

海外保險市場의 最近動向과 韓國保險社의 海外進出戰略

金 億 憲

(保險開發院 研究員·保險學博士)

目 次

- I. 序 論
- II. 海外進出의 理由
- III. 海外進出의 形態
- IV. 海外進出時의 障壁
- V. 海外進出時 戰略的 考慮事項
- VI. 世界 主要 保險市場의 現況과 韓國 保險社의 進出 戰略
 - 1. 美國 保險市場
 - 2. EC 保險市場
 - 3. 共產圈 保險市場
 - 4. 日本과 東南亞 保險市場
- VII. 結 論

I. 序論

지금 韓國을 둘러싸고 있는 國際環境은 급속히 變化하고 있다. 지난 90년 9월 30일에는 소련과의 역사적인 國交樹立이 있었으며, 中國과도 91년에는 修交를 할 전망이다. 그리고 90년 10월 3일에는 45

년간 分단되어 있었던 東·西 獨逸이 統一을 이루었다. 共產圈의 自由化와 우리나라와의 잇다른 수교는 국가전체에 큰 影響을 미치며, 우리의 保險產業에도 심대한 影響을 미칠 것이다. 또한 금년말 協商妥結을 앞두고 있는 우루과이 라운드 협상을 통하여 美國, 日本, EC지역의 會社들이 韓國에 대거 진출하는 발판이 마련될 전망이다. 1992년을 목표로 EC統合이 맹렬히 추진되고 있어서, EC統合이 世界經濟와 우리의 保險產業에 어떠한 影響을 미칠지도 면밀히 검토되어야 할 狀況이다.

우리나라의 保險產業은 1980년대 초까지만 해도 政府의 保護育成政策으로 빠른 成長을 거듭할 수 있었기 때문에 海外進出에는 소극적이었다. 그러나 美國의 開放壓力으로 1987년 LINA와 ALICO가 支店形態로 진출한 이래 5개의 生保合作社가 이미 營業을 시작했고 1社가 內許可를 받았으며 4개의 外國 生保社가 支店을 開設하여 營業을 하고 있고 2개의 支店은 內許可를 받은 후 營業개시 準備을 하고 있다. 또한 7개의 地方生保社들이 營業活動을 開始하였으며 1개의 地方社는 작년 11월 내허가를 받았다. 그리고 지난해와 올해에 6개의 新設 生保社들이 설립되어 활동하고 있다. 損害保險產業의 경우 外

國保險社로는 現在 美國系 2개 회사만 進出하여 미약한 活動을 하고 있으나 韓國 損害保險市場의 成長可能性에 비추어 우루과이 라운드 協商의 妥結後 先進技術을 가진 外國의 損保社들이 대거 韓國으로 進出할 展望이다.

外國保險社들이 밀려옴에 따라 國內市場의 競爭이 激化되며, 國內에서의 營業伸張은 곧 限界點에 도달할 것이고 資產運用에 있어서도 國內에서 적절한 投資對象을 찾기가 힘들게 될 상황이 도래할 것이다. 또한 美州와 日本에는 수많은 우리나라 僑民들이 進出하여 있는데 이들에게 맞는 保險을 國內保險社들이 하루 빨리 開發하여 普及하지 않으면 外國保險社들이 先占하여 유리한 고지를 영원히 놓칠 可能性이 있다. 이러한 環境變化와 여건들을 고려할 때 國內保險社들의 해외진출은 시급한 문제이다.

本稿는 韓國保險社들이 海外進出을 考慮할 때 알아 두어야 할 基本的 事項들을 論議함을 目的으로 한다. 本稿에서는 特히 世界 主要保險市場의 最近動向과 特性을 分析하고, 이들 市場에 韓國保險社들이 進出할 경우 채택할 수 있는 戰略을 提示하는데 主眼점을 둔다. 먼저 海外進出의 理由와 保險社가 海外進出時 擇할 수 있는 進出方法들과 그들의 長短點을 논의한 후 海外進出時 부딪히게 되는 여러가지 非關稅 障壁에 대해 논술할 것이다. 다음에는 保險社들의 成功的인 海外進出을 위하여 進出前 고려하여야 할 戰略的 事項에 대해 간략히 논의한다. 마지막으로 世界의 主要保險市場인 美國, EC, 共產圈, 日本, 東南亞 保險市場의 特性, 現況, 問題點 등을 논술하고 韓國保險社들이 이들 市場에의 進出時 고려해야 할 事項과 戰略을 논의한 후 本稿의 結論을 맺을 것이다.

II. 海外進出의 理由

韓國保險社들이 海外에 진출함으로써 다음과 같은 利得을 얻을 수 있다고 기대되기 때문에 進出이 권장된다. 우선 國際적으로 進出함으로써 새로운 마아케팅 技法을 체득할 수 있으며 외국에 진출한 한국기업에게 보험 서비스를 제공함으로써 한국기업의 營業활동을 간접적으로 도울 수 있다. 또한 보험사의 營業활동을 통한 外화가득으로 인하여 한국의 국제수지 개선에 기여할 수 있다. 그리고 국제營業을 발전시키는 韓國保險社들은 市場의 多邊化 및 擴張을 꾀할 수 있고, 새로운 시장개척으로부터 營業利益을 얻을 수 있다. 國際化 함으로써 한국보험사들은 保險引受와 관련된 危險과 投資危險 및 經濟的 危險을 지역적으로 분산시킬 수 있다. 더구나 국제화는 국내 보험사들로 하여금 外國 保險社들과 경쟁하는데 필요한 技術을 開發할 수 있게 한다.

물론 國際進出에 수반되는 위험이 있다. 가장 큰 위험은 국제화한 후에도 국제화 하기 전과 같은 方法으로 營業을 계속하는 것이다. 國內 保險市場은 점차 포화상태에 이르게 되고 국내에서의 成長潛力은 制限되어 있으므로 국내에서 收益의 成長을 달성하기란 점차 어려워지고 있다. 벌써 많은 外國社들이 한국 보험시장에 진출하여 있고 앞으로 더 많은 외국사들이 밀려올 것이다. 따라서 國內保險社들은 이러한 國際的 競爭狀態를 인식하고 해외로 나가 경쟁할 수 있는 만반의 태세를 갖추어야 할 것이다. 오늘날의 國際的 環境을 무시하는 保險社들은 뒤처질 수 밖에 없고, 세계시장에서 引受의 對象이 될 가능성이 점차 높아지고 있다.

Ⅲ. 海外進出의 形態

保險社들이 海外에 進出하는 方式은 아래에서 보는 바와 같이 여러가지로 나누어 볼 수 있는데, 이 중 어떤 方式을 선택할 것인가는 進出豫定國의 保險制度, 市場狀況, 進出目的, 自社內에서의 노-하우 蓄積程度 등에 달려 있다. 이하에서는 각 進出形態의 意義와 長短點을 중심으로 논의할 것이다.

(1) 프론틱(fronting) 方式

現地에서 自社가 營業免許를 갖지 않고, 現地 保險會社로 하여금 元受業務를 시킨 후 自社가 이 元受危險의 대부분을 受再하는 方式이다. 이 方式의 長點은 現地に 自社의 거점을 설치할 필요가 없기 때문에 費用과 노력면에서의 부담이 적다는 것뿐만 아니라 保險證券 發行에서 클레임(claim) 처리까지 전부 現地會社의 組織을 利用할 수 있다는 점이다. 現地會社는 그 댓가로서 보험료의 일정비율을 수수료로 받는다. 短點으로는 現地會社가 반드시 自社의 의도한 것과 같은 조건·요율로 引受하는데 동의하지 않는 경우나 클레임 처리, 日常業務, 서비스 면에서 만족할 수 없는 사태를 초래할 가능성이 있다는 점이다.

(2) 代理店 方式

自社가 現地の 元受營業 免許를 取得하고, 現地 保險引受 代理人(agent) 또는 保險會社에게 代理店을 위촉한 후 일정한 引受權限을 부여하고 일상 보험업무를 委託하는 방식이다. 이 方式의 長點은 自社의 이름으로 보험증권을 발행할 수 있기 때문에 고객 서비스상 바람직하고, 어떠한 物件을 어떠한 條件과 料率로 引受할 것인가에 대해서도 일정한 틀내에서 自社가 統制할 수 있다는 것이다. 또한 일정한 代理店 수수료를 지불하는 것에 의해 계약모집, 계약관리, 클레임처리 등을 代理店 側의 조직을

이용하여 할 수 있기 때문에 自社의 거점을 설치하는 것에 비해 비용적으로 부담이 적다. 短點으로는 실제 保險引受 業務를 하는 것은 現地 代理店이기 때문에 自社가 종합적 관리는 할 수 있어도 現地營業의 직접적 또는 세밀한 관리는 곤란하다는 점이다.

(3) 支店 方式

現地の 營業면허를 취득하고 自社의 支店(branch)을 설치하여 스스로 元受營業을 하는 方式이다. 이 方式은 代理店 方式의 일보 진전한 형태로서 현지에 自立 營業據點을 설치하고 自社의 保險引受人(underwriter)에 의해 직접 引受業務를 담당케 하여 保險引受를 自社의 통제하에 둘 수 있지만 거점의 유지 및 관리에 많은 돈, 사람, 물적자원을 들여야 할 필요가 생기게 된다.

(4) 現地法人 方式

全額出資 子會社 혹은 現地 파트너와의 合作會社로서 現地に 保險會社를 설립하는 方式이다. 現地法人에 대해서는 自社로부터 任員을 파견하여 日常營業活動의 管理와 經營管理를 하게 된다. 現地法人은 自國의 母會社로부터 독립하고 있기 때문에 現地營業의 損益管理, 營業管理라는 측면에서는 전술한 支店方式 보다는 철저할 수 있는 반면 설립당초는 독립된 보험회사로서의 경영기반이 취약하기 때문에 일정규모 이상이 되어 경영이 안정되기까지는 母會社는 資金面을 중심으로 하여 상당한 경영지원을 행하는 것이 부득이 하게 된다.

(5) 其他 方式

위에서 논의한 기본적인 네가지 方式 以外에 現地 既存 保險會社에의 資本參加라는 形式도 있고, 해외 유력보험회사와 상호보완을 목적으로 하는 業務提携라는 것도 있다. 業務提携에는 여러가지 형태가 있지만 전형적인 예로서 A국의 B보험사와 한국

의 C보험사가 서로 상대국에서 營業免許를 갖고 있지 않은 상황하에, 각각의 本國에서 顧客이 상대국으로 진출하는 경우를 상정하고, B社は C社를 대신하여 A국에 진출한 한국계 기업에 보험서비스를 제공하고 C社は B社の 한국으로 진출한 고객에게 같은 서비스를 提供한다고 하는 초보적인 업무제휴가 있다. 이것을 더욱 진행시켜 어느 지역, 예를들어 유럽지역과 아시아지역 이라는 규모까지 확대시키거나 또는 세계적 규모까지 넓힐 수 있다. 또한 서비스 提供內容도 프론팅 서비스에서 支店과 子會社에 대한 營業支援 등 폭 넓은 것도 생각할 수 있다.

마지막으로 現地法人 方式의 變形으로서 既存 外國保險會社の 買收(acquisition)라는 手段을 들 수 있다. 買收의 對象이 되는 보험회사는 통상 經營狀態가 좋지 않은 회사가 많다. 買收의 문제점은 收入이 먼저 이루어지고 支拂이 좀처럼 確定되지 않는 保險經理의 특수성 때문에 나타나는 현상으로 支拂準備金이 부족한 등 買收 後가 아니면 충분한 經理上의 확인을 할 수 없는 경우가 많다는 것이다. 또한 買收를 계기로 우수한 인체가 점차로 퇴직해 버리는 사례도 많은 것 같이 경우에 따라서는 큰 卹란을 배후에 둔 危險性을 가지고 있다. 따라서 海外 既存 保險社를 買收 하기에는 상당히 신중을 기해야 한다고 생각된다.

IV. 海外進出時의 障壁

現在 26개의 非共産圈 國家들이 外國사의 자국내 진출을 완전히 금하고 있으며, 약 30개의 국가들이 出再保險의 적어도 일부를 국가 통제하의 再保險社에게 出再하도록 규정하고 있다. 그리고 약 36개 국가들은 보험의 일정한 종목들에 대해서만 外國 보

험사에 營業免許를 허가함으로써 自國 保險市場에의 접근을 제한하고 있다.

統制經濟體制나 計劃經濟體制를 가지고 있지 않은 세계의 130개 이상의 국가들이 시행하는 해외진출과 관련된 모든 障壁이나 規制들을 本稿에서 論議한다는 것은 不可能하다. 그러나 海外에 進出하는 保險業者들이 겪게되는 障壁들을 분류해 보는 것은 매우 유익하다고 생각한다. 왜냐하면 그러한 분류는 外國進出의 기회를 고려하고 있는 韓國保險社에게 유용한 체크 리스트를 제공해 줄 수 있기 때문이다. 아래에서는 海外進出時 保險業者들이 보편적으로 만날 수 있는 여러가지 障壁들을 크게 네가지로 나누어 고찰해 보고자 한다.

(1) 서비스 베이스로 保險을 提供하는 保險業者들에게 賦課되는 貿易障壁

支店이나 現地法人의 設立 혹은 現地企業의 買收 등에 의하지 않고 外國에서 保險을 판매할 수 있는 기회는 실질적으로 제한되어 있다. 또한 허가받지 않고 保險業을 행하는 것은 대부분의 경우에 벌 소득이 없으며 法的으로 혹은 金融的으로 많은 경우에 있어서 불가능하다. 서비스 베이스로 保險을 제공하는 保險業者에게 부과되는 政府의 規制에는 다음과 같은 것들이 있다.

- (i) 外國 保險業者가 거수하는 保險料에 부과되는 差別的 課稅
- (ii) 現地國의 再保險者에게 강제적으로 出再케 함
- (iii) 外國에서의 保險購買를 금지하는 換錢統制 規定
- (iv) 國內 再保險者와 國外 再保險者 사이에 資金移送制限
- (v) 外國 保險者로부터 市民이 직접 保險을 구매

하는 것을 不法化 함

- (vi) 現地法人으로 設立되지 않더라도 記錄이나 支給準備金を 現地國의 規定에 따르도록 요구함

(2) 外國 營業據點의 設立에 影響을 주는 貿易障壁

國際的으로 서비스 베이스로 保險을 販賣하는 것을 금하는 대부분의 現地法들 때문에 外國 保險業者들은 支店이나 現地法人을 設立한다. 그러나 이러한 設立을 함에 있어서는 다음과 같은 貿易障壁에 부딪치게 된다.

- (i) 營業免許의 拒否 혹은 免許의 行政的 遲延
- (ii) 免許範圍에 대한 制限
- (iii) 外國社에 의한 投資에 대한 制限
- (iv) 現地人에 의한 資本參與의 強制
- (v) 支店을 강제적으로 現地法人化 함

(3) 外國 保險市場內에 存在하는 差別的 慣行

保險을 外國 營業據點의 設立 없이 판매할 수 있는 기회는 제한되어 있고, 現地據點을 설립하는데도 여러가지 제한이 있지만, 外國에서 영업거점을 설립한 후 活動하는데도 다음과 같은 여러가지 差別的 慣行을 감수해야 한다.

- (i) 外國社에 대한 차별적으로 높은 資本金이나 公탁금의 요구
- (ii) 外國 保險業者에 대한 더 높은 담보능력의 요구
- (iii) 중요한 市場情報를 소유하고 있는 協會에의 加入拒否
- (iv) 外國人에 대한 노동허가 지연
- (v) 外國保險社의 國有化
- (vi) 政府管理 保險機關과의 경쟁
- (vii) 外國 再保險者에게 出再할 경우 특정한 預置

金の 요구

- (viii) 最低料率등의 料率規制

(4) 事業 및 環境的 障壁

國際市場에서 保險業者들은 앞에서 논의한 많은 貿易上의 政府規制 以外에 事業上의 障壁를 만나게 된다. 海外進出을 고려하는 韓國 保險業者들은 海外에 投資하기 전에 다음과 같은 經濟的, 文化的 障壁들을 고려하여야 할 것이다.

- (i) 外國保險者들보다 國內保險者들을 더 선호하는 消費者들의 態度
- (ii) 現地國에 적용가능한 統計資料의 缺如
- (iii) 競爭者들의 담보력이나 不法的 營業行爲를 통제하지 않는 비효율적인 保險規制法
- (iv) 국가들 사이에 稅法, 契約用語, 通貨制度, 言語 등에 있어서 통일성의 결여
- (v) 暴力과 테러리즘에 대한 상대적으로 높은 寬容
- (vi) 現地國의 保險專門家나 잘 훈련된 사람들의 不足
- (vii) 개발도상국과 선진국 사이에 文化的 連繫性의 결여

V. 海外進出時 戰略的 考慮事項

國際舞臺에 進出하려는 韓國保險會社들은 自身의 世界市場에서의 位置, 進出하려는 市場, 自身의 強點과 弱點에 대해서 명확하게 이해하여야 한다. 理事會는 海外進出을 적극 지지해야 하며 目標, 初期費用, 危險, 所要資本, 損益分岐點에 대해서 현실적인 豫상을 해야 한다. 保險國際化는 초기에 손해를 볼 수도 있는 長期的인 問題인 것이다. 海外로 進出하려는 보험사들은 해외시장 진입의 最善방법

이 買收, 新設, 合作, 戰略的 提携 中 무엇일지를 결정해야 한다. 또한 海外市場에 대한 法的 制限, 規制節次, 다양한 租稅制度 등을 충분히 검토해야 한다.

그런 후 計劃된 營業活動, 充員, 勞動法, 職員들에 대한 報酬, 保險金支給, 會社의 地理的 位置, 資金調達, 換率, 豫想契約高, 投資管理, 契約者 서비스 등의 문제를 신중히 고려해야 한다. 販賣制度가 國際 保險市場에서의 成功의 關鍵이 될 것이다. 保險社들은 國際 保險市場에서 자신의 位置를 결정하고 그에 따른 競爭戰略을 고안해야 할 것이다. 시장에 폭넓게 접근하고, 固定費用을 分散시키며, 單位當 費用을 낮추기 위하여 代替的 販賣制度를 고려·활용해야 하며 지속적인 소득의 흐름을 창출할 長期的 顧客關係를 수립해야 한다.

大衆市場에서 인기가 있는 상품들이 國際 保險市場에서 일반적으로 경쟁력이 높다. 個人年金, 信用保險, 投資指向의 商品들이 現在 國際市場에서 대체적으로 大衆에게 인기가 있으며, 반면에 特定顧客들을 위한 商品은 비싸며 관리하는데도 費用이 많이 든다. 따라서 그러한 商品들은 國際市場에 진출할 때 가능하면 판매를 삼가해야 할 것이다. 마지막으로 海外進출을 위해서는 國際保險을 專擔하는 部署의 設立이 필요하다. 海外進出時 가장 경계해야 할 것은 기존의 任員으로 하여금 그의 現在 責務와 새로운 國際化 프로젝트를 모두 담당케 하여 그의 시간을 兩分시키는 것이다. 成功的 海外保險營業을 위해서는 世界 保險市場에 대한 깊은 지식을 가지고 있고 國家間 社會 文化的 差異를 잘 이해하며, 풀 타임으로 國際 保險業務에 종사하는 專門家를 고용할 필요가 있을 것이다.

VI. 世界 主要保險市場의 現況과 韓國保險社의 進出戰略

1. 美國 保險市場

(1) 美國 保險市場의 特性

미국 보험시장은 世界 收入保險料의 38%를 점하는 世界最大의 거대한 保險市場이다. 1988년중 미국 생명보험회사의 수는 2,322個社였으며, 손해보험회사는 3,849個社에 이르렀다. 이와같이 미국의 보험시장은 수천개의 회사들이 치열한 경쟁을 벌이고 있으며, 따라서 市場의 競爭度가 매우 높다. 보험산업에 대해서는 聯邦政府보다 州政府(state governments)가 주로 관할하는데 州마다 보험법이 다르고 約款, 料率, 保險監督廳의 檢査方法, 保險監督廳의 陣容 등이 州에 따라 매우 다양하다. 최근 州政府에 의한 보험산업의 감독이 적절한 효력을 발휘하지 못하고 있다는 認識때문에 보험산업에 대한 聯邦政府의 감독강화에 대한 논의가 활발하다. 이러한 논의의 한 결과로서 90년 6월 美下院의 法司委員會(House Judiciary Committee)는 보험산업이 聯邦 獨占禁止法(Federal Antitrust Law)으로부터 면제되는 것을 철회하는 法案을 통과시켰다.

미국의 保險市場의 또 다른 특징으로 들 수 있는 것은 消費者의 保險에 대한 認識이 매우 높다는 것이다. 消費者 保護運動(consumerism)이 활발히 전개되어 회사경영에 대한 廣範圍한 公表(comprehensive disclosures)가 실행되고 있으며, 生保産業의 경우 販賣하는 保險商品의 價格 혹은 原價에 대한 公表를 保險社와 保險販賣員에게 요구하는 標準規定(Model Regulation)이 1976年 制定되어 시행되고 있다. 美國 損害保險産業의 하나의 특징으로 언급될 수 있는 사항 중에 營業利益週期(underwriting profits cycle)에 대한 것이 포함되어야 할 것이다. 歷史적으로 몇 년을 주기로 美國의 損保社들의 營業利益이 순환하였음이 판명되었다. 이러

한 週期의 原因과 保險産業에 미치는 영향, 週期에 대한 統制에 관한 것이 아직도 활발한 연구대상이 되고 있다.

미국보험시장은 생명보험산업의 경우를 보더라도 70년대 말부터 매년 120개 내지 135개의 生保社가 신설되고 매년 80여개가 시장에서 사라지는 등 경쟁이 치열하며 事業者間 收益性的의 差異도 심하다. 미국 보험자들은 國內 指向的이며, 총수입의 2% 이하를 海外로부터 얻으며, 海外收入의 대부분이 商用 保險(commercial lines)으로부터 이다. 現在 36개의 海外保險社들이 美國에 진출하여 活動中이며, 生保産業의 경우 外國社들이 收入保險料의 약 10%를 차지하고 있다.

(2) 外國 保險業者에 대한 非關稅 障壁

아래에서는 美國에서 活動중인 外國 保險業者와 美國 保險市場에 進入하려는 外國 保險業者에 대하여 가해지는 差別的 規制나 制限에 대하여 논의할 것이다. 美國內 設立된 외국보험사의 現地法人은 담보능력 제고를 위해 본국의 母會社를 이용할 수 없으며, 국내 보험업자보다 외국 보험업자에게 더 높은 예치금(trusted surplus)을 支店 設立時 요구하는 州가 늘어나고 있다. 非免許 外國保險業者들(nonadmitted alien insurers)도 일정한 要件을 갖추면 미국에서 保險業을 영위할 수 있는데, 그들은 더 높은 保險料稅(premium taxes)를 납부해야 하고, 料率과 商品에 대해 더 엄격한 統制를 받고, 다른면에서도 州 保險當局으로부터 더 엄격한 監督을 받는다. 또한 非免許 外國再保險者들은 聯邦間接稅(Federal Excise Tax)를 추가적으로 1% 더 納付해야 한다. 그러나 州政府가 獨占하는 保險은 별로 없으며, 외국에 진출하는 美國 保險業者들에 대한 輸出補助金도 거의 없고, 投資에 대한 規制도 美國內

外國保險社에 대해 그렇게 차별적이 아니다. 그리고 支社나 支店의 복잡한 설립절차는 外國保險社와 國內保險社에게 차별없이 적용된다.

종합적으로 볼 때 미국에서 活動중인 外國保險社와 미국 보험시장에 진입하려는 外國保險社에 대하여 差別的 規制나 制限은 매우 적은 편이다. 外國保險社들이 美國 保險市場 進出을 두려워하는 주된 理由는 差別的 規制보다는 市場競爭이 치열하여 살아남기 힘들다는 점과 消費者保護를 위한 廣範圍한 公表에 응하기 싫어하는 점, 그리고 文化的·言語的 障壁 때문이라고 볼 수 있다.

(3) 韓國保險社의 進出戰略

美國에는 지금 뉴욕을 중심으로 20여만의 교포가 거주하고 있으며, 이 지역의 교포들이 所有하고 있는 自動車는 약 20,000여대이고 그들은 10,000여개의 事業體를 운영하고 있다. 로스앤젤레스 등지에는 50여만의 교포가 거주하고 있고 교포들이 所有하고 있는 自動車 대수는 100,000여대에 달한다. 추정되는 교민들의 保險市場을 손해보험분야를 중심으로 살펴보면 다음과 같다. 家計保險(personal line)에는 住宅火災 및 住宅綜合保險, 自動車保險, 傷害保險이 주종을 이루고, 企業保險(commercial line)에는 교포사업체에 대한 火災保險, 賠償責任保險, 積荷保險 등을 주된 種목으로 들 수 있다. 交民 보험시장의 규모를 보면, 동부의 交포들에 의해 納付되는 保險料는 5천 3백만 달러에서 7천 2백만 달러로 추정되며, 서부의 경우는 9천 8백만 달러에서 1억 5천 4백만 달러로 추정된다. 이러한 수치는 住宅綜合保險(homeowners insurance), 中小事業者 綜合保險(business insurance) 및 自動車保險의 3개 種목에 대한 推定保險料이나, 이 중에서 自動車保險이 53%에서 58%를 점하고 있다.

韓國保險社들이 택할 수 있는 進出形態는 프론팅方式, 代理店方式, 支店方式, 現地法人方式 등을 비롯하여 買收, 資本參加, 業務提携 등을 들 수 있으며, 이들 각方式의 長短點에 대해서는 앞에서 論議하였다. 支店이나 支社를 설립하였을 경우 이를 本社로부터 임직원을 파견하여 직접 운영할 수도 있고, 美國내 專門經營社(management company)를 이용할 수도 있는데, 專門經營社는 일반적으로 초기 단계에 이용되고 있으며 이용수수료(management fee)를 지급하더라도 전체 경비가 저렴할 수 있으며, 현지 실정을 잘 모르는 진출 초기 단계에서는 安全한 方法일 수 있다. 직접 운영하는 경우에도 전문분야를 직접 운영할 수도 있으나 계약인수와 재보험은 직접 처리하고 복잡한 클레임은 美國社에 의뢰하는 方法도 가능하다.

미국에서 활동중인 國內社로는 大韓再保險社가 合作投資形態로 뉴욕에서 營業활동을 하고 있고, 損害保險會社로서 미국에 駐在事務所를 가지고 있는 會社로는 안국화재, 럭키화재, 현대해상화재, 대한재보험사 등이 뉴욕에 주재사무소를 개설하고 있다. 生命保險會社 중에는 삼성생명과 대한교육보험이 뉴욕에 주재사무소를 설립하여 활동중에 있으나 아직은 정보수집의 차원을 벗어나지 못하고 있다. 그러나 최근 국내 증권시장의 침체와 국제화 추이에 대응하여 生保社들의 海外投資 및 海外營業基盤의 구축이 활기를 띠고 있다.

營業활동 가능시장을 보면 損保社들의 경우 交민들에 대해 주택종합보험, 중소기업자 종합보험, 자동차보험 등을 고려할 수 있고 미국에서 營業하고 있는 한국상사에 대해서는 적해보험, 근재보험, 화재보험, 배상책임보험 등의 판매를 검토할 필요가 있다. 그밖에 美國인 및 美國내 外國인 집단과 그들

의 企業을 대상으로 원수보험을 제공하든지 재보험 事業을 추진할 수 있을 것이다. 生保産業의 경우에는 韓美間 文化的 差異가 크고, 租稅制度를 포함한 法規上의 差異도 크며, 商品의 種目 및 內容上 相異性이 현저하므로 처음부터 支店이나 支社를 設立하여 本格的으로 營業活動을 하는 것보다 주재사무소를 이용하든가 현지 교육생의 파견을 통하여 미국 시장에 대한 심도있는 情報의 수집과 事前研究를 철저히 하여야 할 것이며, 現단계로서는 有價證券投資에 치중하는 것이 바람직할 것이다.

韓國 保險社가 美國 保險市場에 進出할 경우 強點으로 생각될 수 있는 것은 交민들이 美國회사와의 去來時 言語上의 불편 및 業務 적용상의 不利益을 당하는 경우가 있으므로 言語上, 文化上 同質性을 가지는 韓國保險社들이 비교적 용이하게 交포시장에 진출할 수 있고, 交포시장 진출을 바탕으로 점차 美國시장에의 진출범위를 확대해 갈 수 있다는 것이다. 美國保險市場 進出時 不利한 點은 韓國 保險社들이 現地에서의 保險引受 및 클레임 처리상의 기술과 經驗이 不足하며, 美國문화와 美國보험시장에 정통한 專門인력이 충분치 못하며 기술과 經驗이 不足하고, 法制度 및 關係規定에 대해 미숙하다는 것이다.

미국에서의 韓國企業의 活動이 증가되고 있으며 交민사회 또한 꾸준히 成長할 것이 예상되고 있어서, 美國에서 元受營業을 할 수 있는 충분한 잠재시장이 존재하고 있다. 이들 美國내 交포시장 物件들이 美國회사들에 의해 그들의 고객으로 정착되기 이전에 하루빨리 美國보험시장에 진출할 필요가 있을 것이다.

2. EC 保險市場

(1) EC 保險市場의 特性

EC는 1992년 말까지 보험사업과 관련된 國家間의 제반 經濟的 障壁을 제거하고 單一市場化 하려는 決定을 보았다. 그러나 현재 유럽보험시장은 너무나 많은 異質的 要素를 가지고 있으며 分割되어 있기 때문에 1992年末까지 많은 經濟的 障壁이 제거된다 하더라도 진정한 單一市場을 이룰 수 있을지 의문이다. 그리고 EC 統合過程은 1992년을 軸점으로 잡고 있지만 保險產業에 있어서 1992년은 큰 의미가 없을지 모른다. 損害保險의 경우 巨大商用危險市場(large commercial risk markets)은 1990년에 自由化 되었으나, 生保商品 自由化는 더욱 천천히 진행되어 1992년 이후에도 自由化의 노력은 계속될 것이다.

EC 各國 保險市場의 異質性和 分割性을 보여주는 證據로서 한 유럽 國家에서 營業을 하고 있는 대부분의 保險社들이 다른 國家에서는 매우 制限된 營業을 하고 있다는 것이다. 또한 販賣管理도 대부분의 경우 한 國家內로 制限되고 있고 投資의 統合도 最小限의 水準에 머물러 있다. 異質的이고 分割된 市場들(heterogeneous segregated markets)이 유럽에 계속 존재하여 온데는 다음과 같은 여러가지 理由가 있다. 첫째는 유럽의 複雜한 歷史 때문이다. 유럽의 貿易去來는 古代로 거슬러 올라갈 수 있으나 유럽내 상당량의 直接投資는 19世紀 까지도 시작되지 않았고, 이것도 一次 및 二次 大戰과 大恐慌에 의해 곧 쇄도에서 이탈되게 되었다. 따라서 유럽내 國家間 投資는 1940年代 末이 되어서야 본격적으로 進行되기 시작했다.

둘째는 政府政策 때문이다. 유럽 各國의 政府는 유럽대륙의 企業政策을 形成하는데 큰 役割을 하였다. 그런데 이러한 政府들은 分離된 保險市場을 維持하는 政策을 추구하였다. 유럽의 6個國은 國內

에서 設立되지 않은 外國 保險業者들에 의한 國內에서의 직접적인 付保를 금한다. 다른 3個國은 理論적으로는 外國 保險業者들과의 거래를 許容하지만 外國의 保險仲介人 내지 代理人들이 國內 保險事業을 행하는 것을 실질적으로 금하고 있다. 단지 네덜란드와 영국만이 外國保險社에 대해 별다른 制限을 가하지 않으며 상대적으로 開放된 市場을 유지하고 있다.

셋째, 유럽보험시장의 分割化는 판매제도에 의해 더욱 強化되었다. 프랑스, 서독, 이탈리아에서는 從屬保險代理店(captive agency)이 損害保險販賣의 주된 機關이다. 英國만이 상당수준 이상의 獨立적 仲介人(broker) 네트워크를 가지고 있다. EC통합후 유럽전역으로 쉽게 活動영역을 넓힐 수 있는 미국식의 獨立代理人들(independent agents)이 별로 없는 유럽의 새로운 市場에 진입하려는 保險社들은 그들 자신의 販賣制度를 설립 혹은 획득하는데 큰 자금을 소모해야 할 것이다.

각각의 分割된 유럽시장은 다른 發達段階에 놓여 있으며, 각각 獨特한 保險機關, 法規, 租稅制度를 가지고 있다. 예를 들면 네덜란드, 영국, 독일, 프랑스, 스페인, 룩셈부르크, 벨기에, 이탈리아 등 각 國家間 保險價格 差異는 대단하다. 定期生命保險의 가격은 영국에 비해 벨기에와 이탈리아에서 세 배나 높다. 損害保險料率의 국가간 큰 차이는 危險의 水準을 어느 정도 反映하고 있다. 이탈리아와 스페인에서 自動車를 운전해 본 사람은 그들 국가의 높은 自動車 保險料가 이상할 것이 없다는 것을 發見하게 될 것이다. 그러나 生命保險分野의 國家間 價格差는 市場競爭度의 큰 차이에 기인한다.

市場의 獨占力(monopoly power)은 시장의 價格에 영향을 미칠 수 있는 힘을 말한다. 市場에 있어서

獨占力を 측정하는 指標에는 여러가지가 있으나 集中比率(concentration ratios)이 가장 자주 사용된다. 보험시장에 있어서 집중비율은 한 보험시장의 가장 큰 몇개 기업들의 시장점유율을 보험료수입 혹은 자산규모의 관점에서 측정함으로써 算定한다. 集中比率에는 보통 가장 큰 4개, 8개 혹은 10개 企業의 전체산업에 대한 판매고 비율 혹은 총자산 비율이 사용된다. 한 産業의 集中比率이 높을수록 그 産業의 競争度가 낮고 製品價格이 높아지는 경향이 있다. 美國 保險産業의 경우 가장 큰 10個會社들의 시장점유율이 약 25%이다. 유럽의 경우에는 分割된 市場이 될 선 더 높은 集中比率을 초래했다. 이러한 높은 集中度는 몇개의 큰 企業들이 유럽 各國內에서 큰 영향력을 행사하고 있다는 것을 보여주며, 新設會社가 유럽 보험시장에 침투하는 것이 쉬운 일이 아님을 시사해 준다.

(2) EC 保險市場의 現況과 潛在力

EC 保險市場은 막대한 長期的 潛在力을 가지고 있다. 1993년에는 12개국으로 구성된 EC가 4조 2천 억 달러의 GDP를 가지는 市場이 될 것이며, 3억 2천 4백만명의 人口는 소련보다 15% 많고 미국보다 35% 많으며 일본의 2.5배에 해당한다. EC는 世界 最大의 個人 貯蓄高를 보유하고 있으며, 현재 世界 保險市場의 22% 이상을 점하고 있다.

세계 보험시장의 38%를 점하는 美國市場과 비교해 볼 때, 1987년 美國은 GDP의 3.69%를 保險에 支出했는데 비해, EC會員國중 오직 영국(5.25%)과 아일랜드(7.60%)만이 그것을 상회했고 서독, 네델란드, 프랑스가 각각 2.92%, 2.86%, 2.15%, 이탈리아와 스페인은 생명보험에 각각 1.27%, 0.51%를 支出했으며, 나머지 5개 EC會員國은 1.70%이하를 支出했다. 이러한 수치는 국별로 분할된 유럽 보험

시장의 미성숙성을 나타내며, 단일 유럽시장의 잠재적 성장가능성을 보여 준다. 또한 미국과 EC의 一人當 保險料 支出을 比較해 보면 保險市場 發展에 대한 EC의 潛在力을 알 수 있다. 1987년 미국의 일인당 보험료 지출은 아일랜드와 영국을 제외한 전 EC 회원국을 능가했는데, 프랑스보다 80%가량 상회했으며, 스페인, 이탈리아, 그리스, 포르투갈 등에 비해서는 6배에서 50배에 달하였다.

다른 한편으로 유럽이 12個의 個別的 市場을 가졌던 지난 10년간의 一人當 生命保險料 支出의 成長을 생각할 때 그 將來性을 엿볼 수 있다. 1980년과 1986년 사이 일인당 생명보험료 지출은 벨기에를 제외한 전 EC 회원국에서 최소한 50%이상 증가했으며 프랑스, 그리스, 아일랜드, 이탈리아, 스페인에서는 세자리 숫자의 증가를 기록했다. 分離된 市場에서의 이러한 成長에 비추어 볼 때, 障壁이 줄어들 단일 유럽市場에서는 보험료 규모가 더욱 증가할 것이 예상된다.

(3) 韓國保險社의 進出戰略

EC市場 浸透를 고려중인 한국 보험사들은 여러가지 진입방법 중에서 최선의 방법을 선택해야 할 것이다. 새로 會社를 設立하는 방법이 있는데, 集中料率 率이 높은 유럽市場에서 이 方法은 너무 느리고 장시간을 요하는 戰略일 것이다. 既存社를 買收하는 방법을 택할 수도 있는데, 큰 규모의 買收對象은 흔치 않다. 예를 들면 프랑스의 10대 보험사중 3개사는 실제로 國유이며 5개사는 상호회사이다. 이탈리아와 서독에서는 保險社間 혹은 保險社와 銀行間 株式의 相互保有(cross-shareholding)가 많이 이루어지고 있고, 이러한 기업들은 買收하기 곤란하다. 대규모의 기업을 買收하는 것은 어려우나 大企業이 中小企業을 吸收·合併함으로써 소수의 범

유럽적 초대형 보험사들이 나타날 가능성은 매우 높다. 그리고 保險社들 사이에 수많은 業務提携가 형성될 것이다. 韓國保險社들도 이미 유럽에서 확고한 기반을 가지고 있는 保險社와의 적절한 형태의 業務提携를 맺든가, 生命保險의 경우 稅制上 혜택을 받을 수 있고 설립이 용이한 帳簿上會社(paper company)의 형태로 진출하는 것이 초기 진입장벽을 극복할 수 있는 바람직한 전략이 될 것이다.

또한 EC 진출의 유효한 전략은 商品 및 地域上의 特化이다. 새로운 商品을 導入・販賣하든가 빠른 성장과 높은 이윤이 기대되는 지역에 집중투자하는 것은 좋은 戰略이 될 수 있다. 서독의 保險市場은 포화상태이나 스페인의 경우는 經濟가 급속히 성장하고 있으며 보험수요가 증대되고 있고, 국내보험사들의 기반이 확고하지 못하다. 포르투갈의 보험시장도 발전초기에 있다. 이러한 미성숙한 시장을 우선 진출대상으로 삼으면 유리할 것이다. 개인 생명보험에 있어서는 현재 국가간 거래 자유화에 대한 豫定表가 없으며, 각국에 있어서 강력한 소비자 보호주의와 조세제도의 차이 때문에 성급한 전략은 위험하다. 전통적으로 국가가 중요한 역할을 했기 때문에, 유럽의 私年金市場과 健康保險市場은 발달하지 못했다. 이제 많은 국가들은 국가에 의한 사회보장이 충족시키지 못한 겅을 효율적으로 충족시킬 私的市場의 역할에 대해 기대하기 시작했다. 따라서, EC의 거대한 潛在的 私年金市場과 健康保險市場은 EC진출을 고려하는 한국 보험사들에게 좋은 기회를 提供할 것이다.

3. 共産圈 保險市場

(1) 中國 保險市場의 現況

中國 保險産業은 中國人民保險公司(PICC)에

의하여 대부분 독점되고 있기 때문에 중국 보험시장의 現況을 파악하기 위해서는 PICC의 업무현황을 분석해 보아야 한다. 1980년과 1987년 사이 PICC는 종업원 수에 있어서 500명에서 70,000명으로 늘어났으며, 보험료 수입도 매년 38% 내지 60%증가했다. 또한 支店의 수도 16개에서 2,700개로 증가했다. 1988년도 중국의 保險서비스는 광범위한 영역을 커버하였다. 生命 및 健康保險에는 個人 및 團體生命保險, 의료서비스, 個人 및 團體年金, 自動車保險 등이 포함되어 있다. 이 보험종목에서의 발전은 대단했으며 저축의 한 형태로서의 생명보험이 강조되었다.

단체생명보험은 대체로 1년을 계약기간으로 하며 주로 공장과 기업의 종업원들을 대상으로 하는데 보험가입전 의사진단은 면제되고 있다. 年金은 기업종업원 공동연금, 개인연금, 청부업체 피용자연금으로 구성되어 있다. 財產保險은 個人財產保險과 企業財產保險으로 구분되어 있는데 前者에는 주택, 보트, 자전거, 자동차 등이 부보 대상에 포함되고 후자는 기업의 화재, 육상, 해상, 항공운송과 적하 및 제3자에 대한 재산손상 등을 付保對象으로 한다.

농업보험은 氣象과 그와 관련된 기타위험을 부보하며 소, 돼지, 家禽, 민물고기, 야채, 과일을 특별 부보내용으로 하여 농업활동에서 發生하는 損失을 보상한다. 賠償責任保險은 생긴지 얼마되지 않았고 自動車, 運送, 빌딩과 같은 施設의 建築, 住宅所有主의 怠慢에 의해 발생하는 배상요구에 대한 保護를 目的으로 한다. 국제 배상책임보험은 海上 및 其他 運送, 제3자에 대한 賠償責任, 事故, 基金의 損失, 盜難등을 付保하며 政治的 危險도 취급한다. 中國에서는 오십만 이상의

企業이 財産保險에 가입하고 있으며 5천만 이상의 家庭이 家計財産保險에 가입하고 있고, 保險에 가입한 자동차 대수는 4백만을 넘고 있다.

해외사업이 1980년의 300억 달러에서 오늘날 700억 달러 이상으로 成長함에 따라 이분야에 대한 保險料 收入도 급격하게 증가했다. PICC는 현재 世界 100개 이상의 國家에서 現地에서의 調査와 損害査定의 業務를 促進하기 위해 300개 이상의 調査 및 損害査定 代理店을 유지하고 있다. 1988년 IPCC의 保險料收入 總額은 33억 달러였으며 전년에 비해 35% 成長했다. 利潤은 1987년 4억 8천만 달러에서 1988년 6억 3천만 달러로 증가했다. 國際적으로 PICC의 業務는 Chartered Insurance Institute 및 Lloyd's와 강력히 연계되어 있다. 전문화된 서비스, 노-하우, 경험 등을 가지고 있는 런던市場과의 연계가 中國 保險市場의 發展에 큰 기여를 하고 있다.

(2) 소련과 東歐 保險市場의 現況

계획경제하의 保險은 財務省 관할인 금융산업에 대한 국가통제 대상의 일부분을 구성한다. 보험산업은 일반적으로 國內貨로 表示되는 國內的 危險에 대한 보험과 再保險을 포함하는 外國貨로 表示되는 保險으로 구분된다. 두 부문은 매우 엄격하게 구분되어 있으며 대부분의 국가에서 두 회사가 각 부문을 나누어 관할하고 있다. 예를 들면 소련의 경우에는 國內保險市場은 Gosstrakh 社가 관할하며 國際保險과 再保險은 Ingosstrakh 社가 취급하고 있다. 폴란드에 있어서는 國內保險은 PZU社가 취급하며 國際保險은 Warta 社가 관할한다. 東獨의 경우에는 DVAG社(중전에는 Staatliche Versicherung이었음)가 國內保險을 취급하며 國際 및 再保險은 DARAG社가 관

할하여 왔으나 최근에 와서 DARAG社는 國內企業保險을 취급하기 시작했다.

東歐에서는 國內보험을 취급하는 會社가 總保險料의 대부분을 거수하며, 國內危險의 再保險은 없다. 왜냐하면 국가가 再保險에 해당하는 役割을 遂行하기 때문이다. 한편 海上, 建設, 航空 등의 外貨表示 危險들은 국제 재보험시장에 出再된다. 따라서 국제적으로 활발히 영업하고 있는 保險業者는 國際市場의 規制들을 잘 알고 있다. 社會主義 國家의 保險會社들은 財務自立的 原則에 따라 운영된다. 즉 保險料 收入은 기본적으로 保險金 支給을 충족시킬 수 있어야 한다. 保險種目は 크게 세가지, 즉 國營農業保險, 國營企業保險, 個人保險(財産 및 對人)등으로 나누어 진다. 西歐의 어떤 商品들은 共產圈에서 찾아볼 수 없는데, 예를 들면 自動車 賠償責任保險은 현재 소련에 존재하지 않는다. 보험상품은 표준화되어 있어서 상대적으로 단순한 편이며, 보험은 半日制로 일하는 보험대리인에 의해 대부분 판매된다. 판매되는 보험증권의 數는 많으나 付保金額의 幅은 낮다. 총체적으로 볼 때 東歐 保險市場은 開發될 수 있는 잠재성이 매우 크다고 볼 수 있다.

東歐에서는 保險産業의 위치가 國民經濟 全體의 상태를 꽤 정확히 반영한다. 일인당 보험료 지출은 체코가 245달러로 가장 높고, 東獨이 체코와 비슷하며, 소련과 불가리아가 100달러와 130달러 수준이고 헝가리, 루마니아, 폴란드(16.5달러)가 하위권에 속한다. 동구의 평균 일인당 보험료 지출은 100달러 정도이다. NMP(net material product)에 대한 보험료 지출의 비율을 고려하면 국가간 차이는 많이 감소된다. 체코, 불가리아, 동독, 소련이 3% 전후로 비슷하며 폴

란드와 루마니아가 1% 정도로 하위수준에 있다.

共産圈 保險市場의 最近動向을 보면, 소련의 경우 1987년 合作會社法을 통과시켜 外國人의 持分所有를 허가하였으나 保險産業은 合作이 금지되어 있는 유일한 산업으로 남아있다. 또한 1989년 10월 26일 고르바초프 대통령의 포고령을 통하여 100% 外資企業도 허용되었다. 合作社의 財産損害에 대하여는 Ingosstrakh에 의해서만 付保가 가능하며, 再保險은 合作會社의 外國 파트너 의도대로 할 수 있다. 소련에서는 合作會社에 대한 財産損害保險은 强制保險이지만 賠償責任保險은 任意保險이다. 최근 任意保險을 Ingosstrakh社와 서방국 보험회사와의 공동보험으로 인수가 가능케 하는 한 協定이 체결되었으며, 共同保險部門(co-insured portion)은 서방국 통화로 표시될 수 있고, 공동보험부분에 해당하는 보험료는 共同保險業者에게 직접 지불된다. 그러나 Ingosstrakh가 保險證券을 發行해야 하며 保險金 支給要求를 처리한다. 소련에서는 合作保險會社의 설립이 금지되어 있지만 Ingosstrakh와 外國 보험감독기구 혹은 外國保險會社와의 업무협약이 체결될 수 있다. 소련에는 保險監督法이 없지만 최근 그러한 법이 입안중에 있다.

폴란드의 경우 PZU社에 의한 국내보험시장 독점은 1984년도 보험법에 의하여 법적으로 종결되었지만, 새로운 會社들이 나타나려면 오랜 시간이 걸릴 것이다. 東歐의 첫번째 非國營保險會社인 Westa社가 1988년에 설립되었는데, 이렇게 비국영회사의 설립이 지연되는 이유는 분명한 설립 절차가 존재하지 않는데다 PZU가 강제보험을 계속 독점하고 있기 때문이다. 폴란드에서는 올해 말까지 外國 보험회사에게 영입이 허락될 것

이 예상되며, 新保險法에 의해 폴란드에 등록된 보험회사는 모든 보험종목에 걸쳐 사업을 영위할 수 있다.

헝가리에서는 첫번째 합작보험회사(Allami Bistosito of Budapest社와 이탈리아의 Generali社와의 合作)가 지난 1월에 營業을 開始했다. 앞으로 Allami Bistosito를 포함한 모든 國營保險會社는 株式會社 形態로 民營化될 것이고 株式은 海外 投資者에게도 販賣될 것이다. 루마니아의 경우에는 국가독점 보험사인 ADAS社가 모든 國內 및 國際危險을 付保한다. 현재 二次大戰 以前의 法을 기초로 新保險法이 立案되고 있다. 농업보험의 강제성이 제거되었으며, 保險産業에 대한 外國의 直接投資가 現在 可能하도록 되어 있다. 체코와 불가리아에서는 변화가 느리긴 하나 궁극적으로 폴란드와 헝가리의 선례를 따를 것이다.

변화가 가장 빠른 나라는 東獨이며, 서독의 Allianz社가 東·西獨을 支配할 날이 멀지 않았다. Allianz는 지난 6月末 동독의 DVAG社 持分の 51%를 購買했다. 이러한 買收를 통하여 Allianz는 東獨에서 확실한 地位를 구축했으며, EC委員會(EC Commission)는 서독이 동독과 카르텔이나 그와 유사한 協約을 통하여 동독에서 獨占의 地位를 형성할 가능성에 대해 경고한 바 있다. 西獨 保險監督法(VAG)이 自由화된 東獨 保險産業을 規制할 것이나 東獨에서 發行된 保險證券은 또한 東獨 民法의 적용을 받을 것이다.

(3) 共産圈 保險市場 進出時 考慮事項

中國에서 保險은 國民經濟와 불가분의 關係를 가지고 있으며 國家의 經濟的 補償體系의 重要한 部門으로 간주되고 있다. 보험이 상대적으로 유년기에 속하지만 PICC의 주도하에 급격히 成長

하고 있다. 따라서 멀지않아 中國이 世界 保險市場에서 強力한 힘을 발휘할 것이 예상된다. 海外 保險業者들이 中國에서 保險事業을 영위할 수 있는 영역이 存在하지만 PICC의 地位가 너무 강력해서 競爭이 容易치 않을 것이다. PICC가 독점하고 있는 中國시장에 새로운 國內보험사의 설립을 허용하기 위하여 1985년에 制定된 法規들이 外國保險社의 中國進出을 막는 規定을 포함하고 있지는 않으나 中國에 支店이나 合作社를 設立한 外國保險社는 아직 없다. 그러나 많은 外國社들이 PICC와 業務協定을 체결하였으며 몇 몇 외국사는 北京에 연락 사무소를 설치했다.

한국으로부터는 東洋·러키·安國·新東亞·大韓火災 등과 韓國自保社가 1989년 中國에 진출하여 PICC와 海上보험 혹은 해외여행자 害보험에 대한 現지보상 大행업무 또는 손해사정 업무에 관한 상호협력을 위한 協定을 체결 하였고, 러키火災는 90년 10월 PICC와 再保險에 관한 업무협정을 체결하여 양국간 交易 및 投資에 따르는 保險物件의 再保險을 교환키로 했다.

中國政府는 外國保險者들을 받아들이기 前에 國內保險社들이 성숙되기를 기다리고 있으며, 國家經濟가 發展됨에 따라 對外 開放政策에 의해 外國社의 中國進出이 더욱 容易해질 것이다. 그러는 동안에 中國에 進出하려는 韓國保險社들은 中國의 一般經濟 및 政治狀況과 勞動, 資本 등 모든 市場의 성숙정도에 관해 정보수집과 관찰을 계속해야 할 것이며, 銀行業이 中國에서 保險業을 앞질러 가고 있으므로 中國內 外國銀行 支店의 發展過程도 예의 주시해야할 것이다.

소련과 동유럽 보험시장 진출을 시도할 때는 다음과 같은 사항들을 신중히 고려할 필요

가 있다. 첫째, 소련과 東歐國家들이 현재 처하고 있는 政治的, 經濟的 狀況을 생각해 보아야 한다. 政治적으로는 舊共產勢力이 재집권 한다는 現政權에 대한 不信이 팽배해 있다든가 民衆 革命의 조짐이 있는 등 각 국가마다 정도의 차이는 있더라도 自由化 以後 政治的으로 不安定한 상태가 계속되고 있다. 이러한 政治的 不確實性 때문에 이 地域에 進出하려는 韓國保險社들은 政治的 危險을 처리하는 方案을 강구해야 할 것이다. 유럽保險社 중에 이러한 危險을 담보하는 會社들이 있으므로 적절한 保險社를 찾아 상담할 필요성이 있다. 경제적 상황도 정치적 상황 못지 않게 많은 문제들에 직면해 있는데, 失業이 급격히 늘어나며 生必品이 不足하고, 原資材와 專門 人力 不足으로 工場이 제대로 가동되지 못하고 있는데다, 西方物資와 서비스가 밀려 들어오기 시작하여 國內 生産業者들이 질식될 상황이다.

위에서 언급된 政治的, 經濟的 不確實性 때문에 短期戰略으로 東歐市場에 進出하는 것은 바람 직하지 못하며, 적어도 5년 내지 10년의 長期的 眼目을 가지고 접근해야 할 것이다. 특히 韓國保險社의 경우 東歐의 政治的, 文化的 側面과 東歐 保險市場을 잘 이해하는 전문인력이 不足하며 EC, 미국, 동구, 동남아 중에서 어느 보험시장에 우선순위를 둘 것이냐를 먼저 결정해야 하는 상황에서 동구에 대한 큰 규모의 자본투자 는 바람 직하지 못한 전략일 것이다.

東歐圈은 4억 2천만명의 인구를 가진 거대한 市場으로 EC와 미국의 각각 3억 2천만 및 2억 5천만과 비교되며, 동구의 유년기에 있는 보험산업 을 고려하면 장래에 무한한 잠재력을 가지고 있다고 볼 수 있다. 그러나 당장은 대부분의 개

인들이 私保險을 구입할 수 있는 경제적 여유가 별로 없고, 계획경제에 있어서 保險金과 같은 금전적 보상은 實物을 구입할 수 있는 直接的 能力이 될 수 없는 경우가 많다. 그러나 계획경제체제가 점차 시장경제체제로 바뀌고 企業이 資金을 自體調達하게 될수록 東歐에서 국영기업이 암묵적으로 취급하여온 巨大商用危險을 付保하는 企業保險에 대한 필요성은 증가할 것이다. 따라서 東歐進出을 企圖하는 韓國保險社들은 生命保險을 포함하는 個人保險 보다는 企業保險을 우선적인 고려대상으로 삼아야 할 것이다. 또한 傷害保險도 東歐에서 가장 需要가 많은 종목의 하나로 인식되고 있음을 有意할 필요가 있다.

4. 日本과 東南亞 保險市場

(1) 日本 保險市場의 現況

먼저 日本의 生命保險市場을 보면, 25개 日本生保社들의 總 生保契約高는 1988 會計年度末 9조 3천 4십억 달러에 달하여 前年에 비해 14.2% 증가했고, 일인당 평균 계약고는 65,470달러로서 一年間 平均所得의 4.55배에 달하였다. 總 生保契約高는 個人生命保險이 약 70%, 團體生命保險이 약 30%로 구성되어 있다. 82년부터 89년 사이 養老保險의 구성비율은 30%로서 성장이 점차 둔화되어 왔고 終身保險은 급격히 성장해 왔다. 그리고 최근 個人年金(individual annuities)의 성장은 괄목할 만하여 보험계약자의 수가 1988년도에는 전년도에 비해 100% 증가하여 160만명 이상이 되었다. 1988년도에 한종류 이상의 生保證券을 보유하고 있는 가정은 전체가구의 80%에 이르렀고, 각 가정은 年平均 所得의 9%를 年間 生保保險料로 支出함이 밝혀졌다.

日本 生保社들에 의해 보유하고 있는 總資產은 1989년 3월 31일 現在 7,340억 달러였으며, 이는 全日本 金融機關에 의해 보유하고 있는 總資產의 8.4%에 해당되는 것이었다. 生保社들은 證券에 46.1%, 貸付에 34.5%, 不動產에 6% 投資했고, 1986년 以來 증권에 투자되는 비율이 급격히 증가하고 있다. 社債의 50%는 國內에 나머지 50%는 海外에 投資되고 있으며, 1989년말 外國의 株式, 社債, 貸付로 투자된 금액은 1,355억 달러였고 生保社 總資產의 18%를 구성하였다. 25개 國內生保社 중에서 16개는 상호회사이며, 9개는 주식회사인데 10大 相互會社들이 보험계약고의 89%를 차지하고 있다. 生保社 販賣員의 94%가 여자들로 구성되어 있으며, 주로 개인적인 인간 관계를 이용하여 販賣하고 있으며 離職率이 매우 높다. 販賣員은 한 生保社에 전속되어 다른 생보사의 증권은 판매할 수 없다.

1988년도 日本 損保産業의 總保險料 收入은 618억 달러로서 전년에 비해 14.9% 증가했다. 種目別 構成을 보면 個人傷害保險 32%, 自動車任意保險(voluntary auto insurance) 24.6%, 自動車 強制 賠償責任保險(CALI) 13.8%, 火災保險 20.6% 등의 비율로 되어 있다. 손해보험 보험료의 70%가 가계보험으로부터 거수되며, 나머지 30%가 기업보험으로부터 온다. 1988 會計年度末 日本 損保社의 總資產은 1,566억 달러로서 전년에 비해 17.9% 증가했다. 총자산은 증권에 46%, 貸付에 21% 투자되었으며 증권의 10%는 外國株式에 投資되고 있다. 日本 損保産業 販賣制度는 直接販賣와 代理店販賣의 두 制度로 되어 있는데, 保險料 收去의 90%를 代理人들을 통하여 하고 있다. 代理人 혹은 販賣員은 한 회사에 전속

될 필요없이 여러 회사들의 상품을 판매할 수 있다.

日本에는 現在 5개의 外國生保社 支店들이 진출하여 있고, Prudential, Equitable, Allstate, INA社 등이 現地法人인 子會社를 設立하여 활동하고 있다. 外國人들에게 生保商品을 판매하기 위한 목적으로 外國에 企業을 設立한 日本生保社는 아직 없으며, 外國에 사는 日本人들에게 生命保險을 販賣하기 위하여 外國社들과 業務協定을 체결한 生保社는 수개가 있다. 반면에 점차 많은 수의 生保社들이 海外投資를 目的으로 現地에 企業을 설립하든가 외국 금융기관과의 업무협정을 체결하고 있다. 損保産業의 경우 37개의 외국 손보사들이 지점 혹은 대리점 형태로 日本에 진출하여 火災保險, 個人傷害保險, 自動車保險 등의 營業을 하고 있다. 한편 14개의 일본 손보사들이 27개의 外國에서 6개의 支店, 110개의 代理店, 85개의 子會社 形態로 進出하여 活動하고 있다.

(2) 東南亞 保險市場의 現況과 潛在力

太平洋 經濟圈은 人口, 貿易比重, 産業受容能力 등의 面에서 大西洋 經濟圈보다 크며, 그 잠재력은 EC의 潛在力을 능가하는 것으로 評價되고 있다. 몇몇 아시아 국가들의 保險市場 成長率은 세계 최고수준이며, 국민들의 貯蓄性向도 매우 높고, 保險産業에 대한 規制緩和도 進行중에 있다. 아시아 保險市場은 연간 保險料 收入이 2,000억 달러로서 世界市場의 23%를 차지하고 있다. 아시아 지역에 있어서 一人當 保險料는 인도네시아 2달러, 인도 4달러, 태국 10달러, 대만 110달러, 한국 200달러, 일본 1,400달러 등이며 미국의 1,500달러와 비교되는데 이러한 낮은 일인당 보험료는 아시아 保險市場의 未成熟性을 반영하므로 이 지역의 潛在的 成長可能性을 암시해

주고 있다고 볼 수 있을 것이다.

대만의 경우 1985년과 1995년 사이에 人口는 21% 증가될 展望이며, GDP는 124% 증가될 전망이다. 더우기 이 기간동안 生命保險 保險料는 409% 증가될 전망이다. 이러한 증가추세를 고려할 때, 대만에 대한 進出展望은 밝다. 특히 대만은 인구통계학적 관점에서 볼때 人口의 50%가 25세 미만이며, 35%에서 40%에 달하는 높은 저축율과, 발달초기에 있다는 점 때문에 매력적인 진출대상으로 간주될 수 있다. 한편 대만과 싱가포르는 폐쇄된 保險市場을 유지하고 있으나, 市場開放에 대한 國際壓力이 증가되고 있어서 곧 外國社들의 진출이 본격화 될 것이다.

홍콩의 보험시장은 반면에 상대적으로 開放되었으나 장래의 政治的 不確實性 때문에 한국 보험사들이 지금 홍콩으로 진출하는 것이 바람직한지의 의문을 갖게 한다. 대만, 싱가포르, 홍콩 進出時 가장 큰 도전은 國內社들을 위해 보험을 파는 가정주부의 전국적 네트워크와 경쟁을 할 수 있는 販賣網 구축이다. 말레이시아 보험시장은 未成熟性, 극단적 保守主義, 製品 多樣性의 缺如, 낮은 被保險率 등의 많은 문제점을 안고 있다. 이러한 점들은 進出을 고려중인 한국 보험사의 입장에서 좋은 기회를 제공해 준다. 10년 전만해도 民衆暴動과 軍事革命으로 괴로움을 당했던 태국은 오늘날 연 6.8%의 經濟性長率과 함께 아시아에서 다음 세대의 새로운 産業國家로 부상될 전망이다.

종합적으로 볼 때, 東南亞 保險市場은 保險에 가입하고 있지 않거나 一部保險에 加入하고 있는 수 많은 中產層 사람들, 類似商品에 대한 심한 地域間 價格隔差, 정교하지 못한 保險商品, 개발

되지 않은 私的年金 및 健康保險市場에 의해 특
징지워 진다. 이러한 모든 특징들은 東南亞進出
을 하려는 한국 보험사들에게는 분명히 매력적으
로 보여진다. 그러나 이러한 유리한 요소들이 個
別 保險社나 보험사의 株主들 및 契約者들에게
어떤 의미가 있는지 구체적으로 결정해야 할 시
기가 도래할 때 한국 보험사들이 진출전 해결해
야 하는 당면과제가 많음을 인식해야 할 것이다.

(3) 韓國保險社의 進出戰略

일본에 있어서는 많은 종류의 보험상품 판매에
있어서 개인적 인간관계가 가장 중요한 요소
이다. 따라서 통신판매와 같은 방법은 성공적이
지 못할 것이다. 외국사들에 의한 매수는 드물
며, 가장 좋은 방법은 판매제도나 상품에 있어서
의 特化일 것이다. 예를 들면, 1988년 American
Family Life는 일본에서 암보험을 판매하여 14억
달러의 보험료 수입을 올렸다. 일본 보험사들은
주로 전통적이고 평범한 상품들을 판매하고 있기
때문에 주식시장과 연결된 상품과 같은 새롭고
정교한 상품을 판매하는 것이 좋은 전략이 될 것
이다. 전통적인 상품을 팔려면 한국보험사는 새로
운 판매제도를 개발해야 할 것이다. 예를 들면
Nationale-Nederlanden社는 Royal Dutch Shell社와
연합하여 Shell 주유소를 이용하여 보험을 판매하
고 있다.

90%의 사람들이 생명보험을 보유하고 있지만
일본시장은 아직 포화상태는 아니다. 왜냐
하면 인구가 급속히 노령화 되고 있기 때문
이다. 2000년까지 16%의 인구가 65세 이상이 될
것이다. 그러므로 일본사회는 은퇴후 소득을 보
충시킬 수 있는 길을 모색할 것이며, 이를 위하
여 보험의 투자적 요소에 더욱 주의를 기울일 것

이다. 따라서 年金市場의 잠재적 성장 가능성은
매우 크며 日本 保險市場 進出을 고려하는 한국
보험사는 일본의 年金保險市場에 깊은 주의를 기
울여야 할 것이다

동남아 보험시장에의 진출을 고려할 때, 한국
보험사들은 다음과 같은 동남아 보험시장의 문제
점들을 깊이 분석·검토해야 할 필요가 있을 것
이다. 첫째, 매우 엄격한 保險產業에 대한 規制
는 市場進入과 商品開發을 어렵게 하며, 수준높
은 保險專門人을 찾기 힘들고, 消費者들의 保險
產業에 대한 不信이 팽배해 있다는 것이다. 둘째,
이러한 문제들 외에 문화적, 법적, 언어적 차
이가 국가간 현저하며, 法規나 稅制가 문서화
되어 있지 않고 해석에 의존하는 경우가 많아서
法規나 稅制에 관해 필요한 정보를 얻기 어렵다.
그리고 보험산업에 대한 監督當局의 발언권이 세
며, 保險規制가 既存 國內保險社를 우대하며 新
設社나 外國社를 차별한다. 셋째, 대부분의 동남
아 국가에서는 保險販賣가 개인적 관계에 의해
이루어 진다. 消費者들은 판매원을 믿기 때문에
保險證券을 사며, 이 때문에 販賣員은 消費者들
에게 保險金 單位當 保險料가 높은 保險商品을
판매한다. 결과적으로 첫째와 둘째 해의 失效率이
높으며, 保險金 規模가 적은 상품들이 많이 팔리
게 된다. 동남아 보험업자들은 값싸고 長期的으
로 더 收益性이 높은 保障性 保險을 판매하고 싶
어하나 保險代理人들(agents)이 응하려 하지 않
는 실정이다. 넷째, 政治的으로는 국제적 긴장을
야기시키는 內部的 不安에 연루된 많은 地域때문
에 불안정한 국가들도 있다. 필리핀에서의 쿠데
타는 이러한 불안의 본보기이며, 이러한 불안이
앞으로도 쉽게 끝나지 않을 전망이다.

VII. 結 論

本稿에서는 海外進出의 理由, 進出方法, 進出障壁, 進出時 考慮해야 할 戰略的 事項 등을 論議한 後 主要 保險市場의 現況과 韓國保險社의 進出戰略에 대해 檢討해 보았다. 保險市場이 범세계화 됨에 따라, 냉혹한 世界에서 살아남기 위하여 韓國保險社들은 하루빨리 世界무대에 진출하여, 先進經營技法과 專門的 知識을 習得할 필요가 있다. 世界的 開放化 趨勢에 따라 韓國 保險市場의 完全開放이 加速化되고 外國의 生損保社들이 밀려오면 韓國保險社들의 國內에서의 營業신장은 곧 한계에 도달할 것이다. 따라서 우리나라 保險社들은 필연적으로 海外進出을 고려해야 할 상황이다.

本稿의 앞에서도 보았듯이 世界的 主要 保險市場들은 각각의 특성과 매력 을 가지고 있다. 美國과 日本의 保險市場은 경쟁이 치열하고 포화상태에서 進出할 수 있는 여지가 상대적으로 제한되어 있지만, 우리 교포들이 많이 거주하고 있어서 교포들을 상대로 우선 진출하여 교포보를 마련할 수 있다는 점에서 유리하고, 보험종목에 따라 발전전망이 밝은 保險種目도 있다. 예컨대 日本의 社會가 빠른 속도로 노령화 됨에 따라 年金保險과 長期看病保險에 대한 수요가 높아지고 있다. 또한 EC會員國 중에서도 유럽 남부 지방의 스페인, 포르투갈, 이탈리아 등은 保險市場이 미성숙하여 發展의 잠재성이 높고, 이제 막 自由化되어 自由世界의 保險制度를 도입하기 시작한 東歐와 소련 保險市場도 長期的으로 무한한 發展可能性을 내포하고 있다고 볼 수 있다. 中國도 점차 世界的 開放化 물결에 따를 것으로 전망되고, 우리나라와의 經濟的 交流도 擴大되고 있으므로 韓國 保險社들의 유력한 進出對象으로 고려해야 할 것이다.

東南亞에는 우리나라와 비슷한 추세로 경제발전이 이루어지고 있는 대만, 홍콩, 싱가포르와 아직도 이들에는 미치지 못하나 꾸준히 成長하며 커다란 發展의 잠재력을 가지고 있는 태국, 인도네시아, 말레이시아, 인도 등과 경제적 후진성을 면치 못하고 정치적으로도 혼란에 처해 있는 버마, 필리핀, 스리랑카 등도 있다. 이 중에서 정치적으로 혼란한 상태에 있는 국가들은 우선 진출대상국에서 제외하고 나머지 국가들의 保險市場은 그 잠재력에 비추어 지금부터 정보수집과 진출에 대비한 여러가지 준비를 시작할만한 충분한 가치가 있을 것이다.

世界的 主要 保險市場들을 고려해 볼 때 韓國保險社들이 進出을 시도해 볼만한 市場들이 적지 않음을 알 수 있다. 그러나 아무리 해외시장이 매력적이라 할지라도 進出하기 위한 準備가 안되어 있으면 진출할 수 없다. 네덜란드나 스위스의 중역들은 평균 3개 국어를 구사한다고 한다. 韓國의 重役들은 어떠한지 自問해 보아야 할 것이다. 言語 외에도 文化的 장벽의 극복이 큰 문제이다. 法的 規制가 緩和되었다 하더라도 外國市場에서 겪는 문화적 장벽을 극복치 못하면 海外進出은 成功할 수 없다. 外國의 고유한 現地慣習과 사업활동에 깊이 연관되어 있는 現地の 民俗에 친숙해 지는 것이 海外 保險事業에 있어서 성공의 필수적 요소이다.

參考文獻

1. 潘 柄吉, 「多國籍企業論」, 博英社, 1985.
2. 宮本英利, 山本考之 編, 「損害保險」, 金融財政事情研究會, 1988
3. Bickelhaupt, David L. and Bar-Niv, Ran, International Insurance, New York : Insurance Information Institute, 1983
4. Freedman, Allen R., "Discovering a New

-
- Europe," Best's Review(L/H), December 1989.
 5. Littlefield, D.E., "Globalization : the Company Dilemma," Best's Review(L/H), March 1990.
 6. Perez, Mercedes M., "Braving the New World of Global Insurance," Best's Review(L/H), June 1989.
 7. Preffer, Irving, "Non-Tariff Barriers to Alien Insurance in the United States," Journal of Risk and Insurance, June 1976.
 8. Robock, Stefan H. and Simmonds, Kenneth, International Business and Multinational Enterprises, 4th. ed., Homewood, IL. : Richard D. Irwin, Inc., 1989.
 9. Schliesser, Peter, "Discovering a New Europe," Best's Review(P/C), January 1989.
 10. Sigma(Economic Studies), "Insurance in the COMECON Countries," May 1990.
 11. Wormuth, Diana W., "Europe Gets Ready for a New Era," Best's Review(P/C), November 1989.