

II. 방카슈랑스 추진경과 및 실적

1. 도입배경 및 추진일정

가. 도입배경

- 2001년 1월 14일에 금융회사간 업무제휴가 활성화될 수 있도록 『금융기관 업무 위탁에 관한 규정』이 제정됨
 - 이에 따라 금융회사는 인가 받은 업무의 수행방법 및 절차상 본질적인 업무를 제외한 여타 업무를 타 금융기관에 위탁하는 것이 가능하게 됨
 - 이와 더불어 정부의 정책이 금융영역별 핵심 업무를 최소화하고 부수업무를 포괄주의 방식으로 전환하였으며, 이러한 환경 하에서 방카슈랑스가 등장하게 됨
- 정부에서는 보험구입의 편리성과 보험모집의 효율성 제고를 통하여 보험소비자의 편익 향상을 목적으로 방카슈랑스 도입을 추진함
 - 2002년 11월 공청회, 2002년 12월 금융발전심의회 개최 등을 통하여 의견을 수렴한 후 2003년 1월 방카슈랑스 도입을 발표함
- 도입시 기본 방향은 금융이용자 편익 증대 및 국내 금융산업의 경쟁력 제고를 위해 도입하되, 부작용을 최소화하고 보험시장에 연착륙을 위해 허용상품의 단계적 확대 및 비교적 엄격한 규제를 가함

<표 II-1> 방카슈랑스 단계별 일정(2003년 1월 발표)

구분	제1단계 (‘03.8월 이후)	제2단계 (‘05.4월 이후)	제3단계 (‘07.4월 이후)
생명 보험	연금, 교육, 생사혼 합 등 개인저축성 보험, 신용생명보험	제3분야 보험 등 보장성보험	완전허용 (퇴직보험 등 단체 보험)
손해 보험	개인연금, 주택화 재, 특종보험(단체 상해 제외), 장기 저축성 보험	자동차보험(개인 용), 제3분야보험 등 장기 보장성보 험	완전허용(기타 자동 차보험, 기타 화재보 험, 해상보험, 퇴직 보험 등 단체보험)

자료 : 재정경제부 및 금융감독위원회 보도자료, 2003.1.17

<표 II-2> 방카슈랑스 관련 규제 및 관련 규정

항목	내용	관련규정
방카슈랑스 허 용 금융기관	은행, 증권, 상호저축은행, 특수은행(기 업은행, 산업은행) 및 신용카드사(법 제 91조제1항, 시행령 제40조제1항)	보험업법 제91조제 1항, 시행령 제40 조제1항
판매가능 보험 상품	모집할 수 있는 보험상품의 범위를 3 단계에 걸쳐 약 4년의 유예기간을 두 고 단계적으로 확대(‘07.4월 완전허용)	법 제91조제2항, 시행령 제40조제2 항
모집방법	보험판매는 금융기관 점포 내(In-bound) 에서만 가능	법 제91조제3항, 시행령 제40조제3항
모집종사자 수 제한	모집에 종사할 수 있는 자를 점포당 2 인 이내로 함	법 제91조제3항, 시행령 제40조제4항
상품모집액의 제한	자산총액 2조원 이상 대형 금융기관은 1개보험사 상품을 45% 초과하여 판매 할 없음 => ‘05년 12월 25%로 변경됨	법 제91조제3항, 시행령 제40조제5 항
불공정 요구행 위 금지	보험계약자 보호 등을 위해 금융기관 보험대리점 등의 우월적 지위를 이용 한 불공정 거래행위를 금지	법 제91조제3항, 시행령 제40조제5항

나. 허용일정

- 제1단계 방카슈랑스는 일정대로 추진되었으나 보장성보험을 대상으로 하는 2단계 방카슈랑스부터는 보험업계의 강력한 이의제기로 추진일정을 변경함
- 제1단계 방카슈랑스의 경우 은행상품과 유사한 저축성 및 신용보험 판매를 대상으로 함
 - 저축성보험은 보험가입자가 추가로 저축을 한다고 볼 수 있으므로 보험시장의 추가적 수요 유발이 가능할 수 있음
- 보장성보험을 대상으로 하는 제2단계 방카슈랑스는 소비자보호, 경쟁경쟁, 보험설계사 실업 등의 문제점을 개선하기 위하여 2005년 2월에 2단계 종목을 2008년 4월까지 3차례 나누어 실시하기로 함
 - 제2단계 방카슈랑스 대상인 보장성보험은 추가적으로 시장을 확대하기가 상대적으로 곤란하면서, 판매채널만 기존 대리점(또는 모집인)에서 은행으로 이전되는 효과가 클 것으로 우려하여 대리점 및 모집인 조직의 반발이 심하게 나타남

<표 II-3> 방카슈랑스 추진일정 변경

구분	제1단계 (‘03.8월 이후)	제2단계 (‘05.4월 이후)	제3단계 (‘06.10월 이후)	‘08.4월 이후
내용	저축성 및 신용보험	제3보험 중 순수보장성(소멸형)상품(특약부 제외)	제3보험 중 순수보장성(환급형)상품(특약부 제외)	일반개인보장성 일반장기보장성과 개인용자동차

자료: 류건식 외4, 『주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점』, 2006.7, 보험개발원, p.21.

- 생명보험의 경우 제1단계 허용종목이었던 저축성보험(전체 시장점유율 38.0%)의 도입효과가 매우 컸으며, 상대적으로 보험료 규모 및 수수료 규모가 작은 순수보장성보험의 실적은 매우 미미함
- 만기환급형 제3보험의 경우 보험료 규모가 작고, 담보내용이 질병, 건강 등으로 복잡하여 은행에서 적극적으로 판매할 유인이 떨어짐
- 전체 생명보험 시장의 30.9%를 차지하는 보장성보험은 2008년 4월 허용 예정이며, 17.6%에 해당하는 단체보험에 대해서는 불허할 예정임

<표 II-4> 단계별 방카슈랑스 허용 비중(FY2005 기준)

(단위: %)

허용단계별	판매 상품	생명보험		손해보험	
		MS	누적MS	MS	누적MS
1단계(2003년 8월)	저축성, 신용생명	38.0	38.0	15.4	15.4
2단계(2005년 4월)	순수보장성 제3보험	0.6	38.6	2.2	17.6
3단계(2006년 10월)	만기환급형 제3보험	12.9	51.5	18.5	36.1
4단계(2008년 4월 예정)	보장성, 자동차보험	30.9	82.4	40.2	76.3
미허용	단체보험, 기타	17.6	100.0	23.7	100.0

자료: 금감원 보도자료, 2006. 9. 19.

- 2008년 4월 이후 시행예정인 자동차보험 방카슈랑스는 업무용과 영업용을 제외한 개인용 자동차보험으로서 전체 손해보험(25조 1,503억원) 시장에서 차지하는 비중은 21.1%임
- 개인용자동차보험이 자동차보험(8조 3,424억원)에서 차지하는 비중은 FY2005 기준으로 63.6%에 달하며, 수입보험료 규모는 5조 3천억원 수준에 달함

<표 II-5> 자동차보험 방카슈랑스 비중

(단위: 억원, %)

구 분		수입보험료	구성비		방카슈랑스 대상
손해보험		251,503	100.0	-	
자동차 보험	소 계	83,424	33.2	100.0	
	개인용	53,185	21.1	63.6	○
	업무용	22,853	9.1	27.4	×
	영업용	5,074	2.0	6.0	×

주: 자동차보험 소계에는 취급업자, 모터바이크 및 운전면허교습생보험 실적이 포함됨

자료: 보험개발원, 『자동차보험 개황 및 분석(2005사업년도)』 및 『FY'05 업계 실적자료』, 2006, 보험개발원

2. 추진실적 분석

가. 생명보험

1) 초회보험료

□ 초회보험료 기준 방카슈랑스 규모 및 비중은 다음과 같음

- 시행 첫 해인 FY'03의 초회보험료 규모는 2조 2천억원에 달했으며, FY'05에도 소폭 상승한 2조 4천억원 수준을 기록함
- 전체 초회보험료 중 방카슈랑스가 차지하는 비중은 FY'03에 34.9% 수준을 기록하여 예상을 상회하였으며, FY'04에는 37.8%로 높아졌으나, FY'05에는 26.5% 수준으로 감소하였음
- 초회보험료 기준으로 볼 때 방카슈랑스의 비중이 높은 이유는 주로 가입금액이 큰 일시납 연금보험이 방카슈랑스채널을 통해 판매되기 때문임

<표 II-6> 생명보험 모집형태별 신규판매 현황

(단위 : 억원)

구 분	FY'03		FY'04		FY'05	
	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비
임직원	8,866	13.8%	9,077	13.6%	16,038	17.5%
설계사	27,748	43.2%	27,650	41.4%	45,123	49.2%
대리점	5,206	8.1%	4,815	7.2%	6,267	6.8%
중개사	-	0.0%	20	0.0%	1	0.0%
방카슈랑스	22,434	34.9%	25,289	37.8%	24,340	26.5%
기타	1	0.0%	3	0.0%	1	0.0%
전체	64,255	100.0%	66,854	100.0%	91,770	100.0%

자료 : 금융감독원 2006년 8월 21일 보도 자료

2) 수입보험료

- 방카슈랑스 수입보험료(초회보험료+계속보험료) 실적을 살펴보면, 다음과 같음
 - FY'03 2조 4천억원에서 FY'04에는 3조 7천억원으로 증가하였으며, 다시 FY'05에는 4조 8천억원으로 증가하였고, FY'06에는 5조 8천억 원에 달할 것으로 예상됨
 - FY'05까지는 초회보험료 비중이 더 높았으나, FY'06 들어서는 계속보험료 비중이 더 높아지면서 안정적인 모습을 보임
 - 연평균 성장률도 FY'04 52.4%, FY'05 30.1%를 기록하였으며, FY'06에는 19.3% 성장할 것으로 예상되어 여전히 높은 성장세를 지속하고 있음
- 생명보험 전체 수입보험료 중 방카슈랑스가 차지하는 비중도 매년

높아지고 있음

- 방카슈랑스 비중이 시행 첫해인 FY'03에는 4.9%(전체 수입보험료 50조 4천억원 중 방카슈랑스 수입보험료 2조 5천억원)이었으나, 매년 상승하여 FY'06는 8.9%(전체 수입보험료 65조 7천억원 중 방카슈랑스 수입보험료 5조 8천억원)로 높아짐

<표 II-7> 방카슈랑스 수입보험료 실적

(단위: 억원, %)

		FY2003	FY2004	FY2005	FY2006(E)
방카슈랑스	초회보험료(A)	22,434	25,289	25,340	24,306
	계속보험료(B)	2,079	12,075	23,263	33,673
	전체보험료(C=A+B)	24,514	37,364	48,603	57,979
생보 전체 수입보험료(D)		503,925	537,506	614,603	657,336
전체 수보 대비 비중(C/D)		4.9	7.0	7.9	8.9

주: FY2006 자료는 추정치임

3) 회사 그룹별 시장점유율

- 방카슈랑스 제도 시행 이후 회사 그룹별 시장점유율이 크게 변화되었음
 - FY2005 기준 방카슈랑스 수입보험료에 대한 회사 그룹별 시장점유율을 살펴보면, 대형사 비중이 29.1%, 중소형사 28.0%, 외국사 24.2%, 은행계자회사 18.7%로 나타남
 - 전체 생명보험 시장의 점유율*을 감안할 경우 방카슈랑스 부문에서 중소형사, 외국사 및 은행계자회사의 비중이 두드러짐
- * FY2005 기준 시장점유율: 대형사 65.9%, 중소형사 15.3%, 외국사 17.3%, 은행계자회사 1.6%

- 대형사는 방카슈랑스 채널 활용에 소극적인 반면, 중소형사, 외국사 및 은행계자회사는 적극 활용함으로써 결과적으로 판매채널이 시장구도 변화의 주요 요인으로 작용한 것으로 볼 수 있음

<표 II-8> 회사별 방카슈랑스 실적

(단위: 억원, %)

보험사		FY2005			FY2006 1/4분기		
		초회 보험료	수입보험료	점유율	초회 보험료	수입보험료	점유율
대형사	대한	1,033	4,164	8.6	494	1,489	11.1
	삼성	2,303	4,356	9.0	405	1,115	8.3
	교보	1,514	5,634	11.6	248	1,409	10.5
	소계	4,850	14,153	29.1	1,147	4,011	29.9
중소형사	홍국	447	3,378	7.0	175	1,085	8.1
	금호	304	2,149	4.4	138	831	6.2
	신한	908	2,792	5.7	247	806	6.0
	동부	784	1,157	2.4	438	626	4.7
	동양	295	1,997	4.1	54	602	4.5
	미래에셋	1,987	2,115	4.4	73	288	2.1
	녹십자	4	10	0.0	1	10	0.1
	소계	4,730	13,598	28.0	1,127	4,248	31.6
외국사	PCA	187	444	0.9	158	232	1.7
	라이나	8	14	0.0	17	28	0.2
	알리안츠	1,620	1,678	3.5	505	531	3.9
	메트라이프	1,513	1,785	3.7	164	292	2.2
	ING	1,854	2,187	4.5	782	888	6.6
	AIG	5,558	5,671	11.7	900	940	7.0
	소계	10,740	11,779	24.2	2,526	2,909	21.6
은행계 자회사	하나	671	1,450	3.0	134	435	3.2
	KB	1,301	2,779	5.7	203	787	5.9
	SH&C	3,048	4,845	10.0	597	1,042	7.8
	소계	5,020	9,074	18.7	934	2,264	16.9
생보사계		25,340	48,603	100.0	5,735	13,432	100.0

자료: 금감원 보도자료, 2006년 9월 19일자 수정

- 방카슈랑스 효과 분석을 위해 허용대상인 저축성보험에 대한 시장점유율 변화를 살펴보면 다음과 같음
- 대형사의 저축성보험 시장점유율은 방카슈랑스 허용 전인 FY2002에는 81.0%에 달했으나, 방카슈랑스 허용 1차년도인 FY2003에는 70.7%로 낮아지고, 3차년도인 FY2005에는 63.1%로 낮아짐
 - 중소기업사의 저축성보험 시장점유율은 방카슈랑스 허용 전인 FY2002에는 13.7%였으나, 방카슈랑스 허용 1차년도인 FY2003에는 14.9%로 높아지고, 3차년도인 FY2005에는 15.4%로 높아짐
 - 외국사의 저축성보험 시장점유율은 방카슈랑스 허용 전인 FY2002에는 4.7%에 불과하였으나, 방카슈랑스 허용 1차년도인 FY2003에는 13.1%로 급증하였고, 3차년도인 FY2005에는 18.6%로 높아짐
 - 은행계자회사 역시 FY2002에는 0.6%에 불과하였으나, FY2005에는 2.8%로 높아짐

<표 II-9> 그룹별 저축성보험 시장 점유 실적 추정

(단위: 억원, %)

구 분	방카슈랑스 허용전	방카슈랑스 허용 1차년도	방카슈랑스 허용 2차년도	방카슈랑스 허용 3차년도
	FY2002	FY2003	FY2004	FY2005
대형사	152,527	152,226	142,729	159,685
	81.0	70.7	65.8	63.1
중소형 사	25,880	32,162	33,210	39,008
	13.7	14.9	15.3	15.4
외국사	8,830	28,128	35,929	47,140
	4.7	13.1	16.6	18.6
은행계 자회사	1,108	2,728	4,903	7,124
	0.6	1.3	2.3	2.8
전체	188,344	215,245	216,770	252,958
	100.0	100.0	100.0	100.0

- 방카슈랑스 허용을 계기로 외국사의 시장점유율이 급증한 것은 우리와 유사한 판매채널을 갖고 있는 일본에서도 나타난 현상임
- 일본에서 외자계 생보사의 시장점유율은 방카슈랑스가 허용되기 전인 FY1997에는 3.8%에 불과하였으나, 방카슈랑스 허용 이후인 FY2005에는 29.5%로 급증하였음

<표 II-10> 일본 생보사의 그룹별 시장점유율 추이

(단위: %)

	1998.3	2004.3	2005.3	2006.3
국내사	95.6	73.7	67.4	65.3
손보계	0.6	3.8	3.9	5.2
외자계	3.8	22.5	28.7	29.5

주: 1) 수입보험료 기준임

2) 손보계는 1996년 신보험업법 개정으로 손보사의 생보자회사 설립 해금됨
자료: 생명보험협회

4) 판매채널 변화

- 방카슈랑스 허용 이후 회사별·판매상품별로 특정 채널에 전문화하는 상품과 채널간 대응 현상이 뚜렷하게 나타나고 있음
- FY2006.4~9월 초회보험료 기준 주요 상품의 설계사 판매 비중을 살펴보면, 사망보험 80.1%, 변액보험 70.9%, 생존보험 35.2%로 나타나 방카슈랑스 도입 이후 사망 및 변액보험은 설계사 채널, 저축보험은 방카슈랑스 채널로 양분되었음
- 변액보험과 같은 투자형상품의 경우 대형사 및 외국사는 전통채널인 설계사 위주로 판매하는 반면, 중소형사는 방카슈랑스 채널 중심으로 판매하고 있음

- 사망보험과 같은 보장성보험의 경우 설계사의 비중이 높지만, 중소형사 및 외국사의 경우 홈쇼핑을 포함한 대리점의 비중이 31~35%를 차지함
- 생존보험과 같은 저축성보험의 경우 대형사는 설계사의 비중이 방카슈랑스보다 더 높은 반면, 중소형사 및 외국사의 경우 방카슈랑스 비중이 78~88%에 달해 방카슈랑스에 대한 의존도가 절대적임

<표 II-11> 회사그룹별 · 상품별 판매채널 의존도

(단위: %)

구 분	변액보험		사망보험		생존보험	
	설계사	방카슈랑스	설계사	대리점	설계사	방카슈랑스
대형사	85.2	8.3	88.8	11.0	58.4	31.1
중소형사	21.5	74.5	68.4	31.0	15.7	78.5
외국사	67.6	20.6	60.7	35.6	11.4	88.0
전사	70.9	21.8	80.1	19.1	35.2	58.7

주: FY'06.4~9월 초회보험료 기준임

자료: 각사 업무보고서

나. 손해보험

- 생명보험과는 달리 일시납 비중이 크지 않은 손해보험의 경우는 초회보험료 기준으로 미미한 수준을 보이고 있으나 점진적으로 시장 규모가 확대되는 추세를 나타냄
- 규모 면에서는 미미한 수준이나, FY'03의 0.4%에서 FY'05에 3.3%로 증가하여 높은 성장세를 보이고 있음(<표 II-12> 참조)
- 손해보험의 방카슈랑스 성장추이를 대형사 및 중소형사로 나누어 살펴보면, 생명보험과 유사하게 대형사 및 중소형사 모두 대리점 등의 점유율은 하락하고 방카슈랑스 및 비대면채널의 비중이 증가되는 추이를 보임

<표 II-12> 손해보험 모집형태별 신규판매 현황

(단위 : 억원)

구 분	FY'03		FY'04		FY'05	
	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비	초회보험료	구성비
임직원	25,165	11.8%	27,766	12.0%	33,086	12.9%
설계사	75,406	35.3%	80,797	34.8%	90,038	35.0%
대리점	108,796	50.9%	115,475	49.7%	121,537	47.3%
중개사	1,875	0.9%	2,145	0.9%	2,870	1.1%
방카슈랑스	813	0.4%	4,538	2.0%	8,370	3.3%
기타	1,727	0.8%	1,468	0.6%	1,319	0.5%
전체	213,782	100.0%	232,189	100.0%	257,220	100.0%

자료: 금융감독원 2006년 8월 21일 보도 자료

- 특히 중소형사의 경우 대리점 점유율이 대폭 감소한 대신, 방카슈랑스 점유율은 큰 폭으로 성장하여 중소형사 대리점이 방카슈랑스의 영향을 가장 크게 받은 것으로 나타남

<표 II-13> 방카슈랑스 도입 후 채널별 보험료 구성비 추이(손해보험)

(단위 : %)

구 분	대형사			중소형사			10개사		
	FY'04	FY'05	FY'06.9	FY'04	FY'05	FY'06.9	FY'04	FY'05	FY'06.9
임직원	7.7	8.1	8.9	4.6	9.1	10.1	7.0	8.4	9.2
설계사	38.4	39.0	38.8	37.1	37.3	35.7	38.1	38.6	38.1
대리점	49.9	47.5	46.8	51.9	48.3	45.4	50.4	47.7	46.4
방카	2.3	3.6	4.3	1.6	3.6	7.2	2.1	3.6	4.9
기타	1.7	1.7	1.2	4.9	1.7	1.6	2.4	1.7	1.3
대면	97.6	96.1	96.3	95.1	94.3	93.6	97.0	95.7	95.7
비대면	2.4	3.9	3.7	4.9	5.7	6.4	3.0	4.3	4.3

자료: 『보험사 장래 손익전망 세미나』, 2007. 2. 7, 보험개발원

- 보험상품을 판매할 수 있는 금융회사 중 은행을 통한 판매실적이 대부분을 차지하는 것으로 나타남

- 손해보험 방카슈랑스 계약의 은행 판매 비중은 '04년 99.0%, '05년 10월 98.9%임
- 이는 은행의 판매조직이 전국적으로 광범위하게 분포되어 있고, 대고객 접촉이 타 금융기관보다 용이한 결과로 판단됨

다. 보험설계사의 변화

- 방카슈랑스 허용으로 인해 설계사의 판매 비중이 줄어들었으나, 설계사의 규모는 방카슈랑스 이전과 크게 다르지 않고 설계사의 월평균모집액 및 소득은 증가된 것으로 나타남
- 그러나 방카슈랑스 도입 논의가 2001년부터 시작되었고, 설계사의 숫자가 점진적으로 감소하다가 FY'05에 소폭 증가된 모습을 볼때 설계사 조직이 방카슈랑스 도입의 영향을 다소 받은 것으로 판단됨

<표 II-14> 회사그룹별 방카슈랑스/설계사 판매비중 변화추이

(단위 : %)

구분	FY'03	FY'04	FY'05
대형3사	2.7(74.9)	3.3(71.1)	3.5(70.8)
국내중소형사	12.5(68.5)	16.1(60.8)	21.9(50.8)
외국사	8.4(85.0)	13.7(78.3)	11.1(77.8)
계	4.9(75.2)	7.0(70.6)	7.9(68.6)

주: 괄호 안은 보험설계사의 판매비중임
 자료: 2006년 7월 31일 금융감독원 보도자료

- 보험설계사 수의 감소 추이가 크지 않고, 월모집액의 변화가 없는 것은 제1단계 및 제2단계 방카슈랑스 보험상품의 특징 때문임
- 즉, 연금 등 저축성보험은 시장 확대가 가능한 상품이므로 금융기관을 통한 보험시장 확대 효과가 나타난 것으로 볼 수 있음
- 제2단계까지 방카슈랑스가 진행되었음에도 은행 등 금융회사의 주

력 판매상품은 건당 규모가 큰 저축성보험인 것으로 나타남

- 최근 들어 설계사 수가 증가추세인 것인 변액보험 등의 판매에 주력하기 위해 설계사 수를 늘린 결과임

<표 II-15> 보험설계사 수 및 월모집액 변화추이

(단위 : 만명, 만원)

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06.9
인원	22.7	20.3	20.2	19.8	19.6	20.2
월모집액	1,800	1,842	1,944	1,984	2,161	2,371

주: 생보 및 손보 설계사 평균임

자료: 2006년 7월 31일 금융감독원 보도자료

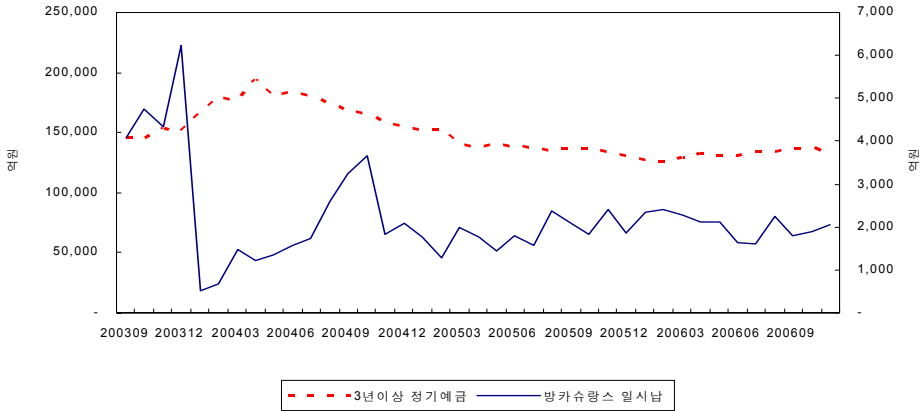
3. 저축성보험의 방카슈랑스 성장 요인

- 우리나라의 방카슈랑스는 허용 전 예상보다 훨씬 빠른 속도로 시장점유율이 높아지는 등 외연적인 성장 측면에서는 성공한 것으로 볼 수 있음
- 방카슈랑스의 성공 요인은 방카슈랑스를 둘러싼 전반적인 환경과 방카슈랑스 영업전략으로 볼 수 있음
- 방카슈랑스 환경은 외부요인으로서 규제와 관련된 부분인데, 우리나라의 경우 25%룰, 2인 규제, 아웃바운드(out-bound) 영업 제한 등과 같은 규제를 두고 있음에도 불구하고, 높은 시장점유율을 기록함
- 각종 규제에도 불구하고 방카슈랑스가 성공적인 이유는 우리나라 금융산업 내에서 은행이 차지하는 역할과 영업력, 금융관행 등 우리나라의 특수한 요인에 기인한 것으로 판단됨
- 내부 성공 요인으로는 은행의 상품전략과 보험사의 채널전략이 상호 결합된 데서 찾을 수 있음

가. 은행의 상품전략

- 은행의 저축성보험 판매 허용은 리스크는 인수하지 않고, 보험판매에 따른 수수료 수익을 획득할 수 있는 기회를 제공함으로써 동일한 수익에 대해 위험기준자본(risk-based capital)을 감소시킬 수 있는 기회를 제공하였음
- 저축성보험에 대한 방카슈랑스 허용 이후 은행의 단기예금을 보완하는 일시납 연금 및 장기저축성보험 판매가 활발하였음
 - 이는 은행의 장기예금을 보험사의 연금상품이 대체한 것으로, 보험사 측면에서도 새로운 시장을 창출한 것으로 볼 수 있음
 - 저축성보험의 경우 보험상품의 예정이율(4.6~4.8%)이 은행 정기예금의 이율(4.4%)보다 0.2~0.4%p 정도 높아 금리 측면에서 경쟁력이 존재하였음
 - 이 때문에 은행은 만기예금 소유자 및 자금여력이 풍부한 은행고객에게 이율이 높은 연금보험상품을 권유하고 높은 수수료 수입을 획득할 수 있었음
 - 이러한 경향은 해외사례에서도 다수 발견되는데, 저축성보험에 대해 세제혜택을 부여한 프랑스의 경우 동 상품이 은행상품을 대체함으로써 방카슈랑스 비중이 단기간 내에 60%를 상회하였음
- 2003년 9월~2006년 11월 기간 동안 은행의 3년만기 정기예금 말잔과 방카슈랑스 일시납보험료간의 상관관계는 -0.13으로 나타나 상관정도는 약하지만 음(-)의 관계가 존재하는 것으로 분석됨
 - 따라서 방카슈랑스 일시납보험이 은행 예금상품을 일정 부분 대체한 것으로 볼 수 있음

<그림 II-1> 정기에금 말잔과 방카슈랑스 일시납 추이



나. 보험회사의 채널전략

- 보험회사 측면에서 본다면, 전통채널을 대체하여 외부로부터 판매조직을 아웃소싱하려는 중소형사 및 외국사 니즈와도 부합하였음
 - 전통채널인 설계사 조직은 구축하는 데 많은 시간과 비용이 소요되기 때문에 설계사 채널의 기반이 약한 보험사의 경우 방카슈랑스 채널이 설계사 채널을 대체하는 효과가 발생함
 - 판매조직이 부족한 외국계 보험사들이나 중소형사들에게 방카슈랑스는 설계사나 대리점 네트워크 기반이 없이도 시장을 확대할 수 있는 기회를 제공하였음
 - 반면, 대형사는 기존 설계사 채널 유지의 어려움, 은행 위주의 제도 운영 등으로 인해 활용도가 높지 않음
 - 2006년 4~12월 초회보험료 기준 주요 생명보험사의 판매채널 구성을 살펴보면, 대형사는 설계사의 비중이 65~83% 수준으로 높지만, 일부 중소형사나 외국사는 방카슈랑스 비중이 70% 이상으로 나타나 뚜렷한 회사별 채널전략 차이를 발견할 수 있음

<표 II-16> 주요 생명보험사의 채널 구성

(단위: %, 천명)

구 분	삼성	대한	교보	금호	동부	푸르덴셜	ING	AIG
설계사	82.7	65.9	72.7	27.3	5.8	100.0	16.4	3.8
방카슈랑스	17.3	34.1	27.3	72.7	94.2	0.0	83.6	96.2
설계사 수	31.3	23.5	17.3	5.0	0.6	1.9	7.2	1.4

주: 1) 의존도는 2006년 4~12월 초회보험료 기준이며 설계사와 방카슈랑스 수입보험료 합계를 100%로 환산한 수치임

2) 설계사 수는 2006년 9월 기준임

- 외국사들은 유럽과 미국에서 방카슈랑스의 성공경험과 검증된 상품을 기반으로 시장을 공략하였으며, 상품과 경험뿐만 아니라 다국적 보험회사들의 강력한 재무력과 높은 대외인지도를 강점으로 활용함
- 일본의 경우에도 우리나라와 유사한 현상이 나타나고 있는데, 방카슈랑스 허용 전 일본의 생명보험 시장은 국내사들 중심이었으나, 방카슈랑스 시행을 계기로 외국사의 점유율이 빠른 속도로 증대되고 있음
- 일본 내 외국사들은 상품경쟁력, 판매지원체제, 수수료 부문 측면에서 경쟁우위를 갖고 있음
 - Alico, Hartford생명, Met-Life 등 외자계 3사가 방카슈랑스 부문에서 차지하는 비중은 30%를 초과함
 - Hartford는 2004년 연금 판매가 전년 대비 112% 증가한 25억달러를 기록하였으며, 관리하는 자산규모도 전년 대비 2배 이상 증가하여 2005년 9월 기준 방카슈랑스 비중이 23.4%에 달함

<표 II-17> 일본의 외자계 생보사 방카슈랑스 추이

(단위: 억엔, %)

	2003.3	2004.3	2006.3	2006.9
Alico	640 (7.3)	7,250 (23.7)	6,325 (12.9)	3,100 (13.4)
Hartford	1,280 (14.6)	4,066 (13.3)	10,891 (22.4)	1,998 (8.6)
Met-Life	344 (3.9)	4,238 (13.9)	4,742 (9.7)	2,482 (10.7)

주: 괄호 안은 방카슈랑스 시장점유율
 자료: 보험매일신문

다. 금융관행 및 경쟁 판매채널 특성

- 방카슈랑스의 영향력은 국가에 따라 명확한 차이를 보이고 있는데, 이는 금융관행 및 경쟁 판매채널 양상 등과 같은 요소에 기인한 것임
- 영국과 미국은 독립적인 판매채널의 발달로 인해 방카슈랑스의 성장이 제약을 받아 상대적으로 방카슈랑스 의존도가 낮음
- 미국에서의 독립적인 판매채널은 브로커를 의미하며, 영국의 경우는 IFA를 말하는데, 이들은 방카슈랑스의 핵심 고객들에 대해 이미 거래관계를 형성하고 고객에 대해 소유권을 갖고 있음
- 프랑스, 이탈리아 등은 브로커 시장이 발달하지 못하고 방카슈랑스 비중이 높는데, 프랑스의 경우 방카슈랑스 규제완화 이전 대다수 생보사의 상품판매는 전속조직에 의존하였음
- 프랑스에서는 이런 판매조직이 독립채널로 전환할만한 이점이 없었고, 고객과의 관계 및 소유권이 발달하지 못하였기 때문에 방카슈랑스의 시장잠식이 용이했음
- 우리나라에서도 미국, 영국에서와 같은 시장지배적인 독립 판매채널이

존재하지 않는 상태에서, 유럽 일부 국가 및 호주에서 발생한 것과 마찬가지로 강력한 지점망을 갖춘 은행 채널이 생명보험 시장의 상당 부분을 차지할 수 있다는 개연성이 현실화된 것으로 볼 수 있음

- 전속채널에 대한 의존도가 높았던 프랑스의 경우, 방카슈랑스 허용을 계기로 은행그룹에 속하지 않은 전통보험사는 시장점유율을 상실하고 성장이 정체된 반면, 은행 관련 보험사는 시장점유율이 급증하였음¹⁾
- 호주의 경우에도 은행 소유 보험사가 전체 보험사 자산에서 차지하는 비중이 1980년 0%였으나, 방카슈랑스 허용 이후 2000년에는 44%로 높아졌음²⁾

<표 II-18> 국가별 판매채널 비중(생명보험)

(단위: %)

	중개채널	금융기관	기타	전체
오스트리아	42.0	54.4	3.7	100.0
벨기에	33.5	49.9	16.6	100.0
스페인	30.3	68.0	1.7	100.0
프랑스	21.0	69.0	10.0	100.0
영국	76.0	17.4	6.5	100.0
이탈리아	16.6	83.4	0.0	100.0
포르투갈	14.1	83.7	2.2	100.0
미국	독립대리점 53, 전속대리점 36, 기타 11			100.0
호주	전속대리점 15, 브로커 51, 은행 21, 기타 12			100.0
한국	임직원 2.2, 설계사 42.7, 금융기관 46.6, 대리점 8.5			100.0

주: 1) 유럽의 경우 2004년 신계약 기준

2) 미국은 2004년 Limra International 추정치

3) 한국은 2006년 4~12월 초회보험료 기준

자료: 각 사 업무보고서

Datamonitor, UK Bancassurance 2006.

NMG, *Creating Value in Bancassurance*, 2005.

1) LIMRA, *Bancassurance in Europe*, 2002. 11.

2) Monica Keneley, "Adaptation and chance in the Australian life insurance industry: an historical perspective", *Accounting Business & Financial History*, March 2004, pp 91~109.