



글로벌 보험판매채널 현황

권오경 연구원

글로벌 보험산업의 판매채널은 상품과 지역의 특성에 따라 다양하게 분화되고 있음. 생명보험의 경우 아시아와 유럽은 방카슈랑스 채널이 주력채널이며, 미국은 브로커 채널이 우세함. 손해보험에서는 여전히 설계사와 브로커 채널이 주력이나 최근 직판채널이 빠르게 성장함. McKinsey에 따르면 향후 보험판매채널은 원가절감 및 사업모델 변화로 멀티채널 또는 옴니채널과 같은 하이브리드형으로 변화할 것으로 전망됨

■ 글로벌 보험산업의 판매채널은 상품과 지역의 특성에 따라 다양하게 분화되고 있음¹⁾

- 판매채널은 보험산업 선진국과 신흥국에 따라 다르게 나타나는데, 지역별 판매채널 방식은 지역 내 시장변동성과 고객 선호에 따라 다소 상이한 모습을 보임
- 보험판매채널은 보험상품의 푸시(Push) 특성을 반영하여 인적판매 방식인 대면채널이 주력이 되어왔으나, 최근에는 인터넷의 발달과 고객편의성이 선호되면서 디지털 판매방식이 점차 증가함

■ 생명보험의 경우 아시아와 유럽은 방카슈랑스 채널이 주력채널이며, 미국은 브로커 채널이 우세함

- 생명보험 판매채널 비중은 이탈리아, 스페인, 미국 등에서 안정적으로 유지되고 있고, 이외의 국가에서는 뚜렷한 변화가 관찰됨
- 영국의 방카슈랑스 채널비중은 감소하였는데, 이는 그동안 방카슈랑스 주력 상품의 감소와 2013년에 시행된 RDR(Retail Distribution Review)²⁾의 영향임
 - 투자성 금융상품 판매자격을 강화하는 RDR 규제는 전속설계사 및 대리점 채널 감소에도 영향을 미쳤고, 결과적으로 IFA 채널비중은 2011년 69%에서 2015년 74%까지 증가하였음
- 중국은 방카슈랑스에 대한 규제로 방카슈랑스 채널비중이 하락하였고 전속채널 판매비중은 2011

1) McKinsey & Company(2017. 12), "Global insurance industry insights" 중 Distribution channel view 내용임

2) 박선영 · 이선주(2015. 11. 30), 「영국 RDR 시행 이후 자문시장 변화 및 시사점」, 『KiRi Weekly』, 보험연구원 참고

년 49%에서 2015년 56%로 상승함

- 2010년 11월 이후 한 은행지점의 최대 방카슈랑스 제휴를 보험회사 3개사까지만 허용함³⁾

- 이탈리아의 방카슈랑스 채널은 여전히 생명보험의 주력채널로, 판매비중이 2011년 55%에서 2015년 63%로 상승함
- 2011년부터 2015년까지 투자성 금융상품의 수익성 저하로 보험상품이 안전자산으로 선호되면서 방카슈랑스 채널의 판매가 증가함

■ 손해보험에서는 여전히 설계사와 브로커 채널이 주력이나 최근 직판채널이 빠르게 성장함

- 손해보험 판매채널은 생명보험에 비해 지역별로 유사한 모습으로 최근 몇 년간 독일, 이탈리아, 일본, 미국 등의 판매채널은 거의 변화가 없으나 기타 국가에서는 변화가 관찰됨
- 중국은 손해보험 상품의 온라인과 TM판매가 증가하면서 직판채널 판매비중이 2010년 31%에서 2015년 45%까지 상승함
 - 특히 자동차보험에서 온라인 판매가 급증하였고 고객 또한 온라인, 모바일과 같은 디지털 방식을 더욱 선호하는 것으로 나타남
- 독일, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 영국과 같은 서유럽 국가의 보험료 증가는 주로 직판채널의 성장 때문임
 - 2005~2015년과 2010~2015년 자동차보험에서 전통채널의 판매비중은 하락한 반면, 직판채널은 각각 5.3%, 6.1%로 크게 성장하였고, 자동차보험 외 상품에서도 동기간 직판채널 비중은 각각 6.0%, 6.8%로 급증함
- 독일과 영국을 중심으로 자동차보험 시장에서 대부분의 직판 보험회사는 보험료 증가율 및 수익성 모두에서 우위를 점하고 있으나, 앞으로 직판채널의 성장은 저하될 것으로 예상됨
 - 일부 서유럽 지역에서는 이미 직판채널의 성장률이 낮아지기 시작하여, 스페인과 이탈리아 직판채널에서 실제 영업이익이 없는 보험회사도 나타남
 - 직판채널에 대한 초기 투자금과 비용을 고려할 때 순수 직판 보험회사의 성장은 제한적이고, 애그리게이터(Aggregator) 및 가격비교사이트의 성장세가 지속될 것으로 기대됨

■ McKinsey에 따르면 향후 보험판매채널은 원가절감 및 사업모델 변화로 멀티채널 또는 옴니채널과 같은 하이브리드형으로 변화할 것으로 전망됨 **KiRi**

3) 이소양(2015. 9. 14), 「중국 은행계 생명보험회사의 성장현황과 전망」, 『KiRi Weekly』, 보험연구원 참고