

한국 보험산업 글로벌화에 따른 보험판매방식의 다각화와 보험인력 전문화에 관한 연구

— 프랑스 보험산업과의 비교를 중심으로 —

여희정*

< 목 차 >

I. 서론	2. 프랑스 보험시장 규모
II. 한국 보험산업의 특징과 문제점	3. 보험서비스 판매의 특징
1. 보험산업구조	4. 시사점
2. 우체국보험과 공제조합	IV. 결론
3. 보험서비스 판매의 특징	참고문헌
III. 프랑스 보험산업	Abstract
1. 유럽연합과 프랑스의 보험시장	

I. 서 론

지난 15년간 전 세계적으로 보험시장에 많은 변화가 있었다. 유럽, 미국, 일본의 금융서비스 규제완화, 금융시장의 세계화, 은행과 보험 산업의 수렴현상에 의해 보험시장의 구조도 변화하였다. 규제완화나 글로벌화는 보험회사들로 하여금 국가 간, 산업 간(은행과 보험)의 인수 & 합병 움직임을 활발히 하였다. 보험상품의 판매채널에 있어서도 방카슈랑스와 직접 판매 형태의 새로운 판매기법이 시장 점유율을 높여감에 따라 보험시장에 중요한 변화가 일어나게 되었다. 또한 외국계 보험업자들이 여러 국가에서 시장점유율을 점점 높여가고 있다. 보험회사의 형태에도 변화가 오고 있다. 많은 선진국에서 상호보험 회사가 약화되고 이를 대체하는 소유권과 책임을 동시에 갖는 주식회사 형태의 보험회사들이 속속 생겨나고 있다.

한국의 상황도 이와 유사한데, 보험시장의 글로벌화로 인하여 국내 보험회사들은 선진 외국보험회사들과 경쟁해야 하는 현실을 맞이하게 되었다. 한국의 보

* 충남대학교 경제무역학부 BK21 연구교수

협시장은 OECD 가입으로 상업적 주재수준에서는 거의 완전개방 상태이며 국경 간 거래의 허용 범위도 다른 선진국을 넘어서고 있는 상황이다.¹⁾ 한국에 설립한 외국계 보험회사들은 내국민 대우(National treatment)를 받으며 영업을 하고 있다. 2007년 4월 2일 타결된 한-미 FTA에서 보험서비스 분야에서는 공제 및 우체국 보험의 감독이 강화되고, 중개업, 신 금융서비스 분야에서 개방이 이루어졌다.

우체국 보험은 금융감독위원회가 건전성 감독과 관련해 과반수 위원을 추천하고 가입한도증액을 협의하는 등 감독권이 강화됐다. 농협 및 4대 공제조합에 대해서는 3년 유예기간 적용 후, 지급여력 비율에 대해 금융감독위원회의 감독을 받기로 하였다. 중개업의 경우, 지금까지는 국내법에서 정한 자격요건을 충족할 경우 외국 보험회사는 국내에 주재하면서 중개행위를 할 수 있었는데, 한-미 FTA의 타결로 상대국에 법인을 설립하지 않고 영토 밖에서 보험서비스를 공급하는 것이 가능하게 되었다. 신 금융서비스는 상대국에서 거래되고 있는 상품이 자국시장에 없는 경우 이를 자동적으로 허용하는 것을 의미한다. 현재 엄격한 조건하에서 허용을 하기로 하였기 때문에 그 과급력은 제한적이지만, 개방화의 시대적 흐름에 따라 이 조건은 시간이 흐름에 따라 점차로 약화될 것이다.

현재 협상중인 한-EU FTA에서 EU는 한국에게 한-미 FTA수준의 개방을 요구하고 있다. 한국 중개업자들의 경쟁력이 미국이나 EU국가들과 비교해 월등히 낮은 상태이기 때문에 이에 대한 대책 마련이 시급한 실정이다. 또한, EU는 한-EU FTA 협상에서 법률, 금융, 유통 등 서비스 분야의 개방뿐만 아니라 상호자격인증 분야에 많은 관심을 가지고 협상에 임하고 있다. 이에 대한 협상이 타결되면, 한-EU는 전문 분야에서 상호 자격인증을 추진하게 된다. 이를 위해서 국내에서는 해당 전문직의 분야별 교육 훈련 및 평가제도가 개선되어야 할 것이다. 제도의 선진화를 피하면서 특히 유럽 국가들에서 시행되고 있는 전문자격인증제도들에 대한 검토가 선행되어야 할 것으로 보인다. 이런 맥락에서 EU의 핵심국가중의 하나인 프랑스의 보험시장과 판매채널에 대한 연구의 필요성이 있다. 한국에서도 보험 시장의 글로벌화에 대응하기위해 보험판매 인력의 전문화에 대한 필요성이 끊임없이 제기되고 있는 상황이다.

한국의 전체 수출 중에서 대 EU 수출은 2006년에 14.9%에서 2007년 1월~9월 사이의 기간에 15.1%로 증가하였다. 2008년에는 EU의 수입 증가율이 8%에 이를 것으로 예측되고 있다. 유럽연합(EU)회원국의 서비스 총 수출은 전 세계

1) 김선아, 「한-미 FTA 협상 타결이 보험산업에 미치는 영향」, 주간보험이슈 제104호. 2007. 4.

의 46.5%, 총수입은 43.3%를 차지하고 있다.²⁾ 한국 금융시장이 세계화를 해야 하는 절박한 상황임을 고려하면 세계 경제의 3대 축 중의 하나인 유럽 보험시장, 그 중에서도 핵심이 되는 시장인 프랑스 시장을 파악하는 것은 선택이 아닌 필수요인이다. 이는 보험서비스 회사들의 프랑스 진출을 위한 성공의 열쇠이기도 하다. 이제 보험회사들은 제조업 분야의 대기업이 해외진출을 할 때 이를 지원하기 위한 보험서비스 제공의 일환으로 세계화를 하는 수준을 탈피하여야 한다.

선진국의 상황과 그곳에서 시도되고 있는 제도 등을 고찰할 때 그 대상이 되는 국가가 주로 앵글로 색슨(Anglo-Saxon) 국가에 치우쳐 있었다. 유럽 보험시장, 특히 프랑스 보험시장에 관한 연구는 거의 없는 실정이다. 본 논문은 두 가지의 목표를 가지고 있다. 첫째, 기초적이기는 하나 프랑스의 보험시장, 판매제도, 유럽과의 관계 등을 분석하는 것을 주목적으로 한다. 둘째, 이를 통해 얻은 결과를 가지고 한국 보험회사들의 프랑스 보험시장 진출을 위한 시사점과 한국 보험시장의 개선과 보험인력 전문화를 위한 시사점을 제공하고자 한다. 게다가 한국에 붙어 닥치고 있는 개방화와 겸업화의 바람을 프랑스도 1990년대에 한국과 비슷하게 겪었다는 사실은 프랑스의 보험서비스 분야에 대한 연구를 더욱 흥미롭게 한다.

본 논문은 다음과 같이 구성되어 있다. 다음 장에서는 한국 보험산업의 특징과 문제점에 대해 간략하게 살펴보고, 3장에서는 프랑스 보험산업의 현황과 판매채널에 대하여 분석한다. 마지막으로 4장에서 시사점과 결론을 제공한다.

II. 한국 보험산업의 특징과 문제점

1. 보험산업구조

한국은 1990년대 중반 보험시장 개방이후 외국보험회사의 시장 점유율 확대와 방카슈랑스의 시행 등으로 보험산업 전반에 걸쳐 구조적으로 변화를 겪고 있다. 한국은 2002년에 40개의 보험회사가 23개의 생보사, 16개의 손해보험, 1개의 재산보험사로 나뉘어져 영업을 하였다. 이것이 2005년 24개의 생보사 등 51

2) 송백훈·김홍중·이준규·서진규, 「한-미, 한-EU FTA 동시추진의 경제적 효과」, 대외경제정책연구원. 2007.

개의 보험회사로 늘어났다. 이는 프랑스의 보험회사 수에 훨씬 못 미치는 숫자이고, 한국보험시장보다 규모가 작은 스페인의 보험회사의 수 (310개, 2002년)와 비교해도 매우 작은 수치이다.³⁾ 이런 점을 통해볼 때, 한국의 보험시장은 비슷한 규모의 다른 보험시장에 비교해 집중도가 높을 것으로 추측해 볼 수 있다.

<표 1>은 2006년 생명, 비생명 분야 보험가입액 기준으로 본 한국 10대 보험회사를 보여준다. 2006년 현재 삼성이 18조원의 보험가입액으로 한국보험시장에서 1위를 차지하였다. 그 뒤를 교보와 대한이 잇고 있다. 최상위 세 보험그룹 중 어느 그룹도 세계보험시장 점유율 1%를 차지하지 못하였다. 이 부분에서 한국의 초대형 보험그룹의 탄생을 기다리는 것이다. 4위와 5위는 공기업인 농협과 우체국이다.

<표 1> 한국 10대 보험회사 수입보험료(2007, 억원)

순 위	회 사 명	분 야		합 계
		생 명	비 생 명	
1	삼성	208,635	94,699	303,334
2	교보	104,780	5,006	109,786
3	대한	112,261	8,324	120,746
4	농협*	64,261	1,375	65,635
5	우체국*	59,685	0	59,685
6	동부	10,935	47,134	58,069
7	현대	0	50,969	50,969
8	LIG	3,651	43,739	47,390
9	ING	48,864	0	45,864
10	AIG	28,359	0	28,359

자료 : 보험통계연감. 2005. 보험통계우리보, 2008. 5. *는 2005년 가입액

한국 보험시장은 생명보험과 손해보험 모두에서 과점적 성격이 강한 시장이 형성되어 있다.⁴⁾ 생명보험의 경우 삼성, 대한, 교보생명의 3사 과점체제가 오랫동안 지속되고 있고, 손해보험의 경우 삼성, 현대, LIG, 동부의 4사가 다른 보험회사들과 시장점유율에서 큰 격차를 유지하고 있다. 생명보험분야가 손해보험

3) 이태열·최영목·조혜원·김진억·최 원, 「보험산업 주요지표의 중장기 전망」, 보험개발원 보험연구소, 2006, pp.27~28.

4) 정호열, “한국보험시장에 있어서 반독점정책의 전개”, 「보험학회지」, 제66집, 2003, 12. pp.85~109.

분야보다 집중도가 더 높다. 농협과 우체국 보험을 제외하면 생명보험 상위 3개사의 시장점유율이 2002년의 경우 75.9%에 달하고,⁵⁾ 농협과 우체국 보험을 포함하면 이 수치는 감소하지만 프랑스 상위 5개 보험회사의 시장점유율이 50% 정도에 불과 한 것에 비교하면 상당히 집중도가 심한 편이다. 최근 들어 외국회사와 중소기업의 점유율 상승으로 생명보험의 상위 3사의 시장점유율이 62.7% (2006년)로 다소 감소하였다.⁶⁾

한 시장이 과점체제로 운영되고 있을 때, 과점기업들은 가격담합 등을 통해 가격을 균형가격이상으로 책정해 소비자 후생을 감소시키고 경제적 순손실 (deadweight loss)을 발생시키기 때문에 사회전체의 후생이 감소한다. 한국의 공정거래위원회에서 이러한 이유로 가격담합을 규제하고 있다. 실제로 공정거래위원회는 2001년에 11개 손해보험사의 자동차 보험료, 특별할증률, 자동차 보험 입찰가격 등을 공동으로 결정, 유지, 변경하는 등 부당 공동행위를 하여 국내자동차 보험시장에서 경쟁을 제한하는 행위를 하였다고 판단하여 과징금을 부과하였다.

한국의 주요 보험회사들의 또 다른 특징은 이들이 재벌 혹은 대기업 집단의 계열사이라는 점이다. 이들은 생명보험과 비 생명보험 분야 보험사들을 동시에 거느리고 있다. 이에 따라 보험회사가 재벌의 핵심적인 계열사로서 다른 계열기업에 대한 자금공급원으로서의 역할을 담당한다는 의심을 받아 오고 있다. 그래서 보험회사로부터 나온 자금을 산업자금으로 규정하여 산업자본이 금융자본을 소유하는 것을 제한하고 있다.

전체 보험회사 중에서 외국회사는 약 10개 정도가 있다. 그 중 생명보험 회사의 진출이 눈에 띈다. 점유율 측면에 있어서도 외국 생명보험회사의 점유율이 2005년에 20%대에 육박할 정도로 계속적으로 증가해오고 있다. 이들로 인해 보험시장의 경쟁의 수준이 전체적으로 높아질 것이고, 이들은 새로운 형태의 판매 방식을 시도하면서 한국 보험소비자를 만족시키려는 전문서비스를 제공하면서 점유율 상승에 총력을 기울일 것이다. 이는 다른 한편으로 한국 대형보험사들의 시장점유율이 지금의 상황 하에서는 계속적으로 하락할 것이라는 것을 암시하고 있다.

정중영과 안철경⁷⁾ (2007)은 한국의 교차판매가 생명보험 시장 점유율에 미치

5) 보험개발원, 보험통계연감, 2005

6) 보험개발원, 보험통계월보, 2007

7) 정중영·안철경, “교차판매가 생명보험 시장 점유율에 미치는 영향분석”, 「경제연구」, 제25집, 2007. pp.65~90.

는 영향을 분석하였다. 교차판매 시행 후를 3단계로 나누어 대형사, 중소형사 그리고 외국사의 시장점유율의 3단계에 걸쳐 예측하였다. 그 결과, 3단계에 접어들면서 교차판매 참여율이 증가하고 대형사와 중소형사의 점유율이 하락하고 외국계 보험사의 점유율이 증가하는 것으로 분석됐다. 이러한 현상은 기존의 설계사 조직중심의 시장에서 외국계 보험회사의 설계사 조직이 대형사에 비해 열세에 있었으나 교차판매로 인해 이러한 열세를 어느 정도 만회할 수 있었기 때문이라고 저자들은 파악하였다. 또한, 브랜드 파워, 가격 등 회사의 종합적인 능력에 있어서 외국계 보험회사들이 국내회사들 보다 앞서기 때문이라고 덧붙였다.

외국계 보험회사들이 한국 보험시장 점유율을 높여가고 있는 현실에서 한국 보험사들도 적극적인 해외 진출로 보험시장 글로벌화에 대처해야 할 것이다. 2007년 3월 현재 한국 보험회사의 유럽 진출 현황을 보면, 손해보험의 경우 삼성화재 1개, 코리안리 1개, 현대해상 2개의 총 4개의 해외 점포(자회사, 현지법인, 사무소 포함)가 영국 런던에 진출해 있고, 생명보험의 경우 삼성생명만이 런던에 2개의 해외 점포를 운영 중인 것으로 파악됐다.⁸⁾ 유럽 대륙에 진출한 보험회사가 전무한 실정이다.

보험회사와 같은 금융회사는 제조업과 달리 고정자산에 투자하고 기계설비 구입을 위한 많은 고정비가 안 드는 대신 명성을 쌓고 고객과 연결망을 만드는 데 많은 비용이 들어간다. 또한 글로벌화를 위해 필요한 제조업의 운송비와 달리 금융회사는 정보비용이 많이 들어간다. 그러므로 보험회사들은 진출국에 대한 시장을 파악하고 현지화를 통해 명성을 쌓아가야 한다. 현재 한국 보험회사의 글로벌화 수준은 낮은 수준이고 진출국도 유럽의 경우 한 국가에 집중되어 있는 상황이다.

2. 우체국 보험과 공제조합

우체국 보험은 정부사업으로 조직, 예산, 감사 등에 국회, 감사원, 행정자치부, 예산처 등의 법률적, 제도적, 행정적 규제를 받는다. 구체적으로, 우체국 보험은 보험법의 적용을 받지 않고 우체국 예금보험에 관한 법률에 규제를 받는다. 그래서 회사지급여력제도, 영업활동규제제도, 소비자보호제도 등이 민영보험회사에 비해 약한 편이다.

8) 금융감독원, 「금융회사 해외점포 진출 현황」, 2007.

민간보험회사들은 우체국의 세제상의 혜택과 전국에 산재한 우체국을 이용한 보험영업 때문에 공정한 경쟁이 이루어지고 있지 않으므로 우체국 보험을 민간 보험으로 통합하자고 주장한다. 다른 학자들은 우체국 보험과 공제조합을 보험법이 아닌 다른 새로운 법으로 보험법 수준으로 규제를 하자고 한다. 제3의 방법으로 고려해 볼 수 있는 것으로는 방카슈랑스가 있다. 방카슈랑스를 적극적으로 이용해 프랑스처럼 우체국 은행을 설립해 우체국에서 보험을 판매하지 않고 은행에서 우체국보험 상품을 판매하는 것을 고려해 볼 수 있을 것이다.

프랑스의 공제사업은 주로 건강보험의 보조수단으로 이용되는 반면, 한국의 공제사업은 다양한 직업을 가진 조합에서 조합원들을 위해 저축과 보험기능을 수행한다. 한국의 공제사업은 특별법에 의하여 설립된 공제회가 농·수·축협 등 23개가 있고 민법에 의해 규제를 받는 체신공제, 철도청공제 등 6개 단체가 있다.⁹⁾ 보험가입액을 기준으로 가장 큰 공제조합은 2005년 현재 농협, 교직원공제회, 새마을금고, 화물자동차 공제, 수협이다.¹⁰⁾ 이들 조합의 가입자 수를 합하면 약 800만 명 정도이다. 이 중 농협의 가입자 수가 500만 명에 달한다. 특히 농협은 2005년 현재 6조 5635억 원의 보험가입액을 기록해 한국 4위의 큰 보험회사이다.¹¹⁾ 프랑스 농협의 자회사가 전국 3위를 차지한 것과 비슷한 상황이다. 보험 가입자 수를 기준으로 하면, 농협의 뒤를 이어 한국해운조합의 선박공제가 선박 1810척에 246만 명의 가입자가 있다. 선주배상책임공제의 경우 66억 원의 보험가입액에 가입자가 37만 명에 이른다.¹²⁾

공제조합은 보험법의 적용을 받지 않고 각 공제조합의 주무장관이 감독권을 행사한다. 보험법의 경우 금융감독원의 감독을 받음으로써 보험보증기금, 계약자보호 예탁금 등에 의해 보험사의 파산에도 보험금의 보상이 일정한도까지 보장이 된다. 그러나 공제회의 경우 계약자를 위한 제도나 장치가 없는 실정이다. 한-미 FTA 타결을 계기로 우체국 보험과 공제 조합의 감독권이 강화되면서 이들의 경쟁력이 한층 강화될 전망이다.

9) 정봉은, “우리나라 공제제도의 문제점 및 감독체계 개선방안,” 「보험개발연구」, 제10권 2호, 1999.

10) 보험개발원, 보험통계연감, 2005.

11) 보험개발원, 전계자료, 2005.

12) 보험개발원, 전계자료, 2005.

3. 보험서비스 판매의 특징

3.1 방카슈랑스

한국에 방카슈랑스가 도입된 2003. 9월부터 저축성 보험과 연금보험에 관해 보험회사가 자사의 보험상품 판매를 위해 은행과 제휴할 수 있게 되었다. 금융회사가 보험상품을 판매하기 위해서는 보험대리점 혹은 보험중개사로 등록을 해야 하는데 은행, 증권회사, 상호저축은행이 이에 속한다. 2007. 4. 1에는 모든 보험상품이 방카슈랑스의 대상이 되었다. 시행 첫 해인 2003년에는 초회보험료 중 방카슈랑스의 점유율은 손해보험이 0.4%, 생명보험이 39.7%이었다.¹³⁾ 보험중개사(은행, 증권회사, 상호저축은행) 별로 보험판매 비율을 보면 은행이 2003. 9월에서 2005. 3월 사이 98%를 차지하고 나머지 2%를 증권회사가 차지하였다.¹⁴⁾

방카슈랑스는 판매조직이 취약한 외국계 및 중소형 보험회사의 적극적인 활용과 보험판매를 통하여 수수료 수입을 올리고자하는 은행의 적극성에 의하여 빠르게 발전하고 있다. 시장점유율로 볼 때, 생명보험분야에서 가장 신장세가 두드러진 분야가 방카슈랑스이다. 생명보험 분야에서 방카슈랑스 도입 첫째 2003년 39.7%에서 시작해 2006년에 47.7%를 차지하게 되었다. 이와 반대로 손해보험의 경우 2003년 방카슈랑스의 비율이 0.4%에서 2006년 4.4%의 점유율을 기록하였다.¹⁵⁾ 생명보험과 다르게 방카슈랑스의 시너지효과가 손해보험 분야에서는 발휘되기 어려움이 있다고 판단된다.

방카슈랑스의 급성장에 대응해 보험업계가 은행의 종속화가 되는 것을 막기 위하여 어슈어뱅크(assurbanque)를 설립하고자 할 경우, 보험회사는 지주회사나 자회사를 설립함으로써 은행을 소유할 수 있다. 그러나 산업자본과 금융자본 분리의 원칙에 의해 산업자본이 은행주식의 4% 이상을 보유할 수 없다. 그러므로 보험회사가 어슈어뱅크를 설립하는 것은 불가능하다고 볼 수 있다. 은행은 보험업의 진출이 자유로운 반면 보험회사의 은행업의 진출이 매우 제한적이다.

3.2 보험설계사 제도

한국 보험판매의 특징 중의 하나가 판매를 담당하는 핵심 축이 보험중개인이 아니고 보험설계사란 점이다. 한국 상법 제87조에는 보험대리인을 “일정한 보험

13) 이태열·최영목·조혜원·김진억·최원, 전개논문

14) 신문식·조재현·박정희, 「보험모집제도 개선 방향」, 보험개발원 보험연구소, 2005, pp.17~40.

15) 이태열·최영목·조혜원·김진억·최원, 전개논문

자를 위하여 상시 그 영업부류에 속하는 보험계약의 체결을 대리하거나 중개하는 것을 영업으로 하는 독립된 자”로 정의하였다. 보험중개인이 주로 진출하는 손해보험 분야에 2006년 현재 중개인 점유율이 0.9%임을¹⁶⁾ 고려하면 한국에서는 보험대리인이 법적으로는 존재하지만 현실적으로는 존재하지 않는다고 볼 수 있다. 현실적으로는 “보험설계사”가 존재한다.

보험설계사는 보험사업자를 위하여 보험계약의 체결을 중개하는 이로써, 보험설계사가 되려면 금융감독위원회에 등록을 하여야 한다. 그러나 보험설계사 등록은 보험계약의 성립요건이 아니기 때문에 등록을 하지 않았어도 보험계약의 효력에는 아무런 영향이 없다. 보험설계사는 계약체결권이 없고 계약체결 중개권만 가진다. 그러므로 당연히 보험료 징수권도 가지고 있지 않다. 이전까지는 “일사전속주의”라는 원칙을 택하고 있어 보험설계사는 하나의 보험회사를 위해서만 보험상품을 판매할 수 있었다. 2006. 8. 31부터 한 보험설계사가 동시에 하나의 생명보험 회사와 손해보험 회사를 위해 보험판매를 할 수 있게 교차모집을 허용하였다. 그러나 판매사원과 보험설계사의 시장점유율이 꾸준히 감소하고 있는 추세이다. 1998년의 경우, 판매사원과 설계사가 보험판매의 98%를 점유하였던 것에 반해 2003년의 경우 이 비율이 50% 이하까지 감소하였다. 이들의 자리를 점차 방카슈랑스에 내어주게 된 것이다.

한국의 보험중개인 제도는 OECD가입과 보험료 자율화에 따라 1997년 4월에 도입되었다. 보험중개인은 보험모집인의 하나로 기존 보험 모집조직과는 달리 보험회사와의 관계에 있어서 독립적으로 보험수요자(소비자)인 계약자를 위해 보험계약을 중개하는 보험모집 조직이다. 중개인은 보험수요자를 위해 최선의 보험프로그램과 보험상품을 선택하여 보험계약을 체결하면서 그 대가로 소비자 와 보험회사로부터 일정의 중개수수료를 받는다. 보험중개인은 보험에 관한 문제에 있어 항상 소비자의 편에 서서 보험서비스를 제공하여야 한다. 중개인은 자신이 중개한 보험계약에 대한 보험료 수금, 보험증권의 점검, 고객과 보험회사와의 업무연락, 클레임 서비스 등을 한다.

이러한 목적을 달성하기 위해 중개인은 자신이 제공하는 보험서비스가 독립적이고 혁신적이면서 전문적이어야 한다.¹⁷⁾ 하지만 이학승·정성훈(2001)이 조사한 자료에 의하면 보험중개인들이 고객에 대한 주력서비스에 있어 고객의 이익이나 질 높은 상품보다는 컨설팅에 더 집중하였다. 보험중개인에 관한 법규정

16) 조혜원, 「보험중개사 역할 재정립 필요」, 주간보험이슈 제105호. 2007. 4.

17) 이학승·정성훈, “한국 보험산업에 있어 보험 중개인의 역할과 활성화 방안,” 「무역학회지」, 제 26권 2001. pp.41~69.

상의 문제점도 있다. 보험업법 제144조에서 보험모집을 할 수 있는 자의 자격요건은 보험중개인의 임원이나 사용인으로 규정하고 있다. 그러나 사용인에 대한 자격이 명확히 제시되고 있지 않아 무자격자가 보험모집을 하는 것에 대한 현실적인 제재조치가 불가능하다. 따라서 제도적으로는 보험중개인 자격증이 없는 사용인은 보험모집 행위를 하지 못하지만, 현실적으로는 대리점 등에서의 모집인은 보험회사나 협회 등에서의 기본교육만 이수하면 보험모집이 가능하므로 보험 중개인들의 영업에 장애를 주고 있다.

지금까지 보험업계는 보험회사를 중심으로 보험직접취급 사원, 대리점, 보험모집인(보험설계사)이 보험을 판매하였다. 보험중개인 제도는 이러한 판매체계 중심에서 사고의 전환을 요구한다. 보험중개인은 기본적으로 소비자의 욕구를 충족시키고자하는 측면이 강하기 때문에 종래의 보험회사와 대리점 조직이 거부감을 가질 수 있다.¹⁸⁾ 이것이 보험 중개인제도의 활성화를 저해하는 한 요인이 될 수 있다.

Ⅲ. 프랑스 보험산업

1. 유럽연합과 프랑스의 보험시장

1951년 독일, 프랑스, 벨기에, 룩셈부르크, 네덜란드, 이탈리아 등 6개 국가로 시작한 유럽공동체는 1986년에 12개국으로 확대되었다. 1991년에는 네덜란드 마스트리히트에서 유럽경제통화동맹을 위한 유럽연합조약을 체결하였다. 이 조약으로 연합내의 상품과 사람, 서비스, 자본의 자유로운 이동을 보장함으로써 무역과 경쟁조건, 근무방식에 많은 변화를 가져왔다.

보험 분야에서도 규제를 철폐하고 유럽 단일 시장을 만들기 위한 일련의 노력들이 전개되었다. 그중 중요한 발판이 되는 규정이 1994년 7월에 발표된 “제3세대 보험 지침”이다. 이 규정은 3개의 핵심 구성요소로 되어있다.¹⁹⁾ 첫 번째는 유럽연합 단일 허가증(single EU licence)에 관한 것이다. 보험업자는 영업을 원하는 개별국가에 허가를 받는 대신에 이 단일 허가증을 획득하여야 한다. 두 번째는 본국통제의 원칙(principle of home country supervision)에 관한 것이다.

18) 이학승·정성훈, 전개논문.

19) Klumpes, P. J. “Consolidation and efficiency in the major European insurance markets”. *Working pape*, Imperial college, London. 2006.

보험업자는 영업을 하는 국가가 아닌 등록을 한 국가의 통제를 받는다. 세 번째는 실제보험통제 원칙 철폐 (abolition of substantive insurance supervision)에 관한 것으로, 규제는 지급능력이나 가격책정에 한하고 계약이나 다른 거래는 실질적으로 규제가 철폐된다.

이 지침 이전에는 유럽주요국의 보험시장은 가격책정, 자회사 설립, 계약조항, 지급능력 규정 등에 대해 각 나라별로 엄격한 규제를 받아왔다. 각 유럽 국가마다 개별적 시장이 존재하였고 국경을 초월한 거래는 일부 무역부문과 재보험 분야에 약간 있었을 뿐 그 규모는 아주 미미한 수준에 불과 하였다. 이제 보험업자들은 이 지침으로 인해 유럽국가에 활발히 진출하여 초국경적으로 사업을 자유롭게 수행할 수 있게 됨으로써 규모의 경제를 누릴 수 있게 된다. 이제 거대 보험회사의 출현이 용이하게 되었다.

이러한 시장 판도의 변화로 인해 1990년대 이후부터 유럽보험업계는 인수&합병 활동이 활발히 전개되었다. 그 결과 유럽시장에서 활동하는 보험업자의 수가 크게 감소하였다. 반면, 같은 기간 동안에 여러 국가에서 보험업을 하겠다고 등록한 보험그룹의 수는 배로 증가하였다.²⁰⁾ 보험업자끼리 가격경쟁을 할 수 있게 되었다는 것은 제품과 서비스의 경쟁이 심화된다는 것을 의미한다. 게다가 이 지침은 외국회사나 은행으로 하여금 유럽시장에서 보험영업을 하도록 권장하고 있어서 기업의 규모가 작거나 효율적이지 못한 기업들은 살아남기가 더욱 어려워질 것이다.

1994년에 발표된 제3세대 보험 지침의 후속조치로 2002년 7월 유럽의회는 보험중개에 대한 지침을 발표했다. 이 지침은 유럽연합 내에 있는 보험중개인들에게 단일 신분증 체제를 구축함으로써 소비자들을 보호하고자 하는데 그 목적이 있다. 프랑스에서는 유럽법과 자국법이 상충되는 것을 없애기 위해 이 유럽 지침을 자국법으로 대체하기 위해 2005년 2월에 보험중개업을 하는 이들을 대상으로 한 지침을, 2005년 12월 15일에 이에 대해 법령을 발표하였다.

이 법은 2007년 4월 30일부터 실행에 들어갔다. 즉 2007년 4월 30일부터는 보험과 재보험 중개인들(대리인, 중개인 등)은 국가에 단일 등록번호로 의무적으로 등록이 되어있어야 한다. 그 후, 단일 신분증을 발급받을 수 있다. 그리고, 소비자 보호를 한층 강화하였다. 예를 들어, 소비자가 보험회사를 통하건 대리인을 통하건 모든 계약을 체결하기 전에 소비자가 필요한 정보를 의무적으로 제공하여야 한다. 그리고, 보험 중개인은 자신의 등록번호와 자신과 보험회사와

20) Klumpes, P. J. 전게서.

의 계약관계에 대한 정보를 소비자에게 의무적으로 알려주어야 한다. 또한, 보험가입자가 보험상품에 대해, 생명보험의 경우 보험체결일로부터 30일 이내에, 비 생명보험의 경우 14일 이내에 고발조치를 할 수 있게 되었다.²¹⁾

2. 프랑스 보험시장 규모

프랑스에서는 한 그룹이 보험업계에 진출하여 생명보험과 손해보험 사업에 종사하고 싶으면, 법적으로 구별되는 두개의 기업으로 나누어서 보험업에 종사하여야 한다. 그래서 한 그룹이 5~10개의 회사로 이루어져 보험업계에서 다각화를 이루면서 사업 활동을 벌이는 경우도 많이 있다. 1990년대에 시작한 인수 & 합병 활동은 2000년대 들어와서도 중소 보험회사들 간의 인수 & 합병 활동으로 계속되고 있다. 그렇지만 최상위 5개 그룹이 보험시장에서 약 50%정도 밖에 시장점유율을 차지하지 않을 정도로 프랑스 보험시장은 집중도가 낮은 편이다.

<표 2> 프랑스 10대 보험회사 보험가입액(2007, 억 €)

순위	회사명	국내외통합	국 내	
			생명	비생명
1	AXA	936	150	65
2	CNP	315	252	19
3	Prédica/Pacifica	243	482	20
4	AGF(Allianz)	192	77	40
5	BNP Paribas	179	107	3
6	Generali France	155	114	41
7	Groupama	149	63	53
8	Covéa	121	34	87
9	Sogecap	88	85	0
10	ACM	78	61	17

자료 : Fédération Française des Sociétés d'Assurance (FFSA), 2008년

<표 2>는 프랑스 10대 보험회사의 국내외 통합한 보험가입액과 프랑스 국내 보험가입액을 보여준다. 2007년 현재 AXA가 매출액 936억 유로로 프랑스 보험

21) Fédération Française des Sociétés d'Assurance, Intermédiation en assurance: la mise en place du nouveau dispositif. FFSA info, nr.48. 2007.

시장에서 1위를 차지한다. CNP의 뒤를 이어 농협(Crédit Agricole)의 자회사인 Prédica/Pacifica가 매출액 243억 유로로 그 뒤를 잇고 있다. 이 회사는 해외 매출액이 없고 순수 국내 매출액만으로 3위를 차지하였고 국내시장에서는 CNP에 이어 2위의 대기업이다. 2006년 Swiss RE 자료²²⁾를 보면 AXA가 세계생명보험 시장의 3.2%, CNP가 1.3%를, 농협이 1%를 점유하였다.

프랑스 보험시장은 꾸준히 성장하고 있다는 것을 <표 3>을 통해 알 수 있다. 프랑스 기업의 매출액을 살펴보면 2003년 1558억 유로에서 2007년에는 2132억 유로로 증가했다. 이는 주로 생명보험의 약진에 힘입은 바가 크다. 2003년의 경우 생명보험의 비중은 프랑스 기업 매출액을 기준으로 하면 65.47%를 전체 기업 매출액을 기준으로 하면 44.93%를 차지하였다. 그런데 2007년의 경우 이 비율이 전체 기업 매출액의 경우 47.67%, 국내 기업 매출액으로 계산하면 70.97%를 차지하게 되었다. 반면에, 손해보험은 국내 매출액 기준으로 1996년에 34.1%에서, 2007년에 오히려 29.03%로 감소하였다.

<표 3> 프랑스 보험시장 연도별 매출액(십억 €)

	2003	2004	2005	2006	2007
프랑스 회사	155.8	172.6	192.1	216.1	213.2
- 생명보험	102.0	116.6	133.6	155.8	151.3
- 손해보험	53.8	56.6	58.5	60.3	61.9
외국자회사	60.6	61.8	61.2	67.6	86.3
재보험	10.6	8.2	12.4	12.3	17.9
합 계	227.0	242.6	265.7	296.0	317.4

자료 : FFSA, 2008.

2.1 프랑스 보험회사의 특징

프랑스 보험시장에는 2005년 현재 프랑스에 세워진 약 500개의 회사와 300여 개의 프랑스 국가 내 보험 영업허가를 받은 회사의 수를 합쳐 약 800여개의 보험회사들이 진출해 있다.²³⁾ 앞으로 언급되는 회사들의 수치는 실제로 프랑스에 세워진 500여개의 회사에 대해서만 국한한다. 이 보험회사들 중 약 200여개는 주식회사의 형태를 띠고 있다.

보험회사는 법적 규제기관에 따라 크게 세 가지 형태로 나누어 볼 수 있다.²⁴⁾

22) Swiss Re, Sigma. 2006. 12.

23) Fédération Française des Sociétés d'Assurance, Annual report, 2006.

첫째, 보험법(Code des assurances)의 규제를 받는 민간 보험회사(Sociétés commerciales, 상호회사: Sociétés d'assurance mutuelles 포함), 둘째, 공제조합법(Code de la mutualité)의 규제를 받는 공제조합(Mutuelles), 셋째, 사회보장 보험법 (Code de la Sécurité Sociale)의 규제를 받는 연금보험(institutions de prévoyance)이 있다.

이제까지는 보험회사들이 한 세분화된 보험시장에 진출해 전문시장을 형성해 시장을 장악하고 있었다. 다시 말해, 이들은 각각의 분야에서 특화를 잘 하고 있었다. 그러나 보험시장이 성숙기에 들게 되자 보험회사들이 새로운 세부시장을 찾아 나서면서 이들 보험회사의 진출분야의 경계선이 점차 모호해지고 있다. 대표적인 예가 사회보험(의료보험, 국민연금) 보조부문이다. 이전에는 의료비 보조부문에서 공제조합(Mutuelles)이 거의 독보적인 위치를 차지하였었고, 국민연금에 관한 연금보험회사(institutions de prévoyance)가 맡았었다. 그런데 이제 이 두 분야에 민간회사가 뛰어들어 무한경쟁을 선언한 것이다.

이 장에서는 프랑스에서 널리 이용되는 상호회사와 3,000만 명의 조합원을 가진 공제회 연합이 있을 정도로 활성화된 공제조합에 대하여 주로 다루어 본다. 상호회사와 공제조합의 공통점은 자본금이 없고 보험계약자들에게 이익잉여금이 배당되지 않는다는 점이다.

2.1.1 상호보험회사

피보험자들이 회사의 공동소유자이며 공동소유자로서 회사의 경영에 참여한다. 보험사업의 근본목적은 이익추구가 아니고 주인인 계약자에게 필요한 좋은 보험을 공급하는 것이다. 거의 모든 상호회사들이 선납보험료 방식을 채택해 보험료를 부과하고 있다. 보험사업의 결과 잉여가 발생하면 계약자 잉여금으로 기업 내에 적립되거나 계약자 배당으로 배분된다. 반대로 부족이 발생하면 다음해에 충당금을 각출하게 된다. 기업의 경영은 계약자에 의해 선임된 이사회가 중심이 되어 이루어진다. 운영방식은 주식회사의 그것과 유사한 기업들이 많다. 상호회사들끼리 이익분배의 형태에 따라 주식회사처럼 배당을 하는 회사와 그렇지 않은 회사로 구분을 하기도 한다.

프랑스 상호보험회사는 주로 손해보험 분야에 특화되어 있고, 보험규제위원회(Commission de contrôle des assurances)의 통제를 받는다. 또한 보험에 관한 유럽법을 준수해야 하는데, 특히 유럽법 제8조에 있는 전문화 조항을 준수해야

24) Sénat, "La situation et les perspectives du secteur des assurances en France", Rapport d'information 45, Commission des finances, 1999.

한다. 이 조항에 의하면, 보험업으로 신고한 상호회사는 다른 상업활동을 할 수 없고 보험거래를 위해 직접적으로 관련된 활동만을 수행해야 한다. 이 상호회사는 다시 세 개의 분야로 나누어진다.²⁵⁾ 1) 중개인이 없는 상호회사(SAM, sans intermédiaires) : MACIF, MAIF, MAAF, 1500만 가입자, 2) 중개인이 있는 상호회사 (SAM, avec intermédiaires) : Mutuelles du Mans, AZUR, 3) 농촌과 지역 상호회사 (SAM, agricoles, locales) : Groupama.

상호회사 중 특히 중개인이 없는 상호회사가 손해보험 시장에서 점점 시장 점유율을 높여가고 있다. 자동차 보험의 경우 1987년 44%의 시장점유율에서 1996년에 50%로 상승하였다. 이러한 성장은 소비자들이 쉽게 진입할 수 있는 점포망을 갖추고 있고, 자산구조가 건실하고 비용구조를 잘 통제하고 있어 다른 보험회사들에 비해 25~30% 정도 저렴한 보험요금을 소비자들에게 제안한 덕택이라고 볼 수 있다.

구성원에 대해 살펴보면, 중간 모집채널이 없는 상호회사는 특정한 직업에 특화되어 있는 경우가 많다. 예를 들어, GMF(공무원), MAAF(수공업, 장인), MACIF(상인), MAIF(교육공무원) 등이 대표적인 모집채널이 없는 보험회사들이다. 특히, 농민들을 대상으로 하는 상호회사는 Groupama 라는 상호아래 전국 단위로 연맹을 조직하고 있다. 이 상호회사는 전국 5위의 대규모 보험회사이다. 상호회사들의(MACIF, MAIF, MAAF 등) 연합인 GEMA(Groupement des Entreprises Mutuelles d'Assurance)가 손해보험시장에서 20% 정도의 시장점유율을 차지하고 있다. 이 연합을 통해 가입한 소비자는 1,500만 명에 달할 정도이다.

유럽에서는 프랑스와 벨기에가 상호회사가 강한 나라이다.²⁶⁾ 독일은 그 역할이 미미한 실정이다. 영국과 미국도 상호회사가 비교적 강한 나라인데, 영국은 1990년대 후반부터 비 상호보험화 현상(demutualization)이 나타나기 시작했다. 1997년 Prudential 회사가 Scottish Amicable 상호회사를 인수할 때, 또 Norwich Union 상호회사가 상장을 하면서 시작되었다. 주로 상장을 할 때 주식을 회원들에게 무료로 나누어 주고 회원들이 이 주식을 임의로 처분할 수 있게 하는 방법을 이용하면서 상호보험회사는 주식회사로 탈바꿈 하였다. 미국은 더 오래전부터 이 현상이 시작되었다. 미국은 주로 중개인이 없는 상호회사(Arkwright, Hartford Streambioler, Allendale 등)가 산재분야에서 큰 역할을 해왔었다.

25) Sénat, 전계논문.

26) Sénat, 전계논문.

2.1.2 공제조합

상호회사와는 다른 Mutuelle 이라는 형태의 공제조합이 있는데, 이들은 노동부 산하 기관으로 국민 건강보험의 보조 수단으로 이용되고 있다. 공제조합은 주로 국민의료보험에서 지급해 주지 않는 부분의 의료비를²⁷⁾ 지급해 주는 역할을 주로 한다. 이 업무가 공제회 매출액의 약 70%를 차지할 정도이다. 그 외에 사고, 재해로 인한 장애, 사망, 연금 등에 관련된 업무에서 나머지 매출액을 올리고 있다. LMDE, Smerep, MGEN 등의 조합이 있다.

프랑스의 공제사업은 한국과 마찬가지로 보험법의 지시를 받지 않는다. 반면, 공제조합법(Code de la mutualité)의 규제를 받는다. 2300백만 유로의 가입액이 되지 않는 공제회는 각 지방 도청의 통제를 받는다. 비 영리단체이기 때문에 보험법에 의해 규제를 받는 보험회사에 비해 정부로부터 세금감면 등의 혜택을 받으며 운영되고 있다. 유럽연합은 1992년 3차규정 제8조의 유럽법으로 연합내의 보험회사들에게 계약자를 보호하기 위한 지급능력에 관한 법적준수사항을 마련하였는데 프랑스의 공제조합과 연금보험(Institution de prévoyance)은 보험법이 아니고 공제조합법의 적용을 받는 이유로 규제대상에서 제외되었다. 그러므로 공제조합법은 유럽법을 준수할 의무가 없다. 현재 이 두 단체는 다른 일반 주식회사나 상호회사보다 비교적 규제가 적은 상황이다. 그래서 프랑스 내에서 보험계약자 보호 등을 강화하기 위해 의무적으로 보험보증기금을 마련토록 하였지만, 공제조합이 생명보험과 손해보험을 겸업하고 있기 때문에 이러한 지불능력 규정은 거의 소용이 없는 실정이다.

전국적으로 가장 규모가 큰 공제조합은 교원공제회(MGEN : Mutuelle Générale de l'Éducation Nationale), 정유업공제회, 국립병원 공제회, 지방자치단체 공제회 등이다. 이 밖에 다른 공제회는 각 시도를 중심으로 지역적으로 조직되어 있다. 민간 기업에서도 공제회를 결성해 같은 기업 내의 종업원들이 공제회를 구성하거나, 같은 직업을 중심으로 전국적으로 공제회연맹을 결성하는 경우도 많이 있다.

1990년대 후반에는 무려 5,000여 개의 공제조합이 산재해 있었다. 그 중 4,500개는 조합원이 3,500명 미만인 조합이었다. 3,501명이 안될 경우 이 조합은 어느 법적기관의 통제도 받지 않는다. 공제조합이 연합을 하여 연맹을 결성할 수도

27) 예를 들어, 일반진료의 경우 건강보험에서는 진료비의 70%만 지급하는데, 나머지 30%에 해당하는 진료비를 이 공제조합에서 지급하여준다. 약값도 마찬가지이다. 결국, 보험가입자는 병원이나 약국에서 보험증명 카드(의료보험카드가 아닌) 하나만 있으면 어떤 금전적인 지출이 없이 진료를 받고 약을 받을 수 있다

있는데, 공제연맹 중 가장 대표적인 것은 FNMF (Fédération nationale des mutuelles de France)로서 3,000만 명의 조합원이 있었다. 여러 직업을 가진 조합원으로 구성된 FNMI(Fédération nationale de la mutualité interprofessionnelle) 연맹은 840만명의 조합원을 자랑하였다.²⁸⁾ 프랑스 공제조합은 정부로부터 세금 감면, 사무실 지원 등 여러 가지 혜택 덕분에 5,000개 이상의 공제조합이 난립하게 되었다. 그래서 프랑스 정부에서 보험감독원(Autorité de controle des Assurances et des Mutuelles)이란 기관을 설립해 공제보험의 난립현상 등을 정리하고 시장의 투명화를 위해 노력하고 있다. 결과 보험감독원에 따르면 2006년 12월 31일 현재 그 수가 1996개로 감소하였다.²⁹⁾

한국과 프랑스의 공제조합 규모가 매우 다르다. 일단 공제조합의 수에서 한국의 30여 개의 공제조합 수와 프랑스의 2000여개의 공제조합의 수는 비교하기조차 힘들 정도이다. 또한 한국은 여러 조합이 연맹을 결성하는 경우는 드물고 프랑스는 특정 직업인들의 조합이 연맹을 결성하여 조합원의 이익을 대변하고 권리를 찾기 위해 적극적으로 단합하는 모습을 보인다. GEMA라는 연맹에 가입한 조합원이 1500만 명이고 손해보험시장에서 20%의 시장점유율을 기록한다는 사실에서 이를 잘 증명한다.

한국의 공제조합에 대해서는 주로 민간보험회사가 연구를 하였는데, 공제조합이 계약자 보호를 위한 장치가 미흡함에도 민간 보험회사와 같이 보험시장에서 경쟁을 해야 하므로 민간보험회사에게 불리하다는 내용이 주를 이룬다.

2.1.3 우체국 보험

우체국 보험은 국가기관이라는 명성과 전국에 산재한 우체국 사무소와 종업원의 혜택을 보고 있다. 처음 우체국 보험은 재무부(Trésor public)와 함께 연금저축보험관리공단(Caisse nationale de prévoyance, CNP)의 상품을 판매하기 시작하면서 시작되었다. 이들의 보험상품 판매는 시장경쟁질서를 왜곡한다는 이유로 다른 경쟁자들에게 항의를 받았다. 우체국은 1968년부터 보험법에 의거 CNP의 생명보험을 판매할 수 있는 자격을 부여받았다. 이 법은 1990년도에 폐지되면서 새로운 법으로 대체되었다.

새로운 법에 의하면, 우체국은 시장의 경쟁질서를 준수하는 가운데 모든 종류의 보험상품을 판매할 수 있게 되었다. 결과적으로 우체국은 법의 보호아래 손해보험 분야에까지 상업활동의 범위를 넓힐 수 있게 되었다. 1992년에 우체국은

28) Sénat, 전게서.

29) 보험감독원(www.ccamip.fr/info/) 자료 참조.

민간 보험상품 중개업자로 등록하였다. 그렇지만 우체국이 새로운 보험상품을 시장에 출시할 경우에는 정보통신부와 재정경제부의 동의를 얻어야 한다. 1997년에 우체국은 AGF와 협약을 맺고 손해보험 분야에 본격적으로 진출하고자 했으나 보험 대리인들과 방카슈랑스들의 반대에 부딪혀 재정부의 동의를 얻어내는데 실패하였다. 그래서 우체국은 연금저축, 생명보험 분야의 상품판매가 주를 이루었다.

우체국이 손해보험 분야의 상품을 판매하게 되면 보험시장에서 우체국에 상응하는 이미지와 전국 조직, 사무소를 갖추지 못한 다른 보험회사를 희생시키게 되므로 공정한 경쟁시장 체제를 왜곡하게 된다. 그래서 2007년까지 이행하기로 한 프랑스 정부와 우체국 간에 체결한 협정에 따라 우체국은 더 이상 손해보험(자동차, 주택) 분야에서 영업을 할 수 없게 되었다. 또 한 가지 새롭게 바뀐 점은 이제부터 우체국은 우체국이란 이름으로 보험 등의 금융업무를 하지 않는다는 점이다. 우체국은 우체국은행(postal bank) 설립을 허용하는 새로운 법이 2005년 5월에 발효됨에 따라 2006년 1월에 우체국은행이 탄생하였다. 이의 탄생을 위해 2004년에 이미 우체국 금융 업무를 우체국은행이라는 이름하에 구분하면서 우체국은행의 법적 위치를 다른 일반 금융회사와 동일하게 만들었다. 2005년 12월에는 유럽집행위원회가 우체국은행의 설립을 허가하였다. 우체국은행은 생명보험 분야와 여/수신 사업을 주로 한다. 우체국은행은 각 분야에서 고유의 업무를 수행하는 여러 개의 자회사를 SF2라는 지주회사가 소유하는 형식으로 되어있다.³⁰⁾ 2005년 금융업무 분야의 매출액은 43.7억 유로를 기록하였다.

3. 보험서비스 판매의 특징

3.1 전통적인 판매채널 vs. 방카슈랑스

3.1.1 전통적인 판매채널

보험판매란 보험업자와 소비자 사이에 계약을 체결하는 것을 말한다. 보험은 다양한 방법을 통해 판매가 되고 있다. 전통적인 판매 방식(판매사원, 대리인, 브로커, 판매점)이외에 은행이나 대형 할인점, 자동차 제조업체를 통해 보험을 모집한다거나 전화나 인터넷을 통한 판매도 꾸준히 늘어나고 있다.

판매사원은 옛 국영기업이었던 UAP(Union des Assurances de Paris, AXA 보험회사의 자회사), AGF(Assurances Générales de France, 1818년 설립),

30) La Poste, Annual report, 2005.

GAN(Groupe des Assurances Nationales), La Mondiale 등의 회사에 많다. 이들은 주로 집안에 머무는 이들을 대상으로 보험판매에 나선다. 이들의 숫자는 계속적으로 감소하는 추세이다. 대리인은 한곳 이상의 전통적인 보험회사로부터 권한을 위임받아 보험을 모집할 수 있다. 약 13,000명의 대리인이 있으며, 이들은 개인 손해보험 판매에 강세를 보이고 있다. 이들은 대리인이 없는 상호회사와 새롭게 생겨나는 모집형식에 경쟁하기 위해 직업의 현대화를 꾀하고 있다. 이들은 직업교육을 강화하고, 권한을 위임받은 보험회사와의 긴밀한 관계를 유지하고 대리점들을 통폐합하는 중이다. 중개인들은 보험회사와 직접적인 관계가 없고 보험 계약 고객을 위해 일을 한다. 주로 생명보험과 손해보험분야에서 일을 한다. 요즘은 위험과 고객의 종류에 따라 시장을 세분화 하는 추세가 강하다. 또 다른 중요한 추세는 인수 & 합병을 통해 중개인 사무소를 통합하는데 영-미계 그룹들의 영향력이 커지고 있다.

판매점(대리점, 지점)은 주로 대리인이 없는 상호회사들(GMF, MACIF, MAIF, MAAF 등)이 주로 이용방식이었지만, 1980년대 초에 들어서 은행들과 우체국이 자신들의 판매점을 이용하여 보험상품을 팔기시작하면서 판매점 판매 방식은 더 이상 상호회사들의 전유물이 아니게 되었다. 게다가 최근에는 대형 할인점들도 이런 판매점 방식을 이용하여 보험판매에 나서고 있다.

3.1.2 방카슈랑스

지금껏 프랑스 보험시장의 경쟁자들은 주로 은행이나 다른 금융사였지 유럽의 다른 나라 보험회사들이 아니었다. 1994년에 유럽연합 국가들이 연합 내에 보험회사를 자유롭게 설립할 수 있도록 허용이 되었지만, 이로 인한 영향은 미미하였다. 대표적인 보험회사의 경쟁자는 은행들이다. 방카슈랑스는 은행이 보험회사를 대리해 보험상품을 판매하는 제도를 말한다. 은행은 이에 대한 대가로 일정한 수수료 수입을 얻는다.

방카슈랑스의 경제적 시작 동기는 수요측면과 공급측면으로 생각해 볼 수 있다. 수요측면에서 보면, 소비자가 보험상품을 은행에서 구입하는 원스톱 쇼핑을 제공받은 대가로 그러한 비용을 치르고자 한다는 가정에서 방카슈랑스가 발생되었다고 보는 것인데, 이는 소비자들이 기꺼이 비용을 치르면서까지 원스톱 쇼핑을 원한다고 보기는 어렵다.³¹⁾ 그러면 공급측면에서 그 동기를 찾아볼 수 있는데, 하나는 시너지 효과이고 다른 하나는 위험분산 효과이다. 시너지 효과덕

31) Allen, L., J., Jagtiani, "The risk effects of combining banking, securities, and insurance activities," *Journal of economics and business* 52, 2000. pp.485~497.

택에 은행이 그동안 고객과 쌓은 관계 속에서 얻은 정보를 보험서비스 제공에 다시 쓸 수 있기 때문에 보험서비스 제공에 대한 비용을 줄일 수 있다. 한편, 은행의 입장에서는 은행사업과 상관관계가 100%가 아닌 사업(보험)을 보유함으로써 은행의 위험노출을 줄이게 되므로 이로써 은행은 자본비용을 줄일 수 있게 된다.

1970년대에 은행그룹들은 생명보험 자회사를 설립하고 은행창구에서 생명보험에 관한 보험상품을 팔기 시작하였다. 그 후, 1984년에 보험법에서 은행에게 보험상품을 취급할 수 있도록 허용한 후부터 은행들은 매우 활발한 활동을 전개하였다. 은행들은 보험상품을 개발할 수는 없지만 보험회사를 자회사로 설립함으로써 보험상품을 팔 수 있다. 그러나 은행들은 보험상품을 팔기 위해 자회사를 설립하기 보다는 중개업을 선호하고 있다. 다시 말해, 은행들은 보험회사들이나 보험 자회사와 협약을 맺은 뒤 수수료를 받으며 은행창구를 이용해 협약한 보험상품을 판매한다.

은행들의 보험시장 침투는 성공적으로 이루어졌고 가속화하고 있다. 은행들의 합병으로 인해 거대은행의 자회사인 방카슈랑스의 탄생도 가져왔다. 이 거대은행들은 강력한 시장경쟁 체제를 갖추고 경쟁할 합병 후기 국면을 맞이하고 있다. 다른 은행들도 소매금융의 견인차인 대출사업이 부진을 보이자 보험판매에 많은 관심을 보이고 있다. 보험회사들은 이에 맞서 “어슈어뱅크(Assurbanque)”를 내세우면서 시장 재탈환을 노리며 판매채널을 현대화하는 등 방카슈랑스에 반격을 가하고 있다. 그러나, 이 보험회사들의 “은행화” 진전 수준이 아직 미진한 것으로 보아 보험회사들의 은행부문 시장점유율은 작은 수준에 머무를 것으로 보인다.³²⁾

방카슈랑스의 강력한 성장의 기저에는 전통적인 보험 판매망에 비해 은행들이 전국적으로 훌륭한 점포망의 혜택을 볼 수 있다는 점과 신상품의 경우 은행 판매망을 이용하면 일정한 고정비에 적은 변동비만을 추가하면 되는 비용절감의 요인이 크게 작용하였다고 볼 수 있다. 그리고 간단하고 흔한 보험상품의 경우 보험판매인이 가지고 있어야 할 기술적 능력은 비교적 낮은 수준이다. 생명보험 상품의 경영과 은행의 예금/저축을 경영하는 것은 서로 보완적이고 유사한 측면이 많다. 경쟁감독위원회(Le Conseil de la concurrence)는 방카슈랑스가 즐기고 있는 전통채널에 대한 비교우위는, 시장에서 방카슈랑스를 위한 차별이 존재하지 않고 방카슈랑스가 확실하게 경쟁상대를 쓰러뜨리기 위한 가격정책을

32) Jeremy, A., “Le secteur de l’assurance en France et ses perspectives”, Eurostaf, 2006.

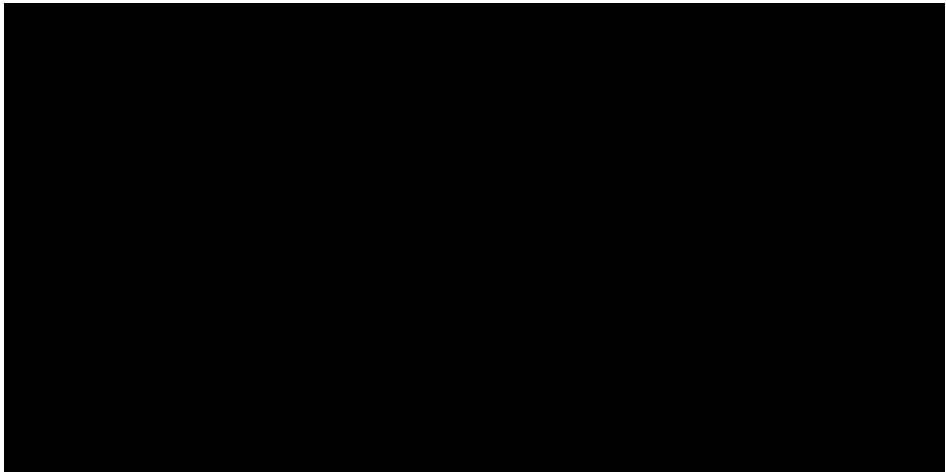
(predatory pricing) 사용하지 않기 때문에, 시장 경쟁체제를 왜곡하지 않는다고 지적하고 있다.

반면, 한국이나 프랑스에서 손해보험 분야에 있어서는 이런 방카슈랑스의 시너지 효과가 발휘되고 있지 않다. 이는 손해보험은 분야가 넓고 분야별 다루는 업무가 다르고 재난발생시 고객들은 보험회사의 높은 수준의 서비스를 요구하고 있기 때문으로 보인다. 서비스 수준을 높인다는 것은 방카슈랑스들이 부담해야 하는 비용이 높아짐을 의미한다. 또한, 생명보험 사업은 비교적 대수의 법칙에 따라 위험의 통제가 가능하나 손해보험 사업의 경우에는 그것이 가능하지 않기 때문이다. 방카슈랑스가 손해보험의 분야에서 1997년의 경우 6%의 시장점유율을 기록하였다. 앞에서 지적한 것처럼 손해보험 분야에 강세를 보이는 회사는 중개인이 없는 상호 회사이다.

방카슈랑스(Bancassurance)의 성장이 계속됨으로써 전통적 판매방식에 종사하는 이들은 시장이 성장함으로써 얻는 기업이익 이외에는 별로 뚜렷한 성과를 내지 못하고 있다. 유럽의 여러 나라에서는 특정한 보험판매 채널이 점점 시장을 지배하게 되는 등 시장의 전문화가 진행되고 있다. 예를 들어, 이탈리아, 독일, 스페인의 경우 대리인이, 영국, 네덜란드의 경우 중개인이, 벨기에의 경우 대리인과 중개인들이 점점 시장을 지배하고 있다. 반면 프랑스의 경우 생명보험과 손해보험 분야에서 뚜렷이 대비되는 판매채널이 시장을 지배하는 경향을 보인다.

3.1.3 보험 판매채널별 시장점유율

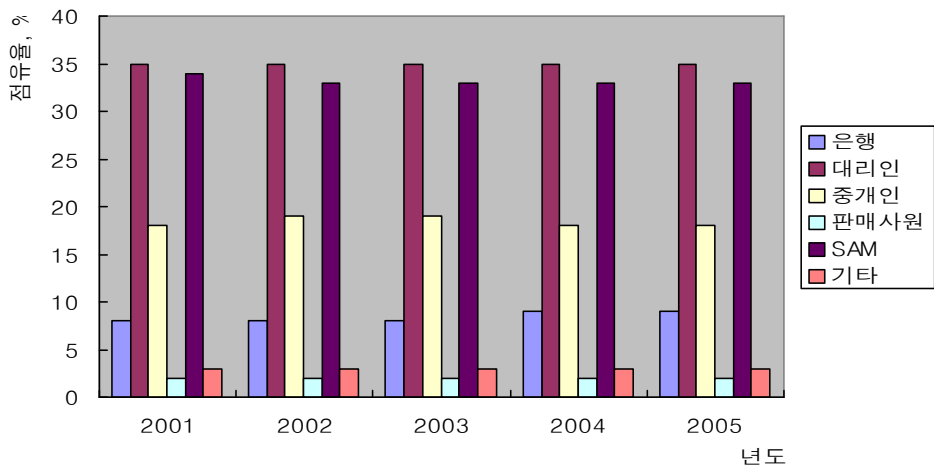
<그림 1>은 2001년 이후의 프랑스 생명보험서비스 판매 채널별 시장점유율을 보여준다. 2001년 이후 은행이 생명보험 모집분야에서 1위(약 61%)의 시장점유율을 차지하고 있다. 이러한 은행의 강세는 10년 전부터 계속되고 있다. <그림 1>을 통해 생명보험은 주로 은행을 통해 판매가 되는 것을 알 수 있다. 이런 성장세의 반대편에는 직접판매 등의 감소와 주로 상호회사(SAM)들이 이용하는 대리점 판매를 통해서도 생명보험 계약이 거의 이루어지고 있지 않다고 볼 수 있다.



자료 : Fédération Française des Sociétés d'Assurance(FFSA), 2006

<그림 1> 생명보험 모집 채널별 점유율, %

<그림 2>는 손해보험의 판매 채널별 시장 점유율을 보여준다. 생명보험 판매와는 대조적으로 <그림 2>는 상호회사들이 손해보험 모집에 특화를 하고 있다는 것을 보여준다. 대리인과 상호회사의 판매점(SAM)이 손해보험 판매 분야를 거의 지배하고 있다. 그 뒤를 이어 중개인들이 있는데, 이들은 기업보험에 특화를 하고 있다. 특별한 위험에 관계되는 보험이나 운송, 기업보험에 관계되는 보험에서 상호회사의 판매점이 매우 강세를 보이고 있다.



자료: Fédération Française des Sociétés d'Assurance(FFSA), 2006.

<그림 2> 손해보험 모집 채널별 시장점유율, (%)

4. 시사점

그동안 한국 보험산업은 수익성보다는 성장을 중시하는 경영전략을 취해온 결과 매출과 수익성과의 불균형이 심화되어 보험사의 재무건전성이 항상 문제되어 왔다. 세계적인 보험회사들과 비교해 볼 때 삼성생명 1개사가 세계 20대 보험회사에 포함되어 있다. 한국이 전 세계 보험시장에서 차지하는 시장규모와는 달리 보험회사들은 서구 경쟁국의 주요 보험사에 비해 규모와 수익성면에서 뒤져있다. 아이러니하게도 800개의 크고 작은 회사들이 프랑스 보험시장에서 무한한 경쟁을 하며 영업을 하고 있는 상황에서 세계적인 보험회사들이 더 많이 나오고, 과점체제가 정착된 기업환경에 있었던 한국 보험회사에서 오히려 더 적은 세계적인 보험회사가 나타났다.

보험시장의 글로벌화 수준이 높아질수록 외국기업의 한국시장 진출은 더욱 활발해 질 것이다. 한국 시장에서의 경쟁정도의 상승으로 인해 현재와 같은 과점체제는 장기적으로 해체되거나 상당히 약화될 것이다. 그러므로 국내 보험그룹들도 필수적으로 해외진출을 통해 성장을 꾀해야 할 것이다. 그러나 현재는 한국의 보험회사의 보험경영에 대한 노하우, 자금력, 생산성 및 국제적 인지도 등이 한국의 주요 경쟁국인 미국 및 유럽 등에 비해 낮은 편이다. 90년대 초에 이미 구조조정을 시작한 프랑스 보험회사들이 현재는 상위 3개사 모두 전 세계 보험시장 점유율 최소 1%를 차지한다는 사실은 한국 보험그룹에게 시사하는 바가 많다. 그리고 공기업 보험(우체국), 공제조합(농협) 등을 포함한 많은 보험회사들이 시장에 존재한다는 것은 보험회사들 간의 경쟁을 촉진시키기 때문에, 장기적으로 소비자 후생 증가에 기여를 한다. 그러므로 보험시장의 공급자를 늘리는 일은 필요하다. 또한 그럼으로써 한국 보험회사들이 체질개선을 통해 경쟁에 익숙해져 프랑스의 경쟁적인 보험시장에 진출할 때 어려움이 덜 할 것이다.

방카슈랑스를 계기로 은행계 보험회사와 선진금융기법, 풍부한 자금력, 글로벌 네트워크 등을 가지고 있는 외국사의 보험시장에 대한 지배력이 증가될 것으로 예측할 수 있다. 금융겸업화의 세계적인 추세에 맞추어 한국의 대형보험사들도 금융그룹화를 추진하고 세계적인 규모가 되기 위해 초대형화를 꾀하는 것을 적극적으로 고려하고 있다. 그러나 현재 한국 보험시장의 집중도가 심화되어 있는 상태이기 때문에 대형보험사들의 보험종합그룹화는 시장지배력 집중을 더욱 심화하여 이들의 남용을 초래하여 오히려 시장의 효율성을 저해할 위험성이 크므로 이점에 대한 조치가 동시에 이루어져야 할 것이다.³³⁾

신문식 외(2005)가 지적하는 것처럼 금융겸업화에 대해 소비자의 입장에서 보면, 소비자 편익 증대를 위한 종합서비스 제공이 지금과 같은 보험설계사 중심의 모집체계를 유지하는 가운데 전문성을 동반하지 않을 경우 특정소비자집단의 욕구를 만족시키지 못하는 경우가 발생할 수 있다. 이 문제를 프랑스는 보험중개인 단일허가증으로 풀어나가고 있다. 보험관련 중개인들을 국가에 단일 번호로 등록하도록 함으로써 국가가 이들의 자질과 능력을 보장하려는 것이다.

보험설계사 중심의 현재 보험모집제도는 최근의 개방화, 전문화, 겸업화 등의 변화에 적합하지 못하다는 비판이 일고 있다. 보험 판매 행위에 있어서 보험모집 시 성가시게 접근하여 보험소비자의 의사결정의 자유를 제약하는 경우 이는 위법이다. 또 소비자를 심리적 강제상황에 몰아넣어 계약체결을 강요하는 것도 위법이다.³⁴⁾ 공정거래위원회는 보험업에 대한 공정거래법 적용강화에 관심을 가지고 불공정 거래 행위에 대해 규제를 하고 있다. 그러므로 이제는 보험설계사가 소비자의 요구를 충족시킬 수 있는 다양한 서비스를 제공하는 전문 인력이 되어야 한다.³⁵⁾ 보험상품의 교차판매 허용을 통해 보험설계사의 소득을 보전해 주려는 소극적인 정책보다는 이들을 전문 직업군으로 양성하여 보험중개인 체제로 나가는 것을 적극적으로 고려해 볼 수 있다. 이것이 방카슈랑스, 통신판매 등 새로운 모집채널의 발전에 대응할 경쟁력 강화를 위한 적극적 대응책이 될 것이다.

하지만 현재 보험시장의 과점적 형태가 유지되는 한 자유로운 경쟁이 제한되기 때문에 보험회사의 보험료율 수준이 거의 같다. 이것이 보험중개인들이 처한 가장 큰 어려움이기도 하다. 즉, 보험요율 협상의 여지가 없으므로 가격에 민감한 보험소비자들의 외면은 이미 예견돼 있었다고 볼 수 있다. 보험회사의 경영 실적에 따라 달라져야 할 보험료가, 다시 말해 보험계약자가 상품을 선택할 권리가 담합하고 있는 보험회사들에 의해 제한되고 있다.³⁶⁾ 중개인 제도의 활성화를 위해서는 보험시장의 자유 경쟁적 환경조성과 보험중개인들의 전문성이 필수 조건이다. 그래야 이를 바탕으로 소비자에게 최적의 보험요율과 보험상품을

33) 신문식·임병인·조재현, 전계논문

34) 정호열, 전계논문

35) 또 다른 문제는 바로 보험설계사에 대해 근로자의 지위를 부여하지 않는 문제다. 이에 대한 근거로는 위촉계약의 체결, 모집인에 대한 별도의 규정 존재, 자격에 대한 특별한 제한 및 전형 절차의 부재, 징계규정은 없으며 해촉규정만 있는 점, 조회 및 석회는 교육과 최소한의 지시를 위한 것, 기본급의 부존재(실적에 따른 수당의 지급), 다른 영업 종사에 대한 제한의 부재, 업무수행방식에 대한 제한 부재, 업무수행과정에서 임의 이탈가능성, 사업소득세의 원천징수 및 사회보험 미적용 등 이다(정호열, 2003).

36) 이학승·정성훈, 전계논문

알선해 줄 수 있다.

장기적으로 한-EU FTA를 통해 EU국가들과 상호자격인증 시스템이 작동을 했을 때 서비스 전문인력이 EU국에서 한국으로가 아닌 한국에서 EU국으로의 이동이 일어나게 하여야한다. 그러기 위해서는 금융서비스 낙후국에서 서비스 전문인력 수출국으로 탈바꿈할 체제를 마련해야 할 것이다.

한국 보험회사가 해외에 진출하기 위해서나 한국 내에서 외국계 보험회사들에게 시장점유율을 내어주기 않기 위해서도 한국 보험회사들은 글로벌 경쟁력을 키워야 한다. 글로벌 경쟁력이라는 것은 향후 시장 및 경제여건의 근본적인 변화 등이 있을지라도 생존하고 성장할 수 있는 경쟁력 있는 경영체질을 갖추는 것이다.³⁷⁾ 이를 위해서는 선진 경영시스템 구축이 필요하다. 이를 통해 원가 절감, 고객 최우선 경영, 고도의 전문능력 배양을 해야 할 것이다. 이 모든 바탕에는 창조적인 인적자원이 있다. 그러므로 학계, 업계, 보험관련기관들이 국제경쟁력을 갖춘 인적자원을 양성하고 배출하고 있는가를 자문해보아야 한다. 프랑스는 2006년 현재 235,000여명이 보험산업과 관련하여 종사하고 있다. 한국은 2004년 현재 252,000여명이 종사하고 있다. 두 나라의 보험종사 인력 규모가 거의 대등한 수준이라고 판단할 수 있다.

프랑스의 경우 매년 10,000명~14,000명의 보험종사인력이 채용되고 있다.³⁸⁾ 주로 젊은층이 취업 대상이라고 보고 있다. 실제로 보험회사 종사인원의 약 60%정도가 30세 이전의 젊은이들로 이루어져 있다. 보험인력의 전문화를 위해 보험관련 전문대학에서는 보험전문 학위를 수여해 졸업과 동시에 취업이 이루어 질수 있도록 교육시스템을 2006년에 개혁하였다. 그래서 2007년도 입학생부터 이 학위를 취득할 수 있게 되었다. 일반 대학교의 경우 학사-석사-박사 과정의 학생을 대상으로 전문직업교육 과정을 운영하고 있다. APESA (Association paritaire pour l'emploi dans les sociétés d'assurances) 라는 협회는 보험회사와 보험노조에 의해 설립이 되었는데, 주로 보험인력을 채용하려는 회사와 보험회사에 취업을 하고 싶어하는 학생 및 일반인들을 연결시켜주는 역할을 활발히 하고 있다. 보험회사들이 직원들의 재교육과 평생교육도 열심인 것으로 보여진다. 프랑스에서 가장 많은 투자를 하는 회사들이 보험회사들이다. 2004년의 경우 프랑스 정부의 재교육과 평생교육 의무비율인 1.6%를 많이 초과한 4.8%의 (244,000,000유로) 교육률을 기록하였다.³⁹⁾

37) 정중영, 전계논문

38) FFSA, L'assurance en France en 2007. 2007.

39) FFSA, L'assurance en France en 2007. 2007.

현재 한국에 보험전문인 관련 자격증은 보험계리사, 손해사정인, 언더라이터, 보험중개사 등이 있다. 금융감독원에서 매년 실시하는 시험을 통해 보험전문인이 탄생한다. 2003년에 보험계리사와 손해사정인을 합쳐 460명, 보험중개업자 86개를 선발하였다.⁴⁰⁾ 2006년에는 보험계리사와 손해사정인을 합쳐 1,078명을 선발하였다.⁴¹⁾ 매년 10,000여명의 보험관련 인원이 보험업계에 채용된다고 가정하면, 보험업계의 규모에 비해 전문인력은 턱없이 부족한 상태이다. 또 다른 문제는 현재 보험 전문인력 시험제도는 선발위주의 시각에서 이루어지고 있지, 전문인 육성 차원에서 이루어지지 않고 있다는 것이다.

국내 보험산업은 단기 수입에 입각한 성과측정으로 비용절감을 지나치게 강조하다보니 성장에 필수적인 인적자원에 대한 투자를 소홀히 하고 있다.⁴²⁾ 이는 정중영 (2007)이 지적하는 것처럼 선진 시스템을 구축하고 운영할 기본적인 인력투자에 소홀히 하면서 선진 경영시스템 구축을 목표로 하는 한국 보험산업의 현실은 우수한 선수가 없는데 월드컵 16강을 목표로 하는 것과 비교될 수 있다. 인적자원에 대한 투자가 비용이 아닌 자산으로 보고 장기간에 걸쳐 이윤을 창출할 것이라는 신념으로 학계, 업계, 보험관련 단체에서는 오히려 전 방위로 전문가를 육성하는 시스템을 구축하는데 힘써야 할 것이다. 대학에 보험관련 전공에 전문 학위 신설 등을 고려하고, 보험중개인들에 대해서는 전문화 계속프로그램의 일환으로 보험중개인 전문가 과정 등을 신설하는 것을 적극 고려해볼 필요가 있다. 전문가를 체계적으로 육성하고 육성된 전문가의 수준을 지속적으로 관리하는 시스템을 구축하는 것은 글로벌화에 시대에 보험 인력의 경쟁력을 높이는 한 방법임과 동시에, 한-EU FTA 협상의 타결 시 보험 전문 인력의 수출이 가장 빠른 시일 내에 일어나게 만드는 길이기도 하다.

IV. 결 론

본 논문에서 프랑스의 보험산업과 판매제도, 보험인력 양성제도 등을 고찰하였다. 프랑스도 한국과 비슷한 겸업화, 개방화의 상황을 경험하였고 이를 통해 보험산업의 구조적 변화를 겪었다. 본 논문의 내용을 요약하면, 프랑스 보험회

40) 보험일보(www.insura.net) 참조.

41) 보험일보(www.insura.net) 참조.

42) 정중영, 「보험산업과 글로벌 경쟁력-전문인력 양성부터 시작해야 한다」, 보험개발원, 전문가 칼럼, 2002. 4.

사는 역사가 오래된 점과 걸맞게 보험발달 단계의 초기형태인 상호보험, 공제조합들이 생겨난 이래 여전히 명맥을 유지하고 있고, 더 나아가 시장 점유율도 상당히 높다. 한국은 보험의 역사가 짧은 것처럼 상호보험회사가 존재하지 않고 주로 주식회사 형태의 보험회사가 절대다수를 차지한다. 프랑스 내부시장은 수많은 회사들이 존재하여 경쟁체제가 어느 정도 수립된 듯하다. 한국의 경우는 외국회사들의 한국보험시장 진입으로 인해 경쟁의 수준이 상승하고 있는 단계이다. 프랑스는 방카슈랑스 종주국답게 오래전에 방카슈랑스가 시작되어 정착이 되어 생명보험 모집분야에서 독보적인 존재이다. 한국은 방카슈랑스의 도입이 얼마 되지 않았지만 그의 성장세는 거의 폭발적일 정도로 강하다. 그래서 점점 강해지는 은행의 지배력에 대항하고자 보험회사들이 고심 중이다. 프랑스는 보험중개사 제도가 정착이 되어 있고, 이들이 제공하는 서비스를 일정 수준으로 유지/관리하기 위해 단일신분증 제도를 실시하고 있다. 보험인력 양성 분야에 있어서는 한국의 선발중심과는 달리 대학에서부터 체계적으로 육성하고 있다.

프랑스와 한국 보험산업의 특징을 비교하면, 산업 구조(industrial organization)적으로 프랑스는 경쟁체제, 한국은 과점체제, 회사형태로는 프랑스는 주식회사뿐만 아니라 상호회사도 강세, 한국은 주식회사 중심, 보험판매 인력은 프랑스는 보험중개사(소비자 중심), 한국은 보험설계사 중심(공급회사 중심)의 차이가 있다. 프랑스 보험시장에 진출하려는 한국 보험회사들은 위에 서술한 차이점을 숙지하고 폭넓게 시장파악을 하여야 할 것이다.

프랑스는 국내 보험시장의 경쟁체제가 정착된바 이에 힘입어 유럽연합국들과 경쟁할 시스템구축을 한창 진행하고 있는 중이다. 실제로 프랑스는 유럽금융시장 통합을 위해 자국의 금융관련법과 제도를 유럽의 그것과 상충되지 않게 하려는 노력을 기울이고 있다. 나아가 독일과 프랑스가 유럽통합을 이끄는 양대축임을 증명하듯 이 두 국가들은 유럽 금융시장통합을 위해 유럽금융법 등을 마련하는 중이다. 그런데 문제는 유럽 규정으로 제한한 부문 이외에는 여전히 자국법을 통해 강력하게 규정하고 있는데, 이렇게 유럽법과 국내법의 상존으로 인해 법적으로 복잡성이 더 심화되고 있다는 점이다.⁴³⁾ 그러므로 한국 보험회사들이 프랑스에 진출하고자할 때, 프랑스 국내법과 유럽법과의 차이를 꼭 숙지해 한국기업이 불필요하게 불리한 상황에 처하거나 낭패를 보는 일이 없도록 대비하여야 할 것이다.

유럽은 금융시장을 단일화 하기 위한 지급준비 규정, 국경을 초월한 등록 시

43) Sénat, 전제논문

스텝, 표준화된 계정사용 등으로 연합내의 보험회사들에 대한 규정을 상당한 수준으로 통합하였다. 이 덕분에 표준화된 정책들이 여러 나라에서 시행되기 시작하였다. 그렇지만 유럽금융시장통합을 위한 제도적 정비 부분은 아직 아시아 금융시장 통합의 논의가 거의 없는 상태이기 때문에 프랑스의 경험을 직접적으로 교훈으로 이끌어내기가 어렵다.

이 논문은 프랑스 보험회사들의 해외진출에 관한 구체적인 사례로부터 한국 보험회사들의 세계화 방안에 대한 시사점을 제공하거나, 반대로 한국이나 프랑스에 진출한 외국회사들에 대한 특징을 제공하지 못하는 한계를 가지고 있다. 또한, 프랑스 보험인력 양성시스템에 대한 심층적 연구를 통해 한국의 업계, 학계의 보험관련 인력양성 프로그램 개발에 필요한 구체적인 아이디어 제시에 관한 연구는 후속연구로 필요한 분야라고 판단된다.

참고문헌

1. 금융감독원, 「금융회사 해외점포 진출 현황」, 2007.
2. 보험개발원, 보험통계연감, 2005.
3. 보험개발원, 보험통계월보. 2008. 5.
4. Fédération Française des Sociétés d'Assurance, annual report, 2006 pp. 54~62.
5. Fédération Française des Sociétés d'Assurance, “Intermédiation en assurance: la mise en place du nouveau dispositif”. FFSA info, nr.48. 2007. p.3.
6. FFSA, L'assurance en France en 2008.
7. La Poste, Annual report, 2005. pp.9~39.
8. Swiss Re, Sigma. 2006. 12.
9. 김선아, 「한-미 FTA 협상 타결이 보험산업에 미치는 영향」, 주간보험이슈 제104호, 2007. 4.
10. 송백훈 · 김홍중 · 이준규 · 서진규, 「한-미, 한-EU FTA 동시추진의 경제적 효과」, 대외경제정책연구원, 2007.
11. 신문식 · 임병인 · 조재현, 「보험산업의 비전과 대응과제」, 보험개발원 보험연구소, 2005. 3. pp.34~76.
12. 신문식 · 조재현 · 박정희(2005), 「보험모집제도 개선 방향」, 보험개발원 보험연구소, pp.17~40.
13. 신종각, “생명보험회사의 설립형태 및 규모별 생산성 변화추이 분석”, 「보험개발연구」, 제17권 1호, 2006, 3. pp.3~29.
14. 이태열 · 최영목 · 조혜원 · 김진억 · 박정희, 「2007년도 보험산업 전망과 과제」, 보험개발원 보험연구소, 2006. 11. pp.27~28.
15. 이태열 · 최영목 · 조혜원 · 김진억 · 최원, 「보험산업 주요지표의 중장기 전망」, 보험개발원 보험연구소, 2006. pp.27~28.
16. 이학승 · 정성훈, “한국 보험산업에 있어 보험 중개인의 역할과 활성화 방안”. 「무역학회지」, 제26권, 2001. pp.41~69.
17. 정봉은, “우리나라 공제제도의 문제점 및 감독체계 개선방안”, 「보험개발연구」, 제10권 2호, 1999, 7. pp.165-192.
18. 정호열, “한국보험시장에 있어서 반독점정책의 전개”, 「보험학회지」, 제66

- 집, 2003, 12. pp.85~109.
19. 정중영·안철경, “교차판매가 생명보험 시장 점유율에 미치는 영향분석”, 「경제연구」, 제25집, 2007. pp.65~90.
 20. 정중영, 「보험산업과 글로벌 경쟁력-전문인력 양성부터 시작해야한다」, 보험개발원, 전문가 칼럼. 2002. 4.
 21. 조혜원, 「보험중개사 역할 재정립 필요」, 주간보험이슈 제105호. 2007. 4.
 22. Allen, L., J., Jagtiani, “The risk effects of combining banking, securities, and insurance activities,” *Journal of economics and business* 52, 2000. pp. 485~497.
 23. Dionne, G. “Offre d’assurance non vie: une revue de la littérature récente”, *Working Paper*, 1998.
 24. Jeremy, A., “Le secteur de l’assurance en France et ses perspectives”, *Eurostat*, 2006. p.1.
 25. Klumpes, P. J. “Consolidation and efficiency in the major European insurance markets,” *Working Paper*, Imperial College, London. 2006. pp.1~30.
 26. Klumpes, P. J., S. Diacon, P. Fenn, C. O’Brien. “European insurance market: Recent trends and futur regulatory developments”, in Cummins and V. Bernard, *Insurance market*, Kluwer. 2006.
 27. Sénat, “La situation et les perspectives du secteur des assurances en France”, Rapprt d’information 45, Commission des finances, 1999. pp.10~150.
 28. www.studyrama.com(2007. 2.)
 29. www.ccamip.fr

Abstract

Korean insurance market globalization and specialization of distribution agents

—comparative study with French insurance market—

Yeo, Hee-jung*

The EU holds about 50% of exports and imports in the world trade of services. The insurance markets have undergone a significant consolidation in solvency rule, cross-border registration, and standardized accounts. In the EU-Korea FTA negotiations the EU is interested in mutual certification of qualifications as well as market liberalization of law, finance and distribution and so forth. When the negotiation with respect to the mutual certification of qualifications comes to a settlement, the two countries will drive it in service areas. Korea should examine european certification regulations and improve domestic insurance-related institutions. France is the focal country of the EU. The paper provides a comparative study of insurance markets and agents in France and Korea. The paper argues that Korea should initiate institutional changes and be transformed into an insurance service exporting country for the specialized insurance agents to move to EU countries.

Key words : insurance market, French insurance market, insurance agent,
insurance distribution channel

* Research professor, School of management and economics, Chungnam National University