

Ⅵ. 보험산업 대응방안 및 제안

1. 보장성보험 방카슈랑스

가. 예상영향

<요 점>

- 불완전판매로 인한 소비자 피해가 우려되고, 불공정경쟁 및 제휴과기로 인해 보험회사의 경영리스크가 높아질 우려 있음
 - 가격차별시 방카슈랑스 채널 중심으로 급격한 시장재편 우려 높음
-

1) 불완전판매로 인한 소비자 피해

- 2003년 방카슈랑스가 도입된 이후 은행을 통해 보험을 가입하는 소비자는 증가하고 있으나, 은행의 불완전판매 문제는 크게 개선되지 않고 있으며, 보장성보험 판매를 계기로 더 확대될 우려가 있음
- 한겨레신문에서 2006년 11월 실시한 설문조사 결과에 의하면, 전체 대상자의 29.3%가 은행을 통해 보험에 가입한 것으로 나타났으나, 은행이 모집채널로서 지켜야 할 각종 지침 준수에는 소홀한 것으로 나타남
 - 은행에서 보험에 가입한 소비자 중 21%(567명 중 120명)만이 계약서 사본을 수령하였음
 - 은행에서 가입한 보험상품이 해당 은행의 상품이라고 잘못 알고 있는 소비자도 33%에 달해 충분한 정보를 숙지하지 못한 채 보험에 가입한 것으로 나타남
- 또한, 대출과 연계하여 보험상품을 판매하는 등 소비자의 니즈나 편의 증진보다는 은행의 수수료 수익 확대를 위한 방편으로 방카슈랑스가 활용되고 있음
- 보험사가 내부적으로 집계하고 있는 불완전판매 자료에 의하면,

설계사채널보다 방카슈랑채널의 불완전판매 비중이 훨씬 높은 것으로 파악되고 있음

- 보장성보험의 경우 조기해약시 해약환급금이 작기 때문에, 불완전 판매로 인한 해약시 소비자피해 및 불만 증폭 우려는 물론, 이로 인해 보험산업의 신뢰도가 저하될 우려도 있음
- 일본의 경우 2007년 12월에 보장성보험을 포함한 전 종목에 대해 방카슈랑스를 허용할 예정으로 있으나, “폐해방지 룰”에 대한 모니터링 결과 문제가 없어야 한다는 단서조항이 있음
 - “폐해방지 룰” 이행여부와 실효성 검증은 금융청 검사 결과 및 고객상담실에 접수된 민원, 은행 및 생보사 의견 청취 등을 참고하여 이루어질 것으로 알려짐
- 일본의 경우에도 기 시행중인 방카슈랑스 상품(주로 생명보험 상품)에 대한 불완전판매 문제점이 개선되지 않고 있는 것으로 조사됨

<표 VI-1> 일본 생보노련의 은행의 보험 판매 문제 사례 조사

(단위: 건, %)

사례 유형	구체적 문제	건 수	비중
압력판매	대출시 보험상품 끼워팔기를 시사, 대출 담당자 동행	217	37
고객데이터 유용	예금·결제 정보 등 비공개 금융정보 유용	164	28
모집지침 위반 등 부적절한 모집활동	보험상품이라는 것에 대한 설명 부족, 부적절한 대응 등	139	24
은행 자회사에 의한 우회판매	은행이 은행 자회사에 고객 동의 없이 비공개금융정보를 제공하거나, 은행원과의 동행 판매	50	9
기타	상기 분류되지 않는 보고 사례	11	2
		581	100

자료: 전국생명보험노동조합연합회, “은행 등에 의한 보험판매에 관한 문제 사례 수집활동 결과”, 2006. 6.

- 가입고객의 대부분이 고령자로 원금손실 등 상품에 대한 설명 부족이나 무리한 권유 등으로 불만 건이 증가되고 있음
- 일본의 생보노련에서는 『은행 등에 의한 보험판매와 관련된 문제 사례 수집 활동 결과』를 발표하였음
 - 이는 생보노련의 30만명 조합원이 직접 고객으로부터 상황을 확인한 후 문제 사례를 수집하여 581건에 대한 조사결과를 정리한 것임
 - 주요 조사 내용은 압력판매, 고객데이터 유용, 모집지침 위반, 은행계 보험대리점에 의한 우회판매 등임
- 보장성보험은 보험회사가 언더라이팅 기능을 담당하고, 계약 체결 시까지 소요되는 시간이 길고, 복잡한 절차 등으로 인해 보험회사와 은행간 이해상충이 발생할 가능성이 상존함
 - 종신보험·CI보험 등은 계약전 알릴 의무, 담보하는 사고와 담보하지 않는 사고 등에 대한 설명 등 연금상품 및 저축성보험과 달리 판매하는데 많은 시간과 비용이 소요됨
 - 상품 약관이나 면책조항에 대한 설명의무, CI보험에서 보장하지 않는 사고에 대한 자세한 설명 등이 수반되지 않는다면 보험사는 소비자와 분쟁에 처할 가능성이 높음
 - 보장성보험에 대한 전문지식이 없는 은행직원이 판매할 경우 불완전판매 우려가 매우 높고 이로 인해 소비자 편익이 감소될 수 있음
- 영국의 경우 불완전판매에 대한 규제가 강하기 때문에 방카슈랑스가 활성화되지 못하는 요인으로 작용하고 있음¹⁴⁾
 - 완전판매를 유도하기 위해 복잡한 판매절차를 두고 있기 때문에 판매에 소요되는 시간이 길어져 사업성이 저하되고 은행은 보장

14) LIMRA, *Bancassurance in Europe*, 2006. 11.

성보험 판매를 기피하게 됨

- 그 결과 영국에서 CI보험의 경우 주력채널은 IFA(48.1%)과 Direct Sales Forces/Appointed Representatives(48.5%)임

2) 불공정경쟁으로 인한 보험회사 경영 악화

- 현재 우리나라의 생명보험 산업은 은행 산업에 비해 규모 및 수익률 측면에서 절대적인 경쟁열위에 있음
 - 생보사의 총자산(239조원)은 은행(1,277조원)의 18.7%에 불과하며, 당기순익 규모도 14.7%(생보 2조원, 은행 13.6조원)에 불과함
 - 임직원 규모 역시 은행의 29.4%에 불과함(생보사 2만 6천명, 은행 8만 9천명)
 - 생보사의 ROA(0.93%)는 은행(1.20%)보다 0.27%p 낮으며, ROE도 7.4%p 낮아(생보사 12.9%, 은행 20.3%) 수익률 측면에서도 양호하지 못함

<표 VI-2> 생명보험산업과 은행산업 비교

	생명보험(2006.3)	은행(2005.12)	차이(비중)
총자산	239조원	1,277조원	18.7%
당기순익	2조원	13.6조원	14.7%
임직원	2만 6천명	8만 9천명	29.4%
ROA	0.93%	1.20%	-0.27%p
ROE	12.9%	20.3%	-7.4%p

자료: 금감원

- 우리나라의 경우 금융산업 구조가 소수의 대형은행에 집중되어 있는 특성을 갖고 있음
 - 은행 중심의 4개 금융그룹이 방카슈랑스에서 차지하는 비중이 80%(2006

년)¹⁵⁾에 이를 정도로 집중되어 있는 상태에서 생명보험회사가 은행과 대등한 협상력을 갖기는 어려운 실정임

- 은행의 독과점 현상이 심각한 상태에서 22개에 달하는 생명보험회사들은 대형은행과 제휴하기 위해 과당경쟁의 유혹에 쉽게 노출될 수 있으며, 제휴은행을 찾지 못할 경우 유통망을 상실함으로써 유통성위기를 초래할 가능성이 있음
- 국내 보험시장의 경쟁력이 취약한 상황에서 방카슈랑스제도의 활성화는 보험회사의 은행 종속을 심화시키고, 방카슈랑스로 인한 혜택이 은행에 편중될 우려가 높음
 - 2005년도 기준 은행의 방카슈랑스 수수료 수입은 5천억원을 넘어섰으며 이는 생보 설계사 소득의 12%에 해당하는 규모임
 - 국내 대형 은행 주식의 상당부분은 외국자본 소유이기 때문에 방카슈랑스로 인한 이익이 국외로 유출될 수 있음
- 종신보험 등 보장성보험은 보험회사의 손익기여도가 매우 높은 상품으로서 동 상품에 대한 통제력을 잃을 경우 보험회사의 안정적인 손익기반이 흔들릴 수 있음
 - 보장성보험은 상대적으로 사업비 부과가 높고, 사망률의 개선 등으로 인해 보험회사의 손익기여도가 높은 것으로 알려짐
- 현행 보험회사와 은행의 역학관계상 수수료 인상 경쟁이 심할 것으로 예상되는데, 은행의 판매수수료 인상 압력시 보험회사는 예정사업비 중 상당 부분을 신계약 수수료로 은행에 지급해야 할 것임
 - 이런 현상이 지속될 경우 장기적으로 보험회사의 손익기반이 악화

15) KB: 30%, 신한금융지주: 23%, 우리금융지주: 15%, 하나금융지주: 12%

될 우려가 있음

- 가격책정, 언더라이팅 등 핵심 영역에서 은행이 보험회사를 실질적으로 지배함으로써 은행의 통제력 하에 보험회사가 존재하게 되어 보험회사의 경영리스크가 높아질 우려도 배제할 수 없음
- 유럽의 사례를 살펴보더라도 방카슈랑스 초기에는 은행이 생명보험회사와 대리점 관계를 유지하여 제휴 보험회사의 상품을 판매하다가 이후 제휴관계를 파기하고 자회사를 설립하는 사례가 다수 발견됨
 - 영국의 Abbey National 은행은 Friends Provident 보험회사와의 전속관계를 청산하고, 자회사인 Abbey National Life를 설립하였으며, Scottish Mutual을 신규 인수해서 보험업을 영위하고 있음
 - Lloyd's TSB 은행도 2000년에 대해보험회사인 Scottish Widows를 70억 파운드에 인수하고 보험업을 대폭 확대시킴
 - 이런 결과, 영국에서 2006년 상위 7개 은행이 전체 방카슈랑스 실적의 40%를 차지하며, 이중 3개사가 생보 자회사를 소유한 은행(1위 HBOS, 2위 Lloyds TSB, 7위 Nationwide)이어서 자회사를 소유한 은행의 실적이 두드러지게 나타남(<표 VI-3> 참조)
 - 은행 지점 수 기준으로 볼 때 HBOS는 5위, Lloyds TSB는 2위, Nationwide는 6위로 나타나 생보 자회사 소유 여부가 방카슈랑스 실적과 관련성이 높음
 - 상위 17개 은행 중 6개사가 생보 자회사를 보유하고 있음
 - 영국에서 은행의 생보 자회사는 투자형상품에 대해 낮은 수수료 (no initial or exit charges)를 부가하고 단순한 상품을 제공한 것이 경쟁력으로 작용함

<표 VI-3> 영국의 상위 방카슈랑스 은행

은행	지점 수	생명보험회사	판매형태
Barclays	2,014	Multi-tie(다자제휴)	Multi-tie
Lloyds TSB	1,800	Scottish Widows	자회사
National Westminster	1,640	Natwest Life	조인트벤처
HSBC Bank	1,528	Multi-tie	Multi-tie
HOBS	1,320	HOBS Financial Services	자회사
Nationwide	850	Nationwide Life	자회사
Abbey	741	Phonex Life	Single-tie
Royal Bank of Scotland	650	Royal Scottish Assurance	조인트벤처
Alliance & Leicester	254	Legal & General	Single-tie
Britannia	250	AXA Sun Life	Single-tie
Yorkshire Bank	222	Multi-tie	Multi-tie
Clydesdale Bank	203	Multi-tie	Multi-tie
Bradford & Bingley	203	Legal & General	Single-tie
Cheltenham & Gloucester	741	Scottish Widows	자회사
Lloyds TSB Scotland	187	Scottish Widows	자회사
The Co-operative Bank	84	CIS	자회사
Northern Rock	71	Legal & General	Single-tie

자료: Datamonitor, *UK Bancassurance 2006*, 2006. 10.

- 우리나라의 경우에도 은행들이 적극적으로 종합금융그룹을 추구하여 생보 자회사를 설립하고 있기 때문에 유럽과 유사한 사례가 발생할 수도 있음
- 방카슈랑스가 허용된 저축성보험의 경우 은행 의존도가 50% 이상인 보험회사도 존재하므로, 이런 보험회사의 경우 은행의 제휴 파기로 인한 충격이 클 것으로 우려됨
- 방카슈랑스 의존도가 너무 높은 보험회사의 경우 단기적으로는 매출 증대 및 경영실적이 호전된 것으로 나타나지만, 적정가격을 책정하지 못했을 경우 중장기적으로는 손익 악화가 우려됨

3) 가격차별시 방카슈랑스 채널 중심으로 급격한 시장 재편

- 설문조사 결과 우리나라 보험소비자들은 은행을 통해 종신보험 상품을 가입하는 데 충분한 잠재 니즈가 존재하고, 은행의 타 서비스와 연계하고자 하는 니즈도 존재하여 은행에 대한 선호도가 높은 것으로 나타남
 - 가격차이가 존재하지 않는 상태에서도 은행을 통해 종신보험에 가입하겠다는 응답자 비중이 21.0%에 달함
 - 가격차이가 존재할 경우를 가정하면 소비자들의 은행 선택 쏠림 현상이 발생할 수 있을 것임
- 일반적으로 현재 보험회사에서 판매되고 있는 종신보험과 같은 보장성보험의 부가보험료는 전체 영업보험료 중 20% 이상을 차지함
 - 부가보험료 20%를 가정할 경우 이를 세부 항목별로 분해하면, 신계약비 10%, 유지비 8%, 유지비 2% 수준으로 구성된다고 볼 수 있음
 - 대면채널을 포기하고 방카슈랑스 채널에 주력할 경우 부가보험료 수준을 인하할 수 있는 충분한 여력이 존재함
 - 고정비 측면에서 우위에 있는 방카슈랑스 주력 보험회사가 신계약비, 수급비, 유지비 항목에 대해 대면 채널 보험회사가 부과하는 수준의 1/2만 부과한다고 가정할 경우 10% 이상 저렴한 보험료 산출이 가능함
 - 10% 정도 가격이 인하될 경우 가입기간 동안 납입하는 전체 보험료 규모는 명목금액 기준으로 5백만원 이상 차이가 발생함(40세 남자 1억원 보험료 가입 기준, <표 VI-3> 참조)
- 방카슈랑스 중심 보험회사가 마케팅전략의 일환으로 가격차별화 전략을 구사할 경우 사업비가 높은 종신보험은 부가보험료 조정이 바로 가격에 영향을 줄 수 있기 때문에 그렇지 못한 보험회사는 가격

경쟁력을 상실하여 급격히 위축될 수도 있음

<표 VI-4> 방카슈랑스의 종신보험 가격 인하 여력

구 분	부가보험료	영업보험료	감소 폭	납입기간 총 보험료차이
기본	516천원	2,436천원	-	-
신계약비 50% 부과	389천원	2,308천원	▽5.3%	▽2,558천원
신계약비+유지비 50% 부과	289천원	2,208천원	▽9.4%	▽4,555천원
신계약비+유지비+수급비 50% 부과	258천원	2,178천원	▽10.6%	▽5,164천원

주 : 1) D생보사의 40세 남자, 보험기간 종신, 보험료 납입기간 20년, 가입금액 1억원인 종신보험상품을 가정한 것임(연간 기준)

2) 현재가치를 감안하지 않은 명목금액 기준임

- 설계사 조직에 대한 의존도가 낮은 일부 중소형사 및 외국사가 설계사 조직을 포기하고, 은행계자회사의 가격인하 전략을 따를 경우 설계사 조직 중심의 보험회사는 더욱 급속히 위축될 것임
- 이미 일부 중소형사 및 외국사의 설계사 의존도는 10% 미만으로 낮아졌으며, 설계사 규모가 1천명 미만인 회사도 존재하기 때문에 이런 가능성도 배제할 수 없음
- IV장 시나리오분석 결과에서 나타나듯이 방카슈랑스 중심 보험회사가 10~15% 가격을 인하할 경우 은행채널을 통해 가입을 원하는 계약자 비중이 70% 수준에 달해 신계약이 방카슈랑스 채널로 집중되는 쏠림현상이 발생할 수도 있음
 - 동일가격에 대해 보험료 납입총액이 400만원~500만원 정도 차이가 발생할 경우 대면채널을 기피할 가능성도 있음
 - 이럴 경우 대면채널 의존도가 높은 보험회사들이 채널전략을 변경하지 못할 경우 예상치 못한 재무적 곤경에 처할 수도 있음
- 유럽의 경우에도 사업비 측면에서 가격경쟁력이 있는 은행자회사들이 가격인하 전략으로 시장점유율을 크게 증대시킨 것으로 알려졌다

으며, 우리의 경우에도 종신보험 부가보험료의 특성상 유사한 결과가 나타날 수 있음

4) 보험회사의 전문인력 스카웃 과열

- 은행에서는 예금, 투자뿐 아니라 보험상품까지 아우른 재정설계사를 단 시간 내에 배출하기 어렵기 때문에 이미 보험회사에서 성과가 인정된 고능률 설계사 및 관련 전문인력을 스카웃하려는 유인이 강하게 작용할 것이며 이로 인해 보험회사의 인력유출 우려가 높아질 것임
- 은행이 생산성 높은 보험회사의 FP, 관련 내근직원을 스카웃할 경우 보험회사는 고급인력 유출로 인한 타격이 우려됨
- 미국의 경험을 통해 볼 때 은행에서 보험상품을 판매하는 다양한 채널 중 생산성 측면에서 압도적인 우위에 있는 것은 현재 보험회사의 우수한 재정설계사에 해당하는 Advanced Life Agents임
- 이들은 상속계획, 사업이전, PB 등 생애의 종합적인 재정설계를 해 줄 수 있는 능력을 갖춘 채널로서 두 번째 생산성이 높은 채널보다 2.4배 높은 실적을 보이고 있어¹⁶⁾ 보장성상품 판매시 은행에서 이들에 대한 확보경쟁이 치열해질 전망이다

5) 설계사 소득 감소 및 실직

- 은행의 보장성보험 판매가 허용될 경우 설계사 주력 상품 잠식으로 설계사 소득 감소 및 이탈이 우려되며, 이로 인해 소외계층에 대한 민영보험의 리스크관리 기능을 급격히 위축시킬 수 있음
- 설계사 전체 소득 중 보장성보험 판매로 인해 창출되는 부분이 65% 수준에 달하는 것으로 추정됨

16) LIMRA, *Bank life insurance sales study*, 2006.

- 만약 방카슈랑스 채널이 가격인하 전략을 택할 경우 방카슈랑스 시장점유율이 최대 70% 수준까지도 달할 수 있으며, 이럴 경우 방카슈랑스 채널이 설계사 채널을 급속히 대체함으로써 설계사의 소득감소와 이로 인한 이탈(7만 5천명)이 불가피할 것임
- 설계사 조직의 대량실업 및 붕괴는 보험소외계층에 대한 역할 부재로 이어져 다양한 계층에 대한 위험보장 기능이 저하될 우려가 있으므로 이러한 측면에 대한 종합적인 검토 필요

나. 보험회사 대응 방안

<요 점>

- 보험회사는 중장기적 관점에서 방카슈랑스 제도를 활용하고, 적정한 가격책정, 제휴파기에 따른 위기 등 리스크관리 전략을 병행해야 함
 - 보장성보험에 대한 경쟁력강화 및 불완전판매 감소 방안이 요구됨
-
- 보험회사는 방카슈랑스 채널을 단기적인 외형 성장보다는 중장기적인 관점에서 활용해야 할 필요성이 있으며, 철저한 리스크관리 전략을 병행해야 함
 - 장기적인 경영전략과 판매채널 구도를 염두에 두고 방카슈랑스 채널을 활용해야 하며, 은행과의 제휴에 따른 종속화를 경계해야 함
 - 판매확대를 위한 과도한 수수료 지급, 언더라이팅 완화 등은 장기적으로 보험회사의 성장여력을 훼손시킬 수 있으므로 은행과 대등한 입장에서 판매제휴를 체결하도록 함
 - 방카슈랑스 채널에 대한 과도한 의존은 은행의 자회사 설립, 제도 변경 등 외부 요인으로 인한 제휴 파기시 유동성 위기를 초래할 수 있으므로 이러한 잠재적 리스크를 염두에 두어야 함

- 보험회사의 중장기적 성장여력을 감안하여 재무건전성을 고려한 적절한 가격책정이 필요함

□ 보장성보험에 대한 경쟁력 강화 방안 마련

- 보장성상품은 보험회사 이익기여도 및 타 금융산업과의 경쟁 측면에서 고유한 경쟁력을 갖추어야 할 분야이므로 이에 대한 경쟁력 확보 및 유지 방안을 마련할 필요가 있음
- 설계사채널을 지속적으로 유지하고자 하는 보험회사는 동 채널의 경쟁력 강화를 통해 판매상품 및 목표고객 측면에서 보장성보험에 대한 비교 우위를 확보해야 할 것임

□ 불완전판매 감소를 위한 방안 마련

- 보장성상품을 은행에서 판매할 경우 불완전판매 문제가 확대될 것으로 예상되기 때문에 불완전판매로 인한 보험회사 및 보험산업에 대한 불신을 감소시킬 수 있는 체계적인 방안 마련 필요
- 보장성보험에 대해 단기적 이익만을 추구하는 은행의 근시안적인 접근을 가장 경계해야 할 것임
- 보험회사의 방카슈랑스 성공전략은 적합한 상품제공과 신계약 획득에 소요되는 비용을 줄이는 데 있기 때문에 채널에 적합한 상품개발에 주력하고, 공격적인 판매전략과 불완전판매는 보험산업에 큰 부담으로 작용한다는 점을 명심해야 할 것임

다. 감독당국 측면

<요 점>

- 보장성보험은 불완전판매 개연성이 높고, 이로 인한 피해도 크기 때문에 소비자보호를 위한 엄격한 감독이 필요함

- 금융산업의 균형발전 측면과 시장순응성 등을 고려해서 방카슈랑스 제도를 운용하는 것이 바람직함

1) 소비자 보호를 위한 엄격한 판매 감독

- 방카슈랑스 채널의 불완전판매에 대한 감독을 강화하고 있음에도 불구하고, 여전히 방카슈랑스의 불완전판매 비율이 높음¹⁷⁾
- 보험회사의 자체 모니터링 결과 방카슈랑스채널의 불완전판매율이 설계사채널에 비해 높은 것으로 조사됨

<표 VI-5> 채널별 불완전판매율 비교(A생명)

(단위: %)

구 분	전체	방카슈랑스 제외 채널	설계사 채널	방카슈랑스 채널
2005	1.50	1.24	1.08	12.27
2006	1.49	0.97	0.80	12.63

- 연금상품이 보장성보험보다 상품내용이 단순하기 때문에 불완전판매비율이 낮은 것이 일반적이지만, 방카슈랑스 채널을 통해 판매할 경우 보장성보험보다 불완전판매율이 더 높은 것으로 나타남

<표 VI-6> 상품별 · 채널별 불완전판매율 비교(A생명)

(단위: %)

구분	연금상품 (방카슈랑스 실시)		보장성상품 (방카슈랑스 미실시)		
	전 채널	방카 제외	종신보험	CI보험	기타보장성
2005	3.20	0.83	1.16	1.02	0.81
2006	2.07	0.96	1.26	1.37	1.29

17) 방카슈랑스에 기인한 민원 처리 실적이 공식적으로 발표되지 않기 때문에 부득이 개별 회사에서 집계한 자료를 사용하였음

- 보장성보험 상품의 가입은 재가입률이 낮아 가입 빈도가 매우 낮기 때문에 소비자의 지식 및 경험이 일천하고 이에 따라 소비자와 판매채널(회사)간 구조적인 정보의 비대칭성이 존재함
 - 보험상품의 장기성으로 인해 소비자가 부적절한 구입을 인식하는데는 시차가 존재하며 사후 조정 비용은 막대한 수준으로 높아지기 때문에 판매단계에서의 감독이 더 효율적이며 바람직함
- 보험회사의 상품을 선택하여 판매하는 판매채널 측면에서도 주인(principal)/대리인(agent) 문제가 발생함
 - 대리인에 해당하는 판매채널은 판매수수료가 높은 상품 위주로 판매하려는 경향이 높으며, 이런 리스크가 구체화된 사례가 영국의 불완전판매 사례임¹⁸⁾
 - 커미션 중심의 판매는 커미션이 높은 상품 중심으로 판매하는 불완전판매 위험을 높일 것이므로 이에 대한 감독이 중요함
 - 은행이 채권자로서의 우월적 지위를 이용하여 보험상품을 판매하지 못하도록 하여 은행의 보험소비자를 보호해야 할 것임
- 유럽에서는 판매절차를 법규로 강제하는 각종 규제가 시행되고 있거나 시행예정이므로 이에 대한 벤치마킹이 필요함
 - 영국의 FSA에서는 보험상품 및 투자상품 판매시 판매채널이 준수해야 할 행위를 ICOB(Insurance: Conduct of Business)와 COB(Conduct of Business)를 통해 규제하고 있음

18) 높은 수수료를 추구하는 판매채널이 직역연금에서 개인연금으로 전환 판매를 권유하였으며, 그 결과 가입자들은 큰 손실을 입었음. 이로 인해 보험회사들은 1.7백만명의 소비자에게 15억 파운드를 지급하였음. 투자형양로보험에 대해서도 판매채널이 투자의 불확실성, 가입자의 리스크 성향 등을 고려하지 않고 판매함으로써 많은 보험회사들이 어려움을 겪었음.

- 보험판매 행위는 소개, 자문, 계약체결 행위를 모두 포함하는 것으로서 특히 자문에 대한 규제가 초점임
- 개인고객에게 보험상품 판매시 다음과 같은 내용을 포함한 적합성 보고서(suitability report)를 제공하도록 요구함
 - 고객의 수요와 니즈
 - 추천하는 상품이 고객에게 적합한 이유에 대한 설명
 - 잠재적인 불이익에 대한 설명
- 구두로 말한 내용을 서면으로 작성하는 적합성보고서와 같은 양식이 존재하지 않는다면, 소비자들은 부적합한 권유·상품에 대해서도 추천에 대한 근거자료를 가지고 있지 않기 때문에 이를 시정하기 어려움
 - 적합성보고서는 거래와 동시에 생성되며, 분쟁시 양 측 모두가 소지하고 있기 때문에 증거문서로서 특별한 가치를 가짐
 - 만약 이러한 보고서가 없다면 소비자들은 훨씬 더 높은 비용을 치루게 될 것임
- IDD(Initial Disclosure Documentation)에서는 고객들이 판매채널이 제공하는 서비스를 이해하기 위해 상품을 제공하는 보험회사와 판매하는 금융기관대리점간 관계를 이해할 수 있도록 공시함
- 우리의 경우에도 이를 참조하여 전반적인 판매행위에 대한 규제를 채널별로 정비할 필요가 있음

2) 금융산업간 균형 발전 도모

- 대형은행 위주로 금융시장이 재편되어 감에 따라 보험회사의 은행 종속성 심화, 은행계자회사와 타 생보사간 불균형 발전의 우려가 있기 때문에 전체적인 금융산업의 균형과 건전한 발전 측면에서 방카슈랑스에 대한 접근이 요구됨

- 우리나라 은행산업이 소수 4개 금융그룹 중심으로 형성되어 있기 때문에 독과점적인 산업구조의 폐해가 방카슈랑스에서도 노출되고 있음
 - 이는 영국의 7개 은행이 방카슈랑스의 40%를 점유하는 것보다 훨씬 더 상위 3사에 집중된 시장구조임
 - 현재 대형은행 지분의 60% 이상을 외국인이 보유¹⁹⁾하고 있기 때문에 중국적으로는 설계사 소득이 해외자본가에게 이전되는 양상을 초래할 것임
- 외국에서의 방카슈랑스는 연금·신용생명·모기지 등 은행 업무와 연계성이 높은 투자·저축형 상품 중심으로 이루어지고 있음²⁰⁾
- 영국의 경우를 살펴보면, 방카슈랑스 주력상품은 저축성 일시납 상품으로서, 방카슈랑스로 판매된 생명보험상품 중 일시납이 차지하는 비중이 70% 이상을 차지하고, 비일시납 비중은 26.9%에 불과함

<표 VI-7> 영국 생명보험상품의 방카슈랑스 실적(납입방법별)

(단위: m£)

	2001	2002	2003	2004	2005	증감률
일시납	487	503	350	476	710	9.8%
비일시납	62	69	77	153	261	43.1%
전체	549	573	426	629	970	15.3%
일시납	88.7%	87.9%	82.0%	75.7%	73.1%	-15.6%
비일시납	11.3%	12.1%	18.0%	24.3%	26.9%	15.6%
전체	100%	100%	100%	100%	100%	

자료: Datamonitor, UK Bancassurance 2006, 2006. 10.

19) 국내은행 외국인 지분: KB 83.2%, 하나금융지주 80.3%, 신한 59.1%, 우리금융 9.2%

20) 각국의 사회보장제도, 민영보험의 역할 등에 따라 생명보험회사의 상품포트폴리오가 달리 나타나고 있는데, 유럽국가의 경우 보장성보험 비중이 매우 낮음

- 30% 미만인 비일시납 중 모기지 관련 보험이 52.1%로 가장 높고, 저축성보험이 31.3%를 차지하며, 보장성보험 비중은 16.7%에 불과함

<표 VI-8> 영국 방카슈랑스 상품의 종목별 실적(비일시납)

(단위: m £)

	2004		2005		증감률
		비중		비중	
저축성	18.4	12.0%	76.9	31.3%	318.3%
모기지 관련	93.6	61.2%	128.1	52.1%	36.8%
보장성	41.0	26.8%	41.0	16.7%	0.0%
전체	153.0	100%	245.9	100%	60.7%

자료: Datamonitor, UK Bancassurance 2006, 2006. 10.

- 방카슈랑스로 판매된 보장성상품은 정기보험, 소득보상보험 (Income Protection), 치명적질병보험(CI) 중심이며, 종신보험은 극히 미미하여 정기보험의 2.4% 수준에 불과함
- 정기보험의 50% 정도는 모기지대출과 연계된 상품으로서 편의보험(commoditized product) 성격이 강하고, CI보험은 주계약보다는 정기보험, 양로보험, 종신보험의 특약으로 판매됨
 - 영국은 자가 소유 비율이 높기 때문에 모기지대출 관련 보험 및 모기지 상환을 위한 투자형상품의 활용도가 높음
 - 따라서 일반적인 보장성보험 상품 구입 동기는 모기지로 주택 구입 → 사망시 대출자금 상환을 위한 정기보험 가입 → 치명적질병 발생에 대비하기 위해 정기보험 특약으로 CI보험 가입 등으로 연계됨
- 유럽 국가에 비해 상대적으로 보장성보험 비중이 높은 미국의 경우에도 방카슈랑스를 통해 판매되는 상품은 50% 이상이 연금이며, 생명보험 및 건강보험 비중은 5.1%에 불과함

<표 VI-9> 미국의 방카슈랑스 현황(종목별)

(단위: 10억 달러, %)

	2000	2001	2002	2003	2005	'00-'05 증감	비중
연금	31.0	37.1	47.7	51.6	41.9	35.2	52.3
기업성단체손해	5.4	8.9	11.5	14.2	24.3	350	30.3
개인손해	3.7	4.1	5.0	6.3	7.7	108.1	9.6
신용보험	2.7	2.8	2.5	2.4	2.1	-22.2	2.6
생명보험/건강	2.1	2.3	2.8	3.6	4.1	95.2	5.1
전체	44.9	55.2	69.5	78.1	80.1	78.4	100.0
연평균성장률	23.4	22.9	25.9	12.4	2.6		

자료: Insurance Information Institute, *Financial Services Fact Book*, 2006.

- 미국에서 생명보험 부문의 방카슈랑스 실적은 2001년 1.6억 달러에서 2005년에는 2.7억 달러로 소폭 증가하는 데 그쳤음
- 전체 수입보험료 대비 방카슈랑스 비중도 2001년 1.4%에서 2005년에는 2.0%로 증가하였음

<표 VI-10> 미국의 생명보험 방카슈랑스 현황

(단위: m\$, %)

	2001	2002	2003	2004	2005
수입보험료	155	207	242	288	273
방카슈랑스 비중	1.4	1.8	2.1	2.1	2.0

주: 납입방법별 수입보험료를 가중평균한 수치임

자료: Insurance Information Institute, *Financial Services Fact Book*, 2006.

- 이상에서 살펴본 바와 같이 국가의 사회보장 기능이 강한 유럽의 경우 생명보험상품의 대부분이 노후소득보장을 위한 저축성·투자형 상품 중심이며, 보장성보험은 모기지 관련 신용생명보험 중심임
- 그러나, 우리나라의 경우는 선진외국과 달리 위험보장 책임이 개

인에게 귀속되고 이를 보장성보험상품 구입을 통해 보험회사에 전가시키고 있기 때문에 외국과 달리 보장성보험의 비중도 높고, 사회적 역할도 큰 특징이 있음

- 따라서 보장성보험이 생보사 이익 및 설계사 소득에서 차지하는 비중, 사회적 역할 등을 종합적으로 감안하여 전체적인 방카슈랑스 제도를 운용할 필요가 있음

3) 시장순응성 고려

- 2003년 8월 최초 방카슈랑스 허용 후 1년 7개월만에 2단계 종목을 허용하였으며, 그로부터 1년 6개월만에 3단계 종목을 허용하였고, 1년 6개월 후에는 대상 종목 전체에 대해 허용할 예정으로 있음
 - 이러한 일정은 시장에서 방카슈랑스의 영향에 대한 정밀한 분석을 통해 금융산업의 선진화와 안정화에 기여하도록 한다는 취지에서 비롯된 것임
 - 그러나, 현실적으로 소비자 및 보험회사가 방카슈랑스라는 변화된 환경에 순응하고, 시장에서의 부작용을 발견·치유하기 위해서는 더욱 정교한 모니터링 과정이 필요함
 - 특히 보장성보험이 보험회사에서 차지하는 중요성 등을 감안하여 일본과 마찬가지로 일시납 종신보험에 대해서만 허용하고, 비일시납에 대해서는 전면 재검토 하는 방안도 고려할 수도 있을 것임
- 방카슈랑스라는 제도를 중국적으로 소비자의 편익을 증대시키는 방향으로 제도를 운용할 수 있기 위해서는 충분한 보완 및 안전장치의 마련이 선행되어야 할 것임

2. 자동차보험 방카슈랑스

가. 예상영향

<요 점>

- 방카슈랑스 시행으로 자동차보험 실적 사업비율이 악화되어 보험료 인상의 원인이 될 수 있음
 - 사업비 증가로 자동차보험 시장 영업수지 악화의 원인으로 작용할 수 있음
 - 자동차보험의 복잡성으로 불완전 판매가 늘어날 가능성이 높음
 - 가격경쟁으로 리베이트 문제가 추가 발생할 수 있음
-

- 방카슈랑스가 도입될 경우, 자동차보험 손해율 악화의 원인으로 작용하고, 이는 보험료 인상의 원인이 되어 금융기관 대리점을 이용하지 않은 고객에게 보험료 부담을 전가
 - 금융기관이 자동차보험을 판매할 경우, 고객과의 좋은 관계유지를 위해서 위험인수나 보상처리에 대한 기준을 완화하도록 요구할 가능성이 높고, 이로 인하여 손해율이 악화될 수 있음
- 실적사업비율 증가 때문에 영업수지 악화 및 보험가입자의 보험료 인상의 원인으로 작용할 수 있음
 - 시장점유율을 높이려는 보험회사 입장에서 많은 물건을 보유하는 은행 측의 요구에 따라 실질적으로 높은 수수료를 제공할(사업비율 증가) 개연성이 높으므로 장기적으로 보험회사 영업수지 악화 및 보험료 인상의 원인으로 작용

□ 불완전판매가 늘어날 가능성이 높음

- 자동차보험은 모든 국민이 잘 알고 있다고 생각하지만, 세부적인 내용에서 계약체결 및 보상 시스템이 일반보험(생명보험 및 기타 일반보험)과 비교하여 상당히 복잡한 측면을 가지고 있음
- 따라서, 자동차보험에 대한 전문적 지식이 없는 은행직원이 자동차 보험 상품을 판매할 경우 불완전 판매의 개연성이 타 보험종목에 비하여 훨씬 높을 것으로 예상됨

□ 방카슈랑스 계약체결에 실패한 중소기업사의 경우 경영악화의 원인으로 작용할 수 있음

- 특히 소형사의 경우 시장점유율이 줄어들어 현금 유동성 문제가 발생할 수 있음

□ 방카슈랑스는 금융기관(은행), 보험 및 소비자의 상호이익을 전제로 시행되어야 하나, 금융기관(은행)만 방카슈랑스로 이익(수수료)을 향유할 수 있음

- 특히 자동차보험은 새로운 시장이 창출되지 않는 특성이 있으므로, 보험회사 입장에서는 우월적 지위를 가진 대리점이 늘어나므로 장기적으로 높은 사업비 부담만 안게 될 개연성이 높음

□ 금융기관은 보험업법상 지위가 대리점임에도, 방카슈랑스가 도입되더라도 금융기관의 요구로 금융기관이 대리점의 역할을 수행하지 않을 가능성이 큼

- 현재 대리점의 경우 보험사고 발생시 보험계약자의 보상처리를 지원해 주고, 배서업무를 하는 등 부가서비스를 제공하고 있으나,
- 금융기관의 협상력(Bargaining Power)이 클 것으로 예상되는 상

황에서 금융기관은 상품 중계업무만을 보험회사에게 요구할 개연성이 큼

- 방카슈랑스가 도입되면, 금융기관과 독립대리점간 MS 경쟁이 고조되어 리베이트 문제가 발생할 개연성이 높아짐
 - MS 경쟁에서 독립대리점이 가입자를 빼앗기지 않기 위해 대리점 수수료 중 일부를 보험가입자에게 되돌려 주는 등의 리베이트 문제가 발생할 수 있음
 - 방카슈랑스로 수입이 감소된 모집인이 기존 대리점에서 독립대리점으로 이동할 경우,
 - 매집대리점의 영향이 커지면서 리베이트 문제가 악화되거나,
 - 독립대리점의 규모가 커짐에 따라 높은 대리점 수수료율로 인한 높은 사업비 지출로 보험료 인상(또는 자동차보험 영업수지 악화)의 원인으로 작용할 수 있음

- 은행 등 금융기관에서 판매하는 상품의 판매비(대리점 수수료율)를 기존 대리점 판매상품과 달리 설정한 상품이 개발될 경우 보험소비자 혼란 및 기존 대리점의 경쟁력 악화로 대리점 조직의 구조조정이 예상됨
 - 판매수수료를 금융기관 대리점과 달리 설정할 수 있도록 허용하는 경우는 채널별 사업비율 자유화를 의미하며, 소비자들은 자동차보험을 의무보험 또는 사회보험으로 인식하고 있음에도 높은 보험료로 판매하는 대리점에 대한 불만을 제기할 것으로 예상(동일 보험회사 상품인데 판매채널이 다른 경우)
 - 대리점 수수료율을 낮출 수 없는 대리점은 가격경쟁력 악화로 자동차보험 판매시장에서 퇴출되고, 시장에는 금융기관 판매대리점이 증가하여 기존 대리점 및 보험설계사의 실직사태가 예상됨

나. 보험회사 대응방안

<요 점>

- 보험회사별 입장에 부합된 경영전략 추진 필요
 - 은행에 종속되는 방카슈랑스 지양
 - 금융기관에 종속되지 않는 경쟁력 있는 판매방식(예, On-Line 상품)의 육성 필요
 - 방카슈랑스 도입의 이해 관계자들이 모두 Win-Win할 수 있는 방안 마련 필요
 - 보험료 인상요인이 적기에 반영될 수 있는 효율산출·인가 시스템 구축 필요
-

1) 회사별 입장에 부합된 방카슈랑스 계약체결 필요

- 규모가 큰 대형보험회사의 경우에는 현재의 시장점유율을 유지하는 수준으로 은행과 제휴관계를 체결할 필요가 있음
 - 현재 자동차보험 시장은 레드오션의 상태로 파악되며, 장기적으로도 영업수지 적자가 예상되는 보험종목임
 - 따라서, 자동차보험의 시장점유율이 늘어날 경우 영업수지 적자규모가 늘어나는 것을 의미하므로 내실을 기하지 않은 채 무리하게 시장점유율을 높이는 영업전략은 바람직하지 않은 것으로 보임
 - 그러나, 자동차보험 영업으로부터 파생되는 보험회사에 대한 이미지, 수익성이 나는 보험종목에 대한 판매효과 등을 고려하여 현행 시장점유율을 유지하는 수준의 방카슈랑스 전략을 취하는 것이 적정한 것으로 판단됨

- 중·소형사는 현재 MS가 줄어들 경우 유동성의 문제가 발생할 수 있으므로, 방카슈랑스를 이용한 MS확대전략을 수행하되, 자동차보험 MS확대에 따른 방카슈랑스 이점과 적자물건(자동차보험 시장 전체적으로 영업수지 적자상태) 증가에 따른 손익 악화가능성을 종합적으로 분석한 후 방카슈랑스 전략을 수립할 필요가 있음
- 이미 방카슈랑스를 시행하고 있는 생명보험을 보면, 중소기업 및 외국사가 은행과 제휴관계를 확대하여 MS를 늘렸으며, 일반손해보험 시장에서도 방카슈랑스의 시장점유율 증가 및 중소기업의 MS 증가 현상이 나타남
- 외국의 예를 보더라도, 은행조식을 이용한 영업을 적극적으로 할수록 MS가 확대되는 모습을 발견할 수 있음
- 이처럼 방카슈랑스로 인한 MS확대 가능성에도 불구하고, 자동차보험 시장 전체적으로 영업수지가 적자상태이므로 MS확대에 따른 수지악화 문제를 동시에 고려할 필요가 있음
 - 즉 방카슈랑스로 인해 MS가 확대될 경우 단기적으로는 유동성 문제를 해결할 수 있으나 장기적으로는 영업수지 악화문제가 발생할 수 있음

2) 은행 종속화에 대한 대응

- 대리점 수수료율 인하 등을 통한 방카슈랑스 상품의 가격이 인하될 경우, 대리점 조직의 영업력 약화로 귀결되어 보험시장에 대한 보험회사의 통제력이 상실될 우려가 있음
- 현행 자동차보험 업계에서도 독립대리점의 영향력이 커짐에 따라 소형사의 경우 독립대리점에 대한 통제력을 상실하여 장기적으로 대리점 수수료율 증가로 귀결되는 현상이 발생하였음

- 외국의 예를 보아도 방카슈랑스가 도입될 경우 대리점의 영향력이 점점 상실되는 모습을 보이고 있음
- 또한 보험회사와 제휴했던 은행이 시장기반을 확보한 뒤 보험회사와 결별하여 보험회사가 파산위기에 처할 수 있는 개연성이 높음
- 이는 보험회사의 경영노력과 관계없이 금융기관의 정책에 따라 보험회사의 경영위기가 발생할 수 있는 현상임
- 각 보험회사는 방카슈랑스에 대응할 수 있는 자사의 경쟁력 있는 판매방식을 활성화할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음
- 유럽의 경우는 방카슈랑스가 활성화되지 않고 있는데, 그 이유는 가격경쟁력이 높은 온라인상품이 활성화(예, 영국)되었거나, 대리점과 보험소비자 사이의 긴밀한 인적관계(예, 독일)에 의존한 영업 때문으로 나타남²¹⁾

3) 보험료 인상요인이 적기에 반영될 수 있는 요율산출인가 체계 구축 필요

- 사업비율 감소방안을 마련하거나, 적기에 요율조정을 통하여 실적사업비를 반영하는 요율정책을 취해야 할 것임
- 방카슈랑스가 도입되면, 대리점 수수료율이 장기적으로 증가되어 사업비율 악화의 원인이 될 개연성이 높은 것으로 분석됨
- 따라서 적기에 실적사업비율이 반영되지 않으면, 보험회사 영업수지 악화로 연결됨

21) 방카슈랑스 시장점유율을 보면, 유럽 전체적으로 5%(2005년) 수준 이내, 영국은 5%(2004년) 이내, 프랑스는 6.5%(2003년)임.

다. 감독당국 측면

<요 점>

- 단순 규제개혁이 아닌 금융기관, 보험소비자 및 보험회사 모두 이익이 달성되는 정책 시행 필요
- 방카슈랑스 도입시 보험회사에 불리한 계약체결 및 방카슈랑스 계약 해지 억제 방안을 마련할 필요
- 리베이트 발생가능성을 차단할 수 있는 정책 필요

□ 단순한 규제개혁이 아닌 금융기관 및 보험소비자 등 이해관계인의 공동이익이 달성되는 방향으로 방카슈랑스가 추진되어야 할 것임

- 특히, 자동차보험의 경우 방카슈랑스로 보험회사와 보험소비자의 실익은 없을 것으로 예상되고, 은행 등 금융기관의 이익은 분명한 상황이므로 자동차보험 방카슈랑스의 시행 여부에 대한 충분한 검토 필요

※ 시장주체 간 이점

- 1) 보험소비자 : 저렴한 보험료
- 2) 보험회사 : 새로운 시장창출
- 3) 금융기관 : 새로운 수익원 창출

□ 현행 25% 룰 등 판매방식에 대한 제한 조건을 상당기간 유지할 필요가 있음

- 금융회사의 입장에서는 보험리스크를 회피하기 위하여 시장에서 인지도가 높은 보험회사와 제휴관계를 맺는 것을 선호할 수 있고, 이는 제휴관계를 맺지 못한 인지도가 낮은 보험회사의 경영위험의 발생가능성이 높음

- 금융기관과 보험회사의 방카슈랑스 계약체결시 보험회사에 불리한 계약체결 금지 및 방카슈랑스 계약의 일방적 해지에 제한을 두는 정책이 필요
 - 금융기관과 판매제휴를 체결한 보험회사는 영업이 통제 불가능한 외부기관에 좌우됨에 따른 경영불안이 발생할 수 있음

- 객관적인 사업비 분석을 통한 방카슈랑스 상품의 보험료 수준을 결정하도록 하고, 보험업감독규정의 방카슈랑스 보험료 결정기준 규정의 파급 효과를 검토할 필요가 있음²²⁾
 - 이 경우 방카슈랑스 보험상품 보험료 수준과 관련된 현행 보험업 감독규정²³⁾은 은행 등 금융기관 대리점과 동일한 지위를 가진 일반 대리점에 대하여 높은 보험료를 적용하도록 하는 차별적 조항으로 해석될 수 있으므로, 방카슈랑스가 도입되어 경쟁이 시작될 경우 기존 대리점 조직들의 반발이 예상됨
 - 이로 인하여 대리점 수수료율을 자유화 할 경우 보험회사 간 가격 인하 경쟁이 발생하고 이는 영업수지 악화, 대리점 등 모집인의 시장 탈락률이 증가하는 원인이 될 수 있음
 - 장기적으로 대리점 수수료율은 보험회사와 금융기관의 협상력 (Bargaining Power)에 의해 결정되므로, 협상력이 높은 금융기관이 높은 대리점 수수료를 요청할 경우 이익수수료 추가지급, 간접지원 (계약사항 변경에 대한 배서업무 및 사고처리 지원 업무 등)을 통해 금융기관의 요구를 들어줄 개연성이 높음

22) 미국의 경우 방카슈랑스 상품이 활성화되어 있지 않으며, 방카슈랑스 상품보다 가격이 저렴한 것으로 알려진 On-line상품의 가격도 Off-line상품 가격과 유사한 것으로 조사됨.

23) 방카상품 예정사업비율은 전체평균 사업비율의 100분의 85범위내에서 적용하도록 하고 있음(보험업감독규정 제7-50조의 2(별표 14-2))

- 이 경우 방카상품의 보험료는 기존보다 저렴하지만 사용되는 사업비는 기존보다 높아 보험회사 손해율 및 영업수지 악화의 원인이 될 수 있음
 - 이럴 경우 낮은 보험료의 방카슈랑스 상품임에도 실질적으로 사업비용이 증가되어 보험회사의 손해율악화, 영업수지 적자의 원인이 될 수 있음
- 금융기관은 보험업법상 지위가 대리점이므로, 방카슈랑스가 도입되더라도 대리점의 역할을 수행하여야 할 것임
- 은행은 단순 보험상품 중개 업무만을 수행하고, 대리점이 하고 있는 보험사고 발생시 보험계약자의 보상처리를 지원, 배서업무 등 부가업무를 하지 않을 개연성이 높음
- 리베이트 발생 가능성을 차단할 수 있는 정책이 마련되어야 할 것임
 - 은행과 판매경쟁을 하는 독립대리점을 중심으로 리베이트에 대한 유혹이 더욱 증대할 개연성이 높으므로 이를 막을 수 있는 정책대안이 필요함