



보험연구원  
Korea Insurance  
Research Institute

# 보도자료

보도

2019. 11. 15(금) 14:00부터

배포

2019. 11. 14(목)

책임자

생명·연금연구실  
김규동 실장(3775-9049)

작성자

정원석 연구위원(3775-9037)

홍보담당

변철성 수석역(3775-9115)

총 6매

## 보험연구원, 「판매채널 환경변화에 따른 대응방안 모색」 국제세미나 개최

- 보험연구원(원장 안철경)은 11월 15일(금) 오후 2시 서울 플라자호텔 그랜드볼룸에서 「판매채널 환경변화에 따른 대응방안 모색」이라는 주제로 국제세미나를 개최하였음
- 이번 세미나는 판매채널을 둘러싼 환경이 변화함에 따라 유사한 변화를 먼저 겪은 선진국의 사례를 살펴보고 우리나라의 판매채널이 어떻게 적응해 나가야 할지를 고민하기 위함임
- Phil Anderson 호주 금융상품 자문인 협회(Association of Financial Advisers) 본부장은 제1주제 『호주 생명보험 판매채널 개혁 사례』 발표를 통해 호주에서 대면채널의 독립자문에 대한 수수료 및 판매행위에 대한 규제가 강화되고 있으며 이러한 규제가 보험산업에 부담이 되고 있음을 설명함
- Stephen Yun 미국 천하보험 전무는 제2주제 『미국 생명보험 시장에서 GA의 역할과 소비자 보호』 발표를 통해 미국 생명보험 시장에서 GA의 역할이 확대되고 있으며, GA로 인한 소비자 피해와 보험회사의 평판리스크를 관리하기 위해 보험회사는 GA에 대한 엄격한 관리를 시행하고 있음을

## 설명함

- 일본 푸르덴셜생명 Shoichiro Ichitani 고문(전(前) 사장)은 제3주제 『일본전속설계사 조직 특징과 시사점』 발표를 통해, 직원으로 채용되는 일본 푸르덴셜생명 전속 설계사 제도의 특징과 차이점을 설명하였음
  - 정원석 보험연구원 연구위원은 제4주제 『비대면채널 활용을 위한 규제개선 방안』 발표를 통해 소비계층 변화와 기술 발달로 인해 향후 보험판매 중심은 비대면채널로 옮겨갈 것이며, 인공지능을 비롯한 미래채널 등장에 대비해 비대면채널 규제 합리화와 신기술 활용에 대비한 원칙중심의 사후규제 도입을 주장하였음
  - 이창욱 금융감독원 보험감독국 국장은 제5주제 『판매채널 변화에 따른 보험채널 감독 방향』 발표를 통해 대면채널은 소비자에게 최적의 상품을 권유하도록 유도하고, 비대면채널은 허위/과장 판매를 근절하며, 미래채널은 원칙중심의 규제 및 규제 샌드박스 등을 통해 적극 지원할 것임을 발표하였음
- 안철경 보험연구원장은 개회사에서 이번 국제세미나를 통해 보험판매채널이 단기적인 성과만을 바라보는 “수렵형” 채널이 아니라 고객에게 높은 가치를 제공하고 지속적으로 수확할 수 있는 “경작형” 채널로 바뀌는 계기가 되길 바란다고 언급하였음

## < 제1주제 : 호주 생명보험 판매채널 개혁 사례 >

Phil Anderson

General Manager of Association of Financial Advisers

- 호주의 보험판매는 크게 일반자문자(Financial Advisers)들이 보험을 판매하는 경우와 호주 퇴직연금인 슈퍼에누에이션(Superannuation)을 통한 판매 그리고 직접판매(Direct)하는 경우로 나눌 수 있음
  - 우리나라의 설계사와 같은 일반 자문자를 통해 보험에 가입하는 경우가 많음
  - 호주 퇴직연금인 슈퍼에누에이션에 가입하면서 필요한 위험보장을 특약 형태로 가입하는 경우 역시 많음
  - 주요 보험상품은 사망보험, 상해보험 그리고 소득보장 보험 등임
  
- 호주 보험판매 채널의 가장 큰 변화는 2017년부터 추진되고 있는 수수료 체계와 자격기준 강화라고 할 수 있음
  - 과거에는 전체 수수료 지급에 대한 규제가 거의 없었으나, 2018년부터 선급 수수료를 최대 전체 수수료의 80%만 지급할 수 있도록 하였으며, 2020년 까지 선급수수료 비율을 60%로 줄이도록 하였음
  - 또한 1년 내 해지 시 수수료의 100%, 2년 내 해지 시 수수료의 60%를 환수하도록 하였음
  - 교육측면에서는 2023년까지 일정한 과목에 대해 대학원 수준 수업을 수강하도록 하였음
  
- 이러한 규제 강화는 보험판매채널의 위축으로 이어지고 있음

## < 제2주제 : 미국 생명보험 시장에서 GA의 역할과 소비자 보호 >

Stephen Yun, 미국 천하보험 Executive Vice President

- 미국도 한국처럼 독립대리점(이하 GA)의 판매 비중이 증가하고 있음
  - 2009년 49% 수준이던 GA의 시장점유율은 2018년 51%로 증가하였으며 전속설계사의 점유율은 같은 기간 동안 41%에서 38%로 감소하였음
  
- 미국에서도 소비자 보호는 매우 중요한 이슈이며 설계사가 되기 위한 교육 52시간 중 12시간이 윤리교육임
  - 2년마다 3시간의 윤리교육을 포함한 24시간의 보수교육을 받아야 함
  
- 고객의 이익에 반하는 승환계약은 강하게 규제하고 있음
  - 승환계약 시에는 보험계약자에게 승환계약에 대한 정보를 고객에게 명확히 설명해야 하며, 별도의 양식에 설계사와 계약자가 모두 서명을 해야 함
  
- 미국 설계사 시장은 시장기능에 의해 불량 설계사가 퇴출되는 구조를 가지고 있음
  - 설계사가 소속 보험회사 혹은 GA를 자주 옮길 경우 소비자만족도가 크게 저하되므로, 보험회사는 이러한 보험설계사를 자사 평판 관리를 위해 고용하지 않음
  - 보험회사는 설계사에게 보통 3년 유지율 70~80% 이상을 요구하며 그 미만인 경우 설계사는 퇴출됨

## < 제4주제 : 비대면채널 활용을 위한 규제개선 방안 >

정원석 보험연구원 연구위원

- 소비자계층 변화와 기술 발전으로 인해 보험판매채널의 무게중심은 향후 비대면 채널로 이동할 것으로 보임
  - 상품이 간단하고 위험환기 필요가 적은 자동차보험 및 건강보험의 경우 비대면채널 시장점유율이 빠르게 확대되고 있음
  - 기술발달과 소비자 변화가 진행될수록 인공지능 등을 활용한 비대면채널의 역할은 더욱 확대될 것으로 예상됨
  - 따라서 미래채널로 진화하는 중간단계에 있는 비대면채널에 대한 규제를 합리화하고 비대면 채널이 미래채널로 발전하기 위한 규제 방향 수립이 필요함
  
- 소비자 편의성 증대를 위해 현재 비대면채널에 대한 규제 합리화가 필요함
  - 다른 나라에 비해 과도한 설명의무를 합리화하고 규제 실효성이 낮은 부분은 합리화할 필요가 있음
  - TM의 경우, 상품 판매 시 컴퓨터, 태블릿 등 다양한 매체를 활용해 음성 설명을 대체해 소비자와 판매자의 부담을 감소시키는 방안을 고민할 수 있음
  - 온라인 판매의 경우, 보험가입자가 온라인보험 가입을 시도했으나 가입에 이르지 못한 비율이 높았으며, 그 이유로는 충분하지 않은 설명 혹은 복잡한 가입절차가 50%에 이르렀음
  - 이러한 어려움을 해결하기 위한 적합한 방안으로 보험회사 직원과의 통화를 끊은 비율이 53%에 달했음
  - 따라서, 온라인보험 활성화를 위해서는 전화를 통한 보험상품 설명 및 계약까지 도움을 줄 수 있는 하이브리드 계약방식 도입을 고려할 필요가 있음
  
- 미래 보험판매채널은 기술과 결합하여 우리가 상상하지 못한 보험판매 방식이 등장할 것이므로 현재 규정중심의 규제체계로는 시대의 변화를 따라갈 수 없음
  - 인슈어테크 선진국이라 할 수 있는 영국, 싱가포르 등 국가들은 규제샌드박스 등을 통해 기술 활용을 장려하고 소비자 피해 등에는 사후적으로 대응하는 원칙중심의 사후규제를 적용 중임
  - 우리나라 역시 적용 시 부작용이 적은 인바운드 비대면채널부터 원칙중심의 사후적 규제를 점진적으로 적용해 나갈 필요가 있음

## < 제5주제 : 판매채널 변화에 따른 보험채널 감독 방향 >

이창욱 금융감독원 보험감독국장

- 대면채널의 경우 소비자 이익을 저해하는 부당유인을 제거하고, 소비자 니즈를 충족할 수 있는 전문성을 키우며, 불법 영업행위에는 엄정하게 대응할 것임
  - GA의 경우 보험상품 비교안내를 강화하고, 작성계약 등 불법행위를 유발하는 수수료 체계를 개편하며, 대형 GA는 보험회사 수준의 내부통제 의무를 부과하는 것을 계획 중임
  - 전속설계사의 경우 보험설계사 자격제도를 정비하여 전문성을 강화하고, e클린 서비스를 통한 정보공개를 확대하며, 교차설계사 모집 및 관리책임에 대한 명확화를 이루어 나갈 것임
  - 방카슈랑스의 경우 영업행위에 대한 점검을 강화하고, **불완전 판매의 원인으로 지목된 KPI, 조직문화 등의 개선**을 유도하며, 기술발전에 대비하여 온라인 방카에 대해서는 규제를 완화하는 등의 차등적 규제를 적용할 것임
- 비대면채널의 경우 과도한 경쟁 및 불완전판매가 발생하는 홈쇼핑TM 등의 규제는 정비하고, 온라인 등 인바운드 채널의 경우 활성화를 위한 지원을 계획 중임
  - **홈쇼핑 및 TM의 경우 고객 유인을 위한 과도한 보장은 지양하도록 유도**, 생방송 홈쇼핑의 경우 과장광고 우려가 있으므로 사전심의를 마친 녹화방송으로 변경할 것을 고려 중임
  - 인터넷 모바일 등 신채널의 경우 기술을 활용한 새로운 시장 및 영업활동을 적극 지원하며, 규제 샌드박스 등을 통한 새로운 기술 활용무대를 제공하고, 원칙중심의 규제체계를 적용할 예정임

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.

<http://www.kiri.or.kr>