

kiri Weekly

2016.7.18. 제393호

포커스

전속설계사 채널의 향후 전망과 시사점

이슈 분석

비전속 채널에 대한 감독규제 개편 필요성

국민연금 실질소득대체율 개선을 위한 납부기간 확대 방안

글로벌 이슈

첨단의료기술 관련 신흥리스크가 보험산업에 미칠 영향

유럽 보험회사의 M&A 동향 및 시사점

금융시장 주요지표

kiri 보험연구원
Korea Insurance Research Institute

본 보고서의 내용은 연구자 개인의 의견이며, 보험연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.
서울시 영등포구 국제금융로 6길 38 (여의도동 35-4) 8층 보험연구원 (문의: 변철성 수석담당역 / 02-3775-9115)



전속설계사 채널의 향후 전망과 시사점

김석영 연구위원, 이선주 연구원

요약

- 보험회사의 주요 판매 채널인 전속설계사 조직은 인구 변화와 새로운 판매 채널의 등장 등으로 인하여 큰 변화에 직면할 것으로 전망되고 있음.
- 2015년 말 현재 전속설계사 수는 생명보험 10만 2,148명, 손해보험 8만 1,148명으로 2012년 말 기준 생명보험 11만 6,457명, 손해보험 9만 5,017명보다 각각 12.3%, 14.6% 줄어들었음.
 - 생명보험에서 설계사의 보험판매비중도 FY2008 39.7%에서 2015년에는 19.5%로 축소되어, 설계사의 영향이 줄어들고 있음.
- 한편, 설계사 채널은 고령화되고 있어 젊은 연령대의 설계사 조직을 확보하는 데 어려움을 겪고 있음.
 - 생명보험설계사 중 20대와 30대 비중은 각각 2007년 8.7%, 38.5%에서 2015년 5.6%, 20.3%로 줄어들음.
 - 반면, 50대 설계사 비중은 2007년 12.0%에서 2015년 29.0%로 증가하였음.
- 설계사는 안정적 수입이 보장되지 않는 특성이 있어 인구감소로 인한 노동력 부족 문제가 발생할 경우 신규 설계사 확보에 어려움을 겪을 것으로 예상됨.
 - 한편, 방카슈랑스, 홈쇼핑, 온라인 채널 등 새로운 판매 채널은 계속 등장하여 성장하고 있음.
- 설계사 수 감소와 설계사 고령화 그리고 새로운 채널의 성장은 전속설계사 수에 의존하는 기존 보험회사의 시장점유율에 영향을 줄 것으로 전망됨.
- 전속설계사 조직의 규모에 의한 경쟁이 사라지게 되면 보험회사는 상품 및 서비스를 통한 경쟁을 강화하여야 할 것이며, 이는 소비자에게 보다 나은 편익 제공으로 이어질 것으로 예상됨.

1. 검토배경



- 보험회사의 주요 판매 채널인 전속설계사 조직은 인구 변화와 새로운 판매 채널의 등장 등으로 인하여 큰 변화에 직면할 것으로 전망되고 있음.
 - 우리나라 총인구는 향후 감소할 것으로 전망되고 있으며, 주요 연령층은 이미 감소가 시작되었음.
 - 우리나라 총인구는 2016년 5월 현재 5천 160만여 명이며, 2030년 5천 216만여 명까지 증가하다가 감소할 것으로 전망됨.¹⁾
 - 특히, 20~40대 연령층은 2011년부터 감소하는 것으로 나타나, 생산가능인구는 벌써부터 감소가 시작되었음.
 - 보험회사 측면에서는 전속설계사 채널을 유지하는 데 어려움을 겪고 있는 가운데, 새로운 채널이 대안으로 등장하고 있음.
 - 설계사 조직은 교육비, 초기 정착비, 점포운영비 등 고비용으로 인하여 유지관리에 어려움이 있음.
 - 일반적으로 교육비(위촉당일 지급, 200만 원), 정착수당(1년간 매월 지급, 평균 200만 원), 정착축하수당(7차월 시 최고 60만 원, 13차월 시 최고 80만 원)을 지원함.²⁾
 - 그러나 13차월 설계사 정착률은 약 40% 수준에 그침에 따라 설계사 조직을 양성하고 운영하는 데 많은 비용이 발생함.
 - 최근 독립대리점(GA)이 전속설계사 조직을 위협하는 대면 판매 채널로 성장하고 있음.
 - 또한 홈쇼핑, 온라인 채널 등 상대적으로 비용이 적은 판매 채널이 새롭게 등장하고 있음.
- 본고는 전속설계사 조직에 영향을 미치는 환경 변화를 살펴보고, 이를 통하여 전속설계사 채널의 향후 전망과 시사점을 제시하고자 함.

1) 통계청 국가통계포털, “연령별 추계인구”.

2) 평균적인 예시이며 보험회사별로 다를 수 있음.

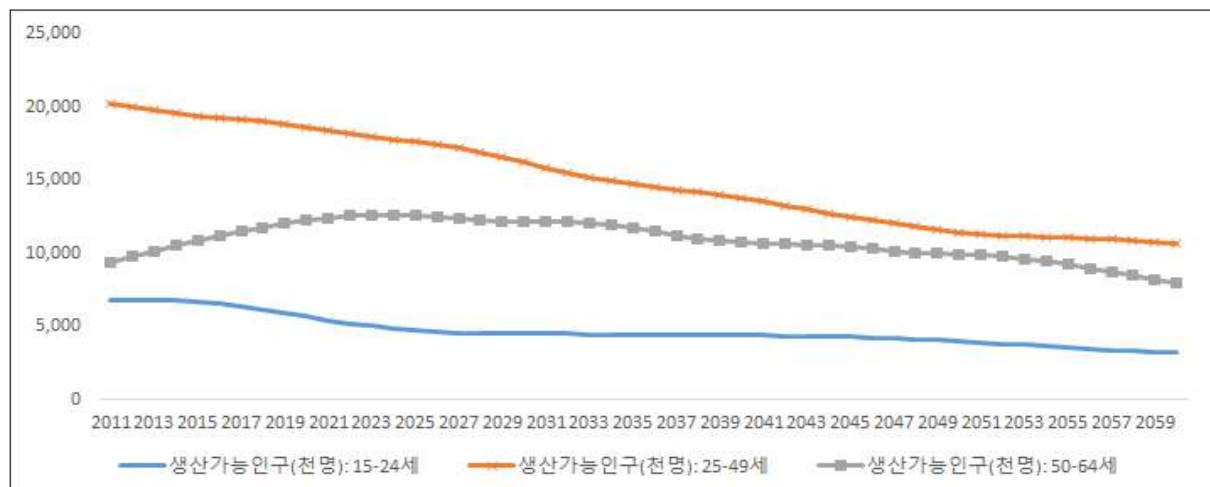
2. 환경 변화



- 우리나라는 향후 인구감소에 따른 취업가능 인구의 감소로 노동력 부족현상이 발생할 것으로 전망됨.
 - 생산가능인구 중 15~24세는 2013년 약 680만 명을 기록한 후 계속 감소하고, 25~49세도 2011년 약 2,000만 명을 기록한 후 계속 감소함.
 - 중·장년층인 50~64세는 2024년까지 증가하여 약 1,260만 명에 이른 후 감소할 것임.

〈그림 1〉 연도별 생산가능인구 추계

(단위: 명)



자료: 통계청 국가통계포털, “장래인구추계 생산가능인구”.

- 방카슈랑스, 홈쇼핑, 온라인 채널 등 새로운 판매 채널이 계속 등장하여 성장하고 있음.
 - 방카슈랑스 채널은 2003년 도입된 이후 빠르게 저축성보험 시장의 주요 채널로 자리 잡았음.
 - 홈쇼핑 채널은 보장성보험 판매를 위한 새로운 채널로 자리 잡았음.
 - 최근에는 휴대폰과 태블릿 PC 등 모바일 기기로 보험에 가입하는 모바일슈랑스(모바일+인슈어런스)가 새로운 판매 채널로 등장하고 있음.
 - 모바일 금융환경은 중·장년층에게는 새로운 환경이지만 20~30대의 젊은 세대에게는 어릴 때 부터 친숙한 환경이므로 모바일을 통한 금융 및 보험상품 구매가 확대될 것으로 전망됨.

■ 신규 채널들은 전속설계사 채널과 달리 언제든지 확보가 가능하고 유지관리 측면에서도 설계사 채널보다 편리한 특징을 가지고 있음.

- 전속설계사 채널 확보를 위해서는 설계사 모집 및 교육 그리고 유지를 위한 지속적인 관리가 필요하여 일정 수준의 채널 규모를 확보하는 것이 쉽지 않음.
- 방카슈랑스 채널, 홈쇼핑 채널, 온라인 채널, 독립대리점(GA) 등은 은행과의 제휴, 투자 또는 계약 등을 통해서 언제든지 확보가 가능함.

■ 과거 비전속 채널인 방카슈랑스 채널의 등장 및 성장은 보험시장의 점유율에 영향을 주었음.

- 대형3사(삼성생명, 한화생명, 교보생명)의 시장점유율은 2015년 기준 38.6%이지만, 방카슈랑스 채널 기준으로는 31.2%로 하락함.
 - 방카슈랑스 도입 초기 대형3사는 적극적으로 방카슈랑스를 활용하지 않음으로써 FY2004 방카슈랑스 채널 기준 시장점유율은 28.6%에 그쳤음.
- 상대적으로 전속설계사 조직이 취약한 중·소형사의 방카슈랑스 채널 기준 시장점유율은 상승함.
 - 예를 들어, 현대라이프생명의 시장점유율은 2015년 기준 4.35%이지만, 방카슈랑스 채널 기준으로는 5.02%로 상승함.

3. 전속설계사 채널 현황



■ 2015년 말 현재 전속설계사 수는 생명보험 10만 2,148명, 손해보험 8만 1,148명으로 2012년 말 기준 생명보험 11만 6,457명, 손해보험 9만 5,017명보다 각각 12.3%, 14.6% 줄어들었음.³⁾

- 전속설계사 수는 2010년대 초반부터 증가하다가 2012년 이후부터 줄어들고 있으며 대형사의 전속설계사 수는 더 빠르게 줄어들고 있음.
 - 생명보험 대형3사의 전속설계사가 전체 전속설계사 수에서 차지하는 비중은 2011년 말 70.6%를 차지한 이후 계속 하락하여 2015년 말에는 64.0%를 기록함.
 - 손해보험 대형4사의 전속설계사도 2011년 6월 말 73.6%를 기록한 후 하락하여 2015년 말에

3) 금융감독원, 금융통계정보시스템.

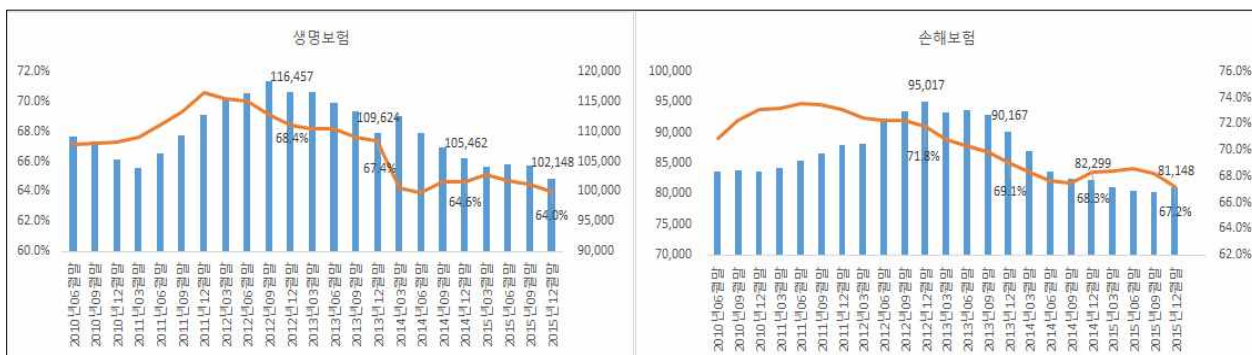
는 67.2%를 기록함.

- 등록설계사⁴⁾ 수도 2009년 말 기준 생명보험 13만 2,522명, 손해보험 16만 4,216명이었으나 2015년 말 기준 생명보험 11만 2,038명, 손해보험 15만 6,596명으로 감소하였음.

■ 반면, 독립대리점(GA)의 설계사 수는 2010년 3월 말 기준 12만 1천 명에서 2015년 6월 말 기준 19만 2천 명으로 급격히 성장하였음.

- 독립대리점(GA)은 보험회사와의 계약에 의해서 상품을 판매하므로, 독립대리점을 활용할 경우 대형사를 증가하는 설계사 수를 확보할 수도 있음.

(그림 2) 연도별 전속설계사 수(막대 그래프)와 대형사 전속설계사 비중(꺼은 선 그래프)



자료: 금융통계정보.

■ 생명보험에서 설계사 채널이 보험판매에 차지하는 비중도 FY2008 39.7%에서 2015년에는 19.5%⁵⁾로 축소되어 설계사의 영향이 줄어들고 있음.

- FY2001 보험판매 채널 중 설계사 채널의 비중은 60.3%로 가장 중요한 판매 채널이었음.
- 그러나 저축성보험을 주로 판매하는 방카슈랑스 등장 이후 설계사 채널의 판매비중은 급격히 줄어들음.
- 방카슈랑스를 제외한 판매비중의 경우 설계사가 가장 많은 비중을 차지하지만, FY2008 74.8%에서 2015년 70.2%로 줄어들고 있음.

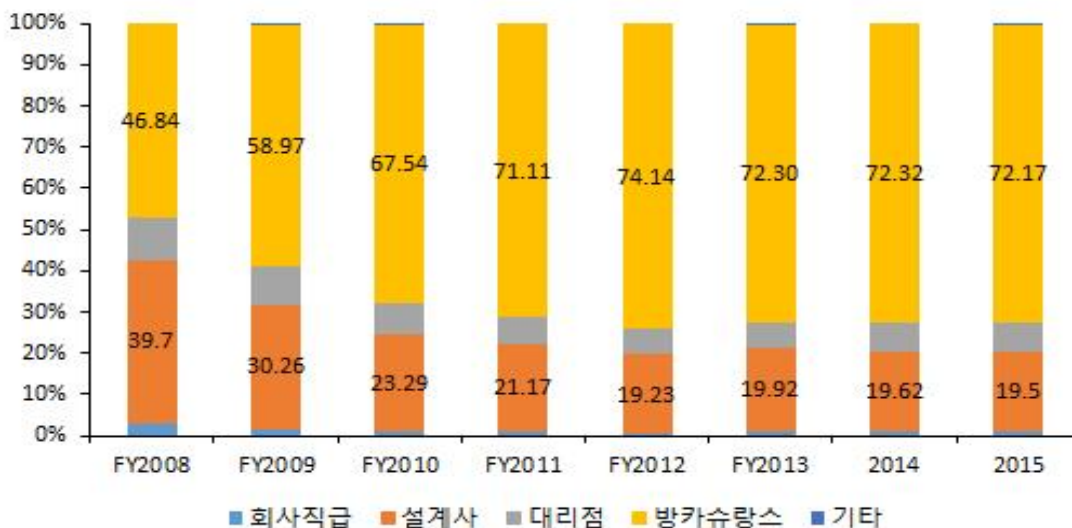
■ 한편, 설계사 채널은 고령화되고 있어 젊은 연령대의 설계사 조직을 확보하는 데 어려움을 겪고 있는 것으로 판단됨.

4) 등록된 설계사 수로 전속설계사와 교차판매설계사 수를 합한 것과 같음.

5) 생명보험협회, 『월간생명보험통계』, 일반계정 초회보험료 기준.

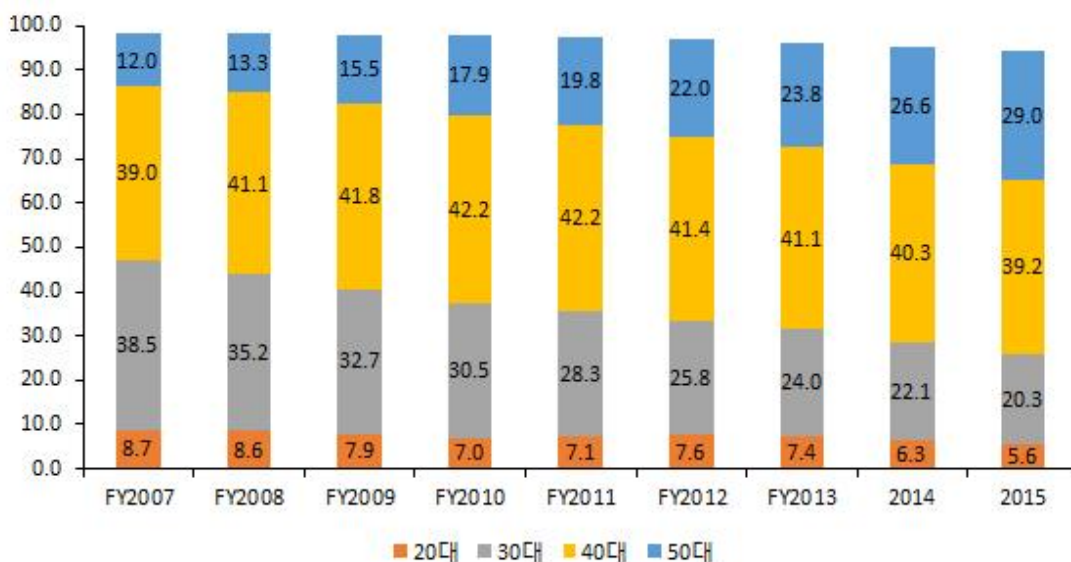
- 생명보험 설계사 중 20대와 30대 비중은 각각 2007년 8.7%, 38.5%에서 2015년 5.6%, 20.3%로 줄어들었음.⁶⁾
 - 반면, 50대 설계사 비중은 2007년 12.0%에서 2015년 29.0%로 증가하였음.

〈그림 3〉 판매 채널별 비중 추이(생명보험, 초회보험료 기준)



자료: 생명보험협회, 『월간생명보험통계』.

〈그림 4〉 연령구간별 생명보험 설계사 수 비중



자료: 생명보험협회, 『통계연보』.

6) 생명보험협회, 『통계연보』.

4. 보험설계사의 향후 전망 및 시사점



- 설계사는 안정적 수입이 보장되지 않기 때문에 인구감소로 인한 노동력 부족 문제가 발생할 경우 신규 설계사 확보가 어려울 것으로 예상됨.
 - 설계사 평균 연봉은 약 3,100만 원 수준(2012년 기준)이나 설계사 간 소득격차가 매우 커서 최저 임금(월 109만 원) 이하 설계사가 약 19%(B 생보사 2013년 기준)임.⁷⁾
 - 향후 노동력이 부족해지면 신규 취업자들은 우선적으로 경제적 안정성이 떨어지는 설계사를 직업으로 선택하지 않을 것으로 예상됨.
- 우리보다 앞서 인구고령화가 진행된 외국의 경우에도 인구고령화와 젊은 연령층의 설계사 기피로 인하여 설계사 조직을 유지하는 데 어려움을 겪고 있음.
 - 일본의 경우 베이비붐 세대의 은퇴가 시작된 이후, 인구구조 변화로 젊은층 인력이 부족한 상황이 되면서 설계사보다 나은 직업으로 취업이 이루어짐에 따라 설계사 신규 채용에 어려움을 겪고 있음.
 - 미국의 경우에도 인구가 고령화되고 설계사라는 직업을 기피함에 따라 설계사들이 고령화되어 평균 연령이 50세를 넘어감.

〈표 1〉 Independent Financial Professionals의 연령대별 비중

(단위: %)

연령대	49세 이하	50~54세	55~59세	60~69세	70세 이상
비중	25	14	19	29	12

자료: LIMRA(2016), KIRI/LIMRA&LORA International Executive Forum Korea.

- 설계사 수 감소와 설계사 고령화 그리고 새로운 채널의 성장은 전속설계사 수에 의존하고 있는 기존 보험회사의 시장점유율에 영향을 줄 것으로 전망됨.
 - 설계사 수 감소에 따라 판매 채널에서 차지하는 비중이 축소되어 설계사 수가 시장점유율 결정에 더 이상 중요한 변수가 되지 않을 것으로 전망됨.
 - 이에 따라 대규모 전속설계사 조직 운영을 통해 높은 시장점유율을 가졌던 대형사의 시장 지위에

7) 생명보험협회(2014), 「보험업감독규정 개정안(수수료 분급 확대 관련 등)에 대한 의견」, 『생명보험협회보』, 통권 39호.

변화가 있을 것으로 전망됨.

- 대형사는 방카슈랑스라는 새로운 판매 채널의 등장에 효율적으로 대처하지 못함으로써 시장점유율 하락을 경험하였음.

■ 전속설계사 수의 감소는 독립대리점(GA)의 규모와 운영에 영향을 미칠 것임.

- 독립대리점 소속 설계사들의 다수는 전속설계사로 활동하다가 이동한 경우가 많으므로 전속설계사 수의 감소는 독립대리점 소속 설계사 수의 감소로 이어질 수 있음.
- 독립대리점이 설계사들을 직접 양성하게 될 경우 교육비 등 잠재적 비용이 증가하여 운영에 어려움을 가질 수 있음.

■ 보험회사는 저비용의 새로운 판매 채널 등장으로 전속설계사의 활용 방법에 대한 새로운 접근이 필요함.

- 전속설계사 채널은 교육비 등이 없는 온라인 채널 같은 저비용의 새로운 판매 채널과 경쟁하는 데 어려움을 가질 수 있음.
- 따라서 차별화된 서비스를 제공하는 전속설계사 조직의 운영이 요구됨.
 - 인구 고령화로 고연령층이 새로운 고객으로 등장함에 따라 고객 눈높이에 맞춘 고연령 설계사 조직 운영이 필요
 - 재무설계나 건강관리 같은 차별화된 서비스를 제공하기 위한 전속설계사 조직의 업그레이드(upgrade)도 필요

■ 한편, 보험상품은 기본적으로 구매하는 상품이 아니라 판매하는 상품이므로, 온라인 채널과 같은 새로운 채널은 상품 판매에 한계가 있어 설계사 채널과 비대면 채널의 채널 믹스전략이 요구됨.

- 설계사 채널은 고객과 양방향 소통이 가능하나 온라인 채널과 같은 새로운 채널은 양방향 소통이 되지 않기 때문에 고객 니즈를 발굴하고 이를 상품 구매로 연결하는 데 한계가 있음.
- 설계사 및 온라인 채널의 유지비용과 장단점 등을 고려하여 채널 전략 수립이 이루어져야 할 것임.

■ 전속설계사 조직의 규모에 의한 경쟁이 사라지게 되면 보험회사는 상품 및 서비스를 통한 경쟁을 강화하여야 할 것이며 이는 소비자에 대한 보다 나은 편의 제공으로 이어질 것으로 예상됨.

- 최근 상품가격자율화 조치에 의해서 회사별로 다양한 상품 개발이 가능해지고 상품비교가 보다 용이해짐에 따라 소비자들은 가격과 서비스가 나은 상품을 선택할 것임. [kiri](#)