



코로나19 발생 이후 미국 생명보험산업 성장률 변화

정인영 연구원

연구

코로나19 발생 이후 미국의 생명보험시장은 사회적 거리두기, 도시 봉쇄령 등으로 실적이 크게 감소하였으나, 봉쇄조치가 완화·해제된 7월을 기점으로 회복세를 보임. 이 같은 생명보험 판매 실적 반등은 코로나19 확산에 따른 위험보장에 대한 수요 환기, 보험회사의 온라인 보험가입절차 단순화 등에 기인함. 실제 온라인이나 모바일을 통한 보험가입이 크게 증가한 것으로 나타남

- 코로나19 발생 이후 미국의 생명보험시장은 사회적 거리두기, 도시 봉쇄령 등으로 실적이 크게 감소하였으나, 7월을 기점으로 개인생명보험 판매량이 회복세를 보임¹⁾
 - 코로나19의 직접적 영향을 받은 5월, 개인생명보험 연납화보험료는 전년 동월 대비 11% 급감하였으나, 봉쇄조치가 완화·해제된 7월에는 전년 동월 대비 3% 성장한 것으로 나타남
 - 트럼프 행정부는 3월 중순부터 여행제한, 모임금지, 자택대피 등 봉쇄조치(Lock-down)를 시행함
 - 신계약 건수는 6월부터 2개월 연속 두 자릿수 성장률을 기록함
- 상품별 판매량 증가율은 차이를 보였는데, 고정이율형 유니버설보험상품 판매는 감소한 반면 인덱스형 유니버설보험 상품 판매가 크게 늘어남²⁾
 - 신계약 건수 기준으로, 5월에는 정기보험을 제외한 모든 상품이 마이너스 성장을 기록하였으나, 7월에는 고정금리형 유니버설보험을 제외한 모든 상품이 전년 동월 대비 판매량이 증가하였음
 - 고정이율을 보장하는 유니버설보험(Fixed Universal Life)의 경우 저금리 상황하에서 타 금융상품 대비 경쟁력이 약화되면서 마이너스 성장이 지속되고 있음
 - 반면, 주가지수 등이 연동된 인덱스형 유니버설보험은 주식시장 활황으로 6월과 7월 각각 24%, 20%의 높은 성장률을 기록하였음

1) LIMRA(2020. 8. 28), "Monthly Individual Life Sales - July 2020"

2) LIMRA(2020. 4. 9), "The Impact of COVID-19 on Individual Life Sales and Applications in the US"

■ 이 같은 생명보험 판매 실적 반등은 코로나19 확산에 따른 위험보장에 대한 수요 환기, 보험회사의 온라인 보험가입 절차 단순화 등에 기인함

- LIMRA(2020) 설문조사에 의하면, 설문대상자의 29%가 향후 12개월 내 생명보험상품을 구입할 의향이 있다고 응답하였는데, 동 보고서에서는 이러한 현상을 소비자가 코로나19 위협에 노출된 이후, 생명보험 상품 필요성에 대한 인식이 증가한 데서 비롯되었다고 설명하고 있음³⁾
- 한편, 다수의 보험회사가 도시 봉쇄, 사회적 거리두기로 인한 기존 대면영업 방식의 한계를 극복하기 위해 온라인상에서 보험가입을 완료할 수 있는 디지털프로세스를 구축한 것이 가입 증가에 영향을 미침⁴⁾
 - 보험가입 심사 과정에서 의학적 진단을 위해 피검사 등이 포함된 준의료검사(Paramedical Exam)를 실시하는 대신에 E-health 또는 기존 건강검진결과를 활용하는 등 보험가입프로세스를 단순화함
 - 아직까지 일부 주에서는 보험가입 과정에서 전통적인 “필기서명(Wet Signatures)”을 요구하고 있으나, 대다수의 보험회사가 전자서명(E-signatures) 방식으로 전환함

〈표 1〉 코로나19 이후 미국 개인형 생명보험상품 성장률

매출 증가율						판매채널별 증가율								
구분	(단위: %)					(단위: %)								
	1~3월	4월	5월	6월	7월	대면채널			온라인 및 모바일					
						5월	6월	7월	5월	6월	7월			
연납화보험료	1	-1	-11	-1	3	9	22	37	53	62	48			
신계약 건수	-1	9	-3	15	12	57	58	31	4	3	7			
						불명확	32	19	34	43	35	45		

주: 전년 동월, 동기 대비 증가율임

자료: LIMRA, “Monthly Individual Life Sales”, 각 월호; LIMRA(2020), “1Q 2020 U.S. Retail Individual Life Insurance Sales”

■ 실제 온라인이나 모바일을 통한 보험가입이 크게 증가한 것으로 나타남

- LIMRA(2020) 설문조사에 의하면, 대면채널을 통한 보험청약이 전년 대비 감소하였다고 응답한 회사 비율이 사회적 거리두기가 강화된 5월과 6월에 약 60% 수준이었으나, 봉쇄조치 완화가 본격화된 7월에는 31%로 나타나 대면채널을 통한 판매가 일정부분 회복한 것으로 보임⁵⁾
- 한편 온라인이나 모바일을 통한 보험청약이 전년 대비 증가하였다고 응답한 회사는 5월 53%, 6월 62%, 7월 48%로 나타나 비대면채널 활용이 증가하였음을 알 수 있음
 - 사회적 거리두기로 인해 전통적인 대면채널의 한계가 노출된 가운데, 온라인채널은 고객과 보험회사의 접점 기능을 담당함 **kiri**

3) LIMRA(2020. 9. 28), “Likelihood to Buy: COVID-19 Consumer Impact”

4) LIMRA(2020. 6. 22), “The Impact of COVID-19 on April Individual Life Sales Products and Electronic Processing”

5) LIMRA, “Monthly Individual Life Sales”, 각 월호