Ⅵ. 결론 및 향후과제

세계적인 금융겸업화의 추세 속에서 우리나라의 금융제도도 지금까지의 전업주의에서 겸업주의로 전환하는 과정에 있다. 우리나라에서 겸업화의 진전은 대내적인 요인보다는 OECD 가입 등에 따른 금융시장의 개방으로 인한 대외적인 요인에 크게 의존하고 있다. 현재까지 알려진 금융겸업화 방안에 따르면 2000년까지는 자회사 방식으로 타업종의 업무영역에 진출하는 것을 허용하고, 2020년에 가서는 겸업화 방식을 완전히 자유화하겠다는 것이었다. 그러나 이러한 방안은 최근 금융개혁위원회의 설치로 일정이 훨씬 앞당겨져 시행될 가능성이 높아졌다. 이에 따라 기존에 독자적으로 존재해 왔던 보험업에도 타업종으로 부터의 진출이 가시화 되어 새로운 위험에 직면하였으며, 동시에 보험회사도 타업무영역에 진출하여 업무를 다각화할 기회를 맞이하고 있다.

이러한 위기를 맞이하여 겸업화를 통한 시너지 효과를 극대화시키기 위해서는 우선 업무영역에 대한 규제가 완화되어야 할 것이다. 보험회사의 종합금융기관화를 위해서는 먼저 「보험업법」 제9조를 개정하여 보험업의 업무범위를 확대하여 타사업을 영위할 수 있도록 해야 할 것이며, 동시에 보험회사가 은행 등의 타업종에 진출할 수 있도록 「은행업법」 등 개별 금융업법이 개정되어야 할 것이다.

이러한 겸업에 대한 규제완화의 추세에 맞추어 보험회사도 대응방안을 마련하는 것이 필요할 것이다. 대응방안을 마련함에 있어서 고려해야 할 요소는 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 하나는 은행 등 타업종의 보험업 진입에 따른 대응방안으로 판매채널과 마케팅의 효율화를 도모하는 것이고, 다른 하나는 보험회사가 타금융기관과 경쟁하기 위해서 보험상품의 판매만이 아닌 도ㆍ소매 금융까지를 포괄하는 금융그룹을 형성하여 종합금융

기관화를 도모하는 것이라고 할 수 있다.

은행 등 타업종의 보험판매에 대응하기 위해서는 산업 내적으로는 기존의 구태의연한 영업방식에서 벗어나 판매채널상의 비용을 절감하고 고객을 세분화하여 그에 대응한 마케팅 전략을 세우는 것이 필요할 것이다. 이는 은행을 통한 보험판매가 기존의 고정설비에 약간의 비용만 추가하면 영업이 가능하므로 비용절감 경쟁을 격화시킬 것이기 때문이다. 그리고 고객니드의 다양화에 맞추어 고객을 세분화하여 마케팅 전략을 세우는 것은 향후 고객의 구체적 니드에 부응한 맞춤상품을 제공하는 것이 상품의 고급화와 차별화를 통해 은행의 보험판매에 대응할 수 있는 방안이 될 것이기 때문이다.

그리고 보험회사가 금융그룹을 형성하여 종합금융기관이 되는 것은 타업종의 보험업 진출에 대한 맞대응이라고 볼 수 있다. 그런데 보험회사가 종합금융기관화를 도모하는 경우 어느 범위까지를 종합금융서비스의 범위로 설정하는 것이 효율적인지에 대한 경영전략적 차원의 의사결정이 중요하다. 일반적으로 새로운 판매채널의 확보라는 측면에서는 은행업에, 상품개발과 관련해서는 투자신탁업과 증권업에, 그리고 자산운용을 위해서는 투자신탁업에 진출하는 것이 필요할 것이다.

이렇게 보험회사가 종합금융기관화를 도모할 경우 소비자의 편의성 제고와 보험자산의 특성 반영이라는 점에 초점을 맞추어 대책을 마련해야 할 것이다. 즉, 노령화 등 사회환경 변화에 따른 금융자산에 대한 니드의 다양화에 부응한 복합금융상품과 금융기관에서 모든 금융업무를 처리할 수 있도록 하는 원스톱 금융서비스 제공과 같은 것이 마련되어야 할 것이다. 보험회사가 종합금융기관화를 도모할 수 있는 것은 보험자산의 성격과 관련이 있다. 보험회사 자산이 장기자금이라는 특성을 반영하여 보험회사가 아직은 발전의 초창기에 있는 장기금융업무에 참여할 수 있는 방안도 강구할 필요가 있다. 또한 보험회사의 자산은 장기성 자산으로서 향후 금융환경의 변화 속에서 건전성 유지를 위해서는 기존의 방식과는 차원을 달리하

는 자산운용이 요구된다고 볼 수 있다. 이를 위해서 보험회사는 기존의 계약자 약관대출과 유가증권 중심의 자산운용에서 벗어나 신용카드 또는 할부금융 등의 소비자금융, 리스 또는 벤처캐피탈 등과 같은 투자금융 등의 업무를 겸업할 필요가 있다고 본다. 이는 소비자의 금융상품에 대한 선호가 바뀌고 금융거래의 편리성 추구에 대응하기 위해서도 필요하다고 하겠다.

한편 보험회사가 종합금융기관화 또는 보험전문기관화 할 것인지에 대한 판단은 각 보험회사가 처해 있는 구체적 상황 및 중장기 경영전략과 겸업화의 장단점을 고려하여 이루어져야 할 것이다. 일반적으로는 대규모 기업집단에 속해 있는 보험회사이거나 대형보험회사의 경우는 금융그룹 형성을 통한 종합금융기관화 전략을 택하는 것이 바람직할 것이다. 이는 이들 보험사가 속한 기업집단에 이미 증권, 투자신탁 등 여다 금융기관이 존재하여 금융그룹을 형성하기에 유리한 조건을 갖추었기 때문이다. 그러나 대규모 기업집단에 속해 있지도 않고 자금여력이 충분치 않은 중소형 보험회사들은 전문화 전략 또는 제휴 전략을 택하는 것이 바람직할 것이다. 전문화 전략을 택할 경우 프랑스의 AGF 등이 경쟁력 있는 판매채널을 기반으로 은행을 통한 다각화를 시도하지 않고도 성공을 거두고 있는 사례는 귀감이 될 것이다. 또한 전문보험회사의 대응방안으로는 보험판매와 관련한 수수료 삭감 등을 통한 비용절감, 새로운 매체를 이용한 보험판매를 위한 기술혁신 등이 필요할 것이다.

그리고 제휴 전략을 택할 경우 상품개발 또는 보험판매를 중심으로 은행과의 전략적 업무제휴 등을 준비하는 것도 필요할 것이다. 다만 이 경우 상황의 변화에 따라서 은행과의 제휴관계가 파기되거나, 보험회사가 은행에 종속될 우려가 있음에 유의해야 할 것이다.

본 보고서는 금융겸업화에 따른 보험회사의 대응방안을 은행의 보험판매에 대한 대응방안과 종합금융서비스 제공방안으로 나누어 살펴보았다. 그러나 이를 실현하기 위해서는 다음과 같은 두 가지의 추가적인 연구가

필요할 것으로 생각된다. 하나는 금융겸업화에 따른 규제 및 감독시스템을 어떻게 구축할 것인가 하는 문제이고, 다른 하나는 금융겸업화를 위한 하부구조를 어떻게 구축할 것인가 하는 문제이다. 이들 과제에 대해서는 다음 기회에 추가로 연구하기로 한다.