



# 미국 생명보험 판매채널의 변화 동인 : 경쟁과 규제 측면

권오경 연구원

미국 생명보험 시장의 경쟁, 규제 변화는 판매채널 전략의 변화를 초래하고 있음. 신규 경쟁자로는 대형 유통 업체와 온라인 업체가 떠오르고 있음. 규제측면에서 노동부의 신인의무 규정(fiduciary rule) 시행 여부는 불확 실성이 커지고 있으나, 판매채널 규제는 강화되는 추세임. 따라서 미국 생명보험 판매채널의 근본적인 변화가 예상되며, 회사별 적절한 판매채널전략 구축이 중요해짐.

## ■ 미국 생명보험 시장의 경쟁, 규제환경 변화는 판매채널 전략의 변화를 초래하고 있음.<sup>1)</sup>

- 판매채널은 보험회사의 시장점유 및 수익성 측면에서 매우 중요한 요소인데, 생명보험 시장의 경쟁이 고도화됨에 따라 중요성이 더욱 커지고 있음.
- 또한, 시장경쟁 이 외에도 거시경제, 규제, 인구구조 변화로 보험회사의 판매채널 전략은 빠르게 변화하고 있음.

## ■ 대형 유통업체와 온라인 업체의 보험시장 진입으로 새로운 경쟁관계가 형성되며 기존 생명보험회사의 판매채널 전략의 변화가 필요해짐.

- 대형 유통업체 월마트(Walmart)가 자동차보험과 건강보험을 판매하고, 코스트코(Costco)는 미국 은퇴자협회(AARP)와의 판매제휴를 통해 다양한 생명보험 등 기타 보험상품을 취급함.
- 특히, 온라인 업체인 아마존(Amazon), 애플(Apple), 구글(Google) 등은 거대자본, 대규모 고객 층, 신기술을 바탕으로 보험산업 진입을 모색하고 있음.
- 온라인 채널 경쟁자의 진입방식은 직판(direct distributor), 보험상품 인수(writer of insurance product), TPA(third party administration)<sup>2)</sup> 등으로 보유 고객층을 활용하는 방식임.

1) A.M. Best(2016. 12. 6), "Shifting dynamics could lead to distribution channel innovation", <http://www.ambest.com/>.

2) 보험업무관리 대행사로 미국 내 많은 기업이 자가보험을 보유하고 실제 운영은 제3자인 TPA에 위탁하는 것이 일반적임.

- 기존 보험회사와 달리 온라인 채널 경쟁자는 밀레니얼(Millennial) 고객층<sup>3)</sup>의 충성도와 강력한 브랜드 자산으로 중산층 소비자 시장(middle market) 접근에 효과적이라고 평가됨.
  - 기존 생명보험회사의 설계사 중심 판매채널의 경우 변화의 필요성이 커지고 있음.
    - 설계사 채널의 고령화,<sup>4)</sup> 젊은 연령층 설계사 채용의 어려움, 그리고 지원자의 판매기법 및 보험 관련 지식 부족 등이 변화가 필요한 원인으로 제기됨.
- 규제측면에서는 노동부의 신인의무 규정(fiduciary rule)<sup>5)</sup> 시행과 관련한 불확실성이 커지고 있어 동 규정이 보험 판매채널에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 조사됨.
- 동 규정의 판매채널에 대한 설문조사 결과, 미미한 영향이 있을 것이라고 답변한 응답자의 비중(43.5%)이 중대한 영향이 있을 것이라고 답한 응답자 비중(30.4%)보다 높게 나타남.
    - 또한, 본 규정의 대상이 투자상품에 한정되고,<sup>6)</sup> 최근 개인연금 상품 판매 트렌드가 변액연금에서 정액형거치연금(fixed premium deferred annuities)으로 변화함에 따라 신인의무 규정 적용에 따른 위기의식이 낮아졌음.
- 그러나 개인연금의 판매 생산성이 가장 높은 채널이 브로커/딜러 채널로 나타나 2008년 금융위기 이후 감독기관의 규제 강화 추세는 판매채널 운영 측면에서 유의할 필요가 있음.
- 개인연금 판매채널의 경우 주력은 전속설계사 채널이지만, 브로커/딜러 채널이 초회보험료 실적 및 성장성 측면에서 우위를 점하고 있는 것으로 분석됨.
  - 보험업계는 규제 강화에 따라 브로커/딜러 채널 구조조정을 재검토할 필요가 있으나, 최근 웰스파고(Wells Fargo)의 브로커/딜러 교차판매 관련 수수료 스캔들 이후 감독당국의 채널 인센티브 조사가 강화되고 있어 신중한 접근이 필요함.
- 미국 생명보험 판매채널은 신채널 등장과 규제 강화로 근본적인 변화가 예상되며 회사별로 적절한 채널전략 구축이 매우 중요해지고 있음. **kiri**

3) 정확한 정의는 없으나 대다수의 전문가 의견에 의하면 1982년부터 2000년대에 출생한 세대임. 미 상공회의소는 1980년부터 1999년대 출생한 세대를 밀레니얼 세대라고 지칭함; National chamber foundation(2012), "The millennial generation".

4) 설문조사 결과, 설계사 평균연령 55세 이상이 54.7%를 차지함.

5) 고객에게 최상의 이익(best interest)을 고려하여 상품을 권유하는 것으로 기존 규정상 퇴직연금상품 취급 중개인의 상품 권유 의무인 적합성(suitability)보다 더 강화된 규정임.

6) 주가지수연계형연금(fixed indexed annuities), 변액연금(variable annuities)이 해당됨.