

보험 · 금융 산업, '변혁기' 도래

첨단 정보통신 기술의 발달로 전산업 분야가 급격한 변화를 겪고 있는 가운데 보험업계에서도 업무형태나 고객관리 등의 측면에서 과거와 뚜렷이 구별되는 변화가 도래할 것이라고 최근 한 조사에서 밝히고 있어 관심을 끌고 있다. <편집자>

보험회사 중역을 대상으로 아이비엠이 EIU(The Economist Intelligence Unit)와 공동으로 설문 조사한 결과에 따르면 보험업계에서는 정보통신 기술의 발달과 전자 상거래 환경이 보험 및 금융산업 전반에 발빠른 변화를 가져올 것으로 예상하고 있는 것으로 나타났다.

전세계 160명의 중역들을 대상으로 한 설문조사와 50명의 개별 인터뷰를 중심으로 실시한 이 조사에서 보험업계에 종사하는 중역들의 75% 이상이 향후 10년간을 커다란 변혁을 겪는 시기로 예상했다. 이들은 앞으로 5년동안 전세계 보험시장은 은행과 기타 금융권들간의 경쟁심화, 보험업에 새롭게 뛰어들 것으로 예상되는 소매상이나 컴퓨터 서비스 업체등과의 경쟁, 전자 상거래의 급진전, 규제 완화, 고객 선호도 변화 등의 요인이 변화를 예견케 한다는 것이다.

이러한 변화에 직면해 보험회사 간부들은 자신들의 회사가 다양한 방법을 동원함으로써 성장해야 한다고 인식하고 있었다. 설문 응답자 가운데 54%는 기업합병 및 인수를 통해 자신들의 회사가 성장할 것으로 예견했으며, 52%는 보험 상품을 추가하게 될 것으로 내다봤다. 또 44%는 보험회사들이 여타 금융 서비스로의 영역 확대를 통해 사업을 확장하게 될 것으로 대답했다.

특히 이번 설문조사에서 급격한 환경 변화에 따라 미래의 보험회사가 현재의 모습과 차이를 보이게 되는 요인에 대해 응답자들은 크게 3가지를 지적했다.

첫째, 앞으로 보험회사들은 보안성이 뛰어나고 사용하기 편리한 전자 통신망을 빈번하게 활용할 것이다. 이는 조사 대상 보험회사 가운데 72%가 보험 업무에 전자 상거래가 상당한 영향력을 행사하게 될 것으로 믿고 있었다.

현재 인터넷이나 온라인 서비스를 통해 정보를 제공하는

보험회사는 3% 미만이지만 앞으로 5년내에 이 숫자가 거의 49%에 이를 것으로 전망했다. 응답자 가운데 40%는 전자적인 방법을 선호하는 소비자들이 현재는 2%에 불과하지만 향후 5년내에 비교적 덜 복잡한 제품 구입을 위해서 소비자들이 전자적인 방법을 선호하게 될 것으로 주장했다. 이런 소비자의 경향 때문에 보험회사들은 광고나 고객의 의견을 수렴하는 수단이 인터넷으로 변할 것으로 40% 가량의 응답자가 예상했다.

둘째, 보험회사가 인터넷이나 온라인을 통해 고객이나 예상고객과 직접 접촉하게 됨에 따라 보험상품 판매에 대리점 및 모집 조직의 역할이 점차 축소될 것이라는 점이다. 이는 새로운 상품개발을 위한 대리점 및 모집 조직에 대한 의존도가 향후 5년내에 현재의 58%에서 38%로 대폭 낮아질 것으로 보임에 따라 고부가가치 서비스를 제공하는 대리점과 모집 조직들만 살아 남을 것으로 짐쳐지고 있다.

마지막으로는 고객들이 언제, 어디서나 접속할 수 있는 기반을 갖추는 보험회사가 시장경쟁에서 이길 것으로 예상됐다. 이는 기술 발달과 고객들의 요구 다양화로 보험회사들이 전화, 인터넷, 키오스크, 전자 현금 출납기, 대화형 TV 등의 다양한 채널을 마련해야 되기 때문이다. 설문 대상 기업 가운데 43%가 향후 5년 이내에 전자매체를 통해 고객들이 직접 연결할 수 있는 통로를 만들 예정이라고 응답했는데 현재 비슷한 서비스를 제공하는 보험회사는 3%에 불과한 실정이다.

특히 제품 중심이 아닌 고객 중심의 데이터베이스 개발이 새로운 변화의 흐름으로 지적됐는데 이는 고객들에 대한 정보를 가장 많이 가지고 있는 보험회사들이 상대적으 로 경쟁력의 우위를 가지게 될 것으로 나타나 데이터베이스가 마케팅 정책을 좌우하게 될 것으로 보인다. **HC**