

## Ⅱ. 보험소비자 보호 관련 경영환경 변화

### 1. 금융소비자 보호 관련 규제 강화

#### 가. 법률 체계의 정비

- 금융위원회는 전금융권을 대상으로 '동일상품-동일판매행위'에 대해 '동일한 금융소비자 보호 규제'를 적용하기 위한 법률인 「금융소비자보호법(가칭)」의 제정을 추진하고 있음.<sup>1)</sup>
  - 이러한 법률의 제정은 현재와 같은 업종 중심의 규제가 규제차익을 야기할 수 있고, 나아가서 소비자보호에 공백을 초래할 수 있다는 인식에 기초하고 있음.
  - 법안은 총칙, 금융소비자보호의 일반원칙, 금융상품판매업자의 영업행위 규제, 판매업자의 인·허가, 분쟁조정, 금융소비자보호조직 및 지원, 감독·검사·제재로 구성되어 있음.
    - － 이 법률안은 향후 여론 및 입법기술 측면 등을 고려하여 내용 및 구성이 수정될 가능성이 있음.
- 영국, 호주, 일본 등 많은 국가에서는 이미 금융소비자보호를 위해 영업행위를 규제하는 법률을 통합하여 운영하고 있으며, 미국도 별도 법의 제정을 추진해왔음.
  - 영국과 호주는 하나의 법으로 영업행위를 구체적이고 직접적으로 규제하고 있으나, 일본은 금융상품판매법을 통해 선언적 수준에서 업무행위를 규제하고 있음.

1) 지난 6월 30일에 금융위원회가 후원하고 KDI 등이 주최한 정책토론회에서는 금융소비자보호법 제정의 필요성과 개요에 대한 발표가 있었음.

- 미국의 경우 글로벌 금융위기를 계기로 불공정한 대출, 과도한 수수료 및 이자 부과 등을 감시할 소비자보호기구 설치 등의 내용을 포함한 금융개혁법 제정을 추진하고 있음.

#### 나. 감독 체계의 정비

- 정부는 금융소비자 보호가 재무건전성 규제에 비해 상대적으로 소홀히 다루어진 점을 고려하여 감독체계 정비를 통해 금융소비자 보호를 강화하겠다는 계획임.
- 감독체계 정비는 동일한 행위에 대해서 동일한 규제가 적용될 수 있도록 이의 집행을 감독하는 조직 체계를 정비하는 것이라 할 수 있음.
- 이와 관련해서는 현재의 금융소비자보호 관련 업무 전담부서를 강화하는 방안, 기능별 감독체계를 구축하는 방안, 별도의 소비자보호기구를 설립하는 방안이 나와 있음.
- 외국의 경우 호주와 캐나다 등이 별도의 금융소비자보호 감독기구를 두고 있으며, 미국과 영국 등이 이번 글로벌 금융위기를 계기로 별도의 감독기구를 두는 방향의 개혁을 추진 중에 있음.

**<표 3> 주요국의 금융소비자보호 기구 현황**

	미 국	영 국	호 주	캐나다	일 본
전담기구 방식	CFPA <sup>1)</sup>	CPMA <sup>2)</sup>	ASIC	FCAC	-
통합 감독 방식	-	-	-	-	FSA

주 : 1) 미국은 현재 금융권역별 감독체제를 택하고 있으나, 오바마 금융개혁법의 성립 가능성이 높아 전담기구 방식으로 분류함.

2) FSA가 2012년에 새로운 건전성 감독기구와 주로 영업행위를 감독할 소비자보호기구인 CPMA(Consumer Protection and Market Agency)로 분리될 예정임.

#### 다. 예방적 소비자보호 강화

- 공시 제도 강화와 함께 금융소비자 교육을 강화하여 금융지식으로 무장한 금융소비자가 다양한 정보를 활용하여 금융거래시 현명한 소비자로 거듭날 수 있도록 한다는 방침임.
- 금융위원회와 금융감독원은 금융소비자교육을 감독업무에 포함시켜 이를 체계화하고 강화함으로써 금융거래시 소비자의 협상력을 제고시키고자 함.
- 영국, 미국 등 금융선진국에서는 국민들의 금융에 대한 이해도를 높여 자신의 권리를 스스로 보호할 수 있도록 금융소비자 교육을 강화하고 있음.
- 영국의 경우 최근 독립적 소비자금융교육기구(CFEB: Consumer Financial Education Body)를 만들어 소비자금융교육을 촉진하는 역할을 맡도록 명시함.
- 미국의 경우에도 정부 차원에서 금융문맹 퇴치를 위한 금융교육을 강화하고 있음.

#### 라. 사후적 소비자피해 구제 강화

- 사후적 소비자보호를 강화하기 위하여 분쟁조정제도 개선, 규제 위반에 대한 제재 개선 등이 도모되고 있음.
- 분쟁조정제도는 분쟁해결의 실효성을 높이기 위해서 법적 구속력 부여, 별도기구 신설 및 분쟁해결 결과에 대한 존중의무 부여, 분쟁조정절차 중 이탈금지, 중재조항 의무화 등이 검토되고 있음.

- 금융소비자보호의 실질적 강화 및 시장규율의 원활한 작동을 보장하기 위한 차원에서 모든 위반행위에 대해 과징금을 병과하는 방안을 검토중임.
  - 이와 아울러 판매업자의 위반행위에 대해 금융위원회의 시정 명령권, 업무정지, 인가·등록 취소 권한 등을 규정하는 방안도 검토중임.

## 2. 보험소비자의 주권의식 신장

- 인터넷 등 통신수단의 발달에 기초한 정보제공의 확대, 사회민주화의 진전에 따른 권리의식 제고 등에 힘입어 보험소비자들의 소비자권리에 대한 의식이 높아지고 있음.
- 인터넷 등을 통해 많은 정보가 무상 또는 저렴하게 공급되고 금융회사도 공시를 통해 정보를 적극 제공함에 따라 보험소비자들은 손쉽게 많은 정보를 확보할 수 있게 됨.
- 국민들의 교육 및 의식수준이 제고되고 이와 함께 감독당국 등을 통한 금융교육이 확대되면서 보험소비자들의 금융지식 수준은 빠르게 향상되고 있음.
- 보험소비자들은 자신이 활용할 수 있는 정보가 많아지고 금융지식이 확대된 상황에서 법률이 허용하는 권리를 찾으려고 함은 물론 권리의 수준도 더 높이려는 노력을 하고 있음.

## 3. 보험산업에 대한 소비자 신뢰 약화

- 지난 8년간의 민원발생 현황을 보면 보험권은 다른 금융권역에 비

해 민원 증가율이 더 높고, 결과적으로 2009년에는 전체 금융권 민원 중 보험회사의 민원이 절반 이상을 차지하고 있음.

- 또한 민원평가지수에서도 1등급에 속한 보험회사가 2008년도에 생명보험 3개사, 손해보험 4개사였으나, 2009년에는 1개사도 없을 정도로 보험회사의 민원관리는 악화되어 있음.

### <표 4> 금융권역별 민원접수 현황

(단위: 건, %)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
보 험	11,179 (32.8) < - >	13,732 (24.6) <22.8>	16,886 (26.2) <23.0>	21,583 (36.3) <27.8>	27,530 (45.2) <27.6>	31,991 (49.7) <16.2>	31,541 (48.0) <△ 1.4>	40,936 (53.3) <29.8>
증권·자산운용	2,775 (8.1) < - >	2,704 (4.9) <△ 2.6>	2,451 (3.8) <△ 9.4>	2,048 (3.4) <△ 16.4>	3,035 (5.0) <48.2>	3,568 (5.5) <17.6>	4,186 (6.4) <17.3>	4,654 (6.1) <11.2>
은행·비은행	20,145 (59.1) < - >	39,289 (70.5) <95.0>	45,139 (70.0) <14.9>	35,879 (60.3) <△ 20.5>	30,296 (49.8) <△ 15.6>	28,861 (44.8) <△ 4.7>	30,031 (45.7) <4.1>	31,236 (40.7) <4.0>
계	34,099 < - >	55,725 <63.4>	64,476 <15.7>	59,510 <△ 7.7>	60,861 <2.3>	64,420 <5.8>	65,758 <2.1>	76,826 <16.8>

주 : ( ) 안은 전체 건수 대비 구성비, < > 안은 증감률을 나타냄.  
자료 : 금융감독원 보도자료

### <표 5> 보험회사 민원발생평가 등급별 분포 변화

(단위: 개사)

	생명보험		손해보험	
	2008년	2009년	2008년	2009년
1등급	3	-	4	-
2등급	8	5	5	3
3등급	5	5	1	6
4등급	3	1	-	-
5등급	-	8	3	4
계	19	19	13	13

자료 : 금융감독원, 「2009년 금융회사 민원발생 평가 결과」, 보도자료, 2010. 5. 12.

□ 이렇게 보험회사의 민원이 증가하는 추세 속에서 우리나라 보험회사의 이미지는 전반적으로 좋지 않으며, 보험회사에 대한 존경도도 낮아지고 있음.

○ 2007년에 실시된 보험소비자 설문조사에 따르면 보험회사의 이미지는 “좋다”는 쪽이 “나쁘다”는 쪽보다 다소 높게 나타났으나, 절대적 수준은 높지 않은 것으로 평가됨.

### <표 6> 보험회사 전반적 이미지

(단위: %, 점)

구분	나쁨	보통	좋음	점수
생명보험	14.8	58.4	26.8	3.11
손해보험	9.8	54.6	35.6	3.27

주 : 설문응답자 수는 1,203명(남자 589명, 여자 614명)이고, 점수는 5점 기준임.  
 자료 : 안철경 외, 『2007 보험소비자 설문조사』, 연구조사자료 2007-3, 보험개발원 보험연구소, 2007. 3.

○ 한국능률협회컨설팅이 매년 실시하는 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’에서 최고순위 보험회사의 순위가 2010년의 경우 2009년에 비해 다소 낮아졌고, 대다수의 보험회사가 최고순위 보험회사와 큰 편차를 보이고 있음.

- 생명보험회사의 경우 2009년에는 전체 기업 중 9위로 선정된 보험회사가 있었으나, 2010년에는 13위로 낮아졌음.
- 손해보험회사의 경우는 2009년에 1개 보험회사가 전체 기업 중 21위로 선정되었는데, 2010년에는 20위로 높아짐.

### <표 7> 2010년 한국에서 존경받는 기업

구 분	회사명
생명보험	A(7.82), B(6.87), C(6.55), D(6.51), E(6.46), F(6.07), G(5.82) H(5.80), I(5.73), J(5.70), K(5.39), L(4.97)
손해보험	A(7.50), B(6.92), C(6.69), D(6.55), E(5.73)

주 : ( )안의 수치는 존경받는 기업지수로 10점이 만점임.  
 자료 : 한국능률협회컨설팅, 「2010년도 제7차 “한국에서 가장 존경받는 기업” 결과 발표」, 2010. 2. 23.