

권오경 연구원

요약

코로나19 발생 이후, 미국에서는 생명보험 가입 의향이 높아지고 생명보험 비대면채널 활용이 증가하고 있는 것으로 나타남. 미국 보험회사들은 디지털 마케팅을 확대하고 있으나 생명보험 소비자들은 여전히 보험가입 시 보험설계사와 같은 금융전문가의 상담과 조언을 필요로 하는 것으로 조사됨. LIMRA는 코로나19로 인해 발전한 디지털채널 기술이 보험설계사를 대체하기보다, 온라인 판매 프로세스에서 설계사가 중요한 역할을 하는 방향으로 진행될 것이라고 전망함

○ 코로나19 발생 이후, 미국에서는 생명보험 가입 의향이 높아지고 생명보험 비대면채널 활용이 증가하고 있는 것으로 나타남

- 코로나19는 미국 소비자의 생명보험에 대한 인식을 높여, 생명보험 가입의향이 코로나19 이전인 2020년 1월 36%에서 5월에는 53%로 증가함¹⁾
- 2020년 3분기 미국 생명보험회사들은 코로나19로 인한 봉쇄조치로 자동화된 보험인수 프로세스를 확대하고 온라인 판매능력을 강화하여 정기보험 및 종신보험의 비대면 판매를 중심으로 실적이 회복됨²⁾
 - 2020년 2분기 생명보험 신규계약의 연납화 보험료는 전년 동기 대비 5% 감소하였으나³⁾, 3분기에는 2% 성장함
- 미국 생명보험회사 대상 설문조사 결과 보험상품 판매에서 비대면채널이 증가하고 있는 것으로 나타남
 - 2020년 11월 전월에 비해 온라인 또는 모바일 보험청약이 증가했다는 보험회사는 54%로 나타난 반면, 대면방식의 보험청약은 43% 감소한 것으로 나타남⁴⁾

○ 코로나19 확산 방지를 위한 미국정부의 봉쇄조치 단행과 사회적 거리두기 지침준수에 따라 미국 보험회사들은 디지털 마케팅을 확대함

- 보험회사들은 신속하고 자동화된 보험계약인수 및 전자서명을 확대하는 온라인시스템을 구축하고, 고객과의 상담을 위한 화상회의를 장려하는 등 보험 가입방식을 디지털화함
- 보험 가입방식을 디지털화함으로써 보통 27일이 소요되던 보험계약 인수기간이 평균 9일로 단축됨
- 코로나19 발생 이후 90% 이상의 보험회사가 신기술을 활용한 신속한 보험계약인수(accelerated underwriting)⁵⁾

1) LIMRA(2020), "LIMRA's Facts About Life"

2) LIMRA(2020), "Life Insurance Sales Growth Rates(2020 Third Quarter)"

3) LIMRA(2020), "Life Insurance Sales Growth Rates(2020 Second Quarter)"

4) LIMRA, Monthly Individual Life Sales(<https://www.limra.com/en/research/benchmarks/monthly-individual-life-sales/>)

를 사용하고 있거나 사용을 계획하고 있는 것으로 조사되었는데, 기술발전에 따른 양질의 데이터 증가로 활용도가 더욱 증가할 것으로 기대됨⁶⁾

○ 생명보험 소비자들은 여전히 보험가입 시 보험설계사와 같은 금융전문가의 상담과 조언을 필요로 하는 것으로 나타났으며, 이러한 상담서비스가 보험소비자의 만족도 향상에 영향을 미치는 것으로 조사됨

- 생명보험 가입자를 대상으로 한 설문조사 결과⁷⁾, 26%의 소비자가 보험설계사와의 상담을 통해 보험가입이 용이해졌다고 응답함
- 코로나19 발생 이후 38%의 보험가입자가 온라인을 통해 설계사 상담이 가능한 하이브리드 온라인채널을 이용하였다고 응답하였으며, 이는 코로나19 이전보다 10%p 높은 수치임
- 세대별로 베이비부머에 비해 젊은 세대에서 하이브리드채널 이용 비율이 높은 것으로 나타났고, 젊은 세대는 단순 온라인채널 이용 비중도 베이비부머에 비해 2배 이상 높음(〈표 1〉 참조)
- 또한 보험가입자의 채널 만족도 조사에서 상호대화가 가능한 방식(설계사와 상담, 실시간 채팅, 콜센터, 소셜미디어 등)의 만족도가 80% 이상으로 매우 높게 나타나 보험설계사의 역할이 중요함을 알 수 있음

〈표 1〉 코로나19 이후 세대별 보험가입 채널

(단위: %)

구분	대면	전화	우편	앱/비디오콜	하이브리드	단순 온라인
밀레니얼	43	12	6	1	30	8
X세대	39	5	6	-	42	8
베이비부머	36	31	11	7	12	3

자료: LIMRA(2020. 10. 23), "The COVID-19 Effect: High Tech With Human Touch to Optimize Life Insurance Customer Experience"

○ LIMRA는 코로나19로 인해 발전한 디지털채널 기술이 보험설계사를 대체하기보다, 온라인 판매 프로세스에서 설계사가 중요한 역할을 하는 방향으로 진행될 것이라고 전망함⁸⁾

- 전통적인 보험산업의 주력 판매채널이었던 설계사는 코로나19로 보험상품의 비대면채널 기술이 강화되면서 역할이 축소될 것으로 예상되고 있음
- 그러나 디지털 환경하에서도 소비자들은 설계사의 상담을 원하고 있으며, 따라서 보험산업이 판매 프로세스에서 광범위하게 디지털 기술을 채택하더라도 보험설계사는 여전히 중요한 역할을 담당할 가능성이 높음

5) 신속한 보험계약인수(accelerated underwriting) 기술은 계약자의 광범위한 건강검진 없이 의료 및 자동차운전 관련 외부 데이터를 이용하는 심사기술로 의사확인서가 필요하지 않은 간편심사(simplified underwriting)와는 차이가 있음

6) https://content.naic.org/cipr_topics/topic_accelerated_underwriting.htm

7) 설문조사는 보험소비자의 인식 및 행동에 대한 코로나19 영향을 조사하기 위하여 미국 내 생명보험 가입자 또는 가입경험이 있는 약 4,000명을 대상으로 2020년 7월과 8월 중 온라인으로 실시하였으며 응답자의 연령은 18~85세로 미국 내 인구분포가 반영됨

8) LIMRA(2020. 10. 23), "The COVID-19 Effect: High Tech With Human Touch to Optimize Life Insurance Customer Experience"