

## I. 검토배경

---

- 최근 글로벌 금융위기를 계기로 금융회사의 건전성뿐만 아니라 영업행위에 대한 체계적 감독을 통해 금융소비자를 적극적으로 보호해야 한다는 방향의 정책이 강화되고 있음.
- 금융소비자보호란 금융거래시 공급자에 비해 정보, 전문지식 등의 측면에서 열위에 있는 소비자의 입지를 보정하고 사후적으로 발생하는 피해로부터 구제하기 위한 활동이라 할 수 있음.
- 국제적으로 볼 때 이번 글로벌 금융위기의 진원지라 할 수 있는 미국에서도 금융소비자보호를 강화하기 위한 다양한 조치가 적극적으로 추진되고 있음.
- 이에 국내에서도 금융소비자보호를 강화하기 위해 정부가 태스크포스를 구성하여 연구를 진행하고 법률안을 모색하는 등 적극적으로 대응하고 있음.
  
- 보험산업의 경우 상품의 복잡화와 함께 모집조직의 다기화가 진행되는 가운데 다른 금융산업에 비해 민원 발생이 빠르게 증가하면서 소비자보호 문제가 중요하게 대두되고 있음.
- 보험상품의 복잡화는 설명의 의무 강화 등을 필요로 하며, 보험 모집조직의 다기화는 대형화 및 독립화와 맞물리면서 판매자책임 등과 관련하여 소비자보호의 새로운 접근을 필요로 하고 있음.
  
- 이 연구에서는 최근 보험소비자 보호와 관련한 경영환경 변화를 살펴보고, 보험회사 경영에서 소비자보호 문제가 중요한 이유와 경영전략적 관점에서 바람직한 접근 방안을 제시하고자 함.
- 보험회사가 법규 준수를 통한 소비자보호라는 소극적 자세를 벗어나, 적극적으로 소비자이익을 제고할 수 있는 소비자보호 체계를 확립하는 경영전략을 제시하는 데 연구의 목적이 있음.