

### Ⅲ. 방카슈랑스 대상 보험시장의 특성

#### 1. 보장성보험 시장의 특징

---

##### <요 점>

- 보장성보험은 보험회사 및 설계사에 대한 이익기여도가 높은 보험종목임
  - 보장성보험은 보장내용 및 가입절차가 복잡하여 불완전판매 가능성이 높은 상품임
  - 보장성보험은 보장수요의 한정된 특성과 가입률이 취업자 대비 50% 수준을 상회한다는 점을 감안하면 추가로 시장확대가 어려운 보험종목임
- 

- 보장성보험이 생명보험에서 차지하는 비중은 31%(FY2006 추정) 수준이지만, 보험회사 및 설계사에 대한 이익기여도는 이보다 높음
  - 종신보험은 사망률 개선, 저축성보험보다 높은 사업비 부과 등으로 인해 타 보험종목보다 이익기여도가 높음
  - 보장성보험에 대한 설계사의 판매비중은 80.1%(대형사: 88.8%, 중소형사: 68.4%, 외국사: 60.4%)에 달하고, 설계사 소득의 65% 정도를 차지해 설계사의 주력상품으로 볼 수 있음
  - 방카슈랑스 점유율이 60%를 상회하는 프랑스의 경우에도 방카슈랑스 주력 보험사는 저축성상품에 특화하고 있으며, 전통 보험사는 보장성 영역에 강점을 갖고 있음<sup>1)</sup>
- FY2006 기준 보장성보험 수입보험료 규모는 21조 2천억원 정도로

---

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

추정됨

- 이중 대형사가 14조 8천억원으로 전체 수입보험료 대비 34.3%를 차지하여 포트폴리오가 가장 높음

<표 III-1> 보장성보험 규모 추정(FY2006)

(단위: 억원, %)

구 분	총 수보(A)	보장성 수보(B)	보장성 비중(B/A)	그룹별 MS
대형사	430,572	147,507	34.3	69.5
중소형사	106,380	34,189	32.1	16.1
외국사	133,882	30,234	22.6	14.2
은행계자회사	9,760	389	4.0	0.2
전체	680,595	212,318	32.5	100.0

- 2006년 월평균 월납초회보험료 기준으로 살펴보면, 상품포트폴리오 (저축성 대 보장성)는 다음과 같음
  - 대형사의 보장성보험 비중은 52.0% 수준으로 추정되는 반면, 중소형사 및 외국사의 비중은 각각 40.8%, 42.0%로 대형사에 비해 10%p 이상 낮은 수준임
  - 대형사의 보장성보험 비중은 3사가 거의 비슷한 수준인 반면, 외국사의 경우 회사별 차이가 크게 발생함
  - 예를 들면, 외국사 중 보장성 비중이 가장 높은 회사는 80% 수준을 훨씬 상회하는 반면, 가장 낮은 회사는 20%대 수준에 불과함
  - 이러한 현상은 방카슈랑스를 적극 활용하고 있는 일부 중소형사 및 외국사의 상품포트폴리오가 저축성 위주로 재편된 반면, 대형사는 설계사채널을 중심으로 보장성보험 판매에 주력하고 있기 때문으로 판단됨

**<표 III-2> 월평균 월납초회보험료(2006)**

(단위: 억원, %)

	보장성보험		저축성보험		전체	
	초회보험료	비중	초회보험료	비중	초회보험료	비중
대형사	284	52.0	262	48.0	546	100.0
중소형사	128	40.8	186	59.2	315	100.0
외국사	119	42.0	165	58.0	284	100.0
은행자회사	-	0.0	17	100.0	17	100.0
합계	532	45.8	630	54.2	1,162	100.0

자료: 생명보험협회

- 보장성보험은 보장내역이 복잡하고, 언더라이팅이 요구되는 등 가입 절차가 복잡하기 때문에 상세한 설명과 자문이 요구되는 상품임
  - 일반적으로 주계약뿐만 아니라 질병, 상해 등 각종 특약이 부가되어 판매되기 때문에 상품에 대한 전문지식이 선행되어야 함
  - 따라서, 상품에 대한 이해력이 낮을 경우 불완전판매 가능성이 우려되는 특성이 있음
  
- 보장성상품에 대한 니즈는 일반사망, 재해사망, 치명적 질병 발생시 사망보험금 선지급 등과 같은 보장수요로 한정되기 때문에 저축성보험과 같이 방카슈랑스로 인한 추가적인 시장 확대를 기대하기 어려움
  - 따라서, 방카슈랑스 허용시 판매망 확충으로 인한 시장 확대보다는 기존 설계사 채널이 은행 등 금융기관으로 대체되는 판매채널 대체효과가 더 클 것으로 예상됨
  
- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 은행은 프라이빗 बैं킹 업무를 중심으로 자산관리와 연계하여 동 상품을 판매할 가능성이 높기 때문에 시장구도에 미치는 영향이 클 것임

- 또한, 사업비 비중이 전체 보험료 중 20% 이상을 차지하므로 은행계자회사 및 방카슈랑스 의존도가 높은 일부 중소기업 및 외국사의 가격인하 가능성도 배제할 수 없음

## 2. 자동차보험 시장의 특징

---

### <요 점>

- 자동차보험 시장은 연 3%수준(수입보험료 기준 3% 수준, 자연성장률 3%이하 수준)으로 저성장할 것으로 예상
  - 자동차보험 시장의 경쟁강도는 아주 높은 것으로 평가(HHI지수<sup>2)</sup> : 0.145)
  - 영업수지는 향후 5년간 연간 5천억원 수준의 적자를 시현할 것으로 추정
  - 상품 모방이 용이하여 방카슈랑스 도입시 가격인하 경쟁의 촉매로 작용할 가능성이 높음
- 

### 가. 낮은 성장성

- 자동차보험 시장은 수입보험료 기준으로 연평균 4.2%(2008.4월 방카슈랑스 대상 보험종목이 포함된 자가용은 3.9%)성장하여 FY'05 자동차보험 수입보험료는 8조 3천억원에 달함
- 현재의 연평균 성장추이는 자연성장률(자동차대수 증가율)수준을 유지하고 있는 것으로 나타남

---

2) 허핀달(Herfindahl) 지수란 시장집중도(measure of market concentration) 지수로 독과점 정도를 파악하는 데 활용. 허핀달 지수가 1에 가까우면 집중도가 높고 0에 가까우면 집중도가 낮은 것으로 판단.

**<표 III-3> 자동차보험 수입보험료 추이**

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	연평균증가율
자가용	65,434	68,406	69,014	74,024	76,145	3.9%
영업용	4,607	4,898	4,784	4,904	5,086	2.5%
합계	70,769	74,929	75,848	81,038	83,423	4.2%

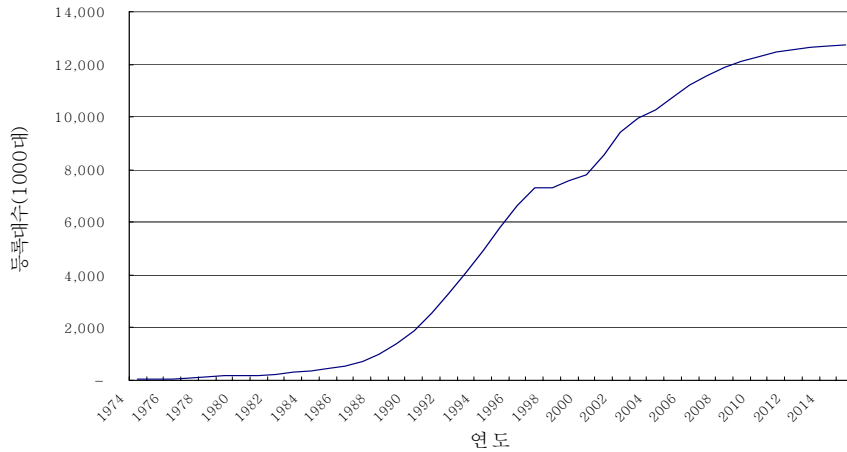
주: 계에는 취급업자, 모터바이크 및 운전면허교습생 자동차보험 실적 포함  
 자료: 자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도), 보험개발원

- 자동차보험 시장의 성장은 자동차라는 객체의 성장과 연동되는데, 2000년대 중반부터 자동차 자연성장률도 정체하고 있음
  - 2003년 이전에는 5% 이상의 높은 성장추이를 보였으나, 경제성장을 둔화, 인구증가 둔화 및 자동차대수 포화상태로의 진입 등으로 성장률이 점진적으로 감소하는 추이를 나타냄
  - Logistic 모형<sup>3)</sup>을 이용하여 승용차(개인용자동차보험 포함)의 자연성장률을 추정하여 보면, 향후에도 자동차 대수 증가율의 점진적 감소추이가 계속될 것으로 예측됨
  - 최근 손해를 악화로 인한 보험료 인상추세, 차량가액이 비싼 중대형차 및 외제차의 판매대수 증가 등의 영향으로 인해 자동차보험 시장규모는 자연성장률보다 약간 높은 수준에 머물 것으로 예측됨

3) Logistic 모형은 S-Curve를 그리면서 점진적으로 포화상태에 이르는 모형으로, 본 예측에서는 포화상태 수준을 1가구당 약 1.3대의 자동차를 소유하는 것으로 가정하여 Logistic곡선을 추정함

**<표 III-4 > 승용차(개인용자동차보험 포함) 증가대수 추이에측**  
(단위 : 천대)

연도	등록대수(추정)	연평균성장률	
실적	1991	2,539	33.5%
	1992	3,257	28.3%
	1993	4,061	24.7%
	1994	4,930	21.4%
	1995	5,778	17.2%
	1996	6,653	15.2%
	1997	7,335	10.3%
	1998	7,324	-0.2%
	1999	7,567	3.3%
	2000	7,798	3.1%
	2001	8,588	10.1%
	2002	9,414	9.6%
	2003	9,942	5.6%
	2004	10,274	3.3%
	2005	10,759	4.7%
추정	2006	11,204	4.1%
	2007	11,578	3.3%
	2008	11,882	2.6%
	2009	12,125	2.0%
	2010	12,314	1.6%
	2011	12,458	1.2%
	2012	12,564	0.9%
	2013	12,642	0.6%
	2014	12,698	0.4%
	2015	12,737	0.3%

**<그림 III-1> 승용차(개인용자동차보험 포함) 증가대수 추이에측**

- 자동차대수 증가율(자연성장률) 및 사고발생률, 1사고당 손해액(보험 원가)의 증가추이를 모두 고려한 시장 성장률도 매년 3% 수준의 성장추이를 보일 것으로 예측됨
- 이상으로 볼 때, 자동차보험 시장 성장성은 낮은 수준으로 평가할 수 있음

**<표 III-5> 자동차보험 수입보험료 장기전망**

(단위 : 조원)

구분	FY'06(E)	FY'07(F)	FY'08(F)	FY'09(F)	FY'10(F)
수입보험료	8.788	9.490	9.791	10.196	10.519
성장률		8.0%	3.2%	4.1%	3.2%

자료: 보험개발원, 「보험사 장래 손익전망 세미나」, 2007.2.7

※ 장기성장률 예측 모형(logistic 모형을 이용한 성장률 예측)

○ 기초통계

- 1인당 GNI : 통계청의 연도별 통계
- 자동차등록대수 : 건교부의 연도별 자동차등록대수(승용차) 통계
- 포화수준(K) : 0.32(일본 수준)
  - ① J.C.Tarner의 국가별 인당 포화대수 추정값 중 우리나라와 인구 규모, 경제규모 성장추이 등이 유사한 국가들의 수준으로 결정
  - ② 일본(0.32), 영국(0.35), 이탈리아(0.39)가 문화수준, 경제규모 및 땅의 크기 등을 볼 때 우리나라와 유사한 것으로 판단되어 포화수준 값은 우리나라와 지리적으로 가깝고 사회문화 행태가 유사한 일본 수준 0.32를 K값으로 설정하였음

<표 III-6> 세계 각국의 승용차 보유율의 포화수준 추정

국 명	포화수준(대/인)	국 명	포화수준(대/인)
오스트리아	0.22	스 페 인	0.23
벨 기 에	0.42	스 웨 덴	0.32
덴 마 크	0.31	스 위 스	0.37
에 이 레	0.34	영 국	0.35
핀 란 드	0.28	호주	0.49
프 랑 스	0.31	캐 나 다	0.60
서 독	0.32	뉴 질 란 드	0.50
이 탈 리 아	0.39	프레토리코	1.04
네 델 란 드	0.46	미 국	1.51
노 르 웨 이	0.34	일 본	0.32

자료: J. C. Tarner, "Car Owership Trends and Forecast", TPRL 199, Transport and Road Research Laboratory, 1977.



## ○ 설명변수 결정 : 1인당 GNI

- 승용차 수요증가를 설명할 수 있는 변수로는 국민소득 수준, 자동차의 가격 수준, 도로(포장, 비포장 등)을, 운행유지비 등 여러 가지 변수가 있을 수 있으나,
- 다양한 변수를 사용할 경우 다중공선성(Multicollinearity)이 발생할 수 있으므로, 여러 변수 중 승용차보유에 가장 큰 영향을 미칠 수 있는 1인당 GNI를 주요 설명변수로 사용하였음

## ○ 모형 : Logistic 함수를 이용한 회귀분석

- 자동차대수 및 국민소득이 무한히 성장한다는 가정보다는 어느 수준(포화상태)으로 수렴하는 모습이 현실적인 가정으로 판단
- 포화상태로 수렴할 경우 수렴모형은 일반적으로 Logistic 모형을 따르는 것으로 알려져 있으므로, 동 모형을 이용하여 회귀분석을 행하였음

- Logistic 모형식 : 
$$Y = \frac{K}{1 + \exp(T)}$$

Y : 1,000명당 승용차 보유대수

K : 승용차 최대보유대수(1000명당), 320명

T :  $\beta_1 + \beta_2 \times X$

X : 1인당 GNI(경제성장률은 우리나라 잠재성장률 수준인 5%로 가정함)

T값 추정결과 :  $\ln(K/Y-1) = 4.3066 - 0.0037 \times X$

R-square : 99.8%

---

나. 높은 경쟁강도

- 현재 자동차보험 시장에는 총 14개의 손해보험회사들이 영업을 하고 있음
  - 이중 교보자동차보험, 다음다이렉트 및 현대 하이카는 자동차보험을 주로 판매(자동차보험 전업 온라인회사, 이중 교보자동차는 일반 상해보험도 판매)하고 있음
  - 오프라인 보험사 중에서는 삼성·현대·LIG<sup>4)</sup>를 제외한 전 손해보험회사가 직판상품을 판매하고 있음

<표 III-7> 손해보험회사

회사명	보험종목	직판상품여부
메리츠화재	모든 손해보험 종목	있음
신동아화재	모든 손해보험 종목	있음
대한화재	모든 손해보험 종목	있음
그린화재	모든 손해보험 종목	있음
홍국쌍용화재	모든 손해보험 종목	있음
제일화재	모든 손해보험 종목	있음
삼성화재	모든 손해보험 종목	없음
현대해상	모든 손해보험 종목	없음
LIG손해	모든 손해보험 종목	없음
동부화재	모든 손해보험 종목	있음
교보자동차	자동차보험, 상해보험	직판회사
교원나라자동차	자동차보험	직판회사
다음다이렉트	자동차보험	직판회사
현대 하이카	자동차보험	직판회사

4) 현대는 현대 하이카 다이렉트를 자회사로 두고 있으며, LIG는 다음다이렉트에 지분을 투자하고 있어 삼성을 제외한 대부분의 회사가 직판상품을 판매하고 있다고 평가할 수 있음

□ FY'05 수입보험료 기준(약 8조 3천억원)으로 자동차보험 시장은 삼성, 동부, 현대, LIG의 대형회사가 전체의 70% 이상을 차지하는 구조이나 회사간 시장점유율 경쟁이 치열한 상태임

○ FY'05 기준으로 자동차보험 시장의 HHI(허쉬만-허핀달 지수)가 0.145로 나타나, 자동차보험 시장의 경쟁 강도가 아주 높은 것으로 평가할 수 있음

\* FY'05기준 손해보험(전체) HHI : 0.1557, 생명보험 HHI : 0.1739

**<표 III-8> 손해보험회사의 자동차보험 MS 및 HHI(허쉬만-허핀달 지수)**

구 분	평대	수입보험료	MS	HHI
메리츠	1,062	439	7.4%	0.005
한 화	556	172	2.9%	0.001
대 한	453	177	3.0%	0.001
그 린	323	125	2.1%	0.000
흥국쌍용	697	237	4.0%	0.002
제 일	700	257	4.3%	0.002
삼 성	3,865	1,666	28.0%	0.079
현 대	2,057	839	14.1%	0.020
LIG	1,825	733	12.3%	0.015
동 부	2,071	801	13.5%	0.018
A.H.A	4	4	0.1%	0.000
교 보	714	235	3.9%	0.002
교 원	283	86	1.4%	0.000
다 음	292	117	2.0%	0.000
하이카	37	55	0.9%	0.000
합계	14,938	5,942	100.0%	0.145

주: 회사별 수입보험료 MS로 HHI 산출  
 자료: 보험회사 실적통계('06.4월 ~ '06.11월)

- 직관자동차보험회사 및 직관상품의 시장점유율 증가가 지속됨에 따라 직관자동차보험회사(또는 직관상품)가 자동차보험 시장 경쟁강도 증가의 원인으로 작용하고 있음
- 직관회사가 등장한 '01년 이후 매년 직관상품의 MS가 성장하여 2006년 12월 기준에는 전체 자동차보험 시장의 12.5% 수준에 이르고 있음

**<표 III-9> 자동차보험 직관상품 MS변화 추이**

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	'06.12
직관상품MS	0.4%	2.2%	4.5%	6.7%	10.0%	12.5%

자료 : 각사 월말보고서

- HHII지수에 의한 경쟁강도, 온라인보험회사의 진입으로 인한 시장점유율 경쟁 등으로 볼 때, 자동차보험 시장 경쟁강도는 높은 수준으로 평가할 수 있음

**다. 만성적 영업적자**

- 자동차보험 시장의 영업수지는 가격 인하 경쟁<sup>5)</sup>으로 인하여 만성적인 적자상태임
  - 투자수익을 감안하지 않은 순수한 보험영업실적을 나타내는 영업수지는 매년 적자가 증가되는 추세를 보이고 있음
  - 손해율 악화에 따라 보험료를 조정하였음에도 불구하고, 장기적 관

---

5) 보험회사간 시장점유율 경쟁으로 직관보험회사의 보험료 수준과 차이를 줄이는 방향으로 요율을 조정하거나, 손해율이 악화되어도 보험료를 인상하지 않는 보험료 경쟁

점에서 자동차보험 시장 영업수지는 매년 5천억원 수준에 이를 것으로 예측됨

<표 III-10> 자동차보험 영업수지 추이

(단위: 억원)

구분	FY'96	FY'97	FY'98	FY'99	FY'00
영업수지	△3,054	2,636	3,027	△4,292	△4,351
구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05
영업수지	△701	△577	△2,965	△1,895	△2,384
구분	FY'06(E)	FY'07(F)	FY'08(F)	FY'09(F)	FY'10(F)
영업수지	△9,625	△6,414	△5,446	△5,559	△5,642

주: E 는 예측, F는 추정을 의미함

자료: 1) 자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도 및 1998사업년도), 보험개발원

2) 자동차보험 장해 손익전망 세미나, 2007.2.7, 보험개발원

- '07년 들어 영업수지 적자확대, 손해율 악화의 영향으로 보험회사의 가격인하 경쟁이 다소 진정된 상태이나, 현재의 경쟁구조 하에서는 영업수지가 흑자로 돌아서기는 쉽지 않은 상태임

#### 라. 차별화가 어렵고 모방이 용이

- 자동차보험 상품의 보장내용은 보험회사간 큰 차이가 없으며, 단지 보험료 차이만 있음
  - 보험회사들이 판매하고 있는 모든 자동차보험 상품은 개인용자동차보험, 업무용 자동차보험 및 영업용자동차보험의 범주에 속하고, 각 자동차사고에 대한 보장내용인 담보(대인배상, 대물배상, 자기신체사고, 자기차량손해 및 무보험차상해)의 약관내용이 모두 동일함
  - 이처럼 보장내용의 차이가 없는 이유는 자동차사고로 발생할 수

있는 모든 사고유형을 보장할 수 있도록 이미 자동차보험 상품이 개발되었기 때문임

- 또한 자동차보험은 자동차보험 가격자유화 이후 다양한 상품이 개발되어 새로운 상품을 개발할 여지가 없고, 시장 경쟁이 치열하여 특화된 상품을 쉽게 모방할 수 있는 시장구조를 가지고 있음
- 현재 보험회사들이 자동차보험 시장에서 취할 수 있는 상품전략은 가격차등화 전략만이 유효한 수단임
  - 이러한 특징을 가장 잘 보여 주는 상품이 온라인상품이며, 온라인 상품은 기존 오프라인상품보다 평균 15% 저렴한 가격(대리점 수수료를 지불하지 않은 수준)임
  - 온라인상품의 등장<sup>6)</sup>으로 보험회사들의 가격전략은 보험료 인하 방향으로 이루어짐
  - 이러한 자동차보험 가격결정 구조로 자동차보험 손해율은 FY'03 이후에는 예정손해율(약 71% 수준)을 상회하여 매년 악화되는 추이를 보이고 있음
- 따라서, 방카슈랑스 시행으로 방카슈랑스 전용상품이 시장에 도입될 경우, 자동차보험 요율은 높은 손해율에도 불구하고 보험료인상이 억제되는 시장상황이 지속되어 자동차보험 산업 전체적인 영업수지

6) On-Line상품 현황(진출시기)

형태별	보험사 및 진출시기	비고
전업사(3)	교보차(01.10), 교원(03.12), 다음(04.1), 현대하이카(06.4)	주로 자동차
겸영사(8)	제일(02.5), 대한(02.11), 동부(04.8), 현대(04.8), 신동아(04.10), 동양, 그린(05.5), 쌍용(05.6)	자동차, 해상, 화재, 특종 등

악화가 지속될 개연성이 높음

<표 III-11> 자동차보험 손해율 추이

구분	FY'96	FY'97	FY'98	FY'99	FY'00
손해율	74.2%	64.1%	61.7%	73.0%	74.6%

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	'06.4~
손해율	68.3%	69.3%	76.2%	72.1%	76.3%	79.6%

주: 2001년 10월 교보자동차보험이 최초 직판회사(On-Line)로써 자동차보험 시장진입  
 자료: 자동차보험 개황 및 분석(2005 사업년도 및 1998사업년도), 보험개발원

#### 마. 시장창출의 어려움

- 자동차보험은 의무보험으로서 사회보험적 성격을 가지고 있는 것으로 인식되고 있음
  - 이처럼 자동차보험이 사회보험으로 인식된 이유는 자동차손해배상 보장법에 따라 자동차보험 담보 중 대인배상 I 과 대물배상을 의무 가입 하여야 하기 때문임
- 자동차보험 시장의 규모를 확대하기 위해서는 피보험자의 보장성을 강화 또는 가입금액을 확대하는 방법이 있으나, 이러한 방법에는 한계가 있음
  - 이미 자동차보험 약관상 보장내용은 대부분의 자동차사고에 대한 보장내용을 포함하고 있어 추가로 보장성을 강화하는 담보를 개발하는 데 한계가 있음
  - 또한 가입금액 증가에 비례한 대물배상 및 자기차량손해담보 보험료

증가율이 현저히 낮고, 자기차량손해 담보는 차량가액 한도 내에서 가입금액이 결정되므로 가입금액을 높여 시장을 확대하기도 어려움

- 자동차보험은 가입대상이 자동차이므로, 다른 보험종목(특히 저축성보험 등)과 달리 새로운 시장창출이 어려운 특성을 가짐
  - 자동차보험 가입은 자동차라는 객체를 대상으로 하므로 자동차 대수증가에 영향을 미치는 인구증가 또는 소득증가와 관련이 있음
  - 그러나, 인구증가나 소득증가는 통제가 어려운 외생변수이므로 실제적으로 자동차보험 시장의 신규 창출은 어려움
- 따라서, 은행 등 금융기관 보험대리점과 같은 새로운 판매채널이 도입될 경우, 자동차보험은 계약의 채널별 이전효과만 발생함
  - 이 경우 자동차보험 판매가 감소한 채널의 경우 수입감소로 연결되고, 이는 해당 채널 구조조정의 단초를 제공함

## 바. 시사점

---

### <요 점>

- 성장성, 경쟁강도, 영업수지, 상품특징으로 자동차보험 시장을 평가해 보면, 자동차보험 시장은 경성시장(Hard Market)으로 평가할 수 있음
- 따라서, 금융기관(은행)은 자동차보험만을 대상으로 보험회사 설립 등은 하지 않고, 대리점 형태의 영업을 할 가능성이 높음
- 방카슈랑스가 도입될 경우 가격인하 경쟁이 발생할 개연성이 높음

- 
- 자동차보험 시장은 레드오션(Red Ocean)시장으로 평가할 수 있으며



로 자동차보험 시장 측면만 볼때, 금융기관의 방카슈랑스 추진 형태는 대리점 방식이 될 개연성이 높음

- 자동차보험 시장만 보면 경성시장(Hard market)이므로 은행 등 금융기관이 자동차보험 단일종목만을 대상으로 하는 자회사 형태의 보험시장 진출은 하지 않을 것으로 예상됨

**<표 III-12> 자동차보험 시장 평가**

평가항목	평가	시장
성장성	낮음	레드오션 (Red Ocean)
경쟁강도	높음 (신시장 창출이 어려움)	
영업수지	적자가능성	
상품의 차별화	어려움	
새로운 시장창출	어려움	

- 대리점 수수료를 인하하는 방카슈랑스 전용상품이 개발될 경우, 상품모방의 용이성 때문에 보험회사간 가격인하 경쟁 또는 가격인상 억제경쟁이 발생할 개연성 및 리베이트 가능성이 높음
- 쉽게 모방할 수 있는 상품특징과 경쟁강도가 높은 자동차보험 시장의 특징으로 자동차보험 손해율이 악화되더라도 보험료를 인상할 수 없는 상황이 발생할 수 있어, 자동차보험시장 영업수지 악화의 원인으로 작용할 것임
- 또한 기존 독립대리점과 은행 등 방카슈랑스 채널과의 경쟁으로 독립대리점 등이 리베이트 유혹에 노출될 수 있음

7) 보험업감독규정 별표 14-2(보험업감독규정 제7-50조의 2 관련) 『금융기관 보험대리점 등을 통하여 모집하는 보험상품 기초서류 신고기준』에 따르면, 자동차보험 방카슈랑스 상품의 경우 예정신계약비(자동차보험의 경우 예정 대리점 수수료를 해당)의 100분의 85범위 내에서 대리점 수수료를 정하도록 하고 있음