머 리 말

지속적인 금융산업 자유화·규제완화 및 고객니즈 다양화 등에 따라 보험회사의 판매채널은 새로운 전기를 맞이하고 있다. 규제완화와 함께 고객니즈 다양화에 대응하기 위하여 판매채널도 다변화되고 있으며, 이에 따라 다변화된 판매채널간의 경쟁압력이 증가하는 등 판매채널간의 경쟁시대가 도래하였기 때문이다. 이와 같은 경쟁압력을 극복하기 위하여 보험회사들은 전통적인 보험설계사 조직을 중심으로 교육체계의 정비, 동기부여의 고취, 보수체계의 변경 등과 같은 지속적인 생산성 제고 노력을 거듭하였다. 그럼에도 불구하고 여전히 선진외국에 비해 생산성은 상대적으로 낮은 상태이다. 이러한 점을 염두에 두고 이 보고서에서는 보험설계사 조직을 둘러싼 시장환경의 변화와 운영체계 그리고 현황 등에 관한 국내외 사례 연구를 중심으로 경쟁력 강화를 위한 조직개편 방안을 제시하고자 하였다.

개편 방안으로서 이 보고서에서는 보험시장의 투자형, 자산형성형 상품에 대한 수요증대 등과 같은 니즈의 다양화에 따라 보험설계사 조직도 시장니즈 대응형으로 다변화할 필요가 있으며, 다변화된 설계사 조직은 조직별로 차별화된 조직운영시스템 즉, 대상고객 및 상품의 차별적 운영에 의해 생산성 및 경쟁력의 확보가 가능할 것임을 강조하였다. 또한 여성 중심의 일반 설계사 조직과 남성 중심의 전문설계사 조직 시스템간의 비교·고찰을 통하여 전통적 일반 설계사조직의 전문조직으로의 전환 필요성 그리고 조직운영체계의 선진화를 강조하였다. 따라서 이와 같은 새로운 시도가 보험설계사의 생산성 제고 등을 포함한 보험회사들의 판매채널 구축에 많은 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

마지막으로 이 보고서의 내용은 연구담당자 개인의 의견이며, 우리 원의 공식적인 의견이 아님을 밝혀둔다.

2003년 12월

보험개발원

원장 임재영