



싱가포르 온라인 채널의 과제

권오경 연구원

요약

■ 싱가포르의 온라인 채널을 활용한 생명보험 상품을 적극적으로 도입하고 있으나 시장의 반응은 활발하지 않은 것으로 평가됨. 그 이유로는 생명보험회사가 온라인 채널을 제대로 활용하지 못하고 있는 것으로 분석되고 있음. 보험회사가 소비자의 온라인 구매행동을 이해하고 이에 적합하게 채널을 운영하는 것이 중요함.

■ 싱가포르는 2015년 4월 직접판매보험상품(DPI: Direct Purchase Insurance)을 도입하여 온라인 채널을 활용한 생명보험상품 판매를 시작하였음.

- DPI는 재무상담 없이 판매되어 수수료가 부과되지 않는 저렴한 보험상품임.
- 싱가포르 금융당국(MAS: Monetary Authority of Singapore)은 단순한 정기보험과 종신보험으로 상품범위를 한정하였음.
 - MAS는 보험상품비교사이트인 comapreFIRST¹⁾를 직접 운영하며 DPI의 도입을 지원

■ 도입 초기이기는 하나 싱가포르 생명보험시장에서 온라인 채널 판매실적은 저조한 것으로 평가됨.

- 출시 이후 2016년 1/4분기까지의 누적 보험료 실적은 73만 싱가포르달러(약 6.3억 원), 신계약 건수는 855건에 불과함.²⁾
- 주력채널(설계사 및 망카슈랑스) 대비 온라인 채널은 2015년 신규보험료 기준 4% 수준임.
 - 싱가포르는 인터넷 이용률이 높고 다른 부분의 온라인 거래가 활발하여 보험산업 온라인 채널의 잠재력이 크에도 불구하고 보험산업의 온라인 채널 활성화까지는 이어지지 않았다는 평가임.³⁾

1) compareFIRST는 보험소비자에게 보험상품 정보를 전달하고 회사별 상품의 비교분석이 가능한 웹사이트임.

2) Life Insurance Association Singapore(2016. 5. 10), "Positive start for life insurance industry in 2016 with growth in single premium and annual premium business in the first quarter".

3) Asia Insurance Review(2016. 6. 10), "Singapore: Only 4% of new business premiums sold through digital direct channels".

〈표 1〉 온라인 채널 이용자에 대한 설문조사 결과

상품구분 ¹⁾	종합 평가	고객편의성			고객응대성		
		질문 수	지불 이전 단계	사용자 경험 ²⁾	실시간 상담	SNS	헬프 데스크
(SG)정기1	나쁨	65	7	3	X	X	X
(SG)정기2	나쁨	78	14	1	X	X	X
(SG)정기3	나쁨	34	4	2	X	X	X
(SG)정기4	나쁨	42	11	2	X	X	X
(SG)종신1	나쁨	65	7	3	X	X	X
(UK)정기1	좋음	54	58	4.5	O	X	O
(ID)정기2	좋음	13	5	4	O	X	O

주: 1) SG는 싱가포르, UK는 영국, ID는 인도네시아를 의미.

2) 사용자경험(User Experience)은 1점에서 5점으로 평가.

자료: Synpulse(2016), "How has the direct digital channel fared?".

■ 싱가포르에 있어 보험상품 온라인 채널이 활성화되지 못하는 주된 이유로 보험소비자를 끌어들이지 못하고 있다는 점이 지적되고 있음.

- 첫째, 기술적인 측면에서 기존 대면 판매방식 그대로가 온라인 채널에 구현되어 보험소비자의 구매행동을 반영하지 못하고 있음.
 - 싱가포르 온라인 채널 이용자에 대한 설문조사 결과 영국과 인도네시아에 비해 나쁜 평가를 받고 있는데, 사용자의 경험⁴⁾에서 낮은 점수를 받았고 고객응대성도 결여된 상황임.
 - 결과적으로 보험소비자는 청약단계에서부터 어려움에 직면하게 되고 구매에서 이탈하게 됨.
- 둘째, 전통채널에서 판매되는 보험상품을 온라인 채널에서 그대로 판매하기 때문임.
 - 온라인 채널을 이용하는 보험소비자는 전통채널에서와는 다르게 보험설계사와 같은 외부의 도움 없이 혼자서 보험상품을 선택하여야 하는 점을 고려해야 함.

■ 온라인 채널 활성화를 위해서는 보험회사가 소비자의 온라인 구매행동을 이해하고 이를 채널전략에서 구현하는 것이 중요함.

- 웹페이지상에 소비자 입장에서 발생할 수 있는 일련의 모든 상황을 고려하는 것이 필요함.
- 온라인 채널 전용상품 개발이 필요하다는 점에서 특약이나 통합형 성격이 최대한 배제된 기본형 상품이 적합하다고 할 수 있음. [kiri](#)

4) 사용자의 경험은 웹페이지가 흥미를 주는지, 그래픽이 보기 좋은지, 사용단계가 간결한지, 글자 수가 많은지, 지루한지, 시간이 많이 걸리는지 등으로 평가하였음.