

kiri Weekly

2014.9.22 제300호

이슈

복합점포 활성화의 득과 실

포커스

국내 IT 기업의 금융업 진출과 시사점

글로벌 이슈

미국, 특약형 건강보험시장 성장과 원인
중국 생명보험시장의 규제 변화 및 시사점

금융시장 주요지표

kiri 보험연구원
Korea Insurance Research Institute

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



복합점포 활성화의 득과 실

전용식 연구위원, 황진태 연구위원

요약

- 2014년 7월 10일 금융위원회는 『금융규제 개혁방안』을 통해 판매채널 확대와 계열사 간 시너지 창출을 위해 계열사 간 출입문 공동이용 허용 등을 골자로 한 계열사 간 복합점포 활성화를 추진하기로 함.
 - 복합점포 활성화 방안은 비이자 수익 제고를 통해 금융회사의 수익성을 개선하고 소비자에게 원스톱(one-stop)서비스를 제공하는 등 사회적 후생을 제고하려는 취지이나, 판매채널 관련 정책의 일관성, 금융산업의 경쟁, 그리고 소비자보호와 영업행위 리스크 측면에서 논란이 발생할 수 있음.
- 정책적 측면과 경쟁 측면에서 논란은 은행중심 금융그룹이 설립하는 복합점포에 계열 보험회사의 입점 영업이 허용될 경우에 제기될 수 있음.
 - 계열 보험회사의 복합점포 입점 영업이 허용된다면 계열사 상품 판매 위주의 영업으로 경쟁관계에 있는 보험회사 상품에 대한 방카슈랑스 영업이 약화될 가능성이 있음.
 - 방카슈랑스 제도는 소비자후생 제고를 목적으로 금융상품의 제판분리를 위한 정책 중 하나였으나, 복합점포 활성화 방안은 반대로 제판결합으로 회귀하는 것이므로 정책의 일관성이 훼손될 우려가 있음.
 - 또한, 은행 중심 금융그룹, 비은행 금융그룹, 중소형 증권·보험회사들 간에 고객 수, 점포 수, 그리고 상품의 다양성 측면에서 큰 차이가 있어 교차판매(cross-selling)를 통한 시너지 효과가 금융회사의 규모에 따라 차별적으로 발생할 수 있음.
- 복합점포 활성화가 금융그룹의 교차판매(Cross-Selling) 확대로 이어질 경우 고객 편의와 금융그룹의 시너지 창출 등 긍정적 효과가 예상되나 불완전판매가 늘어날 수 있고 금융회사의 영업행위 리스크가 커질 우려가 있음.
 - 금융그룹의 교차판매가 활성화되지 않은 원인인 자문서비스 활성화, 영업점 임직원의 인센티브 제도 등이 검토될 필요가 있음.
 - 영국 금융위원회와 금융안정위원회(FSB)에 따르면 비이자 수익 제고와 비용절감을 통한 수익성 개선 전략이 우선적으로 추진될 경우, 교차판매 확대는 불완전판매와 금융회사의 영업행위 리스크를 확대시킬 우려가 있음.
 - 보험산업의 경우, 25% 방카를 규제 회피 가능성으로 소비자의 보험상품 선택이 제한될 수 있을 뿐 아니라 구속성 보험계약 및 판매자의 소속, 책임, 권한에 대한 소비자의 혼란 가중 등의 우려도 있음.
- 금번 금융위원회의 복합점포 활성화 방안은 금융산업의 경쟁, 소비자 보호 및 영업행위 리스크 등을 감안하여 신중하게 마련될 필요가 있음.
 - 소비자에게 원스탑 종합금융서비스를 제공하겠다는 금번 복합점포의 긍정적 측면이 지나치게 강조되어 불완전판매가 늘어나고 금융안정성이 훼손되지 않도록 주의할 필요가 있음.

1. 검토배경



■ 2014년 7월 10일 금융위원회는 복합점포 활성화 추진 방안을 발표함.¹⁾

- 현행 복합점포는 금융 업종별로 사무공간이 엄격하게 분리되어 운영되고 있으며 계열사 간 고객 정보 공유가 제한되고 있어 은행·증권 상담을 동시에 받기 위해 복합점포를 찾더라도 별도 창구에서 은행 직원과 증권 직원을 따로 만나는 등의 불편이 있음.
 - 현행 규제는 지주회사의 고객정보 공유에 따른 이해상충을 방지하기 위하여 계열사 간에 정보 차단벽(Chinese Wall)을 두고 있음.²⁾
- 금번 규제개혁의 배경은 이러한 정보공유 규제로 금융그룹의 시너지 창출 효과가 제한적이라는 지적에 따라 이를 보완하기 위한 것으로 알려짐.
 - 구체적 개혁방안으로는 계열사 간 출입문 공동이용 허용을 비롯해 금융회사가 자율적으로 점포 내 사무공간 구분방식을 선택할 수 있도록 하는 것임.
 - 고객의 동의 여부에 따라 고객정보를 금융지주회사 자회사간 공유를 허용할 방침임.
- 또한, 금융위원회는 동 방안의 적용범위를 비롯한 세부사항에 대해서는 향후 금융업권별 건의사항을 수렴하여 구체적 방안을 확정한다는 계획임.
 - 해당 적용범위의 경우 금융지주회사에 한할 것인지, 아니면 비은행 금융그룹까지 포함되는 것인지에 대해 추후 논의될 예정임.

■ 복합점포 활성화 방안은 은행의 비이자수익 확대를 통해 수익성을 개선하고 소비자에게 원스톱(one-stop)서비스 제공 등을 지향하고 있으나, 정책의 일관성, 금융산업의 공정경쟁, 그리고 소비자 보호 측면에서 논란이 제기될 수 있음.

- 복합점포 활성화는 금융그룹의 교차판매 유인을 제고하여 고객유치 경쟁이 심화될 것으로 보이고, 이 과정에서 불완전 판매와 금융회사의 영업행위 리스크가 확대될 수 있음.³⁾
 - 영국 금융위원회는 금융회사의 영업행위 리스크(Conduct Risk)를 은행의 금융상품 판매 과정

1) 2014년 7월 10일 금융위원회는 복합점포 활성화 방안이 포함된 『금융규제 개혁방안』을 발표함.

2) 동 규제의 내용은 금융지주회사법 제48조제4항, 시행령 제27조제9항, 감독규정 제24조<별표 1-6>에 규정되어 있음. 주요 내용은 ① 사무공간을 물리적으로 분리하고, ② 칸막이를 통해 영업직원 간 직접적 왕래를 금하며, ③ 계열사 간 고객정보 제공을 금지하는 것임.

3) 본고에서 교차판매(Cross-Selling)는 복수의 금융상품(Multiple Products)을 동일한 소비자에게 판매하는 것으로 한정함.

에서 소비자에게 피해를 입히거나 시장 안정성(Stability)에 부정적인 영향을 미치는 행위로 정의하고 있음.

- 특히 보험상품 판매와 관련된 방카슈랑스에 대한 기존의 정책과 상충될 수 있다는 점에서 논란이 확대될 우려가 있어 이를 검토하고 시사점을 제시하고자 함.

2. 복합점포의 현황과 문제점



- 금융지주회사가 본격화된 2003년 이후 은행 자회사를 보유한 금융그룹이 복합점포를 설립하여 교차판매 확대를 모색하고 있으나 사무공간의 물리적 구분, 자회사간 업무위탁 금지, 계열사간 고객정보 제공 금지 등으로 활성화되지 못하고 있음.
 - 영업직원간의 직접 왕래를 물리적 제한을 통해 어렵게 하고 있으며 고객은 은행, 증권업 등과 관련해서 동시에 상담받을 수 없음.
 - 현재 금융지주회사들이 운영하고 있는 복합점포는 영업점 내에 계열사 영업점이 입점해 개별 영업을 하는 형태인 지점내 지점(Branch In Branch) 형태와 동일 계열 은행과 증권회사 영업점이 동일 건물 내에서 개별적으로 영업하는 형태(Branch With Branch)임.
 - 주요 금융지주사들은 약 30개 내외의 복합점포를 운영하고 있으며 향후 확대할 계획이고, 일부 대형 보험회사도 복합점포를 운영하고 있음.
 - 불필요한 공간 구분으로 추가적인 비용이 발생하고 업무상 비효율성이 상존한다는 평가임.
- 방카슈랑스, 자본시장통합법 등으로 은행의 일반 지점에서도 보험·펀드상품을 판매하고 있어 교차판매(Cross-Selling)가 가능하나 실적이 미미함.
 - 2010년 국내 대형은행의 활동 고객 1인당 보유 교차판매 상품개수는 4.3개로 미국 웰스파고의 6.2개에 비해 낮은 수준임.
 - 고객 1인당 위험조정 영업수익 중 비이자수익 비중은 23% 수준으로 미국 상업은행의 비이자수익 비중 34%에 비해 낮은 수준임.
 - 교차판매 성과가 낮은 원인으로 자문서비스보다는 상품판매 중심의 교차판매 전략, 제한적인 고객

정보 공유, 영업점 직원들의 인센티브 제도 등이 제기되고 있음.

- 미국 웰스파고는 모든 금융상품을 은행, 캐피탈, 증권, 보험사 구분 없이 한 은행 지점에서 구입 가능하도록 상품 및 서비스를 제공하고 있는데, 계열사간 고객정보 공유를 통해 교차판매 기회를 상시 발굴하고 있음.
- 일본의 금융지주회사들도 복합점포를 통해 시너지를 창출하고 있는 것으로 평가되는데 미즈호 그룹의 경우 은행 고객을 통해 파생된 증권, 신탁은행 이익이 FY2013 기준으로 250억 엔 수준인 것으로 알려짐.⁴⁾

■ 이번 금융위원회의 복합점포 활성화 방안은 국내 금융지주회사의 시너지 창출 효과 제고를 통해 은행의 수익성을 제고하고 고객 서비스를 향상시킬 수 있다는 측면에서는 긍정적으로 평가되나 부정적 효과도 발생할 수 있음.

- 한편, 이미 은행 지점에서 펀드와 방카슈랑스 판매가 이루어지고 있어 복합점포 활성화 방안의 영향이 제한적일 것이라는 평가도 있음.
- 그러나 금융상품 판매에 관한 정책의 일관성, 업권간 경쟁 측면에서 논란이 제기될 수 있음.

3. 복합점포 활성화 추진 관련 이슈



가. 정책의 일관성

■ 복합점포 활성화 추진방안에 금융그룹 계열 보험회사 입점 영업 여부가 확정되지 않은 상태이나 금융그룹 계열 보험회사의 복합점포 입점 영업이 허용될 경우, 기존의 방카슈랑스 규제를 우회하는 수단으로 활용될 수 있음.

- 지난 7월 발표된 복합점포 활성화 방안에는 금융그룹 계열 보험회사의 입점 영업이 포함되어 있지 않으나 최근 언론보도에 따르면 금융위원회는 복합점포에 한해서 25% 방카를 등 판매규제를 적용 제외하는 방안을 검토하고 있음.⁵⁾

4) 하나금융 포커스(2014. 8. 31), “복합점포 활성화 방안과 대응방향”.

5) 서울경제(2014. 9. 15), “금융복합점포 방카 25%를 풀리나”.

- 보험회사 입점 영업 시 25% 방카를을 비롯해 판매인원 및 취급상품 제한 규제가 제 기능을 하지 못할 것으로 우려함.⁶⁾
- 방카슈랑스 제도가 소비자 후생 증대를 목적으로 금융상품의 제조와 판매를 분리하기 위한 정책 중 하나는 점을 감안할 때, 복합점포 활성화 추진은 오히려 제판결합으로 회귀하는 결과를 초래할 수 있어 정책의 일관성이 훼손될 우려가 있음.
 - 제판분리에 대한 효율성 논란에도 불구하고 GA와 방카슈랑스 채널 도입을 비롯해 다양한 비전속 채널 제도에 대한 논의 등 정부의 정책은 지속적으로 제조와 판매를 분리하는 방향으로 추진되어 있음.
 - 금번 복합점포 활성화는 금융회사가 직접 소비자를 대상으로 금융상품을 판매하는 형태의 제판결합의 성격으로 해석될 수 있을 것임.

나. 경쟁

- 복합점포 활성화는 계좌이동제 도입, 유동성 규제 등으로 심화될 것으로 예상되는 은행의 고객 경쟁을 더욱 심화시킬 것으로 전망됨.
 - 은행은 이자수익 감소를 보전하기 위해 비이자수익 확대 전략을 추진하고 있고 제한적인 성장가능성으로 지점 통폐합 등 구조조정을 추진하며 비용절감과 효율성 개선을 모색하고 있음.
 - 2016년 시행 예정인 계좌이동제와 바젤 III 중 유동성규제가 2015년 이후 시행될 경우 소매예금의 은행 수익성에 대한 기여도가 높아질 것으로 보임.
 - 계좌이동제는 개인고객이 은행 주거래 계좌를 타은행으로 변경할 경우 기존 계좌에 연결된 자동이체를 은행이 자동으로 타은행으로 이전해주는 제도로, 예금자의 은행 계좌 이동에 따른 비용을 줄여 은행의 경쟁을 촉진하려는 취지로 도입됨.⁷⁾
 - 유동성규제가 2015년 이후 적용될 경우 은행의 소매예금 유치경쟁이 심화될 것으로 전망되고 있는데, 개인종합자산관리계좌를 통한 장기자금 유치가 유동성비율 완화에 기여할 것임.

6) 방카슈랑스 제도는 2003년에 도입되었으며, 그 취지는 금융산업 선진화와 함께 고객에 원스톱(one-stop) 서비스를 제공하는 등 금융소비자의 편의 제고에 있음. 또한, 동 제도의 목적은 금융기관보험대리점에 해당하는 은행에 비이자수익 기회를 제공할 뿐만 아니라 전속채널 기반이 약한 보험회사들로 하여금 전국적 은행 점포망을 활용할 수 있도록 함에 있음.

7) 금융위원회(2013. 11. 27), 『금융업 경쟁력 강화방안』.

■ 금융그룹 계열 은행의 고객 경쟁은 비은행 금융그룹 계열 및 중소형 보험, 증권회사의 마케팅 경쟁력을 상대적으로 위축시킬 것으로 보여 금융산업의 경쟁구도에 영향을 줄 것으로 전망됨.

- 금융위원회는 복합점포 활성화를 위해 고객의 동의 시, 고객정보를 계열사들이 공유할 수 있는 방안을 검토하고 있어 은행중심 금융그룹의 시너지 효과가 커질 것으로 전망됨.
 - 비은행 금융그룹 계열 증권, 보험회사들의 개인정보 공유 여부에 대한 언급은 없는 상황임.
- 은행 중심 금융그룹, 비은행 금융그룹, 중소형 증권·보험회사들 간에 고객 수, 점포 수, 그리고 상품의 다양성 측면에서 격차가 존재하기 때문에 교차판매(cross-selling)를 통한 시너지 효과도 금융회사의 조직, 규모에 따라 다르게 나타날 것임.

■ 또한, 언론보도와 같이 복합점포에 계열 보험회사 입점이 허용된다면 계열사 상품 판매 위주의 영업에 따라 경쟁 보험회사 상품에 대한 방카슈랑스 영업이 약화될 가능성이 상존함.

- 현행 보험업법은 보험회사에 대한 금융기관보험대리점의 우월적 지위 남용 방지를 위한 규정(보험업법 제100조)을 두고 있으며, 해당 보험업 감독규정(제4-39조제4항제1호가목)을 통해 보험회사의 금융회사 내 입점 영업을 금지하고 있음.
 - 동 규정의 취지는 과거에도 보험회사의 금융회사 내 입점 영업이 방카슈랑스 규제를 회피하는 수단이 될 수 있다고 지적된 바 있기 때문임.

〈보험업 감독규정 제4-39조(금융기관보험대리점등의 금지행위 등)〉

④ 법 제100조제4항, 영 제40조제9항 및 제10항, 제48조제5항에서 금융위원회가 정하는 사항은 다음 각 호와 같다.
1. 금지행위
가. 당해 금융기관 보험대리점 등의 본점, 지점 등 점포 내에 보험회사 임직원, 보험설계사 또는 다른 보험대리점, 보험중개사를 입주시켜 모집(이하 “금융기관 내 입점방식에 의한 모집”이라 한다)을 하게 하는 행위

- 특히, 계열사 간 공동상담실에서 금융상품에 대한 상담서비스가 이루어질 경우 방카슈랑스 채널과 제휴를 맺고 있는 타 보험회사의 상품 대신 계열사 상품에 대한 권유 가능성이 높아질 것임.
 - 이는 결국 당초 25% 방카률을 통한 방카슈랑스 채널의 비전속성 확보 취지가 퇴색되는 결과를 초래할 수 있음.
 - 그 결과 전속채널이 약해 금융기관보험대리점에 대한 의존도가 높은 비은행계열 보험회사의 경우 해당 방카슈랑스에 대한 종속 정도가 강해질 개연성이 큼.
 - 또한, 이는 보험산업 전반에 대해 금융기관보험대리점의 우월적 지위가 보다 강화되는 계기가 될 수 있음.

다. 소비자 선택권 제한과 금융회사의 영업행위 리스크

■ 은행중심 금융그룹의 비이자 수익 제고와 비용절감을 통해 수익성을 개선하려는 전략이 추진되는 상황에서 교차판매 확대는 불완전판매 확산과 금융회사의 영업행위 리스크를 확대시킬 우려가 있음.

- 영국의 Financial Conduct Agency는 수익성 제고를 위한 고객에 대한 교차판매 확대는 임직원 에 대한 유인방안 확대와 병행되며, 이 과정에서 불완전판매가 늘어날 수 있음을 지적하고 있음.⁸⁾
- 불완전판매는 영업행위 리스크를 확대하여 금융회사뿐 아니라 금융산업의 안정성을 훼손할 수 있음은 2008년 글로벌 금융위기 이후 확인되었으며, 이러한 이유로 전 세계적으로 영업행위 규제가 강화되고 있는 추세임.

■ 소비자의 선택권 제한과 경쟁제한으로 인한 부정적 영향은 보험산업에서 심각할 것으로 우려됨.

- 전술한 바와 같이 비전속성을 강조한 25% 방카를 규제 회피 가능성으로 다양한 보험회사의 상품에 대한 소비자의 선택권이 제한될 수 있음.
 - 실제 25% 방카를 규제해 해당 금융기관보험대리점이 구조적으로 특정 보험회사(예, 계열 보험회사)의 상품 판매에만 집중할 수 없어 오히려 소비자에게 혜택이 되는 측면이 있을 수 있음.
 - 예를 들어, 25% 방카가 효율적으로 작동할 경우 계열사 상품 판매를 위해서라도 은행은 타 보험회사 상품을 소비자에 권유할 유인을 가짐.
 - 결과적으로 이러한 규제를 통한 금융기관보험대리점의 비전속성으로 소비자는 보다 다양한 보험회사의 상품에 대한 접근성을 가질 수 있으며, 이에 따라 다양한 소비자의 선택권도 보장될 수 있는 장점이 있음.
- 한편, 계열 금융회사 보험상품 판매를 위해 소비자에 대한 은행의 구속성 보험계약(‘끼기’)이 증가할 가능성도 있음.
 - 『2013년 보험소비자 설문조사』에 따르면 방카슈랑스를 통한 보험가입자 중 23.3%가 ‘끼기’ 경험이 있는 것으로 조사된 바 있음.
- 또한, 공동상담실 운영 시 고객에 대한 종합적 자문과 원스톱(one-stop)서비스 제공이라는 장점에도 불구하고, 보험 판매자의 참석도 허용될 경우 해당 판매자의 소속, 책임, 권한에 대해 소비자들이 혼란을 겪는 부작용이 발생할 수도 있음.

8) Retail Conduct Risk Outlook 2012, Financial Service Association.

- 예를 들어, 보험의 경우 일반적으로 판매자(예, 보험설계사)가 보험료 및 고지의무 수령권을 가지고 있지 않음.
- 이에 대해 보험회사는 판매자의 소속, 책임 및 권한에 대한 설명의무를 가지는데(보험업법 시행령 제42조의2), 보험이 포함된 공동상담실에서 이러한 설명이 원활히 이루어질 수 있을지는 의문임.

4. 시사점



- 금번 금융위원회의 복합점포 활성화 방안은 금융산업의 공정한 경쟁, 소비자 보호 및 영업행위 리스크 등을 감안하여 신중하게 마련되어야 함.
 - 복합점포는 도입 이후 유명무실한 상태를 유지해 왔으나, 최근 정부의 금융규제 개혁방안에 다시 포함되면서 공정경쟁, 소비자보호, 영업행위 리스크관리 측면에서 여러 이슈들이 지속적으로 제기 될 것으로 보임.
 - 특히, 금융그룹 계열 보험회사 입점 여부는 보험업 감독규정과 상충될 수 있어 금융산업의 경쟁 활성화라는 복합점포 활성화 방안의 취지가 흐려질 수 있음.⁹⁾
- 금융산업 경쟁 측면에서 비은행 금융그룹이나 비은행 금융회사의 경쟁력을 약화시킬 수 있어 공정한 경쟁을 유도할 수 있는 방안이 모색되어야 함.
 - 지역별로 널리 분포해 있는 은행점포는 그 영업적 특성상 점포 자체가 가지고 있는 판매효과가 상당히 커 보험시장의 판도변화에 큰 영향을 미칠 것으로 보임.
 - 중소형 보험·증권회사는 고객관계 강화를 모색할 수 있는 마케팅 전략을 마련해야 할 것이며 정부는 이를 지원할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임.
- 복합점포 활성화 방안의 취지와 효과가 극대화될 수 있는 제도적 보완이 필요하고, 취지와 다르게 나타날 수 있는 부정적 영향이 있다는 점을 고려해야 함.

9) 보험업 감독규정에 있는 보험회사의 금융회사 내 입점 금지 조항은 과거 방카슈랑스 규제 조항의 회피를 방지하기 위한 규정이었음에 주목할 필요가 있음.

- 복합점포 활성화는 소비자에게는 원스톱(one-stop)서비스를, 금융회사에게는 비이자 수익 제고, 자금조달 비용 절감, 경영 효율성 제고 등의 편익을 제공할 수 있음.
- 그러나 오래전부터 지적되어온 교차판매의 문제점인 자문서비스 활성화, 영업점 임직원의 인센티브 제도 개선 등이 선행되지 않는다면 복합점포 활성화의 정책효과는 미미할 수 있음.
 - 금융안정위원회(FSB)와 영국의 금융서비스위원회(FSA) 등은 금융회사의 수익성 제고를 위한 무분별한 교차판매 확대는 오히려 불완전판매 증가를 초래할 수 있고 영업행위 관련 리스크를 높일 수 있음을 경고하고 있음. [kiri](#)