Ⅱ. 방카슈랑스 규제와 경쟁구도 전망

1. 주요 방카슈랑스 규제

○ 방카슈랑스 규제는 새로운 제도 도입에 따른 **부작용을 최소화**하기 위해 판매 허용 상품 범위의 단계별 확대, 특정보험회사 상품의 판매비중 제한, 아웃바운드 영업 금지 등을 골자로 하고 있음.

○ 방카슈랑스를 통한 **판매상품의 범위**는 은행 등에서의 판매용이성, 불공정거래 소지, 보험산업에 미치는 영향 등을 종합적으로 고려하여 **3단계에 걸쳐 확대**하도록 함.

<표 1> 보험상품별 세부 판매허용 일정

	1단계(03.8월 이후)	2단계(05.4월 이후)	3단계(07.4월 이후)
생명보험	연금, 교육, 생사혼합(양로) 등 개인저축성 보험, 신용생명보험	1단계 허용상품, 개인보장성 보험	제1단계・제2단계 허용상품을 포함한 모든 생명보험
손해보험	개인연금, 장기저축성 보험, 주택화재 보험, 상해보험(단체상해 제외), 종합보험, 신용손해보험	1단계 허용상품, 장기보장성 보험, 자동차보험(개인용)	제1단계・제2단계 허용상품을 포함한 모든 손해보험

○ 자산 2조원 이상의 대형금융기관의 경우 특정보험회사의 상품판매 비중이 49%를 초과하지 못하도록 함으로써 일부 보험회사의 **제휴독점을 방지**하고 많은 **보험회사에게 제휴기회**가 **부여**될 수 있도록 함.

○ 금융기관대리점 등(이하 '방카슈랑스 채널'이라 함)에 대해 아웃바운드 영업을 금지함으로써 **기존 판매채널의 급격한 와해로 인한 부작용을 최소화**할 수 있도록 함.

2. 방카슈랑스 경쟁구도 전망

○ 방카슈랑스는 은행이 계약 건수 및 보험료에서 97%를 차지해 은행 중심으로 진행되고 있으며, 그 중에서도 국민은행, 신한은행, 우리은행, 하나은행 등 **4개 시중은행**이 전체 판매액의 70%를 넘어 **과점현상**을 보이고 있음.

– 특히 신한은행, 하나은행이 생명보험 자회사를 소유하고 있는 상황에서 국민은행의 생명보험회사 인수 추진, 우리은행의 합작생명보험회사 설립 추진 등이 예정되어 있어 이들 그룹의 영향력은 더욱 확대될 것으로 전망됨.

<표 2> 금융기관별 방카슈랑스 실적

(단위 : 백만원, %)

	생명보험		손해보험		합계	
	계약건수	초회보험료	계약건수	초회보험료	계약건수	초회보험료
은행	164,319	1,322,289	126,409	20,038	290,728 (97.3)	1,342,327 (96.6)
증권	3,673	46,799	3,493	179	7,166 (2.4)	46,978 (3.4)
저축은행	227	25	537	97	764 (0.3)	122 (0.0)
합계	168,219	1,369,113	130,439	20,314	298,658	1,389,427

주 : 1) 2003.9.3 ~ 11.28(3개월) 기간 실적임.
2) 하단의 ( )는 점유율임.

○ 보험회사의 방카슈랑스 참여는 생명보험의 경우 총 23개 회사 중 13개 회사, 손해보험의 경우 25개 회사 중 9개 회사만 이루어지고 있음.

– 생명보험의 경우 2003년 11월말 누적보험료 기준으로 중소형사 2개사, 대형사 2개사, 외국사 1개사가 전체 보험료의 73.7%를 차지함.

– 손해보험의 경우 2003년 11월말 누적보험료 기준으로 상위 5개사가 전체 보험료의 99.7%를 차지함.

○ 향후 방카슈랑스 시장은 금융겸업화에 따른 금융산업개편과 맞물려 **복잡한 경쟁구도**를 나타낼 것으로 전망됨.

- 금융그룹을 형성하여 방카슈랑스를 주도하고 있는 은행들은 **보험자회사**를 **설립** 또는 **인수**하는 한편으로 다른 보험회사와 **판매제휴** 또는 **조인트벤처 전략**을 추진할 것으로 예상됨.
- 외국계 생명보험회사의 경우 방카슈랑스를 통해 영업기반이 확충되었다는 판단 하에 다른 보험회사를 인수·합병하여 **대형화**를 추구하는 한편으로 은행과 **전략적 제휴**를 **강화**할 것으로 예상됨.
- 방카슈랑스에 참여한 국내보험회사의 경우에는 은행 등 금융기관과 **제휴관계의 지속·확대**를 위해 다양한 노력을 기울이는 한편으로 판매채널 다각화를 추구할 것으로 예상됨.

○ 이에 반해 방카슈랑스에 참여하지 못한 보험회사는 **판매채널의 개편을 중심으로 사업모형을 재구축**하면서 방카슈랑스 참여를 위한 전략적 제휴의 기회를 만들기 위한 노력을 꾸준히 추진할 것임.

- 1단계 방카슈랑스 추진과정에서 참여하지 못한 보험회사의 입장에서 2단계 방카슈랑스에 참여하기 위해서는 가격 경쟁력 있는 상품개발 등 충분한 준비를 하는 것이 요청됨.
- 일부 보험회사의 경우에는 방카슈랑스에 참여하지 않으면서 고객에 대한 서비스 극대화에 초점을 맞춘 판매채널전략을 택하거나, 가격경쟁을 위한 비용효율적 판매채널전략을 추구할 것임.