 | 6 | 8 |
| 손해보험 | 3 | 6 | 4 | 2 | 15 |
| 재보험 | 1 | - | - | - | 1 |
| 브로커 | - | 4 | - | 3 | 7 |
| 합 계 | 5 | 10 | 5 | 11 | 31 |

자료 : 베트남 계획투자부(Ministry of Planning and Investment) • UNDP, 2006. 5.

베트남의 최근 보험시장을 보험료 수입을 기준으로 규모를 살펴보면, 2006년 전체보험시장은 937백만 달러를 기록하면서 2000년 대비 471%의 높은 성장을 보였으며, 규모 순위에 있어서도 84위에서 59위를 차지하였다. 생명보험의 수입보험료는 518백만 달러를 기록, 2000년 37백만 달러에 비해 14배 성장하였으며, 손해보험의 수입보험료도 3.3배 성장

한 419백만 달러를 기록하였다. 이는 2000년 이후 미국과의 자유무역협정을 통해 외국계 생보사들의 판매 활성화 전략으로 생명보험 시장이 손해보험 시장에 비해 급속한 성장세를 실현하였음을 알 수 있다. 그러나 최근 베트남의 보험시장은 손해보험을 중심으로 성장하였으며, 생명보험의 수입보험료는 다소 보합세를 보이고 있는 추세이다. 전 세계 보험시장에서의 베트남 보험산업의 비중을 살펴보면, 비중이 매우 미흡한 수준으로 시장점유율이 0.03%에 머무르고 있으나, 2000년 대비 0.02%p 상승한 것으로 나타났다.

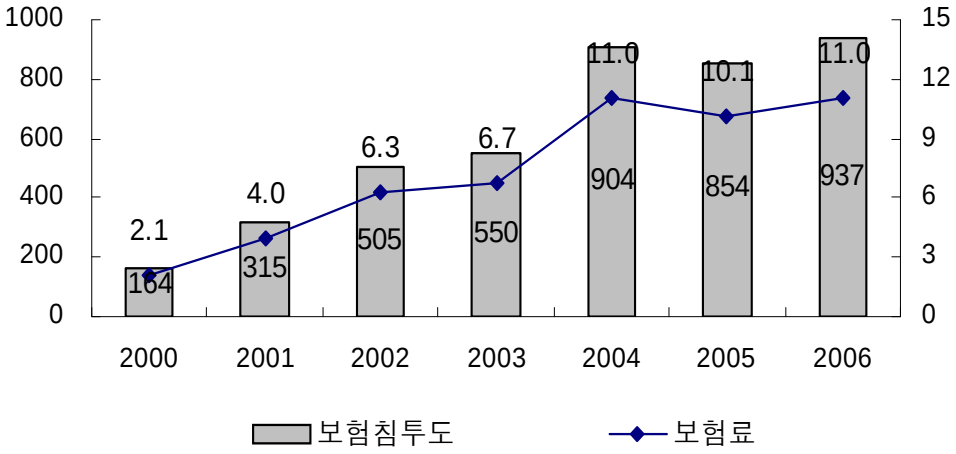
<표 Ⅳ-85> 베트남의 시장 점유율 및 규모 순위

| | 보험료 | | | 명목 성장률 | 보험밀도 ($) | 보험침투도 (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | US백만 달러 기준 | 규모 순위 | 시장 점유율 | | | |
| 2000 | 164(37:127) | 84 | 0.01 | 10.2 | 2.1(0.5:1.6) | 0.53(0.12:0.41) |
| 2001 | 315(169:146) | 66 | 0.01 | 45.3 | 4.0(2.1:1.8) | 0.96(0.52:0.45) |
| 2002 | 505(304:201) | 58 | 0.02 | 51.4 | 6.3(3.8:2.5) | 1.45(0.87:0.57) |
| 2003 | 550(331:218) | 58 | 0.02 | 8.9 | 6.7(4.1:2.7) | 1.45(0.87:0.57) |
| 2004 | 904(601:302) | 55 | 0.03 | 34.2 | 11.0(7.3:3.7) | 2.02(1.35:0.68) |
| 2005 | 854(511:343) | 57 | 0.02 | 8.5 | 10.1(6.1:4.1) | 1.62(0.97:0.65) |
| 2006 | 937(518:419) | 59 | 0.03 | 9.14 | 11.0(6.1:4.9) | 1.5(0.9:0.7) |

주 : ( ) 안은 각각 생보와 손보를 표시한 것임.
자료 : Swiss Re(2000~2006).

<그림 Ⅳ-24> 베트남의 보험침투도 및 보험료 성장 추이

(단위 : 달러, %)




주 : 보험료 단위 US dollar 기준임.
자료 : 계획투자부(Ministry of Planning and Investment)·UNDP, 2006. 5.

가) 생명보험

베트남의 생명보험시장은 2001~2004년 동안 연평균 67%에 이르는 급성장을 기록했으나, 2005~2006년은 주식시장과 부동산시장 등으로 유동자금이 몰리면서 성장률이 다소 감소하였다. 또한 2007년 초 New York Life가 베트남에서 사업을 철수하면서 베트남 시장이 포화상태가 아니냐는 일각의 우려가 있었으나 여전히 대다수의 보험전문가들은 베트남 시장상황에 대해 매우 낙관적인 견해를 보이고 있다. 베트남 보험협회의 자료에 의하면, 2006년 베트남 생명보험 시장에서 전년대비 5% 성장한 5억 2500만 달러 규모이며, 회사별 매출액은 외국계 투자법인인 Prudential 생명이 2억 1400만 달러로 40.8%를 차지하면서 베트남 생명보험시장의 최대 비중을 나타냈으며, 뒤를 이어 베트남 국영기업인 Bao Viet 생명이 1억 9100만 달러를 기록, 36.4%를 차지한 것으로 조사되었다.

<표 Ⅳ-86> 2006년도 베트남 생명보험시장

| 회사명 | 매출액 (10억 VND) | 매출액 (US$ 백만) | 회사 형태 |
|---|---|---|---|
| Prudential | 3,472 | 214 | 100% 외투법인 |
| Bao Viet Life | 3,097 | 191 | 베트남 국영회사 |
| Manulife | 897 | 55 | 100% 외투법인 |
| AIA | 519 | 32 | 100% 외투법인 |
| Dai-ichi Life | 369 | 23 | 100% 외투법인 |
| Ace Life | 52 | 3 | 100% 외투법인 |
| Prevoir | 17 | 1 | 100% 외투법인 |
| 합 계 | 8,500 | 525 | |

주 : 1) 상기 7개사 외 합작사인 Vietcombank-Cardif Life가 있어, 총 8개사가 영업 중이며, 기준 환율은 US$ 1=VND 16,191임.
2) 환율기준 차이에 따라 Swiss Re 통계치와 차이가 있음.
자료 : Association of Vietnamese Insurers.

<표 Ⅳ-87> 주요 상품별 수입보험료 현황

(단위 : 백만 VND, %)

| 구분 | 상품 | 수입보험료 | | | 성장률 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2007년 상반기 | | 2006년 상반기 | |
| | | | 비중 | | |
| 개인 | 정기(Term) | 36,490.04 | 0.82 | 36,781.33 | -0.79 |
| | 생존 (Pure Endowment) | 5,331.00 | 0.12 | 5,491.00 | -2.91 |
| | 종신(Whole Life) | 121,579.64 | 2.75 | 65,214.21 | 86.43 |
| | 양로보험 (Endowment) | 3,937,358.21 | 88.95 | 3,753,382.42 | 4.90 |
| | 연금(Annuity) | 184,972.75 | 4.18 | 92,585.63 | 99.79 |
| | 소 계 | 4,285,731.64 | 96.82 | 3,953,454.59 | 8.41 |
| 일시납 | 정기(Term) | 2.0 | - | - | - |
| 단체보험 | 정기(Term) | 1,115.36 | 0.03 | 954.71 | 16.83 |
| 합 계 | | 4,286,849.00 | 96.85 | 3,954,409.30 | 8.41 |
| 기타 | 개인 | 139,456.22 | 3.15 | 118,535.15 | 17.65 |
| | 단체 | 309.00 | 0.01 | 94.00 | 228.72 |
| 총 계 | | 4,426,305.22 | 100.0 | 4,072,944.45 | 8.68 |

자료 : Association of Vietnamese Insurers, *T□NG QUAN TH□TR□□NG B□O HI□M VI□T NAM 06 TH□NG □U N M 2007.*

베트남의 생명보험회사의 자산 현황을 살펴보면 2006년 전체 생명보험회사의 자산은 30,388bill VND를 기록해 전년대비 24.3% 증가하였으며, 회사별 자산규모 순위는 외국사의 Prudential이 1위를 차지(비중 40.2%)하였고, 국영기업인 Bao Viet이 40.1%로 2위, Manulife가 11.1%로 3위를 차지한 것으로 나타났다. 2006년 생명보험회사의 자산 규모는 전년대비 ACE Life와 재보사인 VINARE사를 제외한 대부분의 생명보험회사들이 전년대비 크게 확대된 것으로 조사되었다.

<표 Ⅳ-88> 2006년 베트남 생명보험회사의 자산 현황

(단위 : 10억 VND)

| 회사명 | | 2005 | | 2006 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 총수입 보험료 | 총자산 | 총수입 보험료 | 총자산 |
| 1 | Bao Viet | 3,064 | 11,015 | 3,098 | 12,178 |
| 국내사 | | 3,064 | 11,015 | 3,098 | 12,178 |
| 2 | Dai-ichi | 287 | 487 | 370 | 713 |
| 3 | Prudential Vietnam | 3,355 | 8,940 | 3,529 | 12,201 |
| 4 | AIA | 523 | 1,324 | 522 | 1,557 |
| 5 | Manulife | 898 | 2,467 | 897 | 3,376 |
| 6 | Ace Life | 3 | 222 | 52 | 212 |
| 7 | Prevoir Vietnam Life | | | 15 | 150 |
| 외국사 | | 5,066 | 13,440 | 5,385 | 18,210 |
| 8 | VINARE | | 878 | | 875 |
| 재보사 | | | 878 | | 875 |
| 합계 | | 8,130 | 24,455 | 8,483 | 30,388 |

자료 : VIA, The Annual Report of Vietnam Insurance Market 2006.

나) 손해보험

베트남의 손해보험 시장은 1965년부터 1994년까지 약 30년 동안 국영보험회사인 Bao Viet사의 1사 체제가 지속되었으나, 1994년 베트남 정부가 경제발전을 위한 보험산업의 역할을 강조하면서 시장개방을 하게 되었다. 이에 따라 1995년 Bao Minh이라는 기업과 국영 재보험회사인

Vina Re National 보험회사가 설립되었으며, 1996년에는 Petrolimex Joint Stock Insurance Company를 비롯하여 Bao Long사, 에너지보험 전문 국영보험회사인 Petrovietnam Insurance Company 및 베트남 최초의 외국보험사와의 합작사인 Vietnam International Insurance Company가 설립되었다. 이러한 베트남 정부의 보험시장 자유화정책의 결과로 베트남의 손해보험산업은 지속적으로 성장해 왔으며, 고객서비스나 보험전문기술 등도 발전되어 왔다.

<표 Ⅳ-89> 베트남의 손해보험회사 설립 형태

| | 회사명 | 설립년도 | 설립형태 | 자본금 (10억 VND) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Bao Viet | 1964 | 국유기업 | 900 |
| 2 | Bao Minh | 1994 | 합자 | 1100 |
| 3 | Pjico | 1995 | 합자 | 140 |
| 4 | PVI | 1996 | 합자 | 150 |
| 5 | PTI | 1998 | 합자 | 105 |
| 6 | Bao Long | 1995 | 합자 | 160 |
| 7 | VASS | 2003 | 합자 | 200 |
| 8 | AAA | 2005 | 합자 | 80 |
| 9 | GIC | 2006 | 합자 | 80 |
| 10 | BIC | 2005 | 국유기업 | 100 |
| 11 | Agrinco | 2006 | 합자 | 160 |
| 12 | Bao Tin | 2006 | 합자 | 80 |
| 국내 손해보험사 : 12개사 | | | | |
| | 회사명 | 설립년도 | 설립형태 | 자본금 (백만 VND) |
| 13 | UIC | 1997 | 합작 | 6.0 |
| 14 | VIA | 1996 | 합작 | 6.2 |
| 15 | IAI | 2002 | 합작 | 6.0 |
| 16 | Samsung Vina | 2002 | 합작 | 5.0 |
| 17 | Groupama | 2001 | 외국기업 | 6.2 |
| 18 | QBE | 2005 | 외국기업 | 5.0 |
| 19 | AIG | 2005 | 외국기업 | 10.0 |
| 20 | Liberty | 2006 | 외국기업 | 10.0 |
| 21 | ACE | 2006 | 외국기업 | 20.0 |
| 외국 손해보험사 : 9개사 | | | | |

자료 : VIA, The Annual Report of Vietnam Insurance Market 2006.

2006년 회사별 수입보험료 규모에 있어서는 베트남의 국영기업인 Bao Viet가 2조 2,250억 동으로 전체 시장의 34.9%를 차지하고 있으며, 이어 Bao Minh이 21.3%, PVIC 18.1%, PJICO 10.6%, PTI가 4.3% 등의 순으로 시장점유율을 기록하였다. 반면 외국사의 경우에는 손해보험시장의 약 5.14%의 비중을 차지하고 있으며, 외국사 점유율 순으로 살펴보면 UIC 2.0%, VIA 1.4%, Samsung Vina 0.7%, IAI 0.4% 등으로 나타나 베트남의 손해보험 시장은 국내사의 비중이 외국사에 비해 월등히 높은 것으로 확인되었다.

<표 Ⅳ-90> 베트남의 손해보험 회사별 수입보험료

(단위 : 10억 VND, %)

| 회사별 | | 수입보험료 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2005 | 2006(E) | M/S | 성장률 |
| 국내사 | Bao Viet | 2,106 | 2,252 | 34.9 | 6.9 |
| | Bao Minh | 1,178 | 1,372 | 21.3 | 16.5 |
| | PJICO | 729 | 680 | 10.6 | -6.7 |
| | PVIC | 703 | 1,166 | 18.1 | 65.9 |
| | PTI | 266 | 277 | 4.3 | 4.1 |
| | Bao Long | 113 | 114 | 1.8 | 0.9 |
| | VASS | 91 | 112 | 1.7 | 23.1 |
| | AAA | 5 | 50 | 0.8 | 900.0 |
| | GIC | - | 46 | 0.7 | - |
| | BIC | 26 | 45 | 0.7 | 73.1 |
| 외국사 | UIC | 115 | 130 | 2.0 | 13.0 |
| | VIA | 72 | 90 | 1.4 | 25.0 |
| | IAI | 17 | 24 | 0.4 | 41.2 |
| | Samsung Vina | 26 | 46 | 0.7 | 76.9 |
| | Groupma | 1 | 2 | 0.03 | 100.0 |
| | QBE | 38 | 24 | 0.37 | -36.8 |
| | AIG | - | 15 | 0.23 | - |

자료 : VIA, The Annual Report of Vietnam Insurance Market 2006.

2006년 손해보험시장의 총수입보험료는 전년대비 22.2% 상승한 419백만 달러를 시현하였으며, 2005년 대비 생명보험과의 총수입보험료 격차도 25.4%p 줄어든 것으로 나타났다. 손해보험 종목별 수입보험료를 살펴보면, 재물 및 재난보험(Property & Casualty Insurance)이 전체 손해

보험 시장의 26.2%를 차지하면서 2007년 상반기 수입보험료가 1,018,791백만 동을 기록하였고, 전년 동기대비 36.29% 성장한 것으로 조사되었다. 또한 자동차보험의 수입보험료는 1,004,865백만 동을 기록하면서 베트남 손해보험 시장의 25.9%를 차지하였고, 전년동기대비 27.30%라는 높은 성장을 시현하면서 재물 및 재난보험의 뒤를 이었다. 그 외 화재, 폭발 등을 포함한 종합재물보험(Fire, Explosion and Property all risk Insurance)과 선박 및 선주상호보험(Hull and P&I Insurance)이 각각 10.8%, 10.6%의 비중을 차지하였으며, 오일 및 가스보험(Oil & Gas Insurance)이 10.5%, 건설공사보험 및 조립보험(CAR & EAR Insurance)과 사고 및 건강보험(Person accident, Health Insurance)이 각각 10.3%의 비중으로 그 뒤를 이었다. 반면, 전자기기보험과 기업휴지보험은 수입보험료가 전년대비 각각 47.37%, 15.70% 감소하여 비중이 축소되었다.

손해보험의 지급보험금 규모에 있어서는 사고 및 건강보험의 지급보험금이 24조 3,070백만 동으로 손해율 60.72%를 기록하여 일반손해보험 종목에서 가장 높은 손해율을 보였으며, 뒤를 이어 자동차보험은 46.04%, 건설공사보험 및 조립보험과 기계보험이 각각 37.99%, 31.28%의 손해율을 기록하였다. 반면, 오일 및 가스보험에서는 지급보험금이 440백만 동의 매우 낮은 수준으로 손해율이 0.11%에 불과한 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-91> 종목별 수입보험료 및 지급보험금

(단위 : 백만 VND, %)

| 종목별 | 수입보험료 | | | | 지급 보험금 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2006년 상반기 | 2007년 상반기 | 비중 | 성장률 | |
| 사고 및 건강보험 (Person accident, Health Insurance) | 327,368.00 | 400,329.00 | 10.30 | 22.29 | 243,070.00 |
| 적하운송보험 (Insurance of good transported) | 222,429.00 | 295,568.00 | 7.61 | 32.88 | 66,734.00 |
| 항공보험(Aviation Insurance) | 217,939.00 | 241,131.00 | 6.21 | 10.64 | 2,905.00 |
| 자동차보험 (Motor Vehicle Insurance) | 89,361.00 | 1,004,865.00 | 25.86 | 27.30 | 462,680.00 |
| 화재, 폭발, 종합재물보험 (Fire, Explosion and Property all risk) | 294,107.00 | 417,684.00 | 10.75 | 42.02 | 108,264.00 |
| 화재, 폭발보험 (Fire and Explosion Insurance) | 204,694.00 | 297,782.00 | 7.66 | 45.29 | 92,175.00 |
| 기업휴지보험 (Business Interruption Insurance) | 10,504.00 | 8,855.00 | 0.23 | -15.70 | 692.00 |
| 선박 및 선주상호보험 (Hull and P&I Insurance) | 362,188.00 | 412,962.00 | 10.63 | 14.02 | 108,102.00 |
| 배상책임보험 (Public liability Insurance) | 60,708.00 | 84,335.00 | 2.17 | 38.92 | 6,953.00 |
| 농작물보험 (Agricultural Insurance) | 28.00 | 208.00 | 0.01 | 642.86 | 37.00 |
| 신용 및 금융보험 (Credit & Financial Insurance) | 211.00 | 404.00 | 0.01 | 91.47 | 0.00 |
| 재물 및 재난보험 (Property & Casualty Insurance) | 747,529.00 | 1,018,791.00 | 26.22 | 36.29 | 192,735.00 |
| 건설공사보험 및 조립보험 (CAR & EAR Insurane) | 335,028.00 | 398,373.00 | 10.25 | 18.91 | 151,325.00 |
| 기계보험 (Machinary Breakdown Insurance) | 26,091.00 | 33,493.00 | 0.86 | 28.37 | 10,478.00 |
| 전가기기보험 (Electronic Equipment Insurance) | 8,039.00 | 4,231.00 | 0.11 | -47.37 | 326.00 |
| 오일 및 가스보험 (Oil&Gas Insurance) | 263,577.00 | 409,713.00 | 10.55 | 55.44 | 440.00 |
| 기타자산재난보험 (Any other Asset Mischance) | 89,143.00 | 119,902.00 | 3.09 | 34.51 | 16,089.00 |
| 기타 (Others) | 114,794.00 | 172,981.00 | 4.45 | 50.69 | 30,166.00 |
| 합 계 | 3,032,372.00 | 3,885,132.00 | 100.0 | 28.12 | 1,192,172.00 |

자료 : Association of Vietnamese Insurers, *T□NG QUAN TH□TR□□NG B□O HI□M VI□T NAM 06 TH□NG □U N M 2007.*

<표 Ⅳ-92> 종목별 손해율 추이

(단위 : 백만 VND, %)

| 종목별 | 수입보험료 | 지급보험금 | 손해율 |
|---|---|---|---|
| 사고 및 건강보험 (Person accident, Health Insurance) | 400,329.00 | 243,070.00 | 60.72 |
| 적하운송보험 (Insurance of good transported) | 295,568.00 | 66,734.00 | 22.58 |
| 항공보험(Aviation Insurance) | 241,131.00 | 2,905.00 | 1.20 |
| 자동차보험 (Motor Vehicle Insurance) | 1,004,865.00 | 462,680.00 | 46.04 |
| 화재, 폭발, 종합재물보험 (Fire, Explosion and Property all risk) | 417,684.00 | 108,264.00 | 25.92 |
| 화재, 폭발보험 (Fire and Explosion Insurance) | 297,782.00 | 92,175.00 | 30.95 |
| 기업휴지보험 (Business Interruption Insurance) | 8,855.00 | 692.00 | 7.81 |
| 선박 및 선주상호보험 (Hull and P&I Insurance) | 412,962.00 | 108,102.00 | 26.18 |
| 배상책임보험 (Public liability Insurance) | 84,335.00 | 6,953.00 | 8.24 |
| 농작물보험 (Agricultural Insurance) | 208.00 | 37.00 | 17.79 |
| 신용 및 금융보험 (Credit & Financial Insurance) | 404.00 | 0.00 | 0.00 |
| 재물 및 재난보험 (Property & Casualty Insurance) | 1,018,791.00 | 192,735.00 | 18.92 |
| 건설공사 및 조립보험 (CAR & EAR Insurance) | 398,373.00 | 151,325.00 | 37.99 |
| 기계보험 (Machinary Breakdown Insurance) | 33,493.00 | 10,478.00 | 31.28 |
| 전가기기보험 (Electronic Equipment Insurance) | 4,231.00 | 326.00 | 7.71 |
| 오일 및 가스보험 (Oil & Gas Insurance) | 409,713.00 | 440.00 | 0.11 |
| 기타자산재난보험 (Any other Asset Mischance) | 119,902.00 | 16,089.00 | 13.42 |
| 기타 (Others) | 172,981.00 | 30,166.00 | 17.44 |
| 합 계 | 3,885,132.00 | 1,192,172.00 | 30.69 |

주 : 데이터 값은 2007년 상반기 실적치임.

자료 : Association of Vietnamese Insurers, T□NG QUAN TH□TR□□NG B□O HI□M VI□T NAM 06 TH□NG □U N M 2007.

손해보험회사의 자산 현황과 관련하여서는 2006년 자산규모가 8,215bill VND을 기록하면서 전년대비 25.7% 상승한 것으로 나타났으며, 손해보험회사별 비중을 살펴보면 국영기업이 87.1%를 차지하였는데, Bao Viet이 29.0%, Bao Minh 18.4%, PVI 12.2% 등의 순으로 나타났으며, 외국사의 자산규모 합계는 1,060bill VND으로 전체 손해보험회사 자산규모의 12.9%에 달하는 것으로 나타났다. 2006년 손해보험회사의 자산규모는 외국사인 IAI(Incomebank - Asia Insurance Company)와 Groupama(Groupama Vietnam General Insurance Company Limited)를 제외한 베트남의 국영기업과 외국사 대부분의 자산규모는 크게 증가한 것으로 나타났다.

<표 Ⅳ-93> 2006년 베트남 손해보험회사의 자산 현황

(단위 : 10억 VND)

| 회사명 | | 2005 | | | 2006 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 총수입 보험료 | 지분 | 총자산 | 총수입 보험료 | 지분 | 총자산 |
| 1 | Bao Viet | 2,106 | 357 | 2,048 | 2,252 | 558 | 2,379 |
| 2 | Bao Minh | 1,178 | 511 | 1,508 | 1,372 | 493 | 1,509 |
| 3 | Pjico | 729 | 109 | 498 | 680 | 162 | 610 |
| 4 | PVI | 703 | 157 | 462 | 1,166 | 500 | 1,000 |
| 5 | PTI | 266 | 111 | 438 | 277 | 141 | 529 |
| 6 | Bao Long | 113 | 83 | 156 | 114 | 160 | 284 |
| 7 | VASS | 91 | 215 | 312 | 112 | 200 | 369 |
| 8 | AAA | 5 | 76 | 81 | 50 | 66 | 86 |
| 9 | GIC | | | | 46 | 78 | 81 |
| 10 | BIC | 26 | 71 | 115 | 45 | 205 | 307 |
| 국내사 | | 5,217 | 1,690 | 5,618 | 6,114 | 2,563 | 7,155 |
| 11 | UIC | 115 | 141 | 228 | 130 | 145 | 240 |
| 12 | VIA | 72 | 119 | 183 | 90 | 129 | 212 |
| 13 | IAI | 17 | 95 | 213 | 24 | 97 | 120 |
| 14 | Samsun Vina | 26 | 77 | 127 | 46 | 79 | 160 |
| 15 | Groupama | 1 | 74 | 78 | 2 | 65 | 69 |
| 16 | QBE | 38 | 82 | 92 | 24 | 84 | 109 |
| 17 | AIG | | | | 15 | 159 | 146 |
| 외국사 | | 269 | 588 | 920 | 331 | 757 | 1,060 |
| 합 계 | | 5,486 | 2,278 | 6,538 | 6,445 | 3,320 | 8,215 |

자료 : VIA, The Annual Report of Vietnam Insurance Market 2006.

## 라. 주요 경제정책 및 제도 동향

### 1) 보험시장 진입 관련 제도

베트남의 경우 2007년 1월부터 WTO 회원국이 됨에 따라 100% 외국지분의 보험회사 설립이 가능하며, 외국보험회사의 분점설립에도 모든 제한이 없어진 상태이다. 따라서 베트남 보험시장은 곧 외국보험회사들의 신흥시장으로써 향후 보험시장의 참여자 및 다양한 상품으로 시장이 확대일로의 길로 들어설 것으로 예상된다. 외국계기업들의 보험시장참여는 당연히 압력으로 작용할 것이고 국내보험회사들도 신흥시장 개척을 위한 보다 경쟁적인 서비스 개발에 나설 것이다. 특히 베트남의 생명보험 분야는 외국계가 장악하고 있으며, 아시아에서는 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 다음으로 외국인참여 비율이 높은 실정으로 GDP 대비 수입보험료 규모인 보험침투도(Insurance Penetration)는 다소 높아질 것으로 추정되며, 보험밀도(Insurance Density)도 빠르게 증가하고 있다.

보험업은 서비스업종으로 제조업처럼 100% 허가가 나오는 분야는 아니지만, 베트남이 WTO에 가입하면서 서비스시장 개방계획을 명기한 “Vietnam's WTO Commitments"를 발표하였다. 동 개방계획에 의하면 베트남 투자관련 부분의 경우 제한사항은 없으나 예외조항만을 제시하고 있다. 보험업의 경우 WTO 가입 2년 후부터 실질적인 시장개방이 예상되며, 은행업의 경우 WTO 가입 5년 후까지는 베트남 일반고객의 예금 유치와 관련해서 제한된다.

베트남 재무부의 보험가입자 보호 및 경쟁력 강화를 위한 보험업계 가이드라인에 따라, 손해보험회사들의 최저 법정자본금은 기존 4.3백만 달러에서 18.75백만 달러로 증가하였으며, 생명보험회사의 경우에는 8.75백만 달러에서 37.5백만 달러로 증가하였다.

<표 Ⅳ-94> 보험·은행·증권업 서비스 분야 개방현황

| 대상 분야<br>및 업종 | 시장 개방 내용<br>(상업적 주재, Commercial Presence, 모드3) |
|---|---|
| 보험 및 보험관련 서비스<br>-생명보험<br>(건강보험 제외)<br>-비 생명보험<br>-재보험<br>-보험 보조업무 서비스<br>(보험 대리점 서비스 제외) | -WTO 가입 직후부터 보험 서비스 공급을 허가 받은 베트남 파트너와의 합작 회사 설립이 허용되며, 외국인 자본 출자 비율은 법정 자본금의 50% 이내임.<br>-가입 1년 후부터 100% 외국인 투자기업이 허용될 수도 있음.<br>-100% 외국인 투자 기업은 자동차 제3자 책임보험, 건설 및 설치에 관련 보험, 석유, 가스프로젝트 보험, 공공의 안전 및 환경 훼손 위험이 큰 건설 프로젝트 보험 분야 영업은 금지되며, WTO 가입 2년 후부터 상기 제한은 폐지될 수도 있음.<br>-외국인 투자 보험회사는 베트남 재보험회사에 보험 계약 책임의 최소 20% 범위에서 재보험이 허용되며, WTO 가입 1년 후부터 동 제한은 폐지될 수 있음. |
| 은행 및 기타 금융서비스 | -외국인 신용 기관의 상업적 주재는 다음의 형태로 설립이 허용됨.<br>*외국 상업 은행 : 대표사무소, 외국 상업은행의 지점, 외국 자본이 50%를 초과하지 않는 합작 상업은행, 합작 금융리스회사, 100% 외국인 투자 금융리스회사, 합작금융회사, 100% 외국인 투자 금융회사<br>-단, WTO 가입 5년 후부터 100% 외국인 투자 은행의 현지 법인이 허용됨<br>*외국금융회사 : 대표사무소, 합작금융회사, 100% 외국인 투자금융회사, 합작금융리스회사, 100% 외국인 투자 금융리스 회사, 외국금융리스회사: 대표사무소, 합작금융리스회사, 100% 외국인 투자리스회사<br>-WTO 가입일로부터 4년 동안 베트남 정부는 외국 은행 지점이 신용관계가 없는 일반 고객의 베트남 동화 예금액을 하기 비율로 제한할 수 있음.<br>*가입 후 1년 : 납입자본금의 600%<br>*가입 후 2년 : 납입자본금의 700%<br>*가입 후 3년 : 납입자본금의 900%<br>*가입 후 4년 : 완전한 내국민 대우<br>-WTO 가입 후 6년 기간 동안 외국 은행은 신용관계가 없는 베트남 연인의 동(Dong)화 예금액을 다음 비율로 제한할 수 있음.<br>*가입 후 1년 : 납입자본금의 500%<br>*가입 후 2년 : 납입자본금의 650%<br>*가입 후 3년 : 납입자본금의 800%<br>*가입 후 4년 : 납입자본금의 900%<br>*가입 후 5년 : 납입자본금의 1000%<br>*가입 후 6년 : 완전한 내국민 대우<br>-주식 매입 비율 제한 : 베트남 정부는 외국 신용기관의 베트남 국영은행 인수 주식 보유 비율을 제한할 수 있으며, 외국 투자가의 베트남 합작 상업은행 주식 보유 비율은 정관 자본금의 30%를 초과할 수 없음.<br>-외국은행 지점영업 : 외국은행의 지점은 본사 이외 다른 업무 지점의 개설을 허가하지 않고, 베트남 은행의 허가없이 본사 이외의 곳에 현금자동인출기의 설치를 허용하지 않으며, 베트남 중앙은행의 승인 하에만 현금자동인출기 네트워크에 접속이 허용됨. |
| 증권 | -비은행권 외국 증권 서비스 공급자는 베트남 내 대표 사무소 개설만 허용됨. |

자료 : KOTRA, 베트남 서비스시장 단계적 개방, 2006.

### 2) 최근 투자 관련 제도

#### 가) 외자유치제도

베트남은 국민경제 발전, 천연자원 개발, 노동력 및 기타 국가성장 잠재력 향상 등을 외국자본 및 기술을 적극 유치하고자 1987년 12월 외국인 투자법을 제정하였으며, 1988년 9월에는 외자법 시행령을 공포하였다. 이후 보다 유리한 외국인 투자환경을 조성하기 위해 4차례에 걸쳐 개정 작업을 실시하였으며, 2005년 말에는 WTO 가입을 위해 국내외 기업 간 차별 철폐, 토지 및 부동산 취득에 대한 규제완화 등을 골자로 하는 '신기업법', '반독점법' 등을 제정하는 등 외국인 투자환경을 획기적으로 개선하고자 노력하였다. 최근에는 WTO 가입을 위해 내외국인 차별을 없애는 것을 기본 취지로 한 신규투자법/기업법이 2006년 7월 1일부터 발효되었다.

<표 Ⅳ-95> 외국기업 관련 구법과 신법 주요 차이점

| 차이점 | 구 법 | 신 법 |
|---|---|---|
| 목적 | 2006년 7월 1일 이전에는 외국 회사는 외투법에서 정한 회사 방식만을 선택 | 새로운 투자법과 기업법의 효력 발생 일로부터 외국기업도 기업법에서 정한 모든 종류의 회사를 베트남 기업과 동일하게 설립 가능 |
| 투자허가서(IC) 발급 기관 | -3개 기관 : 중앙정부 계획투자부(MPI), 지방정부 계획투자부(DPI), 지방정부 공단관리위원회(BOM)<br>-투자자본금(미화 1000만 달러 이하)과 관련하여 성이나 시 정부에 제한된 권한을 부여 | -2개 기관 : 지방정부 계획투자부(DPI)와 지방정부 공단관리위원회(BOM)<br>-DPI와 BOM는 투자허가서(IC)의 발급을 위해 수상의 승인이 필요없는 사업에 한해서 IC를 발급할 권한이 있음<br>-중요한 사업은 투자 자본금에 상관없이 투자자본금이 1조 5000억VND 이상(93,750,000 USD)인 사업일 경우, 수상의 승인이 필요 |
| 투자허가서 발행 조건 | -투자 자본금<br>-토지 면적<br>-프로젝트 유형 | -투자 자본금<br>-프로젝트의 유형 : 수상의 비준이 필요한 프로젝트에만 해당 |

| 차이점 | 구 법 | 신 법 |
|---|---|---|
| 투자허가서 취득 절차 | -평가 또는 등록<br>-투자자가 직접 투자 승인허가서 발급기관에 제출 | -더욱 간단<br>-평가 또는 등록<br>-조건부 프로젝트 또는 수상의 비준이 필요한 프로젝트 지도 계획투자처 혹은 관리위원회에 투자 승인허가서 관련서류를 제출 |
| 투자허가서 발행에 필요한 서류 | 외국법인이 투자하는 경우 투자자의 은행잔고 증명 또는 최근 2년간 감사된 재무제표를 제출하여 투자자의 재정능력을 증명 | -은행잔고증명이나 재무제표를 반드시 제출할 필요는 없음<br>-투자자는 개인적으로 재정능력 보고서를 준비하여 책임져야 함 |
| 투자 형태 | 베트남 정부가 국내회사(공공전자 통신 방송 교통 운송업 서비스 등)를 통제 또는 보호하고자 하였기에 BCC 또는 합작회사의 형태로 투자 | -정해진 투자형태는 없음<br>-그러나 여전히 조건부 프로젝트의 경우에 합작 필수사항이 존재, 베트남 정부는 세부적인 필요조건에 관한 관계 시행령이나 회람을 아직 확정하지 않았음 |
| 정관자본 법정자본 | -제한 : 외국기업의 법정자본은 최소한 총투자 자본의 30%를 차지해야 함<br>-기존법에서는 '법정자본금'이란 투자자에 의해 출자된 자본금을 뜻함<br>-외국 투자법 제16조에서 법정자본금을 감자하는 것을 금지 | -제한없음 : 투자법의 어느 조항과 시행령 No. 108에도 제한 관련 규정이 없음<br>-신규법하에서 투자자에 의해 출자된 자본금을 "법정자본금"이란 개념 대신 "정관자본금"으로 표현<br>-정관자본의 감자에 대한 제한은 없음(1인 유한회사의 경유 규제조항은 있음) |
| 만장일치 승인 조건 | 외국투자법의 제14조에서 합작회사의 조직과 운영에 관해 가장 중요한 사항, 즉 대표이사의 임명과 면직, 합작회사 정관의 수정이나 추가사항 등은 이사회 구성원 전원의 만장일치 투표에 의해서만 결정될 수 있음 | -만장일치 승인 필수사항 삭제, 이는 기업법에서도 마찬가지이며, 중요한 사안에 있어서 이사회 구성원이나 주주의 만장일치 승인이 필요없음<br>-중요 사안 결정에 참여하는 이사회 구성원들(주주)이 정관 자본의 최소 65~77%를 소유하는 경우 이들이 내린 결정은 유효함 |

자료 : 대한무역투자진흥공사, "아세안 주요국 투자여건 비교 분석", Global Business Report 07-037.

나) 조세제도(법인세, 개인소득세)

베트남의 법인세는 내외국인 동일하게 적용되며, 법인세율은 28%, 우대세율은 해당 기업에 따라 20%, 15%, 10%의 세율이 적용된다.

<표 Ⅳ-96> 법인세 우대세율

| 우대세율 | 적용대상 | 적용기간 | 면제기간 | 감세기간 |
|---|---|---|---|---|
| 20% | 일반우대산업(A) 또는 일반우대지역(B) | 영업개시일로부터 10년 | 최초 이익 발생 시점부터 2년 | 이후 5년간 50% 감세 |
| 15% | 일반우대산업(A) 또는 일반우대지역(B) | 영업개시일로부터 12년 | 최초 이익 발생 시점부터 3년 | 이후 7년간 50% 감세 |
| 10% | 특별우대산업(AA) 또는 특별우대지역(BB) | 영업개시일로부터 15년 | 최초 이익 발생 시점부터 4년 | 이후 9년간 50% 감세 |

주 : 예로써, 15% 우대세율을 적용받고, 2007년 영업을 개시한 경우,
- 최초이익이 2008년에 발생했다면 그 전까지 0% 적용.
- 최초이익이 발생시점부터 3년까지인 2010년까지 0% 적용.
- 이후 7년간 50% 감세이므로, 2017년까지 7.5% 적용.
- 2018년 우대세율 15% 적용.
- 영업개시일로부터 12년 후인 2019년부터는 정상법인세 28% 적용.

자료 : 대한무역투자진흥공사, "아세안 주요국 투자여건 비교 분석", Global Business Report 07-037.

개인소득세는 개인의 정기 또는 비정기 소득에 대해 부과되는 세금으로 외국인과 내국인의 세율이 다르며, 내국인은 4,000만 동 이상의 소득에서 40%의 소득세율이 적용되는 반면, 외국인은 8,000만 동 이상의 소득에서 40%의 개인소득세율을 적용한다. 또한, 한국은 베트남의 이중조세방지협정을 체결하고 있으며, 베트남에서 연간 183일 이상 체류 시에는 원칙적으로 베트남에 소득세를 납부해야 한다.

<표 Ⅳ-97> 급여 수준별 개인소득세율 현황

| 베트남인 | | 외국인 | |
|---|---|---|---|
| VND | 세율(%) | VND | 세율(%) |
| 0~5,000,000 | 0 | 0~8,000,000 | 0 |
| 5,000,000~15,000,000 | 10 | 8,000,000~20,000,000 | 10 |
| 15,000,000~25,000,000 | 20 | 20,000,000~50,000,000 | 20 |
| 25,000,000~40,000,000 | 30 | 50,000,000~80,000,000 | 30 |
| 40,000,000 이상 | 40 | 80,000,000 이상 | 40 |

주 : USD 1$=VND16,010(2007. 1. 1 기준)

자료 : 대한무역투자진흥공사, "아세안 주요국 투자여건 비교 분석", Global Business Report 07-037.

### 3) 기타 동향

베트남의 법정 최저임금(외국인투자기업을 기준)은 지역별로 차이가 있다. 하노이, 호치민시의 각 군은 월 870,000동(USD $55) 수준이며, 하노이, 호치민시의 각 현과 하이퐁시, 동나이성의 빈호아시 등은 월 790,000동(USD $50) 수준이다. 그 외 기타 군, 시, 성 지역은 월 710,000동(USD $45)인 것으로 조사되었다.

<표 Ⅳ-98> 지역별 최저 임금

| 지역 | 최저임금 |
|---|---|
| 하노이시, 호치민시 각 군 | VND 870,000/월<br>(약 USD $55) |
| 하노이시, 호치민시 각 현, 하이퐁시, 동나이성의 빈호아시, 바리아붕따우성의 붕따우시, 꽝닌성의 하롱시, 빈증성의 Thu Dau Mot, Thuan An, Di An, Ben Cat, Tan Uyen | VND 790,000/월<br>(약 USD $50) |
| 기타 군, 시, 성 | VND 710,000/월<br>(약 USD $45) |

자료 : 대한무역투자진흥공사, "아세안 주요국 투자여건 비교 분석", Global Business Report 07-037.

<표 Ⅳ-99> 직종별(생산, 사무) / 업종별(제조, 서비스) 임금 수준

| 구분 | | 근무시간<br>(정규) | 월급수준<br>(주) | 최저<br>임금 | 퇴직금 | 사회<br>보장세 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 직종별 | 생산직 | 1일 8시간<br>주 48시간 | $70~100 | $45~55<br>(상기표 참조) | 근속년수 1년마다 월급여의 50% | 기본급의 17%(사회보험 15%, 건강보험 2%) |
| | 사무직 | 상동 | $200~1000 | | | |
| 업종별 | 제조업 | 상동 | $70~500 | | | |
| | 서비스업 | 상동 | $200~1000 | | | |

자료 : 대한무역투자진흥공사, "아세안 주요국 투자여건 비교 분석", Global Business Report 07-037.

베트남의 산업인프라를 살펴보면, 베트남의 전화보급률은 45.2%로서 낮은 편이며, 인터넷은 전용선 및 ADSL을 사용하고 있고 인터넷 속도는 매우 느린 편이다. 공항은 하노이를 비롯한 호치민, 다낭 등 3개의

국제공항과 15개의 국내공항이 있으며, 은행이체 소요일은 베트남 내에서 48시간, 해외는 2~3일 정도 소요된다. 또한 베트남 내 은행 거래 수수료에 있어서는 0.1% 수준이며, 해외거래 시 은행이용수수료는 0.2% 내이다. 이자율은 Sibor/Lobor+2% 내외이다.

<표 Ⅳ-100> 주요 인프라 현황

| 구분 | | 상태 | 대중국 대비 비교 |
|---|---|---|---|
| 통신환경 | | 중간<br>-총전화가입 수 : 3831만 명<br>-전화보급율 : 45.27대/100명<br>-총이동전화가입자 수 : 2760만 명<br>-인터넷 속도는 매우 낮은 편 | 50% |
| 인터넷 기반 | 이용자 수 | -인터넷 가입자 수 : 452만 명<br>-인터넷 이용자 수 : 1620만 명 | 50% |
| | 이용형태(예 : 초고속인터넷) | -전용선/ADSL | 50% |
| 공항 및 항만 | | -3개 국제공항(호치민, 하노이, 다낭), 15개 국내공항<br>-총266개 항구가 있으며, 이 중 40000~50000DWT급 선박 이용가능 항구는 9개 | 70% |
| 은행시스템 | | -은행이체 소요일<br>*베트남 내 : 48시간 내<br>*해외 : 2~3일 내<br>-은행이용수수료<br>*베트남 내 : 0.1% 내<br>*해외 : 0.2% 내<br>-이자율 : Sibor/Lobor+2% 내외 | 50% |

자료 : 대한무역투자진흥공사, "아세안 주요국 투자여건 비교 분석", Global Business Report 07-037.

## 마. 국내 보험사의 진출방안

앞서 언급한 바와 같이 베트남은 국가 기반시설 확충을 위해 도로, 발전, 플랜트시설 등의 공사가 대규모로 발생하고 있으며, 이러한 산업 발전과정에 있어 우리 기업이 많은 비중을 차지하고 있기는 하나 보험 산업 환경은 제도나 상품 면에서 아직 취약한 수준이다. 따라서 보험시

장 개방과 맞물려 한국과 베트남의 경제발전에 모두 도움이 될 수 있는 보험의 역할이 절실히 요구되며, 이런 환경 변화 및 요구 증대에 따라 국내 보험회사들은 하노이와 호치민 등의 도심을 중심으로 대표사무소를 개설, 앞으로 글로벌 영업 네트워크 구축과 해외시장 진출에 적극적으로 나설 필요가 있다고 판단된다.

전 세계적으로 1980년대 이후부터 1990년대 중반까지 금융시장 개방과 함께 금융구조 조정을 거치면서 '선택과 집중'을 통한 기업의 경영효율성을 경험하게 되었고, 이후 세계경제의 글로벌화, 규제완화 등으로 규모 확장 및 시장지위 강화를 위한 거대 기업 간 초대형 합병과 국경 간 M&A 증대 등으로 신흥시장으로의 진출이 활발하였다.

유럽의 경우 1990년대 EU의 발족이 유럽의 국경 간 M&A 활성화에 기여했으며, 이로 인해 2002년 유로/달러 환율이 역전되면서 유럽기업의 미국기업 인수가 활성화되는 계기를 마련하였다. 따라서 국경 간 M&A를 통해 대형 금융기관들이 점차 증가함에 따라 글로벌 과점화 진행이 지속되고 있다. 세계 각국의 보험회사들은 국내시장의 성장이 한계에 달하면서 선진기업들의 경영 노하우를 이용한 신흥시장에서의 높은 수익을 예상, 금융권의 글로벌화 추세를 배경으로 금융기관별 기능 장점을 중심으로 통합화함으로써 업무의 시너지 효과를 제고하려는 움직임이 활발하다. 결국 빠른 속도로 글로벌 과점화를 추구하여 규모에서 경쟁우위를 차지하기 위해 타기업의 글로벌 네트워크 흡수하는 것이 新시장 개척을 위한 보험회사의 블루오션 전략이라고 할 수 있다.

우리나라는 1962년 남베트남과의 무역협정을 계기로 활발한 경제교류가 이루어졌으나 1975년 베트남의 공산화로 단교되었고, 이후 17년 동안 외교 공백 상태로 지내다 베트남의 개방정책 추진과 한국의 북방정책에 힘입어 1992년 재수교하게 되었다. 이후 한-베트남 수교 당시 약 5억 달러에 불과하던 교역규모가 2003년에는 31억 달러를 기록하면서 교역 규모가 양국 간 경제협력 확대와 더불어 최근 5년간 수출 및 수입 증가율이 각각 16%, 22%에 이르는 주요 수출시장으로 부상하고 있

다. 앞서 살펴 본 바와 같이 베트남이 지속적인 고도 경제성장을 이룩하면서 베트남의 금융시장에 대한 관심도 커지고 있는 추세이다.

그러나 베트남의 신흥부유층을 비롯한 현지인들을 대상으로 금융 비지니스를 본격적으로 실시하기에는 여러 가지 애로사항이 있으며, 이는 근본적으로 베트남 고객의 소득투명성이 낮아 고객 선별이 쉽지 않은 점과 과거 전쟁 등의 영향으로 베트남 고객들의 금융기관에 대한 신뢰가 아직 충분하지 못하기 때문이라 할 수 있다. 뿐만 아니라 투자 관련 행정처리 소요시간이 제도적 투자허가기간이 명시되어 있음에도 불구하고 업종에 따라 과도하게 지체되는 경우가 비일비재하며, 베트남의 개혁, 개방정책 추진에도 불구하고 아직 법률 체제는 정비단계에 있어 행정기관의 자의적 해석이 많으며 편법이 성행하기도 한다. 또한 제도 및 시책이 급변하는 실정이라 최신정보에 대한 면밀한 점검이 무엇보다 중요하며, 현지인력 활용 시 관리 및 통제에 관한 별도의 시스템이나 경험이 미흡한 상황이다.

결론적으로 베트남은 내수시장 및 성장잠재력으로 향후 우리기업의 주요 수출 및 진출 시장이 될 가능성이 크므로 주요 전략 품목에 대해서는 시장 선점 차원에서도 적극적인 진출 확대 전략을 추진할 필요가 있다. 이에 국내 보험회사들이 베트남 보험시장에 진출하기 위한 다음과 같은 전략이 필요할 것이다. 첫째, 진출 가능한 분야로 먼저 진출을 시도한 후 점차 영업범위를 확대하는 전략이다. 즉, 베트남의 보험시장은 아직도 많은 규제와 제약이 있으므로 조금이라도 규제가 완화된 분야에 진출하고 이후 다른 분야의 규제완화를 기다려 사업 분야를 확대하는 것이다. 이는 기 진출한 금융회사를 통해 자사의 브랜드를 확산시키고 현지 영업경험을 통해 베트남 금융시장의 노하우를 축적, 필요한 현지 네트워크를 구축하는 것이다. 둘째, 베트남의 신흥 부유층과 같은 유망 고객과 베트남 시장에 진출한 국내기업 또는 베트남 대형 기관투자가, 대형 국영기업 등의 선택적인 고객층을 대상으로 한 '선택과 집중'의 영업 전략이 필요하다고 할 수 있다. 마지막으로 베트남 금융시

장에 진출하고자 하는 우리 금융기관들에 대한 정부의 지원도 필요하다고 본다. 국내 보험회사가 여전히 규제가 많은 베트남과 같은 신흥국가로 진출하기 위해서는 우리 정부의 규제완화 요청과 더불어 베트남 금융관련 정책들이 도입될 때 우리의 개발 경험 전수에도 노력에도 주의를 기울여야 할 것이다. 실제로 한국의 개발경험을 개발도상국들에 전수해 주는 지식공유사업이 최근 다양한 부문에서 지원되고 있으며, 보험산업에서도 우리의 경험과 제도를 공유하는 것이 양국간 협력 확대에 큰 도움이 될 것이다.

# Ⅴ. 요약 및 결론

외환위기 이후 고성장세가 둔화되고 있는 우리 보험산업은 국내시장의 포화에 따라 회사 간 치열한 경쟁을 경험하고 있다. 이와 함께 보험회사 경영을 둘러싼 위험들은 더욱 다양화되고 있으며, 이러한 상황에서 우리 보험회사들은 해외진출을 적극 고려할 필요가 있다고 판단된다.

본 보고서는 국내 보험사들의 해외진출에 필요한 기초자료를 제공하기 위해 작성되었다. 본 보고서의 제Ⅱ장에서는 최근 이슈가 되고 있는 글로벌화의 개념과 필요성에 대하여 언급하였다. 보험사가 글로벌화되기 위해서는 전 세계를 하나의 시장으로 인식하고 통합된 경영전략을 수립할 필요가 있다. Swiss Re는 글로벌 보험회사를 보험사업의 활동거점이 단일시장에 국한되지 않고 1개 이상의 해외시장에 진출하여 일정 수준 이상의 영업실적(세계 시장 비중 1%)을 거두는 회사로 정의하고 있다. 동 자료에 의하면 2004년 말 현재 12개(북미 4개, 유럽 8개)의 글로벌 보험사가 있으며, 이들 보험사들은 여타 보험사에 비해 수입보험료 기준으로 3배 이상의 고성장을 시현함에 따라 세계보험시장 점유율이 크게 확대된 것으로 나타나고 있다. 특히 글로벌 보험사들은 선진 보험시장보다는 아시아, 동유럽 등 신흥시장으로 진출하여 수익원을 다변화하고 있는 상황이다.

제Ⅲ장에서는 국내 보험사들의 해외진출 현황을 살펴보면서 현재 보험산업이 처한 상황과 해외진출을 소개하였다. 또한 아직 글로벌화가 미약한 우리 보험사들이 향후 적극적인 해외진출을 위해서는 어느 지역으로 진출할 것인지에 대한 타당성 분석을 실시하여 중국, 인도, 베트남을 선정하였다. 최근 정책당국은 비전으로 동북아 금융허브를 추진하고 있고 외국 금융사의 유치와 함께 국내 금융사들의 해외진출도 적극적으로 장려하고 있는 상황이다. 새로운 성장동력을 발굴하기 위한 보험사의 노력과 이를 적극 지원하는 정부의 의지 등을 감안할 때 향

후 국내 보험사들의 해외진출은 더욱 진전될 것으로 예상된다.

제Ⅳ장에서는 해외진출 대상국에 대한 경제, 금융 및 보험제도 관련 조사내용을 수록하였다. 중국, 인도, 베트남의 3개국을 대상으로 조사하였으며, 이들 국가는 최근 높은 경제성장과 보험료 증가 그리고 낮은 보험침투로 인하여 향후 보험시장의 성장 가능성이 높은 국가이다. 이들 국가 중 중국 및 베트남에는 합작 현지법인이나 사무소 형태로 이미 진출한 우리 보험사들이 있다. 다만 아직 본격적인 현지영업을 하고 있는 보험사가 거의 없기 때문에 진정한 의미의 글로벌화는 미흡한 수준으로 평가되고 있다. 조사 대상국들의 경우 외국사들이 진입하기에는 많은 부문에서 규제가 존재하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 규제는 우리 정책당국이 양국 간 FTA 협상 등을 통하여 적극 완화시켜야 할 것으로 판단된다.

<부록>에서는 외국 보험사들의 글로벌화 성공사례를 소개하고 있다. 미국 AIG, Met 보험사, 유럽의 Allianz, AXA, ING 보험사를 대상으로 성공사례를 조사하였다. 글로벌화에 성공한 보험사들의 사례를 통하여 다음과 같은 몇 가지 시사점을 발견할 수 있었다.

첫째는, 글로벌화에 대한 CEO의 확고한 의지가 있었다는 것이다. AIG나 AXA의 사례에서 보듯이 보험산업도 다른 산업과 마찬가지로 세계화될 것이라는 CEO의 확고한 의지와 지속적인 관심이 있었다. 국내 보험회사의 CEO들도 해외진출에 대한 확고한 의지를 가지고 우선적으로는 자국시장에서 안정적인 위치를 확보함과 함께 해외진출 국가에 대한 철저한 시장조사와 사전준비를 하여야 할 것이다.

둘째는, 고객니드에 부합하는 다양한 상품포트폴리오 제공이다. 보험상품은 무형의 상품으로서 국가별로 시대별로 다양하게 많은 변화를 겪으면서 발전해 오고 있다. 글로벌 보험기업들은 손해보험을 비롯한 생명 및 건강보험 등 다양한 상품을 기업과 개인에게 판매하고 있다. 생명보험의 경우 전통적인 사망보험을 비롯하여 생존 및 연금, 생사혼합, 변액보험 등 다양한 포트폴리오를 구성하고 있다. 손해보험의 경우

에도 상해, 질병, 재산, 해상, 항공 등 손해보험의 전종목에 걸쳐 서비스를 제공하고 있다. 또한 각 국의 보험환경에 대응하는 적절한 상품전략을 추진하고 있는데 최근 Metlife사의 한국 및 일본시장에서의 변액보험 판매 확대전략과 같은 것을 예로 들 수 있다. 이는 주식시장의 상승에 따른 적극적 대응전략으로 볼 수 있다. 해외에서 현재 영업 중인 국내 보험사의 경우 대부분 초기화 단계로서 상품 제공 측면에서 글로벌 보험사와 많은 차이가 있다. 향후에는 점차 상품을 다양화하고 또한 현지의 특성을 살린 상품개발이 필요할 것이다.

셋째는, 인수합병을 통한 적극적인 글로벌화 추진이다. 글로벌 보험사들은 막대한 자금력을 바탕으로 공격적인 M&A를 통하여 글로벌화를 추진하였다. 특히 AXA의 경우가 대표적인 사례로서 AXA는 미국 Equitale, 호주의 National Mutual과 같은 안정적인 회사를 인수하면서 외국시장에 진출하며 시장점유율을 높이고 안정적인 영업망을 구축하였다. 국내 보험사의 경우에도 해외진출을 위해서는 자금 확보가 필수적이며, 특히 M&A를 통한 해외진출의 경우 많은 자금이 필요하다. 글로벌 보험사들은 자금을 확보하는 과정에서 지속적인 이익창출로 내부적으로 자금을 축적하고 증권시장 상장을 통하여 자금을 확보하였으며, 보험업에 특화하기 위해 계열사를 매각하여 자금을 확보한 것으로 나타났다. 국내 보험사의 경우 자금력 확보를 위해서는 수익성 중심의 경영전략을 지속하고 생보사의 경우 주식시장 상장을 통하여 자금조달을 고려할 필요가 있을 것이다.

넷째는, 현지화 전략이다. 현지의 기업문화를 받아들이고 현지인을 교육시켜 궁극적으로 현지회사의 중요 부분을 담당하게 하는 현지화 전략을 추구하고 있다. 또한 현지 실정에 맞는 적합한 영업조직과 관리조직을 구축하여 현지의 발전 트렌드에 맞는 상품 및 판매채널을 운영하고 있는 것으로 나타났다.

이상과 같은 해외조사 내용과 글로벌 보험사의 성공사례 시사점을 기초로 해외진출 전략을 제시해 보면 다음과 같다.

국내 보험사들이 해외에 진출하기 위해서는 몇 가지의 전제조건이 필요한데, 우선 자국 내에서 안정적인 위치를 확보하여야 하며, 다음으로는 해외진출에 대한 CEO의 확고한 의지와 함께 주주들도 해외진출에 대한 위험을 감수할 수 있어야 한다. 또한 해외진출 국가에 대한 철저한 사전조사 및 준비를 하여야 한다. 이상과 같은 전제조건이 충족된 이후에야 해외진출을 추진하는 것이 타당할 것으로 사료되며, 해외진출에 필요한 전략은 다음과 같다.

첫째, 철저한 현지화 전략 수립이 필요하다. 국내 보험회사들이 해외에 진출하여 성공적인 경영활동을 하기 위해서는 경영 및 영업의 현지화, 인력 및 조직의 현지화, 제도 및 문화의 현지화가 이루어져야 한다. 경영 및 영업의 현지화를 위해서 현지의 제반 사정에 적합한 사업모형을 개발해야 하는데, 이를 위해 현지의 고객 수요를 먼저 분석한 후 현지의 발전 트렌드에 맞는 맞춤형 상품 개발 및 시장을 선점할 수 있는 분야로의 특화 전략 수립과 함께 적합한 판매채널 및 영업전략을 확보해야 한다. 또한 해외법인이 현지화에 정착할 경우 일정한 권한과 책임하에 독자적으로 경영할 수 있는 기업조직이 요구되는데 조직의 현지화를 위해서는 본사와 현지법인 간의 효율적인 관리가 가능하여야 하며 경영의 권한과 책임에 있어 자율성이 보장되면서 통제의 효율성을 키울 수 있는 조직이 되어야 한다. 또한, 세계적인 글로벌 기업의 이념을 이해하여 글로벌 경영이념과 글로벌 문화를 기업에 정착시켜야 할 것이다. 마지막으로 현지화의 성공을 위해서는 문화와 제도에 대한 이해가 필수적인데, 현지 사회의 전반적인 현황과 상세한 시장정보 및 각종 법률 등을 숙지하여 사업활동에 있어서의 분쟁 등을 사전에 방지할 수 있어야 할 것이다. 또한 브랜드 이미지 제고를 위해서라도 현지 사회활동 및 현지 정부 지원활동이나 문화교류 등에 적극적으로 참여하고, 교류확대를 위한 문화사절단이나 현지의 문화체험 프로그램 운영 등 다각적이고 구체적인 노력이 필요하다. 이러한 현지화 전략을 수립함에 있어 전반적인 시장정보 수집과 인맥확대 및 관리를 위해 현지

상주인력을 장기간 운용하여 거점을 확보하는 것은 기본적으로 전제되어야 할 것이다.

둘째, 대형화 및 M&A 전략이 필요하다. 국내 보험사가 해외시장에 진출하기 위해서는 상장 등을 통한 자본력 확충이 시급하며, 다양한 금융서비스가 가능하도록 업무영역 확대 및 M&A 활성화 추진이 필요하다. 해외의 글로벌 보험사는 기업공개를 통한 대규모 자본 확충 및 규모의 경제를 위한 동종업종 간 M&A(Consolidation) 등을 통해 기존시장에서의 경쟁력을 확보하고 금융겸업화 진전 추세에 맞추어 범위의 경제를 위한 금융업종 간 M&A(Diversification)를 추진한 후 국경 간의 금융회사 간 합병(Cross-border M&A)을 통해 단계적으로 글로벌화를 추진한 것으로 나타났다. 대형화를 통한 성장이 전제된다면 해외진출 시에는 진출대상 국가를 속공법으로 직접 공략해야 한다. 이를 위해서는 앞서 예로 들었던 유수의 글로벌 기업의 사례에서와 같이 자회사나 합작사 설립, 인수・합병(M&A)과 같은 공격적인 방법이 효과적인데, 실제로 많은 글로벌 기업의 CEO들은 M&A를 하면 리스크를 줄이고 비즈니스 속도를 낼 수 있어 향후 성장 전략으로 M&A 방식을 적극 활용할 것이라고 입장을 표방하고 있다. 현재 국내 보험회사들은 대형사를 제외하고는 아직 대형화로 가기 위한 준비가 필요한 중소형사들이 대부분이므로 중소형사들의 경우 대형화로 가기 위해서는 전문보험사에서 탈피하여 겸업화, 금융그룹화 노력이 전제되어야 할 것이며 수익성과 효율성 위주의 내실 경영에 주력함으로써 장기적 성장기반을 마련하고 회사별 특성에 맞추어 장기적 진출 플랜과 특화 전략을 준비하는 과정이 필요하다.

셋째, 국제경쟁력을 가진 우수한 인력확보 및 양성이 필요하다. 해외시장 개척에서 가장 힘든 일은 시장 개척을 효과적으로 지휘할 적임자를 찾는 것이다. 해외 보험시장에 단기간에 진입・철수 및 사업 확대 등을 검토하여 판단하고 이를 신속하게 집행할 수 있는 전략적 인재가 확보되어야 한다. 이를 위해 각국의 현지 시장이나 국제금융에 대한 감

각을 가지고 있으며 글로벌 경영경험을 갖춘 노련한 중역을 발굴하는 것이 중요한 문제로 대두되며 선진 보험기법을 습득하는 전문분야 외에도 금융니즈의 복잡화, 다양화에 대응하기 위해 국제경제, 법률, 회계 등 다양한 자질을 겸비한 양질의 금융인력 확보가 중시된다.

끝으로, 정책당국 차원의 지원에 대하여 언급하고자 한다. 최근 국내 금융회사들의 세계무대 진출을 위한 논의가 지속적으로 이루어지고 있으며, 정부차원에서의 지원방안도 마련되고 있다. 이러한 지원방안에는 다음과 같은 내용이 포함되어야 할 것이다.

첫째, 국내보험사가 글로벌화를 위해 현지국에 진출함에 있어, 장애가 되는 법적/규제적인 요인은 정부차원의 해소노력이 필요하다. WTO의 국제적인 개방화 노력과 더불어 정부는 진출대상국과의 FTA 협상 등을 통해 진입규제의 완화를 추진해야 한다. 또한 FTA 추진과는 별도로 금융분야에 있어, 선진국을 포함한 신흥시장에 진출 시 장애가 되는 외국제도와 규제를 파악하여 협상을 통한 제도개선을 추진할 필요가 있다.

중국과 인도의 사례를 보듯이 신흥 보험국 현지 진출에는 각종 법적 제약이 존재한다. 중국의 경우 보험회사의 현지사무소를 2년간 의무 설치하도록 하고 있으며, 현지법인 단독설립을 제한하고 생명보험의 경우 외국인 지분을 50% 이하로 제한하고 있다. 또한 설립신청서 제출 전 1년 말 자산이 50억 달러 이상이어야 한다. 인도의 경우는 외국사의 경우 26%의 지분을 한도로 합작회사로만 진출하도록 하고 있다. 이러한 외국인 투자에 대한 차별적 제한은 민간회사들이 해결하기는 어려운 것으로 이를 완화시키기 위한 정부차원의 해소 노력이 필요하다.

둘째, 국내적으로는 아시아 신흥시장을 중심으로 현지진출 보험사들의 애로사항을 수집하고 이를 해결할 수 있는 지원센터를 운영할 필요가 있다. 지원센터는 해외진출에 관한 다양한 정보를 집적하고 본국과의 유기적인 네트워크 체제를 구축하여 보험사들의 현지진출상 애로뿐만 아니라 진출 후에도 문제점을 해소할 수 있는 체계를 만들 필요가 있

다. 대기업은 물론 특히 중소형 보험사의 경우 지리적, 언어적 장벽들로 인해 현지국 정보획득과 사업진행에 어려움을 겪게 되며, 시행착오의 위험에 노출된다. 특히 보험산업은 규제산업으로 차별적 규제의 생성과 집행에 예의주시할 필요가 있으며, 진출 보험사의 활동을 지원할 뿐만 아니라 진출보험사들로부터의 밀접하고 신속한 정보수집도 가능할 것이다. 또한 관계지향적 산업으로 민간뿐만 아니라 정부차원의 현지국과의 오랜 선린관계 유지가 민간기업의 활동에 긍정적으로 작용함에 따라 지원센터가 이러한 관계의 가교역할도 할 수 있을 것이다.

셋째, 금융산업의 글로벌화의 장애요소인 통화리스크를 종합적으로 관리하고 국내보험사의 해외진출에 따른 금융리스크를 스스로도 관리할 수 있는 역량을 배양시킬 수 있는 방안을 마련해야 한다. 특히 신흥보험국의 경우 보험뿐만 아니라 은행, 증권 등의 핵심적인 기능 및 부수적인 금융서비스가 발달되어 있지 못할 가능성이 높으며, 금융위기에 쉽게 노출될 수 있어, 이러한 금융리스크 관리의 필요성이 더 높다고 할 수 있다.

보험산업의 글로벌화는 이미 세계적인 추세가 되고 있으며, 우리 보험사들도 이제는 적극 동참할 필요가 있다. 더욱 발전되어 가고 있는 IT 기술과 경쟁구도의 다각화 등으로 향후 글로벌화는 더욱 가속화될 것으로 전망된다. 이러한 흐름 속에 우리 나라의 보험사들도 대외 경쟁력을 유지하고 지속적으로 발전해 나아가기 위해서는 각사의 역량을 감안한 글로벌화 추진 전략을 수립하여 단계적으로 실행함과 동시에 부족한 역량에 대하여는 자구책 마련을 통해 지속적으로 보완하려는 노력이 필요하다.

## < 참 고 문 헌 >

국제결제은행(Bank for International Settlement)
금융감독원, 『중국의 보험감독제도』, 2007.3.
금융감독원, 「국내 금융회사 해외점포 현황」2007년 9월.
금융감독원, 2007.9월말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황
금융감독원, 2007.9월말 현재 국내 금융회사 해외점포 현황
대외경제정책연구원,『중국 보험시장 진출, 철저한 현지화가 관건』,2002.
대한무역투자진흥공사, 아세안 주요국 투자연건 비교 분석, Global Business Report 07-037
동향 2004 가을호, 2004.10.
뭄바이증권거래소(BSE)
박번순・Amita Batra・Toh Mun Heng,『인도와 아시아 회랑』, 삼성경제연구소, 2007. 1
베트남 통계청
베트남 계획투자부(Ministry of Planning and Investment)
베트남 서비스시장 단계적 개방, KOTRA 2006.
보험개발원,『중국 보험시장 현황 및 외국계 보험회사 진출사례』보험
보험개발원, 주간해외보험동향.
보험개발원, “2007 보험소비자 설문조사”, 2007.
보험개발원, 보험지주회사제도 도입 및 활용방안, 2006.10.12
보험협회, 월간 손해보험, 2005. 7.
삼성경제연구소,「인도경제의 성장지속 가능성과 시사점」, 2007.4
삼성경제연구소,「인도 금융부문의 현황과 시사점」, 2007.10
세계보건기구(World Health Organization)
생명보험협회지 재인용
2006년 Kotra 해외진출 한국기업 디렉토리 요약
이석호,『국내보험사의 중국 진출 전망과 방안』,금융연구원, 2005.12.
이순철・정재완・최윤정・오민아,『인도진출 한국기업의 경영실태와 현지화전략 연구』, 대외경제정책연구원, 2006. 12

인도 재무부, Economic survey 2006-2007
인도중앙은행(RBI)
인도 중앙통계국(CSO)
인도 상공부
인도 자동차 제조자 협회, 코트라(인도 주요산업동향)
인도 통상・투자 진출 안내서(주인도 대한민국대사관)
인도 재무부, Economic survey, 2006-2007.
인도 대한민국대사관, 「인도 통상・투자 진출 안내서」
정회남,『중국 보험산업』,생명보험협회, 2007.1~7.
정회남,『중국의 WTO 가입과 보험시장 개방』,보험개발원, 2002.5.
재정경제부, 「국내 금융기관의 해외진출 지원방안」, 2007.4.25.
재정경제부, 국내 금융기관의 해외진출 지원방안, 2007.4.25
중국통계청 http://www.stats.gov.cn
중국보험연감 2006
中國保險年鑑編秀會,『中國保險年鑑 2006』. 2006.
최의현・조석군・우진훈,『중국 보험산업의 경쟁력과 한국기업의 진출 전략』,대외경제정책연구원, 2003.10.
최의현, 『중국 보험산업의 구조변화와 우리 기업의 진출 전략』, 손해
한국수출입 은행 2007년 3월말 기준
한국수출입은행
코트라, 「국가별 수출입동향」
코트라, 「인도 주요산업동향」
코트라, 「국가별 수출입동향」
코트라, 「해외진출 한국기업 디렉토리」, 2006.

Allanz Annual Report 2006
Annual Report 2006
Asia Investor Day, MetLife. Inc.'s Investor Day Conference in Tokyo, 2006. 9
Annual Report 2005-06, IRDA 134
Association of Vietnam's Insurers

Association of Vietnam's Insurers, T□NG QUAN TH□TR□□NG B□O

Asian Development Bank (ADB) - Key Indicators 2006
Association of Vietnam's Insurers, T□NG QUAN TH□TR□□NG B□O HI□M VI□T NAM 06 TH□ NG □U N M 2007
Association of Vietnam's Insurers, T□NG QUAN TH□TR□□NG B□O HI□M VI□T NAM 06 TH□ NG □U N M 2007177
AXA: The Global Insurance Company". Harvard Business School. 1993.
BIS Quaterly Review, June 2007,
Bank for International Settlement, BIS Quaterly Review, June 2007.
Chinese Insurance Market". 2000.
CMIE(Monthly Review of the Indian Economy, 2007.6
Companies Step Up Putbound Portfolio Investment, 2007. 04.
CIRC
Datamonitor
Eliichi Sekine, “China's Insurance Companies Step Up Outbound
ECGC(Export Credit Guarantee Corporation)
Fortune Global 500 2006
General Statistics Office(GSO))
HI□M VI□T NAM 06 TH□ NG □U N M 2007
ING Annual Report 2006, 2007. 255
ING Group Annual Report 2006257
ING Profile & Fast facts profile mission statement our strategy 260
IMF World Economic Outlook, April 2006; Development Date Group,
IMF, “Global Financial Stability Report”, 2007.
IMF, World Economic Outlook Database, April 2007.
IRDA, Annual Report, 2005-06.
JETRO 아세안 6개국 투자환경보고서 2006.
Jin Ba and Yauxih Teng, "How to Establish Successfully in the Stephen P. Darcy and Hui Xia, "Insurance and China's Entry

into the WTO", University of Illinois at Urbana-Champaign, KIEP, 2005.
Lloyd's, The Indian Non-life Market, June, 2007.
MetLife, Asia Investor Day, Sept, 2006.
Ministry of Planning and Investment·UNDP, 2006.5.
Ministry of Planning and Investment UNDP, 2006.5
Nomura Capital Market Review Vol10 No1, China's Insurance NASSCOM
Portfolio Investment", Nomura Capital Market Review Vol.10 No.1, 2007.
Profile & Fast facts profile mission statement our strategy
Swiss Re, "Getting together : globals take the lead in life insurance M&A", 2006.
Swiss Re. sigma World Insurance in 2001~2006.
Swiss Re, World Insurance, 각 년도.
Swiss Re, (2000~2006)
Swiss Re, Sigma, 2/2007
The Indian Non-life Market 2007, A Lloyd's View. 2007.6.
The World Bank
VAMA
VET Research
VIA, The Annual Report of Vietnam Insurance Market 2006
www.adb.org/statistics
www.china.org.cn
World Insurance 각 년도, Swiss Re

# [부록] 보험회사의 글로벌화 사례 조사

## 1. AIG

### 가. 개요

AIG(American International Group, Inc.)는 미국에 기반을 두고 세계적으로 보험과 금융서비스를 제공하는 국제적인 회사로 기업보험을 취급하는 보험회사 중 미국에서 가장 큰 보험회사인 동시에 미국 생명보험회사 가운데서도 최상위에 속해 있다.

o 손해보험 : 미국 내 1위, 범세계적인 영업망
o 생명보험 : 세계적으로 가장 광범위한 영업망을 가진 생명보험회사
o 금융서비스 : 소매금융부터 항공기 임대까지
o 자산관리 : 투자관리사업

AIG는 보험과 금융서비스분야에의 세계적인 기업으로서 130개국 이상의 영업점을 둔 선도적 국제보험기업이며, 고객으로는 기업과 기관 및 개인을 대상으로 전 세계적 손해보험과 생명보험 네트워크를 통해 보험상품을 제공하는 국제기업이다.

또한 AIG그룹은 전 세계적으로 퇴직서비스, 금융서비스 그리고 자산관리서비스를 제공하고 있다.

AIG는 미국의 뉴욕증권거래소뿐만 아니라 파리, 스위스 그리고 일본 주식시장에도 상장되어 있다.

1) AIG 연혁

o 1919 : 창립자 C. V. Starr가 American Asiatic Underwriters 설립 (중국, 상해)
o 1926 : AIU(American International Underwriters) 설립
o 1930 : AIU 사세 확장, 본사를 미국 뉴욕으로 이전
o 1940 : 라틴아메리카 진출
o 1946 : 2차 대전 후 외국 손해보험회사로는 최초로 일본, 독일 진출
o 1950 : AIU 지사 전 세계 75개국에서 영업
o 1960 : AIG 그룹 조직의 기본 틀을 완성
o 1967 : M.R. 그린버그 AIG 회장 겸 CEO 취임
o 1969 : AIG 기업공개
o 1970 : 특종기업 인수 및 설립
o 1984 : 뉴욕증시에 주식상장
o 1990 : 남미, 중동지역 사업확장 / 각종 금융서비스 확대
o 1992 : AIG, 외국보험사 중 최초로 중국 내 영업인가 획득
o 1999 : 미국 최대 연금보험사 Sun America 인수
o 2001 : American General 인수
o 2003 : 미국 다우존스 지수 편입
o 2004 : 마틴 J. 설리번 AIG 3대 회장 겸 CEO 취임
o 2007 : 2007년 7월 23일 AIG는 자회사인 AIU 보험사가 중국보험감독위원회(CIRC)로부터 중국에 완전히 소유하는 자회사를 중국에 설립할 수 있도록 승인받았다고 발표, 새로운 자회사는 AIG General Insurance Company China Limited(AIG General)로 명명

### 2) 2006년 재무상태

o 순이익(Net Income) : 14,048백만 달러
o 총매출(Revenues) : 113,940백만 달러
o 총자산(Asset) : 979,414백만 달러
o 연결주주지분(Shareholder's equity) : 101,677백만 달러
o CEO : Martin J. Sullivan
o 종업원 : 106,000명
o 본사 : 뉴욕, 미국
o 글로벌 500 : 23위, 세계손해보험업 : 2위

## 나. AIG의 성장과 글로벌화

AIG는 설립부터 국제화된 기업으로서 역대 전설적인 몇몇의 리더들에 의해 세계적인 기업군으로 성장하였다. 두 개의 방, 세 명의 직원을 데리고 1919년 화재해상보험사무소로 시작되었던 AIG는 세기말 시장가치가 1,500억 달러에 달하는 기업으로 성장하였다.

이 기간 중 설립자 C. V. Starr와 1968년에 경영권을 물려받은 Maurice "Hank" Greenberg가 AIG를 이끌었으며 한 번도 성장이 후퇴하거나 멈춘 적이 없었다.

2004년 Martin J. Sullivan이 3대 회장으로 취임한 이후에도 AIG는 지속적인 시장확대 정책을 펴면서 세계 1~2위의 지도적 위치를 고수하고 있다.

### 1) 설립

1926년 Starr는 미국 땅에 처음으로 American International Underwriters(AIU)라는 사무실을 개설하는데, 미국 여러 보험사의 총괄 대리점 형태로 미국 이외의 지역에서 발생하는 미국인의 위험을 보상하는 보험을 판매하였다. 이러한 보험을 'Home Foreign Business' 라고 하는데 Starr는 최초로 이런 보험을 취급하였으며 많은 해외기업들의 다양한 위험을 보상하는 측면에서 본다면 매우 중요한 시발점이라 할 수 있다.

### 2) AIG의 성장과정

1930년대 Starr는 라틴 아메리카에 관심을 돌리는데 이 지역은 오랜 세월 동안 유럽 보험사들의 독무대였다.

1940년 유럽에서 전쟁이 발발하자 남미 쪽에서 운영하던 보험사 들은 철수가 불가피했다. AIU는 이 보험사들의 해약보험을 위해 하바나에 지역본부를 세웠다. 6개의 라틴 아메리카 사무실들이 이를 위해 속속 세워지게 되는데 1945년경에 이르러서는 라틴 아메리카의 보험료수입이 아시아지역을 능가하게 된다.

정치적인 불안이 중국과 동아시아에 퍼짐에 따라 Starr는 각 지역본부들을 1939년에 뉴욕으로 옮겼다. 태평양 전쟁 전과 비교하여 볼 때 중국에서의 영업은 점차 미진해졌으나, 극동아시아의 나머지 지역의 영업은 급속도로 회복되었다.

1946년 AIU는 미군의 진주와 더불어 그들의 재산을 보호하기 위해 일본에 같이 진출하였다. 1951년 일본에서 외국 보험회사의 보험제한이 풀리자 AIU는 빠른 성장세로 접어들기 시작하였으며, 현재 일본은 AIG의 해외 손해보험 시장 중 가장 큰 시장이다.

1946년 AIU는 독일에서도 마찬가지로 미군의 진주와 더불어 진출하였다. 전쟁전 유럽에서 AIU는 벨기에, 프랑스와 네덜란드에 조그만 대리점 형태로 영업하는 데 불과하였으나, 2차 세계대전은 유럽의 시장에서 AIU가 팽창할 수 있는 유리한 판도로 시장여건이 변화되었다.

유럽의 대형보험회사의 어려운 재정여건은 보험여력의 축소를 불러왔으며, 그와 동시에 미국기업에서 유럽으로의 진출 및 사업확장은 AIU의 Home Foreign Business(미국 이외의 지역서 발생하는 미국인의 위험을 보상하는 보험)가 클 수 있는 기회를 마련하였다.

1950년대에 AIU는 서부유럽에서 보험사업을 계속 확장하였고 중동아시아, 북부 아프리카와 호주까지 영업망이 확장되었다. 그와 동시에 생명보험부문의 영업망도 여러 나라에 확산되는데 그 첫 번째가 예전 Asia Life지역의 필리핀이었으며, 1947년 Starr는 Philippine American Life Insurance Company(Philamlife)를 세웠다. Phliamlife의 급격한 확장 추세로 진출 10년 만에 필리핀으로 사무실을 60여 곳에 개설하였다. 1950년대에 Philamlife는 필리핀이 주택사정이 심각할 즈음, 이의 완화를 위한 특별한 계획을 세워 국제적으로 주목을 받았다. Philamlife의 양로보험은 필리핀인의 저축성 자금을 동원하는 데 성공하였고 필리핀의 발전을 촉진하는 측면에서 동 자금이 제공되었다. 현재 Philamlife는 필리핀에서 가장 큰 생명보험회사이다.

그린버그가 회장으로 취임한 이후 2년 동안 American Home의 성과는 극적으로 개선되었으며, 수익성이 높은 회사로 American Home의 명성이 더해갈 때 그린버그는 다른 국내회사들을 인수하기 시작했다.

1960년대에 American International의 인수는 현재 AIG의 국내 중개그룹(DBG)을 구성하는 대부분의 회사들을 포함했다.

이러한 대열에 처음 참여한 회사는 New Hampshire Insurance Company였고 이어 National Union Fire Insurance Company of Pittsburgh, PA. 이의 자회사인 Lexington Insurance Company 그리고 Commerce and Industry Insurance Company를 취득하였다.

Transatlantic Reinsurance Company가 또한 이 기간에 인수되었는데 그린버그의 전략은 문제가 있는 회사들, 혹은 강제적인 인수위협에 직면한 회사들을 찾아내서 지배적 지분을 매입한 후 American International 패밀리에 통합시키는 것이었다.

1960년대까지 Starr가 사망하고 그린버그가 회장으로 선임되었을 때, 국내손해보험네트워크의 구조가 갖추어졌다. 그러나 그린버그의 지도하에 강한 이익성장과 확장이 몇 년간 지속되었다.

American International Group, Inc.는 국내회사들의 지분을 소유하는 방식으로 1967년에 설립되었다. Starr가 사망하나 2년 후 AIG는 그린버그를 CEO로 하는 기업공개를 하였다. AIU와 대부분의 관계대리점 및 관계회사들은 1970년 AIG 자회사가 되었다. 당시 AIG의 현재적인 구조가 완성되고 1984년에 AIG 주식은 뉴욕증권거래소에 상장되었다. AIG는 현재 상장된 어떤 보험/재무서비스회사보다 시가총액이 크다.

그린버그의 지도 아래 1970년대와 1980년대는 AIG에 있어 엄청난 성장기로 기록되었다. AIG는 선도적인 글로벌 보험기관으로 바뀌고 AIG의 자본기반과 강력한 중개커뮤니티관계는 국내운영회사들로 하여금 보다 중대한 리스크를 인수할 수 있게 하고 높은 담보능력과 전문화된 보험 인수지식을 요하는 신시장에서 주요 보험회사로 성장할 수 있게 하였다. 경영진은 특정시장에 대한 고객맞춤상품과 서비스를 강조했으며 인수심사, 엔지니어링, 리스크관리와 기타서비스에 있어 심도깊은 기술적 지식을 중시했다.

이러한 전략을 통해 AIG는 중요한 성장원천이 된 대형회사들에 대한 위험관리서비스를 제공하는 선두적인 회사가 되었다. 변화하는 미국기업들의 수요를 충족시키기 위해 다수의 전문화된 회사가 1970년대와 1980년대에 설립되거나 인수되었다. 이러한 합류된 회사들은 항공보험, 모기지보증보험, 보상관리, 직업재활서비스, 그리고 관리건강진료에 집중했다.

AIG가 설립된 지 80년을 맞는 이즈음, 핵심적으로 이룩한 성과라 할 수 있는 것은 40년 만에 중국정부로부터 외국회사로는 최초로 AIA가

1992년 인가를 받아 중국에 복귀한 것이다. 그러나 중국만이 유일한 AIG의 성과는 아니며 AIG의 새로운 회사들인 폴란드, 헝가리, 체코 공화국 및 루마니아가 중부와 동부유럽의 통합되는 시장에 발을 들여 놓았다. 이런 선상에서 러시아, 인도, 베트남도 같이 확장됐었고 팽창되는 세계적인 기업인 AIG는 미국보험시장에서 더욱 강한 위치에 접어들었으며, AIG의 이런 성장과 금융서비스 부문 및 미국 내 보험부문은 AIG를 미래에 최고의 회사로 발돋움하는 신뢰에 찬 회사로 변화하였다.

## 다. AIG의 조직(Operations)

AIG는 네 개의 사업군으로 조직되어 있으며 각각의 사업군은 상품분야에 따라 집단화된 자회사군으로 이루어져 있다.

### 1) 손해보험사업군(General Insurance Operations, Property & Casualty)

이 그룹에는 AIG 순이익의 49.9%(1998년)를 차지하며 국내 손보중개(Domestic General-brokerage), 국내 개인보험(Domestic Personal Lines), 연합보증법인(United Guaranty Corporation), 해외손보(Foreign General), 그리고 재보험이 포함되고 있다.

이들 사업군에는 자동차보험, 주택종합보험, 근로자상해보험과 같은 개인보험뿐만 아니라 기업보험을 포함한다.

### 2) 국제생명보험사업군(Worldwide Life Insurance Operations)

이 그룹에는 AIG 순이익의 33.3%(1998년)을 차지하며, 미국국제보험기업(American International Assurance Company, Ltd. : 동남아시아에서 운영), 대만의 Nan Shan 생명보험회사, 필리핀 미국생손보험사, American Life Insurance Company(일본과 전 세계 50개국에서 운영),

그리고 AIG의 국내 생명보험회사들이 포함된다.

이 회사들은 정기보험, 종신보험, 단체생명보험, 그리고 다양한 연금상품 등에 이르는 다양한 생명보험상품을 판매한다.

### 3) 금융서비스그룹은 다수의 다른 사업군으로 구성

국제리스금융회사(International Lease Finance Corporation, ILFC), AIG 금융상품법인(AIG Financial Products Corporation), AIG Trading Group, Inc. 그리고 AIG 글로벌투자그룹(AIG Global Investment Group, Inc.로 구성된다.

이 그룹은 AIG 순이익의 16.8%(1998년)을 차지했으며, ILFC는 상업용 비행기를 전 세계 항공사에 리스를 하고 재판매하고 있다. AIG 금융상품법인은 매우 다양한 이자율, 통화, 지분 그리고 신용상품을 전문적으로 판매한다.

AIG Trading Group Inc.는 외환, 이자율 그리고 금속 및 귀금속에 있어 거래 및 시장조성에 관여한다. AIG 글로벌투자그룹은 전 세계 투자관리전문가 네트워크를 통해 제3자 자산뿐만 아니라 AIG 보험회사의 투자자산을 관리한다. AIG의 소매금융그룹은 여러 신흥시장에서 소매금융사업을 개발했다.

다른 금융서비스로는 premium finance, 프라이빗뱅킹 그리고 부동산 투자관리 등이 있다.

### 4) Sun America, Inc.

Sun America. Inc.는 다양한 퇴직저축, 자산적립상품 그리고 투자서비스를 제공하고 있으며, 이러한 상품들에는 정액과 변액연금, 뮤추얼펀드, 투자자문, 신탁서비스 그리고 보증투자계약을 포함한다.

AIG의 주요한 활동지역은 미국, 아시아, 유럽 그리고 라틴아메리카를 포괄하고 있으며, 다른 경쟁 미국보험회사들이 해외에서 수익의 최대 15%를 얻고 있는 반면 AIG는 순이익의 전반이상을 미국 외의 지역에서 얻고 있다.

### 라. AIG의 경영전략

AIG의 전략은 세 가지이다.

- o 엄격한 언더라이팅원칙을 적용하여 미국과 해외에서 지속적인 수익을 창출함.
- o 투자포트폴리오의 변동성을 보수적으로 관리함.
- o 고객, 모집인과 중개인판매채널, 정부와 장기적인 유대관계를 형성.

AIG는 이러한 목표를 달성하기 위해 5가지의 요소에 집중하고 있다.

#### 1) 지속적인 전략의 유지

AIG는 CEO의 교체가 매우 낮은데 100년 가까운 역사 속에 오직 C. V. Starr와 1969년 승계한 Greenberg, 그리고 최근 2004년에 승계한 Martin J. Sullivan만이 회장으로 존재하고 있다.

AIG의 일원이 된 지 2년 후인 1962년, Greenberg는 American Home Assurance Company의 사장으로 근무한다. 당시 Greenberg는 AHA의 사업에 일련의 중요한 변화를 수행한다. 즉, (1) 관계지향 판매에 집중 (2) 다중 판매채널을 통한 보험판매 (3) 재보험풀(reinsurance facilities)의 개발 (4) 모집인과 중개인에 대한 포괄승인권을 중지함으로써 보유위험의 통제권증진 (5) 상품혁신을 촉진하기 위한 상품종목별 이익센터의 설립 (6) 언더라이팅에서의 수익성추구 등이 그것이다.

2년 후 American Home의 경영성과는 크게 개선되면서 Starr가 1967

년 병이 들었을 때, 그는 Greenberg를 후계자로 선택한다.

### 2) 성과요건의 부과

AIG의 경영진은 전통적으로 세 가지 성과측정원칙을 가지고 있다.

① 모든 사업종목에서 적어도 15%의 지분수익률을 달성 : AIG는 신사업이 충분한 수익을 창출하는지 평가하기 위해서 3가지 요인을 고려한다.
- 해당 시장에서 AIG가 부가가치를 창출할 수 있는지 여부
- 신사업이 AIG의 기존 사업과의 통합에 기여할 수 있는지 여부
- 신사업이 AIG가 AAA 등급을 받는 데 장애가 되는지 여부

② 100% 이하의 합산비율(combined ratio)을 유지 : 이것은 AIG로 하여금 투자수익에 의존하지 않고 보험사업에 있어 수익을 내도록 요구한다. AIG는 역사적으로 합산비율이 101%에서 102%였던 국내 중개업을 제외한 모든 종목에서 이러한 요건을 달성해 왔다. AIG는 비록 가격이 가장 낮은 수준은 아니지만 산업전체를 통해 비용을 엄격히 통제하는 것으로 알려져 왔다.

③ AAA 신용등급을 유지 : AAA 신용등급을 유지하기 위해 AIG는 리스크를 부담하기 위한 충분한 자본을 유지한다.

### 3) 글로벌경영구축

1999년까지 AIG는 어떤 다른 미국의 보험회사보다 가장 큰 해외 사업을 운영하고 있으며 해외경영으로부터 순이익의 55%를 얻고 있었다. AIG의 생명보험사업부분은 1998년 약 90%의 수익이 해외에서 발생되었다. AIG의 세계화전략은 다음의 중요요소로 이루어진다.

① 고성장지역에 집중하라. 다른 경쟁회사들이 자원을 규모가 큰 시장에 집주할 때 AIG는 보험료성장이 높을 것으로 기대되는 시장

에서 발전 중인 사업에 집중한다. AIG가 성장잠재력을 평가하는 데 이용하는 중요요인으로는 GDP 성장, 일인당 GDP, 금융시스템의 복잡성수준뿐만 아니라 해당국가에서의 현지관계와 같은 요소이다.

② 정부와의 관계에 집중하라. 그린버그는 주요국가정부와 관계를 증진하는 데 많은 시간과 자원을 할당했다. 예를 들어, 중국에서 Greenberg는 1975년 상해시장을 만나기 시작했다. 당시 Zhu Ronghji 시장은 나중에 중국의 수상이 되었다. 또한 AIG는 다른 규제가 심한 국가와 친밀한 관계를 유지한 역사를 가지고 있다. AIG는 1946년 이후 일본에서 활동하고 있다. 1979년 AIG는 헝가리, 폴란드 그리고 루마니아에 합작기업을 설립한 첫 번째 서구보험회사가 되었다. 더구나 AIG는 이들 국가에 사회기반시설 프로젝트에 자본을 투자했다.

③ 현지회사로 경영하라. AIG는 진출하는 어떤 국가에서도 현지사업체를 개발하는 것을 추구한다. AIG는 이것을 두 가지 방식으로 행한다. 첫째 AIG는 경영진으로 하여금 현지기업문화를 받아들이도록 교육한다. 그리고 둘째 AIG는 현지를 교육시켜 궁극적으로 현지회사의 전 분야를 담당하게 한다. 1999년 AIG의 최고임원진에는 브라질과 영국출신의 고위임원뿐만 아니라 중국인 부회장을 포함한다.

#### 4) 상품중점 이익센터별로 사업을 구성

AIG는 상품혁신을 촉진하기 위해 상품중심의 이익센터로 조직된다. 각 회사는 특정 보험종목에 집중한다. 예를 들어 National Union은 임원배상책임보험(D&O insurance)을 주로 판매하고 American Home은 근로자생해보험종목, Commerce and Industry사는 환경관련 보험 그리고 Lexington은 비표준 정기보험을 주로 판매한다.

AIG는 1980년대 미국 기업들의 취득을 통해 한층 더 전문적인 보험종목을 늘려나갔다. 모기지 보증보험사인 United Guaranty Corporation은 1981년에 인수되었으며, 1983년 AIG는 당시 세계 항공보험시장에서 주요 보험사였던 Southeastern Aviation Underwriters, Inc.를 인수한다.

각 회사는 다수의 개별사업그룹을 구성되고 또한 상품종목을 따라 조직되어 상품관리자에 의해 경영된다. 상품관리자들은 손익에 대한 책임을 지며 마케팅, (AIG의 사전 명기된 변수 내에서의) 가격설정, 그리고 보험금청구심사를 감독한다. 관리자들은 AIG의 ROE, 합산비율, 그리고 신용기준에 대한 기업성과척도에 비례한 자신들의 상품그룹의 성과를 기반으로 보상을 받는다.

각 상품그룹은 상품을 다양한 고객군에 판매하는 것뿐만 아니라 판매채널에 대한 책임도 진다. 이러한 방식에 따르는 위험은 시간이 지남에 따라 AIG내 여러 사업군이 많은 고객이 여러 종목의 상품을 구입함에 따라 동일한 고객을 대상으로 판매를 할 수 있다는 것이다.

AIG내의 각 사업군은 고객과 독립된 관계를 가지고 고유의 전속 판매채널을 통해 거래를 한다. 그러나 AIG는 기존 마케팅 부서의 권한을 중개인에게 부여함으로써 교차판매(cross selling)를 강화하고자 시도하고 있다.

### 5) 자본구조의 융통성유지

AIG는 신사업을 다각화하고자 하는 의지로 인해 견실한 이익을 바탕으로 시장에서의 새로운 기회를 빠르게 포착할 수 있는 재무적 능력을 갖추고 있다. 예를 들어, 1998년 9월에 헤지펀드인 Long Term Capital Management(LTCM)이 몇 개월 사이에 40억 달러 이상의 손실을 보았는데 AIG는 워렌 버핏과 골드만 삭스와 함께 포트폴리오를 인수하기 위해 거래를 한 적이 있었다. 종국적으로 이 거래는 무산되었지만 이는 AIG가 기회가 있을 때 자본기반을 이용할 수 있다는 능력을 보여준다.

## 2. Allianz

### 가. 그룹 개요

1890년 독일 베를린에서 설립된 알리안츠는 현재 세계 70개국 이상의 국가에서 글로벌 선두기업으로 활동하고 있으며, Allianz SE는 알리안츠 그룹의 지주회사로 독일 뮌헨에 본사를 두고 있다. 알리안츠 그룹의 기본 전략과 가치는 3+One Program으로 이는 알리안츠 그룹의 성공적인 비지니스 모델을 촉진시키고, 지속적이며 수익성 있는 성장을 달성하기 위해 계획된 전략으로서 2003년 12월경에 처음으로 도입되었다. 이후 알리안츠 그룹은 이 같은 전략을 바탕으로 보험을 중심으로 한 방대한 금융그룹을 형성하고 있으며, 탄탄한 자산과 리스크관리 노하우를 통해 혁신적이고 든든한 재무서비스를 제공하는 기업으로 인정받고 있다. 생명보험, 손해보험 부문 외에도 은행 부문의 드레스드너 은행을 소유하고, 투자은행 부문에는 DRKW, 자산운용부문에서는 알리안츠글로벌인베스터스 산하에 세계 최대 채권펀드인 핌코(PIMCO)를 두고 있으며, 주식부문에서는 오펜하이머 캐피털, 니콜라스/애플게이트 등이 있다. 이러한 거대 금융그룹은 주로 1980년대 중반 이후부터 2000년까지의 인수합병을 통해 이루어졌다.

<표-1> 알리안츠 그룹의 최근 인수·합병 연혁

| 해당년도 | 인수·합병 내역 |
|---|---|
| 2001 | 드레스너 은행 인수 |
| 2000 | 캘리포니아 뉴포트 비치 US 자산운용사 Pimco Advisors L.P 매입 |
| 1999 | 한국에서 제일생명 인수 |
| 1997 | 파리 Assurance Generales de France (AFG) 인수 |
| 1995 | 시드니 소재 호주 보험회사인 Manufacturers' Mutual Insurance Group(현 Allianz Australia Limited)의 지분 매입 |
| 1991 | 캘리포니아 소재 US 보험회사인 Fireman's Fund Insurance Company 인수 |
| 1990 | 부다페스트 Hungaria Biztosito 매입을 비롯하여 동유럽에서 활동시작 |
| 1989 | 프랑스 보험 그룹 Via/Rhin et Moselle(현 AGF의 일부)의 지분 매입 |
| 1986 | 런던 Cornhill Insurance PLC 인수 |
| 1984 | 밀라노 Rlunione Adriatica di Sicurta (RAS) 지분 매입 |

19세기 말 Allianz Versicherungs AG(1890)로 베를린 본사에서 사업을 시작한 이후, 알리안츠는 세계 선두 보험회사 및 금융 서비스 그룹의 하나로 발전해 오면서 독일, 유럽, 미국, 아시아에서의 인수를 통해 사업 기반을 대폭 강화하였다. 운용규모는 전 세계 70여 국가에서 700여 개의 자회사를 운영하고 있다. 1985년 지주회사인 Allianz AG를 설립하였고, 1998년에 뮌헨 알리안츠 자산관리회사 설립을 통해 자산운용을 핵심 사업 활동 영역으로 확립하였다. 1999에는 중국에 합작 기업인 Allianz Dazhong Life를 설립하였고, 한국에서도 제일생명을 인수하는 등 아시아 지역의 진출을 본격적으로 확대하기 시작하였다. 1997년에는 Vereinte Krankenversicherung AG를 알리안츠의 건강보험회사로 발전시켰으며, 2000년 캘리포니아 뉴포트 비치 US 자산운용사 Pimco Advisors L.P를 매입하여 채권 펀드를 운영한 것을 비롯해 2001년에는 드레스드너 은행 인수, 2002년 신용 보험회사 Euler Hermes S.A를 설립하는 등 본격적인 금융겸업화에 박차를 가하면서 금융종합화에 적극 대응하였다. 2006년에는 Allianz SE(Societas Europae)로의 전환을 선언함으로써 단일 경제를 지향하는 유럽연합에 '유럽기업'(European Company)이라는 새로운 기업 개념이 자리를 잡아가고 있다. 현재 유럽 50대 기업 중에는 알리안츠가 첫번째 유럽기업으로 전환하여 과거 보험중심의 독일기업으로부터 유럽 본고장에서의 선두 금융서비스 그룹으로서의 입지를 강화하고 있다. 2006년 2월 주총에서는 이탈리아 금융회사 RAS와 국경을 넘는 합병을 이룩하였고, 두 회사의 합병 작업이 완료되면서 기존의 '알리안츠 AG'이던 회사명도 '알리안츠 SE'로 변경되었다. AG는 독일어로 주식회사란 말이고, SE는 라틴어 'Societas Europaea'의 줄임말로 유럽기업이라는 뜻으로 독일기업에서 유럽기업으로 전환함을 의미한다. 종전에는 서로 다른 국가의 두 회사가 합병할 경우, 원래 소속되었던 국가들의 법규가 복잡하게 적용되는 경우가 많았으나 유럽기업이 되면 EU가 만든 단일 법규가 적용돼 경영효율성이 높아지게 된 것이다. 이런 알리안츠는 유럽기업(SE)으로 바뀌

면서 내부 구조를 재정비하게 되었으며, 종전 독일 알리안츠가 스위스·포르투갈 이탈리아 등에 투자한 금융회사 지분들이 거미줄처럼 얽혀 있던 것이 '알리안츠 SE'라는 지주회사로 재정비하였다.

독일기업들은 미국과는 달리 경영이사회(Board of Management)와 감사회(Supervisory Board)라는 이원화된 이사회 구조로 되어 있다. 감사회 알리안츠 외에도 네덜란드계 ABN암로의 북유럽 계열사인 알프레드 베르그, 핀란드의 엘코텍, 독일의 카르타고 밸류 인베스트, 유럽 등 40여 개 기업이 유럽기업으로 전환했거나 전환을 추진하고 있다. SE(유럽기업)는 유럽 전역에서 활동하는 기업에 대해 비효율과 중복규제를 없애자는 취지로 1960년대부터 논의가 시작되었고, 30여 년 뒤인 2001년 10월 관련 법규가 제정되었다. 이후 2004년 10월 8일부터 발효되었으며, 유럽기업을 설립할 수 있는 나라는 EU 25개 회원국 및 유럽경제지역(EEA) 회원국인 아이슬란드 리히텐슈타인 노르웨이 등 총 28개국이 해당된다. 이 28개국이 각각 유럽기업 법규를 자국법에 채택하면, 해당 국가에서 유럽기업을 설립하거나 기존 회사를 유럽기업으로 전환할 수 있다. 이는 경영진을 감독 견제하는 기구로 주주 대표와 종업원 대표가 동수(同數)로 참가하는 공동결정제로 운영되며, 주주의 이익을 주로 대변하는 미국식 경영과는 다르다고 할 수 있다. 즉, 주주와 종업원이 회사 경영에 모두 관여한다는 이점이 있기는 하지만 감사회가 너무 비대해지면서 기업들의 발목을 잡는다는 지적을 받기도 한다.

이런 세계적인 변화의 흐름 속에서 1890년 독일 베를린에서 설립된 알리안츠는 현재 세계 70개국 이상의 나라에서 177,000여 명의 임직원을 두고 있으며, 100년 넘는 자랑스런 역사를 바탕으로 전세계 보험 및 금융서비스의 선두그룹의 리더로 발전하고 있다. 뿐만 아니라 2006년 알리안츠 그룹의 지주회사인 Allianz AG는 이탈리아 2위의 보험업체 RAS와 M&A를 통해 독일 뮌헨에 Allianz SE(Societas Europeae: 최소 2개 회원국에 설립된 기업이 EU법하에 하나의 법인체)라는 유럽 최고의 금융서비스 회사로 거듭남으로써, 저비용 고효율로의 경영개선을 바

탕으로 한 제3국 경쟁기업보다 상대적으로 유리한 경쟁력을 확보하였다고 할 수 있다.

<표-2> 알리안츠 그룹의 기본 전략과 가치

| 3+One Program | 3+One Program의 목표를 달성하기 위한 leadership values |
|---|---|
| 1. 자본 기반의 확충 및 보호<br>2. 영업이익의 대폭 개선<br>3. 복잡성의 감소<br>+ One 지속성 있는 경쟁력과 가치 증대 | 1. 전략과 전달의 일치<br>2. 고성과 문화 촉진<br>3. 고객중심<br>4. 직원개발<br>5. 상호 신뢰와 피드백 구축 |

## 나. 알리안츠 그룹의 주요 사업 실적

### 1) 알리안츠의 복합금융 실적

알리안츠 그룹은 크게 일반손해보험 부문을 비롯한 생명 및 건강보험, 은행, 자산관리업으로 구분할 수 있으며, 2006년 알리안츠 금융 그룹의 총자산 규모는 1조 532억 유로에 달하고 있다. 2006년 금융 실적을 살펴보면 영업이익이 10,386백만 유로를 기록, 2004년 14.3%의 성장에 이어 2005년에도 29.8%라는 높은 성장세를 지속하고 있다. 또한 순이익 부문에 있어서는 전년대비 60.3% 성장한 7,021백만 유로를 시현하였다. 이를 통해 알리안츠 그룹은 글로벌화 기업으로의 구조 재편을 통한 사업의 효율성 및 생산성을 높였으며, 주주자본에서도 전년대비 27.8% 성장한 50,481백만 유로를 기록하였다.

<표-3> 알리안츠 그룹의 복합금융 실적

(단위 : 백만 유로, %)

| | | 2006 | 성장률 | 2005 | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 손익 계산서 | 총수익 | 101,129 | 0.2 | 100,967 | 96,947 | 93,740 | - |
| | 영업이익 | 10,386 | 29.8 | 8,003 | 7,001 | 3,982 | - |
| | 순이익 | 7,021 | 60.3 | 4,380 | 2,266 | 2,691 | -3,243 |
| 재무 제표 | 투자 | 298,134 | 4.6 | 285,015 | 254,085 | 237,682 | 239,220 |
| | 총자산 | 1,053,226 | 6.5 | 989,288 | 990,959 | 933,802 | 848,753 |
| | 주주자본 | 50,481 | 27.8 | 39,487 | 29,995 | 27,993 | 21,046 |
| | 주식배당 | 15.6 | 3.0pts | 12.6 | 7.8 | 11.0 | -12.5 |

자료 : Allanz Annual Report 2006.

알리안츠 그룹의 2006년 손해보험 총매출액은 43,674백만 유로로 전년동기대비 0.1% 성장한 낮은 성장률을 기록하였으나, 영업이익은 6,269백만 유로로 전년동기대비 21.2% 높은 성장세를 기록하였다. 이는 범세계적인 기업으로서 보다 효율적이고 지속적인 수익성 모델 전략에 부합한 결과라 할 수 있다. 반면, 손해율에 있어서는 2004년 67.6%에서 2005년 67.2%, 2006년에는 65.0%로 지속적인 감소세를 이어가고 있으며, 이에 따라 합산비율도 2004년 94.9%에서 2006년 92.9%로 2.0%p 감소한 것으로 조사되었다.

생명보험의 실적과 관련해서는 2006년 총매출액은 47,421백만 유로로 전년동기대비 -1.8%를 기록해 소폭 감소한 것으로 나타났으나, 영업이익과 관련해서는 2005년 2,094백만 유로에 비해 22.3% 상승한 2,565백만 유로를 기록해 수익성이 크게 향상되었음을 보여주고 있다.

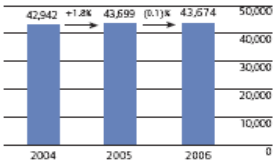
그 외 2006년 은행과 자산관리 분야의 총 매출액은 각각 7,083백만 유로와 3,044백만 유로를 기록하면서 전년동기대비 각각 12.2%, 11.3% 성장하였으며, 영업이익에 있어서도 은행은 전년동기대비 102.0% 성장한 1,422백만 유로를, 자산관리에서는 전년동기대비 14.0% 성장한 1,290백만 유로의 높은 성과를 보였다.

## 2) 부문별 사업 실적

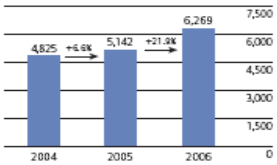
<그림-1> 알리안츠의 사업분야별 실적

**Property-Casualty:** Underwriting excellence – 92.9% combined ratio.

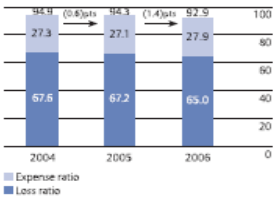
Total revenues[1]
in € mn




Operating profit[4]
in € mn

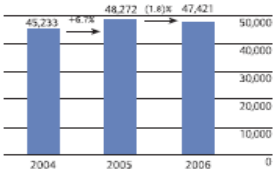



Combined ratio
in %

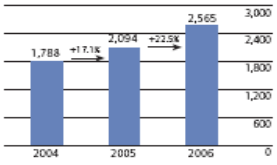



**Life/Health:** Dynamic operating profit growth continued.

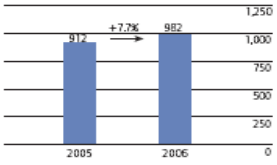
Total revenues[1]
in € mn




Operating profit[4]
in € mn

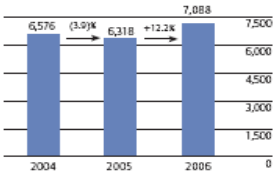



New business value[10]
in € mn

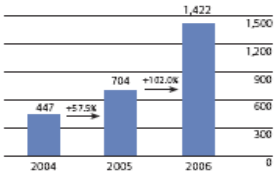



**Banking:** Milestone achieved for cost-income ratio of below 80%.

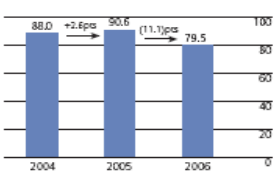
Operating revenues[1]
in € mn




Operating profit[4]
in € mn

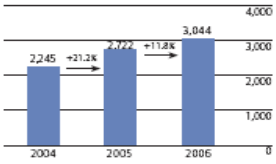



Cost-income ratio
in %

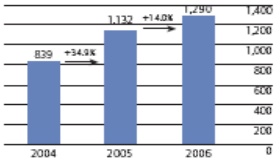



**Asset Management:** Consistently delivered double-digit operating profit growth.

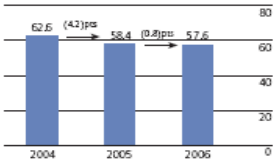
Total revenues[1]
in € mn




Operating profit[4]
in € mn



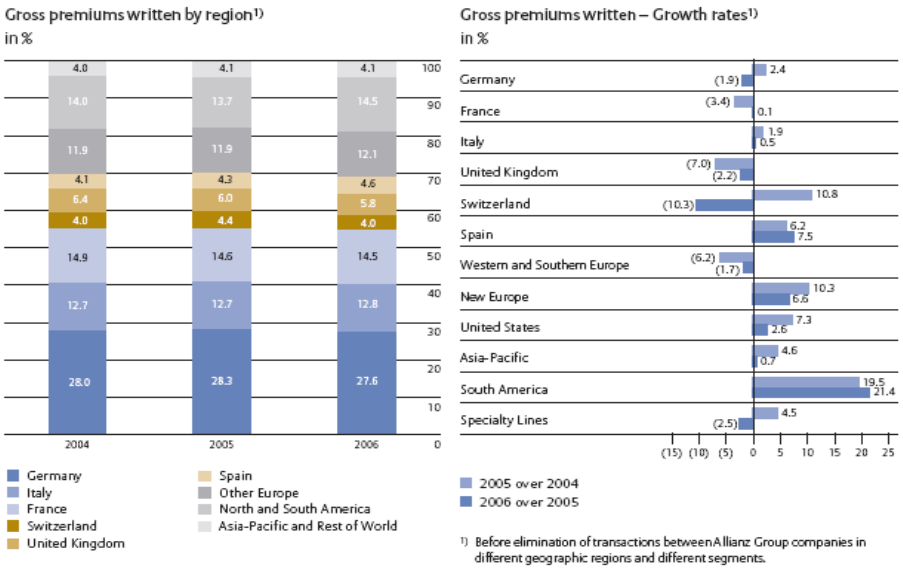

Cost-income ratio
in %



국가별 손해보험 사업 실적 및 보험료 성장률을 살펴보면 남아메리카를 중심으로 스페인, 신유럽[11], 미국, 아시아지역 등의 성장이 두드러진 것으로 나타났으며, 2006년 총수입보험료 기준으로 가장 높은 성장률을 기록하고 있는 남아메리카의 경우에는 전년동기대비 21.4%의 높은 성장세를 시현하였다. 반면, 스위스의 경우에는 2005년의 10.8%라는 높은 성장세에도 불구하고 2006년 -10.3%의 마이너스 성장을 기록하여 가장 저조한 실적을 나타내었다.

3) 국가별 손해보험 사업실적

<그림-2> 지역별 손해보험 실적 및 보험료 성장률

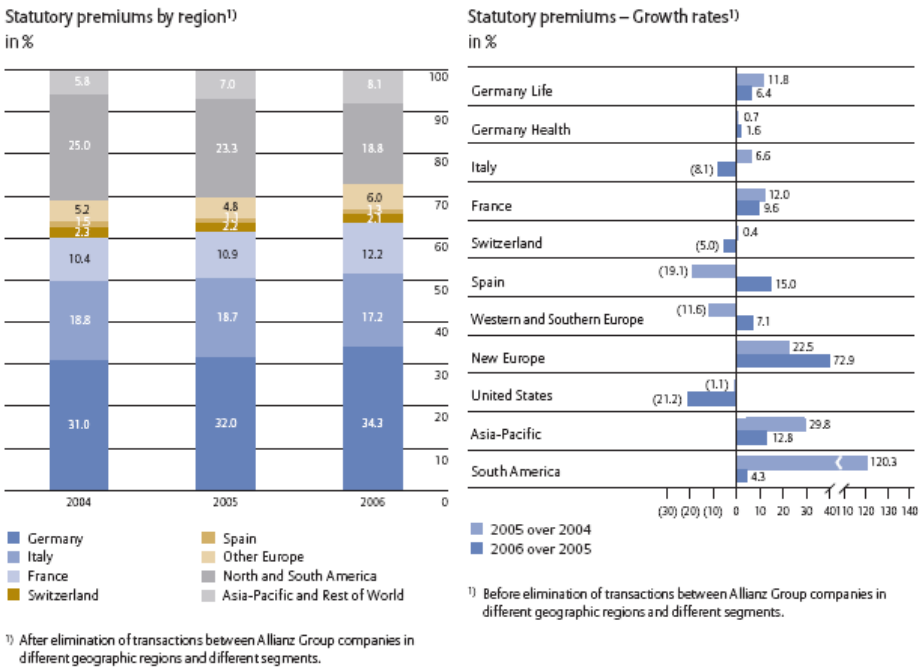



11) 2008년 5월 1일부터 폴란드, 헝가리, 체코, 슬로바키아, 에스토니아, 라트비아, 리투아니아, 슬로베니아, 몰타, 사이프러스 등 중.동유럽 10개국이 유럽연합(EU) 공식 회원국으로 새로 가입하게 되며, 이들 10개국의 가입으로 EU는 25개 회원국에 인구 4억 5000명, GDP 8WH 8000억 달러, 교역액 2조 4000억 달러를 지닌 세계 최대 규모의 단일 경제권으로 떠올라 '기회의 대륙'으로 새로 각광 받고 있음.

알리안츠 그룹의 2006년 생명보험 사업실적을 국가별로 살펴보면 독일, 프랑스를 비롯한 신유럽과 스페인, 아시아 시장의 성장세가 두드러진 것으로 나타났으며, 신유럽의 경우 전년동기대비 72.9%의 가장 큰 성장세를 보였고, 스페인의 경우에는 2005년 -19.1%의 마이너스 성장세가 2006년 15.0%를 기록해 플러스 성장으로 반등되었다. 반면, 남아메리카의 생명보험시장에서는 2005년 120.3%라는 높은 성장률 기록에 반해 2006년에는 4.3%의 낮은 성장률을 나타내 높은 성장세가 큰 폭으로 완화되고 있음을 보여주고 있다.

### 4) 국가별 생명보험 사업실적

<그림-3> 지역별 생명보험 실적 및 보험료 성장률




1) After elimination of transactions between Allianz Group companies in different geographic regions and different segments.

1) Before elimination of transactions between Allianz Group companies in different geographic regions and different segments.

## 다. 해외시장별 상품판매 및 채널 전략

### 1) 생명보험 부문 : 주요국에서의 전략

<표-4> 프랑스의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - AGF 그룹의 회사를 통하여 2005년 기준 프랑스내에서 8위의 실적 기록 |
| 상품 및 판매채널 | - 단기투자형 상품 및 저축상품을 포함하여 다양한 생명 및 건강보험상품 판매중<br>- Unit-linked 보험의 판매도 중요한 비중을 차지하고 있음 |
| 전망 | - 생명보험은 AGF 그룹의 사업 중 가장 급속하게 성장하는 분야의 하나이기 때문에 향후에도 지속성장을 기대하고 있음 |

<표-5> 스위스의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 스위스 시장에서는 Allianz Suisse와 Phenix Vie를 통하여 생명보험을 영업 중이며 2005년 기준 스위스 내 6위의 규모임 |
| 상품 및 판매채널 | - 퇴직, 사망 및 취업불능을 포함한 다양한 개인 및 단체보험상품을 판매 중 |
| 전망 | - 손보부문에서의 시장점유율이 상대적으로 높아, 회사 간 교차판매를 통하여 생명 및 건강보험에 있어서의 성장 잠재력이 있다고 봄 |

<표-6> 중앙 및 동유럽의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 중앙유럽 및 동유럽에서 top 4내에 드는 실적 기록 |
| 상품 및 판매채널 | - 다판매채널 방식을 채택하고, unit-linked와 전통생보상품을 판매 중임 |
| 전망 | - 중앙유럽 및 동유럽의 생명보험시장은 전 세계에서 가장 급속하게 성장하고 있는 시장 중의 하나임<br>- 현재의 보험침투도 수준은 낮은 수준이기 때문에 판매력과 판매상품의 확대를 강화할 것임 |

<표-7> 미국의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - Allianz of America의 산하회사인 Allianz Life US를 통하여 모든 영업이 이루어지고 있음.<br>- 2006년 8월 동사의 건강보험 사업부문을 HCC Insurance Holdings Inc.에 매각 |
| 상품 및 판매채널 | - Allianz Life US사는 2006년 수보기준으로 fixed-indexed 연금시장의 1/3을 차지하고 있는 선두회사임.<br>- 또한 fixed annunity 시장의 10%, 대규모 변액연금시장의 2%를 차지하고 있음. |
| 전망 | - Allianz Life US사는 broker-dealer, 은행, wire-houses와 같은 판매채널을 통하여 연금시장의 점유율을 제고하기 위해 노력 |

<표-8> 아시아 태평양 지역의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 아태지역에서의 생명보험 영업은 한국의 Allianz Life Korea가 대부분 차지하고 있음.<br>- Allianz Life Korea는 한국시장에서 2005년 수보기준으로 규모가 5위임.<br>- 그 외에 대만, 말레이시아, 인도네시아, 중국, 태국, 인도에 진출하고 있음. |
| 상품 및 판매채널 | - 한국에서는 저금리 및 주식시장의 호조로 변액보험에 초점을 맞추고 영업중임.<br>- 대만에서는 정기보험, 종신보험 및 양로보험을 주로 판매중이며, 최근에는 투자형 상품도 판매중임. |
| 전망 | - 내적성장과 선택적 인수를 통하여 아태지역에서의 영업확대를 도모할 예정임.<br>- 2007년 1월 대만의 Uni-Presidenr Group의 주식 일부를 취득<br>- 중국에서는 Industrial and Commercial Bank of China Ltd사와 파트너를 유지하여 전략적인 성장기반 마련<br>- 인도에서는 최근 몇 년간 급속한 성장세를 보여왔던 Allianz Life India의 지분을 2006. 12. 31에 26% 취득함 |

### 2) 손해보험부문 : 주요국에서의 전략

<표-9> 프랑스의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - AGF 그룹의 회사를 통하여 2005년 기준 프랑스내에서 3위의 실적 기록 |
| 상품 및 판매채널 | - 개인 및 기업고객을 대상으로 재물, 상해 및 배상책임보험을 'AGF'라는 브랜드로 전업대리점, 브로커 및 직판채널을 통해 판매 |
| 전망 | - 최근에 성장이 정체되었으나, 영업이익에 초점을 맞추면서 성장을 도모하기 위해 노력 중<br>- 복잡한 조직을 재정비 |

<표-10> 영국의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 영국 내 자회사 Allianz Insurance plc.를 통하여 영업 중이며, 2005년 기준으로 영국 내 7위의 실적 기록<br>2006년에는 인수합병을 통하여 시장에서의 위치 증대 |
| 상품 및 판매채널 | - 특정상품을 포함한 다양한 손해보험상품 판매 |
| 전망 | - 영업이익을 지원하기 위한 방법으로 active cycle management에 집중 |

<표-11> 스위스의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 스위스 시장에서는 Allianz Suisse와 Allianz Transfer AG로 진출<br>- Allianz Suisse는 스위스내 4개 손보 지점의 지주회사 역할<br>- Allianz Suisse의 실적은 스위스내 수입보험료 기준 4위 |
| 상품 및 판매채널 | - Allianz Suisse : 손해보험상품 판매(자동차보험 비중이 42%)<br>- Allianz Transfer AG : 재보험상품 및 ART 상품 제공 |
| 전망 | - 스위스에서의 영업이 매우 경쟁적이므로 수익성에 우선적으로 중점을 두고 있음 |

<표-12> 중앙 및 동유럽의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 중앙유럽 및 동유럽에서 선두적인 위치 확보<br>- 세계에서 가장 급성장하고 있는 시장의 하나로 인식<br>- 진출국 : 헝가리, 체코, 슬로바키아, 폴란드, 불가리아, 루마니아, 크로아티아, 러시아<br>- 러시아에서는 Russian People's Insurance Society(“Rosno") 보험사에 지분 참여 |
| 상품 및 판매채널 | - 가장 기본적인 상품을 판매 : 자동차 제3자배상책임보험 및 자동차대물보험 |
| 전망 | - 자동차보험 및 기타 개인보험부문에서의 수익성이 지속될 에정임에 따라 판매망을 확대할 계획임.<br>- 2007.2.21 "Rosno"의 지분을 97%까지 인수함으로써 동유럽에서의 최대의 보험사 위치 확보 |

<표-13> 미국의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - Allianz of America의 산하회사를 통하여 모든 영업이 이루어지고 있음. |
| 상품 및 판매채널 | - Fireman's Fund 보험사를 통하여 개인, 기업 및 특수보험을 인수하고 있으며, 동사의 사업전략은 특수시장에 초점을 맞추고 있음<br>- 개인보험 : 고소득층을 주된 고객<br>- 기업보험 : 특수한 상품 및 서비스를 제공하는 기업을 목표 |
| 전망 | - 고객서비스 제고를 위한 신상품 및 서비스 개발 |

<표-14> 아시아 태평양 지역의 주요 판매전략

| 부 문 | 내 용 |
|---|---|
| 개요 | - 호주, 뉴질랜드, 말레이시아, 인도네시아 및 기타 국가(중국, 태국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 라오스, 인도 등)에서 영업 중 |
| 상품 및 판매채널 | - 호주에서는 근재보험 분야에서 특별히 강한 시장<br>- 호주에서의 주된 판매채널은 브로커 및 비전속대리점임 |
| 전망 | - Allianz Australia는 시장세분화 전략을 지속적으로 추구 |

### 라. 알리안츠의 성공요인

1890년대 설립된 알리안츠 그룹은 지난 116년간 금융서비스 산업의 오랜 경험을 바탕으로 개인고객을 비롯한 다국적 기업들을 대상으로 한 포괄적인 활동으로 금융자산의 안정성을 담당하고 있다. 금융실적에 따른 평가를 넘어 기업의 다양한 활동 및 요인이 기업경쟁력의 지속적인 성장과 기업가치를 창출하는 데 중요한 요인이 된다. 따라서 기존의 지주회사에서 유럽기업으로 전환함으로써 국가 간의 복잡성을 축소, 주종업원을 주축으로 한 기업가치적 접근법에 따라 제한 범위를 벗어나고자 한다. 알리안츠 보험회사의 비지니스 모델은 통합화 및 글로벌화를 통해 보다 광범위한 보험 및 금융상품을 고객에게 제공할 수 있게 하는 것이다. 알리안츠 그룹은 손해보험, 생명 및 건강보험, 은행, 자산운영과 같은 4개의 영역으로 구분하여 관리 및 운영하고 있으며, 이런 다양한 영업활동 구축을 통해 보다 성공적인 위치에 놓여지게 되었다. 독일의 보험산업에 있어 알리안츠는 2006년 수입보험료 기준으로 가장 선두기업으로 위치하고 있으며, 해외로 진출한 타 국가에 있어서도 다른 기업보다도 가장 큰 규모이다. 상품 포트폴리오의 경우, 손해보험을 비롯한 생명 및 건강보험 등 폭넓은 상품을 포함하여 개인 및 기업고객에게 판매하고 있으며, 손해보험은 전 세계를 무대로 자동차보험을 비롯한 상해, 질병, 가주종합보험(homeowners' insurance)[12] 및 배상책임[13]보험으로 구성되며, 그 외 신용보험, 해상, 항공 및 운송, 여행자보

---

12) 가주종합보험은 사용과정에서 발생하는 사고나 화재, 벼락, 태풍, 해일, 폭발, 소요, 내란, 항공기, 자동차, 연기, 도둑, 강도, 유리손, 화산폭발, 낙물, 얼음, 눈, 진눈깨비, 전기 배관 가스 에어콘 등의 용품의 하자로 발생한 사고(홍수, 지진, 전쟁, 핵물질로 인한 사고는 면책)를 보상하며, 위험을 보장받는 재산은 주택과 주택의 필수구성요소(가죽코트, 카메라, 동전/우표, 수집품, 보석, 예술품, 도자기 등)를 별도로 계약하여 커버할 수 있음.

13) 주택과 관련된 배상책임은 인적책임, 치료비용, 기타보상, 산재보상 등이 있으며, 배상책임은 주택의 주인에게 책임 있는 문제 즉, 방문객이 미끄러

험 등 다양한 상품을 취급하고 있다. 또한 생명보험은 전통적인 사망보험을 비롯한 생존, 연금, 생사혼합, 변액 및 투자연계상품 등 다양한 상품 포트폴리오를 구성하고 있으며, 대리점의 형태에 있어서는 본사에 소속되어진 정직원을 비롯하여 풀타임 및 파트타임의 전속대리점, 브로커, 은행 등 상품의 성격 및 지역적 특성에 맞게 다양한 채널로 네트워크를 구축하고 있다. 알리안츠는 현지 특성에 따라 경쟁사와 인수·합병 방식으로 현지화 전략에 맞게 설립되었으며, 경쟁시장에서 지속적인 수익률 제고와 보다 우세한 위치를 확보하고자 지속성 프로그램 발의 및 고객중심의 주도권이라는 두 가지 내용을 포함한 전략을 주축으로 하고 있다. 2005년 9월 11일 Allianz AG는 RAS(Riunione Adriatica di Sicurta S.p.A)와 국경 간 인수·합병 계획을 발표하였다. 2006년 10월 13일 Allianz AG는 주주명부에 합병 기록에 따라 Allianz AG 그룹이 유럽기업인 Allianz SE(Societas Eurpaea)로 법적 형태를 취하게 되었으며, 2006년 10월 16일 이탈리아 주식거래를 Allianz SE에 기입하면서 합병단계를 마무리하였고, 다우존스 EURO STOXX 50의 최초 기업으로 SE가 되었다.

## 마. 알리안츠의 해외진출 전략

### 1) 알리안츠 그룹의 기본 전략

알리안츠는 자본기반의 확충 및 보호(효율적인 자본 관리), 영업이익의 대폭 개선(높은 이익률)을 실현하기 위해 다음과 같은 5가지 기본원리를 근거로 한다.

---

져 다치거나, 옆집에 피해를 주었다고 법원이 판정하는 경우에 발생하는 비용을 일정 한도 내에서 보험회사가 보상하고 더불어 소송과 관련된 법정비용과 변호사비용도 해결해주는 보험.

<표-15> 알리안츠 그룹의 5가지 기본 전략

| |
|---|
| 1. 모든 업무활동은 고객의 관점에서 결정되어짐에 따라 지분소유자에게 최상의 것을 제공할 수 있을 것이라 생각함.<br>2. 알리안츠 명성의 지속 가능여부는 사회의 용인 및 각각의 개인의 높은 성과달성에 의한 평판에 의해 이루어지는 것임.<br>3. 현지 시장에 맞는 기업가로서의 의사결정과 효율적인 글로벌 인프라 구조를 보다 장려할 것임.<br>4. 알리안츠는 기존 사업영역의 범위를 확장하여 보다 높은 수익을 달성할 것을 추구함.<br>5. 고객의 금융니즈에 맞게 우수한 모든 상품 및 서비스를 제공함으로써 장기적인 관점에서 고객을 만족시킬 수 있을 것이며, 이와 같은 이유로 주요 시장에서 은행서비스를 보다 확대하는 전략을 구축해 나갈 것임. |

### 2) 알리안츠 브랜드 전략(알리안츠 산하 AGF사의 브랜드 쇄신)

1998년 독일의 알리안츠는 프랑스의 AGF를 인수하는 데 성공하였으며, AGF가 알리안츠의 계열사가 된 이후 2000년 3월에는 AGF 산하의 Athena사, 알리안츠의 프랑스 내에 또 다른 자회사인 알리안츠프랑스사, 그리고 AGF사의 3개 회사가 AGF로 브랜드 통합을 이루게 되었다. 통합 후, AGF의 새로운 로고 디자인을 담은 대리점 간판은 2000년 3월 6일부터 17일까지 불과 10여 일에 걸쳐 프랑스 전역에 분포된 3,000여 개의 대리점에 설치하였고, 이 같은 대대적인 브랜드 쇄신 작업은 1999년 여름부터 8주간에 걸친 준비기간이 소요되었다. AGF의 브랜드 및 대리점 이미지 쇄신의 특징이라면, 'gobo'라고 불리는 삼각형의 간판에 AGF의 새로운 마크가 그려진 모양으로 모든 사람들이 AGF 대리점의 간판임을 확실히 인식하게 되었다는 것이다. 이와 같이 AGF의 대리점 이미지 쇄신을 위한 노력은 통합되기 이전의 각 회사들에 대한 이미지를 단절시키고 통합된 회사의 새로운 브랜드 이미지를 구축하는 것이 알리안츠의 브랜드 전략의 한 예로써 얼마나 중요한가를 알 수 있다.

### 3) 알리안츠의 제도적 측면에서의 전략

독일 뮌헨에 본사 둔 유럽 최대 보험회사인 알리안츠는 독일을 버리고 범유럽회사로 까다로운 근로자 보호조건과 높은 세금, 규제에서 벗어나고자 지난 9월 11일 '범유럽회사(Societas Europae, SE)'로 전환 내용을 발표하였다. 이에 알리안츠는 다국적 기업 가운데 최초로 독일 국적을 버리고 유럽이라는 큰 틀을 선택함으로써 세계의 이목을 집중 시켰다. '범유럽회사'는 유럽연합(EU) 회원국에 소재한 기업이 국적을 버리고, 즉 해당국의 관계법을 따르지 않고 유럽연합 회원국이 합의한 모든 기업에 공통으로 적용되는 회사법을 따르는 방식이다. EU회원국의 회사법이 서로 다르기 때문에 아무리 국경 없는 단일시장이라도 다른 나라에서 영업을 하는 데 어려움이 많았으나, 일정한 조건을 갖추면 국적을 버리고 '범유럽회사'로 전환이 가능하게 되었다. 알리안츠가 다국적 기업 가운데 최초로 이런 선택을 한 이유는 여러 가지로 분석이 가능하나, 크게 독일의 까다로운 근로자 보호규정과 세제 등 여러 규제에서 벗어나는 데 주목적이 있다고 할 수 있다.

2,000명 이상의 근로자를 고용하고 있는 독일 기업은 이사회에 동수의 근로자 대표를 의무적으로 받아들여야 하며, 근로자대표가 고용주 대표와 같은 수로 이사회 임원으로 참여, 기업의 운영을 함께 논의하는 방식으로 공동결정을 한다. 또한 단위사업장에서는 근로자평의회(Works Council)가 있어 근로자의 고충을 반영해 왔으며, 이는 독일식 사회적 시장경제(Social Market Economy)의 대표적 특징이라 할 수 있다. 이는 노사상생의 관계를 정립하는 데 큰 기여를 했지만 독일 경제가 고비용 저효율 구조 때문에 고전을 면치 못하고 있는 상황에서 기업구조 개선 등에 장애로 작용한다는 부작용도 발생할 수 있다. '범유럽회사'가 되면 단위사업장에서 근로자평의회가 필요 없으며, 독일이 아닌 회사가 단위사업장을 가지고 있는 각국의 근로자대표가 이사회에 참여하게 된다. 따라서 이사회 임원인 근로자대표가 공유하는 기업문화가 다르고 여러

가지 상이한 입장에 따라 근로자들을 적당히 분리 지배할 수 있는 계기가 된다.

알리안츠가 이탈리아 2위의 보험업체 RAS의 잔여지분 인수를 제의하면서 '범유럽회사'로 전환을 발표한 점은 이런 분석을 가능하게 하며, 전환을 하면 세금을 물지 않고 다른 나라로 본사를 이전할 수도 있으며, 기업의 입장에서 보면 까다로운 규제를 벗어날 수 있고 또 법인세가 가장 낮은 곳으로 얼마든지 이전이 가능하게 되는 이점이 있다. 이러한 유리한 측면을 고려하여 기업은 언제든지 경제 여건과 상황에 따라 법인세가 낮고 규제가 적은 곳으로 이전이 가능하게 됨에 따라 국경 없는 단일시장 유럽연합, 기업의 이동도 활발해지고 있다.

## 3. AXA

### 가. 개요

AXA그룹은 세계에서 가장 큰 보험그룹 중 하나이며, 2006년 현재 유럽, 북미, 아시아태평양 지역 19개국에서 영업 중이고 중동, 아프리카 지역의 사무소를 포함 47개국에 진출한 대표적인 글로벌 보험그룹이다. AXA는 2006년 Fortune Global 500 선정 생명보험산업에서 수입기준 2위에 랭크되었으며 전체 산업에서는 15위에 랭크되었다. 전 세계 5200만 명의 고객을 확보하고 있으며 프랑스, 파리에 본사를 두고 약 15만 명의 직원을 고용하고 있다. 2006년 12월 기준 그룹의 총수입은 787억 7,500만 유로를 기록하였고, 순이익은 50억 8,500억 유로로 2005년 대비 각각 9.9%, 17.8% 증가를 기록하였다.

<표-16> 총수입 기준 글로벌 생명보험사 순위

(단위 : 백만 달러)

| 순위 | 회사명 | Global 500 순위 | 수입 | 순이익 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ING Group | 13 | 138,235 | 8,959 |
| 2 | AXA | 15 | 129,839 | 5,186 |
| 3 | Assicurazioni Generali | 21 | 101,404 | 2,384 |
| 4 | Aviva | 28 | 92,579 | 3,211 |
| 5 | Prudential | 52 | 74,745 | 1,359 |
| 6 | Legal & General Group | 85 | 56,385 | 1,716 |
| 7 | CNP Assurances | 109 | 48,475 | 1,183 |
| 8 | MetLife | 112 | 46,983 | 4,714 |
| 9 | Aegon | 149 | 37,694 | 3,395 |
| 10 | Prudential Financial | 182 | 31,708 | 3,540 |

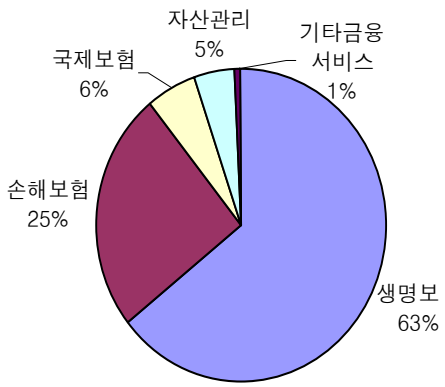
자료 : Fortune Global 500 2006.

AXA는 생명보험, 손해보험, 국제보험(international insurance), 자산관리, 기타 금융 서비스 등 다섯 가지 분야에서 사업을 영위하고 있으며 각 부문의 사업 내용은 다음과 같다. 우선 생명보험 부문은 세계 각국의 자회사와 판매채널을 통해 다양한 저축성, 보장성 상품들을 판매하며, 손해보험부문에서는 자동차보험과 가계보험, 일반보험(property and general insurance), 건강보험 등 다양한 분야의 상품을 판매한다. 또한 국제보험 부문에서는 AXA Re, AXA Corporate Solution Assurance를 통해 일반 재보험과 손해보험 중에서 리스크가 큰 거대물건들을 인수하며 자산관리 부문에서는 AllianceBernstein, AXA Investment Managers를 통해 개인, 기관 고객을 대상으로 자산관리를 대행한다. 마지막으로 기타 금융 서비스 부문에서는 AXA Bank Belgium, German Bank, AXA Banque를 통해 벨기에, 독일, 프랑스에서 은행업을 비롯한 금융 서비스 사업을 수행하고 있다.

부문별로는 생명보험 부문에서의 수익 비중이 가장 높으며 지역별로는

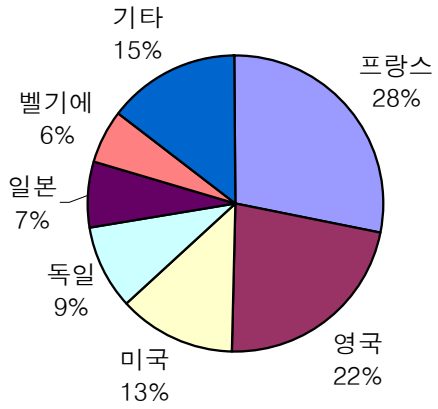
프랑스, 미국, 영국 순으로 수익비중이 높다. 2006년 말 AXA의 부문별 수익구조를 보면, 생명보험(64.1%), 손해보험(25.1%), 자산관리(5.6%), 국제보험(4.7%) 기타 금융 서비스(0.5%)의 비중을 나타내고 있고, 각 부문별 총수입은 2005년에 비해 생명보험(+11.9%), 손해보험(+4.9%), 자산관리(+28.1%), 국제보험(-2.5%) 기타 금융 서비스(-11%)로 변동하였다. 지역별로는 프랑스(28.4%), 영국(21.9%), 미국(12.8%), 독일(9.1%), 일본(7.2%) 벨기에(5.7%) 기타국가(14.8%)의 비중을 보이고 있다.

<그림-4> AXA 그룹 부문별 수익비중




자료 : Datamonitor.

<그림-5> AXA 그룹 지역별 수익비중




자료 : Datamonitor.

AXA는 세계에서 가장 큰 보험사 중 하나이며 몇몇 국가에서는 점유율에 있어 수위에 있고 다양한 상품을 보유하고 있는 강점을 가지며, 또한 스위스 생명보험시장에서 2위인 Winterthur를 인수하여 향후 서유럽과 아시아 시장 점유율을 36%와 24%로 끌어올릴 것으로 예상된다. 그러나 총수익의 79.4%가 이미 성숙한 시장인 프랑스, 미국, 영국, 독일, 일본 등에서 얻어지고 있는 것은 향후 성장성에 장애요인으로 작용할 것으로 보이며 은행산업에서의 Basel II에 해당하는 Solvency II의 시행은 향후 높은 준수 비용을 야기하여 AXA의 수익성을 떨어뜨릴 수 있다.

## 나. AXA의 글로벌화 과정

AXA의 발전과정을 살펴보면 자국에서의 입지확보, 미국진출을 통한 글로벌화 기반확보, 본격적인 글로벌화 추진 등 크게 세 가지의 단계로 구분된다. AXA는 지방의 영세한 상호보험사에서 출발하여 프랑스 자국내에서 입지를 확보하는 데도 오랜 시간이 소요되었다. 자국에서의 입지가 확보된 후 AXA는 글로벌화를 위해 미국시장에 진출하면서 본격적인 글로벌화를 준비하였으며 1990년대 중반 이후 공격적인 인수 등으로 세계의 많은 국가에 진출하였으며 아직도 인수를 통한 외형적 성장은 지속되고 있다.

### 1) 자국에서의 성장 단계

AXA는 1817년 지방의 영세 상호 보험회사로부터 출발, 이후 다른 영세 상호보험사들을 인수하면서 125년 동안 사업을 확대하였다. AXA는 1817년 지방의 상호보험회사 Anciennes Mutuelles에서 출발하였으며, 1946년 7개의 다른 지역 상호회사들과 통합하여 Groupe Anciennes Mutuelles를 루엔(Rouen) 지방에 설립하였다. 1975년 Claude Bebear가 CEO에 오르면서 3년 후 사명을 Mutuelles Unies로 바꾸면서 이후 1982년부터 계속적인 인수를 통해 생명보험, 손해보험 모두에서 프랑스 상위 보험회사로 성장하였다.

1982년에는 Mutuelles Unies보다 언더라이팅 손실과 투자수익악화로 어려움을 겪던 Drouot사를 인수하였는데 당시 Drouot는 Mutuelles Unies보다 두 배나 큰 회사였다. 1986년에 Claude Bebear는 Providence사를 추가로 인수하였고 1988년 Midi 그룹을 인수하였다. Midi 그룹은 보험 사업만이 아닌 다른 분야에서도 사업을 영위하고 있었는데 Claude Bebear는 Midi 측의 반대에도 불구하고 Midi의 공업부

문을 매각하며 이후 M&A에 쓰일 현금을 확보한다. 이러한 일련의 M&A를 통해 AXA는 프랑스의 상위 보험사로 도약하였으며 1991년 프랑스 보험시장의 7%를 점유하며 손보에서 3위, 생보에서 6위로 성장하였다.

이러한 AXA의 프랑스 내 성장과정을 살펴보면 이후 글로벌화에 있어서의 전략적 특징들을 유추해 볼 수 있다. 우선 AXA의 성장과정은 Claude Bebear라는 CEO의 추진력에 의지에 의해 추진되었으며 글로벌화 과정도 유사하게 진행되었다. 또한 자국 내 성장과정에서 다양한 성격의 회사를 하나로 아우르는 과정은 이 후 글로벌화 과정에서의 브랜드통합, 단결력 강조 등으로 이어진다. 마지막으로 타국으로의 진출은 자국에서와 마찬가지로 대부분 기존사의 인수를 통하여 이루어졌음을 볼 수 있다.

### 2) 초기 글로벌화 단계

AXA는 프랑스에서 상위4번째의 위치로 성장하였으나 Claude Bebear는 거기서 머물지 않고 글로벌화를 지향하였다. 1988년 AXA의 해외사업은 Mutuelles Unies, Drouot, Providence, Midi 등이 유럽 각지에 가지고 있던 영세하고 수익성 없는 지점들뿐이었고 단지 Midi에 인수되었던 영국의 Equity&Law사만이 영국생명보험시장의 1.24%를 확보하면서 영국 보험시장에서 어느 정도의 위치를 차지하고 있을 뿐이었다. 그러나 Claude Bebear는 보험도 제조업이나 은행업과 마찬가지로 국제화될 것이라는 신념을 가지고 글로벌화를 추진한다.

초기 AXA의 본격적인 글로벌화 노력은 주위 환경의 영향으로 쉽게 성공하지는 못했다. Bebear는 가까운 유럽시장을 글로벌화의 첫 번째 타깃으로 설정하였으나 유럽시장에 대한 다른 보험사들의 과도한 투자는 보험사의 인수가격상승으로 이어졌고 이것은 타 보험사 인수를 통

한 유럽시장 진출에 장애요인으로 작용하였다. 이에 AXA는 보다 공격적으로 미국시장에의 진출을 계획한다.

그러나 AXA의 미국 진출 또한 쉽게 이루어지지는 못했다. 1990년 AXA는 캘리포니아의 손해보험사 Farmers를 인수하려 하였으나 캘리포니아 법원은 AXA의 인수를 받아들이지 않았던 것이다. AXA는 유럽에서의 성공적인 경영자료를 제시했지만 레버리지가 높다는 것이 약점으로 작용하여 인수에 실패한 것이다. AXA는 이 경험을 통해 외국자본에 대한 규제에 대해 이해의 폭을 넓히고 적극적으로 대응책을 마련하였고 1992년 생명보험사인 Equitable사 인수를 통해 미국시장에 진출하게 된다. 미국에서 자산규모를 기준으로 3위에 들던 Equitable사가 부실해지자 AXA는 10억 달러를 투자하여 Equitable의 지분 49%를 얻었으며 1995년 지분은 55%로 늘린다. 당시 New York 주가 AXA의 인수를 승인한 것은 AXA가 Farmers 사건의 경험으로 여러 가지 규제에 대해 잘 대처했기 때문으로 풀이된다. Equitable은 미국 시장에 있어 강력한 판매 조직을 제공하였고 자회사인 Alliance Capital Management를 통해 자산운용상의 기술들도 전수하게 된다.

### 3) 본격적인 글로벌화 단계

AXA는 미국진출이후 본격적인 해외진출을 위해 전략위원회를 구성하고 이후의 외국시장 진출전략을 수립하고 막대한 금액을 투자하기에 이른다. Claude Bebear와 전략위원회는 미국, 일본, 독일, 영국 그리고 프랑스를 가장 유망한 시장으로 선정하였으며, 이 후 1995년 호주의 National Mutual을 인수 Asia Pacific Holdings를 설립하였고, 1996년 프랑스의 1위 보험사 UAP를 인수, 1999 영국의 보험사 Guardian Royal Exchange와 일본의 13위 보험사 Nippon Dantai 등을 차례로 인수하였다.

2000년 AXA의 글로벌화를 주도했던 Claude Bebear가 Supervisory Board의 Chairman으로 자리를 옮기면서 일선에서 물러났으나 공격적인 인수합병을 통한 글로벌화는 이후에도 지속되었다. 2004년 미국의 MONY(Mutual of New York) 인수를 통해 미국에서의 시장을 확대하였으며, 필리핀, 태국, 인도네시아 등에 조인트 벤쳐로 진출하는 등 아시아시장을 강화하였다. 2005년에는 독일의 Konzern Minority Interestsm, 유럽의 Framlington Group, 포르투갈의 Seguro Directo 등을 인수하였으며, 2006년에는 17개 나라 1300만 명의 고객을 확보한 Winterthur Group을 인수하였고 캐나다의 Citadel, 영국의 Yhinc Destini 등을 인수하였다. 또한 2007년 AXA는 영국의 100% 온라인 보험사 Swiftcover를 인수 예정이며, 교보생명으로부터 교보자동차 주식의 75%를 인수, 한국 보험시장에 재진출하였다.

특히 2006년 진행된 Winterthur Group 인수는 상당한 규모이며 앞으로 서유럽과 아시아 지역에서의 영업력 강화가 예상된다. 2006년 6월 AXA는 Credit Suisse로부터 79억 유로를 지불하고 Winterthur Group을 인수하였다. Winterthur Group은 1000억 유로의 운용자산을 가지고 있기 때문에 인수 후 AXA는 운용자산 규모에서 세계 5위안에 진입할 것으로 기대된다. 또한 Winterthur Group의 영업망을 이용하여 서유럽에서의 영향력을 강화하고, 신흥시장인 동유럽, 아시아 시장에서의 사업규모를 확대할 수 있는 계기를 마련하였다는 평가를 받고 있다.

<표-17> AXA Group와 Winterthur Group의 금융회사 수

(단위 : 개)

| | 지주회사 | 생·손보사 | 재보험사 | 자산운용사 | 기타 금융 서비스 |
|---|---|---|---|---|---|
| AXA | 31 | 51 | 6 | 2 | 6 |
| Winterthur | 8 | 32 | 3 | 1 | 4 |

자료 : Annual Report 2006.

## 다. AXA 글로벌화의 특징

### 1) 강력한 리더쉽에 의한 글로벌화 추진

AXA는 1982년 Drouot를 인수할 당시 언론에서 Bebear Group으로 부를 정도로 Bebear의 영향력이 막강하였다. 또한 AXA의 글로벌화에는 보험산업도 다른 산업과 같이 세계화될 것이라는 Bebear의 철학이 밑바탕이 되었다고 볼 수 있다.

### 2) 전 세계에서 단일 브랜드를 사용함으로써, 인지도를 통한 글로벌 회사로서의 장점을 향유

1982년 Mutuelles Unies가 Drouot를 인수한 후 Mutuelles Unies는 새로운 그룹명을 사용하기로 하고 선정작업에 착수하였다. 새로운 그룹명은 짧고 모든 언어로 동일하게 발음될 것을 요구하며, 리스트의 상위에 위치할 수 있도록 A로 시작할 것 등을 요구하는 등 글로벌 브랜드로서 전략적으로 선정되었다. 1985년 최종 선택된 "AXA"라는 이름은 인수합병 회사 간의 문화적 차이를 극복하고 전 세계 자회사에 통일성을 부여하는 데 일익을 담당하고 있다. 또한 2007년 Business Week 발표 세계 100대 브랜드 순위 49위에 랭크되며 글로벌 브랜드로서의 위상을 확인 받고 있다.

### 3) 기존기업의 인수합병을 통한 해외시장 진출

Equitable사의 인수를 통한 미국시장 진출이나 호주의 National Mutual를 인수하여 아시아 지주회사로 전환한 사례 등이 대표적이라 하겠다. 이러한 AXA의 전략은 해외시장에서 특화된 상품이나 채널전략보다는 안정화된 회사의 인수를 통한 진출전략이 더 효율적일 수 있다는 점을 시사한다.

4) 수많은 자회사의 관리를 위한 지주회사 설립

AXA는 2006년 기준 전 세계에 31개의 지주회사를 두고 있으며 그 아래에 수많은 자회사들을 거느리고 있으며, 일본을 제외한 대부분의 아시아 국가들은 Asia Pacific Holdings의 자회사로서 관리된다. 또한 미국의 AXA Financial, 일본의 AXA Japan Holdings Co, 독일의 AXA Konzern AG와 같이 주요국들도 대부분 지주회사 형태로 관리하고 있다.

<표-18> AXA 그룹의 지역별 지주회사 수

(단위 : 개)

| | 프랑스 | 미국 | 영국 | 아시아 | 일본 | 독일 | 벨기에 | 네덜란드 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 지주회사 수 | 9 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 6 |

자료 : Annual Report 2006.

5) 종합금융서비스의 제공

AXA는 미국 Equitable사를 인수하면서 자산투자업에 진출했으며 이후 1997년 AXA Asset Mnagement Europe이라는 자산운용회사 설립하는 등 영역을 확장하였다. 현재 AXA는 AllianceBernstein, AXA Investment Managers의 자회사들을 통해 전 세계에서 자산운용업에 진출해 있으며 프랑스, 독일, 벨기에 등에 은행을 설립하여 예금, 대출 등 일반은행업무를 수행하고 있다. 이러한 AXA의 종합금융그룹으로서의 서비스 제공은 생명보험과 자산관리업무가 장기적으로 통합될 것으로 예상한 Bebear의 비전이 담겨 있다 하겠다.

6) 해외 진출 시 대부분 기존기업의 인수를 통해 진출하였으며 전략 변경 시 매각을 통해 철수

2002년 칠레에서 철수, 2003년 브라질, 아르헨티나에서 철수, 이후 현지사무소만을 남기고 남미시장에서 철수하였고 한국에서는 1995년 동

부그룹과 합작 계약을 맺고 동부-악사로 진출했다가 2001년 지분을 철수한 전력이 있다. 또한 최근 Winterthur Group 인수 후에는 중복되는 해외지점을 매각하는 등 조직의 효율화를 위해 과감한 정리를 단행하였다. 이러한 과감한 시장철수는 글로벌 보험그룹으로서 AXA의 조직 유연성을 보여주는 사례라 할 수 있다.

## 4. ING

### 가. ING 금융그룹 개요

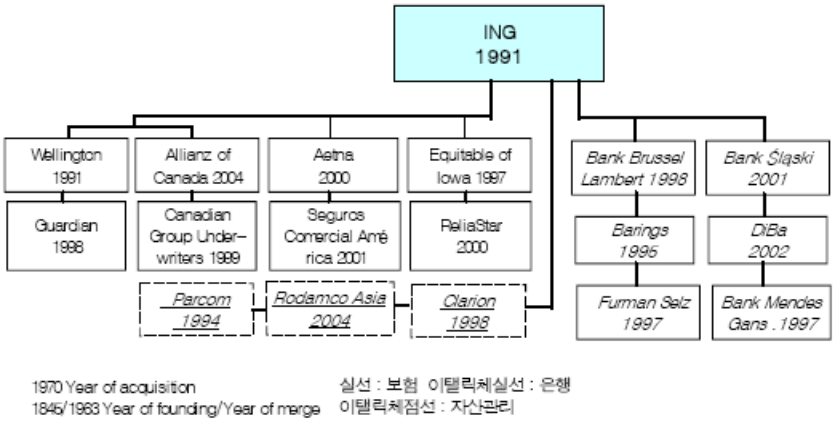
ING Group은 50개 이상의 국가에서 은행업을 비롯한 보험업과 자산관리서비스를 제공하는 150년 전통을 가진 네덜란드 기원의 그룹이며, 글로벌 금융서비스회사로 1991년 네덜란드의 거대 보험그룹인 Nationale- Nederlanden과 은행그룹인 NMB Postbank Group의 합병에 의해 설립되었다. 이렇게 신설된 ING(Internationale Nederlanden Group) 그룹은 은행-보험-자산관리 모든 분야를 아우르는 결합체로 거듭남에 따라 다양한 판매채널을 보유하게 되었으며, 약 12만 명의 종업원들이 개인고객을 비롯한 가계, 중소기업, 대기업, 기관 및 정부를 대상으로 활발한 영업을 하고 있다. 시가총액 기준으로 ING는 세계 20대 대형 금융기관 중 하나이며, 유럽에서는 상위 10위를 차지하고 있다.

베네룩스 본국(벨기에, 룩셈부르크, 네덜란드)에서는 제1의 금융서비스 기업으로 다양한 소매금융을 비롯한 보험과 자산관리서비스를 소매고객에게 제공하고 있으며, 도매금융의 경우에는 베네룩스 국가들을 중심으로 전 세계적으로 활동하고 있다. 또한 미국의 ING는 퇴직서비스와 생명보험을 제공하는 회사로서 제5위 규모의 기업으로 자리매김하고 있으며, 캐나다에서는 최고의 손해보험회사로 활약 중이다. ING Direct의 경우에는 9개 국가에서 1,500만의 고객을 둔 선도적인 direct 은행으로 활약하고 있으며, 아시아를 비롯한 중앙유럽, 남아프리카 등의 중심

으로 성장 시장을 중심으로 생명보험 위주의 영업활동을 구축하고 있다. 뿐만 아니라 약 5,000억 유로에 달하는 거대 자산을 운용하고 있어 고객에게 경쟁력 있는 상품을 최대한 편리하게 구매할 수 있도록 최상의 상품을 제공하는 것이 ING의 미션으로 작용하고 있다. 나아가 이런 고객만족을 바탕으로 향후에도 지속적으로 고객자산 보다 효율적인 관리가 이루어질 수 있도록 최선을 다하는 것이다.

이런 ING는 1991년 설립 이후 뛰어난 국제적 명성을 지닌 금융그룹으로 성장하였는데, 이는 합병과 자체적인 성장을 통해 세계에서 가장 큰 금융기관 중 하나로 거듭나면서 지난 15년간 아주 다양한 국제적 경영을 통한 세계화를 구축했다고 할 수 있다. ING의 뿌리는 1845년 보험회사인 De Nationale Levensverzekering 은행, De Nederlanden van, The Nederlandsche Middenstands 은행, De Rijkspostspaar 은행, De Postcheque- and Giro와 같은 공공은행서비스기관에 이르기까지 다양한 기업들과의 인수·합병을 통해 성장하였으며, 이 회사들이 ING의 창립회사들인 Nationale-Nederlanden과 NMB Postbank Group의 법적인 전신들이라고 할 수 있다. 최근 보험산업을 중심으로 한 인수·합병 사례를 통해 ING 금융그룹의 글로벌화 과정을 살펴보고자 한다.

<그림-6> ING 금융그룹의 체제




자료 : 보험개발원, 보험지주회사제도 도입 및 활용방안, 2006. 10. 12.

### 1) Nationale-Nederlanden (1963년 설립/1991년 합병)

Nationale-Nederlanden(NN)은 1963년에 De Nederlanden van 1845와 the Nationale Life Insurance Bank와 합병하면서 조직되었으며, 이런 합병에 따른 재무적 성과를 바탕으로 미국시장 중심의 해외영업을 확대하게 되었다. 1979년에는 미국의 조지아 생명보험회사를 인수하였으며, 이 회사의 아시아시장 진출로 인해 80여 개 거점이 확보되었다. 1984년 NN은 RVS를 인수하였으며, NMB Postbank가 ING로 합병된 뒤에도 NN은 자체브랜드로 영업활동을 지속함으로써 NN은 네덜란드에서 최대의 보험사로 거듭나게 되었다.

### 2) NMB Postbank Group (1989설립/1991년 합병)

NMB Postbank Group은 1989년 Postbank와 NMBBank의 합병에 의해 설립되었으며, 정부서비스의 한계를 지닌 Postbank뿐만 아니라 NMB Bank에도 모두 혜택을 가져다 준 계기가 되었다. 예를 들어 주식중개활동이 금지되었던 Postbank는 다른 은행기관과의 합병을 통해 이러한 제한을 없앴으며, NMB Bank는 Postbank와의 합병으로 인해 소매시장을 확대할 수 있는 기회로 가짐에 따라 네덜란드 3대 은행으로의 성장 발판을 마련하였다. NMB Postbank Group은 독립된 금융기관으로서 2년간 사업활동을 펼쳤으나, 1991년 Nationale-Nederlanden과의 합병으로 인해 ING라는 글로벌금융그룹으로 거듭나게 되었다. 다만, Postbank 사업부분은 기존의 상호를 지속적으로 사용하면서 영업하였으며, NMB Bank의 경우에는 사명을 ING Bank로 변경하게 되었다.

### 3) ING 그룹(1991년 설립)

ING 그룹은 1991년 NMB Postbank와 Nationale-Nederlanden에 의해 설립되었으며, ING(Internationale Nederlanden Group)라는 새로운 기업

으로 거듭나게 되었다. 이 기업은 은행-보험-자산관리 모든 사업영역을 포함하고 있으며, 보다 폭넓고 다양한 판매채널를 통해 개인고객을 비롯한 기업고객 및 견고한 자산을 바탕으로 보다 우호적인 위치에 놓이게 되었다. ING 그룹은 1991년 창설된 시점부터 지금까지 세계적으로 독보적인 명성을 지속하고 있으며, 이는 ING의 이런 합병과 조직의 성장에 의한 성과로써 세계에서 가장 큰 금융 전문기관으로 거듭나게 된 것이다.

4) Wellington(1995년 합병 : 손해보험사업 부문)

1840년에 설립된 Wellington 기업은 1995년 ING 캐나다에 의해 인수되었다. 이런 인수과정으로 인해 캐나다에선 2번째로 큰 손해보험회사로 거듭났으며, 2002년 여름에는 ING보험회사와 통합되면서 현재는 캐나다에서 가장 큰 손해보험회사로 자리잡게 되었다.

5) Aetna(2000년 합병 : 보험 부문)

애트나 생명보험회사는 1853년 코네티컷에 설립된 유한책임회사로 설립되었으며, 1861년부터 애트나는 복합상품을 취급하는 보험사로 판매상품의 범위를 보다 폭넓게 확대하기 시작하였다. 전반적인 회사 연혁을 살펴보면, 애트나는 1912년 자동차보험의 첫 협약으로 소개되었으며, 미국에서는 1966년에 의료비청구 보험금지급을 처음으로 시행한 회사이다. 또한 애트나는 새로운 상품을 개발할 뿐만 아니라 본사라는 선두적인 역할 요구에 부합하도록 창의적인 활동을 보였으며, 이런 한 예로써 1994년 보험회사가 TV광고에 처음으로 등장하게 되는 혁신적인 성과를 보였다. 나아가 1954년에는 IBM 컴퓨터를 주문하는 매우 진취적이고 선도적인 보험회사로 인식되었다. 이러한 건강보험을 판매를 중심으로 한 애트나는 2000년 금융서비스 및 국제금융사업 분야를 ING에게 매각하였으며, 건강보험과 관련해서는 지속적인 독립기업으로 활약하고 있다. 이런 인수는 실질적으로 ING 미국에서 통합된 금융서비스 플랫폼을 강화하는 형태를 취하게 만들었다.

6) ReliaStar(2000년 합병 : 보험 부문)

렐리아스타 생명보험회사(NWNL)는 미네소타주(州) 남동부에 있는 주 최대의 도시인 미니애폴리스에서 1885년 설립되었으며, 115년 넘게 미국의 최대 금융서비스회사로 생명보험을 비롯한 연금, 뮤추얼펀드, 단체보험 및 재보험을 판매하고 있다. 1967년 요르단강 서안에 있는 도시인 예리코(Jericho)의 North Atlantic 생명보험회사를 매입하였으며, 1977년에는 시애틀에 위치한 Northern 생명보험회사를 인수하였다. 이러한 회사들은 1995년 단일브랜드로 통합되었으며, 그 회사명이 렐리스타가 된 것이다. ING는 상당한 경영실적을 올리며 급성장하고 있는 렐리스타를 인수함에 따라 미국시장에서 높은 점유율을 확보할 수 있게 되었으며, 이번 인수를 통해 ING는 미국에서 자산을 2배로 늘리고 생명보험과 연금보험시장에서 유통망을 상당규모 확장할 수 있게 되었다.

7) Seguros Comercial Am□rica(2001년 합병 : 보험 부문)

1936년 La Compania Mexican de Seguros Generales란 상호로 창립되었으며, 화재보험을 중심으로 영업을 시작하였다. 1943년부터 생명보험 판매도 같이 하면서 1968년에 회사명을 Seguros La Commercial, S.A로 변경하였다. 1985년 9월 멕시코 대지진으로 인해 회사는 가장 큰 위기를 직면하게 되었으며, 1989년 1월 금융그룹인 Grupo Pulsa International에 인수·합병되면서 이러한 위기를 극복하게 되었다. 이후 1993년 Seguros La Commercial과 Seguros America가 합병되어 Seguros Commercial America S.A로 거듭나게 되었으며, 1996년 멕시코 국영보험회사가 민영화됨에 따라 국영보험사 중의 하나인 Aseguradora Mexicana, S,A를 인수·합병하였다. 이후 ING 그룹이 2001년 Seguros Comercial Am□rica의 대주주가 됨에 따라 8,000개 이상의 대리점(agent)을 중심으로 보다 폭넓은 판매채널 네트워크를 구축하게 되었다.

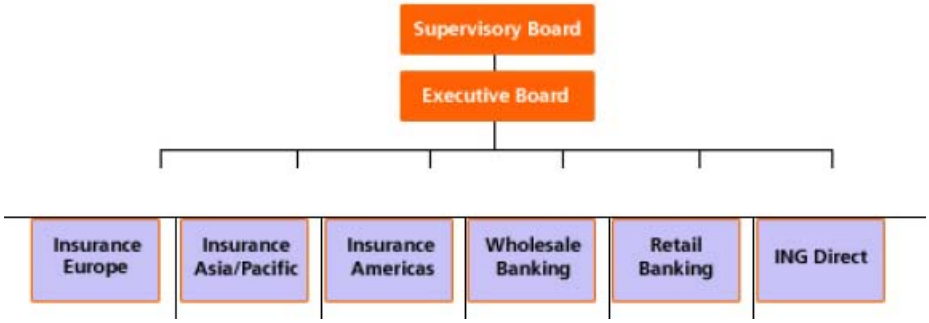
8) Allianz of Canada(2004년 합병 : 보험 부문)

알리안츠 그룹은 독일에 본사를 두고 전 세계를 무대로 금융서비스 제공하는 회사로서 2004년 ING 캐나다가 Allianz 그룹 계열인 알리안츠 캐나다에 인수하게 되었다. 이들은 개인고객을 비롯한 중·소형사를 대상으로 한 포트폴리오를 구성하고 있었으며, 이후 2004년 캐나다의 알리안츠가 ING 보험회사로 통합되었다. ING 캐나다는 초기 공공적인 사업부분에서 활동을 시작하다가 최근 토론토증권거래소에 상장하게 되었다.

## 나. ING 금융그룹의 주요 경영전략

ING의 경영전략은 은행, 보험, 자산관리 각 부문에서의 시장우위와 고객 지향의 종합적인 금융서비스 제공이며, 사업부문 간 긴밀한 협력체제의 구축을 핵심전략으로 하고 있다. 선진국 시장에서는 기존에 구축된 사업적 토대(고객만족, 비용·리스크 관리, 명성)를 기반으로 더 나은 성장을 추구하여 입지를 확고히 해 나가고, 신흥국가 시장에서는 퇴직서비스(retirement services), 다이렉트 은행(direct banking) 및 생명보험에서의 성장에 초점을 두고 있다. 또한 ING그룹의 재무목표는 주당 영업순익 증가율이 10%, ROE가 12% 이상이다. ING Group은 본국시장인 베네룩스에서 주요한 금융서비스회사로 이 시장에서 소매금융, 보험, 그리고 자산관리상품에 이르는 상품을 고객에게 제공하고 있으며, 사업구조를 살펴보면 6개의 영역을 가지고 있다. ING그룹의 경영구조는 국가 및 지역 간의 협조체제를 구축함으로써 시너지 효과를 극대화하는 것이며, ING의 지배구조에 있어서는 그룹경영을 총괄하는 감사위원회(Supervisory Board)와 지역별, 부문별 경영을 책임지는 이사회(Executive Board)로 구성되어 있다. 이사회는 사업의 일상적인 경영관리 및 장기 전략을 책임지고 있으며, 사외이사로 구성되어 있는 감사위원회는 경영성과를 통제하고 이사회에 대해 자문하는 역할을 수행한다.

<그림-7> ING 사업영역 구분




자료 : Profile & Fast facts profile mission statement our strategy.

ING 금융그룹은 분명한 고객지향과 강력한 사업지향성에 입각하여 2004년 전체 사업을 6개의 사업부 형태로 구성되어있다. 보험부문은 지역별로 구분하여 유럽, 미주, 아시아·태평양지역으로, 은행부문은 도매금융(Wholesale Banking), 소매금융(Retail Banking) 그리고 ING 직판으로 구분된다. 사업부문별로 이익 기여도를 보면 도매금융 24%, 미주 보험 22%, 유럽 보험 22%, 소매금융 20%, ING Direct 7%, 아시아 보험 5% 순이다. 2005년 말 기준 지역별 주식 소유권(share ownership) 분포를 보면 영국 28%, 미국 및 캐나다 21%, 네덜란드 17%, 벨기에 11%, 룩셈부르크 8%, 프랑스 6%, 스위스 5%, 독일 2%, 기타 2% 순이다. ING의 도매금융과 투자은행, 자산운용부문은 그룹차원에서 글로벌하게 관리하나 은행과 보험은 지리적 특성에 따라 관리하는 이원화된 구조임이다. 60개가 넘는 ING 그룹의 자회사들이 독자적인 브랜드를 사용할 만큼 자회사의 스스로의 권한과 책임에 의한 경영이 강조되고 있다. 해외에서는 각각의 브랜드를 가지고 운영하는 경우가 많은데 ING Bearing이나 ING Bank등은 ING의 이미지와 평판의 긍정적인 효과를 얻기 위해 ING의 이름을 사용하기도 한다. ING 그룹은 세계적인 방카슈랑스 금융기관의 전형으로 보이지만 은행과 보험부문이 운영되는 방식은 반드시 그렇지도 않다. 네덜란드에서는 양 부문의 통합이 이

루어지기는 하였으나, 그 외 국가에서는 여전히 독립적으로 운용되는 경우가 많으며 사업 부문별 간의 경우에는 불균형적인 요소도 많은 편이다. 이런 ING 그룹의 주요 판매채널은 은행지점, 독립 중개기관, 전속모집인, 직접 판매이며, 상품의 성격과 고객의 선택에 따라 다양한 판매채널을 활용하고 있다. 일반적인 은행 및 보험상품은 직접 구입하나 자문이 필요한 경우 은행지점이나 독립 중개기관 등 다른 판매채널을 경유하게 된다. 은행지점을 통한 보험계약이 주종을 이루었으나, 단순한 저축상품은 콜센터와 인터넷을 통한 매출이 급증하고 있다.

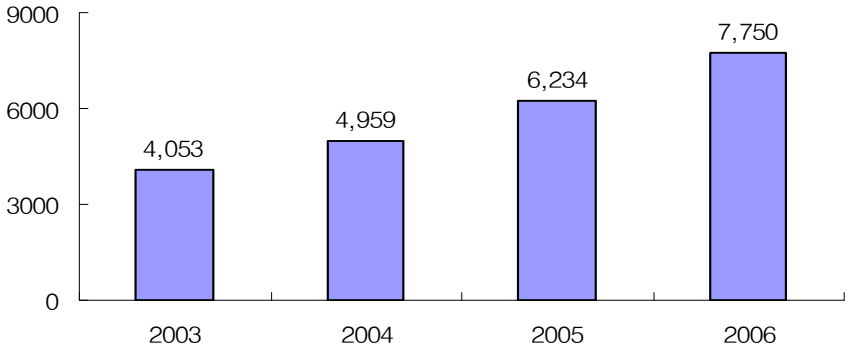
2007년 Fortune 글로벌 500대 기업에서 생명보험분야 세계 1위를 차지한 ING 그룹은 앞으로도 고객을 최우선으로 하는 고객중심주의, 건실한 기업가 정신, 철저한 프로 정신, 성실성을 바탕으로 고객과 함께 행복한 미래를 건설해 나갈 것이다. 또한, 기업의 사회적 책임은 ING 전략의 근간이므로 전 세계적으로 금융서비스를 제공하는 기업으로서 ING는 전 세계의 주요 자본시장에 활발하게 관여하며, 주주들의 폭넓은 분야에 책임을 가지고 있다. ING는 모든 주주들에게 책임감 있고 신뢰할 만한 사업파트너로서 ING가 사업을 하고 있는 곳에서 이용 가능한 자원을 활용하여 사회적 경제발전에 공헌하고자 한다.

## 다. ING 그룹의 주요 사업 실적

### 1) ING의 복합금융 실적

ING그룹의 2006년 실적은 높은 수익에 따른 고성장세를 지속하고 있으며, 전체 당기순이익은 전년대비 6.7% 성장한 7,692백만 유로를 기록하였다. 투자 및 특수상품을 제외한 당기수익에 있어서는 전년대비 24.3% 성장한 7,750백만 유로를 기록하였으며, 이는 3회 연속으로 20%를 상회하는 높은 수준의 성장을 보이는 것으로 주주들의 수익을 3.32유로에서 3.57유로로 증가시켰다.

<그림-8> ING 그룹의 기초자산(underlying) 당기순이익 현황




주 : 2003년은 Dutch GAAP이며, 투자철수 및 일부 특수상품은 제외한 실적임.
자료 : ING Group Annual Report 2006.

ING 그룹의 3가지 주요사업 성장과 관련해서는 성숙된 시장에서도 성장모멘텀에 따른 수익 증가를 나타내고 있으며, 이는 생명보험 사업부문이 전년대비 14.4% 성장한 높은 판매실적을 기인한 것이라 할 수 있다. 미국 퇴직서비스 적립상품의 판매가 35.2% 성장하였으며, 변액연금 또한 미국의 베이비붐 세대들의 퇴직시기와 맞물려 9.8%라는 높은 성장을 기록하게 된 요인이 된 것이다. ING 그룹의 자본측면에 있어서도 마진을 극대화함으로써 수익률 최대화하여 고객에게 가치 창출을 전하는 것이 하나의 전략이며, 지속적으로 지분 배당을 증가하여 은행사업의 지분을 추가적으로 증가시키는 것이다. 은행의 세후 리스크 적용 자본에 대한 수익은 2005년 22.6%에서 2.9%p 감소한 19.7%를 기록하였으며, 그룹 차원에서의 총자산수익률은 23.6%를 기록하면서 전년대비 3.1%p 감소한 것으로 나타났다. 반면 ING그룹의 당기수익은 2005년 25%에서 18%p 감소한 7%를 기록하였으나, 생명보험의 내부수익률은 13.3%로 소폭 상승한 것으로 나타났다. ING 그룹의 우선순위는 기초사업 영업 및 수익증가를 바탕으로 새로운 신규사업에 투자가 활발히 이루어짐에도 불구하고 영업활동 비용과 관련해서는 통제 및 관리가 이루어지고 있다.

<그림-9> ING 그룹 수익 현황(2006년)

자료 : Annual Report on Form 20-F.

2) 부문별 사업실적

ING Insurance Europe은 헝가리, 그리스, 폴란드, 체코, 슬로바키아, 러시아 그리고 루마니아를 포함하여 네덜란드, 벨기에, 룩셈부르크, 스위스, 스페인 그리고 중앙유럽에서 사업을 하고 있다. 이 회사들은 특정 목표시장에 여러 채널을 통해 보험상품, 투자와 자산관리서비스 그리고 연금펀드서비스를 맞춤 공급하고 있다. 2006년 사업실적에서는 세전 기준으로 언더라잉 수익이 2,328백만 유로를 기록하면서 전년대비 15.2% 성장한 것으로 나타났다.

ING Insurance Americas는 4개의 주요지역 즉, 캐나다, 미국, 멕시코, 그리고 남아프리카공화국에 영업을 하고 있으며, ING Americas는 다양한 종류의 보험, 확정갹출형 퇴직연금과 연금 등을 포함한 퇴직서비스, 펀드, 중개서비스와 법인상품 단체재보험과 원금보장형 상품, 소매 및 법인 자산관리 등을 관리하고 있다. 2006년 세전 언더라잉 수익 측면에서는 2005년과 비슷한 수준인 1,992백만 유로의 실적을 보였다.

Insurance Asia/Pacific은 ING Group의 아시아, 호주와 뉴질랜드에서 보험과 자산관리사업체를 운영하고 있다. IAP는 전체적으로 호주, 중국, 홍콩, 인도, 일본, 마카오, 말레이시아, 뉴질랜드, 필리핀, 싱가포르, 한국, 대만과 태국을 포함하는 13개 경제권에 24개의 완전소유 자회사 또는 합작사를 두고 있으며, 지역본부는 호주, 일본, 한국과 대만에 두고 있다.

ING Wholesale Banking은 상당히 경쟁도가 밀집된 지역에서 운영되고 있으며 고객, 네트워크, 상품, 기업 금융자산 시장 및 금융 시장 5개 영역으로 구분할 수 있으며, Benelux 지역을 비롯한 이외의 지역에서 기업 및 기관들의 선택에 보다 근접한 상품을 중심으로 포괄적인 범위의 상품을 공급하고 있다.

Retail Banking은 네덜란드를 비롯한 벨기에, 폴란드, 루마니아, 인도의 소매은행을 가지고 있으며, 이들 은행은 개인은행으로써 네덜란드, 벨기에, 스위스, 룩셈부르크 외 아시아 몇 개 지역을 선택하였다.

ING direct는 오스트레일리아, 캐나다, 프랑스, 독일, 오스트리아, 이탈리아, 스페인, 영국, 미국의 개인 고객에 대한 소매은행의 영업활동을 중심으로 취급하는 주요상품으로는 저축을 비롯한 모기지상품, 뮤추얼 펀드 등이 있으며, 별개 활동으로 Benelux의 ING 카드라는 신용카드 포트폴리오 사업을 관리하고 있다.

## 마. 해외시장별 상품판매 및 채널 전략

### 1) 유럽시장에서의 전략

유럽의 ING 보험회사는 본국인 네덜란드를 비롯하여 벨기에, 룩셈부르크, 스페인, 그리스, 폴란드, 헝가리, 체코공화국, 슬로바키아, 루마니아, 러시아를 중심으로 활발한 영업이 이루어지고 있으며, 이러한 국가에서 활동하는 기업들은 특정 고객을 대상으로 한 판매채널을 중심으로 자사에서 기획한 맞춤형 보험상품 및 투자, 자산관리서비스, 연금펀

드서비스를 제공하고 있다. 유럽의 ING 보험회사들은 다음과 같은 세 가지 요소를 가장 우선순위에 두고 있으며, 그 첫 번째로 진출지역에서 사업단위 수익 중심의 성장을 비롯한 효율적인 자본 증대를 지속하는 것이 우선순위 중 하나이다. 두 번째로는 고령화 시대에 따른 고령층 인구 증가로 인해 이들의 다양한 니즈에 부합하는 퇴직상품 서비스 및 부유층의 자산관리에 집중하는 것이며, 세 번째 우선순위로는 효율성 증대 및 리스크 관리 지속을 꼽을 수 있다.

2) 아메리카 시장에서의 전략

아메리카 지역의 ING 보험회사는 주로 캐나다, 미국, 멕시코, 라틴아메리카에서 활동하고 있으며, ING 아메리카는 다양한 형태의 보험상품을 비롯한 퇴직보험 서비스, 연금, 뮤추얼펀드, 브로커 딜러 서비스, 공공기관 상품, 그룹재보험, 주요 보장성상품, 개인 및 공공기관의 자산을 관리하는 등 광범위한 상품을 취급하고 있다.

2006년 ING 아메리카는 미국에서 사업장 및 공공기관(퇴직서비스 포함), 소매고객을 대상으로 한 판매활동(생명보험 및 연금), 자산관리 등과 같은 크게 세 가지 분야를 중심으로 영업하고 있으며, 미국의 생명보험 시장은 지속적인 분할된 상태로 인해 시장상황이 전반적으로 10% 이하의 낮은 성장세를 보이고 있는 과도한 경쟁 상태라고 할 수 있다. 따라서 ING는 이러한 시장에서 성장기회를 극대화하는 동시에 각각의 상품라인별 리스크 관리를 차별화하고자 2007년 미국의 보험시장 사업영역을 부유층 자산관리, 자산관리, 보험사업 등의 세 가지 형태로 재정비하였다. 이 같은 사업 분야를 바탕으로 다양하고 폭넓은 금융상품을 제공, 개인고객을 대상으로 한 서비스는 물론이며, 직장인과 공공기관의 고객을 대상으로 한 상품제공도 지속적으로 이뤄지고 있다. 판매채널로는 컨설턴트를 비롯한 제휴 판매채널, 금융중개인뿐만 아니라 독립생산자, 브로커 딜러, 금융 전문가 등이 활동하고 있다.

ING 캐나다는 상품개발 능력이나 판매채널의 역량이 우수하여 리스

크 관리 전문가로써의 입장을 고수하고 있으며, 주로 개인고객을 대상으로 한 자동차보험, 재물보험, 책임보험 등을 판매하고 있다. 또한 ING 캐나다는 특수기업고객 위주의 상품을 제공하고 있으며, 보험 판매활동에 있어서 뮤추얼펀드의 선두주자로서뿐만 아니라, ING 자산관리(Wealth Management), 수많은 판매채널과 협약관계를 통해 ING 고객에게 금융솔루션(financial solution)을 제공하는 데 초점을 맞추고 있다. ING 아메리카에서는 라틴아메리카의 일부 지역을 선택하여 합작사나 자회사의 형태로 생명보험을 비롯한 건강보험, 자동차보험, 재물보험, 책임보험 및 연금, 금융서비스 등을 판매하고 있으며, 주요 활동 시장은 멕시코와 칠레이며, 페루와 브라질에도 합작사의 형태로 진출해 있다. 이러한 멕시코와 라틴아메리카의 주요 판매채널로서 브로커와 전속대리점이 있으며, 이들을 통해 판매활동을 지속하고 있다.

### 3) 아시아·태평양 시장에서의 전략

아시아·태평양지역(Insurance Asia/Pasific : IAP)은 ING 그룹의 아시아를 비롯한 오스트레일리아, 뉴질랜드의 보험 및 자산관리를 담당하고 있으며, 13개국(오스트레일리아, 중국, 홍콩, 일본, 인도, 마카오, 말레이시아, 뉴질랜드, 필리핀, 싱가포르, 한국, 대만, 태국)에서 24개사의 외국사나 합작사를 소유하고 있다. ING IAP의 주요 진출지역은 오스트레일리아를 비롯한 일본, 한국, 대만으로 2005년과 2006년에는 IAP 전체지역의 수입보험료 중 2005년에는 93%, 2006년에는 94%의 실적을 차지하고 있는 것으로 조사되었다. IAP 지역의 본사는 홍콩에 위치하고 있으며, 이곳에서 모든 IAP사업과 관련된 전략 및 기준을 기획하고 있어 현지화 및 글로벌화 전략을 동시 구축을 통해 시너지 효과를 창출할 수 있으며, 암스테르담에 위치한 그룹 본사에 이러한 사업 기획안을 제시하는 형태로 전개하고 있다. IAP의 사업의 주요 상품은 생명보험과 관련된 다양한 상품을 비롯하여 자산관리, 개인 및 공공기관의 자산관리상품(연금, 생사혼합보험, 책임/질병(morbidity) 보험, 변액/유니버셜

보험, 종신보험, 이익배당부(participating)보험, 단체보험, 상해보험, 정기보험 및 직원 복지후생 보험) 및 서비스와 관련된 상품을 판매하고 있다.

홍콩과 말레이시아의 손해보험 상품은 종업원 배상책임보험 및 의료보험, 자동차, 화재, 해상, 상해 및 일반배상책임보험 등을 포함하고 있으며, 이들은 모두 각각에서 요구하는 보험 및 투자사업의 규제에 맞게 상품승인 및 자격을 준수하여 판매하고 있다. IAP의 주요 판매채널은 전속대리점이나 전문대리점, 독립대리점, 금융설계사, 방카슈랑스, 텔레마케팅, e-비지니스 등과 같은 다양한 형태를 구성하고 있다.

#### 4) 법인을 상대로 거래하는 도매금융의 전략

ING의 도매금융 사업은 베네룩스의 법인 및 공공기관의 모든 범위의 상품을 제공하고 있으나, 약 40개국 이상의 전 세계 고객을 대상으로 판매하는 상품과는 다소 다른 선택적이고 제한적인 활동을 하고 있다. 이런 시장 상황을 지속적으로 개선하기 위해서 ING 도매금융은 고객중심, 교차판매(cross-selling), 비용절감과 같은 3가지 우선순위 전략을 바탕으로 영업하고 있으며, 점차 경쟁이 가열되고 있는 이런 상황에서 지속적인 사업역량을 강화하기 위해 ING 그룹의 핵심상품 및 목표시장을 중심으로 보다 상관관계가 높은 사업 모델을 구축하고 있다. 이를 뒷받침하는 한 예로써 도매금융에서도 통일된 글로벌브랜드를 사용하고 있다는 것을 통해 그 전략을 확인할 수 있다. 2006년 전략과 관련해서는 고객의 이익뿐만 아니라 사업 수익을 확대하기 위해 교차판매를 활용함으로써 보험산업 전반의 기후 변화에도 불구하고 도매금융의 실적은 양호하였다는 평가이며, 금융시장을 비롯한 보험금지급(payment), 자산관리(cash management), 리스 및 구조금융[14](leasing and

14) 전통적인 자금조달 방법인 순수 주식 및 채권의 형태로 자금을 조달하는 것이 아니라 현재까지 개발된 금융상품들과 위험관리 수단들을 적절히 혼합하여 자금수요자나 공급자의 다양한 수요를 맞출 수 있는 금융구조를 활용하는 금융기법을 말함.

structured finance)과 같은 주요 사업분야에 보다 수익성 높은 상품을 취급함으로써 사업영역을 확장할 수 있었다. 풍부한 경험을 가진 은행원들로 구성된 글로벌 이벤트 팀의 경우에는 고객에게 금융조언서비스 지원뿐만 아니라 동등한 전환거래(coordinate transformational transactions)를 실시하고 있으며, 중견기업의 경우에는 루마니아와 폴란드뿐만 아니라 네덜란드와 벨기에 등의 전역에 걸쳐 네트워크 체제를 지속시키는 것이 여전히 주요한 관건으로 남아있다. ING 도매금융의 고객 포트폴리오는 고수익 상품 판매를 보다 확대하고 목표운용모델(Target Operating Model)이라 칭하는 전략적 제휴 프로그램과 관련하여 수익성 높은 상품을 핵심고객을 중심으로 판매함으로써 경쟁력을 확보하는 것이 평가항목이 되는 것이다. 이러한 TOM 모델은 성장 측면뿐만 아니라 비용 통제를 바탕으로 자본최적화 및 개선된 운용 효율성에 초점을 두는 것이다. 2005년 이러한 활동이 아시아를 비롯한 아메리카, 영국에서 이뤄졌으며, 이러한 프로그램의 시행은 2006년 베네룩스에서 보다 견고히 완성됨에 따라 2007년에도 이와 같은 높은 성과를 지속할 것이라 판단한다.

5) 부동산 사업 부문의 전략

ING 부동산은 부동산 투자관리를 비롯한 부동산 개발, 금융 등의 다양하고도 세계적인 기업으로 활동하고 있으며, 유럽을 비롯한 아메리카, 아시아, 오스트레일리아에서 각국의 주택연구기관으로서 세계적인 보장(coverage)을 담당하는 기업이다. ING 부동산은 고객에게 솔루션을 기초로 하여 혁신적이면서도 맞춤식의 부동산을 제공하고 있으며, 연구 및 운용실적을 바탕으로 한 60여 개 이상의 펀드상품을 개인투자가나 공공기관에게 제공하고 있다. 또한 이런 금융 분야는 실제 부동산 관련 전문위원회를 바탕으로 구성된 맞춤식의 솔루션으로서 이를 통해 보다 유연한 상품을 제공할 수 있으며, 부동산 개발 부서에서는 주거지 개발, 개인 고객, 사무실, 유럽 내외의 복합형식(mixed-use)의 프로젝트

등과 관련된 40년 이상의 전문가들로 구성된 연구물을 근거로 보다 신뢰할 수 있는 추적기록을 보유하고 있다. 이러한 금융부서는 네덜란드의 가계 시장에서 선두주자로서 그 위치를 지속함과 동시에 국제적으로 다양한 전략을 수렴하여 보다 실질적인 발전을 이룩하였다. 뿐만 아니라, ING 도매금융과 연계함으로써 증권시장에서의 데뷔무대를 인상깊게 남겼으며, 신디케이션[15] 시장에서의 활동을 확대, 아시아에서는 처음으로 대출거래 업무를 중단하기도 하였다. 금융사업부는 프로젝트 판매 성과의 일환으로 흑자로 전환하게 되었으며, 스페인을 비롯한 독일, 영국의 일부 센터에서는 완전한 수익을 창출하였다. 또한 이 사업부는 '유럽 소매금융의 개발자'라는 명예로운 성과를 인정받게 되었다.

### 6) 소매금융 사업 부문의 전략

ING 소매금융 사업은 개인을 비롯한 중소기업, 개인은행 등과 같은 소매그룹을 위한 은행서비스에 초점을 두고 있으며, 이러한 사업들은 복합상품 및 다양한 판매채널로의 접근을 통해 유지해 나갈 수 있다. 따라서 우리는 서로 다른 시장상황에 맞게 소매시장에 2가지 방식으로 지원하고 있으며, 소매금융 전략에 있어서 다소 차별적인 접근을 요구한다. 네덜란드와 벨기에와 같은 성숙된 시장에서의 고객에게는 자산축적, 저축, 모기지와 같은 상품을 구성하는 전략으로 접근하고 있으며, 고객계층과 상품에 적합한 판매채널을 보다 효율적으로 구성하여 다양한 상품을 배분하고자 한다. 개발도상국인 인도, 폴란드, 루마니아와 같은 일부 선택지역에 대해서는 잠재 경제성장률과 정부 및 공공기관의 경제적 환경을 고려한 전략으로 질적인 측면을 강조한 상품보다는 단순한 상품을 제공하는 방식으로 접근하고 있으며, 대상은 부각되는 지방 소매금융(retail banking)을 위주로 하고 있다. 성숙된 시장에서 고객

15) 주간사은행의 주재하에 차관단을 구성하는 것을 가리키는 것으로 그 구성방법에는 클럽 론, wide broadcast syndication과 여러 은행 중에서 신용이 좋은 은행을 선택하여 참가권유하는 전통적 신디케이션이 있다.

만족에 부합하는 영업성과나 비용선도자(cost leadership)로서의 역할은 수익성장 측면에서는 지속적으로 중요한 요인이 될 것이다. ING는 실태적 인구통계를 비롯한 급속한 소득 증가, 금융서비스 분야에서의 상대적으로 낮은 침투율 및 중간계층의 신흥국가에 적당한 구조성장의 기회로서 경제발전을 검토하고 있다.

### 7) ING 다이렉트 부문의 전략

ING 다이렉트는 다이렉트 뱅킹과 ING 카드(독립형의 신용카드 운영)로 구성되어 있으며, ING 그룹의 세계적인 소매금융전략에 중요한 위치에 놓여 있다. ING 다이렉트의 전략은 수익성 위주의 상품을 고객에게 제공, 콜센타의 우수한 서비스, 다이렉트 메일, 인터넷 등을 통한 거대 규모의 성숙시장에서 저렴한 비용의 금융서비스 제공자가 되고자 노력하고 있으며, ING 다이렉트를 통해 판매되는 주요 상품으로는 저축계좌, 모기지 등이 있다. ING 다이렉트는 뮤추얼펀드, e-브로커레이지, 연금 및 생명보험 등과 같은 금융상품에 주안을 두고 판매활동을 벌이고 있다. ING 다이렉트의 다이렉트 뱅킹 사업은 2006년 말 기준으로 9개 국가(캐나다, 스페인, 오스트레일리아, 프랑스, 미국, 이탈리아, 독일, 오스트리아, 영국)에서 활동하고 있으며, 17.5백만 고객을 대상으로 영업하고 있다. 독일 사업체 소속으로 관리되고 있는 오스트리아를 제외한 나머지 국가들은 각각의 독립된 사업단위의 형태로 형성되어 있다. 펀드로 맡겨진 ING 다이렉트의 성장 전반은 주로 ING 다이렉트의 지속적인 브랜드 파워로 인해 독일을 비롯한 미국, 프랑스, 오스트레일리아, 이탈리아 중심의 사업단위에서 비롯된 것이며, 2006년 말 기준으로 ING 다이렉트에 맡겨진 펀드의 총 규모는 약 196빌리언 유로를 기록, 자기소유로 개발된 모기지 상품은 58빌리언 유로를 차지하는 것으로 나타났다. 이런 모기지상품 대비 저축펀드의 비율을 살펴보면 지속적으로 증가세를 보이고 있으며, 모기지상품에 딸려든 이익이 모든 사업의 안정성에 지속적으로 기여하고 있다. ING 카드는 ING 그룹 내

에서도 포괄적인 소매금융 고객의 데이터베이스를 관리·강화하는 것을 목표로 하고 있으며, 네덜란드와 벨기에의 경우에는 신용카드 포트폴리오를 관리하고 있다. 연말 기준으로 살펴 본 포트폴리오 규모는 1.7백만 카드가 발행되었고, 핵심전략으로서 마케팅, 예측경영[16](BI: Business Intelligence), 신용카드 리스크 관리에 그 주안점을 두고 있다. 기타 다른 ING 사업군에서도 이와 관련된 정보 및 지식, 전문가의 조언이 지원될 것으로 본다.

## 5. Metlife

### 가. 회사개요

생명보험 보유계약고 기준(2006년 말 3조 6천억 달러)으로 미국 최대의 생명보험회사인 Metlife는 미국 내에서 개인생명보험, 단체생명보험, 단체연금보험, 단체 장애보험, 치과보험, 장기간병보험, 자동차 및 주택종합보험 부문에서 1위를 기록하였다.

FORTUNE 500 상위 100대 기업 중 88개 기업들에게 단체보험을 제공하고 있는 동 사는 개인, 법인, 공공기관 등을 대상으로 생명보험, 연금, 상해보험, 손해보험, 퇴직연금 관련 상품 및 서비스 외에도 뮤추얼펀드, 투자관리 및 자문관련 상품 및 서비스를 제공하고 있다.

2006년 기준으로 순익 약 63억 달러, 총매출 약 533억 달러, 총자산 5,277억 달러에 달하는 동 사는 4만 7천여 명의 종업원을 거느리고 있으며, 현재 아르헨티나, 호주, 브라질, 중국, 일본, 멕시코 등을 비롯한 전 세계 15개국에 진출하여 활발한 영업활동을 벌이고 있다.

Metlife의 주요 연혁을 살펴보면, 동 사는 1863년 National Union

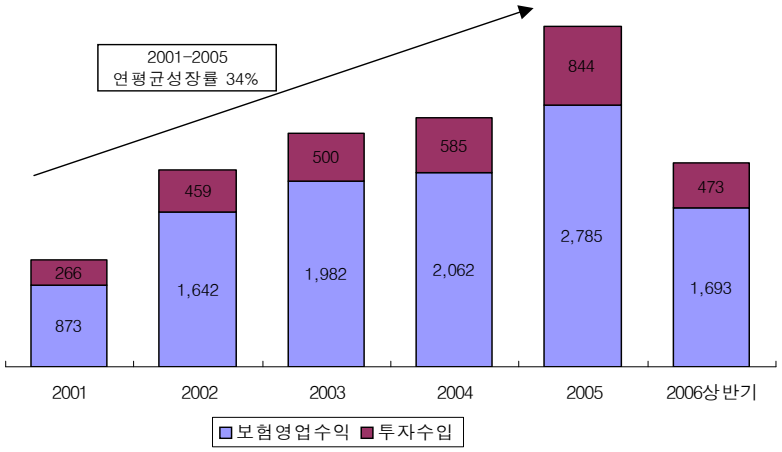
16) BI(Business Intelligence)란 보다 나은 업무 의사결정을 지원하기 위해 data를 수집, 저장, 분석, 활용하는 기술 및 application의 광범위한 범주를 일컫는 일반적 용어.

Life & Limb Insurance Company라는 이름으로 설립되었으며, 1868년 Metropolitan Life Insurance Company로 사명을 변경하였고 1915년 상호회사로 재설립되었다. 1980년대 후반 이후 적극적인 해외시장 진출을 모색하기 시작하였으며 한국 시장에는 1989년 진출하게 된다. 1991년 북미 최초로 보유계약 1조 달러를 달성한 동 사는 1992년 멕시코에 합작사를 설립하고 1995년 홍콩에 생보사를 설립 및 북경에 대표사무소를 설치하였으며, 1996년 New England Mutual Life Insurance Company와의 합병으로 미국 상호보험 역사상 최대 통합을 이루게 된다. 1997년에는 인도네시아 및 브라질에 생보사를 설립하였고, 1998년 상호회사에서 공개 주식회사로의 전환계획을 결정하였으며 코오롱메트라는 이름으로 진출해 있던 한국에서는 코오롱으로부터 합작지분을 전량인수, 100% 자회사인 메트라이프생명을 출범하였다. 2000년대 들어서도 지속적인 M&A를 통한 대형화 및 글로벌화를 가속화하고 있다. 2000년 미국의 Gen American 보험 그룹을 인수하였으며 이 시기에 상호회사에서 공개 주식회사로의 전환을 완료하였다. 2001년에는 MetLife Bank를 설립하였으며 2002년 멕시코의 최대 국영 생보사를 인수하였고, 2005년에는 Travelers & Annuity를 인수하였으며 멕시코를 제외한 모든 Citigroup의 국제보험사업부문을 인수하였다.

### 나. Metlife International

2006년 상반기 운영수익 중 7%가 해외시장에서 달성된 수익으로, 해외시장에서 보험영업 및 투자를 통해 얻은 총운영수익은 2005년 기준으로 약 36.3억 달러에 달하며, 2001년에서 2005까지 5개년 연평균 성장률은 34%로 해마다 꾸준히 성장하고 있다.

<그림-10> MetLife사의 해외 운영수익




자료 : Asia Investor Day, MetLife. Inc.'s Investor Day Conference in Tokyo, 2006. 9.

Metlife는 진출 국가별로 시장 선도 분야가 뚜렷이 나타나는데, 멕시코에서는 생명, 단체생명보험 부문에서 1위를 기록하고 있으며, 한국에서는 변액연금보험 판매부문 4위, 일본에서는 변액연금자산 2위, 호주에서는 즉시연금판매 3위, 칠레에서는 생명 및 연금시장에서 2위를 점하고 있다.

동 사는 2005년 해외시장 운영 ROE를 지역에 따라 3구분하여 분류, 발표하였는데, 멕시코, 한국, 일본 등 7개국은 2005년 기준 ROE가 17%~19% 수준으로 높게 나타나고 있는 Current Contributor로 분류하였으며, 중기적 수익전망은 홍콩, 브라질 등 4개국, 장기적으로 수익을 가져올 것으로 예측되는 시장은 중국, 인도로 꼽았다.

<표-19> 해외시장별 ROE

| 구 분 | 2005 | 2006(P) | 2008(P) |
|---|---|---|---|
| 현재의 컨트리뷰터<br>(멕시코, 한국, 일본,<br>칠레, 호주, 대만, EU) | 17% ~ 19% | 15% ~ 17% | 16% ~ 18% |
| 중기적 컨트리뷰터<br>(홍콩, 브라질,<br>아르헨티나, 우루과이) | <0% | <0% | 15% ~ 17% |
| 장기적 컨트리뷰터<br>(중국, 인도) | <0% | <0% | <0% |

자료 : Asia Investor Day, MetLife. Inc.'s Investor Day Conference in Tokyo, 2006. 9.

## 다. 해외영업 핵심전략

Metlife가 표방하는 해외영업의 핵심전략으로는 첫째, 시장에서 적정 수익률을 갖추는 것이다. 이는 동 사가 외형 성장에 치중하지 않고, 수익률과 성장성을 동시에 고려한다는 점을 강조하고 있음을 나타낸다.

두 번째로 내세우는 전략은 판매채널 확장 및 강화로 동 사는 새로운 시장에 진입했을 때에도 항상 신규 유통채널을 개발하는 데 집중하며 전문대리점 조직을 강화하여 차별화한다는 전략을 내세우고 있다.

세 번째 전략은 메트라이프의 핵심역량과 기타관계 강화로, 동 사는 합작파트너나 기타 전 세계의 유통파트너들과의 파트너십을 중시하고 탄탄한 관계를 유지하는데 힘쓰고 있다.

네 번째는 서비스 플랫폼과 브랜딩에 투자하는 성장전략이다. 동 사는 글로벌 브랜드 및 마케팅 서비스를 홍보하기 위한 전사적인 브랜드 광고 전략을 펼쳤는데, 특히 미국 종업원 복리후생사업을 위한 광고 캠페인을 필두로 장기간병, 알츠하이머 인식 고취 등 다양화된 새로운 광고로 영향력을 확장하였으며, 여러 국가에서 사용할 광고 플랫폼을 개발하고 친숙한 브랜드 이미지를 구축하였다.

마지막 전략은 시기적절한 인수, 합작, 전략적 제휴 달성이다. 동사는

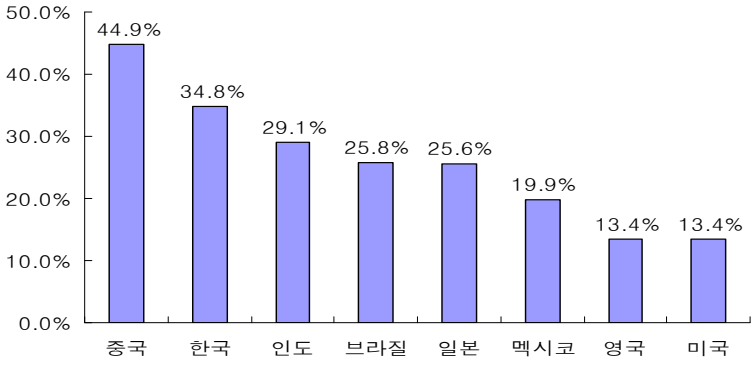
해외 진출 시 기회를 포착하고 이를 극대화하는 전략을 내세우는데, 이는 은행의 연금판매가 허용된 시점에 맞춘 진출시기와 은행채널 판매 전략이 주효하였던 일본의 사례에서도 나타난다.

## 라. 해외진출사례 및 전략적 시사점

### 1) 중국

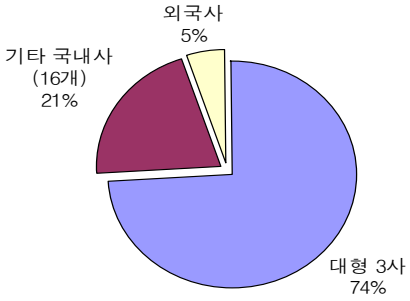
중국은 아시아에서 3번째로 큰 보험시장으로 전 세계 생명보험료의 2%를 차지하고 있는 데 반해 보험침투율은 낮은 시장으로 평가되고 있는데 Metlife는 동 시장에서의 기회요인으로 높은 저축률을 꼽고 있다. 중국은 메트라이프가 진출한 해외시장 중 가장 저축률이 높게 나타나고 있으며 중국의 보험시장은 여전히 자국 내 보험사의 점유비가 높아 상위 3개사(중국생명, 핑안, 퍼시픽)가 생명보험 시장 보험료의 74%를 차지하며 외국사의 비중은 5%에 불과한 수준이다.

<그림-11> 중국 GDP 대비 국내총저축




자료 : IMF World Economic Outlook, April 2006; Development Date Group, The World Bank.

<그림-12> 중국 생명보험시장의 회사별 점유율




주 : 생명보험산업의 총보험료 실적 2006년 7월 313억 달러 기준임.
자료 : CIRC.

이러한 시장환경하에서 메트라이프는 현재 상해, 광저우, 베이징, 충칭 4개 시에서 면허를 얻어 사업을 운영중이며, 합작사 형태로 진출한 합작파트너는 Capital Airports Holding Company와 Shanghai Alliance Investments Limited(SAIL)이다.

주요 판매채널은 크게 전통적 채널인 전문대리점 채널과 신흥 채널인 TM 및 방카슈랑스로 나뉘며, 상품은 생명보험, 양로보험, 만기환급형보험, 상해 및 건강보험을 제공하고 있다.

중국시장에서의 전략은 주로 판매채널 관리 및 강화 쪽에 집중화되어 있다. 첫 번째는 전문대리점 차별화 전략으로 메트라이프는 잘 설계된 대리점 시스템을 운영하는데, 라이프 플래너의 자질 및 생산성의 지속적인 향상 노력을 꾀하며, 상품판매 시에도 엄격한 윤리적 기준을 적용하고 있다. 또한 고객수요에 근거한 판매를 통해 좋은 평판을 유도해 내고 있다.

두 번째는 신흥판매채널 구축전략이다. 메트라이프는 텔레마케팅 영역에서 우위를 차지하기 위한 노력을 하고 있는데, 중국 소비자 태도 변화와 맞물리며 동 채널이 설득력을 얻고 있는 단계이다. 또한 방카슈랑스 채널도 좋은 사업모델이자 견고한 판매조직으로 부상되고 있다.

위와 같은 전략을 통해 본 중국진출에서의 시사점은 메트라이프의 명확한 전략과 적절한 실행이 성과를 보이고 있다는 점이며, 전문대리점 모델이 중국 내 대리점 판매체계에 급격한 변화를 가져왔다는 점을 알 수 있다. 또한 합작파트너사와의 관계성을 공고히 하는 것이 확고한 지원을 받을 수 있는 주요요인이 될 수 있으며, 신흥채널 확대 노력이 중국 주식시장 활황에 힘입어 투자형 보험상품이 중국 보험업계의 주력 상품으로 떠오르며 동사가 협력 은행인 시티은행에서 판매한 투자형 보험상품이 최근 좋은 성과를 거두고 있다.

2) 한국

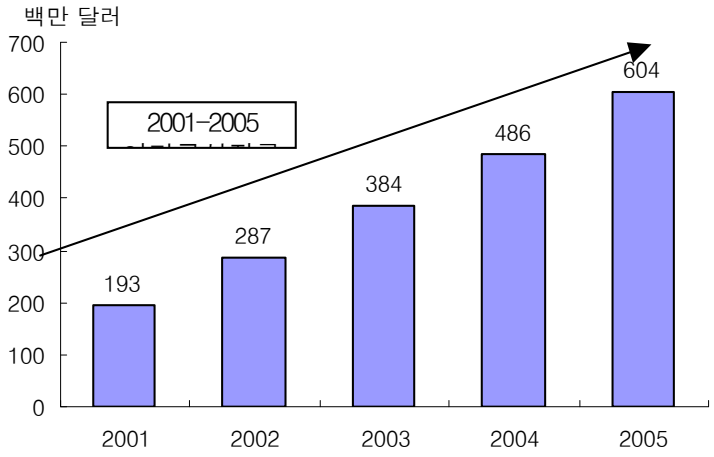
메트라이프는 세계 생명보험료의 3%를 차지하며 아시아에서 2번째로 큰 생명보험 시장인 한국을 보험침투율도 높은 매력적인 시장으로 평가하고 있으며, 한국에서의 기회요인으로 고령화 사회를 지목하고 있다. 2050년에는 65세 이상의 인구가 37%를 차지할 것으로 예상된다는 부분을 주시하고 있으며, 안정적인 노후를 준비할 수 있도록 연금 상품에 집중화하는 전략을 표방하고 있다.

한국 진출 역사를 살펴보면, 1989년 합작사 형태의 코오롱메트 생명보험이 설립되었고 1998년에는 메트라이프가 지분을 100% 인수, 메트라이프 보험으로 개명하고 전문대리점 조직을 런칭하였다. 2002년에는 텔레마케팅, 2003년에는 방카슈랑스, 2006년에는 기업연금 판매를 개시한 동사의 판매채널은 전문대리점 채널, 텔레마케팅, 은행, TV를 통한 직판 채널을 활용하며, 상품은 생명보험, 연금 외에도 변액유니버셜과 최저지급보증(GMWB) 기능을 가진 변액연금을 최초 도입하여 제공하고 있다.

한국 시장에서의 주요 성장전략으로는 첫 번째, 중국에서의 전략과 마찬가지로 판매채널 개발과 관리로 전문대리점 조직을 개발함과 동시에 대리인의 생산성 향상을 위한 노력을 지속하는 전략과 함께 신흥채널의 성장에도 주력하고 있다. 두 번째로는 상품전략인데, 메트라이프는 변액유니버셜보험과 최저지급보증 기능의 변액연금을 최초로 도입하며

정교한 상품개발 및 판매에 집중하는 전략을 취하였다. 마지막으로 관리조직 강화전략을 취했고 이러한 노력에 힘입어 2001~2005년 5개년 연평균 보험료 성장률이 33%, 운영수익 성장률이 42%라는 성장세와 수익성 양 측면에 있어 고성장을 달성하고 있다.

<그림-13> MetLife 한국시장 보험료 및 수수료




자료 : Asia Investor Day, MetLife. Inc.'s Investor Day Conference in Tokyo, 2006. 9.

이러한 성공적인 결과를 보인 메트라이프 진출사례에서의 시사점을 살펴보면, 첫 번째 고급교육을 이수하고 높은 생산성을 가진 양질의 서비스를 제공하는 전문적 판매조직이 존재하였다는 점이 성장의 원동력이 되었다고 볼 수 있으며, 두 번째로는 상품 측면에서 정교한 상품도입을 통한 시장침투를 시도하였다는 점과 신흥채널을 통한 대중시장으로의 접근 노력이 주효하였던 것으로 분석된다.

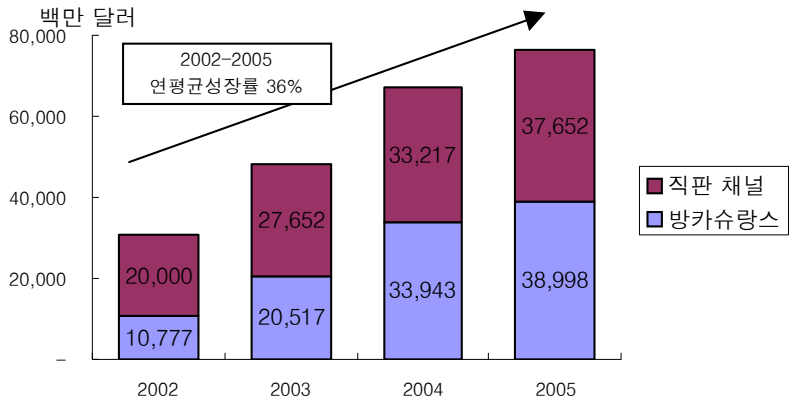
### 3) 일본

세계 보험시장에서 미국 다음의 2번째 규모로 큰 시장인 일본은 세계 생명보험료의 19%를 점유하고 있으며 연금사업이 여전히 성장세에 있는 시장으로 판매채널 측면에서는 생명보험은 주로 전문대리점에, 연금

은 주로 제3채널(은행, 중개상)에 의존하는 특징을 나타낸다.

메트라이프는 일본시장에서의 두드러진 특징을 연금사업의 성장세로 지목하고 있는데, 연금성장의 배경에는 일본 소비자의 연금관심도와 은행의 연금판매 관심도가 동시에 증가하고 있음을 알 수 있다. 이는 소비자들의 국가연금 플랜에 대한 불확실성, 연금가입 시 세제혜택, 소비자 투자포트폴리오 영향(개인 금융자산이 세계에서 2번째로 높으며, 재무자산의 54%가 현금과 예금으로 구성)에 따른 요인과 은행은 경제불황에 따라 기업대출 포트폴리오에서 이자 수익이 감소한 것에서 영향을 받고 있고 은행 운영수익 측면에서도 서비스 수익 비중이 높아지는 추세 등에서 비롯되었다.

<그림-14> 일본 연금의 판매채널별 신규실적




주 : 중개상 채널의 판매실적은 제외됨.
자료 : Asia Investor Day, MetLife. Inc.'s Investor Day Conference in Tokyo, 2006. 9.

메트라이프는 일본에 MSI Metlife라는 이름의 합작사 형태로 2002년 10월 진출하였다. 합작 파트너인 미쓰이스미토모보험은 일본 2위의 손해보험회사이며, MSI Metlife의 판매채널은 60개 은행과 8개 증권회사이며, 변액연금과 고정연금, 변액생명보험 상품을 제공하고 있다.

일본에서의 진출전략을 살펴보면, 일본에서도 우리나라와 마찬가지로

상품부분에서 특화된 전략을 취하였다. 메트라이프는 다각적인 상품 포트폴리오 전략을 통해, 변액연금 부문에서도 GMDB(최저사망보장), GMAB(최저연금보장), GMWB(납입원금의 105%~115%까지 지급보증) 상품 등 다양한 상품 구성을 선보였는데, 그 중에서도 GMWB for Life의 경우 2006년 8월 기준으로 10억 달러의 판매고를 달성하였다. 두 번째는 판매채널 부분인데 메트라이프는 주로 은행채널에 의존한 판매전략을 보이고 있다. 이는 은행에의 의존도가 높은 연금판매와 맞물리면서 은행채널을 통한 연금판매의 점유비가 증가하였고, 판매채널의 수도 2005년 48개에서 2006년 68개로 크게 확대되었다.

일본시장에서의 시사점은 첫째 강력한 파트너사와의 결합으로 시너지 효과를 창출했다는 점이다. 탄탄한 재무구조가 뒷받침되는 미쓰이스미토모사의 금융기관과의 제휴관계, 브랜드인지도, 시장정보력에 메트라이프의 연금시장에서의 경험과 상품개발능력, 전문판매자 모델 및 위험회피 전문기술이 결합하여 좋은 성과를 거두었다고 분석된다. 다음으로 상품혁신 집중화를 통해 시장점유율 증대를 꾀할 수 있었으며, 마지막으로 시기적절한 진출 기회 포착을 들 수 있는데, 2002년 은행의 연금판매가 허용된 일본에서의 판매규제 완화시점에 적절히 맞춘 진출시기와 판매채널 전략이 주효하였던 것으로 나타났다.

<별첨 1>. 중국 외국계 생보사 합자파트너 현황

| 회사명 | 외국사명 | 합자회사명 | 비고 |
|---|---|---|---|
| AIA Life | AIG | - | 단독진출 |
| Manulife-Sinochem | Manulife | China Foreign Economic and Trade Trust & Investment Company | 국영기업 |
| Pacific-Antai Life | ING | China Pacific Insurance | 보험사 |
| Allianz China | Allianz | CITIC Trust & Investment | 국영투자사 |
| AXA-Minmetals Life | AXA | Minmetals Group | 금속회사 |
| China Life-CMG | Colonial Mutual | China Life Insurance Company | 보험사 |
| CITIC-Prudential Life | Prudential | China International Trust & Investment Corporation | 국영투자사 |
| John Hancock Tianan Life | John Hancock | Tianan | 손해보험사 |
| Generali China Life | Generali | China National Petroleum Corporaition | 국영기업 |
| ING Capital Life | ING | Capital Group | 북경시 금융공기업 |
| Sun Life Everbright | Sun Life | Everbright Group | 금융회사 |
| Haier New York Life | New York | Haier Group | 전자회사 |
| Aviva-COFCO Life | Aviva | China National Cereals, Oils & Foodstuffs Import & Export Corporation | 국영기업 |
| AEGON-CNOOC Life | Aegon | China National Offshore Oil Corp | 국영기업 |
| CIGNA and CMC Life | CIGNA | Shenzhen Dingzun Investment Advisory Co. | 투자자문사 |
| Nissay-SVA Life | Nippon Life | Shanghai SVA | 전자회사 |
| Heng An Standard Life | Standard | Tianjin Economic Development Area General Company | 지역기관 |
| Skandia BSM Life | Skandia | Baijing State-owned Assets Management | 북경투자사 |
| Sino-US MetLife | MetLife | China Airport Holding Company | 국영사 |
| Cathay Life | Cathay | China Eastern Air Holding Co | 항공사 |
| Samsung Air China Life | Samsung | National Aviation Corporation | 항공사 |
| CitiInsurance Life | Citiinsurance | Shanghai Alliance Investment | 상하이시 투자회사 |

자료 : 각 사 홈페이지 및 기사.

<별첨 2>. 삼성화재의 「베트남 현지법인(Samsung Vina)」 설립

**① 개 요**

□ 설립목적 : 이머징마켓 진출로 동남아 네트워크 및 손익기반 확충

풍부한 부존자원과 우수한 인력을 보유하고 있고, 미국과의 일반무역협정 체결 등 개방정책에 따른 투자확대로 경제성장과 함께 손해보험 시장의 성장 잠재력도 클 것으로 전망

베트남은 政情이 안정되어 있고, 손해율도 50% 내외로 낮은 수준이어서 사업규모는 작지만 수익실현이 용이할 것으로 판단

□ 설립형태 : 합작법인

파트너社 : Vietnam National Reinsurance Co. (국영 재보험사)

지분 및 이사회 구성

- 자본금 : US$ 500만 (삼성화재지분 50%, US$ 250만 투자)
- 이사회 : 당사 3명, VinaRe 3명 합계 6명으로 구성
  이사회 의장은 VinaRe, 사장은 삼성화재측에서 지명
- 한국주재원 : 법인장 및 영업이사 파견

호치민 본사, 하노이 지점 운영

□ 국내 손보업계 최초 베트남시장 진출

이머징 마켓에서 시장지위를 확보하기 위한 선점전략

매출규모

- '05년 총매출 4.7백만 달러, '06년 7백만 달러, '07년 7.5백만 달러(E)

**② 추진과정**

□ 시장조사

1995년 4월 호치민사무소 개설

1996년 7월 하노이사무소 개설

- 현지 보험시장 연구조사 및 한국계 진출기업에 보험 컨설팅제공
- 현지 보험당국 네트워크 구축 및 진출정보 파악

□ 진출결정

2000년 12월 합작 파트너사(VinaRe)와 합작계약서 체결

- 현지 보험업 진출형태의 장단점 및 현지상황 고려 후, 합작법인 형태의 진출 결정

□ 합작사 설립

2002년 8월 합작사 설립 및 영업에 대한 허가권 취득

- 손해보험 全영역 취급 (단, 항공·농작물 제외)

2002년 10월 제1회 경영이사회 개최
2003년 8월 합작법인 개업식

**③ 벤치마킹을 위한 성공요인**

□ 현지의 금융정책 및 법률제도 연구 필요

최근 베트남은 WTO 가입으로 인하여 금융산업도 개방되었으나, 반면에 자국 금융회사의 경쟁력 강화수단으로 자본금 증액과 같은 여러 가지의 정책변수들이 발생하고 있음

□ 시장 및 전략이 중요

시장을 면밀히 분석하고, 진출기관의 특화된 전략 수립 필요

- 시장은 성장하고 있으나, 규모는 여전히 작음
- 손해보험시장은 현지 로컬손보사 입지가 강한 편임

□ 현지 금융당국 네트워크 구축

현지 금융당국의 네트워크 구축 및 활용

- 진출방향 및 진출일정 등 시간을 효율적으로 사용할 수 있음

WTO 가입으로 금융업 투자는 개방되어있어 법률적으로 제한이 크게 있는 것은 아니지만 허가가 쉽게 나오는 것도 아님

□ 선진기법 전수

IT 및 선진 업무·영업 Know-how전수를 통해 베트남 보험시장의 발전에 기여하고 동시에 진출기관의 안정화에 도움이 되도록 하여야 함

선진기법 전수를 통하여 시장의 투명성을 높이고 업계의 발전을 도모하여 Win-Win전략으로 활용

자료 : 재정경제부, 금융회사 베트남 진출 보고서, 2007. 12. 14.

# 보험개발원(KIDI) 발간물 안내

■연구보고서

2005-1 보험산업의 비젼과 대응전략 / 신문식, 임병인, 조재현 2005.

2005-2 전환기의 손해보험회사 발전방안 / 정중영 2005.

2005-3 손해보험회사 RBC제도에 관한 연구 / 이기형, 나우승, 김해식 2005.5

2005-4 저금리 추이에 따른 이차역마진 현상과 대응방안 / 김석영, 나우승 2005.10

2005-5 예금보험제도의 국제적 정합성 평가와 개선방안 / 류건식, 김해식 2005.10

2005-6 모집조직 다변화에 따른 보험모집제도 개선방안 / 신문식, 조재현, 박정희 2005.11

2005-7 퇴직연금제도 재정평가체계에 관한 연구 / 류건식, 이상우 2005.11

2005-8 민영건강보험의 의료비 지급·심사제도 개선방안 / 조용운, 김세환 2005.11

2005-9 보험산업 주요지표의 중장기 전망 / 동향분석팀 2005.12

2006-1 보험회사의 은행업 진출 방안 / 류근옥 2006.1

2006-2 보험시장의 퇴출 분석과 규제개선방향 / 김헌수 2006.3

2006-3 보험지주회사제도 도입 및 활용방안 / 안철경, 이상우 2006.8

2006-4 보험회사의 리스크공시 체계에 관한 연구 / 류건식, 이경희 2006.12

2007-1 국제보험회계기준 도입에 따른 영향 및 대응방안 / 이장희, 김동겸 2007.1

2007-2 민영건강보험료율 결정요인 분석 / 조용운, 기승도 2007.3

2007.-3 퇴직연금 손·익 위험 관리전략에 관한 연구 / 성주호 2007.3

2007-4 확률적 프런티어 방법론을 이용한 손해보험사의 기술효율성 측정 / 지홍민 2007.3

2007-5 금융겸업화에 대응한 보험회사의 채널전략 / 안철경, 기승도 2008.1

■연구조사자료

| | |
|---|---|
| 2005-2 | 2005년도 보험소비자 설문조사 / 신문식,김세환,조재현 2005.3 |
| 2006-1 | 2006년도 보험소비자 설문조사 / 김세환,조재현,박정희 2006.3 |
| 2006-2 | 보험회사의 방카슈랑스 대응방안 / 류건식,김석영,이상우,박정희,김동겸 2006. |
| 2007-1 | 보험회사 경영성과 분석모형에 관한 비교연구 / 류건식,장이규,이경희,김동겸 2007.3 |
| 2007-2 | 보험회사 브랜드 전략의 필요성 및 시사점 / 최영목, 박정희 |
| 2007-3 | 2007년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 기승도, 오승철 |
| 2007-4 | 주요국의 퇴직연금개혁 특징과 시사점 / 류건식, 이상우 |
| 2007-5 | 지적재산권 리스크 관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 |

■정책연구자료

| | |
|---|---|
| 2005-2 | 2006년도 보험산업 전망과 과제/동향분석팀 2005.12 |
| 2006-1 | 2007년도 보험산업 전망과 과제/동향분석팀 2006.11 |
| 2006-2 | 의료리스크 관리의 선진화를 위한 의료배상보험에 대한 연구 / 차일권, 오승철 2006.12 |
| 2007-1 | 퇴직연금 수탁자리스크 감독방안 / 류건식, 이경희 2007.2 |
| 2007-2 | 보험상품의 불완전판매 개선방안 / 차일권, 이상우 2007.3 |
| 2007-3 | 퇴직연금 비급보증제도의 요율체계에 관한 연구:미국과 영국을 중심으로/ 이봉주 2007.3 |
| 2007-4 | 보험고객정보의 이용과 프라이버시 보호의 상충문제 해소방안 / 김성태 2007.3 |
| 2007-5 | 방카슈랑스가 보험산업에 미치는 영향 분석 / 안철경, 기승도, 이경희 2007.4 |
| 2007-6 | 2008년도 보험산업 전망과 과제 / 양성문, 김진억, 지재원, 박정희, 김세중 2007.12 |

■연구논문집

| | |
|---|---|
| 1호 | 보험산업의 규제와 감독제도의 미래 / Harold D. Skipper, Robert W. Klein, Martin F. Grace, 1997.6 |
| 2호 | 세계보험시장의 변화와 대응방안 / D. Farny, 전천관, J. E. Johnson, 조해균, 1998.3 |
| 3호 | 제1회 전국대학생 보험현상논문집, 1998.11 |
| 4호 | 제2회 전국대학생 보험현상논문집, 1999.12 |

■영문발간물

| | |
|---|---|
| 1호 | Environment Changes in the Korean Insurance Industry in Recent Years : Institutional Improvement, Deregulation and Liberalization / Hokyung Kim, Sango Park, 1995.5 |
| 2호 | Korean Insurance Industry 2000 / Insurance Research Center, 2001.4 |
| 3호 | Korean Insurance Industry 2001 / Insurance Research Center, 2002.2 |
| 4호 | Korean Insurance Industry 2002 / Insurance Research Center, 2003.2 |
| 5호 | Korean Insurance Industry 2003 / Insurance Research Center, 2004.2 |
| 6호 | Korean Insurance Industry 2004 / Insurance Research Center, 2005.2 |
| 7호 | Korean Insurance Industry 2005 / Insurance Research Center, 2005.8 |
| 8호 | Korean Insurance Industry 2006 / Insurance Research Center, 2006.10 |
| 9호 | Korean Insurance Industry 2007 / Insurance Research Center, 2007.9 |

■Insurance Business Report

19호 공정가치회계가 보험회사 경영에 미치는 영향 -보험회사 CEO 대상 설문조사 결과 / 이기형, 김해식 2004.10

20호 선진 보험회사 재무공시 특징 및 트렌드(유럽 및 캐나다를 중심으로) / 장이규 2006.11

21호 지급여력 평가모형 트렌드 및 국제비교 / 류건식, 장이규 2006.11

22호 선진보험그룹 글로벌화 추세와 시사점 / 안철경, 오승철 2006.12

23호 미국과 영국의 손해보험 직판시장 동향분석 및 시사점 / 안철경, 기승도 2007.7

24호 보험회사의 자본비용 추정과 활용: 손해보험회사를 중심으로 / 이경희 2007.7

25호 영국손해보험의 행위규제 적용과 영향 / 이기형, 박정희 2007.9

26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 2008.2

■ CEO Report

2006-13 보험산업 소액지급결제시스템 참여방안 / 보험연구소, 2006.7

2006-14 생명보험 가입형태별 위험수준 분석 / 리스크·통계관리실, 2006.8

2006-15 「민영의료보험법」 제정(안)에 대한 검토 / 보험연구소, 2006.9

2006-16 모기지보험의 시장규모 및 운영방안 / 손해보험본부, 2006.9

2006-17 생명보험 상품별 가입 현황 분석 / 생명보험본부, 2006.10

2006-18 자동차보험 온라인시장의 성장 및 시사점 / 자동차보험본부, 2006.10

2007-1 퇴직연금제 시행 1년 평가 및 보험회사 대응과제 / 보험연구소 2007.4

2007-2 외국의 협력정비공장제도 운영현황과 전략적 시사점 / 자동차기술연구소 2007.4

2007-3 예금보험제 개선안의 문제점 및 과제 / 보험연구소 2007.6

2007-4 자본시장통합법 이후 보험산업의 진로 / 보험연구소 2007.7

2007-5 방카슈랑스 확대 시행과 관련한 주요 이슈 검토 / 보험연구소 2007.11

2007-6 자동차보험 시장변화와 전략적 시사점 / 자동차보험본부 2007.11

정기간행물

■ 계간

○ 보험동향
○ 보험개발연구

# 도서회원 가입안내

## 회원 및 제공자료

<table>
<tr><th>구분<br>내용</th><th>법인회원</th><th>특별회원</th><th>개인회원</th><th>연속간행물 구독회원</th></tr>
<tr><td>연회비</td><td>₩ 300,000원</td><td>₩ 150,000원</td><td>₩ 150,000원</td><td>간행물별로 다름</td></tr>
<tr><td rowspan="2">제공자료</td><td colspan="2">–연구조사보고서<br>• 연구보고서(10~15회/년)<br>• 조사연구자료(5~10회/년)<br>• 정책연구자료(3~5회/년)<br>• 기타 보고서<br><br>–연속간행물<br>• 보험개발연구(3–4회)<br>• 보험동향(계간)</td><td>–연구조사보고서<br>• 연구보고서(10~15회/년)<br>• 조사연구자료(5~10회/년)<br>• 정책연구자료(3~5회/년)<br>• 기타 보고서<br><br>–연속간행물<br>• 보험개발연구(3–4회)<br>• 보험동향(계간)</td><td rowspan="2">–보험개발연구<br>(연간3회 ~ 4회<br>₩ 30,000)<br><br>–보험통계월보<br>(월간 ₩ 50,000)<br><br>–보험동향<br>(계간 ₩ 20,000)</td></tr>
<tr><td colspan="2">–본원 주최 각종 세미나 및 공청회 자료<br>–보험통계월보<br>–영문발간자료</td><td>–</td></tr>
</table>

※특별회원 가입대상: 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학 도서관

## 가입문의

보험연구원 도서회원 담당
전화 : 368–4414,4415 팩스 : 368–4099

## 회비납입방법

– 무통장입금 : 국민은행 (400401–01–125198)
예금주 : 보험연구원
– 지로번호 : 6937009

## 가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에서 도서회원가입신청서를 작성 등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

## 자료구입처

서울: 보험연구원 자료실, 교보문고, 영풍문고, 반디앤루니스(서울문고), 세종문고
부산: 영광도서

# 저자약력

**양 성 문**
보험연구원 동향분석팀 팀장
(E-mail : smyang@kiri.or.kr)

**김 진 억**
보험연구원 동향분석팀 선임연구원
(E-mail : kjo990@kiri.or.kr)

**지 재 원**
보험연구원 동향분석팀 선임연구원
(E-mail : jwchi@kiri.or.kr)

**박 정 희**
보험연구원 동향분석팀 연구원
(E-mail : pjh@kiri.or.kr)

**김 세 중**
보험연구원 동향분석팀 연구원
(E-mail : sjkim@kiri.or.kr)

연구조사자료 2008-1

**보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사**

발 행 일 2008년 3월 26일
발 행 인 나 동 민
편 집 인 나 동 민
발 행 처 보 험 연 구 원
서울특별시 영등포구 여의도동 35-4
대표전화 (02) 368-4400

ISBN 89-5710-060-8 94320 정가 10,000원