

이코노 & 비즈 피플

PCA생명 보험왕 김행곤 더골드지점 설계사

# 업계 '전설'... "비결은 신뢰·초심 유지"

## 345주째 일주일에 3건 이상 계약 관리 고객만 전국에 1500~2000명

“지난 2008년과 2009년 연속 보험왕에 오른 후 일시적으로 목표달성후에 오른 상실감으로 인해 약간의 슬럼프를 겪은 후 이론 타이틀이라 더욱 더 영광스럽습니다”

올해 3번째로 PCA생명 보험왕에 오른 김행곤(54) 더골드지점 보험설계사(FC·Financial Consultant)는 수상 소감에 대해 이렇게 운을 폈다.

그는 대학졸업 후 제약회사 종근당에서 13년 사회생활을 한 후 주식 등에 손대 억대의 큰 손실을 보며 나락으로 떨어졌다. 방향하던 그는 2005년 친구의 권유로 40대 중반의 늦은 나이에 PCA에 입사해 7년만에 보험업계에서는 더 이상 오를 수 없는 자리에 오르는 기쁨을 토했다.

그가 관리하는 고객은 1500~2000명에 이른다. 특히 광주사무실

에서 근무하며 전국을 상대로 이론성공하여서 업계에서는 전설로 회자되고 있다.

그는 실적을 평가하는 기준인 3W를 345주째 이어가고 있다. 일주일에 3건 이상의 계약을 6년여 이상 맺고 있다는 뜻이다. PCA 입사 후 2년만인 2008년과 2009년 보험설계사의 최고 영예인 연도대상 2연패를 달성했다.

또 한국보험설계사 40만명 중 110여명 밖에 보유하고 있지 않은 TOT(Top of the Table)회원인데다 PCA생명 보험설계사 1500여명 중 최상위 등급인 프레지던트 클럽 멤버로 수많은 기록들을 새로 써가며 놀라운 실적을 경신하고 있다.

프레지던트클럽은 보험설계사를 종합 평가한 뒤 재직연수 3년 이상, 18회차 유지율 88.5% 이상, 보유고객수 200명 이상, 연간보험료 1억



5000만원 이상등을 동시에 만족해야 하는 등 가입조건이 매우 까다로워 PCA생명에도 4명밖에 없다.

성공비결은 고객들과의 신뢰와 변하지 않은 초심을 유지한 고객서비스다.

김 FC는 “맨 밑바닥까지 떨어져 봤기 때문에 자만하지 않고 항상 초심에서 고객들의 마음을 이해하고

열심히 한 것이 실적으로 나타나게 된 것 같다”고 말했다. 하지만 그가 단순히 고객과의 신뢰와 소통만으로 보험왕이 된 것은 아니다. 주식투자 실패를 경험하면서 배운 전문지식이 바탕이 돼 2007년 2008년 글로벌 경기침체때에도 고객들에게 수익을 안겨주며 두터운 신뢰를 쌓았다.

그는 최근 저금리시대에 고객들이 안전하고 실질적인 소득을 올릴 수 있는 투자에 대해 ‘돈의 실질 가치회복’에 포커스를 맞춰야 한다고 조언했다.

김 FC는 “막연하게 은행을 찾아가는 것은 실질 마이너스 금리시대에 올바른 생각이 아니다”며 “장단기 보험회사의 다양한 상품들을 잘 활용해 투자하면 좋은 성과를 올릴 수 있다”고 밝혔다.

그는 “초심을 잃지 않고 고객의 성향을 잘 파악하고 눈높이에 맞춘 상담을 통해 진심으로 고객을 대한다면 4번째, 5번째 보험왕 타이틀 획득도 어려운 일은 아닐 것 같다”고 말했다. /최재호기자 lion@



“농촌 사랑해 주세요” 농협광주지역본부(본부장 박태식)와 광주광역시교육청(교육감 장휘국)은 21일 북구 금곡팜스테이 마을에서 ‘식사랑 농사랑운동’ 확산을 위한 업무협약식(MOU)을 가졌다.

## IMF 신용불량자 10만명 구제

### 정부, 사업 실패·연대보증 피해자 선별 혜택

정부가 1997년 외환 위기로 낙인이 찍힌 신용불량자 236만명 중 일부를 선별 구제하기로 했다.

과거 외환 위기로 부득이하게 빚의 늪에 빠진 영세 자영업자와 중소기업인을 구제해 서민 경제를 안정시키려는 박근혜 정부의 의지가 반영돼 있다. 정부는 21일 오후 이런 내용의 신용불량자 구제 방안을 발표할 예정이다.

이에 따라 최대 10여만명의 신용불량자의 연체 기록이 삭제되며 채무도 차등 탕감될 것으로 보인다. 1990년대 외환위기로 신용불량자가 된 채무자는 236만명에 달한다. 이 가운데 채무 성격과 자활 노력을 고려해 최대

10여만명을 선별한 것으로 알려졌다.

사업 실패와 연대보증 피해, 정리해고 등에 따른 신용 불량자, 개인회생 절차에도 빚이 남아있는 사람 등이 구제 대상이다.

외환위기 때 사업실패, 정리해고 등으로 빚을 갚지 못하거나 연대보증 탓에 신용불량자가 된 사람과 관련한 기록은 은행연합회 전산망에서 7년이 지나면 연체 기록이 폐기된다. 그러나 개별 금융사에는 남아 경제 활동에 불이익을 받아왔다.

외환위기 원년인 1997년 말 3개월 이상 금융권 채무를 연체한 신용불량자는 143만명이었으나 1998년에는

236만명으로 급증했다. 일부가 기존 신용회복 프로그램으로 자활에 성공했으나 상당수는 외환위기 때 썩어진 빚의 수렁에서 벗어나지 못했다. 외환위기에 이어 터진 카드대란으로 신용불량자가 된 다중채무자도 2004년 4월 기준으로 126만명에 달한다. 이들도 선별 구제 대상이 될 것으로 보인다.

이들 가운데 52만명은 ‘희망모아’라는 배드뱅크(부실채권 매입·정리기관)를 만들어 채무를 재조정했지만 나머지 74만명은 금융권에 연체 기록이 남았다.

정부는 이와 별도로 국민행복기금 등을 통해 채무 조정을 하고 있어 올해 고금리 채무자와 신용불량자에 대한 지원이 강화될 전망이다. /연합뉴스

## 승어·멍게도 재해보험 든다

갈수록 증가하는 자연재해로 인해 양식 어업인들이 어려움을 겪고 있는 가운데 수협중앙회가 양식수산물 재해보험 대상에 승어와 멍게 등을 추가한 상품을 출시해 양식어민의 경영 안정에 도움이 될 전망이다.

21일 수협중앙회 전남지역본부에 따르면 수협중앙회는 승어와 멍게 등 양식수산물 재해보험을 출시하기로 했다. 이에 따라 이를 포함해 양식수산물 재해보험 대상은 총 13종으로 확대됐다.

양식수산물 재해보험은 태풍, 적조 등으로 피해를 본 양식어민의 경영안정을 위해 정부가 보험료 일부를 지원하고, 수협중앙회가 운영하는 정책보험이다. 2008년 납치를 시작으로 2010년에 전복, 2011년 조피볼락(우럭)·굴·김, 2012년 참돔·돌돔·감성돔·농어·기타볼락·쥐치 등을 대상으로 한 보험이 출시됐다.

수협은 지난해에만 양식수산물재해보험금으로 355곳에 총 363억여원

을 지급해 양식어가 소득안정에 기여했다. 양식수산물재해보험은 단위사업당 규모가 크고 자연재해를 담보로 하는 특성상 보험료 수준이 높아 일반 어업인의 가입이 쉽지 않았다.

이런 가운데 전국 지자체 최초로 양식수산물재해보험료의 일부분을 지방비로 보조했던 전남도가 양식보합에 가입하는 어업인들에게 지방비 보조를 대폭 확대하는 지침을 내려 어가 경영에 큰 도움이 될 전망이다.

수협 관계자는 “하반기 중 미역과 뽕장어 등 2개 품목도 출시할 예정”이라며 “양식보험대상이 총 15종으로 늘어나는 만큼 양식어가에 대한 피해보호와 경영안정에 도움이 될 것”이라고 말했다.

수협은 7~9월에 집중되는 자연재해에 대비하고 양식어업인들의 조기 가입을 유도하는 가입캠페인을 6월 말까지 진행하는 한편 품목을 확대해 나갈 방침이다. /김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

## 생보사공헌위, 전국 복지단체에 차량 기증



생명보험사회공헌위원회는 21일 서울 용산 전쟁기념관에서 전국 16개 사회복지단체에 차량을 전달하는 차량기증식 행사를 가졌다. 이종 4대의 특수제작차량이 광주, 전남, 전북, 제주지역 사회복지단체에 기증됐다. <생명보험협회 제공>

## 소보원, 오늘 분쟁 7건 조정위원회

한국소비자원 소비자분쟁조정위원회는 ‘제195차 광주지방 조정위원회’를 22일 정부광주합동청사에서 개최한다. 올해 광주에서 세 번째인 이번 회의에서는 ‘계약 불이행으로 인한 인터넷강의 해지 환불 요구’ 등 호남·제주지방에서 발생한 소비자분쟁 7건을 심의·조정하게 된다.

주요 심의 안건은 ▲세탁 후 손상된 어그부츠 배상 요구 ▲제품을 개봉했다는 이유로 거부한 구매계약 철회 요구 ▲PDP TV임을 명확히 광고하지 않은 TV 환급 요구 ▲정수기 임대계약 중도해지에 따른 미납 요금 및 위약금 청구 취소 요구 등 7건이다. /김대성기자 bigkim@

## 과자·빙과류 40% 권장소비자가 미표시

과자·아이스크림·라면·빙과류 가운데 40%가 권장소비자가격(권소가)을 표시하지 않은 것으로 나타났다.

소비자문제연구소 컨슈머리서치(대표 최현숙·www.consumerresearch.co.kr)가 대형마트 등 시장에서 판매되고 있는 10개사 206개 제품의 권소가 기재 여부를 조사한 결과 40.3%인 83개 제품의 가격이 표시돼 있지 않다고 21일 밝혔다.

정부가 2010년 과자·아이스크림·라면·빙과류 등 4개 품목의 오픈프라이스제를 폐지하면서 권장소비자가격제를 부활시켰지만 식품업체들

은 뒷집만 지고 있어 소비자들을 혼란시키고 있다.

품목별로는 아이스크림류(빙과 포함)의 가격 표시율이 가장 낮아 거의 ‘제로’수준이었다.

36개 제품 중 가격표시 제품은 달랑 1개에 불과했다. 이 같은 가격 미표시가 아이스크림의 ‘반값’ 논란을 야기하는 ‘주범’이 되고 있는 셈이다.

라면 품목의 경우에는 겨우 절반(51.5%)을 넘겼고, 가격 표시율이 가장 높은 과자도 76.6%에 불과했다.

그러나 같은 품목이라도 업체별로 표시율이 크게 엇갈렸다.

제품수가 가장 많은 과자류의 경우 빙그레는 조사대상 5개 품목 모두 가격 표시를 하지 않았다. 그러나 농심은 19개 모든 제품에 가격을 표시했다.

빙그레는 아이스크림 10개 품목의 가격을 전혀 표시하지 않고 있어 표시율 ‘제로’를 기록했다.

제과 4사 가운데 오리온의 표시율이 59.2%로 가장 저조했다. 다음이 롯데제과(77.7%),해태제과(78.5%), 크라운제과(93.1%) 등의 순이었다.

라면품목에서도 오투기는 조사대상 8개 품목 전체에 가격표시를 하지 않았다. /연합뉴스

**순정파 먹거리 남원**  
**충향애인**  
남원 농산물 공동브랜드

**우리는 믿습니다**

세상이 점점 빨라질수록  
새로운 것에 자꾸 사로잡히고  
간편해진 생활에 익숙해질수록  
먹거리의 기본을 지켜야 한다고

언제나 변함없는  
충향이의 마음처럼  
농민의 진심을 지켜갑니다

남원시