



펀드슈퍼마켓 도입과 금융상품 판매채널 진화 전망

박선영 연구위원, 황진태 연구위원

요약

■ 국내에서 온라인 펀드슈퍼마켓 출범을 앞두고 이의 성공 여부와 금융산업에 미칠 영향에 관심이 모아지고 있음. 펀드슈퍼마켓의 경우 고객들이 직접 다양한 펀드의 수수료와 수익률을 비교하고 가입할 수 있는 원스톱 온라인 쇼핑을 유도한다는 측면에서 성장 가능성이 높은 것으로 보여짐. 단, 초기 투자비용 회수기간이 길고 수수료 분배, 금융상품 공급자와의 협력관계 구축 등 성공적인 판매채널로 정착하기까지는 해결해야 할 숙제가 여전히 남아 있음. 보험업권에서도 이와 유사한 보험 에그리게이터(agrregators)가 영국, 미국 등을 중심으로 신 채널로서 부상하고 있어 국내에서도 관심이 모아지고 있음. 나아가서 펀드슈퍼마켓, 보험 에그리게이터 등의 신 채널이 통합 자문서비스를 결합해 펀드, 보험, 주식 등 개인의 투자포트폴리오를 관리해주고 수수료를 받는 온라인 랩 플랫폼(Online Wrap Platform) 형식으로 진화할 것이라는 전망도 나오고 있음. 이같은 신 채널 도입을 고려할 경우 보험 상품의 특징과 구조를 반영한 선별적 도입이 요구됨. 해외 사례처럼 상품설계가 쉽고 단순비교가 가능한 보험상품의 경우 에그리게이터식 채널이 경쟁력을 가질 것으로 보임. 반면에 복잡한 재무설계가 요구되는 보험상품의 경우 에그리게이터식 채널을 고객과의 접점 확대 수단으로 활용해 전통적인 대면채널을 보완하는 방안을 고려할 수 있음.

■ 2014년 3월 국내에서 온라인 펀드슈퍼마켓 출범을 앞두고 이의 성공 여부와 금융산업에 미칠 영향에 관심이 모아지고 있음.

● 펀드슈퍼마켓이란 투자자들이 다양한 운용사의 펀드를 저렴한 수수료에 가입할 수 있도록 관련 펀드 수수료 및 수익률, 판매회사 등에 대한 정보를 제공하는 온라인 플랫폼(Online Platform)을 말함.

■ 해외사례를 보면 펀드슈퍼마켓의 성공을 위한 전제조건으로는 첫째 저렴한 수수료와 다양한 상품, 둘째 자문서비스와 고객들의 투자포트폴리오 관리가 한 플랫폼에서 가능하도록 독립재무설계사들의 원스톱(one-stop) 서비스지원, 셋째 공신력 있는 데이터 기반의 투자정보와 펀드 실적에 대한 사후관리 서비스, 넷째 표준화된 판매 프로세스 확충 등이 있음.

- 펀드슈퍼마켓이 이미 시행중인 외국의 경우 투자조언이 가미된 원스톱 서비스를 지향하기 위해서는 우수한 독립재무설계사(IFA)의 확보가 관건으로 지적되고 있음.
 - 영국의 Cofunds 사례를 보면 독립재무설계사들이 고객들의 투자 포트폴리오를 일괄적으로 관리해주고 고객맞춤형 투자자문 서비스를 제공하는데 펀드슈퍼마켓을 적극 활용하고 있음.
 - 미국 최대의 펀드슈퍼마켓인 Charles Schwab Institutional의 성공요인으로도 독립재무설계사를 통한 투자자문시장의 선점효과가 꼽히고 있음.

■ 반면에 펀드슈퍼마켓이 경쟁력 있는 채널로 정착하기 위해서는 다음과 같은 위험요인을 극복해야 함.

- 첫째, 광고비를 비롯한 막대한 초기비용의 투자회수 기간이 길고 둘째, 온라인 정보제공의 한계로 복잡한 금융상품의 경우 불완전판매 가능성이 있으며 셋째, 고객의 온라인 접속이 실제 상품 가입으로 이어지는 상품 가입률(conversion rate)이 낮을 경우 상품 공급자로부터 외면당할 수 있는 점 등을 꼽을 수 있음.

■ 보험업권의 경우 현재 외국에서는 여러 가지 보험 상품의 비교와 원스톱 쇼핑이 가능한 인터넷 사이트, 예를 들어 에그리게이터(aggregate)가 신 채널로 등장하고 있는데 펀드슈퍼마켓과 유사한 형태임.

- 펀드슈퍼마켓과 에그리게이터 모두 한 플랫폼에서 상품비교가 가능하며 상품 공급자들은 플랫폼에 상품을 제공하고 플랫폼은 상품 공급자들로부터 받는 수수료를 수익원으로 삼는다는 점이 유사함.
 - 일부 국가에서는 자산운용사나 독립재무설계사들이 이같은 온라인 플랫폼을 소비자들에 대한 접근성을 높이는 수단으로 활용하고 있음.

〈그림 1〉 펀드슈퍼마켓과 에그리게이터 사업모형 비교



자료: 1) 이현규, 「국내 펀드슈퍼마켓 도입」, 제로인(<http://www.FundDoctor.co.kr>) 재구성함.
 2) Ozer Oker(2014), "UK Insurance aggregators", Datamonitor Financial 발표자료 pp. 5 재구성함.

■ 주요국의 펀드슈퍼마켓과 보험 에그리제이터의 대표 브랜드와 주요 특징을 정리하면 다음과 같음.

- 일찍부터 다양한 판매채널이 발달한 미국과 영국에서는 펀드슈퍼마켓과 보험 에그리제이터 등 고객 맞춤형 원스톱 서비스를 지향하는 다양한 신 채널이 발달해 왔음.
 - 대표적인 펀드슈퍼마켓으로는 영국의 Cofunds, 싱가포르의 iFAST, 미국의 Charles Schwab 등이 있음.
 - 영국에서는 일찍부터 보험 에그리제이터가 발달해 왔는데 공급자인 보험회사들과의 협력관계가 에그리제이터 시장 발달의 관건이었음.
 - 호주의 경우 보험회사들이 에그리제이터와의 제휴방식보다 고유의 온라인 전용상품과 자체 웹사이트 사업에 주력해 에그리제이터 성장이 제한적인 것으로 평가됨.

〈표 1〉 주요국의 펀드슈퍼마켓과 보험 에그리제이터 대표 브랜드와 주요 특징

국가명	온라인 펀드슈퍼마켓	보험 에그리제이터
영국	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cofunds ▪ 일반 투자자보다는 독립재무설계사가 주요 고객 ▪ 일반투자자와 독립재무설계사를 중개하는 역할 담당 ▪ 70여 개 자산운용사로부터 1,500개 이상의 펀드를 제공받아 판매 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ confused.com ▪ moneysupermarket.com ▪ gocompare.com ▪ comparethemarket.com ▪ e-broker, 온라인 전용 보험사와 소비자들을 중개
미국	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Charles Schwab ▪ 미국 최대의 펀드슈퍼마켓 ▪ 개인고객 대상 “One Source”와 독립재무설계사대상 “One Source-Institutional”의 시스템 운용 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insure.com ▪ 생명, 건강, 자동차, 그리고 주택보험 등 다양한 상품을 다루며 보험상품 비교 견적 서비스 제공
호주	-	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infochoice, iSelect, RateCity, Captain Compare, Just-Ezi ▪ 호주시장의 경우 온라인 보험사인 Suncorp와 Insurance Australia Group(IAG)이 에그리제이터와의 제휴방식보다는 고유의 온라인 전용상품 개발에 주력하고 있어 에그리제이터 시장의 성장은 제한적인 것으로 평가됨.
싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> ▪ iFAST ▪ 싱가포르 최초의 펀드슈퍼마켓으로 일반 	-

	<p>투자자, 재무설계사, 중소형 금융기관 판매원들이 주요 고객</p> <ul style="list-style-type: none"> 재무설계사로부터 판매수수료 중 일부를 분배받고 자산운용사로부터 운용수익 중 일부를 분배 받음.
--	--

자료: AXCO 재정리함.

■ 에그리게이터에서 한발 더 나아가 소비자 중심의 단체구입모델(Group-Purchasing Model)을 지향하는 사이트도 등장했음.

- 영국의 "Bought By Many"라는 온라인 커뮤니티 웹사이트는 기존 에그리게이터가 취급하지 않는 틈새시장 보험 상품의 가입을 원하는 소비자들이 커뮤니티를 결성해 집단 구매력을 높여 보험공급자들과 직접 협상하는 전략을 구사함.
 - 운용 프로세스는 커뮤니티 회원들의 관심제기 → 관련 문의에 대한 분석을 통해 수요예측 → 보험회사와 협상 등의 단계를 거침.
 - 보험료의 직접 비교에 중점을 두는 에그리게이터에 비해 보험료 수준 뿐 아니라 보험상품의 종류와 질도 중요시함.

〈사례 1〉 Bought By Many

<ul style="list-style-type: none"> ■ 보험 소비자들이 결성한 온라인 커뮤니티 허브 ■ 2012년 9월에 시작하여 현재 회원 수 1만1,573명, 153개 그룹이 활동 중이며, 참여 보험회사는 14개사 ■ 자동차, 여행, 건강, 전문가, 애완견, 주택, 스포츠 레저 관련 보험 취급 ■ 유사한 종류의 보험가입 필요를 느낀 소비자들이 단체를 결성해 공급자와 직접 단체할인이나 계약조건을 협상함. ■ 집단구매력을 통한 협상권 확보를 위해 협상 건당 100명의 회원 수 목표, 협상을 통한 보험료 할인비율은 18.6%로 알려짐.
--

자료: Datamonitor Financial.

■ 펀드슈퍼마켓, 보험 에그리게이터 등의 신 채널이 자문서비스와 융합되어 펀드, 보험, 주식 등 개인의 투자포트폴리오를 관리해주고 수수료를 받는 온라인 랩 플랫폼(Online Wrap Platform)으로 진화할 것이라는 전망도 나오고 있음.

- 온라인 랩 플랫폼(Online Wrap Platform)은 전문가들이 직접 관리하는 일임자산관리 서비스를

구현하는 플랫폼으로 온라인 플랫폼 공급자는 투자자들의 포트폴리오 조정 및 유지관리에 따른 수수료 수입을 수익원으로 함.

- 국내에서는 증권회사들이 제공하는 다양한 온라인 랩 어카운트 서비스가 있고, 해외에서는 Transact, Ascentric and AJ Bell 등이 있음.

■ 인터넷의 발달로 온라인 펀드슈퍼마켓과 유사한 형태의 원스톱 서비스를 지향하는 새로운 형태의 온라인 플랫폼들이 계속 진화 및 확산될 것으로 전망되며, 보험 에그리게이터의 국내 도입도 검토될 것으로 전망함.

- 펀드슈퍼마켓을 보험 산업에 도입할 경우 보험상품의 특징과 구조에 적합하도록 선별적 도입 과정이 요구됨.
 - 보험 상품에 경우 펀드 상품과 달리 상품의 종류와 설계가 복잡해 표준화된 상품을 도입하기 어렵고 비교검색이 용이하지 않기 때문에 보험 전 종목으로 확산되기는 어려울 것으로 보임.
- 해외 사례처럼 상품설계가 쉽고 단순비교가 가능한 보험상품의 경우 에그리게이터식 채널이 경쟁력을 가질 것으로 보임.
 - 반면에 복잡한 재무설계가 요구되는 보험상품의 경우 에그리게이터식 채널을 고객과의 점점 확대 수단으로 활용해 전통적인 대면채널을 보완하는 방안을 고려할 수 있음. [kiri](#)