

IV. 소비자 신뢰

■ 모집질서 건전화, 소비자 불만 해소, 보험사기 방지 등을 통한 보험산업의 소비자 신뢰 제고에 대한 정책당국의 명확한 의지가 반영되었으나 판매채널 다변화도 소비자 선택 기회 확대의 명분으로 지속 추진되고 있음.

- 소비자 신뢰 제고 관련 정책은 ① 모집질서 건전화, ② 보험사기 및 보상 행위 관련 규제 강화, ③ 소비자 알 권리 강화, ④ 채널 다변화로 나누어 요약할 수 있음.
- 보험회사 입장에서는 소비자 신뢰 제고를 위해 다양한 노력이 요구되는 상황에서 판매 채널 다변화에 따라 영업 행위에 대한 관리가 더욱 어려워질 것으로 예상됨.

1. 모집질서 확립 및 건전화

■ 설계사 모집이력 관리시스템 도입

- (내용) 보험설계사의 모집활동에 대한 이력관리를 집중적으로 함으로써 모집질서 건전화를 추진
 - 보험협회는 설계사 모집이력 정보를 집적 및 제공하여 보험회사나 대리점의 설계사 위촉시 의사결정에 활용하게 함.

- (평가) 모집이력 관리시스템을 확립함으로써 설계사들이 책임감 있는 보험모집 활동을 하도록 유도할 필요

■ GA 관리·감독 강화

- (내용) 일정 규모 이상(예: 500인)의 보험대리점에 대한 관리 및 감독을 강화하는 방안을 마련
 - 이에 대해서는 현장 실태조사와 연구용역을 실시한 후 불량한 대리점의 실질적 퇴출 및 재진입 억제 방안을 제시할 계획
- (평가) 금융소비자보호법에 근거하여 판매채널의 위법행위에 대해 금융회사의 손해배상책임 부담을 원칙화³⁾하고 있음에 유의할 필요가 있으며, 향후 판매자 책임 원칙에 대한 논의가 지속될 필요

■ 시장규율 및 제재수준 강화

- (내용) 소비자의 권익보호와 반복적 위법행위를 차단하기 위하여 해당 제재수준을 강화하고 제재근거를 명확히 설정
 - GA 소비자 권익 침해에 대한 제재근거 마련, 계속적·반복적 위법행위 및 대형 보험대리점에 대한 규율 강화, 퇴출 보험대리점의 우회적 재진입 방지, 과태료·과징금 체계 정비 및 제재체계 점검 정례화 방안 등을 추진
- (평가) 시장규율 및 제재수준이 강화되는 만큼 보험회사는 설계사들에 대한 철저한 교육을 통해 법령위반에 따른 설계사들의 이탈로 영업기반이 약화되는 것을 방지할 필요

3) 해당 내용은 『보험 혁신 및 건전화 방안』과 함께 발표된 금융권 전체에 대한 정책인 『금융규제 개혁방안』에 포함

2. 보험사기 및 보상행위 관련 규제 강화

■ 보험사기 적발 시스템 강화

- (내용) 유관기관간 보험사기 인지·조사·수사 과정의 연계 체계를 강화하고 보험회사의 보험계약 체결 및 보험금 지급 시, 보험사기 연계가능성을 검토할 수 있는 정보인프라 마련
- (평가) 보험사기 관련 금감원의 역할과 권한이 확대될 것으로 예상
 - 유관기관간 연계체계가 효과적으로 작동하기 위해서는 보험회사의 정보접근성 개선을 통한 보험사기 인지기능 제고도 필요

■ 보험회사의 불공정 보상행위에 대한 소비자 보호 대책 강화

- (내용) 보험회사의 불공정 보상행위 대한 정의 및 제재를 보험업법에 규정
 - 보험권유 단계에서 보험금이 지급되지 않았던 주요 사례 안내, 보험회사가 보험금 지급과 관련하여 제기한 소송현황을 정기공시 사항으로 반영
- (평가) 보험사기에 대한 조사와 소비자 보호간 조화 및 균형을 시도한 조치이나, 이로 인한 보험사기 방지활동 위축가능성에 유의할 필요

3. 소비자 알 권리 강화

■ 소비자 중심의 상품공시

- (내용) 보험약관을 비롯한 상품공시가 정보의 중복 및 과잉으로 소비자의 이해도가 개선되지 않는다는 문제점을 개선
 - 중복 및 과잉 정보 문제를 해결하기 위하여 보험안내자료 간소화와

어렵고 복잡한 보험료 비교 지수 등을 개선

- 상품공시 항목을 결정하는 보험상품공시위원회에 소비자 위원을 확대하는 방안 추진
- (평가) 공시확대를 통한 투명성 제고는 자유경쟁을 뒷받침하는 기반이 된다는 점에서 의의가 존재

■ 보험상품 이해도 평가 확대

- (내용) 보험소비자의 경우 상품내용 확인과 가입여부 판단 시 보험약관 보다는 보험안내자료에 더 많이 의존함에도 이에 대한 평가 및 확인 절차가 없어 관련 제도를 개선
 - 평가대상 자료는 핵심상품설명서, 상품설명서, 가입설계서 등
- (평가) 보험안내자료에 대한 이해도 평가는 보험상품에 대한 소비자들의 이해도 제고에 기여할 것으로 판단

■ 단체보험 설명의무 강화

- (내용) 상법 및 보험업법상 설명의무는 일반 보험계약자만을 대상으로 이루어지고 있는 바 단체보험 피보험자의 요청 시 보험계약의 내용을 설명 또는 안내하도록 설명의무 강화
- (평가) 실질적 보험가입자이자 보험서비스 수혜자인 단체보험 피보험자들이 동 제도의 시행으로 보험계약 및 보상에 대한 이해가 제고될 것으로 기대

4. 판매채널 다변화

■ 단종보험대리점 제도 도입

- (내용) 제품 및 서비스 연계보험 관련 보험상품을 판매할 수 있는 단종보험대리점 제도를 도입함.
 - 예를 들어, 휴대폰대리점이 휴대폰 판매 시 휴대폰보험, 수의사가 동물진료 및 치료 시 동물보험, 가전제품 판매점에서 PC보험 등을 판매
- (평가) 단종보험대리점 제도 도입으로 단체보험의 피보험자에 대해서도 설명의무가 가능해질 것으로 보이나, 관리대상 대리점의 증가로 보험회사의 판매채널 관리부담은 증가할 것으로 예상됨.

■ 제품 및 서비스 연계 보험 활성화

- (내용) 이동통신회사와 같은 거대기업이 휴대폰보험 서비스를 매개하는 경우 보험회사와 함께 보험상품을 제공하는 제도를 마련
 - 소비자보호를 위해 설명의무, 보상책임에 대해 보험회사와 제품·서비스 제공자가 서로 역할과 책임을 명확히 함.
- (평가) 업무위탁 형태로 제품·서비스 제공자에게도 보험상품 및 서비스에 대한 관리의무를 부과함으로써 효율성 제고와 소비자보호에 기여

■ 온라인 보험수퍼마켓 도입 검토

- (내용) 소비자 니즈가 있는 보험상품을 온라인에서 비교·조회 및 가입이 가능한 온라인 보험수퍼마켓 도입을 검토

- 이외에도 온라인 펀드수퍼마켓 보험상품 취급, 계열사 간 복합점포 활성화 등의 추진 또는 검토⁴⁾
- (평가) 판매 채널의 다변화가 확대되면서 보험회사의 영업 행위에 대한 관리 부담이 크게 증가할 것으로 예상

4) 해당 내용은 『보험 혁신 및 건전화 방안』과 함께 발표된 금융권 전체에 대한 정책인 『금융규제 개혁방안』에 포함