

제공일자	2010. 2. 25	담당자	안철경 연구위원	
홍보담당	김세환 수석(3775-9051)	연락처	3775-9017	총2매

제목 : 독립판매채널 성장에 따른 생명보험회사 대응전략

보험연구원은 국내 생명보험회사의 독립채널 활용전략을 제시한 「독립채널의 성장과 생명보험회사의 대응」이란 보고서를 발간하였다.

보험연구원 안철경 연구위원은 국내 생명보험시장의 판매채널은 보험설계사와 같은 전통적 또는 단일채널 중심에서 점차 독립 또는 복합형 채널(보험설계사+은행+독립대리점+TM 등)로 전환이 활성화될 것으로 예상하였다.

이에 생명보험회사는 보험시장의 채널혁신 차원을 새롭게 인식하고 전략적으로 대응하는 것이 중요한 과제로 보고, 대응전략을 다음과 같이 제시하였다.

첫째, 생명보험회사는 전속채널과 독립채널간의 상호보완적 접근을 통해 시장·고객·채널에 유연하게 대처하는 기본적인 전략이 필요하다.

둘째, 독립채널 조직을 전담 관리하는 조직인 「독립채널 중개전담 조직(wholesalers)*」의 구축을 검토할 필요가 있다.

* 홀세일러란 보험판매자에게 체계적인 상품교육과 판매지원 활동을 전담하는 조직임. 이들은 영업조직과 상품개발조직과의 주요 이슈를 연결해 주고 해결해 주는 기능을 수행함으로써 영업활동 및 상품개발을 지원

셋째, 독립채널의 시장에서 경쟁력 확보를 위해 전속설계사 조직의 분사화를 통한 「판매자회사」나 지분인수 등도 적극 검토할 필요가 있다. 이와 아울러 독립판매채널에 대한 재무적·비재무적 지원을 통해 제휴 및 협력을 강화하는 것이 필요하다.

넷째, 독립판매채널의 성장에 대응하여 특화전략이 필요하며, 이를 위해 주력상품별 채널*과 전속채널의 고능률화를 추진할 필요가 있다.

* 예를 들면 기존의 전속채널을 통해서는 전통형 상품(종신, 정기생명) 판매에 특화하고 독립형 채널을 통해서는 금융형 상품(변액연금, 유니버셜 등) 판매를 집중하는 전략

마지막으로, 독립판매채널의 건전한 발전을 위해 독립대리점 모범규준 제정, 독립대리점의 수당체계 개선, 판매자책임 강화 및 배상책임보험 가입의무화 등이 마련될 필요성이 있다고 제시했다.

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
<http://www.kiri.or.kr>