



미국의 온라인 채널 활용 조사

이선주 연구원

■ LIMRA는 2015년 미국 보험소비자들의 온라인 채널에 대한 세대별 활용도와 향후 활용의향에 관한 보고서¹⁾를 발간함.

● 최근 2년 이내에 개인 보험 또는 연금을 가입한 경험이 있는 2,014명의 미국 보험소비자들을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 세대별(베이비붐세대, X세대, Y세대)²⁾로 구분하여 보고서에 수록함.

■ 사망보험(Life Insurance)의 온라인 채널 가입률은 베이비붐세대가 X세대와 Y세대에 비해 낮지만, X세대와 Y세대 간에는 차이가 없는 것으로 나타남.

● 가입경로를 묻는 설문조사 결과, 전체에서 대면채널이 43%, 온라인 채널이 21%의 비중을 차지하며 여전히 대면채널을 통한 보험 가입이 주를 이루는 것으로 나타남.

● 온라인 채널 가입률의 연령별 분포를 살펴보면 베이비붐세대가 14%, X세대가 24%, Y세대에서는 25%를 각각 차지하여 젊은 연령층일수록 온라인 활용도가 높은 것으로 나타남.

– 다만, Y세대는 X세대에 비해 인터넷 활용이 익숙함에도 불구하고 온라인을 통한 보험 가입률은 두 세대 간에 차이가 거의 없는 것이 특이함.

■ LIMRA가 실시한 세대별 선호 채널에 대한 다른 설문조사³⁾에서도 상기의 조사와 유사한 특징을 보임.

● 사망보험 가입 시 선호하는 채널로는 전체에서 대면채널이 52%, 온라인 채널은 22%의 비중을 차지하며 전 연령대에서 공통적으로 대면채널의 비중이 지배적인 것으로 나타남.

● 연령별 선호 가입경로 조사결과에서 온라인채널의 비중은 65세 이상 9%, 45-64세 20%, 25-44

1) LIMRA(2015), "Purchasing Insurance in the U.S."
2) 베이비붐세대(Baby Boomer)는 1946~64년생으로 52~71세의 사람들, X세대(Gen X)는 1965~80년생으로 36~51세의 사람들, Y세대(Gen Y)는 1981~93년생으로 23~35세의 사람들을 의미함.
3) 본고는 미국의 보험 및 금융소비자 2,032명을 대상으로 실시한 사망보험(Life Insurance)의 가입실태 설문결과를 65세 이상, 45-64세, 25-44세, 25세 미만의 연령층별로 구분하여 수록한 "2015 Insurance Barometer Study"를 참고하였음.

세 29%, 25세 미만 26%로 나타남.

- 상기 조사와 유사하게 청년층(25세 미만)과 중년층(25-44세) 간에 차이가 크지 않은 것으로 나타남.

■ 오프라인(Off-line) 가입자를 대상으로 온라인(Online)을 활용하지 않는 이유를 설문한 결과 대면을 통한 정보 획득과 자문에 대한 수요가 주요 원인인 것으로 파악됨.

- 보험 가입 시 온라인을 활용하지 않는 이유로는 전 연령층에서 ‘대면을 통한 정보 획득 선호’가 가장 중요한 요인으로 선정되었으며, 연령별로는 베이비붐세대가 37%, X세대가 45%, Y가 44%의 응답률을 보임.
 - ‘지인을 통한 자문 선호’가 베이비붐세대 34%, X세대 25%, Y세대 19%를 차지하며 뒤를 이음.
- 가입의 편의성과 가입에 대한 낮은 부담, 저렴한 보험료 등 온라인 채널의 장점에도 불구하고 대면 채널의 장점이 보험 가입 시 상대적으로 영향력이 큰 것으로 보임.

■ 향후 온라인 활용 의향에 대한 설문조사 결과, 현재 활용 비중과 미래의 활용 의향에 큰 차이가 없어 온라인 채널의 지속적인 확산에 한계가 있을 것이라 전망함.

- 현재 온라인을 통한 사망보험 가입률은 Y세대가 25%, X세대가 24%이나 향후 가입 시 온라인 채널을 고려한다는 응답률은 각각 28%, 27%로 나타나 온라인 활용도가 크게 증가하지 않을 것으로 보임.
 - 온라인 채널의 잠재 고객층인 Y세대가 향후 온라인 활용에 있어서도 X세대와 거의 차이가 없는 상황에 주목할 필요가 있음.

■ LIMRA는 온라인 채널의 활용성을 높이기 위해서는 온라인 환경 개선에 주목할 필요가 있음을 인식하고 다양한 전략을 제시함.

- 첫째, 링크가 포함된 이메일, 소셜 네트워크 등의 홍보자료를 통해 온라인의 접근성을 높일 필요가 있음.
- 둘째, 교육용 비디오, 보험료 계산기, 기타 콘텐츠 등을 설치하여 유용성을 높이고 또한 검색이 용이하도록 웹사이트를 구축할 필요가 있음.
- 셋째, 일대일 대화 및 상담이 가능한 시스템을 구축함으로써 대면을 통한 정보 획득 및 자문에 대한 니즈를 충족시키는 것도 좋은 대안이 될 수 있을 것임.

(LIMRA)