

# 우리나라 보험회사의 베트남 진출 전략

조용운

2018.07.02

# 목차

---

- I. 베트남의 사회, 경제 환경
- II. 베트남 보험시장의 특징
- III. 글로벌 보험회사의 베트남 진출 사례
- IV. 국내 보험회사의 진출 현황 및 한계
- V. 베트남 진출 시 고려사항

# I. 베트남의 사회, 경제환경

---

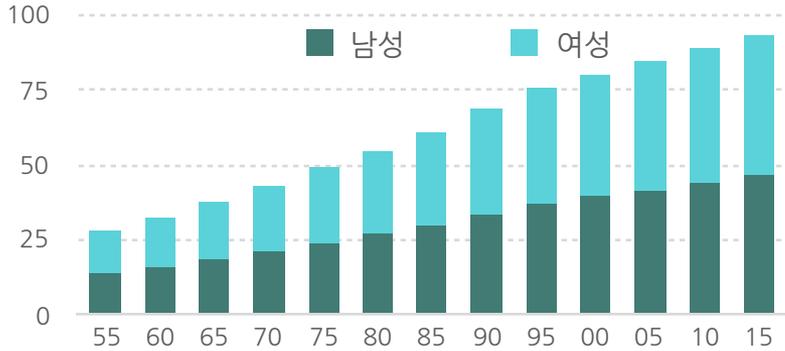
1. 인구, 경제환경
2. 금융산업
  - 1) 은행업
  - 2) 증권업
  - 3) 보험업
3. 경제정책
4. 건강보험, 연금제도

# 1. 인구, 경제환경

- 베트남은 1억 명에 이르는 인구 규모 뿐 아니라 15세에서 64세 인구 비중이 70.2% 수준임
- 2001년부터 2016년까지 실질 GDP 증가율은 6% 내외(2016년 실질GDP 성장률 6.2%)이며 주가지수는 상승세를 지속

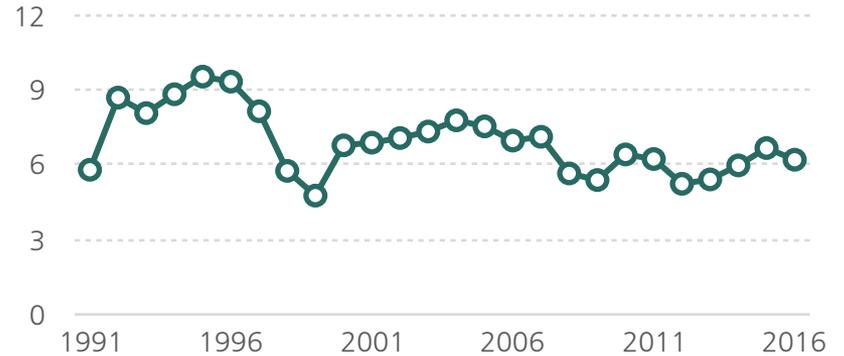
인구 규모

(단위: 백만 명)



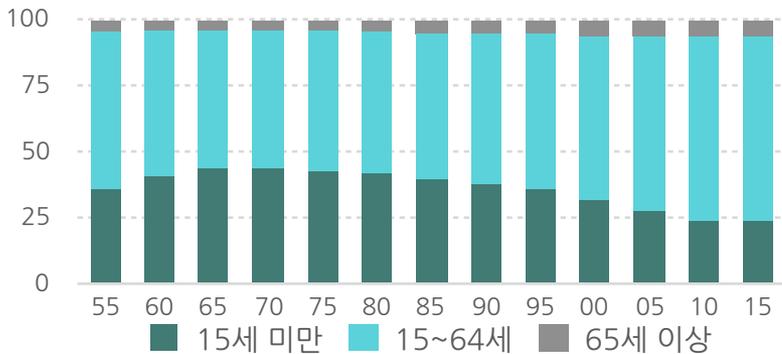
실질GDP 성장률

(단위: %)



연령별 인구 비중

(단위: %)



주가지수



자료: UN

자료: WORLD BANK, BLOOMBERG

# 1) 은행업

- 경제가 빠르게 성장하면서 자금수요가 증가, 신용잔액 규모는 2012년 1,361 억 달러에서 2016년 2,424 억 달러로 연평균 15.5% 성장함
- 급격한 신용확대로 인한 금융안정성 리스크 확대, 낮은 수익성 등으로 베트남 은행산업은 2016년 구조조정이 있었으며 43개가 영업중임

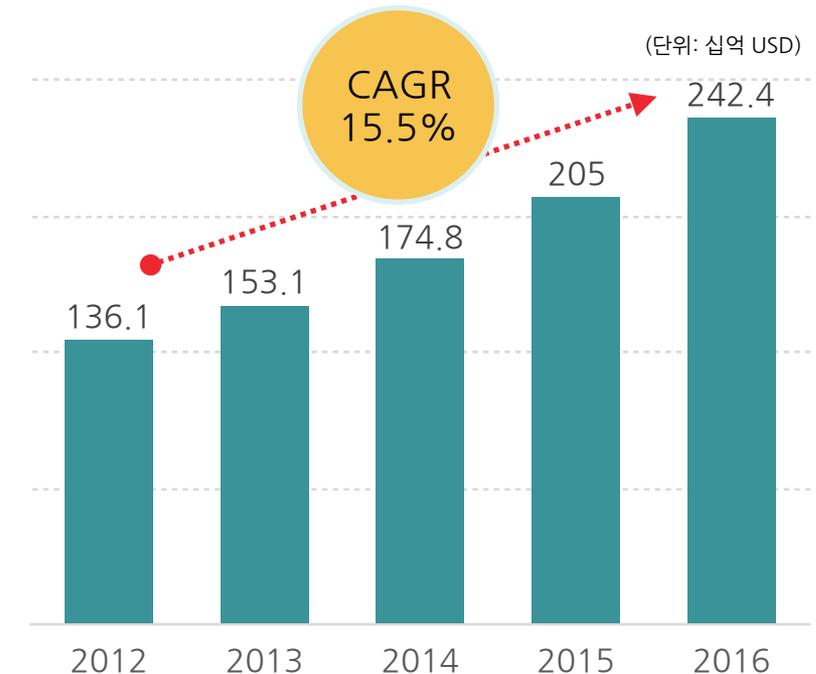
## 은행업 현황

구분	12	13	14	15	16
국영상업은행	2	1	1	1	4
민영상업은행	38	38	38	37	31
합작은행	5	4	4	4	3
외국계은행	5	5	5	5	5

자료: State of Bank Vietnam (2017)

구분	국내은행 진출 현황
진출은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지법인 : 3개 사 (신한, 우리, 수출입)</li> <li>• 지점 : 9개 (국민, 하나, 우리, 부산, 기업, 농협)</li> <li>• 사무소 : 7개 (국민, 부산, 농협, 산업, 수출입)</li> </ul>
자산규모	2016년 48.1억 달러에서 2017년 57.2억 달러 증가
당기순이익	2016년 4,730 만 달러에서 2017년 6,100 만 달러 증가

## 신용잔액 추이



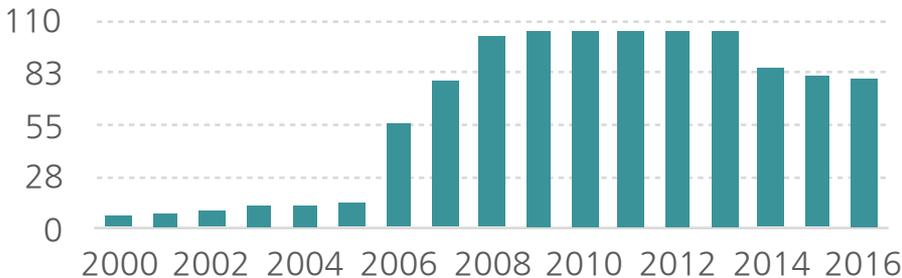
자료: State of Bank Vietnam (2017)

## 2) 증권업

- 베트남 증권산업은 2014년 구조조정이 있었으며 영업중인 증권회사는 2016년 기준 79개임
- 국내 증권회사들의 경우 2006년 이후 현지법인 설립을 통해 베트남에 진출함
- GDP 대비 낮은 시가총액, 공기업의 민영화, 높은 청장년층 인구비중 등 성장잠재력이 있음

증권회사 수 현황

(단위: 개)



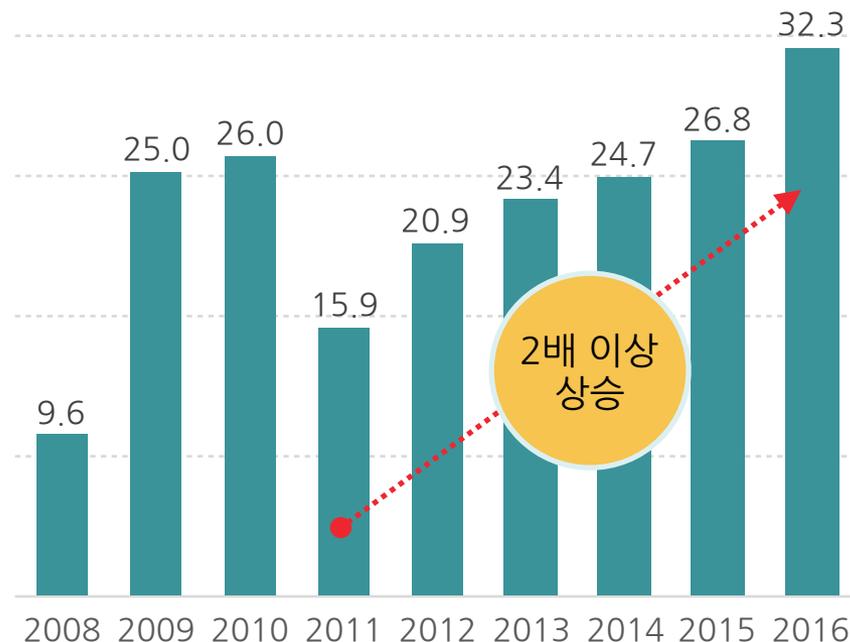
자료: State Securities Commission of Vietnam(2017)

국내 증권회사 진출 현황

회사명	진출시점	자본금	형태
미래에셋대우	2007	1,000억 원	현지법인1, 사무소1
한국투자	2007	900억 원	현지법인1
NH	2006	350억 원	현지법인1
신한	2015	384억 원	현지법인1, 사무소1
KB	2017	238억 원	현지법인1

GDP 대비 시가총액 비중

(단위: %)

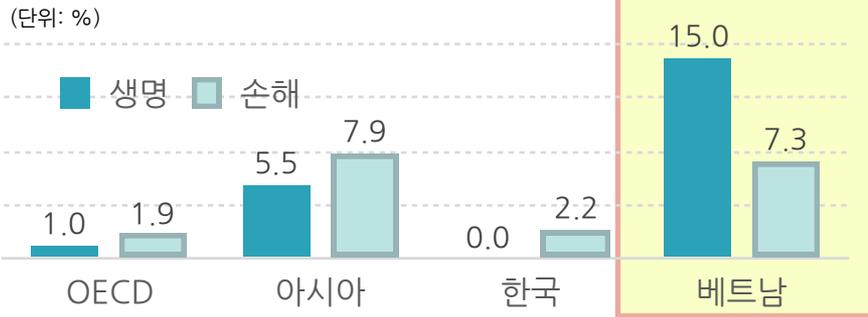


자료: WORLD BANK

### 3) 보험업

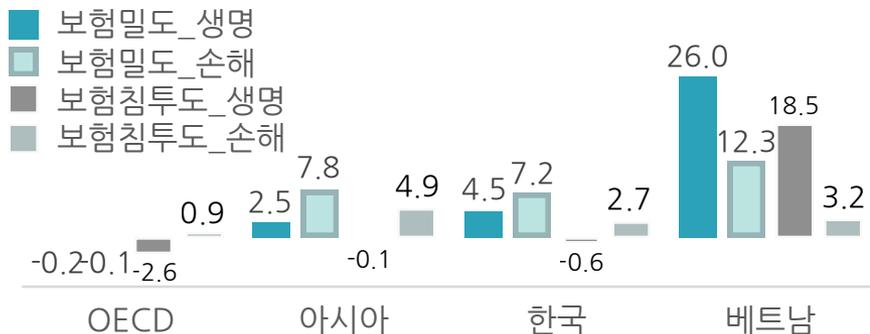
- 생명보험시장 규모는 한국의 2.0%, 손해보험은 2.4% 수준이나 2013년부터 2016년까지 연평균 보험료 실질성장률은 생명보험 15.0%, 손해보험 7.3% 수준임
- 생명보험회사는 18개사, 손해보험회사는 30개 회사가 사업을 하고 있는데, 생명보험산업의 CR3 집중도는 하락하고 있음

2013~2016 연평균 보험료 실질성장률



자료: Swiss Re, Sigma

2013~2016 연평균 보험밀도, 침투도 증가율



베트남 보험회사의 분포

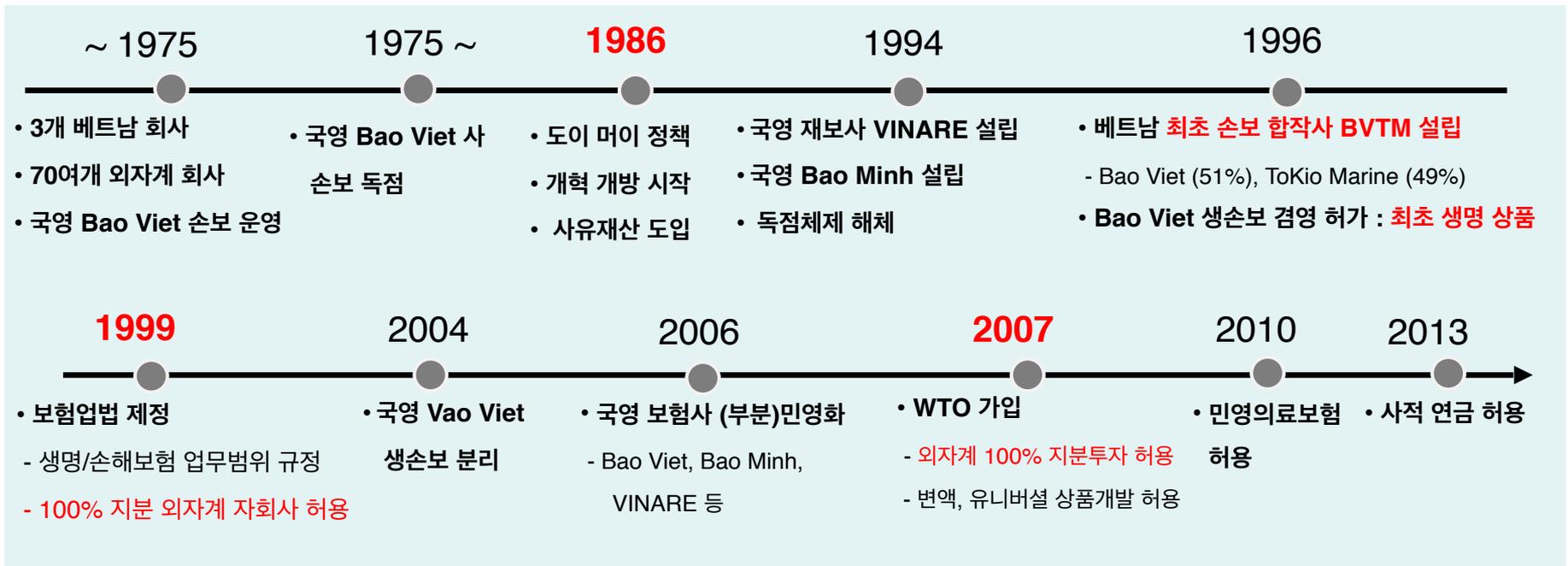
	생명보험	손해보험
국영회사	1	1
100% 외자계	14	8
합작(일부 외자)	2	4
합자(외자 자금만 투자)	2	
합자		16 (국영 5 포함)
지점		1
합계	18	30

자료: Ministry of Finance, AXCO

# 3. 경제정책

- 1986년 시장경제 도입, 사유재산을 인정하는 도이 머이 정책이 시행되고 1999년 보험업법 제정으로 업권간 불확실성이 제거됨
- 2007년 WTO 가입으로 외국회사의 보험시장 진입 자유화, 다양한 상품개발이 허용되었고 최근에는 국제적 정합성을 충족하기 위한 정책을 추진 중임

## 제도 개선 추이



# 4. 건강보험과 연금제도

- 2015년 1월 전국민 공적 건강보험 제도 도입으로 건강보험 이용 시 국가가 의료비의 80%를 부담 (6세 이하 아동, 노인 등에 대해서는 95~100% 지급)
- 2014년 재정건전성을 고려한 공적연금 개혁(급여 축소, 개시연장 명령)을 단행함

## 사회보장기금 체계

유형		근로자 기여분	고용주 기여분	합계
사회보험 Social Insurance	질병 및 출산	-	3.0%	25.5%
	산재 및 직업병	-	0.5%	
	(퇴직)연금및유족급여	8.0%	14.0%	
건강보험		1.5%	3.0%	4.5%
실업보험		1.0%	1.0%	2.0%
합계		10.5%	21.5%	32.0%

자료: Ministry of Health (2017)

## 공적 연금제도 운영체계 변화

	개정전 (~ 2018년)	개정 후 (2018년 ~)
<b>남 성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 최소납입 : 15년</li> <li>▪ 수령금액 : 급여의 45% *1년 추가납입 시 2% 증액 (최대 75% 까지 가능)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 최소납입 : 20년 - 2018년 부터 매해 1년 증가</li> <li>▪ 수령금액 : 급여의 45% *1년 추가납입 시 2% 증액</li> </ul>
<b>여 성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 최소납입 : 15년</li> <li>▪ 수령금액 : 급여의 45% *1년 추가납입 시 3% 증액</li> <li>▪ 최대 75% 까지 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 최소납입 : 15년</li> <li>▪ 수령금액 : 급여의 45% *1년 추가납입 시 2% 증액 (최대 75% 까지 가능)</li> </ul>

자료: LAW ON SOCIAL INSURANCE (2014)

---

## II. 베트남 보험시장의 특징

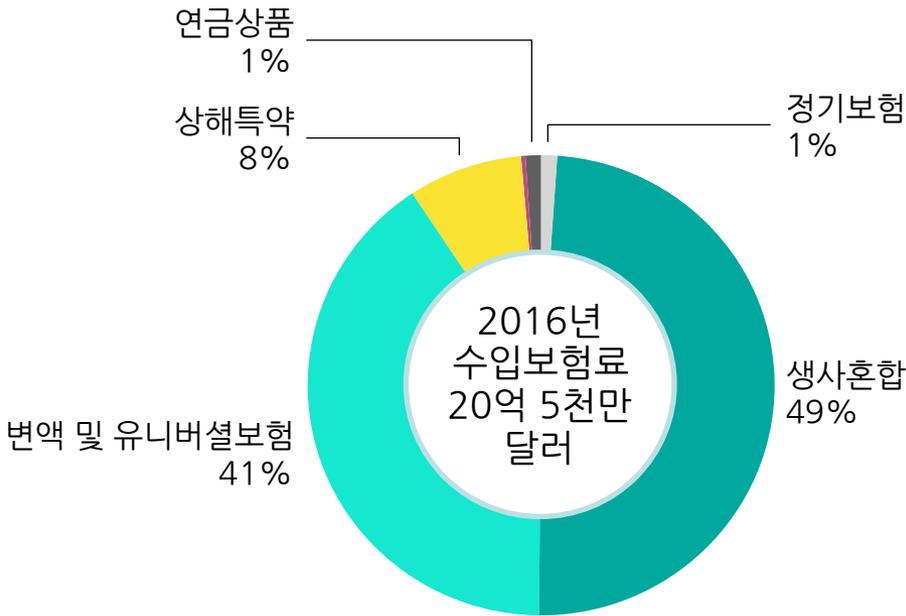
---

1. 상품
2. 판매채널

# 1. 상품 - 생명보험

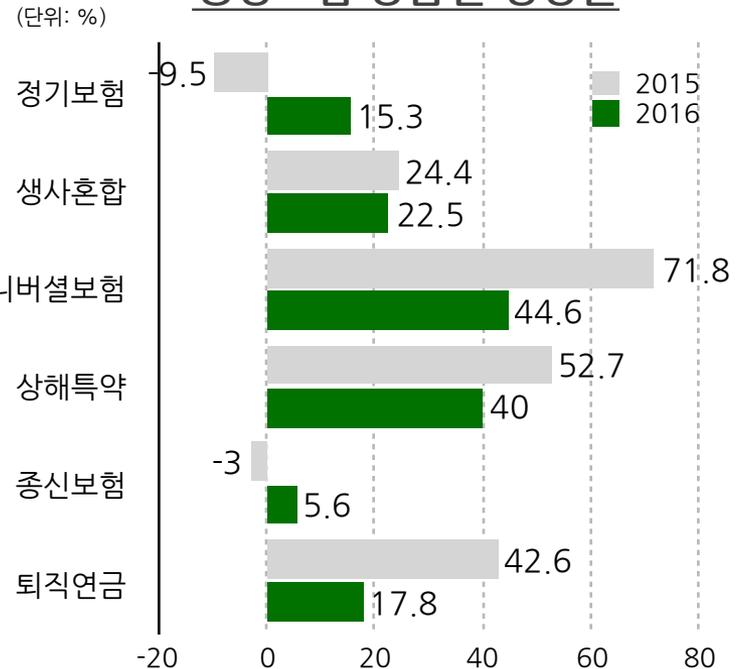
- 생명보험 수입보험료 20억 5천만 달러 가운데 저축성 보험인 생사혼합보험의 점유율이 49%, 변액 및 유니버설 보험의 점유율이 40.5%인 반면 보장성보험인 종신보험은 점유율과 성장률이 매우 낮음
- 사망을 상품화하는 것에 대한 문화적인 거부감이 원인임
- 저축성 보험의 비중과 성장률이 높은 원인은 보험에 대한 인식이 부족하고 은행 이용률이 낮기 때문임

생명보험 상품별 점유율



자료: AXCO(2018)

생명보험 상품별 성장률

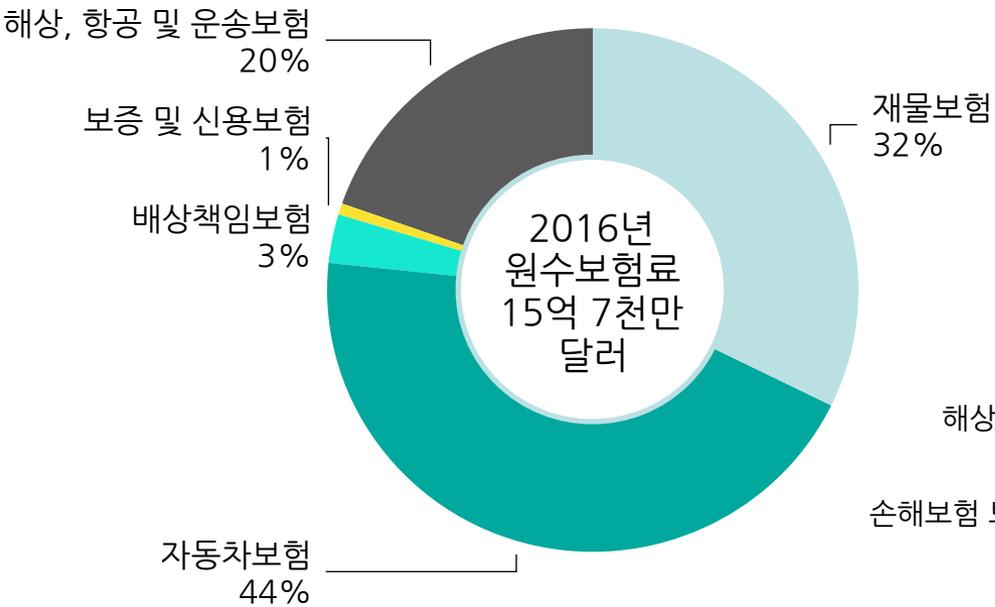


자료: AXCO(2018)

# 1. 상품 - 손해보험

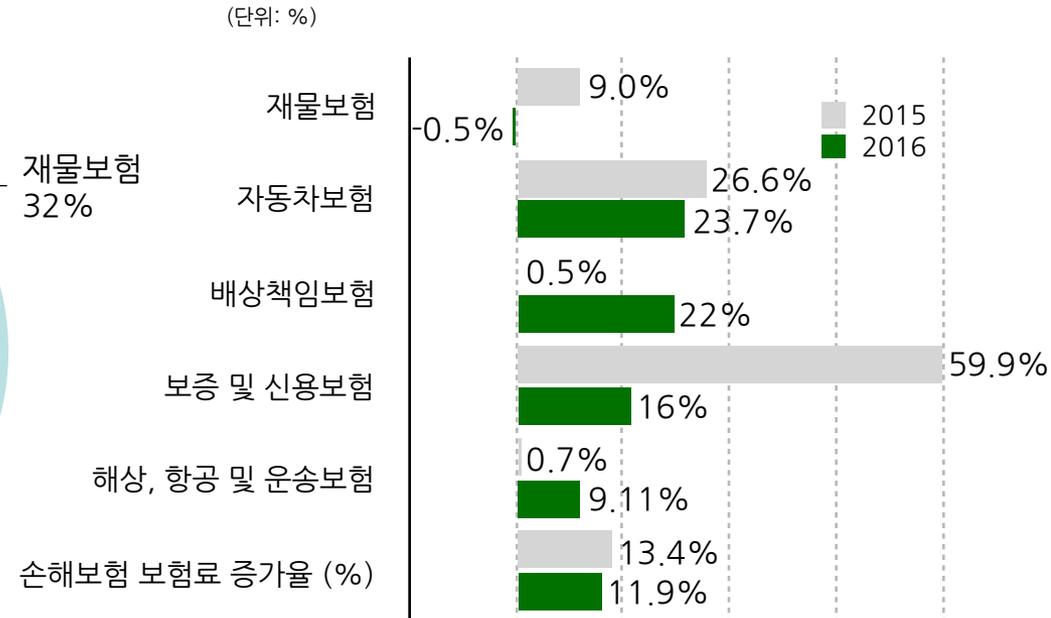
- 손해보험 원수보험료 증가율은 2016년 11.9%로 지난해에 비해 소폭 둔화되었음
- 자동차보험(44.3%)과 재물보험(32.2%) 중심으로 경제발전 속도에 따라 손해보험 원수보험료 증가세도 확대되고 있음
- 자동차보험 원수보험료 증가율은 2015년 26.6%, 2016년 23.7%로 20%이상을 기록함

손해보험 상품별 점유율



자료: AXCO(2018)

손해보험 상품별 성장률



자료: AXCO(2018)

## 2. 판매채널

- 2016년 생명보험 설계사 수가 50.7만 명(손해보험 8.8만 명), 개인보험의 설계사 판매 비중이 93%에 이르는 설계사 중심 채널이지만 2014년 보험회사와 은행의 상호지분보유가 가능해지면서 방카슈랑스가 급증
- 의사가 보험상품을 판매하는 경우 등 부업 설계사 비중이 높고 이직률이 높은 편이지만 타회사로의 이동은 우려할 수준은 아님

### 아시아 주요국의 판매채널 비중

국가	설계사	보험 대리점	방카 슈랑스	직판 및 기타
중국	49.2	1.1	42.1	7.5
인도네시아	-	49.0	33.0	18.0
태국	37.0	-	55.0	-
베트남	93.0	-	6.0	1.0

### 베트남 직판 및 기타채널 현황

#### 직판 채널

- 낮은 유선보급률(10%)과 규제로 TM 채널이 미미
- 향후 인터넷 채널 더딘 성장 예상
  - 대부분 스마트폰 인터넷 접속, 은행 인프라 미흡
  - 전자상거래 규제 느슨하고 불완전, 은행이용률 20% 미만

#### 직영 영업조직

- 다수 회사가 직영지점과 직영대리점 활성화
- 향후 회사별 직영조직 확대 예상

#### 보험중개사

- 주로 단체보험 판매
- 2016년 13개 보험중개사 영업 중
- 최소자본금 요건, 전문손해배상책임보험 가입 의무

주: 베트남 지표는 2016년 기준이고, 중국과 인도네시아, 태국은 2013년 기준임  
 자료: 전용식 외(2014), 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언

---

## III. 글로벌 보험회사의 베트남 진출 사례

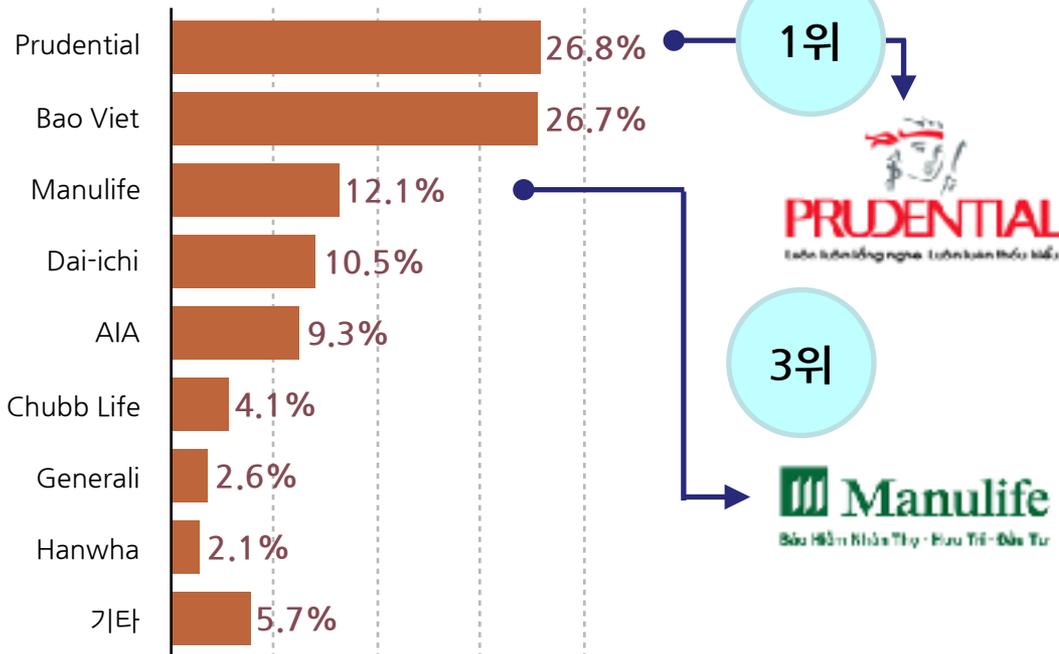
---

1. 푸르덴셜, 메뉴라이프
2. 다이이치 생명

# 1. 푸르덴셜, 메뉴라이프

- 바오비엣의 진입보호장벽, 영업장벽이 높지 않던 1999년에 100% 소유의 현지회사를 설립하며 진출함
- 푸르덴셜과 메뉴라이프는 생명보험 시장점유율 26.8%, 12.1%를 차지하고 있는데 고향력 설계사 채널을 통해 생사혼합보험을 중심으로 성장하고 있음. 상품광고 보다는 기업이미지 광고에 주력하는 공통점이 있음

베트남 생명보험시장 점유율



푸르덴셜과 메뉴라이프의 전략 비교

전략	주력상품	판매채널
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초기 수익성 확보</li> <li>• 공격적 시장개척 전략</li> </ul>	생사혼합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국 네트워크</li> <li>• 전속설계사</li> <li>• 모든 상담원 고졸 이상</li> </ul>
M/S 확보 후 장기적 수익성 확보	생사혼합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요지방 네트워크</li> <li>• 대졸 전속 설계사</li> </ul>

자료: AXCO(2018)

# 2. 다이이치 생명

- 베트남 WTO 가입 직후 베트남 정부의 국영기업 민영화 정책에 따라 현지 국영법인(Bao Mihn) 2007년 100% 지분 인수 후, 공격적 마케팅으로 매년 100%이상 성장을 지속
- 2016년 우체국 등과 전략적 독점 방카슈랑스 계약, 법인대리점, 브로커를 적극 활용하여 시장점유율 확대 전략을 추진하고 있으며 생사혼합보험과 더불어 상해, 질병보험 등으로 상품을 확대하고 있음

## 다이이치 생명의 전략과 경영성과

	2007 ~ 2009	2009 ~ 2012	2013 ~ 2015
전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 성장기반 정비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 영업강화를 통한 점유율 확대</li> <li>▪ 재무기반 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 수입보험료 지속성장 실현</li> <li>▪ 수익성 강화</li> </ul>
상품	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 교육관련 상품</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 상품 다양화</li> <li>▪ 유니버설, 변액, 생사혼합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 주력 상품과 신상품의 상품 포트폴리오</li> <li>▪ 상해특약, 질병보험 등</li> </ul>
채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 개인대리점 (설계사)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 판매네트워크 확대</li> <li>▪ (개인대리점, 핵심설계사 확보)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 개인대리점, 방카슈랑스 등 대안채널 강화</li> </ul>



자료: Dai-ichi Life 2018 경영전략

## IV. 국내 보험회사의 진출과 한계

---

1. 진출 현황 및 평가
2. 한계

# 1. 진출 현황 및 평가

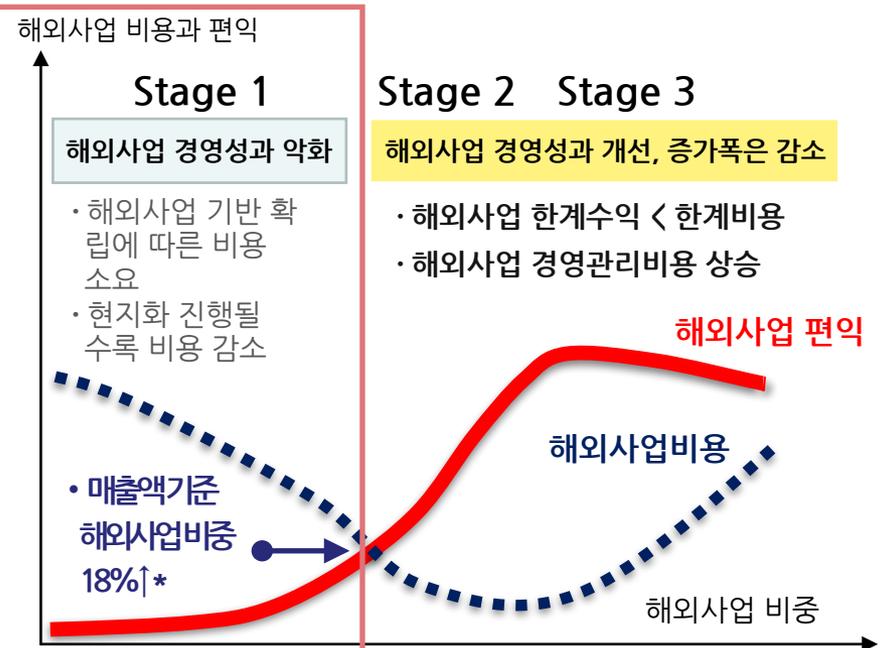
- 국내 보험회사들은 2002년부터 베트남에 진출하여 사업을 하고 있지만 아직까지 뚜렷한 경영성과를 창출하지는 못하는 것으로 보임
- Contractor 외(2003)의 연구 결과인 해외사업 비중이 매출액 기준으로 18%를 초과해야 해외사업에서 순이익을 창출한다는 점을 고려하면 아직 우리나라 보험회사들의 베트남 경영성과는 미약한 것으로 추론할 수 있음

## 국내 보험회사의 베트남 진출 현황

회사명	진출시기	진출방식	M/S	순위
한화생명	2008	100%지분	2.1%	8위
미래에셋생명	2018	합작		
삼성화재	2002	합작	2.7%	10위
동부화재	1998	전략적 제휴 (37% 지분)	8.4%	4위
KB 손보	1997	3사 합작	1.8%	14위
서울보증		지점		

### 베트남 경영 성과?

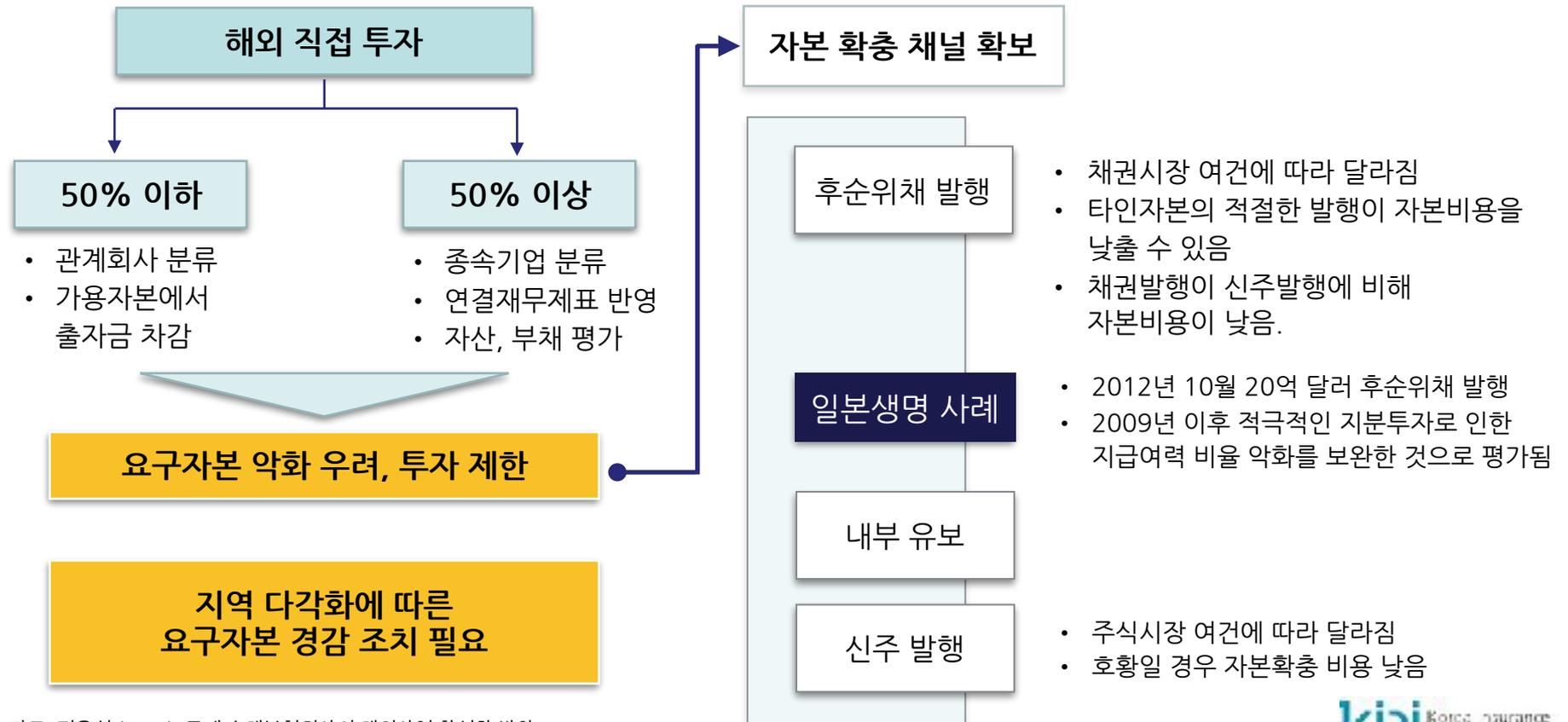
## 해외사업의 비용과 편익



자료: 전용식 (2016), 국내손해보험회사의 해외사업 활성화 방안; Contractor et al.(2003) 재인용

# 2. 한계

- 2015년부터 시행된 연결지급여력제도로 인해 해외 금융회사에 투자할 경우 요구자본이 증가하고 2021년 IFRS 17 도입으로 보험회사의 투자여력이 제한되고 있어, 보험회사의 해외사업 투자를 위축
- 해외직접투자를 통해 성장성을 강화하면서 재무건전성을 훼손하지 않기 위한 후순위채 발행 등 다양한 자본확충 수단 마련이 필요함



자료: 전용식 (2016), 국내 손해보험회사의 해외사업 활성화 방안

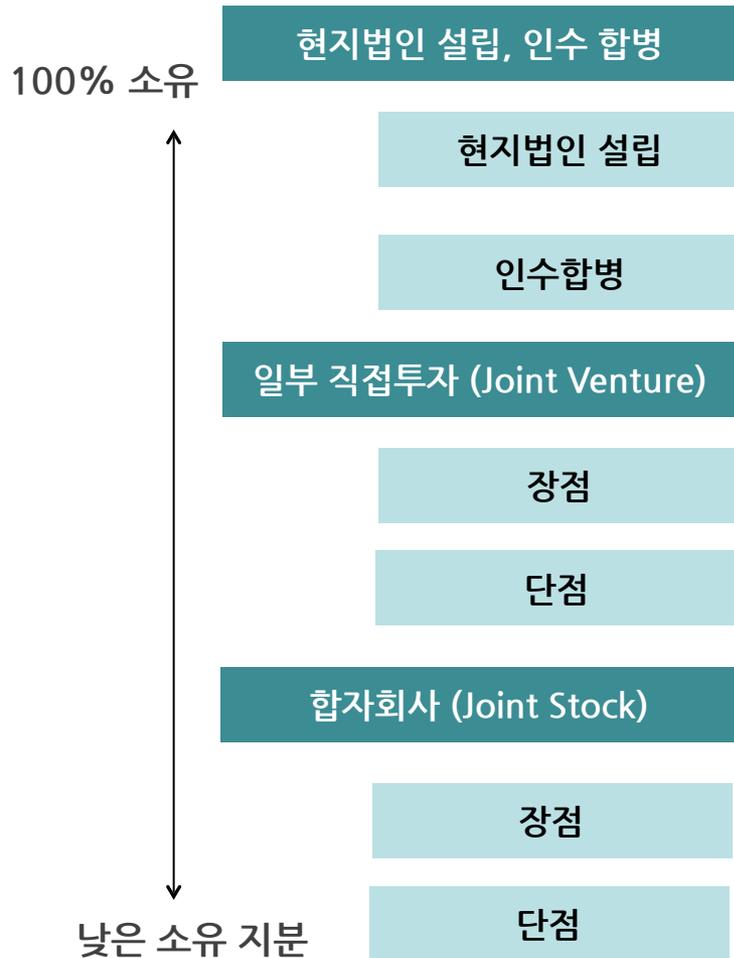
## V. 베트남 진출 시 고려사항

---

1. 소유 구조
2. 상품별 성장성
3. 상품 및 채널 전략

# 1. 소유구조

- 베트남의 WTO 가입 이후 보험산업에 대한 진입장벽은 우려할 만한 수준이 아니지만 경쟁이 심화되면서 거래 장벽이 높아지는 추세임



## ▪ 대다수 외자계가 100% 직접투자, 낮은 기업환경 순위 고려

- 인가 기간 장기화, 외자계가 많다는 인식 있음
- 한국 대형사는 유무형 자산 소유 우위 확보하고 있어 매몰비용 감내 능력 보유
- 인가 리스크가 적고 단기 정착이 가능하나 대상 기업 찾기가 어려움

## ▪ 유무형 자산 소유 우위가 부족한 경우 고려할 만함

- 현지법인과 공동 무한책임 회사 설립이 가능하고 채널을 현지법인 책임으로 하면 매몰비용 감소 및 단기간 수익 확보 가능
- 합작 추진 현지기업을 찾기가 어려울 수 있음

## ▪ 현재 100% 투자 외자계에 배당이익 목적의 자금투자 가능

- 국영기업(생명1,손해6) 민영화 시 투자 가능한데, 현재 손해보험 추가 민영화 의지가 강함
- 유한책임이기 때문에 리스크가 크지 않지만 소유우위, 내부화 우위 확보에 제한적임

## 2. 상품별 성장성

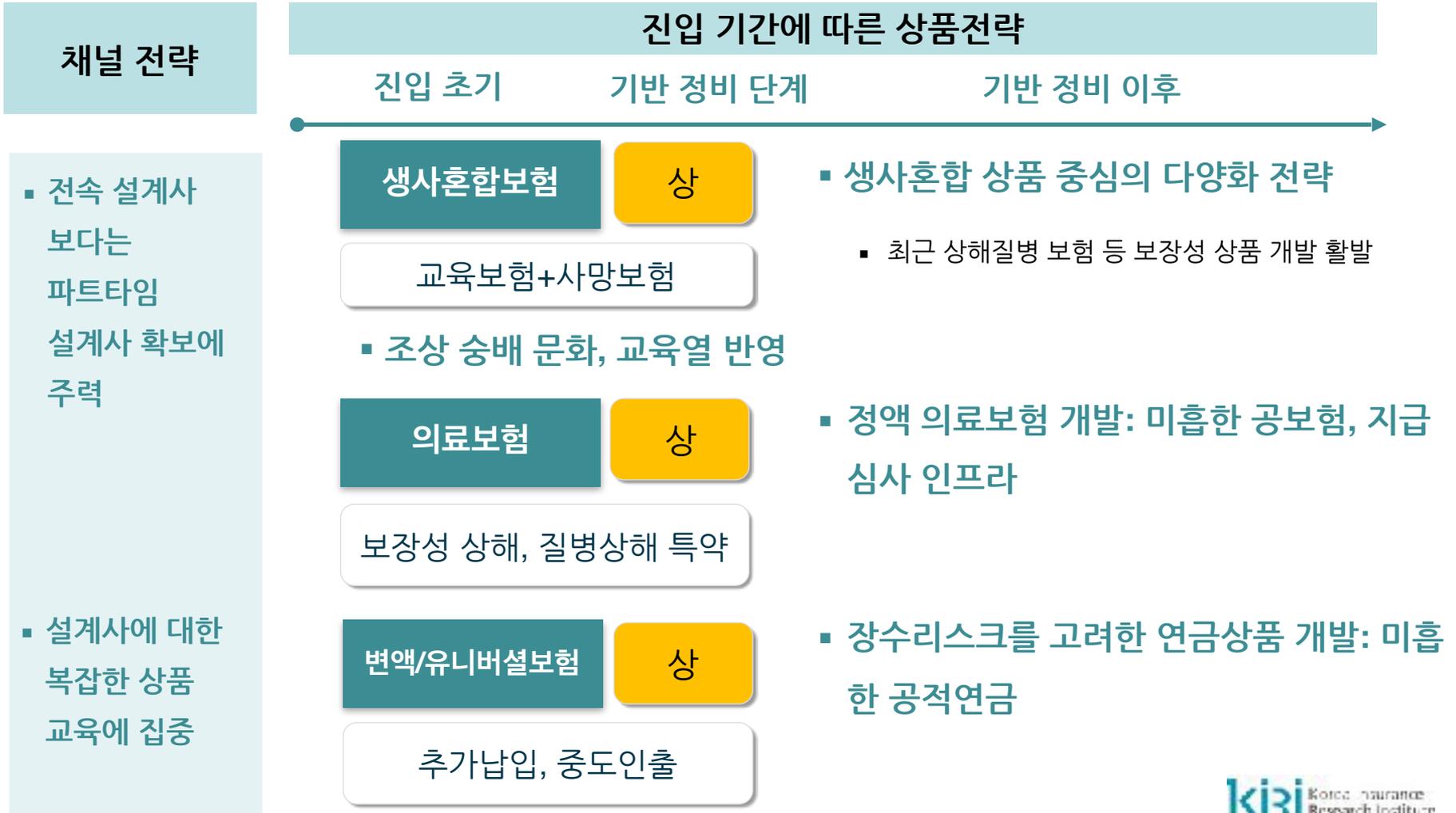
	상품구조	성장성	원인
사망보장보험	정기보험, 종신보험	하	조상이 돌봄(Bàn thờ), 베트남 전쟁
생사혼합보험	교육보험+사망보험	상	교육열, 사망 시 교육자금
유니버설보험	추가납입, 중도인출	상	상품설명 용이, 변액 보다 약한 판매자격 요건 6개월 설계사 경력, 24시간 교육 이수
변액보험	운용실적 연계	중	상품복잡, 설계사보다 강한 판매자격요건 1년 설계사 경력, 45시간 교육 이수
의료보험	상해특약	상	공보험 미흡(질, 대기시간)
연금상품	상해특약	중	세제혜택 도입, 공적 연금 급여축소

# [참고] 베트남의 문화, 조상이 돌봄(Bàn thờ)



# 3. 상품 및 채널 전략

- 가격보다는 기업 이미지 및 필요 상품에 민감하기 때문에 가격경쟁 보다는 신상품 개발에 집중



---

# Thank You

---