

제공일자	2009. 3. 16(월)	담당자	안철경 연구위원
홍보담당	김 진 역 선임(368-4413)	연락처	368-4442 총 2매

제목: 전통적 판매채널의 고능률화 시급

보험연구원(원장 : 나동민)은 급변하는 보험판매 환경 하에서 보험회사의 경영전략을 모색하기 위해 2009년 3월17일(화) 『판매채널 변화에 따른 보험회사 대응전략』을 주제로 보험경영인 조찬회를 개최하였다.

주제발표에 나선 안철경 연구위원(보험연구원 산업연구실)은 현재 우리나라의 판매채널 구조는 전통채널(설계사, 대리점), 신채널(TM, 인터넷, 홈쇼핑), 독립채널(GA, 방카슈랑스 등 독립) 등 3그룹으로 되어 있는데, 향후 판매전문회사가 도입되는 경우 통합형 채널*이 등장할 것으로 예상하였다.

* 통합형 채널 : 다양한 업종의 금융상품 판매와 지문 등 여러 기능을 통합적으로 수행하는 채널

향후 국내 보험판매 채널별 성장가능성*을 산출한 결과, 전통채널은 감소하고 신채널과 독립채널은 증가할 것으로 예상하였다. 특히 회사별로는 중소기업 및 외국사의 전통채널의 감소 폭이 대형사에 비해 높게 나타나, 중소기업 및 외국사는 독립채널 또는 신채널로의 전환이 가속화될 것으로 전망하였다.

<채널의 상대적 성장가능성(%p)>

	전통채널	신채널	독립 채널	기타(은행포함)
생명보험	-12.1	+7.7	+1.3	+3.1
손해보험	-7.5	+5.3	+0.5	+1.7

* 성장가능성(%p) = 향후 선호율(%) - 현재 가입율(%)

대형사의 경우 전통채널의 성장가능성이 하락할 것으로 예상되었지만 여전히 소비자들의 선호율은 80%대에 이르고 있어 향후에도 보험시장을 주도하는 판매채널이 될 것으로 전망하였다. 그러나 신채널과 독립채널의 성장이 가속화되고 있어 보험회사는 이에 대비하는 것이 필요할 것이라고 하였다.

이와 같이 전통채널이 보험시장에서 주도적 채널로서 보험회사의 지속적 성장을 견인하기 위해서는 무엇보다도 전통채널의 저능률 조직을 고능률화하는 것이 필요하다고 주장하

였다. 그 이유로서 전통채널의 고능률집단과 저능률 집단을 분석한 결과, 고능률 설계사가 저능률설계사에 비해 소득 2.3~2.4배, 모집액 약 2배, 계약건수 1.5배, 목표달성수준 1.6~1.8배가 높은 것으로 나타났다는 연구결과를 제시하였다.

따라서 전통채널의 재교육, 고객지향성 평가 및 과학적 관리시스템을 통해 전문성을 제고할 것을 주장하였다. 또한 모집수수료 체계의 개선을 통해 고급판매인력의 유출을 방지하는 것이 중요한 과제가 될 것이라고 하였다.

이와 더불어 보험회사는 독립채널의 급성장 및 보험판매전문회사의 도입이 허용될 경우를 대비하여 보험권이 대형 법인대리점의 지분 참여 방식 등을 통해 금융유통업에 진출함으로써 업무영역을 확대하는 방안을 검토할 필요가 있다고 주장하였다.

안 연구위원은 보험산업의 경우 타 금융업권과 비교하여 판매법인 진출시 체계적인 전문판매조직을 운영한 노하우와 경쟁력이 있는 우수한 인적자원을 활용할 수 있기 때문에 유리하다고 주장하였다. 따라서 보험회사가 금융유통업 진출함으로써 독립채널에 대응할 뿐만 아니라, 금융유통시장을 선점할 기회를 확보할 수 있을 것으로 주장하였다.

아울러 독립채널의 급성장에 따른 다양한 문제(선지급수수료, 매집행위, 경유계약 전환 계약)는 시장행위규제(Market Conduct)를 정립함으로써 GA가 보험회사와 소비자에 대한 고유의 기능이 수행될 수 있도록 하는 것이 필요하다고 지적하였다.

마지막으로 신채널에 대하여는 TM에 대면채널을 접목하거나, TM에 CM을 접목하는 하이브리드형 채널 운영방식을 자동차, 주택, 상해, 질병치료, 정기생명보험 등에 활용할 수 있다고 제안하였다. 또한 대형 유통업체 등의 브랜드를 활용하거나 제휴하여 판매하는 브랜드 어슈어런스(Brand Assurance)를 활용하여 신채널을 확대하는 방안도 고려할 수 있는 신채널 전략으로 제시하였다. 특히 신채널 운영시 고려해야 할 사항으로 경쟁수단이 분명하고 단순(가격, 상품)해야 하며, 무엇보다 소비자보호에 역점을 두어야만 한다는 점을 강조하였다.

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다

<http://www.kiri.or.kr>