

보 도 자 료

보도

2016. 5. 27(금) 조간부터

배포

2016. 5. 26(목)

책임자

사회안전망연구실
이태열 실장(3775-9010)

작성자

이태열 실장(3775-9010)

홍보담당

변철성 수석역(3775-9115)

총 3매

제목 : 중소형 보험회사 생존을 위해 대형회사와 차별화된 사업 모형 확보 필요

□ 보험연구원(원장 한기정)의 이태열 선임연구위원은 『해외 사례를 통해 본 중소형보험회사의 생존전략』이라는 보고서를 발간하였음.

□ 미국과 일본을 대상으로 성공적이라고 평가받는 중소형 보험회사 21개사를 대상으로 그 특징을 조사함으로써 생존 전략을 모색하고자 함.

○ 미국의 경우 컨설팅 회사인 **Conning Research & Consulting**이 2011년 선정한 성공적인 미국 소형 생명보험회사 20개사 중 최근 재무지표 등을 검토하여 18개사를 연구대상으로 함.

○ 일본의 경우 추천을 통해 대상을 선정한 후, 방문조사를 수락한 중소형 생명보험 3개사를 연구대상으로 함.

○ 상기의 사례 외에 중소형 회사들이 합병하여 대형회사로 발전한 일본의 대형 손해보험회사* 1개사를 추가로 분석함.

* 일본의 아이오이닛세이동화손보는 대동경화재해상, 치요다화재해상, 닛세이손보, 동화화재해상 등 4개 중소형 회사가 합병한 사례로 중소형 보험회사의 합병 사례로 별도 검토함.

□ 성공 사례 21개사의 경우 대부분 전통적인 사업 모형보다는 다양한 형태로 차별화된 사업모형을 가지고 있음에 주목할 필요가 있을 것임.

○ 10개사의 경우 금융지주나 농협 소속의 회사이거나 특수 직역이나 종교계가 소유하는 공제의 형태로 소유 자본 영향력에 크게 의존함.

○ 8개사의 경우 독자적인 채널을 구축하기 보다는 외부의 다양한 기관 또는 직군과 제휴관계를 적극적으로 활용하고 있음.

* 장례식장, 노인전문변호사 등을 통한 프리니드보험 판매, 법인회(중소기업협회), 세무사 등을 통한 CEO보험, 대형회사와의 교차판매, 지역 토착 GA와의 제휴 등 다양한 외부 채널 활용

- **중소형 회사 성공사례 21개사 중 3개사** 만이 전속채널 또는 판매자 회사를 활용하는 비교적 전통적인 사업 모형을 가지고 있었음.

<표 1> 성공적인 중소형 보험회사의 특징과 성공 요인

성공 요인에 따른 재분류		대상 회사	주요 사항
비 전통적 사업 모형	소유 자본에 의존 10개사	Alfa life	앨리배마주 농협
		Farm Bureau life	미시간주 농협
		Shelter life	미주리주 농협
		Tennessee Farmers life	테네시주 농협
		Amalgamated life	뉴욕지역 소상공인 퇴직연금
		Church life	기독교 법인
		Amica life	대형손보 지주계열
		Auto Owners life	대형손보 지주계열
		Federated life	대형손보 지주계열
		United life	United fire group
	외부 채널과의 제휴 8개사	American Home life	장례식장
		Homesteader life	장례식장
		Lincoln Heritage life	Funeral Consumer Guardian Society와의 제휴 장례식장
		United Heritage life	장례식장 단체 보험 전문 GA
		Employees life	Elder Care Attorney 장례식장
		대동생명	세무사, 법인회
		Erie Family life	지역 토착 GA Erie Insurance Group 채널 공유
		Aflac	제일(다이치)생명(교차판매) 우체국(방카슈랑스)
전통적 사업 모형	전속채널	Baltimore life	펜실베이니아 지역 중심전속 채널
		Sony생명	대졸 남성 중심의 고능력 전속 life planner
	계열 판매회사	Fidelity life	자회사 및 계열 판매전문회사

- **합병 사례(아이오이넷세이동화손보)의 경우 시너지효과를 극대화*하고 공동 지배를 통한 경영 방식으로 성공적으로 대형화함.**

* 대동경화재해상은 정비공장 채널 특화, 넷세이손보는 오사카지역 특화, 동화화재해상은 일본생명 계열사, 치요다화재해상은 도요다 계열사라는 상호 차별화된 강점을 가지고 있음.

□ 우리나라 중소형 보험회사는 생존을 위해 다양한 차별화 전략을 추진하고, 감독당국도 차별화가 용이하도록 제도 개선을 할 필요가 있을 것임.

□ 첫째, 감독 당국은 단종 대리점과 같은 다양한 고객 밀착형 채널을 활성화하고 교차판매의 실효성을 제고할 필요가 있을 것임.

- 최근 도입된 단종 대리점의 경우 교육 및 설명의무를 완화*하고 손해보험에 국한된 취급 상품 범위를 확대하여 활성화할 필요가 있음.

* 업무와 관련성이 높은 단순한 상품을 반복해서 취급하는 만큼 교육 및 설명의무를 완화할 여지가 있다고 판단됨.

- 교차판매의 경우 설계사에게 귀속되어 있는 제휴 회사 선택권을 조정하여 채널 전략으로서의 실효성을 제고하기 위한 논의가 필요할 것임.

□ 둘째, 보험회사는 차별화된 시장을 확보하고 있는 공제나 단체 등과의 사업 모형 공유 등 다양한 제휴를 통해 시장 확보를 할 필요가 있음.

- 제휴 파트너 선택을 위해서는 ① 시장 접근성 개선에 따른 사업비 절감 정도, ② 제휴를 통해 확보된 담보의 우량한 정도 등을 신중히 고려하여야 할 것임.

□ 셋째, 중소형 회사 간 합병을 추진할 경우에는 브랜드 인지도, 회사 지배 구조 등과 관련한 해외의 경험을 적극 검토할 필요가 있음.

- 한 회사로의 대등 합병을 할 경우 회사명의 변경에 따른 브랜드 인지도 문제*와 CEO 순번제와 같은 공동 지배 방안** 등을 강구하여야 함.

* 다수의 중소형 회사 간 합병으로 대형화할 경우 새로운 사명을 사용하면 브랜드 인지도가 낮아지고, 합병된 회사들의 명칭을 모두 사용할 경우 일본의 아이오이닛세이동화손보처럼 회사명이 매우 길어질 수 있음.

** 일본의 아이오이닛세이동화손보의 경우 도요다와 일본생명에서 CEO를 순번으로 파견하는 방식으로 경영통합을 이루었다고 함.

<첨부> 보고서 “해외 사례를 통해 본 중소형 보험회사의 생존 전략” 요약 및 전문 각 1부. 끝

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.

<http://www.kiri.or.kr>