

ISA 도입이 보험산업 채널환경에 주는 의미와 우체국보험에의 시사점

구 혜 영*

지난 해 9월 금융위는 한국형 개인종합자산관리계좌(ISA)도입의 기본방향을 발표하고, 이어 지난 8월에는 구체적인 도입방안을 포함하는 보도자료를 배포하였다. 동 내용이 정부의 계획안(개정세법 국회통과 및 하위법령 정비 등)대로 순차적으로 이뤄질 경우 내년 초부터 ISA 계좌의 시행 및 판매가 이뤄질 예정이다. 따라서, 본 고에서는 앞서 도입하여 성공적인 사례로 평가받고 있는 해외의 ISA 도입사례를 살펴보고, 국내 도입되는 ISA계좌의 내용 및 그 의미를 살펴보고자 한다. 또한, ISA계좌도 넓은 의미의 판매채널 이슈로 볼 수 있는 만큼, 그 동안 정부 주도하에 추진되어 온 보험산업 판매채널 관련 정책들의 변화와 ISA계좌 도입이 보험산업 채널환경에 주는 의미에 대해 살펴보고 시사점을 제시하고자 한다. 이로써, 최근 성장의 정체 국면에 있는 우체국보험 채널에 대한 대응방안에 대해서도 간략하게 고찰하고자 한다.

I. 해외 ISA 사례 및 국내도입 ISA

본 장에서는 앞서 도입하여 성공적인 평가를 받고 있는 영국과 일본의 사례에서 도입 배경, 현황 등을 살펴보고, 본격적으로 한국형 ISA에 대한 도입 의미와 보험산업 측면의 영향을 살펴보고자 한다.

* 우체국금융개발원 기획연구팀, 선임연구원, nacau98@posid.or.kr

1. 해외 주요국의 유사사례

1) 영국¹⁾

(1) 도입배경

ISA란 종합계좌의 형태로 각종 금융상품들을 담아 비과세 혜택을 부여하는 일종의 통합계좌라 할 수 있다. 영국은 1999년 4월 본격적으로 ISA 계좌를 도입하였으며, 도입배경을 살펴보면 다음과 같다. 도입당시 영국 내 세제혜택 저축 플랜은 크게 두 가지로 운영되고 있었는데, 각각 개인주식플랜(PEP: Personal Equity Plans)와 비과세특별저축계좌(TESSA: Tax-Exempt Special Savings Accounts)이다. PEP는 가계의 주식투자를 장려하기 위해 도입된 제도로 이 계좌를 통해 주식 및 펀드에 투자 시 배당소득세와 자본이득세가 비과세되는 계좌이다. 반면, TESSA는 현금성예금 등 위험도가 낮은 금융상품에 대한 세제혜택이 적용되는 계좌라 할 수 있다. 그러나, 이 두 제도는 영국내 중·저소득층의 자산증대에 기여하지 못하였다. 그 이유는 TESSA는 최소 의무보유 기간이 존재하여 저소득층의 유동성 제약 측면에서 적합하지 못하였으며, PEP는 주식플랜으로 저소득층의 위험성향에 적합하지 못하였던 것이다. 이에 영국정부는 두 플랜을 통합하고 좀 더 보완된 형태의 비과세저축 플랜인 ISA를 도입하게 되었다.

(2) 주요특징

영국의 ISA는 현금형 ISA와 투자형 ISA로 운영되고 있는데, 현금형 ISA가 현금성예금에 대한 편입이라면, 투자형 ISA는 투자손실 가능성이 최소한 5%를 초과하는 투자자산이 편입대상이 된다. 그리고, ISA의 가입대상은 16세 이상으로 제한하고 있어, 16세 미만의 아동에 대해서는 Junior ISA를 도입하여 아동명의 계좌에서 발생하는 이자소득세와 자본이득세가 면제되도록 하였다. ISA의 일반적인 세제혜택은 계좌로부터 창출되는 이자소득 및 자본이득에 대해 비과세 또는 감세를 적용하고 있다. 영국내 이자소득세와 자본이득세가 각각 20%, 18%에 해당하기 때문에 동 계좌의 세제혜택은 상당한 것으로 평가받고 있다. 연간 저축한도는 2014년 기준 € 15,000이며, 의무 보유기간을 별도로 두지 않아 인출이 자유로우므로 유동성 확보가 필요한 저소득층의 저축을 유인할 수 있었다.

1) 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 참조

〈표 1〉 영국의 ISA 유형별 특징

구분	ISA	Junior ISA
시행	1999년 4월	2011년 11월
가입대상	16세 이상	16세 미만
연간저축한도	£ 15,000	£ 4,000
세제혜택	이자소득세 및 자본이득세 비과세	이자소득세 및 자본이득세 비과세
의무보유기간	없음	없음
만기시	사용처 제한 없음	성인 ISA로 자동 변경
납입자	개인	부모, 조부모, 양육권자 등

자료: 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 재구성

(3) 주요 현황

영국은 ISA 도입 이후 꾸준한 성장을 하고 있는 것으로 평가받고 있다. 금융기관 간 계좌 이동이 자유로워 매년 새로 개설되는 계좌수가 평균 1,500만 개('08~'09년 과세연도 이후 기준) 내외에 이르며, 투자형 보다는 현금형 ISA가 차지하는 비중이 높은 것으로 나타났다.

〈표 2〉 영국의 ISA계좌 현황

(단위: 천 개, 백만 파운드)

가입기간	계좌수	가입금액	계좌 당 평균적립금액 (단위: 파운드)
'08~'09	15,194	40,094	2,639
'09~'10	14,437	43,978	3,046
'10~'11	15,246	53,712	3,523
'11~'12	14,049	52,768	3,756
'12~'13	14,606	57,359	3,927

자료: 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 재구성

가입자의 분포를 살펴보면, 과세연도 '11~'12년 기준으로 연 소득 20,000파운드 미만 가입자가 전체 가입자의 57.5%를 차지하고 있으며, 연소득 30,000파운드 미만 가입자가 75.5%에 이르는 것으로 나타났다. 이에 비해 고소득자의 가입은 그리 높지 않은 것으로 나타나, 중·

저소득층의 가입률이 높은 것을 알 수 있다. 또한, 영국 내 자본시장에서의 영향은 펀드 및 투자신탁 규모가 급격히 성장하고 있으며, 영국 내 등록펀드 AUM에서 차지하는 비중도 2006년 13.7%에서 2013년 22.9%로 높은 성장률을 보이고 있다. 영국 내 주식시장의 시가총액 대비 비중도 2006년 2.1%에서 2013년 6.3%로 영향이 적지 않은 것으로 파악되었다.

〈표 3〉 영국의 ISA계좌 영향

(단위: 백만 파운드, %)

구분	2006	2008	2010	2012	2013
영국내 등록펀드 AUM	410,452	363,351	587,936	661,670	770,389
ISA(펀드 및 투자신탁)	56,436	61,754	136,417	149,081	176,756
AUM내 ISA 비중	13.7	17.0	23.2	22.5	22.9
상장기업 시가총액 내 비중	2.1	4.8	5.4	6.3	

자료: 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 재구성

2) 일본²⁾

(1) 도입배경 및 주요내용

일본의 NISA 제도는 영국의 ISA를 참고하여 2014년 1월 도입되었다. 도입 당시 일본 가계는 예금이나 주식, 보험 등의 금융자산을 전혀 보유하지 않은 ‘금융자산 제로세대’가 매년 급증하여 2012년 기준 약 26%에 해당하였다. 또한, 계속되는 경기 불황과 주식시장의 침체가 심각한 사회문제가 되었다. 이에 일본정부는 영국의 ISA를 참고하여, 주식시장의 부양을 도모할 수 있는 NISA를 도입하게 되었다. NISA의 특징을 살펴보면, NISA를 통해 취득한 상장주식, 공모주식펀드 등에서 발생하는 양도차익과 배당금 등의 수익금에 대해 5년 간 비과세하는 소액 투자 세제지원 제도이다. 과거 일본은 저축성 예금에 대한 비과세제도를 운영한 바 있으나, 현재 운영되는 비과세 금융상품은 재형저축과 NISA가 유일하다. NISA의 납입한도는 매년 1인당 100만 엔이며, 2016년부터 120만 엔으로 인상될 예정이다. 또한, 영국 제도와의 차이는 NISA 계좌에 편입되는 상품에서 예금이나 채권을 제외하고, 상장주식과 공모주식펀드 등에 대

2) 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 참조

해서만 비과세를 부여하여 좀 더 주식시장 활성화에 그 목적을 두고 있다는 점이다. 일반적으로 주식 등의 양도차익 및 배당금에 대해서 약 20%의 소득세가 부과되고 있는 데 반해, NISA는 비과세 혜택을 받기 위한 의무 보유기간 등이 없으므로, 투자자 입장에서 상당한 혜택이 주어지는 것이라 볼 수 있다.

〈표 4〉 일본의 NISA 특징

구분	주요내용
시행	2014년 1월
가입대상	20세 이상의 일본거주자
저축한도	100 만엔
세제혜택	양도차익, 배당·수익금 비과세
비과세기간	5년(최대 10년까지 연장가능)
편입상품	상장주식, 공모주식투자신탁 등
기타	1인 1계좌

자료: 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 재구성

(2) 주요현황 및 평가

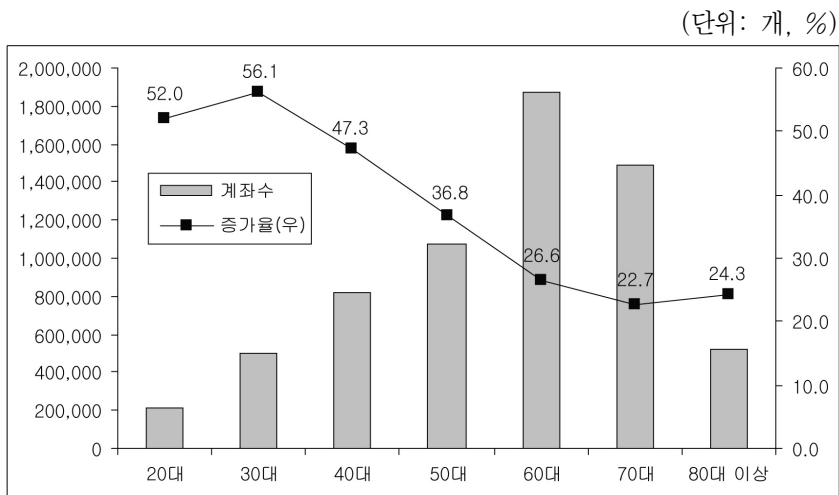
2014년 1월 도입된 NISA는 그 해 말 기준 약 824만 계좌를 확보하고, 투자금액이 2조 9,797 억원으로 일본 내에서 상당한 호응을 얻고 있는 것으로 평가받고 있다. 1월 1일 492만 계좌에 비해 연간 40% 이상의 증가율을 보였으며, 연령대별 투자비율은 60대 이상이 전체의 60%를 초과하고 있다. 따라서, 일본의 NISA는 가계의 투자여력을 보유한 세대에서 가장 많은 투자를 한 것으로 평가받고 있다. 상품 별 투자비율은 펀드 66.5%, 주식 31.7%, ETF 0.9%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 NISA는 아직 그 평가를 받기엔 이른 감이 있지만, 일본 내에서 가계의 다양한 자산축적 기회를 부여하고 있으며, 경제성장에 필요한 주식시장의 자금공급 확대 측면에서 상당한 기여를 할 것으로 예상되고 있다.

〈표 5〉 세대별 NISA 계좌 수

구분	'14. 1	'14. 3	증가율
20대	137,580	209,144	52.0
30대	321,576	501,895	56.1
40대	559,030	823,581	47.3
50대	788,778	1,078,784	36.8
60대	1,479,943	1,874,228	26.6
70대	1,215,185	1,490,993	22.7
80대 이상	422,571	525,326	24.3
계	4,924,663	6,503,951	32.1

자료: 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구(2015, 자본시장연구원)」 재구성

(그림 1) 세대별 NISA 계좌 수



2. 국내도입 ISA 기본구조 및 주요내용

1) ISA 도입배경 및 주요내용

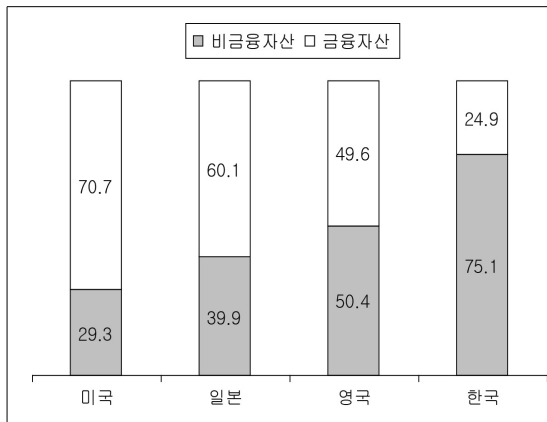
(1) 도입배경

국내 도입 ISA의 내용을 알아보기에 앞서 국내 가계의 자산현황을 살펴보면, 가계자산 중 금융자산 비중이 선진국에 비해 낮은 수준이다. 이는 지속되는 저금리 기조 및 고령화 시대에 대

응할 수 있는 자산관리 수단으로서는 미흡한 수준이라 볼 수 있다. 또한, 올해로 일몰이 도래하는 대표적 세제지원 금융상품인 재형저축 및 소장펀드가 특정계층 위주로 설계되어 저조한 가입률을 보이고 있으며, 개인의 자산관리 방법이 기존 '단일상품 가입'에서 '포트폴리오 구성을 통한 자산관리'로 진화하는 추세임에도 세제지원은 단일상품 지원에 머물고 있다는 평가를 받아왔다. 이에 정부는 이 두 상품을 보완·재설계하여 개인별 포트폴리오를 구성하고 통합 관리할 수 있는 계좌로서 세제혜택을 부여한 '개인종합자산관리계좌(ISA: Individual Savings Account, 이하 ISA)'를 도입하게 되었다.

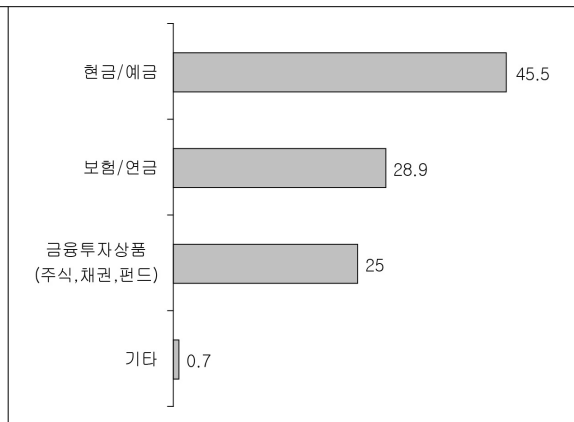
(그림 2) 국가별 가계자산 구성 현황

(단위: %)



(그림 3) 우리나라 가계 자산구성 현황

(단위: %)

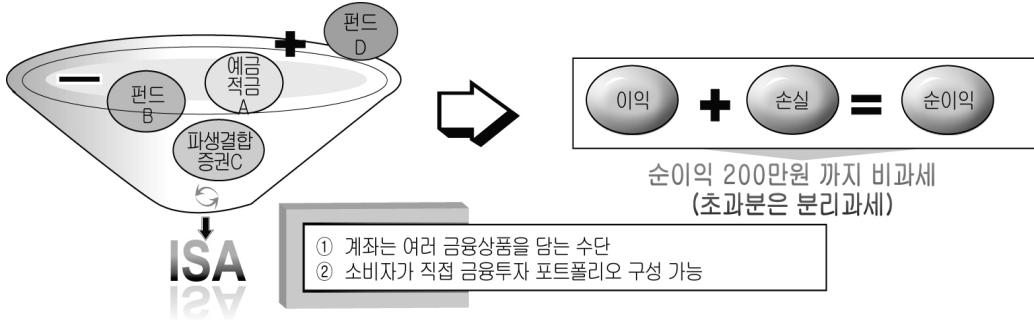


자료: 한국은행[한국/영국/일본('12년), 미국('13년)]

(2) 주요내용

ISA란 가입자가 예·적금, 펀드 등 다양한 금융상품을 선택하여 포트폴리오를 구성하고 통합 관리할 수 있는 계좌로서, 일정기간 동안 계좌 내에서 발생하는 이익 및 손실을 통산한 후 순이익에 세제혜택을 부여하는 계좌이다.

[그림 4] ISA 운용 방법



그 특징을 재형저축 및 소장펀드 등 기존 과세특례 상품과 비교해서 살펴보면, 먼저 가입대상을 확대하였다는 점을 들 수 있다. 재형저축과 소장펀드가 소득수준에 있어 일정 요건을 두었다면, ISA는 이미 상당한 수준의 금융자산을 보유하고 있는 이른바 금융소득종합과세 대상자만

<표 6> 재형저축·소장펀드 vs ISA 비교

	재형저축	소장펀드	ISA
가입자격	• 총급여 5천만원 또는 종합소득 3천5백만원 이하 거주자	• 총급여 5천만원 이하 거주자	• 근로소득자·사업소득자 * 단, 금융소득종합과세 대상자는 제외
납입한도	• 분기 300만원 (연 1,200만원)	• 연 600만원	• 연 2,000만원
편입상품	• 예금, 펀드, 보험	• 펀드	• 예금, 펀드, 파생결합증권
손익통산	• 해당없음(상품별)	• 해당없음(상품별)	• 계좌내 손익통산
상품간 교체	• 불가	• 불가	• 가능
세제혜택	• 비과세	• 납입액 40% 소득공제	• 인출시 순소득 기준 - 200만원 限: 비과세 - 200만원 초과 : 분리과세 9%
기타	• 만기 7년 이상, 추가 3년 연장 가능(2015년 일몰)	• 만기 5년 이상, 추가 5년 연장 가능(2015년 일몰)	• 만기 5년

자료: 「개인종합자산관리계좌(ISA) 제도 도입방안(2015, 금융위원회)」

을 제외하였을 뿐, 상당부분 완화된 가입요건을 제시하고 있다. 두 번째는 납입한도의 확대인데, 기존 재형저축과 소장펀드가 각각 연간 1,200만원과 600만원을 한도로 하고 있는 반면, ISA는 연간 2,000만원 한도로 확대하였다. 또한, 세제혜택을 받기 위해서는 5년간 계좌를 유지하고, 동 기간 동안 원금 및 이자 등의 인출이 제한되도록 하였다.

세 번째, 기존 두 상품과 가장 차별화된 점은 손익 통산 부분이라 할 수 있다. ISA 계좌에는 연간 납입한도 이내에서 다양한 금융회사에서 취급하는 예금성 상품(조합 예탁금 포함), 펀드(ETF 포함), 파생결합증권 등을 자유롭게 편입할 수 있으며, 가입기간 내에는 중도 교체가 가능하다. 이때, 계좌 유지기간(5년) 중 편입한 모든 금융상품에서 발생한 이익(+)에서 손실(-)을 차감한 순이익을 기준으로 과세한다는 점이다. 따라서, ISA 유지기간(5년) 중 상품간·기간간 손익통산 후 최종 순이익이 없는 경우에는 과세되지 않으므로, 이는 기존 개별상품 투자시 적용되지 않았던 새로운 개념으로 볼 수 있다.

(3) 법적지위 및 금융기관 역할

ISA의 법적구조는 특정금전신탁계좌로서 1인 1계좌만 개설이 가능하다. 가입자는 자본시장법 제 8조 7항에 따른 신탁업 인가³⁾를 받은 은행, 증권, 보험사 중 한 곳을 방문하여 ISA 계좌를 개설(신탁계약체결)할 수 있다. 이때, 가입자는 소득확인증명서 등 가입요건 충족여부를 증명하는 관련 서류를 해당 금융기관에 제출해야하며, 금융기관은 실명확인 등 절차를 거쳐 계좌를 개설한다. 또한, 가입자가 계좌로 편입 또는 교체할 상품을 선택하여 운용을 지시하면, 금융기관(신탁업자)은 가입자가 납입한 금액으로 해당 금융상품을 구매하여 ISA계좌에 편입하며, 분기별 운용보고서를 교부(이메일, 서면 등)하여 가입자가 운용현황을 모니터링 할 수 있도록 해야 한다. 여기서 금융기관의 주된 역할은 가입자의 지시에 따라 계좌 내 금융상품의 편입·교체, 원천징수 등 계좌 관리업무를 수행하는 것이라 할 수 있다. 국내 신탁업의 영업현황을 간단히 살펴보면, 2014년 12월 말 기준 총 수탁고 545.7 조 원 중 특정금전신탁이 272.4 조원으로 약 49.9%를 차지하고 있다. 이 중 보험사가 차지하는 비중은 1% 미만⁴⁾으로 아직까지 미미

3) '14년말 신탁업을 영위하는 금융회사는 총 57개(은행20, 증권20, 보험6) 기관

4) '14년말 신탁회사 수탁고 점유율: 은행(47.8%), 은행(28.6%), 부동산신탁회사(23%), 보험(0.6%)

한 수준이다. 신탁보수는 전체 1조 99억 원 중 은행 60.8%, 증권사 13.1%, 부동산신탁회사 25.7%를 차지하고 있으며, 보험은 지난해 기준 약 36 억 원에 불과하여 0.3%의 낮은 비중을 차지하고 있다. 최근 증권업을 중심으로 특정금전신탁의 성장세가 뚜렷하게 나타나고 있다.

(4) ISA 도입 영향과 한계

ISA의 도입이 국내 금융업권과 가계 자산구성에 미칠 영향을 살펴보고자 한다. 먼저, 가계 측면에서는 보유 금융자산 구성에 있어 다변화를 가져올 것으로 예상된다. 특히, 기존의 예·적금 중심에서 투자 중심으로의 변화가 예상되며, 자산배분의 개념이 기관에서 개인으로 확대되어 장기적으로 선진형 투자문화가 정립될 것으로 예상된다. 금융기관 측면에서는 제조(금융상품 개발)와 판매(ISA 계좌 개설)가 분리된 운영으로 관리의 효율성이 제고되고, 동일계좌에서 수익률 비교가 매 분기마다 이뤄져 금융기관 간 수익률 경쟁이 심화될 것으로 예상된다. 또한, 인터넷은행, 계좌이동제 등의 시행과 맞물려 금융 기관 간의 치열한 경쟁이 예상되는 가운데, 장기적으로 금융기관의 경영의 안정성, 상품개발 능력, 투자자문 노하우 등의 질적인 요소를 중심으로 금융 시장이 재편될 가능성이 높아졌다고 볼 수 있다. 마지막으로 정부 측면에서는, ISA 계좌가 신탁계좌인 만큼 신탁수수료 부과와 개별 금융상품별 수수료율 등 계좌관리비용 및 시스템에 대한 세부 기준 마련이 필요할 것이다.

한편, 국내도입 ISA 제도는 앞서 살펴보았던 영국이나 일본의 사례와 비교해 볼 때 몇 가지 제한된 형태로 도입된 만큼, 한계로 지적되고 있다. 먼저, 영국이나 일본이 가입대상의 확대에 주력하여 소득수준의 제한규정이 없었다면, 우리나라는 고소득층의 세금감면 문제에 대한 논란을 우려하여 일부를 제한하고 있다는 점이다. 또한, 조기인출 측면에서는 저소득층의 유동성 제약이 가입의 가장 큰 장애요소인 점을 감안하여 영국이나 일본이 조기인출을 허용한데 반해, 우리나라는 5년(저소득청년층 3년)의 의무 가입기간을 두어 사실상 조기 인출 시 과세되는 패널티를 부여하고 있다는 점이다. 이는 다소 소극적 형태의 도입으로 앞으로 중·저소득층의 많은 가입을 유도할 수 있을 지 여부에 대한 한계를 보여주는 부분이라 할 수 있다.

(5) 보험업계 주요이슈

ISA의 도입이 보험업계에 미칠 영향과 주요 이슈에 대해 간단히 살펴보고자 한다. 먼저, 보험

업권의 ISA계좌 취급여부이다. 현재 보험업권에서는 대형사 중심의 일부 보험사⁵⁾에서 신탁업 인가를 받아 신탁업을 겸영 중에 있다. 따라서, 이들 보험사에 한해서 ISA계좌 개설이 가능할 것으로 예상된다. 그러나, 자본시장법상 신탁업자는 신탁재산으로 고유재산과 거래가 금지됨에 따라, 보험사 입장에서는 ISA 계좌개설로 인한 수입보험료 증대 등의 직접수익은 없으며 수수료 수익으로 제한될 것이다. 따라서, 보험사의 신탁업 신규지출은 시스템 구축 및 인력 등의 투자비용 대비 수익 창출면에서 제한적인 것을 의미하여 신규로 진출하기에는 소극적일 것으로 예상된다. 두 번째는 보험상품의 편입여부이다. 지난해 9월 및 올해 8월 두 차례 보도된 ISA 도입방안에는 ISA계좌에 편입될 수 있는 금융상품 중 보험상품은 배제되어 있었다. 그러나 지난 8월 26일 개최된 「한국형 ISA 성공과제 토론회」에서 금융위원장이 보험상품 편입을 비롯한 몇 가지 규제완화에 대한 검토 가능성을 밝히면서 잠깐 이슈가 되기도 했었으나, ISA계좌의 신

〈표 7〉 과세특례 적용 금융상품 현황

구분	대상	한도	세제지원	일몰기한	
금융상품 공통	비과세 종합저축	노인, 장애인 등	5천만원	이자·배당소득 비과세	'19. 12. 31
	목돈마련저축	농어민	연 1,44만원	이자소득 비과세	'17. 12. 31
	조합 등 예탁금	조합원, 회원 등	3천만원	이자소득 비과세	'15. 12. 31
	조합 등 출자금	조합원, 회원 등	1천만원	배당소득 비과세	'15. 12. 31
	재형저축	총급여 5,000만원 중소 3,500만원 이하	분기 300만원	이자·배당소득 비과세	'15. 12. 31
	장기펀드	총급여 5,000만원 이하 근로자	연 600만원	납입금액 40% 소득공제	'15. 12. 31
	청약저축	총급여 7,000만원 이하 무주택 근로자	연 240만원	납입금액 40% 소득공제	-
저축성보험 (**)	하기참조			일몰기한 없음	

* 음영: 보험상품 적용대상

** 저축성보험 세부 조건은 아래 참조

5) 6개사: 삼성생명, 한화생명, 교보생명, 흥국생명, 미래에셋생명, 삼성화재

탁계좌 특성 및 보험상품의 사업비 부과 특수성 등을 고려할 때, 보험상품의 편입가능성은 희박한 것으로 보여진다. 신탁계좌 특성 상 신탁재산의 운영은 자본시장법에서 금융기관에의 예치, 증권의 매수, 장내파생상품의 매수, 대출 등으로 제한하고 있으며 보험상품은 제외되도록 되어 있다. 또한, 보험상품 측면에서는 보험료에 사업비가 부가된 구조로 ISA 계좌내에서 상품의 「편입-교체-편입」이 반복해서 일어날 경우 사업비 이중부과 논란이 불거질 우려가 존재한다. 더불어, 보험상품의 사업비 선취구조 특성상 초기 환급률이 낮아(1년 이내 원금손실) 수익률면에서 열위를 차지할 가능성이 높다.

마지막으로, 가장 중요한 부분으로는 ISA에 보험상품이 편입될 경우 그 동안 보험상품만의 비과세특례로 적용되었던 「저축성보험 보험차익 비과세(10년이상)」는 다른 업권들의 반발로 배제되기가 쉽다는 점이다. 따라서, 보험업계는 보험상품의 ISA 계좌편입 문제에 대해 소극적 입장을 보이고 있으며, 편입가능성은 희박한 것으로 보여진다.

〈표 8〉 저축성보험 보험차익 비과세 세부요건

○ 일시납형 저축성 보험계약

- ① 만기일 또는 중도해지일까지의 기간이 10년이상
- ② 계약자 1명당 저축성보험 합계액(월적립식 및 종신형 연금보험 제외)이 2억원 이하

○ 월적립식 저축성보험계약

- ① 만기일 또는 중도해지일까지의 기간이 10년이상
- ② 납입기간이 5년 이상
- ③ 매월 보험료가 균등할 것 / 보험료 선납기간 6개월 이내

○ 종신형 연금계약

- ① 만 55세 이후부터 사망시까지 연금수령
- ② 연금 이외의 형태로 지급 불가
- ③ 사망시 계약·연금채원 소멸
- ④ 연금개시 후 중도해지 불가
- ⑤ 매년 수령하는 연금액이 다음 금액을 초과하지 않을 것

$$\frac{\text{연금수령 개시일 현재 연금계좌 평가액}}{\text{연금수령 개시일 현재 기대여명 연수}} \times 3$$

세 번째는 금융권 자금이동 및 고객군 다변화 측면이다. ISA계좌는 다양한 상품결합이 가능해져 위험성향이 상이한 다수의 투자자를 포괄할 수 있으며, 이에 따라 저금리로 방치되었던 자금이 ISA계좌로 유입되고 자본시장의 활성화에 기여할 것으로 예상된다. 또한, 저금리가 고착화될 경우 초기 중수익·중위험 위주의 투자에서 점차 위험자산으로의 투자가 이뤄질 것으로 예상된다. 따라서, 보험권 자금이탈도 직접영향보다는 10년 미만의 자금운용 수요자를 중심으로 보험의 잠재적 가입자들이 움직일 가능성이 높다. 고객군 측면에서는 현재 보유중인 특정 금전신탁 개인투자자(약 75만 명⁶⁾)와 재형저축 잠재가입자(월평균 150만명), 소득공제펀드 잠재가입자(월평균 24만명) 등이 ISA 계좌를 통한 신탁거래로 옮겨갈 가능성이 높아진다. 영국이나 일본의 경험에서 볼 때, ISA는 투자위험을 감수할 수 있을 정도의 부를 축적하고 있는 계층, 즉 중위소득 정도의 계층에서 이용이 활성화될 가능성이 높다. 이들을 저축성보험의 실제 수요자 또는 잠재적 가입자라고 볼 때, 장기적으로 보험사업의 경쟁력 저하는 불가피하다고 볼 수 있다. 이상으로, ISA의 도입이 보험산업에 미치는 영향에 대해 간단히 살펴보았다. 결과적으로 ISA의 도입으로 은행은 광범위한 점포와 고객을 보유하고 있어 고객접점으로서 판매중심의 영업이 중심을 이룬다면, 증권업은 투자상품의 공급 주체로서의 역할이 강화되면서 자본시장으로의 자금유입이 기대된다. 이는 금융 산업의 판매채널 관점에서 금융상품의 주된 제조는 증권이 판매는 은행이 맡게 되는 이른바 제조와 판매의 분리라는 「제판 분리의 가속화」와 자문형 판매채널이라는 「판매채널의 선진화」가 이뤄지고 있음을 알 수 있다. 따라서, ISA 도입이라는 이슈를 보험산업 채널환경 측면에서 좀 더 자세히 살펴 볼 필요가 있다.

II. 보험산업 채널환경 변화 및 ISA 도입의 의미

이번 장에서는 보험산업의 판매채널의 변화와 ISA의 도입 의미에 대해 살펴보고, 우체국보험의 대응방안에 대해서도 고찰해보도록 하겠다. 또한, 보험산업의 채널환경은 보험산업 발전과

6) 단, 개인투자자 75만명 중 금융소득종합과세 대상자 제외

정을 통해 진화해 온 만큼 보험산업 전체에 대한 변천사를 통해 채널변화에 주목하고자 한다.

1. 보험산업 변천사⁷⁾

1) 태동기(1945년 이전)

1876년 강화도 조약에 의해 문호가 개방되고 각국과 통상조약이 체결됨에 따라 국내에 선진 열강의 은행, 상사 등이 진출하였다. 그 때까지 국내에는 보험회사가 없었기 때문에 열강의 은행, 상사 등이 스스로 자국의 보험대리점을 겸한 것이 현대보험의 시초가 되고 있다. 처음에는 영국계통 보험대리점이 중심이 되었으며, 그 이후 일본에서 보험회사가 설립됨에 따라 우리나라에 대리점으로 진출하였다. 제 1차 세계대전이후 1921년 최초로 조선인이 설립한 조선생명 보험주식회사가 발족되었다. 조선생명은 6.25 동란으로 영업이 중지되고, 1955년 상호를 한국생명보험주식회사로 개칭하였으나 1962년 면허가 취소되었다. 또한, 1922년 조선화재해상 보험주식회사가 설립되었으며, 8.15 이후 사명을 동양화재해상보험주식회사로 변경하였는데, 이는 곧 우리나라에서 가장 오래된 보험회사인 현재 메리츠(Meritz)화재의 전신이 되었다. 한편, 1929년 체신국이 주관한 간이생명보험이 시행되었으며, 이 후 1952년 국민생명보험으로 개칭한 후 1977년 국민생명보험의 농협이관 이전까지 지속되었다.

2) 도입기(1945~1962년)

해방 이후 국내 보험사들은 화재보험에만 집중하였으며, 생명보험은 전쟁 등으로 인한 정치적 혼란 및 국민의 저축여력 전무 등 국내의 영업환경이 여의치 않아 정부 중용의 회사 설립이 이뤄졌다.

7) 「현대사회와 보험」(2012, 신수식 외) 참조

〈표 9〉 보험사 설립현황

설립시기	생보사	손보사	비고
1946년	대한생명, 협동생명	신동아, 서울화재, 대한화재	일본 보험업법 적용 (1962년 우리법 제정 전까지)
1947년	고려생명	국제재보험, 한국화재	
1948년	—	고려화재, 대동화재	
1949년	—	제일화재, 동방간이화재	
1950년대	흥국생명(1950), 제일생명(1954), 동방생명(1957), 대한교육보험(1958), 동아생명(1958)	해동화재(1953), 안국화재(1956), 한국무역화재(1959)	

자료: 신수식 외, 『현대사회와 보험』.

3) 발전기(1963~1990년)

1962년부터 정부는 본격적으로 경제개발 5개년 계획을 수립·추진하면서, 국내자본을 조성하기 위해 국민저축조합법⁸⁾을 제정하는 한편, 생명보험사를 은행과 더불어 저축기관으로 지정하게

〈표 10〉 국내총생산과 보험산업

(단위: 십억원)

	수입보험료		총자산		국내총생산 (GDP)	
	금액	지수	금액	지수	금액	지수
1984	3,085	100.0	5,314	100.0	—	100.0
1985	3,987	129.2	6,922	130.3	8,158	100.0
1986	5,556	180.1	9,133	171.9	10,631	116.7
1987	7,294	236.4	12,248	230.5	14,204	136.8
1988	9,379	304.0	17,067	321.2	19,727	162.5
1989	11,866	384.6	22,643	426.1	26,286	182.3
1990	16,044	520.1	31,002	583.4	35,838	219.9

자료: 보험개발원 / 1884년 이전 통계자료 부재

8) 저축 증대를 위해 직장, 단체 및 지역별로 국민저축조합을 결성하고 거의 모든 국민이 매월 일정액 이상을(강제) 저축하도록 '62년 2월에 제정된 법률('88년 폐지)-저축기관: 은행, 생보사, 체신부, 농협 등

되었다. 생명보험업계는 직장·단체보험을 통해 이를 인수하였으며, 이를 계기로 고도의 성장을 이룩하였다. 특히, 총자산과 수입보험료는 국내총생산의 성장을 훨씬 상회하는 성장을 보였다.

4) 성장기-개방화와 외환위기(1991년 이후)

1960년대 이후 폐쇄적이었던 보험시장은 1980년대 후반부터 개방화·국제화⁹⁾의 흐름에 가세하면서, 6개 생보사에서 33개 생보사 경영체제로 전환되었다. 또한, 이는 생보사의 외형경쟁 심화 및 신설생보사 진입 등으로 인한 초과사업비 문제를 야기해 심각한 사업비차손을 발생시켰다. 그러나, 1997년 IMF 외환위기를 겪으면서 부실보험사의 퇴출이 이뤄졌으며 이로 인해 4개 생보사의 퇴출과 7개사의 인수합병 등 보험산업의 구조조정이 이뤄졌다.

〈표 11〉 생명보험 사업비차 손익 현황

(단위: 억원)

	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02
비차손익	-2,327	-5,674	-4,152	-553	146	9,610	14,036	20,423	31,681

자료: 보험개발원

이 과정에서 보험산업은 저비용·고효율 구조로 개선되는 등 다양한 사업비 절감대책에 힘입어 만성적인 사업비차 손실에서 이익으로 전환되었으며, 보험사의 구조조정은 재무건정성을 높여 글로벌스탠더드가 진전되고, 지급능력을 높여 소비자를 보호하는 등 보험산업이 성숙단계에 진입하는 계기를 마련하였다.

5) 성숙기-외환위기 이후(2000년대)

IMF외환위기 이후 2000년대에 들어서면서 대형화 및 겸업화 추세, 외국계 자본의 진출 확대, 자본시장의 발달, 판매채널 다양화 등 금융산업의 급속한 발달을 맞이하게 되면서 이른바 무한경쟁시대를 맞이하게 되었다.

9) WTO 가입(1994), OECD 가입(1996) 등 시장개방 및 자유화가 가속화됨

2. 보험산업 상품 및 판매채널 변천사

앞서 알아본 바와 같이 생명보험 산업은 그 시대의 경제적·사회적 외부 환경 변수와 유의한 관계를 갖고 있다. 따라서, 시대 흐름에 맞춰 상품개발 및 판매채널도 변하였으므로, 이번 장에서는 시대별 주력 생명보험 상품 및 판매채널의 변천사에 대해 알아보하고자 한다.

1) 1980년대 이전

해방 이후 본격적으로 생명보험사가 설립되었으면서도 1958년 이전까지는 생명보험 상품개발과 관련한 정책당국의 직접적 규제나 지침이 없었던 시기로 예정위험률은 일본의 예정위험률을 그대로 사용하였다. 그 이후, 1958년 11월 재무부에서 최초로 예정이율 및 예정사업비율에 대한 규정을 마련하였으며, 예정위험률은 1976년 3월 '제 1회 조정국민생명표'를 사용하기 전까지 일본의 국민생명표를 적용하였다. 따라서, 상품의 유형도 보험고유의 기능에 중점을 둔 보장성 상품보다는 저축성 보험에 주력하였으며, 이는 국가의 저축장려 정책과 시중 고금리와 부합하면서 직장·단체보험에서 급격한 성장을 이루었다. 이에 따라 보험영업은 대규모 여성설계사를 통한 연고 중심의 단체영업이 주를 이뤘다.

〈표 12〉 1980년대 이전 상품 특징

◇ 1950~1960년대: 초기 단체보험 위주의 영업 1958년: 교육보험, 양로보험 개발 1959년: 종신보험 개발
◇ 1961~1970년대: 국민저축기관 지정에 따른 저축성보험 확대 1965년: 단기 저축성보험 개발 활성화(연 20~25% 이율 적용)
◇ 1971~1980년대: 채해보장성보험 등장 1971년: 의료보험제도 시행 / 보장성보험 소득공제 실시 1980년: 백수보험 ¹⁰⁾ 판매

자료: 신수식 외, 『현대사회와 보험』

10) 백수보험: 상품안내장에 확정배당금을 제시하여 높은 판매실적을 기록하였으나, '82년 금리인하 조치에 따라 정기예금이율이 급격히 하락('80 연 20~24% → '82 연 8%)하여, 계약자의 소송으로 이어지는 등 심각한 사회 문제화되었던 상품

2) 1980년대

경제발전에 따른 소득증가와 더불어 1980년대 말부터 장기 저축성 상품의 개발 및 판매가 활성화되었다. 보험산업의 구조가 6개 생보사의 독과점체제였으며, 연평균 성장률이 30%대를 웃돌아 고도 성장을 이룩한 시기이기도 하다. 특히, 이원별 계약자 배당제도, 제 1회 경험생명표 도입 등 보험산업이 보험 본질에 충실한 성장의 기본 토대를 마련하게 되었다. 1980년 암보험을 공동으로 개발·판매하게 되었으며, 1980년대 후반에는 약관대출이율 및 정기예금이율에 연동한 금리 연동형 상품의 활성화가 이뤄졌다. 운전자보험, 여성건강보험, 비흡연자할인특약 등 특정 계층을 집중 보장하는 세분화된 상품이 등장하였다.

〈표 13〉 1980년대 상품 특징

- ◇ 이원별 계약자 배당제도 도입(1984)
- ◇ 국민연금제도 시행(1988)
- ◇ 제 1회 경험생명표 도입(1988)
- ◇ 특정금리 연동형 상품 활성화(1980년 대초~)
- ◇ 특정 고객 및 질환을 보장하는 세분화 상품 개발
: 운전자보험, 여성건강보험, 간치료보험, 치아보험, 노인상조보험 등
- ◇ 소비자 서비스 제고 특약 개발
: 신용카드이용 보험료 납입특약, 보험료 자동대출 납입특약 등

자료: 신수식 외, 『현대사회와 보험』

판매채널에 있어서는 기존 1사 전속의 여성설계사 중심에서 1983년 11월 최초로 보험대리점 제도가 시행되면서 변화를 겪기 시작하였다. 물론, 당시 보험대리점은 1개 보험종목에 1개의 보험회사와의 계약만 가능한 아주 초창기의 모델이었다고 볼 수 있다.

3) 1990년대

1990년대는 보험에 대한 의식수준이 급변했던 시기로서 기존 저축성 보험 중심에서 암보험, 상해보험, 종신보험 등 보장성보험으로 인식이 크게 전환되는 시기였다. 또한, 보험상품 가격자유화가 실시되어 보험산업의 본격적인 자율화가 이뤄졌으며 1992년 무배당보험 도입, 1994년

개인연금제도 도입 및 1997년 제3보험 도입 등이 있었다. 이 당시 암보험의 경우 질환의 경·중에 상관없이 정액급부로 지급되었는데, 이는 역선택 및 도덕적 해이가 증가하는 원인이 되었다. 이후 암의 조기발견 등에 따라 손해율 급등이 문제가 되기도 하였다.

〈표 14〉 1990년대 상품 특징

- ◇ 무배당 보험상품 도입(1992)
- ◇ 세제적격 개인연금제도 도입(1994)
- ◇ 예정이율 자유화(1994)
- ◇ 예정위험률 자유화(1997)
- ◇ 제 3보험 도입(1997)
- ◇ 암보험 활성화
- ◇ 외환위기시 유동성 확보를 위한 상품¹¹⁾ 판매 활성화
- ◇ 외국보험사의 전문 판매조직을 통한 종신보험의 활성화
- ◇ 다이렉트(DM, TM 등) 판매를 위한 제휴상품 등장

이 시기 판매채널에 있어서는 1994년 4월 복수대리점 제도가 도입되었으며, 동일 보험종목에 대해 2개 보험회사와의 대리점 계약이 가능하도록 자율성이 확대되었다. 이후, 1997년 3월 독립대리점제도가 도입되었는데, 독립대리점은 한 보험회사에 종속되지 않고 여러 보험회사와 제휴해 보험상품을 판매하는 채널로 지금의 GA(General Agency)의 시초라 볼 수 있다. 독립대리점의 시행 및 확대와 더불어 기존 보험대리점 수는 점차 감소하는 등 판매채널의 경쟁구도가 변화하기 시작하였다. 당시 1999년 3월에 6만 여 개에 이르던 보험대리점 수는 2008년 12월 4만 6천 여 개로 27.1% 감소하였으며, 같은 기간 독립대리점 법인대리점 수는 약 4배 가까이 증가하여 GA소속 사용인 수가 '14년말 기준 약 21만 명에 이르는 등 보험업계 전체 모집인에서 약 41% 정도를 차지하고 있다. 그 밖에도, 1998년 4월에는 인보험중개인제도가 도입되었으며, 1999년 2월에는 허가제에서 등록제로 완화되는 등 중개인제도 활성화를 모색하였으나, 다른 채널들과의 중복 및 국내보험시장의 미성숙 등으로 현재 보험중개인의 영업실적은 미

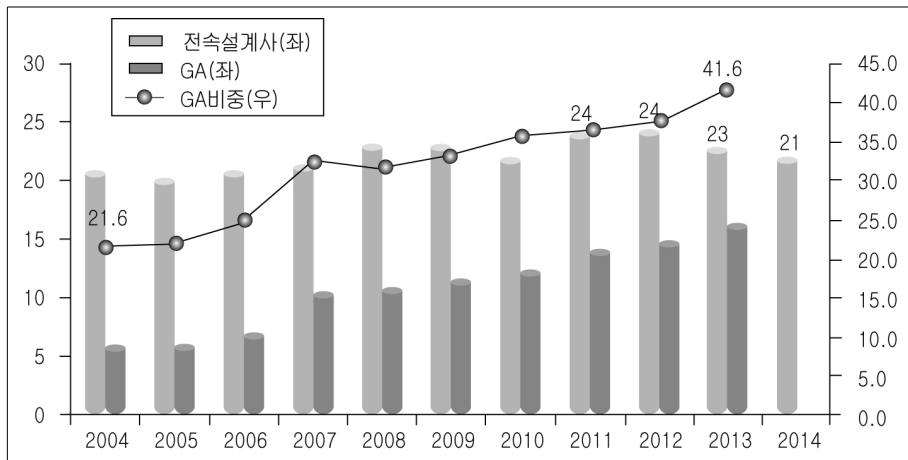
11) 슈퍼재테크보험, 뉴플랜자유저축보험

미한 수준이다.

또한, 이 시기엔 외국계 보험사들이 진입하면서 기존의 여성들로만 구성되었던 설계사에 있어 최초로 남성설계사가 진입하는 시기이기도 하였다.

(그림 5) 보험산업 전속설계사 및 GA사용인 수

(단위: 만명, %)



자료: 보험연구원, 이태열 외, 『보험산업 신뢰도 제고방안』

4) 2000년대

IMF 외환위기 이후 2000년대에 들어서면서 보험산업은 종합금융화 시대에 진입하여 변액보험, 자산연계형보험 등 복합금융상품을 개발·판매하였다. 또한, 외환위기를 거치면서 보험산업의 구조조정 등으로 사업이 재편되고 저비용·고효율로 전환되어 보험업계의 만성적인 사업비차 손실이 이익으로 전환되는 시기에 이르렀다. 또한, 2000년대 이전 10% 이상의 시장금리를 유지하던 고금리 기조에서 벗어나 저금리 환경에 접어들면서 저축성 보험의 감소와 보장성 보험의 판매 증가가 뚜렷이 나타났다. 2000년대 판매채널의 주요한 특징은 방카슈랑스, GA, 온라인, T/M 등 독립채널의 발달을 중심으로 한 다중판매채널을 들 수 있다. 2003년 방카슈랑스와 홈쇼핑의 도입을 시작으로, 2008년에는 전속설계사들이 생·손보 상품을 동시에 판매할 수 있도록 완화된 교차판매 제도를 시행하였다. 이어 최근 금융업권간 칸막이를 없앤 복합점포가 도입되어 시행 중에 있으며, 내년 ISA의 도입을 앞두고 있다.

〈표 15〉 보험산업 판매채널 관련 변화

연도	주요내용
1960년대 이전	• 직급위주의 판매제도
1960년대	• 생명보험 모집인제도 도입, 직급제도 대리점, 보험계약법, 보험모집 단속법
1970년대	• 직급제도, 손해보험 모집인 제도, 보험모집인 등록시험
1980년대	• 겸영대리점, 대리점허가제
1990년대	• 복수대리점, 독립대리점, 중개사제도 도입
2003년	• 방카슈랑스 도입 및 영업규제 신설
2007년	• 교차모집제도, 마트슈랑스 등 신채널 확대

3. 보험시장 성숙모형과 판매채널

본 장에서는 Berlin(2010)이 제시한 시장성숙모형(Market Maturity Model)¹²⁾에 따라 국내 보험시장 판매채널의 단계를 진단하고, 이에 따른 우체국보험에의 시사점을 찾고자 한다. 사실 ISA의 도입도 국내보험시장에서의 판매채널 정책의 일환인 만큼 채널환경 전체를 통해 함의를 찾는 이러한 시각 또한 유의미 하리라 생각된다.

1) 보험시장 성숙모형¹³⁾

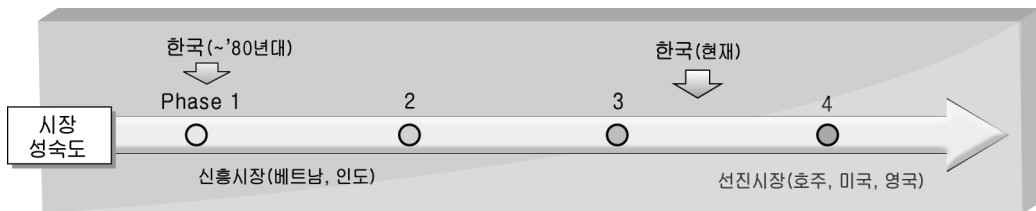
Berlin(2010)의 시장성숙모형은 보험시장 발전경로에 있어 신흥시장에서 성숙시장에 이르기까지 4단계(I~IV)의 이행과정을 거치게 된다고 보고 있다. 신흥시장 단계의 국가들은 베트남, 인도 등이 있으며 맨 마지막 단계인 성숙시장 단계의 국가로는 호주, 미국, 영국 등이 있다. 그 특징을 살펴보면, 신흥 시장 1, 2단계(Phase I, II)에서의 보험상품은 저축성상품과 같은 단순한 상품이 주를 이루며, 이 단계의 보험소비자들은 리스크에 대한 인식이 낮아 보장에 대한 수요도 낮은 수준이다. 또한, 판매채널에 있어서는 설계사와 같은 전속채널에 대한 의존도가 절대적이라 할 수 있다. 이후 단계를 거치면서 보장에 대한 수요가 강해지며 복잡하고, 보장성이 강화된 상품일 주를 이루게 된다. 특히, 채널에 있어서는 3단계(Phase III)에서 독립설계사나

12) 보험시장의 성숙도에 따라 상품, 판매채널, 감독규제가 함께 발전해 나간다는 모형

13) Berlin, J.(2010)

중개인 등의 채널 다양화가 이뤄지고, 4단계(Phase IV)에서는 방카슈랑스, 재무설계사, 인터넷, 홈쇼핑 등 새로운 판매채널이 나타나게 된다. 이는 보험시장의 성숙도에 따라, 기존 전속설계사들이 더 많은 경험을 쌓아가면서 자율성과 보상 요구가 높아지며 다양한 금융상품 판매능력이 요구되어지기 때문에 독립채널로 변화하게 되는 것이다. 따라서, 신흥시장이 전속형태의 관계 위주 영업이 중심이라면 성숙시장은 독립형태의 자문 위주 영업이 중심이라고 볼 수 있다. 현재 전문가들은 국내보험시장을 시장성숙모형 중 3단계에 해당하는 시장으로 보고 있다. 시장에서 다양한 채널들이 복합적으로 위치를 점하고 있으며, 점차 자문방식의 독립채널이 발달하는 양상을 보이기 때문이다. 이러한 독립채널의 활성화는 보험상품의 제조는 보험사에서 판매는 별도채널에서 맡게 되는 이른바 제판분리 및 자문서비스의 활성화라는 선진국형 채널에 근접하고 있음을 의미한다. 따라서, ISA제도의 도입도 이러한 과정의 한 축으로 바라볼 필요가 있다.

[그림 6] 시장성숙모형



독립채널에 대한 보험업계의 반응을 살펴보면, 방카슈랑스의 도입 및 GA의 활성화에 대해 업계는 기존 설계사와의 마찰과 불완전판매 등의 이유로 반발하거나 초기에 소극적으로 대응했다. 그러나, 현실은 독립채널이 보험사업에서 중요한 입지를 점하게 되었으며, 이에 전속채널 위주의 영업에만 집중하던 대형사들이 다중채널을 구축하고 채널별 차별화된 전략을 구사하는 등 동반 성장을 기본 방향으로 내세우고 있다.

Ⅲ. 우체국보험에 대한 영향 및 시사점

2016년 ISA가 본격 도입되더라도, 우체국보험은 현재 자본시장법상의 신탁업 겸영인가가 없으므로, 계좌개설이 불가하다고 볼 수 있다. 따라서, ISA도입으로 인한 영향을 우체국보험 계약 및 고객에 직접영향과 앞서 논의된 판매채널 측면의 장기영향으로 살펴보고자 한다.

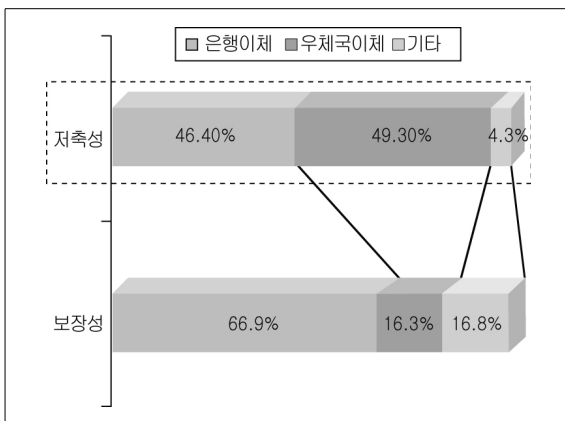
1. ISA 도입의 우체국보험에 대한 영향

1) 직접영향

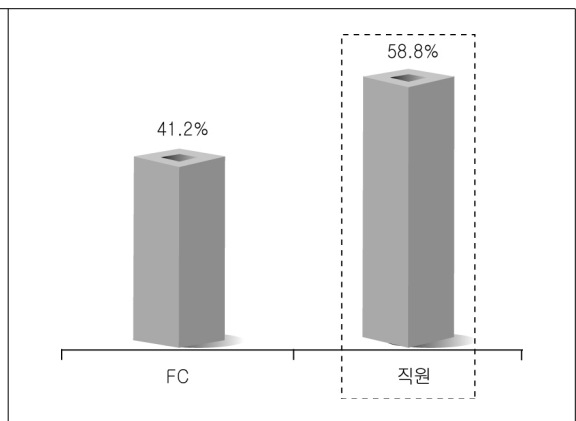
ISA의 도입으로 우체국보험의 5년 이하 저축성 보험계약이 이동할 우려가 있다. 이는 저축성 보험 비과세 요건에 따라, 10년 이상 보험계약에 대해 비과세가 적용되기 때문이다. 우체국보험은 2014년말 기준 월평균 약 7천여 건(초회보험료 기준 약 21억원) 규모의 저축성보험이 유입되고 있다. 그런데, 이 중 약 82.4%가 5년 이내 계약이므로, 이러한 계약 또는 잠재적 수요자들이 ISA 계좌로 옮겨갈 가능성이 높다. 그러나, 저축성보험 가입자 중 약 49%는 우체국 자동이체를 이용하고 있으며, 저축성보험의 직군 별 판매로는 직원의 비중이 58.8%로 높게 나

〈2014년 신계약 초회보험료 구성〉

〔그림 7〕 수금방법 별 현황



〔그림 8〕 저축성보험 직군 별 현황



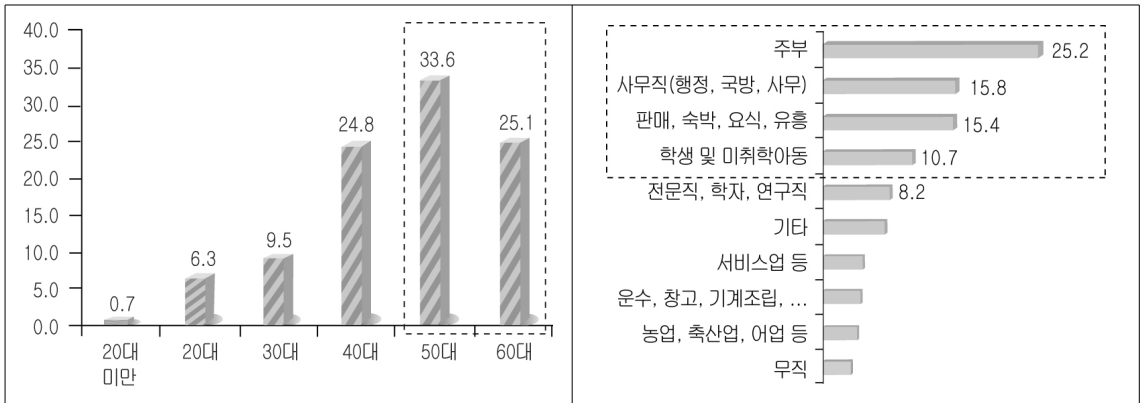
타났다. 이는 저축성보험 가입자 중 상당수는 FC보다는 창구를 통해 보험을 가입하는 우체국 주거래 고객¹⁴⁾이 많은 것으로 추정되므로 실질적 이탈은 제한적일 것으로 예상된다.

저축성보험의 고객특성을 살펴보면, 50대 이상(58.7%)과 여성(71.0%)이 대다수를 차지하고 있다. 직업 별로는 주부(25.2%), 사무직(15.8%), 판매·숙박(15.4%) 순으로 가입비중이 높아 전문직 등 부유층 보다는 서민층의 가입비중이 높은 것으로 예상되므로, ISA 계좌 가입을 원하는 잠재 수요자와는 다소 차이가 있음을 알 수 있다. 다만, 내년초 ISA도입과 더불어 시장 선점을 위한 금융기관 별 마케팅이 집중 될 것이 예상되므로 저축성보험 만기도래 계약에 대한 재가입에 집중할 필요가 있다.

〈2014년 신계약 초회보험료 구성〉

〔그림 9〕 저축성보험 연령대 별 비중

〔그림 10〕 저축성보험 직업 별 비중



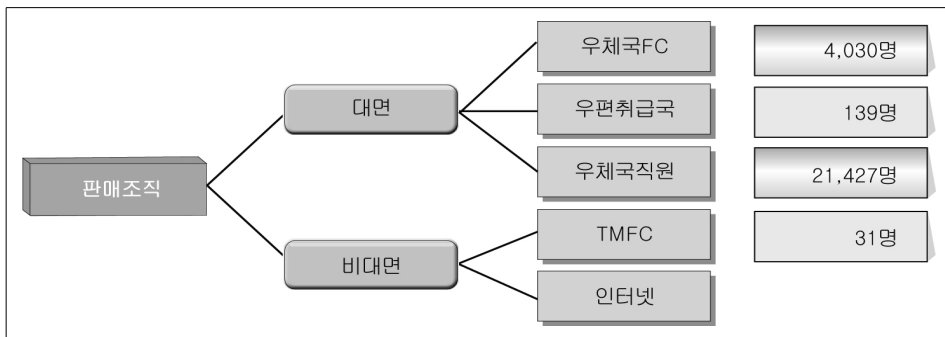
2) 장기영향

앞서 언급하였듯이, ISA도입으로 인한 우체국보험의 장기관점 영향은 판매채널을 중심으로 살펴보고자 한다. 2000년대 이후 보험시장의 채널환경이 독립채널 위주의 제판 분리가 진행되면서 GA와 방카슈랑스 등이 비약적으로 성장할 동안 우체국보험의 판매채널은 여전히 FC와

14) 우체국 자동이체 비율이 보장성보험(16.3%)보다는 저축성보험(49.3%)에서 높게 나타나는 데서 기인

직원 위주의 전속채널에 머물고 있다. 비대면 채널로 인터넷과 TMFC가 존재하지만, 영업실적이 아주 미약한 수준이다. 2015년 6월 기준 우체국 직원과 FC의 초회보험료 비중은 각각 44.0%, 43.7%로 이들을 통한 영업이 주를 이루고 있다. 한편, FC 인원은 4천 여 명 수준으로 금융위기 이후 4천 5백여 명('13년)까지 증가하였다가, 최근 영업환경 위축 및 관리강화 등으로 감소세로 전환하였다. 이처럼, 우체국보험의 판매채널은 독립채널의 성장을 통한 제판 분리의 가속화와 자문방식의 채널이 발달하고 있는 시장의 채널환경 변화와는 다소 거리가 있다고 볼 수 있다.

〈그림 11〉 우체국보험 판매채널 및 인원(2015. 6)



〈표 16〉 우체국FC 인원 추이

(단위: 명)

구분	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15. 6
인원	4,002	3,922	3,451	3,525	3,843	4,181	4,538	3,981	4,030

다만, 이러한 채널전략 하에서도 꾸준한 성장과 손익향상을 꾀할 수 있다면 우수하고 효율적인 경영전략으로 평가받게 될 것이다. 왜냐하면, 신채널 도입에 대한 비용부담과 독립채널들의 수수료 갈등 등 다중판매채널이 보유한 다양한 문제들을 무시할 수 없기 때문이다. 그러나, 최근 우체국보험의 영업환경은 그 어느 때보다도 어려운 상황으로 지난 2014년엔 최근 몇 년 동

안 가장 저조한 신계약 실적을 기록하였다. 이는 저금리 기조하에서의 자금운용 어려움 등으로 보장성보험 중심의 경영전략으로 선회하면서 모집보상금 축소, 효율지표 관리 강화, 일시납 판매중지 등의 경영내실화의 영향이라 할 수 있다. 저축성 위주의 전략하에서는 금리경쟁만으로도 신계약 유입이 가능하지만, 보장성보험 전제 하에서는 판매채널의 역량이 무엇보다 중요하다. 이는 보험계약이 다른 재화나 서비스와는 달리 계약이 복잡하고 당장의 효용이 발생하는 것이 아니므로 원천적으로 Push-Marketing이 불가피하기 때문이다. 따라서, 최근의 실적 저조는 채널역량이 고스란히 드러나는 대목으로 볼 수 있다.

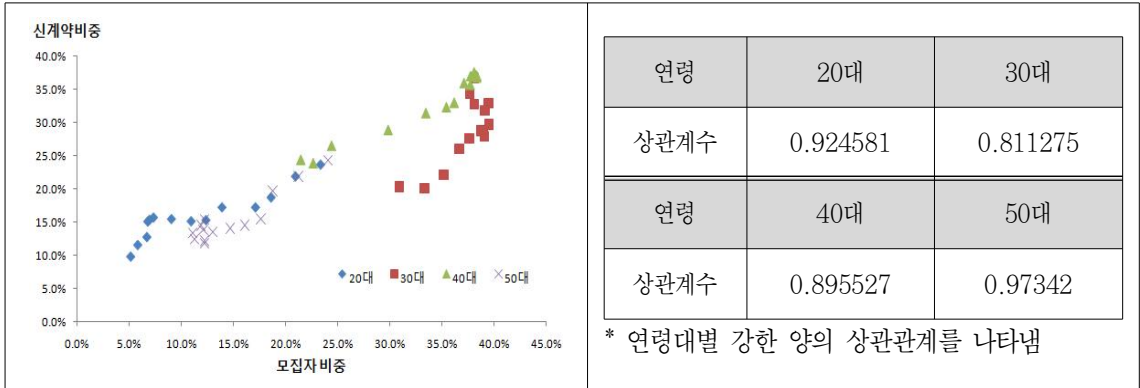
〈표 17〉 실적 추이

(단위: 억원)

구분	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15. 6
총자산	240,980	285,859	318,087	356,974	416,652	461,280	477,170	480,384
신계약보험료	6,325	24,310	17,806	21,097	44,659	28,466	737	535

결과적으로, 경영여건이 어려운 시기일수록 보유하고 있는 채널역량이 더욱 중요하다고 볼 수 있다. 한편, 우체국FC의 평균연령은 52.4세, 50대 이상자가 전체의 약 65%를 차지하고 있다. 그런데, 이러한 모집자의 노령화는 고객의 노령화에도 상당한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 계약자의 연령대별 비중에 있어 2000년에 20~30대가 50.2%로 주를 이뤘다면, 2014년엔 20~30대가 23.2%로 절반 정도 수준을 감소하여 고객의 노령화가 상당히 진전되었음을 알 수 있다. 이는 보유고객의 시간 경과에 따른 자연 노후화라기보다는 모집자의 노령화에 따라 신규 유치고객의 노후화가 진행된 것으로 볼 수 있는데, 2014년 우체국보험 모집자는 40~50대가 65.3%로 모집자 및 고객의 연령대 중심이 40~50대에 있음을 알 수 있다.

[그림 12] 우체국보험 모집자와 고객 연령대별 상관관계



결국 우체국보험의 신계약 감소라는 중대한 이슈는 저금리·저성장에 따른 보험수요 감소, 업권간 경쟁심화, 고객니즈 변화라는 외부요인도 있겠지만, 내부역량에서 그 원인을 찾아본다면 판매채널과 경영내실화라는 전략적 경영기조가 중요하게 작용했을 것이라 생각된다. 다만, 경영내실화가 지속가능한 보험사업을 위해 필연적으로 실행되어야 하는 부분이라고 볼 때, 가장 직접적이고 대응 가능한 원인을 판매채널에서 찾을 수 있을 것이다. 사실상 지금까지 보험산업의 채널환경 변화에 둔감했으며, 이에 보유채널이 노령화와 신규유치 어려움 등을 겪고 있음에도 마땅한 대안 채널을 통한 영업전략을 구사하기 어려워 기존채널의 성장한계가 그대로 성장위축으로 연계된 것이다.

2. 우체국보험에의 시사점

경제가 성장하고 사회가 고도화됨에 따라 보험산업도 여러 가지 변천과정을 거쳐 왔다. 업무영역에 있어서는 금융권역간 업무영역이 확대되고 업권 내 경쟁에서 업권 간 경쟁을 해야 하는 시대에 이르렀다. ISA의 도입도 업권 간 경쟁할 수 있는 하나의 채널로 인식되어 질 수 있을 것이다. 또한, 우리나라 보험산업이 그 만큼 성숙단계에 있으며, 선진국형 채널모델로 진행되고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 채널환경에서 우체국보험도 사업을 하고 있는 만큼 주변의 환경변화와 큰 흐름을 바로 이해하고 대응해야 할 것이다. 그리고, 최근 신계약 감소의 영향으로 총

자산 성장이 둔화되고, 위험률차익이 축소와 예정사업비 재원 감소 등 각종 사업지표에 손익기반 약화를 의미하는 신호들이 나타나고 있는 실정이다. 따라서, 이를 극복할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있는 만큼, 판매채널의 개선을 통한 개선방안을 제언하고자 한다.

첫 번째는, 채널별 차별화 전략이다. 앞서 언급되었듯이 보험사업의 환경은 그 어느 때보다, 보장성 중심의 보험 고유기능에 역량을 집중할 수 있는 전략이 필요하다고 볼 수 있다. 저금리·저성장으로 인한 운용환경 악화와 보험수요 감소, 시장포화, 경쟁심화 등으로 보험산업은 수익을 내기 어려운 환경이기 때문이다. 또한, 살펴보았던 시장성숙도 1, 2단계에서는 특정한 마케팅 없이도 연고판매가 주를 이뤘으나, 시장이 성숙할수록 시장을 세분화한 마케팅을 필요로 한다. 일례로 S생명의 경우 고효율의 전속채널을 통해서서는 고수익·보장성 상품에 집중하며, GA는 보장성 상품과 연금의 균형 그리고 방카채널을 통해서서는 은퇴·부유층 대상의 일시납 연금 등 채널별로 다양한 전략을 구사하고 있다. 이에 반해, 우체국보험은 현재 채널별로 특화된 상품전략 보다는 동일상품을 여러 채널을 통해 제공하고 있다. 이 보다는 고비용 채널에는 고수익·고보장 상품을 TCM/인터넷과 같은 저비용 채널에는 저가의 단순 상품 위주의 차별화된 전략을 고려할 필요가 있다. 직원채널의 경우 각종 모집보상금을 감액 지급하여 사업비 집행률이 낮으며, 손해율도 FC에 비해 낮은 점에서 저비용·고효율 채널이라고 볼 수 있다. 또한, 기존의 점포와 인력을 활용하고 소비자가 자발적으로 가입하는 비중이 높기 때문에 적극적인 마케팅보다는 다소 소극적인 마케팅이 요구되는 채널이라 할 수 있다. 따라서, 직원채널은 저축성 보험 위주의 단순한 상품에 집중할 필요가 있다. 한편, 채널별 전략상품의 차별화를 위해서는 예정기초율에 대한 차별화가 전제되어야 한다. 그러나, 예정이율이나 예정위험률의 차별화는 현실적으로 한계가 있는 만큼 예정사업비에 대한 차별화가 중요하다. 현재 우체국보험의 예정신계약비 부과수준은 감독규정상의 총 한도에 비해 낮은 수준이며, 민영사의 부과 수준에 비해서도 낮은 수준으로 인상여력이 충분하다고 볼 수 있다. 또한, 일반적으로 예정신계약비의 인상은 정액으로 반영되는 데 반해, 보험료는 납입기간 전체에 대해 균등하게 부과되므로 예정이율이나 예정위험률에 비해 보험료대비 민감도가 낮은 수준이라 볼 수 있다. 따라서, 예정신계약비 인상과 채널별 차등부과를 통해 고효율 채널에는 고수익·보장성 상품을 독려하고, 저비용 채널

엔 단순한 저가상품 판매를 도모하는 전략이 필요할 것이다. 여기서, 채널별 상품의 차별화는 당연히 보장 담보의 재설계를 통한 급부의 차별화도 동시에 이뤄져야 채널별 갈등을 최소화 할 수 있을 것이다.

두 번째는, 신규채널의 도입이다. 현재 우체국보험이 보유한 모집채널은 모집조직의 노령화 및 신규유치 어려움 등 여러 가지 한계를 내포한 만큼 이를 극복하고, 보험산업 채널환경 변화에도 대응 할 수 있는 신규채널의 도입을 검토할 필요가 있다. 현재, 독립채널의 성장 가능성이 높은 점을 고려할 때, 방카슈랑스와 보험대리점을 검토 할 수 있을 것이다. 먼저, 방카슈랑스의 경우 보험업법 제 91조(금융기관보험대리점의 영업기준)에 의거 은행 등 금융기관 등이 명시적으로 열거되어 있어, 사실상 진입이 불가능한 채널이라 볼 수 있다. 또한, 우체국이 보유하고 있는 전국적인 창구망은 이미 표면적으로는 방카슈랑스라고 볼 수 있다. 다만, 방카 25% 룰이나, 민영보험사들의 보험상품 판매 등이 적용되지 않는 자사만의 전속채널인 만큼 그 의미는 상이

〈표 18〉 관계법령

우정사업 운영에 관한 특례법 시행령

제14조(우정사업의 위탁) ① 미래창조과학부장관은 법 제17조제1항에 따라 우정사업의 일부를 타인에게 위탁할 때에는 위탁받을 자와 위탁계약을 체결하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 사업의 경우에는 미래창조과학부장관이 지정·고시하는 법인과 위탁계약을 체결할 수 있다.

1. 우정사업과 관련된 상품의 개발·판매 및 그 부대사업
2. 우체국보험 청약심사·계약관리 및 보험금 지급심사
3. 우정사업과 관련된 교육, 홍보 및 문화센터 운영

:

우체국예금·보험에 관한 법률 시행규칙

제61조(보험의 모집 등)

① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 보험의 모집과 보험료의 수금을 할 수 있다.

1. 체신관서의 직원
2. 우정사업본부장이 지정하는 개인 또는 법인

② 제1항제2호에 따른 개인 또는 법인의 자격 및 지정절차 등에 관하여 필요한 사항은 우정사업본부장이 정한다.

:

하다고 볼 수 있다. 따라서, 신규로 도입할 수 있는 채널로 보험대리점을 검토할 수 있다. 우정사업의 운영에 관한 법률 상 「상품의 개발·판매 및 그 부대사업」은 위탁 가능한 업무영역이다. 또한, 우체국예금·보험에 관한 법률 시행규칙에서 보험의 모집 및 수금을 할 수 있는 자는 체신관서 직원과 「우정사업본부장이 지정하는 개인 또는 법인」으로 정해진 만큼 내부적인 법률 환경은 별도법인에 위탁판매 형태로 운영 가능하다고 볼 수 있다. 그런데, 여기서 보험대리점은 보험업법상의 보험대리점¹⁵⁾과는 근거 법령이 다르다고 볼 수 있다.

도입 방법론에 있어서는 보험모집을 위한 별도의 위탁법인 설립보다는 현재 업무위탁 기관인 우체국금융개발원에 위탁업무를 추가하여 업무일체를 위임하는 방법을 검토할 수 있다. 우체국 금융개발원 내부에 보험대리점 사용인 채용과 양성, 교육 등을 전담할 수 있는 조직을 신설하여 조직을 관리하고, 기존 청약, 교육, 유지, 지급 등 업무 전반에 관한 인적·물적 자원을 활용할 수 있을 것이다. 업무 위탁계약서의 개정을 통한 업무 추가가 필요하며, 판매성과와 연계한 수수료체계 도입시 신계약 성장 등의 성과향상을 도모할 수 있을 것이다. 신규사업의 도입임에도 불구하고 기존자원의 활용을 통한 비용의 최소화로 도입 부담을 최소화할 수 있으며, 기존 모집 채널이 보유한 한계를 일정 부분 해소할 수 있을 것이다. 또한, 재무설계 및 자문방식에 중심을 둔 고유 모집채널로 성장을 도모하고, 중장기적으로 독립대리점으로서의 분사를 통한 전문화를 고려할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

김석영 외, 「저금리 추이에 따른 이차역마진 현상과 대응방안」, 2005

이현돈, 「저금리 시대의 생보산업」, 2003

신수식 외, 「현대사회와 보험」, 2008

15) 보험업법 제 2조(정의), 제 87조(보험대리점의 등록) “보험대리점”이란 보험회사를 위하여 보험계약의 체결을 대리하는 자로서 대통령령으로 정하는 바에 따라 금융위원회에 등록된 자를 말한다.

황희대, 「보험이론 및 실무」, 2007

보험연구원, 「보험동향 2008년 겨울」

_____, 「생보사 손익구조 평가 및 시사점」, KiRi Weekly

_____, 「생보사 보험상품 다각화 추이와 수익성」, KiRi Weekly

_____, 「보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화」, 2014

보험개발원, 「생명보험상품조사」, 2010년

생명보험협회, 「월간생명보험 각 호」

자본시장연구원, 「비과세 종합저축투자계좌 도입에 관한 연구」, 2015