Ⅱ. 퇴직연금 마케팅에 관한 개관 및 선행연구

1. 퇴직연금 마케팅의 의의 및 개념

일반적으로 마케팅이란 기업이나 조직의 니즈를 충족시키기 위해 상품 및 서비스에 대한 아이디어, 가격설정, 프로모션 및 유통을 계획하고 실시하는 과정이라고 할 수 있다. 다만, 이는 일반제조업 입장에서의 마케팅 정의라고 할 수 있으며, 보험이 갖는 서비스적인 성격으로 인하여 보험산업 측면에서의 마케팅은 소비자가 인식하고 있는 보험상품에 대한 니즈를 충족시키기 위하여 소비자에게 접근하여, 상호이해를 공유하여 계약(판매)에 이르기 위한 종합적인 활동이라고 정의할 수 있다. 그리고 이 정의에서의 언급된 소비자는 단순히 보험계약자, 피보험자만이 아닌 보험서비스의 제공과정에 관련되는 영업담당자, 손해조사담당자 그리고 피해자 등을 모두 포함하는 상당히 광범위한 개념이라고 할 수 있다.

그 이유는 보험업이 무형재 판매라는 일종의 서비스업이므로 수익자인 보험계약자, 피보험자의 니즈를 충족시키기 위해서는 서비스에 관련되는 보험회사내외 사람들의 상호이해가 필수적으로 동반되어야 하기 때문이다. 또한 종합적인 활동이란 상품, 가격, 판매촉진, 판매채널의 4P의 마케팅요인만이 아니라 조직구성원과의 커뮤니케이션과 서비스 프로세스의 관리 등을 포함한 활동으로 수요와 공급을 조정하는 기능을 가지고 있다[1]. 또한 이러한 활동은 보험계약의 체결전(판매)만이 아닌 보험계약의 만기(보험금의 지불 등에 의한 서비스 종료)에 이르기까지 전 기간에 걸친 제 활동을 의미 한다[2].

---

1) 보험산업에서의 인적인 판매채널의 중요성과 상품판매상의 프로세스 중요성을 고려할때 보험마케팅의 경우 기존의 4P(Product, Price, Promotion, Place)에 더하여 People, Process가 부가된 6P의 마케팅믹스로 이루어진 제반 활동이라고 하여도 무방할 것으로 판단된다.

이에 따라 퇴직연금제도에서의 마케팅 개념은 수탁기관인 보험회사가 퇴직연금시장에서 선정하는 목표시장의 니즈 충족을 위하여 행하여지는 차별화된 상품 및 서비스를 포함한 제 활동이라고 할 수 있다. 따라서 목표시장(대상기업)의 선점과 타금융기관과의 경쟁에서의 우위를 확보하기 위해서는 퇴직연금운용과 직·간접적으로 관련성이 있는 위탁자(수요자)와 수탁자(공급자)에 대한 니즈의 정확한 파악과 자사의 경영자원에 대한 객관적인 평가를 통하여 목표시장을 선택할 필요가 있다. 또한 선택된 목표시장의 니즈 충족을 위하여 필요한 상품 및 서비스, 가격설정 등의 제 활동이 이루어질 필요가 있다. 결과적으로 퇴직연금제도의 마케팅 전략도 <그림 Ⅱ-1>에서 보는 바와 같이, ① 자사의 분석 ② 주요 경쟁업자의 분석 ③ 시장분석 ④ 자사의 시장내 기회와 위협의 식별 ⑤ 마케팅 전략의 책정 ⑥ 전략의 실행, 성과와 평가의 단계를 거친다고 할 수 있다.

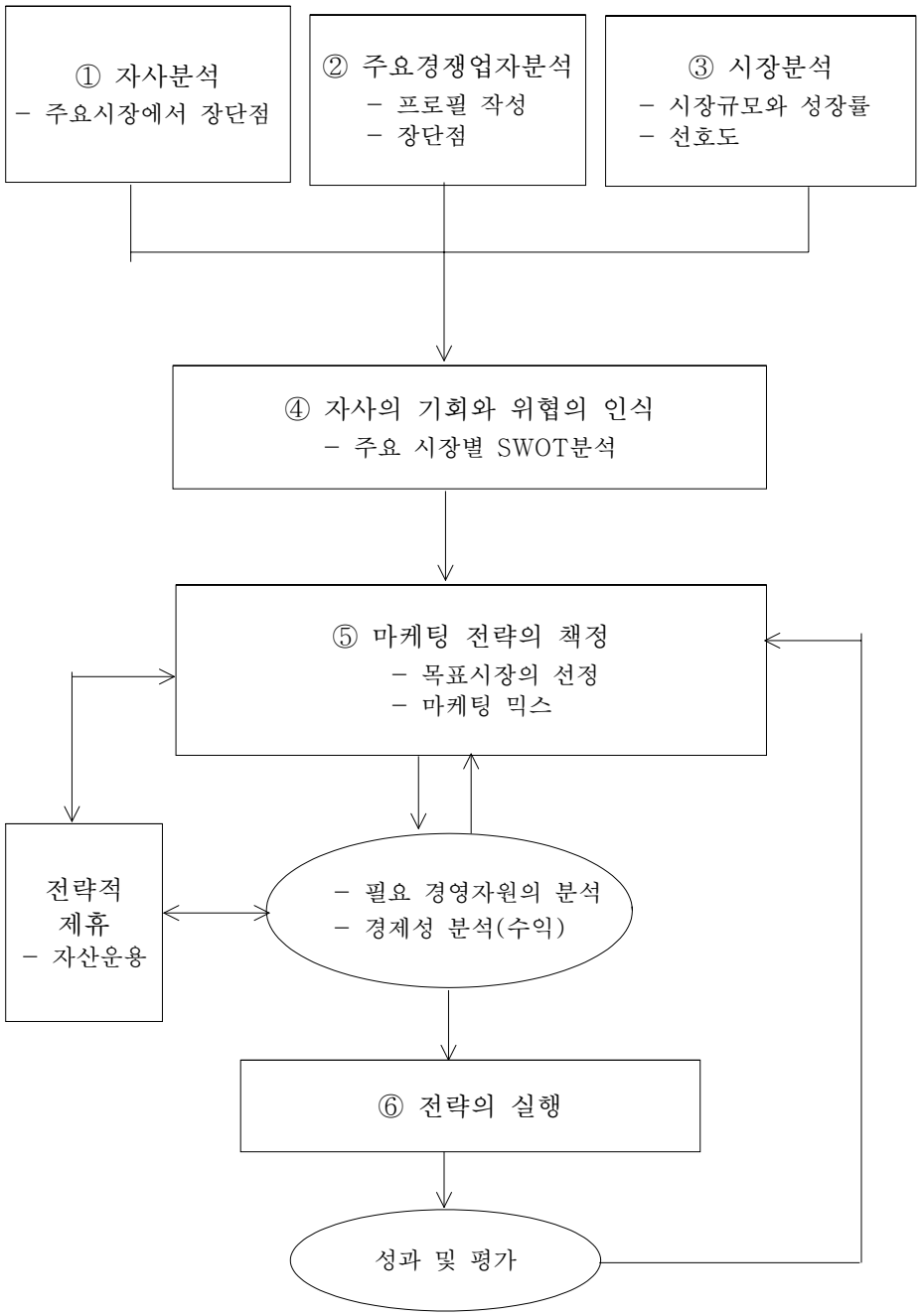
또한 퇴직연금 마케팅 전략의 책정과 시행의 단계별 주된 내용은 <표 Ⅱ-1>에서 보는 바와 같이, ① 목표시장의 선정(DB형 퇴직연금시장 또는 DC형 퇴직연금시장) ② 목표시장의 속성 분석(위탁자 니즈 파악) ③ 마케팅 믹스(수탁자간의 마케팅 경쟁요소) ④ 마케팅 전략의 시행(핵심역량을 감안한 마케팅믹스 제공) 등과 같은 절차(Process)에 의해 이루어진다고 할 수 있다.

또한 퇴직연금의 마케팅 대상은 크게 기업과 근로자로 분류 가능하지만, 퇴직연금형태의 결정이 기업보다는 오히려 근로자의 최종의사에 결정될 수밖에 없다는 점을 고려할 때 근로자를 주된 대상으로 이루어짐이 바람직하다고 판단된다.

---

2) 이러한 의미에서 보험마케팅은 지연, 혈연, 학연 등에 의한 단순 연고판매와는 확실히 구분이 될 필요가 있다.

<그림 II-1> 마케팅 전략 수립의 분석 프레임



<표 II-1> 퇴직연금 마케팅의 단계별 주된 내용

구 분	퇴직연금 마케팅 내용
마케팅시장 선정	DB형 퇴직연금시장 및 DC형 퇴직연금시장
마케팅시장 속성	수탁자(근로자)의 속성 및 니즈 분석
마케팅영향 변수	서비스 및 운용조직, 상품개발능력 등 평가(타 금융기관비교에 의한)
마케팅 추진방향	- 마케팅서비스 제공측면 (일괄서비스체제 또는 개별서비스체제 등) - 마케팅목표 선정측면(대기업 또는 중소기업 등) - 마케팅조직 운용측면(연금개발부문의 설치 등) - 마케팅인프라 강화측면(영업조직, 리스크관리 등)

2. 퇴직연금제 사업모형과 마케팅 특징

퇴직연금의 사업모형은 근본적으로 퇴직보험의 사업모형과 다르다. <표 Ⅱ-2>에서 보는 바와 같이 상품설계, 마케팅 활동(컨설팅), 자산운용, 연금급부 측면에서 DB형 퇴직연금제 및 DC형 퇴직연금제에는 각각 상이한 사업모형이 존재하기 때문에 퇴직연금제의 유형에 따른 상이한 마케팅 전략이 요구되고, 더욱이 기존의 퇴직보험과의 완전히 상이한 마케팅이 요구된다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

먼저 DB형 퇴직연금제의 사업모형에서는 사망률, 퇴직률, 승급률 등을 감안하여 개별 기업의 특성에 부합한 퇴직연금설계가 이루어지며, 특히 기업이 자산운용의 최종 책임을 부담하기 때문에 안정성 중심의 자산운용이 필요하다. 이 때문에 책임준비금 적립의 적정성 등을 고려한 자산운용, 즉 ALM적 자산운용이 절실히 요구된다. 특히 근로자 니

즈에 부합한 다양한 연금상품의 개발 및 연금 지급방식의 다양화 등으로 안정적 노후소득을 보장하는 것이 확정급여형 사업모형의 핵심이 되고 있다.

<표 II-2> DB형 퇴직연금과 DC형 퇴직연금의 사업모형

구분	상 품 설 계	마케팅 (컨설팅)	자 산 운 용	연 금 급 부
DB형	-사망율,퇴직율,승급율,임금상승률,준비금부리이율등계산기초율적용 -재정방식설정 및 연금재계산 ※연금수리 마인드가 상품설계의 대전제	-사용자중심 마케팅 -개별기업정보분석 중심 마케팅 -자산운용능력중심 마케팅 ※기업과 관계중요	-기업이 자산운용 책임부담(기업추가갹출부담존재) -안전성중시 자산운용면에서보험회사유리 -책임준비금적정성을 고려한 자산운용 ※ALM적 자산운용 필수	-근로자니즈에 부합한 다양한 연금상품개발 -연금지급방식다양화필요 ※ 5년 이상 정기 및 종신연금개발 주력
	기업대상	기업대상	기업의 자산운용책임	근로자 대상
DC형	-계산기초율등 연금수리 미적용 -다양한 투자운용상품 및 포트폴리오 제시	-중소형사 및 벤처기업중심 마케팅 -투자교육, 기록관리등운용관리업무 선점을 위한 제활동	-자산운용 관련자 책임강화 . 위반시 소송빈발 -수익성중시자산운용면에서 은행유리 ※보험회사의 자산운용사 설립 검토 필요	-근로자의 연금전환필요 ※향후 세제혜택 여부에따라 연금전환정도차이 존재
	근로자대상	기업 및 근로자대상	근로자의 자산운용책임	근로자대상

자료: 류건식 · 남효성 · 박홍민,『퇴직연금시장 전망과 보험회사 대응과제』,CEO Report, 2003.12, p.5 일부수정

이에 반해 DC형 퇴직연금제 사업모형에서는 근로자가 직접 투자운용상품을 선택·운용제시 한다는 점에서 수익성 중심의 투자포트폴리오별 상품 설계가 중요하다. 이러한 이유로 보험회사는 타 금융기관에 비해 경쟁력이 있는 투자교육, 기록관리, 운용관리 등과 같은 운영 관리 업무 중심의 마케팅을 수립하고 실행하는 경향이 뚜렷하다.

결국 퇴직연금제가 퇴직보험과 달리 퇴직연금제의 유형에 따라 상이한 사업모형 구조를 가지고 있으며, 또한 퇴직연금제와 기존 퇴직보험의 사업모형 차이로 인하여 퇴직연금 마케팅 대상과 형태, 그리고 방법상에도 차이가 존재하게 된다.

<표 Ⅱ-3> 퇴직보험과 퇴직연금의 마케팅 특징

구분	퇴직보험	퇴직연금
대상	기업 중심	근로자/기업 중심
목표	개별기업 중심	근로자 중심
상품	단일상품 중심	다원화된 상품(DC, DB)중심
형태	거래 중심(단일성)	서비스 중심(거래의 빈도가 높음)
환경	일원적	다원적

기존 퇴직보험과 퇴직연금의 마케팅 특징을 정리하면 보면 ① 대상 측면에서 기존 퇴직보험이 기업중심의 특징을 지니고 있음에 비하여 퇴직연금은 근로자 및 기업 모두를 대상으로 이루어진다는 특징이 있으며, ② 제공되는 상품의 경우 기존 퇴직보험이 단일상품 중심이라면 퇴직연금제의 경우 DB형 퇴직연금, DC형 퇴직연금, 개인퇴직계좌(IRA) 등을 대상으로 하기 때문에 다원화된 상품의 제공이 이루어진다는 특징이 있다. ③ 거래의 형태와 환경의 경우 기존의 퇴직보험이 기업환경의 변화만을 주요 고려대상으로 삼고 있다는 점에서 일원적인 환경하에서의 단일 거래를 중심으로 이루어진다면, 퇴직연금제의 경우 수탁기관간

의 관계, 감독기관과의 관계, 근로자간의 관계, 사용자(기업)간의 관계 등을 종합적으로 고려할 필요성이 있다는 점에서 다원적인 마케팅 환경 하에서 놓여있으며, 서비스 중심의 빈번한 거래를 동반한다는 특징을 가지고 있다(<표Ⅱ-3>참조).

3. 퇴직연금 서비스 및 수수료체제

가. 퇴직연금 서비스체제

1) 서비스제공시기에 따른 서비스체제

퇴직연금제도중에서 특히 DC형 퇴직연금제와 관련된 서비스는 대략 <표Ⅱ-4>와 같이 서비스 제공시기를 기준으로 크게 연금제도 발족전과 연금제도발족 후의 서비스형태 등으로 구분할 수 있다.

<표 II-4> 서비스 제공시기에 따른 퇴직연금서비스체제

서비스 제공시기	법령에 기초한 서비스	임의의 서비스
제도발족 전 (또는 발족시)	제도발족 전의 임의 서비스중에서 규약작성, 신청 등으로 기업에게 의무 부과되고 있는 것의 지원 서비스	① 제도설계컨설팅 ② 운용방법컨설팅 ③ 설립지원컨설팅
제도 발족 후	④ 기록관리 서비스 ⑤ 운용지시 관리서비스 (운용방법 변경) ⑥ 자산관리서비스(급부금지급) ⑦ 운용상품제공서비스 ⑧ 자산잔고 등 리포트서비스 ⑨ 퇴직시처리서비스 ⑩ 연차보고 등 작성서비스 (기업 보고부문)	① 제도설계컨설팅 (제도 변경시 등) ② 운용방법컨설팅 (계속적 교육 등 실시) ⑩ 연차보고등 작성서 비스(사용자관련보고를 대행 작성하는 부분)

자료: 류건식・김세환,『보험회사의 퇴직연금 리스관리전략』, 보험개발원 보험연구소, 2004.7, p. 41.

먼저 연금제도의 발족전의 서비스형태로는 임의의 서비스인 ① 제도설계 컨설팅 ② 운용방법컨설팅 ③ 설립지원 컨설팅 등과 법령에 기초한 서비스(①,②,③ 중 규약작성, 신청 등으로 기업에게 의무 부과되고 있는 것의 서비스) 등이 존재한다.

다음으로 연금제도 발족 후의 서비스형태로는 임의 서비스인 ① 제도설계컨설팅(제도 변경시 등) ② 운용방법컨설팅(계속적 교육 등의 실시) ③연차보고 등 작성 서비스(기업관련 보고를 대행 작성하는 부분) 등과 법령에 기초한 서비스인 ① 기록관리 서비스 ② 운용지시관리 서비스(운용방법변경) ③ 자산관리 서비스(급부금지급 등) ④ 운용상품제공서비스 ⑤ 자산잔고 등 리포트 서비스 ⑥ 퇴직시 처리서비스 ⑦ 연차보고 작성서비스(기업 보고부문) 등으로 분류할 수 있다.

2) 서비스 제공방법에 따른 서비스체제

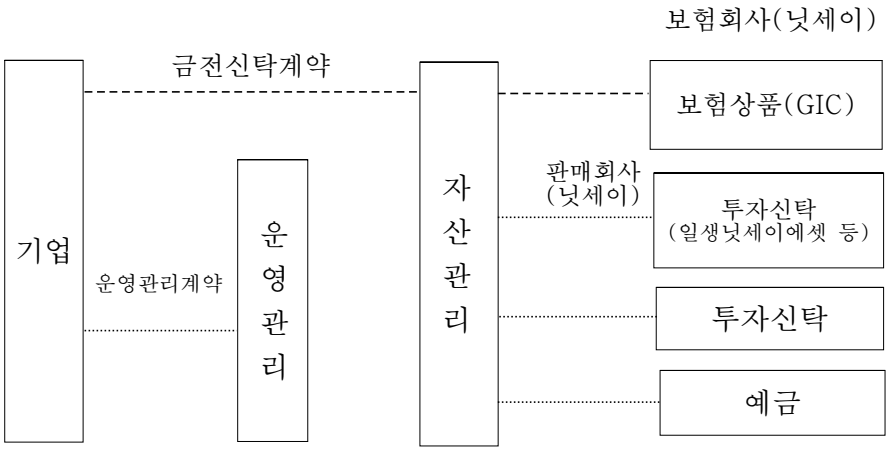
서비스제공방법에 따른 퇴직연금서비스 형태로는 일괄서비스(bundle service)형태와 개별서비스(unbundle service)형태 등이 있다. 전자의 경우 DC형 퇴직연금제를 운영하기 위하여 필요한 여러 가지 서비스를 하나의 기관이 일괄하여 제공하는 형태를 말하며, 후자의 경우 복수의 기관이 제공하는 개별 서비스를 조합하여 완성된 서비스를 제공하는 형태이다. 예를 들어 일본생명의 경우 시장세분화에 근거하여 중견 및 대기업을 주된 대상으로 하는 주문(order made)형의「개별형제도(unbundle plan)」, 중소기업을 주된 대상으로 하는 패키지(package)형의「일괄형제도(bundle plan)」와「개방형(open plan)제도」등 3유형의 플랜을 제공하고 있다[3].

DC형 퇴직연금제의 실시주체인 기업이 기능별로 우량한 서비스 전문기관을 선정하여 제공받는 서비스를 총괄하는 것이 가능하다면 비용이 저렴할 뿐만 아니라 고도의 전문적인 서비스를 제공하는 개별서비스

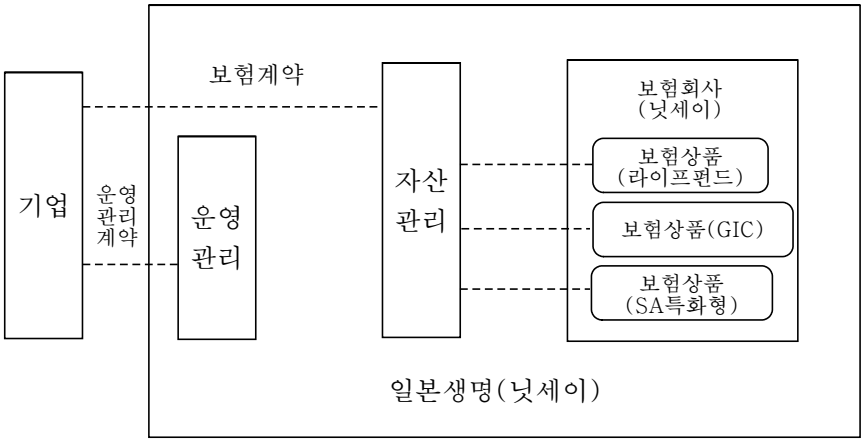
3) 신문식,『일본 출장보고서』, 2004.6.

형태를 선택하는 것이 유리할 것이다.

<그림 II-2> 중견 및 대기업 대상의 개별형제도 운영사례



<그림 II-3> 중소기업 대상의 일괄형 및 개방형제도 운영사례



그러나 자산의 규모가 소규모인 퇴직연금제도일 경우에는 개별서비스방식으로 비용을 감소시키는 것은 곤란할 것이다. 그리고 간편성과

편리성을 중시하는 기업은 퇴직연금제의 운영·관리에 필요한 모든 서비스가 패키지화되어 있는 일괄서비스를 선택하게 될 것이다. 따라서 기업의 규모와 성향에 따라 선호하는 퇴직연금 서비스방식이 상이하므로 보험회사가 DC형 퇴직연금시장에 진출하기 위해서는 먼저 목표시장을 선정한 후 목표시장에 적합한 진출 전략을 수립하여야 할 필요성이 있다.

나. 퇴직연금 서비스의 수수료체제[4)]

1) 미국

퇴직연금 서비스에 대한 수수료는 제공서비스에 대응하여 몇개의 범주로 분류가 가능하며, 징수기준도 각각 상이하다.

제공하는 서비스의 수수료수준은 수탁기관 각사가 공표하고 있는 수수료 체계로부터 추측할 수 있지만, 기록관리(Record Keeping)부터 자산운용까지 포괄서비스를 제공하고 있는 경우 미국 퇴직연금 서비스의 수수료체계는 대략 다음과 같다.

가) 제도 도입 수수료

플랜이 신규로 설립되는 경우 또는 이미 설립플랜에 대해 수탁기관의 교체가 이루어진 경우 징수하게 된다. 통상 제도 도입 수수료는 『1플랜당 정액 + 가입 자격자 1인당 일정액』으로 이루어진다.

다만, 이미 설립된 플랜의 수탁기관을 교체하는 경우 기존 투자펀드가 새로운 수탁기관의 플랜에 이월되지 않은 경우가 대부분이므로 새로운 플랜의 투자펀드로 적립금을 이행하는 절차가 필요하며, 이에 따라

---

4) 第一生命 ニコ-ヨ-ク401(k)研究會 編著,『401(k)フランのすべて』, 金融財政事情研究會,平成 11年 4月., pp. 110-116.

수탁기관의 교체에 대해 신규설립 경우보다 제도 도입 수수료가 높게 설정되고 있는 경우가 존재한다.

나) 사무관리 수수료

사무관리수수료는 기록관리(Record Keeping), 신탁(Trust), 준법감시(Compliance), 대출(Loan)사무, 급부금지급이라는 사무관리 서비스의 대가로서 징수하는 수수료로서, 『1플랜당 정액 + 가입자격자 1인당 일정액』의 기준으로 매년 징수하는 것이 일반적이다. 대출(Loan)사무 수수료에 대해서는 독립시켜 1인당 일정액으로 징수하는 경우도 존재한다.

다) 종업원교육 및 기타 가입자에 대한 정보제공 수수료

종업원을 대상으로 실시되는 세미나 개최비용, 플랜내용을 설명하는 비디오 및 빔 프로젝트, 정기적인 소식지(Newsletters)의 발신관련 비용, 콜센터(Call Center), 전환자동응답시스템의 사용료 등의 명목으로 징수되는 수수료이다. 포괄서비스를 제공하는 수탁기관에서는 이들 수수료를 별도 징수하지 않고 도입시서비스, 사무관리 서비스의 일환으로 제공하는 사례가 많다. 이들 수수료를 징수하고 있는 경우에서도 그 징수기준은 다양하다.

라) 자산운용 수수료

갹출금의 운용과 관련된 수수료이다. 징수기준은 투자펀드의 잔고에 대한 일정비율이다. 따라서 투자펀드의 운용이율은 이들 수수료를 공제한 후의 이율이며, 실질적으로 가입자가 부담하게 된다. 뮤추얼펀드에 투자한 경우에는 운용수수료(투자자문수수료, 계좌유지수수료)이외에 판매수수료 또는 12b-1 수수료(펀드운용회사가 판매대리점에게 지불하는 수수료)가 징수하는 경우가 있다.

이상이 일반적인 미국 퇴직연금 서비스 수수료의 징수체계이지만

수탁기관에 따라서는 운용펀드의 종류 및 수에 표준을 설정, 이를 초과하는 내용을 설정하는 경우에는 별도수수료를 징수하는 등 다양한 수수료를 설정하는 경우도 존재한다. 또한 수수료율의 설정에 있어 사무관리 수수료율을 낮게 하는 대신에 자산운용수수료를 높게 하기도 하고 또한 그 반대로 하기도 하는 등, 동일한 수수료 체계에 따라서도 요율설정의 방향이 상이한 경우도 존재한다. 참고로 <표 Ⅱ-5>는 수수료율의 비중이 상이한 수탁기관을 나타낸 표인데, 이는 특정 수탁기관의 사례를 보여주는 것이 아니고 미국노동성에 의한 수수료 조사에서 나타난 수수료 징수형태를 예시적으로 표시한 것이다. <표 Ⅱ-6>은 <표 Ⅱ-5>의 수수료징수패턴에 가입자 100명, 자산 200만불의 플랜을 수탁한 경우의 수수료액 및 플랜자산에 대한 수수료비율을 나타낸 표이다.

<표 II-5> 수탁기관의 퇴직연금 수수료 체계

	수탁기관 A	수탁기관 B	수탁기관 C
기록관리/사무관련			
기본수수료 가입자1인당 급부금지급 1건당 차별테스트 Form 5000제출	8,500 25 0 0 0	2,000 28 0 500 350	1,500 33 35 0 0
대출(Loan) 관련			
대출 설정 수수료 대출 사무 수수료	35 20	75 25	95 0
신탁(Trust)	0	2,800	500
자산운용관련 (대 자산점유율)			
평균자산운용수수료 기타수수료	0.42% 0.00%	0.92% 0.00%	0.80% 0.90%

자료: 第一生命 ニコ-ヨ-ク401(k)研究會 編著, 『401(k)フランのすべて』, 金融財政事情研究會, 平成 11年 4月, p.113 재인용)(원저: Pension and Welfare Benefits Administration Study of 401(k) Plan Fees and Expenses)

이상 검토한 바와 같이 퇴직연금제와 관련된 3개 수탁기관중에서 기

록관리, 사무관련 수수료율이 가장 낮고, 자산운용 수수료율이 높은 수탁기관 C의 수수료가 가장 높게 나타나고 있음을 알 수 있어 퇴직연금제의 수익성 확보를 위한 하나의 시사점이 되고 있다. 또한 이는 일반적으로 수탁기관에 지불하는 수수료의 70~80%는 자산운용과 관련된 수수료라 할 수 있기 때문에 자산운용수수료가 높은 수탁기관의 총수수료는 상대적으로 높게 되는 경향에 의한 것이다.

<표 II-6> 수탁기관의 퇴직연금 수수료 산정

	수탁기관 A	수탁기관 B	수탁기관 C
기록관리/사무관련			
기본수수료 가입자1인당 급부금지급 1건당 차별 데스트 Form 5000제출	8,500 2,500(25×100명) 0 0 0	2,000 28,00(28×100명) 0 500 350	1,500 3,300(33×100명) 350(35×10명) 0 0
대출 관련			
대출 설정수수료1) 대출 사무수수료2)	350(35×10건) 600(20×30건)	750(75×10건) 750(25×30건)	950(95×10건) 0
신탁(Trust)	0	2,800	500
자산운용관련			
평균자산운용수수료 기타수수료	8,400 0	18,400 0	16,000 18,000
합계	20,350	28,350	40,600
가입자 1인당 수수료	204	284	406
수수료 대 Asset 비율	1.02%	1.42%	2.03%

주: 1)대출 설정수수료는 신규로 10건 발생한다고 가정

2)대출 사무수수료는 30건의 대출이 존재한다고 가정

자료: 第一生命ニコ-ヨ-ク401(k)研究會 編著,『前揭書』, 金融財政事情研究會, p.114.

2) 일본

수탁기관인 보험회사의 경우 주된 수익원천은 사무관리 업무 및 자산관리 업무의 수행에 따라 기업 및 근로자로부터 수취하게 되는 사무관리 및 자산관리 관련 수수료이다.

다만, 최근 사무 및 자산관리 기관간의 수수료 경쟁에 따라 수수료 수준이 전반적으로 인하되는 경향을 보이고 있는 반면, 경쟁의 심화에 따라 수탁기관이 기업 및 근로자에게 제공하는 수탁기관의 서비스 유형은 다양화되고 있어 거액의 인프라 구축비용 (예: 기록관리비용 등의 고정비용)이 요구되고 있다는 점에서 수익관리의 중요성이 더욱 요구되고 있다. <표 Ⅱ-7>은 일본의 DC형 퇴직연금 수수료체계를 나타낸 표이며, 세부내역에 대한 구체적인 내용은 다음과 같다.

<표 Ⅱ-7> 일본의 DC형 퇴직연금 수수료 체계

대분류	소분류	세부내용	부담주체
초기 수수료	도입 수수료	기본 보험료 180,000엔 + 가입자1인당 2,000엔	기업(국민연금기금연합회)
운영 수수료	사무관리 기관 관련 수수료	제도관리 수수료 기록관리 수수료 ·연간수수료 : 기본보험료 300,000엔 +가입자 1인당 3,500엔	
		종업원 설명회개최 수수료 ·1회당 수수료 100,000엔	
	자산관리 기관 관련 수수료	자산관리 수수료 (자산관리기관에 대한 수수료) ·비용은 제도관리비용에 포함	
		자산운용수수료(운용기관에 대한 수수료) ·비용은 운용펀드종류에 따르지만 대략 자산잔고의 0.50−1.30%	개별가입자

자료: 富士總合研究所　企業年金コンサルティング室編,「確定據出型年金導入」,『日本法令』, 平成 12年 4月.

가) 초기 수수료(도입수수료)

퇴직연금제도 설정시 발생하는 업무와 관련된 초기수수료의 경우, 단체DC형 퇴직연금제도에서는 일반적으로 기업이 부담하지만 개인DC형 퇴직연금제에서는 국민연금기금연합회가 부담하게 된다. 이 경우 수수료체계는 기존 후생연금기금 등의 수탁 수수료체계와 거의 동일하게 일정액의 기본보험료와 가입자 수에 비례한 금액을 합산한 금액으로 구성되어 있다.

나) 운영 수수료

① 운영관리기관 관련 수수료

제도관리 수수료, 기록관리 수수료는 제도운용에 필요한 수수료로서, 도입 수수료와 유사하게 단체DC형 퇴직연금제도에서는 기업이 그리고 개인DC형 퇴직연금제도에서는 국민연금기금연합회가 부담하고 있다.

구체적인 수수료 내역으로는 사무매뉴얼 및 서류 등의 작성, 가입자의 속성, 잔고 등의 관리, 자동음성응답시스템, 인터넷을 통한 정보조회, 가입자 잔고 보고서작성 등을 들 수 있다. 또한 수수료체계는 도입수수료와 동일하게 기본 수수료와 가입자 비례 금액을 합산하여 산출되고 있다. 그리고 종업원 설명회 개최 수수료는 전문가인 외부강사에 의한 설명회를 개최한 경우의 수수료이다

② 자산관리 기관 관련 수수료

자산관리 수수료는 자산관리기관에 대한 수수료이다. 자산관리기관에 대한 수수료 체계에는 자산잔고비례방식 및 일정 금액방식이 존재하는데 일본의 경우 일반적으로 자산잔고비례방식을 많이 적용하고 있다. 자산운용 수수료는 자산운용을 행하고 있는 운용기관에 대한 운용보수로써 운용수익중에서 일정한 비율로 차감하기 때문에 개별 가입자가 수

수료를 부담한다는 특징이 있다.

4. 선행연구

우리나라의 경우 퇴직연금제의 시행이 선진국에 비하여 늦어지고 있다는 점에서 퇴직연금 마케팅에 관한 연구가 활발히 이루어지지 않은 상태이다.

특히 퇴직연금제도와 관련한 보험회사의 마케팅 전략을 모색하기 위해 퇴직연금제에 관한 선호도 분석 등의 연구가 요구되나, 이와 관련된 국내의 선행연구 역시 매우 미흡한 실정이다. 퇴직연금제가 도입되어 동 시장에 진입할 경우 국내 보험회사가 어느 분야에 관심을 갖고 준비해야 할 것인가에 초점을 맞춘 박홍민・이경희(2002)[5]의 개론적인 분석이 있을 정도이다.

퇴직연금제의 선호도 분석과 관련된 연구는 류건식・신문식(2004)[6]의 연구 등을 들 수 있다. 근로자 424명을 대상으로 설문조사를 실시한 동 연구에 의하면, 전체 근로자의 77.1%가 확정급여형(DB형) 퇴직연금제를 선호하는 것으로 나타나고 있다. 특히 동 연구에서는 직업별로 DB형 선호의 경우 화이트칼라 74.3%, 블루칼라 80.2%의 선호도를 나타내고 있어 안정성 중시 연금운용 선호에 대한 보험회사의 철저한 준비가 필요하다고 보고 있다.

선진외국의 경우 퇴직연금의 조기 도입 등의 영향으로 특히 미국에서의 연구가 활발하다. Current Popu1ation Survey(1995)[7]의 연구에 따르면 미국 근로자의 약 52%가 DC형 퇴직연금제를 선호하고 있다고 한

---

5) 박홍민·이경희, 『기업연금시장 활성화와 보험회사 대응전략』,보험개발원 보험연구소, 2002.4.

6) 류건식·신문식, 「퇴직연금제도 시행과 손해보험회사의 대응」, 『손해보험』, 대한손해보험협회, 2004. 9.

7) Current Popu1ation Survey, 1995.3.

다. 특히 동 연구에서는 근로자를 연령별로 세분화하여 선호도 분석을 실시함으로써 고 연령층일수록 안정성 중시의 퇴직연금을 보다 중시하고 있다고 주장하면서 이에 따른 대응책이 필요하다고 보고 있다. 선호도 분석의 결과 21~24세의 경우 DB형 퇴직연금제 27.9%, DC형 퇴직연금제 72.1%의 선호도를 보이고 있으나, 45~54세, 55~64세, 65세 이상은 각각 52.4%, 71.5%, 93.6%의 DB형 퇴직연금제도 선호도를 보이고 있다.

Tongxuan Yang(2004)[8]은 미국의 DC형 퇴직연금제 가입자 1,751명과 DB형 퇴직연금제 가입자 1,784명을 대상으로 근로자의 퇴직연금제에 대한 선호 요인 분석을 실시하였다. 동 연구 결과에 의하면 월급여가 많을수록 DB플랜을 선호하며, 남성일수록 DC형 퇴직연금제를, 그리고 리스크를 선호하는 근로자일수록 DC형 퇴직연금제를 선호하는 것으로 나타나고 있다.

Wonku Hong(2004)[9]의 연구에서는 로짓모형과 연금수리모형 등을 통해 DC형 퇴직연금제의 기대효과를 근로자의 선호요인과 연계시켜 분석하였다.

일본의 경우, 일본생활복지연구기구(2002)[10]의 연구조사(기업형 504명, 개인형 95명 대상)를 들 수 있다. 이 결과에 의하면 DC형 퇴직연금제 선호요인은 근로자의 자조 노력 강화(52%), 퇴직급부채무의 해소(37%), 복리후생의 충실(37%) 등의 순으로 나타나고 있다. 다만, 도입형태별로 차이가 존재하고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉 퇴직연금을 신규로 도입하는 기업에서 DC형 퇴직연금제를 도입하는 이유로는 복리후생의 충실(80%), 근로자의 노후생활보장 다양화(60%), 자조노력의 강화(52%) 등의 순이었으나, 기존에 퇴직연금을 실시하고 있는 기업에서는

---

8) Tongxuan Yang, "Understanding the Defined Benefit vs Defined Contribution Pension Choice", *ARIA*, 2004, 8.

9) Wonku Hong, "The Effect of Defined Contribution Pension on Retirement" *ARIA*, 2004, 8.

10) 社團法人日本生活福祉研究機構, 『アンケート 調査結果報告書』, 2002.10.

퇴직급부채무의 해소(52.4%), 자조노력강화(52.4%), 급여・보수체계의 재구축(42.9%) 등의 순으로 나타나고 있다.

中尾邦彦(1999)은 미국 401(K)의 비즈니스전략 및 특징을 분석하여 일본판 401(K)가 도입되는 경우 보험회사의 입장에서 어떠한 진출 전략을 수립할 필요성이 있는지를 제시하였다. 또한 前田祐孝(1998)는 은행, 보험회사, 투신사의 비즈니스 전략 특징을 사례별로 조사 분석함으로써 마케팅 전략상의 시사점을 제시하고 있으며, 미국의 대표적인 마케팅전략 성공사례로 MetLife 생명 등을 소개하고 있다.