

【 해외금융 뉴스: 유럽 】

영국 생명보험시장, 슈퍼마켓 판매채널 확보에 주력

- 영국의 Friends Provident가 최근의 추세에 발맞추어 대형 유통업체인 Tesco와 전략적 제휴를 맺고, 사망보험 상품을 판매함에 따라 영국 생명보험시장은 슈퍼마켓이 新판매채널로서 자리매김 하는 상황이 도래함.
  - 불과 2~3년 전까지만 해도 복잡한 생명보험 상품을 대면 설명 없이 슈퍼마켓에서 판매한다는 것은 너무 위험한 발상이었음.
  - 그러나 최근 들어 급속한 환경 변화로 보험시장이 크게 위축되면서 생명보험회사에게 새로운 고객층 개발이 필요하게 됨.
  - 이러한 측면에서 볼 때 슈퍼마켓을 통한 보험상품 판매는 영국 생명보험시장의 침체에 활력을 불어넣는 돌파구로서 자리매김함.
  
- 영국의 대형 생명보험회사인 Norwich Union, Axa, Scottish Windows 등은 이미 은행과 주택조합을 통해 보장성 보험상품 판매에 주력한 바 있으며, 주택시장이 침체한 최근에는 슈퍼마켓과 우체국을 활용한 새로운 시장개발에 주력하는 상황임.
  - 슈퍼마켓을 통한 생명보험 판매의 선구자적 역할을 해온 Legal & General은 대형 슈퍼마켓 체인인 J. Sainsbury와 독점적 제휴를 맺음으로써 판매채널의 다변화를 모색함.
  - 이미 은행과 주택조합을 통해 전체 수입보험료 중 5% 미만의 수입보험료를 거둬들였던 Legal & General은 슈퍼마켓 채널을 확보함으로써 직접채널(direct-to-market)의 수입보험료를 12~15%대로 끌어 올렸고, 근간의 보장성 상품 판매 급감을 만회함.

보험회사	제휴사
Norwich Union, Axa, Scottish Windows	슈퍼마켓, 우체국
Legal & General	J.Sainsbury(슈퍼마켓 체인)
Bright Grey	Idol(슈퍼마켓)
Fortis	Asda(Wal-Mart의 영국지점)
Friends Provident	Tesco(대형슈퍼마켓 체인)

(Financial Times 4/28)