

제공일자	2011. 4. 13(수)	담당자	이경희 연구위원	
홍보담당	김세환 부장(3775-9051)	연락처	3775-9043	총 2 매

제목: 세제적격 연금저축 상품 가입률 현황과 시사점

신 개인연금, 소득계층별 시장 세분화와 맞춤형 마케팅 프로세스 필요

보험연구원(원장 김대식)의 이경희 연구위원과 김세중 선임연구원은 『세제적격 연금저축 상품 가입률 현황과 시사점』이라는 보고서(보험동향 2011년 봄호 테마진단)를 작성하였다. 2011년부터 신 개인연금의 소득공제한도가 300만원에서 400만원으로 상향 조정됨에 따라 미가입자의 신규 수요와 기존 가입자들의 증액 수요가 예상된다. 또한, 무배당상품의 판매도 허용됨에 따라 수익성 측면에서 보험회사의 판매 유인도 높아질 것으로 보인다. 이에 동 보고서에서는 『국세통계연보』 자료를 바탕으로 2006~2009년 간 신 개인연금 상품 가입률을 성별·연령별, 소득계층별로 분석하고 잠재고객 발굴을 위한 마케팅 측면의 시사점을 제시하였다.

조세특례제한법에 의해 소득공제 혜택이 부여된 신 개인연금 상품은 전 금융기관에서 공동으로 판매하고 있는데 타 금융기관에 비해 보험회사의 점유율이 높고, 최근 들어서는 손해보험회사의 성장세가 두드러지게 나타나고 있다. 향후 보험회사가 동 분야에서 성장성을 극대화하기 위해서는 계층별 가입률 분석을 통한 영업전략 수립이 필요하다.

신 개인연금 가입자는 2006년 971천명에서 연평균 20% 이상 증가하여 2009년에는 1,624천명으로 확대되었고, 과세대상자 대비 가입률도 2006년 14.7%에서 2009년 19.0%로 높아졌다. 그러나 가입률의 절대 수준은 여전히 낮은 편이며, 평균 소득공제금액도 최대 한도인 300만원의 73%에 불과한 220만원으로 나타나 신 개인연금 상품이 충분히 활용되지 못하고

있다.

근로소득금액별 결정세액과 과세대상자 대비 가입률 간 관계를 분석한 결과, 신 개인연금 상품 가입이 세제혜택의 활용과 밀접하게 관련됨을 알 수 있다. 전체적인 가입률 수준이 상당히 낮게 나타난 것은 과세대상자의 80%를 차지하는 근로소득 4천만원 미만 계층의 낮은 가입 유인과 구매력이 결정적인 영향을 준 것으로 파악된다.

2천만원 미만 저소득 계층(과세대상자의 52.7%인 448만명)의 가입률은 4.3%에 불과하다. 이는 이들 계층의 결정세액이 12만원에 불과하여 신 개인연금 가입을 통해 향유할 수 있는 세제혜택 규모가 매우 작고 소득 수준도 낮아 구매력도 충분하지 않기 때문으로 보인다. 2천만원~4천만원 계층(과세대상자의 27.4%인 233만명)의 가입률은 25.2%, 결정세액은 78만 3천원으로 나타나 여전히 소득공제 혜택과 가입여력 측면에서 유인이 크지 않은 것으로 판단된다.

이에 비해 4천만원 이상 중상소득 계층에서는 결정세액이 급격히 높아져 구매력과 소득공제 측면에서 가입 유인이 높다고 볼 수 있다. 4천만원~6천만원 계층(과세대상자의 12.8%인 109만명)은 결정세액이 265만원에 달하지만, 가입률은 45.3%에 불과하다. 6천만원~8천만원 계층(과세대상자의 4.4%인 37만명)에서는 결정세액이 556만원으로 높아지고, 가입률도 57.0%로 높아진다.

이러한 분석 결과를 토대로 보험회사는 가입 유인이 존재하는 잠재시장을 공략하기 위해 소득계층별 시장 세분화와 맞춤형 마케팅 프로세스를 구축할 필요가 있다. 2천만원 이상 소득계층의 가입률 수준을 전반적으로 제고시키기 위해서는 신 개인연금 상품에 대한 정보를 제공하고 접근성을 높이기 위한 적극적인 영업전략이 필요하다. 일반 대중(mass market)을 대상으로 연금저축 상품을 판매할 수 있는 채널 확보와 채널의 판매를 유인할 수 있는 적정 수수료 지급 방식에 대해서도 검토해야 한다. 동시에 정부에서는 세제혜택 측면에서의 가입 동기는 크지 않지만, 노후소득 확보 필요성이 높은 2천만원~4천만원에 속하는 중저소득 계층을 대상으로 가입을 유도할 수 있는 유인책(예: 가입금액의 일정 수준 보조)을 마련할 필요가 있다.