

V. 전략적 시사점

- 최근 방카슈랑스는 4대 시중은행에 의해 주도되는 양상을 보이고 있는데, 향후 이들이 보험자회사 전략을 어떻게 추진하는가에 따라 보험회사와의 전략적 제휴의 성패가 결정될 가능성이 큼.
 - 이들 4대 시중은행 중 일부는 이미 자회사를 소유하고 있고 일부는 인수 또는 조인트벤처 설립 등을 추진하고 있어 판매비중 제한 규제가 완화될 경우 제휴관계는 크게 위협받을 것임.
 - 이렇듯 불안정한 구도에서 추진되는 보험회사의 방카슈랑스 제휴 전략은 그럼에도 불구하고 은행 소유에 강한 규제가 있는 현행 제도 하에서는 가장 유용한 전략으로 부각되고 있음.

- 전략적 제휴를 통한 방카슈랑스의 추진은 상호간의 신뢰를 바탕으로 중장기적 관점에서 접근됨으로써 투자리스크와 기회비용을 최소화 할 수 있도록 해야 할 것임.
 - 이렇게 상호간의 신뢰를 통해 다져진 제휴관계는 상호투자, 조인트벤처 설립 등으로 발전해갈 수 있도록 해야 함.

- 브랜드 가치, 고객기반, 상품개발, 지점망, 판매기법 등의 분야에서 제휴기관간의 장점을 제고하고 그것이 상호간에 보완되어 시너지 효과를 극대화할 수 있도록 해야 함.
 - 보험회사마다 처한 상황에 다소 차이는 있지만 방카슈랑스를 통해 판매망 확대와 아울러 새로운 고객군 발굴에 도움이 되는 방향에서 전략을 추진할 필요가 있음.
 - 아울러 단순하게 시장점유율을 높인다든지 하는 외형경쟁은 보험회사의 경영악화 요인으로 작용할 수 있으므로 수익성 중심의 전략이 구사될 수 있도록 해야 함.

- 변화하는 미래의 금융서비스 시장을 전망하면서 고객에게 어떠한 가치를 어떻게 전달할 것인가를 협의하여 결정해야 함.
 - 방카슈랑스를 통해 접근이 가능한 고객군을 명확히 하면서 그들의 특성에 맞는 상품과 서비스 전달방법이 강구되어야 함.
 - 단순하게 은행을 통해 보험상품을 판매하는 방식을 뛰어 넘어 고객에게 종합금융서비스를 제공할 수 있는 방식의 방카슈랑스로 발전할 수 있도록 해야 함.

- 방카슈랑스의 비중을 적절한 수준에서 유지하고, 제휴관계의 파기에 따른 리스크를 최소화하기 위해서 판매채널의 다변화 및 효율화에 노력을 기울일 필요가 있음.
 - 전략적 제휴방식 하에서는 방카슈랑스 채널을 중심적 채널로 유지하지 않도록 하며, 서비스 수준 및 가격전략 등을 고려한 판매 채널 믹스 전략을 추진해야 함.

CEO Report 2004-02

보험회사의 방카슈랑스 제휴 성공전략

발행일	2004년 2월 3일
발행인	임재영
편집인	오영수
발행처	보험개발원
	서울특별시 영등포구 여의도동 35-4
인쇄소	(주)유성사
	대표전화 2268 - 0676

본 자료에 실린 내용에 대한 문의는 보험연구소
연구조정실(☎368-4163)로 하여 주시기 바랍니다.