

kiri Weekly

2015.11.30 제361호

이슈

영국 RDR 시행 이후 자문시장 변화 및 시사점

포커스

중국 재보험시장 발전 현황과 전망

글로벌 이슈

2015년 세계 보험산업 현황 및 2016-17년 전망
3D/4D 프린팅 기술발전이 보험산업에 미치는 영향

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)



영국 RDR 시행 이후 자문시장 변화 및 시사점

박선영 연구위원, 이선주 연구원

요약

- 판매수수료 중심의 판매 관행이 불완전판매를 양산하고 이로 인한 소비자 피해가 확산되면서 판매수수료에서 벗어난 독립자문업자의 보수체계 정비가 국제적으로 논의되고 있음.
 - 독립자문업자(IFA)가 오랫동안 활성화된 영국은 이 같은 개선 노력에 가장 앞서고 있는 나라로 손꼽힘.
- 영국은 2012년 12월부터 판매채널 개혁 방안(Retail Distribution Review, 이하 RDR)을 단행, 독립자문업자의 판매수수료 수취를 금지하고 자문수수료만 수취하도록 조치함.
 - RDR 시행 이후 은행 소속 투자자문업자들의 시장 이탈이 가속화되면서 전체 자문업자의 수는 1만 명 이상 감소했음.
 - 은행 중심의 자문서비스가 축소되면서 중산층과 부유층간 “자문서비스 갭”(Advice Gap)이 늘어난 점은 부정적으로 평가됨.
 - 반면에 펀드상품이나 인터넷 플랫폼 관련 판매 리베이트가 사라지면서 수수료 개혁의 전기가 마련된 점은 긍정적으로 평가됨.
- RDR 시행에 따른 시장 변화는 긍정적 요인과 부정적 요인이 혼재하고 있는 만큼 최종적인 평가는 좀 더 시일을 두고 판단해야 할 것으로 보임.
 - 투자금액에 따라 소비자들의 자문서비스 이용 의사가 크게 엇갈리는 것으로 나타나 향후 자문업자들은 투자금액별 고객 세분화를 필수적으로 고려해야 할 것으로 보임.
 - 고가의 유료 자문서비스를 대체하는 인터넷상의 비자문 채널인 D2C(Direct to Customer, 이하 D2C) 플랫폼의 성장세가 눈에 띄고 있음.
- 국내에서도 금융상품자문업 도입 논의가 무르익고 있는 만큼 국내외 시장 여건을 감안한 신중한 접근이 요구됨.
 - 향후 정책 추진 과정에서 업권별 영업환경과 특성을 고려해 기존 판매업자와 금융상품자문업자가 동반 성장할 수 있는 방안을 모색해야 함.
 - 단순자문부터 독립자문에 이르기까지 다양한 자문서비스 모델을 발굴해 소비자에게 선택권을 부여하고 단순 자문서비스를 보완할 수 있는 D2C 플랫폼 서비스를 활성화해야 함.

1. 검토배경



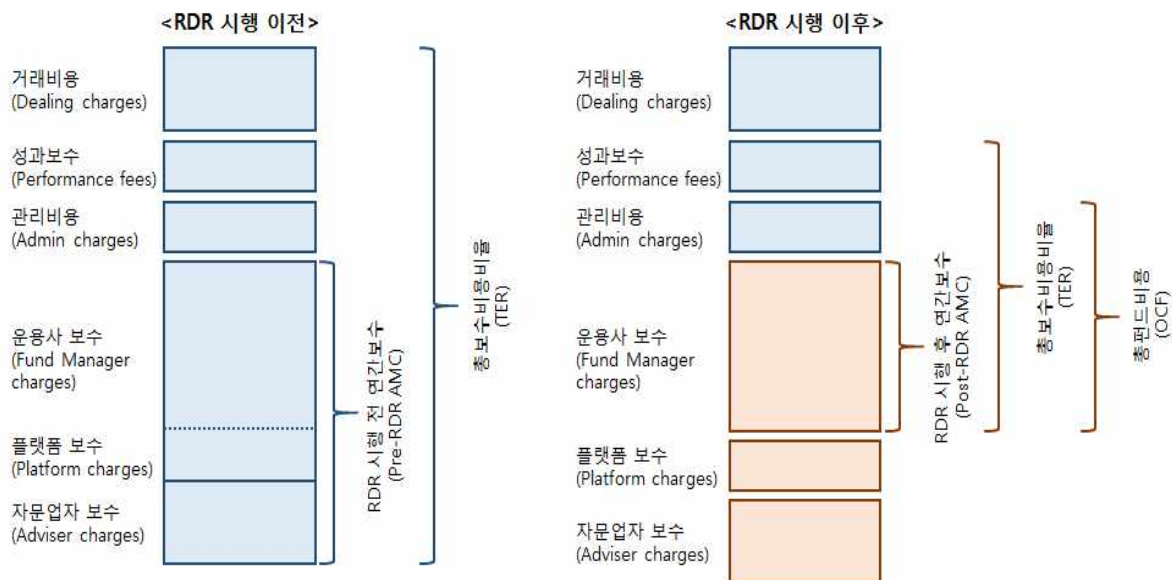
- 금융상품 판매와 관련된 이해상충 문제의 대표적인 사례로 꼽히는 불완전판매의 경우 대부분 판매수수료 중심의 판매 관행에서 비롯되고 있다는 인식이 전 세계적으로 공감대를 얻고 있음.
- 영국의 경우 고객의 편의성 제공을 위해 보험·은행·증권 등 전체 금융상품을 취급하는 독립자문업자 (IFA)가 오랫동안 활성화되었지만, 판매수수료 중심의 영업 관행으로 인해 불완전판매가 확산되면서 2013년 이후 판매와 자문수수료를 분리하고자 하는 판매채널 개혁 방안(Retail Distribution Review, 이하 RDR)을 단행함.
 - 영국의 감독당국은 판매행위와 자문행위가 분리되지 않은 가운데 대부분의 IFA가 제조사로부터의 판매수수료에 의존하고 있는 보수체계가 불완전판매의 근본 원인이라고 진단함.
 - 금융자문업자들의 독립성 및 전문성을 높여 전반적인 자문서비스의 질을 개선해야 한다는 문제의식도 작용했음.
- 국내에서도 최근 ‘국민재산 늘리기’ 프로젝트의 일환으로 자산관리 서비스 활성화를 추진하면서 정부에서 금융상품자문업 도입을 추진하고 있음.
 - 금융업권을 넘나드는 포괄적 자문서비스를 제공하는 금융상품자문업 논의가 본격화되면서 판매와 자문의 개념 정의 및 역할 수립 등 해결해야 할 과제들이 산적해 있음.
 - 금융상품자문업의 도입 방식 및 범위에 따라 기존 판매채널에 미치는 영향이 상당할 것으로 예상되는 만큼 면밀한 시장 상황 판단과 신중한 도입 검토가 요구되고 있음.
- 본고에서는 시행 3년째를 맞고 있는 영국 RDR 시행 이후 자문업 시장 변화 및 영향을 분석하고 그 평가 결과를 토대로 국내 시장에 주는 시사점을 도출하고자 함.

2. RDR 연혁 및 주요 내용

■ 영국은 개인연금, 모기지 양로상품 등의 불완전판매를 방지하기 위해 독립적 금융자문에 대한 수수료 제도 개편, 채널의 전문성 강화 등을 골자로 한 판매채널 개혁 방안(Retail Distribution Review, 이하 RDR)을 2013년 1월 1일부터 전면 시행함.

- 자문업자는 금융상품 공급자로부터 어떠한 형태의 수수료(commission)도 받을 수 없고, 소비자에게 제공한 자문서비스에 대한 보수(fee) 수취만 가능함.
 - 독립자문업자의 수수료 수취 금지는 연금 펀드 등 생명보험 및 투자성 상품에만 적용되며 보장성 보험상품의 경우 예외 적용을 받음.
 - RDR 시행 이전에는 펀드 수수료의 경우 운용사 보수, 플랫폼 보수, 자문서비스 보수가 연간보수로 한꺼번에 책정되어 일부는 리베이트로 악용되는 등 폐단이 발생해 RDR 이후에는 서비스 주체별로 수수료가 분할 지급되며 교차 지원이 금지됨(<그림 1> 참조).

<그림 1> RDR 시행전후 펀드 비용구조 변화



자료: Dewhurst Torevell(2013), *Understanding fund charges post-RDR: AMC, TER, OCF and the effect of dealing costs*.

- 자문서비스 형태를 취급 상품 범위에 따라 ‘독립적 자문(Independent Advice)’과 ‘제한적 자문(Restricted Advice)’으로 구분하였으며, 제공하는 자문의 종류 및 범위 등을 사전에 투자자에게 공개해야 함.
 - ‘독립적 자문(independent advice)’은 상품공급업자에게 구속받지 않고 특정 시장 전체 상품을 포괄적이고 공정한 분석을 통해 제공하는 서비스를 말함.
 - ‘제한적 자문(restricted advice)’은 복수의 상품공급업자의 상품을 적합성원칙을 적용하여 소비자에게 제공하는 자문서비스 형태임.
- 자문업자의 전문성 강화를 위해 최소 전문 자격요건의 상향과 더불어 매년 전문가 교육과정 이수, 전문기관 발행 자격 유지 및 새로 도입된 윤리강령 준수가 요구됨.
 - 모든 자문업자에 대한 최저 자격요건이 QCF(Qualifications and Credit Framework) 레벨 3에서 QCF 레벨 4로 상향 조정됨.
 - 그 외에 매년 전문가 교육과정(CPD: Continuing Professional Development)을 35시간 이상 이수해야 함.

3. RDR 시행 이후 시장 변화



- RDR 시행 이후 영국에서 전체 자문업자의 수는 감소세를 보이고 있고 특히 은행 소속 투자자문업자들의 시장 이탈이 가속화되고 있음.¹⁾
 - 유럽 이코노믹스의 「RDR 실행 리뷰」에 따르면 영국의 자문업자 숫자는 2011년 4만 500명에서 2014년 3만 1,150명 수준으로 감소했음(〈그림 2〉 참조).
 - 감소 인원의 58% 가량은 소매 고객 대상 은행들의 대량 구조조정에 따른 은행 소속 자문업자들인 것으로 나타남.²⁾
 - 바클레이 은행은 점포 영업 중심에서 온라인 영업으로 비즈니스 모델 전환을 도모함.
 - 로이드 은행은 자문서비스 제공 대상을 투자자산 10만 파운드 이상(한화로 약 1억 7,000만 원)으로 제한함.
 - 지속적인 감소세를 보이던 독립자문업자 숫자가 최근 정체기를 보이고 있는데 그 배경에는 연금개

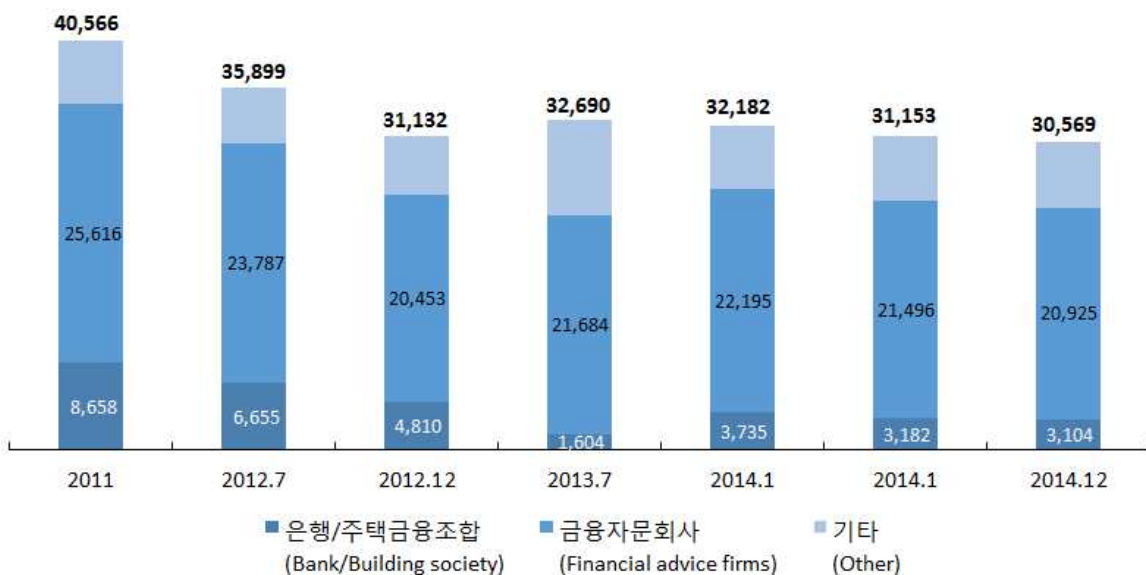
1) Europe Economics(2014), “Retail Distribution Review Post Implementation Review”, p. 55.

2) 영국 은행들의 경우 지급보증보험(Payment Protection Insurance, 이하 PPI) 불완전판매 스캔들 이후 천문학적 과징금을 부과받으면서 대량의 구조조정이 불가피했던 점도 작용한 것으로 보임.

혁을 둘러싼 영국 시장의 특수성도 다소 작용한 것으로 보임.

- 연금 개혁 이후 퇴직연금 가입자들이 은퇴 후 퇴직연금 자산을 활용해 퇴직연금상품이나 개인 연금상품 또는 현금 인출을 할 수 있도록 조치하였는데 이로 인해 퇴직연금 자문서비스 수요가 늘어난데 따른 결과임.³⁾

〈그림 2〉 자문회사 유형별 자문업자 수 변화 추이(2011~2014)



주: 기타(Other)에는 증권중개인(Stockbrokers), 투자일임업자(Discretionary), 투자관리회사(Investment Managers) 등을 포함.

자료: RS Consulting(2011); FCA(2012 onwards); Europe Economics(2014) 재인용.

■ 공급 측면뿐 아니라 수요 측면에서도 소비자들의 채널 이용 패턴에 변화가 일면서 자문수수료 지급을 꺼리는 소비자들의 자문서비스 시장 이탈이 감지되고 있음.

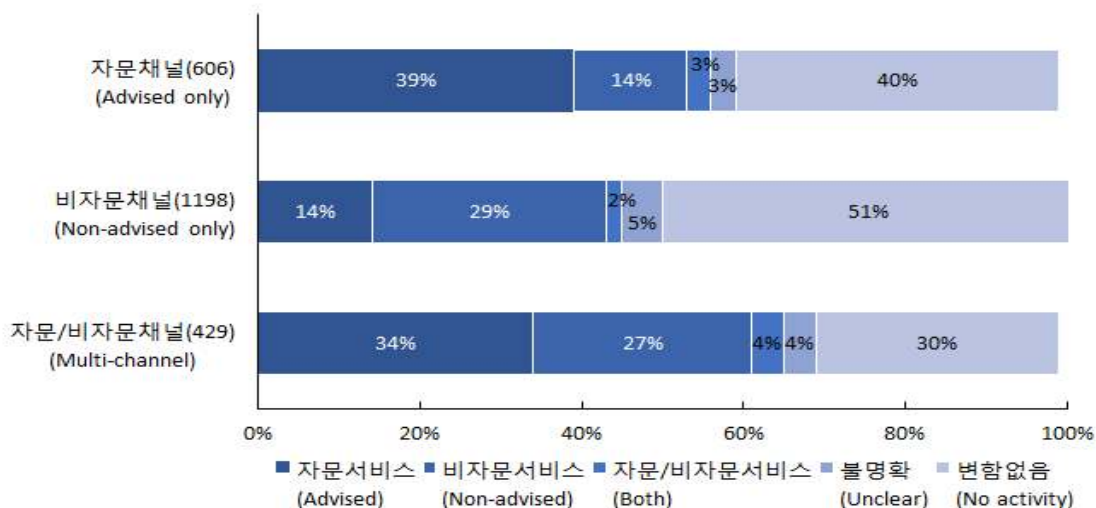
- NMG가 소비자 4,059명을 대상으로 설문조사를 벌인 결과 RDR 시행 이전 자문서비스를 받은 고객(advised only) 606명 가운데 84명(14%)은 자문서비스를 받지 않는 고객군(non-advised only)으로 돌아섰음.⁴⁾
 - RDR 시행 이전 자문서비스를 받지 않은 고객(non-advised only) 1,198명 가운데 167명(14%)은 자문서비스를 받는 고객군(advised only)으로 돌아섰음.

3) 김세중(2015), 「영국의 DC형 퇴직연금제도 변화와 시사점」, KIRI Weekly, 보험연구원.

4) NMG가 소비자 4,059명을 대상으로 설문조사를 벌인 결과 RDR 시행 이전 응답자의 29%는 투자시 자문서비스를 받지 않았던데 반해 전체 응답자의 15%만이 자문서비스를 받았다고 밝혔음.

- 이같이 신규 자문서비스 진입은 자발적인 자문서비스 수요 이외에도 정부의 연금개혁에 따른 퇴직연금 시장 신규 수요 창출에 기인한 것으로 보임.

〈그림 3〉 RDR 시행(2013년 1월) 이후 채널 이용변화



주: RDR 시행(2013년 1월) 이전에 가입한 투자형 상품을 보유하고 이용채널을 알고 있는 응답자 대상.

자료: NMG Consulting(2014), *Impact of the Retail Distribution Review on consumer interaction with the retail investments market*, p. 37.

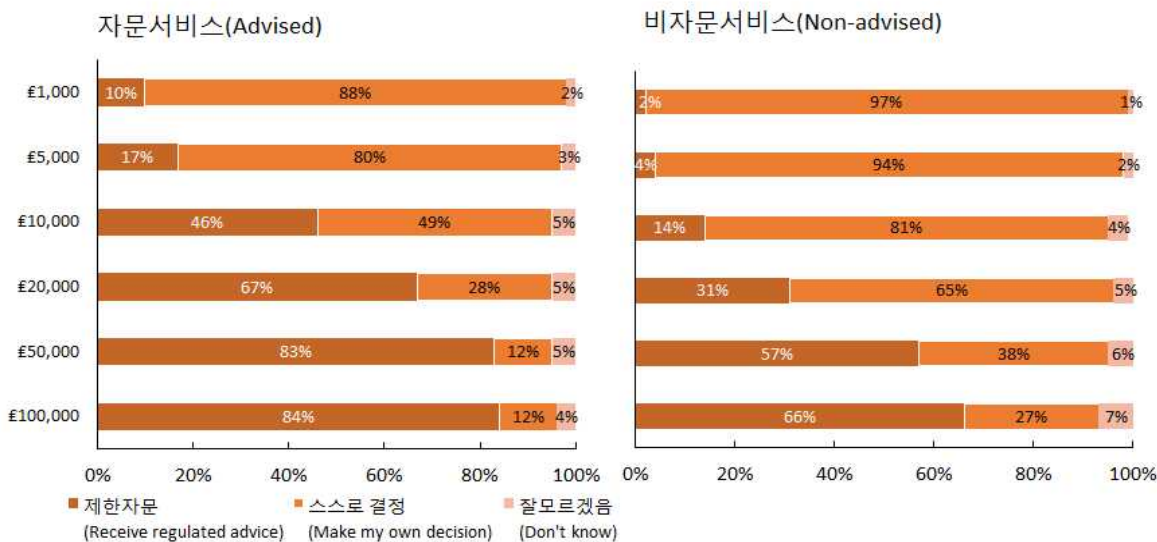
4. 자문시장 추이 및 전망



- 소비자 수요 분석 결과 투자금액에 따라 소비자들의 자문서비스 이용 의사가 크게 엇갈리는 것으로 나타나 향후 자문서비스 비즈니스 모델을 고려할 때 투자금액별 고객 세분화가 필수적일 것으로 전망됨.
- 투자금액별로 살펴보면 투자금액이 5만 파운드 이상일 경우 다른 채널 보다 IFA 채널을 사용할 의향이 높은 것으로 나타남.
 - 투자금액이 늘어날수록 자문서비스 이용 의향은 상대적으로 높아져서 투자금액이 5만 파운드 (약 8,863만 원 가량)일 경우에는 자문서비스 이용 의사가 있는 고객이 전체 응답자의 80% 이상으로 증가했음.
 - 2만 파운드(약 3,545만 원 가량)를 넘어설 경우 절반 이상인 67%가 자문서비스 이용 의사가 있다고 답했음.

- 반면에 투자금액 5,000파운드(886만 원 가량) 이하 고객의 경우에는 80% 이상이 자문서비스의 도움 없이 스스로 투자 결정을 내릴 것이라고 답했음.

〈그림 4〉 향후 투자 시 이용 의향이 있는 채널



주: 가장 최근 투자활동을 끝냈을 때 제한자문을 받은 응답자 대상(730명 비가중).

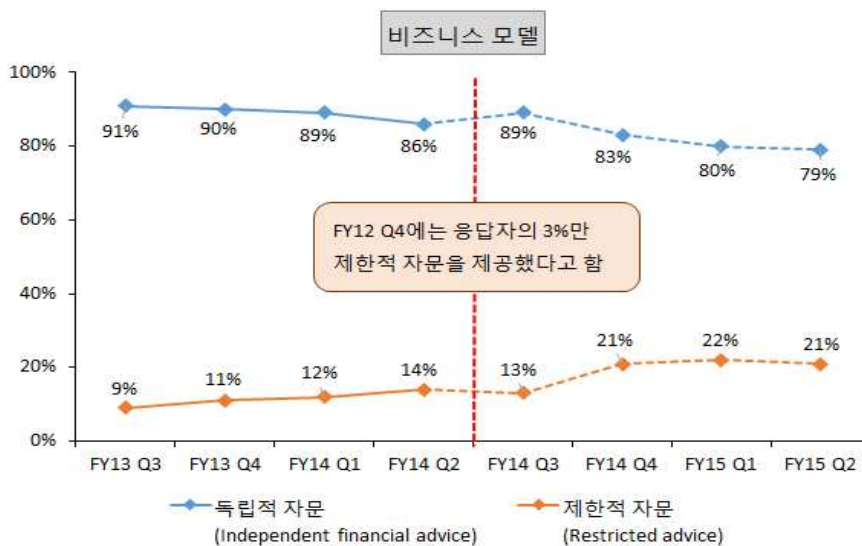
주: 제한자문 없이 가장 최근 투자활동을 끝낸 응답자 대상 (810명 비가중).

자료: NMG Consulting(2014), *Impact of the Retail Distribution Review on consumer interaction with the retail investments market*, p.38

■ RDR 개혁 이후 독립자문서비스의 엄격한 자격 요건을 충족하지 못한 자문업자들이 제한자문서비스로 비즈니스 모델을 전환하는 등 비즈니스 모델이 다변화하면서 단순자문, 제한자문, 독립자문 등으로 다변화할 것으로 예측됨.

- NMG의 설문조사 결과에 따르면 2013년 3분기 자신의 자문서비스 성격을 “제한자문”이라고 응답한 비중은 전체의 9%에 불과했으나 RDR 시행 후 2015년 2분기에는 이 같은 응답자 비중이 21%로 늘었음.
 - 독립자문서비스의 비중은 2013년 3분기 91%에서 점차 하락세를 보이면서 2015년 2분기 현재 79%를 차지했음.
 - 자문수수료 지급에 대한 소비자 거부감을 완화하고 이를 가격 인하를 통해 이탈하는 소비자층을 흡수하기 위해 제한자문서비스가 늘어난 것으로 분석됨.

〈그림 5〉 자문서비스 비즈니스 모델



주: 1) 설문대상은 모든 응답자.

2) 질문내용: “현재 운영하고 있는 비즈니스 모델은 어떤 것입니까? 그리고 1년 후에 운영할 것으로 예상되는 모델은 어떤 것입니까?”.

자료: NMG Consulting(2014), *Financial Adviser Census Business Trends Report*, p. 5.

■ 자문서비스 수수료 지급에 거부감을 느끼는 소비자들이 고가의 유료 자문서비스를 대체하는 서비스를 자발적으로 인터넷상에서 찾기 시작하면서 비자문 채널 시장이 자연적으로 늘어나고 D2C(Direct to Customer) 플랫폼의 성장세가 눈에 띄고 있음.

● 고객 세분화와 관련한 딜로이트 보고서의 분석에 따르면 은행, IFA, 인터넷 플랫폼 세 가지 채널을 기준으로 채널 사용 패턴을 분석한 결과 특히 대중 계층(Mass Market)에서 인터넷 플랫폼의 사용 비중이 크게 늘었음.

- 5000~1만 파운드 사이 대중 계층(Mass Market)의 경우에는 상대적으로 인터넷 플랫폼에 대한 이용 성향이 평균보다 높음.⁵⁾

5) 반면에 10만 파운드 이상의 부유층(Affluent Market)의 32% 가량이 IFA를 통해 금융상품에 투자했다고 밝혔음.

〈표 1〉 딜로이트의 고객세분화에 따른 채널선택 분석(2012)

고객층/현금보유액		은행	독립자문업자(IFA)	웹사이트/인터넷 플랫폼
부유층 (Affluent)	10만 파운드 이상	23%	32%	14%
	5만~10만 파운드	21%	26%	22%
대중 부유층 (Mass affluent)	3만~5만 파운드	21%	19%	24%
	1만~3만 파운드	28%	18%	15%
대중 계층 (Mass market)	5,000~1만 파운드	12%	10%	14%
	5,000 파운드 이하	15%	11%	10%
평균		17%	13%	11%

자료: Deloitte(2012).

■ 이 같은 D2C 플랫폼은 고객 원격지원 서비스나 독립자문업자에 대한 교육 프로그램 지원 서비스를 활성화하면서 공급 측면에서도 고용시장의 변화를 가져옴.

- 인터넷 플랫폼의 발달로 네트워크 소속의 선임대리인(Appointed Representative, 이하 AR)⁶⁾이 늘어나고 있음.
 - AR은 자문서비스 관련 규제 준수 비용이 확대되면서 직접 인가를 받는 사업자로 활동하기보다는 인가사업자를 위해 자문 행위를 하지만 규제 준수 의무는 피해 갈 수 있는 법적 지위를 선호하는 자문업자들이 선호하는 형태임.
 - 유럽 이코노믹스 보고서에 따르면 네트워크 소속 AR의 증가는 독립자문업 인가사업자로 활동하는데 따른 운용비용을 줄이면서도 직관 조직에 소속되기보다는 독립적인 활동 지위를 여전히 누리하고자 하는 자문업자들의 대안 모델로 주목받고 있음.
- D2C 플랫폼의 성장 배경에는 독립채널의 성장으로 보험회사(provider)가 채널 지원 업무를 줄이면서 인터넷 플랫폼들이 대신해서 교육 지원 및 훈련 프로그램, 고객과의 접점을 제공하기 시작하는데 따른 결과임.

6) 선임대리인(Appointed Representative)이란 인가를 받은 기업과 선임대리인 사이에 선임대리인이 해당기업의 규제대상 업무를 처리하고 그에 관한 규제를 준수하는 내용의 계약을 체결하고 해당 기업이 선임대리인의 영업행위에 관한 책임을 서면으로 인수한 경우, 선임대리인에 대해서는 인가의무가 면제됨(FSMA 39조 1항).

5. 시사점



- 자문업자의 판매수수료 수취를 금지한 영국의 RDR 시행 후 시장 변화는 긍정적 요인과 부정적 요인이 혼재하고 있어 최종적인 평가는 자문수수료 위주의 비즈니스 모델이 시장에 정착하기까지 좀 더 시일을 두고 판단해야 할 것으로 보임.
 - 펀드상품이나 인터넷 플랫폼 관련 판매 리베이트가 사라지면서 수수료 측면에서 구조적인 개선이 마련된 점은 긍정적으로 평가됨.
 - 기존 자문업자들은 부유층 대상 서비스에 주력하는 한편 중산층을 대상으로 한 은행 자문서비스 시장이 위축되면서 중산층과 부유층간 자문서비스 갭이 늘어난 점은 부정적으로 평가됨.
- 국내에서도 최근 ‘국민재산 늘리기’ 프로젝트 TF의 일환으로 금융위원회에서 자산관리 서비스를 활성화하기 위해 금융상품자문업 도입을 추진하고 있음.
 - 이에 앞서 지난 2013년 7월 「금융소비자보호에 관한 법률 제정안(이하 금소법)」 등에서 ‘금융자문업’ 도입을 논의한 바 있으나 법률 통과가 미뤄져 답보상태에 있음.
 - 기존 금소법 안에서는 보험상품을 제외한 펀드 등 투자성 상품만을 대상으로 우선적으로 독립금융상품자문업을 도입하고 이후 금융소비자보호에 관한 법률 제정을 통해 전체 금융상품으로 확대하는 방향으로 논의를 진행한 바 있음.
 - 기존 법안에 따르면 신규업으로 금융상품자문업을 신설하여 선량한 관리자로서의 주의의무를 부과하는 한편 자문의 독립·공정성 확보를 위해 거래 관계가 있는 판매업자 등으로부터 수수료 수취를 금지하도록 함.
- 영국의 RDR 시행에 따른 시장의 효과가 아직 불분명한 상황에서 국내에서 금융상품자문업 도입 논의가 무르익고 있는 만큼 국내외 시장 여건을 감안한 신중한 접근이 요구되고 있음.
 - 자본시장법, 보험업법 등 개별 업권별 법률이 상이한 국내 상황을 감안할 때 향후 국내 정책 추진 과정에서는 개별 업권별 영업환경과 특성을 고려해 기존 판매채널과 금융상품자문업이 동반성장할 수 있는 방안을 모색해야 할 필요성이 있음.
 - 내방형 고객을 주 대상으로 하는 은행 및 증권 상품과는 달리 아웃바운드 형태의 푸시 마케팅을 기본 영업 전략으로 하는 보험상품의 업권별 특성을 감안할 필요성이 있음.

- 보험설계사의 경우 일회성 상담이 아니라 수차례의 상담을 통한 설득 과정을 통해 보험계약 체결로 이어지는 경우가 다반사여서 사실상 동태적 · 포괄적 조언 행위가 보험 상담에 포함되어 있음.

■ 자문서비스 수수료 중심의 비즈니스 모델이 시장에 정착할 수 있는 시장 환경을 조성하기 위한 사전 작업이 선행되어야 함.

- 단순 자문서비스부터 독립자문서비스에 이르기까지 다양한 비즈니스 모델을 발굴해 소비자에게 다양한 선택권을 부여하고 영국의 예와 같이 단순 자문서비스를 보완할 수 있는 D2C 플랫폼을 활성화할 필요성이 있음.
 - 자문수수료 정착 과정에서 소비자들이 현재 누리고 있는 다양한 자문서비스가 오히려 시장에서 후퇴하는 등 역작용이 발생하지 않도록 정책적인 보완도 병행되어야 함. [kiri](#)