

테 마 진 단

◆ 방카슈랑스 도입 이후 생명보험회사의 판매채널 변화

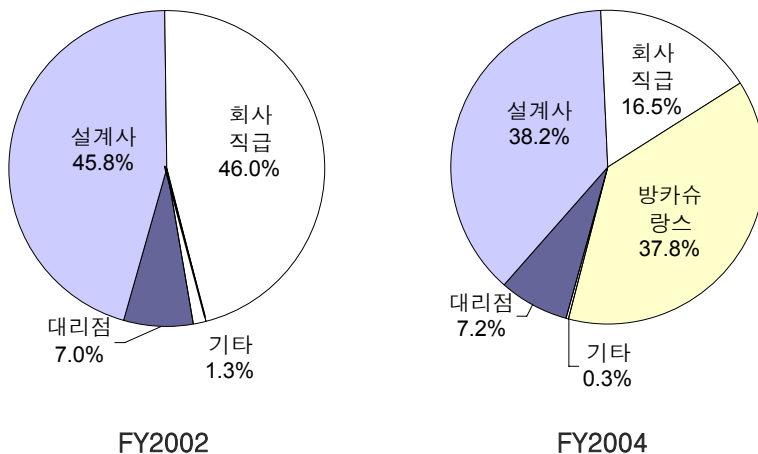
이태열 동향분석팀장

1. 방카슈랑스 도입 이후 판매채널의 구성

방카슈랑스는 도입과 더불어 단기간에 생명보험회사의 상품 및 판매채널 구성에 많은 영향을 미쳤는 바 이러한 변화의 특징을 파악하고 시사점을 도출할 필요성이 제기됨.

- 방카슈랑스는 2003년 9월 도입과 더불어 생명보험 상품의 주요 판매 창구로서 급속히 성장하면서 판매 채널의 구성에 큰 변화를 야기함.
- 방카슈랑스는 모든 보험료가 초회보험료의 형태로 일시에 납입되는 일시납 상품을 중심으로 빠르게 성장함.

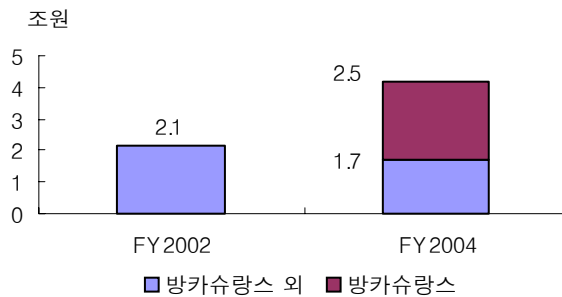
<그림 1> 방카슈랑스 전후 생명보험 판매채널별 비중(초회보험료 기준)



보험동향 2006년 여름호

- <그림 1>과 같이 FY2004 초회보험료에서 방카슈랑스가 차지하고 있는 비중은 전통적인 주력 채널인 설계사 조직과 대등해지면서 주력 판매채널로 정착하고 있음.
- 특히, 생존, 생사혼합, 변액보험의 경우 전체 초회보험료에서 방카슈랑스 채널의 비중이 급속히 증가하면서 기존 채널을 크게 위축시킨 것으로 평가되고 있음.
 - 방카슈랑스 도입 이전인 FY2002 생존, 생사혼합, 변액보험의 초회보험료는 약 2조 1,385억원이었으나 도입 이후인 FY2004에는 4조 2,064억원으로 큰 폭 증가함.
 - 특히, 그 중 2조 5,289억원이 방카슈랑스 채널을 통해 거수되었으며 기타 채널을 통한 초회보험료 1조 6,775억원에 불과하여 오히려 방카슈랑스 도입 이전보다 감소하는 특징이 나타남.

<그림 2> 생존 및 생사혼합보험 채널별 구성비(초회보험료 기준)

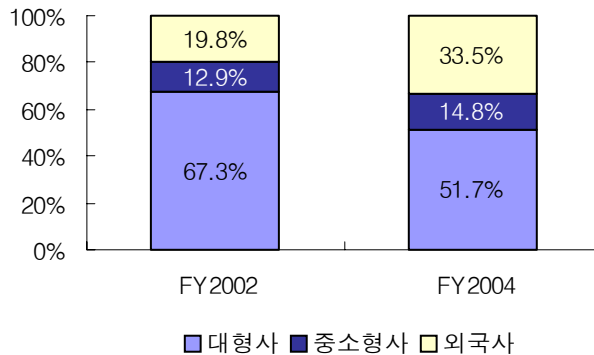


- 외국계 보험회사¹⁾들의 경우 방카슈랑스 채널을 적극적으로 활용함으로써 전체 시장에서의 M/S를 크게 확대시킴.
- FY2004 방카슈랑스를 통한 초회보험료 중에서 외국계 보험회사들이 차지하고 있는 비중은 과반이 넘는 56.3%(대형사 27.0%, 중소형사 16.7%²⁾)를 점유하고 있음.
 - 이는 외국계 보험회사들이 은행과 긴밀한 협조 관계를 유지하고 있기 때문인 것으로 판단됨.

1) 본 보고서에서 외국계 보험회사는 ING, PCA, 프랑스, 메트라이프, AIG, SH&C, 푸르덴셜, 알리안츠, 뉴욕, 라이나, 카디프를 포함함.
 2) 대형사는 삼성, 대한, 교보를 포함하며 중소형사는 흥국, 녹십자, 동부, 금호, SK, 럭키, 신한, KB, 동양을 포함함.

- 외국계 보험회사들은 주요 판매채널로 등장한 방카슈랑스에서 크게 성장하면서 전체 초회보험료 M/S에서도 그 비중을 크게 확대시킴.

<그림 3> 생명보험 회사그룹별 점유율(초회보험료 기준)



- 본 보고서는 방카슈랑스 채널 자체의 변화보다는 방카슈랑스의 도입과 더불어 다른 판매채널 즉 설계사, 대리점 등 전통 채널에 어떠한 변화가 있었는지를 파악해 봄으로써 방카슈랑스 이후의 판매채널 변화를 보다 종합적으로 조망하고자 함.
- 주요 생명보험회사의 개인생명보험³⁾ 초회보험료 실적을 방카슈랑스 도입 이전 (FY2002)과 도입 이후(FY2004)로 나누어 비교함으로써 방카슈랑스가 판매채널에 미친 영향을 파악해보고자 함.
 - 단체보험, 퇴직보험 등은 수입보험료의 규모가 불안정한 추이를 가지고 있고 계절 성까지 심하게 나타나 분석의 대상에서 제외하였으며 따라서 분석대상 종목은 개인생명보험(사망, 생존, 생사혼합, 변액)에 국한하였음.
- 본 보고서에서는 사망보험은 그대로 사망보험으로 한 반면, 생존, 생사혼합, 변액보험은 모두 합산하여 편의상 저축성 보험으로 정의하였음⁴⁾.

3) 본 보고서에서 개인생명보험은 개인생명보험 일반계정과 변액연금을 포함한 개념임.

4) 변액에는 사망보험에 해당하는 변액종신 등이 포함되어 있으나 분류상 어려움으로 변액연금, 변액유니버설 등 다른 변액보험과 함께 저축성보험으로 분류함.

2. 방카슈랑스 도입 이후 전통 채널의 변화 (1)

방카슈랑스 도입 이후 대형사와 중소형사는 전통채널을 이용한 사망보험 판매를 확대한 반면, 외국사는 방카슈랑스에 집중한 경우가 많아 상대적으로 전통채널의 활용에 소극적이었던 것으로 나타남.

- 방카슈랑스 도입 이후 설계사 및 대리점(이하 전통채널)을 통해 거수된 초회보험료는 거의 성장하지 못하면서 방카슈랑스에 비해 매우 저조한 실적을 나타냄.
 - FY2004 개인생명보험 초회보험료는 방카슈랑스에 힘입어 5조 5,101억에 이르면서 FY2002의 2조 9,688억원 대비 85.6%나 증가함.
 - 반면, 전통채널을 통해 거수된 초회보험료는 같은 기간 4.3% 증가하는데 그쳐 사실상 정체 상태를 나타냄.
 - 이러한 성장도 사망보험(11.3%)에 의존한 것으로 저축성 보험의 경우 같은 기간 오히려 0.5%의 감소를 나타냄.
- 전통채널의 통한 개인생명보험의 초회보험료 추이를 대형사, 중소형사, 외국사로 나누어 파악해보면 상호 상이한 양상을 보이고 있음.
 - 전통채널을 통한 개인생명보험 초회보험료는 대형사 증가(14.3%), 중소형사 정체(2.4%), 외국사 감소(-27.8%)로 요약할 수 있을 것임.
 - 외국사의 경우, 방카슈랑스의 도입과 더불어 전통채널을 통한 판매에는 주력하지 않았음을 의미함.
 - 대형사와 중소형사는 사망보험에서 초회보험료가 증가한 반면, 외국사는 감소하였고, 중소형사의 경우 저축성보험의 초회보험료가 감소하는 특징을 나타냄.
 - 대형사는 전체적으로 전통채널을 통해 사망보험의 판매를 증가시킨 것으로 나타남.
 - 중소형사는 전통채널을 통해 사망보험 판매에 집중한 반면, 방카슈랑스의 점유율이 높은 저축성보험에서의 판매실적은 부진했던 것으로 나타남.
 - 외국사의 경우 중소형사와는 반대로 사망보험 초회보험료가 큰 폭으로 감소하였으며 전체적으로 전통채널을 통한 초회보험료 거수가 부진했던 것으로 나타남.

<표 1> 방카슈랑스 도입 이후 회사그룹별 전통채널 변화(1)

(단위 : 십억원, %)

	사망보험	저축성보험 (생존+생사혼합+변액)	합 계	변화 특징
대형사	928 (23.5)	1,221 (8.2)	2,149 (14.3)	사망확대, 저축성유지
중소형사	233 (68.2)	159 (-34.9)	392 (2.4)	사망확대, 저축성축소
외국사	120 (-53.9)	288 (-5.3)	408 (-27.8)	사망축소, 저축성유지
전체	1,281 (11.3)	1,668 (-0.5)	2,949 (4.3)	

주 : 1) FY2004 초회보험료 기준임.

2) ()는 FY2002 대비 성장률임.

- 전체적으로 볼 때 대형사와 중소형사는 전통채널을 통해 사망보험의 판매 확대에 주력한 것으로 판단되며 외국사는 방카슈랑스를 통한 저축성보험의 판매에 주력하면서 사망보험 판매가 크게 감소한 것으로 판단됨.

3. 방카슈랑스 도입 이후 전통 채널의 변화 (2)

중소형사와 외국사에 대한 분류를 방카슈랑스의 활용정도에 따라 세분해서 초회보험료 변화를 파악해본 결과, 외국사의 경우 전통채널 활용에 있어서 상호 많은 차이가 발생하고 있는 것으로 나타남.

- 방카슈랑스에 대한 참여정도를 감안한 보다 세부적인 분류에 기초하여 방카슈랑스 이후 보험회사의 형태 변화를 파악해 볼 필요가 있을 것임.
- 외국사와 중소형사를 각각 방카슈랑스 중심형과 그렇지 않은 경우로 나누었으며 그 기준은 FY2004 초회보험료에서 방카슈랑스의 비중이 50%를 상회하는가 여부임.
- 이러한 분류는 보험회사가 방카슈랑스 채널을 얼마만큼 적극적으로 이용했느냐에 따라 전통채널에 대한 태도가 다를 수 있다는 판단에 기인하는 것임.

□ 중소형사의 경우 방카슈랑스 중심형 여부에 따라 전통 채널의 반응에 별 다른 차이가 나타나고 있지 않으나 외국사의 경우는 양자간의 차이가 크게 나타남.

○ 중소형사의 경우 방카슈랑스의 도입 이후 방카슈랑스 활용 정도와 관계없이 전체 적으로 전통채널을 이용한 사망보험의 확대에 주력한 것으로 나타남.

○ 방카슈랑스 중심형 외국계 보험회사의 경우 전통채널에 의한 저축성보험 판매는 크게 확대된 반면, 사망보험의 초회보험료는 크게 감소한 것으로 나타나 기타 외국사와는 다른 특징을 나타내고 있음.

- 방카슈랑스 중심형이 아닌 기타 외국사의 경우 전통채널을 통한 사망 및 저축성보험의 초회보험료 거수가 모두 크게 감소한 것으로 나타나고 있으나 회사별로 실적의 차이가 크게 나고 있어 보편적인 현상으로 판단하기에는 무리가 있음⁵⁾.

<표 2> 방카슈랑스 도입 이후 회사그룹별 전통채널 변화(2)

(단위 : 십억원)

구분	사망보험			합 계	변화 특징
	저축성보험 (생존+생사혼합+변액)				
대형사	928 (23.5)	1,221 (8.2)	2,149 (14.3)	사망확대, 저축성유지	
방카중심형 중소형사	84 (40.3)	77 (-34.4)	160 (-9.2)	사망집중, 저축성축소	
기타 중소형사	149 (89.3)	82 (-35.3)	232 (12.2)	사망집중, 저축성축소	
방카중심형 외국사	81 (-62.0)	206 (48.3)	287 (-18.5)	사망축소, 저축성확대	
기타 외국사	39 (-18.0)	82 (-50.5)	121 (-43.1)	사망축소, 저축성축소	
전체	1,281 (11.3)	1,668 (-0.5)	2,949 (4.3)		

주 : 1) FY2004 초회보험료 기준임.

2) ()는 FY2002 대비 성장률임.

5) 기타 외국사의 경우 사망보험 초회보험료는 모두 감소하는 특징을 보였으나 저축성보험의 경우 보험회사 마다 다른 특징이 나타났음에 유의할 필요가 있음.

<그림 4> 방카슈랑스 도입 이후 전통채널 상품 변화

+ ↑ 사 망 보 험 ↓ -	방카중심 중소형사 기타 중소형	대형사	
	기타 외국사		방카중심 외국사
	- ←	생존, 생사혼합, 변액	→ +

□ 방카슈랑스 도입 이후 중소형사는 사망보험을 중심으로, 외국사는 저축성보험을 중심으로 M/S를 크게 확대했음.

○ 사망보험 초회보험료의 경우 중소형사의 비중이 FY2002 11.6%에서 FY2004에는 17.9%로 확대되었음.

- 같은 기간 대형사의 비중은 64.9%에서 71.7%로 확대되었으며 외국사의 비중은 23.6%에서 10.4%로 크게 감소하였음.

○ 저축성 보험의 경우 외국사의 비중이 FY2002 17.2%에서 FY2004에는 40.7%로 확대되었음.

- 같은 기간 대형사의 비중은 68.9%에서 45.5%로 감소했으며 중소형사의 비중은 13.9%에서 13.8%로 유사한 수준을 유지함.

○ 따라서 <그림 3>에서 보는 바와 같이 전체초회보험료에서 대형사가 차지하는 비중은 현저히 감소한 반면, 외국사와 중소형사의 비중은 확대된 것으로 나타남.

4. 시사점

방카슈랑스 도입과 더불어 국내사와 외국사 사이에 시장이 특화되는 현상이 나타나 있으며, 향후 일시납 상품의 안정적 정착, 변액 상품에 대한 방카슈랑스의 영향력 등에 따라 큰 영향을 받을 것으로 판단됨.

- 방카슈랑스 도입과 더불어 국내사와 외국사 사이에 시장이 특화되는 현상을 발견할 수 있음.
 - 다수의 외국사들은 방카슈랑스 활용을 통해 저축성 보험 중심의 M/S 확대에 적극적으로 나섰고 국내사의 경우는 전통 채널을 최대한 활용하면서 사망보험을 중심으로 M/S를 고수하려 했던 것으로 판단됨.
- 방카슈랑스 도입이후 단기적으로 나타나고 있는 시장 차별화 현상이 지속될지 여부는 일시납 상품의 안정적 정착, 변액 상품에 대한 방카슈랑스의 영향력 등에 큰 영향을 받을 것임.
 - 방카슈랑스 채널을 통해 판매되고 있는 저축성 보험은 대부분 일시납보험으로서 보험료를 한 번에 납부하는 특징을 가지고 있어 향후 환경 변화에 따라 시장의 부침이 클 가능성이 높음.
 - 2004년 12월 누계(3~12월)로 방카슈랑스 채널을 통해서 거수된 초회보험료 중 일시납의 비중은 94.5%임.
 - 최근 보험시장의 성장을 주도하고 있는 변액보험의 경우 대형사는 설계사 조직(86.8%)을 주로 이용하는 반면 외국사는 방카슈랑스(69.4%)를 이용하고 있어 양 채널 간의 경쟁력이 향후 변액보험 시장 판도에 큰 영향을 미칠 것으로 판단됨.
 - 전통 채널에서도 최근 방카슈랑스 중심형 외국계 보험회사를 중심으로 오히려 설계사의 수를 확대하고 있어 향후 외국계 보험회사의 공격적인 M/S 확대가 다양한 판매 채널을 통해 진행될 가능성도 높음.
 - 대부분의 보험회사들이 방카슈랑스 도입을 전후해서 설계사의 수를 감축시킨 반면 방카슈랑스 중심형 외국계 보험회사의 경우 오히려 확대하고 있어 대조를 보임.

<표 3> 생명보험회사 설계사 수

(단위 : 명)

구분	대형사	중소형사	외국사	방카중심 외국사	전체
FY2002	87,436	34,877	28,783	10,578	151,096
FY2004	84,839	27,388	24,720	13,904	136,947

자료 : 생명보험협회, 『생협』, 2003.5, 2005.5.

- 보험회사들은 각각의 역량과 주력 상품의 종류 등을 종합적으로 고려하여 채널 전략을 수행할 필요성이 있을 것임.
- 많은 외국계 보험회사들이 방카슈랑스를 주 판매채널로 삼고 성장의 기회로 활용한 반면, 국내사들의 경우 일부 은행계 보험회사를 제외하고 대부분 채널다변화의 차원에서 활용한 경우가 많았음.
 - 방카슈랑스 도입 이후 많은 국내 보험회사들은 전통 채널을 통해 사망보험 및 변액보험의 판매를 적극적으로 확대했음에 주목할 필요가 있음.
 - 향후 채널 전략은 어떠한 상품을 판매할지에 대한 상품 전략과 동시에 이루어져야 할 것임.
 - 고객과의 긴밀한 관계 유지와 복잡한 상품의 판매에 있어서 설계사 및 대리점 등 전통채널의 장점이 분명히 존재하고 있음.
 - 따라서 다양한 특약이 가미된 복잡한 형태의 상품을 주력 상품으로 하고자 하는 경우 전통채널의 유지 및 강화가 매우 중요한 전략이 될 수 있을 것임.
 - 반면, 방카슈랑스 채널을 활용을 극대화하고자 할 경우에는 주력 상품의 설계를 가급적 단순화하여 소비자가 이해하기 쉽게 구성함으로써 불완전 판매의 가능성을 최소화하여야 할 것임.

◆ 최근 변액보험의 성장요인 분석과 시사점

김진익 선임연구원

1. 서론

최근 변액보험의 급격한 성장은 보험산업의 성장 동력으로서의 가능성을 보여줌에 따라 변액보험의 성장요인을 분석하고 유럽사례와 비교, 시사점을 제시함.

- 2001년부터 발매하기 시작한 변액보험은 초기 판매부진에서 벗어나 2004년 대폭 성장함에 따라 보험산업 성장동력으로서의 가능성을 보여줌.
 - 국내 변액보험상품은 FY2001 수입보험료가 70억원에 불과하였으나 FY2002 2,000억 원에 육박한 후 FY2004 2조 3,000억원대로 큰 폭의 성장을 함.
 - 이러한 변액보험의 급성장은 최근 저금리의 지속 및 주식시장의 호조와 더불어 간접투자시장의 저변이 확대되는 과정 속에 펀드시장의 활황에도 기인함.
 - 변액보험은 보험측면과 투자측면을 동시에 가지고 있는 복합적인 금융상품으로서 저축성보험에서 IMF외환위기 후 보장성 보험으로 이어지는 성장축을 이어갈 신 성장산업으로서의 발전 가능성을 보여줌.
- 2004년 4월 간접투자자산운용업법 시행으로 본격 판매하기 시작한 적립식펀드도 증시호황과 맞물려 성장하면서 변액보험 등의 간접투자시장의 여건을 조성함.
 - 간접투자시장(collective investment market)의 성장과 병행한 변액보험시장의 성장은 변액보험의 펀드로서의 성격에 기인한 것으로 간접투자시장을 비롯한 금융시장이 성숙한 국가에서는 일반적임.
- 본 보고서에서는 최근 변액보험시장의 성장요인을 분석하고 변액보험시장이 간접투자시장의 한축으로 성숙한 유럽사례를 살펴봄으로써 향후 시사점을 도출함.

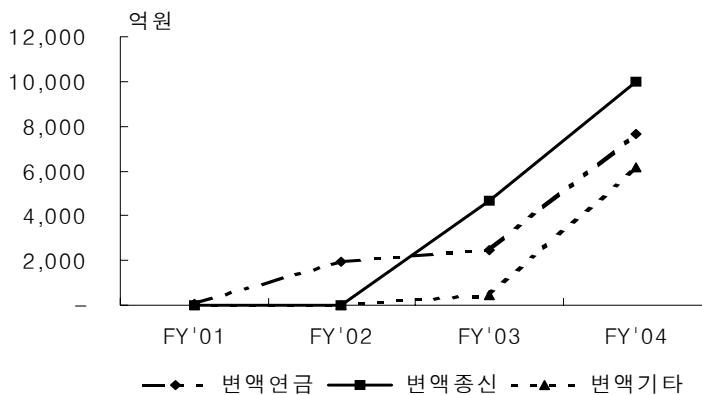
2. 국내 변액보험시장 성장요인

국내 변액보험시장은 간접투자시장의 구성과 주식시장의 호조에 따라 보험설계사들의 판매에 적극 참여하고 기존 저축성 보험상품을 대체하면서 성장한 것으로 판단됨.

□ 변액보험시장의 성장 추이

- 국내 변액보험은 도입이후 초기 전문판매인력의 부재, 금융시장 여건의 미성숙 등으로 판매가 많지 않았음.
- 2001년 6월 변액보험 판매자격시험이 실시되고 2001년 7월 변액종신보험을 판매함으로써 변액보험시장이 형성되기 시작하였으나 2001년 12월말 변액보험 누적 수입보험료는 약 28억원으로 판매가 저조했음.
- 그러나 FY2003에는 수입보험료가 급증하면서 FY2003 연간 7,621억원에 이르렀으며, FY2004 중반을 넘어서면서 주식시장의 회복 등과 함께 2조 3,789억원을 달성하는 급격한 성장을 이룸.

<그림 1> 변액보험의 수입보험료 추이



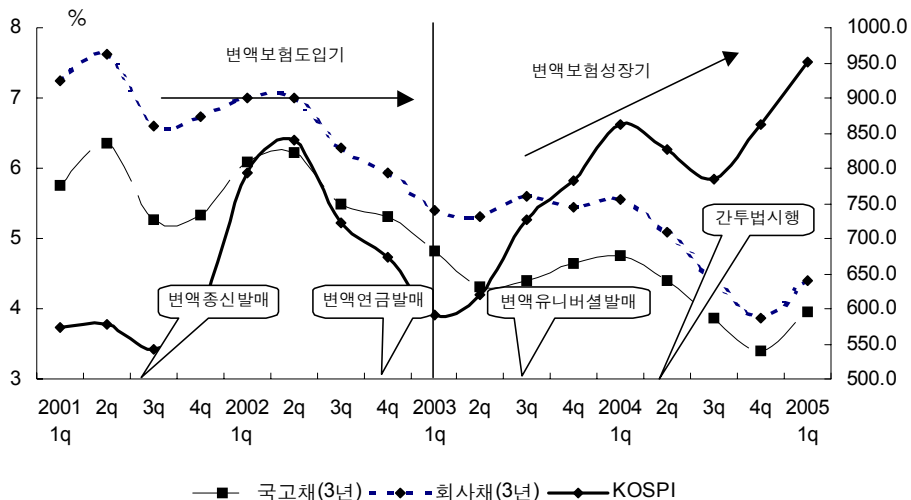
- 아래에서는 이러한 성장에 영향을 미친 요인들을 살펴보고 도입초기로서 한계점이 무엇이 있는지 분석함.

□ 변액보험시장 성장요인

① 주식시장의 호조

- 주식시장의 호조는 변액보험상품을 매력적이게 만드는 가장 큰 요인이었음.
 - 2003년 하반기부터 시작되어 온 국내 금융시장의 저금리는 주가상승과 함께 펀드수요를 촉발, 변액보험성장에 기여함.
 - 또한 주가는 2003년 1분기부터 상승기조로 들어서면 2004년 1분기 평균 862.9p를 정점으로 한차례 하락했으나 2005년 1분기 952.0p를 지나 지속적으로 상승함.
 - 주식시장의 호조는 간접투자자산운용업법 시행에 따른 적립식펀드 및 변액보험 등 개인들의 간접투자시장 참여를 촉발시키면서 급속히 펀드시장을 확대시킴.

<그림 2> 금융시장 지표 추이와 변액상품

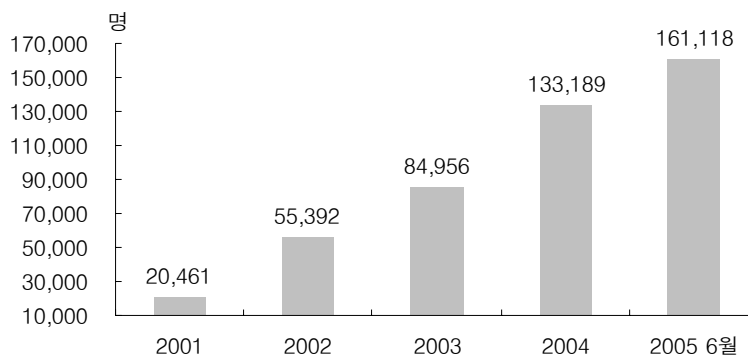


② 유자격 보험설계사의 증가

- 변액보험판매 자격을 획득한 보험설계사들의 지속적 증가와 고액상품인 변액보험의 판매선호 및 신상품중점판매정책으로의 전환에 따라 변액보험의 판매가 증가됨.

- 변액보험 판매자격합격자는 특히 2004년 보험회사의 변액보험판매정책과 신상품 판매에 대한 관심증가로 급격히 증가하였으며 '05년 5월 현재 설계사의 65%가 변액보험판매자격을 보유함.
- 향후 수익증권판매가 가능하고 교차판매 등이 가능할 경우에는 본격적인 재무관리사로서의 변액보험성장에 기여가 예상됨.
- o 그러나 보험설계사들의 변액보험에 대한 이해부족과 과당경쟁으로 인한 불완전판매는 변액보험에 대한 신뢰저하를 초래할 수 있으며, 또한 수당축소움직임도 설계사의 판매의욕에 영향을 줄 수 있음.

<그림 3> 변액보험 판매자격자 추이(누적, 연말기준)

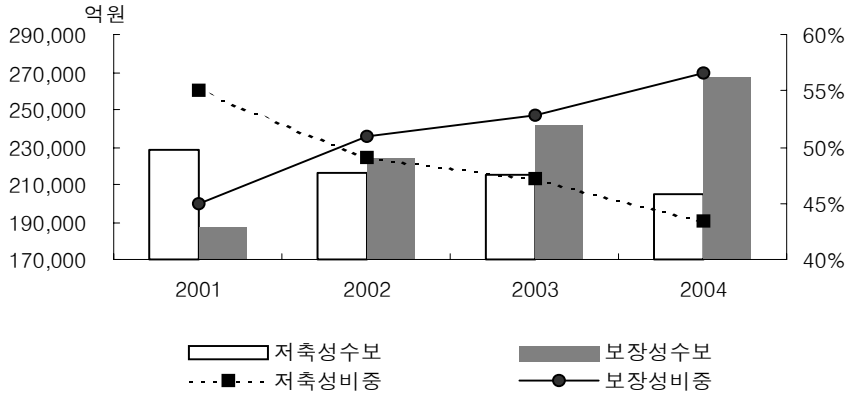


자료 : 생명보험협회

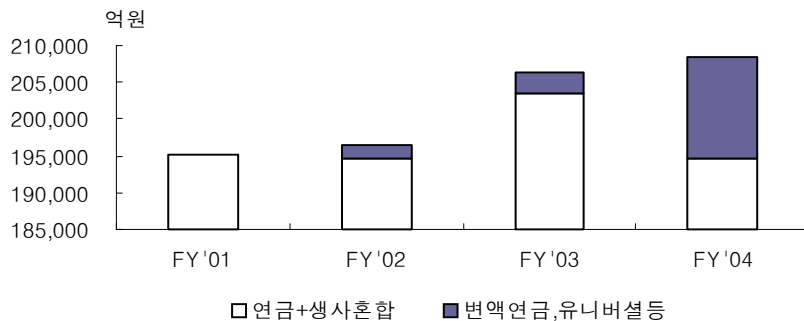
③ 보험연계 저축성상품의 대체성

- o 우리나라의 경우 배당보험상품이 퇴조하고 있고 또한 세제혜택의 축소로 저축성보험의 비중이 감소하고 있음.
- o 반면 국내에서 변액유니버설보험의 출시는 실적배당상품에 대한 유리한 환경의 조성하고 함께 저축성보험에 대한 수요를 변액보험으로 유도하는 기폭제가 되었음.
- o FY2004 연금보험은 5.6%성장하였으나, 변액연금에 포함할 경우 10.1% 성장하고 생사혼합보험 또한 -15.7%의 감소세 심화에서 기타변액보험(주로 변액유니버설)을 포함할 경우 -9.6%로 감소세가 완화된 등 변액보험은 기존 저축성보험을 대체하는 추세를 보임.

<그림 4> 저축성/보장성보험 수입보험료



<그림 5> 저축성보험과 변액보험



- 그러나 기존의 배당실적을 배분하는 저축성 보험을 대체하는 상품으로서의 변액보험은 향후 다른 저축성보험의 시장여건 변화에 많은 영향을 받을 것으로 판단됨.

④ 세제혜택

- 2003년 12월 이후 저축성 보험상품에 대한 보험차익 비과세기간이 10년으로 연장되면서 기존 저축성보험의 경쟁력이 상실되어 가는 상황에서 변액보험의 장기고수익투자기능은 시장활성화에 크게 기여함.
- 향후에도 저축성보험, 적립식 펀드 등 변액보험과 대체성을 갖는 상품에 대한 세제의 변화가 변액보험의 시장경쟁력에 많은 영향을 미칠 것으로 판단됨.

3. 유럽사례

유럽 변액보험의 성장에는 간접투자시장조성, 대체상품선호, 설계사마케팅, 상품대체성, 세제혜택, 방카슈랑스 등이 중요한 영향요인 것으로 나타났으며 내부적으로 재무, 운영, 규제리스크를 갖는 것으로 지적됨.

- 변액보험시장 경험의 성숙된 유럽의 경우를 살펴봄으로써 국내 변액보험시장의 성장요인의 유사성과 리스크요인에 대한 시사점을 도출함.
 - 변액보험판매 판매비중이 높은 유럽시장(평균 20%)의 분석⁶⁾에 의하면 변액보험시장의 성장에는 주식시장의 성장, 상품대체성, 연금제도의 개혁, 세제혜택, 방카슈랑스의 발달 등이 영향을 미치는 것으로 나타났음.
 - 또한 영국⁷⁾ 등의 경우는 전문적인 독립설계사에 의한 마케팅도 변액보험시장 성장에 크게 영향을 미친 것으로 나타남.
 - 변액보험을 운영함에 있어 재무리스크, 운영리스크, 규제리스크 등이 보험회사가 관리해야 할 중요한 위험요인으로 지적되었음.
- 유럽시장은 주식시장호조에 따른 성장, 상품대체성에 의한 성장, 설계사마케팅에 의한 수요견인 등 국내와 유사한 요인에 의해 성장했으며, 또한 국내와 달리 방카슈랑스, 연금제도 개혁 등도 호재로 작용한 것으로 지적됨.
 - 유럽변액보험시장은 주식시장이 호조를 보임에 따라 대체성을 갖는 배당보험에서 수요가 이동했으며, 독립설계사들의 전문적 컨설팅을 통한 마케팅, 세제혜택 등의 요인으로 성장세를 보임.
 - 보험상품내 실적배당을 추구할 수 있는 다른 상품으로 배당보험이 있으나 이는 모호성과 불투명성과 인해 운영의 투명성과 투자의 융통성을 갖는 변액보험이 대

6) Swiss Re, "Unit-linked life insurance in western Europe: regaining momentum?", *Sigma*, No. 3/2003, 2003.3.5.

7) Datamonitor, "UK Unit-Linked 2005", 2005.5.

체상품으로 인기를 얻음.

- 독립적이고 효율적인 보험중개인에 의한 변액보험판매는 고액변액보험판매에 있어 중요한 요인으로 작용하며, 특히 재무관리사로서의 능력을 갖춘 설계사를 통한 마케팅은 변액보험판매에 지대한 영향을 미쳤음.

□ 상품대체성과 세제혜택은 변액보험의 성장요인임과 동시에 다른 상품과의 경쟁여건 변화 및 규제변경에 의해서 감소요인으로 작용할 수도 있음.

- 대체성은 배당보험 등의 여건개선에 따라서 변액보험의 감소요인으로 작용할 수도 있으며, 또한 세제혜택도 변액상품에 대한 세제혜택의 축소, 타금융상품의 세제혜택부여 등으로 수요 감소요인으로 작용할 수도 있음.

□ 유럽의 경우, DC형으로의 기업연금개혁, 방카슈랑스의 발달 등이 변액보험의 기업 시장수요의 흡수와 전문적 판매채널의 확보라는 측면에서 긍정적으로 작용한 것으로 지적됨.

<표 1> 유럽 변액보험시장의 성장요인

요 인	개 요	방 향
주식시장의 성장	- 주식투자비율이 높은 변액보험은 특성상 주가상승은 성장요인임.	↑
상품대체성	- 배당보험 등의 저축관련 보험상품	↓↑
독립재무관리사	- 전문적이고 변액보험의 판매에 관심을 갖는 재무관리사(FA)의 마케팅	↑
연금제도 개혁	- DB형에서 DC형 연금제도개혁은 변액연금에 영향을 줌.	↑
세제혜택	- 보험상품에 대한 세제혜택	↑↓
방카슈랑스 발달	- 방카슈랑스 발달 여부는 은행상품과 유사점이 많은 변액보험판매에 영향을 줌.	↑

자료 : Swiss Re, "Unit-linked life insurance in western Europe: regaining momentum?", *Sigma*, No. 3/2003, 2003.3.5.

□ 변액보험은 복잡한 금융상품으로서 유럽의 경험에 의하면 운영에 있어 몇 가지 리스크를 부담하게 되는데 이러한 리스크는 다음과 같이 언급되었음.

- 재무리스크 : 일반적으로 생명보험회사는 투자위험을 보험계약자에게 전가하게 되나 보험회사가 경쟁이 격화될수록 내재옵션이 포함된 상품을 개발하게 되고 이럴 경우 상당한 투자위험을 떠안게 됨.
- 이러한 보증부분에 대한 가격설정은 상당히 어려우며 시장상황이 급격히 변할 경우 수익성에 상당한 영향을 미칠 수 있음.
- 운영리스크 : 주식시장의 하락은 변액보험의 인기를 상당부분 감소시키면 변액보험의 인기하락은 단지 수입보험료의 감소뿐만 아니라 자산관리수수료감소도 가져옴.
- 규제리스크 : 생명보험산업은 특히 규제변화에 민감하게 반응하며 이러한 변화는 수익과 이익에 영향을 크게 미치며 세제혜택의 축소와 타금융에 대한 세제혜택부여 등에 따라 수요변화가 심할 수 있음.

4. 시사점

국내 변액보험산업의 지속적 발전을 위해서 보험회사들은 변액보험의 투명하고 건전한 설계와 운영을 하면서 판매조작을 전문화시키는 한편 종합적인 리스크관리체계를 구축하여야 할 것임. 또한 저축수요에 대한 대안적 충족수단으로서 배당보험의 활성화도 고려할 필요가 있음.

- 변액보험시장이 발달한 유럽의 경우와 비교할 때 국내변액보험의 성장에는 몇 가지 유사점을 가지고 있으며 초기단계로서의 방카슈랑스채널, 기업연금시장의 미성숙에 따른 차이점도 가지고 있음.
- 즉, 주식시장의 호조, 설계사마케팅 등 성장요인의 유사성을 가지고 있으나 방카슈랑스의 운용기간이 짧고 기업연금이 아직 도입되지 않은 등 비교하기 어려운 요인들이 있음.
- 급격히 성장한 변액보험시장의 성장요인을 지속적으로 유지하기 위해서는 변액보험의 투명성과 건전성을 확보하고 초기판매관행의 건전한 정착을 위해 설계사들의 전문성제고뿐만 아니라 종합적인 리스크관리체제를 마련해야 할 것임.

- 우리나라의 변액상품은 공시제도 등을 통해 투명성확보에 노력해 왔으나 상품상 복잡한 수수료체계와 보장성부분에 대한 모호성을 가지고 있음.
 - 또한 일부 설계사와 소비자에게 적립식 펀드와 혼돈되어 매매가 이루어지는 경우가 있으며, 향후 금융시장의 호조에도 불구하고 불완전 판매문제가 제기될 수 있음.
- 보험회사들은 주식시장의 호조와 설계사마케팅의 이점을 충분히 살리고 폐해를 없애기 위해서 아래와 같은 점에 유의해야 할 것임.
- 변액보험의 투명하고 건전한 운영 : 최근의 주가상승은 변액보험상품에 대한 매력을 증가시켜온 분명한 요인이나 또한 이러한 펀드성파가 투명하게 반영되어 공시되는 변액상품의 투명성과 융통성도 중요한 성장요인임.
 - 따라서, 보험회사는 향후 펀드운용에 있어 변액보험소비자들의 안정적이고 보수인 성향을 반영할 수 있도록 펀드자산을 운영할 뿐만 아니라 상품설계와 운영에 있어 투명성과 융통성 강화를 통해 변액보험의 신뢰성을 확보해야 할 것임.
 - 판매조직의 전문화와 종합리스크관리체계 구축 : 변액보험의 성장은 복합금융상품에 따른 전문적인 유통조직의 역할이 크므로 설계사들의 재무설계능력을 지속적으로 제고해야 함.
 - 또한 변액보험설계사교육과정과 판매과정의 불완전판매 등의 리스크를 제어할 수 있는 종합적인 리스크관리시스템을 구축함으로써 변액보험상품의 신뢰를 확보해야함.
- 기존의 보수적인 저축성 보험상품에 대한 수요를 충족시키기 위해서는 배당보험의 활성화도 고려할 필요가 있음.
- 변액보험의 성장은 기존의 경쟁력을 상실하고 지속적으로 축소되어 오던 저축성보험을 대체할 수 있는 가능성을 보여준데 의의가 있음.
 - 보험소비자들의 보험과 연계한 저축성 상품의 수요를 대체하기에는 변액보험상품은 위험이 높은 상품이며 보수적인 저축성 상품소비자들에 의해 성장의 한계를 가짐.
 - 따라서 고객들의 선택의 폭을 높이고 기존 저축성 상품의 수요를 진작시키기 위해서는 보험회사가 자산을 관리하고 배당을 통해 성과를 배분하는 배당보험의 활성화도 고려할 수 있을 것임.