

교차모집제도의 활용의향 분석

: 보험설계사의 설문조사를 중심으로

안철경 • 권오경

2008. 7

교차모집제도의 활용의향 분석

: 보험설계사의 설문조사를 중심으로

안철경 • 권오경

2008. 7

* 본 자료에 실린 내용은 본 연구원의 공식 견해가 아니며
작성 연구원 개인의 견해임을 밝혀 둡니다.

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 목적	1
2. 연구방법론	2
II. 교차모집제도의 운영방식과 모범규준	5
1. 운영방식	5
2. 교차모집에 관한 모범규준	7
III. 교차모집제도의 활용의향 및 회사선택 기준	11
1. 교차모집제도의 활용의향	11
2. 교차모집회사의 선택	13
3. 교차모집 판매상품	20
IV. 교차모집의 파급효과	22
1. 교차모집 운영 효과	22
2. 교차모집 운영시 문제점	24
V. 시사점	26
1. 보험시장 측면	26
2. 보험회사 측면	27
3. 정책 및 감독 측면	29
4. 보험소비자 측면	31

<별첨 1> 교차모집 설문지

표 목차

<표 1> 표본의 특성	3
<표 2> 국내 보험회사 설계사 수	3
<표 3> 국내 보험회사 모집형태별 보험료 비중	4
<표 4> 교차모집 의향 : 회사그룹별	11
<표 5> 교차모집 의향 : 연령별	12
<표 6> 교차모집 의향 : 월 소득별	13
<표 7> 교차모집 보험회사 선택 기준 : 산업별	14
<표 8> 교차모집 보험회사 선택 기준 : 대형사 설계사	14
<표 9> 교차모집 보험회사 선택 기준 : 중소형사/외국사 설계사	15
<표 10> 생보 설계사의 교차모집회사 선호도	16
<표 11> 손보 설계사의 교차모집회사 선호도	17
<표 12> 계열그룹간 교차모집회사 선호도	17
<표 13> 비계열그룹간 설계사의 교차모집회사 선호도	18
<표 14> 소득계층별 생보 설계사의 교차모집회사 선호도	19
<표 15> 소득계층별 손보 설계사의 교차모집회사 선호도	19
<표 16> 판매경력별 생보 설계사의 교차모집회사 선호도	19
<표 17> 판매경력별 손보 설계사의 교차모집회사 선호도	20
<표 18> 교차모집 손해보험상품 선호도	20
<표 19> 교차모집 생명보험상품 선호도	21
<표 20> 설계사의 소득증가 예상	22
<표 21> 소득수준별 설계사의 소득증가 예상	23
<표 22> 교차모집 운영효과 : 보험회사의 서비스 향상 및 상품개발	23
<표 23> 교차모집으로 인한 보험판매 증가 예상	24
<표 24> 교차모집 운영시 예상 문제점	25
<표 25> 설계사 소득수준별 판매의향 및 소득증가 예상	31

I. 서론

1. 연구의 목적

- 교차모집제도의 도입 및 활용은 금융시장 측면에서 대형화·겸업화라는 큰 흐름속에서 새로운 수익모델의 등장일 필요하다는 인식에 기반을 둠.
 - 금융회사들의 대형화·겸업화 가속화로 인한 현상중의 하나는 자체 개발한 상품에만 의존하던 전통적인 수익모델로는 더 이상 이윤을 창출하기 어렵다는 인식이 확산되면서 교차모집의 활용방안 대두
 - 국내 보험산업의 경우 보험상품의 동질화 경향 및 시장참여자의 종합금융서비스에 대한 요구와 설계사의 소득보전 필요성이 제기되면서 제도 도입
 - 상해·질병·개호 등 제3분야의 상품들은 생손보가 같이 취급하고 있으며, 국내 손보사의 경우 장기보험상품을 취급하고 있어 몇몇 종목을 제외하고는 상품의 동질화 경향을 보여 옴.
 - 정책적으로는 방카슈랑스의 도입으로 취약해진 설계사의 수익기반 확보와 생·손보상품에 대한 원스톱쇼핑을 가능케 함으로써 보험소비자에 대한 종합금융서비스 제공을 이유로 생손보 설계사 교차모집제도를 도입
 - 국내 보험설계사 교차모집제도는 '08.8월 시행예정으로 보험설계사가 이종(異種) 보험회사를 선택하여 상품을 판매토록 하는 제도임.
 - '03. 5월 보험업법 개정시 도입되어 2006년 8월말 시행 예정이었으나, 반대여론에 따라 동 규정을 다시 2년 더 연장하여 금년 8월말 시행 예정
 - 현재 국내보험판매는 보험설계사가 주도적인 채널로 활동하고 있어 이러한 설계사 채널을 활용한 교차모집제도의 도입은 국내 보험시장에 채널구조의 다양화, 활발한 상품개발 등을 통한 시장 구조의 변화를 초래할 것으로 예상
- * 설계사 채널의 보험료 점유율은 생보의 경우 79.3%(방카제외, 초회보험료 기준), 손보의 경우 33.5%(방카포함, 원수보험료 기준)임.

- 본 보고서는 교차모집제도의 효율적 활용을 위한 보험회사의 전략수립 및 제도의 안정적 정착을 위한 작업의 일환으로 작성됨.
- 구체적으로는 교차모집제도 활용을 위해 보험회사에 실무적 자료를 제공하고, 향후 국내보험시장에서 교차모집제도로 인한 시장의 변화를 예상하는데 그 목적이 있음.
- 보고서의 구성은 서론(연구목적 및 방법)에 이어 II장에서는 교차모집제도의 운영방식과 교차모집 모범규준을 소개하고, III장과 IV장에서는 보험설계사 대상 설문조사를 분석하여 교차모집제도의 활용의향, 회사선택 기준, 교차모집제도의 파급효과를 분석한 후, 마지막 V장에서는 보험시장, 보험회사, 정책 및 소비자 측면의 시사점 제시

2. 연구방법론

- 연구방법
 - 국내 문헌조사 및 설문조사를 활용
- 조사대상
 - 보험회사 소속 보험설계사(생명보험회사 9개사, 손해보험회사 7개사)
- 표본 크기
 - 총 600건(유효표본)
- 최대 허용오차
 - 95% 신뢰수준에서 $\pm 4.0\%$
- 조사기간
 - 2008년 5월22일 ~ 6월20일(30일간)

〈표 1〉 표본의 특성

구분			사례 수(명)	구성비(%)
전 체			600	100
성별	남		179	30
	여		411	70
설계사 경력별	3년 미만		240	41
	3년 초과~5년 이하		95	16
	5년 초과~10년 이하		110	19
	10년 초과		145	25
설계사 소속회사별	생명 보험	대형사	179	30
		중소형사	79	13
		외국사	103	17
		소계	361	60
	손해 보험	대형사	160	27
		중소형사	79	13
		소계	239	40
설계사 월소득별	100만원 미만		15	3
	100~300만원 미만		198	34
	300~500만원 미만		189	32
	500~1000만원 미만		135	23
	1000만원 이상		48	8

〈표 2〉 국내 보험회사 설계사 수

(2007.12.31 기준)

산업	그룹별	설계사수
생명보험	대형사	72,365
	중소형사	38,094
	외국사	29,051
	소계	139,510
손해보험	대형사	52,637
	중소형사	19,274
	외국사	1,059
	소계	72,970
계		212,480

자료 : 생명보험협회, 손해보험협회

<표 3> 국내 보험회사 모집형태별 보험료 비중

(2008.3.31 기준)

회사구분	회사명	구성비(%)
생명보험	임직원	15.0
	설계사	43.9
	대리점	10.0
	중개사	0.0
	방카슈랑스	31.2
	기타	0.0
손해보험	직급	11.9
	설계사	34.3
	대리점	47.0
	중개사	0.8
	방카슈랑스	5.4
	공동인수	0.5
계		100.0

주 : 생명보험은 초회보험료, 손해보험은 원수보험료 기준
 자료 : 보험연구원, 『보험동향』 (2008년 봄호)

II. 교차모집제도의 운영방식과 모범규준

1. 운영방식

- 설계사 교차모집제도의 운영은 원보험회사*, 교차모집보험회사*와 교차모집 설계사*간에 선택 및 제휴방식에 따라 ‘설계사 임의선택방식’, ‘회사간 대리점방식’, ‘업무위탁방식’ 그리고 ‘모자회사 방식’ 등 다양
 - ‘설계사선택방식’이란 교차모집설계사가 교차모집 보험회사를 임의적으로 직접 선택하는 방식으로 보험설계사의 자율권 보장 측면이 강점
 - ‘회사간 대리점방식’이란 원보험회사가 부수업무로 교차모집 보험회사의 상품판매를 대리하고 소속 보험설계사가 대리점(보험회사)의 모집사용인 자격으로 교차모집보험회사의 상품을 중개토록 하는 방식으로 주로 자기 회사의 설계사 조직의 통제 및 관리측면에서 유리
 - ‘업무위탁방식’이란 교차모집 보험회사가 이종 보험회사(원보험회사)와 위탁업무 제휴를 체결하고 교차모집 관련 행정지원 업무 등을 위탁하는 방식으로 교차모집을 수행하는 것으로 상기 두 방식의 중간 형태
 - ‘모자회사 방식’이란 모회사와 자회사간 교차모집을 하는 경우를 말함.
 - * 원보험회사’란 현재 보험설계사가 소속된 보험회사이며, 교차모집 보험회사’란 교차모집을 위탁한 보험회사이며, 교차모집설계사’는 교차모집을 하고자 하는 보험설계사를 말함.
- 현행 국내 보험업법에서는 보험설계사의 자율선택권 보장 측면에서 ‘설계사 선택방식’을 채택하고 있으며(법 시행령 제29조), 보완적으로 ‘업무위탁방식’도 가능
 - 설계사 선택방식은 교차모집설계사에 대한 회사의 교육인프라 부족 등이 보험상품에 대한 전문성 미흡으로 나타날 경우 불완전 판매로 인한 소비자 피해, 교차모집회사의 브랜드에 악영향을 미칠 가능성이 제기

- 또한 보험회사의 기존 전속설계사에 대한 통제권 상실, 회사의 효율적 지원체제가 약화될 가능성 등 제기된 문제점을 보완하기 위해 설계사 선택방식에 업무위탁방식을 보완하여 활용이 가능토록 되어 있음.

< 현행 교차모집제도 요약 >

1사 전속제도의 예외 허용(법 §5 제3항)

- 보험설계사가 1개 異種 보험회사에 한해 보험모집이 가능

※ 생보(손보)설계사 → 1개 손보(생보)사
생보 또는 손보설계사 → 1개 제3보험회사

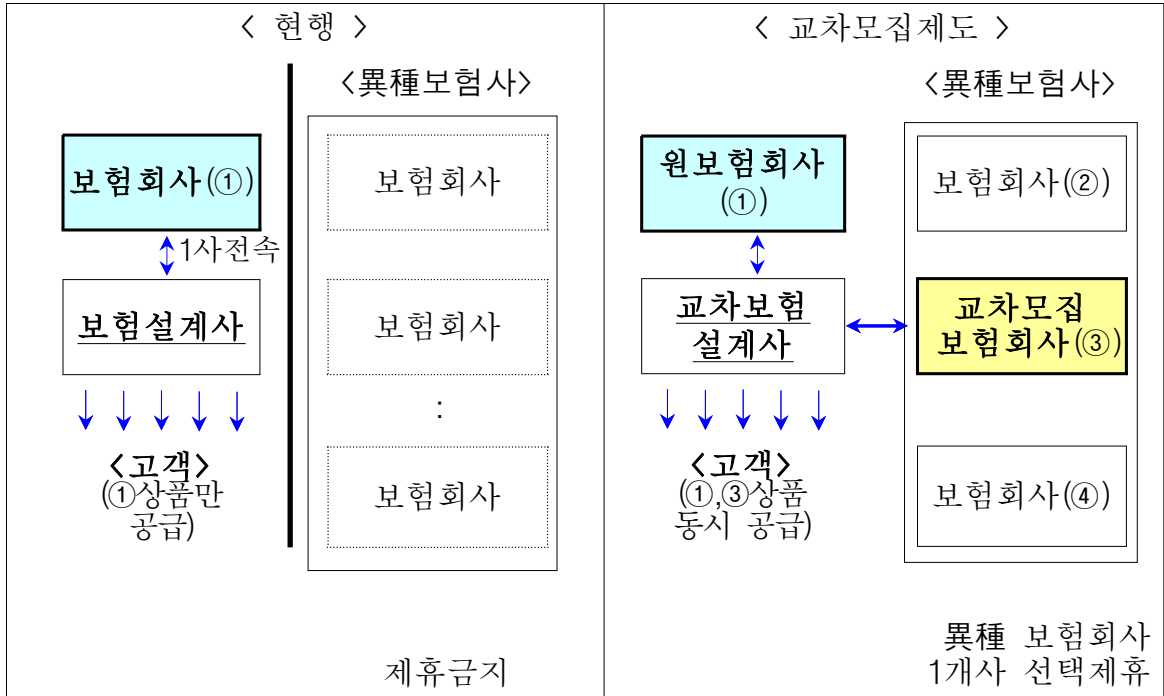
보험설계사에게 교차모집 보험회사 선택권 부여(영 §9)

- 보험설계사가 등록요건을 갖추어 1개 異種 보험회사를 선택한 후 보험협회에 등록

과당 영업경쟁 방지 등 교차모집제도 시행에 따른 부작용 완화 방안으로 교차모집 영업기준이 마련(영 §9)

- 자사소속으로 설계사 전환유도 금지, 교차모집설계사에게 부당한 불이익 금지, 설계사에 대한 교차모집 제약 금지, 고객정보의 타보험사 부당 제공 금지 등

〈그림 1〉 현행 및 교차모집제도 비교



2. 교차모집에 관한 모범규준*

□ 금융감독원은 교차모집제도 시행에 따른 불완전판매 등 보험소비자의 피해를 방지하고, 보험설계사 전문성 확보 및 모집질서 문란방지 등을 위해 보험업계가 준수해야 할 사항으로 『교차모집에 관한 모범규준』(‘08.6월, 이하 모범규준) 제시

○ 모범규준은 교차모집설계사의 유치 관련 준수사항, 교차모집설계사에 대한 교육, 보험계약의 완전매매를 위한 규정 및 기타 보험회사간 행정지원업무 등 위탁 관련사항으로 구성

가. 교차모집설계사의 영입 관련 준수기준

□ 교차모집설계사의 과당 영입경쟁에 따른 보험회사의 모집질서 문란 행위를

* 금융감독원 보도자료(2008.6.3) 참조

방지하기 위하여 교차모집설계사를 영입하기 위한 조건 제시 등의 금지, 원
보험회사의 교차모집설계사에 대한 불이익 부여 금지

○ 교차모집설계사의 유치를 위해 자사 소속 다른 모집종사자 보다 유리하
게 보험모집 조건 등을 제시하는 행위 금지, 교차모집설계사를 유치하기
위한 대가(스카웃 비용) 지급 및 지급 약속 금지(현행 영 §9③2 근거)

○ 교차모집설계사에게 모집수수료의 지급조건을 일방적으로 변경하거나 모
집위탁 범위를 제한하는 등 불이익 부여 금지(현행 영 §9③4,5 근거)

□ 교차모집 보험회사 선택시 원 보험회사의 부당한 개입을 금지하여 보험설
계사의 교차모집 보험회사 선택의 자율성 확보

○ 소속 보험설계사에게 특정 보험회사를 지정하면서 교차모집 계약을 체결
하도록 강요하는 행위 등의 금지

나. 교차모집설계사에 대한 교육

□ 교차모집설계사의 교육훈련 기회 부족으로 인한 전문화 미흡 및 다수 상품
취급에 따른 불완전판매 방지

○ 교차모집 개시 전(등록 후) 법규·상품 관련 교육 이수

－ 보험설계사는 교차모집설계사 등록 후 교차 보험회사가 실시하는 기본
교육을 반드시 이수한 후 상품판매

< 교차모집 前 기본교육 내용 >

- 기초과정(4시간 이상) : 보험관계법규, 윤리·법규준수, 소비자 분쟁사례
- 상품종류별 교육과정(생명·손해보험 각8시간, 제3보험 4시간 이상)
 - － 상품구조, 특징 및 주요내용(표준약관 포함)
 - － 보험모집시 유의사항, 소비자 민원발생이 빈번한 사항 등
 - － 보험모집관련 업무처리절차 등 영업실무

○ 신상품 판매 전 상품교육 실시

－ 신상품이 출시되는 경우 상품교육을 이수한 후 판매 가능

- 보험제도 변경 및 준법의식 고취를 위해 반기별 1회 이상(회당 3시간 이상) 보수교육 실시

다. 보험회사간 행정지원업무 등 위탁 관련사항

- 교차모집 방식은 보험설계사 선택방식으로 하되, 부작용 최소화를 위해 보험회사간 업무 제휴시 준수사항 등을 규정
- 원보험회사와 교차모집회사간 행정지원 등의 업무제휴시 교차모집을 지원하는 단순업무에 한하여 업무위탁 가능

< 위탁 대상 업무 (예시) >

보험영업자료 지원(약관, 팜플렛, 청약서 등 보험안내자료)
 보험설계사에 대한 교육 대행
 보험회사간 전산시스템 공유를 통한 전산설비 지원
 기타 사무실·집기비품(전화, FAX 등) 지원 등

- 교차모집설계사가 모집한 보험계약의 보험료에 비례하여 위탁수수료를 지급하거나 수취하는 행위 금지
 - 보험사가 보험료에 비례하여 위탁수수료를 수취하는 경우 소속 설계사에게 모집실적을 강요하는 등 편법 모집 우려(보험대리점과 유사)가 있어 이를 방지
- 수탁보험회사의 교차모집 고객정보 부당이용 방지
 - 수탁보험회사가 교차모집을 지원하는 과정에서 교차모집 관련 고객정보를 자사의 보험영업에 활용하거나 제3자에게 제공하는 행위 금지
- 수탁보험회사의 위탁보험회사에 대한 우월적 지위 남용 금지
 - 수탁보험회사가 위탁보험회사의 상품판매·인수정책 등에 개입하는 행위 금지

라. 보험모집, 보험계약의 완전판매 및 모집질서 유지 등

□ 모집계약의 신속한 교차모집 보험회사 전달

- 교차모집 설계사는 계약체결 후 1회 보험료를 받은 경우 지체없이 교차모집 보험회사에 보험료 입금

□ 불완전판매에 따른 보험소비자의 피해를 방지하고, 부당한 계약전환 방지 등 건전한 보험모집 관행 정착

- 상품설명서에 교차모집 관련 소비자 유의사항 안내

- 보험계약자가 가입하기를 원하는 보험회사에 가입 여부 확인 및 교차모집설계사의 성명, 연락처 등을 정확히 확인토록 설명
- 기존 보험계약을 소멸(해약 등)시키고 새로운 보험계약을 청약하는 경우 낮은 금리 적용, 연령증가에 따른 보험료 증가 등의 불이익 사항 설명을 의무화

- 교차모집한 모든 계약에 대해 완전판매 모니터링 실시

- 교차모집 보험회사는 부당한 계약전환, 불완전판매 등에 의한 소비자 피해방지를 위해 완전판매 모니터링 실시(녹취·보관)

- 교차모집 보험회사는 불완전판매가 과다한 보험설계사에 대해 회사가 정한 기준에 따라 보수교육을 실시

□ 교차모집 설계사에 의한 고객정보의 유출방지를 위해 보험모집 관련 고객정보의 이용 범위를 제한하는 등 고객정보 관리기준 마련·운영

- 교차보험설계사의 보험계약 관련 정보의 외부 유출 금지의무

Ⅲ. 교차모집제도의 활용의향 및 회사선택 기준*

1. 교차모집제도의 활용의향

- 교차모집을 통한 보험판매는 기존의 보험영업 관행의 일대 변화와 더불어 참여 설계사에게는 새로운 기회를 제공할 것으로 예상
- 생보 설계사의 96%, 손보 설계사의 76%가 참여할 것으로 보이며, 특히 생보 설계사의 58%가 적극적으로 활용할 의향을 보임에 따라 손해보험 시장의 변화가 예상
- 산업별로는 손보 설계사보다는 생보 설계사가, 그룹별로는 대형사, 외국사 설계사 보다는 국내 중소형사 설계사의 활용도가 높을 것으로 보임.
- 반면 대형손보 설계사는 교차모집 의향이 없거나 교차판매를 하되 소극적으로 하겠다는 비율이 77%를 나타내어 생보 대형사 설계사와는 대조적인 성향을 보임.

〈표 4〉교차모집 의향 : 회사그룹별

(단위 : %)

구분		의향 없음	소극적 판매	적극적 판매
생보 설계사	대형사	6.3	38.3	55.4
	중소형사	0.0	32.1	67.9
	외국계	4.0	41.6	54.4
	소계	4.2	37.9	57.9
손보 설계사	대형사	26.4	50.9	22.7
	중소형사	19.5	54.5	26.0
	소계	24.2	52.1	23.7

- 설계사 연령별 교차모집 의향을 보면 전체적으로 저연령층에서 교차모집 활용의사가 적극적인 것으로 나타남.

* 본 보고서상 분석(Ⅲ, Ⅳ)은 설계사별 실제교차판매수준, 설계사별 생산성, 보험회사별 교차모집정책 등을 고려하지 않고, 여러 주제별로 설계사의 의향 등에 대한 설문을 통해 파악하고 이를 기초로 분석하였음.

- 생보 설계사의 경우 전 연령대에서 고른 분포를 보이고 있으며, 손보 설계사의 경우 고연령층은 판매의향이 낮은 수준
- 특히 손보 설계사의 경우 50세 이상 설계사의 경우 교차모집 의향이 전혀 없거나 소극적 판매의향을 가진 비율이 84%로 매우 높은 수준

<표 5> 교차모집 의향 : 연령별

(단위 : %)

구분	연령별	의향 없음	소극적 판매	적극적 판매
생보 설계사	2~30대	2.4	37.4	59.1
	40대	5.9	36.0	58.1
	50대 이상	4.4	35.6	60.0
손보 설계사	2~30대	16.9	57.7	25.4
	40대	21.8	50.9	27.3
	50대 이상	34.4	49.2	16.4

- 설계사 소득별 교차모집 의향을 보면 300만원 이상의 중·고소득자들이 교차모집을 가장 활발하게 활용할 것으로 나타남.
- 생보 설계사의 경우 300만원 미만 또는 1000만원 이상 설계사의 경우 교차모집의 적극적 활용의향이 생보 설계사 평균보다 낮음.
- 따라서 교차모집제도를 통해 중간소득층 이상의 설계사가 영업활동 확대를 통해 소득을 확대하고자 하는 기대가 높게 나타나는 것으로 보임.

〈표 6〉 교차모집 의향 : 월 소득별

(단위 : %)

구분	월소득별	의향 없음	소극적 판매	적극적 판매
생보 설계사	~ 300만원 미만	6.5	38.9	54.6
	~ 500만원 미만	0.9	34.6	64.5
	~ 1000만원 미만	4.5	34.8	60.7
	1000만원 이상	5.1	43.6	51.3
손보 설계사	~ 300만원 미만	28.2	52.4	19.4
	~ 500만원 미만	20.5	50.0	29.5
	~ 1000만원 미만	20.5	56.8	22.7
	1000만원 이상*	25.0	37.5	37.5

주 : * 는 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮아 해석에 유의(이하 손보-1000만원 이상' 동일).

2. 교차모집회사의 선택

가. 교차모집 보험회사 선택 기준

□ 설계사가 교차모집보험회사를 선택할 때 고려하는 기준으로 **상품경쟁력, 회사의 인지도, 가격경쟁력, 설계사의 수수료 수준** 등을 주로 고려하는 것으로 나타남.

○ 산업별로 비교하면 생보 설계사는 손보 상품의 가격경쟁력을 중요하게 고려하며(생보 20.5%, 손보 15.6%), 손보 설계사는 생보사의 교육인프라 등을 비교적 중요하게 고려(생보 4.2%, 손보 7.0%)

○ 이는 생보 설계사의 경우 자동차보험의 가격 경쟁력을, 손보 설계사는 생명보험 상품의 복잡성, 설명의무, 불완전 판매 등을 고려하여 교육인프라를 필요로 하는 것을 시사

〈표 7〉 교차모집 보험회사 선택 기준 : 산업별

(단위 : %)

선택기준	생보 설계사	손보 설계사
회사의 인지도(평균)	24.5	25.2
상품경쟁력(선호도)	30.7	28.2
가격경쟁력	20.5	15.6
설계사수수료	12.8	12.1
현 소속회사와의 관계	3.2	4.3
동료설계사/상사 권유	0.3	1.0
교차모집회사 교육 등 인프라	4.2	7.0
기 타	3.9	6.6
전 체	100.0	100.0

주 : 복수응답(1순위 + 2순위 + 3순위)

- 대형사 설계사의 교차모집보험사 선택시 손보 설계사는 회사의 인지도와 상품경쟁력(선호도), 생보 설계사는 가격경쟁력을 비교적 중요한 요인으로 고려
- 현 소속회사와의 관계나 동료설계사/상사 등의 권유는 크게 영향을 미치지 않음.

〈표 8〉 교차모집 보험회사 선택 기준 : 대형사 설계사

(단위 : %)

선택기준	대형생보 설계사	대형손보 설계사
회사의 인지도(평균)	24.6	27.3
상품경쟁력(선호도)	29.8	27.3
가격경쟁력	21.0	16.1
설계사수수료	11.2	10.8
현 소속회사와의 관계	3.0	2.9
동료설계사/상사 권유	0.6	0.6
교차모집회사 교육 등 인프라	4.1	6.6
기 타	5.7	8.4
전 체	100.0	100.0

주 : 복수응답(1순위 + 2순위 + 3순위)

- 중소형사 및 외국사 설계사는 교차모집 선택시 비용요인(설계사 수당)을 대형사 설계사에 비해 중요한 요인으로 고려
- 교육인프라는 중소형 손보 설계사가 상대적으로 중요한 요인으로 응답했으며, 중소형 생보 및 외국사 설계사 공히 손보 상품의 가격을 중요한 요인으로 고려
- 국내 중소형사의 경우 대형사에 비해 교차모집회사 선택시 현 소속회사와의 관계를 상당부분 고려하는 것으로 보임.
- 반면 생보 외국계 설계사의 경우 현 소속회사와의 관계나 동료설계사 및 상사의 권유는 교차모집회사 선택 시 거의 고려하지 않을 것으로 예상

〈표 9〉 교차모집 보험회사 선택 기준 : 중소형사/외국사 설계사

(단위 : %)

선택기준	중소형생보 설계사	중소형손보 설계사	외국계 설계사
회사의 인지도(평판)	21.9	20.9	26.2
상품경쟁력(선호도)	31.2	29.9	31.7
가격경쟁력	19.8	14.5	20.1
설계사수수료	15.2	15.0	13.9
현 소속회사와의 관계	6.8	7.3	1.0
동료설계사/상사 권유	0.0	1.7	0.0
교차모집회사 교육 등 인프라	3.4	7.7	5.2
기 타	1.7	3.0	1.9
전 체	100.0	100.0	100.0

주 : 복수응답(1순위 + 2순위 + 3순위) 허용

나. 교차모집회사의 선호도

- 생보 설계사는 교차모집회사로 현재의 시장점유율을 기준으로 볼 때 대형 손보사보다는 중소형 손보사 선택비율이 높게 나타남.

- 생보 설계사들은 교차모집회사 선택 기준으로 가격경쟁력을 중요한 요인으로 고려하고 있는데(<표 9> 참조), 이에 부합하는 회사로서 중소형 손보사를 선택하는 경향이 높은 것으로 판단
- 대형손보사에 대한 선호는 대형생보, 외국계생보, 중소형 생보 설계사 순으로 나타남.
- 최근 시장점유율이 20%를 상회하는 외국계 생보 설계사가 중소형 손보사 선호율이 높고, 국내 생보사 설계사의 경우도 중소형사 선호 경향이 높아 중소형 손보사의 영업력 제고에 기여할 것으로 예상

<표 10> 생보 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

소속 보험회사	교차모집회사	
	대형손보사	중소형손보사
대형생보 설계사	55.9	49.1
중소형생보 설계사	38.0	62.0
외국계생보 설계사	41.7	58.3
계	47.9	52.1
시장점유율	77.1	22.9

주 : 2007.12.31 기준이며 동 수치에 손보 외국사 및 방카전문 보험사는 제외(<표11> 동일)

- 손보 설계사의 선호도는 현재의 생명보험 그룹별 시장점유율과 크게 다르지 않지만, 대형사와 중소형사를 다소 많이 선택하는 것으로 나타남.
- 이는 손보 설계사들이 교차모집회사 선택 기준으로 회사인지도, 상품경쟁력 및 교육 인프라 등을 중요한 요인으로 고려하고 있는데(<표 9> 참조), 이에 부합하는 회사로서 국내 대형생보사를 보다 많이 선택한 것으로 판단
- 중소형 생보사의 경우도 현 시장점유율보다는 다소 높은 비율로 설계사의 선택을 받을 것이 예상되나, 대형 손보 설계사보다는 중소형 손보 설계사가 더 선호할 것으로 예상

〈표 11〉 손보 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

소속 보험회사	교차모집회사		
	대형생보사	중소형생보사	외국계생보사
대형손보 설계사	68.3	15.5	16.2
중소형손보 설계사	53.8	28.2	18.0
계	63.6	19.7	16.7
시장점유율	62.1	16.6	21.4

- 동일계열그룹내 소속 보험회사간 선택비율을 보면, 대체로 계열 생손보사간 교차모집회사로 선택하는 비율이 타 회사 선택비율보다 높게 나타남.
- 교차모집회사가 대형사인 경우, 계열사를 선택하는 비율이 50%대를 근접하거나 이를 초과하는 것으로 나타나 대형사이면서 계열그룹으로 되어 있는 회사의 경우 계열사간 교차모집이 집중될 것임을 시사
- 교차모집회사가 중소형 생보사인 경우는 계열 손보사 설계사의 선호비율은 낮은 반면, 중소형 손보사인 경우는 계열 생보사 설계사의 선호가 높게 나타남.

〈표 12〉 계열그룹간 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

설계사 소속보험회사		교차모집회사	계열그룹 대상	
			계열사선택	계열사외선택
생보 설계사	대형사	대형손보	45.2	54.8
		중소형손보	55.0	45.0
	중소형사	대형손보	-	-
		중소형손보	78.9	21.1
손보 설계사	대형사	대형생보	68.0	32.0
		중소형생보	13.6	86.4
	중소형사	대형생보	58.1	41.9
		중소형생보	27.8	72.2

주 : 계열사 선택은 대부분 1:1의 관계이지만, 계열사외 선택은 계열보험회사를 제외한 나머지 복수의 회사의 비율을 합한 것임.

- 생·손보 계열회사를 갖지 않는 보험회사(비계열사간 교차모집)의 경우 교차모집회사의 선택시 현재 소속보험회사와의 보완적 관계에서 선택하는 경향
- 생보 설계사의 경우, 외국계 설계사는 중소형 손보사, 중소형 설계사는 대형 손보사를 선호
- 손보 설계사의 경우, 중소형 설계사는 대형 생보 및 외국계 생보를 선호

〈표 13〉 비계열그룹간 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

설계사 소속보험회사		교차모집회사	비계열 그룹 대상
생보 설계사	대형사	대형손보	51.5
		중소형손보	48.5
	중소형사	대형손보	56.1
		중소형손보	43.9
	외국사	대형손보	41.7
		중소형손보	58.3
손보 설계사	대형사	대형생보	56.7
		중소형생보	20.9
		외국계 생보	22.4
	중소형사	대형생보	54.5
		중소형생보	9.1
		외국계 생보	36.4

다. 설계사 특성별 교차모집회사의 선호도

- 소득계층별로 교차모집 선호 손보사를 보면 대체로 유사한 분포를 나타내고 있으나 저소득 생보설계사인 경우 대형 손보사를 선호하는 경향이 있으며, 중·고소득 설계사의 경우 중소형 손보사 선호비율이 높은 수준
- 이에 따라 생명보험 조직에서 판매력이 뛰어난 중·고소득 설계사들이 중소형 손보사의 상품을 교차모집 할 경우 교차모집제도로 인해 중소형 손보사의 보험료 증가가 예상

〈표 14〉 소득계층별 생보 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

소득계층별	대형손보사	중소형손보사
300만원 미만	54.6	45.4
300~500만원 미만	46.4	53.6
500~1000만원 미만	45.1	54.9
1000만원 이상	47.5	52.5

- 소득계층별로 교차모집 선호 생보사를 보면 저소득 손보설계사인 경우 대형 생보를 선택하고 중고소득 설계사의 경우 중소형 생보 선호 비율이 다소 높은 수준
- 판매력이 뛰어난 고소득 손보 설계사들이 교차모집회사로 중소형 생보를 선택할 경우 보험회사간 시장점유율의 변동 가능성이 있음.

〈표 15〉 소득계층별 손보 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

소득계층별	대형생보사	중소형생보사	외국계생보사
300만원 미만	68.6	15.2	16.2
300~500만원 미만	60.8	20.3	18.9
500~1000만원 미만	63.6	22.7	13.7
1000만원 이상	37.5	50.0	12.5

- 설계사 보험판매 경력별에 따라 교차모집 선호 보험회사를 보면 경력과 보험회사 선호도와는 특별한 관계를 발견할 수 없음.

〈표 16〉 판매경력별 생보 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

경력별	대형손보사	중소형손보사
0~3년 미만	48.8	51.2
3~5년 미만	55.6	44.4
5~10년 미만	40.9	59.1
10년 이상	51.6	48.4

〈표 17〉 판매경력별 손보 설계사의 교차모집회사 선호도

(단위 : %)

경력별	대형생보사	중소형생보사	외국계생보사
0~3년 미만	55.7	22.9	21.4
3~5년 미만	56.1	22.0	21.9
5~10년 미만	75.0	15.9	9.1
10년 이상	67.9	17.3	14.8

3. 교차모집 판매상품

□ 교차모집을 통해 판매하고자 하는 손보 상품으로는 자동차보험, 실손의료보험이 높게 선호되며, 통합형보험과 일반 기업성보험도 상당한 판매수요가 있는 것으로 나타남.

○ 국내 생보사 설계사인 경우 자동차보험을 가장 높게 선호한 반면 외국계 생보사 설계사는 실손의료보험과 통합형보험에 대한 선호가 높음.

○ 국내 설계사의 경우 자동차보험이 대중성있고 판매에 용이하다는 점이 고려된 것으로 보이며, 외국계 생보사인 경우 자사 상품의 보완적 측면에서 실손상품에 대한 선호가 높은 것으로 판단

〈표 18〉 교차모집 손해보험상품 선호도

(단위 : %)

소속 보험회사		자동차 보험	일반 기업성	장기손해		통합형 보험
				실손의료	기타	
1순위	대형생보 설계사	36.3	5.0	27.4	5.6	10.1
	중소형생보 설계사	35.4	8.9	24.1	12.7	7.6
	외국계생보 설계사	9.7	8.7	53.4	8.7	14.6
소계		28.5	6.9	34.1	9.7	10.8
1순위+ 2순위	대형생보 설계사	30.4	10.1	23.2	6.1	8.7
	중소형생보 설계사	29.1	8.9	22.2	13.3	9.5
	외국계생보 설계사	19.9	9.7	35.9	12.1	13.1
소계		27.1	9.7	26.6	9.4	10.1

주 : 비율 합계가 100%가 되지 않는 이유는 무응답 또는 없음에 해당(〈표 19〉 동일)

- 교차모집을 통한 생보 상품 판매수요는 변액보험이 가장 높았으며, 그 뒤로 종신 등 사망보험, 저축성보험 순으로 나타남.
- 대형손보 설계사의 질병보장보험(건강보험) 선호도가 낮은 이유는 소속회사 상품이 보다 더 경쟁력이 있다는 판단 때문
- 중소형 손보 설계사인 경우 변액보험과 함께 종신보험 등 사망보험에 대한 수요가 높은 것으로 보임.

〈표 19〉 교차모집 생명보험상품 선호도

(단위 : %)

소속보험회사		질병보장 (건강보험)	사망보험 (종신 등)	저축성보험 (연금 등)	변액보험
1순위	대형손보 설계사	5.0	16.8	13.7	43.5
	중소형손보 설계사	12.8	28.2	12.8	42.3
계		7.5	20.5	13.4	43.1
1순위 + 2순위	대형손보 설계사	5.6	17.1	16.1	27.3
	중소형손보 설계사	11.5	25.0	17.9	32.7
계		7.5	19.7	16.7	29.1

IV. 교차모집의 파급효과

1. 교차모집 운영 효과

□ 교차모집제도의 중요한 정책적 목적중의 하나인 설계사 소득보전의 경우 전체 설계사의 37%가 소득이 증가할 것으로 응답

○ 산업별로는 생보 설계사의 45%, 손보 설계사의 26%가 교차모집 수행을 통해 소득 증가가 있을 것으로 예상하였는데, 이는 생보 설계사의 교차모집 적극적 참여의향이 손보 설계사에 비해 높은 것을 반영한 결과

○ 소속 보험회사 규모별로는 대형사 소속 보험설계사보다는 중소형사 소속 보험설계사가 소득 증가가 있을 것이라고 응답한 비율이 높게 나타나 교차모집을 통한 소득증대 기대가 높은 것이 반영된 결과로 해석

〈표 20〉 설계사의 소득증가 예상

(단위 : %)

구 분		구성비
생보 설계사	대형사	37.0
	중소형사	62.7
	외국사	44.7
	소계	44.7
손보 설계사	대형사	19.6
	중소형사	39.7
	소계	26.3
전체		37.3

○ 소득수준별 설계사의 소득증가 예상 응답을 보면 생보설계사의 경우 외국사를 제외하고는 고소득 설계사가 소득증가가 있을 것으로 응답한 비율이 높았으며, 중소형 손보 설계사의 경우 중저소득 설계사가 소득증가에 대한 응답율이 높게 나타남.

〈표 21〉 소득수준별 설계사의 소득증가 예상

(단위 : %)

구 분		대형사	중소형사	외국사	전체
생보 설계사	300만원 미만	37.7	60.9	36.4	42.5
	300~500만원 미만	46.3	50.0	58.6	45.0
	500~1000만원 미만	39.6	73.7	44.8	45.6
	1000만원 이상	56.3	80.0	36.4	45.0
손보 설계사	300만원 미만	21.6	48.3	-	29.1
	300~500만원 미만	11.8	42.9	-	22.8
	500~1000만원 미만	23.1	22.2	-	22.7
	1000만원 이상	60.0	33.3	-	50.0

□ 보험회사가 교차모집을 통해 설계사를 유치하기 위한 신상품개발 경쟁이 치열하게 전개될 것으로 보이며, 보험회사의 계약 및 보상서비스가 현재보다 향상될 것으로 기대됨.

○ 보험사간의 상품개발 경쟁은 생·손보 설계사가 각각 68%, 67%로 매우 높게 예상하여, 상품개발을 통한 신상품 경쟁력의 확보가 교차모집 성패의 중요한 이슈로 부각될 것을 시사

○ 반면 계약 및 보상서비스는 생보 설계사의 55%가 향상될 것으로 예상한 반면 손보 설계사는 서비스의 향상이 그다지 높지 않을 것으로 예상

〈표 22〉 교차모집 운영효과 : 보험회사의 서비스 향상 및 상품개발

(단위 : %)

구 분		상품개발 경쟁	서비스 향상예상
생보 설계사	대형사	68.6	48.6
	중소형사	64.0	60.0
	외국사	70.6	63.1
	계	68.2	55.3
손보 설계사	대형사	63.5	34.4
	중소형사	74.4	26.8
	계	67.1	31.8
전체		67.7	45.7

□ 교차모집으로 인한 보험시장의 판매량 증가 여부는 현재와 동일할 것이라는 응답은 12%에 불과하였고, 응답자의 88%가 증가할 것으로 예상하여 채널 확대에 의한 보험시장의 보험료 순증효과가 일부 종목에서 나타날 것으로 예상

○ 증가수준은 3~5%로 응답한 비율이 가장 높았으며 10% 이상 성장할 것이라는 응답도 전체 생보의 경우 10.0%, 손보의 경우 4.2%임*

* 설문조사는 대체적으로 응답자의 성향(또는 바람)의 방향을 나타내는 척도이므로 숫자의 의미는 정확성보다는 방향성에 가중치를 두어 판단하는 것이 바람직

○ 산업별로는 손보 설계사 보다는 생보 설계사가 교차모집으로 인한 판매량 증가에 더 긍정적 성향

<표 23> 교차모집으로 인한 보험판매 증가 예상

(단위 : %)

구분	증가수준				
	현재수준	~3%	~5%	~10%	10%이상
생보설계사	6.9	14.3	30.9	38.0	10.0
손보설계사	19.9	20.8	37.3	17.8	4.2
계	12.1	16.9	33.4	29.9	7.7

2. 교차모집 운영시 문제점

□ 교차모집 운영시 문제점으로 불완전 판매의 문제가 중요한 과제로 대두될 것으로 보이며, 설계사 활동 측면에서는 소속 보험회사의 통제가 비교적 심할 것으로 나타남.

○ ‘현재의 소속사 상품판매에 비해 교차판매 상품 판매가 어려울 것’이라는 응답과 ‘불완전 판매 예상’에 대한 응답 비율이 생보 설계사 보다는 손보 설계사에서 높게 나타나 생보 상품에 대한 접근이 수월하지 않음을 시사

○ 상품내용 미숙지 등으로 인한 부실판매(불완전 판매) 우려가 전체 응답자의 50%를 상회하여 매우 높게 나타나고, 특히 손보 설계사의 불완전판매 우려

가 높은 것으로 나타나 이에 대한 철저한 교육 이행 등의 대비가 필요

- 교차모집에 참여하여도 소속 보험사 상품판매를 소홀히 할 가능성은 비교적 낮을 것으로 나타났으며, 교차모집으로 인해 소속보험사의 설계사 통제 강도는 손보사 보다는 생보사가 높을 것으로 예상되며, 특히 외국계 생보사의 경우 설계사 통제가 강할 것으로 예상

〈표 24〉 교차모집 운영시 예상 문제점

(단위 : %)

구 분	생보 설계사		손보 설계사	전체
	전체	외국사		
상품판매 이해 부족(어려움)	25.9	26.2	47.1	34.4
불완전판매	44.6	44.1	61.8	51.5
소속 보험사 상품판매 소홀	19.7	22.3	28.3	22.4
소속 보험사 설계사 통제 강화	46.7	56.9	42.4	45.0

V. 시사점

1. 보험시장 측면

가. 보험시장 성장 및 변화 측면

□ 보험영업 측면에서 동일 상품에 대한 설계사 수의 증가는 결국 채널의 확대 효과로 인해 상당 부분 판매량 순증으로 이어질 가능성이 높다고 보고 교차모집제도가 보험산업의 성장에 기여할 것이란 기대가 높음.

○ 설문대상자의 약 88%가 교차모집으로 인해 전체적인 보험판매량이 증가할 것으로 예상

○ 또한 방카슈랑스 경험을 통해 알 수 있듯이 전속 보험설계사 기반이 약한 중소형사나 외국사에게는 새로운 채널 확대 기회를 제공할 것으로 기대되고, 특히 특화된 상품경쟁력 또는 가격경쟁력을 확보하고 있는 보험사의 경우 교차모집제도를 판매량 증대를 위한 동력으로 활용 가능

□ 설계사가 교차모집회사를 선택(선호)하는 비율과 현재의 시장점유율간의 차이를 통해 교차모집으로 인한 그룹별 판매의 변화를 분석하면 방카슈랑스와는 달리 생보시장보다는 손보시장의 변화가 클 것으로 예상

○ 설계사 수에 있어서 생보설계사가 손보설계사의 2배 정도*이고, 생보설계사의 생산성이 손보 설계사의 생산성보다 높은 것으로 나타나, 교차모집이 활성화될 경우 손해보험시장의 변화 가능성이 예상

* 생보설계사 : 139,510명, 손보설계사 : 72,970명(2007.12.31 기준)

나. 활성화 전망

□ 교차모집제도는 동 제도를 이미 시행하고 있는 미국이나 일본의 경우를 보면 그 실적이 매우 저조하여 국내에서도 교차모집제도의 활성화 여부는 불투명하며, 제도의 정착까지는 상당한 기간이 소요될 전망

- 해외에서 교차모집 실적이 저조한 이유는 전속설계사 조직이 강세를 보이는 대형 보험회사가 교차판매에 적극적이지 않음.
 - 특히 회사와 설계사간의 의사소통의 문제, 설계사들의 시간부족, 보상과 인센티브 문제, 그리고 교육 부족으로 인한 불완전 판매 등이 교차판매 활성화에 제약요인
- 영업조직의 가장 큰 모티베이션은 '수익성'이므로 교차모집을 통한 설계사의 수익성 수준에 따라 제도 활성화 여부가 결정될 것임.
- 외국의 경우 손보 설계사가 생명보험을 취급하지 않아 생보 시장에서의 교차모집 영향이 크지 않으나, 국내 손보사의 경우 장기손해보험을 취급한 경험을 가지고 있기 때문에 외국과는 상이한 면이 있음.

2. 보험회사 측면

가. 교차모집 대응 채널전략 수립

- 교차모집제도 도입으로 보험회사는 고객이 필요로 하는 각종 보험상품을 하나의 창구를 통해 제공할 수 있는 종합금융서비스를 구현할 수 있게 되어 겸업 환경하에서 보험영업의 탄력적 대응이 가능
- 국내 대형사들의 경우 현재까지는 잘 정비된 보험설계사 조직을 구축하여 국내 보험시장을 선도해 왔지만, 향후 교차판매 등의 채널다양화에 대응한 영업 전략의 수정·보완대책이 필요
 - 교차모집, 방카슈랑스, 독립채널의 확대 등 채널의 겸업화 현상은 현실적으로 기존 설계사 조직의 열세에 있던 중소형사와 국내 시장기반이 취약한 외국사에게는 새로운 기회를 제공하는 면이 있으므로 교차판매의 경우도 보다 적극적 대응이 바람직
 - 현재까지 설계사 조직이 영업조직의 강점으로 작용하고 있는 대해보험회사 또는 일부 외국계생보사의 경우 상당한 비용을 투입하여 육성·확보한 전속 판매조직이 타업종 또는 타회사 상품의 판매에 주력하여 본업의

영업력 약화가 우려될 경우 교차모집에 소극적 전략으로 대응할 가능성이 높아 보임.

○ 따라서 과거 보험설계사 전업체제하에서 잘 구축되어온 대형사의 모집조직은 복합채널 환경에 대응하기 위한 유연한 채널전략이 필요

□ 설계사의 교차모집회사 선택시 영향을 미치는 다양한 요인을 특성별로 분석하여 교차모집에 대비하는 것이 필요

○ 본 분석 결과 교차모집회사 선택시 기준으로 상품경쟁력, 회사의 인지도, 가격경쟁력 등을 주로 고려하며, 중소형사 설계사인 경우는 설계사의 수수료도 중요한 요인이 됨

○ 그밖에도 손보 설계사인 경우는 교육 등 인프라 등이 회사 선택시 중요한 고려요인이 됨.

나. 교차모집 선호상품

□ 교차모집으로 선호되는 상품으로는 생손보 영역에서 비교적 중첩되지 않는 자동차보험과 변액보험이 판매를 주도할 것으로 보이며, 외국계생보 설계사의 경우 실손의료보험 판매가 예상

○ 생보 설계사중 국내사 설계사는 자동차보험, 외국사 설계사는 실손의료보험에 대한 니즈가 특히 강하므로, 이 두 상품의 상품 및 가격경쟁력 제고가 교차판매 상품전략의 핵심이 될 것으로 예상

○ 손보 설계사의 경우 생보의 변액보험 판매 니즈가 강하므로 변액보험 상품에서의 경쟁력 확보 여하에 따라 생보사의 여타 상품의 판매에도 영향을 미칠 것으로 예상

○ 생보 설계사의 자동차보험 판매는 자동차보험 시장의 신규확대 보다는 기존 손보 판매조직의 시장이 생보 설계사로 이전되는 결과가 예상되지만, 생보시장에서의 변액보험이나 손해보험의 실손의료보험시장은 신규 수요 창출 가능성이 있을 것으로 예상

3. 정책 및 감독 측면

가. 설계사 소득보전 측면

- 교차모집으로 인해 보험설계사의 영업범위가 넓어져 판매력 향상이 기대되며 이로 인해 보험설계사의 소득을 보전시켜 줄 대안으로 제시한 정책목적에 부분적으로 부합할 것으로 예상
- 설문조사 결과 국내 설계사의 80% 이상이 교차모집에 참여할 것으로 예상되며, 특히 생보설계사 10명중 6명, 손보설계사 10명중 2.5명은 교차모집제도를 적극적으로 활용할 것이 예상
- 보험설계사의 약 40%가 교차모집을 통해 소득이 증가할 것으로 응답하여 교차모집제도의 정책목적에 부합할 것으로 기대

나. 안정적 제도정착 유도 필요

- 최근 감독당국과 업계는 향후 교차모집제도 시행 초기 발생할 수 있는 예상 문제점들을 최소화하기 위하여 『교차모집 모범규준(‘08.6)』을 마련한 바 있지만, 시행 초기부터 모니터링을 실시하여 교차판매제도의 안정적 정착을 유도하는 것이 필요
- 전체 보험설계사의 50% 이상이 교차모집 시행 시 불완전 판매를 예상하고 있어 교차모집 설계사 교육 등 철저한 대비책 필요
- 교차모집 시 발생 가능한 모집질서 문란행위, 교차모집설계사에 의한 개인정보 유출 등의 문제에 적극적 대응 필요
- 동일 영업점포의 보험설계사 마다 판매가능 보험회사가 상이하여 보험설계사간 보험계약 경유 처리 가능성 증가에 대한 대응
- 현행 교차모집 규정 및 모범규준의 근본 취지를 벗어난 행위에 대하여는 다각도로 문제점을 분석하여 보완대책 마련
- 교차모집 방식이 설계사 선택방식이지만 실질적으로 회사간 업무제휴가 설계사 선택에 앞서 선행될 것이 예상되는 상황에서 계열회사 또는 제휴

회사에 대한 선택 강요가 발생하지 않도록 지도

- 현실적으로 설계사 선택방식이라 할지라도 계열 생·손보사가 있는 회사에 소속된 설계사의 경우 자율선택 여건이 수월하지 않을 것으로 예상*

* 약 45%의 설계사는 교차모집으로 인해 보험회사의 설계사 통제가 강화될 것으로 예상

다. 시장 양극화 해소

- 교차모집 시행시 설계사가 중소형사를 선택하는 비율이 비교적 높을 것으로 예상되지만, 설계사 선택에 앞서 회사간 업무제휴가 이루어지게 되는 경우 자율선택의 폭에 현실적인 제한이 따를 수도 있음.

- 이 경우 자동차보험과 같이 시장규모가 한정된 상품은 판매실적이 대형손보사로 편중되거나 또한 대형·우량 보험회사 중심으로 업무제휴의 편중현상이 나타날 경우 중소보험회사는 영업실적 악화 우려

- 생·손보 계열사에 편중해서 교차모집이 이루어질 경우 미제휴 중소형보험회사에 소속된 설계사에 대한 보완책 필요

- 생·손보사간 보험회사 수의 불일치* 및 계열보험사간 제휴**시 다수의 중소 보험사는 제휴가 곤란하여 영업위축 우려 가능성

* 생보사 22개 ↔ 손보사 11개(온라인사를 제외한 일반손보사)

** 삼성생명↔삼성화재, 대한생명↔한화손보, 동부생명↔동부화재
흥국생명↔흥국쌍용, AIG생명↔AIG손보

- 전속설계사 제도를 택하고 있는 국내에서는 교차판매가 오히려 경쟁을 과열시키고 설계사들의 소득 양극화를 심화시킬 수도 있을 것임.

- 현 설계사 소득수준별로 교차모집 참가의향을 분석한 결과 저소득 설계사 보다는 중고소득 설계사일수록 적극적 참여의사를 나타냄.

- 또한 소득수준별로 교차모집을 통한 소득 증가 예상비율을 분석한 결과 고소득 설계사가 소득증가 가능성을 높게 예상

〈표 25〉 설계사 소득수준별 판매의향 및 소득증가 예상

(단위 : %)

설계사 소득수준별	적극적 판매 의향	소득증가 예상
300만원 미만	37.3	35.9
~500만원 미만	49.7	35.6
~1,000만원 미만	48.1	38.1
1,000만원 이상	48.9	45.8

4. 보험소비자 측면

- 보험소비자 측면에서는 생·손보 상품을 동시 구매할 수 있게 됨에 따라 일반적인 상품 구매 탐색비용을 줄이고 종합적인 보험서비스를 받을 수 있으므로 소비자의 구매 편의 증대
 - 고객의 경제력에 따라 적합한 보험 상품의 설계(보장, 저축, 연금 등)가 종합적으로 이루어지고 보험전문가에 의한 일관된 위험관리 서비스를 받는 것이 가능
- 교차모집 설계사 유치를 위해 회사간 상품개발 및 서비스 경쟁이 치열해 질 것으로 예상되며 이는 고객니즈에 부합하는 상품개발 등 보험소비자 편의 증대로 이어질 것으로 예상
 - 보험설계사의 약 70%가 교차모집 실시로 보험회사간 상품경쟁이 치열해질 것으로 보았으며, 46%가 보험계약 및 보상서비스가 향상될 것으로 예상
- 교차모집으로 인한 이질적 상품 판매(정액보험과 실손보험, 장기보험과 단기보험)시 불완전판매가 발생할 수 있고 이로 인한 소비자 피해가 우려

<별첨 1>

설계사 교차판매 설문조사

2008년 8월 말부터 설계사 교차판매가 시행될 예정입니다. 이에 교차판매의 활용방법, 문제점 및 그 성과를 파악하기 위해 아래와 같은 조사를 실시하게 되었습니다.

본 조사 자료는 통계처리 이외의 목적에는 절대 사용되지 않으니 귀하의 의견을 솔직하게 말씀(체크√)해 주시면 고맙겠습니다.

보험연구원 산업연구실
안철경 연구위원(02-368-4442)

ckahn@kiri.or.kr

* 교차판매란 (전속)보험설계사에게 현재 소속된 보험사 상품뿐만 아니라, 타 보험권의 1개 상품(생보설계사는 손보상품, 손보설계사는 생보상품)을 추가로 판매하는 것을 말합니다.

1. 귀하는 2008년 8월말부터 교차판매가 실시된다는 것을 알고 계십니까?
(알고 있다 : / 모르고 있다)

2. 귀하의 교차판매 의향은 어느 정도 입니까?

교차판매 의향 없음	소극적 판매(상황에 따라)	적극적으로 판매
1	2	3

3. 귀하는 교차판매시 다음 중 어떤 상품을 판매할 의향을 갖고 계십니까?
(제 1순위 : 제2순위 :)

<생보설계사의 경우 판매가능 상품 예시>

자동차보험, 장기손해(상해, 건강, 종합), 개인연금, 일반기업성보험(화재, 해상, 특종 등) 통합형보험(자동차+ 장기+ 일반), 실손형의료보험

<손보설계사의 경우 판매가능상품 예시>

질병보장보험(건강보험), 사망보험(종신보험 등), 저축성보험(연금 등), 변액보험

4. 교차판매회사를 선택할 경우 교차판매회사를 선택하게 되는 기준은 무엇입니까? 보기에서 골라 3순위까지 답해 주십시오.
(제 1순위 : 제 2순위: 제3순위:)

① 회사의 인지도(평판)	② 상품경쟁력(선호도)	③ 가격경쟁력
④ 설계사 수수료	⑤ 현 소속회사와의 관계(계열사 등)	
⑥ 동료설계사(또는 상사)의 권유	⑦ 교차판매회사의 교육 등 인프라	
⑧ 기타 : 직접 기입()		

5. 교차판매시 귀하가 직접 판매회사를 선택한다면 다음 중 어느 회사의 상품을 판매하실 생각입니까? 아래 보기에서 찾아 우선순위를 2개사만 적어주십시오.

제1순위 () 제2순위 ()

<생보설계사의 경우 선택 가능한 손보사> 메리츠, 한화, 롯데손보, 그린, 흥국쌍용, 제일, 삼성, 현대, LIG, 동부, AHA, ACE, FEDERAL (자동차직판사는 제외) <손보설계사의 경우 선택 가능한 생보사> 대한생명, 알리안츠, 삼성생명, 흥국생명, 교보생명, 녹십자생명, 신한생명, 동부생명, 동양생명, 메트라이프, PCA생명, 뉴욕생명, LIG생명, 금호생명, 미래에셋생명, ING, AIG, 라이나, 프루덴셜 (은행계 생보사는 방카슈랑스 목적이어서 제외)
--

6. 상기 5에서 귀하가 선택한 교차판매회사에 대한 질문입니다. 다음 각 기준(교차판매 회사선택시 고려요인)별로 귀하가 선택한 회사는 어느 수준입니까?

6-1) 소비자(고객)의 회사인지도(예 : 교차판매 회사가 소비자들한테 잘 알려짐)

매우 낮음				매우 높음
1	2	3	4	5

6-2) 상품 선호도(예 : 교차판매 회사의 상품의 종류와 질이 우수)

매우 낮음				매우 높음
1	2	3	4	5

6-3) 가격경쟁력(예 : 교차판매회사 상품의 가격이 저렴하기 때문)

매우 낮음				매우 높음
1	2	3	4	5

6-4) 비용요인 측면 고려(예 : 교차판매회사의 설계사 수수료가 상대적으로 높음)

매우 낮음				매우 높음
1	2	3	4	5

6-5) 현 소속회사와의 관계(예 : 현 소속회사와의 제휴회사 또는 동일 계열회사 관계)

매우 낮음					매우 높음	
1	2	3	4	5		

6-6) 동료 설계사 또는 영업소장(상사) 등의 권유

매우 낮음					매우 높음	
1	2	3	4	5		

6-7) 교차판매회사의 교육 등 인프라

매우 낮음					매우 높음	
1	2	3	4	5		

7. 일반적으로 교차상품 판매(취급)시 문제점 및 성과와 관련된 질문입니다.

7-1) 교차상품 판매가 현재 소속사 상품판매에 비해 어려울 것이다.

전혀 아니다				매우 그렇다	
1	2	3	4	5	

7-2) 교차상품 판매로 인해 설계사의 소득이 증가할 것이다.

전혀 아니다				매우 그렇다	
1	2	3	4	5	

7-3) 교차상품 판매로 인해 보험산업 전체적인 보험판매량은 증대할 것이다.

현재와 동일	~ 3% 증가	3~5% 증가	5~10% 증가	10~15% 증가	
1	2	3	4	5	

7-4) 교차판매시 불완전 판매(상품내용 미숙지 등으로 인한 부실판매)가 예상된다.

전혀 아니다				매우 그렇다	
1	2	3	4	5	

7-5) 교차판매설계사를 확보하기 위한 보험사의 상품개발경쟁이 치열할 것이다.

전혀 아니다				매우 그렇다	
1	2	3	4	5	

7-6) 교차판매로 인해 보험회사의 계약 및 보상서비스가 향상될 것이다.

전혀 아니다				매우 그렇다	
1	2	3	4	5	

7-7) 교차판매로 인해 소속 보험회사의 상품 판매가 소홀해질 것이다.

전혀 아니다					매우 그렇다
1	2	3	4	5	

7-8) 교차판매로 인해 소속 보험회사의 설계사 통제가 강화될 것이다.

전혀 아니다					매우 그렇다
1	2	3	4	5	

8. 통계처리를 위한 질문

8-1) 귀하의 소속사 ()

8-2) 성별 (남 여)

8-4) 연령 (만)

8-5) 귀하의 설계사(보험판매) 경력(이전 직장 포함) ()

8-6) 귀하의 현재 월평균 소득 ()

- ① 100만원 미만 ② 100~300만원 미만
 ③ 300~500만원 ④ 500~1000만원 ⑤ 1000만원 이상

* 보내실곳 : (우) 150-600 영등포구 여의도동 35-4 사서함 25호 보험연구원 산업연구실

* e-mail : ckahn@kiri.or.kr

* 문의사항 : 안철경 연구위원(02-368-4233 / 011-9877-6427)

- 감사합니다. -

저자 약력

안철경

보험연구원 산업연구실 연구위원

연세대학교 학사, 석사

승실대학교 경영학 박사

ckahn@kiri.or.kr

권오경

보험연구원 산업연구실 연구위원

이화여자대학교 경제학 학사

이화여자대학교 경영학 석사

katie5022@kiri.or.kr

Insurance Business Report (통권 제 30 호)

발행일	2008년 7월 일
발행인	나 동 민
발행처	보험연구원 서울특별시 영등포구 여의도동 35-4
인쇄소	(주)유성사 대표전화 837 - 0700