

IV. 보장성보험 방카슈랑스 영향분석 및 시사점

1. 제반 가정

가. 보장성보험의 성장 여력

- 종신·정기·CI 등 보장성보험은 사망 사고, 치명적 질병 사고 발생 시 사전에 약속한 급부액을 지급하는 상품으로서 시장규모는 위험에 대한 보장 수요에 의존함
 - 따라서, 보장성보험은 저축성보험과 달리 판매채널 확충을 통해 신규 수요를 창출하기 어려운 특성이 있음

- 우리나라 인구 중 930만명 정도(남자 5백만명, 여자 430만명)가 종신보험에 가입하였으며 취업자대비 가입률은 40.6%에 달함
 - CI보험 가입자도 290만명(남자 120만명, 여자 170만명)에 달하며 취업인구대비 가입률이 12.6%에 달함
 - CI보험이 종신보험을 대체하였고, 정기보험과 종신보험은 보장기간만 다르다는 점을 감안하면, 종신보험·CI보험·정기보험의 중복가입 여지는 많지 않을 것으로 추측됨
 - 이 세 가지 보험에 1건이라도 가입한 비중은 취업인구대비 54.4%로 나타나 연금보험(20.6%)이나 변액보험(9.9%)과 같은 저축성보험 가입율을 훨씬 상회함

- 다만, 보장성보험의 경우 실질적인 보장수준 측면에서 과소보장(underinsured)이 일반적인 현상이므로 동 부문에서의 성장여력은 다소 존재한다고 볼 수도 있음

- 삼성생명이 자사 보험가입자를 대상으로 분석한 결과, 일반사망에 대한 보장규모가 3천만원 이하인 가입자가 전체의 69.2%에 달하는 것으로 나타났으며, 일반사망이 있는 보장성보험에 가입한 고객의 평균 보장금액은 3,700만원 수준으로 분석됨
- 이러한 분석자료에 근거하여 대형사를 중심으로 보장성보험 가입 금액의 파악·진단을 통해 동 부문의 판매 확대에 주력하고 있음

<표 IV-1> 취업인구 대비 생명보험상품 가입률(2005 추정)

(단위: %)

보종	성별	연령그룹					평균
		15-29	30-39	40-49	50-59	60이상	
종신	남자	59.7	48.1	37.9	17.0	3.1	37.5
	여자	52.0	64.5	41.7	29.6	9.5	45.0
	계	55.6	54.1	39.5	21.9	5.7	40.6
정기	남자	1.9	1.7	1.1	0.5	0.1	1.2
	여자	1.6	1.8	1.1	0.9	0.3	1.2
	계	1.7	1.7	1.1	0.7	0.2	1.2
LTC	남자	0.0	0.0	0.3	0.7	0.8	0.6
	여자	0.0	0.0	1.1	1.9	1.8	1.5
	계	0.0	0.0	0.6	1.2	1.2	1.0
CI	남자	27.4	10.8	9.2	2.8	0.0	9.1
	여자	31.4	26.7	20.1	11.1	0.8	17.5
	계	29.5	16.6	13.7	6.1	0.3	12.6
연금	남자	21.9	20.5	21.7	14.7	3.1	19.0
	여자	17.2	30.6	25.2	20.9	5.5	22.7
	계	19.4	24.2	23.1	17.1	4.1	20.6
변액	남자	11.0	10.4	7.3	2.8	0.2	8.1
	여자	8.8	18.9	11.3	5.3	0.6	12.3
	계	9.8	13.5	9.0	3.8	0.4	9.9
종신+정기+LTC+CI		86.9	72.4	54.9	29.8	7.4	55.4
연금+변액		29.2	37.7	32.1	20.9	4.5	30.4

자료: 보험개발원

나. 은행의 보장성보험 판매 니즈

- 은행, 증권, 보험 등 금융회사에서는 소수의 고액자산가의 이익 기여도가 높은 데 착안하여 부유층 고객을 대상으로 한 마케팅에 집중하고 있음
 - 특히 은행들은 금융자산이 일정 금액(예: 10억원, 5억원 등)이상인 부유층 고객들을 대상으로 종합자산관리서비스는 물론 법률, 세무 상담과 부동산 자문서비스, 각종 문화 행사 초청 등 다양한 혜택을 실시하는 프라이빗 बैं킹 업무를 경쟁적으로 수행하고 있음
- 은행은 판매상품의 범위를 보장성보험까지 확대할 경우 고객과의 관계를 심화시키고, 지속적으로 유지하는 데 유리하기 때문에 적극적으로 동 상품을 판매할 것으로 예상됨
 - 보장성보험은 보장 기능(protection)과 장기적(long-term) 특성으로 인해 자산관리(wealth management) 포트폴리오 측면에서 필수불가결한 상품으로 인식되고 있음
 - 은행 PB들은 자신들의 고객을 대상으로 적극적으로 수익모델과 연계하고자 노력할 것이며, up-sell과 cross-sell의 기회로 활용할 것으로 예상됨
 - 종신보험은 세제 및 장기성 측면에서 부유층고객의 자산설계에 필수적인 상품이므로 상당 부분이 은행의 프라이빗뱅크를 통해 PB 전담 고객을 대상으로 판매될 것임
- PB고객들의 자산규모가 크고, 재정설계에 필요한 종신보험의 보험

8) 국민은행 등 10개 시중은행과 농협중앙회 중소기업은행의 프라이빗 बैं킹(PB) 가입자는 2005년 7월 말 현재 국내 인구의 1.4%에 해당하는 70만 7,327명으로 나타났다지만, 이들의 예치금은 약 114조 원으로 전체 예치금 총액(약 580조 원)의

료를 부담할 수 있는 충분한 여력이 존재하므로 PB를 두고 있는 부유층은 중신보험을 해당 PB를 통해 가입할 확률이 매우 높음

- 최근 은행에서는 잠재적 부유층을 미리 포섭하기 위한 PB 대중화 전략, 예치금액별로 PB고객 세분화 전략⁹⁾ 등 PB영업에 치중하는 전략을 펴고 있어 유동성이 강한 우리나라 고객의 특성상 가입채널의 이전현상이 발생할 것으로 예상됨
- 소비자 측면에서도 은행에 대한 선호도 및 인지도가 높기 때문에 보장성보험 판매의 긍정적 측면으로 작용할 것임
 - 한겨레신문사의 “금융회사 이용자 설문조사” 결과에 의하면, ‘주로 이용하는 금융회사가 어디냐’는 질문에 대해 ‘은행’이라고 답한 사람이 전체 응답자의 94.3%를 차지한 반면, ‘증권사’라고 답한 사람은 3.1%이며, ‘보험사’란 응답은 겨우 0.3%에 불과함
 - 은행, 증권, 보험이 각기 고유영역을 가지고 금융서비스를 공급하고 있음에도 불구하고, 우리 국민의 인식 속에는 금융회사는 무조건 은행이라는 은행 위주의 관념이 깊게 자리하고 있음
 - 주거래 금융회사의 이용 이유에 대해서는 ‘예전부터 이용해서’라고 답한 사람이 전체의 56.2%를 차지하여 가장 높고, ‘가까이 있어서’라고 답한 경우도 28.6%를 차지하여 소비자의 합리적 선택보다는 관성적으로 이용하는 경향이 더 강함
 - 보험개발원·코리아리서치가 실시한 『방카슈랑스 관련 설문조사』(2007년 4월 18일)에서도 소비자들의 은행 선호 현상이 강하게 나타났음

19.6%인 16조 7,707억 원에 이르는 것으로 나타났음(한나라당 엄호성 의원 발표 “프라이빗뱅크” 현황 자료, 2005년 10월 10일)

9) lower mass, mass, upper mass, affluent, upper affluent, high-net worth 등

- 고객특성별로 살펴보면, 고연령·고학력·고소득층일수록 은행을 선호하는 경향이 높은 것으로 조사됨

- 방카슈랑스 비중이 높은 국가의 경우 높은 은행 인지도, 방대한 네트워크, 은행원과의 신뢰구축 등을 통해 판매기회를 확대시킨 것이 성공의 중요한 요인으로 작용함
- 이런 측면을 감안할 경우, 우리나라는 보장성보험에 대한 방카슈랑스 역시 높은 성장이 가능할 것으로 판단됨
- 신규시장이 창출되지 않는 상태에서 방카슈랑스 비중 확대는 보장성보험의 주력 채널인 설계사 시장의 잠식 및 수입 감소로 연결될 것으로 예상됨

다. 영향 분석 방법

1) 데이터

- 2008년 4월 기준 허용 예정인 보장성보험 종목에 해당하는 회사별 월납초회보험료 규모를 추정하여 사용함
- 각 사별로 보장성보험 상품에 대한 구분이 상이하기 때문에 이에 대한 일관성 있는 데이터를 취합할 수 없어 생명보험협회에서 취합하는 자료를 활용함
- 보장성보험의 경우 저축성상품과 달리 일시납 비중이 극히 미미하기 때문에 일시납 보험료가 포함되는 납입초회보험료 기준은 적합하지 않음
- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 영향을 파악하기 위해서는 월납초회보험료 기준이 더 적절할 것으로 판단되어 동 자료를 활용하였음

- 2006년 1~12월 기준 보장성보험 월평균 월납초회보험료 규모는 532억원 수준으로 추정됨
- 다른 모든 조건이 동일하다면, 보장성보험에 대한 방카슈랑스 실적이 저축성보험의 과거 실적과 유사하게 진행될 수 있기 때문에 저축성보험 월납초회보험료 대비 방카슈랑스 실적을 활용함(<표 IV-2> 참조)
 - 저축성보험의 경우 일시납 방카슈랑스 비중이 높았지만, 보장성보험은 보험금 지급이 장래 불확실한 보험사고의 발생시점에 의존하는 상품의 특성상 월납 위주의 계약이 대부분임
 - 2006년 기준 저축성보험의 월납초회보험료 대비 방카슈랑스 비중은 22.2% 수준으로 추정됨
 - 대형사의 경우 16.6%로 추정되며, 방카슈랑스 의존도가 높은 중소기업사는 38.2%로 추정되는 반면, 외국사의 비중은 5.0%로 추정됨
 - 방카슈랑스 의존도가 높은 외국사의 비중이 낮게 나타난 이유는 외국사의 주력상품인 일시납상품이 고려되지 않았기 때문임
 - 즉, 월납 기준의 초회보험료이기 때문에 일시납 의존도가 높은 외국사의 방카슈랑스 비중이 낮게 나타난 것임

<표 IV-2> 저축성보험 방카슈랑스 비중 추정

(단위: 억원, %)

	월납 초회보험료 기준			납입 초회기준
	보험료	방카보험료	방카비중	방카비중
대형사	262	44	16.6	16.0
중소형사	186	71	38.2	73.8
외국사	165	8	5.0	61.2
은행자회사	17	17	100.0	100.0
전체	630	139	22.2	40.6

- 주: 1) 2006년 기준 저축성보험 상품만을 대상으로 한 추정치임
 2) 은행계자회사의 경우 모든 저축성보험상품이 방카슈랑스채널을 통해 판매되었다고 가정함

- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용이 대면채널에 미치는 영향은 다음과 같은 자료와 방식을 사용하여 파악함
 - 보장성보험 방카슈랑스 허용 전 대면채널의 납입초회보험료 4조 7천억원(2006년 실적) 중 보장성보험으로 인한 부분을 65% 정도로 가정
 - 납입초회보험료 중 대면채널 수수료로 지급한 비중 산출
 - 대면채널 규모는 2006년 기준 16만 6천여명 사용(설계사+대리점+법인사용인 기준)
 - 여성 설계사 10만 5천여명, 남성 설계사 2만 5천여명
 - 개인 대리점 7천여명, 대리점 사용인 2만 8천여명(법인 대리점당 10명 산정)
 - 대면채널 1인당 월평균 수수료 규모 산출(대면채널 수수료 / 대면채널 규모 = 189만원)
 - 방카슈랑스 허용시 방카슈랑스 점유율만큼 대면채널 수수료가 비례하여 감소한다고 가정
 - 1인당 월 189만원 소득을 유지할 수 있는 대면채널 규모 산출(a)
 - 대면채널 탈락 규모 = 16만 6천여명 - (a)

2) 시나리오 설정

- 보장성보험의 경우 저축성보험과 달리 부가보험료 비중이 전체 영업보험료의 20% 이상을 차지하고 있기 때문에, 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사의 가격인하 가능성을 배제할 수 없음

- 따라서, 가격차이가 존재하지 않는 경우와 가격차이가 존재하는 경우로 구분하여 시나리오를 설정함
- 시나리오 I 과 II는 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사와 대면채널 중심인 보험사간 가격차이가 존재하지 않는 경우를 가정한 것임
- 시나리오 III은 부가보험료 측면에서 인하여력이 있는 방카슈랑스 채널이 10~15%의 가격을 인하한다고 가정한 것임

□ 가격차이가 존재하지 않는 경우

- 보장성보험의 시장점유율도 2003년부터 허용된 저축성보험(생존보험+생사혼합보험+변액보험 중 저축성)과 유사한 방향으로 움직인다고 가정함
- 저축성보험의 경우 방카슈랑스 실적은 규제방식에 따라 많은 영향을 받았음(예: 49% 룰 ⇒ 25% 룰)
- 기본적으로 보장성보험에 대해서도 저축성보험과 동일한 수준의 규제가 존속한다고 가정함

□ 가격차이가 존재하는 경우

- 방카슈랑스에 주력하는 회사를 초회보험료 기준 방카슈랑스 비중이 50% 이상인 회사로 설정하며, 이들 보험사는 가격인하를 단행한다고 가정함
- 대면채널에 주력하는 회사를 초회보험료 기준 설계사 비중이 50% 이상인 회사로 설정하며, 이들 보험사는 가격인하를 할 수 없는 것으로 가정함
- 가격인하를 단행한 회사는 방카슈랑스 채널만을 통해서 보장성보험을 판매하며, 그렇지 못한 보험사는 설계사채널을 통해서만 판매한다고 가정함

□ 구체적인 시나리오는 다음과 같음

- 시나리오 I: 저축성보험 실적의 50% 수준으로 시장구도 재편
 - 이는 저축성보험과 달리 보장성보험은 은행 판매가 용이하지 않은 해외의 사례(미국, 영국, 유럽 등)를 감안한 것임
- 시나리오 II: 저축성보험 실적과 동일한 수준으로 시장구도 재편
 - 이는 우리나라의 경우 은행과 보험사간 시장 내 경쟁구도 및 은행 중심의 전반적인 금융문화, 관습 등을 감안할 경우 보장성보험에 대해서도 저축성보험과 유사한 수준의 실적이 가능할 것이라는 측면을 고려한 것임
- 시나리오 III: 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사가 가격을 10~15% 인하한다고 가정하며, 이에 따라 방카슈랑스 점유율이 70% 수준으로 높아진다고 가정
 - 동 시나리오 분석을 위해서는 보장성보험에 대해 일부 보험사가 가격인하 전략을 택할 경우 가격효과로 인해 신규 가입자가 어느 정도 가격을 인하한 보험사를 택할 것인가에 관한 객관적인 자료가 존재해야 함
 - 즉, 보장성보험의 가격변동에 따른 수요탄력성에 대한 가정이 필요한데, 이에 대한 실증자료를 찾기 어려움¹⁰⁾
 - 종신보험에 대한 가격차별시 예상되는 효과는 다음과 같은 두 가지 추론이 가능함

10) 연구결과로서 David F. Babbel이 1953~1979년 미국 생명보험산업의 데이터를 활용하여 종신보험 수요의 가격탄력성을 실증분석하였는데 약관대출이 허용되는 무배당종신보험의 가격탄력성은 -0.92로 산출되었음, 그러나, 동 분석은 산업 전체의 가격탄력성을 산출한 것으로서 개별보험사의 가입자 행동을 분석한 것이 아니기 때문에 개별 보험사의 가격인하·인상에 따른 수요탄력성과는 다른 개념임

- 종신보험은 평생 동안 구입횟수가 1~2회에 불과한 고관여상품의 특성을 갖고 있어 소비자들이 가격 이외의 브랜드, 부가서비스 등에 대해서도 고려하기 때문에 가격민감도가 높지 않을 것임
- 이와는 반대로, 종신보험은 고가상품이어서 가격인하 폭이 크기 때문에(10% 인하시 명목기준 500만원 이상) 구입 시점의 체감 민감도가 매우 높을 것임
- 이러한 상반된 추론을 지지(support)할만한 실증적 근거가 없기 때문에 본 연구에서는 설문조사 자료를 활용하기로 함(보험개발원 · 코리아리서치 『방카슈랑스 관련 설문조사』 2007.4.18)
- 설문조사 결과, 우리나라 소비자들은 가격차이가 존재하지 않을 경우에도 20.1% 정도가 은행창구를 통해 종신보험을 가입할 의향이 있는 것으로 나타났음
- 은행을 선호하는 주요 요인은 “가입이 더 편리해서”(20.7%), “은행의 다른 서비스 이용을 위해”(17.3%)와 “재무컨설팅 등 전문성 때문에”(16.6%) 등으로 조사됨
- 이러한 은행에 대한 전반적인 선호 현상을 반영하여, 은행에서 구입하는 종신보험 상품의 가격이 10~15% 저렴할 경우 보험설계사를 통하지 않고 은행창구를 통해 동 상품에 가입하겠다는 응답자가 70% 수준으로 조사됨
- 이는 가격민감도가 매우 높을 것이란 추론과 합치되는 결과임
- 다만, 일반적으로 설문조사에서의 응답은 조사목적과 방법간 적합성 여부, 실현된 값(realized value)이 아니라는 점 등 한계점을 갖고 있으며,
- 보험상품의 특성상 상품내용과 가격의 단순비교가 용이하지 않고, 실질적인 보험구매는 가격 외에도 다른 여러 변수(기존 거래관행, 전문성, 부가서비스, 편리성 등)에 의해서도 영향을 받는다는 점이 고려되어야 할 것임

2. 보장성보험 방카슈랑스 영향 분석

가. 영향분석

- 1) 시나리오 I : 저축성보험 실적의 50% 수준으로 시장구도 재편
- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 저축성보험의 50% 수준으로 시장구도가 변동된다고 가정할 경우 예상되는 그룹별 월납초회보험료에 대한 시장점유율은 다음과 같음
 - 월납초회보험료 기준 대형사의 시장점유율은 51% 수준으로 하락하며, 중소형사 및 외국사는 각각 27%, 21% 수준으로 추정됨
 - 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중은 전체 보장성 월납초회보험료의 11.1%를 차지할 것으로 예상됨
 - 방카슈랑스의 시장잠식으로 인해 설계사 및 대리점과 같은 대면채널의 탈락규모는 1만 2천여명에 달할 것으로 추정(전체 대면채널 16만 6천명의 7.2% 해당)

<표 IV-3> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 I

(단위: %)

	채널별 점유율			시장점유율		
	방카	설계사	전체	방카	설계사	전체
대형사	6.8	93.2	100.0	31.2	53.4	51.0
중소형사	20.9	79.1	100.0	51.1	24.1	27.1
외국사	3.2	96.8	100.0	5.9	22.4	20.6
은행계자회사	100.0	0.0	100.0	11.8	0.0	1.3
전체	11.1	88.9	100.0	100.0	100.0	100.0

2) 시나리오 II: 저축성보험 실적과 동일한 수준으로 시장구도 재편

- 보장성보험에 대해서도 저축성보험과 동일하게 시장구도가 재편된다고 가정할 경우 그룹별 시장점유율은 다음과 같이 예상됨
 - 월납 계약에 대한 방카슈랑스 의존도가 낮은 대형사와 외국사의 시장점유율은 각각 49%, 19% 수준까지 하락하는 반면, 중소형사는 30% 수준으로 높아질 것으로 예상되며, 은행계자회사도 2.6% 수준으로 추정됨
 - 대형사, 외국사의 시장점유율이 크게 감소하는 이유는 월납 보장성보험의 주력채널인 대면판매조직이 방카슈랑스로 대체되기 때문임
- 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중은 전체 보장성 월납초회보험료의 22.2%를 차지할 것으로 예상됨
 - 대면채널 수수료 수입과 직접적으로 관련되는 월납초회보험료의 22.2%가 방카슈랑스 채널로 대체됨으로써 전체 대면채널의 14.4%에 해당하는 2만 4천명이 탈락할 것으로 추정됨

<표 IV-4> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 II

(단위: %)

	채널별 점유율			시장점유율		
	방카	설계사	전체	방카	설계사	전체
대형사	14.3	85.7	100.0	31.2	53.4	48.5
중소형사	37.6	62.4	100.0	51.1	24.1	30.1
외국사	6.9	93.1	100.0	5.9	22.4	18.8
은행계자회사	100.0	0.0	100.0	11.8	0.0	2.6
전체	22.2	77.8	100.0	100.0	100.0	100.0

3) 시나리오 3: 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사들이 10~15% 가격을 인하함으로써 방카슈랑스 비중이 70% 수준으로 높아짐

□ 방카슈랑스 의존도가 높은 보험사들이 10~15% 정도 저렴한 보장성 보험을 판매할 경우 설계사 중심의 판매채널이 방카슈랑스 중심으로 급격하게 이전되는 시장구조 재편 현상이 나타날 것으로 추정됨*

* 이 경우 현행 25%률은 적용되지 않는다고 가정

○ 가격인하를 단행한 방카슈랑스 중심 보험사로 보험가입이 이전됨으로써 대면채널 의존도가 높은 대형사 및 일부 외국사의 시장점유율이 크게 감소할 것으로 예상됨

○ 대형사와 외국사의 시장점유율은 각각 21.7%, 22.0% 수준까지 하락하는 반면, 중소형사 및 은행계자회사의 시장점유율은 각각 25.0%, 30.5% 수준까지 상승하는 것으로 추정됨

□ 방카슈랑스 채널을 통한 수입보험료 비중이 전체 보장성 월납초회보험료의 70% 수준을 차지할 경우, 전체 대면채널의 45.5%에 해당하는 7만 5천명 정도의 설계사가 탈락할 것으로 추정됨

<표 IV-5> 보장성보험 영향 분석: 시나리오 III

(단위: %)

	채널별 점유율			시장점유율		
	방카	설계사	전체	방카	설계사	전체
대형사	0.0	100.0	100.0	0.0	72.5	21.7
중소형사	81.1	19.0	100.0	29.0	15.8	25.0
외국사	84.6	15.4	100.0	27.5	11.7	22.8
은행계자회사	100.0	0.0	100.0	43.5	0.0	30.5
전체	70.0	30.0	100.0	100.0	100.0	100.0

3. 영향분석 결과 비교

- 보장성보험에 대한 방카슈랑스 허용시 영향분석은 시나리오에 따라 매우 다양한 결과로 나타남
- 가격차별 없이 저축성보험과 동일한 양상으로 시장구조가 재편된다고 가정할 경우 방카슈랑스 비중은 월납초회보험료의 22.2% 수준으로 예상할 수 있음
 - 방카슈랑스 중심의 보험사가 10~15% 정도 가격수준을 낮추고, 대면채널 중심의 보험사들은 가격인하가 어렵다고 가정할 경우에는 방카슈랑스 중심으로 보장성보험 시장이 재편될 것으로 전망됨
 - 은행계자회사의 시장점유는 30.5% 수준으로 높아지는 반면, 대형사의 시장점유율은 21.7% 수준으로 낮아짐
 - 이럴 경우 방카슈랑스 점유율은 70% 수준으로 예상되며, 대면채널 탈락 규모는 7만 5천명으로 추정됨

<표 IV-6> 보장성보험 영향 분석: 종합

(단위: %)

	방카전 MS	시나리오 I		시나리오 II		시나리오 III	
		MS	방카비중	MS	방카비중	MS	방카비중
대형사	53.4	51.0	6.8	48.5	14.3	21.7	0.0
중소형사	24.1	27.1	20.9	30.1	37.6	25.0	81.0
외국사	22.4	20.6	3.2	18.8	6.9	22.8	84.6
은행계자회사	0.0	1.3	100.0	2.6	100.0	30.5	100
전체	100.0	100.0	11.1	100.0	22.2	100.0	70.0
탈락 대면채널	16만 6천명	1만 2천명 (▼7.2%)		2만 4천명 (▼14.4%)		7만 5천명 (▼45.5%)	