

제공일자	2012. 5. 11(금)	담당자	황진태 연구위원		
홍보담당	김세환 부장(3775-9051)	연락처	3775-9024	총 2 매	

제목 : 온라인 생명보험사업의 현황과 시사점

온라인 생명보험 도입을 통한 보험료 인하 기대

보험연구원(원장 김대식)의 황진태 연구위원은 『온라인 생명보험사업의 현황과 시사점』이라는 보고서를 작성하였다.

최근 생명보험산업에서 온라인 판매채널에 대한 관심이 크게 높아졌다. 그 이유로 소비자 중심으로의 보험산업 방향 전환과 함께 사업비 절감이라는 사회적 이슈에 부응하기 위하여 생명보험업계에도 기존의 고비용 대면채널 사업모형에 대한 개선 필요성이 제기되었기 때문이다. 그간 손해보험을 비롯한 은행 및 증권업의 온라인상 거래는 활성화되었으나, 생명보험은 소극적인 입장이었다.

미국의 경우 온라인 생명보험사업이 1990년대 말부터 시작되어 지속적인 확대 추세에 있으며, **HSBC, American National Life** 등이 현재 온라인을 통해 영업하고 있다.

<표 1> 미국 생명보험 채널별 비중 추이

(단위: %)

구분	2006	2009				2011
	개인보험	전통생명	장예	장기간병	연금	개인보험
설계사	52	41	28	37	63	55
우편/전화	19	22	14	18	14	25
직장	18	21	43	26	9	10
온라인	7	15	14	17	14	10
기타	4	1	1	2	0	0

자료: LIMRA, Trends in Consumer Internet Use for Insurance 2009, LIMRA(2012), "2011 Trends in the United States", LIMRA's Factbook. 재인용: LIMRA(2012), "To Buy or Not to Buy Life Insurance: Buyer and Nonbuyer Differences".

일본에서도 2008년 온라인 전용 생명보험회사인 SBI AXA(현 Nextia Life)와 Lifenet이 설립되었으며, 판매실적이 점차 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이들 회사들은 인터넷에 익숙한 젊은 연령층과 저소득층을 주고객층으로 하

여 정기 및 의료보험 등 표준화된 상품을 주로 판매하고 있다.

<표 4> Nexita Life, FY2011 3/4분기 실적

구분	FY2009	FY2010	FY2011 3/4
수입보험료(백만 원)	6,972	13,230	14,504
신계약(건)	12,977	13,831	12,108
신계약액(백만 원)	1,892,058	1,592,822	1,092,756
보유계약(건)	16,268	27,156	36,619
보유계약액(백만 원)	2,330,958	3,571,820	4,379,984

주: 1) FY2011 3/4분기는 누적치임.

2) 환율 100엔당 1,400원을 기준으로 계산한 것임.

자료: Nexita Life 홈페이지.

온라인 생명보험이 국내에서도 활성화될 경우 해외사례와 마찬가지로 표준화되고 부가보험료가 저렴한 상품이 공급됨으로써 **보험료 인하 효과**가 있을 것으로 기대된다.

그러나 온라인 생명보험은 비대면채널에 해당되어 설명의무나 적합성 원칙이 지켜지지 않는 **불완전판매 문제**가 상존할 수 있고, 보험료 건적, 건강검진, 청약, 계약체결 등이 온라인상에서 이루어지므로 **보안 및 개인정보보호 문제**가 심각할 수 있다. 아울러, 표준화된 상품 위주의 공급으로 고객의 다양한 니즈를 충족시키는데 한계가 있을 수 있으며, 기존 판매채널과의 마찰 가능성도 있을 수 있다. 이에 온라인 생명보험 사업모형을 설계하는 회사의 경우 이러한 문제점에 대한 충분한 인식과 고려가 중요할 것이다.

감독당국 측면에서는 보험료 인하라는 순기능에도 불구하고 온라인 판매채널 활성화에 따른 보험회사 간 과도한 가격경쟁으로 재무건전성 악화가 우려될 수 있어 지속적인 감독과 모니터링이 중요할 것이다.

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
자세한 내용은 KIRI Weekly를 참고하세요.

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