



팬데믹 기간 중 생명·건강보험의 온라인판매채널

장윤미 연구원

요약

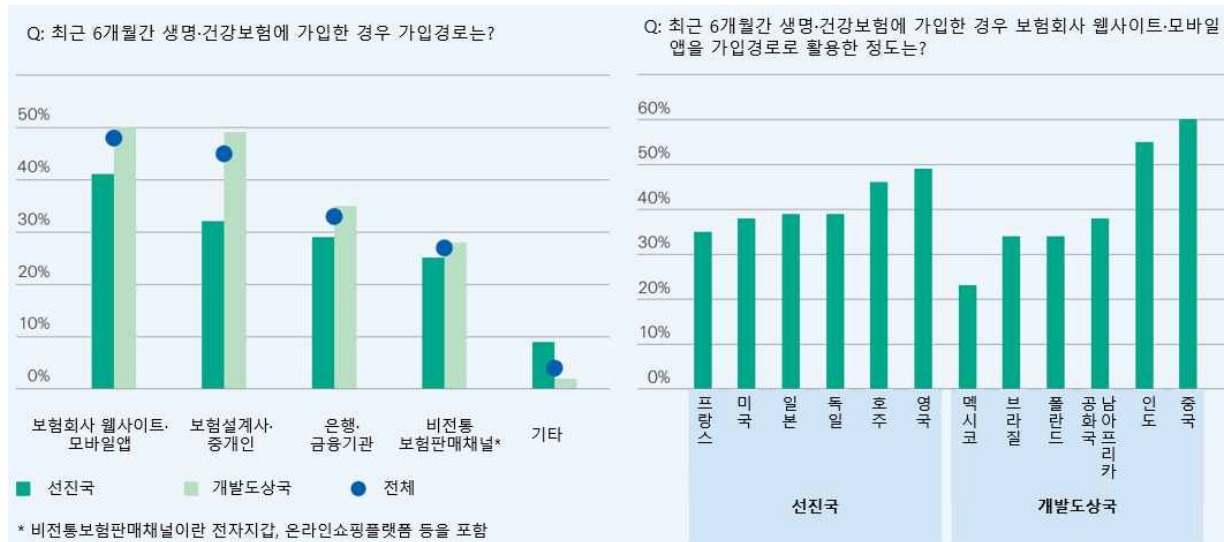
스위스리는 팬데믹 기간 중 생명·건강보험을 구매한 전 세계 소비자를 대상으로 글로벌 설문조사를 실시함. 그 결과, 응답자가 가장 많이 이용한 보험가입채널은 ‘온라인’이었으며 이는 ‘보험설계사·중개인’을 통한 경우보다 많았음. 이 같은 온라인판매채널의 높은 활용도는 전 세계적인 현상이었음. 한편, 아시아 태평양 지역에서는 온라인판매채널을 이용하더라도 상품구매 전 보험설계사·중개인에게 자문을 구하는 경우가 많아 디지털채널이 기존 채널의 대체제가 아니라 보완재로 사용될 수 있음을 시사함

- 스위스리(Swiss Re)는 2022년 전 세계 소비자를 대상으로 팬데믹이 생명·건강보험 구매에 미치는 영향에 관해 글로벌 설문조사¹⁾를 실시하였으며 본고는 설문조사 내용 중 판매채널을 중심으로 소개함
 - 글로벌 재보험회사 스위스리는 설문조사 기관과 협업을 통해 2022년 1~2월 선진국과 개발도상국을 포함하는 전 세계 20여 개국 총 11,000명의 소비자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시함
 - 설문조사는 팬데믹이 소비자의 건강과 보험소비 행태에 미치는 영향을 연구하기 위한 목적으로 실시되었으며, 스위스리는 2020년과 2021년에 이어 2022년 세 번째 설문조사를 실시함
 - 본 고는 스위스리가 실시한 설문조사의 다양한 내용 중 생명·건강보험 가입 시 판매채널 이용에 관한 부분에 중점을 두고 내용을 정리함
- 설문조사 결과, 전 세계적으로 팬데믹 기간 생명·건강보험을 구매한 소비자가 주로 이용한 보험 판매채널은 온라인채널인 것으로 나타났으며 이는 보험설계사·중개인을 통한 경우보다도 많았음
 - 설문조사 기간 전 최근 6개월을 기준으로 생명·건강보험에 신규로 가입하거나 추가로 보험을 구매한 소비자는 보험 가입경로로 ‘보험회사 웹사이트·모바일앱’을 선택한 경우가 가장 많았음(〈그림 1〉 참조)
 - 그 뒤로 보험설계사·중개인, 은행·금융기관, 비전통보험판매채널(전자지갑, 온라인쇼핑플랫폼 등) 순임
- 팬데믹 기간 중 생명·건강보험 구매에 있어 온라인판매채널의 높은 활용도는 선진국뿐만 아니라 개발도상국에서도 공통적으로 나타나는 현상이었음
 - 설문조사 기간 전 최근 6개월을 기준으로 생명·건강보험에 가입한 소비자 중 보험회사 웹사이트·모바일앱을 가입경로로 이용했다고 응답한 경우는 선진국은 전체의 30~50%, 개발도상국은 20~60%의 비율을 보임(〈그림 1〉 참조)

1) Swiss Re(2022. 11), “Swiss Re global COVID-19 consumer survey 2022”

- 온라인판매채널의 활성화는 선진국(프랑스, 미국, 일본, 독일, 호주, 영국)뿐만이 아니라 개발도상국(멕시코, 브라질, 폴란드, 남아프리카공화국, 인도, 중국)에서도 공통적으로 나타난 현상이었음

〈그림 1〉 팬데믹 기간 중 생명·건강보험 가입 시 판매채널 이용에 관한 글로벌 설문조사



자료: Swiss Re(2022. 11), "Swiss Re global COVID-19 consumer survey 2022", p. 14

- 한편, 아시아태평양 지역 소비자는 보험가입을 위해 온라인판매채널을 이용하더라도 상품 구매 전 보험설계사·대리인에게 자문을 구하는 것으로 나타남
 - 아시아태평양 지역에서는 설문조사 기간 전 최근 6개월을 기준으로 생명·건강보험에 가입한 소비자 중 보험설계사·중개인에게 자문을 구한 경우가 전체의 83%에 달했으며 그렇지 않은 경우는 17%에 불과하였음
 - 판매채널별로는 보험회사 웹사이트·모바일앱을 이용한 소비자의 65%, 은행·금융기관을 이용한 소비자의 69%, 비전통보험판매채널을 이용한 소비자의 72%가 생명·건강보험 가입 시점에 보험설계사·중개인에게 자문을 구했다고 응답함
- 이는 팬데믹 기간 중 온라인판매채널이 생명·건강보험의 주요 채널로 부상하였음에도 불구하고, 온라인판매채널이 전통판매채널의 대체재가 아니라 보완재로 사용될 수 있음을 시사함
 - 팬데믹 기간 중 전 세계적으로 생명·건강보험 구매를 위해 가장 많이 활용된 채널은 보험회사 웹사이트·모바일앱이었으며 스위스리는 이 같은 디지털플랫폼이 편의성과 신속성으로 향후 더욱 인기를 끌 것으로 기대함
 - 그럼에도 불구하고 온라인판매채널은 전통 오프라인채널을 완전히 대체하기 어려운 것으로 보이며, 보험산업은 디지털플랫폼활용 시 온라인판매채널이 다른 판매채널을 보완하는 방식으로 전략을 수립하는 방안을 고려할 수 있음