

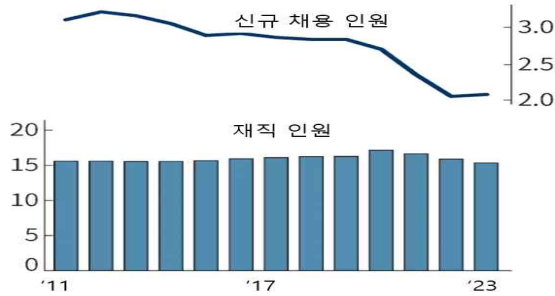
요약

2023년 일본 4대 생명보험회사의 전속설계사 수가 2011년 이후 최저 수준으로 감소했음. 2015년 이후 생명보험회사들은 전속설계사 수를 확대하기 위해 노력했으나, 신규 채용의 어려움과 이직 증가로 오히려 축소됨. 전속설계사는 여전히 주요 판매채널로, 이들의 지속가능성을 확보하기 위해 일본 생명보험회사들은 임금인상 등 처우를 개선하고, AI 및 디지털 기술을 활용하여 전속설계사를 지원하고 있음

- 2023년 회계년도 말 기준 일본 4대 생명보험회사의 전속설계사(등록영업직원¹⁾) 수는 2011년 이후 최저 수준으로 감소했으며, 전속설계사 신규 채용 건수도 감소함(〈그림 1〉 참조)²⁾
 - 니혼생명, 다이이치생명, 메이지야스다생명 그리고 스미토모 생명보험회사의 2023년 전속설계사 수는 15만 3,427명으로 2020년 정점 대비 10% 감소한 수치이며, 2011년도 이후로 가장 낮은 수준임
 - 니혼생명의 2023년 말 전속설계사 수는 약 47,000명으로 2020년 말 대비 14% 감소하였으며, 다이이치생명은 20% 감소한 약 37,000명, 스미토모 생명은 10% 감소한 약 32,000명임
 - 전속설계사 신규 채용 규모 또한 지난 10년 동안 지속적으로 감소해 2015년 이후 연간 3만 명 이하로 줄었으며, 2023년에는 약 2만 명으로 축소되었음
- 2015년 이후 생명보험회사들은 보유 계약 건수가 감소함에 따라 전속설계사 수 확대를 위해 힘써왔으나,³⁾ 설계사 신규 채용이 쉽지 않았고 기존 설계사의 이직도 증가하면서 전속설계사 수는 오히려 감소함
 - 2009년부터 생명보험회사들은 사업비 및 보유 계약 추이 등을 반영하여 전속설계사 수를 적정하게 조정함
 - 생명보험회사들은 보유 계약 건수가 감소하는 가운데 사업비 절감을 위해 전속설계사 수를 2009년 25.1만 명에서 2014년 22.8만 명까지 줄인 것으로 추정되나, 이후 보유 계약 건수 감소세를 억제하기 위해 전속설계사 수를 늘려 2022년 24.7만 명으로 2009년도와 비슷한 수준이 되었음(〈그림 2〉 참조)
 - 그러나 코로나19 이후 경제활동이 정상화되면서 요식업 등의 채용이 늘면서 생명보험회사 전속설계사의 지원자가 줄어 신규 채용이 감소하였으며,⁴⁾ 전속설계사의 이직률도 높아 규모 유지에 어려움이 있음⁵⁾
 - 전속설계사의 이직 사유는 입사 후 2년까지는 고정급이지만 3년부터는 낮은 기본급에 성과급 연동으로 인한 수입 불안정성, 교통비 및 선물 비용 자비 부담, 그리고 목표 판매량 달성을 위한 업무 부담 등임

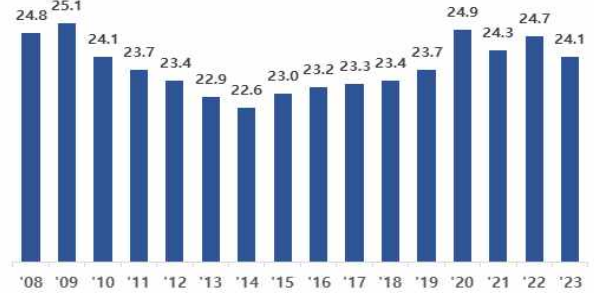
1) 생명보험회사의 등록영업직원(전속영업직원)은 전국 각 지점에 소속되어 보험상품 영업을 담당하며, 우리나라의 전속설계사에 해당함
 2) 日本経済新聞(2024. 7. 4), “生保の営業職員数、10年間で最少 日本生命は5万人割れ”
 3) 内野 逸勢(2024. 4. 25), “大手生保は中長期の事業環境の変化に対応できるか~本格化するビジネスモデル変革, 大和総研調査季報”
 4) 日本経済新聞(2024. 7. 4), “生保の営業職員数、10年間で最少 日本生命は5万人割れ”
 5) 転職会議Report 홈페이지, “離職率8割?! 生命保険会社を退職する人の理由4選”

〈그림 1〉 일본 4대 생명보험회사 전속설계사 채용 및 재직 인원 (단위: 만 명)



자료: 日本經濟新聞(2024. 7. 4), “生保の営業職員数、10年間で最少 日本生命は5万人割れ”

〈그림 2〉 일본 생명보험산업 전속설계사 추이 (단위: 만 명)



자료: LIAJ, “Life insurance Fact Book”, 각 연도

○ 전속설계사는 여전히 일본 생명보험회사의 주요 판매채널로, 생명보험회사의 핵심 과제 중 하나는 전속설계사의 지속가능성을 확보하는 것임⁶⁾

- 방카슈랑스, 온라인, 보험대리점을 통한 보험 가입이 증가하고 있지만, 전속설계사는 여전히 주요한 판매채널임
 - 2024년 생명보험문화센터의 조사에 의하면 생명보험 가입 경로는 ‘전속설계사’가 56.7%, ‘보험대리점’이 15.7%, 통신판매는 7.8%로 나타남⁷⁾
- 코로나19 이후 온라인 판매채널의 확대에도 불구하고, 전속설계사 채널을 중심으로 하는 생명보험회사들은 부가가치의 원천인 전속설계사의 역량 강화에 주력하는 전략을 취하고 있는 것으로 보임⁸⁾

○ 일본 생명보험회사들은 전속설계사의 정착률을 높이기 위해 임금인상을 포함한 처우 개선에 힘쓰고 있으며, AI 및 디지털 기술을 활용해 전속설계사를 지원하고 인력 부족에 대비하고 있음

- 니혼생명은 2023년에 이어 2024년도에도 전속설계사의 임금을 평균 7% 정도 인상하였으며, 스미토모생명은 2025년에 임금을 평균 5% 이상 인상할 계획임
- 다이이치생명은 생성형 AI를 활용해 전속설계사의 업무를 지원하는 ‘디지털 버디’를 개발하여 2026년도까지 전국적으로 도입할 계획이며, 니혼생명은 2024년에 시가 전속설계사를 지원하는 시스템을 전국에 도입하였음
 - 다이이치생명은 ‘디지털 버디’를 통해 고객의 생활방식과 자산 상황에 맞는 솔루션을 전속설계사에게 제공하고, 생성형 AI가 자동 응답하는 챗봇인 ‘ICHI’ 개발에도 힘써 대면 외에 디지털 채널로 고객 접점을 확대할 계획임
 - 니혼생명은 고객 정보와 설문조사 응답 상태, 전속설계사와의 통화 시간 등 공식적으로 수집된 데이터를 시가 분석해 고객 특성을 시각화하고, 분석 결과를 바탕으로 전속설계사에게 최적의 계약 내용이나 판매 전략을 제시함
- 타이요생명에서는 전속설계사가 AI를 통해 자율적으로 학습하고, 시가 전속설계사의 고객 응대 태도를 평가해 맞춤형 교육을 제공함

6) 金融庁(2023. 6. 23), “2023年 保険モニタリングレポート”

7) 생명보험문화센터(2024. 11), “2024년 생명보험 전국 실태조사”

8) 内野 逸勢(2024. 4. 25), “大手生保は中長期の事業環境の変化に対応できるか~本格化するビジネスモデル変革, 大和総研調査季報”